

## IBJ

6071 東証ジャスダック

2014年12月1日（月）

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

企業調査レポート  
執筆 客員アナリスト  
佐藤 譲

## ■ すべての婚活サービスにおいて会員数が拡大

IBJは婚活サイト「ブライダルネット」の運営からスタート。その後、全国の結婚相談所のデータをネットワークでつなぐ「日本結婚相談所連盟」を立ち上げたほか、合コン、お見合いパーティー等の企画運営を行うなど婚活を基軸として事業領域を拡大。同社が提供するサービスの利用者（婚活会員）数は約30万人と右肩上がりが増加しており、婚活サービス企業では国内最大規模となっている。

11月14日に発表された2014年12月期第3四半期累計（2014年1月-9月）の単独業績は、売上高が前年同期比28.9%増の2,401百万円、営業利益が同49.1%増の466百万円と好調な決算となった。すべての婚活サービスにおいて会員数が拡大しており、ネットとリアルを融合した同社の事業戦略が奏効していると言えよう。また、通期業績見通しについては11月6日に上方修正を発表しており、売上高が前期比25.8%増の3,237百万円（前回予想比+187百万円）、営業利益が同42.0%増の639百万円（同+99百万円）に修正している。ただし、新しい通期業績見込みは、第3四半期までの計画上振れ分だけを加算したものとなっている。既に前提となる会員数は期初計画を上回る水準となっていること、9月に「日本結婚相談所連盟」に加盟する一部顧客向けの料金改定を実施し、売上増が見込めることなどから、通期業績に関してはさらに上振れする可能性が高いと弊社ではみている。

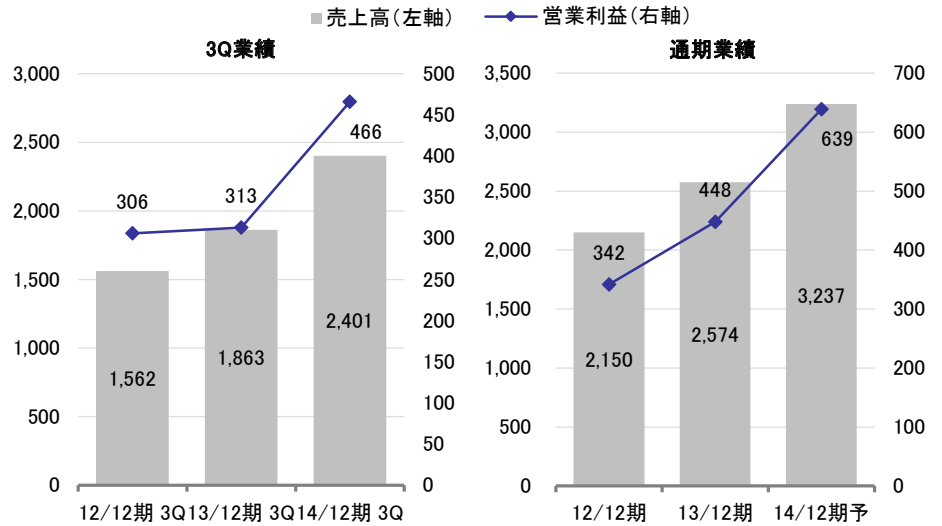
2015年12月期以降も、業績は20%前後のペースで成長が続く見通しだ。既存サービスにおける会員数の増加が続くことに加えて、3つの成長戦略を推進していくことで収益を拡大していくことになる。第1に、婚活からライフデザイン（式場紹介、引越、保険等）への事業領域拡大、第2に同社が保有する会員データベースを活用したマーケティング支援サービスの強化、第3に海外市場での展開が挙げられる。特に、ライフデザインへの事業領域拡大に関しては、2014年より開始した式場送客サービスで実績が上がってきている。約30万人という同社の婚活会員数が潜在顧客となるだけに成長ポテンシャルも大きく、今後の展開が注目されよう。

株主還元に関しては従前より、積極的に取り組んでいく方針を打ち出している。配当性向としては40%程度を目安とし、2014年12月期に関しては25円（配当性向39.3%）と連続増配を予定している。なお、同社は11月18日付で東京証券取引所第2部への上場と合わせて、12万株の株式立会外分売を発表した。経営者及びその親族からの売出しとなるが、株主数の増加を目的としたものとなっている。同社では2015年内の第1部上場を目指しており、株主数の増加に向けた株主還元策の拡充も今後期待されよう。

