

ホリスティック企業レポート

IBJ

6071 東証二部

アップデート・レポート
2015年5月1日 発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20150428

IBJ(6071 東証二部)

発行日:2015/5/1

**ネットとリアルを融合した複合型の婚活サービスを展開。東証二部に市場変更
ブランド認知の向上と潜在需要の掘り起しによる会員基盤の拡大が成長を牽引**

> 要旨

◆ ネットとリアルを融合した複合型の婚活サービスを展開

- ・IBJ(以下、同社)は、日本最大級の婚活サイトや結婚相談라운ジの運営の他、全国の結婚相談所をシステムでネットワーク化するなど、ネットとリアルを融合した複合型の婚活事業を展開している。
- ・幅広い集客チャネルにより獲得した会員数は約 32 万人と国内最大規模を誇る。14 年 12 月に東証 JQS から東証二部へ市場変更となった。

◆ 14 年 12 月期は会社予想を上回る増収増益決算

- ・14/12 期決算は、売上高が前期比 28.8%増、営業利益が同 42.8%増と会社予想を上回る大幅な増収増益となった。
- ・幅広い集客チャネルが相互に機能したことにより会員基盤が順調に拡大したことが業績の伸びに寄与した。特に、好調なイベント事業が想定以上に伸長した。

◆ 15 年 12 月期も引き続き好調な業績が持続される見通し

- ・15/12 期の業績予想について同社は、売上高は前期比 16.4%増、営業利益は同 22.1%増を見込んでいる。
- ・証券リサーチセンター(以下、当センター)では、15/12 期業績予想について、14/12 期の実績等を踏まえ、前回予想(14 年 10 月)を増額修正した。売上高、各利益ともに会社予想とほぼ同水準を見込んでいる。

◆ 中期業績予想

- ・当センターでは、中期業績予想についても増額修正するとともに、新たに 17/12 期の業績予想を策定した。
- ・既存事業における会員基盤の拡大が同社の中期的な業績の伸びを牽引するものと想定し、17/12 期までの成長率は売上高を年率 16.5%、営業利益を同 24.8%と予想している。
- ・会員基盤を活かした新事業創出や婚活事業の海外展開など、事業領域の拡大が業績の上振れ要因となる可能性も考えられる。

【6071 IBJ 業種:サービス業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2012/12	2,125	16.8	316	94.7	329	89.7	184	101.5	15.8	75.6	5.0
2013/12	2,574	21.2	450	42.5	448	36.1	269	46.0	21.6	92.2	8.3
2014/12	3,317	28.8	643	42.8	630	40.5	404	50.4	32.5	116.4	12.5
2015/12 OE	3,861	16.4	785	22.1	754	19.8	479	18.4	38.5	-	未定
2015/12 E	3,860	16.4	785	22.1	755	19.8	480	18.8	38.6	142.5	12.5
2016/12 E	4,500	16.6	980	24.8	950	25.8	620	29.2	49.8	179.9	12.5
2017/12 E	5,250	16.7	1,250	27.6	1,220	28.4	800	29.0	64.3	231.7	12.5

(注)OE:会社予想、E:証券リサーチセンター予想。

14年4月1日付で株式分割(1:3)、及び15年1月1日付で株式分割(1:2)を実施。EPS、BPS、配当金は分割調整後

アップデート・レポート

2/15

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

アナリスト:柴田 郁夫

+81(0)3-6858-3216

レポートについてのお問い合わせはこちら

info@stock-r.org

【主要指標】

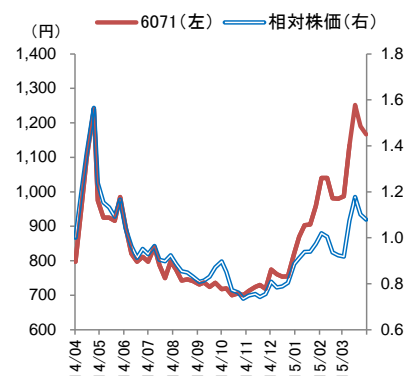
	2015/4/24
株価(円)	1,136
発行済株式数(株)	12,450,000
時価総額(百万円)	14,143

