



# 2024年10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

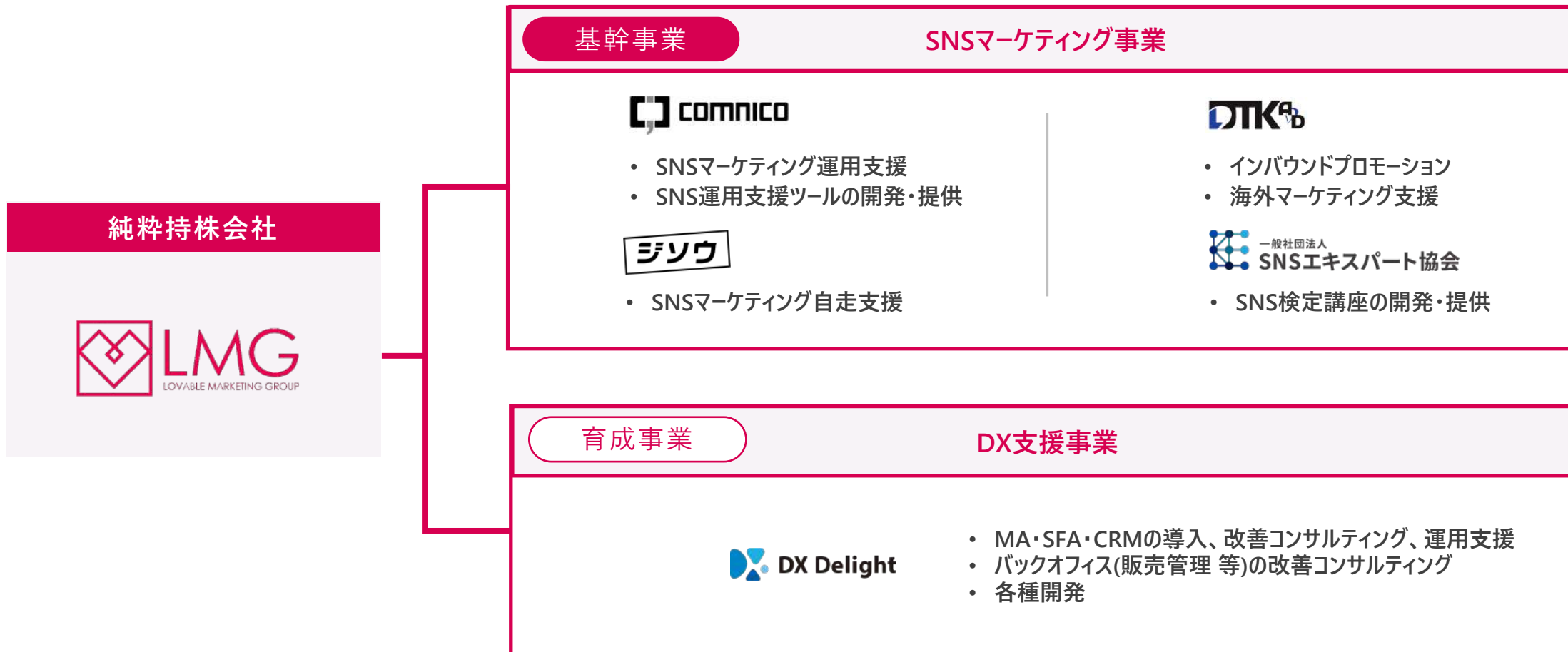
# 会社概要

- 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2四半期 決算概要
03. 事業別報告
04. 成長戦略
05. Japan Promotion Projectについて
06. Appendix



# 01. エグゼクティブサマリー

# 2024年10月期第2四半期 業績ハイライト

売上高

1,092 百万円

通期業績予想に対する進捗率 54.6%

営業利益

145 百万円

通期業績予想に対する進捗率 145.7%

SaaS型プロダクト契約件数

553 件

前年同期比 11.5%増※1

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

266 百万円

前年同期比 11.7%増※3



SNSマーケティング事業のキャンペーン案件の獲得や既存顧客へのアップセルが牽引し、売上高は順調に推移



営業利益は原価・販管費の未消化及び生産性向上により、期初計画を大幅に上回る進捗となった

※1: 2023年4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4月のARRと比較

# 02. 2024年10月期第2四半期 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  
SNSマーケティング事業が堅調に推移し通期業績予想に対し売上高は計画通りの進捗、営業利益は大幅達成した

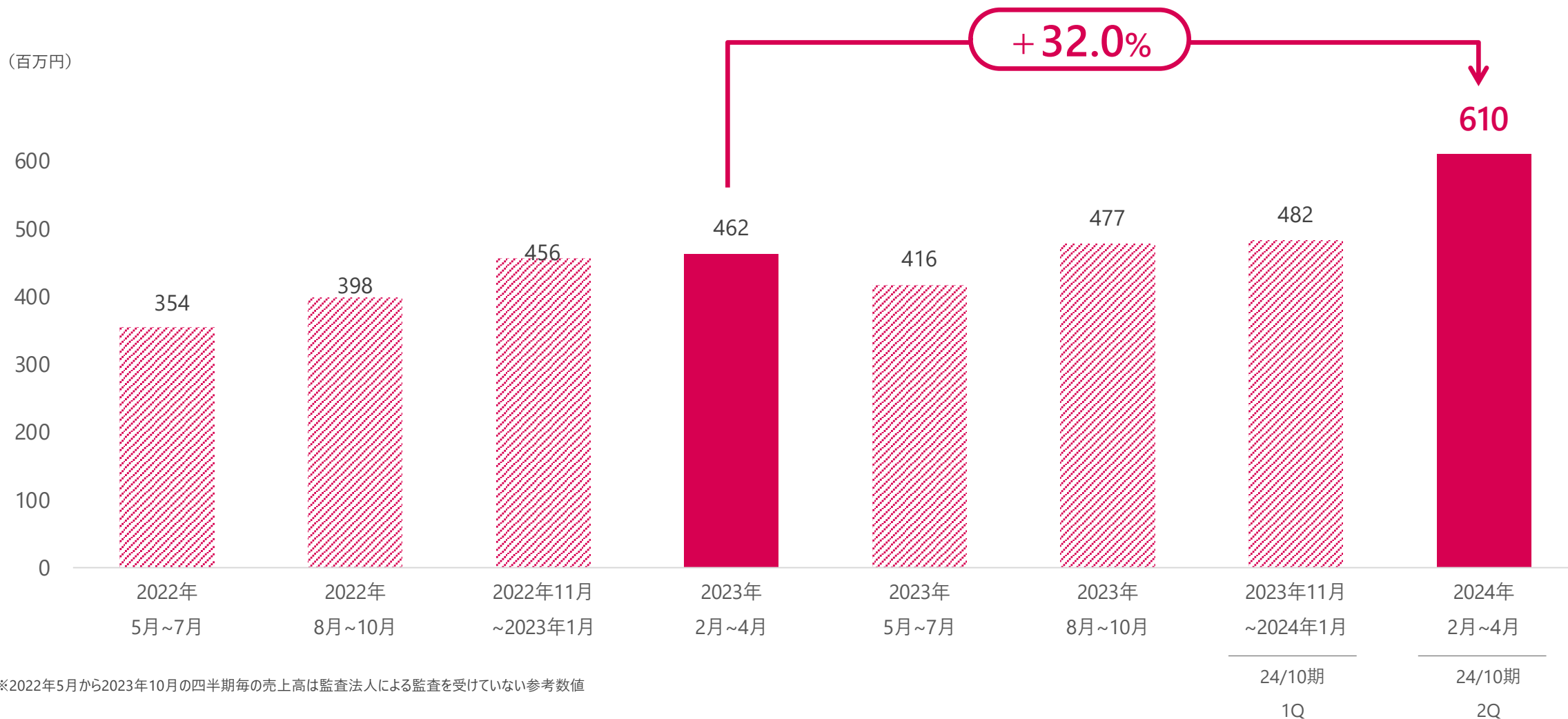
(百万円)	2024年10月期 第2四半期実績	前年同期※ 実績 (社内参考値)	増減額	増減率	2024年10月期 通期業績予想	進捗率	
売上高	1,092	918	174	19.0%	2,000	54.6%	計画通り
営業利益	145	91	53	58.5%	100	145.7%	大幅達成
経常利益	155	92	62	67.7%	100	155.1%	大幅達成
親会社株主に帰属する当期純利益	81	61	19	32.1%	60	135.8%	大幅達成

※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

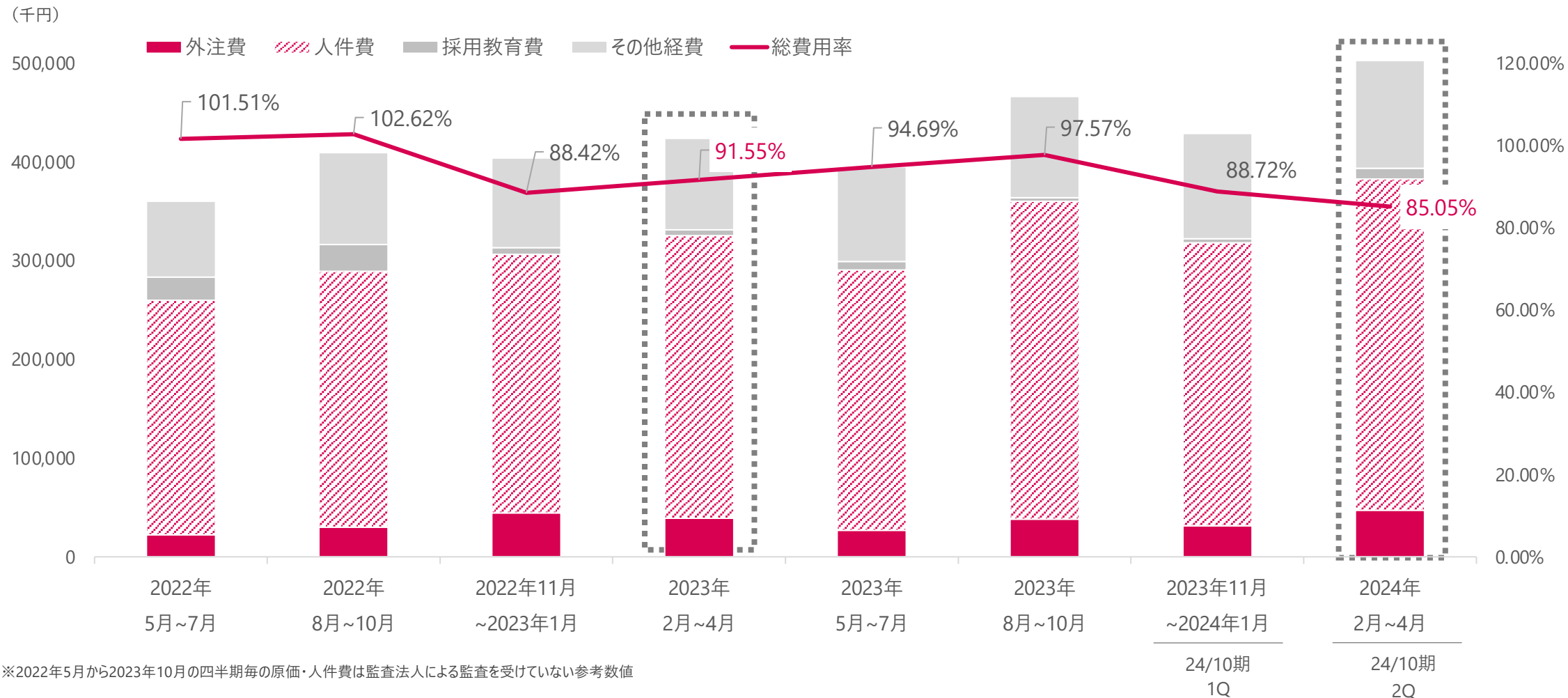
3月決算のクライアントのキャンペーン案件やコンテンツ制作の増加等を獲得し、売上高は前年同期比 **32.0%増**



