

# ホリスティック企業レポート ラバブルマーケティンググループ 9254 東証マザーズ

新規上場会社紹介レポート  
2021年12月24日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター  
審査委員会審査済 20211223

## Twitter や Instagram など企業の公式 SNS の運用サポートなどを行う 愛されるマーケティング=Lovable Marketing を推進する企業グループ

アナリスト: 高木 伸行 +81(0)3-6812-2521  
レポートについてのお問い合わせはこちら info@stock-r.org

### 【9254 ラブブルマーケティンググループ 業種: サービス業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2020/3	1,212	-	117	-	139	-	82	-	70.2	109.7	0.0
2021/3	963	-20.5	-35	-	-24	-	-33	-	-28.1	81.5	0.0
2022/3 予	1,139	18.3	111	-	105	-	66	-	53.5	-	0.0

- (注) 1. 連結ベース。純利益は親会社株主に帰属する当期純利益。連結財務諸表の開示は2020/3期から  
2. 2020年3月24日付で1:25の株式分割を実施、過去の1株当たり指標は遡って修正  
3. 2022/3期は会社予想。EPSは公募株式数(215千株)を含む期中平均発行済株式数により算出

【株式情報】	【会社基本情報】	【その他】
株価	3,540円(2021年12月23日)	本店所在地 東京都港区
発行済株式総数	1,396,275株	設立年月日 2014年7月15日
時価総額	4,943百万円	代表者 林 雅之
上場初値	4,845円(2021年12月22日)	従業員数 107人(2021年9月)
公募・売出価格	1,260円	事業年度 4月1日~翌年3月31日
1単元の株式数	100株	定時株主総会 毎年6月
		【主幹事証券会社】 SBI証券
		【監査人】 三優監査法人

## > 事業内容

(注1) Social Networking Service の略称。登録された利用者同士が交流できる Web サイトの会員制サービス

(注2) 自社ウェブサイトから見込み客情報(リード)の獲得、獲得したリードの分類、見込み客に対する接触から商談化までの流れを支援するツールの総称

### ◆ SNS マーケティングをサポート

ラブブルマーケティンググループ(以下、同社)は持株会社であり、傘下に株式会社コムニコ、株式会社 24-7(トゥエンティフォーセブン)、一般社団法人 SNS エキスパート協会を擁している。

同社グループの事業は、企業やブランドの SNS<sup>注1</sup> マーケティングのサポートや SNS 運用支援ツールの開発・提供及び SNS 検定講座の開発・提供を行う「SNS マーケティング事業」とマーケティングオートメーションツール<sup>注2</sup>などの導入・サポートを行う「マーケティングオートメーション事業」で構成されている(図表1)。同社は SNS マーケティング事業を基幹事業、マーケティングオートメーション事業を育成事業と位置付けている。

【図表1】事業構成

セグメント	売上高 (百万円)	割合 (%)	事業内容	関連会社
SNSマーケティング事業	902	93.7	SNSアカウント運用支援	コムニコ
			SaaS型SNS運用支援ツールの開発・提供 人材教育サービス	SNSエキスパート協会
マーケティングオートメーション事業	51	5.3	マーケティング運用支援 マーケティング支援ツールの導入 研修・トレーニング	24-7
その他	9	0.9		
合計	963	100.0		

(注) 売上高は 21/3 期の外部顧客への売上高。端数処理の関係で合計とは一致しない  
(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

人材教育サービスを除くサービスに対しては委託料、サービス利用料といったかたちで対価を受け取っており、月額型の報酬が多い。

#### ◆ SNS マーケティング事業

同事業を構成する「運用の支援」、「運用支援ツールの提供」、「教育」の3つのソリューションは相互補完をしながら循環成長するもので、同社はこれらのソリューションを「MOS(Marketing Operating Service)」と総称している。

具体的には、運用の支援で蓄積したノウハウや利用者の要望を運用支援ツールの改良につなげている。改良された運用支援ツールは、運用支援の効率化につながるようになる。また、運用の支援で得たノウハウを体系化することにより、人材教育サービスで提供される教育講座の開発につなげ、教育を通してオペレーション人材が増加することは、より良いSNSマーケティング活動につながるというビジネスモデルである。

