

# COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

## タメニー

6181 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2021年1月7日(木)

執筆：客員アナリスト

**水田雅展**

FISCO Ltd. Analyst **Masanobu Mizuta**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

## 目次

<b>■ 要約</b>	<b>01</b>
1. 婚活領域及びカジュアルウエディング領域を主力として周辺領域にも展開	01
2. 2021年3月期第2四半期累計はコロナ禍の影響で大幅減収	01
3. 2021年3月期通期も大幅減収だが第4四半期中に単月黒字化	01
4. 2024年3月期売上高147億円、営業利益27億円を目指す	02
5. 市場シェア拡大余地が大きく中長期的に収益拡大期待	02
<b>■ 会社概要</b>	<b>03</b>
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
<b>■ 事業概要</b>	<b>05</b>
1. サービス概要	05
2. 婚活領域	06
3. カジュアルウエディング領域	08
4. テック領域	10
5. ライフスタイル領域	11
6. 法人領域	12
7. 特徴・強み	12
8. リスク要因・収益特性と課題・対策	13
<b>■ 業績動向</b>	<b>14</b>
1. 2021年3月期第2四半期累計の連結業績概要	14
2. セグメント別動向	15
3. 財務状況と経営指標	16
<b>■ 今後の見通し</b>	<b>18</b>
1. 2021年3月期通期の連結業績見通し	18
2. 下期の重点施策	18
<b>■ 中長期成長戦略</b>	<b>19</b>
1. 3ヶ年中期経営計画	19
2. 婚姻組数減少でも市場シェア拡大余地大きい	20
3. 領域別事業戦略	21
4. 財務戦略	22
5. 中長期的に収益拡大期待	22
<b>■ 株主還元策</b>	<b>23</b>
<b>■ SDGs への取り組み</b>	<b>23</b>

## ■ 要約

### 婚活・カジュアルウェディング領域を中心に顧客が求める独自のサービスを創出し、提供し続ける。を目指す

タメニー <6181> (株式会社パートナーエージェントが2020年10月1日付で商号変更) は、企業理念に「よりよい人生をつくる。」を掲げ、婚活・カジュアルウェディング・テック・ライフスタイル・法人の幅広い領域で顧客が求める独自のサービスを創出し、提供し続けている。

#### 1. 婚活領域及びカジュアルウェディング領域を主力として周辺領域にも展開

M&Aも活用して事業領域を拡大し、現在は婚活領域(結婚相談所及び婚活パーティーの企画・運営など)、カジュアルウェディング領域(挙式披露宴及び結婚式二次会のプロデュース、フォトウェディングの運営、成婚後サービスなど)を主力として、周辺領域のテック領域(婚活支援事業者間会員相互紹介プラットフォーム運営、マッチングアプリ開発、企業向け婚活支援システムなど)、ライフスタイル領域(保険代理店・住宅情報サービスなど)、法人領域(地方自治体向け婚活支援、企業向けイベントプロデュースなど)にも展開している。結婚相談所を起点として、婚活領域からカジュアルウェディング領域、新生活サポートサービス領域まで、幅広く全方位的な一気通貫の高品質・高付加価値サービスを展開し、高い信頼性・ブランド認知度を確立していることが特徴・強みだ。結婚相談所「パートナーエージェント」においては、高いスキルを持った専任の成婚コンシェルジュサービスや自社独自開発のマッチングシステムによって業界首位の成婚率を実現している。

#### 2. 2021年3月期第2四半期累計はコロナ禍の影響で大幅減収

2021年3月期第2四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比58.5%減の1,701百万円、営業利益が1,439百万円の損失(前年同期は97百万円の利益)、経常利益が1,376百万円の損失(同86百万円の利益)、親会社株主帰属四半期純利益が1,376百万円の損失(同61百万円の利益)だった。売上面では新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)による外出やイベントの自粛が影響し、大幅減収だった。コスト面では2社の新規連結によって販管費が増加した。ただし四半期別に見ると、婚活領域の結婚相談所が5月後半から回復基調となり、第2四半期の営業損失は第1四半期に比べて縮小した。

#### 3. 2021年3月期通期も大幅減収だが第4四半期中に単月黒字化

2021年3月期通期の連結業績予想は、売上高が2020年3月期比41.9%減の4,760百万円、営業利益が2,000百万円の損失(2020年3月期は78百万円の利益)、経常利益が2,000百万円の損失(同41百万円の利益)、親会社株主帰属当期純利益が2,000百万円の損失(同2百万円の利益)としている。コロナ禍の影響で大幅減収予想である。ただし下期は上期に比べて損失幅が縮小する見込みだ。また第4四半期中に単月黒字化見込みとしている。結婚相談所「パートナーエージェント」が回復基調であり、挙式披露宴プロデュース「スマ婚」は6月-7月に成約した挙式の施行が第4四半期に集中しているため一定程度の収益計上が見込めるとしている。コスト面では拠点統廃合による固定費削減が来期より寄与する。

## 要約

**4. 2024年3月売上高147億円、営業利益27億円目指す**

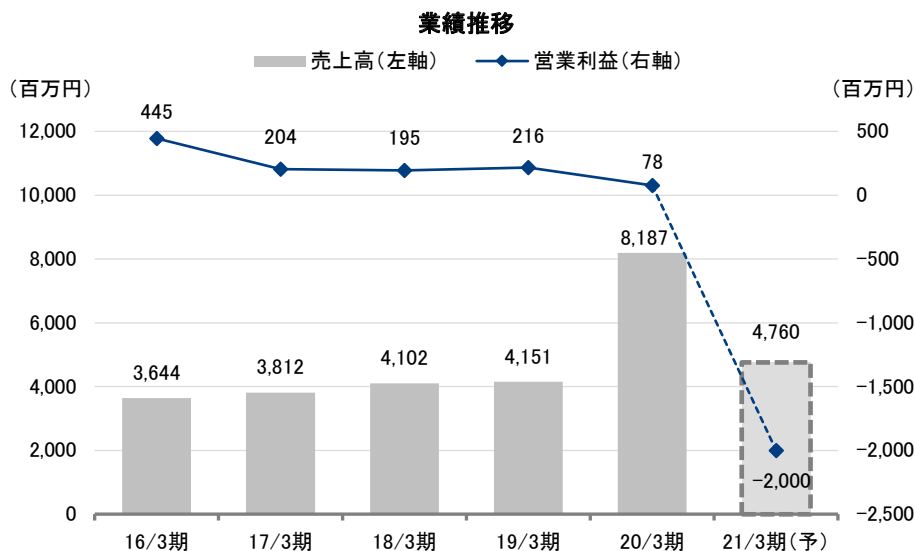
3ヶ年中期経営計画を策定し、2022年3月期 - 2024年3月期を短期業績回復の実現と中長期成長基盤構築の3ヶ年と位置付けた。目標値は最終年度2024年3月期の売上高147億円、営業利益27億円、営業利益率18.6%以上とした。当面の業績回復に向けて一部店舗統廃合や人員再配置など、コスト構造改革によって既存事業の利益率改善を図る。中長期成長基盤構築では、年間約8,000組の顧客基盤（結婚相談所の成婚退会者数約2,500組、カジュアルウエディング領域の施行件数約5,500組）も活用して、高付加価値サービス拡充による利益率向上を推進する。また財務面では債務超過の早期解消及び借入金の早期返済を実現し、株主還元では3年以内の配当実施を目指す方針だ。

**5. 市場シェア拡大余地が大きく中長期的に収益拡大期待**

当面はコロナ禍の影響で厳しい事業環境が想定されるが、中長期成長に向けた施策を着実に実施している。情報管理や品質管理の国際規格認証を取得するなど高品質・高付加価値サービスを展開し、高い信頼性やブランド認知度を確立している同社の強み・優位性で、市場シェア拡大余地は大きい。早期に財務基盤を安定させることで中長期的に収益拡大を期待したい。

