



事業計画および成長可能性に関する事項

株式会社ラバブルマーケティンググループ（東証グロス：9254）

2023年6月

PURPOSE

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。

目次

01 会社概要

02 昨今のSNSマーケティング概況

03 事業概要

04 市場環境

05 事業計画・成長戦略

06 財務情報

07 Appendix

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
株式会社ジソウ
DTK AD Co.,Ltd.
一般社団法人SNSエキスパート協会
株式会社DXディライト
- 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



業績・主要KPIハイライト

<p>売上高</p> <p>1,653百万円</p> <p>前年同期比 19.1%増</p>	<p>営業利益</p> <p>80百万円</p>	<p>ロイヤルクライアント社数^{※1}</p> <p>38社</p> <p>前年同期比 15.2%増</p>
<p>SaaS型プロダクト契約件数</p> <p>493件</p> <p>前年同期比 23.3%増</p>	<p>comnico Marketing Suite ARR^{※2}</p> <p>247百万円</p> <p>前年同期比 32.8%増</p>	<p>comnico Marketing Suite解約率^{※3}</p> <p>1.86%</p>

※1:当社との年間取引高が1,000万円以上の顧客を「ロイヤルクライアント」と定義

※2: 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

※3: 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

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、子会社の取締役として会社設立から新規事業の立ち上げに従事。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

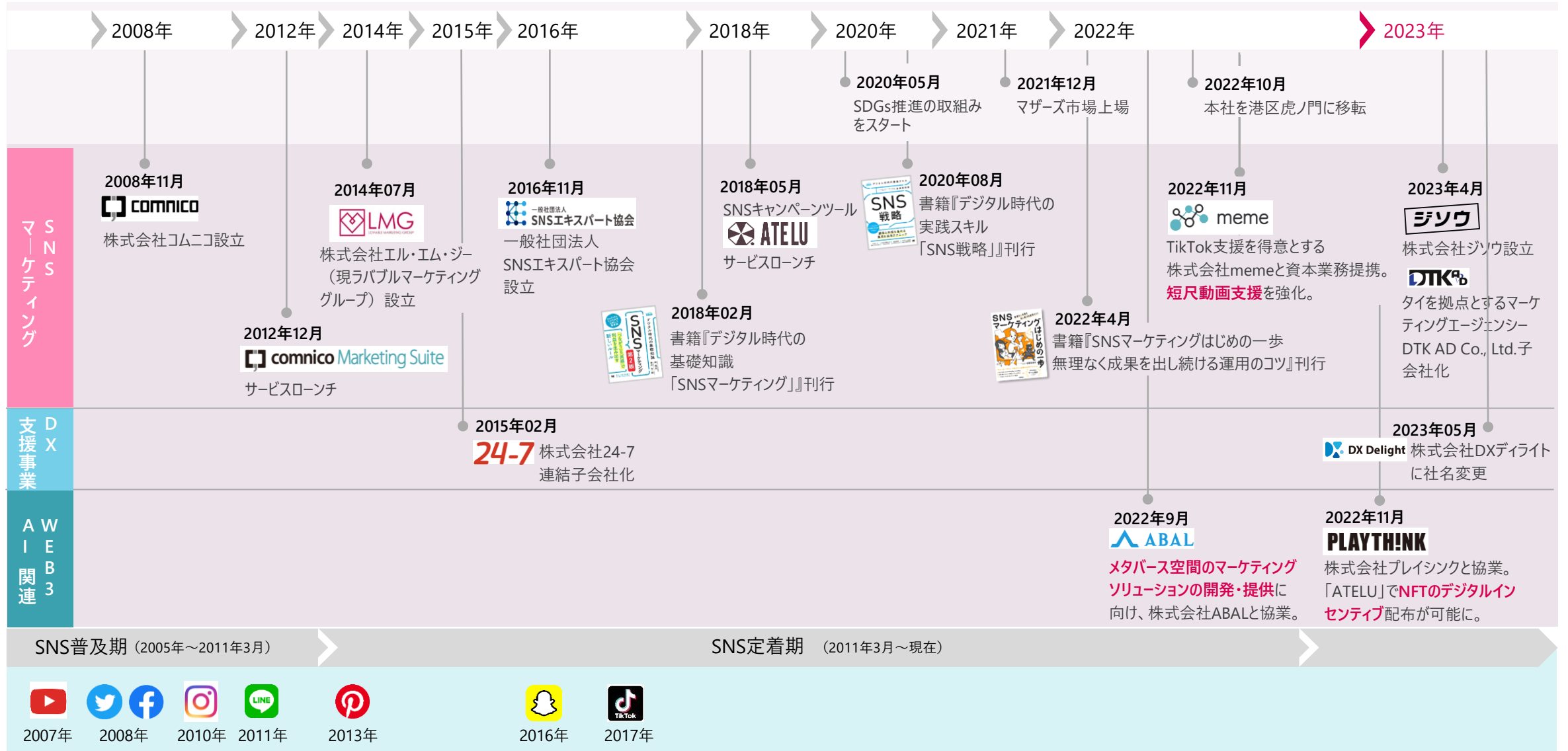
Koichi Matsumoto

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。

事業構成



主な沿革



目次

01 会社概要

02 昨今のSNSマーケティング概況

03 事業概要

04 市場環境

05 事業計画・成長戦略

06 財務情報

07 Appendix

現代のマーケティングは担当者が大変

情報の流れが一方方向だった4大マス時代に比べ、チャンネル毎にコンテンツを次々と準備し対話も行う
さらにコンテンツはリッチ化しており担当者だけでは対応が厳しくなっている

他の業務が
間に合わない！



競合会社の
投稿調査



効果検証の計測...



明日のコンテンツ制作...

投稿の予約、
社内確認...

求められるSNSマーケティングの在り方

顧客とのコミュニケーションを前提に、集客や販促だけでなくルールを順守した安定運用が求められる



目次

01 会社概要

02 昨今のSNSマーケティング概況

03 事業概要

04 市場環境

05 事業計画・成長戦略

06 財務情報

07 Appendix

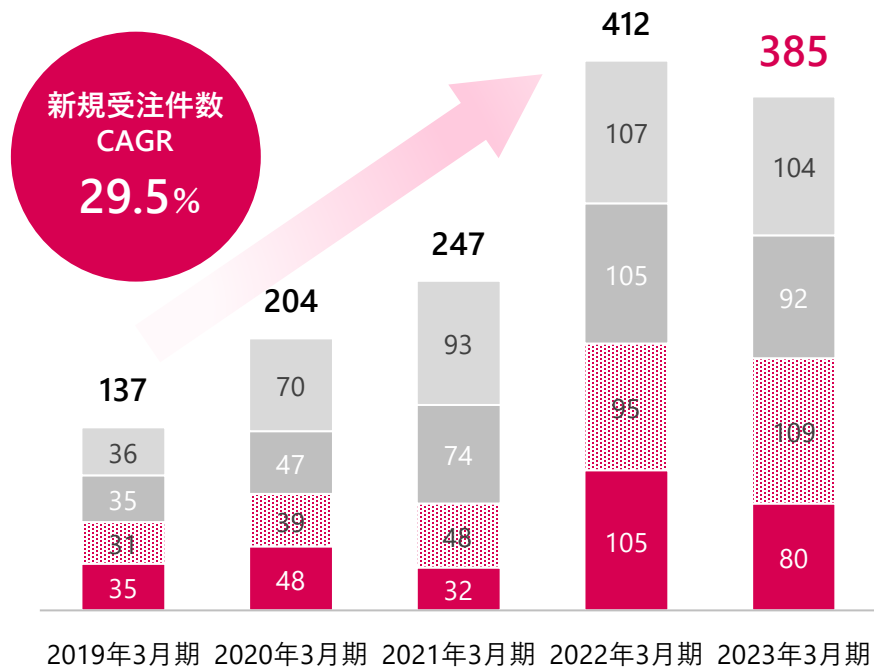
ビジネスモデル - SNSマーケティング事業

SNS運用支援、SaaS型プロダクト（SNS運用支援ツール）はストック性の高い収益構造
SaaS型プロダクトのARRは前期比32.8%増で、今後も売上高構成比率を高めていく

SNS運用支援 新規受注件数の推移

売上構成比※ **77.3%**

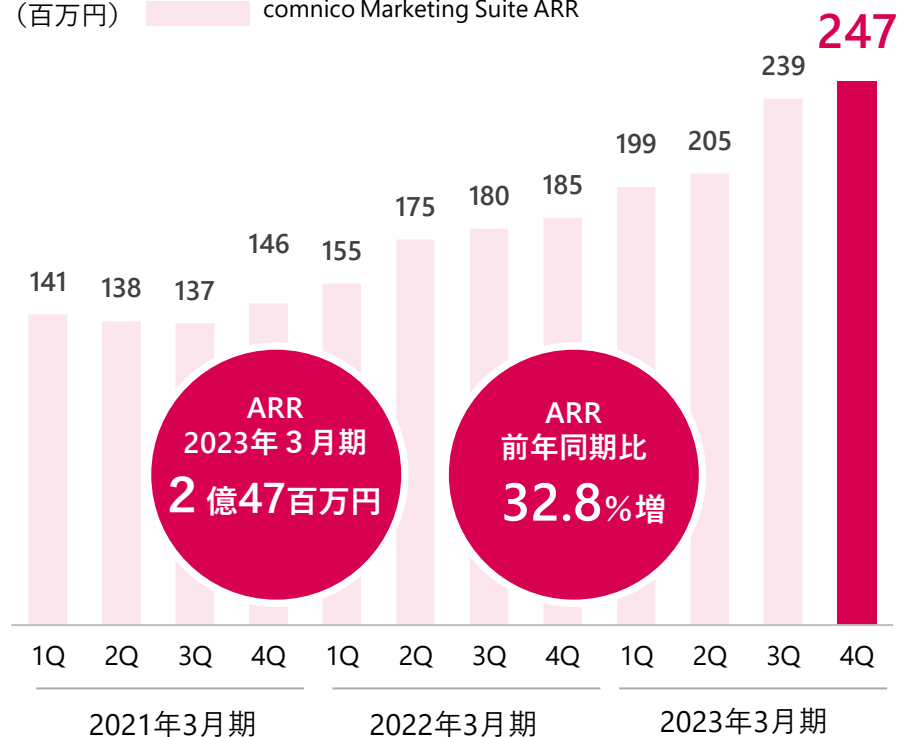
(件数) ■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



