

中期経営計画の進捗状況と再設定

2024年2月9日



2023年まで成婚数は計画に沿っていたが、2024年以降下回る見込み

成婚数推移

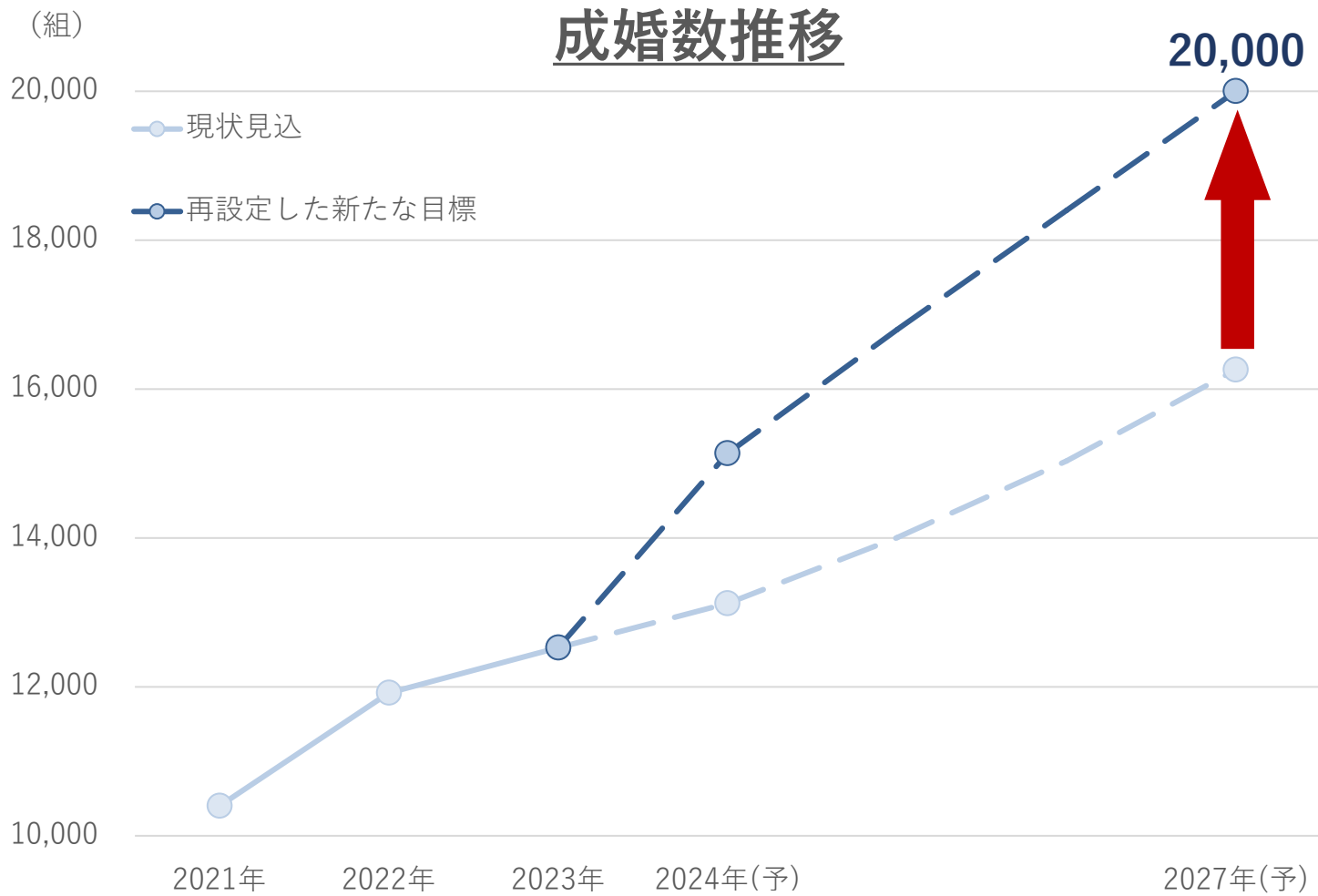


【要因】

- ・ 2年半のコロナ禍の影響で足踏み
- ・ 成婚数を実現するための、加盟店数と会員数が不足
- ・ マッチングアプリとのバッティングによる婚活イベントの低迷

ただし、
成婚数純増トレンドは変わらず、
加盟店数、会員数も純増継続見込

新たな中期経営計画として、現状見込から目標を引き上げる



**2027年の成婚数目標を
20,000組に再設定
それを実現するために
新たな戦略を策定**

新たな中期経営計画(2023-2027年)のKPI

重要KPI

2023-2027

成婚数
20,000組

日本の婚姻組数の
4%

加盟店数
7,000社

	2023年	2024年	2027年
成婚数	12,527組	15,136組	20,000組
加盟店数	4,125社	4,600社	7,000社
お見合い会員数	9.4万人	13.9万人	17.3万人
マッチング会員数	20.4万人	22.3万人	25.0万人