**Key Points**

- ・ 婚活・カジュアルウエディングを主力として周辺領域にも事業展開
- ・ 2021年3月期はコロナ禍の影響で大幅減収予想だが第4四半期中に単月黒字化
- ・ 市場シェア拡大余地が大きく、2024年3月期売上高147億円、営業利益27億円目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 年間約 8,000 組の成婚・結婚式プロデュース

#### 1. 会社概要

同社は、企業理念に「よりよい人生をつくる。」を掲げ、婚活領域及びカジュアルウエディング領域を主力として、周辺領域のライフスタイル領域、法人領域、テック領域で顧客が求める独自のサービスを創出し、提供し続けている。

#### 2. 沿革

テイクアンドギヴ・ニーズ<4331>の100%子会社として旧(株)パートナーエージェントが設立され、同社の現在の代表取締役社長である佐藤茂(さとうしげる)が取締役に就任し、2006年9月に婚活事業を開始した。2008年5月にテイクアンドギヴ・ニーズから独立し、新(株)パートナーエージェント(2004年6月設立の(株)ドリームドアが2008年5月に商号変更、現在の存続会社)が旧(株)パートナーエージェントから事業を譲り受けた。

2013年6月には婚活パーティー「OTOCON」サービスを開始、2015年10月には東証マザーズに新規上場、2017年6月には婚活事業者間会員相互紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」を開始、2019年4月にはカジュアルウエディングの(株)メイションをグループ化(2020年10月吸収合併)、2020年3月にはフォトウエディングの(株)Mクリエイティブワークス(現タメニーアートワークス(株))をグループ化、2020年4月には結婚式二次会会場紹介の(株)pma(現タメニーパーティーエージェント(株))をグループ化して事業領域を拡大している。

そして2020年10月にメイションを吸収合併して商号をタメニー株式会社に変更した。またグループ会社の商号も変更している。2020年10月1日現在、グループは同社、連結子会社3社(フォトウエディング運営のタメニーアートワークス、少人数結婚式の会場紹介・プロデュース等のタメニーパーティーエージェント、広告代理業のタメニーエージェンシー(株))、及び持分法適用会社1社(オンライン完結型婚活支援サービスのエン婚活エージェント(株))で構成されている。

タメニー | 2021年1月7日(月)  
 6181 東証マザーズ | <https://tameny.jp/ir/>

## 会社概要

## 沿革表

年月	項目
2004年 6月	新(株)パートナーエージェント設立(旧(株)ドリームドアが2008年5月商号変更、事業譲受で現在の存続会社)
2006年 9月	旧(株)パートナーエージェント設立(テイクアンドギヴ・ニーズ<4331>の100%子会社)
2006年12月	1号店として新宿店オープン
2007年 8月	情報セキュリティマネジメント規格「ISO(JIS Q) 27001」認証を取得
2007年12月	品質保証の国際規格「ISO9001:2000/JIS Q 9001:2000」認証を業界で初めて取得
2008年 5月	テイクアンドギヴ・ニーズから独立、新パートナーエージェントが旧パートナーエージェントから事業譲受
2008年 6月	「プライバシーマーク」取得
2010年 9月	広告代理業の(株)PAマーケティング(現タメニーエージェンシー(株))を設立
2010年 9月	ウエディング情報サービスの(株)アニバーサリーウエディングを設立(2013年4月吸収合併)
2010年12月	苦情対応マネジメントシステムの国際規格「ISO10002」認証を業界で初めて取得
2011年 1月	PAマーケティングの商号を(株)シンクパートナーズに変更
2011年 5月	関西エリアに初出店(大阪店)
2011年11月	東海エリアに初出店(名古屋店)
2012年 4月	九州エリアに初出店(福岡店)
2013年 6月	婚活パーティー「OTOCON」サービス開始
2013年10月	北海道エリアに初出店(札幌店)
2013年10月	会員規模増大とCS向上のためコールセンター開設
2015年10月	東京証券取引所マザーズに新規上場
2017年 6月	婚活支援事業者向け会員相互紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」提供開始
2017年 9月	「IMS結婚相手紹介サービス業認証」取得
2018年 4月	婚活パーティー情報サイト運営の共同出資会社(株)ichie設立
2018年 7月	ウエディング周辺サービスの(株)IROGAMI設立
2019年 4月	カジュアルウエディングの(株)メイションをグループ化
2019年 4月	エン婚活エージェント(株)を持分法適用関連会社化
2020年 3月	フォトウエディングの(株)Mクリエイティブワークスをグループ化
2020年 4月	IROGAMI、ichie、Mクリエイティブワークスを統合、商号を(株)Mクリエイティブワークスへ変更
2020年 4月	結婚式二次会会場紹介の(株)pmaをグループ化
2020年 7月	東北エリアに初出店(仙台店)
2020年10月	メイションを吸収合併、商号をタメニー(株)に変更
2020年10月	シンクパートナーズの商号をタメニーエージェンシー(株)に変更
2020年10月	Mクリエイティブワークスの商号をタメニーアートワークス(株)に変更
2020年10月	pmaの商号をタメニーパーティーエージェント(株)に変更

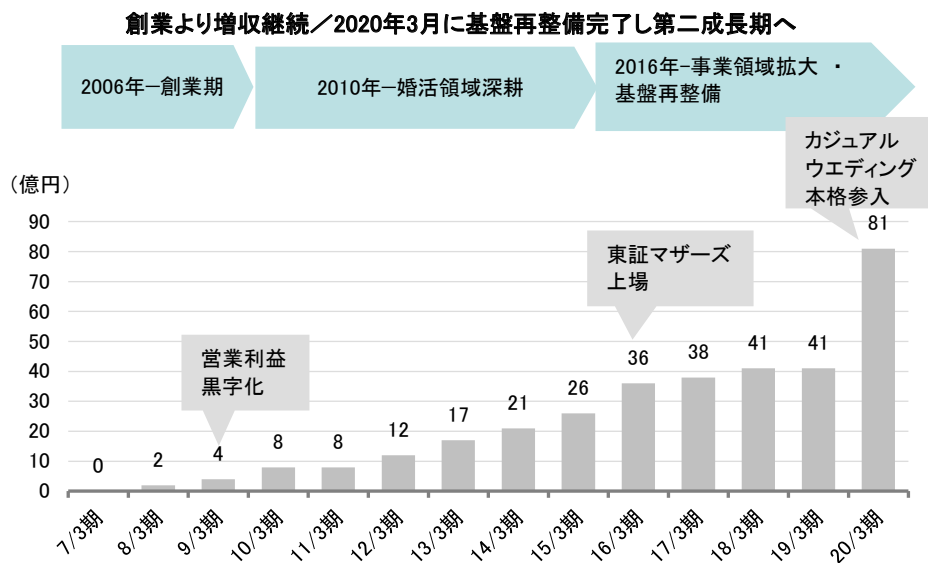
出所：会社資料よりフィスコ作成

## ■ 事業概要

### 婚活領域、カジュアルウエディング領域を主力として、 周辺領域にも展開

#### 1. サービス概要

同社は M&A も活用して事業領域を拡大し、現在は婚活領域（結婚相談所及び婚活パーティーの企画・運営など）、カジュアルウエディング領域（挙式披露宴及び結婚式二次会のプロデュース、フォトウエディングの運営、成婚後サービスなど）を主力として、周辺領域のテック領域（婚活支援事業者間会員相互紹介プラットフォーム運営、マッチングアプリ開発、企業向け婚活支援システムなど）ライフスタイル領域（保険代理店・住宅情報サービスなど）、法人領域（地方自治体向け婚活支援、企業向けイベントプロデュースなど）にも展開している。各領域の事業・サービス内容は以下のとおりである。



