



LINKBAL

2019年9月期 決算説明資料

株式会社リンクバル

2019年11月6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11月6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月期決算概要
- 3 2020年9月期見通し
- 4 コト消費市場における展開方針

1 会社概要





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。

イベントECサイト運営サービス

187万人の会員を有し、年間24万件以上のイベントを掲載する「machicon JAPAN」は、国内最大級のコト消費ECサイト。
「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サイト「machicon JAPAN」



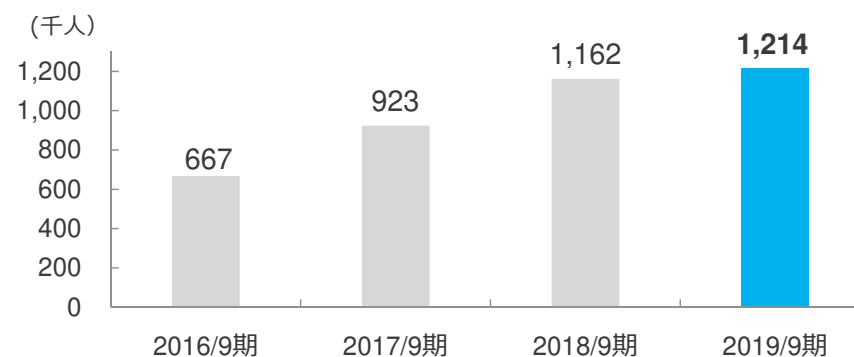
【概要・特長】

- 全国各地で開催される年間24万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

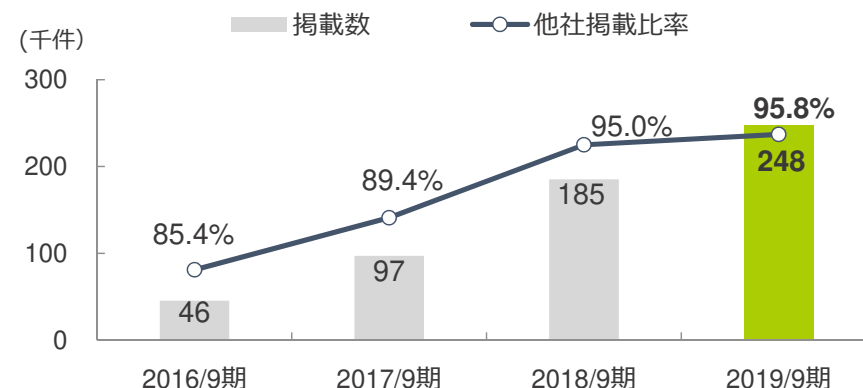


注釈（1）：リンクバルIDとは、「machicon JAPAN」「CoupLink」「KOIGAKU」「Paiky」「Jinjitalk」を利用可能なユーザーIDの名称

イベント参加者数の推移



イベント掲載数の推移



「machicon JAPAN」との相互送客を通して潜在会員層を獲得し
既存サービスの周辺領域での収益基盤を構築。

オンラインデートアプリ「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
デートアプリ



- オンラインで恋活・婚活ユーザーへ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

【特長】

- 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」




- 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」「Paary」「Jinjitalk」を利用可能なユーザーIDの名称

「machicon JAPAN」との相互送客を通して潜在会員層を獲得し
既存サービスの周辺領域での収益基盤を構築。

カップル専用アプリ「Pairy」



カップルが、予定や思い出を共有するためのアプリ



- カップルがオンラインで情報共有するためのサービスを提供
- 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

学生と人事のマッチングアプリ「人事トーク」



求職中の学生と、求人募集中の企業や採用担当者との
出会いをサポートするアプリ

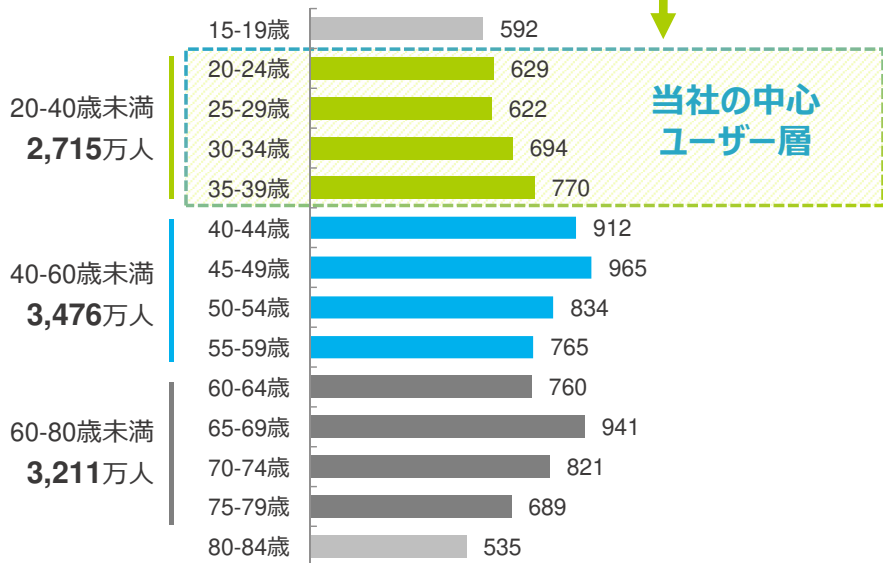
- 新卒、短期インターン、長期インターン、アルバイトといった幅広い採用形態に応じた募集内容
- 学生会員登録無料（リンクバルID※1）
- 企業からの課金収入

