



2024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 事業別サマリー

3 行政との連携を目指して
(中央官庁・地方自治体)

4 ビジネスモデル

5 参考資料

IBJ
Contents
目次

1

決算概要

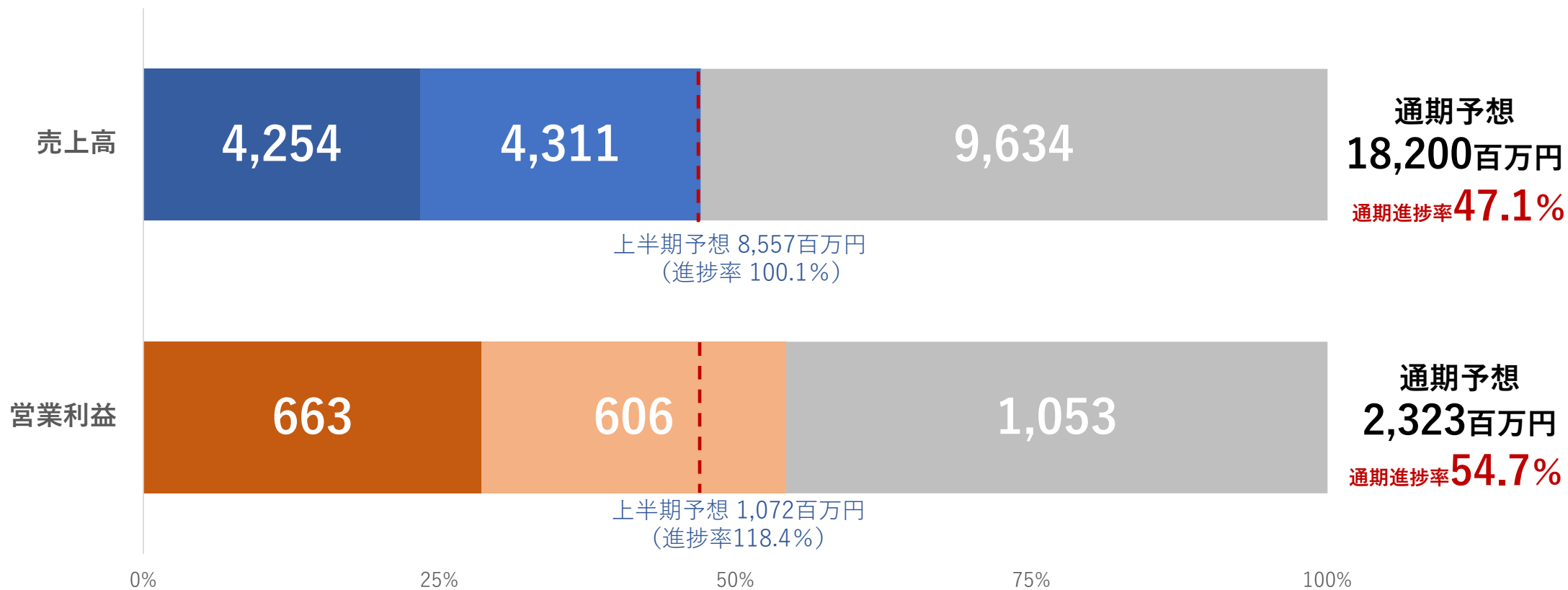
2Qの売上高は4,311百万円(前年同期比+11.7%)、営業利益606百万円(前年同期比+41.0%)

(百万円)	2024年 2Q	前年同期 2023年2Q		2024年 2Q累計	前年同期 2023年2Q累計	
		実績	増減率		実績	増減率
売上高	4,311	3,861	+11.7%	8,566	7,725	+10.9%
営業利益	606	430	+41.0%	1,270	964	+31.7%
経常利益	606	456	+32.7%	1,268	1,004	+26.3%
親会社株主に帰属する 純利益	385	440	△12.5%	866	805	+7.5%

投資案件売却による
特別利益計上

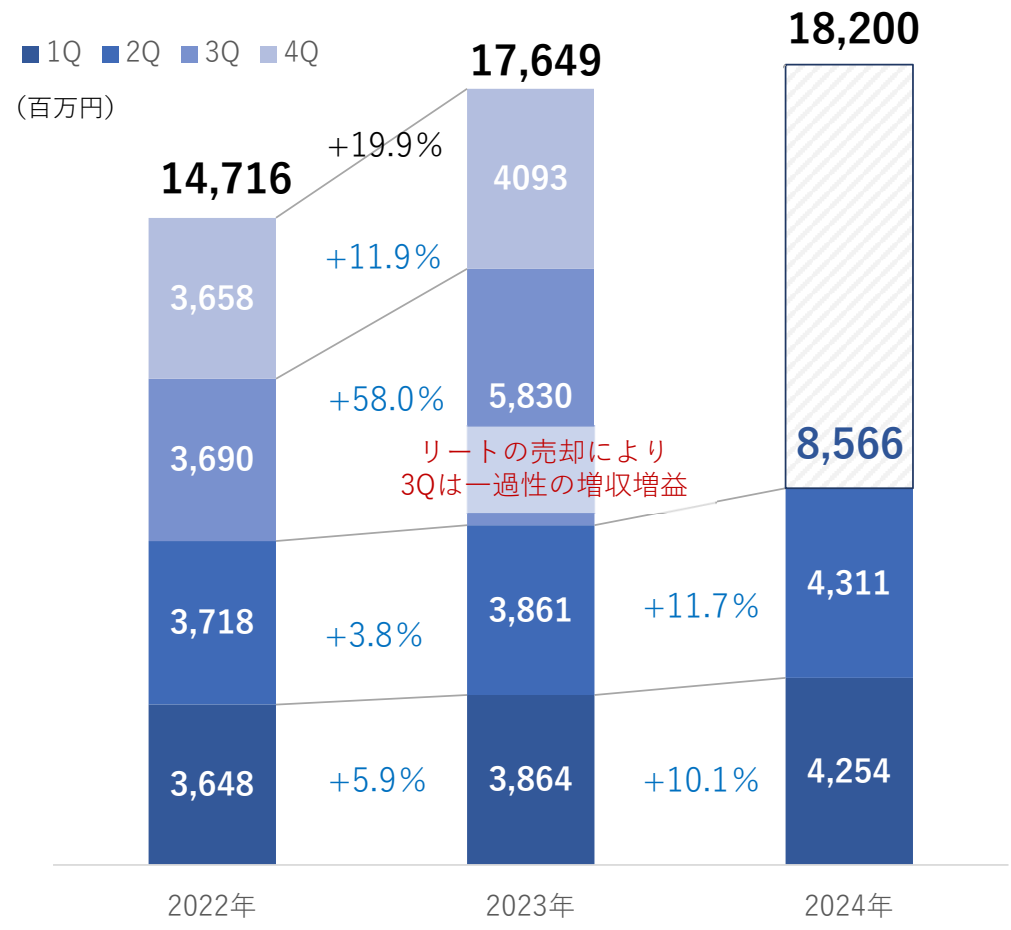
2Q累計の売上高8,566百万円、営業利益1,270百万円と
利益率の高い事業が牽引し、営業利益は上半期予想を上回り着地

■ 1Q ■ 2Q ■ 下期予想

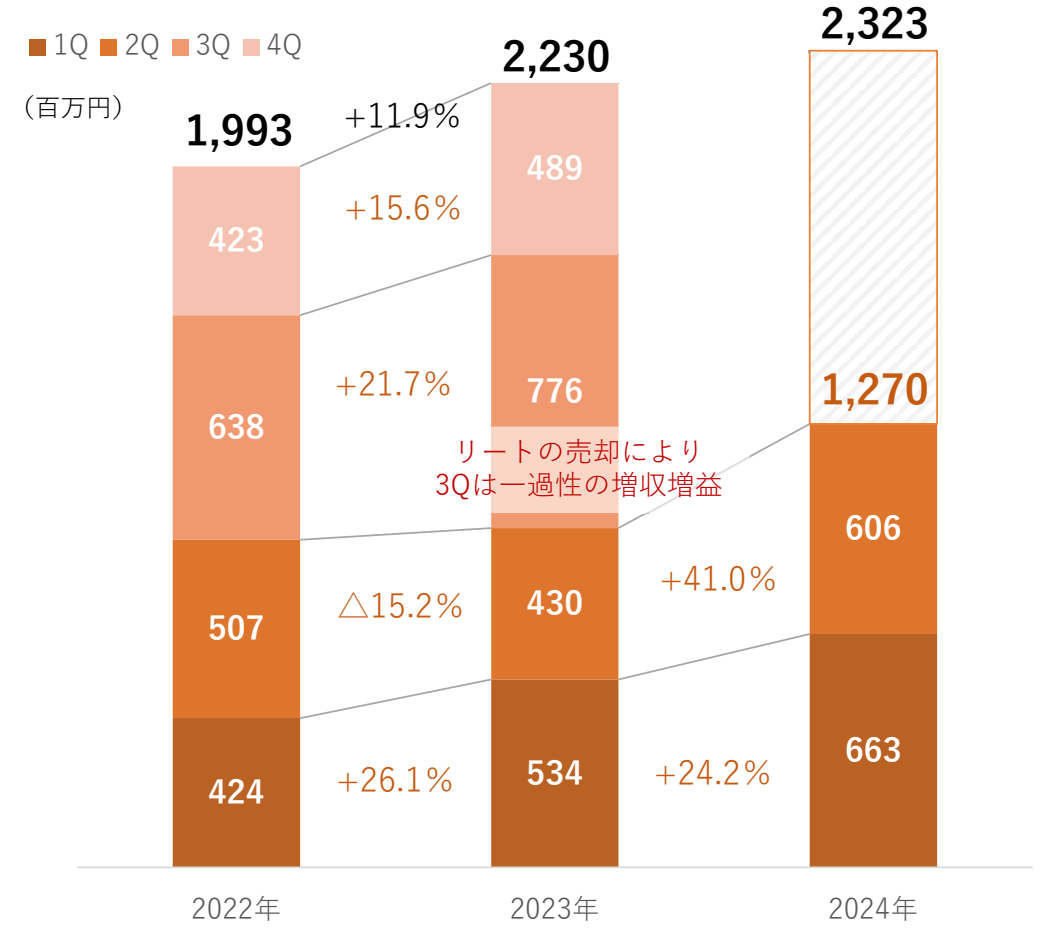


四半期別の売上高・営業利益は成長基調

売上高推移



営業利益推移



損益計算書(P/L)

①決算概要

(単位：百万円)	2023年					2024年		YoY (増減額)	YoY (増減率)
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q		
売上高	3,864	3,861	5,830	4,093	17,649	4,254	4,311	+450	+11.7%
売上原価	156	158	1,939	298	2,552	294	296	+137	+86.8%
売上総利益	3,707	3,702	3,891	3,795	15,096	3,959	4,014	+312	+8.4%
販売費及び一般管理費	3,173	3,272	3,114	3,305	12,865	3,295	3,408	+136	+4.2%
営業利益	534	430	776	489	2,230	663	606	+176	+41.0%
営業外収益合計	16	31	32	△0	80	3	5	△26	△83.4%
営業外費用合計	3	5	4	5	19	5	5	+0	+7.0%
経常利益	547	456	804	483	2,292	662	606	+149	+32.7%
特別利益合計	69	248	82	0	400	82	1	△246	△99.4%
特別損失合計	0	31	4	293	330	0	23	△8	△25.9%
親会社株主に帰属する純利益	365	440	571	252	1,629	481	385	△54	△12.5%

- ※補足
- ・売上原価の増加要因は「K Village」における連結子会社増加によるものです。
 - ・特別利益の減少要因は、前年に投資案件売却があったためです。

Copyright © IBJ, Inc. All rights reserved.