出所：中期経営計画資料よりフィスコ作成

タメニー | 2021年1月7日(月)  
6181 東証マザーズ | <https://tameny.jp/ir/>

## 事業概要

## 事業領域の変革

## 婚活領域深耕と事業領域拡大を経て5つの戦略領域へ



出所：会社提供資料より掲載

なお報告セグメント区分は2020年3月期から、婚活事業（結婚相談所及び婚活パーティーの企画・運営、マッチングアプリ開発、婚活事業者間会員相互紹介プラットフォーム運営など）、カジュアルウェディング事業（挙式披露宴、フォトウェディング、結婚式二次会のプロデュース、ブライダルジュエリー・保険の販売や住宅情報サービス提供など）、その他事業（地方自治体向け婚活支援、企業イベント支援、映像制作等のカジュアルウェディング周辺サービス、新規事業など）としている。

2020年3月期のセグメント別（調整前）売上高構成比は婚活事業43.4%、カジュアルウェディング事業53.9%、その他事業2.7%、営業利益構成比は婚活事業89.4%、カジュアルウェディング事業8.9%、その他事業1.7%だった。2019年4月にカジュアルウェディング大手のメイションをグループ化したため、2020年3月期の全社売上高が2019年3月期比倍増となり、カジュアルウェディング事業の売上高構成比が大幅上昇した。

## 2. 婚活領域

婚活領域の主要サービスは、会員制の結婚相談所「パートナーエージェント」運営、及びエントリーサービスとしての婚活パーティー「OTOCON」運営である。「パートナーエージェント」は2020年10月現在、全国に合計26拠点を展開している。また、2020年10月には婚活を検討している25歳から34歳の男女を対象とする紹介とコミュニティ活動がセットになった結婚相談所「スマ婚縁結びメンバーズ」、2020年11月には業界初の独身証明書必須のワンランク上の婚活パーティー「パートナーエージェントパーティー」を開始した。

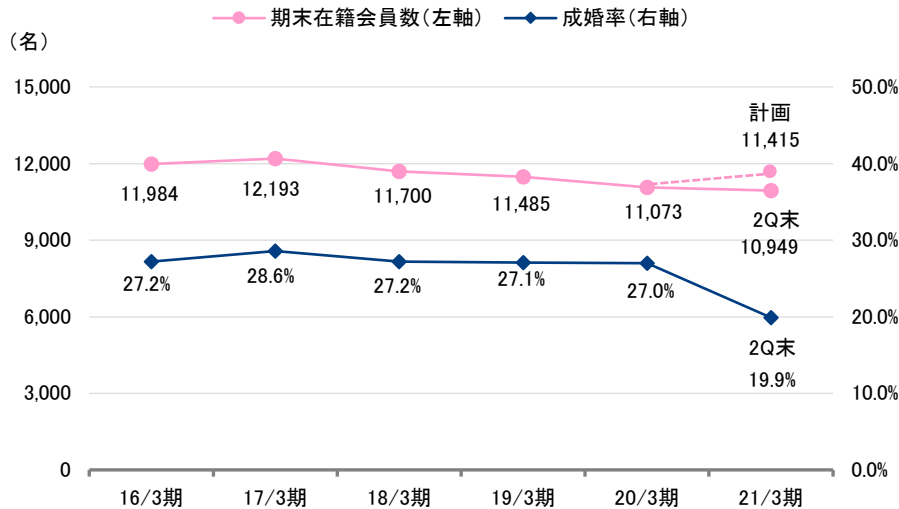
結婚相談所「パートナーエージェント」は、主に1年以内を目的に結婚相手を見つけたい会員に対して、高いスキルを持った専任の成婚コンシェルジュサービスと独自のマッチングシステムで活動をサポートする。会員の平均在籍期間は約18ヶ月、1人当たり平均費用（登録料、月会費、オプション料、成婚料など）は約37万円となっている。成婚コンシェルジュによるマルチサポートで、業界首位の成婚率（成婚率＝年間成婚退会者数／年間平均在籍会員数×100、（株）ビッグツリーテクノロジー＆コンサルティングの2020年4月調べ）を特徴としている。



## 事業概要

KPI (Key Performance Indicator = 重要業績評価指標) のひとつである成婚率は2020年3月期までおおむね27%前後で推移している。なお2021年3月期第2四半期累計は、コロナ禍の影響で対面でのお見合いが難しい状況となったため成婚率が低下している。

「パートナーエージェント」在籍会員数と成婚率の推移

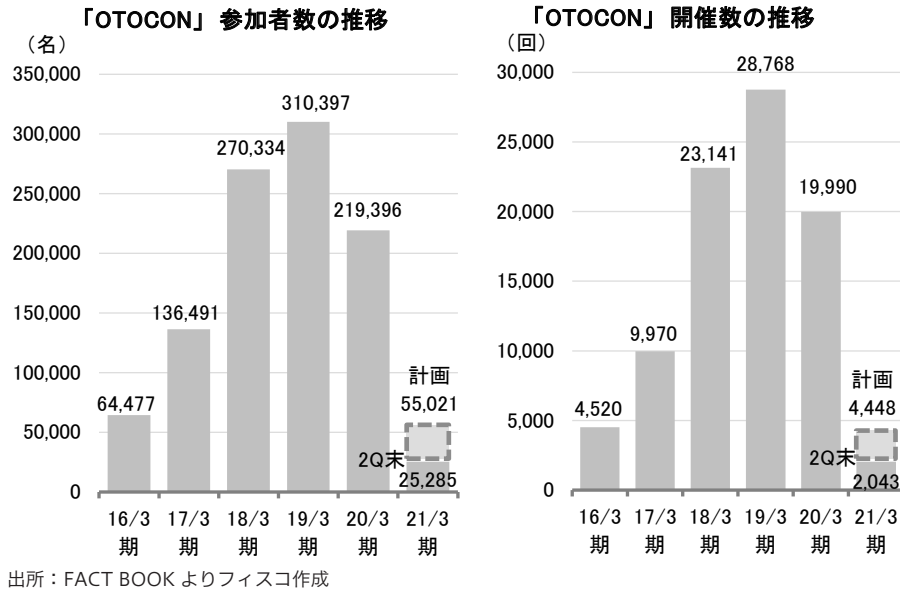


出所：FACT BOOK よりフィスコ作成

婚活パーティー「OTOCON」は、本気で結婚したい男女が安心して気軽に参加できる業界最安水準、均一価格の婚活パーティーとして2013年6月に開始した。結婚相談所「パートナーエージェント」へのエントリーサービスとも位置付けて、全国の自社会場を中心に開催している。約6年間で延べ参加者数は約100万人に達している。参加者数及び開催数は2019年3月期まで順調に増え続けてきた。2020年3月期に参加者数、開催数とも大幅減少しているが、これは2020年3月期から運営最適化とサービス品質向上を目指し戦略的に開催数を減らしていることが起因している。加えて、2021年3月期第2四半期累計はコロナ禍によるイベント中止・自粛も影響した。

なお、業界最安水準、均一価格の婚活パーティー以外に、新規顧客層の獲得に向けてワンランク上の婚活パーティー「パートナーエージェントパーティー」の展開加速を図っていく方針だ。

