



2023年3月期第1四半期 決算説明資料

株式会社ラバブルマーケティンググループ

2022年8月12日

証券コード：9254

- ① 2023年3月期第1四半期決算概要
- ② 成長戦略
- ③ 2023年3月期第1四半期トピックス
- ④ Appendix

1. 2023年3月期第1四半期 決算概要

エグゼクティブサマリー

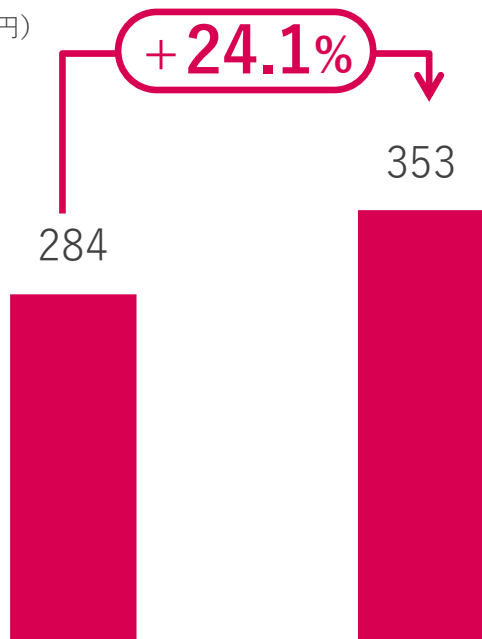
売上高は第1四半期で過去最高の353百万円となった

SaaSプロダクトの契約件数も412件と大幅に増加

人材採用は第1四半期で通期計画の約55%を採用

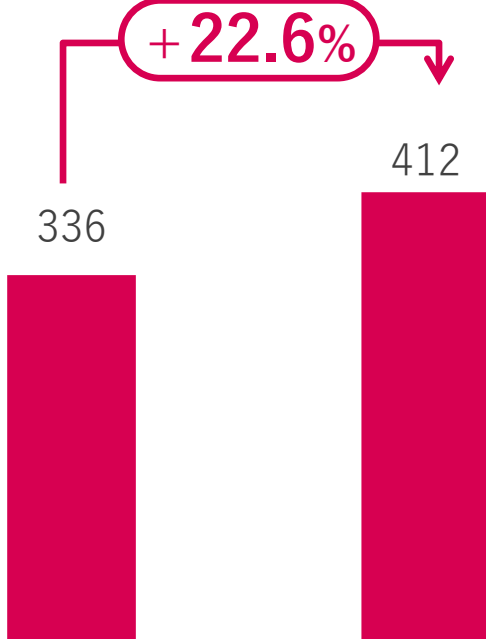
売上高

(百万円)



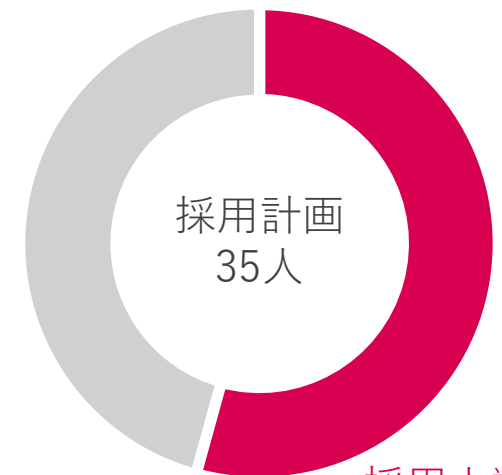
2022年3月期第1四半期 2023年3月期第1四半期

SaaSプロダクトの契約件数



2022年3月期第1四半期 2023年3月期第1四半期

人材採用



採用人数19人
進捗率54.2%

決算概要

SNSマーケティング事業が売上を牽引し、売上高は前年同期比24.1%増の353百万円
 営業利益は採用計画を前倒しした人材採用や広告プロモーションへの投資により、△2百万円となった

(百万円)

	2022年3月期 第1四半期業績	2023年3月期 第1四半期業績	増減額	増減率
売上高	284	353	+69	+24.1%
営業利益	49	△2	△51	—
経常利益	48	△3	△51	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	31	△7	△38	—

売上高・利益進捗率

通期計画に対する売上高進捗率は20.3%と順調に推移

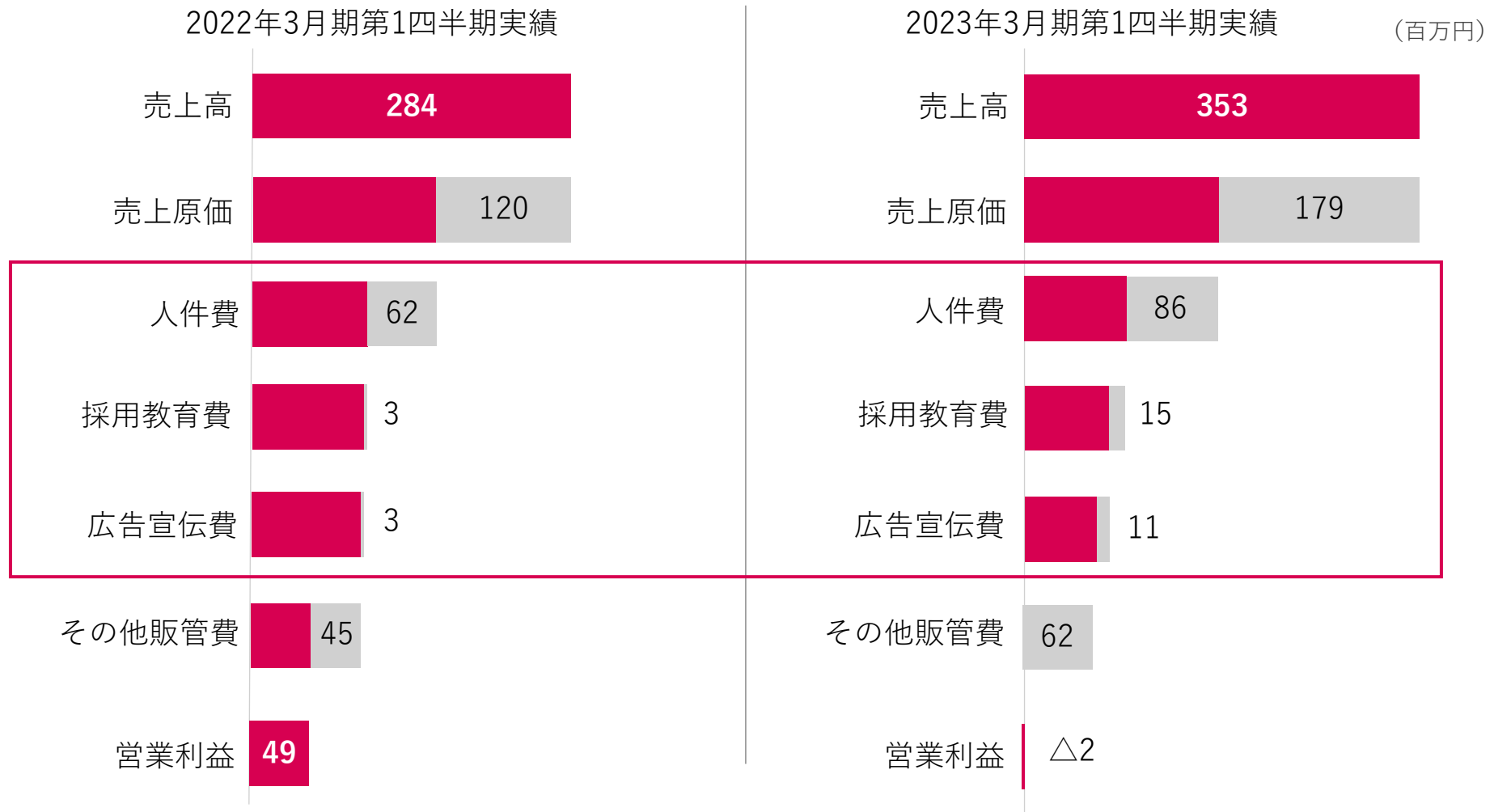
各段階利益は人材への先行投資により赤字となったが、通期では計画通りの着地を見込む

