



2024年10月期通期 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

証券コード：9254

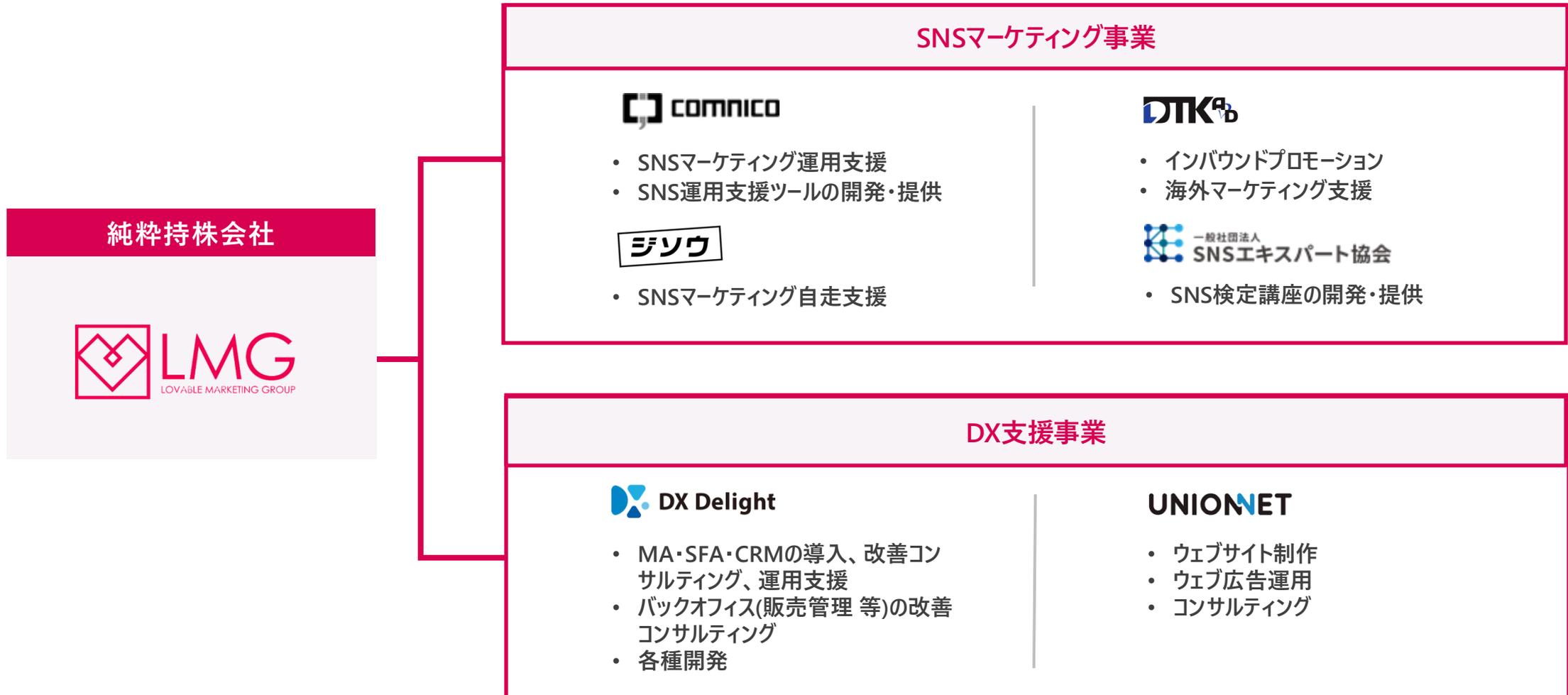
会社概要

- 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
- 所在地** 東京都港区虎ノ門4丁目1番13号
- 代表者** 代表取締役社長 林 雅之
- 子会社** 株式会社コムニコ
株式会社DXディライト
一般社団法人SNSエキスパート協会
DTK AD Co.,Ltd.
株式会社ジソウ
LOVABLE MARKETING GROUP ASIA SDN. BHD.
株式会社ユニオンネット
- 事業内容** SNSマーケティング運用全般における支援
事業、運用支援ツールの開発・提供など



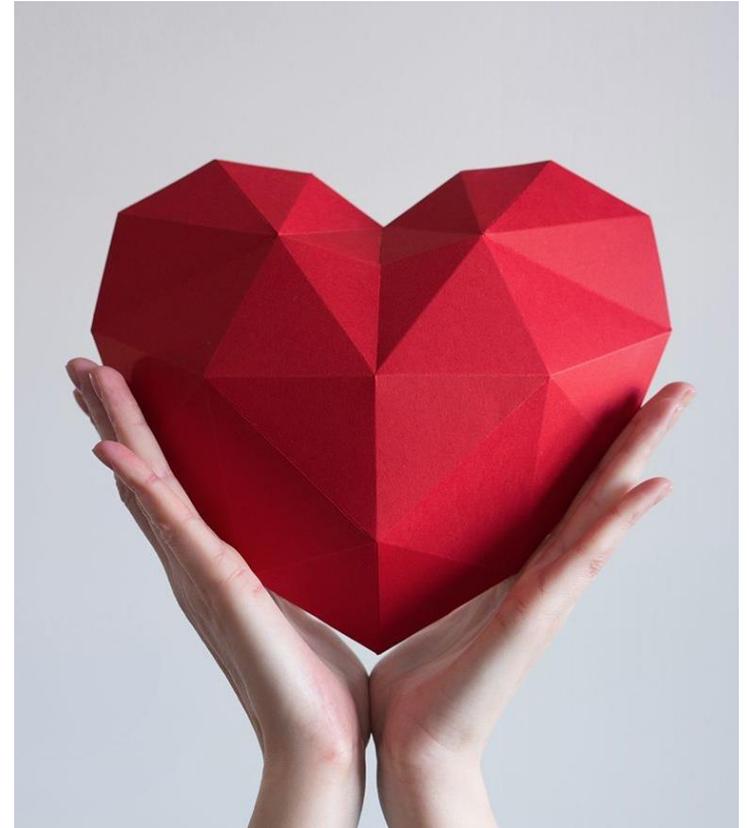
事業構成

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グループ



INDEX

01. エグゼクティブサマリー
02. 2024年10月期通期決算概要
03. 事業別報告
04. 成長戦略
05. 今期M & A実績
06. 2025年10月期通期業績予想
07. Appendix



01. エグゼクティブサマリー

2024年10月期通期 業績ハイライト（累計）

過去最高

売上高

2,161 百万円

前年同期比 +19.3%

営業利益

137 百万円

前年同期比 +9.2%

過去最高

SaaS型プロダクト契約件数

594 件

前年同期比 10.0%増※1

過去最高

comnico Marketing Suite
ARR（年間経常収益）※2

296 百万円

前年同期比 9.4%増※3

▶ 売上高は、計画を上回るSNS運用支援の受注および海外売上の拡大により**過去最高**

▶ 営業利益は、キャンペーン等高利益率サービスの受注および生成AI活用による業務効率改善により**前期比+9.2%**

※1: 2023年10月の契約件数と比較

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

※3: 2023年10月のARRと比較

02. 2024年10月期通期決算概要

決算概要 前年同期比

前期は決算期変更による7ヶ月間の変則決算であったため、社内参考値での前年同期比を記載

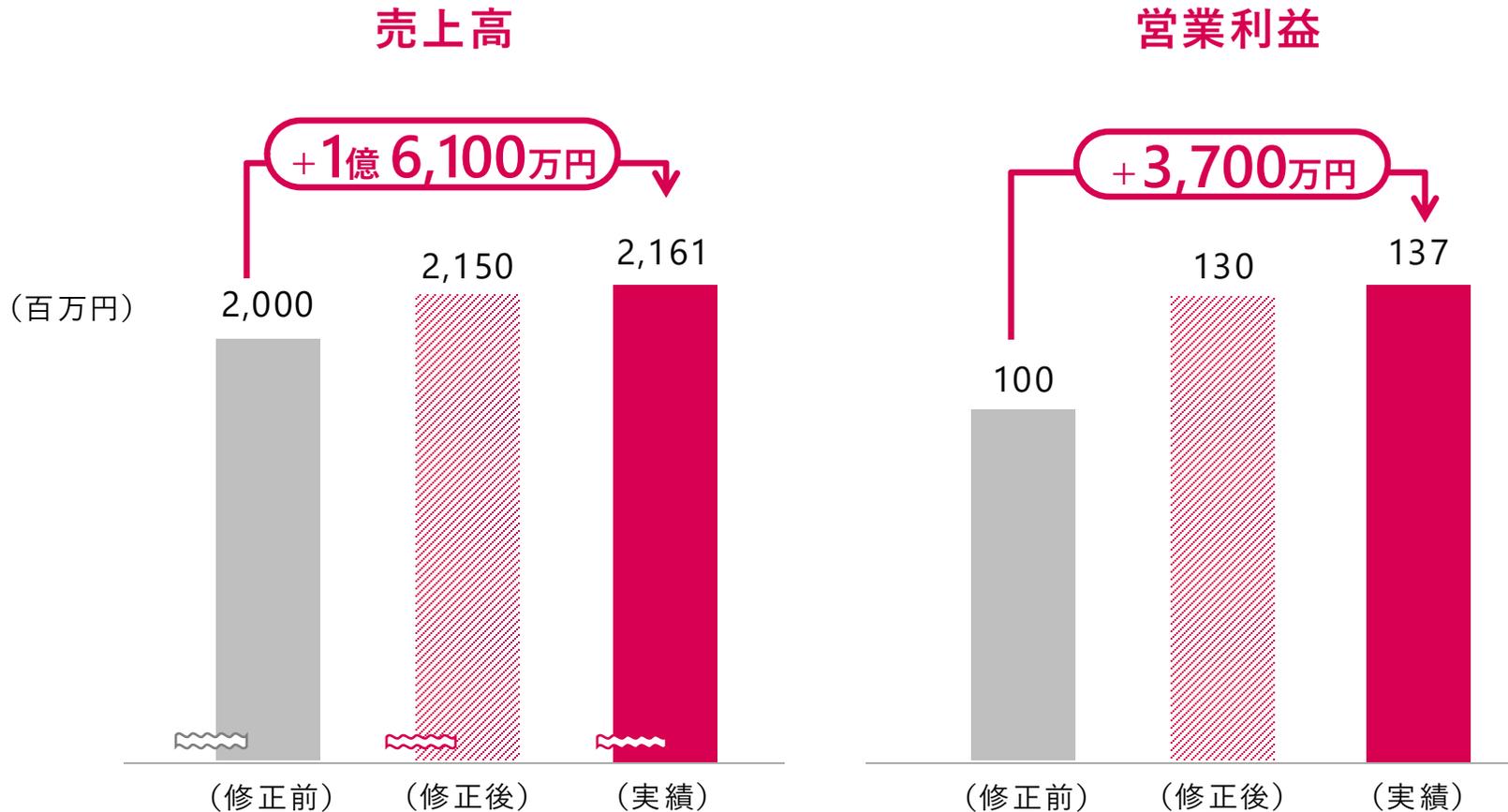
11月18日に通期業績予想を上方修正。売上高は**過去最高**、営業利益も昨年対比**9.2%**増加

(百万円)	2024年10月期 通期実績	前年同期※ 実績 (社内参考値)	増減額	増減率	2023年12月13日 開示 通期業績予想	2024年11月18日 開示 通期業績予想	進捗率
売上高	2,161	1,812	349	19.3%	2,000	2,150	100.6%
営業利益	137	125	11	9.2%	100	130	105.6%
経常利益	147	129	18	14.4%	100	140	105.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	72	85	△12	△15.1%	60	60	121.0%

※監査法人による監査を受けていない参考数値

業績予想の修正と実績

売上高は当初の計画に対し1億6,100万円増、営業利益は3,700万円増となった



修正要因

< 売上高 >

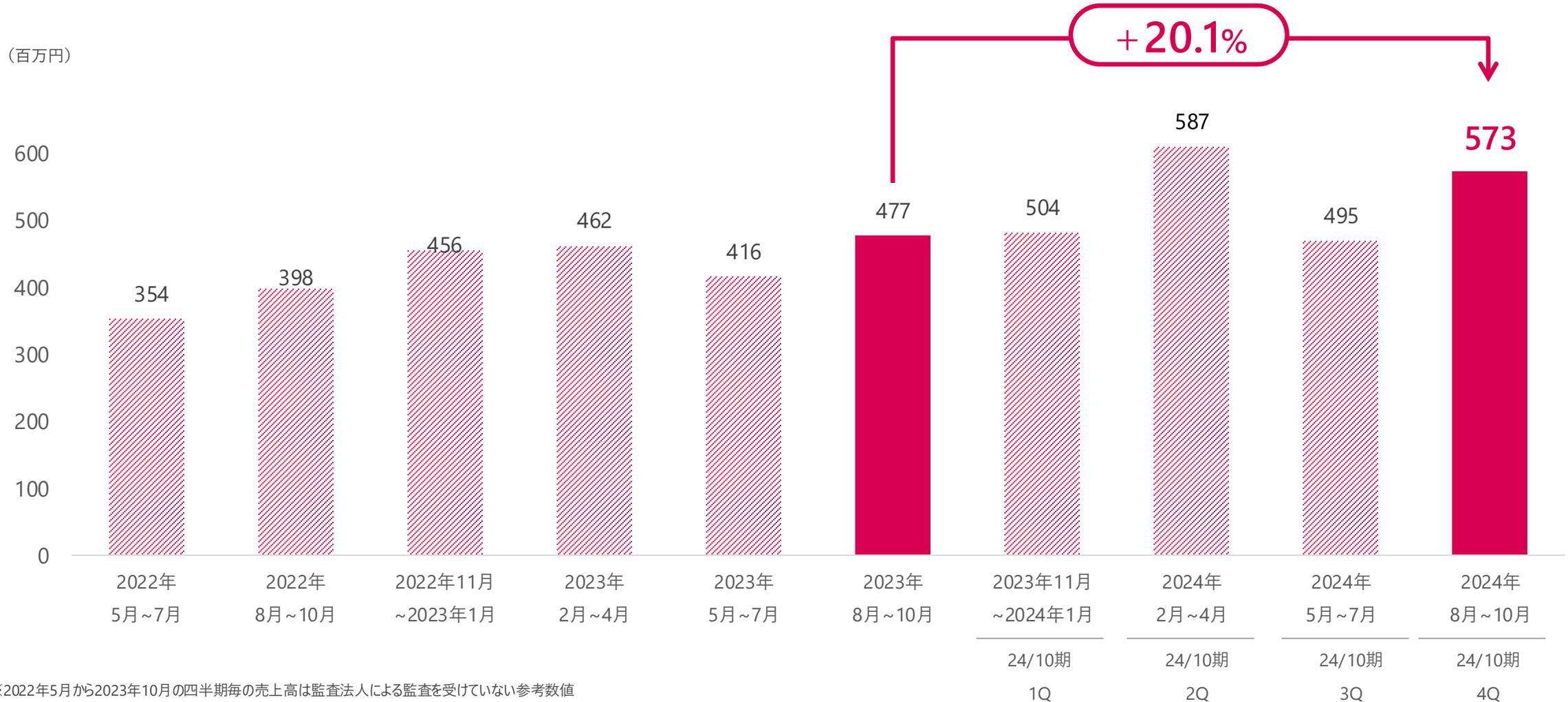
- SNS運用支援の新規受注およびロイヤルクライアントへのアップセルが当初の想定以上に推移
- タイにおける数千万円規模の大型案件の獲得