## ■ Check Point

- ・ 国内結婚相談所の約50%が同社設立の日本結婚相談所連盟に加盟
- ・ メディア、サービス部門ともに好調で3Qは2ケタ増収増益
- ・ 配当性向は40%が目安、収益の拡大に伴う増配に期待

売上高と営業利益の推移(単位:百万円)

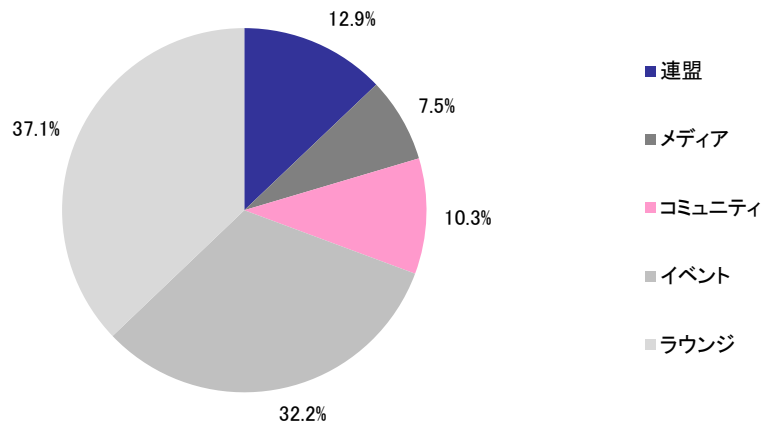


## ■ 事業概要

### 国内結婚相談所の約 50% が同社設立の日本結婚相談所連盟に加盟

同社の事業セグメントはメディア部門とサービス部門に区分されている。このうちメディア部門は、連盟事業、メディア営業、コミュニティ事業、及びイベント事業の4つの事業で構成されている。一方、サービス部門はラウンジ事業のみとなっている。2013年12月期の事業別売上構成比はグラフのとおりで、ラウンジ事業とイベント事業がそれぞれ30%を超えている。各事業の内容については以下のとおりとなる。

事業別売上構成比(13/12期)

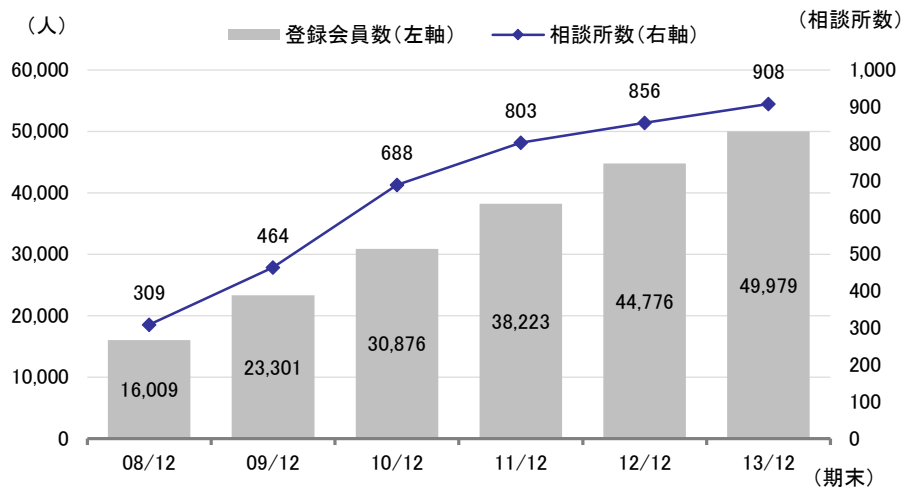


### ○連盟事業

連盟事業は、同社が設立した「日本結婚相談所連盟」に加盟する結婚相談所向けのサービスとなる。加盟店は「IBJシステム」と呼ばれるお見合い管理システムを導入することによって、同連盟に登録されている約1,000相談所、5.3万人に上る会員データベースを共有することが可能となり、お見合いのセッティング機会が増大するなどのメリットを享受している。現在、国内で事業活動している結婚相談所は約2,000相談所あるとみられており、相談所ベースでのシェアは約50%の水準となる。

同事業の売上高は加盟店からの加盟料、及びシステム利用料からなる。システム利用料は従量制、固定制に分かれており、平均では月額2万円程度となっている。なお、新規開業希望者については事業の立ち上げサポート費用を含めて、一律で加盟金120万円を徴収している。また、業界活性化・健全化のための定例会（勉強会）の開催やガイドラインの設定、あるいは加盟店同士のコミュニケーションツールとなるIBJ新聞（隔月）の発行も同連盟で行っており、加盟店からも高い信頼を得ている。

