



2022年12月期 第2四半期

決算説明資料

株式会社IBJ
(東証プライム 6071)

♡ IBJ
Contents
目次

1 決算概要

2 事業別サマリ

3 成長戦略と
中期経営計画

4 APPENDIX

♡ IBJ
Contents
目次

1 決算概要

2 事業別サマリ

3 成長戦略と
中期経営計画

4 APPENDIX

2022年12月期2Q累計連結業績概況

主力事業の売上伸長と不採算事業の整理で大幅増益

単位:百万円	(参考)2021年12月期 2Q累計実績	4/27発表 2022年12月期 2Q累計予想(A)	2022年12月期 2Q累計実績(B)	増減額 (B)-(A)	増減率 (B)/(A)
売上高	6,755	7,222	7,366	+144	+2.0%
営業利益	684	666	931	+264	+39.7%
経常利益	619	663	978	+315	+47.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	367	490	743	+253	+51.6%

2Q累計連結業績予想に対する上振れ要因

売上高 7,366百万円

予想比+144百万円

営業利益 931百万円

予想比+264百万円

要因1 加盟店事業

マーケティングの強化と
営業チャネルの拡大で法人加盟増

2Q累計新規開業件数 **537件**
(前年同期比+57.9%)

要因2 直営店事業

入会営業担当の育成強化により、
パーティー経由の入会数増

2Q累計入会数 **9,570名**
(前年同期比+18.2%)

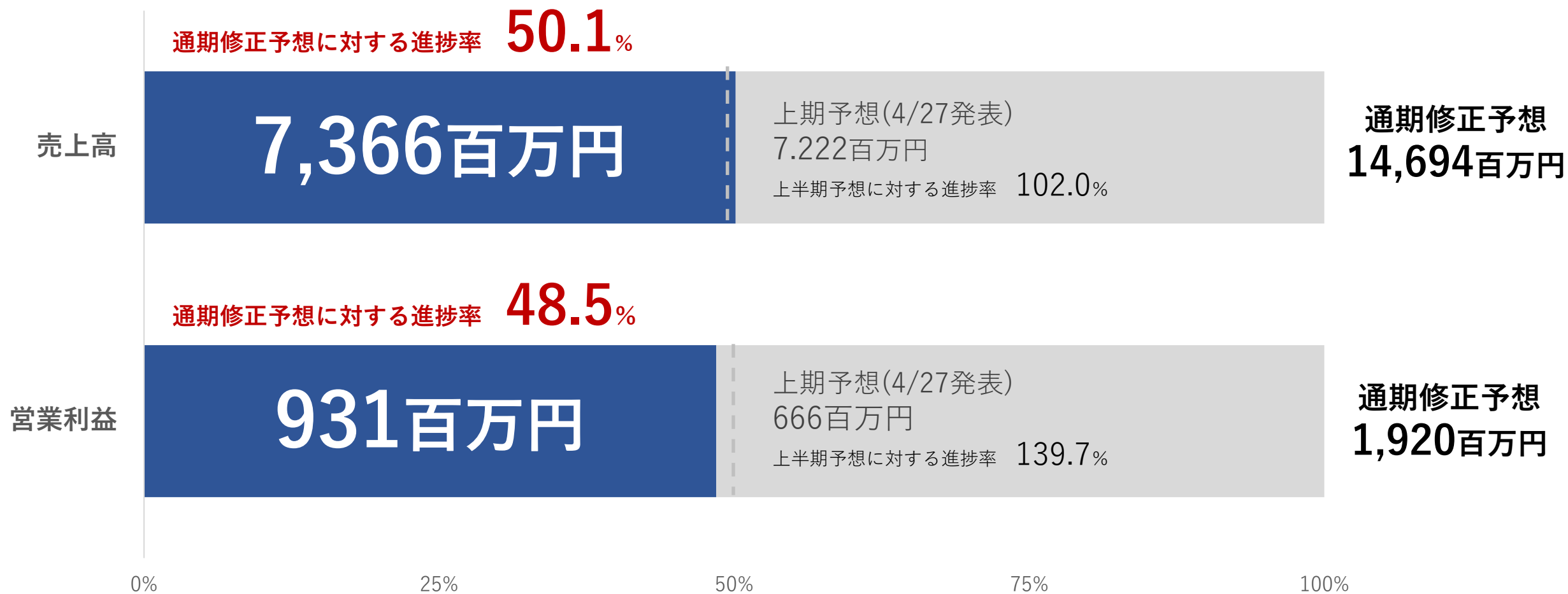
2022年12月期通期連結業績予想を上方修正

上期業績の大幅な増益により通期連結業績予想を上方修正

単位：百万円	4/27発表 2022年12月期 通期連結予想(A)	2022年12月期 通期連結修正予想(B)	増減額 (B) - (A)	増減率 (B)/(A)
売上高	14,550	14,694	+144	+1.0%
営業利益	1,655	1,920	+264	+16.0%
経常利益	1,635	1,950	+315	+19.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,405	1,658	+253	+18.0%

通期連結業績修正予想に対する進捗

売上高・営業利益は通期修正予想に対して順調に進捗



貸借対照表(B/S)

(百万円)

	2021年12月末	2022年6月末	増減額	主な増減要因
流動資産	7,440	7,315	△125	
うち現金及び預金	4,361	3,826	△534	Diverseの連結対象外による減少と短期借入金の返済
固定資産	5,873	5,930	+56	
うち有形・無形資産	3,399	3,314	△85	Diverse連結対象外によるのれんの減少
うち投資その他の資産	2,473	2,616	+142	投資有価証券の新規取得
資産合計	13,314	13,245	△68	
流動負債	4,363	3,927	△436	Diverse連結対象外による前受金、未払金の減少
固定負債	2,327	2,180	△147	長期借入金を短期借入金に振替
負債合計	6,691	6,107	△583	
資本金・資本剰余金	1,502	1,554	+52	
利益剰余金	5,474	5,842	+368	
自己株式	△999	△901	+97	
評価換算差額等	193	263	+69	
非支配株主持分	451	378	△72	
純資産合計	6,623	7,138	+514	
負債純資産合計	13,314	13,245	△68	

損益計算書(P/L)

(百万円)

	2021年6月末	2022年6月末	増減額	主な増減要因
売上高	6,755	7,366	+611	新規開業件数増・加盟金単価アップ、直営店事業の入会数増
売上原価	208	243	+35	
売上総利益	6,546	7,123	+576	
販売費及び一般管理費	5,857	6,191	+334	人員増加による人件費増、ZWEI広告強化
営業利益	684	931	+247	
営業外収益合計	16	51	+35	
営業外費用合計	80	4	△76	
経常利益	619	978	+359	
特別利益合計	108	7	△100	前期旅行事業の雇用助成金、新規投資有価証券売却益
特別損失合計	82	11	△71	前期コロナ影響による旅行事業の休業分特損
税金等調整前当期純利益	645	975	+329	
法人税等合計	234	278	+43	
当期純利益	410	696	+286	
非支配株主に帰属する 当期純利益	43	△46	△89	
親会社株主に帰属する 当期純利益	367	743	+375	

キャッシュフロー計算書(C/F)

(百万円)

	2021年6月末	2022年6月末	増減	主な増減要因
営業活動によるCF	210	828	+617	前期純利益の繰り越し
投資活動によるCF	△231	△1,250	△1,018	投資有価証券の取得による支出
財務活動によるCF	△1,718	△111	+1,607	Diverse連結外と前期ZWEIの長期借入金の一部返済
現金及び現金同等物の期末残高	4,213	3,829	△384	

♡ IBJ
Contents
目次

① 決算概要

② 事業別サマリ

③ 成長戦略と
中期経営計画

④ APPENDIX

事業別サマリ

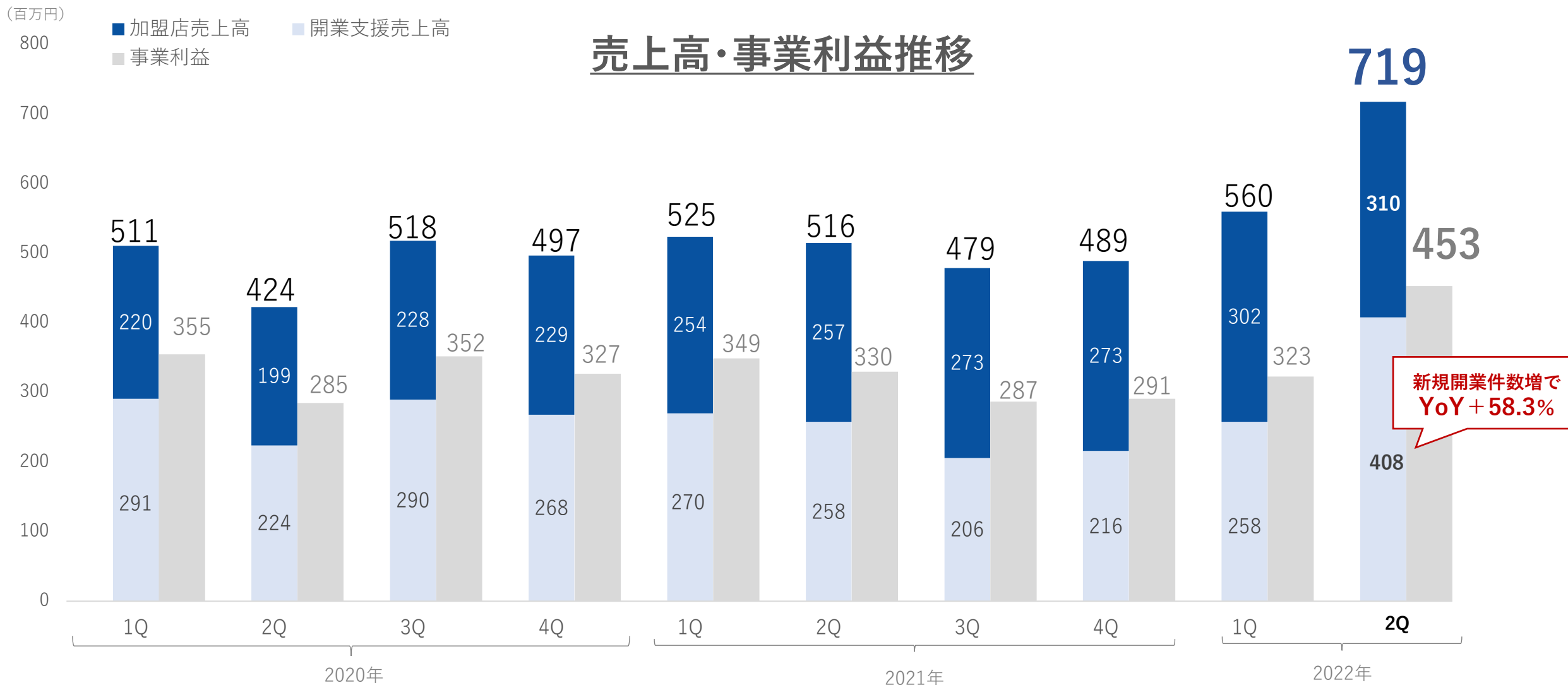
単位:百万円		2021年2Q累計実績	2022年2Q累計実績	増減額	利益率
加盟店事業	売上	1,039	1,280	+ 241	60.7%
	事業利益	680	776	+ 96	
直営店事業	売上	3,259	3,902	+ 643	22.6%
	事業利益	628	881	+ 253	
マッチング事業	売上	1,879	1,540	△ 339	8.5%
	事業利益	138	131	△ 6	
※5月1日よりDiverseを連結対象外へ					
ライフデザイン事業	売上	577	642	+ 65	11.4%
	事業利益	11	73	+ 61	

※事業利益 = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費 + 長期前払費用償却費、内部取引調整済み

加盟店事業の四半期業績推移

売上高719百万円(+40.0%)、事業利益453百万円(+37.1%)

※ () 内は前年同期比

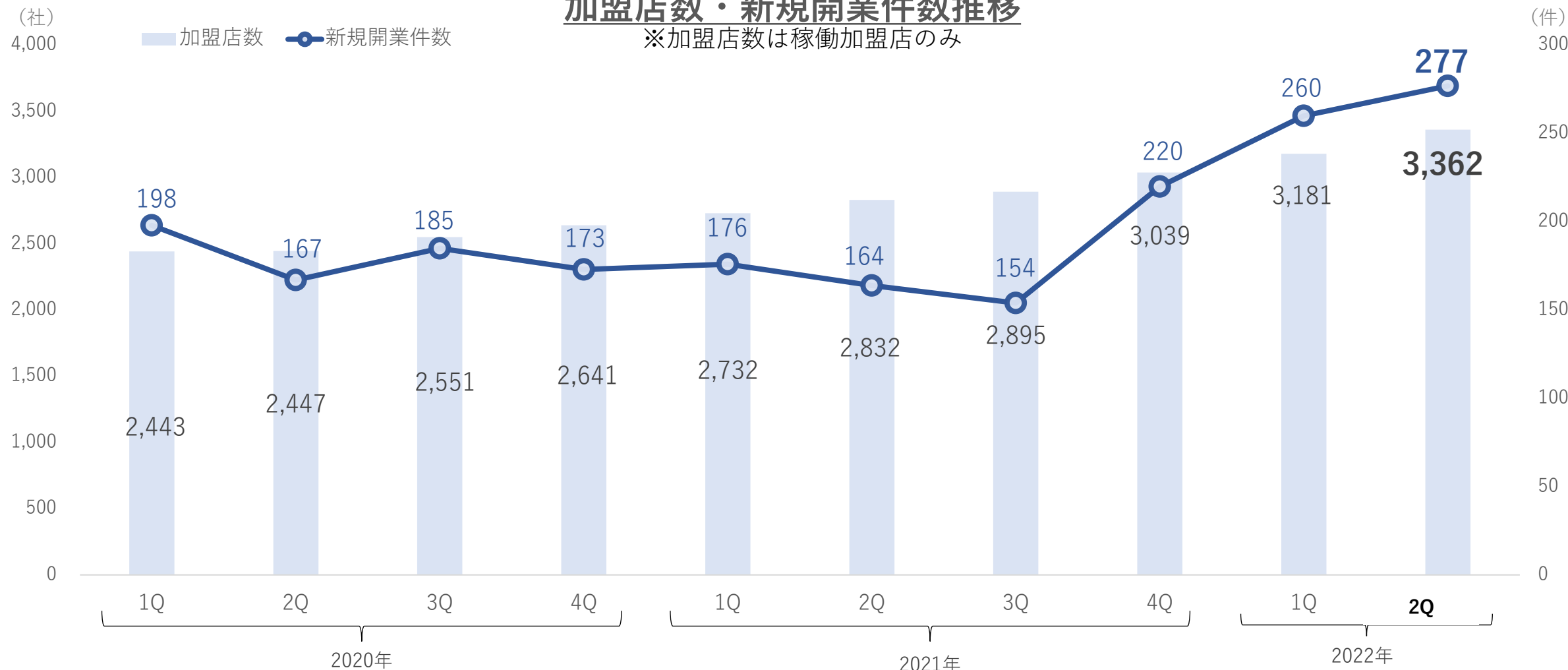


加盟店数と新規開業件数の推移

2022年2Qの月間新規開業件数は
平均で92.3件に増加し、加盟店数は順調に伸長

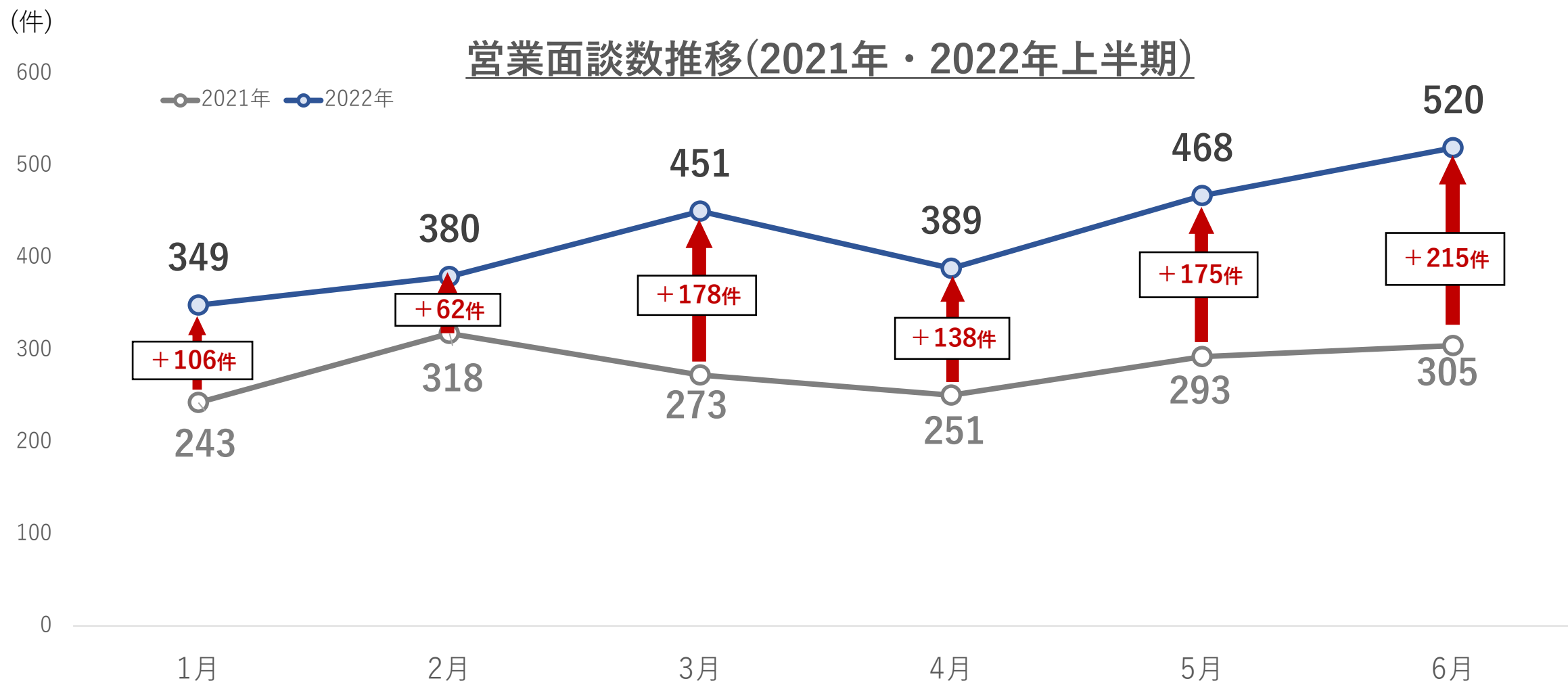
加盟店数・新規開業件数推移

※加盟店数は稼働加盟店のみ



新規開業件数の獲得戦略①

交通広告やPR(メディア掲載)などのマーケティング強化により
問い合わせ数や営業面談数が増加、新規開業件数の獲得を後押し



新規開業件数の獲得戦略②

法人へのアプローチを強化し、法人加盟の更なる増加を目指す

法人営業の組織体制を強化



+

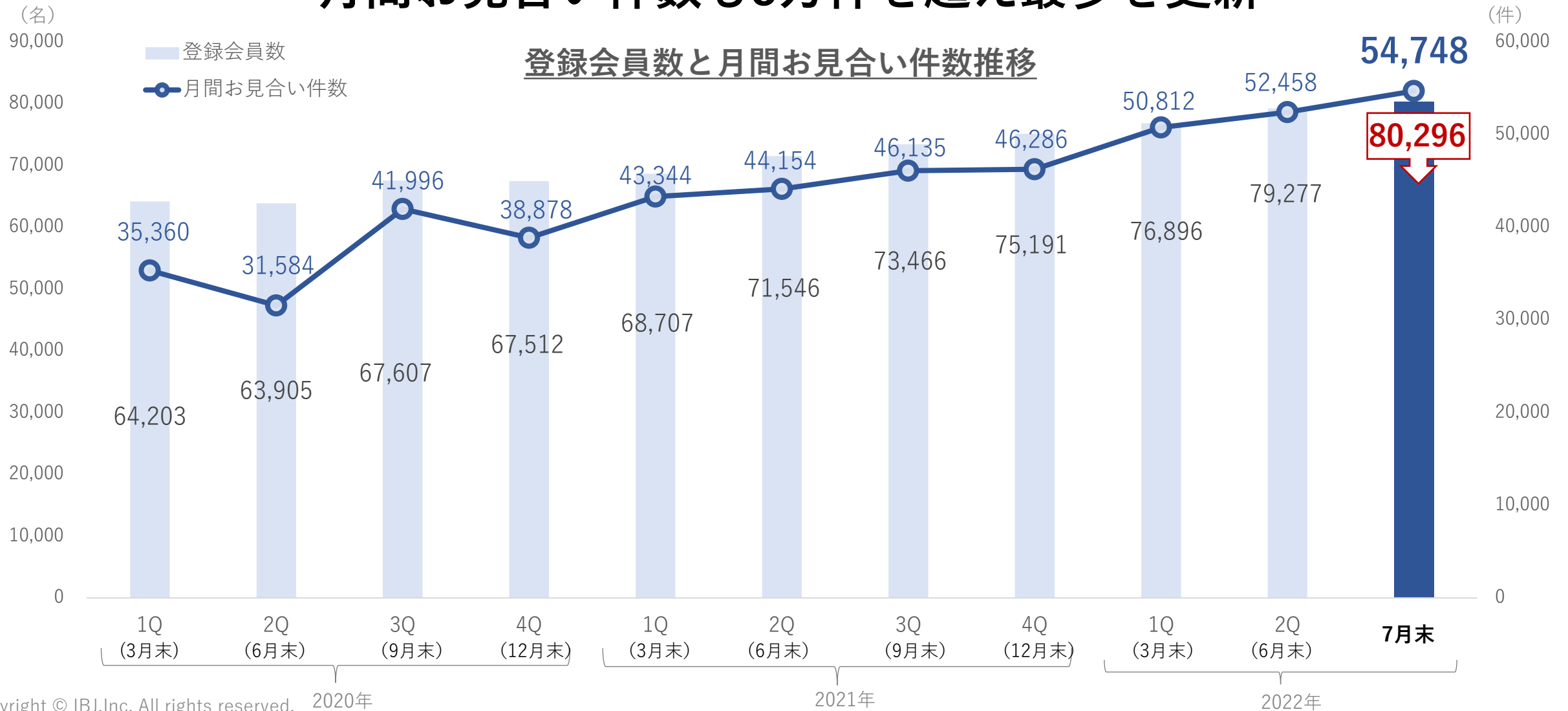
法人営業専門の部隊を新設



法人営業を強化し、法人加盟(加盟金320万円)や法人との提携数を増やしていく

登録会員数と月間お見合い件数の推移

登録会員数は順調に増加し7月末では**8万名**を突破、
月間お見合い件数も5万件を超え最多を更新

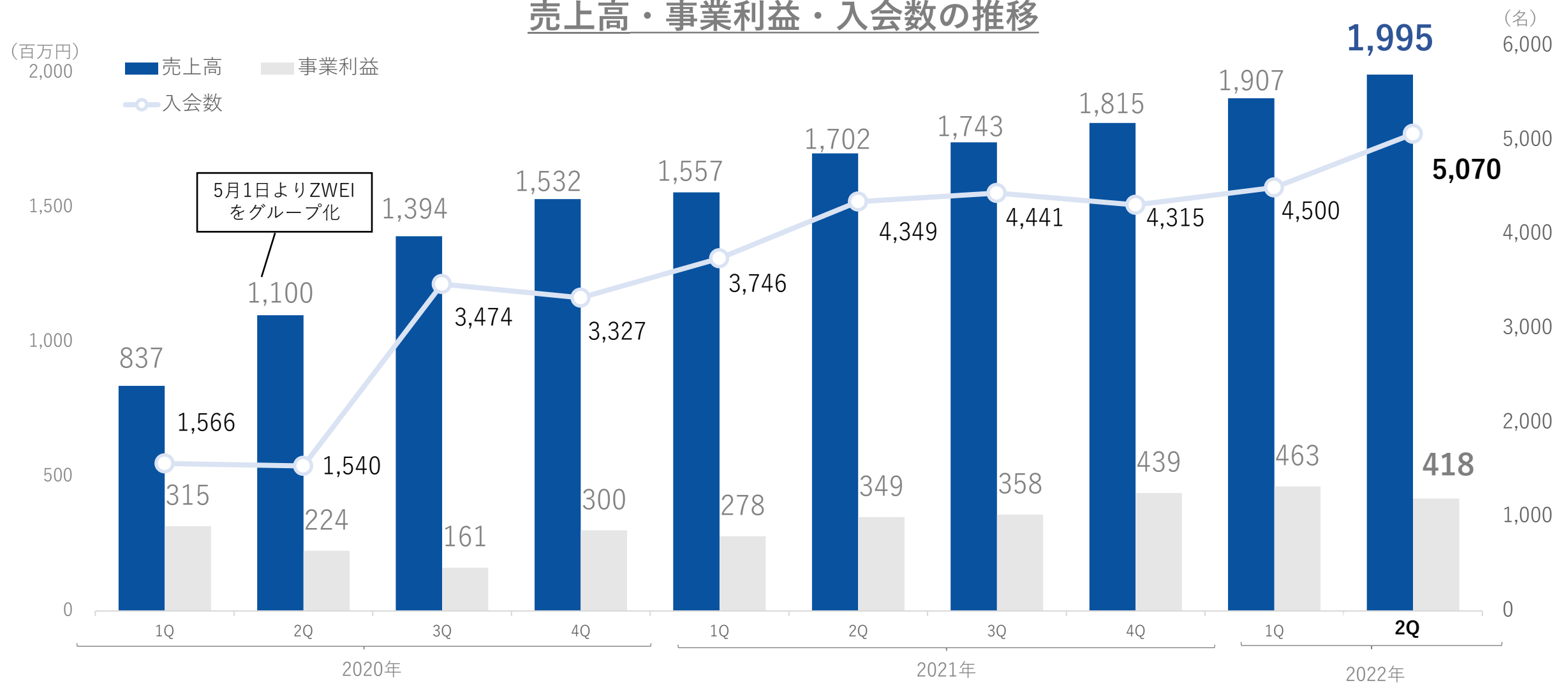


直営店事業の四半期業績と入会数の推移

売上1,995百万円(+17.2%)、事業利益418百万円 (+19.5%)

※ () 内は前年同期比

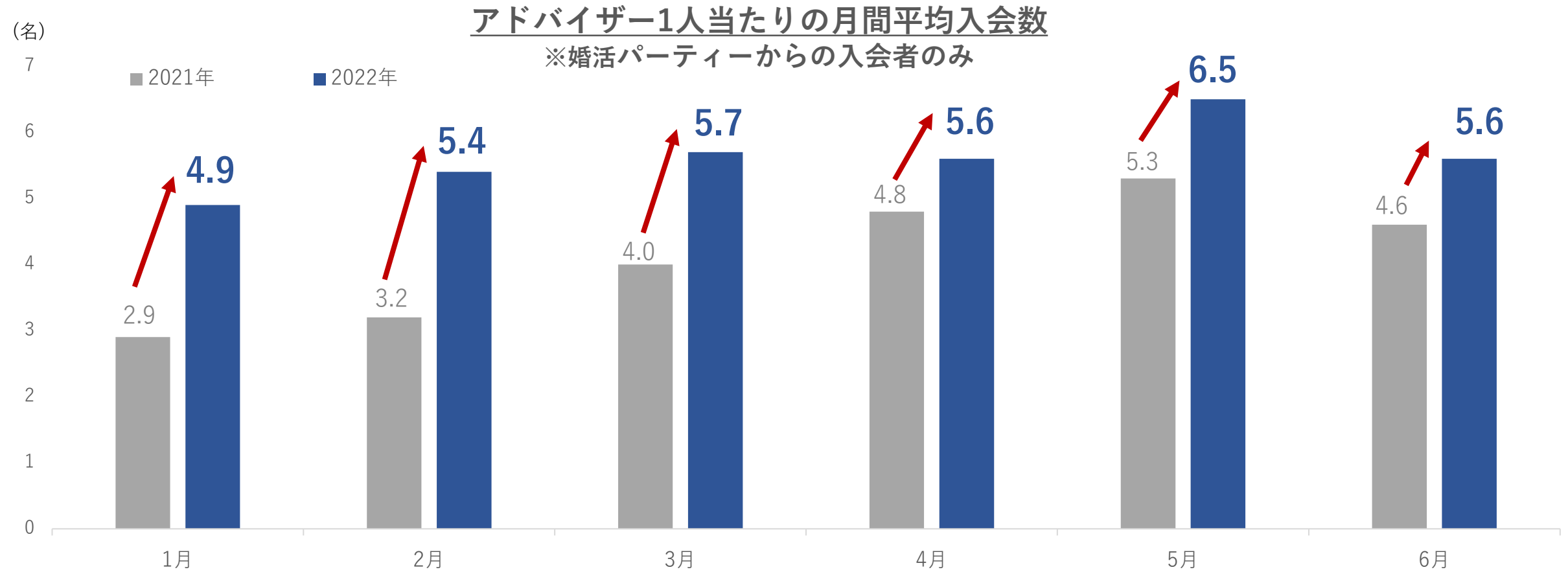
売上高・事業利益・入会数の推移



5月1日よりZWEIをグループ化

婚活パーティーから直営店への入会数が増加

アドバイザー(入会営業担当)にIBJ独自の入会メソッドが浸透し、婚活パーティーからIBJメンバーズ(直営店)への入会数が増加

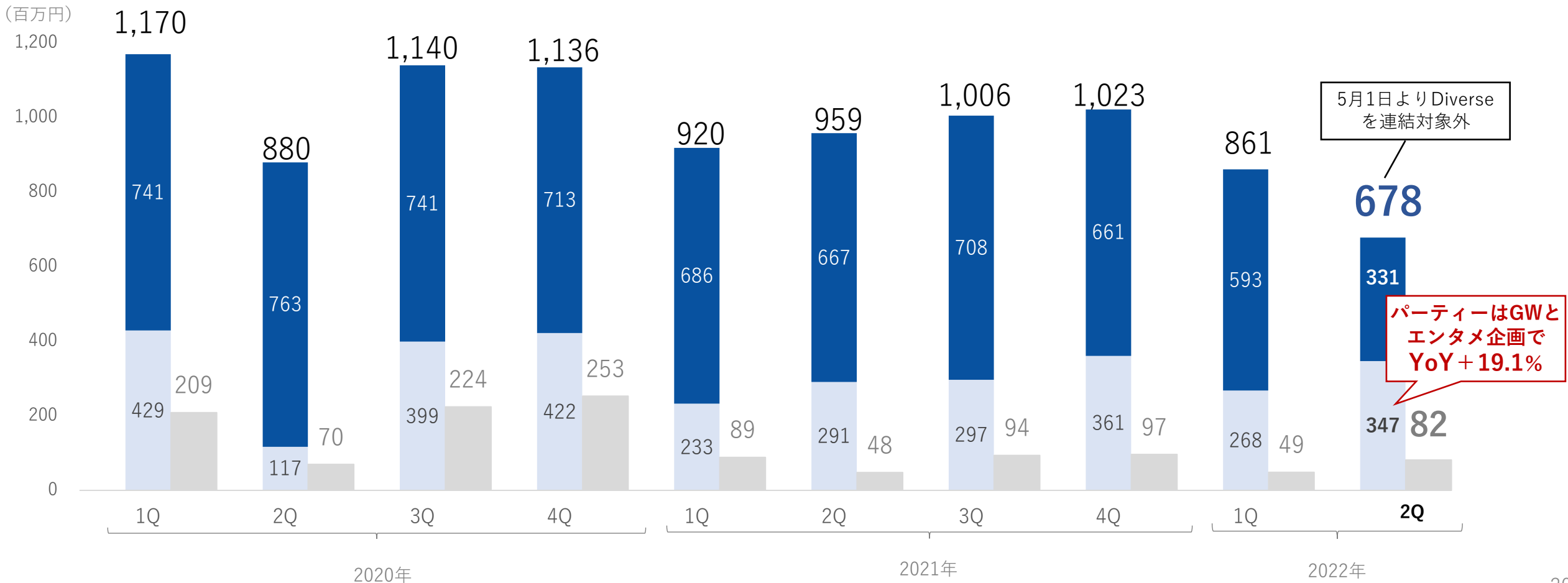


売上高678百万円(△29.2%)、事業利益82百万円(+70.2%)

※ () 内は前年同期比

売上高・事業利益推移

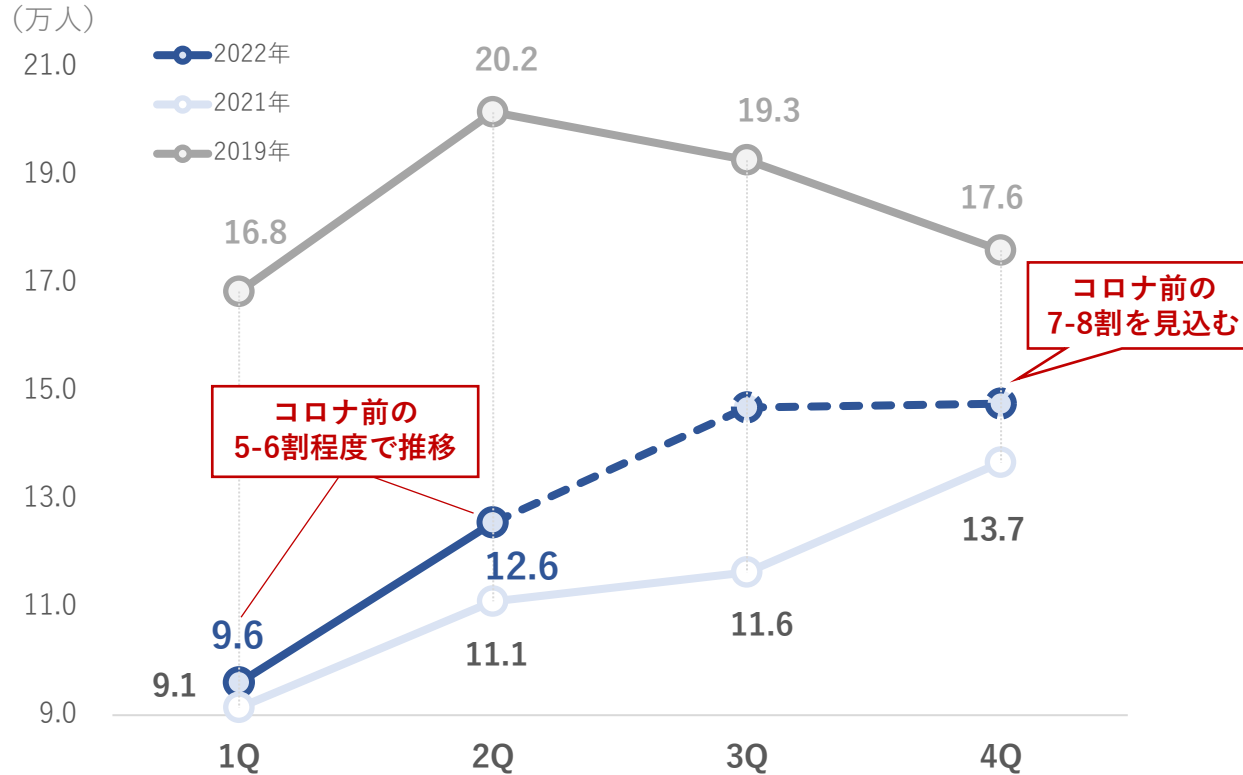
■ アプリ売上高
■ パーティー売上高
■ 事業利益



マッチング事業(パーティー)から直営店事業への送客

既存パーティーに加え、エンタメ企画で新規顧客を獲得し、利益率の高い直営店事業へ送客

パーティー参加者数(2019年・2021年・2022年比較)



2022年4Qのパーティー参加者数は
コロナ前(2019年)の7~8割程度の戻りを見込む

マッチング事業(パーティー)



エンタメ企画

タイアップやYouTuberとのコラボ企画などエンタメ性の高い企画

若者受けする新企画で
20代の新規顧客を獲得

エンタメ企画参加者のうち
20代は33%

見込み客送客

直営店事業



より真剣な婚活アプリを目指し、ブライダルネットとyoubrideでターゲットのすみ分けを行い会員数増を狙う

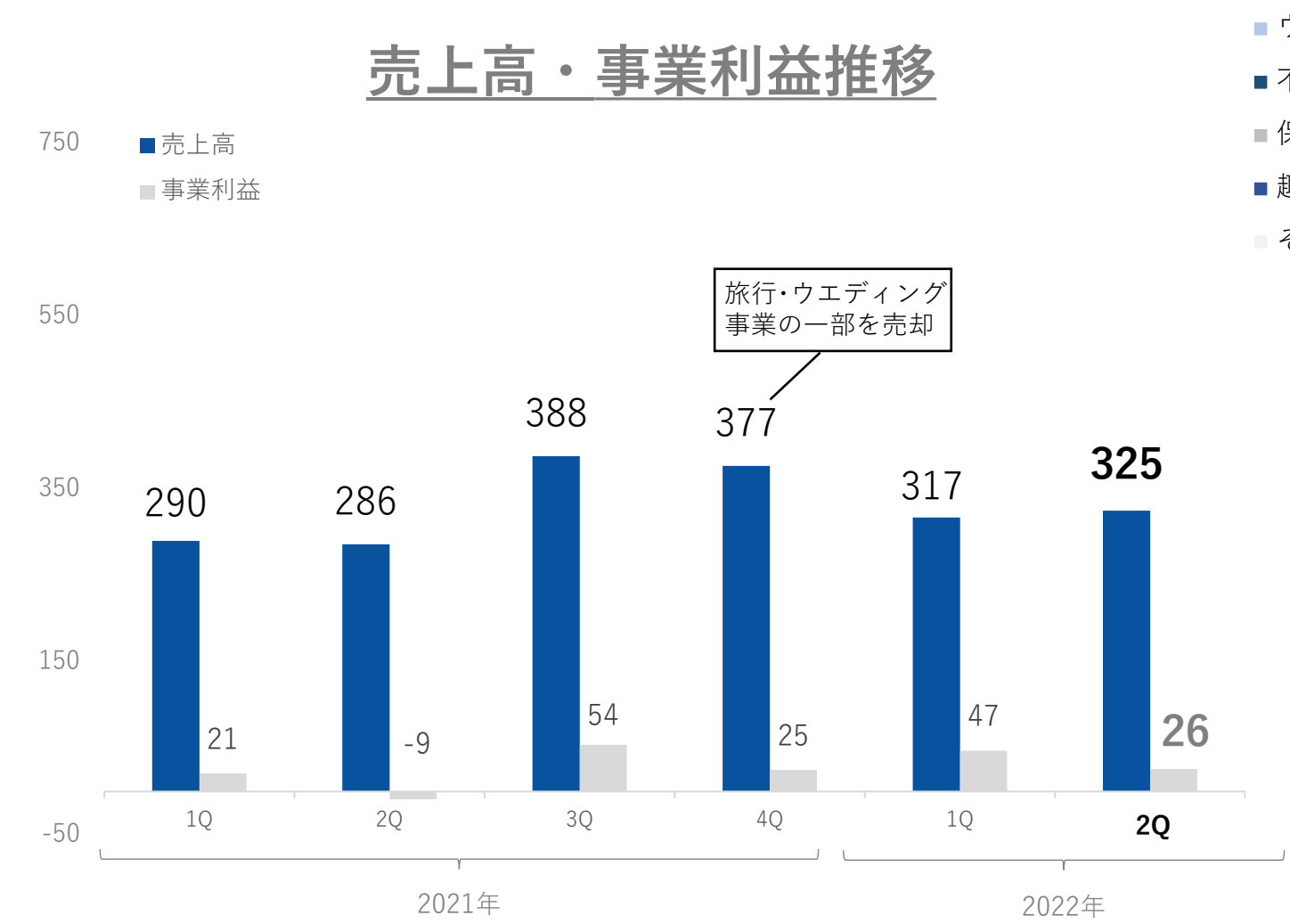
	ブライダルネット	youbride
年齢層	20代後半～40代後半	30代後半～50代後半
ターゲット層	<ul style="list-style-type: none">・アプリ利用経験あり (他社アプリで出会いがなかった)	<ul style="list-style-type: none">・アプリ利用経験なし・再婚希望者
課金	男女同額(2,000～3,980円)	男女同額(2,400～5,380円)
サービス特徴	<ul style="list-style-type: none">・婚シェルによる手厚いサポート・日記機能やコミュニティ機能、お相手紹介などコンテンツの豊富さ	<ul style="list-style-type: none">・初心者向けのシンプルで使いやすいデザイン・再婚OKな会員の多さ

売上高325百万円(+13.7%)、事業利益26百万円

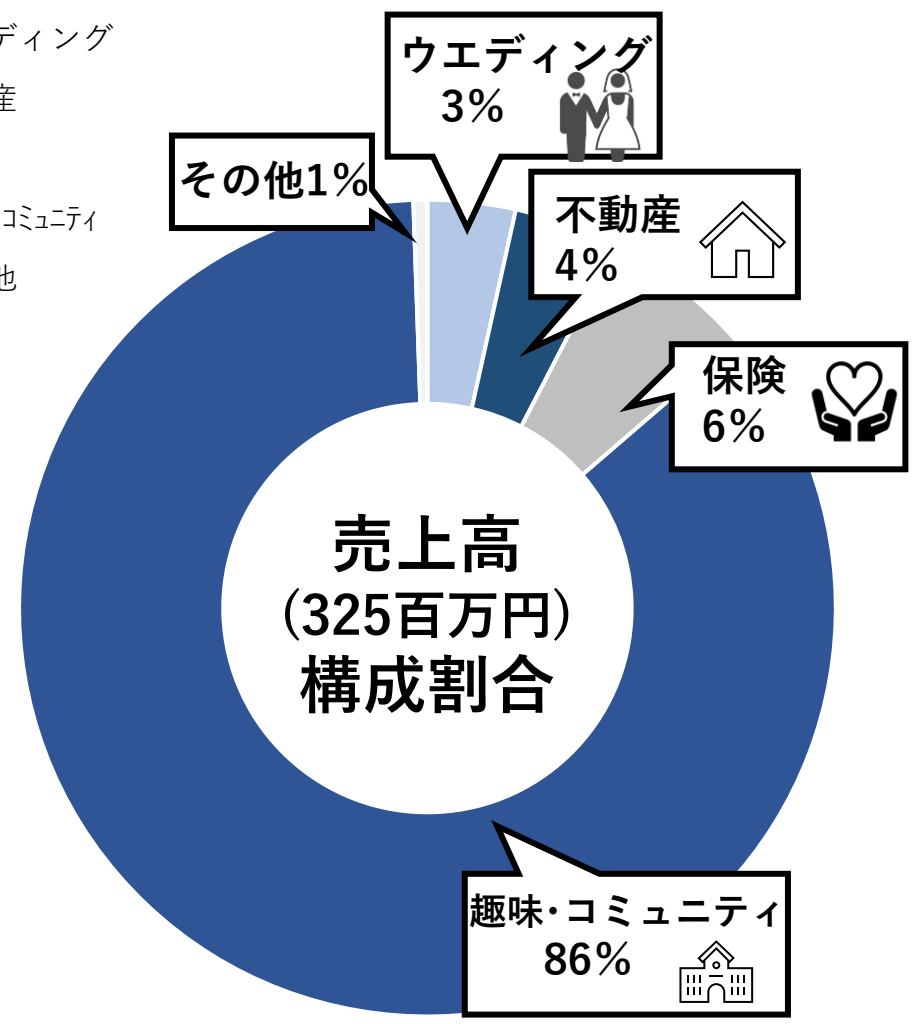
※ () 内は前年同期比

(百万円)

売上高・事業利益推移



- ウエディング
- 不動産
- 保険
- 趣味・コミュニティ
- その他



♡ IBJ
Contents
目次

① 決算概要

② 事業別サマリ

③ 成長戦略と
中期経営計画

④ APPENDIX

婚活業界最大級のIBJグループネットワークとノウハウで成婚創出

婚活業界最大級のIBJグループネットワーク
(お見合い会員数8.7万人)

※2021年末時点

【加盟店事業】

加盟店3,362社

※2022年6月末時点

【直営店事業】

IBJメンバーズ、
サンマリエ、ZWEI
(全国直営74店舗)

※2022年6月末時点

セルアップ

【マッチング事業】

マッチング会員17.9万人



登録会員の予備軍

※2021年末時点

年間成婚組数
10,402組創出

※2021年実績



【ライフデザイン事業】



保険



指輪



不動産



ウェディング



趣味・コミュニティ

※お見合い会員数とは、日本結婚相談所連盟、IBJメンバーズ、サンマリエ、ZWEIの結婚相談所サービスに登録している会員数

※マッチング会員数とはPARTY☆ PARTY、Rushの登録会員数のうち1年以内にログイン履歴のある会員数+ブライダルネット、youbride、YYCの有料会員数

IBJの強み 「システム×ヒト」

婚活のDX化に加えアナログな人の手によるサポートの質で差別化



システム



ヒト

婚活業界のDX化を牽引するプラットフォーム

会員の婚活行動
を一元管理

AI分析による精度
の高いマッチング

日本最大級の会員数を
保有するデータベース



IBJ独自の成婚メソッドを駆使し、
心地の良い「おせっかい」を徹底

サポート1
婚活プランニング
(婚活計画)

サポート2
お見合いサポート
(お見合い～交際)

サポート3
交際サポート
(交際～成婚)



中期経営計画(2021-2027年)

日本の人口減少・少子化問題の解決に向けて、
重要指標とその先行指標となるサブ指標を策定

重要指標とサブ指標のロードマップ

	2021年実績	2024年予	2027年予
重要指標			
成婚組数	10,402組	15,000組	25,000組
重要指標			
加盟店数	3,039社	5,000社	10,000社
サブ指標			
お見合い会員数※1	8.7万人	13.2万人	20.0万人
サブ指標			
マッチング会員数※2	17.9万人	19.5万人	25.0万人

※1 お見合い会員数とは、日本結婚相談所連盟、IBJメンバーズ、サンマリエ、ZWEIの結婚相談所サービスに登録している会員数

※2 マッチング会員数とは、PARTY☆PARTY、Rushの登録会員数のうち1年以内にログイン履歴のある会員+ブライダルネット、Diverse (youbride・YYC) の年度末有料会員数 (2022年以降はYYC除く)

成婚組数と加盟店数達成に向けた施策

成婚組数5% (2.5万組) と加盟店数1万社を目指し 加盟店・直営店事業を強化

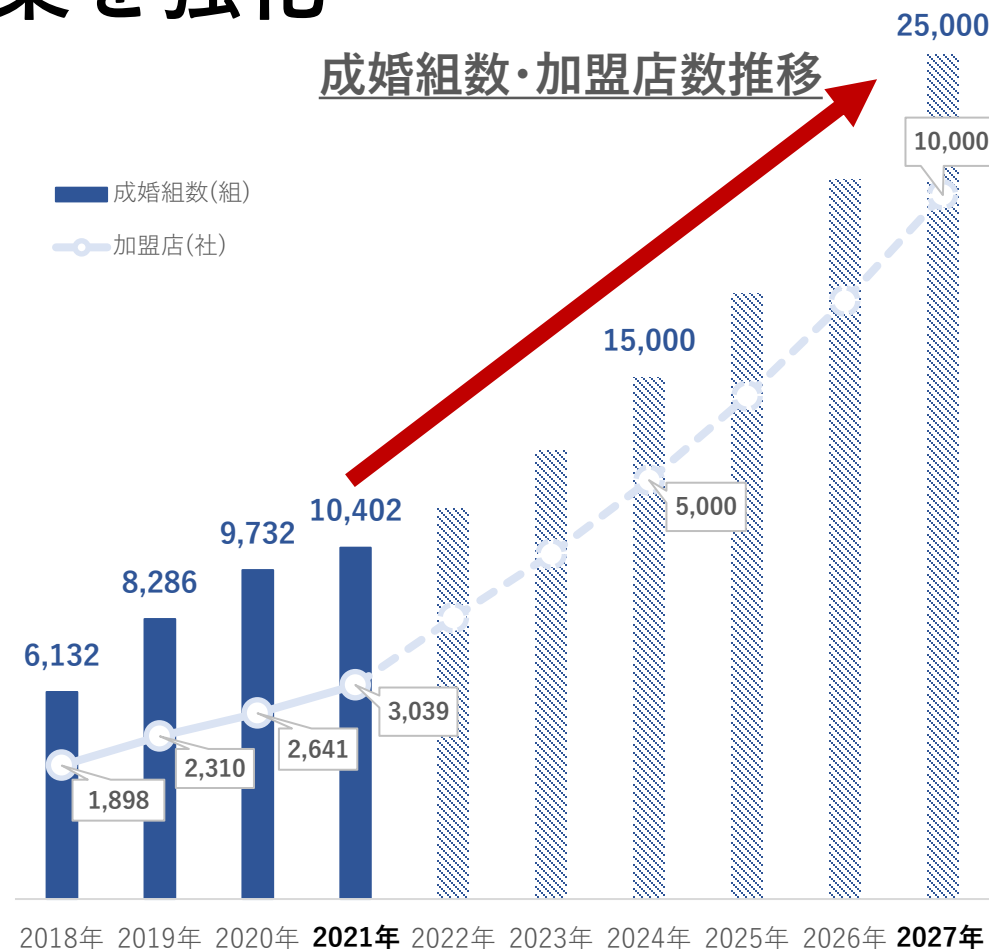
成婚組数増加施策

- ① 直営店の会員基盤拡大と成婚メソッドの向上
- ② 加盟店への支援強化とノウハウ伝播

加盟店数増加施策

- ① 地方銀行との提携拡大
2022年3月に山梨中央銀行との提携開始、15例目となる地銀提携
- ② 婚活と親和性の高い事業や組織との連携

成婚組数・加盟店数推移



婚活と親和性の高い事業や組織との連携強化

ホテルニューオータニ

ホテル業界大手、厳正な審査を通過したハイクラスの会員が入会



築地本願寺

築地本願寺倶楽部の会員限定で婚活をサポート



テイクアンドギヴ・ニーズ

ウエディングに関する豊富な知見を活かして、婚活を全面的にサポート



成婚メソッドや相談所ネットワークを活用し、連携して成婚数増加を目指す

中期経営計画(2021-2027年)達成に向けた戦略

2027年売上高300億円、営業利益50億円達成に向けた戦略

戦略1 新たな集客チャネルの開拓

マッチングサービス経験者を直営店・加盟店事業にトスアップ

戦略2 収益ポイント拡充、 付加価値増強によるLTVアップ

婚活の周辺にある潜在的商流を捉え収益化

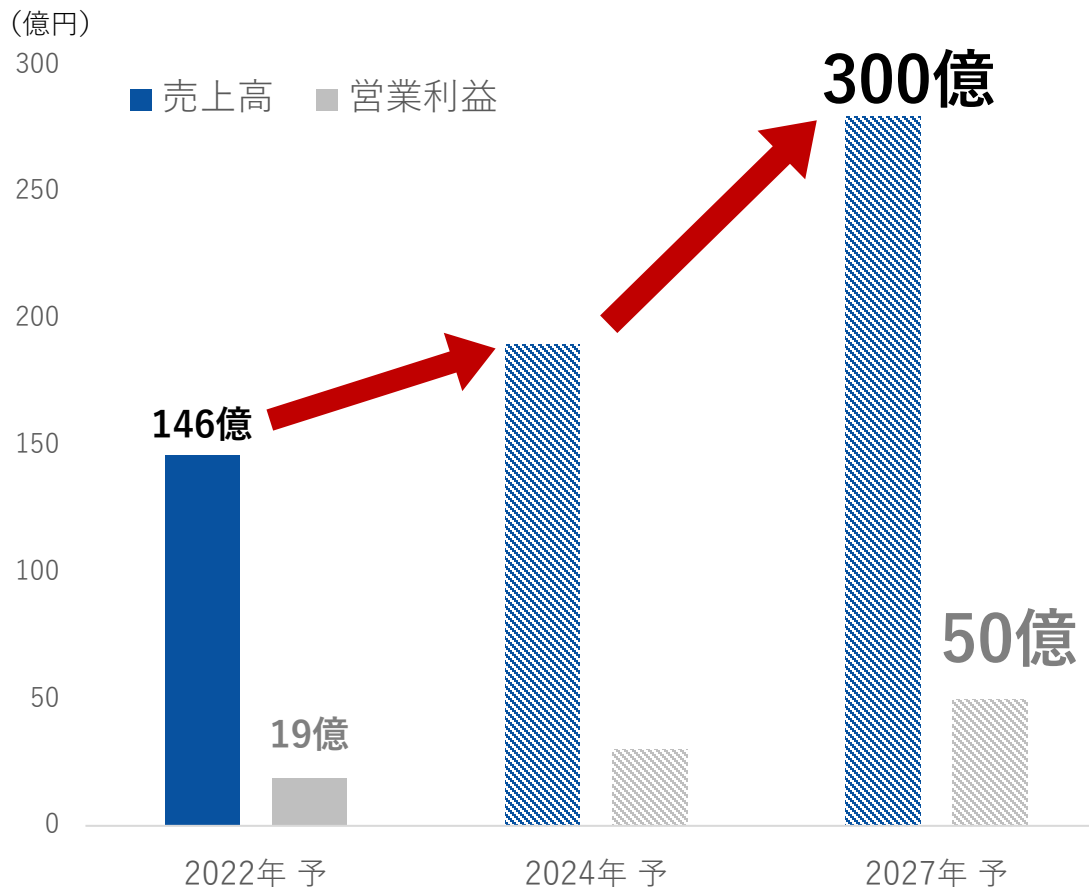
戦略3 加盟店への支援拡充

加盟店支援強化により事業と会員基盤拡大へ

戦略4 コーポレートブランディング強化

「結婚・婚活=IBJ」の定着と加盟店の求心力UPを目指す

売上高300億円・営業利益50億円の進捗



マッチングサービス経験者を直営店・加盟店事業にトスアップ

マッチングアプリではうまくいかないあなたへ



最高の出会いから

お悩み

マッチングサービス経験者の

- 相手の気持ちがわからない
- 相手が結婚目的なのか
- 相手が交際に対して真剣なのか

結婚に至るまでが難しい

- 交際から結婚へのステップアップが難しい

マッチング事業

PARTY☆PARTY
Rush
ブライダルネット
youbride

婚活パーティーからの
入会割合54.2%※

※2022年2Q累計のIBJメンバーズ総入会数に対する婚活パーティーからの入会者の割合

直営店事業

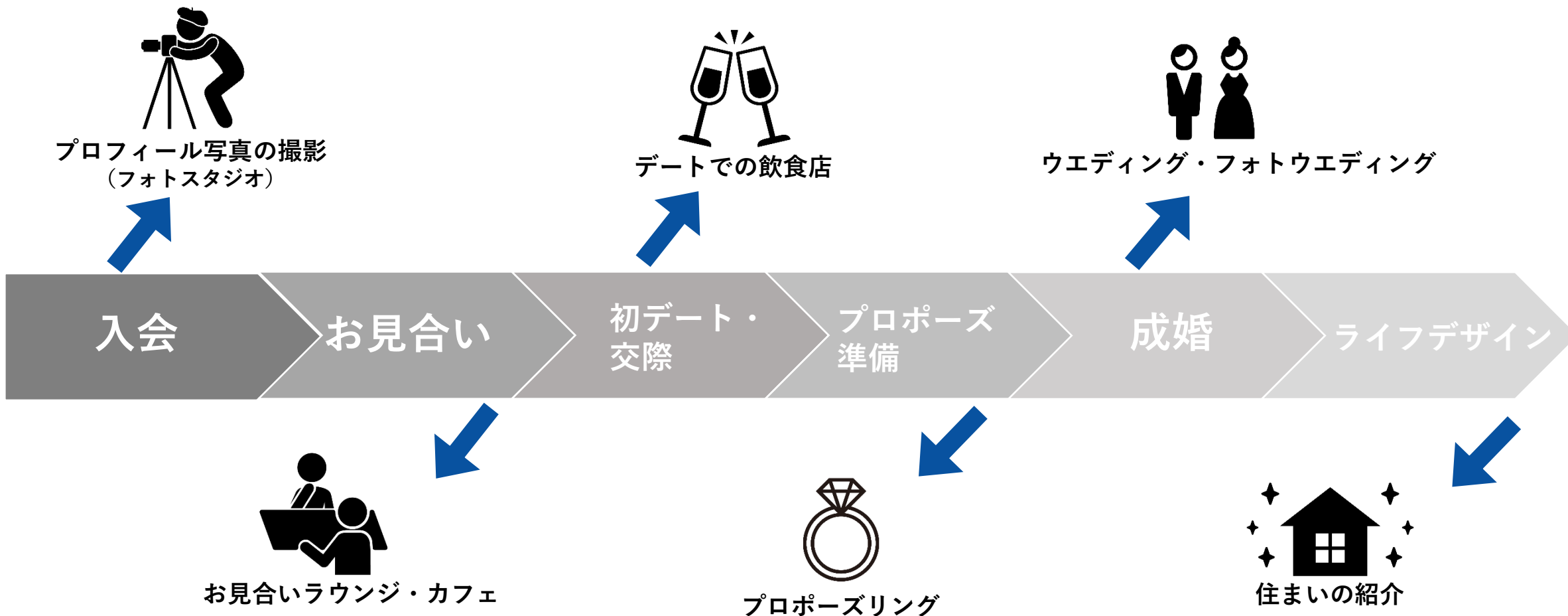
IBJメンバーズ
サンマリエ
ZWEI

加盟店事業

日本結婚相談所連盟
加盟店 **3,362社**

※2022年6月末時点

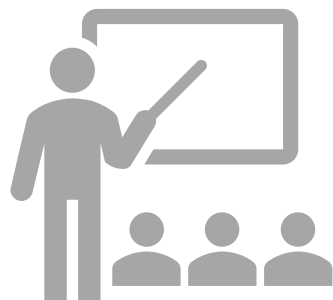
婚活の周辺にある潜在的商流を捉え収益化



加盟店支援強化により事業と会員基盤拡大へ

研修カリキュラムのアップデート

必修研修では学びきれない『基礎知識』を身につけるため、eラーニング研修を開始



研修内容

- ・会員のお見合い～交際までのサポート方法
- ・ホームページの作成
- ・料金プランの作り方 など

加盟店のブランディング強化

仲人の人柄や思い等が伝わる内容で動画制作、自社(加盟店)HPや連盟サイト内で掲載予定



本社の専用スタジオで7月から撮影開始

入会促進ページのリリース


IBJアワードを受賞された加盟店限定で入会促進のための特設ページを開設



IBJオススの実績の高い加盟店をPICK UP

ドラマや映画などに多数出演されている白石糸さんを起用、結婚相談所の利用者をターゲットに広告ビジュアルを変更



掲載路線 

東京メトロ、都営地下鉄、Osaka Metro、名古屋鉄道、福岡地下鉄の大都市圏で掲載がスタート

▲新ビジュアル:タレント白石糸さん

♡ IBJ
Contents
目次

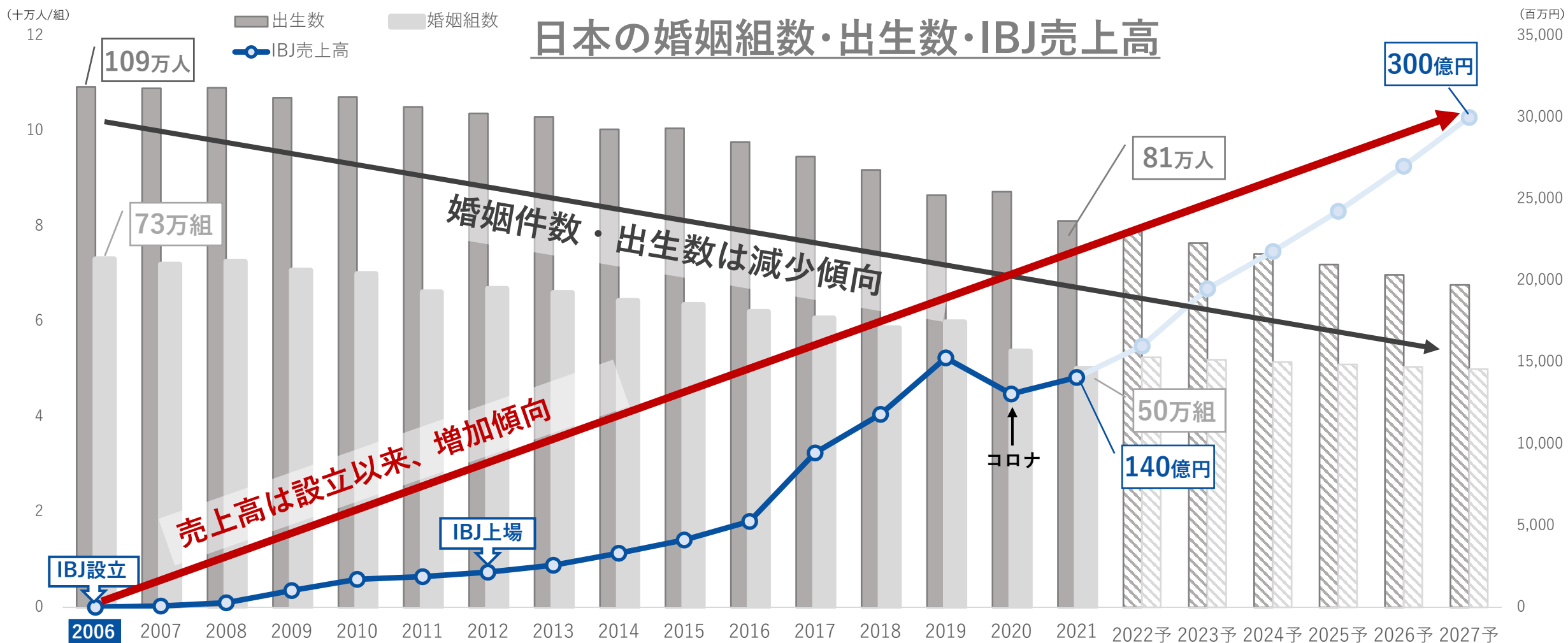
① 決算概要

② 事業別サマリ

③ 成長戦略と
中期経営計画

④ APPENDIX

日本の婚姻組数・出生数が減少傾向の中、IBJの業績は増加傾向



※出典：厚生労働省「令和2年(2020)人口動態統計(確定数)の概況」(1947年～2020年)、年間成婚組数令和3年12月分(人口動態統計月報年計(概数))を基に作成

20～30代男性の入会割合

独身男性(20～30代)の37.6%が交際経験ナシ
しかしながら真剣な出会いを求める20～30代男性の
結婚相談所ニーズは高まっている

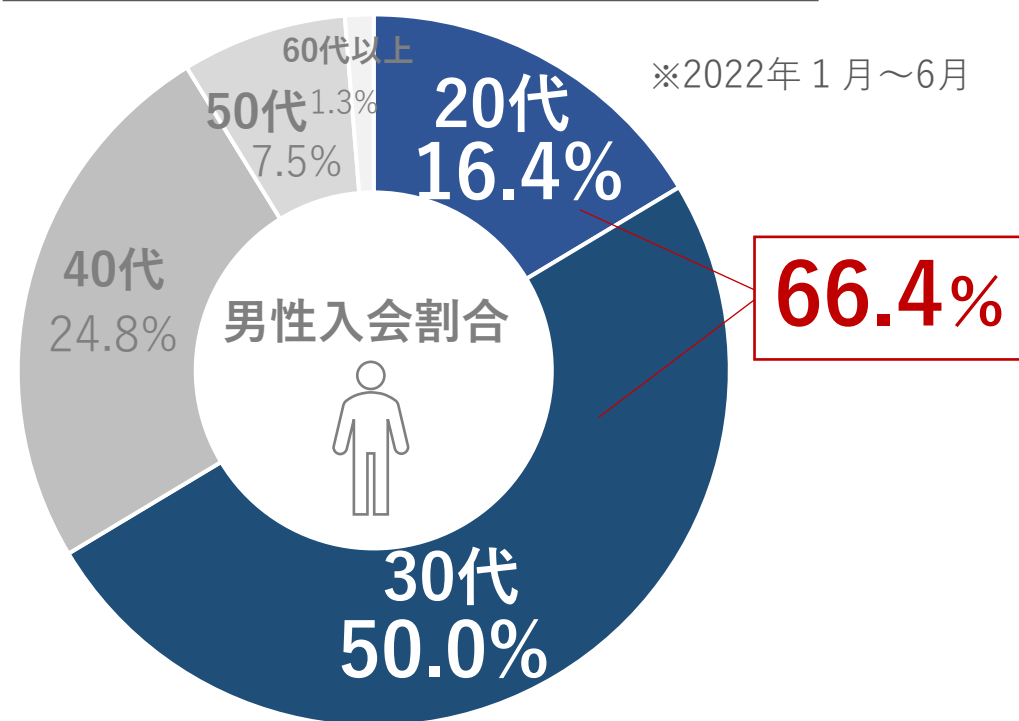
37.6%

【政府統計】 20～30代男性の交際人数



※出典：男女共同参画白書 令和4年版

【直営店事業】 年齢別の男性入会割合



直営店3ブランドでは20～30代の
男性入会者が6割を占める

良質な会員層とIBJの誇る成婚サポートによって成婚を伸ばしていく

お見合い回数

男性	11.0回
女性	10.0回

年齢

男性	38歳
女性	35歳

在籍日数

男性	301日 (約10か月)
女性	244日 (約8ヶ月)

男性年収

600～700万円

2022/6/2

IBJ成婚白書～2021年度版～
をリリース




9,987名の成婚実績から導き出した『成婚しやすさ』を分析

交際数

男性	5人
女性	4人

有力他連盟の一角と業務提携し、より強固な基盤に

日本結婚相談所連盟
by  IBJ

強み

①成婚主義の仲人型結婚相談所

②業界トップの会員数と加盟店数

会員数:79,277名

加盟店数:3,362社

※2022年6月末時点

③お見合いシステムと加盟店への支援

業界屈指のシステムと加盟店の立ち上げを
強力に支援



他連盟



日本ブライダル連盟

会員数約66,000名

良縁ネット
会員数約40,000名

コネクトシップ
会員数31,507名

全国結婚相談所
事業者連盟
会員数29,991名

日本仲人連盟
会員数約14,000名

日本仲人協会
会員数約10,000名

日本成婚ネット
会員数9,759名

※各社HPより参照

※日本ブライダル連盟、コネクトシップは2022年6月末時点

※全国結婚相談所事業者連盟、日本成婚ネットは2022年5月時点

※良縁ネットは2021年1月時点、日本仲人協会は2018年7月時点

※日本仲人連盟は2022年8月8日時点のHPより参照

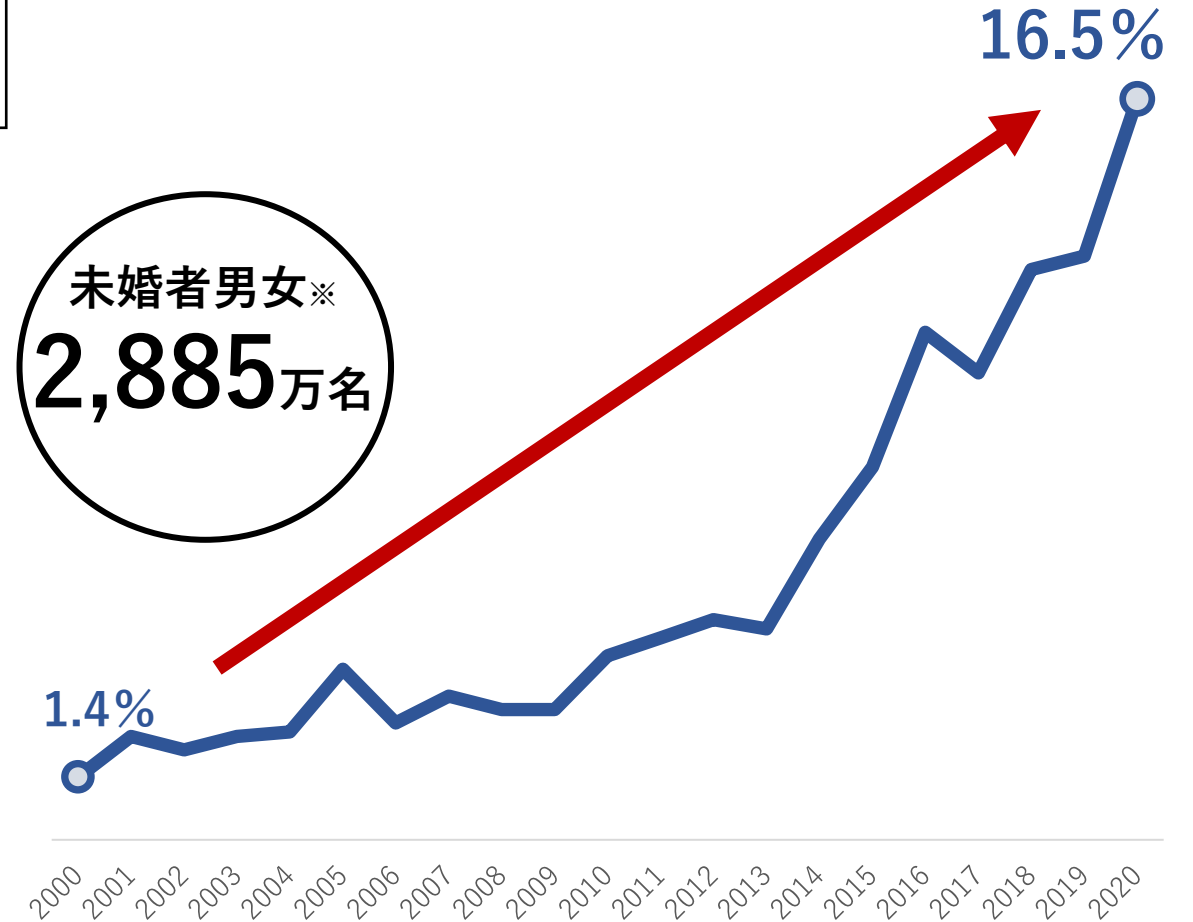
マッチングアプリとの差別化を図り、婚活市場で相談所マーケットを拡大させる

成婚ベースの業界シェア

成婚ベース業界シェア 12.6%
♡ IBJ 10,402組 (2021年)



婚活サービスを通じて結婚した人の割合



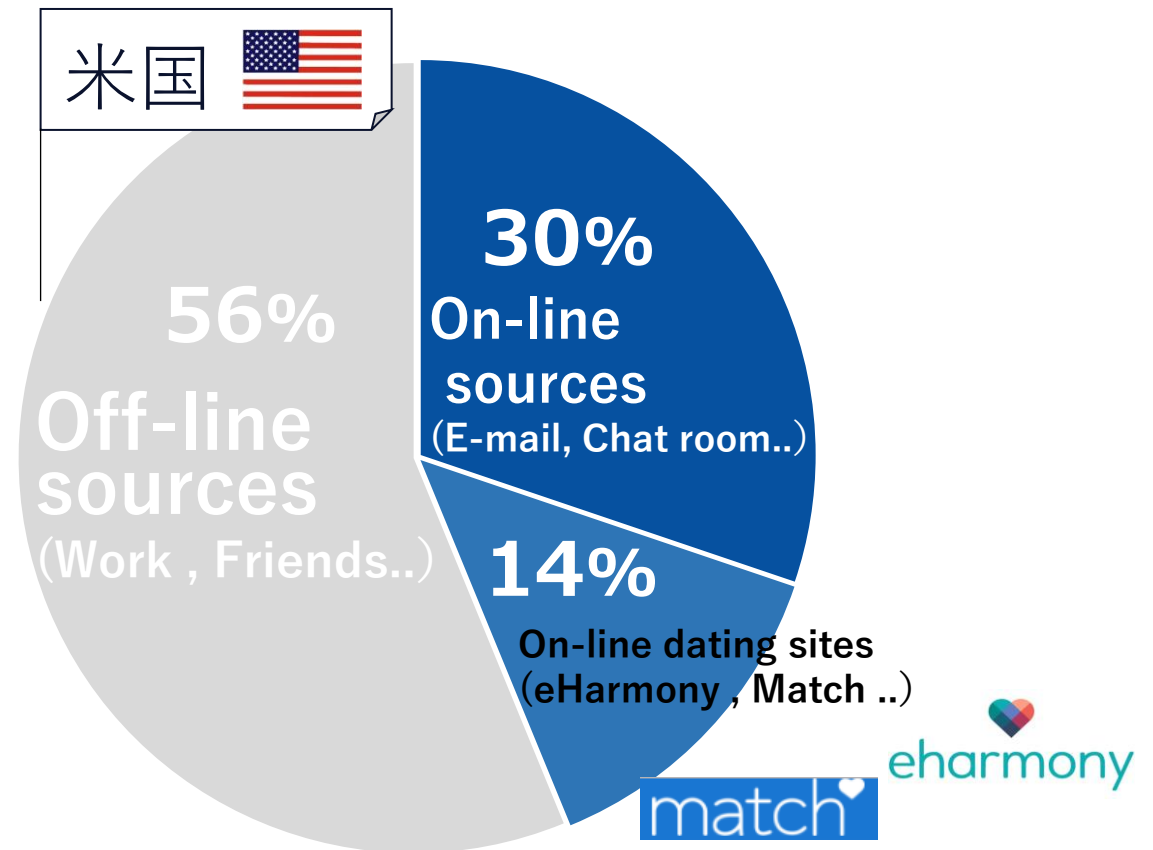
潜在市場規模は拡大

※平成27年国勢調査 抽出速報集計結果 (結果の概要)、2021年日本の年間婚姻組数実績501,116組(厚生労働省、令和3年12月分(人口動態統計月報年計(概数)の概況)を参照
※年間成婚組数令和3年12月分(人口動態統計月報年計(概数) × 婚活サービス利用割合「婚活実態調査2020(リクルートプライダトル総研調べ)」の割合に基づいて算出し作成

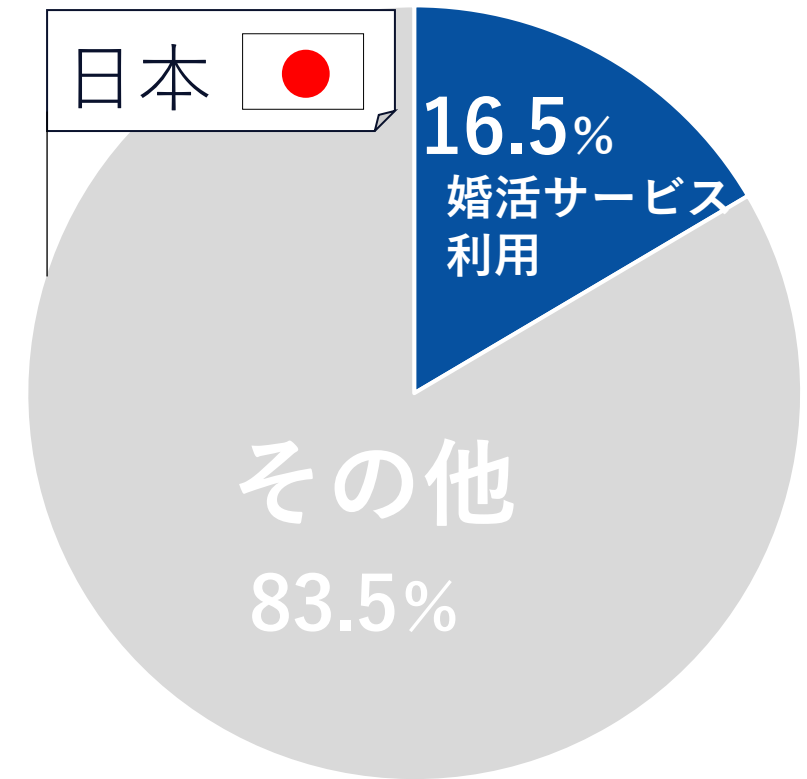
米国と比較した日本の婚活市場規模

米国と比べ日本は約2.7倍の市場成長余地がある

米国及び日本における成婚者数のうち婚活サービスを活用した割合



対象:2005年から2013年の間に結婚した20,343人
出典:米国労働統計局 (2013年)



調査対象: 全国の20~49歳の男女50,000
婚活サービス: 結婚相談所、婚活サイト・アプリ、恋活サイト・アプリ、婚活パーティ・イベント婚活などのサービスのいずれかを利用し、そのサービスで「結婚できた」と回答した人の割合
対象者: 既婚者・初婚者および再婚者も含む
出典: 婚活実態調査2020 (リクルートプライダトル総研調べ)


IBJが加盟店数、会員数、お見合い件数(月間)
で圧倒的な大差をつけて堂々の3冠 ※独自調査






加盟店数部門

会員数部門

月間お見合い件数部門

 日本結婚相談所連盟 (IBJ) 3,362社 <small>※2022年6月末時点の稼働加盟店</small>
 日本仲人協会 約1,800社
 日本ブライダル連盟 約1,600社


 日本結婚相談所連盟 (IBJ) 79,277名 <small>※2022年6月末時点の活動会員数</small>
 日本ブライダル連盟 約66,000名
 良縁ネット 約40,000名

 日本結婚相談所連盟 (IBJ) 52,458件 <small>※2022年6月末時点</small>
 コネクトシップ 25,330件
 全国結婚相談事業者連盟 6,167件

※各社HPより参照、良縁ネットの会員数は2021年1月時点で提携連盟も含めた登録会員数、全国結婚相談事業者連盟のお見合い成立件数は2021年1月～12月実績を12カ月で割った月平均
※日本ブライダル連盟の加盟店数は2022年6月時点でBIUシステムに登録している相談室数、日本仲人協会の加盟店数は2018年7月時点

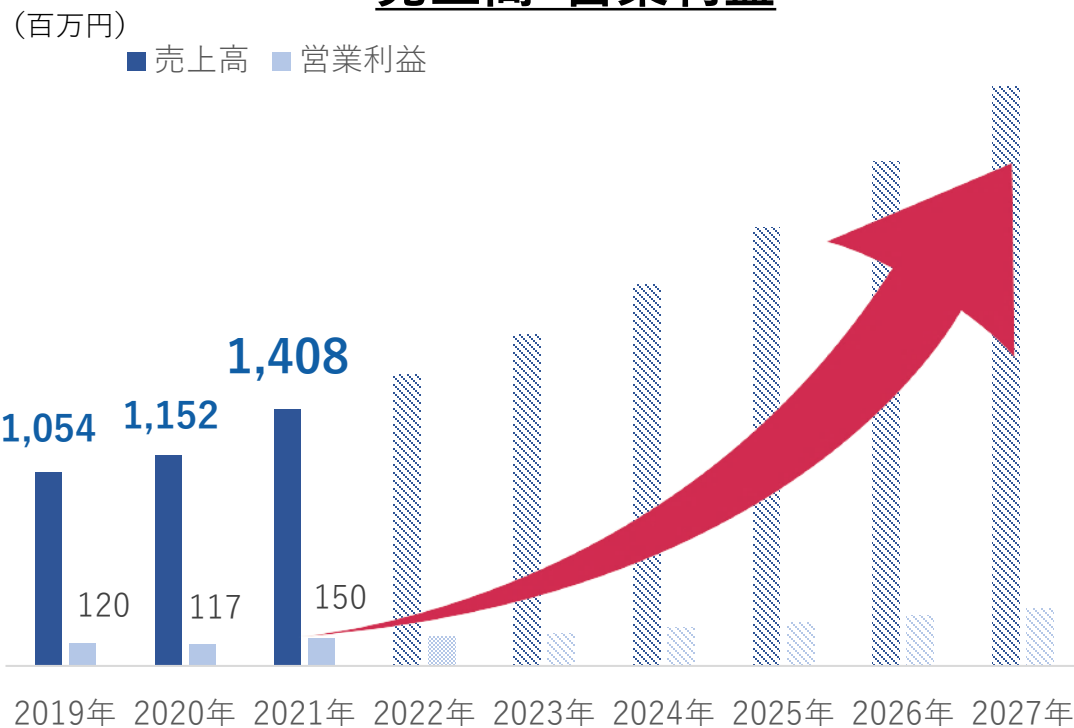
IBJのM&A戦略

システム×ヒトの強みでグループ化した企業の立て直しに成功
 今後も独自のビジネスモデルを活かした経営戦略でM&Aを推進

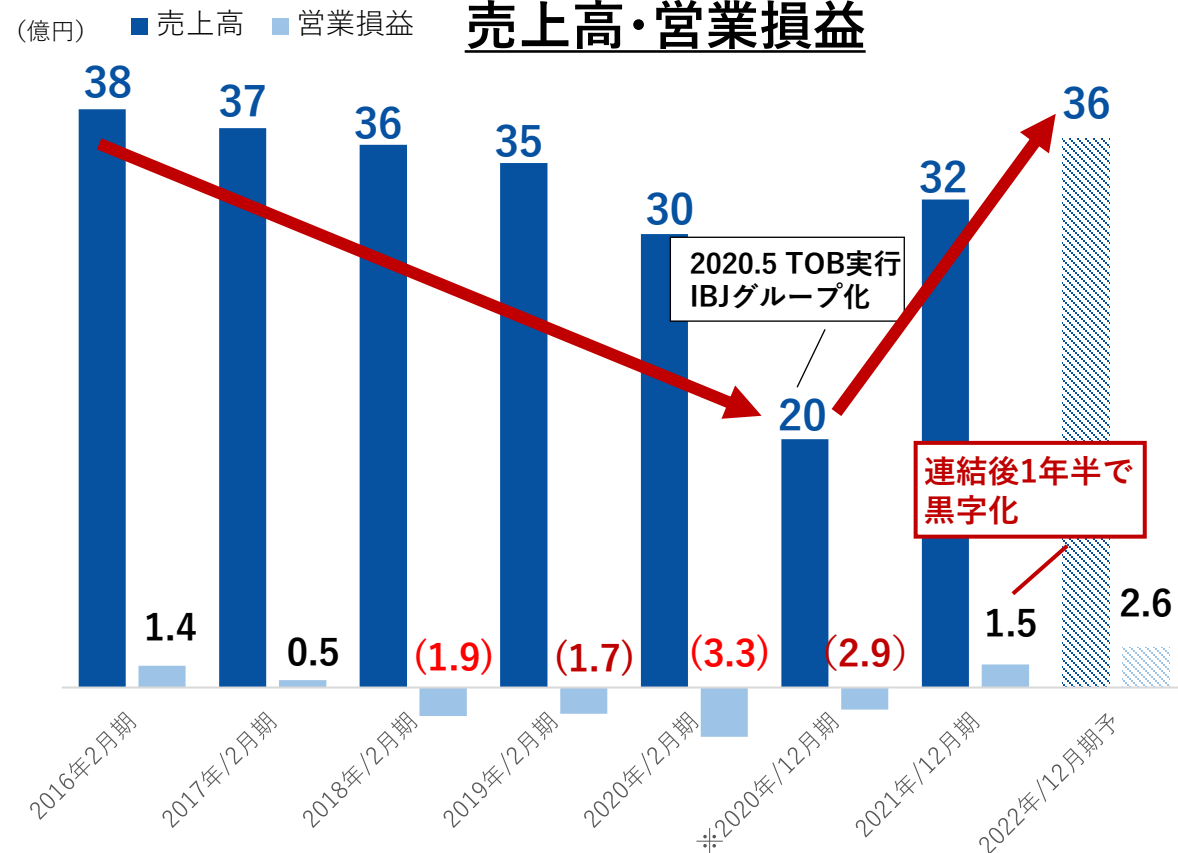
 サンマリエ 2019年1月にグループ化

 ZWEI 2020年5月にグループ化

売上高・営業利益



売上高・営業損益



※2020年/12月期はIBJ連結が5～12月だが記載は他年度との整合性を合わせて3～12月としております。
 ※ZWEIの売上高・営業損益2016年/2月期～2020年/2月期までは日経会社情報DIGITALより引用

株式会社IBJ / IBJ,Inc

〒160-0023

東京都新宿区西新宿1-23-7 新宿ファーストウエスト 12・17F

この資料は投資の参考に資するため、株式会社IBJ（以下、当社）の現状をご理解頂くことを目的として当社が作成したものです。当資料に記載された内容は、2022年8月現在において一般的に認識されている経済・社会等の情勢及び当社が合理的に判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により予告なしに変更される可能性があります。

公式LINEアカウントにて
IR情報を配信しております





人と人をつなぐのは、人だと思う。