SaaS型プロダクト comnico Marketing SuiteのARR推移

売上構成比※ **20.3%**

(百万円) ■ comnico Marketing Suite ARR



※: 2023年3月期通期のSNSマーケティング事業における売上高構成割合

収益構造 - SNSマーケティング

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

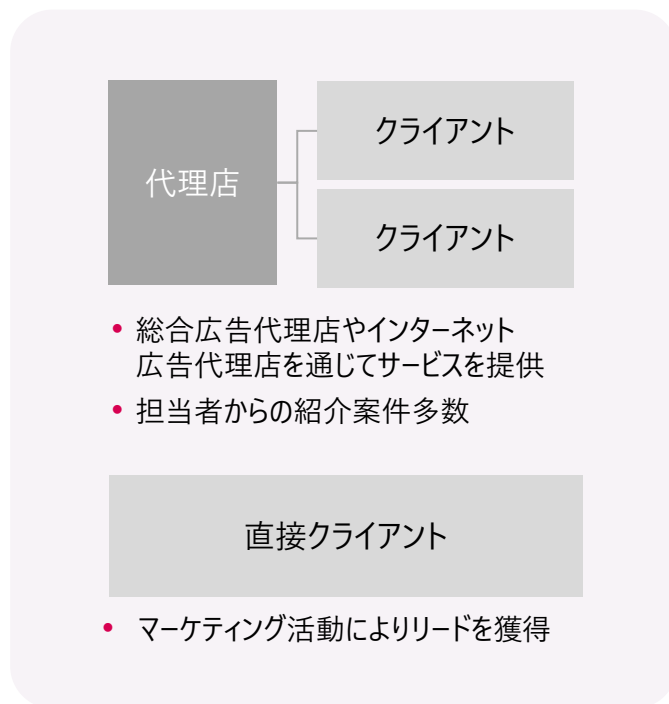
クライアント



売上



クロスセル



運用の支援 - SNSマーケティング

SNSのプランニングから運用代行・コンサルティングなど、SNS運用の課題に応じて最適なサービスを提供
豊富な実績、安定した運用支援が評価され長期的なパートナーとして高い支持を獲得

▶ 初期構築

SNS運用プランニング

体制構築支援

炎上リスク対策

▶ 運用支援

アカウント運用代行

アカウント分析レポート

キャンペーン企画・運用

投稿コンテンツの企画・制作

コメント監視・返信

▶ その他の支援

インフルエンサー活用

SNS広告運用

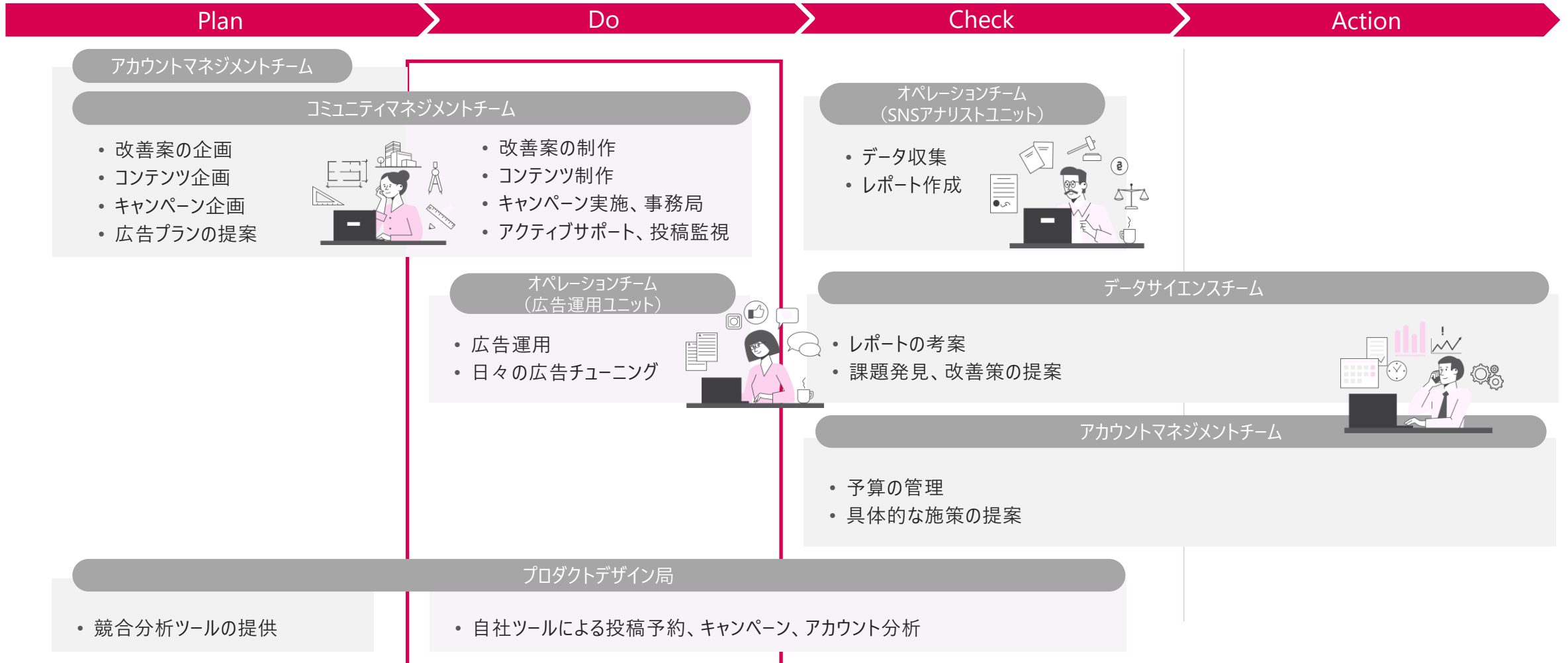
フォロワー調査（効果検証）

対応するSNS



運用体制 - SNSマーケティング

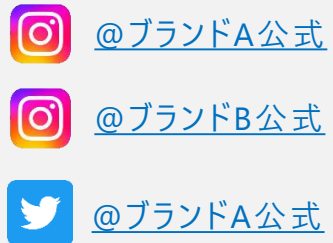
全てのオペレーション業務を内製し、高いクオリティと柔軟な対応ができる体制を構築
各分野のプロフェッショナルがチームを組み、ONE TEAMでサポート



運用支援ツール 当社の運用支援ツールが解決する業務課題

複数アカウントを持つ企業の増加やコンプライアンスの観点から、一元管理をしたい需要は増えている
運用支援ツールを導入することで業務負荷を大幅に軽減でき、より安心して安定的な運用をサポートする

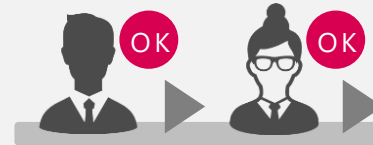
複数のアカウントを
一括管理したい



分析・レポート作成に
時間がかかる



投稿の承認作業に
時間がかかる



手作業での限界

キャンペーン当選者の選定
応募者のリスト作成
当選通知のDM送付 ..

SNS運用は自社で行いたい
業務負荷を減らしたい...



手作業での管理や方法を統一して
オペレーションミスを防ぎたい

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

ユーザー視点に立った自社開発のSaaS型プロダクトで、作業負担を効率化しパフォーマンスを最大化
安定したストック収益をあげられるビジネスモデル

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 **3,000**アカウント以上

※2022年10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



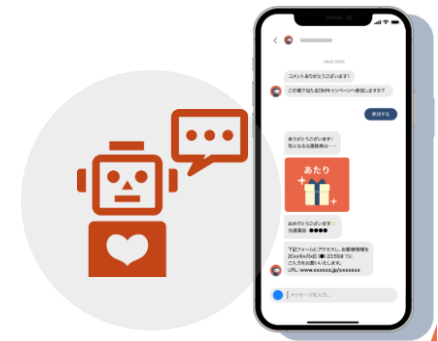
- 応募者の収集・抽選
- 当選者の選定・通知
- 簡易レポート作成
- キャンペーン分析 など

NFT（非代替性トークン）にも対応

3 autou (アウトウ)

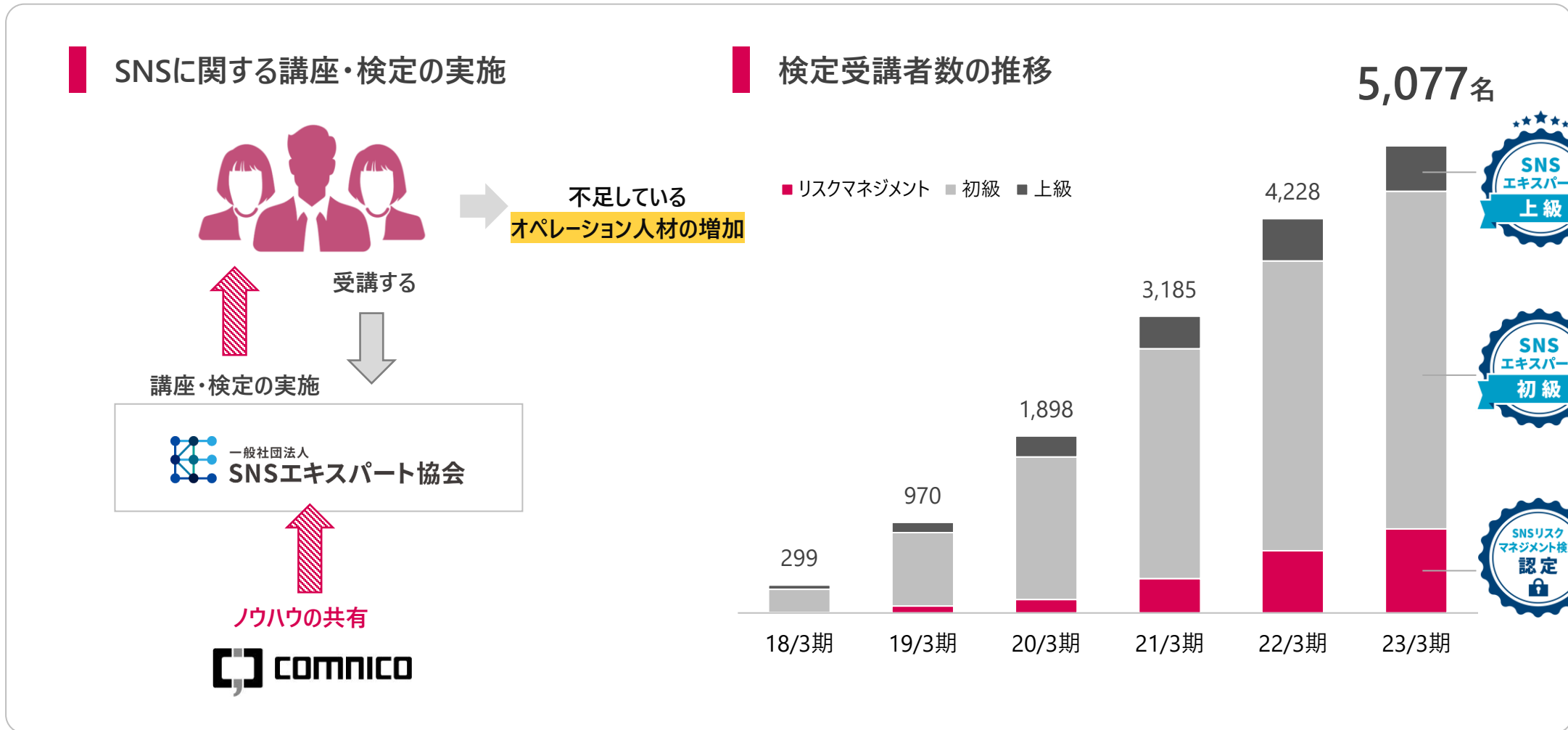
企業と消費者のエンゲージメントを高める
チャットボットツール

- 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



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に関する正しい知識の普及とSNSマーケティングに携わる人材育成を目指す



導入顧客構成

支援実績は1,800件※以上

大手企業を中心に多様な業界・業種を支援



※2013年4月から2023年3月までの累計

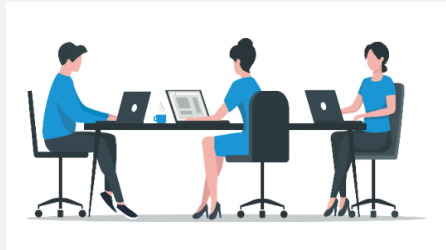
DX支援事業

クライアント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支援を一貫してサポート
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

▶ サービス概要

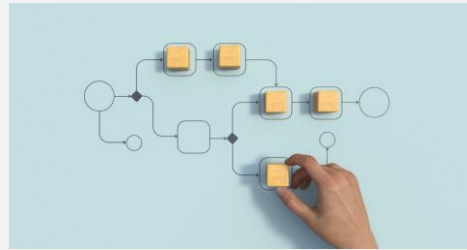
フロントオフィスからバックオフィスまで

MA・SFA・CRMの 導入・伴奏支援



企業のマーケティング・営業・顧客管理システム構築を支援し、構築後のサポート・施策実行を伴走型でサポート

フロントオフィスの 改善コンサルティング



顧客のフロントオフィス領域の課題を正確に明示し、必要とされる施策のプランニングを行い、運用まで支援

販売管理システム構築



見積・契約・売上・請求などの販売管理の業務プロセスを、Salesforceプラットフォーム上で稼働するシステムとして構築

MA

SFA

多数乱戦

CRM

販売
管理

少数寡占

 **DX Delight** は一気通貫

© 2023 Lovable Marketing Group, inc.

