

成婚数
No.1

手厚いサポートで叶える

IBJ婚。

IBJ 婚活アンバサダー
森 香澄

♡ IBJ

2024年12月通期

決算説明資料

株式会社IBJ
(東証プライム 6071)

業績サマリー

- ・売上高17,739百万円(YoY+0.5%)、営業利益2,579百万円(YoY+15.6%)
- ・通期予想に対しては、売上高は僅かにビハインドするも、営業利益においては予想に対し111.0%の好進捗で着地

KPI

- ・IBJ結婚相談所数は4,502店(YoY+9.1%)と堅調な増加
- ・IBJ結婚相談所の新規入会者数は過去最高の64,305名(YoY+25.2%)
- ・最重要指標である成婚組数の定義を見直し2024年の成婚組数は7,918組
- ・中期経営計画について一部見直しを実施(営業利益の上方修正と各種定義を見直し)

市場環境

- ・オーネットがIBJのネットワークに加盟、IBJの市場シェアはより一層高まる
- ・マッチングアプリの普及により結婚相談所の利用者も増加、更なる追い風に
- ・婚活支援に取り組む自治体も増加し、少子化対策＝婚活支援の認識が広がる

① 決算概要(P.4)

② マッチングサービスの市場環境と成長性(P.10)

③ IBJのシェアと収益性(P.22)

④ KPIと中期経営計画の見直しについて(P.30)

⑤ セグメント別サマリー(P.38)

⑥ 参考資料(P.43)



1

決算概要

売上高、営業利益ともに昨対を上回り着地

2023年に発生したリート売却(約17億円)の収益を埋める形で2024年は事業が好調に成長

(百万円)	2023年通期	2024年通期	増減額(YoY)	増減率(YoY)
売上高	17,649	17,739	+90	+0.5%
営業利益	2,230	2,579	+349	+15.7%
経常利益	2,292	2,561	+269	+11.7%
親会社株主に帰属する 純利益	1,629	1,523	△105	△6.5%

予想に対し売上高は僅かにビハインド、営業利益は通期予想より+11.0%の上振れ

(百万円)	2024年通期 予想	2024年通期 実績	業績予想との差額	業績予想比
売上高	18,200	17,739	△460	△2.5%
営業利益	2,323	2,579	+255	+11.0%

売上高におけるビハインド要因

- ・2024年に実施予定のM&Aが成就しなかった

営業利益の上振れ要因

- ・オーネットの加盟効果(主に新規入会者数増加によるシステム登録料)
- ・加盟店事業における、プライシングの見直しによる増益
- ・ZWEIの広告戦略による、大幅な増収増益
- ・K Villageの音楽コミュニティ事業における、FC契約好調による増収増益

2025年12月期連結業績予想は売上高+9.4%、営業利益+21.1%の成長を見込む

(百万円)	2024年通期	2025年予想	増減額(YoY)	増減率(YoY)
売上高	17,739	19,405	+1,665	+9.4%
営業利益	2,579	3,124	+545	+21.1%

2025年の主な成長戦略

- ・加盟店事業における一部商材の値上げ
- ・「IBJメンバーズ」「サンマリエ」のパーティー連携強化による入会数の増加
- ・直営3ブランドにおけるWEBサイトの見直し等、マーケティング施策の実施
- ・パーティーにおけるサービス内容の改革による新規顧客の獲得
- ・アプリにおける地方自治体との連携を目指した新たな領域への進出
- ・保険・ウエディング事業における、IBJ加盟結婚相談所からの送客ルート構築による利用増加
- ・K Village内の音楽コミュニティ事業におけるFC展開の推進による収益向上

来期も引き続き結婚相談所事業が牽引する形で各事業成長予想

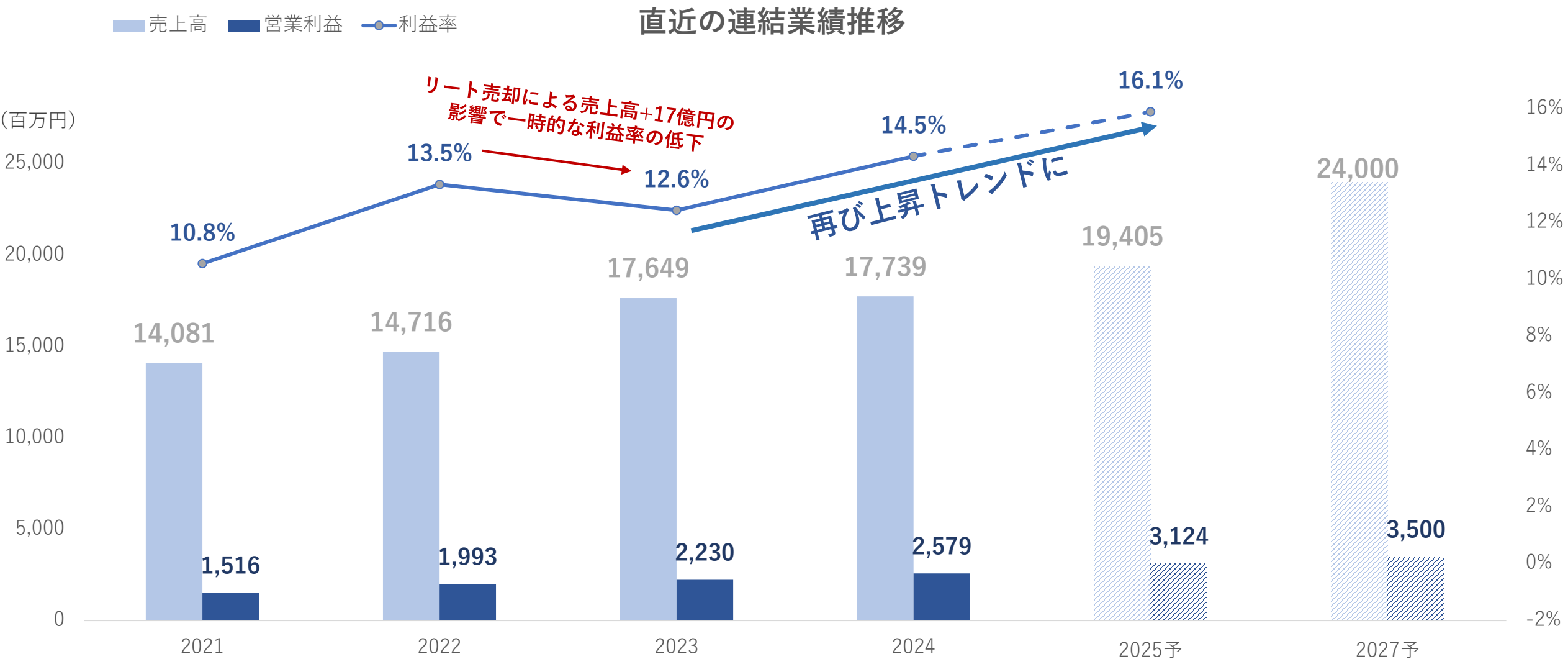
(百万円)	2024年通期売上高	2025年予想売上高	増減額(YoY)	増減率(YoY)
加盟店事業	3,365	3,906	+541	+16.1%
直営店事業	8,999	9,465	+466	+5.2%
マッチング事業	1,634	1,555	△79	△4.9%
ライフデザイン事業	3,740	4,338	+598	+16.0%

「IBJごはんデート」のサービス終了等の影響に伴いYoYでは減収予想

※内部取引消去済

※6ページの2025年通期業績予想売上高との差額は機能部門の売上高となります。

2021年から営業利益は堅調な推移、2025年は更なる利益率向上を目指す





2

マッチングサービスの 市場環境と成長性

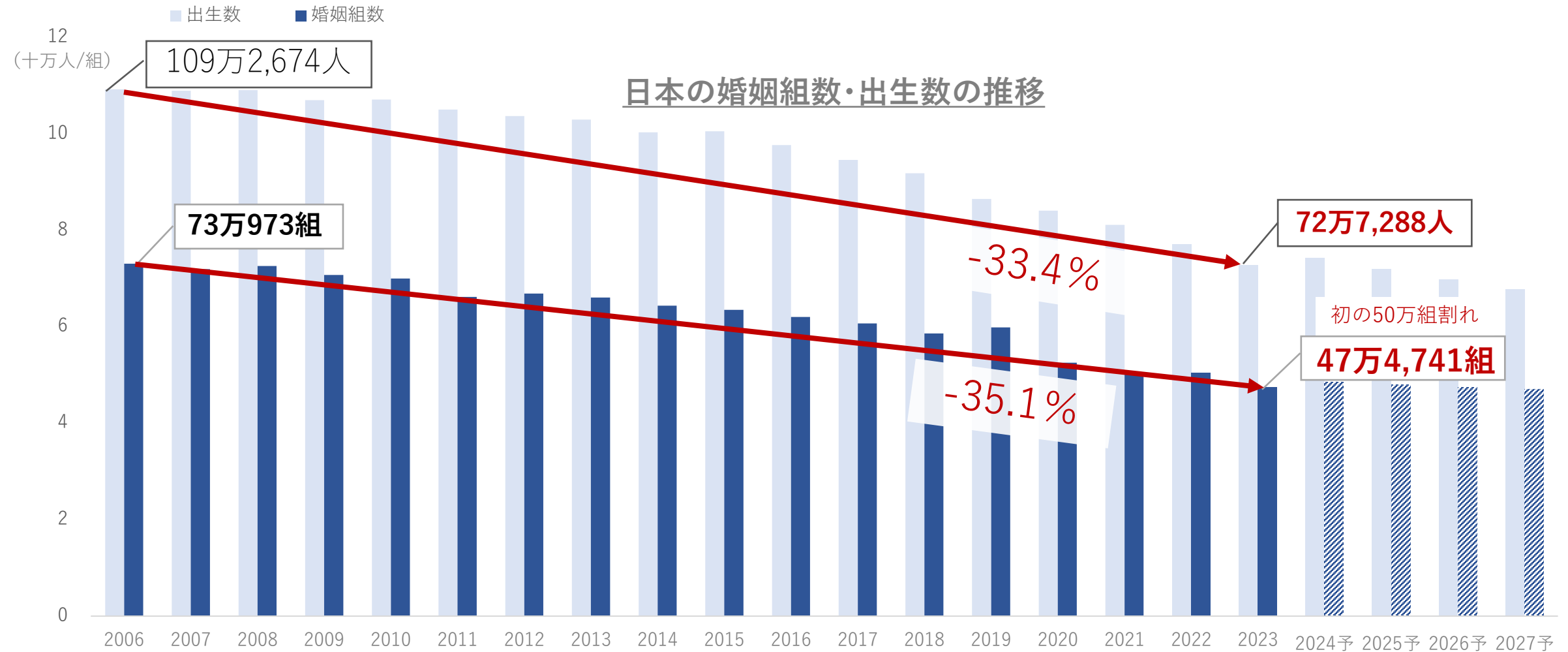
①現代社会の婚姻状況

- ・日本の婚姻組数と出生数は年々低下し、約20年間でそれぞれ30%以上減少
一方で18歳～34歳における結婚意向(ニーズ)は8割以上と依然高い数値を維持
現代社会では「結婚したいが、結婚に至れない」の増加が進む

②マッチングサービスの市場性

- ・「消費者」におけるサービスの普遍化、「事業者」におけるサービスの進化、
「国・政府」における婚活支援の後押し、それぞれの要素が合わさり
婚活市場は更なる活性化を見込む

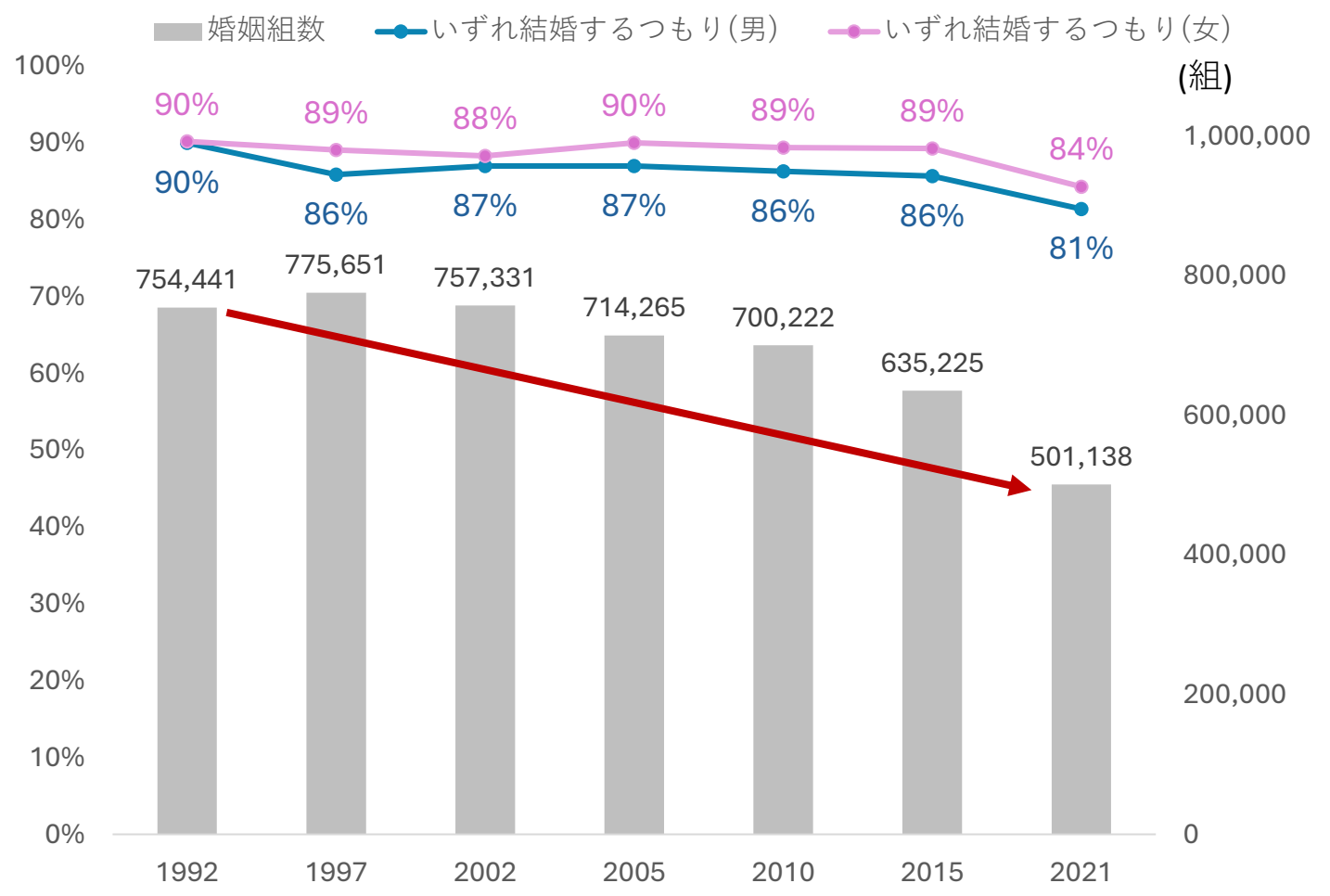
日本の婚姻組数・出生数は年々減少し、約20年間でそれぞれ**30%以上の減少**となる



※婚姻組数・出生数は厚生労働省「人口動態統計速報（令和5年(2023)12月分）」を基に作成

婚姻組数が大幅に低下する一方、男女の結婚意向は8割以上と高い水準を維持

18～34歳の未婚者における結婚意向と婚姻組数の推移



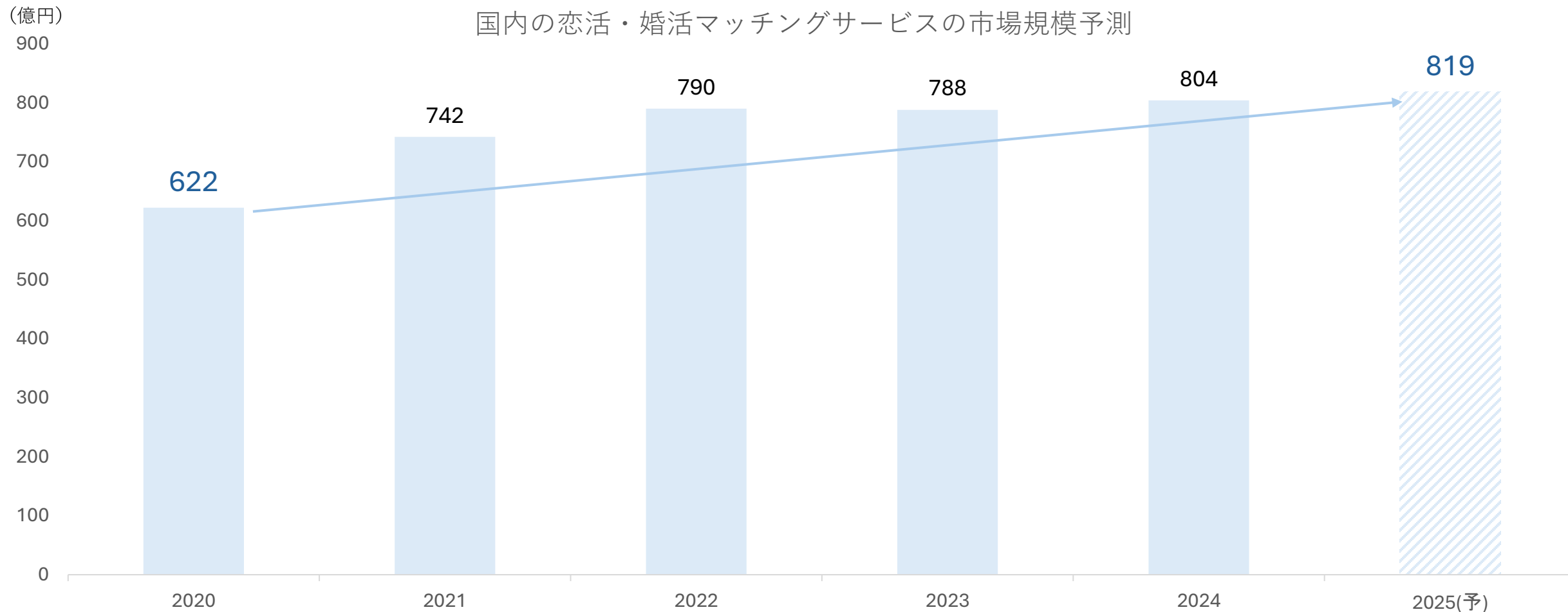
「いずれ結婚するつもり」は男女共に
8割以上と高い水準を維持

しかし成婚組数は減少傾向

「結婚したいが、結婚に至れない」
が現代社会では増加している

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

婚活サービスのニーズは高まり続け、市場規模は年々拡大傾向



(出典)マッチングアプリ「タップル」、国内オンライン恋活・婚活マッチングサービスの市場調査を実施：<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000092.000044116.html>

調査主体：株式会社タップル 調査時期：2023年4月から2023年5月 調査方法：株式会社IBJ、株式会社アンジュ、タメニー株式会社、株式会社パチェラーデート、株式会社マリッシュ、をはじめとする業界関係者へのヒアリング、調査主体ならびに調査機関が保有するデータ、公開情報の収集

「消費者」「事業者」「国」の要素が合わさり婚活市場は更なる活性化を見込む

消費者

マッチングサービスの
普遍化

- ・ サービス利用による成婚の増加
- ・ 顧客や潜在顧客の意識変容

事業者

時代の変化に合わせた
サービスの進化

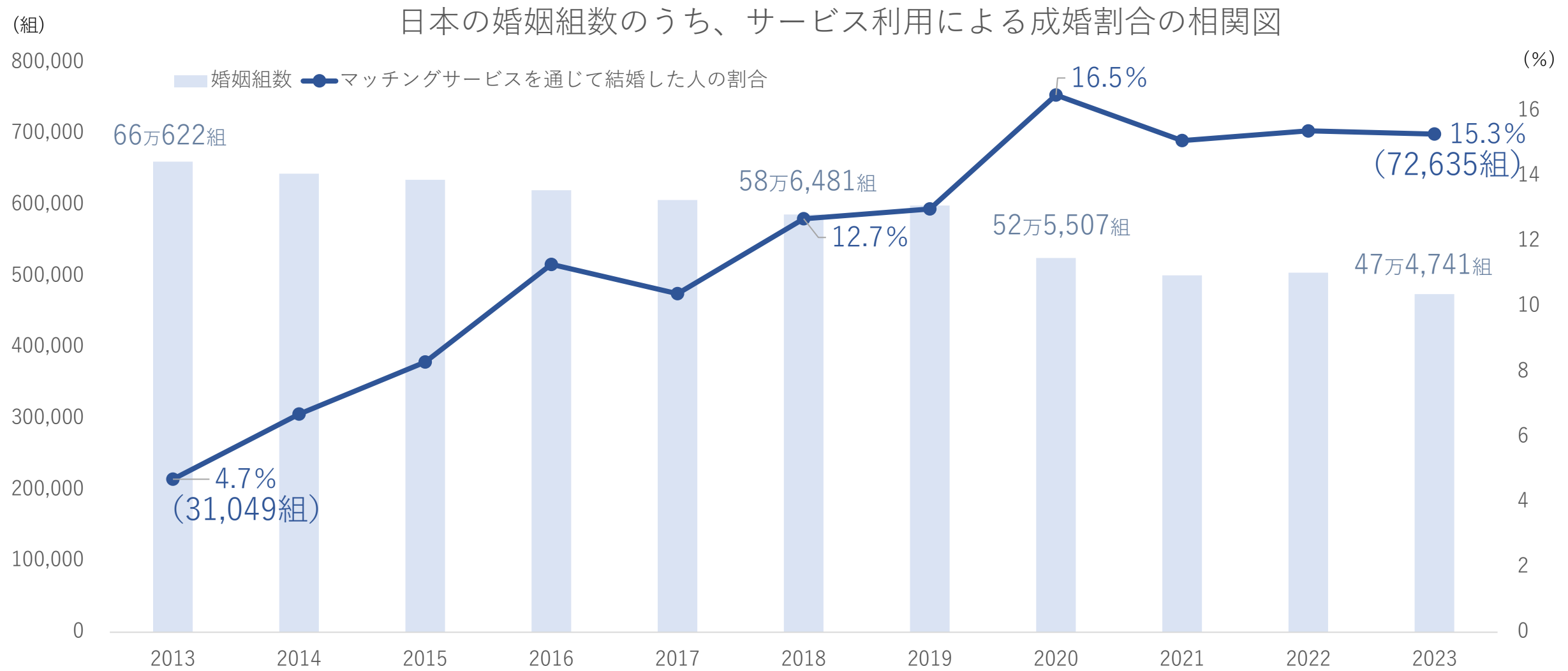
- ・ サービスの提供範囲拡大で誰でも利用できるサービスに
- ・ 遠距離でも出会えるオンラインお見合い
- ・ メタバースやAIを活用した出会い

国・行政

結婚支援における
行政との連携

- ・ 自治体主体の婚活支援増加
- ・ 婚活支援の国家予算化

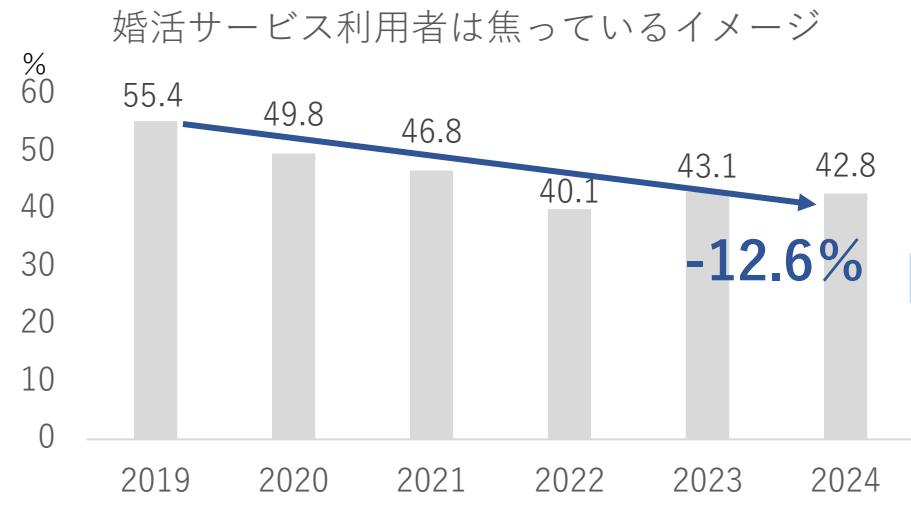
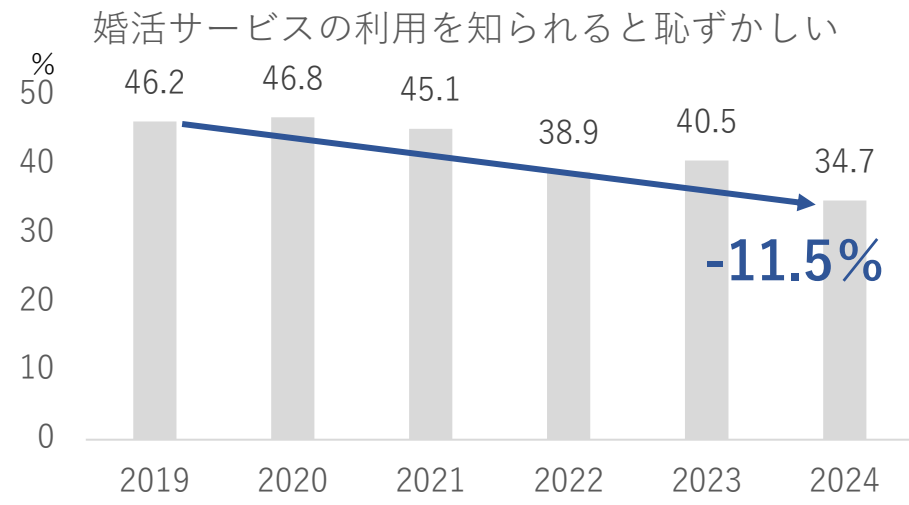
国内のマッチングサービスを通じた結婚は10年間で2.3倍、6組に1組はサービス利用に



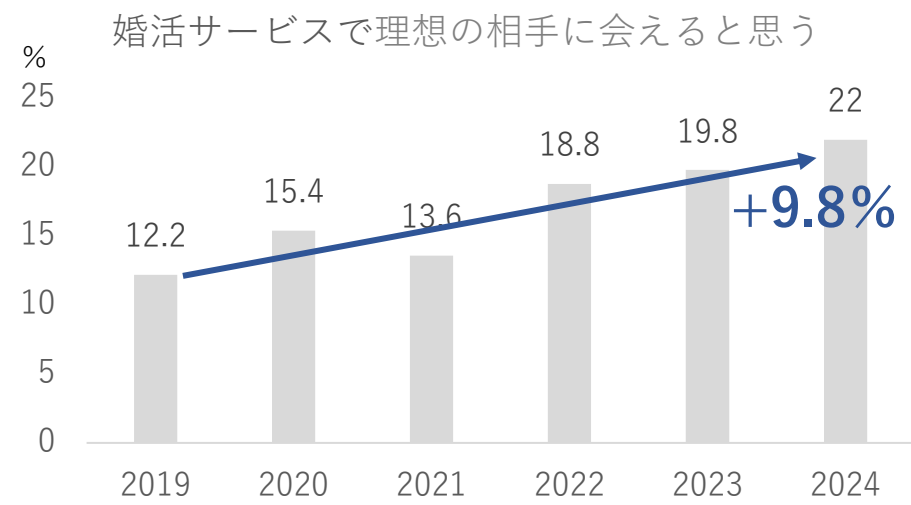
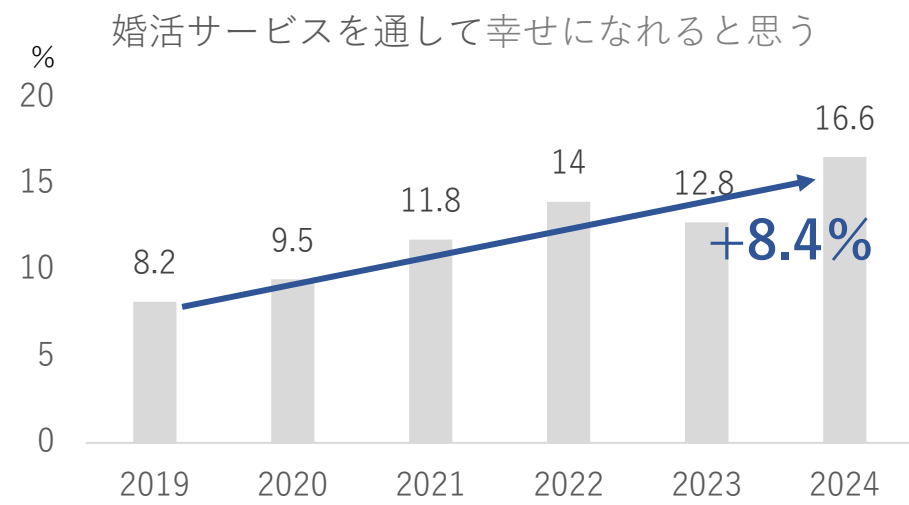
※婚姻組数は厚生労働省「人口動態統計速報（令和5年(2023)12月分）」を基に作成

※株式会社リクルート「婚活実態調査2024」より引用：https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/assets/20240924_marriage_02.pdf

ここ数年でサービス利用の敷居は下がり、ポジティブな意識変容が見られる



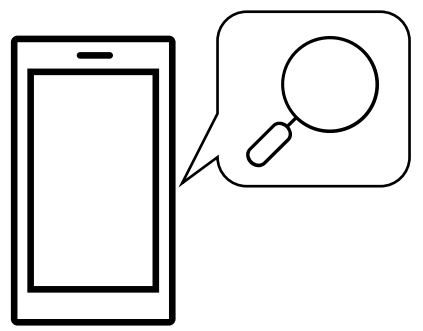
婚活サービス利用の敷居低下がみられる



婚活サービスのポジティブな印象の高まりがみられる

ここ数年間でユーザーのニーズに合わせた、多くのサービス形態が生まれる

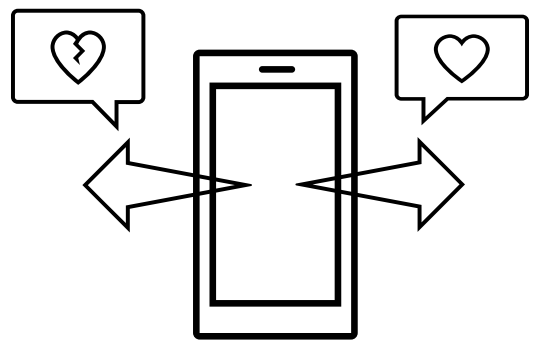
①お相手検索型



ユーザーが条件を入力し、ヒットした異性にマッチングのお申し込みをする

- 2012年～
サービス例
- ・ Pairs
 - ・ Omiai
 - ・ With など

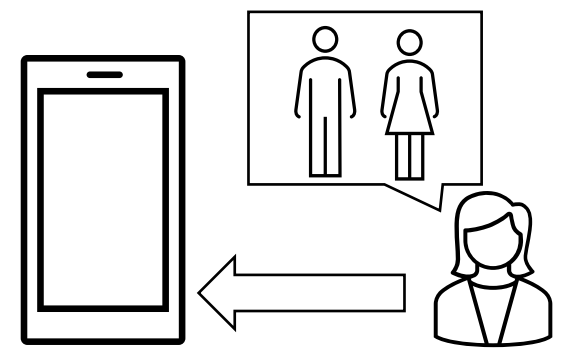
②スワイプ型



ランダムでお相手が表示され直感でお相手にマッチングする

- 2012年～
サービス例
- ・ Tinder
 - ・ Tantan など

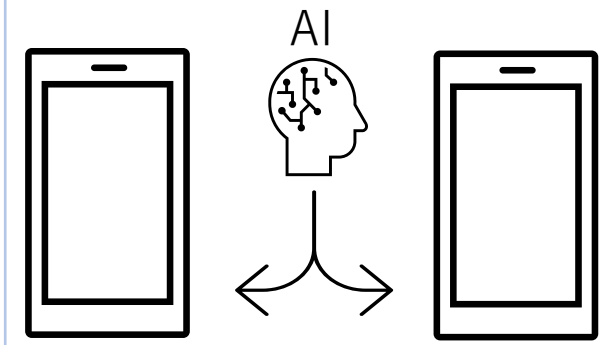
③お相手提案型



運営から相性の良い相手をマッチメーカーからの提案を受けてマッチングする

- 2018年～
サービス例
- ・ Dine
 - ・ ヒトオシ など

④自動マッチング型



AIなどを用いて、自動的にお相手を紹介・マッチングする

- 2020年～
サービス例
- ・ バチェラーデート
 - ・ Knew など

2006年から直近までにも、独自のサービス展開や機能開発を実現



2006年
従来の「結婚相談所」
プラットフォームを構築
業界にイノベーションを起こす

2022年
Aiによるお相手提案
『Aiマッチング』をリリース

2024年
自治体と協業した
『メタバース婚』を実施

2020年
緊急事態宣言に伴い
オンラインお見合いを拡充

2023年
自身をデータで客観視
『お見合いアナリティクス』をリリース



自治体をはじめ、行政が婚活支援の重要性を認知し始める



企画・イベント



企画・集客・運営
 マッチング後の対応までフルサポート

- ・ワーケーション婚活ツアー
- ・メタバース婚活
- ・町おこし婚活パーティー

etc.

研修・セミナー



独身男女、自治体を対象にした
 各種セミナーの実施

- ・自治体向け「成果の出る結婚支援」
- ・仲人向け「スキルアップ・育成研修」
- ・独身向け「婚活力アップ身だしなみ講座」
- ・個人情報トラブル防止セミナー

etc.

姫路市 『ひめじ出逢えるワーケーション企画』 ～「出会い×観光×仕事」をテーマにした婚活イベント～



- ✓ マッチング率**50%**^{※5}を達成
- ✓ 定員の**4倍以上**の参加申込み数

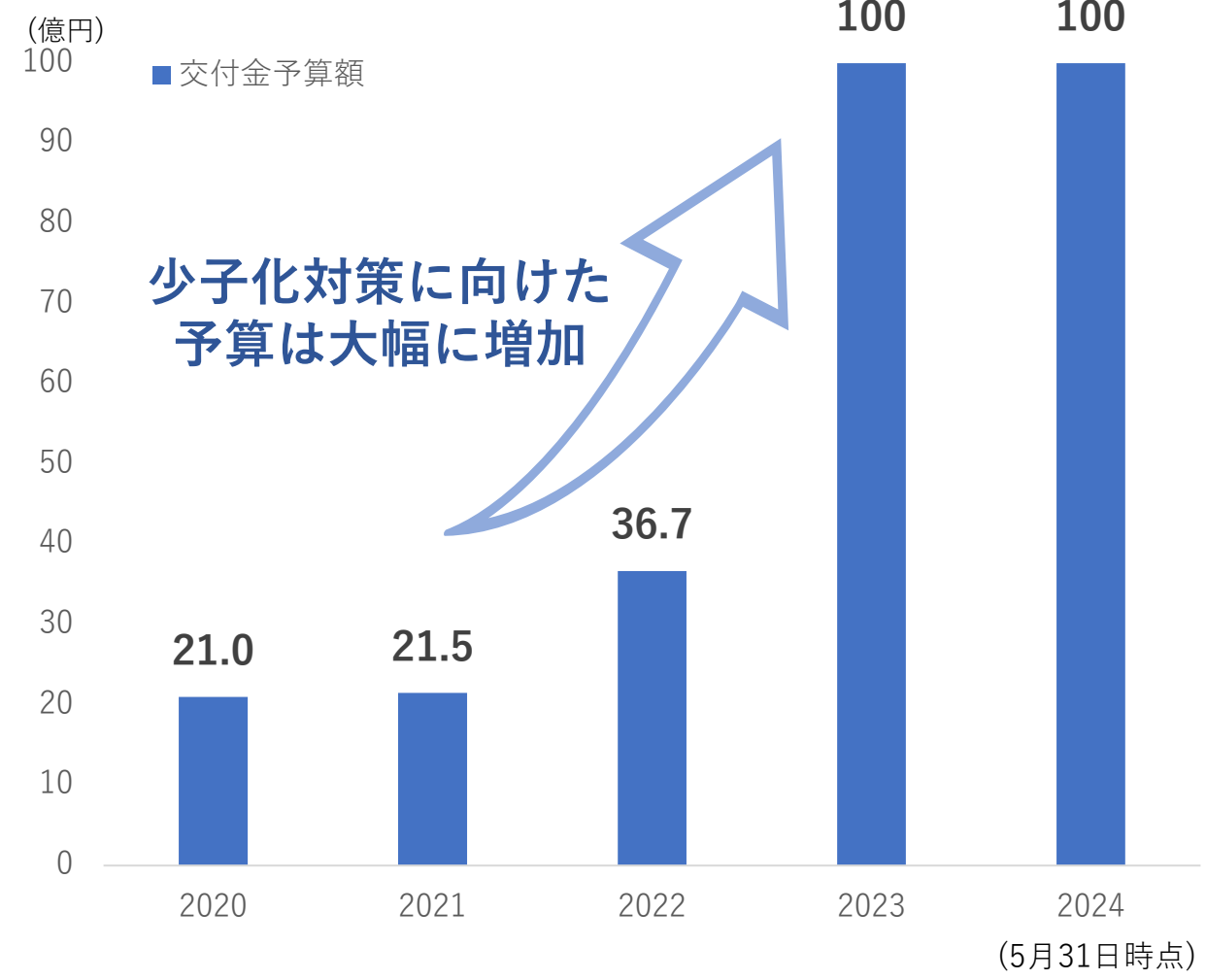
栃木県 『250名規模の謎解きゲーム婚活』 ～地域のイベントに絡めた栃木県の魅力を発信～



- ✓ 謎解きゲーム婚活の応募総数は定員超えの**553名**
- ✓ 地域の魅力が伝わる婚活バスツアーを開催

子ども家庭庁の地域少子化対策重点推進交付金は年々増加

地域少子化対策重点推進交付金の推移



地域婚活支援重点推進事業の主な内容

- ・自治体間の連携を伴う取組
- ・AIを始めとするマッチングシステムの高度化
- ・**地域の婚活支援ボランティア・事業者等を活用した伴走型結婚支援の充実**
- ・客観データ等に基づく地域課題の分析を踏まえた結婚支援推進モデル事業
- ・若い世代向けの総合的なライフデザインセミナー

伴走型結婚支援 = 結婚相談所事業が補助対象に組み込まれ婚活支援の重要性が認知される



3 IBJのシェアと収益性

①IBJのシェア

- ・ IBJプラットフォームを利用する結婚相談所は年々増加し、全国4,502社、仲人約1.5万名の国内最大の結婚相談所プラットフォームとなる
- ・ 日本全国における、結婚相談所を利用した成婚のうち推計で69.5%はIBJの成婚
- ・ マッチングサービス全体の市場規模においても、IBJは成長し業界内でも確固たるポジションを築く

