



# 2025年10月期第1四半期 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



SNS運用支援・  
SNS運用支援ツールの開発・提供



MA/SFA/CRMの導入支援  
改善コンサルティング等



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  
海外マーケティング支援

LOVABLE MARKETING GRUOP  
ASIA SDN. BHD.

東南アジア全域に対しての  
包括的な拠点

UNIONNET

ウェブサイト制作・広告運用  
コンサルティング等

株式会社  
インバウンド・バズ

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

当社グループは、SNSマーケティング事業を中核として  
多角的に事業を展開しています

## 2025年10月期第1四半期

01 ハイライト

02 決算概要

03 事業別報告

04 トピックス

05 成長戦略

06 参考情報



2025年10月期第1四半期

# ハイライト

01

## 売上高が前年同期比22.7%増で過去最高

グループ売上高619百万円、前年度同期比 + 22.7%で過去最高を記録。営業利益は△871千円で減益。M&Aに伴う原価・販管費増が影響。



02

## ツールARR<sup>※1</sup>が前年同期比10.4%増となり、3億円を突破

SNS運用支援ツール「comnico Marketing Suite」のARR<sup>※1</sup>が前年同期比10.4%増で過去最高の3億円超。解約率も0.95%と1%未満で推移。



※1：ARR (Annual Recurring Revenue) = 年間経常収益

03

## M&Aを2件実行

第1四半期中に株式取得1件、事業譲受1件を実施。  
第2四半期にも事業譲受1件が進行中。







2025年10月期第1四半期

# 決算概要

# 経営成績の概況

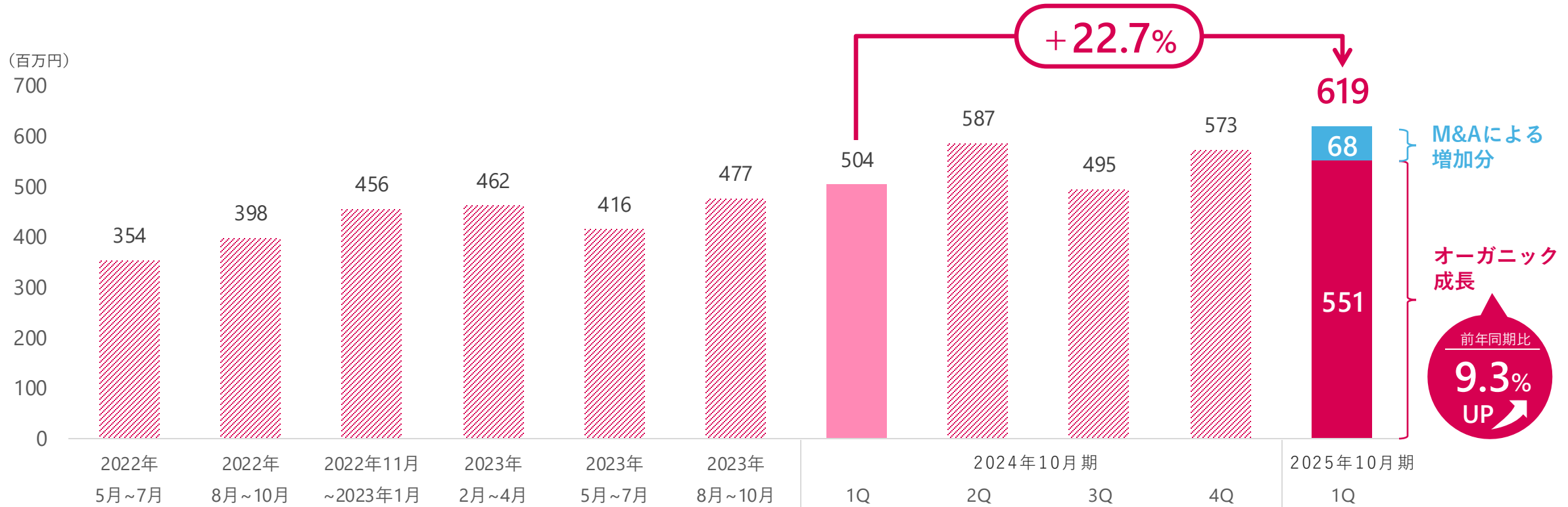
売上高は前年同期比22.7%増で**過去最高**、営業利益は△871千円で増収・減益

(百万円)	2025年10月期 第1四半期実績	前年同期 実績	増減額	増減率	2025年10月期 通期業績予想	進捗率
売上高	<b>過去最高</b> 619	504	114	22.7%	2,700	22.9%
調整後EBITDA*	12	56	△43	△77.9%	200	6.2%
営業利益	△0	49	△49	-	150	-
経常利益	10	50	△39	△78.9%	150	7.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	8	22	△13	△60.7%	80	10.8%

※調整後EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用



M&A + 既存事業のオーガニック成長によって売上高は**過去最高**



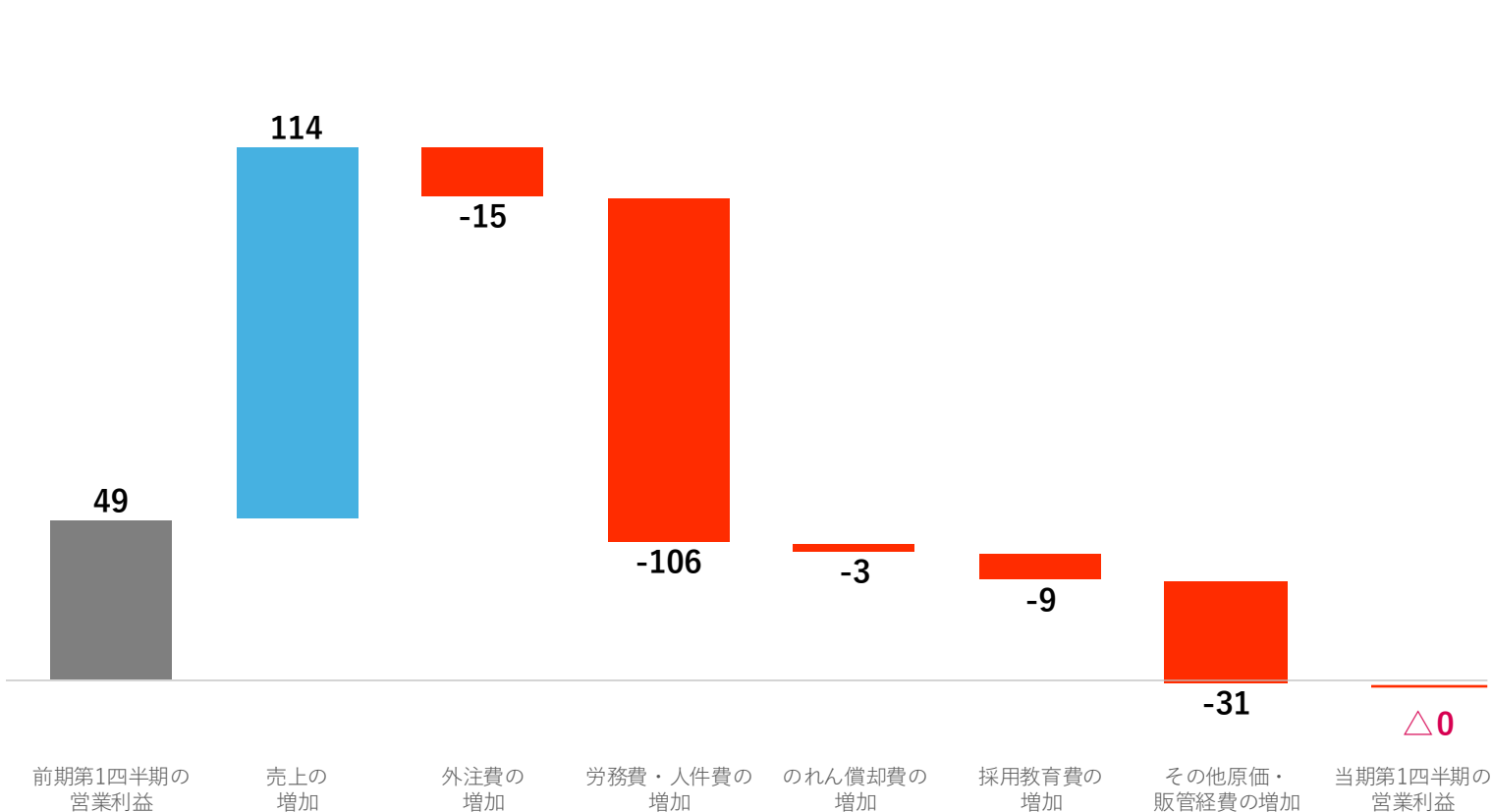
※2022年5月から2023年10月の四半期毎の売上高は監査法人による監査を受けていない参考数値  
 ※2023年10月期より決算期（事業年度の末日）を3月31日から10月31日に変更したため、2024年10月期よりQ表記



M&Aで当期から連結したユニオンネットの需要期も3月であるため、第2四半期での売上・利益の増加を見込んでいます

①M&Aに伴う原価・販管費増②大型キャンペーン等の受注数減が影響。  
 トップラインの増加に向けてグループ全体で**受注体制を強化**

(百万円)



### 新規提案専属 チームを新設



プロポーザル／コンペティション参加・提案を集中的に担当する専属チームを2024年11月に新設し、専門性を活かして提案水準をさらに向上・均質化。常に高品質な提案が可能な体制を構築し、受注状況は好転。

