



事業計画および成長可能性に関する事項

株式会社ラパブルマーケティンググループ（東証グロス：9254）

2025年1月

PURPOSE

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り組んでまいります。
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。

目次

01 会社概要

02 SNSマーケティング概況

03 事業概要・市場環境

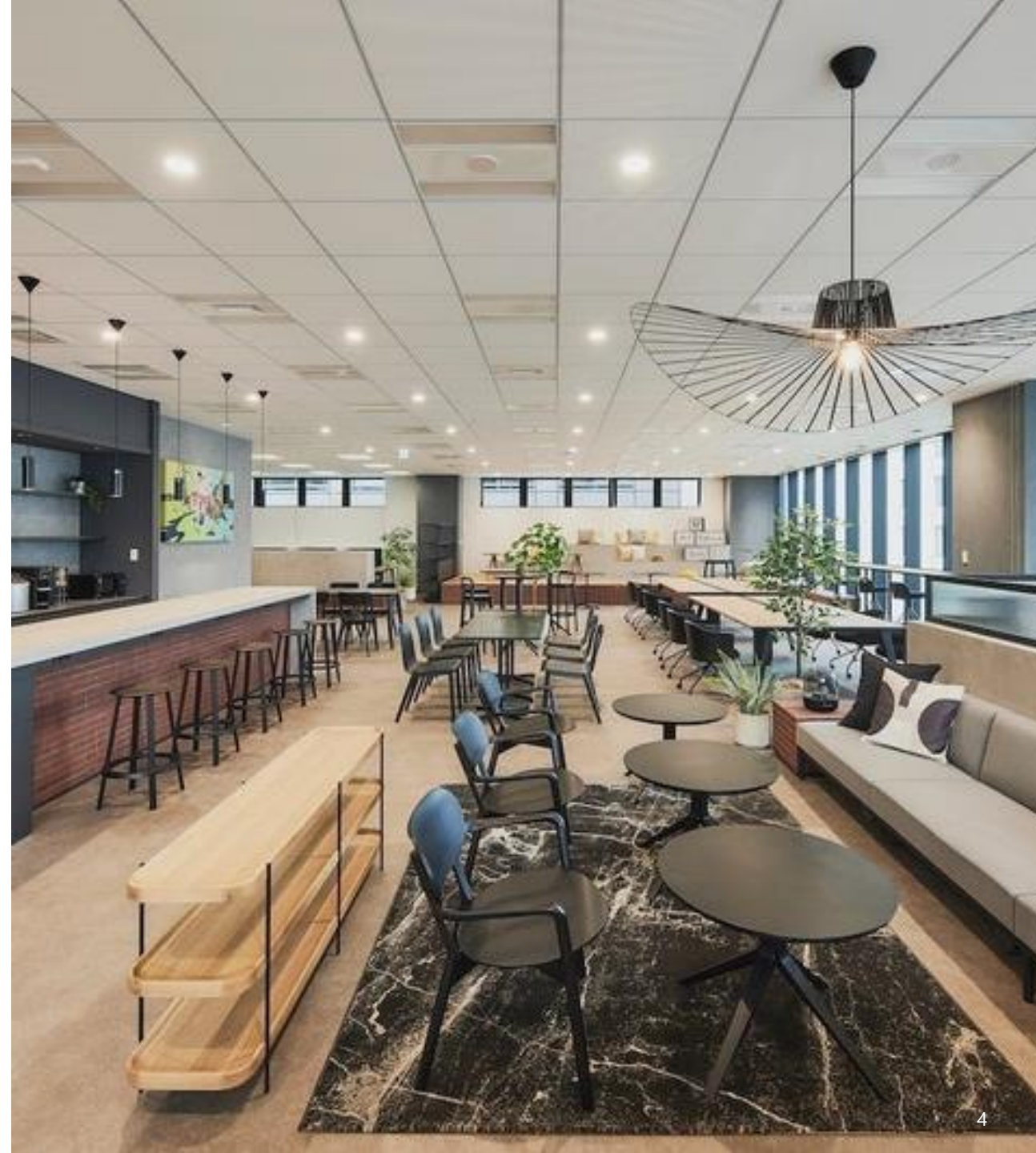
04 事業計画

05 財務情報

06 Appendix

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



取締役・執行役員紹介



代表取締役社長

林 雅之

Masayuki Hayashi

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（現株式会社ラパブルマーケティンググループ）を設立。



取締役
株式会社コムニコ 代表取締役

長谷川 直紀

Naoki Hasegawa

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、2014年取締役に就任。2022年に当社取締役、株式会社コムニコ代表取締役に就任。



執行役員
コーポレート本部管掌

中川 徳之

Noriyuki Nakagawa

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年株式会社ラパ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。



社外取締役

鵜川 太郎

Taro Ugawa

数多くのIT関連ベンチャー企業の取締役を歴任。株式会社AQインタラクティブ（現株式会社マーベラス）では、ネットワークコンテンツ事業部開発部長として多くのヒット作を世に送り出す。2014年当社社外取締役に就任。



社外取締役

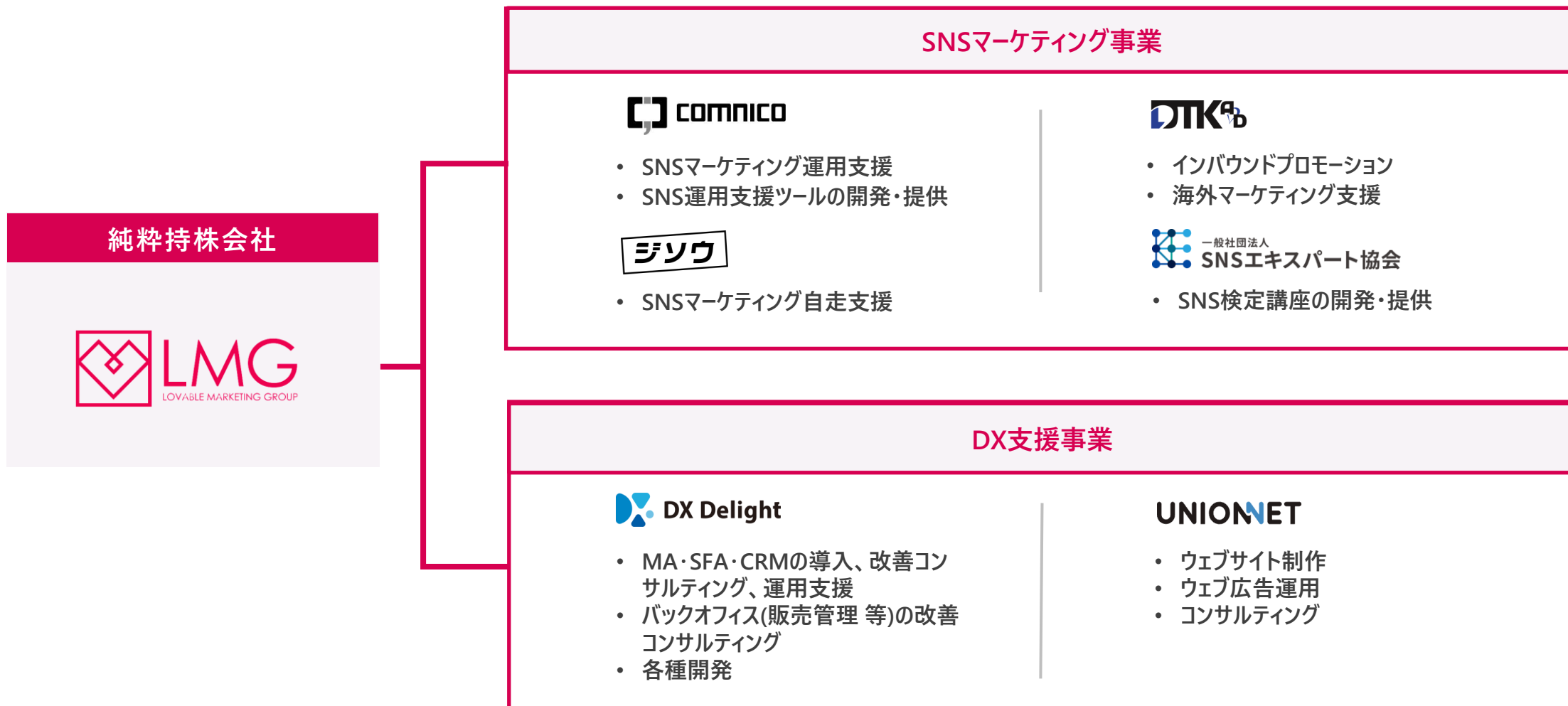
松本 高一

Koichi Matsumoto

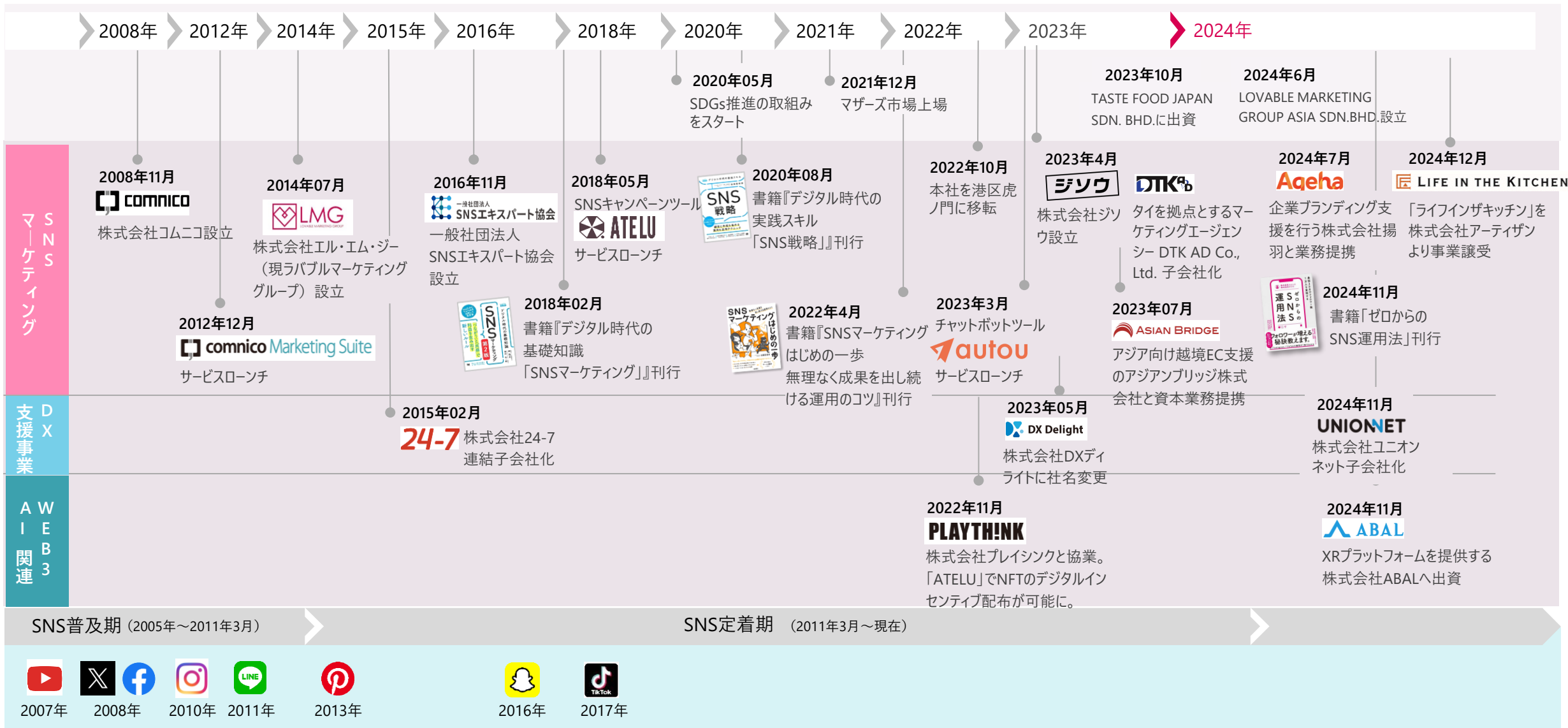
コンサルティング会社、大手証券会社の勤務を経て2017年8月株式会社アンビグラムを設立。同年9月、当社社外取締役に就任。

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



主な沿革



SNS普及期 (2005年~2011年3月)

SNS定着期 (2011年3月~現在)



