# 2027年3月期 第2四半期 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




ラバブルマーケティンググループは「人に地球に共感を」をパーパスに掲げ
**愛されるマーケティング活動**を推進するマーケティング企業です

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

01 ハイライト

02 決算概要

03 事業報告

04 成長戦略

05 参考情報

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

01

2027年3月期 第2四半期

# ハイライト

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 01 ハイライト

## 2027年3月期 第2四半期

- **売上高 1,512百万円（+19.4%）、売上高成長率10%以上を継続**
  7~9月単独の売上高は797百万円で、同期間の四半期売上高において過去最高を記録。
  業績予想に対する売上高進捗率は42.8%。需要期となる下期に向け、通期計画の達成を目指す。
- **調整後EBITDA △22百万円、7~9月単独では40百万円の黒字**
  中間期累計の調整後EBITDAは第1四半期から大きく改善。7~9月単独では売上拡大と費用抑制により収益性が改善し、調整後EBITDA・営業損益ともに黒字化。
- **ロイヤルクライアント社数 48社（+11.6%）、年間売上高も増加（+10.8%）**
  高収益案件への転換により、2026年9月末時点のロイヤルクライアント社数および年間売上高は増加
- **高収益SaaS ARR（年間経常収益）358百万円（+5.6%）、解約率1.0%**

## 第2四半期 トピックス

- **社内AI活用 全社において月間9,340時間相当の生産性を創出**
  人件費換算では、年間約316百万円相当の効率化インパクト
- **「AIが働く会社」へよりシフトするためナレッジ基盤を開発中**
  AIが社内の知見を使って業務を進めるためのナレッジ基盤「AI Commons」を開発中

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

02

2027年3月期 第2四半期

# 決算概要

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 経営成績(2026年4月1日～2026年9月30日)の概況

## 売上高は参考値比19.4％増。中間期累計では損失となるも、2Q単独では調整後EBITDA・営業損益とも黒字化

（百万円）

| | 2027年3月期 第2四半期 実績 | （2025/4～2025/9）【参考値】 | 増減額（2025/4～2025/9）【参考値】と比較した場合の増減額・増減率 | 増減率(%)（2025/4～2025/9）【参考値】と比較した場合の増減額・増減率 | 2027年3月期 業績予想 | 進捗率（%） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 1,512 | 1,266 | 245 | 19.4 | 3,537 | 42.8 |
| 調整後EBITDA※ | △22 | 101 | △124 | － | 400 | － |
| 営業利益 | △97 | 65 | △162 | － | 非開示 | － |
| 経常利益 | △110 | 50 | △160 | － | 非開示 | － |
| 親会社株主に帰属する中間純利益又は純損失 | △116 | 79 | △196 | － | 非開示 | － |

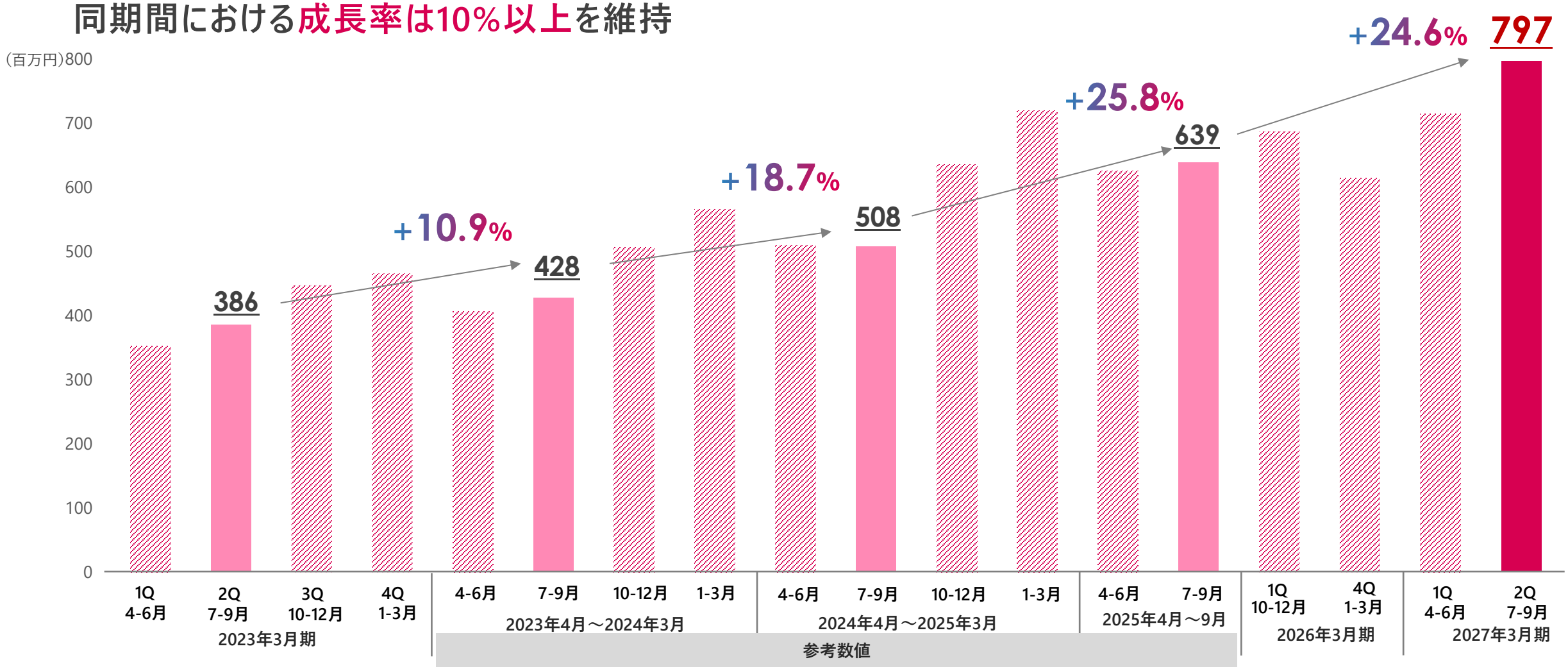
当社グループはM&Aを成長戦略の中核に位置付けており、今後も機動的に案件の検討および実行を進めていく方針でありますが、M&Aに関連する一時的な費用の発生時期や金額を合理的に見積もることが困難であることから、営業利益、経常利益および当期純利益については業績予想の開示を行わないこととしました。

※：調整後EBITDA=営業利益＋減価償却費＋のれん償却額＋顧客関連資産償却額＋株式報酬費用＋M&A関連費用。2026年3月期第1四半期より、本業の収益性を示すため、M&Aに関する一時的な費用による調整を追加しております。2027年3月期第2四半期より、顧客関連資産償却額を加算しております。

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 売上高推移（四半期別）

## 7~9月単独の売上高は797百万円、前年同期間（参考値）比24.6%の増収となり同期間における成長率は10%以上を維持



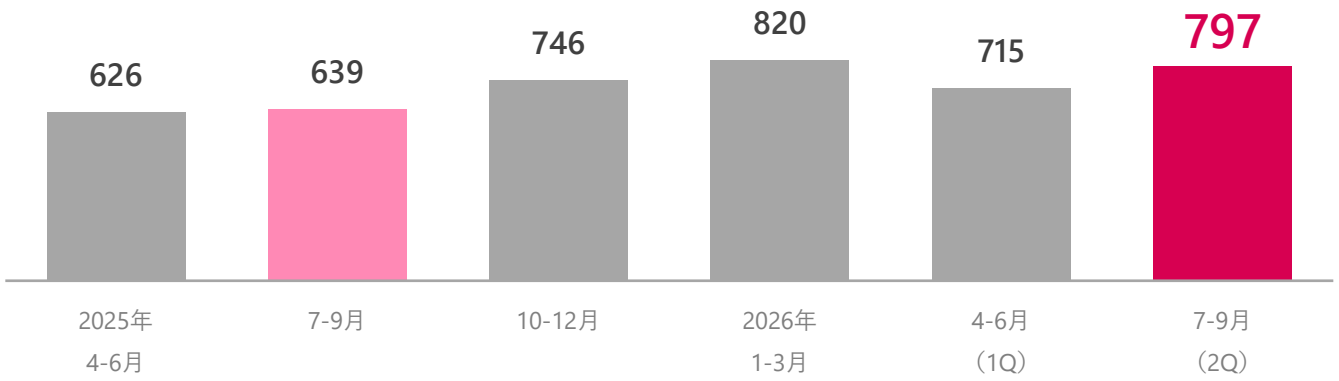

※2023年4月から2024年3月、2024年4月から2025年3月、2025年4月から2026年3月の四半期毎の原価・人件費は監査法人による監査を受けていない参考数値
※2026年3月期より決算期（事業年度の末日）を10月31日から3月31日に変更したためQ表記

