

# ホリスティック企業レポート

IBJ

6071 東証一部

アップデート・レポート  
2015年10月9日 発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター  
審査委員会審査済 20151006

# IBJ(6071 東証一部)

発行日:2015/10/9

## ネットとリアルを融合した複合型の婚活総合サービスを展開

### 15年12月期予想を増額修正、今後も潜在需要の掘り起しによる成長を目指す

#### > 要旨

アナリスト:柴田 郁夫

+81(0)3-6858-3216

レポートについてのお問い合わせはこちら

info@stock-r.org

#### ◆ ネットとリアルを融合した複合型の婚活サービスを展開

・IBJ(以下、同社)は、日本最大級の婚活サイトや結婚相談ラウンジの運営の他、全国の結婚相談所をシステムでネットワーク化するなど、ネットとリアルを融合した複合型の婚活事業を展開している。

・幅広い集客チャネルにより獲得した婚活会員数は約 37 万人と国内最大規模を誇る。

#### ◆ 15年12月期上期は会社予想を上回る増収増益決算

・15/12 期第 2 四半期累計(以下、上期)決算は、売上高が前年同期比 27.6%増、営業利益が同 36.3%増と会社予想を上回る大幅な増収増益となった。

・幅広い集客チャネルが相互に機能したことにより会員基盤が順調に拡大したことが業績の伸びに寄与した。

#### ◆ 15年12月期通期予想を増額修正

・15/12 期の業績予想について同社は、期初予想を増額修正し、売上高は前期比 21.6%増、営業利益は同 32.7%増を見込んでいる。

・証券リサーチセンター(以下、当センター)でも、上期実績が想定を上回ったことなどから、15/12 期の業績予想を増額修正した。売上高、各利益ともに会社予想とほぼ同水準を見込んでいる。

#### ◆ 中期業績予想

・当センターでは、15/12 期の業績予想を増額修正したことを踏まえ、中期業績予想についても増額修正した。

・15/12 期の業績予想を起点として全体的な水準を引き上げたものの、16/12 期以降の伸び率に大きな変更はない。既存事業における会員基盤の拡大が同社の中期的な業績の伸びを牽引するものと想定し、17/12 期までの成長率は売上高を年率 18.0%、営業利益を同 27.4%と予想している。

・但し、会員基盤を活かした新事業創出や婚活事業の海外展開など、事業領域の拡大が業績の上振れ要因となる可能性も考えられる。

#### 【主要指標】

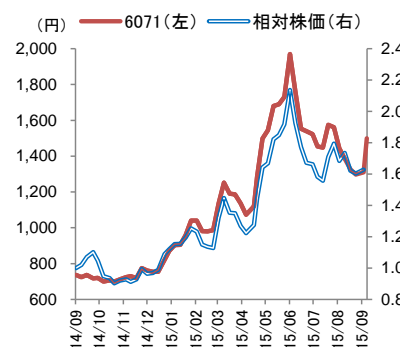
	2015/10/2
株価(円)	1,499
発行済株式数(株)	12,450,000
時価総額(百万円)	18,663

	前期実績	今期予想	来期予想
PER(倍)	46.1	34.5	27.9
PBR(倍)	12.9	10.2	7.9
配当利回り(%)	0.8	0.8	0.8

#### 【株価パフォーマンス】

	1カ月	3カ月	12カ月
リターン(%)	8.5	3.1	114.1
対TOPIX(%)	6.0	18.4	97.7

#### 【株価チャート】



(注)相対株価は対TOPIX、基準は2014/9/26

#### 【6071 IBJ 業種: サービス業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2012/12	2,125	16.8	316	94.7	329	89.7	184	101.5	15.8	75.6	5.0
2013/12	2,574	21.2	450	42.5	448	36.1	269	46.0	21.6	92.2	8.3
2014/12	3,317	28.8	643	42.8	630	40.5	404	50.4	32.5	116.4	12.5
2015/12 CE	4,033	21.6	853	32.7	846	34.3	544	34.5	43.7	—	未定
2015/12 E	4,030	21.5	850	32.2	845	34.1	540	33.7	43.4	147.2	12.5
2016/12 E	4,700	16.6	1,050	23.5	1,045	23.7	670	24.1	53.8	188.6	12.5
2017/12 E	5,450	16.0	1,330	26.7	1,325	26.8	850	26.9	68.3	244.3	12.5