#### 日本結婚相談所連盟会員数の推移



### ○メディア営業

メディア営業は、同社が運営する各種ポータルサイト（エステ・美容関連サイト、不動産情報サイト、写真スタジオサイトなど）における広告枠の販売が主な収入となっていたが、事業戦略の変更により2014年9月にエステ・美容関連サイトについて売却している。今後は、ウェディングを始めとする親和性の期待できる周辺業界とのアライアンス強化を始め、同社の会員基盤と独自ビッグデータを活用したマーケティング支援サービスを強化していく方針となっている。

### ○コミュニティ事業

コミュニティ事業では、婚活サイト「ブライダルネット」の運営を行っている。登録会員数（無料会員含む）は2014年9月末で11.6万人、うち月額有料会員数は9,751人と国内最大級の規模を誇っている。同事業の売上高は、主に「ブライダルネット」の有料会員から得られる月額利用料3,000円からなる。

### ○イベント事業

イベント事業には、婚活パーティーサイト「PARTY ☆ PARTY」の運営・イベント事業と、合コン・街コンのセッティングサイト「Rush」の運営事業が含まれる。

※ 2013年実績（プラチナ、VIPコースの成婚率）「IBJメンバーズ」実績。成婚率＝成婚退会者数÷全退会者数

「PARTY ☆ PARTY」で企画した婚活パーティーや各種イベントは、主に自社直営のイベントスペースをパーティー会場として利用することで低コスト運営を実現している。首都圏、京阪神、名古屋などで日々開催されており、会員からのイベント参加料（前払い）が主な収入となっている。

一方、「Rush」は国内最大級の合コン・街コンセティングサイトで、登録会員は日時や場所、人数、年齢など各種条件検索により希望する合コンにサイト上から参加するシステムとなる。同社では合コンのセティングのほか、飲食店の選定・予約・代金精算代行サービスも一括して提供している。合コン参加者からは飲食代金込みの参加料金を前受金で徴収し、また、契約する飲食店からも送客手数料などを別途收受している。

### ○ラウンジ事業

ラウンジ事業では、主要都市及びターミナル立地に特化した結婚相談所「IBJメンバーズ」の運営を行っている。2014年9月末時点で、首都圏と大阪、神戸、名古屋に合計9店舗出店している。徹底して成婚主義にこだわり、業界最高水準の成婚率（53.5%※）を実現していることが特長となっている（業界の平均水準は10～20%）。

成婚率の高さの背景には、IBJシステムによる約5.3万人の豊富な会員データベースの活用に加えて、優秀なカウンセラーによる少人数専任制（1カウンセラー当たり担当会員数は約80名まで）を敷いていること、成婚報酬主義を採用していることなどが挙げられる。また、同社の新規会員は「PARTY ☆ PARTY」など自社グループ内サービスからの入会者が過半を占めるため、会員獲得のためのマーケティングコストも競合他社と比較して抑えることが可能となっている。そのコスト分を優秀なカウンセラーの維持獲得費用に振り向けしており、カウンセラーの能力が成婚率の高さの要因の1つになっていると考えられる。なお、同事業は会員からの入会金、年間活動サポート費、月会費、成婚料が主な収入となっており、料金プランは4つのコースに分かれている。

#### コース・料金

プレミアコース	初期費用：登録料 30,000 円 + 活動サポート費 135,000 円（1年間の活動期間） 月会費 15,000 円（個別紹介・面談なし、お相手検索申し込み年間 240 名）
VIP コース	初期費用：登録料 30,000 円 + 活動サポート費 198,000 円（1年間の活動期間） 月会費 15,000 円（毎月 3 名まで個別紹介、お相手検索申し込み年間 120 名 2 カ月ごとに個別面談）
プラチナコース	初期費用：登録料 30,000 円 + 活動サポート費 348,000 円（1年間の活動期間） 月会費 6,200 円（毎月 3 名までお相手紹介、お相手検索申し込み年間 240 名 毎月の個別面談）
アンドモアコース (40代、50代向け)	初期費用：登録料 30,000 円 + 活動サポート費 115,500 円（1年間の活動期間） 月会費 15,000 円（個別紹介・面談なし、お相手検索申し込み年間 240 名）

