



# 2023年3月期第3四半期 決算説明会資料

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

2023年2月10日

# INDEX

01. エグゼクティブサマリー
02. 会社概要と事業環境
03. 2023年3月期第3四半期 決算概要
04. 2023年3月期第3四半期 トピックス
05. 成長戦略
06. ラバブルマーケティンググループが目指すサステナビリティ
07. Appendix





# 01. エグゼクティブサマリー

## 2023年3月期第3四半期 累計業績ハイライト・直近トピックス



累計  
四半期  
過去最高

第3四半期累計売上高

**1,187**百万円

前年同期比 **20.1%**増  
第3四半期 **448**百万円

黒字転換

第3四半期累計営業利益

**19**百万円

第3四半期 **24**百万円

CAGR  
**33.9%**

SaaSプロダクト契約件数

**479**件

前年同期比 **24.1%**増

過去最高

comnico Marketing Suite ARR※1

**239**百万円

前年同期比 **32.7%**増

DX支援事業  
第3四半期累計売上高


**65**百万円

前年同期比 **24.7%**増

comnico Marketing Suite  
大型受注案件

日系大手ITグループ会社の  
全社導入が決定  
170アカウント以上を一括管理

※1: Annual Recurring Revenue. comnico Marketing Suiteの月末MRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍して算出







# 02. 会社概要と事業環境

# 会社概要



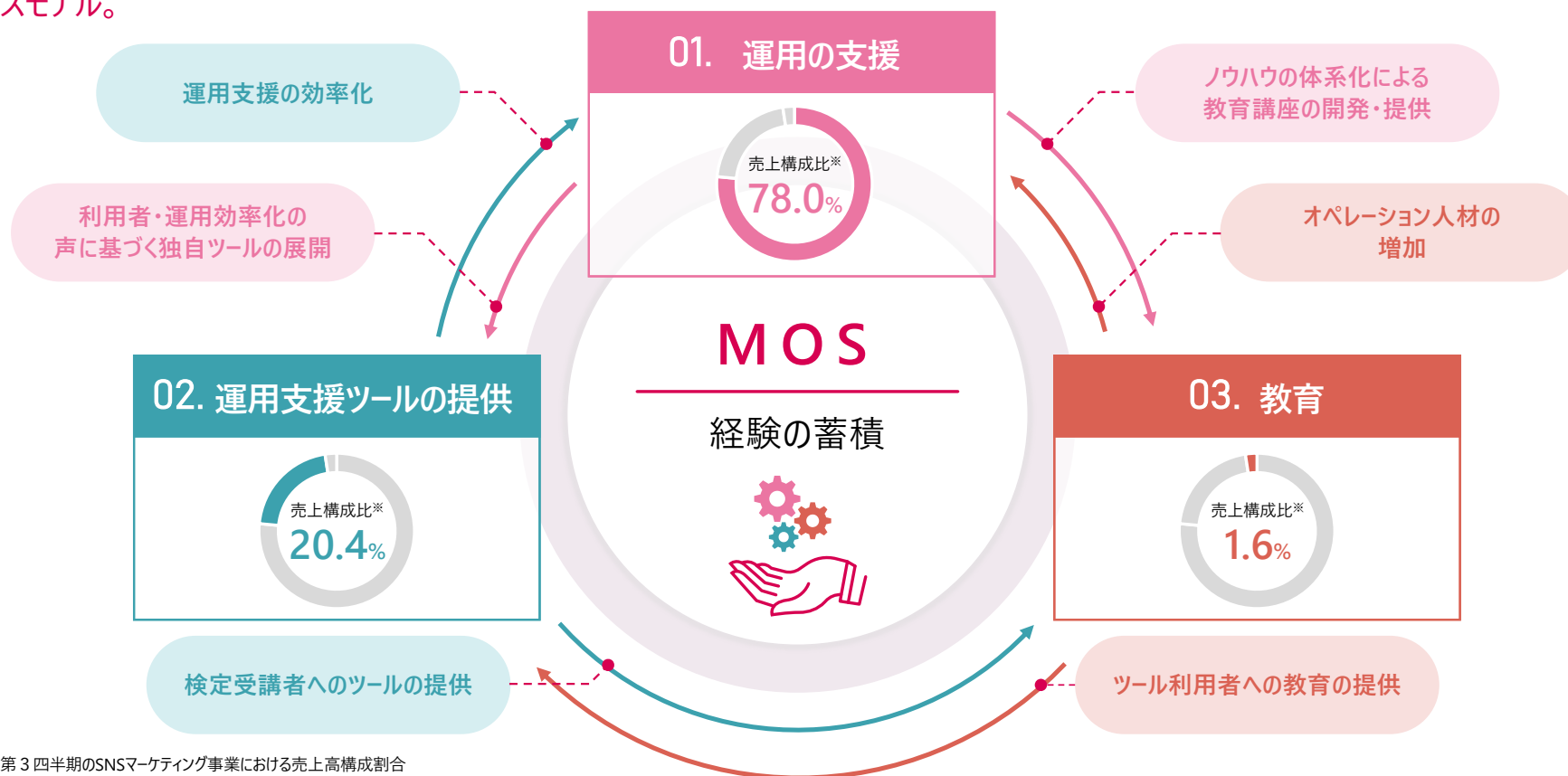
➤ 現代の情報消費行動に寄り添う“愛されるマーケティング”を推進するマーケティング企業グループ。

会社名	 <b>株式会社ラバブルマーケティンググループ</b> (Lovable Marketing Group, inc.)
設立	2014年7月15日
子会社	 <b>株式会社コムニコ</b>  <b>株式会社24-7</b>  <b>一般社団法人SNSエキスパート協会</b> 一般社団法人SNSエキスパート協会
代表取締役社長	林 雅之
本社所在地	東京都港区虎ノ門四丁目1番13号
事業内容	SNSマーケティング運用支援、SNS運用支援ツールの開発・提供、 SNS検定講座の開発・提供、マーケティング運用支援、マーケティングオートメーションの導入 等

# SNSマーケティング事業のビジネスモデル



➤ SNSマーケティング事業を構成するMOS（Marketing Operating Service）の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ビジネスモデル。