▶ パートナー一覧



Salesforce認定パートナー

Salesforce (セールスフォース)



OPRO (オプロ)



HubSpot (ハブスポット)

目次

01 会社概要

02 昨今のSNSマーケティング概況

03 事業概要

04 市場環境

05 事業計画・成長戦略

06 財務情報

07 Appendix

SNSマーケティングの市場規模

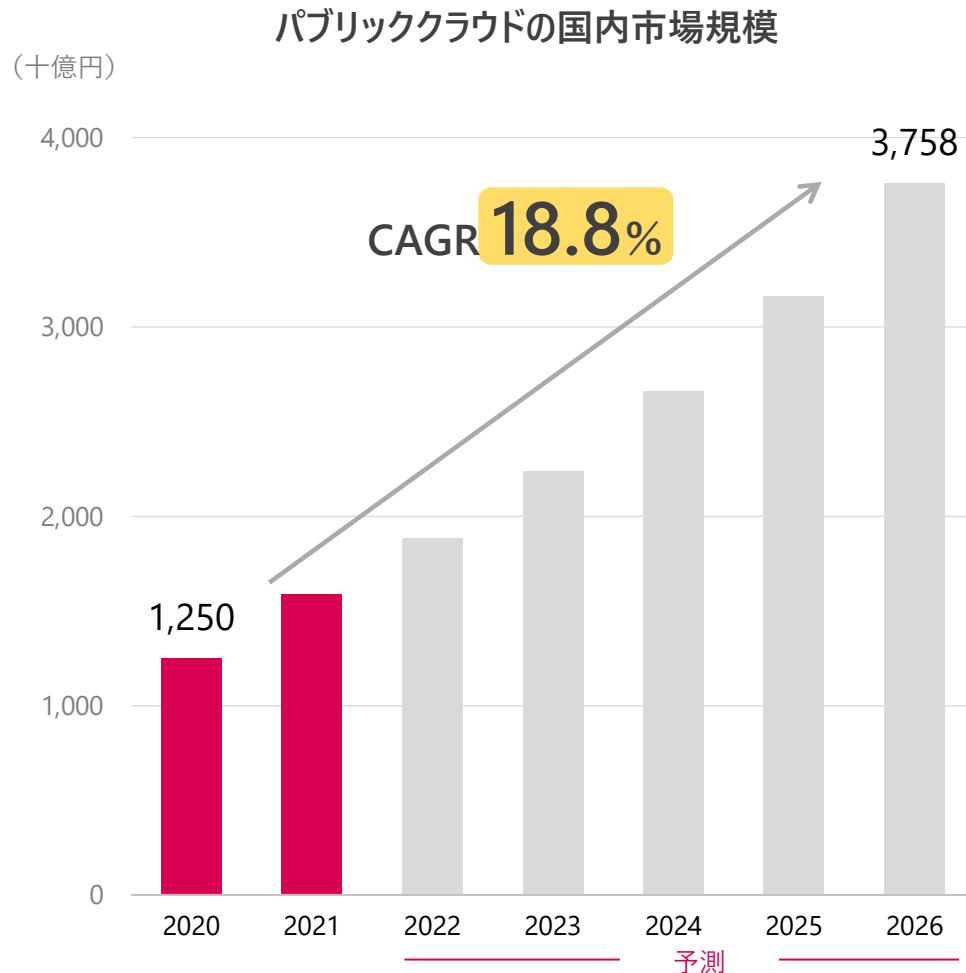
日本におけるインターネット広告・SNSマーケティングの市場規模は拡大が続いており、今後も成長が見込める



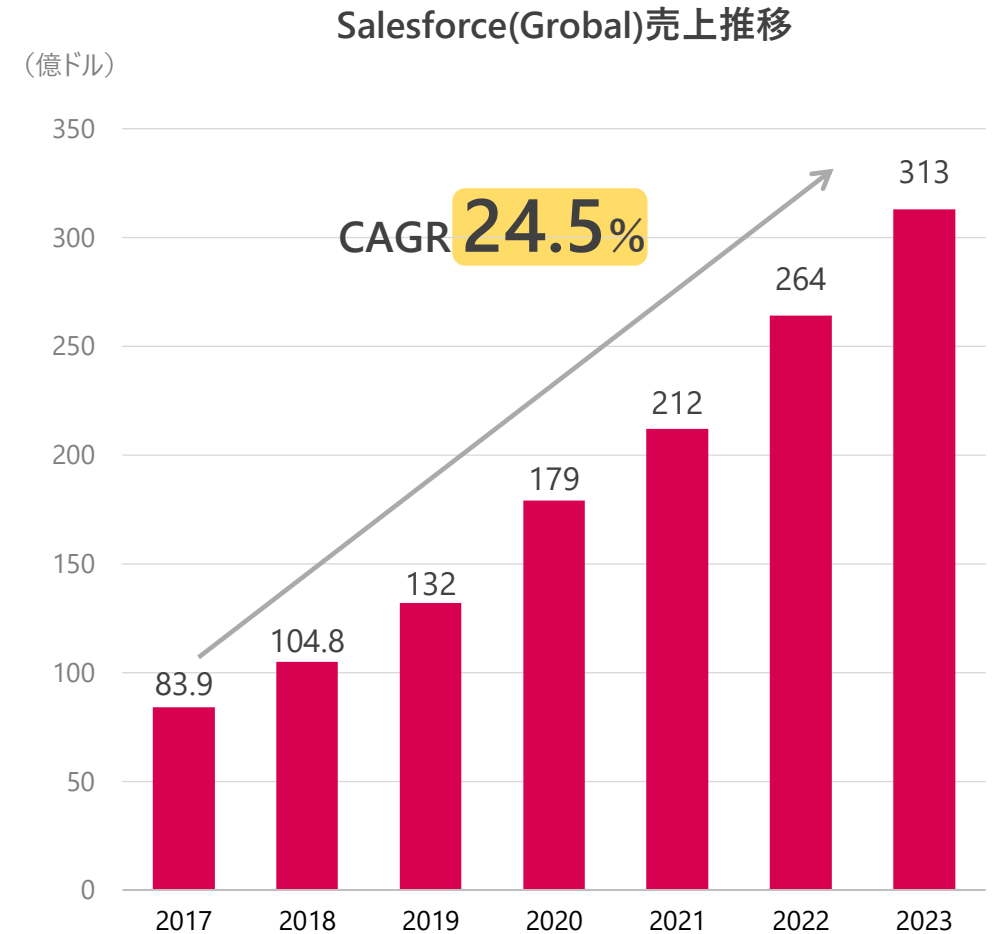
※1出典: サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ「ソーシャルメディアマーケティング市場」を加工して当社が作成
※2出典: 電通「2022年日本の広告費」

対象市場規模・売上推移

DX支援事業の対象市場、Salesforce社の売上高は何れも年々増加し今後も成長する見込み



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」



出典: Salesforce社のIR資料
(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)

目次

01 会社概要

02 昨今のSNSマーケティング概況

03 事業概要

04 市場環境

05 事業計画・成長戦略

06 財務情報

07 Appendix

2023年3月期 業績予想の進捗状況

(百万円)	2023年3月期 業績予想	2023年3月期 実績	詳細
売上高	1,742	1,653	2023年2月のTwitter社からのAPI変更告知により、年度末の需要期においてインスタントウィンキャンペーン実施の見合わせの影響により業績予想を下回ったが、SNS運用支援とSNS運用支援ツールの新規受注が積み上がり、過去最高の売上となった。
営業利益	205	80	高利益率案件の受注減、体制強化のための採用教育費、M&Aや資本業務提携の検討に係る費用、本社移転による地代家賃等が嵩み、業績予想を下回った。
経常利益	201	79	
親会社株主に帰属する当期純利益	122	44	繰延税金資産の計上のため。

2024年3月期 通期業績予想

既存事業の継続的成長に加え、海外事業の展開加速、新領域への投資を予定

(百万円)	2023年3月期 実績	2024年3月期 業績予想	増減額	増減率
売上高	1,653	1,884	230	13.9%
営業利益	80	81	1	0.9%
経常利益	79	80	1	0.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	44	37	△7	△16.6%