主要なもののみ抜粋、詳しくは決算短信をご覧ください。

貸借対照表(B/S)

①決算概要

(単位：百万円)	2023年				2024年		増減額 (前年通期比)	増減率 (前年通期比)
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q	2Q		
流動資産	7,471	7,722	8,109	8,091	6,170	7,035	△1,055	△13.0%
うち現金及び預金	3,141	3,052	3,887	3,789	2,489	2,830	△958	△25.3%
固定資産	7,803	8,417	8,364	10,029	10,134	10,242	+213	+2.1%
資産合計	15,275	16,140	16,473	18,120	16,305	17,277	△842	△4.6%
流動負債	4,036	4,569	5,464	7,187	5,426	5,126	△2,061	△28.7%
固定負債	3,139	3,091	2,921	2,908	3,261	4,124	+1,215	+41.8%
負債合計	7,175	7,661	8,386	10,096	8,687	9,250	△846	△8.4%
純資産合計	8,099	8,478	8,086	8,023	7,617	8,027	+3	+0.0%
負債純資産合計	15,275	16,140	16,473	18,120	16,305	17,277	△842	△4.6%

IBJ
Contents
目次

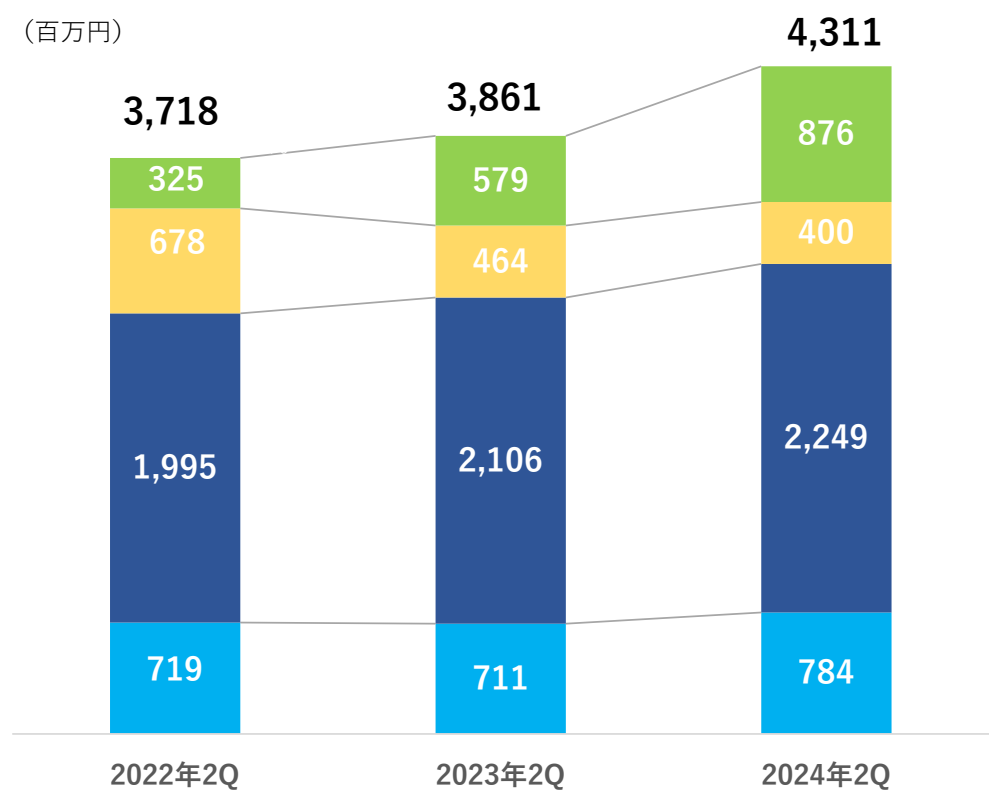
2 事業別サマリー

加盟店・直営店事業が牽引し堅調に推移。ライフデザイン事業も大幅な成長を実現

事業別四半期売上高

■ 加盟店事業 ■ 直営店事業 ■ マッチング事業 ■ ライフデザイン事業

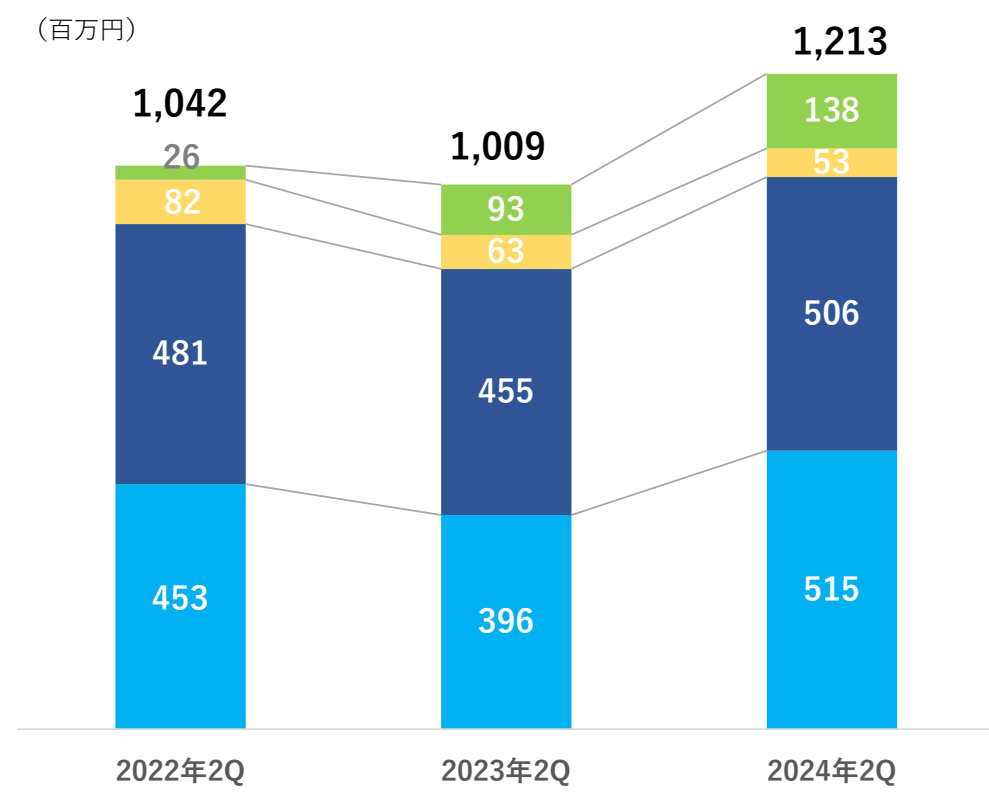
(百万円)



事業別四半期事業利益

■ 加盟店事業 ■ 直営店事業 ■ マッチング事業 ■ ライフデザイン事業

(百万円)



※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

事業別売上高・事業利益

②事業別サマリー

(単位：百万円)		2023年					2024年		YoY(増減額)	YoY(増減率)
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q		
加盟店事業	売上高	780	711	755	726	2,973	834	784	+73	+10.3%
	L開業支援事業	420	362	379	336	1,499	419	344	△18	△5.2%
	L加盟店事業	359	348	375	390	1,473	414	440	+92	+26.4%
	事業利益	454	396	496	479	1,827	583	515	+118	+30.0%
	L開業支援事業	218	171	217	195	802	269	192	+21	+12.4%
	L加盟店事業	235	225	279	284	1,024	313	323	+97	+43.3%
直営店事業	売上高	2,051	2,106	2,118	2,103	8,379	2,138	2,249	+143	+6.8%
	事業利益	435	455	486	473	1,850	469	506	+51	+11.2%
マッチング事業 <small>※IBJごはんデート(旧：Rush)のパーティー事業からアプリ事業への組替に伴い、遡及的に売上高・事業利益を変更</small>	売上高	452	464	470	450	1,838	413	400	△63	△13.7%
	Lパーティー事業	270	280	274	260	1,085	230	217	△62	△22.3%
	Lアプリ事業	182	183	196	190	752	182	182	△0	△0.5%
	事業利益	39	63	116	115	335	60	53	△10	△16.3%
	Lパーティー事業	0	28	52	57	139	22	20	△7	△27.0%
	Lアプリ事業	38	35	64	57	196	37	33	△2	△8.0%
ライフデザイン事業 <small>※2023年1QよりM&Aによる業績寄与あり</small>	売上高	579	579	2,485	812	4,457	867	876	+297	+51.3%
	事業利益	132	93	250	33	509	159	138	+45	+48.5%

事業別KPI（結婚相談所事業）

②事業別サマリー

(期別)		2023年					2024年		YoY (増減)	YoY (増減率)	
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q			
結婚相談所事業 (加盟店+直営店)	結婚相談所数※	3,803	3,883	4,050	4,125	—	4,211	4,317	+434	+11.2%	
	入会数	12,225	13,087	13,496	12,554	51,362	13,639	16,280	+3,193	+24.4%	
	お見合い会員数※	91,410	93,370	94,508	94,035	—	95,432	98,837	+5,467	+5.9%	
	お見合い件数	178,172	192,070	197,754	196,819	764,815	205,706	220,157	+28,087	+14.6%	
	加盟店事業	新規開業件数※	268	220	239	217	944	225	235	+15	+6.8%
		入会数	7,317	7,910	8,526	8,208	31,961	8,624	10,649	+2,739	+34.6%
		お見合い会員数※	58,461	59,633	60,524	60,581	—	60,915	63,637	+4,004	+6.7%
		お見合い件数	108,110	118,079	120,472	122,527	469,188	125,561	135,712	+17,633	+14.9%
	直営店事業	入会数	4,908	5,177	4,970	4,346	19,401	5,015	5,631	+454	+8.8%
		お見合い会員数※	32,949	33,737	33,984	33,454	—	34,517	35,200	+1,463	+4.3%
お見合い件数		70,062	73,991	77,282	74,292	295,627	80,145	84,445	+10,454	+14.1%	

※結婚相談所数とお見合い会員数は各Q末時点

※新規開業件数については、開業支援事業部門以外の開業件数も含みます

事業別KPI（マッチング事業・ライフデザイン事業）

②事業別サマリー

(期別)		2023年					2024年		YoY (増減)	YoY (増減率)
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q		
マッチング事業	パーティー参加者数	95,715	91,375	82,731	75,946	345,767	70,610	74,525	△16,850	△18.4%
	パーティー開催本数	8,284	7,787	7,477	7,208	30,756	6,956	7,967	+180	+2.3%
	マッチング人数(アプリ)※	289,162	313,518	312,258	279,486	1,194,424	312,308	318,044	+4,526	+1.4%

※IBJごほんデート（旧：Rush）のパーティー事業からアプリ事業への組替に伴い、遡及的にマッチング人数を変更

(期別)		2023年					2024年		YoY (増減)	YoY (増減率)
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q		
ライフデザイン事業	成約件数※ (保険+ウエディング)	420	382	432	466	1,700	607	571	+189	+49.5%
	セルフフィット お見合い写真撮影件数	930	1,229	1,340	1,198	4,697	1,403	2,380	+1,151	+93.7%
	K village生徒数※ (韓国語+ボイトレ)	12,450	13,118	14,010	14,696	—	15,909	17,423	+4,305	+32.8%

※保険の成約件数は1商品成約ごとに計上、1顧客が2つの商品を成約した場合は2件とする
 ※K village生徒数は各Q末時点

加盟店数、会員数の増加により売上高・事業利益が大幅に増加
 事業利益率は前年同期比より10.0%向上

(百万円)

2Q売上高 (前年同期比)	2Q事業利益 (前年同期比)
784 (+10.3%)	515 (+30.0%)

