



2026年3月期第1四半期 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 第1四半期

01 ハイライト

02 決算概要

03 事業報告

04 トピックス

05 成長戦略

06 参考情報



2026年3月期 第1四半期

ハイライト

01

SNSマーケティング市場の成長を背景に売上10%以上成長を継続

第1四半期としては3期連続で過去最高を更新。各段階利益も順調に推移し、調整後EBITDAは前年同期比199.1%の大幅増加。



02

M&A戦略 | エルマーケ・ライスカレーLSの取得により非連続成長

2026年1月にもLINEマーケティング企業「株式会社エルマーケ」、2026年3年にはSNS運用支援を行うコムニコと同業他社にあたる「株式会社ライスカレーLS」を株式取得予定。



ライスカレーLS

03

高収益SaaS | ARR^{※1} + 16.8% / 解約率1.41%

前期比 + 16.8%と高い成長率を維持。サブスクリプション型のビジネスモデルであるため、ツール契約数の増加がストック収益の増加および収益基盤の強化につながる。



※1 : ARR(Annual Recurring Revenue) = 年間経常収益



2026年3月期 第1四半期

決算概要

経営成績(2025年11月1日～2026年1月31日)の概況

売上高は前年比**11.2%**増で、各段階利益も順調に増加

(百万円)	2026年3月期 第1四半期 実績	前年同期 実績	増減額	増減率(%)
売上高	688	619	69	11.2%
調整後EBITDA※1	41	13	28	199.1%
営業利益	15	△0	15	-
経常利益	17	10	7	69.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	9	8	1	6.8%

成長ドライバー

1 SNS運用支援事業の拡大

当社子会社のコムココが提供するSNS運用支援事業の成長が、全社の売上規模拡大に貢献。

2 DTK ADの黒字転換

2023年4月にM&Aを行なったDTK AD社が大型案件受注により黒字化。

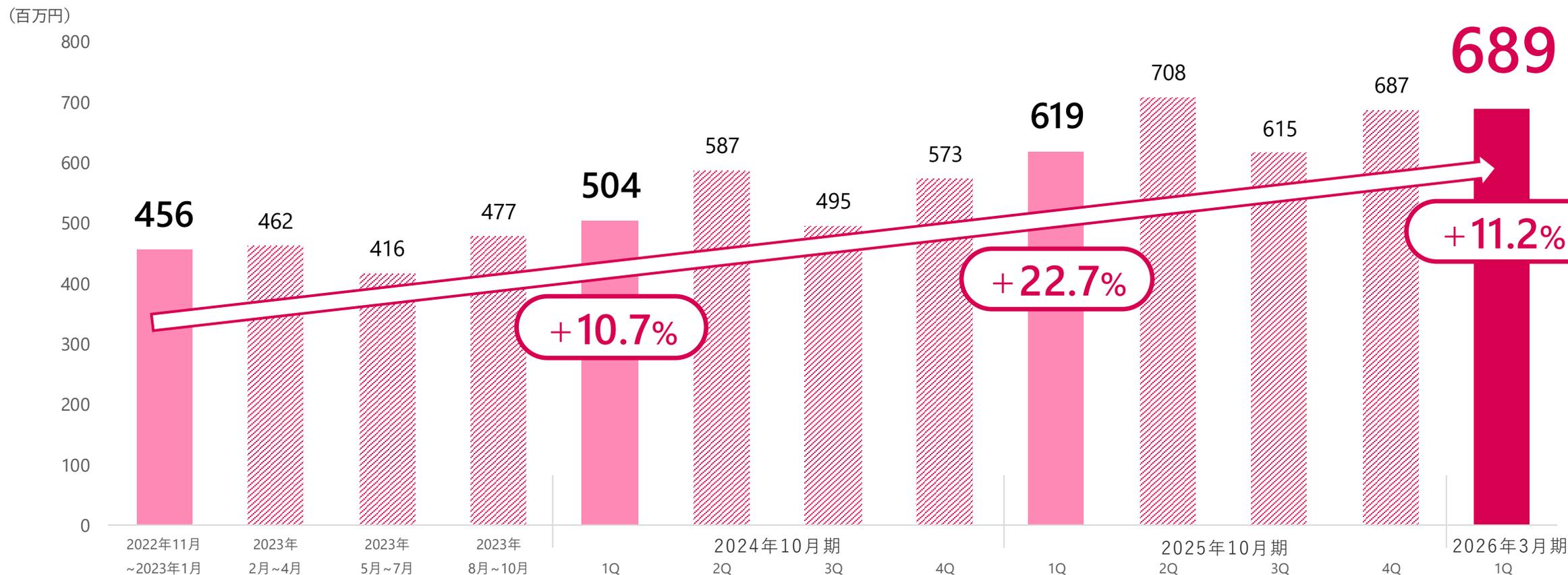
3 M&Aによる事業基盤拡大

②のDTK ADを筆頭に、M&Aで取得した企業・事業が順調に成長。

※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)

10%以上の成長を継続し、過去同期比で3期連続 **過去最高** を更新



※2022年11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

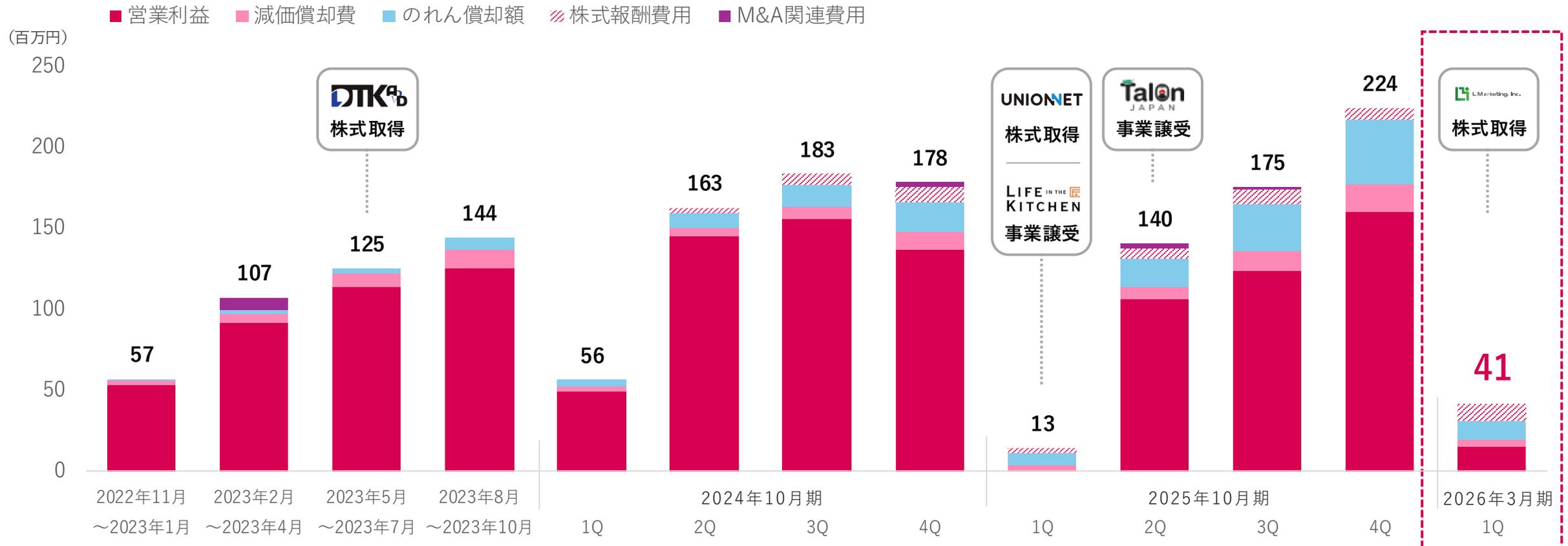
今期実行のM&Aが、売上の非連続的な成長に今後寄与していく。

社名	株式会社エルマーケ		株式会社ライスカレーLS	
設立	2022年11月		2026年2月 ※株式会社ライスカレープラスより新設分割	
事業概要	<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 	
前期実績	2025年9月期		2025年3月期	
	売上	1.6億円	売上	6.4億円
	営業利益	3,770万円	配賦前営業利益※1	2.7億円
連結子会社化	2026年1月		2026年3月(予定)	

※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。

調整後EBITDA推移 (四半期別／期中累計)