売上高

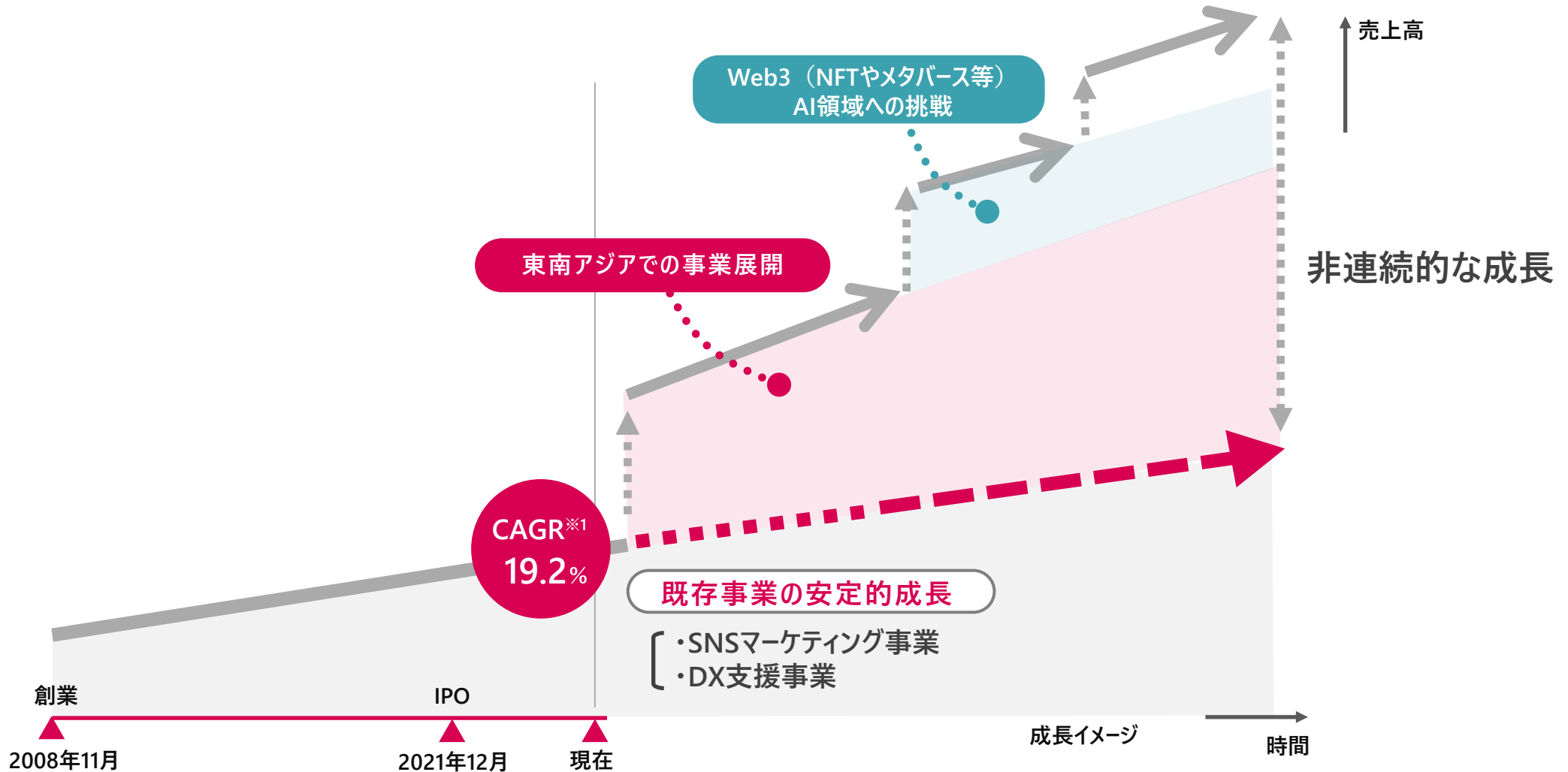
デジタルマーケティング及びデジタルトランスフォーメーション（DX）に対する企業の投資意欲は底堅く、当社の事業領域におけるニーズは引き続き高い状態が続くと期待されるため、増収見込み。

営業利益

東南アジア地域への海外展開に対する先行投資やチャットAIやメタバース、NFTなどの新技術への投資を考慮し、市場調査やM&Aや出資にかかる費用、サービス開発にかかる費用を織り込んでおり、若干の増収見込み。

中長期成長イメージ

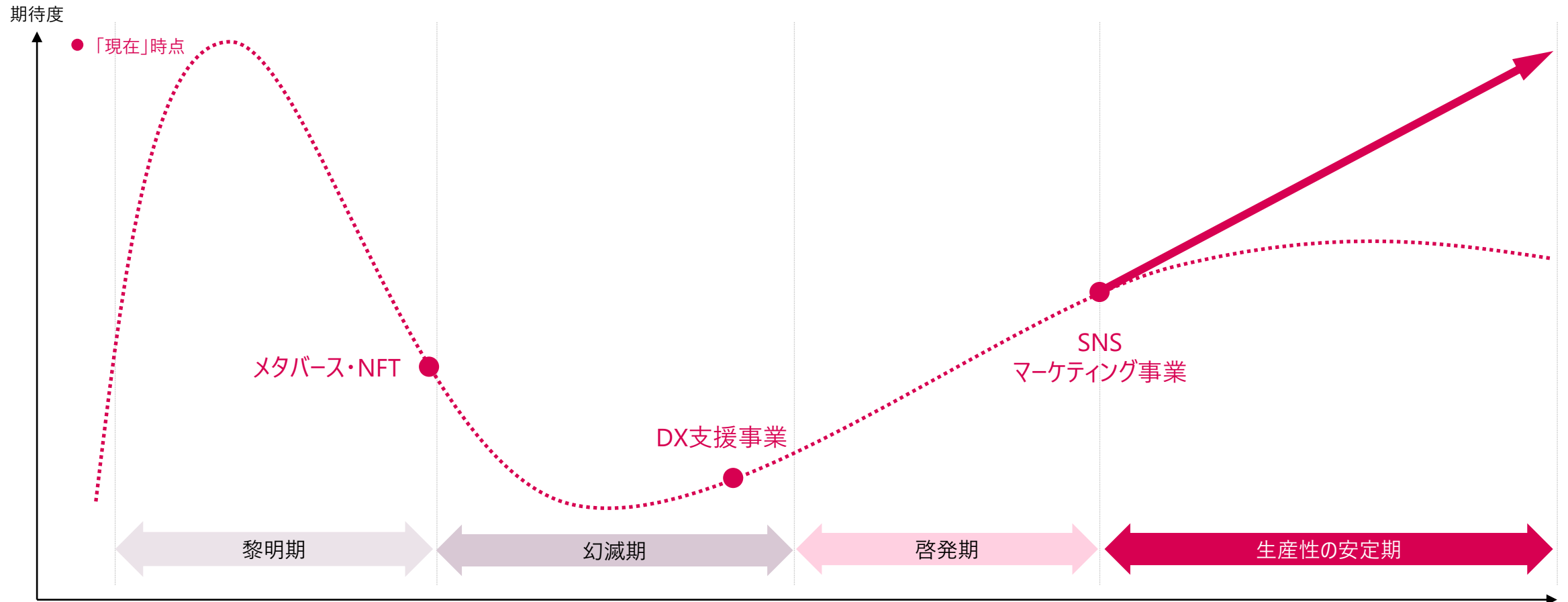
既存事業の安定的成長に加え、海外での事業展開、新たなテクノロジーへの挑戦等により成長を加速



※1 CAGR：2022年3月期から2023年3月期までを算出

新規事業に対する考え方

新技術に対して投資を行うタイミングを判断するための指標としてガートナー社のハイプ・サイクルを活用
黎明期から始めることで他社に先駆けたノウハウの蓄積をはかり、その後の幻滅期に備えて、ブームによって過剰な投資はしない
啓発期には黎明期から蓄積した実績を強みにシェア拡大を図る



既存事業の安定的成長に向けた戦略・施策 - SNSマーケティング事業

主戦略

施策・進捗状況

01. 運用支援数の拡大

- ▶ マーケティング部門とインサイドセールス組織を一体化し営業生産性を向上
- ▶ 新サービスの拡充
 - 他企業との協業によるサービス拡充、および新サービスに向けた取り組みを開始
 - Web3時代の新たなマーケティングソリューションに関するサービス開発
 - SNSタイアップによるクロスセル、認知拡大
 - meme社との業務提携による動画サービスの強化
 - noteを活用したマーケティングの支援拡充 等
- ▶ 幅広いSNSプラットフォームへの対応

02. 支援領域の拡大

- ▶ 株式会社ジソウを設立
 - 2023年4月に新会社を設立以降、地方自治体や地方企業、広告代理店など受注増加

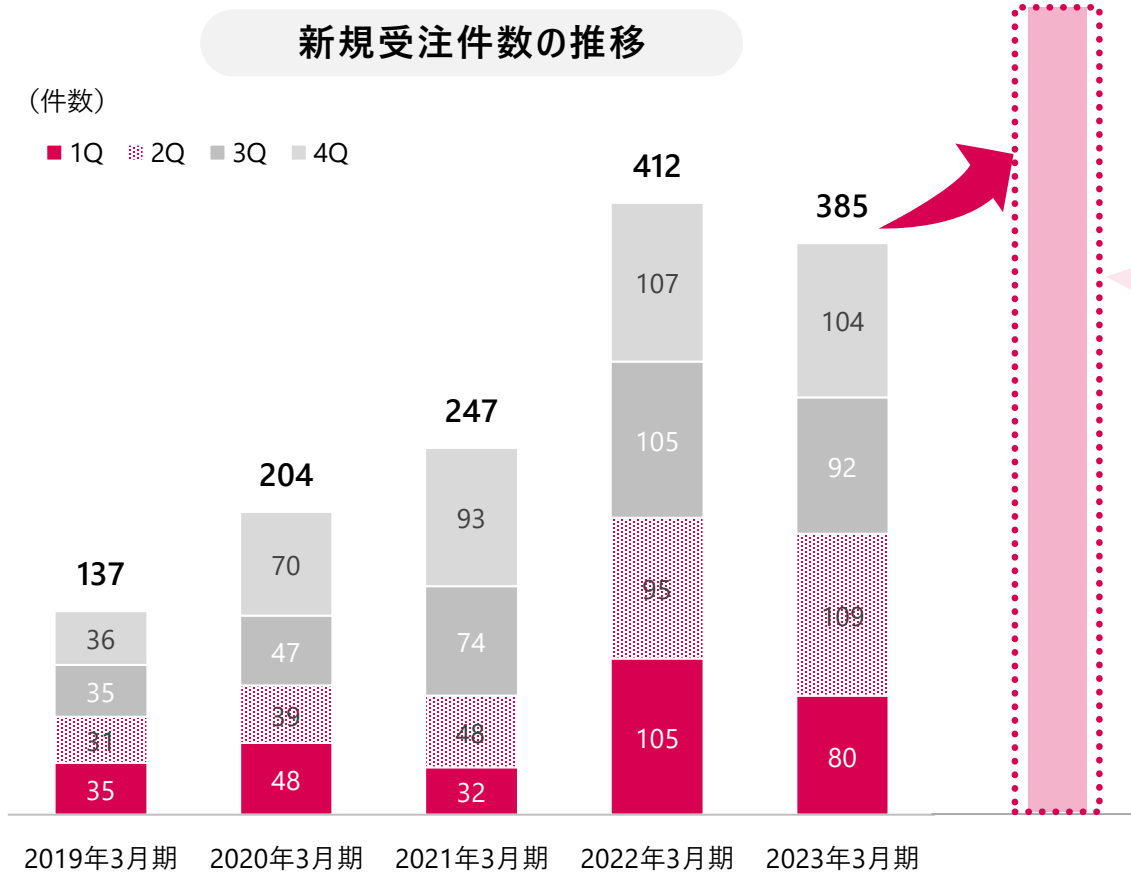
03. 運用支援ツールの拡大

- ▶ カスタマーサクセスの向上
 - cMS^{※1}のARRは前年同期比32.8%増で解約率は1.86%と低位で推移
- ▶ 新ツールのリリース
 - 2023年3月に新ツール「autou（アウトウ）」をリリース

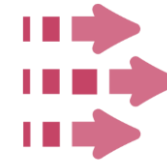
【補足】主戦略の01、02については、2022年5月12日公表の「事業計画および成長可能性に関する事項」における、SNSマーケティングの成長戦略のうち、「新規受注件数」、「契約あたりの単価」にかかる戦略および施策の進捗状況となります。

