

よりよい人生をつくる。



～2026年度（2027年3月期）にむけて～

2025年3月期 第1四半期

決算説明資料

タメニー株式会社／東証グロース 6181

2024年8月9日

I	総括	p 2
II	2025年3月期 第1四半期業績ハイライト及び通期見通し	p 3
	1. 業績ハイライト	p 4
	2. 通期見通し	p 9
III	事業別概況	p 10
	1. 婚活事業	p 11
	2. カジュアルウェディング事業	p 13
	3. 地方創生／QOL（Quality of life）事業	p 15

2025年3月期 第1四半期業績概況

- ・ 売上高 **1,334**百万円（前年同期から **2.3%**増加）、営業利益 Δ **46**百万円（同 **31**百万円改善）
 - － 利益は赤字も計画通り（下半期に収益偏重）
- ・ 販管費 **998**百万円（同 **1.9%**減少）
 - － 広告販促費増加も、人件費や地代家賃が減少

2025年3月期 通期見通し

- ・ 売上高 **6,400**百万円（前期から **14.3%**増加）、営業利益 **200**百万円（同 **158.7%**増加）から変更なし
 - － 婚活事業は展開エリア拡大、営業体制強化等が進展。2Q以降に施策効果を見込む
 - － カジュアルウェディング事業は営業体制強化、既存ブランド高品質化等が進展。1Qの成約件数は前年同期から19.2%増加
 - － 地方創生／QOL事業は地方自治体向け婚活支援受注拡大。婚活支援システムの収益の大部分は4Q計上

II. 2025年3月期 第1四半期業績ハイライト及び通期見通し

Financial results for Q1 of FY 3/2025 and forecast for FY 3/2025

売上高は前年同期から **2.3%**増加、利益は赤字も計画通り（下半期に収益偏重）

- ・ 売上高はカジュアルウェディング事業の施行伸長と、地方創生／QOL事業の地方自治体向け婚活支援受注拡大で増収
- ・ 販管費は広告販促費増加も全体では減少。結果、営業利益は前年同期から31百万円改善

（単位：百万円）

	2024年3月期 1Q	2025年3月期 1Q	前年同期増減	前年同期増減率
売上高	1,304	1,334	+29	+2.3%
販管費	1,017	998	△19	△1.9%
営業利益	△77	△46	+31	—
EBITDA	17	46	+28	+156.8%
経常利益	△99	△56	+42	—
当期純利益	△80	△57	+22	—

販管費は前年同期から **1.9%**減少

- ・ 広告販促費はカジュアルウェディング事業の広告強化で前年同期から9.9%増加
- ・ 人件費は生産性向上で同 12.0%減少、地代家賃は拠点統廃合（2023年9月全行程完了）で同 21.8%減少

（単位：百万円）

	2024年3月期 1Q	2025年3月期 1Q	前年同期増減	前年同期増減率
販管費合計	1,017	998	△19	△1.9%
人件費	411	362	△49	△12.0%
広告販促費	184	202	+18	+9.9%
減価償却費	57	54	△3	△5.5%
地代家賃	134	105	△29	△21.8%
その他	228	273	+44	+19.4%

