



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社ラパブルマーケティンググループ（東証グロス：9254）

2026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 SNSマーケティング概況

03 事業概要・市場環境

04 事業計画

05 財務情報

06 Appendix



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月期における本資料の主なアップデートポイントは以下のとおり

2026年3月期 アップデートポイント

■ M&Aの戦略見直し

- › M&Aによって拡大した領域や強みを活かした戦略の見直し
- › ポートフォリオの拡充を目指したM&Aスコープの拡大
- › M&Aの具体的なバリューアップ戦略、具体的アクション

■ 事業計画の振り返り

- › 2029年3月期の目標値に向けて掲げた具体的アクションの振り返りと進捗状況
- › 既存事業（SNSマーケティング）の主要KPIの実績

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



取締役・執行役員紹介



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。

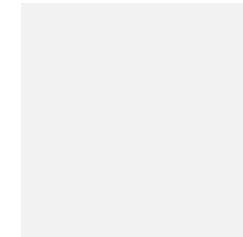


取締役

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。2024年10月よりAIフュージョンキャピタルグループ株式会社 取締役副社長に就任。2025年11月より当社取締役に就任。



取締役

久保 隆

Takashi Kubo

1988年弁護士登録、森田宏法律事務所（現 天満総合法律事務所）入所。2023年よりミライディア株式会社 社外取締役に就任。2024年よりAIフュージョンキャピタルグループ株式会社 社外取締役に就任。2025年、株式会社ショーケース取締役（監査等委員）に就任。2026年より当社取締役に就任。

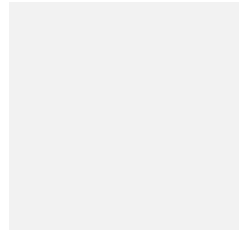


社外取締役

鵜川 太郎

Taro Ugawa

数多くのIT関連ベンチャー企業の取締役に歴任。株式会社AQインタラクティブ（現 株式会社マーベラス）では、ネットワークコンテンツ事業部開発部長として多くのヒット作を世に送り出す。2014年当社社外取締役に就任。

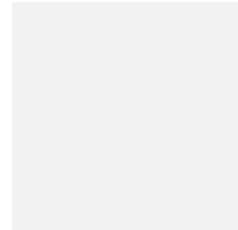


社外取締役

柿沼 佑一

Yuichi Kakinuma

2007年弁護士登録、高篠法律事務所（現 高篠・柿沼法律事務所）入所。2017年より株式会社ツツミ 社外取締役（監査等委員）に就任。2021年よりラクオリア創薬株式会社 社外取締役（監査等委員）に就任。2025年より株式会社ショーケース 社外取締役（監査等委員）に就任。2026年より当社社外取締役に就任。



社外取締役

深川 裕季

Yuuki Fukagawa

2014年公認会計士試験合格後、PwCあらた監査法人（現 PwC Japan 有限責任監査法人）にて会計監査に従事。2016年より有限責任監査法人トーマツでIPO支援やM&A、財務DD等の実務に携わる。2021年以降、上場・成長企業に対し内部統制構築やM&A実行、決算開示、人材紹介などを幅広く提供。2026年より当社社外取締役に就任。

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。

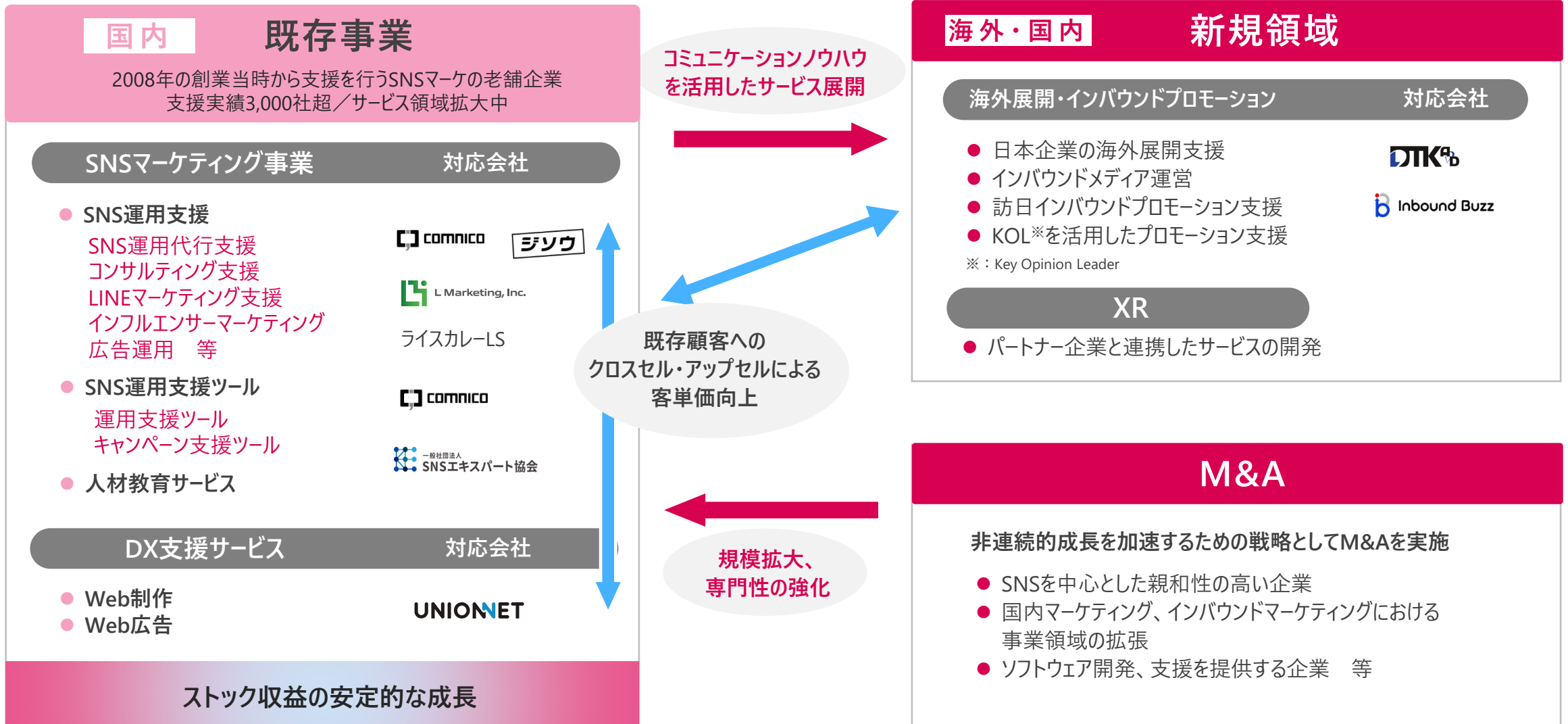
事業会社一覧



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"> SNS運用支援 SNS運用支援ツールの開発・提供 	<ul style="list-style-type: none"> SNS検定講座の開発、提供 	<ul style="list-style-type: none"> SNSマーケティング自走支援 	<ul style="list-style-type: none"> インバウンドプロモーション 海外マーケティング支援 	東南アジア全域に対しての包括的な拠点	<ul style="list-style-type: none"> Webサイトの企画・制作、保守・サポート Webコンサルティング等 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> LINE運用代行/コンサルティング LINE APIツール/ミニアプリ導入支援 友だち数増加支援 	<ul style="list-style-type: none"> SNS運用支援 インフルエンサー活用支援
所在地	<ul style="list-style-type: none"> 東京本社 関西オフィス SMMC高知 	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

当社の事業構成および取り組み一覧



ストック収益の安定的な成長

事業系統図



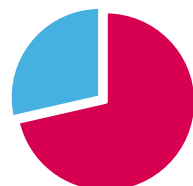
主な沿革

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
2014年09月	株式会社コムニコを完全子会社化
	株式会社ポストモアを買収
2015年02月	株式会社マーケティングエンジンを完全子会社化
	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