目次

01 会社概要

02 SNSマーケティング概況

03 事業概要・市場環境

04 事業計画

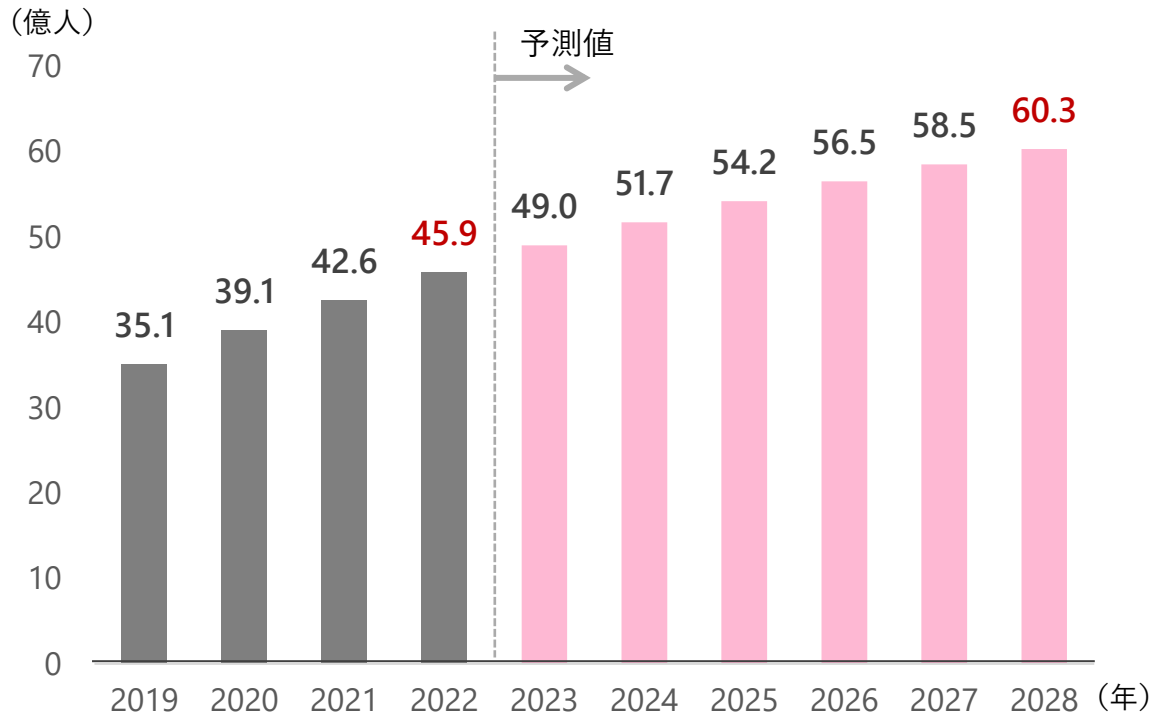
05 財務情報

06 Appendix

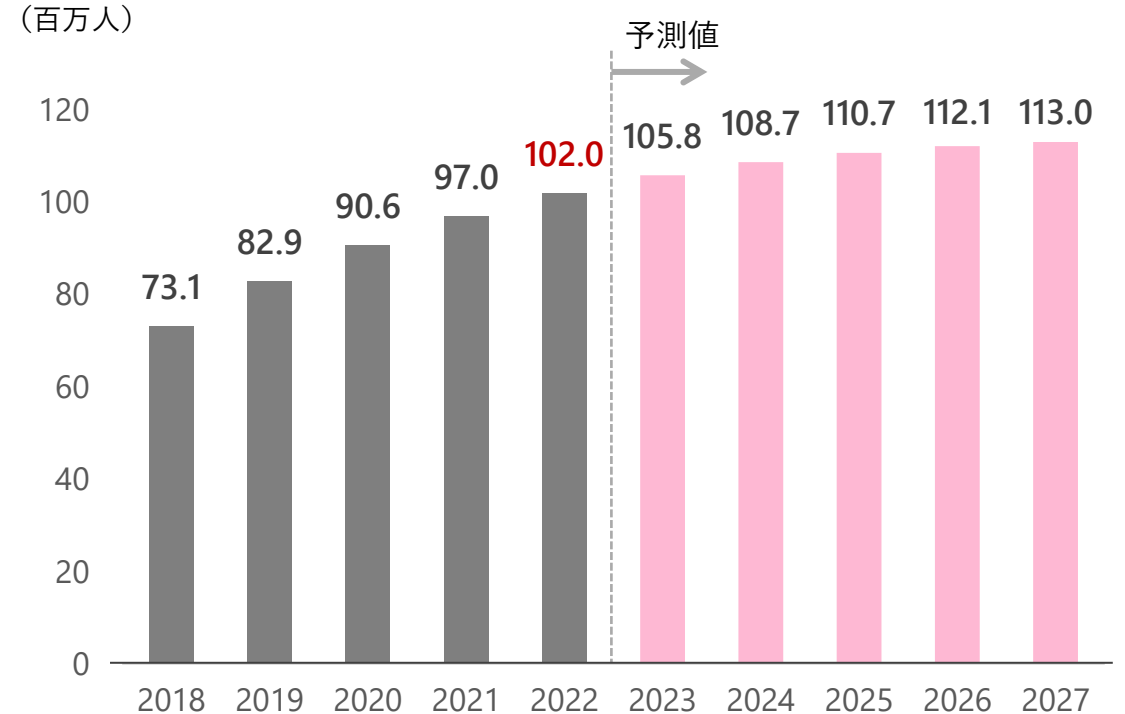
SNSマーケティング概況

- 世界のソーシャルメディア利用者数は、2024年は50億人を超えると予測され、世界人口の約64%が利用している。
- 一方日本のソーシャルメディア利用者数は1億人を超え、利用率は20～49歳の約90%がSNSを利用している※1というデータもあり、企業にとってSNSは消費者と深い繋がりを構築するための重要なタッチポイントとして欠かせない手段の一つとなっている。

世界のソーシャルメディア利用者数は世界人口の半数以上※2



国内のソーシャルメディア利用者数は1億人を超える※2



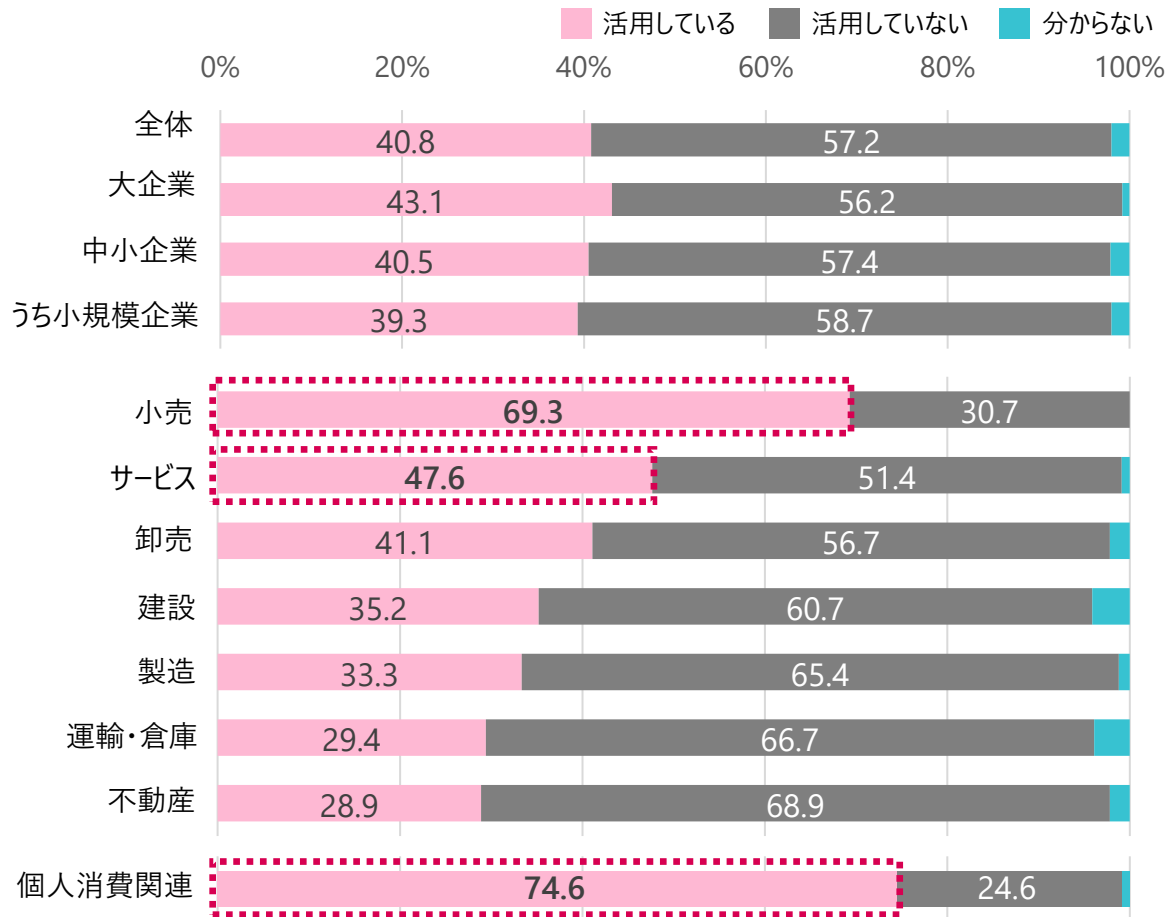
※1 (出典) 総務省：「令和5年通信利用動向調査」ソーシャルメディアサイトやアプリケーションを月1回以上利用する人の数 (アカウントの有無は問わない)

※2 (出典) Statista

SNSマーケティング概況

- SNSを活用している企業のうち、個人消費関連の業種（小売、飲食店、旅館・ホテル、娯楽サービス、教育サービス）は74.6%と全体に比べて活用の割合が高い。

● 企業におけるSNSのビジネス活用状況



● ビジネス活用の主な目的

ビジネスとしての活用の他、昨今では行政・官公庁・団体などで幅広くSNSを活用し、情報発信や意見収集に活用されている。
また、国内ユーザーだけでなくインバウンド等を対象としたコンテンツ発信・多言語対応等も活用が進んでいる。

認知・知名度の
向上

商品・サービスの
プロモーション

ECサイト・店舗への
来店誘導

採用活動としての
利用

消費者の評価・
意見の収集

顧客エンゲージメント
(顧客サポート・ファンづくり等)

危機管理
(誤情報や炎上への迅速対応)

CSR・SDGs活動の
発信

選挙運動
(候補者の認知度向上、公約の共有、有権者とのコミュニケーション等)

目次

01 会社概要

02 SNSマーケティング概況

03 事業概要・市場環境

04 事業計画

05 財務情報

06 Appendix

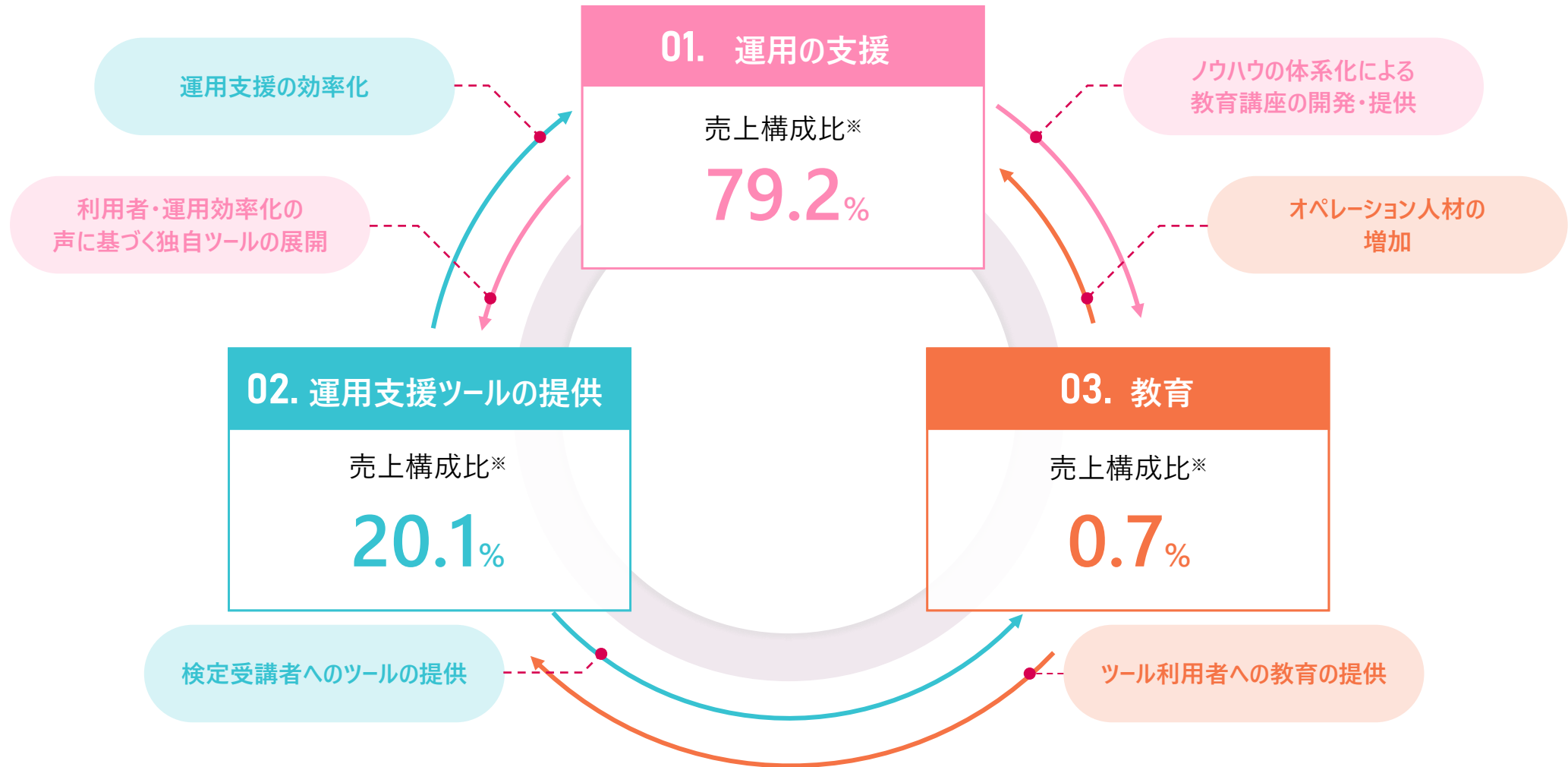
事業系統図

- SNSの黎明期である2008年より運用を支援してきた実績やノウハウを活かした、運用支援ツールの提供、教育を展開。



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、相互補完しながら循環成長する



※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

収益構造 - SNSマーケティング

- SNSマーケティングの総合代理店として、様々なニーズに対応できる体制を構築
- ストック売上高に加えコンテンツ制作やクロスセルによる様々な施策を実施

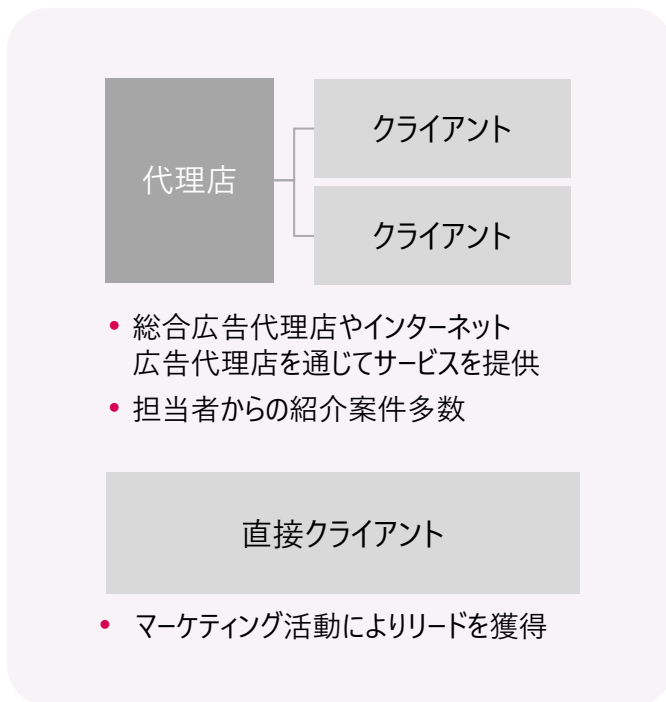
クライアント



売上

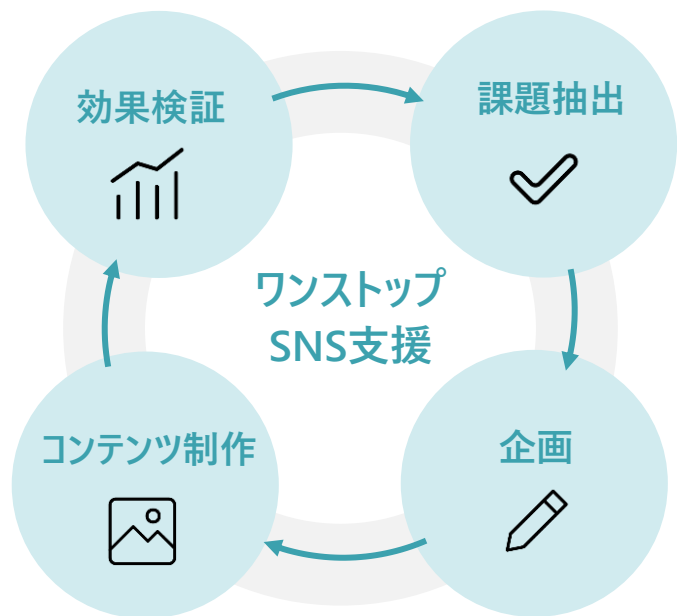


クロスセル



運用の支援 - SNSマーケティング

- 初期構築から運用代行、効果検証まで企業のSNSマーケティングを全面的にフルサポート
- 1社1社のお客様に対し、各分野のプロが複数名で支援する盤石なチーム体制を構築