< 営業利益 >

- 生成AIの活用等による業務効率の改善により、主に外注費・労務費の支出が期初想定より下回った

四半期別 売上高推移

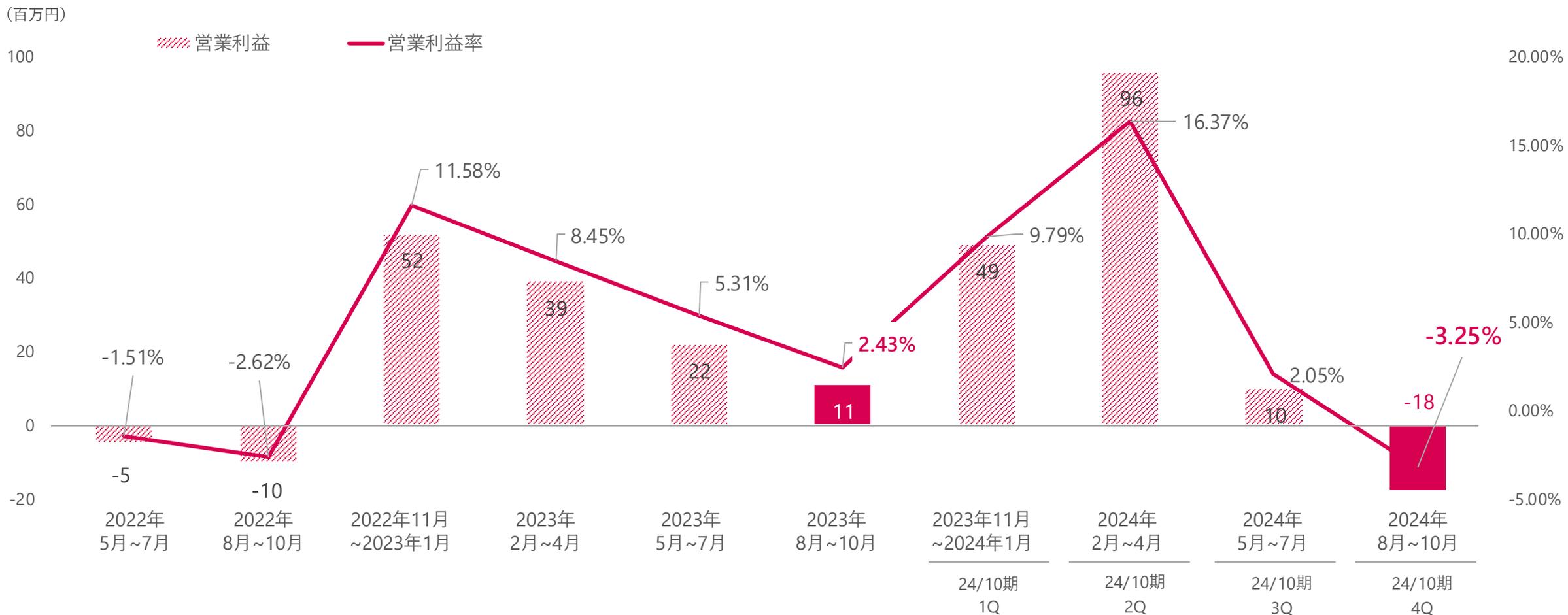
大型スポット案件の受注によりSNSマーケティング事業は伸長。売上高は前年同期比**20.1%増**



※2022年5月から2023年10月の四半期毎の売上高は監査法人による監査を受けていない参考数値

四半期別 営業利益・営業利益率推移

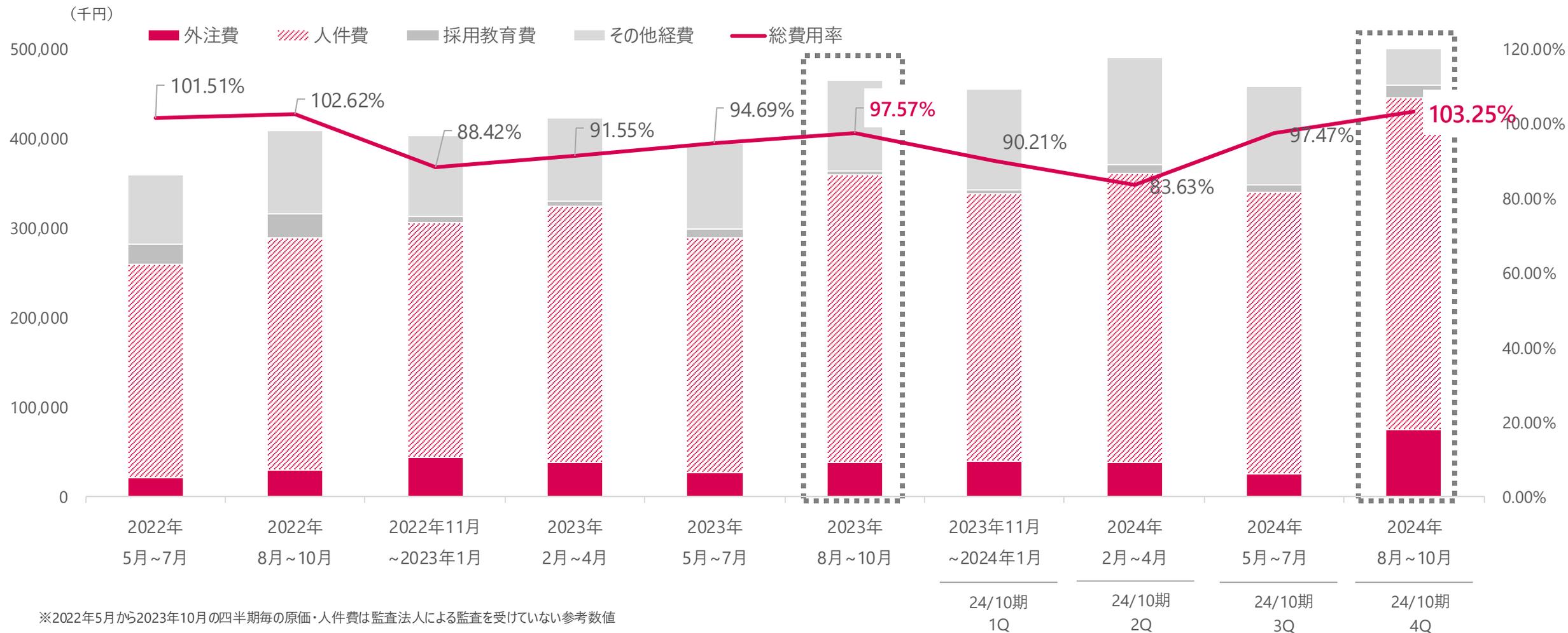
第4四半期は上期の利益好調を踏まえ、翌期に向けた先行投資を行ったため1,800万円の営業損失となった



※2022年5月から2023年10月の四半期毎の原価・人件費は監査法人による監査を受けていない参考数値

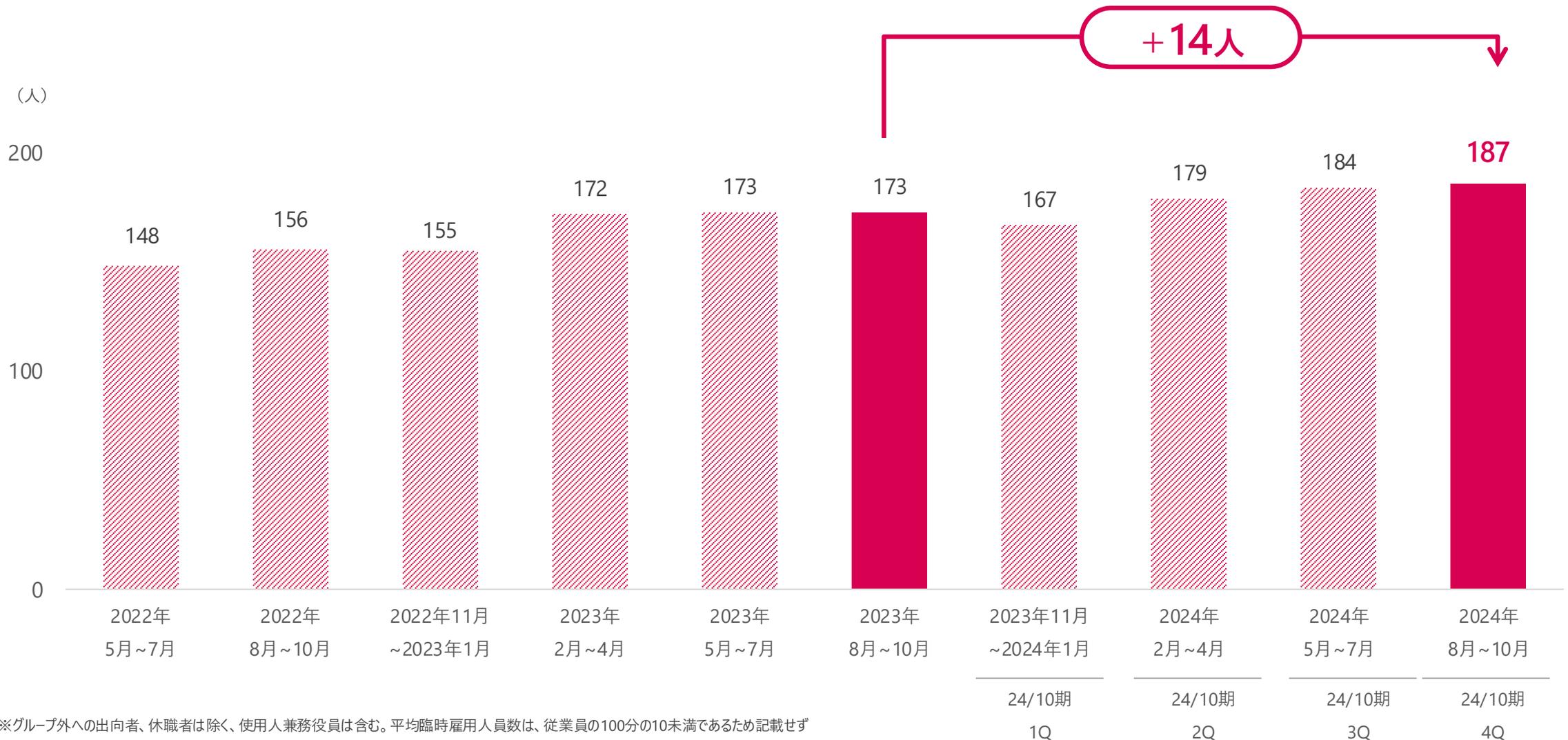
四半期別 原価推移

一部案件の外注費および業績連動型賞与の上振れにより、総費用率は昨年対比5.68%増加



四半期別 従業員数推移

従業員数※は、前年同期から **14人**増加

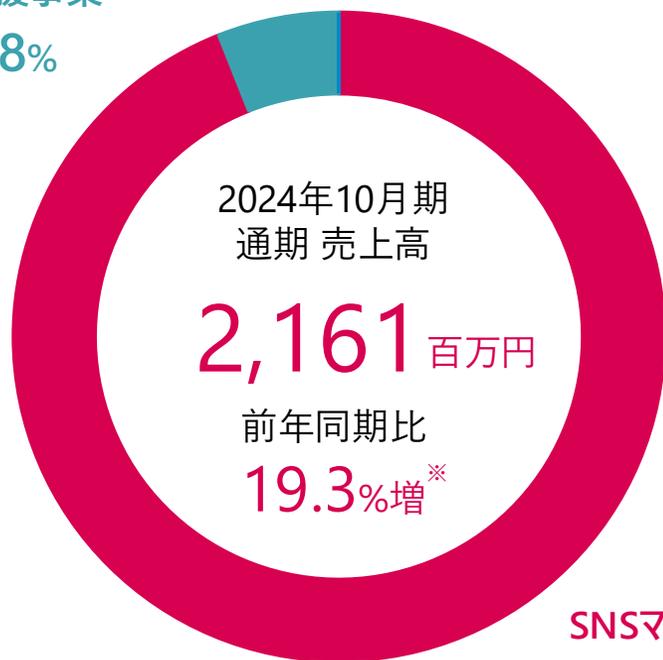


売上高サマリー

SNSマーケティング事業は前年同期比**19.2%増**、大型開発案件を受注したDX支援事業は**20.1%増**

事業別売上高構成比

DX支援事業
4.8%



SNSマーケティング事業
95.2%

	売上高	前年同期比*
SNS マーケティング 事業	2,058百万円	19.2%増
DX支援事業	103百万円	20.1%増

※2022年11月~2023年10月の売上高と比較

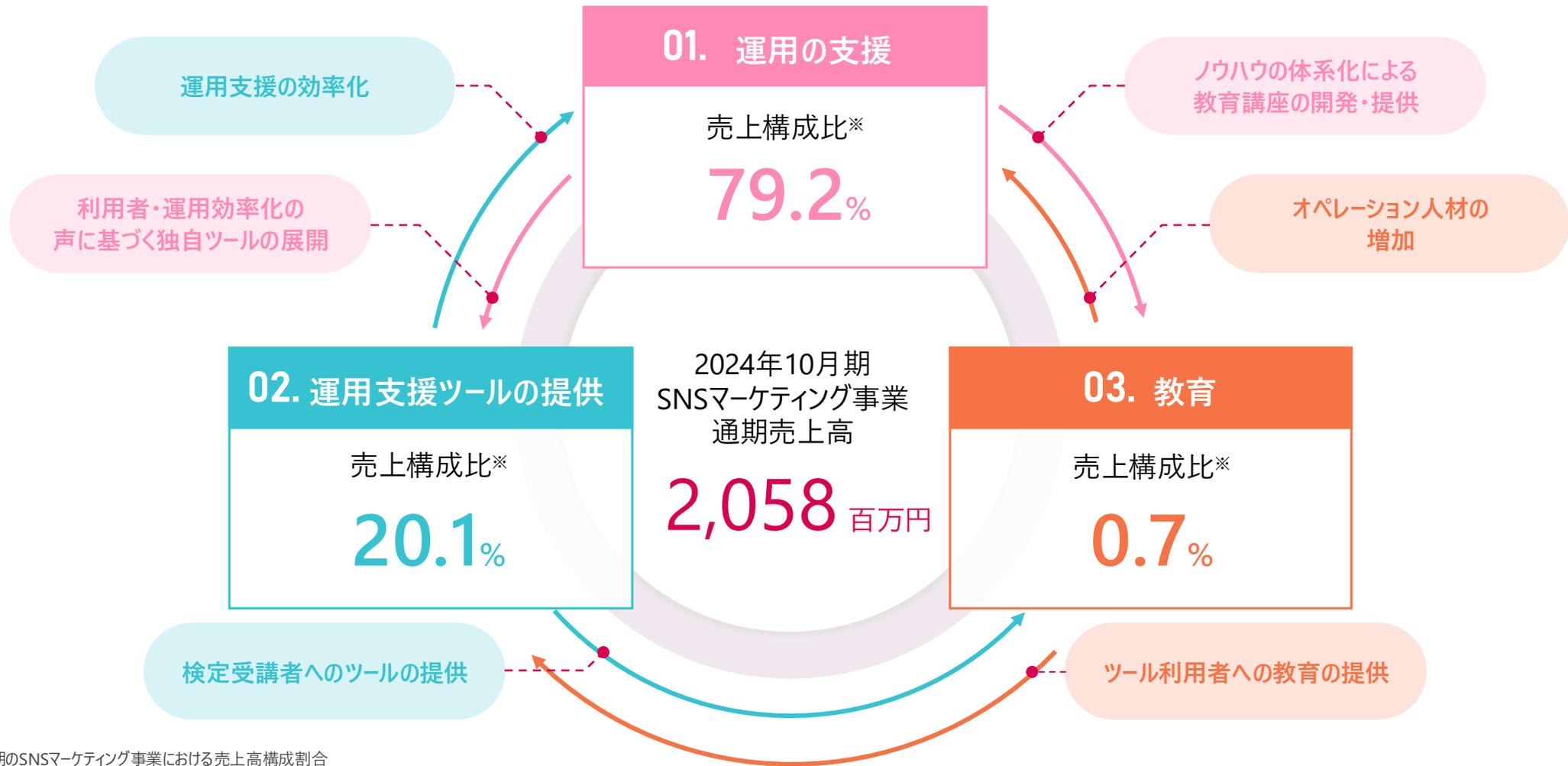
連結貸借対照表

(百万円)	2023年10月期	2024年10月期	2023年10月期との増減額	主な要因
流動資産	1,148	1,464	315	
（現預金）	668	986	318	
固定資産	256	262	5	
総資産	1,405	1,726	321	
流動負債	583	885	301	✓ 借入の増加
固定負債	247	534	287	✓ 借入の増加
純資産	574	306	△268	✓ 自己株式の取得
自己資本比率	39.3%	15.1%	△24.2pt	✓ 自己株式の取得