※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

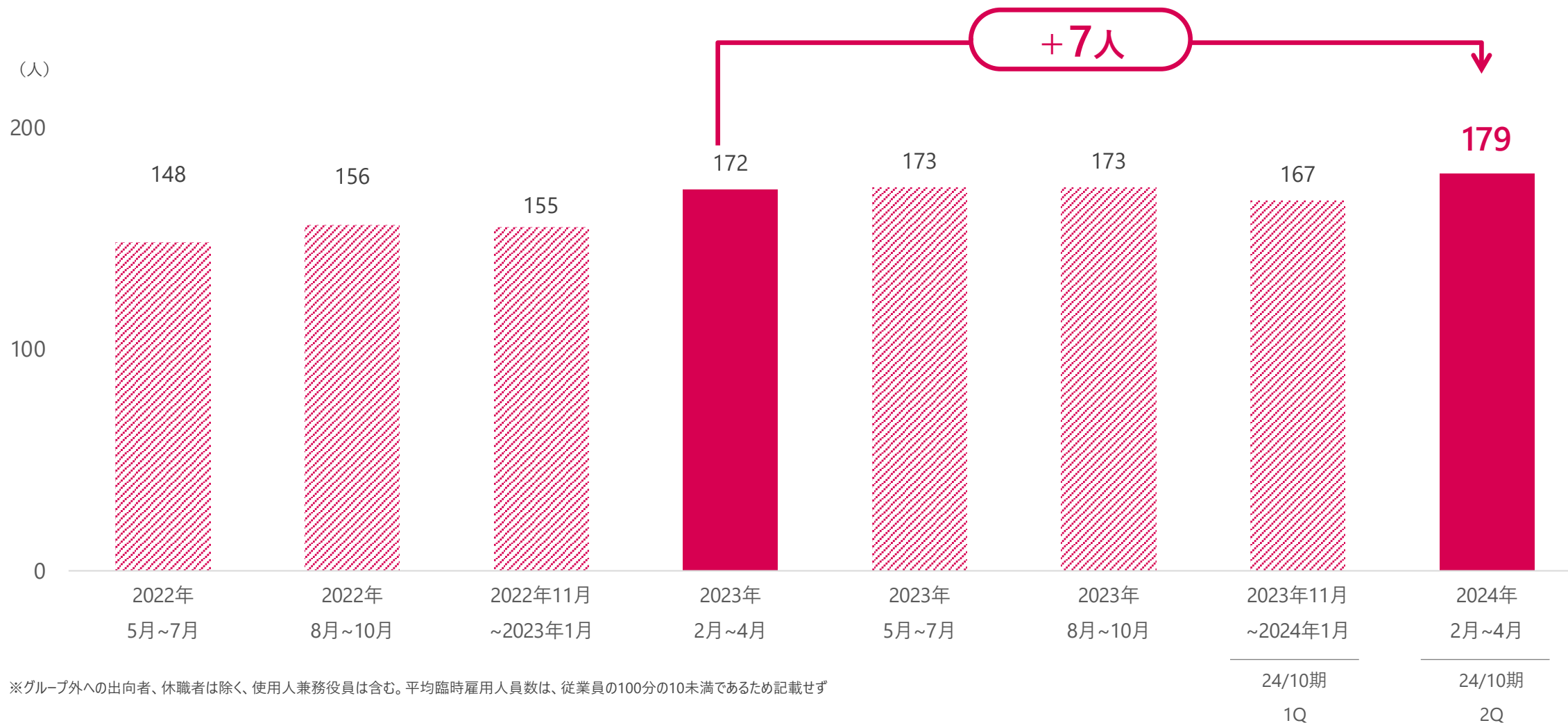
# 四半期別 原価・人件費推移

前年同期と比べ、原価・人件費は増加したものの、総費用率は低下した



# 四半期別 従業員数推移

従業員数※は、前年同期から **7人増加** 4月に4名の新入社員が入社した



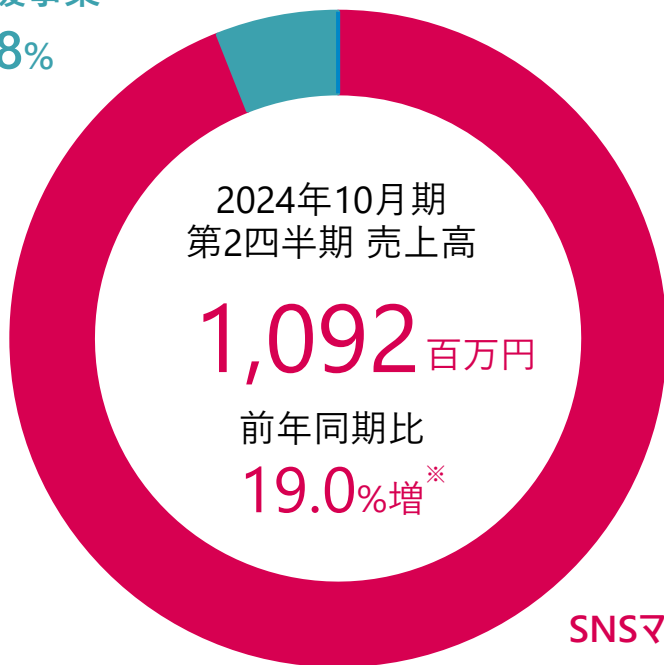
※グループ外への出向者、退職者は除く、使用人兼務役員は含む。平均臨時雇用人員数は、従業員の100分の10未満であるため記載せず

# 売上高サマリー

SNSマーケティング事業は前年同期比21.1%増で増収、DX支援事業は大型案件の期ずれにより11.7%の減益となった

## 事業別売上高構成比

DX支援事業  
3.8%



SNSマーケティング事業  
96.2%

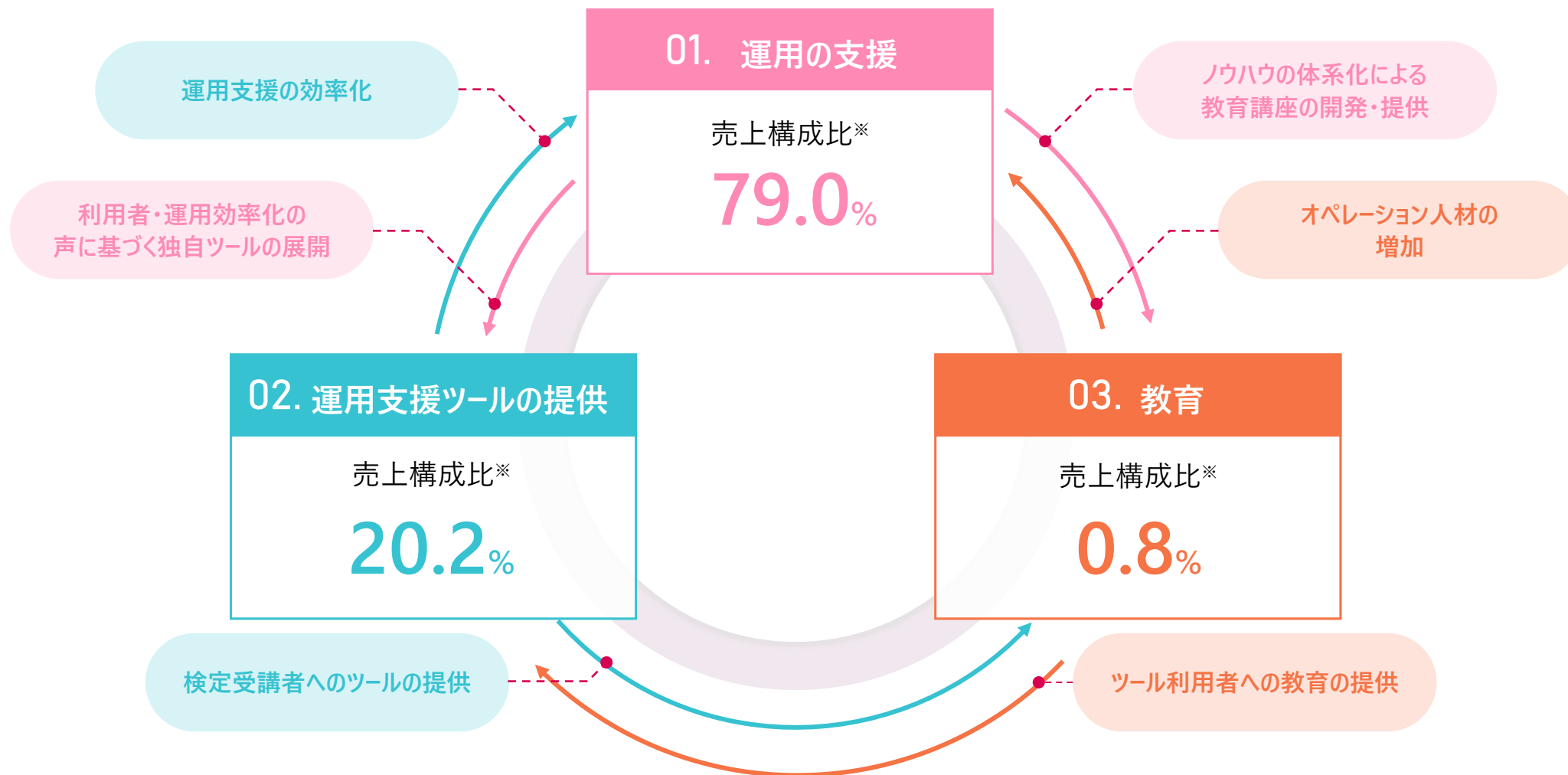
	売上高	前年同期比*
SNS マーケティング 事業	1,051百万円	21.1%増
DX支援事業	41百万円	11.7%減

