

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 >>>

2023 年 6 月 20 日 (火)

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・カジュアルウェディングの高い信頼性・ブランド認知度が強み	01
2. 2023 年 3 月期は営業損失縮小、EBITDA は黒字基調	01
3. 2024 年 3 月期は下期から改善基調となり通期では黒字予想	02
4. 経営基盤再整備の成果により中長期的な収益改善基調を期待	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	06
1. サービス概要	06
2. 婚活領域	07
3. カジュアルウェディング領域	09
4. ライフ&テック領域	12
5. 地方創生領域	13
6. 特徴・強み	14
7. リスク要因・収益特性と課題・対策	14
■ 業績動向	15
1. 2023 年 3 月期業績の概要	15
2. 事業別動向	17
3. 財務状況	20
■ 今後の見通し	22
● 2024 年 3 月期業績予想の概要	22
■ 成長戦略	24
■ 株主還元策	25
■ ESG / SDGs への取り組み	26

■ 要約

婚活・カジュアルウェディングを主力に 4 つの戦略領域で 高品質サービスを提供

タメニー<6181>は、企業理念に「よりよい人生をつくる。」、存在意義に「創造する力とおもいやり、おもてなしで、人々の心を満たし、活力ある社会の実現を支えます。」を掲げ、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、周辺領域のライフ＆テック領域及び地方創生領域を含めた 4 つの戦略領域で、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・カジュアルウェディングの高い信頼性・ブランド認知度が強み

結婚相談所・オンライン結婚相談所・婚活パーティー・オンライン婚活サービス等の婚活領域、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起点に、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・結婚相談所連盟や成婚後サポート・保険代理店等のライフ＆テック領域、地方自治体向けの婚活支援システムや婚活支援センター運営受託等の地方創生領域も展開している。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、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. 2023 年 3 月期は営業損失縮小、EBITDA は黒字基調

2023 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 0.5% 増の 5,604 百万円、営業損失が 151 百万円（前期は 153 百万円の損失）、経常損失が 230 百万円（同 218 百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純損失が 237 百万円（同 320 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）の影響が残っていること、カジュアルウェディング領域は受注から施行までのタイムラグがあることなどで売上高は横ばいにとどまったが、人員配置最適化や拠点統廃合などの経営合理化効果で販管費が減少し、営業損失が僅かながらも縮小した。なお営業損失の計上が継続したが、EBITDA（＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費）は、経営合理化と広告抑制で 2022 年 3 月期第 2 四半期に黒字転換し、2023 年 3 月期は広告を段階的に強化しながらも 4 四半期すべてが黒字だった。収益改善基調と言えるだろう。

3. 2024 年 3 月期は下期から改善基調となり通期では黒字予想

2024 年 3 月期（非連結決算に移行してセグメント区分を変更）の個別業績予想は、前期連結業績との比較で売上高が 3.1% 増の 5,780 百万円、営業利益が 50 百万円（前期連結業績は 151 百万円の損失）、経常利益が 0 百万円（同 230 百万円の損失）、当期純利益が 20 百万円（同 237 百万円の損失）としている。上期と下期に分解すると、上期は売上高が 2,693 百万円、営業損失が 140 百万円、経常損失が 170 百万円、四半期純損失が 142 百万円、下期は売上高が 3,087 百万円、営業利益が 190 百万円、経常利益が 169 百万円、四半期純利益が 162 百万円の予想としている。婚活領域においては、上期の広告投資強化によって下期から新規入会者数の本格回復を見込んでいる。カジュアルウェディング領域においては、カジュアル挙式披露宴「スマ婚」シリーズの施行が下期に集中する見込みだ。また地方創生領域の収益も下期偏重となる。さらに経費面では、拠点統廃合（本社フロア縮小など）による地代家賃削減効果が下期から発生する見込みだ。このため下期から収益改善基調となり通期では黒字（全事業黒字化）の予想としている。

4. 経営基盤再整備の成果により中長期的な収益改善基調を期待

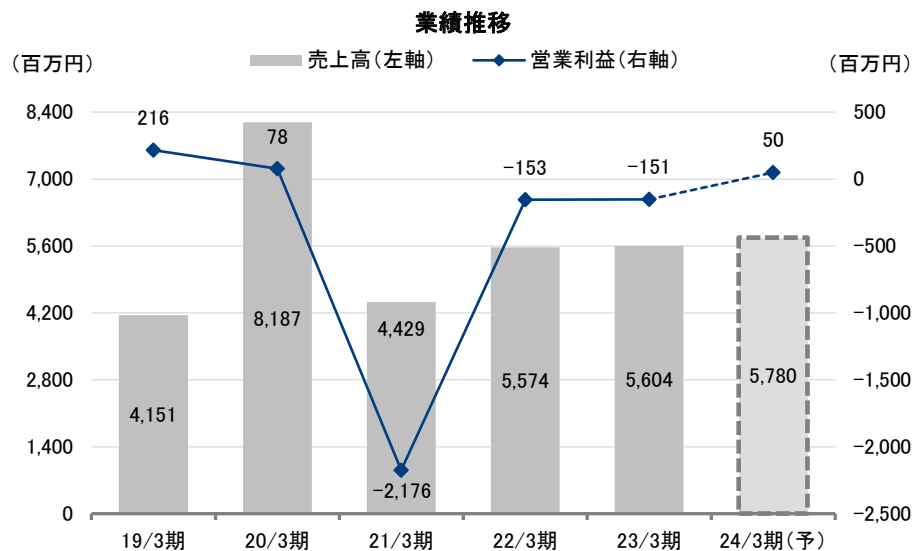
同社は成長に向けた基本戦略として、トレンドや社会変化に即座に対応できる柔軟な事業構造への転換、コロナ禍に負けない企業体質構築を目指している。2022 年 3 月期までは債務超過を解消するための短期的な業績回復施策として、広告投資抑制や固定費削減などの経営合理化施策を優先したが、2023 年 3 月期は高収益体制の確立、プロダクトの競争力強化、財務基盤強化など、中長期視点で成長に向けた経営基盤再整備を推進した。さらに 2024 年 3 月期は、2025 年 3 月期以降の成長路線回帰に向けて構造改革を継続する方針としている。本格的な収益回復や財務基盤の改善は 2025 年 3 月期以降となる見込みだが、構造改革推進や経営基盤再整備の成果により、弊社では中長期的な収益改善基調を期待できると評価している。

