



会社説明会資料

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

- ① 会社概要
- ② 事業概要
- ③ 市場環境
- ④ 2022年3月期通期決算
- ⑤ 2023年3月期通期業績予想
- ⑥ 成長戦略
- ⑦ トピックス

1. 会社概要

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	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
子会社	株式会社コムニコ 株式会社24-7 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	東京都港区東新橋一丁目5番2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、MA・CRM・SFAの導入支援 等

最も愛されるマーケティンググループを創る

これからの広告・マーケティングは、生活者や購買者の視点に立ち、邪魔をするのではなく、その人にとって価値のある情報を適切な形で届けることが重要です。

私たちはそれを「愛されるマーケティング（Lovable Marketing）」と位置づけ、そのコンセプトを推進し、日本のマーケティング業界を変えていきます。

人に地球に共感を

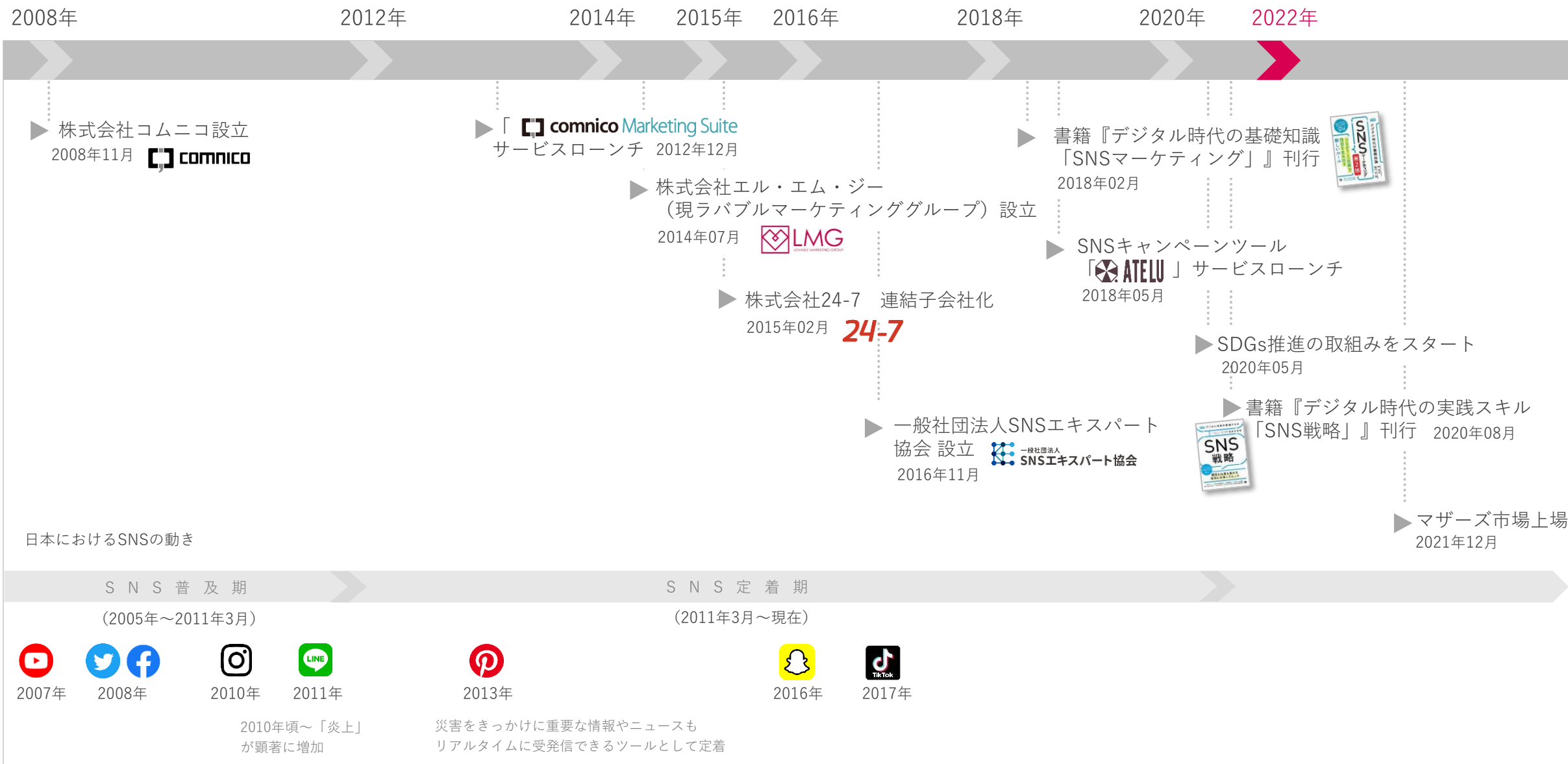


ラバブルマーケティンググループは、愛されるマーケティング（Lovable Marketing）を推進しています。

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。

ラバブルマーケティンググループ 主な沿革



2. 事業概要

事業概要

“愛されるマーケティング”に必要な3つのソリューション

「MOS（Marketing Operating Service：①運用の支援、②運用支援ツールの提供、③教育）」を展開

SNSマーケティング事業（基幹事業）



(株式会社コムニコ)



- 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

MOS

①運用の支援

②運用支援ツールの提供

③教育



MOSを横展開

DX支援事業（育成事業）

24-7

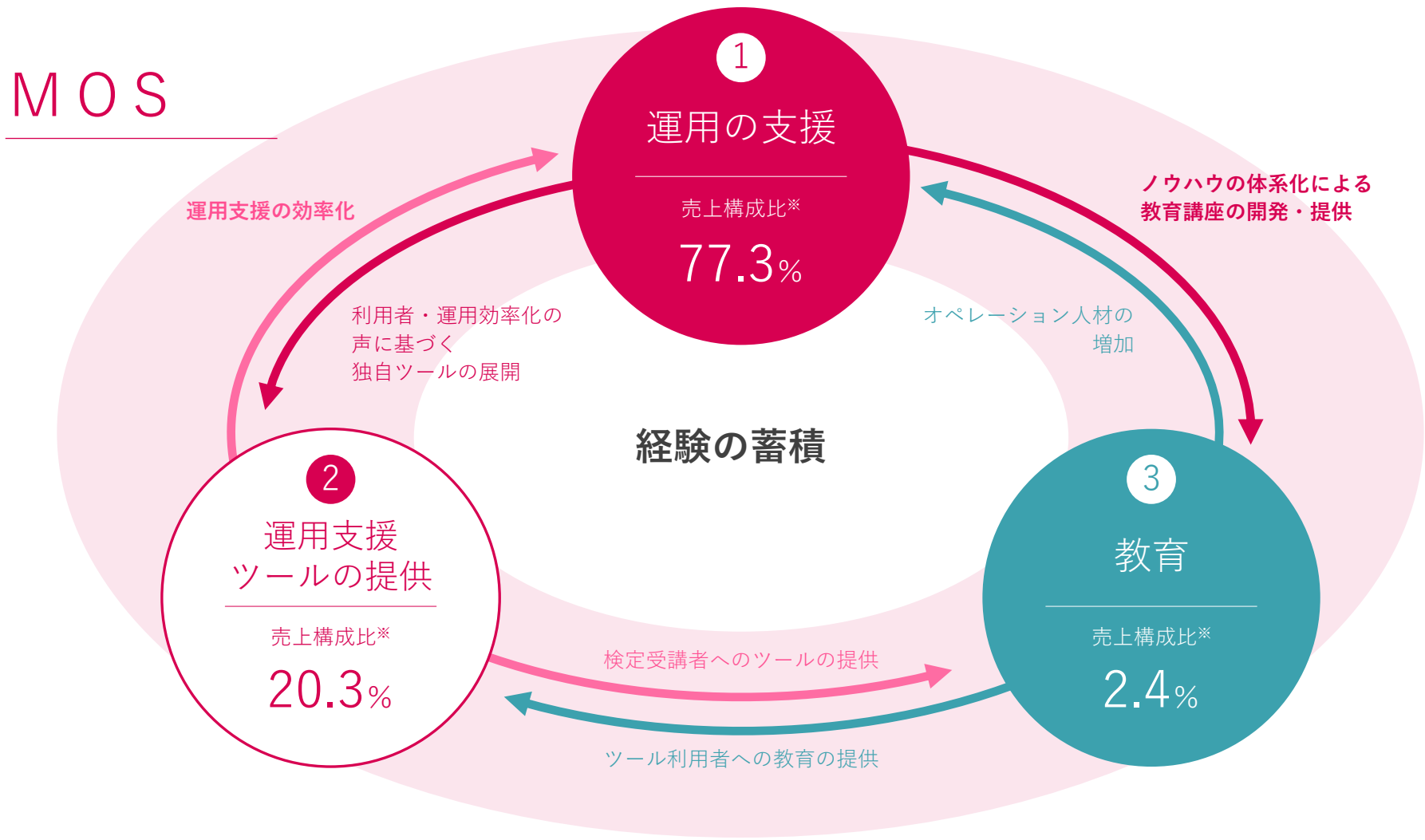
(株式会社24-7)

