



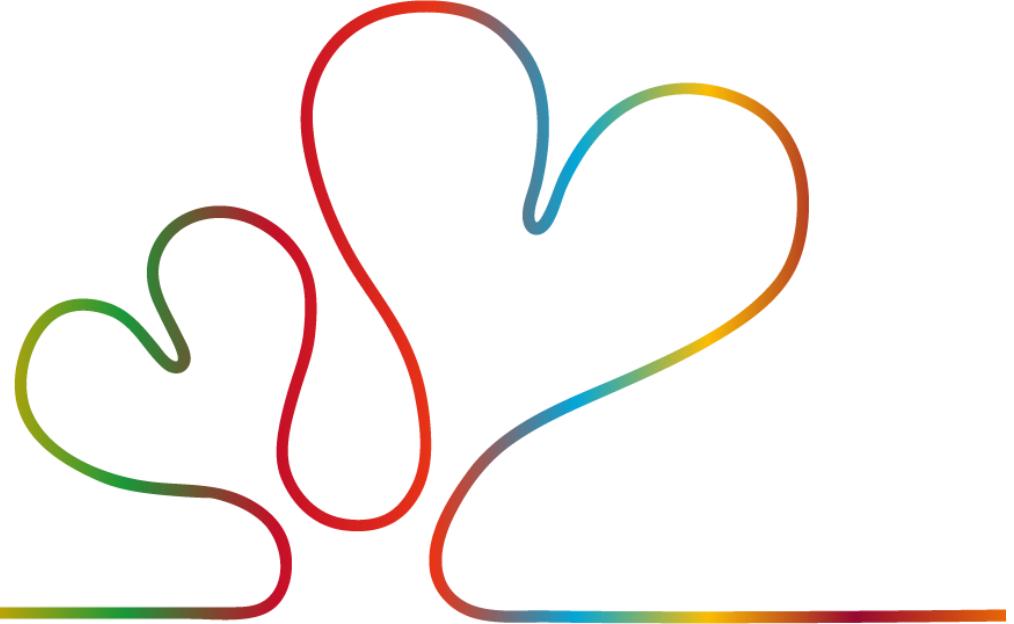
# 事業計画および成長可能性に関する事項

株式会社ラバブルマーケティンググループ（東証グロース：9254）

2026年1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

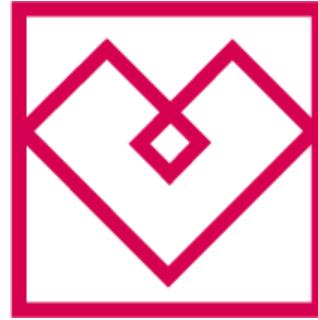
02 SNSマーケティング概況

03 事業概要・市場環境

04 事業計画

05 財務情報

06 Appendix

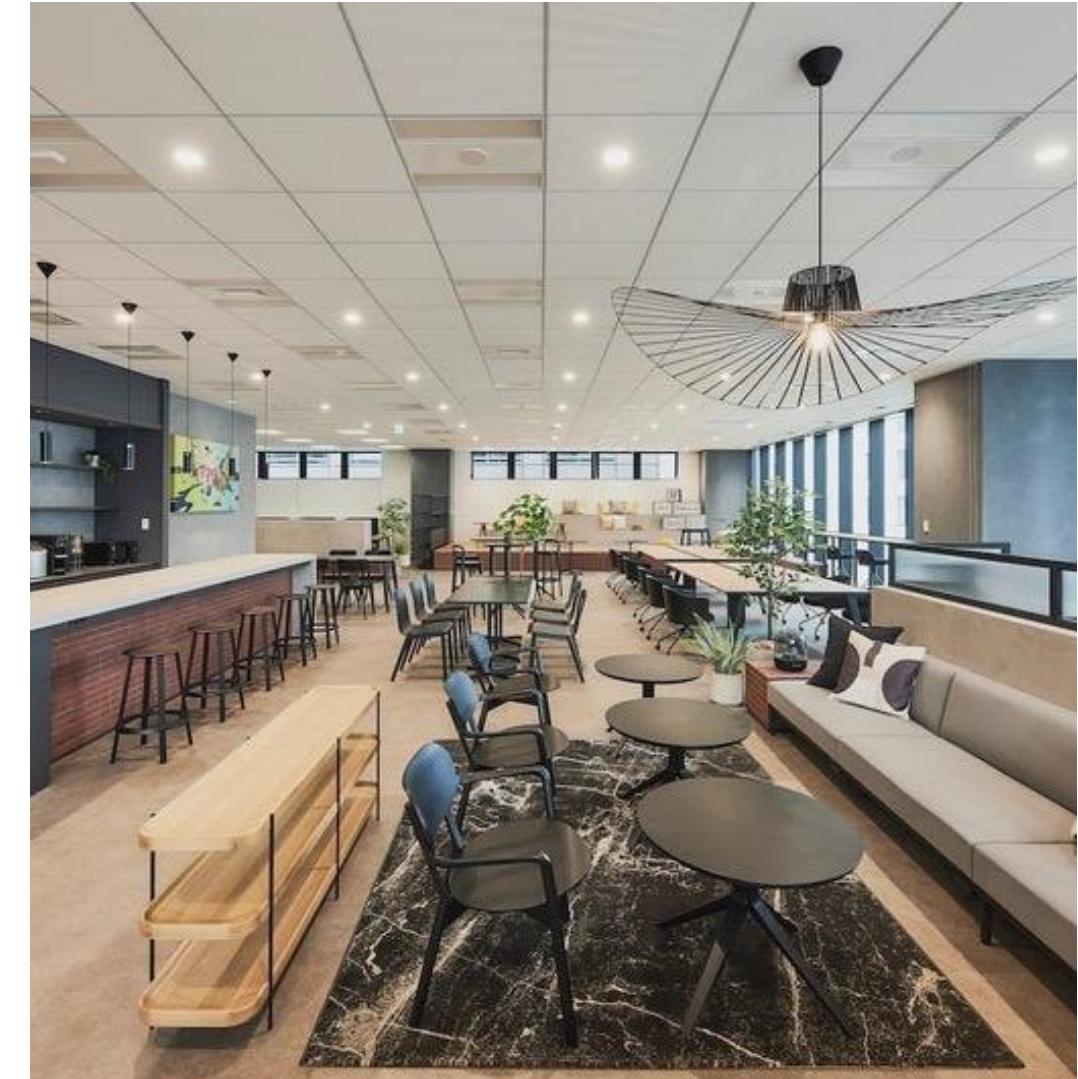


LMG  
LOVABLE MARKETING GROUP

ラバブルマーケティンググループは「人に地球に共感を」をパーソナリティに掲げ  
**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

# 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・バス
	株式会社エルマーケ
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（現株式会社ラバ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フェ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。

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年株式会社ラバ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。株式会社AQインターラクティブ（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。

# 事業会社一覧



純粋持株会社

					LOVABLE MARKETING GROUP ASIA SDN. BHD.			
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 エルマーク
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 (予定)
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>
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

# 事業構成

SNSマーケティング支援を中心として、多角的に事業を展開。



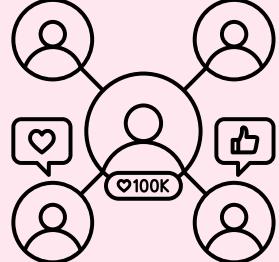
SNSアカウント運用支援サービス



SaaS型SNS運用支援ツールの開発・提供



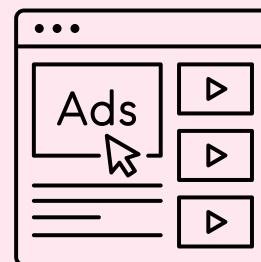
人材教育サービス



インフルエンサーマーケティング



Web制作



広告運用



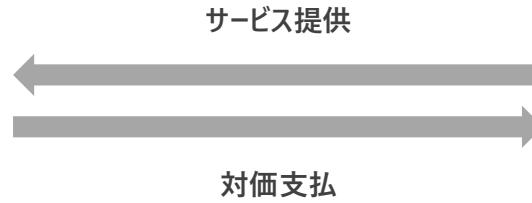
インバウンドプロモーション支援



インバウンドメディア運営

# 事業系統図

クライアント企業・代理店



生活者



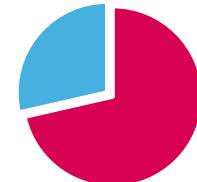
インフルエンサー・海外KOL※

# 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
	当社経営陣によるMBO（マネージメントバイアウト）
2014年07月	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

M&A実績(累計)

事業譲受 2 件



株式取得 6 件

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	アジアン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フェ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（予定）

# 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

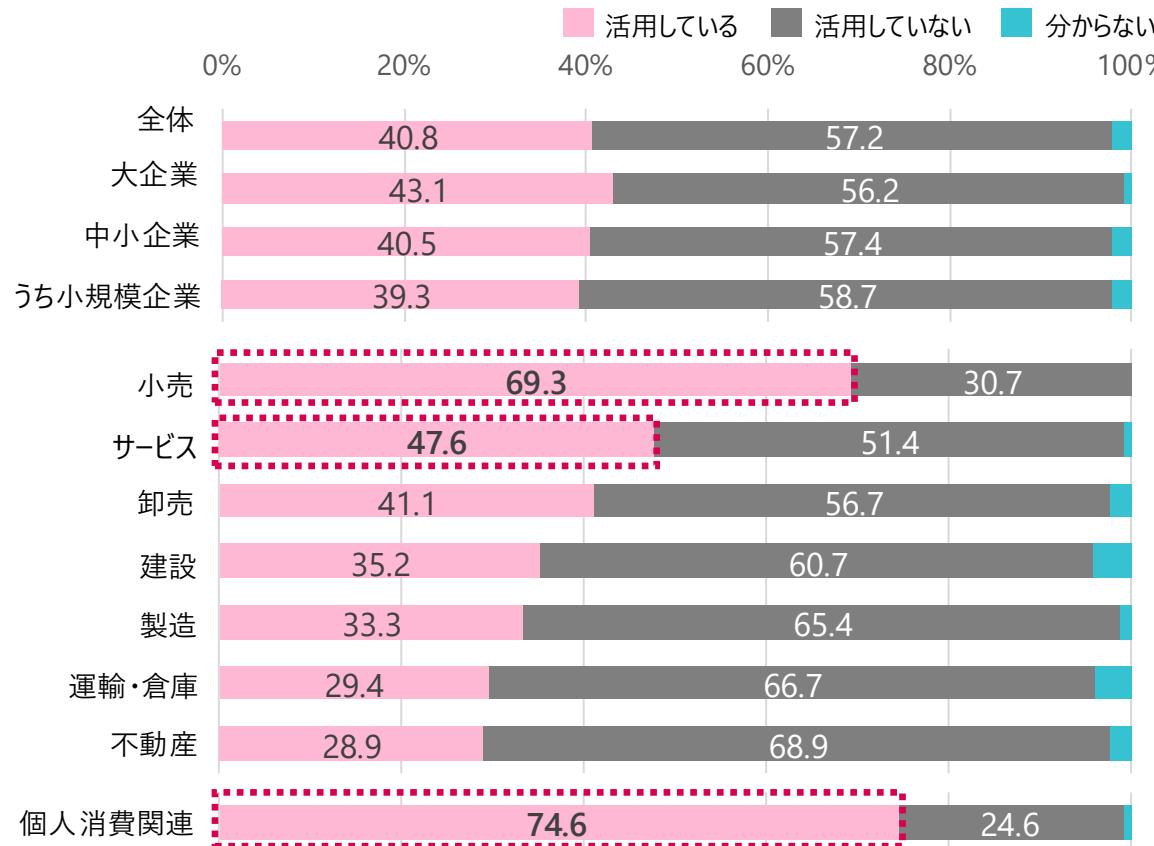
05 財務情報

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

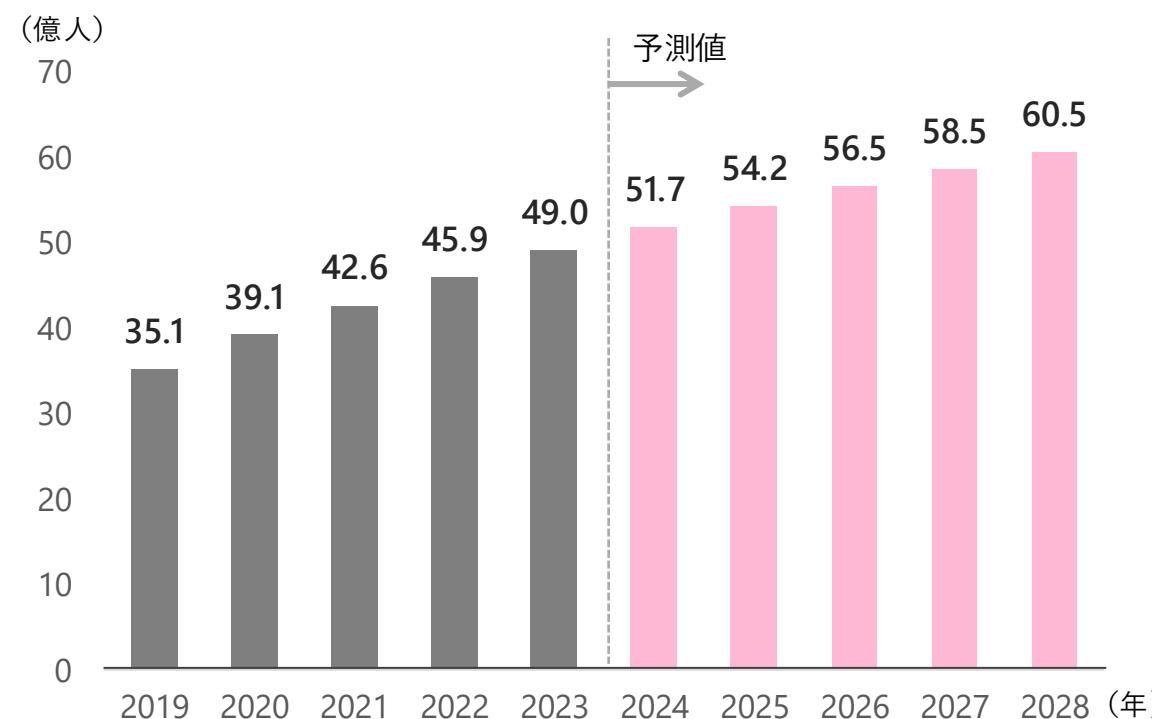
選挙運動  
(候補者の認知度向上、公約の共有、有権者とのコミュニケーション等)