Key Points

- ・婚活領域及びカジュアルウェディング領域を主力に 4 つの戦略領域で高品質サービスを提供
- ・2023 年 3 月期は営業損失縮小、EBITDA は黒字基調
- ・2024 年 3 月期は下期から改善基調となり通期では黒字予想
- ・経営基盤再整備成果により中長期的な収益改善基調を期待できると評価

タメニー | 2023 年 6 月 20 日 (火)
6181 東証グロース市場 | <https://tameny.jp/ir/>

要約



注：24/3 期より非連結決算に移行
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。」、存在意義に「創造する力とおもいやり、おもてなしで、人々の心を満たし、活力ある社会の実現を支えます。」を掲げ、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、周辺領域のライフ＆テック領域及び地方創生領域を含めた 4 つの戦略領域で、顧客が求める高品質サービスを創出・提供している。2023 年 3 月期末時点の総資産は 5,016 百万円、純資産は 150 百万円、自己資本比率は 3.0%、発行済株式数は 26,259,100 株（自己株式 129 株含む）である。

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、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。

会社概要

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（株）、2023 年 3 月に吸収合併）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（株）、2022 年 3 月に吸収合併）をグループ化して事業領域を拡大した。

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<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。また 2023 年 3 月には TMS ホールディングスに対する第三者割当増資を実施して資本業務提携を強化した。

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 月に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・上場した。

タメニー | 2023 年 6 月 20 日 (火)
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 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・上場
2022年 7月	婚活事業者間プラットフォームを活用した婚活パーティー「CONNECT-ship Party」始動
2022年 8月	2022年オリコン顧客満足度調査「格安ウエディング」総合ランキングで「スマ婚」が第1位を獲得
2022年 9月	婚活パーティーで業界初のカップル成立仲介料型システム導入
2023年 3月	子会社のタメニーアートワークスを吸収合併し、企業向けイベントプロデュース事業を(株)ブイキューブに承継

出所：会社資料よりフィスコ作成

タメニー | 2023 年 6 月 20 日 (火)
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も展開

1. サービス概要

同社は、結婚相談所・オンライン結婚相談所・婚活パーティー・オンライン婚活サービス等の婚活領域、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起点に、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・結婚相談所連盟や成婚後サポート・保険代理店等のライフ&テック領域、地方自治体向けの婚活支援システムや婚活支援センター運営受託等の地方創生領域にも展開している。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、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。

事業領域

(2023年4月1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

2023 年 3 月期の売上高 (外部売上) は、婚活事業が前期比 12.2% 減の 2,271 百万円 (売上構成比 40.5%)、カジュアルウェディング事業が同 11.5% 増の 2,689 百万円 (同 48.0%)、その他 3 事業の合計が同 12.1% 増の 642 百万円 (同 11.5%) だった。2019 年 4 月にメイションをグループ化して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。2021 年 3 月期以降の売上高はコロナ禍によるイベント自粛の影響を強く受けたが、徐々に回復傾向となっている。なお 2024 年 3 月期よりセグメント区分を変更して、婚活事業、カジュアルウェディング事業、ライフ&テック事業、地方創生事業としている。

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」、オンライン結婚相談所「パートナーエージェント ONLINE」、アプリ完結型の結婚相談所「パートナーエージェント App」（2021 年 1 月に開始した旧オンライン結婚相談所「スマ婚縁結び」シリーズのサービス名を 2022 年 2 月に変更）、婚活パーティー「OTOCON」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り、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）デジタルライツコンサルティングの 2023 年 2 月調べ、同社の 2020 年 3 月期実績は約 27.0%、結婚相談所大手 2 社平均は同社推計で約 12.0%、国内一般の平均婚姻率は国勢調査を基に同社算出で約 5.9%）を特徴としている。なお 2023 年 1 月には、幅広い顧客層へ成婚機会を提供するため、入会資格を 20 歳以上に変更（従来は男性が 22 歳～最大 64 歳、女性が 20 歳～最大 54 歳）した。

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た。

アプリ完結型の結婚相談所「パートナーエージェント App」は、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、婚活アプリ「スマ婚デート」運営で培ったノウハウをベースに新たに開発したアプリである。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～）も提供している。

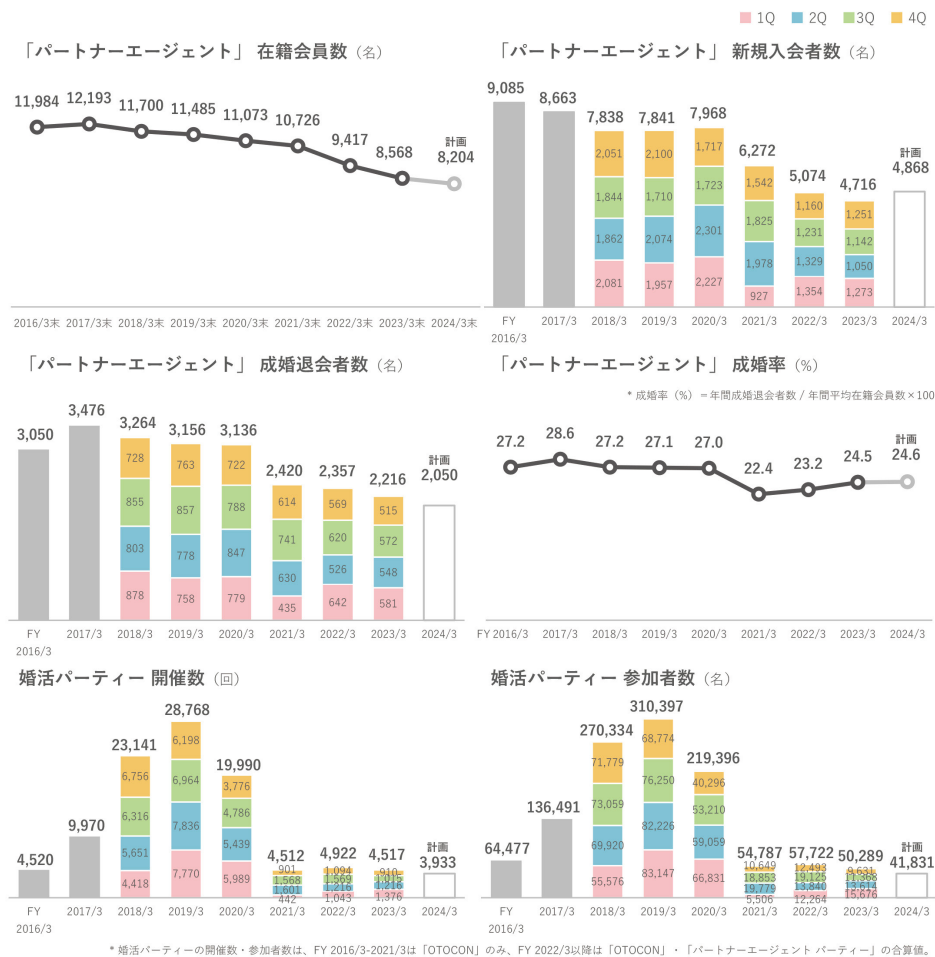
婚活パーティー「OTOCON」は、結婚相談所「パートナーエージェント」へのエントリーサービスとして、本気で結婚したい男女が安心して気軽に参加できる婚活パーティーである。婚活パーティー「OTOCON」の開催数及び参加者数については、2019 年 3 月期まで順調に増加して 2013 年提供開始以降の累計参加者数は 130 万人を突破しているが、2020 年 3 月期からは運営最適化とサービス品質向上を目的として戦略的に開催数を減らしている。また、2022 年 4 月 1 日付の民法改正で成年年齢が 18 歳に引き下げられたことを受け、婚活パーティーの参加資格を従来の 22 歳から 18 歳に引き下げた。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方針だ。

