



LINKBAL

2019年9月期第1四半期 決算説明資料

株式会社リンクバル

2019年2月5日

東証マザーズ

6046

- 本資料は、当社の事業および業界動向に加えて、当社による現在の予定、推定、見込みまたは予想に基づいた将来の展望についても言及しています。
- これらの将来の展望に関する表明は、様々なリスクや不確実性がつきまとっています。
- すでに知られたもしくは知られていないリスク、不確実性、その他の要因が、将来の展望に対する表明に含まれる事柄と異なる結果を引き起こさないとも限りません。
- 当社は、将来の展望に対する表明、予想が正しいと約束することはできず、結果は将来の展望と著しく異なることもありえます。
- 本資料における将来の展望に関する表明は、2019年2月5日現在において、利用可能な情報に基づいて、当社によりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、将来の展望に関するいかなる表明の記載をも更新し、変更するものではありません。

- 1 会社概要
- 2 2019年9月期第1四半期決算概要
- 3 2019年9月期見通し
- 4 新たな成長へ向けて

1 会社概要





LINKBAL



本格的な拡大期を迎える
コト消費のECプラットフォーム

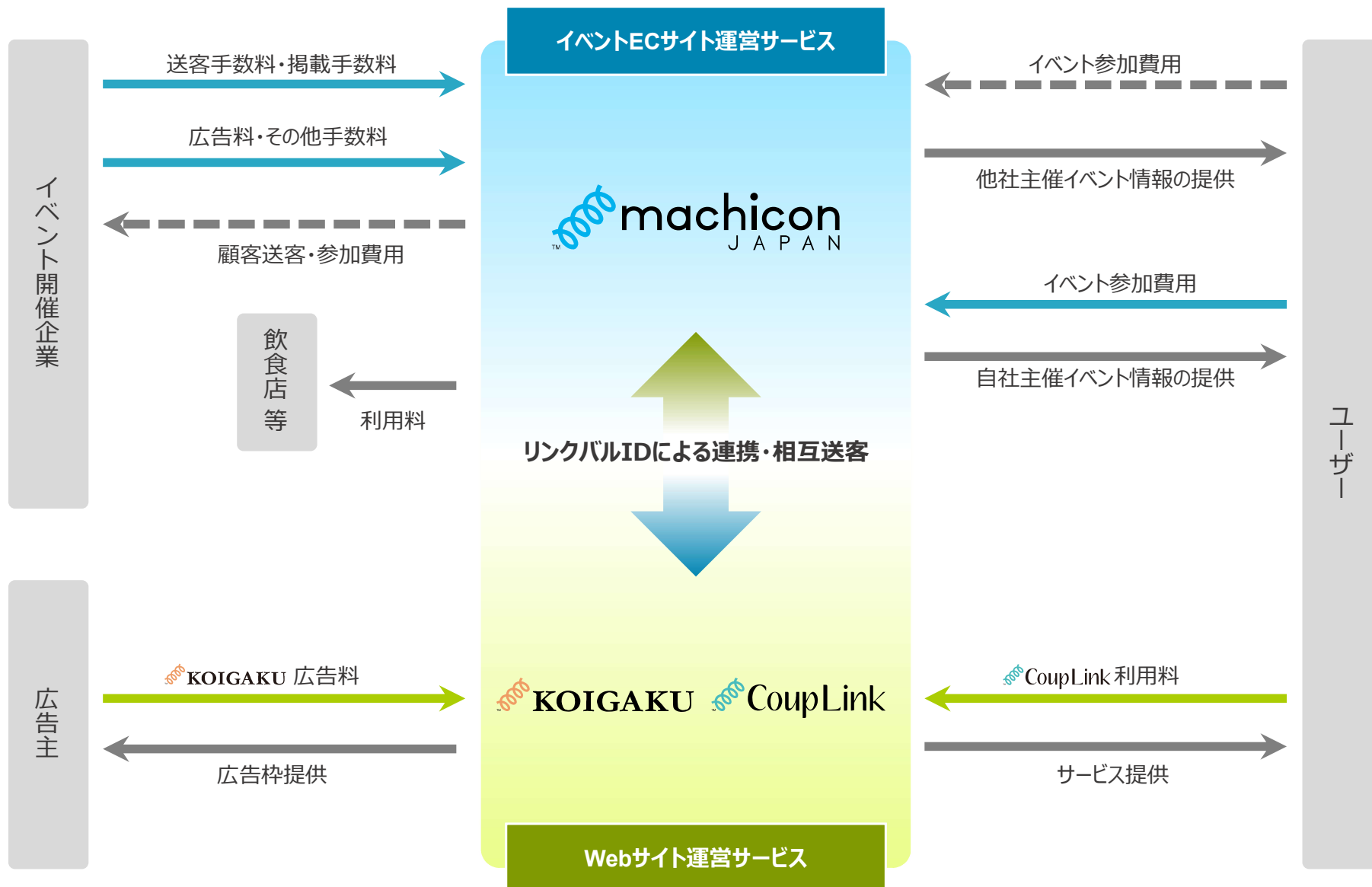
Mission

世界をつなぐ。

Mission Statement

「アイデア×テクノロジー」で新しい価値を創出し、
顧客満足と企業成長を追求し続けます。

ビジネスモデル



イベントECサイト運営サービス

年間18万件以上のイベントを掲載する国内最大級のコト消費ECプラットフォームを提供。
20～30代の顧客基盤を有しており、「体験」「友活」「恋活」などを目的とした様々なコンテンツを掲載。