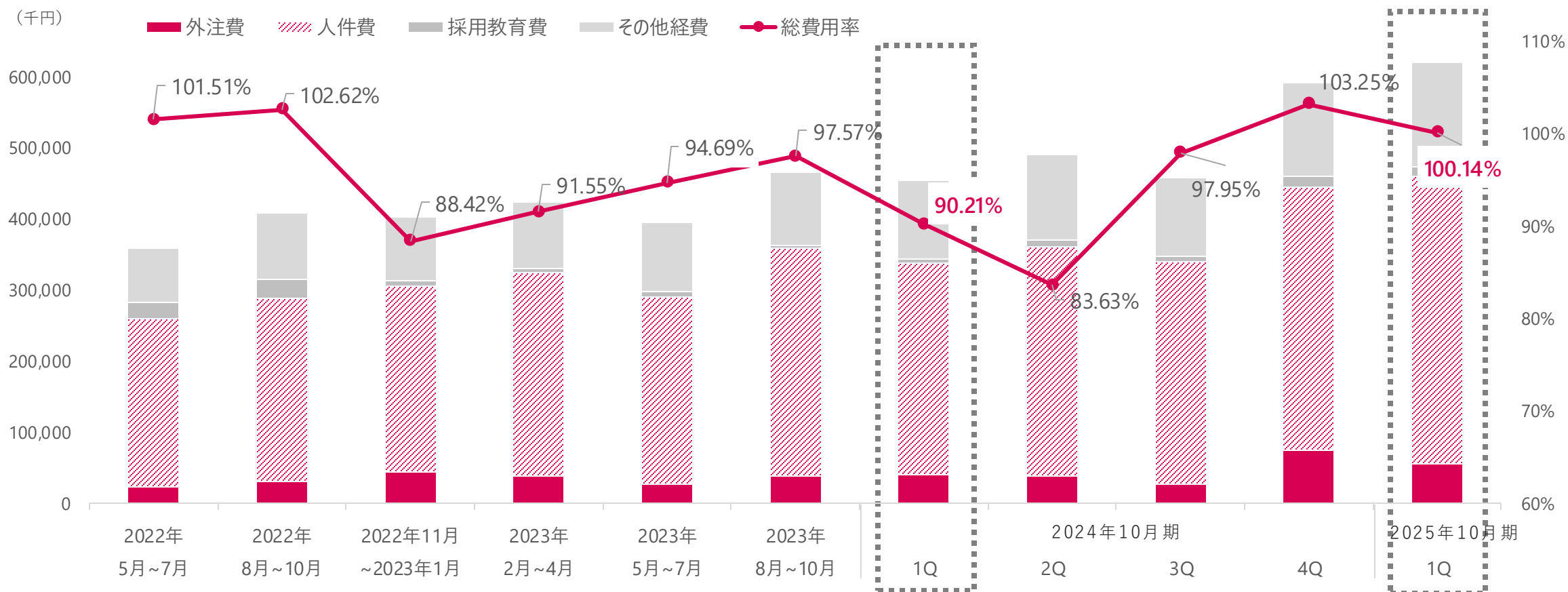
### 多様なニーズへの 受注体制整備



中小企業におけるインハウスでのSNS運用に対する伴走支援や、より多様で細分化されたSNSマーケティング関連業務にも柔軟に対応するため、ジソウでの受注体制を整備し、グループ全体の受注機会を拡大。

## 費用比較推移 (四半期別)

M&Aおよび売上拡大に向けたオペレーション整備と内部体制の強化により費用が増加

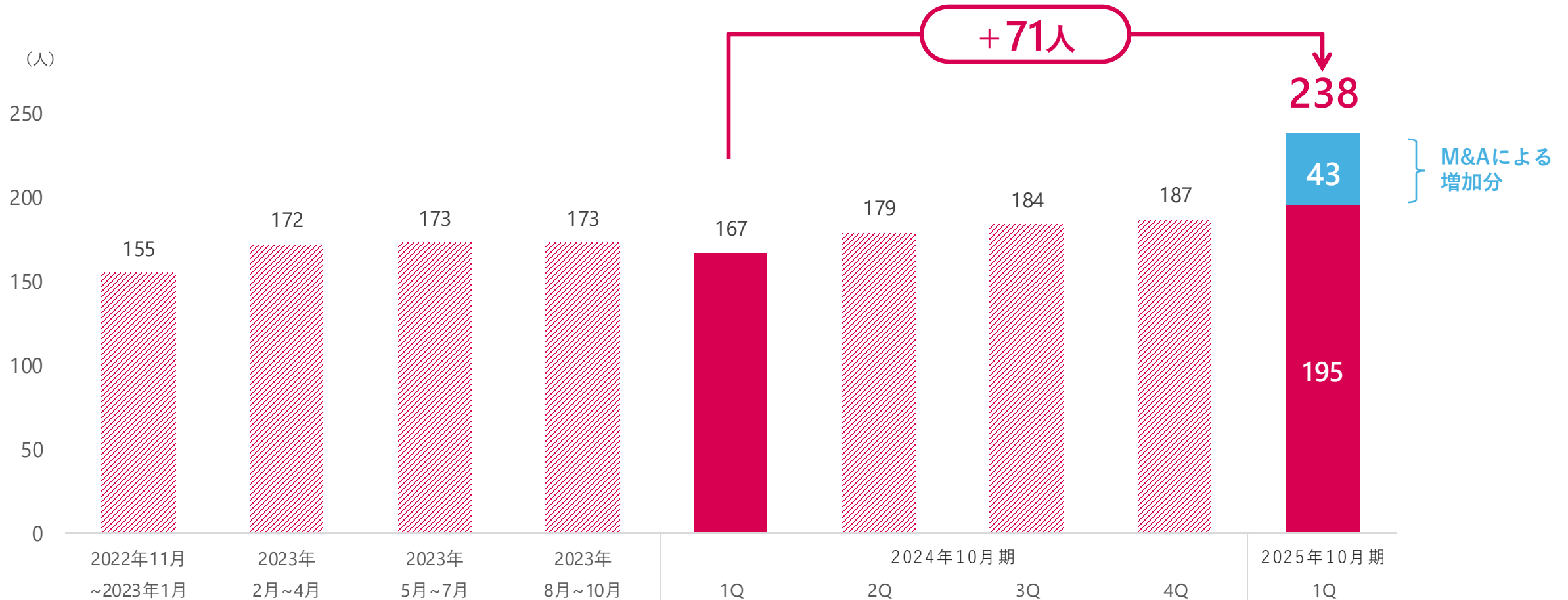


※2022年5月から2023年10月の四半期毎の原価・人件費は監査法人による監査を受けていない参考数値

※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日に変更したため、2024年10月期よりQ表記

# 従業員数※推移 (四半期別)

M&Aで取得した会社・事業の従業員も加わり、前年同期比で大幅増加



※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  
 ※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日に変更したため、2024年10月期よりQ表記

第1四半期連結会計期間より「マーケティング事業」単一セグメントに変更



マーケティング事業



LOVABLE MARKETING GRUOP  
ASIA SDN. BHD.

**UNIONNET**

株式会社  
インバウンド・バズ

WHY?

2025年10月期から株式会社ユニオンネットを連結することで、グループ全体で統一したマーケティングソリューション提供体制へ移行し、意思決定プロセスを再検討した結果、経営実態をより正確に反映するために「マーケティング事業」単一セグメントとして開示することといたしました。