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

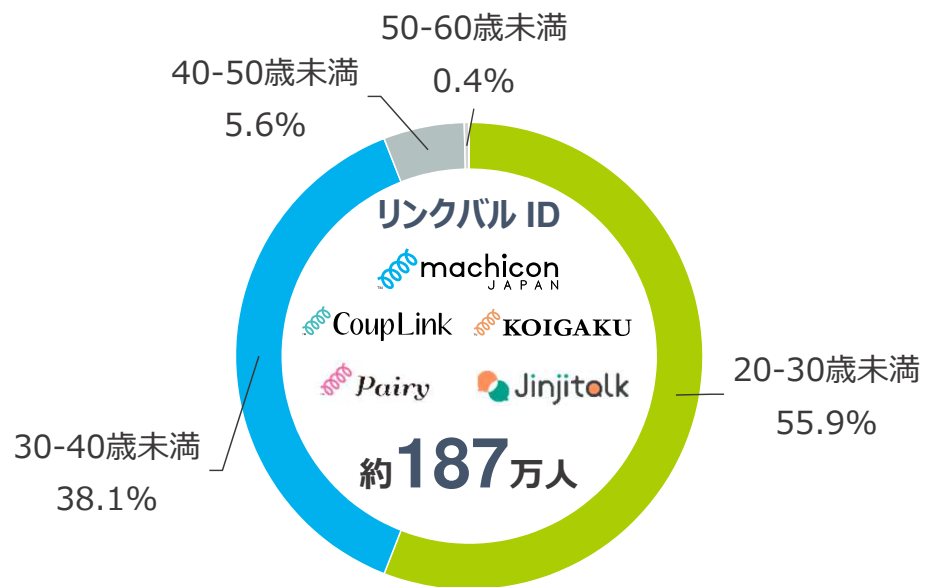
イベントECサイトとしての会員基盤

リンクバルIDは、187万人以上の会員数（20～30代が中心）を誇る。

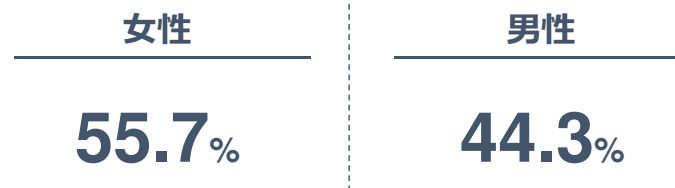
人口総数から見る当社の存在感



20～30代を中心とした会員基盤

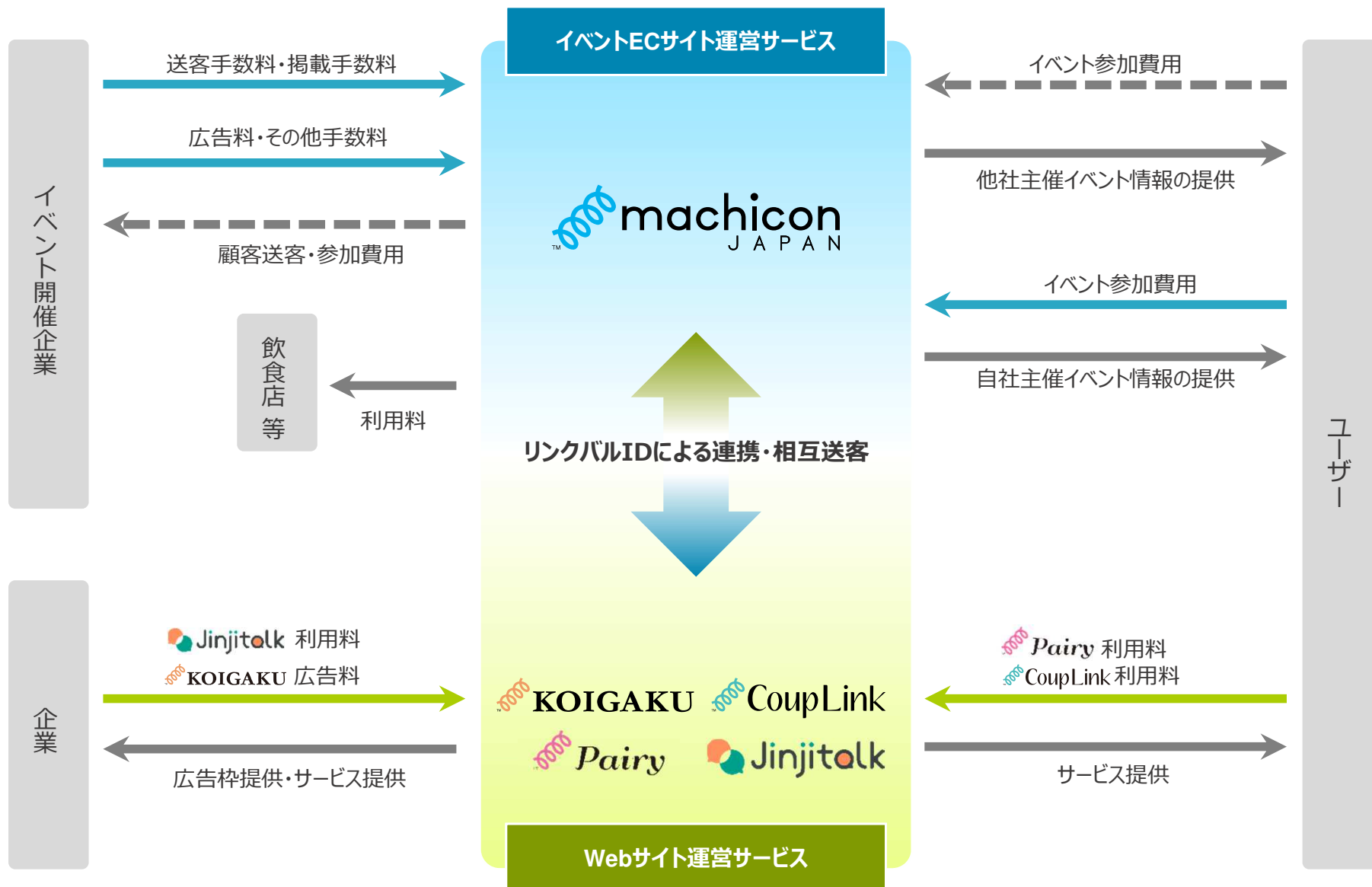


性別構成比