(百万円)

	2023年3月期 通期業績予想	2023年3月期 第1四半期業績	進捗率
売上高	1,742	353	20.3%
営業利益	205	△2	—
経常利益	201	△3	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	122	△7	—

営業利益の減少要因

人員の増加と前期計上していなかった賞与引当金を計上したため、人件費は24百万円増加
広告プロモーションへの投資を実施し、広告宣伝費は8百万円増加



人材採用状況

通期採用計画の35人に対し、6月末時点で19人を採用しており、通期計画の半数以上を採用
従業員数は2022年6月末時点で137人

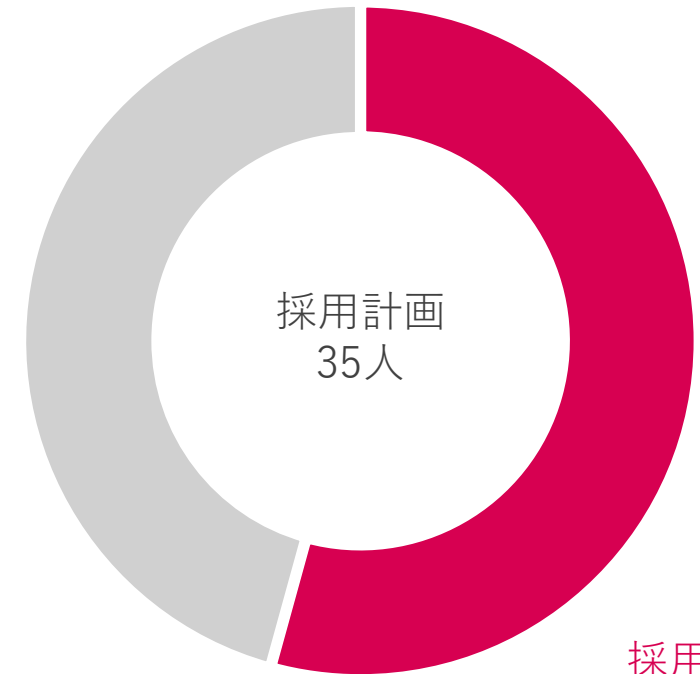
採用計画進捗

採用人数 **19人** 進捗率 **54.2%**

従業員数

2022年6月末従業員数 **137人** 前年同期比 **30人増**

人材採用



採用人数19人
進捗率54.2%

株式会社コムニコで人財戦略チームを立上げ、採用～教育の体制を仕組化
採用広報のためnoteを立上げ、積極的な情報発信により、採用決定率が向上
グループのアイデンティティ強化のため10月にオフィス移転を予定



主要KPI

「SNS運用支援新規受注件数」は、前期はコロナ禍での急激なマーケティング活動のデジタル移行により、一時的な大幅増があったため前期比で減少もコロナ前からの推移では順調に成長

SaaSプロダクトのKPIは高い水準を維持

SNS運用支援 新規受注件数

80件

前年同期比
23.8%

※過去3年平均との比較では29.7%増

SaaSプロダクトの契約件数

412件

前年同期比
22.6%

comnico Marketing Suite ARR※1

199百万円

前年同期比
27.6%

comnico Marketing Suite Churn rate ※2

1.4%

前年同期比
0.5ポイント

※1 Annual Recurring Revenue。comnico Marketing Suiteの月末MRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍して算出

※2 当月の解約率から累計契約数を割り平均値を算出したもの

事業別売上高サマリー

SNSマーケティング事業は人材採用を強化し、サービスラインナップの拡充により前年同期比24.2%増
DX支援事業は、Salesforceの運用サポートサービスの拡充により前年同期比22.2%増

SNSマーケティング事業

売上高 **330**百万円

前年同期比 **24.2%**増

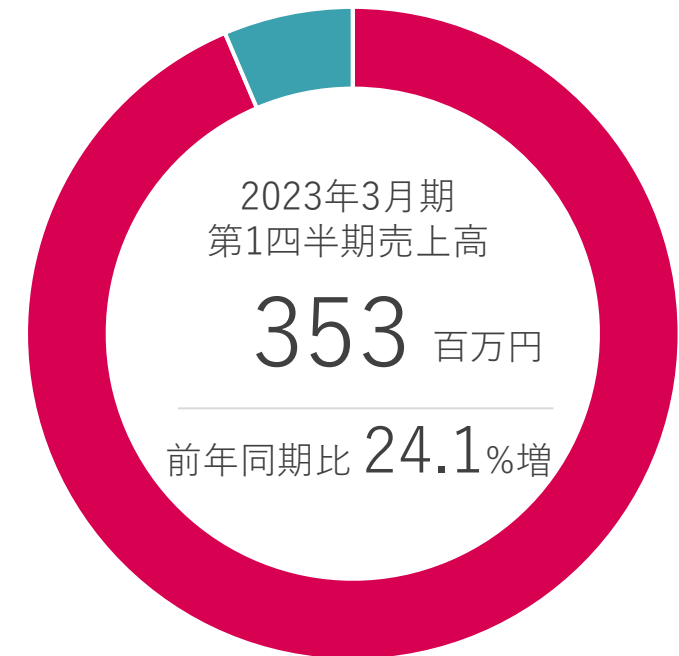
DX支援事業

売上高 **22**百万円

前年同期比 **22.2%**増

事業別売上高構成比

DX支援事業 6.4%



2023年3月期
第1四半期売上高

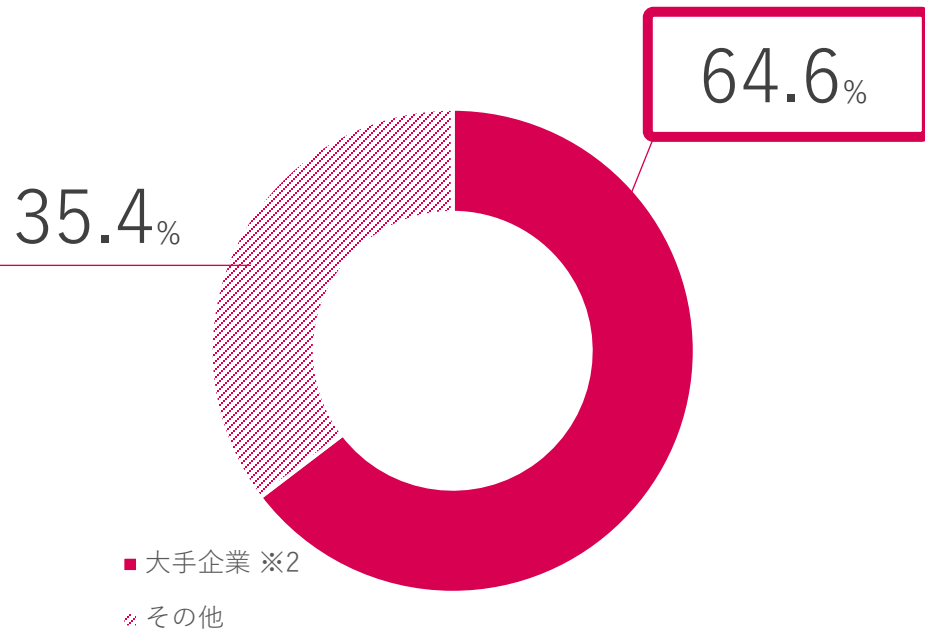
353 百万円

前年同期比 **24.1%**増

SNSマーケティング事業 93.6%

マーケティングのデジタル化を背景に運用支援では、不動産大手等の大口案件が増加
 運用支援ツールでは、コロナ終息を見据えた海外からの旅行客の需要増に伴うインバウンド案件を獲得