注：成婚退会時に成婚料として一律 210,000 円を別途收受している  
出所：同社 HP より作成

## ■ 決算動向

### メディア、サービス部門ともに好調で 3Q は 2 ケタ増収増益

#### 2014年12月期第3四半期累計業績

11月14日付で発表された2014年12月期第3四半期累計（2014年1月～9月）の単独業績は、売上が前年同期比28.9%増の2,401百万円、営業利益が同49.1%増の466百万円、経常利益が同47.3%増の460百万円、四半期純利益が同54.2%増の303百万円と2ケタ増収増益となった。四半期ベースで見ても第3四半期は売上が前年同期比33.0%増の874百万円、営業利益が同35.6%増の177百万円となり、過去最高を連続で更新している。

## 2014年12月期第3四半期累計業績

(単位：百万円)

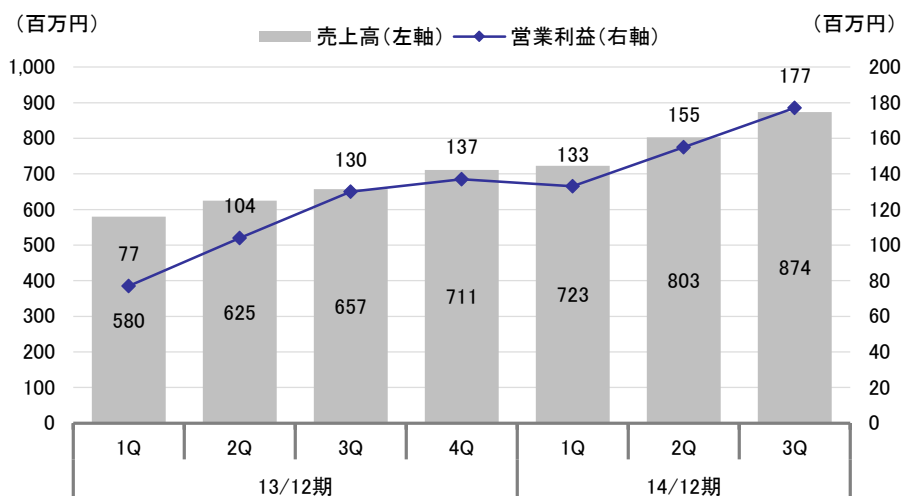
	13/12期3Q累計		14/12期3Q累計		
	実績	対売上比	実績	対売上比	前年同期比
売上高	1,863	-	2,401	-	28.9%
メディア部門	1,164	62.5%	1,580	65.8%	35.7%
サービス部門	698	37.5%	821	34.2%	17.6%
売上原価	193	10.4%	272	11.3%	41.0%
販管費	1,357	72.8%	1,662	69.2%	22.5%
営業利益	313	16.8%	466	19.4%	49.1%
経常利益	312	16.8%	460	19.2%	47.3%
特別損益	6	0.3%	32	1.4%	440.1%
四半期純利益	196	10.6%	303	12.6%	54.2%

IBJ

6071 東証ジャスダック

2014年12月1日(月)

## 四半期業績推移



事業セグメント別売上高では、メディア部門が前年同期比 35.7% 増の 1,580 百万円、サービス部門が同 17.6% 増の 821 百万円といずれも好調に推移した。すべての事業で会員数が増加し売上が拡大したが、なかでもイベント事業が大きく伸びた。売上原価率が前年同期の 10.4% から 11.3% に上昇したが、これは原価率の高いイベント事業の売上構成比の上昇が要因となっている。また、販管費は専用イベント会場を 3 店舗出店（新宿三丁目、恵比寿アネックス、名駅）したほか、ラウンジ事業における新規出店（心齋橋店）を行ったことによる賃借料の増加や、人件費、広告費の増加などにより、前年同期比で 22.5% 増となったが、増収効果で吸収し、販管費率は 72.8% から 69.2% に低下した。この結果、売上高営業利益率は 16.8% から 19.4% へ上昇した。

事業別の会員数、動員数は下表のとおりで、いずれも順調に拡大している。特に伸びが大きい「ブライダルネット」は、「PARTY ☆ PARTY」や「Rush」など他サービスとの会員 ID を統合し、ポータルサイトのプラットフォームを共通化したことによる効果が引き続き出ている。一方、イベント動員数に関しては、「PARTY ☆ PARTY」における専用イベント会場の増設効果に加えて、今年から 8 月のお盆休みにもイベントの開催を行った効果が出た。また、ラウンジ事業では会員数が順調に拡大していることに加えて、成婚数も前年比で 2 ケタ増と伸びていることも注目される。成婚数の増加は今後の会員数増加にもつながってくるためだ。

