

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

タメニー

6181 東証グロース市場

企業情報はこちら >>>

2022 年 6 月 10 日 (金)

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

■ 要約	01
1. 婚活・ウェディング領域での高い信頼性・ブランド認知度が強み	01
2. 2022 年 3 月期は赤字縮小、下期は黒字転換、債務超過を解消	01
3. 2023 年 3 月期は黒字転換予想、下期以降は成長軌道に回帰	01
4. with コロナ時代でも同社の市場シェア拡大余地は大きい	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	05
1. サービス概要	05
2. 婚活事業	07
3. カジュアルウェディング事業	09
4. テック事業	12
5. ライフスタイル事業	13
6. 法人・自治体向け事業	13
7. 特徴・強み	14
8. リスク要因・収益特性と課題・対策	15
■ 業績動向	16
1. 2022 年 3 月期連結業績の概要	16
2. 事業別動向	17
3. 財務状況	19
■ 今後の見通し	21
1. 2023 年 3 月期連結業績予想の概要	21
2. 事業別動向	22
■ 成長戦略	23
1. 再成長に向けて基盤整備を推進	23
2. 高い信頼性とブランド認知を確立	24
■ 株主還元策	25
● 株主優待制度	25
■ ESG/SDGs への取り組み	25

要約

婚活・カジュアルウェディングを主力に 5 戦略領域で高品質サービスを創出

タメニー <6181> は、企業理念に「よりよい人生をつくる。」を掲げ、婚活及びカジュアルウェディングを主力に、周辺領域のテック、ライフスタイル、法人・自治体向けにも展開し、5 戦略領域において顧客が求める高品質サービスを創出・提供している。

1. 婚活・ウェディング領域での高い信頼性・ブランド認知度が強み

報告セグメント区分（2022 年 3 月期から変更）は、婚活事業（高付加価値型の結婚相談所運営、婚活パーティーの企画・運営等）、カジュアルウェディング事業（カジュアル挙式披露宴・フォトウェディング・結婚式二次会プロデュース等）、テック事業（婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム運営、オンライン婚活サービス等）、ライフスタイル事業（保険・金融・不動産関連等の生活品質向上に資するサービス提供）、法人・自治体向け事業（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等）としている。一貫通貫の高品質・高付加価値サービスを展開し、業界首位の成婚率など高い信頼性・ブランド認知度を確立していることが特徴・強みだ。

2. 2022 年 3 月期は赤字縮小、下期は黒字転換、債務超過を解消

2022 年 3 月期の連結業績は、売上高が 2021 年 3 月期比 25.9% 増の 5,574 百万円、営業利益が 153 百万円の損失（2021 年 3 月期は 2,176 百万円の損失）、経常利益が 218 百万円の損失（同 2,089 百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純利益が 320 百万円の損失（同 2,316 百万円の損失）だった。新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響が継続しているため回復途上だが、2021 年 3 月期との比較ではコロナ禍の影響が徐々に和らいで大幅増収となり、販管費削減など業績回復に向けた各種施策も寄与して、各利益は赤字が大幅に縮小した。半期別に見ると下期は各利益とも黒字転換した。また第 4 四半期の EBITDA は、ほぼコロナ禍前の水準に回復した。なお期末時点で債務超過を解消した。

3. 2023 年 3 月期は黒字転換予想、下期以降は成長軌道に回帰

2023 年 3 月期の連結業績予想は、売上高が 2022 年 3 月期比 16.6% 増の 6,500 百万円、営業利益が 100 百万円の利益（2022 年 3 月期は 153 百万円の損失）、経常利益が 50 百万円の利益（同 218 百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純利益が 50 百万円の利益（同 320 百万円の損失）としている。コロナ禍の影響が和らいで大幅増収・黒字転換予想としている。なお 2022 年 3 月期は短期視点で業績回復と債務超過解消を優先したが、2023 年 3 月期は上期に広告販促費を投入するなど、積極的な入会促進施策を再開する方針としている。このため半期別に見ると、上期は積極投資で赤字だが、下期は黒字転換し、成長投資の成果で成長軌道に回帰する見込みとしている。

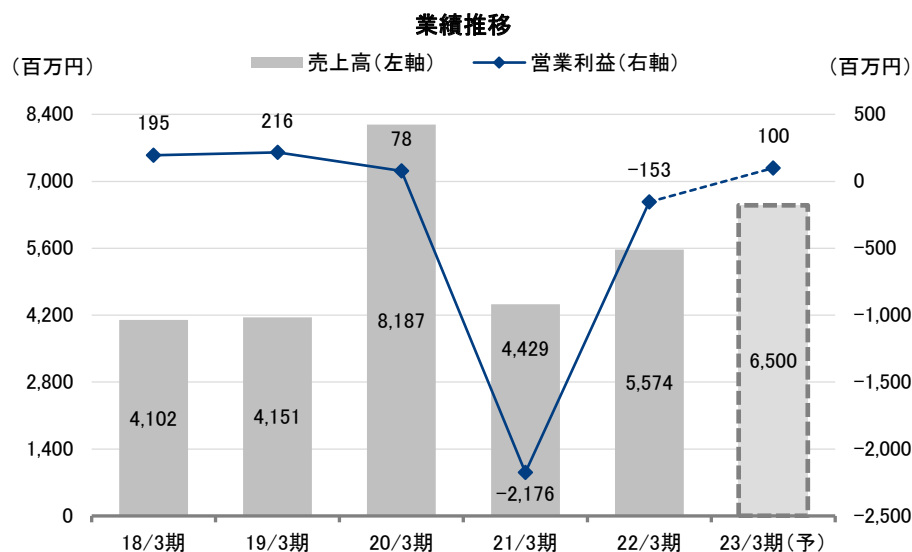
要約

4. with コロナ時代でも同社の市場シェア拡大余地は大きい

婚活・ウェディング市場の事業環境は、生涯未婚率の上昇・婚姻数の減少が続いていることに加えて、コロナ禍の影響で大幅に悪化した。ただし、一方では未婚率の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するなどの傾向も見られる。コロナ禍の影響で中期経営計画の目標値達成が後ろ倒しとなり、財務基盤の改善・安定化も課題となるが、同社の特徴・強みを勘案すれば、with コロナ時代でも同社の市場シェア拡大余地は大きく、中長期的に成長が期待できると弊社では評価している。

Key Points

- ・婚活及びカジュアルウェディングを主力に高品質サービスを展開
- ・2023 年 3 月期は黒字転換予想、積極投資を再開して下期以降は成長軌道に回帰
- ・with コロナ時代でも同社の市場シェア拡大余地は大きく、さらなる成長が期待できると評価



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

企業理念は「よりよい人生をつくる。」

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、婚活及びカジュアルウェディングを主力に、周辺領域のテック、ライフスタイル、法人・自治体向けにも展開し、5 戦略領域において顧客が求める高品質サービスを創出・提供している。

2022 年 3 月期末時点でグループは同社、及び連結子会社 2 社で構成されている。連結子会社のタメニーアートワークス（株）はフォトウェディング等のカジュアルウェディング事業、タメニーエージェンシー（株）は広告代理業等のその他事業を行っている。なお、持分法適用関連会社だったエン婚活エージェント（株）（エン・ジャパン<4849>の連結子会社）については、2021 年 11 月に保有している全株式をエン・ジャパンに譲渡して持分法適用関連会社から除外された。また、連結子会社でカジュアルウェディングやパーティープロデュース等を展開するタメニーパーティーエージェント（株）を 2022 年 3 月に吸収合併した。

2. 沿革

テイクアンドグヴ・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）氏が取締役役に就任し、2006 年 9 月に婚活事業（結婚相談所）を開始した。2008 年 5 月にテイクアンドグヴ・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。

その後、2013 年 6 月に婚活パーティー「OTOCON」サービスを開始、2017 年 6 月に婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」を開始、2019 年 4 月にカジュアルウェディングの（株）メイションをグループ化（2020 年 10 月吸収合併）、2020 年 3 月にフォトウェディングの（株）M クリエイティブワークス（商号変更後タメニーアートワークス）をグループ化、2020 年 4 月に結婚式二次会会場紹介の（株）pma（商号変更後タメニーパーティーエージェント）をグループ化して事業領域を拡大した。