(注)CE:会社予想、E:証券リサーチセンター予想。14年4月1日に株式分割(1:3)及び15年1月1日に株式分割(1:2)を実施。EPS、BPS、配当金は分割調整後。

#### アップデート・レポート

2/12

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。

一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

> 事業内容

◆ ネットとリアルを融合した複合型の婚活サービスを展開

IBJ (以下、同社) は、婚活サイト「ブライダルネット」や結婚相談ラウンジの運営の他、婚活イベントの開催等、各種婚活サービス事業を展開している。また、全国の結婚相談所をシステムでネットワーク化する日本結婚相談所連盟(加盟事業所数 1,046 社)の運営も手掛けており、ネットとリアルを融合した複合型の婚活事業モデルに強みを有する。幅広い集客チャネルを通じて積み上げられた会員基盤は約 37 万人と国内最大級を誇るとともに、その集客力を活かした多様な収益源を確保することで高成長を実現してきた(15 年 6 月末現在)。

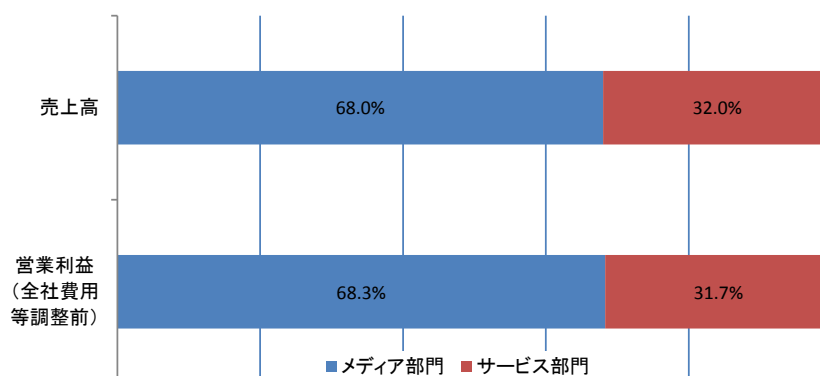
事業セグメントは、メディア部門、サービス部門の 2 つに区分される。

メディア部門は、インターネットを活用したサービスを提供する部門であり、連盟事業(全国の加盟結婚相談所に対するシステム提供)とコミュニティ事業(婚活サイト「ブライダルネット」の運営)、メディア営業(婚活会員を基盤とした広告販売等)、イベント事業(婚活パーティや合コンセッティングサイトを通じた婚活イベントの企画、集客、運営)の 4 つに分類される。

サービス部門は、オフラインの婚活サービスを提供する部門であり、ラウンジ事業(直営の結婚相談所 9 カ所を展開)が中心である。

15/12 期第 2 四半期累計(以下、上期)期間の部門別の売上高及び営業利益(全社費用等調整前)の構成比は図表 1 の通りである。

【図表 1】部門別の売上高及び営業利益構成比



(注) 15/12 期第 2 四半期累計実績  
(出所) IBJ 決算短信より証券リサーチセンター作成

海外展開については、14年4月に台湾最大手の恋愛及び結婚のマッチングサービス会社である尚凡資訊股份有限公司等と台湾に合弁会社を設立し、ネットとリアルを融合させた婚活サービスを展開している。また、14年7月には台湾にパーティ専用の自社店舗をオープンした。

【 図表 2 】 各事業の概要

メディア部門	事業概要	収益源
連盟事業	全国の結婚相談所をネットワーク化する「日本結婚相談所連盟」の運営を行っている。加盟相談所数1,046社、登録会員数55,055名。	加盟事業者からの加盟金(120万円)、システム利用料(平均約2万円/月)
コミュニティ事業	日本最大級の婚活サイト「ブライダルネット」の運営を行っている。価値観(趣味・思考)共有型のマッチングに特徴がある。登録会員数は174,091名、その内、月会費課金者数は14,384名。	月会費3,000円/月
メディア営業	婚活会員(約37万人)を基盤とした広告枠販売や、婚活以外のサポート分野を含めたライフデザイン事業を展開している。また、13/12期より婚活実績に応じて付与されるポイントを活用した成果報酬型ショッピングアプリ(エマ)の運営も開始している。	法人広告主からの広告掲載料、及び送客手数料
イベント事業	婚活パーティサイト「PARTY☆PARTY」や、合コン、街コンのセッティングサイト「Rush」を通じたイベント企画、集客、運営を行っている。	会員からのイベント参加料、及び飲食店からの送客手数料
サービス部門	事業概要	収益源
ラウンジ事業	直営の結婚相談所9カ所を展開している(新宿、銀座、有楽町、横浜、大宮、大阪、心斎橋、神戸、名古屋)。質の高いカウンセラー(約60名)により成婚率50%超を誇っている。	会員からの入会金(3万円)、活動サポート費(12.6万円)、月会費(1.5万円/月)、成婚料(21万円) ※成婚料は成果報酬