調整後EBITDA^{※1}は、前年比 **+199.1%** の大幅増加で着地。



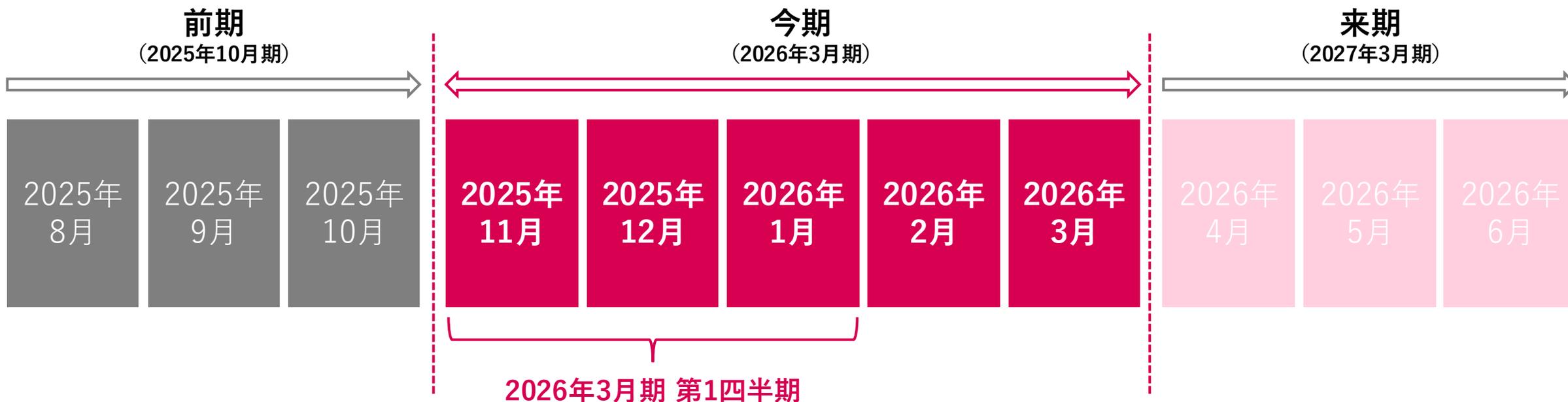
※1：調整後EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用+M&A関連費用。2026年3月期第1四半期より、本業の収益性を示すため、M&Aに関する一時的な費用による調整を追加しております。

※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

参考 | 決算期変更について

当社は2026年1月29日開催の第12回定時株主総会で、
決算期（事業年度の末日）を10月31日から3月31日に変更することが決議されました。



本変更に伴い、経過期間となる2026年3月期の連結業績予想については、5ヵ月間（2025年11月から2026年3月）の数値に変更する予定です。ただし、2026年1月13日公表の「（開示事項の経過）株式会社エルマーケの株式取得(子会社化)完了に関するお知らせ」に記載のとおり、同日付で株式会社エルマーケを連結子会社化しておりますが、現在、連結業績予想に与える影響を精査中であり、また、2026年2月18日公表の「株式会社ライスカレーLSの株式の取得（子会社化）に関するお知らせ」に記載のとおり、2026年3月中に株式会社ライスカレーLSを連結子会社化する予定であることから、現在、連結業績予想に与える影響を精査中であり、以上のような状況から、現段階での合理的な業績予想の算定を行うことが困難なため、2025年12月12日に公表した連結業績予想の取り下げを行い、未定といたします。今後、合理的な予測が可能となった時点で速やかに開示いたします。