目次

01 会社概要

02 SNSマーケティング概況

03 事業概要・市場環境

04 事業計画

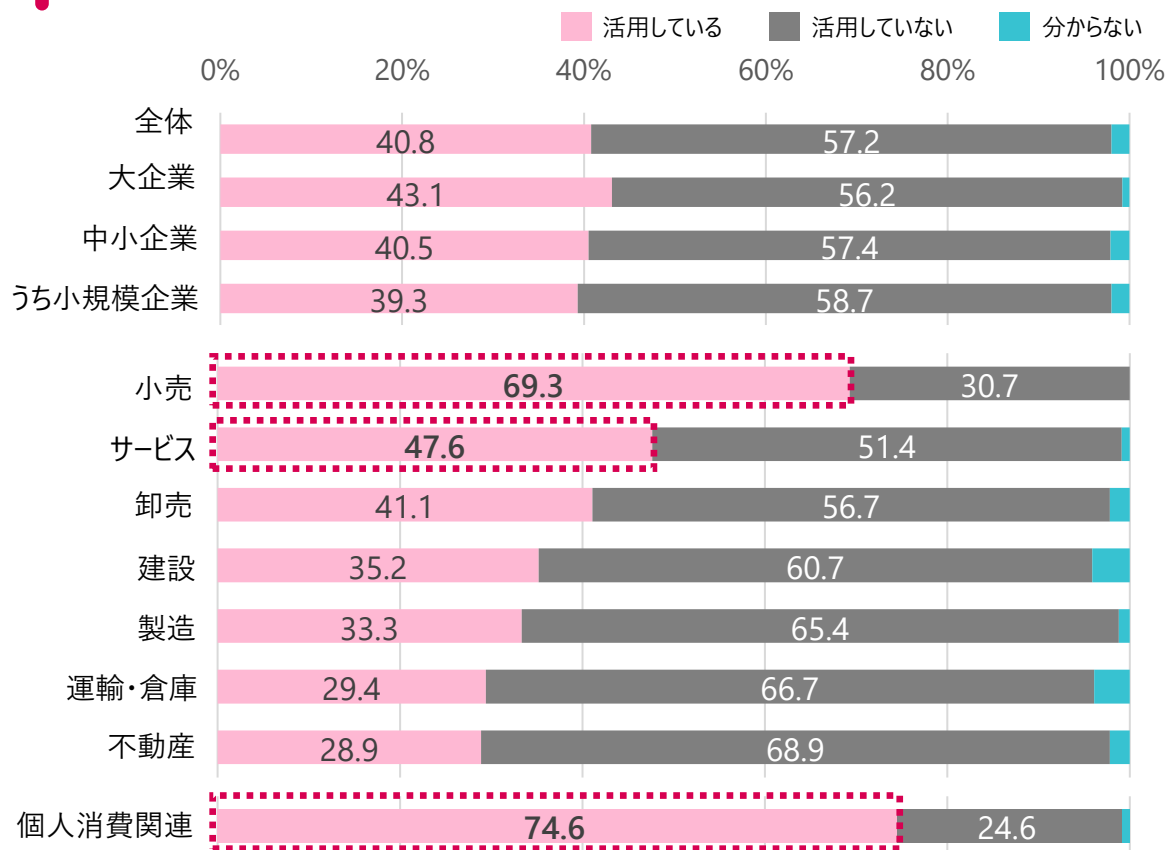
05 財務情報

06 Appendix

企業におけるSNSのビジネス活用状況

SNSを活用している企業のうち、個人消費関連の業種（小売、飲食店、旅館・ホテル、娯楽サービス、教育サービス）は74.6%と全体に比べて活用の割合が高い。

企業におけるSNSのビジネス活用状況



ビジネス活用の主な目的

ビジネスとしての活用の他、昨今では行政・官公庁・団体などで幅広くSNSを活用し、情報発信や意見収集に活用されている。また、国内ユーザーだけでなくインバウンド等を対象としたコンテンツ発信・多言語対応等も活用が進んでいる。

認知・知名度の
向上

商品・サービスの
プロモーション

ECサイト・店舗への
来店誘導

採用活動としての
利用

消費者の評価・
意見の収集

顧客エンゲージメント
(顧客サポート・ファンづくり等)

危機管理
(誤情報や炎上への迅速対応)

CSR・SDGs活動の
発信

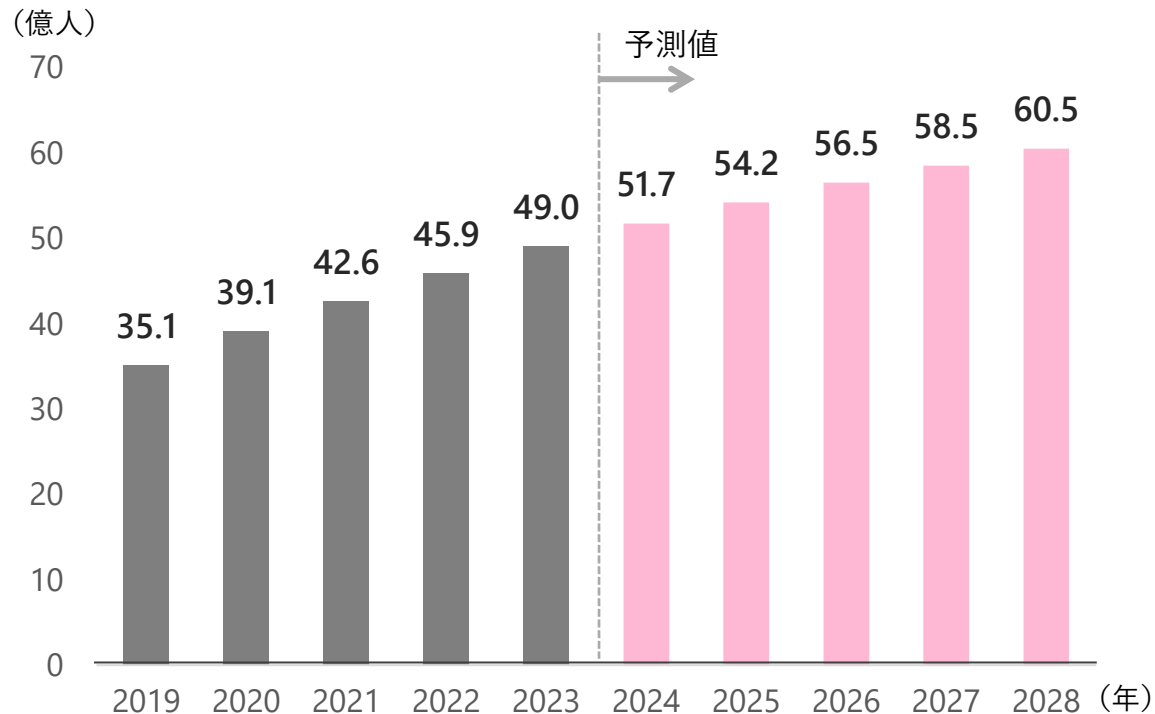
選挙運動
(候補者の認知度向上、公約の共有、有権者とのコミュニケーション等)

ソーシャルメディア利用者数（世界／日本国内）

世界・日本国内ともにソーシャルメディアの利用者数は増加傾向にあり、企業にとってSNSは消費者と深い繋がりを構築するための重要なタッチポイントとして欠かせない手段の一つとなっている。