	前期実績	今期予想	来期予想
PER(倍)	35.0	29.4	22.8
PBR(倍)	9.8	8.0	6.3
配当利回り(%)	1.1	1.1	1.1

【株価パフォーマンス】

	1カ月	3カ月	12カ月
リターン(%)	-3.1	25.8	25.5
対TOPIX(%)	-7.6	10.0	-9.9

【株価チャート】



(注) 相対株価は対TOPIX、基準は2014/4/18

> 事業内容

◆ ネットとリアルを融合した複合型の婚活サービスを展開

IBJ (以下、同社) は、婚活サイト「ブライダルネット」や結婚相談ラウンジの運営の他、婚活イベントの開催等、各種婚活サービス事業を展開している。また、全国の結婚相談所をシステムでネットワーク化する日本結婚相談所連盟 (加盟相談所数 989 社) の運営も手掛けており、ネットとリアルを融合した複合型の婚活事業モデルに強みを有する。幅広い集客チャネルを通じて積み上げられた会員基盤は約 32 万人と国内最大級を誇るとともに、その集客力を活かした多様な収益源を確保することで高成長を実現してきた (14/12 期末現在)。

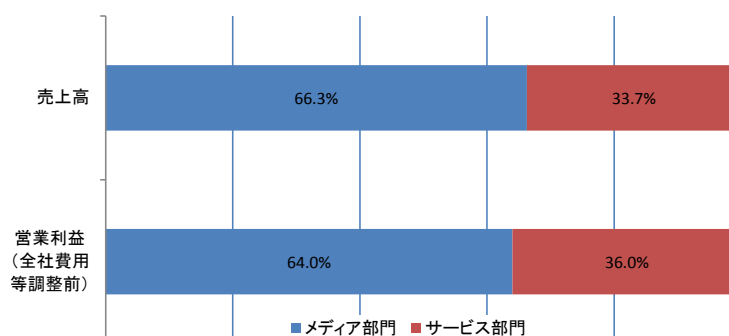
事業セグメントは、メディア部門、サービス部門の 2 つに区分される。

メディア部門は、インターネットを活用したサービスを提供する部門であり、連盟事業 (全国の加盟結婚相談所に対するシステム提供) とコミュニティ事業 (婚活サイト「ブライダルネット」の運営)、メディア営業 (婚活会員を基盤とした広告販売等)、イベント事業 (婚活パーティや合コンセッティングサイトを通じた婚活イベントの企画、集客、運営) の 4 つに分類される。

サービス部門は、オフラインの婚活サービスを提供する部門であり、ラウンジ事業 (直営の結婚相談所 9 カ所を展開) が中心である。

部門別の売上高及び営業利益 (全社費用等調整前) の構成比 (14/12 期実績) は図表 1 の通りである。

【 図表 1 】 部門別の売上高及び営業利益構成比 (14/12 期実績)



(出所) I B J 決算短信より証券リサーチセンター作成

【 図表 2 】 各事業の概要

メディア部門	事業概要	収益源
連盟事業	全国の結婚相談所をネットワーク化する「日本結婚相談所連盟」の運営を行っている。加盟相談所数989社、登録会員数53,316名。	加盟事業者からの加盟金(120万円)、システム利用料(平均約2万円/月)
コミュニティ事業	日本最大級の婚活サイト「ブライダルネット」の運営を行っている。価値観(趣味・思考)共有型のマッチングに特徴がある。登録会員数は123,384名、その内、月会費課金者数は10,481名。	月会費3,000円/月
メディア営業	婚活会員(約32万人)を基盤とした広告枠販売や、婚活以外のサポート分野を含めたライフデザイン事業を展開している。また、13/12期より婚活実績に応じて付与されるポイントを活用した成果報酬型ショッピングアプリ(エマ)の運営も開始している。	法人広告主からの広告掲載料、及び送客手数料
イベント事業	婚活パーティサイト「PARTY☆PARTY」や、合コン、街コンのセッティングサイト「Rush」を通じたイベント企画、集客、運営を行っている。	会員からのイベント参加料、及び飲食店からの送客手数料
サービス部門	事業概要	収益源
ラウンジ事業	直営の結婚相談所9カ所を展開している(新宿、銀座、有楽町、横浜、大宮、大阪、心斎橋、神戸、名古屋)。質の高いカウンセラー(約60名)により成婚率50%超を誇っている。	会員からの入会金(3万円)、活動サポート費(12.6万円)、月会費(1.5万円/月)、成婚料(21万円) ※成婚料は成果報酬

(注) 数値は 14/12 期末現在

(出所) I B J 決算説明会資料及びヒアリングにより証券リサーチセンター作成

> **ビジネスモデル**

◆ **ネットとリアルを融合した独自の複合型婚活事業モデル**

同社の特徴は、ネットによる出会いとリアルなサポートを融合した複合型の婚活事業モデルを展開していることにある。それによって、1) 幅広い集客チャネルによる会員基盤の拡大、2) 多様な収益源の確保、3) 会員獲得コストの節減、4) 高い成婚率の実現といった4つの優位性をもたらしている。