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

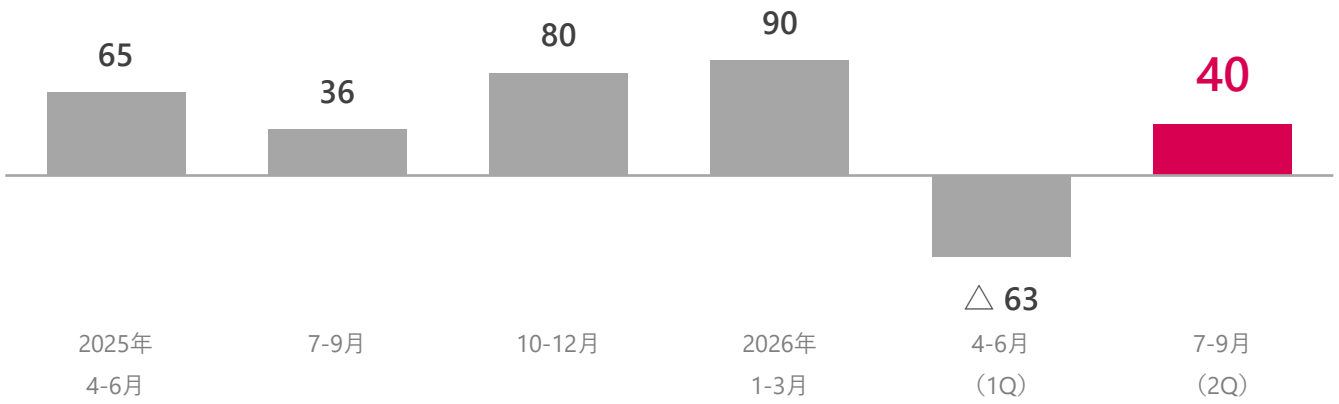
# 収益改善のポイント（7~9月単独）

## 増収と販管費の抑制により、第2四半期（7~9月単独）の調整後EBITDAは黒字に転換

### 売上高（四半期単体）（百万円）




### 調整後EBITDA（四半期単体）（百万円）




**01 売上高の拡大**

**797百万円**

前四半期比 +11.4%／7-9月として過去最高

**02 販管費の抑制**

**前四半期比 △13百万円**

広告宣伝費・採用教育費の効率化

**03 調整後EBITDAの黒字転換**

**40百万円**

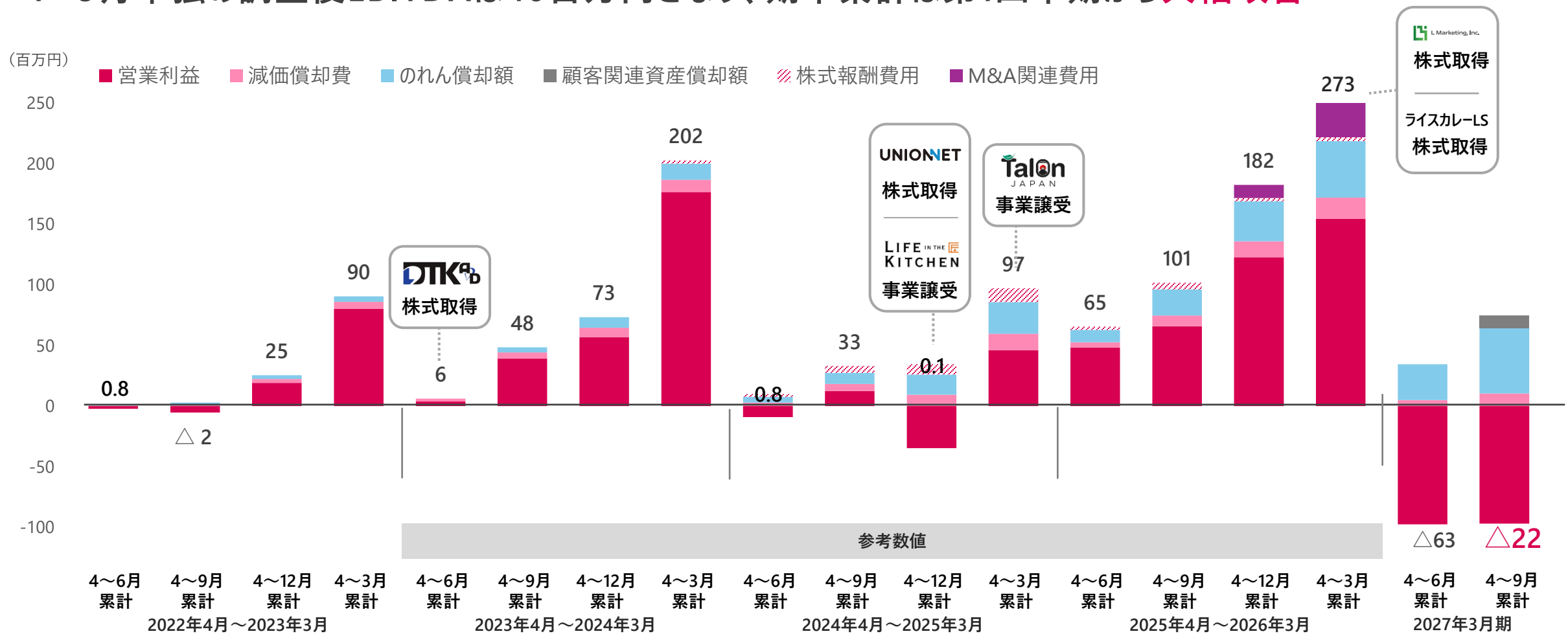
前四半期の△63百万円から黒字に転換

※ 調整後EBITDA=営業利益＋減価償却費＋のれん償却額＋顧客関連資産償却額＋株式報酬費用＋M&A関連費用
※ 販管費は、人件費、減価償却費、のれん償却額、顧客関連資産償却額、株式報酬費用を除く
※ 2025年4月から2026年3月の四半期毎の数値は監査法人による監査を受けていない参考数値

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 02 調整後EBITDA推移（四半期別／期中累計）

## 7~9月 単独の調整後EBITDAは40百万円となり、期中累計は第1四半期から大幅改善




※ 調整後EBITDA=営業利益＋減価償却費＋のれん償却額＋顧客関連資産償却額＋株式報酬費用＋M&A関連費用。2026年3月期第１四半期より、本業の収益性を示すため、M&Aに関する一時的な費用による調整を追加しております。
※決算期変更に伴い、過去の比較可能性を確保するため、2023年4月から2026年3月までの数値については、4月を起点とする12か月の期間ごとに算定した参考値を使用しております。
なお、各四半期の原価・人件費等は監査法人による監査を受けておりません。
※本グラフは、各期間の期首から各四半期末までの累計調整後EBITDAを表示しております。