運用支援数の拡大

幅広いSNSプラットフォームへの対応や新サービスの拡充
組織を一体化した部門強化により営業生産性を向上させる



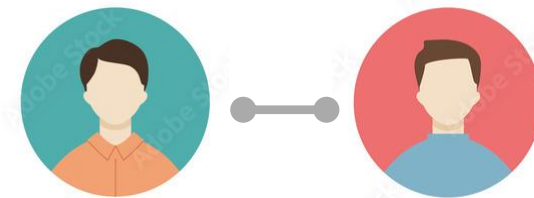
新サービスの拡充



幅広いSNSプラットフォームへの対応



組織を一体化し営業生産性を向上

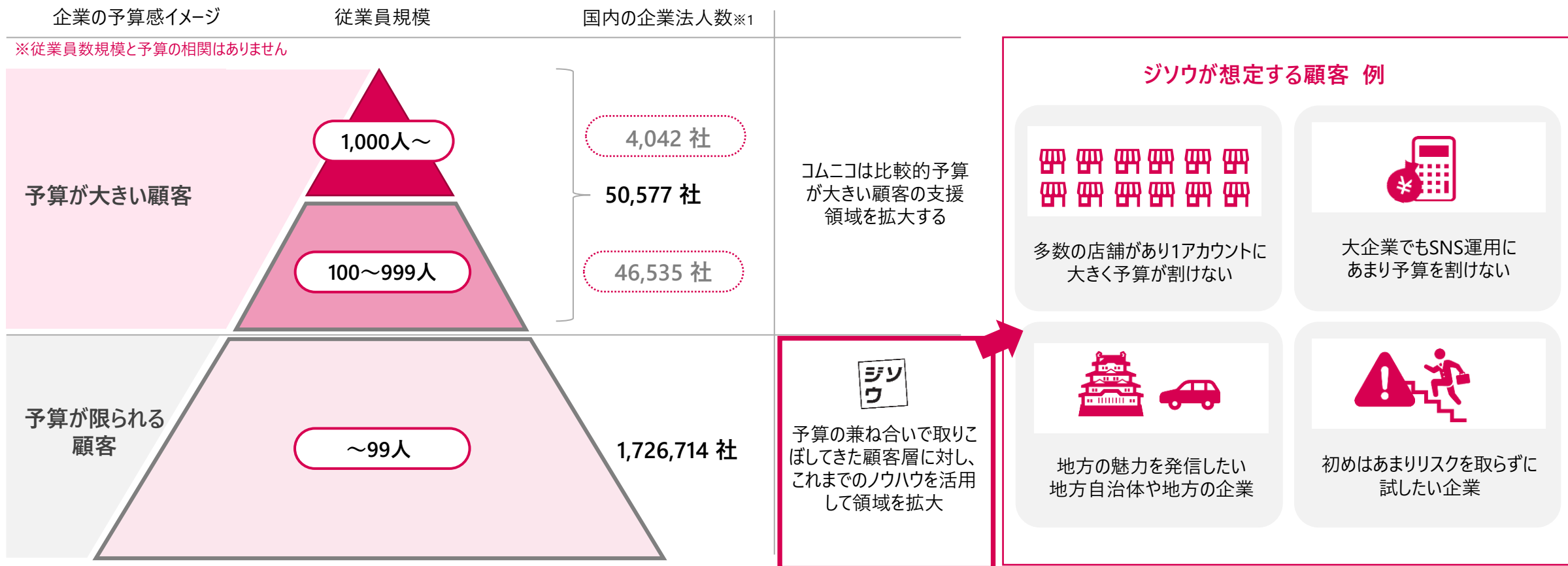


マーケティング部門

インサイドセールス部門

支援領域の拡大

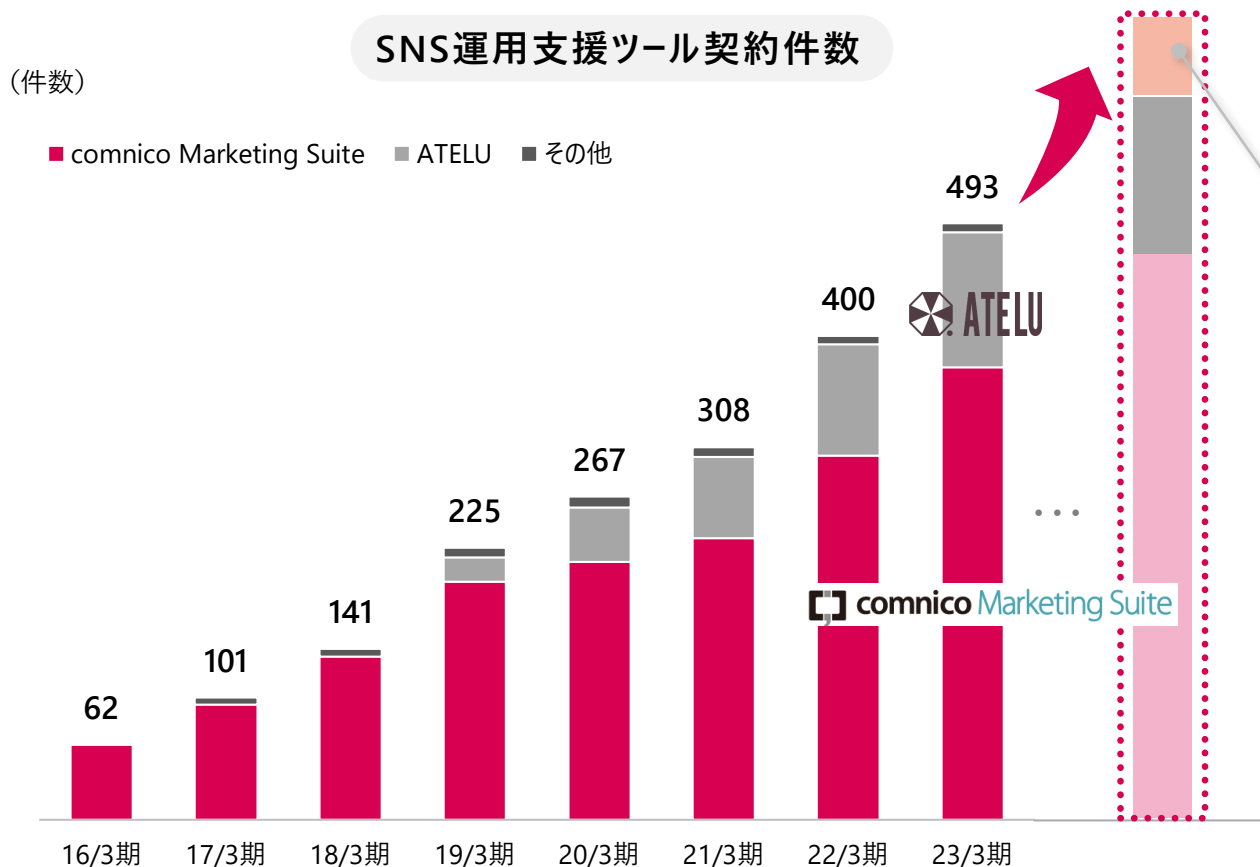
地方自治体や予算が限られる企業やブランドのSNSマーケティング支援を可能にするため、株式会社ジソウを設立
既存事業のコムニコと共に対象マーケットの広大な拡大余地があり、これまでのノウハウを活用して領域を広げていく



※1：令和3年経済センサス・活動調査をもとに当社作成

運用支援ツールの拡大

2つのSNS運用支援ツールに加え、新たにInstagramチャットボットツール「autou」をリリース
SaaS型プロダクト契約件数の拡大に向け、チームを構築しカスタマーサクセスを向上する



01. 新ツールのリリース

プロダクト数を増やしSaaS型プロダクトの売上比率を高める

Instagramチャットボットツール
「autou (アウトウ)」

- ライブコマースで活用可能
- タイムリーなコミュニケーション
- ユーザーのエンゲージメント増加を実現



2023/3
リリース

autou

02. カスタマーサクセスの向上

継続利用、低い解約率を維持し収益力を高める

市場概況 基幹事業の拡大

他社類似サービスの提供終了による
問い合わせ件数増加

Twitter API有料化でのコスト増による
サービス継続可否の2極化

リスクマネジメントの観点から
一元管理のニーズが高まる



プレイヤー減少の予測

問い合わせ増



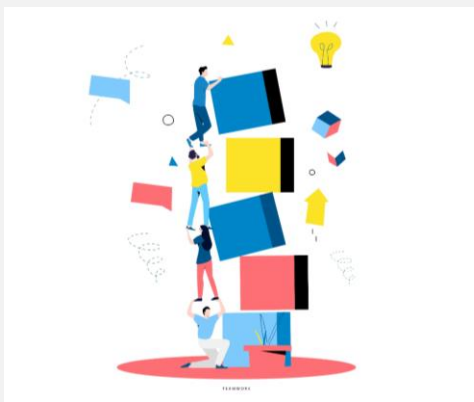
ニーズ増

競争優位性 基幹事業の拡大

SNS運用支援の経験・実績

01.

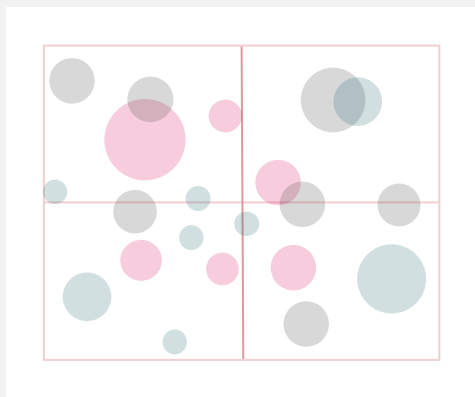
豊富な経験とノウハウ



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

既存事業の安定的成長に向けた戦略・施策 - DX支援事業

主戦略

施策・進捗状況

01. SFA・CRMの開発案件の新規開拓

- ▶ 営業体制の強化
→SFA・CRMの開発案件の経験が豊富な人材を採用し、営業体制を強化
- ▶ 支援範囲の拡充
→支援範囲をMAやSFA・CRMといったフロントオフィスだけでなく、販売管理まで拡大し、フロントオフィスからバックオフィスまで一気通貫の支援が可能になった

02. サービス品質の向上とサポート領域の拡大

- ▶ サポート領域の拡大
→2022年5月～Salesforceの開発・連携・保守運用に強みを持つアイシス社と業務提携を行い、マルチクラウドへのニーズに対応する体制を構築

→2023年3月～オプロ社のパートナー企業となり、販売管理サービス「ソアスク」の導入支援を開始

03. 優秀な人材確保と人材への投資

- ▶ DX人材の確保
→DX人材プログラム「Pathfinder（パスファインダー）」の賛同パートナーとなり、プログラム卒業生に対し、DX人材としての雇用や育成に取り組む
- ▶ DX支援人材の育成
→「Salesforce 認定 Pardot コンサルタント※1」資格取得者率が従業員数の100%を達成

※1 「Salesforce 認定 Pardot コンサルタント」は「Salesforce 認定 Pardot スペシャリスト」資格者のみが受験できる上位資格

東南アジアでの事業展開 SNSマーケティング事業（海外）

タイを拠点にインバウンドプロモーションや海外マーケティングを支援するDTK AD Co., Ltd.を子会社化
東南アジアで事業展開し、成長市場で事業拡大を狙う

主戦略

インバウンドプロモーション・
海外マーケティング支援の本格化

競争優位性

01. 東南アジア市場での支援実績
02. 現地に根付いた日本人経営陣
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