# 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。

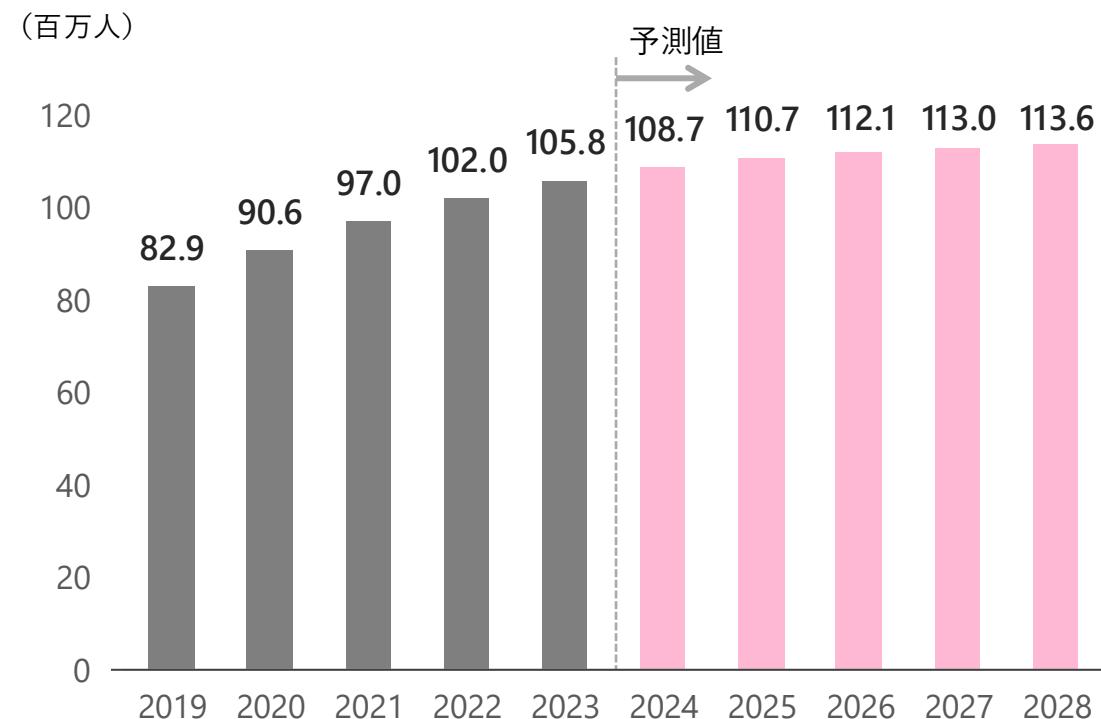
## 世界のソーシャルメディア利用者数<sup>※1</sup>推移

利用者数は世界人口の約64%



## 日本国内のソーシャルメディア利用者数<sup>※2</sup>推移

利用者数は1億人を超える



※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

※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

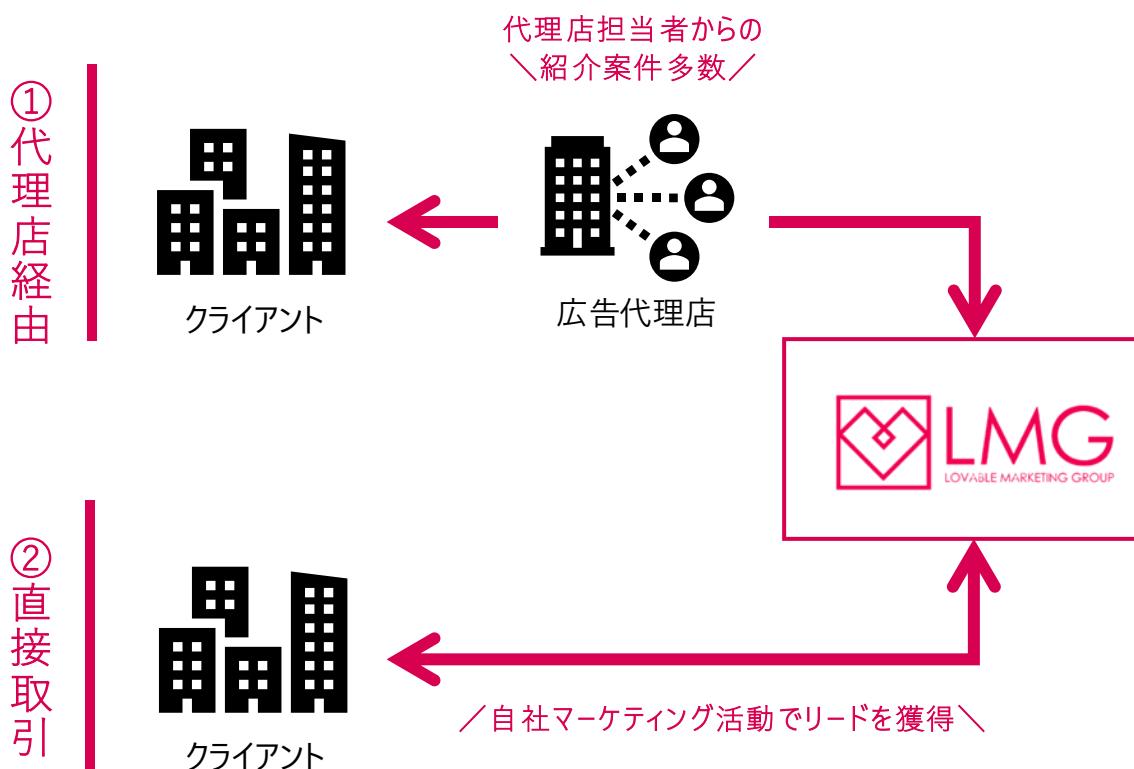
05 財務情報

06 Appendix

# SNSマーケティング支援 | 商流・収益構造

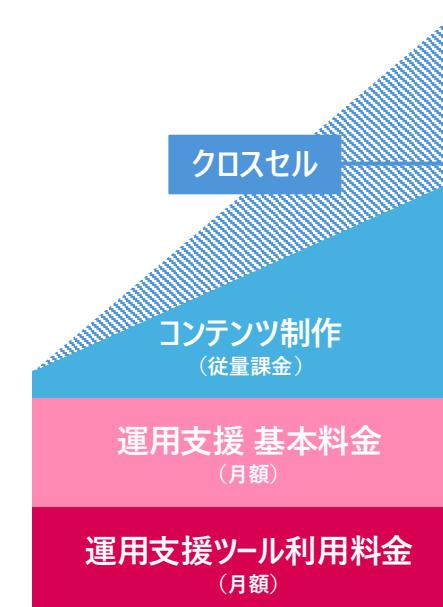
SNSマーケティングのプロフェッショナルとしてワンストップでの支援体制を構築。

## 商流



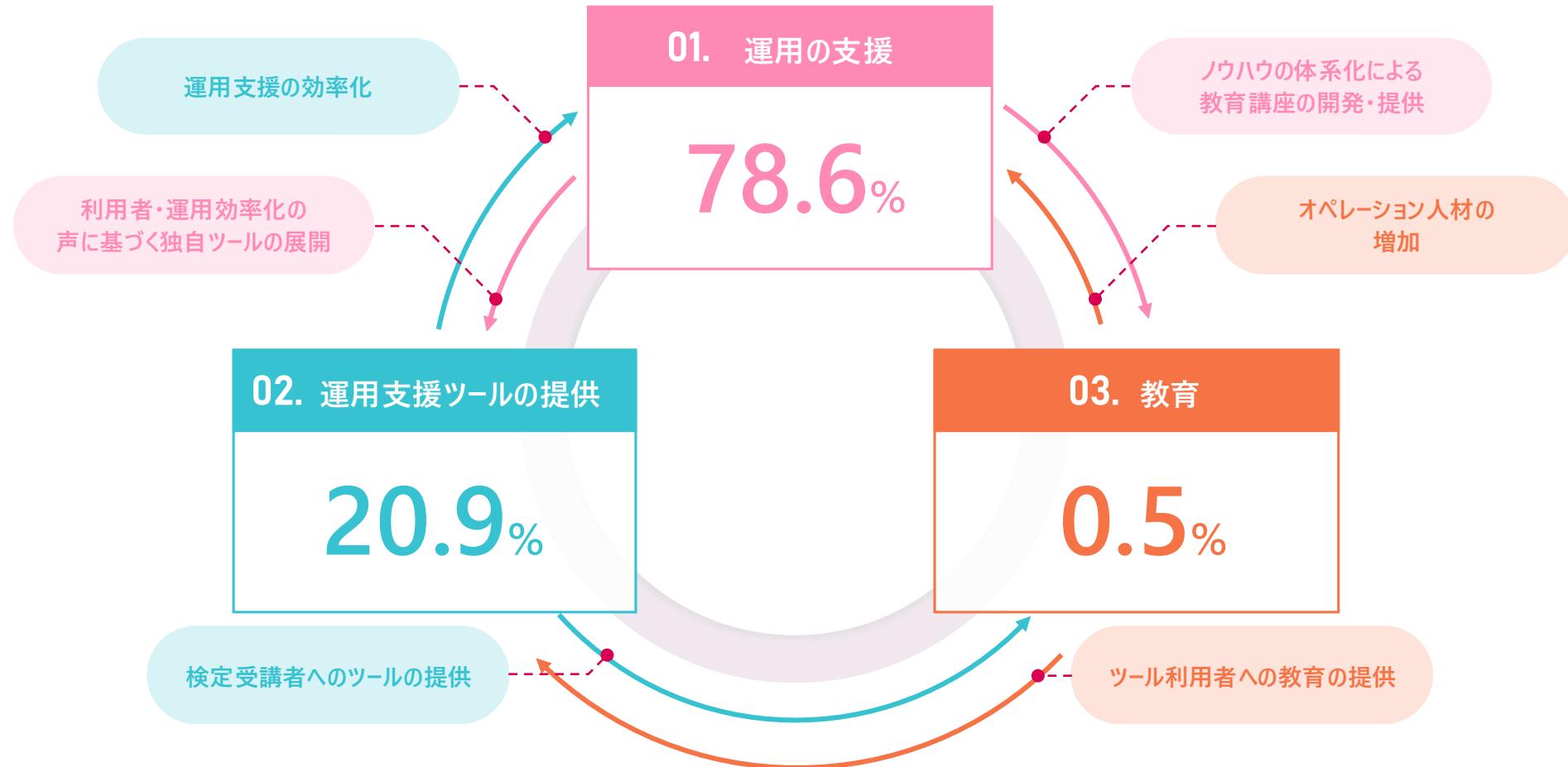
## 収益構造

- **ストック収益**：運用支援基本料金・ツール利用料金
- **フロー収益**：コンテンツ制作(従量課金)・クロスセル



# SNSマーケティング支援 | 売上構成比※1

SNSマーケティング支援を構成する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構造。運用支援の基本契約・運用支援ツールはサブスクリプションモデルであり、ストック性の高い収益構造をもつ。



# SNSマーケティング支援 | 競合優位性

## SNS運用支援の経験・実績

**01.**

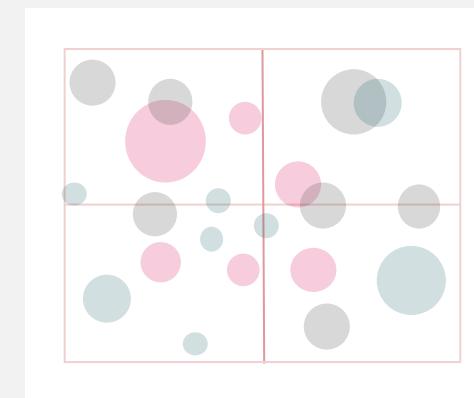
豊富な経験とノウハウ



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

## SNS運用支援ツールの開発・提供

**03.**

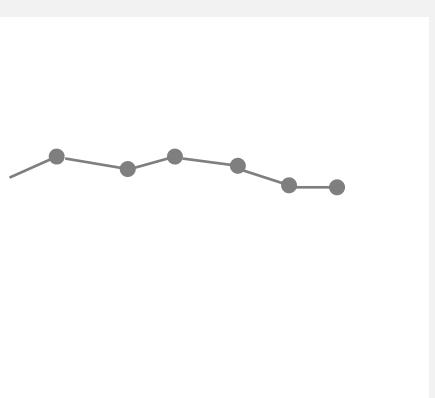
自社で開発・提供するSNS運用支援ツール



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

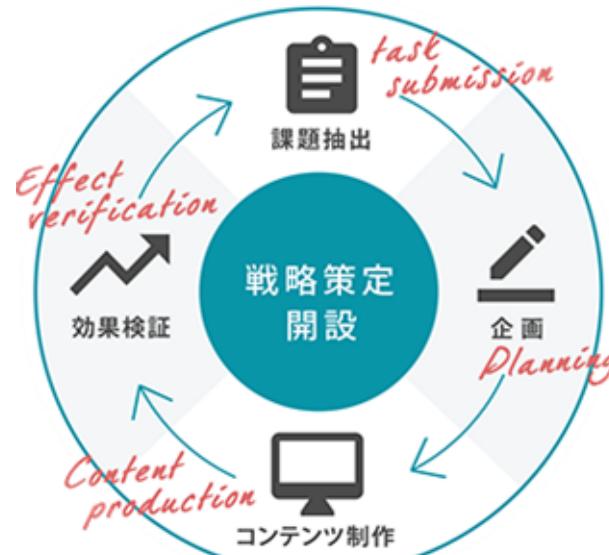


ミスや負担の少ない運用、アカウントの一元管理、また、営業サポートやカスタマーサクセスによる丁寧なサポート等が継続利用につながっている

※前期実績値

# SNSマーケティング支援 | ①SNS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マーケティング支援 | 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4月末時点

## ATELU (アテル)

＼累計キャンペーン実施数 17,000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9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（オウトウ）」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予定