1) **幅広い集客チャネルによる会員基盤の積み上げ**

同社は、婚活サイト「ブライダルネット」や日本結婚相談所連盟の運営に加えて、合コンセッティングサイト「Rush」などを通じたイベント事業、並びにラウンジ事業など、幅広い集客チャネルを有しており、様々なターゲット層(ニーズ)にリーチできることが強みとなっている。例えば、手軽に出会いを求める会員には「ブライダルネット」や「Rush」が適しているが、切実に結婚を望んでいる会員には「ラウンジ事業」でカウンセラーによる親身な対応を行っている。また、地方のターゲット層についても、日本結婚相談所連盟のネットワークによ

りカバーすることが可能となっている。これらの集客チャネルを通じて獲得した会員は約 32 万人と国内最大規模を誇っている。

2) 多様な収益源の確保

同社の収益源は、①会員からの会費（サービス利用料等）、②加盟事業者からの月額課金のシステム利用料、③法人広告主からの広告掲載料の3つに分かれ、B to C と B to B に収益源が分散されているため、安定的かつ厚みのある収益基盤を形成している。

3) 会員獲得コストの節減

同社の事業モデルは、集客チャネル間の相互利用（顧客循環）により、会員獲得のためのマーケティングコスト（広告費や販促費等）を低く抑えることを可能としている（例えば、「ブライダルネット」や「Rush」の会員をラウンジ事業へ誘導する等）。

4) 高い成婚率の実現

マーケティングコストの節減等によるコスト優位性を活かし、ラウンジ事業におけるリアルなサービスには手厚いサポートを行っている。例えば、カウンセラー約 60 名に対する教育カリキュラムには十分なコストをかけており、その結果、成婚率は 50%超の高い水準を実現している。

◆ 会員基盤の拡大が業績を牽引する収益構造

同社は、前述のとおり 3 つの収益源を持つが、基本的な収益構造は、会員基盤の拡大が会費収入の増加につながることに加えて、加盟事業者からのシステム利用料（従量課金制）、及び広告収入の増加にもつながるといえるものである。また、会員基盤の拡大は、スケールメリットやネットワーク外部性^{※1}から、さらに会員を増やすうえで有利に働くため、他社による模倣を阻止するとともに、今後の事業展開を優位に進めるうえで重要なカギを握ると考えられる。

注 1) ネットワーク外部性
利用する会員の数が多ければ多いほど、会員の受ける便益が大きくなる効果のこと。

> 強み・弱みの評価

◆ 複合型の婚活事業モデルに強み

同社の内部資源（強み・弱み）、及び外部環境（機会・脅威）は、以下のようにまとめられる。

【 図表 3 】 SWOT 分析

強み (Strength)	<ul style="list-style-type: none"> ・幅広い集客チャネルと会員基盤 ・多様な収益源を確保 ・様々な集客チャネルを活用した顧客循環により会員獲得コストが低い ・高い成婚率
弱み (Weakness)	<ul style="list-style-type: none"> ・一般消費者に対する知名度がまだ十分でない ・規模拡大に伴う体制面の強化 ・潜在市場が大きいにもかかわらずまだ開拓しきれていない
機会 (Opportunity)	<ul style="list-style-type: none"> ・潜在的な婚活市場の大きさ(開拓余地が大きい) ・晩婚化の進展や離婚率の上昇等を背景とした婚活サイトへのニーズの高まり ・会員基盤を活用した新たな事業展開 ・国策としての政府の後押しや街おこしを狙う地方行政との連携 ・海外での婚活サービス需要の拡大
脅威 (Threat)	<ul style="list-style-type: none"> ・ヤフー、リクルートなど知名度のある大手参入の動き ・悪質な類似業者による業界イメージの悪化及び規制強化 ・個人情報の流出に伴うリスク

(出所) 証券リサーチセンター

> 決算概要

◆ 14年12月期は会社予想を上回る増収増益

14/12期は、売上が3,317百万円(前期比28.8%増)、営業利益が643百万円(同42.8%増)、630百万円(同40.5%増)、当期純利益404百万円(同50.4%増)と会社予想を上回る大幅な増収増益となった。また、証券リサーチセンターによる前回レポート(14年10月発行)の業績予想も上回る結果となった。

注2) IDアカウントの統合

1つのアカウントで「ブライダルネット」、「PARTY☆PARTY」、「Rush」の3サービスを利用できるIBJアカウントを導入した

すべての事業が相互に機能し合いながら、会員数及び動員数を順調に拡大したことによりそれぞれ伸長した。特に、イベント事業が好調な需要に支えられて想定以上に大きく伸びた。また、13/12期に導入したIDアカウントの統合^{注2}も、サイト間の回遊性を高めることで会員数の拡大に貢献したと考えられる。

