

# パートナーA、2Q累計は増収減益 ファスト婚活「OTOCONパーティー」参加者は前期比倍増

2017年12月5日に日本証券アナリスト協会で開催された、株式会社パートナーエージェント2018年3月期第2四半期決算説明会の内容を書き起こしでお届けします。

## 1. 連結業績ハイライト（前期同四半期比）

### 1. 連結業績ハイライト（前期同四半期比）

増収減益。売上高は微増、収益率が前期比で低下。

(単位：百万円)

	平成29年3月期 第2四半期 連結累計期間	平成30年3月期 第2四半期 連結累計期間	前年同四半期比
売上高	1,991	2,025	1.7%
売上総利益	1,253	1,197	△4.5%
営業利益	234	38	△83.4%
経常利益	258	67	△74.0%
親会社株主に 帰属する四半期純利益	181	43	△76.2%
1株当たり四半期純利益	19.08円/株	4.52円/株	-

(注) 当社は、平成29年1月1日をもって株式1株につき3株の割合で株式分割を行っております。そのため、平成29年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり純利益を算定しております。

3

Copyright © PARTNER AGENT All Right Reserved.

佐藤茂氏：みなさま、こんばんは。パートナーエージェント代表取締役の佐藤でございます。

さっそくではございますけれども、2018年3月期第2四半期の決算説明をさせていただきます。お手元の資料の3ページ、連結業績ハイライトからお話をさせていただきます。

全体としては、増収減益でございます。売上高は微増、収益率は前期比で低下しております。

売上高は20億2,500万円、営業利益は3,800万円ということで、売上高は1.7パーセントの増加、営業利益は83.4パーセントの減少というかたちになりました。

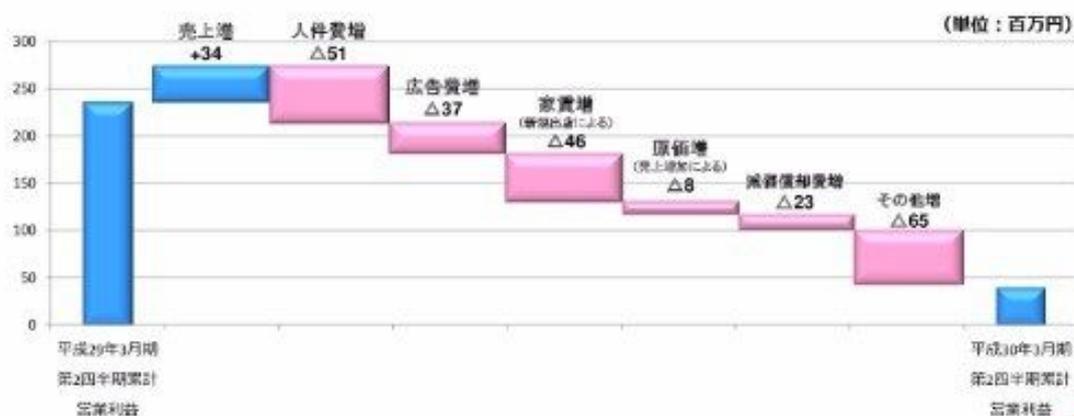
## 1. 連結業績ハイライト（前年同期比営業利益）

## 1. 連結業績ハイライト（前年同期比営業利益）



売上高：パートナーエージェント事業は新規入会会員数の増加が鈍化するも、OTOCONパーティーの利用者数は前年同四半期比で倍増し、合計は微増。

営業利益：前年同四半期では新規出店を行わなかったが、当期はパートナーエージェント事業及びOTOCONパーティーサービスの成長のため新規出店を行ったため、相対的に営業利益率は低下。



4

Copyright © PARTNER AGENT All Right Reserved.