タメニー | 2023 年 6 月 20 日 (火)
6181 東証グロース市場 | https://tameny.jp/ir/

事業概要

婚活領域の主要 KPI の状況は以下の通りである。結婚相談所「パートナーエージェント」については、コロナ禍の影響を鑑みて広告投資を抑制した影響で新規入会者数が減少傾向だったため、在籍会員数も減少傾向だったが、新規入会者数が 2023 年 3 月期第 2 四半期の 1,050 名(前年同期比 21% 減)をボトムとして、第 3 四半期は 1,142 名(同 7% 減)、第 4 四半期は 1,251 名(同 8% 増)と回復傾向となっている。第 4 四半期には交通広告再開の効果などで前年同期比でもプラスに転じた。今後は、入会から長期間経過して成果が得られなかった会員が退会する影響でタイムラグがあるものの、新規入会者数の回復によって在籍会員数も回復基調に転じる見込みだ。成婚率については、コロナ禍の影響を受けながらも、概ね 20% 台と引き続き業界平均よりも高い水準で推移している。なお婚活パーティー「OTOCON」については、運営最適化とサービス品質向上を目的として、コロナ禍前の 2020 年 3 月期より戦略的に開催数を減らしているため、当面は概ね現状の水準で推移する見込みだ。

事業 KPI- 婚活事業



出所：決算補足資料より掲載

事業概要

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。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、エヌ・ティ・ティ・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。

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 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）を合わせて、結婚相談所業界最大級の 7 万人超となった。さらに 2021 年 12 月には TMS ホールディングスと資本業務提携、アイ・ケイ・ケイ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。

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できるだけでなく、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つなげられる。そして、より多くの成婚を輩出し、生涯未婚率の低下や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。また 2022 年 4 月には新成人限定の婚活サポートセンターを開設した。

さらに 2022 年 7 月には、婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」を活用した婚活パーティー「CONNECT-ship Party（コネクトシップパーティー）」を開始した。2022 年 9 月には婚活パーティー「OTOCON」において、業界初となる婚活パーティー参加費無料のカップル成立仲介料型システムを導入した。

2022 年オリコン顧客満足度調査「格安ウェディング」 総合ランキング 1 位を獲得

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、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。

事業概要

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 304 万円（ゼクシィ結婚トレンド調査 2022）に対して、「スマ婚」の平均費用は約 200 万円となっている。そして 2022 年 8 月には、2022 年オリコン顧客満足度調査「格安ウェディング」総合ランキングで「スマ婚」が第 1 位を獲得した。

なお、従来の「たくさんのゲストを招待して挙式＋披露宴を行う」形式だけでなく、「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」形式に対する新郎新婦のニーズが高まっ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「スマ婚フォト＋挙式」の受注を開始した。2023 年 1 月には、新郎新婦の思い描く美しさとおもてなし演出のイメージを叶える「スマ花 フラワー＆テーブルコーディネート」の提供を開始した。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。

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、全国 6 ヶ所の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実現する。プロデュース・撮影費用は平均約 30 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、結婚式らしい」体験ができる。

フォトウェディング「LUMINOUS」については、2020 年 11 月に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。2022 年 12 月からは、現代の家族の形を、写真を通して記憶し続ける「アニバーサリーフォトプラン」と「ワンモアフォトプラン」の提供を開始した。それぞれ、ライフステージ毎の記念を形に残したい層や、もう一度ドレスを着て 2 回目の撮影を楽しみたい層を取り込んでいく方針だ。2021 年 12 月には、婚装衣装の企画・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装衣装を強化する。

なおフォトウェディング「LUMINOUS」については、挙式披露宴型に回帰する動きや競争激化の影響などが見られるため、今後は稼働率上昇や単価上昇に向けた施策を強化する。また当面は自前の新規拠点開設を見送り、ホテルや結婚式場などフォトウェディングを強化したい事業者向けにノウハウを提供し、コンサルティングや共同運営などを推進する方針としている。

