

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12月20日(月)

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. 高い信頼性・ブランド認知度が強み	01
2. 2022年3月期第2四半期累計はコロナ禍だが前期比では大幅増収・赤字縮小	01
3. 2022年3月期通期予想を下方修正したが前期比では赤字縮小（下期黒字転換）	01
4. 積極的な事業展開で中長期的な成長を期待	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	11
5. ライフスタイル事業	12
6. 法人・自治体向け事業	12
7. 特徴・強み	13
8. リスク要因・収益特性と課題・対策	14
■ 業績動向	15
1. 2022年3月期第2四半期連結業績の概要	15
2. 事業別動向	16
3. 財務状況	17
4. 債務超過解消に向けた取り組み	18
■ 今後の見通し	19
1. 2022年3月期の通期連結業績予想の概要	19
2. 下期の重点施策	20
■ 中長期成長戦略	21
1. 3ヶ年中期経営計画	21
2. 婚姻組数減少でも市場シェア拡大余地は大きい	22
3. 領域別戦略	23
4. 財務戦略	24
5. 積極的な事業展開で中長期的な成長を期待	24
■ 株主還元策	25
● 株主優待制度	25
■ ESG 経営・SDGs への取り組み	25

■ 要約

婚活・カジュアルウェディングを中心に高品質サービスを創出・展開

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日付けで商号変更) 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を中心に、テック、ライフスタイル、法人・自治体など幅広い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. 高い信頼性・ブランド認知度が強み

報告セグメント区分は2022年3月期第1四半期から変更して、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・結婚式二次会のプロデュース等)、テック事業(婚活事業者間の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(保険販売等の保険・金融・不動産関連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。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、新生活の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。

2. 2022年3月期第2四半期累計はコロナ禍だが前期比では大幅増収・赤字縮小

2022年3月期第2四半期累計の連結業績は、売上が前年同期比64.6%増の2,801百万円、営業利益が215百万円の損失(前年同期は1,439百万円の損失)、経常利益が288百万円の損失(同1,376百万円の損失)、親会社株主に帰属する四半期純利益が416百万円の損失(同1,376百万円の損失)だった。新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)の影響でピーク時への回復には遠い水準だが、前年同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、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で販管費を削減し、各利益は赤字が大幅に縮小した。四半期別に見ると、2021年3月期第1四半期をボトムとして四半期ごとに営業赤字が縮小し、2022年3月期第2四半期には営業利益が黒字転換した。

3. 2022年3月期通期予想を下方修正したが前期比では赤字縮小(下期黒字転換)

2022年3月期通期の連結業績予想は下方修正して、売上が5,730百万円(2021年3月期は4,429百万円)、営業利益が160百万円の損失(同2,176百万円の損失)、経常利益が230百万円の損失(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250百万円の損失(同2,316百万円の損失)としている。第2四半期にコロナ禍の再拡大と断続的な緊急事態宣言の影響を受けたため、コロナ禍からの回復ペースが期初時点の想定を下回る。一方でコスト面は経営全般で合理化を推進し、通期ベースでも前期比では赤字が大幅に縮小する見込みとしている。営業利益は上期が215百万円の赤字だったが、下期は55百万円の黒字転換見込みとしている。

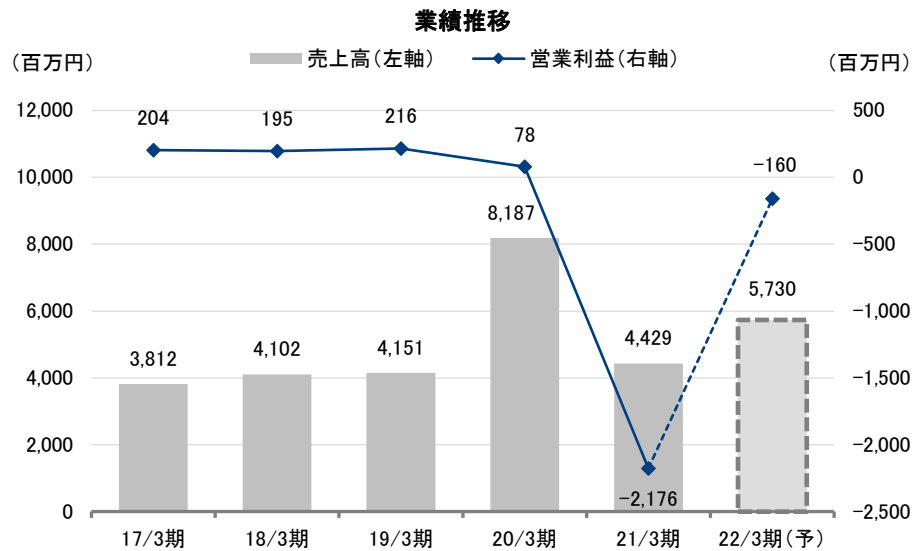
要約

4. 積極的な事業展開で中長期的な成長を期待

3ヶ年中期経営計画では、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ヶ年と位置付けている。コロナ禍からの回復ペースが想定より遅れているが、当面の業績回復に向けて売上拡大とともに、拠点統廃合、人員再配置、経費削減などの経営合理化によって利益率改善を図る。最終年度2024年3月期の目標値は売上高147億円、営業利益27億円、営業利益率18.6%以上としている。また2022年3月期末までに債務超過の解消を目指すとしている。そして借入金返済などで早期に財務基盤を安定化させることで、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。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。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、中長期的な成長に向けた施策を着実に実施している。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・優位性もあり、市場シェア拡大の余地は大きい。早期に財務基盤を安定させ、積極的な事業展開で中長期的な収益拡大を期待したい。

Key Points

- ・結婚相談所を起点として、婚活からカジュアルウェディング、新生活のサポートサービス領域まで幅広く展開
- ・2022年3月期はコロナ禍が継続するが経営合理化も寄与して黒字転換・債務超過の解消を目指す
- ・当面はコロナ禍で厳しい状況だが、積極的な事業展開で中長期的な成長を期待