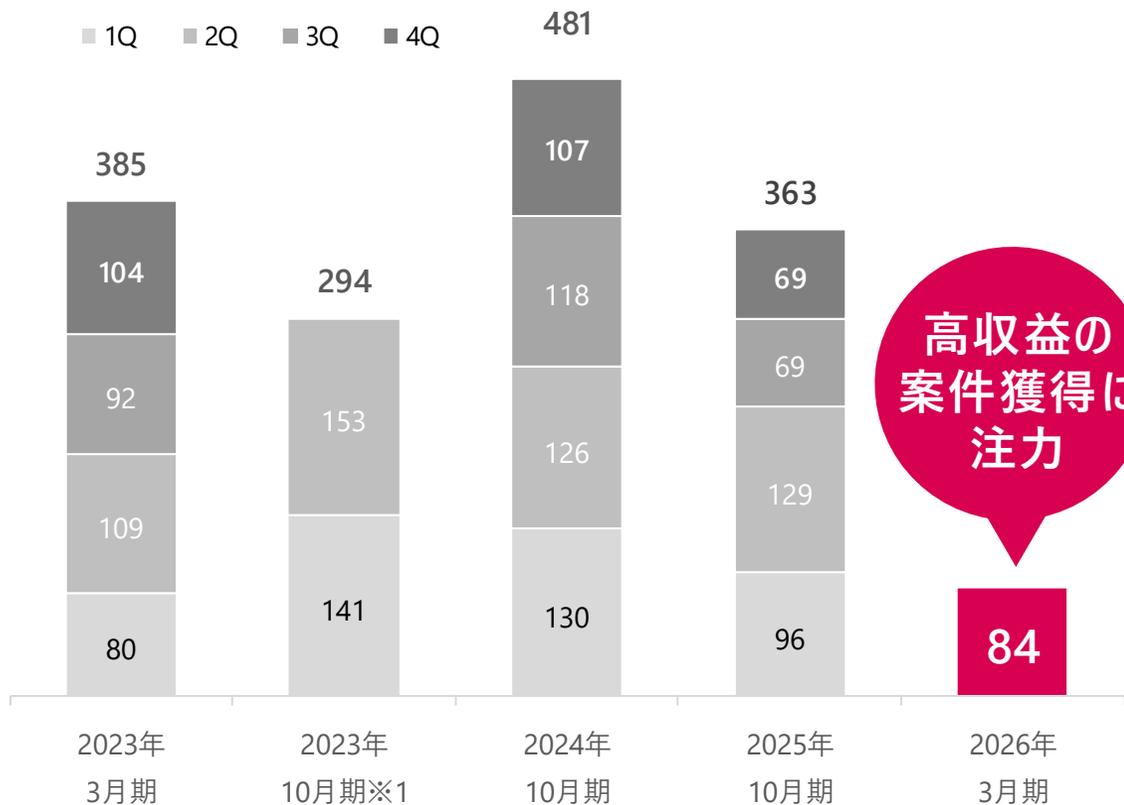


2026年3月期 第1四半期

事業報告

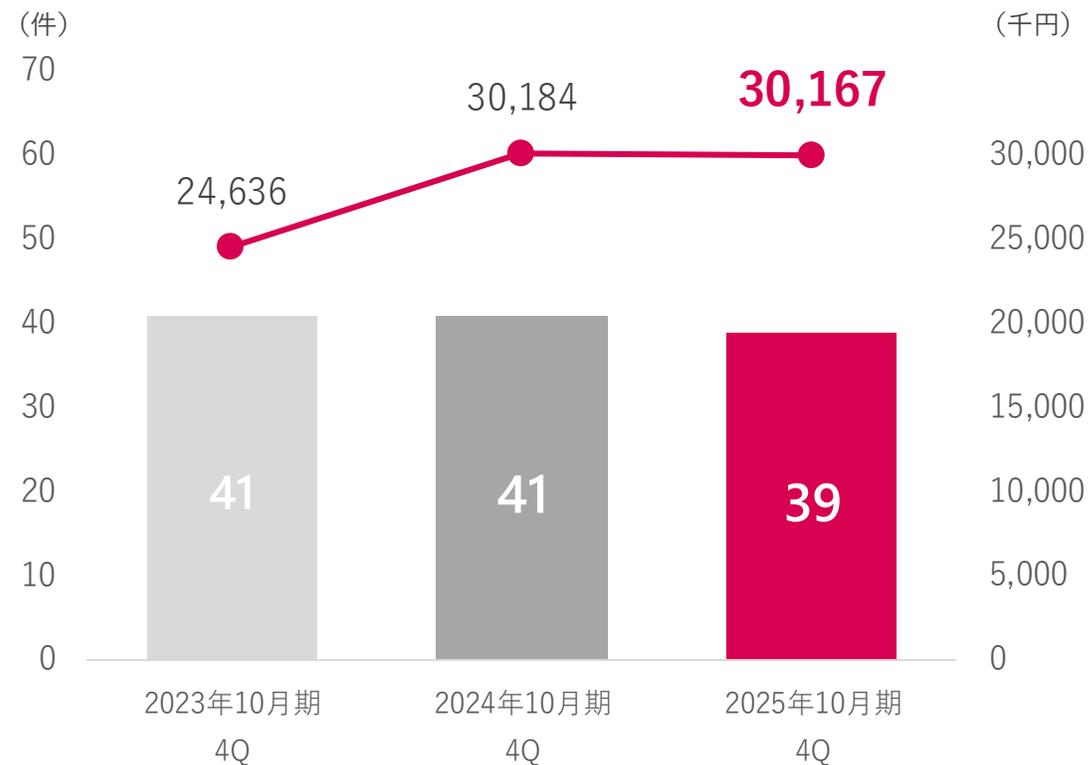
中～大規模の高収益案件が増加した結果、経営成績は高成長を維持。

新規受注件数の推移



※1：2023年4月～10月の7ヶ月決算

ロイヤルクライアント※2社数と売上単価の推移



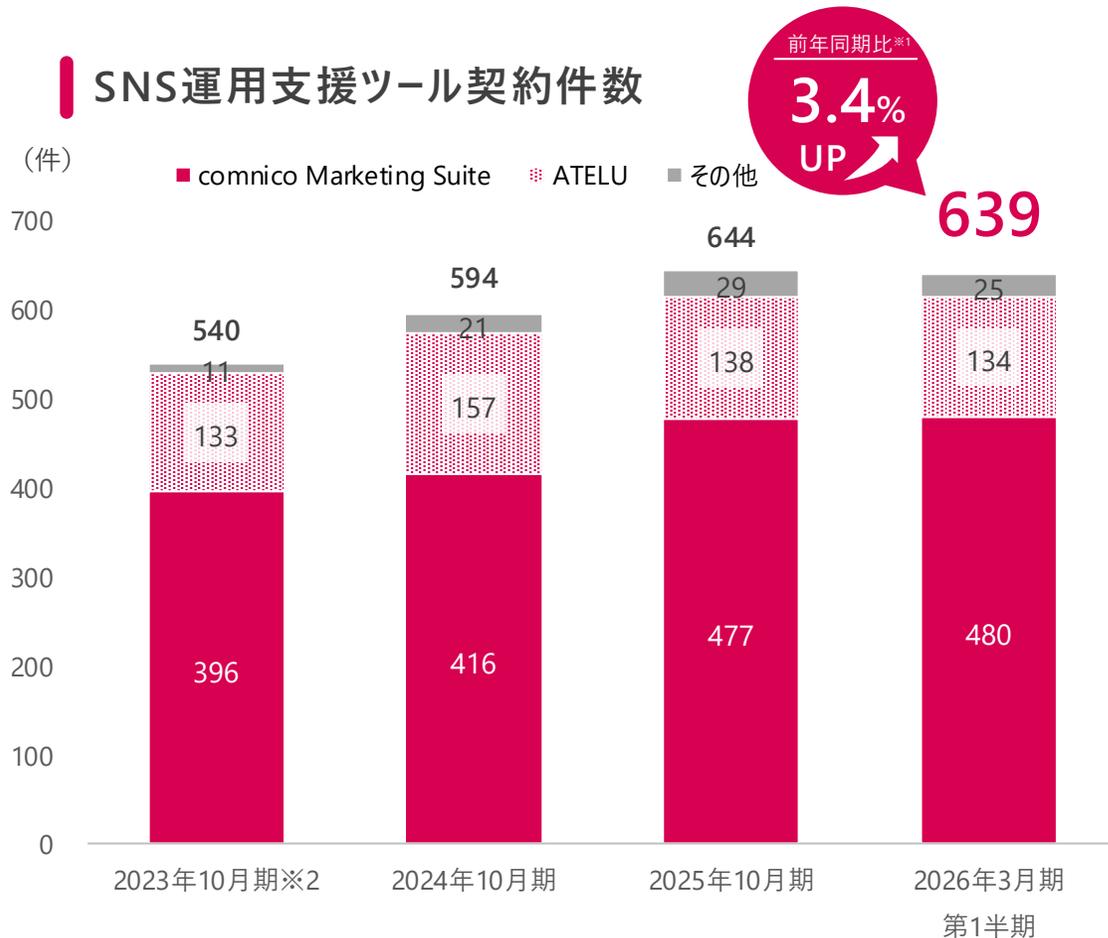
※2:当社との年間取引高が1,000万円以上の顧客

SNS運用支援ツール・主要KPI①

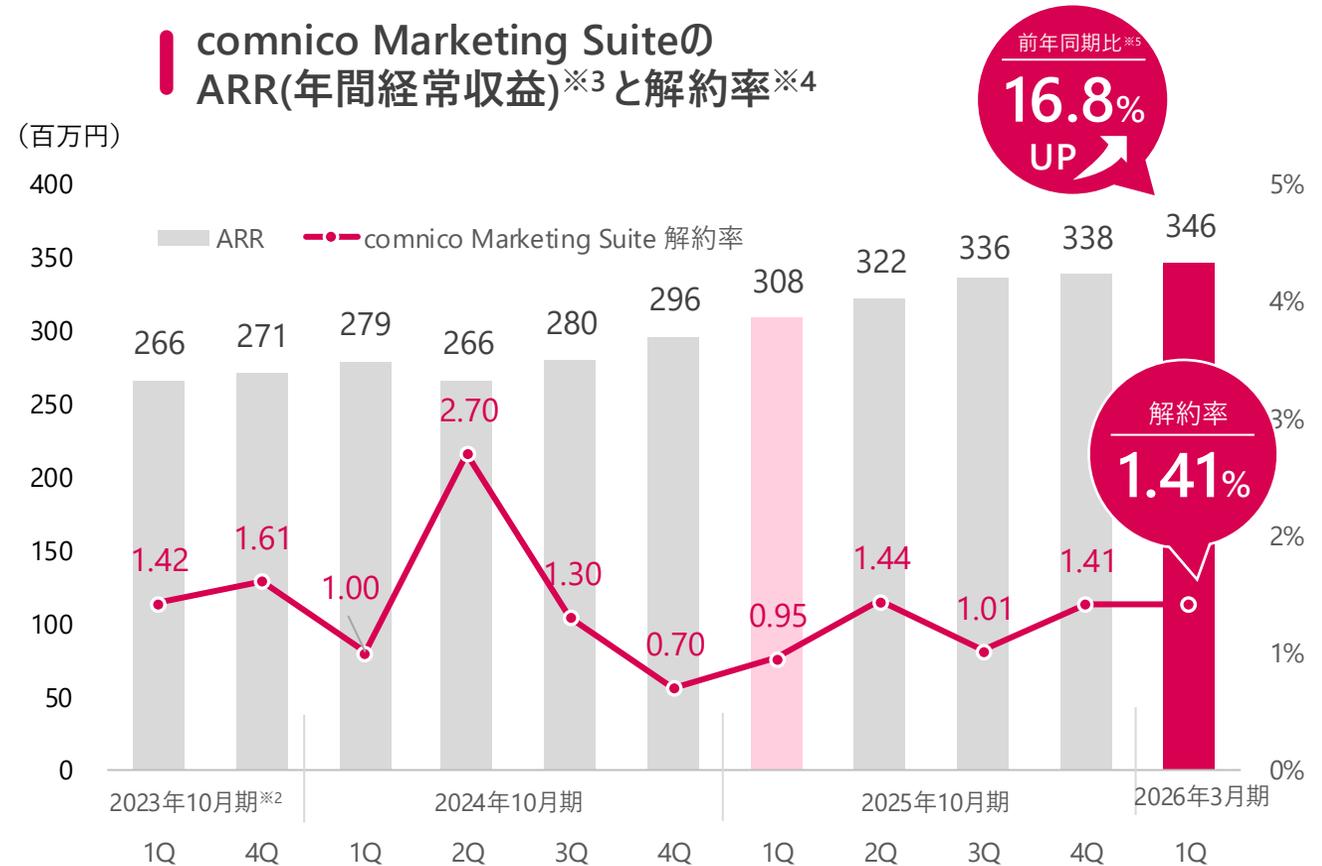


ARRは前年比 +16.8%、解約率は1.41%で引き続き好調に推移。

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}

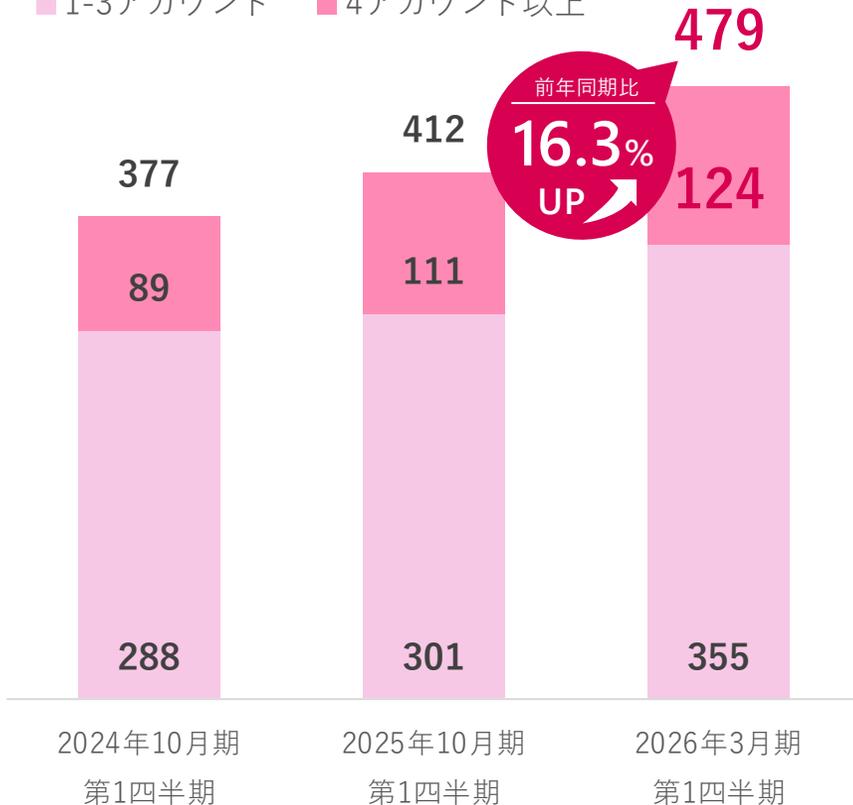
※3: comnico Marketing Suiteの各四半期末の月末MRR (Monthly Recurring Revenue) に12倍して算出
 ※4: comnico Marketing Suiteの解約率。当月の解約率から累計契約数を割り各四半期の平均値を算出したもの
 ※5: 2025年10月第1四半期と比較

SNS運用支援ツール・主要KPI②

契約社数は前年同期比**16.3%**増で、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 増加		
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 増加	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 増加	音楽プロダクション	25