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

03

2027年3月期 第2四半期

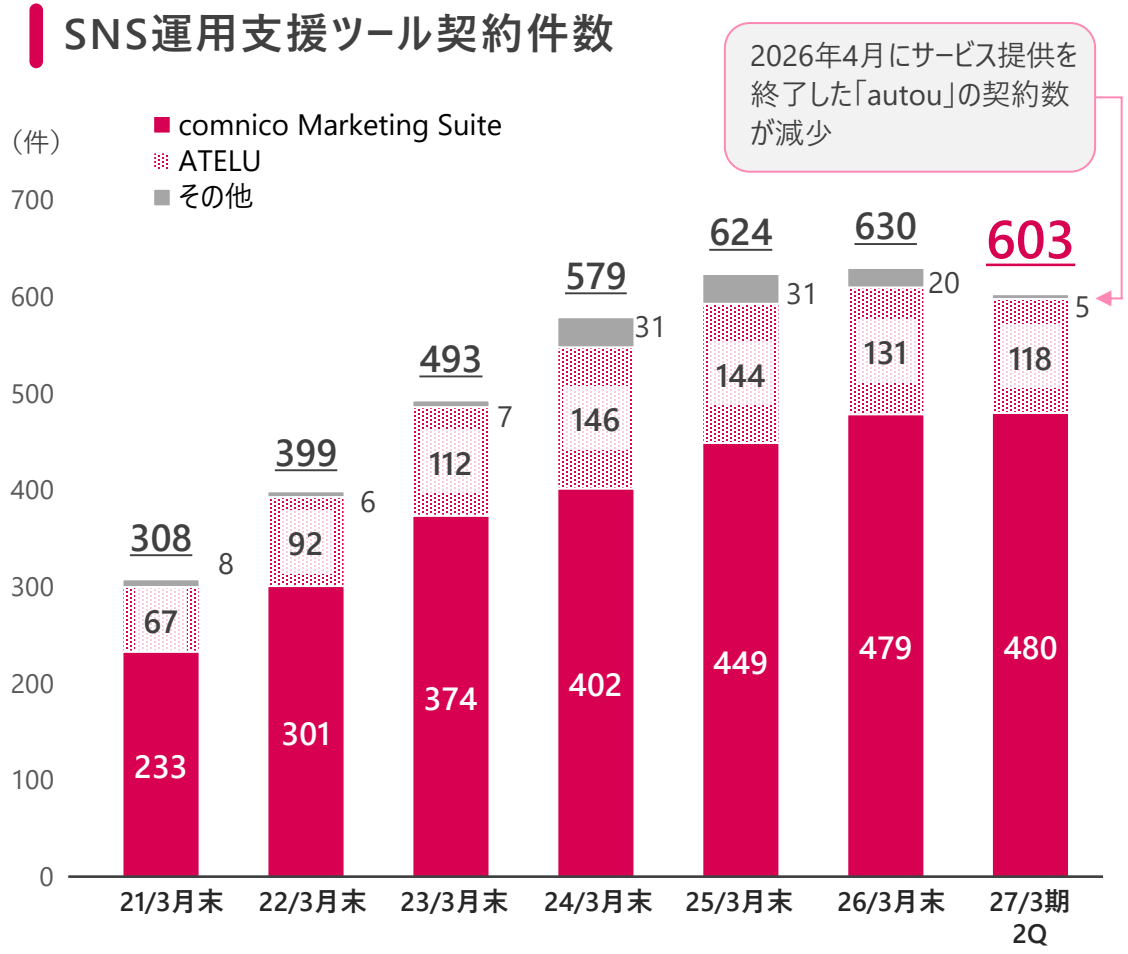
# 事業報告

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

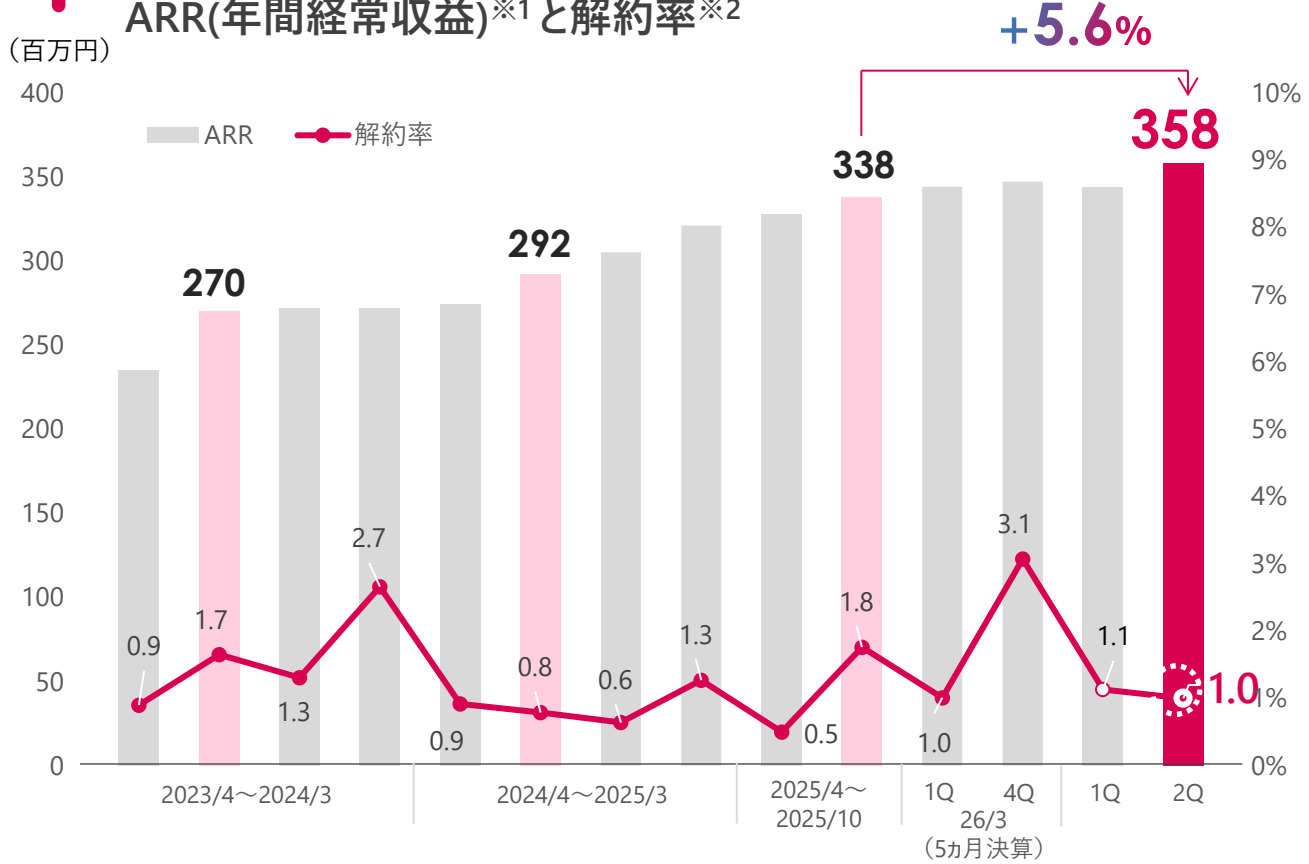
# 03 SNS運用支援ツール・主要KPI | 契約件数推移、ARRと解約率

## ツール契約件数はautouのサービス終了の影響を受けるも、ARRは前年同期比5.6%増の358百万円で解約率は1.0%と低い水準

### SNS運用支援ツール契約件数




### comnico Marketing SuiteのARR(年間経常収益)※1と解約率※2



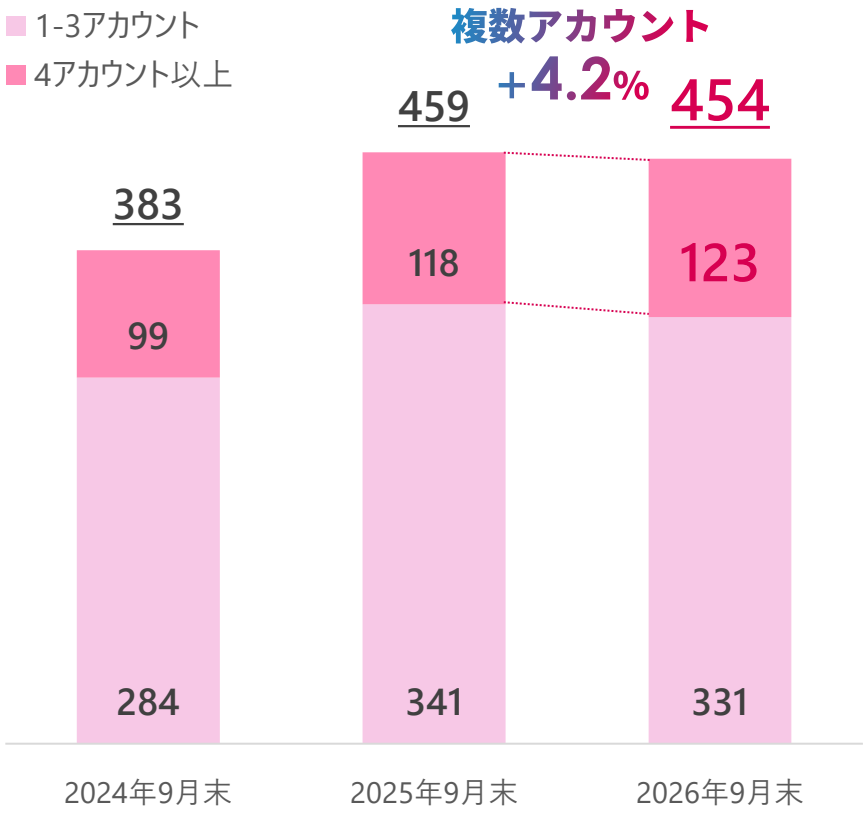

※1: comnico Marketing Suiteの各四半期末の月末MRR（Monthly Recurring Revenue）を12倍して算出
※2: comnico Marketing Suiteの解約率。当月の解約数を累計契約件数で除して算出した解約率の各四半期平均

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 03 SNS運用支援ツール・主要KPI | 契約社数推移、クライアント例

## 複数アカウント契約社数は、+4.2%と増加しストック収益が拡大

### comnico Marketing Suite契約社数推移




### ポイント

本ツールはサブスクリプション型(SaaS)ビジネスモデルであるため、ツール契約数増加が収益基盤の強化につながる

ツール契約数増加

↓

ストック収益の積み上がり

↓

**収益基盤の強化**

### クライアント例

| 業種 | アカウント数 |
|---|---|
| 大手ITグループ | 303 増加 |
| 大手自動車メーカー | 180 |
| ライフイベント関連サービス | 67 増加 |
| ウェディング・ホテル運営会社 | 64 |
| プロスポーツ運営団体 | 55 増加 |
| 大手トイメーカー | 53 増加 |
| ライフスタイルブランド | 37 |