コト消費ECプラットフォーム「machicon JAPAN」



【概要・特徴】

- 日本全国のエリアで行われる年間18万件以上のイベント情報を掲載（国内最大級）
- 20～30代を中心とした会員層（リンクバルID※1）
- 豊富なバリエーションのコンテンツを拡大中

友達作り

体験

社会人サークル

オフ会

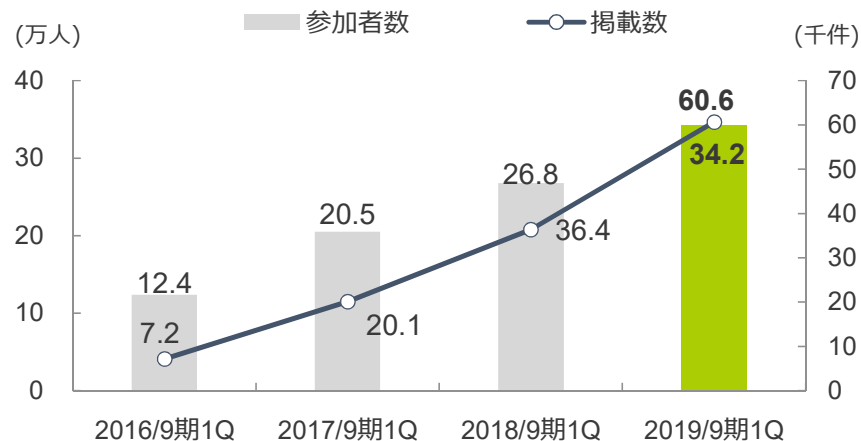
自分磨き

恋活・婚活

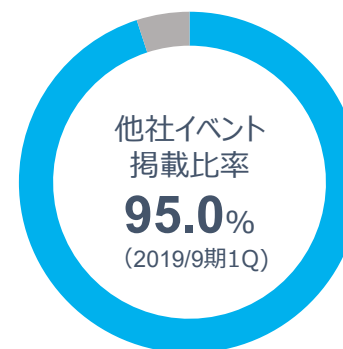
.etc

注釈（1）：リンクバルIDとは、「machicon JAPAN」「CoupLink」「KOIGAKU」を利用可能なユーザーIDの名称

イベント参加者数の推移



machicon JAPAN イベント掲載比率 (掲載数ベース)



コト消費ECプラットフォーム「machicon JAPAN」との相互送客を通して、
既存ビジネスの周辺領域での収益基盤構築および、潜在会員層の獲得を目的としている。