# SNSマーケティング支援 | ③SNSマーケティング教育

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

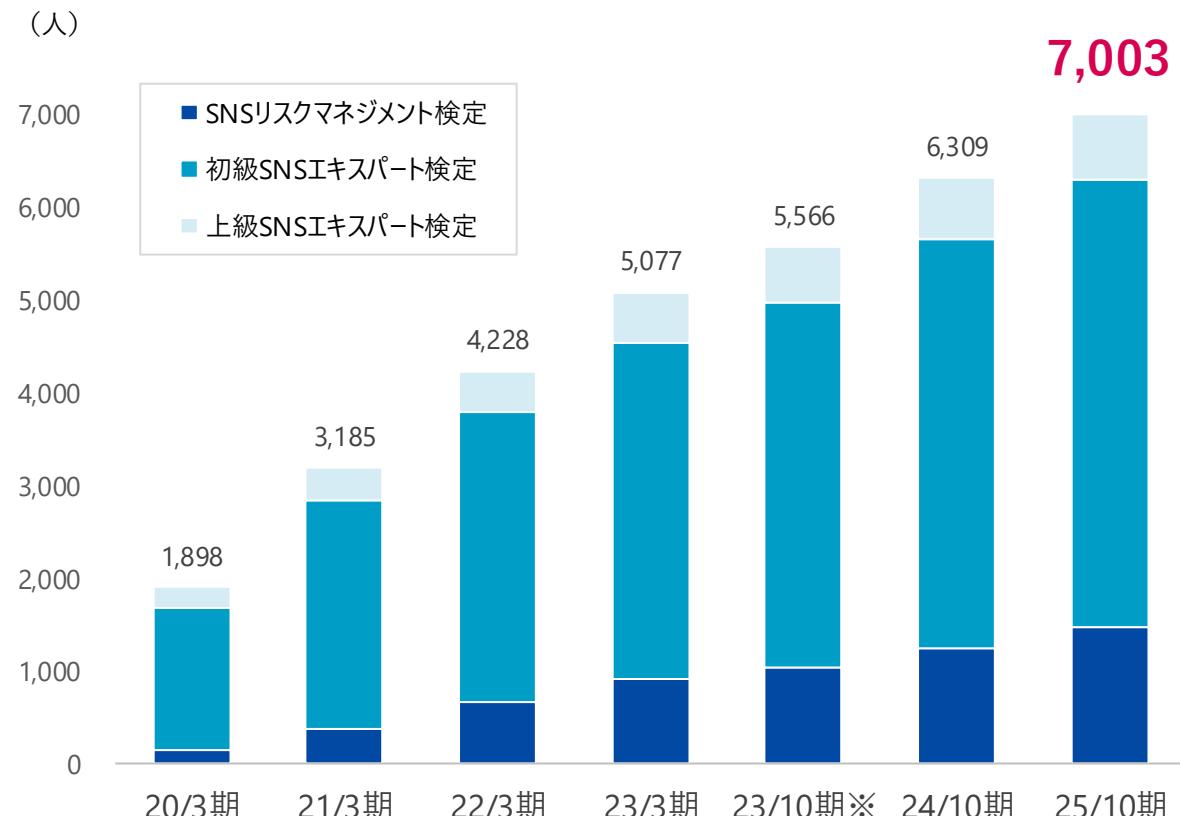


## 青少年向けSNS教育プログラムの提供

- 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



※2023年4月～10月の7ヶ月決算

# SNSマーケティング支援 | 導入顧客構成

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



# インフルエンサーマーケティング支援 | 事業概要

「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

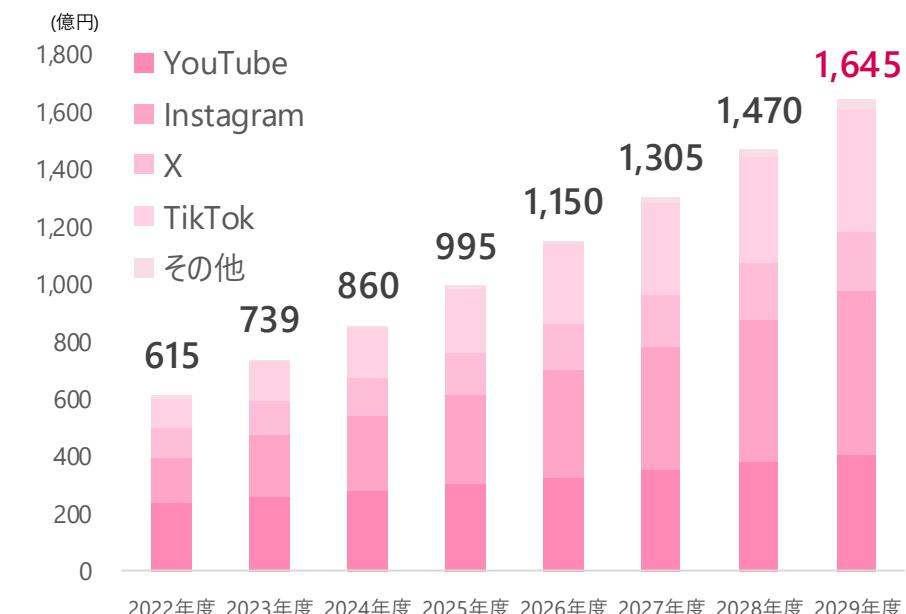
タイにおいて3,000名以上の独自のKOLリストを持ち、インフルエンサーマーケティングの企画からキャスティング、効果検証まで、一貫サポート。SNS PRのほか、インバウンド向け ファムトリップなど、目的にあわせて広告価値を最大化する企画を提案。

### 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<sup>※1</sup>

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。

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、日本企業のブランド・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。また、日本と世界を繋ぐ取り組み「Japan Promotion Project※1」を推進。

## | 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され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、オーバートゥ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。

※1：日本の食・文化・観光/旅行・製品/サービスといったあらゆる資産をグループ全社が横断的に保有するノウハウや強みを

最大限活かし、日本と世界を繋ぐプロジェクトとして当社が実施している施策

### 参考 | 訪日外国人旅行者数※2と消費額※3の推移

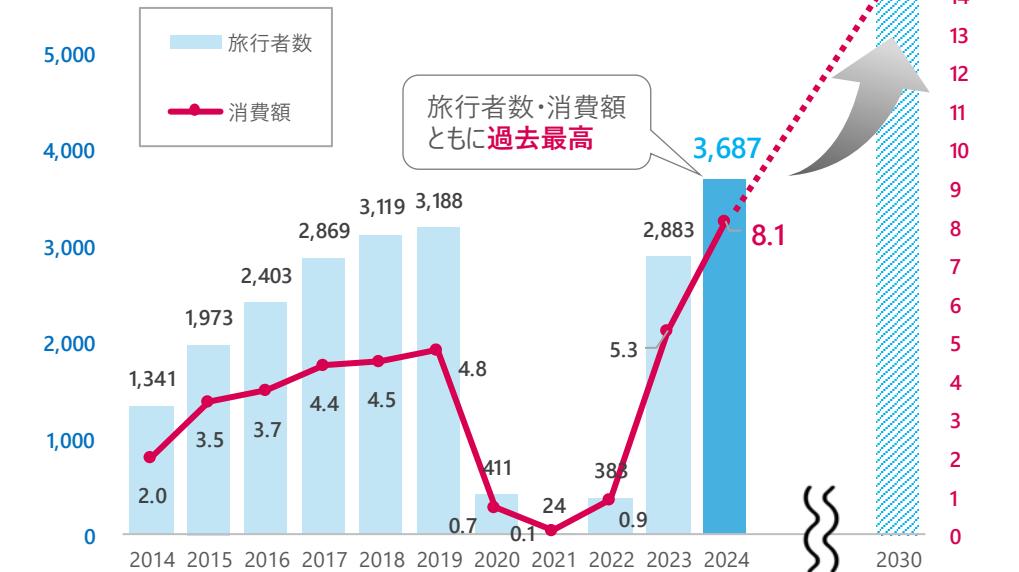
2030年に旅行者数6,000万人・消費額15兆円が政府目標※4

(万人)

6,000万人

(兆円)

15兆円



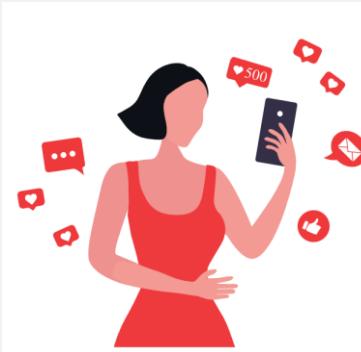
※2：(出典) JNTO（日本政府観光局）「訪日外客数」より作成

※3：(出典) 観光庁「インバウンド消費動向調査」を元に作成

※4：(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

# Web制作・広告運用 | 事業概要・競合優位性

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・競合優位性

### 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

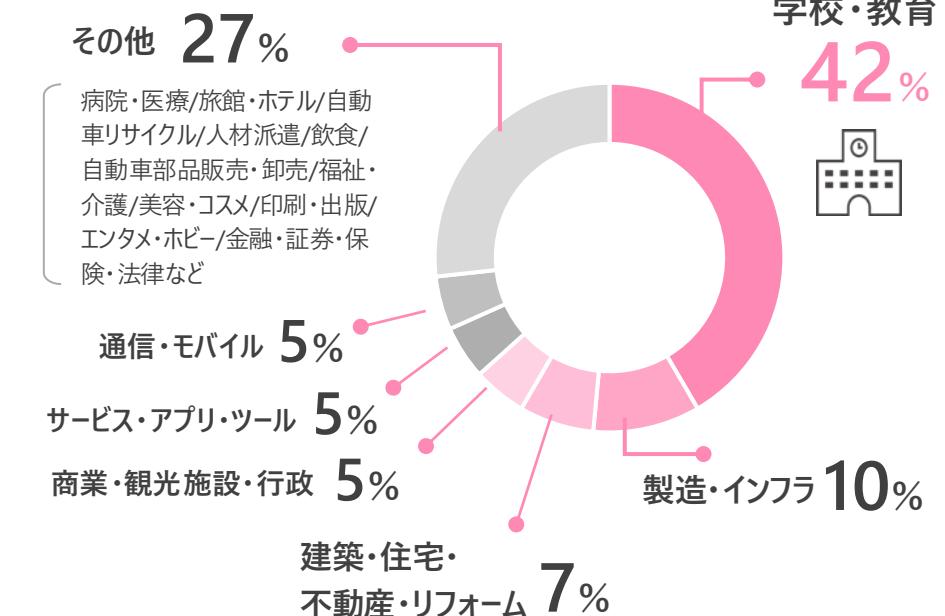
クリエイティブ力を活かした表現と精緻なターゲティングで、費用対効果の高いWeb広告運用を実現します。最新のWeb広告トレンドを踏まえ、認知から獲得まで一気通貫で最適化することで、無理のない投資で成果向上を支援します

### 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て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 | ユニオンネットの顧客構成※

学校・教育業界に強固な顧客基盤をもつ



# Web制作・広告運用 | 取引先の例



滋慶学園COMグループ 学校法人コミュニケーションアート  
東京デザインテクノロジーセンター専門学校



学校法人 滋慶学園  
福岡デザイン&テクノロジー専門学校



学校法人 コミュニケーションアート  
OCA大阪デザイン&テクノロジー専門学校



関西大学  
KANSAI UNIVERSITY



**TEIJIN**



SUPER COLLEGE  
**KASD** 学校法人 二本松学院  
京都建築大学校



京都伝統工芸大学校  
学校法人 二本松学院



**KYOBI** 京都美術工芸大学

医健KEN 福岡医健・スポーツ専門学校

**NIS**  
Nishio International Service Inc.



滋慶学園COMグループ 学校法人滋慶学園  
東京スクールオブミュージック&ダンス専門学校



学校法人 滋慶コミュニケーションアート  
名古屋スクールオブミュージック&ダンス専門学校



公益社団法人  
上方落語協会



青山音楽財団  
AOYAMA MUSIC FOUNDATION  
KOTO, SINCE 1980

**WORKS JAPAN**

**WAO!** 教育を変える  
ワオ・コーポレーション



弁理士法人  
深見特許事務所  
Fukami Patent Office, P.C.



医療法人社団 佳生会  
野木病院  
NOGI HOSPITAL

**igoods**

馬路村  
UMAJI VILLAGE

**KAWATA**



株式会社 ニチダイ  
NICHIDAI CORPORATION

**J GROUP**

**Ki:no**  
wakayama

**HÅKUTEN**

ケア21

elasonic

**神宗**

天明元年創業  
since 1781

**HIRO** HOLDINGS GROUP

**SOOKI SALES**  
株式会社ソーキ販売

**山本珈琲**  
YAMAMOTO COFFEE

Nankai Management Service  
南海マネジメントサービス

# 参考 | 当社がターゲットとする市場規模

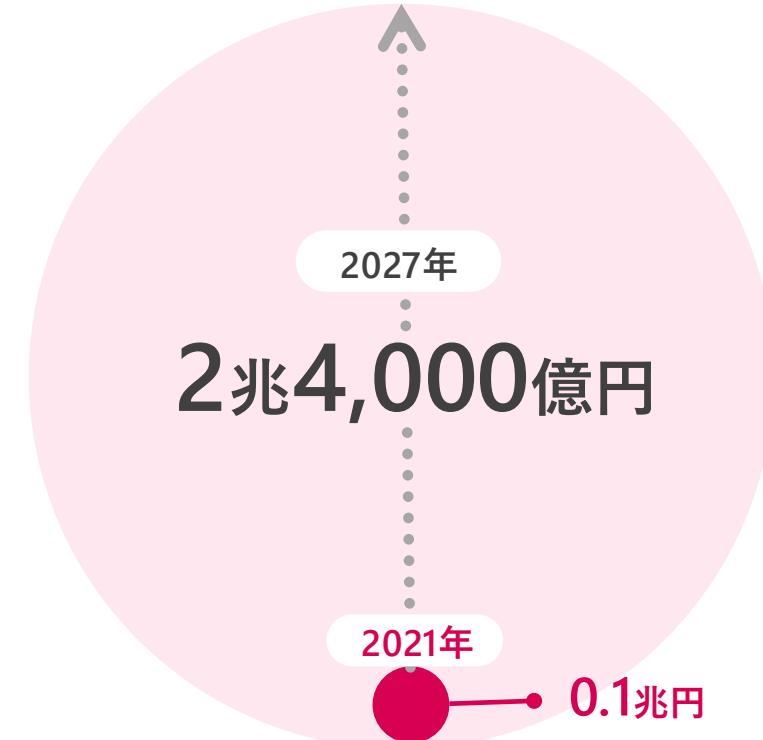
ソーシャルメディアマーケティング市場規模※1



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



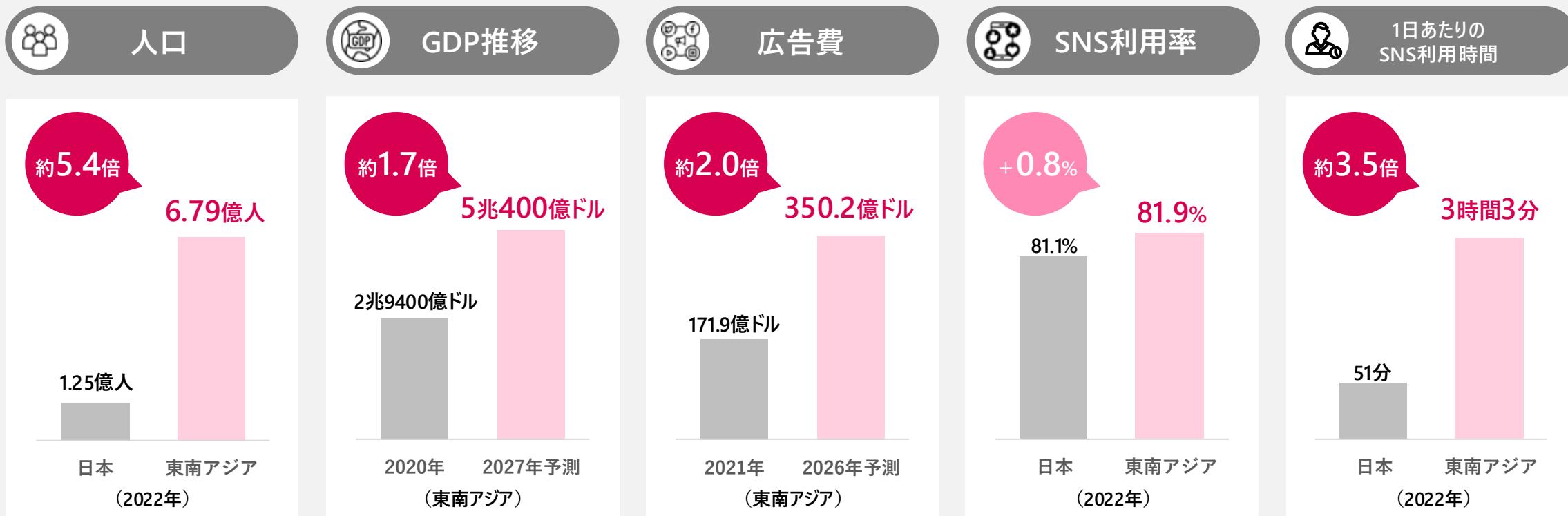
※1出典: サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ「ソーシャルメディアマーケティング市場」を加工して当社が作成

※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6.79億人の人口を擁し、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※2の成長率でほぼ倍増する予測。



出典: 外務省「目で見るASEAN」

出典: statista

出典: 「VIETJO」内記事の数値をもとに当社が算出

出典: We are social「Digital 2022」

出典: We are social「Digital 2022」

※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

# 2025年10月期 | 業績予想に対する進捗状況

売上高は前年比**21.7%**増で過去最高、4期連続※1の増収となった。各段階利益は上方修正を行い、親会社株主に帰属する当期純利益は、子会社の吸収合併に伴う税効果により前年比**83.4%**の大幅増。

(百万円)	2025年10月期 通期実績 <small>過去 最高</small>	前年同期 実績	増減額	増減率(%)	2025年10月期 通期業績予想	進捗率(%)
売上高	<b>2,630</b>	2,161	469	<b>21.7%</b>	2,700	97.4%
調整後EBITDA※2	<b>224</b>	176	48	<b>27.5%</b>	200	112.0%
営業利益	<b>160</b>	137	23	16.9%	150	106.7%
経常利益	<b>166</b>	147	19	12.8%	150	110.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	<b>133</b>	72	61	<b>83.4%</b>	80	<b>166.3%</b> <small>大幅 達成</small>

※1：2022年3月期より4期（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、7ヶ月決算であった2023年10月期を除いて計算）

※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

## 参考 | 事業セグメント統合について

2025年10月期第1四半期連結会計期間より「マーケティング事業」単一セグメントに変更。



マーケティング事業



LOVABLE MARKETING GROUP  
ASIA SDN. BHD.