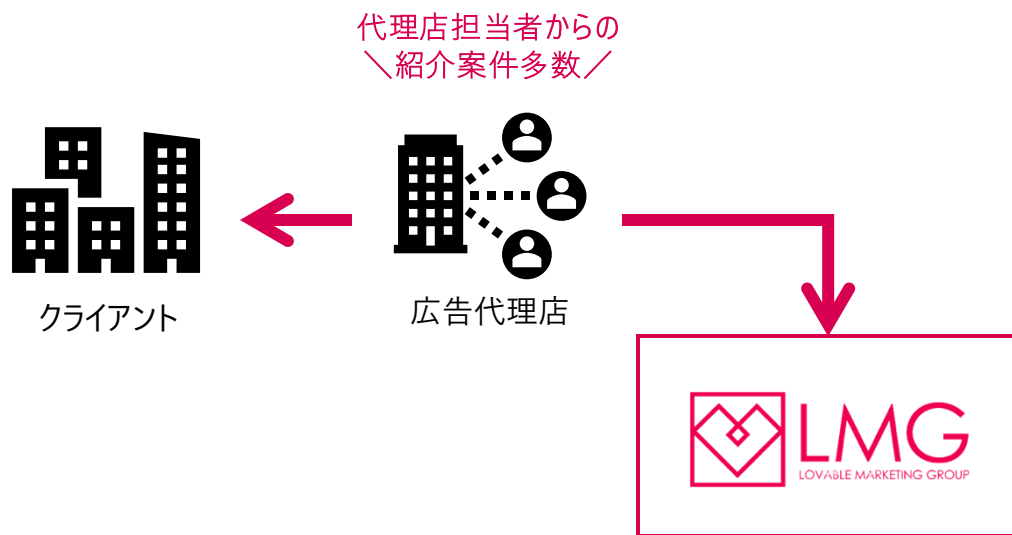


2025年10月期第1四半期

# 事業別報告

## SNSマーケティングのプロフェッショナルとしてワンストップでの支援体制を構築

① 代理店経由

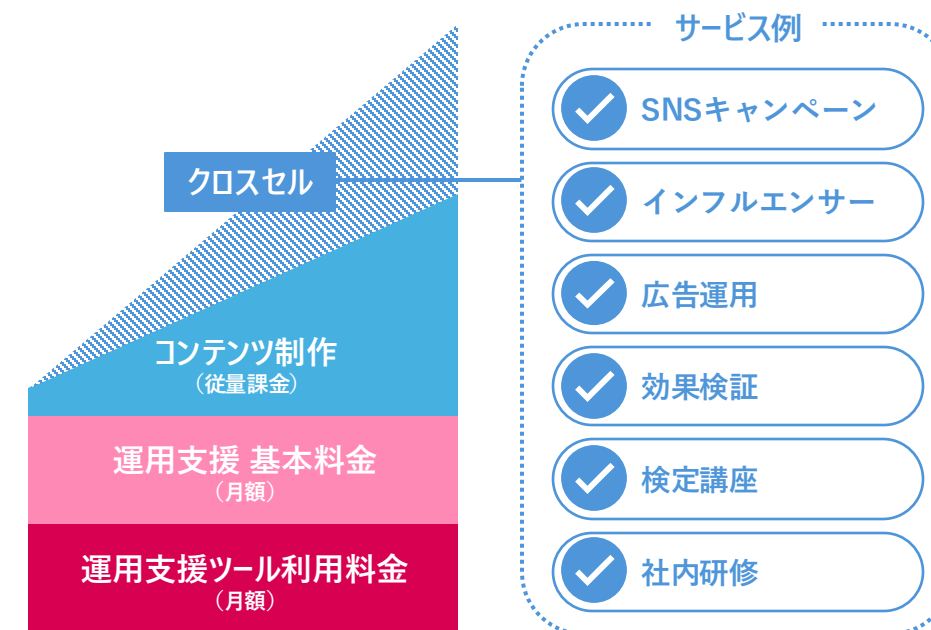


② 直接取引



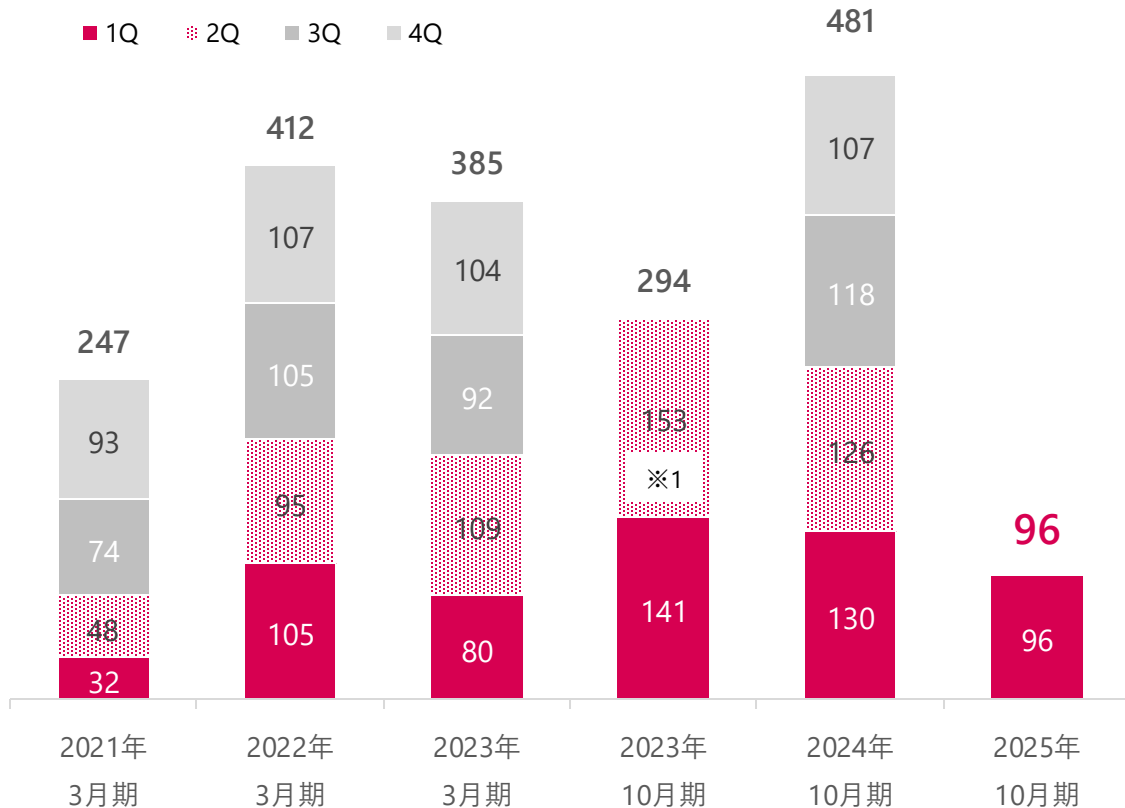
### 収益構造

- ストック収益：運用支援基本料金・ツール利用料金
- フロー収益：コンテンツ制作(従量課金)・クロスセル



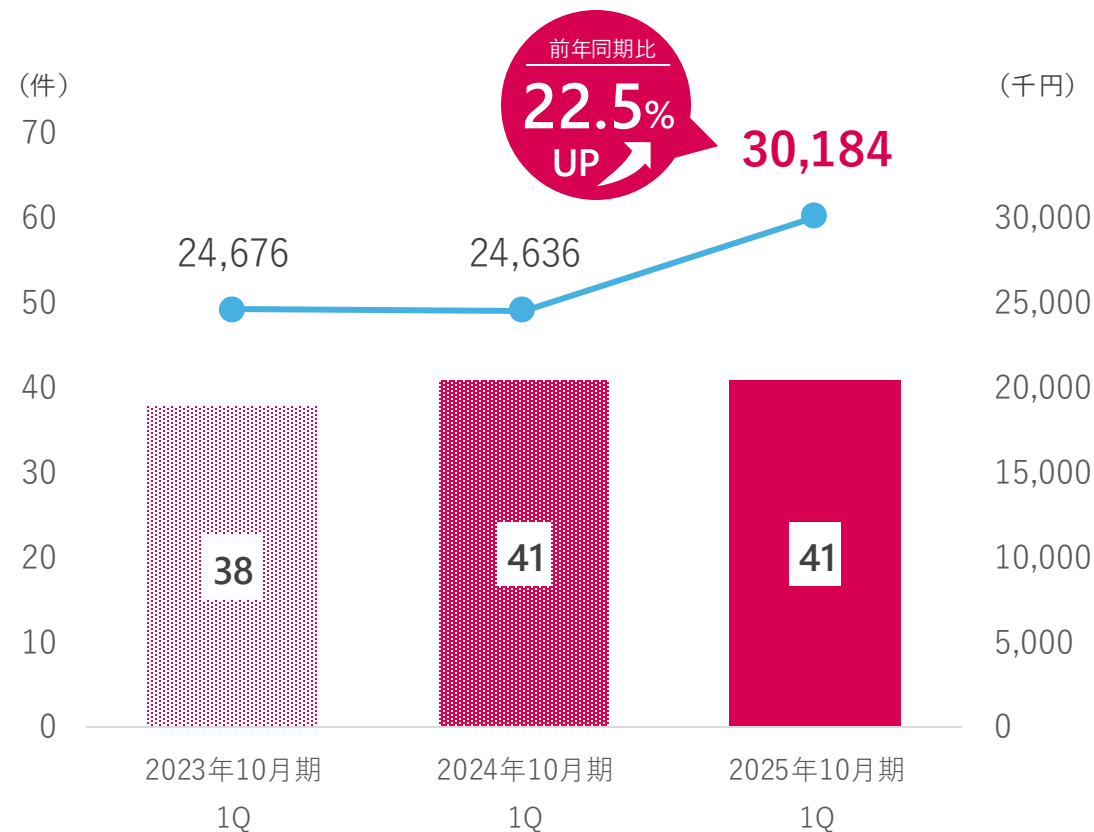
新規受注件数は減も、ロイヤルクライアント件数は維持、売上単価は伸長。

新規受注件数の推移



※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

ロイヤルクライアント※3社数と売上単価の推移



※3:当社との年間取引高が1,000万円以上の顧客



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

## 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 **4,900** アカウント<sup>※</sup>以上

※2025年1月末時点

## 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

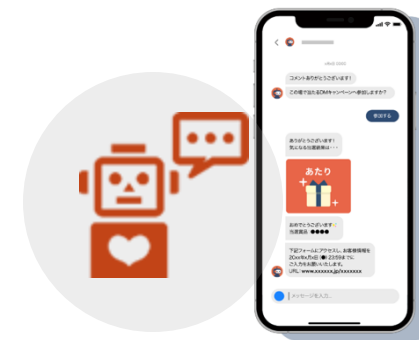
© 2025 Lovable Marketing Group, inc.

## 3 autou

(オウトウ)

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

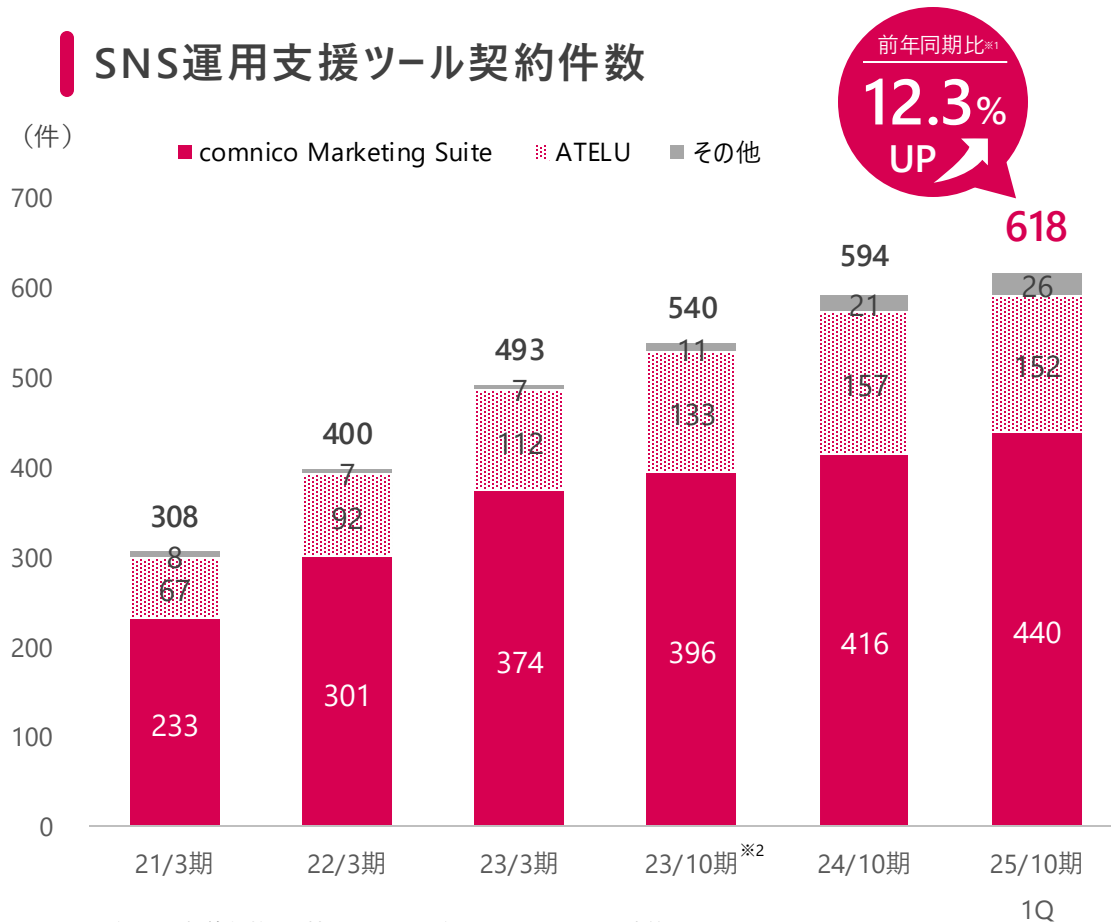
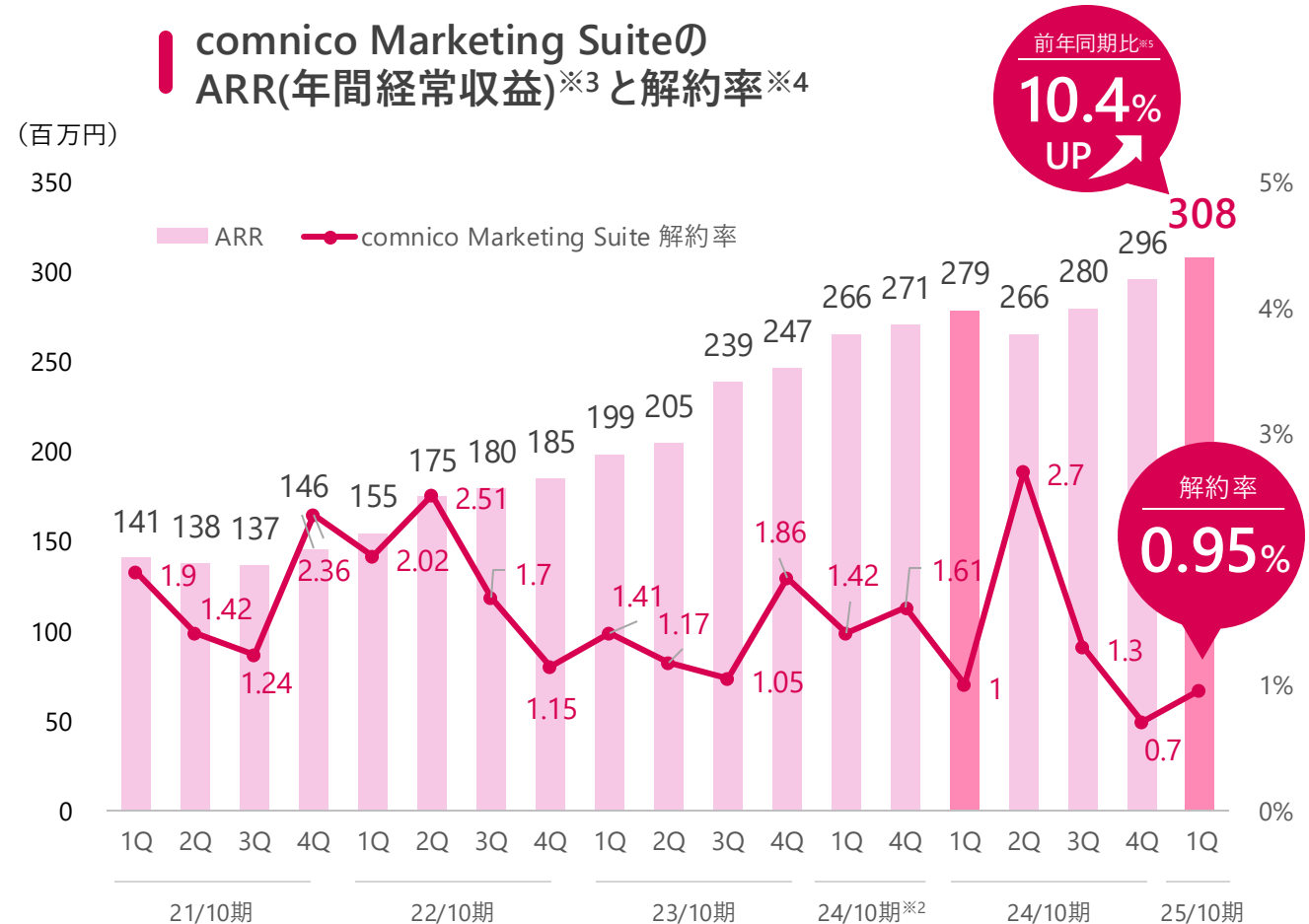
- Instagramダイレクトメッセージの自動応答
- ダイレクトメッセージ上での即時抽選