注3) 婚活DSP

IBJの婚活サービス外に婚活ユーザーを追いかけてバナー広告を配信することが可能な広告商材

利益面では、婚活DPS^{注3}の拡販等に伴う原価率の上昇に加えて、イベント専門店舗の新規出店3店舗(新宿三丁目、恵比寿、名古屋)な

どによる地代家賃(前期比109百万円増)や、ブランディングを目的とした交通広告及びリスティング広告運用の積極投資に伴う広告宣伝費等(同84百万円増)、人材確保に伴う人件費(同147百万円増)などにより、販管費が2,307百万円(同448百万円増)に増加したが、増収により吸収したことで営業利益率は19.4%(前期は17.5%)に上昇した。

財務面では、財務基盤の安定性を示す自己資本比率が53.0%(前期末は54.0%)と安定的に推移した一方、ROEは大幅な利益率の拡大により31.2%(前期は25.8%)に上昇した。

各事業における業績は以下の通りである。

連盟事業は、売上高が前期比27.0%増の405百万円となった。期末の加盟相談所数が989社(前期末比8.9%増)に拡大するとともに、登録会員数も53,316名(同6.7%増)に増加したことで、加盟相談所からの加盟金及びシステム利用料が増加した。また、14年2月から加盟金を100万円から120万円に引き上げたことも増収に寄与したようである。

コミュニティ事業は、売上高が前期比17.5%増の363百万円となった。IDアカウントの統合効果などにより、期末の婚活サイト「ブライダルネット」の登録会員数(無料会員を含む)が123,384名(前期末比96.2%増)、そのうち月会費課金者数も10,481名(同46.5%増)に大きく拡大した。

注4) 婚活アドネットワーク
IBJの婚活サービス内にバナー広告とテキスト広告を配信することが可能な広告商材

メディア営業は、売上高が前期比13.6%増の225百万円となった。婚活会員数の増加に伴って12月の月間PV(ページビュー)が4,028万PV(前年同月比21.8%増)に拡大する中で、同社独自の広告商材「婚活アドネットワーク」^{注4}の確立や「婚活DPS」、リスティング広告等の拡販のほか、親和性の見込める異業種事業者との提携を図ったことが奏功した。

注5) 開催率向上
会員同士で直接日程及びエリア交渉を可能としたことや、スマホ対応の強化によりどこでも調整可能としたことが奏功した。

イベント事業は、売上高が前期比48.7%増の1,212百万円となった。需要が想定以上に好調に推移する中で、イベント専用の自社会場の新設(恵比寿店、新宿三丁目店、名古屋店)のほか、セッティングシステム増強による開催率の向上^{注5}、街コン開催数増加により、開催回数が24,119回(前期比42.6%増)、動員数が285,742名(同49.7%増)に拡大した。

ラウンジ事業は、売上高が前期比19.7%増の1,114百万円となった。関西地区の主力店舗として新規出店した心齋橋店などハード面の増

強に加えて、アドバイザー並びにカウンセラースタッフの拡充及びスキルアップ研修の計画的実施などソフト面の増強を図ったことにより、期末の会員数が3,951名(前期末比7.0%増)、成婚数も803名(前期比25.5%増)と順調に成果を残した。また、提携するジュエリー店(婚約及び結婚指輪等)や結婚式場への送客も業績に寄与しているようである。

【 図表 4 】 14 年 12 月期の決算概要

(単位：百万円)