②IBJの収益性

- ・ IBJのコア事業であるプラットフォーム事業はシェアの拡大に伴い年々事業成長特に利益率が非常に高い点が最大の特徴である
- ・ IBJプラットフォーム内で活動している加盟結婚相談所においても利益率が高く、結婚相談所の事業も収益性が非常に高いビジネスモデルである

地域に根差した加盟店網、日本最大の婚活プラットフォームを持つ

日本国内の加盟店数(FC)では
大手企業に連なり4位となる※

順位	ブランド	FC店舗数
1	セブン-イレブン	21,170店
2	ファミリーマート	14,765店
3	ローソン	14,439店
4	IBJ	4,502店
5	マクドナルド	2,102店

全国
4,502店

北海道 64

東北 150

中部 739

関東 2,195

中国/四国 229

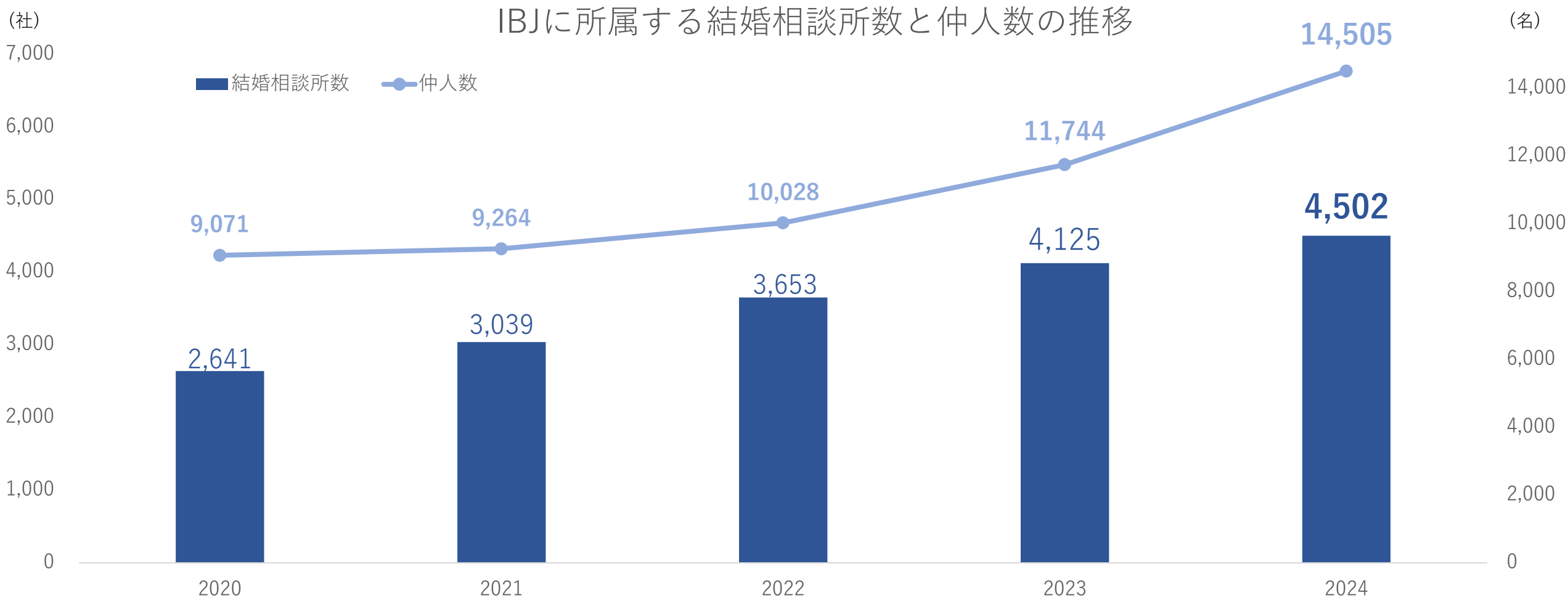
関西 777

九州/沖縄
/海外 348

IBJのプラットフォームを用いた
日本全国での婚活支援を実現

※他社FC店舗数は株式会社ビジネスチャンス「ビジネスチャンス2024年10月号」より引用
※IBJ加盟店数は2024年12月末時点のものを使用

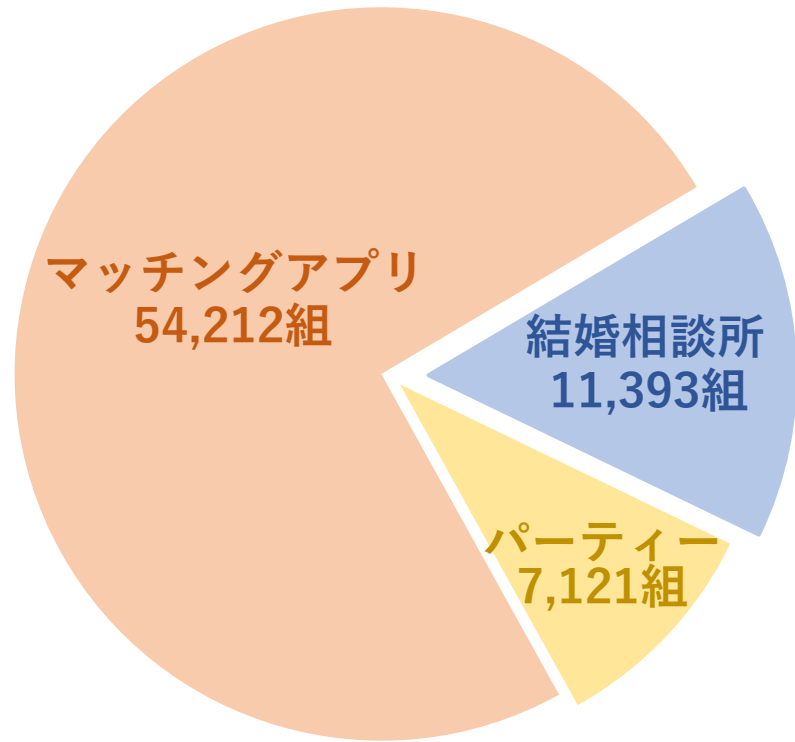
IBJ結婚相談所数の増加に比例する形で、国内の婚活サポートの担い手も増加 着実に市場シェアを高める



※IBJ仲人数は管理システムのアカウント数を参照
※結婚相談所数は各年末時点

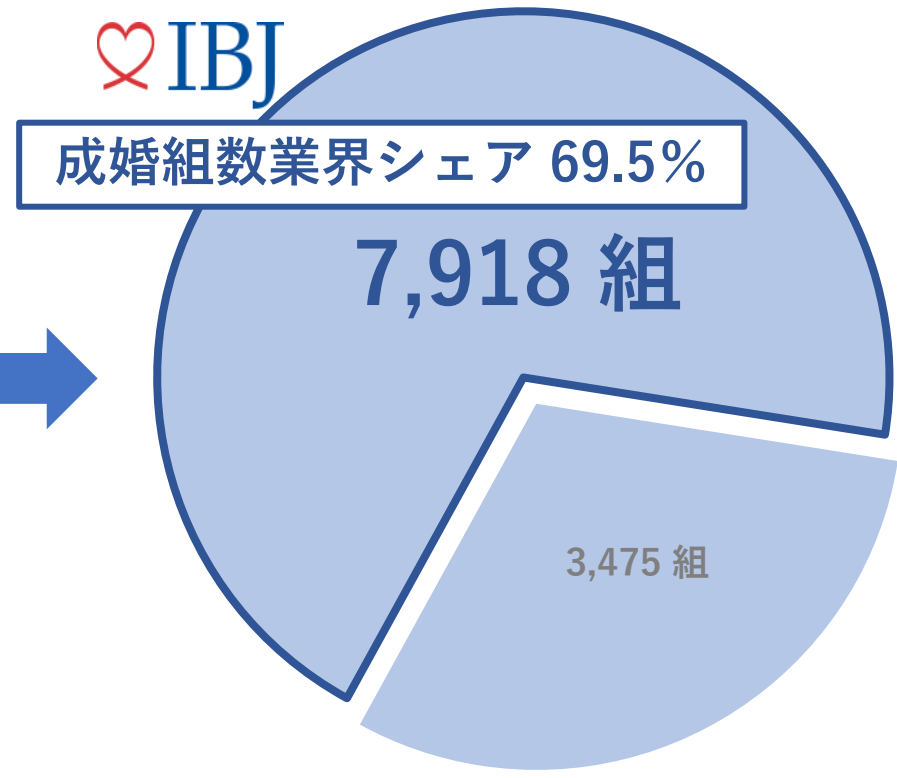
IBJ結婚相談所の成婚組数シェアは69.5%

2023年の婚姻における各婚活サービスの利用数



■ マッチングアプリ ■ 結婚相談所 ■ 婚活パーティー・イベント

2024年のIBJ成婚組数のシェア (概算)

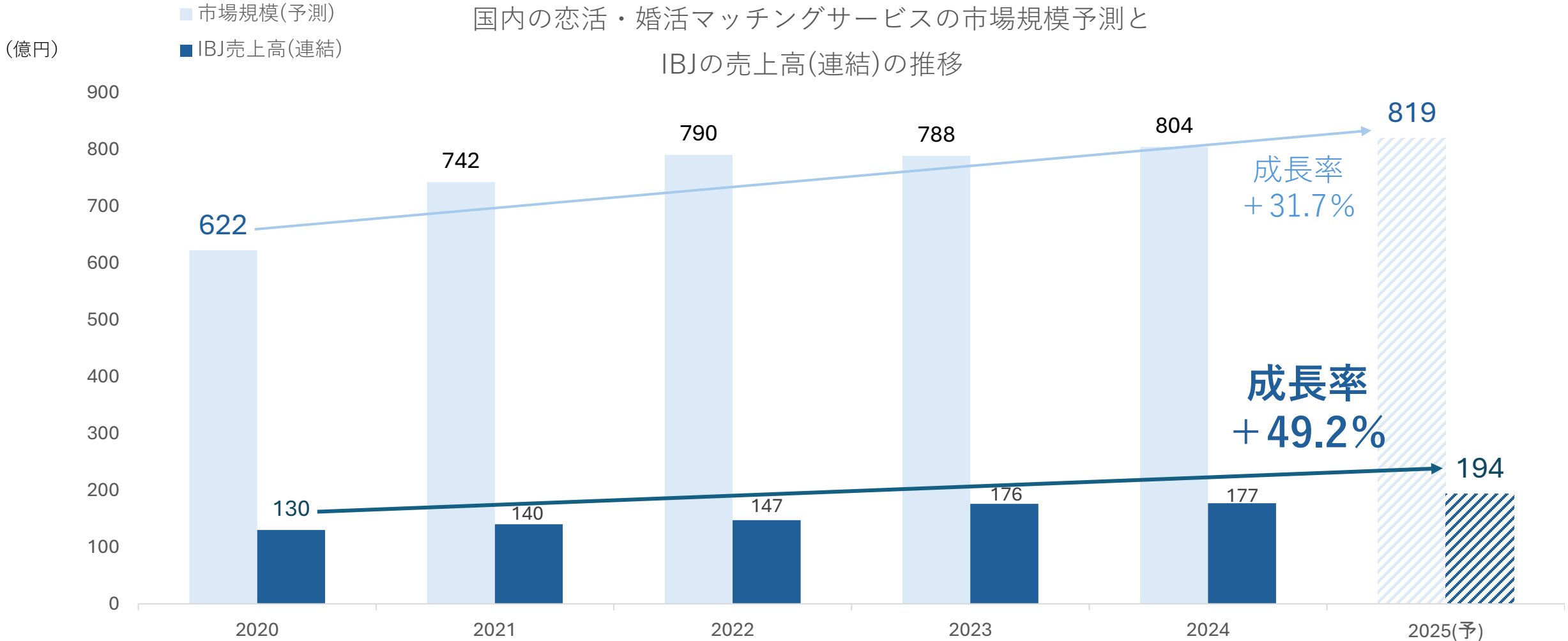


■ 他社結婚相談所 ■ IBJ+グループ会社独自会員の内成婚組数

※2023年年間婚姻組数は厚生労働省「令和5年(2023)人口動態統計(確定数)の概況」より引用
※婚活サービス利用割合「婚活実態調査2023(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

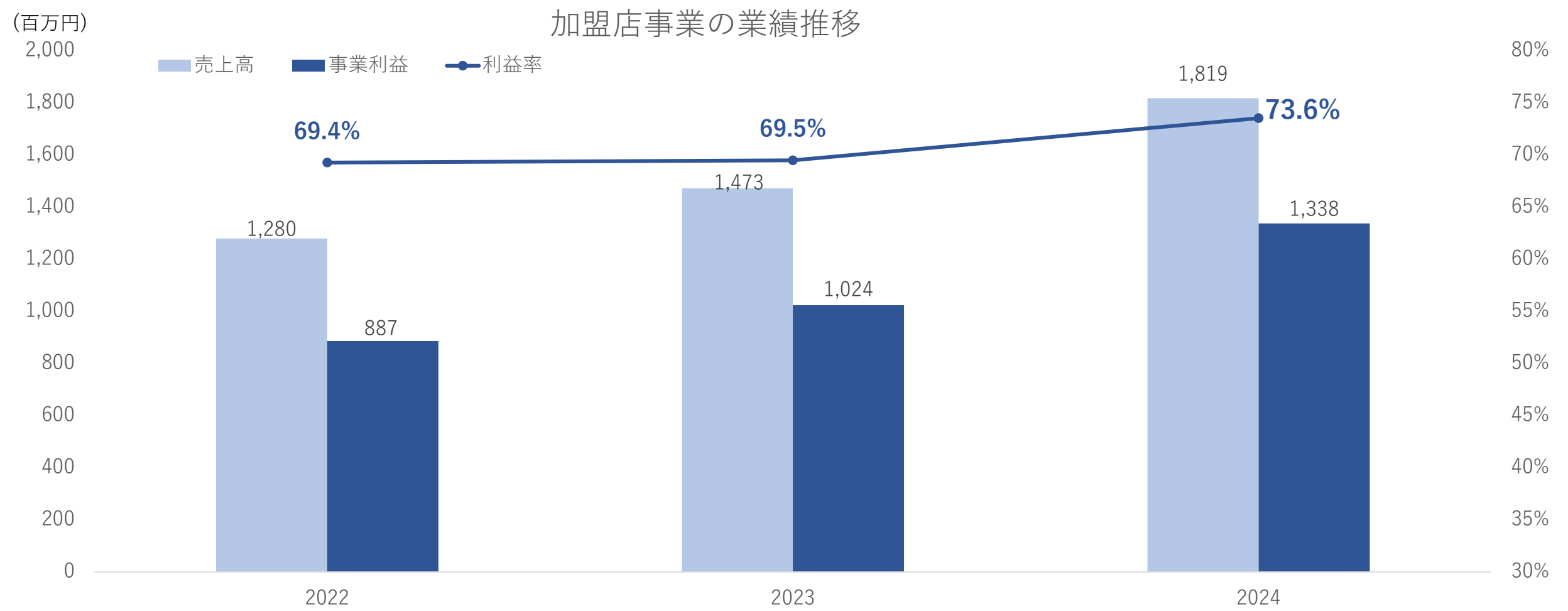
※シェアは2023年の婚姻組数474,741組の2.4%(11,393組)に対する2024年IBJの成婚組数の割合
※IBJの成婚組数は婚約確認ベースはIBJプラットフォーム内での成婚(7,687組)とサンマリエ独自会員同士の成婚(231組)の合算

市場規模の拡大に対しても成長率を上回り、IBJの業績は成長を続ける



(出典)マッチングアプリ「タップル」、国内オンライン恋活・婚活マッチングサービスの市場調査を実施：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000092.000044116.html>
 調査方法：株式会社IBJ、株式会社アンジュ、タメニー株式会社、株式会社バチェラーデート、株式会社マリッシュ、をはじめとする業界関係者へのヒアリング、調査主体ならびに調査機関が保有するデータ、公開情報の収集

加盟店事業はIBJの中で最も利益率が高く、毎年業績成長を実現
過去3年平均（2022～2024年）においては**利益率約70%**と高い収益性を誇る



IBJの加盟店においても利益率は高く、結婚相談所の事業は優れた収益性を有する

個人事業主で開業したIBJ結婚相談所の収益モデル例 (会員50名規模)

総売上1,080万



年間売上



年間粗利

- IBJプラットフォーム
利用コストの内訳イメージ
- ①新規データ登録費(システム登録費)
4.8万円(入会時2,000円×24名)
 - ②アカウント利用費
4万5,600円(3,800円×12か月)
 - ③アカウント保持費
12万円(1万円×12か月)
 - ④会員活動費
45万円(750円×50名×12か月)
 - ⑤月会費
36万円(3万円×12か月)

KPIと中期経営計画 の見直しについて

①【登録会員数】から【IBJ課金会員数】にKPIを変更する

- ・休会等で課金されない会員を除いた数値を開示しKPIとすることで、より実態的な単価算出を可能にするため
- ・IBJ結婚相談所の透明性と健全性を高め、他社との差別化を図るため

②【成婚数】を新たに【成婚組数】とする

- ・アプリ・パーティー等で推計値となる数値を除外し、確度の高い数値をKPIとする
- ・結婚相談所同士で成婚退会の確認(突合せ)ができた数値を重要指標としていく

③中期経営計画(2027)の一部見直しを実施する

- ・直近の営業利益率の向上を踏まえ、**営業利益を35億円から40億円へ上方修正**
- ・重要指標の定義変更に伴い、会員数と成婚組数について見直し

収益性を可視化する為、重要指標を「登録会員数」から「IBJ課金会員数」に変更

2024年12月末時点の「登録会員数」内訳



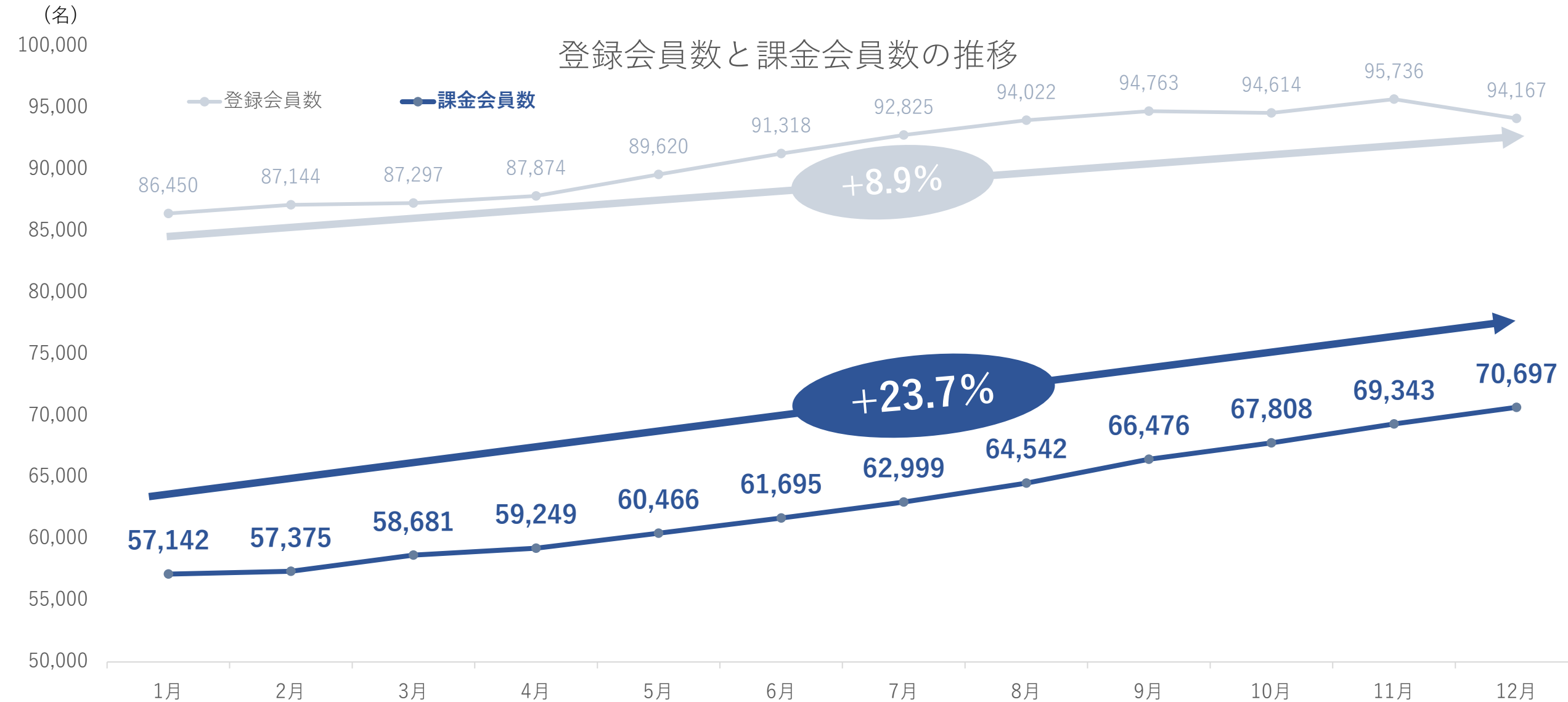
IBJ課金会員数 (2025年より重要指標)

→IBJが加盟店よりシステム利用料等で課金し収益を得ている会員の数

IBJ非課金会員数

→真剣交際や休会などの理由で課金されていない会員の数

年初比較で課金会員数は増加し収益性が向上

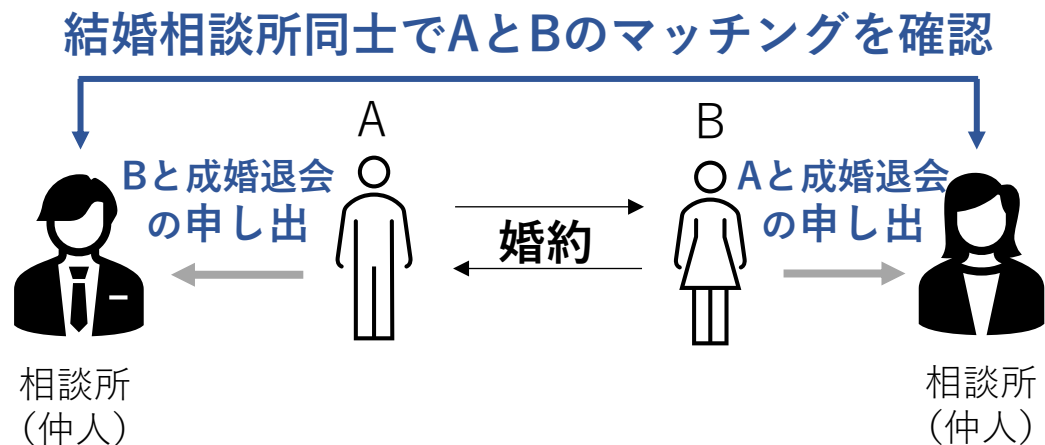


パーティー・アプリなど推計値となるものは除外し
成婚組数は結婚相談所事業における2つの定義の合算数とする

①婚約確認ベース

相談所が婚約・プロポーズ成功までサポートし、
双方の相談所で確認ができている成婚組数

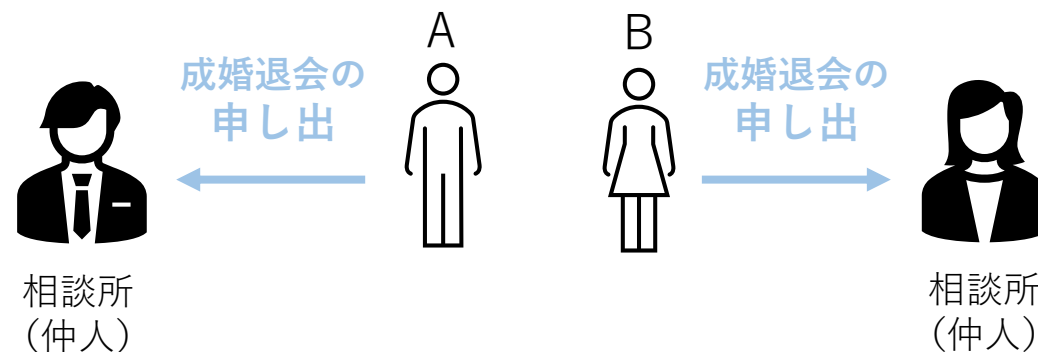
婚約確認ベースのイメージ



②婚約申し出ベース

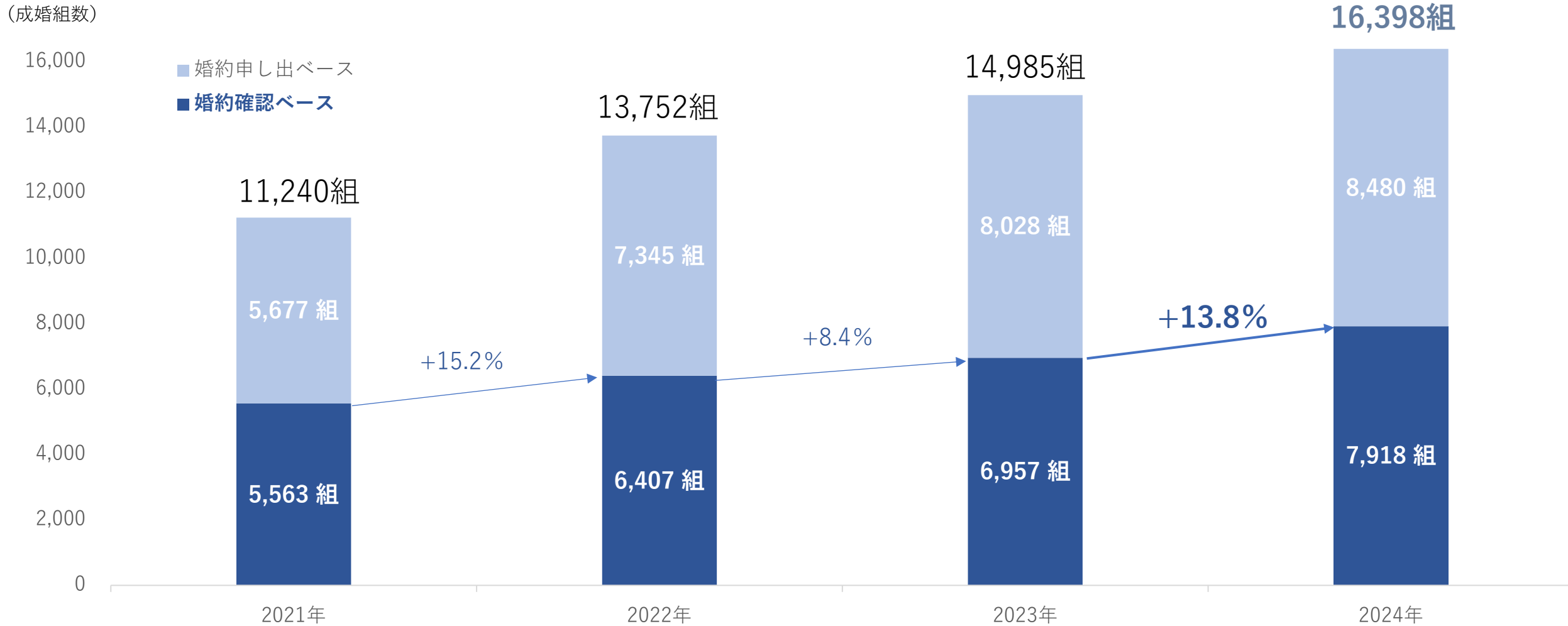
相談所が婚約・プロポーズを確認していない、
会員の申し出による婚約を前提に退会した成婚組数

婚約申し出ベースのイメージ



IBJ結婚相談所事業で創出した成婚組数は年々増加

IBJ結婚相談所事業における成婚組数の推移



※婚約確認ベースはIBJプラットフォーム内での成婚(7,687組)と、サンマリエ独自会員同士の成婚(231組)の合算。

※婚約申し出ベースはIBJプラットフォーム利用会員の他サービスや友人紹介での成婚(6,959組)と、ZWEI独自会員同士の成婚および他サービスや友人紹介での成婚(1,501組)の合算。

※2021～2023年の成婚組数は新定義に合わせて遡及して算出。

直近の利益率向上に伴い、**営業利益の目標を上方修正**
「お見合い会員数」をより収益に直結する「IBJ課金会員数」に変更

	2027年(見直し前)	2027年(見直し後)	見直し内容
売上高	240億円	240億円	変更なし
営業利益	35億円	40億円	目標営業利益を5億円上方修正
成婚組数	20,000組	20,000組 (うち確認ベース10,000組)	計上・算出方法の見直し
結婚相談所数	7,000社	7,000社	名称変更
IBJ課金会員数	-	140,000名	新たな重要指標として設定
マッチング会員数	250,000名	-	中期経営計画の重要指標から除外する

当初よりもストレッチな目標値となるも、着実な進捗状況

	2024年実績	2027年(見直し後)	進捗率
売上高	177億円	240億円	73.8%
営業利益	25億円	40億円	62.5%
成婚組数	16,379組 (うち確認ベース7,918組)	20,000組 (うち確認ベース10,000組)	81.9% (79.2%)
結婚相談所数	4,502社	7,000社	64.3%
IBJ課金会員数	70,697名	140,000名	50.5%



5

セグメント別サマリー

オーネットの加盟効果もあり昨対比で好調な事業成長を見せる

(百万円)	2023年通期	2024年通期	増減額	成長率
売上高	2,973	3,365	+391	+13.2%
事業利益	1,827	2,227	+400	+21.9%
利益率	61.4%	66.2%	-	-

※事業利益は、営業利益より内部取引調整を行い、減価償却費+のれん償却費+長期前払費用償却費を加えた数値

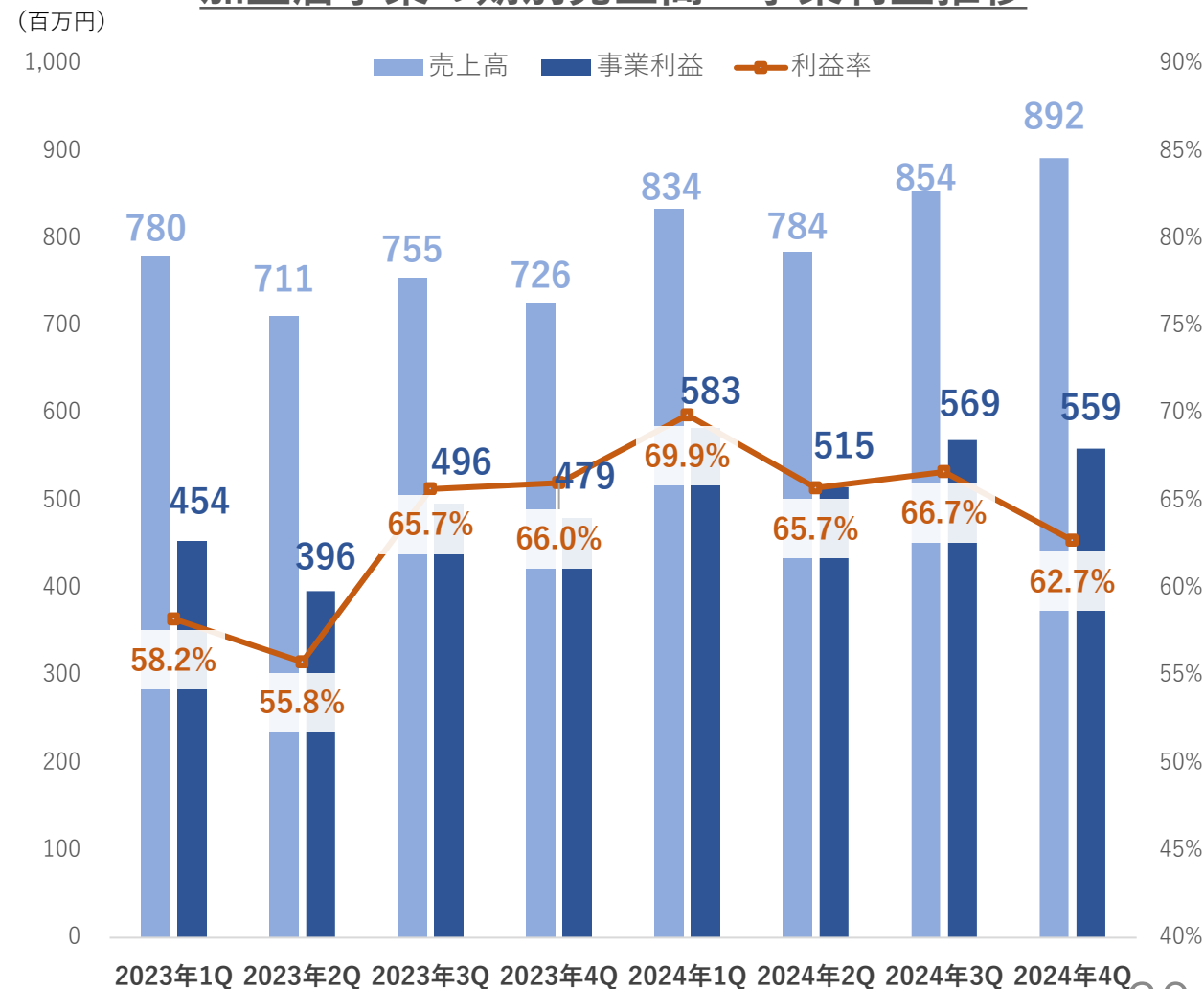
加盟店事業

オーネット加入による会員基盤の拡大や、加盟店同士の連携強化による成婚数増加によって売上高・営業利益は好調に推移。期末に行ったプライシングの見直しにより、2025年は更なる利益率向上を目指す。

開業支援事業

マーケティングの見直しと営業スタッフの育成によって累計の開業件数は964件と堅調に推移。2025年も引き続き、広告効率の改善とスタッフ育成を行いつつ、地方エリアへのアプローチ強化と、加盟金の値上げによってさらなる実績向上を目指す。

加盟店事業の期別売上高・事業利益推移



ZWEIが牽引する形で3ブランドすべてがYoYでの成長を実現

(百万円)	2023年通期	2024年通期	増減額	成長率
売上高	8,379	8,999	+619	+7.4%
事業利益	1,850	2,062	+211	+11.4%
利益率	22.1%	22.9%	-	-

※事業利益は、営業利益より内部取引調整を行い、減価償却費+のれん償却費+長期前払費用償却費を加えた数値

IBJメンバーズ

オプション販売により顧客単価は向上、一方で入会数はほぼ横ばい。2025年はパーティーとの連携強化や人材育成を最重要課題とし、顧客獲得力の強化を目指す。

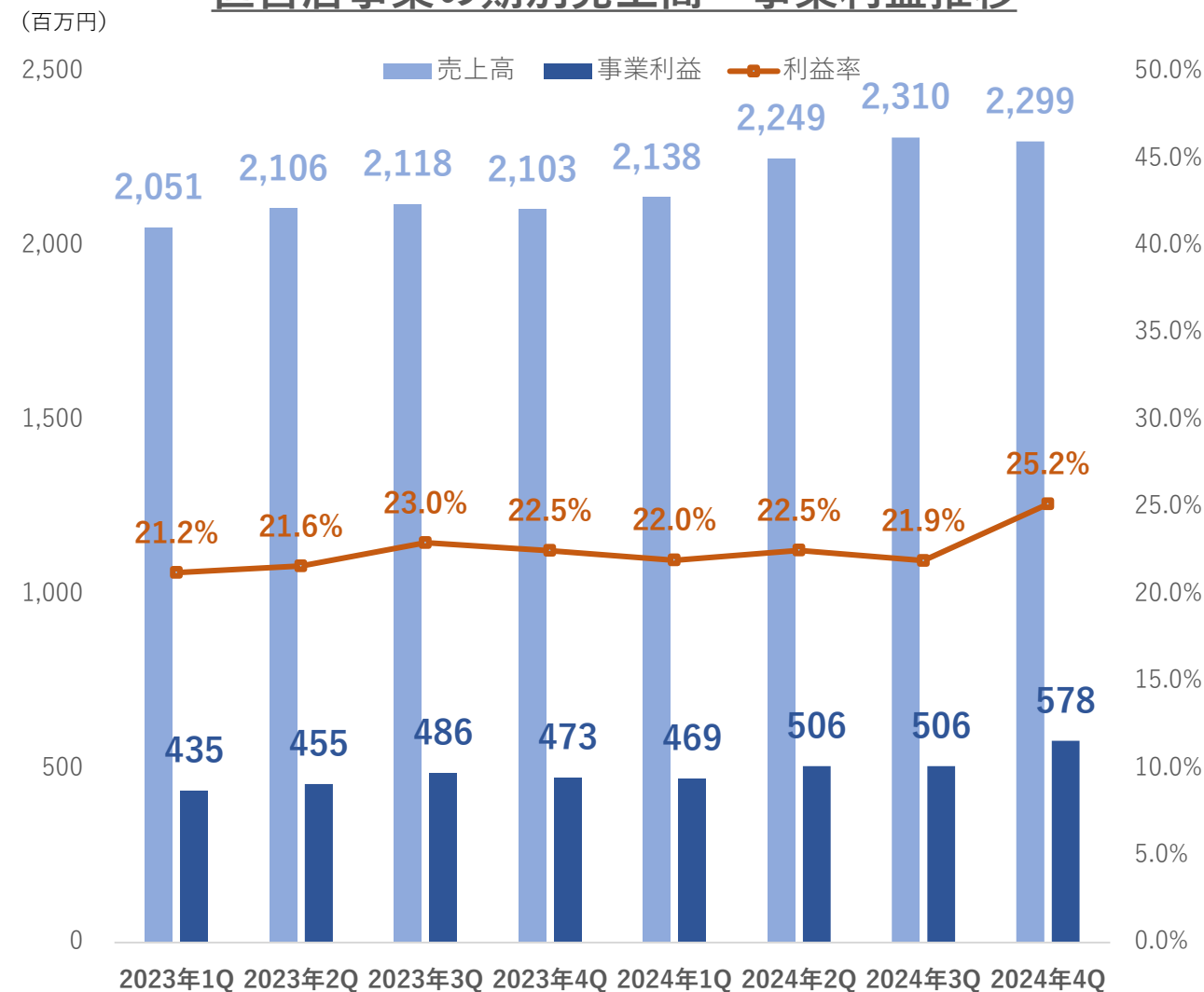
ZWEI

マーケティング施策が奏功し入会数は堅調に推移。2025年は引き続きマーケティングの強化に加えて、新規出店も積極的に行うことでさらなる事業成長を目指す。

サンマリエ

営業店舗の拡大と営業人材の育成によってパーティーから入会数が大幅増加。2025年も営業力を高めつつ、広告効率の改善によって利益率の高い組織構築を目指す。

直営店事業の期別売上高・事業利益推移



送客による直営店事業の成長最大化をめざしたサービス転換により、セグメント単体では減収減益となるが狙い通り直営店事業は好調に推移し施策は奏功している

(百万円)	2023年通期	2024年通期	増減額	成長率
売上高	1,838	1,634	△203	△11.1%
事業利益	335	224	△110	△33.0%
利益率	18.2%	13.7%	-	-

※事業利益は、営業利益より内部取引調整を行い、減価償却費+のれん償却費+長期前払費用償却費を加えた数値

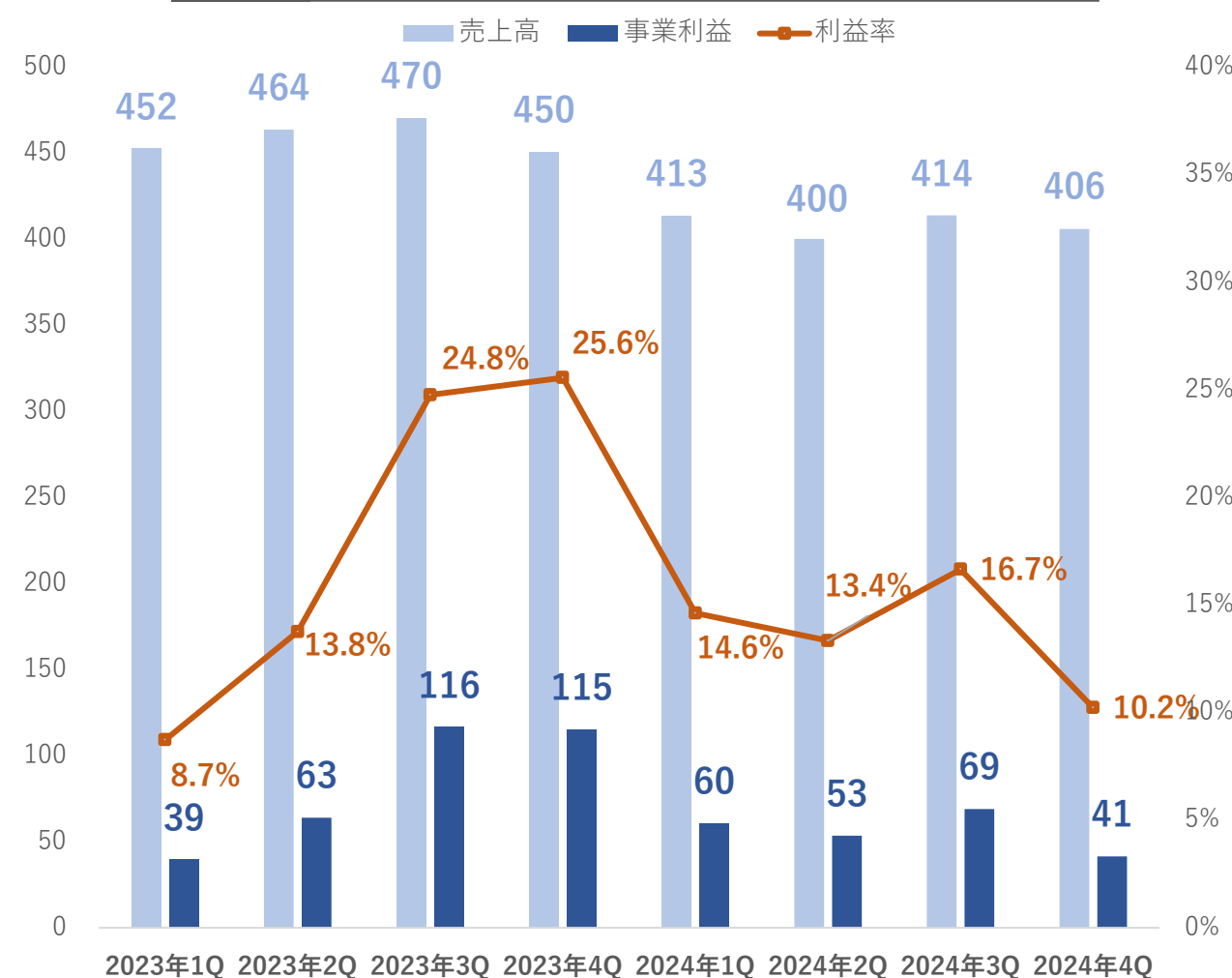
パーティー事業

2024年は「IBJメンバーズ」「サンマリエ」の直営店事業におけるゲートウェイサービスとしての役割を強化。
(パーティーの新規参加者増加に向けたマーケティングなど)
さらに、サービス名を「IBJ Matching」へと変更。2025年は婚活パーティーとマッチングアプリ両方の強みを活かしたサービス開発を進めていく。

アプリ事業

業績はほぼ横ばい。「IBJごはんデート」のサービス終了に伴い一時的に減収減益となる。
2025年は自治体や新たな領域へのアプローチを強化し、サービス開発を行うことで、業績成長を目指す。

マッチング事業の期別売上高・事業利益推移



婚活周辺事業、K Villageともに着実に事業成長

(百万円)	2023年通期	2024年通期	増減額	成長率
売上高	4,457	3,740	△717	△16.1%
事業利益	509	622	+112	+22.0%
利益率	11.4%	16.6%	-	-

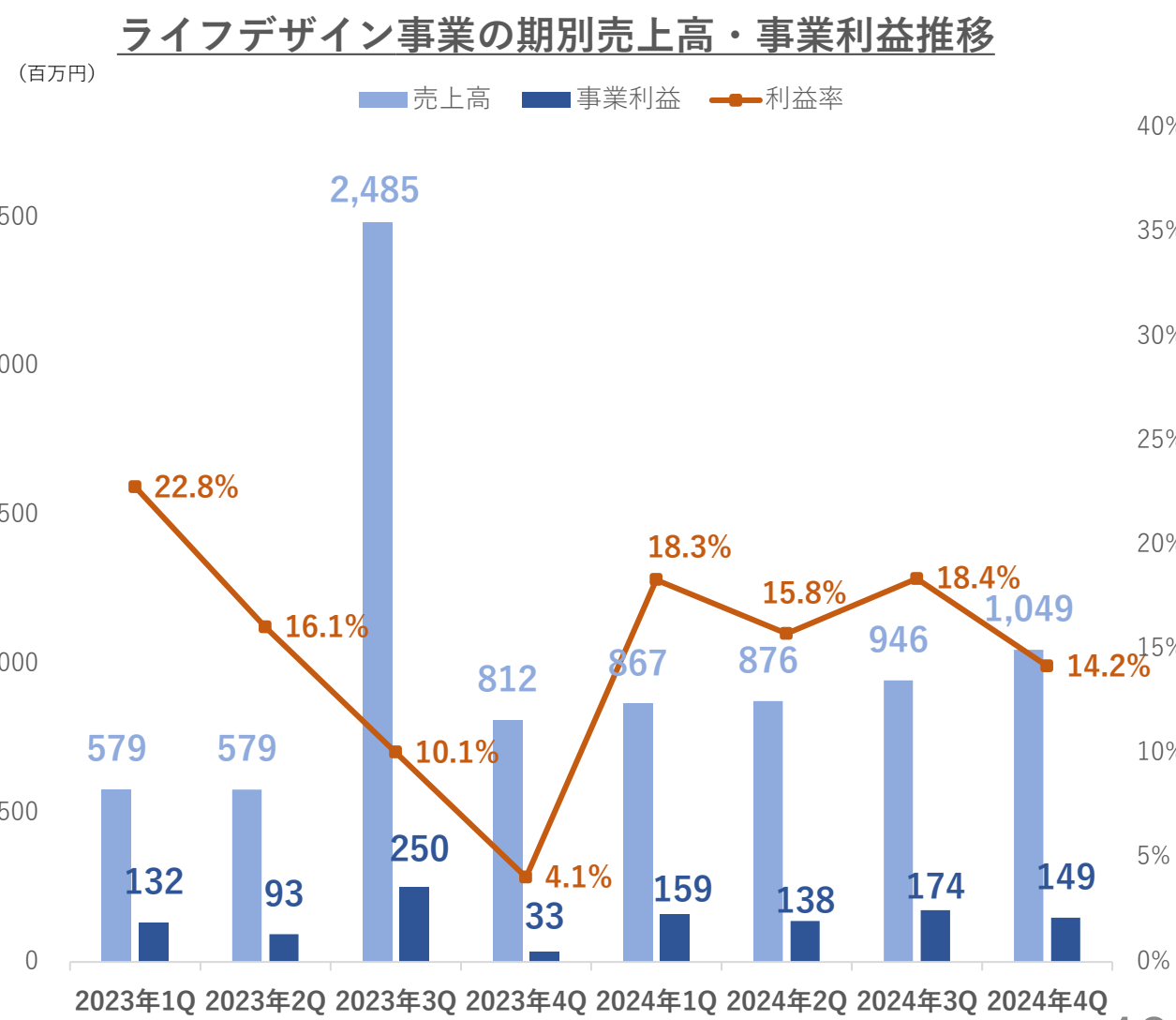
※事業利益は、営業利益より内部取引調整を行い、減価償却費+のれん償却費+長期前払費用償却費を加えた数値

婚活周辺領域（保険・不動産・ウェディング・フォト）

IBJ結婚相談所事業の成婚数増加に合わせて堅調な業績成長。直営店に加え加盟結婚相談所からの送客ルートを確認・強化することで、更なる顧客獲得を目指す。

K Village

主軸である語学コミュニティ事業、音楽コミュニティ事業において大きく業績を伸ばした。特に音楽コミュニティ事業におけるFC校舎の開校が好調に増加したことで成長を後押しした。2025年は更なる認知向上に向けたマーケティングを強化し、事業拡大を目指す。





6 参考資料

(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	3Q	4Q	通期		
売上高	3,864	3,861	5,830	4,093	17,649	4,254	4,311	4,525	4,647	17,739	+90	+0.5%
売上原価	156	158	1,939	298	2,552	294	296	317	367	1,276	△1,276	△50.0%
売上総利益	3,707	3,702	3,891	3,795	15,096	3,959	4,014	4,208	4,280	16,463	+1,366	+9.1%
販売費及び一般管理費	3,173	3,272	3,114	3,305	12,865	3,295	3,408	3,489	3,690	13,884	+1,018	+7.9%
営業利益	534	430	776	489	2,230	663	606	719	589	2,579	+348	+15.6%
営業外収益合計	16	31	32	△0	80	3	5	△1	4	11	△69	△85.7%
営業外費用合計	3	5	4	5	19	5	5	6	11	28	+9	+49.6%
経常利益	547	456	804	483	2,292	662	606	711	581	2,561	+269	+11.7%
特別利益合計	69	248	82	—	400	82	1	—	1	85	△315	△78.7%
特別損失合計	0	31	4	293	330	—	23	0	345	368	+38	+11.6%
親会社株主に帰属する 純利益	365	440	571	252	1,629	481	385	450	206	1,523	△105	△6.5%

(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	3Q	通期		
流動資産	7,471	7,722	8,109	8,091	6,170	7,035	7,310	8,918	+827	+10.2%
うち現金及び預金	3,141	3,052	3,887	3,789	2,489	2,830	2,743	4,198	+409	+10.8%
固定資産	7,803	8,417	8,364	10,029	10,134	10,242	10,318	9,547	△482	△4.8%
資産合計	15,275	16,140	16,473	18,120	16,305	17,277	17,629	18,465	+345	+1.9%
流動負債	4,036	4,569	5,464	7,187	5,426	5,126	4,709	5,220	△1,966	△27.4%
固定負債	3,139	3,091	2,921	2,908	3,261	4,124	4,401	4,274	+1,365	+47.0%
負債合計	7,175	7,661	8,386	10,096	8,687	9,250	9,111	9,495	△601	△6.0%
純資産合計	8,099	8,478	8,086	8,023	7,617	8,027	8,518	8,970	+946	+11.8%
負債純資産合計	15,275	16,140	16,473	18,120	16,305	17,277	17,629	18,465	+345	+1.9%

(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	3Q	4Q	通期		
加盟店事業	売上高	780	711	755	726	2,973	834	784	854	892	3,365	+391	+13.2%
	L開業支援事業	420	362	379	336	1,499	419	344	388	392	1,545	+45	+3.1%
	L加盟店事業	359	348	375	390	1,473	414	440	465	499	1,819	+345	+23.4%
	事業利益	454	396	496	479	1,827	583	515	569	559	2,227	+400	+21.9%
	L開業支援事業	218	171	217	195	802	269	192	222	205	889	+86	+10.8%
	L加盟店事業	235	225	279	284	1,024	313	323	347	354	1,338	+314	+30.6%
直営店事業	売上高	2,051	2,106	2,118	2,103	8,379	2,138	2,249	2,310	2,299	8,999	+619	+7.4%
	事業利益	435	455	486	473	1,850	469	506	506	578	2,062	+211	+11.4%
マッチング事業	売上高	452	464	470	450	1,838	413	400	414	406	1,634	△203	△11.1%
	Lパーティー事業	270	280	274	260	1,085	230	217	229	230	908	△176	△16.3%
	Lアプリ事業	182	183	196	190	752	182	182	184	175	725	△26	△3.6%
	事業利益	39	63	116	115	335	60	53	69	41	224	△110	△33.0%
	Lパーティー事業	0	28	52	57	139	22	20	32	17	93	△45	△32.7%
	Lアプリ事業	38	35	64	57	196	37	33	36	23	130	△65	△33.3%
ライフデザイン事業	売上高	579	579	2,485	812	4,457	867	876	946	1,049	3,740	△717	△16.1%
	事業利益	132	93	250	33	509	159	138	174	149	622	+112	+22.0%

※事業利益は、営業利益より内部取引調整を行い、減価償却費+のれん償却費+長期前払費用償却費を加えた数値

(期別)		2023年					2024年					YoY (増減)	YoY (増減率)
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期		
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	4,428	4,502	—	+377	+9.1%
	新規開業件数	268	220	239	217	944	225	235	248	256	964	+20	+2.1%
	新規入会者数	12,225	13,087	13,496	12,554	51,362	13,639	16,280	17,161	17,225	64,305	+12,943	+25.2%
	↳加盟店	7,317	7,910	8,526	8,208	31,961	8,624	10,649	11,352	12,275	42,900	+10,939	+34.2%
	↳直営店	4,908	5,177	4,970	4,346	19,401	5,015	5,631	5,809	4,950	21,405	+2,004	+10.3%
	IBJ登録会員数※	82,371	84,360	85,855	85,854	—	87,297	91,318	94,763	94,167	—	+8,313	+9.7%
	↳加盟店	58,461	59,633	60,524	60,581	—	60,915	63,637	65,727	65,777	—	+5,196	+8.6%
	↳直営店	23,910	24,727	25,331	25,273	—	26,382	27,681	29,036	28,390	—	+3,117	+12.3%
	IBJ課金会員数※	53,065	54,262	55,542	55,850	—	58,681	61,695	66,476	70,697	—	+14,847	+26.6%
	↳加盟店	32,144	32,936	33,785	33,993	—	36,281	38,472	42,348	46,213	—	+12,220	+35.9%
	↳直営店	20,921	21,326	21,757	21,857	—	22,400	23,223	24,128	24,484	—	+2,627	+12.0%
	お見合い件数	178,172	192,070	197,754	196,819	764,815	205,706	220,157	230,081	232,026	887,970	+123,155	+16.1%
	↳加盟店	108,110	118,079	120,472	122,527	469,188	125,561	135,712	143,265	145,843	550,381	+81,193	+17.3%
	↳直営店	70,062	73,991	77,282	74,292	295,627	80,145	84,445	86,816	86,183	337,589	+41,962	+14.2%

※結婚相談所数と会員数は各Q末時点

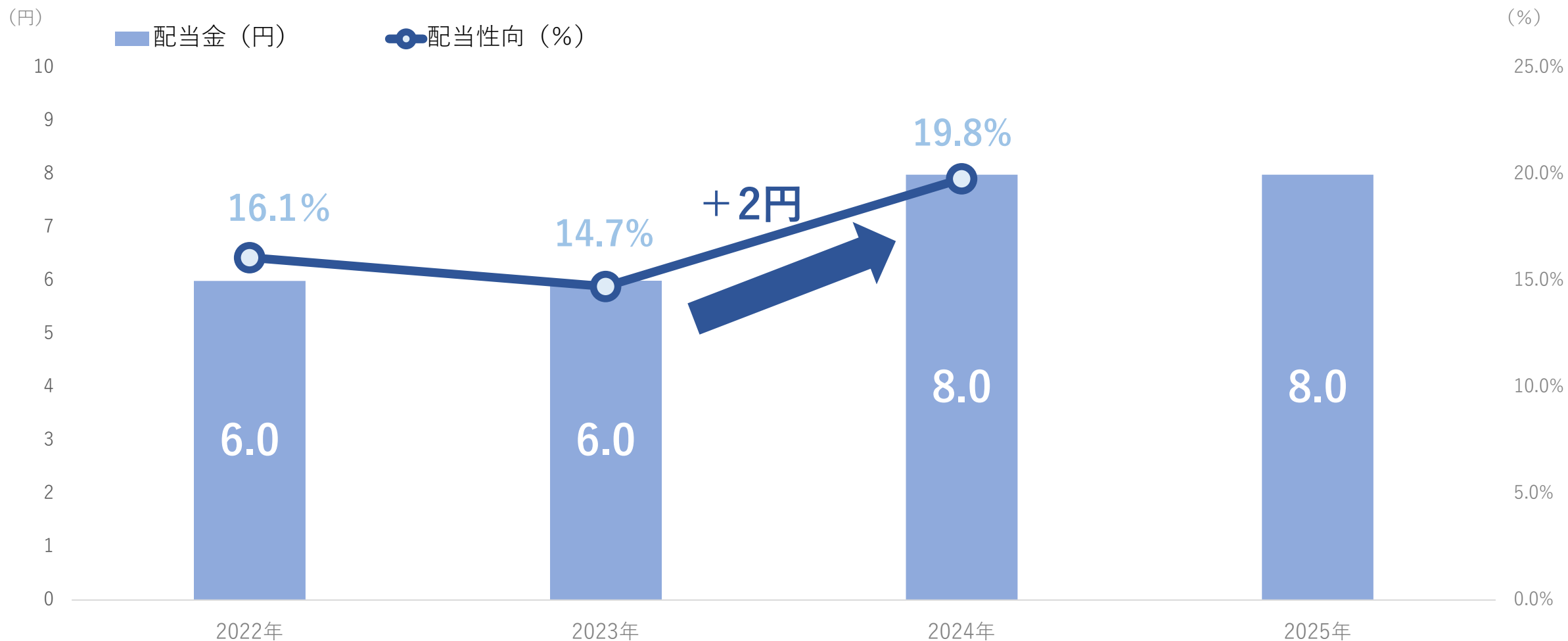
(期別)		2023年					2024年					YoY (増減)	YoY (増減率)
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期		
マッチング事業	パーティー参加者数	95,715	91,375	82,731	75,946	345,767	70,610	74,525	82,143	79,443	306,721	△39,046	△11.3%
	パーティー開催本数	8,284	7,787	7,477	7,208	30,756	6,956	7,967	8,746	7,744	31,413	+657	+2.1%
	マッチング人数(アプリ)	289,162	313,518	312,258	279,486	1,194,424	312,308	318,044	310,124	256,394	1,196,870	+2,446	+0.2%

(期別)		2023年					2024年					YoY (増減)	YoY (増減率)
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期		
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	570	606	2,345	+645	+37.9%
	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	2,523	2,171	8,477	+3,780	+80.5%
	K village生徒数※ (韓国語+ポイトレ)	12,450	13,118	14,010	14,696	—	15,909	17,423	18,888	19,816	—	+5,120	+34.8%

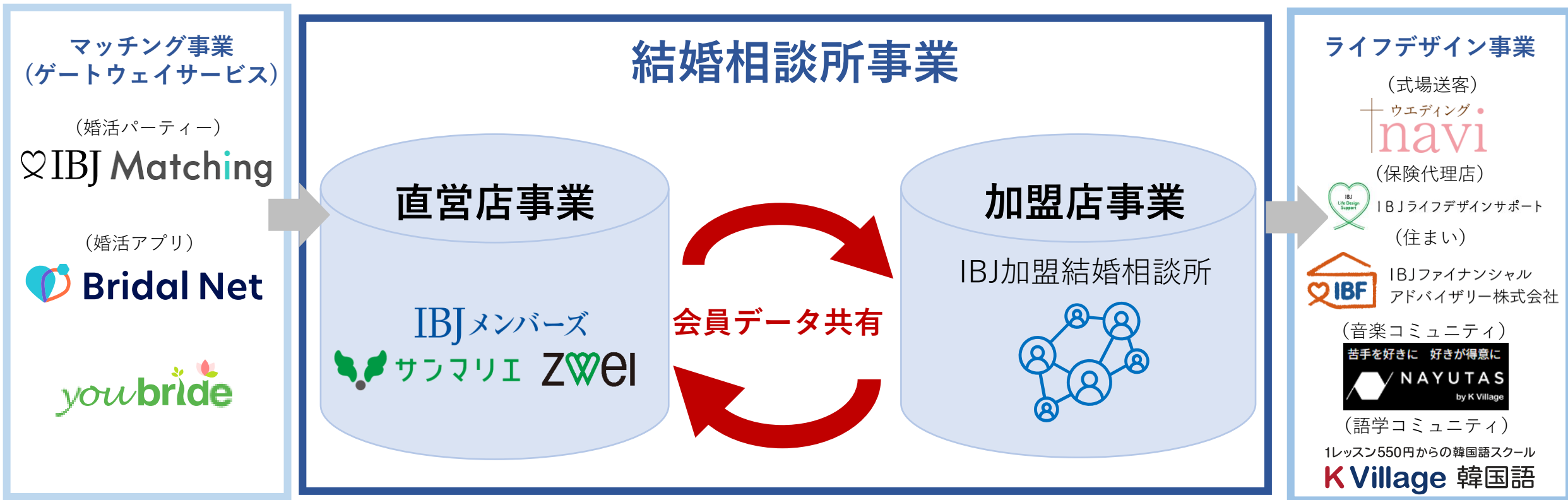
※保険の成約件数は1商品成約ごとに計上、1顧客が2つの商品を成約した場合は2件
 ※K Village生徒数は各Q末時点

積極的な株主還元を目指し、業績推移による配当金の見直しも前向きに検討

配当金・配当性向(連結)推移



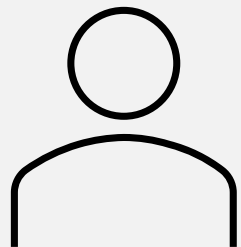
「直営店＋加盟店」による日本最大の婚活プラットフォーム運営 さらに周辺事業も成長する独自のビジネスモデル



「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

パーティー事業

参加者



パーティー参加費(1開催)
男女平均 約3000円

♡IBJ Matching



- ・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

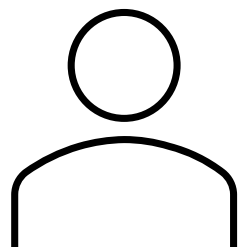


IBJメンバーズ
サマリエ



アプリ事業

アプリ会員



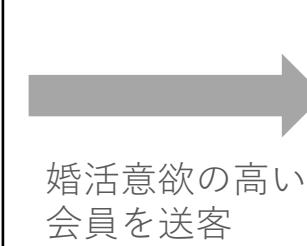
月会費
2,000~5,380円

※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



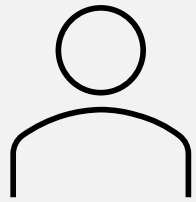
Bridal Net



♡IBJ Matching
直営相談所

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

成婚サポート

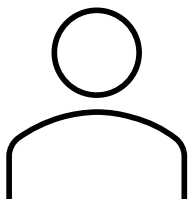


カウンセラー

【直営店事業】
IBJメンバーズ
Zwei
サンマリエ

加盟店事業

IBJ加盟店会員

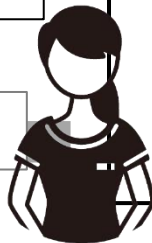
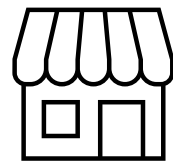


初期費用：10万円~
月会費：1万円
成婚料：20万円

※価格設定は加盟店ごとに異なる
※一人当たりの価格

成婚サポート

IBJ加盟店



仲人

加盟金：個人200万円
(開業金) 法人400万円
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

システムとノウハウ

【加盟店事業】

IBJ

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



伴走型
サービス



バトンタッチ

プランナー



伴走型
サービス



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**

未婚化・少子化問題解決に貢献し、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を目指す

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高齢化問題	加盟店数増、仲人数増 (シニア層の雇用促進、孤独化対策)	結婚相談所数7,000社 IBJ課金会員数14万名
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)	

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) 電力消費削減 (残業削減・LED照明導入) 紙使用量削減 (ペーパーレス化)	 7 エネルギーをみんなに 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) ・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) ・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)	 4 質の高い教育を みんなに 8 働きがいも 経済成長も 10 人や国の不平等を なくそう 16 平和と公正を すべての人に	4.4 8.1 8.2 8.5 10.3 16.3	・行動規範 ・コーポレートガバナンス 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 平和と公正を すべての人に	16.3 16.5 16.6 16.7

2006	<ul style="list-style-type: none">・株式会社IBJ設立、結婚相談所プラットフォーム事業を開始・前身企業より、ブライダルネット事業と婚活パーティー事業（IBJ Matching）を承継
2012	<ul style="list-style-type: none">・大阪証券取引所（現東京証券取引所）JASDAQ市場に株式上場
2014	<ul style="list-style-type: none">・東京証券取引所 市場第二部へ市場変更
2015	<ul style="list-style-type: none">・東京証券取引所 市場第一部へ銘柄指定
2018	<ul style="list-style-type: none">・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	<ul style="list-style-type: none">・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	<ul style="list-style-type: none">・株式会社ZWEIをグループ会社化
2022	<ul style="list-style-type: none">・東京証券取引所 プライム市場に移行
2023	<ul style="list-style-type: none">・株式会社オーネットとの資本業務提携
2024	<ul style="list-style-type: none">・結婚相談所数が4,500社を突破・結婚相談所の新規入会者数が過去最高の64,305名に

会社概要

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 1,236名（2024年12月）

役員	代表取締役社長	石坂 茂
	取締役副社長	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	ニツ矢 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12月末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情報の配信・Q&Aを行っております](#)





人と人をつなぐのは、人だと思う。