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・カジュアルウェディングを中心に、テック・ライフスタイル・法人など幅広い領域において、顧客が求める高品質サービスを創出・提供している。

グループは同社、及び連結子会社3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)はカジュアルウェディング事業(フォトウェディング等)、タメニーパーティーエージェント(株)はカジュアルウェディング事業(パーティープロデュース等)、タメニーエージェンシー(株)はその他事業(広告代理業等)を行っている。持分法適用関連会社の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。

なお2022年4月に移行予定の新市場区分については、新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果でグロース市場への適合を確認し、2021年10月19日開催の取締役会においてグロース市場の選択申請を決議している。

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。

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相互会員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月にはフォトウェディングの(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)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)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た。

タメニー | 2021年12月20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
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」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

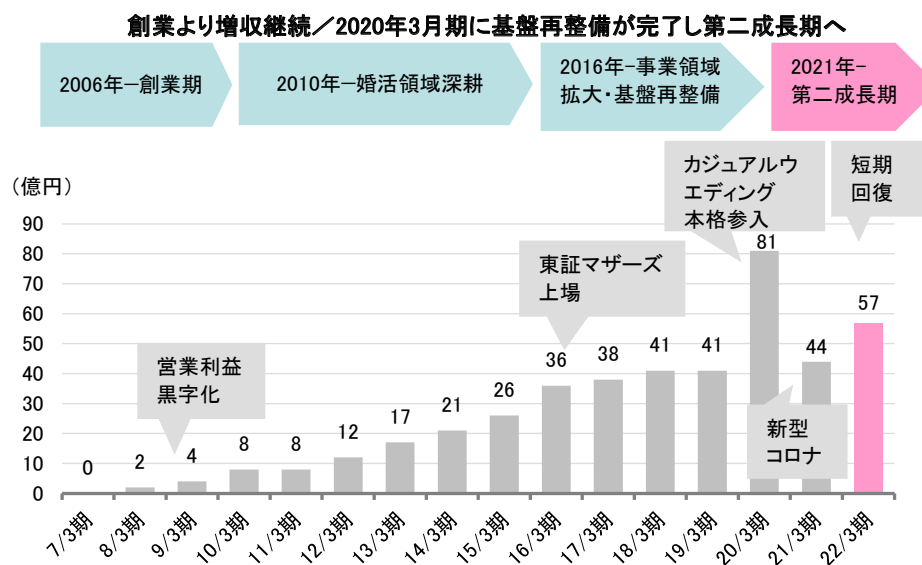
出所：会社資料よりフィスコ作成

■ 事業概要

婚活・カジュアルウェディング領域を主力として、 周辺領域にも事業展開

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、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・ジュエリー販売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・ファイナンシャルプランニング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・自治体領域にも事業展開している。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

事業概要

事業概要

<p>婚活</p> <p>結婚相談所</p>  <p>パートナーエージェント</p> <p>◇ パートナーエージェント ONLINE</p> <hr/> <p>婚活パーティー</p>  <p>◇ パートナーエージェント Party</p>	<p>テック</p> <p>婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム</p>  <hr/> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="826 658 1034 824"> <p>オンライン婚活</p>   </td> <td data-bbox="1050 658 1257 824"> <p>企業向け 婚活支援システム</p> </td> </tr> </table>	<p>オンライン婚活</p>  	<p>企業向け 婚活支援システム</p>				
<p>オンライン婚活</p>  	<p>企業向け 婚活支援システム</p>						
<p>カジュアルウェディング</p> <p>カジュアル挙式披露宴等</p>   <hr/> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="343 1346 550 1525"> <p>フォトウェディング</p>  </td> <td data-bbox="566 1346 762 1525"> <p>結婚式二次会</p>  </td> </tr> </table> <hr/> <p>ドレス・ジュエリー</p>  	<p>フォトウェディング</p> 	<p>結婚式二次会</p> 	<p>ライフスタイル</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="826 920 1034 1093"> <p>保険代理店</p>  </td> <td data-bbox="1050 920 1257 1093"> <p>成婚後サポート</p>  </td> </tr> </table> <p>住宅情報・フィナンシャルプランニング (業務提携)</p> <p>and more ...</p> <hr/> <p>法人・自治体向け</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="826 1361 1034 1541"> <p>地方自治体向け 婚活支援</p>  </td> <td data-bbox="1050 1361 1257 1541"> <p>企業イベント プロデュース</p>  </td> </tr> </table> <hr/> <p>映像制作</p> <p>and more ...</p>	<p>保険代理店</p> 	<p>成婚後サポート</p> 	<p>地方自治体向け 婚活支援</p> 	<p>企業イベント プロデュース</p> 
<p>フォトウェディング</p> 	<p>結婚式二次会</p> 						
<p>保険代理店</p> 	<p>成婚後サポート</p> 						
<p>地方自治体向け 婚活支援</p> 	<p>企業イベント プロデュース</p> 						

出所：FACT BOOK より掲載

報告セグメント区分は2022年3月期第1四半期から変更して、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・結婚式二次会のプロデュース等）、テック事業（婚活事業者間の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。

事業概要

2022年3月期第2四半期累計のセグメント別(調整前)売上高構成比は婚活事業が47.5%、カジュアルウェディング事業が44.8%、テック事業が2.5%、ライフスタイル事業が0.9%、法人・自治体向け事業が4.2%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、婚活事業とカジュアルウェディング事業の2本柱だが、コロナ禍の影響でややイレギュラーな形となっている。

