



# 2026年3月期通期 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

2026年3月期 通期

- 01 ハイライト
- 02 決算概要
- 03 事業報告
- 04 成長戦略
- 05 2027年3月期 業績予想
- 06 参考情報



2026年3月期 通期

# ハイライト

## 2026年3月期 総括

### 対前年（12ヵ月換算比較）で+19.2%増収で着地

- 通期売上高は、1,302百万円（5ヵ月変則決算）で着地。12ヵ月の参考値（2025年4月～2026年3月）では 2,833百万円で前年同期比 +19.2%と成長を継続
- 通期で2件のM&Aを実施
  - ▶ LINEマーケティングに強みを持つ株式会社エルマーケおよびSNSマーケティング領域の株式会社ライスカレ-LSを取得。M&Aによる事業規模拡大と機能強化を通じ、非連続的成長を加速
- 新会社インバウンド・バズのインバウンド誘致施策が好調
  - ▶ インバウンドメディア「Talon Japan」のクーポン取り扱いの拡大 [資料](#)
  - ▶ タイの人気インフルエンサー3名と専属エージェント契約を締結 [資料](#)

## 2027年3月期 業績予想・取り組み

### 売上高 3,537百万円 調整後EBITDA 400百万円

- 増資により強化した財務基盤を活かし、事業規模の大きい案件へM&A対象を厳選させることで、非連続的成長を加速
- 積極的なAI活用により、サービス価値向上/生産性向上を実現する。また、業務効率化による人員数の適正化を目指す



2026年3月期 通期

# 決算概要

# 参考 | 決算期変更について

2025年11月の第三者割当実施後に、当社の親会社となったAIフュージョンキャピタルグループ株式会社と事業年度を一致させ、グループ全体として経営管理等における効率的な業務運営を推進するため、決算期を10月31日から3月31日に変更。経過期間である2026年3月期は、2025年11月1日から2026年3月31日までの5ヵ月決算となる。

(決算期変更によって生じる経過期間)



(補足：通期連結業績予想について)

決算期変更に伴い、経過期間である2026年3月期は5ヵ月決算になることに加え、2026年1月に株式会社エルマーケを連結子会社化、2026年3月に株式会社ライスカレーLSを連結子会社化し、合理的な業績予想の算定を行うことが困難なため、2026年3月期の連結業績予想の取り下げを実施しました。

# 経営成績(2025年11月1日～2026年3月31日)の概況

通期売上高は12ヵ月換算で前年比+19.2%の増収。  
 既存事業の売上拡大およびM&Aでグループインした企業の売上貢献が寄与。

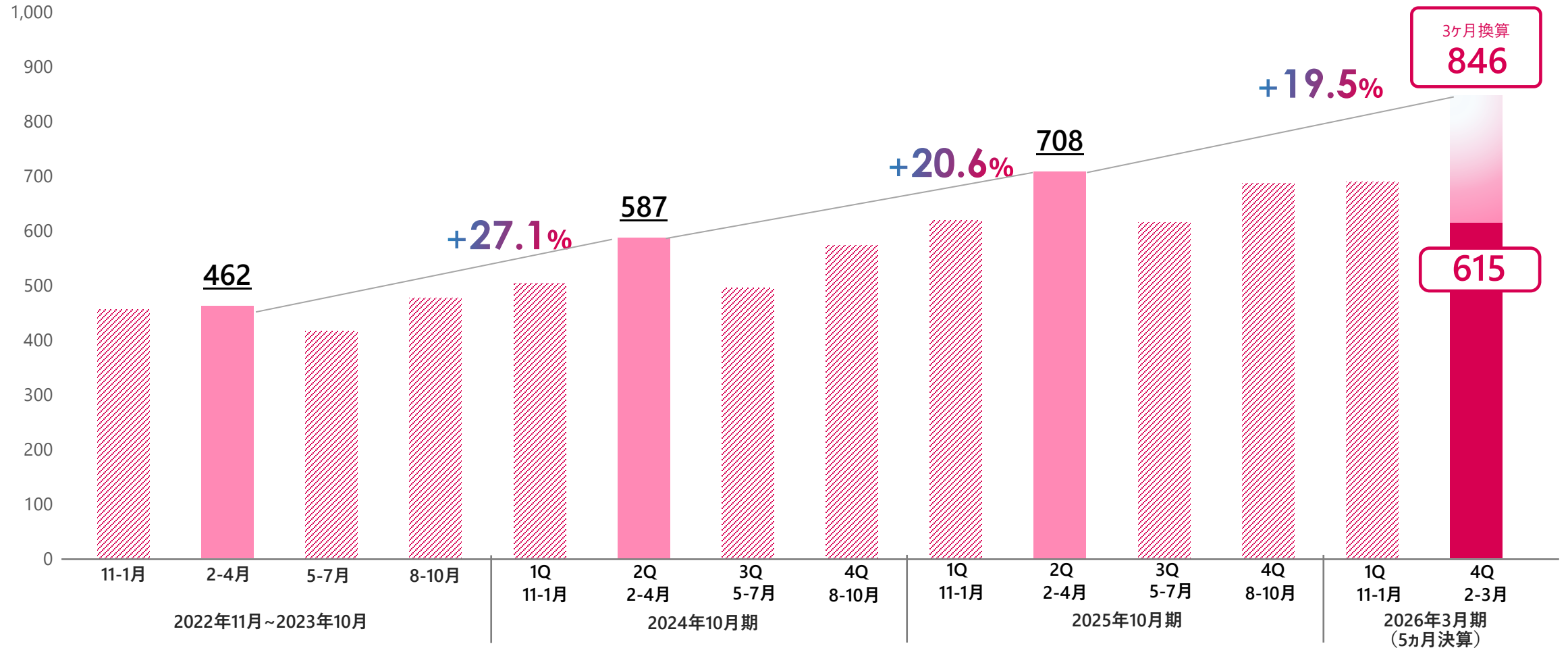
(百万円)	2026年3月期 通期業績		(2024/4～2025/3) 【参考値】	増減額	増減率(%)
	5ヵ月実績	(2025/4～2026/3) 【参考値】		(2024/4～2025/3)【参考値】 と比較した場合の増減額・増減率	
売上高	1,302	2,833	2,377	456	19.2%
調整後EBITDA※1	135	272	97	174	179.5%
営業利益	57	154	46	108	234.8%
経常利益	59	151	72	78	108.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	29	111	36	75	205.5%

※1：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関連費用。2026年3月期第1四半期より、本業の収益性を示すため、M&Aに関する一時的な費用による調整を追加しております。

# 売上高推移 (四半期別)

既存事業のオーガニック成長に加え、M&Aや新会社の売上が積み上がり  
通期で（5ヵ月）1,302百万円で着地

(百万円)



※2026年4月の実績値  
を含んだ場合の参考値

3ヶ月換算

846

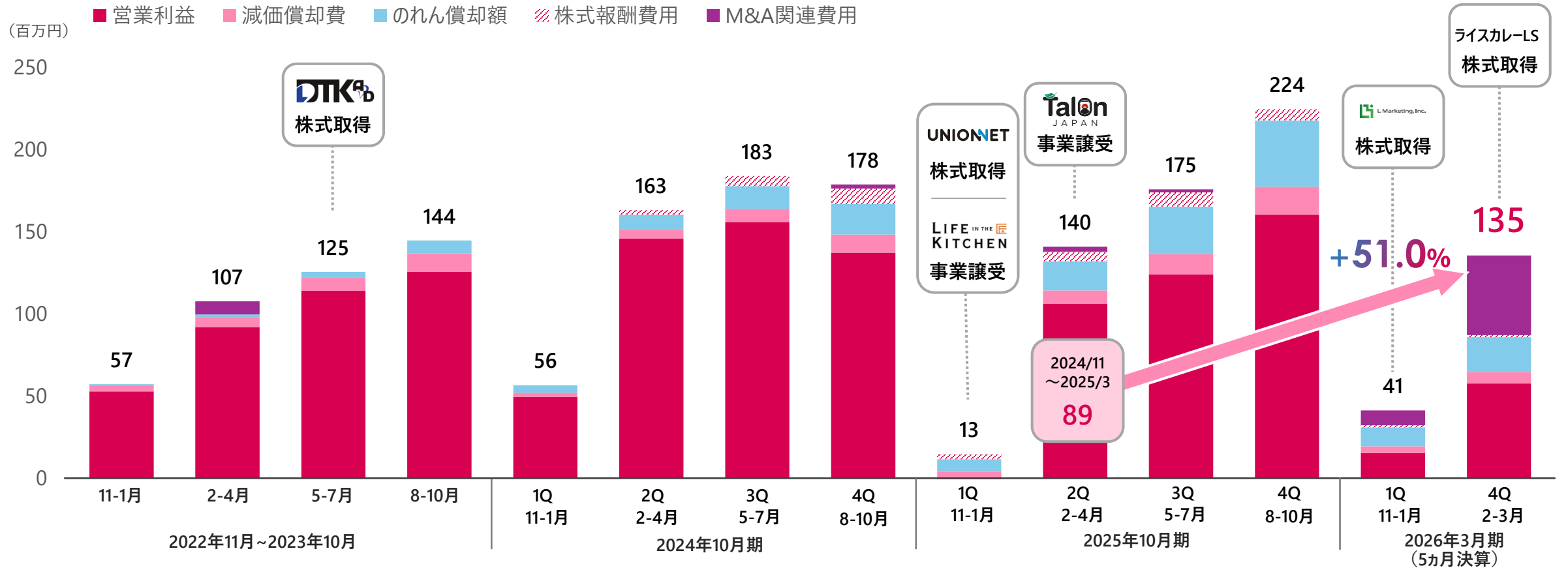
615

※2022年11月から2023年10月および2026年2月から4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 © 2026 Lovable Marketing Group, inc.