開業支援事業

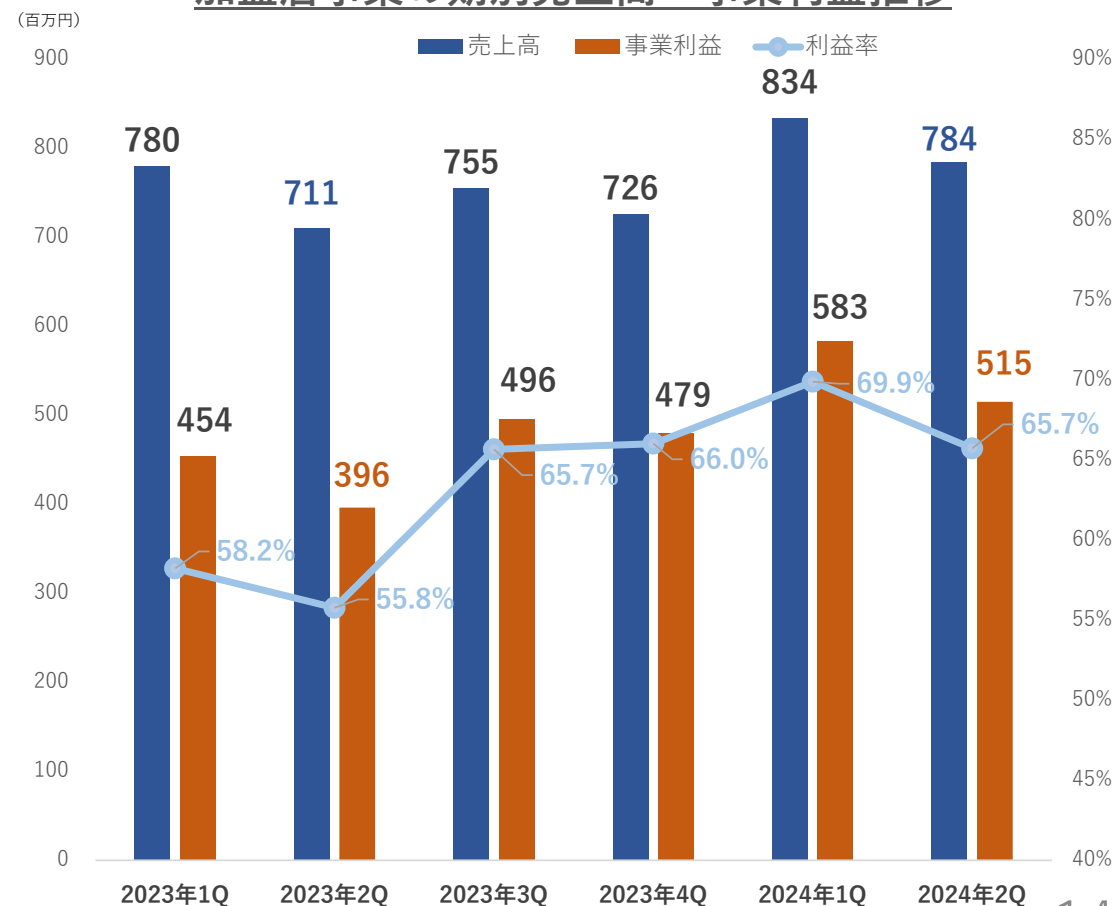
2023年に実施した組織改編が奏功し、

- ①マーケティングコストの削減
 - ②営業マン一人当たりの新規開業件数が増加
- 下期は人員増強を行い、更なる新規開業件数の増加を目指す

加盟店事業

加盟店の立ち上げ支援強化により会員数が増加
 成長ドライバーとして引き続き成長軌道を描く見込み

加盟店事業の期別売上高・事業利益推移



人材育成とマーケティングの効率化で新規開業件数は増加 下期はさらなる量的拡大を目指す

2Qまでの取り組み

①人材育成と生産性を高める組織体制構築

一人当たりの新規開業件数

2023年 2Q
8.8件

+31.8%

2024年 2Q
11.6件

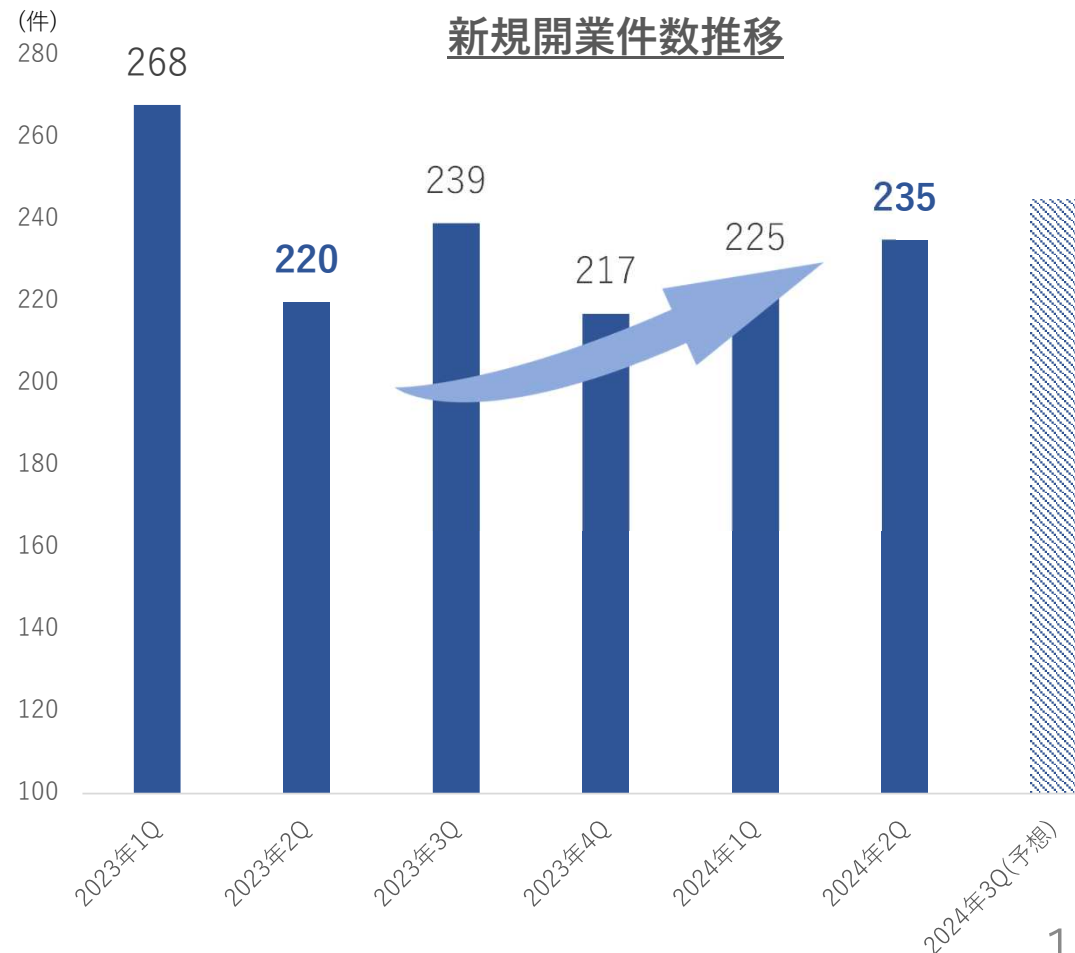
②マーケティングの効率化

顧客獲得までのコストは**27.2%削減**(前年同期比)

下期からのアクション

- ・継続的な人材育成とマーケティングの効率化
- ・営業スタッフの人員補強による新規開業件数の増加
- ・新たな営業ルートの開拓でさらなる需要の取り込み
(親和性の高い業界団体、SNSの活用)

新規開業件数推移



入会数増加・顧客単価向上により堅実に推移

(百万円)

2Q売上高(前年同期比)	2Q事業利益(前年同期比)
2,249(+6.8%)	506(+11.2%)

IBJメンバーズ

入会プランの見直しとオプション拡充が奏功
入会時の平均単価が前年同期比で約3万円向上

ZWEIの概況

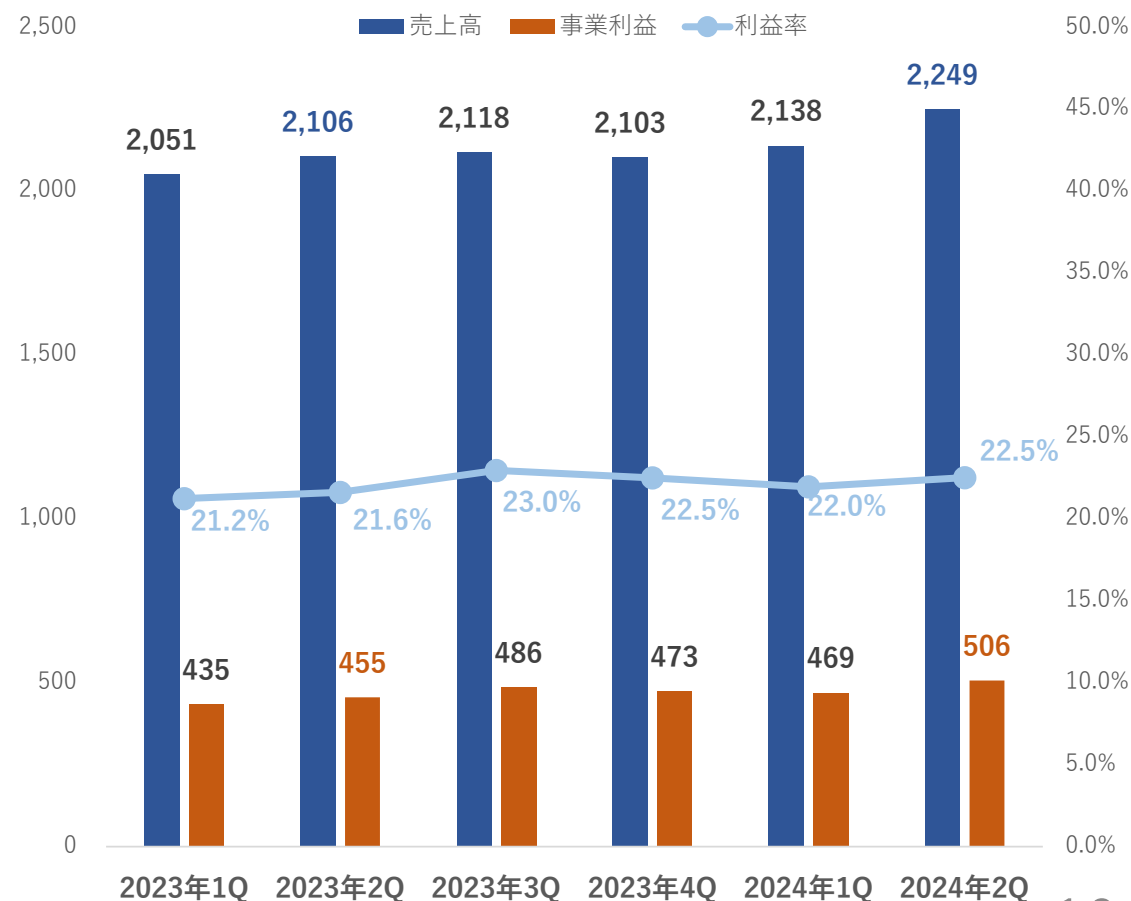
引き続き直営店の成長ドライバーとして寄与
入会数は前年同期比で15.1%向上

サンマリエの概況

お見合い件数向上施策により、
2Qのお見合い件数は前年同期比で19.9%向上

直営店事業の期別売上高・事業利益推移

(百万円)