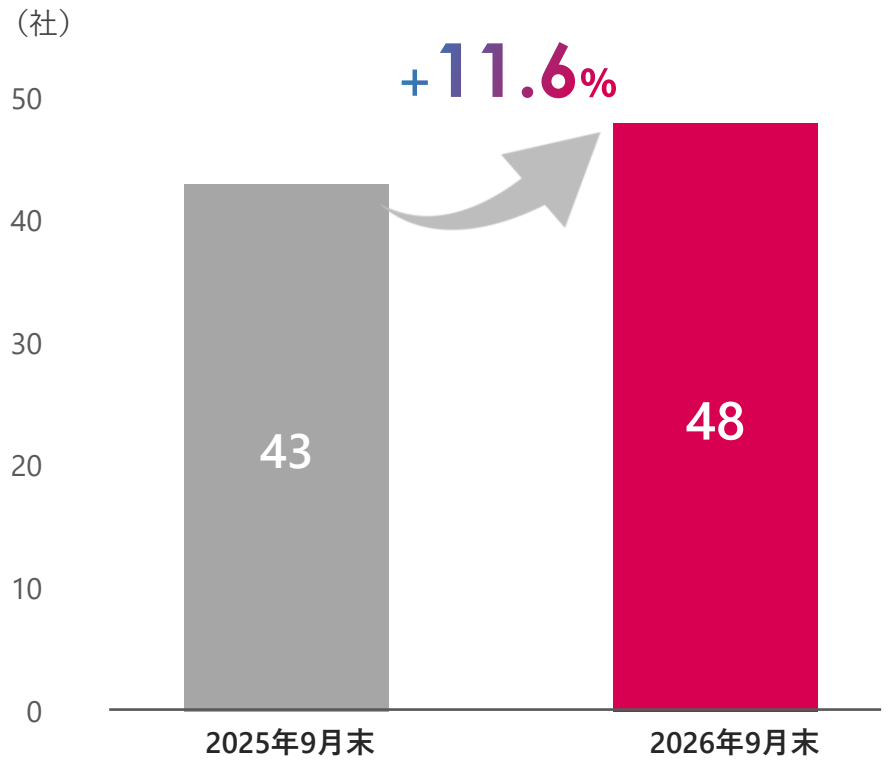
※3アカウントまで基本料金内のため4アカウント以上を複数契約社と定義

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

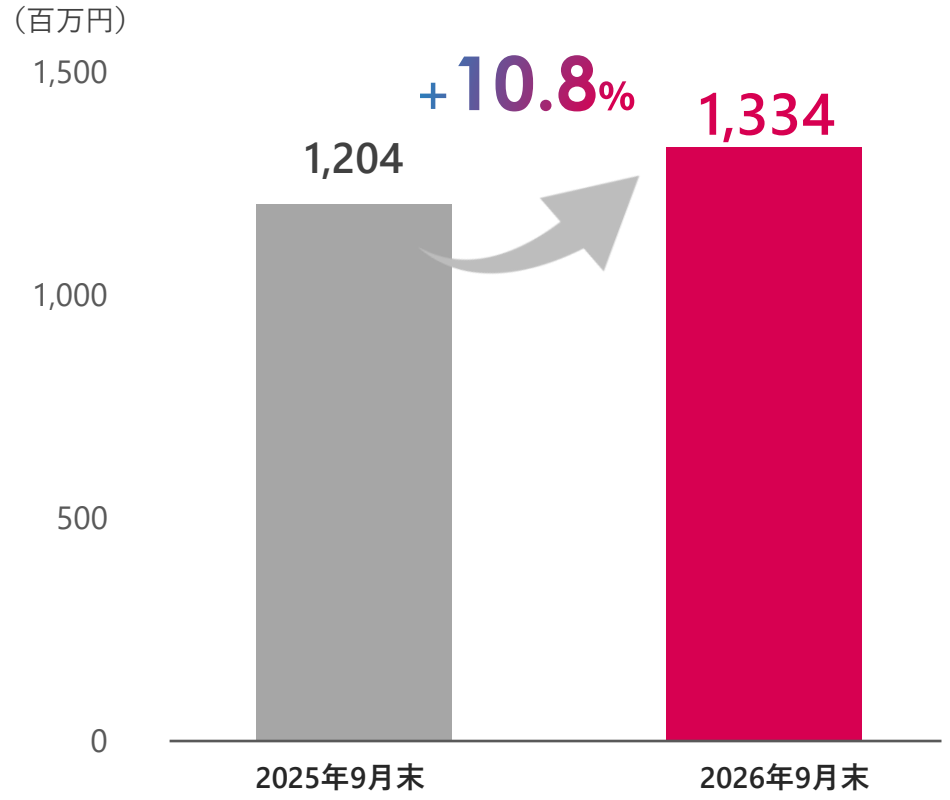
# SNS運用支援・主要KPI | ロイヤルクライアント推移

## 高収益案件に注力し、ロイヤルクライアント社数および年間売上高は増加

### ロイヤルクライアント社数




### ロイヤルクライアントの売上推移（年間）



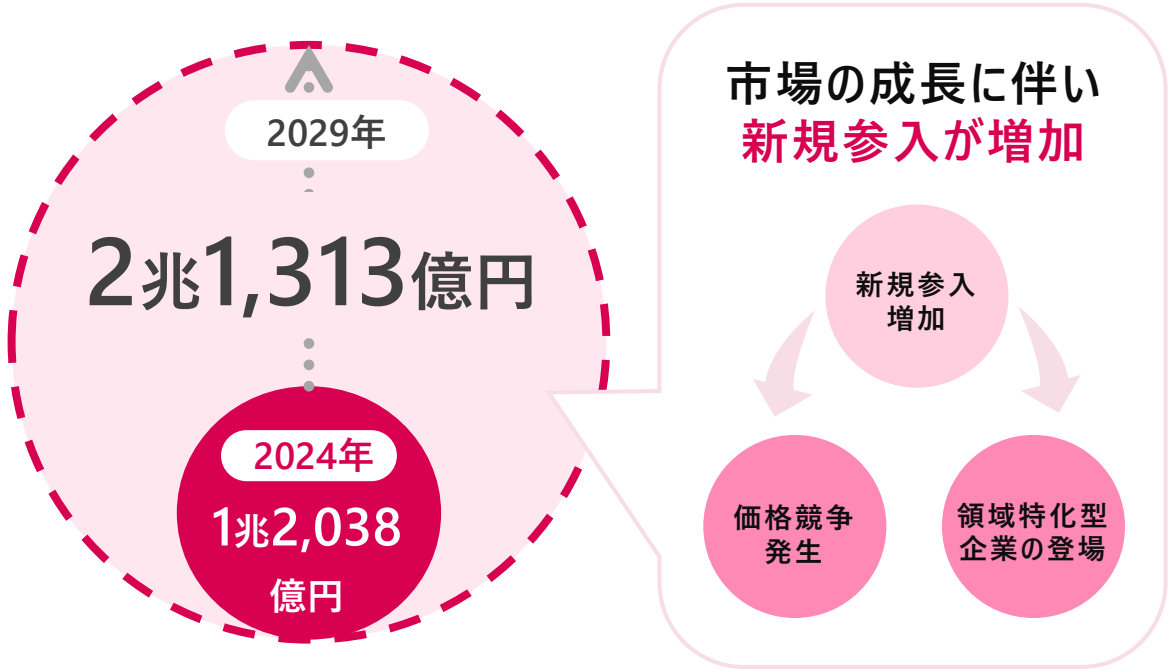

※ロイヤルクライアント:当社との年間取引高が1,000万円以上の顧客

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 参考｜SNSマーケティング市場の概況と当社の戦略

## 市場成長に伴い、新規参入が増加するが、独自戦略で高成長を維持

### ソーシャルメディアマーケティング 市場規模推計・予測※1




### 市場動向に対応する当社の方針

**運用支援**
長年にわたる運用支援のノウハウをベースとした独自の生成AIの活用による業務効率化と、高単価・高収益な案件のアップセル・クロスセルに注力することで、収益力を高める

**運用支援ツール**
契約数やARRの伸長など好調な「comnico Marketing Suite」の販売を強化して高成長を維持するとともに、生成AIの導入など新機能追加によって付加価値を高め、単価を上げていく

**SNS周辺領域**
YouTube、TikTok、LINEなどマルチに運用支援の強化およびインフルエンサーマーケティングなどSNSマーケティングと親和性の高い領域の拡充を専門チームによるM&Aなどによって推進する

※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

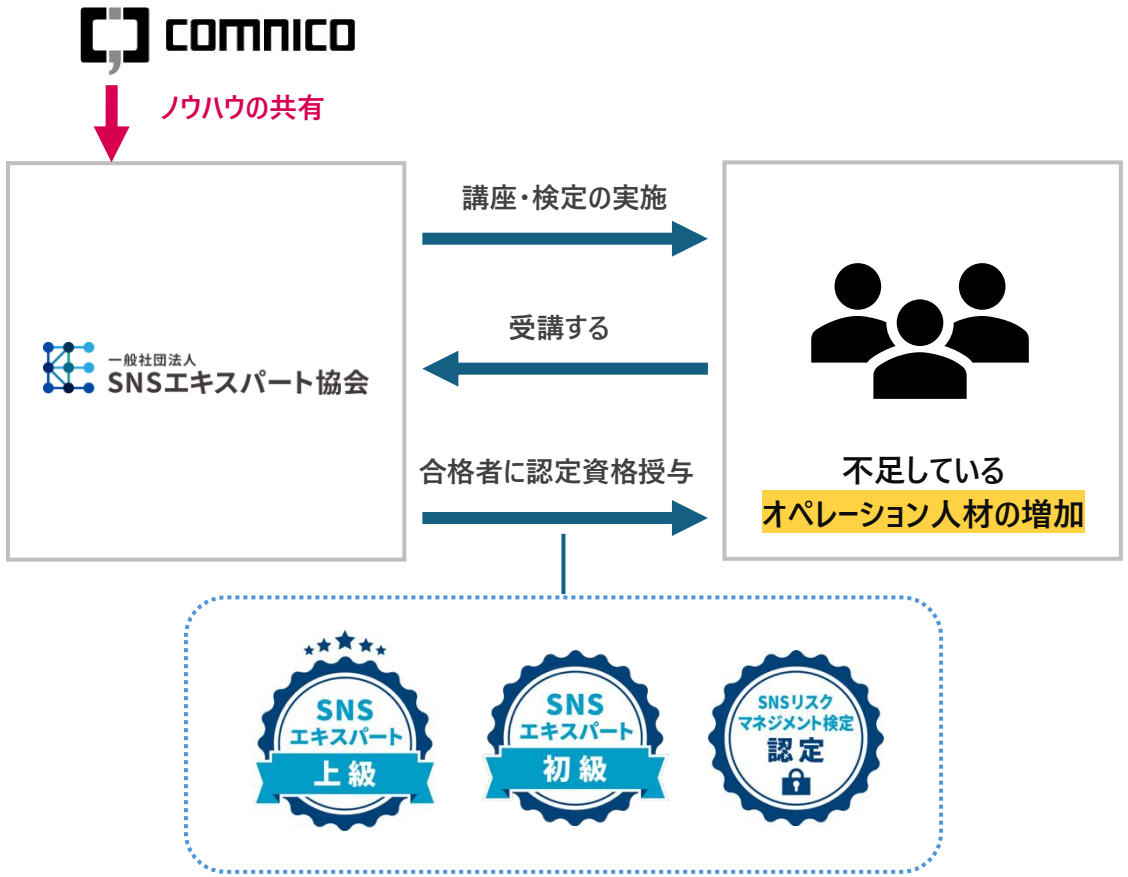
© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 03 SNSマーケティング教育