出所：総務省統計局「人口推計 平成30年9月報」

ビジネスモデル



2 2019年9月期決算概要



他社イベント掲載数増に伴い、イベント参加者数は前期比で4.5%増を達成。
費用の効率化も加わり、営業利益は前期比で39.5%増を達成。

リンクバルID数

187 万人到達

イベント参加者数

4.5%増

イベント掲載数

33.6%増

営業利益

39.5%増

当期純利益

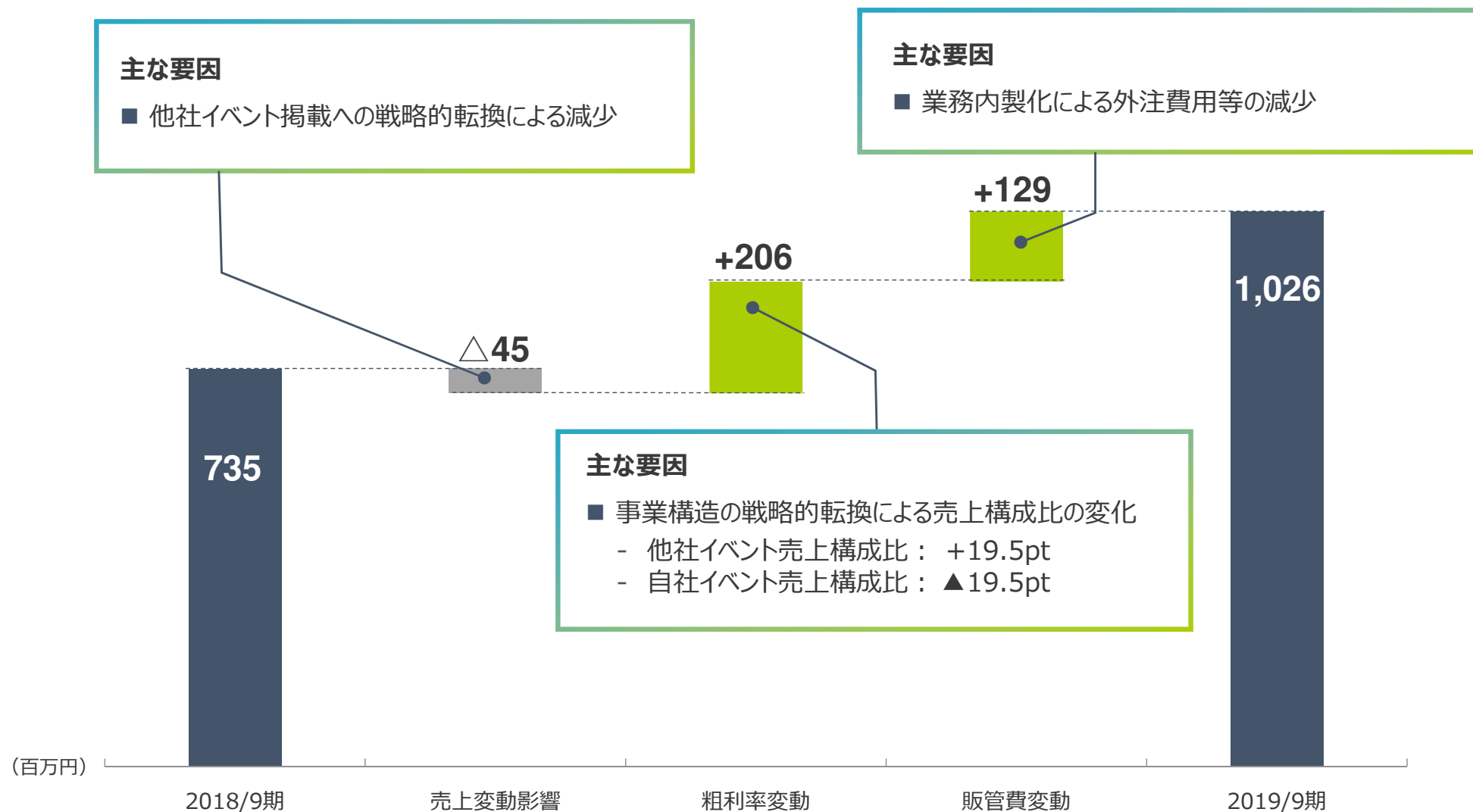
37.8%増

事業構造の戦略的転換により収益性は大幅に向上。
営業利益は前期比39.5%増を達成。

(百万円)