IBJメンバーズでは1Qに実施した入会コースの価格改定に加え、2Qでは「オプション商材」の販売開始により、さらなる顧客単価向上を実現

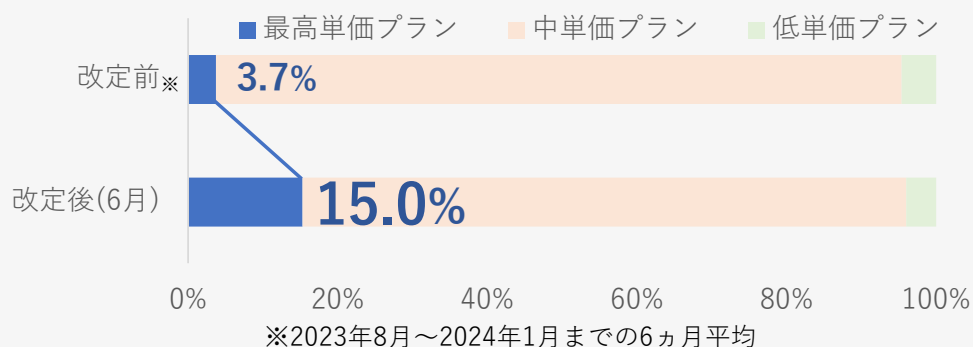
1Qから最高単価プランの価格見直し

価格改定前
約40万円

→

価格改定後
約29万円

プランごとの入会割合



平均顧客単価は改定前より約**1.5万円増加**

2Qより追加オプション※の販売を開始

顧客単価は約**1.5万円**増加

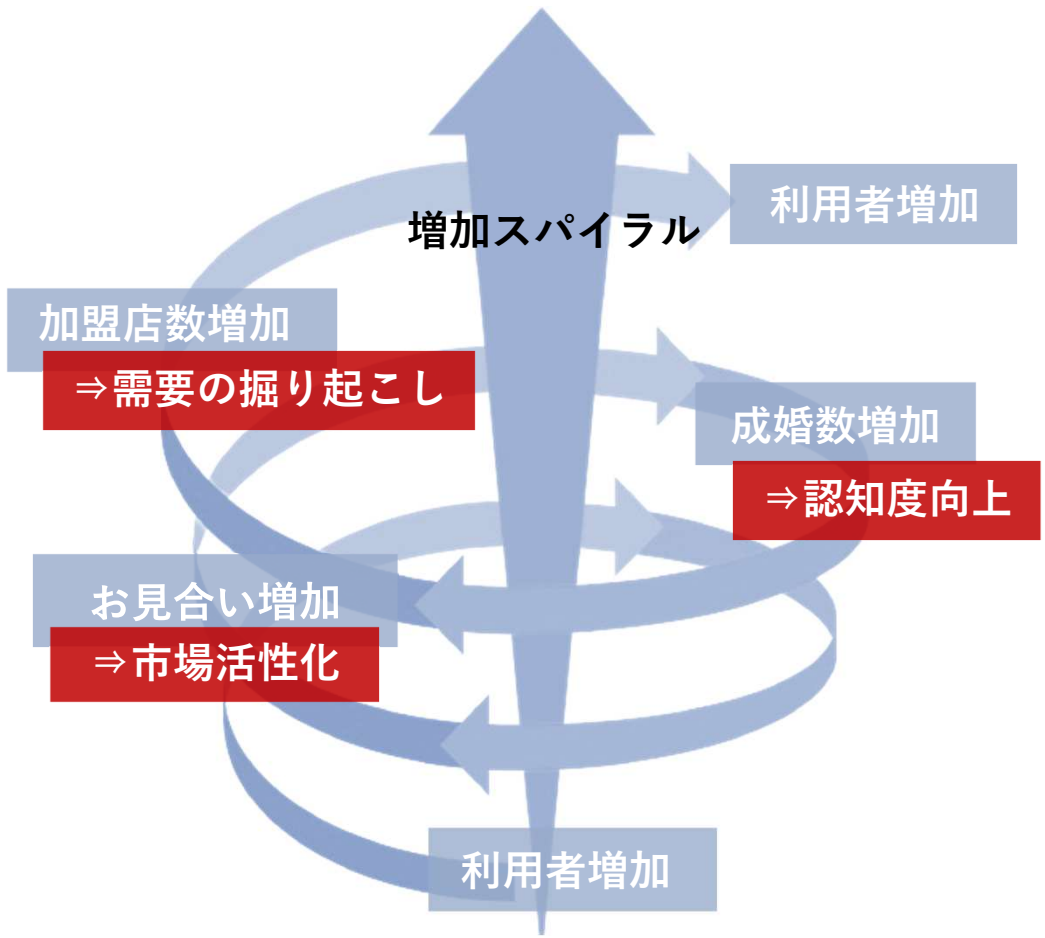
※「第一印象プロデュースプラン」

顧客単価はさらに向上

価格改定前から合計で約**3万円**の単価向上

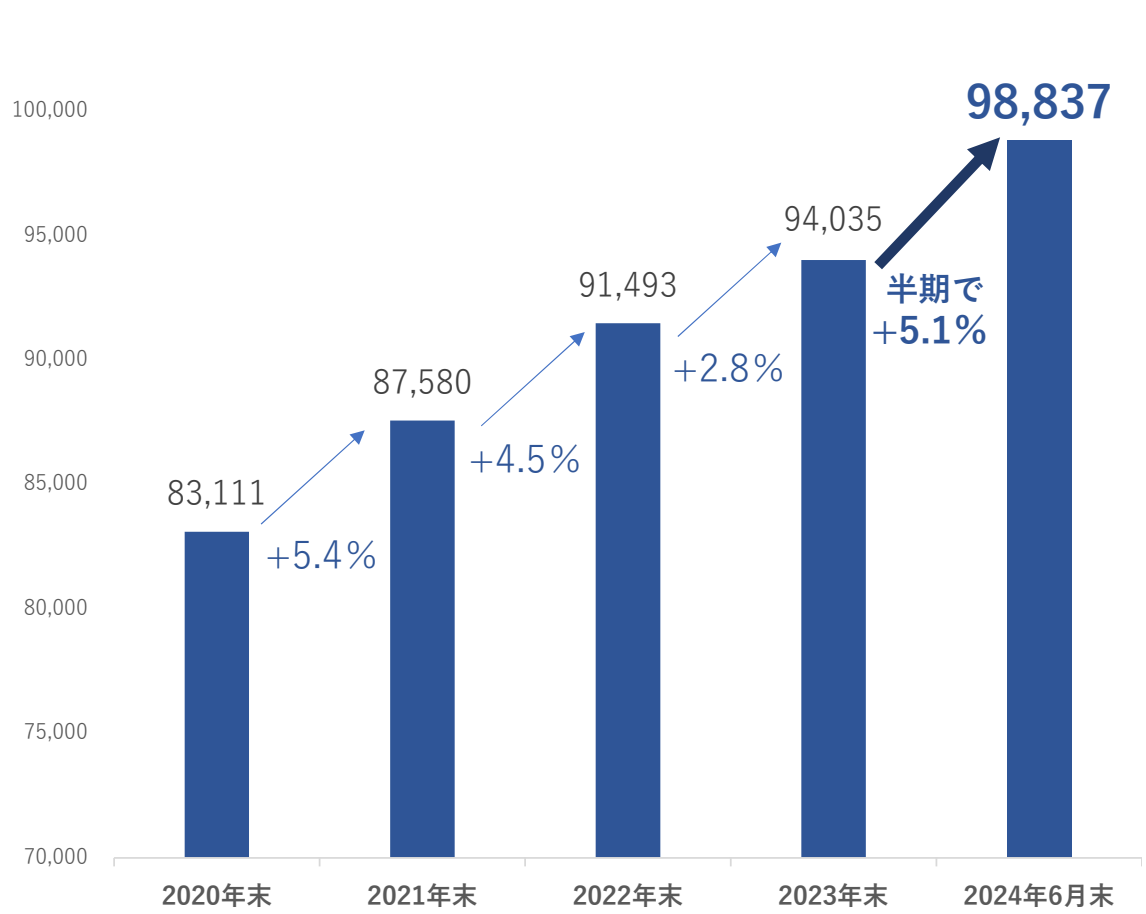
直営・加盟店を合わせた「お見合い会員数」は10万名に迫る勢いで増加

KPI増加のイメージ



(名)
105,000

お見合い会員数の推移



オーネットが2024年6月より本格的に稼働を開始
下期以降大幅な入会数増加を見込む

■ 加盟店 ■ 直営店 ■ オーネット

加盟店・直営店の入会数推移 (名)

(名)

ZWEIグループ化で
全体へ寄与

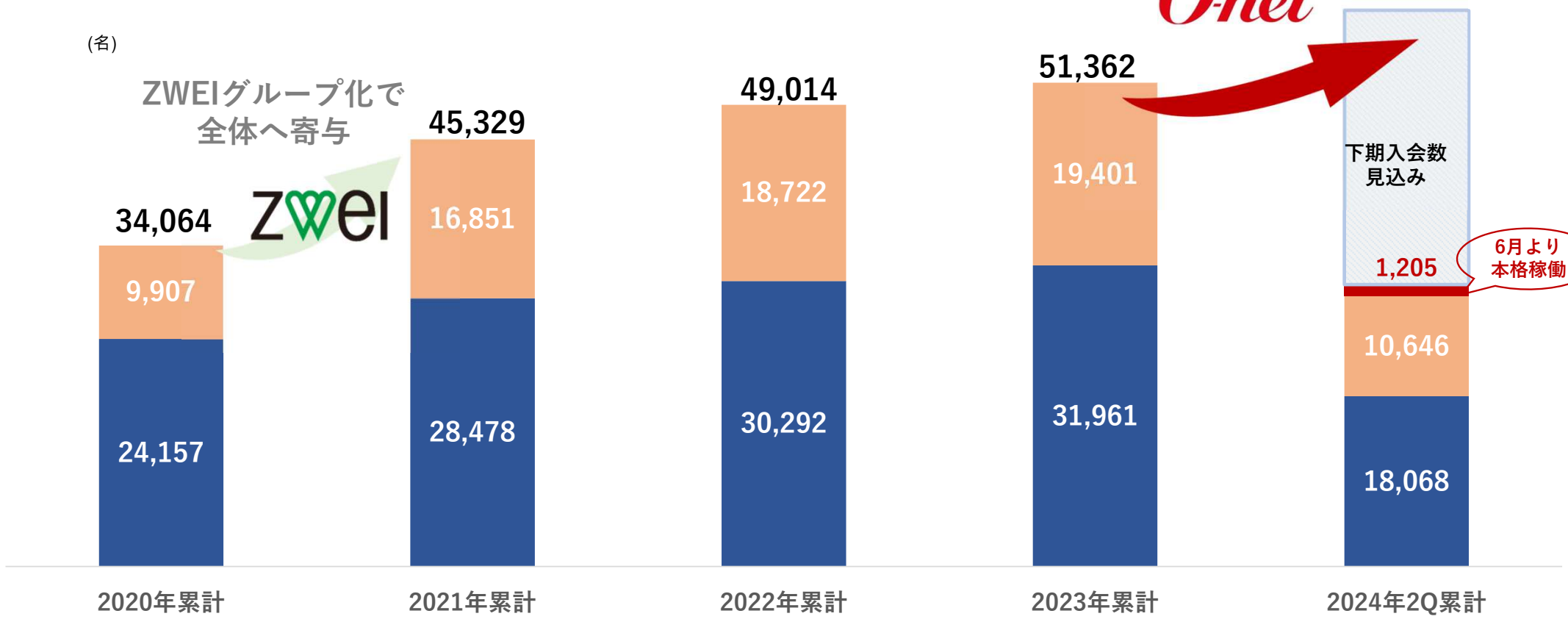


O-net



下期入会数
見込み

6月より
本格稼働



キャンペーンの実施で顧客単価が一時的に減少

(百万円)

2Q売上高 (前年同期比)	2Q事業利益(前年同期比)
400(△13.7%)	53(△16.3%)

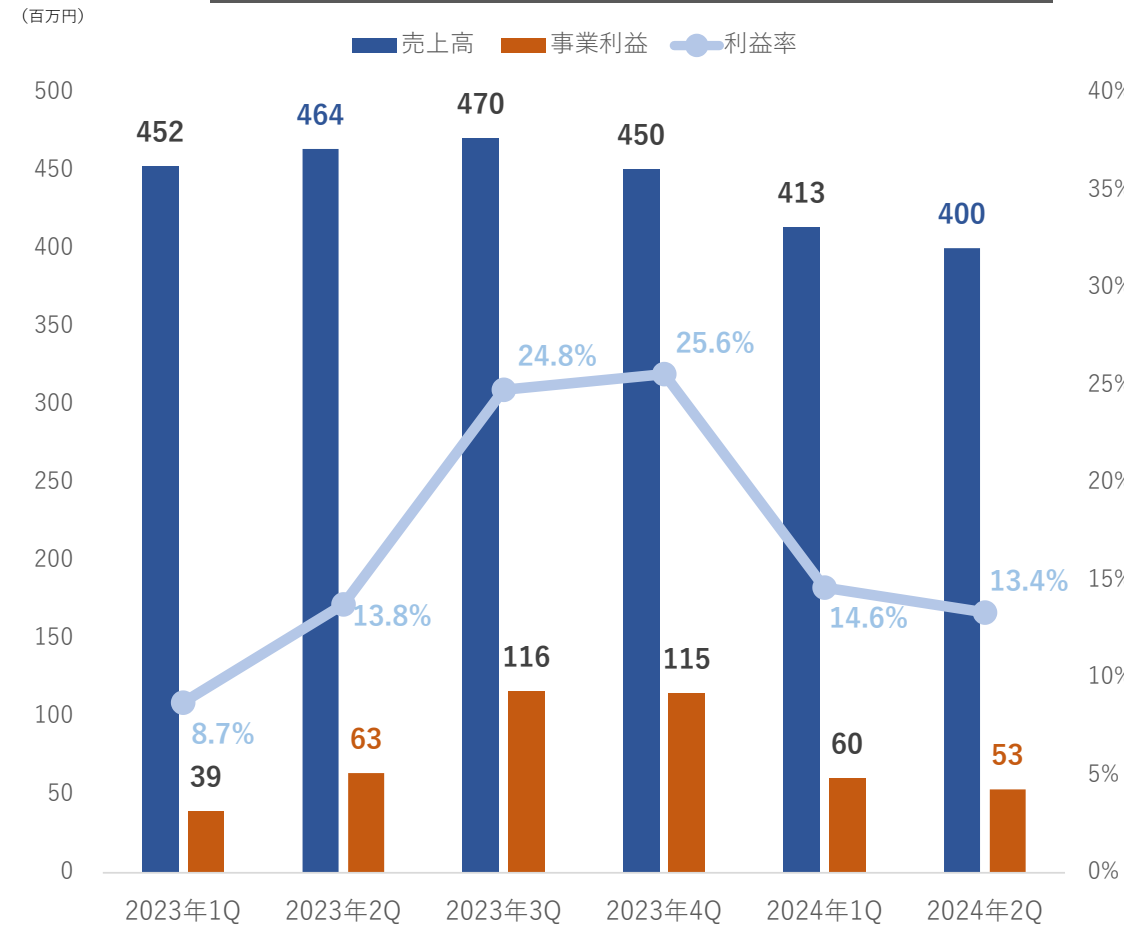
パーティー事業

顧客獲得を目的にキャンペーンを実施した結果
割引の影響で顧客単価が一時的に減少したが
2024年1Q→2Qの参加者と開催本数は大幅に改善傾向
マーケティングのインハウス化で広告コストを削減