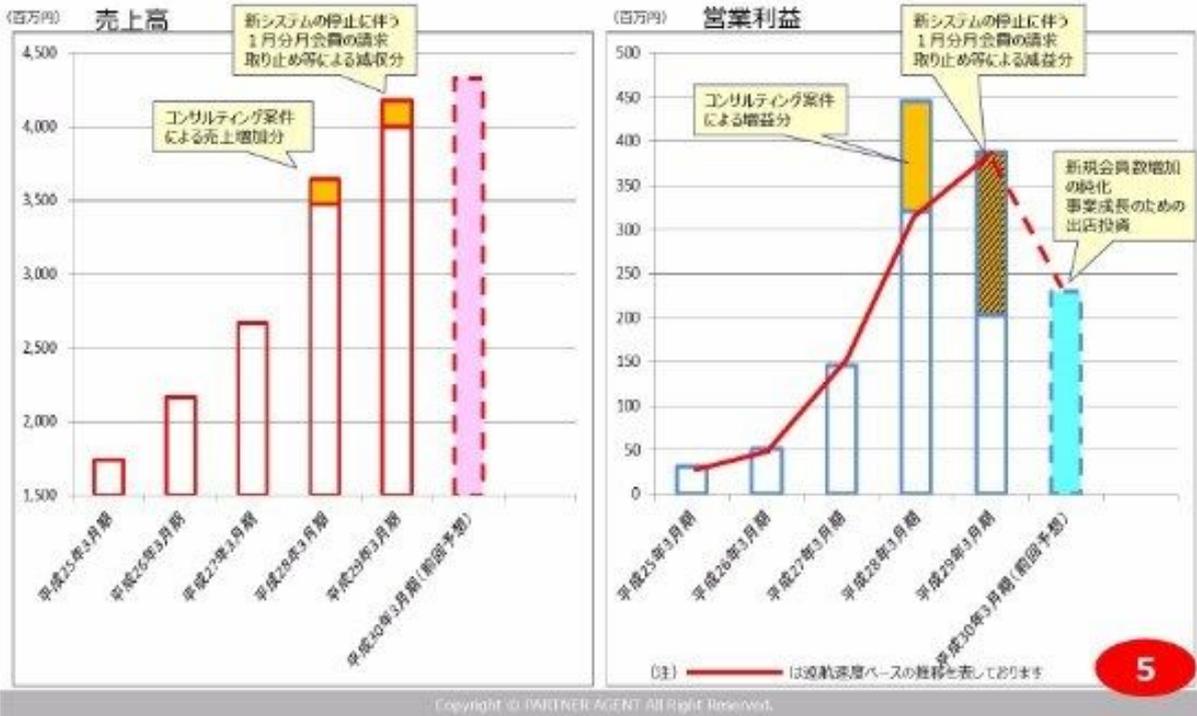
続きまして、連結業績のハイライトでございます。

我々の売上の70パーセント以上を占めるパートナーエージェント事業の、新規入会会員数の成長が鈍化して、売上を抑制する中、「OTOCONパーティー」という婚活パーティーの事業が好調でございました。前年同四半期比で参加者が倍増した結果、売上としては微増というかたちになりました。

一方営業利益においては、前年同四半期で言うと、新規出店を行わなかった分、今期はパートナーエージェント事業並びにOTOCONの出店を行ったために、相対的な営業利益は低下しているという状況でございます。