同業他社の業績が伸び悩む中で、同社の成長が続いている要因としては、婚活サービスを軸として、ユーザー層のニーズに合わせたサービスをネットとリアル店舗の両面から提供し、それぞれの事業でシナジーを享受できるビジネスモデルを構築していることが奏効していると言えよう。

## 各事業の会員数及び動員数

	13/12期				14/12期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
連盟事業（日本結婚相談所連盟）							
加盟事業所数（期末、件）	856	881	895	908	914	913	953
登録会員数（期末、人）	47,097	48,838	49,590	49,979	51,049	52,683	53,303
（前年同期比）	17.5%	19.9%	16.3%	11.6%	8.4%	7.9%	7.5%
コミュニティ事業							
ブライダルネット会員数（期末、人）	3,796	5,043	6,492	7,153	8,642	8,896	9,751
（前年同期比）	72.4%	169.8%	317.8%	173.0%	127.7%	76.4%	50.2%
イベント事業							
開催本数（3ヶ月、本）	3,768	4,133	4,433	4,584	4,545	6,020	6,616
動員数（3ヶ月、人）	39,620	45,353	49,439	56,507	55,768	70,731	77,083
（前年同期比）	45.9%	65.5%	58.2%	42.9%	40.8%	56.0%	55.9%
ラウンジ事業							
ラウンジ会員数（期末、人）	3,279	3,388	3,643	3,694	3,694	3,781	3,900
（前年同期比）	10.3%	8.6%	17.4%	14.7%	12.7%	11.6%	7.1%
成婚数（3ヶ月、人）	151	171	147	171	171	204	202
（前年同期比）	32.5%	32.6%	-4.5%	21.3%	13.2%	19.3%	37.4%

## ■ 成長戦略と株主還元策

## 年率 20% 成長を継続するため 3 つの成長戦略を推進

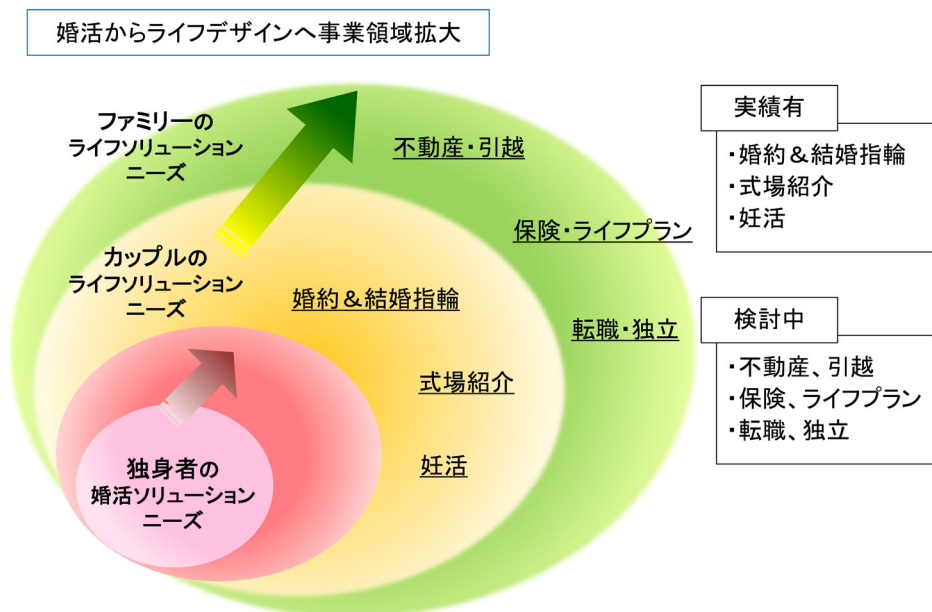
## (1) 成長戦略

同社の業績は 2015 年以降も婚活会員数やイベント動員数の増加によって成長が続く見通したが、年率 20% 成長を継続していくため、3 つの成長戦略を推進していく方針を打ち出している。第 1 に、婚活からライフデザイン（式場紹介、引越、保険等）への事業領域拡大、第 2 に同社が保有する付加価値の高い会員データベースを活用したマーケティング支援サービスの強化、第 3 に海外市場での展開となる。