## 調整後EBITDA推移 (四半期別/期中累計)

調整後EBITDAは、前年比（2024/11～2025/3） **+51.0%**の大幅増で着地



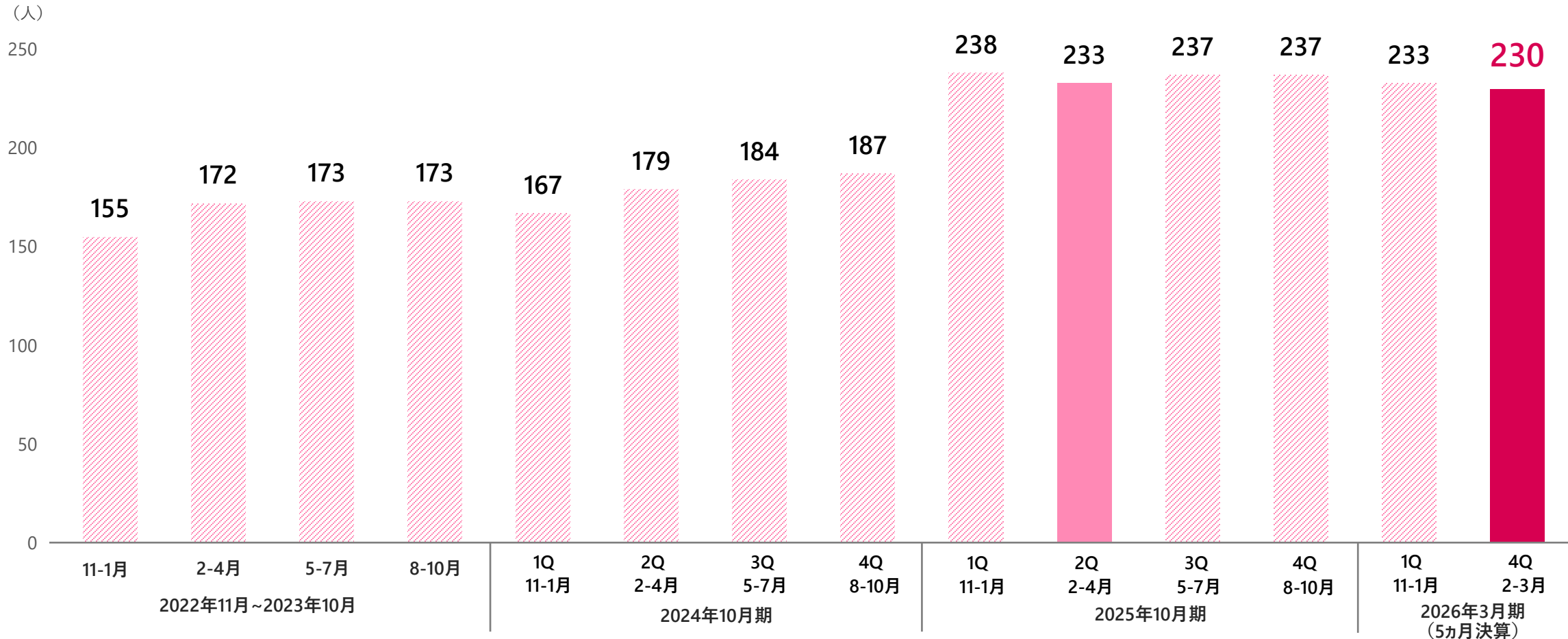
※ 調整後EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用+M&A関連費用。2026年3月期第1四半期より、本業の収益性を示すため、M&Aに関する一時的な費用による調整を追加しております。

※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※1推移 (四半期別)