## SNS運用支援ツール・主要KPI①

ツール契約件数、ARRは10%以上の伸長。解約率も1%未満で推移。

## SNS運用支援ツール契約件数

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

※1: 2024年1月の契約件数と比較 ※2: 2023年4月～10月の7ヶ月決算

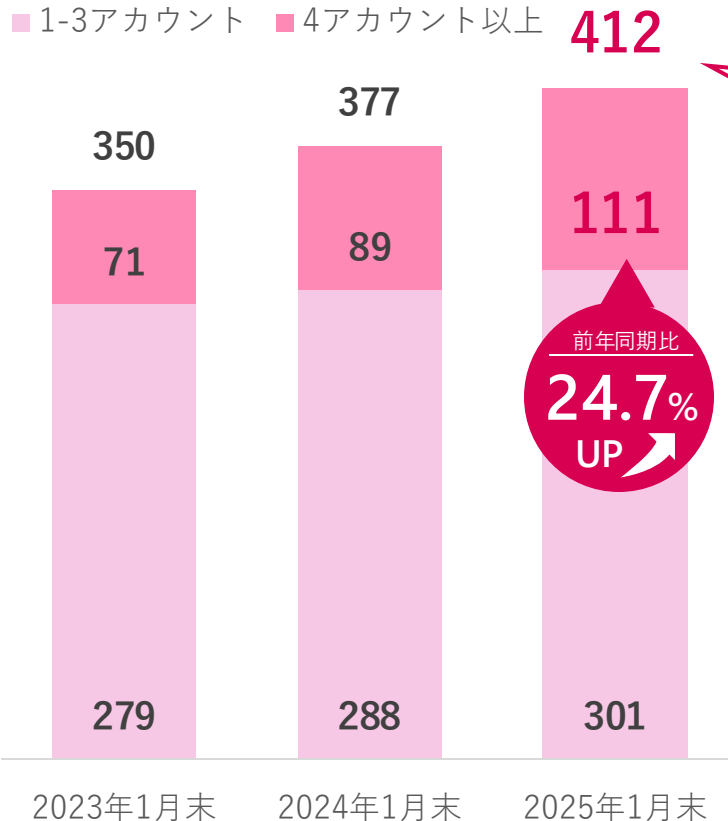
※3: comnico Marketing Suiteの各四半期末の月末MRR (Monthly Recurring Revenue) に12倍して算出

※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10月のARRと比較

現場目線でのツール開発、サポート体制の充実など継続的な改善・発展で利用社数増。

### comnico Marketing Suite契約社数推移



#### 件数増加の要因分析

##### ● 現場目線でのツール開発

企業のSNS運用を実際に担当している社内メンバーがツールを日常的に利用・使用感のフィードバックを行うことで、UI/UX・機能改善を高サイクルで実現し、現場目線でのユーザビリティ向上。

##### ● サポート体制の充実

カスタマーサポートの体制強化による顧客対応品質向上、インハウスで構築されているエンジニアチームによる迅速なトラブル対応（API変更・バグなど）の結果、利用者満足度アップに寄与。

##### + 他社ツールからのリプレイス

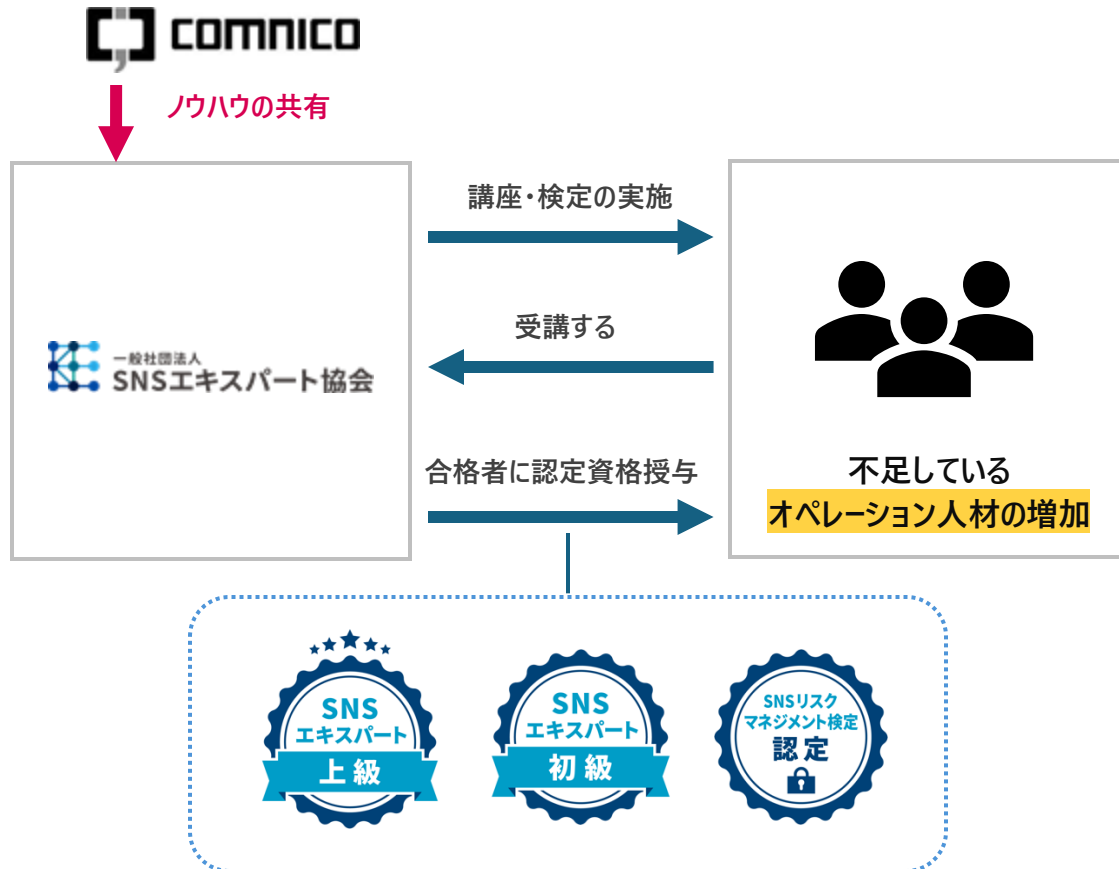
### クライアント例

業種	アカウント数
大手ITグループ	増加 291
大手自動車メーカー	183
ウェディング・ホテル運営会社	63
大手IP会社	大幅増加 49
大手化粧品メーカー	22
大手出版社	38
大手航空会社	14
ライフスタイルブランド	31
食品輸入会社	11