1-3. 営業利益の増減要因

売上高は前年同期から **29**百万円増加、販管費は同 **19**百万円減少、営業利益は同 **31**百万円改善

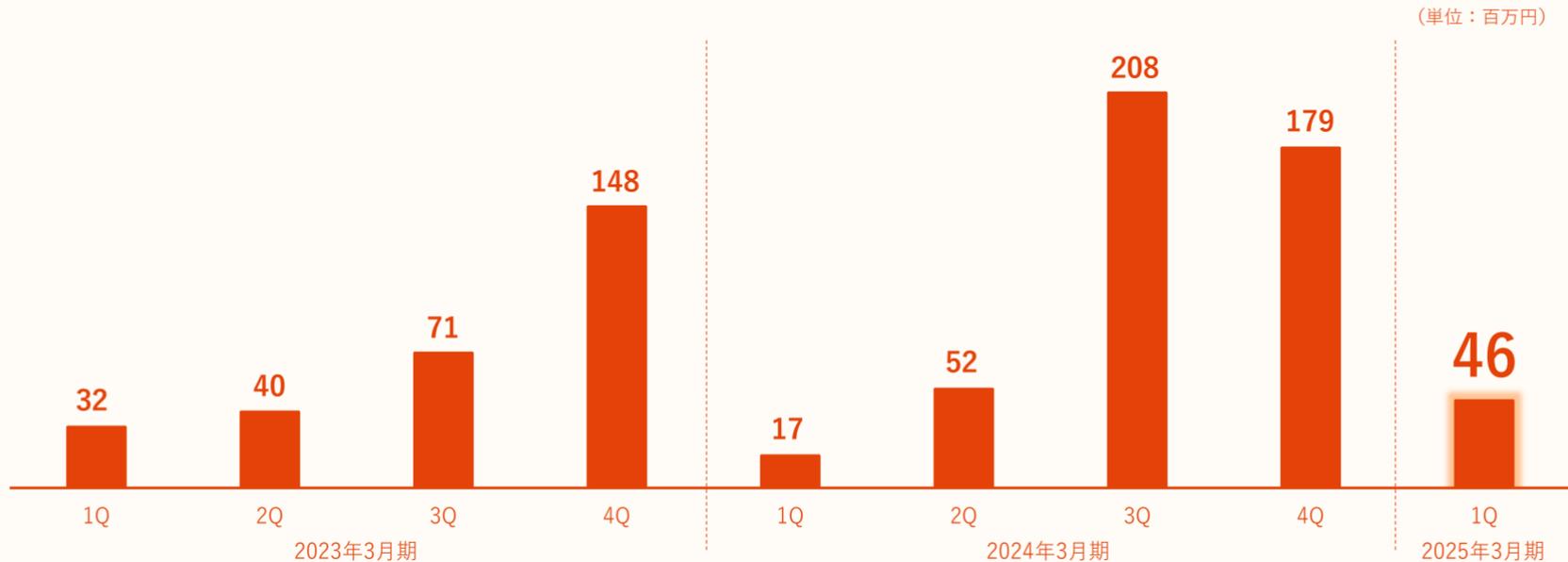
- ・ 売上高はフォトウェディング「LUMINOUS」、結婚式二次会プロデュース「2次会くん」、地方創生が増収に貢献
- ・ 販管費は経営効率化（生産性向上、拠点統廃合等）の効果が本格化



1-4. EBITDA推移（四半期別）

2025年3月期1Q EBITDAは前年同期から **156.8%**増加

- ・ 四半期別EBITDAは2022年3月期2Qより黒字継続
- ・ 減価償却費はほぼ前年同期水準、のれん償却費は毎四半期 38百万円計上



※ EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費です。

1-5. 資産及び負債・純資産の状況（要約）

2024年6月末純資産 **96**百万円、自己資本比率 **2.1**%

- ・ 資産は流動資産 208百万円減少（現金及び預金、売掛金の減少等）、固定資産 74百万円減少（無形固定資産の減少等）
- ・ 負債は流動負債 64百万円減少（短期借入金の減少等）、固定負債 165百万円減少（長期借入金の減少等）

（単位：百万円）

	2024年3月末	2024年6月末	対 前期末増減		2024年3月末	2024年6月末	対 前期末増減
流動資産	2,559	2,351	△208	流動負債	2,368	2,304	△64
現金及び預金	1,691	1,647	△43	短期借入金	843	779	△63
その他の流動資産	868	703	△164	1年内返済予定の 長期借入金	948	940	△8
固定資産	2,298	2,224	△74	その他の流動負債	576	584	+7
有形固定資産	504	495	△8	固定負債	2,341	2,175	△165
無形固定資産	1,442	1,377	△65	長期借入金	2,084	1,920	△164
（内、のれん）	1,070	1,031	△38	その他の固定負債	256	255	△1
投資その他の資産	352	352	△0	純資産	149	96	△53
資産合計	4,858	4,576	△282	負債純資産合計	4,858	4,576	△282

期初計画から変更なし

- ・ 1Qは計画通り進捗、下半期に収益拡大見込む
- ・ 婚活事業は各種施策が進展、カジュアルウェディング事業・地方創生／QOL事業は受注好調

(単位：百万円)

	2024年3月期	2025年3月期					前期増減	前期増減率
	通期	第1四半期	第2四半期 計画	上半期 計画	下半期 計画	通期 計画		
売上高	5,598	1,334	1,459	2,794	3,605	6,400	+ 801	+ 14.3%
営業利益	77	△46	△50	△97	297	200	+ 122	+ 158.7%
経常利益	27	△56	△63	△120	270	150	+ 122	+ 450.7%
当期純利益	3	△57	△62	△120	270	150	+ 146	+ 4,223.2%