※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



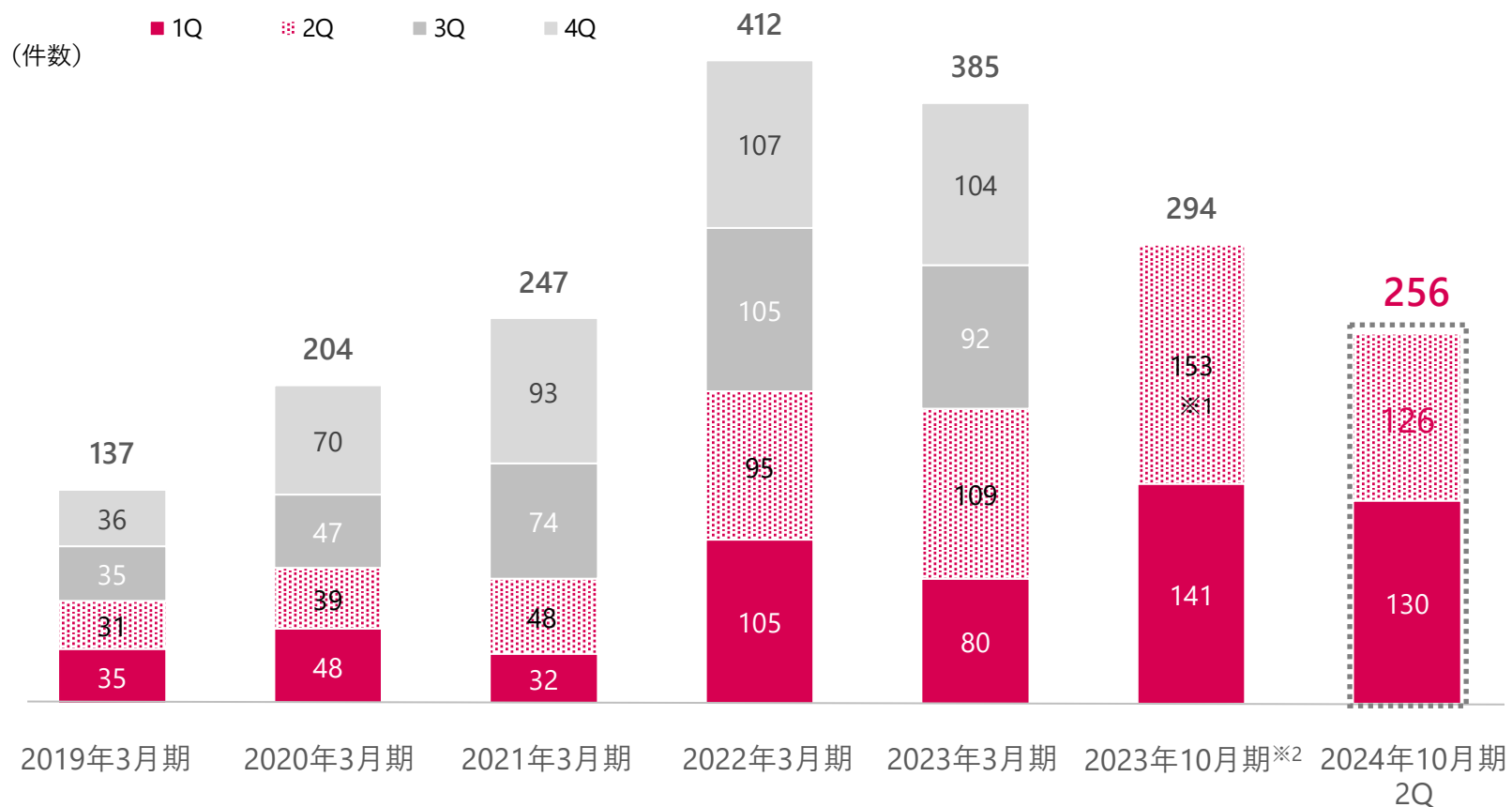
※2024年10月期第2四半期のSNSマーケティング事業における売上高構成割合

# 運用支援 主要KPI 新規受注件数推移

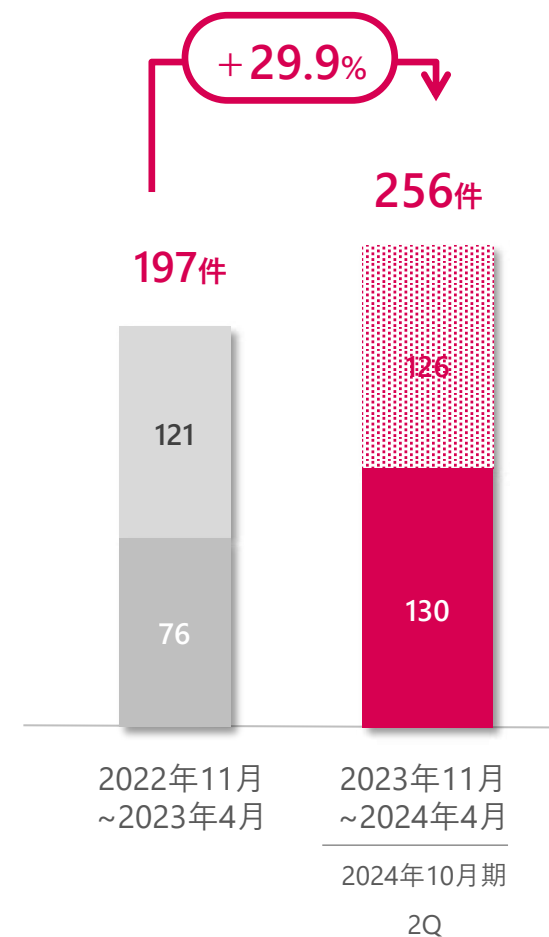


新規受注件数は**256**件、前年同期比は**29.9%増**で好調に推移

## 新規受注件数推移



## 前年同期比較



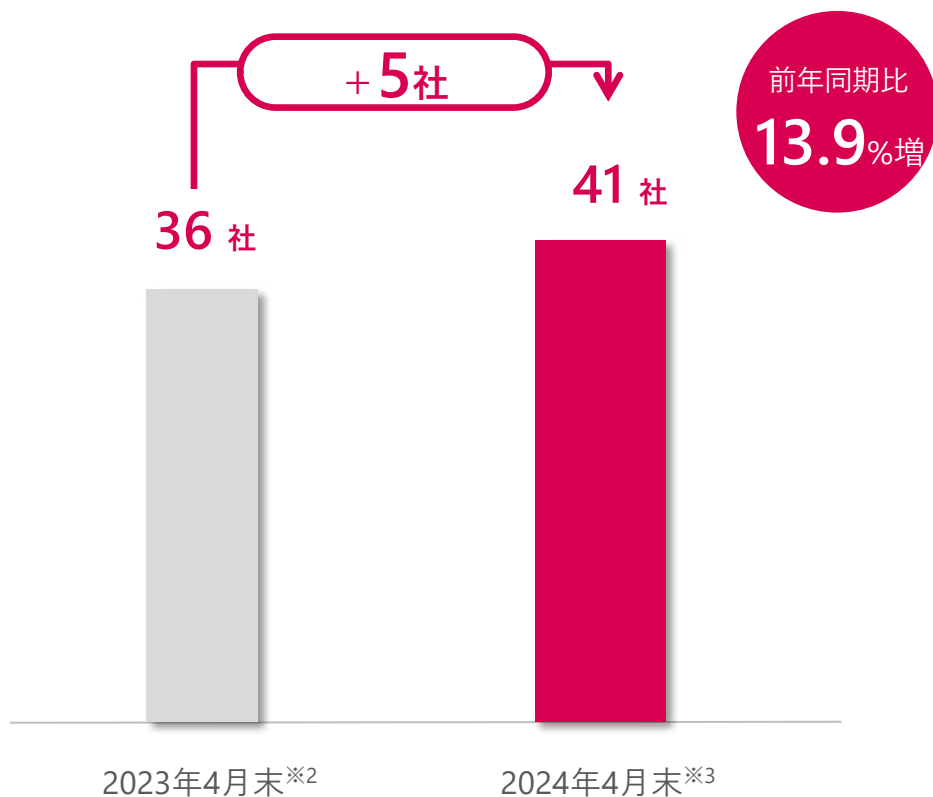
※1:2023年7月~10月の4ヶ月間の数値  
 ※2:2023年4月~10月の7ヶ月決算

# 運用支援 主要KPI

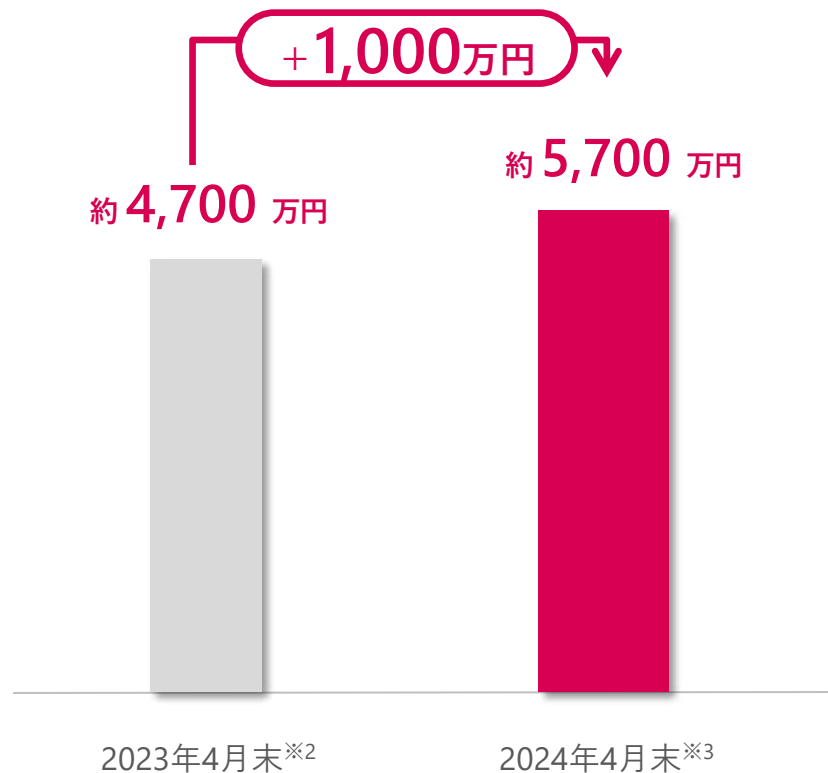
## ロイヤルクライアント社数推移

ロイヤルクライアント※1社数は前年同期比で+5社、13.9%増加。上位10社の平均取引高は約1,000万円増加  
直近1年での大型案件の新規獲得に加え、既存ロイヤルクライアントに対する大幅アップセルに成功した

### 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  
※2:2023年2月～2023年4月末  
※3:2024年2月～2024年4月末



# 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

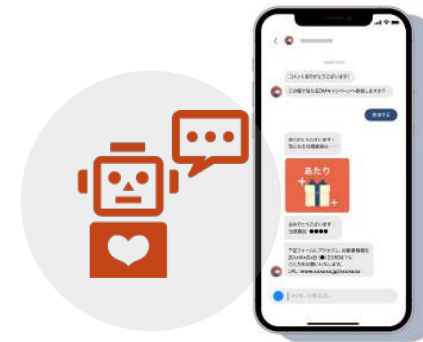
NFT (非代替性トークン) にも対応

## 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



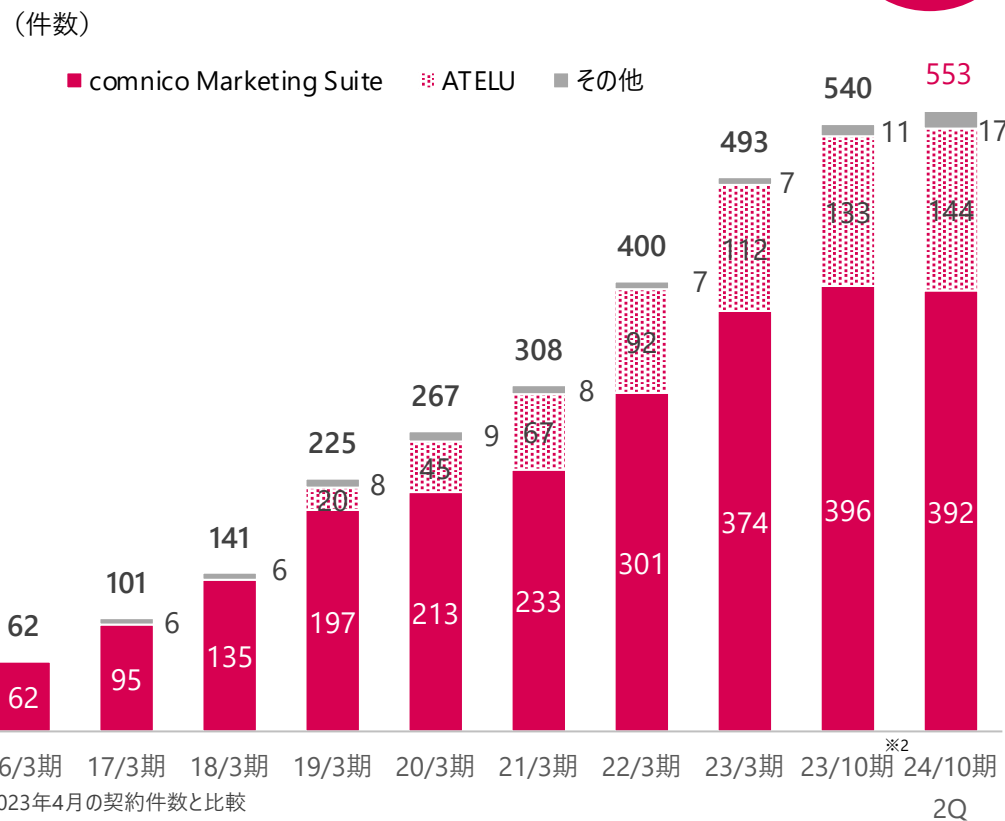
※2023年9月末時点

# 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**11.5%増**に。主力ツール「comnico Marketing Suite」は期末調整による予算縮小やアカウント閉鎖など解約が集中する3-4月が今期より2Qにあたるため解約率（四半期平均）が上昇。ARRも1Qより減少したが、前年比では**11.7%増**となった