	13/12期 実績		14/12期 実績		増減		14/12期 当センター予想		乖離率	14/12期 会社予想		達成率
		構成比		構成比		増減率		構成比			構成比	
売上高	2,574		3,317		743	28.8%	3,100		7.0%	3,050		108.8%
メディア	1583	61.5%	2,198	66.3%	615	38.9%	-	-	-	-	-	-
サービス	991	38.5%	1,118	33.7%	127	12.8%	-	-	-	-	-	-
売上原価	265	10.3%	365	11.0%	100	37.7%	-	-	-	-	-	-
販管費	1,859	72.2%	2,307	69.6%	448	24.1%	-	-	-	-	-	-
営業利益	450	17.5%	643	19.4%	193	42.8%	600	19.4%	7.2%	540	17.7%	119.1%
メディア	589	37.2%	849	38.6%	260	44.0%	-	-	-	-	-	-
サービス	393	39.7%	477	42.7%	84	21.3%	-	-	-	-	-	-
調整	-533		-683		-150	28.1%	-	-	-	-	-	-
経常利益	448	17.4%	630	19.0%	182	40.5%	600	19.4%	5.0%	516	16.9%	122.1%
当期純利益	269	10.5%	404	12.2%	135	50.4%	350	11.3%	15.4%	310	10.2%	130.3%
事業別売上高(内部取引調整前)												
連盟事業	319		405		86	27.0%						
コミュニティ事業	309		363		54	17.5%						
メディア営業	198		225		27	13.6%						
イベント事業	815		1,212		397	48.7%						
ラウンジ事業	931		1,114		183	19.7%						
連盟事業												
登録会員数(人/末残)	49,979		53,316		3,337	6.7%						
加盟店相談所数(社/末残)	908		989		81	8.9%						
コミュニティ事業												
会員数(人/末残)	62,887		123,384		60,497	96.2%						
月会費課金者数(人/末残)	7,153		10,481		3,328	46.5%						
メディア事業												
月間PV数(万PV/12月)	3,307		4,028		721	21.8%						
イベント事業												
動員数(人/累計)	190,919		285,742		94,823	49.7%						
開催回数(回)	16,918		24,119		7,201	42.6%						
ラウンジ事業												
会員数(人/末残)	3,694		3,951		257	7.0%						
成婚数(人/累計)	640		803		163	25.5%						

(出所) I B J 決算短信及び決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

> 戦略の進捗

◆ 新規事業展開の進捗

今後の成長戦略は、会員基盤の拡大による既存事業の伸長と、既存事業で積み上げた会員基盤及びノウハウを活かした新規事業展開の2つの方向性を示している。特に、新規事業展開については、ライフデザイン、ビッグデータ、海外展開の3つの柱を掲げている。

1) ライフデザイン

これまで積み上げてきた約32万人の会員基盤を活かし、成婚のための「独身者のマッチング」だけでなく、結婚やその後のライフデザインに関わる「顧客ニーズの最適なマッチング」への事業領域拡大により、送客手数料の拡大を目指している。その一環として、14年3月にウェディングプロデュースを手掛けるテイクアンドギヴ・ニーズ(4331 東証一部)と、14年6月には不妊治療医院のあいだ希望クリニック(東京都千代田区)と業務提携した。今後は、実績のあるジュエリー店や結婚式場、不妊治療医院への送客に加えて、不動産及び引っ越し、保険、転職、独立などのサポート分野へと事業領域を拡大する方針である。

現在は、成婚者を対象としたサービスが中心となるため業績貢献は小さいものの、成婚率の高さとともに、成婚後のサービスとして会員獲得(特にラウンジ事業)のための差別化要素になるものと考えられる。また、今後は成婚者数を積み上げるとともに、成婚者に拘わらないポイント制による会員の囲い込みにより、しだいに業績貢献も大きくなっていくものとみている。

2) ビッグデータ

同社の保有するデータは、信頼性が高いうえに、各人の要望や個性、価値観などを包含した付加価値の高い属性データである。更に、婚活実績やソーシャルネットワークを通じた行動データの統合も可能であり、データベース分析によるマーケティング支援に活用できる可能性が高い。但し、具体的な事業モデルの確立は、まだこれからとみられる。

3) 海外展開

同社はアジアを軸とした海外展開の第一弾として、14年4月に台湾最大手の恋愛及び結婚のマッチングサービス会社である尚凡資訊股份有限公司等と台湾に合弁会社(愛婚活股份有限公司)^{注6}を設立した。同社が国内で構築した婚活オフラインサービス(婚活パーティや結婚相談ラウンジ事業等)の運営ノウハウを提供する一方、尚凡資訊股份有限公司が会員基盤(約486万人)を提供することで、台湾でも

注6) 合弁会社の設立

資本金10百万円台湾ドル(約33百万円)のうち、同社の出資比率は57%となっている。円換算相場は14年2月時点。

ネットとリアルを融合させた婚活サービスを展開する計画である。また、14年7月には台湾にパーティ専用の自社店舗をオープンした。これまでは外部の飲食店を利用してきたが、自社店舗の出店後は順調に動員数も増加している模様である。

◆ 地方自治体及び他社との連携を強化

少子化対策が国策となっている中で、地方自治体の中には婚活イベント(街コン等)の開催や地域サポーター(ボランティアで婚活支援を行うスタッフ)などによる婚活支援活動が活発となっている。同社では、これまで蓄積してきた独自のノウハウ(婚活イベントの企画・運営、カウンセラーの育成、システム対応等)を活かし、現在6県で婚活支援セミナーの開催等を通じて、地域サポーターの育成などをバックアップしている。同社にとっては、行政や地方自治体が婚活支援活動に乗り出すことにより、市場全体が活性化され、需要が顕在化する効果が期待できる。また、地方自治体との連携は、同社の知名度や信用力の向上にも大きく貢献するものと考えられる。