● 運用代行支援 Operation Agency

戦略策定・プランニング	投稿企画・コンテンツ企画
投稿代行	コンサルティング
分析レポート	ユーザーコミュニケーション

...etc

● コンサルティング支援 Consulting Support

戦略策定・プランニング	コンサルティング
分析レポート	投稿企画 (コンサルは含まない)

...etc

運用支援ツール

- ユーザー視点に立った自社開発のSaaS型プロダクトで、作業を効率化して業務負担を大幅に軽減し、パフォーマンスを最大化
- 安定したストック収益をあげられるビジネスモデル

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

comnico Marketing Suite

(コムニコ マーケティングスイート)



- 複数SNSを一元管理
- 投稿の承認機能
- レポート自動生成 など

導入実績※1
4,000 件以上

4つのSNSに対応



キャンペーン実施に必要な作業を効率化
SNSキャンペーンツール

ATELU
(アテル)



- 応募者の収集・抽選
- 当選者の選定・通知
- 簡易レポート作成 など

NFT
(非代替性トークン)
にも対応

累計キャンペーン実績※2
12,000 件

3つのSNSに対応



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

autou
(オウトウ)



- 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

CV数※3
9 倍増加

フォロワー数※4
2 倍増加

フォロワー単価※5
半額 以下

※1 2023年9月末時点
※2 2024年10月末時点

※3 OMO by 星野リゾート事例：過去施策と比較
※4 一般社団法人八ヶ岳ツーリズムマネジメント：キャンペーン期間中に増加したフォロワー数
※5 コラントツテ事例：過去平均の38%程度

- SNS活用の知識・方法を習得するための検定プログラムを実施

SNSに関する講座・検定の実施

SNSマーケティングのノウハウを体系化し検定を開発

SNSエキスパート検定（初級・上級）

SNSリスクマネジメント検定



青少年向けSNS教育プログラムの提供

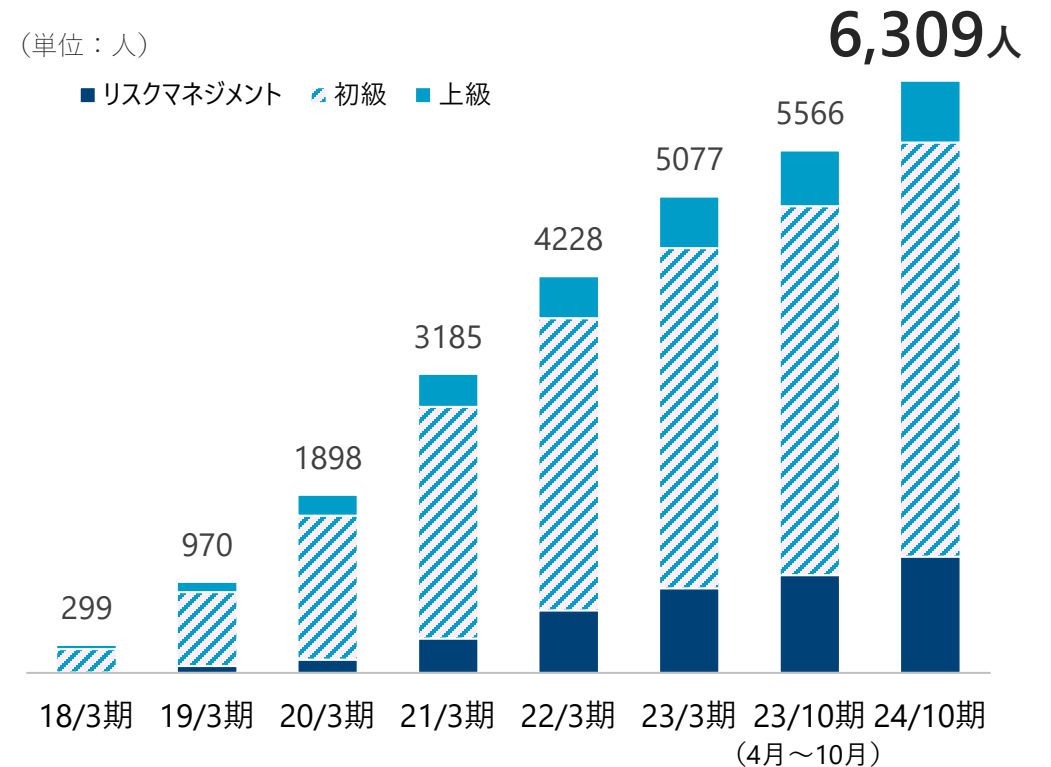
- 生徒・学生に向けた、SNSリスクマネジメントやSNSに潜む危険に関する講義の実施
- 教育者を対象としたSNSリスクマネジメントやSNSに潜む危険に関する講義/研修の実施

新社会人向けSNSマナー研修プログラムの提供

検定受講者数の推移

(単位：人)

■ リスクマネジメント ■ 初級 ■ 上級



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

違いが、美しい。
uni
MITSUBISHI PENCIL

フジッコ

CAPCOM

森永乳業

POLA



KOSÉ



SPALDING
MADE FOR THE GAME.



ODAKYU
小田急百貨店

eureka

OLYMPUS

時代とハートを動かす
SEIKO

宇治茶 祇園辻利



Mitsui Garden Hotels

おうちでイオン
イオンネットスーパー



明光義塾

california prunes

SEIBU SOGO

SAZABY LEAGUE, Ltd.

MAX

Colan Totte.

J:COM



Open 'Jms Car Store'
みんなのガレージ
クルマが愛車に変わる場所。

STIHL



BIGWING



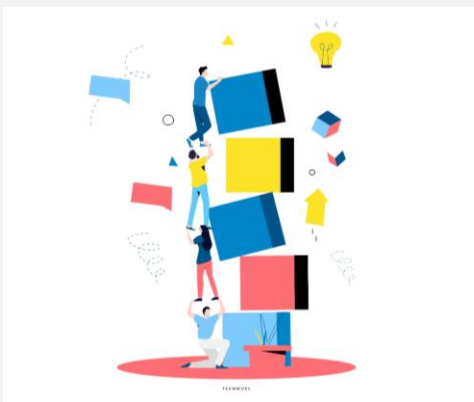
THE CELESTINE HOTELS

競争優位性

SNS運用支援の経験・実績

01.

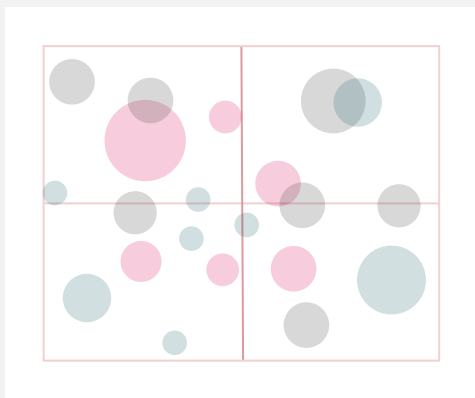
豊富な経験とノウハウ



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

03.

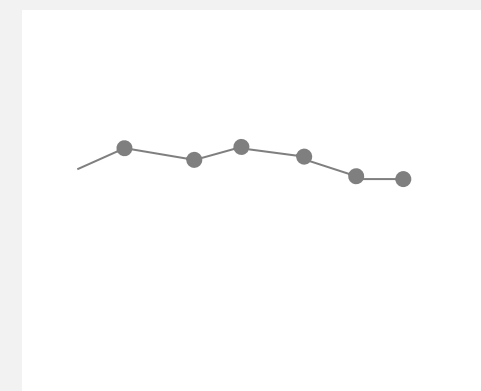
自社で開発・提供するSNS運用支援ツール



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

※前期実績値

DX支援事業

- クライアント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支援を一気通貫でサポート。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
- また、ユニオンネットのグループ入りによりMAのリード獲得からリードナーチャリングまでを強化

▶ サービス概要

UNIONNET

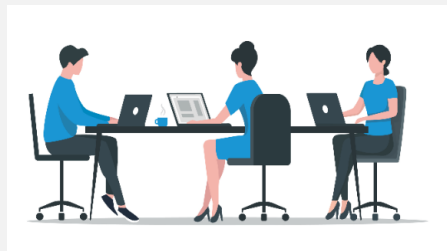
DX Delight

Webサイトの制作・構築
Web広告運用



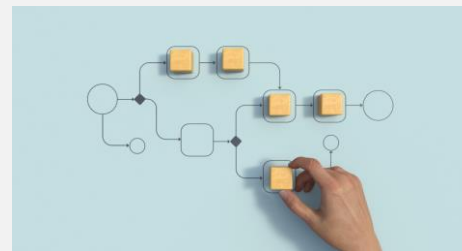
顧客の課題に対する成果を重視したWebサイト制作、Web広告運用などをトータルで支援

MA・SFA・CRMの
導入・伴奏支援



企業のマーケティング・営業・顧客管理システム構築を支援し、構築後のサポート・施策実行を伴走型でサポート

フロントオフィスの
改善コンサルティング



顧客のフロントオフィス領域の課題を正確に明示し、必要とされる施策のプランニングを行い、運用まで支援

販売管理システム構築



見積・契約・売上・請求などの販売管理の業務プロセスを、Salesforceプラットフォーム上で稼働するシステムとして構築

Web制作・Web広告

MAのリード獲得

MA

SFA

多数乱戦

CRM

販売
管理

少数寡占

当社がターゲットとする市場規模（既存事業）

SNSマーケティング市場規模※1



パブリッククラウドの国内市場規模※2



※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

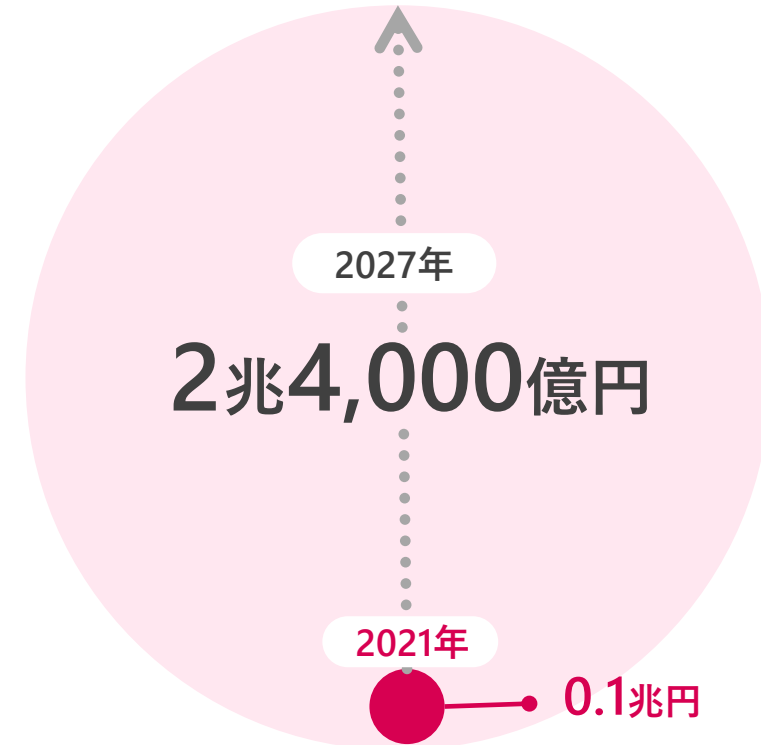
※2出典: IDC Japan株式会社「国内パブリッククラウドサービス市場規模」