※: 2023年3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

# 課題と背景

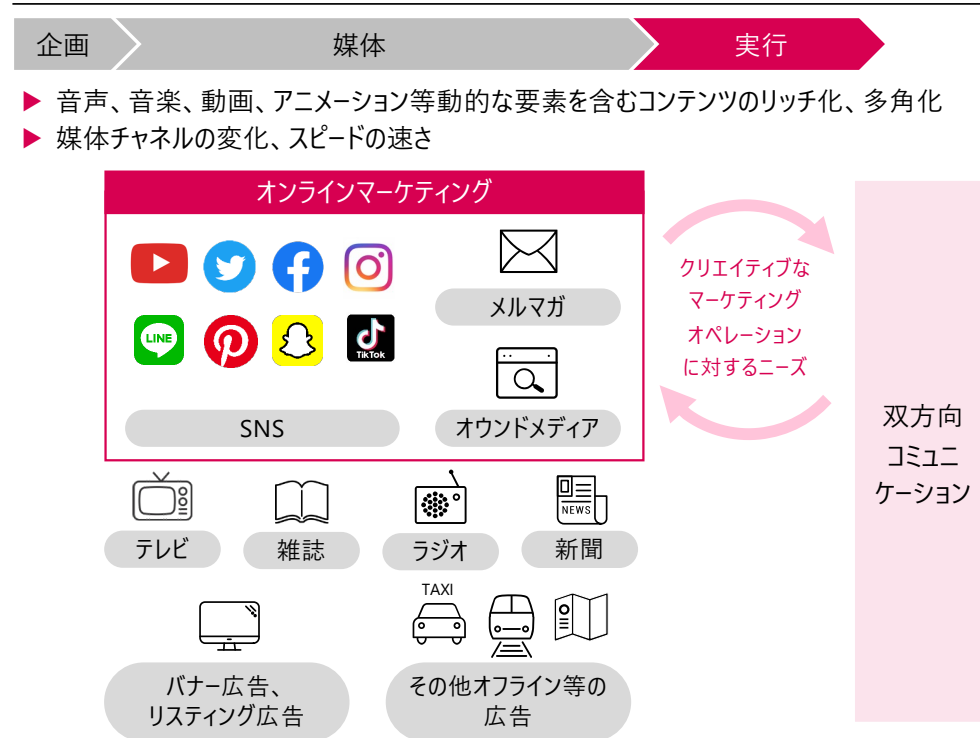


- ▶ インターネットの普及に伴い「4大マス時代」から「多チャンネル時代」へと環境が変化。  
チャンネル毎のコンテンツ作成等を担うクリエイティブなマーケティングオペレーションに対するニーズが高まっている。

## これまでのマーケティング



## 多チャンネル時代






# SNSマーケティングの収益構造

- ▶ SNS運用支援やSaaS型プロダクトはストック性の高い収益構造。  
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。

## ストック型収益が伸びる要因





# 03. 2023年3月期第3四半期 決算概要

## 決算概要



- SNSマーケティング事業が売上を牽引し、売上高は前年同期比20.1%増の1,187百万円。  
営業利益は、人員増加に伴う販管費の増加により前年同期より低くなった。

(百万円)	2021年3月期 第3四半期 累計業績※1	2022年3月期 第3四半期 累計業績	2023年3月期 第3四半期 累計業績	2022年3月期 第3四半期との 増減額	増減率
売上高	699	988	1,187	+198	+20.1%
営業利益	△43	149	19	△130	-
経常利益	△33	136	17	△118	-
親会社株主に帰属する当期純利益	△47	72	△1	△74	-

※1: 2021年3月期第3四半期の業績は社内参考値

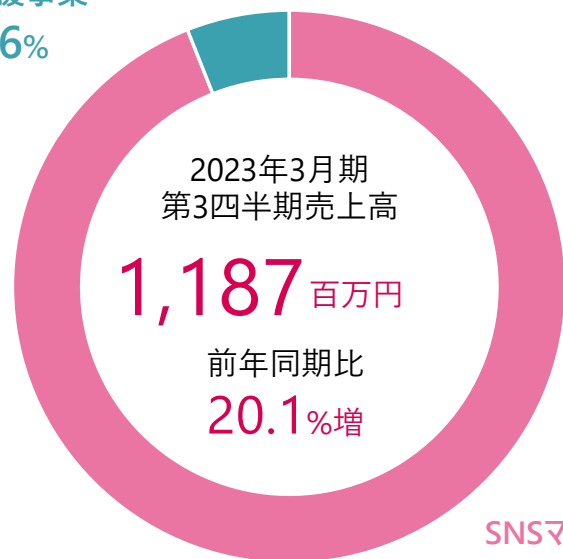
## 事業別売上高サマリー



- SNSマーケティング事業は大型案件の受注やサービスラインナップの拡充により前年同期比19.8%増。  
DX支援事業は、Salesforceの運用サポートサービスの拡充により前年同期比24.7%増。

### 事業別売上高構成比

DX支援事業  
5.6%



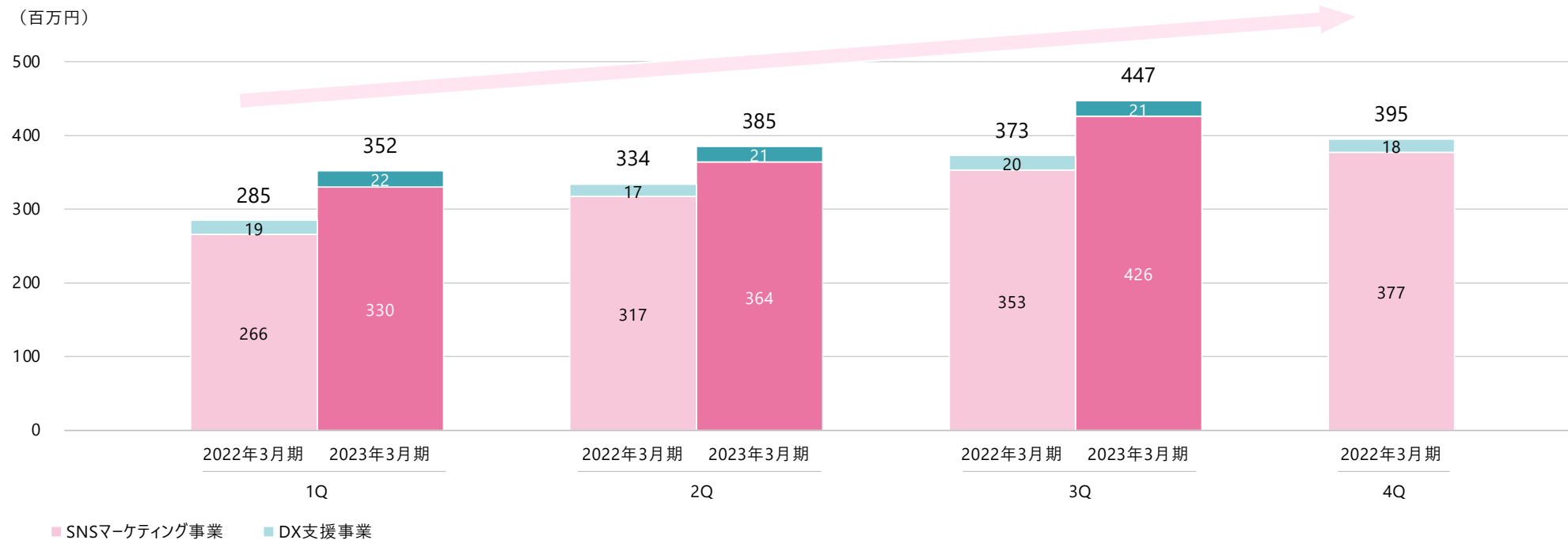
	売上高	前年同期比
SNSマーケティング事業	1,121百万円	19.8%増
DX支援事業	65百万円	24.7%増