	2018/9期	2019/9期		対前年	対修正予想
	実績	修正予想	実績		
売上高	2,769	2,720	2,719	△1.8%	100.0%
売上総利益	2,290	-	2,450	+7.0%	-
売上比(%)	82.7%	-	90.1%	+7.4pt	-
営業利益	735	1,030	1,026	+39.5%	99.6%
売上比(%)	26.5%		37.7%	+11.2pt	-
経常利益	738	1,030	1,028	+39.4%	99.9%
売上比(%)	26.7%		37.8%	+11.1pt	-
当期純利益	458	638	632	+37.8%	99.2%
売上比(%)	16.6%		23.3%	+6.7pt	-

2019/9期 営業利益の増減分析



2019/9期 サービス別売上高の概要

他社開催イベントの掲載に注力する戦略的転換が進行。
リンクバルIDの会員数増加により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	2018/9期	2019/9期	対前年
	実績	実績	実績	
イベントECサイト運営サービス	2,533	2,586	2,482	▲4.0%
構成比(%)	95.5%	93.4%	91.3%	▲2.1pt
他社イベント売上	1,155	1,670	2,086	+24.9%
サービス内構成比(%)	45.6%	64.5%	84.0%	+19.5pt
自社イベント売上 (※)	1,310	887	366	▲58.7%
サービス内構成比(%)	51.7%	34.3%	14.8%	▲19.5pt
その他売上	67	28	29	+2.1%
サービス内構成比(%)	2.7%	1.1%	1.2%	+0.1pt
WEBサイト運営サービス	118	183	236	+29.1%
構成比(%)	4.5%	6.6%	8.7%	+2.1pt

(※) 当社一部拠点を閉鎖しております。

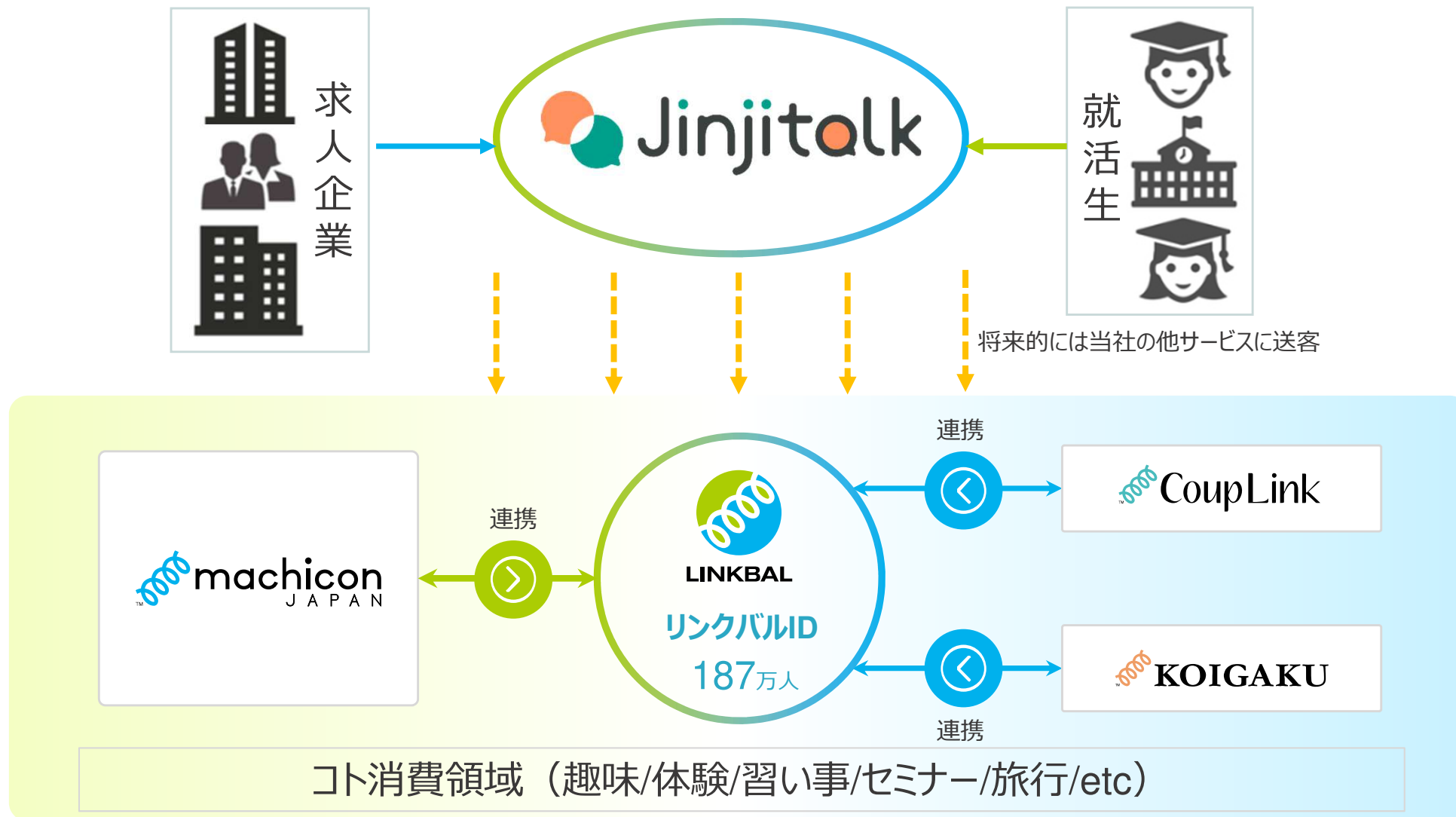
当期純利益の増加による利益剰余金の大幅増加により、
自己資本比率は76%まで上昇。