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、グループ会社の商号も変更した。2021 年 12 月には（株）フォーシス アンド カンパニー、アイ・ケイ・ケイホールディングス（株）<2198>、及び（株）TMS ホールディングスと、それぞれ資本業務提携した。

株式関係では、2015 年 10 月に東証マザーズに新規上場し、2022 年 4 月の東京証券取引所の市場再編に伴って東証グロース市場に移行した。

タメニー | 2022 年 6 月 10 日 (金)
6181 東証グロース市場 | <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
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	ウェディング情報サービスの(株)アニバーサリーウェディングを設立(2013年4月吸収合併)
2011年 5月	関西エリアに初出店(大阪店)
2011年11月	東海エリアに出店開始(名古屋店)
2012年 4月	九州エリアに出店開始(福岡店)
2013年 6月	婚活パーティー「OTOCON」サービス提供開始
2013年10月	北海道エリアに出店開始(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相互会員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	ウェディング周辺サービスの(株)IROGAMI設立
2019年 4月	カジュアルウェディングの(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	フォトウェディングの(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	東北エリアに出店開始(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	(株)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
2020年11月	タメニーアートワークスがエスクリ<2196>と業務提携
2021年 1月	アプリ完結型の結婚相談所「スマ婚縁結び」(現、パートナーエージェントApp)始動
2021年 3月	DX婚活として新サービス「パートナーエージェントONLINE」提供開始
2021年 4月	オンラインイベントソリューション「TV型パック」提供開始
2021年 6月	オンライン・オフライン融合型社内イベントソリューション「ハイブリッドパック」提供開始
2021年11月	持分法適用関連会社のエン婚活エージェント(株)の株式を譲渡(持分法適用除外)
2021年12月	(株)フォーシスアンドカンパニー、アイ・ケイ・ケイホールディングス(株)、(株)TMSホールディングスと、それぞれ資本業務提携
2022年 3月	連結子会社のタメニーパーティーエージェントを吸収合併
2022年 4月	結婚相談所連盟「婚活アライアンスパートナーズ」を設立

出所：会社資料よりフィスコ作成

タメニー | 2022 年 6 月 10 日 (金)
6181 東証グロース市場 | https://tameny.jp/ir/

事業概要

婚活・カジュアルウェディング領域を起点に 周辺領域のサービスにも展開

1. サービス概要

同社は結婚相談所・婚活パーティー等の婚活領域、及びカジュアル挙式披露宴・フォトウェディング・結婚式二次会プロデュース等のカジュアルウェディング領域を主力に、周辺領域として、婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム・オンライン婚活サービス・企業向け婚活支援システム等のテック領域、成婚後サポート・保険代理店・住宅情報サービス等のライフスタイル領域、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・映像制作等の法人・自治体向け領域においても高品質のサービスを創出し、5 戦略領域と位置付けて事業を展開している。

事業領域

婚活・カジュアルウェディングを起点に5つの戦略領域で事業を展開

(2022年3月31日時点)



出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

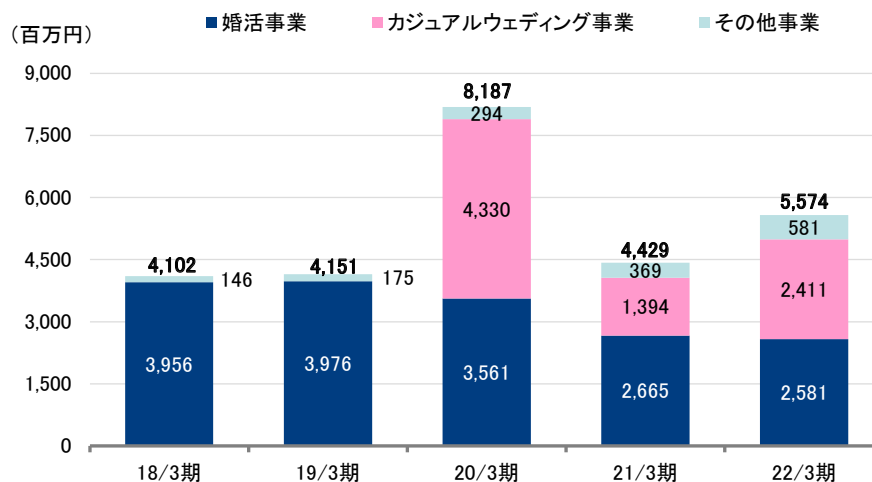
報告セグメント区分（2022 年 3 月期から変更）は、婚活事業（高付加価値型の結婚相談所運営、婚活パーティーの企画・運営等）、カジュアルウェディング事業（カジュアル挙式披露宴・フォトウェディング・結婚式二次会プロデュース等）、テック事業（婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム運営、オンライン婚活サービス等）、ライフスタイル事業（保険・金融・不動産関連等の生活品質向上に資するサービス提供）、法人・自治体向け事業（地方自治体向け婚活支援、企業向けイベントプロデュース等）としている。一貫通貫の高品質・高付加価値サービスを展開し、業界首位の成婚率など高い信頼性・ブランド認知度を確立していることが特徴・強みだ。

2022 年 3 月期のセグメント別売上高（外部売上）構成比は婚活事業が 46.3%、カジュアルウェディング事業が 43.3%、その他事業が 10.4% 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（2020 年 10 月に吸収合併）して、2020 年 3 月期から婚活事業とカジュアルウェディング事業が 2 本柱となった。その後、2021 年 3 月期はコロナ禍の影響を受けたが、2022 年 3 月期は回復傾向となっている。

タメニー | 2022年6月10日(金)
6181 東証グロース市場 | <https://tameny.jp/ir/>

事業概要

事業別売上高の推移

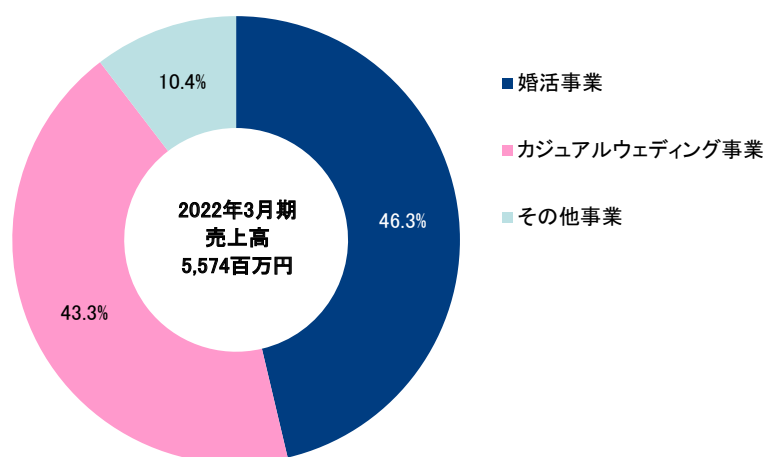


※その他は 19/3 期までは旧 QOL 事業

※ 22/3 期より従来の「婚活事業」「カジュアルウェディング事業」「その他事業」を再編し、新たに「婚活事業」「カジュアルウェディング事業」「テック事業」「ライフスタイル事業」「法人・自治体向け事業」の 5 区分に変更しており、21/3 期の数値も 22/3 期に合わせて修正。19/3 期以前の「婚活事業」には「テック事業」等の一部を含む。

出所：事業計画及び成長可能性に関する事項よりフィスコ作成

売上高構成比(外部売上)



出所：事業計画及び成長可能性に関する事項よりフィスコ作成

結婚相談所は高品質が強みで業界首位の成婚率を誇る

2. 婚活事業

婚活事業の主要サービスは、会員制の結婚相談所「パートナーエージェント」の運営、及び 2013 年 6 月に開始した婚活パーティー「OTOCON」、2020 年 11 月に開始した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（PAP）」の企画・運営である。

結婚相談所「パートナーエージェント」は、主に 1 年以内を目途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によって成婚までの活動をサポートする仲介型の結婚相談所である。会員の平均在籍期間は約 18 ヶ月、1 人当たり総支払額（登録料、初期費用、月会費、オプション料、成婚料など）は平均約 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により、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。