オンラインデートングアプリ「CoupLink」



国内初のイベント参加者を
オンラインでマッチングさせる
デートングアプリ

 CoupLink



- オンラインで恋活・婚活をするためのマッチングサービスを提供
- 会員登録無料（リンクバルID※1）
- サブスクリプションモデルを採用

【特徴】

- 実際のイベント参加者が利用していることによる、高い安心度・安全性
- イベント参加者は、アプリを通してメッセージ交換が可能

恋愛専門情報メディア「KOIGAKU」



 KOIGAKU

- 恋愛に悩む女性が理想の恋愛を実現するための、コラム記事のほか、多様なコンテンツを提供
- 会員登録無料（リンクバルID※1）
- 広告料収入

注釈（1）：リンクバルIDとは、「machicon JAPAN」「CoupLink」「KOIGAKU」を利用可能なユーザーIDの名称

② 2019年9月期第1四半期決算概要



2019/9期 第1四半期 決算サマリー

他社イベント掲載数を増やしたことにより、イベント参加者数は前年同期比で27.8%増を達成。
費用の効率化も加わり、営業利益は前年同期比で89.7%増益を達成。

リンクバルID数

160万人到達

イベント参加者数

27.8%増

イベント掲載数

66.5%増

営業利益

89.7%増

四半期純利益

78.9%増

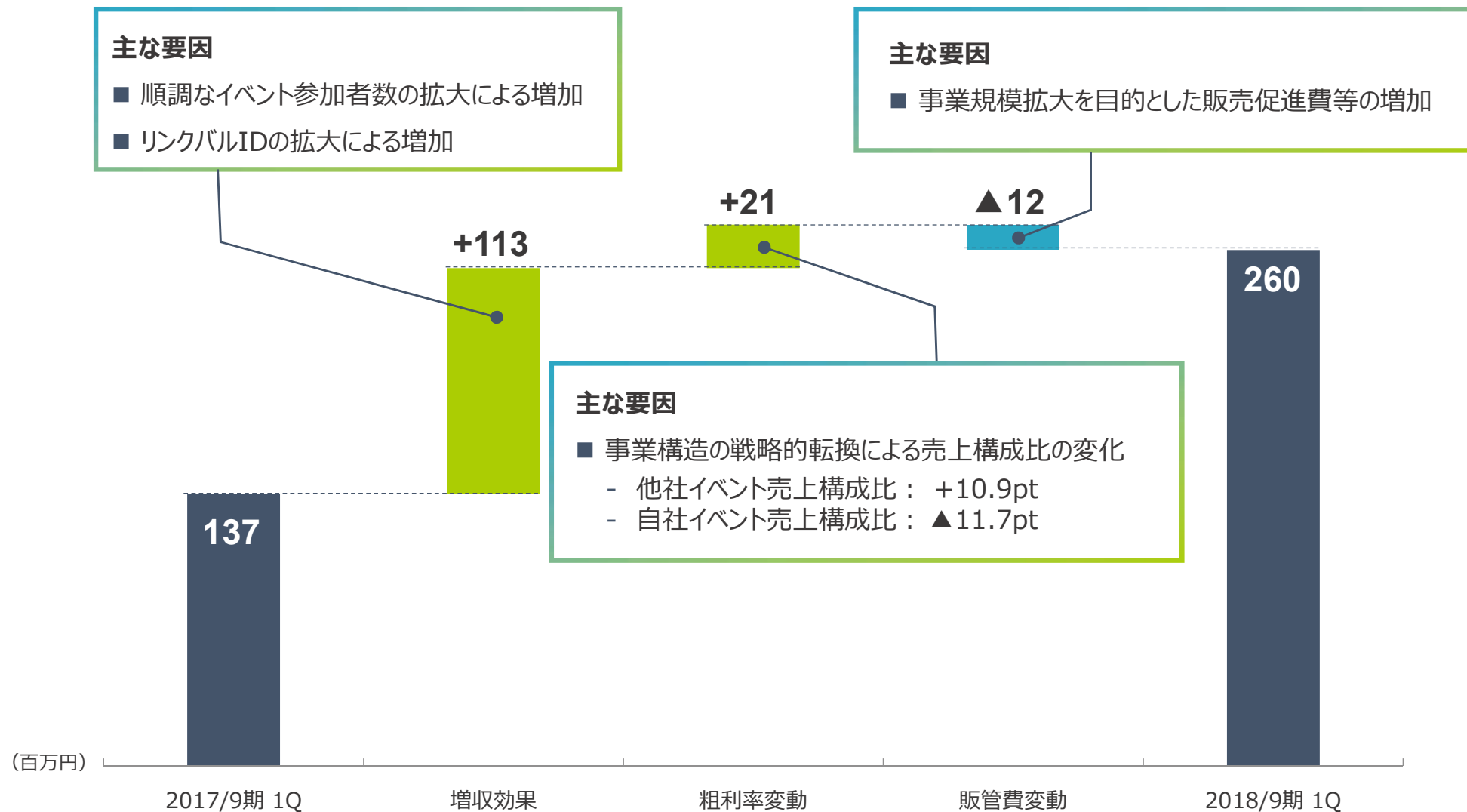
2019/9期 第1四半期 P/L概要

事業構造の戦略的転換により収益性は大幅に向上。
 期初予想を上回り、営業利益は89.7%の増益を達成。

(百万円)

| | 2018/9期1Q | 2019/9期1Q | 2019/9期上期 期初予想 | 対前年 | 2019/9上期 計画進捗 |
|--------|-----------|-----------|-------------------|---------|------------------|
| | 実績 | 実績 | | | |
| 売上高 | 621 | 758 | 1,585 | +21.9% | 47.8% |
| 売上総利益 | 520 | 655 | - | +26.0% | - |
| 売上比(%) | 83.6% | 86.5% | - | +2.9pt | - |
| 営業利益 | 137 | 260 | 498 | +89.7% | 52.2% |
| 売上比(%) | 22.1% | 34.3% | - | +12.2pt | - |
| 経常利益 | 137 | 261 | 498 | +89.8% | 52.4% |
| 売上比(%) | 22.2% | 34.5% | - | +12.3pt | - |
| 四半期純利益 | 88 | 158 | 308 | +78.9% | 51.2% |
| 売上比(%) | 14.2% | 20.9% | - | +6.7pt | - |

2019/9期 第1四半期 営業利益の増減分析



2019/9期 第1四半期 サービス別売上高の概要

イベント参加者数の拡大に伴い、他社イベントへの事業構造の戦略的転換が進行。
リンクバルIDの規模拡大によりWEBサイト運営サービスも順調に拡大の兆し。

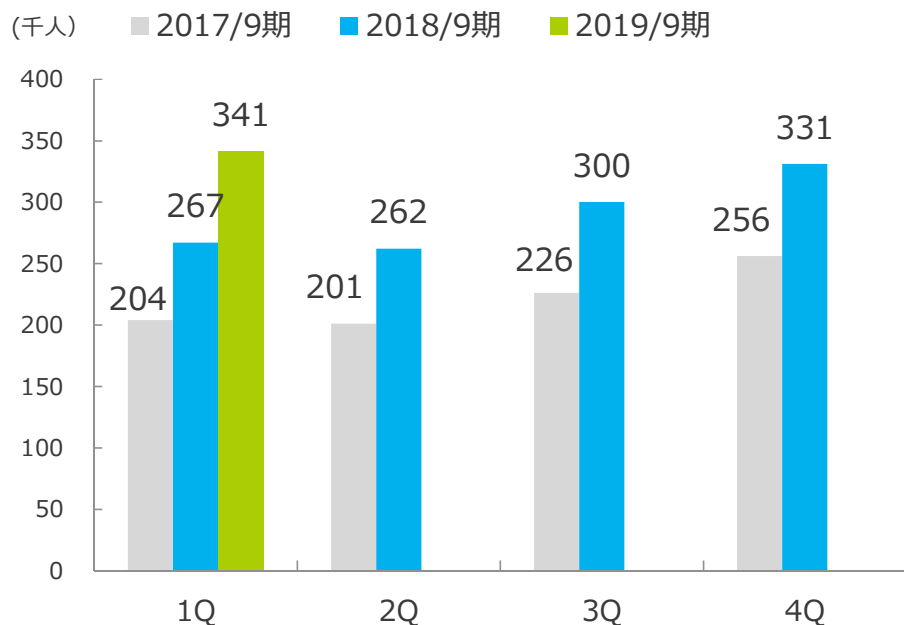
(百万円)