# 売上高の四半期推移



➤ 例年、下半期に売上高が拡大していく傾向があり、売上高は堅調に推移。

## 売上高推移



※:各事業の売上高はセグメント間の内部売上を含んでおりません

## 連結貸借対照表

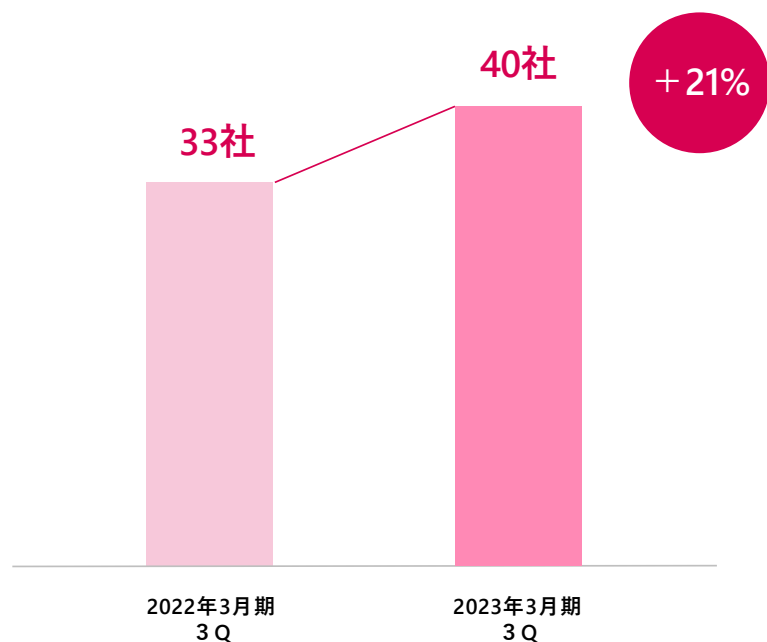


(百万円)	2022年3月期 業績	2023年3月期 第3四半期累計業績	2022年3月期との 増減額	主な要因
流動資産	1,283	1,160	△122	✓ 売掛金の増加
(現預金)	863	658	△205	
固定資産	43	138	+94	
総資産	1,326	1,298	△27	
流動負債	693	529	△163	✓ 未払金等の増加
固定負債	168	298	+130	✓ 長期借入金の増加
純資産	464	470	+5	
自己資本比率	33.7%	34.8%	1.1pt	

## ロイヤルクライアント社数推移

- ▶ 1年間以上継続取引があり、年間売上高が1,000万円以上の顧客を「ロイヤルクライアント」と定義。  
ロイヤルクライアント社数は前年同期比で21%増加。

### ロイヤルクライアント社数推移



### ロイヤルクライアント例

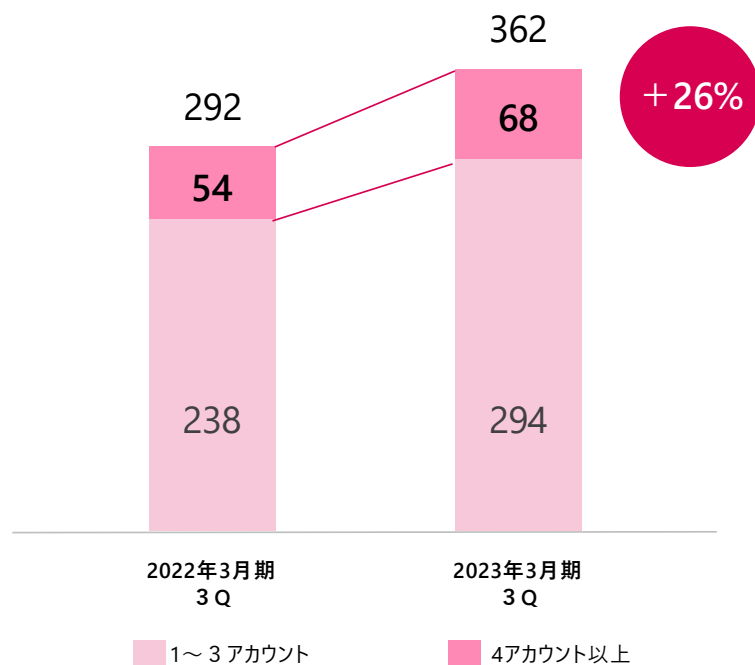
<p>米大手IT企業</p>	<p>米大手製薬会社</p>	<p>世界大手会計事務所</p>
<p>大手デベロッパー</p>	<p>テレビキー局</p>	<p>大手食品メーカー</p>
<p>大手生命保険</p>	<p>地方自治体</p>	<p>大手流通グループ</p>

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



▶ オペレーションの効率化や一元管理によるリスクマネジメントの観点から、1社で複数のアカウントを契約する企業が増加の傾向に。前年同期比で26%増加。


## アカウント契約社数推移



## クライアント例







# 04. 2023年3月期第3四半期 トピックス

## トピックス < 日系大手ITグループ全社にSaaS型クラウドツール導入決定 >



- ▶ 日系大手ITグループ会社が運営する170以上のSNSアカウントを一括管理するため、SNS運用支援ツール「コムニコ マーケティングスイート」の全面導入が決定。

- ✓ UI/UXの使い易さ、日本語・英語のユーザーインターフェースを備えている点が評価ポイント
- ✓ コストパフォーマンス面において高評価
- ✓ 全てのアカウントを一元管理できることで、リスクマネジメントに対応



## トピックス < SNSマーケティング事業の新サービスで企画実施が決定 >



- ▶ 株式会社エンファムとの協業による新サービス「SNSタイアッププラン #つながる子育てビト」が、フジッコ株式会社様に導入されることが決定。「子育て女性」をターゲットとし、商品認知を促進。

✓ 11月に提供開始した新サービスが早速大手食品メーカーで導入決定

✓ 家庭の食卓を応援する、買い置きできるお手軽和食の「おかず畑 おばんざい小鉢®」が当たるキャンペーンを実施





## トピックス＜メディアへの露出＞



- ▶ NHKの報道番組「ニュースウォッチ9」にて、弊社のコミュニケーション活性化の取り組みの一つである「マスク着用の任意化」が紹介。教育専門紙「日本教育新聞」WEB版にて、2022年6月より継続している寄稿連載の第7回が掲載。

NHK「ニュースウォッチ9」にて紹介（1月30日放送）  
～コロナ禍で生まれたあの“新習慣”「5類」でどうなる？～



出典：NHK NEWS WEB

「日本教育新聞」WEB版にて掲載  
～教育現場におけるSNSのマナーとリスクマネジメント【第7回】～



出典：日本教育新聞電子版 NIKKYO WEB

## 通期業績予想



- ▶ 通期計画に対する売上高進捗率は68.2%で推移。  
第4四半期は利益率の高い期末のスポットキャンペーン受注を狙う。

(百万円)	2023年3月期 第3四半期累計業績	2023年3月期 通期業績予想	進捗率
売上高	1,187	1,742	68.2%
営業利益	19	205	9.4%
経常利益	17	201	8.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	△1	122	—