※ 第2四半期計画は上半期計画から第1四半期実績を減算、下半期計画は通期計画から上半期計画を減算し算出しています。

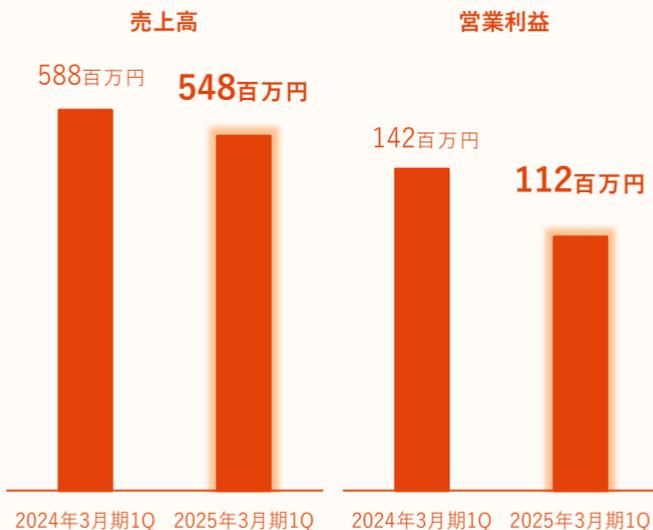
III. 事業別概況

Overview by business

1-1. 婚活事業の業績・主要指標

新たな本部体制で各種施策を推進、過渡期の1Qは減収減益も2Q以降に施策効果を見込む

- ・ 展開エリア拡大に向け結婚相談所「パートナーエージェント」のフランチャイズ展開開始（6月 町田店、8月 藤沢店オープン）
- ・ 営業体制強化に向け人材拡充、及び結婚相談所の潜在顧客との接点拡大推進（婚活パーティー「OTOCON」、6月 銀座、船橋店オープン）
- ・ 営業体制の強化を受け、入会キャンペーン等での過度な割引を抑制、入会単価が大幅上昇



事業指標		2024年 3月期1Q	2025年 3月期1Q	前年同期 増減	前年同期 増減率
結婚相談所	新規入会者数 (名)	1,300	963	△337	△25.9%
	- OTOCON経由入会者数 (名)	114	73	△41	△36.0%
	在籍会員数 (期末) (名)	8,583	7,984	△599	△7.0%
	成婚退会者数 (名)	470	428	△42	△8.9%
	成婚率 (%)	22.0	21.1	△0.9pt	-
OTOCON	パーティー開催数 (回)	893	714	△179	△20.0%
	パーティー参加者数 (名)	9,880	7,711	△2,169	△22.0%
CONNECT-ship	利用事業者数 (社)	12	12	-	-
	利用会員数 (名)	30,694	27,750	△2,944	△9.6%
	お見合い成立件数 (件)	65,874	53,780	△12,094	△18.4%

展開エリア拡大に向け結婚相談所「パートナーエージェント」のフランチャイズ展開開始、2店舗オープン



全体の施行件数が増加し収益伸長。営業体制強化、既存ブランド高品質化、新ブランド立ち上げ等も推進

- ・ 全体の施行件数は前年同期から16.0%増加、全体の成約件数は前年同期から19.2%増加
- ・ 営業体制強化に向け人材拡充、及びサービスブランド間のナレッジ共有・相互送客強化
- ・ ブランド高品質化に向け、その一環としてフォトスタジオ旗艦店の「LUMINOUS Osaka」大型リニューアル決定



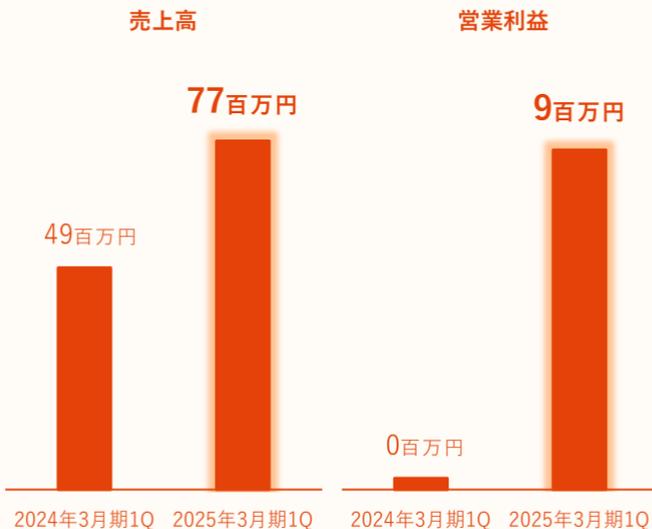
事業指標		2024年 3月期1Q	2025年 3月期1Q	前年同期 増減	前年同期 増減率
成約件数	スマ婚シリーズ (件)	217	220	+3	+1.4%
	うち、挙式披露宴 (件)	102	129	+27	+26.5%
	LUMINOUS (件)	1,018	1,228	+210	+20.6%
	2次会くん (件)	304	387	+83	+27.3%
	合計 (件)	1,539	1,835	+296	+19.2%
施行件数	スマ婚シリーズ (件)	124	107	△17	△13.7%
	うち、挙式披露宴 (件)	59	53	△6	△10.2%
	LUMINOUS (件)	977	1,106	+129	+13.2%
	2次会くん (件)	263	369	+106	+40.3%
	合計 (件)	1,364	1,582	+218	+16.0%

既存ブランド高品質化に向け「LUMINOUS Osaka」大型リニューアル、8月1日よりご案内開始



地方自治体向け婚活支援受注拡大、東京都・愛知県へ新たに提供する婚活支援システムの収益の大部分は4Q計上

- ・ 地域社会との連携強化に向け、地方創生では地方自治体が公募する婚活支援プロポーザルに積極参加
- ・ 婚活支援システム新規受注数 2都県、婚活支援センター新規運営数 5都道府県、イベント・セミナー新規受託 17件
- ・ QOLでは婚活・結婚周辺サービスの取り扱い強化、取り扱い68サービス・当社顧客専用サイト登録者数5.2万人以上へ



事業指標		2024年 3月期1Q	2025年 3月期1Q	前年同期 増減	前年同期 増減率	
地方創生	婚活支援システム	新規受注数 ※1 (都県)	0	2	+2	-
		累計提供数 ※1 (都府県)	11	13	+2	+18.2%
	婚活支援センター	新規運営数 ※2 (都道府県)	2	5	+3	+150.0%
		累計運営数 (都道府県)	4	7	+3	+75.0%
セミナー・イベント	受託数 (件)	48	17	△31	△64.6%	
	開催数 (件)	10	2	△8	△80.0%	
QOL	新規保険契約証券数 (件)	125	79	△46	△36.8%	

新たに9都道府県・市から婚活支援業務を受託

北海道



婚活支援
センター

北海道札幌市

※ 2024年7月より運営開始



婚活支援
センター

秋田県



婚活支援
システム



セミナー
イベント

茨城県



婚活支援
システム



セミナー
イベント

東京都

※ 事業プロモーター：東武トップツアーズ(株)



婚活支援
システム



婚活支援
センター

福井県



婚活支援
システム



セミナー
イベント

愛知県



婚活支援
システム



婚活支援
センター



セミナー
イベント

京都府



婚活支援
システム



婚活支援
センター

兵庫県



婚活支援
システム



婚活支援
センター

 新規受託
 提供中

ご参考：主なサービスの売上計上タイミング

	主要科目	売上計上タイミング	備考	関連指標
<p>婚活事業</p> 	結婚相談所 登録料売上	入会翌月から12か月按分計上		新規入会者数
	結婚相談所 初期費用売上	入会翌月に計上		新規入会者数
	結婚相談所 月会費売上	活動月の当月に計上	平均活動期間は18か月	在籍会員数
<p>カジュアル ウェディング事業</p>   	スマ婚 施行売上	施行月に計上	成約から施行までのリードタイムは一般的な挙式披露宴で平均7か月	施行件数
	LUMINOUS 施行売上	施行月に計上	成約から施行までのリードタイムは平均2か月	施行件数
	2次会くん 施行売上	施行月に計上	成約から施行までのリードタイムは平均3か月	施行件数

よりよい人生をつくる。



コーポレートサイトのご案内 <https://tameny.jp/>

各種IR資料等を掲載していますのでご利用ください。

よりよい人生をつくる。

この世に生まれていない瞬間を、幸せを、霞々でしか感じ得ない企業活動を通じてつくる。

この時代に、この国に生まれ、重なる縁が重なり、今ここにいる。

日興アイ・アール株式会社
2023年度全上場企業
ホームページ充実度ランキング
「グロース市場部門優秀サイト」
に選定

Disclaimer

- ・本資料は、業界動向及び事業内容について、当社による現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。
- ・これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。既に知られたもしくは未だ知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。
- ・当社の実際の将来における事業内容や業績などは、本資料に記載されている将来展望と異なる場合があります。
- ・また、本資料における将来展望に関する表明は、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、将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更するものではありません。