| | 2017/9期1Q | 2018/9期1Q | 2019/9期1Q | 対前年 |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|---------|
| | 実績 | 実績 | 実績 | |
| イベントECサイト運営サービス | 622 | 585 | 695 | +18.7% |
| 構成比(%) | 96.3% | 94.1% | 91.7% | ▲2.4pt |
| 他社イベント売上 | 261 | 386 | 535 | +38.4% |
| サービス内構成比(%) | 42.1% | 66.1% | 77.0% | +10.9pt |
| 自社イベント売上 | 342 | 190 | 144 | ▲24.0% |
| サービス内構成比(%) | 55.0% | 32.5% | 20.8% | ▲11.7pt |
| その他売上 | 17 | 8 | 15 | +75.2% |
| サービス内構成比(%) | 2.9% | 1.4% | 2.2% | +0.8pt |
| WEBサイト運営サービス | 23 | 36 | 62 | +73.1% |
| 構成比(%) | 3.7% | 5.9% | 8.3% | +2.4pt |

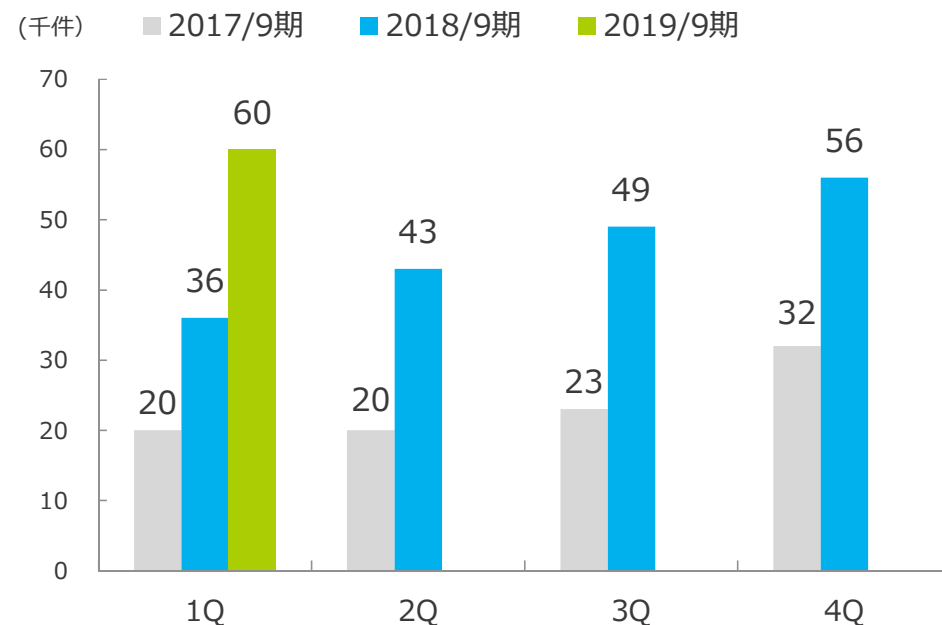
2019/9期 第1四半期 イベント参加者数・掲載数の推移

イベント参加者数、イベント掲載数ともに、年間を通して拡大基調が続き、
四半期でイベント参加者数は34万人、イベント掲載数は6万件を突破。

イベント参加者数の推移



イベント掲載数の推移



四半期純利益の拡大による利益剰余金の大幅増加で、
自己資本比率は73%まで上昇。

(百万円)

| | | 2018/9期末 | 2019/9期1Q | 対前年 |
|-----------------|--------|--------------|--------------|-------------|
| | 流動資産 | 1,863 | 1,964 | +101 |
| | 現金及び預金 | 1,661 | 1,597 | ▲64 |
| | 固定資産 | 210 | 197 | ▲13 |
| 資産合計 | | 2,074 | 2,162 | +87 |
| | 流動負債 | 613 | 542 | ▲70 |
| | 固定負債 | 31 | 31 | +0 |
| 負債合計 | | 644 | 573 | ▲70 |
| 純資産合計 | | 1,430 | 1,588 | +158 |
| 負債・純資産合計 | | 2,074 | 2,162 | +87 |

事業トピックス～ベトナム拠点の新設

テクノロジー強化の一環として、ベトナムにも開発拠点を展開。
コト消費ECプラットフォームの保守・開発関連業務をベトナムにシフト。

LINKBAL VIETNAM CO., LTD.