注7) 婚活サポートコンソーシアムの参画企業(同社を除く)は、以下の通りである。
 青山商事(8219)
 エムティーアイ(9438)
 ギフコ
 テイクアンドギヴ・ニーズ(4331)
 ディップ(2379)
 藤田観光(9722)
 プリモ・ジャパン
 ミサワホーム(1722)

15年1月には、同社を含む婚活周辺事業を展開する大手各社(合計9社)^{注7}が少子化対策プロジェクト(婚活サポートコンソーシアム)を発足した。少子化対策をテーマとした調査分析による情報発信を目的としているが、各社との連携や協業の動きにも注目される。

> 業績予想

◆ IBJによる15年12月期の業績予想

15/12期の業績予想について同社は、売上高を3,861百万円(前期比16.4%増)、営業利益を785百万円(同22.1%増)、経常利益を754百万円(同19.8%増)、当期純利益を479百万円(同18.4%増)と増収増益を見込んでいる。

引き続き、各事業がそれぞれバランスよく伸長する前提である。業績の伸びが前期に比べて緩やかなのは、想定以上に大きく伸長したイベント事業の伸びを保守的にみていることに起因する。

また、利益面では、ブランディングの一層の強化やスマートフォン向けアプリの開発、カウンセラーの採用及び育成など、先行投資的な費用負担の増加が想定されるものの、増収により吸収することで営業利益率は20.3%(前期は19.4%)に上昇するものと見込んでいる。

◆ 証券リサーチセンターによる 15 年 12 月期の業績予想

15/12 期の業績予想について当センターでは、14/12 期の実績等を踏まえ、前回レポート（14 年 10 月発行）の業績予想を増額修正した。修正後の業績予想は、売上高が 3,860 百万円（前期比 16.4%増）、営業利益を 785 百万円（同 22.1%増）と同社とほぼ同水準を見込んでいる。

会員数の伸びやイベント事業への需要が想定以上に好調であることから同社の業績予想は十分に達成可能と判断した。

【 図表 5 】 15 年 12 月期業績予想

(単位：百万円)

	14/12期 実績		15/12期 当センター予想				増減率		15/12期 会社予想	増減率
	金額	構成比	修正前		修正後		修正前	修正後		
			金額	構成比	金額	構成比				
売上高	3,317		3,700		3,860		11.5%	16.4%	3,861	16.4%
売上原価	365	11.0%	400	10.8%	425	11.0%	9.6%	16.4%	-	-
販管費	2,307	69.6%	2,530	68.4%	2,650	68.7%	9.7%	14.9%	-	-
営業利益	643	19.4%	770	20.8%	785	20.3%	19.8%	22.1%	785	20.3%
経常利益	630	19.0%	770	20.8%	755	19.6%	22.2%	19.8%	754	19.5%
当期純利益	404	12.2%	420	11.4%	480	12.4%	4.0%	18.8%	479	12.4%

事業別売上高(内部取引調整前)	
連盟事業	405
コミュニティ事業	363
メディア営業	225
イベント事業	1,212
ラウンジ事業	1,114

	494	22.0%
	433	19.3%
	236	4.9%
	1,437	18.6%
	1,293	16.1%

連盟事業	
登録会員数(人/末残)	53,316
加盟店相談所数(社/末残)	989
コミュニティ事業	
会員数(人/末残)	123,384
月会費課金者数(人/末残)	10,481
メディア営業	
PV数(万PV/12月月間)	4,028
イベント事業	
動員数(人/累計)	285,742
開催本数(人/累計)	24,119
ラウンジ事業	
会員数(人/末残)	3,951
成婚数(人/累計)	803

	59,292	11.2%
	1,031	4.2%
	-	-
	13,277	26.7%
	7,000	73.8%
	351,814	23.1%
	30,778	27.6%
	4,263	7.9%
	879	9.5%

(出所) I B J 決算短信より証券リサーチセンター作成

> 中期業績予想

◆ IBJによる中期業績目標

同社は、具体的な中期経営計画を公表していないが、17/12期には既存の婚活事業で売上高50億円をあげることを目標としている。また、それとは別に、新規事業や婚活事業の海外展開による上乗せも計画しており、18/12期には売上高全体で100億円を目指している。