## ○婚活からライフデザインへの事業領域拡大

婚活サービスからライフデザインへの事業領域拡大とは、同社が提供する婚活サービスと関連性が高いイベント（結婚、旅行、妊活、引越、保険、転職等）を手がける企業と提携し、送客を行うビジネスとなる。また、将来的にはこれら関連ビジネスを手がけ、シナジーが見込める企業を M&A でグループ内に取り込んでいくことも視野に入れている。

婚活からライフデザインへ事業領域拡大



既に、ジュエリーショップへの送客などは行っていたが、2014年より新たにウェディングプロデュースを手掛けるテイクアンドギヴ・ニーズ<4331>と業務提携を結び、IBJメンバーズで成婚するカップルの送客サービスを開始した。特に、結婚式場への送客サービスに関しては毎月10件以上の実績が積み上がってきている。送客サービスを開始するに当たって、同社ではウェディングプランナーの経験者を1名採用し、IBJメンバーズで成婚が決まった会員に対してカウンセリングを行い、要望に応じて送客を行っている。IBJメンバーズの成婚カップル数は月に約30組程度となっており、3分の1を送客していることになる。送客にかかる手数料はウェディング費用の5～15%程度とみられることから、まだ収益への影響は軽微だが、2015年以降はホテルや他の結婚式場など数社と提携して横展開していくほか、「日本結婚相談所連盟」の約1,000を超える加盟店にも同システムを導入していくことで、送客件数を拡大していく戦略だ。売上高としては最大で4～5倍程度まで拡大していくことが予想される。

同社ではこうしたビジネスモデルを、今後は不動産や引越、保険、転職など様々な事業領域で拡大していくことを計画している。約30万人の婚活会員が潜在顧客となるだけに、今後の成長ポテンシャルは大きいと言えよう。

○会員データベースを活用したマーケティング支援サービス

同社の会員情報は、婚活を目的としたものであることから、属性データも一般的な個人情報(年齢、職業、年収等)だけでなく、個人の価値観・嗜好や行動データも含めた情報が蓄積されており、内容としては極めて付加価値の高いデータベースが構築されていることになる。同社ではこうしたデータベースを今後、企業のマーケティング支援サービスとしてマネタイズしていく戦略であり、ターゲティング広告を始めとした様々なサービスを計画している。

○海外展開

海外展開としては台湾に既に進出している。2014年4月に現地のオンラインマッチングサービス会社で最大手となる尚凡資訊股份有限公司(以下サンファンインフォ)と合弁会社を設立し、イベント事業を展開中だ。サンファンインフォが台湾のオンラインマッチングサービスの会員基盤を提供し、IBJが婚活オフラインサービスの運営ノウハウを提供することで、台湾でもオンラインとオフラインサービスを融合させた婚活サービスを展開する。7月末に専用のイベント会場をオープンして以降、毎月20本程度のイベントを開催し、動員数も着実に増加してきている。当面は、1号店舗を軌道に乗せることを優先しており、2015年前半に単月ベースでの黒字化を見込んでいる。なお、韓国や東南アジアなどその他の国への進出に関しては、具体的な計画はまだなく、当面は台湾での事業展開が中心となる。

## 配当性向は40%が目安、収益の拡大に伴う増配に期待

### (2) 株主還元策

同社は「業績の拡大＋株主還元の積極化＝時価総額の拡大」を目指しており、株主還元としては配当性向で40%を目安として配当を行っていく方針としている。2014年12月期は25.00円（配当性向39.3%）と前期の実質配当約16.66円（株式分割考慮後）から増配となる。2015年12月期以降も収益の拡大とともに、増配が期待されることになる。

なお、同社は11月18日付で、東証第2部への上場とともに12万株の株式立会外分売を発表している。経営者とその親族の売出しによるもので、株主数の増加が目的となっている。現在、株主数は600名程度で、2部への上場するためには800名が必要となる。今回の売出しにより条件はクリアすることになるが、同社では2015年内の第1部市場への上場を目指しており（株主数条件は2,200名以上）、株主数の増加に向けた取り組みを今後も進めていくものと考えられる。現在、IBJメンバーズの利用に限定された株主優待制度を導入しているが、今後は増配と同時に優待制度の更なる拡充も期待されよう。



#### ディスクレームー（免責条項）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