なお、コロナ禍においてリアルでの出会いの場が減少するなか、2021 年 3 月には DX 婚活として成婚率 NO.1 のサービス品質はそのままに、より効率的で、よりリーズナブルな婚活を実現するオンライン結婚相談所「パートナーエージェント ONLINE」を開始した。そして 2021 年 7 月には、サービス開始からわずか 5 ヶ月で初の成婚を輩出している。

婚活パーティー「OTOCON」は、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して、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の婚活パーティーである。全国の自社会場を中心に開催し、2013 年の提供開始以降の累計参加者数は 130 万人を突破している。

「OTOCON」の開催数及び参加者数については、2019 年 3 月期まで順調に増加したが、2020 年 3 月期からは運営最適化とサービス品質向上を目的として戦略的に開催数を減らしている。さらに 2021 年 3 月期～2022 年 3 月期にはコロナ禍によるイベント中止・自粛も影響して大幅に減少した。

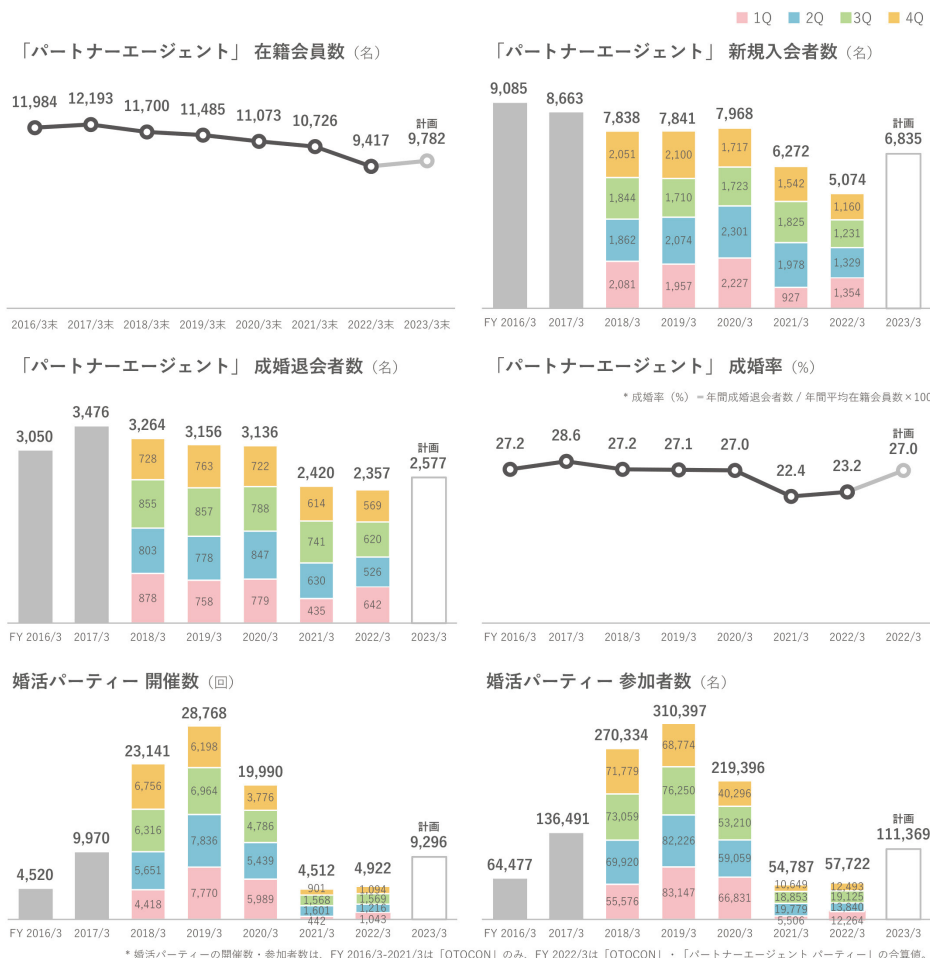
なお 2022 年 4 月 1 日付の民法改正で成年年齢が 18 歳に引き下げられたことを受け、婚活パーティーの参加資格を従来の 22 歳から 18 歳に引き下げている。結婚相談所「パートナーエージェント」においても入会者の年齢が下がっている傾向が見られるため、婚活のスタートタイミングの早期化や若年層の婚活ニーズの高まりに対応していく。

婚活事業の主要 KPI の状況は以下の通りである。2021 年 3 月期～2022 年 3 月期はコロナ禍の影響で、いずれの指標も一時的に落ち込む形になったが、2023 年 3 月期は回復に向かう見込みだ。

タメニー | 2022 年 6 月 10 日 (金)
6181 東証グロース市場 | https://tameny.jp/ir/

事業概要

事業 KPI 婚活事業



出所：決算補足資料より掲載

その他の新規オプションサービスとしては、2020 年 6 月に、トータルコーディネートで会員の魅力を最大限に引き出す婚活用スタイリングサービス「パートナーエージェントコーディネート (PAC)」を開始した。サービス開始から 6 ヶ月で PAC 利用者の成婚率が 1.4 倍に上昇するという成果が得られたため、2021 年 1 月から全国展開を開始した。2021 年 3 月には、多様化する婚活ニーズに対応して、会員のプロフィールを動画で伝えるオプションサービス「ビデオプロフィール」も開始した。

2021 年 8 月には、AI 婚活のマッチング精度のさらなる向上を目指して、NTT レゾナント (株) が提供する「goo の AI」を導入して従来のマッチングシステムをリニューアルし、新たに AI 婚活マッチングシステム「sieger」の名称で運用を開始した。

タメニー | 2022 年 6 月 10 日 (金)
6181 東証グロース市場 | <https://tameny.jp/ir/>

事業概要

2021 年 9 月には、結婚相談所「パートナーエージェント」が（株）スクラムの全国の結婚相談所の事業者間データ連携プラットフォームサービス「SCRUM」（会員数約 4.3 万人）と接続した。「SCRUM」は、全国結婚相談事業者連盟を運営する（株）TMS ホールディングスと（株）日本仲人連盟が、2021 年 2 月に共同で創設した全国の結婚相談所を繋ぐデータ連携サービスである。この接続により、「パートナーエージェント」における紹介可能なマッチングプール（活動会員数）が、後述する婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」の登録会員数（約 3.1 万人）と合わせて、結婚相談所業界最大級の 7 万人超となった。なお 2021 年 12 月には TMS ホールディングスと資本業務提携して強固な協力関係を構築した。

また 2021 年 12 月にはアイ・ケイ・ケイホールディングスと資本業務提携した。アイ・ケイ・ケイホールディングスはゲストハウス・ウェディングを全国 19 店舗で展開するとともに、結婚仲介事業を行う子会社ララ・クールを設立（2021 年 11 月）している。婚活領域において協力関係を構築する。

さらに、2022 年 4 月には結婚相談所連盟「婚活アライアンスパートナーズ」を設立した。約 1 万人の会員数を有する結婚相談所「パートナーエージェント」を含めて、加盟している複数の結婚相談所の会員を紹介だけでなく、婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」と接続することも可能になる。より多くの結婚相談所の加盟を促進することで、加盟店会員の成婚機会拡大や成婚率上昇に繋げられる。そして、より多くの成婚を輩出し、生涯未婚率の低下・少子化という社会問題の解決に取り組むことで、婚活業界の健全な発展にも貢献する。

フォトウェディングが成長分野

3. カジュアルウェディング事業

カジュアルウェディング事業の主要サービスは、カジュアル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プロデュース「LUMINOUS」である。

カジュアル挙式披露宴「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 292 万円（ゼクシィ結婚トレンド調査 2021 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、コロナ禍への対応だけでなく、新郎新婦のニーズが、従来の「たくさんのゲストを招待して挙式＋披露宴を行う」形式から、「本当に大切な人に感謝を伝えるための小規模な結婚式を行う」形式に移り変わってきていることに対応して、新たなプラン・サービスの企画開発・提供も推進している。2021 年 11 月には「スマ婚少人数挙式ライトプラン」の受注を開始、2022 年 2 月にはスマ婚少人数挙式と家族写真（和装後撮り）をセットにした「新マイクロウェディング」の受注を開始した。今後も多様化するニーズに対応して、様々なプラン・サービスを拡大していく方針だ。