SNS アカウント運用支援サービスと SaaS 型 SNS 運用支援ツールの開発・提供はコムニコが担当し、人材教育サービスは SNS エキスパート協会が提供している(図表1)。21/3 期の SNS マーケティング事業の売上構成比は SNS アカウント運用支援サービスが 75.5%、SaaS 型 SNS 運用支援ツールの提供が 21.9%、人材教育サービスが 2.6%となっている。

##### (1) SNS アカウント運用支援サービス

企業の SNS アカウントの戦略策定からアカウント開設、運用代行、コンテンツ制作、キャンペーンの企画・運用、広告出稿、レポート作成、効果検証までワンストップで支援している。スマートフォンが登場し、日本において SNS が立ち上がり始めた 08 年にコムニコが設立されており、アカウント運用支援の長い経験とそれに伴い蓄積したノウハウを持っている。

21 年 9 月末時点で累計 1,250 社への支援実績がある。多くの大手 BtoC 企業の SNS アカウントを支援している。顧客業種については特定の業種への偏りはなく、約 7 割の取引先が売上高 1,000 億円以上の大手企業となっている。

##### (2) SaaS 型 SNS 運用支援ツールの開発・提供

自社のノウハウを活かして SaaS<sup>注3</sup> 型クラウドツールを開発・提供している。SNS アカウントの投稿・分析ツールである「comnico Marketing Suite(コムニコマーケティングスイート)」と SNS キャンペーンで必要な応募者リストの作成、抽選、当選通知の自動配信といった機能を備えた SNS キャンペーンツールである「ATELU(アテル)」を提供している。

(注3) Software as a Service の略称。ソフトウェアを利用者側に導入するのではなく、サービス提供者側で稼働しているソフトウェアをインターネットを介して利用するサービス

これらの SaaS 型クラウドツールの合計の累計契約件数は 19/3 期末 225 件、20/3 期末 267 件、21/3 期末 308 件、22/3 期上期末には 365 件に達しており、22/3 期に入ってから増加ペースに勢いがついている。365 件のうち、凡そ 4 分の 3 が comnico Marketing Suite と推定される。なお、comnico Marketing Suite に関しては 9 月末時点で累計 4,552 アカウントの導入実績、ATELU については 21/3 期に 1,155 回のキャンペーン実施実績がある。

### (3) 人材教育サービス

SNS アカウントの開設・運用ノウハウや炎上などの SNS に潜むリスクに関する内容を体系化した検定講座を開発・提供している。検定講座の受講者数は 21 年 9 月末時点で累計 3,700 人となった。

### ◆ マーケティングオートメーション事業

24-7 が担当しており、マーケティングオートメーションツール、営業支援システム、顧客管理システムの 3 つのクラウドサービスを使って顧客の戦略策定やプロセスの設計、最適なテクノロジーの選定、運用サポートまでをワンストップで支援している。

米国の HubSpot 社や salesforce 社のパートナーとして顧客企業へクラウドサービスの導入コンサルティング、活用支援を行い顧客企業やパートナー企業から報酬を得ている。特に 20 年 1 月に Salesforce コンサルティングパートナーに認定され、Pardot<sup>注4</sup>(パードット)の取り扱いを開始したことが貢献し、マーケティングオートメーションツールの導入支援や運用実績を強みとして 110 を超える先への納入実績がある。

(注 4) salesforce.com,inc. の提供する BtoB に適したマーケティングオートメーションツール。

## > 特色・強み

(注 5) Web サイトやソーシャルメディアなどで役立つ情報を提供し、自社を見つけてもらい、見込み顧客を獲得・育成して、顧客になってもらうマーケティング手法

(注 6) 製品やサービスを広めたいと考えている企業が潜在的な顧客に向け、一方向的に発信するタイプのマーケティング手法

### ◆ アカウント運用支援サービスの老舗

同社自体は 14 年 7 月の設立ではあるが、08 年に設立されたコムニコを MBO するために設立されたものである。コムニコは企業の SNS マーケティングのサポートを日本における SNS の黎明期から行っており、SNS 運用支援分野では老舗と言える存在である。

