

IBJ

6071 東証 1 部

<http://www.ibjapan.jp/ir/>

2016 年 3 月 15 日 (火)

Important disclosures
and disclaimers appear
at the back of this document.

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
佐藤 譲

[企業情報はこちら >>>](#)

■ 婚活サービス国内最大、中期目標で売上高 100 億円を目指す

IBJ<6071> は婚活サイト「ブライダルネット」の運営からスタート。その後、全国の結婚相談所をネットワークでつなぐ「日本結婚相談所連盟」を立ち上げたほか、ネットを活用した合コン、お見合いパーティー等のイベント運営を行うなど婚活を基軸として事業領域を拡大中。2015 年 12 月末現在、同社が提供するサービスの利用者（婚活会員）数は約 42 万人（2016 年 1 月末には約 43 万人）と右肩上がり増加しており、婚活サービス企業では国内最大規模となっている。

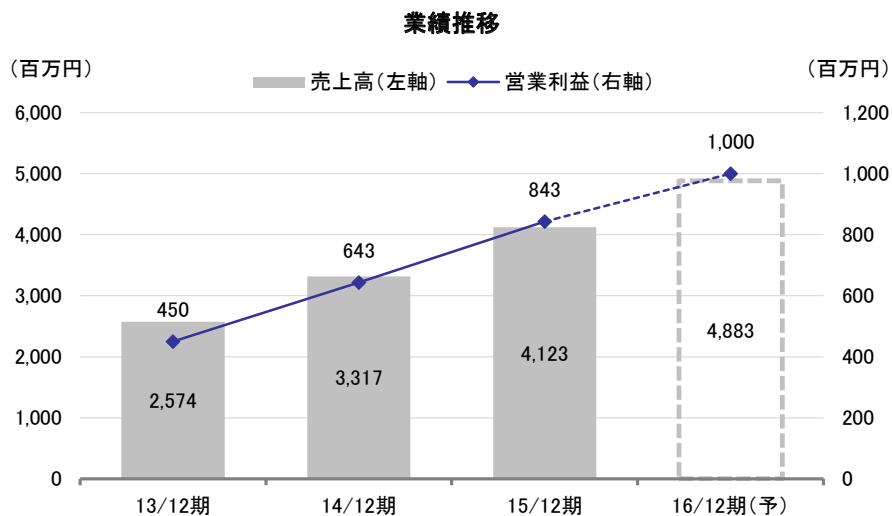
2 月 12 日に発表された 2015 年 12 月期の業績は、売上高が前期比 24.3% 増の 4,123 百万円、営業利益が同 31.1% 増の 843 百万円とほぼ会社計画どおりに着地し、過去最高業績を更新した。婚活市場の拡大を追い風にすべての事業で 2 ケタ増収を達成した。特に、オンライン婚活サイトの有料会員数は前期末比 60.5% 増と急成長したほか、婚活パーティーや合コンなどイベント動員数も前期比 34% 増と好調に推移した。

2016 年 12 月期は売上高が前期比 18.4% 増、営業利益が同 18.6% 増と 2 ケタ増収増益が続く見通し。今期もすべての事業で 2 ケタ増収を計画しているが、とりわけコーポレート事業の高成長を見込んでいる。結婚相談所の新規開業が増加傾向にあるなかで、同事業が運営する「日本結婚相談所連盟」の加盟社数の獲得を強化していくほか、各相談所の会員向けに新サービスを提供することで収益拡大を見込む。また、コミュニティ事業ではスマホ専用アプリのリリース、イベント事業では新規出店を加速していくことで更なる利用者数の拡大を進めていく。

新たに発表した 3 ケ年中期経営計画では最終年度となる 2018 年 12 月期に売上高 100 億円、営業利益 20 億円を目標として掲げた。既存事業で年率 20% 増の売上げ成長を続けていくほか、婚活周辺領域への拡大による新規事業で 28 億円の売上高を見込んでいる。ユーザー数の拡大と会員 1 人当たりの LTV（顧客生涯価値）の向上に取り組むことで、中期経営計画の達成を目指していく。オンライン（ネット）からオフライン（リアル）まで多彩なサービスを提供することで、効率的な会員獲得と高収益性を実現する同社のビジネスモデルは高い競争優位性を有しており、今後も業界トップ企業として成長を続けていくものと予想される。

■ Check Point

- ・ 婚活を基軸に多様なサービス提供、強固な収益基盤を確立
- ・ 2015 年 12 月期は 2 ケタ増収増益で過去最高業績を更新
- ・ 2016 年 12 月期は引き続き 2 ケタ増収増益を見込む