タメニー | 2022 年 6 月 10 日 (金)
6181 東証グロース市場 | <https://tameny.jp/ir/>

事業概要

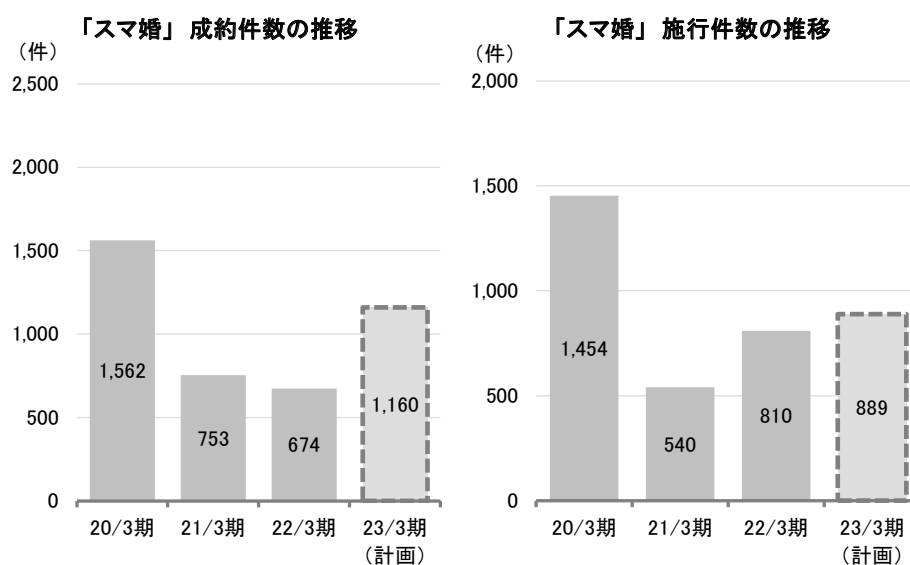
結婚式二次会「2 次会くん」は二次会幹事代行サービスである。プロのプランナーによるプロデュースで、飲食店など全国 480 以上の提携会場からニーズに合わせて会場を紹介し、当日はプロの幹事・運営スタッフを会場に派遣（飲食は会場に委託）する。平均費用は約 40 万円となっている。

フォトウェディング「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ェ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撮影する。撮影費用は平均約 28 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 の予算で「結婚式よりも、結婚らしい」体験ができる。

フォトウェディング「LUMINOUS」は、with コロナ時代に適応したウェディングの形として成約・施行件数が大幅に増加しているため、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している。2020 年 11 月には、子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ェディング「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、全国展開が可能になった。2021 年 6 月には、6 拠点目（関西初出店）となる自社スタジオを大阪にオープンした。また「和装前撮り特別プラン」など高付加価値サービスを追加することで、平均単価の上昇傾向が見られるとしている。

カジュアルウェディング事業の主要 KPI の状況は以下の通りである。フォトウェディング「LUMINOUS」は成約・施行件数とも大幅に伸長している。カジュアル挙式披露宴「スマ婚」及び結婚式二次会「2 次会くん」は、コロナ禍の影響で 2021 年 3 月期～2022 年 3 月期に大幅に落ち込んだが、2023 年 3 月期は回復に向かう見込みとしている。

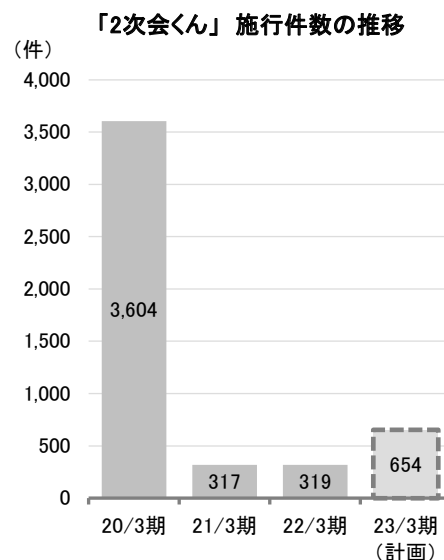
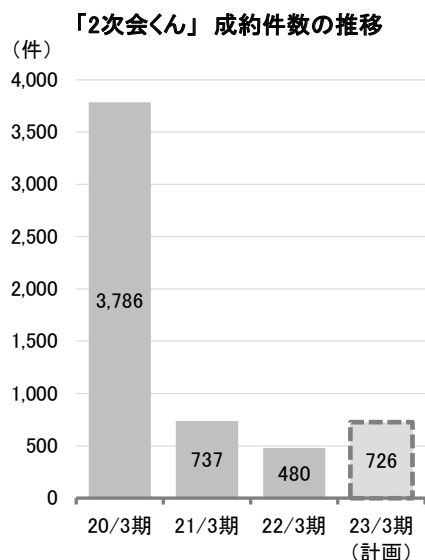
事業 KPI カジュアルウェディング事業



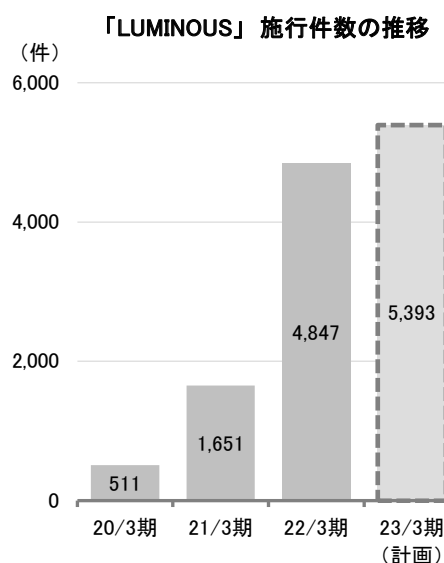
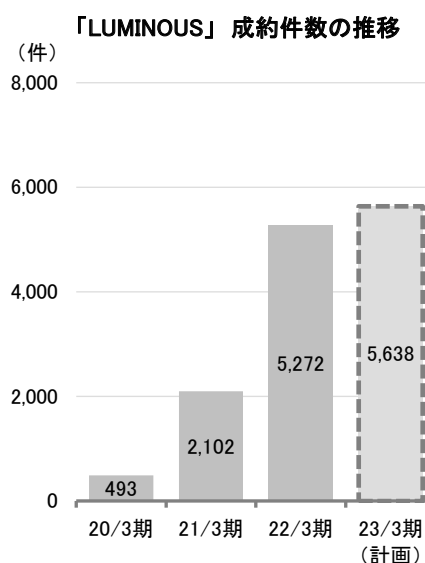
出所：決算補足資料よりフィスコ作成

タメニー | 2022 年 6 月 10 日 (金)
6181 東証グロース市場 | <https://tameny.jp/ir/>

事業概要



出所：決算補足資料よりフィスコ作成



出所：決算補足資料よりフィスコ作成

なお 2021 年 12 月に、婚礼衣装の企画・製造販売を展開(本場英国の上質なウェディングドレス等のドレスショップを全国 62 店舗展開)するフォーシス アンド カンパニーと資本業務提携した。結婚式の決定要因として重要な役割を担う婚礼衣装を強化することで、ウェディング市場における競争力を一段と強化する。

テック事業は婚活事業者間相互会員紹介や アプリ完結型結婚相談所・婚活アプリなどを展開

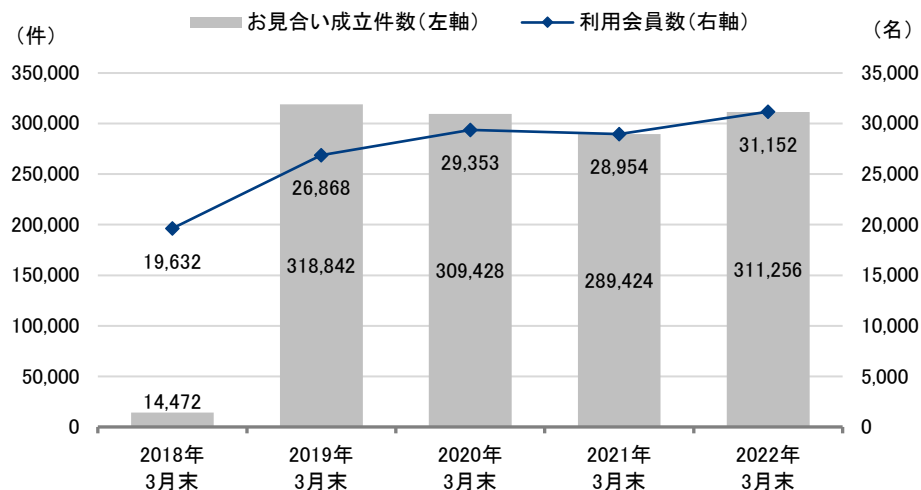
4. テック事業

テック事業の主要サービスは、婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」の運営、アプリ完結型の結婚相談所「パートナーエージェント App」(旧「スマ婚縁結び」シリーズのサービス名を 2022 年 2 月に変更)の企画開発・運営、企業向け婚活支援システムなどである。