03. 事業別報告

SNSマーケティング事業売上構成比

SNSマーケティング事業を構成する3つのソリューションは構成比を維持し19.2%増加した



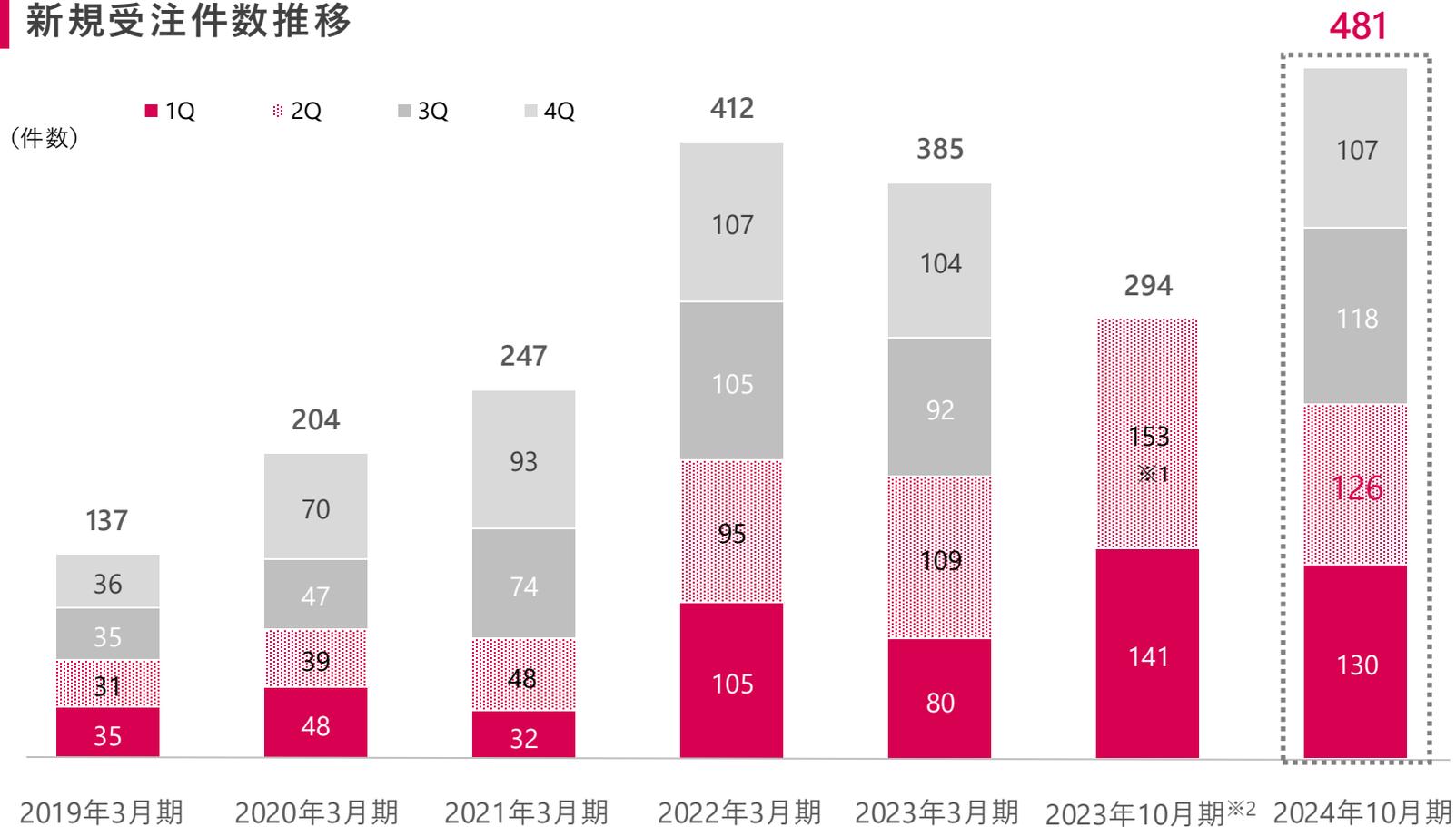
※2024年10月期のSNSマーケティング事業における売上高構成割合

運用支援 主要KPI 新規受注件数推移

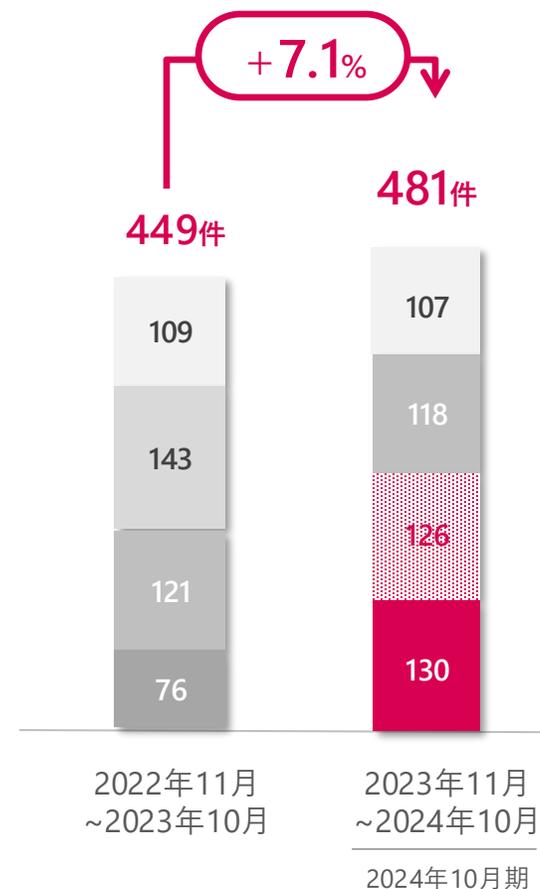


新規受注件数は**481件**で**過去最高**、前年同期比は**7.1%増**

新規受注件数推移



前年同期比較



※1:2023年7月~10月の4ヶ月間の数値
 ※2:2023年4月~10月の7ヶ月決算

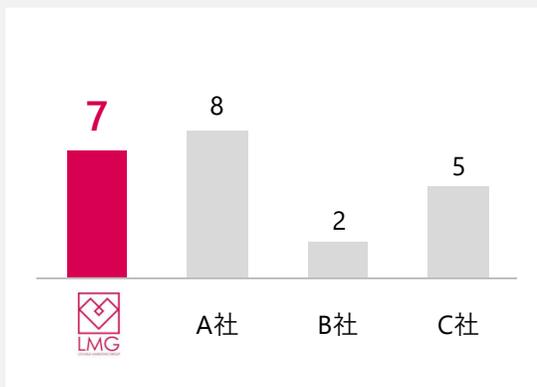
SNSマーケティング事業のPR／マーケティング活動

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、
今期**7,800**件以上のリードを獲得

書籍の出版



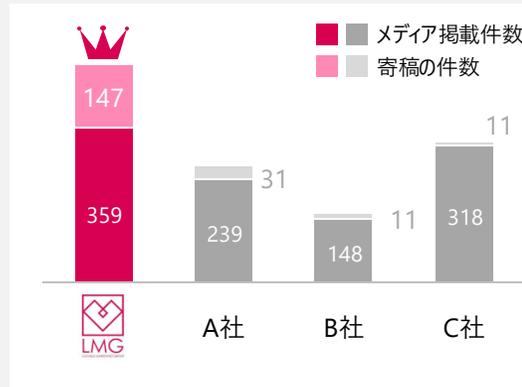
書籍出版数 ※1



メディアへの寄稿



メディア掲載件数 ※2



自社メディアの運営



リード獲得数

3,366 件 ※3

無料ウェビナーの開催



SNSの活用法やコツ、SNSに関する法規制など、時流にのったテーマをもとに無料ウェビナーを開催。

参加者

4,492 名 ※4

※1:当社調べ（2024年10月時点）SNSマーケティング関連における書籍の出版件数、編集協力等は含まず

※2:当社調べ（2018年1月～2024年10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（2023年11月～2024年10月）

※4:自社開催の無料ウェビナーへ参加いただいた人数（2023年11月～2024年10月）

株式会社ジソウ 支援社数

地方自治体や予算が限られる企業やブランドのSNSマーケティング支援を提供するため、2023年4月株式会社ジソウを設立
支援企業数は順調に伸び**45社**を突破。デジタル広告の運用支援の開始や生成AIを搭載したMEOツール※「ジソウマップ」等
サービス拡充を行なっている

顧客例



多数の店舗があり1アカウントに
大きく予算が割けない



大企業でもSNS運用に
あまり予算を割けない



地方の魅力を発信したい
地方自治体や地方の企業



初めはあまりリスクを取らずに
試したい企業

生成AI機能を搭載したGoogleビジネスプロフィール管理ツール「ジソウマップ」

Googleマップの検索結果に店舗やサービス情報を上位表示させるMEO※に有効で、
来店促進やブランディングに役立つ

ジソウ
生成AI機能搭載
Google ビジネスプロフィール管理ツール

ジソウマップ
販売開始

ダッシュボード

検索順位	16,337位	順位変動	191位
クリック率	4%	クリック率	58.85%

Googleインサイト詳細

クリック数	14739
クリック率	11546
順位	322

※Map Engine Optimization (マップエンジンの最適化) の略称

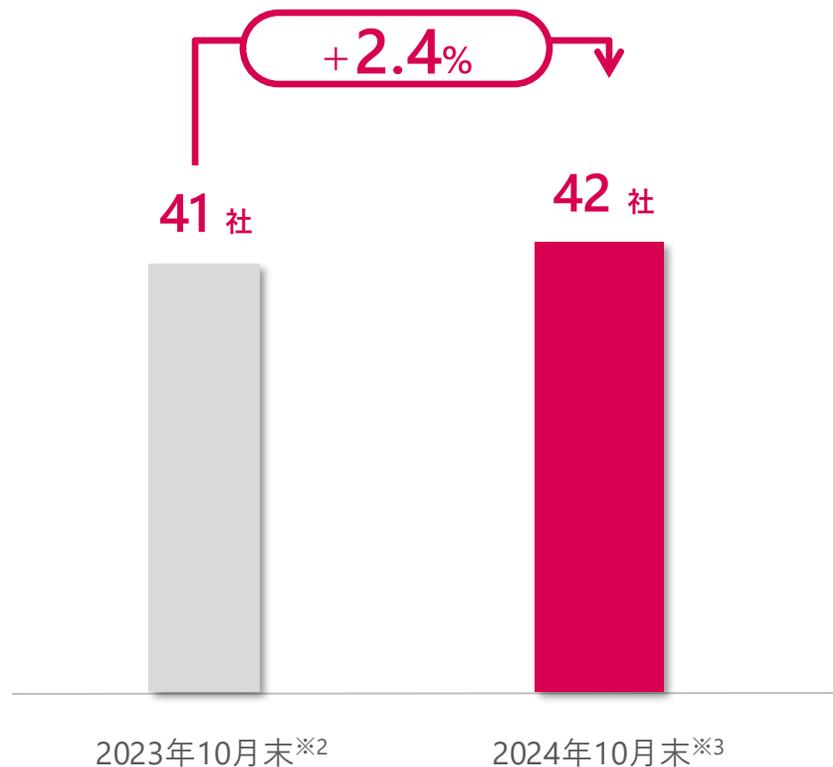
運用支援 主要KPI

ロイヤルクライアント社数推移

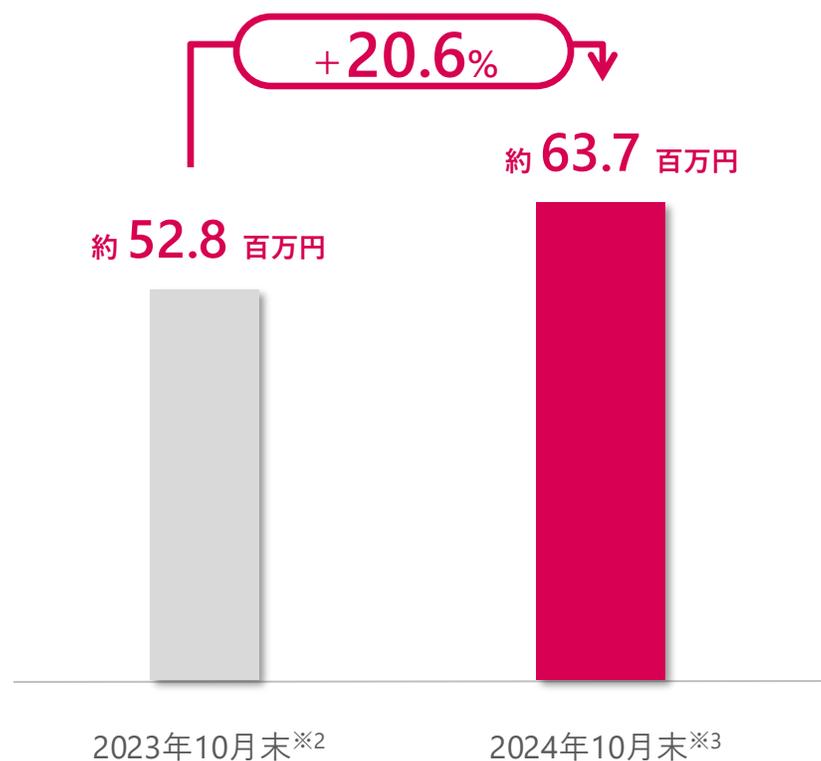
当社との年間取引高が1,000万円以上のロイヤルクライアント※1社数は**2.4%増**

上位10社の平均取引高は、既存クライアントに対するアップセルの受注獲得により**20.6%増加**

ロイヤルクライアント社数推移



上位10社平均取引高推移



[クライアント例]

米大手
IT企業

国内大手
時計メーカー

国内大手
ティベロッパー

※1:当社との年間取引高が1,000万円以上の顧客

※2:2022年11月～2023年10月末

※3:2023年11月～2024年10月末

収益構造 SNSマーケティング事業

SNSマーケティングの様々なニーズに対応できる体制を構築

運用支援や運用支援ツールのストック売上高に加え、コンテンツ制作やキャンペーンなどのクロスセルによる施策を実施

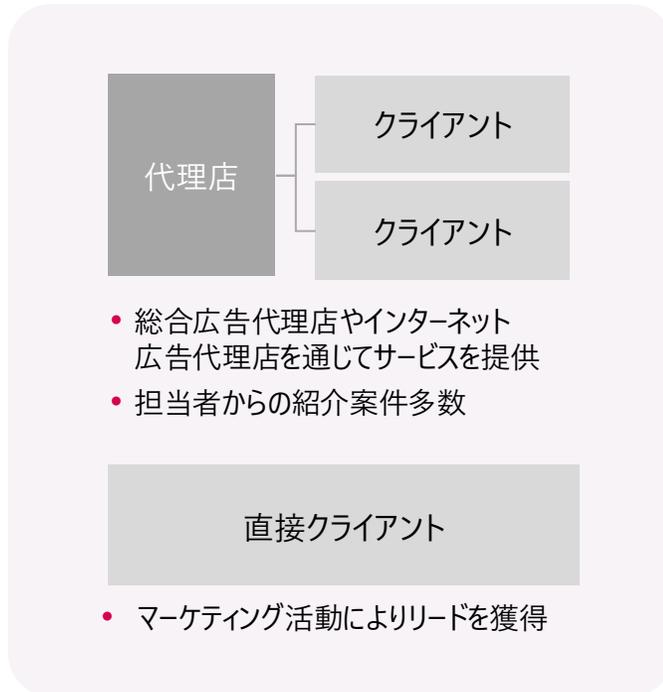
クライアント



売上



クロスセル



運用支援ツール 運用にフォーカスした“現場”をサポートするSaaS型プロダクト

1 comnico Marketing Suite

(コムニコ マーケティングスイート)

複数のプラットフォームに対応した
投稿管理・分析ができるツール



- 投稿管理の作業負担を軽減
- 自社分析・競合アカウント分析
- 複数アカウントの一括管理
- 月次レポートの自動作成 など

導入数 **4,000**アカウント[※]以上

2 ATELU

(アテル)

キャンペーン実施に必要な作業を効率化



- 応募者の収集・抽選
- 当選者の選定・通知
- 簡易レポート作成
- キャンペーン分析 など

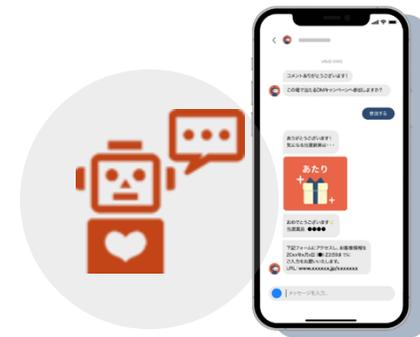
NFT (非代替性トークン) にも対応

3 autou

(アウトウ)