世界のソーシャルメディア利用者数※1推移

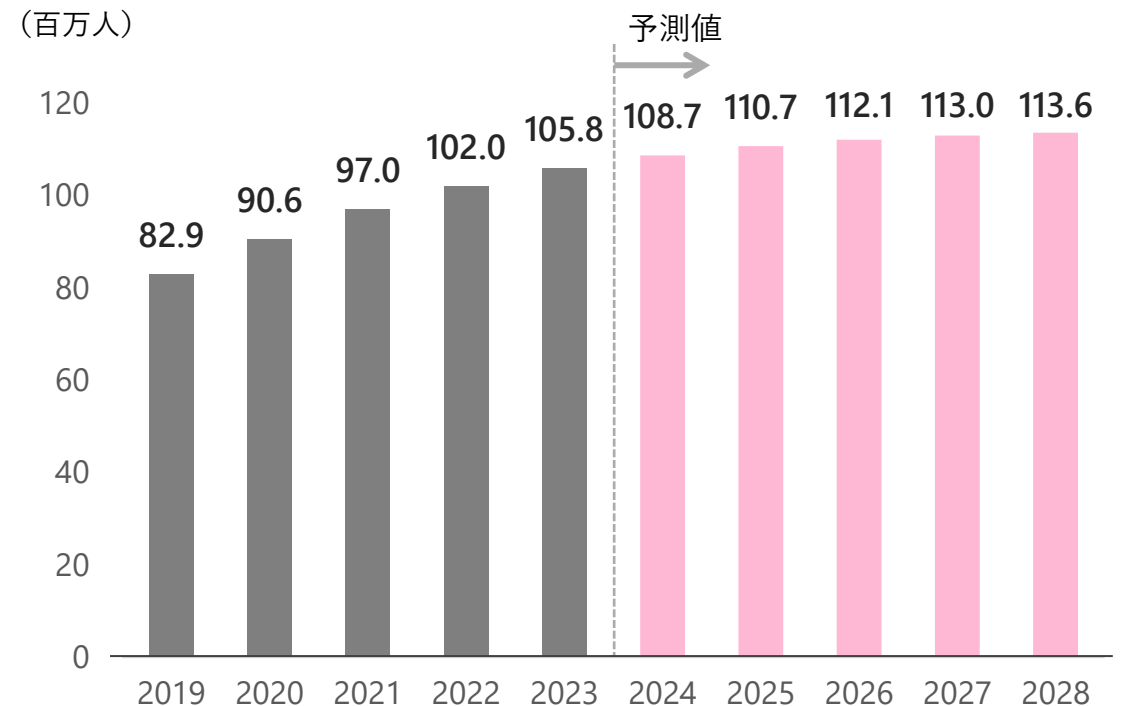
利用者数は世界人口の約64%



※1：総務省「令和6年版 情報通信白書 | 第II部 情報通信分野の現状と課題」ソーシャルメディアサイトやアプリケーションを月1回以上利用する人 より引用

日本国内のソーシャルメディア利用者数※2推移

利用者数は1億人を超える



※2：総務省「令和6年版 情報通信白書 | 第II部 情報通信分野の現状と課題」より引用

目次

01 会社概要

02 SNSマーケティング概況

03 事業概要・市場環境

04 事業計画

05 財務情報

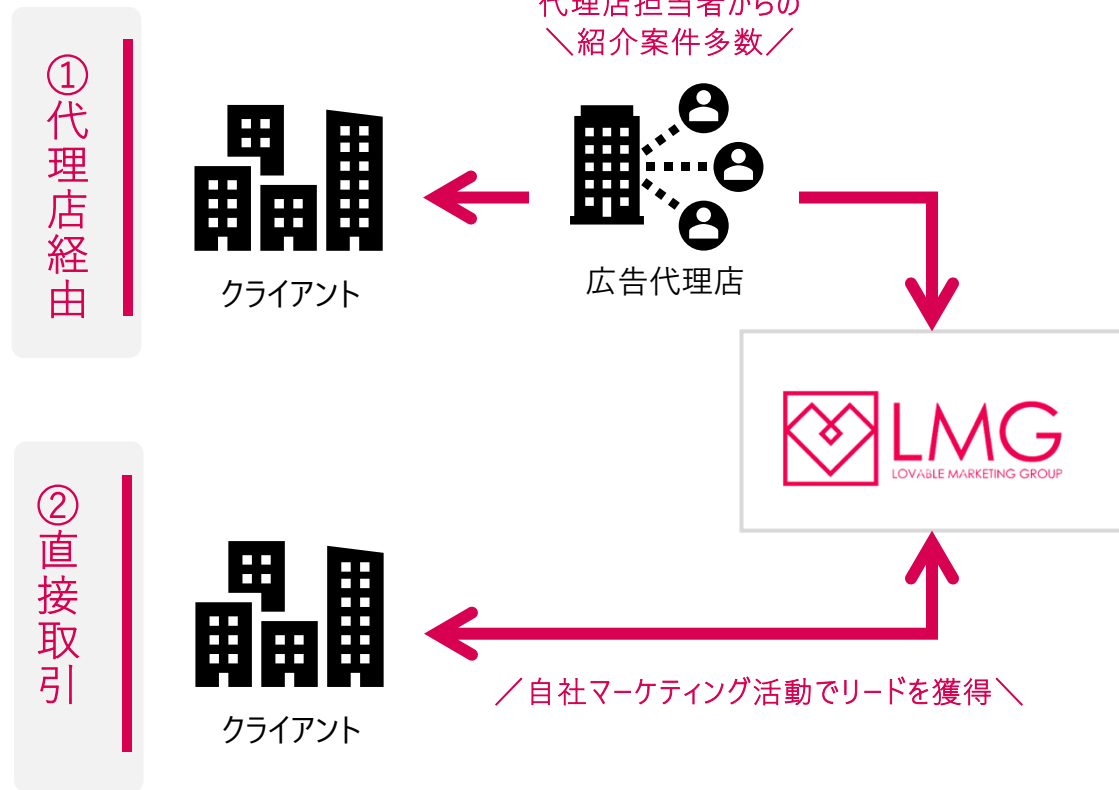
06 Appendix

SNSマーケティング事業 | 商流・収益構造



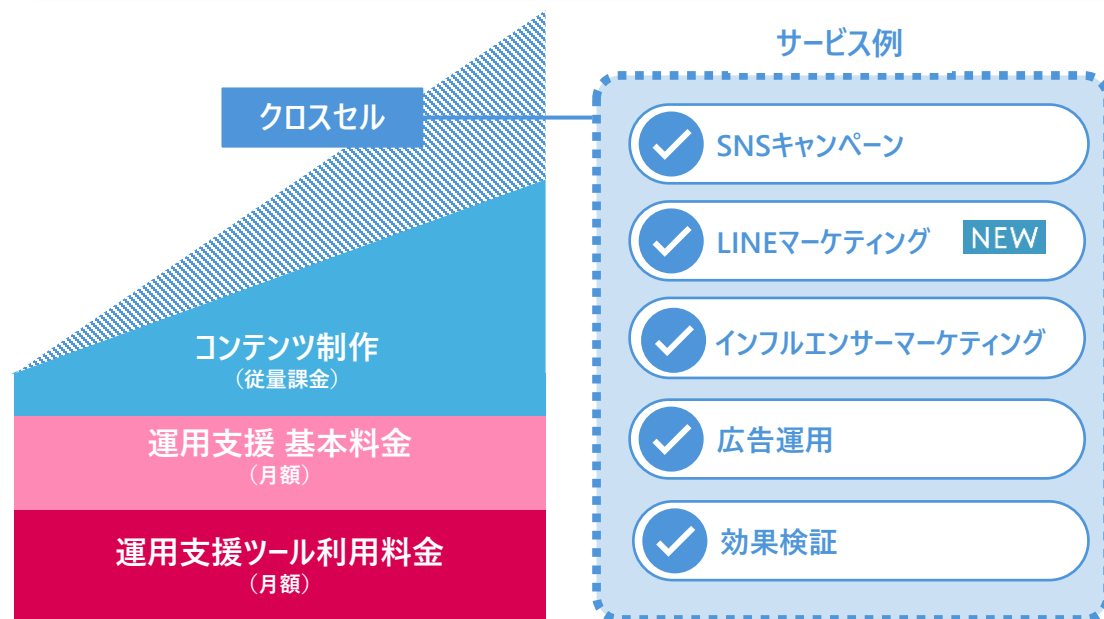
SNSマーケティング運用支援、運用支援ツールのストック収益による積み上げ
さらにM&Aで拡大した支援領域により、客単価向上や利益率の高いサービス開発を進める

商流



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
準フロー収益	コンテンツ制作（従量課金）継続契約の施策等
フロー収益	コンテンツ制作・クロスセル

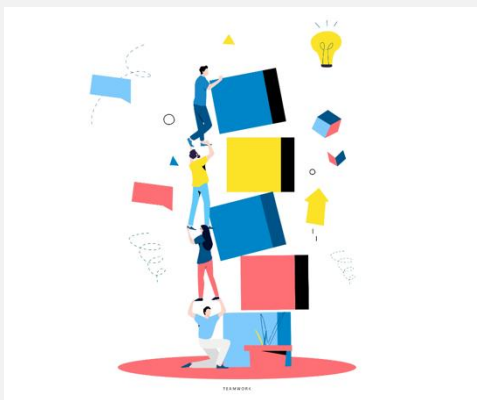


SNSマーケティング事業 | 競争優位性

SNS運用支援の経験・実績

01.

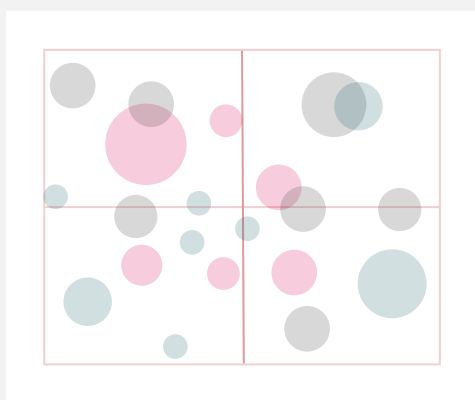
豊富な経験とノウハウ



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

M&Aでグループインした企業の経験・ノウハウ、事業ポートフォリオも加わることでより強固な優位性に

SNS運用支援ツールの開発・提供

03.

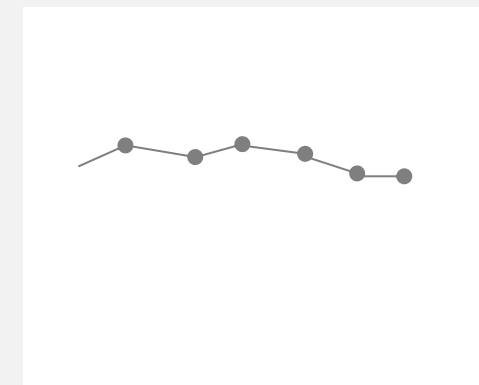
自社で開発・提供するSNS運用支援ツール



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

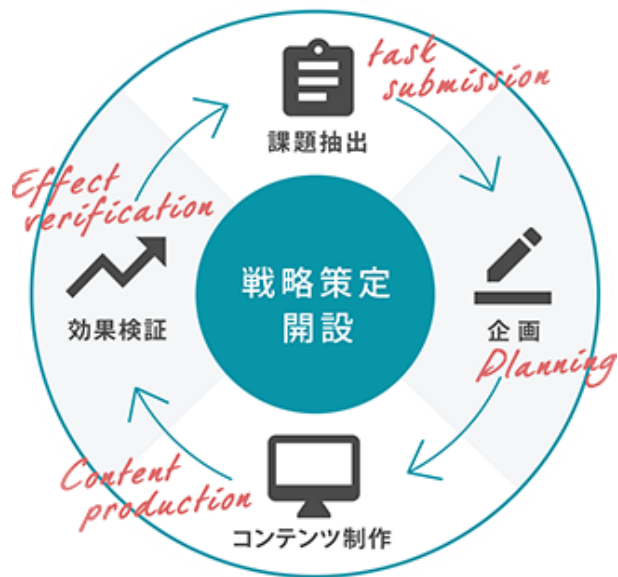
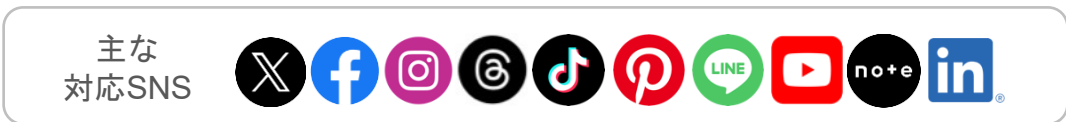


ミスや負担の少ない運用、アカウントの一元管理、また、営業サポートやカスタマーサクセスによる丁寧なサポート等が継続利用につながっている

※前期実績値

SNSマーケティング事業 | ① SNS運用支援

SNSの初期構築から運用・効果検証までワンストップでサポート。



サポート内容の例

初期構築	戦略策定・SNS活用プランニング	
	体制整備支援 (ポリシー・マニュアル作成等)	アカウント開設代行
運用	投稿コンテンツ企画・制作	撮影・編集
	投稿代行	広告配信代行
	有人コメント監視	ユーザーコミュニケーション (コメント返信・いいね対応・UGC活用等)
	レポート作成、分析	運用支援ツール提供
	キャンペーン企画・事務局対応	インフルエンサー活用
	効果検証	ファンサーベイ (アンケート調査) の設計・実施