## SNS運用支援ツール契約件数

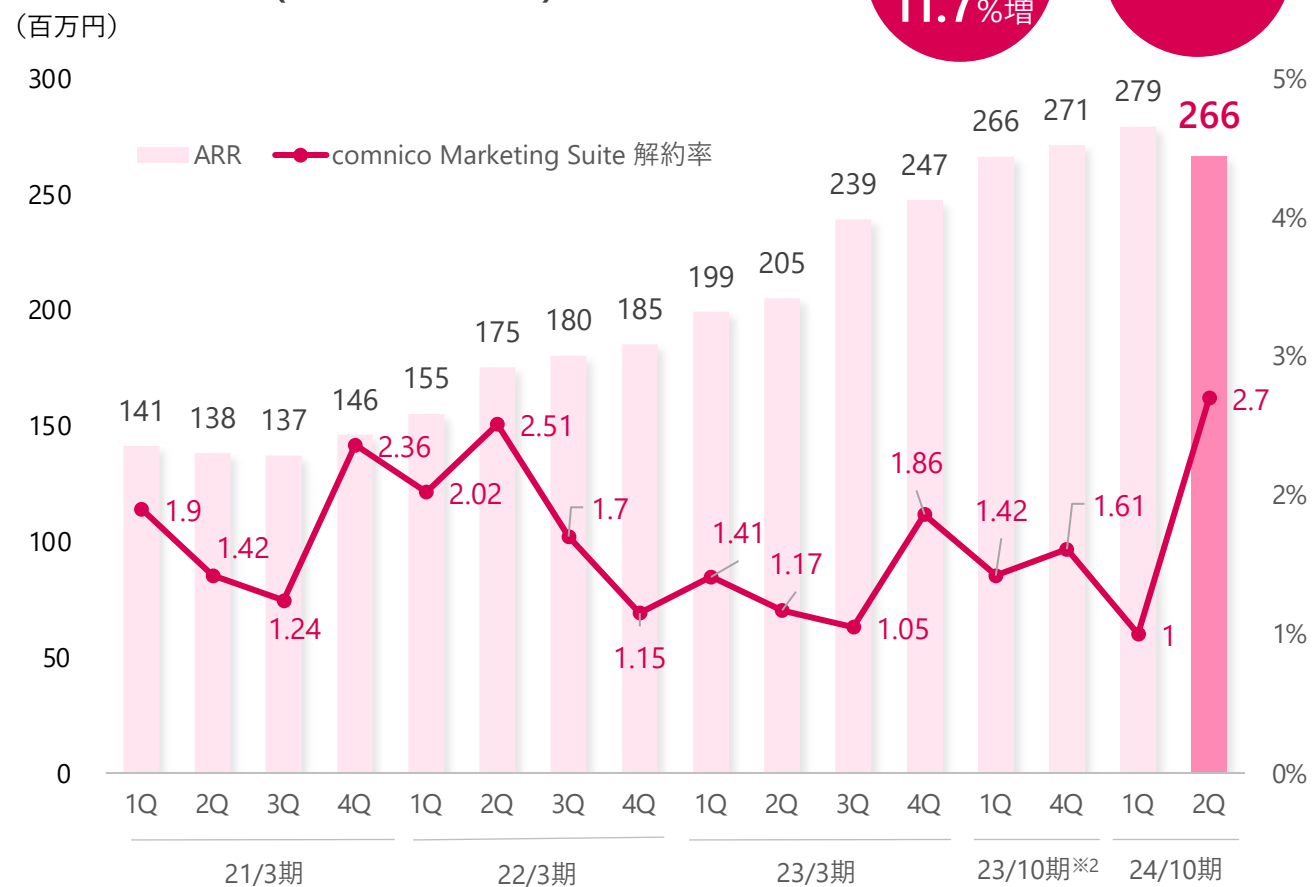
前年同期比  
11.5%増<sup>※1</sup>



## comnico Marketing SuiteのARR(年間経常収益)<sup>※3</sup>と解約率<sup>※4</sup>

ARR  
前年同期比<sup>※5</sup>  
11.7%増

解約率  
2.7%



※1: 2023年4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

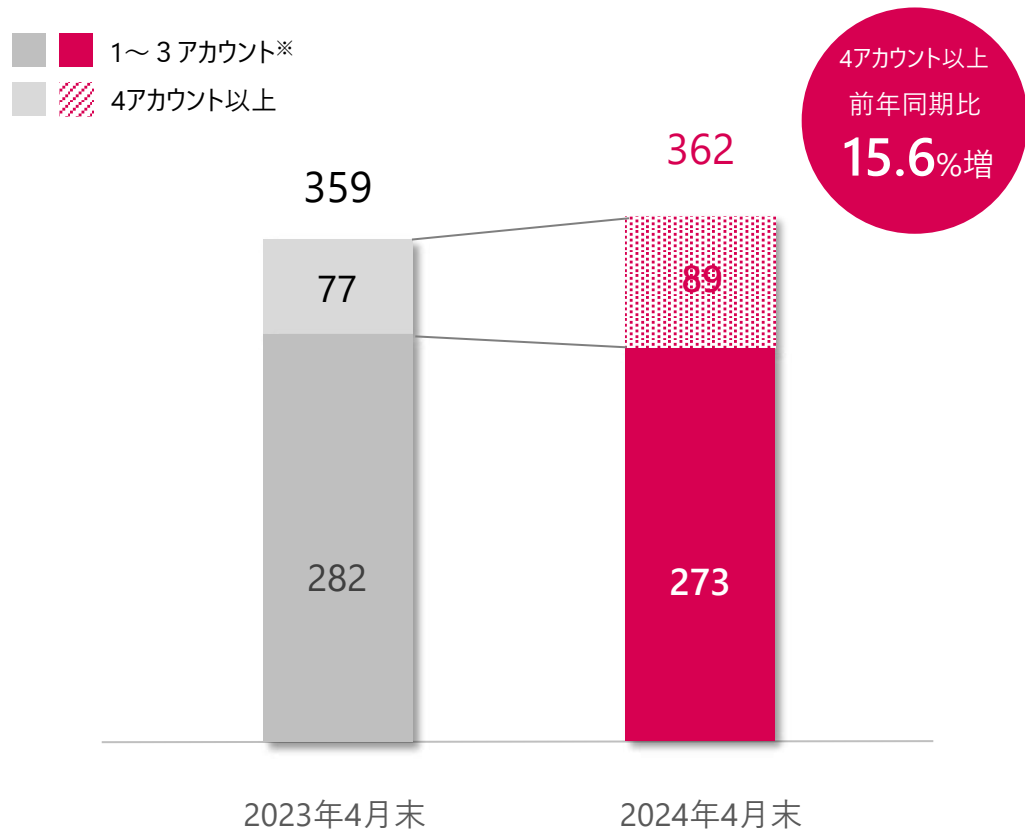
※5: 2023年4月のARRと比較

# 運用支援ツール

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

複数アカウント社数は前年比で**15.6%**増加。一方、解約や複数アカウントに移行した企業があったため1~3アカウント社数は減少した

### comnico Marketing Suite 契約社数推移



### 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

SNS運用効率化ツール「comnico Marketing Suite」に、TikTokの投稿機能および全アカウント一括分析機能を追加  
Facebook、X、Instagramに加え、4つのSNS投稿管理・分析が可能になった

## TikTok特徴

モバイル向け動画配信プラットフォーム  
アップできるコンテンツは15秒、または60秒の**短尺動画**が中心

日本では、2017年にリリースされ、2023年9月時点の国内月間アクティブユーザー数は **2,700万人**

利用率は**10代で66.4%**、**20代で47.9%**と高く、Z世代を中心にエンターテインメントを楽しむ場や情報収集の場として利用されている

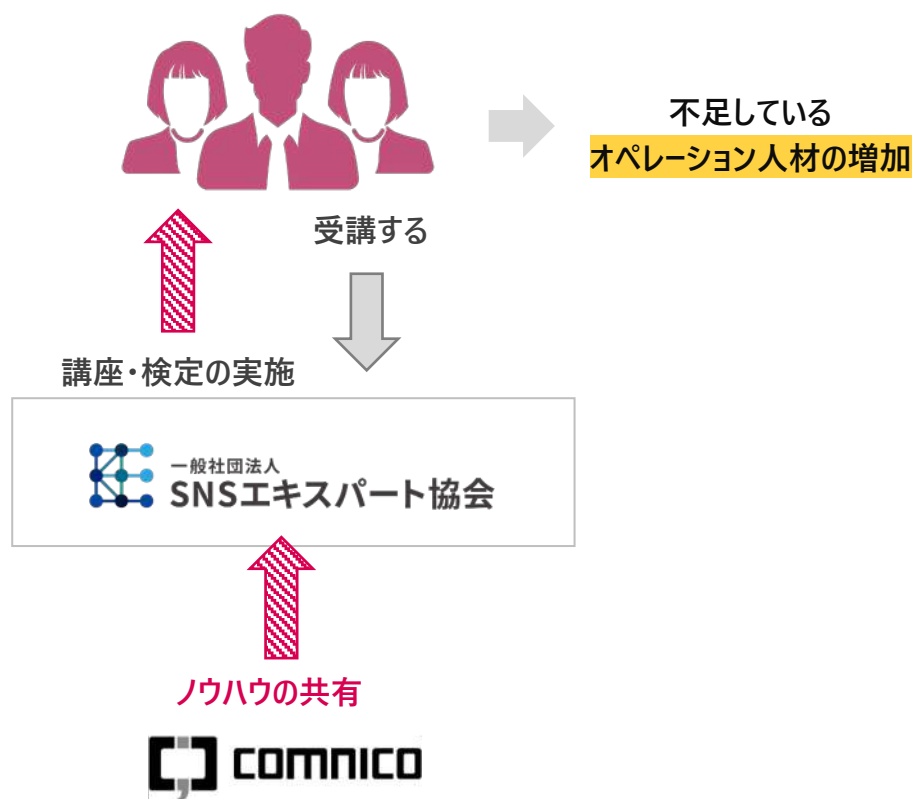
## TikTok 国内月間アクティブユーザー数

	国内月間アクティブユーザー	ユーザー層	特徴
	<b>9,600</b> 万以上	全国各地に分布 幅広い年齢層	<ul style="list-style-type: none"> <li>1to1コミュニケーションに適している</li> <li>LINE APIを使い自社サービスと連携</li> <li>スタンプ・ショップカードなど独自機能</li> </ul>
	<b>7,120</b> 万以上	幅広い年齢層 約4割は45歳以上	<ul style="list-style-type: none"> <li>古い動画も検索して観てもらえる可能性</li> <li>縦型動画 (YouTubeショート) も人気</li> <li>SEO (検索エンジン最適化) に強い</li> </ul>
	<b>6,650</b> 万以上	20代が多い 平均年齢は37歳	<ul style="list-style-type: none"> <li>カジュアルな短文コミュニケーション</li> <li>タイムリーさ重要</li> <li>拡散力強い (「バズ」「炎上」)</li> </ul>
	<b>6,600</b> 万以上	10代20代が多い 女性が過半数	<ul style="list-style-type: none"> <li>画像/動画で訴求しやすい商材向き</li> <li>フィード/ストーリーズ/リールの使い分け</li> <li>クリエイター (インスタグラマー) 活用も</li> </ul>
	<b>2,700</b> 万以上	10代20代が多い	<ul style="list-style-type: none"> <li>「おすすめ」で新たな潜在顧客へリーチ</li> <li>コメント欄は荒れることもあり注意</li> </ul>
	<b>2,600</b> 万以上	ビジネスユースの 30代以上が中心	<ul style="list-style-type: none"> <li>実名登録でリアルなつながり重視</li> <li>フォーマル/オフィシャル/ビジネス</li> </ul>