## 事業概要

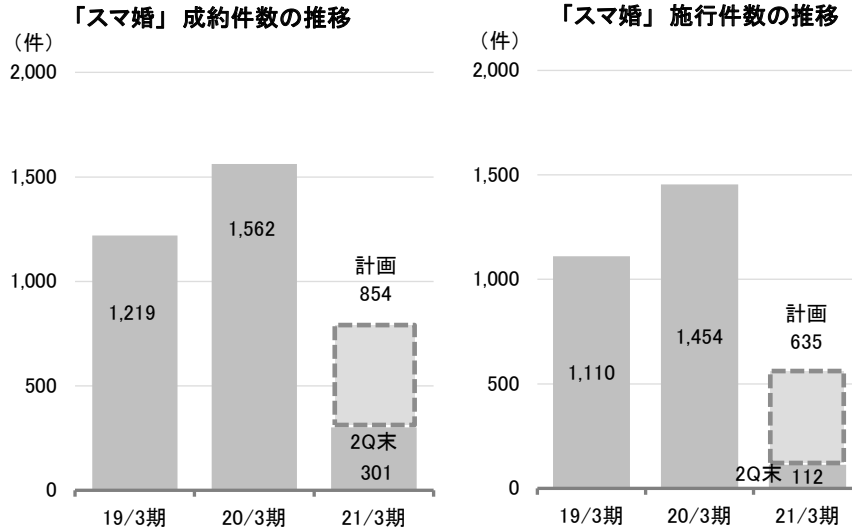


## 3. カジュアルウェディング領域

カジュアルウェディング領域の主要サービスは、挙式披露宴プロデュース「スマ婚」、結婚式二次会プロデュース「2次会くん」、フォトウェディング「LUMINOUS」である。またブライダルジュエリー販売、結婚式場紹介サービス、成婚後サポートサービスの「ANNIVERSARY CLUB」も展開し、M&A・アライアンスを活用して事業領域を拡大している。

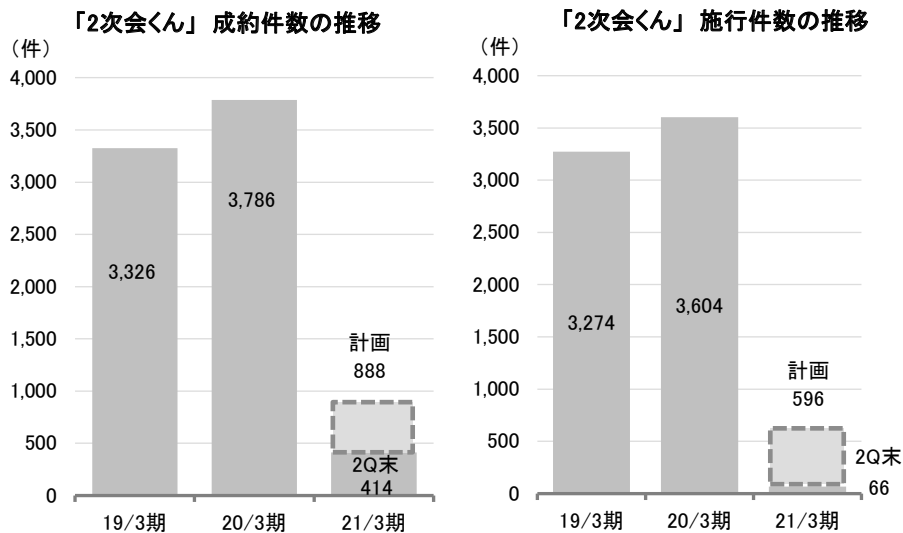
挙式披露宴プロデュース「スマ婚」は、予算内で高クオリティな結婚式をしたいという要望に応じて、安く・美しく・自由なカジュアルウェディングをプロデュースする。全国約250の提携会場での挙式披露宴をプロデュースし、当日の運営は挙式披露宴会場のプロのスタッフが行う。提携会場の日程の空き枠の有効活用やアイテムの大量発注・自社内製などで価格を抑制するため、一般的な挙式披露宴費用約350万円（ゼクシィ結婚トレンド調査2019年調べ）に対して、「スマ婚」の平均費用は約200万円となっている。なお2020年7月にはサービスを刷新し、リニューアル・リブランディングを実施した。2021年3月期はコロナ禍で延期・中止の影響を受けている。

## 事業概要



出所：FACT BOOK よりフィスコ作成

結婚式二次会プロデュース「2次会くん」は二次会幹事代行サービスである。プロのプランナーによるプロデュースで、飲食店など全国480以上の提携会場からニーズに合わせて会場を紹介し、当日はプロの幹事・運営スタッフを会場に派遣(飲食は会場に委託)する。平均費用は約40万円となっている。2020年3月期の成約件数は3,786件、施行件数3,604件といずれも前期を上回ったが、2021年3月期はコロナ禍で延期・中止の影響を受けている。

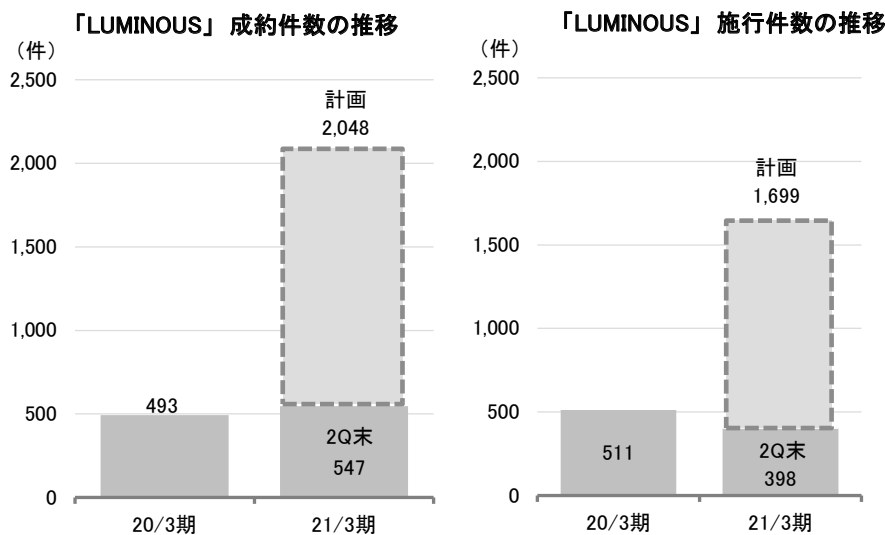


出所：FACT BOOK よりフィスコ作成

## 事業概要

フォトウエディング「LUMINOUS」は、邸宅ロケーションフォトスタジオなどにおいてフォトを主軸としたウエディングを行っている。理想の花嫁姿を写真に残したいという要望に応じて、洗練されたスタジオセット、格式高いチャペルや邸宅のロケーションなど、本物のロケーションを生かして世界一美しい花嫁姿を実現する。平均費用は約21万円となっている。一般的な挙式披露宴費用の約10分の1以下の予算で、実際に挙式を挙げたかのような体験ができる。

2021年3月期は成約件数2,048件、施行件数1,699件を計画しており、いずれも前期を大幅に上回る計画だ。「3密」を避けられるため、withコロナ時代に適応したウエディングの形として増加基調である。今後の成長分野と位置付けて、第3の収益源に育成するための施策を推進する方針だ。2020年11月にはグループ会社のタメニーアートワークスがブライダル事業のエスクリ<2196>と業務提携した。首都圏のみで提供していたフォトウエディング「LUMINOUS」の撮影会場に、エスクリの高クオリティなチャペルや会場が加わり、一気に全国展開することが可能になる。