施策

DTK ADを子会社化
M&Aや事業提携も狙う

市場概況

- 2030年には1兆4,000億円^{※1}まで成長
が見込まれる市場
- 2023年、タイからの観光客は、東南アジ
アNo.1で、最大100万人^{※3}
のタイ人が日本を訪れると予測。

※1: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」の数値をもとに当社が算出

※2:2023年1月～3月までの期間における人数。日本政府観光局「訪日外客数」より

※3:タイ旅行代理店協会 HPより

海外展開に向けた戦略と施策の実施状況

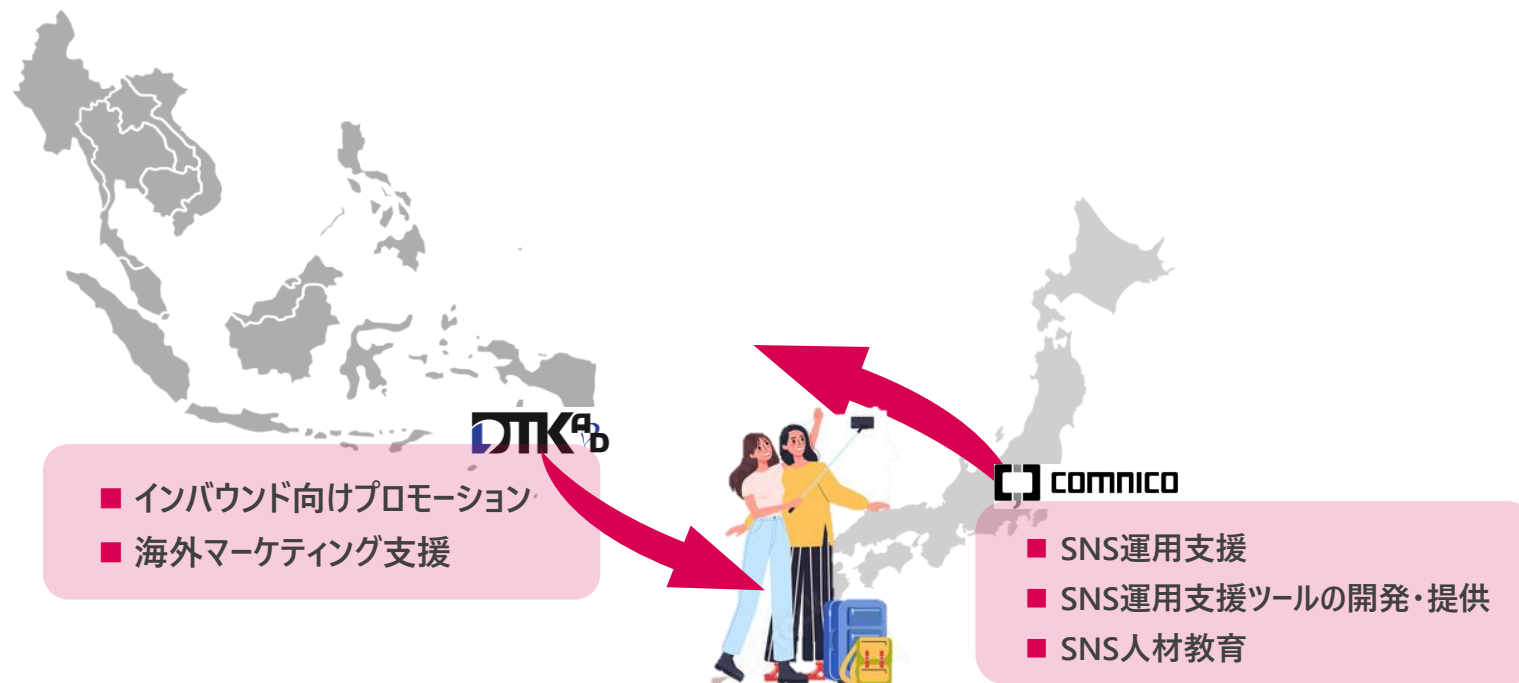
主戦略

インバウンドプロモーション・
海外マーケティング支援の本格化



施策の実施状況

DTK ADを子会社化
今後もM&Aや事業提携を狙う



市場概況 海外マーケティング支援

▶ 東南アジアからのインバウンド市場規模

東南アジアからのインバウンド市場は、2030年には
1兆4,000億円^{※1}となる見込み

▶ タイからの観光客は最大100万人^{※2}の予測

タイのアウトバンド観光市場は回復しつつあり、2023年は
最大100万人のタイ人が日本を訪れると予測される

タイからの観光客は東南アジアでNo.1^{※3}
(韓国、台湾、香港、米国に次ぐ第5位)



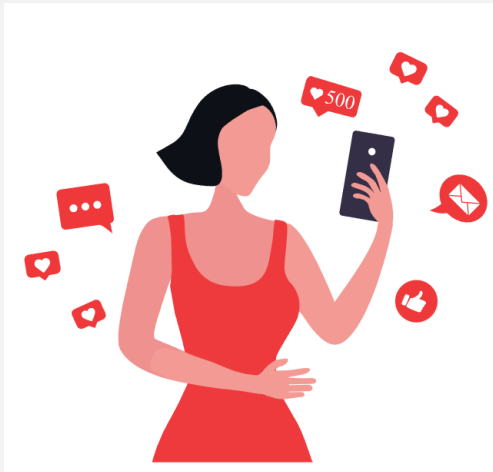
※1:日本政府観光局「2019年度 国籍/月別 訪日外客数」/観光庁「訪日外国人消費動向調査2019年年間値」の数値をもとに当社が算出

※2:タイ旅行代理店協会 HPより

※3:2023年1月～3月までの期間における人数。日本政府観光局「訪日外客数」より

競争優位性 SNSマーケティング事業（海外）

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



タイを拠点にシンガポール、香港、ラオスに事業
を拡大し、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

Web3（NFTやメタバース等）AI領域への挑戦

SNSマーケティング



XR技術

チャットGPTの社内導入

ソリューション例



SNSプラットフォームとバーチャル空間を組み合わせ
企業とユーザーの新たな接点と体験を創出

従業員の生産性、創造性向上のため「ChatGPT」を導入



- 生産性の向上
- 制作物などのクオリティの向上
- サービスの差別化

目次

- 01 会社概要
- 02 昨今のSNSマーケティング概況
- 03 事業概要
- 04 市場環境
- 05 事業計画・成長戦略
- 06 財務情報**
- 07 Appendix

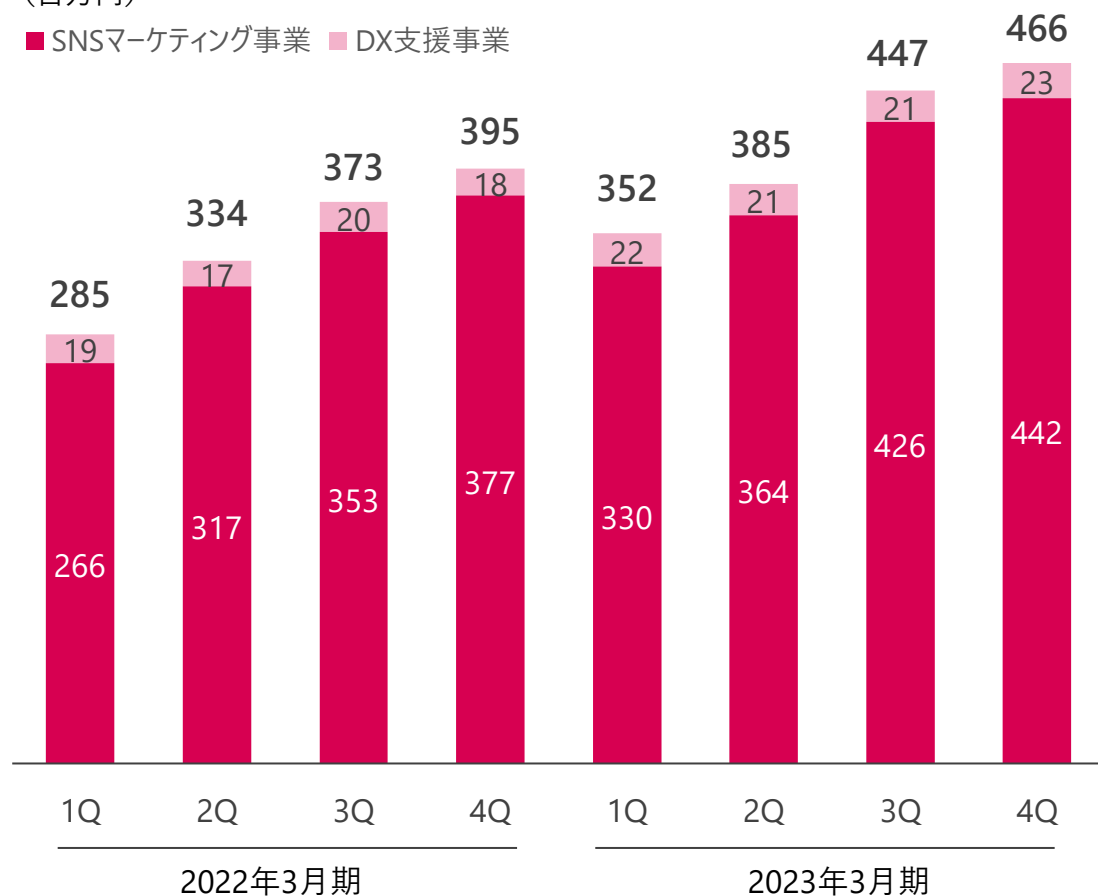
売上高推移・構成比

SNSマーケティング事業、DX支援事業共に売上高、過去最高を更新

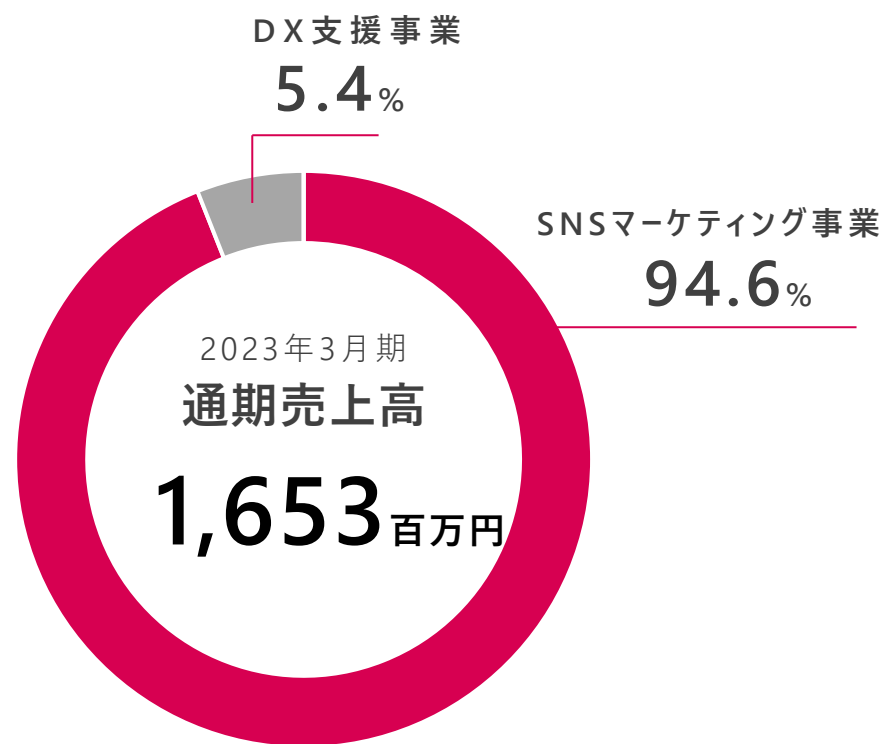
売上高の推移

(百万円)