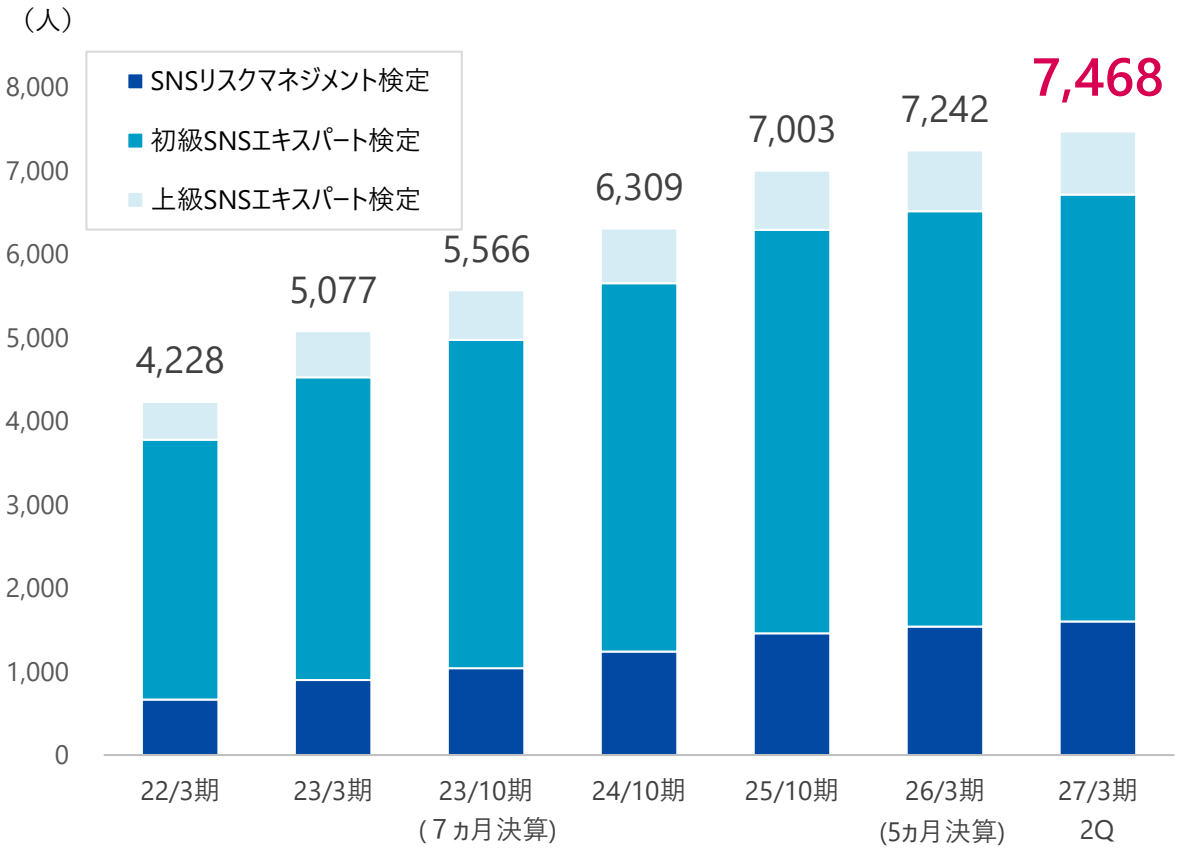
一般社団法人 SNSエキスパート協会

## 検定の実施に加え、企業や団体の依頼によるセミナー登壇や講師としての活動も増加
## SNS活用におけるマナーやリスクを啓発する活動を行う

### SNSに関する講座・検定の実施




### 検定受講者数の推移



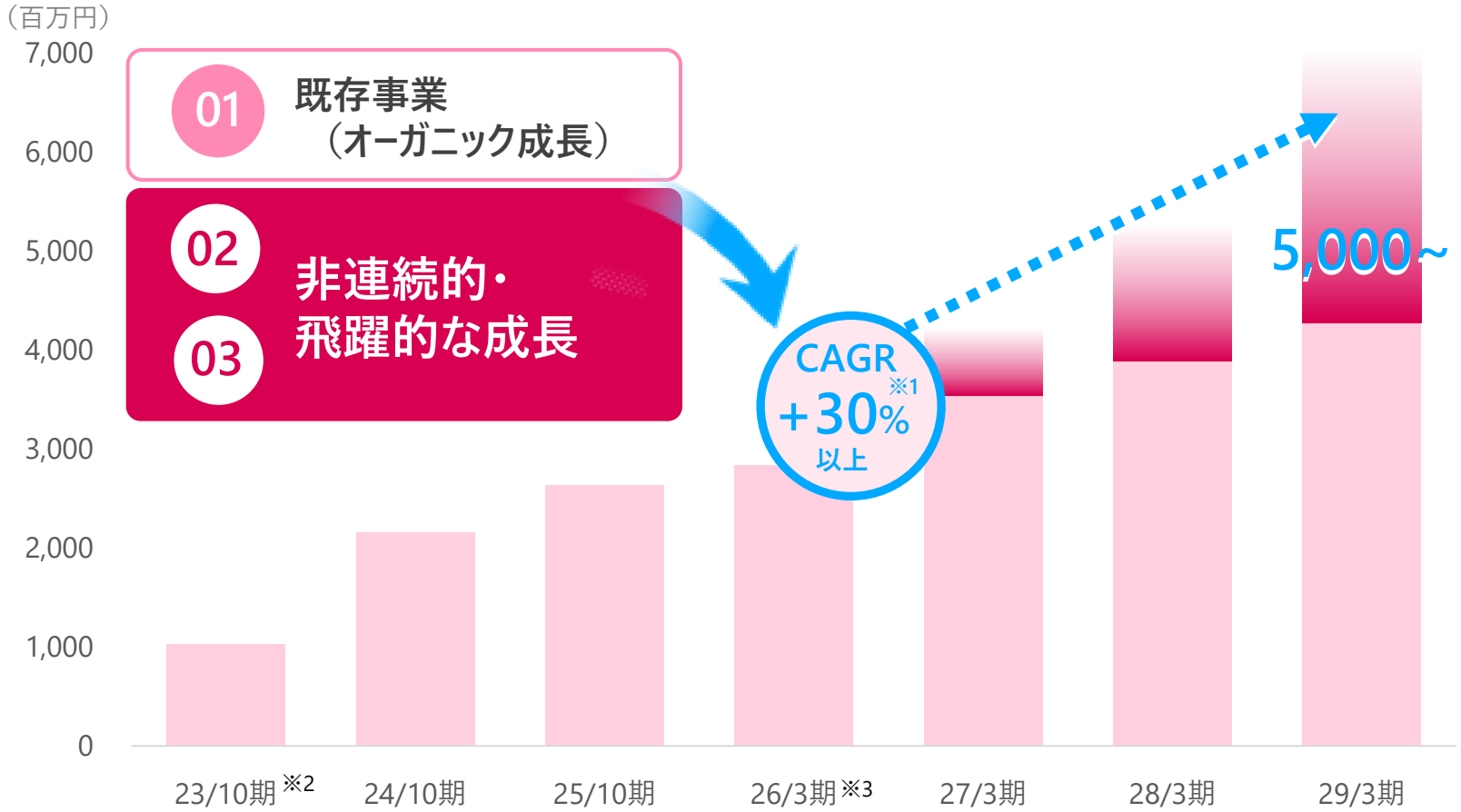

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 04 成長戦略

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 中期経営計画｜5カ年成長イメージ（2025年10月期～2029年3月期）

## SNSマーケティング事業の安定成長を基盤に、M&Aと新規領域の拡大を組み合わせ、非連続かつ飛躍的な成長の実現を目指す




### 01 既存事業（オーガニック成長）

AI・DXなどの活用による収益性の向上。
および、これまで培ってきた業務基盤に加え新たにM&Aで強化したサービス領域を掛け合わせ、年平均売上成長率10%～15%を維持させる。

### 02 新規領域（飛躍的な成長への布石）

**▶海外展開・インバウンドプロモーション**

- 日本企業の海外展開支援
- インバウンドメディア運営
- 訪日インバウンドプロモーション支援
- KOL※4を活用したプロモーション支援

**▶ XR**

パートナー企業と連携し、新サービスの開発や実証実験を行い、早期に事業化を目指す。

### 03 M&Aの加速による非連続的な成長

M&Aの積極的な検討、サービスおよび事業領域を拡張する。デジタルマーケティング資産を活かした、事業をグロースさせるM&Aを視野に検討を進める

※1：全社売上高に対する成長率　※2：2023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。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。　※3：2026年3月期より決算期（事業年度の末日）を10月31日から3月31日に変更いたしました。2026年3月期は決算期変更により2025年11月1日から2026年3月31日までの5ヶ月決算となっております。　※4：Key Opinion Leader　※5：2027年3月期以降の既存事業の売上高は年間成長率10%と仮定して数値を記載

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 2027年3月期 注力項目について

## PMIの推進による収益力向上、営業連携・クロスセルの拡大、グループ経営資源の最適化を推進

2026年3月期 → 2027年3月期 → 2029年3月期

| 実績値（5ヶ月） | 注力項目 | 個別アクション | 共通アクション | 経営目標 |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 1,302 百万円 | M&A | • M&Aによってグループインした企業/事業の成長およびグループ企業間のクロスセルなどを推進 | • AI活用による業務効率化／収益性向上 | 売上高 5,000 百万円以上 |
| 営業利益 57 百万円 | 新規領域 | • インバウンドメディア「Talon Japan」のサイト集客強化およびクーポン取扱い拡大<br>• タイ人インフルエンサーを活用したサービスの販売拡大 | | 営業利益 400 百万円以上 |
| 時価総額 1,807 百万円※1 | 既存事業 | • 短尺コンテンツを含む動画領域への対応強化<br>• インフルエンサーマーケティング支援の領域拡充<br>• SNS運用支援ツール「comnico Marketing Suite」の機能強化・販売拡大 | | 時価総額 10,000 百万円以上※2 |

※1：時価総額＝2026年3月期の期中平均株価×発行済株式総数で算出
※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。

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

04

# 社内AI活用の実績

## 社内AI活用により月間9,340時間相当の生産性を創出し業務効率化に貢献
## 人件費換算では年間約316百万円相当の効率化インパクト

全社員にヒアリングを実施（2026年9月）し活用状況を調査

総削減時間 **9,340 h/月（+9.6%※1）**

平均削減時間 **43.6 h/月（+16.6%※1）**

人件費換算インパクト※2 **316 百万/年**

### AI活用で効率化した業務分類

※3　総削減時間（月間）のうちAI活用で効率化した時間の割合を示しています

| | | |
|---|---|---|
| コード生成 17% | 資料作成 17% | データ分析 11% |
| 調査 11% | レポート作成 7% | コンテンツ作成 7% |
| データ確認 9% | 業務管理 8% | 問合せ・ナレッジ対応 7% |

※1：2026年6月実施の時間との比較
※2：AI活用による総削減時間（月間）に時給2,824円（時給=2026年9月の平均月給÷160時間）を乗算して算出。

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

04

# 「AIが働く会社」へよりシフトするため、ナレッジ基盤を開発中

## AIが社内の知見を使って業務を進めるためのナレッジ基盤「AI Commons」を開発中
## 年内にPoCを実施し、その後グループ全社へ展開する予定

### AI Commonsの仕組み

個人の手元にあるノウハウ

- 業務ノウハウ・ワークフロー
- タスク・ドキュメント
- 議事録・決定事項

**AI Commons**

人とAIが共有する「仕事の文脈」

- プロジェクトごとに文脈を集約
- ドキュメントを複数人で同時編集
- ワークフローを共有・取り込み

同じ文脈から仕事を開始

**人（グループ社員）**

他者のやり方を自分の業務に活かす

**AI（Claude など）**

必要な文脈を自ら読みタスクを実行

### 全社導入に向けたロードマップ

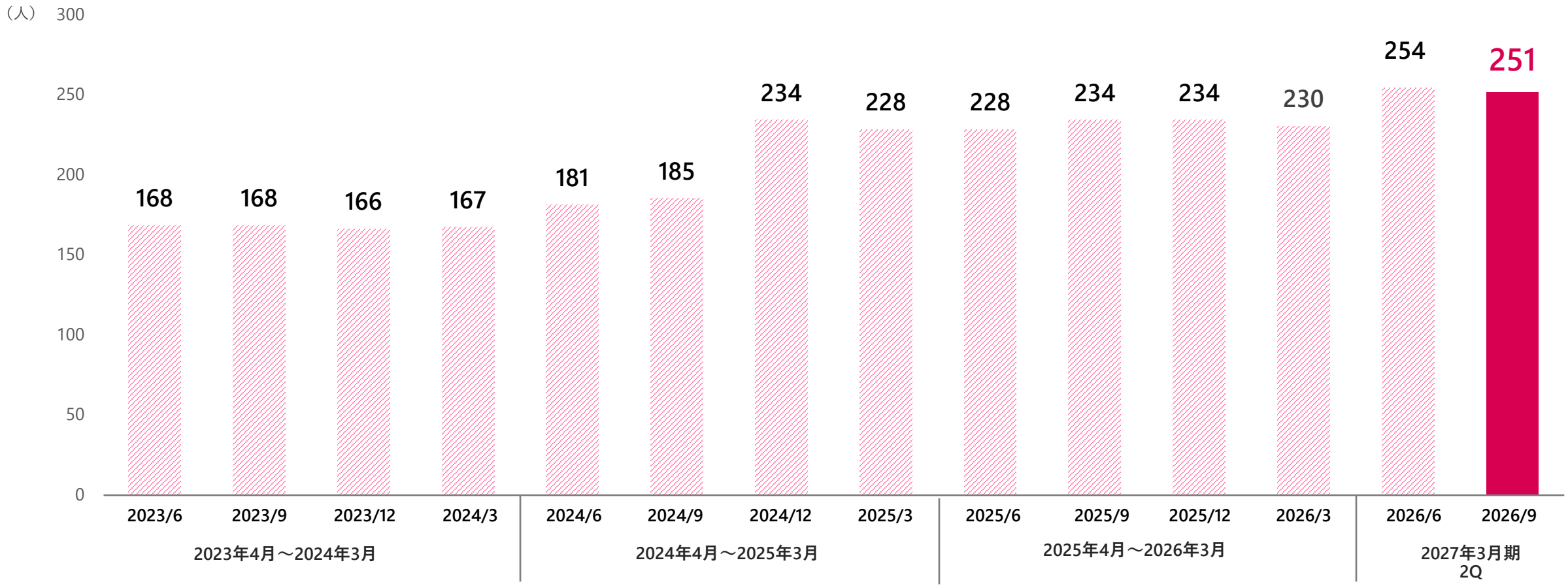
| | |
|---|---|
| 現在 | **PoC開発**<br>業務の文脈を集約する基盤を開発中 |
| 2026年内 | **PoC実施**<br>実際の業務で有効性を検証 |
| PoC後 | **グループ全社展開**<br>グループ各社の業務へ順次導入 |