アプリ事業

売上高・事業利益は横ばい。
新規獲得に向けたキャンペーンやアプリ会員限定の
対面パーティーを開催するなど取り組みを進める。

マッチング事業の期別売上高・事業利益推移



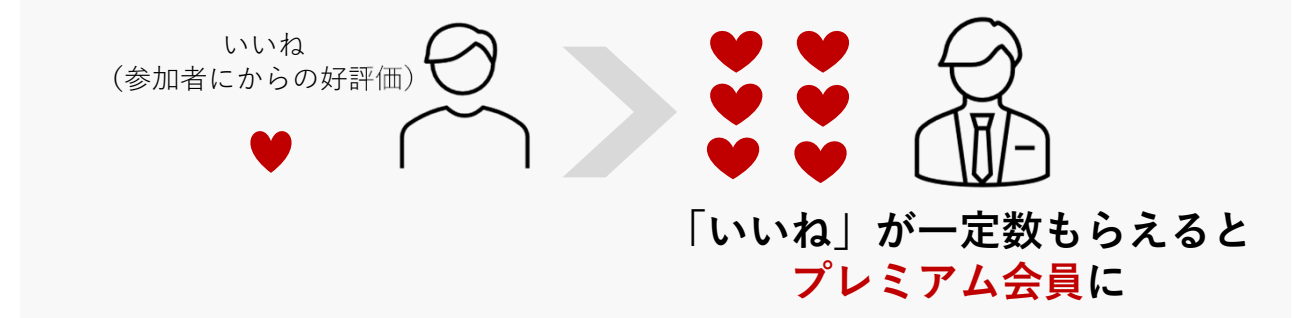
中期経営計画の戦略である、プレミアムパーティーを7月より実装

新たにパーティー区分を設ける



① マッチングしやすい会員をスクリーニング

ハイレベルなサービスを求める顧客のUXが向上



② ハイクオリティ・ハイコストなパーティーで単価向上

③ プレミアムパーティー参加者を積極的に直営店事業へ送客

マッチングしやすい＝成婚しやすい参加者を集め直営店へ送客
直営店のサービスクオリティを高め収益寄与を目指す

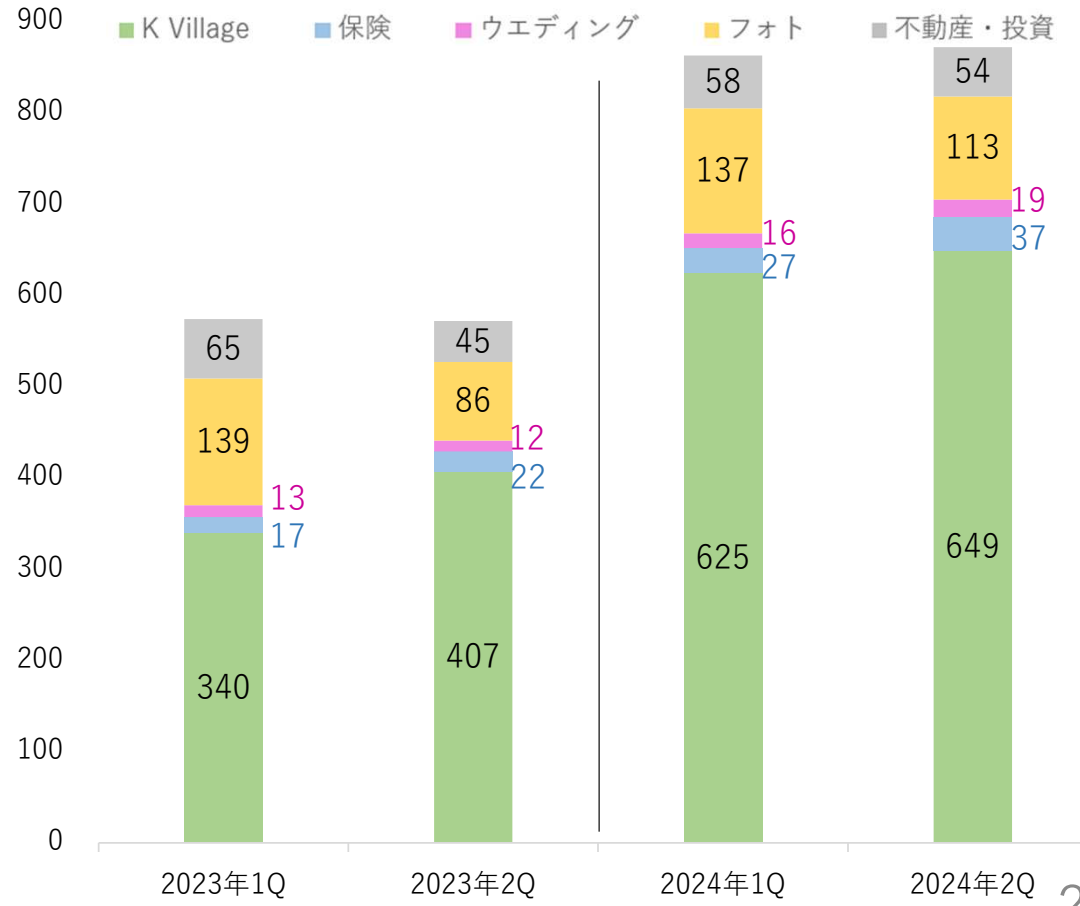
趣味・コミュニティ事業の「K Village」がライフデザイン事業の業績を牽引 成婚数増加に伴い保険、ウエディング、不動産事業も成長

(百万円)

2Q売上高 (前年同期比)	2Q事業利益(前年同期比)
876(+51.3%)	138(+48.5%)

売上高前年対比 (2023年・2024年上半期)

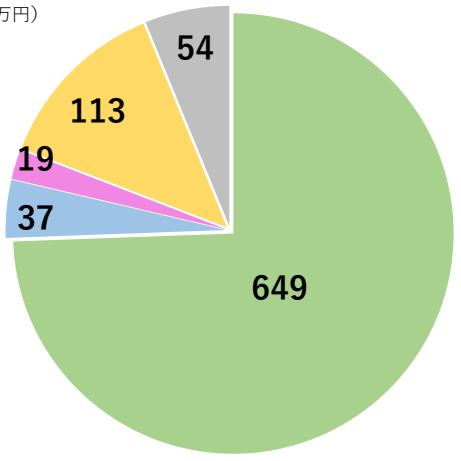
(百万円)



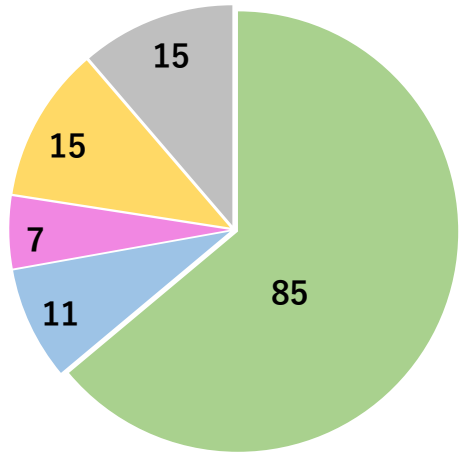
2024年2Q売上高構成

■ K Village ■ 保険 ■ ウエディング ■ フォト ■ 不動産・投資

(百万円)



2024年2Q事業利益構成



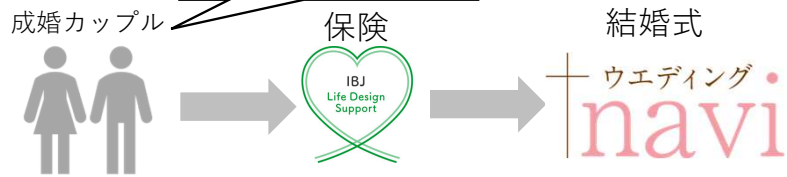
結婚相談所事業の成長に比例し婚活周辺領域も成長基調

送客ラインの見直しで成約件数向上

加盟店と連携しさらなる成約件数増加を目指す

従来

結婚してすぐに保険とかイメージしにくいなあ...



見直し後 結婚後にイメージがしやすい順番で提案



2024年2Q累計

成約件数
(ウエディング+保険)

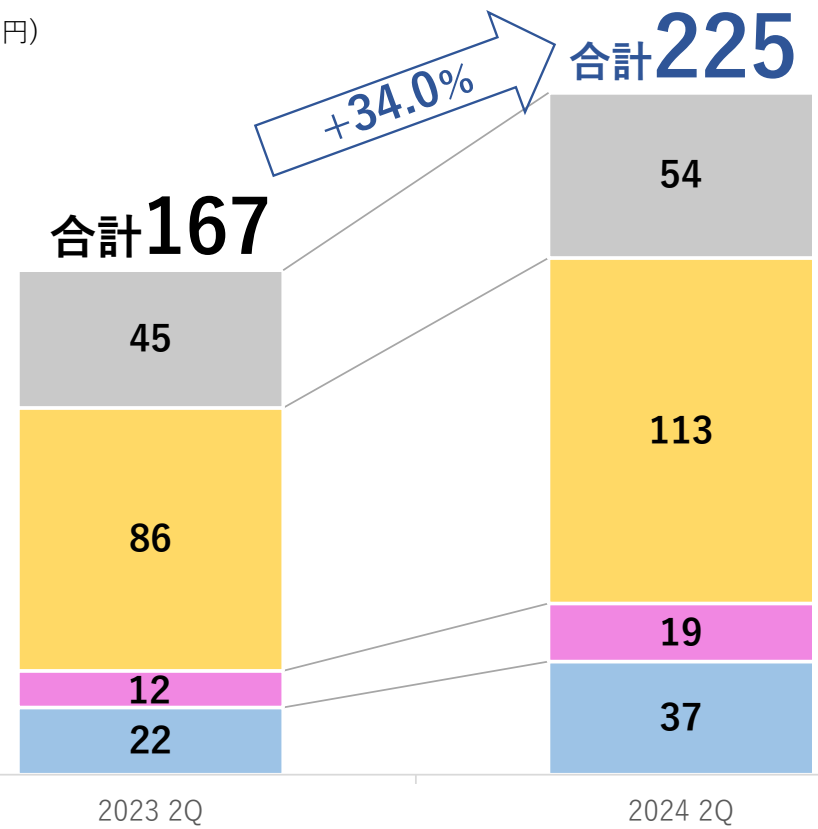
2023年2Q累計
802件

1,178件
前年同期比+46.9%

婚活周辺領域の売上高推移

■ 保険 ■ ウエディング ■ フォト ■ 不動産・投資

(百万円)





IBJ
Contents
目次

3 行政との連携を目指して
(中央官庁・地方自治体)

行政を巻き込み少子化の抜本的な解決を目指す

現状の少子化対策は「子育て支援」が中心

・子育てへの経済的支援



・共働き世帯に対する育休取得の推進



IBJによる支援の余地あり

・成婚カップルを生み出す



IBJ 婚活支援 = 少子化対策

少子化の根本的な原因は
若い世代を中心とした未婚化・晩婚化

日本の完結出生児数※

(夫婦の最終的な平均出生子ども数)

1972年

2021年

2.20人



1.90人

夫婦間の出産は50年前から2人近くと変わらず
少子化問題を解決するには成婚を増やすことが重要

※出典：国立社会保障・人口問題研究所「第16回出生動向基本調査（2021年）」

経済産業省が「ライフステージを支えるサービス導入実証等事業」にIBJを採択



実証事業の主な取り組み

- ・自治体、企業、個人に向けて対面やメタバースを駆使したライフデザイン研修を実施
 - ・婚活支援以外にも、働き方、資産形成、妊活、出産、育児などについても情報提供
- 研修前後の効果測定をもとに、意識や行動の変化を調査する



▲メタバース空間を活用した研修や婚活のイメージ

取組みによるIBJの目的

現状

結婚意欲はあるが
経済的不安や
行動するきっかけがない



あるべき姿

ライフデザインによる
自己実現

※結婚以外にキャリア・資産形成においてもIBJがサポートすることで主体的な人生設計を促進

個々人が人生設計を主体的に決められる社会の一助を担う

実証事業の成果をもとに
事業展開

ライフデザイン研修の
ノウハウを行政に提供

少子化・人手不足の
抜本的解決を目指す

Step
01

ライフデザイン研修の商材化

婚活支援の重要性・必要性に加え、結婚後の妊活、出産、食生活、健康、家事、育児まで包括するライフデザインサービスの提供

Step
02

行政との連携

地域におけるライフデザインサービスの普及

Step
03

社会課題の解決

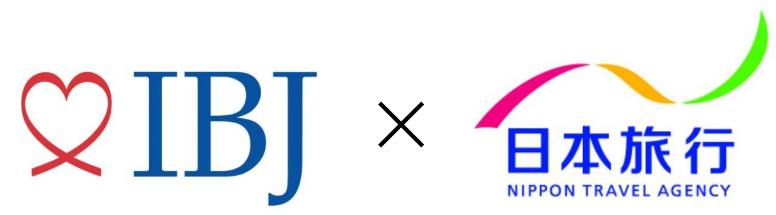
婚活インフラ基盤として、社会課題解決型ビジネスモデルの確立

長期
ビジョン

深刻な「人口減少問題」に歯止めをかける

- 人生で自立的・主体的な選択ができる環境を整備
- 結婚したいと望む人が、結婚できる社会の実現
- 少子化の根本的要因となる未婚化、晩婚化の縮小
- 婚姻数増加による出生率が向上