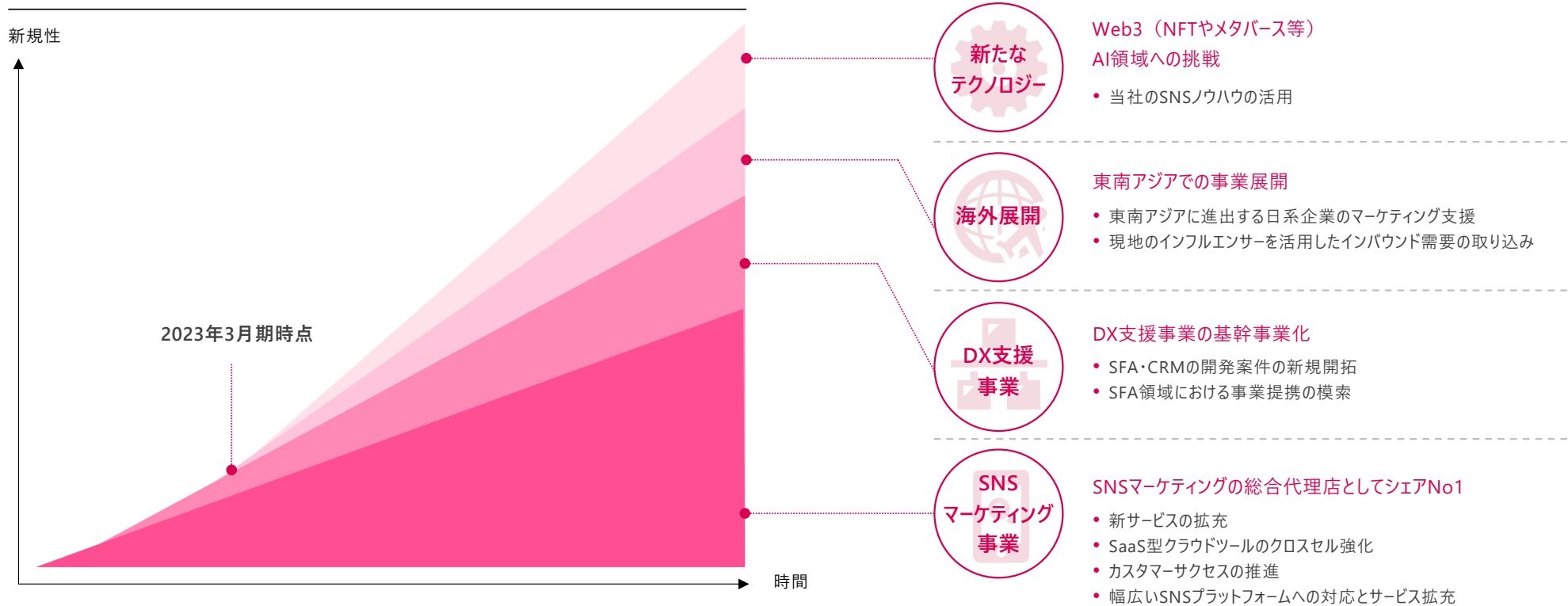
# 05. 成長戦略

# 次世代に向けた中長期戦略・成長イメージ



▶ 基幹事業の拡大、育成事業の基幹事業化、海外や新しいテクノロジーを成長戦略の中心にする。

## 次世代に向けた中長期戦略・成長イメージ





# 各業界トレンド動向



## 各領域の成長分野にタイムリーに参入していく



- ✓ Microsoftは2月7日（現地時間）、ChatGPTの開発元であるOpenAIの大規模言語モデルを搭載した新たな検索エンジン「Bing」とWebブラウザ「Edge」を発表。（出典：Microsoft公式サイト）
- ✓ Googleは2月6日（現地時間）、会話型AIサービス「Bard」を発表。（出典：Google公式サイト）
- ✓ 鳥取県がアフターコロナにおけるPRのため、自治体初のメタバース専門組織を立ち上げ、NFTを活用したメタバース上での応援プロジェクトを開始。（出典：鳥取県公式サイト）



- ✓ 観光庁は2022年10月、インバウンド消費 5 兆円超の達成を目指す「インバウンドの本格的な回復に向けた政策パッケージ」を決定。（出典：観光庁）
- ✓ ASEANを中心に進出する日系企業のうち、2022年の営業利益を黒字と見込む割合は上昇。新型コロナ前の2019年度と同水準に。（出典：JETRO）



# 06. ラバブルマーケティンググループが目指すサステナビリティ

# サステナビリティマネジメント



▶ メンバー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する。この循環の創造を目指します。



## SDGsに基づく組織づくりのために



- ▶ 2022年4月より、外部講師を招いた勉強会・ワークショップを開催。  
SDGsの目標4「質の高い教育をみんなに」をベースに教育機会を提供。

### テーマ：メンタルヘルス

健康経営の一環として、マインドフルネスの講師である野村里奈氏をお招きし、心の状態やストレスについて学ぶ。座学後は皆でマインドフルネスを体験する。



### テーマ：働きがい

人事コンサルタント・社会保険労務士として多くの著書を執筆されている松下直子氏をお迎えして、組織の目的や組織の本質をお話しいただき、組織で働く意義を考える。



### Team Work

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod

### テーマ：食品ロス

食品ロス問題ジャーナリストとして様々なメディアで活躍する井出留美氏をお迎えして、専門家ならではの情報やデータ、海外事例等を紹介いただき、マーケティング会社としてできることを考える。



PLEASE  
DON'T WASTE  
FOOD

### テーマ：ダイバーシティ

パラ陸上競技やり投選手である若生裕太氏をお迎えし、障害発症～パラリンピックの選手を目指すまでやトレーニングの様子、目が不自由になって気づいたこと等をお話しいただく。





# 07. Appendix

## ボードメンバー



代表取締役社長

林 雅之

Masayuki Hayashi

2008年に株式会社コムニコを設立。日本におけるSNSマーケティングの第一人者として、セミナーやカンファレンスでの講演や書籍出版の実績あり。2014年に株式会社エル・エム・ジー（現株式会社ラパブルマーケティンググループ）を設立。



取締役  
株式会社コムニコ 代表取締役

長谷川 直紀

Naoki Hasegawa

株式会社サイバーエージェントに入社後、デジタル広告全般の業務を経験する。2013年株式会社コムニコに入社し、2014年取締役に就任。2022年に当社取締役、株式会社コムニコ代表取締役に就任。