拠 点 ベトナム・ハノイ市
設 立 2018年12月
代 表 者 チャンゴッククオン
事業内容 ソフトウェアの企画、開発、運用等

国内

- AI
- データサイエンス
- 新規ソフトウェア開発 等

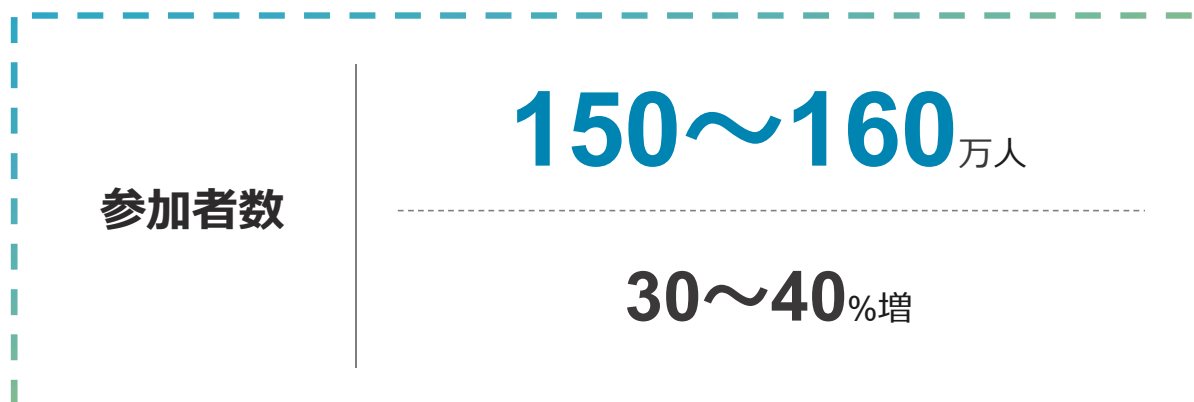
ベトナム

- 日本のオフショア開発拠点としてスタート
- 将来的にはソフトウェア開発の中核拠点としての位置づけ
- 主にアジア地域での拡大を視野に入れる

③ 2019年9月期決算見通し



事業構造の戦略的転換が進み、
参加者数の増加による増収・増益を目指す。



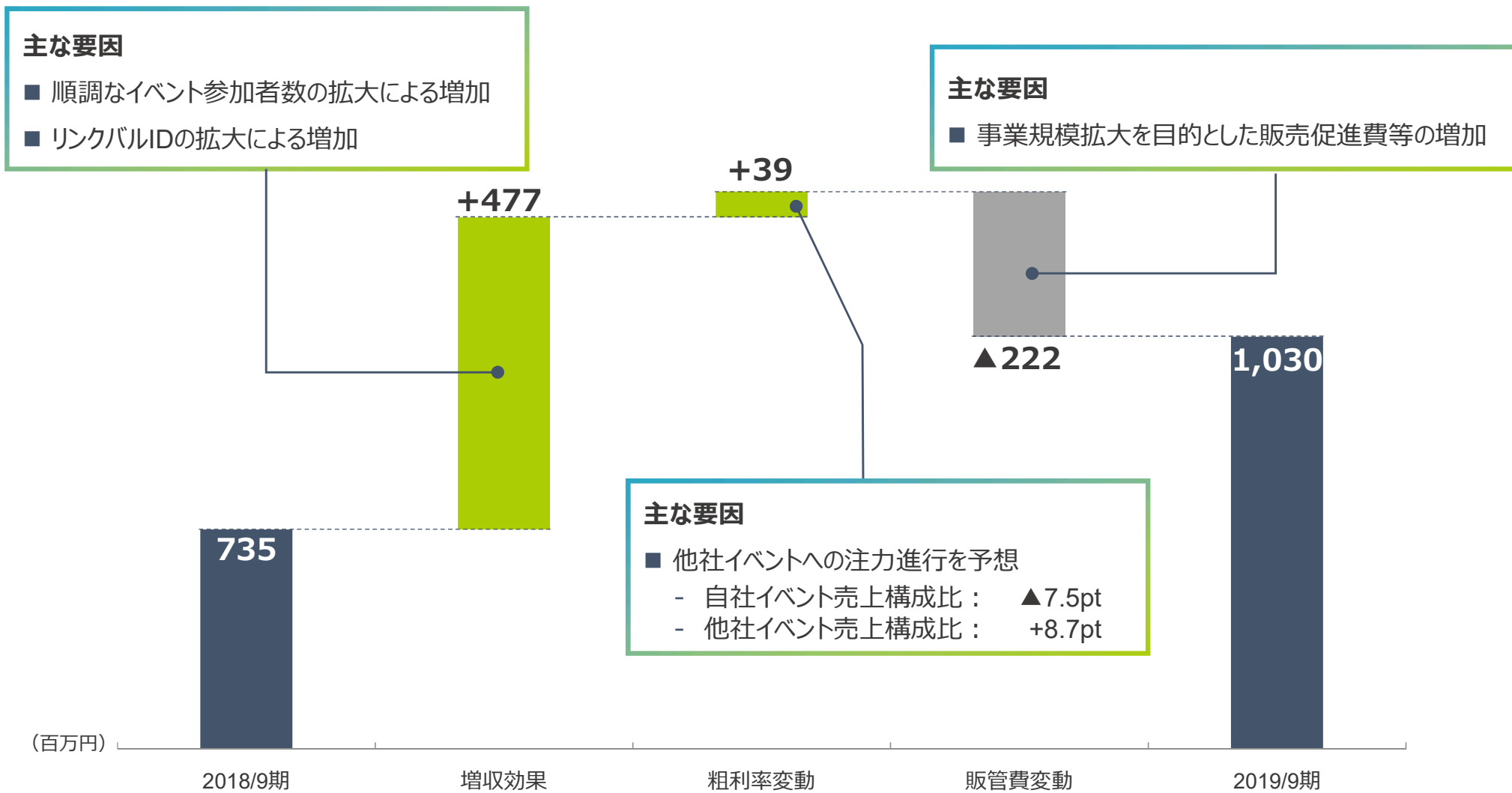
2019/9期 P/L見通し

アプリ事業（CoupLink）の本格立ち上げを進めるとともに、
 コト消費コンテンツの拡大および他社イベントの強化による
 ECプラットフォームの更なる拡大により20%増収、40%営業増益を目指す。

