



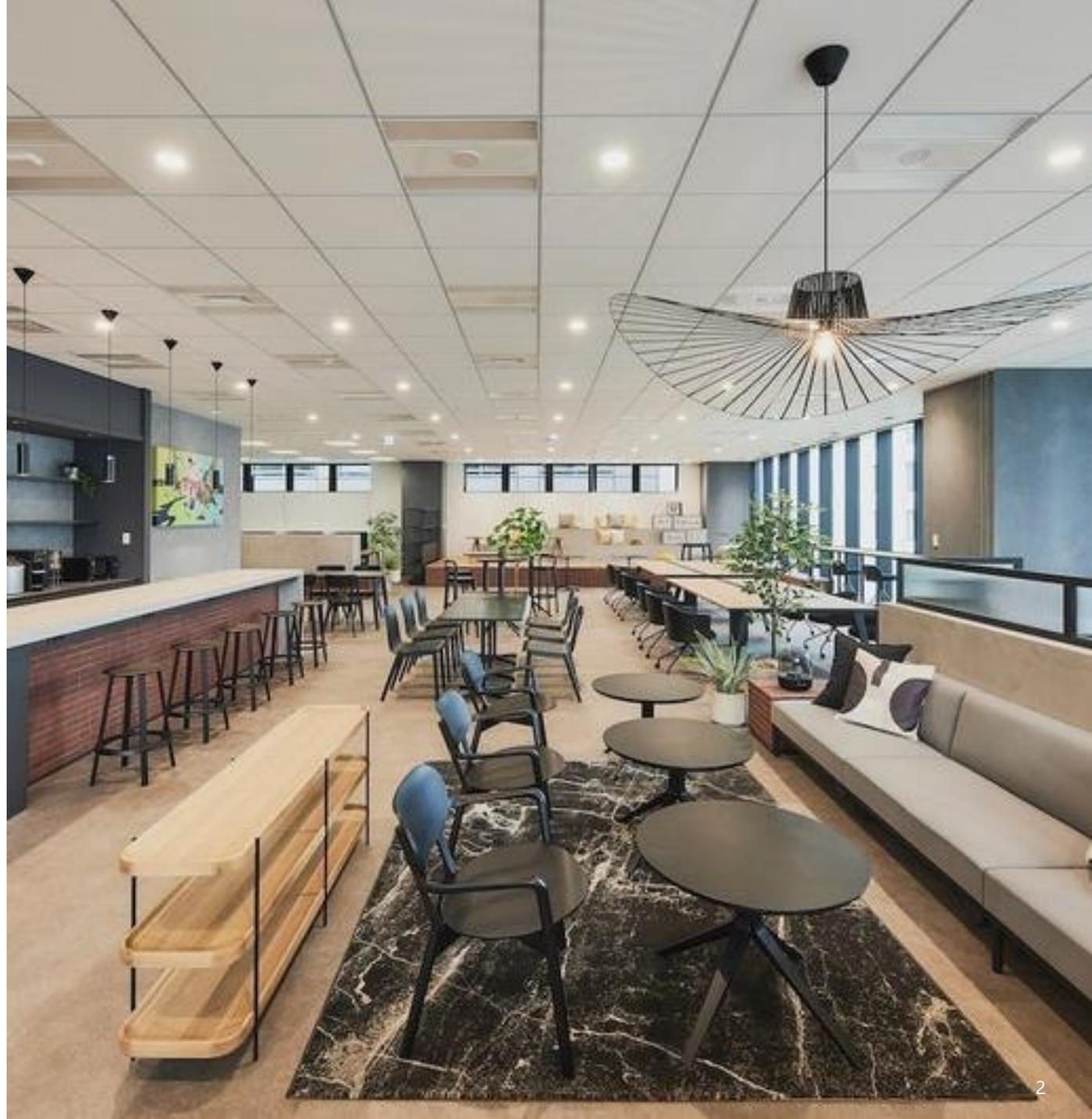
# 2024年10月期第3四半期 決算説明資料

株式会社ラバブルマーケティンググループ

証券コード：9254

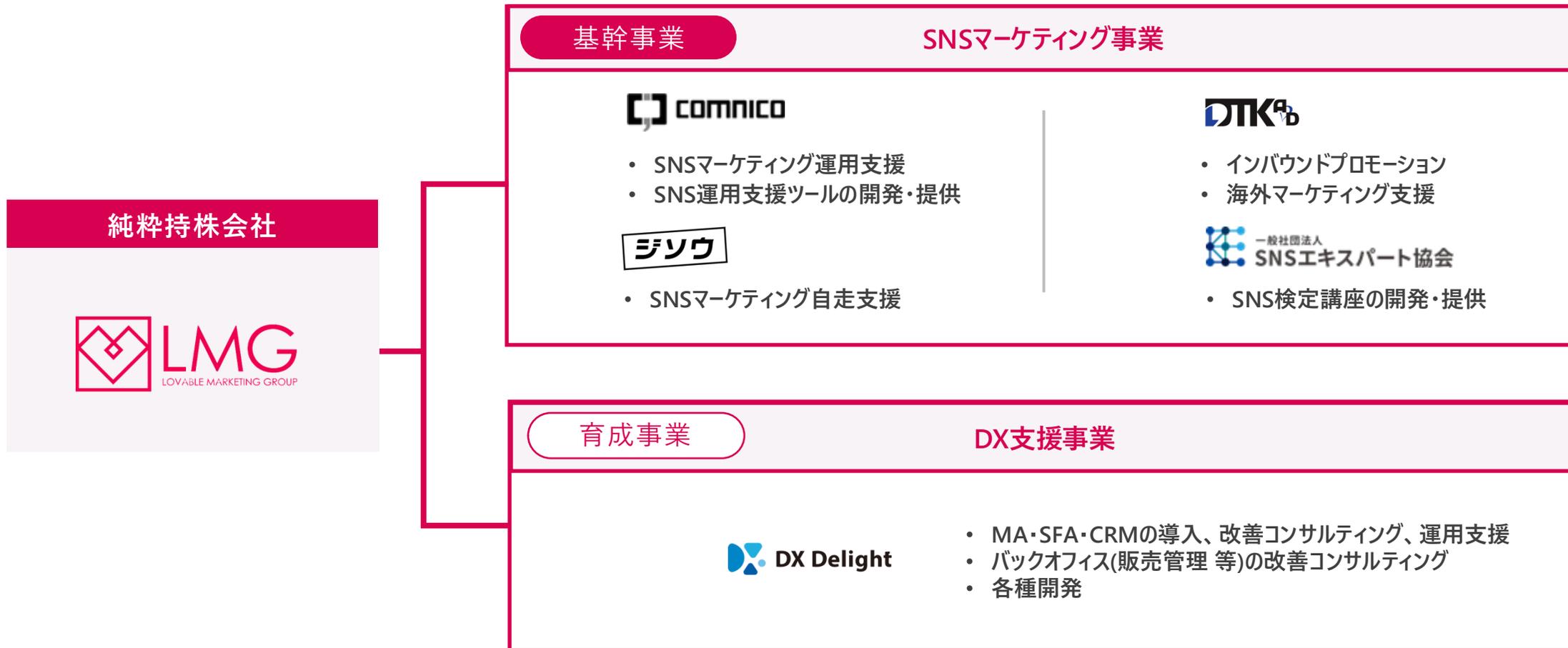
# 会社概要

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.
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



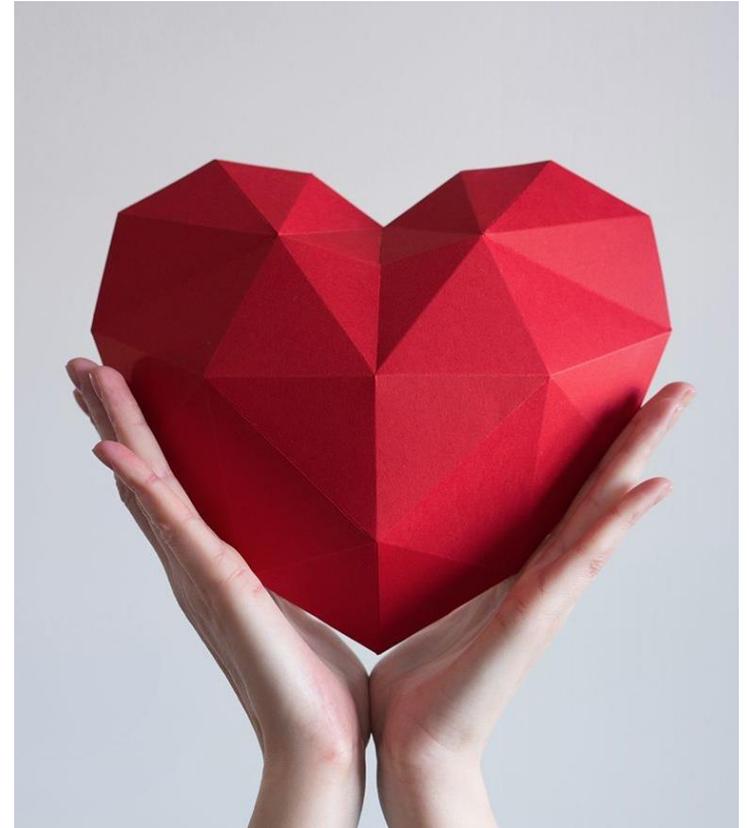
# 事業構成

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月期第3四半期 決算概要
03. 事業別報告
04. 成長戦略
05. 株式会社ユニオンネット子会社化について
06. Appendix



# 01. エグゼクティブサマリー

# 2024年10月期第3四半期 業績ハイライト（累計）

売上高

1,588 百万円

通期業績予想に対する進捗率 79.4%

営業利益

155 百万円

通期業績予想に対する進捗率 155.9%

SaaS型プロダクト契約件数

568 件

前年同期比 6.2%増※1

comnico Marketing Suite  
ARR（年間経常収益）※2

280 百万円

前年同期比 3.5%増※3

▶ 既存顧客へのアップセルや海外売上の拡大など、SNSマーケティング事業の業績牽引により売上高は過去最高

▶ 営業利益は上期の原価・販管費の未消化及び生産性向上により、期初計画を上回る進捗となった

※1: 2023年7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7月のARRと比較

# 02. 2024年10月期第3四半期 決算概要

# 決算概要 前年同期比

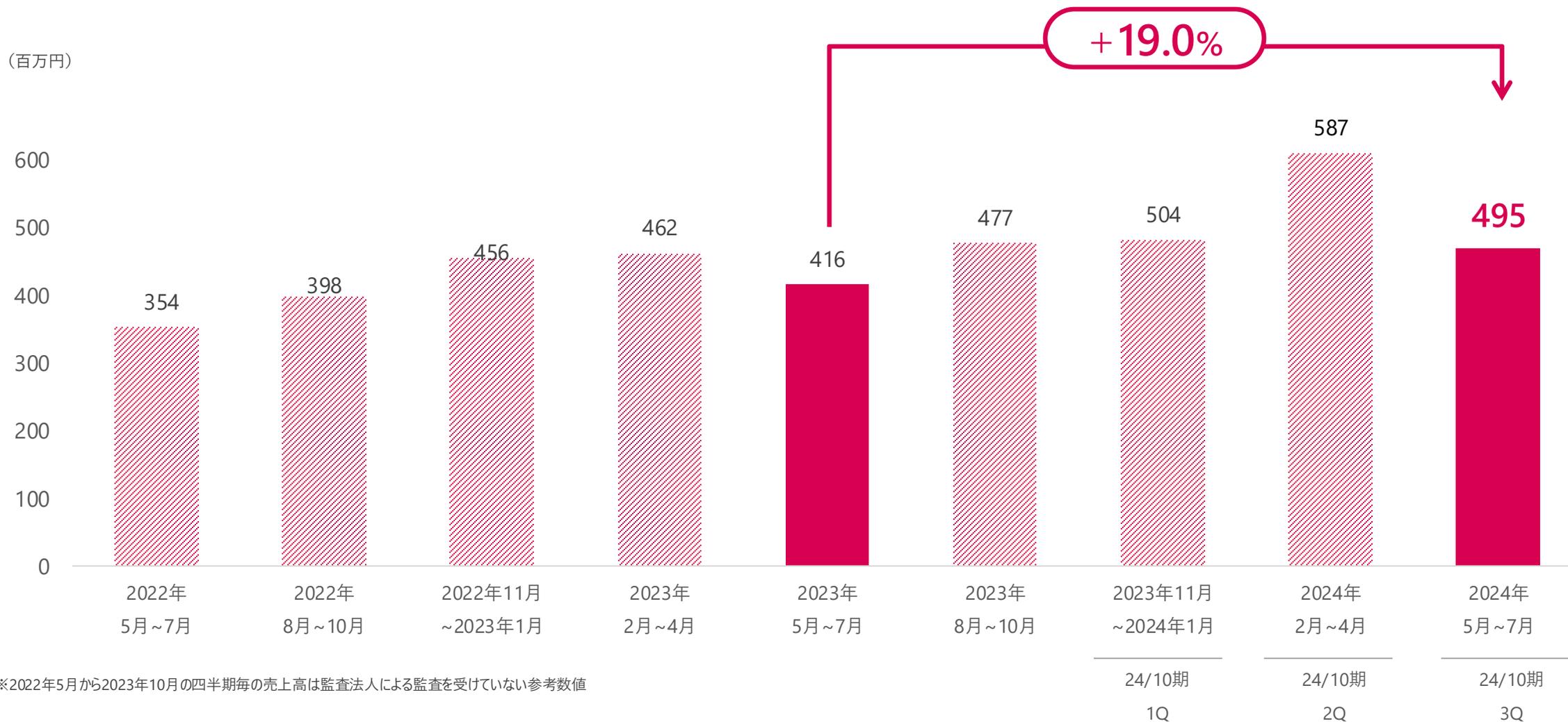
前期は決算期変更による7ヶ月間の変則決算であったため、社内参考値での前年同期比を記載  
通期業績予想に対し売上高は計画通りで**過去最高**、営業利益は大幅達成