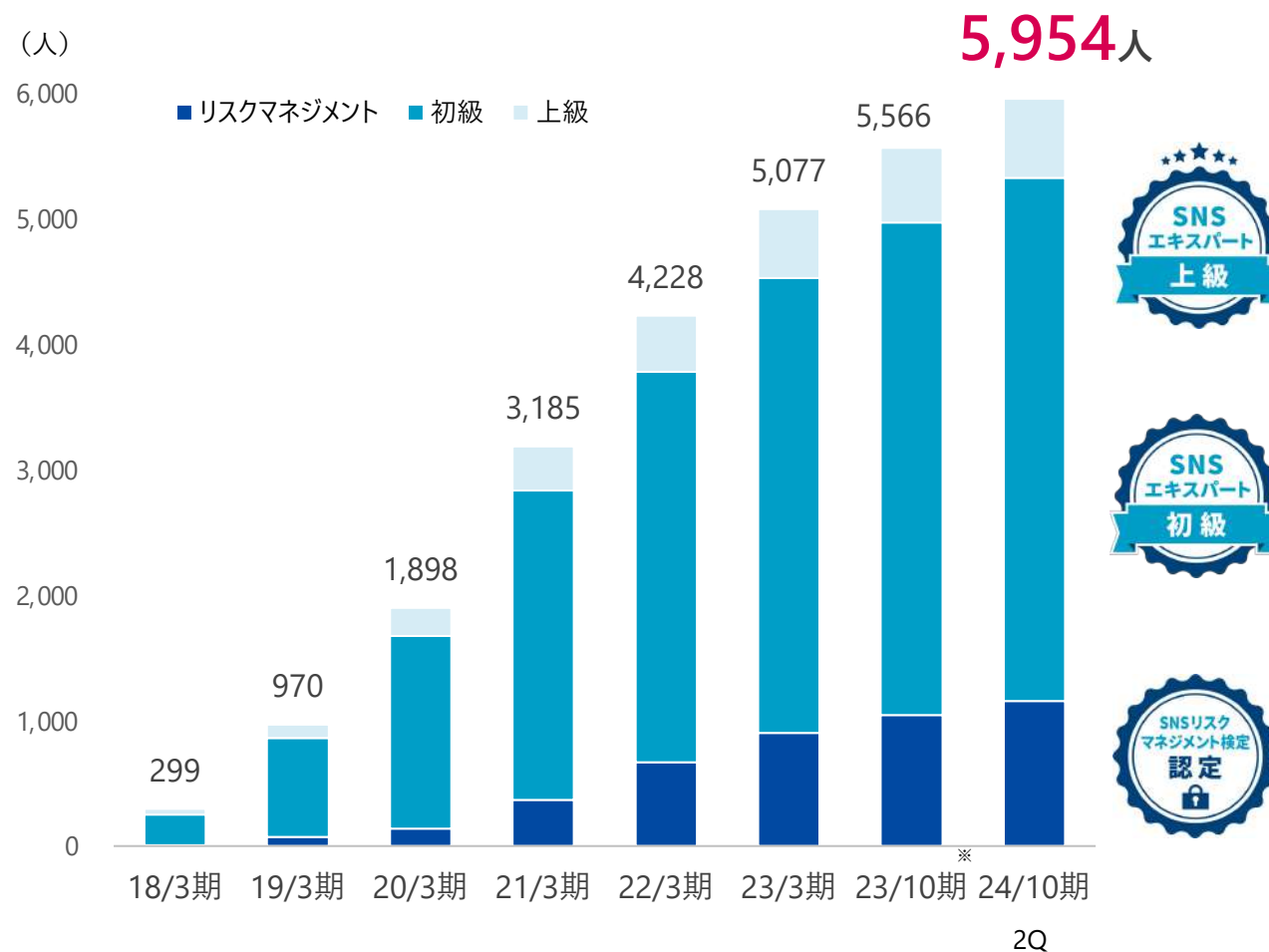
https://www.comnico.jp/we-love-social ※2024年6月時点

# 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

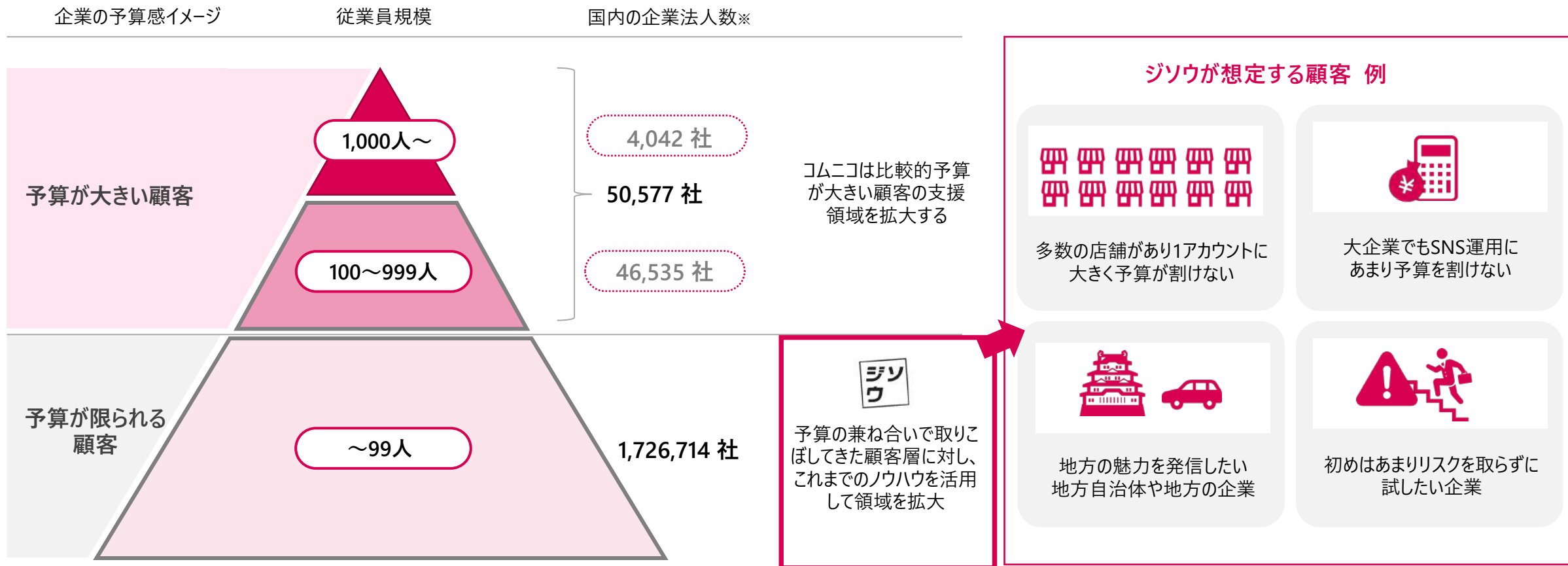


※2023年4月～10月の7ヶ月決算

# TOPICS

## ジソウ

地方自治体、中堅企業、店舗など、予算が限られた企業やブランドをターゲットとするジソウ  
 設立から1年が経過し、支援企業数は想定より早く30社を突破した



※令和3年経済センサス - 活動調査をもとに当社作成 従業員数規模と予算の相関はなし

# TOPICS

ジソウ

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」の販売を開始  
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

## 「ジソウマップ」の特徴



### Googleビジネスプロフィールの更新

Googleマップの店舗情報は、ユーザーも編集可能なため、定期的にチェックし最新の状態を維持することが必要。ツールを通して更新が容易に行える



### AIによるクチコミ返信や最新情報の効率化

Googleマップのレビュー数や点数などは、検索結果に影響を与えるため、定期的な運用が理想。AIアシスタント活用により運用の効率化が可能になる



### 複数の店舗や施設の一括管理

複数の店舗や施設に対応しているため、投稿や返信の省力化が可能。また特定のキーワードを設定することで、検索順位の推移もチェックが可能になる



### InstagramやLINEとの連携

Instagramの投稿をGoogleマップに投稿するなど  
LINE、Instagramのアカウントと連携が可能（オプション）

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

全店舗のレビュー数	16,337件	全店舗の平均評価	4.0
全店舗の売上	191万円	全店舗の利益率	58.85%

Google Analytics

セッション数	14,720
ユニークユーザー数	3,011
ページビュー数	115,405
セッション時間	3分22秒

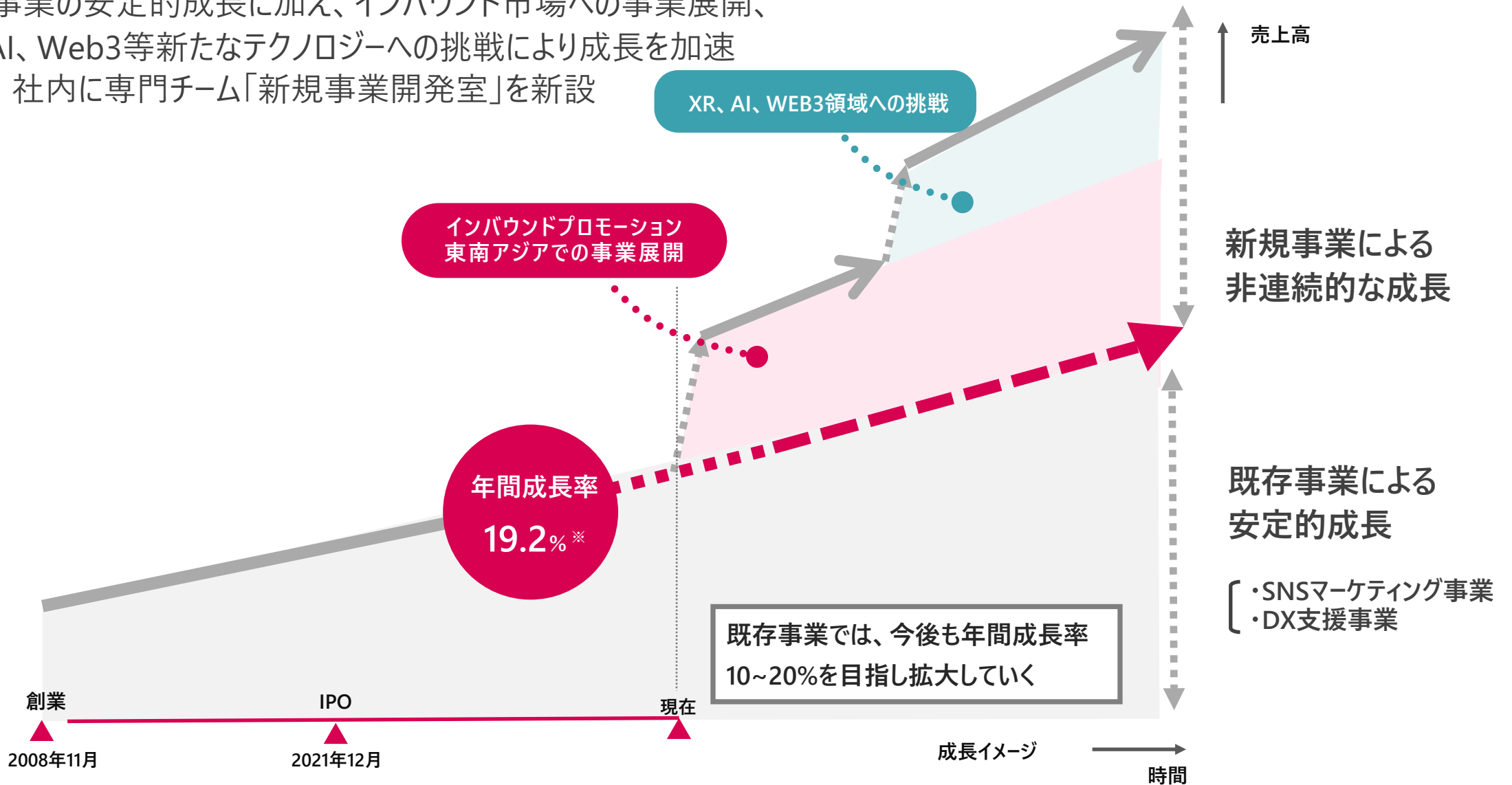
※Map Engine Optimization（マップエンジンの最適化）の略称

