

東証一部 6071



2021年12月期通期 決算説明資料

2022年2月9日

Agenda

- 01 決算概要
- 02 成長戦略
- 03 APPENDIX

Topic

01

決算概要

02

成長戦略

03

APPENDIX

2021年12月期通期連結業績サマリ

売上高は14,081百万円(前期比+1,009百万円)とツヴァイ連結貢献大
 営業利益はリスク環境下でも1,516百万円(前期比△104百万円)の着地

(百万円)	2020年12月期(A)	2021年12月期(B)	差額(B)-(A)	前年同期比(B)/(A)
売上高	13,072	14,081	+1,009	+7.7%
営業利益	1,620	1,516	△104	△6.4%
経常利益	1,518	1,426	△91	△6.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	686	1,054	+367	+53.6%

2021年12月期事業別サマリ

(百万円)		2020年12月期実績	2021年12月期実績	増減額	増減(%)
開業支援事業	売上	1,073	951	△121	△11.3%
	事業利益	736	559	△176	△23.9%
加盟店事業	売上	878	1,058	+179	+20.5%
	事業利益	583	688	+105	+18.0%
直営店事業 ※ツヴァイ2020年5月から連結	売上	4,865	6,818	+1,953	+40.1%
	事業利益	1,001	1,493	+492	+49.2%
パーティー事業	売上	1,367	1,185	△182	△13.4%
	事業利益	232	23	△208	△89.9%
アプリ事業	売上	2,959	2,723	△235	△8.0%
	事業利益	524	233	△290	△55.5%
ライフデザイン事業	売上	1,926	1,343	△583	△30.3%
	事業利益	14	90	+75	+511.0%

2022年12月期通期連結業績予想

中期経営計画に向け成長投資を行うも前期を上回る予想
 持続可能な成長を目指しITとヒトへの投資を強化

(百万円)	2021年12月期実績(A)	2022年12月期予想(B)	差額(B)-(A)	前年同期比(B)/(A)
売上高	14,081	16,004	+1,922	+13.7%
営業利益	1,516	1,701	+185	+12.2%
経常利益	1,426	1,680	+254	+17.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,054	1,334	+280	+26.6%

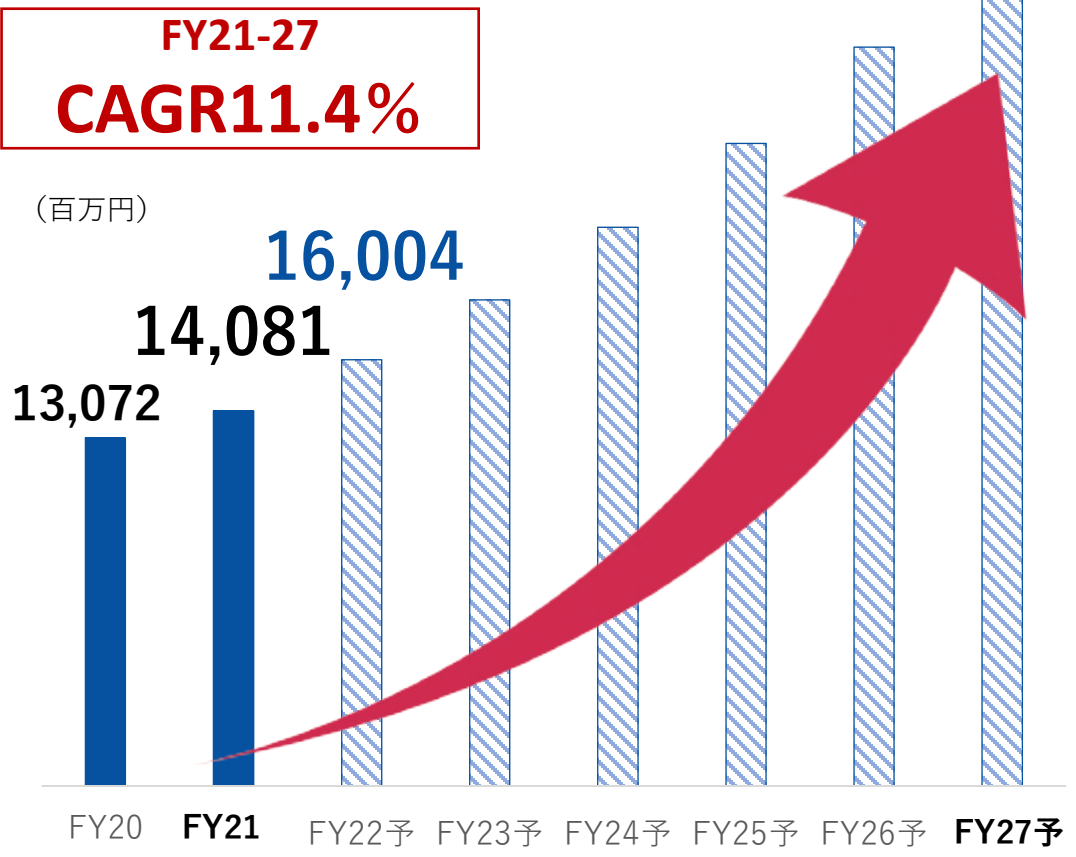
2022年12月期事業別業績予想

(百万円)		2021年12月期実績	2022年12月期予想	増減額	増減(%)
開業支援事業	売上	951	1,039	+87	+9.2%
	事業利益	559	455	△104	△18.7%
加盟店事業	売上	1,058	1,336	+278	+26.3%
	事業利益	688	867	+178	+25.9%
直営店事業 ※ツヴァイ2020年5月から連結	売上	6,818	7,560	+742	+10.9%
	事業利益	1,493	1,799	+305	+20.4%
パーティー事業	売上	1,185	1,583	+398	+33.6%
	事業利益	23	112	+88	+378.5%
アプリ事業	売上	2,723	2,727	+3	+0.1%
	事業利益	233	221	△11	△5.0%
ライフデザイン事業	売上	1,343	1,748	+405	+30.2%
	事業利益	90	306	+215	+239.0%