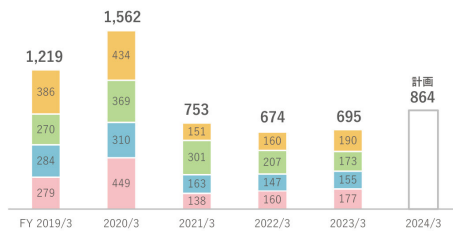
事業概要

カジュアルウェディング領域の主要 KPI の状況は以下の通りである。カジュアル挙式披露宴プロデュース「スマ婚」については、コロナ禍の影響で成約件数、施行件数とも大きく落ち込んだが、2023 年 3 月期はコロナ禍の影響が和らいで成約件数が前期比 21 件増の 695 件と増加に転じた。成約から施行まで概ね 8 ヶ月のタイムラグがあるものの、2024 年 3 月期は成約件数の増加に伴って施行件数も増加基調となる見込みだ。結婚式二次会「2 次会くん」については、2023 年 3 月期の成約件数が前期比 481 件増の 961 件、施行件数が 424 件増の 743 件となり、コロナ禍前の水準には届かないものの、「スマ婚」よりも早く回復基調となっている。なおフォトウェディング「LUMINOUS」については競争激化に加えて、コロナ禍影響の緩和で挙式披露宴型ウェディングに回帰する動きが見られるため、やや伸び悩む形となっている。

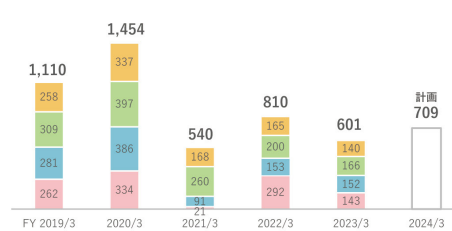
事業 KPI - カジュアルウェディング事業

1Q 2Q 3Q 4Q

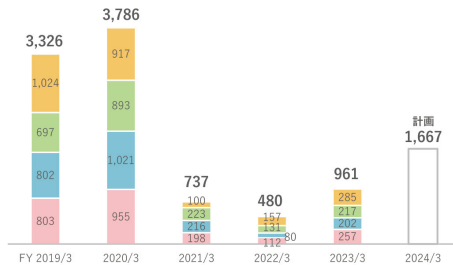
「スマ婚」シリーズ 成約件数 (件)



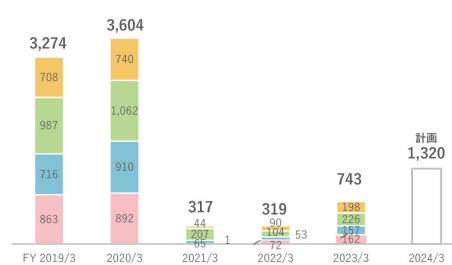
「スマ婚」シリーズ 施行件数 (件)



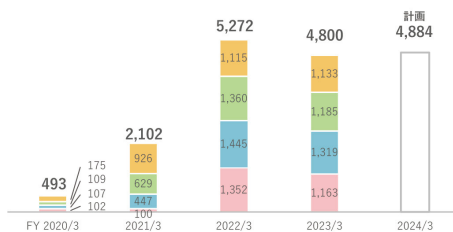
「2次会くん」成約件数 (件)



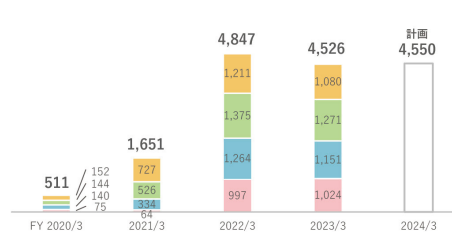
「2次会くん」施行件数 (件)



「LUMINOUS」成約件数 (件)



「LUMINOUS」施行件数 (件)



出所：決算補足資料より掲載

ライフ＆テック領域は婚活事業者間相互会員紹介などを展開

4. ライフ＆テック領域

ライフ＆テック領域の主要サービスは、従来のテック領域の婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」や結婚相談所連盟「婚活アライアンスパートナーズ」の運営など、及び従来のライフスタイル領域の成婚後サポートや保険代理店などである。

「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。2023 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 30,488 名（利用事業者の総会員数は 95,000 名以上）で、2023 年 3 月期のお見合い成立件数は 286,593 件となった。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。

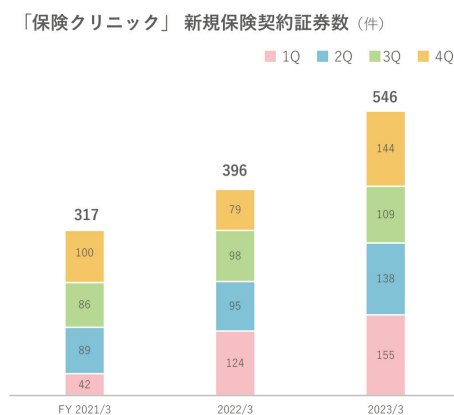
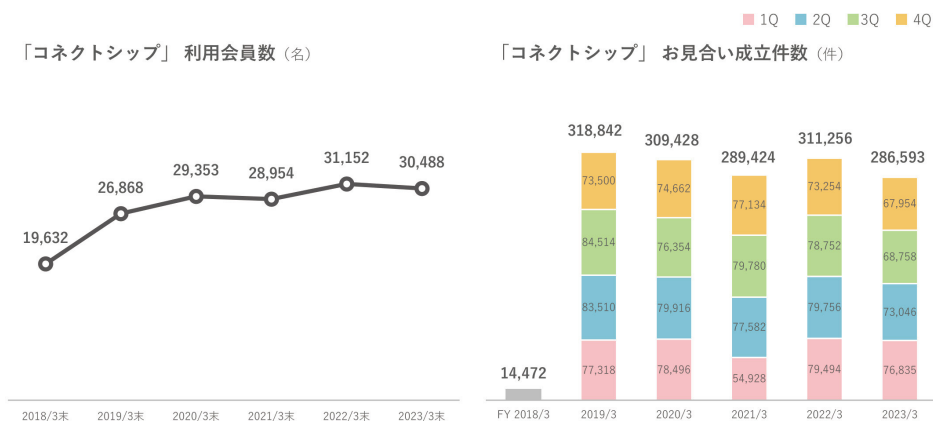
従来のライフスタイル領域では、成婚後の新生活サポートサービスとして、成婚後サポート「アニバーサリークラブ」、保険相談サービス（保険代理店「Tameny × 保険クリニック」）、不動産情報、ファイナンシャルプランニング等のサービスを展開し、サービス利用料や送客手数料などを得る。2020 年 11 月には新たなサービスの創出に向けて、ファイナンシャルパートナーサービスを提供するブロードマインド（株）と業務提携した。