■ SNSマーケティング事業 ■ DX支援事業



事業別売上高構成比



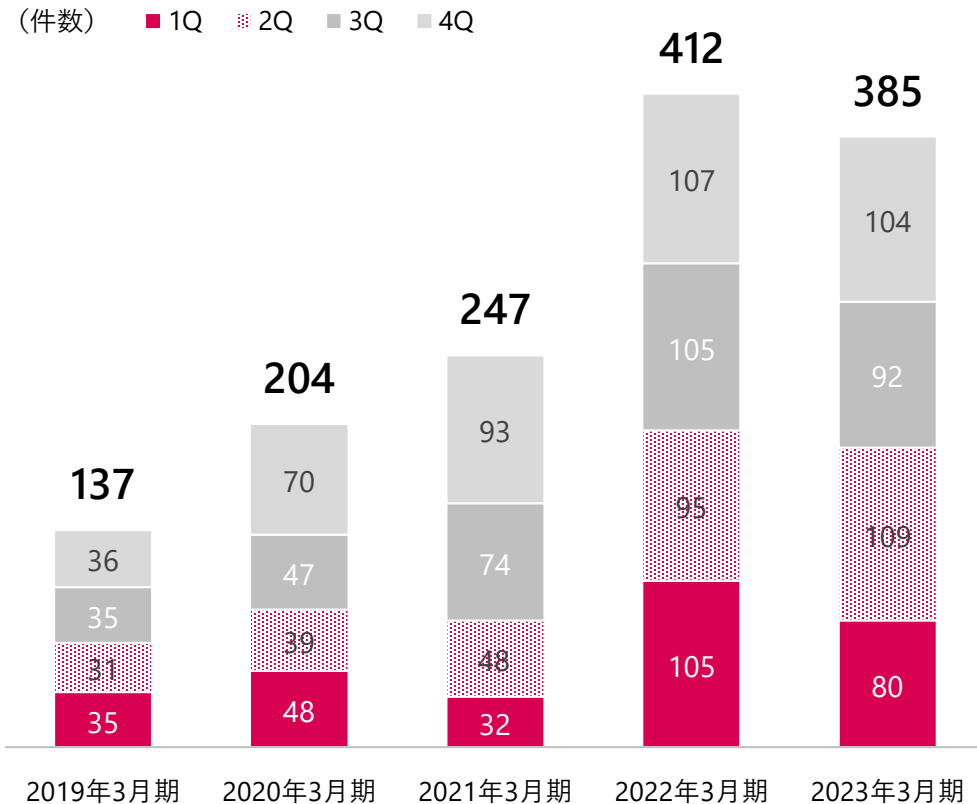
連結貸借対照表

(百万円)	2022年3月期 業績	2023年3月期 業績	2022年3月期との 増減額	主な要因
流動資産	1,283	1,271	△11	
（現預金）	863	750	△113	
固定資産	43	140	+96	✓ 本社移転による
総資産	1,326	1,411	+84	
流動負債	693	582	△111	✓ 未払金等の増加
固定負債	168	276	+107	✓ 長期借入金増加
純資産	464	552	+88	
自己資本比率	33.7%	37.8%	4.1pt	

主要KPIの推移①

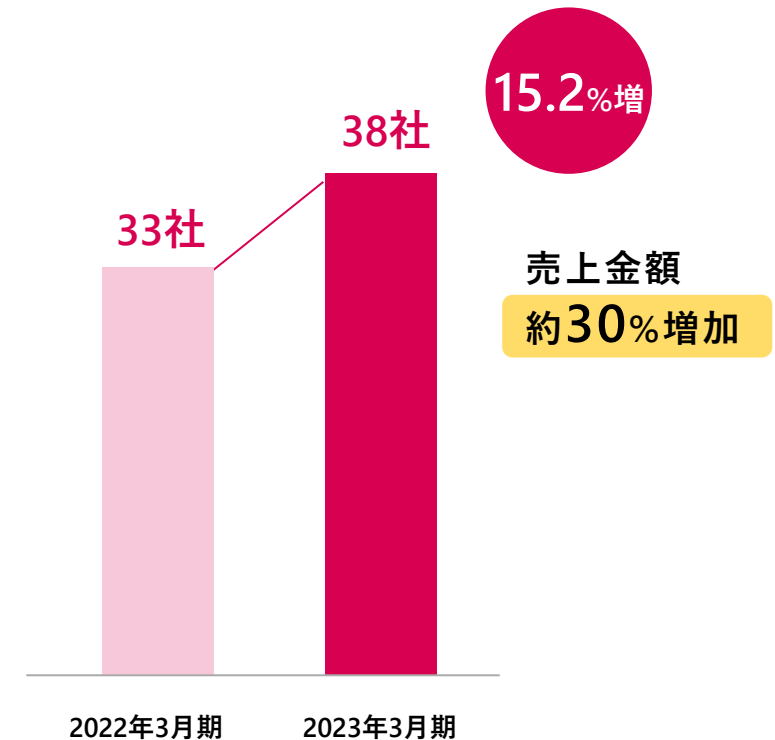
(SNS運用支援) 新規受注件数・ロイヤルクライアント社数の推移

新規受注件数の推移



ロイヤルクライアント社数の推移

当社との年間取引高が1,000万円以上の顧客を「ロイヤルクライアント」と定義



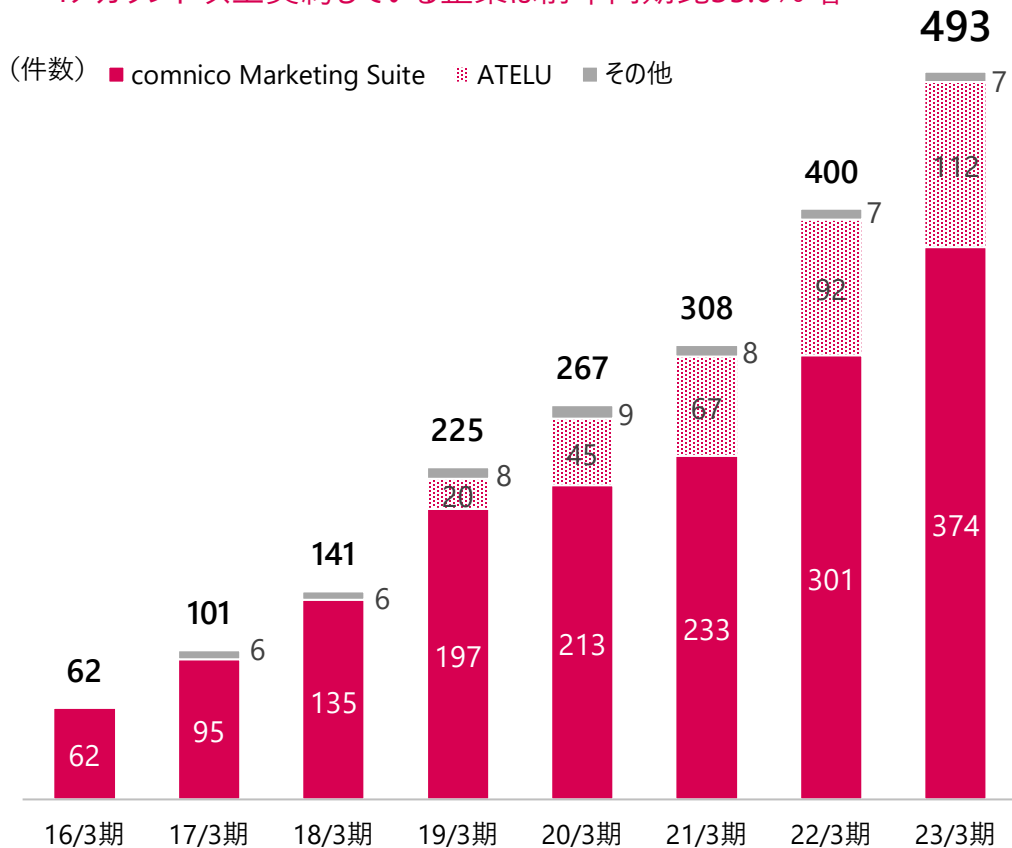
主要KPIの推移②

SNS運用支援ツール契約件数、comnico Marketing SuiteのARR^{※1}と解約率^{※2}の推移

SNS運用支援ツール契約件数

1社で複数のアカウントを契約する企業が増加傾向に
4アカウント以上契約している企業は前年同期比35.0%増

(件数) ■ comnico Marketing Suite ■ ATELU ■ その他

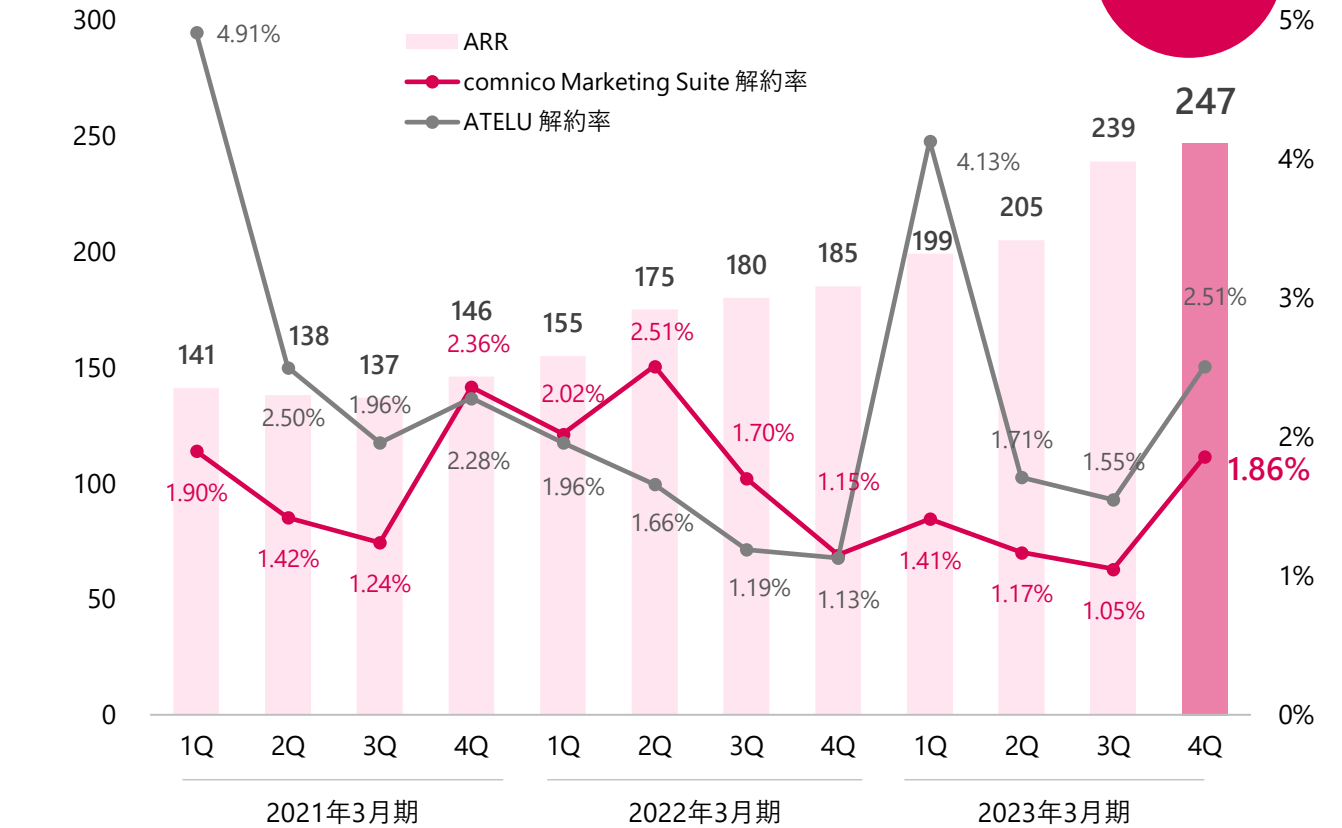


前年同期比
23.3%増

ARRと解約率

ストック収益の高いcomnico Marketing SuiteのARRは、
前年同期比32.8%増で解約率は1.86%と低位で推移

ARR (百万)