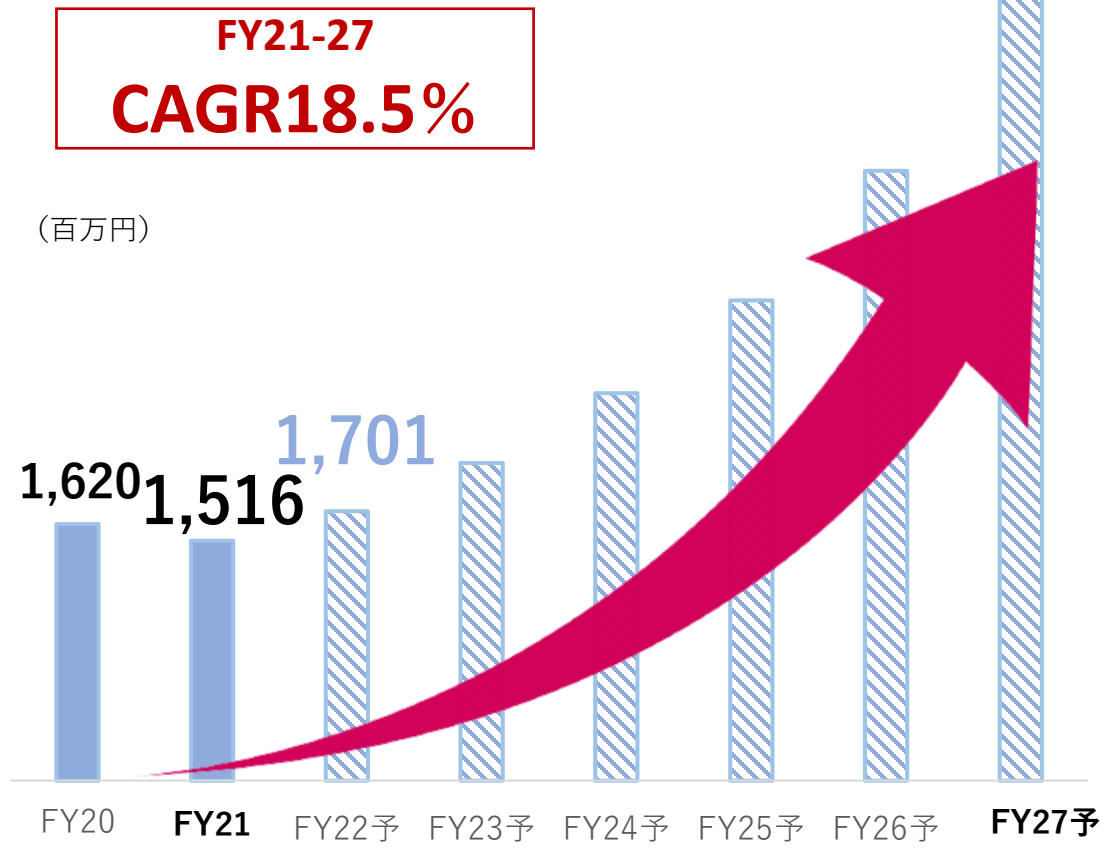
中期経営計画に向けた連結業績の進捗

FY22以降は中期経営計画達成に向け成長軌道へ

売上高 30,000

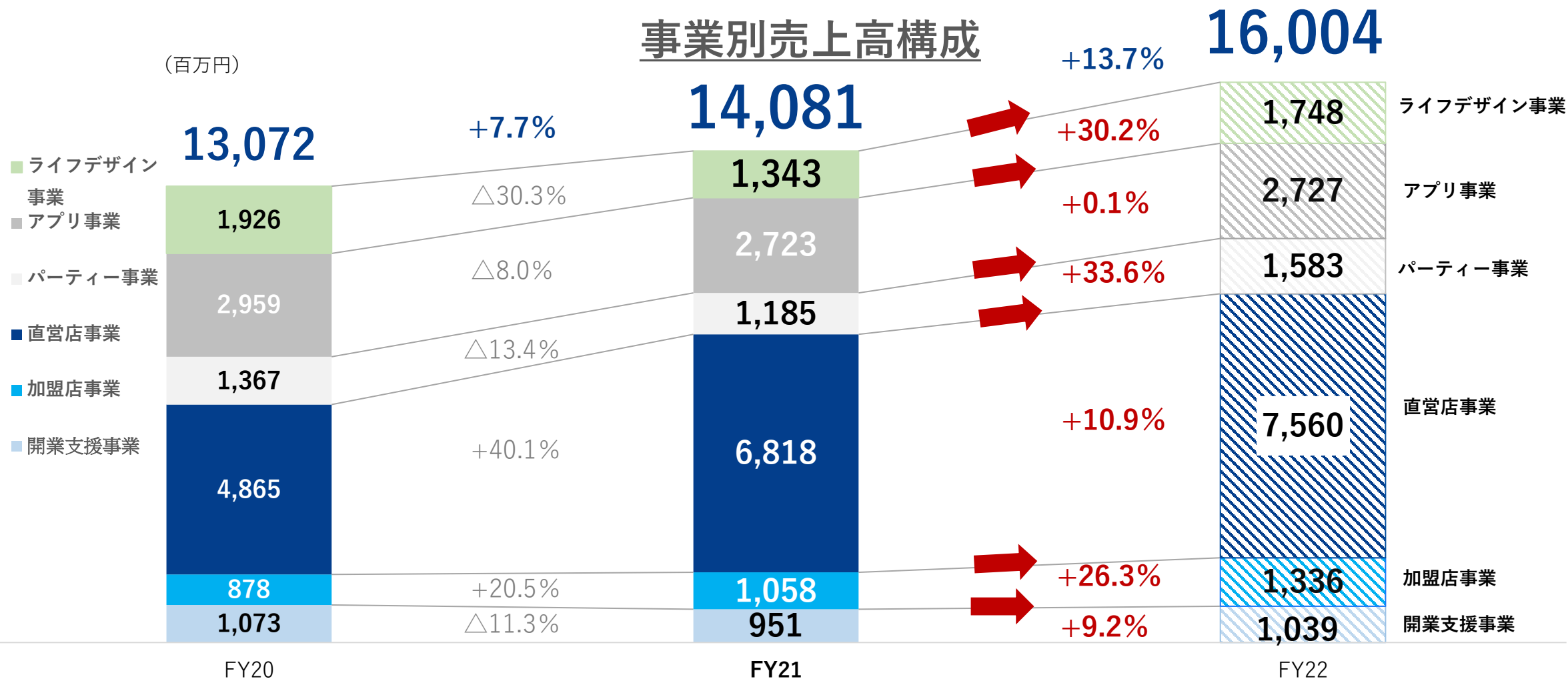


営業利益 5,000



FY22売上高は全事業が前期比を上回る予想

加盟店と直営店事業が成長を牽引し、パーティー事業も増加計画



開業支援事業



結婚相談所を**開業**しませんか？

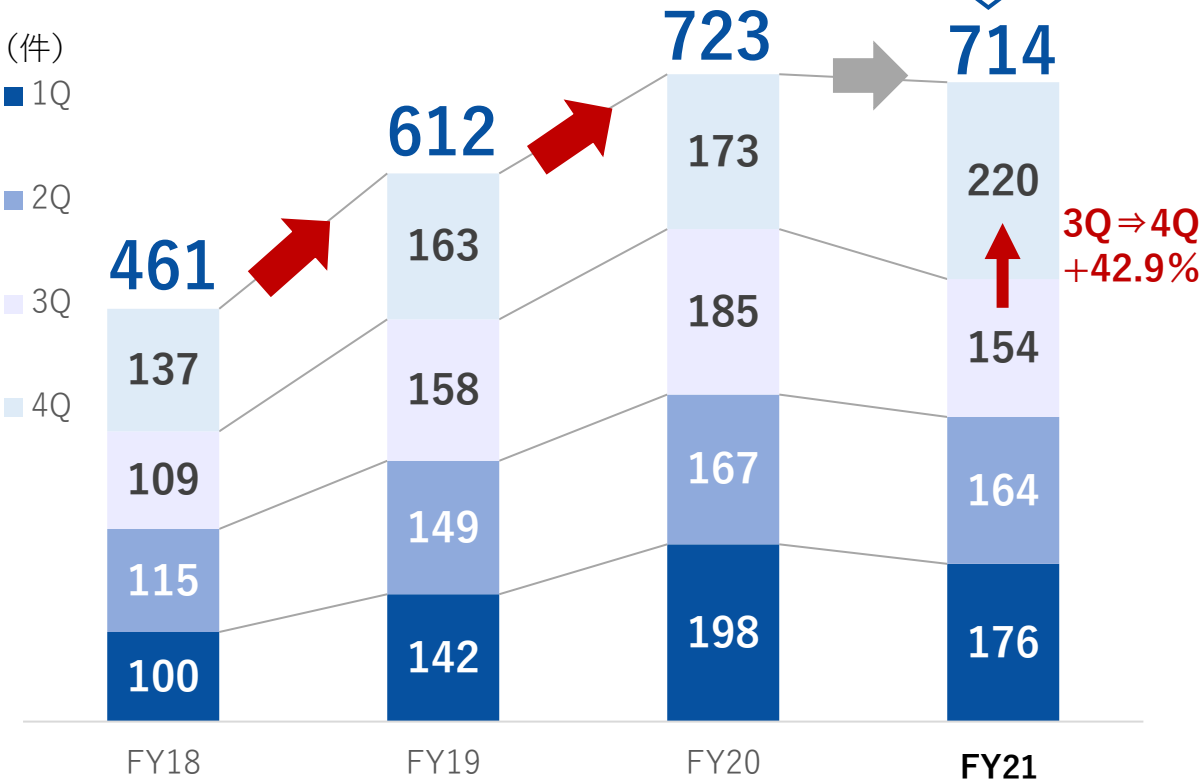
人も自分も
幸せにできる仕事

開業支援事業

新プラン導入により新規開業件数は飛躍的に増加
業績インパクトは僅少なながらも中長期的な加盟店数増に貢献

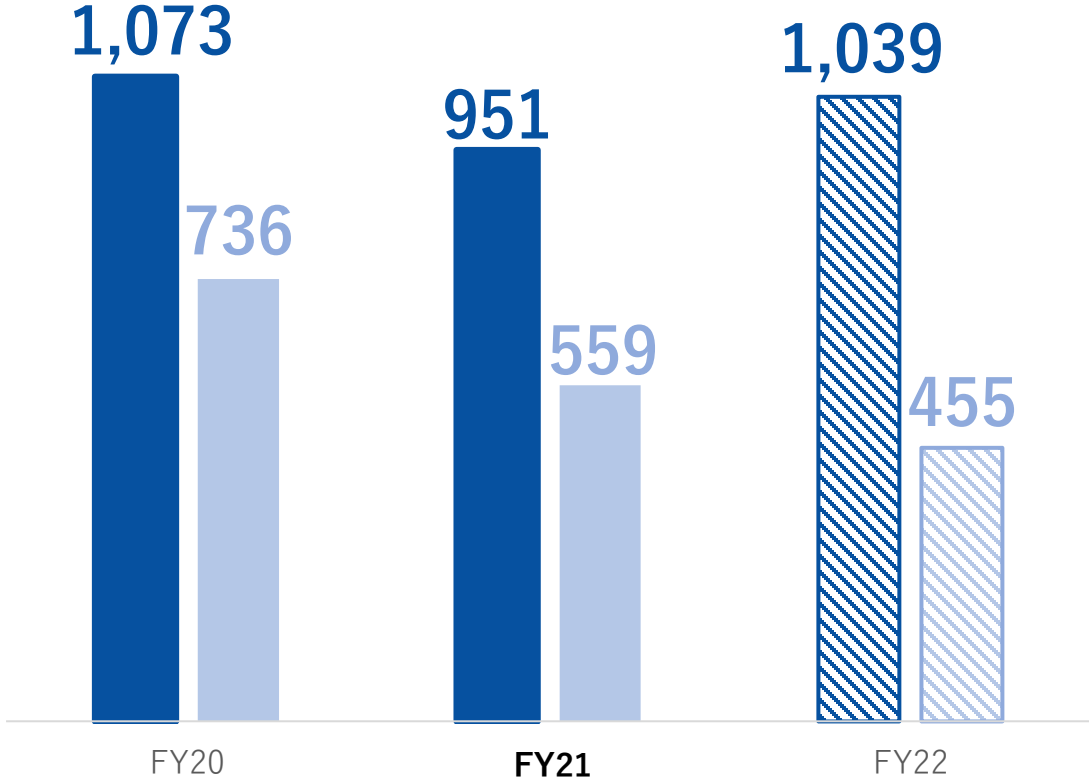
新規開業件数

11月加盟金新プラン
割賦払いコース導入



売上高・事業利益

(百万円)
■売上高 ■事業利益



会員数も成婚数も No.1[※]👑

日本結婚相談所連盟

by  IBJ

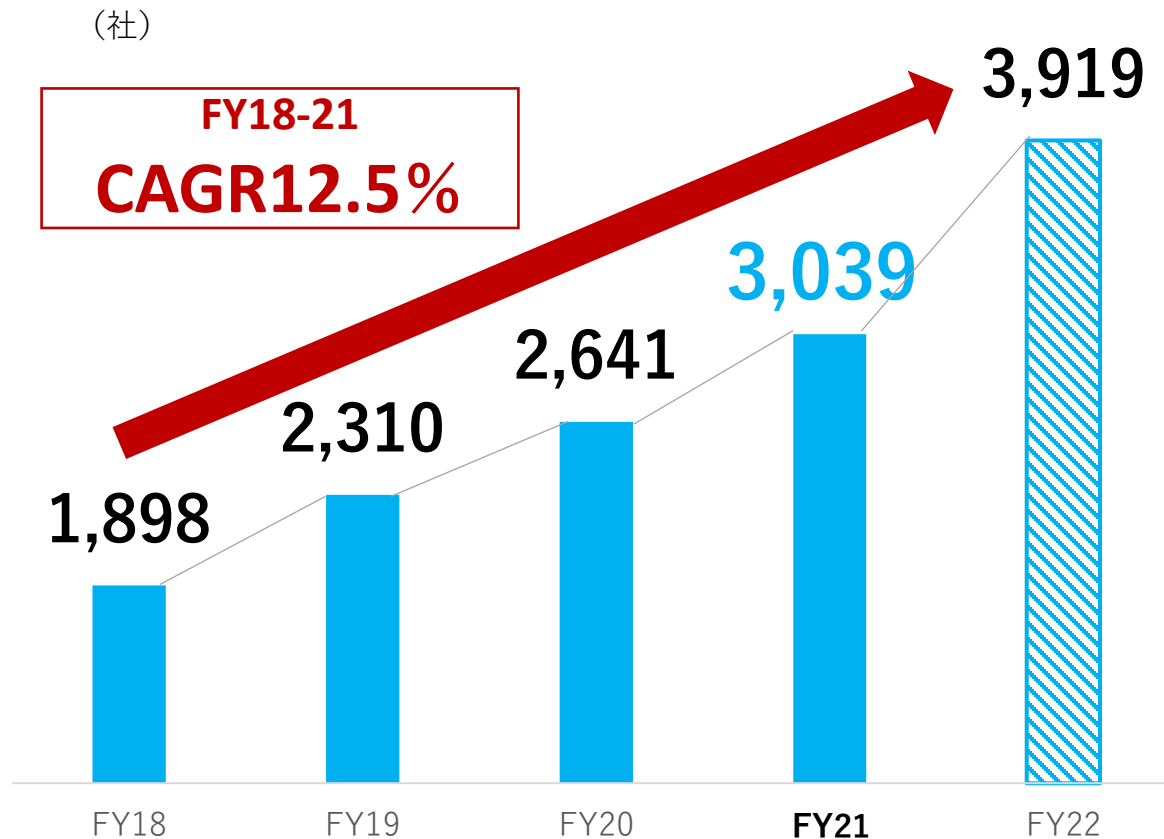
加盟店事業



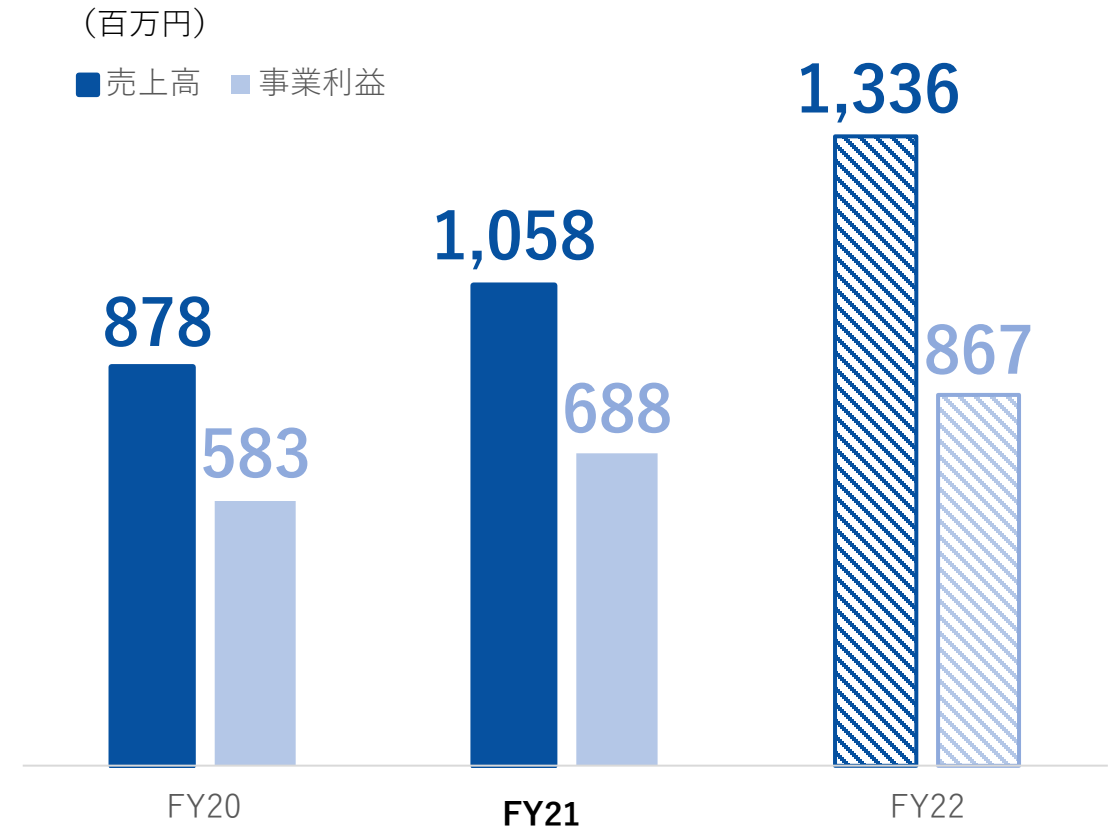
※No.1：日本マーケティングリサーチ機構調べ
（2020年9月調査、大手結婚相談所・連盟を対象）、
成婚者数：システム外での成婚者を含む

FY21の加盟店数は3,000社を突破し、FY22には4,000社を目指す

加盟店数

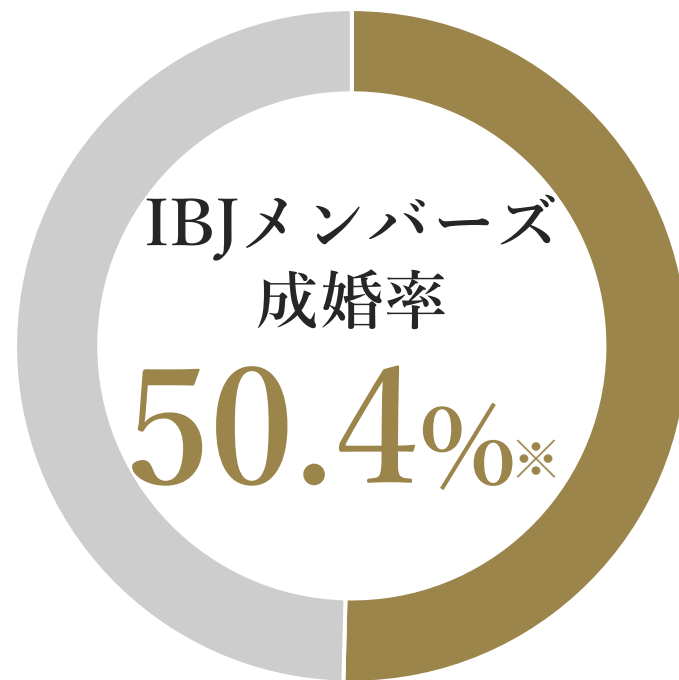


売上高・事業利益



「成婚」にこだわった 質の高いサービス。

直営店事業



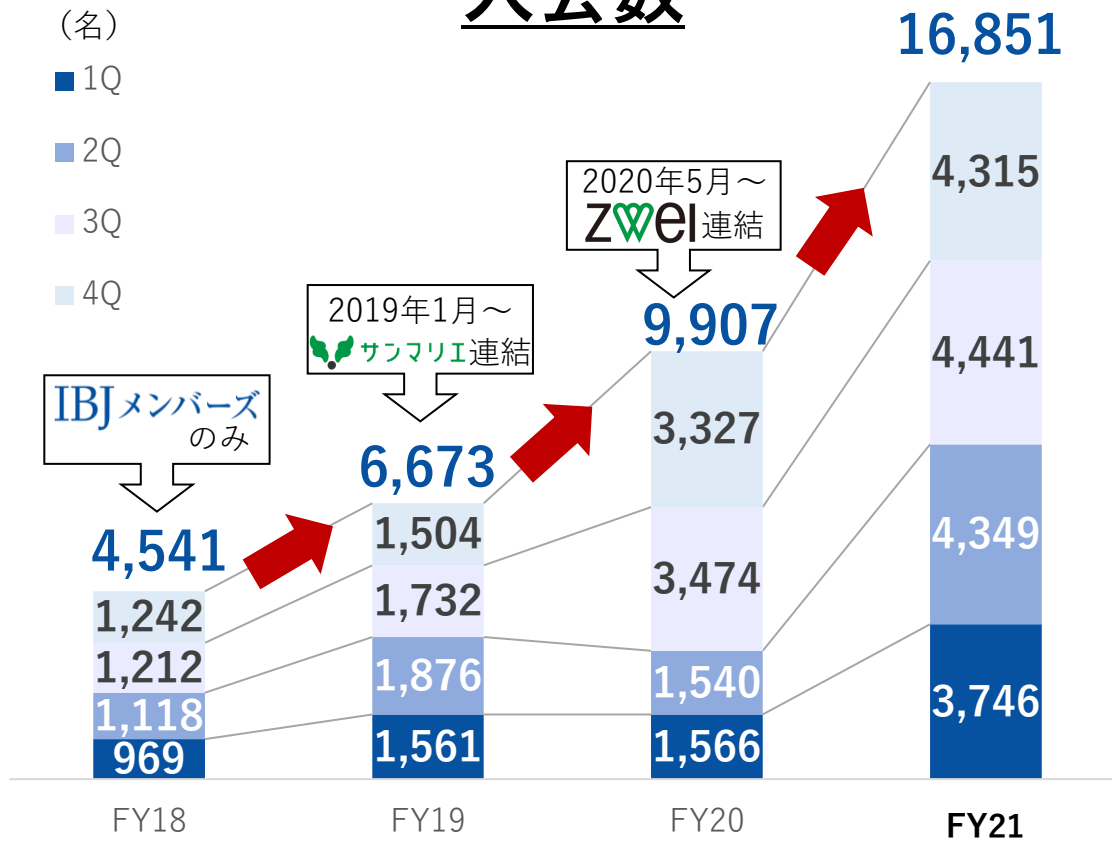
※2020年4月～9月の半年間での主要コース実績
(一定期間内における全退会者のうち成婚退会者の割合)