- マーケティング・営業・カスタマーサクセスの運用支援
- MA・CRM・SFAの導入支援
- 研修・トレーニング 等

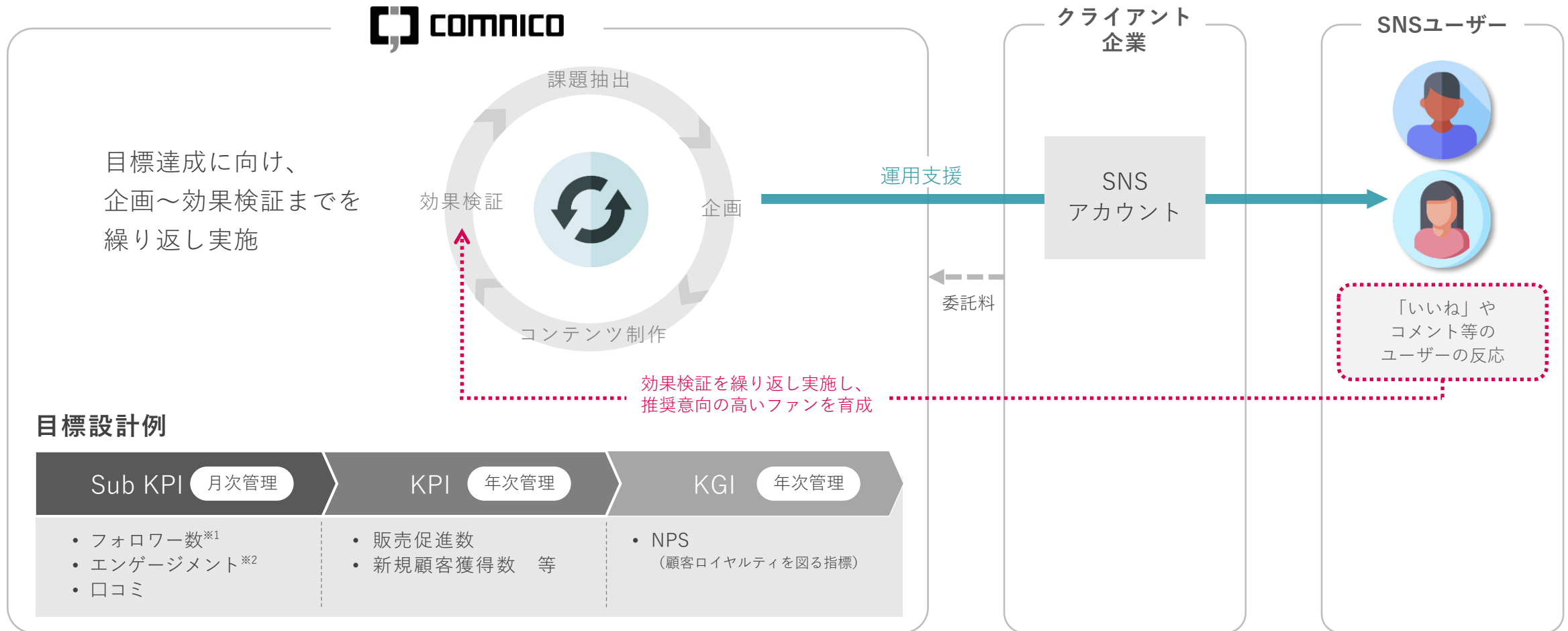


HubSpot

SNSマーケティング事業を構成するMOS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



SNSアカウントの戦略策定から運用代行・効果検証まで、企業のSNSマーケティングの運用をワンストップで支援する



SNS運用の“現場”を考えたSaaS型クラウドツール

SNSの投稿管理や効果測定にかかる作業を大幅に軽減し、より安心して安定的な運用をサポート

comnico Marketing Suite

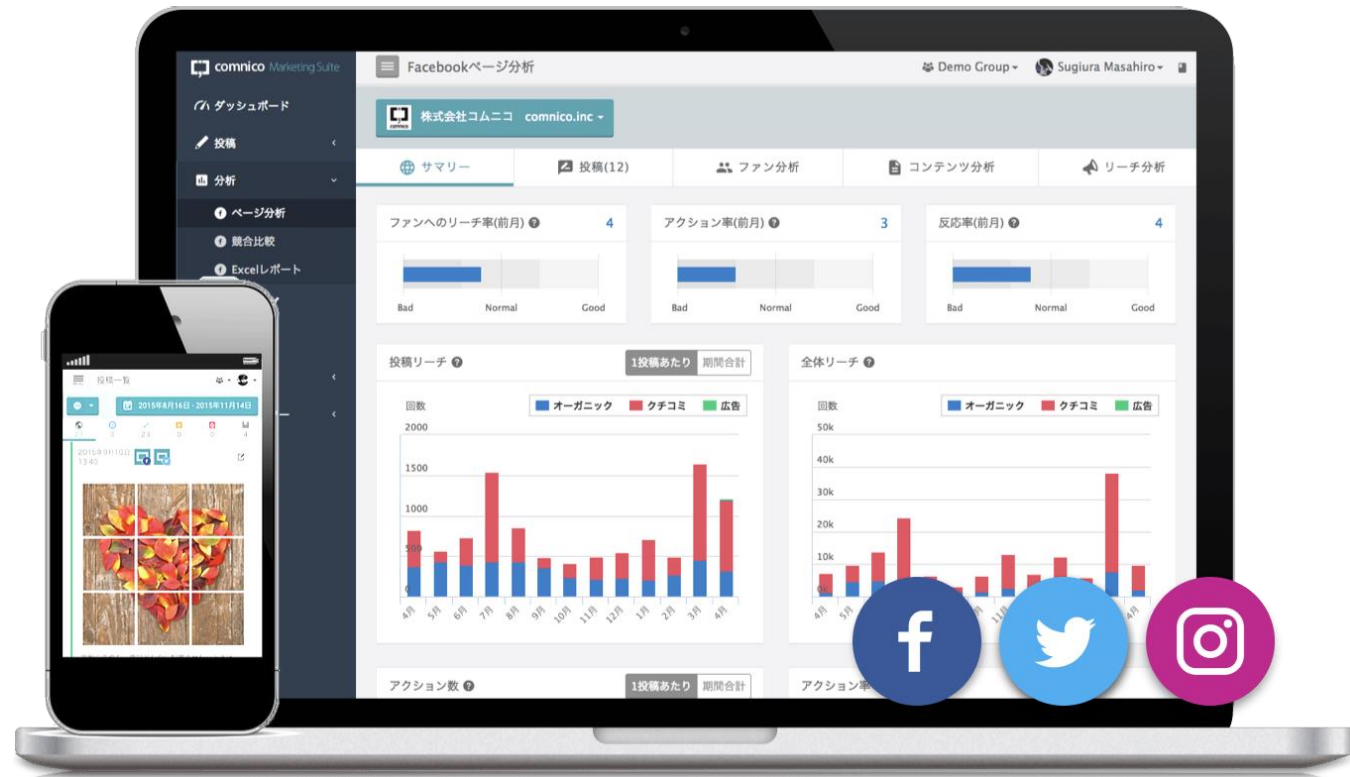
SNSアカウントの投稿・分析ツール

Facebook、Twitter、Instagramのアナリティクス分析や投稿管理にかかる作業を大幅に軽減する。

投稿の予約・自社分析・競合分析・コメント管理ができ、複数のSNSアカウントを管理できる。

運用のノウハウが詰まった運用に特化したツール

月額利用継続率 **98.1%** ※



キャンペーン実施に必要な作業を効率化するSaaS型クラウドツール

Twitter、Instagramでのキャンペーン実施における全応募者の収集、当選者の選定・通知、簡易レポート作成まで簡単かつ安全にサポート



SNSキャンペーン支援ツール

SNSキャンペーンに必要な、応募者リストの作成、抽選、当選通知の自動配信機能を備えたキャンペーンツール。フォロー&リツイートやカンバセーションカードキャンペーンをはじめインスタントウィンにも対応。