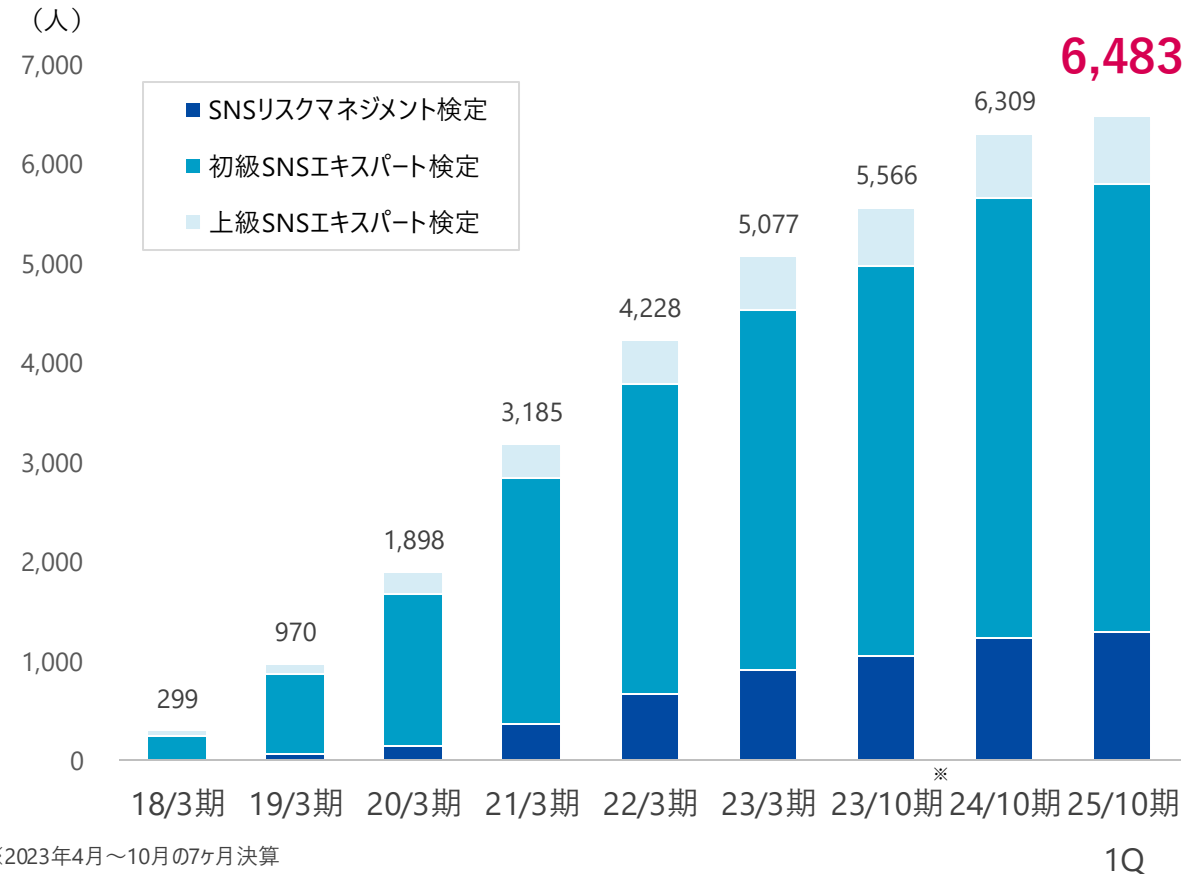
※3アカウントまで基本料金内のため4アカウント以上を複数契約社と定義

## SNS活用の知識・方法を習得するための検定プログラムを開発・提供

### SNSに関する講座・検定の実施



### 検定受講者数の推移





# トピックス

## 企業概要

# UNIONNET

社名	株式会社ユニオンネット
設立	2004年09月
代表取締役	丸山 享伸
資本金	10百万円
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ウェブサイト制作</li> <li>・広告運用</li> <li>・コンサルティング</li> </ul>

## 期待できるシナジー効果

## アセット・ノウハウの活用

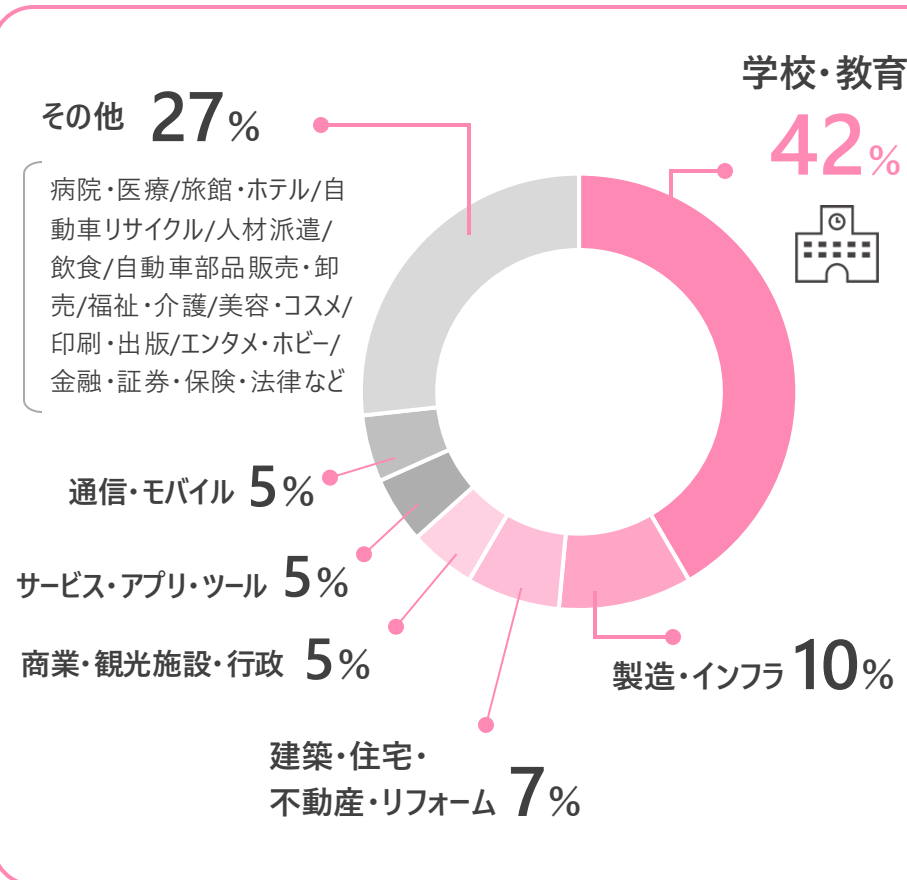
自社のクリエイティブを活かした費用対効果の高い広告運用や最新のWebトレンドを熟知した認知向上施策の実施。

## ストック収入の獲得

Webコンサル、保守管理等に紐づく直近売上100百万円超のストック収入の獲得。

## 顧客の相互紹介

教育業界を中心とした約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。



詳細：「株式会社ユニオンネットの株式の取得(子会社化)に関する補足説明資料」

## 事業概要

# LIFE IN THE KITCHEN

## 事業名

ライフインザキッチン

## 事業内容

日本最大級の料理教室ネットワークを通じた、食・ライフスタイル分野に特化したマーケティング支援

## 事業の特徴

- ・日本最大級の約2,000の料理教室ネットワーク保有
- ・オフライン・オンライン両軸でのサービス提供
- ・食分野に精通し、ジャンル特化したマーケティング支援

## 期待できるシナジー効果

## インフルエンサーネットワーク活用

日本最大級・約2,000の料理教室を中心とした、食分野インフルエンサーとのネットワークを活かしたサービス提供

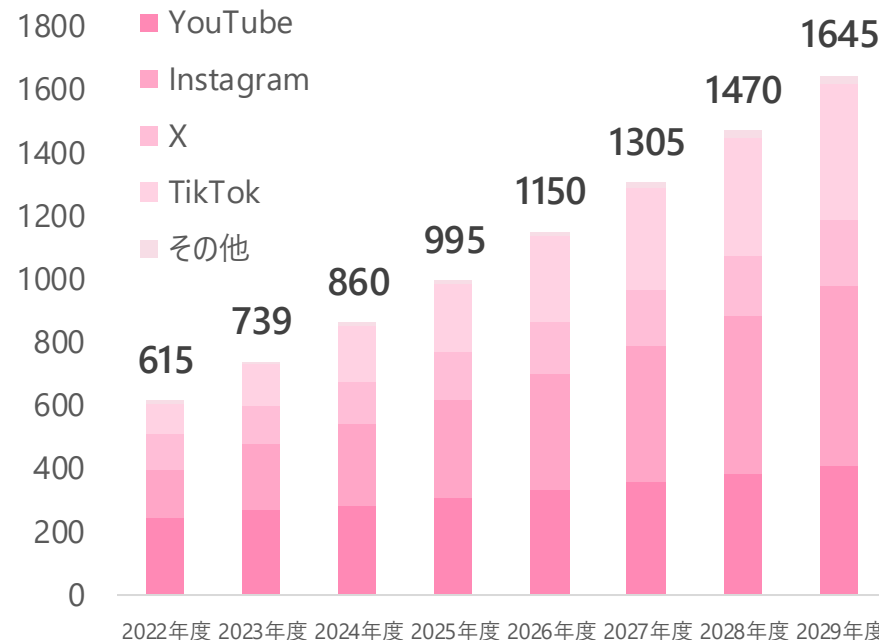
## リアル・デジタル両軸の対応

イベント運営からSNS運用まで、オフライン・オンライン両軸でワンストップでのサービス提供

## 新規顧客の獲得

食分野に特化・強みをもつマーケティングソリューションを提供することによる、販路拡大・新規顧客の獲得

国内 インフルエンサーマーケティングの市場規模推計・予測 2022-2029年\*



\*出典：サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ。インフルエンサーがソーシャルメディア上で、PR活動であることをあらかじめ明示して製品・サービスを訴求した情報発信に対して支払う費用の年間総額（インフルエンサー、クリエイター個人、またはこれと直接的に契約関係あるいは雇用関係にある企業の売上を対象とする。）

詳細：「[連結子会社におけるインフルエンサーマーケティング事業の譲受に関する補足資料](#)」

## 事業概要



Talon Japan  
 トラベル  
 日本

## 事業名

Talon Japan

## 事業内容

訪日タイ人観光客向け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

## 事業の特徴

- ・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  
 「Facebookグループ」  
 メンバー 100万  
 フォロワー16万
- ・上記コミュニティを基にしたインバウンドメディア運営・広告掲載