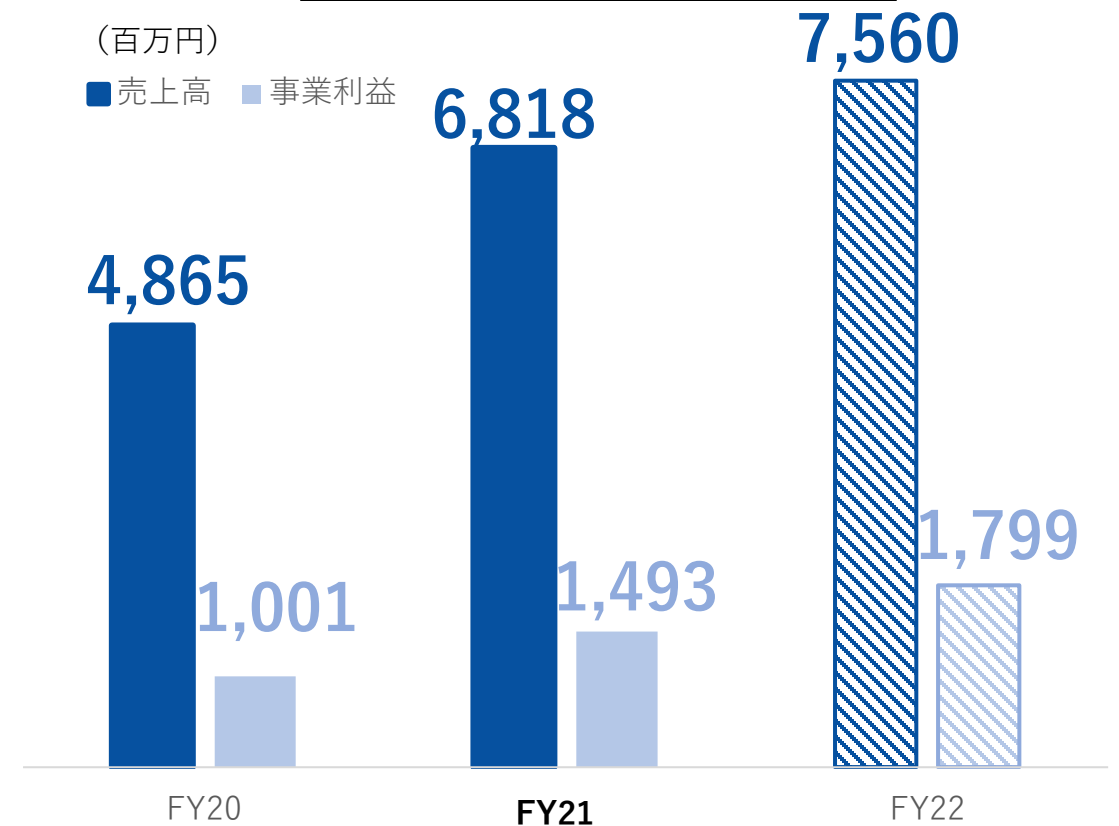
直営店事業

直営店事業は年々グループ会社が連結し、
FY21入会数は16,851名と直営店3ブランドで増加傾向

入会数



売上高・事業利益

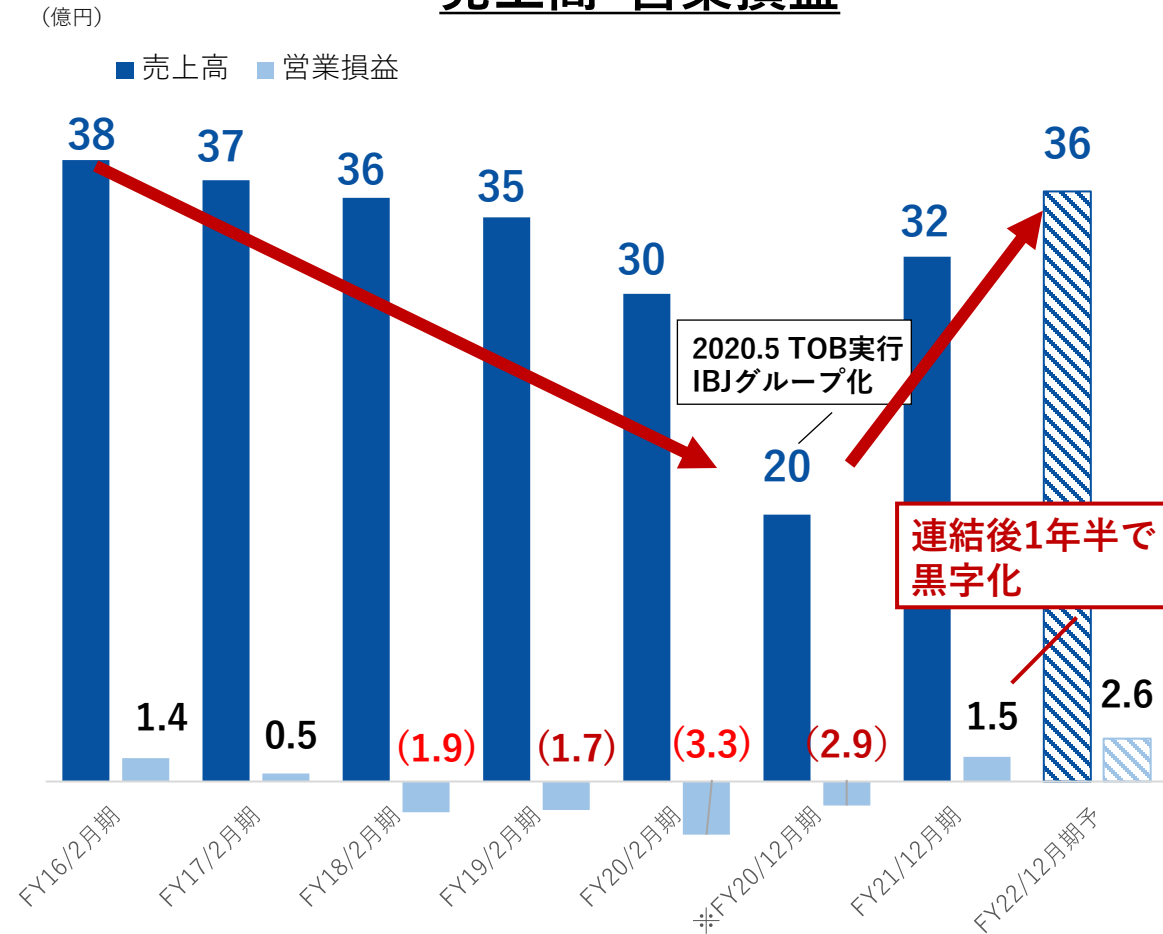


※2018年はIBJメンバーズのみ、2019年1月からサンマリエ分含む、2020年5月からツヴァイ分含む
※ツヴァイ入会数は2020年を20日締め、2021年を月末締めにて遡及して算出

連結後、ツヴァイは1年半で黒字を実現

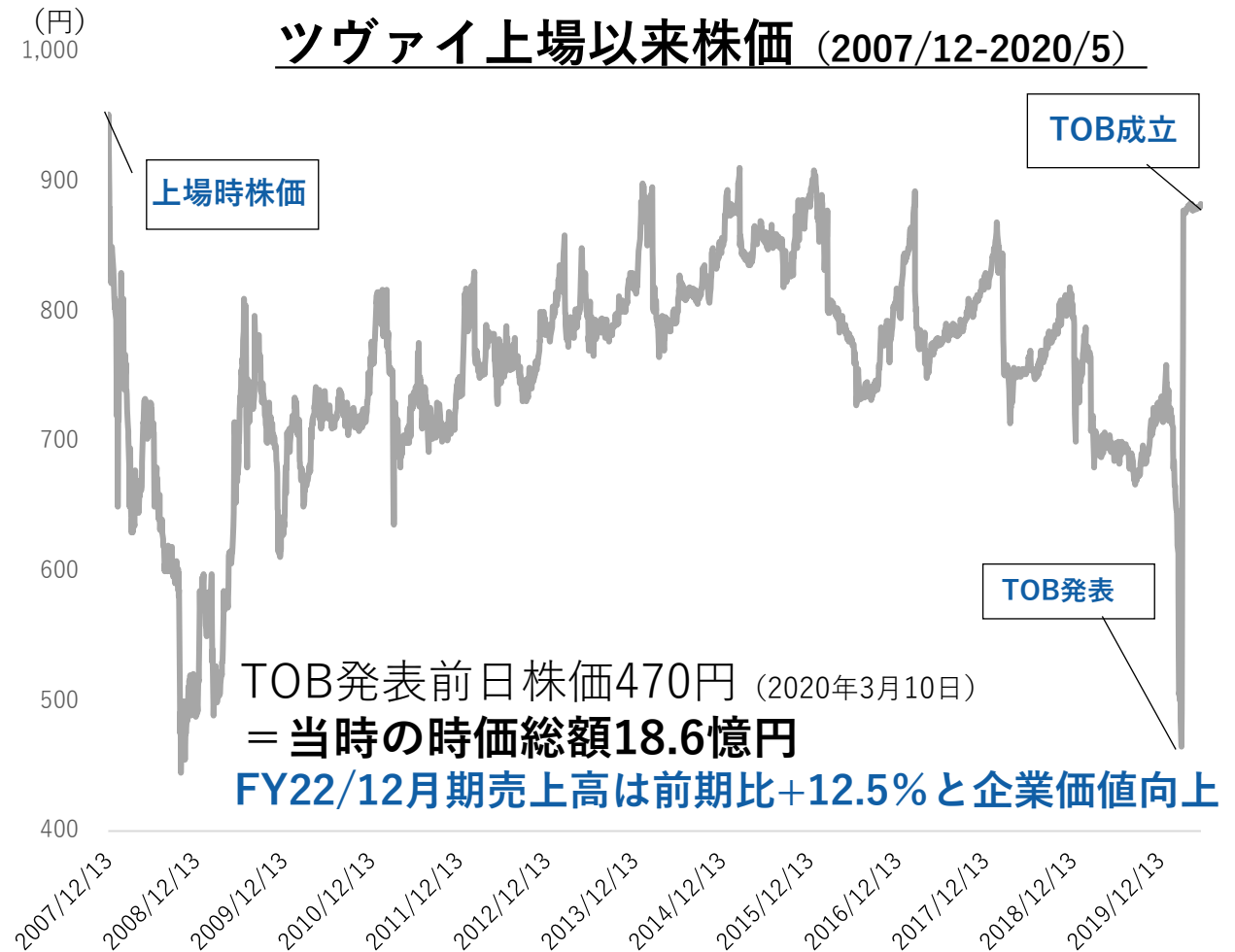
連結後、ツヴァイは増収増益傾向で中期経営計画達成の収益柱へ

売上高・営業損益



※FY20/12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FY16/2月期～FY20/2月期までは日経会社情報DIGITALより引用

ツヴァイ上場以来株価 (2007/12-2020/5)