昨年提携をした株式会社日本旅行との取り組みで、
多くの自治体へのアプローチが可能に



日本旅行を通じた各地域の婚活支援における
婚活パーティーの運営・結婚相談サポート等

目的

- ①メタバースを活用した婚活の開催
- ②移住定住を目的とした婚活支援

IBJが持つイベントノウハウで運営をサポート



複数の地方自治体との取組み

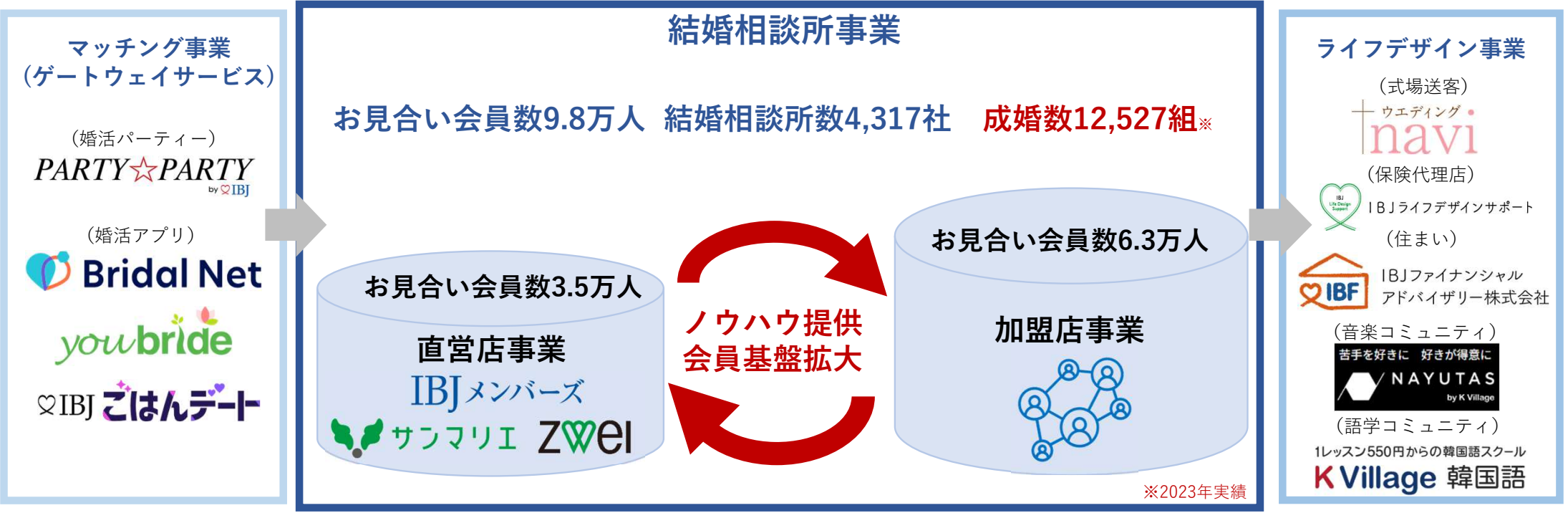
まんなかに愛のあるまち
CHINO 茅野市

婚活イベントをきっかけに自治体との関係構築を強化

IBJ
Contents
目次

4 ビジネスモデル

「直営店+加盟店」による日本最大の婚活プラットフォーム運営 さらに周辺事業も成長する独自のビジネスモデル



「マッチング事業」は「結婚相談所事業」のゲートウェイサービス、
「ライフデザイン事業」は増えていく成婚数を主にターゲットにしたサービス

マッチング事業(パーティー+アプリ)のビジネスモデル

④ ビジネスモデル

パーティー事業

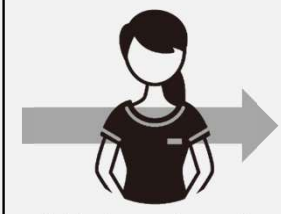


参加者

パーティー参加費(1開催)
2,000~7,500円

※一人当たりの平均価格 (PARTY☆PARTYのみ)

- ・店舗型パーティー
婚活パーティー専用ラウンジでの開催
- ・エンタメパーティー
会場にとらわれず、多種多様な会場で開催
例:水族館、花火大会etc

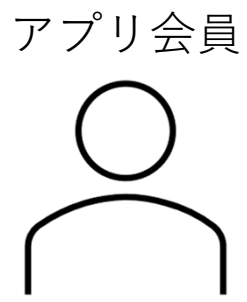


IBJメンバーズ

IBJメンバーズへの
入会をお勧めする



アプリ事業



アプリ会員

月会費
2,000~5,380円

※追加オプションなどで変動

入会から出会うまでを
サポート

婚活意欲の高い
会員を送客

PARTY☆PARTY
by IBJ

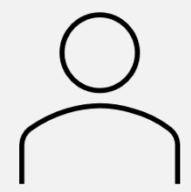
直営相談所

結婚相談所事業(加盟店+直営店)のビジネスモデル

④ ビジネスモデル

直営店事業

直営店会員



初期費用：9~30万円
月会費：1.5万円
成婚料：20万円

※一人当たりの価格



【直営店事業】
IBJメンバーズ
Zwei
サンマリエ



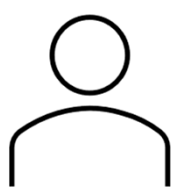
カウンセラー

成婚サポート



加盟店事業

IBJ加盟店会員



初期費用：10万円~
月会費：1万円
成婚料：20万円

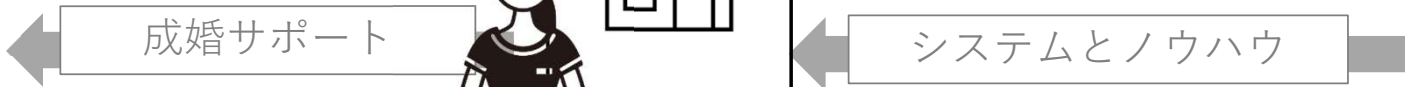
※価格設定は加盟店ごとに異なる
※一人当たりの価格

IBJ加盟店

加盟金：個人160万円
(開業金) 法人320万円
月会費※：平均単価3万円

※相談所ごとの会員数に応じて異なる

成婚サポート



【加盟店事業】

システムとノウハウ



仲人

結婚後まで一気通貫したサービスラインで高い成約率を実現

婚活領域

ご成婚

ライフデザイン領域



婚活中の会員との面談で
価値観や希望をヒアリング

ヒアリング内容より
顧客の希望に沿った提案

IBJ独自の優位性

結婚まで寄り添った仲人は会員からの**信頼度が高く**
ライフデザイン領域への**送客効果が高い**

成約件数

(ウエディング+保険)



新たな収益柱として韓国好きのニーズを捉え
日韓最大の韓国コミュニティとして事業を拡大していく

日韓最大の韓国コミュニティ

語学コミュニティ事業
K Village 韓国語
2024年2Q末生徒数
13,900名
(前年同期比+20.0%)

美容コミュニティ事業
(韓国コスメECショップ)

K Village Meon



音楽コミュニティ事業
(ボイトレ・ダンススクール)



2024年2Q末生徒数
3,523名
(前年同期比+130.0%)

周辺領域
ライブ制作事業



相互連携

相互連携

韓国情報メディア事業

K Village MODULY

累計DL数

2024年2Q **44,898件**
(前年同期比+50.6%)



韓国好き
潜在顧客層
急速に拡大中



IBJ
Contents
目次

5 参考資料

2027中期経営計画ビジョン

日本の社会問題(人口減少と少子高齢化)を解決する
成婚者数・加盟店数増加

中期経営計画

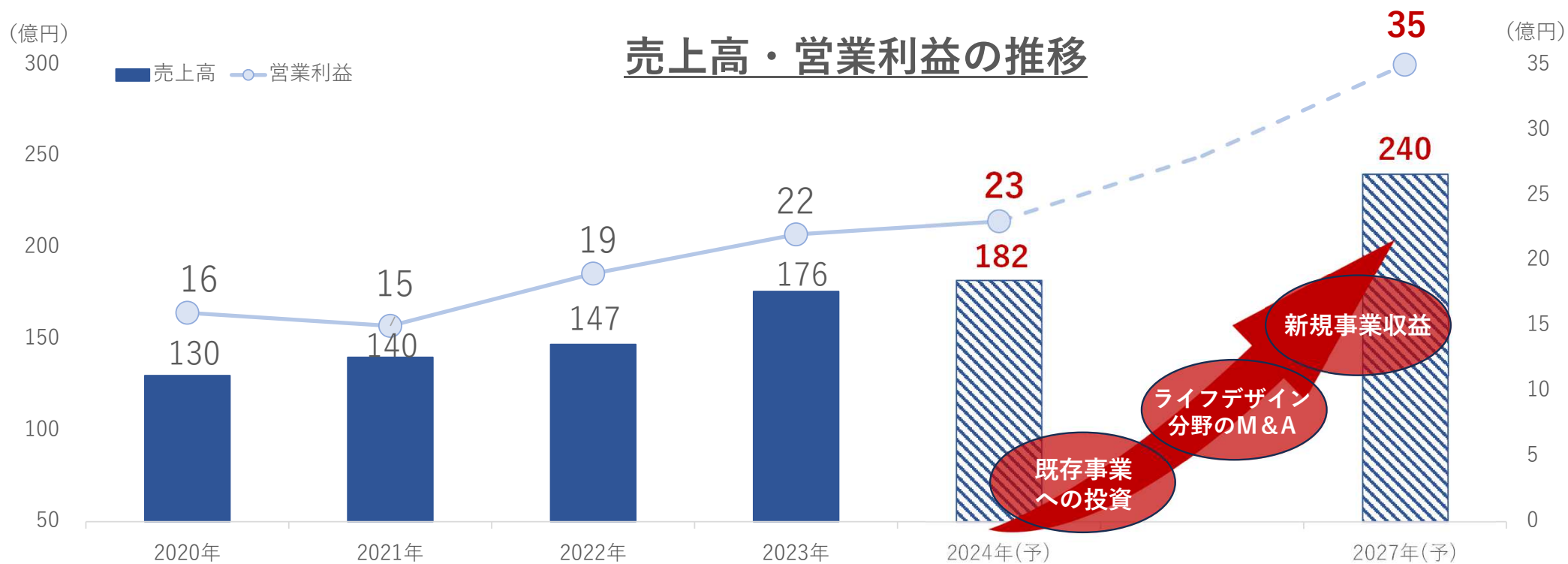
売上高 240億円 営業利益35億円
成婚数：20,000組（日本の婚姻組数の4%） 加盟店数：7,000社
お見合い会員数：17.3万人 マッチング会員数：25.0万人

事業戦略

戦略：プラットフォーム強化

4つの重点施策

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
2. パーティ事業刷新。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
4. ライフデザイン分野のM&A