戦略は「プラットフォーム強化」に尽きる
⇒そのための3つの施策とM&A

①結婚情報サービス最大手「オーネット」との資本業務提携

②パーティー事業刷新。アプリユーザーの取り込み

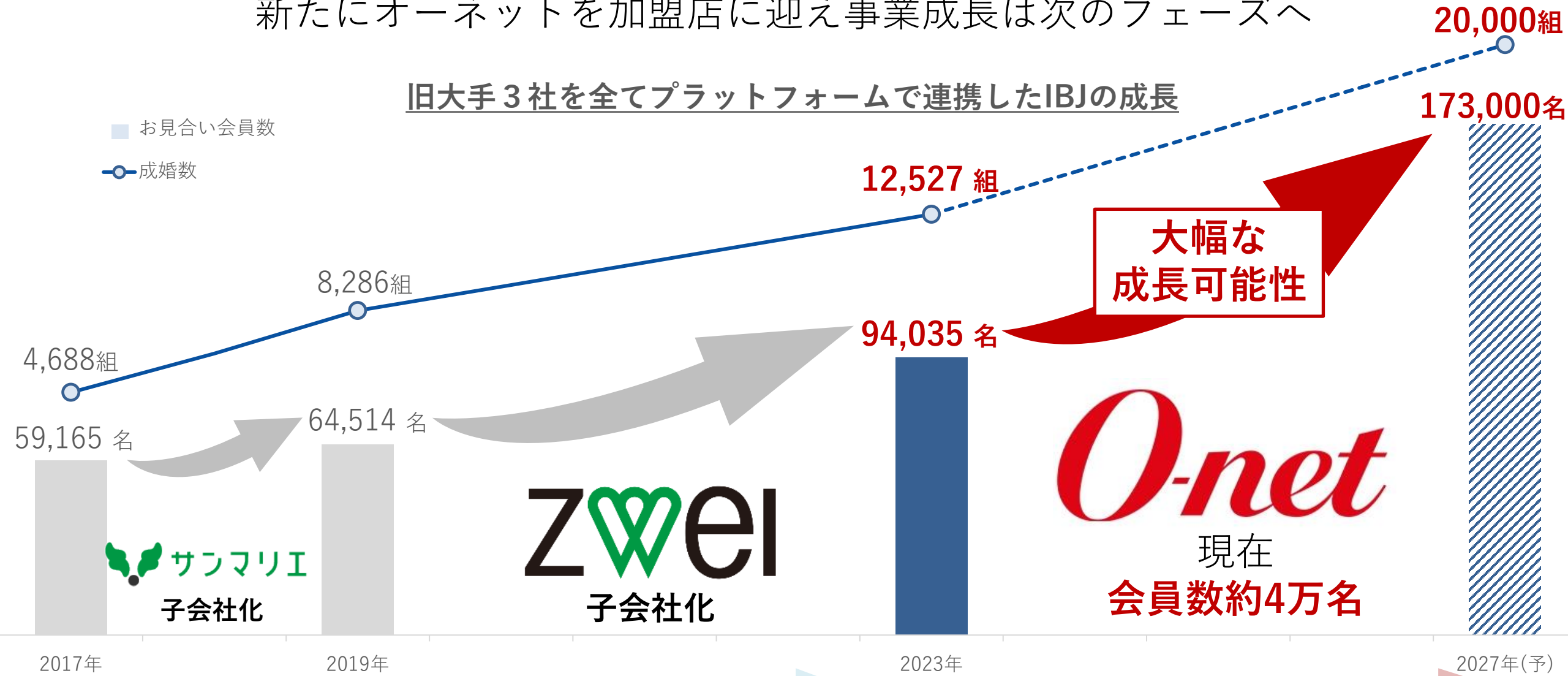
③新たに「マッチング」プラットフォームを構築

+ ライフデザイン分野のM&A

施策① 結婚情報サービス最大手「オーネット」との資本業務提携

2000年代まで、結婚情報サービス大手といわれたサンマリエ・ZWEIを子会社化
新たにオーネットを加盟店に迎え事業成長は次のフェーズへ

旧大手3社を全てプラットフォームで連携したIBJの成長

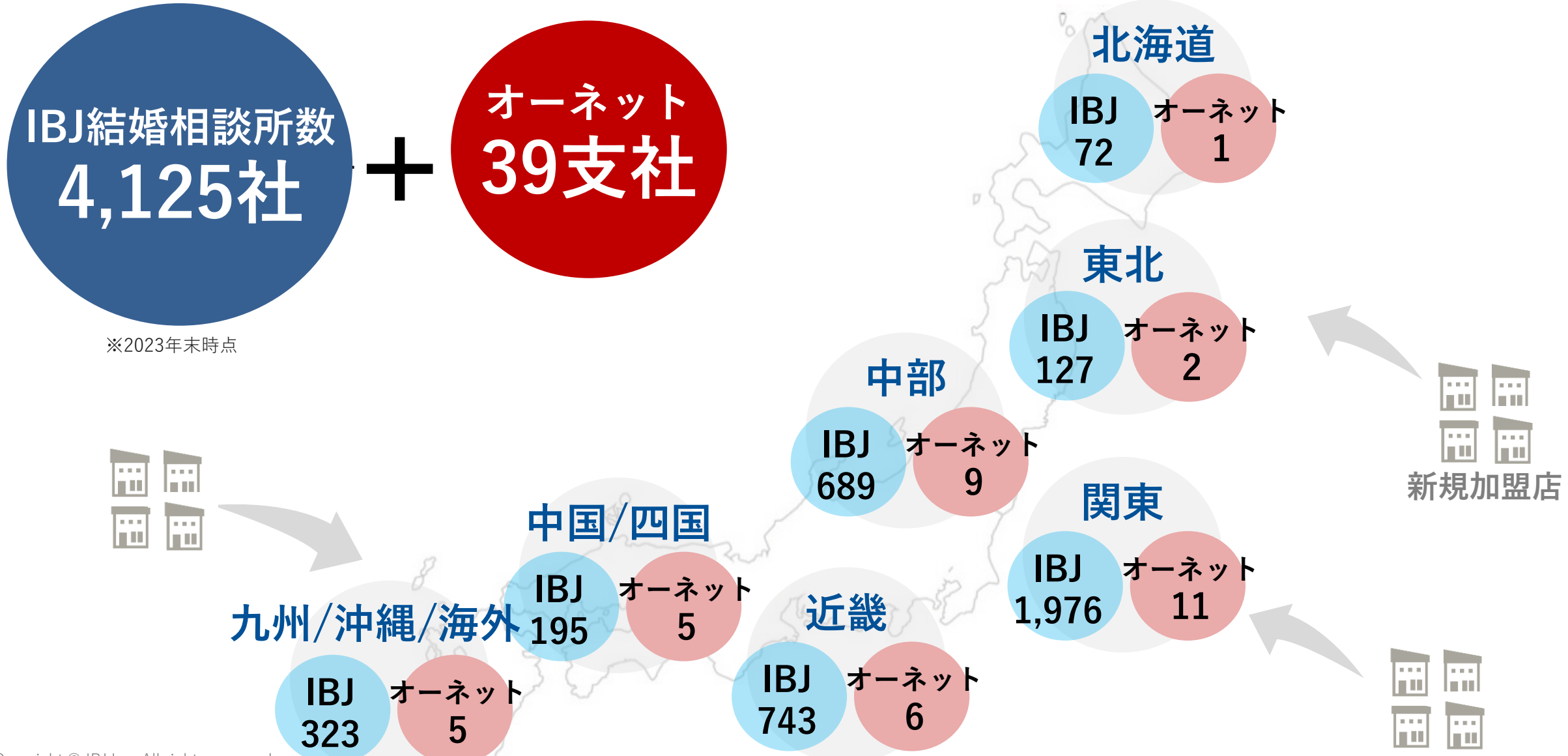


会員数+約3.5万名 成婚数+約8,000組

オーネットとの資本業務提携で大幅な成長予想

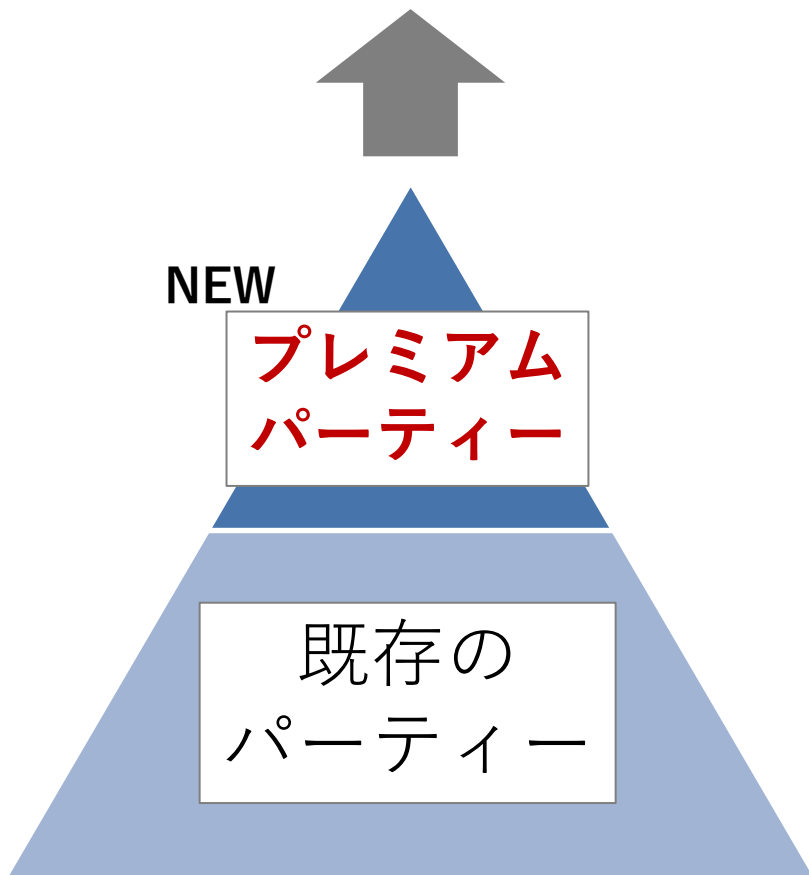
施策① 結婚情報サービス最大手「オーネット」との資本業務提携

オーネット（39支社）を呼び水に新規加盟店開拓が加速
地域婚活需要の掘り起こしにより**プラットフォーム価値向上**



パーティー事業の形態を一新し、アプリユーザーを積極的に取り込む施策を展開

IBJ結婚相談所



① プレミアムパーティーの開催

マッチングしやすい上質な会員に向けたプレミアム婚活パーティーを開催

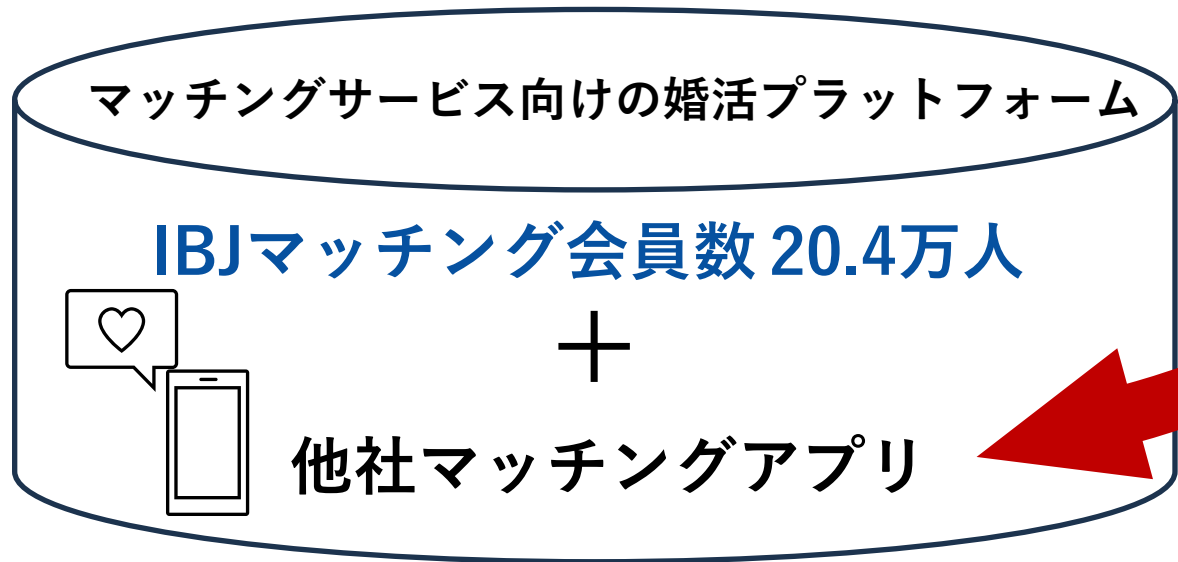


② 単価の向上とオプション料金の追加



施策③ 新たに「マッチング」プラットフォームを構築

結婚相談所プラットフォームを運営するIBJが
マッチングサービス向けの婚活プラットフォームを構築

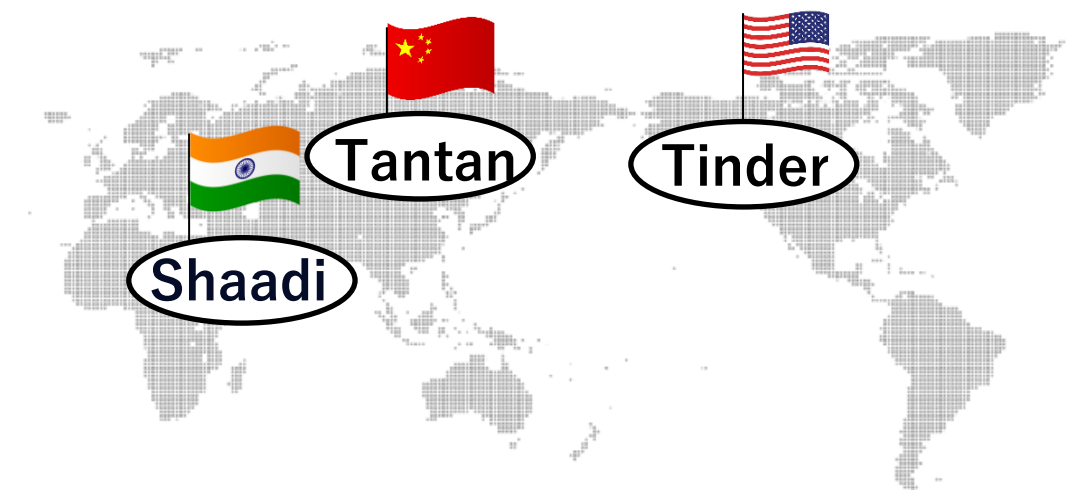


※2023年末時点

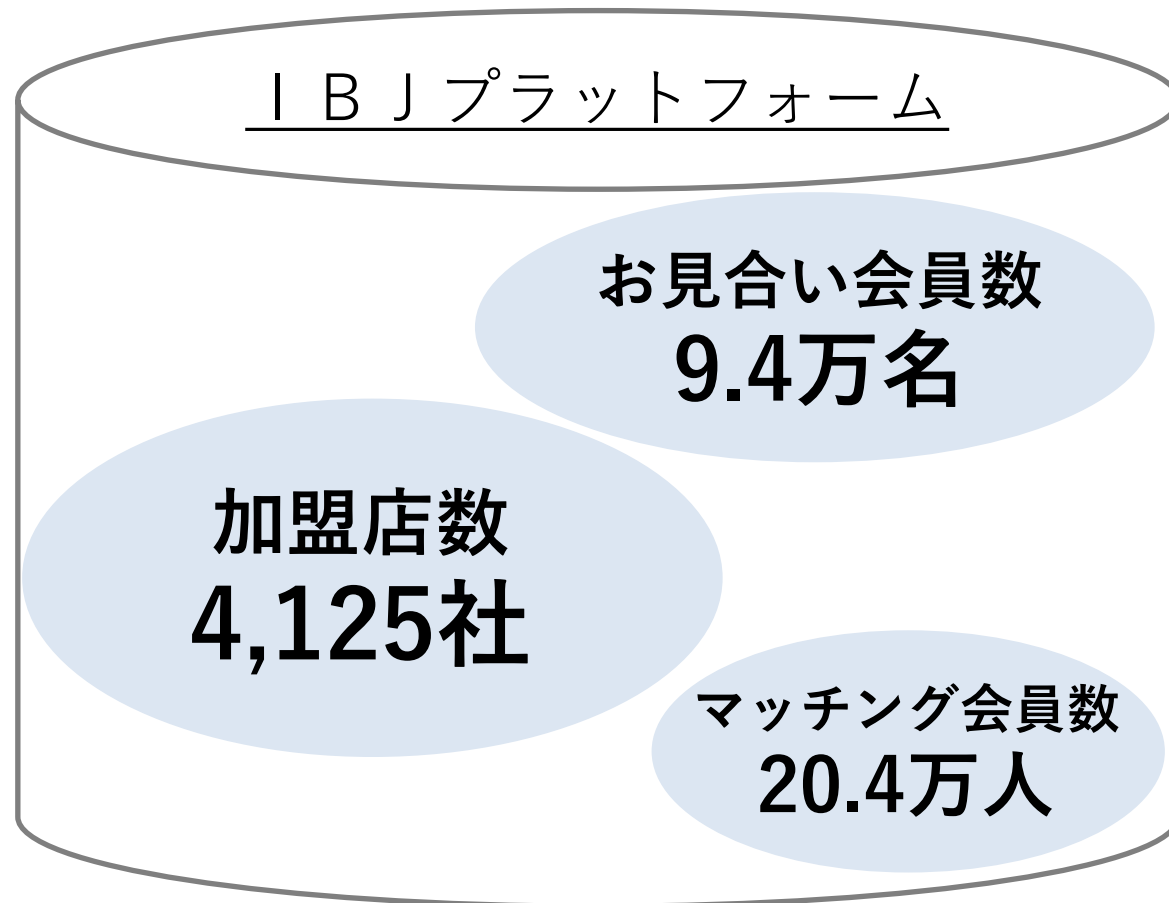
提携候補

with	Omiai	マリッシュ	
Pairs	タッフル	東カレデート	Dine

海外のマッチングアプリも参画の可能性



2026年までに営業利益5～10億円規模のM&A目標を掲げる
I B Jの会員基盤、加盟店基盤を活用できる事業



※2023年末時点

事業分野



ウエディング



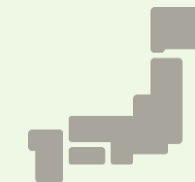
家事代行



教育



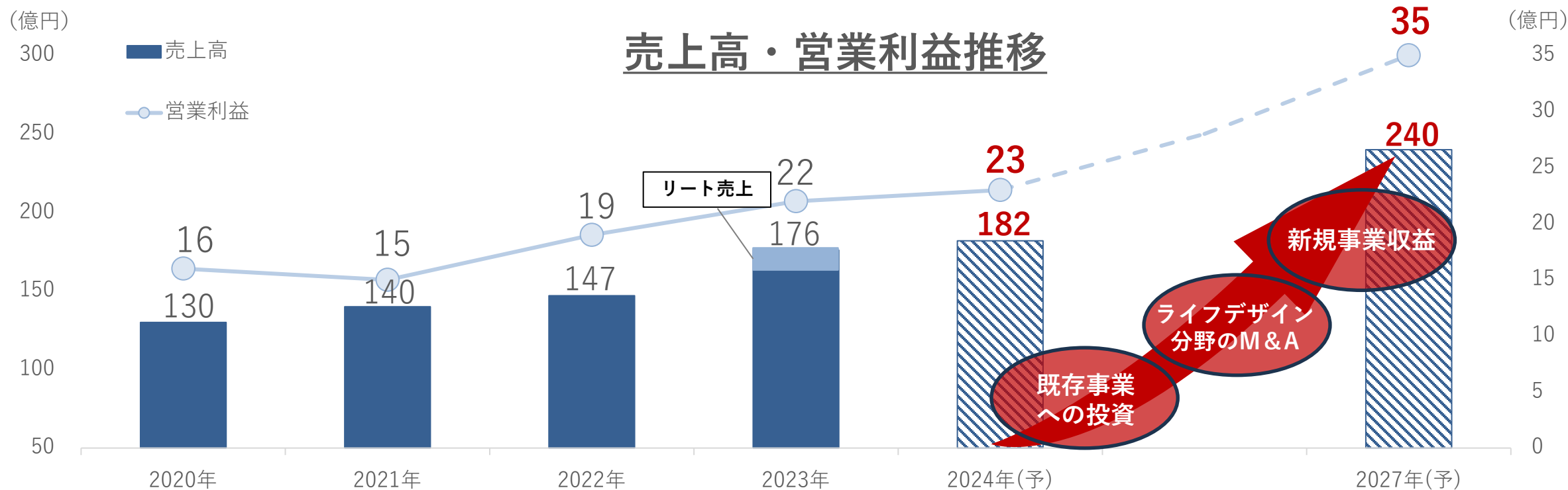
美容



地域創生

2027年に向けた、中期の業績目標

2027年に成婚20,000組を実現し、売上高240億、営業利益35億へ



	2023年実績	2024年(予)	2027年(予)
売上高	176億	182億	240億
営業利益	22億	23億	35億