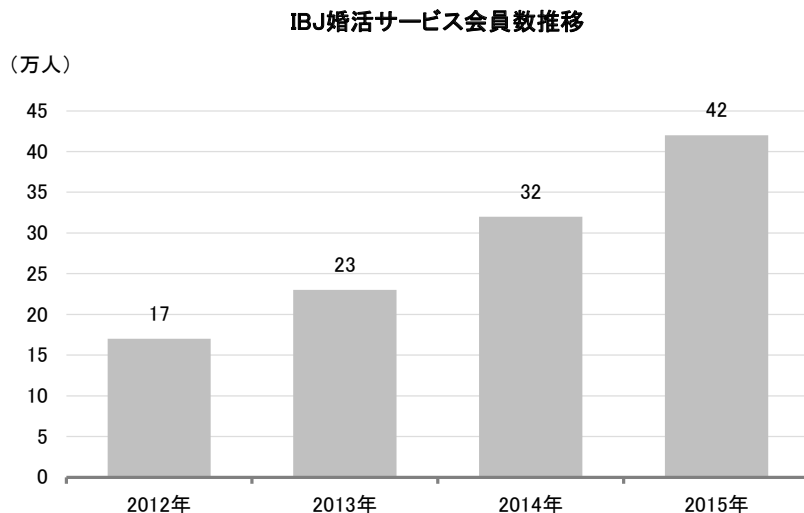


■ 事業概要

婚活会員数は 40 万人を超え、年々増加

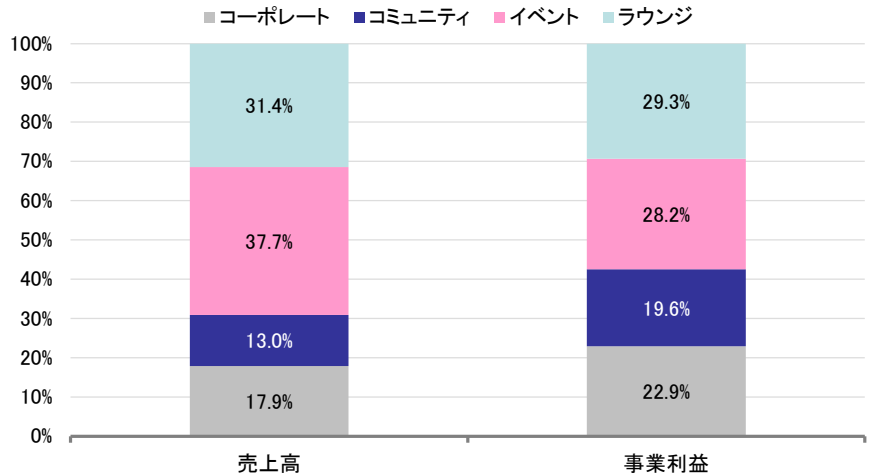
(1) 事業内容

IBJ は婚活に関連する様々なサービスをオンライン（ネット）とオフライン（リアル）の両面から提供する日本最大規模の婚活サービス企業である。同社サービスを利用する婚活会員数は 2015 年 12 月末で約 42 万人に上り、年々増加の一途をたどっている。



事業セグメントとしてはメディア部門とサービス部門の 2 部門で開示しており、メディア部門はコーポレート事業、コミュニティ事業、イベント事業の 3 つの事業で、サービス部門はラウンジ事業で構成されている。2015 年 12 月期の売上構成比で見ると、売上高はイベント事業が 37.7% と最も高く、次いでラウンジ事業が 31.4% を占め、2 つの事業で 60% を超えている。また、事業利益でもこれら 2 事業で全体の 50% を超えているが、収益性はコーポレート事業やコミュニティ事業が相対的に高く、すべての事業がバランスよく収益を稼ぎ出しているのが特徴と言える。

事業部別構成比(15/12期)



○コーポレート事業

コーポレート事業は、主に同社が設立した国内最大級の結婚相談所ネットワーク「日本結婚相談所連盟」に加盟する結婚相談所向けのサービスとなる。加盟店は「IBJ システム」と呼ばれるお見合い管理システムを導入することによって、同連盟に登録されている 1,100 社超の結婚相談所、約 5.6 万人に上る会員のデータベースを共有することが可能となり、お見合いのセッティング機会が増大するなどのメリットを享受している。また、同連盟では業界活性化・健全化のための定例会（勉強会）の開催やガイドラインの設定、あるいは加盟店同士のコミュニケーションツールとなる IBJ 新聞（季節毎）の発行も行っている。現在、国内で事業活動している結婚相談所は約 2,000 社あるとみられており、相談所ベースでのシェアは 5 割強の水準となっている。特に、最近では新規開業する相談所が加盟するケースが増加傾向にあり、シェアも年々上昇している。同連盟の売上高は加盟店からの開業加盟金 120 万円と、システム利用料月額約 2 万円からなり、同事業売上高の 6～7 割を占めている。その他、同事業の売上高としては運営するサイトでの広告販売収入や EC サイト「emma」の売上高なども同事業に含まれている。

○コミュニティ事業

コミュニティ事業では、婚活サイト「ブライダルネット」の運営を行っている。登録会員数（無料会員含む）は 2015 年 12 月末で 21 万人超、うち月額有料会員数は 1.7 万人超となっている。同事業の売上高は、主に「ブライダルネット」の有料会員から得られる月額利用料 3,000 円（税込）からなる。婚活サイトでは男女で利用料金に格差を設けているところも多いが、「ブライダルネット」では男女同一料金としているため、冷やかしの会員はほとんどみられず、真面目に婚活をする独身男女を対象としたサイトであるのが特徴となっている。また、婚活の相談やカウンセリングサービスなども専任担当者により無料で提供している。

※2015年1月～7月実績。
成婚率＝成婚退会者数÷全退会者数

○イベント事業

イベント事業には、婚活パーティーサイト「PARTY☆PARTY」の運営・イベント事業と、合コンセティングサイト「Rush」の運営事業が含まれる。売上高は主に1人当たりイベント参加費用4,000～5,000円×動員数からなる。

「PARTY☆PARTY」で企画した婚活パーティーや各種イベントは、主に自社直営のイベントスペースをパーティー会場として利用することで低コスト運営を実現している。会員からのイベント参加料(前払い)が主な収入源となっており、首都圏、京阪神、名古屋に加えて、ここ1～2年で仙台、広島、福岡、熊本、宮崎など地方主要都市でも婚活パーティーが開催されている。なお、広島、福岡、熊本に関してはパートナー企業との共同開催形式を採用している。

一方、「Rush」は登録会員数が27万人超と国内最大級の合コンセティングサイトとなっており、会員は日時や場所、人数、年齢など各種条件検索により希望する合コンに、サイト上から参加申し込みするシステムとなる。同社では合コンのセティングのほか、飲食店の選定・予約・代金精算代行サービスも一括して提供している。合コン参加者からは飲食代金込みの参加料金を前受金で徴収し、また、契約する飲食店からも送客手数料などを別途收受している。

○ラウンジ事業

ラウンジ事業では、主要都市及びターミナル立地に特化した結婚相談所「IBJメンバーズ」の運営を行っている。2015年12月末時点で、首都圏と大阪、神戸、名古屋に合計9店舗出店している。徹底した成婚主義にこだわっているのが特徴で、業界最高水準の成婚率52.6%※を実現している(業界の平均水準は10～30%)。

成婚率の高さの背景には、「IBJシステム」による約5.6万人の豊富な会員データベースの活用に加えて、優秀なカウンセラーによる少人数専任制(1カウンセラー当たり担当会員数は約60名まで)を敷いていること、成婚報酬主義を採用していることなどが挙げられる。また、同社の新規会員は「PARTY☆PARTY」など自社グループ内サービスからの入会者が過半を占めるため、会員獲得のためのマーケティングコストも競合他社と比較して抑えることができ、そのコスト分を優秀なカウンセラーの維持獲得費用に振り向けることで、サービス品質の維持向上に努めていることが、成婚率の高さにつながっていると考えられる。なお、同事業は会員からの入会金、年間活動サポート費、月会費、成婚料が主な収入となっており、サービス内容によって4つのコースに分かれている。会員の年間費用は平均で18～24万円程度となり、これに成婚した場合は成婚料として1人当たり21万円を受領している。

各事業の売上モデル

コーポレート事業(日本結婚相談所連盟)	開業加盟金120万円+月額システム利用料約2万円×加盟相談所数
コミュニティ事業(プライダルネット)	月会費3,000円×月会費課金者数
イベント事業(PARTY☆PARTY、Rush)	イベント参加費用4,000～5,000円×動員数
ラウンジ事業(直営結婚相談所)	会費(年換算)18～24万円×会員数、成婚料21万円

出所：決算説明会資料

婚活を基軸に多様なサービス提供、強固な収益基盤を確立

(2) 同社の強み

同社の強みは、婚活を基軸とした様々なサービスを展開することで、多様な顧客ニーズに対応し集客力を高めるとともに（＝収益機会の最大化）、会員獲得のためのマーケティングコストの極小化（＝収益性の向上）を同時に実現していることにある。もちろん、こうしたビジネスモデルは、婚活の最終目標である成婚率の向上にもつながっている。

婚活する利用者から見れば、婚活の最初は合コンや婚活サイトへの登録など敷居の低いサービスから利用し、そこで相手が見つからなければ、婚活パーティーや結婚相談所といった上位のサービスに移行することになる。同社はこうした多様な婚活サービスを展開することで、婚活サービス利用者から得られる売上高の最大化を実現することが可能となる。

また、ビジネスモデルに関して言えば、BtoC、BtoB の両分野で事業を展開しているほか、ストック型、フロー型いずれのビジネスモデルにおいても収益化を実現していることから、収益の安定性という点において強固な事業基盤を確立していると言える。

■ 決算動向

2015 年 12 月期は 2 ケタ増収増益で過去最高業績を更新

(1) 2015 年 12 月期の業績概要

2015 年 12 月期の業績は、売上高が前期比 24.3% 増の 4,123 百万円、営業利益が同 31.1% 増の 843 百万円、経常利益が同 32.8% 増の 836 百万円、当期純利益が同 40.3% 増の 567 百万円と 2 ケタ増収増益となり、過去最高業績を更新した。婚活市場が活性化したことを追い風に、すべての事業が 2 ケタ増収と好調に推移したことが主因だ。営業利益の増減要因を見ると、人件費で前期比 253 百万円増加したほか、広告宣伝費で 157 百万円、売上原価で 68 百万円、地代家賃で 52 百万円、その他販管費で 77 百万円それぞれ増加したが、増収効果ですべて吸収した格好となり、営業利益率も前期比 1.0 ポイント上昇し、初めて 20% 台に乗せた。

なお、会社計画比で見ると売上高が若干上回った一方で、営業利益と経常利益が若干未達となっているが、これはブランディングやプロモーション強化のための動画広告の準備費用を前倒して計上したことや、業績連動型の賞与が増加したことが要因で、各事業の収益性が低下しているわけではない。また、当期純利益が会社計画を上回ったのは税額控除分が増加（＝実効税率の低下）したことが要因となっている。

2015 年 12 月期業績

(単位：百万円)

	14/12 期		15/12 期			
	実績	対売上比	実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	3,317	-	4,123	-	24.3%	2.2%
売上原価	365	11.0%	434	10.5%	18.9%	-
販管費	2,307	69.6%	2,846	69.0%	23.4%	-
営業利益	643	19.4%	843	20.4%	31.1%	-1.2%
経常利益	630	19.0%	836	20.3%	32.7%	-1.2%
当期純利益	404	12.2%	567	13.8%	40.3%	4.2%

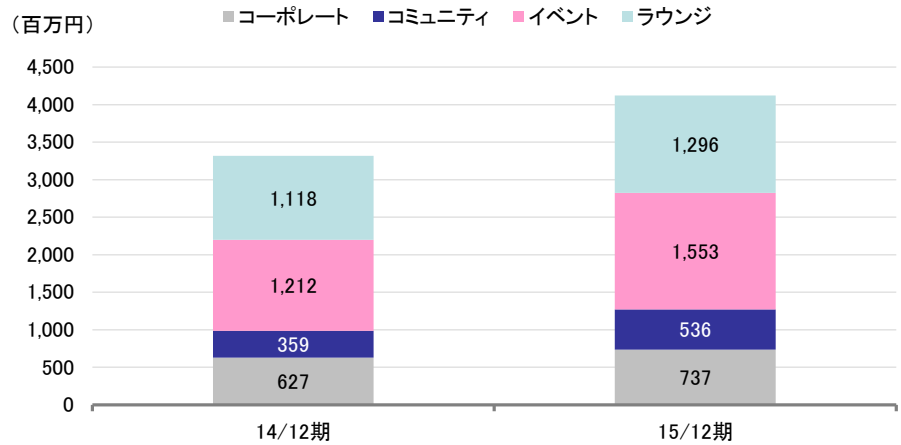
メディア部門の3事業すべてで2ケタ増収増益、サービス部門も増収増益

(2) 事業セグメント別動向

○メディア部門

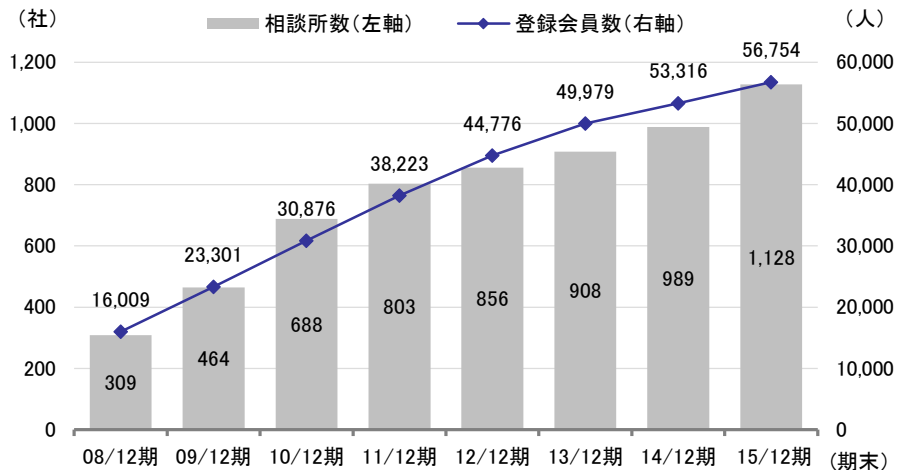
メディア部門の売上高は前期比 28.6% 増の 2,826 百万円、セグメント利益は同 41.1% 増の 1,199 百万円となった。最も大きく伸びたのはコミュニティ事業だが、3つの事業すべてで2ケタ増収増益となり、利益率も向上した。

事業別売上高



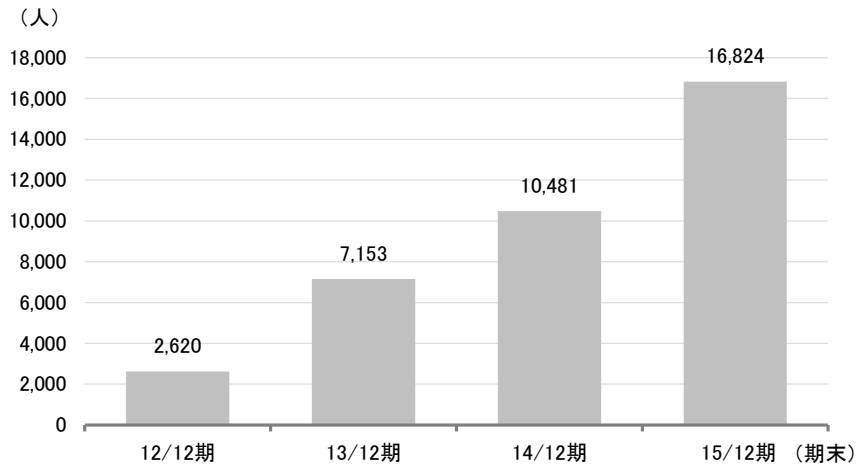
コーポレート事業の売上高は前期比 17.5% 増の 737 百万円となった。2015 年 12 月末の「日本結婚相談所連盟」の加盟件数が前期末比 139 社増の 1,128 社と順調に拡大したことが要因だ。新規開業するに当たって、同連盟に加盟するケースが増加傾向にあり、業界での認知度が着実に向上していることがうかがえる。また、加盟相談所の登録会員数は全体で前期末比 3,438 名増の 56,754 名となっている。

「日本結婚相談所連盟」加盟数と登録会員数



コミュニティ事業の売上高は前期比 49.2% 増の 536 百万円と急成長した。「ブライダルネット」の 12 月末時点の有料会員数が前期末比で 60.5% 増の 16,824 名と大幅に増加したことが要因だ。リクルートホールディングス<6098> やヤフー<4689> など大手企業が婚活サイト市場に進出してきたことで、婚活サイトの認知度が一気に広まったことに加え、数多くある婚活サイトの中で「ブライダルネット」のサービス内容や品質などが高く評価されたことが会員数の急成長につながったとみられる。

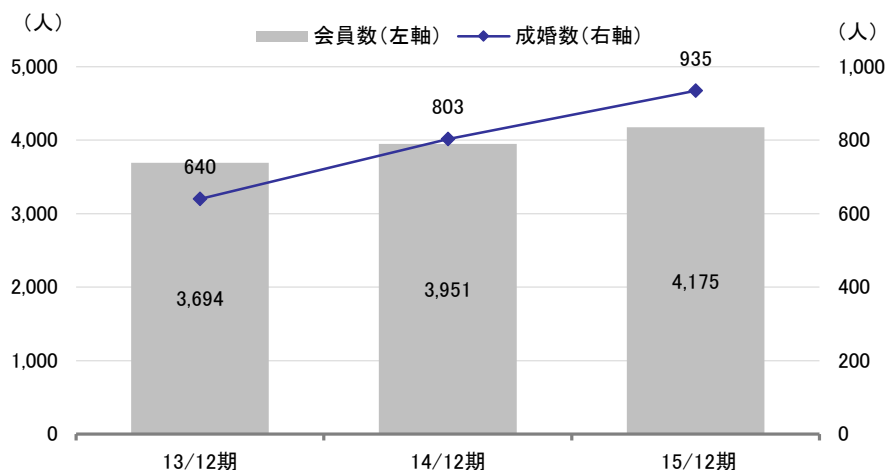
「ブライダルネット」有料会員数推移



イベント事業の売上高は前期比 28.2% 増の 1,553 百万円となった。「PARTY ☆ PARTY」と「Rush」を合わせて、イベント開催数が前期比 33.0% 増の 32,077 本、動員数で同 34.3% 増の 383,887 名となるなど好調に推移した。特に、「PARTY ☆ PARTY」では、2014 年に出店した 4 店舗がフルに寄与したほか、2015 年に入ってから 1 月に仙台に出店し、5 月には広島でパートナー企業と共同で店舗を開設、また、大阪会場や神戸会場のスペースもそれぞれ 2 倍以上に拡張するなど、需要の拡大に対応して店舗の増設・拡張を進めた効果が出た格好だ。

○サービス部門

サービス部門はラウンジ事業単一の部門であり、売上高は前期比 15.9% 増の 1,296 百万円、セグメント利益は同 4.1% 増の 497 百万円となった。ラウンジ事業が運営する「IBJ メンバース」の 2015 年 12 月末の会員数は前期末比 5.7% 増の 4,175 名と順調に拡大したほか、成婚者数も前期比 132 人増加の 935 名と大きく増加した。売上高の伸びに対して、利益の伸びが低くなっているのは、カウンセラースタッフの拡充とスキルアップ研修の強化などに注力したことが要因となっている。

「IBJメンバース」の会員数と成婚数

■ 今後の見通しと成長戦略
2016 年 12 月期は引き続き 2 ケタ増収増益を見込む
(1) 2016 年 12 月期見通し

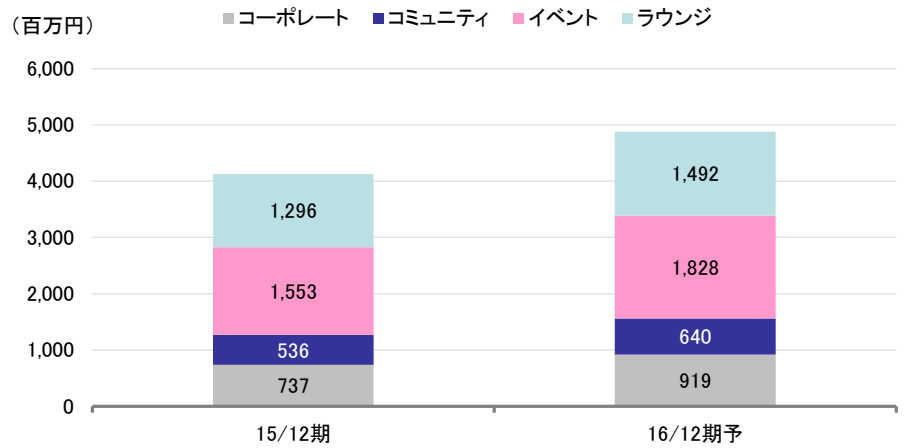
2016 年 12 月期業績は、売上高が前期比 18.4% 増の 4,883 百万円、営業利益が同 18.6% 増の 1,000 百万円、経常利益が同 18.6% 増の 992 百万円、当期純利益が同 17.0% 増の 664 百万円と 2 ケタ増収増益が続く見通し。今期もすべての事業において 2 ケタ成長を見込んでいる。事業別の見通しは以下のとおり。

2016 年 12 月期業績

(単位：百万円)

	15/12 期		16/12 期		
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	前期比
売上高	4,123	-	4,883	-	18.4%
営業利益	843	20.4%	1,000	20.5%	18.6%
経常利益	836	20.3%	992	20.3%	18.7%
当期純利益	567	13.8%	664	13.6%	17.1%

事業別売上高見通し



○コーポレート事業

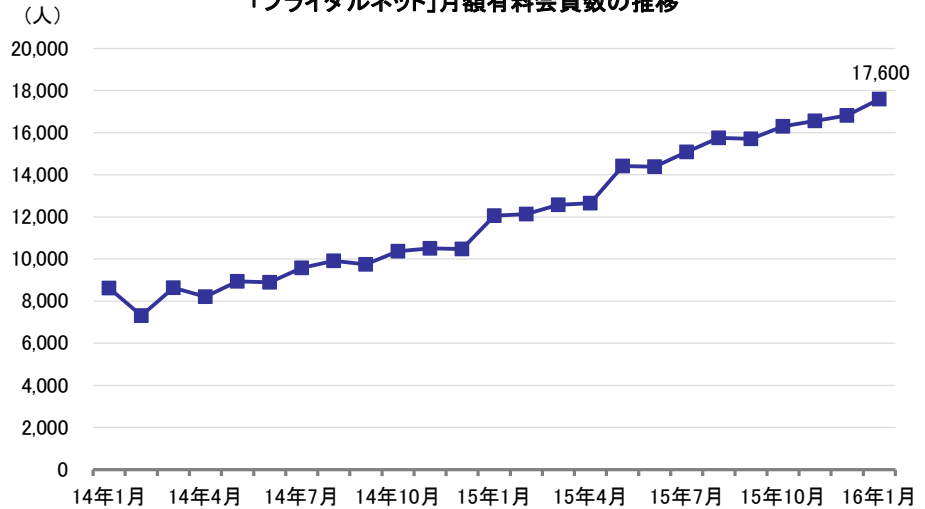
最も高い成長率を見込んでいるのがコーポレート事業で、前期比 24.7% 増の 919 百万円となる見通し。新規加盟件数の獲得を強化していくほか、従来マネタイズしていなかった加盟店の登録会員に向けたサービスを開始することで成長を加速していく。加盟件数の獲得に当たっては従来、アフィリエイト広告やリスティング広告などインターネット広告を使って、加盟件数を増やしてきた。今期は獲得コストの上限を引き上げることで、加盟件数を増やしていく。また、新規加盟企業を紹介する制度の拡充も行っており、紹介案件での新規獲得も増やしていく方針だ。

また、システムのバージョンアップに伴い、加盟店の登録会員向けサービスとして、会員同士のコミュニケーションツールとなる専用機能を開発、2 月よりサービスを開始している。同サービスは会員間で連絡先の交換をする前の段階において、互いの親交を深めるためのツールとなる。互いの写真を共有したり（ダウンロードは不可）チャットをしながら、気に入れば連絡先の交換へと進み、逆に気に入らなければ写真などの削除もできる。同アプリ内の会話内容などは登録している結婚相談所でのモニタリングもしており、会員同士でトラブルが発生しそうな際には注意喚起もできる。このため、利用者にとっては安心してパートナーを探すことができるツールとなる。サービス料金は月額 500 円（半年分一括払い）で、同連盟の会員数は現在 5.6 万人となっており、全ての会員が利用したとすれば、年間収入として約 3.4 億円が見込めることになる。金額的には大きくはないものの、同サービスの開始によって会員同士の交流が活発化し成婚率が高まる効果が期待されるほか、「日本結婚相談所連盟」のブランド価値が高まり、加盟件数の増加につながる事が予想される。

○コミュニティ事業

コミュニティ事業の売上高は前期比 19.3% 増の 640 百万円となる見通し。今期は「ブライダルネット」の月額有料会員数を前期末比 11.7% 増の 1.88 万人と見込んでいる。直近のデータによれば、2016 年 1 月末の月額有料会員数は 1.76 万人と前年同月比で 4 割超の伸びとなり、引き続き高成長が続いている。このため、今期の売上計画については上振れする可能性が高いと弊社では見ている。会員数獲得に向けた新たな取り組みとしては、2 月にスマホ専用アプリをリリースした。従来はブラウザベースのサイトしかなく、スマホユーザーの獲得という点において専用アプリの開発が課題となっていたが、今期でこうした課題も解消された。また、同アプリでは一部機能の制限を設けて無料会員登録から利用できるようになっている。まずはお試しで利用してもらい、その後有料会員化していく流れとなる。スマホ専用アプリのリリースによって利便性が向上し、更なる会員数の拡大が期待される。