# 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

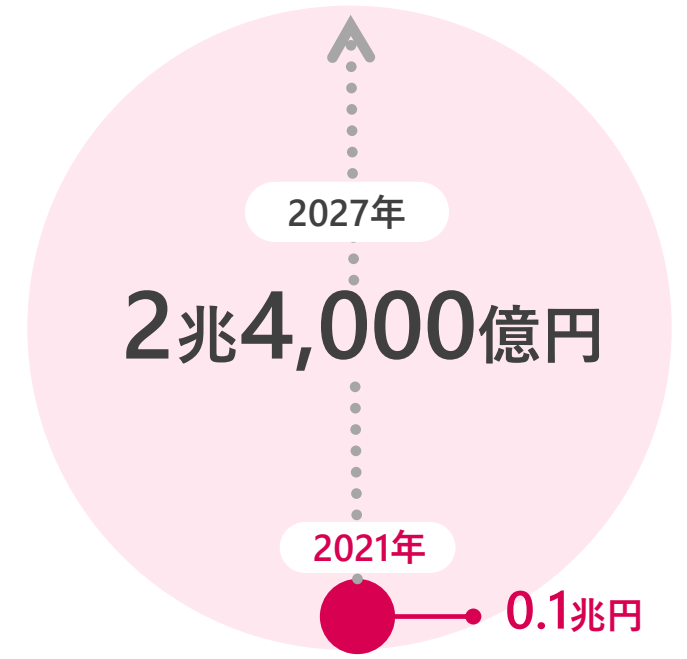
## SNSマーケティング市場規模※1



## 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・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

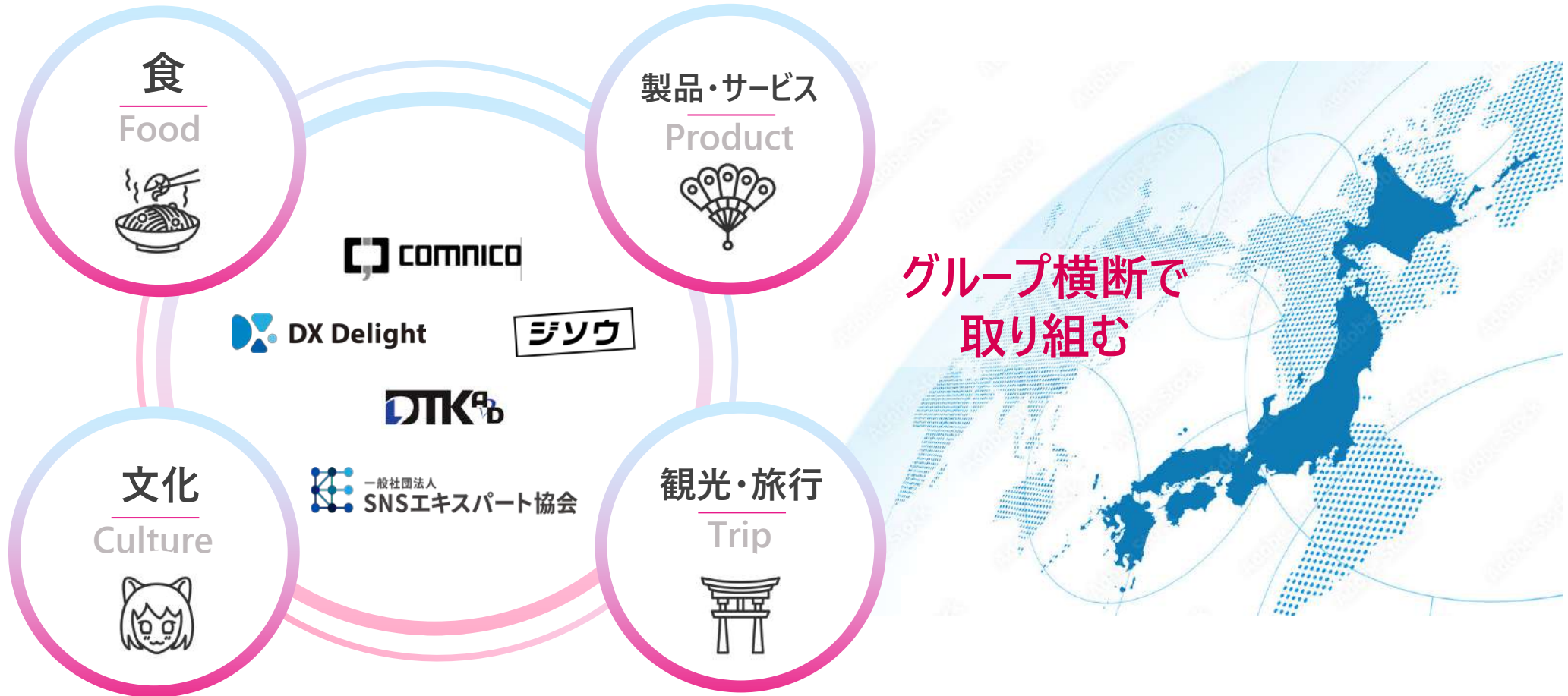
※2出典:日本政府観光局「2019年度 国籍/月別 訪日外客数」/観光庁「訪日外国人消費動向調査2019年年間値」の数値をもとに2030年までの予測値を当社が作成

※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

# 05. Japan Promotion Projectについて

# 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

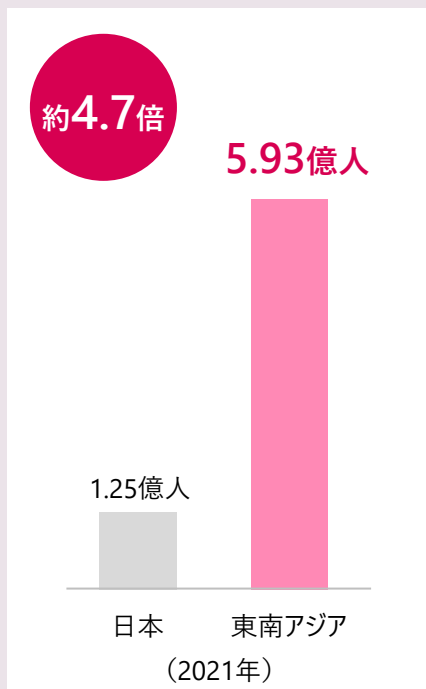


# 東南アジア市場について

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



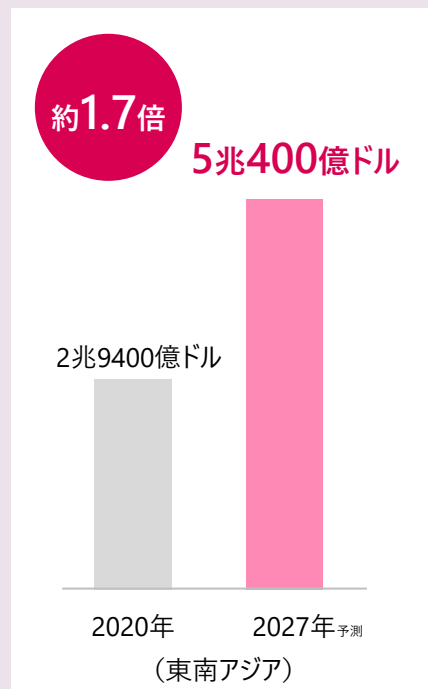
人口



出典: 外務省「目で見るASEAN」



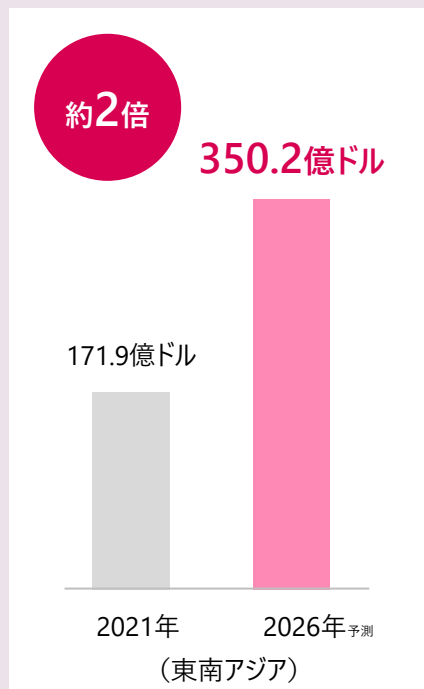
GDP推移



出典: statista



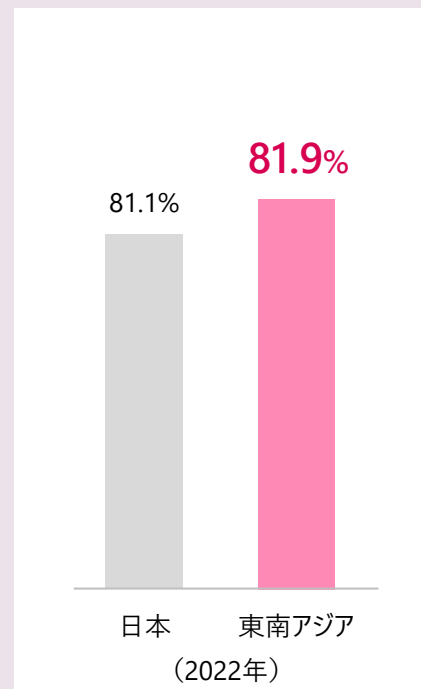
広告費



出典:「VIETJO」内記事の数値をもとに当社が算出



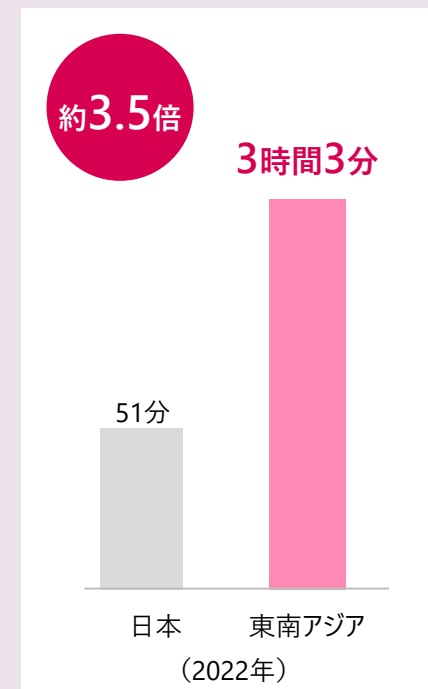
SNS利用率



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)

