

# COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

## IBJ

### 6071 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2018 年 4 月 6 日 (金)

執筆：客員アナリスト

**佐藤 譲**

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

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

## 目次

<b>■ 要約</b>	<b>01</b>
1. 2017年12月期業績はM&Aも寄与し大幅増収増益を達成	01
2. 2018年12月期も婚活事業がけん引し、2ケタ増収増益続く	01
3. 新中期経営計画を発表	02
4. 株主還元策について	02
<b>■ 事業概要</b>	<b>03</b>
1. 事業内容	03
2. 同社の強み	06
<b>■ 業績動向</b>	<b>07</b>
1. 2017年12月期の業績概要	07
2. 事業セグメント別動向	08
3. 財務状況と経営指標	13
<b>■ 業績見通しと中期経営計画</b>	<b>14</b>
1. 2018年12月期の業績見通し	14
2. 中期経営計画について	15
<b>■ 株主還元策</b>	<b>18</b>
● 配当方針と株主優待制度の内容について	18
<b>■ 情報セキュリティ対策</b>	<b>19</b>

## ■ 要約

### 婚活サービスのトップランナーとして快走、 2ケタ増収増益が続く見通し

IBJ<6071>は婚活支援サービスをネットからリアルまで総合的に展開する国内最大規模の婚活サービス企業。全国の結婚相談所をネットワークでつなぐ「日本結婚相談所連盟」は、2017年12月末時点で加盟相談所数が1,629社、登録会員数で5.9万人の規模まで拡大している。2016年よりM&Aを活用してウェディング関連や旅行事業などの婚活周辺領域へと進出、婚活サービス企業から総合ライフデザイン企業へ進化することで、更なる成長を目指している。

#### 1. 2017年12月期業績はM&Aも寄与し大幅増収増益を達成

2017年12月期の連結業績は、売上高が前期比79.6%増の9,461百万円、営業利益が同34.4%増の1,493百万円と連続増収増益となり、過去最高業績を大幅に更新した。婚活市場の拡大を追い風に、ネットからリアルまで多様な婚活サービスを展開する強みを生かして高成長を続けている。主力の婚活事業は、売上高で前期比14.9%増の5,850百万円、セグメント利益で同30.5%増の2,764百万円となった。売上高では、コミュニティ事業（婚活サイト「ブライダルネット」の運営）が唯一減収となったものの、その他の事業はすべて2ケタ増収を達成、また、利益では「ブライダルネット」も含めて全事業が増益となっている。一方、2016年12月期第3四半期から加わったライフデザイン事業については、2017年より連結対象となった（株）かもめの旅行事業が通年でフル寄与したことにより、売上高で3,611百万円（前期は178百万円）と急増した。のれん償却後のセグメント利益では29百万円の損失（前期は3百万円の損失）となったが、のれん償却前では29百万円の利益（前期は4百万円の利益）となっている。

#### 2. 2018年12月期も婚活事業がけん引し、2ケタ増収増益続く

2018年12月期の連結業績は、売上高が前期比12.2%増の10,620百万円、営業利益が同17.2%増の1,750百万円となる見通しだ。ライフデザイン事業については保守的に前期並みの水準で想定し、婚活事業の収益増分を計画に織込んでいる。特に、コーポレート事業（「日本結婚相談所連盟」）では個人を中心に新規開業意欲が強く、加盟相談所数の増加により前期比25%増収、また、お見合いパーティーなどのイベント事業も魅力的なイベント企画の開催や新規出店効果等によって同25%増収を見込んでいる。コミュニティ事業については、会員をサポートする『婚シェルジュ』の専任担当制を2018年2月より導入、他社との差別化を図ることで、会員数並びに売上高の回復を目指していく。

## 要約

### 3. 新中期経営計画を発表

2018年2月に5ヶ年の中期経営計画を発表した。「日本の成婚組数の3%を創出する」ことを経営目標として掲げ、2022年12月期に売上高で300億円、営業利益で50億円の達成を目指していく。2017年は成婚組数で4,688組、全体の1%弱を創出しており、これを1.8万組まで拡大していくことになる。成婚組数の拡大によって、周辺サービス領域への送客数も増加し、顧客生涯価値(LTV)の向上によって収益を拡大していく戦略だ。事業別売上高では婚活事業で200億円、ライフデザイン事業で100億円となり、それぞれ年率20%以上の増収ペースを見込んでいる。新たな取り組みとしては、AI・ロボットを活用した婚活サービスやシニア世代、国際結婚をターゲットとした婚活サービスを展開していく計画となっている。なお、高成長を実現するため、婚活事業やその周辺領域でM&A及び資本業務提携も実行していく方針。このための資金調達として、第三者割当による新株予約権(第3回、第4回)の発行を合わせて発表している。すべて行使されれば50億円程度の資金調達が可能となる。株式の希薄化率は約8%となるが、下限行使価額が1,400円(第3回)と1,750円(第4回)に設定されており、株価が同水準を上回らない限り、新株予約権行使に伴う売り需要は出てこないと弊社では見ている。

### 4. 株主還元策について

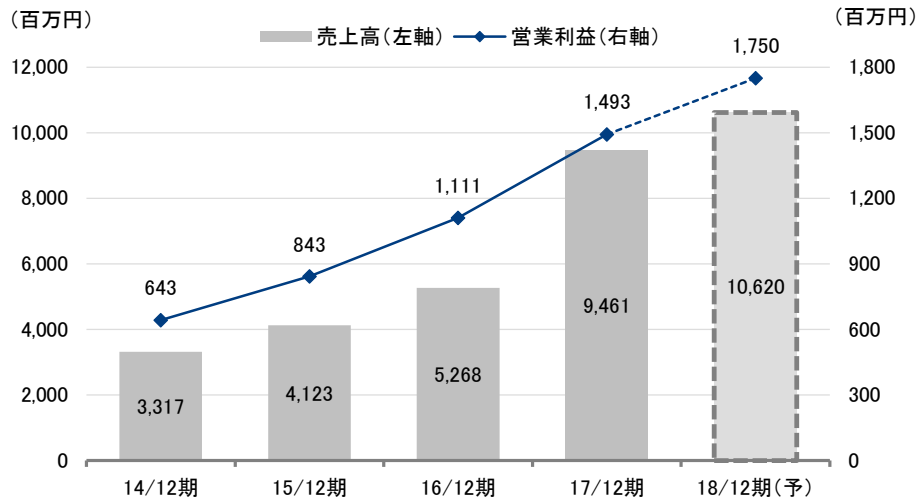
同社は株主還元策として、業績に応じた剰余金の配当を積極的に行うことを基本方針としており、配当性向としては30%程度を目安としている。2017年12月期は前期比3.0円増配の9.0円(配当性向32.0%)と連続増配を実施、2018年12月期以降も増益基調が続けば増配が期待される。また、株主優待制度も導入しており、6月末、12月末の株主に対して保有株数・期間に応じて自社サービスの無料招待券や割引券、あるいはQUOカード(1,000円または1,500円分)などを贈呈している。