※PoC（Proof of Concept）：本格導入の前に、実際の業務で効果と実現性を検証する取り組み。スケジュールは現時点の予定。

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 04 従業員数※1推移（四半期別）

## AI活用による生産性向上を進めながら、事業成長に応じた適正な人員体制を維持




※1グループ外への出向者、休職者は除く、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
※2026年3月期より決算期（事業年度の末日）を10月31日から3月31日に変更したため、2027年3月期よりQ表記（2026年3月期は変則期間のため表記していません）

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 04 SNS運用支援ツールのAI機能を強化

## 自社開発ツール「comnico Marketing Suite」にAI機能を相次いで実装
## 返信業務の効率化と炎上リスクの低減で、ツールの付加価値を向上

**AI機能①** AI返信案の自動生成※1




DM・コメントへの返信案をAIが作成

▶ 担当者の返信業務を効率化

**AI機能②** AIコンプライアンスチェック※2




投稿前にAIがリスクを3段階で判定

▶ 炎上リスクの低減を支援

※1：モニタリング機能（オプション）。X、Instagram、Facebookに対応
※2：TikTok投稿およびInstagramストーリーズは対象外

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 04 海外展開｜日系企業の送客支援を強化

## タイ人観光客の送客チャネル拡大で事業機会を創出




TOPICS

### Talon Japan × tance mall 提携

タイ人向けクーポンを「tance mall」※2で販売

**▶ 店舗のタイ人観光客集客を支援**

※1：Talon JapanのFacebookグループのメンバー数（2026年3月時点）
※2：tance株式会社が運営する店舗向けサービスプラットフォーム

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

04

# DX支援｜Webサイト保守サービスを強化

## セキュリティ意識の高まりを受け、Webサイト保守のニーズが拡大
## 約500サイトの保守実績を持つユニオンネットが、保守サービスを強化

**市場環境｜高まるWebサイトのセキュリティリスク**

| | |
|---|---|
| 2026年10月 | **PHPの重大な脆弱性が公表※1**<br>国内でも予防的にサービスを停止する企業が相次ぐ |
| 2026年12月 | **PHP 8.2のセキュリティサポートが終了**<br>サポート終了後は脆弱性の修正版が提供されない |
| 今後 | **AIによる脆弱性の発見が加速**<br>企業が緊急対応を迫られる場面がさらに増加する見込み |

**Webサイトの保守・更新に関する相談が増加**

TOPICS

### ユニオンネット 保守サービスを強化

約500サイトの保守ノウハウを生かし、4つの強化を実施

1. PHP・WordPressの最新バージョン維持
2. 緊急時の初動ルールと優先対応
3. 定期レポートでサイトの状態を見える化
4. 「現状診断」の受付開始（他社制作サイトも可）

▶ 制作から保守まで一貫して支援

※1：PHP公式（2026年10月21日）およびIPA（情報処理推進機構、2026年10月22日）の公表内容に基づく

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 05 参考情報

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 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 |
| 設　立　日 | 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 |
| グループ会社 | 株式会社コムニコ |
| | 一般社団法人SNSエキスパート協会 |
| | 株式会社ジソウ |
| | DTK AD Co.,Ltd. |
| | LOVABLE MARKETING GROUP ASIA SDN. BHD. |
| | 株式会社ユニオンネット |
| | 株式会社インバウンド・バズ |
| | 株式会社エルマーケ |
| 事 業 内 容 | マーケティング支援 |

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# パーパス

## 人に地球に共感を



共感とは、立場の違う人たちがお互いを理解し合うことだと考えます。
人同士の小さな共感が集まれば、それはやがて、理解し合える社会、持続可能な社会へとつながっていきます。

私たちはそのような未来を見据え、コミュニケーションのチカラで、世界に共感を生み出していきます。

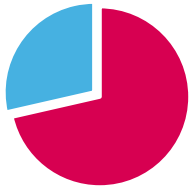
© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 主な沿革

| | |
|---|---|
| 2008年11月 | 株式会社コムニコ設立 |
| 2011年10月 | ニフティ株式会社と資本業務提携、同社の連結子会社化 |
| 2012年08月 | 株式会社マーケティングエンジン設立 |
| 2014年07月 | 当社経営陣によるMBO（マネージメントバイアウト） |
| | 株式会社エル・エム・ジー設立 |
| | 株式会社コムニコを完全子会社化 |
| 2014年09月 | 株式会社ポストモアを買収 |
| | 株式会社マーケティングエンジンを完全子会社化 |
| 2015年02月 | 株式会社24－7と資本・業務提携 |
| 2018年03月 | 株式会社アゲハと資本・業務提携 |
| 2019年01月 | 株式会社エル・エム・ジーを<br>株式会社ラバブルマーケティンググループへ社名変更 |
| 2019年05月 | 株式会社アゲハの全事業をコムニコへ継承し事業統合 |

M&A実績(累計)

事業譲受 2 件



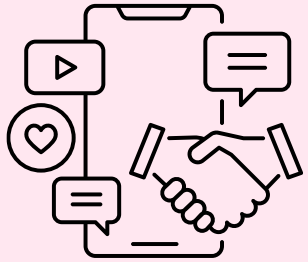
株式取得 7 件

| | |
|---|---|
| **2021年12月** | **東京証券取引所マザーズ市場（現 グロース市場）へ上場** |
| 2022年10月 | 本社を神谷町に移転 |
| 2023年04月 | DTK AD Co.,Ltd.を子会社化 |
| | 株式会社ジソウ設立 |
| 2023年07月 | アジアンブリッジ株式会社と資本・業務提携 |
| 2024年06月 | Lovable Marketing Group Asia Sdn. Bhd.設立 |
| 2024年11月 | 株式会社ユニオンネットを完全子会社化 |
| | 株式会社ABALと資本業務提携 |
| 2024年12月 | 株式会社アーティザンより「ライフインザキッチン」事業を譲受 |
| 2025年02月 | 株式会社インバウンド・バズ設立 |
| | TALONTRAVELより「Talon Japan」事業を譲受 |
| 2025年07月 | 株式会社コムニコが株式会社DXディライトを吸収合併 |
| 2025年11月 | AIフュージョンキャピタルグループ株式会社を割当先とする第三者割当増資を実施、同社の連結子会社化 |
| 2026年01月 | 株式会社エルマーケを完全子会社化 |
| 2026年03月 | 株式会社ライスカレーLSを完全子会社化 |
| 2026年10月 | 株式会社コムニコが株式会社ライスカレーLSを吸収合併 |

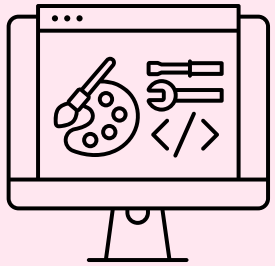
© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 事業構成

## SNSマーケティング支援を中核として、多角的に事業を展開。



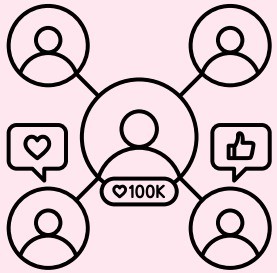
SNSアカウント運用支援サービス



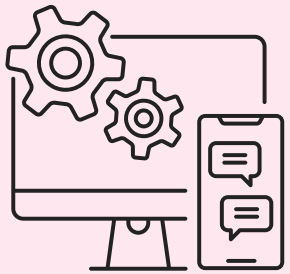
SaaS型SNS運用支援ツールの開発・提供



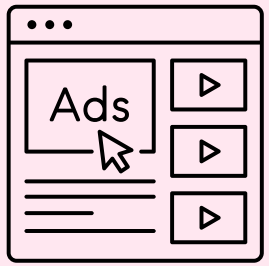
人材教育サービス




インフルエンサーマーケティング



Web制作




広告運用



インバウンドプロモーション支援



インバウンドメディア運営

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 当社の事業構成および取り組み一覧

## 国内 既存事業

2008年の創業当時から支援を行うSNSマーケの老舗企業
支援実績3,300件超／サービス領域拡大中

### SNSマーケティング事業

- SNS運用支援
  - SNS運用代行支援
  - コンサルティング支援
  - LINEマーケティング支援
  - インフルエンサーマーケティング
  - 広告運用　等
- SNS運用支援ツール
  - 運用支援ツール
  - キャンペーン支援ツール
- 人材教育サービス