(百万円)	2024年10月期 第3四半期実績	前年同期※ 実績 (社内参考値)	増減額	増減率	2024年10月期 通期業績予想	進捗率	
売上高	1,588	1,335	253	19.0%	2,000	79.4%	計画通り
営業利益	155	114	41	36.7%	100	155.9%	大幅達成
経常利益	166	115	50	43.3%	100	166.2%	大幅達成
親会社株主に帰属する当期純利益	81	60	21	36.0%	60	136.5%	大幅達成

※監査法人による監査を受けていない参考数値

# 四半期別 売上高推移

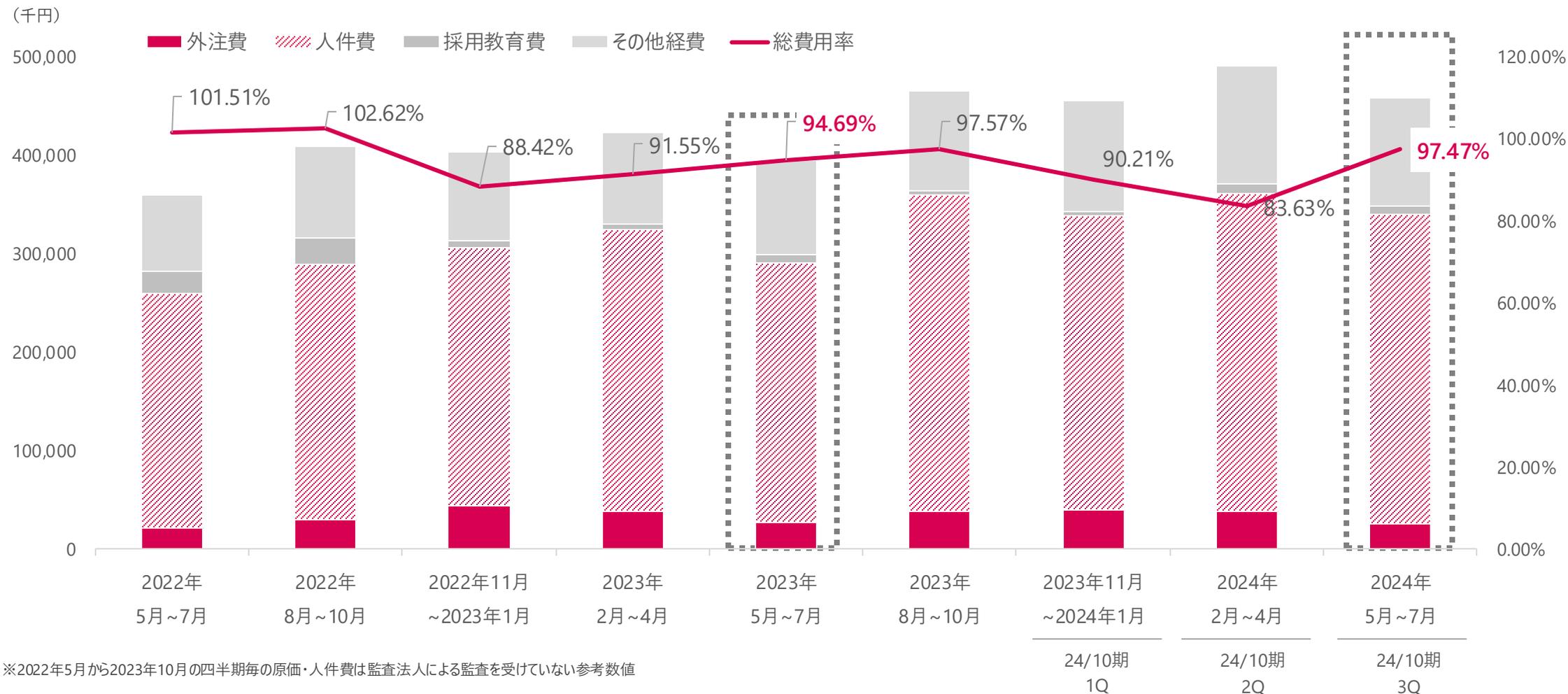
海外売上の順調な拡大によりSNSマーケティング事業は伸長。売上高は前年同期比**19.0%増**



※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

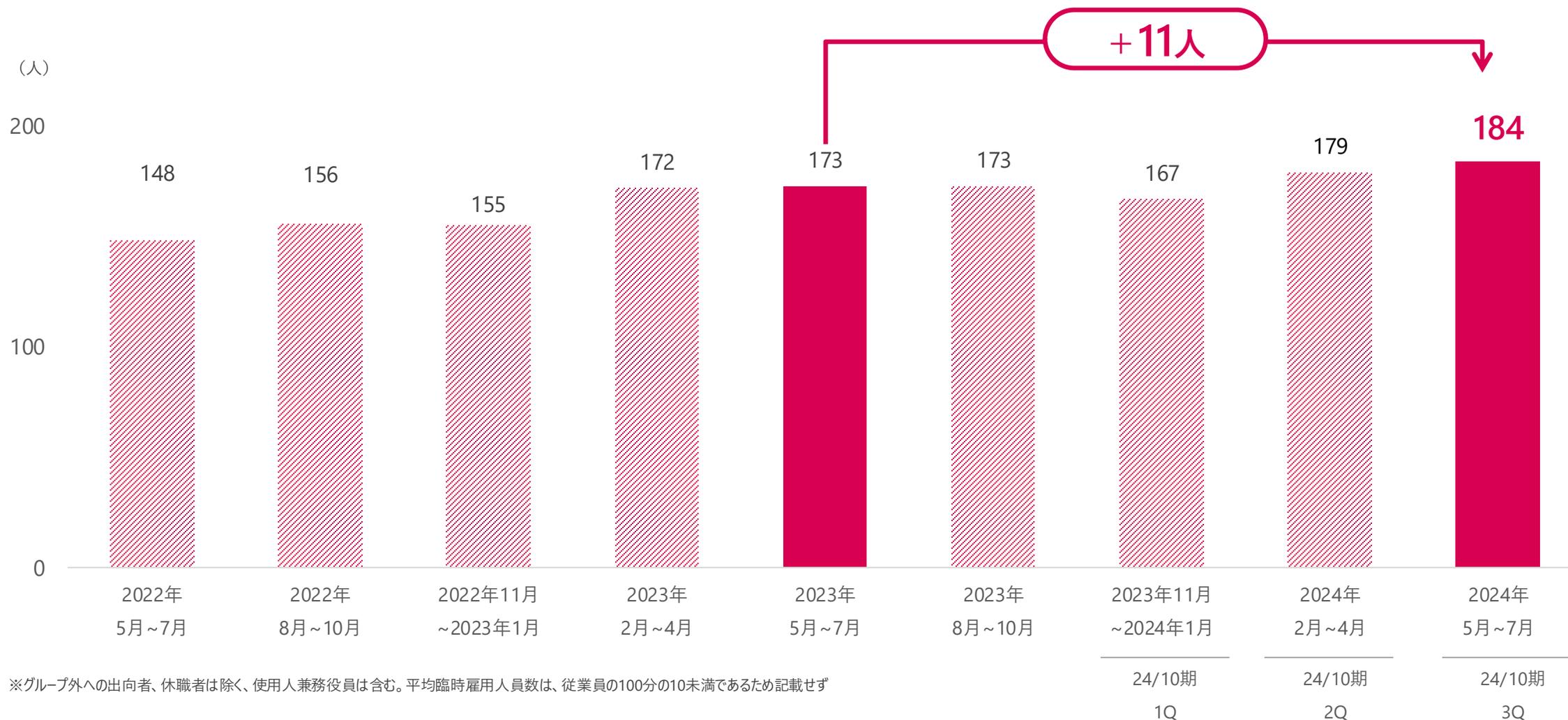
# 四半期別 原価推移

前年同期と比べ、人件費が増加し、総費用率は2.78%増加



# 四半期別 従業員数推移

従業員数※は、前年同期から **11人増加**



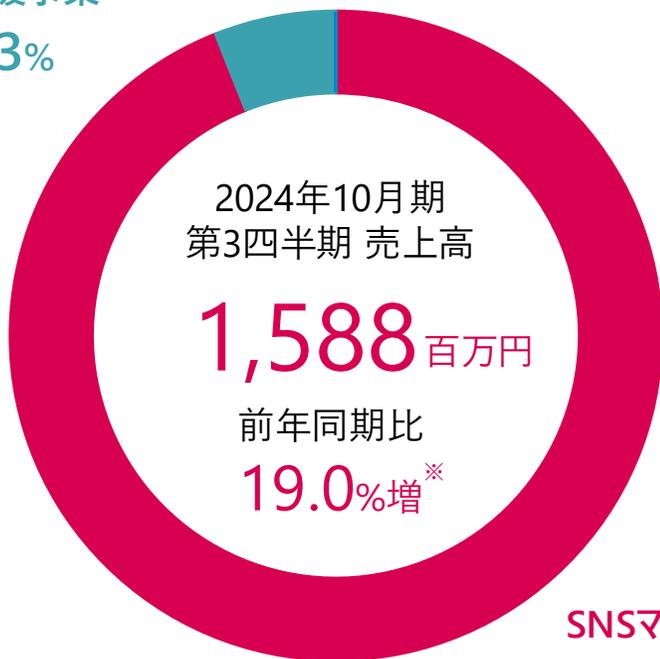
※グループ外への出向者、退職者は除く、使用人兼務役員は含む。平均臨時雇用人員数は、従業員の100分の10未満であるため記載せず