当社がターゲットとする市場規模（インバウンド・Web3）

■ 東南アジアからのインバウンド市場規模※1



■ Web3の市場規模※2



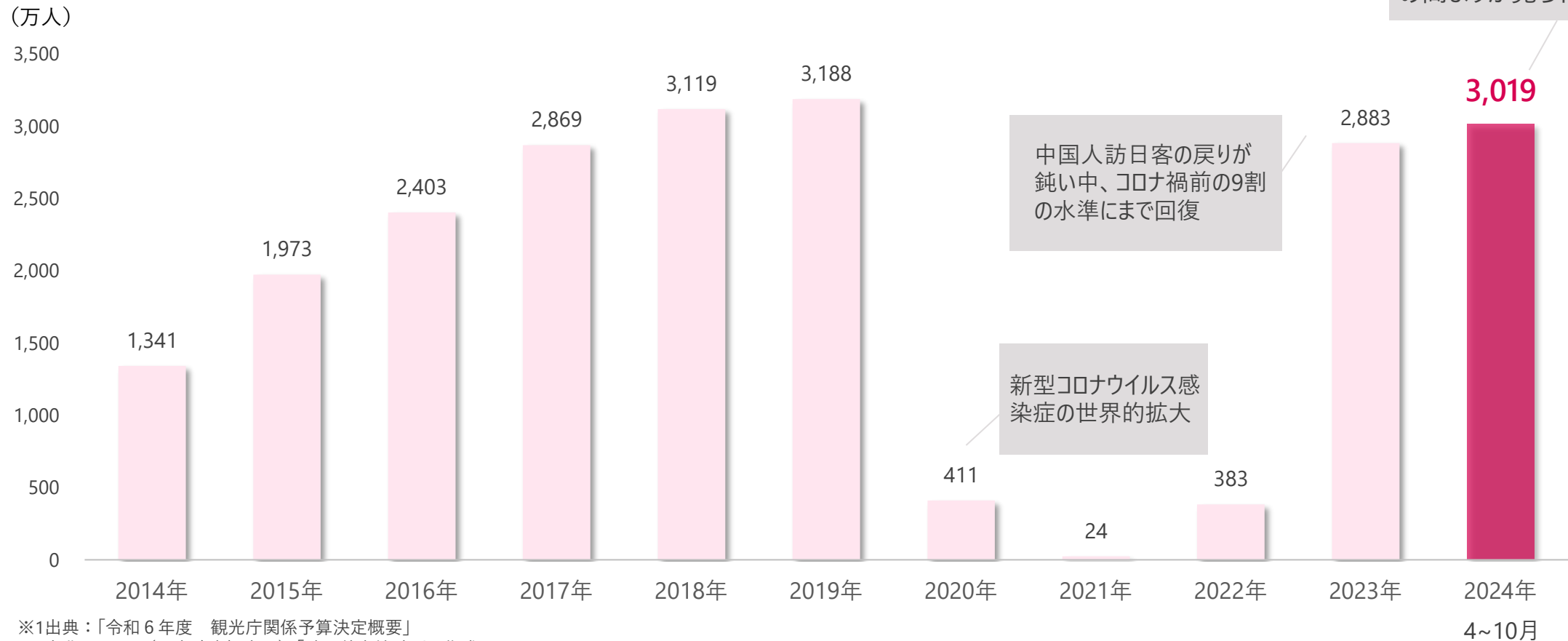
※1出典: 日本政府観光局「2019年度 国籍/月別 訪日外客数」/観光庁「訪日外国人消費動向調査2019年年間値」の数値をもとに2030年までの予測値を当社が作成

※2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

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

< 訪日外国人旅行者の推移 >



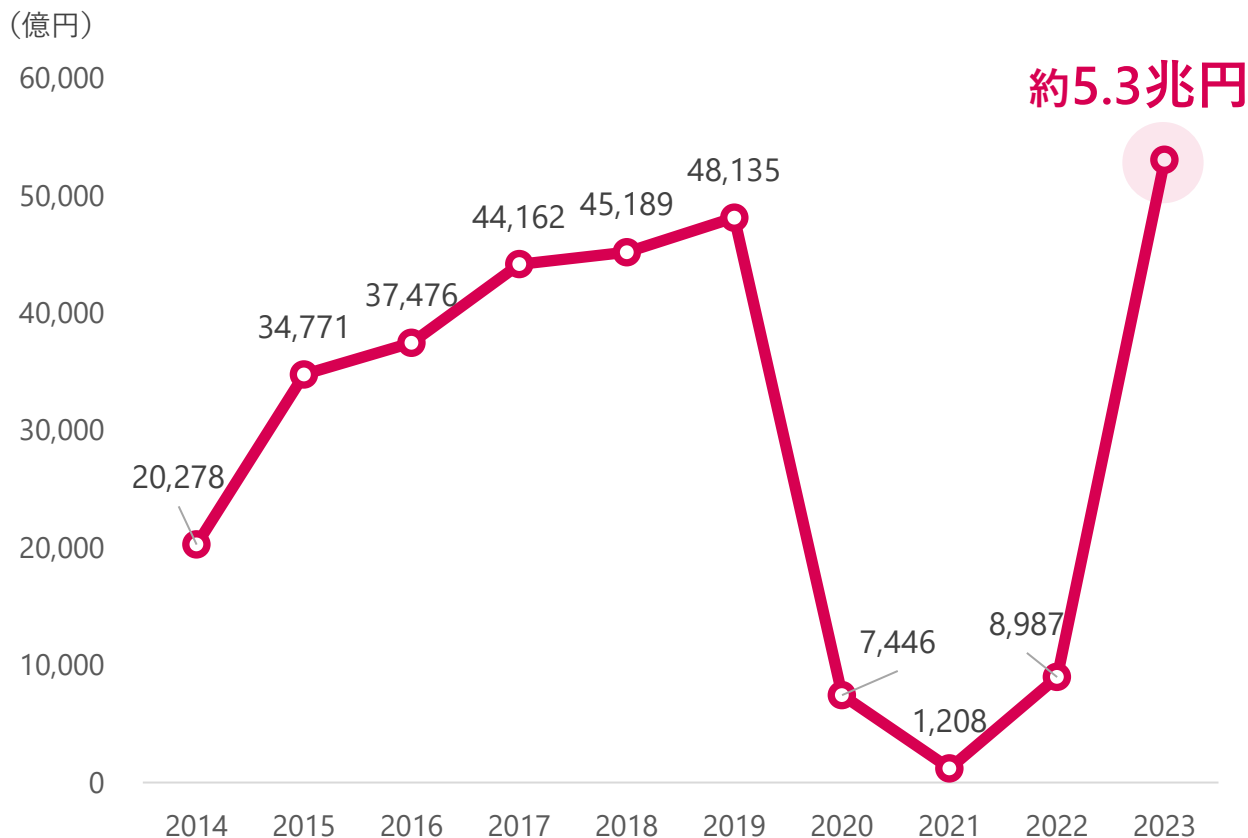
※1出典：「令和6年度 観光庁関係予算決定概要」

※2出典：JNTO（日本政府観光局）「訪日外客統計」より作成

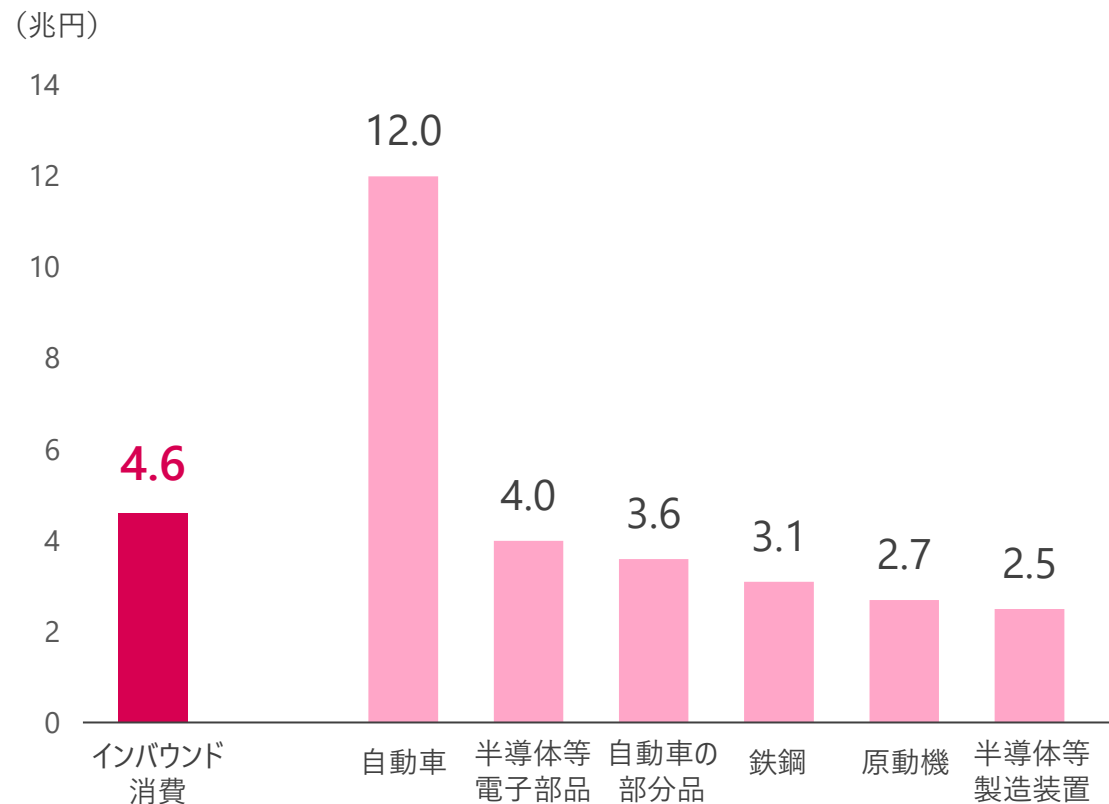
インバウンドが日本経済に与える影響とインパクト

- 2023年のインバウンド消費額は**5兆3,065億円**（2019年比10.2%増）で**過去最高**。また、訪日外国人旅行者一人あたりの消費単価は**20.4万円**（2019年は15.5万円）で**約3割増加**
- インバウンド消費は半導体等電子部品を上回って自動車に次ぐ輸出産業となっている

< 訪日外国人旅行者による消費額の推移※1 >



< 訪日外国人消費額と主要品目輸出額との比較（2019年）※2 >



※1 出典：国土交通省「令和6年度版 観光白書（第1部観光の動向）」から作成

※2 経済産業省「令和5年版 通商白書 第II部 第3章 我が国経済の成長のけん引役として期待されるインバウンド需要

目次

01 会社概要

02 SNSマーケティング概況

03 事業概要・市場環境

04 事業計画

05 財務情報

06 Appendix

2024年10月期 業績予想の進捗状況

- 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
- 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

(百万円)	2024年10月期 通期実績	前年同期※ 実績 (社内参考値)	2023年12月13日開 示(期初計画) 通期業績予想	2024年11月18日開 示(修正後計画) 通期業績予想	詳細
売上高	2,161	1,812	2,000	2,150	・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	137	125	100	130	・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。
経常利益	147	129	100	140	
親会社株主に帰属する当期純利益	72	85	60	60	

※前期は決算期変更による7か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（監査法人による監査を受けていない参考数値）

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、のれんや減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※	175	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%

売上高

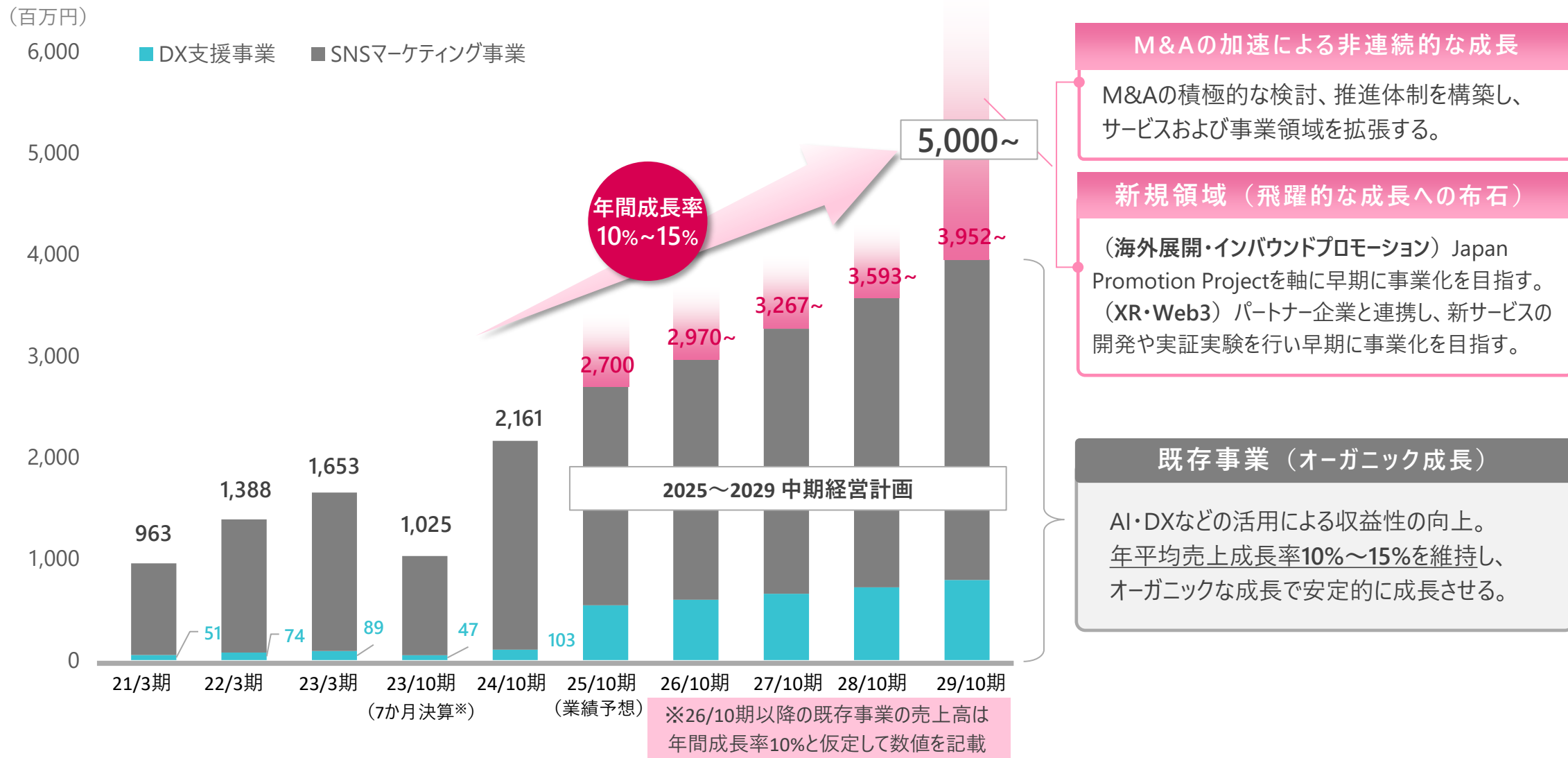
既存事業によるオーガニック成長および、M&Aによる増収。2024年11月に連結子会社化した株式会社ユニオンネットの通期業績貢献を見込むものの、既存事業の成長を保守的に見積もったほか、M&A関連のPMI費用やのれん償却費の増加を考慮している。