AI活用等による社内の業務効率化が進み、採用数の抑制につながった



※1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



2026年3月期 通期

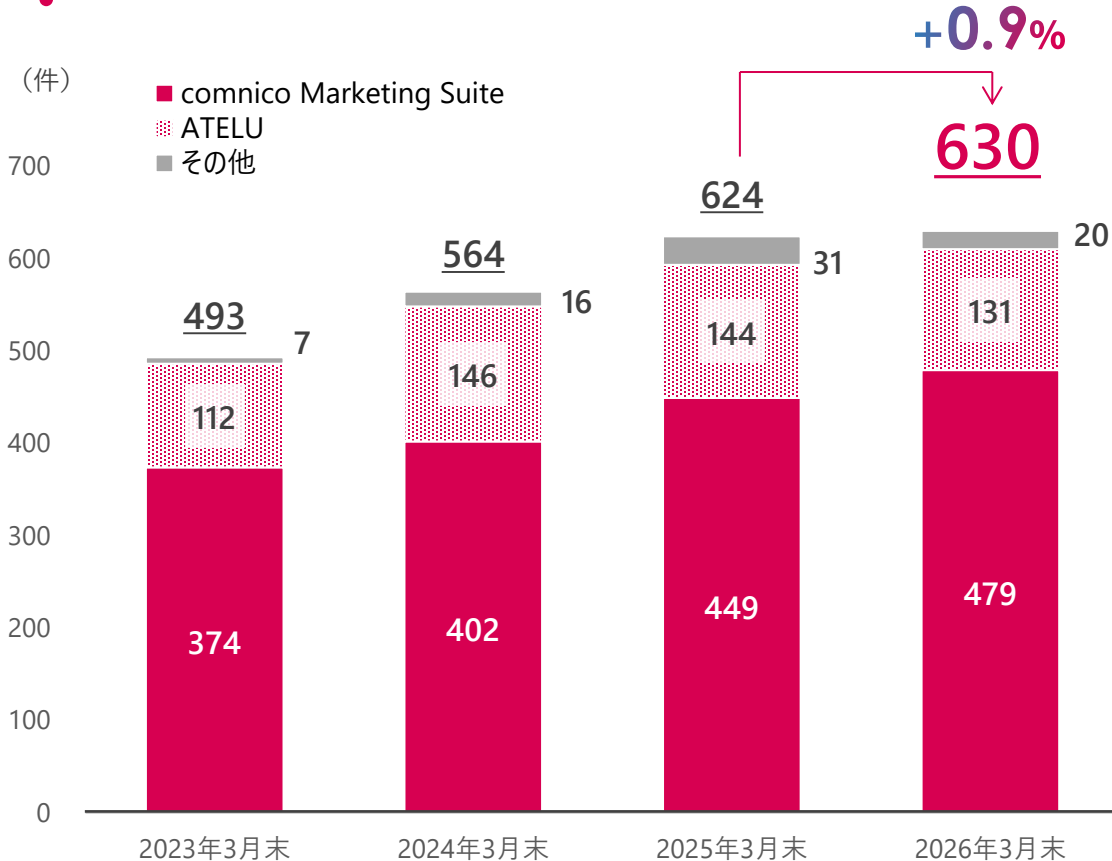
# 事業報告

# SNS運用支援ツール・主要KPI①

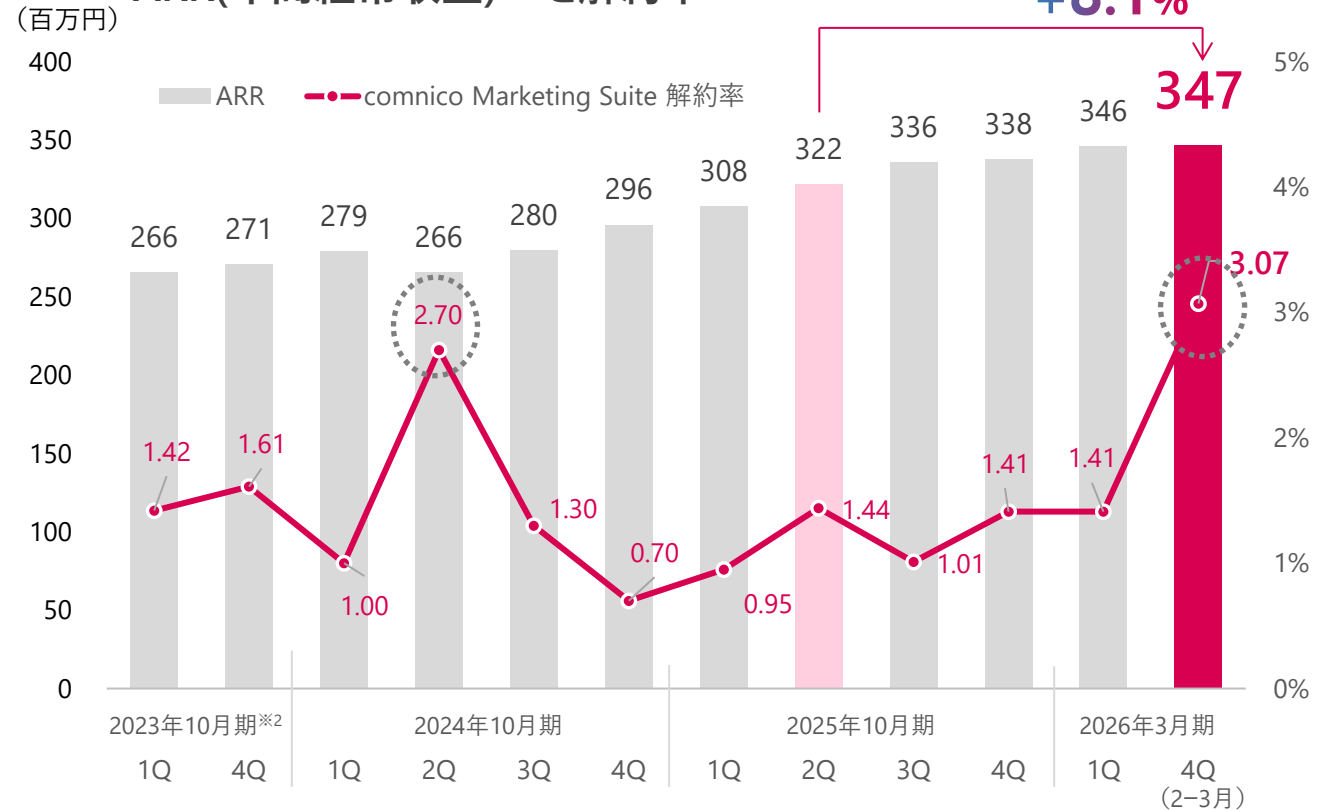


契約更新に伴う解約集中月(3月)を含むため、解約率は通常月より高いもののARRは+8.1%の増加で着地

## SNS運用支援ツール契約件数



## comnico Marketing SuiteのARR(年間経常収益)<sup>※1</sup>と解約率<sup>※2</sup>

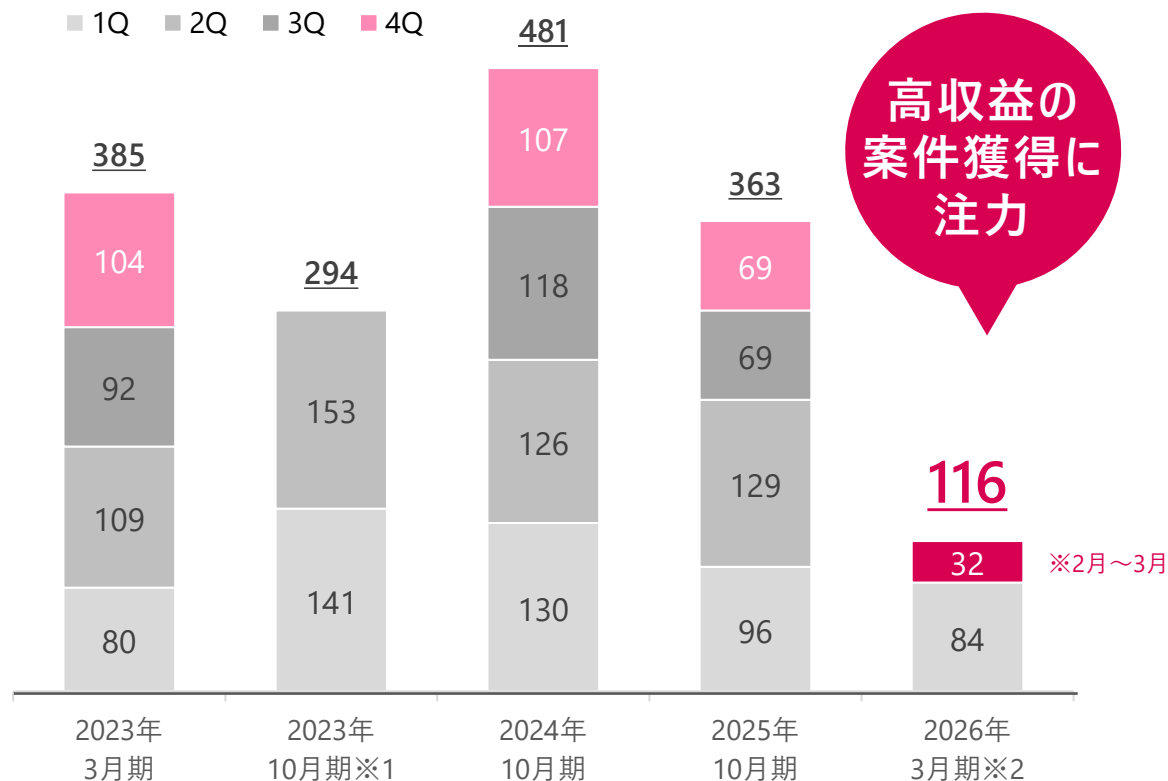


※1: comnico Marketing Suiteの各四半期末の月末MRR (Monthly Recurring Revenue) に12倍して算出

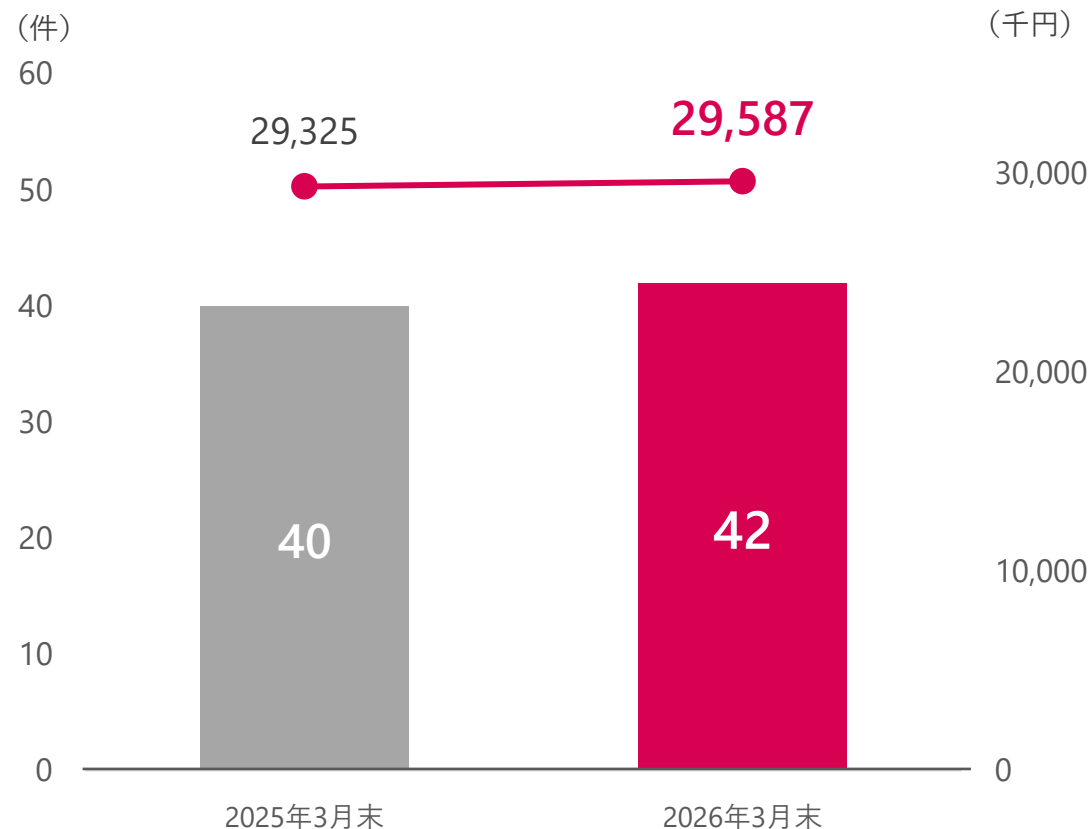
※2: comnico Marketing Suiteの解約率。当月の解約率から累計契約数を割り各四半期の平均値を算出したもの

ロイヤルクライアント社数と売上単価は昨対比で微増  
引き続きサービス品質を向上し、継続的な契約を維持

新規受注件数の推移



ロイヤルクライアント※3社数と売上単価の推移



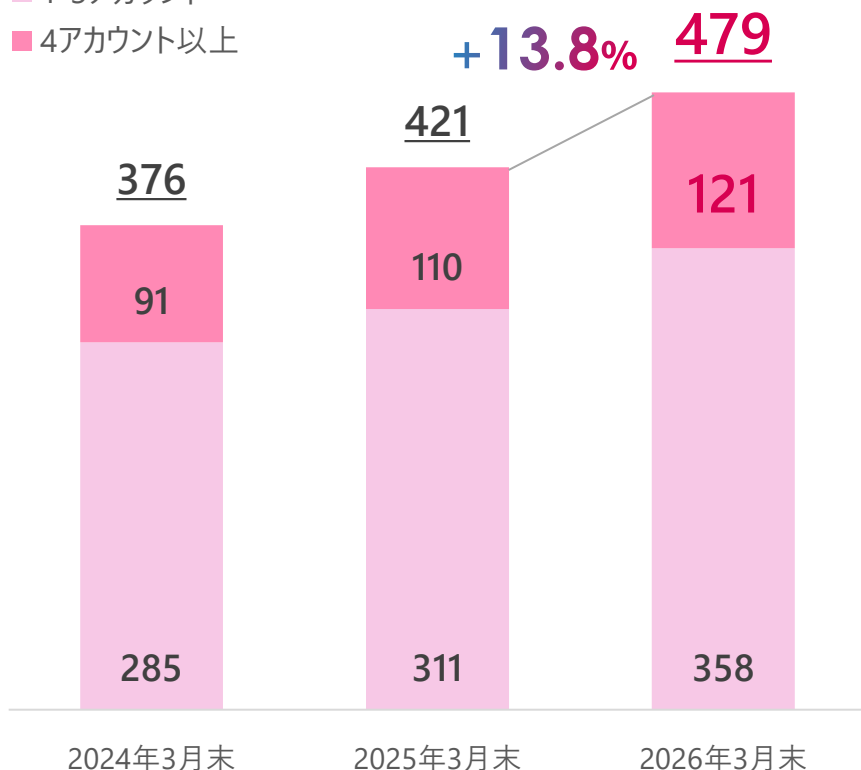
※1：2023年4月～10月の7ヶ月決算  
 ※2：2025年11月～2026年3月の5ヵ月決算