	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

新たな中期経営計画(2023-2027年)のKPI

⑤参考資料

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

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

⑤参考資料

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

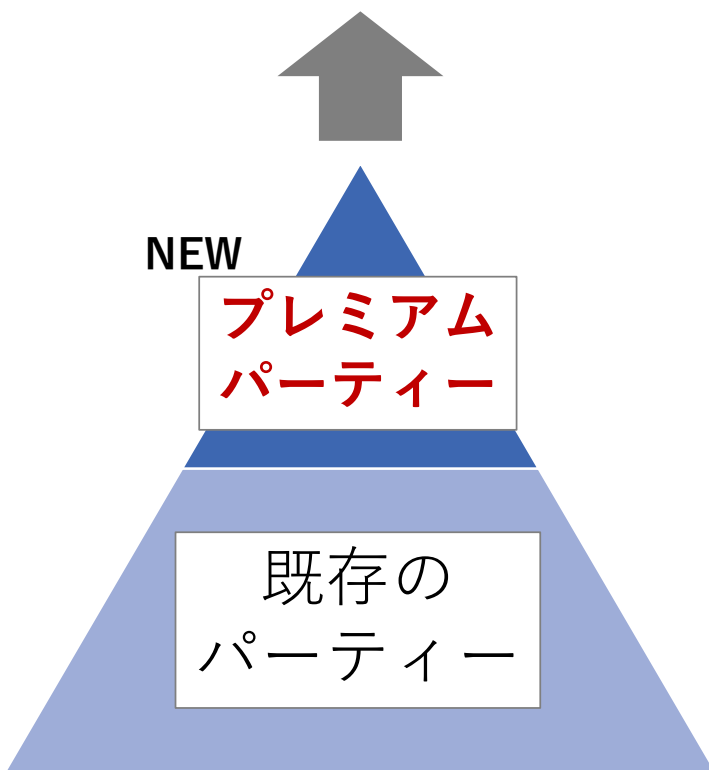


会員数+約3.5万名 成婚数+約8,000組

オーネットとの資本業務提携で大幅な成長予想

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

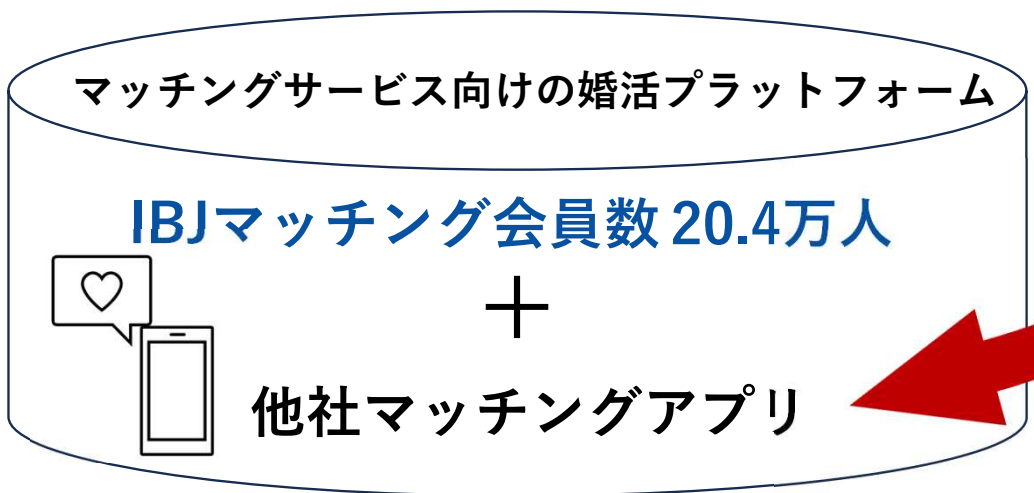
マッチングしやすい会員に向けたプレミアム婚活パーティーを開催



② 単価の向上とオプション料金の追加



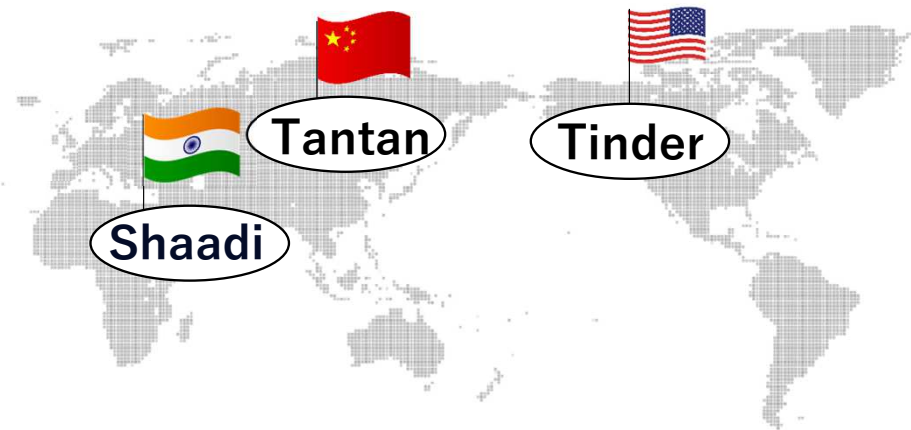
結婚相談所プラットフォームを運営するIBJが
マッチングサービス向けの婚活プラットフォームを構築



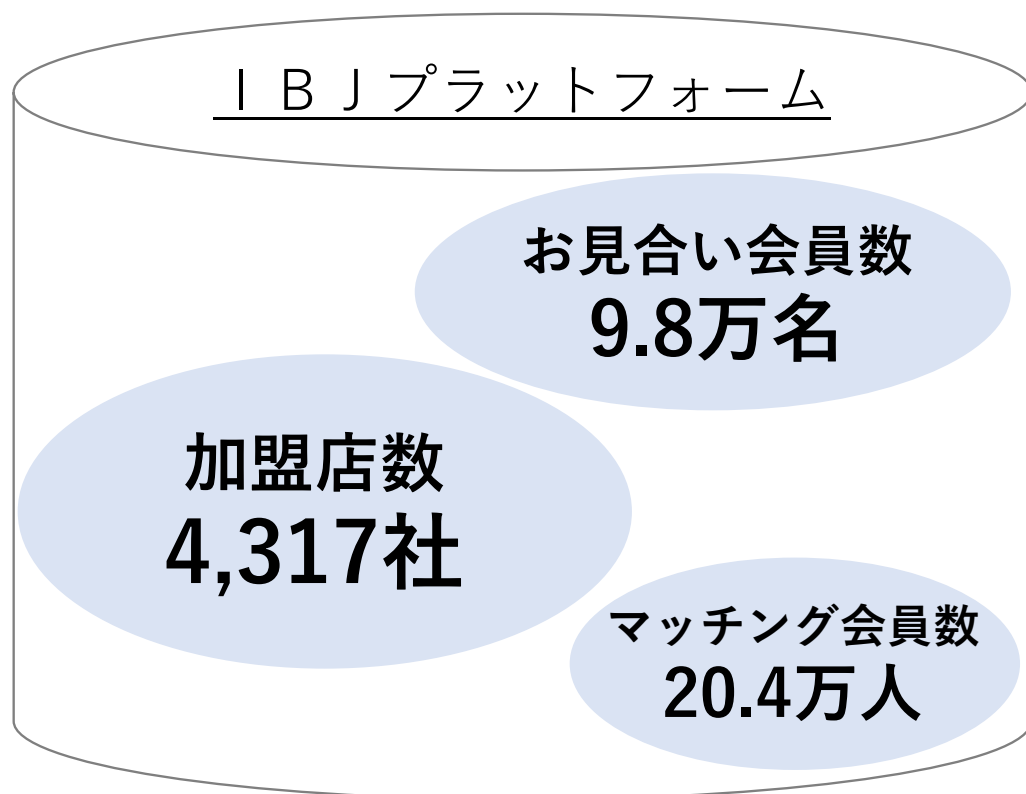
※2023年末時点

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



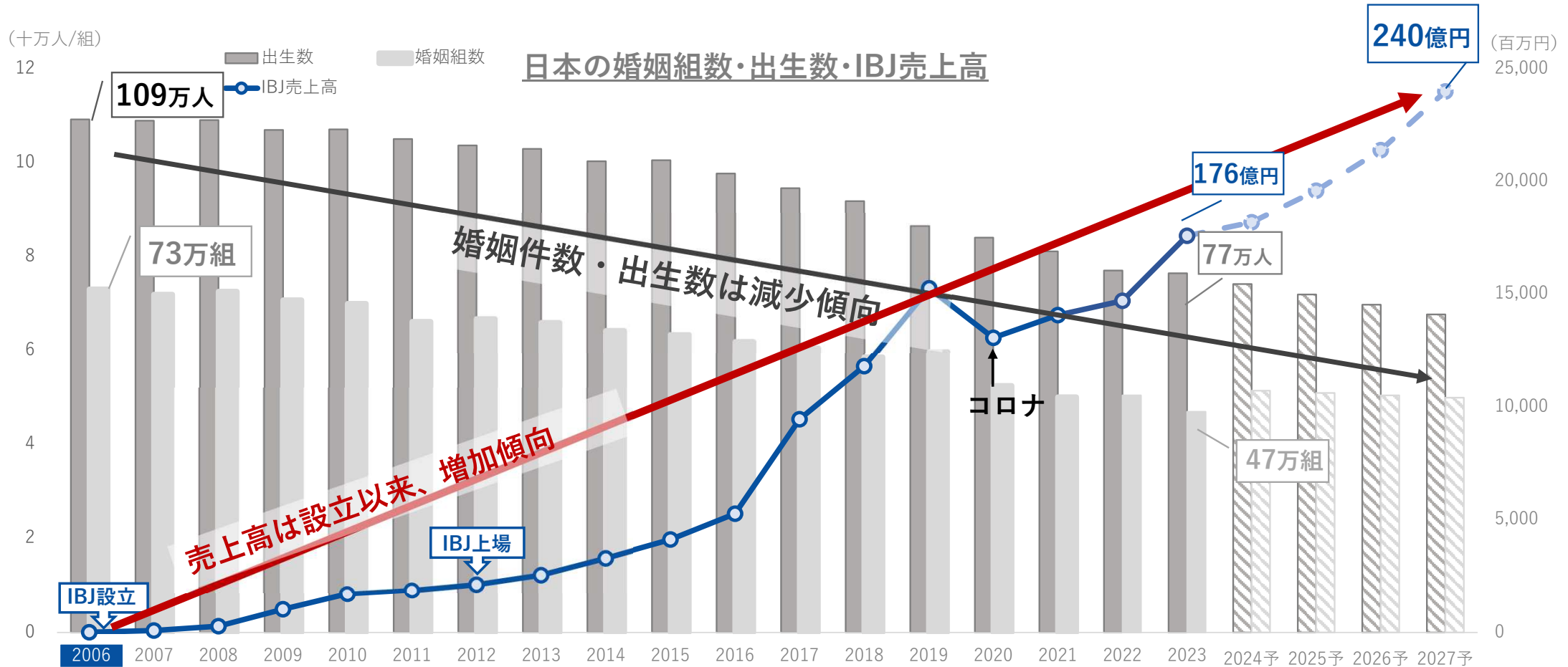
2026年までに営業利益5～10億円規模のM&A目標を掲げる
I B Jの会員基盤、加盟店基盤を活用できる事業



※お見合い会員数、加盟店数は2024年6月末時点、
マッチング会員数は2023年末時点

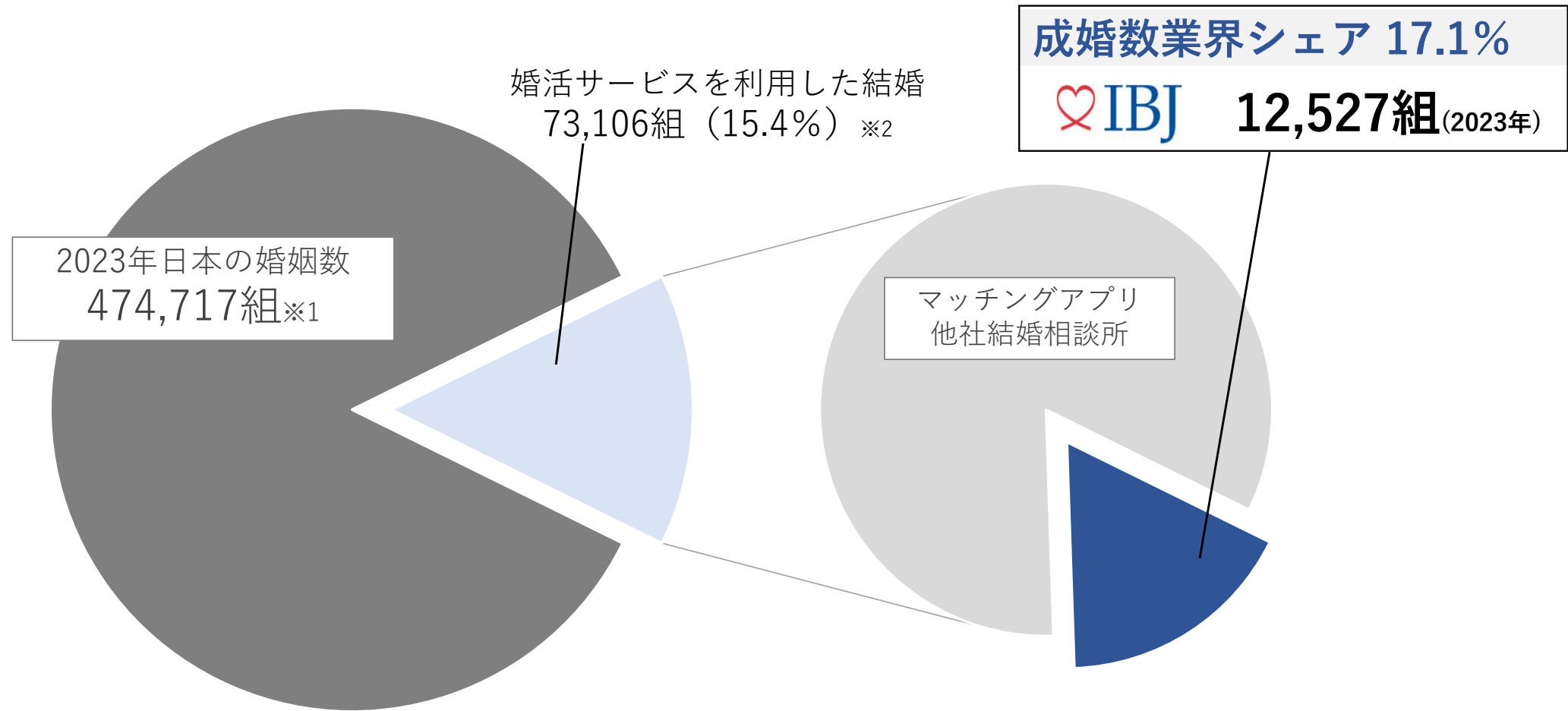


日本の婚姻組数・出生数が減少傾向の中、IBJの業績は増加傾向



※厚生労働省「令和4年(2022)人口動態統計(確定数)の概況」(1947年~2022年)を参照


婚活業界での成婚数シェアは17.1%と業界屈指のシェアを誇る



※1 2023年年間婚姻組数は厚生労働省「人口動態統計概数（令和6年(2024)6月分）」より引用
※2 婚活サービス利用割合「婚活実態調査2023(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