# 売上高サマリー

SNSマーケティング事業は前年同期比**20.0%増**、DX支援事業も**4.1%増**で共に増収

## 事業別売上高構成比

DX支援事業  
4.3%



SNSマーケティング事業  
95.7%

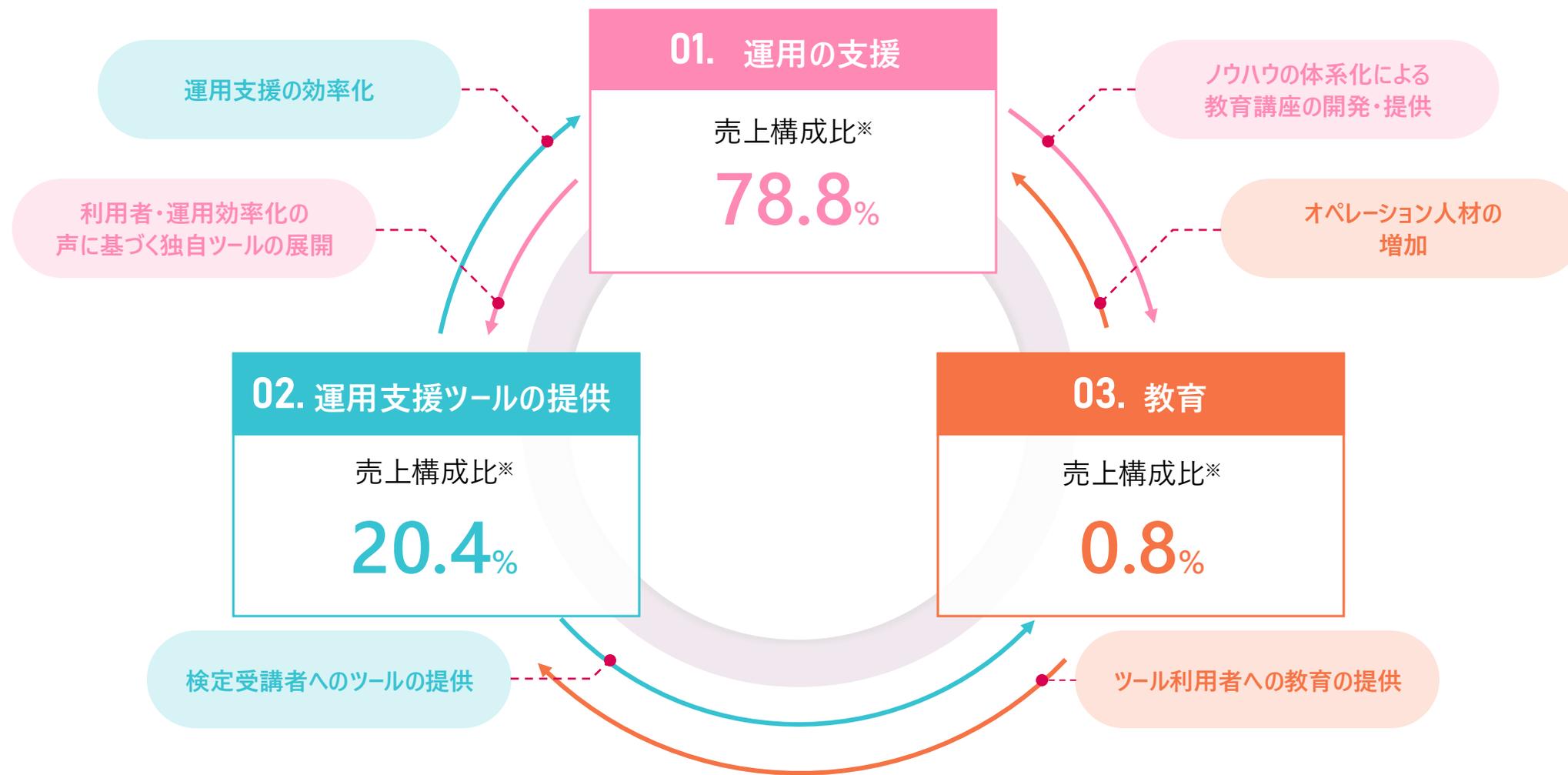
	売上高	前年同期比*
SNS マーケティング 事業	1,520百万円	20.0%増
DX支援事業	67百万円	4.1%増

※2023年2月~2023年4月の売上高と比較

# 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、相互補完しながら循環成長する



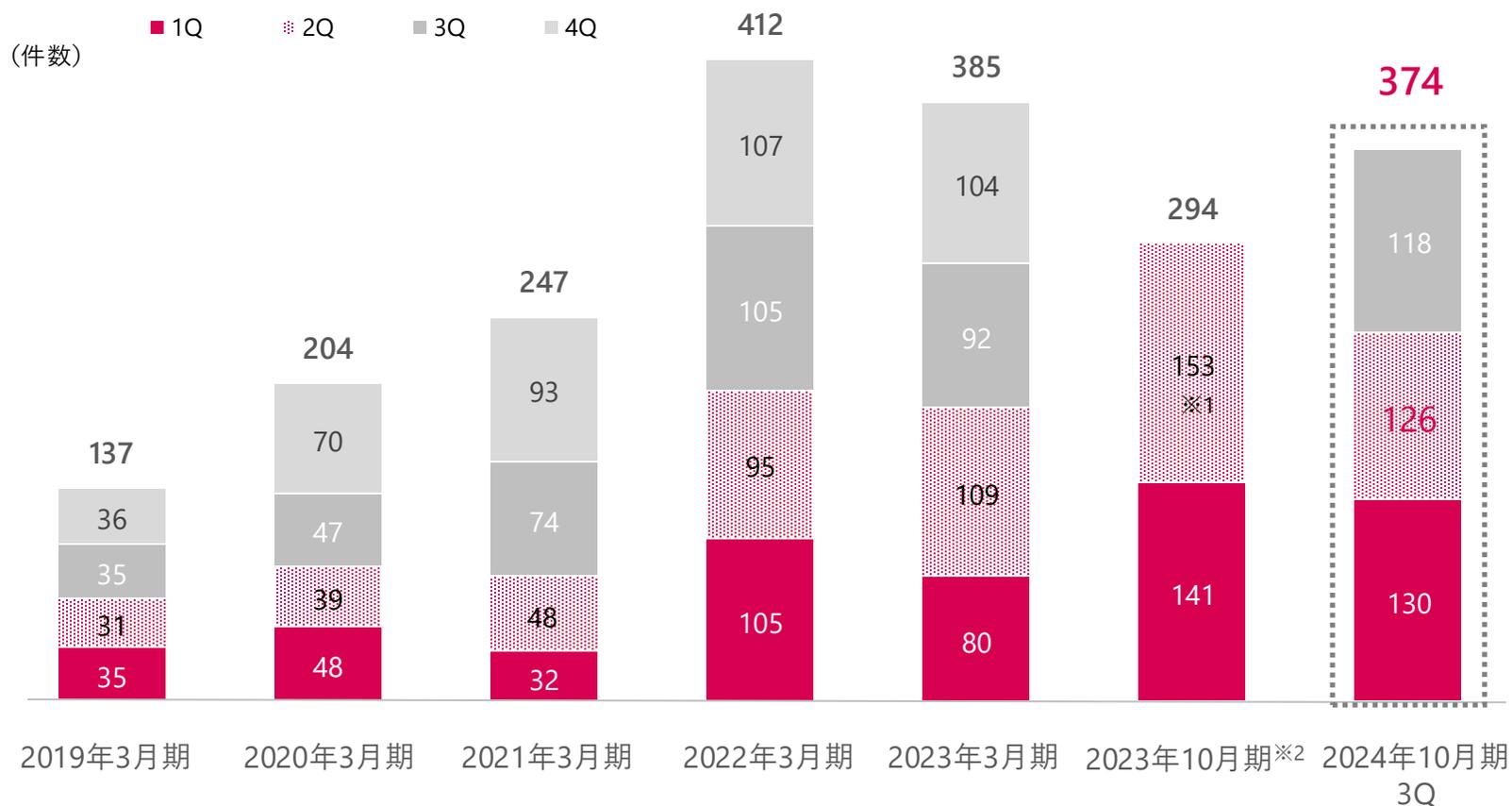
※2024年10月期第3四半期のSNSマーケティング事業における売上高構成割合

# 運用支援 主要KPI 新規受注件数推移

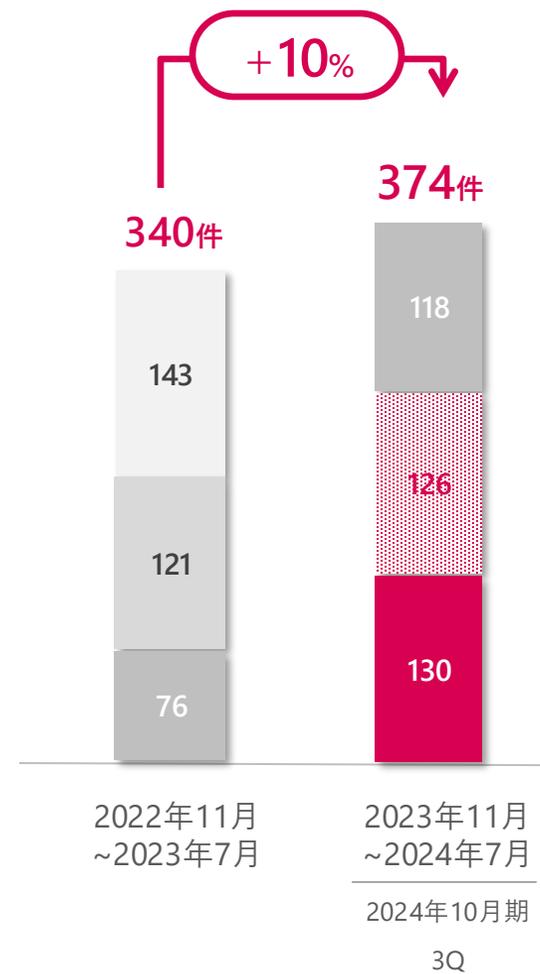


新規受注件数は**374**件、前年同期比は**10%増**で好調に推移

## 新規受注件数推移



## 前年同期比較



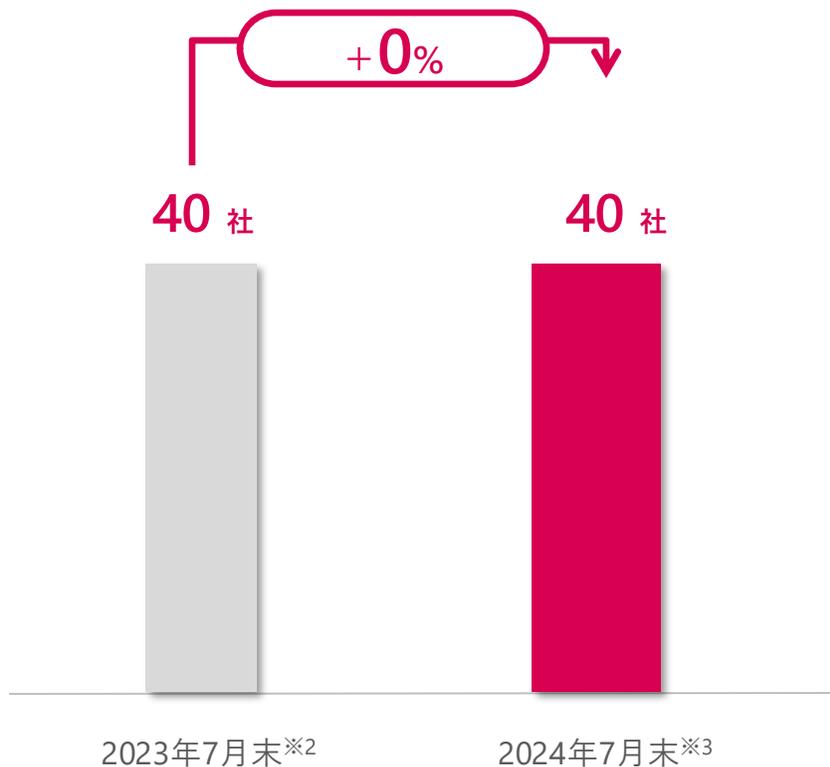
※1:2023年7月~10月の4ヶ月間の数値  
 ※2:2023年4月~10月の7ヶ月決算