企業と消費者のエンゲージメントを高める
チャットボットツール

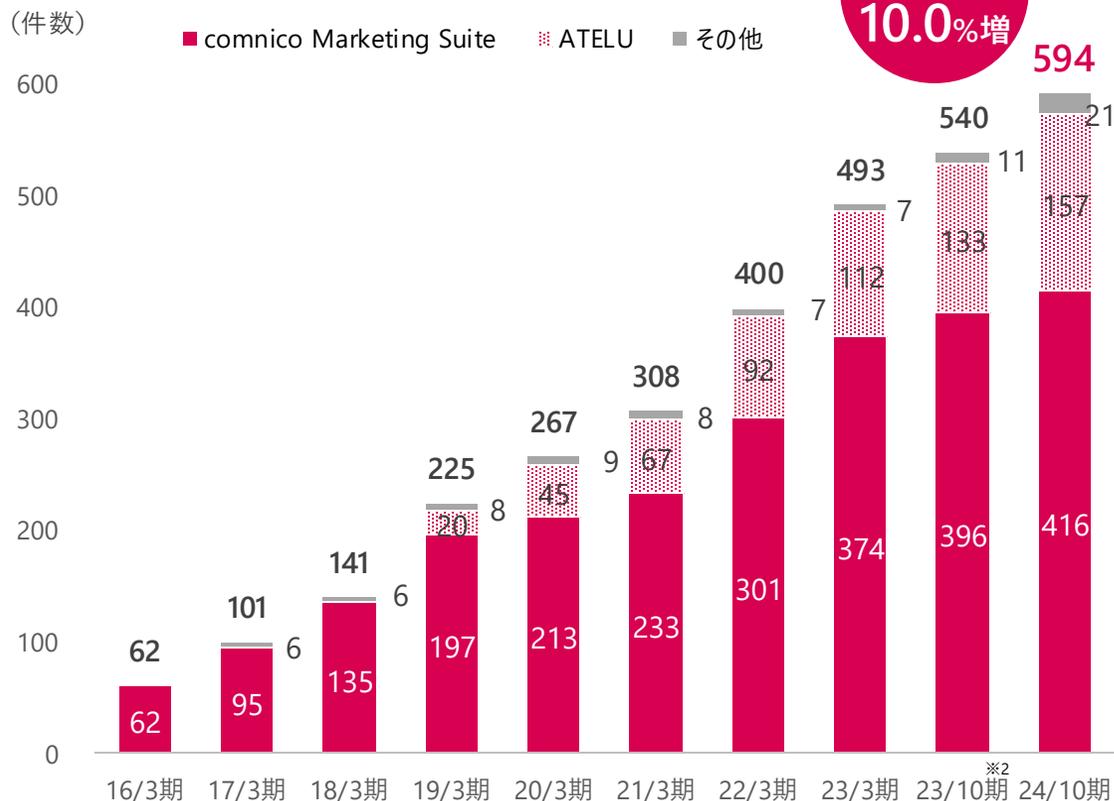
- Instagramダイレクトメッセージの自動応答
- ダイレクトメッセージ上での即時抽選



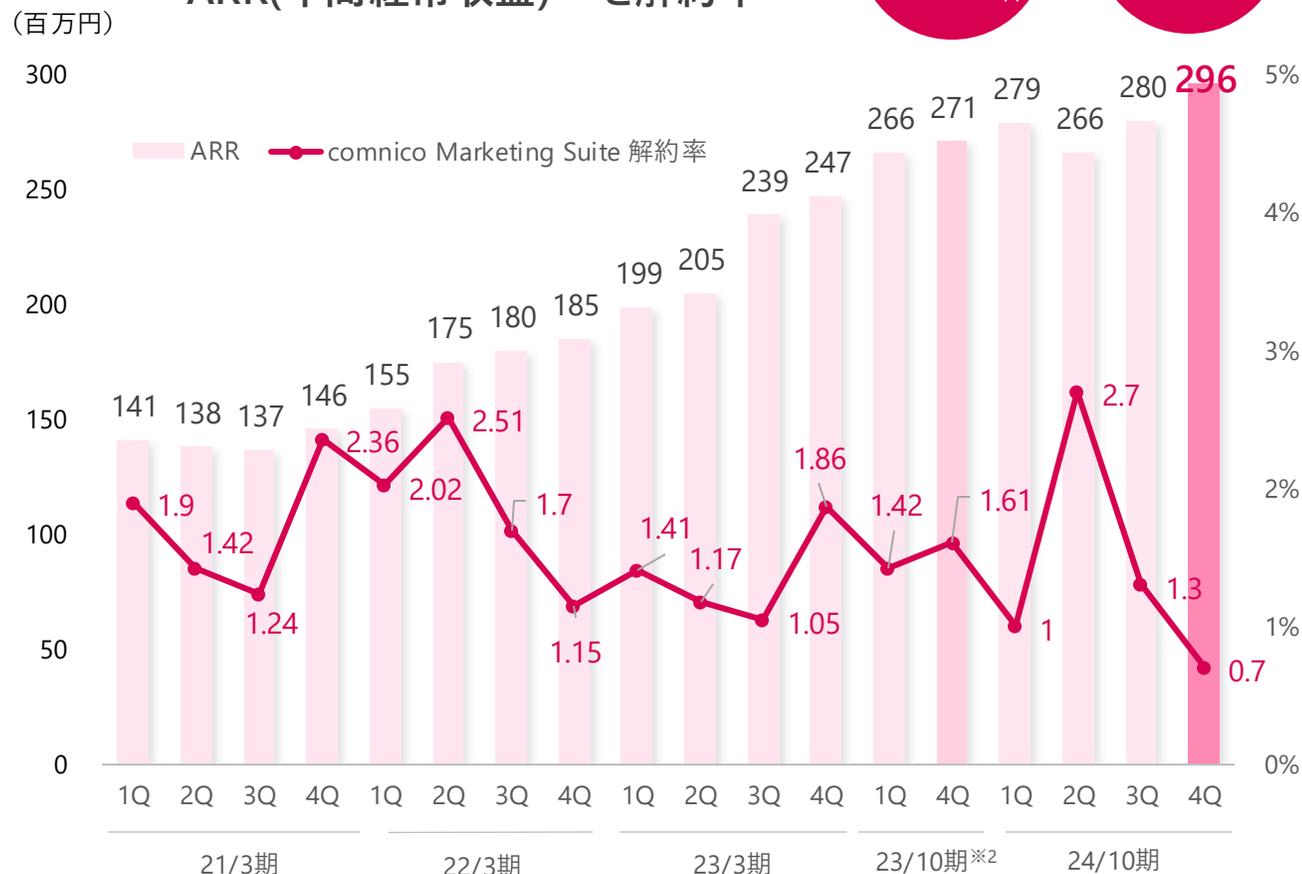
運用支援ツール 主要KPI推移

契約件数は前年比**10.0%増**と順調に増加。主カツール「comnico Marketing Suite」の解約率が**0.7%**と低い数値でとどまったことでARRは前年比**9.4%増**の**2億9,600万円**、**過去最高を更新**

SNS運用支援ツール契約件数



comnico Marketing SuiteのARR(年間経常収益)※3と解約率※4



※1: 2023年10月の契約件数と比較 ※2: 2023年4月～10月の7ヶ月決算

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

※4: comnico Marketing Suiteの解約率。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

※5: 2023年10月のARRと比較

© 2024 Lovable Marketing Group, inc.

運用支援ツール

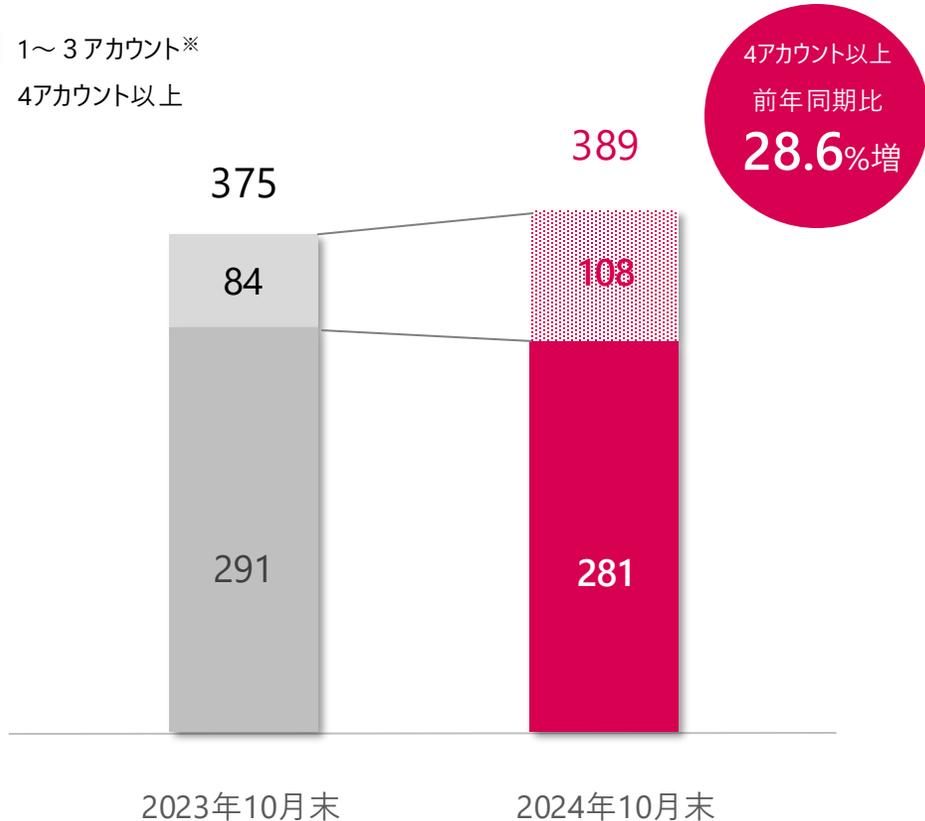
comnico Marketing Suite 複数アカウント契約社数推移

複数アカウント契約社数は前年比で**28.6%**増加

オペレーションの効率化やリスクマネジメントの観点から1社で複数アカウントを契約するニーズは高い

comnico Marketing Suite契約社数推移

■ 1～3アカウント※
■ 4アカウント以上



※3アカウントまで基本料金内のため4アカウント以上を複数契約社と定義

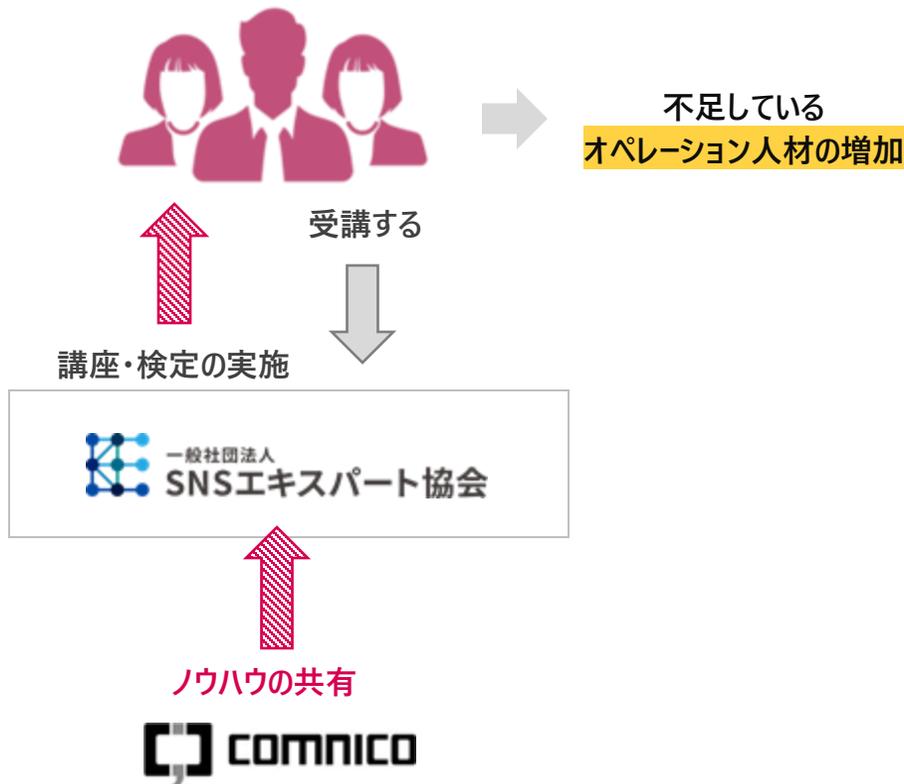
クライアント例



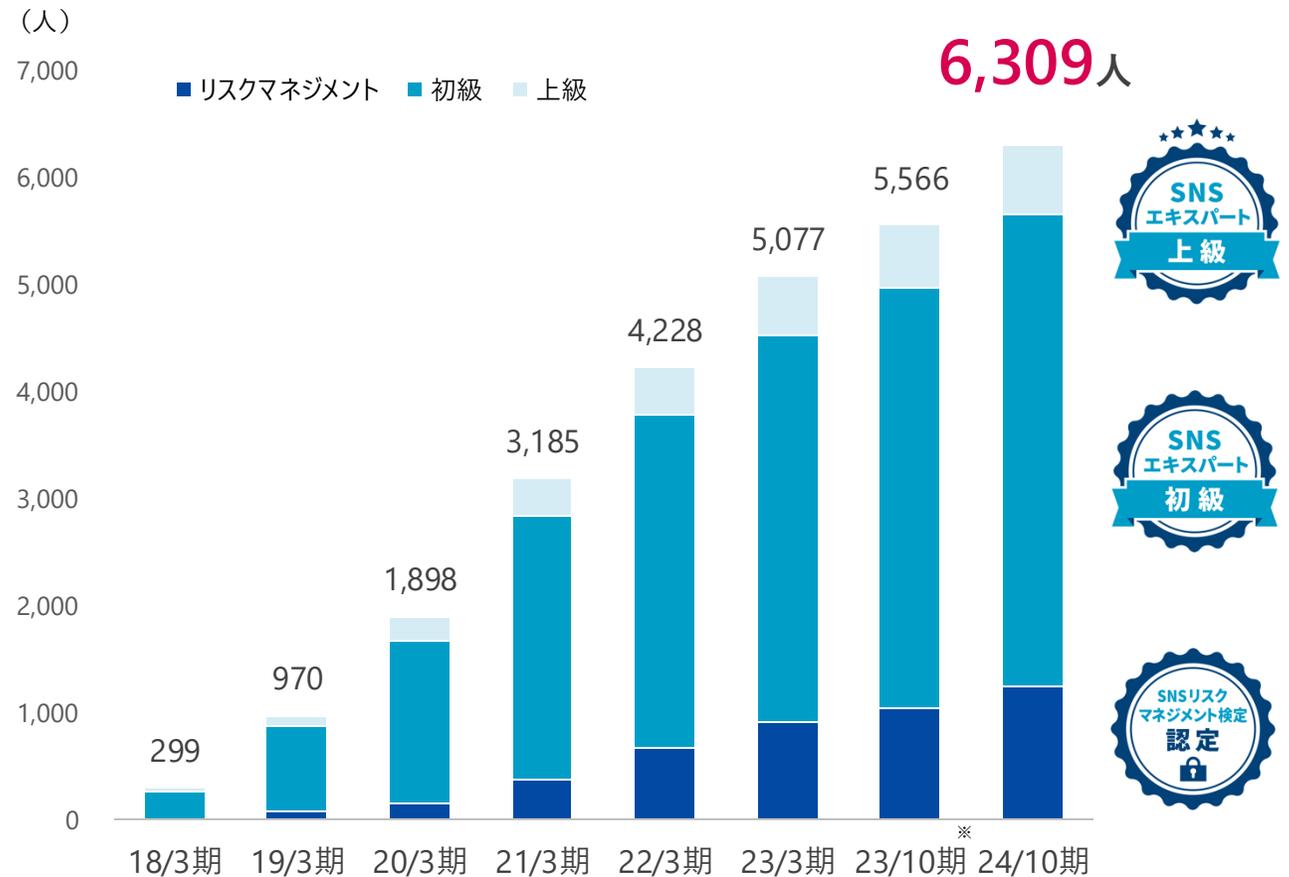
教育 SNS活用の知識・方法を習得するための検定プログラム

検定受講者数は6,000人を突破。昨今は、学生がリスクマネジメントを学ぶための教材として、専門学校等の教育機関に「SNSリスクマネジメント検定」を活用する例が増加している