SNSマーケティング事業 | ②SNS運用支援ツールの開発・提供

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しました

SNSマーケティング事業 | ③人材教育サービス

SNS活用の知識・方法を習得するためのプログラムを開発・提供。受験者数は7,000名以上。

SNSに関する講座・検定の実施

SNSマーケティングのノウハウを体系化し検定を開発

SNSエキスパート検定（初級・上級）

SNSリスクマネジメント検定

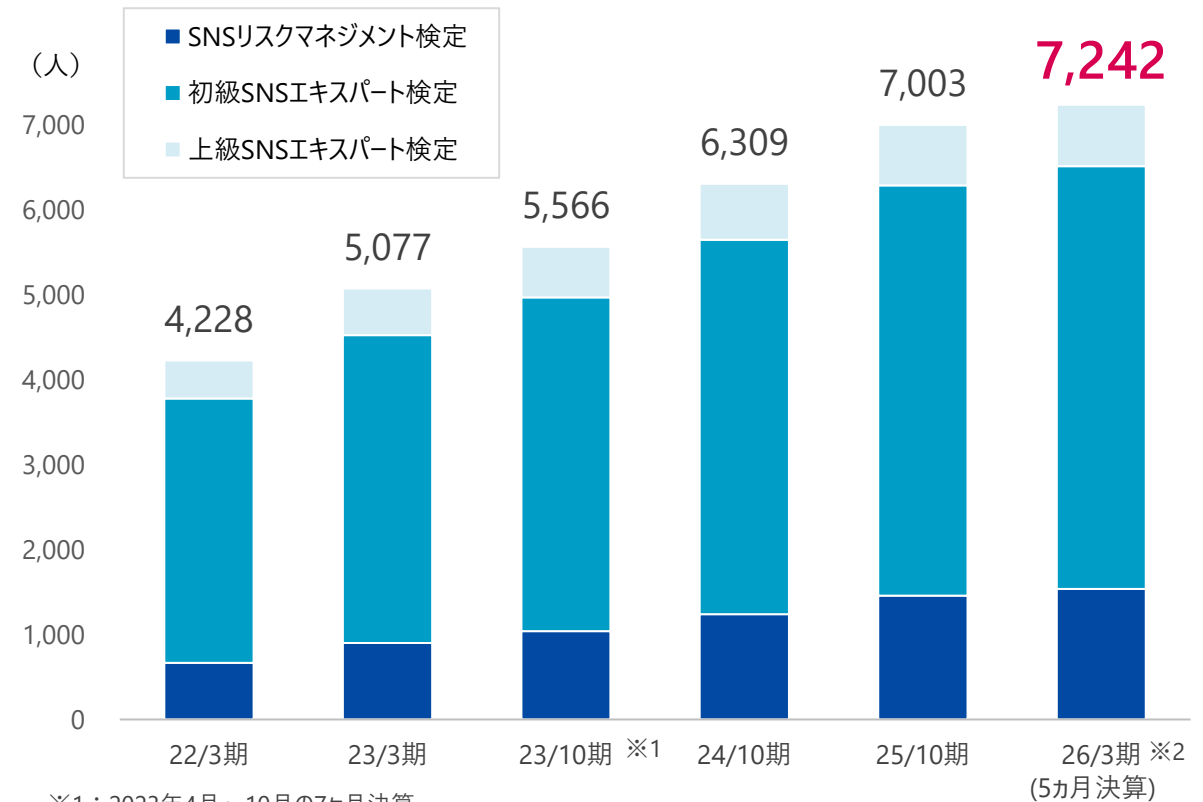


青少年向けSNS教育プログラムの提供

- 生徒・学生に向けた、SNSリスクマネジメントやSNSに潜む危険に関する講義の実施
- 教育者を対象としたSNSリスクマネジメントやSNSに潜む危険に関する講義/研修の実施

新社会人向けSNSマナー研修プログラムの提供

検定受講者数の推移



※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

DX支援サービス | Web制作・広告運用

Web制作、Web広告、Webコンサルティング等、ウェブを軸にワンストップでサポートを提供

サービス概要・競争優位性

Webサイトの企画・制作

自社や競合の分析をもとに、中長期で成果を出すためのサイト構造や更新フローを設計し、運用価値の高いWebサイトを制作。各分野のエキスパートがチームで連携し、目的に応じた最適な情報設計とデザインを行うことで、継続的なアクセス獲得と成果向上を実現。

Web広告運用

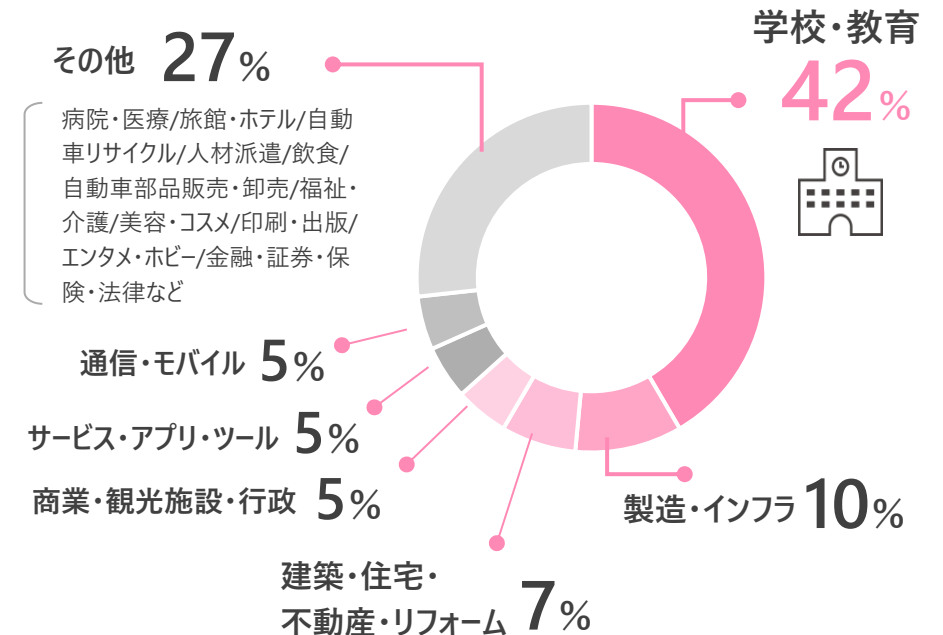
クリエイティブ力を活かした表現と精緻なターゲティングで、費用対効果の高いWeb広告運用を実現します。最新のWeb広告トレンドを踏まえ、認知から獲得まで一気通貫で最適化することで、無理のない投資で成果向上を支援します

Webコンサルティング

アクセス解析やユーザー行動データから課題を可視化し、広告運用・サイト改善・コンテンツ制作を組み合わせることでビジネス成果の最大化を支援。コンテンツマーケティングを柱に、認知拡大から問い合わせ・採用・売上につながる導線までを継続的に設計・改善。

参考 | ユニオネットの顧客構成※

学校・教育業界に強固な顧客基盤をもつ



※2024年12月時点

新規領域 | インフルエンサーマーケティング支援

「最適なインフルエンサー選定」と「その強みを活かしたコンテンツ設計」を通じて、企業・ブランドの認知度向上や商品・サービスへの購買意欲を高めることを支援。

サービス概要

ライフインザキッチン

日本最大級・全国にある約2,000の料理教室を中心に構築される食インフルエンサーネットワークを活用したインフルエンサーマーケティング事業。本ネットワークを活用し、食分野に特化したマーケティング施策をオフライン・オンラインともにワンストップで提供。

海外KOL（≒インフルエンサー）活用支援

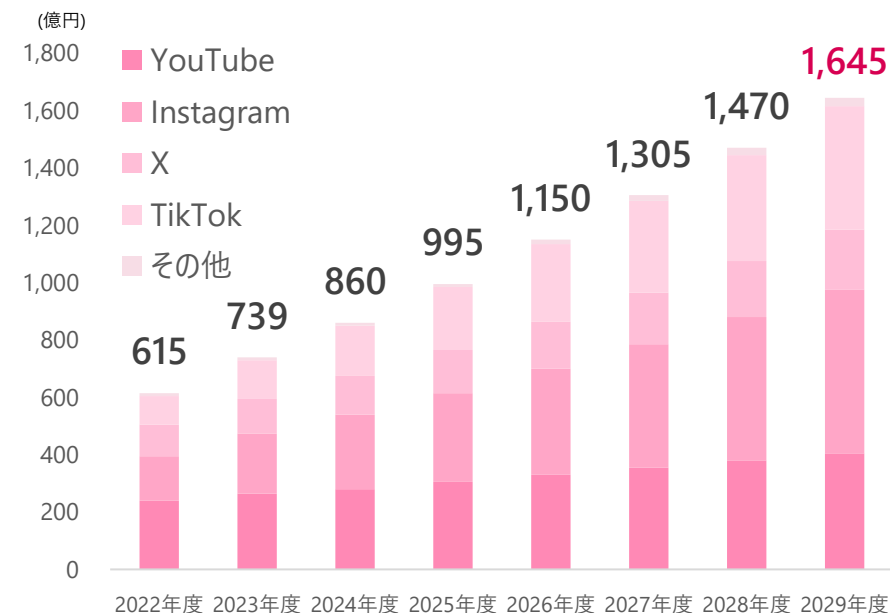
タイにおいて3,000名以上の独自のKOLリストを持ち、インフルエンサーマーケティングの企画からキャスティング、効果検証まで、一貫サポート。SNS PRのほか、インバウンド向けファムトリップなど、目的にあわせて広告価値を最大化する企画を提案。

インバウンドブースト

国内の飲食店や観光スポット、宿泊施設、商業施設等の、訪日観光客の集客や認知向上を目的としたインフルエンサーマーケティング施策を提供。国外フォロワーが多いインフルエンサーを起用し、増え続ける訪日観光客の集客や認知向上を目指します。

参考 | 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※1

2029年には1,645億円規模まで成長見込み



※1：（出典）サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ

（注）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＊。

＊金額は、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。

新規領域 | 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

タイを中心とした東南アジアからの訪日客や東南アジア市場向けに、日本のブランド・サービスを多角的に訴求するマーケティング活動を支援。

サービス概要

インバウンドプロモーション支援

東南アジアからの訪日を中心とした外国人観光客に対し、ブランドやサービスを効果的に訴求するプロモーションを支援。インバウンド需要の取り込みを強化したい企業様を多角的にサポートし、ブランド認知度向上と顧客獲得、オーバーツーリズム問題の緩和などに貢献。