(注) 数値は15年6月末現在

(出所) IBJ 決算説明会資料及びヒアリングにより証券リサーチセンター作成

## > ビジネスモデル

### ◆ ネットとリアルを融合した独自の複合型婚活事業モデル

同社の特徴は、ネットによる出会いとリアルなサポートを融合した複合型の婚活事業モデルを展開していることにある。それによって、1) 幅広い集客チャネルによる会員基盤の積み上げ、2) 多様な収益源の確保、3) 会員獲得コストの節減、4) 高い成婚率の実現といった4つの優位性をもたらしている。

#### 1) 幅広い集客チャネルによる会員基盤の積み上げ

同社は、婚活サイト「ブライダルネット」や日本結婚相談所連盟の運営に加えて、合コンセッティングサイト「Rush」などを通じたイベント事業、並びにラウンジ事業など、幅広い集客チャネルを有しており、

様々なターゲット層(ニーズ)にリーチできることが強みとなっている。例えば、手軽に出会いを求める会員には「ブライダルネット」や「Rush」が適しているが、切実に結婚を望んでいる会員には「ラウンジ事業」でカウンセラーによる親身な対応を行っている。また、地方のターゲット層についても、日本結婚相談所のネットワークによりカバーすることが可能となっている。これらの集客チャネルを通じて獲得した会員は約37万人と国内最大規模を誇っている。

## 2) 多様な収益源の確保

同社の収益源は、①会員からの会費(サービス利用料等)、②加盟事業者からの月額課金のシステム利用料、③法人広告主からの広告掲載料の3つに分かれ、B to CとB to Bに収益源が分散されているため、安定的かつ厚みのある収益基盤を形成している。

## 3) 会員獲得コストの節減

同社の事業モデルは、集客チャネル間の相互利用(顧客循環)により、会員獲得のためのマーケティングコスト(広告費や販促費等)を低く抑えることを可能としている(例えば、「ブライダルネット」や「Rush」の会員をラウンジ事業へ誘導する等)。

## 4) 高い成婚率の実現

マーケティングコストの節減等によるコスト優位性を活かし、ラウンジ事業におけるリアルなサービスには手厚いサポートを行っている。例えば、カウンセラー約60名に対する教育カリキュラムには十分なコストをかけており、その結果、成婚率は50%超の高い水準を実現している。

### ◆ 会員基盤の拡大が業績を牽引する収益構造

同社は、前述のとおり3つの収益源を持つが、基本的な収益構造は、会員基盤の拡大が会費収入の増加につながることに加えて、加盟事業所からのシステム利用料(従量課金制)、及び広告収入の増加にもつながるといえるものである。また、会員基盤の拡大は、スケールメリットやネットワーク外部性<sup>注1</sup>から、さらに会員を増やすうえで有利に働くため、他社による模倣を阻止するとともに、今後の事業展開を優位に進めるうえで重要なカギを握ると考えられる。