SNSに関する講座・検定の実施



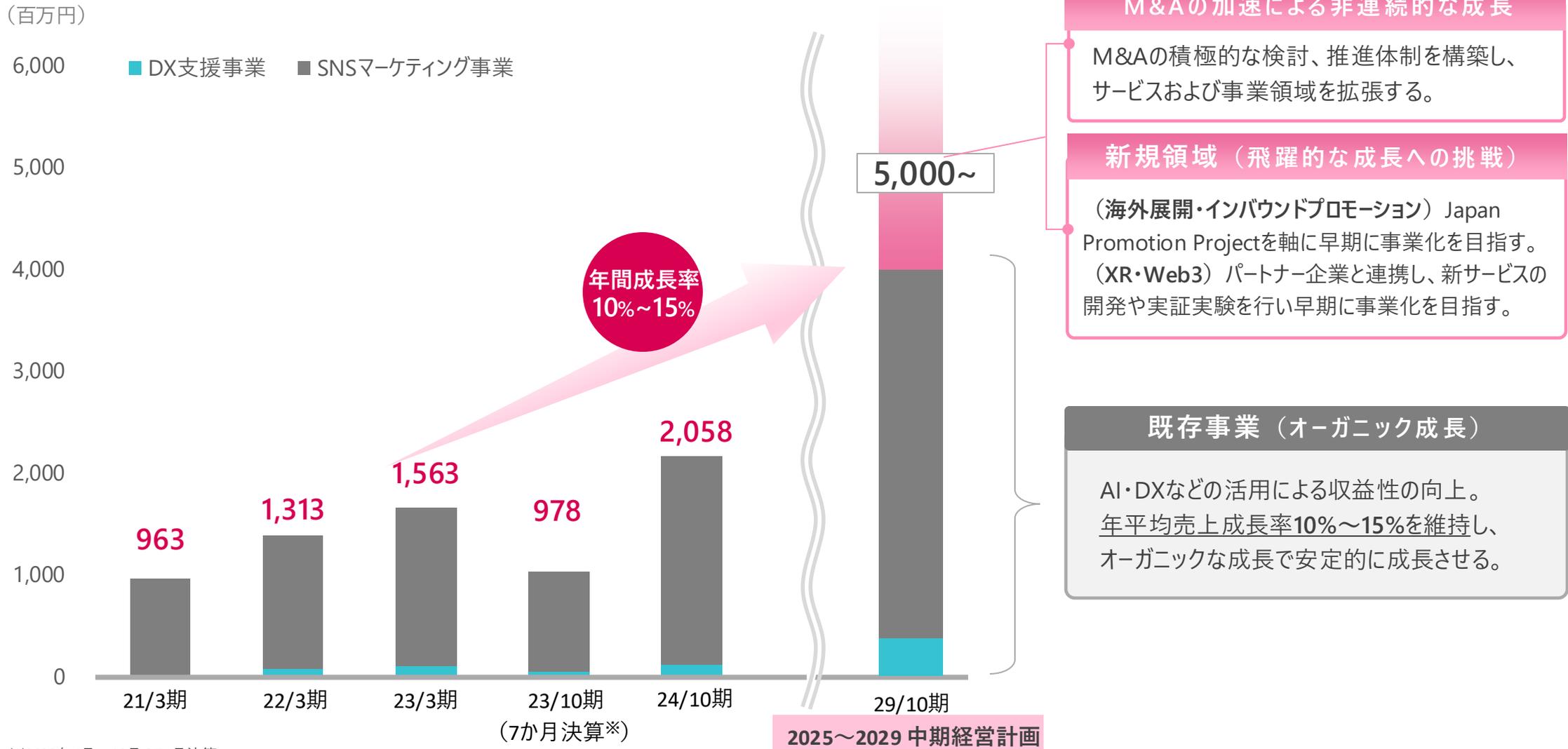
検定受講者数の推移



※2023年4月～10月の7ヶ月決算

04. 成長戦略

5カ年成長イメージ



※2023年4月~10月の7ヶ月決算

中期経営計画の戦略と重要数値目標

24/10期 実績
売上高 2,161百万円
営業利益 137百万円
時価総額 2,187百万円

既存事業（基本戦略）

SNSマーケティング 事業 DX支援事業

- 年平均売上成長率10%~15%を目指す
- 営業利益10%以上を達成
- 事業成長を支えるAI・DXなどの推進
- 人的資本への積極的投資（採用、組織開発等）

新規領域（ストレッチ戦略）

海外展開・インバウ ンドプロモーション

- 海外事業の早期立ち上げ
- Japan Promotion Projectのサービス展開

XR・Web3

- XR事業の早期立ち上げ
- 新サービスの開発、提供

非連続的成長

M&A

- 当社グループとのシナジーを生み出し、親和性の高い有力な事業のM&Aを推進
- 成長性の高い事業や高収益事業に重点を置き、M&Aによる売上貢献が年間3億円以上を目指す

29/10期 経営目標

売上高 5,000百万円以上
営業利益 400百万円以上
時価総額 10,000百万円以上

※時価総額は期中平均株価×発行済株式総数

重要数値目標達成に向けた体制について

中期経営計画達成に向け、社長直下プロジェクトとして専門部署の新設および担当者の配置を実施
グループ全体のアセットを活用し連携して目標達成を目指す

	重要数値目標	新設の部署・組織	担当役員（役職）
既存事業 （基本戦略）	SNSマーケティング事業 DX支援事業 <ul style="list-style-type: none"> 年平均売上成長率10%～15%を目指す 営業利益10%以上を達成 事業成長を支えるAI・DXなどの推進 人的資本への積極的投資（採用、組織開発等） 	AI・DX推進室	執行役員 コーポレート本部管掌
	海外展開・インバウンドプロモーション <ul style="list-style-type: none"> 海外事業の早期立ち上げ Japan Promotion Projectのサービス展開 	海外事業開発室	代表取締役社長
新規領域 （ストレッチ戦略）	XR・Web3領域 <ul style="list-style-type: none"> XR事業の早期立ち上げ 新サービスの開発、提供 	新規事業開発室	代表取締役社長
非連続的成長	M & A <ul style="list-style-type: none"> 当社グループとのシナジーを生み出し、親和性の高い有力な事業のM&Aを推進 成長性の高い事業や高収益事業に重点を置き、M&Aによる売上貢献が年間3億円以上を目指す 	経営企画室 M&A担当	執行役員 コーポレート本部管掌

当社がターゲットとする市場規模

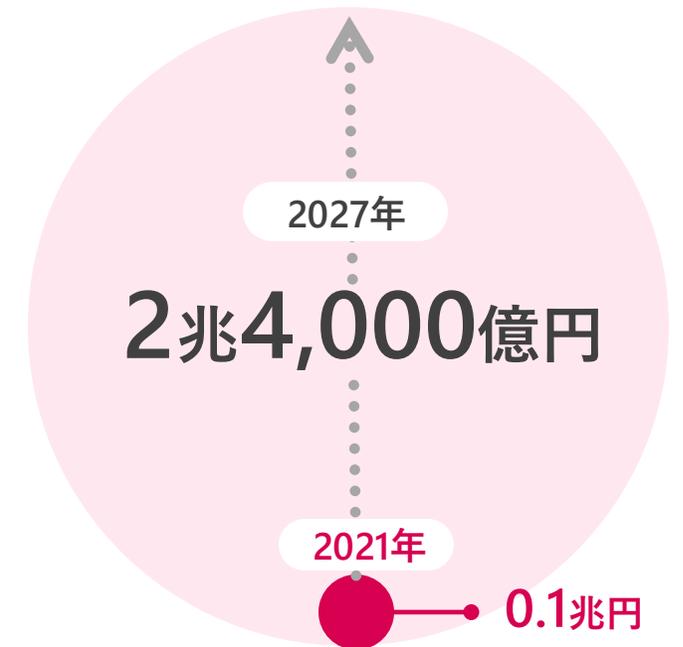
SNSマーケティング市場規模※1



東南アジアからのインバウンド市場規模※2



Web3の市場規模※3



※1出典: サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ「ソーシャルメディアマーケティング市場」を加工して当社が作成

※2出典: 日本政府観光局「2019年度 国籍/月別 訪日外客数」/観光庁「訪日外国人消費動向調査2019年年間値」の数値をもとに2030年までの予測値を当社が作成

※3出典: A.T. カーニー株式会社HP「Web3がもたらすインパクト」2027年のWeb3関連市場の推計より

Japan Promotion Project

日本の食・文化・観光/旅行・製品/サービスといったあらゆる資産を
グループ全社が横断的に保有するノウハウや強みを最大限活かし、日本と世界を繋ぐプロジェクト

お試し出店サービス



VTuber



Kintone

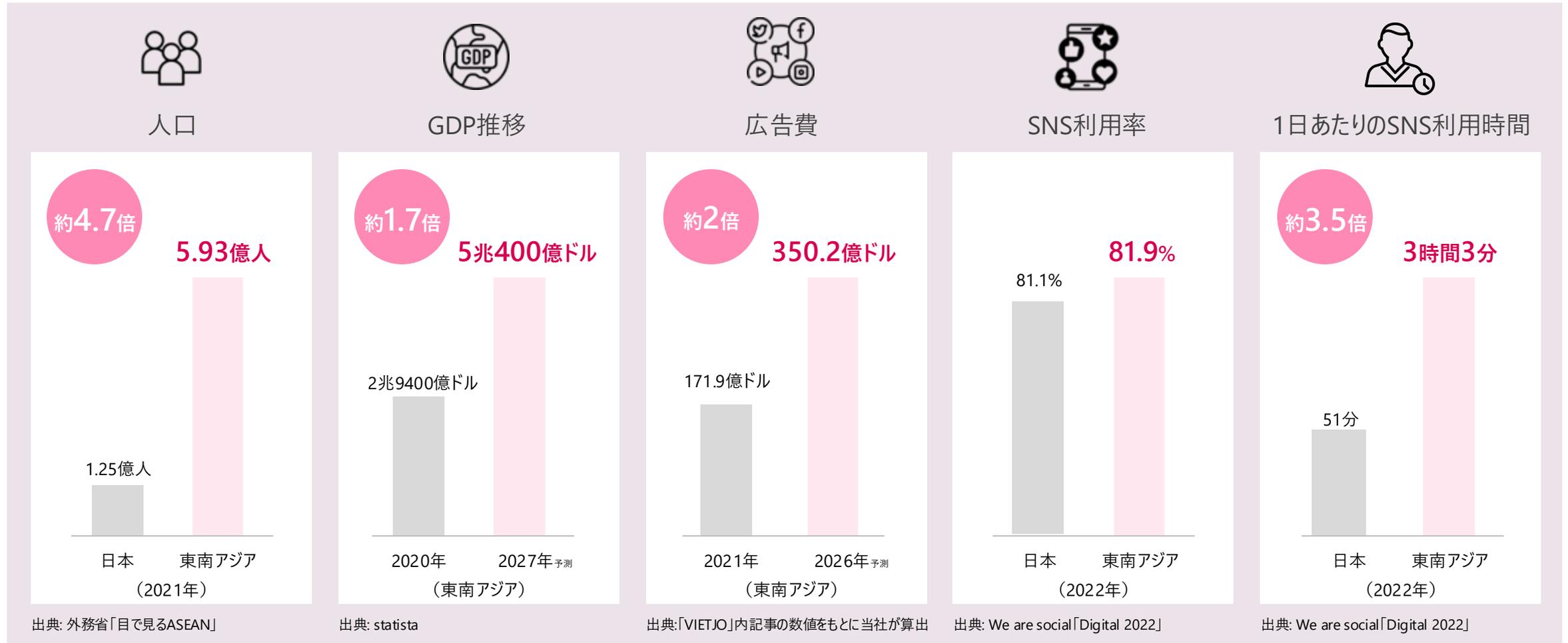


ファムトリップ



東南アジア市場について

東南アジア※1は人口5.93億人を有する市場で、GDPは2027年に5兆ドルを超える経済規模へ成長する見込み
広告市場は171.9億ドルから2026年にはおよそ2倍の350.2億ドルになると予測。これは日本の3.4倍※2の成長率にあたる



※1:本資料での東南アジアは「タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム」を指す

※2出典:「Media Innovation」、「VIETJO」内記事の数値をもとに当社が算出

東南アジアでの事業展開

- ▶ 東南アジアに進出する企業のマーケティングをサポート

市場規模 約350.2億ドル ※1
(約4兆5,670億円)



- ▶ 東南アジアからのインバウンド需要の獲得

市場規模 約1兆4,000億円 ※2



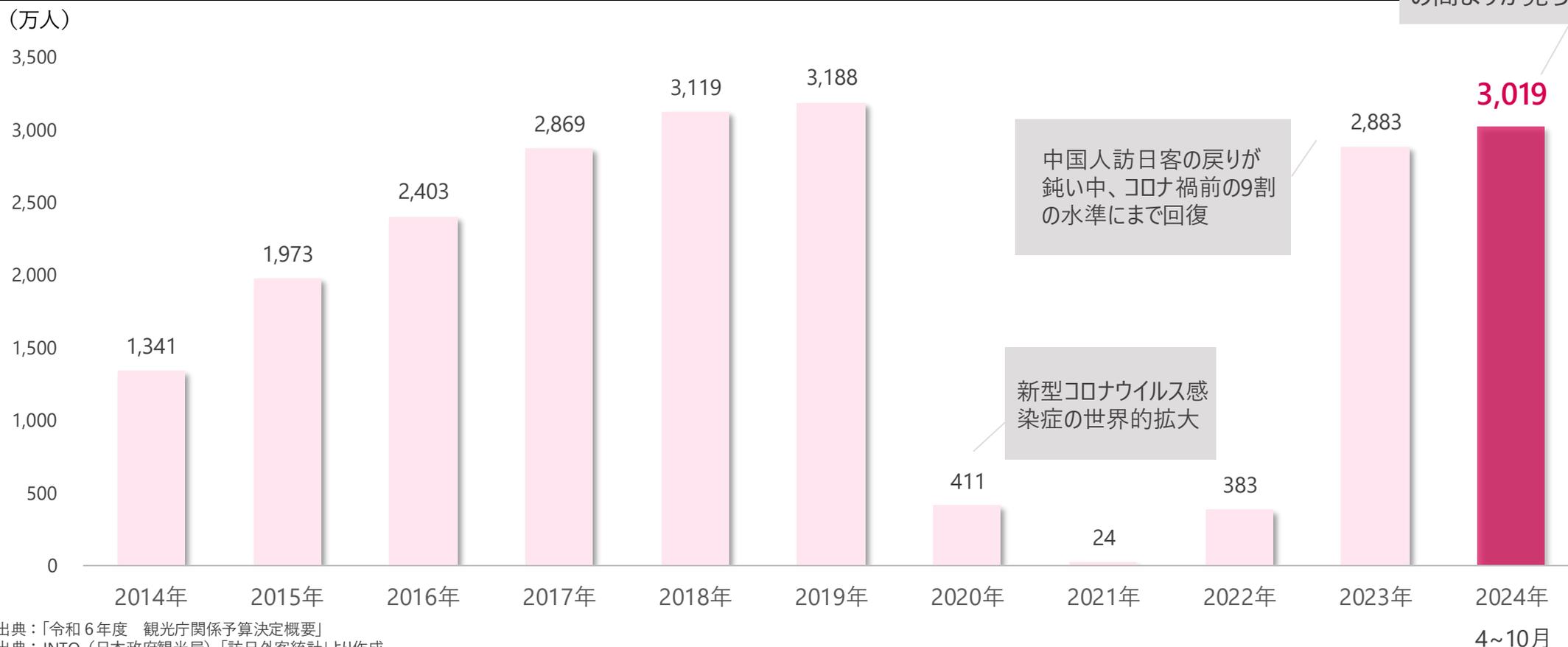
※1出典:「VIETJO」内記事の数値をもとに当社が算出、為替相場は2022年平均1ドル130.43円で算出
※2出典:観光庁「観光立国推進基本計画」/「明日の日本を支える観光ビジョン」の数値をもとに当社が算出