年間実施キャンペーン回数は前年の1,244回からおよそ2倍に。

年間実施キャンペーン回数

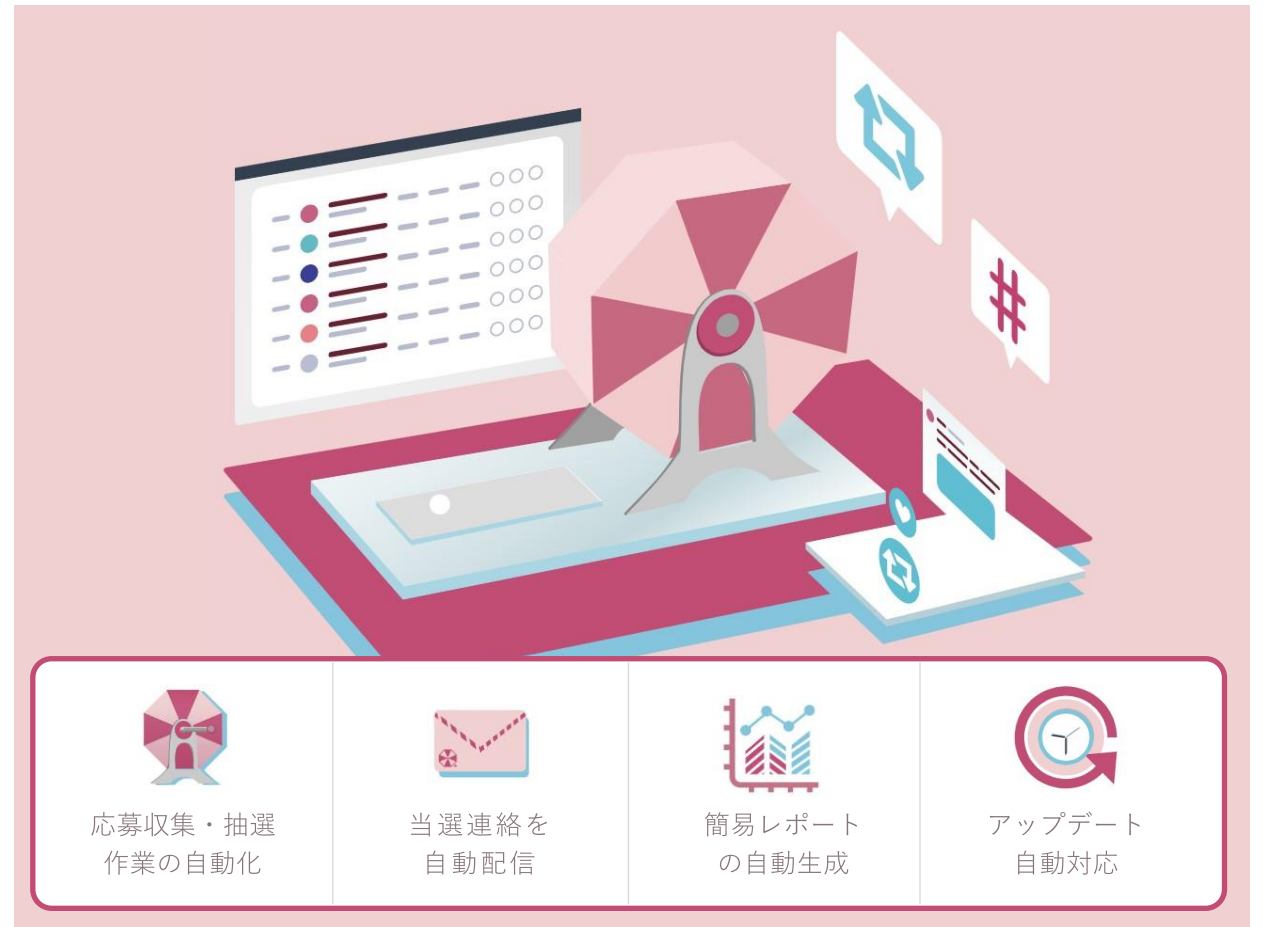
2,397回 ※1

キャンペーンにかかる時間の削減

60% ※2

月額利用継続率

98.0% ※3



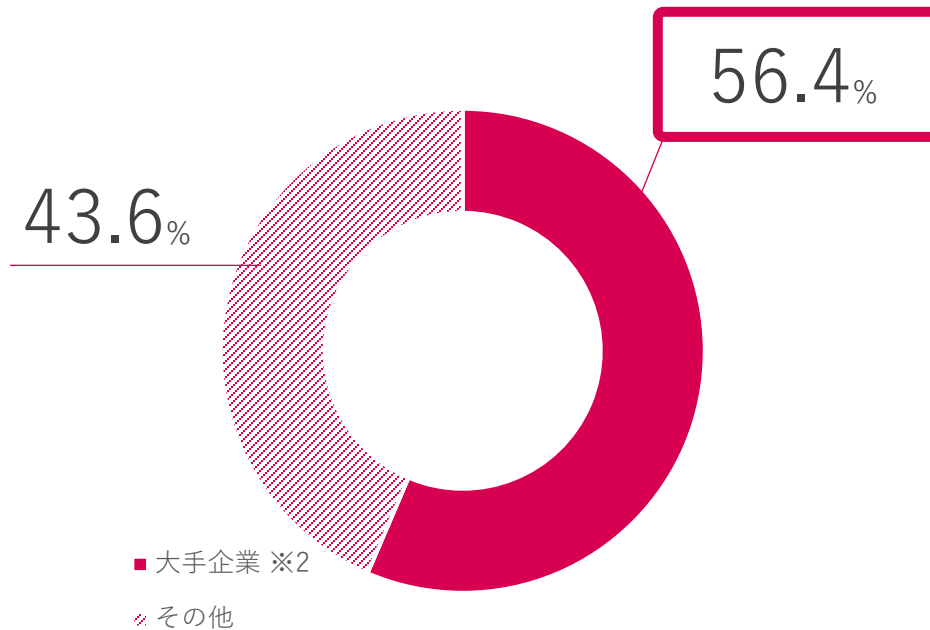
※1 2021年度（2021年4月～2022年3月）実績

※2 毎週キャンペーンを実施する顧客において、ATELU導入後、当選者決定から通知までに要する日数が5日から2日に短縮

※3 2021年度（2021年4月～2022年3月）までの実績。（各月の解約数合計／各月の契約数合計）で算出

マーケティングのデジタル化を背景に運用支援では、医療・製薬業界や外資系IT企業の新規受注が増加
運用支援ツールでは、複数アカウントを運用するアパレル業界大手が導入

顧客の企業規模別売上高比率 ※1



顧客例

AsahiKASEI
旭化成ホームプロダクツ

eureka

エルピー

ODAKYU
小田急百貨店

OLYMPUS

宇治薬 祇園辻利

KOSÉ

J:COM

STARFLYER

STIHL

SUBWAY

SUBARU

SEIBU SOGO

時代とハートを動かす
SEIKO

大正製薬

T-POINT

DeNA

NIVEA

MUFG
三菱UFJニコス

森永乳業

uni
MITSUBISHI PENCIL

LION

※1 2017年3月期～2022年3月期までの5年間に於ける、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に関する正しい知識を体系的かつ網羅的に学ぶコンテンツを提供
講演、書籍やメディアへの寄稿等を通してSNSマーケティング事業のブランディングに寄与