営業利益

M&Aにかかる一時的な費用やのれん償却費等の発生、新規事業への投資、株式会社ユニオンネットの取得により、前期比9.3%増の150百万円を見込む。

※EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用

5カ年成長イメージ



※当社は、2023年10月期より決算期（事業年度の末日）を3月31日から10月31日に変更いたしました。このため、2023年10月期は決算期変更により2023年4月1日から2023年10月31日までの7ヶ月決算となっております。

中期経営計画の戦略と重要数値目標

24/10期 実績	既存事業（基本戦略）		29/10期 経営目標
	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）	
	新規領域（ストレッチ戦略）		
売上高 2,161百万円	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	売上高 5,000百万円以上
営業利益 137百万円	XR・Web3	<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	営業利益 400百万円以上
時価総額 2,187百万円 ^{※1}	非連続的成長		時価総額 10,000 百万円以上 ^{※2}
	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	

※1 24/10期の時価総額は期中平均株価×発行済株式総数

※2 時価総額の目標数値は今後の経営方針の指針を示すものであり、具体的な前提条件に基づくものではありません。

重要数値目標達成に向けた体制について

- 5カ年計画達成に向け、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 	AI・DX推進室	執行役員 コーポレート本部管掌
	<ul style="list-style-type: none"> • 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 <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
	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


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、売上成長率の加速を目指す
- 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



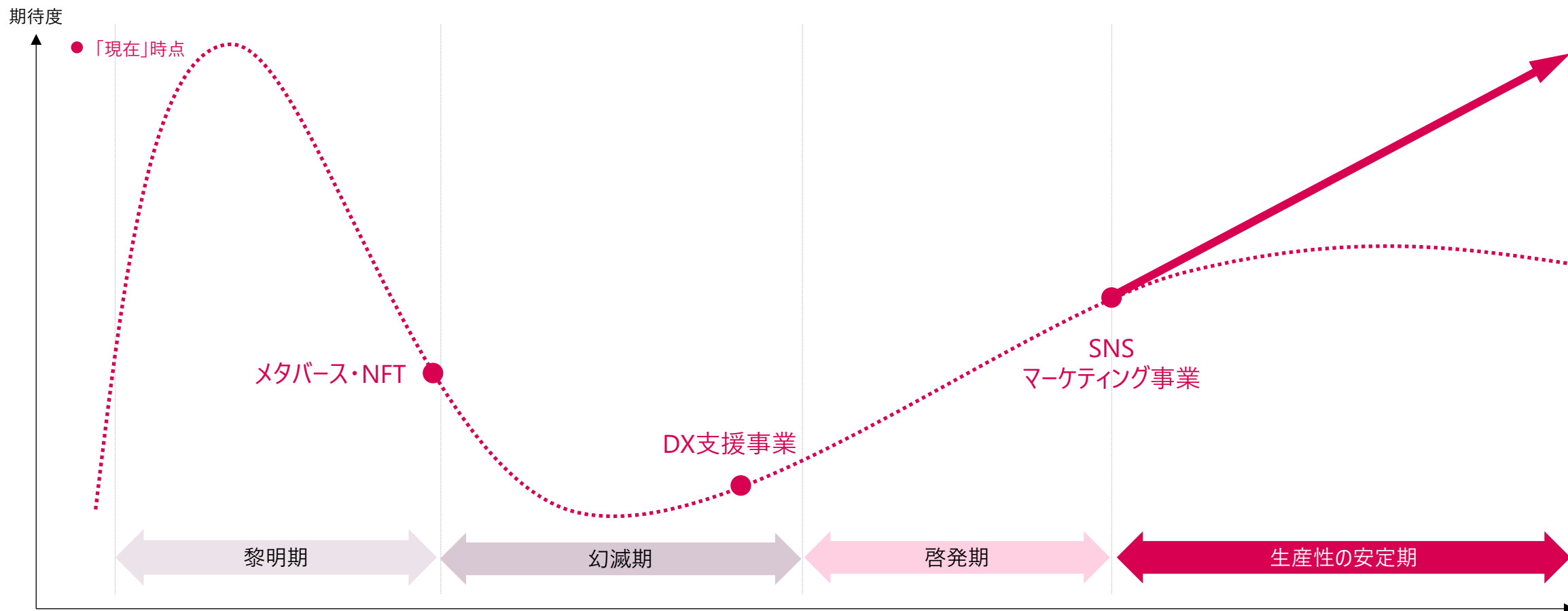
M&A実績紹介

- 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. 	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。

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



施策・進捗状況の振り返り（既存事業＞SNSマーケティング事業）

主戦略

01. 運用支援数の拡大

02. 支援領域の拡大

03. 運用支援ツールの拡大

施策・進捗状況

▶ サービスの拡充

- (2023.11) マンガマーケティングを提供する株式会社シンフィールドと事業提携
- (2024.07) 企業ブランディング支援を行う株式会社揚羽と、業務提携し採用活動におけるSNS支援を開始
- (2024.08) 縦型・ショート動画の市場拡大に伴い、新たな「ショート動画制作プラン」を販売開始

▶ 運用体制の強化

- (2023.07) TikTokに特化した企画・提案を行う専門チームを新設

▶ 株式会社ジソウによる支援企業数の伸び

- デジタル広告の運用支援開始や生成AIを搭載したMEOツール等のサービス拡充
- 設立当初の計画を上回り支援企業数は45社を突破

▶ 株式会社ユニオンネットを子会社化

- (2024.11) Webサイト制作を行うユニオンネットの株式を取得し子会社化。取引別業種割合では、学校や教育関連企業が42%を占め、当社の既存クライアントに対し新規ソリューション開発・サービス提供機会が創出される

▶ 支援数拡大に向けた施策

- (2024.06) 「コムニコ マーケティングスイート」が4つ目のプラットフォームとなる、TikTokに対応
- (2024.08) 「ATELU」が3つ目のプラットフォームとなる、TikTokのコメントキャンペーンの機能を追加

施策・進捗状況の振り返り（既存事業＞SNSマーケティング事業）



- 地方企業、メーカー、情報通信業等、2023年4月の設立以降支援企業数は順調に伸長し45社を突破
- SNSマーケティング+αの自走支援としてジソウマップ（MEOツール）等のサービスを拡充

支援実績数は順調に伸長し45社を突破

－株式会社AKOMEYA TOKYO

新規フォロワー獲得に向けた支援、定例会の実施やアドバイスといった伴走支援を実施。（公式Instagramアカウントのご支援）

- ・エンゲージメント率、リーチ数の伸び
- ・Instagramが起点となった購買の増加
- ・Instagramキャンペーンの実施によるフォロワー数の増加（前年比較で倍以上）

－蓼科東急ホテル

効率的かつ効果的な運用の仕組み化および構築、Instagram広告の運用支援、投稿代行を実施。（公式Instagramアカウントのご支援）

- ・業務効率化による投稿頻度の向上
- ・動画投稿によるフォロワー数の増加

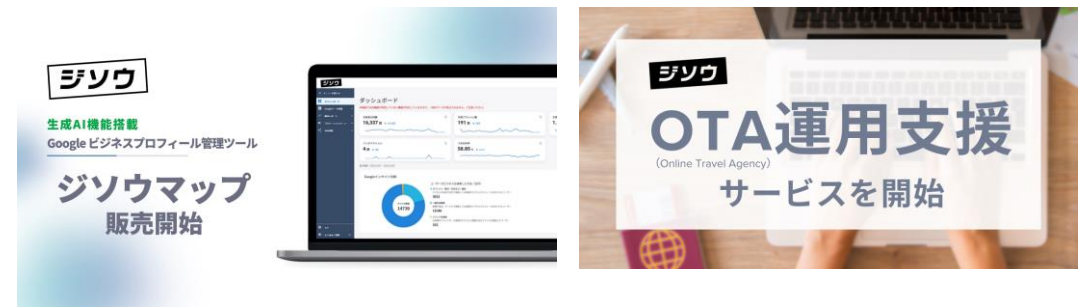
SNSマーケティング+αの自走支援（サービス拡充）

－生成AI搭載のGoogleビジネスプロフィール管理ツール「ジソウマップ（MEOツール）」のサービスを開始

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

－宿泊施設の集客を目的とした、OTA運用支援サービスを開始

（※OTA：Online Travel Agent）



施策・進捗状況の振り返り（既存事業＞SNSマーケティング事業） 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

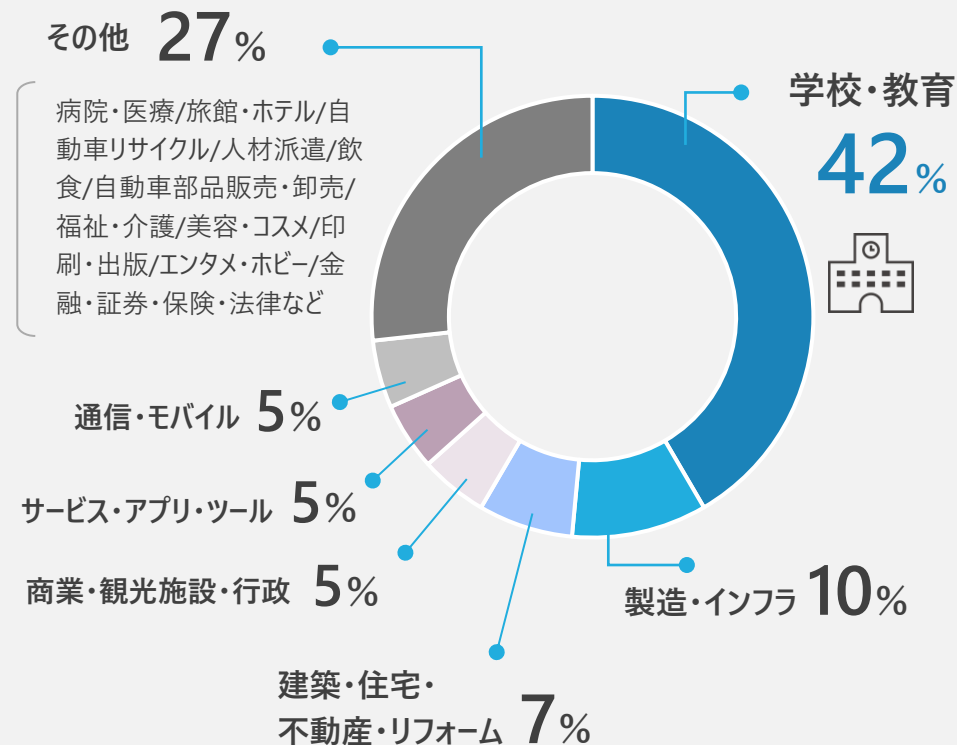
Webサイト制作の実績

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



施策・進捗状況の振り返り（既存事業＞DX支援事業）

主戦略

施策・進捗状況

01. SFA・CRMの開発案件の新規開拓

- ▶ 大型開発案件の受注を獲得し、DX支援事業の売上高は前年同期比20.1%増
 - システム再構築前の複合的な課題に対し、Salesforce platformを活用した購買/販売管理システムの構築を実施
- ▶ 営業体制の強化
 - SFA・CRMの開発案件の経験が豊富な人材を採用し、引き続き営業体制を強化
- ▶ バックオフィス支援実績数の増加
 - 支援実績事例：一般社団法人日本音楽著作権協会（JASRAC）様のSalesforce導入を支援

02. サービス品質の向上とサポート領域の拡大

- ▶ サポート領域の拡大
 - 開発案件の経験が豊富なエンジニアを採用し、Salesforceをプラットフォームとした構築、その他のサービスとの連携、個別開発にも対応が可能となった
 - 株式会社ユニオンネットの子会社化により、Web集客とマーケティングオートメーションの連動を強化することが可能となった