## 1. 業績ハイライト（売上高・営業利益の推移（通期））

# 1.業績ハイライト（売上高・営業利益の推移（通期））

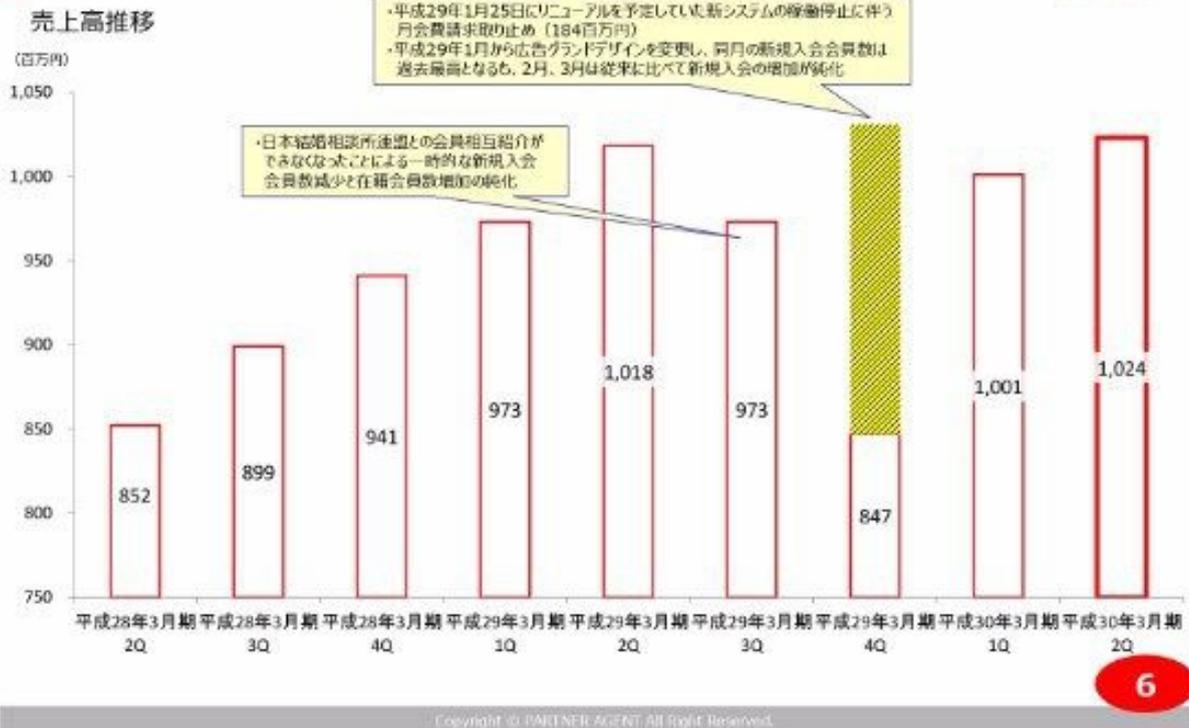


続きまして、通期の見込みでございます。

今年（2017年）の7月の末に下方修正を発表させていただきましたが、今期は売上高が43億3,100万円・営業利益が2億500万円という計画で、今がんばっております。

# 1.業績ハイライト（売上高推移（四半期））

## 1.業績ハイライト（売上高推移（四半期））



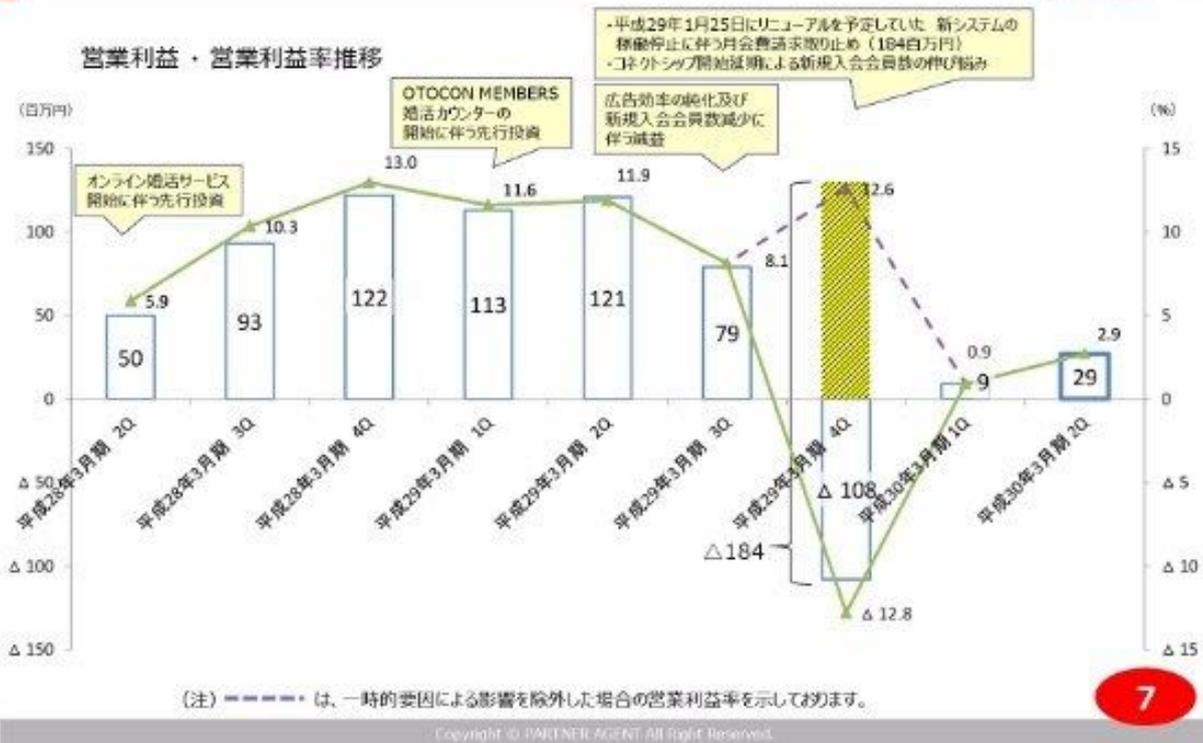
6

続きまして、四半期ごとの業績のハイライトでございます。

売上高の推移です。第2四半期単体で言いますと、10億2,400万円でございます。対第1四半期比並びに前年同期比で言うと、微増というかたちでございます。

## 1.業績ハイライト（営業利益・営業利益率推移（四半期））

# 1.業績ハイライト（営業利益・営業利益率推移（四半期））



次に、営業利益でございます。第2四半期単体の営業利益は2,900万円ということで、前年同期比で言うと、大幅に減少しているというところでございます。

## 2. セグメント別売上高・利益の状況（前期同四半期比）

## 2.セグメント別売上高・利益の状況（前期同四半期比）



前年同四半期と比較した第2四半期連結累計期間におけるセグメント別の売上高、利益の状況は下表のとおりです。

（単位：千円）

	売上高				セグメント利益又は損失（△）			
	前第2四半期 連結累計期間	当第2四半期 連結累計期間	増減		前第2四半期 連結累計期間	当第2四半期 連結累計期間	増減	
			金額	率（%）			金額	率（%）
パートナー エージェント事業	1,628,837	1,546,555	△82,281	△5.1	455,404	342,823	△112,581	△24.7
ファスト婚活事業	202,321	351,926	149,604	73.9	1,434	31,236	29,801	2,077.1
ソリューション事業	156,573	107,047	△49,525	△31.6	88,422	14,752	△73,670	△83.3
QOL事業	38,105	60,204	22,099	58.0	△21,212	△26,772	△5,559	-
セグメント計	2,025,836	2,065,732	39,895	2.0	524,049	362,040	△162,009	△30.9
その他	1,854	1,944	90	4.9	△2,560	△884	1,675	-
調整額	△35,896	△42,451	△6,554	-	△287,098	△322,281	△35,183	-
連結財務諸表計上額	1,991,794	2,025,225	33,431	1.7	234,390	38,873	△195,516	△83.4

10

Copyright © PARTNER AGENT All Right Reserved.

次に、セグメント別でご説明をさせていただきます。

まず、パートナーエージェント事業でございます。売上高で言いますと、15億4,655万円ということで、前期比マイナス5.1パーセント。営業利益は3億4,200万円で、前期比マイナス24.7パーセントでございました。

ファスト婚活事業です。これは、主に婚活パーティーの事業でございますが、こちらは好調でございまして、売上高は3億5,100万円、増減率は73.9パーセント（の増加）。営業利益は3,123万6,000円、前年同期比で約2,000パーセントの伸長でございました。

次に、企業や自治体向け、もしくは「CONNECT-ship（コネクトシップ）」の事業をやっている、ソリューション事業でございます。売上高は1億700万円、前年同期比でマイナス31.6パーセントでございます。ここは、民間企業向けの大きなコンサルティング案件がなくなりまして、現在は自治体の案件並びにコネクトシップの案件が中心となっているために、マイナスとなっております。営業利益については、こちらに記載のとおりでございます。

次に、ご成婚退会後のお客さまに向けたウェディングサービスの斡旋や、保育園事業をやっているQOL事業でございます。売上高は約6,000万円で、前期比プラス58パーセント。営業利益においては、引き続き保育園の出店のコストがかさんでおりまして、マイナス2,677万2,000円ということで、引き続き投資フェイズが続いているということでございます。

トータルで申し上げますと、上期の売上高は20億2,500万円、（前年同期比で）1.7パーセントの微増。営業利益は3,887万3,000円で、前年同期比でマイナス83.4パーセントとなっております。

### 3. 各事業の状況

#### 3.各事業の状況



##### パートナーエージェント事業

- 減収減益。重要指標である広告反応率は、直近数カ月で下げ止まり、引き続き新規入会会員数の増加に向けて各種施策を講じております。

##### ファスト婚活事業

- 増収増益。パーティー参加者数は前期比倍増ペースを維持。新規出店に伴いパーティーの開催数を増やし、顧客ニーズに応えられるよう努めております。

##### ソリューション事業

- 減収減益。コンサルティング案件の有無による相対的減収減益。コネクトシップは稼働開始後、利用会員数が1万人超となり、今期末までに2万人と倍増を計画しております。地方自治体向けには、ASPマッチングシステムの販売に注力しております。

##### QOL事業

- 増収減益。成婚会員向けサービスはアイテムの拡充と提供エリアを拡大。企業主導型保育事業では順次新しい保育園を開園しており、開園のための先行投資のため前年同期比では減益となっております。

続きまして、各事業の状況のご説明をさせていただきます。12ページでございます。

パートナーエージェントは先ほど申し上げたとおり、減収減益が続いております。主な理由は、前回も申し上げましたが、私どもが出向している広告反応率について、非常に苦戦している状況でございます。資料請求後のお客さまの来店率・来店契約率・契約後のお客さまの中途退会率・成婚率といったすべての指標は改善しておりますが、広告上のKPIというものが非常に大きく、苦戦をしている状況でございます。

ただ、今年（2017年）の2月から、私自身がマーケティング本部を直接見ておりました、ようやくこの数ヶ月で、広告効率の下げ止まり感ができました。引き続き、今期の我々の重要方針であったマス広告に投資をしていくところも、今期中ギリギリ間に合うかどうかというところで今進めております。引き続き、マーケティングの改善によって新規顧客、お客さまの改革を講じてまいります。

続きまして、ファスト婚活事業。ここは主に、婚活パーティーの事業でございます。パーティーの参加者数は、前期比で約倍増のペースを維持しております。参加者数（の増加）が非常に好調でございます。店舗も追加で出店しております。引き続き、パーティーの開催数を増やしてまいりまして、お客さまのニーズに応えられるように、事業の成長を支えていきたいと考えております。

続いて、ソリューション事業でございます。こちら減収減益でございます。先ほど申し上げたとおり、個別の民間企業向けのコンサルティングの案件が、今期は控

えております。主に自治体向けのシステム販売に、今期は特化してやっております。

一方、コネクトシップ。今年の1月にシステムトラブルでスタートが遅れましたが、6月のオープン後、順調に会員数が推移しておりまして、現在の利用会員数は1万7,000人ぐらいです。今期計画しておりました期末までの2万人は、しっかり各提供先の利用促進を含めて、行ってまいりたいと考えております。

QOL事業に関しては、増収減益でございます。成婚会員向けのサービスは、さまざまなアイテムの追加をすることと、リクルートのゼクシィさんと提携いたしまして、お客さまの斡旋エリアの拡大をしてまいりました。引き続き、アイテムの拡充とエリアの拡大をしてまいります。

企業主導型保育事業は順調でございます。今期は開設済みが3園。そして、もう2園をオープンする予定です。各保育園の稼働率も7割・8割以上ということで、事業は順調に推移しております。