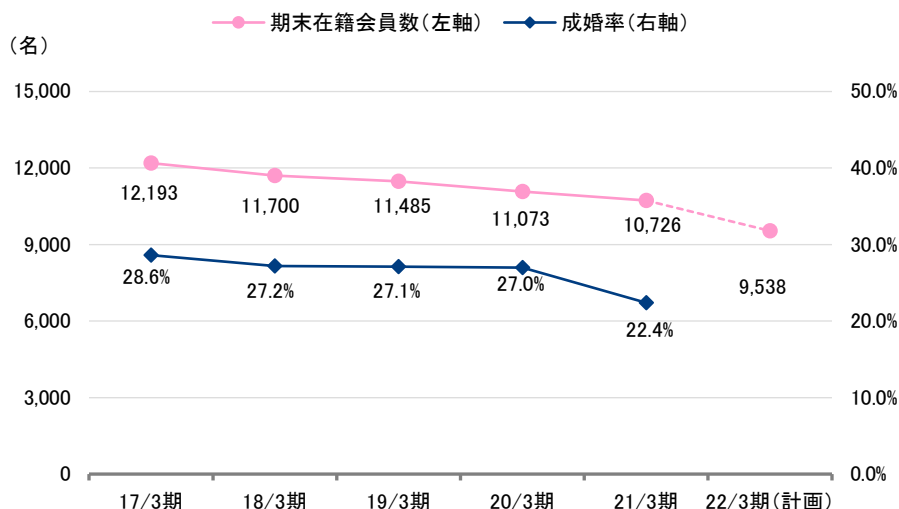
結婚相談所は高品質が強みで成婚率が業界首位

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、及びエントリーサービスとしての婚活パーティー「OTOCON」の企画・運営である。2020年11月には、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)」を開始した。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・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。

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、初期費用、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。成婚率は2021年3月期にコロナ禍の影響で一時的に低下したが、この特殊要因を除けばおおむね27%~28%で推移している。またコロナ禍を背景として、オンライン結婚相談所「パートナーエージェントONLINE」の展開も本格化させている。

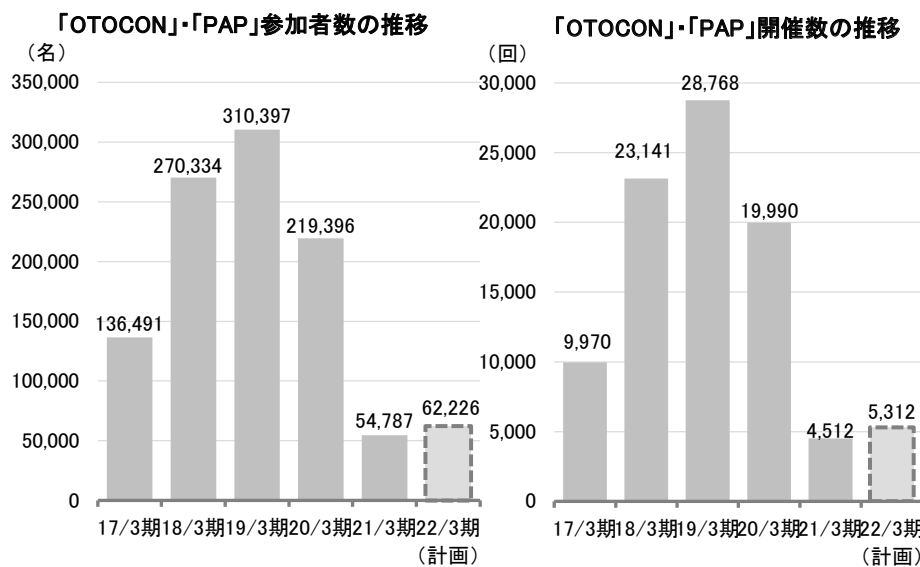
「パートナーエージェント」在籍会員数と成婚率の推移



出所: FACT BOOK よりフィスコ作成

事業概要

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位置付けて、全国の自社会場を中心に開催している。参加者数及び開催数は2019年3月期まで順調に増加したが、2020年3月期から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。当面はコロナ禍の影響で開催回数を増やすことが難しいが、今後の戦略としてワンランク上の婚活パーティー「PAP」の展開加速を図る方針だ。2022年3月期第2四半期時点で「PAP」登録会員数は3,000名を突破した。



注：17/3期～21/3期は「OTOCON」のみ
 出所：FACT BOOK よりフィスコ作成

その他の新規オプションサービスとして、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利用者の成婚率が約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。そのため、2022年3月期第2四半期累計の販売件数は395件となった。また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。