#### Key Points

- ・ ネットからリアルまですべての婚活サービスを提供することで、高収益性と安定性を兼ね備えた強固な収益基盤を確立
- ・ 2018年12月期も婚活事業がけん引し、2ヶタ増収増益が続く見通し
- ・ 2022年に日本の成婚組数の3%を獲得し、売上高300億円、営業利益50億円を目指す

## 要約

## 業績推移



注：16/12期より連結ベース  
 出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 事業概要

### 婚活サービス企業から総合ライフデザイン企業へ

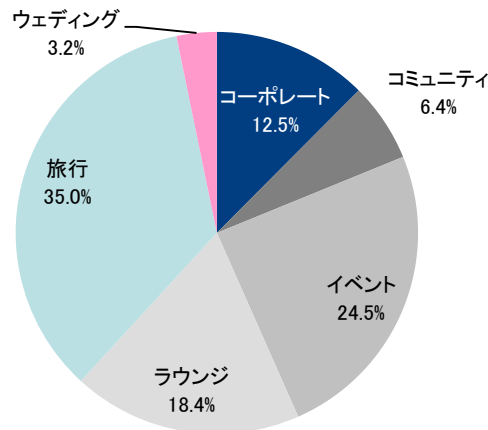
#### 1. 事業内容

同社は、婚活に関連する様々なサービスをオンライン（ネット）とオフライン（リアル）の両面から提供する日本最大規模の婚活サービス企業である。2016年6月にウェディング事業を展開する（株）ウインドアンドサン、同年12月に旅行事業を展開するかもめの全株式を取得し連結子会社としたほか、2017年3月には保険事業への進出を目的にソニー生命保険（株）と合併で（株）IBJ ライフデザインサポートを設立（出資比率70%、非連結）するなど、婚活周辺領域にも事業展開を進め、婚活サービス企業から総合ライフデザイン企業へと進化している。

事業セグメントとしては婚活事業とライフデザイン事業の2つのセグメントで開示している。婚活事業にはサービスの内容によって、コーポレート事業、コミュニティ事業、イベント事業、ラウンジ事業の4つに区別されている。また、ライフデザイン事業は2016年に子会社化したウインドアンドサンのウェディング関連事業、かもめの旅行事業、IBJ ライフデザインサポートの保険事業が含まれる。2017年12月期の売上高構成比で見ると、婚活事業が全体の61.8%を占め（イベント事業24.5%、ラウンジ事業18.4%、コーポレート事業12.5%、コミュニティ事業6.4%）、ライフデザイン事業が38.2%（旅行事業35.0%、ウェディング事業3.2%）となっている。一方、セグメント利益ではほぼ100%近くを婚活事業で占めており、ライフデザイン事業に関してはのれん償却前ベースで若干の利益を計上するにとどまっている。各事業の内容は以下のとおり。

## 事業概要

## 事業別売上高構成比(17/12期)



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## (1) 婚活事業

## a) コーポレート事業

コーポレート事業は、主に当社が設立した国内最大級の結婚相談所ネットワーク「日本結婚相談所連盟」に加盟する結婚相談所向けのサービスとなる。加盟店は「IBJ システム」と呼ばれるお見合い管理システムを導入することによって、同連盟に登録されている1,600社超の結婚相談所、約5.9人に上る日本最大級の会員データベースを共有することが可能となり、お見合いのセッティング機会が増大するなどのメリットを享受している。また、同連盟では業界活性化・健全化のための定例会（勉強会）の開催やガイドラインの設定、あるいは加盟店同士のコミュニケーションツールとなるIBJ新聞（季刊）の発行、集客支援サポートなど加盟店が成長していくうえで必要となる様々なサポートサービスも行っている。

同連盟の売上高は加盟店からの開業加盟金150万円と、システム利用料月額約2万円からなり、同事業売上高の大半を占めている。法人向けには開業の際の事業計画策定から研修までを同社スタッフがサポートするパッケージプラン（300万円～）も提供している。コーポレート事業の売上高の大半はこれら加盟金やシステム利用料で占められ、そのほかにも運営サイトでの広告販売収入なども含まれる。

## b) コミュニティ事業

コミュニティ事業では、婚活サイト「ブライダルネット」の運営を行っている。月額有料会員数は2017年12月末で1.44万人となっている。同事業の売上高は、主に「ブライダルネット」の有料会員から得られる月額利用料3,000円となる。婚活サイト市場は参入企業も多く、ここ数年会員の獲得競争が激化しており、同社の会員数も2017年は初めて前年比で減少に転じた。同社は「恋愛と婚活をまじめに考える婚活サイト」として差別化を図っており、会員をサポートする『婚シエルジュ』についても2018年2月より専任担当制を導入し、会員数の回復を目指している。

## 事業概要

婚活サイトの競合としては、スマホアプリの婚活サイトで国内最大級の(株)エウレカが運営する「Pairs(ペアーズ)」、(日本と台湾で合計700万人以上が利用)のほか、ネットマーケティング<6175>が運営する「Omiai(お見合い)」、(2017年末会員数269万人)、(株)リクルートマーケティングパートナーズが運営する「ゼクシィ縁結び」(会員数約30万人)などがある。

**c) イベント事業**

イベント事業には、婚活パーティーサイト「PARTY☆PARTY」の運営・イベント事業と、合コンセッティングサイト「Rush」の運営事業が含まれる。売上高は主に1人当たりイベント参加平均費用4,000円×イベント動員数からなり、売上高の約8割は「PARTY☆PARTY」で占められている。

「PARTY☆PARTY」で企画した婚活パーティーや各種イベントは、主に自社直営のイベントスペースをパーティー会場として利用することで低コスト運営を実現している。会員からのイベント参加料(前払い)が主な収入源となっており、首都圏、京阪神、名古屋に加えて、ここ2~3年で東北や甲信越、北陸、中国、九州などの地方都市にも出店し、婚活パーティーを企画・開催している。なお、地方都市では主に現地パートナー企業とFC契約を結び、共同開催形式をとっている。現在、月当たりの参加者数は5万人規模にまで成長している。

一方、「Rush」は登録会員数が40万人超と国内最大級の合コンセッティングサイトとなっている。会員は日時や場所、人数、年齢など各種条件検索により、希望する合コンにサイト上から参加申し込みするシステムとなる。同社では合コンのセッティングのほか、飲食店の選定・予約・代金精算代行サービスも一括して提供している。合コン参加者からは飲食代金込みの参加料金を前受金で徴収し、また、契約する飲食店からも送客手数料などを別途収受している。

**d) ラウンジ事業**

ラウンジ事業では、直営の結婚相談所の運営を行っている。店舗数は2017年12月末時点で、首都圏と大阪、神戸、名古屋、福岡に合計12店舗出店しており、ラウンジ会員数は約5,000人となっている。徹底した成婚主義にこだわっているのが特徴で、成婚率は業界最高水準の約55%※を実現している(業界の平均水準は10~30%)。出店場所は主要都市及びターミナル立地に特化しており、2018年2月に大阪・なんば店、3月に東京・上野店を新規出店している。

※ 2016年4月~9月実績。成婚率 = 成婚退会者数 ÷ 全退会者数

「IBJメンバーズ」成婚率の高さの背景には、「IBJシステム」による約5.9万人の豊富な会員データベースの活用に加えて、優秀なカウンセラーによる少人数専任制(1カウンセラー当たり担当会員数は約60名と他社比較で約3割の水準)を敷いていること、成婚報酬主義を採用していることなどが挙げられる。また、同社の新規会員は「PARTY☆PARTY」など自社グループ内サービスからの入会者が過半を占めるため、会員獲得のためのマーケティングコストも競合他社と比較して低く抑えることができ、そのコスト分を優秀なカウンセラーの維持・獲得費用に振り向け、高品質なサービスを提供していることが、成婚率の高さにつながっていると考えられる。なお、同事業は会員からの入会金や会費(年換算約18~24万円)のほか、成婚した場合の成婚料として1人当たり20万円を受領している。



## 事業概要

## 婚活事業の売上モデル

コーポレート事業 (加盟相談所へのシステム提供、開業支援)	開業加盟金 150 万円 + 月額システム利用料約 2 万円 × 加盟相談所数 (法人パッケージは 300 万円～)
コミュニティ事業 (ブライダルネットを運営)	月会費 3,000 円 × 月会費課金者数
イベント事業 (PARTY ☆ PARTY、Rush を運営)	イベント参加費用平均 4,000 円 × イベント動員数
ラウンジ事業 (直営結婚相談所 IBJ メンバーズを運営)	会費 (年換算) 約 18 ～ 24 万円 × 会員数、成婚料 20 万円 / 人

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## (2) ライフデザイン事業

## a) ウェディング事業

子会社のウインドアンドサンで、主にウェディング関連の情報専門誌（7種類、年間約77万部発行）の製作販売のほか、結婚準備無料相談サロン（サービス名「ウェディング navi」）を5店舗、ウェディング関連の情報サイト5サイトを運営し、結婚式場やドレス、ジュエリー販売店への送客サービスを行っている。

## b) 旅行事業

子会社のかもめでは、主に海外ツアーの旅行企画販売業を行っている。特徴は、大手があまり参入しないニッチな旅行先（中南米や北欧などの秘境スポット）のツアー商品を多く取りそろえていることにあり、世界56都市をカバーしているほか、子会社化以降は国内ツアーの取扱いも開始している。主要ターゲット顧客は20～40代の独身女性で、同社の顧客層と重なる部分も多い。成婚カップルの新婚旅行のみならず、婚活会員に向けて休暇旅行や婚活旅行などを企画・提案していくことで、旅行ニーズに隠れている出会いニーズを掘り起こしていく。また、シニア世代に向けた交流旅行なども今後、企画・提供していくことを検討している。

## ネットからリアルまですべての婚活サービスを提供することで、 高収益性と安定性を兼ね備えた強固な収益基盤を確立

### 2. 同社の強み

同社の強みは、婚活を基軸としたサービスをネットからリアルまで幅広く展開することで多様な顧客ニーズに対応し、集客力を高めるとともに（＝収益機会の最大化）、会員獲得のためのマーケティングコストの極小化（＝収益性の向上）を同時に実現していることにある。もちろん、こうしたビジネスモデルは、婚活の最終目標である成婚率の向上にも寄与している。

婚活する利用者から見れば、婚活の最初は合コンや婚活サイトへの登録などハードルの低いサービスから利用し、そこで相手が見つからなければ、婚活パーティーや結婚相談所といったより上位のサービスに移行することになる。同社は多様な婚活サービスを同時に展開することで、婚活サービス利用者から得られる売上高の最大化を実現することが可能となる。また2016年以降は、M&Aを通じて婚活周辺領域にも事業を展開し始めており、顧客の生涯価値（LTV）の最大化を図ると同時に、婚活サービス企業から総合ライフデザイン企業へ進化していくことを目指している。



## 事業概要

ビジネスモデルに関して言えば、BtoC、BtoBの両分野で事業を展開しているほか、ストック型、フロー型いずれのビジネスモデルにおいても収益化を実現しており、収益の安定性と同時に高収益性を実現できる強固な事業基盤を既に確立している点が強みと言える。課題は、ライフデザイン事業が子会社化間もないとはいえ、まだ収益性が低いことにある。ただ、これも今後婚活事業の成長による成婚者数の増加とともに、マーケティングコストを掛けずに売上成長が期待できることから、時間の経過とともに収益性は向上していくものと弊社では見ている。

## 業績動向

### 2017年12月期は主力の婚活事業の好調に加え、M&A効果により大幅増収増益を達成

#### 1. 2017年12月期の業績概要

2017年12月期の連結業績は、売上高が前期比79.6%増の9,461百万円、営業利益が同34.4%増の1,493百万円、経常利益が同34.9%増の1,493百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同42.8%増の1,036百万円と2ケタ増収増益となり、過去最高業績を連続で更新した。売上高は11期連続増収、営業利益は2011年12月期に黒字化して以降、連続増益が続いている。

婚活市場の拡大を背景に、主力の婚活事業が2ケタ増収増益と高成長を持続したことに加えて、2016年12月期第3四半期より連結対象となったウインドアンドサンのウェディング事業及び、2017年より連結対象となったかもめの旅行事業が通年でフル寄与したことが大幅増収につながった。また、会社計画比でも売上高、利益ともに上回って着地している。同社は2012年に株式を上場して以降、すべての期において期初会社計画を上回る数字を達成しており、適確な事業運営がなされているものと評価される。なお、特別損失として子会社ののれんを中心に減損損失163百万円を計上したが、未上場有価証券の売却益237百万円を計上したことにより相殺している。

#### 2017年12月期連結業績

(単位：百万円)

	16/12期		期初計画	17/12期			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	5,268	-	9,259	9,461	-	+79.6%	+2.2%
売上原価	562	10.7%	-	3,674	38.8%	+553.2%	-
販管費	3,575	67.9%	-	4,259	45.0%	+19.1%	-
営業利益	1,111	21.1%	1,281	1,493	15.8%	+34.4%	+16.6%
経常利益	1,106	21.0%	1,276	1,493	15.8%	+34.9%	+17.0%
特別損益	-25	-0.5%	-	52	0.5%	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	725	13.8%	862	1,036	11.0%	+42.8%	+20.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 婚活事業はコーポレート事業を中心に高成長が続く

### 2. 事業セグメント別動向

#### (1) 婚活事業

婚活事業の売上高は前期比 14.9% 増の 5,850 百万円、セグメント利益は同 30.5% 増の 2,764 百万円となった。「ブライダルネット」の会員数減少によりコミュニティ事業が唯一減収となったものの、その他の事業はすべて 2 ケタ増収が続いた。また、利益に関してはコミュニティ事業も含むすべての事業で増益を達成している。コミュニティ事業に関しては、インターネット広告費を戦略的に絞り込んだことが増益要因となった。

#### a) コーポレート事業

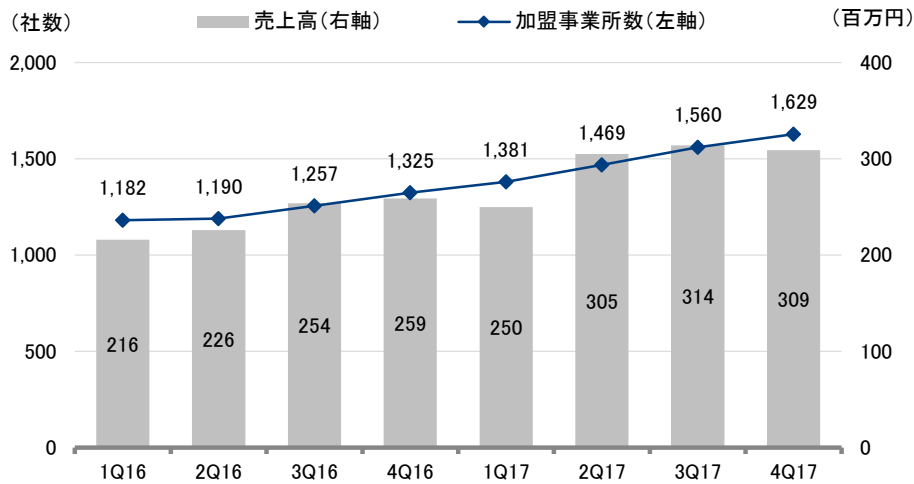
コーポレート事業の売上高は前期比 23.4% 増の 1,178 百万円となった。2017 年 12 月期末の「日本結婚相談所連盟」の加盟数が前期末比 22.9% 増の 1,629 社と順調に拡大したことに加え、第 3 四半期より初期開業費用を 120 万円から 150 万円に改定したことも増収要因につながった。また、第 3 四半期には業界初のお見合いシステムアプリをリリースし、婚活会員に対するサービス向上にも取り組んだ。

「日本結婚相談所連盟」の活動実績を見ると、2017 年 12 月末における婚活会員数は前期末比 1.3% 増の 5.9 万人となり、年間お見合い件数は前期比 9.9% 増の約 30 万件、成婚者数は同 16.6% 増の 9,375 人（連盟外含む）、うち、連盟内の会員同士の成婚者数は同 20.4% 増の 5,708 人に増加した。「日本結婚相談所連盟」の規模の拡大と同時に、成婚率も上昇していることがうかがえる。

加盟件数については四半期ごとに増加傾向が続いている。フランチャイズフェアなどの展示会に積極的に参加するなど営業チャネルを広げているほか、Web での集客に注力したことが奏効している。新規加盟の大半は独立開業による個人事業主で占められている。学習塾や飲食店などほかのフランチャイズ事業と比較して初期開業費用が低いほか、パソコンやスマホがあれば開業できること、また、月額システム利用料が約 2 万円で、婚活会員数を 2 名（月額会員費約 1.5 万円と仮定）獲得できれば月間損益が黒字となる計算で、成婚料金 20 万円とすると、8 人を成婚に導けば初期費用も回収できることになり、収益化へのハードルが比較的低いことが人気を博している要因になっていると考えられる。

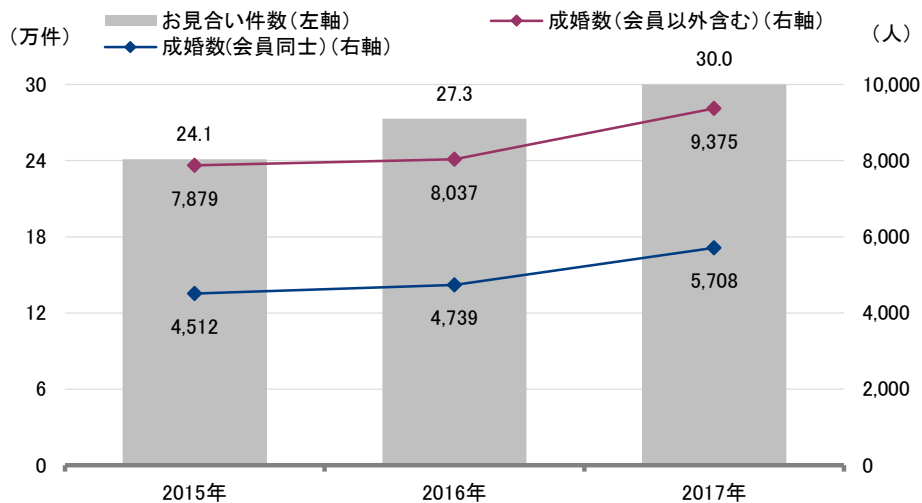
## 業績動向

## 日本結婚相談所連盟加盟事業所数と売上高推移



出所：会社資料よりフィスコ作成

## 日本結婚相談所連盟の活動実績



出所：日本結婚相談所連盟 HP よりフィスコ作成

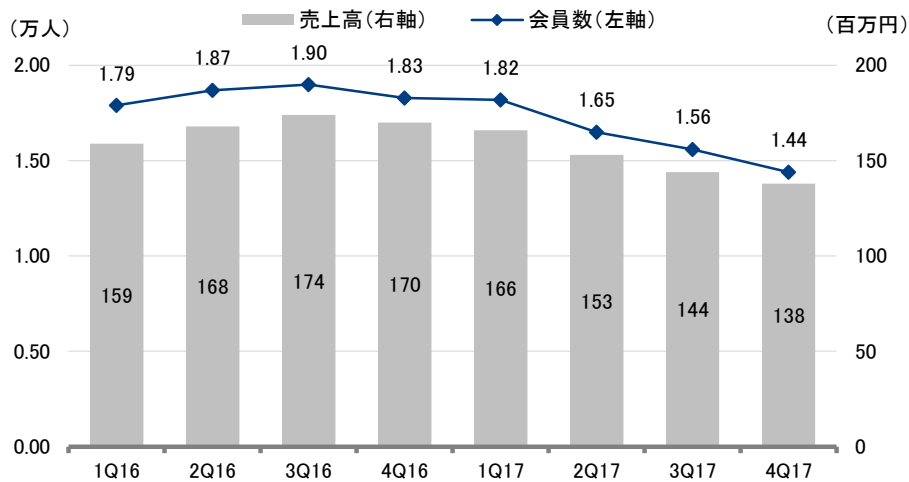
**b) コミュニティ事業**

コミュニティ事業の売上高は前期比 10.4% 減の 601 百万円と、サービス開始以降初めて減収となった。顧客獲得競争が激化するなか、2017 年は消耗戦を避け、差別化戦略の確立に注力した。この結果、2017 年 12 月期末の「ブライダルネット」の有料会員数は前期末比 21.3% 減の 1.44 万人となったが、利益面では広告費の削減効果により増益を維持している。

## 業績動向

差別化戦略としては、2017年8月にWebサイトをリニューアルし、利便性の向上を図っただけでなく、2018年2月からは会員の婚活をサポートする『婚シェルジュ』の専任担当制を導入した。同社は結婚相談所を運営しており、同相談所のカウンセラーのメソッドを体系化し、『婚シェルジュ』の研修プログラムに組み込むことで顧客満足度の向上（良い出会いの機会を提供する等）を図り、退会率の抑制に取り組んでいく。実際、退会数はここ数カ月減少傾向となっており、2月の会員数は5カ月ぶりに前月比でプラスに転じたと見られる。現在、『婚シェルジュ』は7名体制で、新規会員を中心に担当をつけているが、今後もプラスに寄与するようであれば、婚シェルジュの増員を進め、当面は1人の婚シェルジュにつき1,000人の会員をサポートしていくことを考えている。

ブライダルネット有料会員数と売上高推移



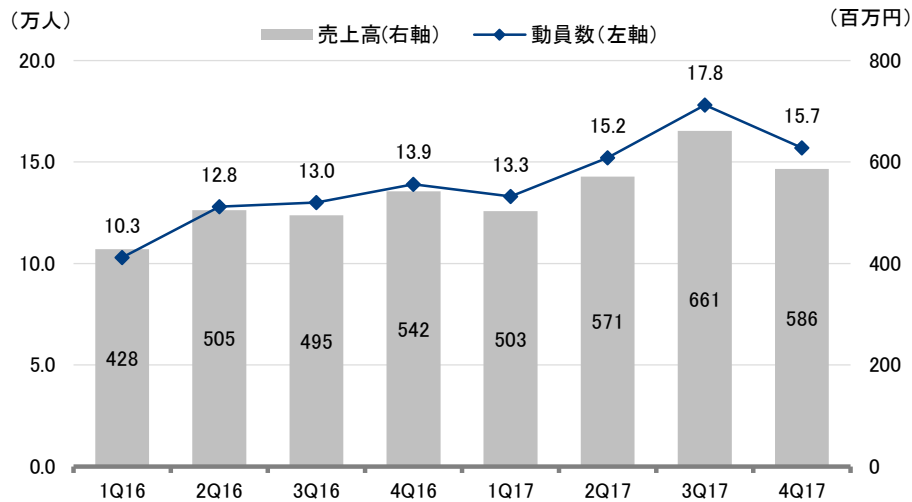
出所：会社資料よりフィスコ作成

## c) イベント事業

イベント事業の売上高は前期比17.7%増の2,321百万円と好調に推移した。「PARTY☆PARTY」と「Rush」を合わせたイベント動員数は前期比24.1%増の62万人と大幅に増加したことが要因だ。増収要因の大半を占めた「PARTY☆PARTY」は多彩な企画による集客力アップに取り組んだほか、2016年12月期に出店した直営6店舗（京都、池袋、博多、千葉、名古屋、渋谷）やFC4店舗（新潟、三重、群馬、浜松）が通期でフル寄与したことが高成長につながった。特に、例年は第2、第4四半期に売上高が偏重する傾向にあるが、当期は好天気に恵まれたことや好評な企画が集中したこともあって第3四半期の売上高がピークとなっている。

## 業績動向

## イベント動員数と売上高推移



出所：会社資料よりフィスコ作成

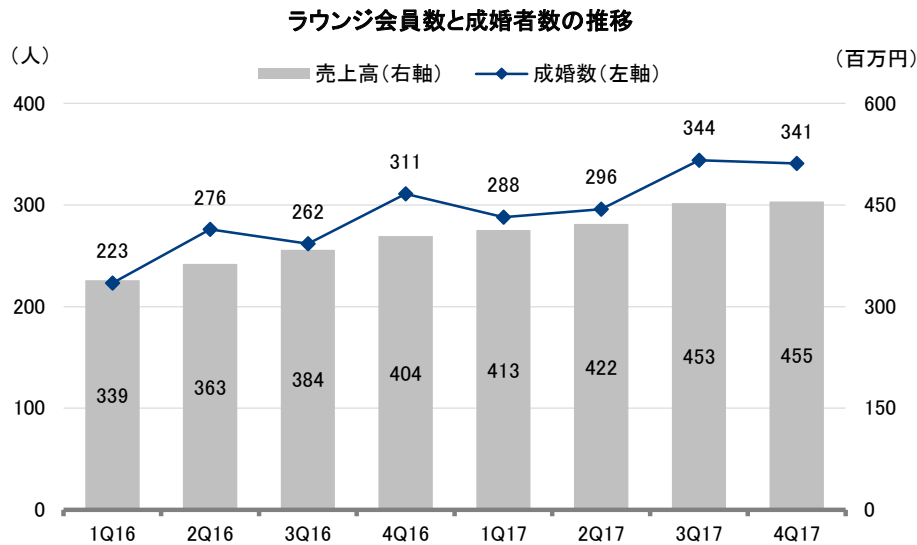
## d) ラウンジ事業

ラウンジ事業の売上高は前期比 17.0% 増の 1,743 百万円となった。直営結婚相談所「IBJ メンバーズ」の 2017 年 12 月期末の会員数が前期末比 10.8% 増の約 5,000 人と順調に拡大したほか、2016 年夏にコースの見直しと料金改定※を実施したこと、成婚者数が前期比 18.4% 増の 1,269 人に増加したことが増収要因となった。

※ 従来はプランごとに月額会費が異なっていたが、6,200 円コースを廃止し、一律 15,000 円とした。

成婚者数増加の要因としては、2016 年夏以降、成婚率の高いハイクラスの男性会員数の獲得に注力し、男性会員比率が 5 割を超えた効果（2015 年までは 4 割）が出ていることに加えて、カウンセラーと会員との相性を考慮し、活動が停滞している会員については定期的にカウンセラーを変更するなど、成婚に向けた取り組みを強化したことが要因と見られる。なお、店舗数は 2017 年 12 月時点で 12 店舗体制となっている。

## 業績動向



出所：会社資料よりフィスコ作成

## (2) ライフデザイン事業

ライフデザイン事業の売上高は3,611百万円（前期は178百万円）、セグメント損失は29百万円（同3百万円の損失）となった。なお、のれん償却前では29百万円（前期は4百万円）の利益となった。

ウインドアンドサンで展開するウェディング事業の売上高は前期の1.7億円から約3億円となった。前第3四半期から連結対象となっており、当期は通年でフル寄与したことになる。営業利益は数百万円の黒字だったが、のれん償却後では若干の損失となっている。同事業では提携式場数の拡充や式場送客の増加による収益力向上に取り組んでいるほか、結婚情報誌の発行及び広告販売の強化を進めている。結婚準備無料相談サロン「ウェディングnavi」については前期から2店舗増やし、合計5店舗に拡大した。いずれも同社の婚活ラウンジと併設した店舗となっている。IBJグループからの式場送客実績は893組（2016年は542組）に拡大し、今後の更なる成長が期待される。

一方、かもめの旅行事業は売上高で33億円、営業利益で約20百万円となった。こちらののれん償却後では若干の損失となっている。海外のパッケージツアーの企画や、大手旅行代理店へのツアー提供、オーダーメイド旅行のアレンジなど、積極的な営業活動に取り組んでいる。IBJグループからの新婚旅行成約実績は42組となっており、今後も更なる増加が期待される。また、2018年からは「PARTY☆PARTY」とのコラボレーションによる婚活バスツアーや海外旅行などの企画もスタートする予定となっており、シナジー効果が出てくるものと予想される。

## 財務内容は健全で、M&A 実施後も高収益性を維持

### 3. 財務状況と経営指標

2017年12月期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比1,329百万円増加の6,220百万円となった。前期末比での主な変動要因を見ると、流動資産では現預金が1,144百万円増加した。また、固定資産ではのれんが204百万円減少した一方で、ソフトウェア資産が111百万円、関係会社株式が95百万円それぞれ増加した。関係会社株式については、保険事業を展開するIBJライフデザインサポートの設立によるものとなっている。

負債合計は前期末比165百万円増加の3,049百万円となった。流動負債では未払法人税等が132百万円増加したほか、1年内返済予定の長期借入金70百万円が固定負債から振り替わっている。有利子負債合計は20百万円の減少となった。純資産は前期末比1,164百万円増加の3,171百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益1,036百万円を計上したほか、新株予約権の行使により資本金及び資本剰余金が464百万円増加した。一方、減少要因として、配当金の支払が218百万円、自己株式取得が124百万円となった。

経営指標を見ると安全性を示す自己資本比率は前期末の40.9%から50.9%と1.0ポイント上昇、また有利子負債比率は68.4%から42.6%に低下した。M&Aにより2016年12月期は有利子負債が増加したが、当期は収益の拡大が有利子負債比率の低下要因となっており、財務の健全性は保たれていると言える。また、収益性に関しては、M&Aによりライフデザイン事業の売上が拡大したことにより、売上高営業利益率が前期比5.3ポイント低下したが、それでも15.8%と高い収益性を維持している。同様にROAは26.9%、ROEは40.1%とそれぞれ高水準を維持している。主力の婚活事業が安定して高い収益性を維持しながら成長を続けていることが要因と考えられる。

#### 貸借対照表

(単位：百万円)

	14/12期	15/12期	16/12期	17/12期	増減額
流動資産	1,903	1,950	3,283	4,484	+1,201
(現預金)	1,458	1,428	2,462	3,607	+1,144
固定資産	831	983	1,607	1,735	+128
総資産	2,735	2,933	4,890	6,220	+1,329
流動負債	1,029	1,057	1,795	2,032	+236
固定負債	252	202	1,088	1,017	-71
(有利子負債)	385	335	1,371	1,350	-20
負債	1,282	1,259	2,883	3,049	+165
純資産	1,453	1,674	2,006	3,171	+1,164
(安全性)					
自己資本比率	53.0%	56.8%	40.9%	50.9%	+1.0pt
有利子負債比率	26.5%	20.0%	68.4%	42.6%	-25.8pt
(収益性)					
ROA	25.9%	29.5%	28.3%	26.9%	-1.4pt
ROE	31.2%	36.5%	39.4%	40.1%	+0.7pt
売上高営業利益率	19.4%	20.4%	21.1%	15.8%	-5.3pt

注：15/12期以前は単独ベース

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成



## ■ 業績見通しと中期経営計画

### 2018年12月期も婚活事業がけん引し、2ケタ増収増益が続く見通し

#### 1. 2018年12月期の業績見通し

2018年12月期の連結業績は、売上高が前期比12.2%増の10,620百万円、営業利益が同17.2%増の1,750百万円、経常利益が同17.1%増の1,749百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同13.9%増の1,180百万円と2ケタ増収増益となる見通し。会社計画ではライフデザイン事業を前期並みの水準と保守的に見ている。逆算すれば、婚活事業については売上高で前期比20%増、セグメント利益で10%増の成長を見込んでいることになる。

#### 2018年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	17/12期		18/12期		
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	前期比
売上高	9,461	-	10,620	-	+12.2%
営業利益	1,493	15.8%	1,750	16.5%	+17.2%
経常利益	1,493	15.8%	1,749	16.5%	+17.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,036	11.0%	1,180	11.1%	+13.9%
1株当たり利益(円)	28.17		32.08		

出所：決算短信よりフィスコ作成

婚活事業の内訳をみると、コーポレート事業については期末加盟事業所数で前期末比28.9%増の2,100社を目指していく。引き続き営業チャネルを全国各地域で広げていくほか、異業種とのネットワークも広げていきながら加盟事業所数を伸ばしていく戦略だ。売上高では25%増収を見込んでいる。

コミュニティ事業では、『婚シェルジュ』の専任担当制導入の効果も出始めていることから、会員数は今後上向きに転じるものと見ており、期末時点で過去ピークであった1.9万人(2016年7~9月)までの回復を目指している。売上高では若干の増収を見込んでいる。引き続き競争が激しい市場環境を考えるとややハードルは高い印象があるものの、2018年中にネイティブアプリをリリースする予定になっており、差別化戦略が市場で認知されるようになれば、新規会員数の増加によって目標を達成する可能性もある。

イベント事業では動員数、売上高ともに前期比25%増を目標としている。2017年はイベントスタッフの育成に注力するため新規出店を抑えていたが、2018年は積極的な店舗展開により売上規模を拡大していく方針となっている。2018年2月に大阪・なんば店、3月には東京・上野店を新規オープンしており、貸会場も含めると53会場となっている。2018年の出店計画は特に立てていないが、条件に見合う立地場所があればFC店も含めて出店を進めていくことにしている。

## 業績見通しと中期経営計画

ラウンジ事業の売上高は前期比15%増となる見通し。新規出店として2018年2月に大阪・なんば店、3月に東京・上野店をオープンしており、店舗数は前期末比2店舗増の14店舗となっている。直営ラウンジの出店については、今後も「日本結婚相談所連盟」加盟店とも連携しながら、有力候補地があれば出店を検討していくことになる。このためカウンセラーの育成にも注力していく方針で、2018年1月より新たに人材育成の専門部署となる教育管理部を設置し、人材投資も積極的に進めていく。

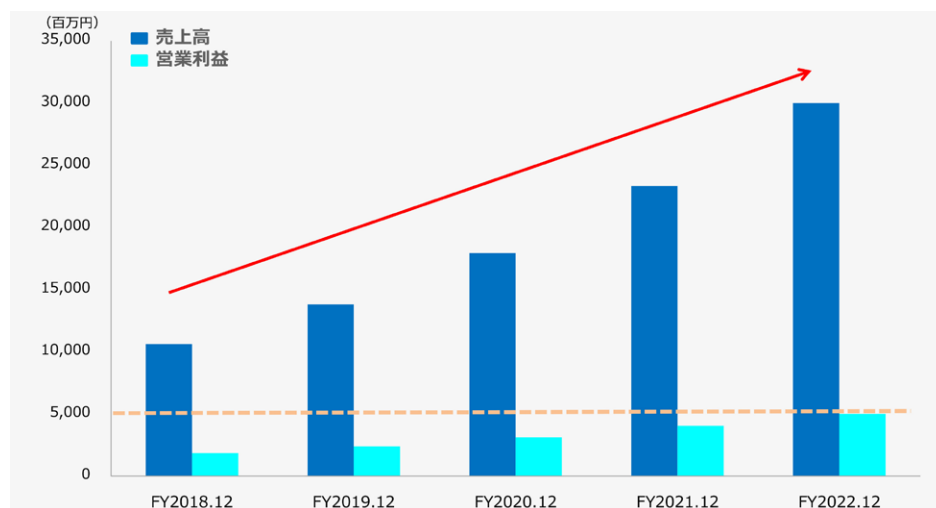
## 2022年に成婚組数の3%を獲得し、売上高300億円、営業利益50億円を目指す

### 2. 中期経営計画について

#### (1) 中期経営計画の概要

同社は2月26日付で新・中期経営計画（2018年-2022年）を発表した。経営目標としては、「日本の成婚組数の3%をIBJから創出する」ことを掲げ、最終年度となる2022年12月期に売上高300億円、営業利益で50億円の達成を目指していく。事業セグメント別の売上高では、婚活事業で200億円、ライフデザイン事業で100億円を目標としている。年平均売上成長率は26%となり、加速度的に成長を実現していくため婚活事業や周辺領域での戦略的なM&Aも実行していく計画となっている。

中期経営計画

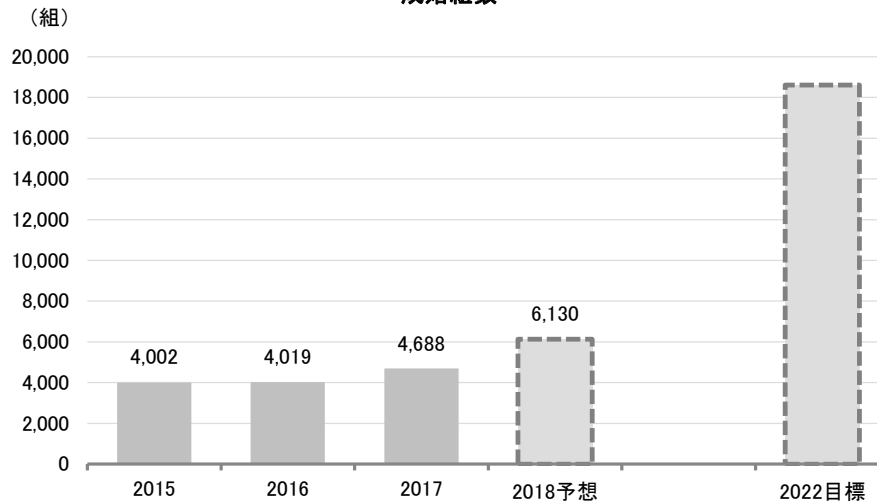


出所：中期経営計画説明資料より掲載

現在の国内の成婚組数は62万組となっており、今後も同水準が続くとすれば5年後に1.8万組以上の成婚組数を目指していくことになる。同社グループの成婚組数は2017年に4,688組で、2018年は6,130組に拡大する見込みとなっている。このため、今後3倍以上に成婚組数を拡大していく計算となる。目標を達成していくため、同社では「日本結婚相談所連盟」の加盟事業所数をさらに拡大し、婚活会員数を拡大していく。特に、関西支社や東海支社を拠点に地方の結婚相談所や個人の独立開業需要を掘り起し、ネットワークの拡充を進めていく。

## 業績見通しと中期経営計画

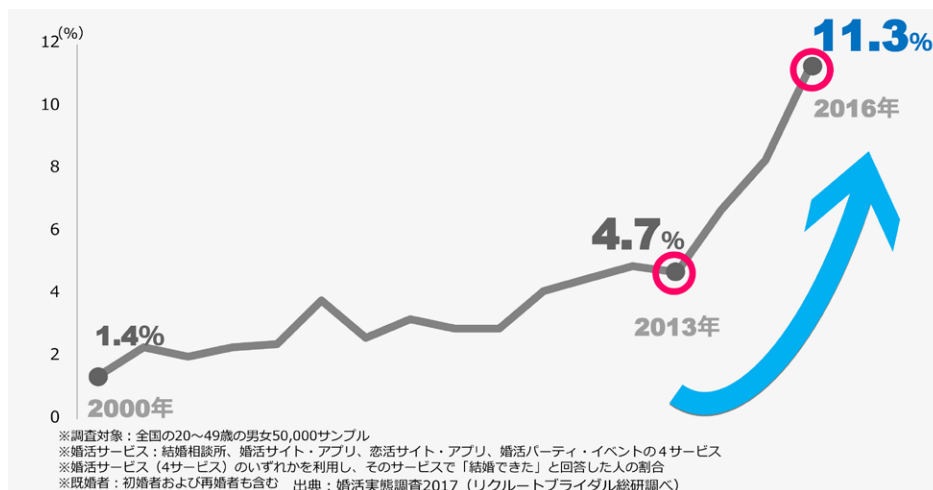
## 成婚組数



出所：決算説明資料からフィスコ作成

婚活するに当たっては、最初はハードルが低い婚活サイト・アプリや婚活パーティーなどへの参加から始まるが、そこでパートナーが見つからなければ、結婚相談所で婚活をしていくことになる。婚活サービスによって結婚した人の割合は2013年の4.7%から2016年には11.3%と3年で2.4倍にまで拡大しており、今後も上昇傾向が続くことが予想される。

## 会員基盤の拡大



出所：決算説明資料より掲載

## 業績見通しと中期経営計画

婚活サービスを一通貫で提供している会社にとっては、今後も市場環境は追い風が続く見通しであり、そのなかでいかに競争力を維持向上できるかが成長の鍵を握ることになる。このため、同社はシステムとヒトへの投資も今後も積極的に行っていく方針だ。システムについては2017年にIBJお見合いシステムアプリをリリースしたほか、2018年には「PARTY ☆ PARTY」のネイティブアプリもリリースし、会員の利便性向上につなげている。ブライダルネットも2018年中にネイティブアプリをリリースする予定であり、今後も各サービスにおいて利便性や顧客満足度の向上につながるシステム開発を続けていくことになる。ヒトへの投資では、ラウンジ事業において蓄積した成婚メソッドを加盟店にも波及させるIBJメソッドスクールを毎月開催しており、「日本結婚相談所連盟」のお見合い件数及び成婚者数の増加につながっている。今後も加盟店に対して成婚メソッドを共有していくことで、競合他社との差別化を図っていく方針だ。また、成婚メソッドについては、ブライダルネットの『婚シェルジュ』の育成にも活用し始めており、今後、ブライダルネットの会員数増加に寄与するものと期待される。

## (2) 新たな取り組み施策

新たな施策として3つの取り組みを進めていく方針を明らかにしている。1つ目は、AI・ロボット技術を活用した最先端の婚活サービスの提供だ。具体例としては、ロボット受付システムが挙げられる。人的リソースをヒトの手でしかできない部分に集中することで、今まで以上に細やかな婚活サービスの提供を実現できている。ロボット受付システムについては2018年中にも導入していく計画となっている。

2つ目は、シニア層をターゲットにした婚活サービスの本格始動である。シニア層は旅行を趣味にしている人が多く、旅行を機会とした自然なパートナーとの出会いの場を提供していくことになる。同サービスは子会社のかもめと「PARTY ☆ PARTY」のコラボレーション企画となり、2018年中にも開始する予定となっている。

3つ目は、国際結婚をターゲットにした新たな婚活サービスの提供だ。国際化が進むなかで今後は国際結婚のニーズも高まることが予想される。一方で、国際結婚は離婚率が高いという側面もある。文化の違いや理想と現実のギャップが大きいことが原因と見られるが、こうした課題を解決するソリューションも合わせて提供していくことができれば、収益化していくことは可能と見られる。具体的なサービス開始時期はまだ決まっておらず、今後の動向が注目される。

## (3) M&A 資金調達のため新株予約権を発行

同社は中期経営計画と合わせて、第三者割当による新株予約権（第3回、第4回）の発行も発表した。すべて行使されれば50億円程度の資金調達が可能となる。株式の希薄化率は約8%となるが、下限行使価額が1,400円（第3回）と1,750円（第4回）に設定されており、株価が同水準を上回らない限りは行使が理論上進まないと見られるため、行使価額を下回る水準での新株予約権行使による株価下落リスクはないものと弊社では考えている。

なお資金調達の目的は、中期経営計画の達成に必要な婚活事業及び周辺領域におけるM&Aや資本業務提携である。M&Aの規模については、過去に同社が行ったものよりも大規模な案件を視野に入れている。対象先としては、既存事業とのシナジーを重視し、それらに関連した企業、また既存事業との直接的なシナジーを生じさせるだけでなく、会員ネットワークの拡大につながる個人顧客データベースを保有する企業、同社サービスの技術的な補完や新たな技術サービスの提供が可能なIT企業を想定している。

業績見通しと中期経営計画

## 第3者割当新株予約権の概要

	第3回	第4回
発行新株予約件数	17,858 個	14,286 個
潜在株式数	17,858 百株	14,286 百株
当初行使価額	1,400 円	1,750 円
下限行使価額	1,400 円	1,750 円
資金調達想定額	約 50 億円	

出所：会社資料よりフィスコ作成

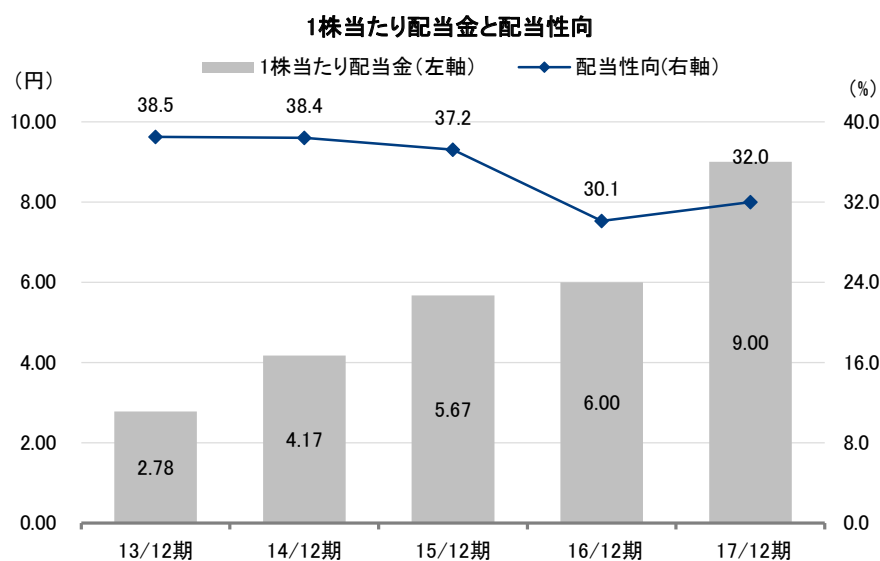
## 株主還元策

### 上場来連続増配を実施、株主優待も充実

#### ● 配当方針と株主優待制度の内容について

同社は株主還元策として、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積極的に行うことを基本方針としており、上場来連続で増配を実施している。配当性向の水準としては30%程度を目安としており、2017年12月期は前期比3.0円増配の9.0円を予定している。また、2018年12月期についても業績が計画どおり推移すれば、増配となる可能性が高いと弊社では見ている。

また、株主優待制度も2014年より導入している。優待制度の内容は、保有株数や保有期間によって自社サービスの無料招待券や割引券、QUOカード、フラワーギフト券などの贈呈を実施している。



注：2016年1月に1:3の株式分割を実施しており、1株当たり配当金は株式分割を考慮し、過去遡及修正している

出所：決算短信よりフィスコ作成

IBJ | 2018年4月6日(金)  
6071 東証1部 | <http://www.ibjapan.jp/ir/>

## 株主還元策

## 株主優待制度の内容

基準日	6月末	12月末
100以上1,000株未満	・「PARTY ☆ PARTY」の無料招待券 (4,000円相当) × 1	・「PARTY ☆ PARTY」の無料招待券 (4,000円相当) × 1
1,000以上10,000株未満	・「PARTY ☆ PARTY」の無料招待券 (4,000円相当) × 2 ・特製QUOカード1,000円分	・「PARTY ☆ PARTY」の無料招待券 (4,000円相当) × 2 ・IBJメンバーズ(エントリーコース) 入会初期費用10万円割引券 × 1
10,000株以上	・「PARTY ☆ PARTY」の無料招待券 (4,000円相当) × 3 ・特製QUOカード1,500円分	・「PARTY ☆ PARTY」の無料招待券 (4,000円相当) × 3 ・IBJメンバーズ(エントリーコース) 入会初期費用10万円割引券 × 2

※株主優待券は株主本人のほか家族、友人、知人等で利用可能  
出所：ホームページよりフィスコ作成

## 1年以上保有優待

基準日	12月末
100株以上	フラワーギフト券1,000円分

※12月末の株主名簿で2回以上連続して、同一株主番号で記載された株主を対象  
出所：ホームページよりフィスコ作成

## 情報セキュリティ対策

同社の事業はインターネットを通じて多くのサービスを展開しており、情報セキュリティ対策は経営の重要課題の1つとして位置付けている。外部からの不正アクセスの遮断やマルウェア対策、個人情報の管理体制の徹底などのほか、稼働している自社サーバーがシステムダウンした場合にサービスに支障が出ないよう、バックアップサーバーを用意し、日々データの更新を行っている。また、同社が提供するサービスについては原則としてすべて自社で開発しており、リリース前に品質チェックを入念に行うなどの管理体制を構築している。

#### 重要事項（ディスクレーマー）

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。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

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。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、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、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、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、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

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、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