SNSの活用

- 人々とのつながり・コミュニケーション
- 安否確認・被災者支援などの社会基盤としての役割
- マーケティングツールとしての活用

SNSのリスク



検 定

SNSエキスパート検定



SNSリスクマネジメント



検定受講者数 **4,228**名 ※

講座・セミナー



自社開催や外部など
年間約60回の登壇

啓蒙活動



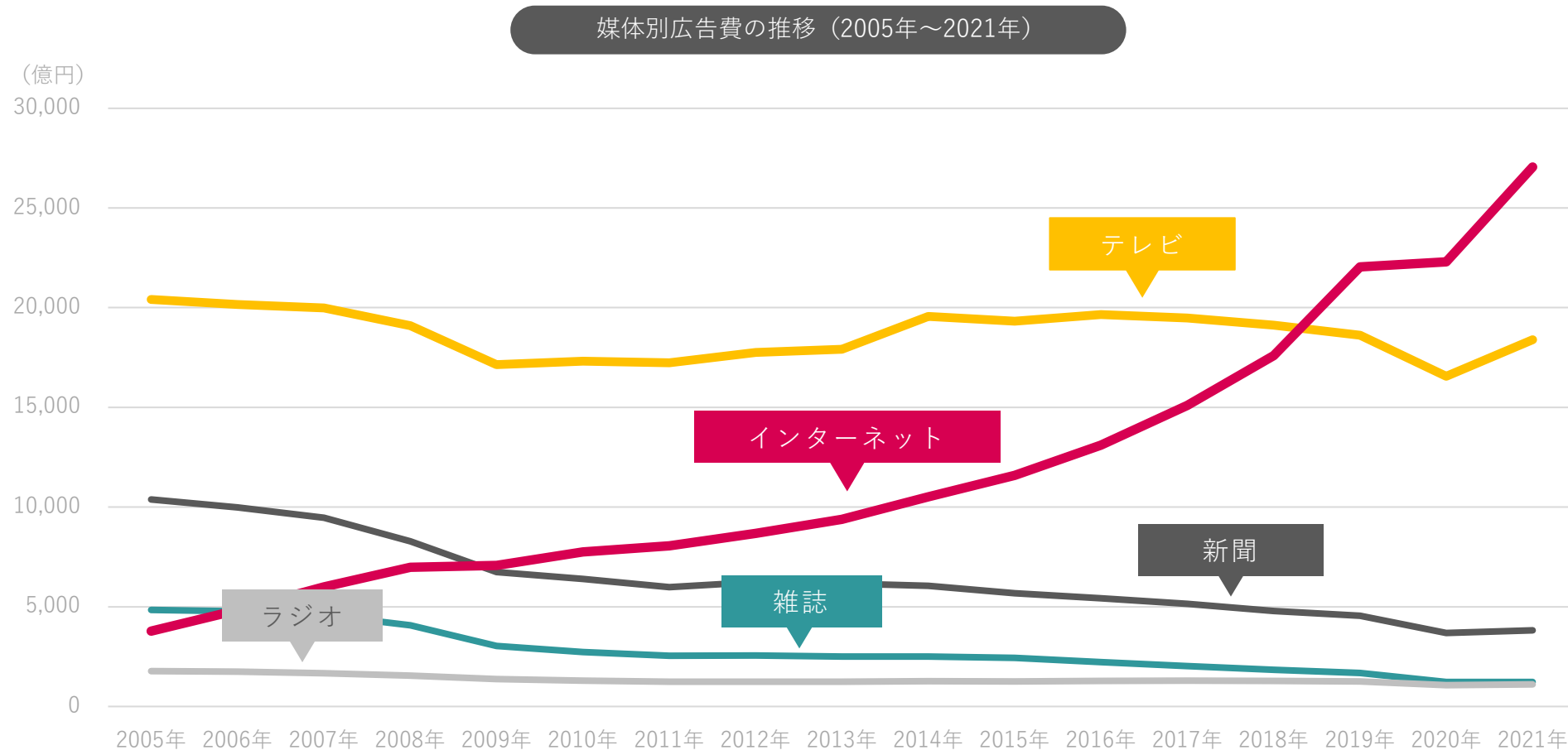
書籍やメディアへの寄稿
等を通した啓蒙活動

新刊
発売

3. 市場環境

インターネット広告費の伸長

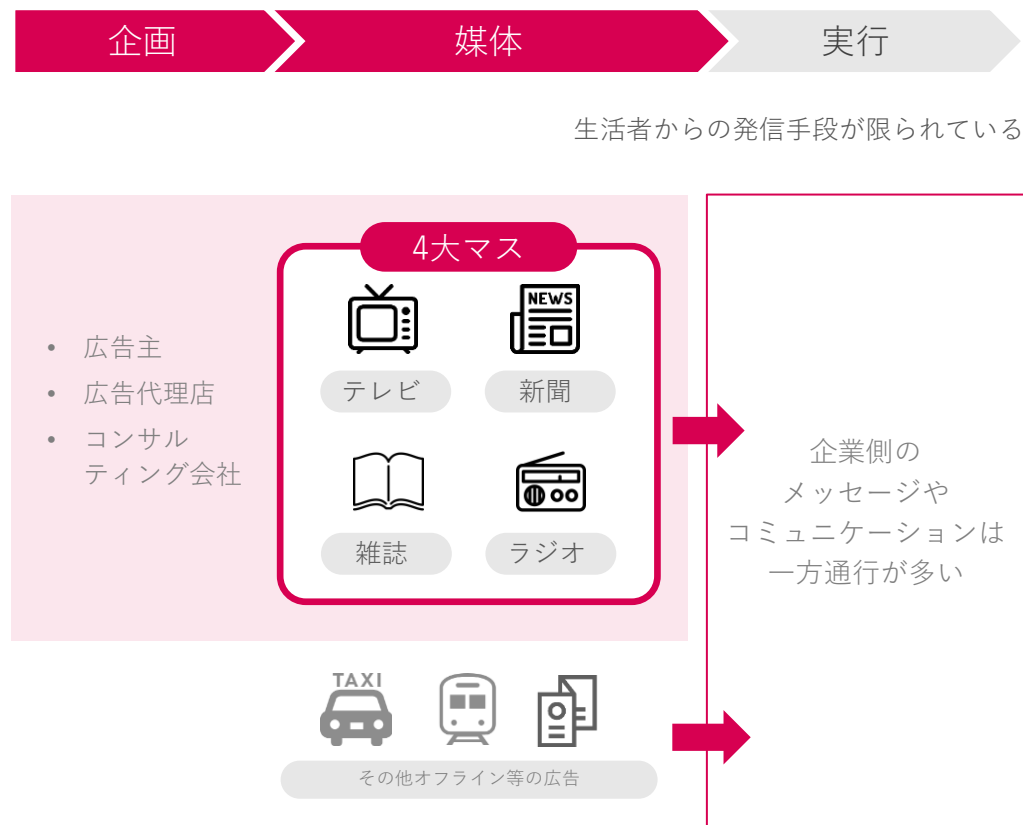
2021年の「インターネット広告費」は2兆7,052億円。「マスコミ四媒体広告費」を初めて上回り、広告市場全体の成長を後押し



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「多チャネル時代」へと環境が変化
チャ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

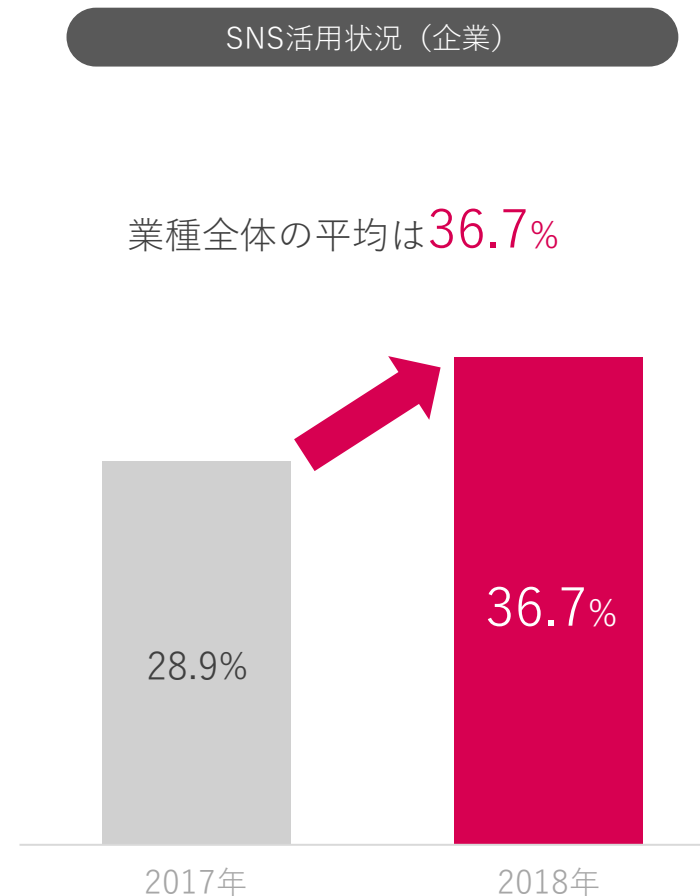
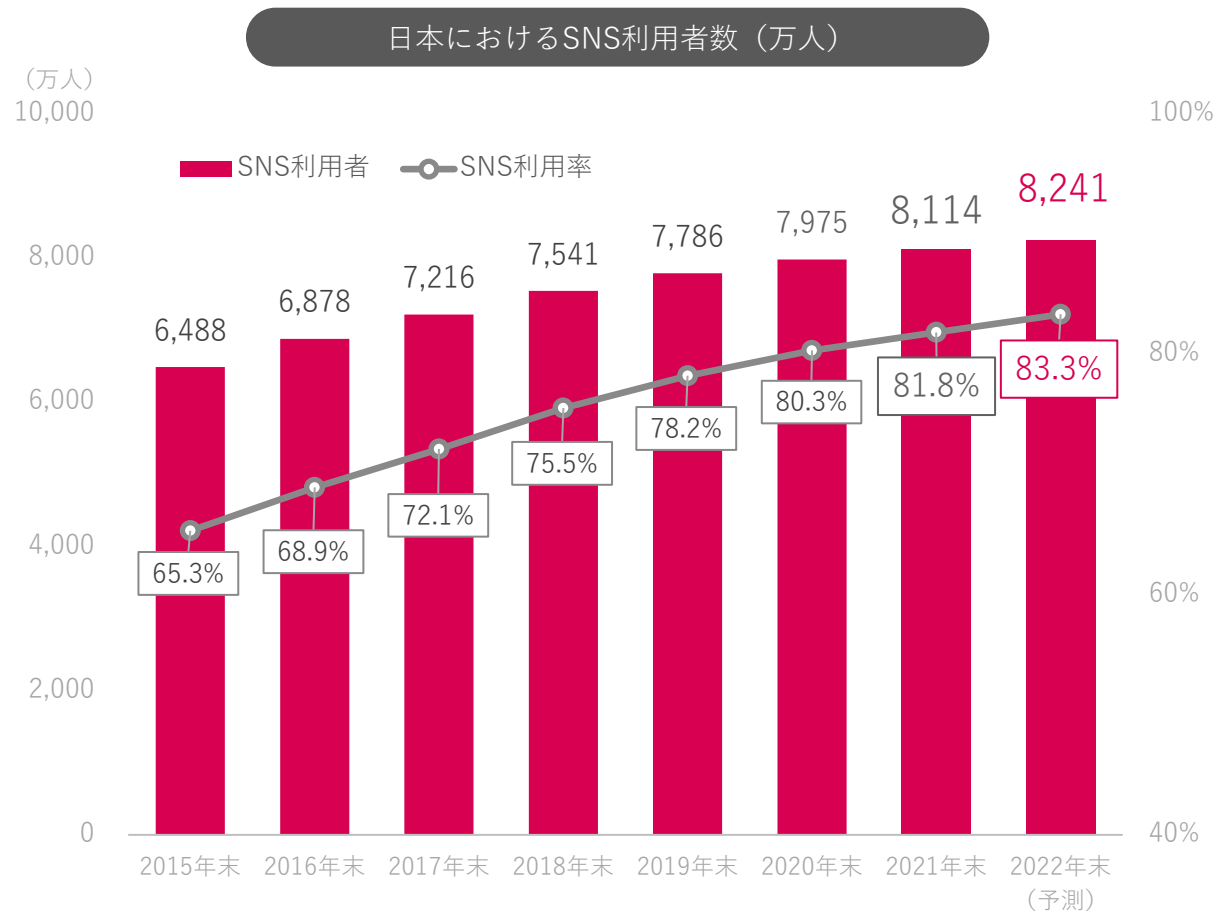