## SNS運用支援ツール・主要KPI②

複数契約社数（4アカウント以上）は、**+13.8%**で、ストック性の高い売上が継続して増加傾向

## comnico Marketing Suite契約社数推移

- 1-3アカウント
- 4アカウント以上



## ポイント

本ツールはサブスクリプション型(SaaS)ビジネスモデルであるため、ツール契約数増加が収益基盤の強化につながる

ツール契約数増加

ストック収益の  
積み上がり

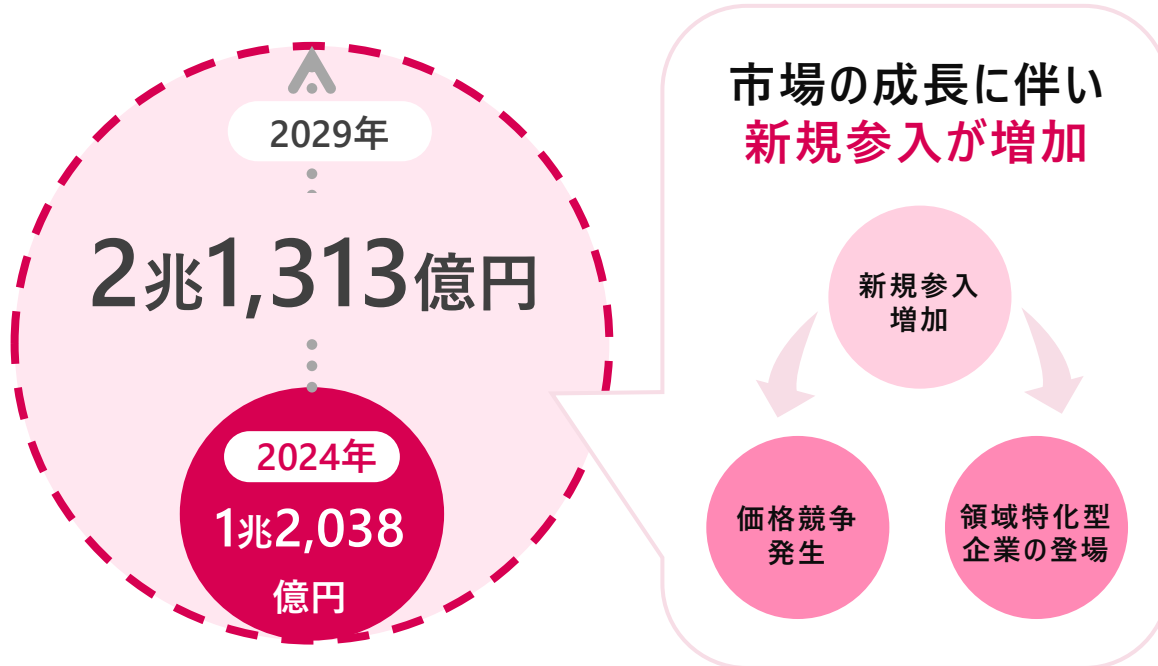
収益基盤の強化

## クライアント例

業種	アカウント数
大手ITグループ	308 <span>増加</span>
大手自動車メーカー	182
ウェディング・ホテル運営会社	64
大手IP会社	57 <span>増加</span>
大手出版社	37
ライフスタイルブランド	42
大手化粧品メーカー	25
ライフイベント関連サービス	38 <span>増加</span>
音楽プロダクション	25

## 市場成長に伴い、新規参入が増加するが、独自戦略で高成長を維持

ソーシャルメディアマーケティング  
市場規模推計・予測※1



### 市場動向に対応する当社の方針

#### 運用支援

長年にわたる運用支援のノウハウをベースとした独自の生成AIの活用による業務効率化と、高単価・高収益な案件のアップセルクロスセルに注力することで、収益力を高める

#### 運用支援 ツール

契約数やARRの大幅伸長など好調な「comnico Marketing Suite」の販売に力を入れて高成長を維持すると共に、生成AIの導入など新機能追加によって付加価値を高め、単価を上げていく

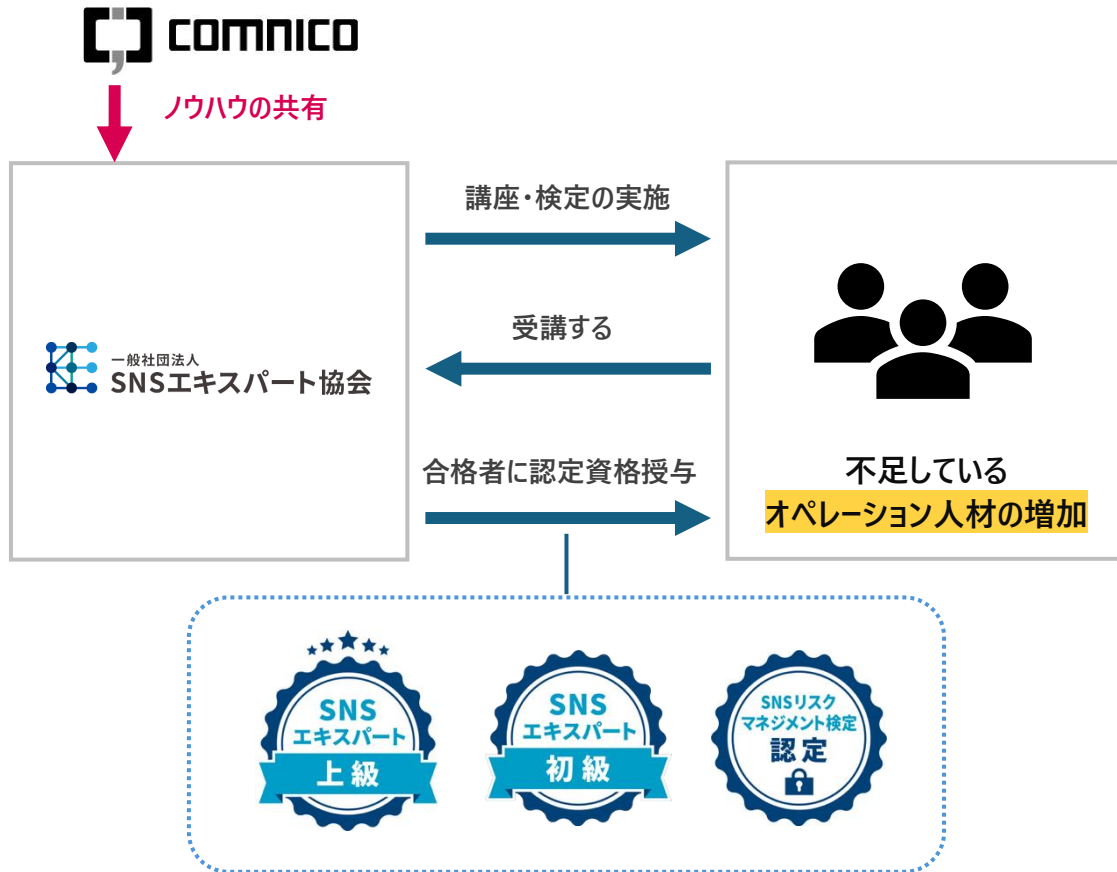
#### SNS 周辺領域

YouTube、TikTok、LINEなどマルチに運用支援の強化およびインフルエンサーマーケティングなどSNSマーケティングと親和性の高い領域の拡充を専門チームによるM&Aなどによって推進する

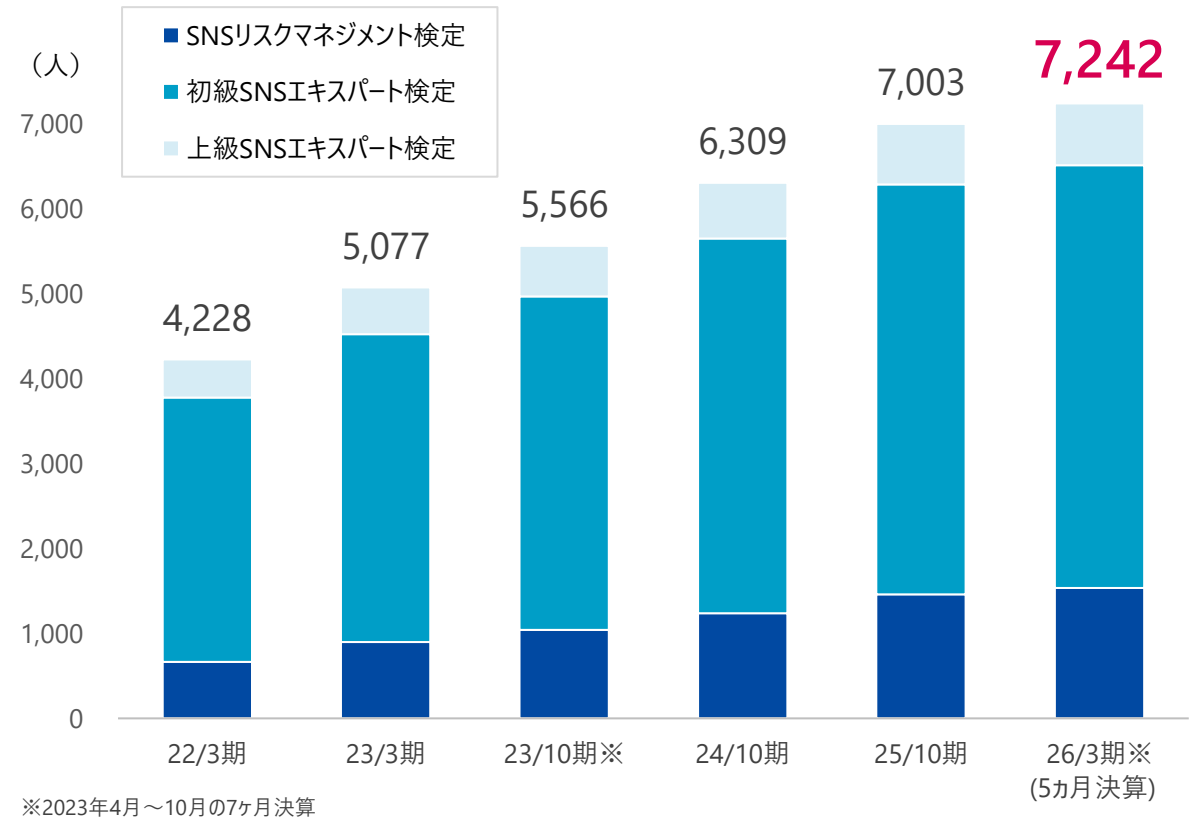
※1出典: サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ「ソーシャルメディアマーケティング市場」を加工して当社が作成