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、2023 年 3 月期には 546 件まで増加している。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 7,400 組（2023 年 3 月期実績、婚活事業における成婚約 1,600 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 5,800 組）の新郎新婦との接点を活用してシナジーを追求する方針だ。

タメニー | 2023 年 6 月 20 日 (火)
6181 東証グロース市場 | <https://tameny.jp/ir/>

事業概要

事業 KPI – ライフ&テック事業



出所：決算補足資料より掲載

5. 地方創生領域

地方創生領域は、地方自治体向け婚活支援システム「parms」の提供、地方自治体の婚活支援センター運営受託などを展開している。なお、企業向けイベントプロデュース「イベモン」については、2023 年 3 月にブイキューブ<3681>に承継（事業譲渡）した。

地方自治体向け婚活支援システム「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。2023 年 3 月期末現在の導入自治体数は 11 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、青森県、滋賀県、大分県、兵庫県）となった。システム導入都道府県（2023 年 5 月時点で 33 都道府県）のうち、同社システム採用率は 33.3%となる。京都府については AI 機能を搭載した新バージョン「parms」を提供している。また、11 府県のうち京都府、宮城県、滋賀県については婚活支援センター運営も受託している。さらに 2023 年 4 月には、北海道のオンライン結婚サポートセンターの委託業務を受託（業務開始は 2023 年 6 月）した。また、京都府の「きょうと婚活応援センター」運営業務等を 2 年連続で受託（受託期間は 2023 年 4 月 1 日～2024 年 3 月 31 日）した。

事業概要

このほかに、自治体からのイベント・セミナーの企画・開催受託も増加している。直近では 2022 年 6 月に、和歌山県の結婚支援事業企画運営業務、及び秋田県の結婚サポータースキル向上・独身者婚活力アップ支援事業を受託した。2022 年 9 月には、ひょうご出会いサポートセンターの「公民連携出会いイベント事業」を受託した。2023 年 3 月期のイベント・セミナー開催数は前期比 6 件増加の 45 件となった。

高い信頼性・ブランド認知度を確立

6. 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、さらにライフ＆テック領域における成婚後の新生活サポートサービスまで、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、フォトウェディングや二次会トータルプロデュースも展開している。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、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。

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。

7. 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、従来型の高価・大人数の挙式披露宴だけではなく、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に対するニーズも高まっている。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、市場競争においても同社の優位性が発揮されるだろう。

事業概要

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。このため閑散期の施行を促進する施策を強化している。またウェディングに関しては、成約から施行までの期間が一般的には 8 ヶ月程度と長期間になることが多いため、成約から売上計上にタイムラグが発生する。

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。その後、コロナ禍の影響が和らいできたため、成長に向けた投資を再開する方針としている。

業績動向

2023 年 3 月期は営業損失縮小、EBITDA は黒字基調

1. 2023 年 3 月期業績の概要

2023 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 0.5% 増の 5,604 百万円、営業損失が 151 百万円（前期は 153 百万円の損失）、経常損失が 230 百万円（同 218 百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純損失が 237 百万円（同 320 百万円の損失）だった。コロナ禍の影響が残っていること、カジュアルウェディング領域は受注から施行までのタイムラグがあることなどで売上高は横ばいにとどまったが、人員配置最適化や拠点統廃合などの経営合理化効果で販管費が減少し、営業損失が僅かながらも縮小した。販管費は前期比 2.3 億円(5.2%)減少した。広告販促費が広告の段階的再開で 1.1 億円増加したが、人件費が人員減少と生産性向上で 2.2 億円減少、地代家賃が拠点統廃合で 0.4 億円減少、その他が 0.7 億円減少した。特別利益では前期計上の関係会社株式売却益 88 百万円が剥落したが、事業譲渡益 122 百万円を計上した。特別損失では減損損失が 70 百万円増加したが、臨時休業等による損失が 74 百万円減少した。

営業損失の計上が継続したが、EBITDA は、経営合理化と広告抑制で 2022 年 3 月期第 2 四半期に黒字転換し、2023 年 3 月期は広告を段階的に強化しながらも 4 四半期すべてが黒字だった。収益改善基調と言えるだろう。

なお、2023 年 3 月期の事業区分は「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 区分となっている。

タメニー | 2023 年 6 月 20 日 (火)
6181 東証グロース市場 | <https://tameny.jp/ir/>

業績動向

2023 年 3 月期連結業績の概要

(単位：百万円)

	21/3 期	22/3 期	23/3 期
売上高	4,429	5,574	5,604
営業利益	-2,176	-153	-151
経常利益	-2,089	-218	-230
親会社株主に帰属する当期純利益	-2,316	-320	-237
セグメント別売上高			
婚活事業	2,665	2,590	2,272
カジュアルウェディング事業	1,394	2,412	2,690
テック事業	145	138	168
ライフスタイル事業	53	70	70
法人・自治体向け事業	188	389	421
調整額	-18	-26	-20
セグメント別営業利益			
婚活事業	196	805	587
カジュアルウェディング事業	-1,064	-212	-229
テック事業	-23	51	64
ライフスタイル事業	-44	18	25
法人・自治体向け事業	16	88	75
調整額	-1,257	-904	-675

※ 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：決算補足資料よりフィスコ作成

業績動向

2. 事業別動向

各事業の主要指標

	21/3 期	22/3 期	23/3 期
婚活事業			
新規入会者数 (名)	6,272	5,074	4,716
成婚退会者数 (名)	2,420	2,357	2,216
成婚率 (%)	22.4	23.2	24.5
期末在籍会員数 (名)	10,726	9,417	8,568
パーティー開催数 (回)	4,512	4,922	4,517
パーティー参加者数 (名)	54,787	57,722	50,289
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	695
2 次会くん	737	480	961
LUMINOUS	2,102	5,272	4,800
施行件数 (件)			
スマ婚シリーズ	540	810	601
2 次会くん	317	319	743
LUMINOUS	1,651	4,847	4,526
その他事業			
CONNECT-ship 期末利用会員数 (名)	28,954	31,152	30,488
CONNECT-ship お見合い成立件数 (名)	289,424	311,256	286,593
CONNECT-ship 利用事業者数 (社)	12	12	12
新規保険契約証券数 (件)	317	396	546