日系企業  
進出支援



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

訪日  
外国人誘致

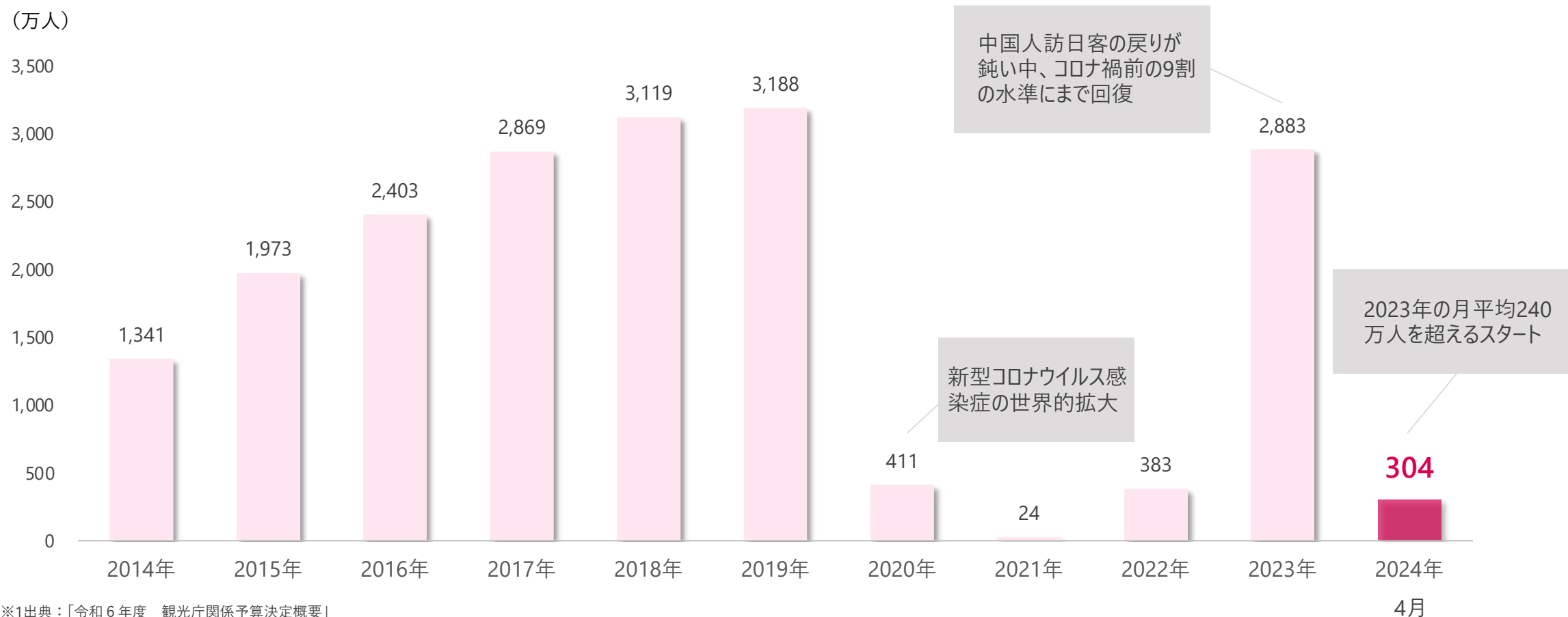


※1出典:「VIETJO」内記事の数値をもとに当社が算出、為替相場は2022年平均1ドル130.43円で算出  
※2出典:観光庁「観光立国推進基本計画」/「明日の日本を支える観光ビジョン」の数値をもとに当社が算出

# 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

観光誘致を目的としたファミトリップ（ファミリアライゼイショントリップ）を新潟県で実施。タイで活躍するKOL（Key Opinion Leader≒インフルエンサー）を観光名所に招き、訪日外国人に人気の高い「桜」を発信した

### 自治体に向けたファミトリップ

### <桜シーズンに実施し、新潟での桜鑑賞を訴求>

訪日増が期待される東南アジアでファミトリップの実績増加を目指す

現地の芸能人・YouTuber・ブロガー・ネットアイドルなど、**3,000名以上**のKOL（=Key Opinion Leader）との独自ネットワークを生かしたインバウンドプロモーションの実績が多数あるDTK ADは、自治体へのファミトリップを実施

訪日増が期待される東南アジアに向けたマーケティング施策として、観光／旅行関連のSNSマーケティング支援の実績が多数あるコムニコとのシナジー創出を狙う



▲KOL（Key Opinion Leader≒インフルエンサー）がファミトリップ中に動画撮影している様子



「お試し出店サービス」第2弾として富山ブラックラーメン「麺家いろは」の支援が決定  
同店初の試みとなる「ハラル」メニュー提供店舗でマレーシア初進出する

### サービス特徴



#### 就労ビザ

サービス利用期間中（6か月間）に係る就労ビザはTASTE FOOD JAPANが発給



#### 立地物件

首都クアラルンプール随一の繁華街エリアにある商業施設の区画を用意。売上歩合制により固定家賃不要



#### SNS広告

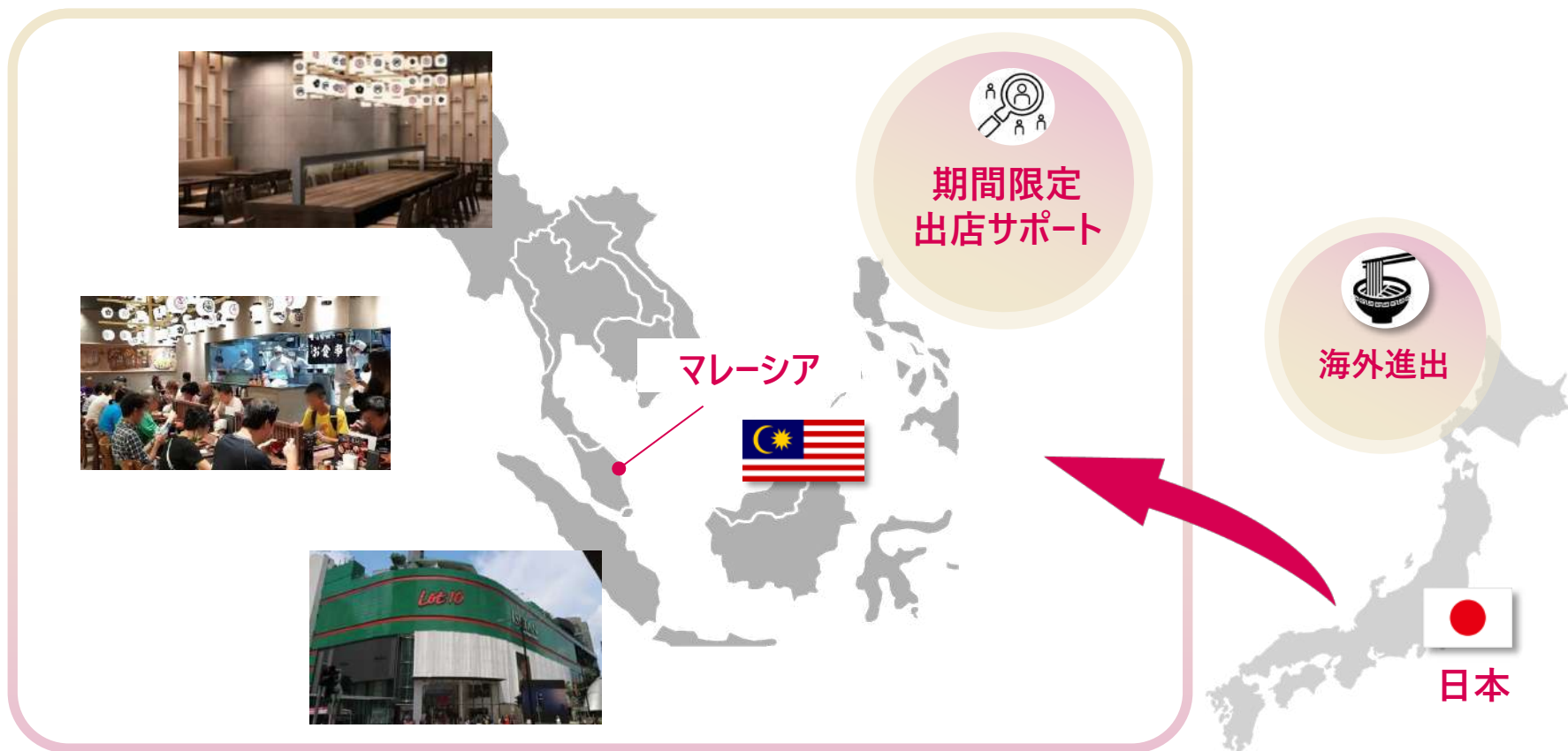
サービス利用期間中はSNS広告による集客フォローを代行して実施。集客に関する課題をサポート



#### FC展開

サービス終了後は、FC展開を希望する場合、現地フランチャイジー候補企業をご紹介

### <お試し出店サービス全体イメージ>



XR技術※1を使ったメタバース※2空間を設計し、現実世界とデジタル要素を組み合わせたサービス「メタビズXR」を提供開始  
 独自の特許を持ち、数多くのXRイベントの制作と運営実績を持つ株式会社ABALと共同で企画

### <メタビズXRの活用事例>

#### 3Dで商品の魅力を伝える 「XRポップアップストア」

製品の大きさや中身を再現し、立体的に製品の魅力を伝えられる。メタバース空間上で商談ができ、離れている場所でも対面に近いコミュニケーションが可能



#### 大型の商品でもオンラインで表現できる 「XRプレゼン」

不動産などの大型商品を再現し、遠隔での商談を可能に。観光や工場見学などの体験を通じて魅力を伝えるサービスなど、現地にいるような体験ができる



#### 狭いスペースを有効活用した 「XRショールーム」

スペースを拡張することで数多くの製品を並べることが可能。同一商品のカラーバリエーションなどの選択メニューを体験することができる



#### 狭い場所や収容人数の限界を 超える「XRイベント」

自社イベントなど、デジタルコンテンツと合わせてリアル以上の体験を作り出すことが可能。最大500㎡に拡張、100人同時体験ができる



東南アジア諸国における事業拡大を目指し全体を統括する拠点としてマレーシア現地法人を設立  
支援領域の拡大、サービス拡充を狙う

## マレーシア現地法人の概要

商号：  
Lovable Marketing Group  
Asia Sdn. Bhd.