◆ 証券リサーチセンターによる中期業績予想

証券リサーチセンター（以下、当センター）は、14/12期の実績等を踏まえ、中期業績予想も増額修正するとともに、新たに17/12期の業績予想を策定した。修正後の15/12期業績予想を起点に全体的な水準を引き上げた結果、17/12期までの中期的な成長率として、売上高が年率16.5%、営業利益が同24.8%と見込んでいる。

未婚化及び晩婚化の進展や少子化対策に向けた社会的要請の高まりや需要の拡大を背景として、複合的な婚活事業モデルによる会員基盤の拡大やブランド力（認知度）の向上などが、同社の中期的な成長を牽引するものとみている。

利益面では、広告宣伝費やシステム投資以外に特別なコスト要因は想定されず、増収に伴って営業利益率も上昇するものと予想している。

一方、成長戦略の3つの柱として掲げているライフデザイン、ビッグデータ、海外展開については、まだ具体的な計画や実績が示されていないことから、現時点では当センターの中期業績予想には織り込んでいない。

但し、同社の会員基盤を活かしたライフデザインについては、事業領域の拡大に大きな可能性を秘めており、今後の進展によっては業績の上振れ要因となることが想定されるため注意が必要となろう。また、海外展開についても、本格的な業績貢献には時間がかかるものとみているが、想定よりも早いペースで進展すれば、業績の上振れ要因となる可能性も考えられる。

【 図表 6 】 証券リサーチセンターによる中期業績予想 (単位：百万円)

	14/12期		15/12期 当センター予想		16/12期 当センター予想		17/12期 当センター予想	成長率
	前回	実績	前回	修正後	前回	修正後		
売上高	3,100	3,317	3,700	3,860	4,400	4,500	5,250	16.5%
(伸び率)	20.4	28.8%	19.4%	16.4%	18.9%	16.6%	16.7%	
営業利益	600	643	770	785	950	980	1,250	24.8%
(利益率)	19.4%	19.4%	20.8%	20.3%	21.6%	21.8%	23.8%	

(出所) 証券リサーチセンター

> 投資に際しての留意点

◆ 高い配当水準が継続する公算が大きい

同社は、「財務体質強化及び更なる事業拡大に向けた内部留保の必要性を勘案しつつ、業績に応じた剰余金の配当を行うこと」を株主への利益還元の基本方針としている。14/12期は年12.5円配(株式分割調整後)を実施した(配当性向38.4%)。一方、15/12期の配当予想は現時点で未定となっている。

当センターでは、中期的にも同社の利益率が高い水準で推移すると予想していることや同社が大規模な投資計画を想定していないこと等から、少なくとも年12.5円配の継続は可能であると判断している。

なお、同社は、株式の流動性の向上と投資家層の拡大を目的として、14年4月1日付で株式分割(1:3)、並びに15年1月1日付で株式分割(1:2)を実施した。

また、同社は個人株主づくりと会員基盤の拡大を目的として、株主本人以外でも利用できる同社サービス入会金の割引券、あるいは結婚相談会無料ご招待券による株主優待制度を導入している。

「ホリスティック企業レポートとは」

ホリスティック企業レポートとは、証券リサーチセンターが発行する企業調査レポートのことを指します。ホリスティック企業レポートは、企業側の開示資料及び企業への取材等を通じて収集した情報に基づき、

本レポートの特徴

企業価値創造活動の中長期の持続可能性及び株価評価などの統合的分析結果を提供するものです

■ **魅力ある上場企業を発掘**

新興市場を中心に、アナリスト・カバーがなく、独自の製品・技術を保有している特徴的な企業を発掘します

■ **企業の隠れた強み・成長性を評価**

本レポートは、財務分析に加え、知的資本の分析手法を用いて、企業の強みを評価し、企業の潜在的な成長性を伝えます。さらに、今後の成長を測る上で重要な KPI (業績指標) を掲載することで、広く投資判断の材料を提供します