検定の実施に加え、企業や団体の依頼によるセミナー登壇や講師としての活動も増加  
SNS活用におけるマナーやリスクを啓発する活動を行う

## SNSに関する講座・検定の実施



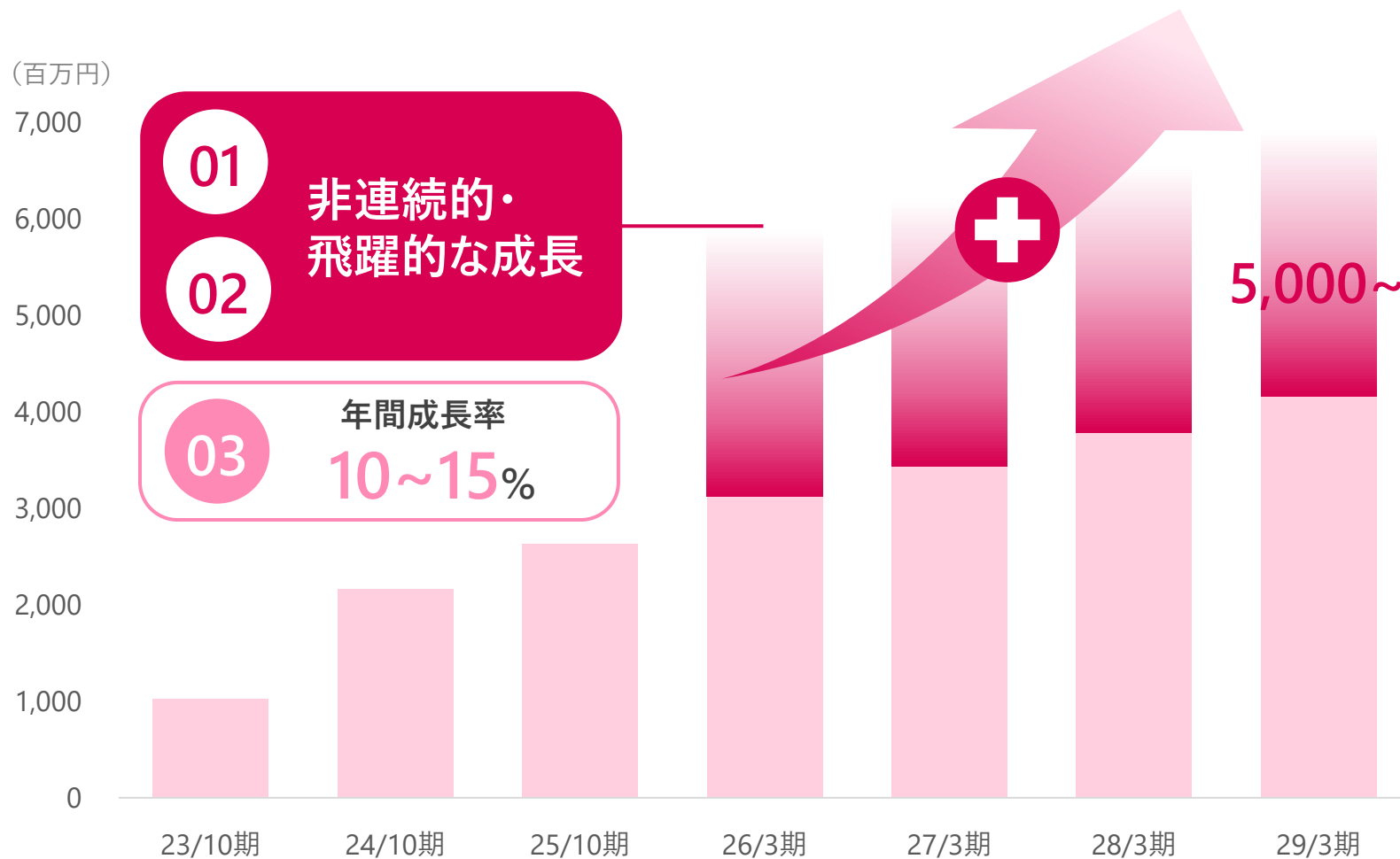
## 検定受講者数の推移





# 成長戦略

# 中期経営計画 | 5カ年成長イメージ (2025年10月期～2029年3月期)



## 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

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。

※2：27/3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

## 01. M&Aの加速

通期で2件のM&Aを実施（SNSマーケティング事業と親和性が高い）、ストック性の高い売上の増加、蓄積した実績・ノウハウを統合しグループ内のシナジー創出に取り組む

- ▶ 株式会社エルマーケ・・・LINEマーケティング支援、LPO支援など
- ▶ 株式会社ライスカレールS・・・SNS運用支援、インフルエンサーマーケティング支援

## 02. 新規領域

海外展開・インバウンドプロモーション  
XR

インバウンドプロモーションはサービス拡充施策を積極的に進めることができた

- ▶ 観光誘致などを目的としたファムトリップ施策を実施（新潟）
- ▶ タイ向け観光情報メディア「Talon Japan」 訪日客向け集客施策としてクーポンページを開設。クーポン掲載契約社数は、サンリオエンターテイメント社等、開設後半年で20社と順調に推移。
- ▶ タイの人気インフルエンサー3名と専属エージェント契約を締結


## 03. 既存事業

01/02の戦略が奏功し既存事業の売上やサービスを押し上げる結果に

- ▶ 今期実施のM&Aにより、SNSマーケティングの支援領域が拡大
- ▶ SNSマーケティングツール開発の分野を中心に、AI活用によるサービス向上、機能改善を実施。オフショアに委託していた業務を完全内製化

## LINEマーケティング支援に特化し、成果創出に必要なプロセスをワンストップでサポート

### M&A概要

取得対象	株式会社エルマーケ  L Marketing, Inc.
事業概要	LINE公式アカウント運用代行・コンサルティング/APIツール導入支援等
取得対価	1.8億円 (+ 最大1.56億円のアーンアウト)
実行時期	2026年01月
スキーム	100%子会社化

詳細は以下のリンクから

[株式会社エルマーケの株式取得\(子会社化\)に関する補足説明資料](#)

期待されるシナジー効果



### 提案力の強化／サービス拡充

当社が得意とするInstagramやXの活用とエルマーケのLINEマーケティング支援を組み合わせることで、フルファネルでの支援体制を強化。



### アップセル・クロスセル機会創出

当社とエルマーケ、双方の顧客へのアップセル・クロスセルを実現できるようになります。結果として、顧客単価やLTVの向上が期待される。



### 競争優位性の向上

SNSの網羅的かつ専門的な支援体制＋ツールの開発・提供というサービス基盤を備えることで競争優位性を高め、中長期的な事業成長を牽引。

## M&amp;A実績② | 株式会社ライスカレーLS

## 「ライフスタイル」分野\*に特化したSNSマーケティング支援サービスを提供

\*アパレルやエンターテインメント、化粧品、電化製品、商業施設、交通サービスなど、人々の生活に深く関わる領域

### M&A概要

取得対象	株式会社ライスカレーLS
事業概要	SNS運用支援 インフルエンサー活用支援
取得対価	7億円
実行時期	2026年03月
スキーム	会社分割による100%子会社化

詳細は以下のリンクから

[株式会社ライスカレーLSの株式の取得\(子会社化\)に関する補足説明資料](#)