# 運用支援 主要KPI

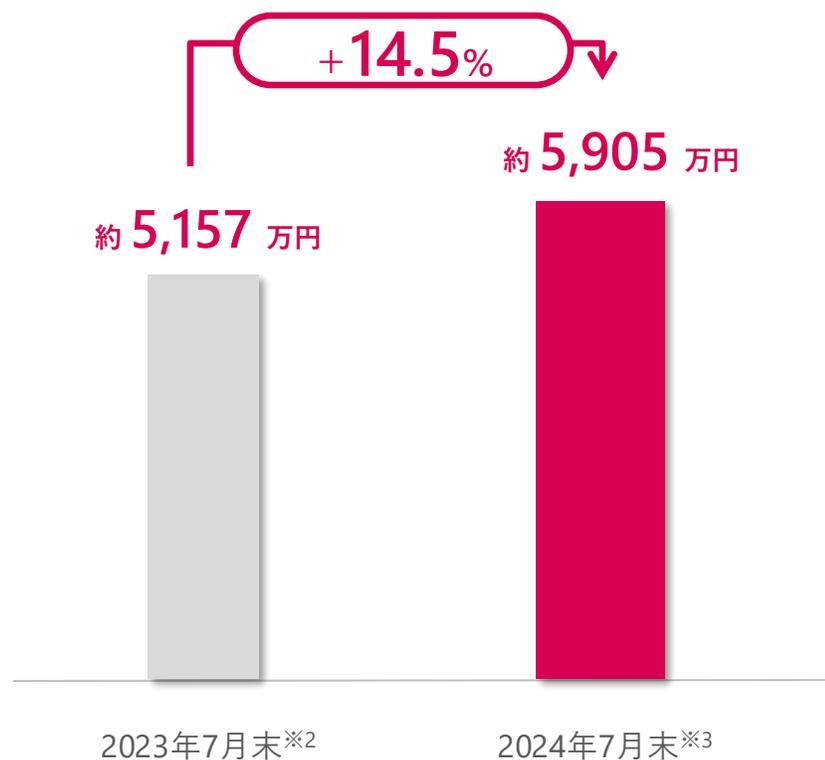
## ロイヤルクライアント社数推移

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、前年同期間と同数。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が成功し**14.5%**増加した

### 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



※1:当社との年間取引高が1,000万円以上の顧客

※2:2022年8月～2023年7月末

※3:2023年8月～2024年7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  
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

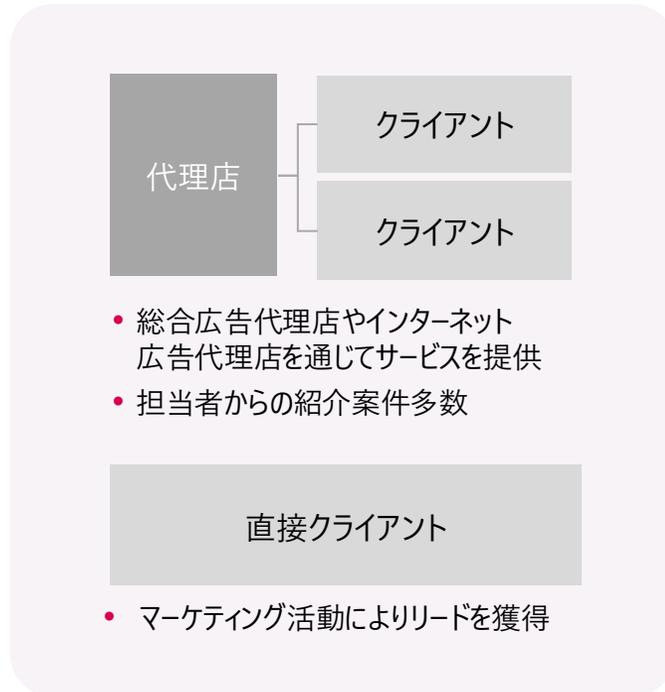
## クライアント



## 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<sup>※</sup>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

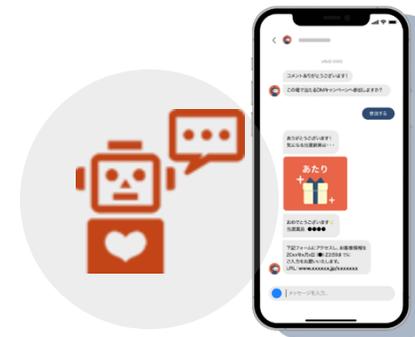
NFT (非代替性トークン) にも対応

## 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

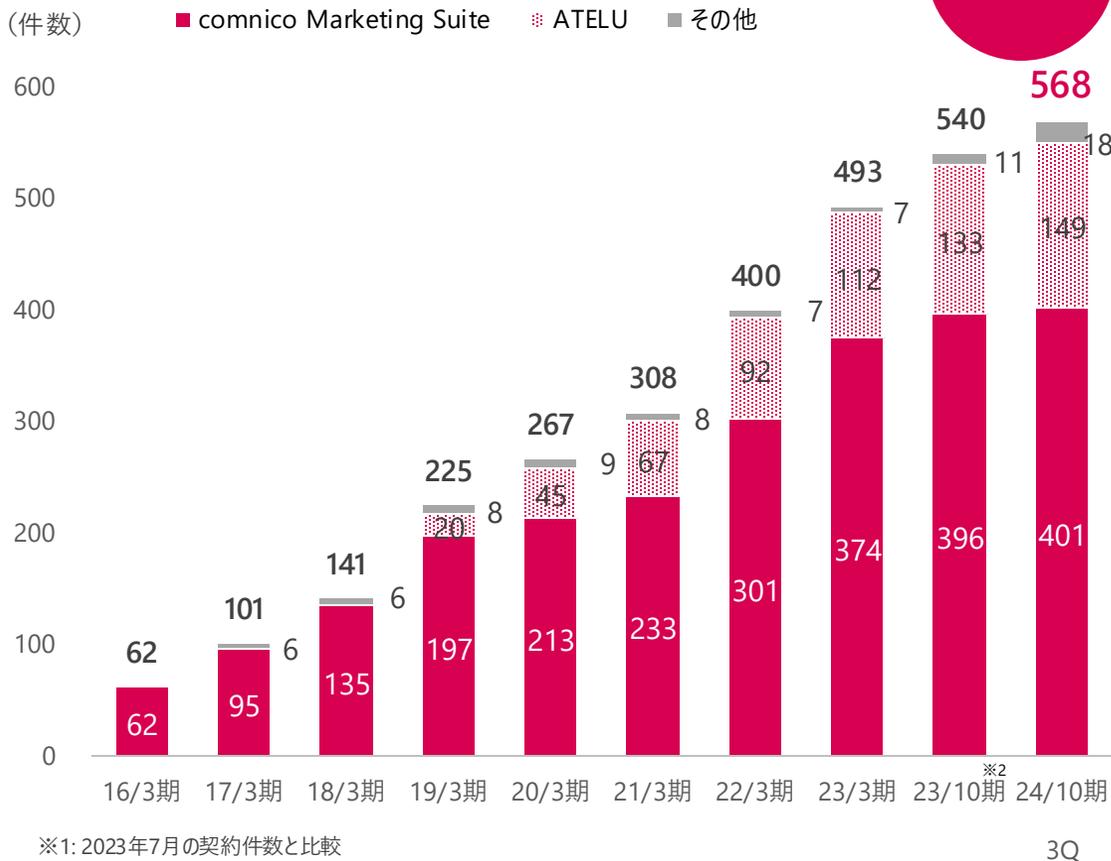
- Instagramダイレクトメッセージの自動応答
- ダイレクトメッセージ上での即時抽選



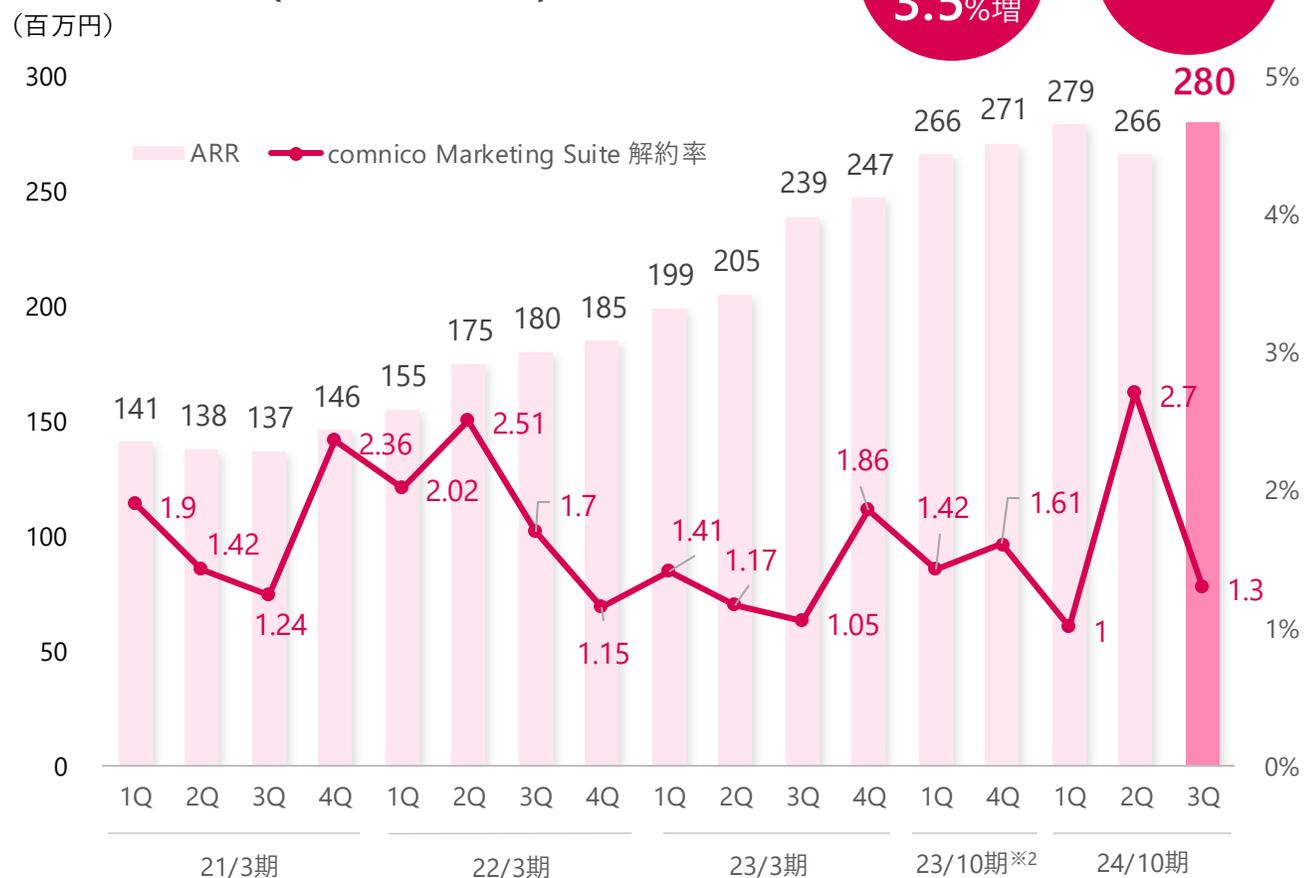
# 運用支援ツール 主要KPI推移

契約件数は順調に増え、前年比**6.2%増**に。主カツール「comnico Marketing Suite」の解約率は一時的にあがった2Qから改善し**1.3%**に  
ARRは前年比**3.5%増**で**過去最高**となった

## 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7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7月のARRと比較

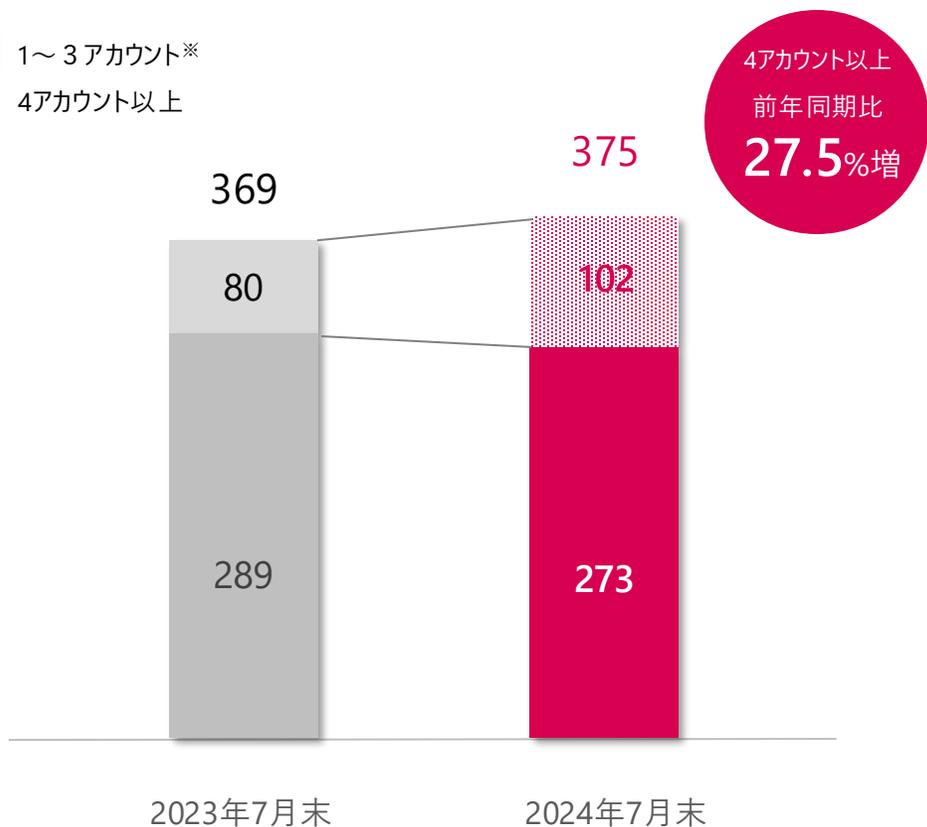
# 運用支援ツール

## 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**27.5%**増加。大手ITグループは2023年の契約時の230から52アカウント増え、**282**アカウントを管理

### comnico Marketing Suite契約社数推移

■ 1～3アカウント※  
■ 4アカウント以上



### クライアント例



※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

縦型・ショート動画の需要拡大を受け「ショート動画制作プラン」を販売開始。「TikTok」専門チームも設置し、複数社から受注  
2023年の動画広告市場規模は526億円に達し、2027年には約2,000億円まで伸びると予想されている