## 期待できるシナジー効果

## 事業領域拡大

メディア運営事業の開始で、従来の事業領域を超えた情報発信やコンテンツ提供を通じた、グループ全体のブランド価値向上と新しい市場への進出

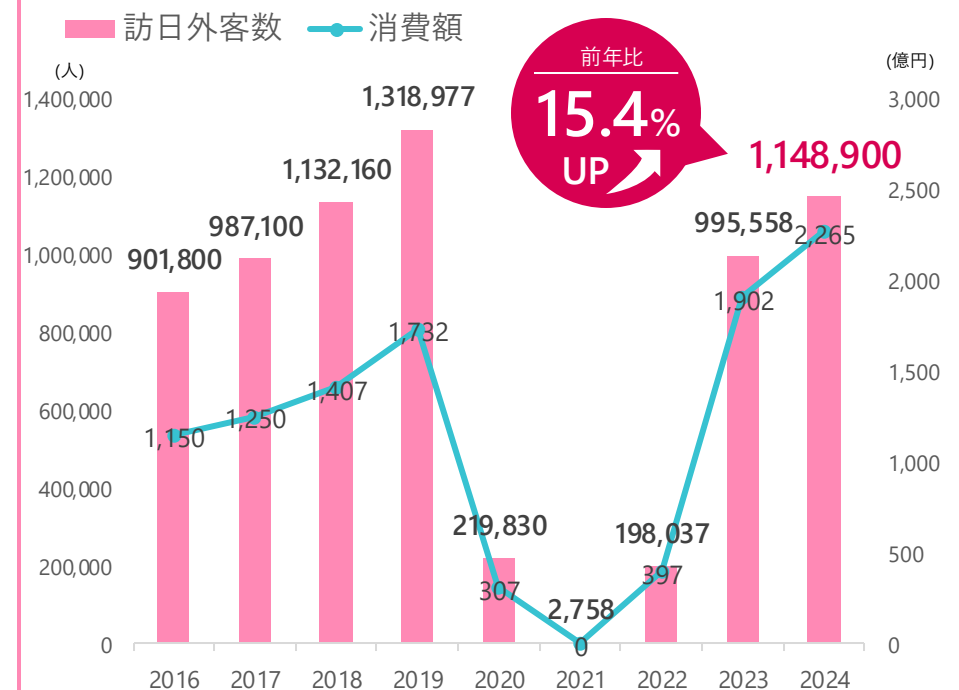
## 収益モデル多角化

従来の収益源に加え、メディア運営を通じた広告収入やデジタルコンテンツ収益など、安定かつ多角的な収益モデルの構築による、経営基盤の強化

## 新規顧客の獲得

メディア運営による情報発信を通じて、これまでリーチできなかった顧客層へのアプローチが可能となることによる、販路の拡大および新規顧客の獲得

## タイからの訪日客数\*1および旅行消費額\*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

詳細：「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」



## 企業概要



社名 株式会社ABAL

設立 2020年10月

代表取締役 尾小山 良哉

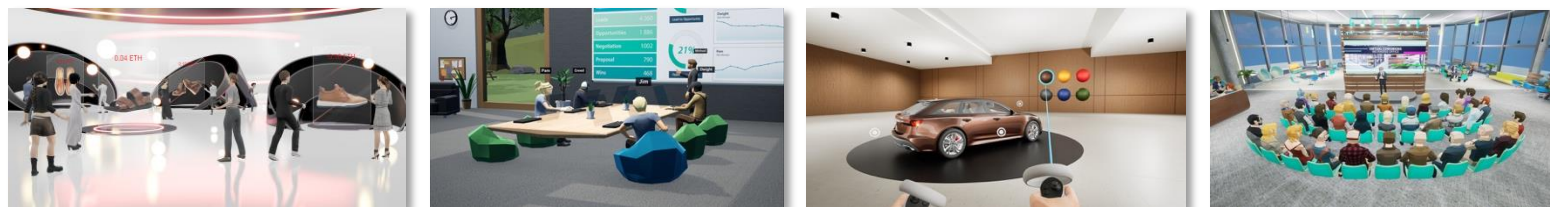
資本金 84,067,250円

事業内容 XR空間におけるバーチャル  
イベントの企画・運営・制作

## 期待できるシナジー効果

## 新サービス展開 | 協業実績「メタバズVR」

最先端のXR技術をつかって企業のコミュニケーションと顧客体験を革新し、業務効率とエンゲージメントを大幅に向上させるソリューションを開発・提供



## コンテンツ発信 | 協業実績「合同イベント@バンコク日本博2024」

ABAL社が持つMR技術※を用いて、タイ現地のイベント参加者と日本で活躍するVTuberとリアルタイムでのミート&グREETを実施



※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

／詳細は／



詳細：「[自治体、エンタメ、大手自動車関連企業等、多数業界でのXR技術提供の実績がある株式会社ABALへの出資完了のお知らせ](#)」

## 企業概要



社名 AIフュージョンキャピタル  
グループ株式会社

設立 2024年10月

代表取締役 澤田 大輔

資本金 100百万円

事業内容 ベンチャー企業への投資及び  
投資事業組合の組成及びその  
管理・運営等を行うグループ  
会社の経営管理及びこれに附  
帯又は関連する業務

## 期待できるシナジー効果

## 顧客の相互紹介 | AIF社がもつ全国ネットワークとの連携

地方創生ファンド  
実績 累計

34件

日本国内  
エリアカバー率

70%以上



ファンド出資者のうち  
金融機関等が占める割合

60%以上

地方公共団体と  
連携しているファンド数

11ファンド

※2024年3月末時点

## 新サービスの開発・提供 | AIF社およびそのグループ会社・関連会社等との協業



- ・DXクラウド事業
- ・広告・メディア事業
- ・投資関連事業
- ・情報通信関連事業

／詳細は  
／



詳細：「[資本業務提携、株式の売出し並びに主要株主である筆頭株主、主要株主及びその他の関係会社の異動に関するお知らせ](#)」

# 参考 | コーポレートサイトにM&Aページを公開

潜在的なパートナー企業やM&A仲介会社のご担当者様  
投資家の皆様へ向けて当社のビジョンやM&Aにまつわる価値観を共有



## 掲載情報

- ・会社説明
- ・ビジョン紹介
- ・M&Aニーズ紹介
- ・当社が提供できるシナジー
- ・M&A実績  
など

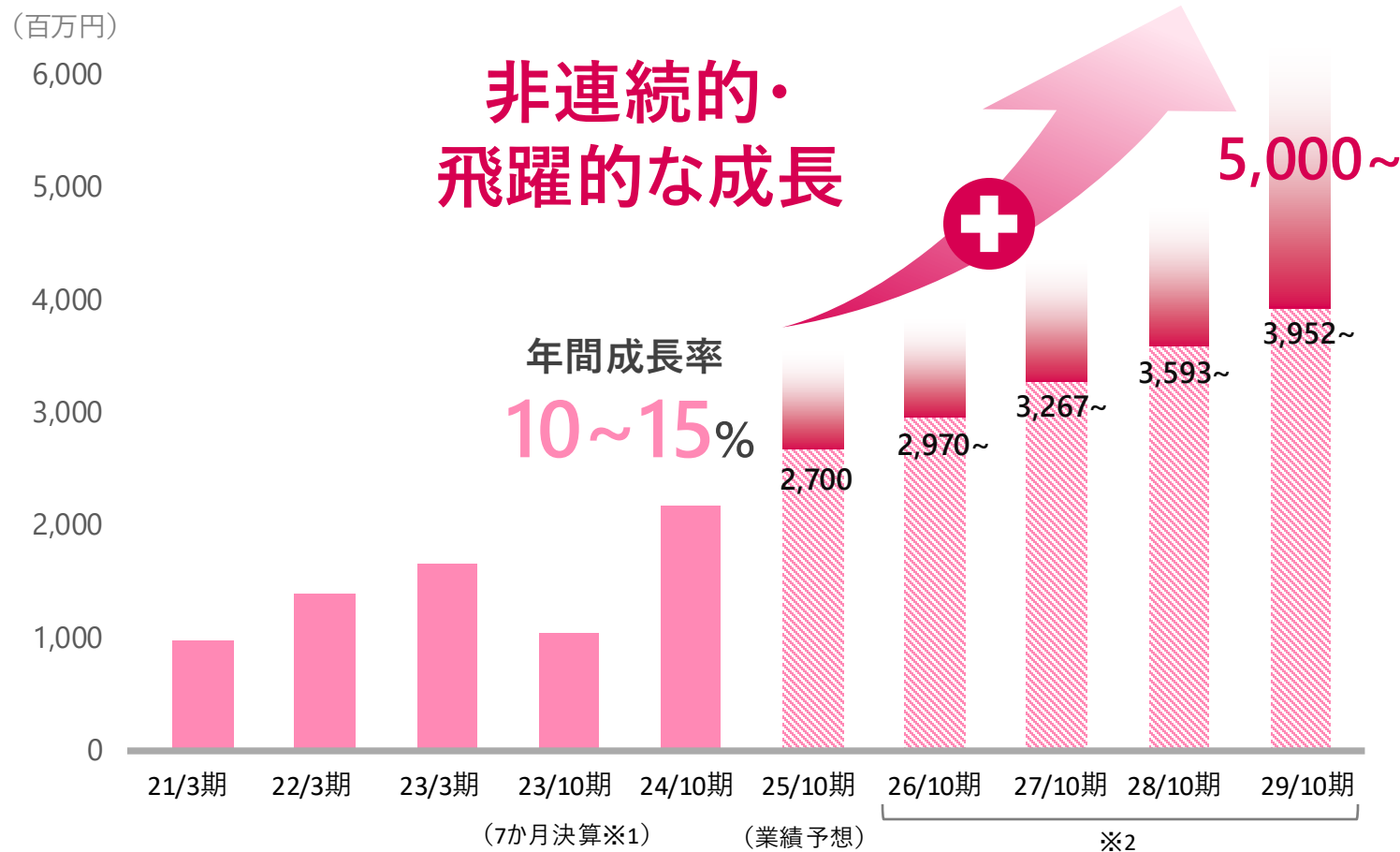


<https://lmg.co.jp/ma/>



# 成長戦略

5年後の成果を起点とした、さらなる成長への展望



## 01.M&Aの加速による非連続的な成長

M&Aの積極的な検討、推進体制を構築し、サービスおよび事業領域を拡張する。

## 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

Japan Promotion Projectを軸に早期に事業化を目指す。

### ▶ XR・Web3

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.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。  
年平均売上成長率10%~15%を維持し、  
オーガニックな成長で安定的に成長させる。

※1：2023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。

※2：26/10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

詳細：「[事業計画および成長可能性に関する事項](#)」

# 中期経営計画 | 直近の主な取り組み

## 01.M&Aの加速による非連続的な成長

2024年8月にM&A専属チームを新設。2025年1月末時点で50以上のM&A仲介・FA企業と接点獲得 + コーポレートサイトでの情報掲載により、検討数増。2025年第1四半期中に株式取得1件・事業譲受1件を実行 + 事業譲受1件が進行中。

項目	1Q件数
詳細資料 (IM※1) 受領数	36
トップ面談実施数	11
M&A実行数	2




※1：IM(Information memorandum) = 企業概要書。M&A時に売手の企業情報を買手へ提示する資料。

## 02.新規領域 (飛躍的な成長への布石)

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用事業を行う「株式会社インバウンド・バズ」を新設し、訪日タイ人観光客向けメディア「Talon Japan」を事業譲受。XR領域に強みをもつ「株式会社ABAL」と資本業務提携・協業サービス提供。

新会社設立

株式会社  
インバウンド・バズ

資本業務提携



## 03.既存事業 (オーガニック成長)

2024年12月にコムニコで事業譲受した食分野特化のインフルエンサーマーケティング支援サービス「ライフインザキッチン」を提供開始、リード獲得・受注状況好調。グループ横断でAI利用・DXの加速に向けた新部署を設立、業務効率化を推進。

