



各位

2023 年 3 月 22 日

会 社 名 株式会社ラバブルマーケティンググループ

代表者名 代表取締役社長 林 雅之

(コード番号:9254、東証グロース)

問合せ先 執行役員 コーポレート本部管掌 中川 徳之

(TEL. 03-6381-5219)

インバウンド向けプロモーションと東南アジアのマーケティング支援に 強みを持つタイの企業「DTK AD」の株式取得・子会社化のお知らせ

～SNS マーケティング事業の海外展開を本格始動～

株式会社ラバブルマーケティンググループ(本社:東京都港区、代表取締役社長:林 雅之、以下 当社)は、DTK AD Co.,Ltd.(本社:タイ王国バンコク、代表取締役: 木村 好志、以下 DTK AD(ディーティーケーアド))の発行済み株式の 49%を取得し、子会社化することを決定いたしましたのでお知らせいたします。これにより当社は、東南アジアをはじめとする海外における SNS マーケティング事業や、訪日外国人旅行者(インバウンド)を対象とする、企業の SNS マーケティングやプロモーション活動の支援に本格的に取り組めます。

東南アジアで事業を展開する DTK AD を子会社化の狙い

1) 広告市場の成長率は日本の 3 倍以上、広告市場と人口共に伸び続ける東南アジアへの 進出で事業拡大を狙う

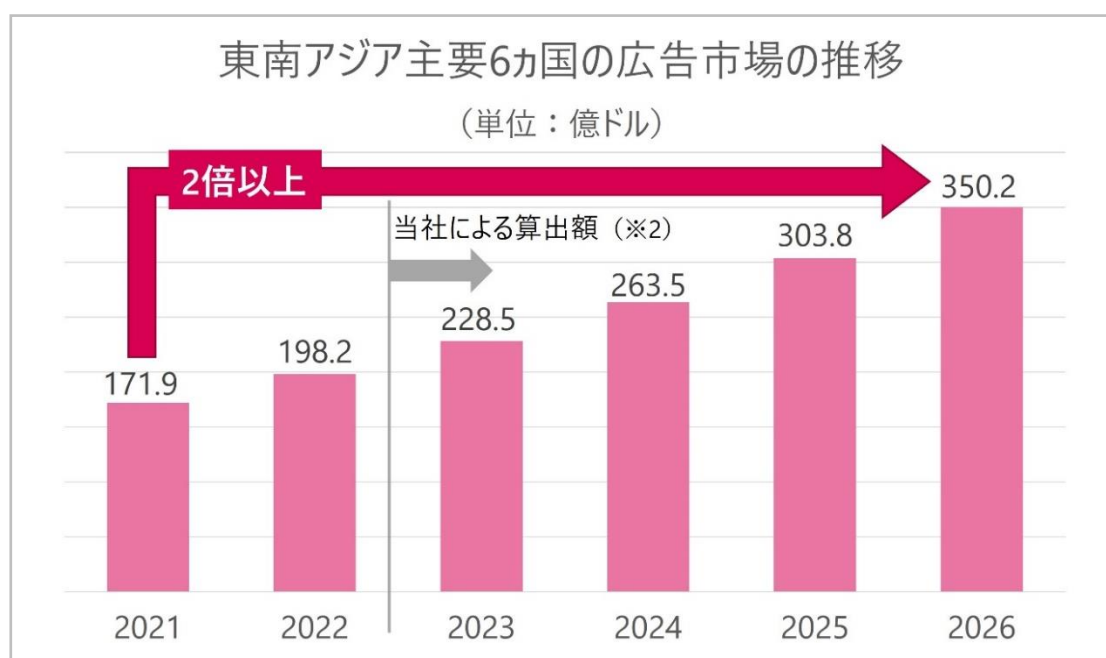
当社は、海外事業の立ち上げと拡大を成長戦略のひとつに掲げております。今回子会社化する DTK AD は、タイに本社を置く、SNS マーケティングやインバウンドを対象としたプロモーションを得意とするマーケティングエージェンシーで、既にシンガポール、香港、ラオスなど複数国で事業を展開し、今後も対象国を広げることを見込んでおります。

調査会社モードーインテリジェンスによると、東南アジアの 2021 年から 2026 年の期間の広告市場の年平均成長率(CAGR)は約 15.2%になると見込まれています(※1)。これをもとに、東南アジア主要 6 カ国(タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、シンガポール)の将来の広告市場を推計すると、2026 年には 350 億米ドル以上になり、2021 年と比較すると 2 倍以上の市場規模になります(※2)。なお予測されている東南アジアの広告市場の年平均成長率約 15.2%は、日本の広告市場に比べて 3 倍以上の伸び率となることから(※3)、今後の市場の高い成長が期待できます。