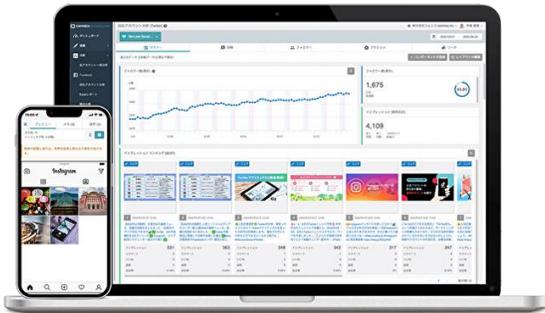
※3アカウントまで基本料金内のため4アカウント以上を複数契約社と定義

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 :

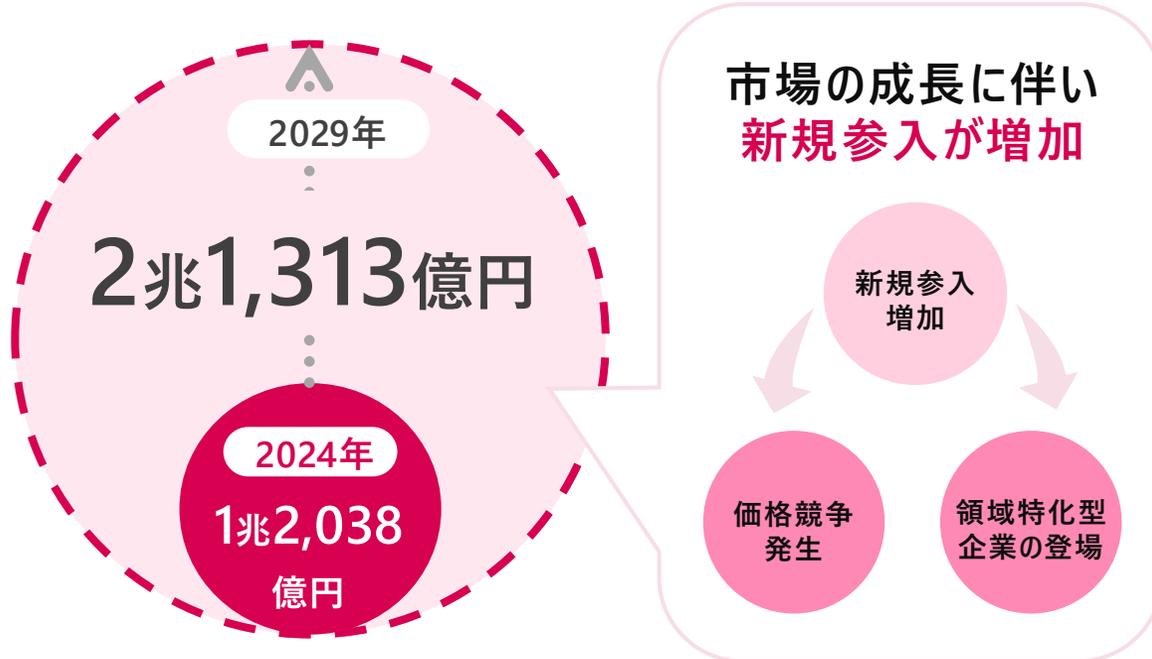


※2 : 2025年9月末時点

※2023年より提供していたInstagramチャットボットツール「autou (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予定

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継続維持。

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

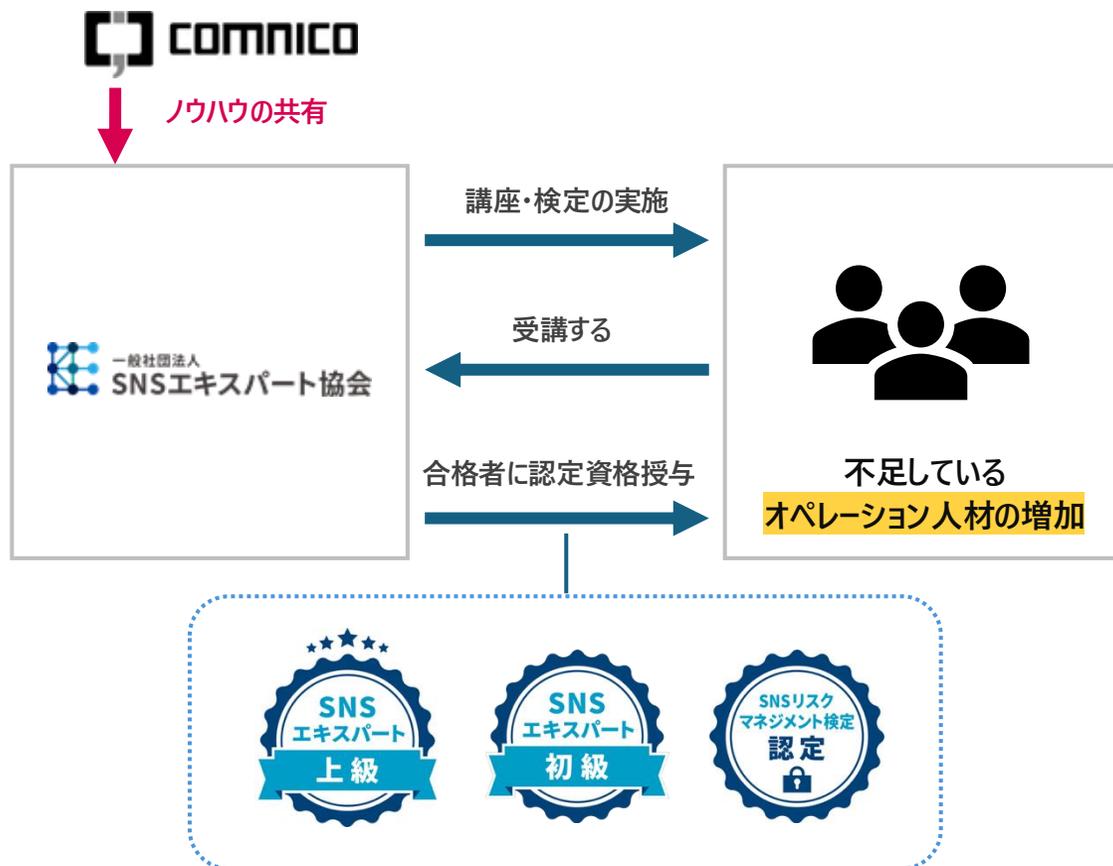
SNS 周辺領域

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

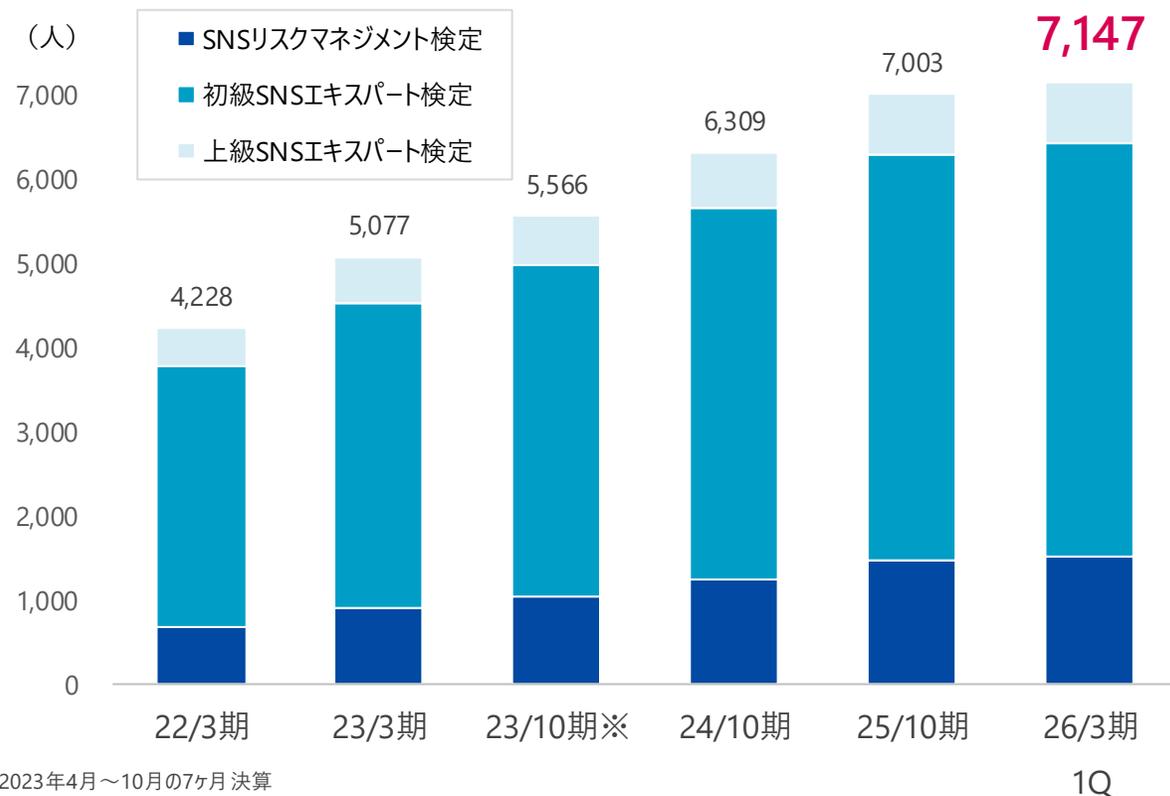
※1出典: サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ「ソーシャルメディアマーケティング市場」を加工して当社が作成