### 縦型・ショート動画 各SNSの特徴



TikTokの国内月間アクティブユーザー数は2,700万人まで増加（2023年9月時点、AppAnnie調べ）※1

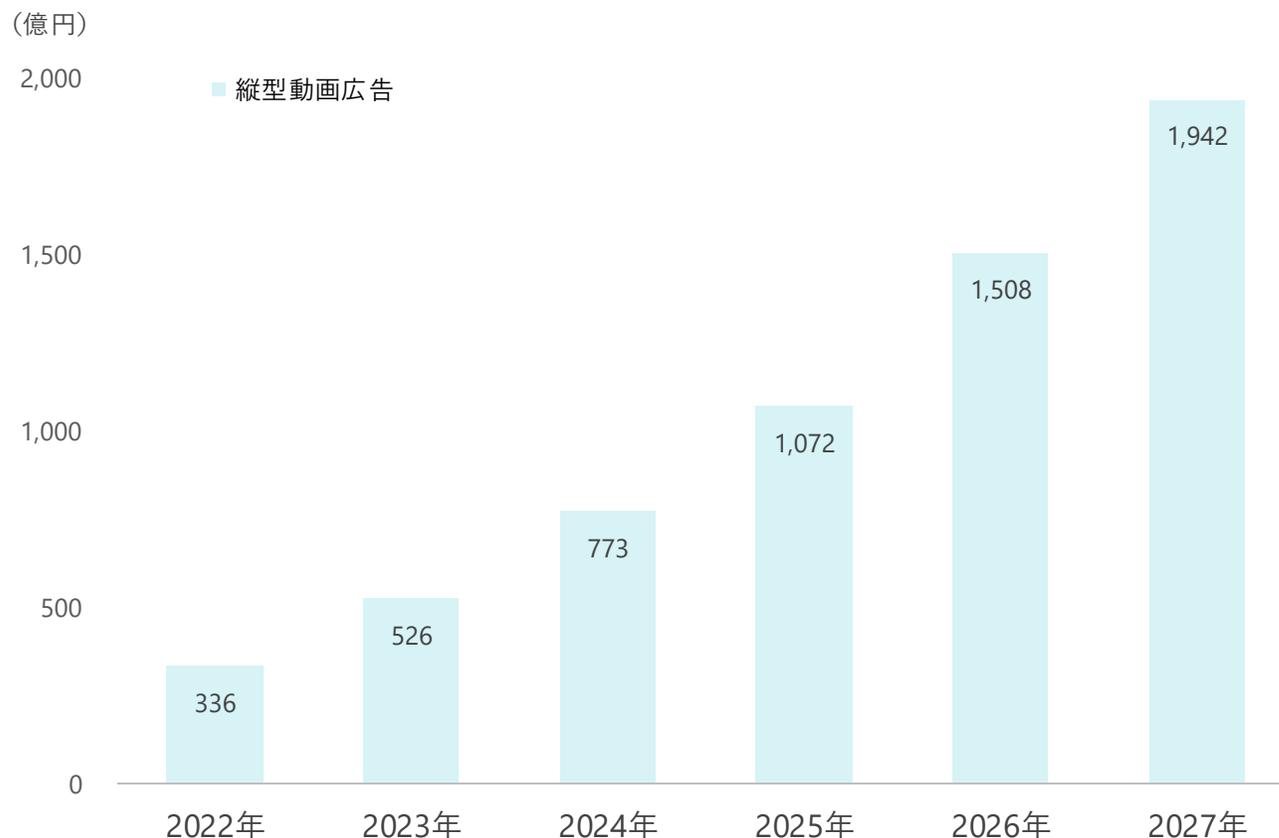


Instagram リールの1日当たりの再生回数は1,400億回以上。（Instagram、Facebook合計）※2



YouTubeショートは、月間20億人以上が視聴※3

### 縦型動画広告市場規模推計・予測（2022年-2027年）※4



※1: We Love Social「人気SNSのユーザー数まとめ | X (Twitter)、Instagram、LINE、TikTokなど」

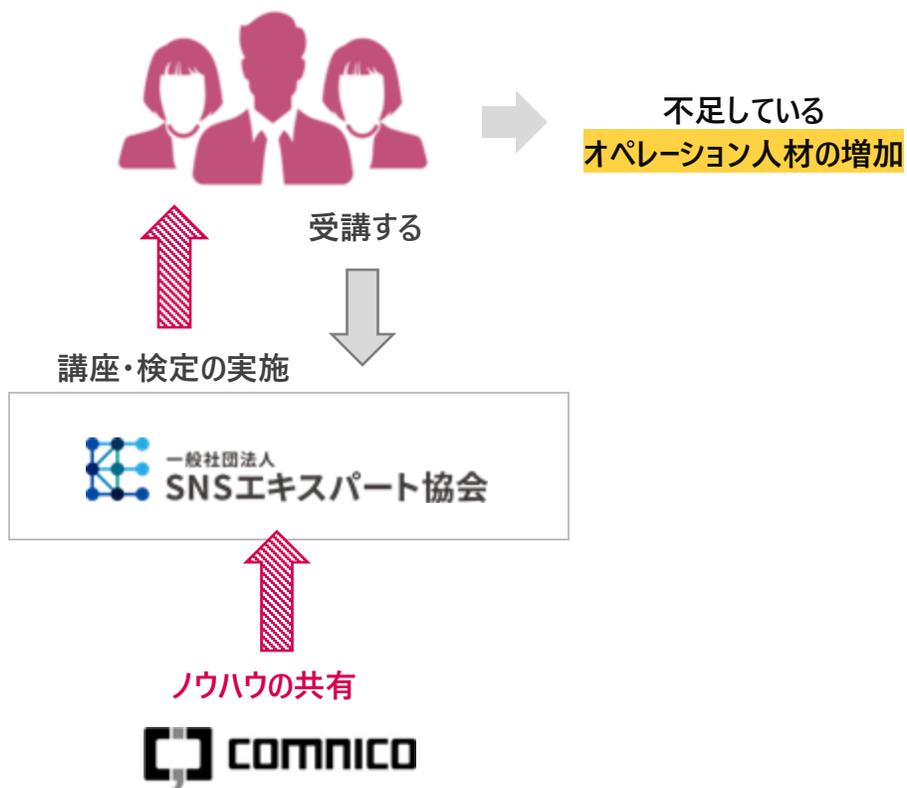
※2: Instagram for Business「Instagramリール：Instagramで短尺動画を作成、発見する」

※3: YouTube Official Blog「6 ways to level up your Shorts with our newest creation tools」