執行役員  
コーポレート本部管掌

中川 徳之

Noriyuki Nakagawa

PR会社の株式会社サニーサイドアップに入社後、子会社の取締役に就任。2019年株式会社ラパブルマーケティンググループに入社、2022年に当社執行役員に就任。



社外取締役

鵜川 太郎

Taro Ugawa

数多くのIT関連ベンチャー企業の取締役を歴任。  
2010年株式会社オルトプラス取締役COOに就任。2014年当社社外取締役に就任。



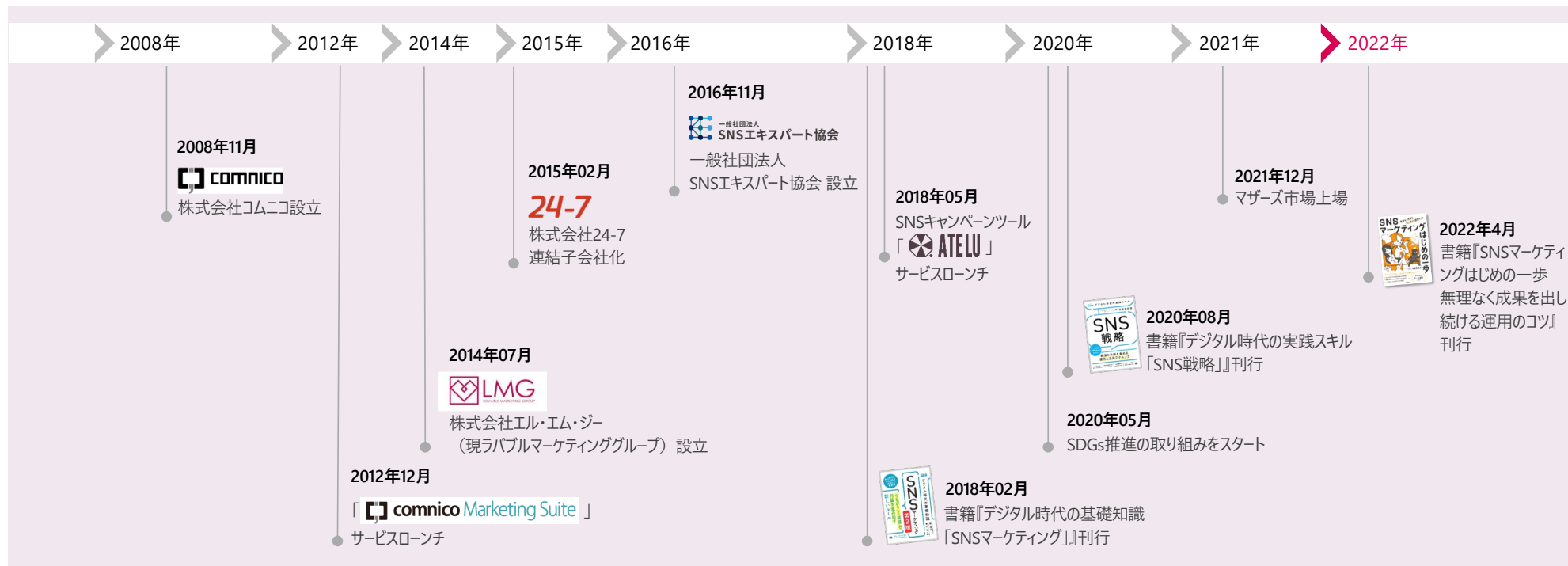
社外取締役

松本 高一

Koichi Matsumoto

コンサルティング会社、大手証券会社の勤務を経て2017年8月株式会社アンビグラムを設立。同年9月、当社社外取締役に就任。

# ラブブルマーケティンググループ 主な沿革



## 日本におけるSNSの動き

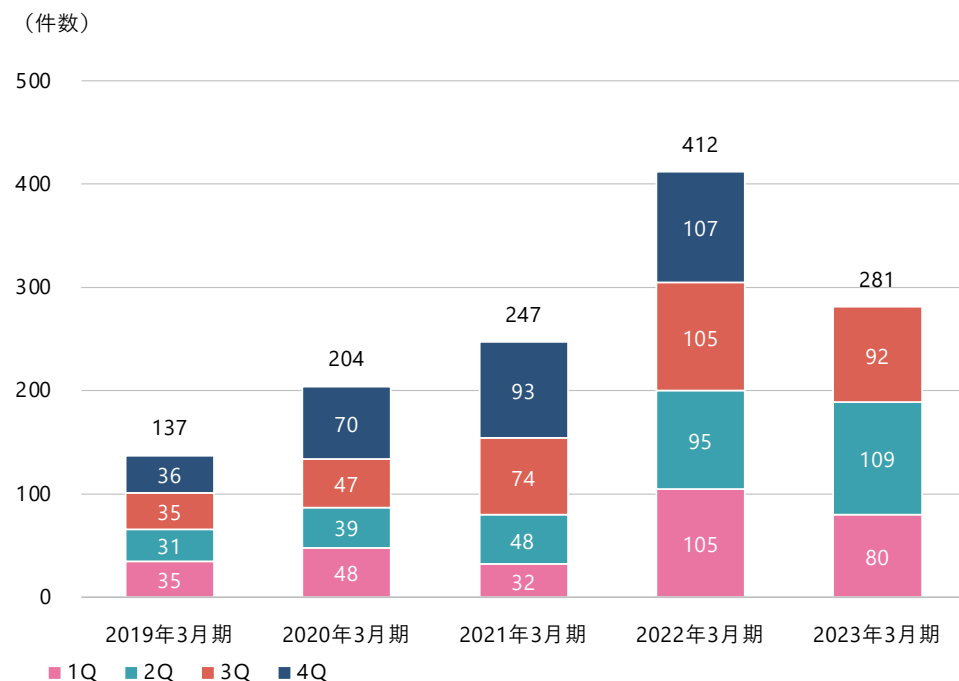


# SNSマーケティング事業先行指標

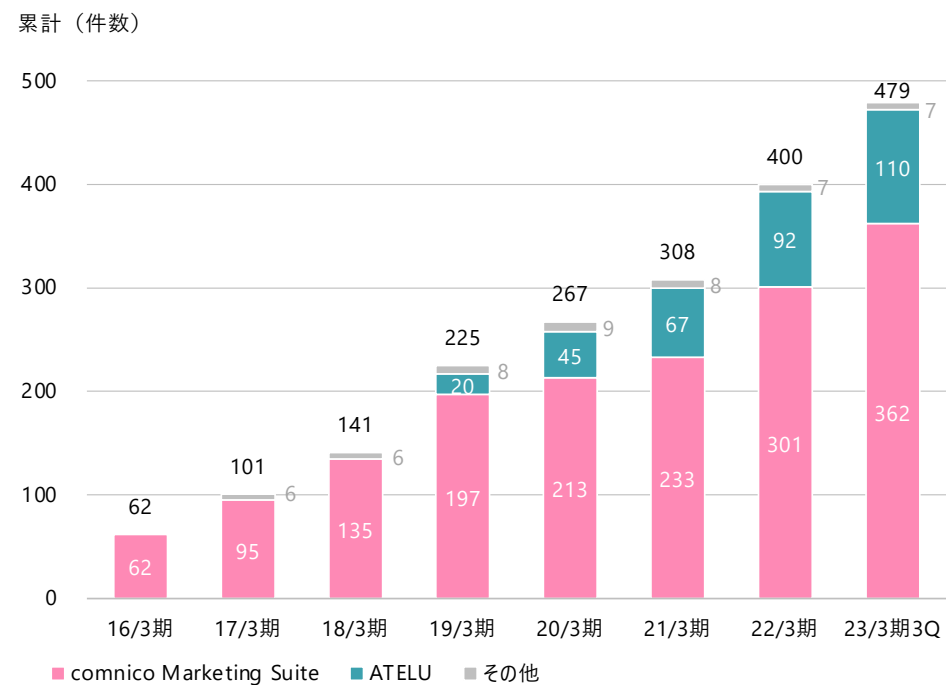


➤ 運用支援の新規受注件数は前年同期と比較すると件数は下回ったが、大型案件を受注。  
SaaS型クラウドツールの契約件数ともに堅調に推移。

## 運用支援 新規受注件数の推移



## SaaS型クラウドツール契約件数



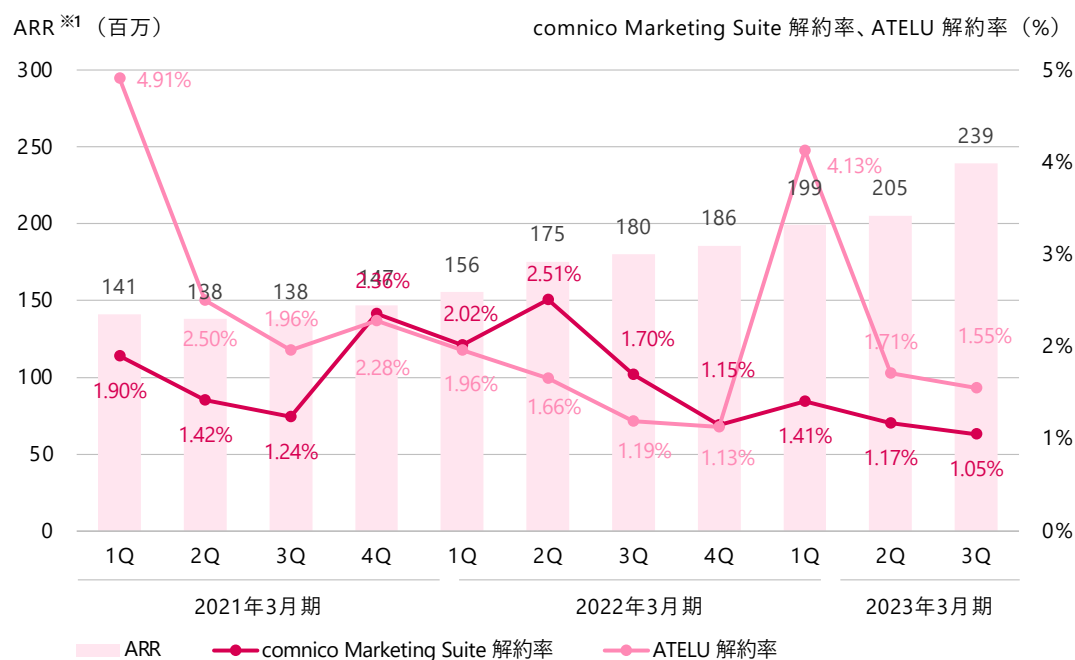


## ②運用支援ツールの提供 comnico Marketing Suiteの主要KPI



- ▶ **実績**
  - ✓ ARRは前年同期比32.7%増加し、過去最高となった
  - ✓ 解約率は低水準で推移