海外マーケティング支援

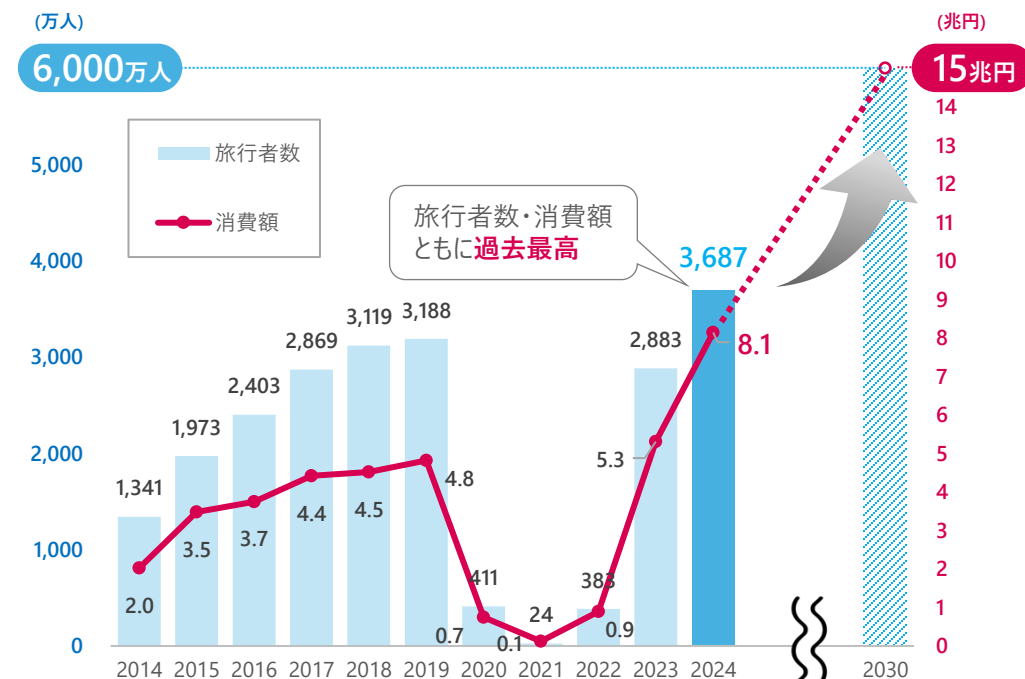
東南アジア市場への新規進出・既進出の日本企業向けに、現地でのマーケティング活動をワンストップで支援。タイを拠点にASEAN全体をカバーする体制を持ち、現地文化・商習慣に即した施策設計により、海外ビジネス展開の成功に向けた最適なソリューションを提供。

インバウンドメディア運営

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「Talon Japan」を運営。このコミュニティを流入経路とするWebサイトでは、日本の観光情報発信やクーポン配布等を通じて、インバウンドプロモーション支援を行なっている。

参考 | 訪日外国人旅行者数^{※1}と消費額^{※2}の推移

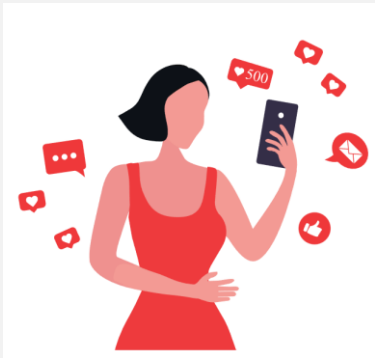
2030年に旅行者数6,000万人・消費額15兆円が政府目標^{※3}



※1：（出典）JNTO（日本政府観光局）「訪日外客数」より作成 ※2：（出典）観光庁「インバウンド消費動向調査」を元に作成

※3：（出典）「令和6年度 観光庁関係予算決定概要」

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

導入顧客構成

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

DX支援サービス

Web制作・広告運用の取引先例



参考 | 当社がターゲットとする市場規模

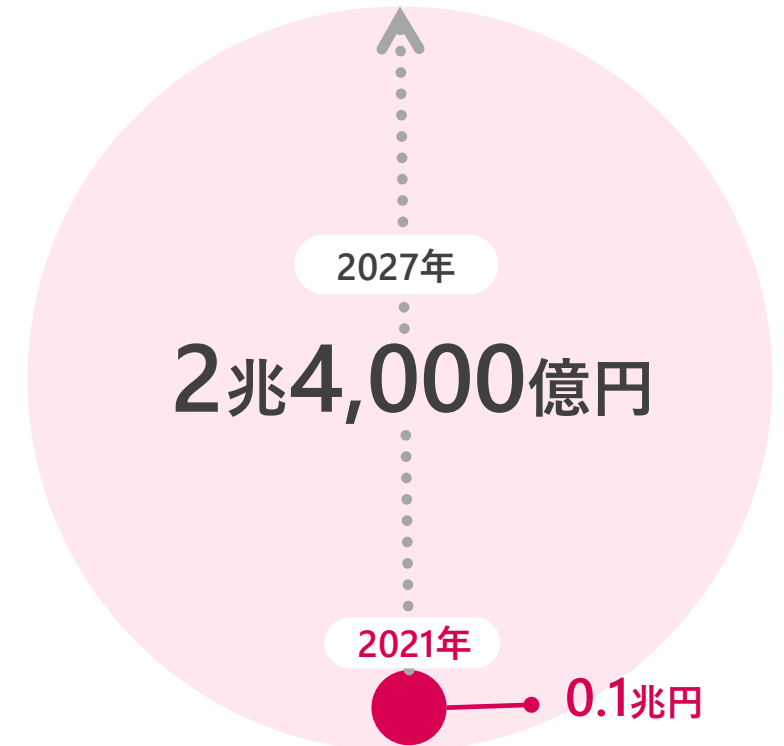
ソーシャルメディアマーケティング市場規模※1



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



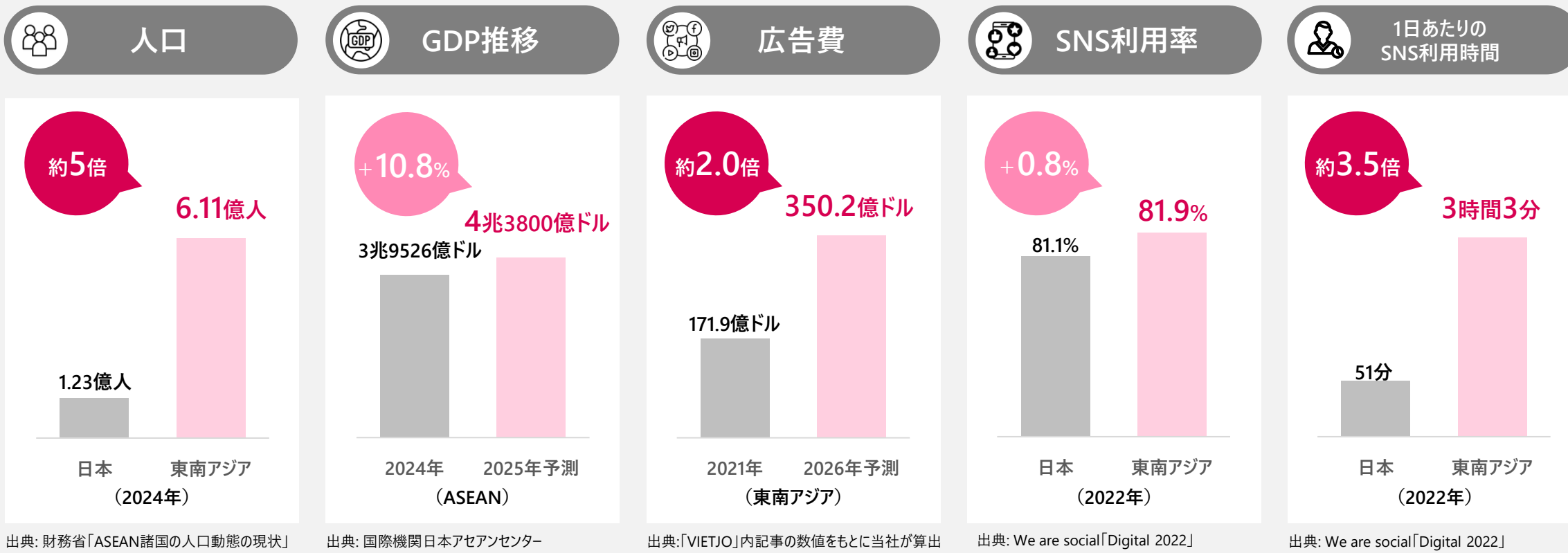
※1出典: サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ「ソーシャルメディアマーケティング市場」を加工して当社が作成

※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※1は約6.11億人の人口を擁し、GDPは4兆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