(百万円)

		2018/9期末	2019/9期	対前年
	流動資産	1,863	2,460	+596
	現金及び預金	1,661	2,281	+619
	固定資産	210	230	+19
資産合計		2,074	2,690	+616
	流動負債	613	598	▲14
	固定負債	31	29	▲2
負債合計		644	628	▲16
純資産合計		1,430	2,062	+632
負債・純資産合計		2,074	2,690	+616
自己資本比率		68.9%	76.7%	+7.8pt

事業トピックス（1/2）～”人事トーク”のサービス開始

当社サービス提供エリアを人材マッチング領域に拡大。
将来的には人事トークユーザーを、当社の他サービスへ送客予定。



事業トピックス（2/2） ~”Pairy”のサービス開始

マッチング後、当社が提供するカップル向けコト消費サービスを提供。

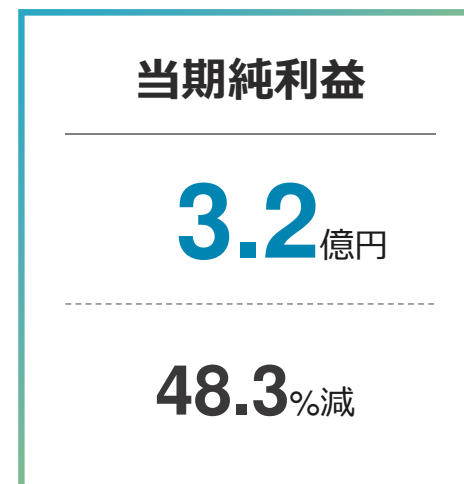
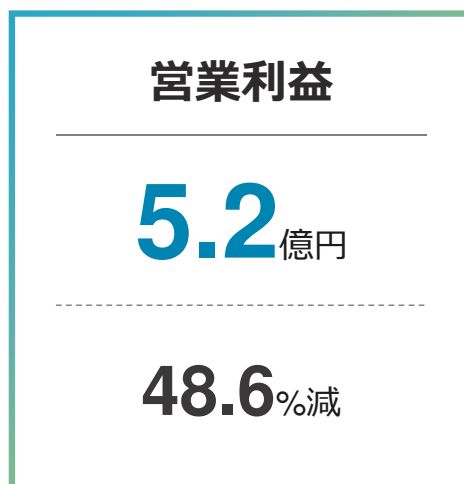