### ARR<sup>※1</sup> (Annual Recurring Revenue) と解約率<sup>※2</sup>



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

※2: (上グラフ) 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

### 今後の取り組み

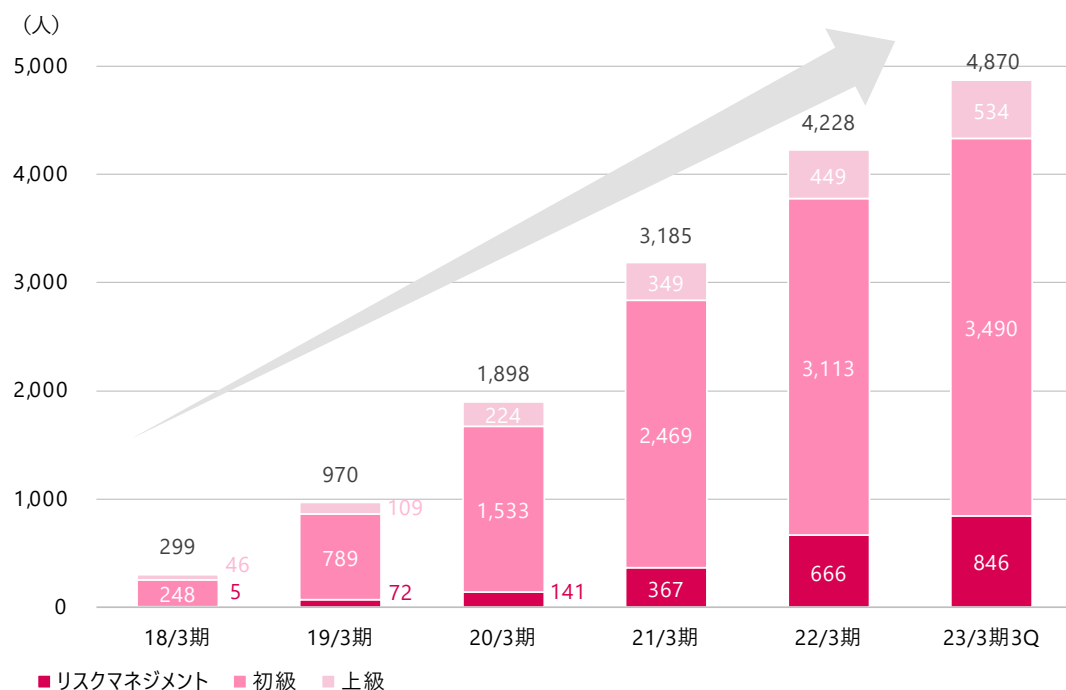
- ▶ 人材への投資をしながら、専門性を高め、付加価値の高いサービス提供を目指す
- ▶ サービスの品質とコンテンツのパフォーマンスを向上させることを目指す
- ▶ カスタマーサクセス、サポート体制と人員強化を行い、サービス内容とパフォーマンスを改善
- ▶ 開発体制を強化し、サービスラインナップの拡充を図る

### ③教育 検定受講者数



▶ **実績** ✓ 検定受講者数 **4,870名** (2022年12月末時点)

#### 累計検定受講者数の推移



#### 今後の取り組み

##### ▶ マーケティング活動によるブランディング

- 書籍、外部メディアおよび自社メディアを通じた情報発信の継続的实施

##### ▶ 検定受講者数の拡大

- 検定受講のオンデマンド化を推進



ライブ



オンデマンド

※オンデマンド検定は「初級SNSエキスパート検定」「SNSリスクマネジメント検定」にて実施

##### ▶ 法人向けサービスメニューの拡大

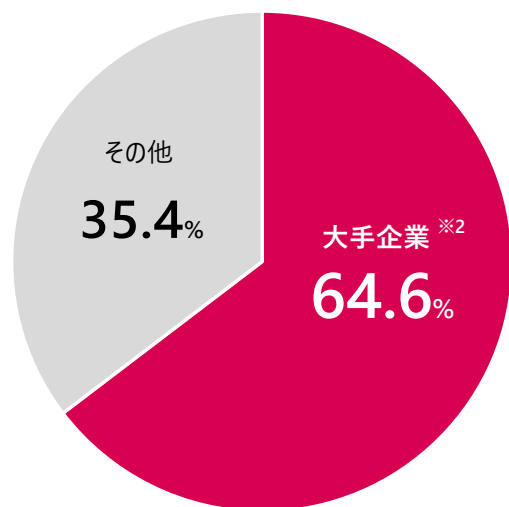
- 企業・団体様個別のトレーニングメニューの考案・作成
- クライアント企業での自走運用を想定した戦略立案・KPI設計、課題に合わせた研修プログラムの策定、企業に合わせた炎上対策のサポート