「CONNECT-ship」は、日本で一番お見合いが組めるオープンなプラットフォームを目指して、2017 年 6 月に開始した業界初、日本最大規模の婚活事業者間相互会員紹介プラットフォームである。事業者間で会員の相互紹介を行うことで、出会いの機会や成婚の最大化を目指す。2022 年 3 月期末時点の利用事業者数は結婚相談所「パートナーエージェント」を含めて 12 社、利用会員数は 31,152 名(利用事業者の総会員数は 95,000 名以上)となった。2022 年 3 月期のお見合い成立件数は 2021 年 3 月期比 21,832 件増加の 311,256 件となった。

さらに 2022 年 4 月には、TMS が運営する「TMS コネクト」が加わり、利用事業者数は 13 社となった。なお「CONNECT-ship」のマネタイズポイントについては、従来はお見合い成立料を得る方式だったが、2022 年 3 月期から、お見合い成立料を引き下げる一方で、新たに月額利用料を課金する方式に変更している。

「CONNECT-ship」お見合い成立件数と利用会員数の推移



出所：決算補足資料よりフィスコ作成

タメニー | 2022 年 6 月 10 日 (金)
6181 東証グロース市場 | <https://tameny.jp/ir/>

事業概要

オンライン結婚相談所・婚活アプリの企画開発・運営では、恋活アプリ「スマ婚デート」運営で培ったノウハウをベースに、オンラインを活用した出会いの場に対するニーズが高まっていることも背景として、2021 年 1 月に結婚相談所の充実したサービスと業界屈指のマッチングプールを活用し、アプリ完結型の新しいオンライン結婚相談所「スマ婚縁結び」の提供を開始した。なお 2022 年 2 月にサービス名を「パートナーエージェント App」に変更し、業界最安水準のライトプラン（月額 1,000 円、スタンダードプランは月額 9,800 円～）の提供も開始した。

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システムの提供、及び事業サポートを行っている。

ライフスタイル事業はシナジー追求

5. ライフスタイル事業

ライフスタイル事業の主要サービスは、新生活サポート領域として、成婚後サポート「アニバーサリークラブ」、保険相談サービス（保険代理店「Tameny × 保険クリニック」）、住宅情報サービスなどを展開し、サービス利用料や送客手数料などを得る。さらに、新たなサービスの創出に向けて、2020 年 10 月にはファイ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）と業務提携している。

保険代理店「Tameny × 保険クリニック」における新規保険契約証券数は、2021 年 3 月期の 317 件から、2022 年 3 月期には 396 件に増加した。今後も、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 7,700 組（2022 年 3 月期実績、婚活事業における成婚約 1,700 組、カジュアルウェディング事業におけるウェディングプロデュース約 6,000 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方針だ。

法人・自治体向けも成長分野

6. 法人・自治体向け事業

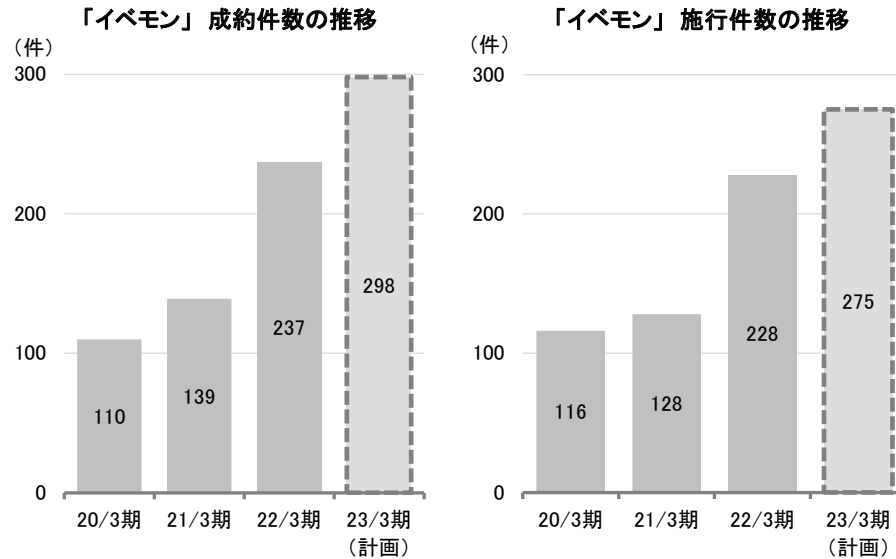
法人・自治体向け事業の主要サービスは、企業向けイベントプロデュース「イベモン」、及び地方自治体向け婚活支援サービス「parms」である。

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。ウェ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 100 万円となっている。イベントを丸ごと任せられる利便性が評価され、コロナ禍でも成約・施行件数が拡大基調となっている。さらに、コロナ禍でオンラインイベントの需要が高まっているため、2021 年 4 月には高品質な映像を用いたオンラインイベントソリューション「TV 型パック」の提供を開始、2021 年 6 月にはオンライン・オフライン融合型の社内イベントソリューション「ハイブリッドパック」の提供を開始した。今後の成長分野として事業を強化していく方針だ。

タメニー | 2022 年 6 月 10 日 (金)
6181 東証グロース市場 | <https://tameny.jp/ir/>

事業概要

事業 KPI 法人・自治体向け事業



出所：決算補足資料よりフィスコ作成

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。2022 年 3 月期末現在の契約・導入自治体数は 7 府県（契約順に福島県、京都府、埼玉県、秋田県、福井県、茨城県、宮城県）となった。さらに、自治体からの結婚支援センター運営の受託、イベント・セミナーの受託も増加している。

高い信頼性・ブランド認知度を確立

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。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應した、新たなウェディング・二次会トータルプロデュースを展開している。さらに、婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」や、新たに設立した結婚相談所連盟「婚活アライアンスパートナーズ」によって、成婚の最大化を図っている。

事業概要

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、プライバシーマーク、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、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。

婚姻組数減少でも競合優位性

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・健全性などがあり、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、一方では未婚率の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するなどの傾向も見られる。また、with コロナ時代には従来型の高価・大人数の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」の国際規格認証を取得していることや、高品質・高付加価値なサービスで業界首位の成婚率を実現し、高い信頼性・ブランド認知度を確立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。

収益特性の季節変動要因については、挙式披露宴の施行が春（3-5 月）及び秋（9-11 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、この影響を受けやすい。そのため閑散期の施行を促進する施策を強化している。

なお、コロナ禍の影響で事業環境が大幅に悪化したため、2021 年 3 月期～2022 年 3 月期に、拠点統廃合、人員配置最適化、広告販促費の戦略的抑制などの施策を実施した。後述するように、2023 年 3 月期はコロナ禍の影響が和らいで業績が回復基調のため、成長に向けた広告投資を再開する方針としている。

業績動向

2022 年 3 月期はコロナ禍の影響は継続だが、赤字が大幅に縮小

1. 2022 年 3 月期連結業績の概要

2022 年 3 月期の連結業績は、売上高が 2021 年 3 月期比 25.9% 増の 5,574 百万円、営業利益が 153 百万円の赤字（2021 年 3 月期は 2,176 百万円の赤字）、経常利益が 218 百万円の赤字（同 2,089 百万円の赤字）、親会社株主に帰属する当期純利益が 320 百万円の赤字（同 2,316 百万円の赤字）だった。

2022 年 3 月期連結業績の概要

(単位：百万円)