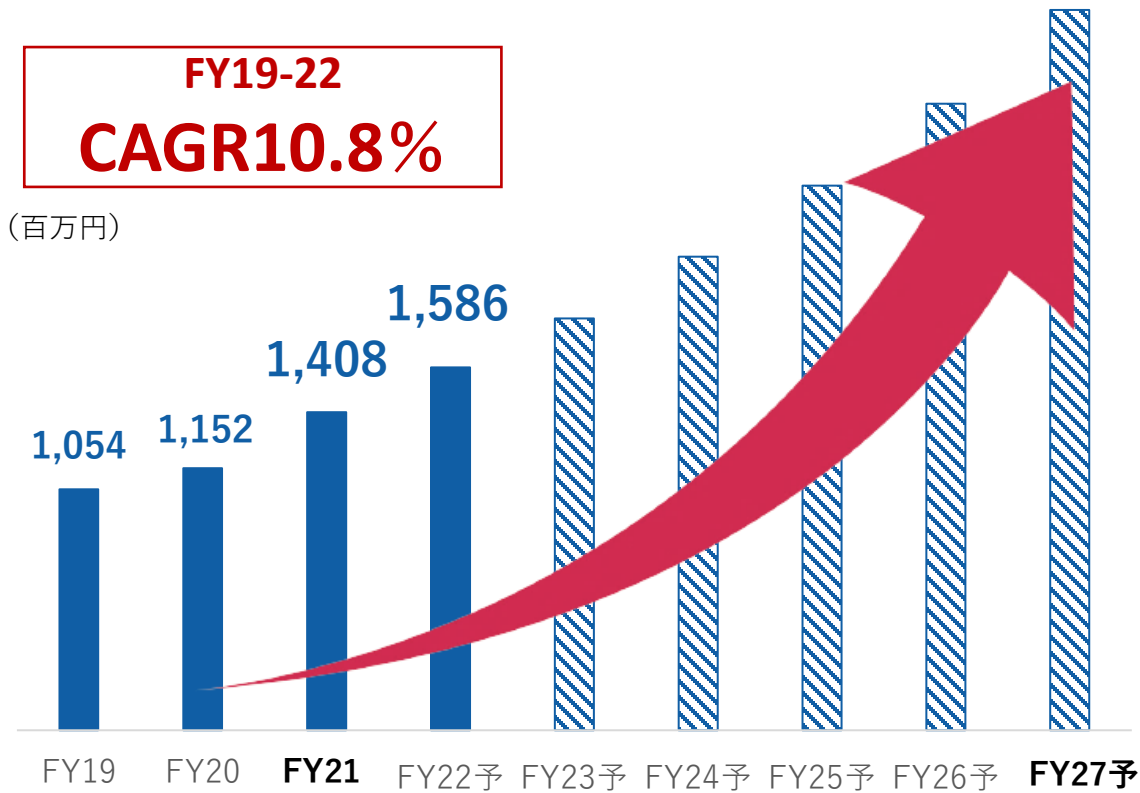


※株価の時系列はヤフーファイナンスを基に作成

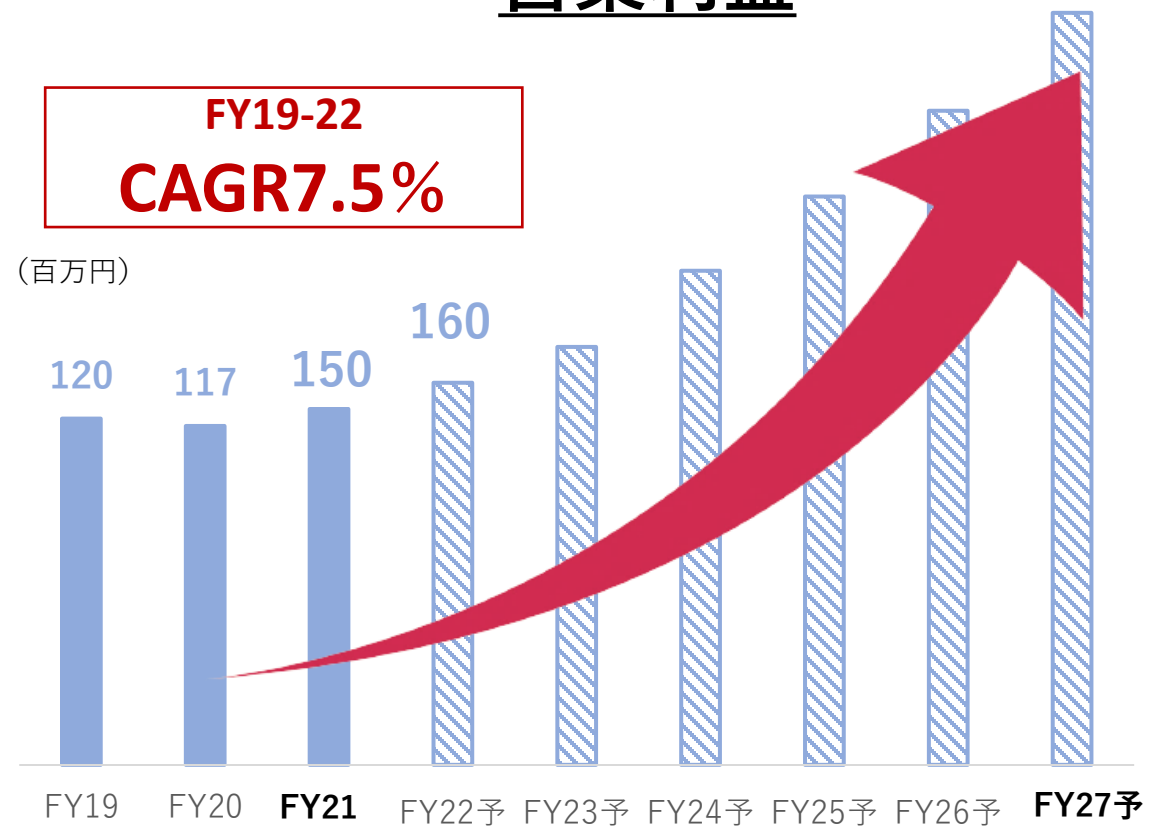
連結後、サンマリエは独自戦略で成長を続ける

連結後、サンマリエはコロナ禍でも黒字継続で全体を牽引

売上高



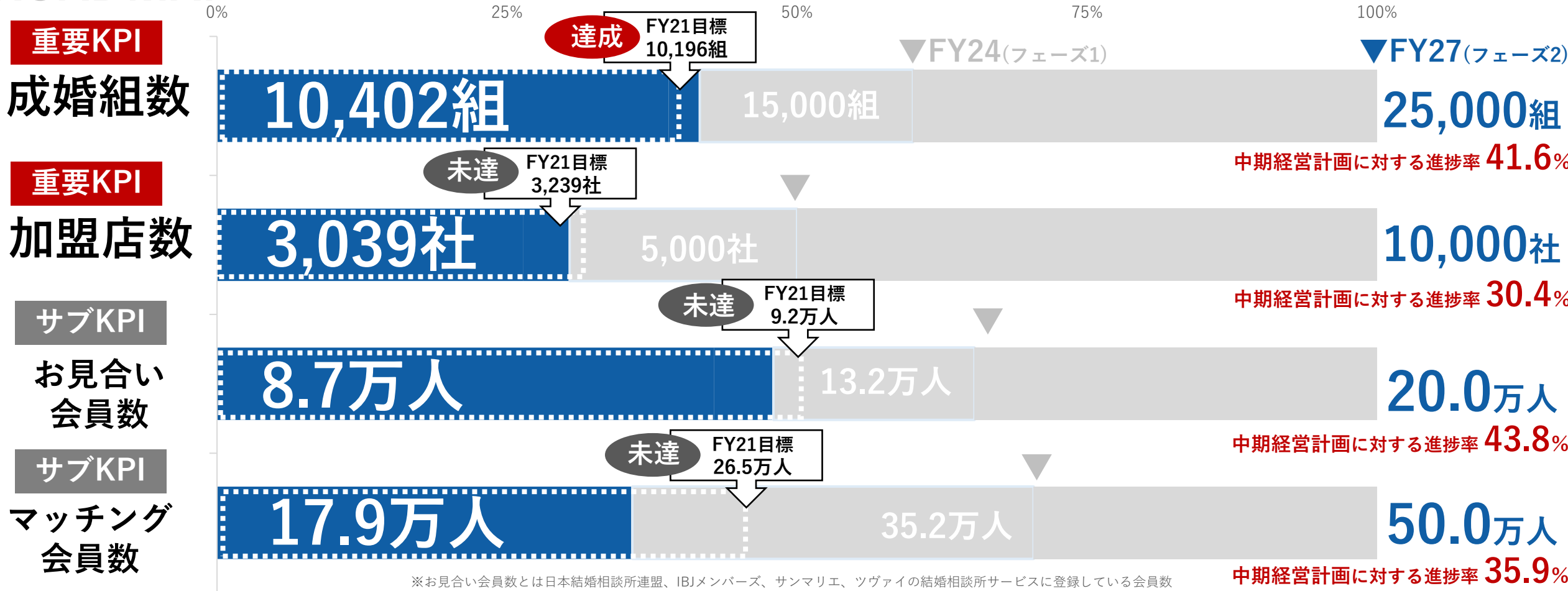
営業利益



中期経営計画（2021-2027）の進捗

中期経営計画FY27に向けてFY21重要KPIの成婚組数は順調な進捗
 コロナ影響が長期化しており、サブKPIはFY24(フェーズ1)に再考

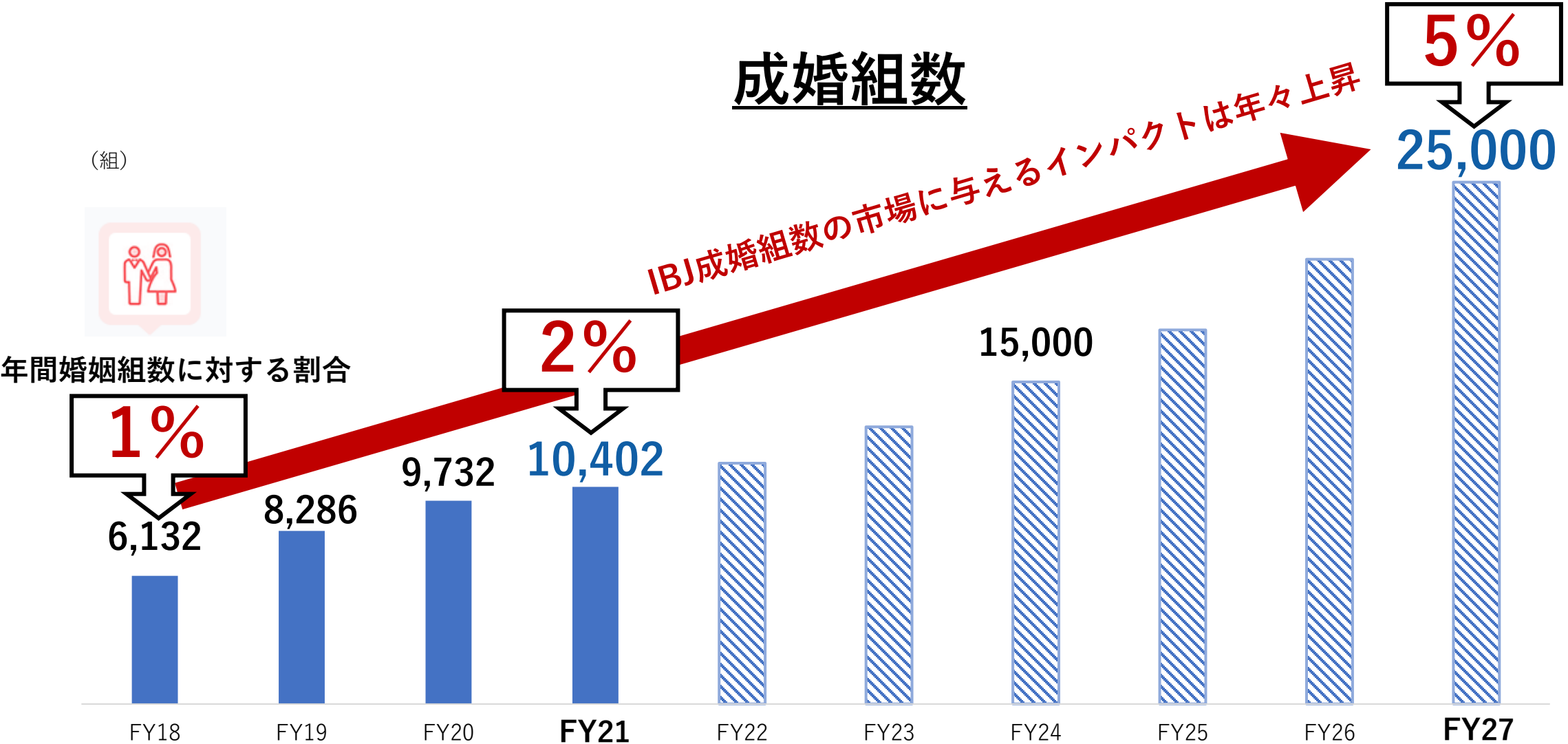
ROADMAP



※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、ツヴァイ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の登録会員うち1年以内（2021年1月～2021年12月）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

成婚組数5%（2.5万組）の進捗

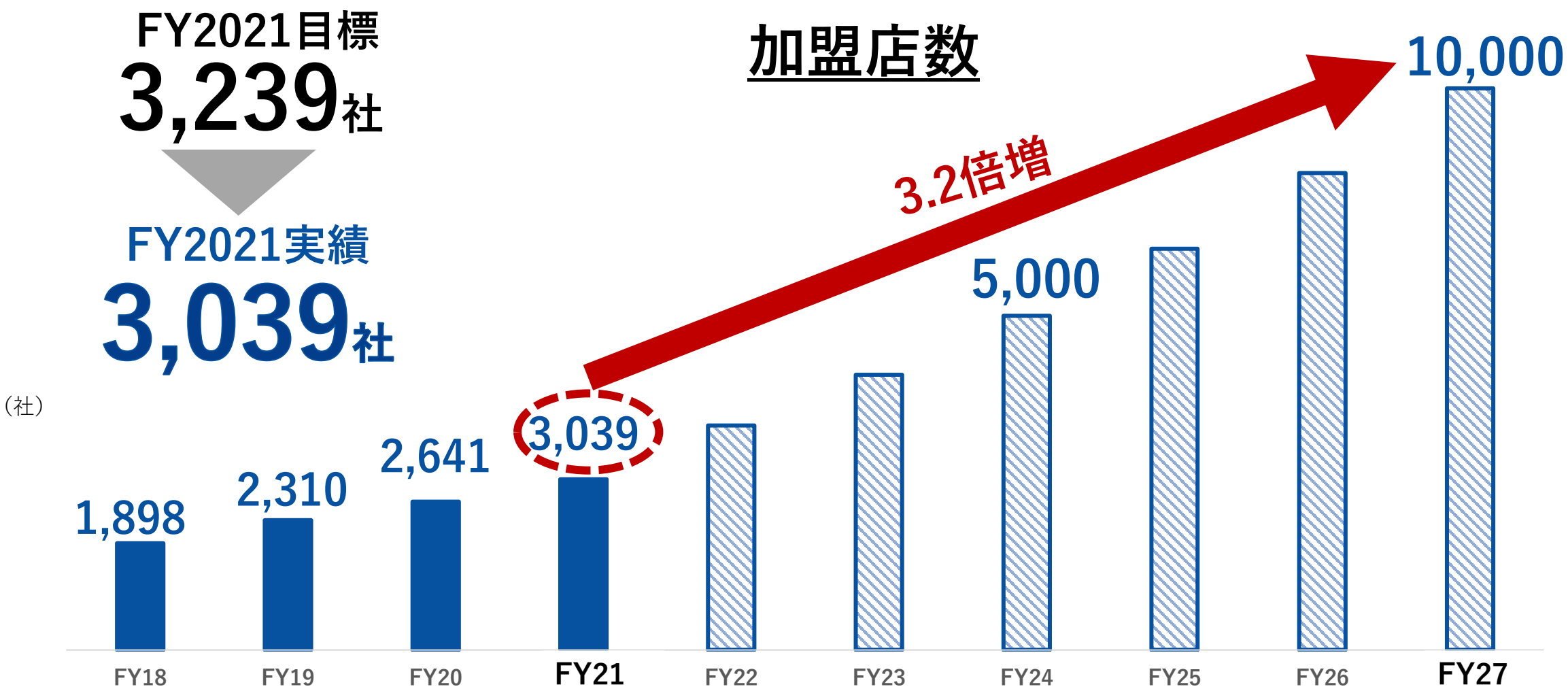
FY21のIBJ成婚組数は10,402組と市況に反し好調に増加



※1 2021年年間婚姻組数の割合2%は厚生労働省「人口動態統計月報（概数）令和3年8月分」の2021年1月～8月婚姻組数343,111組を年間に換算して独自に算出（514,656組）
 ※2 2027年年間婚姻組数はIBJ独自推計で50万組と仮定

加盟店1万社の進捗

FY21加盟店数は3,000社超とFY27の1万社に向け順調な積み上がり

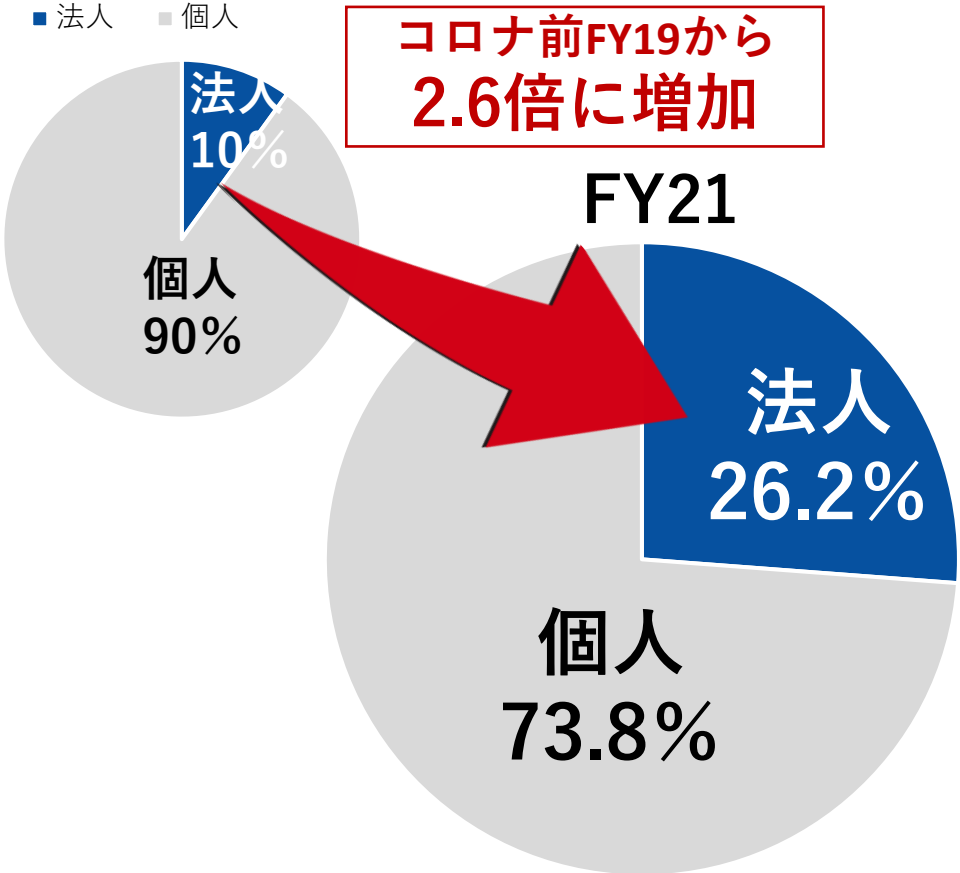


加盟店1万社に向けて①法人加盟増

コロナ禍で業績不調な業種からの加盟が増え、法人割合が高まる

コロナ前 (FY19)
法人加盟割合

■ 法人 ■ 個人



2021年5月の売上高がFY19年比「半減」以下の業種 (降順・上位13)

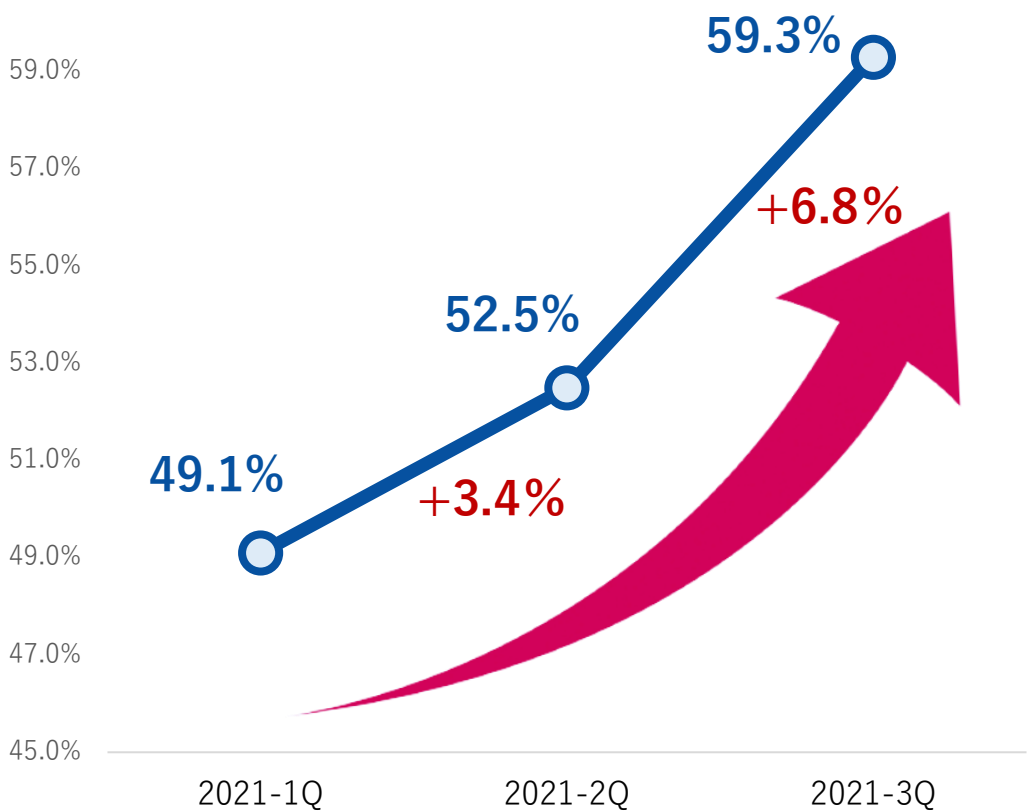
順位	業種	構成比	回答	母数	IBJ加盟
1位	宿泊業	88.0%	36	45	
2位	飲食業	44.7%	30	67	46.6%
3位	生活関連サービス業・娯楽業	40.7%	55	135	
4位	織物・衣服・身の回り品小売業	30.7%	8	26	0.5%
5位	学術研究、専門・技術サービス業	28.0%	86	307	-
6位	繊維・衣服等卸売業	24.0%	18	75	-
7位	飲食料品小売業	23.2%	10	43	-
8位	各種商品卸売業	22.0%	11	50	4.2%
9位	教育、学習支援業	21.4%	6	28	6.3%
10位	不動産業	20.1%	28	139	
11位	建設業	18.8%	104	552	9.5%
12位	飲食料品卸売業	16.8%	36	214	-
13位	情報サービス・制作業	15.1%	51	337	7.9%