目次

01 会社概要

02 SNSマーケティング概況

03 事業概要・市場環境

04 事業計画

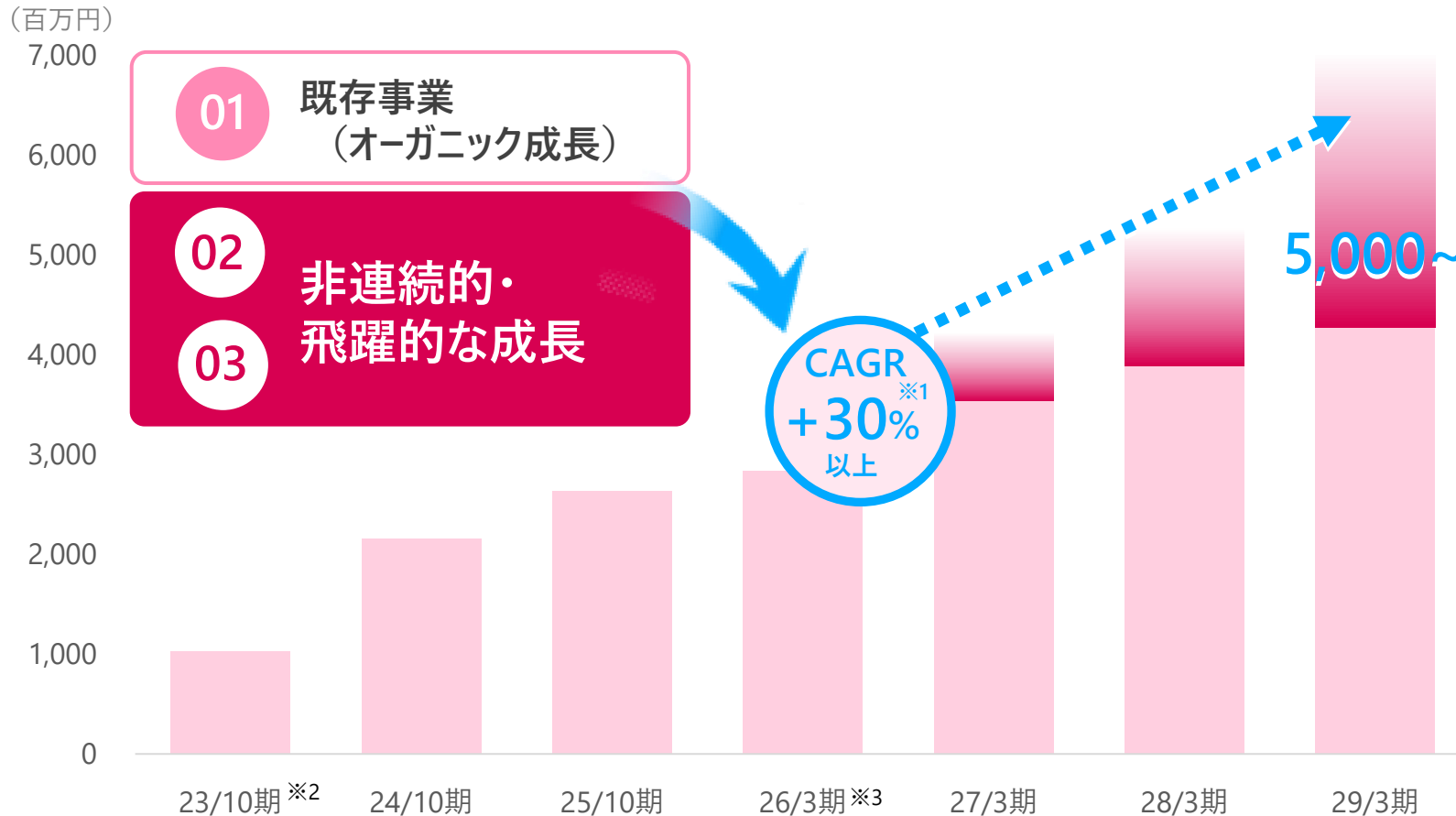
05 財務情報

06 Appendix

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)



SNSマーケティング事業の安定成長を基盤に、M&Aと新規領域の拡大を組み合わせ、非連続かつ飛躍的な成長の実現を目指す



01 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。および、これまで培ってきた業務基盤に加え新たにM&Aで強化したサービス領域を掛け合わせ、年平均売上成長率10%～15%を維持させる。

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

- 日本企業の海外展開支援
- インバウンドメディア運営
- 訪日インバウンドプロモーション支援
- KOL^{※4}を活用したプロモーション支援

▶ 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 M&Aの加速による非連続的な成長

M&Aの積極的な検討、サービスおよび事業領域を拡張する。デジタルマーケティング資産を活かした、事業をグロースさせるM&Aを視野に検討を進める

※1：全社売上高に対する成長率 ※2：2023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。 ※3：2026年3月期より決算期（事業年度の末日）を10月31日から3月31日に変更いたしました。2026年3月期は決算期変更により2025年11月1日から2026年3月31日までの5ヶ月決算となっております。 ※4：Key Opinion Leader ※5：2027年3月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

2026年3月期 | 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。

(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。

(百万円)	2026年10月期 業績予想※1	2026年3月期 通期業績		② (2024/4～2025/3) 【参考値※3】	増減額	増減率(%)
		5ヵ月実績	① (2025/4～2026/3) 【参考値※3】		①-②	(①-②) ÷ ② × 100
					(2024/4～2025/3) 【参考値】 と比較した場合の増減額・増減率	
売上高	3,000	1,302	2,833	2,377	456	19.2%
調整後EBITDA※2	280	135	272	97	174	179.5%
営業利益	180	57	154	46	108	234.8%
経常利益	170	59	151	72	78	108.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	140	29	111	36	75	205.5%

※1：2026年10月期業績予想は、決算期変更前の事業年度を前提として公表していた当初業績予想です。

※2：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

※3：月次実績を積み上げて算出

施策・進捗状況の振り返り | 2026年3月期終了時点での進捗



売上高は12ヵ月換算で過去最高を更新。ストック収益指標は堅調に推移し、高収益案件の獲得に注力

SNS運用支援主要KPI/M&A指標		集計基準	実績	前年比	特記事項
SNS運用支援	新規受注件数	2025年4月～2026年3月	312件	▲35.6%	SNSマーケティング支援の新規参入企業が増えてきていることを踏まえ、引き続き高収益の案件獲得に注力していく
	ロイヤルクライアント※1社数	2026年3月末	42社	+5%	
	ロイヤルクライアントの売上単価	2026年3月末	29,587千円	+0.9%	
SNS運用支援 ツール	ツール（全体※2）契約件数	2026年3月末	630件	+0.9%	
	comnico Marketing Suiteの契約件数	2026年3月末	479件	+13.8%	3アカウント未満の基本契約、4アカウント以上の複数契約とともに契約件数は上昇しストック性の高い売上が継続。
	comnico Marketing SuiteのARR（年間経常収益）	2026年3月末	347百万円	+8.1%	過去最高額を更新
	comnico Marketing Suiteの解約率	2025年4月～2026年3月の平均値	1.59%	▲0.68pt	
M&A	M&A実行数	2025年4月～2026年3月	2件	▲1件	2015年3月期から2026年3月期まで累計9件のM&Aを実施（うち、事業譲受2件） 参考：前回開示ではM&A件数（累計）の2026年10月期計画値を8件と開示
	詳細資料（IM）受領数	2025年4月～2026年3月	142件	-	
	トップ面談数	2025年4月～2026年3月	23回	-	

※1：当社との取引額が年間1,000万円以上の企業 ※2：comnico Marketing Suite + ATELU + その他 ※3：IM受領数及びトップ面談数については前年における集計はありません。2026年1月開示の「事業計画および成長可能性に関する資料」内、P36の「当社のこれまでのM&A実績」で開示したM&A件数の進捗状況については、当該ページに集約いたしました。

施策・進捗状況の振り返り | 2026年3月期終了時点での進捗



注力項目	施策内容	ステータス	進捗状況
既存事業	年平均売上成長率10%~15%の実現	達成	売上成長率は2025年4月~2026年3月までの12ヵ月で換算した場合、前年同期比19.2%増の28.3億円（過去最高）
	営業利益率10%以上の実現	進行中	営業利益は2025年4月~2026年3月までの12ヵ月換算で1.5億円となり、前年同期比234.8%増と大幅な増益となった。営業利益率10%以上の達成に向け、AI活用による生産性向上、高収益案件の獲得、M&A後のシナジー創出を継続して推進。
	事業成長を支えるAI・DXなどの推進	進行中	SNS運用支援ツールにAI支援機能を追加実装したほか、AIを活用した新サービスを複数リリース。
	人的資本への積極的投資（採用、組織開発等）	進行中	マネジメント層への外部研修実施とAI活用による社内教育体制強化を推進し、生産性と組織の成長力を高める取り組みを展開。
M&A	当社グループとのシナジーを生み出し、親和性の高い有力な事業のM&Aを推進	進行中	2026年3月期通期（5ヵ月間）で2件のM&Aを実行。2件ともにSNSマーケティング事業と親和性の高い企業の子会社化を実現
	成長性の高い事業や高収益事業に重点を置き、M&Aによる売上貢献が年間3億円以上となるM&Aを実行する	進行中	2026年3月期に実施したM&Aについては、5ヵ月間の変則決算であり、株式会社ライスカレーLSは2026年4月より業績連結となるため、当期における売上貢献は48百万円にとどまりました。一方で、株式会社ライスカレーLSの直近事業年度売上高は6.4億円であり、2027年3月期以降の本格寄与を見込んでおります。
新規領域 （海外展開・インバウンド プロモーション）	海外事業の早期立ち上げ	進行中	2023年4月、タイを拠点とするDTK ADを子会社化、2024年6月、東南アジア全域に対する包括的な拠点としてLOVABLE MARKETING GROUP ASIAを設立、2025年2月に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サービスを展開する新会社インバウンド・バズを設立。2026年3月期は特にインバウンド・バズによるインバウンド誘致施策が好調にサービスを展開。
	Japan Promotion Projectのサービス展開	進行中	
新規領域 （XR）	XR事業の早期立ち上げ	進行中	新規領域に関する施策等は試験実施を行いながら進行中。2026年3月期に関しては大きなトピックスはなし
	新サービスの開発、提供	進行中	