	21/3 期	22/3 期	22/3 期上期	22/3 期下期
売上高	4,429	5,574	2,801	2,773
営業利益	-2,176	-153	-215	62
経常利益	-2,089	-218	-288	69
親会社株主に帰属する当期純利益	-2,316	-320	-416	96
セグメント別売上高				
婚活事業	2,665	2,583	1,331	1,251
カジュアルウェディング事業	1,394	2,412	1,255	1,156
テック事業	145	144	69	75
ライフスタイル事業	53	70	35	34
法人・自治体向け事業	188	374	120	253
合計	4,447	5,584	2,812	2,772
調整額	-18	-10	-11	1
連結売上高	4,429	5,574	2,801	2,773
セグメント別営業利益				
婚活事業	196	835	393	441
カジュアルウェディング事業	-1,064	-212	-129	-82
テック事業	-23	21	5	16
ライフスタイル事業	-44	18	4	13
法人・自治体向け事業	16	86	7	78
合計	-919	748	281	467
調整額	-1,257	-902	-497	-404
連結営業利益	-2,176	-153	-215	62

※ 22/3 期からセグメント区分を変更したため 21/3 期は変更後の区分方法で表示
出所：決算短信、会社資料よりフィスコ作成

タメニー | 2022 年 6 月 10 日 (金)
6181 東証グロース市場 | https://tameny.jp/ir/

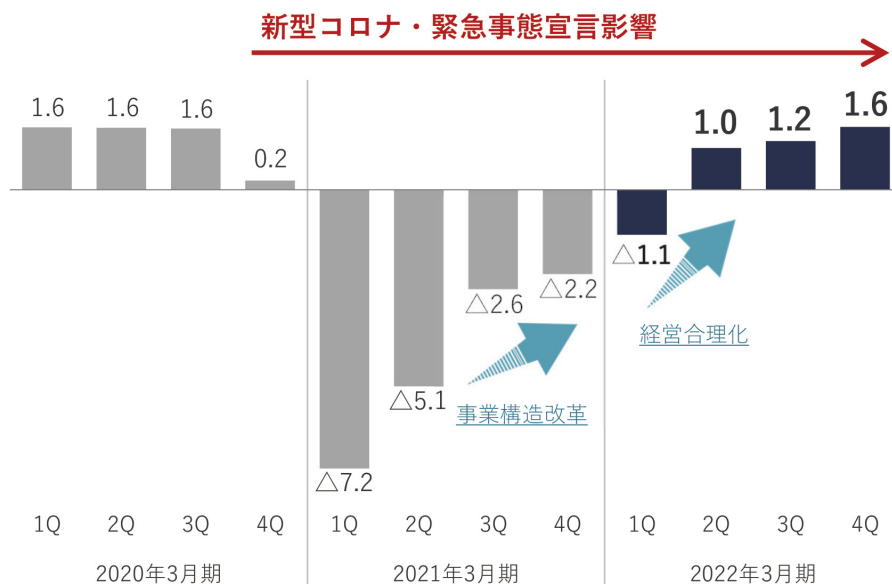
業績動向

コロナ禍の影響が継続しているため回復途上だが、2021 年 3 月期との比較ではコロナ禍の影響が徐々に和らいで大幅増収となり、広告販促費の戦略的抑制、外部出向を含む人員配置最適化、拠点統廃合による地代家賃削減など、業績回復に向けた各種施策も寄与して、各利益は赤字が大幅に縮小した。販管費は 2021 年 3 月期との比較で 1,304 百万円減少して 4,425 百万円（広告販促費が 262 百万円減少して 757 百万円、人件費が 612 百万円減少して 1,745 百万円、地代家賃が 66 百万円減少して 588 百万円、その他が 363 百万円減少して 1,334 百万円）となった。グループ拠点数は 12 拠点減少して 31 拠点、グループ社員数は 156 名減少して 379 名（外部出向社員を含まない）となった。営業外収益では前期計上した助成金収入 127 百万円が剥落した。特別利益では助成金収入 229 百万円、関係会社株式売却益 88 百万円などを計上、特別損失では臨時休業等による損失 359 百万円などを計上した。

なお半期別に見ると、上期は売上高 2,801 百万円、営業利益 215 百万円の損失、経常利益 288 百万円の損失、親会社株主に帰属する当期純利益 416 百万円の損失に対して、下期は売上高 2,773 百万円、営業利益 62 百万円の黒字、経常利益 69 百万円の黒字、親会社株主に帰属する当期純利益 96 百万円の黒字となった。下期は業績改善に向けた各種施策の効果で各利益とも黒字転換した。また、第 4 四半期の EBITDA は、ほぼコロナ禍前の水準に回復した。

四半期別 EBITDA 推移

(億円)



※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + システム償却費 + のれん・無形資産償却費

出所：決算説明資料より掲載

2. 事業別動向

婚活事業は売上高が 2021 年 3 月期比 3.1% 減の 2,583 百万円、セグメント利益（全社費用等調整前営業利益）が同 324.4% 増の 835 百万円だった。コロナ禍の影響を踏まえて、結婚相談所で入会促進を戦略的に抑制したため微減収だが、拠点統廃合や運営効率化など、利益確保に向けた各種施策の効果で収益性が改善して大幅増益だった。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

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

タメニー | 2022 年 6 月 10 日 (金)
6181 東証グロース市場 | <https://tameny.jp/ir/>

業績動向

カジュアルウェディング事業は売上高が同 72.9% 増の 2,412 百万円、利益がのれん償却額 152 百万円を計上して 212 百万円の損失（2021 年 3 月期は 1,064 百万円の赤字）だったが大幅増収により赤字が大幅縮小した。結婚式二次会「2 次会くん」はコロナ禍からの回復が鈍いが、カジュアル挙式披露宴「スマ婚」シリーズの施行件数が 50% 増と一定程度回復するとともに、フォトウェディング「LUMINOUS」の施行件数が 193.6% 増と大幅伸長した。

テック事業は売上高が同 0.3% 減の 144 百万円、利益が 21 百万円の黒字（同 23 百万円の赤字）だった。オンライン婚活アプリ（2022 年 2 月に従来の「スマ婚縁結び」シリーズのサービス名を「パートナーエージェント App」に変更）は先行投資フェーズだが、婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」の利用者数、お見合い成立件数が増加した。ライフスタイル事業は売上高が同 30.1% 増の 70 百万円、利益が 18 百万円の黒字（同 44 百万円の赤字）だった。新規保険契約証券数が増加した。法人・自治体向け事業は売上高が同 98.9% 増の 374 百万円、利益が同 422.7% 増の 86 百万円だった。企業向けイベントプロデュース「イベモン」の施行件数が 78.1% 増と大幅に伸長し、地方自治体向けでは婚活支援サービス「parms」の導入に加えて、婚活支援センターの運営受託、各種イベント・セミナーの受託も寄与した。

各事業の主要指標

	21/3 期	22/3 期
婚活事業		
新規入会者数（名）	6,272	5,074
成婚退会者数（名）	2,420	2,357
成婚率（%）	22.4%	23.2%
期末在籍会員数（名）	10,726	9,417
パーティー開催数（回）	4,512	4,922
パーティー参加者数（名）	54,787	57,722
カジュアルウェディング事業		
成約件数（件）		
スマ婚シリーズ	753	674
2 次会くん	737	480
LUMINOUS	2,102	5,272
施行件数（件）		
スマ婚シリーズ	540	810
2 次会くん	317	319
LUMINOUS	1,651	4,847
その他事業		
CONNECT-ship 期末利用会員数（名）	28,954	31,152
CONNECT-ship お見合い成立件数（件）	289,424	311,256
CONNECT-ship 利用事業者数（社）	12	12
イベモン成約件数（件）	139	237
イベモン施行件数（件）	128	228

出所：会社資料よりフィスコ作成

3. 財務状況

財務面で見ると、2022 年 3 月期末の総資産は 2021 年 3 月期末比 264 百万円増加して 5,332 百万円となった。流動資産で現金及び預金が 683 百万円増加し、固定資産でのれんが 152 百万円減少、敷金が 112 百万円減少したことによる。負債合計は同 372 百万円減少して 5,095 百万円となった。流動負債で 1 年内返済予定の長期借入金が 246 百万円減少、債務保証損失引当金が 138 百万円減少したことによる。純資産合計は同 636 百万円増加して 237 百万円となった。資本金が 640 百万円減少、資本剰余金が 492 百万円増加、利益剰余金が 700 百万円増加したことによる。この結果、自己資本比率は 12.4 ポイント上昇して 4.5% となった。