# 株式会社コムニコの顧客構成



▶ マーケティングのデジタル化を背景に運用支援では、米大手IT企業の案件を受注。

## 顧客の企業規模別売上高比率 ※1



## 顧客例



※1: 2022年4月～2022年9月までの期間における、取引先顧客別売上高  
 ※2: データ算出にあたり売上高1,000億円以上の企業を大手企業と分類しております

# SNSマーケティング事業のPR／マーケティング活動

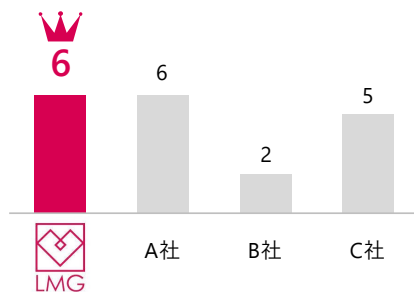


▶ ブランディング活動とリード（見込み客情報）獲得に寄与するマーケティング活動により、**4,100**件以上のリードを獲得。

## 書籍の出版



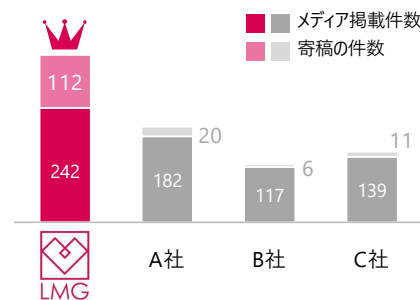
書籍出版数 ※1



## メディアへ寄稿



メディア掲載件数 ※2



## 自社メディアの運営



リード獲得数（年間）

**3,678** 件 ※3

## 無料ウェビナーの開催



コムニコ社内の教育プログラムを講座用にアレンジし、SNSの活用法やコツについて無料ウェビナーを実施中。

参加者

**491** 名 ※4

※1: 当社調べ（2022年12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～2022年12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（2021年4月～2022年3月）

※4: 自社開催の無料ウェビナーへ参加いただいた人数（2021年4月～2022年3月）

# 市場規模



▶ 日本におけるインターネット広告・SNSマーケティングの市場規模は拡大が続いており、今後も成長が見込める。

## 日本の広告市場規模（2021年）



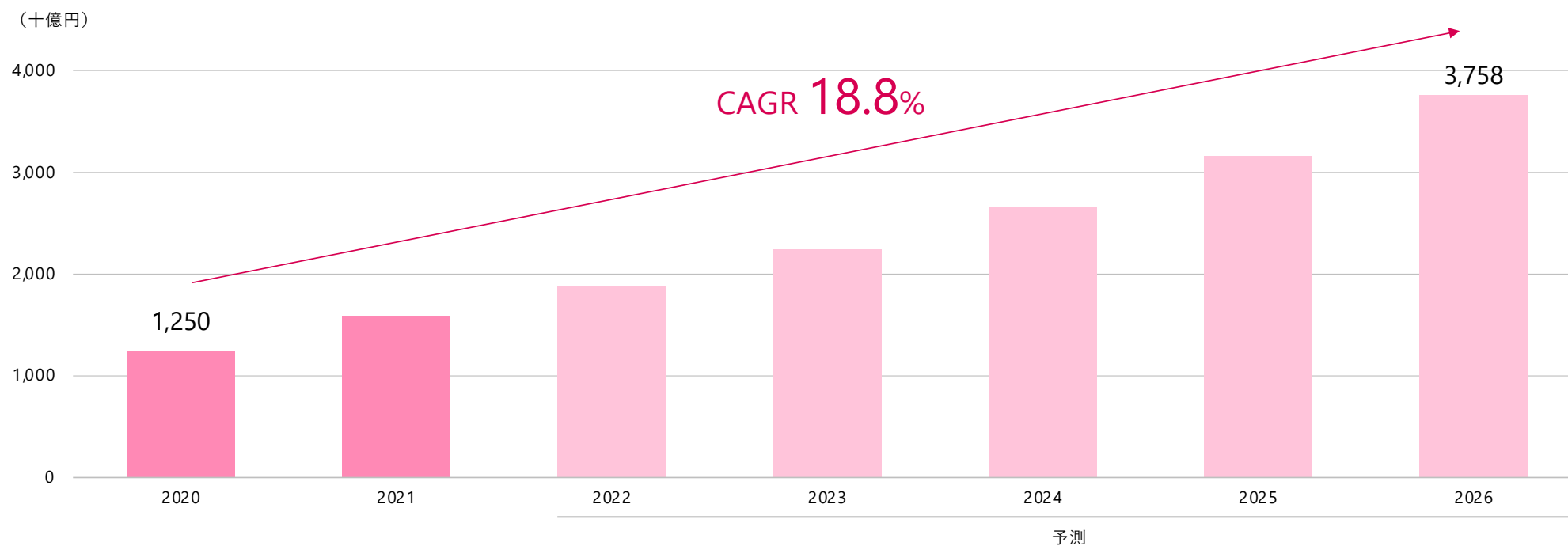
※1出典: サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ「ソーシャルメディアマーケティング市場」を加工して当社が作成  
※2出典: 電通「2021年日本の広告費」

# パブリッククラウドの国内市場規模



➤ パブリッククラウドの国内市場規模は、年々増加しており、2026年には、2020年の3倍となる約3.7兆円に到達すると予測される。

## パブリッククラウドの国内市場規模



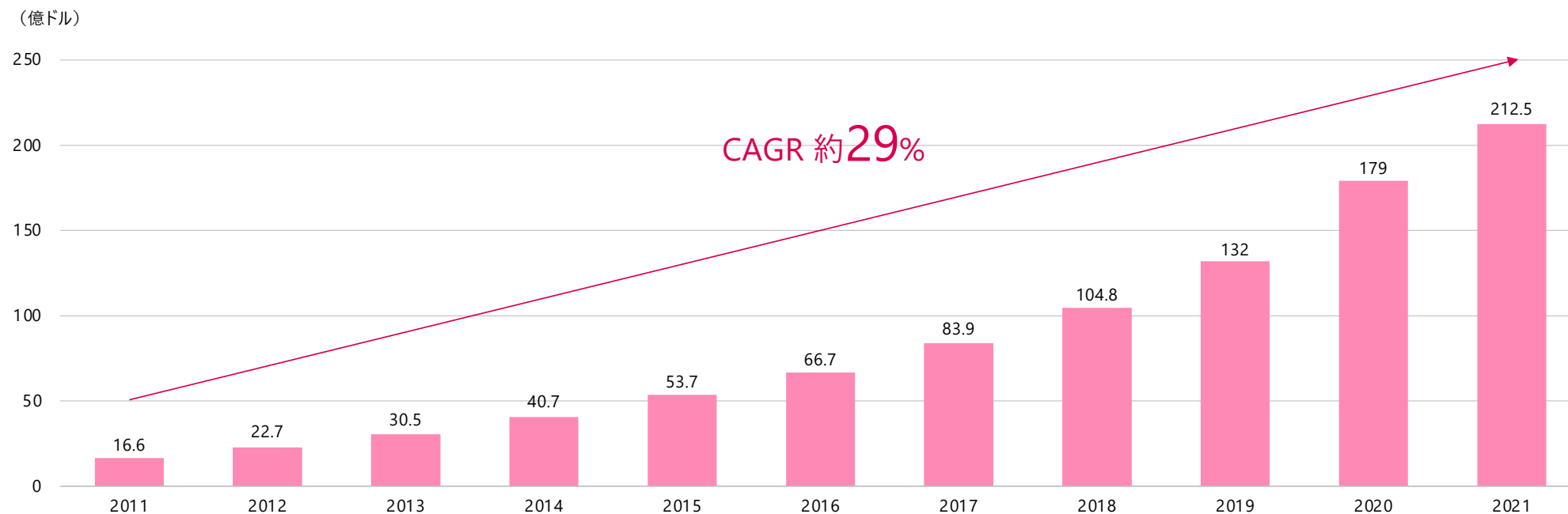
出典: IDC Japan株式会社「国内パブリッククラウドサービス市場予測」

## Salesforce社の売上高推移



➤ Salesforce社の売上高は年率約29%で増加。さらに、日本におけるパートナーエコシステムは、Salesforce自体の日本でのビジネス規模の5倍。2026年には6.5倍に拡大すると推定。※1