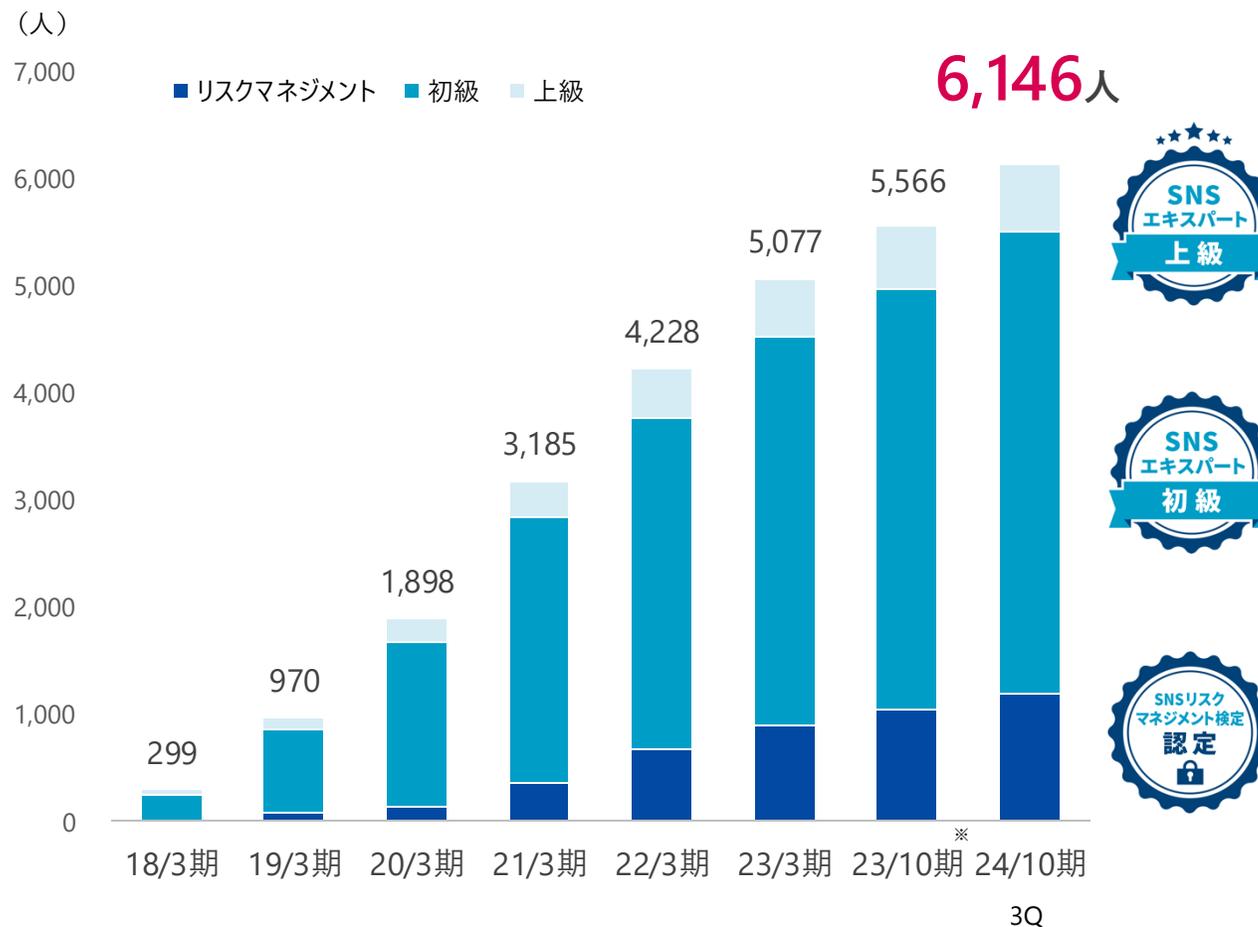
※4: サイバーエージェント「2023年国内動画広告の市場調査を発表」

# 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

## SNSに関する講座・検定の実施



## 検定受講者数の推移

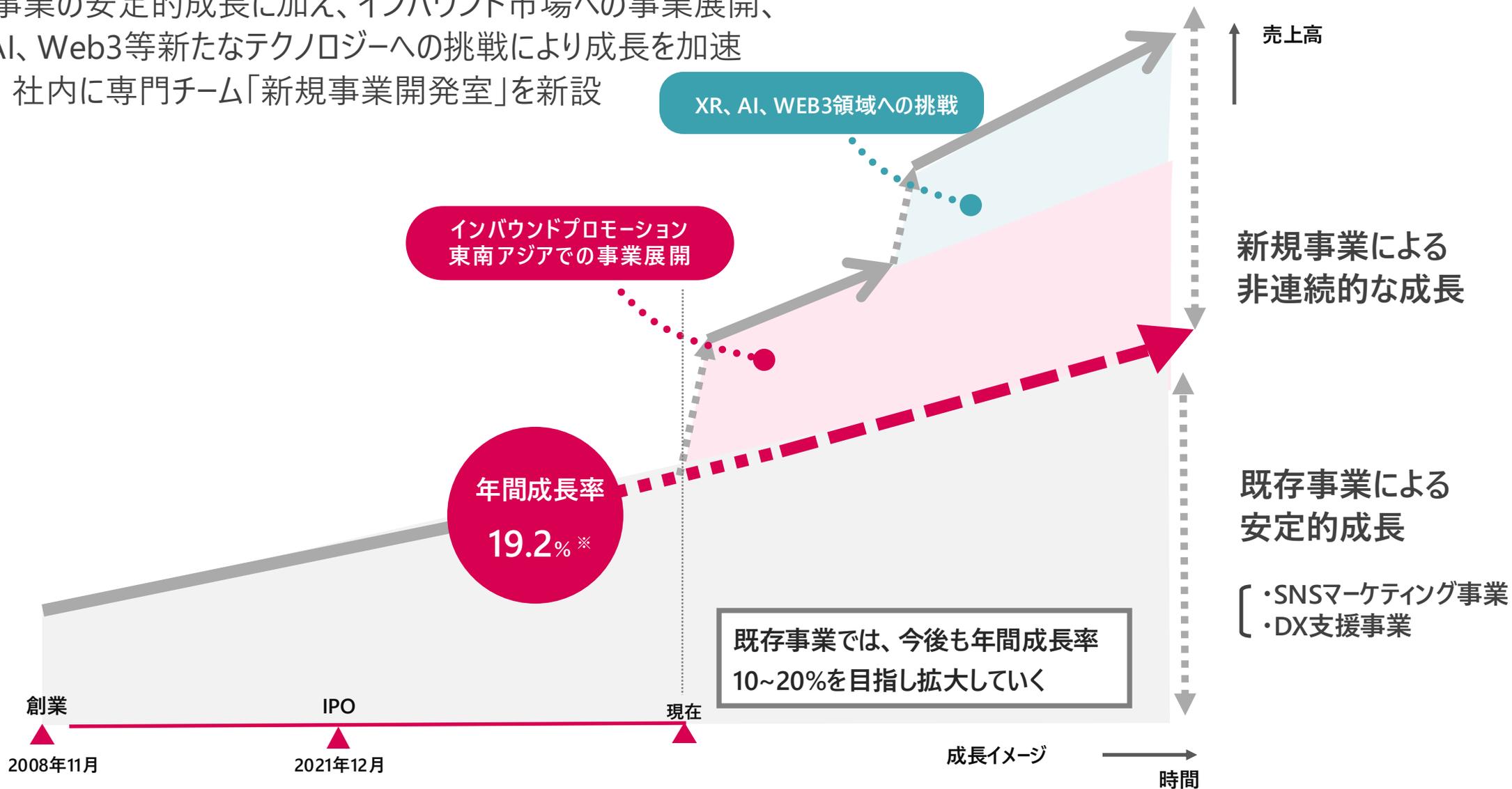


※2023年4月～10月の7ヶ月決算

# 04. 成長戦略

# 中長期成長イメージ

既存事業の安定的成長に加え、インバウンド市場への事業展開、XR、AI、Web3等新たなテクノロジーへの挑戦により成長を加速  
今期、社内に専門チーム「新規事業開発室」を新設



※2022年3月期から2023年3月期までを算出

# 当社がターゲットとする市場規模

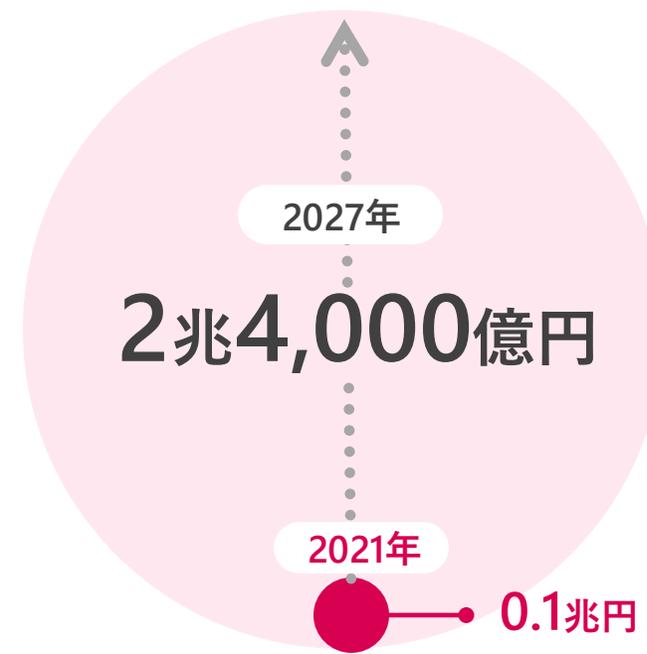
## SNSマーケティング市場規模※1



## 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・パス/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がもたらえるインパクト」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

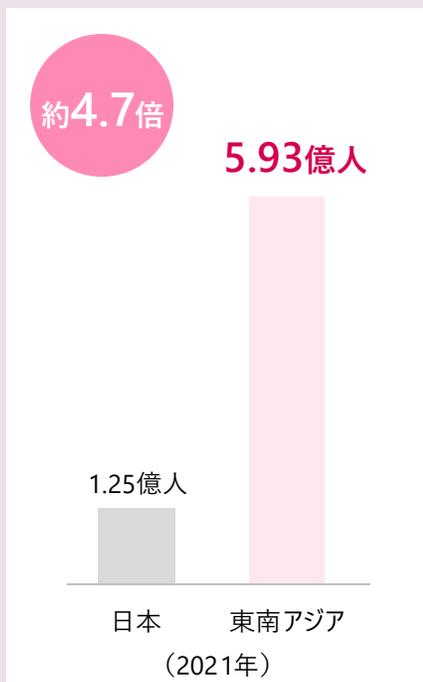


# 東南アジア市場について

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



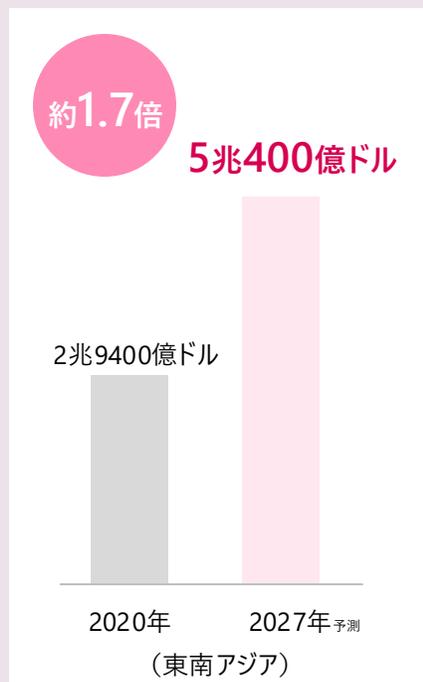
人口



出典: 外務省「目で見るASEAN」



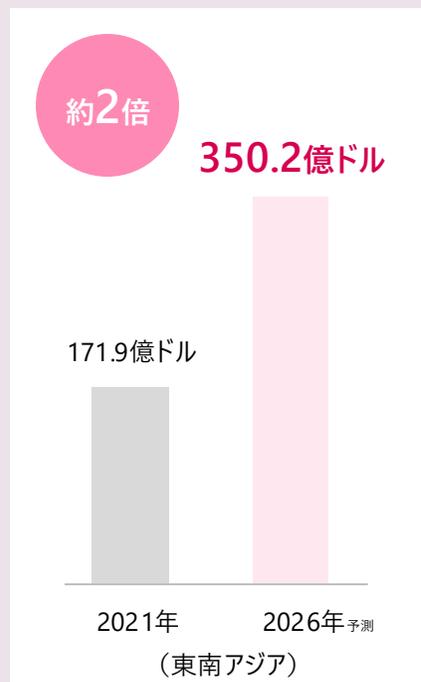
GDP推移



出典: statista



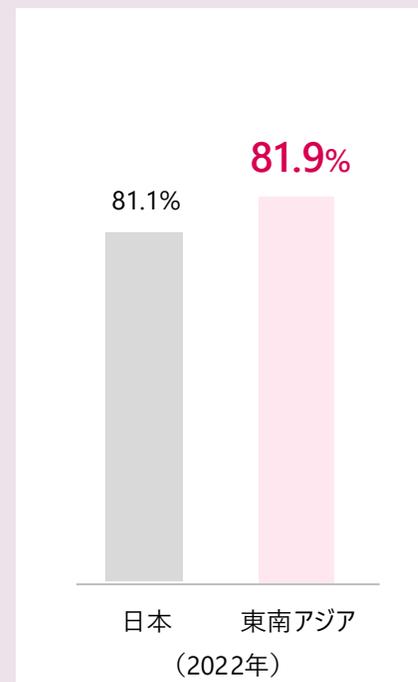
広告費



出典:「VIETJO」内記事の数値をもとに当社が算出



SNS利用率



出典: We are social「Digital 2022」



1日あたりのSNS利用時間



出典: We are social「Digital 2022」

※1:ここでの東南アジアは「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

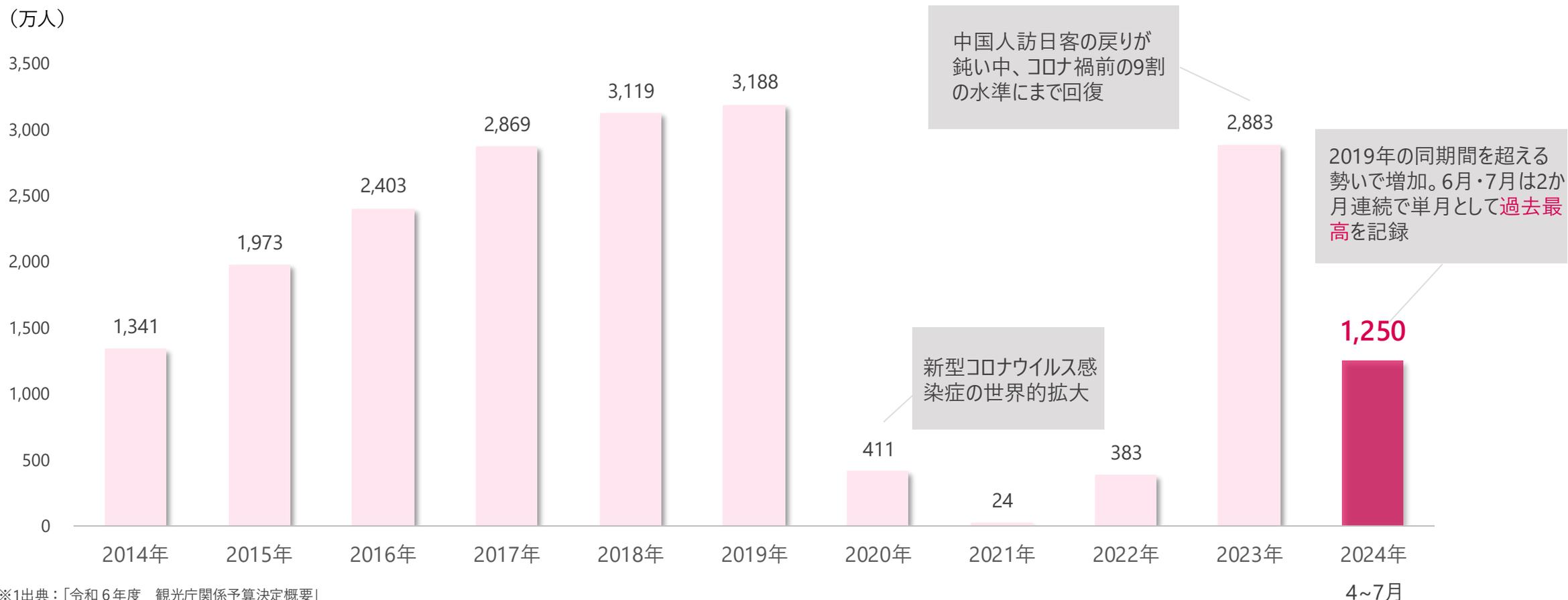


※1出典:「VIETJO」内記事の数値をもとに当社が算出、為替相場は2022年平均1ドル130.43円で算出  
※2出典:観光庁「観光立国推進基本計画」/「明日の日本を支える観光ビジョン」の数値をもとに当社が算出