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



検定受講者数の推移





トピックス

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。

「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（予定）
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。



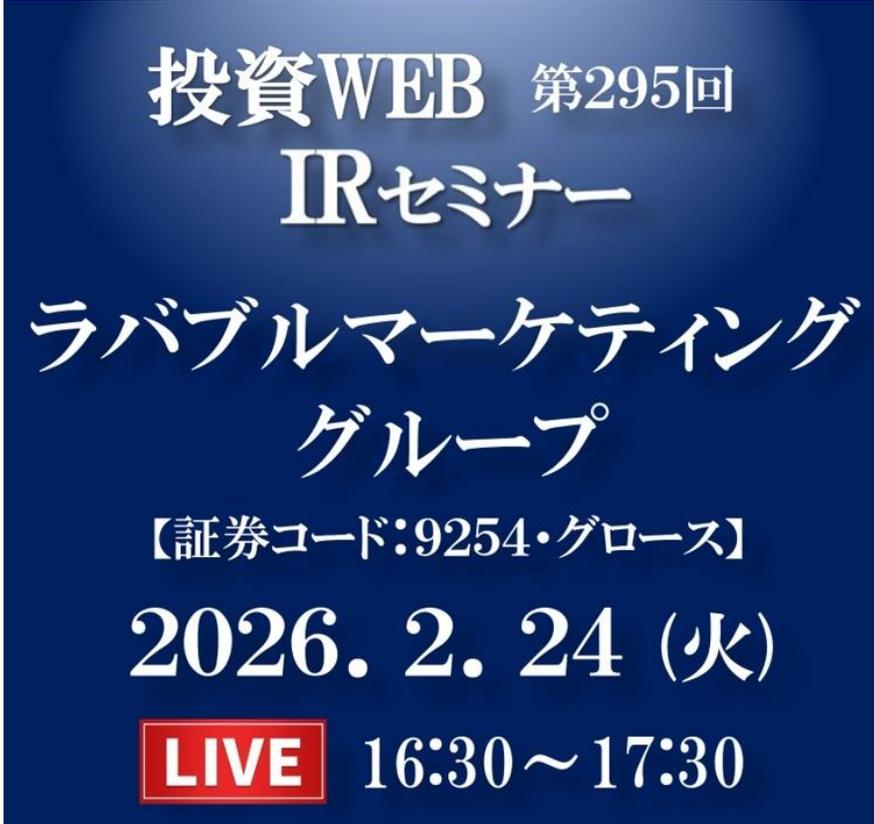
50万フォロワー超のメディア獲得

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

YouTubeチャンネル「投資WEB」にて、ライスカレ-LS取得に関する補足動画を公開中。



投資WEB 第295回
IRセミナー
ラバブルマーケティング
グループ
【証券コード:9254・グロース】
2026. 2. 24 (火)
LIVE 16:30~17:30



代表取締役社長
林 雅之氏



金融アナリスト
三井 智映子氏



経済ジャーナリスト
和島 英樹氏

<https://www.youtube.com/watch?v=Z4yL1WadnhA>

高い親和性が見込まれる領域でのM&Aや事業提携を推進し 事業規模を拡大していく！

専門性の強化
支援地域の拡大など

ソリューションの拡充や
顧客基盤の拡大など

日本における
SNS黎明期からの
知見～豊富な
支援実績を元に
事業拡大・発展



2026年01月連結子会社化

LINE領域の
専門性強化



2008年11月設立

インフルエンサー領域
含む支援サービス拡大

ライスカレールS

2026年03月連結子会社化(予定)



2023年04月連結子会社化

タイ～ASEANへ
支援地域拡大



中小企業へ
顧客基盤拡大



2023年04月設立

KOL*活用やクーポン掲載などで、地方自治体・大手企業を中心に複数案件を受注。

インバウンド誘致のためのファムトリップ施策

新潟インバウンド推進協議会



新潟インバウンド推進協議会様から、タイ語で日本の魅力を発信するKOL*に新潟の魅力をSNSで発信してもらうファムトリップ実施のご依頼をいただき、インバウンド・バズで、企画、KOLのアサインやスケジュール管理、訪問先の撮影許可の調整、投稿スケジュールの管理などを行いました。

https://lmg.co.jp/news/inbound_niigata20251106/

*KOL=Key Opinion Leader ≒ インフルエンサー

サンリオピューロランドとサンリオキャラクターパーク ハーモニーランドのクーポン掲載

株式会社サンリオエンターテイメント



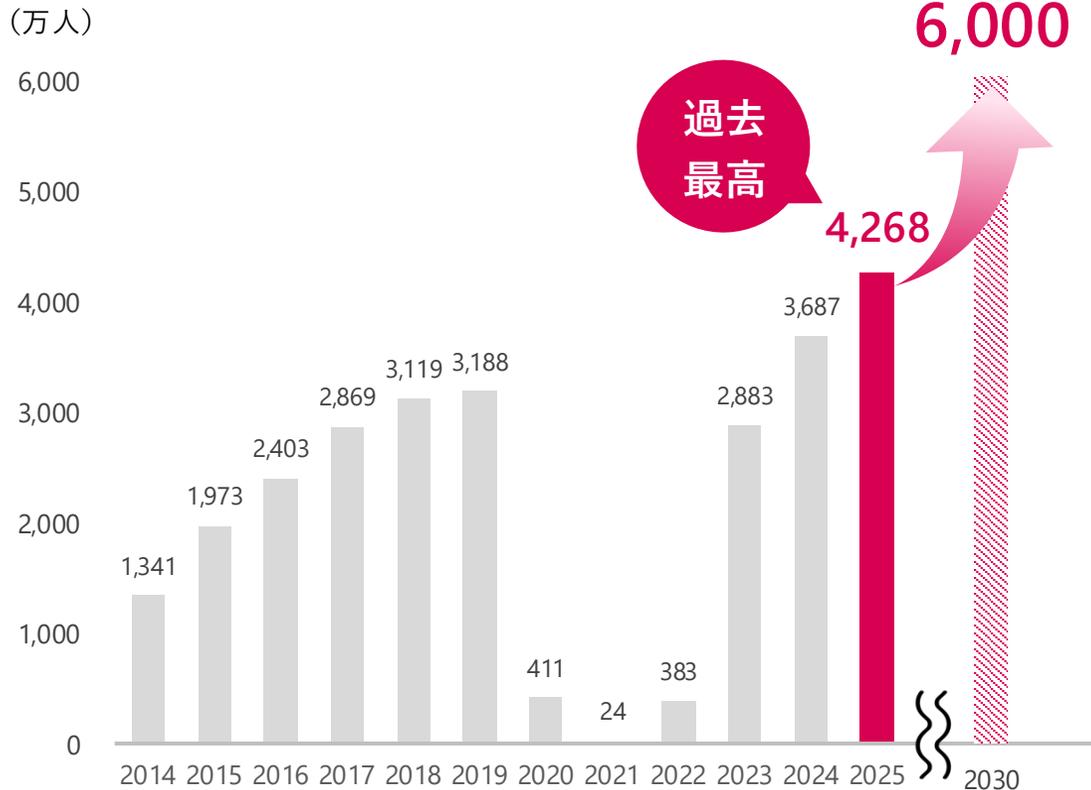
インバウンド・バズが運営するメディア「Talon Japan」にて株式会社サンリオエンターテイメントが運営するテーマパーク「サンリオピューロランド」、「サンリオキャラクターパーク ハーモニーランド」の入場料が割引になるクーポンの掲載を開始。これにより、ピューロランドとハーモニーランドの、タイからの訪日客の集客増加の促進を目指します。