人気急上昇中のタレント 森香澄さん を起用した交通広告も引き続き強化

【過去実績】

東京23区内 11,500台のタクシーでCM放送 

交通広告は新たな路線を増やし強化 
東京メトロ銀座線・丸ノ内線、東海・関西エリアのJR路線



▲イメージ (ニュース風動画+CM動画の2本立てで放送)

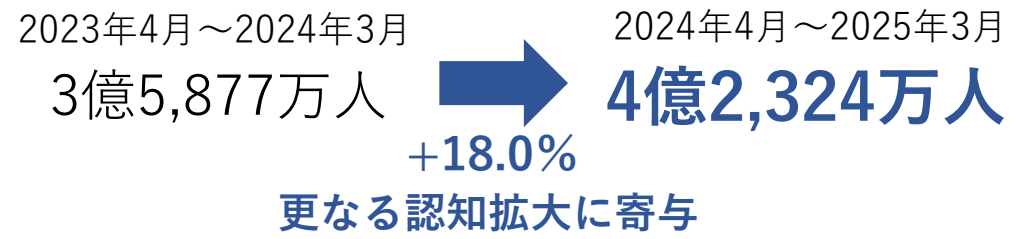


車内広告用のステッカー

10,635枚に増加
(前回比+3,750枚)

▲イメージ

年間の広告接触者数想定※



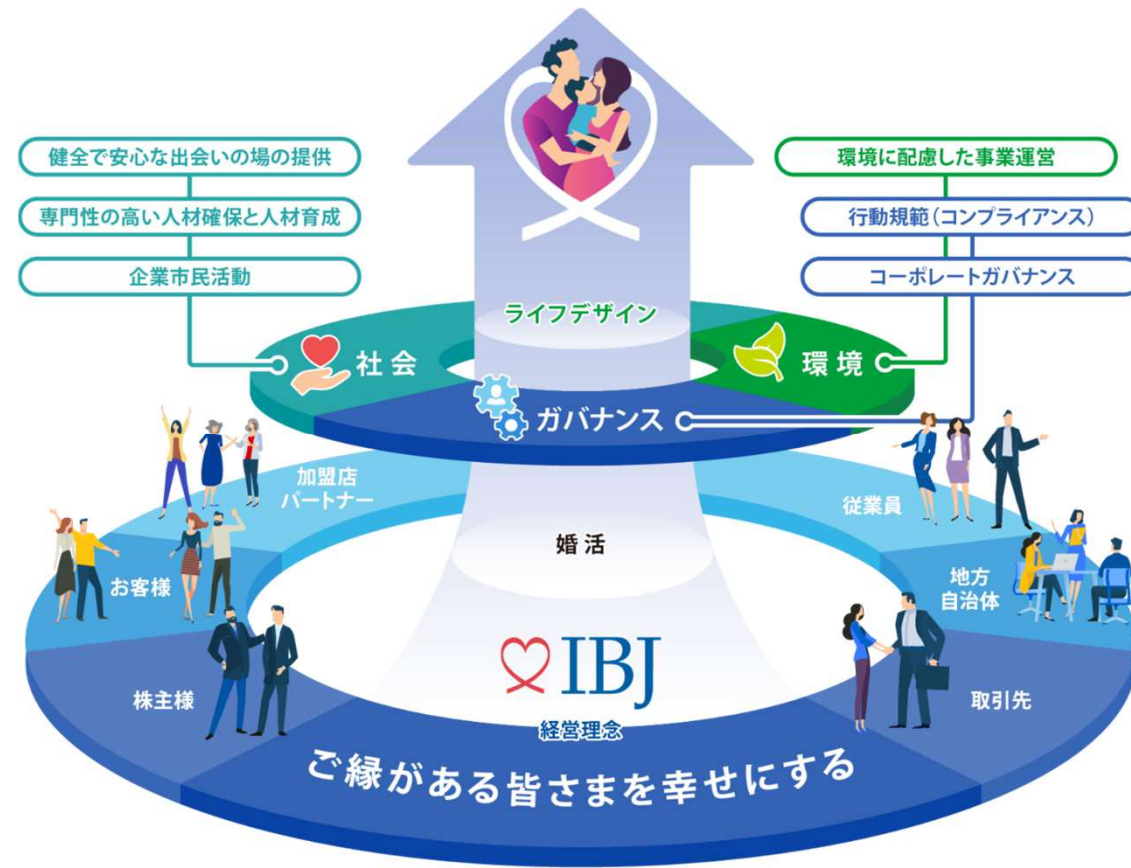
総再生回数約**233万回**※
※4月1～7日期間内のCM再生回数の合計

*ターゲット人口：「SOTO/ex2023」VR(男女12～69歳) 「ACR/ex2022」VR(男女12～69歳)*GRP：「SOTO/ex2023」VR「ACR/ex2022」VR(男女12～69歳)
*1日当たり利用回数：「SOTO/ex2023」VR 「ACR/ex2022」VR(男女12～69歳)*路線導入率：電鉄データ*広告注目率：「TOKYO METRO MEDIA DATA2015」「JEKI MEDIA DATA 2019」

成婚創出により未婚化・少子化問題解決に貢献し、ご縁がある皆さま(ステークホルダー)を幸せにする
 社会・経済・環境に配慮した事業運営と持続可能な成長の実現

5つのテーマ








テーマ	コミットメント
社会	多様な価値観・結婚観を広い視野で認めていく社会づくりに貢献
経済	安全で健全な出会いの場の維持と向上で結婚市場の活性化と成長拡大を牽引
社員	誰もが自分らしく個性や強みを発揮し、個の成長が経営成果につながる組織づくり
組織	業界をリードする企業にふさわしいレジリエントな経営基盤を構築
環境	環境と調和した企業活動の推進で「未来世代の健全な地球環境」に貢献



IBJサービスから結婚カップルを生み出す

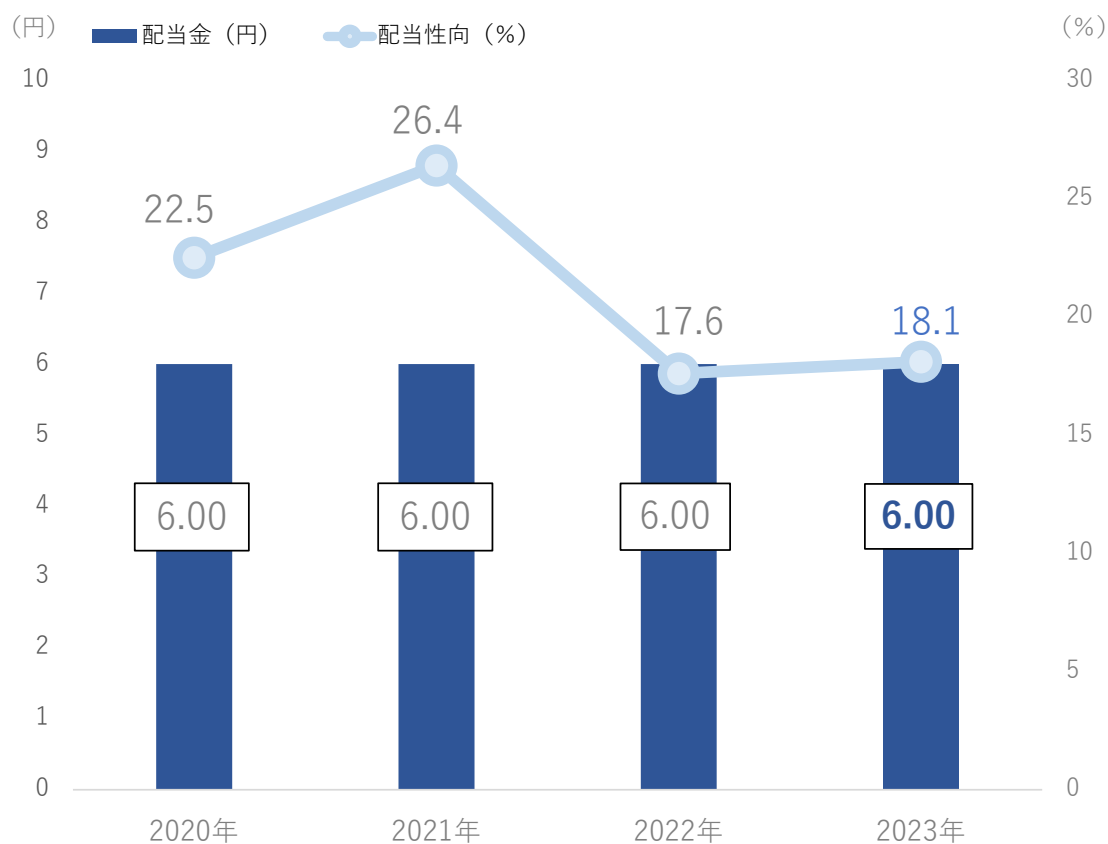


社会問題	解決する事項	KPI
①高齡化問題	加盟店数増、仲人数増 (シニア層の雇用促進、孤独化対策)	加盟店数7,000社 お見合い会員数17.3万名
②地方問題	加盟店数増、地方会員数増 (地方創生、事業承継問題)	
③少子化対策	会員数増、成婚組数増 (未婚化対策、出生数UP)	成婚組数20,000組 (日本の年間婚姻組数の4%)

E (環境)			S(社会)			G (ガバナンス)		
マテリアリティ	ゴール	ターゲット	マテリアリティ	ゴール	ターゲット	マテリアリティ	ゴール	ターゲット
・環境に配慮した事業運営 (操業の環境効率)		7.3	・安全な出会いの場の提供 (データセキュリティ、個人情報保護)		4.4	・行動規範		16.3
電力消費削減 (残業削減・LED照明導入)			・専門性の高い人材確保と人材育成 (ダイバーシティ&インクルージョン、育成プログラム)		8.1 8.2 8.5	・コーポレートガバナンス		16.5
紙使用量削減 (ペーパーレス化)		13.1	・企業市民活動 (コミュニティへの貢献) (地方企業・地方銀行、自治体との連携で婚活事業活性化)		10.3	機動的かつ弾力的な経営と 経営監視機能の充実により 経営の健全性・透明性を確保	16.6 16.7	
					16.3			

配当金と積極的な自己株式取得により安定した株主還元を実現

配当金・配当性向推移



自己株式の取得状況

(1回目) 2023年8月14日～8月30日

取得総株式数：786,900株
 (対発行済み株式数の1.94%)
 取得総金額：499,972,300円

(2回目) 2023年9月1日～10月17日

取得総株式数：800,000株
 (対発行済み株式数の2.04%)
 取得総金額：492,913,700円

(3回目) 2023年10月18日～2024年2月8日

取得総株式数：161,600株
 (対発行済み株式数の0.42%)
 取得総金額：101,080,400円

2006

- ・ 株式会社IBJ設立、日本結婚相談所連盟事業を開始
- ・ 前身企業より、ブライダルネット事業とPARTY☆PARTY事業を承継

2012

- ・ 大阪証券取引所（現東京証券取引所）JASDAQ市場に株式上場

2014

- ・ 東京証券取引所 市場第二部へ市場変更

2015

- ・ **東京証券取引所 市場第一部へ銘柄指定**

2018

- ・ Forbes Asia 「Asia's 200 Best Under A Billion」 選出
- ・ 不動産事業を運営するIBJファイナンシャルアドバイザー株式会社を設立

2019

- ・ 株式会社サンマリエと株式会社 K Villageをグループ会社化

2020

- ・ 株式会社ZWEIをグループ会社化

2022

- ・ **東京証券取引所 プライム市場に移行**

2023

- ・ 年間成婚組数12,527組創出（日本の婚姻組数の2.6%）
- ・ 株式会社オーネットとの資本業務提携

2024

- ・ 結婚相談所数が4,300社を突破
- ・ IBJお見合いシステム登録会員数は9万名を突破

会社名	株式会社IBJ	
設立	2006年2月	
所在地	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	
従業員数	1,246名（2024年6月）	
役員	代表取締役社長	石坂 茂
	常務取締役	土谷 健次郎
	取締役	横川 泰之
	社外取締役	梅津 興三
	社外取締役	村上 芽
	社外取締役	佐藤 舞
	常勤監査役	二ツ矢 有紀
	監査役	寺村 信行
	監査役	高橋 修平
上場市場	東証プライム市場（6071）	



東証プライム市場(証券コード6071)

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、当社（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、2024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しておりますが、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、人だと思ふ。