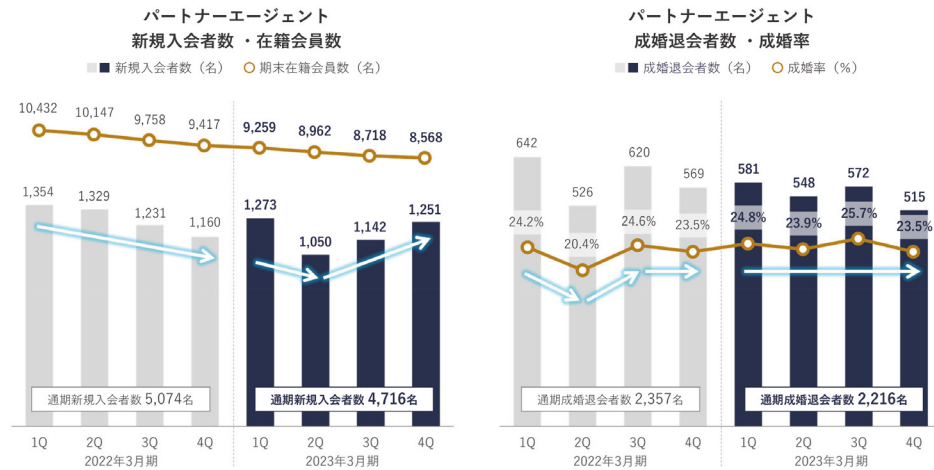
出所：FACTBOOK よりフィスコ作成

婚活事業は、売上高が前期比 12.3% 減の 2,272 百万円、営業利益（全社費用等調整前）が同 27.0% 減の 587 百万円だった。コロナ禍の影響を鑑みて前期に広告販促費を戦略的に抑制した影響で、結婚相談所「パートナーエージェント」の新規入会者数、在籍会員数が減少した。新規入会者数は同 7.1% 減の 4,716 名、期末在籍会員数は同 9.0% 減の 8,568 名となった。なお、2022 年 6 月に首都圏を中心に交通広告を再開、2022 年 9 月に東海及び関西に拡大するなど、段階的に広告を強化している効果で 2022 年 9 月以降は新規入会者数が増加に転じている。婚活パーティーの開催数は同 8.2% 減の 4,517 回、参加者数は同 12.9% 減の 50,289 名だった。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が、婚活パーティーから結婚相談所への送客は同 24.4% 増の 495 名と順調だった。

タメニー | 2023 年 6 月 20 日 (火)
6181 東証グロース市場 | <https://tameny.jp/ir/>

業績動向

婚活事業 主な指標

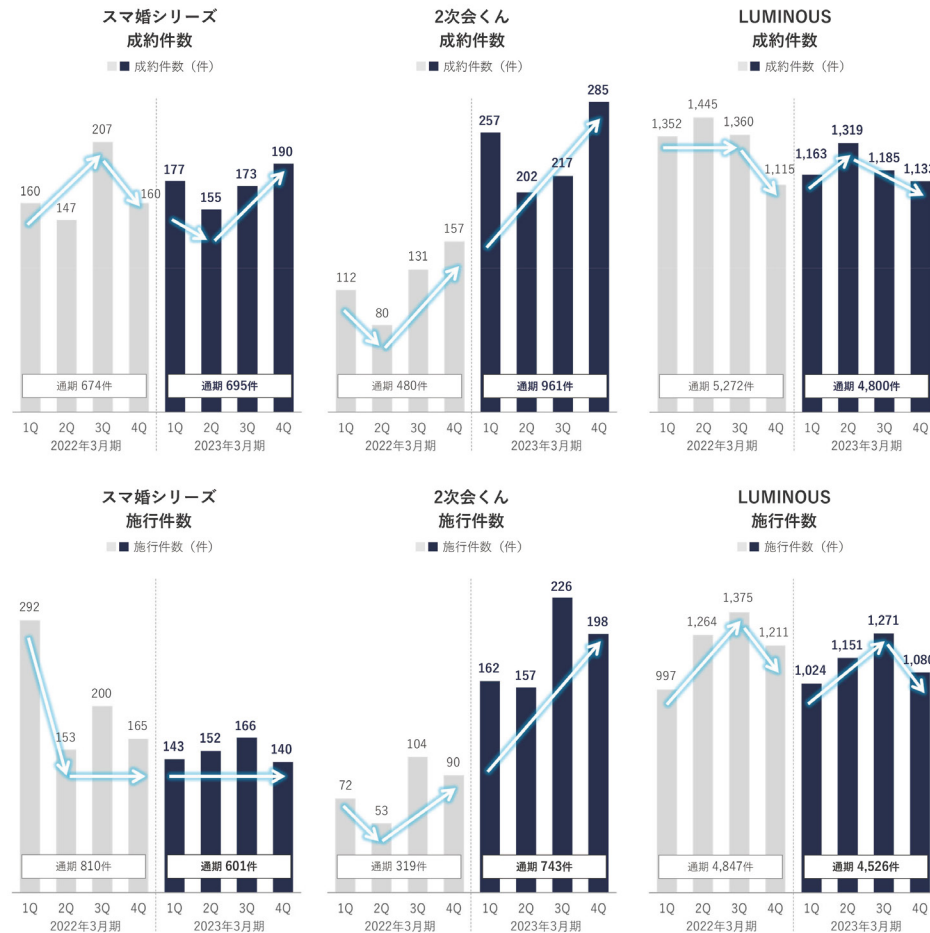


カジュアルウェディング事業は、売上高が前期比 11.6% 増の 2,690 百万円、営業損失がのれん償却費 152 百万円を計上して 229 百万円（前期は 212 百万円の損失）となった。コロナ禍の影響が緩和され、結婚式二次会「2 次会くん」の成約件数が前期比 100.2% 増の 961 件、施行件数が同 132.9% 増の 743 件と回復傾向を強めた。カジュアル挙式披露宴「スマ婚」シリーズは成約件数が同 3.1% 増の 695 件と緩やかに回復傾向だが、タイムラグの関係で施行件数は同 25.8% 減の 601 件だった。フォトウェディング「LUMINOUS」は、成約件数が同 9.0% 減の 4,800 件、施行件数が同 6.6% 減の 4,526 件だった。挙式披露宴型に回帰する動きや競争激化の影響などが見られ、成約件数・施行件数とも伸び悩む形となったが、衣装の高品質化などで施行単価は上昇した。

タメニー | 2023 年 6 月 20 日 (火)
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 主な指標



出所：決算説明資料より掲載

テック事業は、売上高が前期比 21.6% 増の 168 百万円、営業利益が同 25.9% 増の 64 百万円だった。婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」で新たな利用事業者が加わり（2022 年 4 月に TMS コネクトが加入、一方で 1 事業者が退会したため期末利用事業者数は前期末と同数の 12 社）、課金対象会員数が増加した。また、2022 年 4 月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」や、2022 年 7 月に開始した「CONNECT-ship」を活用した婚活パーティー「CONNECT-ship Party」も寄与した。ライフスタイル事業は売上高が同 0.5% 増の 70 百万円、営業利益が 33.5% 増の 25 百万円だった。新規保険契約証券数が順調に増加（同 37.9% 増の 546 件）した。法人・自治体向け事業は売上高が同 8.2% 増の 421 百万円、営業利益が同 14.1% 減の 75 百万円だった。地方自治体向け婚活支援システム「parms」の導入が拡大したが、企業向けイベントプロデュース「イベモン」の忘年会需要が減少した。なお「イベモン」は 2023 年 3 月末に事業譲渡した。

3. 財務状況

財務面で見ると、2023 年 3 月期末の総資産は前期末比 316 百万円減少して 5,016 百万円となった。のれんが 152 百万円減少、無形固定資産のソフトウェアが 129 百万円減少した。負債合計は同 229 百万円減少して 4,865 百万円となった。長短借入金合計が 180 百万円減少した。なお長短借入金合計の残高は 4,062 百万円となった。純資産合計は同 86 百万円減少して 150 百万円となった。資本剰余金が 237 百万円減少、利益剰余金が 150 百万円増加した。この結果、自己資本比率は同 1.5 ポイント低下して 3.0% となった。

なお 2023 年 2 月に TMS ホールディングスと追加の資本業務提携契約を締結し、TMS ホールディングスを割当先とする第三者割当増資を実施して 147 百万円を調達（2023 年 3 月に払込完了）した。安定的な財務基盤の回復が課題だが、資金調達によって当面は財務面のリスクが低下したと弊社では考えている。

タメニー | 2023 年 6 月 20 日 (火)
6181 東証グロース市場 | <https://tameny.jp/ir/>

業績動向

主要経営指標

(単位：百万円)

	19/3 期	20/3 期	21/3 期	22/3 期	23/3 期
売上高	4,151	8,187	4,429	5,574	5,604
売上原価	1,778	4,062	875	1,302	1,562
売上総利益	2,372	4,125	3,553	4,271	4,042
売上総利益率	57.2%	50.4%	80.2%	76.6%	72.1%
販管費	2,156	4,046	5,729	4,425	4,193
販管費率	51.9%	49.4%	129.4%	79.4%	74.8%
営業利益	216	78	-2,176	-153	-151
営業利益率	5.2%	1.0%	-	-	-
営業外収益	18	46	161	21	4
営業外費用	26	83	74	87	83
経常利益	208	41	-2,089	-218	-230
経常利益率	5.0%	0.5%	-	-	-
特別利益	1	105	66	334	363
特別損失	44	103	255	424	387
税金等調整前当期純利益	165	42	-2,278	-309	-254
法人税等合計	79	40	38	11	-17
親会社株主に帰属する当期純利益	90	2	-2,316	-320	-237
親会社株主に帰属する当期純利益率	2.2%	0.0%	-	-	-
包括利益	83	3	-2,313	-321	-237
資産合計	3,382	5,478	5,067	5,332	5,016
（流動資産）	2,059	1,999	1,479	2,065	2,311
（固定資産）	1,322	3,477	3,587	3,266	2,705
負債合計	2,404	4,452	5,467	5,095	4,865
（流動負債）	1,132	1,873	2,464	2,045	2,255
（固定負債）	1,271	2,579	3,002	3,049	2,610
純資産合計	978	1,025	-399	237	150
（株主資本）	981	1,027	-400	237	150
（資本金）	255	263	684	44	44
自己株式除く期末発行済株式総数（株）	10,153,371	10,487,571	16,213,571	24,981,871	26,258,971
1 株当たり当期純利益（円）	8.99	0.25	-202.70	-15.28	-9.49
1 株当たり純資産額（円）	96.39	97.81	-24.65	9.50	5.73
1 株当たり配当額（円）	0	0	0	0	0
自己資本比率	28.9%	18.7%	-7.9%	4.5%	3.0%
自己資本当期純利益率	9.8%	0.3%	-739.9%	-	-122.4%
営業活動によるキャッシュ・フロー	374	232	-1,514	-22	69
投資活動によるキャッシュ・フロー	-180	-1,861	-447	-134	71
財務活動によるキャッシュ・フロー	464	1,462	1,483	841	-67
現金及び現金同等物の期末残高	1,207	1,040	562	1,246	1,319

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

2024 年 3 月期は下期から改善基調となり 通期では黒字予想

● 2024 年 3 月期業績予想の概要

2024 年 3 月期（タメニーアートワークス（株）の吸収合併及びタメニーエージェンシー（株）の非連結子会社化により、非連結決算に移行し、セグメント区分を変更）の個別業績予想は、前期連結業績との比較で売上高が 3.1% 増の 5,780 百万円、営業利益が 50 百万円（前期連結業績は 151 百万円の損失）、経常利益が 0 百万円（同 230 百万円の損失）、当期純利益が 20 百万円（同 237 百万円の損失）としている。

なお上期と下期に分解すると、上期は売上高が 2,693 百万円、営業損失が 140 百万円、経常損失が 169 百万円、四半期純損失が 142 百万円、下期は売上高が 3,087 百万円、営業利益が 190 百万円、経常利益が 170 百万円、四半期純利益が 162 百万円の予想としている。婚活領域においては、上期の広告投資強化によって下期から新規入会者数の本格回復を見込んでいる。カジュアルウェディング領域においては、カジュアル挙式披露宴「スマ婚」シリーズの施行が下期に集中する見込みだ。また地方創生領域の収益も下期偏重となる。さらに経費面では、拠点統廃合（本社フロア縮小など）による地代家賃削減効果が下期から発生する見込みだ。このため下期から収益改善基調となり通期では黒字（全事業黒字化）の予想としている。