https://lmg.co.jp/news/casestudy_sanrio20260128/

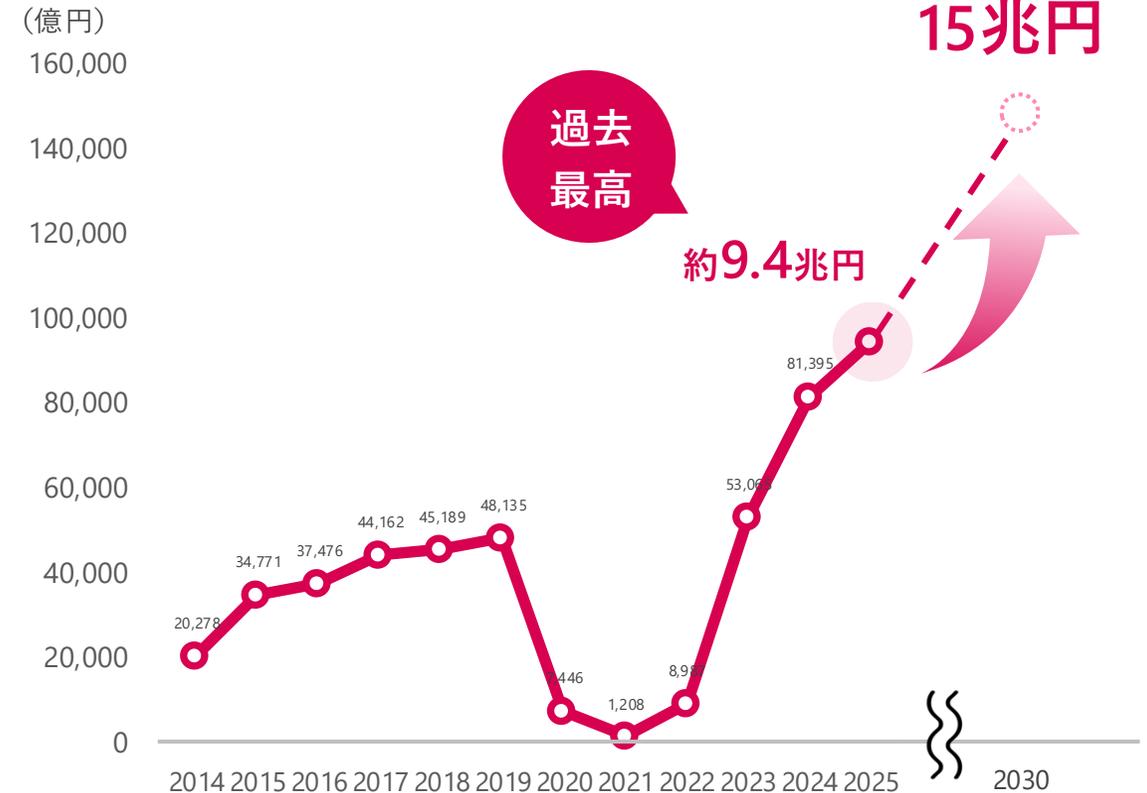
参考 | 2025年 訪日外国人客数が年間4,000万人突破

訪日観光客は増加傾向にあり、インバウンド市場も拡大していくことが予想される。

訪日外国人旅行者数の推移※2



訪日外国人旅行者による消費額の推移※3



※1出典：「令和6年度 観光庁関係予算決定概要」

※2出典：出典:日本政府観光局 (JNTO)「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

コムニコ主催でSNSマーケティングのカンファレンスを実施

申し込み者数は1,400名超！事後アンケートでは90.5%が再参加を希望。



The banner features a vibrant, colorful background with light trails. At the top, it lists various social media and e-commerce icons: X (Twitter), Instagram, TikTok, TikTok Shop, Influencer, Short Video, Threads, BeReal, and note. The main title 'SNS TREND CATCH UP 2026' is prominently displayed in the center. Below the title, the date and time '2026 | 1.28 水 12:00~17:00' and the text '参加費無料 / ONLINE' are shown. At the bottom, a row of logos for partner companies is displayed, including Comnico, GIFTFUL, têtearche, hofolink, Gaiax Social Media Lab., studio15, 4x INTEGRATED COMMUNICATION, Meta, BeReal, and note.

当社子会社でSNSマーケティング支援を行なう株式会社コムニコは、2026年1月28日にオンラインカンファレンス「SNS TREND CATCH UP 2026」を開催いたしました。

当日は、Meta（Facebook Japan）やnoteをはじめとする媒体社を含む全12社が登壇。2026年のSNSマーケティングの潮流や、成果に直結する最新の運用ノウハウを解説し、申し込み者数は1,400名を超える盛況となりました。実施後のアンケートでは、回答者の90.5%が次回開催時も「参加したい」と回答するなど、満足度の高いイベントとなりました。

ツール開発の分野を中心に、AI活用によるサービスクオリティや生産性の向上を実現

当社SaaSツールのサポートチャットにAI機能を搭載し、24時間対応を実現



 comnico Marketing Suite

 ATELU

当社が開発・提供するSaaSツールのサポートチャットに、AI対応機能を搭載し、AIによる24時間365日の一次対応体制を構築しました。従来はオペレーターが平日の日中のみ対応していましたが、AIとオペレーターによる分業(ハイブリッド対応)ができるようになることで、24時間即時のレスポンスが可能になるだけでなく、オペレーターがより複雑な相談に注力できるようになり、顧客体験のさらなる向上を実現します。

https://lmg.co.jp/news/ai_support20251117/

当社SaaSツールのシステム開発において、AIの本格活用で生産性が約50%向上

ツール改善対応件数

 comnico Marketing Suite **56% UP** ↗

 ATELU **43% UP** ↗

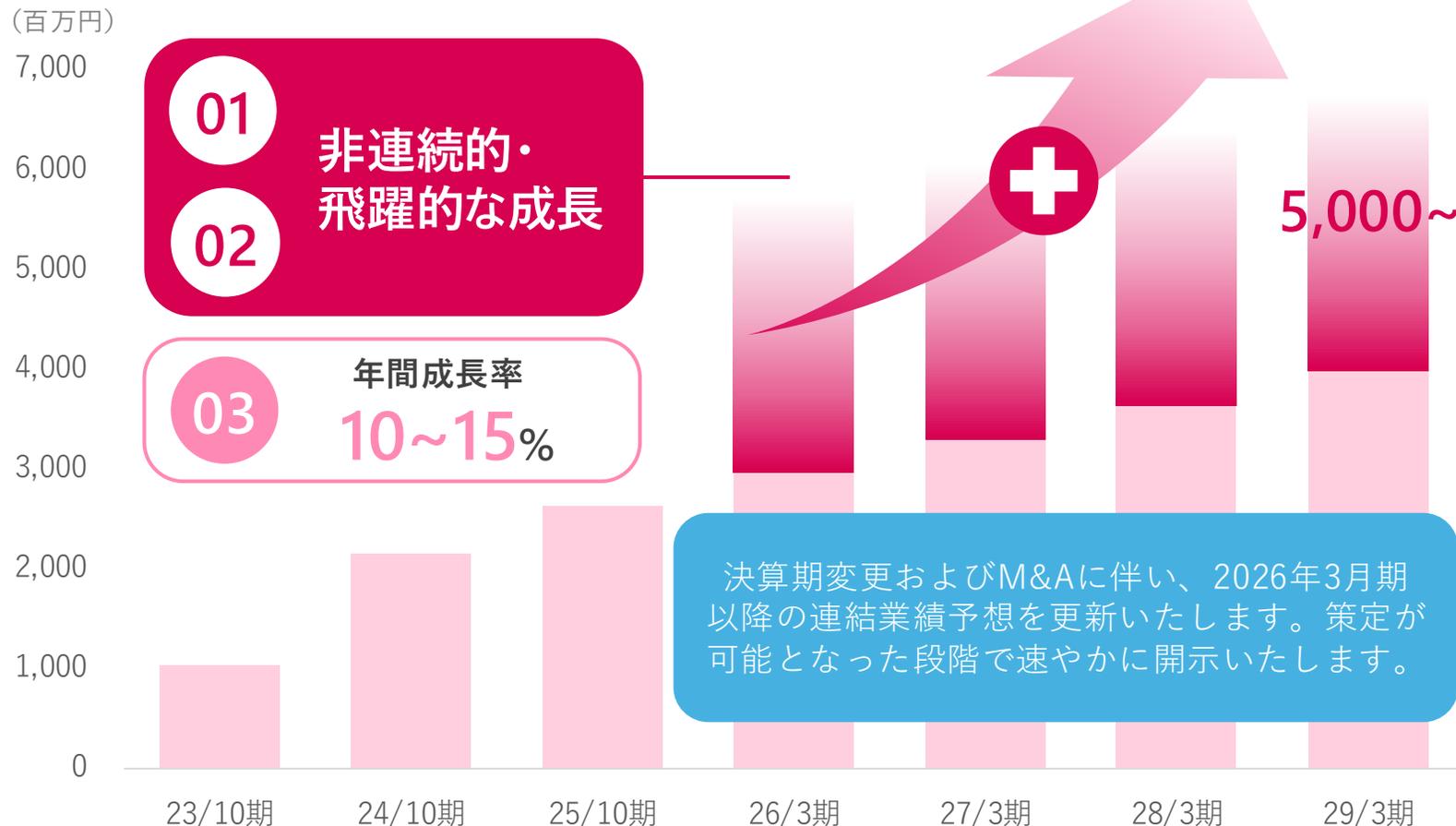
当社が開発・提供するSaaSツールのシステムエンジニアの業務にAIを活用することで、2025年11月時点で、オフショアに委託していた業務を完全内製化。これにより開発スピードとコスト効率向上を実現。さらに、AIの本格活用前後の比較*で、機能更新や新機能開発といったツールの改善対応件数が、「コムニコマーケティングスイート」は56%、「アテル」は43%向上しており、全体で約50%生産性が向上しました。

*2024年11月～2025年1月と、2025年11月～2026年1月での比較



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10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・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。