03. 優秀な人材確保と人材への投資

- ▶ DX人材の確保
 - 開発案件の経験が豊富なエンジニアを採用し、開発体制を強化。引き続きDX人材の雇用に取り組む

施策・進捗状況の振り返り（新規事業による非連続的な成長）

主戦略

01. インバウンドプロモーション・海外マーケティング支援

02. Web3（NFTやメタバース等）AI領域への挑戦

施策・進捗状況

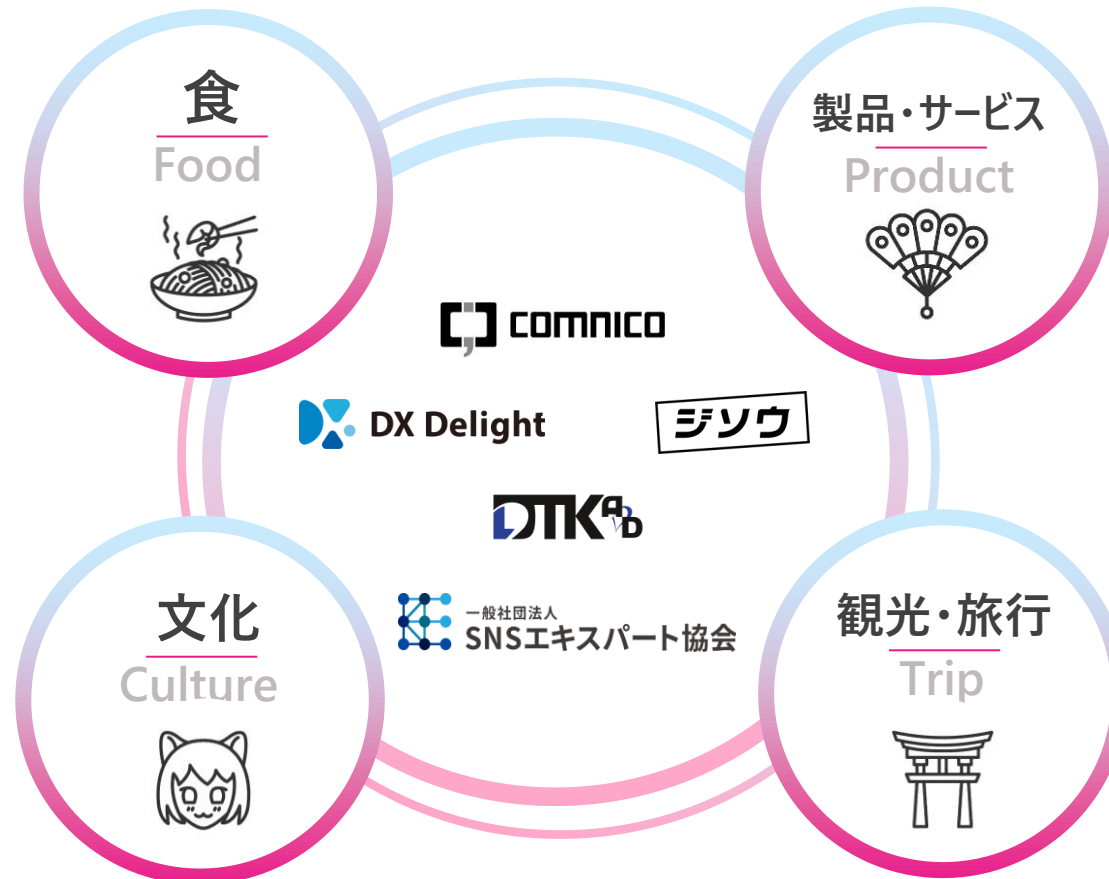
- ▶ 日本の飲食事業者向け海外マーケティング支援は好調
 - 合併会社TASTE FOOD JAPAN SDN. BHD.が提供する、お試し出店サービスは引き続き複数の飲食事業者からお問合せをいただき好調。
 - 第3弾についても店舗が決定。
- ▶ インバウンド誘致を目的としたファミトリップ※1施策を新潟県で実施
 - （2024.05）タイで活躍するKOL（Key Opinion Leader = インフルエンサー）を新潟県の名所に招きSNSで新潟の魅力を発信してもらう施策を実施
- ▶ マレーシア現地法人「LOVABLE MARKETING GROUP ASIA SDN.BHD.」を設立
- ▶ 東南アジアにおけるマーケティング支援地域の拡大
 - （2024.09）7地域目となるフィリピンでのマーケティング支援やインバウンドプロモーション支援を開始
- ▶ XRプラットフォームを提供する株式会社ABALと資本業務提携を締結
 - （2024.01）「JAPAN EXPO THAILAND2024」に協業出展。8月には、「バンコク日本博2024」に協業出展。MR（複合現実）の技術でタイのイベント参加者と日本にいるVTuberの直接交流を実現
 - （2024.05）XR技術を活用したメタバース×マーケティング「メタビズXR」サービスを開始
- ▶ 海外事業、Web3・AI領域を加速させることを目的に「新規事業開発室」を新設

※1 ファムトリップ：観光誘致などを目的とし、外国の旅行者やKOL（Key Opinion Leader=インフルエンサー）、ライター、メディアに自治体などを現地視察してもらい、記事や動画、SNS投稿といったかたちで視察先の魅力を発信してもらうプロモーション施策

施策・進捗状況の振り返り (インバウンドプロモーション・海外マーケティング支援)

- インバウンドプロモーション・海外マーケティング支援のサービスや施策は、「Japan Promotion Project[※]」として積極的な取り組みを実施
- 当社が培ってきた「伝える力」を活用し、日本の魅力を海外に伝え、来日や日本の製品サービスの購買に繋げていく取り組みを広範囲で実施していく

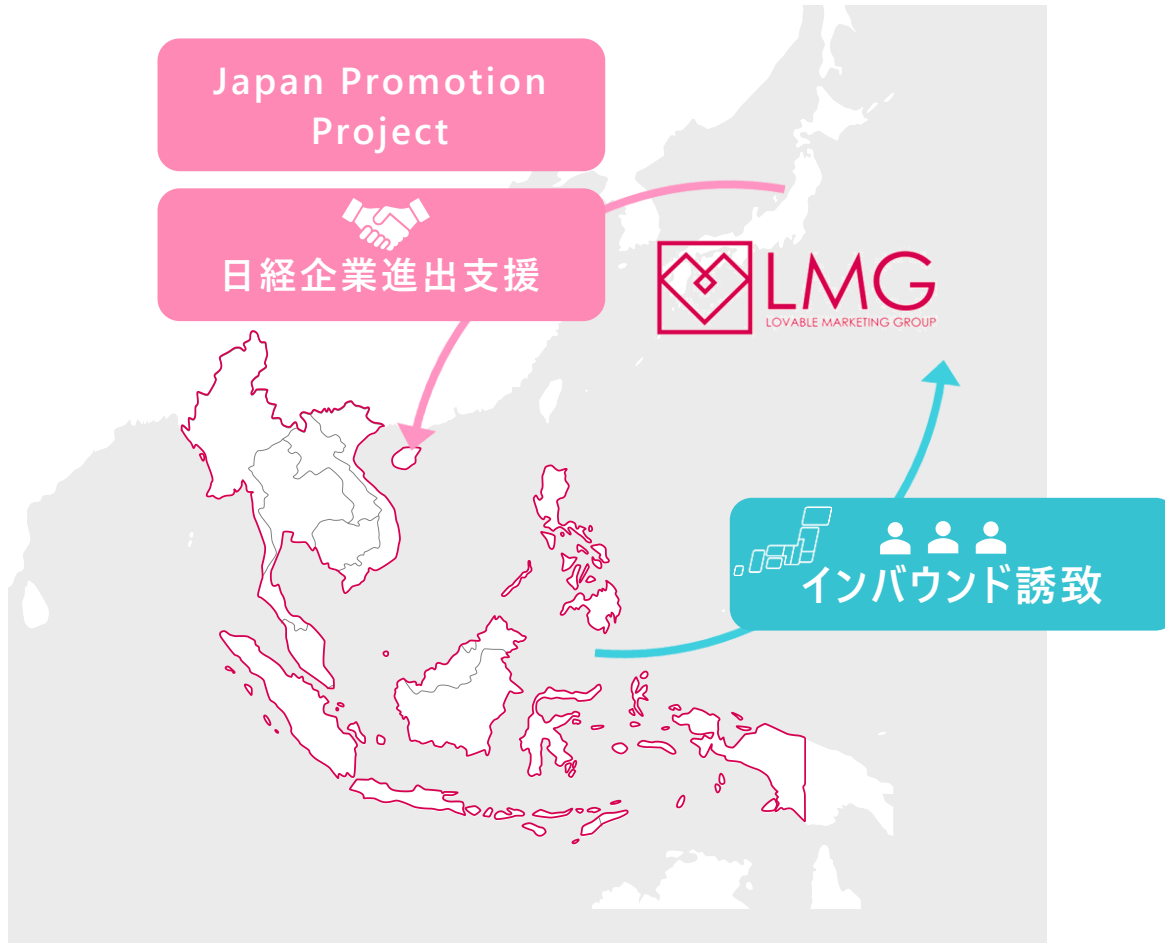
■ Japan Promotion Project



※1 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として当社が実施している施策

施策・進捗状況の振り返り (インバウンドプロモーション・海外マーケティング支援)

- タイに本社を置くDTK ADおよびLMG ASIAを中心に、パートナー企業と共に、現地に即した販売戦略・施策を展開する。
- 支援実績を積み上げ、早期の事業化を目指す。



タイ	
シンガポール	
香港	
ラオス	
ベトナム	
フィリピン 2024年9月～	LOVABLE MARKETING GROUP ASIA (2024年6月設立)
マレーシア	
中国	
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)	

施策・進捗状況の振り返り (インバウンドプロモーション・海外マーケティング支援)

- 24年10月期に試みたJapan Promotion Projectの各施策は概ね好評で、良い結果を残すことができた
- 引き続き当社のアセットを活かした施策を実施しサービス展開へと繋げていく

食



TASTE FOOD JAPAN社が提供するサービスで、海外出店を希望する飲食事業者が、マレーシアの一角にて半年間出店しテストマーケティングを行うことができる。

- 1 伝説のすた井屋
2023年10月6日～2024年5月15日
- 2 富山ブラックラーメン 麺家いろは
2024年5月25日～出店中
- 3 第3弾：出店店舗決定

観光・旅行

● ファムトリップの実施

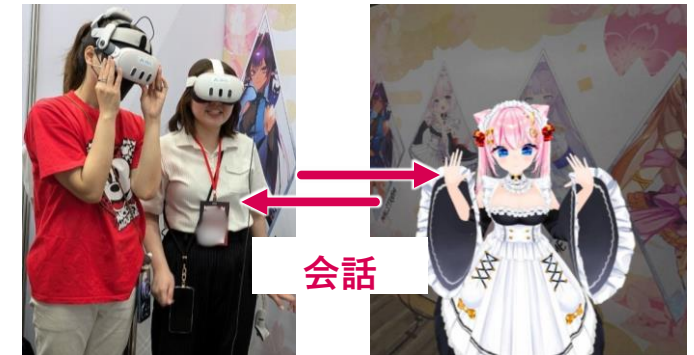
新潟インバウンド推進協議会様にインバウンド誘致を目的としたファムトリップ施策をご依頼いただき実施。タイで活躍するKOL (Key Opinion Leader=インフルエンサー) を新潟に招き、SNSで新潟の観光名所の魅力を発信してもらった。



文化

● MR※×VTuber：ミート&グREETを実施

ABAL社との協業で出展した、タイ最大級の日本総合展示会にて、タイ現地の参加者と日本で活躍するVTuberが、MRの技術を活用し直接会話を交わす等の体験イベントを実施。3日間で116名が体験。



※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

施策・進捗状況の振り返り (Web3 (NFTやメタバース等) AI領域への挑戦)

- 社内に「新規事業開発室」を新たに設置
- 多数業界でのXR技術提供の実績を持つ株式会社ABALと資本業務提携を締結
- ABAL社と協業したサービス開発、イベント出展を通して早期事業化を目指す

XR技術を活用したメタバース×マーケティング 「メタビズXR」のサービスを開始

メタバースとマーケティングを掛け合わせた新たなソリューションで、目的に応じたメタバース空間を企画・構築しコミュニケーション設計することが可能。



遠隔でVTuberとリアルタイムに交流

タイの大型イベントにて体験ブースを出展 バーチャルアーティスト (VTuber) ×MR

「JAPAN EXPO THAILAND2024」に協業出展

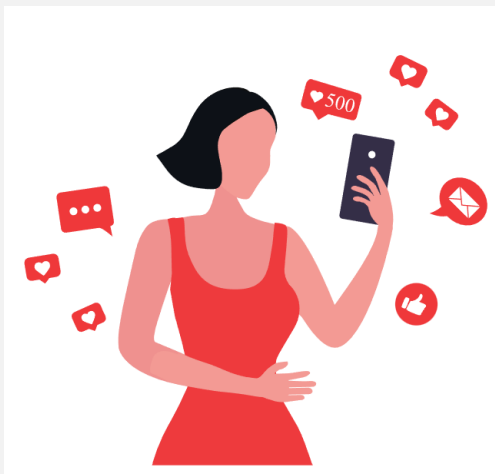


「バンコク日本博2024」に協業出展



競争優位性 (ストレッチ戦略／海外事業・XR事業)

01. 東南アジア市場での支援実績



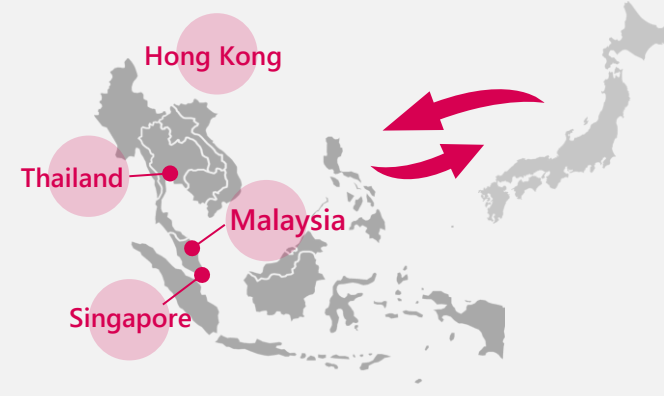
3,000名以上のKOL
(Key Opinion Leader=インフルエンサー) との
インバウンド向けプロモーションの実績が多数

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



タイを拠点にシンガポール、香港、マレーシア等に
事業を拡大。業務提携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