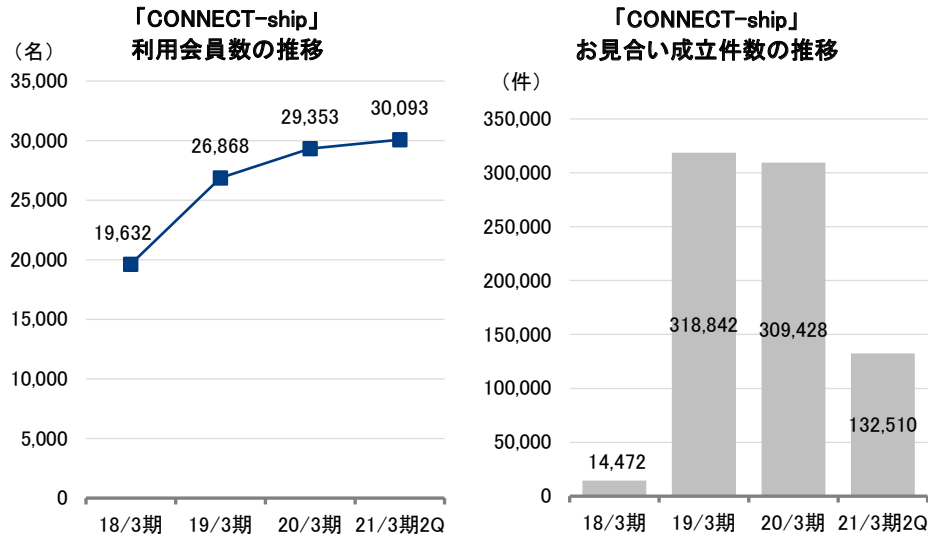
出所：FACT BOOK よりフィスコ作成

## 4. テック領域

テック領域の主要サービスは、婚活事業者間会員相互紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」、マッチングアプリ「スマ婚デート」、企業向け婚活支援システム、映像制作サービスなどである。

「CONNECT-ship」は業界初の婚活事業者間会員相互紹介プラットフォームである。登録事業者をまたいでの紹介が可能となり、出会いの機会を創出することで顧客成果（成婚）の最大化を目指す。2017年6月開始した。2020年9月末現在の利用事業者は11社（総会員数約5.5万名）で、紹介可能な利用会員数は約3万名となっている。なお2020年6月にはwithコロナ時代に対応して、結婚相談所「パートナーエージェント」会員及び「CONNECT-ship」会員向けに、自社独自開発の自動オンラインお見合いシステムの提供を開始した。2021年3月期第2四半期末時点での会員数は30,093名、お見合い成立件数は132,510件となっている。また、2020年12月には愛宕神社公認の「結婚成立所デジツウ」が新たに利用事業者に加わっている。

## 事業概要



出所：FACT BOOK よりフィスコ作成

マッチングアプリ「スマ婚デート」は無料の恋活アプリと呼ばれるマッチングアプリだが、競合アプリも多く市場がレッドオーシャン化しているため、2021年3月期中を目途にブルーオーシャン状態の本格的な新規婚活アプリを投入して事業化する方針だ。

企業向け婚活支援システムは、結婚相談所事業を始めたい企業に対して、AIマッチングなどの最先端テクノロジーを活用した自社独自開発のシステムの提供、及び事業サポートを行っている。なお持分法適用関連会社であるエン婚活エージェントに対して、オンライン完結型婚活支援サービスの運営支援業務を2020年11月1日付で譲渡した。これに伴って2021年3月期第3四半期の特別利益に事業譲渡益約100百万円を計上する。

## 5. ライフスタイル領域

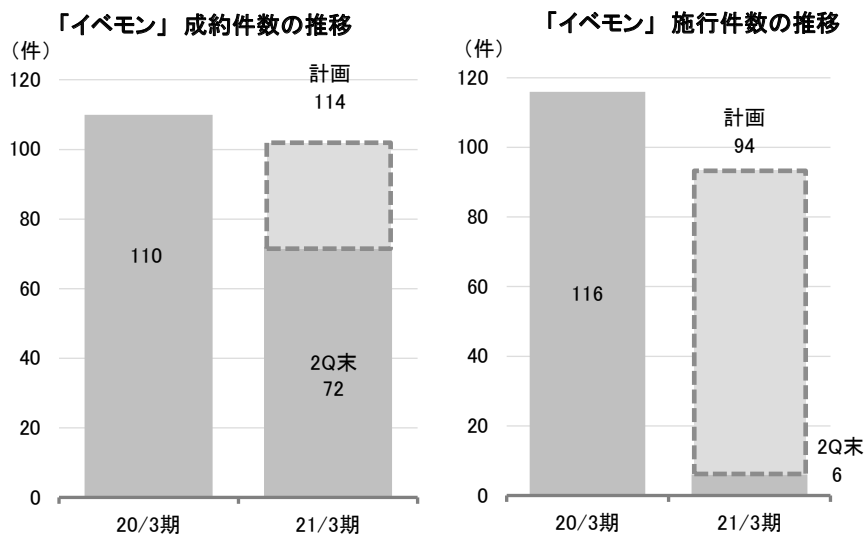
ライフスタイル領域の主要サービスは、保険相談サービス（保険代理店「パートナーエージェント×保険クリニック」）や住宅情報サービスなどである。婚活領域やカジュアルウェディング領域における年間約8,000組の新婚カップルとの接点を活用してシナジーを追求する。

さらに新たなサービスも検討している。2020年10月には、ライフプランニングをベースとしたフィナンシャルパートナーサービスを提供するブロードマインド（株）と業務提携した。

## 事業概要

## 6. 法人領域

法人領域の主要サービスは、地方自治体向け婚活支援サービス「parms」、及び企業向けイベントプロデュース「イベモン」である。地方自治体向け婚活支援サービス「parms」は、自社独自開発の婚活支援システムをカスタマイズして、地方自治体が行う婚活を支援している。2020年11月現在、5自治体と契約・導入（契約順に福島県、京都府、埼玉県、秋田県、福井県）している。企業向けイベントプロデュース「イベモン」は、企業の社員総会、入社式、懇親会、忘年会などのイベントをプロデュースするサービスである。ウエディングのノウハウを活用して、目的に応じた戦略性の高い企画、会場手配、参加者を飽きさせないハイクオリティな演出・運営まで一括して受託する。フルプロデュースの平均費用は約75万円となっている。2021年3月期は成約件数114件、施行件数94件を計画している。イベントを丸ごと任せられる利便性が評価され徐々に件数を伸ばしてきたが、コロナ禍の新たなニーズに応えた企業向けオンラインイベントプロデュースの開始によって急速に増加基調のため、今後の成長分野と位置付けている。



出所：FACT BOOK よりフィスコ作成

## 7. 特徴・強み

結婚相談所を起点として、婚活領域からカジュアルウエディング領域、新生活サポートサービス領域まで、幅広く全方位的な一気通貫の高品質・高付加価値サービスを展開し、高い信頼性・ブランド認知度を確立していることが特徴・強みだ。

#### 事業概要

結婚相談所「パートナーエージェント」においては、高いスキルを持った専任の成婚コンシェルジュサービスや自社独自開発のマッチングシステムによって業界首位の成婚率を実現し、高付加価値な結婚相談所のブランドを確立していること、カジュアルウェディング領域においては、豊富な施行実績やノウハウをベースとして、with コロナ時代の新しい生活様式に適応した新たなウェディング・二次会トータルプロデュースも展開していること、テック領域においては、婚活事業者間会員相互紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」によって成婚の最大化を図っていることがある。

なお婚活領域においては特に、安全性や健全性に関して社会的な信頼性や認知度が重要視されるが、同社は業界に先駆けて、情報セキュリティマネジメント規格「ISO (JIS Q) 27001」認証、品質保証国際規格「ISO9001:2000/JIS Q9001:2000」認証、プライバシーマーク、苦情対応マネジメントシステム国際規格「ISO10002」認証、マル適マーク「IMS」を取得している。

2015年には株式上場を果たした。世の中に必要とされる安心安全な婚活支援会社として、その地位を確立している。今後も高い信頼性とブランド認知度を武器として、全方位サービス・全顧客ニーズ対応の体制を構築して事業展開する方針だ。

#### 8. リスク要因・収益特性と課題・対策

婚活・ウェディング業界における一般的なリスク要因としては、市場動向、法的規制、個人情報を含む情報管理、苦情対応、安全性・健全性など、収益特性としては季節変動要因などがある。