3 2020年9月期決算見通し



LINKBAL

増収を見込む一方、中長期の成長に向けて重点的な投資を行う。

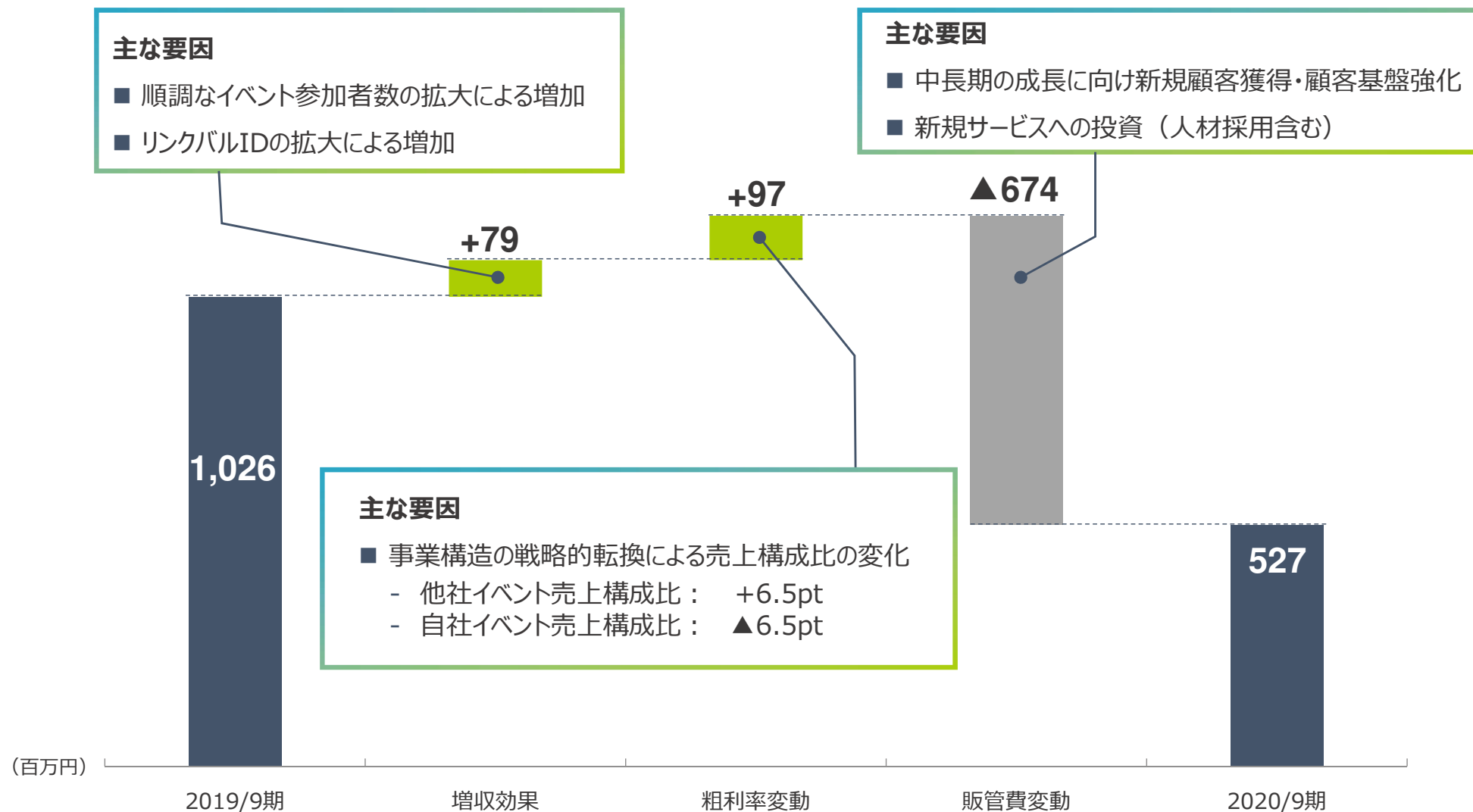


イベントECサイト、アプリ事業（CoupLink）の中長期の成長に向けて積極的な投資を行う。

(百万円)

	2019/9期	2020/9期	対前年
	実績	計画	
売上高	2,719	2,804	+3.1%
営業利益	1,026	527	▲48.6%
売上比(%)	37.7%	18.8%	▲18.9pt
経常利益	1,028	527	▲48.8%
売上比(%)	37.8%	18.8%	▲19.0pt
当期純利益	632	327	▲48.3%
売上比(%)	23.3%	11.7%	▲11.6pt

2020/9期 営業利益の増減分析



2020年9月期は中長期の成長に向けた投資期間と位置付ける。

① 新規顧客獲得・顧客基盤の強化

⇒ 新規ユーザー・潜在ユーザーの開拓

・ 中長期の成長に寄与する認知広告等

⇒ サービス改善による既存顧客のリピート率向上

② 新規サービスへの積極的な投資

⇒ コト消費領域拡大のための新規サービス

・ 自社開発/M&A/協業等

⇒ 積極的な人材採用

・ 新規事業開発担当等

2020/9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、WEBサイト運営サービスいずれも、ユーザー増による増収を見込む。

(百万円)

サービス	2019/9期	2020/9期	対前年
	実績	計画	
イベントECサイト運営サービス	2,482	2,543	+2.5%
構成比(%)	91.3%	90.7%	▲0.6pt
WEBサイト運営サービス	236	261	+10.3%
構成比(%)	8.7%	9.3%	+0.6pt