※株式会社東京商工リサーチ第16回「新型コロナウイルスに関するアンケート」調査 (2021年6月21日) を基に作成

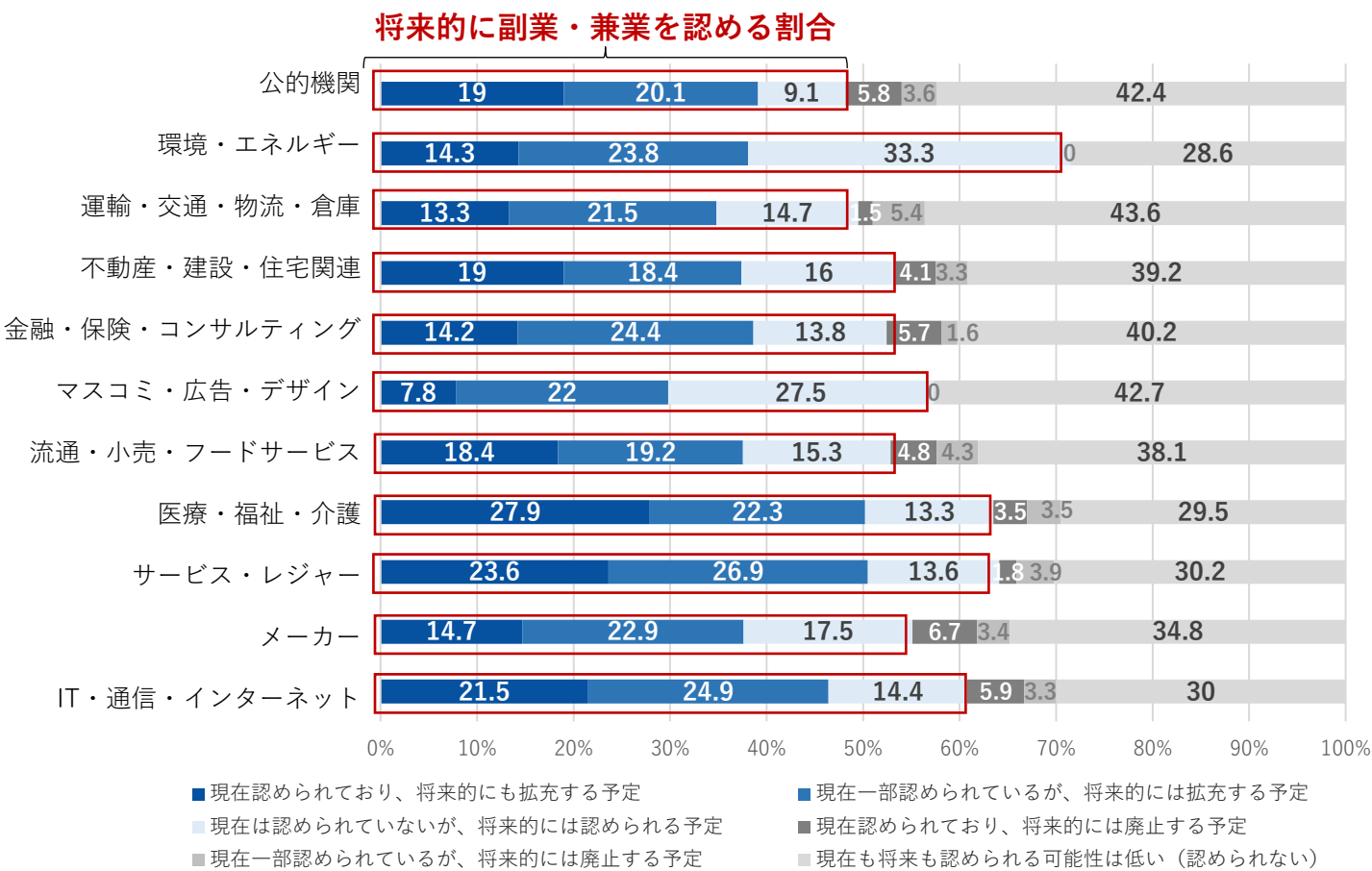
加盟店1万社に向けて②副業開業増

大企業で副業が解禁され、副業の開業割合が増加
将来的に企業の副業・兼業を認める傾向は拡充していく

開業件数に対する副業割合



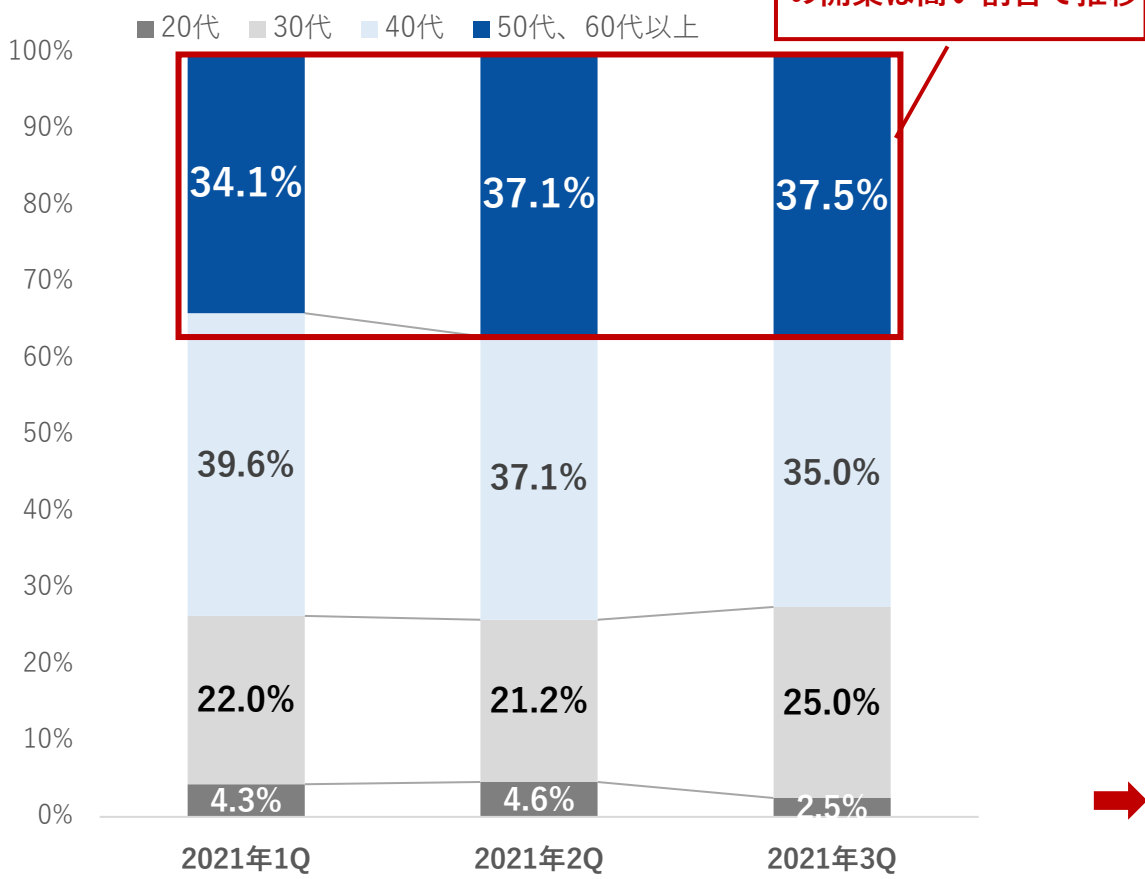
勤務先の「副業・兼業」への対応



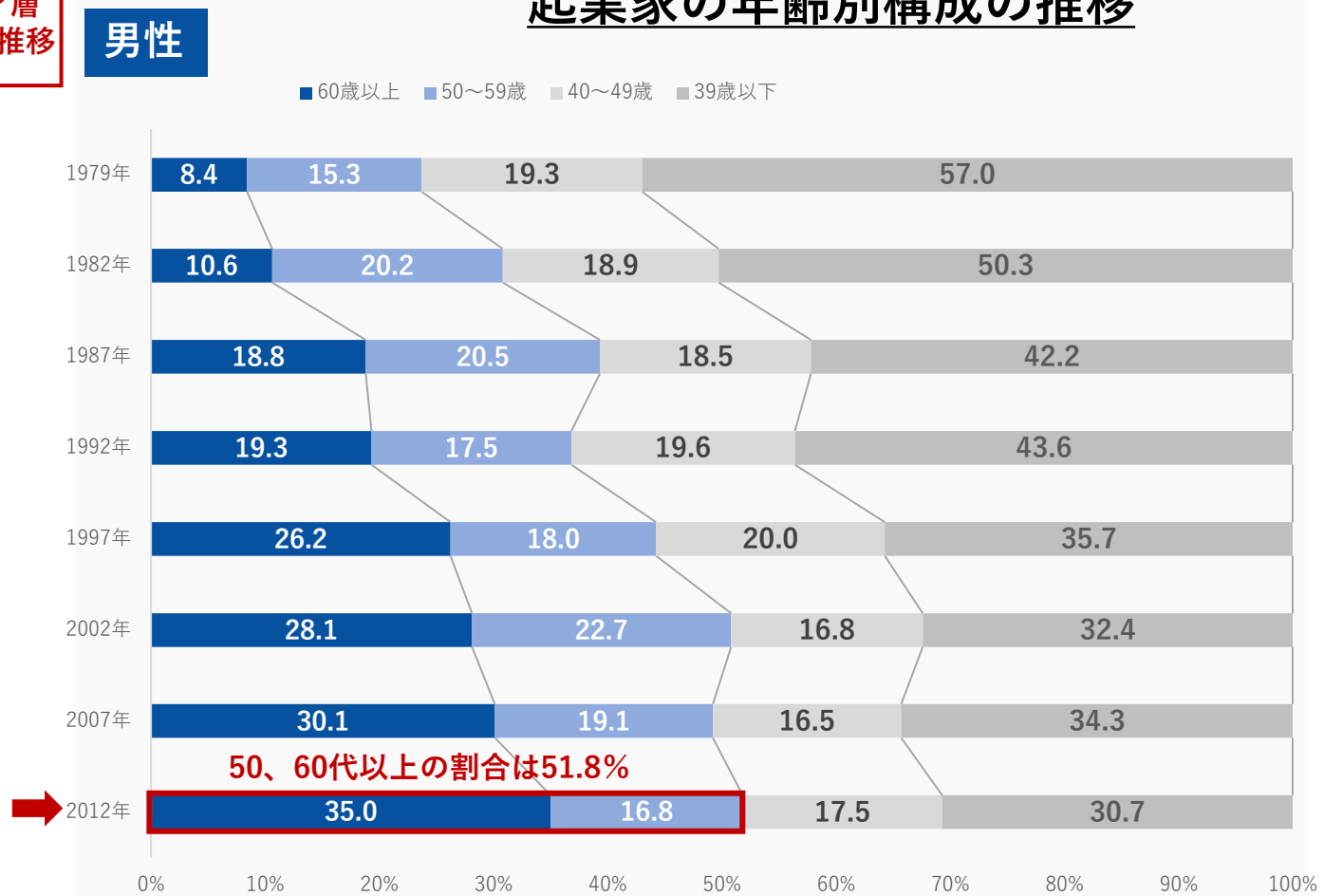
加盟店開拓③ミドルシニア・シニア開業

ミドルシニア・シニア層の男性起業家割合は全体の約5割と高く、新規開業者のターゲットとして開拓余地が大きい

年齢別新規開業者割合

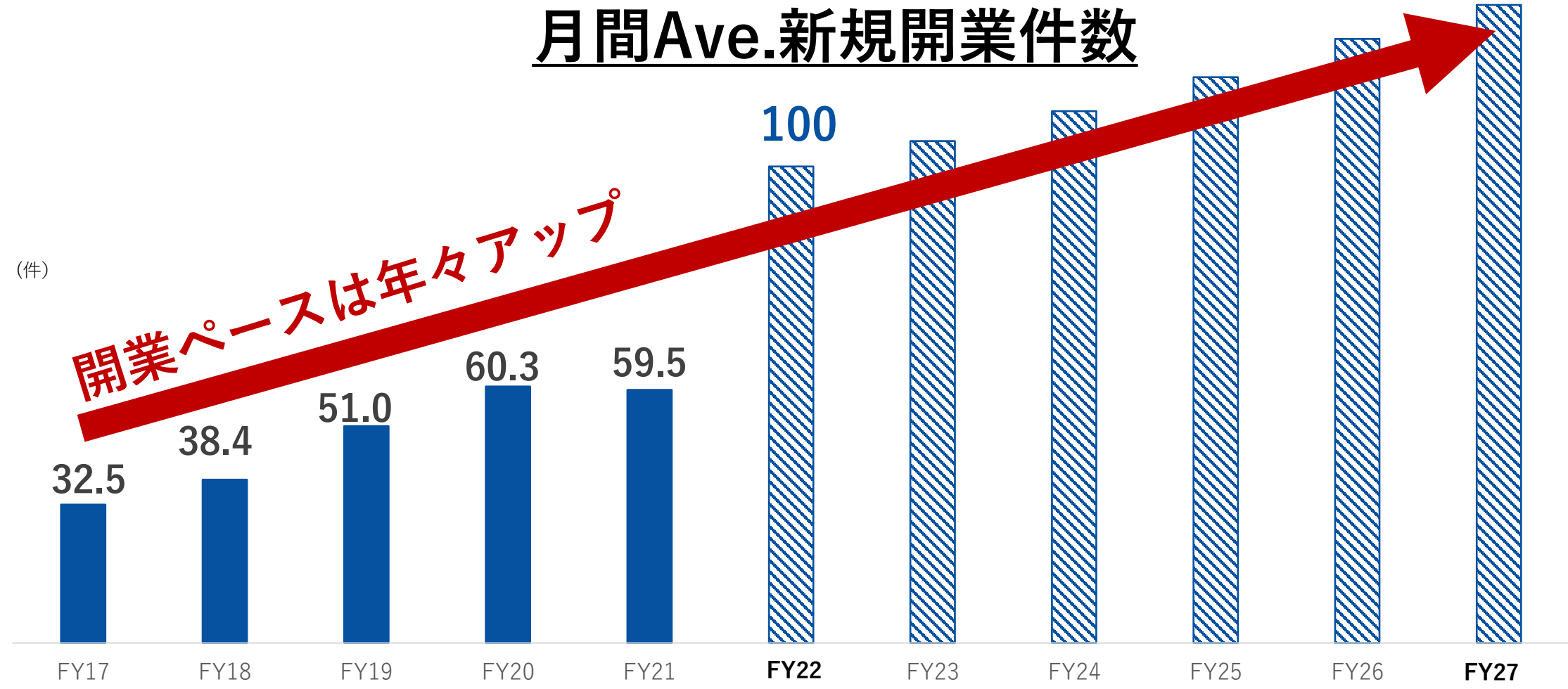


起業家の年齢別構成の推移



月間Ave.新規開業件数の推移

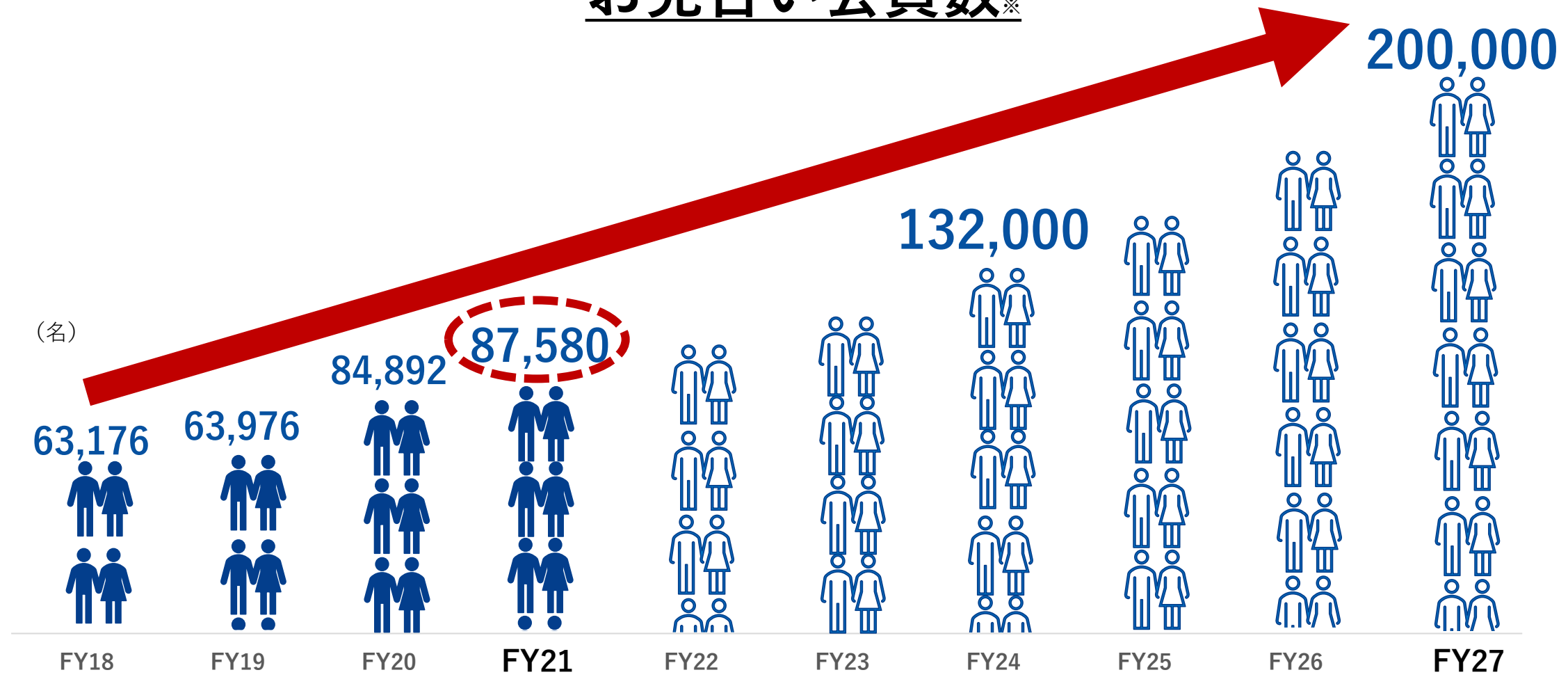
FY22は月間新規開業件数100件を目標に加盟店数4,000社を目指す