顧客の企業規模別売上高比率 ※1



※1 2022年4月～2022年6月までの期間における、取引先顧客別売上高
 ※2 データ算出にあたり売上高1,000億円以上の企業を大手企業と分類しております

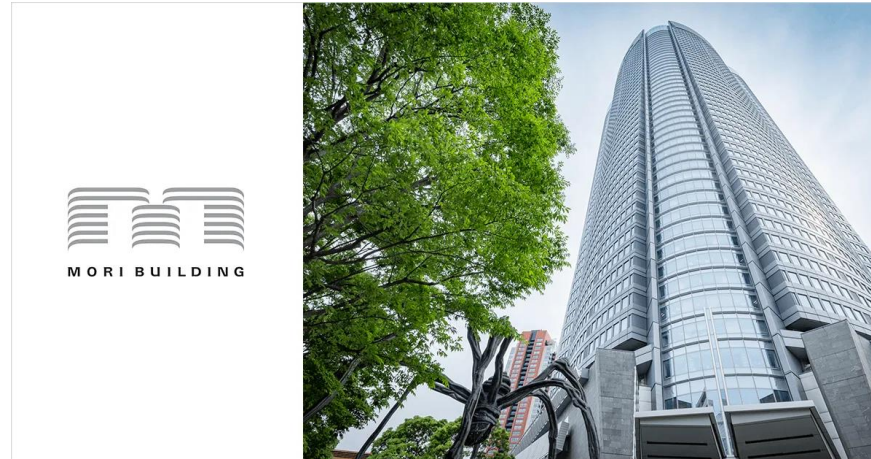
顧客例



「六本木ヒルズ」のInstagram公式アカウントの運用支援と同時に、Instagram、Facebook、Twitterの3つの公式アカウントにおいて運用支援ツール「comnico Marketing Suite」の導入も開始
3つの公式アカウントの投稿・分析を管理

導入の成果

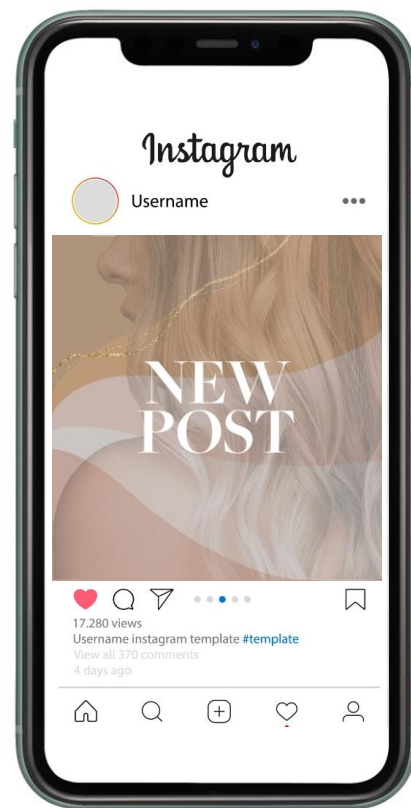
- ・ Instagramのアカウントはあったが、知見がなかったことが課題
- ・ Instagramアカウントは、運用開始から1年半で**15,000人**のフォロワー獲得
- ・ 運用支援をさせていただくとともに、「comnico Marketing Suite」の分析機能を活用し、効果的なタイミングでの投稿が可能に



運用支援ツール「comnico Marketing Suite」を活用し、複数アカウントを一括管理
ツールの導入により、複数のSNSアカウントの投稿管理・分析に係る負担を軽減

導入の成果

- ・複数ブランドの管理・分析を効率化することが課題
- ・作業効率化が図れ、投稿の状況が可視化され投稿数は**5倍に増加**
- ・承認フローが設定され、チームの連携強化



