



子会社の新規設立および訪日タイ人観光客向け インバウンドメディアの事業譲受に関する補足資料

株式会社ラバブルマーケティンググループ（東証グロース：9254）

1. 本資料の概要
2. 当社の成長戦略
3. 海外展開に向けた当社の取り組み
4. 新会社「株式会社インバウンド・バズ」の概要
5. 譲受事業「Talon Japan」の概要
6. タイにおける訪日インバウンド市場の成長性
7. 事業譲受後の展望
8. スケジュール
9. Appendix

1. 本資料の概要（エグゼクティブサマリー）

2025年2月3日開催の取締役会において、新会社の設立及び事業譲渡契約を締結することを決議しました。

①新会社「株式会社インバウンド・バズ」の設立 ②訪日タイ人観光客向けインバウンドメディアの事業譲受

01 新会社設立

「株式会社インバウンド・バズ」を新設し、インバウンドメディア運用、インバウンドプロモーション支援を提供



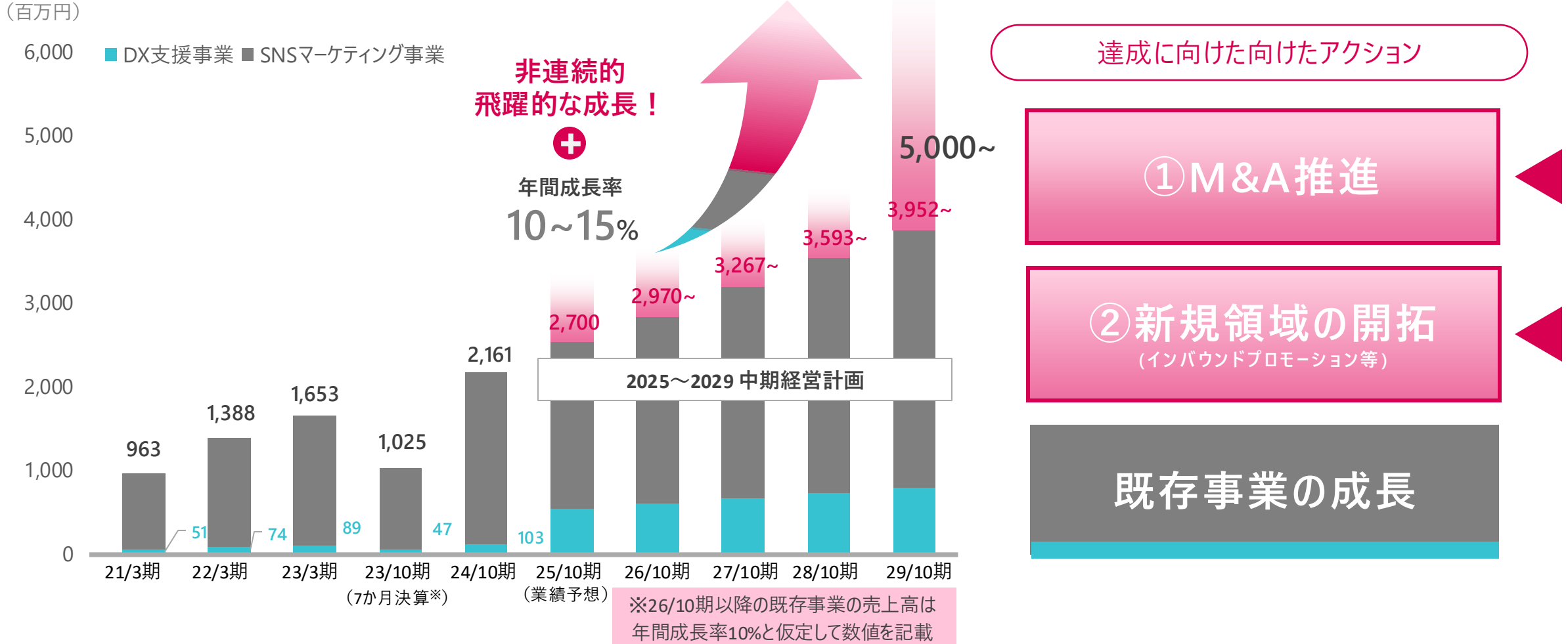
02 インバウンドメディア事業譲受

タイ国内で最大級・100万人規模の日本旅行愛好者コミュニティを運営する「Talon Japan」を取得



2. 当社の成長戦略

当社の5カ年成長戦略では、非連続/飛躍的な成長に向けて、①M&A、②新規領域への進出、特に東南アジアへの海外展開およびインバウンドプロモーション事業の強化に注力しており、今回の事業譲受は①・②に関連する取り組みです。



※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。

3. 海外展開に向けた当社の取り組み

インバウンドプロモーション事業拡大に向けて、かねてよりM&Aなどを通じた他社との関係強化および社内の体制構築を推進しており、その結果、本事業譲受の実現に至りました。

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を支援

出資

TASTE FOOD JAPAN.

飲食業者の海外出店を支援する「お試し出店サービス」をマレーシアにて提供開始

子会社化

UNIONNET

Webサイト制作、Web広告運用等のマーケティング支援

事業譲受



訪日タイ人観光客向け
インバウンドメディア