訪日外国人旅行者数の推移

日本政府は2030年までに訪日外国人旅行者数を**6,000万人**、消費額**15兆円**の達成を目指している
観光庁の2024年度予算では「地方を中心としたインバウンド誘客の戦略的取組」に対し、
前年度比**1.78倍**となる**439億4,600万円**を計上した※1

1964年の統計開始以来、過去最速で**3,000万人**を突破
紅葉シーズンを迎え訪日需要の高まりが見られた

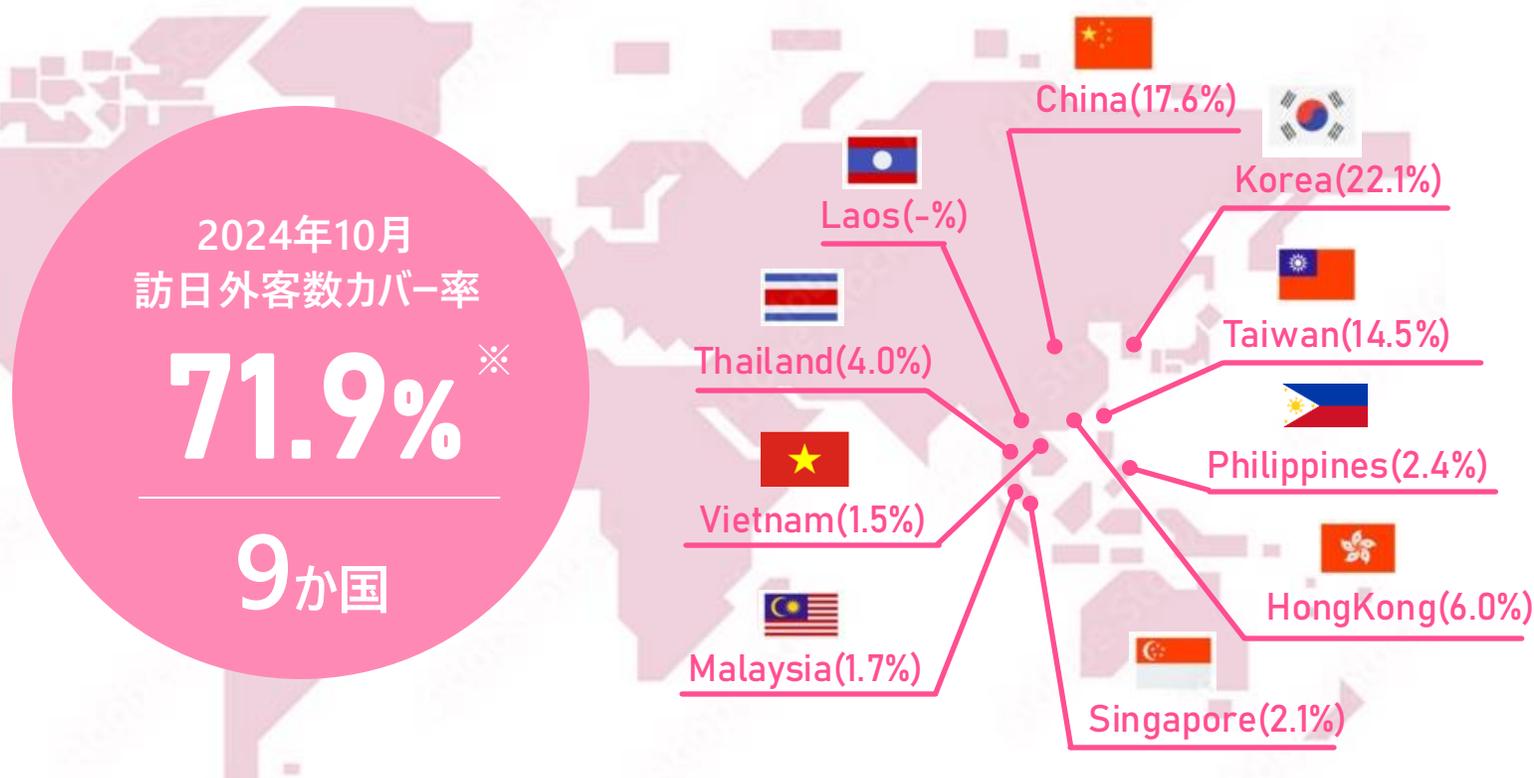
< 訪日外国人旅行者の推移 >



※1出典：「令和6年度 観光庁関係予算決定概要」
※2出典：JNTO（日本政府観光局）「訪日外客統計」より作成

TOPICS 事業支援領域の拡大

2024年9月フィリピンで事業支援を開始。海外事業の加速に向けて支援領域をさらに拡大
 支援国は**9か国**になり、訪日外客数カバー率は**71.9%**



タイ	DTK 9b
シンガポール	
香港	
ラオス	
ベトナム	
NEW フィリピン	LMG ASIA (2024年6月設立)
マレーシア	
中国	ASIAN BRIDGE
台湾	
韓国	
その他の東南アジア地域 (東南アジアに住む中国人)	

※当社の事業支援領域国
 () は2024年10月の訪日外客数約**331万人**に対する国別の外客数割合

※出典：JNTO（日本政府観光局）「訪日外客統計」より作成
 ※本資料では香港を支援国数にカウントしない

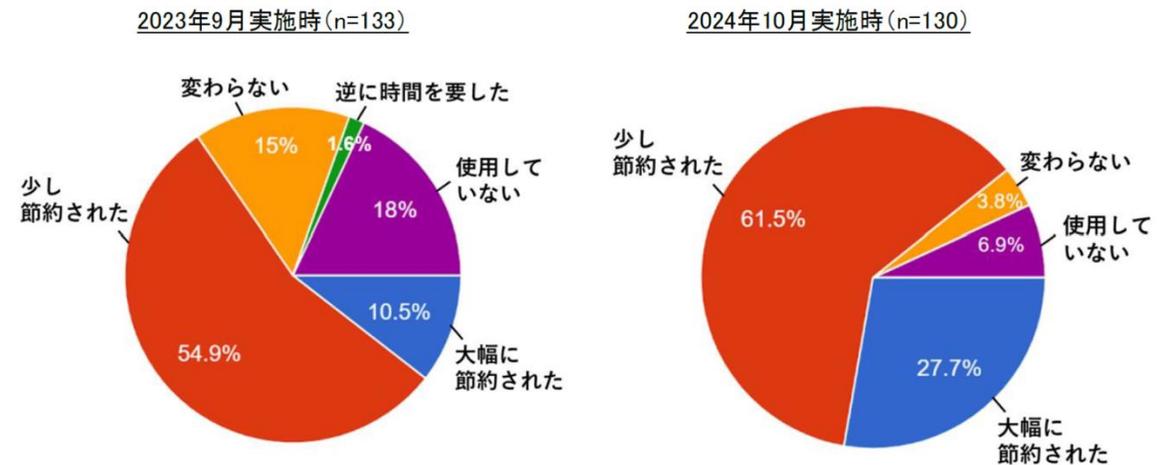
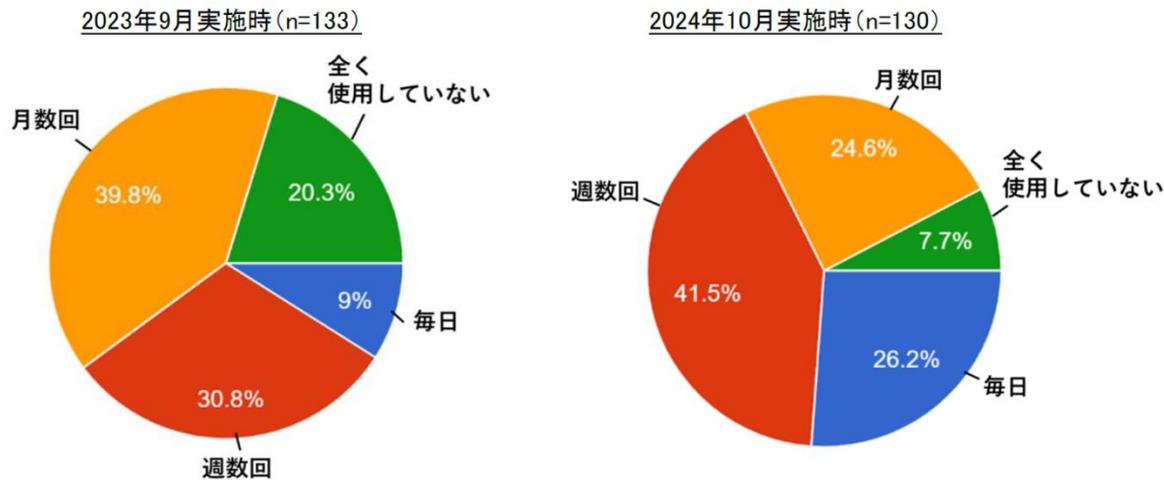
TOPICS AI・DX推進室開設

2023年5月から業務における生成AIの導入を進め、ノウハウの共有や勉強会を定期的を実施
企画立案や文章確認、調査・分析等、複数業務における業務効率化および生産性向上の効果を受け、
新たに「AI・DX推進室」を開設 AI活用とDX推進を加速し、従業員のエンゲージメント向上と利益率向上を目指す

<生成AI利用に関する社内アンケート>

Q. 生成AIを利用する頻度はどれくらいですか？（選択形式）

Q. 生成AIを利用してどれくらい時間が節約されましたか？（選択形式）



「毎日活用する」が9%→26.2%に増加、約7割が毎週活用している

「大幅に節約された」が17.2%増加、約9割が時間が節約されたことを実感

05. 今期M&A実績

株式取得（子会社化） 株式会社ユニオンネット

UNIONNET

学校や教育関連企業との取引実績が多数あるWebサイト制作、Web広告運用等のマーケティング支援を行う株式会社ユニオンネットの株式を2024年11月に取得し連結子会社化

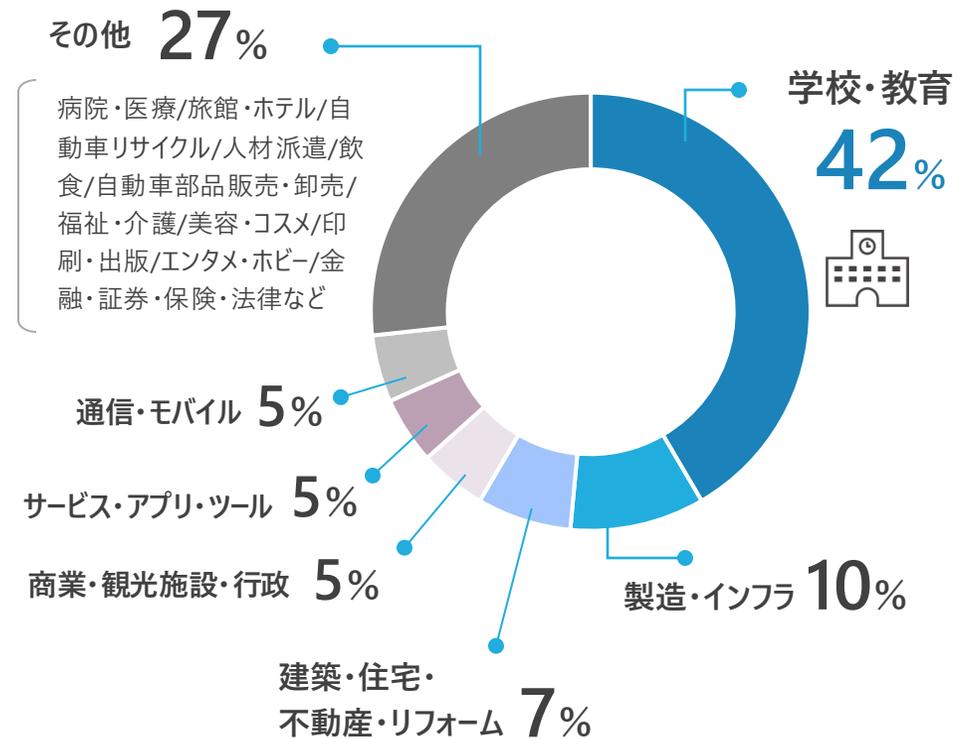
子会社化の概要

- ユニオンネットのアセット・ノウハウ活用が可能
- 直近売上100百万円超のストック収入（Webコンサル、保守管理等）を獲得
- 約450のクライアントに対し新規ソリューション開発・サービス提供機会の創出が可能

ユニオンネットの強み

- **Webサイト制作の実績**
ウェブの各種エキスパートによる連携したチーム体制
企業サイトや採用サイト、集客サイトなど実績多数
- **Web広告・Webコンサルといったマーケティング施策の実施**
自社のクリエイティブを活かした費用対効果の高い広告
最新のWebトレンドを熟知した認知向上施策の実施

取引先業種別割合



事業譲受 ライフインザキッチン



日本最大級の料理教室ネットワークと食・ライフスタイル分野のマーケティングに特化したサービス「ライフインザキッチン」を2024年12月に運営会社である株式会社アーティザンより当社連結子会社である株式会社コムニコが事業譲受予定

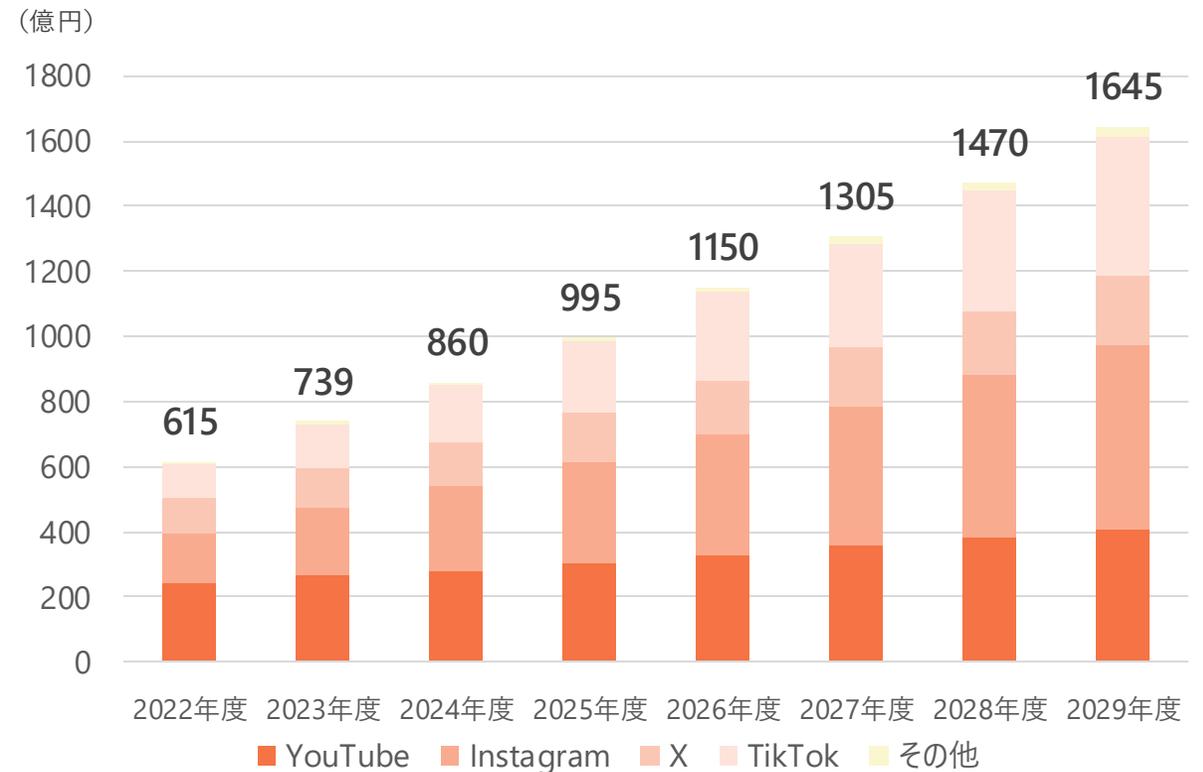
事業譲受の概要

- インフルエンサーマーケティング領域のサービス強化
- 相互送客によるアップセル・クロスセルでの顧客単価の向上
- サービス拡充に伴う新規顧客の獲得

ライフインザキッチンの特徴

- **日本最大級の料理教室ネットワーク**
約2,000の料理教室に加え、テーブルコーディネーター教室、フードスタイリスト、フードコーディネーター、パティシエ、ソムリエとも連携
- **オフライン・オンライン両軸のサービス提供**
料理教室での生徒による体験(タイアップやサンプリング)、イベント開催に加えて、インフルエンサーアカウントでのPR投稿などをセットで提供
- **食・ライフスタイル分野のマーケティングに特化**
食品、酒・飲料、調理家電、健康食品、医薬品・OTC向けなど食業界のマーケティングに精通