業歴が長いこと、ノウハウの蓄積も進んでおり、同社スタッフによる SNS マーケティングに関する書籍の出版やメディアへの寄稿も多い。同社のオウンドメディアの利用や無料ウェビナーの開催など、インバウンドマーケティング<sup>注5</sup>に注力しており、年間で 3,300 件を超えるリード(見込み客情報)を獲得している。一方向的に発信されるアウトバウンドマーケティング<sup>注6</sup>の手法ではなく、「愛されるマーケティング=Lovable Marketing」を同社自身も実践している。

### ◆ SNS 運用支援に特化し、オペレーションを内製化

同社グループは SNS 運用支援に特化しており、売上高の 9 割以上が SNS マーケティング支援に関するものであり、同様のサービスを提供する他の上場

企業に比べて売上構成比が高く、企業としては SNS マーケティング支援業務への注力度合が強いと言える。

オペレーションについても内製化が進んでおり、ライターやクリエイターに外注することが多い業界においては、異なる体制を敷いている。また、コンテンツの制作や投稿については複数の正社員が担当し、タイムリーな情報発信やオペレーションの継続性を確保出来るようにしている。

## > 事業環境

### ◆ 拡大が続くインターネット広告

電通の「2020年の広告費」によると、20年の総広告費は新型コロナウイルス感染症拡大の影響によるイベントや販促キャンペーンの延期や中止の影響を受け、年末に向けて復調の兆しを見せたものの、前年比 11.2%減の 6 兆 1,594 億円となった。このようななか、同社の事業と関連するインターネット広告費は同 5.9%増の 2 兆 2,290 億円となり、成長率は鈍化したものの一貫して拡大を続けている。

### ◆ 増加する SNS 利用者数

生活者の SNS 利用率は総務省の調べでは 20 年時点で 73.8%と 5 年前の 50%未満から着実に上昇している。特に 13 歳～19 歳、20 歳代、30 歳代、40 歳代の利用率は 80%を超えており、SNS は生活に定着している。生活者の情報検索の範囲は SNS 上にも広がっており、生活者への情報発信に向けて企業は SNS アカウントの活用を避けて通れなくなってきている。

企業の SNS アカウントの利用率について、同じく総務省の調査では 18 年時点では 36.7%と 13 年時点の 15.9%から利用率は大幅に上昇している。商品や催し物の紹介・宣伝、定期的な情報提供、会社案内・人材募集、生活者の評価・意見の収集と幅広く活用されている。

### ◆ 競合

SNS マーケティング領域は新規事業者の参入が活発である。上場企業に限ってみても、ホットリンク (3680 東証マザーズ)、サイバー・バズ (7069 東証マザーズ)、ガイアックス (3775 名証セントレックス) とは主に SNS アカウント運用支援サービスの分野で競合している。また、ユーザーローカル (3984 東証一部) とは SNS 運用支援ツールの分野で競合している。

## > 業績

### ◆ 21年3月期

21/3期は売上高 963 百万円(前期比 20.5%減)、営業損失 35 百万円(前期は 117 百万円の利益)、経常損失 24 百万円(同 139 百万円の利益)、親会社株主に帰属する当期純損失 33 百万円(同 82 百万円の利益)であった(図表 2)。新型コロナウイルス感染症の拡大により経済活動が停滞した影響を受け、第 1 四半期に受注が前年同期より大きく減少した影響により、売上高が大幅に減少した。

### 【図表 2】業績推移

	20/3期		21/3期		22/3期2Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	1,212	100.0	963	100.0	620	100.0
SNSマーケティング事業	1,073	88.5	902	93.7	583	94.0
マーケティングオートメーション事業	125	10.3	51	5.3	36	5.8
その他	13	1.1	9	0.9	-	-
売上原価	647	53.4	480	49.8	242	39.0
売上総利益	565	46.6	482	50.1	377	60.8
販売費及び一般管理費	447	36.9	518	53.8	236	38.1
営業利益	117	9.7	-35	-	141	22.7
営業外損益	22	-	11	-	-3	-
経常利益	139	11.5	-24	-	138	22.3
税引前当期(四半期)純利益	140	11.6	-27	-	137	22.1
親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益	82	6.8	-33	-	88	14.2

(注) 売上高は外部顧客への売上高。「その他」は有料職業紹介事業の売上高  
端数処理の関係で合計と一致しない場合がある

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

SNS マーケティング事業の売上高は前期比 15.9%減の 902 百万円、マーケティングオートメーション事業の売上高も前期比 59.2%減の 51 百万円となった。両事業とも企業のマーケティング予算の削減により、既存顧客からの受注額の減少と新規顧客からの受注が停滞した。