■ **第三者が中立的・客観的に分析**

中立的な立場にあるアナリストが、企業調査及びレポートの作成を行い、質の高い客観的な企業情報を提

本レポートの構成

供します

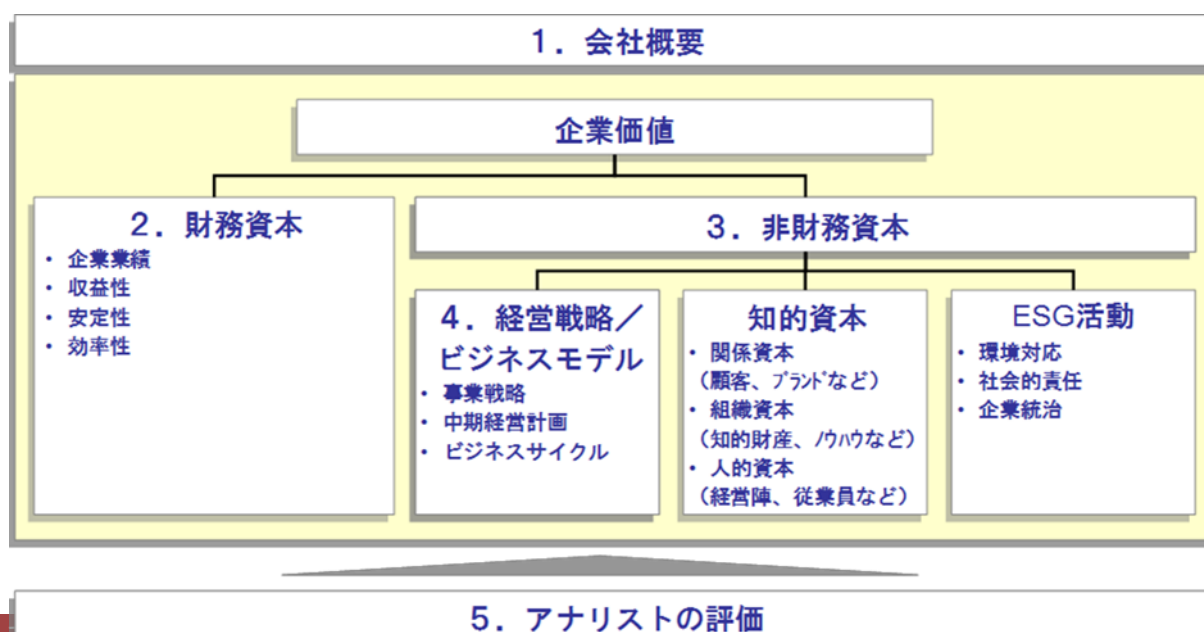
本レポートは、企業価値を「財務資本」と「非財務資本」の両側面から包括的に分析・評価しております

企業の価値は、「財務資本」と「非財務資本」から成ります。

「財務資本」とは、これまでに企業活動を通じて生み出したパフォーマンス、つまり財務諸表で表される過去の財務成果であり、目に見える企業の価値を指します。

それに対して、「非財務資本」とは、企業活動の幹となる「経営戦略／ビジネスモデル」、経営基盤や IT システムなどの業務プロセスや知的財産を含む「組織資本」、組織の文化や意欲ある人材や経営陣などの「人的資本」、顧客との関係性やブランドなどの「関係資本」、社会との共生としての環境対応や社会的責任などの「ESG 活動」を指し、いわば目に見えない企業の価値のことを言います。

本レポートは、目に見える価値である「財務資本」と目に見えない価値である「非財務資本」の両面に着目し、企業の真の成長性を包括的に分析・評価したものです。



本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

指標・分析用語の説明

■ PER (Price Earnings Ratio)

株価を1株当たり当期純利益で除したもので、株価が1株当たり当期純利益の何倍まで買われているのかを示すものです

■ PBR (Price Book Value Ratio)

株価を1株当たり純資産で除したもので、株価が1株当たり純資産の何倍まで買われているのかを示すものです

■ 配当利回り

1株当たりの年間配当金を、株価で除したもので、投資金額に対して、どれだけ配当を受け取ることができるかを示すものです

■ ESG

Environment : 環境、Society : 社会、Governance : 企業統治、に関する情報を指します。近年、環境問題への関心や企業の社会的責任の重要性の高まりを受けて、海外の年金基金を中心に、企業への投資判断材料として使われています

■ SWOT 分析

企業の強み (Strength)、弱み (Weakness)、機会 (Opportunity)、脅威 (Threat) の全体的な評価を SWOT 分析と言います

■ KPI (Key Performance Indicator)

企業の戦略目標の達成度を計るための評価指標 (ものさし) のことです

■ 知的資本

顧客関係や業務の仕組みや人材力などの、財務諸表には表れないが、財務業績を生み出す源泉となる「隠れた経営資源」を指します

■ 関係資本

顧客や取引先との関係、ブランド力など外部との関係性を示します

■ 組織資本

組織に内在する知財やノウハウ、業務プロセス、組織・風土などを示します

■ 人的資本

経営陣と従業員の人材力を示します

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。特に記載のないかぎり、将来のパフォーマンスの予想はアナリストが適切と判断した材料に基づくアナリストの予想であり、実際のパフォーマンスとは異なることがあります。したがって、将来のパフォーマンスについては明示又は黙示を問わずこれを保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。