### Salesforce (Global) の売上推移



出典: Salesforce社のIR資料

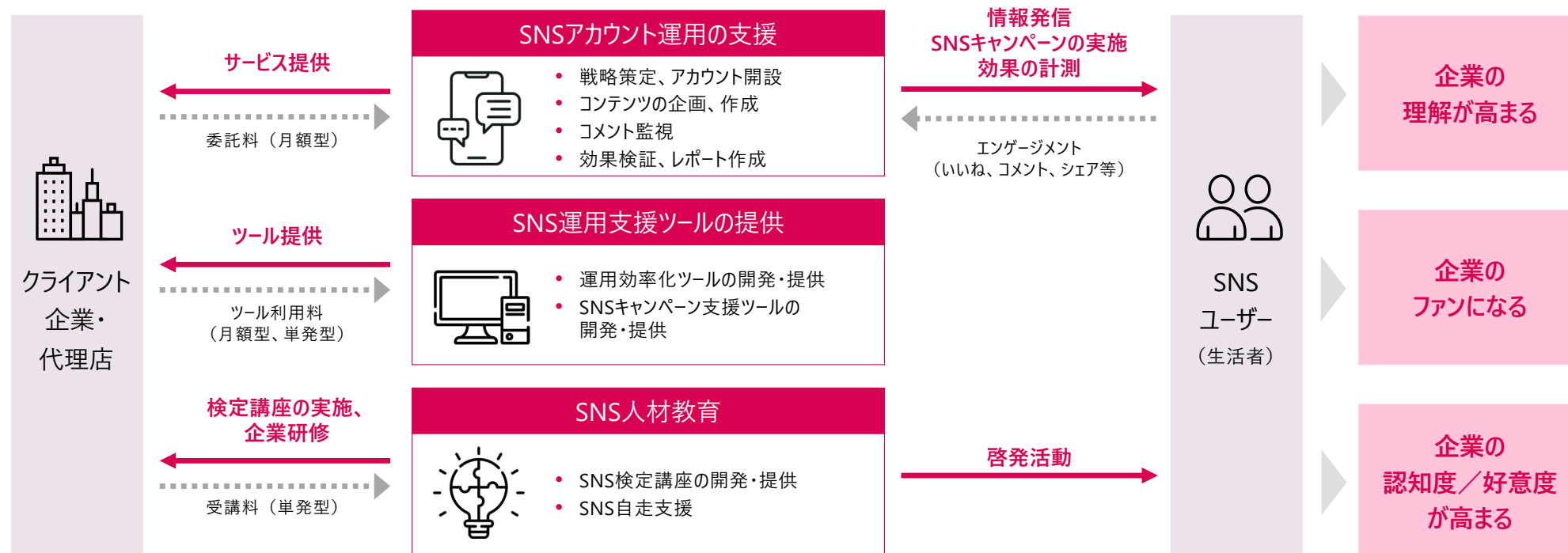
※1: (株)セールスフォース・ドットコム プレスリリース (2021年11月)

# SNSマーケティングとは



商品やサービスに関する情報をSNSを介して行うマーケティングで生活者と直接つながりコミュニケーションをとったり生の声を収集することができる。

## SNSマーケティング事業



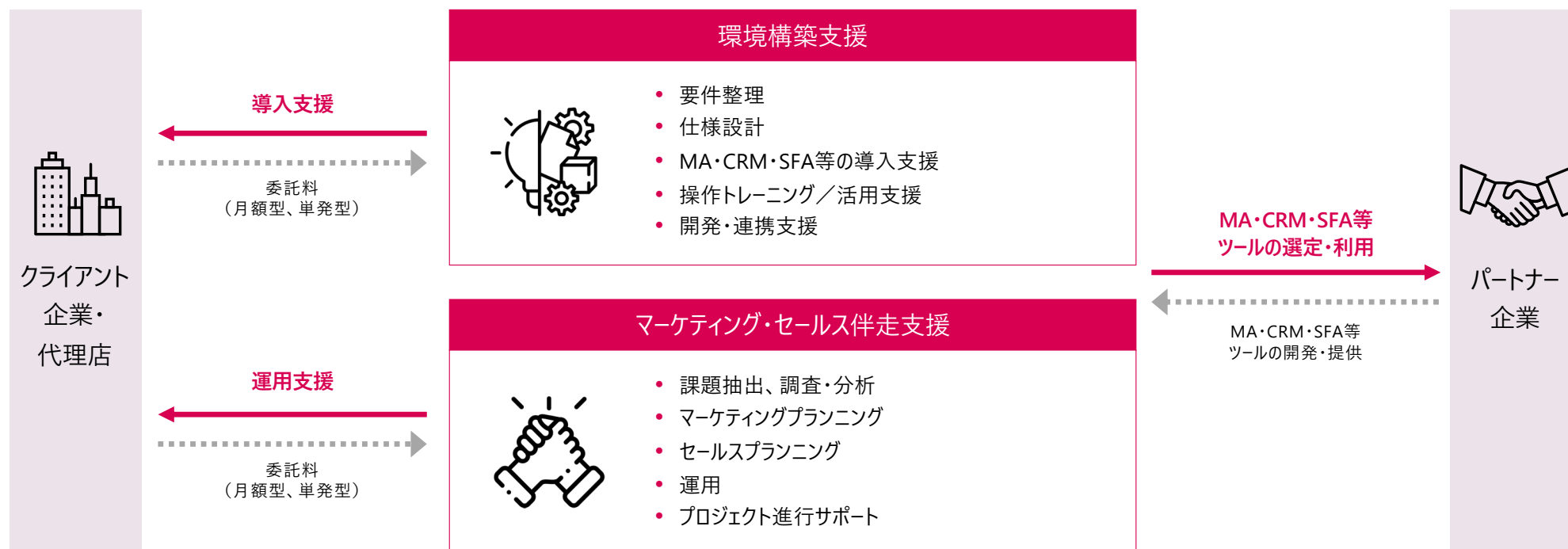


# DX支援事業のビジネスモデル



➤ 課題に合わせてクラウド型のマーケティング支援ツールを組み合わせ、その導入・設計・構築・移行・運用をトータルでサポート。

## DX支援事業





## 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。