2. 成長戦略

既存事業の拡大と新規事業への投資を加速させ、売上高の最大化を目指す

既存事業の拡大

基幹事業

- 販売先を戦略的に拡大
- 自治体向けやD2C支援強化
- SaaSの販売強化

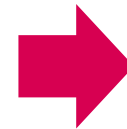
育成事業

- Salesforceの提案領域拡大
- マルチクラウド案件の強化



新規事業への投資

- M&Aや新規出資の模索
- 海外展開
- メタバース、NFT
- 優秀な人材の採用・教育

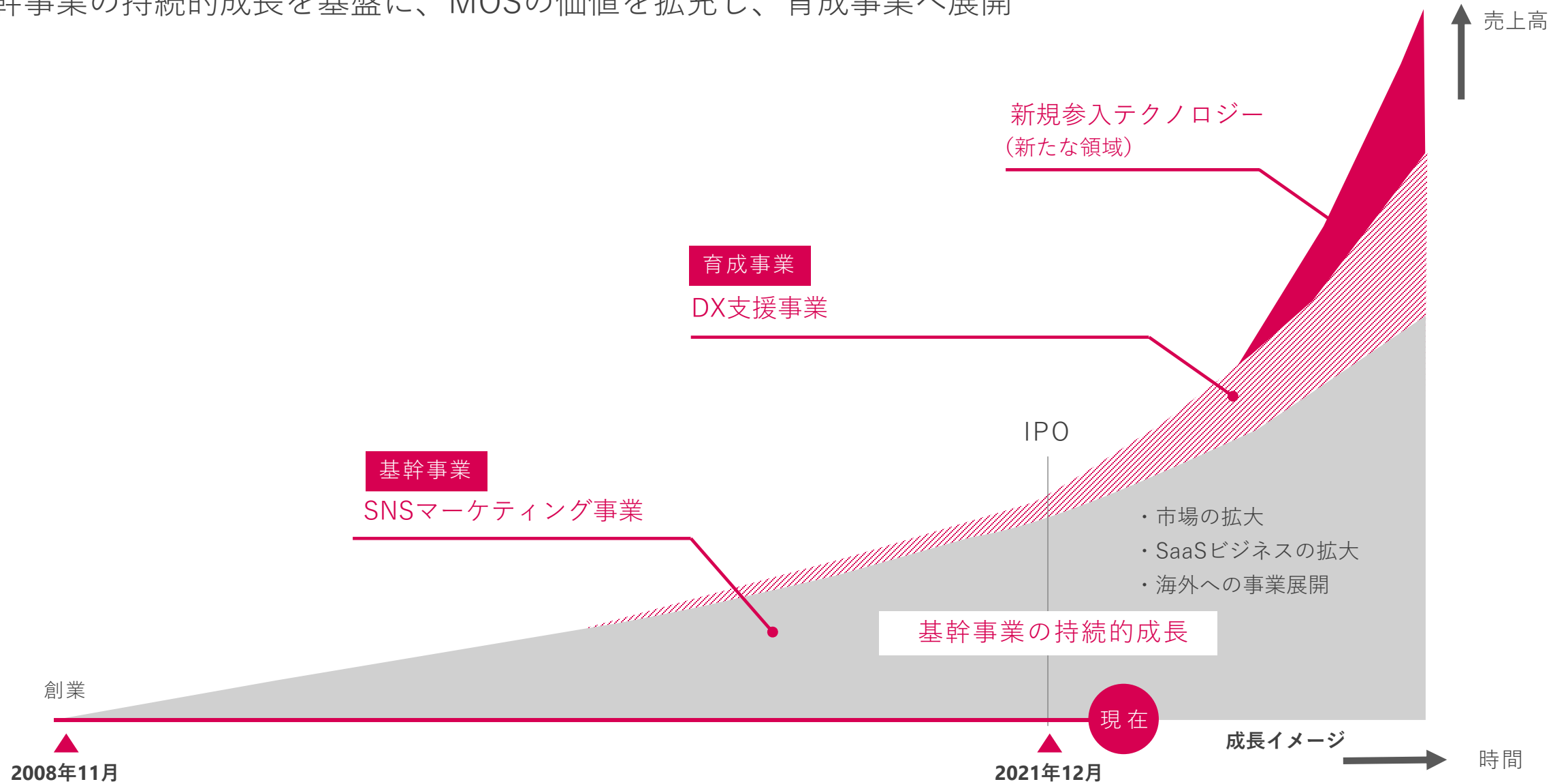


売上高の最大化

- SaaSの販売拡大によるストック型収益の拡大
- 新規事業・人材に投資を継続

中長期的な売上高拡大イメージ

基幹事業の持続的成長を基盤に、MOSの価値を拡充し、育成事業へ展開



「新規受注件数」「契約あたりの単価」「クロスセル」の拡大により、高収益で安定的な売上成長を目指す
インフルエンサーマーケティングはコラボ広告とキャスティングサービスを開始

1

新規受注件数の拡大

- 積極的な情報発信によるリード（見込み客）獲得
- 運用支援の新規顧客開拓
- 業界ポートフォリオの拡大

2

契約あたりの単価拡大・ 利用の継続

- 新サービスの拡充
 - ⇒ ソーシャルコマースの支援サービスの拡充
 - ⇒ インフルエンサーマーケティングの強化
 - ⇒ 動画サービスの強化
- カスタマーサクセスの推進
 - ⇒ 顧客の利用状況を把握した適切なサポート
 - ⇒ NPSの向上および解約率の低下

3

SaaS型クラウドツールの 利用（クロスセル）拡大

- 企業の運用効率化に必要なSaaS型クラウドツールのクロスセル強化
- 複数アカウントを管理する企業への導入を拡大

DX支援事業として、MA、SFA、CRM領域の案件拡大を図る
SFAなどに強みを持つ企業との積極的な連携により、マルチクラウド受注を増やす

1

SFA・CRMの 開発案件の新規開拓

- MA以外の領域の開発案件の増加
⇒ Salesforce社の開発案件の強化
⇒ Salesforce社の売上高のCAGRは約**29%**
(2021年の売上高は約212億ドル)
- 開発を内製化できる体制の構築
- 認知度・ブランド力の向上
- SFA領域に関する事業提携の模索

2

サービス品質の向上と サポート領域の拡大

- Salesforce認定資格の取得強化
- マーケティングオートメーション
(MA) の導入・運用支援から
MA・SFA・CRMの導入支援に拡充

3

優秀な人材確保と 人材への投資

- 営業、コンサルティング、
開発部門の人材採用強化
- 教育環境の充実など、人材教育
への投資を加速

3. 2023年3月期第1四半期トピックス

トピックス<SNSマーケティング事業 新サービスの拡充①>

「Pinterest 運用支援パッケージ」のサービス内容を拡充
2022年6月に開始した「Pinterest アド」に対応し、サービスパッケージをいち早く提供開始

概要

- ・ 2022年6月28日リリース
- ・ Pinterestアドへの早期対応
- ・ 「Instagram」との高い親和性を活かしたクロスセル
- ・ 国内での事例が少なく、先行者メリットを狙う



トピックス< SNSマーケティング事業 新サービスの拡充② >

インフルエンサーの投稿を活用した広告配信サービスを開始、「SNS広告」「インフルエンサーマーケティング」への顧客ニーズに対応

概要

- ・ 2022年7月7日リリース
- ・ インフルエンサーマーケティング及びInstagram、Twitter、TikTokのサービス拡充
- ・ インフルエンサーのPR投稿を活用した広告とのクロスセル



Twitter特化型のインフルエンサーキャスティングサービスを提供開始
企業利用が多いTwitterにおける支援サービスを拡大

概要

- ・ 2022年7月25日リリース
- ・ Twitter領域及びインフルエンサーマーケティングのサービス強化
- ・ オーガニック投稿では得られないリーチの獲得を狙ったクロスセル



トピックス<SNSマーケティング事業 新サービス④(株式会社ドリームプラザ様の事例)>

SNSエキスパート協会が企業・自治体向けにSNS自走支援サービスを提供開始
商業施設のイベント告知や来館頻度の向上を目的としたSNS有効活用を支援

概要

- ・ 2022年5月26日リリース
- ・ 支援先専用のマニュアルの作成
- ・ 検定ノウハウを活かしたカスタム研修の実施
- ・ 6ヵ月間の自走支援により、戦略立案、KPI設計、コンテンツ企画・改善、現状分析・アンケート設計などを伴走支援

事例

- ・ LINEの「お友だち数」が1,000人弱から4,800人以上にまで増加
- ・ 研修により共通理解が浸透しチームワークが向上
- ・ ゴール設計と分析により、進捗が可視化され成果が実感できるようになる



トピックス<DX支援事業 事業提携>

業務提携による得意領域拡大

サービス領域拡大によるリードの増加、契約単価の拡大を目指す

24-7



事業提携



【得意領域】

- ・ MA
- ・ SFA
- ・ CRM

【Salesforceに関する強み】

- ・ マーケティング
- ・ 営業
- ・ カスタマーサクセス

【得意領域】

- ・ Salesforceの開発・導入

【Salesforceに関する強み】

- ・ 開発
- ・ 連携
- ・ 保守運用

マルチクラウドへのニーズに対応する体制構築

4. Appendix

2023年第1四半期 連結貸借対照表

連結貸借対照表

負債の減少に伴い、自己資本比率は2022年3月末の33.7%から42.1%に向上

(百万円)

	2022年3月期 3月末	2023年3月期 第1四半期	増減額
流動資産	1,283	958	△324
現金および預金	863	572	△291
受取手形および売掛金	373	330	△43
固定資産	43	85	+42
総資産合計	1,326	1,044	△282
流動負債	693	427	△265
固定負債	168	158	△10
負債合計	861	585	△276
純資産合計	464	458	△6
自己資本比率	33.7%	42.1%	+7.4

事業概要

人に地球に共感を



ラバブルマーケティンググループは、愛されるマーケティング（Lovable Marketing）を推進しています。

そのために私たち自身も社会から愛される存在になるため、メンバーひとりひとりが働きがいを感じられる環境づくりに取組んでまいります。

私たちが作り上げるコミュニケーションのチカラで「共感」の輪を広げ、持続可能な社会の実現に貢献いたします。

最も愛されるマーケティンググループを創る

これからの広告・マーケティングは、生活者や購買者の視点に立ち、邪魔をするのではなく、その人にとって価値のある情報を適切な形で届けることが重要です。

私たちはそれを「愛されるマーケティング（Lovable Marketing）」と位置づけ、そのコンセプトを推進し、日本のマーケティング業界を変えていきます。

ボードメンバー



林 雅之 (はやし まさゆき)