期待されるシナジー効果



### 売上および収益性の向上

対象事業の前期実績は売上6.4億円／配賦前営業利益2.7億円※1。



### 高い専門性とハイレベル人材の獲得

SNS運用支援の契約継続率97.3%※2で高いサービス品質を誇る。



### 顧客基盤の拡大・安定

大企業中心で安定した顧客ポートフォリオを保有。



### 50万フォロワー超のメディア獲得

toC向けの大規模Instagramメディア2件を運営。

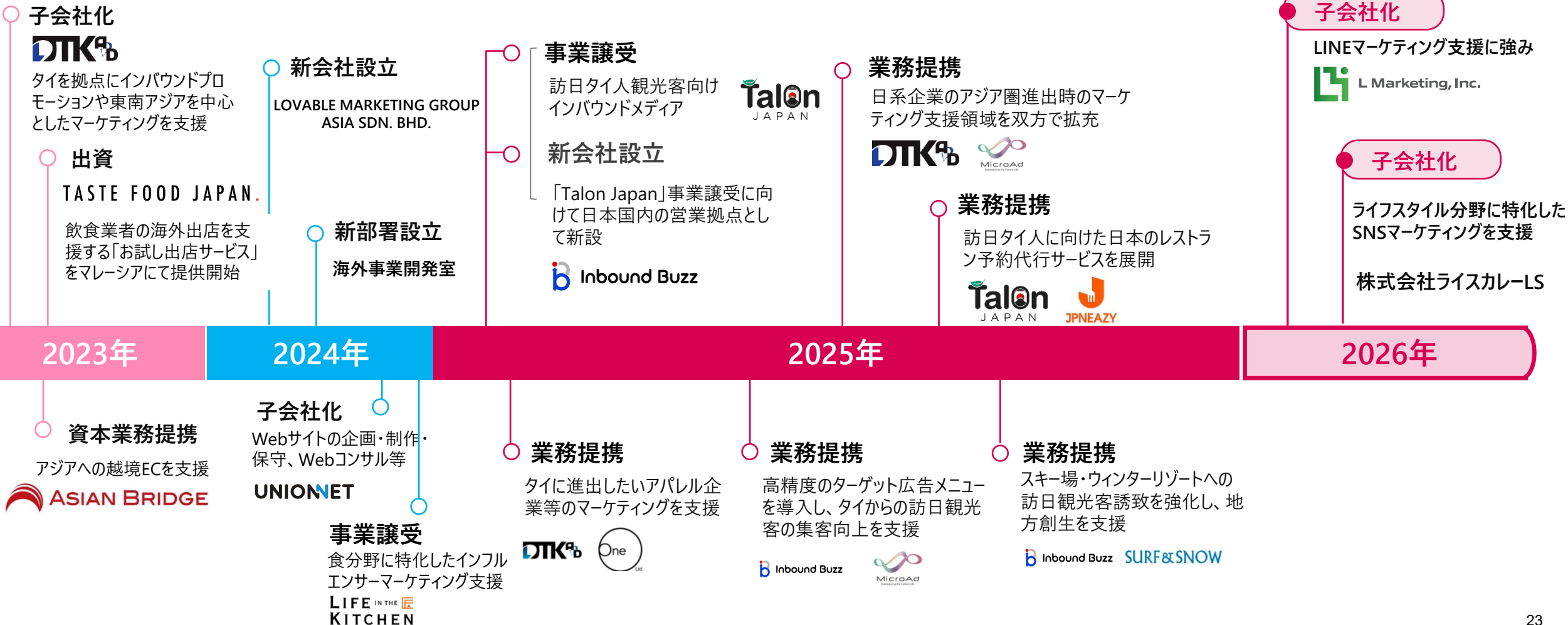
※1：分割会社株式会社ライスカレープラスの直近の事業年度（2025年3月期）における、譲受対象事業の売上高及び配賦前営業利益（親会社による経営管理費用の請求を控除した事業利益）を参考値として記載しております。

※2：2025年3月期実績

# 参考 | 成長戦略達成に向けた取り組み



2025年10月期に5件の業務提携を実行、今期は子会社化を2件実行し支援領域を拡大中



# 新規領域（インバウンドプロモーション）実績

## 新会社「インバウンド・バズ」サービス拡充でインバウンド誘致施策を強化

タイ最大級の訪日タイ人向けWebメディア「Talon Japan」

クーポン掲載契約社数 **20社突破**（開設半年で）

The screenshot displays a grid of promotional coupons on the Talon Japan website. Each coupon includes a brand logo, a discount percentage (e.g., 7%, 17%, 8%, 10%, 2,000 Yen, 18%), and a brief description of the offer. The coupons are for various brands including Don Quijote, Takeya, Bic Camera, Joshin, Sundrug, YAMAN, Lotte Duty Free, Satsudora, and Daimaru. The website interface is in Thai, with a search bar at the top and navigation buttons.

日系企業・団体向けマーケティング支援を強化

タイでの知名度が高いインフルエンサー3名と専属エージェント契約



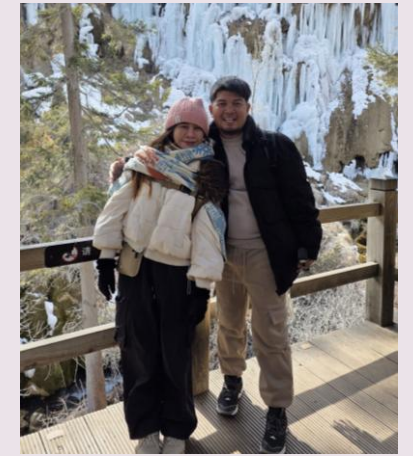
Pigkaploy  
ピッカプロイ

SNSの総フォロワー数720万人。  
俳優としても活躍する旅行系  
YouTuber。



Visava Thaiyanont (Tomo)  
トモ=ウイサワ タイヤノン

SNSの総フォロワー数55万人。  
タイの元人気アイドルグループで、  
俳優やモデルとして活動。日本  
とタイを繋ぐ活動に携わる。



sanha.patiauw  
サンハー・パーティアウ

SNSの総フォロワー数200万人。  
主に観光情報を発信する人気  
インフルエンサー。

## 2027年3月期 注力項目について

中期経営計画の達成に向け、各注力領域における施策を着実に実行し、持続的な成長と企業価値向上を推進

2026年3月期

2027年3月期

2029年3月期

実績値  
(5ヵ月)

売上高  
**1,302**  
百万円

営業利益  
**57**  
百万円

時価総額  
**1,807**  
百万円<sup>※1</sup>

注力項目

M&amp;A

個別アクション

- 増資により強化した財務基盤を活かし、事業規模の大きい案件へM&A対象を厳選させることで、非連続的成長を加速
- M&Aによってグループインした企業/事業の成長およびグループ企業間のクロスセルなどを推進

共通アクション

- AI活用による業務効率化／収益性向上

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<sup>※2</sup>

新規領域

- インバウンドメディア「Talon Japan」のサイト集客強化およびクーポン取扱い拡大
- タイ人インフルエンサーを活用したサービスの販売拡大

既存事業

- 短尺コンテンツを含む動画領域への対応強化
- インフルエンサーマーケティング支援の領域拡充
- SNS運用支援ツール「comnico Marketing Suite」の機能強化・販売拡大

※1：時価総額 = 2026年3月期の期中平均株価 × 発行済株式総数で算出

※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。



# 2027年3月期 業績予想

## 2027年3月期 業績予想

■ 既存事業の安定成長に加え、M&Aによる収益寄与が本格化。  
 成長投資継続しつつ、生産性向上とグループシナジー創出を進め、収益拡大による企業価値向上を加速

当社グループはM&Aを成長戦略の中核に位置付けており、今後も機動的に案件の検討および実行を進めていく方針であります。M&Aに関連する一時的な費用の発生時期や金額を合理的に見積もることが困難であることから、営業利益、経常利益および当期純利益については業績予想の開示を行わないこととしました。

(百万円)	2027年3月期 業績予想 (12ヵ月)	2026年3月期 実績 (5ヵ月)	(2025/4~2026/3) 【参考値】	増減額 <参考値>	増減率(%) <参考値>
				※ (2025/4~2026/3) と比較した場合	
売上高	3,537	1,302	2,833	704	24.8%
調整後EBITDA※	400	135	270	129	32.4%

※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関連費用

06

# 参考情報

# 人に地球に共感を



共感とは、立場の違う人たちがお互いを理解し合うことだと考えます。  
人同士の小さな共感が集まれば、それはやがて、理解し合える社会、持続可能な社会へとつながっていきます。

私たちはそのような未来を見据え、コミュニケーションのチカラで、世界に共感を生み出していきます。

# 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
	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
	株式会社エルマーケ
株式会社ライスカレーLS	
事業内容	マーケティング支援



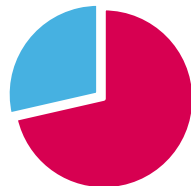
# 主な沿革

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 CO.,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02月	株式会社インバウンド・バズ設立
	TALONTRAVELより「Talon Japan」事業を譲受
2025年07月	株式会社コムニコが株式会社DXディライトを吸収合併
2025年11月	AIフュージョンキャピタルグループ株式会社を割当先とする第三者割当増資を実施、同社の連結子会社化
2026年01月	株式会社エルマーケを完全子会社化
2026年03月	株式会社ライスカレ-LSを完全子会社化

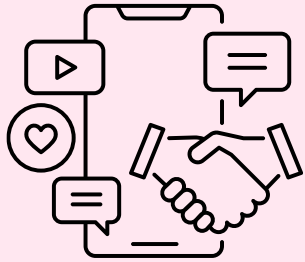
## M&A実績(累計)