2021 年 5 月 31 日に発行した第 10 回新株予約権（行使価額修正条項付）は 2021 年 9 月 24 日に全ての行使が完了した。また 2021 年 12 月にフォーシス アンド カンパニー、アイ・ケイ・ケイホールディングス、及び TMS ホールディングスと、それぞれ資本業務提携して第三者割当増資（2021 年 12 月 29 日付で払込完了）を行った。さらに 2022 年 3 月 16 日付で減資を実施して欠損の補填を行った。これによって資本金の額が 44 百万円、資本準備金の額が 0 円となり、資本剰余金と利益剰余金が増加している。なお、2022 年 6 月 21 日開催予定の定時株主総会で承認されることを条件として、その他資本剰余金を繰越利益剰余金に振り替える。純資産の部における勘定科目間の振替処理のため純資産合計額に変動は生じない。

同社は 2021 年 3 月期に債務超過となったため、2021 年 6 月 30 日付で東京証券取引所の上場廃止に係る猶予期間入り銘柄となっていたが、2022 年 3 月期末時点で債務超過を解消したため、関東財務局に有価証券報告書を提出（2022 年 6 月 30 日予定）して債務超過の解消を正式に公表することで、当該猶予期間が解除される見込みである。今後は業績向上による財務体質改善が課題となるが、当面の懸念は後退したと評価できるだろう。

タメニー
6181 東証グロース市場

2022 年 6 月 10 日 (金)
<https://tameny.jp/ir/>

業績動向

主要経営指標

(単位：百万円)

	18/3 期	19/3 期	20/3 期	21/3 期	22/3 期
売上高	4,102	4,151	8,187	4,429	5,574
売上原価	1,745	1,778	4,062	875	1,302
売上総利益	2,357	2,372	4,125	3,553	4,271
売上総利益率	57.5%	57.2%	50.4%	80.2%	76.6%
販管費	2,162	2,156	4,046	5,729	4,425
販管費率	52.7%	51.9%	66.2%	129.4%	79.4%
営業利益	195	216	78	-2,176	-153
営業利益率	4.8%	5.2%	1.0%	-	-
営業外収益	140	18	46	161	21
営業外費用	9	26	83	74	87
経常利益	325	208	41	-2,089	-218
経常利益率	7.9%	5.0%	0.5%	-	-
特別利益	-	1	105	66	334
特別損失	136	44	103	255	424
税金等調整前当期純利益	189	165	42	-2,278	-309
法人税等合計	72	79	40	38	11
親会社株主に帰属する当期純利益	117	90	2	-2,316	-320
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	-2,313	-321
資産合計	2,794	3,382	5,478	5,067	5,332
（流動資産）	1,552	2,059	1,999	1,479	2,065
（固定資産）	1,241	1,322	3,477	3,587	3,266
負債合計	1,942	2,404	4,452	5,467	5,095
（流動負債）	1,076	1,132	1,873	2,464	2,045
（固定負債）	866	1,271	2,579	3,002	3,049
純資産合計	852	978	1,025	-399	237
（株主資本）	850	981	1,027	-400	237
（資本金）	249	255	263	684	44
自己株式を除く期末発行済株式総数（株）	9,915,971	10,153,371	10,487,571	16,213,571	24,981,871
1 株当たり当期純利益（円）	12	9	0	-203	-15
1 株当たり純資産額（円）	86	96	98	-25	10
1 株当たり配当額（円）	0	0	0	0	0
自己資本比率	30.3%	28.9%	18.7%	-7.9%	4.5%
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	232	-1,514	-22
投資活動によるキャッシュ・フロー	-524	-180	-1,861	-447	-134
財務活動によるキャッシュ・フロー	374	464	1,462	1,483	841
現金及び現金同等物の期末残高	549	1,207	1,040	562	1,246

注：2021 年 3 月期 3Q から、従来は売上原価に計上していた一部店舗人件費や店舗家賃等を販管費に区分している。2020 年 3 月期以前は変更前の数値

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2023 年 3 月期は黒字転換予想

1. 2023 年 3 月期連結業績予想の概要

2023 年 3 月期の連結業績予想は、売上高が 2022 年 3 月期比 16.6% 増の 6,500 百万円、営業利益が 100 百万円の黒字（2022 年 3 月期は 153 百万円の赤字）、経常利益が 50 百万円の黒字（同 218 百万円の赤字）、親会社株主に帰属する当期純利益が 50 百万円の黒字（同 320 百万円の赤字）としている。事業環境は依然として不透明だが、2022 年 3 月期との比較ではコロナ禍の影響が和らいで、大幅増収・黒字転換予想としている。

2023 年 3 月期連結業績予想の概要

（単位：百万円）

	22/3 期 実績	23/3 期		
		予想	上期予想	下期予想
売上高	5,574	6,500	3,000	3,500
営業利益	-153	100	-180	280
経常利益	-218	50	-210	260
親会社株主に帰属する 当期純利益	-320	50	-160	210

出所：決算短信よりフィスコ作成

なお 2022 年 3 月期は短期視点で業績回復と債務超過解消を優先し、婚活事業における広告販促費の戦略的抑制、拠点の統廃合、社員の外部出向などを実施して販管費を削減したが、2022 年 3 月期末に債務超過を解消して一定の成果が得られたことや、コロナ禍の影響の緩和も考慮して、2023 年 3 月期は婚活事業及びカジュアルウェディング事業において上期に広告販促費を投入するなど、積極的な入会促進施策を再開する方針としている。さらに、中長期視点での高収益体制の確立とプロダクトの競争力強化も推進する。

このため半期別に見ると、上期（売上高 3,000 百万円、営業利益 180 百万円の赤字、経常利益 210 百万円の赤字、親会社株主に帰属する当期純利益 160 百万円の赤字）は積極投資で赤字だが、下期（売上高 3,500 百万円、営業利益 280 百万円の黒字、経常利益 260 百万円の黒字、親会社株主に帰属する当期純利益 210 百万円の黒字）は黒字転換し、積極投資の成果で成長軌道に回帰する見込みとしている。なお通期ベースで販管費は 3 億円増加の 47 億円（広告販促費が 2 億円増加、人件費が 2 億円増加など）を見込み、特別利益には 2021 年 12 月以降の休業等に係る助成金約 70 百万円を計上予定としている。

タメニー | 2022 年 6 月 10 日 (金)
6181 東証グロース市場 | <https://tameny.jp/ir/>

今後の見通し

2. 事業別動向

事業別の売上高・営業利益、及び主要指標の計画は以下の通りである。

2023 年 3 月期事業別計画

(単位：百万円)

	22/3 期実績	23/3 期計画
セグメント別売上高		
婚活事業	2,583	2,640
カジュアルウェディング事業	2,412	3,220
テック事業	144	160
ライフスタイル事業	70	50
法人・自治体向け事業	374	410
セグメント別営業利益（調整前）		
婚活事業	835	690
カジュアルウェディング事業	-212	30
テック事業	21	70
ライフスタイル事業	18	0
法人・自治体向け事業	86	60

出所：決算短信、会社資料よりフィスコ作成

各事業の主要指標の通期計画

	22/3 期	23/3 期計画
婚活事業		
新規入会者数（名）	5,074	6,835
成婚退会者数（名）	2,357	2,577
成婚率（%）	23.2%	27.0%
期末在籍会員数（名）	9,417	9,782
パーティー開催数（回）	4,922	9,296
パーティー参加者数（名）	57,722	111,369
カジュアルウェディング事業		
成約件数（件）		
スマ婚シリーズ	674	1,160
2次会くん	480	726
LUMINOUS	5,272	5,638
施行件数（件）		
スマ婚シリーズ	810	889
2次会くん	319	654
LUMINOUS	4,847	5,393
その他事業		
CONNECT-ship 期末利用会員数（名）	31,152	-
CONNECT-ship お見合い成立件数（件）	311,256	-
CONNECT-ship 利用事業者数（社）	12	-
イベモン成約件数（件）	237	298
イベモン施行件数（件）	228	275