お見合い会員数20万名に向けて

加盟店増と直営店事業のグループシナジーにより会員基盤は拡大

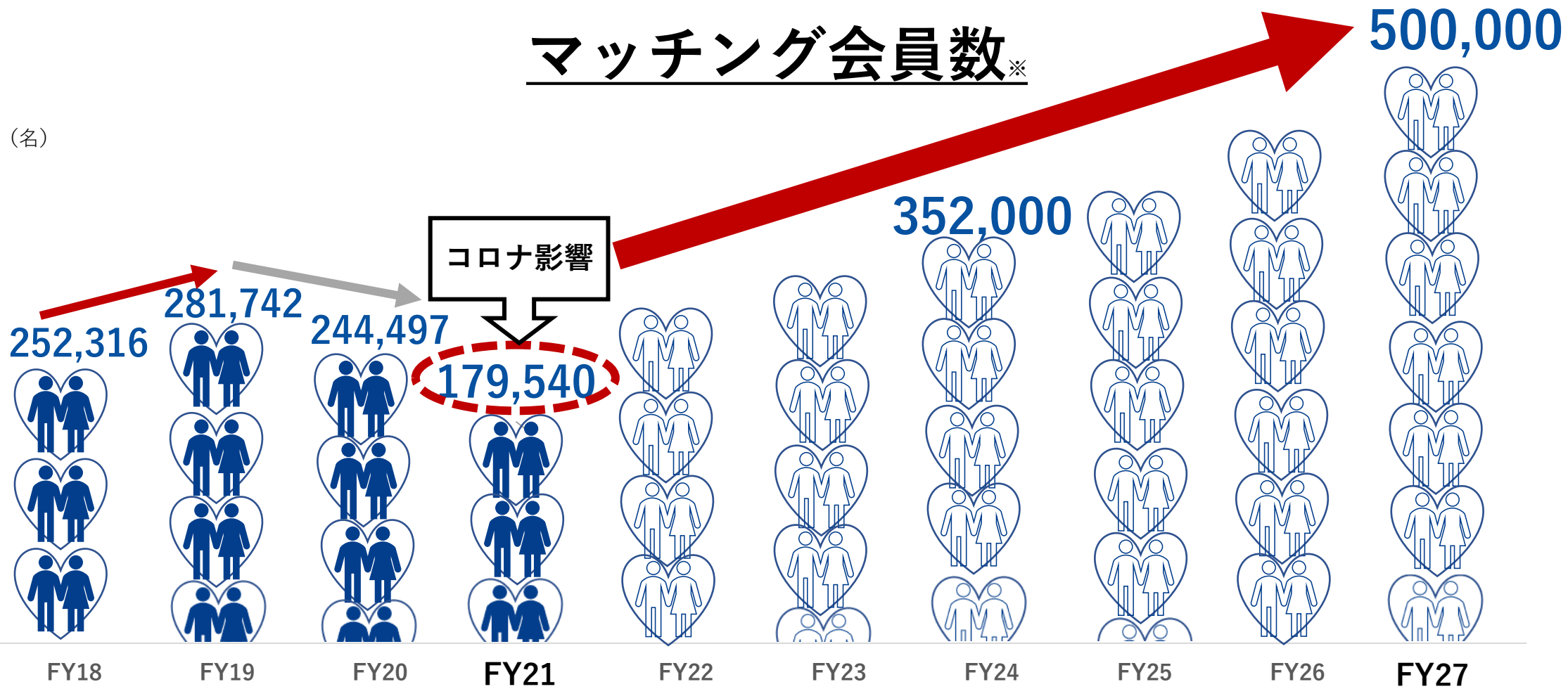
お見合い会員数※



マッチング会員数50万名に向けて

マッチング会員数はパーティー・アプリ事業へのコロナ影響で減少したがコロナ終息後、反転し増加計画

マッチング会員数※



中期経営計画に向けた地方展開戦略

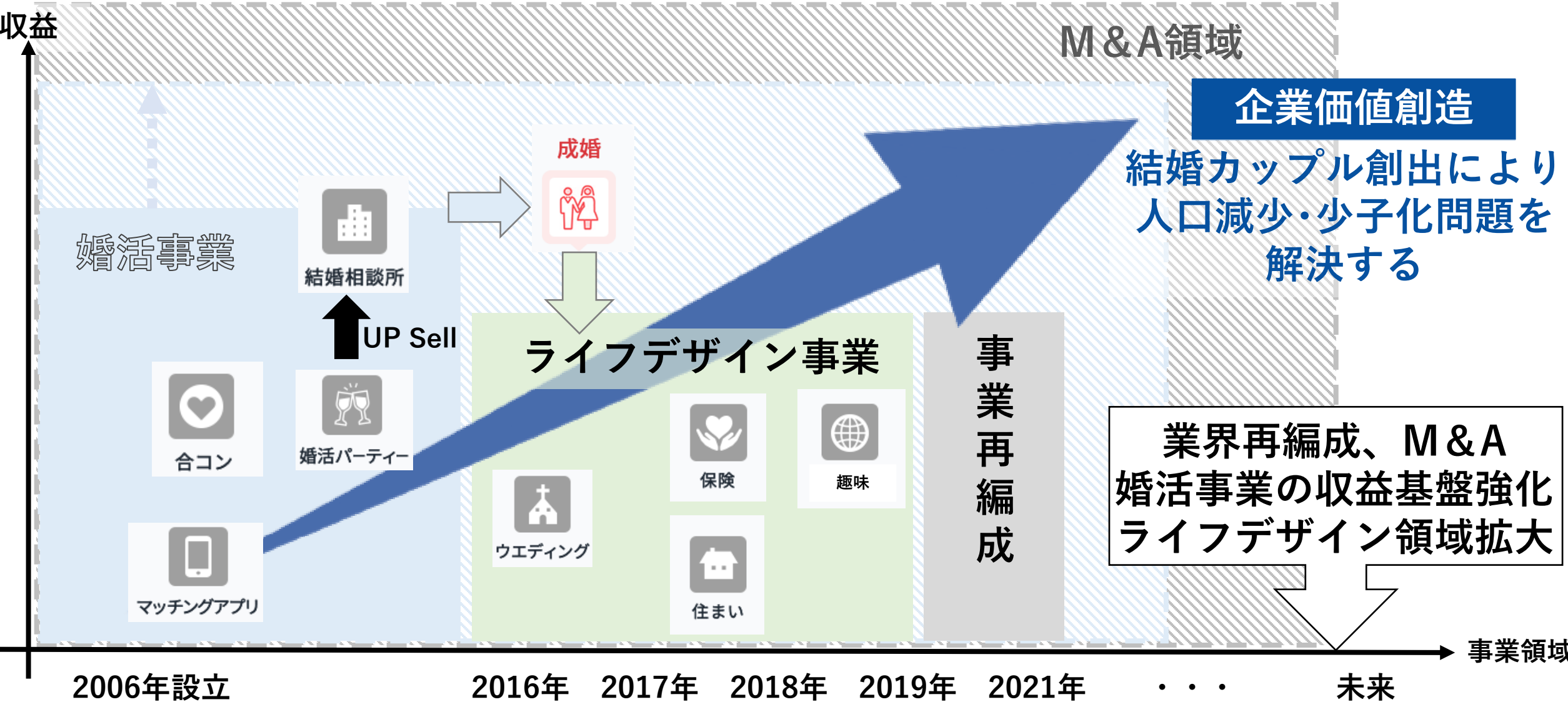
直営店店舗と地銀提携で地方の加盟店数・会員基盤拡大へ

直営店店舗
全国 **74**
+
地方銀行との提携
14行

エリア	IBJメンバーズ	ZWEI	サンマリエ	地方銀行
北海道・東北		5	1	仙台銀行
				きらやか銀行
関東	6	14	6	西武信用金庫
中部	1	12	1	名古屋銀行
				長野銀行
				富山銀行
				大垣共立銀行
				北陸銀行
関西	4	8	1	三十三銀行
				池田泉州銀行
				京都銀行
中国・四国		4	2	愛媛銀行
				島根銀行
九州・沖縄	1	7	1	佐賀銀行