(百万円)

| | 2018/9期 | 2019/9期 | 対前年 |
|--------|---------|---------|--------|
| | 実績 | 計画 | |
| 売上高 | 2,769 | 3,347 | +20.9% |
| 営業利益 | 735 | 1,030 | +40.1% |
| 売上比(%) | 26.5% | 30.8% | +4.3pt |
| 経常利益 | 738 | 1,030 | +39.6% |
| 売上比(%) | 26.7% | 30.8% | +4.1pt |
| 当期純利益 | 458 | 638 | +39.2% |
| 売上比(%) | 16.6% | 19.1% | +2.5pt |

2019/9期 営業利益の増減分析



2019/9期 サービス別売上高の見通し

イベントECサイト運営サービスは、イベント参加者数の30～40%増により18%増収。
 WEBサイト運営サービスは、アプリ事業（CoupLink）の本格立ち上げで61%増収。

(百万円)

| サービス | 2018/9期 | 2019/9期 | 対前年 |
|-----------------|---------|---------|--------|
| | 実績 | 計画 | |
| イベントECサイト運営サービス | 2,586 | 3,051 | +18.0% |
| 構成比(%) | 93.4% | 91.2% | ▲2.2pt |
| WEBサイト運営サービス | 183 | 296 | +61.4% |
| 構成比(%) | 6.6% | 8.8% | +2.2pt |