また人口に関して、東南アジア諸国が加盟する ASEAN は、ASEAN が設立された 1960 年代以降、継続して人口が増え続けており、2030 年には 7 億 2 千万人以上になるという推定値が出ています(※4)。人口増加の他、6 カ国の SNS 利用率は平均 81.9%という高ポイントであることや継続的な経済成長もあり、今後東南アジアは SNS マーケティング市場の拡大が期待できると考えております。

2) 政府は訪日促進施策を計画、今後対インバウンドのプロモーションが活況の見込み

国土交通省は、2016 年に発表した「明日の日本を支える観光ビジョン」でインバウンドを 2030 年に年間 6000 万人にするなどの目標を掲げ、訪日誘致に対する施策を多数あげました。2022 年 10 月には「インバウンドの本格的な回復に向けた政策パッケージ」で、ポストコロナにおける新たなインバウンド施策を発表。そして今年 2 月には、2025 年までにインバウンド 1 人あたりの消費額を 20 万円とする目標案を示しています。このような政府のインバウンド回復への方針や、新型コロナウイルス感染症拡大が世界的におさまりつつあることから、今後はインバウンドが戻り、インバウンドを対象としたプロモーション活動も活発となることが見込まれます。



【参考データ】当社算出による、東南アジアからのインバウンド市場規模

日本政府観光局から発表された「[訪日外国人数](#)」、国土交通省発表の「[2019 年の訪日外国人 1 人当たり旅行支出](#)(15 万 8,531 円)」「[2025 年までの訪日外国人旅行消費額単価:20 万円](#)」をもとに当社で算出した「2030 年の東南アジアからのインバウンド市場規模」は約 1 兆 4,000 億円で、2019 年と比較すると、2 倍以上の額となりました(※5)。これにより、インバウンド向けのプロモーション費用も増大すると予測できるため、その市場を取り込んでいきます。



算出方法は当資料末尾に記載。

DTK AD の強み

1) インバウンドプロモーションの実績

DTK AD は現地の芸能人・YouTuber からブロガー・ネットアイドルまで 3,000 名以上の KOL (Key Opinion Leader=インフルエンサー) との独自のネットワークを活かしたインバウンド向けプロモーションの実績が多数あります。

2) 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に継続的実績

DTK AD はタイを拠点に、シンガポール、香港、ラオスに事業を拡大しています。既存顧客からは、他の国でのサポートも要望されており、今後東南アジア全域一括受注ができる体制を想定しています。