注1) ネットワーク外部性  
利用する会員の数が多ければ多いほど、会員の受ける便益が大きくなる効果のこと。

> 強み・弱みの評価

◆ 複合型の婚活事業モデルに強み

同社の内部資源（強み・弱み）、及び外部環境（機会・脅威）は、以下のようにまとめられる。

【 図表 3 】 SWOT 分析

強み (Strength)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・幅広い集客チャネルと会員基盤</li> <li>・多様な収益源の確保</li> <li>・様々な集客チャネルを活用した顧客循環により会員獲得コストが低い</li> <li>・高い成婚率</li> </ul>
弱み (Weakness)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一般消費者に対する知名度がまだ十分でない</li> <li>・規模拡大に伴う体制面の強化</li> <li>・潜在市場が大きいにもかかわらずまだ開拓しきれていない(開拓の余地が大きい)</li> </ul>
機会 (Opportunity)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・晩婚化の進展や離婚率の上昇等を背景とした婚活サイトへのニーズの高まり</li> <li>・会員基盤を活用した新たな事業展開</li> <li>・国策としての政府の後押しや街おこしを狙う地方行政との連携</li> <li>・海外での婚活サービス需要の拡大</li> </ul>
脅威 (Threat)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ヤフー、リクルートなど知名度のある大手参入の動き</li> <li>・悪質な類似業者による業界イメージの悪化及び規制強化</li> <li>・個人情報の流出に伴うリスク</li> </ul>

(出所) 証券リサーチセンター

> 決算概要

◆ 15年12月期上期は会社予想を上回る増収増益

15/12 期上期決算は、売上高が 1,949 百万円（前年同期比 27.6%増）、営業利益が 394 百万円(同 36.3%増)、経常利益が 389 百万円(同 35.4%増)、四半期純利益が 245 百万円（同 41.3%増）と期初会社予想を上回る増収増益となった。

すべての事業が相互に機能し合いながら、会員数及び動員数が順調に拡大したことによりそれぞれ伸長した。

利益面では、ブランディングを目的とした交通広告及びリスティング広告運用の積極投資に伴う広告宣伝費等（前年同期比 35 百万円増）や人材確保に伴う人件費（同 67 百万円増）などにより販管費が増加したが、増収により吸収したことで営業利益率は 20.2%（前年同期は 18.9%）に上昇した。

また、財務面でも、総資産がほぼ横ばいで推移する一方、自己資本は

内部留保の積み上げにより増加したことから、自己資本比率は 55.9% (前期末は 53.0%) に上昇した。

各事業における業績は以下の通りである。

連盟事業は、売上高が前年同期比 46.2%増の 269 百万円となった。15 年 6 月末の加盟相談所数が 1,046 所 (前年同期比 14.6%増) に拡大するとともに、登録会員数も 55,055 名 (同 4.5%増) に増加したことで、加盟相談所からの加盟金及びシステム利用料が増加した。特に、最近では、新規に事業を立ち上げた結婚相談所が加盟するケースが増えている模様である。

コミュニティ事業は、売上高が前年同期比 38.3%増の 242 百万円となった。登録会員数が 174,091 名 (前年同期比 76.6%増)、そのうち月会費課金者数も 14,384 名 (同 61.7%増) に大きく拡大した。大手企業の参入により競争が厳しくなっている半面、婚活サービスに対する心理的ハードルが低下したことで婚活市場全体の活性化に繋がっていることも追い風となっている。また、コンシェルジュによるサポートなど、他社にはない人を介した機能などにより差別化を図ってきたことが会員数の拡大に結び付いている。

イベント事業は、売上高が前年同期比 32.6%増の 741 百万円となった。開催回数が 15,035 回 (前年同期比 42.3%増)、動員数が 177,679 名 (同 40.5%増) に拡大した。15 年 1 月には東北エリアで最初の支店となる仙台支店を出店し、地方都市での需要の掘り起しにも取り組んでいる。

ラウンジ事業は、売上高が前年同期比 17.3%増の 625 百万円となった。期末の会員数が 3,971 名 (前年同期比 5.0%増)、成婚数も 465 名 (同 24.0%) と順調に成果を残した。

【 図表 4 】 15 年 12 月 期 上 期 決 算 の 概 要

(単位：百万円)

	14/12期上期 実績		15/12期上期 実績		増減		15/12期 会社予想		達成率
		構成比		構成比		増減率		構成比	
売上高	1,527		1,949		422	27.6%	1,775		109.8%
メディア	979	64.1%	1,325	68.0%	346	35.3%	-	-	-
サービス	547	35.8%	623	32.0%	76	13.9%	-	-	-
売上原価	166	10.9%	205	10.5%	39	23.5%	-	-	-
販管費	1,070	70.1%	1,348	69.2%	278	26.0%	-	-	-
営業利益	289	18.9%	394	20.2%	105	36.3%	321	18.1%	122.7%
メディア	364	37.2%	532	40.2%	168	46.2%	-	-	-
サービス	240	43.9%	247	39.6%	7	2.9%	-	-	-
調整	-315		-385		-70	22.2%	-	-	-
経常利益	287	18.8%	389	20.0%	102	35.4%	316	17.8%	123.1%
純利益	174	11.4%	245	12.6%	71	41.3%	200	11.3%	122.5%