なお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。

また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。

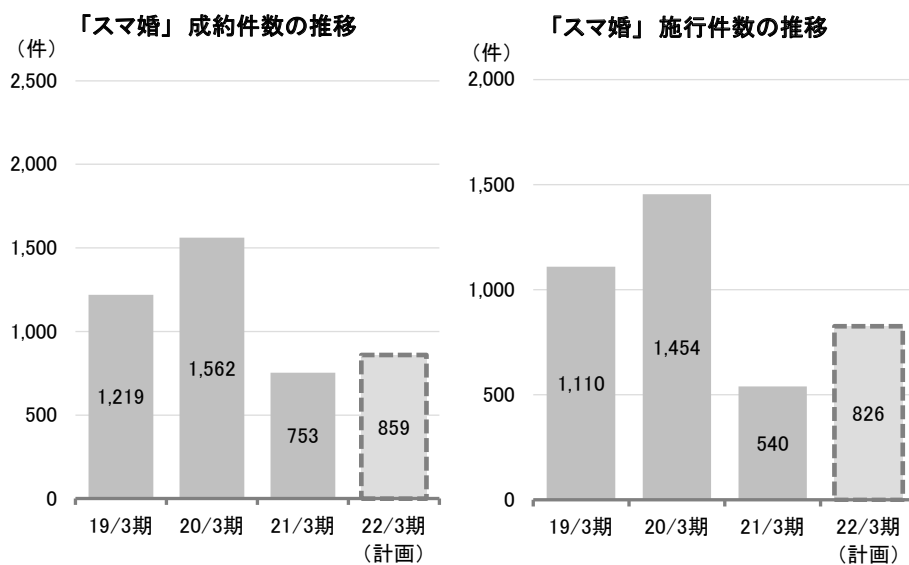
フォトウェディングが成長分野

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。

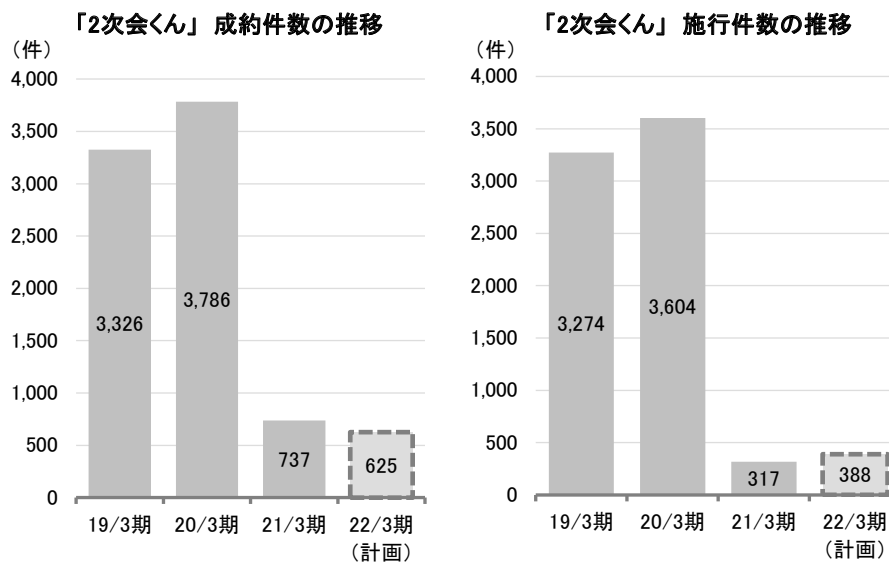
成約・施行件数は、コロナ禍の影響で2021年3月期には大幅減少したが、2022年3月期は緩やかに回復傾向となっている。さらに、コロナ禍への対応だけでなく、新郎新婦のニーズが従来の「たくさんのゲストを招待して挙式+披露宴を行う」形式から、「本当に大切な人に感謝を伝えるための小規模な結婚式を行う」形式に移り変わってきていることにも対応して、新たなプラン・サービスの企画開発・提供も推進している。2021年5月には「スマ婚」の少人数挙式の新プラン（少人数挙式&お土産、少人数挙式&セレブレーションアワー、ガーデンウェディング）の提供を開始した。さらに2021年11月には少人数挙式の新プラン「スマ婚少人数挙式ライトプラン」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。



出所：FACT BOOK よりフィスコ作成

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。カジュアル挙式披露宴「スマ婚」と同様に成約・施行件数はコロナ禍の影響で2021年3月期は大幅減少した。2022年3月期も回復が鈍いと想定している。

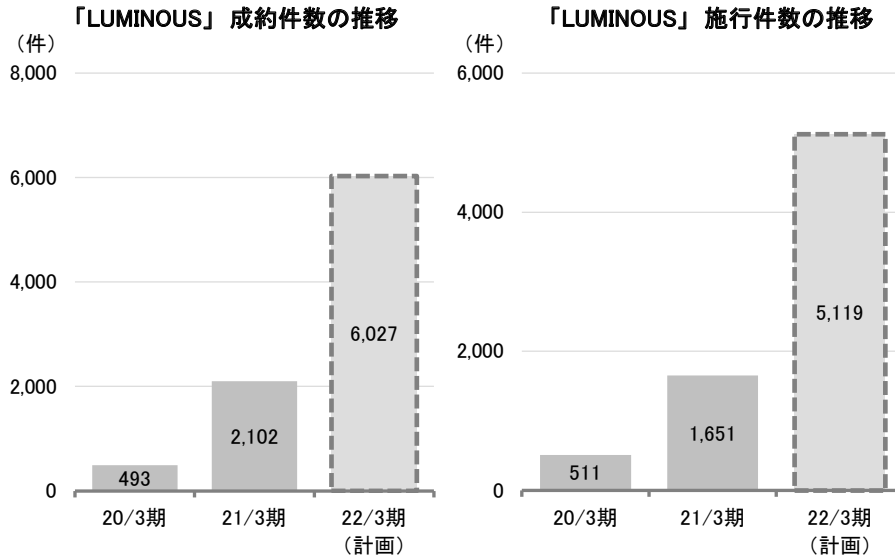


出所：FACT BOOK よりフィスコ作成

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えて、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20万円となっている。一般的な挙式披露宴費用約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。

コロナ禍でも「3密」を避けられるため、with コロナ時代に適応したウェディングの形として、2021年3月期は成約・施行件数が大幅に増加した。さらに、2022年3月期も大幅に増加する見込みとしている。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、一気に全国展開することが可能になる。また、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。

事業概要



出所：FACT BOOK よりフィスコ作成

テック事業は婚活事業者間の相互会員紹介や結婚相談所・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、オンライン結婚相談所・婚活アプリ「スマ婚縁結び」シリーズの企画開発・運営、企業向け婚活支援システムなどである。

「CONNECT-ship」は婚活事業者間相互会員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月に開始した。さらに、2021年5月には(株)Pairsエンゲージが新たに加わり、2022年3月期第2四半期末時点の利用事業者数は13社、利用会員数は約3万名（利用事業者の総会員数は約5万名）となった。with コロナ時代に対応して、独自開発の自動オンラインお見合いシステムも開始している。なお「CONNECT-ship」のマネタイズポイントについて、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た。また、婚活サービス運営を受託していたエン婚活エージェントについては、2020年11月1日に運営支援業務を譲渡し、さらに2021年11月に保有全株式をエン・ジャパンに譲渡したが、従来からの連携関係に変更はない。

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を背景として、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。2022年3月期第2四半期末時点の「スマ婚縁結び」のダウンロード数は1万ダウンロードを突破した。

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の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ほか領域とのシナジー追求

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。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。

法人事業は企業向けイベントプロデュースが成長分野

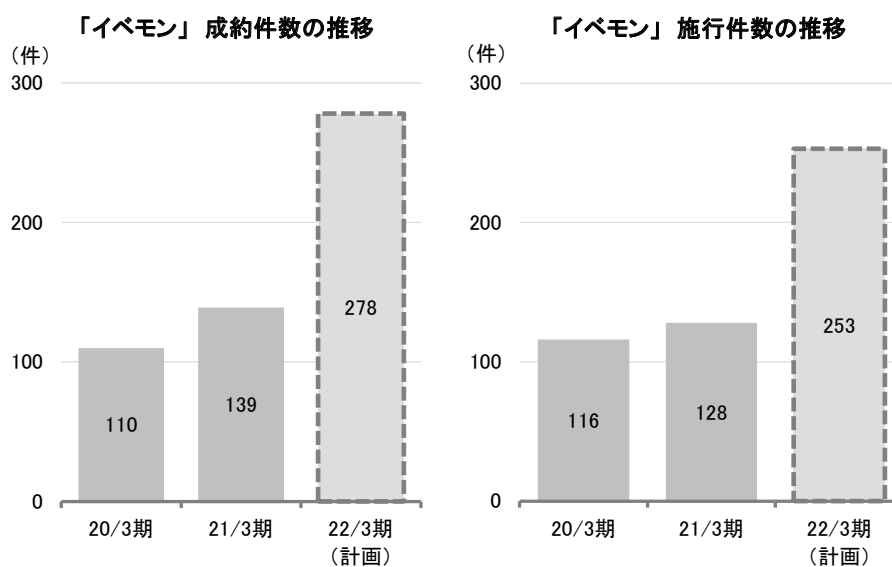
6. 法人・自治体向け事業

法人・自治体向け事業の主要サービスは、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。2021年8月には宮城県の「マッチングシステム構築等業務」及び「結婚支援業務（センター運営業務）」の業務委託予定者に選定され、2022年3月期第2四半期末現在の契約・導入自治体数は7自治体（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。また2021年2月に宮崎県延岡市から婚活イベント「延岡♡恋物語2021」の運営を受託、2021年3月に兵庫県の民間婚活事業者主催イベント「神戸恋物語」の運営を受託するなど、全国の自治体の婚活を支援している。2022年3月期第2四半期には、秋田県の独身者の出会い交流促進等事業に関する業務を含め、イベント・セミナー9案件を受託、5案件を開催した。

事業概要

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・運営までを一括して受託する。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・施行件数は拡大している。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「イベモン」において、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」の提供を開始した。今後の成長分野として企業向けオフライン・オンラインのイベントプロデュース事業を強化していく方針だ。



出所：FACT BOOK よりフィスコ作成

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力を確立している。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も展開している。テック領域においては、婚活事業者間相互会員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。

事業概要

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、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。対策として閑散期の施行を促進する施策も強化している。

なおコロナ禍の影響で事業環境が悪化したため、固定費削減に向けた拠点統廃合及び小規模化を実施している。2021年3月期には婚活領域の結婚相談所「パートナーエージェント」2拠点、婚活パーティー「OTOCON」のパーティー会場2拠点、カジュアルウェディング領域の挙式披露宴・二次会7拠点、合計11拠点の統廃合を実施した。さらに2022年3月期には13拠点の統廃合・小規模化を予定している。一方で、ニーズが高まっているフォトウェディングの拠点拡大を進め、2021年3月期には4拠点を新設した。

業績動向

2022年3月期第2四半期累計は前期比で赤字大幅縮小

1. 2022年3月期第2四半期連結業績の概要

2022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64.6%増の2,801百万円、営業利益が215百万円の損失（前年同期は1,439百万円の損失）、経常利益が288百万円の損失（同1,376百万円の損失）、親会社株主に帰属する四半期純利益が416百万円の損失（同1,376百万円の損失）だった。

コロナ禍（新型コロナウイルス感染症再拡大と断続的な緊急事態宣言）の影響を受けたため、ピーク時への回復には遠い水準だが、前年同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、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で販管費を削減し、各利益は赤字が大幅に縮小した。営業外収益では前年同期に計上した助成金収入79百万円が剥落、営業外費用では支払手数料37百万円を計上、特別利益では助成金収入125百万円を計上、特別損失では臨時休業等による損失215百万円を計上した。

なお四半期別に見ると、2021年3月期第1四半期（4月～6月）をボトムとして四半期ごとに営業赤字が縮小し、2022年3月期第2四半期（21年7月～9月）には新型コロナウイルス感染症再拡大と断続的な緊急事態宣言の影響を受けたものの、拠点統廃合や広告費・販促費の効率化などによる販管費削減効果も寄与して、営業利益が1百万円の黒字（EBITDAは109百万円の黒字）に転換した。

2022年3月期2Q累計連結業績の概要

（単位：百万円）

	21/3 期 2Q 累計	22/3 期 2Q 累計
売上高	1,701	2,801
営業利益	-1,439	-215
経常利益	-1,376	-288
親会社株主に帰属する四半期純利益	-1,376	-416
セグメント別売上高		
婚活事業	1,284	1,331
カジュアルウェディング事業	301	1,255
テック事業	87	69
ライフスタイル事業	18	35
法人・自治体向け事業	9	120
調整額	0	-11
セグメント別営業利益		
婚活事業	5	393
カジュアルウェディング事業	-754	-129
テック事業	37	5
ライフスタイル事業	-23	4
法人・自治体向け事業	-41	7
調整額	-663	-497

注1：2021年3月期3Qから販管費のセグメントへの配分方法を変更したため、遡及して変更後の配分方法で表示

注2：2022年3月期からセグメント区分を変更したため、遡及して表示

出所：決算短信、会社資料よりフィスコ作成

業績動向

四半期別の業績推移

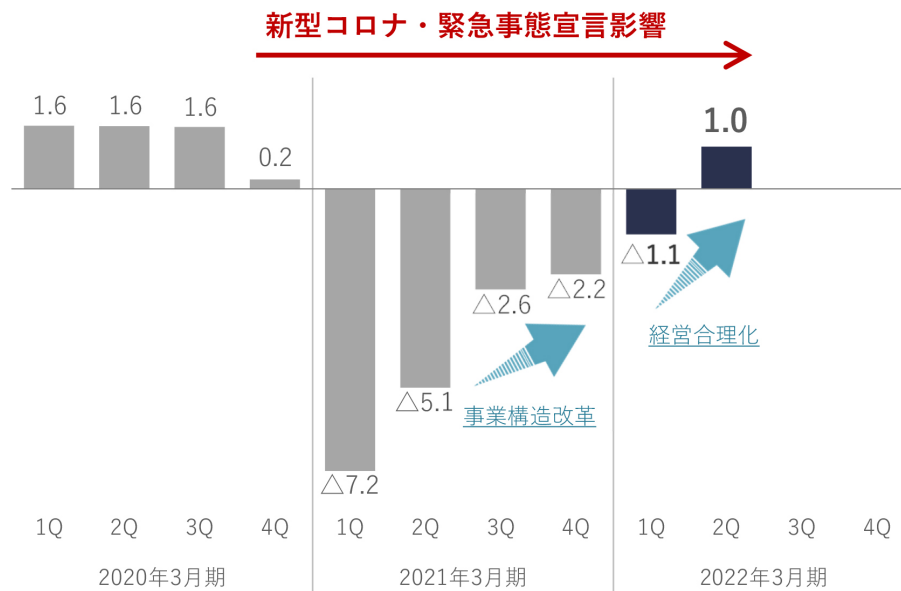
(単位：百万円)

	21/3 期 1Q	21/3 期 2Q	21/3 期 3Q	21/3 期 4Q	22/3 期 1Q	22/3 期 2Q
売上高	701	999	1,399	1,328	1,472	1,328
営業利益	-824	-614	-382	-354	-217	1
経常利益	-821	-554	-367	-346	-233	-54
親会社株主に帰属する当期純利益	-821	-554	-277	-662	-280	-136

出所：FACT BOOK、会社資料よりフィスコ作成

四半期別 EBITDA 推移

(億円)



*EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん・無形資産償却費

出所：決算説明会資料より掲載

2. 事業別動向

婚活事業は大幅増益だった。コロナ禍の影響が継続して、結婚相談所「パートナーエージェント」の新規入会者数、期末在籍会員数がやや減少し、婚活パーティー参加者数も小幅増にとどまったため、売上高は前年同期並みだったが、前期に決定した拠点統廃合及び小規模化（結婚相談所 7 拠点、婚活パーティー 6 拠点）による固定費削減や、戦略的な広告費抑制などの効果で収益性が向上した。前期に落ち込んだ成婚率は回復傾向となった。

カジュアルウェディング事業は大幅増収となり、営業赤字が大幅に縮小した。結婚式二次会「2 次会くん」はコロナ禍の影響が継続しているが、カジュアル挙式披露宴「スマ婚」シリーズの施行件数が一定程度回復（前年同期は 112 件、今期は 445 件）するとともに、フォトウェディング「LUMINOUS」が大幅に増加（成約件数は前年同期比 411.3% 増、施行件数は同 468.1% 増）した。なお、のれん償却費 76 百万円を計上している。

業績動向

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」の利用事業者が13社に拡大し、お見合い成立件数も前年同期比 20.2% 増加した。オンライン結婚相談所・婚活アプリでは 2021 年 1 月にリリースした「スマ婚縁結び」が第 2 四半期末時点で 1 万ダウンロードを突破した。ライフスタイル事業では送客体制や商品力の強化を推進した。法人・自治体向け事業では、地方自治体向け婚活支援「parms」の宮城県への導入が決定し、契約・導入自治体数が 7 自治体となった。企業向けイベントプロデュース「イベモン」は、成約件数が 162 件（前年同期は 72 件）、施行件数が 100 件（同 6 件）と大幅に拡大した。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「イベモン」において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」の提供を開始した。

各事業の主要指標

	21/3 期 2Q 累計	22/3 期 2Q 累計
婚活事業		
新規入会者数 (名)	2,905	2,683
成婚退会者数 (名)	1,065	1,168
成婚率 (%)	19.9%	22.3%
期末在籍会員数 (名)	10,949	10,147
パーティー開催数 (回)	2,043	2,259
パーティー参加者数 (名)	25,285	26,104
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	301	307
2 次会くん	414	192
LUMINOUS	547	2,797
施行件数 (件)		
スマ婚シリーズ	112	445
2 次会くん	66	125
LUMINOUS	398	2,261
その他事業		
CONNECT-ship 期末利用会員数 (名)	30,093	30,807
CONNECT-ship お見合い成立件数 (件)	132,510	159,250
CONNECT-ship 利用事業者数 (社)	11	13
イベモン成約件数 (件)	72	162
イベモン施行件数 (件)	6	100

出所：決算短信、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 月期第 2 四半期末の資産合計は、2021 年 3 月期末比 33 百万円減少して 5,033 百万円となった。主に現預金が増加した。負債合計は 274 百万円減少して 5,192 百万円となった。主に 1 年以内で返済予定の長期借入金が増加した。純資産合計は 240 百万円増加して -158 百万円となった。利益剰余金が減少したが、新株予約権発行等による資金調達によって資本金及び資本剰余金が増加した。自己資本比率は 4.7 ポイント上昇して -3.2% となった。