多チャネル時代



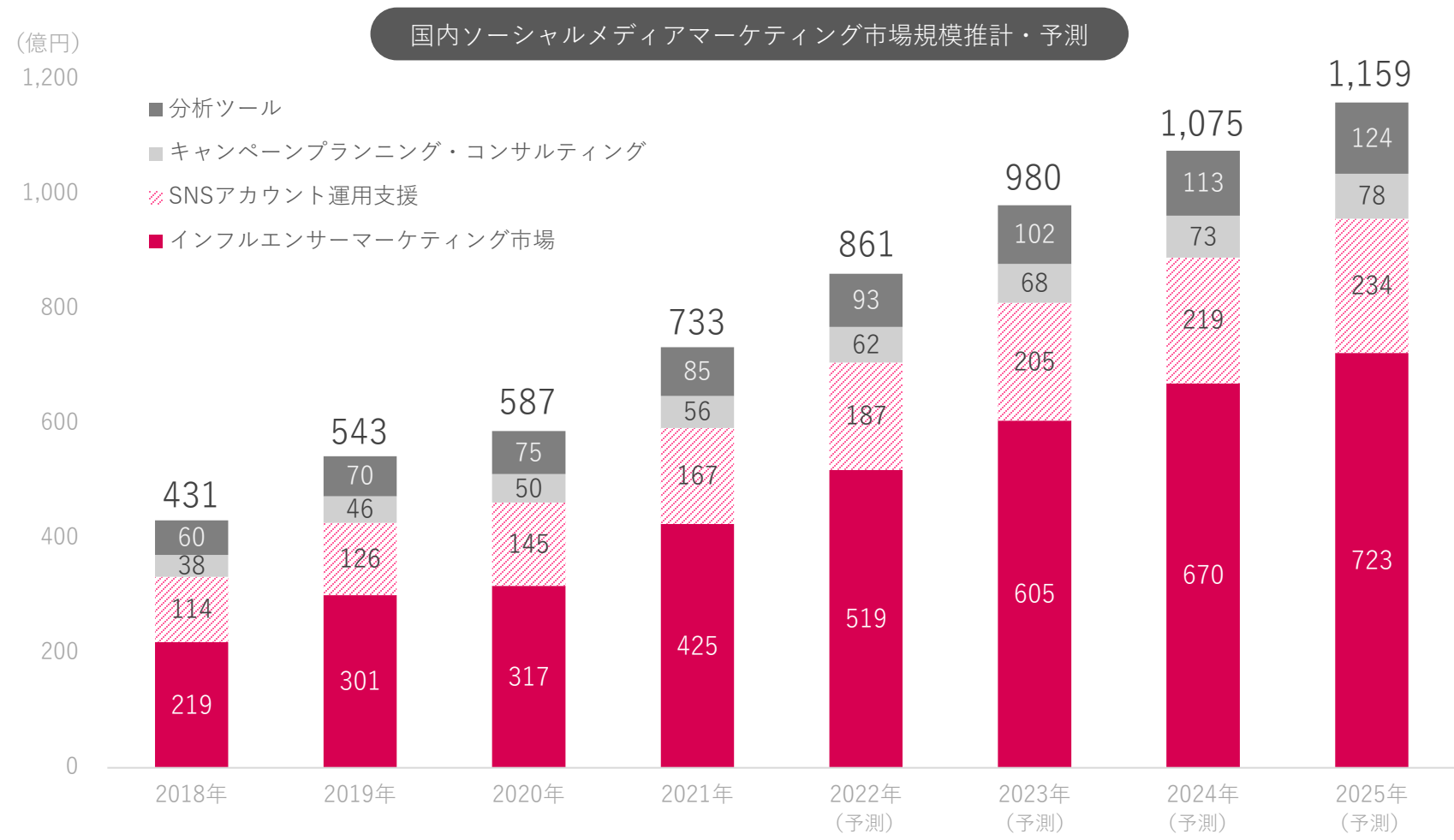
国内のSNS普及率が高まり企業のSNS活用が活発に

国内のSNS利用者は2022年末で8,241万人（普及率83.3%）の予測で
企業の活用も増加しており現代社会において必須のコミュニケーションツールとなっている



国内のソーシャルメディアマーケティング市場

国内のソーシャルメディアマーケティング市場は733億円で、2025年には2020年比で約1.5倍の1,159億円規模に成長の見通し



4. 2022年3月期通期決算

通期決算概要

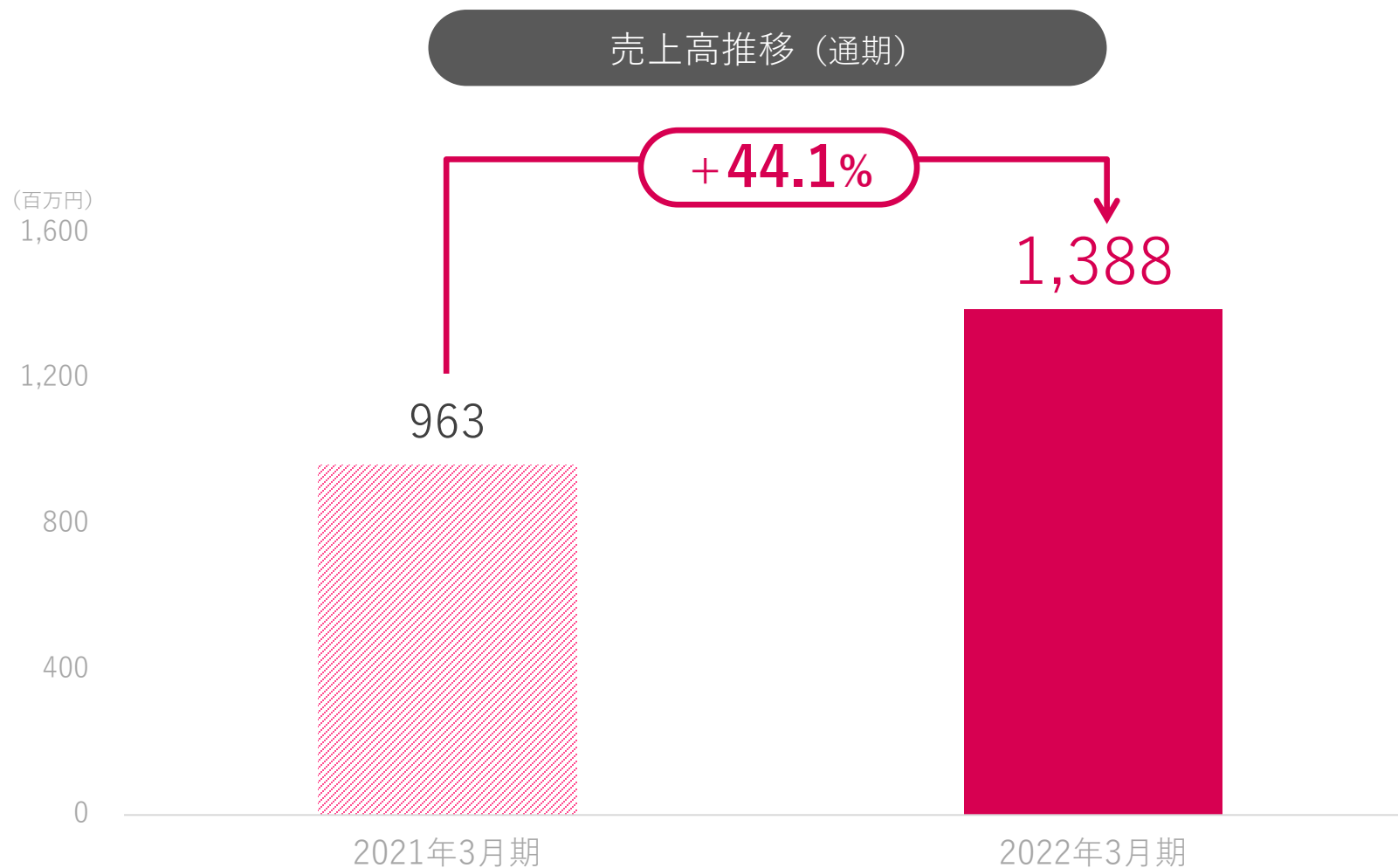
主力事業であるSNSマーケティング事業が好調に推移し、売上高は1,388百万円（前期比44.1%増）
売上高の増加が人材への投資等を上回り、営業利益は200百万円と前期を大幅に上回った

（百万円）

	2021年3月期 通期業績	2022年3月期 通期業績	増減額	増減率
売上高	963	1,388	+425	+44.1%
営業利益	△35	200	+235	—
経常利益	△24	187	+211	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	△33	91	+125	—