④ コト消費市場における展開方針



1 「ユーザー層の拡大」

⇒従来のユーザー層（20-30代）に加えてミドル層（40-50代）にも拡大

2 「会員基盤」

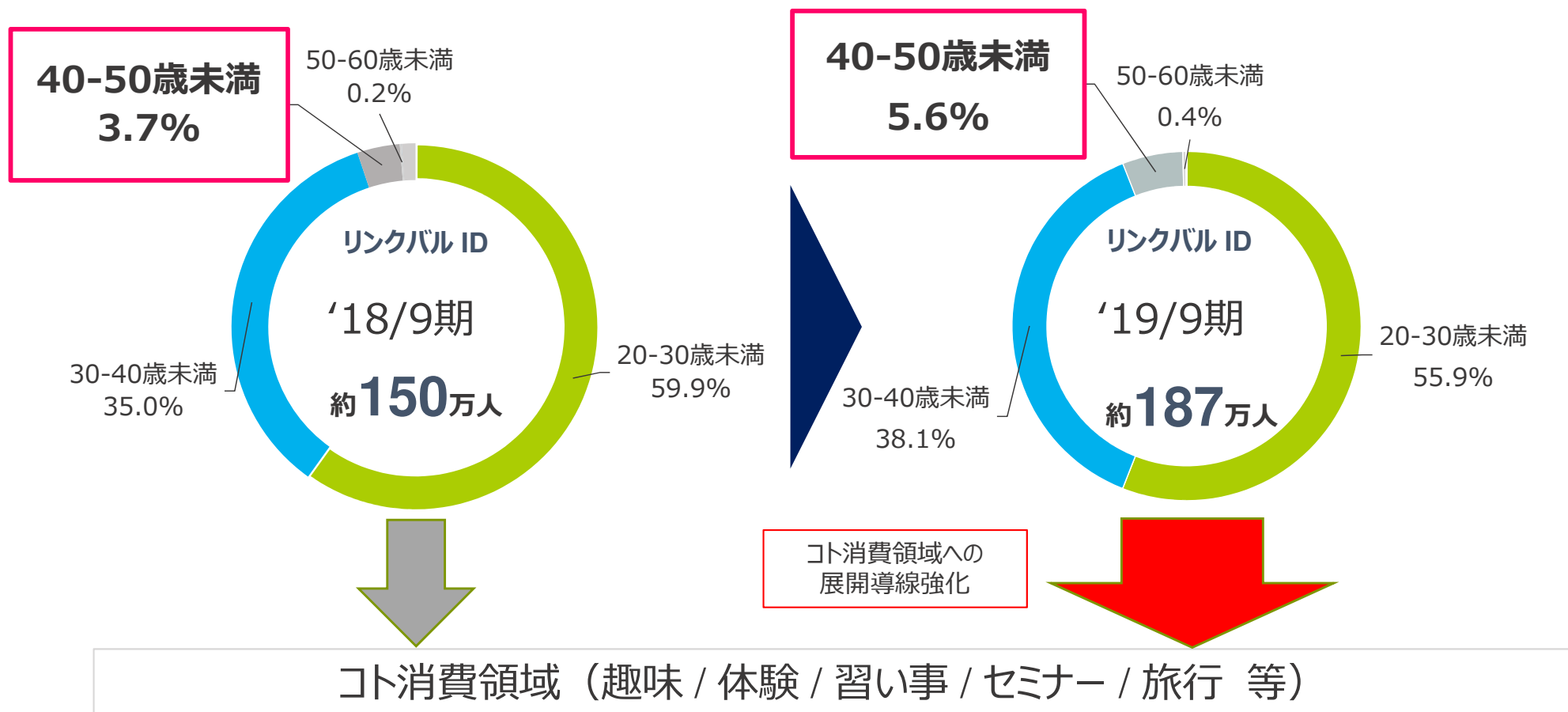
⇒180万人を超える会員をコト消費市場に誘導

3 「新規サービス」

⇒自社開発/M&A/協業等、コト消費領域の新規事業を展開

コト消費市場における展開方針～ユーザー層の拡大

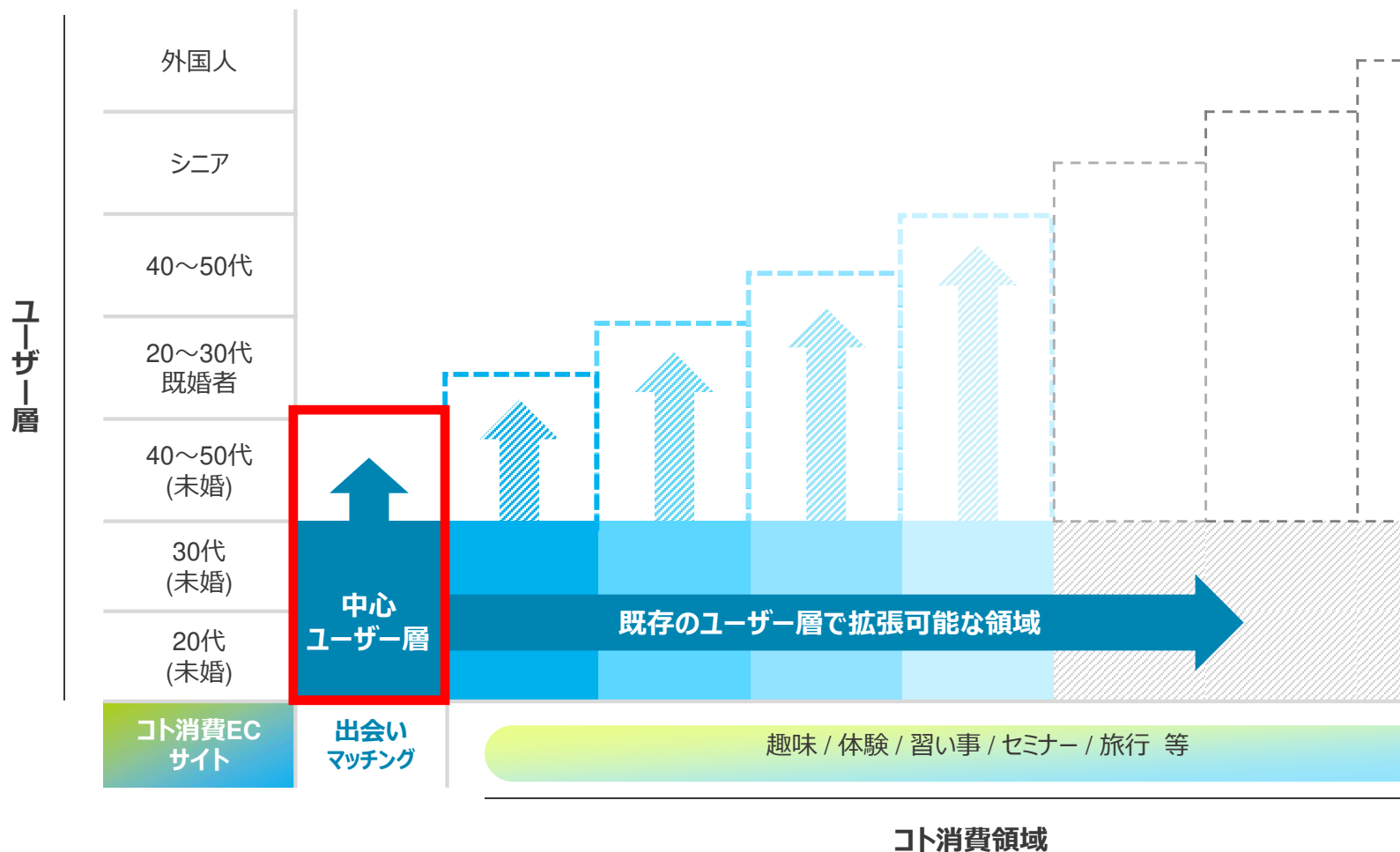
ミドル層向けイベントの拡充により、当社ユーザー層が拡大。