新サービス開始



新部署設立



AI・DX推進室

# 参考 | 当社がターゲットとする市場規模

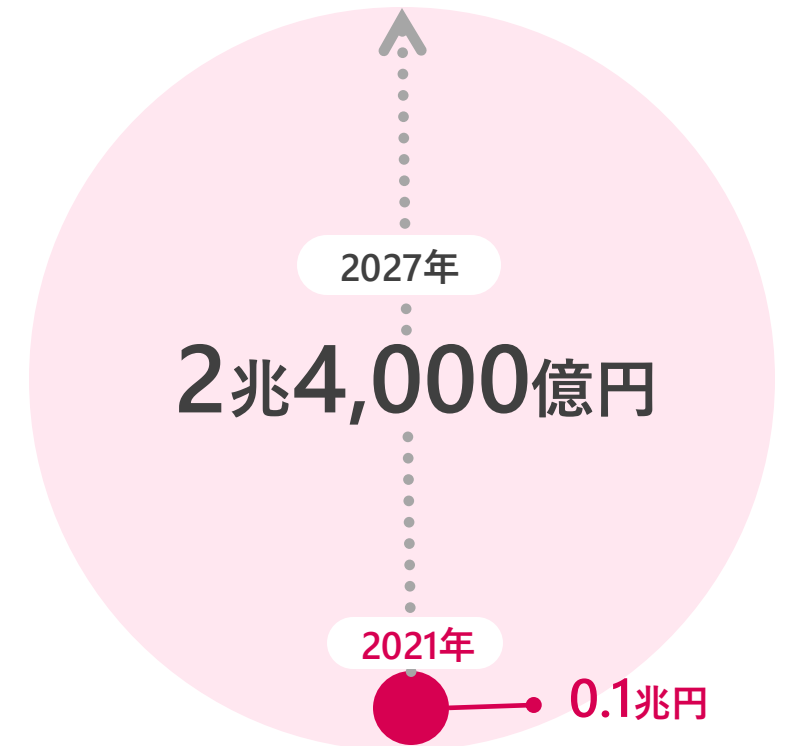
SNSマーケティング市場規模※1



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



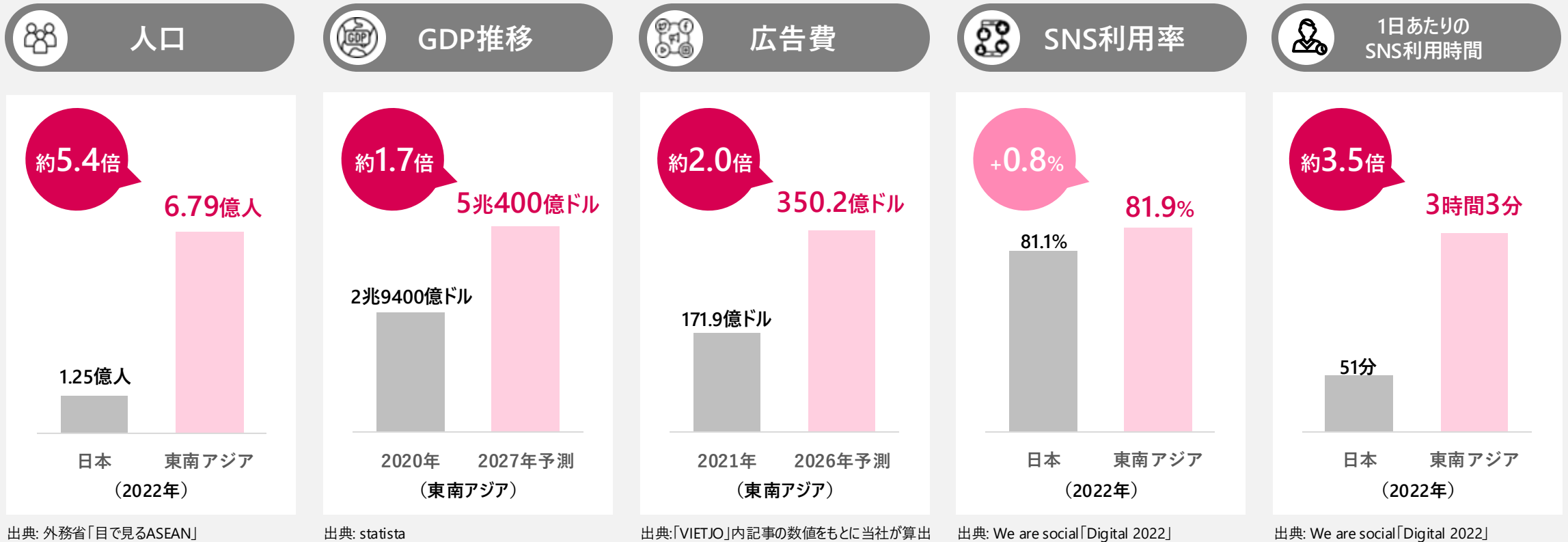
※1出典: サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ「ソーシャルメディアマーケティング市場」を加工して当社が作成

※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がもたらすインパクト」2027年のWeb3関連市場の推計より

# 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



※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

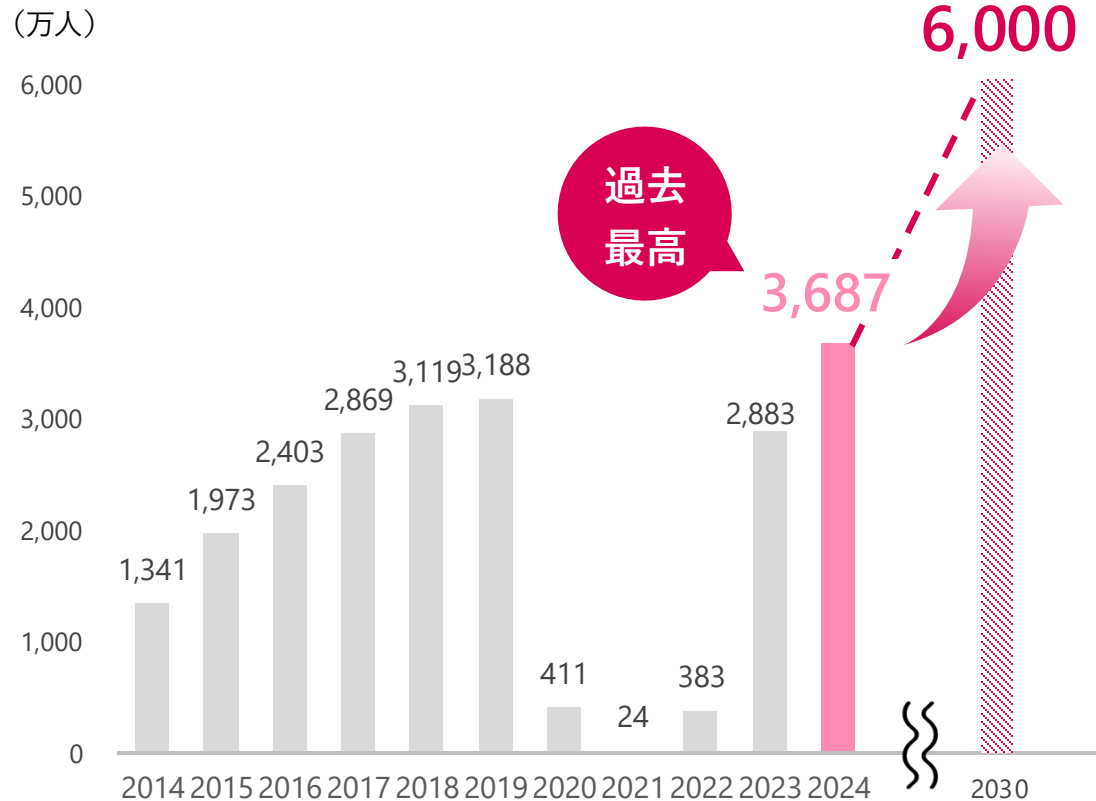
※2出典:「Media Innovation」、「VIETJO」内記事の数値をもとに当社が算出



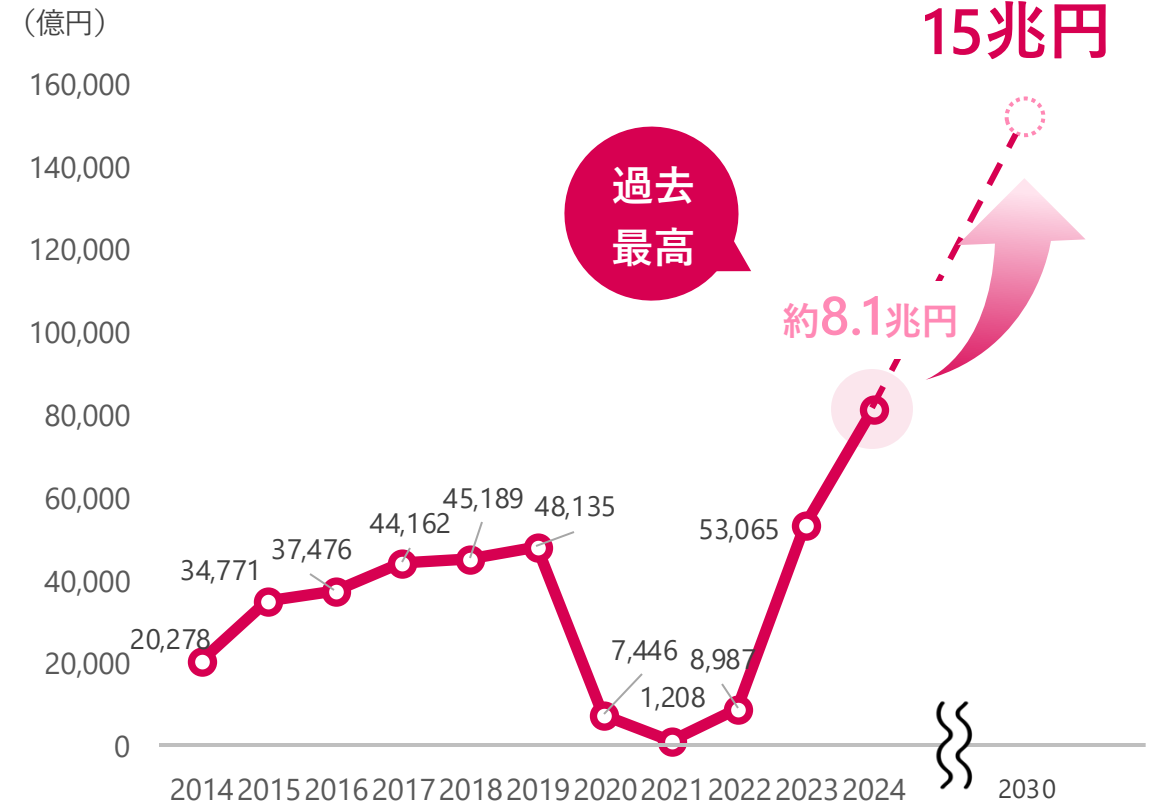
# 参考 | インバウンドが日本経済に与える影響とインパクト

2024年には訪日外国人旅行者数、インバウンド消費額ともに過去最高を記録

## 訪日外国人旅行者数の推移※2



## 訪日外国人旅行者による消費額の推移※3



※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）「訪日外客数」より作成

※3出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」を元に作成

06

# 参考情報

# 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
	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
	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
事業内容	マーケティング支援



LOVABLE MARKETING GROUP  
ASIA SDN. BHD.