売上高の推移

2022年3月期売上高は、SNSマーケティング事業が牽引し、過去最高を更新



事業別売上高サマリー

SNSマーケティング事業は前期比45.5%増収と全体の売上高の成長を牽引
マーケティングオートメーション事業においても前期比46.6%増収と着実に伸長

SNSマーケティング事業

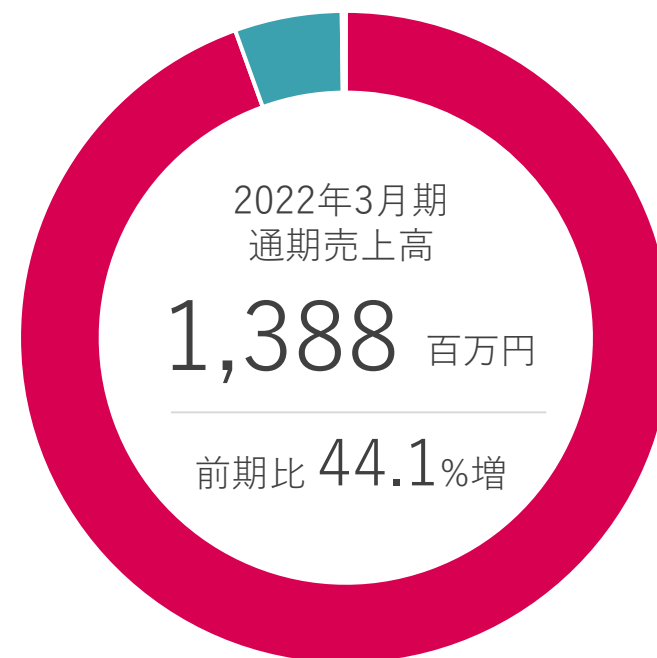
売上高 **1,313**百万円 前期比 **45.5%増**

DX支援事業

売上高 **74**百万円 前期比 **46.6%増**

事業別売上高構成比

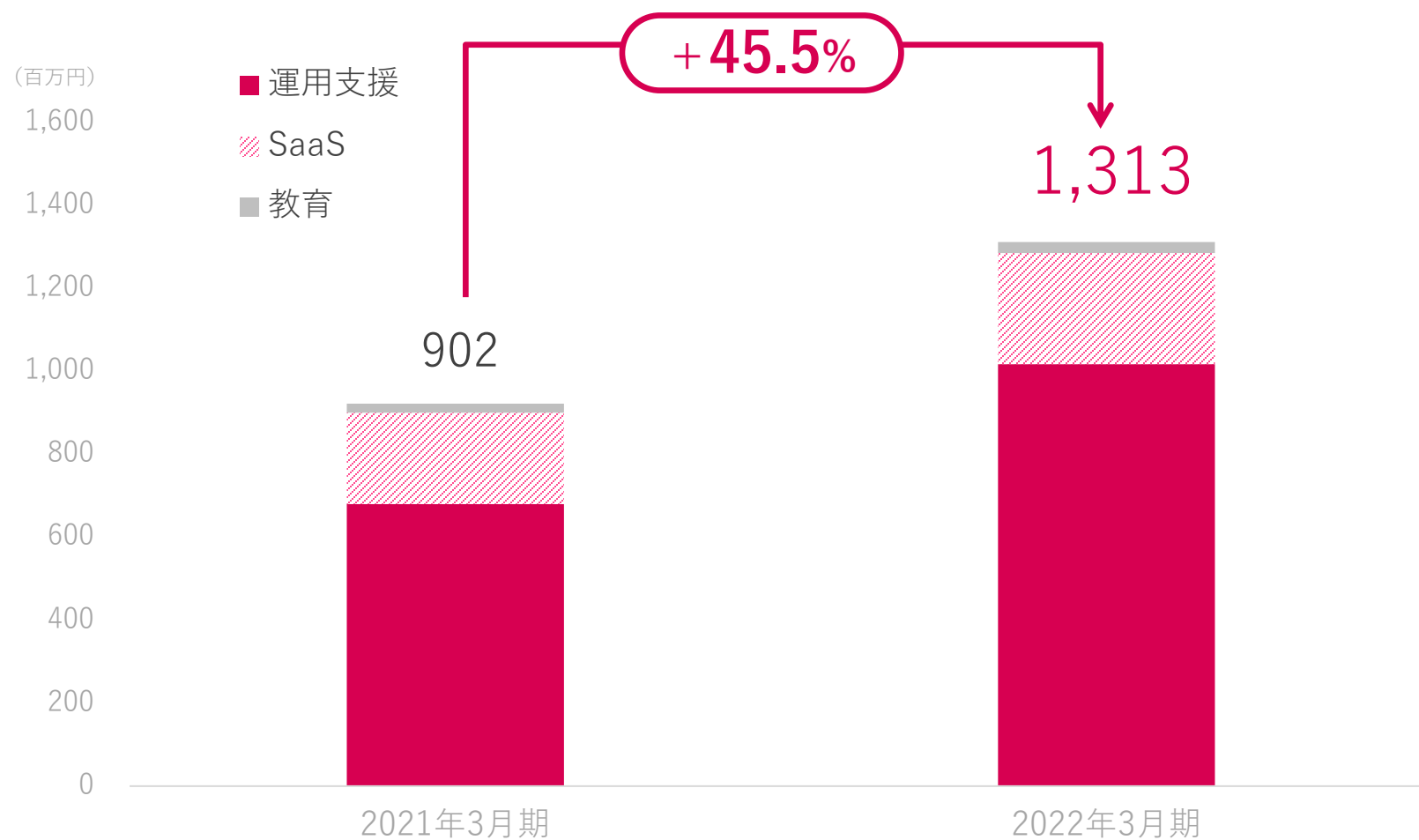
マーケティング
オートメーション事業 **5.5%**



SNSマーケティング事業 **94.5%**

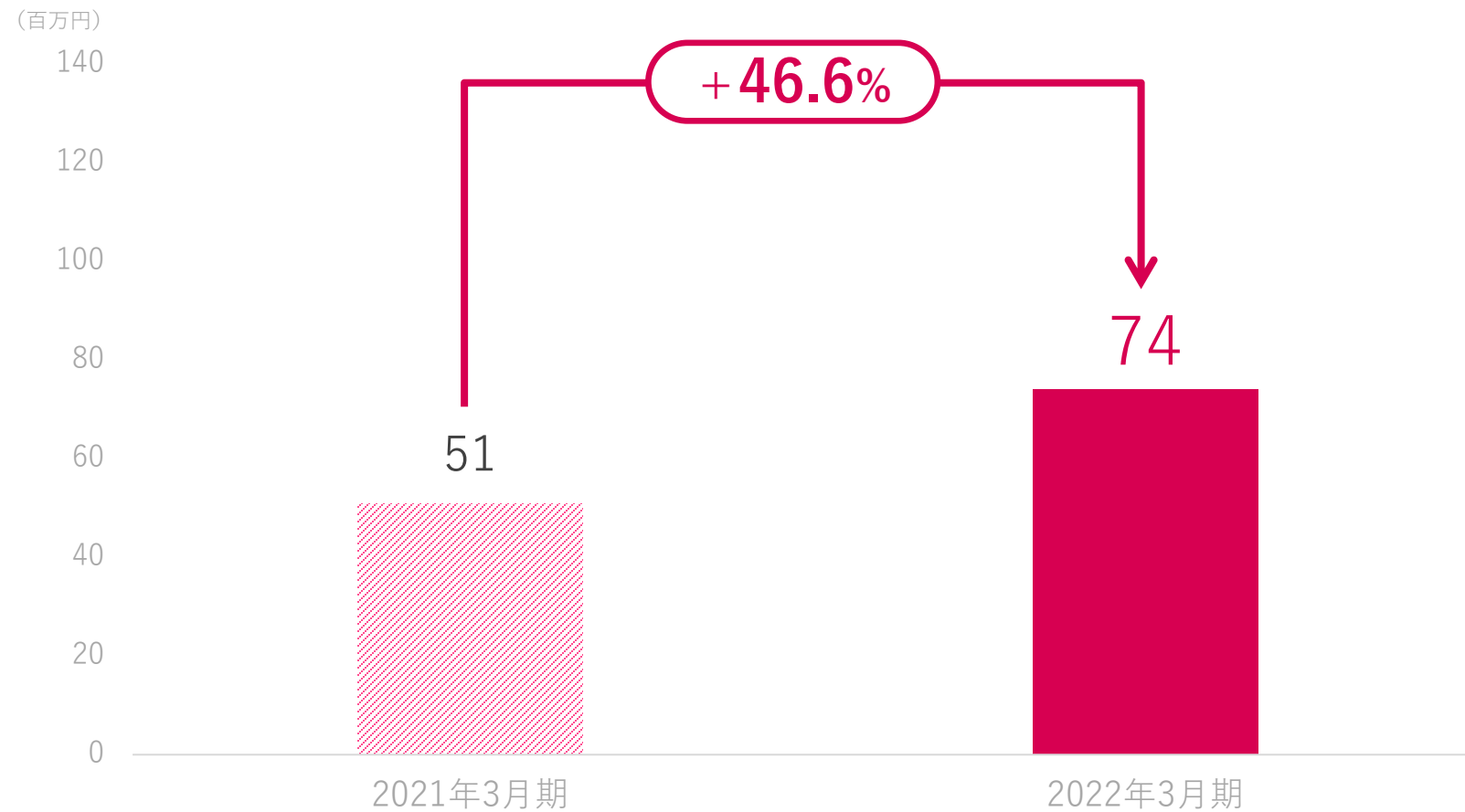
SNSマーケティング事業の売上高推移

マーケティングのデジタル化を背景に、新規受注件数が大幅に増加
キャンペーン開催数も前期比で約2倍となり、売上高は過去最高を更新



DX支援事業の売上高推移

企業活動のDX（デジタルトランスフォーメーション）推進により新規受注件数および受注単価が増加



実績

新規受注件数の成長率（CAGR）