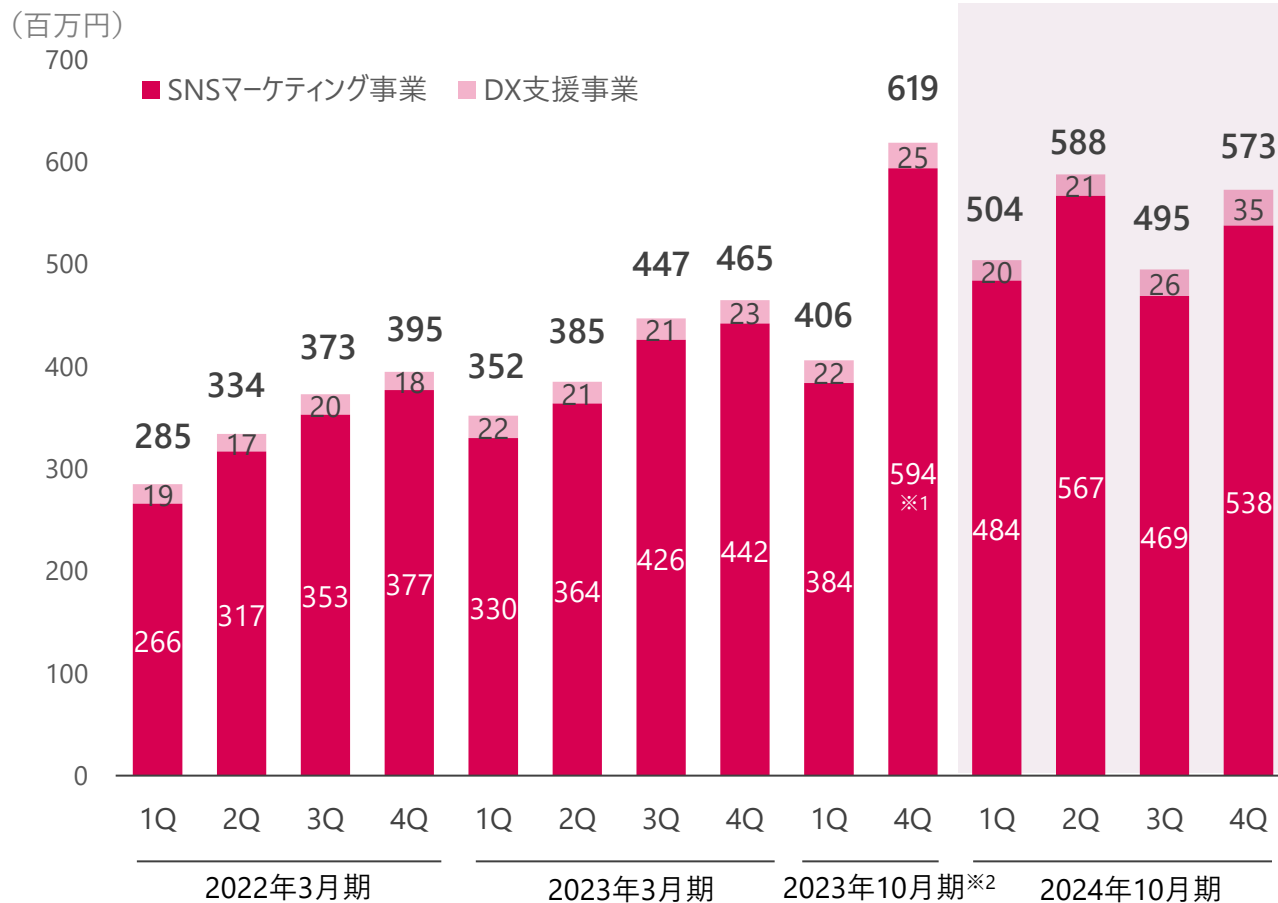
目次

- 01 会社概要
- 02 SNSマーケティング概況
- 03 事業概要・市場環境
- 04 事業計画
- 05 財務情報**
- 06 Appendix

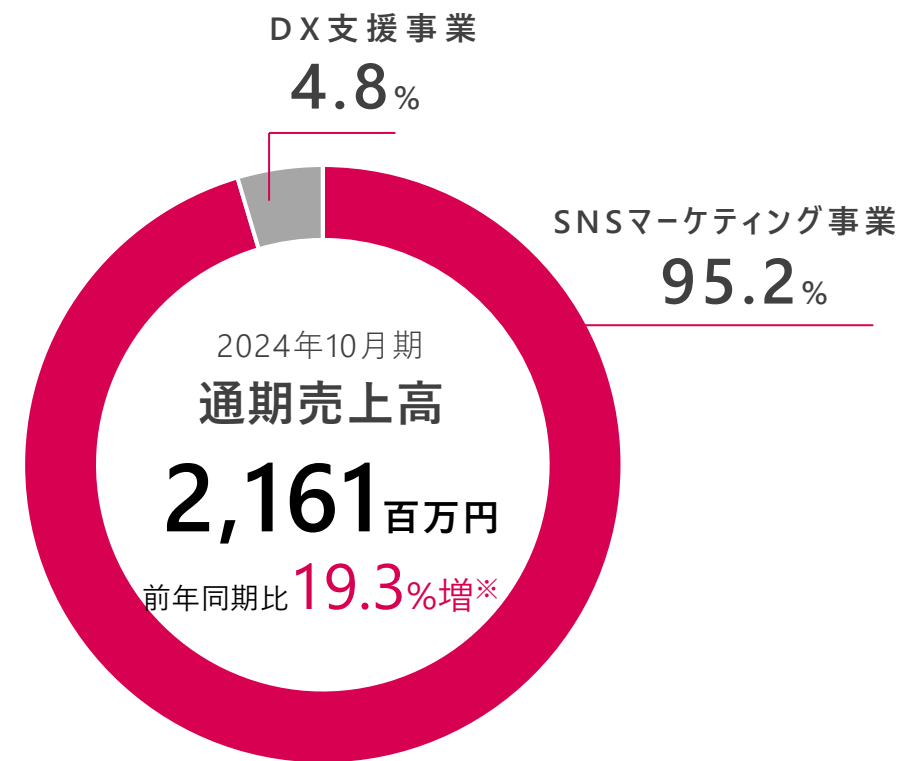
売上高推移・構成比

- SNS運用支援の計画を上回る受注、および海外売上の拡大により2024年10月期の売上高は2,161百万円
- 大型案件を受注したDX支援事業は前年同期比20.1%増となった

売上高の推移



事業別売上高構成比



※2022年11月~2023年10月の売上高と比較

※1:2023年7月~10月の4か月間
※2:2023年4月~10月の7か月決算

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

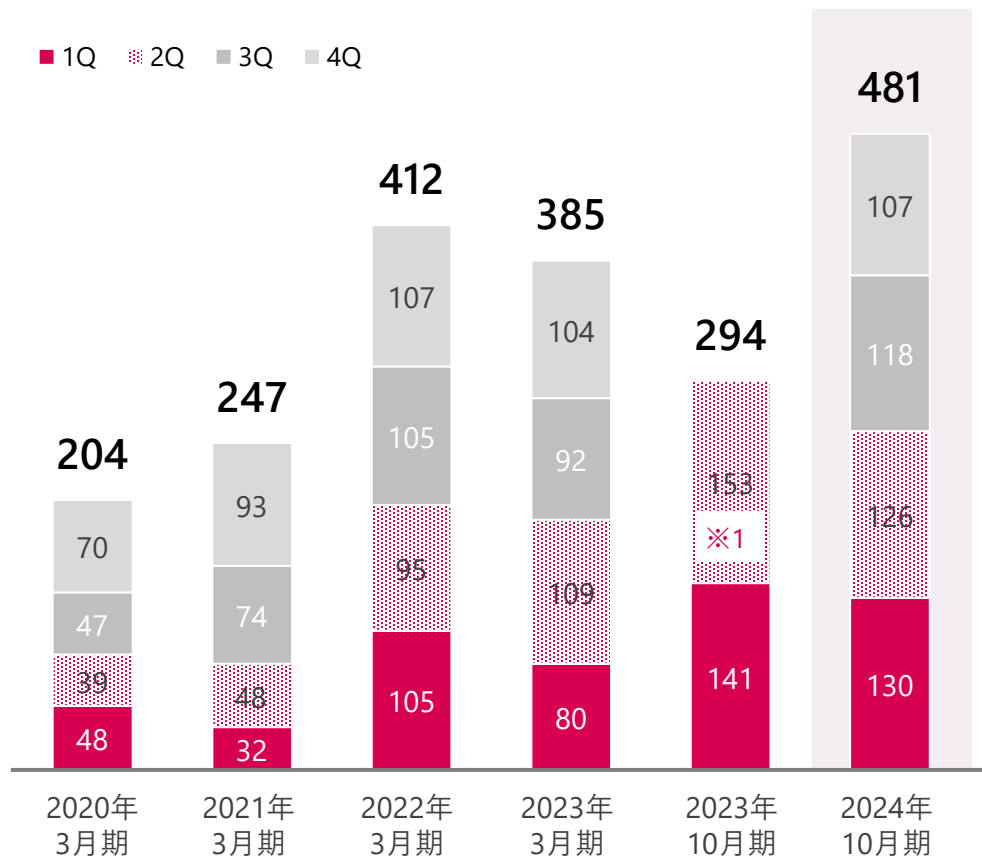
主要KPIの推移①

(SNS運用支援) 新規受注件数・ロイヤルクライアント社数の推移

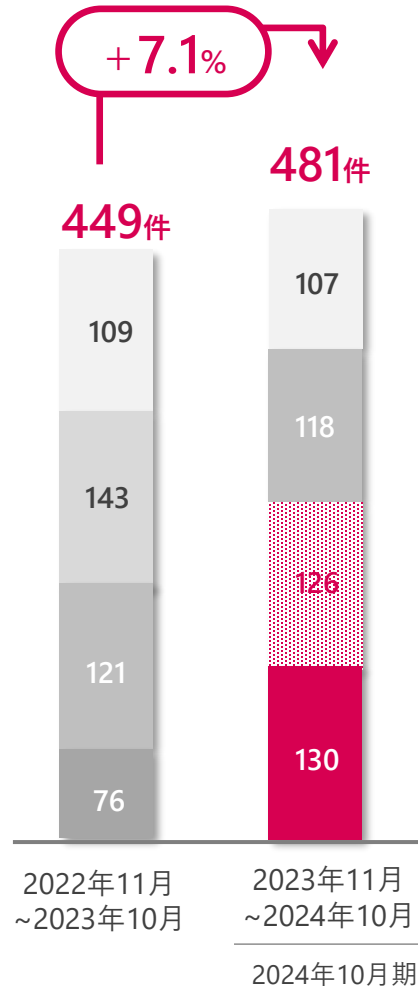
新規受注件数の推移

(件数)