国内 インフルエンサーマーケティングの市場規模推計・予測 2022-2029年*



*出典：サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ。インフルエンサーがソーシャルメディア上で、PR活動であることをあらかじめ明示して製品・サービスを訴求した情報発信に対して支払う費用の年間総額（インフルエンサー、クリエイター個人、またはこれと直接的に契約関係あるいは雇用関係にある企業の売上を対象とする。）

資本業務提携 株式会社ABAL



XRプラットフォームを提供する株式会社ABALと資本業務提携を2024年11月に締結
XR・AI・Web3等幅広い分野へのサービス展開やソリューション開発を進め、新たな価値創出を目指す

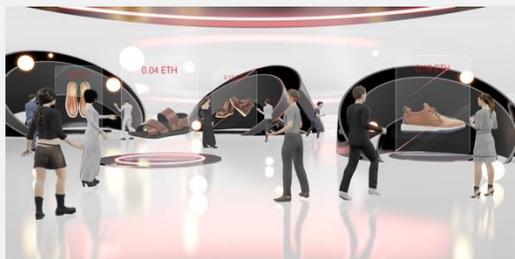
<協業サービス@メタバズXR>



<合同イベント@バンコク日本博2024>



3Dで商品の魅力を伝える
「XRポップアップストア」



狭いスペースを有効活用した
「XRショールーム」



大型の商品でもオンラインで表現できる
「XRプレゼン」



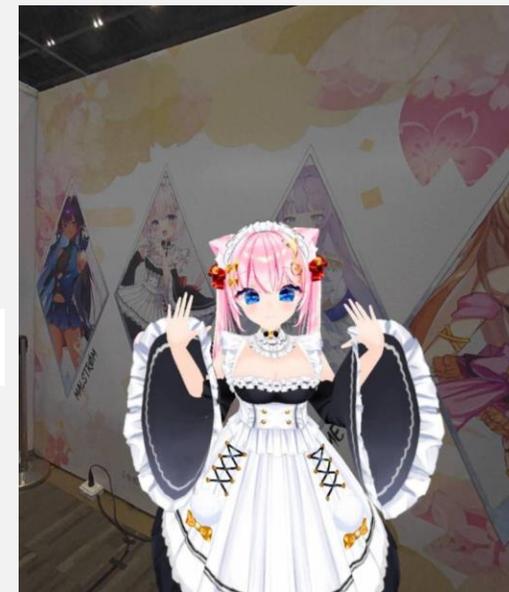
狭い場所や収容人数の限界を
超える「XRイベント」



ABAL社が持つMR技術※を用いて、
日本で活躍するVTuberとリアルタイムでのミート&グREETを実施



会話



(タイ)

(バーチャル)

※MR（複合現実）：「Mixed Reality（ミックスドリアリティ）」の略称で、現実空間の形状をMRゴーグルが認識（空間マッピング）し、仮想オブジェクトであるホログラムをディスプレイに投影して、現実空間上に可視化する技術

M&A実績紹介

設立当初より、事業拡大および成長を促進させるため計5件のM&Aを実施
当社のコンセプトである「愛されるマーケティング」をベースに、主力事業とのシナジーや親和性を重視した戦略投資
顧客基盤の活用や、主力事業におけるアップセル、クロスセル機会を狙い今後も積極的な検討を進める

年月	社名	概要	事業内容
2014年9月	株式会社ポストモア	2018年に社名変更後、2021年に吸収合併	海外企業の日本向けSNSアカウントや、日本人アーティストの海外向けSNSアカウントなど、翻訳を必要とするSNS運用支援を中心に展開。 SNSに詳しく、バイリンガルな協業パートナーを国内外に多数抱え、「ネイティブによる自然な現地語でのSNS投稿」が強み。
2015年2月	株式会社24-7（現：株式会社DX ディライト） 24-7	2015年に資本業務提携、2018年に完全子会社化	MA・CRM・SFAの導入支援、環境構築、顧客の経営課題に沿ったマーケティングや営業領域におけるDX支援を行う。Salesforce認定パートナーとしてSalesforceを中核にあらゆる部門の業務環境・フローの構築を提案する。
2018年3月	株式会社アゲハ ageha 	2018年に完全子会社化、2019年に事業統合、吸収合併	女性目線の企画や、ユーザー参加型の商品企画支援に実績を持ち、SNSマーケティングの戦略策定～運用代行までをトータルサポート。ブランド体験やロイヤルファンを増やし、ブランドの成長基盤を築くマーケティング支援を多数実施。
2023年4月	DTK AD Co.,Ltd. DTK 	2023年に子会社化	タイを拠点にインバウンドプロモーションや東南アジアを中心としたマーケティング支援を行う。日本人経営陣が現地に根付いており、東南アジアの現地理解や、日系企業の顧客理解も高い。また、現地の有名人等のインフルエンサーネットワークを保有し、インバウンドプロモーションの実績が多数。
2024年11月	株式会社ユニオンネット UNIONNET	2024年に子会社化	Webサイト制作、Web広告運用等のマーケティング支援を行う。サイト制作のみならず、広告や解析等を一元化できるところが強み。

M&A投資方針

SNSマーケティング事業を中心に、隣接する領域または新規領域にてクロスセル・アップセルを狙ったM&Aを実施し、売上成長率の加速および国内マーケティング、インバウンドマーケティングの対象市場を拡大し非連続的な成長を目指す

選定の基準（①～④は優先順位）

① SNSを中心とした隣接する領域において既存事業と親和性の高い企業

（SNS運用支援、インフルエンサーキャスティング、広告支援、ライブコマース等の購買支援 など）

 アカウント運用

 インフルエンサー

 広告支援

 購買支援

③ 将来の成長の柱となる最新テクノロジー領域において固有な技術力、実績を有する企業

（マーケティング支援、インバウンド支援、SNS運用支援におけるソフトウェアの開発 など）

 ソフトウェア
開発・提供

② マーケティング（国内）、インバウンドマーケティングにおける事業領域の拡張

（インバウンド向けメディア運営、観光コンテンツ開発等の支援、戦略設計等のPR支援 など）

 インバウンド
メディア運営

 訪日観光
旅行支援

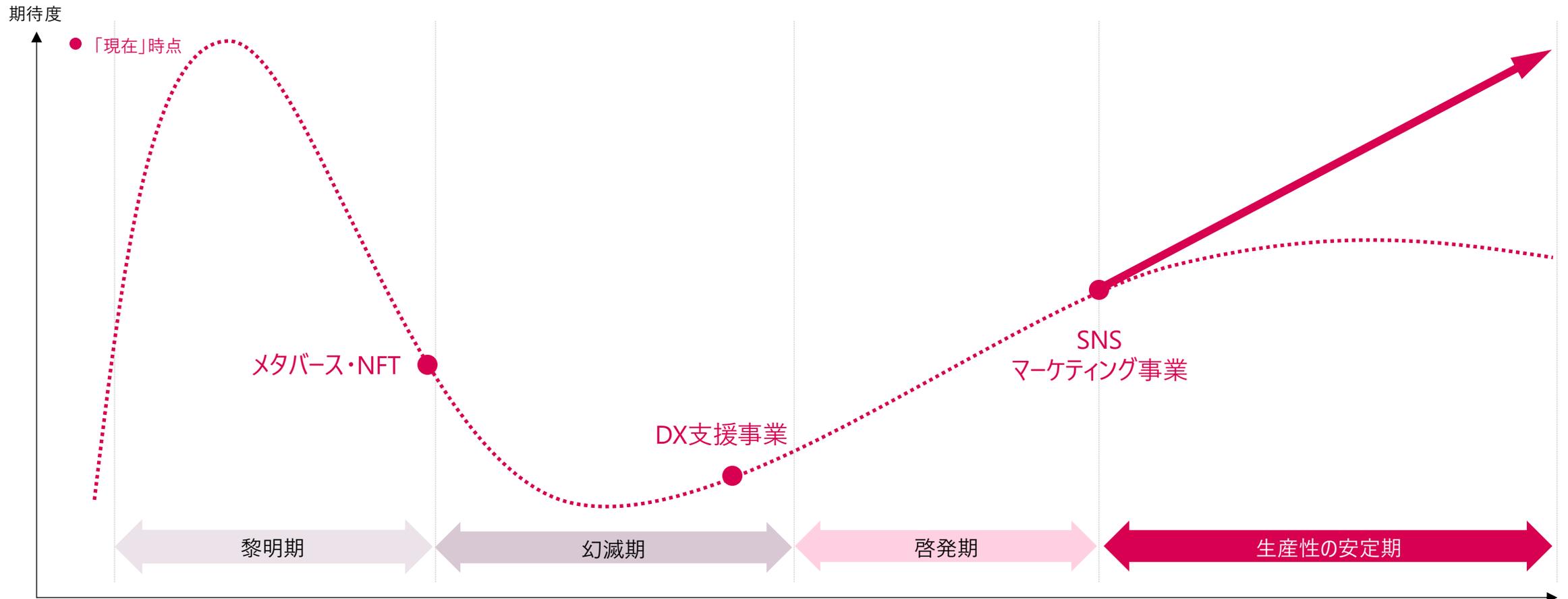
 PR支援

④ グループのアセットを活かした新規領域を提供する企業



新規事業に対する考え方

新技術に対して投資を行うタイミングを判断するための指標としてガートナー社のハイプ・サイクルを活用
黎明期から始めることで他社に先駆けたノウハウの蓄積をはかり、その後の幻滅期に備えて、ブームによって過剰な投資はしない
啓発期には黎明期から蓄積した実績を強みにシェア拡大を図る



06. 2025年10月期通期業績予想

2025年10月期通期業績予想

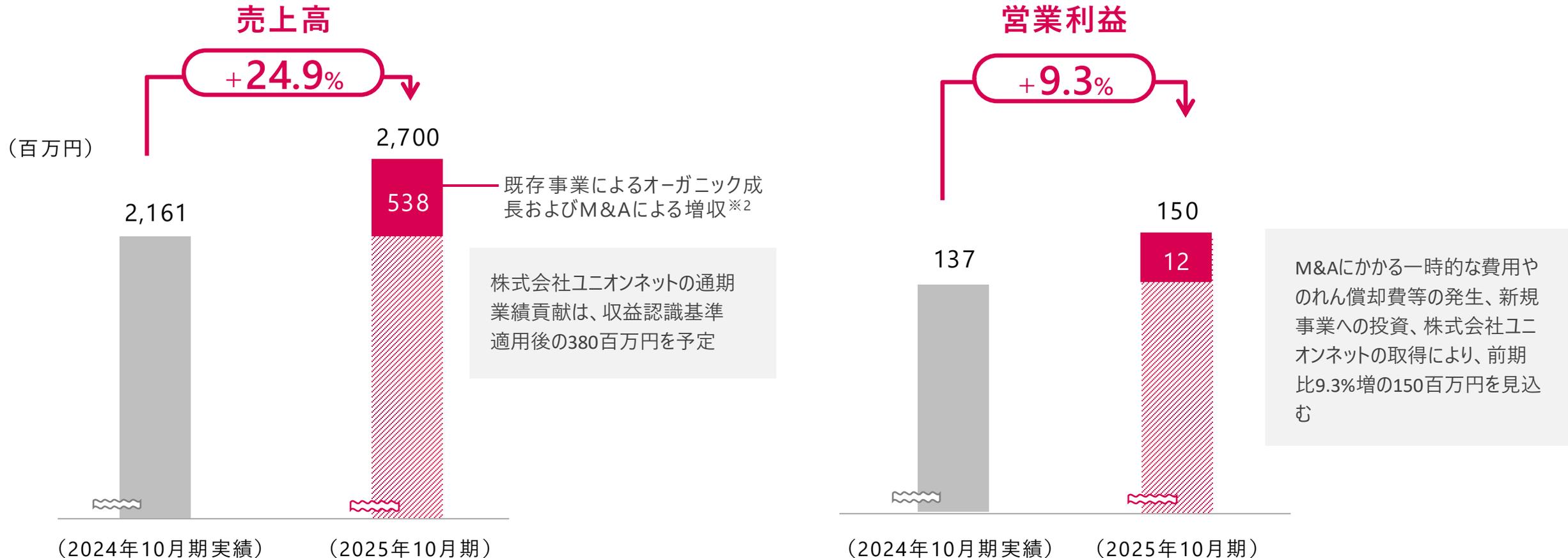
売上高は24.9%、調整後EBITDAは13.6%、営業利益は9.3%の増加を見込む
2025年10月期より、のれんや原価償却費などを含まない調整後EBITDAを開示

(百万円)	2024年10月期 実績	2025年10月期 業績予想	増減額	増減率
売上高	2,161	2,700	538	24.9%
調整後EBITDA※	176	200	24	13.6%
営業利益	137	150	12	9.3%
経常利益	147	150	2	1.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	72	80	7	10.2%

※調整後EBITDA= 営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用

2025年10月期通期業績予想

2024年11月に連結子会社化した株式会社ユニオンネットの通期業績貢献は、売上380百万円、営業利益36百万円※1を見込むものの、既存事業の成長を保守的に見積もったほか、M&A関連のPMI費用やのれん償却費の増加を考慮した結果、売上高2,700百万円、営業利益150百万円となった