市場動向に関しては少子化や未婚率上昇による婚姻組数の減少が意識されるが、一方では未婚率上昇に伴って婚活サービス利用割合が上昇傾向であり、コロナ禍を契機にパートナーが欲しいと思う人の割合が上昇している。また with コロナ時代には従来型の高価な挙式披露宴ではなく、同社が強みを持つ少人数形式のカジュアルウェディングやフォトウェディングの割合が増加すると予想されている。業界に先駆けて情報セキュリティマネジメント規格「ISO (JIS Q) 27001」など情報管理や品質管理の国際規格認証を取得していること、高品質・高付加価値なサービスで業界首位の成婚率を維持していることなども勘案すれば、市場競合においても同社の優位性が発揮されるだろう。

収益特性については、挙式披露宴の施行が春(3月-5月)及び秋(9月-11月)に集中する傾向があり、同社のカジュアルウェディング領域の業績も季節変動要因の影響を受けやすい。対策として、繁忙期の施行を受注する時期に合わせて広告宣伝及び販売促進を強化する一方で、閑散期の施行の受注を進める施策を強化している。

## 業績動向

### 2021年3月期第2四半期累計はコロナ禍の影響で減収減益

#### 1. 2021年3月期第2四半期累計の連結業績概要

2021年3月期第2四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比58.5%減の1,701百万円、営業利益が1,439百万円の損失（前年同期は97百万円の利益）、経常利益が1,376百万円の損失（同86百万円の利益）、親会社株主帰属四半期純利益が1,376百万円の損失（同61百万円の利益）だった。売上面ではコロナ禍によるイベント自粛が影響し、大幅減収だった。コスト面では2020年3月、4月に子会社化した2社の新規連結によって販管費が増加した。

ただし、四半期別に見ると、第1四半期は売上高が701百万円で営業利益が824百万円の損失、第2四半期は売上高が999百万円で営業利益が614百万円の損失と第2四半期の営業損失は第1四半期に比べて縮小した。婚活事業は結婚相談所が5月後半から回復基調となり、報告セグメントでは第1四半期は営業利益が31百万円の損失であったが、第2四半期に黒字転換し、累計ベースでも利益計上した。

#### 2021年3月期第2四半期累計連結業績の概要

	(単位：百万円)			
	20/3期2Q累計	21/3期2Q累計	(21/3期1Q)	(21/3期2Q)
売上高	4,099	1,701	701	999
営業利益	97	-1,439	-824	-614
EBITDA	326	-1,244	-729	-514
経常利益	86	-1,376	-821	-554
親会社株主に帰属する四半期純利益	61	-1,376	-821	-554
セグメント別売上高（調整前）				
婚活事業	1,837	1,374	614	759
カジュアルウェディング事業	2,188	283	62	220
その他事業	83	47	18	28
セグメント別営業利益（調整前）				
婚活事業	398	32	-31	64
カジュアルウェディング事業	25	-963	-536	-427
その他事業	15	-48	-24	-24

出所：会社資料よりフィスコ作成



## 2. セグメント別動向（領域別）

婚活領域は売上高が1,286百万円となった。結婚相談所「パートナーエージェント」が5月後半から回復基調となった。マーケティング機能改善や女性アイドルグループ「SKE48」の広告起用などで問い合わせ件数が増加し、会員向けコーディネートサービスの開始や東北エリア初出店となる仙台店オープンなども寄与して、第2四半期の新規入会者数は2020年第2四半期以来の1,900名超となった。成婚率は第1四半期に16.2%まで落ち込んだが、第2四半期には23.5%と回復基調となった。婚活パーティー「OTOCON」は2020年3月期から戦略的に開催数を減らしていることに加えて、コロナ禍による開催自粛も影響して開催数・参加者数が大幅に減少した。

カジュアルウエディング領域は売上高が302百万円となった。挙式披露宴プロデュース「スマ婚」、結婚式二次会プロデュース「2次会くん」が、コロナ禍による中止・延期の影響を受けた。なおフォトウエディング「LUMINOUS」は、成約件数が161.7%増の547件（第1四半期100件、第2四半期447件）、施行件数が85.1%増の398件（第1四半期64件、第2四半期334件）となった。「3密」を避けられるため、withコロナ時代に適応した結婚式の形として、特に第2四半期以降に成約・施行数が急増している。ラインアップ拡充や提供エリア拡大も寄与した。

テック領域は売上高が88百万円となった。婚活事業者間会員相互紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」は、第2四半期から回復基調（利用会員数は過去最大規模の30,000名を突破、お見合い成立件数は第1四半期が54,928件、第2四半期が77,582件）となった。お見合い成立件数は8月-9月にはコロナ禍以前の水準まで回復している。

ライフスタイル領域は売上高が17百万円と、2020年3月期下半期に提供エリアを拡大した効果で増収だった。保険やウエディング業界の有力企業との連携等、将来的な取扱サービス拡充と販路拡大に向けた基盤整備も併せて推進している。

法人領域は売上高が9百万円となった。企業向けイベントプロデュース「イベモン」について、大手企業や官公庁からのオンラインイベントの受注が好調（施行は第3四半期以降）に推移したものの、その施行及び売上への寄与は第3四半期以降を予定している。

## 業績動向

## 各領域の主要指標

(単位：百万円)

	20/3 期 2Q 累計	21/3 期 2Q 累計	(21/3 期 1Q)	(21/3 期 2Q)
<b>婚活事業</b>				
新規入会者数 (名)	4,528	2,905	927	1,978
成婚率	28.0%	19.9%	16.2%	23.5%
期末在籍会員数 (名)	11,896	10,949	10,606	10,949
パーティー開催数 (回)	11,428	2,043	442	1,601
パーティー参加者数 (名)	125,890	25,285	5,506	19,779
<b>カジュアルウエディング事業</b>				
「スマ婚」 施行件数 (件)	720	112	21	91
「2次会くん」 施行件数 (件)	1,802	66	1	65
「LUMINOUS」 施行件数 (件)	215	398	64	334
<b>その他事業</b>				
「CONNECT-ship」 お見合い件数 (件)	158,412	132,510	54,928	77,582
「イベモン」 成約件数 (件)	60	72	5	67

出所：会社資料よりフィスコ作成

## 3. 財務状況と経営指標

財務面で見ると、2021年3月期第2四半期末の資産合計は2020年3月期末比21百万円減少の5,456百万円、負債合計は1,329百万円増加の5,781百万円となった。借入金の増加によるものが主な要因だった。また純資産合計は1,351百万円減少して-325百万円、自己資本比率は24.7ポイント低下して-6.0%となった。

他方、3カ年中期経営計画の実行に向けて、第三者割当による第8回及び第9回新株予約権(行使価額修正条項付)を発行した。調達資金は、業容拡大に向けた設備・人材投資資金、業務効率化に向けたシステム投資資金、財務体質健全化に向けた借入金返済、コロナ禍の影響による売上高減少で不足する運転資金に充当する。なお割当先はEvo Fundである。発行新株予約権数(1個=100株)は、第8回が25,000個、第9回が25,000個で、潜在株式数は5,000,000株となる。

## 業績動向

## 主要経営指標

(単位：百万円)