代表取締役社長

2008年に株式会社コムニコを設立。日本におけるSNSマーケティングの第一人者として、セミナーやカンファレンスでの講演や書籍出版の実績あり。
2014年に株式会社エル・エム・ジー（現株式会社ラバブルマーケティンググループ）を設立。



長谷川 直紀 (はせがわ なおき)

取締役
株式会社コムニコ 代表取締役

株式会社サイバーエージェントに入社後、デジタル広告全般の業務を経験する。2013年株式会社コムニコに入社し、企業のマーケティング戦略立案、プランニング等に従事。2014年に取締役COOに就任。



中川 徳之 (なかがわ のりゆき)

執行役員 コーポレート本部管掌

PR会社の株式会社サニーサイドアップに入社後、子会社の取締役として会社設立から新規事業の立ち上げに従事。2019年株式会社ラバブルマーケティンググループに入社、2022年に当社執行役員に就任。



鵜川 太郎 (うがわ たろう)

社外取締役

数多くのIT関連ベンチャー企業の取締役を歴任。
2010年株式会社オルトプラス取締役COOに就任。2008年に株式会社コムニコの取締役に就任（現任）。2014年当社社外取締役に就任。



松本 高一 (まつもと こういち)

社外取締役


コンサルティング会社、大手証券会社の勤務を経て2017年8月 株式会社アンビグラムを設立。
同年9月、当社社外取締役に就任。

現代の情報消費行動に寄り添う“愛されるマーケティング”を推進するマーケティング企業グループ

会社名	株式会社ラバブルマーケティンググループ (Lovable Marketing Group, inc.)
設立	2014年7月15日
子会社	株式会社コムニコ 株式会社24-7 一般社団法人SNSエキスパート協会
代表取締役社長	林 雅之
本社所在地	東京都港区東新橋一丁目5番2号
事業内容	SNSマーケティング運用支援、SNS運用支援ツールの開発・提供、 SNS検定講座の開発・提供、マーケティング運用支援、マーケティングオートメーション の導入 等

ラブブルマーケティンググループ 主な沿革


2008年 2012年 2014年 2015年 2016年 2018年 2020年 **2022年**

▶ 株式会社コムニコ設立
2008年11月 

▶ 「 **comnico Marketing Suite**
サービスローンチ 2012年12月

▶ 株式会社エル・エム・ジー
(現ラブブルマーケティンググループ) 設立
2014年07月 


▶ 株式会社24-7 連結子会社化
2015年02月 **24-7**

▶ 書籍『デジタル時代の基礎知識
「SNSマーケティング」』刊行
2018年02月 


▶ SNSキャンペーンツール
「 **ATELU**」サービスローンチ
2018年05月

▶ SDGs推進の取組みをスタート
2020年05月

▶ 一般社団法人SNSエキスパート
協会 設立  一般社団法人
SNSエキスパート協会
2016年11月

▶ 書籍『デジタル時代の実践スキル
「SNS戦略」』刊行 2020年08月 

▶ マザーズ市場上場
2021年12月

▶ 書籍『SNSマーケティングはじめる
の一步 無理なく成果を出し続ける
運用のコツ』刊行 2022年4月 

日本におけるSNSの動き

S N S 普 及 期
(2005年～2011年3月)



S N S 定 着 期
(2011年3月～現在)



事業の全体像

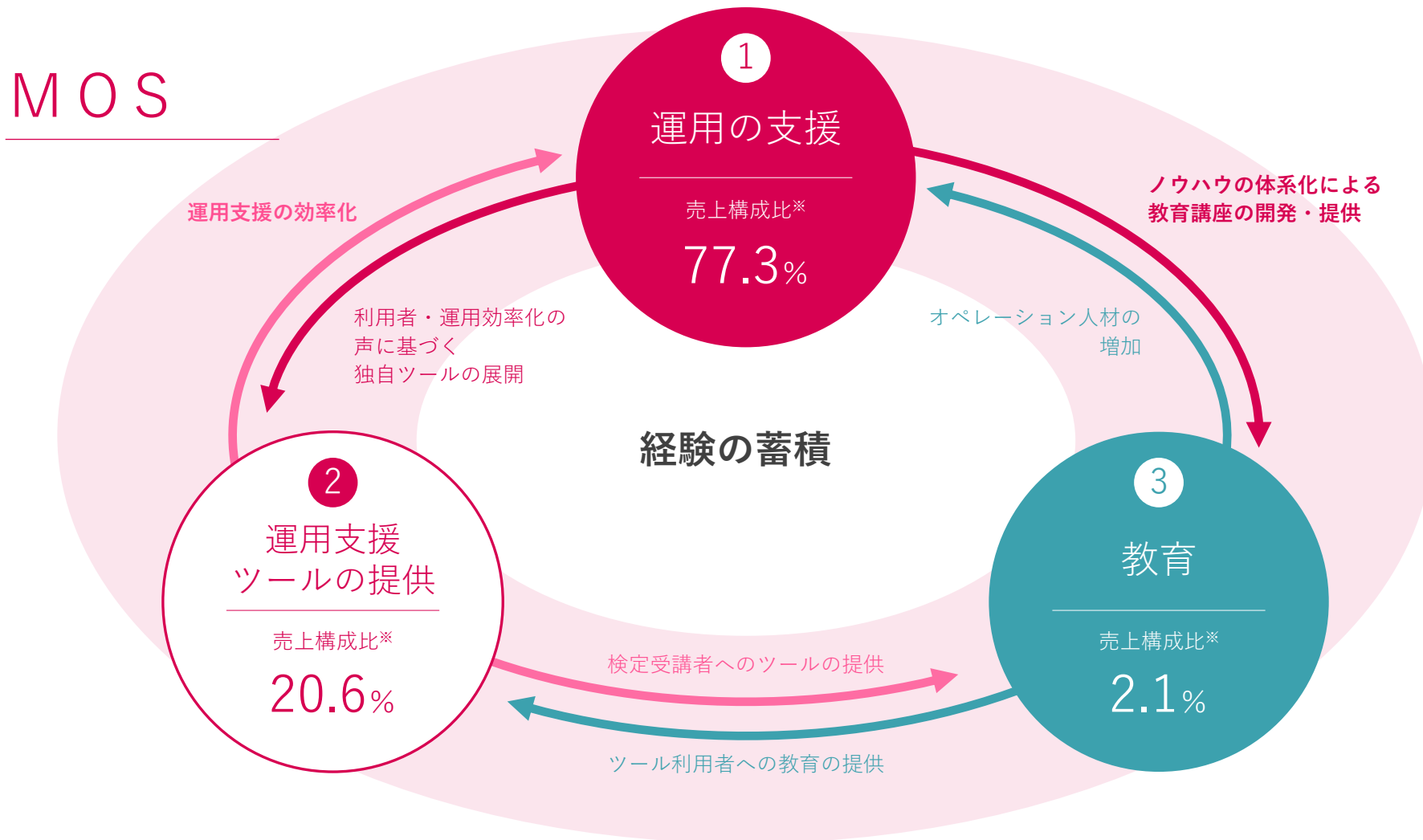
“愛されるマーケティング”に必要な3つのソリューション
「MOS^{※1}（①運用の支援、②運用支援ツールの提供、③教育）」を展開



※1 MOS (Marketing Operating Service) 当社が提供するマーケティングにおけるオペレーション領域に必要な「運用の支援」「運用支援ツールの提供」「教育」といったソリューションの総称

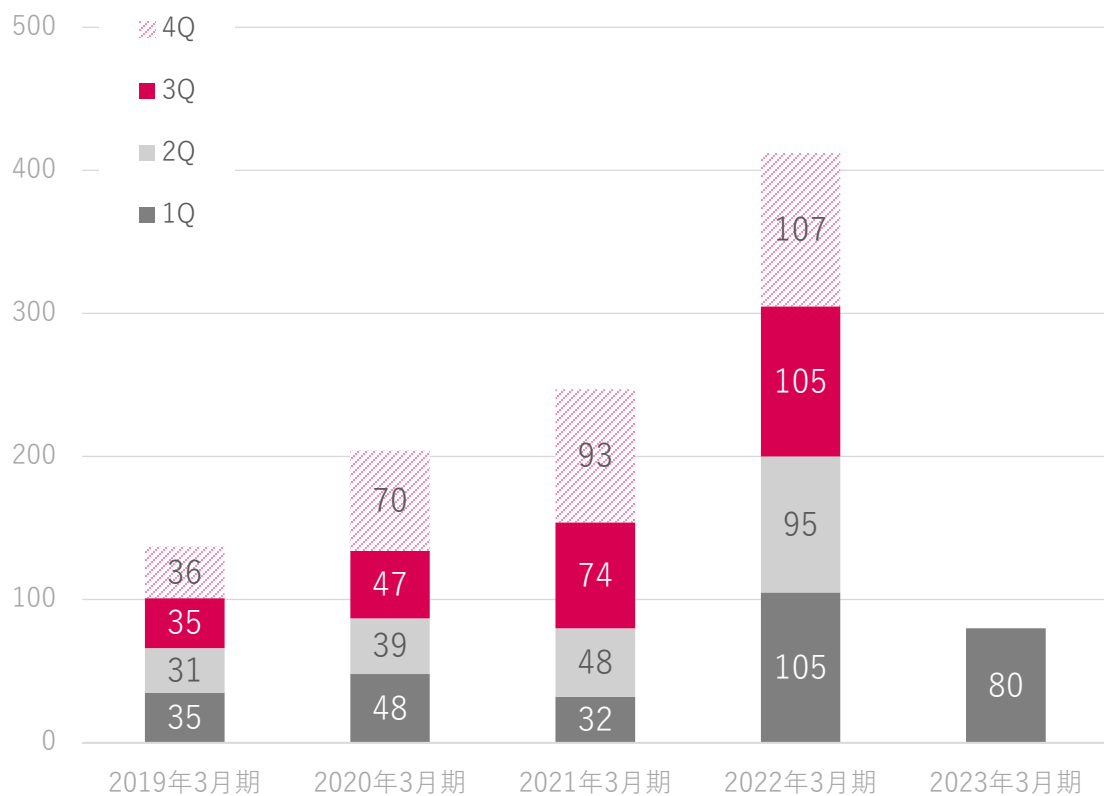
※2 マーケティングオートメーション (MA) 自社ウェブサイト (オウンドメディア) から見込み客情報 (リード) の獲得、獲得したリードの分類、リードに対する接触から商談化までの流れを支援するツール群の総称/顧客管理システム (CRM) 営業のプロセスや進捗状況を管理し、営業活動を効率化するためのシステム/営業支援システム (SFA) 顧客の嗜好、属性、利用状況等の情報を分析・活用し、顧客のニーズに合致した情報やサービス等を提供することにより、顧客の利便性と満足度を高め、顧客と企業の長期的な関係を築き取り組みのこと。また、それを実現するためのツールやソリューション。