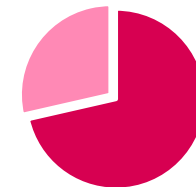
株式会社  
インバウンド・バズ

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（現 株式会社DXディライト）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 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

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.,Ltd.を子会社化
	株式会社ジソウ設立
2023年07月	アジア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03月	株式会社インバウンド・バズ設立
	TALONTRAVELより「Talón Japan」事業を譲受予定

## M&amp;A実績(累計)

事業譲受 2 件



株式取得 5 件

# 支援実績 | 導入顧客 (SNSマーケティング事業)

大手企業を中心に多様な業界・業種で**2,600件**※以上の支援実績

違いが、美しい。  
**uni**  
MITSUBISHI PENCIL

**フジッコ**

**CAPCOM**

**森永乳業**

**POLA**



**KOSÉ**



T-POINT



SAPPORO

**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**



SUBARU



おうちで旬イオン  
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 'You Car Store'  
みんなのガレージ  
クルマが愛車に変わる場所。

**STIHL**



BIGWING



ごほん地  
OOTOYA

**THE CELESTINE HOTELS**

Salesforceシステム構築

## 一般社団法人日本音楽著作権協会 (JASRAC) 様


<https://dxd.co.jp/news/jasrac>

個人音楽クリエイターとの接点強化を目的としたオンラインメディア構築、信託契約のオンライン化を支援し、新規契約者数が**過去最多**を更新しました。

 詳細は
 

Salesforceシステム構築・導入支援

## トラコム株式会社様


[https://dxd.co.jp/news/awarded\\_by\\_tracom](https://dxd.co.jp/news/awarded_by_tracom)

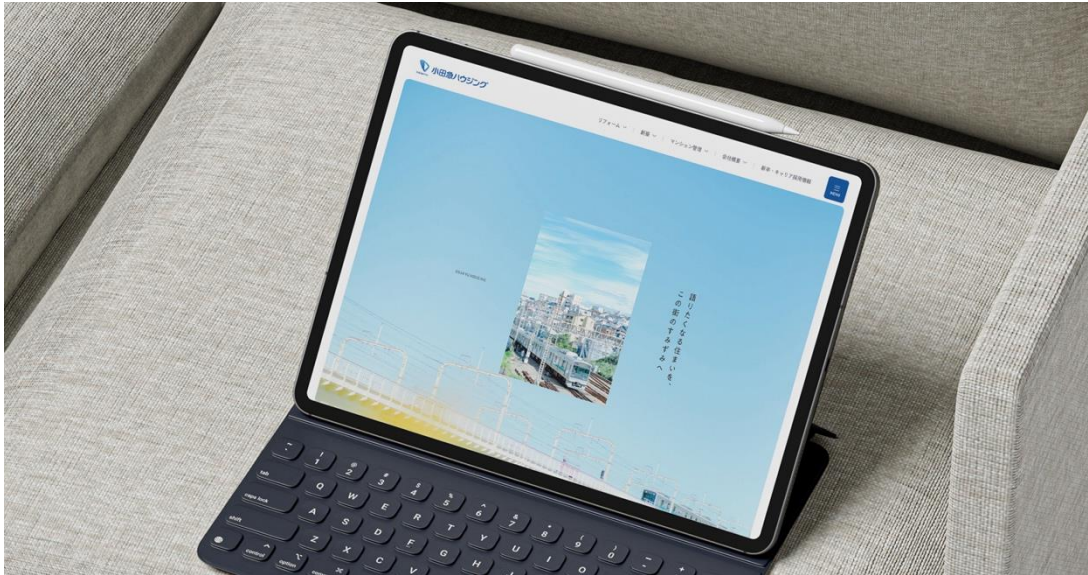
短期間での請求管理システムの構築およびスムーズな業務移行の完遂をご評価いただき、感謝状を受領いたしました。

 詳細は
 



ウェブサイト制作 / 広告運用 / コンサルティング

## 株式会社小田急ハウジング様



<https://www.odakyuhousing.co.jp/>

ブランドの世界観を表現しながら、直感的なユーザー体験を実現するデザインを採用。情報設計を最適化し、サイトの利便性向上を図りました。

／  
見  
て  
み  
る  
／



ウェブサイト制作 / 広告運用 / コンサルティング

## ノーベル製菓株式会社様



<https://www.nobel.co.jp/>

企業の強みを効果的に伝えるため、デザインとコンテンツを刷新。ブランディングとマーケティングを強化するウェブサイトを構築しました。

／  
見  
て  
み  
る  
／





海外出店サポート

## アセットフロンティア株式会社様

当社の出資先企業である合併会社TASTE FOOD JAPAN SDN. BHD.が提供する「お試し出店サービス」を導入いただき、2025年2月14日(金)にハラール飲食店「麺屋帆のる (※)」を出店いたしました。

※現地の店舗名は「Ramen Honolu Premier @ Lot10」です。



詳細は

[https://lmg.co.jp/news/about\\_tfi20250303/](https://lmg.co.jp/news/about_tfi20250303/)




# 実績 | SNSマーケティング事業のPR・マーケティング活動

## 書籍の出版

NEW!  
2025.3.19



## メディアへの寄稿



## 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

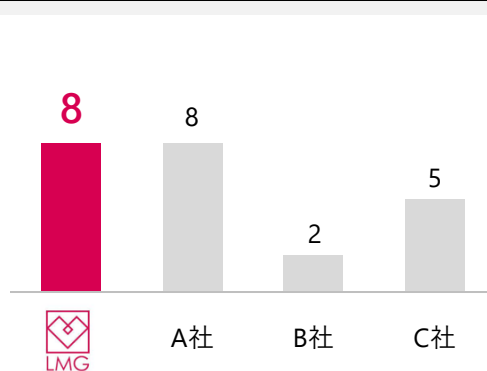


## 無料ウェビナーの開催

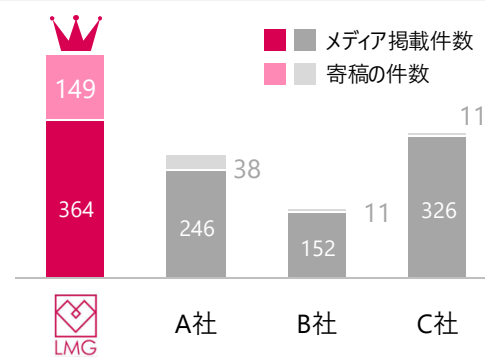


SNSの活用法やコツ、SNSに関する法規制など、時流にのったテーマをもとに無料ウェビナーを開催。

書籍出版数 ※1



メディア掲載件数 ※2



リード獲得数 ※3 (2025年10月期1Q)

889 件

参加者 ※4 (2025年10月期1Q)

1,597 名

※1:当社調べ (2025年1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～2025年1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 (2024年11月～2025年1月)  
 ※4:自社開催の無料ウェビナーへ参加いただいた人数 (2024年11月～2025年1月)

## SNS運用支援の経験・実績

01.

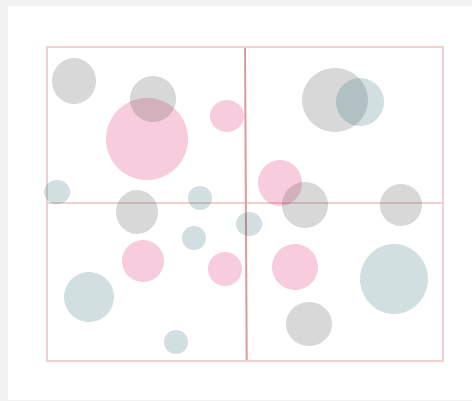
## 豊富な経験とノウハウ



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.

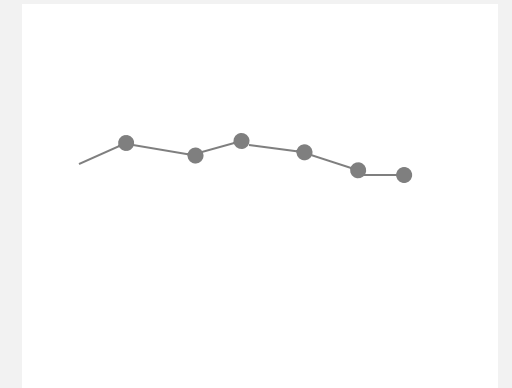
## 自社で開発・提供するSNS運用支援ツール



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

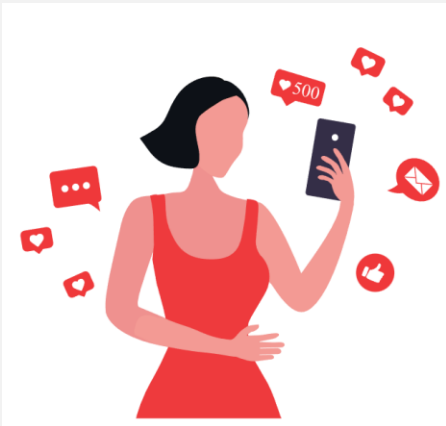


ミスや負担の少ない運用、アカウントの一元管理、また、営業サポートやカスタマーサクセスによる丁寧なサポート等が継続利用につながっている

※前期実績値

## 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.

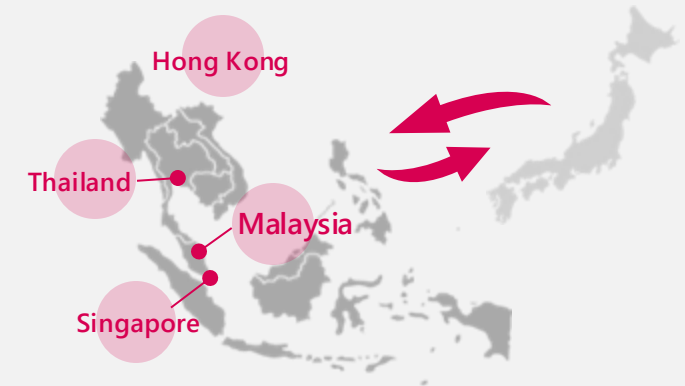
## 東南アジアに根付いた日本人経営陣



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

「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します

## 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



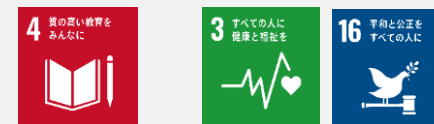
## マテリアリティ

生産的かつ  
 エコなマーケティング

持続可能な開発と  
 ライフスタイルの促進

健全なICT社会実現

## 関連するSDGs



## 取り組み

- 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
- SDGs推進企業のマーケティング支援
- クライアントのSDGs推進支援
- 全ての人に、ICTスキルを
- SNSリスクマネジメントの普及

## 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)



フォロー

Facebook



フォロー

note



フォロー

## 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。