連盟事業				
登録会員数(人/末残)	52,683		55,055	2,372 4.5%
加盟店相談所数(社/末残)	913		1,046	133 14.6%
コミュニティ事業				
会員数(人/末残)	98,599		174,091	75,492 76.6%
月会費課金者数(人/末残)	8,896		14,384	5,488 61.7%
メディア事業				
月間PV数(万PV/6月)	3,715		4,747	1,032 27.8%
イベント事業				
動員数(人/累計)	126,499		177,679	51,180 40.5%
開催回数(回)	10,565		15,035	4,470 42.3%
ラウンジ事業				
会員数(人/末残)	3,781		3,971	190 5.0%
成婚数(人/累計)	375		465	90 24.0%

事業別売上高(内部取引調整前)				
連盟事業	184		269	85 46.2%
コミュニティ事業	175		242	67 38.3%
イベント事業	559		741	182 32.6%
ラウンジ事業	533		625	92 17.3%

	14/12期末	15/6期末	増減	
	実績	実績		増減率
総資産	2,735	2,752	17	0.6%
自己資本	1,448	1,539	91	6.3%
自己資本比率	53.0%	55.9%	2.9%	-

(出所) IBJ 決算短信及び決算説明会資料より証券リサーチセンター作成



## > 戦略の進捗

### ◆ 新規事業展開の進捗

今後の成長戦略は、会員基盤の拡大による既存事業の伸長と、既存事業で積み上げた会員基盤及びノウハウを活かした新規事業展開の2つの方向性を示している。特に、新規事業展開については、ライフデザイン、ビッグデータ、海外展開の3つの柱を掲げている。

#### 1) ライフデザイン

これまで積み上げてきた約37万人の会員基盤を活かし、成婚のための「独身者のマッチング」だけでなく、結婚やその後のライフデザインに関わる「顧客ニーズの最適なマッチング」への事業領域拡大により、送客手数料の拡大を目指している。15年6月末における提携社数は21社であり、今後も実績のあるジュエリー店や結婚式場、不妊治療医院への送客に加えて、不動産及び引っ越し、保険、転職、独立などのサポート分野へも拡大する方針である。

現在は、成婚者を対象としたサービスが中心となるため業績貢献は小さいものの、成婚率の高さとともに、成婚後のサービスとして会員獲得(特にラウンジ事業)のための差別化要因になるものと考えられる。また、今後は成婚者数を積み上げるとともに、成婚者に拘わらないポイント制による会員の囲い込みにより、業績貢献度合いも徐々に大きくなっていくものとみている。

#### 2) ビッグデータ

同社の保有するデータは、信頼性が高いうえに、各人の要望や個性、価値観などを包含した付加価値の高い属性データである。更に、婚活実績やソーシャルネットワークを通じた行動データの統合も可能であり、データベース分析によるマーケティング支援に活用できる可能性が高い。但し、具体的な事業モデルの確立は、まだこれからとみられる。

#### 3) 海外展開

台湾における海外展開は、14年7月にパーティ専用の自社店舗をオープンして以来、イベント事業が順調に推移している。第2四半期における月間平均動員数は約480名(前年同期の約6.2倍)と大きく拡大しており、年内には単月ベースで黒字化となる見通しである。

### ◆ 地方自治体及び他社との連携を強化

少子化対策が国策となっている中で、地方自治体の中には婚活イベント(街コン等)の開催や地域サポーター(ボランティアで婚活支援を行うスタッフ)などによる婚活支援活動が活発となっている。同社で

注 2) 婚活サポートコンソーシアムの参画企業(同社を除く)は、以下の通りである。

青山商事 (8219 東証一部)

エムティーアイ (9438 東証一部)

ギフコ

テイクアンドグヴ・ニーズ (4331 東証一部)

ディップ (2379 東証一部)

藤田観光 (9722 東証一部)

プリモ・ジャパン

ミサワホーム (1722 東証一部)