事業譲受 **2** 件

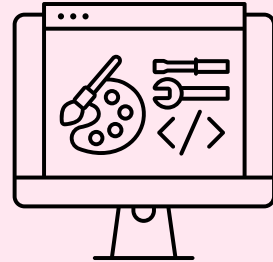


株式取得 **7** 件

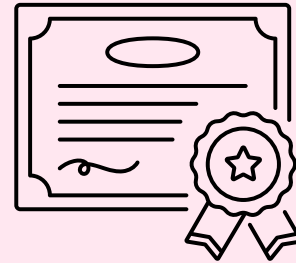
SNSマーケティング支援を中核として、多角的に事業を展開。



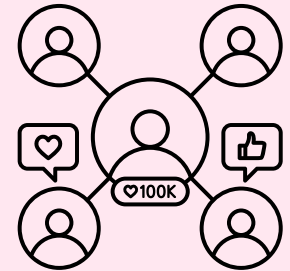
SNSアカウント運用支援サービス



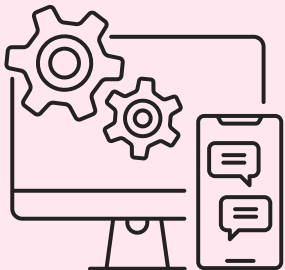
SaaS型SNS運用支援ツールの開発・提供



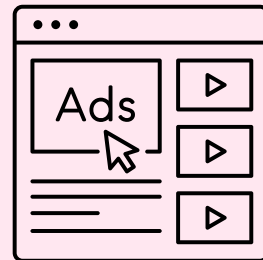
人材教育サービス



インフルエンサーマーケティング



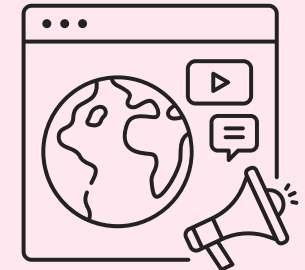
Web制作



広告運用

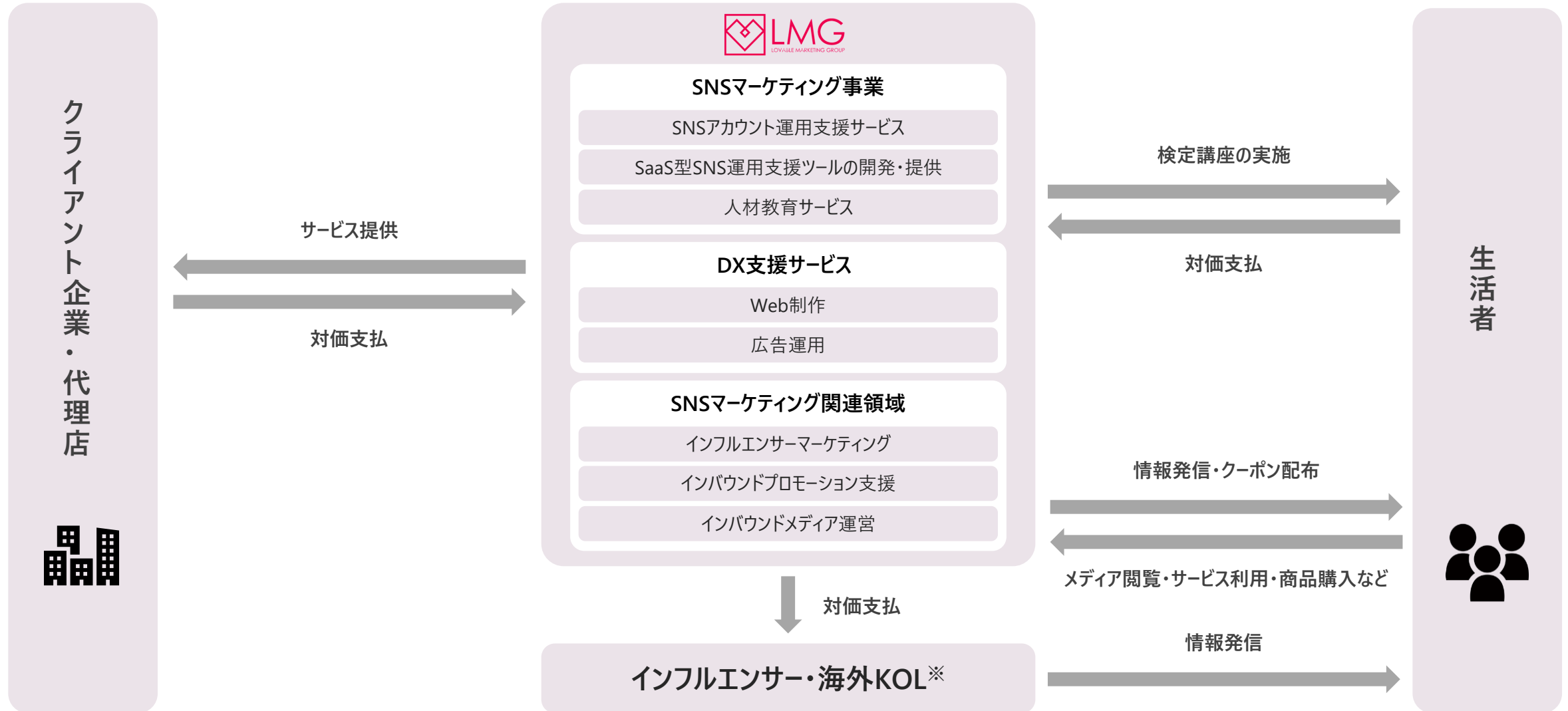


インバウンドプロモーション支援



インバウンドメディア運営

## 事業系統図



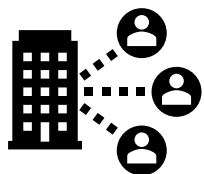
※Key Opinion Leader

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



代理店担当者からの  
紹介案件多数

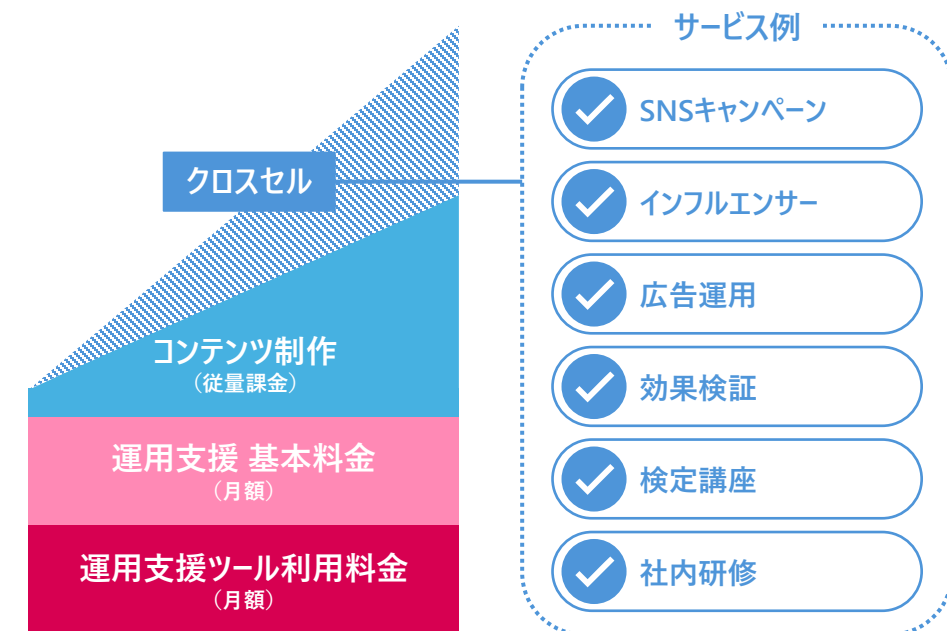


② 直接取引

／自社マーケティング活動でリードを獲得

## 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



## 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

**comnico Marketing Suite** (コムニコ マーケティングスイート)

導入数 **5,000**アカウント※1以上

### SNS運用のプロが作った投稿管理・分析ツール



- 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

対応SNS :



※1 : 2025年3月末時点

**ATELU** (アテル)

累計キャンペーン実施数 **18,000**件※2以上

### SNS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

対応SNS :



※2 : 2025年12月末時点

※2023年より提供していたInstagramチャットボットツール「autou (アウトウ)」は、成長プロダクトへのリソース集中のため2026年4月でサービス提供を終了

## 事業構成／関連会社



純粋持株会社

									
会社名	株式会社コムニコ (comnico inc.)	一般社団法人 SNSエキスパート協会	株式会社ジソウ (jisou inc.)	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	株式会社 エルマーケ	ライスカレーLS
設立	2008年11月	2016年11月	2023年4月	2013年3月 ※2023年4月子会社化	2024年6月	2004年9月 ※2024年11月連結子会社化	2025年2月	2022年11月 ※2026年1月連結子会社化	2026年2月 新設分割 ※2026年3月連結子会社化
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS運用支援</li> <li>SNS運用支援ツールの開発・提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS検定講座の開発、提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNSマーケティング自走支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンドプロモーション</li> <li>海外マーケティング支援</li> </ul>	東南アジア全域に対しての包括的な拠点	<ul style="list-style-type: none"> <li>Webサイトの企画・制作、保守・サポート</li> <li>Webコンサルティング等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンドメディア運営</li> <li>インバウンドプロモーション支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LINE運用代行/コンサルティング</li> <li>LINE APIツール/ミニアプリ導入支援</li> <li>友だち数増加支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS運用支援</li> <li>インフルエンサー活用支援</li> </ul>
所在地	<ul style="list-style-type: none"> <li>東京本社</li> <li>関西オフィス</li> <li>SMMC高知</li> </ul>	東京本社	東京本社	タイ バンコク	マレーシア クアラルンプール	大阪本社 東京オフィス	東京本社	東京本社	東京本社

## SNS運用支援の経験・実績

01.

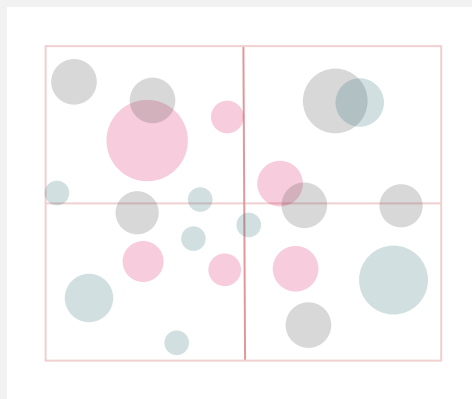
## 豊富な経験とノウハウ



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.