UNIONNET

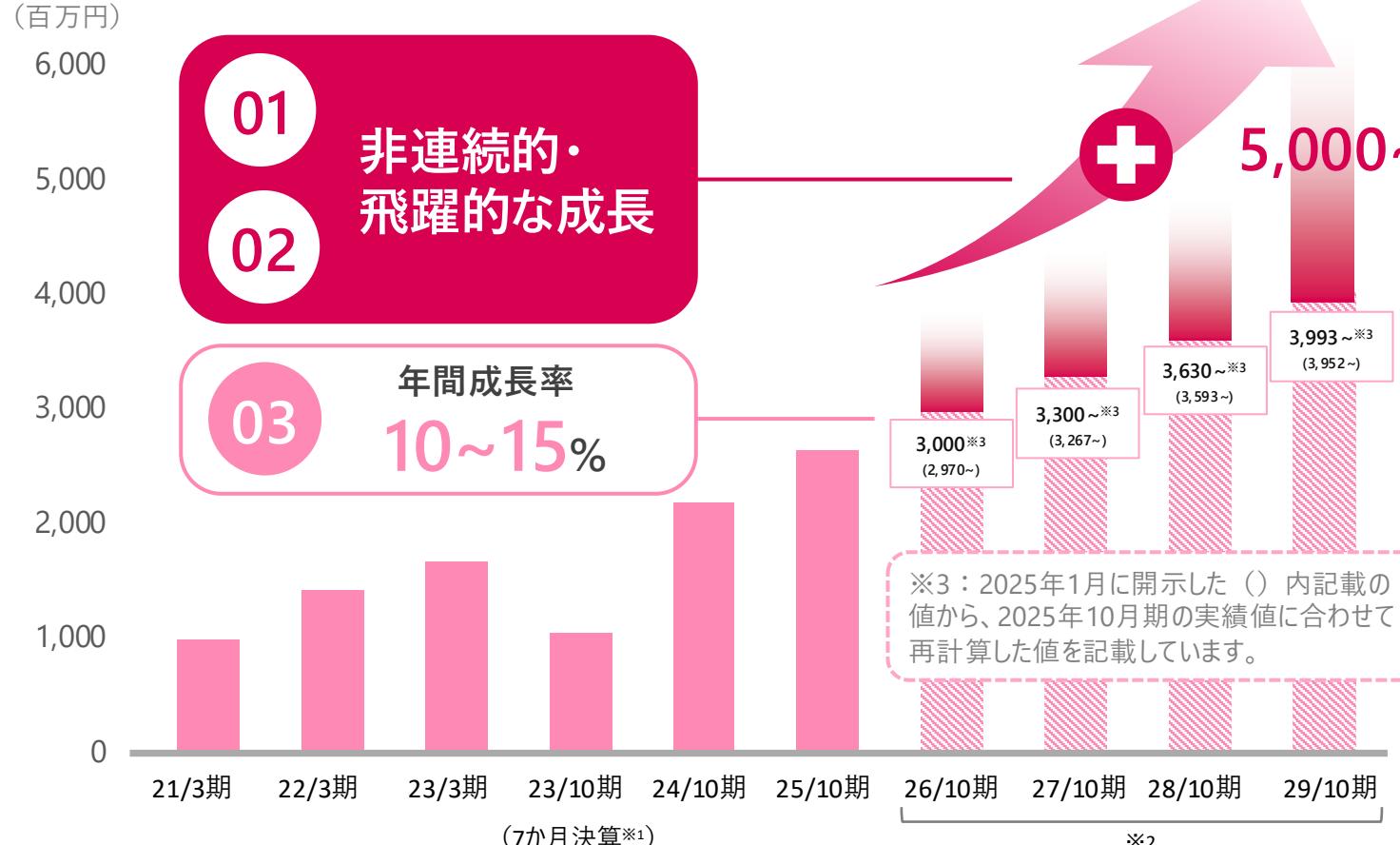


WHY?

2025年10月期から株式会社ユニオンネットを連結することで、グループ全体で統一したマーケティングソリューション提供体制へ移行し、意思決定プロセスを再検討した結果、経営実態をより正確に反映するために「マーケティング事業」単一セグメントとして開示することといたしました。

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

5年後の成果を起点とした、さらなる成長への展望。



※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までの7ヶ月決算となっております。

※2：26/10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

## ① 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。

## ② 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・Web3  
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。

## ③ 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。

# 施策・進捗状況の振り返り | 2025年10月期終了時点での進捗

成長戦略上の位置づけ	注力項目	施策内容	ステータス	進捗状況
ストレッチ戦略	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	新たに組織したM&A専任担当を中心に、M&A候補先企業の積極的な探索・交渉を進めたことで、2025年10月期中に3件のM&Aを実行。
		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3億円以上を目指す	達成	2025年10月期にグループインした企業・事業が通期に渡ってグループの成長に寄与したこと、総額で4億円以上の売上貢献を実現。
	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	2025年2月に、インバウンドメディアの事業譲受を実行。また、日本国内営業拠点として子会社「株式会社インバウンド・バズ」を新設。
		Japan Promotion Projectのサービス展開	進行中	出資先の合弁会社TASTE FOOD JAPAN SDN. BHD.が提供する「お試し出店サービス」にて「秀ちゃんラーメン」のマレーシア初進出を支援。
	新規領域 (XR・Web3)	XR事業の早期立ち上げ	進行中	出資先の株式会社ABALが制作したXRアトラクションが東京タワーで実施され、開催期間44日で2万人以上を動員。また、ABALと当社インフルエンサー支援サービスとの協業で、新サービスを開発。
		新サービスの開発、提供	進行中	
基本戦略	既存事業	年平均売上成長率10%～15%を目指す	達成	売上高の成長率は前年比21.7%増の26.3億円（過去最高）で着地。
		営業利益10%以上を達成	進行中	専門部署を起点に全社でAI活用を推進し、業務効率化および生産性・収益性の向上を実現。
		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。

# 施策・進捗状況の振り返り | トピックス

## 注力項目

## 施策内容

## トピックス

### 01 M&A

1. M&A候補案件の発掘・検討体制の強化

- 専門部署の設立によりM&A推進体制を強化し、検討数・検討スピードが向上。これにより案件数が増加し、通期で3件のM&Aを実行。

2. 財務基盤の強化

- 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。自己資本比率が大幅に改善。

### 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

- インバウンドメディア「Talon Japan」の事業を譲受
- インバウンドプロモーション支援を行う子会社「株式会社インバウンド・バズ」を新設
- 通期で5件の業務提携を実施

2. Web3（NFTやメタバース等）AI領域の取り組み

- 出資先のABALがXRイベント「戦慄迷宮：迷」で2万人を動員
- AI活用を推進し、業務効率化により外注の低減や採用を抑制

### 03 既存事業

1. 運用支援の件数・単価の最大化

- 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。結果、大型案件を複数受注

2. 支援領域の拡大

- 「ライフインザキッチン」を事業譲受し、インフルエンサーマーケティング支援を強化
- LINEマーケティング支援を行う「株式会社エルマーケ」の株式取得を決定

3. 運用支援ツールの拡大

- 年間経常収益(ARR)が3億円を突破
- 解約率は1%台を維持

# ①M&A | ハイライト

M&A候補先企業に対して資料請求および代表者面談を継続的に実施。  
年間での実行数としては過去最大の3件のM&Aを実行。2026年1月にも1件の株式取得を予定。

## ソーシング※実績

指標	件数
(M&A仲介会社との新規面談)	54
詳細資料(IM)請求数	156
代表者面談(トップ面談)数	31
M&A実行数	3
IM請求件数	156
トップ面談件数	31
M&A実行件数	3

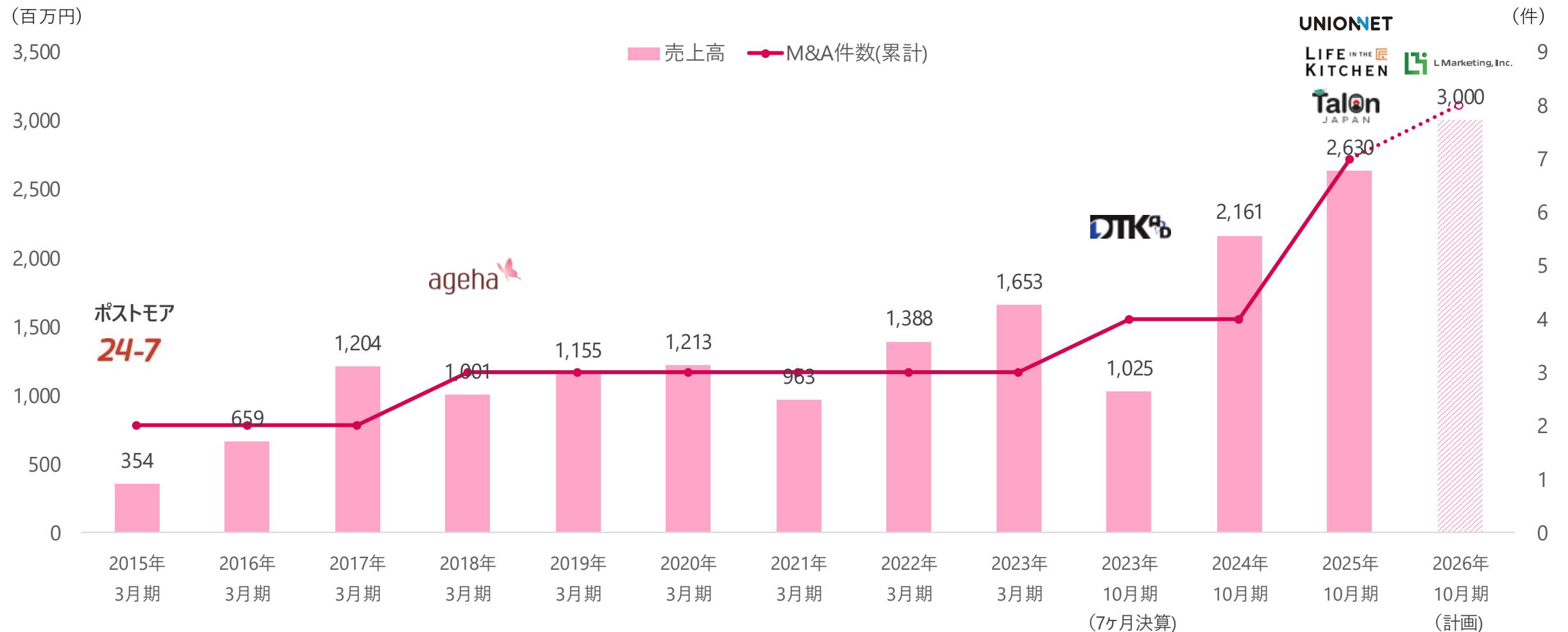
※M&A候補先企業を見つけるための探索活動

## M&A実績

企業／事業	取得時期	スキーム	事業概要
株式会社ユニオンネット <b>UNIONNET</b>	2024年11月	株式取得	Webサイトの企画・制作、保守・サポート、Webコンサルティングなど
ライフインザキッチン <b>LIFE IN THE KITCHEN</b>	2024年12月	事業譲受	食分野に特化したインフルエンサーマーケティング支援
Talon Japan <b>Talon JAPAN</b>	2025年2月	事業譲受	タイ国内最大級・120万人規模の訪日インバウンドメディア運営
株式会社エルマーケ <b>L Marketing, Inc.</b>	2026年1月 (予定)	株式取得	LINEマーケティング支援、LPO支援など

# ①M&A | 当社のこれまでのM&A実績

設立以来、成長ドライバーのひとつとして積極的にM&Aを実行。



# ①M&A | 2025年11月に第三者割当増資を実施

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。  
中期経営計画の達成に向けた好循環を生み出すための「起点」をつくる。

**発行株式数** : 360,000 (希薄化率29.05%※1)

**発行価格** : 1株につき1,371円

**資金使途** : M&Aや新規事業への投資

**差引手取概算額** : 492,560,000円

**払込期日** : 2025年11月12日

※1：総議決権数ベースで計算

## 第三者割当増資をきっかけとした発展

### 成長の起点

- ✓ 第三者割当増資による成長資金の確保

### 好循環の発生

- ✓ 財務健全性の向上
- ✓ 資金調達環境の改善
- ✓ M&Aの積極的推進

### 目的の達成

- ✓ 中期経営計画の達成
- ✓ 東証グロース市場上場維持基準への適合
- ✓ 非連続的な成長の継続

# ①M&A | M&A投資方針

SNSマーケティング支援と隣接する領域、または新規領域にてクロスセル・アップセルを狙ったM&Aを実施し、売上成長率の加速および非連続的な成長を目指す。

## 選定の基準 (①～④は優先順位)

### ① SNSを中心とした隣接する領域において既存事業と親和性の高い企業

(SNS運用支援、インフルエンサー・キャスティング、広告支援、ライブコマース等の購買支援など)



アカウント運用



インフルエンサー



広告支援



購買支援

### ③ 将来の成長の柱となる最新テクノロジー領域において固有な技術力、実績を有する企業

(マーケティング支援、インバウンド支援、SNS運用支援におけるソフトウェアの開発など)



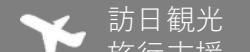
ソフトウェア開発・提供

### ② マーケティング（国内）、インバウンドマーケティングにおける事業領域の拡張

(インバウンド向けメディア運営、観光コンテンツ開発等の支援、戦略設計等のPR支援など)



インバウンドメディア運営



訪日観光旅行支援



PR支援

### ④ グループのアセットを活かした新規領域を提供する企業



## ②新規領域

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

| Talon Japan



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  
2025年2月に事業譲受。譲受後に全面リニューアルを実行。