SNSマーケティング事業を構成するMOSの3つのソリューションは、相互補完しながら循環成長するビジネスモデル

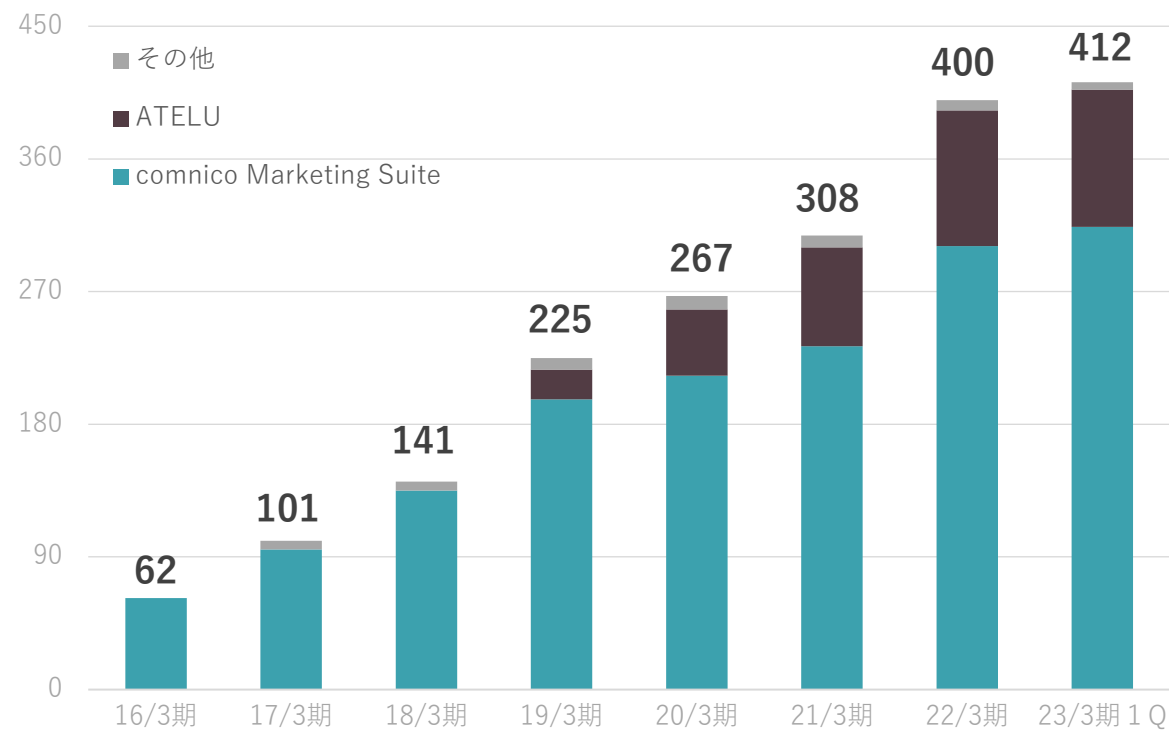


運用支援の新規受注件数、SaaS型クラウドツールの契約件数ともに堅調に推移

運用支援 新規受注件数の推移



SaaS型クラウドツール契約件数（累計）

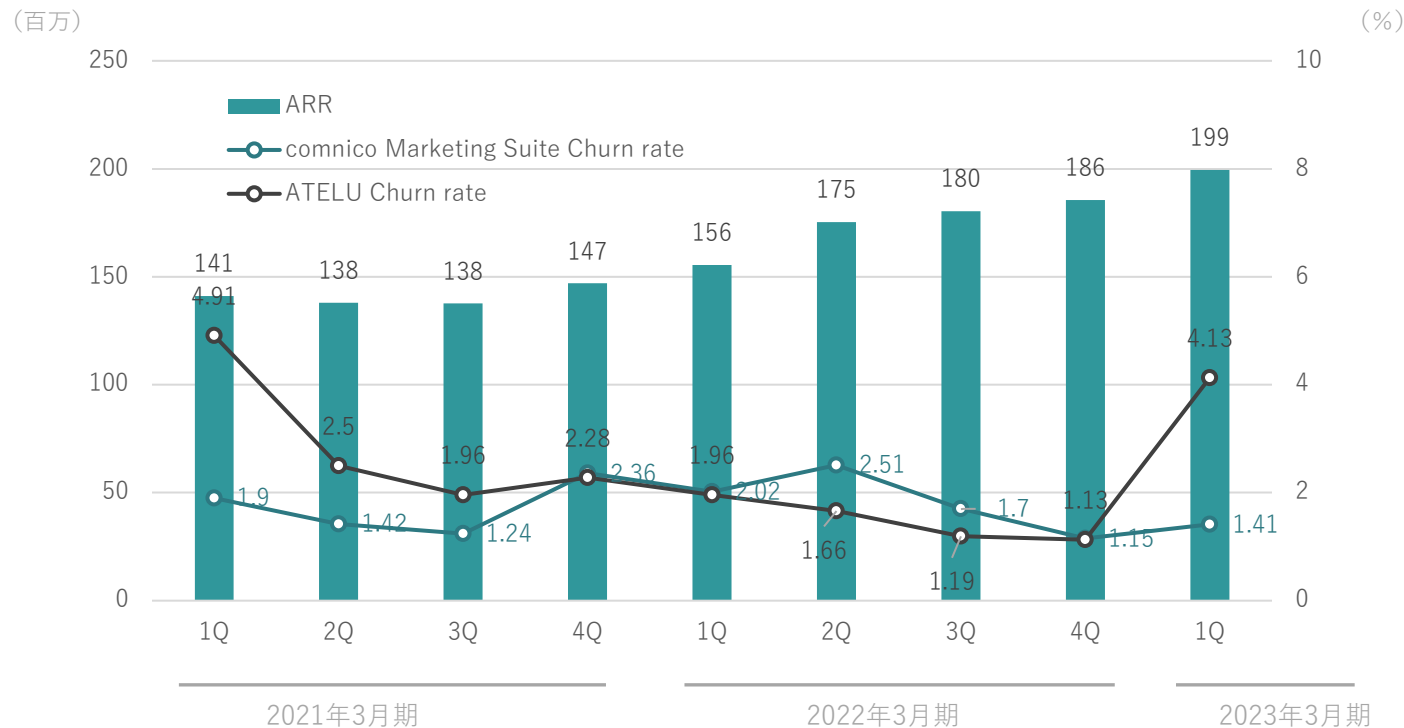




実績

- ARRは前年同期比39.1%増加し、高い水準を維持
- ATELU Churn rateは単発利用の顧客の解約増により上昇

ARR※1 (Annual Recurring Revenue)とChurn rate ※2



※1 Annual Recurring Revenue。comnico Marketing Suiteの各四半期末の月末MRR(Monthly Recurring Revenue)に12倍して算出

※2 (上グラフ) 当月の解約率から累計契約数を割り各四半期の平均値を算出したもの

今後の取組み

人材への投資をしながら、専門性を高め、付加価値の高いサービス提供を目指す

サービスの品質とコンテンツのパフォーマンスを向上させることを目指す

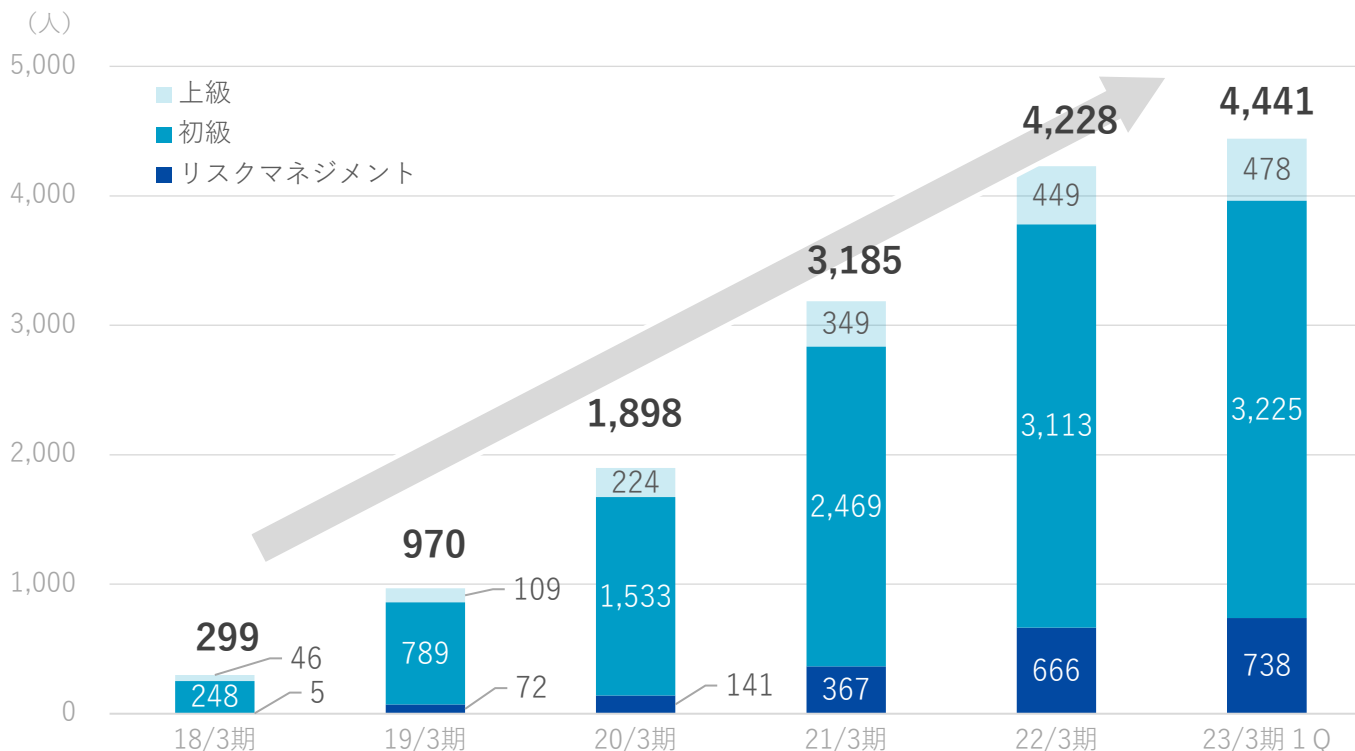
カスタマーサクセス、サポート体制と人員強化を行い、サービス内容とパフォーマンスを改善

開発体制を強化し、サービスラインナップの拡充を図る

実績

検定受講者数 **4,441名** (2022年6月末時点)

累計検定受講者数の推移



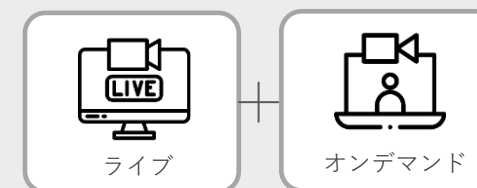
今後の取組み

マーケティング活動によるブランディング

- ▶ 書籍、外部メディアおよび自社メディアを通じた情報発信の継続的実施

検定受講者数の拡大

- ▶ 検定受講のオンデマンド化を推進



※オンデマンド検定は「初級SNSエキスパート検定」「SNSリスクマネジメント検定」にて実施

法人向けサービスメニューの拡大

- ▶ 企業・団体様個別のトレーニングメニューの考案・作成
- ▶ クライアント企業での自走運用を想定した戦略立案・KPI設計、課題に合わせた研修プログラムの策定
企業に合わせた炎上対策のサポート