売上原価は前期比 25.8%減少し、売上原価率は同 3.6%ポイント低下した。売上高の減少に伴い外注費が減少したことや 20/3 期に実施した決算賞与を 21/3 期には行わなかったことから労務費が減少したためである。

販売費及び一般管理費(以下、販管費)は前期比 15.9%増加し、販管費率は 16.9%ポイントも悪化した。コムニコの営業部門と同社の管理部門の人員増に伴う人件費の増加によるものである。売上原価率の改善を大幅減収と販管費率の悪化が打ち消し営業損失となった。

**◆ 22年3月期第2四半期累計期間**

22/3 期第2 四半期累計期間(以下、上期)の業績は、売上高 620 百万円、営業利益 141 百万円、経常利益 138 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益 88 百万円であった(図表 2)。

新型コロナウイルス感染症拡大のためリモートワークや自宅での時間が増え SNS の利用時間が増加したことから、SNS マーケティングの重要性が再認識されたため、新規案件の獲得が好調に推移した。前年同期比の開示はないが、上期は好調な売上高であったものと思われる。

売上原価率は 39.0%と前通期の 49.8%から更に低下した。サテライトオフィスの解約や他の費目の見直しを進めたため、販管費率も前通期の 53.8%から 38.1%へと改善した。この結果、営業利益は新型コロナウイルス感染症の影響がさほどなかった 20/3 期通期の実績 117 百万円を上回る 141 百万円となった。

**◆ 22年3月期の会社計画**

22/3 期の会社計画は、売上高 1,139 百万円(前期比 18.3%増)、営業利益 111 百万円(前期は 35 百万円の損失)、経常利益 105 百万円(同 24 百万円の損失)、親会社株主に帰属する当期純利益 66 百万円(同 33 百万円の損失)である。この計画は 21 年 3 月の取締役会で承認されたものである。

上期の各利益の実績は、通期の計画を既に上回っている。業績は回復傾向にあるものの、遅れている採用が進むことにより、下期に採用教育費や人件費の増加が見込まれることや、新型コロナウイルス感染症の見通しについては不透明な部分があることから、第3 四半期以降について同社は保守的に見ている。

**◆ 成長戦略**

さらなる成長に向けて、基幹事業と位置付ける SNS マーケティング事業については、情報発信を進め、インサイドセールスを更に強化してゆく方針である。また、SNS アカウント運用支援サービスについては単価の上昇を図るとし、SaaS 型運用支援ツールについては拡販に努める方針である。

マーケティングオートメーション事業では、マーケティングオートメーションツールである Pardot などの Salesforce 製品の導入支援を進めて行く考えである。

**> 経営課題/リスク****◆ SNS プラットフォームの規制変更について**

プラットフォームの広告関連の規約や規制の変更により情報の取得が禁止されたり、制限が課されたりする場合、従来可能であったマーケティング手法が使用できなくなる可能性がある。同社グループの対応が遅れたり、SNS のセキュリティ面の不備により信頼性に疑義を生じた場合、同社グループの事業及び業績に影響を与える可能性がある点には留意が必要である。

**◆ 代表取締役への依存について**

代表取締役である林雅之氏は 08 年 11 月にコムニコを設立して以来、事業をけん引し、14 年の同社設立後も同社グループを大きく成長させてきた。SNS マーケティングの知見に富み、経営戦略の立案、事業の連携、組織運営に関して重要な役割を果たしている。何らかの理由で同氏が業務を継続出来なくなった場合、同社グループの事業ならびに業績に影響を及ぼす可能性がある。

**◆ 日比谷コンピュータシステムとの関係について**

HCS ホールディングス(4200 東証 JQS)の子会社である日比谷コンピュータシステムが同社の上場時点で 25.4%の株式を保有している。日比谷コンピュータシステムが同社株式を売却するような場合には同社株式の流動性や株価形成に影響を与える可能性がある。

**◆ 高い有利子負債依存度について**

同社グループの 22/3 期上期末の長短借入金は 463 百万円となっており、有利子負債依存度は 54.5%となっている。借入金利の変動金利部分については、市場金利が上昇した場合には同社グループの業績に影響を与える可能性がある。