### Facebook | コミュニティ運営



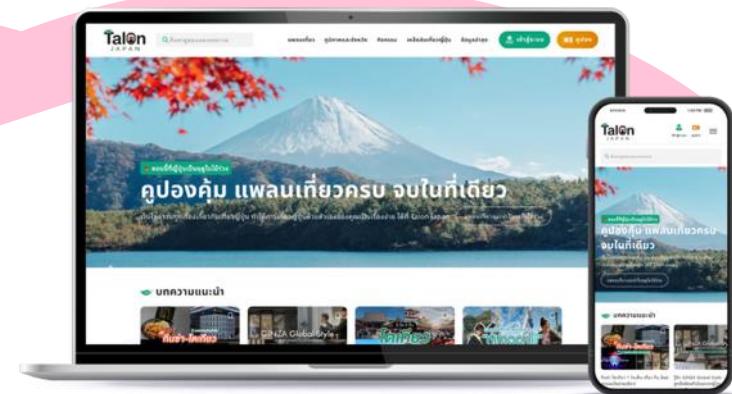
フォロワー  
**16万**

タイ人の日本旅行愛好家が情報交換する

**120万人規模**のコミュニティ

タイ国内で  
**最大級**

### Webサイト | インバウンドプロモーション支援



日本の観光情報 + 広告掲載を通じて  
旅前・旅中のプロモーションを支援

Talon Japan Facebookグループ  
<https://www.facebook.com/groups/talonjapangroup/>  
Talon Japan Facebookページ  
<https://www.facebook.com/TalonJapan>

Talon Japan Webサイト  
<https://www.talonjapan.com/>

## ②新規領域

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

# | 子会社「インバウンド・バズ」新設

インバウンドメディア「Talon Japan」の事業譲受にあたり、日本国内の広告主への営業活動を円滑に進めるため、日本法人として「株式会社インバウンド・バズ」を2025年2月新設。新潟県をはじめ複数案件を受注。

### 企業概要



名称	株式会社インバウンド・バズ
所在地	東京都港区虎ノ門四丁目 1番13号
代表者	代表取締役 木村 好志
事業内容	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
資本金	5,000,000円
設立年月日	2025年2月
決算期	10月
持分比率	株式会社ラバブルマーケティンググループ 100%

### 2025年10月期の実績例



新潟県  
NIIGATA PREFECTURE

タイ向けインフルエンサー  
招請事業支援を受注



MicroAd  
Redesigning the Future Life

広告配信システムを活用し、効率的なインバウンドマーケティングサービスを提供開始



SURF&SNOW

ミシュラン掲載店など有名レストランの予約  
代行サービスと「Talon Japan」が連携

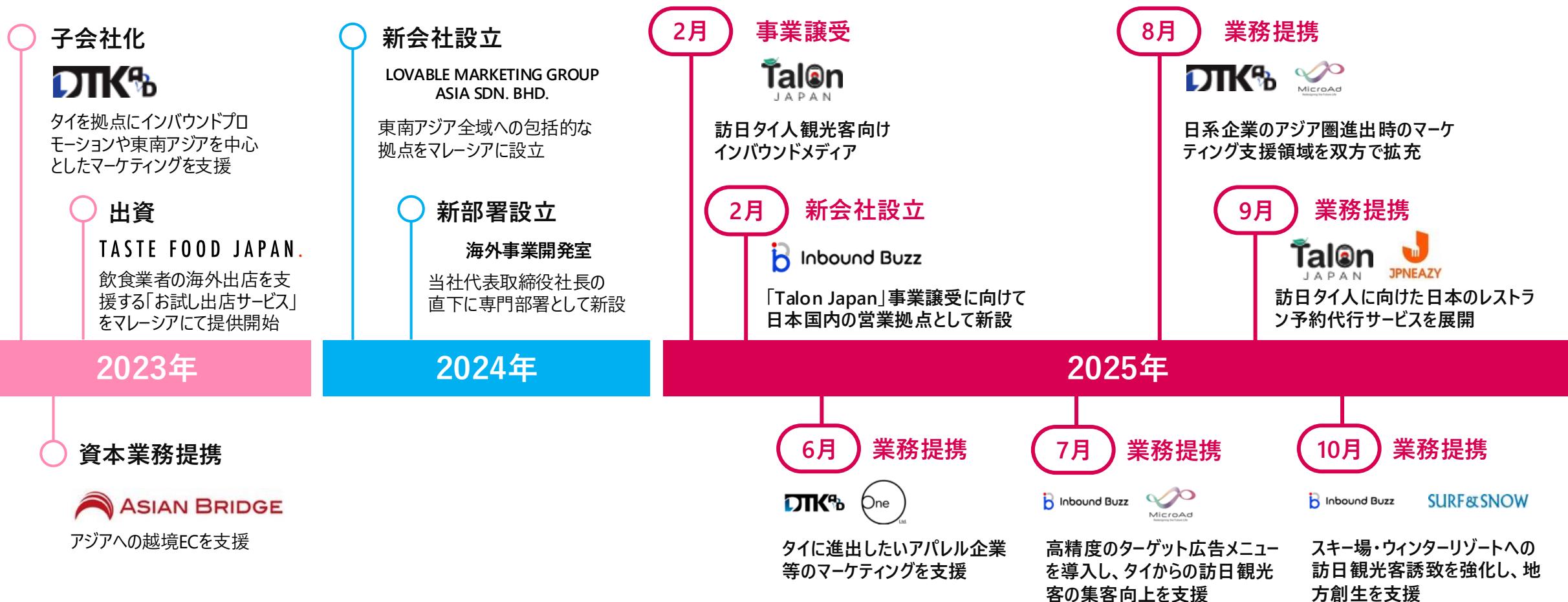
その他、クーポン掲載や記事掲載などで大手企業を中心に複数案件を受注

## ②新規領域

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

# | 業務提携を5件実行

2025年10月期には5件の業務提携を実行し、支援領域を拡大。



## ②新規領域

Web3 (NFTやメタバース等)  
AI領域

# ABAL『戦慄迷宮：迷』2万人動員



実績

2025年7月19日～8月31日の

44日間で 20,419人が参加



金沢でも開催

当社の出資先で、XRプラットフォームを提供する株式会社ABALは、富士急ハイランド等の遊園地事業を展開する富士急行株式会社とタッグを組み、XR（拡張現実）技術を用いた新作ホラーアトラクション『戦慄迷宮：迷』を製作しました。東京タワーにて2025年7月19日～8月31日の44日間にわたり実施され、期間中に計2万419人が参加。石川県金沢市でも2025年11月より開催。

### 株式会社ABALについて

「Scape®」を主軸とする各種ソリューションを展開。 VR空間内での自由移動・体験共有を可能にするソリューション「Scape®」を提供しております。  
<https://www.abal.jp>

【出資先企業に関するお知らせ】出資先のABALのXR技術で製作した新作ホラーアトラクション『戦慄迷宮：迷』が東京タワーにて開催されます  
[https://lmg.co.jp/news/about\\_abal20250605/](https://lmg.co.jp/news/about_abal20250605/)

## ②新規領域

Web3 (NFTやメタバース等)  
AI領域

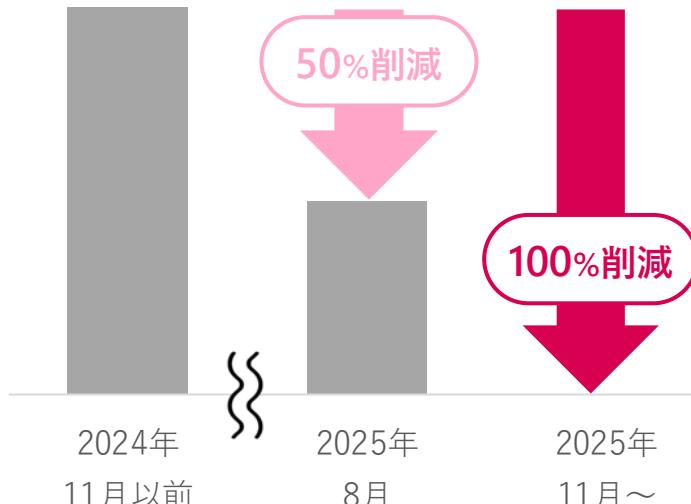
## AI活用の推進

2025年10月期第1四半期よりAI専門部署「AI・DX推進室」を新設し、全社横断でAI活用の知見を共有することで、業務効率化・収益性向上を加速。

### 実績：外注費削減

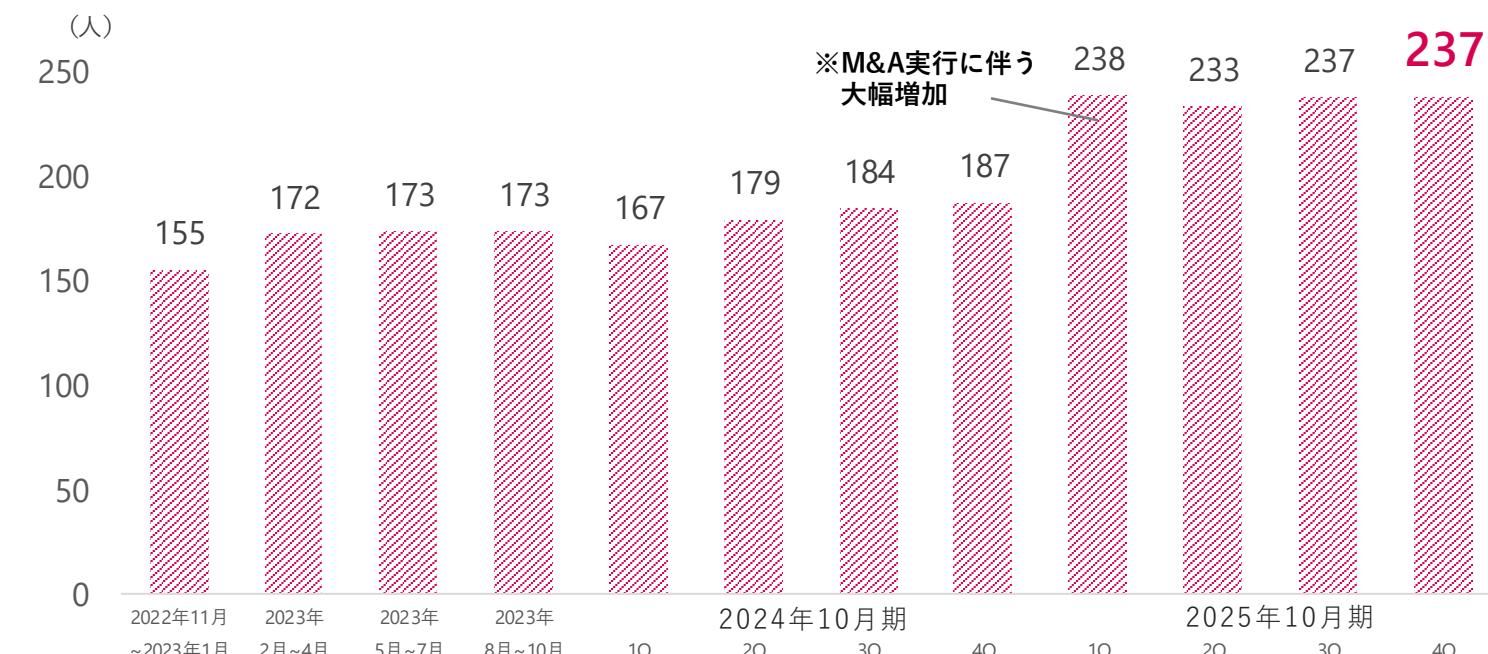
#### オフショア開発費用を100%削減

エンジニアのAIを前提とした開発体制へ移行・業務効率化を大きく進めることで、2025年10月期中にオフショアへ委託していた開発を完全内製化し、費用を100%削減。これにより、開発スピードとコスト効率を高め、今後は付加価値の高い領域にリソースを集中できる環境を実現。



### 実績：採用の抑制 | 従業員数推移

#### AI活用による生産性向上で2025年10月期通期では、人員増を抑制



※1グループ外への出向者、休職者は除く、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

## ②新規領域

Web3（NFTやメタバース等）  
AI領域

# AI関連の新サービス

### (1) SaaSツールへの新機能実装



「投稿テーマ」「投稿概要」「投稿のターゲット」等、作成したい投稿の情報を入力後、ワンクリックでAIによる投稿文案を生成可能に。投稿文のアイデア出しから文章の草案作成、トーンや文体の調整まで、生成AIが一貫してサポートすることで、SNS運用担当者の業務負荷の軽減を可能にします。

詳細

[https://lmg.co.jp/news/cms\\_newservice20250903/](https://lmg.co.jp/news/cms_newservice20250903/)

### (2)「AIリプライアシスト」サービス提供開始



企業のSNSアカウントに寄せられるお問い合わせや、企業のサービスなどに関する言及への返信文案をAIにより自動生成し、「AI×人」のハイブリッドで返信対応することが可能になります。(現在、X・Instagram・TikTokに対応)

詳細

<https://lmg.co.jp/news/aireplyservice20250723/>
  
[https://lmg.co.jp/news/ai\\_reply\\_igtt20250812/](https://lmg.co.jp/news/ai_reply_igtt20250812/)

### (3)「ジソウAI」サービス提供開始



企業に対し、主にマーケティングや広報業務における課題の発掘からAI活用戦略の設計、AIツール導入、運用定着までを一貫して支援することで、お客様の組織全体のAI活用レベルを上げて業務効率化および生産性向上を実現。

詳細

[https://lmg.co.jp/news/jisou\\_ai20250804/](https://lmg.co.jp/news/jisou_ai20250804/)

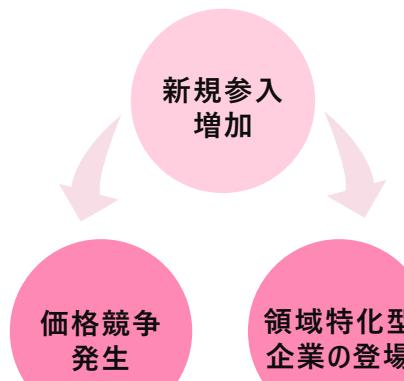
## ③既存事業 | SNSマーケティング市場の変化と当社の戦略

市場成長に伴って新規参入が増加するが、競合優位性を活かして高単価・高収益の案件獲得に注力。2025年10月期第4四半期では年間売上1億円を超える案件を新規受注するなど大型案件を複数受注。

### 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



### 市場の成長に伴い 新規参入が増加



### 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、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

## ③既存事業 | ライフインザキッチン

インフルエンサーマーケティング支援領域の強化・拡充を目的に  
食分野に特化したインフルエンサーマーケティングに強みを持つ「ライフインザキッチン」を事業譲受。

### 対象事業の概要



名称	ライフインザキッチン
事業内容	日本最大級の料理教室ネットワークを通じた、食・ライフスタイル分野に特化したマーケティング支援
事業の強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本最大級の約2,000の料理教室ネットワーク保有</li> <li>オフライン・オンライン両軸でのサービス提供が可能</li> <li>ジャンル特化したマーケティング支援で高い競合優位性をもつ</li> </ul>
Webサイト	<a href="https://www.comnico.jp/lifeinthekitchen">https://www.comnico.jp/lifeinthekitchen</a>