4 新たな成長へ向けて



当社の成長に向けた「3つのポイント」

1 「街コン・婚活市場」から、さらに市場規模の大きい「**コト消費市場**」

2 コト消費市場での展開の鍵となる「**20～30代を中心とした会員基盤**」

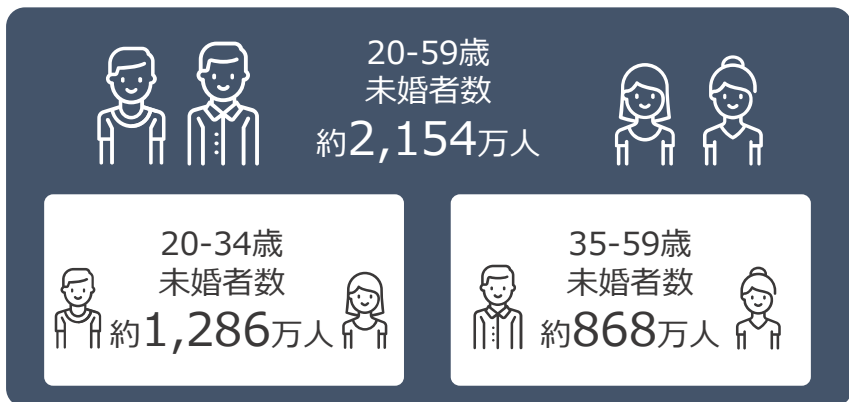
3 イベントECサイトの圧倒的な「**集客力**」

恋活・婚活市場から「コト消費市場」へと展開を開始。
それにより当社の対象市場は飛躍的に拡大。

これまでの展開・市場規模



年齢層の拡大



今後の展開・市場規模



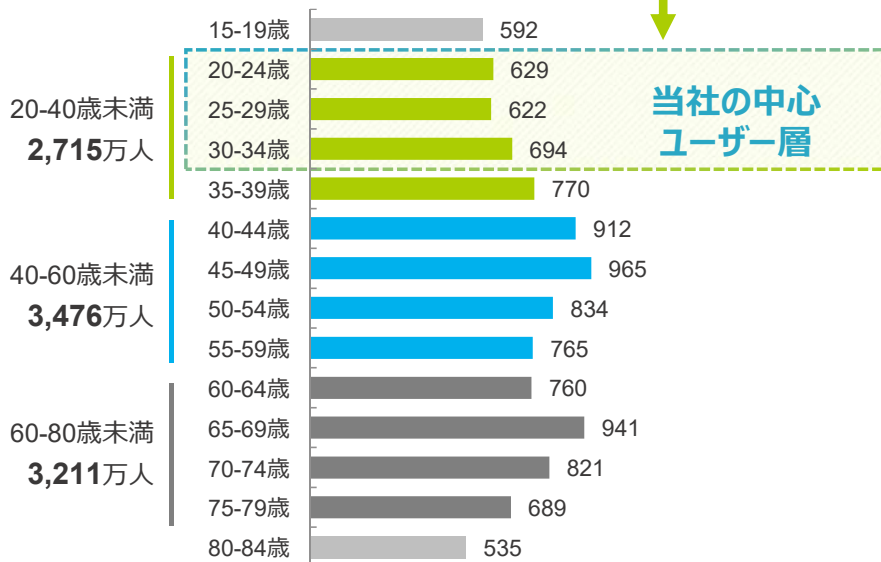
出所：総務省「平成27年国勢調査」

出所：公益財団法人日本生産本部「レジャー白書2018」

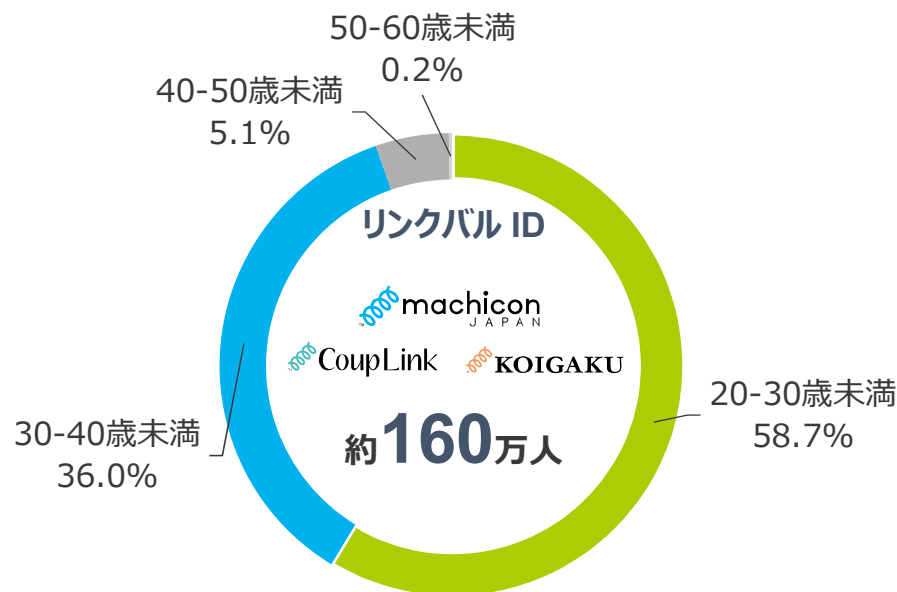
イベントECプラットフォームとしての会員基盤

当社の主要サイトの年間UU数は「約4,000万人」と圧倒的な規模を誇る。
20～30代を中心としたコト消費志向の高い会員基盤を有する。