施策・進捗状況の振り返り | トピックス

既存事業、新規領域、M&Aの各注力領域において、サービス領域の拡大、収益性向上、財務基盤強化に向けた施策が進展

注力項目	施策内容	トピックス
01 既存事業	1. 運用支援の件数・単価の最大化	<ul style="list-style-type: none"> 市場変化に適応し、高単価・高収益性の案件獲得に注力する方針へシフト。ロイヤルクライアントの売上単価は29百万円で前年比微増で着地
	2. 支援領域の拡大	<ul style="list-style-type: none"> M&Aでグループインした、LINEマーケティング支援を行う「株式会社エルマーケ」および「株式会社ライスカレ-LS」によりSNSマーケティングの支援サービス領域が拡大
	3. 運用支援ツールの拡大	<ul style="list-style-type: none"> comnico Marketing Suiteの契約社数は2026年3月末で479件（前年同期間比13.8%増） 年間経常収益(ARR)は2026年3月末で3.4億円（前年同期間比8.1%増）
02 新規領域	1. 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拡大	<ul style="list-style-type: none"> 観光誘致を目的とした、ファミトリップ施策を新潟県で実施 観光情報メディア「Talon Japan」訪日客向けのクーポンページを開設し、開設後半年で掲載契約社数が20社と順調に推移 タイで知名度が高い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
	2. XR・AI領域の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> SaaSツールのサポートチャットにAI対応機能を搭載し、24時間365日の1次対応体制を構築 システムエンジニアの業務にAIを活用し、SaaSツールの機能更新、新機能開発といった改善対応の件数がAI活用前後で約50%の生産性が向上
03 M&A	1. M&A候補案件の発掘・検討体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> SNSマーケティングと親和性の高い企業とのM&Aを通期で2件実施。当社グループとして過去最大規模となるM&Aとなった。
	2. 財務基盤の強化	<ul style="list-style-type: none"> 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により、約4.9億円を調達。2026年3月末の自己資本比率は30.8%と大幅に改善。

■ 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。
 成長投資を継続しつつ、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)	① 2027年3月期 業績予想 (12ヵ月)	2026年3月期 実績 (5ヵ月)	② (2025/4~2026/3) 【参考値】	①-② 増減額 <参考値>	①-② ÷ ② × 100 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	272	128	47.1%

※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

中期経営計画の戦略と重要数値目標

2029年3月期の経営目標達成に向け、既存事業の収益性向上、新規領域の拡大、M&Aによる非連続成長を推進し、持続的な企業価値向上を目指す

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^{※1}

注力項目

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

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

M&A

- 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対象を厳選することで、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

個別アクション

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^{※2}

※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。

M&A | 「マーケティングで事業を育てるM&A」への転換

これまでの連続的なM&Aで培ったデジタルマーケティング資産を活かし、買収後に自らグロスさせるM&Aを視野に入れた戦略に転換する。

これまでのM&A

デジタルマーケティング関連のM&A

スコープ

SNSマーケティング周辺領域が中心

グロス

周辺事業同士のクロスセル

収益
モデル

BtoB事業でクライアントからの受託収益

これからのM&A

マーケティング×事業グロスのM&A

BtoC、ブランド、コミュニティ領域も対象

LMGのノウハウを活用してバリューアップ

クライアントからの受託収益に加え、BtoC事業ではエンドユーザーからの直接収益を創出

M&A | ポートフォリオの拡充を目指すスコープ変更

連続的なM&Aの実行により、デジタルマーケティング関連領域は順調に拡充。今後は、当社グループのマーケティングノウハウにより成長支援が可能な企業・事業へ、M&Aスコープを拡大

【現在】①連続的なM&Aの実行

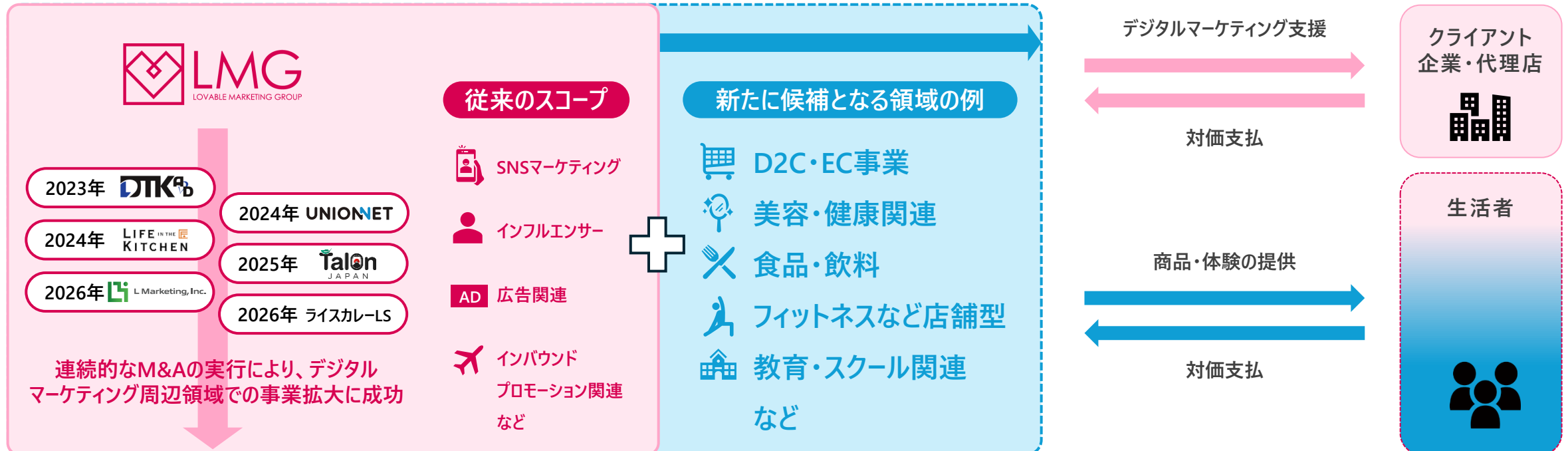
SNSマーケティングやインバウンドプロモーション関連事業の連続取得によって、BtoBのデジタルマーケティング支援事業が拡充

②M&Aスコープの拡大

当社がもつデジタルマーケティング資産を直接売上に転換できる、消費者接点の強い(BtoC)ビジネスを探索






③事業ポートフォリオの拡充

M&A実行に伴い、BtoC事業まで当社の事業ポートフォリオが拡充・多角化され、当社のビジネスが成長+アプローチ可能な市場が拡大



連続的なM&Aの実行により、デジタルマーケティング関連領域は順調に拡充
 今後は、当社グループのマーケティングノウハウにより成長支援が可能な企業・事業へM&Aスコープを拡大する

M&A候補となるビジネスの例

-  D2C・EC事業
-  美容・健康関連
-  食品・飲料
-  フィットネスなど店舗型
-  教育・スクール関連

M&A候補企業・事業の資産例

ブランド・製品

コミュニティ

ファンベース

EC・メディア

実店舗

顧客行動データ

当社のノウハウ例

SNSマーケティング

インフルエンサー活用

インバウンド支援

✓ 認知拡大
 ✓ 売上成長
 ✓ LTV向上

■ 明確な投資判断基準と財務規律のもと、これまでのM&A実績を活かした体制強化とAI活用により、案件検討の質とスピードの向上を図る

注力アクション



ソーシング強化

M&A仲介会社との接点を増加させるのと同時に、ロングリストを使ったプロアクティブな案件獲得も推進。



戦略的資金調達

必要に応じて、金融機関借入、エクイティファイナンス、その他の資金調達手法を組み合わせ、財務健全性に配慮しながら、規模の大きな案件にも柔軟に対応できる体制を整備。



AI活用

初期検討の段階からAIを前提とした体制を構築し、ソーシング活動やデューデリジェンスの工程を効率化。



PMI強化

過去のM&A実績をもとに、PMIにおける対象企業および当社の負担を軽減できる体制・ルールの整備を推進。

投資判断基準・財務規律

投資先の選定基準

当社グループの既存事業及び成長戦略との親和性が高く、当社グループが有するマーケティングノウハウを活用することで、買収後の成長加速が見込める企業・事業を対象とする。特に、顧客基盤、ブランド・製品、EC・メディア、実店舗、顧客行動データ等の事業資産を有し、認知拡大、売上成長、LTV向上等のバリューアップ余地が明確な案件を重点的に検討。

投資規律

取得価格は、EBITDA等の収益指標に対する**マルチプル3倍～5倍程度**を一つの目安とし、対象会社・事業の成長性、ストック収益性、顧客基盤、保有するブランド・コミュニティ・データ等の事業資産、当社グループによるバリューアップ余地及び投資回収可能性を総合的に検証したうえで判断。