「Talon Japan」事業譲受

NEW!

2023年
4月

2023年
7月

2023年
10月

2024年
6月

2024年
9月

2024年
11月

2025年
2月

資本業務提携



アジアへの越境ECを支援

新会社設立

LOVABLE MARKETING GROUP
ASIA SDN. BHD.

東南アジア全域への包括的な拠点をマレーシアに設立

新部署設立

海外事業開発室

当社代表取締役社長の直下に専門部署として新設

新会社設立

「Talon Japan」の事業譲受に向け
「株式会社インバウンド・バス」新設

4. 新会社「株式会社インバウンド・バス」の概要

インバウンドメディア事業「Talon Japan」を譲り受けるにあたって、日本国内の広告主への営業活動を円滑に進めるため、日本法人として「株式会社インバウンド・バス」を新設します。

名称	株式会社インバウンド・バス	
所在地	東京都港区虎ノ門四丁目1番13号	
代表者の役職・氏名	代表取締役 木村 好志	
事業内容	インバウンドメディア運営、インバウンドプロモーション支援	
資本金	5,000,000円	
設立年月日	2025年2月予定	
決算期	10月	
持分比率	株式会社ラバブルマーケティンググループ 100%	
上場会社と 当該会社の関係	資本関係	当社の連結子会社となる予定です。
	人的関係	当社の役員が当該新会社の役員を兼務する予定です。
	取引関係	インバウンドプロモーション事業に関する業務委託契約を締結する予定です。

●インバウンドメディア運営

－「Talon Japan」Facebook／Webサイト



●インバウンドプロモーション支援

－ KOL*を起用したプロモーション
 － ファムトリップ施策の企画・実行
 ほか



*KOL(Key Opinion Leader)=特定分野や業界において専門的な知識を持ち、高い影響力を持つ人物

5. 譲受事業「Talon Japan」の概要

「Talon Japan」は、Facebookページ16万、Facebookグループ100万人のユーザーとつながる、タイ国内で最大級の日本旅行愛好家コミュニティを運営するインバウンドメディアです。このコミュニティを流入経路とするWebサイトでは、日本の観光情報を発信し、インバウンドプロモーション支援を行なっています。