### 対象事業のサービス概要

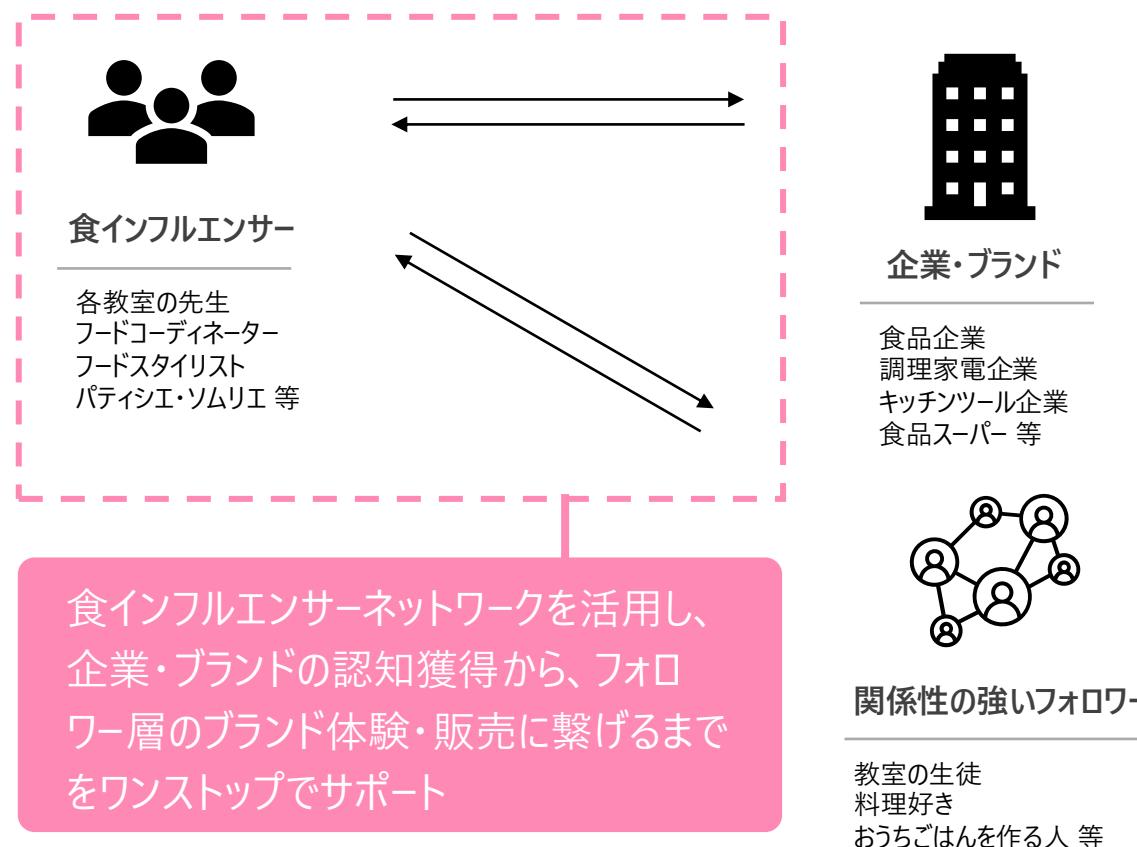
**全国にある約2,000の料理教室を中心構築された  
食インフルエンサーネットワークを活用したマーケティング支援**



## ③既存事業 | ライフインザキッチン

日本最大級の料理教室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支援をワンストップで提供可能。

### ビジネスモデル



### ライフインザキッチンの強み



#### 日本最大級の料理教室ネットワークを保有

約2,000の料理教室に加え、テーブルコーディネート教室、フード stylist、フードコーディネーター、パティシエ、ソムリエとも連携



#### オフライン・オンライン両軸のサービス提供

料理教室での生徒による体験(タイアップやサンプリング)、イベント開催に加えて、インフルエンサー・アカウントでのPR投稿などをセットで提供



#### 食・ライフスタイル分野に特化

食品、酒・飲料、調理家電、健康食品、医薬品・OTC向けなど食業界のマーケティングに精通

## ③既存事業 | 株式会社エルマーク（2026年1月株式取得予定）

当社のSNSマーケティングソリューションの強化・拡充を目的に  
LINEマーケティング支援に強みをもつ「株式会社エルマーク」の株式を取得予定。

### 対象企業の概要



**L Marketing, Inc.**

名称	株式会社エルマーク
所在地	東京都渋谷区渋谷3丁目5-16 渋谷三丁目スクエアビル2階
代表者	代表取締役 関口大地・本田修平
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LINE公式アカウントAPIツール導入支援</li> <li>• LINE公式アカウント運用代行/コンサルティング</li> <li>• 友だち数増加支援</li> <li>• 補助金・助成金申請代行</li> </ul>
資本金	5,000,000円
設立年月日	2022年11月
Webサイト	<a href="https://line-marketing.co.jp/">https://line-marketing.co.jp/</a>

### 対象企業のサービス概要

豊富な支援実績に基づくLINEへの深い理解と知見を強みに、  
成果創出に必要なプロセスをワンストップで支援



#### LINE公式アカウントAPIツール導入支援

LINEステップやLメッセージなど、各種LINE公式アカウントAPIツールの中からクライアントに最適なツールの提案～導入を支援



#### LINE公式アカウント運用代行/コンサルティング

運用代行～コンサルティングまで幅広く対応。クライアントの実現したいこと・予算に合わせて最適なオーダーメイド提案が可能



#### 友だち数増加支援

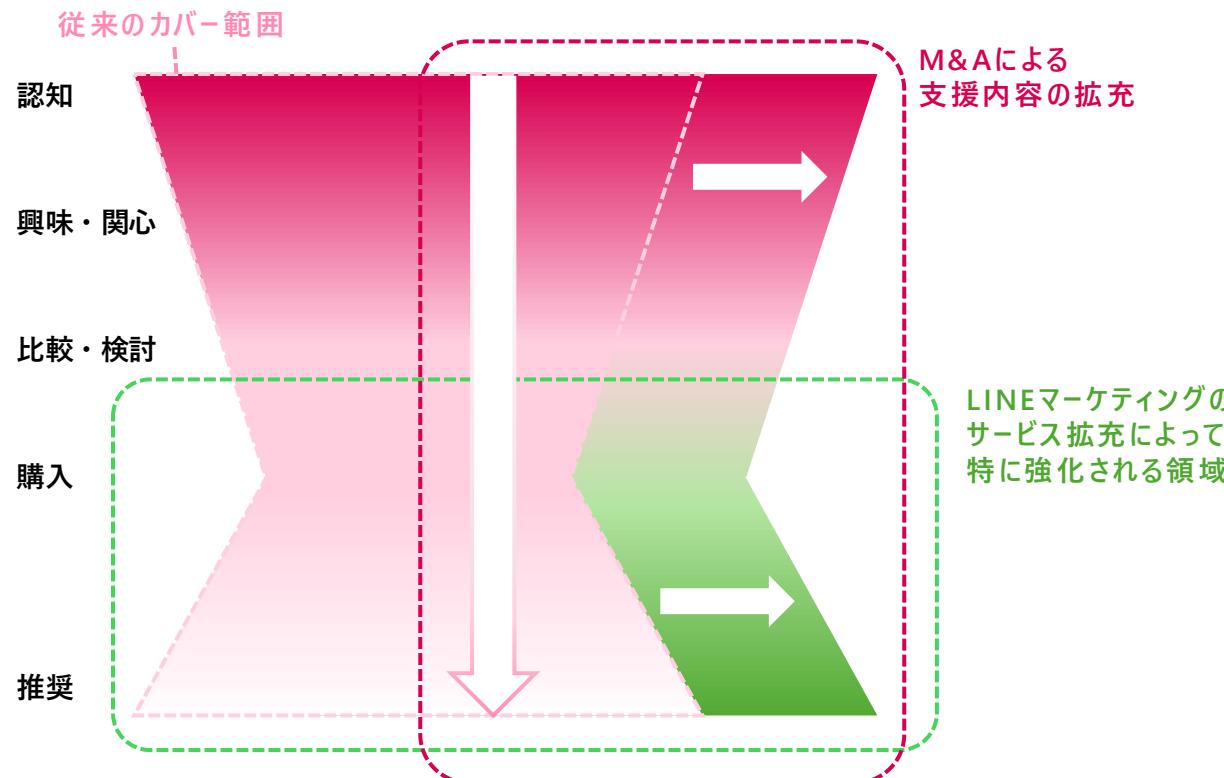
LINE公式アカウントへのお友だち数（＝新規見込み顧客）増加の支援を、LPの改善提案(LPO)など導線設計レベルからフルサポート

+サービス利用に際して活用できる補助金・助成金申請も支援

## ③既存事業 | エルマークとのM&Aによって期待できるシナジー効果

「株式会社エルマーク」がグループインすることで  
当社のマーケティングファネルが拡充補完され、提案力と競争優位性が向上。

### コムニコがカバーしているマーケティングファネル



### 期待できるシナジー効果の例

#### 提案力の強化

当社が得意とするInstagramやXの活用による認知獲得と、対象会社が強みを持つ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します。これにより、顧客に対してより包括的かつ効果的なマーケティング提案が可能となります。

#### アップセル クロスセル創出

当社と対象会社の双方のサービス領域が拡充されることで、既存顧客に対するアップセル機会の創出、また新規顧客に対しては複数のサービスを組み合わせて提供することで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の向上が期待されます。

#### 競合優位性の向上

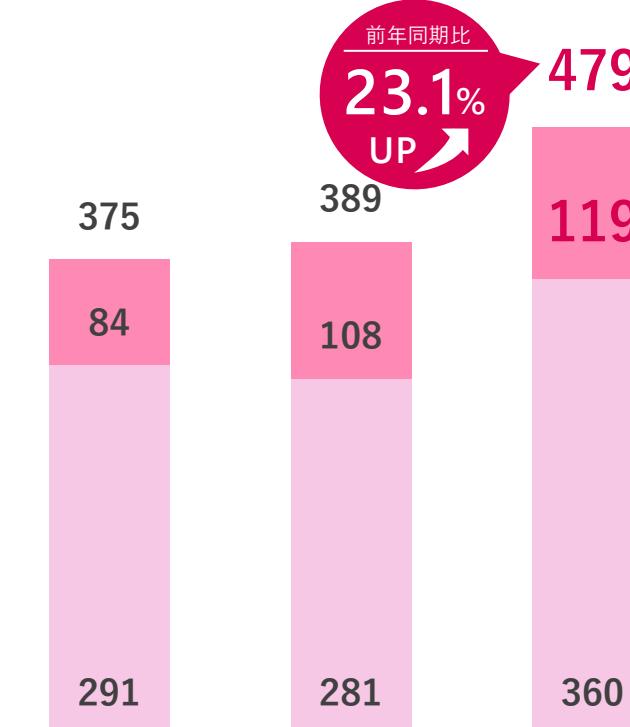
全SNSを包括的かつ戦略的にワンストップで支援できる提案力に加えて、SNSマーケティング支援ツールの開発・提供という独自のソリューション基盤を備えることで、市場での競合優位性を高めて、中長期的な事業成長を牽引します。

## ③既存事業 | SNSマーケティング支援ツール

契約社数は前年同期比**23.1%**の大幅増加で、通期で**20%**以上の高成長を継続。

### comnico Marketing Suite 契約社数推移

■ 1-3アカウント ■ 4アカウント以上



#### 現場起点のUI/UX改善 ・サポート強化で件数増

当社が請け負っているSNS運用代行業務の実務担当者(=現場)からのフィードバックを活かしたUI/UX改善や、顧客ニーズに基づく新機能開発/機能発展を継続的に推進。さらに、充実したサポート体制の確立と他社ツールからのリプレイスも後押しとなり、利用満足度の向上を通じて契約件数が通期で増加。

### クライアント例

業種	アカウント数
大手ITグループ	307 <span style="color: red;">増加</span>
大手自動車メーカー	184
ウェディング・ホテル運営会社	64
大手IP会社	54 <span style="color: red;">増加</span>
ライフスタイルブランド	42 <span style="color: red;">増加</span>
大手出版社	37
ライフイベント関連サービス	34
大手化粧品メーカー	25
音楽プロダクション	25 <span style="color: red;">NEW</span>

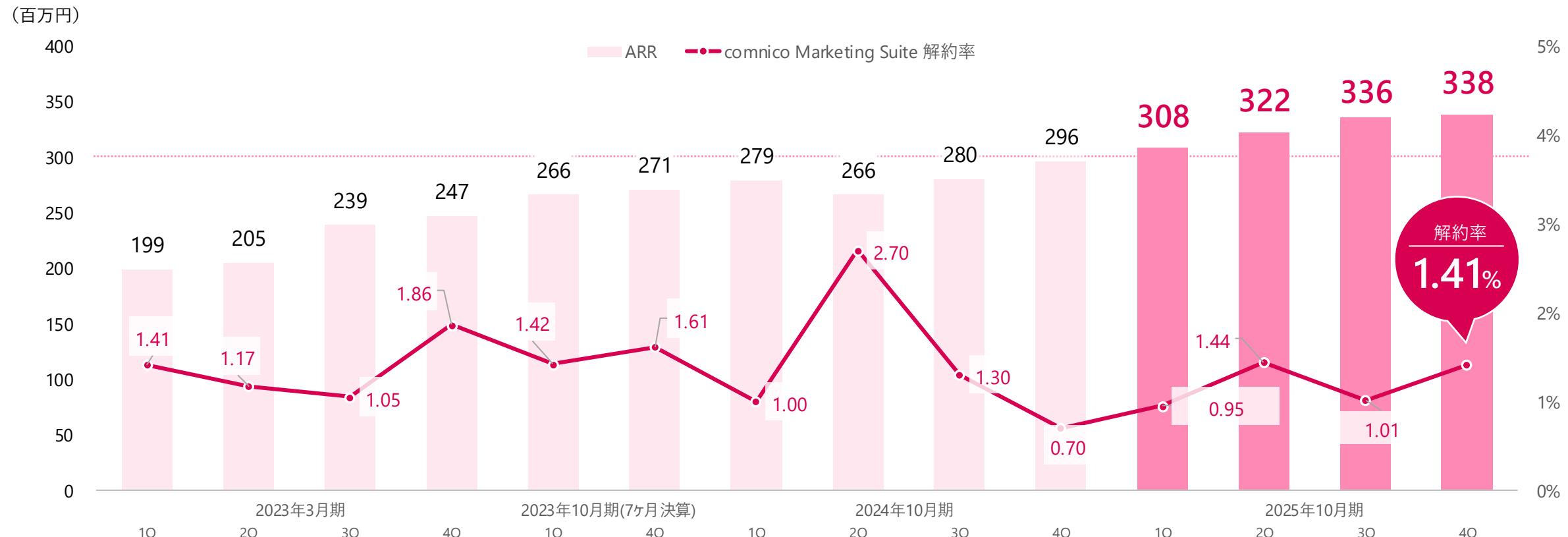
2023年10月末 2024年10月末 2025年10月末

※3アカウントまで基本料金内のため4アカウント以上を複数契約社と定義

## ③既存事業 | SNSマーケティング支援ツール

2025年10月期では、ARRは3億円以上で推移し、過去最高の3.38億円で着地。  
解約率は通期に渡って1%台の水準を維持。

### SNS運用支援ツール「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

# 2026年10月期 | 業績予想

M&Aの推進、新規事業の立ち上げ・加速および既存事業の安定的成長によって、  
売上高・営業利益については増収増益を見込む。

(百万円)	2026年10月期 業績予想	2025年10月期 実績	増減額	増減率(%)
売上高	3,000	2,630	370	14.1%
調整後EBITDA※	280	224	56	25.0%
営業利益	180	160	20	12.5%
経常利益	170	166	4	2.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	140	133	7	5.3%