2024 年 3 月期業績予想の概要

（単位：百万円）

	22/3 期実績	23/3 期実績		24/3 期個別業績予想		
	連結 通期	連結 通期	個別 通期	上期	下期	通期
売上高	5,574	5,604	3,988	2,693	3,087	5,780
営業利益	-153	-151	-39	-140	190	50
経常利益	-218	-230	-114	-169	170	0
当期純利益	-320	-237	-804	-142	162	20

注：23/3 期の個別決算ではタメニーアートワークスに対する債権放棄損 650 百万円を特別損失に計上

出所：決算短信よりフィスコ作成

タメニー | 2023 年 6 月 20 日 (火)
6181 東証グロース市場 | <https://tameny.jp/ir/>

今後の見通し

2024 年 3 月期セグメント別業績予想

(億円)

旧セグメント		2023年3月期 実績		新セグメント	2024年3月期 計画
婚活	売上高	22.7		婚活	22.2
	営業利益	5.8			5.4
カジュアル ウェディング	売上高	26.9		カジュアル ウェディング	32.1
	営業利益	△2.2			0.0
テック	売上高	1.6	統合	ライフ & テック	2.5
	営業利益	0.6			0.3
ライフ スタイル	売上高	0.7			
	営業利益	0.2			
法人・ 自治体向け	売上高	4.2	法人向け 事業譲渡	地方創生	1.5
	営業利益	0.7			0.2

※2024年3月期よりライフ & テック事業と婚活事業においてセグメント間取引（婚活事業からライフ & テック事業への送客に係る斡旋手数料）が発生しています。

出所：決算説明資料より掲載

各事業の主要指標の通期計画

(単位：百万円)

	23/3 期	24/3 期計画
婚活事業		
新規入会者数（名）	4,716	4,868
期末在籍会員数（名）	8,568	8,204
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	695	864
2次会くん	961	1,667
LUMINOUS	4,800	4,884
施行件数（件）		
スマ婚シリーズ	601	709
2次会くん	743	1,320
LUMINOUS	4,526	4,550

出所：会社資料よりフィスコ作成

■ 成長戦略

経営基盤再整備の成果により中長期的な収益改善基調を期待

同社は成長に向けた基本戦略として、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、コロナ禍に負けない企業体質構築を目指している。2022 年 3 月期までは債務超過を解消するための短期的な業績回復施策として、広告投資抑制や固定費削減などの経営合理化施策を優先したが、2023 年 3 月期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、中長期視点で成長に向けた経営基盤再整備を推進した。さらに 2024 年 3 月期は、2025 年 3 月期以降の成長路線回帰に向けて構造改革を継続する方針としている。

経営体制の面では、短期業績回復に一定程度の目途が付いたとして、2022 年 10 月 1 日付で代表取締役の異動を実施した。さらに中長期戦略の要として、パーパス（存在意義）を「創造する力とおもいやり、おもてなしで、人々の心を満たし、活力ある社会の実現を支えます。」と定義した。

本格的な収益回復や財務基盤の改善は 2025 年 3 月期以降となる見込みだが、構造改革推進や経営基盤再整備の成果により、弊社では中長期的な収益改善基調を期待できると評価している。

タメニー | 2023 年 6 月 20 日 (火)
6181 東証グロース市場 | https://tameny.jp/ir/

株主還元策

株主優待制度は保有株式数に応じて優待券を贈呈

株主還元策については、現時点では将来に向けた投資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 30 日時点の 1 単元（100 株）以上保有株主を対象として実施し、同社の各種サービスで利用できる優待券を贈呈している。なお、業績を早期に回復させ成長路線に回帰させることが株主の利益に資するものであると判断し、株主専用「タメニー・プレミアム優待倶楽部」で利用できる優待ポイントの贈呈については一時的に休止した。

株主優待制度の変更内容

(変更箇所については下線を付しております)

	変更前	変更後
ご優待券	パートナーエージェント・パートナーエージェント ONLINE 入会時登録料無料優待券 × 1 枚 (注1)	パートナーエージェント 入会時登録料無料 (30,000 円分 (税別)) 優待券 × 1 枚
	スマ婚 割引優待券 50,000 円分 (税別) × 4 枚 (注2)	スマ婚 割引優待券 50,000 円分 (税別) × 4 枚 (注2)
	2 次会くん 割引優待券 30,000 円分 (税別) × 2 枚 (注3)	2 次会くん 割引優待券 30,000 円分 (税別) × 2 枚 (注3)
	ウェディングフォト「LUMINOUS」 割引優待券 20,000 円分 (税別) × 1 枚	ウェディングフォト「LUMINOUS」 割引優待券 20,000 円分 (税別) × 1 枚
	マネー相談会 参加無料優待券 × 1 枚	マネー相談会 参加無料優待券 × 1 枚
	LUMINOUS Les Bijoux (ジュエリー) 割引優待券 30,000 円分 × 3 枚 (税別)	廃止
	「タメニー・プレミアム優待倶楽部」で ご利用いただけるご優待ポイント	休止

(注1)「入会時登録料無料優待券」はパートナーエージェントが入会時登録料 30,000 円 (税別)、パートナーエージェント ONLINE が入会時登録料 10,000 円 (税別) 無料となります。

(注2)「スマ婚割引優待券」は、税別ご利用金額が 50 万円以上 100 万円未満で 1 枚、100 万円以上 150 万円未満で 2 枚、150 万円以上 200 万円未満で 3 枚、200 万円以上で 4 枚のご優待券がご利用になります。

(注3)「2 次会くん割引優待券」は、税別ご利用金額が 30 万円以上 60 万円未満で 1 枚、60 万円以上で 2 枚のご優待券がご利用になります。

出所：会社リリースより掲載

■ 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システム「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。また、同社の事業全体が少子化対策や地域創生対策といった社会貢献につながる事業であるとも言える。

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