中期経営計画に向けた事業ポートフォリオの見直し

婚活事業を主軸に企業価値向上に向け、事業拡大と再編で業界を牽引



IBJの価値創造

結婚カップル創出により未婚化・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



Topic

01

決算概要

02

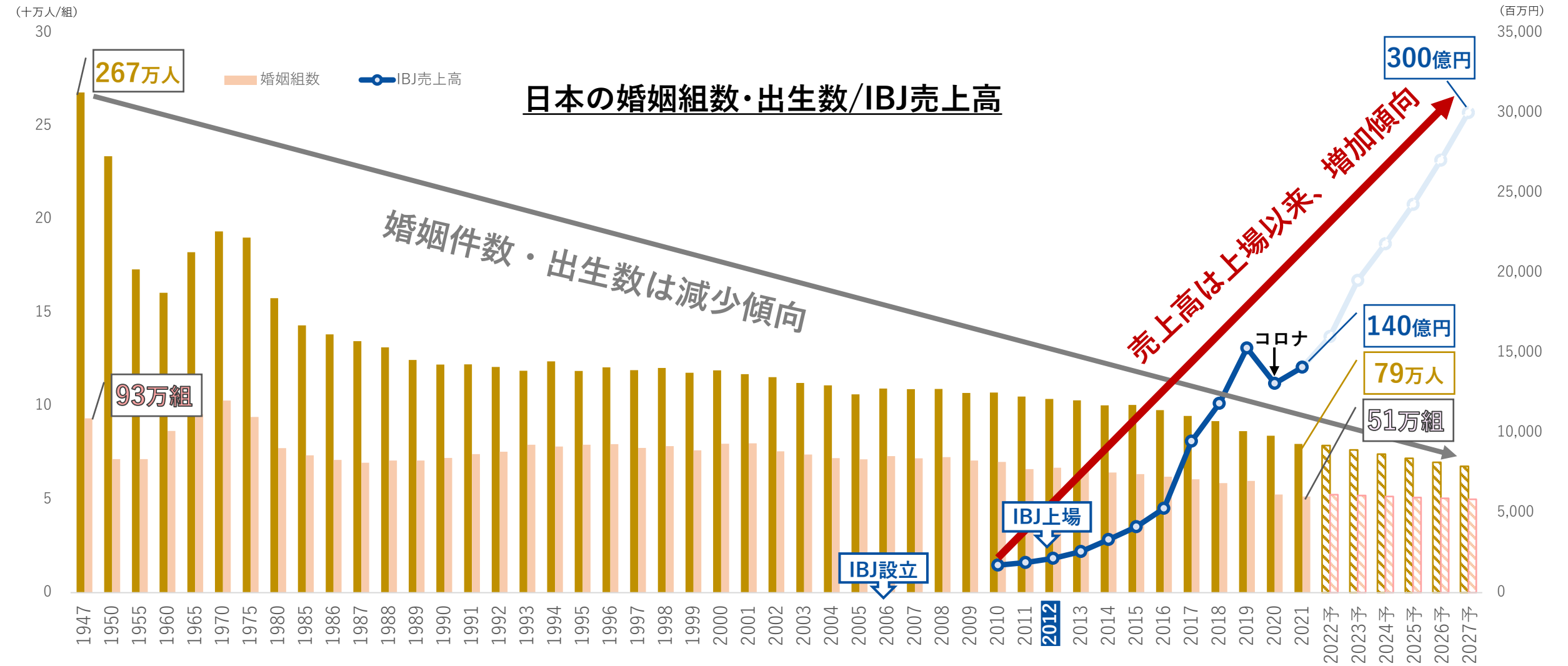
成長戦略

03

APPENDIX

マクロ環境に反し、IBJの売上高は好調に伸長

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

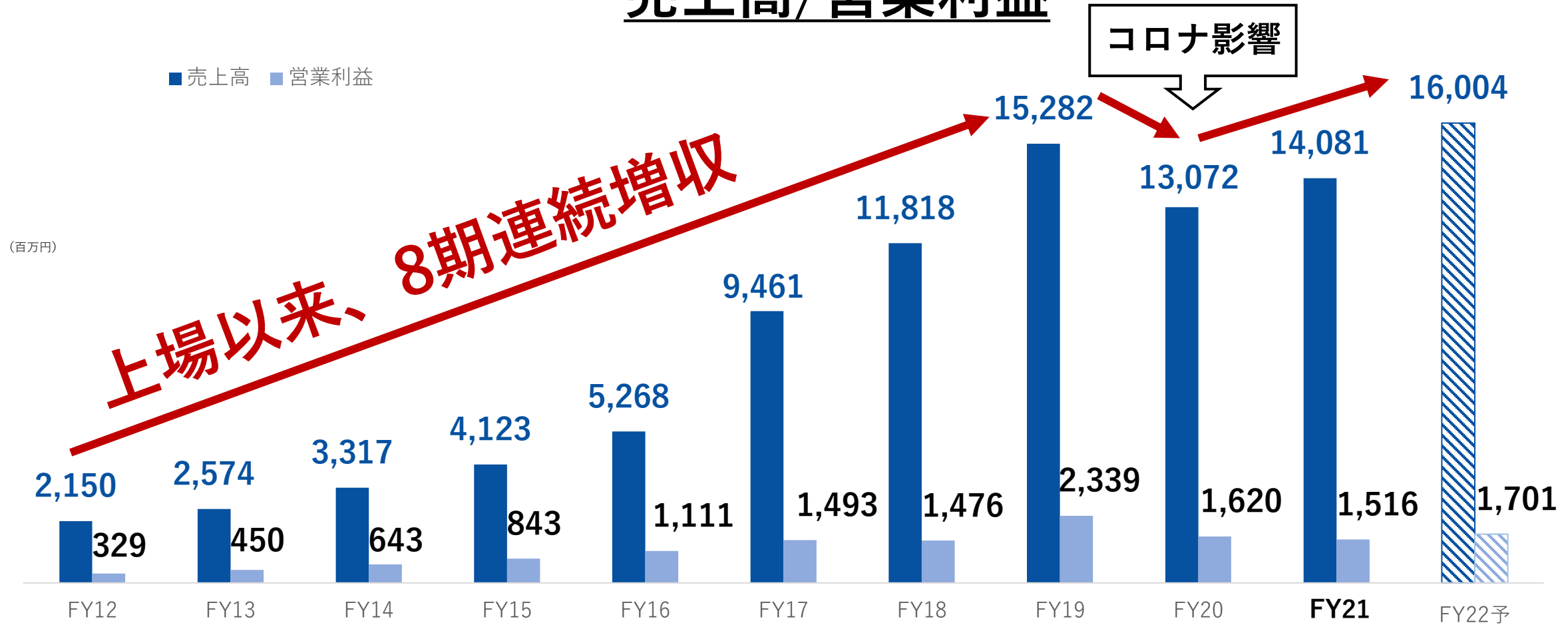


※厚生労働省「令和2年(2020)人口動態統計(確定数)の概況」(1947年～2020年)、2021年の出生数・婚姻組数は厚生労働省「人口動態統計月報(概数)令和3年8月分」の2021年1月～8月分を年間に換算して独自に算出
 IBJ独自算出2021年年間婚姻組数514,656組、2021年年間出生数796,896人、2022年以降は当社の独自計算による推測値
 ※出典：厚生労働省「令和2年(2020)人口動態統計(確定数)の概況」(1947年～2020年)、「人口動態統計月報(概数)令和3年8月分」を基に作成

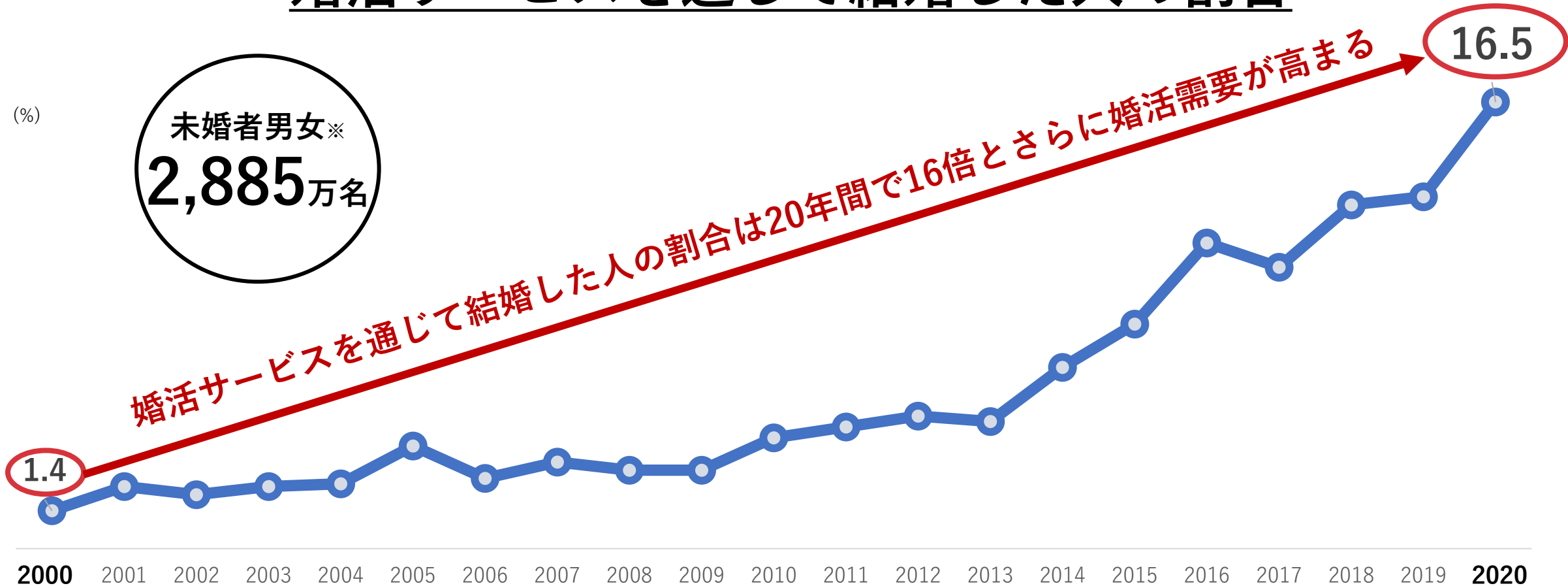
上場以来のIBJ業績推移

マクロ的に不利な環境下でも、IBJグループの業績は継続して伸長

売上高/営業利益



婚活サービスを通じて結婚した人の割合

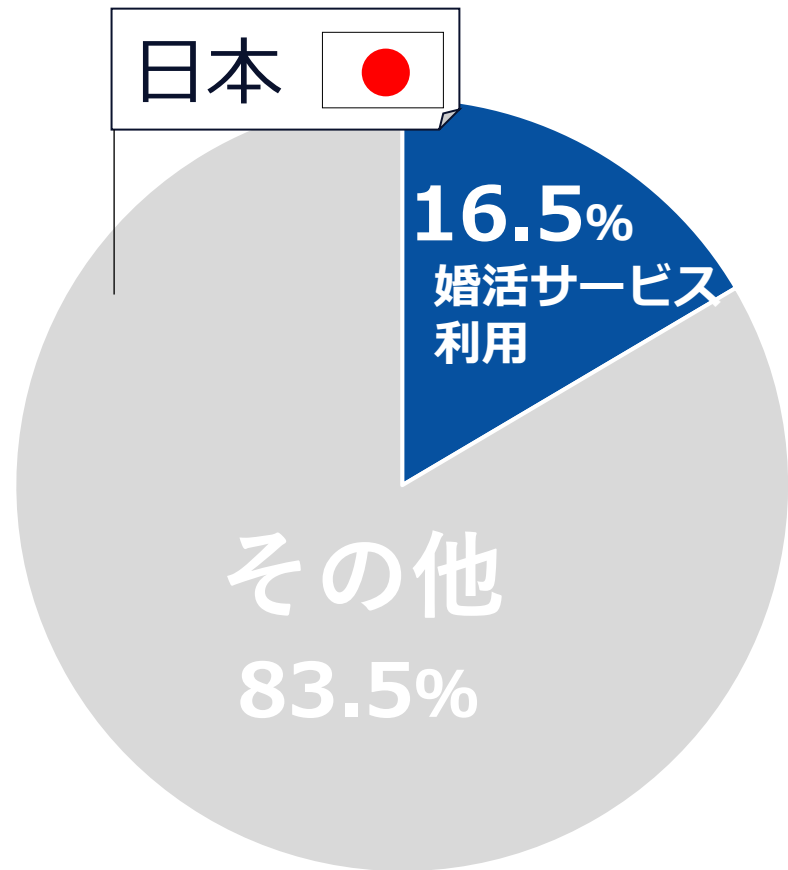
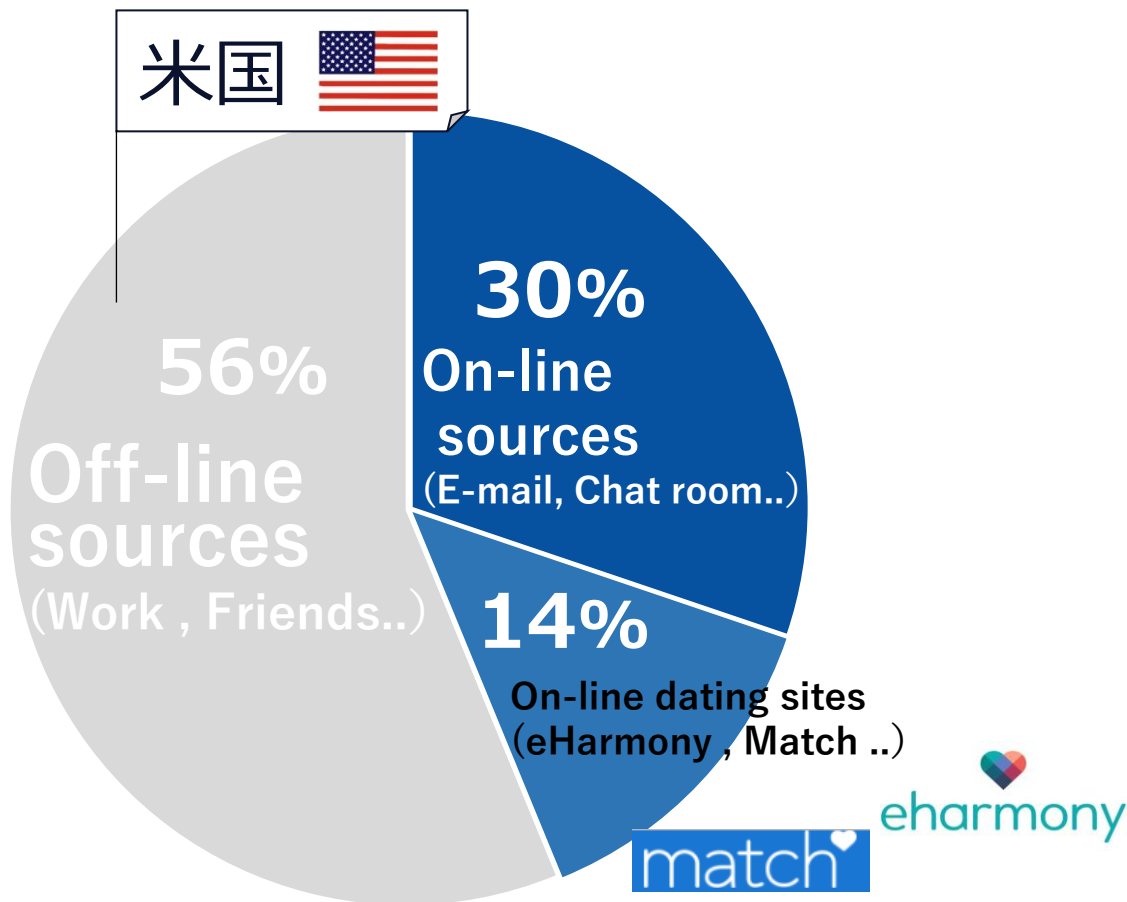


※出典「リクルートブライダル総研 婚活実態調査2021」（婚活サービスを通じて結婚した人の割合）

※出典「平成27年国勢調査 抽出速報集計結果 結果の概要（男女別15歳以上人口）」（未婚者男女）

米国と比較した日本の婚活市場規模

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



※調査対象: 全国の20~49歳の男女50,000

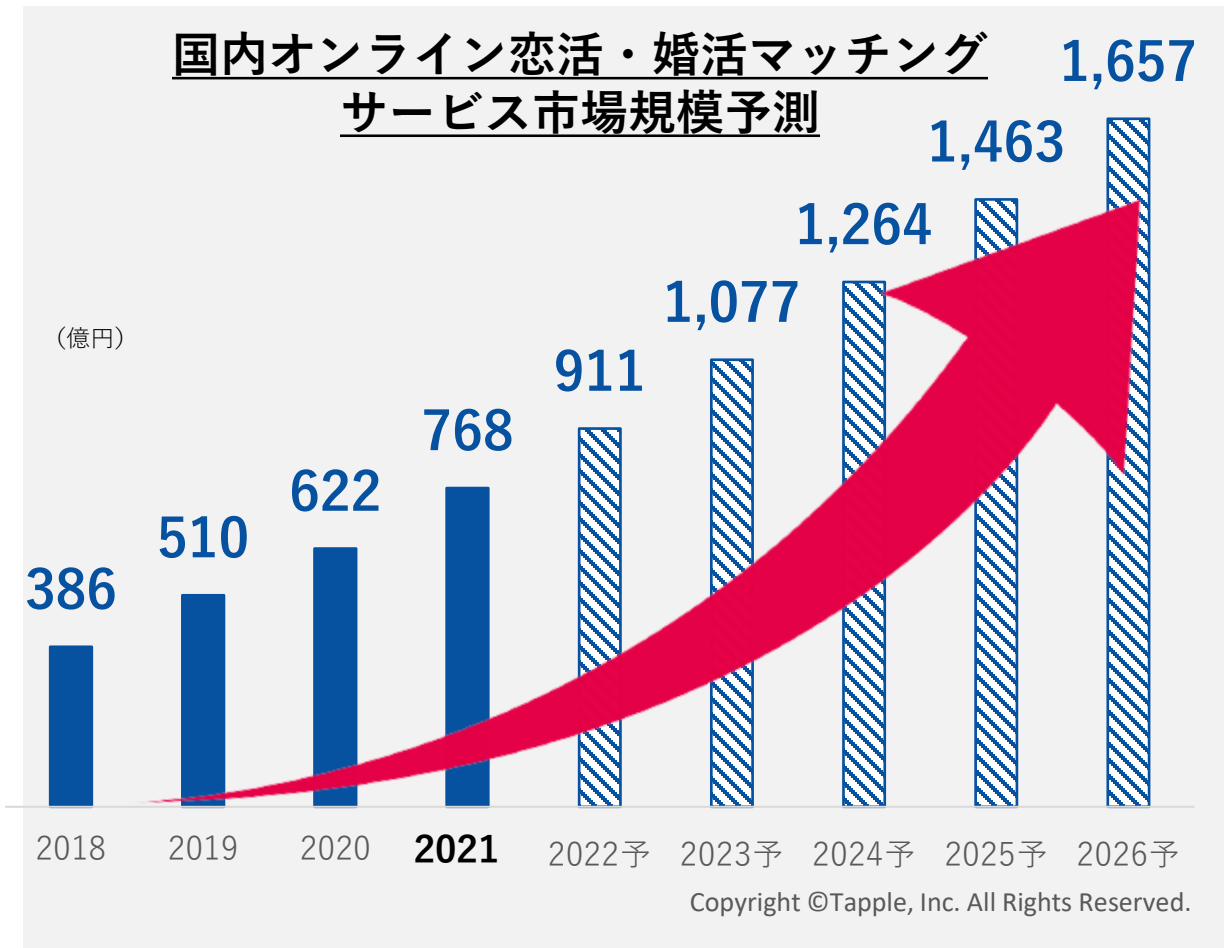
※婚活サービス: 結婚相談所、婚活サイト・アプリ、恋活サイト・アプリ、婚活パーティ・イベント

※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

※既婚者: 初婚者および再婚者も含む、出典: 婚活実態調査2020 (リクルートブライダル総研調べ)

なぜ日本の若者は結婚していないのか

オンライン婚活の市場規模は拡大するも適当な相手に巡り合えていない
日本の婚姻組数創出には真剣な出会いの場を提供するサービスが必要



出典：マッチングサービス市場規模（株式会社タップル（デジタルインファクト調べ））

未婚男女が結婚していない理由

1位	適当な相手に 巡り合わないから	57.0%
2位	自由や気楽さを 失いたくないから	32.9%
3位	結婚後の生活資金が 足りないと思うから	29.6%
4位	必要性を感じないから	28.3%
5位	結婚資金が足りないから	24.9%