対応会社：COMMICO、ジソウ、L Marketing, Inc.、COMMICO、一般社団法人 SNSエキスパート協会

### DX支援サービス

- Web制作
- Web広告

対応会社：UNIONNET

**ストック収益の安定的な成長**

コミュニケーションノウハウを活用したサービス展開

既存顧客へのアップセル・クロスセルによる客単価向上

規模拡大、専門性の強化

## 海外・国内 新規領域

### 海外展開・インバウンドプロモーション

対応会社：DTK、Inbound Buzz

- 日本企業の海外展開支援
- インバウンドメディア運営
- 訪日インバウンドプロモーション支援
- KOL※を活用したプロモーション支援

※：Key Opinion Leader

### XR

- パートナー企業と連携したサービスの開発

## M&A

**非連続的成長を加速するための戦略としてM&Aを実施**

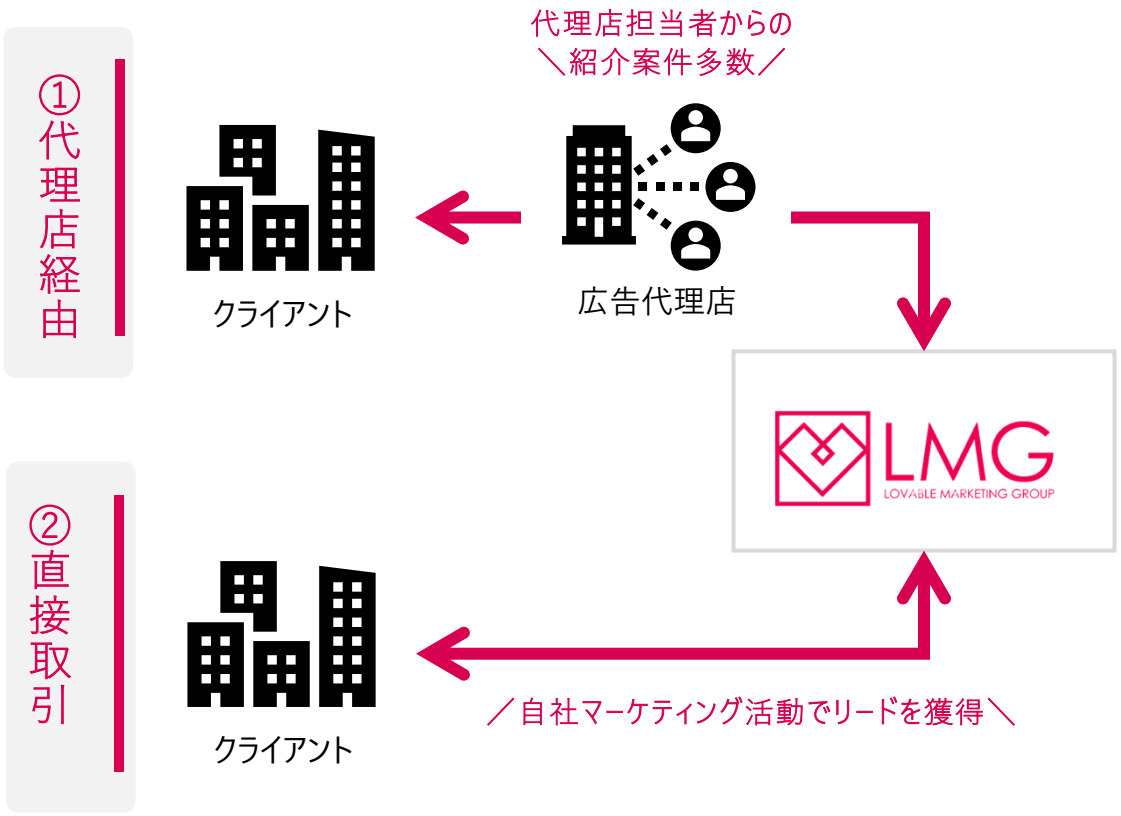
- SNSを中心とした親和性の高い企業
- 国内マーケティング、インバウンドマーケティングにおける事業領域の拡張
- ソフトウェア開発、支援を提供する企業　等

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# SNSマーケティング事業｜商流・収益構造

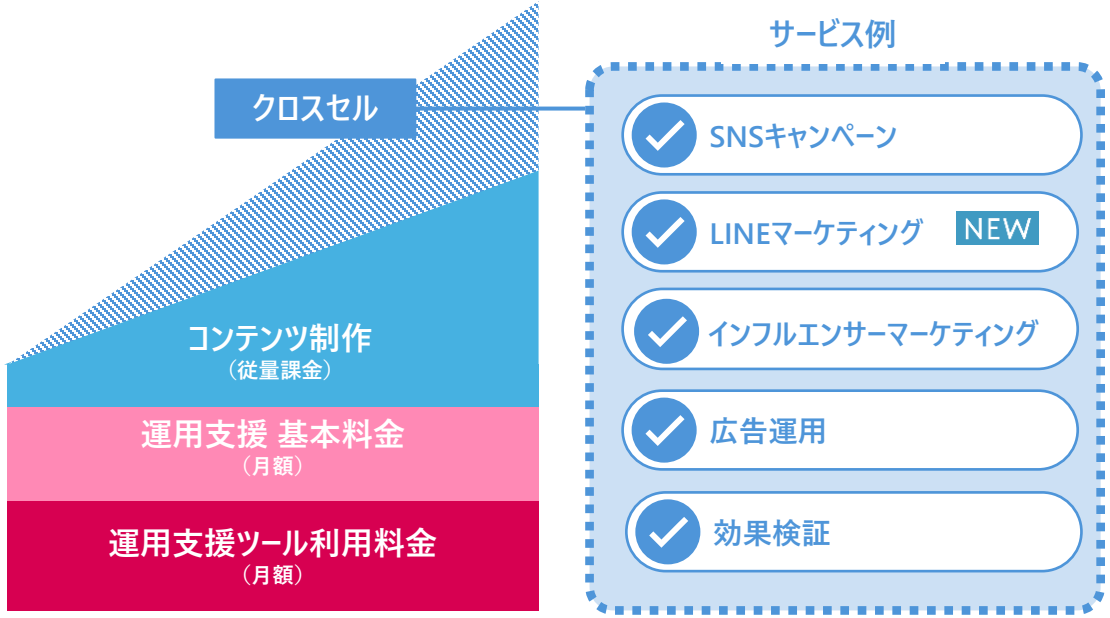
## SNSマーケティング運用支援、運用支援ツールのストック収益による積み上げ
## さらにM&Aで拡大した支援領域により、客単価向上や利益率の高いサービス開発を進める

### 商流




### 収益構造

| | |
|---|---|
| ストック収益 | 運用支援基本料金・ツール利用料金 |
| 準フロー収益 | コンテンツ制作（従量課金）継続契約の施策等 |
| フロー収益 | コンテンツ制作・クロスセル |




© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 参考｜SNS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型プロダクトを自社開発・提供

### comnico Marketing Suite（コムニコ マーケティングスイート）

＼導入数 6,000アカウント※1以上／

**SNS運用のプロが作った投稿管理・分析ツール**



- 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

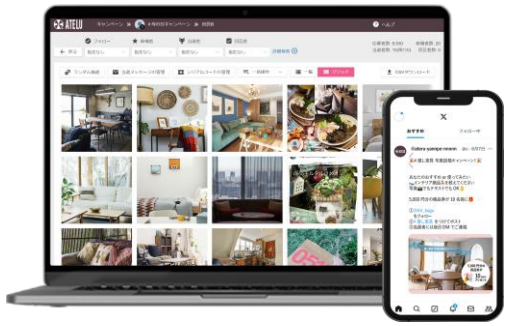
対応SNS：

※1：2026年5月時点

### ATELU（アテル）

＼累計キャンペーン実施数 20,000件※2以上／

**SNS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

対応SNS：

※2：2026年7月末時点

※2023年より提供していたInstagramチャットボットツール「autou（オウトウ）」は、成長プロダクトへのリソース集中のため2026年4月でサービス提供を終了

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 事業構成／関連会社




純粋持株会社

| | COMNICO | 一般社団法人 SNSエキスパート協会 | ジソウ | DTK AD | LOVABLE MARKETING GROUP ASIA SDN. BHD. | UNIONNET | Inbound Buzz | L Marketing, Inc. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 会社名 | 株式会社コムニコ<br>(comnico inc.) | 一般社団法人<br>SNSエキスパート協会 | 株式会社ジソウ<br>(jisou inc.) | DTK AD Co.,Ltd. | LOVABLE MARKETING GROUP<br>ASIA SDN. BHD. | 株式会社<br>ユニオンネット | 株式会社<br>インバウンド・バズ | 株式会社<br>エルマーケ |
| 設立 | 2008年11月 | 2016年11月 | 2023年4月 | 2013年3月<br>※2023年4月子会社化 | 2024年6月 | 2004年9月<br>※2024年11月連結子会社化 | 2025年2月 | 2022年11月<br>※2026年1月連結子会社化 |
| 事業内容 | • SNS運用支援<br>• SNS運用支援ツールの開発・提供 | • SNS検定講座の開発、提供 | • SNSマーケティング自走支援 | • インバウンドプロモーション<br>• 海外マーケティング支援 | 東南アジア全域に対しての包括的な拠点 | • Webサイトの企画・制作、保守・サポート<br>• Webコンサルティング 等 | • インバウンドメディア運営<br>• インバウンドプロモーション支援 | • LINE運用代行/コンサルティング<br>• LINE APIツール／ミニアプリ導入支援<br>• 友だち数増加支援 |
| 所在地 | • 東京本社<br>• 関西オフィス<br>• SMMC高知 | 東京本社 | 東京本社 | タイ<br>バンコク | マレーシア<br>クアラルンプール | 大阪本社<br>東京オフィス | 東京本社 | 東京本社 |

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 競争優位性｜SNSマーケティング事業

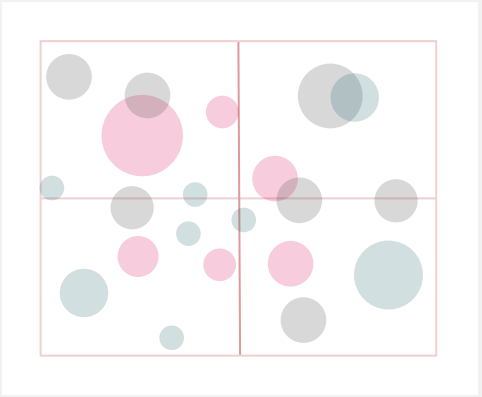
## SNS運用支援の経験・実績

### 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運用支援ツールの開発・提供

### 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活かし、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

※今期の平均実績値

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 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. 134万人※1規模のコミュニティ運営

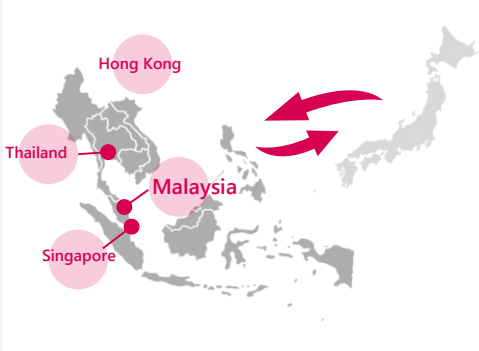
タイ国内で最大級・134万人規模の日本旅行愛好家コミュニティをもつインバウンドメディアを運営し、ここを起点としたアフィリエイトサービスなども展開