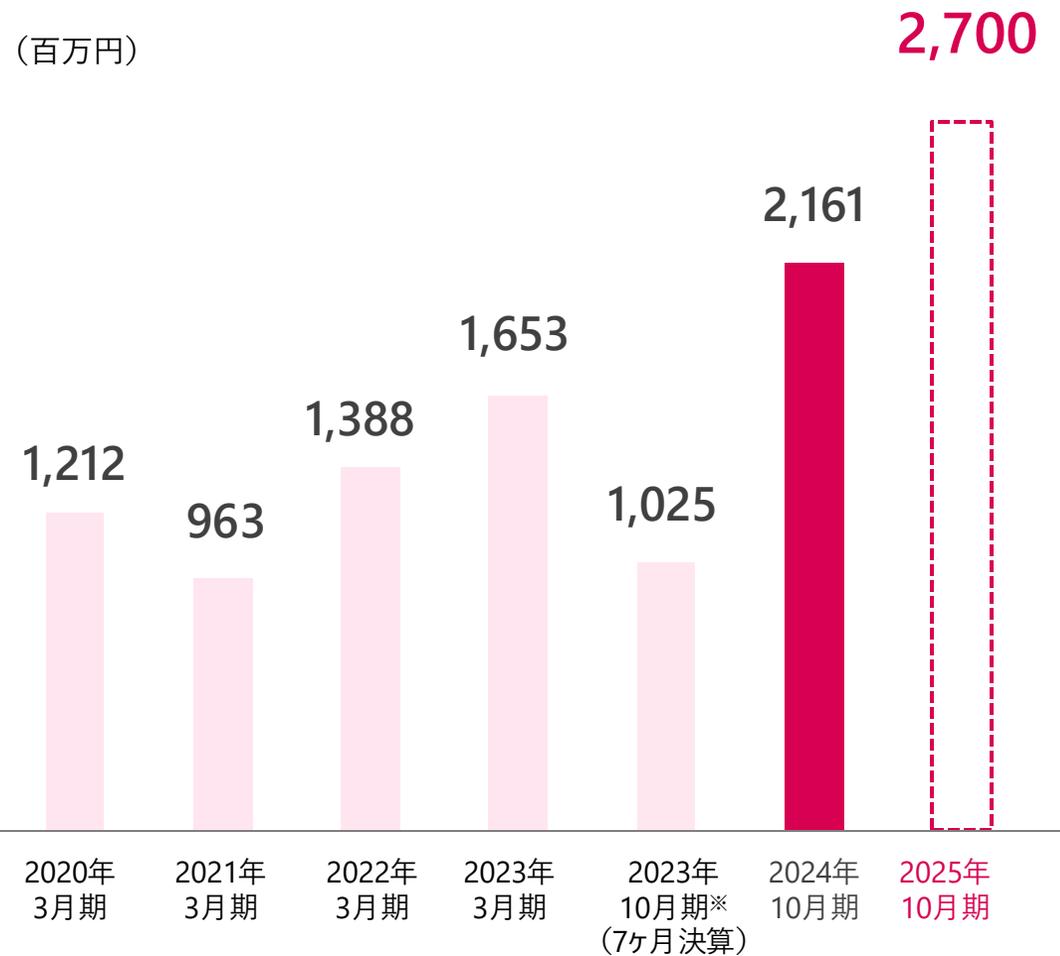


※1 当社からの経営指導料を控除した営業利益

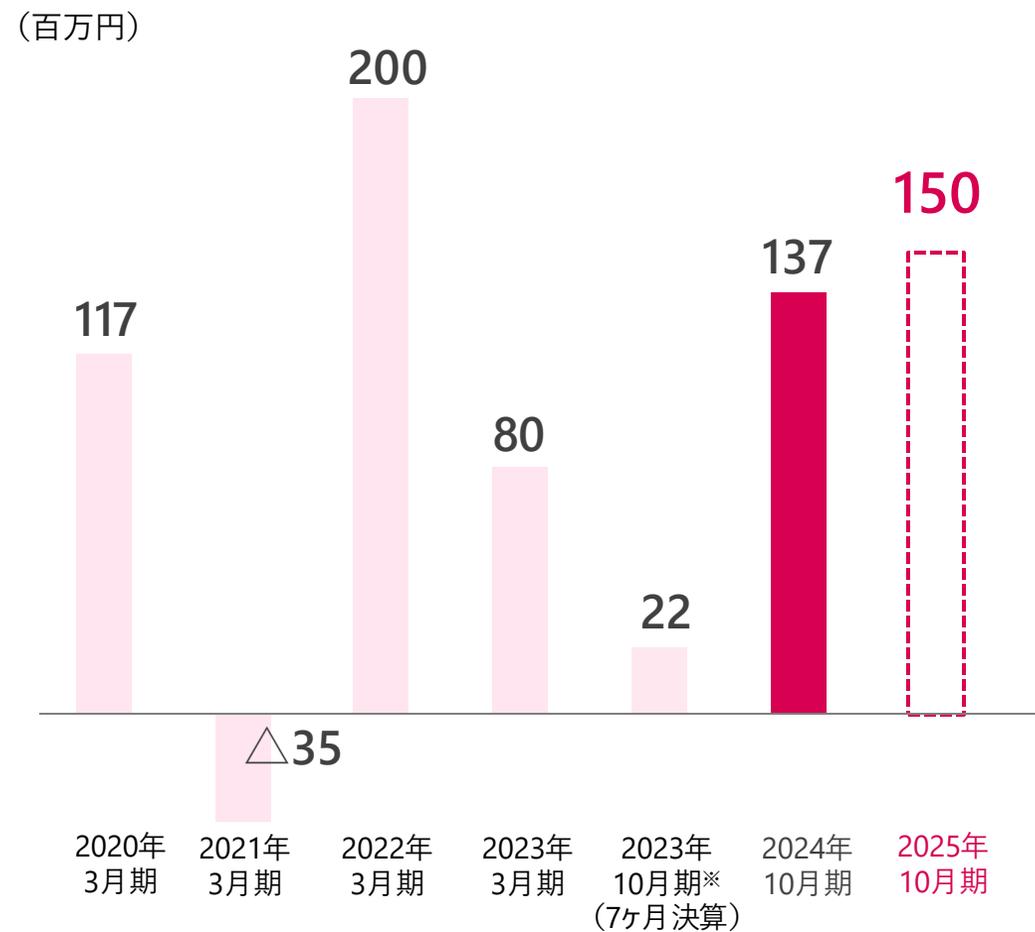
※2 本業績予想には、2024年12月13日時点で未公表のM&Aは含まれておりません

売上高・営業利益の推移

売上高の推移



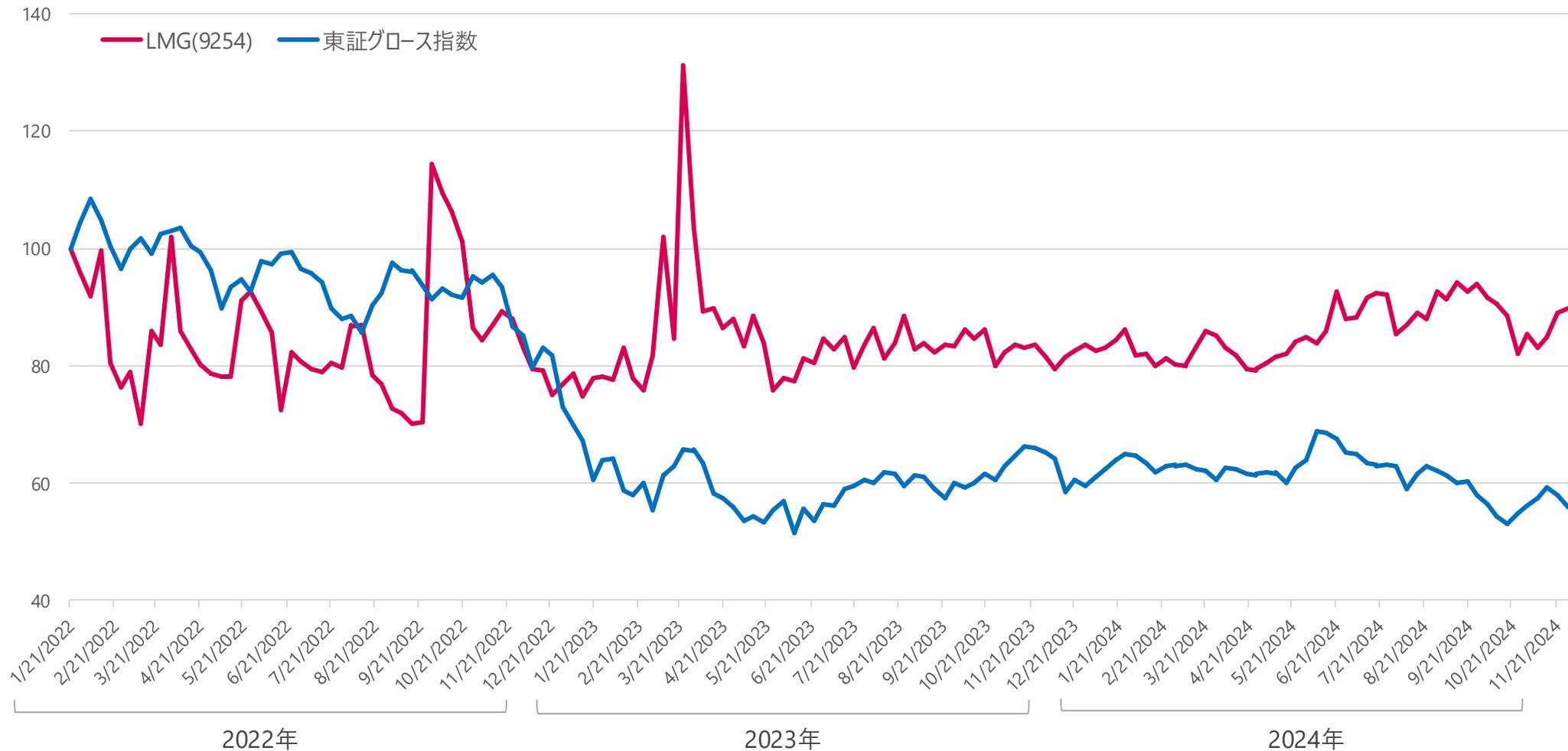
営業利益の推移



※:決算期変更により2023年4月～10月の7ヶ月決算

株価の推移

2022年1月の株価を基準とした3年間の株価推移では、2023年からグローバル市場より高い水準で株価が推移



株主還元方針

株主の皆様の日頃からのご支援に感謝するとともに、当社株式への投資の魅力を高め、より多くの皆様に中長期的に当社株式を保有していただくことを目的として、今期より株主優待制度を新設
来期も引き続き、事業から生み出される利益は**事業成長やM&Aなど将来の投資に向け活用**していく方針

対象となる株主様

2024年4月末日および2024年10月末時点の当社株主名簿に、同一株主番号で連続2回以上記載または記録された、当社株式を半年以上継続保有する、100株以上保有の株主様を対象といたします。

優待内容

株式保有数	優待内容
100株以上	クオカード 1,000円

進呈時期

株主優待品の進呈時期は2025年2月頃を予定しております。

SNSアカウント登録のお願い

投資家・株主をはじめとする全てのステークホルダーの皆様に、当社をより一層ご理解・ご関心いただけるよう、当社公式SNSアカウントにて、決算情報やプレスリリース、IRセミナー登壇のお知らせ等を随時投稿してまいりますのでぜひ、フォローをお願いいたします

公式Xアカウント



https://twitter.com/lmg_co_jp

公式Facebookアカウント



<https://www.facebook.com/lovablemarketing/>

公式noteアカウント



<https://note.com/lmg/m/m5d2f19bd9422>

07. Appendix

導入顧客構成

SNSの運用代行、コンサルティングの支援実績は2,300件※以上

大手企業を中心に多様な業界・業種を支援



※2024年3月時点

競争優位性 SNSマーケティング事業

SNS運用支援の経験・実績

01.

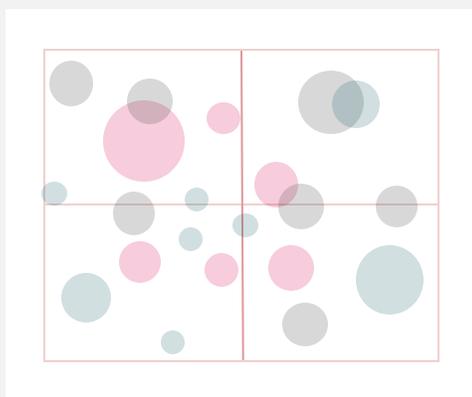
豊富な経験とノウハウ



SNS黎明期である2008年より運用支援を開始した老舗企業として、追随するプレイヤーでは習得できない豊富な経験とノウハウがある

02.

多様な業界・業種を支援



多様な業界・業種を支援してきた、幅広い事業ポートフォリオ

SNS運用支援ツール

03.

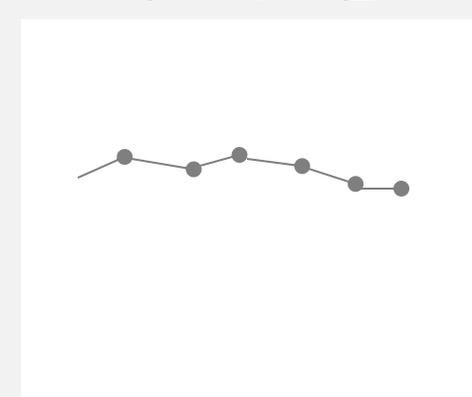
自社で開発・提供する
SNS運用支援ツール



SNS運用の豊富な経験とノウハウを生かし、現場が求める機能を開発
現場の声やプラットフォームの変更にも早く対応できる

04.

ツール解約率1%※台の
高いストック性

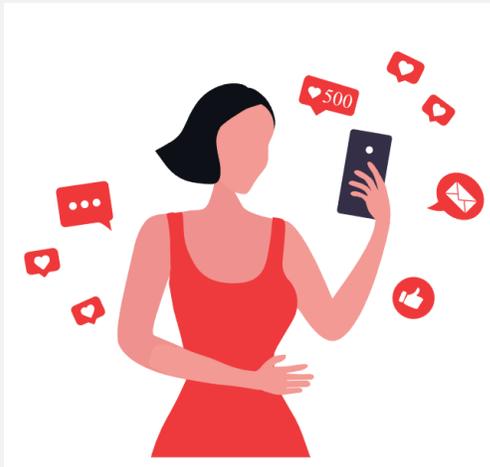


ミスや負担の少ない運用、アカウントの一元管理、また、営業サポートやカスタマーサクセスによる丁寧なサポート等が継続利用につながっている

競争優位性

インバウンドプロモーション・海外マーケティング支援

01. 東南アジア市場での支援実績



3,000名以上のKOL

(Key Opinion Leader ≡ インフルエンサー) とのインバウンド向けプロモーションの実績が多数

02. 東南アジアに根付いた日本人経営陣



タイ在住15年

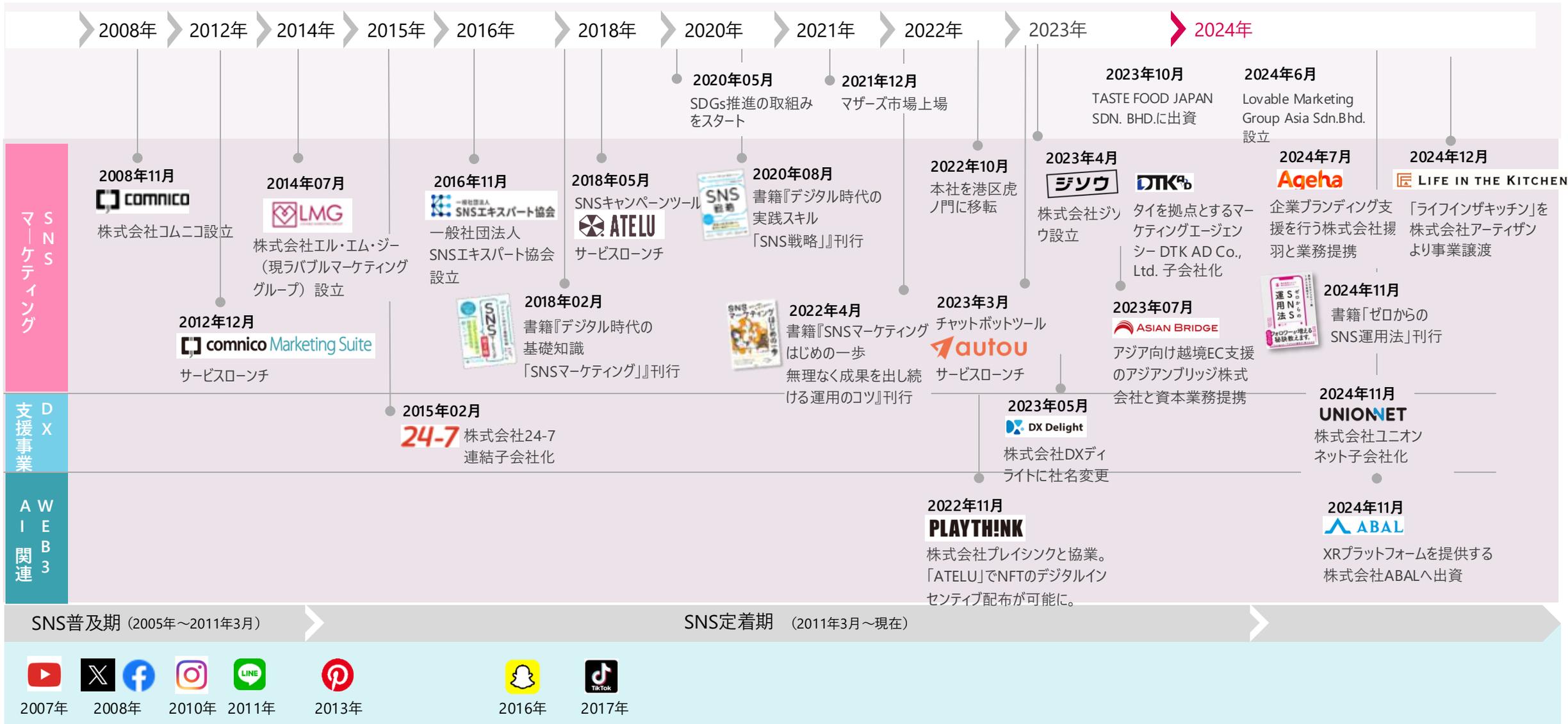
東南アジアの言語や文化にも精通し、顧客からも高く評価されている

03. 日系企業への理解と現地理解 双方を持ち合わせた支援



タイ・マレーシアを拠点にシンガポール、香港、ベトナム等に事業を拡大。業務提携等により支援領域は拡大中。アジア地域における日系大手企業のマーケティング支援実績がある

主な沿革



SNS普及期 (2005年~2011年3月)

SNS定着期 (2011年3月~現在)



サステナビリティマネジメント

従業員が輝くことができる「働きがいのある組織」が全活動のベースとなり、そこから生み出される事業活動によって社会の持続可能な発展に貢献し、この循環の創造を目指す



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、将来に関する計画等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。