※出典：（内閣府）未婚男女の結婚しない理由

政府や自治体の後押しで婚活サービスへの期待が高まる

不妊治療の助成金



助成額：1回30万円
助成回数：1子ごと、6回まで
（40歳以上43歳未満は3回）
対象年齢：妻の年齢が43歳未満

出典：厚生労働省【不妊に悩む夫婦への支援について】

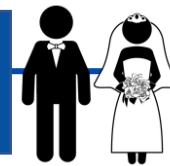
少子化対策費用



- ・少子化対策費用の20億円を計上
- ・地方自治体がAIを活用した婚活システムを導入する際の費用の3分の2を支援すると発表

出典：内閣府【少子化社会対策大綱の推進について（概要）】

結婚新生活支援事業費補助金



対象：夫婦共に婚姻日における年齢が39歳以下
世帯所得400万円未満(世帯年収約540万円未満に相当)
補助：婚姻に伴う住宅取得、住宅賃借費等
補助率：1/2 上限額：1世帯当たり30万

出典：内閣府【結婚新生活支援事業】

IBJはニッチトップを目指す

ニッチな婚活業界で高シェアを獲得する

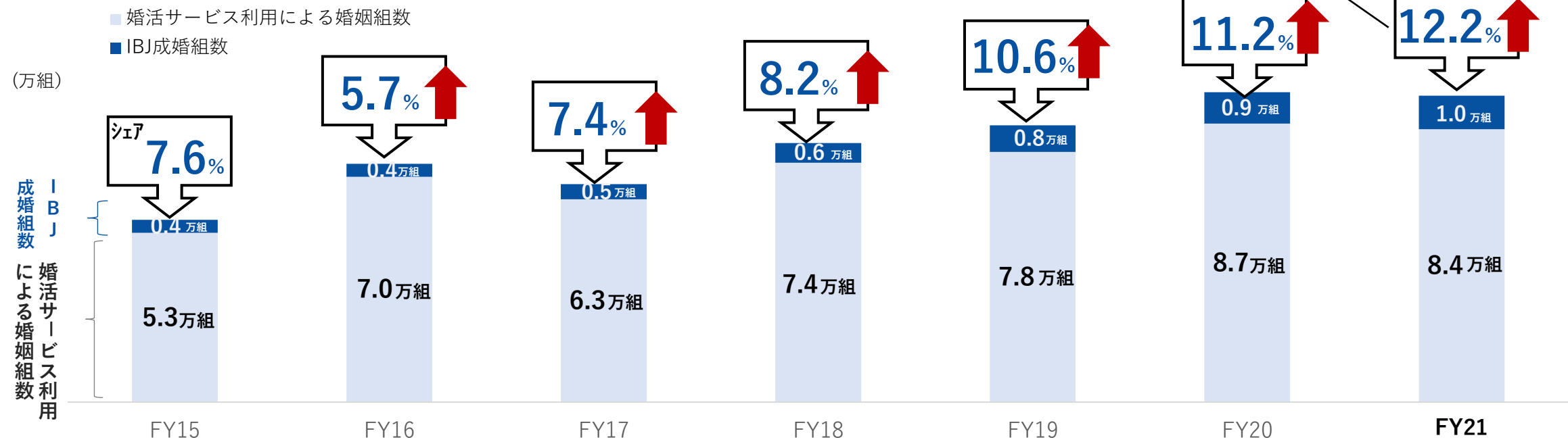
IBJ成婚組数シェア

※年間婚姻組数に対する婚活サービスとIBJの成婚シェア

成婚ベース市場シェア 12.2%

 **10,402組** (FY21)

婚活サービス利用者成婚組数 8万4,918組※



年間婚姻組数	635,225組	620,707組	606,952組	586,481組	599,007組	525,507組	推定514,656組
--------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	------------

※厚生労働省「令和2年(2020)人口動態統計(確定数)の概況」(2015年~2020年)

※2021年年間婚姻組数は厚生労働省「人口動態統計月報(概数)令和3年8月分」の2021年1月~8月婚姻組数343,111組を年間に換算して独自に算出(514,656組)

※年間成婚組数(2020年厚生労働省人口動態統計)×婚活サービス利用割合「婚活実態調査2020(リクルートブライダル総研調べ)」の割合に基づいて算出し作成

婚活業界は婚活戦国時代へ突入

婚活戦国時代の勢力図



システムとヒトを融合した独自のビジネスモデルで
圧倒的な成婚数、加盟店数、会員基盤を確立

優位性 全国規模での圧倒的な数

加盟店	お見合い会員数	仲人
3,039社	87,580名	9,264名
(前期比+15.1%)	(前期比+3.2%)	(前期比+2.1%)

※2021年12月末時点

AIを活用したマッチング精度の高さ

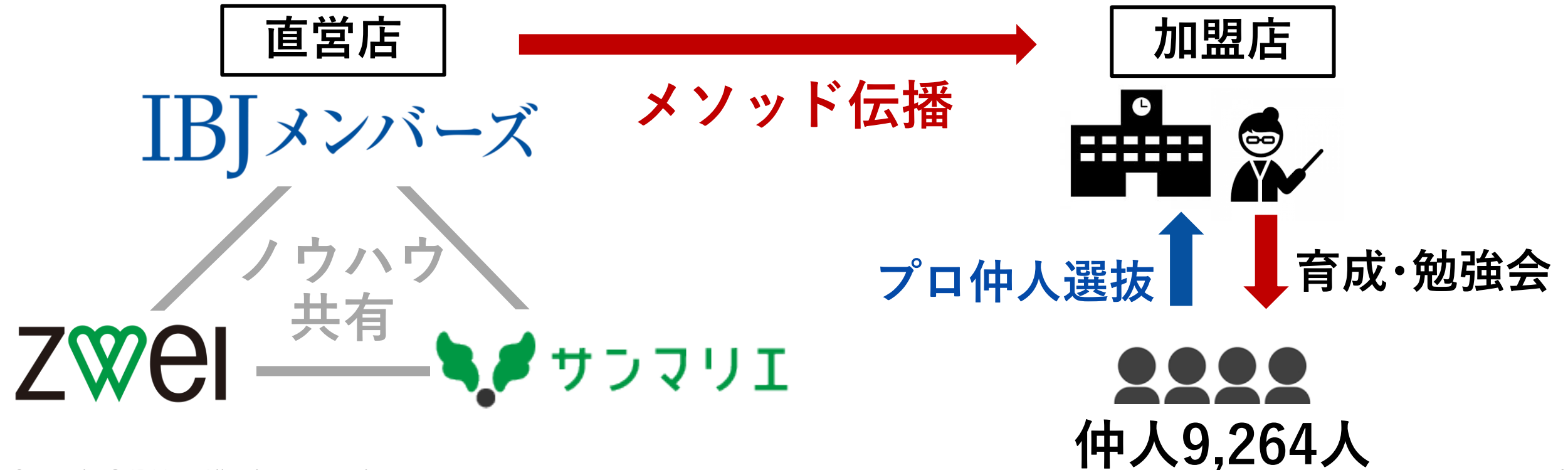
お見合い件数	AI looks	AI history
4.6万件	顔タイプ診断	婚活履歴の ディープラーニング
(前期比+19.1%)		

※2021年12月末時点

成婚に拘った結婚相談所サービスのメソッド洗練と 仲人(人垣)の繋がりを強化し参入障壁を高める

成婚を生み出す人材の育成とメソッドの洗練

直営店のノウハウ共有と加盟店のスクリーニング強化



IBJの経営資源への投資

これまで以上の大規模なM & A投資も視野に

既存事業伸長投資



システム



ヒト



ブランド

M & A投資



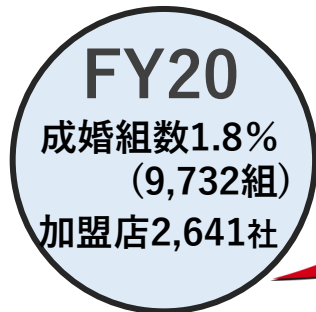
IT



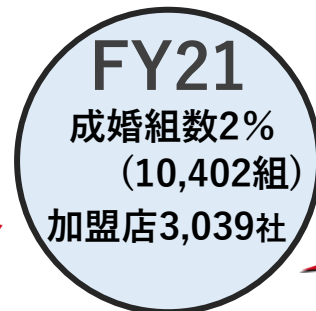
サービス



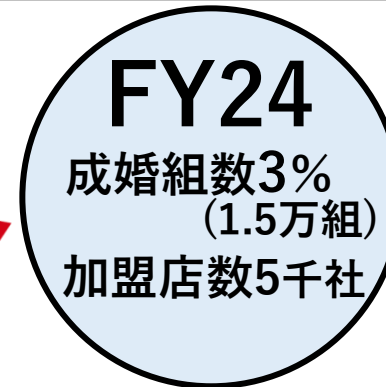
地域創生



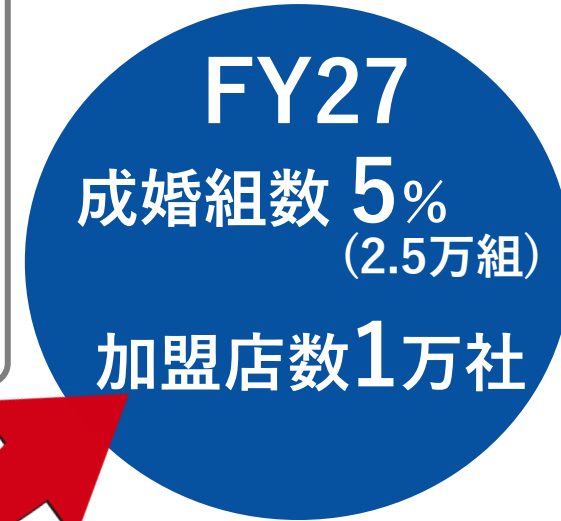
売上高 130億円
営業利益 16億円



売上高 140億円
営業利益 15億円



売上高 300億円
営業利益 50億円



Topic

01

決算概要

02

成長戦略

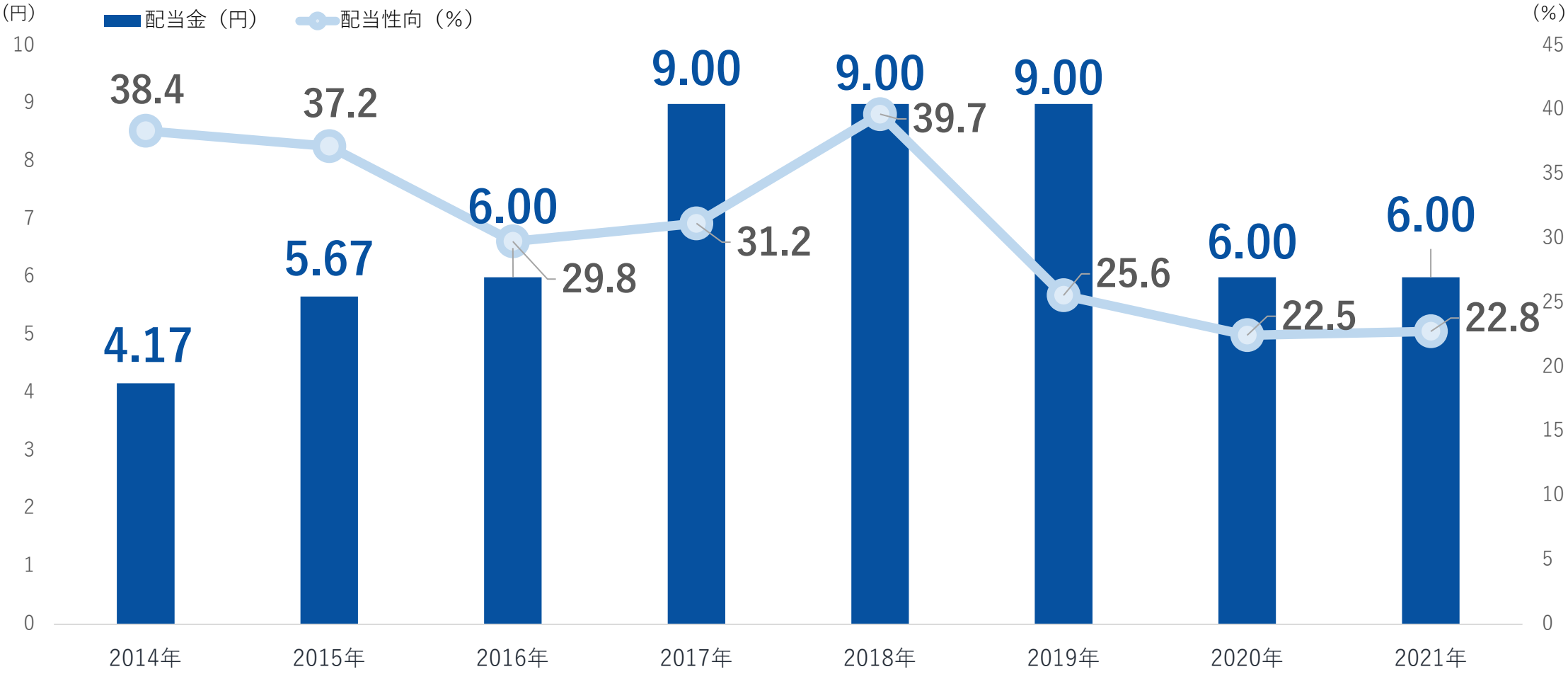
03

APPENDIX

配当金は6.00円と安定的な株主還元

1株あたりの期末配当は6円を維持し、配当性向は22.8%

配当金・配当性向推移



プライム市場銘柄に選定

競合他社の追従を許さず洗練されたプライム市場で
さらに婚活市場を牽引する存在へ

プライム 1,841社

海外投資家との対話



婚活市場



スタンダード 1,476社

一定のガバナンスと流動性

グロース 458社

小規模で高い成長性



タメニー
リンクバル

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1万社 お見合い会員数20万名
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25,000組 (日本の年間婚姻組数の5%)

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 エネルギーを効率的に そしてクリーンに	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 質の高い教育を みんなに	4.4	・行動規範	16 平和と公正を すべての人に	16.3
電力消費削減 (残業削減・LED照明導入)	13 気候変動に 具体的な対策を	13.1	・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 働きがいも 経済成長も	8.1	・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)			・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 人や国の不平等を なくそう	8.2	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 平和と公正を すべての人に	8.5			16.7
					10.3			
					16.3			

貸借対照表 (B/S)

(百万円)	2020年12月末	2021年12月末	増減額
流動資産	8,585	7,440	△1,144
うち現金及び預金	5,937	4,361	△1,575
固定資産	5,302	5,873	+571
うち有形・無形資産	3,199	3,399	+200
うち投資その他の資産	2,102	2,473	+371
資産合計	13,887	13,314	△573
流動負債	6,864	4,363	△2,500
固定負債	1,359	2,327	+968
負債合計	8,223	6,691	△1,531
資本金・資本剰余金	1,476	1,502	+25
利益剰余金	4,660	5,474	+813
自己株式	△1,007	△999	+8
評価換算差額等	131	193	+62
非支配株主持分	403	451	+48
純資産合計	5,664	6,623	+958
負債純資産合計	13,887	13,314	△573

（百万円）	2020年12月末（連結）	2021年12月末（連結）	TOPICS
営業活動による キャッシュ・フロー	1,042	1,055	
投資活動による キャッシュ・フロー	△1,311	△896	
財務活動による キャッシュ・フロー	1,728	△1,750	
現金同等物の増減額	1,459	△1,591	
新規連結に伴う 現金及び現金同等物の増加額	108	—	
現金同等物の期首残高	4,385	5,953	
現金同等物の期末残高	5,953	4,361	



東証一部 6071

株式会社IBJ / IBJ,Inc

〒160-0023

東京都新宿区西新宿1-23-7 新宿ファーストウェスト 12F

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2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