## 03. 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

## 04. 日系企業への理解と現地理解




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

※1：Talon JapanのFacebookグループのメンバー数（2026年3月時点）

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 参考｜当社がターゲットとする市場規模

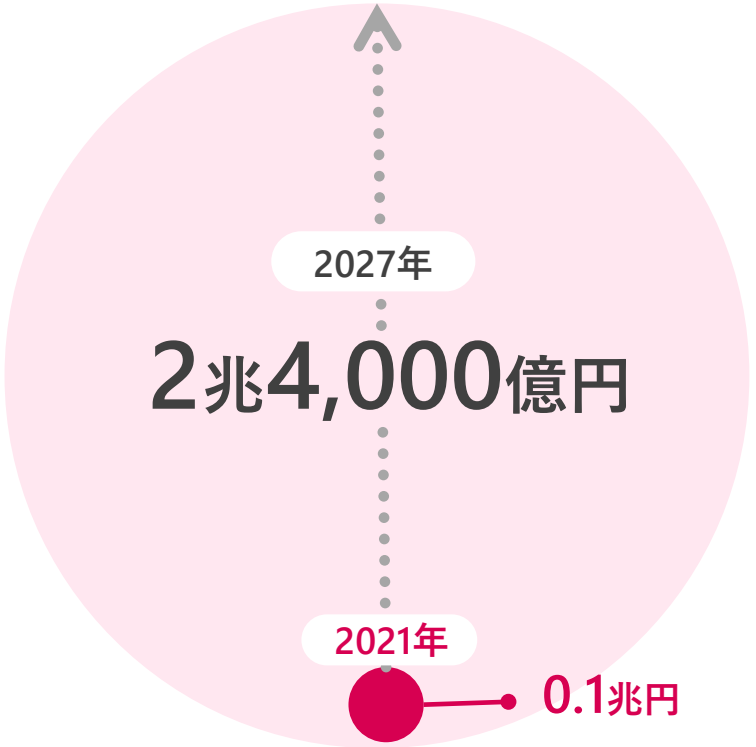
## ソーシャルメディアマーケティング市場規模※1




## 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



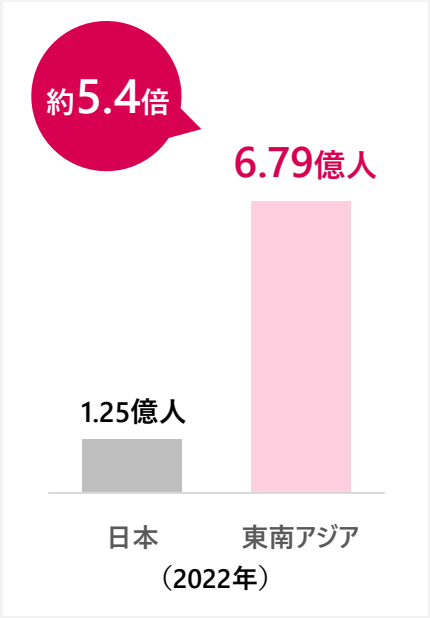

※1出典:　サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ「ソーシャルメディアマーケティング市場」を加工して当社が作成
※2出典:　日本政府観光局「 2019年度 国籍/月別 訪日外客数」／観光庁「訪日外国人消費動向調査2019年年間値」の数値をもとに2030年までの予測値を当社が作成
※3出典:　A.T. カーニー株式会社HP「Web3があたえるインパクト」 2027年のWeb3関連市場の推計より

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 参考｜東南アジア市場について

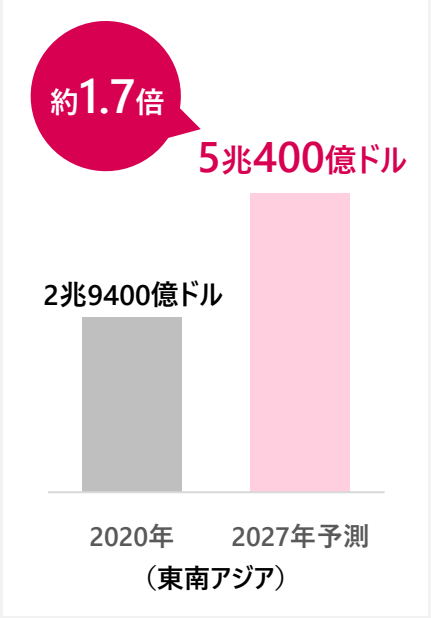
## 東南アジア※1は約6.79億人の人口を擁し、2027年にはGDPが5兆ドルを超える見込み。
## 広告市場も2021年から2026年にかけて、日本の約3.4倍※2の成長率でほぼ倍増する予測。

### 人口



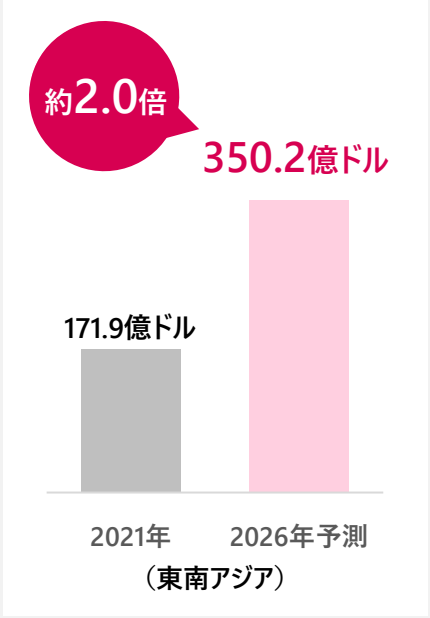

出典: 外務省「目で見るASEAN」

### GDP推移



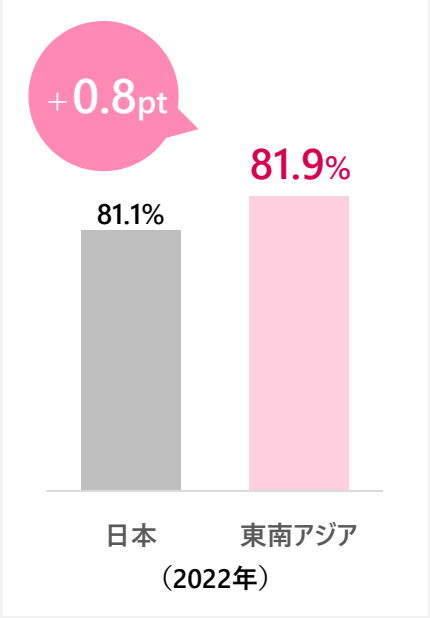

出典: statista

### 広告費



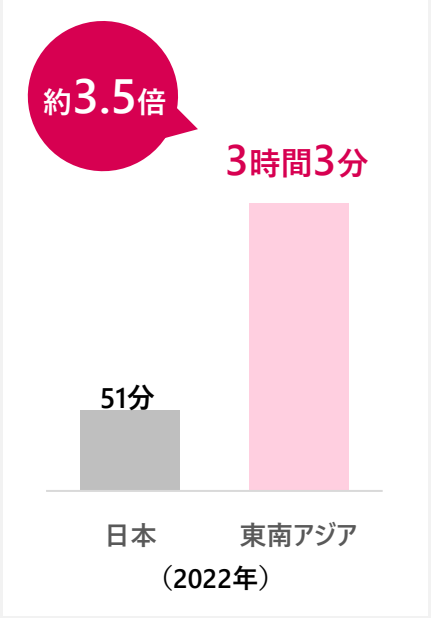

出典:「VIETJO」内記事の数値をもとに当社が算出

### 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: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

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 支援実績｜導入顧客（SNSマーケティング支援）

## 大手企業を中心に多様な業界・業種で3,300件※以上の支援実績




※2026年9月末時点。ツール導入含む

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 実績｜SNSマーケティング支援のPR・マーケティング活動

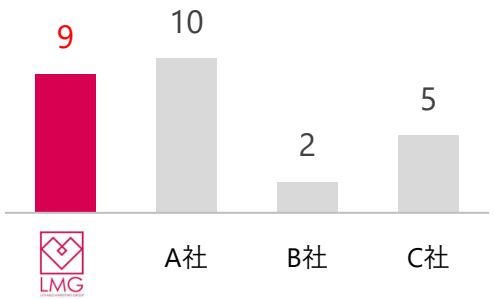
## 書籍の出版







### 書籍出版数 ※1

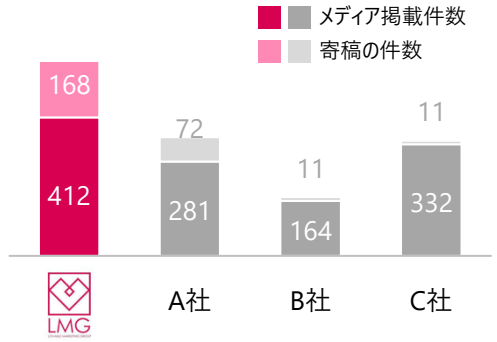



## メディアへの寄稿




ITmedia マーケティング
MarkeZine
Web担当者 Forum

### メディア掲載件数 ※2




## 自社メディアの運営

SNS運用のヒントが見つかるメディア
WE LOVE SOCIAL
by comnico



### リード獲得数 ※3

518 件

## 展示会・セミナー




### 参加者 ※4

- 共催セミナー・カンファレンス
- 他社開催セミナー
- 展示会への出展

7,453名

- 自社開催セミナー

2,376名

※1:当社調べ（2026年9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～2026年9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（2026年4月～2026年9月）
※4:自社・他社開催のウェビナー／カンファレンスへ参加いただいた人数（ 2026年4月～2026年9月）

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 組織づくり｜サステナビリティ・マネジメント

「働きがいのある組織」を基盤とし、そこから生まれる事業活動を通じて
社会の持続可能な発展に貢献する循環の創造を目指す。

## SDGsに基づく組織づくり

- 「SDGsマネジメントガイドライン」に基づく組織運営
- 多様性推進
- 健康経営
- 環境保護
- 生産性向上
- 教育、育成への投資




| マテリアリティ | 関連するSDGs | 取り組み |
|---|---|---|
| 生産的かつ<br>エコなマーケティング |  | • マーケティング活動における非生産的な天然資源（紙・エネルギー・CO2）の削減 |
| 持続可能な開発と<br>ライフスタイルの促進 |  | • SDGs推進企業のマーケティング支援<br>• クライアントのSDGs推進支援 |
| 健全なICT社会実現 |  | • 全ての人に、ICTスキルを<br>• SNSリスクマネジメントの普及 |

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

# 当社公式SNSアカウントのご紹介

投資家・株主を含むステークホルダーの皆様に向け、決算情報やプレスリリースなどを
随時発信いたします。ぜひフォローのうえ、最新情報をご確認ください。

| X（旧Twitter） | Facebook | note |
| --- | --- | --- |
| フォロー | フォロー | フォロー |

© 2026 Lovable Marketing Group, inc.

株式会社ラバブルマーケティンググループ 経営企画室
Email: ir@lmg.co.jp

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。本資料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し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。