は、これまで蓄積してきた独自のノウハウ(婚活イベントの企画・運営、カウンセラーの育成、システム対応等)を活かし、現在7つの府県で婚活支援セミナーの開催等を通じて、地域サポーターの育成などをバックアップしている。同社にとっては、行政や地方自治体が婚活支援活動に乗り出すことにより、市場全体が活性化され、需要が顕在化する効果が期待できる。また、地方自治体との連携は、同社の知名度や信用力の向上にも大きく貢献するものと考えられる。

15年1月には、婚活周辺事業を展開する大手各社(合計9社)<sup>注2</sup>との少子化対策プロジェクト(婚活サポートコンソーシアム)を発足した。少子化対策をテーマとした調査分析による情報発信を目的としているが、各社との連携や協業の動きにも注目される。

## > 業績予想

### ◆ IBJによる15年12月期の業績予想

15/12期の業績予想について同社は、上期実績が計画を上回ったことなどから増額修正した。修正後の業績予想として、売上高を4,033百万円(前期比21.6%増)、営業利益を853百万円(同32.7%増)、経常利益を846百万円(同34.3%増)、当期純利益を544百万円(同34.5%増)と見込んでいる。

認知度の向上や、それに伴う会員数の拡大により、各事業がそれぞれバランスよく伸長するという前提に変更はない模様である。

また、利益面では、ブランディングの一層の強化やスマートフォン向けアプリの開発、カウンセラーの採用及び育成など、先行投資的な費用負担の増加が想定されるものの、増収により吸収することで営業利益率は21.2%(前期は19.4%)に上昇するものと見込んでいる。

### ◆ 証券リサーチセンターによる15年12月期の業績予想

15/12期の業績予想について証券リサーチセンター(以下、当センター)でも、上期実績等を踏まえて増額修正した。修正後の業績予想は、売上高が4,030百万円(前期比21.5%増)、営業利益が850百万円(同32.2%増)と同社とほぼ同水準を見込んでいる。

会員数の伸びやイベント事業への需要が好調であることから、同社の業績予想は達成可能と判断した。

【 図表 5 】 15 年 12 月期業績予想

(単位:百万円)

	14/12期 実績		15/12期 当センター予想				増減率		15/12期 会社予想				増減率	
	金額	構成比	修正前		修正後		修正前	修正後	修正前	修正後	修正前	修正後	修正前	修正後
			金額	構成比	金額	構成比								
売上高	3,317		3,860		4,030		16.4%	21.5%	3,861		4,033		16.4%	21.6%
売上原価	365	11.0%	425	11.0%	440	10.9%	16.4%	20.5%	-	-	-	-	-	-
販管費	2,307	69.6%	2,650	68.7%	2,740	68.0%	14.9%	18.8%	-	-	-	-	-	-
営業利益	643	19.4%	785	20.3%	850	21.1%	22.1%	32.2%	785	20.3%	853	21.2%	22.1%	32.7%
経常利益	630	19.0%	755	19.6%	845	21.0%	19.8%	34.1%	754	19.5%	846	21.0%	19.8%	34.3%
当期純利益	404	12.2%	480	12.4%	540	13.4%	18.8%	33.7%	479	12.4%	544	13.5%	18.4%	34.5%

(出所) IBJ 決算短信より証券リサーチセンター作成

## > 中期業績予想

### ◆ IBJによる中期業績目標

同社は、中期的な成長イメージを公表している。既存事業の成長と周辺領域の拡大により、18/12期の目標として婚活会員数100万人、売上高100億円を目指している。また、売上高100億円の内訳については、既存事業が約60億円、新規事業(ライフデザイン事業など)や海外展開による上乗せで約40億円を計画している模様である。

なお、同社は、現在の未婚者数(20~59歳)を約2,700万人、そのうち何らかの婚活を行っている婚活者割合を約41%と推定していることから、同社への潜在需要は約1,100万人と試算している。

### ◆ 証券リサーチセンターによる中期業績予想

当センターは、15/12期の通期予想を増額修正したことを踏まえ、中期業績予想も増額修正した。修正後の15/12期業績予想を起点に全体的な水準を引き上げたが、16/12期以降の伸び率に大きな変更はない。17/12期までの成長率は、売上高が年率18.0%、営業利益が同27.4%と見込んでいる。

未婚化及び晩婚化の進展や少子化対策に向けた社会的要請の高まりや需要の拡大を背景として、複合的な婚活事業モデルによる会員基盤の拡大やブランド力(認知度)の向上などが、同社の中期的な成長を牽引するものとみている。

利益面では、広告宣伝費やシステム投資以外に特別なコスト要因は想定されず、増収に伴って営業利益率も上昇すると予想した。

一方、成長戦略の3つの柱として掲げているライフデザイン、ビッグデータ、海外展開については、まだ具体的な計画や実績が示されていないことから、現時点では中期業績予想の中に織り込んでいない。

但し、同社の会員基盤を活かしたライフデザインについては、事業領域の拡大に大きな可能性を秘めており、今後の進展によっては業績の上振れ要因となることが想定されるため注意が必要となろう。また、海外展開についても、本格的な業績貢献には時間がかかるものとみているが、想定よりも早いペースで進展すれば、業績の上振れ要因となる可能性も考えられる。

【 図表 6 】 証券リサーチセンターによる中期業績予想

(単位：百万円)

	14/12期 実績	15/12期 当センター予想		16/12期 当センター予想		17/12期 当センター予想		成長率	
		前回	修正後	前回	修正後	前回	修正後	前回	修正後
売上高 (伸び率)	3,317 28.8%	3,860 16.4%	4,030 21.5%	4,500 16.6%	4,700 16.6%	5,250 16.7%	5,450 16.0%	16.5%	18.0%
営業利益 (利益率)	643 19.4%	785 20.3%	850 21.1%	980 21.8%	1,050 22.3%	1,250 23.8%	1,330 24.4%	24.8%	27.4%

(出所) 証券リサーチセンター

**> 投資に際しての留意点**

**◆ 高い配当水準が継続する公算が大きい**

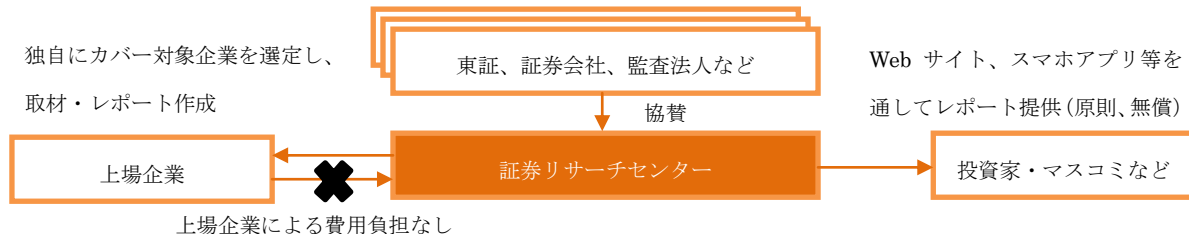
同社は、「財務体質強化及び更なる事業拡大に向けた内部留保の必要性を勘案しつつ、業績に応じた剰余金の配当を行うこと」を株主への利益還元の基本方針としている。14/12期は年12.5円配(株式分割調整後<sup>注3)</sup>)を実施した(配当性向38.4%)。一方、15/12期の配当予想は現時点で未定となっている。当センターでは、中期的にも同社の利益率が高い水準で推移すると予想していることや同社が大規模な投資計画を想定していないこと等から、少なくとも年12.5円配の継続は可能であると判断している。

注3) 同社は、14年4月1日に株式分割(1:3)、並びに15年1月1日に株式分割(1:2)を実施している。

また、同社は個人株主づくりと会員基盤の拡大を目的として、株主本人以外でも利用できる同社サービス入会金の割引券、あるいは結婚相談会無料ご招待券による株主優待制度を導入している。

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。



■ 協賛会員

(協賛)

東京証券取引所	SMBC 日興証券株式会社	大和証券株式会社	野村證券株式会社
みずほ証券株式会社	有限責任あずさ監査法人	有限責任監査法人トーマツ	新日本有限責任監査法人
優成監査法人	株式会社 ICMG		
(準協賛)			
三優監査法人	太陽有限責任監査法人	株式会社 SBI 証券	
(賛助)			
日本証券業協会	日本証券アナリスト協会	監査法人 A&A パートナーズ	いちよし証券株式会社

本レポートの特徴

「ホリスティック企業レポートとは」

ホリスティック企業レポートとは、証券リサーチセンターが発行する企業調査レポートのことを指します。ホリスティック企業レポートは、企業側の開示資料及び企業への取材等を通じて収集した情報に基づき、企業価値創造活動の中長期の持続可能性及び株価評価などの統合的分析結果を提供するものです