前年同期比
32.8%増

※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: 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

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



SDGsに基づく組織づくりのために

SDGsの目標4「質の高い教育をみんなに」をベースに外部講師を招いた勉強会・ワークショップを今期より開催
また、経済産業省が発表する「健康経営優良法人2023（大規模法人部門）」に初めて申請し、認定された

SDGs勉強会・ワークショップの実施

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をお迎えし、心の状態やストレスについて学ぶ。

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～選手になるまで等をお話いただく。

テーマ：食品ロス

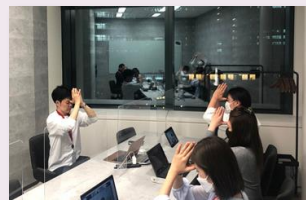
食品ロス問題ジャーナリストの井出留美氏をお迎えし、食品ロス問題について学ぶ。

テーマ：テクノロジー

ITサービスの開発・運営支援に長年従事する当社の社外取締役 鶴川太郎を講師に迎え、「Web3」について考える。

テーマ：働きがい

人事コンサルタント・社会保険労務士の松下直子氏をお迎えし、組織の目的や組織の本質をお話いただく。



健康経営優良法人2023（大規模法人部門）認定



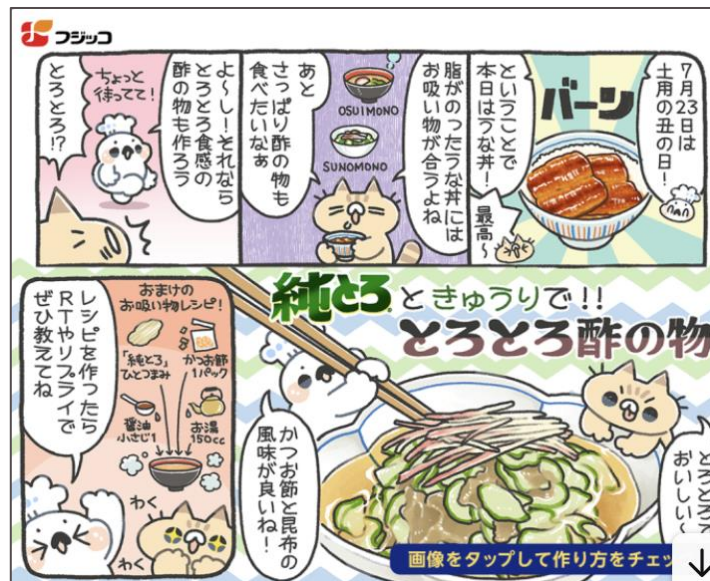
目次

- 01 会社概要
- 02 昨今のSNSマーケティング概況
- 03 事業概要
- 04 市場環境
- 05 事業計画・成長戦略
- 06 財務情報

07 Appendix

支援事例

食品・飲料・飲食



MOW(モウ) / Design & Photography

[MOW\(モウ\)公式Twitter](#)



フジッコ / Design

[フジッコ公式LINE](#) [Twitter](#) [Instagram](#)



SUNAO/ Design

[SUNAO公式Twitter](#)

支援事例

🏠 ホテル・不動産・施設



六本木ヒルズ / Design & Photography

[Roppongi Hills / 六本木ヒルズ公式Instagram](#)



銀行・保険



デジホ / Design

[デジホ第一生命グループ公式Twitter](#)

支援事例

行政・インフラ・大学



東邦ガス | 今年で100周年! @TohogasOfficial · 2022年9月16日
明日から連休突入ですね🍁

休日に何をしようかな〜と迷っている方!!
(台風の影響が心配ですが🌀)

画像をタップで止めて、アンペア・リュウペアと一緒に過ごし方を決めませんか?

結果を引用ツイートで教えてください👉

#シルバークワイーク



東邦ガス / Design & Photography

[東邦ガス公式Twitter](#) [Facebook](#)



明治学院大学 / Design

[明治学院大学/Meiji Gakuin University公式Instagram](#)

SNSマーケティング事業のポジショニング

SNSの黎明期である2008年に創業、アカウント運用の経験と実績をもとに運用全般を強みとしている



	当社	A社	B社	C社
SNSマーケティングにおける強み (得意領域)	運用全般における バランスのとれた統合型支援	データドリブンマーケティング	インフルエンサー 活用支援	運用全般
SNSマーケティングにおける 主要サービス	1. 運用支援 2. 運用支援ツール 3. 教育	1. 運用支援 2. 分析ツール	1. インフルエンサー支援 2. インターネット広告 3. 運用支援	1. 運用支援 2. インフルエンサー支援
SNSマーケティング事業の開始時期	2008年	2018年	2017年	2009年
メディア掲載件数 ^{※1}	383件	216件	124件	106件
書籍出版 ^{※2}	6冊	6冊	2冊	6冊
自社開発ツールの概要	① 運用効率化ツール ② キャンペーン支援ツール ③ チャットボットツール	ソーシャルリスニングツール (口コミ分析)	SNS運用管理ツール	自社開発ツールはなし

※1 2018年1月～2022年3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

※2 当社調べ (2023年3月時点)

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、5,500件以上のリードを獲得

書籍の出版

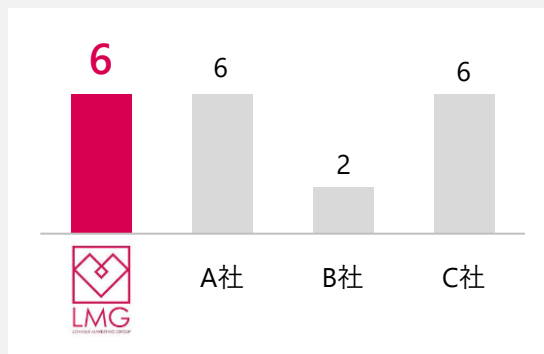
メディアへの寄稿

自社メディアの運営

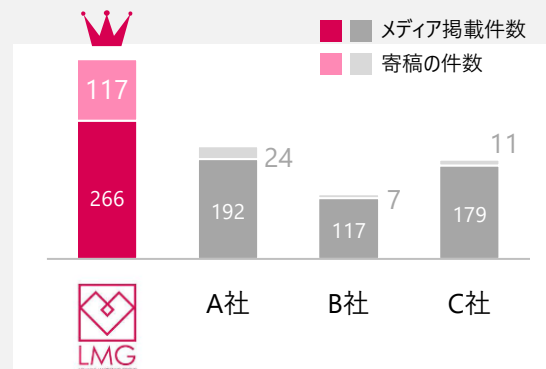
無料ウェビナーの開催



書籍出版数 ※1



メディア掲載件数 ※2



リード獲得数（年間）

4,117 件 ※3

参加者

1,420 名 ※4

コムコ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。

※1: 当社調べ（2023年3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～2023年3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（2022年4月～2023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（2022年4月～2023年3月）

主要な事業等のリスクについて

① インターネット事業に関する一般的なリスク

当社グループは、インターネット関連事業を主たる事業対象としているため、インターネットの活用シーンの多様化、利用可能な端末の増加等のインターネットのさらなる普及が成長のための基本的な条件と考えております。インターネットの普及は引き続き進んでいるものの、今後どのように進展していくかについては不透明な部分もあります。当社グループは、法改正などの早期情報収集、市場動向のモニタリングなど行なっておりますが、インターネットに関する何らかの弊害の発生や利用等に関する新たな規制の導入、その他予期せぬ要因によって、今後の普及に大きな変化が生じた場合、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

発生可能性：中、発生する可能性のある時期：特定時期なし、影響度：大

② 技術革新について

当社グループが事業を展開するインターネット業界においては、事業に関連する技術革新のスピードや顧客ニーズの変化が速く、それに基づく新サービスの導入が相次いで行われております。当社グループは、これらの変化に対応するため、技術者の確保や必要な研修活動を行っておりますが、これらが想定通りに進まない場合等、変化に対する適切な対応に支障が生じた場合、当社グループの業界における競争力が低下し当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

発生可能性：中、発生する可能性のある時期：特定時期なし、影響度：中

③ ソーシャルメディアデータの法整備について

ソーシャルメディアが益々浸透し、クチコミが日々大量に生成されるようになりました。このような状況において、ソーシャルメディアデータに関する法整備においては、2010年1月に施行された改正著作権法でインターネット上の検索サービスを提供する事業者がその検索サービスに必要な情報を収集する行為が一定の条件下で認められるようになりました。しかしながら、今後の新たな法律の制定や既存の法律の改正により、自主規制が求められるようになる可能性があります。当社グループではこれらの動向に関する情報収集を行っておりますが、当社グループのサービスを提供する上での情報収集やサービスの提供の仕方自体に何らかの制約を受けた場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

発生可能性：中、発生する可能性のある時期：特定時期なし、影響度：大

④ 主要SNSのユーザーの利用動向やプラットフォームの規制変更等について

当社グループのサービスは、Instagram、Facebook、Twitter等の主要SNSのプラットフォーム上でのマーケティング手法を中心としております。利用者が増加傾向にあるSNSは広告媒体としての訴求力が高まることから、各SNSのユーザーの利用動向は重要な指標となるため、当社グループではこれらの動向に関する情報収集を行っておりますが、既存のSNSにおけるユーザーの利用動向の変化や、新たなSNSの流行に対して、当社グループの対応が遅れた場合、業績及び財政状態に影響を与える可能性があります。また、広告関連の規約・規制等の変更により、情報の取得に制限や禁止となることで従来可能であったマーケティング手法を用いることが出来なくなる可能性があり、当社グループの対応が遅れた場合や、SNSのセキュリティ面の不備により信頼性に疑義が発生した場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

発生可能性：中、発生する可能性のある時期：特定時期なし、影響度：大

※その他のリスクについては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照ください。

本資料の取り扱いについて

本資料には、当社に関連する見通し、将来に関する計画など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。

なお、次回の更新は、2024年6月を予定しております。