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q

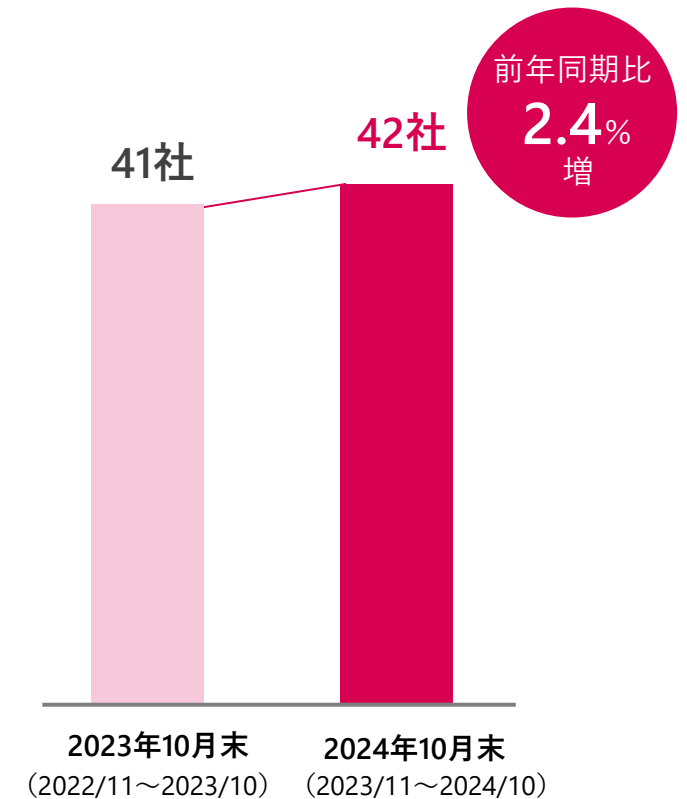


< 前年同期比較 >



ロイヤルクライアント社数の推移

当社との年間取引高が1,000万円以上の顧客を「ロイヤルクライアント」と定義

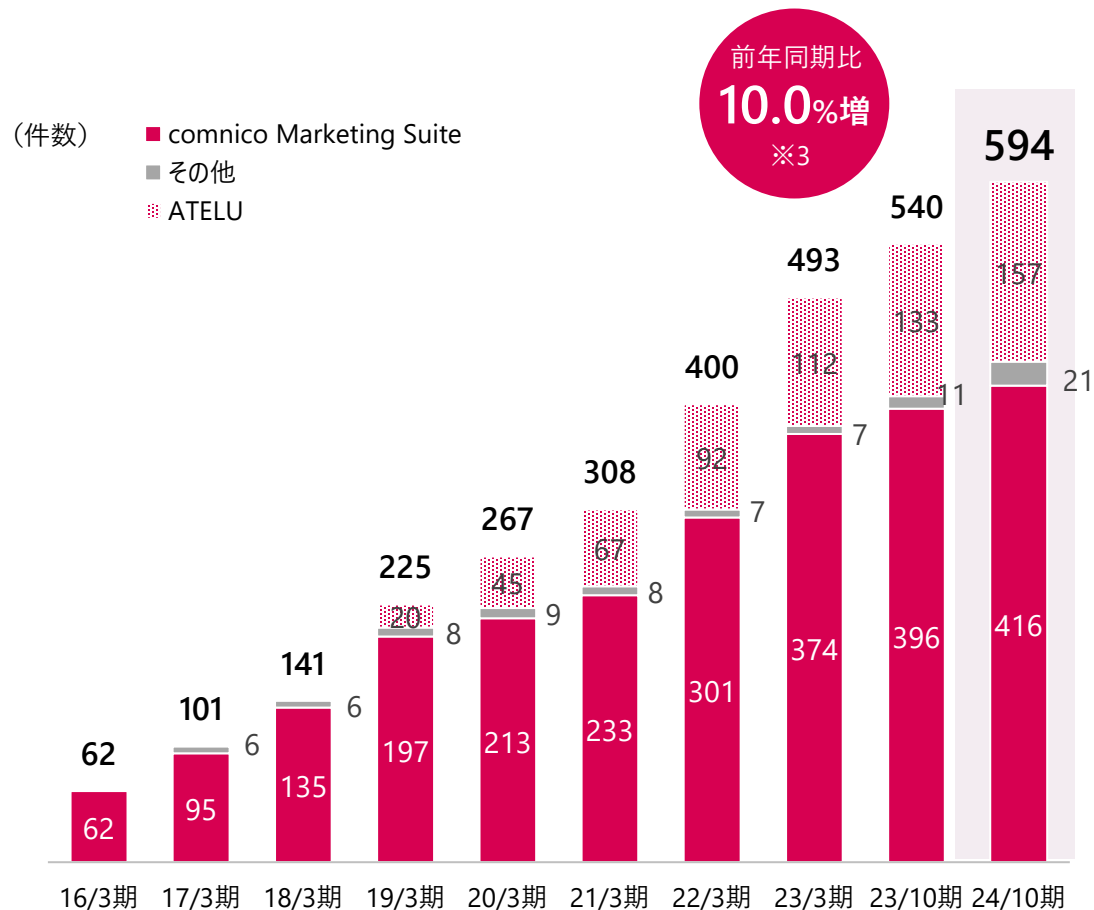


※1:2023年7月~10月の4か月間
 ※2:2023年4月~10月の7か月決算

主要KPIの推移②

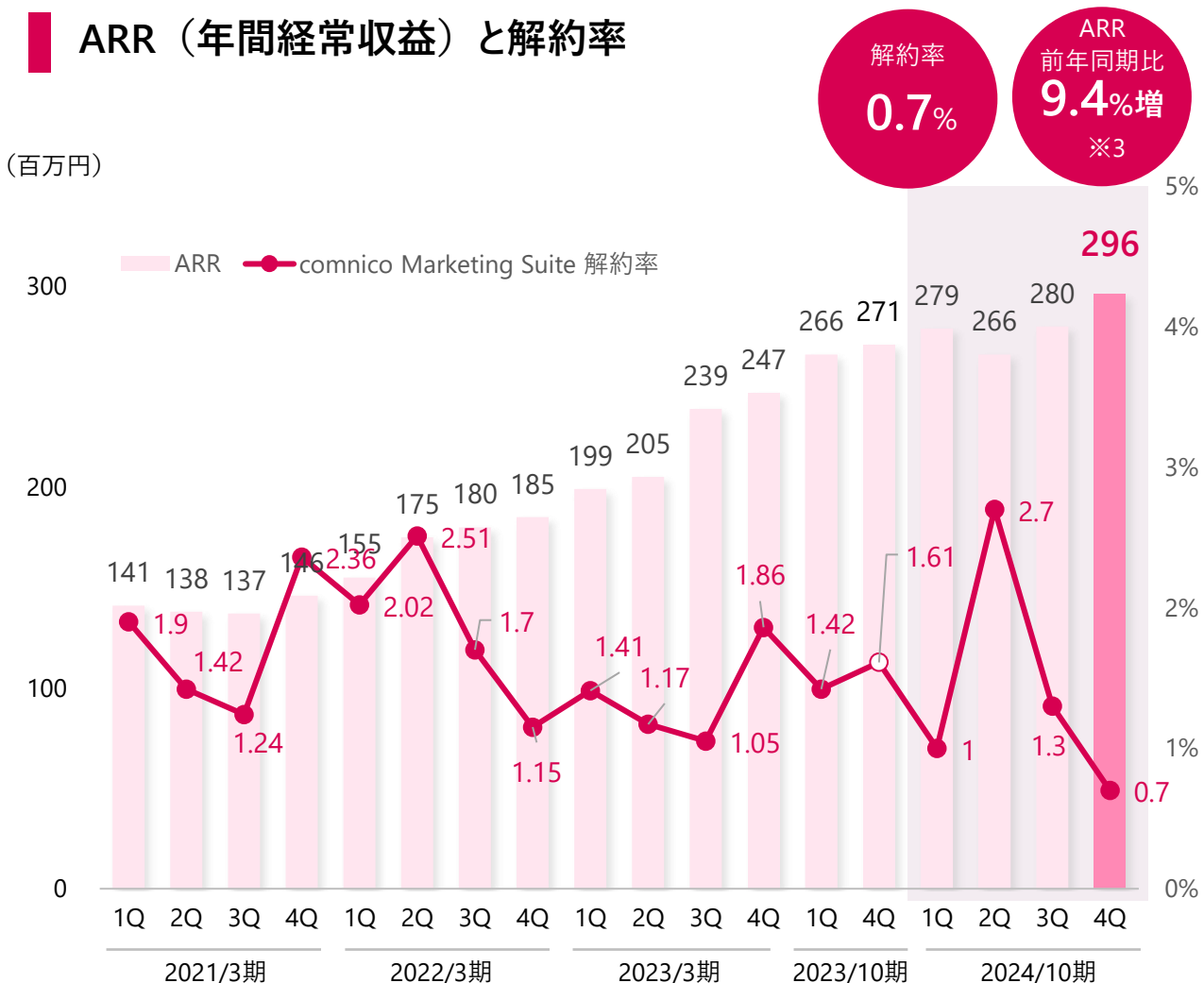
SNS運用支援ツール契約件数、comnico Marketing SuiteのARR^{※1}の推移と解約率^{※2}

SNS運用支援ツール契約件数



ARR（年間経常収益）と解約率

(百万円)



※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: 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

※3: 2023年3月期4月~10月と比較

目次

- 01 会社概要
- 02 SNSマーケティング概況
- 03 事業概要・市場環境
- 04 事業計画
- 05 財務情報

06 Appendix

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



大株主の状況

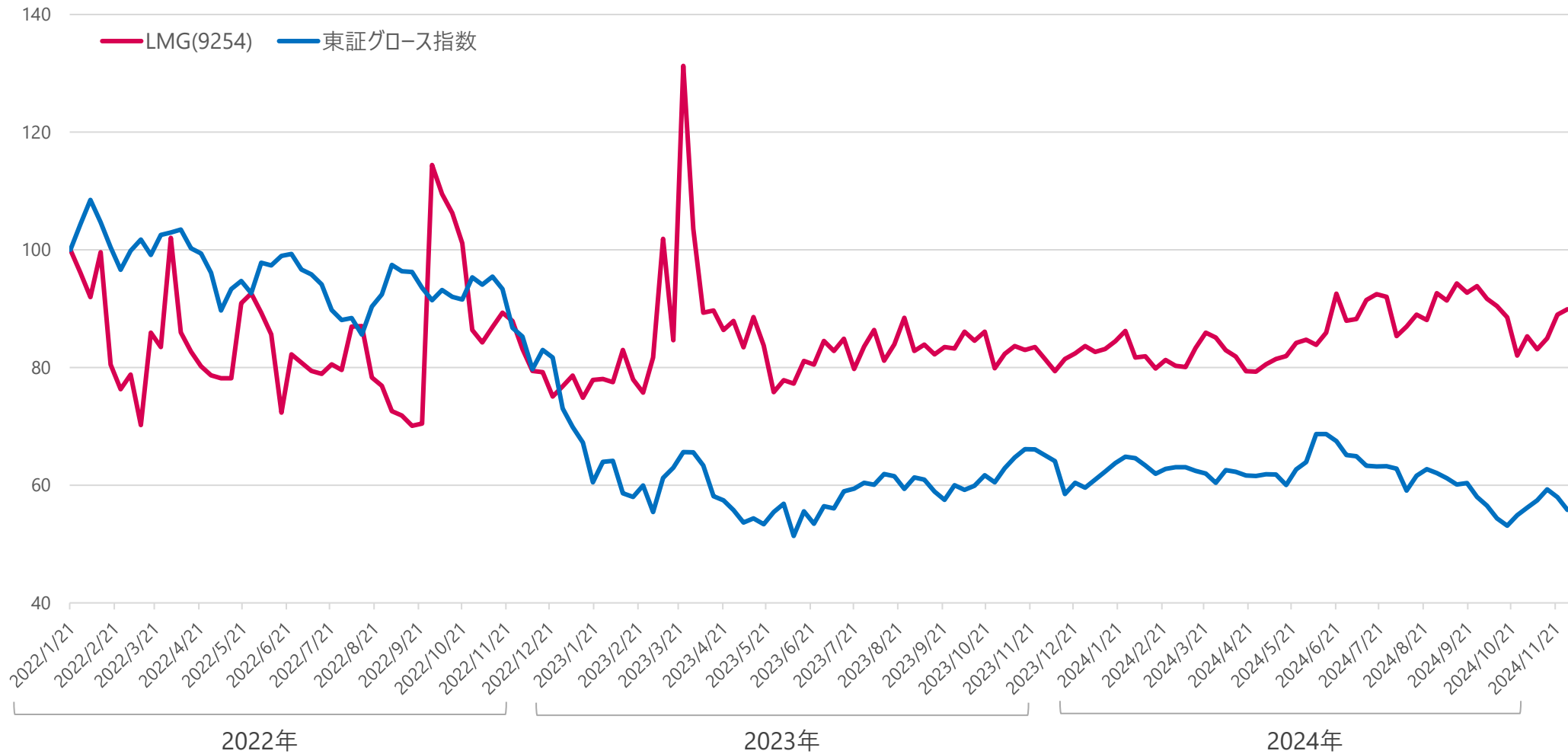
(2024年10月末時点)

株主名	所有株数 (株)	持株比率
合同会社みやびマネージメント	342,450	27.97
各務 正人	132,600	10.83
株式会社日比谷コンピュータシステム	131,900	10.77
林 雅之	72,114	5.89
株式会社DMM. com証券	71,100	5.81
K G I A S I A L I M I T E D	50,300	4.11
横山 隆治	39,375	3.22
長谷川 直紀	25,500	2.08
株式会社SBI証券	20,500	1.67
青木 達也	19,000	1.55
計	904,839	73.90

- (注) 1. 当社は自己株式を222,500株保有しておりますが、上記大株主から除いております。
2. 持株比率は自己株式(222,500株)を控除して計算しております。

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



SNSマーケティング事業のポジショニング

- SNSの黎明期である2008年に子会社 株式会社コムニコを創業、アカウント運用の経験と実績をもとに運用全般を強みとしている



	当社	A社	B社	C社
SNSマーケティングにおける強み (得意領域)	運用全般における バランスのとれた統合型支援	データドリブンマーケティング	インフルエンサー 活用支援	運用全般
SNSマーケティングにおける 主要サービス	1. 運用支援 2. 運用支援ツール 3. 教育	1. 運用支援 2. 分析ツール	1. インフルエンサー支援 2. インターネット広告 3. 運用支援	1. 運用支援 2. インフルエンサー支援
SNSマーケティング事業の開始時期	2008年	2018年	2017年	2009年
メディア掲載件数 ^{※1}	359件	239件	148件	318件
書籍出版 ^{※2}	7冊	8冊	2冊	5冊
自社開発ツールの概要	① 運用効率化ツール ② キャンペーン支援ツール ③ チャットボットツール	ソーシャルリスニングツール (口コミ分析)	SNS運用管理ツール	自社開発ツールはなし

※1 2018年1月～2023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

※2 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

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

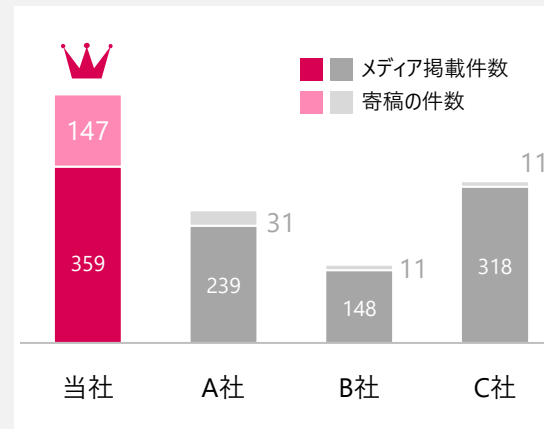
書籍の出版 ※1



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）

株主優待制度のご案内

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、株主優待制度を新設いたしました。

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。

主要な事業等のリスクについて

① インターネット事業に関する一般的なリスク

当社グループは、インターネット関連事業を主たる事業対象としているため、インターネットの活用シーンの多様化、利用可能な端末の増加等のインターネットのさらなる普及が成長のための基本的な条件と考えております。インターネットの普及は引き続き進んでいるものの、今後どのように進展していくかについては不透明な部分もあります。当社グループは、法改正などの早期情報収集、市場動向のモニタリングなど行なっておりますが、インターネットに関する何らかの弊害の発生や利用等に関する新たな規制の導入、その他予期せぬ要因によって、今後の普及に大きな変化が生じた場合、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

発生可能性：中、発生する可能性のある時期：特定時期なし、影響度：大

② 技術革新について

当社グループが事業を展開するインターネット業界においては、事業に関連する技術革新のスピードや顧客ニーズの変化が速く、それに基づく新サービスの導入が相次いで行われております。当社グループは、これらの変化に対応するため、技術者の確保や必要な研修活動を行っておりますが、これらが想定通りに進まない場合等、変化に対する適切な対応に支障が生じた場合、当社グループの業界における競争力が低下し当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

発生可能性：中、発生する可能性のある時期：特定時期なし、影響度：中

③ ソーシャルメディアデータの法整備について

ソーシャルメディアが益々浸透し、クチコミが日々大量に生成されるようになりました。このような状況において、ソーシャルメディアデータに関する法整備においては、2010年1月に施行された改正著作権法でインターネット上の検索サービスを提供する事業者がその検索サービスに必要な情報を収集する行為が一定の条件下で認められるようになりました。しかしながら、今後の新たな法律の制定や既存の法律の改正により、自主規制が求められるようになる可能性があります。当社グループではこれらの動向に関する情報収集を行っておりますが、当社グループのサービスを提供する上での情報収集やサービスの提供の仕方自体に何らかの制約を受けた場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

発生可能性：中、発生する可能性のある時期：特定時期なし、影響度：大

④ 主要SNSのユーザーの利用動向やプラットフォームの規制変更等について

当社グループのサービスは、Instagram、Facebook、X等の主要SNSのプラットフォーム上でのマーケティング手法を中心としております。利用者が増加傾向にあるSNSは広告媒体としての訴求力が高まることから、各SNSのユーザーの利用動向は重要な指標となるため、当社グループではこれらの動向に関する情報収集を行っておりますが、既存のSNSにおけるユーザーの利用動向の変化や、新たなSNSの流行に対して、当社グループの対応が遅れた場合、業績及び財政状態に影響を与える可能性があります。また、広告関連の規約・規制等の変更により、情報の取得に制限や禁止となることで従来可能であったマーケティング手法を用いることが出来なくなる可能性があり、当社グループの対応が遅れた場合や、SNSのセキュリティ面の不備により信頼性に疑義が発生した場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

発生可能性：中、発生する可能性のある時期：特定時期なし、影響度：大

※その他のリスクについては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照ください。

本資料の取り扱いについて

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。

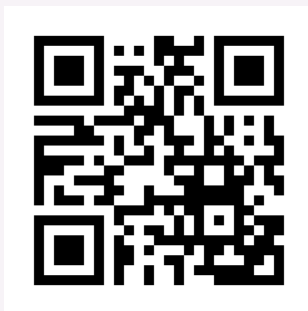
本書はいかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申し込みまたは買付けの申込みの勧誘を構成するものでも、勧誘行為を行うものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。

なお、次回の更新は、2026年1月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>