設立日：2024年6月1日

代表者：林 雅之

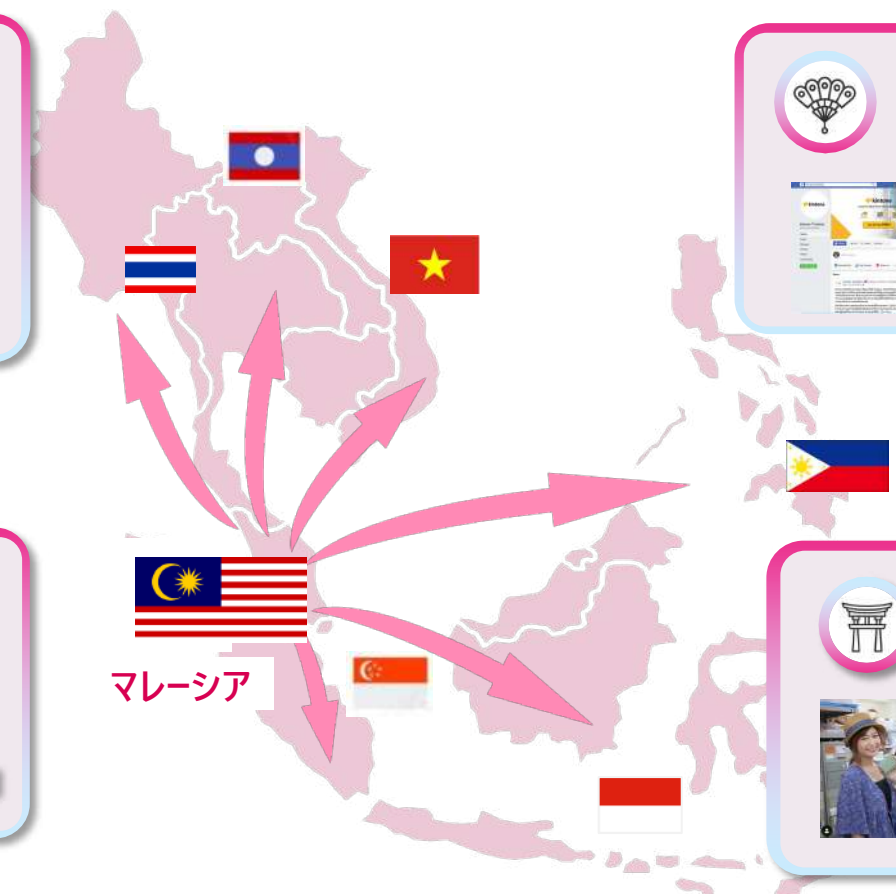
## <ラバブルマーケティンググループの事業支援領域>

**食**  
「お試し出店サービス」

**製品・サービス**  
「kintone」

**文化**  
「VTuber」

**観光・旅行**  
「ファムトリップ」



# 06. Appendix

# 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  
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

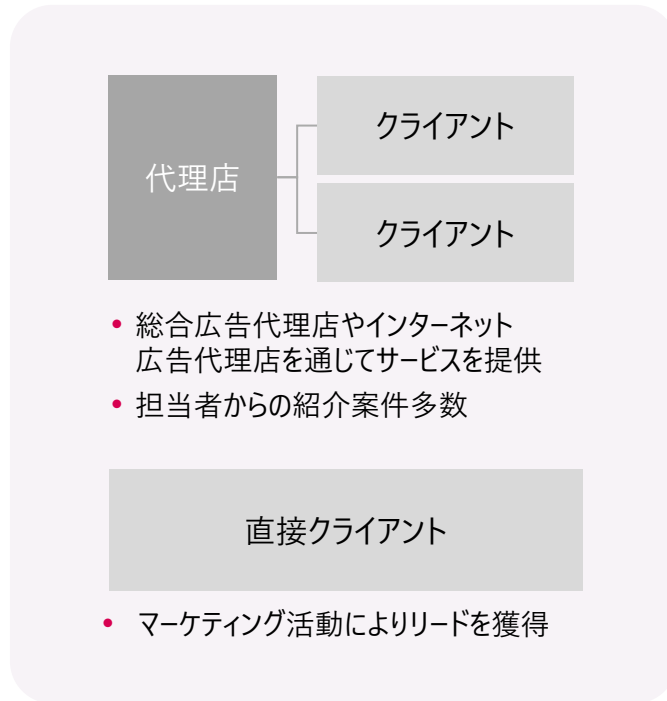
## クライアント



## 売上



## クロスセル



# 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



# 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.

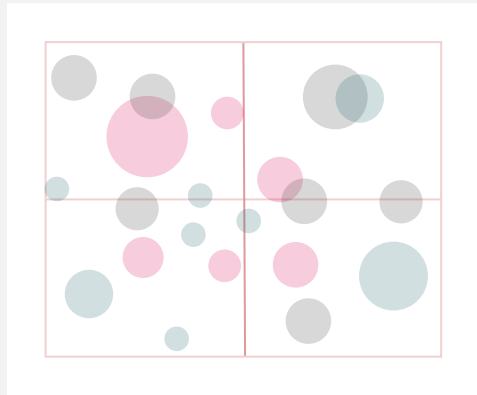
豊富な経験とノウハウ



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.

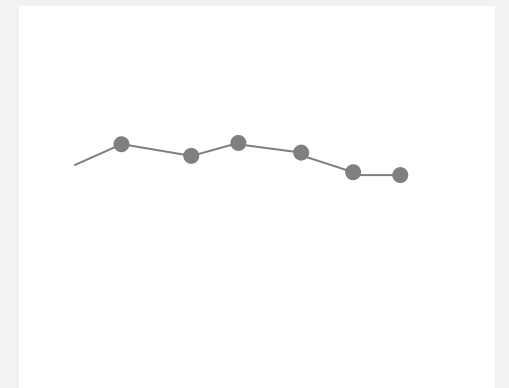
自社で開発・提供する  
SNS運用支援ツール



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.

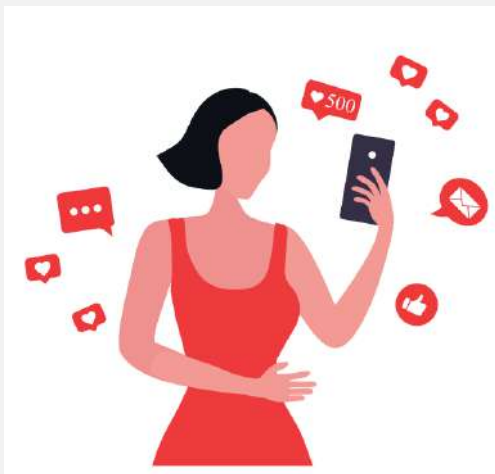
ツール解約率1%※台の  
高いストック性



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

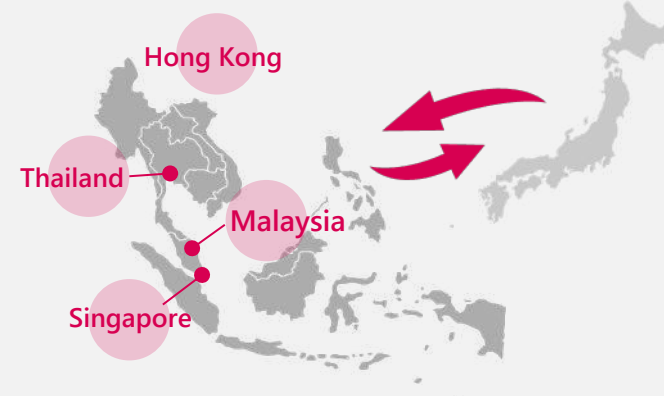
## 02. 東南アジアに根付いた日本人経営陣



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2四半期までに**3,600**件以上のリードを獲得

## 書籍の出版

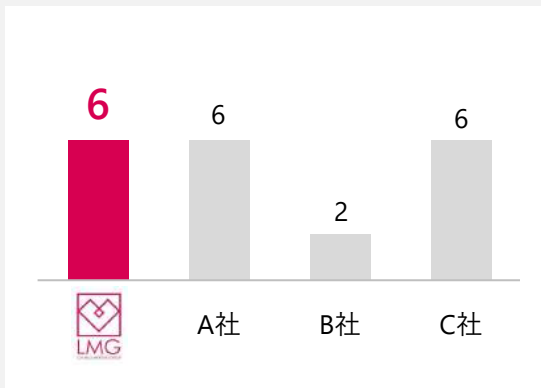
## メディアへの寄稿

## 自社メディアの運営

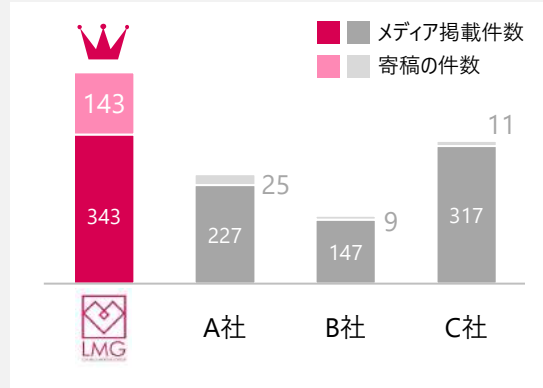
## 無料ウェビナーの開催



書籍出版数 ※1



メディア掲載件数 ※2



リード獲得数

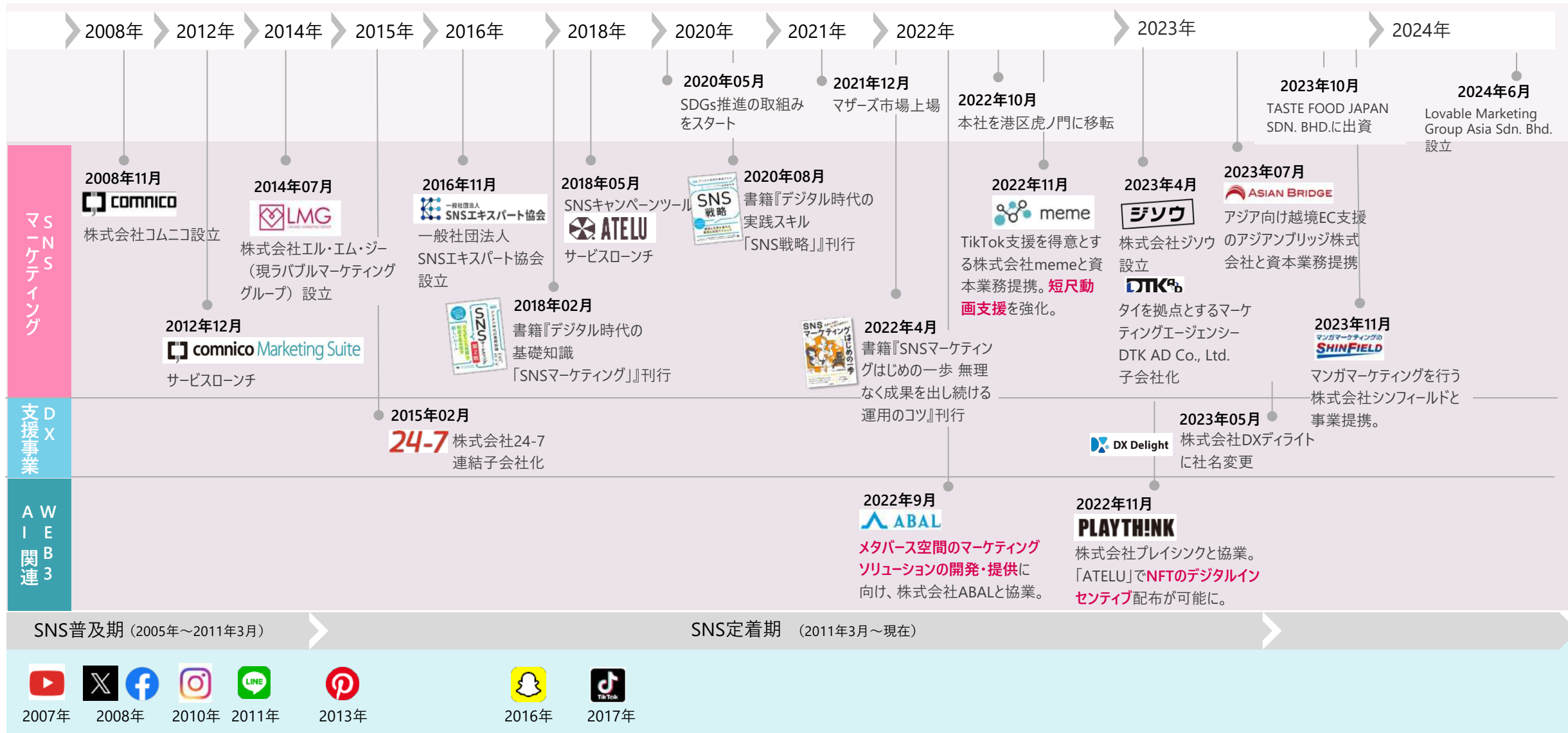
**1,647** 件 ※3

参加者

**1,957** 名 ※4

※1:当社調べ（2024年6月時点）出版数に社外執筆者との共著を含まず  
 ※2:当社調べ（2018年1月～2024年6月における、SNS関連の記事等が外部メディアに掲載された件数で、各社コーポレートサイトにて公表された件数）  
 ※3:自社メディアよりダウンロードコンテンツを介してリードとなった数（2023年11月～2024年4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4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。