2019年9月期の1年間で、40-50代のユーザーは約5万人増加

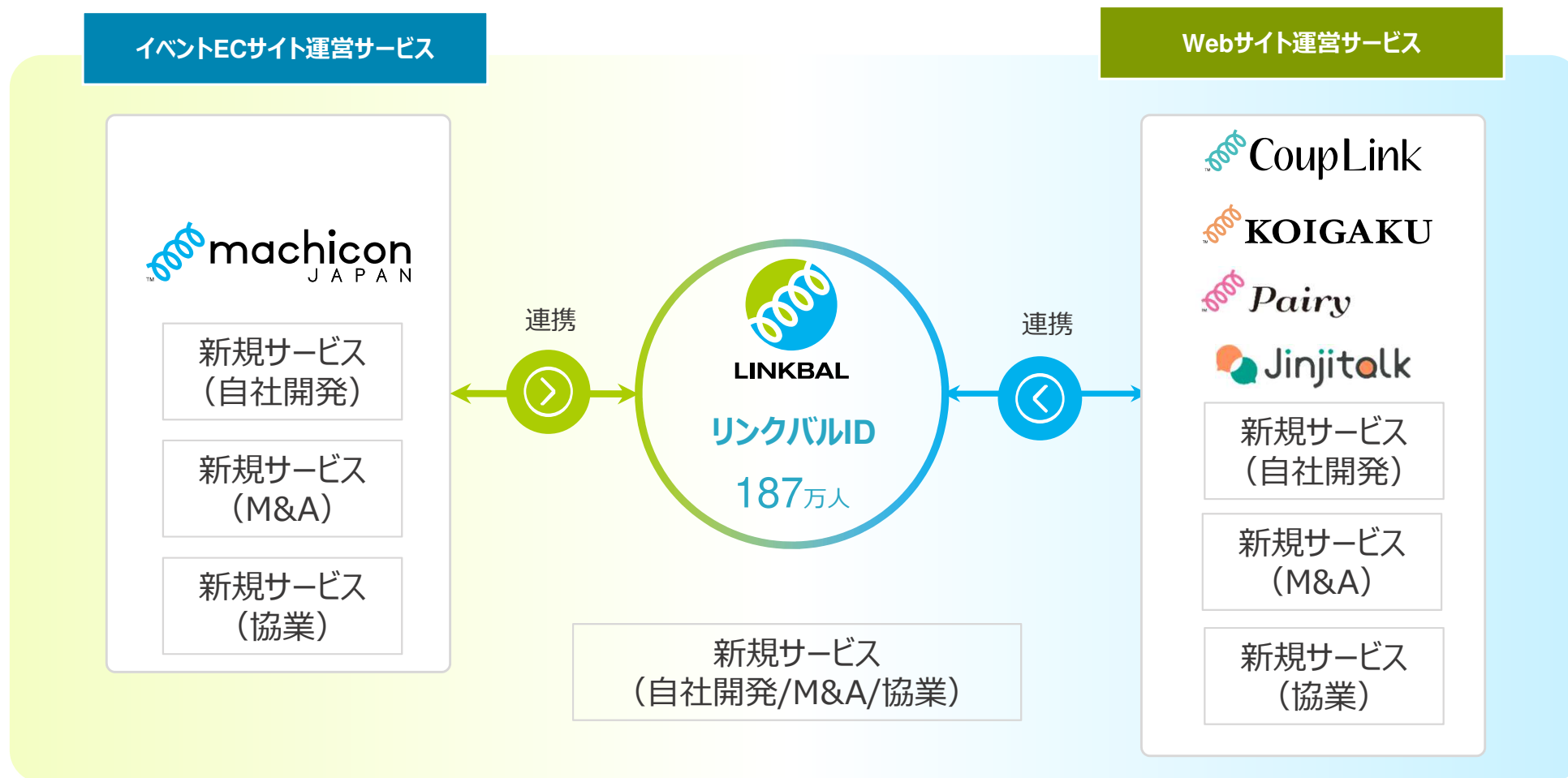
コト消費市場における展開方針～会員基盤

既存ユーザー層にミドル層（40-50代）を加えた会員基盤をもとに、コト消費カテゴリーへの展開・拡大が可能。



コト消費市場における展開方針～新規サービス

当社既存サービスとのシナジーが期待できる新規サービスを、
 自社開発/M&A/協業等により積極的に展開。
 2019年10月1日に新規事業企画室を新設。



~ Memo ~



LINKBAL