人口総数から見る当社の存在感



20～30代を中心とした会員基盤



性別構成比

女性

55.4%

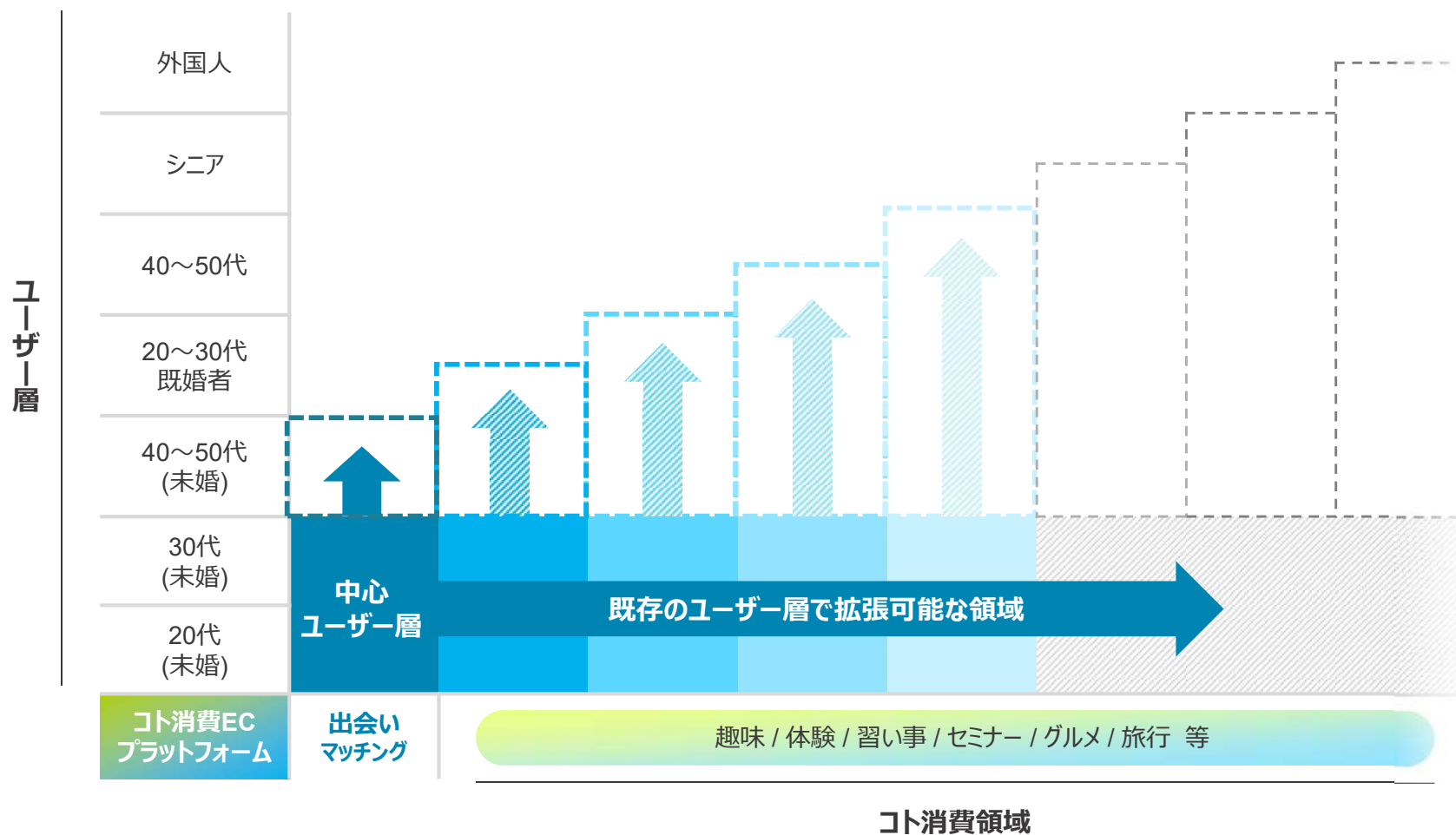
男性

44.6%

注釈(1)：年間UU数はサイト間の重複を含む
出所：総務省統計局「人口推計 平成30年9月報」

コト消費カテゴリーの拡大

既存ユーザー層を土台にコト消費カテゴリーへの領域拡大が可能。
カテゴリー拡大による更なるユーザー層を獲得。

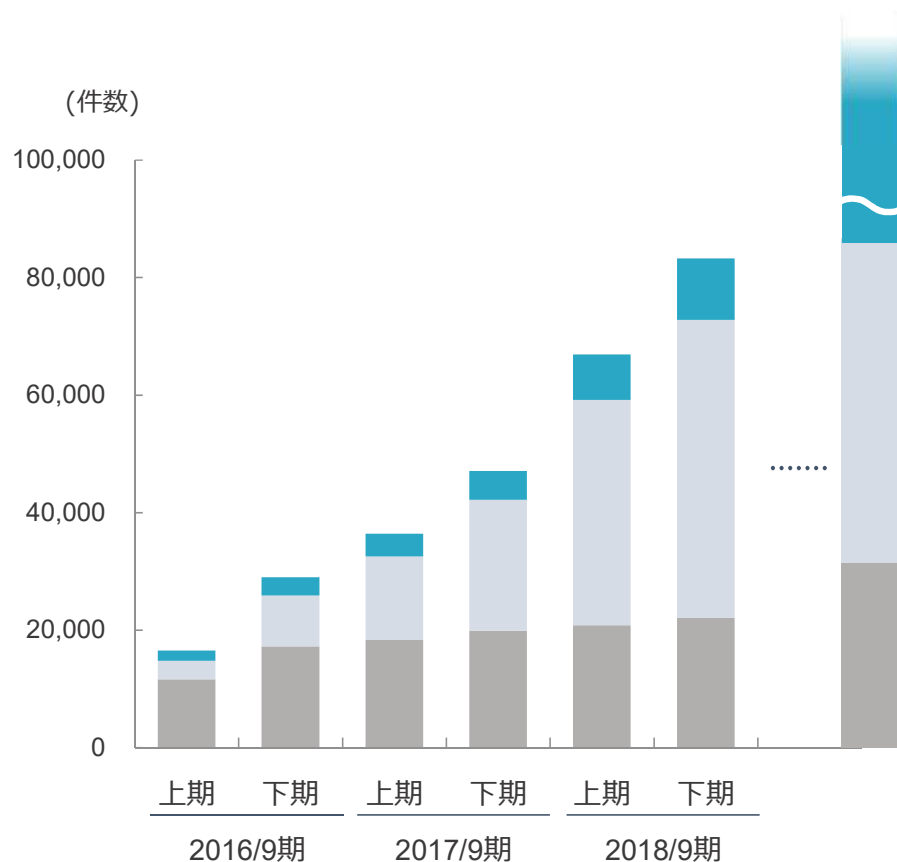


コト消費カテゴリーの掲載拡大により集客力が拡大

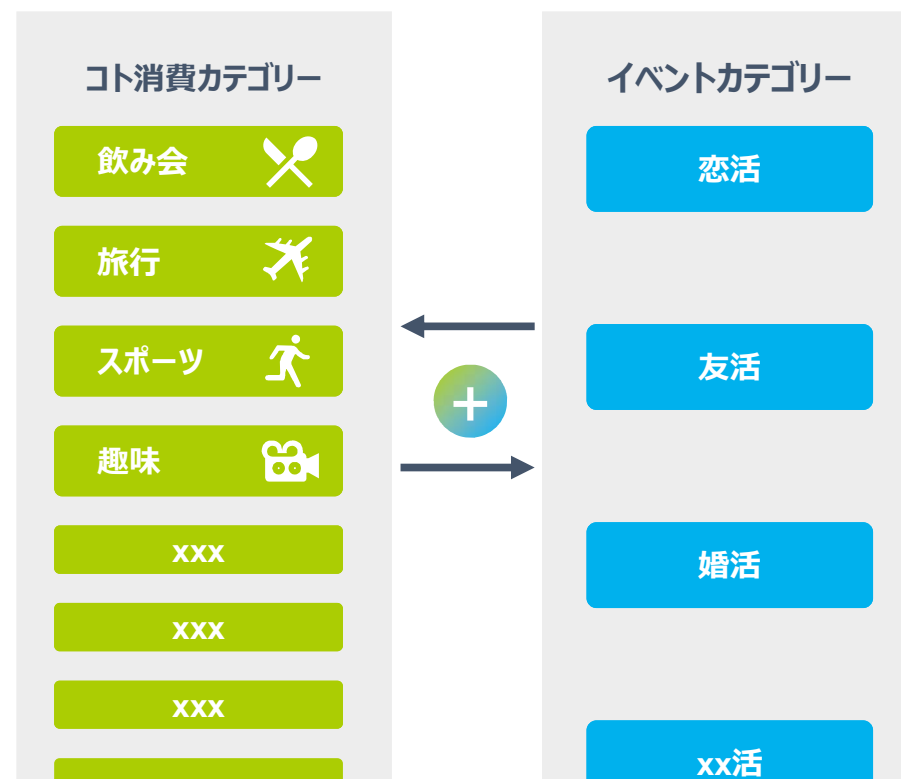
イベントECサイトで獲得した圧倒的なユーザー基盤が、
様々なコト消費カテゴリーでの集客を可能としている。

コト消費カテゴリーの掲載数推移

■ 恋活 ■ 婚活 ■ 趣味・体験・自分磨き等



様々なカテゴリーで集客が可能



中長期の目標としては、コト消費プラットフォームとして国内・海外での成長を目指す。