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。

※2：26/10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

詳細：「[事業計画および成長可能性に関する事項](#)」

参考 | 当社がターゲットとする市場規模

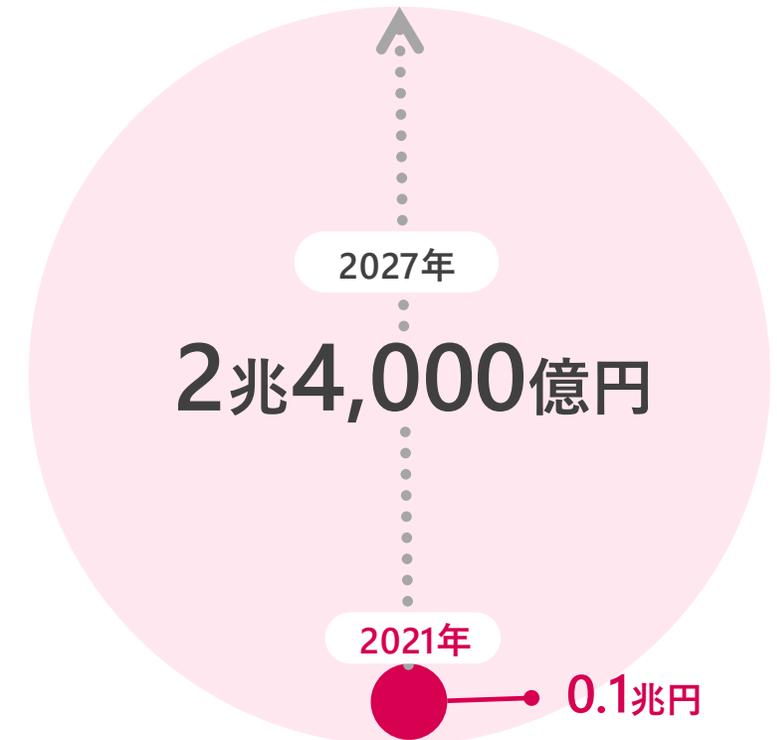
ソーシャルメディアマーケティング市場規模※1



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



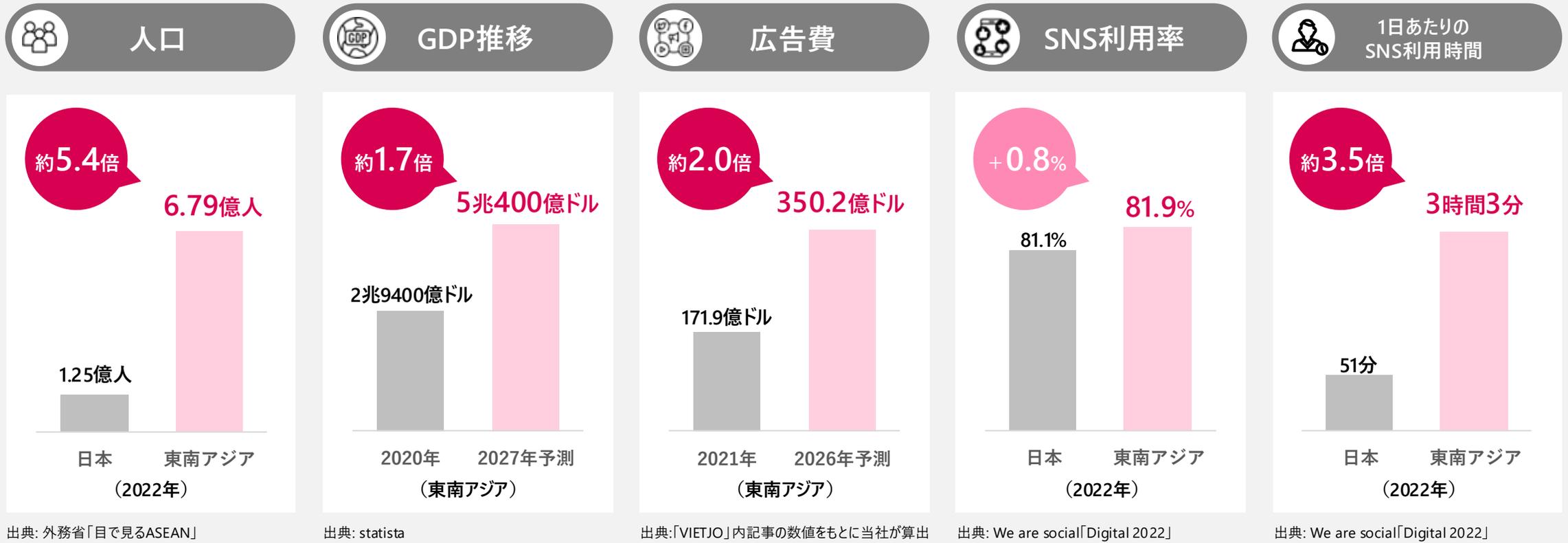
※1出典: サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ「ソーシャルメディアマーケティング市場」を加工して当社が作成

※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がもたらすインパクト」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。



※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

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



LOVABLE MARKETING GROUP
ASIA SDN. BHD.