# 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

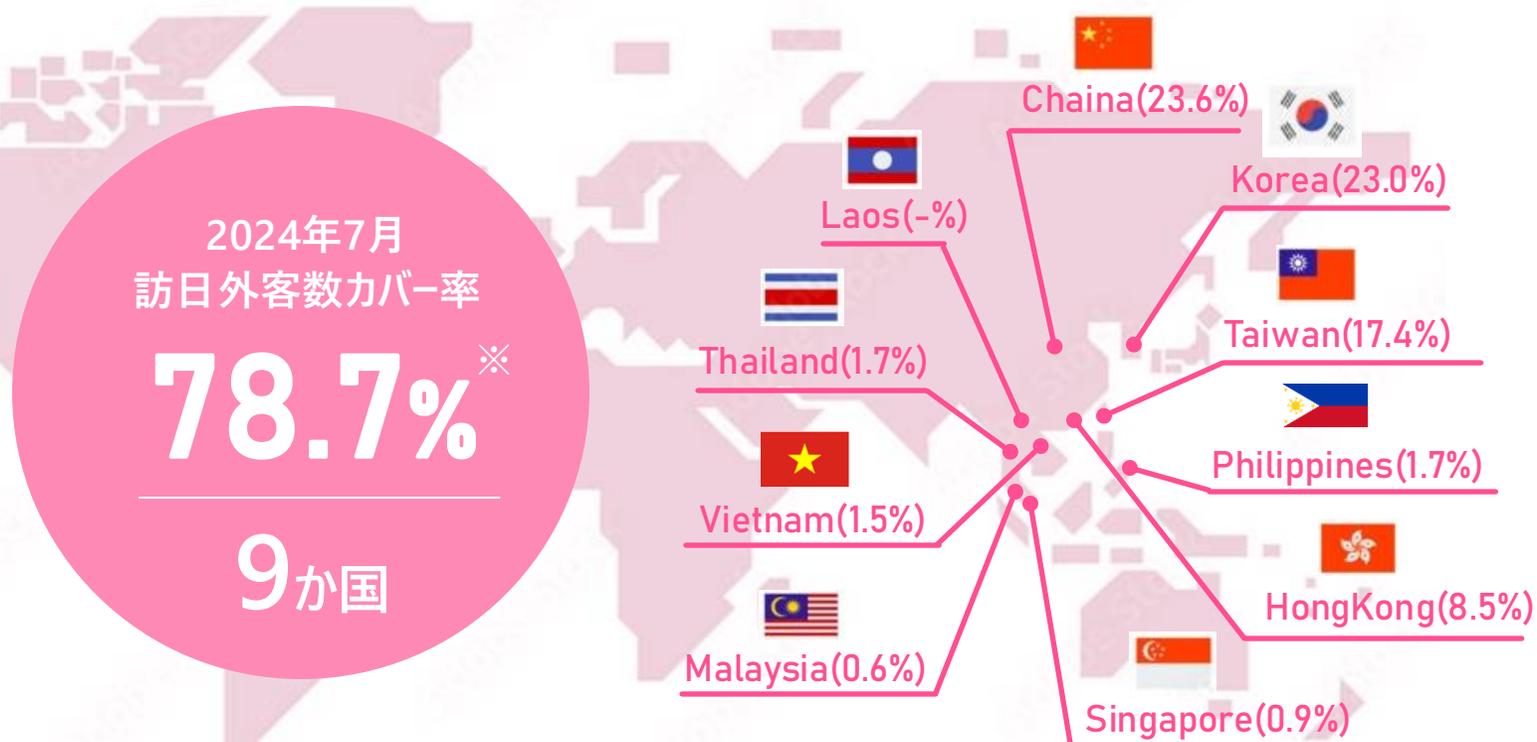
< 訪日外国人旅行者の推移 >



※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

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**78.7%**



※当社の事業支援領域国  
 ( ) は2024年7月の訪日外客数約**329万人**に対する国別の外客数割合

タイ	DTK <b>ab</b>
シンガポール	
香港	
ラオス	
ベトナム	
<b>NEW</b> 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)	

「お試し出店サービス」は第3弾のオープンが決定（2024年内予定）  
海外出店を希望する企業からの引き合いが増えているため、テナントを増加予定

### お試し出店サービス



お試し出店サービス  
CHALLENGE OF JAPANESE FOOD

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期間限定で出店できるサービスです。従業員の就労ビザ発行、物件紹介、店舗のデザイン・施工、現地マーケティング、出店前の現地メディア向けの発表会の企画・実施など出店までの準備や出店後の集客のご支援までワンストップで行います。

第1弾：「伝説のすた丼屋」

2023年10月6日～2024年5月15日

第2弾：「富山ブラックラーメン 麺家いろは」

2024年5月25日～出店中

### 第1弾「伝説のすた丼屋」盛況の様子

▼第1弾はオープン初日から3日連続500食完売、常時150名程の行列を成し大盛況



前回好評を博したタイ最大級のイベントに2回目の出展。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。期間中、人が途切れることなく大盛況で終了した

## イベント概要

## <ミート&グREET体験の様子>

イベント名：バンコク日本博2024

期間：2024年8月30日~9月1日

会場：サイアム・パラゴン5階 パラゴンホール

出展内容: 「Japan VTuber Greeting」



会話



ゴーグルを着用して参加する方の様子

MRゴーグルから見える風景のイメージ。VTuberが実際に目の前に居るように見える

イベント当日のブース外の様子

※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

# 05. 株式会社ユニオンネット子会社化について

# 概要

2024年8月5日開催の取締役会において、株式会社ユニオンネットの株式を取得し子会社化を決議  
当社連結業績への取り込みは、2025年10月期第1四半期からを予定

## ポイント

- ユニオンネットが持つWebサイト、広告運用のアセット・ノウハウ活用が可能となる
- 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する当社のソリューション提供機会の創出

## 日程

取締役会決議日	2024年8月5日
契約締結日	2024年8月5日
株式譲渡実行日	2024年11月1日（予定）

# ユニオンネットについて

Web制作、Web広告、Webコンサルティング等、ウェブを軸にワンストップでサポートを提供  
ストックとなるWebコンサルやWeb広告運用の比率が高い

## ■ 会社概要

社名	UNIONNET / 株式会社ユニオンネット
設立	2004年9月
代表取締役	丸山 享伸
資本金	1,000万円
従業員数	41名（2024年5月時点）
事業内容	Webサイトの企画・制作 Webコンサルティング Webサイトの保守・サポート 業務システムのデザイン ITサポート

## ■ 代表プロフィール



丸山 享伸（まるやま たかのぶ）

生年月日 1984年1月1日

略歴 2012年ユニオンネットへ入社後、デザイナー、アートディレクター、広報とキャリアを経て、2017年9月に事業承継者としてユニオンネット代表取締役に就任。バイクとテニスが好きで香川県出身の3児の父。

### 強み Webサイト制作

- 運用価値が高まる仕組みの提案・実現
- 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、採用サイト、集客サイト等多数対応

### 強み Web広告・Webコンサル

- クリエイティブで費用対効果の高い広告
- 最新Web広告トレンドを熟知
- コンテンツマーケティングを柱とした認知向上施策の実施

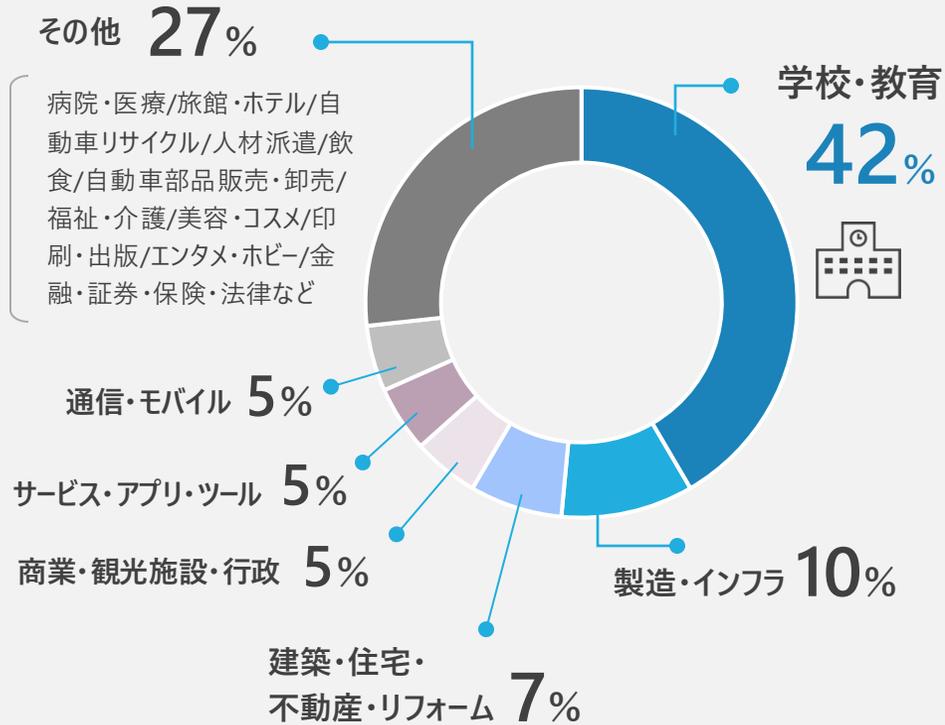
### 強み 学校・教育の顧客ネットワーク

- 顧客に実績が評価され、学校や教育関連企業からの依頼が連鎖的に積み重なり、業種別の割合は42%と実績多数

# ユニオンネットの取引先業種と対象業界の市場規模

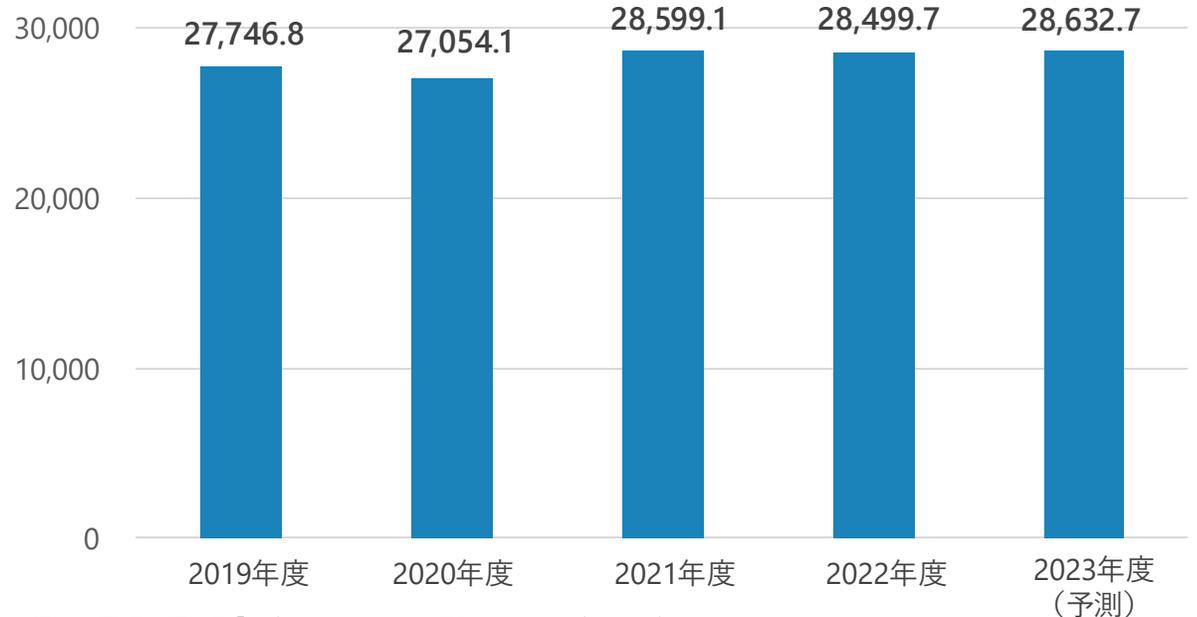
取引先の業種別では「学校・教育」が42%。取引先の半分近くを占める教育産業の2022年度全体の市場規模は、2兆8,499億円と近年横ばい。今後、少子化の進展とともに学生の獲得や教員採用などは、厳しさが増すことが予想され、デジタルマーケティングの提案ニーズは高い