「ブライダルネット」月額有料会員数の推移



○イベント事業

イベント事業の売上高は前期比 17.7% 増の 1,828 百万円となる見通し。イベント動員数は月平均で前期比 12.4% 増の 35,955 人を見込んでいる。1 月は前年同期比 3 割増の 3.3 万人と引き続き高成長が続いているほか、今期は「PARTY ☆ PARTY」の新規出店を積極化することもあって、計画の達成は十分可能とみられる。2 月には京都に出店したほか、八重洲店を 2 倍に増床している。これら店舗は出店当初から稼働率も高く運営することが可能で、出店 1 ヶ月目から単月ベースで黒字が見込めるビジネスモデルとなっている。このため、出店経費は増加するものの、今期も増収増益が見込まれる。

○ラウンジ事業

ラウンジ事業の売上高は前期比 15.1% 増の 1,492 百万円となる見通し。店舗数は前期と同じ 9 店舗の体制で、カウンセラーの増員とサービス品質の向上を継続して注力していく。今期は成婚者、既存会員からの紹介による新規入会者及び成婚数を増やすことで、増収増益を目指していく。同社は直営の「IBJメンバーズ」を洗練されたカウンセラーによる高品質なサービスを提供する結婚相談所と位置付けており、ブランド価値を高めていく戦略となっている。

2018年12月期に売上高100億円、営業利益20億円を目標にする中期経営計画

(2) 中期経営計画の概要と成長戦略について

今回、新たに3ヶ年の中期経営計画を発表している。経営数値目標としては最終年度となる2018年12月期に売上高10,000百万円、営業利益2,000百万円を掲げた。売上高については既存事業の成長で7,200百万円、婚活周辺領域への展開による新規事業（M&A含む）で2,800百万円を見込んでいる。また、同社が提供するサービスの会員数では、前期の42万人から100万人を目指していく考えだ。

中期業績目標値

（単位：百万円）

	15/12期		18/12期		
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	年平均成長率
売上高	4,123	-	10,000	-	34.4%
既存事業	4,123	100.0%	7,200	72.0%	20.4%
新規事業	-	-	2,800	28.0%	-
営業利益	843	20.4%	2,000	20.0%	33.4%
経常利益	836	20.3%	2,000	20.0%	33.7%
当期純利益	567	13.8%	1,300	13.0%	31.9%

今後の市場環境としては、未婚率の上昇と出生数の減少傾向が続くなかで、官民挙げた婚活需要の掘り起しによる少子化対策が強化されるものと考えられ、また、同時に結婚願望を持つ独身者が高い割合で存在するなかにおいて、婚活サービスに対する需要も拡大していくことが予想される。

こうした市場環境下で、同社は出会いから成婚まであらゆる婚活ニーズをオンライン（ネット）とオフライン（リアル）の両面から提供できる婚活サービスの業界トップ企業として今後も市場をけん引していくものと考えられる。同社の成長戦略としてはユーザー数の拡大とLTV（顧客生涯価値）の向上を挙げている。

ユーザー数を拡大していく戦略としては、前述した取り組みに加えて、2016年は新たにIBJゲートウェイアプリを7月頃にリリースする予定となっている。同アプリは婚活サービスだけでなく、その周辺領域（趣味、仕事等）のサービス活用を含めたゲートウェイアプリとすることで、会員数の拡大を図ると同時に顧客属性のデータベースを巨大化し、新たなサービス展開へとつなげていく。また、お見合いパーティーなどのイベント店舗については積極的に出店していくが、結婚相談所については直営での新規出店は行わず、各地域で事業パートナー（地方自治体を含む）と共同展開することで、出店スピードを加速化し、「日本結婚相談所連盟」の加盟件数を増やすことで、会員数を増やしていく。

一方、LTVの向上については、既存サービスの品質強化による顧客単価の上昇やリピート率の向上と、周辺領域へサービスを展開することで実現していく。例えば、結婚相談所で見れば、直営店では高品質なサービスを提供することで対象顧客層をアッパー層にシフトし、顧客単価を上昇していく。また、加盟店においても優良店と判断した店舗には直営店のサービスノウハウを移転し、同様の価値向上を進めていく。リピート率の向上については、主に婚活サイトや各種イベントにおいて取り組んでいく。現在、「ブライダルネット」の継続率は約80%、イベントは約60%（参加数2回以上の会員の比率）となっているが、ユーザー目線に立ったサービス施策を実施することでリピート率を高めていく考えだ。

婚活周辺領域への展開については、既に結婚式場や結婚指輪等の領域で 34 社の企業と提携を結び顧客の送客サービスを実施しているが、今後も不動産や転職、旅行など周辺領域を広げていくほか、同社自身でもこれら周辺サービスを展開していく構想を持っている (M&A 含む)。同社では現在年間 4,000 組の成婚カップルをグループ内の婚活サービスによって誕生させているが、将来的には国内成婚数の約 1% となる 6,500 組の成婚カップルを創出していくことを目標に掲げ、サービスの強化を進めていく方針となっている。

婚活周辺領域への展開

婚活関連企業との提携・送客



事業領域拡充

出所：決算説明会資料

また、海外展開については台湾の婚活オンラインマッチングサービス大手である尚凡資訊股份有限公司 (サンファンインフォ：TWSE 5278) と 2014 年 4 月に合併会社を設立し (出資比率 57%)、イベント事業 (お見合いパーティー) を開始している。2016 年には結婚相談所のサービスも開始するほか、2017 年には連盟事業を立ち上げるなど、国内での成長モデルを台湾でも移植していく。また、2018 年以降は香港やシンガポール、タイなどその他のアジア諸国でも同様のサービス展開を進めていく予定となっている。

■ 財務状況と株主還元策

安全性、収益性の各指標とも上昇傾向で財務基盤の強化が進展

(1) 財務状況

2015 年 12 月末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 198 百万円増加の 2,933 百万円となった。このうち流動資産の変動要因を見ると、売上債権が 59 百万円、前払費用が 14 百万円増加した一方で、現預金が 30 百万円減少した。固定資産では有形固定資産が 30 百万円増加した。

負債は前期末比 23 百万円減少の 1,259 百万円となった。主に有利子負債 50 百万円の減少によるものである。また、純資産は前期末比 221 百万円増加の 1,674 百万円となった。当期純利益 567 百万円の計上があった一方で、自己株式取得で 195 百万円、配当金支払いで 155 百万円の減少要因となった。

経営指標を見ると安全性を示す自己資本比率は前期 53.0% から当期は 56.8% に、また有利子負債比率は 26.5% から 20.0% にそれぞれ改善しており、財務基盤の強化は着実に進んでいるものと思われる。また、収益性に関して見れば ROA、ROE、営業利益率とすべての指標において 20% 以上と高収益性を誇っているだけでなく、すべての項目において上昇傾向が続いていることも注目される。

貸借対照表

(単位：百万円)

	12/12 期	13/12 期	14/12 期	15/12 期	増減額
流動資産	1,108	1,510	1,903	1,950	46
(現預金)	752	1,175	1,458	1,428	-29
固定資産	534	616	831	983	151
総資産	1,643	2,126	2,735	2,933	198
流動負債	685	758	1,029	1,057	27
固定負債	17	215	252	202	-50
(有利子負債)	160	380	385	335	-50
負債	703	974	1,282	1,259	-22
純資産	940	1,151	1,453	1,674	220
(安全性)					
流動比率	161.8%	199.1%	184.9%	184.4%	
自己資本比率	57.2%	54.0%	53.0%	56.8%	
有利子負債比率	17.0%	33.0%	26.5%	20.0%	
(収益性)					
ROA (総資産経常利益率)	23.0%	23.8%	25.9%	29.5%	
ROE (自己資本利益率)	24.4%	25.8%	31.2%	36.5%	
売上高営業利益率	14.9%	17.5%	19.4%	20.4%	

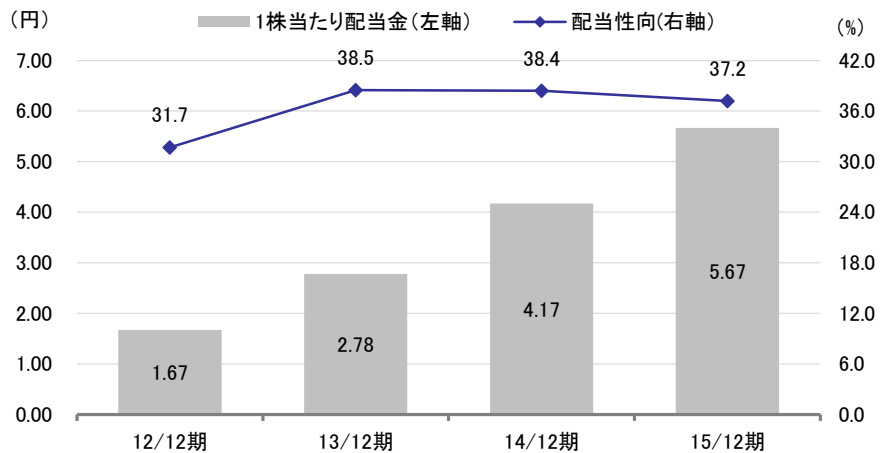
上場来連続増配を実施、今期も業績により増配期待

(2) 株主還元策

同社は株主還元策として、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基本方針としており、上場来連続で増配を実施している。2016年12月期は未定となっているが、業績が順調に推移すれば増配が期待されよう。

また、株主優待制度も2014年より導入している。12月末の株主に対して保有株数に応じてQUOカード(500円または1,000円分)を贈呈しているほか、同社グループのサービスで利用できる株主優待券を贈呈している。これに加え、2015年12月期の株主優待では15周年記念優待としてQUOカード(500円分)を追加する。

1株当たり配当金と配当性向



注: 2016年1月に1:3の株式分割を実施しており、1株当たり配当金は株式分割を考慮し、過去遡及修正している

株主優待制度の内容(対象者: 12月末の株主)

○QUOカード
1~5単元(100~500株)未満の株主に1,000円分(うち記念優待500円分)を贈呈
5単元(500株)以上の株主に1,500円分(うち記念優待500円分)を贈呈
○株主優待券
1~5単元未満の株主に株主優待券を1枚、5単元以上の株主に3枚贈呈
利用可能サービス
・IBJメンバーズ(プレミアコース)入会初期費用10万円割引券
・プライダルネット(月会費コース)6ヶ月無料券(18,000円相当)
・PARTY☆PARTY運営の婚活パーティー無料招待券(1回分)(約4,000円相当)
・日本結婚相談所連盟新規開業加盟金10万円割引券

ディスクレーマー（免責条項）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