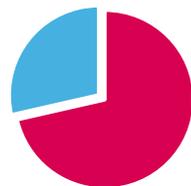
主な沿革

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ーLSを完全子会社化（予定）

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。



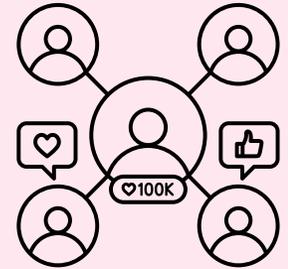
SNSアカウント運用支援サービス



SaaS型SNS運用支援ツールの開発・提供



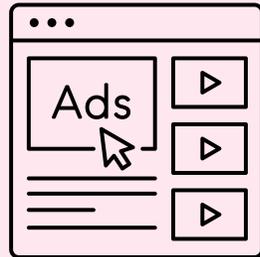
人材教育サービス



インフルエンサーマーケティング



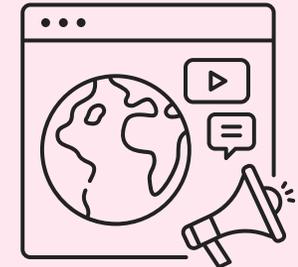
Web制作



広告運用

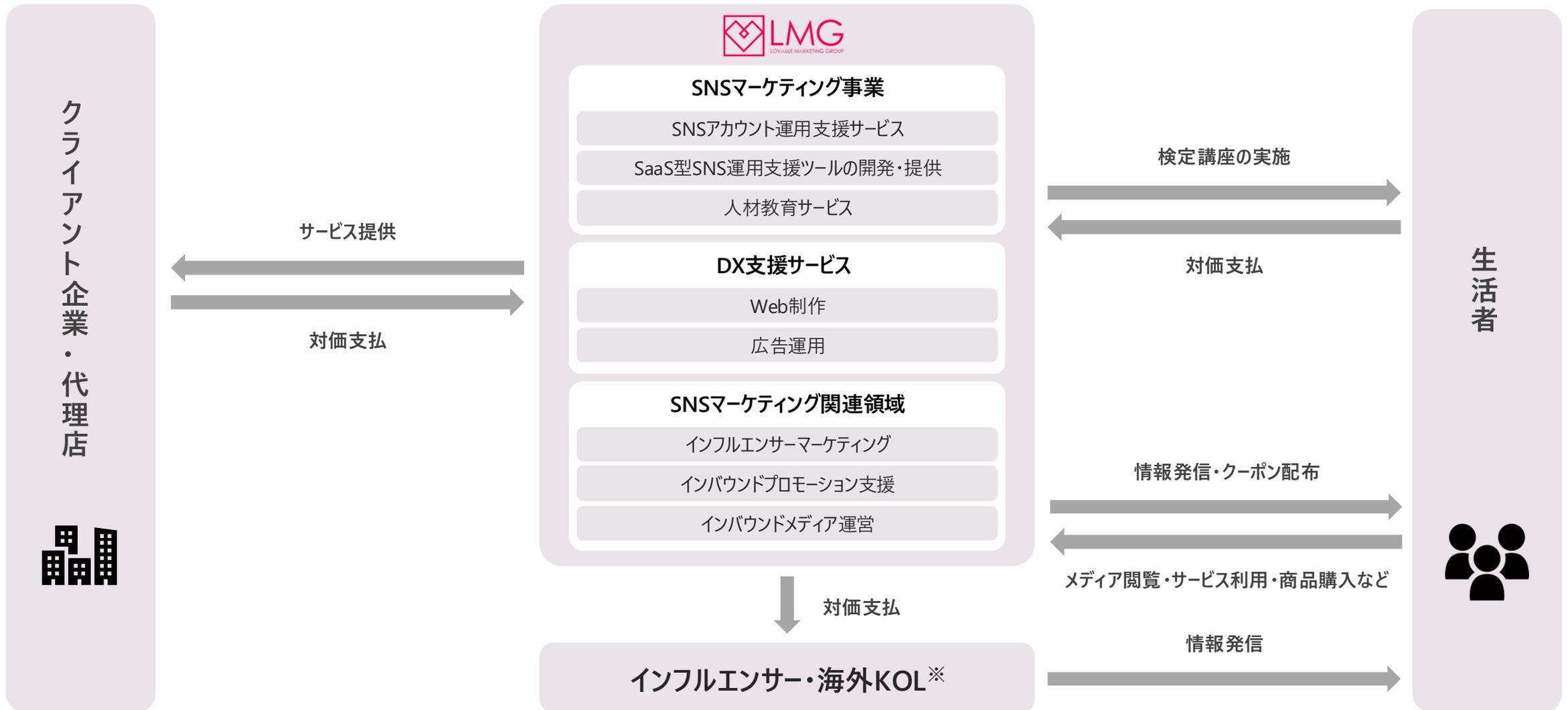


インバウンドプロモーション支援



インバウンドメディア運営

事業系統図



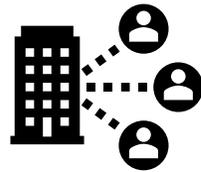
※Key Opinion Leader

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

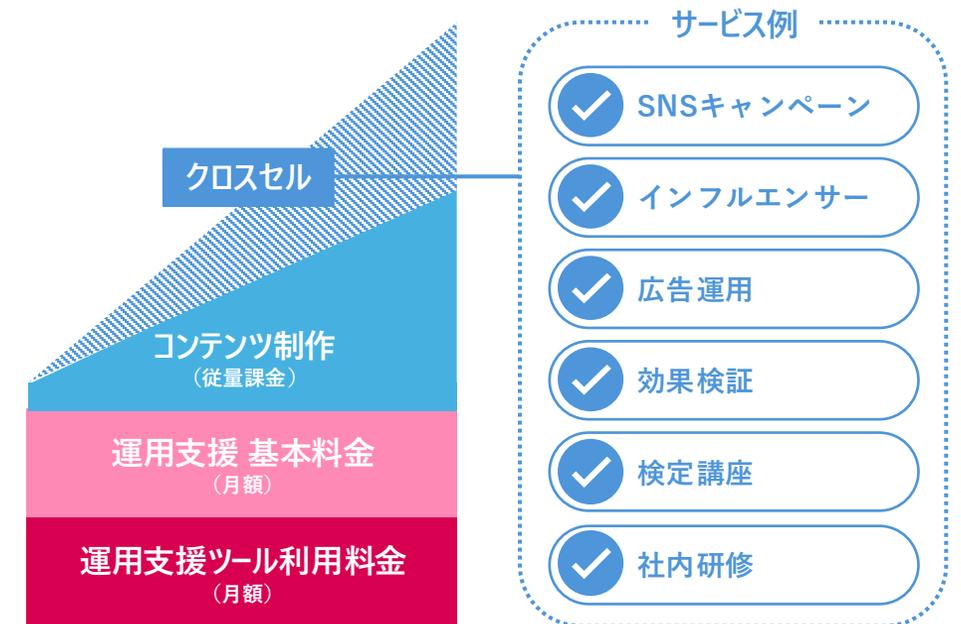


② 直接取引

／自社マーケティング活動でリードを獲得

収益構造

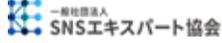
- ストック収益：運用支援基本料金・ツール利用料金
- フロー収益：コンテンツ制作(従量課金)・クロスセル



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	株式会社 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

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.

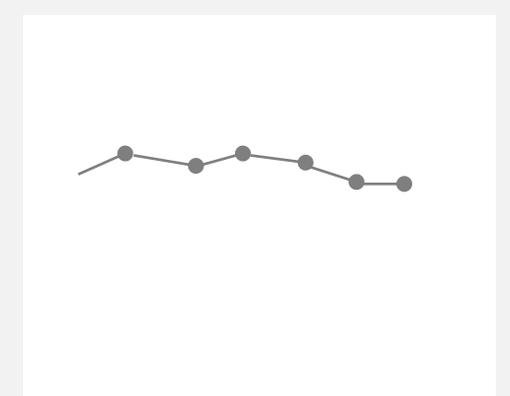
自社で開発・提供するSNS運用支援ツール



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.

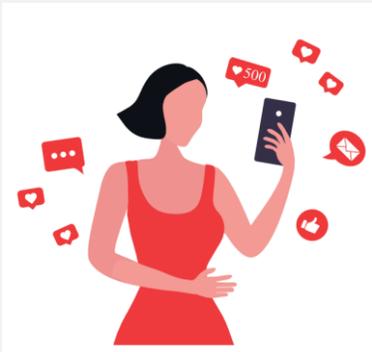
ツール解約率1%※台の高いストック性



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

※前期実績値

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

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



*2025年10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

SNS運用のヒントが見つかるメディア WE LOVE SOCIAL

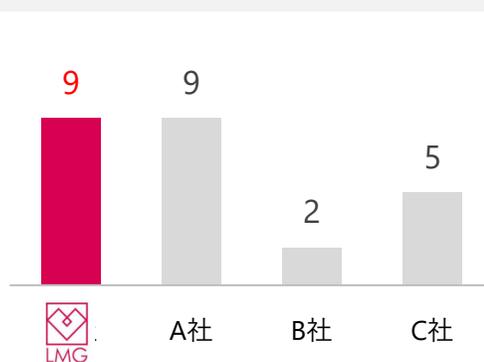


無料ウェビナーの主催

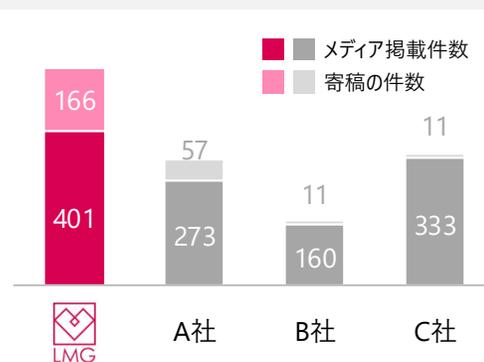


SNSの活用法やコツ、SNSに関する法規制など、時流にのったテーマをもとに無料ウェビナーを自社で開催。

書籍出版数 ※1



メディア掲載件数 ※2



リード獲得数 ※3

489 件

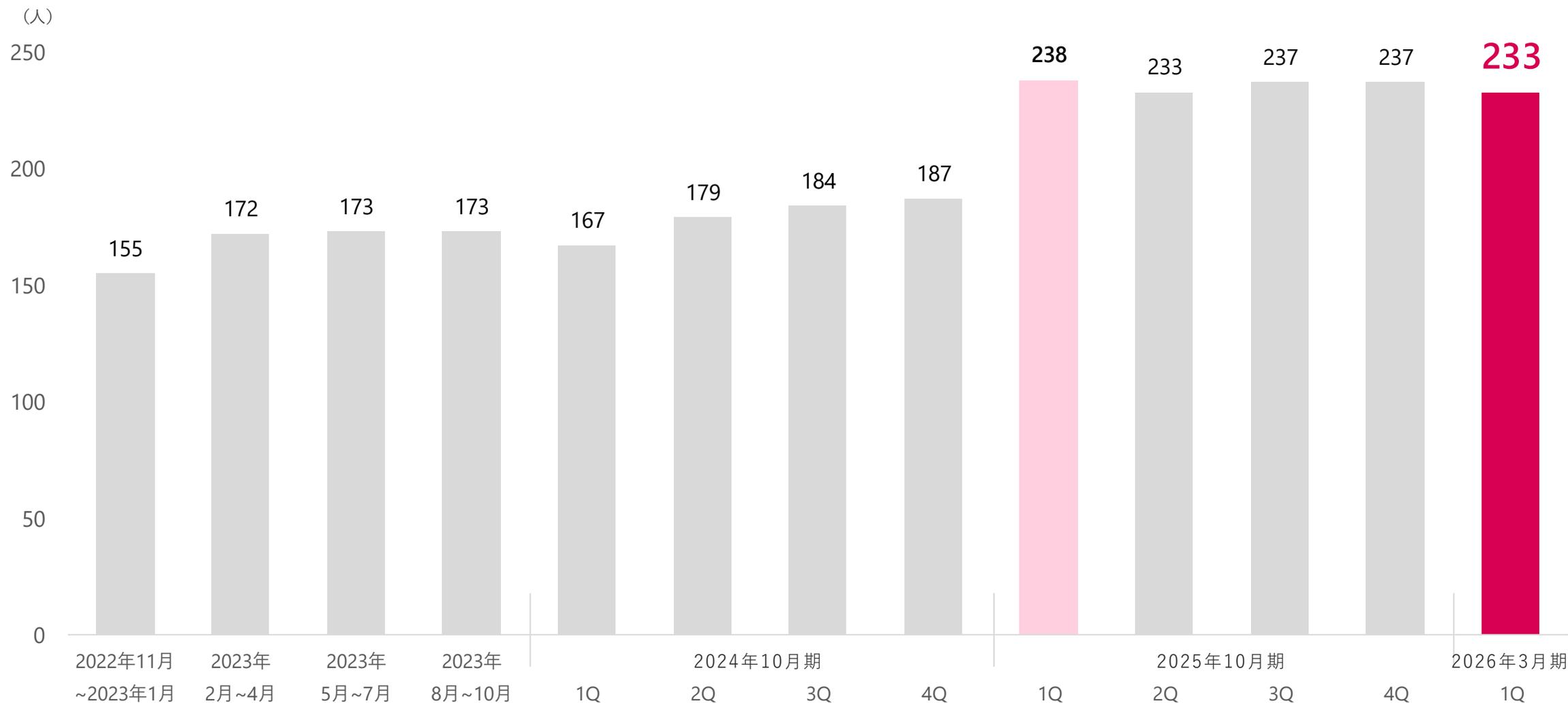
参加者 ※4

2,134 名

※1:当社調べ（2026年1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1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（2025年11月～2026年1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1月）

従業員数※1推移 (四半期別)



※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

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



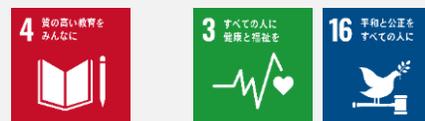
マテリアリティ

生産的かつ
エコなマーケティング

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

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。