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	22/3期2Q
売上高	4,102	4,151	8,187	4,429	2,801
売上原価	1,745	1,778	4,062	875	672
売上総利益	2,357	2,372	4,125	3,553	2,128
売上総利益率	57.5%	57.2%	50.4%	80.2%	76.0%
販管費	2,162	2,156	4,046	5,729	2,344
販管費率	52.7%	51.9%	66.2%	129.4%	83.7%
営業利益	195	216	78	-2,176	-215
営業利益率	4.8%	5.2%	1.0%	-	-7.7%
営業外収益	140	18	46	161	5
営業外費用	9	26	83	74	77
経常利益	325	208	41	-2,089	-288
経常利益率	7.9%	5.0%	0.5%	-	-10.3%
特別利益	-	1	105	66	126
特別損失	136	44	103	255	256
税引前当期純利益	189	165	42	-2,278	-418
法人税等合計	72	79	40	38	-1
親会社株主に帰属する当期純利益	117	90	2	-2,316	-416
親会社株主に帰属する当期純利益率	2.9%	2.2%	0.0%	-	-14.9%
包括利益	117	83	3	-2,313	-417
資産合計	2,794	3,382	5,478	5,067	5,033
（流動資産）	1,552	2,059	1,999	1,479	1,603
（固定資産）	1,241	1,322	3,477	3,587	3,429
負債合計	1,942	2,404	4,452	5,467	5,192
（流動負債）	1,076	1,132	1,873	2,464	1,850
（固定負債）	866	1,271	2,579	3,002	3,342
純資産合計	852	978	1,025	-399	-158
（株主資本）	850	981	1,027	-400	-158
（資本金）	249	255	263	684	996
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	16,213,571	21,790,471
1株当たり当期純利益（円）	12	9	0	-203	-22
1株当たり純資産額（円）	86	96	98	-25	-7
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%	-3.2%
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	-102
投資活動によるキャッシュ・フロー	-524	-180	-1,861	-447	-211
財務活動によるキャッシュ・フロー	374	464	1,462	1,483	551
現金及び現金同等物の期末残高	549	1,207	1,040	562	800

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

4. 債務超過解消に向けた取り組み

コロナ禍の影響でカジュアルウェディング領域を中心に売上が大幅に減少し、2021年3月期の当期純利益が大幅な損失となったため、2021年3月期末において-399百万円の債務超過となった。

業績動向

この債務超過の解消に向けて、2020年11月の第三者割当による第8回及び第9回新株予約権発行（調達資金6.7億円）、2021年3月の第三者割当増資（調達資金1.6億円）で資金を調達した。さらに、2021年5月には第三者割当による第10回新株予約権を発行（2021年9月に行使完了して6.5億円を調達）し、2022年3月期第2四半期末時点では債務超過が-158百万円に縮小した。また、下期は当期純利益が黒字転換（166百万円の黒字）の見込みであり、2021年12月の第三者割当による新株式発行（調達資金2.9億円）もあり、2022年3月期中に債務超過を解消する予定としている。債務超過解消が喫緊の課題となるが、当面の資金繰りに大きな懸念はないだろう。

■ 今後の見通し

2022年3月期通期予想を下方修正したが前期比では赤字縮小

1. 2022年3月期の通期連結業績予想の概要

2022年3月期通期の連結業績予想は下方修正（2021年11月15日付）して、売上高が5,730百万円（2021年3月期は4,429百万円）、営業利益が160百万円の損失（同2,176百万円の損失）、経常利益が230百万円の損失（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250百万円の損失（同2,316百万円の損失）としている。なお、持分法適用関連会社のエン婚活エージェントの保有全株式をエン・ジャパンに譲渡することに伴い、第3四半期の営業外収益に持分法による投資利益約29百万円、特別利益に関係会社株式売却益約88百万円を計上予定である。また、第3四半期以降は営業外費用での持分法による投資損失が解消される見込みとしている。

期の後半に向けてコロナ禍の影響がゆっくり緩和すると想定していたが、特に第2四半期において新型コロナウイルス感染症再拡大と断続的な緊急事態宣言の影響を受けたため、コロナ禍からの回復ペースが期初時点の想定を下回る。このため下期もコロナ禍の影響が一定程度継続することを想定し、婚活事業における結婚相談所「パートナーエージェント」の新規入会者数及び在籍会員数、カジュアルウェディング事業におけるカジュアル挙式披露宴「スマ婚」シリーズ、結婚式二次会「2次会くん」の施行件数などの通期計画を引き下げた。一方で、コスト面は経営全般で合理化（役員報酬や幹部管理職の給与の減額、全社的なコスト削減、一部従業員の外部出向など）を推進し、下期には合理化効果が本格化するため、通期ベースでも前期比で赤字が大幅に縮小する見込みとしている。なお営業利益を半期ベースで見ると、上期は215百万円の赤字だったが、下期は55百万円の黒字に転換する見込みとしている。

2022年3月期の通期連結業績予想の概要

(単位：百万円)

	21/3 期実績	22/3 期予想
売上高	4,429	5,730
営業利益	-2,176	-160
経常利益	-2,089	-230
親会社株主に帰属する当期純利益	-2,316	-250

出所：決算短信、会社資料よりフィスコ作成

今後の見通し

2. 下期の重点施策

下期の重点施策としては、引き続き全事業の収益性向上、財務基盤強化、グループ CRM (Customer Relationship Management) の基盤構築に取り組み、各領域における with コロナ時代の新しい生活様式に対応した新サービスの提供や事業機会の創出を推進する。コスト面でも引き続き経営合理化に取り組む。

各事業の主要指標の通期計画

	21/3 期	22/3 期計画
婚活事業		
新規入会者数 (名)	6,272	5,322
成婚退会者数 (名)	2,420	2,415
成婚率 (%)	22.4%	-
期末在籍会員数 (名)	10,726	9,538
パーティー開催数 (回)	4,512	5,312
パーティー参加者数 (名)	54,787	62,226
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	859
2次会くん	737	625
LUMINOUS	2,102	6,027
施行件数 (件)		
スマ婚シリーズ	540	826
2次会くん	317	388
LUMINOUS	1,651	5,119
その他事業		
CONNECT-ship 期末利用会員数 (名)	28,954	-
CONNECT-ship お見合い成立件数 (件)	309,428	-
CONNECT-ship 利用事業者数 (社)	12	-
イベモン成約件数 (件)	139	278
イベモン施行件数 (件)	128	253

注：婚活パーティーの開催数・参加者数 (21/3 期) は OTOCON のみ、以降 OTOCON とパートナーエージェントパーティーの合算値
出所：会社資料よりフィスコ作成

婚活事業では、新たに構築した AI 婚活マッチングシステム「sieger」と、データ連携プラットフォームサービス「SCRUM」との接続による業界最大級 7 万人超のマッチングプールにより、結婚相談所「パートナーエージェント」における新規会員獲得と成婚最大化を推進する。