## 業種別割合



(億円)

## 教育産業全体市場規模推移 (主要15分野計)



※1.参照：矢野経済研究所「教育産業市場に関する調査を実施（2023年）」

注1：事業者売上高ベース 注2：本調査における教育産業市場とは、①学習塾・予備校、②家庭教師派遣、通信教育（③幼児向け・④学生向け・⑤社会人向け）、⑥幼児向け英会話教材、⑦資格取得学校、⑧資格・検定試験、⑨語学スクール・教室、⑩幼児受験教育、⑪知育主体型教育、⑫幼児体育指導、⑬企業向け研修サービス、⑭eラーニング、⑮学習参考書・問題集の主要15分野を指す。

# 制作実績

神戸女学院大学 音楽学科

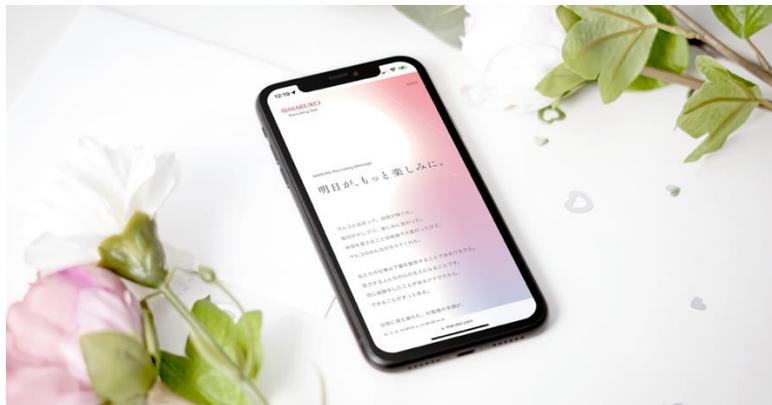
<https://m.kobe-c.ac.jp/>



(補正下着メーカー採用サイト)

マルコ株式会社 採用サイト

<https://www.maruko.com/corp/recruit/>



大阪農業園芸・食テクノロジー専門学校

<https://www.culinary.ac.jp/introduce/>



参天製薬株式会社 新卒採用サイト

<https://www.jikei-hospitality.ac.jp>



# 取引先例



# 子会社化の狙い<期待できるシナジー>

教育業界や採用ブランディングの支援実績を多く持つユニオンネットとアセット・ノウハウを共有し、新規ソリューション開発・サービス強化を行い、事業拡大を目指す

## 期待できるシナジー

- ・教育業界向けのSNS活用の促進
- ・採用サイト制作・ブランディングとSNSの連携
- ・Web集客とマーケティングオートメーションの連動強化



- ・SNS黎明期創業の老舗企業としての豊富なノウハウ
- ・大手企業を中心に多様な業界・業種の支援実績
- ・フロントからバックオフィスに至るまでのDX支援領域の広さ

## UNIONNET

- ・教育業界における豊富な支援実績
- ・戦略的かつ差別化されたユニークな広告運用
- ・学生・求職者のニーズと企業を的確につなげる採用ブランディングの実績

# 06. 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.

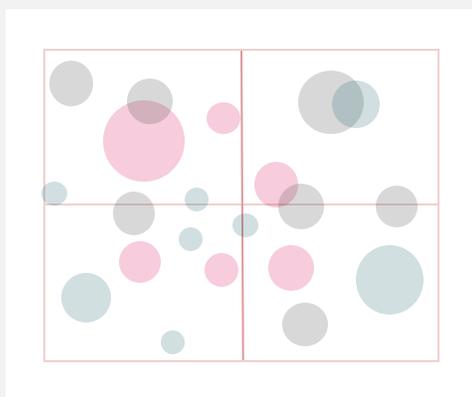
豊富な経験とノウハウ



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

03.

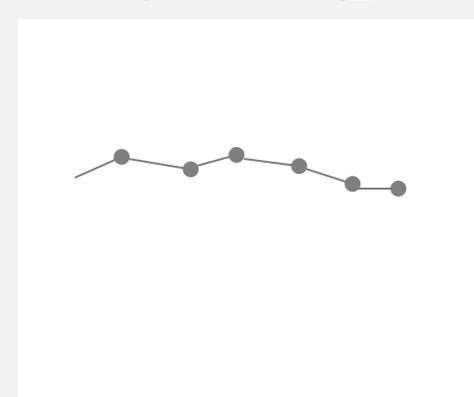
自社で開発・提供する  
SNS運用支援ツール



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.

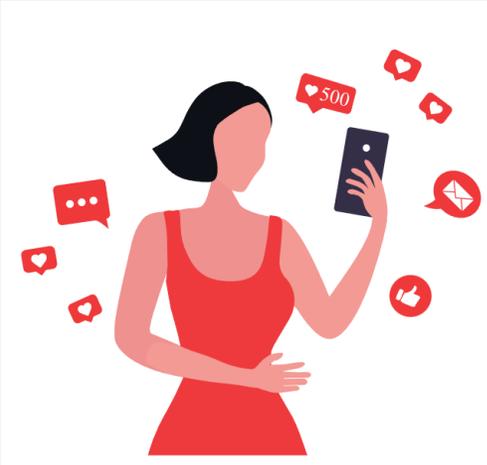
ツール解約率1%※台の  
高いストック性



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

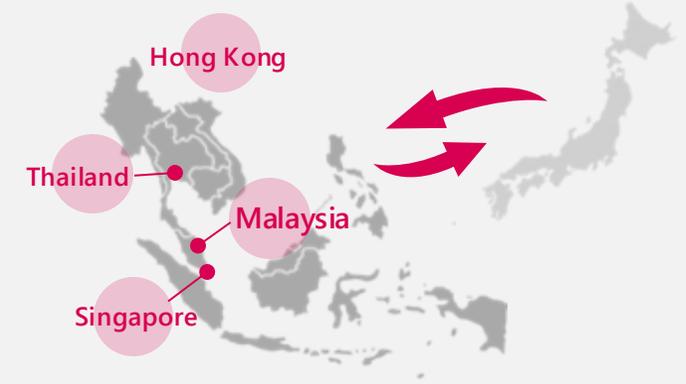
## 02. 東南アジアに根付いた日本人経営陣



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

# 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、第3四半期までに**5,800**件以上のリードを獲得

## 書籍の出版

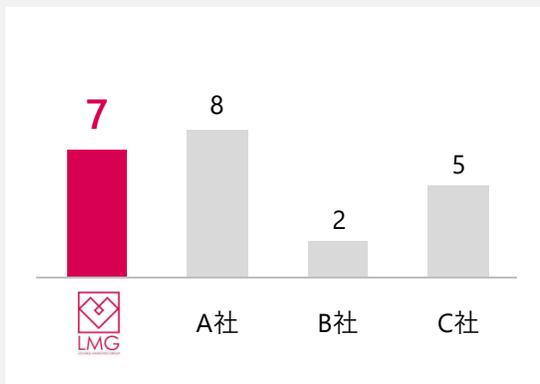
## メディアへの寄稿

## 自社メディアの運営

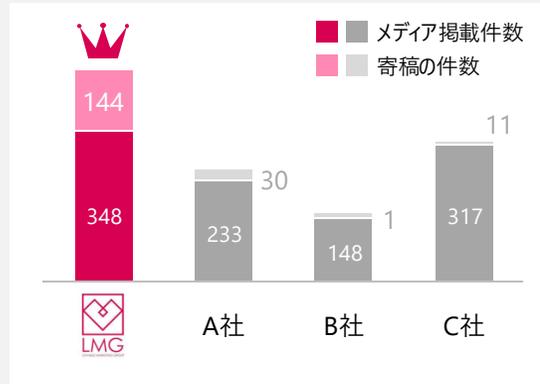
## 無料ウェビナーの開催



書籍出版数 ※1



メディア掲載件数 ※2



リード獲得数

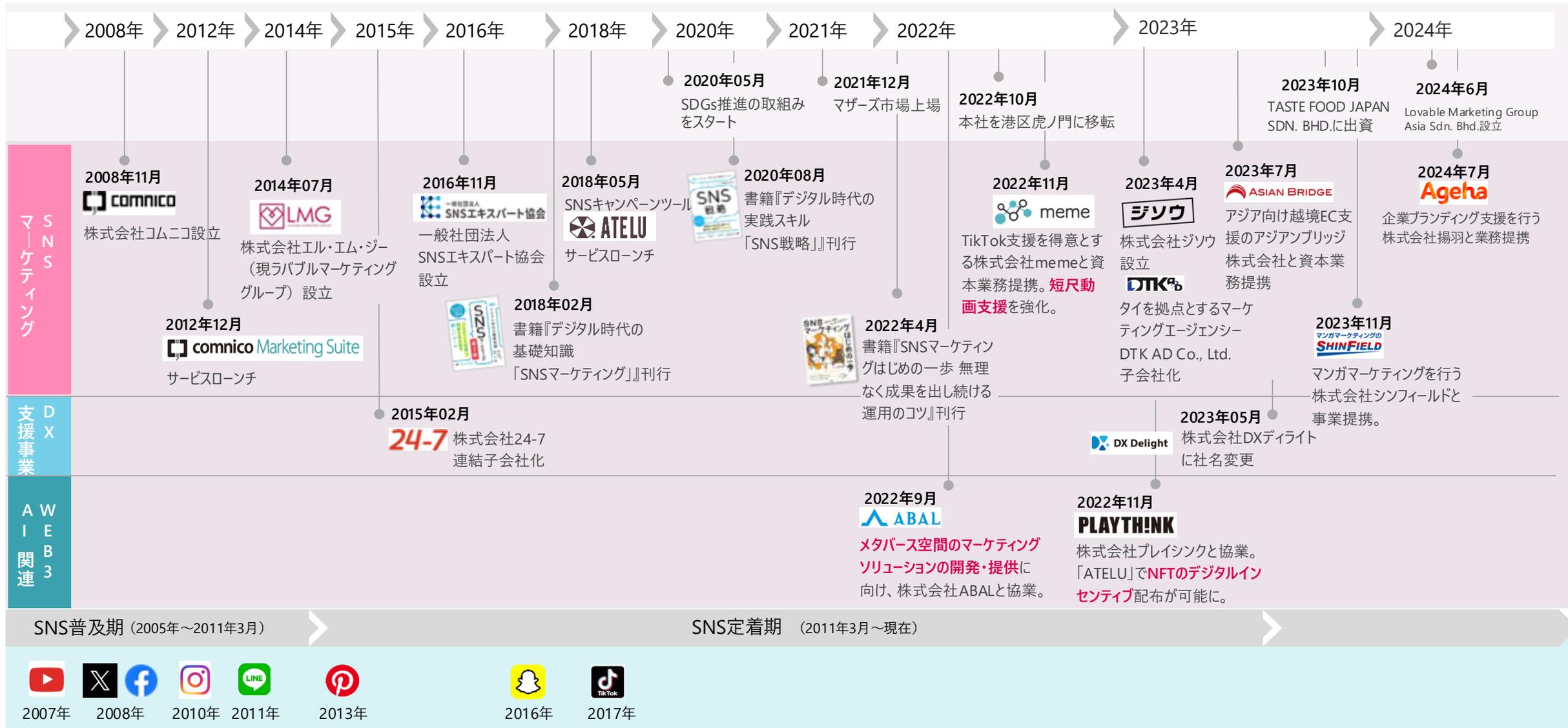
**2,568** 件 ※3

参加者

**3,303** 名 ※4

※1:当社調べ（2024年7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7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7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7月）

# 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



# 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](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>

# 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。