項目	18/3 期	19/3 期	20/3 期	21/3 期 2Q
売上高	4,102	4,151	8,187	1,701
売上原価	1,745	1,778	4,062	980
売上総利益	2,357	2,372	4,125	720
売上総利益率	57.5%	57.2%	50.4%	42.4%
販管費	2,162	2,156	4,046	2,160
販管費率	52.7%	51.9%	49.4%	127.0%
営業利益	195	216	78	-1,439
営業利益率	4.8%	5.2%	1.0%	-
営業外収益	140	18	46	103
営業外費用	9	26	83	40
経常利益	325	208	41	-1,376
経常利益率	7.9%	5.0%	0.5%	-
特別利益	-	1	105	-
特別損失	136	44	103	-
税引前当期純利益	189	165	42	-1,376
法人税等合計	72	79	40	0
親会社株主に帰属する当期純利益	117	90	2	-1,376
親会社株主に帰属する当期純利益率	2.9%	2.2%	0.0%	-
包括利益	117	83	3	-1,373
資産合計	2,794	3,382	5,478	5,456
(流動資産)	1,552	2,059	1,999	1,748
(固定資産)	1,241	1,322	3,477	3,707
負債合計	1,942	2,404	4,452	5,781
(流動負債)	1,076	1,132	1,873	2,228
(固定負債)	866	1,271	2,579	3,553
純資産合計	852	978	1,025	-325
(株主資本)	850	981	1,027	-326
(資本金)	249	255	263	264
自己株式除く期末発行済株式総数(株)	9,915,971	10,153,371	10,487,571	10,539,771
1株当たり当期純利益(円)	12.15	8.99	0.25	-
1株当たり純資産額(円)	85.81	96.39	97.81	-
1株当たり配当額(円)	0.00	0.00	0.00	0.00
自己資本比率	30.3%	28.9%	18.7%	-6.0%
自己資本当期純利益率	15.5%	9.8%	0.3%	-
営業活動によるキャッシュ・フロー	202	374	231	-
投資活動によるキャッシュ・フロー	-524	-180	-1,861	-
財務活動によるキャッシュ・フロー	374	464	1,462	-
現金及び現金同等物の期末残高	549	1,207	1,039	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2021年3月通期は下期に損失幅が縮小、第4四半期中に単月黒字化

#### 1. 2021年3月期通期の連結業績見通し

2021年3月期通期の連結業績予想(11月13日公表)は、売上高が2020年3月期比41.9%減の4,760百万円、営業利益が2,000百万円の損失(2020年3月期は78百万円の利益)、経常利益が2,000百万円の損失(同41百万円の利益)、親会社株主帰属当期純利益が2,000百万円の損失(同2百万円の利益)としている。コロナ禍の影響で大幅減収予想である。

ただし下期は、売上高が3,058百万円、営業利益が560百万円の損失、経常利益が623百万円の損失、親会社株主帰属当期純利益が623百万円の損失の計画で、上期に比べて損失幅が縮小する見込みだ。また第4四半期中に単月黒字化見込みとしている。売上面では結婚相談所「パートナーエージェント」が回復基調であり、挙式披露宴プロデュース「スマ婚」は6月-7月に成約した挙式の施行が第4四半期に集中しているため一定程度の収益計上が見込めるとしている。コスト面では拠点統廃合による固定費削減が来期より寄与する。

#### 2021年3月期通期連結業績予想

(単位：百万円)

	20/3期		21/3期	
	実績	予想	上期実績	下期計画
売上高	8,187	4,760	1,701	3,058
営業利益	78	-2,000	-1,439	-560
経常利益	41	-2,000	-1,376	-623
親会社株主に帰属する当期/四半期純利益	2	-2,000	-1,376	-623

出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 2. 下期の重点施策

業績回復に向けた下期の重点施策として、各領域ともwithコロナ時代の新しい生活様式に対応した事業機会の創出、及び固定費削減に注力する。

婚活領域では、結婚相談所の回復基調が顕著となり、会員様向けコーディネートサービス等のオプション販売の拡販も推進する。カジュアルウェディング領域では、マイクロウェディング(小規模・高品質ウェディング)など挙式披露宴・二次会の新たなスタイル創出と収益構造改革を推進するとともに、フォトウェディング「LUMINOUS」のラインアップ拡充や提供エリア拡大を推進する。その他領域では、企業向けイベントプロデュース「イベモン」の受注が好調であり、第3四半期以降に施行が増加する見込みだ。

コスト面では店舗統廃合や人員再配置によって固定費削減を推進する。婚活領域は婚活パーティー「OTOCON」を戦略的に縮小することに伴って、2020年3月末時点の34拠点を2022年3月末時点（予定）で26拠点到統廃合する。カジュアルウエディング領域では、挙式披露宴プロデュース「スマ婚」及び結婚式二次会プロデュース「2次会くん」の施行件数がコロナ禍の影響で減少しているため、2020年3月末時点の10拠点を2022年3月末時点（予定）で東名阪の3拠点到統廃合する。一方でフォトウエディング「LUMINOUS」については、2020年3月末時点の1拠点を2022年3月末時点（予定）で7拠点到拡大する。またブライダル事業のエスクロとの業務提携で提供エリアの拡大を推進する。なお「スマ婚」及び「2次会くん」の人員は、婚活領域やフォトウエディング「LUMINOUS」にシフトする。

## ■ 中長期成長戦略

### 短期業績回復実現と中長期成長基盤構築の3ヶ年

#### 1. 3ヶ年中期経営計画

3ヶ年中期経営計画を策定し、2022年3月期 - 2024年3月期を短期業績回復の実現と中長期成長基盤構築の3ヶ年と位置付けた。目標値は最終年度2024年3月期の売上高147億円、営業利益27億円、営業利益率18.6%以上とした。当面の業績回復に向けて、一部店舗統廃合や人員再配置など、コスト構造改革によって既存事業の利益率改善を図る。中長期成長基盤構築では、年間約8,000組の顧客基盤（結婚相談所の成婚退会者数約2,500組、カジュアルウエディング領域の施行件数約5,500組）も活用して、高付加価値サービス拡充による利益率向上を推進する。また財務面では債務超過の早期解消及び借入金の早期返済を実現し、株主還元では3年以内の配当実施を目指す方針だ。

## 中長期成長戦略

## 3ヶ年中期経営計画

(単位：億円)

	22/3期(計画)	23/3期(計画)	24/3期(計画)
売上高	88.0	122.0	147.0
営業利益	5.0	15.0	27.0
営業利益率	5.6%	13.0%	18.6%
領域別売上高(調整前)			
婚活領域	37.0	46.0	55.0
カジュアルウエディング領域	27.0	37.0	40.0
フォトウエディング領域	15.0	27.0	35.0
テック領域	3.0	5.3	7.6
ライフスタイル領域	0.6	0.8	0.9
法人領域	3.9	5.0	7.6
領域別営業利益(調整前)			
婚活領域	12.0	16.0	22.0
カジュアルウエディング領域	3.0	6.0	7.0
フォトウエディング領域	3.0	7.0	10.0
テック領域	1.3	2.5	3.8
ライフスタイル領域	0.2	0.3	0.4
法人領域	1.2	2.1	3.0

出所：中期経営計画資料よりフィスコ作成

## 2. 婚姻組数減少でも市場シェア拡大余地大きい

各種調査(出所：総務省、プライダル総研「婚活実態調査2019」、(株)リンクバルなど、一部推定)によると、未婚率上昇(男性は2000年13%から2020年27%に上昇、女性は2000年6%から2020年18%に上昇)や、婚姻組数減少(2015年63万組から2019年59万組に減少)という事業環境だが、婚姻組数における婚活サービス利用割合は2015年8%から2019年には13%まで上昇している。「コロナ禍以降、パートナーが欲しいと思う」という問いに対しては79%が「そう思う」と答えている。またウエディングに関しては、少人数形式のカジュアルウエディング及びフォトウエディングの施行割合上昇が予想されている。

同社は年間約8,000組の成婚・結婚式をプロデュースしているが、市場シェアは婚姻組数年間約59万組に対して約1.4%に過ぎない。結婚相談所を起点として、婚活領域からカジュアルウエディング領域、新生活サポートサービス領域まで、幅広く全方位的な一気通貫の高品質・高付加価値サービスを展開し、高い信頼性とブランド認知度を確立している同社の強みを発揮すれば市場シェア拡大余地は大きいだろう。なお中長期的に成婚・結婚式プロデュース年間3万組以上を目指すとしている。