■ 魅力ある上場企業を発掘

新興市場を中心に、アナリスト・カバーがなく、独自の製品・技術を保有している特徴的な企業を発掘します

■ 企業の隠れた強み・成長性を評価

本レポートは、財務分析に加え、知的資本の分析手法を用いて、企業の強みを評価し、企業の潜在的な成長性を伝えます。さらに、今後の成長を測る上で重要な KPI (業績指標) を掲載することで、広く投資判断の材料を提供します

■ 第三者が中立的・客観的に分析

中立的な立場にあるアナリストが、企業調査及びレポートの作成を行い、質の高い客観的な企業情報を提供します

本レポートは、企業価値を「財務資本」と「非財務資本」の両側面から包括的に分析・評価しております

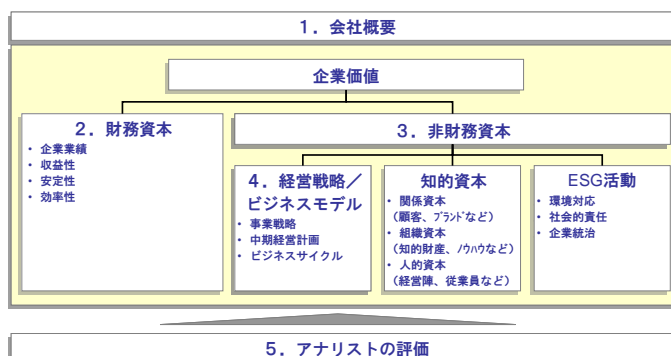
本レポートの構成

企業の価値は、「財務資本」と「非財務資本」から成ります。

「財務資本」とは、これまでに企業活動を通じて生み出したパフォーマンス、つまり財務諸表で表される過去の財務成果であり、目に見える企業の価値を指します。

それに対して、「非財務資本」とは、企業活動の幹となる「経営戦略/ビジネスモデル」、経営基盤や IT システムなどの業務プロセスや知的財産を含む「組織資本」、組織の文化や意欲ある人材や経営陣などの「人的資本」、顧客との関係性やブランドなどの「関係資本」、社会との共生としての環境対応や社会的責任などの「ESG 活動」を指し、いわば目に見えない企業の価値のことを言います。

本レポートは、目に見える価値である「財務資本」と目に見えない価値である「非財務資本」の両面に着目し、企業の真の成長性を包括的に分析・評価したものです。



## 指標・分析用語の説明

### ■ PER (Price Earnings Ratio)

株価を1株当たり当期純利益で除したもので、株価が1株当たり当期純利益の何倍まで買われているのかを示すものです

### ■ PBR (Price Book Value Ratio)

株価を1株当たり純資産で除したもので、株価が1株当たり純資産の何倍まで買われているのかを示すものです

### ■ 配当利回り

1株当たりの年間配当金を、株価で除したもので、投資金額に対して、どれだけ配当を受け取ることができるかを示すものです

### ■ ESG

Environment: 環境、Society: 社会、Governance: 企業統治、に関する情報を指します。近年、環境問題への関心や企業の社会的責任の重要性の高まりを受けて、海外の年金基金を中心に、企業への投資判断材料として使われています

### ■ SWOT 分析

企業の強み (Strength)、弱み (Weakness)、機会 (Opportunity)、脅威 (Threat) の全体的な評価を SWOT 分析と言います

### ■ KPI (Key Performance Indicator)

企業の戦略目標の達成度を計るための評価指標 (ものさし) のことです

### ■ 知的資本

顧客関係や業務の仕組みや人材力などの、財務諸表には表れないが、財務業績を生み出す源泉となる「隠れた経営資源」を指します

### ■ 関係資本

顧客や取引先との関係、ブランド力など外部との関係性を示します

### ■ 組織資本

組織に内在する知財やノウハウ、業務プロセス、組織・風土などを示します

### ■ 人的資本

経営陣と従業員の人材力を示します

## 免責事項

- 本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- 本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- 本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。特に記載のないかぎり、将来のパフォーマンスの予想はアナリストが適切と判断した材料に基づくアナリストの予想であり、実際のパフォーマンスとは異なることがあります。したがって、将来のパフォーマンスについては明示又は黙示を問わずこれを保証するものではありません。
- 本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- 一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- 本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。