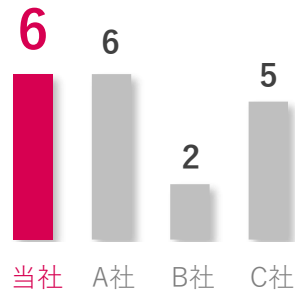
SNSマーケティング事業のPR/マーケティング活動

ブランディング活動とリード（見込み客情報）獲得に寄与するマーケティング活動により、**1,000**件以上のリードを獲得

書籍の出版



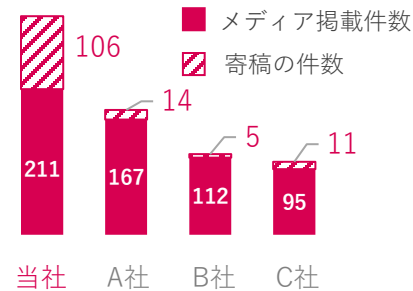
書籍出版数 ※1



メディアへ寄稿



メディア掲載件数 ※2



自社メディアの運営



リード獲得数（年間）

973件 ※3

無料ウェビナーの開催



コムニコ社内の教育プログラムを講座用にアレンジし、SNSの活用法やコツについて無料ウェビナーを実施中。

参加者

169名 ※4

※1 当社調べ（2022年6月時点）出版数に社外執筆者との共著を含まず

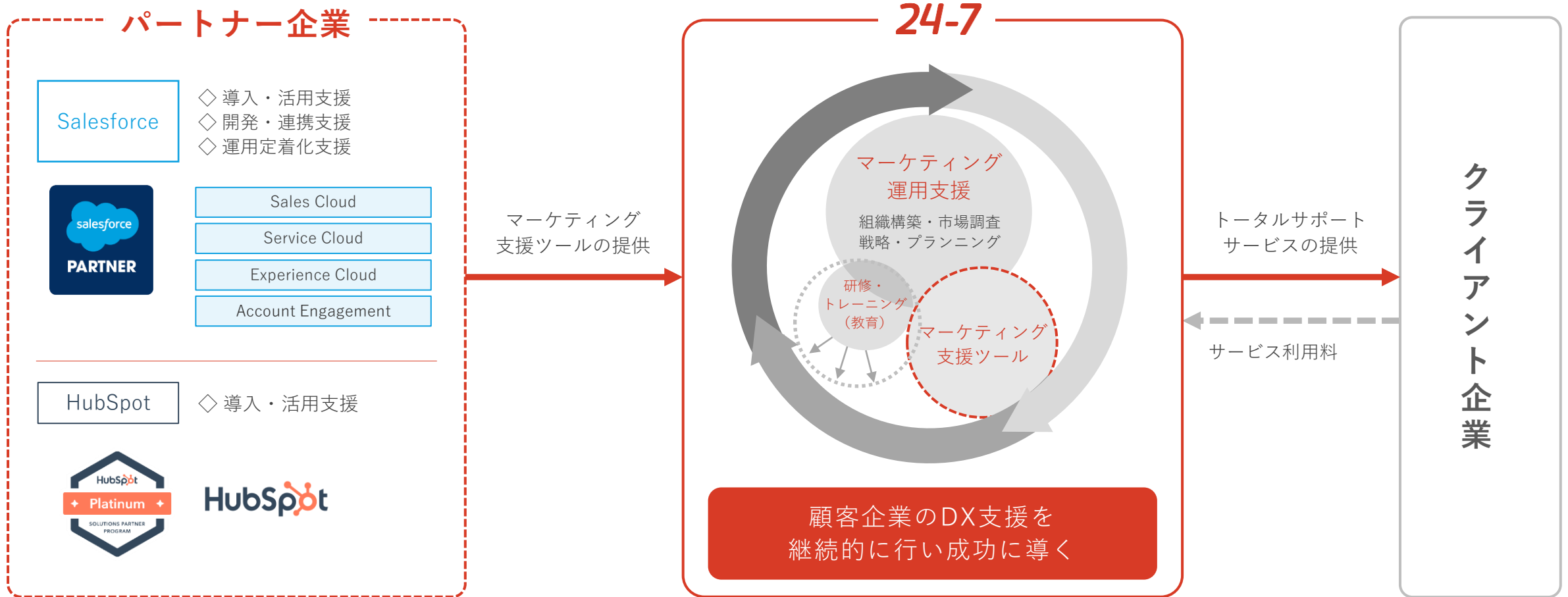
※2 当社調べ（2018年1月～2022年6月における、SNS関連の記事等が外部メディアに掲載された件数で、各社コーポレートサイトにて公表された件数）

※3 自社メディアよりダウンロードコンテンツを介してリードとなった数（2022年4月～2022年6月）

※4 自社開催の無料ウェビナーへ参加いただいた人数（2022年4月～2022年6月）

DX支援事業のビジネスモデル

課題に合わせてクラウド型のマーケティング支援ツールを組み合わせ、その導入・設計・構築・移行・運用をトータルでサポート



※1 HubSpot 認定パートナー（世界90ヶ国以上、約3,400社以上：2017年9月現在）の中から、HubSpot社が優れたインバウンドマーケティング&セールスの提供と、過去1年間に著しい成長を示したパートナーを選出する賞です。過去1年間を通じて、APAC（アジア・太平洋地域）で最も実績を残したパートナーと評価され、受賞いたしました

※2 クライアントへのインバウンドマーケティング支援により、課題解決や成果に貢献した成功事例を毎年募集し、その中から大きなインパクトを与えたパートナーを表彰する「HubSpot Impact Award」をHubSpot社が発表しています。株式会社24-7がエントリーした「Website Design」と「Inbound Growth Story」の2部門で、それぞれ特別賞（Honorable Mention）を獲得いたしました

ラバブルマーケティンググループが目指すサステナビリティ

メンバーが輝くことができる「働きがいのある組織」を全活動のベースとして位置づけ、事業成長および3つの重要な社会課題の解決に取り組む



SDGsに基づく組織づくりのために

2020年4月より、全社員のSDGsに対する意識を高めるワークショップを実施。私たちが作り上げるコミュニケーションのチカラで「共感」の輪を広げ、持続可能な社会の実現に貢献する



公立大学法人 北九州市立大学
教授

眞鍋 和博

ワークショップにおけるアドバイザーとして、
ESD (Education for Sustainable Development)
の専門家 北九州市立大学 眞鍋和博教授にご指導
いただきました。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

人に地球に共感を



ワークショップ実施内容

LEGO®ブロックを使って
ビジョンを可視化



カードゲームを通してSDGsに
求められるビジネス思考を体験



自社の活動と社会活動を結び付け、
現状分析を実施



健康経営をテーマに
「マインドフルネス」の勉強会を
全社員向けに実施



本資料の取扱いについて

本資料には、当社に関連する見通し、将来に関する計画などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、将来の結果や業績を保証するものではありません。

本書はいかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申し込みまたは買付けの申込みの勧誘を構成するものでも、勧誘行為を行うものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。