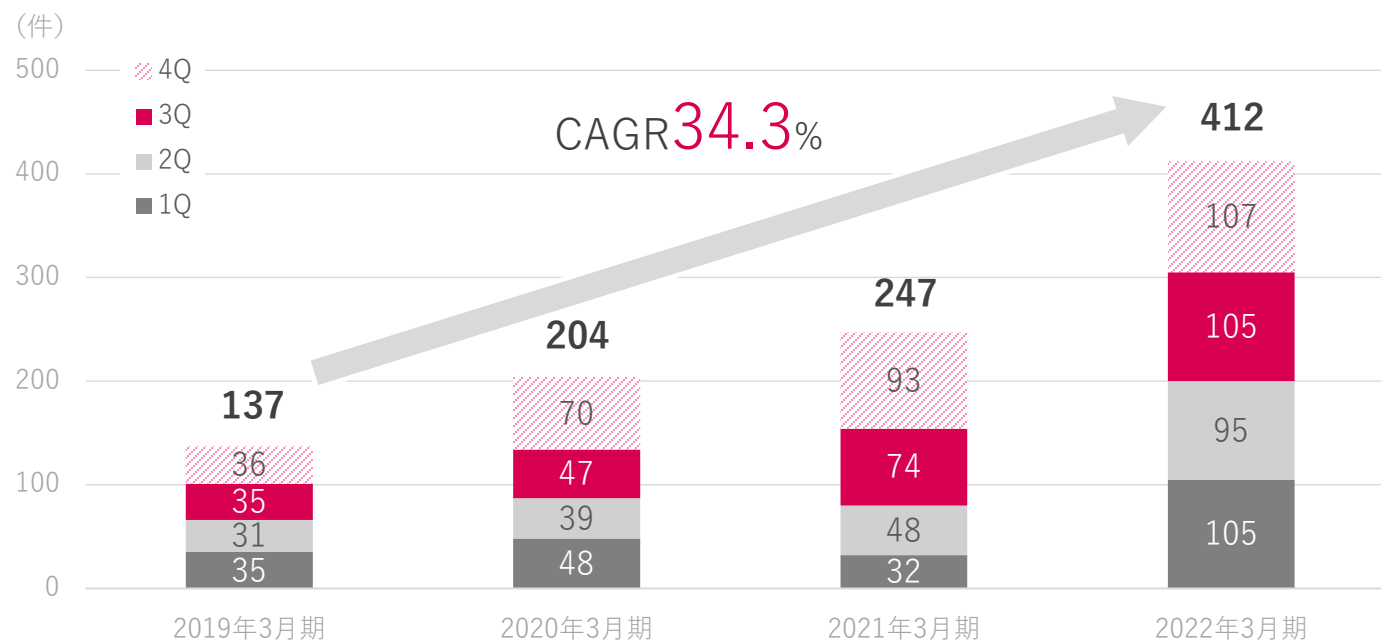
34.3%（2019年3月期～2022年3月期）

2022年3月期はSNSマーケティング需要の高まりを受けて、新規運用案件の受注が好調に推移。新規受注件数は過去最高の66.8%と大きく成長

顧客継続率

85% 2022年3月期に新規受注した案件の継続率

新規受注件数の推移



取組み

マーケティング活動による
リード（見込み客情報）の獲得

➡ 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

施策や課題に応じたサービスを拡充

- ➡ ソーシャルコマースの加速を支援するサービス
- ➡ インフルエンサーマーケティングの強化
- ➡ 動画サービスの強化

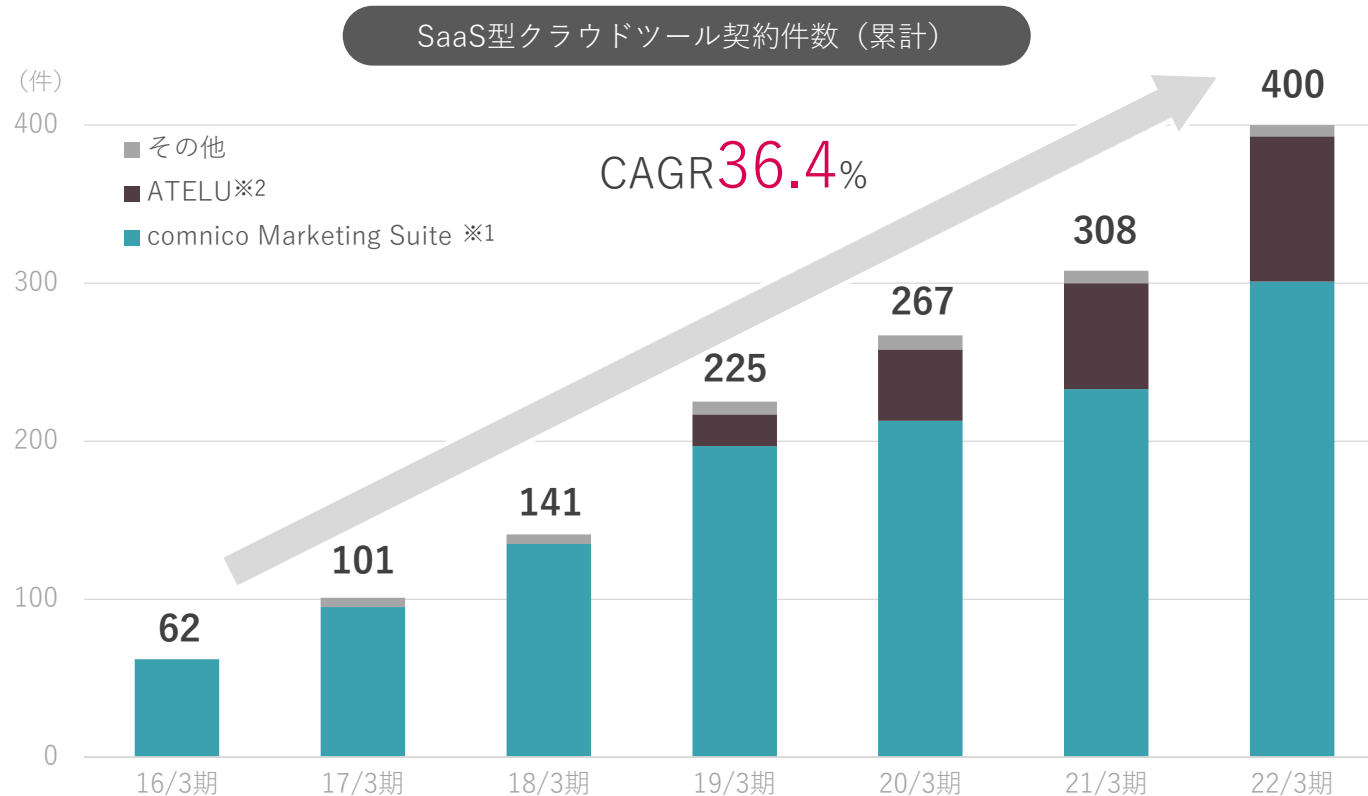
顧客獲得に向けたインサイドセールスを強化

営業効率を上げるためにセールス・イネーブルメントチームを立上げ

支援企業の業界拡大

実績

SaaS型クラウドツール契約件数のCAGR **36.4%** (2016年3月期～2022年3月期)
SNS運用効率化ツール「comnico Marketing Suite」の大口クライアントの導入により、導入件数が拡大