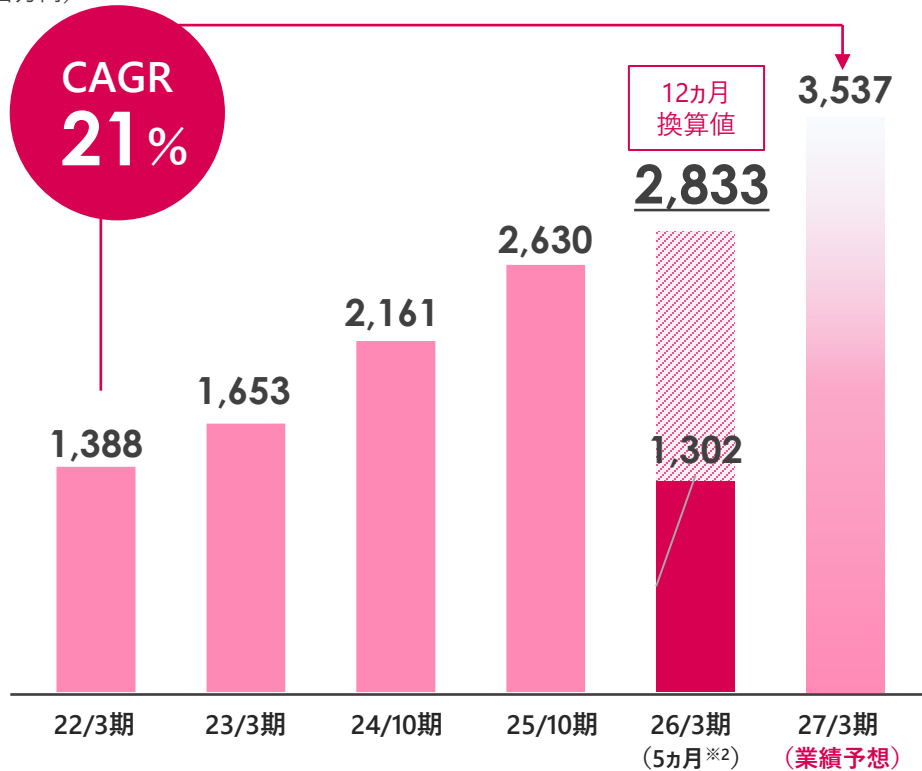
目次

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

売上高及び調整後EBITDAは成長基調を維持。2027年3月期は、M&Aの本格寄与と生産性向上により、さらなる収益拡大を見込む

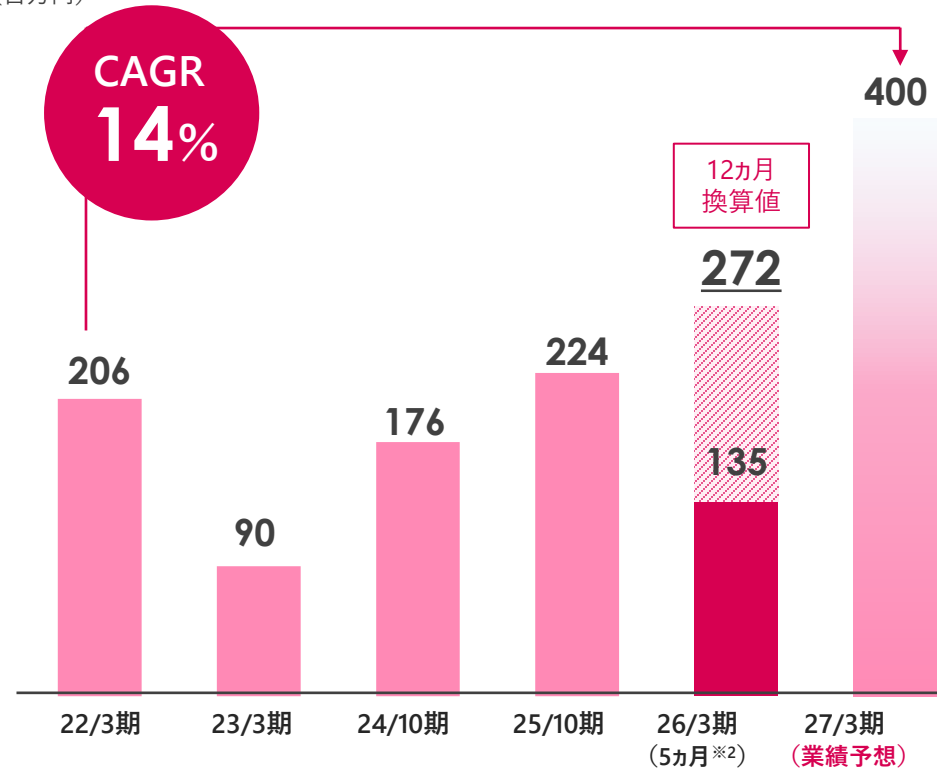
売上高

(百万円)



調整後EBITDA

(百万円)



※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日に変更したため2023年10月期は7ヵ月決算

※2 2026年3月期より決算期（事業年度の末日）を10月31日から3月31日に変更したため2026年3月期は5ヵ月決算

※3 CAGRは2022年3月期実績を起点、2027年3月期業績予想を終点として算出しております。

連結貸借対照表

(百万円)	2025年10月期	2026年3月期	増減額	主な要因
流動資産	1,483	1,798	315	✓ 期末月売上の増加や新規加入子会社に係る売掛金の増加
（現預金）	870	1,003	133	✓ 第三者割当増資及び借入による増加
固定資産	435	1,250	815	✓ 新規M&Aに係るのれん、繰延税金資産の増加
総資産	1,918	3,048	1,130	✓ 上記理由により増加
流動負債	992	1,244	252	✓ 1年内返済予定長期借入の増加
固定負債	461	817	356	✓ M&A資金等に係る長期借入金増加
純資産	464	986	522	✓ 第三者割当増資による資本剰余金の増加
自己資本比率	21.9%	30.8%	8.9pt	✓ 第三者割当増資による自己資本の増加

目次

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

06 Appendix

「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



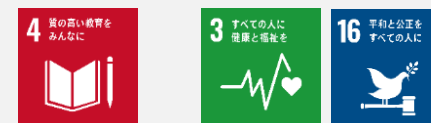
マテリアリティ

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

大株主の状況

(2026年3月末時点)

株主名	所有株数 (株)	持株比率
AIフュージョンキャピタルグループ株式会社	734,900	45.9
合同会社みやびマネージメント	184,450	11.5
楽天証券株式会社共有口	81,700	5.1
林 雅之	72,114	4.5
KGI ASIA LIMITED-CLIENT ACCOUNT	50,300	3.1
各務 正人	45,000	2.8
長谷川 直紀	25,500	1.6
青木 達也	19,000	1.2
ラブルマーケティンググループ社員持株会	18,737	1.2
鵜川 太郎	16,525	1.0
計	1,248,226	77.9

※当社は自己株式を204,600株保有しておりますが、上記大株主から除いております。
 ※持株比率は自己株式（204,600株）を控除して計算しております。

SNSマーケティング支援における当社のポジショニング

SNSの黎明期である2008年に子会社「株式会社コムニコ」を創業。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。

	 LMG LOVABLE MARKETING GROUP	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}	402件	278件	160件	329件
書籍出版 ^{※2}	9冊	9冊	2冊	5冊
自社開発ツールの概要	① SNS運用支援ツール ② キャンペーン支援ツール	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～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

※2 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

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

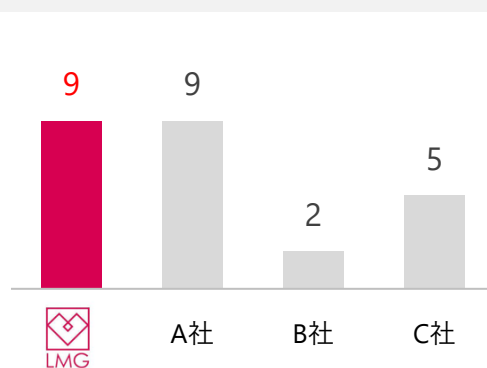


無料ウェビナーの主催

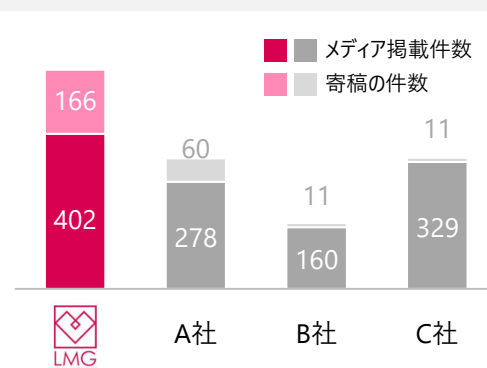


SNSの活用法やコツ、SNSに関する法規制など、時流にのったテーマをもとに無料ウェビナーを自社で開催。

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）

主要な事業等のリスクについて

当社グループは、事業環境、技術革新、M&A、財務等に係るリスクを認識し、リスクの低減及び顕在化時の適切な対応に努めております

主なリスク	概要	顕在化		
		する可能性	しうる時期	した際の影響度
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。	中	特定時期なし	大
技術革新について	当社グループが事業を展開するデジタルマーケティング領域では、生成AIの進展、主要SNSプラットフォームの機能拡張・仕様変更、LINE等のコミュニケーションプラットフォームを活用したマーケティング手法の高度化等により、サービス提供の在り方が短期間で変化する可能性があります。また、生成AIを活用したコンテンツ制作や業務支援においては、著作権、肖像権、商標権等の権利関係に関する法的解釈や実務対応に不確実性があります。これらの変化への対応が遅れた場合や、第三者の知的財産権等を侵害した場合には、当社グループの競争力、信用力、事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	中	特定時期なし	中
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。	中	特定時期なし	大

主要な事業等のリスクについて

主なリスク	概要	顕在化		
		する可能性	しうる時期	した際の影響度
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、X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。	中	特定時期なし	大
M&A及びPMIに関するリスク	当社グループは、M&Aを成長戦略の重要な柱として位置付けており、今後も既存事業との親和性やバリューアップ余地を有する企業・事業の取得を検討してまいります。一方で、M&Aの実行により連結子会社、事業領域、顧客基盤及び地域が拡大することで、グループ全体の経営管理、業績管理、ガバナンス、内部統制、個人情報・顧客情報を含む情報管理及びコンプライアンス体制の維持・強化が一層重要となります。買収後統合（PMI）が計画どおりに進まない場合や、想定したシナジーが発現しない場合には、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。	中	特定時期なし	中
借入金、金利の変動について	当社グループは、M&A資金、運転資金及び成長投資資金等の一部について、金融機関からの借入により調達しております。当連結会計年度末においても一定水準の借入金を有しており、今後の金利情勢の変動によっては、支払利息の増加等により当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。当社グループでは、資金需要や財務状況を踏まえた資金調達手段の検討、借入条件の適正化、資金繰り管理の徹底等により、財務健全性の維持に努めております。また、2025年11月に実施した第三者割当増資により財務基盤の強化を図っておりますが、今後、M&Aや新規事業への投資等により追加的な資金需要が発生した場合、借入金残高が増加する可能性があります。この場合、金融市場の環境変化や金利上昇により資金調達コストが増加し、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	低	特定時期なし	中

※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。

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

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。

なお、次回の更新は、2027年6月頃を予定しております。