出所：会社資料よりフィスコ作成

婚活事業は減益の計画としている。積極的な入会促進策を再開するため、広告宣伝費や人件費が増加する見込みだからだ。成婚率は従来水準の 30% に近づけることを目指すとしている。カジュアルウェディング事業は増収効果で黒字転換の計画としている。カジュアル挙式披露宴「スマ婚」シリーズと結婚式二次会プロデュース「2 次会くん」の施行件数が回復基調となり、フォトウェディング「LUMINOUS」も好調に推移する見込みだ。結婚式二次会プロデュース「2 次会くん」はまだ低水準だが、カジュアル挙式披露宴「スマ婚」シリーズについてはコロナ禍前の 7 割程度の水準まで回復を目指すとしている。テック事業では婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」の利用拡大、法人・自治体向け事業では「イベモン」の施行件数増加を見込んでいる。

■ 成長戦略

再成長に向けて基盤整備を推進

1. 再成長に向けて基盤整備を推進

成長戦略としては、トレンドや社会変化に即座に対応できる柔軟な事業構造への転換、コロナに負けない企業体質構築を目指し、経営合理化と事業構造改革による短期業績回復、顧客基盤を利活用したグループ CRM の整備、債務超過解消借入金返済による財務基盤強化を推進している。2021 年 3 月期には債務超過になったが、固定費圧縮も寄与したことで短期業績回復の目途が立ち、2022 年 3 月期末時点で債務超過を解消した。

2023 年 3 月期以降は、高収益体制の確立、プロダクトの競争力強化、財務基盤強化など、中長期視点で再成長に向けた基盤整備を推進する方針だ。高収益体制の確立では中核事業の収益安定化とその他事業の収益拡大、プロダクトの競争力強化では DX 推進や社会環境の変化に耐えうる競争優位性の確立、財務基盤強化では健全かつ安全な財務基盤確立を推進する。

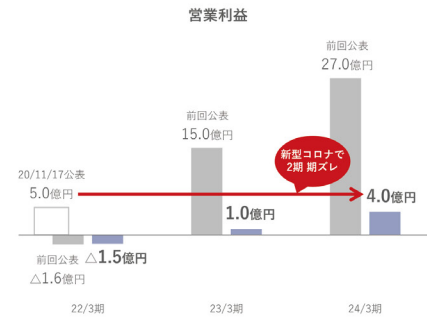
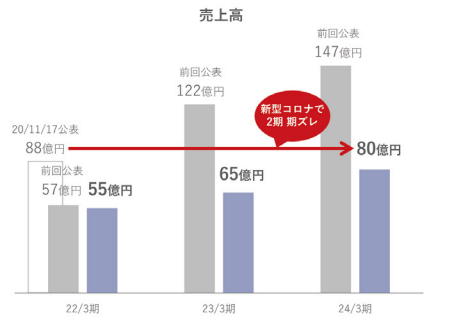
なお 2020 年 11 月公表の中期経営計画では、2024 年 3 月期の目標値を売上高 147 億円、営業利益 27 億円としていたが、コロナ禍の影響が想定以上に長期化しているため目標値を修正し、当初目標値の達成を 2 期後ろ倒しする見込みとした。新たな中期経営計画については、市場環境の変化を見ながら 2023 年に公表したいとしている。

3 力年中期経営計画

2023年3月期に黒字転換、以降、収益拡大基調へ

■ 前回公表値 (21/12/17付) との差異

- ・ 前回公表は2020年11月17日付「3力年中期経営計画」数値で、22/3期下半期から新型コロナが一定程度収束し経済が緩やかに回復している環境を前提
- ・ しかし、新型コロナの収束が依然見通せず、ウクライナ情勢等の地政学リスクもあり経済環境は不透明な状況が続くことが予測され、一定程度業績に影響を及ぼすことを前提としたことから23/3期E-24/3期Eの数値を修正
- ・ なお、3力年中期経営計画の業績目標の達成は当初想定から2期ズレ込む見込み



出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

With コロナ時代でも市場シェア拡大余地は大きく、中長期的な成長を期待

2. 高い信頼性とブランド認知を確立

婚活・ウェディング市場の事業環境は、生涯未婚率の上昇・婚姻数の減少が続いていることに加えて、コロナ禍の影響で大幅に悪化した。ただし、一方では未婚率の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するなどの傾向も見られる。また、with コロナ時代には、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ことも予想されている。

同社は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、高い信頼性とブランド認知度を確立している。さらに、トレンドや社会変化に即座に対応できる柔軟な事業構造への転換も推進している。コロナ禍の影響で中期経営計画の目標値達成が後ろ倒しとなり、財務基盤の改善・安定化も課題となるが、同社の特徴・強みを勘案すれば、with コロナ時代でも同社の市場シェア拡大余地は大きく、中長期的に成長が期待できると弊社では評価している。

株主還元策

株主優待制度は保有株式数に応じて優待券・優待ポイントを贈呈

● 株主優待制度

現時点では財務体質の強化を行っている段階のため配当を実施していないが、株主優待制度は毎年 9 月末時点の株主を対象として実施している。保有株式数に応じて優待券及び優待ポイントを贈呈している。

優待ポイント

保有株式数	進呈ポイント数
1,000 株～ 1,999 株	4,500 point
2,000 株～ 2,999 株	9,500 point
3,000 株～ 3,999 株	15,000 point
4,000 株以上	21,000 point

ESG/SDGs への取り組み

ESG/SDGs への取り組みとしては、すべての事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、人財育成では女性管理職の登用（社外取締役 1 名）、管理職の 360 度評価、フレックスタイム制の導入、信頼の確立では情報セキュリティマネジメント規格「ISO (JIS Q) 27001」や「プライバシーマーク」などの各種認証取得、コーポレートガバナンス体制の強化、地方創生では婚活支援サービス「parms」の地方自治体への提供、地方自治体との協業（婚活セミナー・イベント）、健康と福祉では従業員の子育て・介護の支援、高齢者・障害者雇用、環境と自然ではペーパーレス化促進等によって環境負荷の軽減と事業活動の効率性維持の両立に取り組んでいる。

タメニー | 2022 年 6 月 10 日 (金)
6181 東証グロース市場 | https://tameny.jp/ir/

ESG/SDGs への取り組み

同社の ESG/SDGs への取り組み

ESG方針

当社の事業は、様々なステークホルダーの皆さまからの支持をいただくことによって成り立っています。当社は、ステークホルダーの皆さまと協力しながら、すべての事業活動を通じたSDGsへの貢献と持続可能な社会の実現に取り組んでいます。

主な取り組み

人財育成

従業員一人ひとりが互いの違いを認め尊重できる組織づくりをめざすとともに、充実した研修やキャリアアップ制度により、働きやすく働き甲斐のある環境の整備に取り組んでいます。

SDGsの関連項目 ▶



- ・女性管理職の登用（社外取締役1名）
- ・管理職の360度評価
- ・フレックスタイム制の導入
- ・リモートワークの導入
- ・研修制度

信頼の確立

安心・安全にサービスをご利用いただくため、ISOやPマーク等の第三者機関による認証を取得しています。また、社会から信頼される会社であるために、コーポレート・ガバナンス体制を整備すると同時に、適時適切な情報開示に努めています。

SDGsの関連項目 ▶



- ・情報セキュリティマネジメントシステム ISO27001 認証取得
- ・プライバシーマーク 取得
- ・結婚相手紹介サービス業 認証取得
- ・コーポレートガバナンス体制
- ・ディスクロージャー・ポリシー
- ・リスクマネジメント

地方創生

地域の少子化や未婚率の上昇を改善するべく婚活支援に積極的に取り組んでいる地方自治体に対し、当社は業界唯一のトータルソリューションを提供することで、地域の少子化対策に貢献しています。

SDGsの関連項目 ▶



- ・婚活支援システム「parms」の地方自治体への提供
- ・自治体との協働（婚活セミナー / イベント等）

健康と福祉

従業員の心身の健康と幸せの追求と、福祉支援の促進により、生産性と創造性を高め、活力のある事業運営をおこないます。

SDGsの関連項目 ▶



- ・子育て / 介護支援
- ・高齢者雇用
- ・障害者雇用

環境と自然

地球環境を保全し、持続可能な社会の実現に貢献するため、環境負荷の低減と事業活動の効率性維持の両立に取り組んでいます。

SDGsの関連項目 ▶



- ・ペーパーレス化の促進
- ・廃棄文書のリサイクル
- ・ペットボトルキャップの回収

出所：決算補足資料より掲載

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・表示したもののですが、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、配布等することは強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 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp