

# 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12月20日(水)

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. 2024年3月期第2四半期累計は前年同期比、計画比とも損失縮小、 EBITDAは黒字基調	01
3. 2024年3月期の業績予想を据え置き、下期は改善基調で通期では黒字予想	02
4. 経営基盤再整備により短期的な業績回復を達成	02
5. 攻めの経営施策に転じることで収益力回復が加速する可能性に期待	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	06
3. カジュアルウェディング事業	09
4. ライフ & テック事業	11
5. 地方創生事業	13
6. 特徴・強み	13
7. リスク要因・収益特性と課題・対策	14
■ 業績動向	15
1. 2024年3月期第2四半期累計業績の概要	15
2. 事業別動向	16
3. 財務状況	18
■ 今後の見通し	19
● 2024年3月期業績予想の概要	19
■ 成長戦略	21
■ 株主還元策	21
■ ESGの取り組み	22

## ■ 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（パーパス）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、婚活事業及びカジュアルウェディング事業を中心に展開している。

#### 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事業、カジュアル挙式披露宴・フォトウェディング・結婚式二次会プロデュース等のカジュアルウェディング事業を中心に、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＆テック事業、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事業にも展開している。4つの事業分野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、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. 2024年3月期第2四半期累計は前年同期比、計画比とも損失縮小、EBITDAは黒字基調

2024年3月期第2四半期累計業績（非連結決算に移行）は売上高が2,583百万円、営業損失が119百万円、経常損失が149百万円、四半期純損失が129百万円だった。前年同期の連結業績との比較で見ると売上高は109百万円減少したが、営業損失は32百万円縮小、経常損失は27百万円縮小、四半期純損失は63百万円縮小した。売上面は法人向け事業譲渡などが影響して減収となったが、利益面は販管費削減効果などにより損失縮小した。EBITDA（＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費）は70百万円で2百万円減少したが黒字基調となっている。なお計画との比較で見ると売上高は109百万円下回ったが、営業損失は20百万円縮小、経常損失は20百万円縮小、四半期純損失は13百万円縮小した。各利益は前年同期比、計画比とも損失縮小した。

## 要約

### 3. 2024年3月期業績予想を据え置き、下期は改善基調で通期では黒字予想

2024年3月期の業績予想は期初計画を据え置いて、売上高が5,780百万円、営業利益が50百万円、経常利益が0百万円、当期純利益が20百万円としている。2023年3月期連結業績との比較では売上高が175百万円増加、営業利益が201百万円増加、経常利益が230百万円増加、当期純利益が257百万円増加の見込みである。売上面では下期にカジュアルウェディング事業の増収を見込み、利益面では下期に一段の販管費減少を見込んでいる。販管費では特に拠点統廃合効果による地代家賃削減効果が下期から本格化する。カジュアルウェディング事業では、カジュアル挙式披露宴プロデュース「スマ婚」シリーズと結婚式二次会プロデュース「2次会くん」の施行件数が下期に大幅増加する見込みだ。また地方創生事業では、婚活支援システム関連の収益の大部分が第4四半期に計上される見込みだ。収益は改善基調である。弊社では、期初時点で下期偏重の計画だったこと、上期の損失縮小が計画を上回る水準で着地したこと、下期にカジュアルウェディング事業の施行件数増加が見込まれることに加え、施行金額も上昇傾向であることなどを勘案すれば、会社予想の達成は可能であり、さらに上振れの可能性もあると考えている。

### 4. 経営基盤再整備により短期的な業績回復を達成

同社は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。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。さらに中長期戦略の要として、パーパス（存在意義）を定義した。短期的な業績回復の達成により、中長期的な成長に向けた戦略を改めて推進する方針だ。

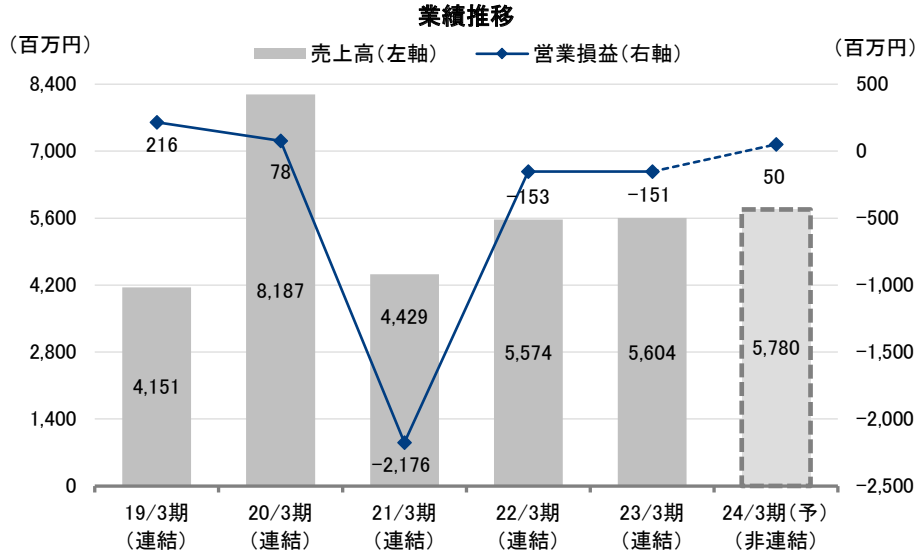
### 5. 攻めの経営施策に転じることで収益力回復が加速する可能性に期待

同社は新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響を受けて一時的に収益が大幅に悪化し、バランスシートも大きく悪化した。経営合理化施策の推進による固定費削減効果等が寄与して、2024年3月期は黒字回復を見込んでいる。経営合理化施策を優先して短期的な業績回復を達成したことにより、弊社では最悪期を脱したと評価している。今後はバランスシート改善に向けた収益力の向上が課題となるが、事業環境は改善基調であり、同社の特徴・強みを活かした攻めの経営施策に転じることで、収益力回復が加速する可能性に期待している。

#### Key Points

- ・ 婚活事業及びウェディング事業を主力に4つの戦略領域で高品質サービスを提供
- ・ 2024年3月期第2四半期累計は前年同期比、計画比とも損失縮小、EBITDAは黒字基調
- ・ 2024年3月期予想を据え置き、下期は改善基調で通期では黒字予想
- ・ 経営基盤再整備により短期的な業績回復を達成
- ・ 攻めの経営施策に転じることで収益力回復が加速する可能性に期待

## 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（パーパス）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、婚活事業及びカジュアルウェディング事業を中心に、周辺領域も含めて顧客が求める高品質サービスを創出・提供している。本社所在地は東京都品川区、2024年3月期第2四半期末時点の総資産は4,586百万円、純資産は16百万円、自己資本比率は0.4%、発行済株式数は26,265,100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月に設立した（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月に吸収合併)、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をグループ化(2020年10月にタメニーアートワークス(株)に商号変更、2023年3月に吸収合併)、2020年4月に結婚式二次会会場紹介の(株)pmaをグループ化(2020年10月にタメニーパーティーエージェント(株)に商号変更、2022年3月に吸収合併)して事業領域を拡大した。

2020年10月には商号をタメニー株式会社に変更、2021年12月に(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。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月に東京証券取引所マザーズ市場に新規上場し、2022年4月の同市場再編に伴ってグロース市場に移行した。

## 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 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) 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市場に新規上場
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 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 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 (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 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 pmaの商号をタメニーパーティーエージェント(株)に変更 ブロードマインド<7343>と業務提携
2020年11月	タメニーアートワークスがエスクリ<2196>と業務提携
2021年 1月	アプリ完結型の結婚相談所「スマ婚縁結び」(現パートナーエージェントApp)始動

## 会社概要

年月	項目
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	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」設立 東京証券取引所の市場再編に伴ってグロース市場に移行
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etworkスを吸収合併し、企業向けイベントプロデュース事業をブイキューブ<3681>に承継
2023年 6月	日本初のLGBT向けパートナー紹介サービス「リザライ」を提供する(株)リザライと提携
2023年 7月	企業向け婚活応援プランの提供開始
2023年 8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」が(株)リクルートの「ゼクシィ相談カウンター」と連携
2023年 9月	東京都「結婚支援マッチング事業支援業務」の事業プロモーターである(株)日本旅行より実施事業会社として選定される

出所：会社資料よりフィスコ作成

## 事業概要

### 婚活事業・カジュアルウェディング事業を中心に 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事業、カジュアル挙式披露宴・フォトウェディング・結婚式二次会プロデュース等のカジュアルウェディング事業を中心に、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 & テック事業、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事業にも展開している。4つの事業分野で幅広く全方位的な一貫通貫の高品質・高付加価値サービスを展開し、業界首位の成婚率など高い信頼性・ブランド認知度を確立していることが特徴・強みだ。

事業概要

事業領域



出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

## 結婚相談所は高品質が強みで業界首位の成婚率を誇る

### 2. 婚活事業

婚活事業の主要サービスは、会員制の結婚相談所「パートナーエージェント」、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年以内を目的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。コンシェルジュ専任体制、PDCAに基づくサポート、7万名超のマッチングプール（活動会員数）などにより、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。

2021年3月にはDX婚活として成婚率業界首位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、サービス開始からわずか3ヶ月で初の成婚を輩出した。



## 事業概要

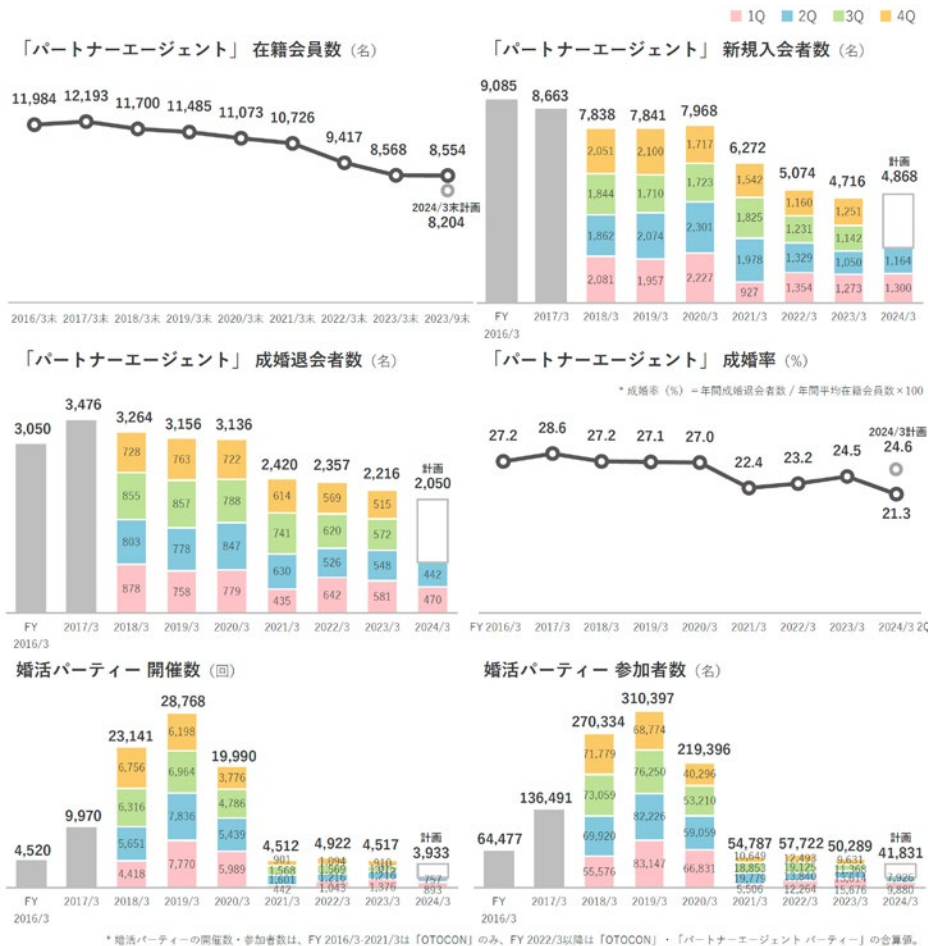
アプリ完結型結婚相談所「パートナーエージェント App」は、オンラインを活用した出会いの場に対するニーズが高まっていることを背景として、婚活アプリ「スマ婚デート」の運営で培ったノウハウをベースに新たに開発したアプリである。業界最安水準のライトプラン（月額 1,000 円、スタンダードプランは月額 9,800 円〜）も提供している。

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、参加費は平均約 2,000 円である。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、累計参加者数は 130 万名を突破しているが、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。

婚活事業の事業 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、コロナ禍に伴い広告投資を抑制した影響で新規入会者数が減少し、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 21.0% 減）をボトムとして、第 3 四半期には 1,142 名（同 7.2% 減）、第 4 四半期には 1,251 名（同 7.8% 増）、2024 年 3 月期第 1 四半期には 1,300 名（同 2.1% 増）、第 2 四半期には 1,164 名（同 10.9% 増）と回復基調である。在籍会員数については、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、新規入会者数が回復基調に転じたことにより、在籍会員数も 2024 年 3 月期をボトムとして 2025 年 3 月期には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、おおむね 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、当面はおおむね現状の水準で推移する見込みだ。

事業概要

事業 KPI- 婚活事業



出所：ファクトブックより掲載

その他のサービスとしては、2020年6月にトータルコーディネイ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イト (PAC)」を開始、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」を開始した。2021年8月には、マッチング精度の更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、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) スクラムが提供する全国の結婚相談所事業者間のデータ連携を行うプラットフォームサービス「SCRUM」(会員数約4.3万名)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 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つな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3.0万名)と合わせて、結婚相談所業界最大級の7万名超となった。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。

## 事業概要

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8,500名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。このほかにも、同月には新成人限定の婚活サポートセンターも開設した。

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」を開始し、同年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。2023年7月には結婚相談所「パートナーエージェント」が企業向け婚活応援プランの提供を開始し、カンセイ工業（株）が導入した。

## 2022年オリコン顧客満足度<sup>®</sup>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」シリーズ、フォトウェディングプロデュース「LUMINOUS」、結婚式二次会プロデュース「2次会くん」である。

カジュアル挙式披露宴プロデュース「スマ婚」シリーズは、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327.1万円（出所：ゼクシィ結婚トレンド調査2023）に対して、「スマ婚」の平均費用は約200万円となっている。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。

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」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」を開始、2023年1月には新郎新婦が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。

#### 事業概要

フォトウェディングプロデュース「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などの本物のロケーション、最先端のフォトタッチ技術により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。また「和装前撮り特別プラン」など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にあるようだ。

フォトウェディングプロデュース「LUMINOUS」を運営するタメニーアートワークス(2023年3月に吸収合併)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プロデュース「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12月には、婚礼衣装の企画・製造販売を展開(本場英国の上質なウェディングドレス等のドレスショップを全国73店舗展開)するフォーシス アンド カンパニーと資本業務提携した。結婚式の決定要因として重要な役割を担う婚礼衣装を強化する。2022年12月には、現代での家族の形を、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、ライフステージごと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。

なお、フォトウェディングプロデュース「LUMINOUS」については、競争激化や挙式披露宴型に回帰する動き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だ。2023年6月にはフォトウェディングブランド「studio LUMINOUS」が日本初※のLGBT向けパートナー紹介サービス「リザライ」を運営する(株)リザライと提携した。また2023年7月にはフォトウェディングスタジオ「LUMINOUS Odaiba」をリニューアルオープンし、3つのスタジオセットを新設して和装撮影も可能にしたところ、問い合わせ件数がリニューアル前に比べて20.2%増加した。

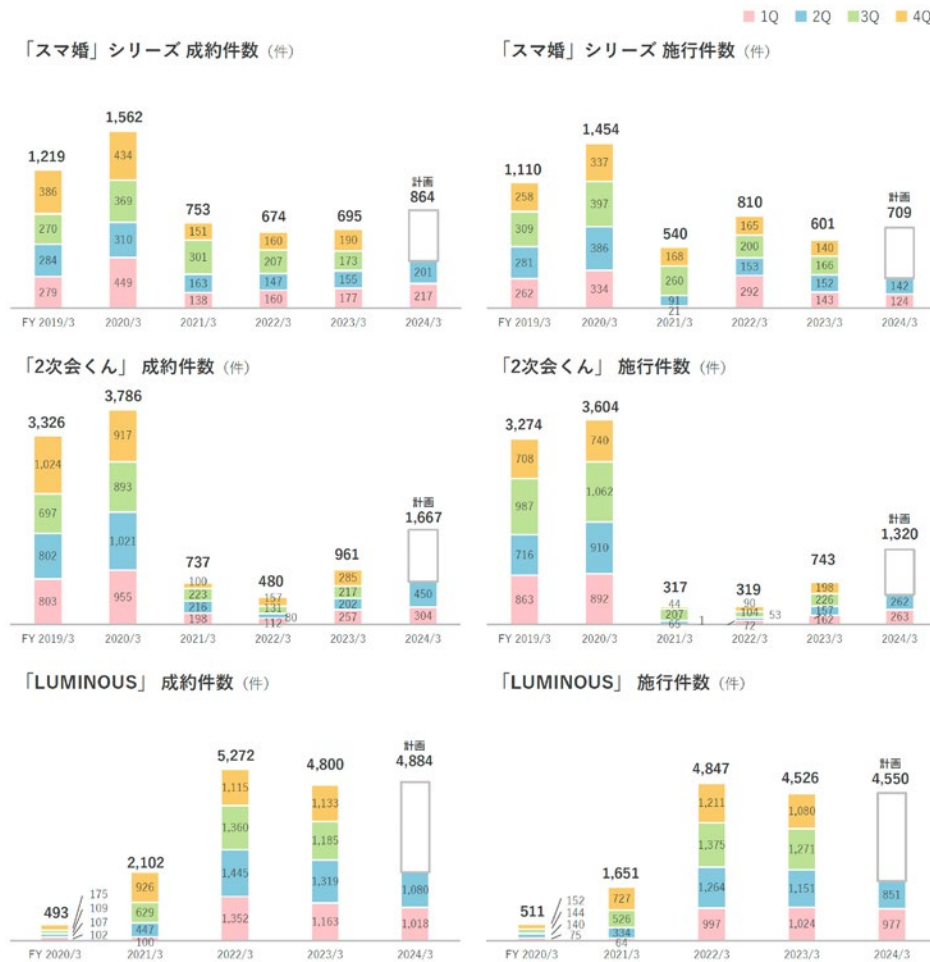
※リザライ調べ。

結婚式二次会プロデュース「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。

カジュアルウェディング事業の事業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」シリーズ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。結婚式二次会プロデュース「2次会くん」も同様にコロナ禍の影響を受けたが、2023年3月期の成約件数が同481件増の961件となり、「スマ婚」シリーズよりも回復基調が早くなっている。フォトウェディングプロデュース「LUMINOUS」については、競争激化や挙式披露宴型への回帰の動きなどにより伸び悩み形となっている。

事業概要

事業 KPI - カジュアルウェディング事業



出所：ファクトブックより掲載

## ライフ & テック事業は婚活事業者間相互会員紹介などを展開

### 4. ライフ & テック事業

ライフ & 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、結婚相談所連盟「婚活アライアンスパートナーズ」の運営、成婚後サポート「アニバーサリークラブ」の運営、保険代理店「Tameny × 保険クリニック」の運営など、不動産情報サービスやフィナンシャルプランニングサービスを展開している。2020年10月には新たなサービスの創出に向けて、フィ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<7343>と業務提携した。また2023年8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」が(株)リクルートの「ゼクシィ相談カウンター」と連携した。

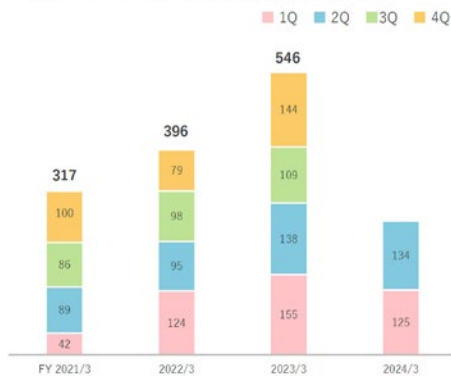
事業概要

「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、2017年6月に開始した業界初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。2024年3月期第2四半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30,467名（利用事業者の総会員数は95,000名以上）で、お見合い成立件数は2023年3月期286,593件、2024年3月期第2四半期累計129,158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。

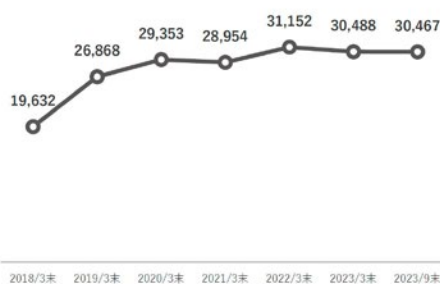
保険代理店「Tameny × 保険クリニック」における新規保険契約証券数は、2021年3月期の317件から、2022年3月期には396件、2023年3月期には546件まで増加した。今後も、婚活事業やカジュアルウェディング事業における年間約7,400組（2023年3月期実績、婚活事業における成婚約1,600組、カジュアルウェディング事業におけるウェディングプロデュース約5,800組）の新郎新婦との接点を活用してシナジーを追求する方針だ。

事業 KPI - ライフ&テック事業

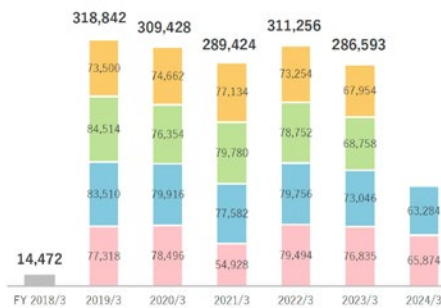
「保険クリニック」 新規保険契約証券数 (件)



「コネクトシップ」 利用会員数 (名)



「コネクトシップ」 お見合い成立件数 (件)



出所：ファクトブックより掲載

## 東京都「結婚支援マッチング事業支援業務」を受託

### 5. 地方創生事業

地方創生事業は、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。2024年3月期第2四半期末時点の提供先数は12都府県（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、東京都）となった。システム導入都道府県（2023年10月時点で34都道府県）のうち、同社システム採用率は35.3%となる。また婚活支援センター運営先は5都道府県（同、宮城県、京都府、滋賀県、北海道、東京都）である。東京都については2023年9月に、「結婚支援マッチング事業支援業務」の事業プロモーターである（株）日本旅行が、公募により同社を実施事業会社として選定した。同社の婚活支援システムのノウハウや信頼性の高さを示す事例と言えるだろう。

この他に、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。2024年3月期第2四半期累計の受託件数は57件、開催件数は24件だった。直近では2023年9月に秋田県より「結婚サポータースキルアップ・婚活スキル向上事業」を受託、10月に大阪府泉佐野市より「出会いの機会創出事業」を受託した。

## 高い信頼性・ブランド認知度を確立

### 6. 特徴・強み

同社は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、さらにライフ&テック事業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ており、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事業においては、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。

婚活事業においては特に、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。

## 事業概要

## 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、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を勘案すれば、市場競争においても同社の優位性が発揮されるだろうと弊社では考えている。

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事業の業績も、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、挙式披露宴の成約から施行までの期間が平均7ヶ月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

### 2024年3月期第2四半期累計は前年同期比、計画比とも損失縮小、EBITDAは黒字基調

#### 1. 2024年3月期第2四半期累計業績の概要

同社は2023年3月31日付でタメニーアートワークスの吸収合併及びタメニーエージェンシーの非連結子会社化したことに伴い、2024年3月期より非連結決算に移行した。2024年3月期第2四半期累計業績は売上高が2,583百万円、営業損失が119百万円、経常損失が149百万円、四半期純損失が129百万円だった。前年同期の連結業績との比較で見ると売上高は109百万円減少したが、営業損失は32百万円縮小、経常損失は27百万円縮小、四半期純損失は63百万円縮小した。売上面は法人向け事業譲渡などが影響して減収となったが、利益面は販管費削減効果などにより損失縮小した。売上総利益は95百万円減少したが、販管費が127百万円減少した。販管費の内訳としては人件費が17百万円増加したが、広告販促費が69百万円減少、減価償却費が34百万円減少、地代家賃が9百万円減少、その他が31百万円減少した。EBITDAは70百万円で2百万円減少したが黒字基調となっている。特別利益では前年同期に計上した助成金収入134百万円が一巡、特別損失では前年同期に計上した臨時休業等による損失152百万円が一巡した。なお計画との比較で見ると、売上高は109百万円下回ったが、営業損失は20百万円縮小、経常損失は20百万円縮小、四半期純損失は13百万円縮小した。各利益は前年同期比、計画比とも損失縮小した。

#### 2024年3月期第2四半期累計業績概要

(単位：百万円)

	23/3期2Q累計 (連結) 実績	24/3期2Q累計 非連結	前期比 増減額	期初計画	計画比 増減額
売上高	2,692	2,583	-109	2,693	-109
売上総利益	1,963	1,867	-95	-	-
販管費	2,115	1,987	-127	-	-
営業利益	-152	-119	32	-140	20
EBITDA	73	70	-2	-	-
経常利益	-177	-149	27	-169	20
(親会社株主に帰属する) 四半期純利益	-193	-129	63	-142	13

注：24/3期より非連結決算に移行

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

四半期別 EBITDA 推移



2. 事業別動向

事業別の業績を見ると、婚活事業は売上高が1,089百万円で営業利益が284百万円、カジュアルウェディング事業は売上高が1,310百万円で営業損失が158百万円、ライフ & テック事業は売上高が122百万円で営業利益が25百万円、地方創生事業は売上高が75百万円で営業利益が8百万円だった。なお法人向け事業譲渡などにより、2024年3月期から報告セグメントを4区分に再編し、従来のテック事業とライフスタイル事業を統合してライフ & テック事業、法人・自治体向け事業を地方創生事業に名称変更している。

2024年3月期第2四半期累計別業績概要

(単位: 百万円)

	23/3期2Q累計 (連結)	24/3期2Q累計 (非連結)	増減額
<b>売上高</b>			
婚活事業	1,168	1,089	-79
カジュアルウェディング事業	1,276	1,310	34
ライフ & テック事業	117	122	5
地方創生事業	140	75	-65
<b>営業利益</b>			
婚活事業	295	284	-11
カジュアルウェディング事業	-133	-158	-25
ライフ & テック事業	44	25	-19
地方創生事業	-14	8	22

注：24/3期よりテック事業とライフスタイル事業を統合してライフ & テック事業、法人・自治体向け事業を地方創生事業に名称変更  
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 業績動向

## 各事業の主要指標

	23/3 期 2Q 累計	24/3 期 2Q 累計	増減
<b>婚活事業</b>			
結婚相談所「パートナーエージェント」			
新規入会者数(名)	2,323	2,464	141
期末在籍会員数(名)	8,962	8,554	-408
成婚退会者数(名)	1,129	912	-217
成婚率	24.4%	21.3%	-3.1%
婚活パーティー「OTOCON」 「パートナーエージェント アケパーティー」			
開催数(回)	2,592	1,650	-942
参加者数(名)	29,290	17,806	-11,484
<b>カジュアルウェディング事業</b>			
成約件数合計(件)	3,273	3,270	-3
スマ婚シリーズ	332	418	86
(うち挙式披露宴)	153	184	31
LUMINOUS	2,482	2,098	-384
2次会くん	459	754	295
施行件数合計(件)	2,789	2,619	-170
スマ婚シリーズ	295	266	-29
(うち挙式披露宴)	105	123	18
LUMINOUS	2,175	1,828	-347
2次会くん	319	525	206
<b>ライフ &amp; テック事業</b>			
ライフ分野			
新規保険契約証券数(件)	293	259	-34
テック分野			
「CONNECT-ship」期末利用会員数(名)	31,217	30,467	-750
「CONNECT-ship」お見合い成立件数(件)	149,881	129,158	-20,723
「CONNECT-ship」利用事業者数(社)	13	12	-1

出所：決算短信よりフィスコ作成

婚活事業は売上高が前年同期比 79 百万円減少、営業利益が減収要因や人件費増加で同 11 百万円減少した。結婚相談所「パートナーエージェント」の新規入会者数は同 141 名増の 2,464 名、期末在籍会員数は 408 名減の 8,554 名だった。新規入会者数は増加したが、成婚退会者に加えて、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ため、期末在籍会員数は減少した。ただし新規入会者数が増加に転じているため、在籍会員数もおおむねボトム圏と考えられる。なお新規入会者数、在籍会員数とも社内計画を上回った。婚活パーティーは、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ため、開催数、参加者数とも減少したが、結婚相談所への送客は安定的に推移した。

業績動向

カジュアルウェディング事業は売上高が前年同期比 34 百万円増加したが、広告販促費・人件費の増加などで営業損失が同 25 百万円増加した。施行件数はコロナ禍の影響が和らいで、カジュアル挙式披露宴プロデュース「スマ婚」シリーズのうちの挙式披露宴が同 18 件増加し 123 件、結婚式二次会プロデュース「2 次会くん」が同 206 件増加し 525 件となったが、フォトウェディングプロデュース「LUMINOUS」は競争激化や挙式披露宴へ回帰の流れで同 347 件減少し 1,828 件となった。なお、カジュアル挙式披露宴プロデュース「スマ婚」シリーズと結婚式二次会プロデュース「2 次会くん」については、成約件数が回復基調であり、下期の施行件数が大幅に増加する見込みとなっている。

ライフ&テック事業は、売上高が前年同期比 5 百万円増加と堅調だったが、婚活事業者間相互会員紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」の体制強化に向けた先行投資により営業利益が同 19 百万円減少した。地方創生事業は売上高が同 65 百万円減少、営業利益が同 22 百万円増加した。法人向け事業譲渡の影響で減収となったが、自治体向け婚活支援の好調により営業利益が増加した。

### 3. 財務状況

2024 年 3 月期第 2 四半期末の資産合計は 4,586 百万円、負債合計は 4,570 百万円、純資産合計は 16 百万円、自己資本比率は 0.4% となった。有利子負債（長短借入金合計）残高は 3,922 百万円となった。2024 年 3 月期第 2 四半期に最終損失を計上したため、純資産合計が 16 百万円まで減少し、自己資本比率も 0.4% まで低下したが、下期はカジュアル挙式披露宴プロデュース「スマ婚」シリーズと結婚式二次会プロデュース「2 次会くん」の施行件数が大幅に増加して最終黒字を計上する見込みである。安定的な財務基盤の回復が課題だが、2024 年 3 月期第 2 四半期末がボトムとなる可能性が高く、財務面のリスクは低下すると弊社では考えている。

#### 貸借対照表及びキャッシュ・フロー計算書（簡易版）

（単位：百万円）

	20/3 期末 (連結)	21/3 期末 (連結)	22/3 期末 (連結)	23/3 期末 (連結)	24/3 期 2Q 末 (非連結)
資産合計	5,478	5,067	5,332	5,016	4,586
（流動資産）	1,999	1,479	2,065	2,311	2,081
（固定資産）	3,477	3,587	3,266	2,705	2,505
負債合計	4,452	5,467	5,095	4,865	4,570
（流動負債）	1,873	2,464	2,045	2,255	2,227
（固定負債）	2,579	3,002	3,049	2,610	2,343
純資産合計	1,025	-399	237	150	16
（株主資本）	1,027	-400	237	150	16
（資本金）	263	684	44	44	44
自己資本比率	18.7%	-7.9%	4.5%	3.0%	0.4%

	20/3 期 (連結)	21/3 期 (連結)	22/3 期 (連結)	23/3 期 (連結)	24/3 期 2Q (非連結)
営業活動によるキャッシュ・フロー	232	-1,514	-22	69	159
投資活動によるキャッシュ・フロー	-1,861	-447	-134	71	-101
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,462	1,483	841	-67	-143
現金及び現金同等物の期末四半期末残高	1,040	562	1,246	1,319	1,232

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

## ■ 今後の見通し

### 2024年3月期予想を据え置き、下期は改善基調で通期では黒字予想

#### ● 2024年3月期業績予想の概要

2024年3月期の業績予想は期初計画を据え置いて、売上高が5,780百万円、営業利益が50百万円、経常利益が0百万円、当期純利益が20百万円としている。2023年3月期連結業績との比較では売上高が175百万円増加、営業利益が201百万円増加、経常利益が230百万円増加、当期純利益が257百万円増加の見込みである。売上面では下期にカジュアルウェディング事業の増収を見込み、利益面では下期に一段の販管費減少を見込んでいる。販管費では特に拠点統廃合効果による地代家賃削減効果が下期から本格化する。

婚活事業では、複数 YouTuber の企画への全面強力など若年層に対する認知拡大施策を推進し、下期から新規入会者数の安定回復を見込んでいる。在籍会員数については、新規入会者数の回復により2025年3月期からの本格回復を見込んでいる。カジュアルウェディング事業では、カジュアル挙式披露宴プロデュース「スマ婚」シリーズと結婚式二次会プロデュース「2次会くん」の施行件数が下期に大幅増加する見込みだ。フォトウェディングプロデュース「LUMINOUS」は競争激化や挙式披露宴へ回帰の流れで伸び悩み形だが、今後は稼働率上昇や単価上昇に向けた施策を強化する方針としている。地方創生事業では、婚活支援システム関連の収益の大部分が第4四半期に計上される見込みだ。

収益は改善基調である。弊社では、期初時点で下期偏重の計画だったこと、上期の損失縮小が計画を上回る水準で着地したこと、下期にカジュアルウェディング事業の施行件数増加が見込まれることに加え、施行金額も上昇傾向であることなどを勘案すれば、会社予想の達成は可能であり、さらに上振れの可能性もあると考えている。

#### 2024年3月期業績予想の概要

(単位：百万円)

	23/3 期 (連結)		24/3 期予想		
	実績	個別 通期	前期連結比		
			増減額	上期実績	期初下期計画
売上高	5,604	5,780	175	2,583	3,087
営業利益	-151	50	201	-119	190
経常利益	-230	0	230	-149	170
(親会社株主に帰属する) 当期純利益	-237	20	257	-129	162

注：23/3 期個別ではタメニーアートワークスに対する債権放棄損 650 百万円を計上  
出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

今後の見通し

2024年3月期事業別業績予想

(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			
ライフスタイル	売上高	0.7	→	地方創生	1.5
	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	0.2
	営業利益	0.7			

※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

2024年3月期事業 KPI 計画

(単位：件)

	23/3 期実績	24/3 期計画	増減
<b>婚活事業</b>			
新規入会者数 (名)	4,716	4,868	152
期末在籍会員数 (名)	8,568	8,204	-364
成婚退会者数 (名)	2,216	2,050	-166
成婚率	24.5%	24.6%	0.1%
<b>カジュアルウェディング事業</b>			
成約件数合計			
スマ婚シリーズ	695	864	169
LUMINOUS	4,800	4,884	84
2次会くん	961	1,667	706
施行件数合計			
スマ婚シリーズ	601	709	108
LUMINOUS	4,526	4,550	24
2次会くん	743	1,320	577

出所：ファクトブックよりフィスコ作成

## 成長戦略

### 経営基盤再整備により短期的な業績回復を達成

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。短期的な業績回復の達成により、中長期的な成長に向けた戦略を改めて推進する方針だ。

同社はコロナ禍の影響を受けて一時的に収益が大幅に悪化し、バランスシートも大きく悪化した。経営合理化施策の推進による固定費削減効果等が寄与して、2024年3月期は黒字回復を見込んでいる。経営合理化施策を優先して短期的な業績回復を達成したことにより、弊社では最悪期を脱したと評価している。今後はバランスシート改善に向けた収益力を向上が課題となるが、事業環境は改善基調であり、同社の特徴・強みを活かした攻めの経営施策に転じることで、収益力回復が加速する可能性に期待している。

## 株主還元策

### 株主優待制度は優待券を贈呈

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。

#### 株主優待制度

	結婚相談所 「パートナーエージェント」 入会時登録料無料優待券 30,000円分（税別）× 1枚		カジュアルウェディング 「スマ婚」 割引優待券 50,000円分（税別）× 4枚		
	結婚式二次会 「2次会くん」 割引優待券 30,000円分（税別）× 2枚		フォトウェディング 「LUMINOUS」 割引優待券 20,000円分（税別）× 1枚		ライフスタイル 「マネー相談会」 参加料無料優待券 × 1枚

出所：ファクトブックより掲載

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

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

## ■ ESG の取り組み

### 事業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献

ESG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、人材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（イベント・セミナー）、健康と福祉では従業員の子育て・介護の支援や高齢者・障害者の雇用、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。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っているとと言えるだろう。



#### 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