**◆ 配当政策について**

同社は、現時点において繰越欠損金が未解消であり、且つ成長過程にあると認識しているため、経営基盤の強化と事業拡大のための投資を優先し、内部留保の充実を図るため、配当を実施していない。将来的には株主への利益配当を目指すとしているものの、配当の実施可能性及び実施時期については未定としている。



【 図表 3 】 財務諸表

損益計算書	2020/3		2021/3		2022/3 2Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	1,212	100.0	963	100.0	620	100.0
売上原価	647	53.4	480	49.8	242	39.0
売上総利益	565	46.6	482	50.1	377	60.8
販売費及び一般管理費	447	36.9	518	53.8	236	38.1
営業利益	117	9.7	-35	-3.6	141	22.7
営業外収益	26	-	18	-	1	-
営業外費用	4	-	7	-	4	-
経常利益	139	11.5	-24	-	138	22.3
税引前当期(四半期) 純利益	140	11.6	-27	-	137	22.1
親会社株主に帰属する当期(四半期) 純利益	82	6.8	-33	-	88	14.2

貸借対照表	2020/3		2021/3		2022/3 2Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	705	90.4	715	91.4	809	95.2
現金及び預金	373	47.8	440	56.3	540	63.5
売上債権	303	38.8	213	27.2	242	28.5
固定資産	74	9.5	67	8.6	41	4.8
有形固定資産	3	0.4	2	0.3	1	0.1
無形固定資産	22	2.8	11	1.4	8	0.9
投資その他の資産	48	6.2	54	6.9	31	3.6
総資産	780	100.0	782	100.0	850	100.0
流動負債	494	63.3	440	56.3	449	52.8
買入債務	45	5.8	48	6.1	55	6.5
短期借入金	200	25.6	200	25.6	200	23.5
1年内返済予定の長期借入金	59	7.6	57	7.3	58	6.8
固定負債	148	19.0	234	29.9	204	24.0
長期借入金	148	19.0	234	29.9	204	24.0
純資産	137	17.6	108	13.8	196	23.1
自己資本	129	16.5	96	12.3	184	21.6

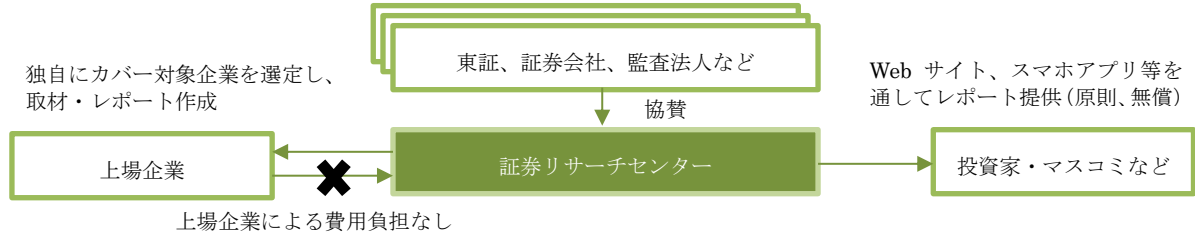
キャッシュ・フロー計算書	2020/3		2021/3		2022/3 2Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
営業キャッシュ・フロー	73		-21		115	
減価償却費	26		8		0	
投資キャッシュ・フロー	-5		4		13	
財務キャッシュ・フロー	80		84		-28	
配当金の支払額	-		-		-	
現金及び現金同等物の増減額	148		66		100	
現金及び現金同等物の期末残高	373		440		540	

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

## 証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



### ■協賛会員

株式会社東京証券取引所  
みずほ証券株式会社  
有限責任監査法人トーマツ  
日本証券業協会  
監査法人 A&A パートナーズ

SMBC 日興証券株式会社  
有限責任あずさ監査法人  
三優監査法人  
日本証券アナリスト協会  
宝印刷株式会社

大和証券株式会社  
EY 新日本有限責任監査法人  
太陽有限責任監査法人  
エイチ・エス証券株式会社  
株式会社プロネクサス

野村證券株式会社  
株式会社 ICMG  
株式会社 SBI 証券  
いちよし証券株式会社

### アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

### 免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接的損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならないため、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。