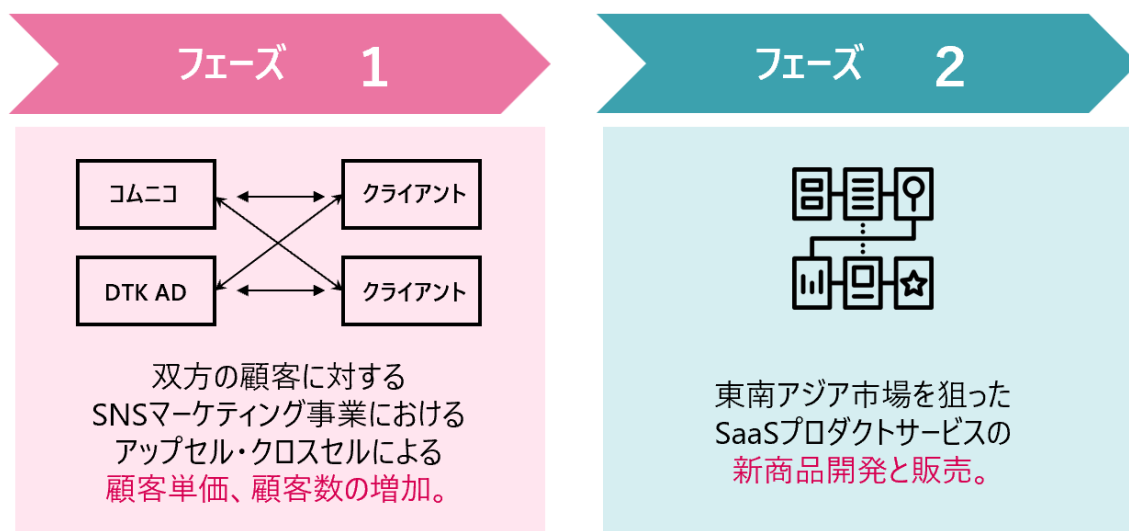
3) タイに根付いた日本人経営陣

DTK AD の代表取締役の木村氏は、タイ在住 15 年で現地の言語や文化にも精通しており顧客からも高く評価されています。

DTK AD 子会社化後の事業展開内容

今回の DTK AD の子会社化により、東南アジアに進出する企業のマーケティングの支援と東南アジアからのインバウンド需要の獲得の両方を狙うことができると考えております。東南アジアマーケットへの事業展開を可能にすることにより、DTK AD と当社の子会社である株式会社コムニコ双方の顧客に対しアップセル・クロスセルを狙うことで、一層、当社の SNS マーケティング事業のサービスを拡充させることが可能になります。

【DTK AD 子会社化後の事業展開のイメージ】



将来的には、Web3・AI・DX 関連ソリューションの東南アジア展開や、DTK AD を拠点とした東南アジア各国における M&A や事業提携を行うことも考えてまいります。

なお、本件による当期連結業績への影響につきましては、軽微であると考えております。

【ご案内】

本日 13 時に、当社代表の林による、当件の詳細を説明する動画が下記リンク先にて公開されます。
よろしければ、こちらも併せてご覧ください。

<https://irtv.jp/channel/10380>

【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
代表者 : 代表取締役社長 林 雅之
所在地 : 東京都港区虎ノ門 4 丁目 1 番 13 号 プライムテラス神谷町 9 階
設 立 : 2014 年 7 月
事業内容 : SNS マーケティング運用支援、SNS 運用支援ツールの開発・提供
SNS 検定講座の開発・提供、マーケティング運用支援
マーケティングオートメーションの導入 等

会社名 : DTK AD Co.,Ltd.
代表者 : 代表取締役 木村 好志
所在地 : 399 Interchange Building, 23rd Floor, Room no. 2311 Sukhumvit Road, Khlong Toey Nua, Wattana, Bangkok 10110
設 立 : 2013 年 2 月
資本金 : 4,000,000 タイバーツ (15,600 千円 ※6)
事業内容 : 市場調査・マーケティング事業
プロデュース・ディレクション事業
プロモーション・広告事業

会社名 : 株式会社コムニコ
代表者 : 代表取締役 長谷川 直紀
所在地 : 東京都港区虎ノ門 4 丁目 1 番 13 号 プライムテラス神谷町 9 階
設 立 : 2008 年 11 月
事業内容 : ソーシャルメディアマーケティング事業
インフルエンサーマーケティング事業
サービス開発事業

※1 参照: モードーインテリジェンス

[東南アジアの広告市場 - 成長、トレンド、COVID-19 の影響、および予測 \(2023-2028\)](#)

※2 市場調査会社スタティスタが発表した「2022 年における東南アジア地域の広告市場レポート」及び調査会社モードーインテリジェンスによる「東南アジアの広告市場」の 2021 年～2026 年における年平均

成長率(CAGR)により広告市場を算出。

参照: VIETJO [東南アジア広告市場の 22 年売上高、ベトナムが 5 位 伸び率は域内 2 位](#)

※3 参照:株式会社電通グループ「[世界の広告費成長率予測\(2022～2025\)](#)」

※4 参照:国際機関日本アセアンセンター [ASEAN 情報マップ](#)

※5 算出方法

2019 年の「約 6,000 億円」:「2019 年訪日外国人数」の総数の中で「東南アジア主要 6 カ国」からの訪日人数は 3,833,765 名。この人数に「2019 年の訪日外国人 1 人当たり旅行支出(15 万 8,531 円)」の「15 万円」をかけ、2019 年の東南アジアからのインバウンド市場規模は約 6,000 億円と算出。

2030 年の「約 1 兆 4,000 億円」:国土交通省が掲げる 2030 年の訪日外国人旅行客目標人数は 6,000 万人。2019 年の「訪日外国人数」総数の中で「東南アジア主要 6 カ国」からの訪日人数が占める割合は 12%。6,000 万人の 12%は 7,214,903 人となり、この人数に国土交通省が掲げる「2025 年に向けた訪日観光の主な目標案」の「訪日外国人 1 人当たり旅行支出」の「20 万円」をかけて 2030 年の東南アジアからのインバウンド市場規模約 1 兆 4,000 億円を算出。

※6 1タイバーツ=3.90 円、2023 年 3 月 20 日時点での為替レートで換算しております。