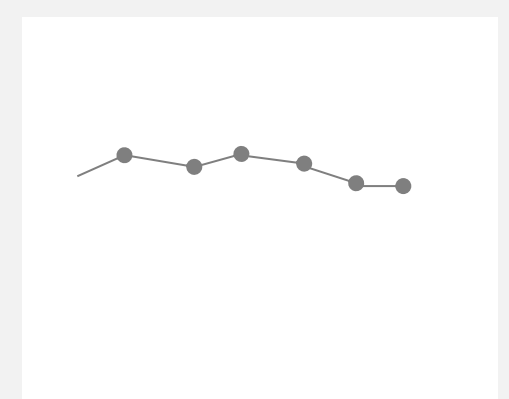
## 自社で開発・提供するSNS運用支援ツール



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.

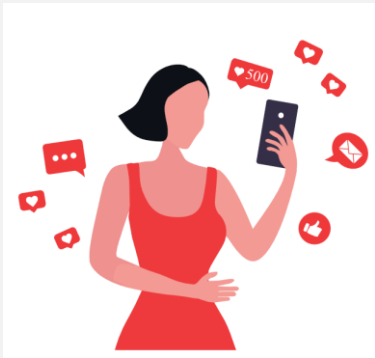
## ツール解約率1%※台の高いストック性



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

※今期の平均実績値

## 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.

120万人規模の  
コミュニティ運営

タイ国内で最大級・120万人規模の日本旅行愛好家コミュニティをもつインバウンドメディアを運営し、ここを起点としたアフィリエイトサービスなども展開

## 03.

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

## 04.

日系企業への理解と  
現地理解

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

# 参考 | 当社がターゲットとする市場規模

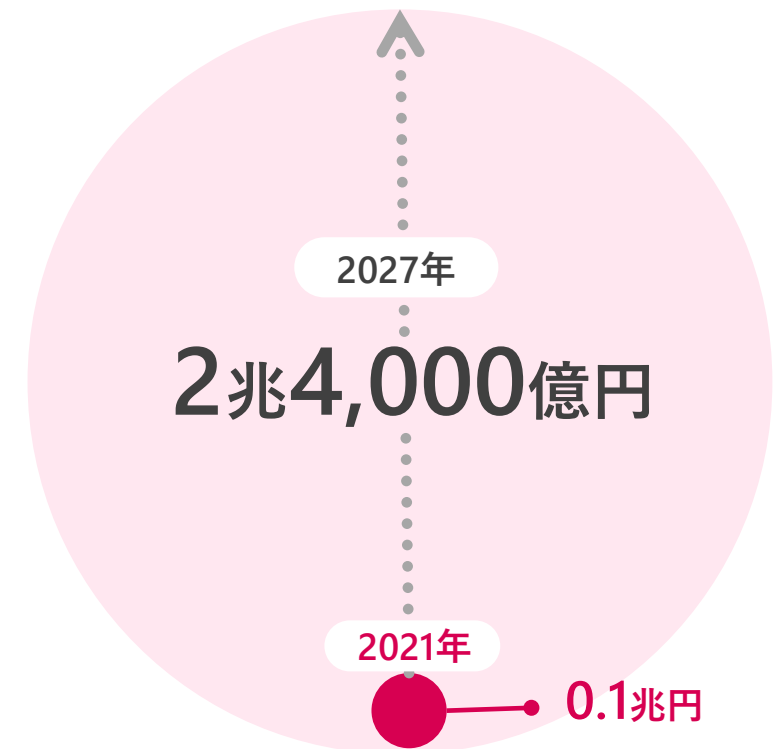
## ソーシャルメディアマーケティング市場規模※1



## 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



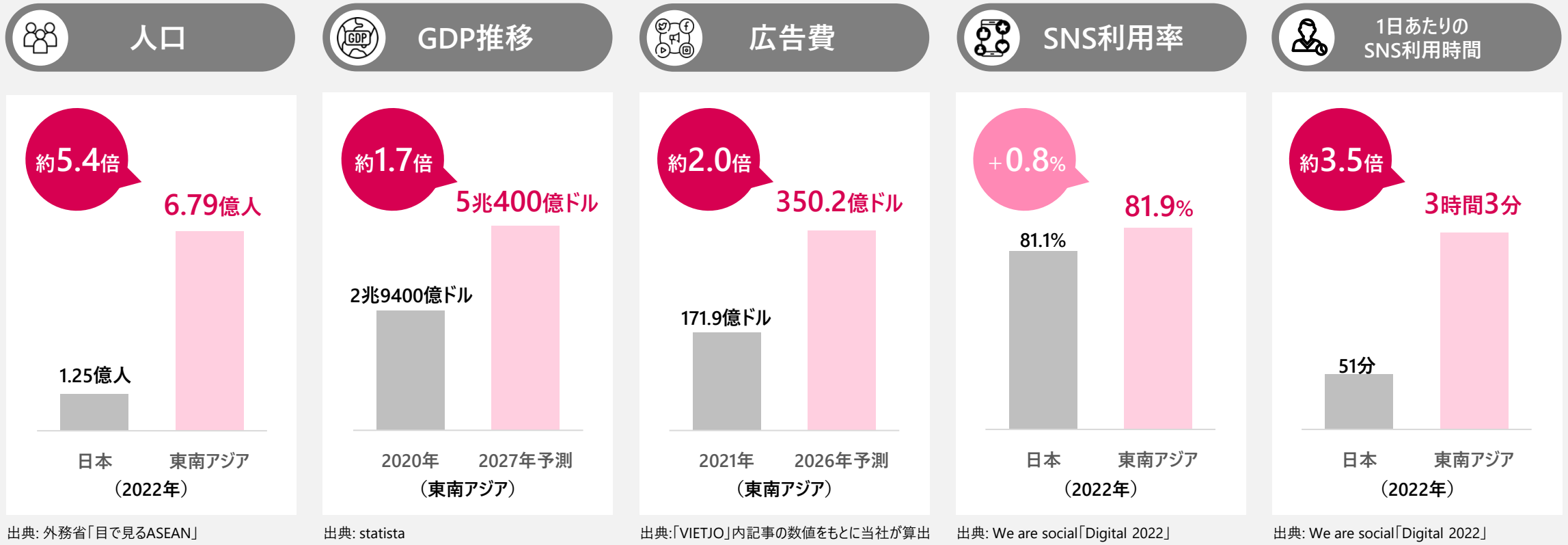
※1出典: サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ「ソーシャルメディアマーケティング市場」を加工して当社が作成

※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

# 参考 | 東南アジア市場について

東南アジア※<sup>1</sup>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※<sup>2</sup>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

# 支援実績 | 導入顧客 (SNSマーケティング支援)

大手企業を中心に多様な業界・業種で3,000件※以上の支援実績



※2026年3月末時点。ツール導入含む

# 実績 | SNSマーケティング支援のPR・マーケティング活動



## 書籍の出版



## メディアへの寄稿



## 自社メディアの運営

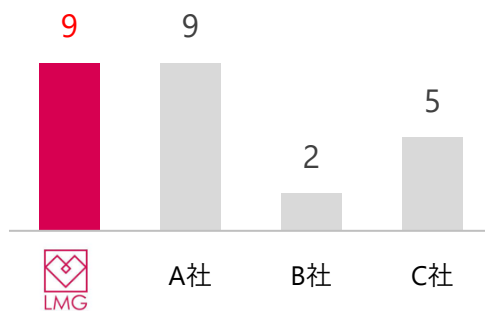


## 無料ウェビナーの主催

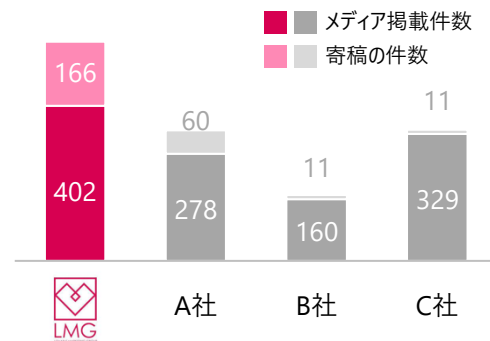


SNSの活用法やコツ、SNSに関する法規制など、時流にのったテーマをもとに無料ウェビナーを自社で開催。

書籍出版数 ※1



メディア掲載件数 ※2



リード獲得数 ※3

247 件

参加者 ※4

2,134 名

※1:当社調べ（2026年3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～2026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（2026年2月～2026年3月）

※4:自社開催の無料ウェビナー/カンファレンスへ参加いただいた人数（2025年11月～2026年3月）

「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



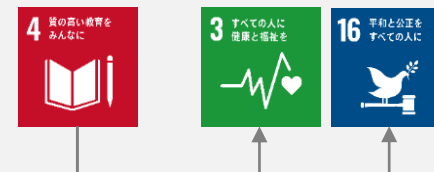
## マテリアリティ

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

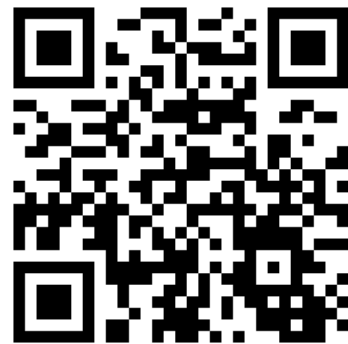
投資家・株主を含むステークホルダーの皆様に向け、決算情報やプレスリリースなどを随時発信いたします。ぜひフォローのうえ、最新情報をご確認ください。

X (旧Twitter)



フォロー

Facebook



フォロー

note



フォロー



株式会社ラバブルマーケティンググループ 経営企画室  
Email: [ir@lmg.co.jp](mailto:ir@lmg.co.jp)

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。