取組み

ニーズに応じたサービスを拡充

➡ 顧客のニーズに応じた既存サービスの機能拡張

カスタマーサクセスを強化

➡ 顧客の利用状況を把握して適切なサポートを行う
➡ NPSの向上および解約率の低下を目指す

プロダクト専門のセールス部門を立上げ

➡ プロダクトの売上を拡大させるため、運用とツールで役割を明確化する

SaaS型クラウドツールの売上高比率を高める

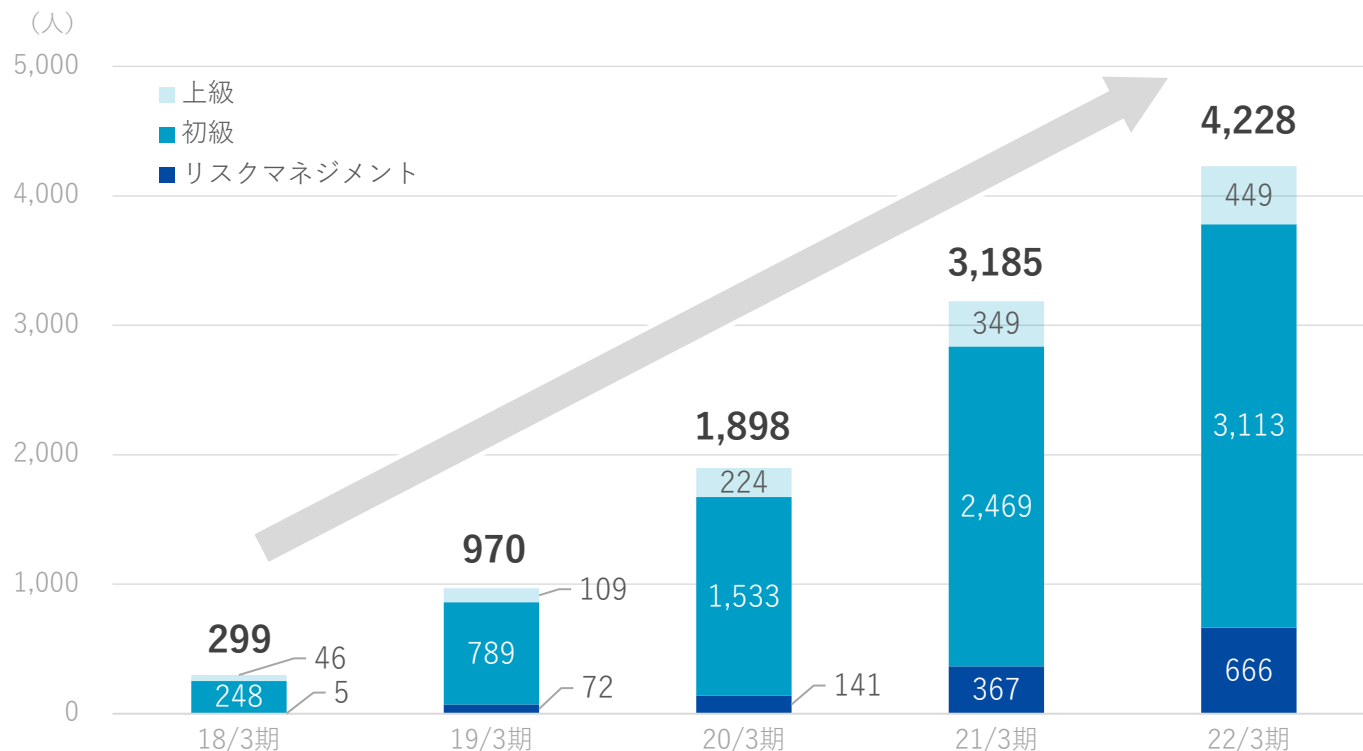
③教育 検定受講者数

実績

検定受講者数 **4,228名** (2022年3月末時点)

累計の検定受講者数は前年同期比で32.7%増加

累計検定受講者数の推移



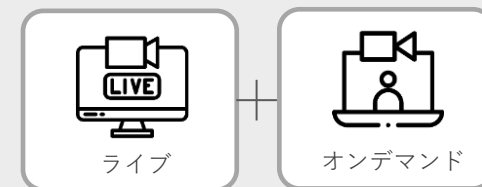
取組み

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



※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

法人向けサポートの拡大

- ➡ 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

受講者の満足度向上

5. 2023年3月期通期業績予想

通期業績予想

2023年3月期は売上高1,742百万円（前期比25.5%増）、営業利益205百万円（前期比2.5%増）を計画
売上高成長率を優先し、人材採用や広告・プロモーションに積極的な投資を予定

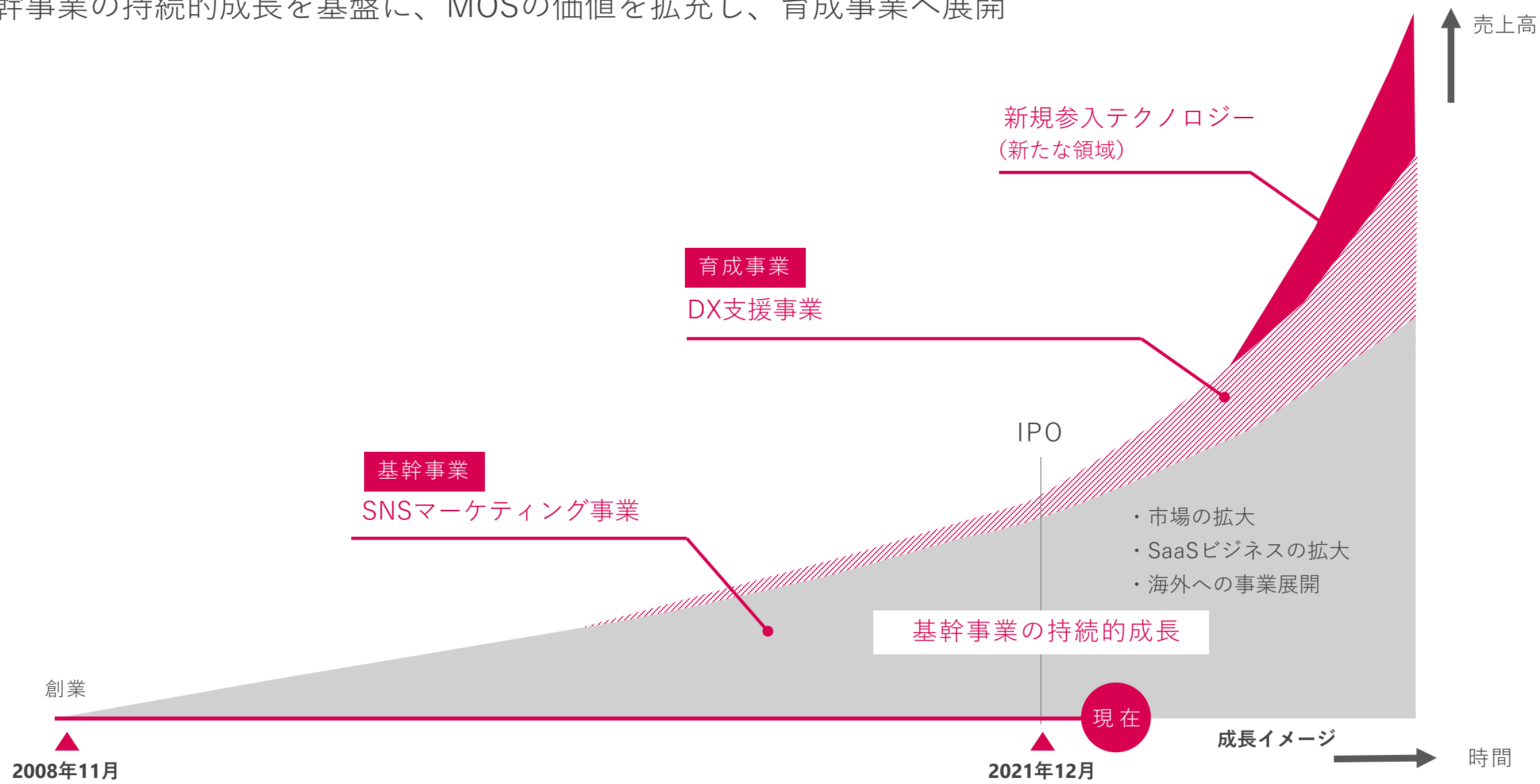
(百万円)

	2022年3月期 通期業績	2023年3月期 通期業績予想	増減額	増減率
売上高	1,388	1,742	+354	+25.5%
営業利益	200	205	+4	+2.5%
経常利益	187	201	+13	+7.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	91	122	+31	+34.4%

6. 成長戦略

中長期的な売上高拡大イメージ

基幹事業の持続的成長を基盤に、MOSの価値を拡充し、育成事業へ展開



「新規受注件数」「契約あたりの単価」「クロスセル」の拡大により、高収益で安定的な売上成長を目指す

1

新規受注件数の拡大

- 積極的な情報発信によるリード（見込み客）獲得
- インサイドセールスの強化
- 支援企業の業界拡大
- サポートするプラットフォームの拡大・強化

2

契約あたりの単価拡大・ 利用の継続

- 新サービスの拡充
 - ⇒ ソーシャルコマースの支援サービスの拡充
 - ⇒ インフルエンサーマーケティングの強化
 - ⇒ 動画サービスの強化
- カスタマーサクセスの推進
 - ⇒ 顧客の利用状況を把握した適切なサポート
 - ⇒ NPSの向上および解約率の低下

3

SaaS型クラウドツールの 利用（クロスセル）拡大

- 企業の運用効率化に必要なSaaS型クラウドツールのクロスセル強化

マーケティングオートメーション事業からDX支援事業への転換を図る

1

SFA・CRMの 開発案件の新規開拓

- MA以外の領域の開発案件の増加
 - ⇒ Salesforce社の開発案件の強化
 - ⇒ Salesforce社の売上高のCAGRは約**29%**
(2021年の売上高は約212億ドル)
- 開発を内製化できる体制の構築
- 認知度・ブランド力の向上

2

サービス品質の向上と サポート領域の拡大

- Salesforce認定資格の取得強化
- マーケティングオートメーション
(MA) の導入・運用支援から
MA・SFA・CRMの導入支援に拡充

3

優秀な人材確保と 人材への投資

- 営業、コンサルティング、
開発部門の人材採用強化
- 教育環境の充実など、人材教育
への投資を加速

7. トピックス

1

株式会社コムニコの コマーシャル作成

- 知名度やサービスの理解向上
- 新規顧客の獲得



2

SNSマーケティングの 新刊出版

- SNSマーケティング事業のブランド価値向上を図る
- 累計6冊発行



3

DX支援事業における 業務提携

- Salesforceの開発・連携・保守運用を強化
- Salesforceビジネスの拡大を図る