※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

# 中期経営計画の戦略と重要数値目標

中期経営計画から逆算した注力項目へのアクション実行で、飛躍的な成長を目指す。

2025年10月期

2026年10月期

2029年10月期

実績値
売上高 2,630 百万円
営業利益 160 百万円
時価総額 1,760 百万円※1

注力項目	個別アクション	共通アクション	経営目標
M&A	<ul style="list-style-type: none"> <li>増資による資金力向上をテコに、M&amp;Aの対象スコープを拡大して検討数を増やし、M&amp;Aを加速</li> <li>M&amp;Aによってグループ化した企業/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</li> </ul>		
新規領域	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>タイ人インフルエンサーを活用したサービス開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>AI活用による業務効率化／収益性向上</li> </ul>	
既存事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>短尺コンテンツを含む動画領域への対応強化</li> <li>インフルエンサーマーケティング支援の領域拡充</li> <li>SNS運用支援ツール「comnico Marketing Suite」の機能強化・販売拡大</li> </ul>		<p>売上高 5,000 百万円以上</p> <p>営業利益 400 百万円以上</p> <p>時価総額 10,000 百万円以上※2</p>

※1：時価総額 = 2025年10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。

# 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

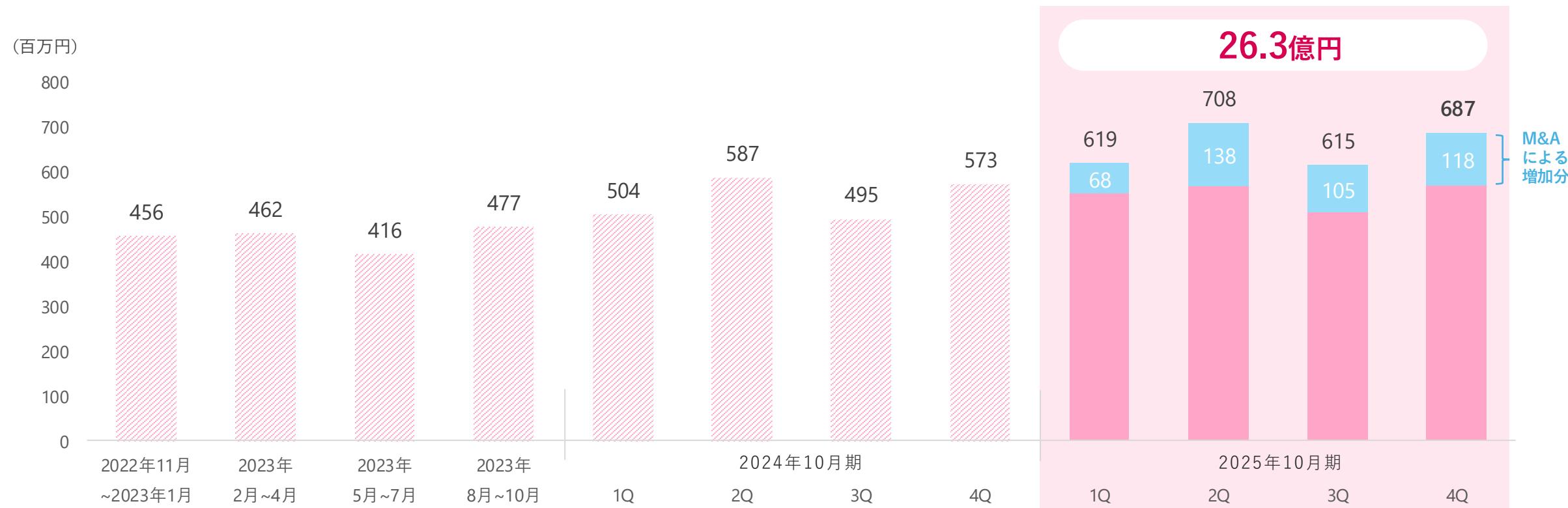
04 事業計画

## 05 財務情報

06 Appendix

# 売上高推移 (四半期別)

M&Aでグループインした企業・事業の売上貢献が通期に渡って成長に寄与し、  
売上高は前年比21.7%増の**26.3億円**で過去最高、4期連続※1の増収となった。



2025年10月期の事業セグメント統合に伴い、本資料より売上内訳の記載を事業別売上からグループ全体売上に変更しております。

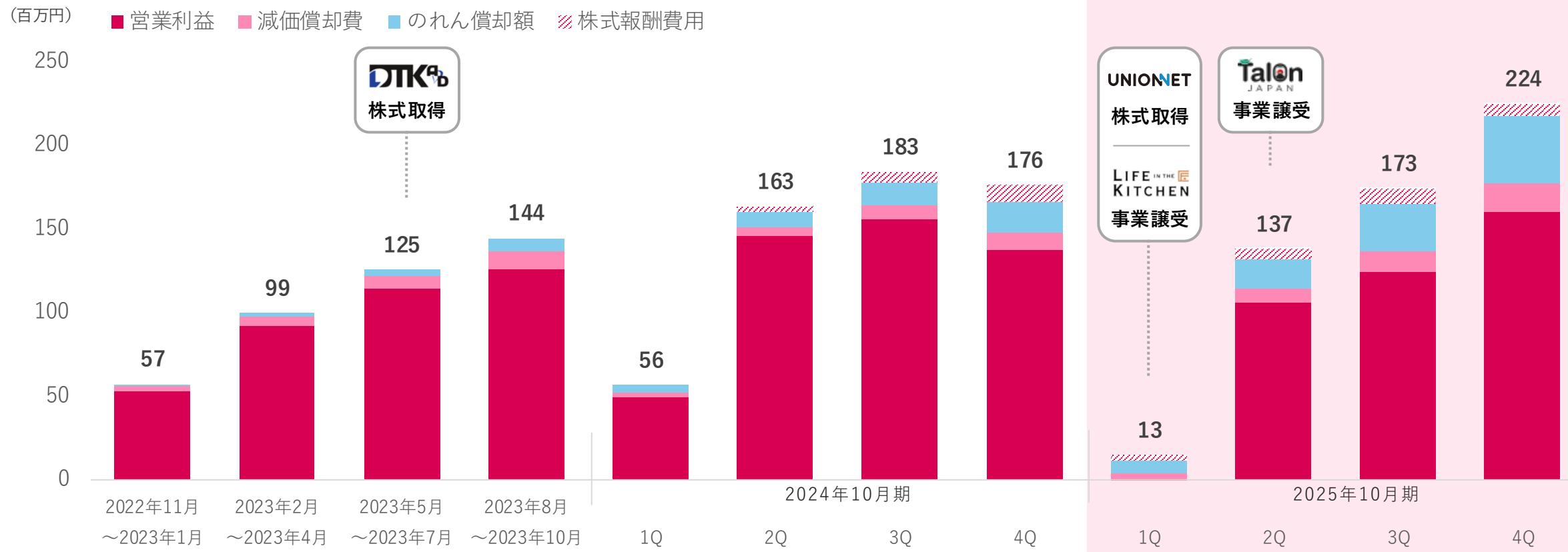
※1：2022年3月期より4期（2023年10月期より決算期（事業年度の末日）を3月31日から10月31日に変更したため、7ヶ月決算であった2023年10月期を除いて計算）

※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

# 調整後EBITDA推移 (四半期別／期中累計)

調整後EBITDAの通期累計は、過去最高の224百万円（前年比**27.5%増**）で着地。



※調整後EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却額+株式報酬費用

※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

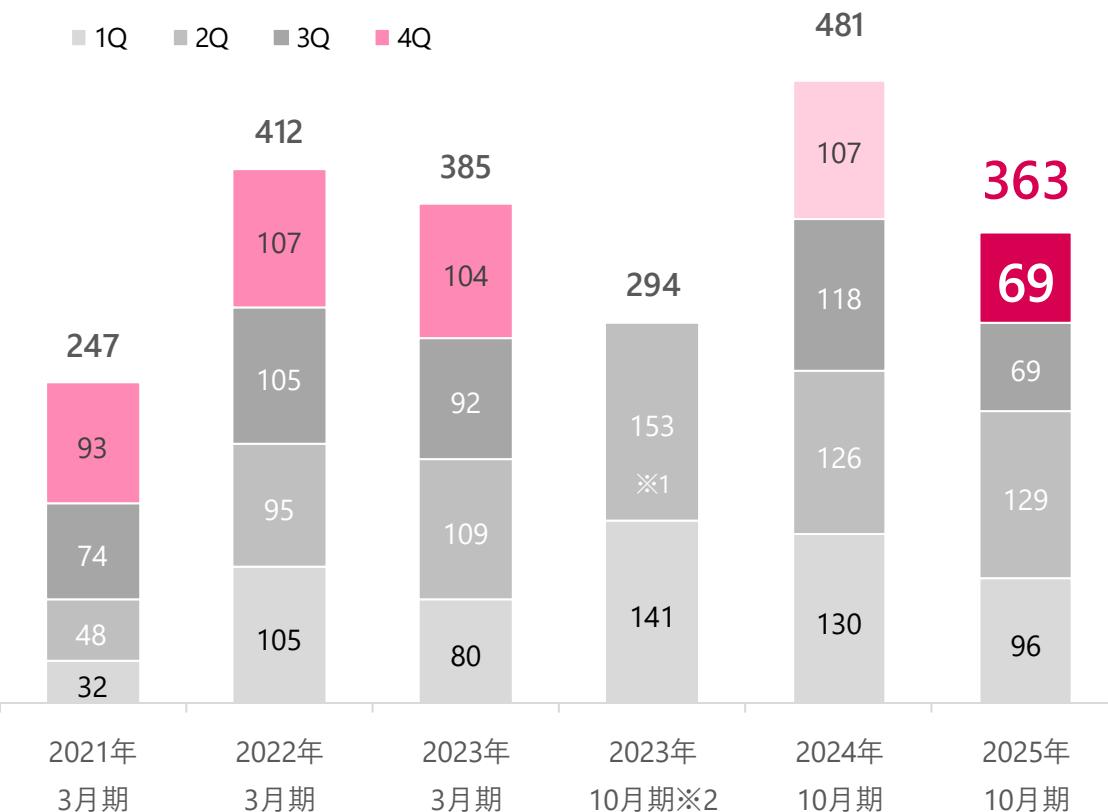
# 連結貸借対照表

(百万円)	2024年10月期	2025年10月期	増減額	主な要因
流動資産	1,464	1,483	19	
(現預金)	986	870	△116	✓ 事業譲受に伴う支出による減少
固定資産	262	435	173	✓ 新規M&Aに係るのれんの増加
総資産	1,726	1,918	192	✓ 新規M&Aに係るのれんの増加
流動負債	885	992	107	✓ 運転資金に係る短期借入金の増加
固定負債	534	461	△73	✓ 長期借入金の返済による減少
純資産	306	464	158	✓ 当期純利益の計上による利益剰余金の増加
自己資本比率	15.1%	21.9%	6.8pt	✓ 当期純利益の計上による利益剰余金の増加

# SNS運用支援・主要KPI① | 新規受注件数／ロイヤルクライアント社数推移

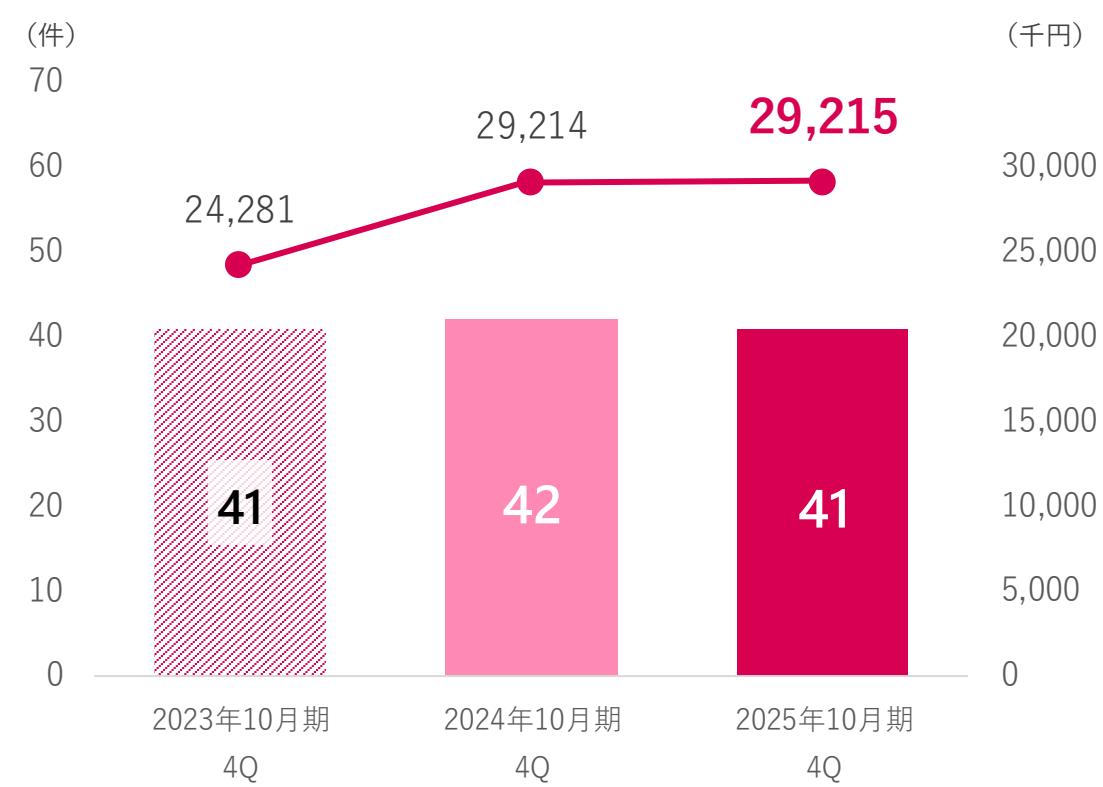
市場環境の変化に適応し、高単価・高収益の案件獲得に注力。  
結果、2025年10月期第年間売上1億円を超える案件を新規受注。

## 新規受注件数の推移



※1:2023年7月～10月の4ヶ月間の数値  
※2:2023年4月～10月の7ヶ月決算

## ロイヤルクライアント※3社数と売上単価の推移



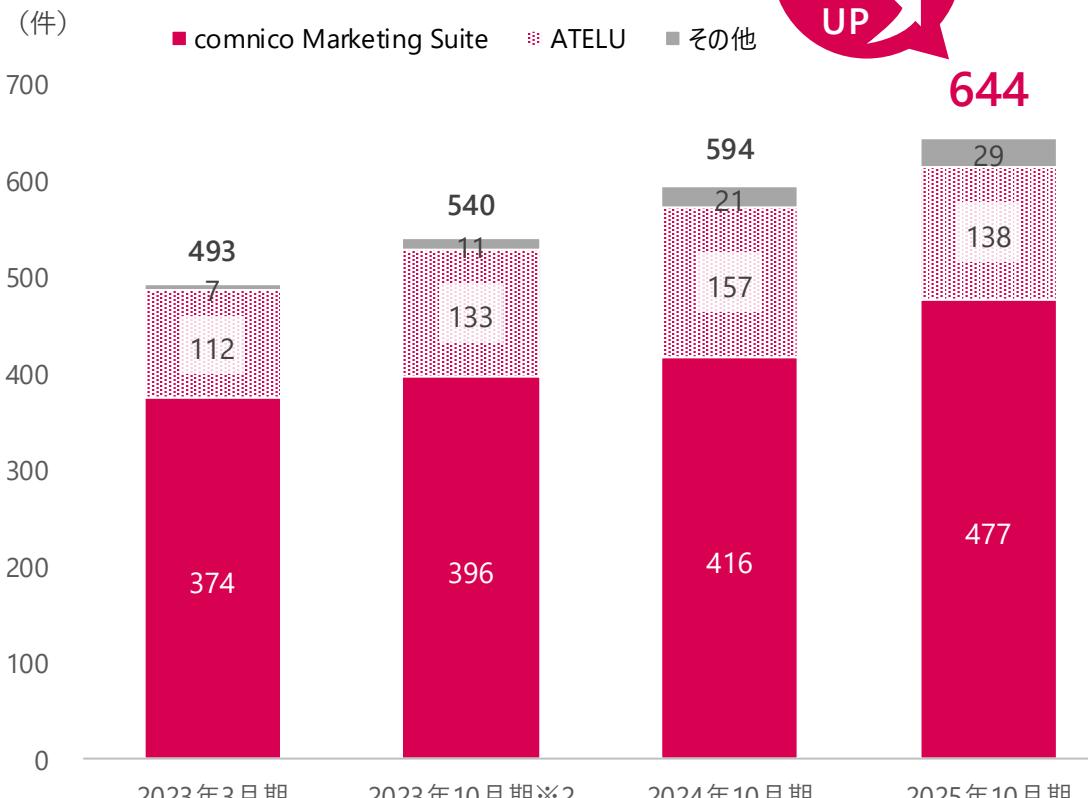
※3:当社との年間取引高が1,000万円以上の顧客  
※4:2024年10月期第4四半期と比較