カジュアルウェディング領域では、主力の「スマ婚」シリーズの少人数プランを中心にプロダクト開発・提供を強化し、フォトウェディング「LUMINOUS」も高品質の強みを生かした新サービスの企画開発を推進し、コロナ禍や経済環境の影響を受けにくいプロダクトポートフォリオの確立を推進する。

今後の見通し

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」の利用者数が堅調に推移し、収益ポイント見直し（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）も寄与して、収益性が向上する見込みだ。オンライン婚活アプリ運営では「スマ婚縁結び」シリーズによって顧客獲得施策を推進する。

ライフスタイル事業では有力パートナーとのアライアンスも活用して、グループCRM戦略を強化する。法人・自治体向け事業では、需要が高水準の「イベモン」においてオンライン・オフライン融合型のイベントソリューションの強化、地方自治体向け婚活支援システム「parms」の導入拡大を推進する方針だ。

■ 中長期成長戦略

短期業績回復の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ヶ年中期経営計画では、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ヶ年と位置付けている。目標値については、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%以上としている。コロナ禍からの回復ペースが想定より遅れているが、当面の業績回復に向けて、売上の拡大とともに、拠点統廃合、人員再配置、経費削減などの経営合理化によって利益率改善を図る。また中長期成長基盤構築では、年間約8,000組の顧客基盤（コロナ禍の影響を除き、結婚相談所の成婚退会者数約2,500組、カジュアルウェディング事業の施行件数約5,500組）も活用して、高付加価値サービスの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2022年3月期末までの解消、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。

3ヶ年中期経営計画の目標値

(単位：億円)

	23/3 期計画	24/3 期計画
売上高	122	147
営業利益	15	27
営業利益率	13%	18%
事業別売上高 (調整前)		
婚活事業	46	55
カジュアルウェディング事業	37	40
フォトウェディング事業	27	35
テック事業	5	7
ライフスタイル事業	0	0
法人・自治体向け事業	5	7
事業別営業利益 (調整前)		
婚活事業	16	22
カジュアルウェディング事業	6	7
フォトウェディング事業	7	10
テック事業	2	3
ライフスタイル事業	0	0
法人・自治体向け事業	2	3

出所：中期経営計画、会社資料よりフィスコ作成

市場シェア拡大余地は大きい

2. 婚姻組数減少でも市場シェア拡大余地は大きい

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）という事業環境である。さらにコロナ禍で事業環境は一段と悪化した形だ。ただし婚姻組数における婚活サービス利用割合は 2015 年の 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。またウェディングに関しては、少人数形式のカジュアルウェディング及びフォトウェディングの施行割合上昇が予想されている。

同社は、コロナ禍を除いて年間約 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、婚活事業からカジュアルウェディング事業、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。なお中長期的には成婚・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の収益柱への育成を推進

3. 領域別戦略

領域別の戦略は以下のとおりである。

(1) 婚活領域

婚活領域は、主力の結婚相談所「パートナーエージェント」の新規顧客獲得による売上拡大を目指し、コロナ禍に対応したオンライン結婚相談所「パートナーエージェント ONLINE」、ワンランク上の高価格帯の婚活パーティー「パートナーエージェントパーティー (PAP)」、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ター (PAC)」など、新サービスを強化する。また、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月期は店舗の統廃合や付加価値の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月期には月次の入会者数1,000名以上、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」等

カジュアルウェディング領域はプロダクトを再強化して売上回復を目指す。従来の主力の「スマ婚」はコロナ禍の影響を受けやすいため、短期的にはコスト構造改革で黒字化を目指す。また with コロナ時代の新しい生活様式に対応して、コロナ禍や経済環境の影響を受けにくい Non-FB 主体の少人数・低価格結婚式のプロダクトポートフォリオを確立し、戦略的にシフトを進める。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（拠点統廃合、会場仕入見直しによる原価低減、広告宣伝費抑制など）の推進による黒字化、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（レストラン等）などのプロダクト再強化を推進し、2024年3月期にコロナ禍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

フォトウェディング領域の「LUMINOUS」はコロナ禍を背景として大幅伸長している。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た展開エリア・ロケーションフォトの拡充、高付加価値サービスの開発などによって事業展開を一段と強化する。そして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、婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」と、オンライン婚活・結婚相談所「スマ婚縁結び」シリーズ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相互会員紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」のマネタイズ強化、2023年3月期はオンライン婚活・結婚相談所「スマ婚縁結び」シリーズの収益化、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 整備と取扱い商品の拡充を推進する。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 年間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 月期は取扱い商品の拡充、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システム「parms」の二軸で収益拡大を推進する。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 月にはオンラインイベントソリューション「イベモン TV 型パック」の提供を開始しており、今後の成長分野として企業向けオンライン・オフライン融合型のイベントソリューションを強化していく方針だ。3 年間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「自治体向け婚活支援」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。

2022 年 3 月期末までの債務超過解消と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 月期末において -399 百万円の債務超過となったが、資金調達（第三者割当による新株予約権発行や第三者割当増資）によって 2022 年 3 月期第 2 四半期末時点では債務超過が -158 百万円に縮小した。下期は当期純利益が黒字転換（166 百万円の黒字）の見込みであり、2022 年 3 月期末までに債務超過の解消を目指すとしている。そして借入金返済などで早期に財務基盤を安定化させることで、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。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。

積極的な事業展開で中長期的な成長を期待

5. 積極的な事業展開で中長期的な成長を期待

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、中長期的な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・優位性もあり、市場シェア拡大の余地は大きい。早期に財務基盤を安定させ、積極的な事業展開で中長期的に収益拡大を期待したい。

■ 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

現時点では将来に向けた投資を行っている段階のため配当は実施していないが、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 経営・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、人財育成で女性管理職の登用（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、地方創生で婚活支援システム「parms」の地方自治体への提供や地方自治体との協業（婚活セミナー・イベント）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 5-13-3

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