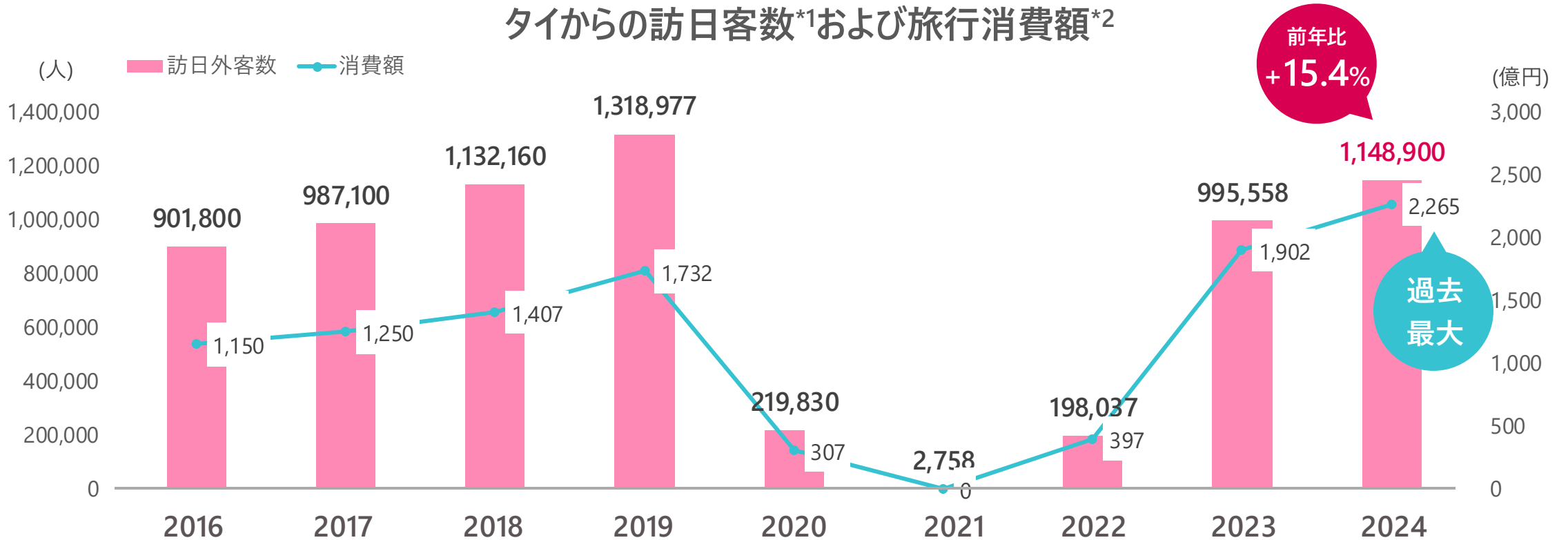
Facebook | コミュニティ運営

Webサイト | インバウンドプロモーション支援



6. タイにおける訪日インバウンド市場の成長性

2024年のタイからの訪日客数は約114万8,900人^{*1}で、旅行消費額においては2,265億円で過去最大でした^{*2}。国内全体のインバウンド市場においては、2024年における訪日外国人数は3,687万人^{*1}で、訪日外国人旅行消費額は8兆1,395億円（前年比+53.4%）で、ともに過去最高を記録しています^{*2}。



※1 出典：JNTO（日本政府観光局）「訪日外客数」を元に作成

※2 出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」を元に作成

7. 事業譲受後の展望

「Talon Japan」が持つタイ国内で最大級・100万人規模の日本旅行愛好家コミュニティと、当社の強みをもつ領域を組み合わせることで、今回参入するメディア事業という新しいビジネスモデルを拡大し、グループの飛躍的な成長につなげます。



DTK インバウンド領域のSEO対策・広告運用

comnico SNSにおけるコミュニティマネジメント

UNIONNET WebサイトのUI/UX改善



グループの収益モデル多角化

メディア事業の広告収入など



グループのプレゼンス向上

知名度やグループブランドの信頼性UP



ユーザーの行動データ活用

マーケティングや新規事業開発を加速



新規事業/事業拡大への足がかり

事業の横展開、提供地域の拡大など

8. スケジュール

日程	アクション
02月03日(月)	取締役会決議
02月中旬予定	譲渡契約書 締結完了
02月下旬予定	「株式会社インバウンド・バズ」設立
03月予定	譲渡完了・サービス提供開始

Appendix

8. Appendix | 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



8. Appendix | 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 ^{※1}

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 ^{※2}

※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。

8. Appendix | 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



8. Appendix | 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 UNIONET	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。

8. Appendix | 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は、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>

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。

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。