## SNS運用支援・主要KPI②

SNS運用支援ツールの契約件数・ARRと解約率

ツールの契約件数は年々増加しており、比例してARR※3も高成長を継続。

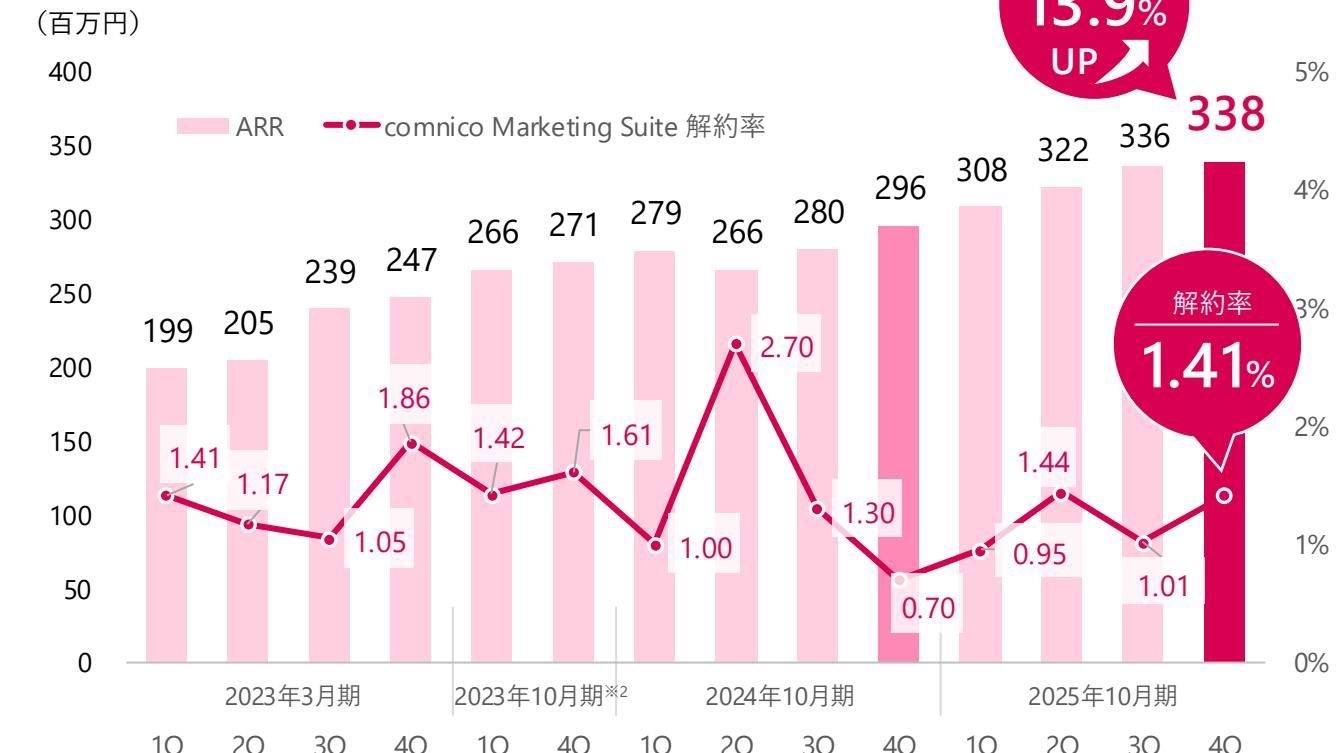
## SNS運用支援ツール契約件数



※1: 2024年10月の契約件数と比較

※2: 2023年4月～10月の7ヶ月決算

## comnico Marketing SuiteのARR(年間経常収益)※3と解約率※4



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

※4: 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

※5: 2024年10月のARRと比較

# 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

# 組織づくり | サステナビリティ・マネジメント

「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



## 関連するSDGs

### 持続可能な開発と ライフスタイルの促進



## 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

## 健全なICT社会実現



- 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

(2025年10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	374,900	30.18
合同会社みやびマネージメント	184,450	14.85
楽天証券株式会社共有口	72,300	5.82
林 雅之	72,114	5.81
INTERACTIVE BROKERS LLC	61,000	4.91
KGI ASIA LIMITED-CLIENT ACCOUNT	50,300	4.05
各務 正人	47,600	3.83
長谷川 直紀	25,500	2.05
青木 達也	19,000	1.53
ラバブルマーケティンググループ社員持株会	18,137	1.46
計	925,301	74.49

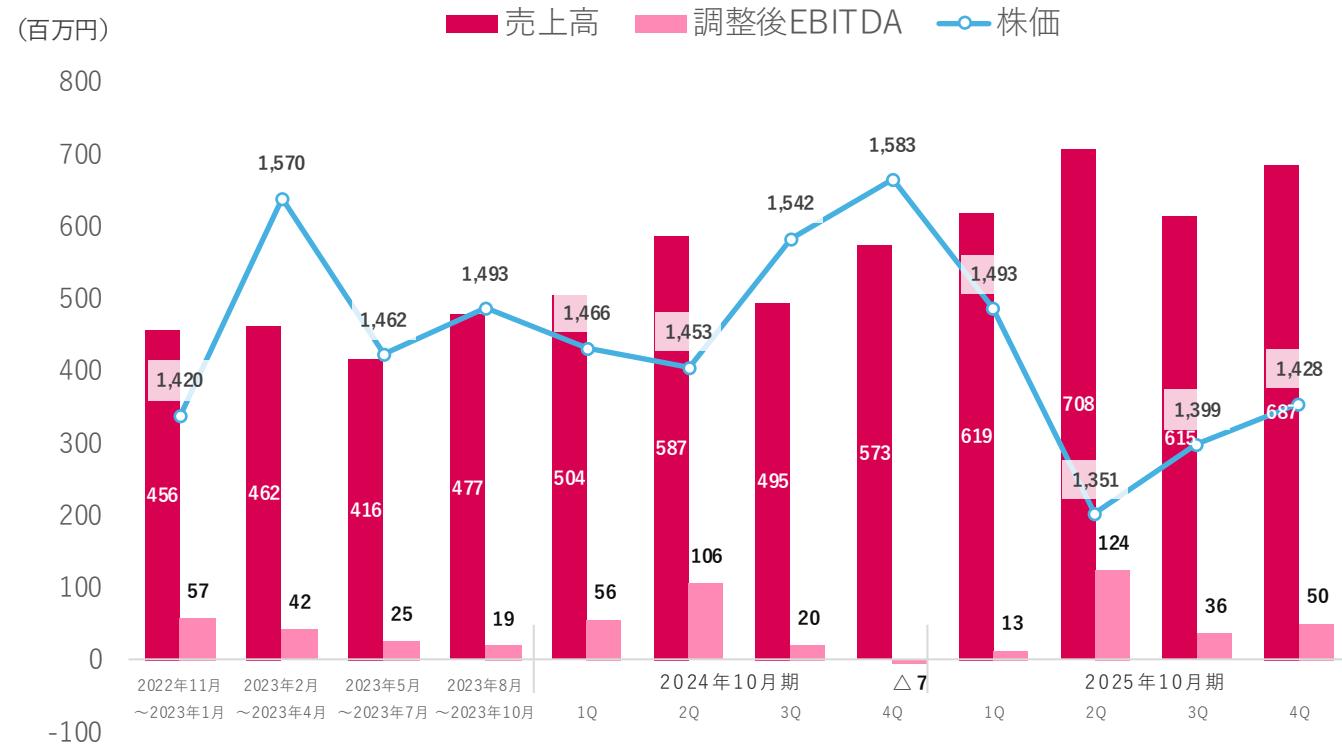
※当社は自己株式を204,600株保有しておりますが、上記大株主から除いております。

※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。

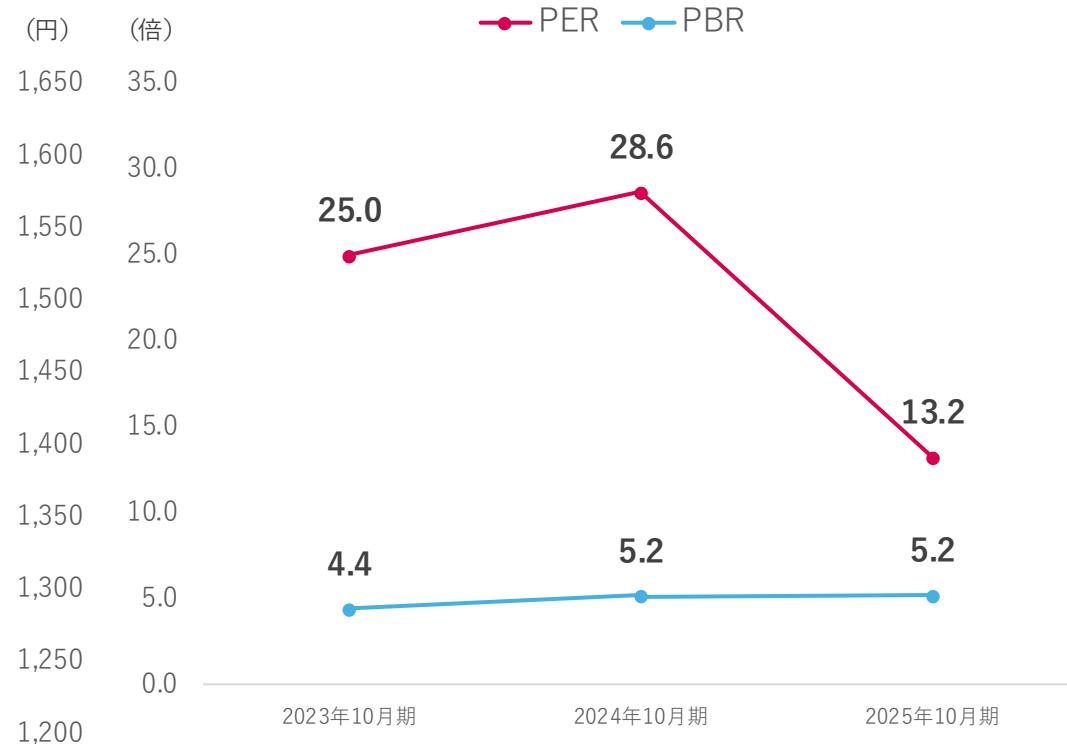
# 参考 | 業績・株価およびPER・PBR推移

2025年10月期で業績は過去最高を更新するも、PER水準は抑制傾向。  
さらなる成果創出と認知向上を通じて、市場からの適正評価を目指す。

## 業績・株価※1推移（四半期別）



## PER※2・PBR※3推移（年度別）



※1：株価＝四半期毎の期中平均株価

※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

※2：PER=期中平均株価÷1株当たり純利益で算出

※3：PBR=期中平均株価÷1株当たり純資産で算出

# 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	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	396件	267件	156件	328件
書籍出版※2	9冊	8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～2025年10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

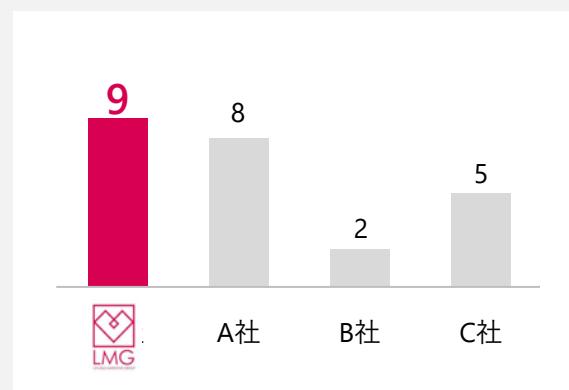
※2 当社調べ（2025年10月時点）SNSマーケティング関連における書籍の出版件数、編集協力等は含まず

# 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



書籍出版数 ※1

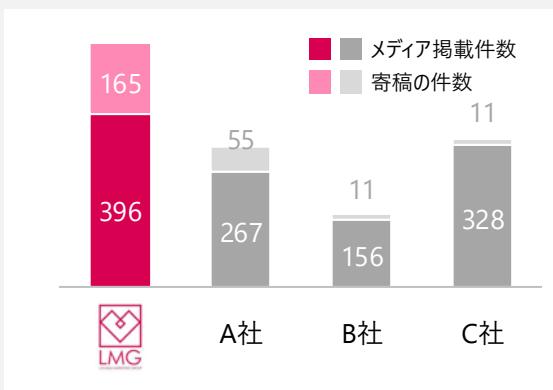


※1:当社調べ（2025年10月時点）SNSマーケティング関連における書籍の出版件数、編集協力等は含まず  
※2:当社調べ（2018年1月～2025年10月における、SNS関連の記事等が外部メディアに掲載された件数で、各社コーポレートサイトにて公表された件数）

## メディアへの寄稿



メディア掲載件数 ※2



## 自社メディアの運営



リード獲得数 ※3

2,989 件

※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（2024年11月～2025年10月）  
※4:自社開催の無料ウェビナーへ参加いただいた人数（2024年11月～2025年10月）

## 無料ウェビナーの開催



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開催。

参加者 ※4

3,033 名

# 株主優待制度のご案内

株主の皆様の日頃からのご支援に感謝するとともに、当社株式への投資の魅力を高めより多くの皆様に中長期的に当社株式を保有していただくことを目的として、株主優待制度をご用意しています。

## 対象となる株主様

2025年4月末日および2025年10月末時点の当社株主名簿に、同一株主番号で連続2回以上記載または記録された、当社株式を半年以上継続保有する、100株以上保有の株主様を対象といたします。

## 優待内容

株式保有数	優待内容
100株以上	クオカード 1,000円

## 進呈時期

株主優待品の進呈時期は2026年2月頃を予定しております。

# 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。	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月に施工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でのマーケティング手法を中心しております。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ところから、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

※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)



Facebook



note



フォロー

フォロー

フォロー

## 本資料の取り扱いについて

本資料には、当社に関する見通し、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はありません。

なお、次回の更新は、2026年6月頃を予定しております。