## 高付加価値化と第3の収益柱育成を推進

### 3. 領域別事業戦略

領域別事業戦略は以下のとおりである。

#### (1) 婚活領域

婚活領域は、新規顧客獲得による売上拡大とともに、会員向けコーディネートサービスやワンランク上の婚活パーティー「パートナーエージェントパーティー」など、新サービス・オプションサービス提供やコスト効率化によって高付加価値化を推進する。3ヶ年のマイルストーンとしては、2022年3月期は店舗統廃合や付加価値事業化による収益力強化の推進、2023年3月期はオンラインを活用した戦略的出店など新規顧客開拓の推進、2024年3月期は売上拡大と高付加価値化による事業利益率40%の実現としている。なお2024年3月期には月次の新規入会者数1,000名以上、期末在籍会員数15,000名以上を目指す。

#### (2) カジュアルウェディング領域 (a) 「スマ婚シリーズ」等

カジュアルウェディング領域の「スマ婚シリーズ」等については、当面はコロナ禍の影響を受けるため、短期的にはコスト構造改革で黒字化を目指し、with コロナ時代の新しい生活様式に対応した少人数形式など、プロダクトを再強化して3年以内にコロナ禍以前の水準の売上高（2020年3月期実績44億円）回復を目指す。なおコロナ禍によってオンライン単独形式のウェディングが広がることはなく、少人数低価格カジュアル形式や「オンライン+リアル」形式の割合が上昇すると想定している。3ヶ年のマイルストーンとしては、2022年3月期はコスト構造改革（6店舗統廃合実施済み、会場仕入見直しによる原価低減、広告宣伝費抑制など）推進による黒字化、2023年3月期は新たな少人数低価格ウェディング形式の確立や少人数低価格会場の拡充（レストランなど）といったプロダクト再強化、2024年3月期はコロナ禍以前の水準の売上高回復を目指すとしている。なお2024年3月期には施行件数10,000件以上で、カジュアルウェディングNo.1を目指す。

#### (3) カジュアルウェディング領域 (b) フォトウェディング「LUMINOUS」等

カジュアルウェディング領域のフォトウェディング「LUMINOUS」等については、with コロナ時代の新しい生活様式にも対応した成長分野であり、アライアンスも活用して展開エリア・ロケーションフォトの拡充（2020年11月にはブライダル事業のエスクリと業務提携）や、高付加価値サービスの拡充を推進し、売上拡大によって第3の収益柱への育成を目指す。中長期的には海外展開も視野に入れて、沖縄を起点とするアジア展開の基盤も整備する方針だ。3ヶ年のマイルストーンとしては、2022年3月期は展開エリア拡大で年間施行件数5,000件、2023年3月期は訪日外国人向けアプローチ開始によるインバウンド需要獲得も推進して年間施行件数10,000件、2024年3月期は年間施行件数14,000件以上でグループ売上高構成比20%・事業利益率30%以上を目指す。

#### (4) テック領域

テック領域は、婚活とウェディングを中心に各種事業化を推進する。3ヶ年のマイルストーンとしては、2022年3月期は婚活事業者間会員相互紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」のマネタイズ強化、2023年3月期は2021年3月期中にリリース予定の婚活マッチングアプリの収益化、2024年3月期は各種システムの外販を強化する。



#### (5) ライフスタイル領域

ライフスタイル領域は、グループ CRM (Customer Relationship Management) 整備と取扱商品拡充を推進する。短期的には業績回復を優先するためライフスタイル領域への投資を抑制するが、中長期的には単なる送客手数料ビジネスではなく、メーカー機能を持たせて成長基盤を構築する。3ヶ年のマイルストーンとしては、2022年3月期はグループ CRM の整備、2023年3月期は取扱商品の拡充、2024年3月期はグループ内外への拡販を強化する。

#### (6) 法人領域

法人領域は、企業向けイベントプロデュース「イベモン」と地方自治体向け婚活支援サービス「parms」の二軸で収益拡大を推進するとともに、新規サービスの事業化も目指す。3ヶ年のマイルストーンとしては、2022年3月期-2023年3月期は「イベモン」の大阪・名古屋への進出、「parms」の年間3道府県への導入、2024年3月期は「parms」のカバー率30%（導入15道府県）と、法人向け新規サービスの事業化を目指す。

## 早期の財務基盤安定化を目指す

### 4. 財務戦略

財務戦略としては、2021年3月期第2四半期末時点で純資産が-3億円となり、有利子負債が2020年3月期末比12億円増加して48億円となり、財務状況が悪化したため、早期に財務基盤を安定化させ、事業の持続的成長と株主還元の実現を目指すとしている。

財務基盤安定化については、第三者割当による第8回及び第9回新株予約権（行使価額修正条項付）を発行した。割当先が一定間隔で定めた数量の新株予約権行使をコミットするマンスリー・コミット・イシューと、一定期間において全部の新株予約権行使をコミットするコミット・イシューを組み合わせた資金調達方法で、第8回新株予約権（25,000個）は2021年5月で行使完了予定、第9回新株予約権（25,000個）は2021年10月で行使完了予定としている。

調達資金約8億円（手取概算額713百万円、行使価額が修正または調整された場合には増加または減少する可能性がある）を、運転資金、業容拡大に向けたシステム・設備・人材投資資金、財務体質健全化に向けた借入金返済に充当し、売上・利益の回復によって、2022年3月-9月までの債務超過解消、及び借入金の早期返済を実現し、株主還元では3年以内の配当実施を目指す方針としている。

### 5. 中長期的に収益拡大期待

当面はコロナ禍の影響で厳しい事業環境が想定されるが、中長期成長に向けた施策を着実に実施している。業界に先駆けて情報管理や品質管理の国際規格認証を取得して高品質・高付加価値サービスを展開し、高い信頼性やブランド認知度を確立している同社の強み・優位性で、市場シェア拡大余地は大きい。早期に財務基盤を安定させることで中長期的に収益拡大を期待したい。



## 株主還元策

### 保有株式数に応じて優待券及び優待ポイントを贈呈する株主優待制度を実施

現時点では配当を実施していないが、同社では債務超過解消の目途が立った時点で配当による株主還元の実施を検討している。なお、株主優待制度は毎年9月末時点の株主を対象とし保有株式数に応じて優待券及び優待ポイントを贈呈する。

#### 株主優待の内容

保有株数	株主優待の内容	枚数 / ポイント数
100株以上	(1) パートナーエージェント 入会時登録料無料優待券※1	1枚
	(2) 婚活パーティー（同社店舗開催分）参加無料優待券	2枚
	(3) LUMINOUS Les Bijoux（ジュエリー）15%割引優待券	1枚
	(4) スマ婚・2次会くん割引優待券 50,000円分（税別）※2	4枚
	(5) ウエディングフォト「LUMINOUS」10%割引優待券	1枚
1,000株～1,999株	食品、電化製品、ギフト、旅行、体験等に交換できる株主優待ポイント	9,000pt
2,000株～2,999株		19,000pt
3,000株～3,999株		30,000pt
4,000株以上		42,000pt

※1 入会時の登録料 30,000円（税別）が無料となる。

※2 「スマ婚・2次会くん割引優待券」は税別利用金額が、50万円以上で1枚、100万円以上で2枚、150万円以上で3枚、200万円以上で4枚利用可能。

出所：FACT BOOK よりフィスコ作成

## SDGs への取り組み

SDGs への取り組みとしては、すべての企業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献することを目的として、情報セキュリティマネジメント規格「ISO (JIS Q) 27001」など各種認証取得による信頼の確立、婚活支援サービス「parms」の地方自治体への提供、地方自治体との協業などを行っている。

#### 重要事項（ディスクレマー）

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。

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、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

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。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、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、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

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、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp