



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社リンクバル

2022年12月29日

東証グロース
6046

- 1 会社概要
- 2 ビジネスモデル
- 3 市場環境
- 4 競争優位性
- 5 2022年9月期 決算概要
- 6 事業計画
- 7 主な事業リスク

1

会社概要



LINKBAL

経営理念

人との出会い、それが未来。

Mission

出会いをつくる。

Vision

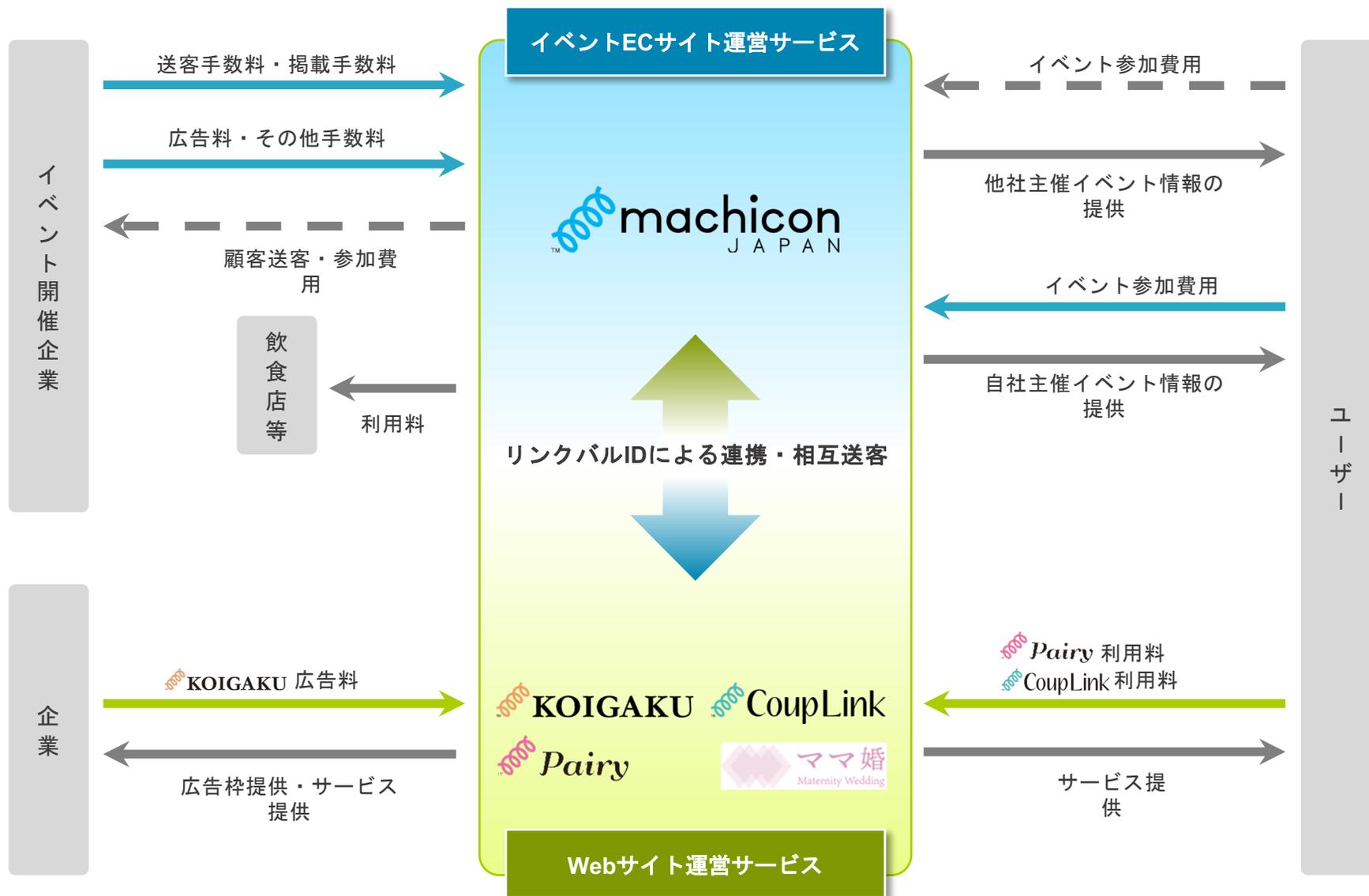
一人ひとりの可能性が広がる、豊かな世界。

会社名	株式会社リンクバル LINKBAL INC.			
市場区分・コード	東京証券取引所グロース（証券コード 6046）			
所在地	東京都中央区明石町7-14 築地リバーフロント6F			
事業内容	イベントECサイト運営サービス WEBサイト運営サービス その他関連アプリ運営サービス			
役員	代表取締役社長	吉弘 和正	常勤監査役（社外）	岩崎 修身
	取締役	松岡 大輔	監査役（社外）	田部井 悦子
	取締役（社外）	安達 俊久	監査役（社外）	苅安 高明
	取締役（社外）	張谷 満		
従業員数	71名 ※2022年9月30日現在			
資本金	50百万円			
子会社	LINKBAL VIETNAM			

2 ビジネスモデル



ビジネスモデル



イベントプラットフォーム「machicon JAPAN」



- 国内最大級を誇る全国各地で開催されるイベント情報を掲載
- 20~30代を中心とした会員層（リンクバルID ※注1）
- 豊富なバリエーションのコンテンツを拡大中

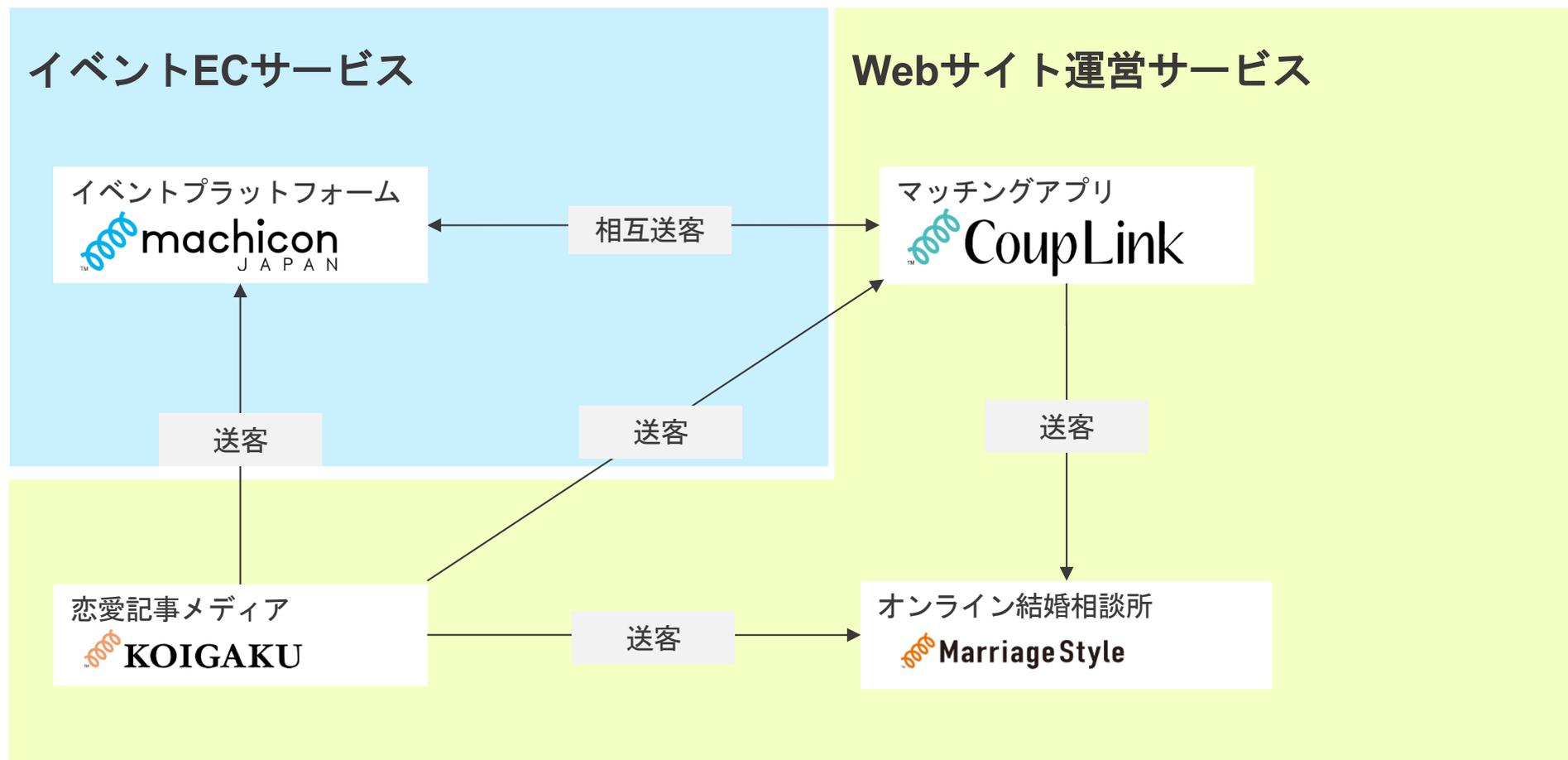
※注1 リンクバルIDとは、「machicon JAPAN」「CoupLink」を利用可能なユーザーIDの名称

マッチングアプリ「CoupLink」



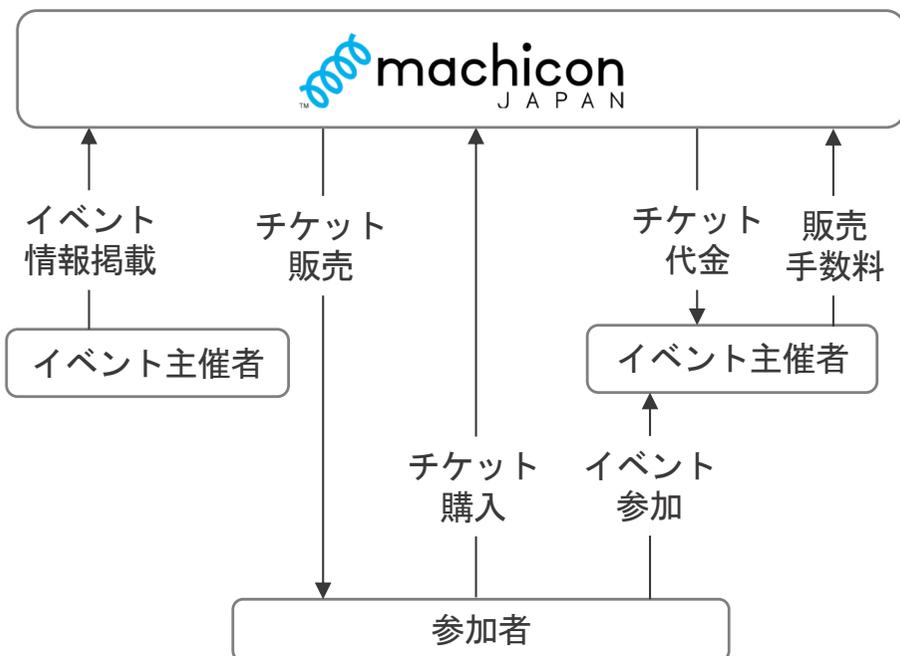
- イベントにも参加する恋活に真剣なユーザーが多数登録
- イベント参加者が利用していることによる、高い安全性
- 会員登録無料（リンクバルID ※注1）

恋活婚活イベントプラットフォーム「machicon JAPAN」、オンラインマッチングサービス「CoupLink」の2事業を中心に展開し、主要サービス間で相互に送客を実現



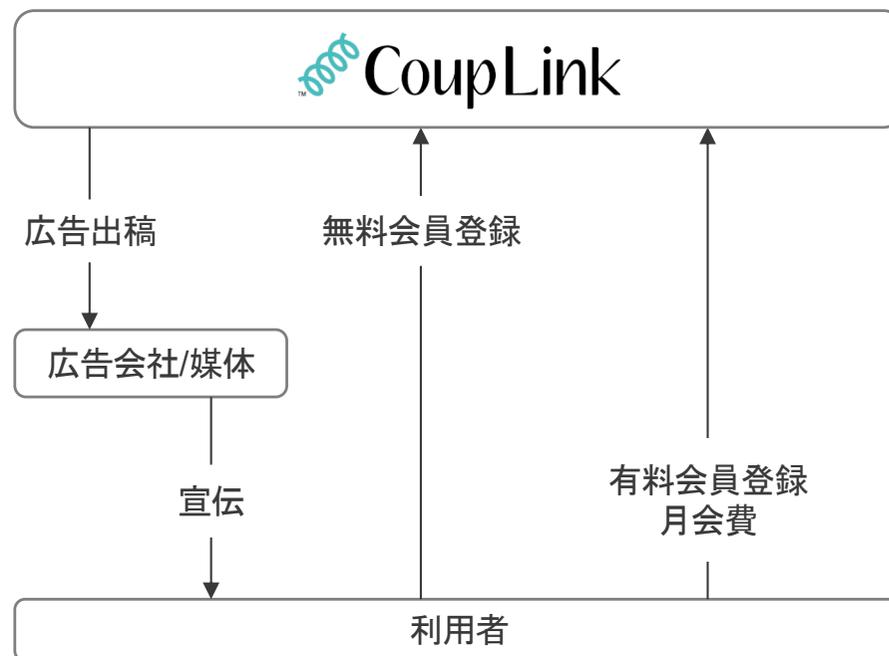
イベントプラットフォーム machicon JAPAN

237万人の会員を有し、多数のイベントを掲載する国内最大級のマッチングイベントECサイト。「恋活」「婚活」などを目的とした様々なコンテンツを掲載。



マッチングアプリ CoupLink

“恋人ができるまでをサポートする”をコンセプトにしたマッチングアプリ。machicon JAPANとデータ連携することで、イベント参加者のマッチング支援も行う。



イベントプラットフォーム machicon JAPAN等

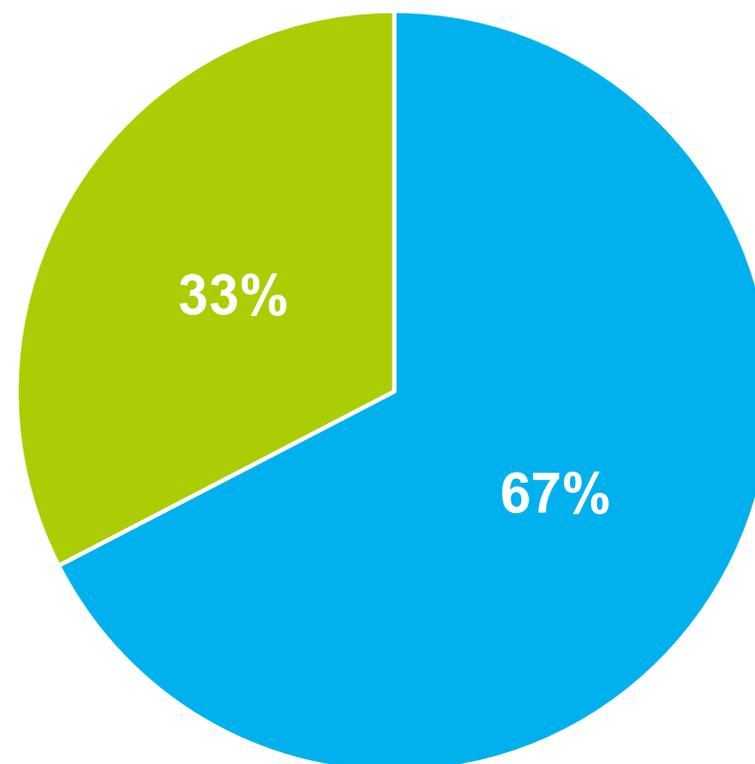


※注1 イベントチケットの取扱高の合計。

マッチングアプリ CoupLink等



サービス別売上高構成比



■ machicon JAPAN等 ■ CoupLink等

2022年9月期第4四半期 当社決算情報より

「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
- サブスクリプションモデルを採用

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 ※注1）
- 広告料収入

※注1 リンクバルIDとは、「machicon JAPAN」「CoupLink」を利用可能なユーザーIDの名称

3 市場環境



LINKBAL

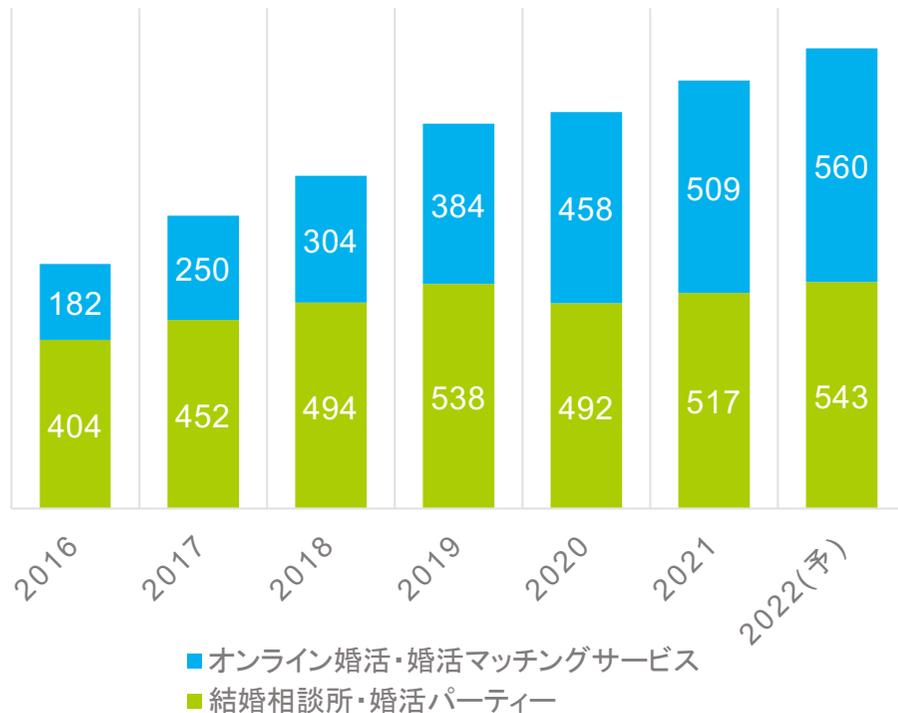


LINKBAL

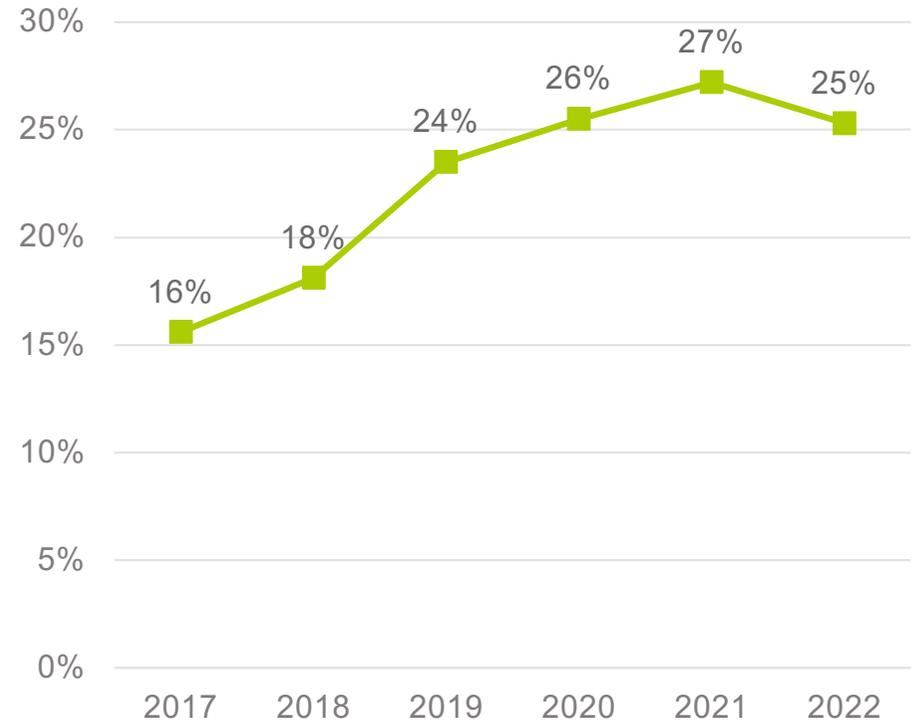
市場規模

- **2022年結婚相談所・婚活パーティーの市場規模：543億円**
コロナの影響で2020・2021年度の市場規模は微減ながら、2022年度は回復見込み
- **2022年オンライン婚活・婚活マッチングサービスの市場規模：560億円**
継続的に市場規模が拡大し、2022年度も成長を見込む
- **2022年婚活サービス利用経験割合：25%**

婚活関連市場 市場規模推移



婚活サービス利用経験割合

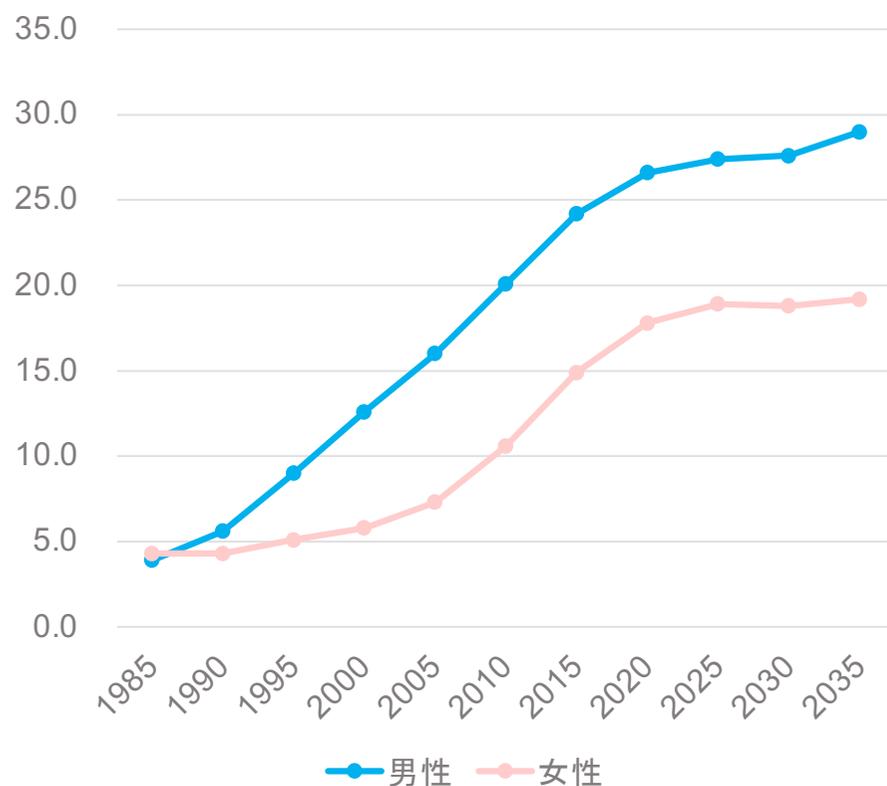


矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2022」を元に当社作成。

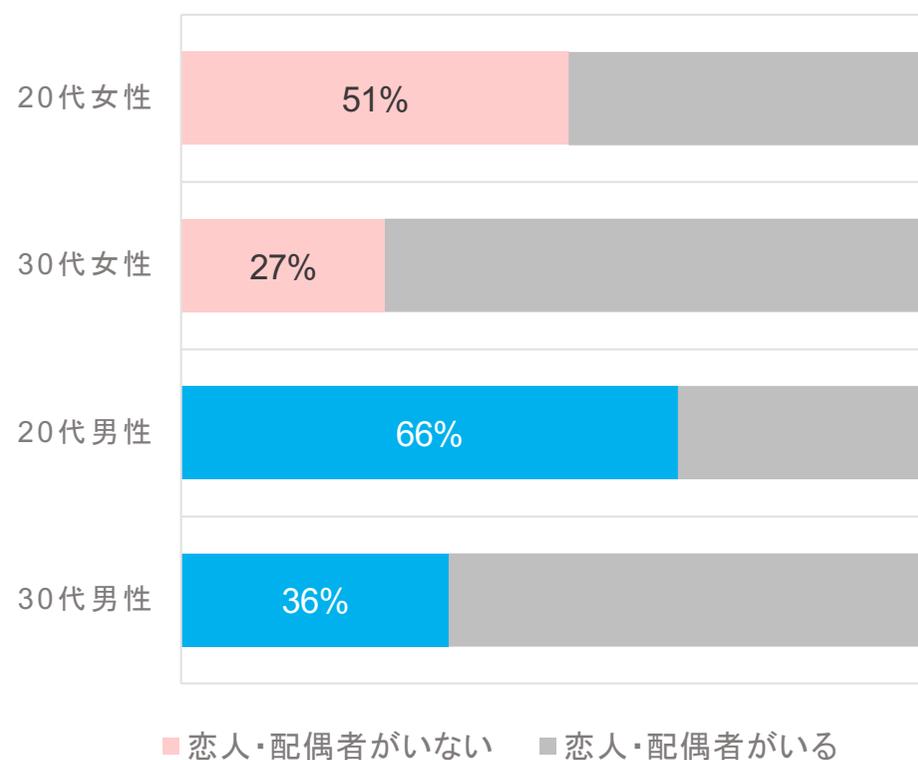
「婚活実態調査2022（リクルートブライダル総研調べ）」を元に当社作成。

- 生涯未婚率：2020年以降男性は25%以上、女性は20%近辺と推定
- 恋人配偶者のいない人の割合：20代女性で51%、20代男性で66%

生涯未婚率の推移



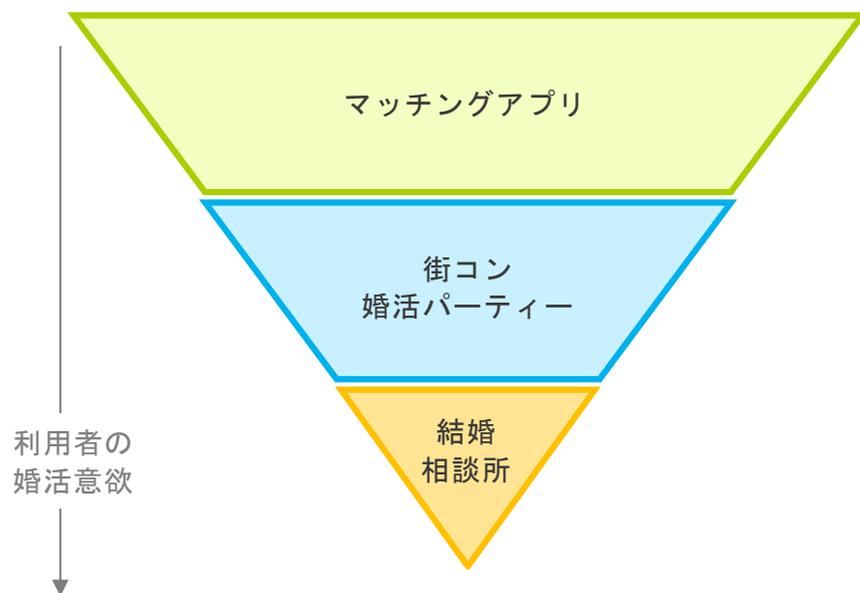
恋人配偶者のいない人割合



国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（全国推計）（2013年1月推計）」、「人口統計資料集（2014年版）」を元に当社作成

「令和3年度 人生100年時代における結婚・仕事・収入に関する調査」（令和3年度内閣府委託調査）を元に当社作成。

婚活イベント領域で業界シェア1位のmachicon JAPANを起点に、成長著しいマッチングアプリ、結婚相談所サービスも提供。



マッチングアプリ

マッチングアプリ「CoupLink」を提供しております。恋愛、結婚を目的とした幅広いユーザーを対象にしており、イベントと連動しているため、競合とは異なる集客チャンネルを保有しているのが事業上の強みです。また、イベントユーザー比率が多いことから恋愛、結婚に対して真剣なユーザーが多いのがアプリの特徴です。

街コン／婚活パーティー

イベントECサイト「machicon JAPAN」を提供しております。同領域では最大規模のECサイトであり、多数のイベント主催者にご利用いただいております。Webの顧客接点、蓄積された顧客基盤を保有している点が強みであり、マッチングアプリと連動することで収益性も向上しております。

結婚相談所

オンライン結婚相談所「Marriage Style」を提供しております。オンラインでサービス提供が完結しているため、利用者に負担を強いることが少なく、事業者にとっても費用負担を抑えることで安価にサービス提供することが可能になっております。イベント、マッチングアプリと連動し、他サービスと同様に独自の集客チャンネルを保有していることが強みになっております。

婚活イベント領域で業界シェア最大級のmachiconJAPANを起点に、成長著しいマッチングアプリ、結婚相談所サービスも提供。

街コン／婚活パーティー

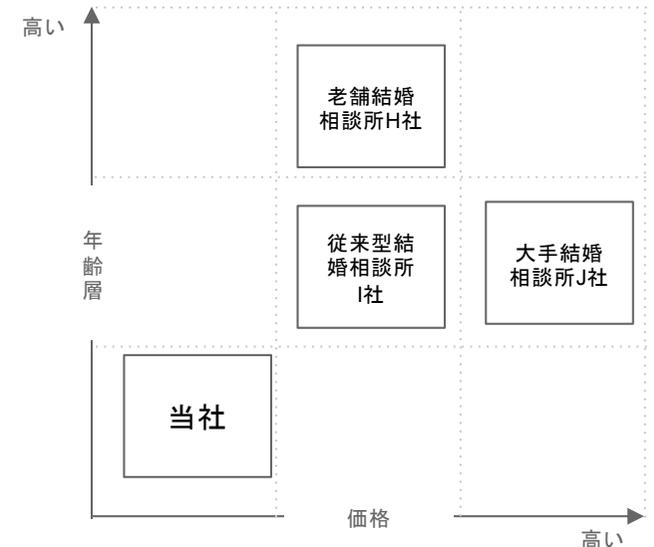
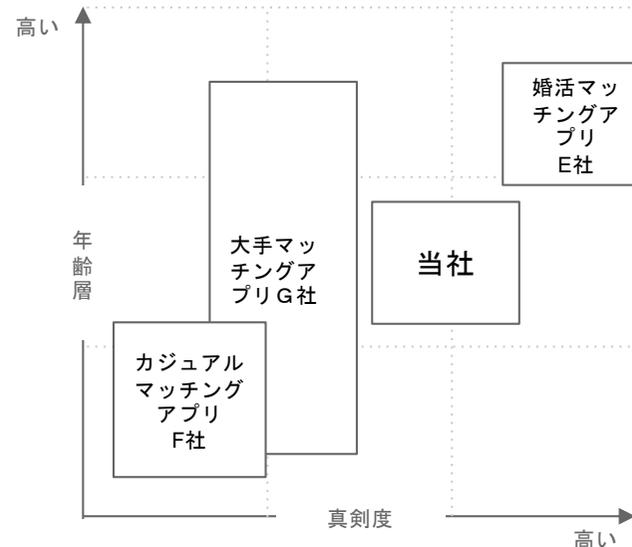
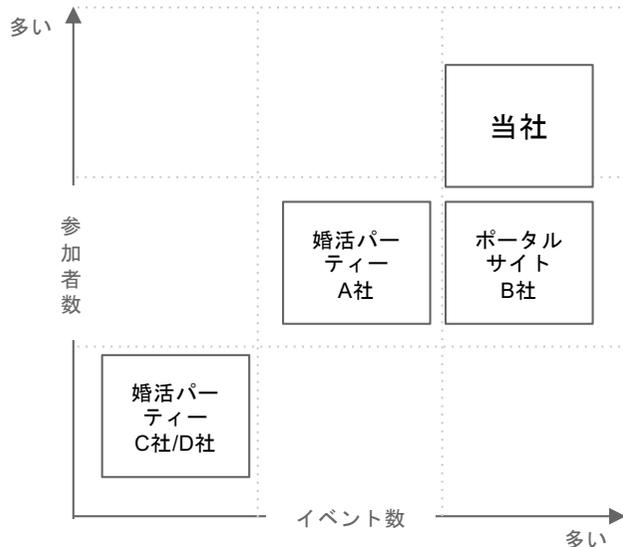
同領域では最大規模のECサイト「machicon JAPAN」を運営しており、多数のイベント主催者に利用されています。Webでの顧客接点、蓄積された顧客基盤を保有している点が強みであり、マッチングアプリと連携しております。

マッチングアプリ

恋愛、結婚を目的とした幅広いユーザーを対象にした「CoupLink」を提供しており、イベントと連携しているため、競合とは異なる集客チャネルを保有しているのが事業上の強みです。また、イベントユーザー比率が多いことから恋愛、結婚に対して真剣なユーザーが多いのがアプリの特徴です。

結婚相談所

オンラインでサービス提供が完結している「Marriage Style」を運営しております。利用者に負担を強いることが少なく、事業者にとっても費用負担を抑えることで安価にサービス提供することが可能になっております。イベント、マッチングアプリと連動し、他サービスと同様に独自の集客チャネルを保有していることが強みになっております。



4

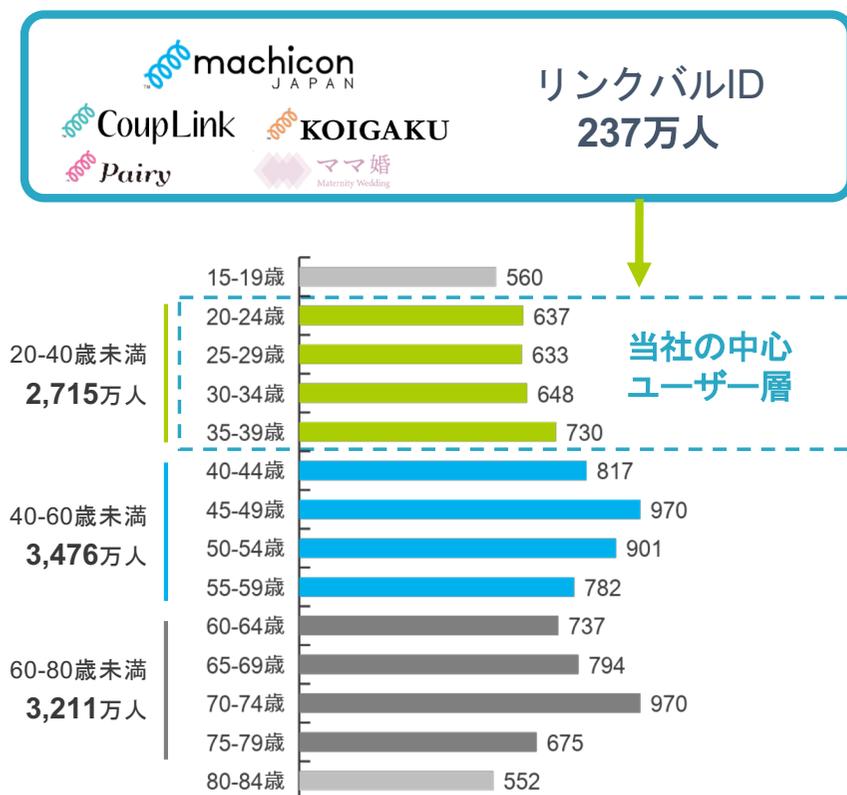
競争優位性



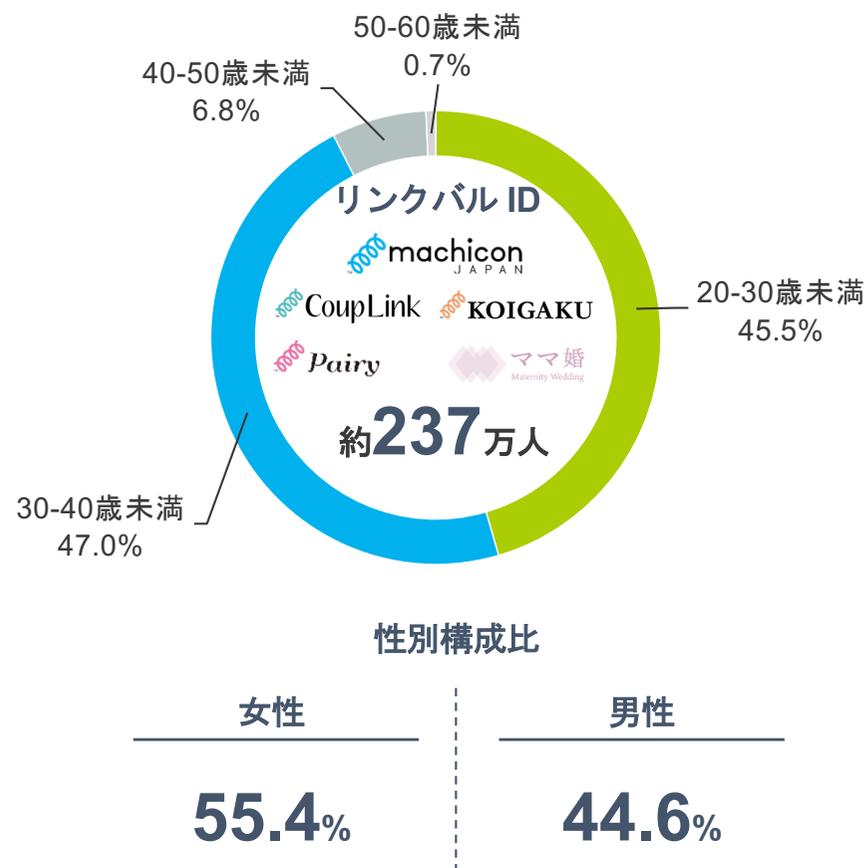
LINKBAL

LINKBAL IDユーザー数は「237万人」 20～30代を中心とする会員データベースは今後の新規事業展開にも強み

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



出所：総務省統計局「人口速報集計 2021年年7月報」

5

2022年9月期 決算概要



LINKBAL

2022/9期

- ・ 前年に引き続き新型コロナウイルス感染症の影響を受けたが徐々に回復基調に転換（売上対前年14.2%増）
- ・ 自己資本比率は82.5%と引き続き高水準

2023/9期

- ・ 既存事業は、商品・サービス力の強化、積極的なマーケティング投資により黒字化転換を図る
- ・ 業績回復を目的とした既存主要事業の売上高強化のため、主に「machicon JAPAN」掲載イベントの強化・拡大、オンラインで出会いを提供する「Couplink」の運営強化に注力
- ・ 新規事業の開発や、M&Aも検討し、環境適応できる経営体質に転換させていく

- 売上高：765百万円（対前年比+14.2%）
- 営業利益：△304百万円（対前年比+13百万円）

FY2022は、コロナウィルス感染症の周期的な感染拡大により、「machicon JAPAN」の売上回復は期初の予想よりも限定的であり、売上高は対前年比+11.1%となりました。他方で、コロナウィルス感染症の影響を受けづらい「CoupLink」の利用者を増やすべく、マーケティング投資を拡大することで、「CoupLink」は売上を対前年で+22.3%と拡大いたしました。

(単位：百万円)

	FY2021 通期	FY2022 通期	対前年比
	実績	実績	
売上高	670	765	+14.2%
イベントECサイト運営サービス	485	539	+11.1%
WEBサイト運営サービス	184	225	+22.3%
売上総利益	627	728	+16.1%
営業利益	△317	△304	-

- 自己資本比率は82.5%と引き続き高水準

(単位：百万円)

		FY2021	FY2022	対前年比
	流動資産	1,876	1,639	Δ237
	現金及び預金	1,830	1,563	Δ267
	固定資産	65	50	Δ15
資産合計		1,942	1,689	Δ253
	流動負債	110	154	+44
	固定負債	139	141	+2
	負債合計	250	296	+46
純資産合計		1,692	1,393	Δ299
負債・純資産合計		1,942	1,689	Δ253
自己資本比率		87.1%	82.5%	Δ4.6pt

6

事業計画



LINKBAL



FY2023 通期業績予想

売上高：1,201百万円（前年比+57.1%）

イベントEC運営サービス：875百万円（前年比+62.5%）

WEBサイト運営サービス：325百万円（前年比+44.2%）

イベント需要の回復を背景に通期営業黒字を予想

マッチングアプリへの成長投資を継続し、更なる成長を目指す

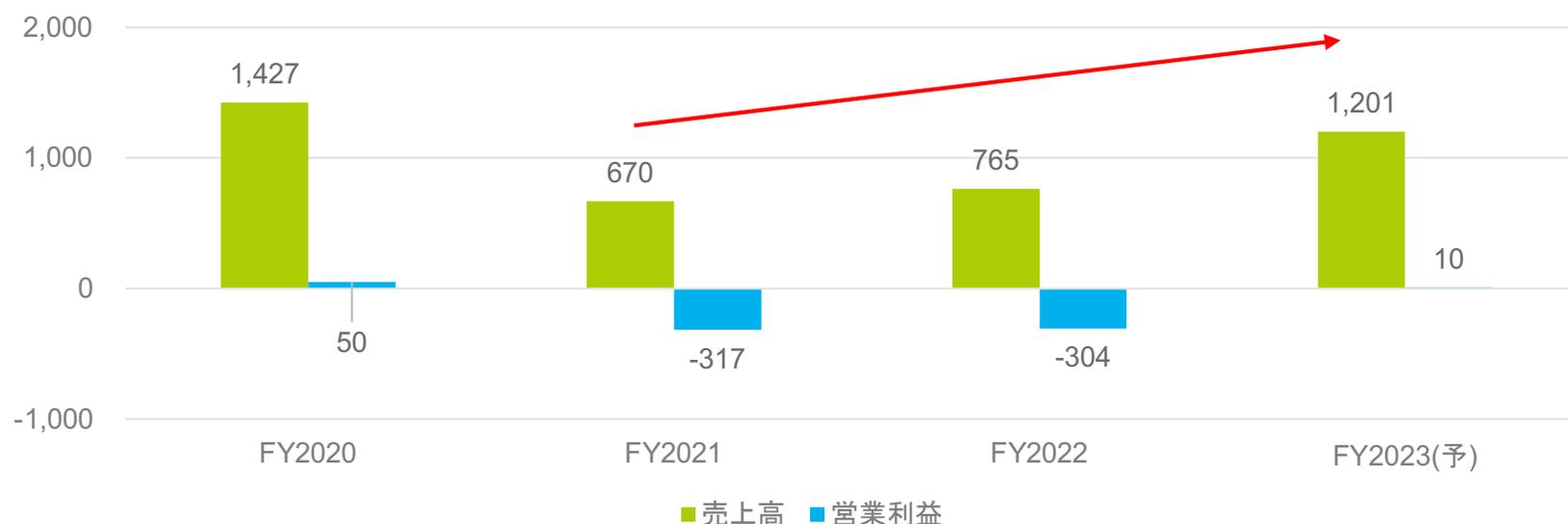
（単位：百万円）

	FY2022 通期実績	FY2023 通期予想	増減	増減比
売上高	765	1,201	+437	+57.1%
イベントEC運営サービス	539	875	+336	+62.5%
WEBサイト運営サービス	225	325	+99	+44.2%
原価および販売管理費	1,069	1,191	+122	+11.4%
営業利益	△304	10	+314	-
経常利益	△300	10	+310	-
当期純利益	△312	10	+322	-

経営方針

FY2023:人的リソース、マーケティング投資を「machicon JAPAN」「CoupLink」に集中し、ユーザー数拡大による業績回復を実現し、FY2023での営業黒字化を目指します。

FY2024以降:「CoupLink」のユーザー獲得を目的とした成長投資を拡大し、マッチング市場でのマーケットシェアの拡大を目指します。また、コロナ感染症拡大で変遷したユーザーニーズに対応した新たな業態開発も進めます。



(単位:百万円)				
	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023(予)
売上高	1,427	670	765	1,201
営業利益	50	-317	-304	10
営業利益率(%)	3.5%	-	-	0.8%

2023年以降の成長戦略

FY2023以降は、当社の強みである、既存の顧客基盤、恋活・婚活ユーザーとの顧客接点を最大限に活用し、成長市場である恋活・婚活領域に経営リソースを集中的に投下し事業成長を目指して参ります。

利用者の拡大
(マーケットシェアの拡大)

×

一人当たりLTVの向上
(収益性の向上) ※注1

=

事業成長

machicon JAPAN 成長戦略

1. 顧客ニーズに合わせたイベント提供による利用者数の拡大
2. AI技術活用を含むUI/UXの改善によるLTV向上
3. 新たな顧客層の開拓（若年層・ミドルシニア層）による利用者数の向上

CoupLink 成長戦略

1. 既存サービスとの連携を強化しユーザー基盤を拡大する
2. マーケティング投資による収益チャネルを拡大する
3. AIを含む技術を活用したマッチング率・課金率の向上
4. イベント・メディアサービスとの連携強化による利用者数の拡大
5. 婚活に真剣なユーザー向けにサービス提供を行い一人当たりLTVを引き上げる

※注1 主要サービスの相互利用によるクロスセル、チケットの購入頻度等の向上をさします。

7 主な事業リスク



主な事業リスクについて

#	想定される 主要リスク	発生 可能性	時期	事業への 影響度	リスクへの対応策
1	イベント事業の市場環境に係るリスクについて	中	中期	大	<ul style="list-style-type: none"> 取引先との連携強化により利用者の声を反映したサービス改善 当社独自のAIテクノロジーを他社に先駆けて活用し事業拡大を推進 事業領域の拡大により、外部環境の変化に強いビジネスモデルの構築を推進
2	検索エンジン最適化（SEO対策）に係るリスクについて	中	中期	中	<ul style="list-style-type: none"> 最新動向についての継続的な情報収集を実施 検索エンジン経由以外の流入チャネルの強化 CRM強化による会員との継続的接点の構築
3	新規事業※注1に係るリスクについて	高	中期	小	<ul style="list-style-type: none"> 事業進捗に応じた経営資源の適正な分配 KPI管理による新規事業の将来性把握
4	特定サイトへの高い依存度に係るリスクについて	中	長期	中	<ul style="list-style-type: none"> 関連サービスへの集客を促進し他サービスの成長による特定サイトへの依存度を下げる 周辺ビジネスへ事業拡大し、顧客ニーズへの変化に対応
5	新型コロナウイルス感染症拡大に係るリスクについて	中	中期	大	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けづらい「CoupLink」への成長投資を加速

※注1 新規事業とは結婚相談所サービス、マタニティ向けウェディングサービス（ママ婚）、オンラインシェアハウスサービス（7seconds）等を指します。

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

当資料の次回更新時期は、2023年12月を予定しています。



LINKBAL