### 3. 各事業の状況（パートナーエージェント事業）①

#### 3.各事業の状況（パートナーエージェント事業）



- 新規入会会員増における重要指標である広告反応率は、直近数カ月で下げ止まりました。
- 在籍会員数は直近2カ月で微減となりましたが、成婚退会会員数が前月比62名増、更に翌月も前月比26名増となっており、成婚会員数の増加（サービス品質の向上）も一因となっております。
- 今後も広告反応率の改善に努め、新たなマーケティング手法や新たな顧客層へのアプローチに挑戦いたします。

パートナーエージェント事業の概況でございます。先ほど申し上げた、我々の重要指標である広告反応率は、ここ数ヶ月で下げ止まり感があつて、ここからしっかりマス広告・認知度広告を含めた対策を、講じてまいりたいと考えております。直近2ヶ月の在籍会員は微減となりましたが、私どもの強みであるお客さまのサービス・成婚が好調でございます。昨年（2016年）と比べても、成婚数並びに成婚率が増加しておりまして、サービス品質の向上は継続して品質に寄与しておりますが、

一方で（成婚後に退会するため）会員数のマイナスの一因となっている状況でございます。

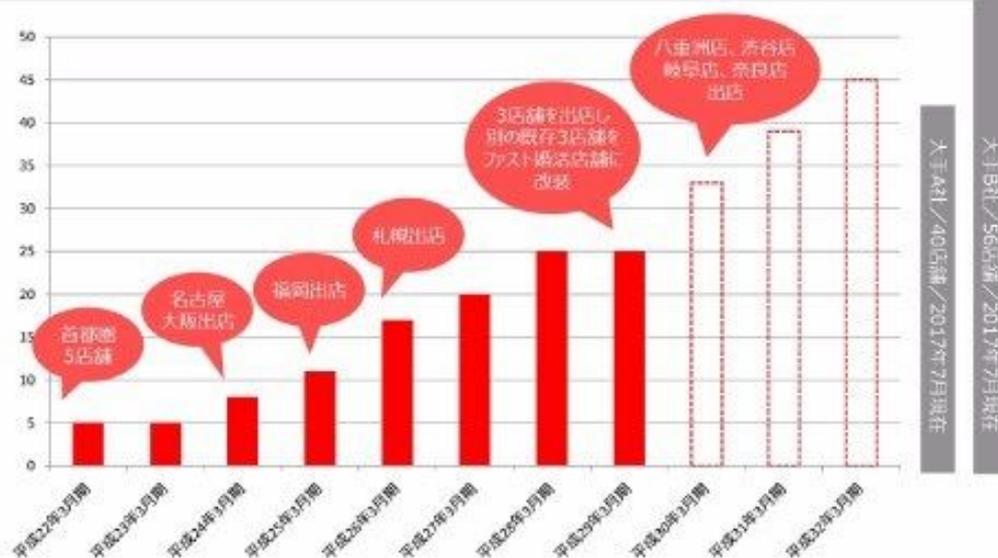
後ほどご説明しますが、今さまざまなマーケティングの施策を講じておりまして、パートナーエージェント事業における課題は、まさに広告・マーケティングがポイントでございます。新しいマーケティング手法も含めたチャレンジを、やらせていただいております。

### 3. 各事業の状況（パートナーエージェント事業）②

#### 3.各事業の状況（パートナーエージェント事業）

##### <出店>

8月に岐阜店、奈良店をオープンいたしました。  
今後もサービスエリアの拡大に向け、順次出店を検討してまいります。



14

続きまして、14ページでございます。今年（2017年）、岐阜店と奈良店をオープンしております。我々は、既存の大手の会社に比べて店舗数がまだまだ少ないので、我々の成長計画で言いますと、出店は非常に重要でございます。ただ、先ほど申し上げた、マーケティングの改善がしっかりできてから、再度出店の攻勢をかけたいきたい。

まだまだ出店の余地はございますので、まずベースとなるマーケティングの改善を、しっかりしてまいりたいと考えております。

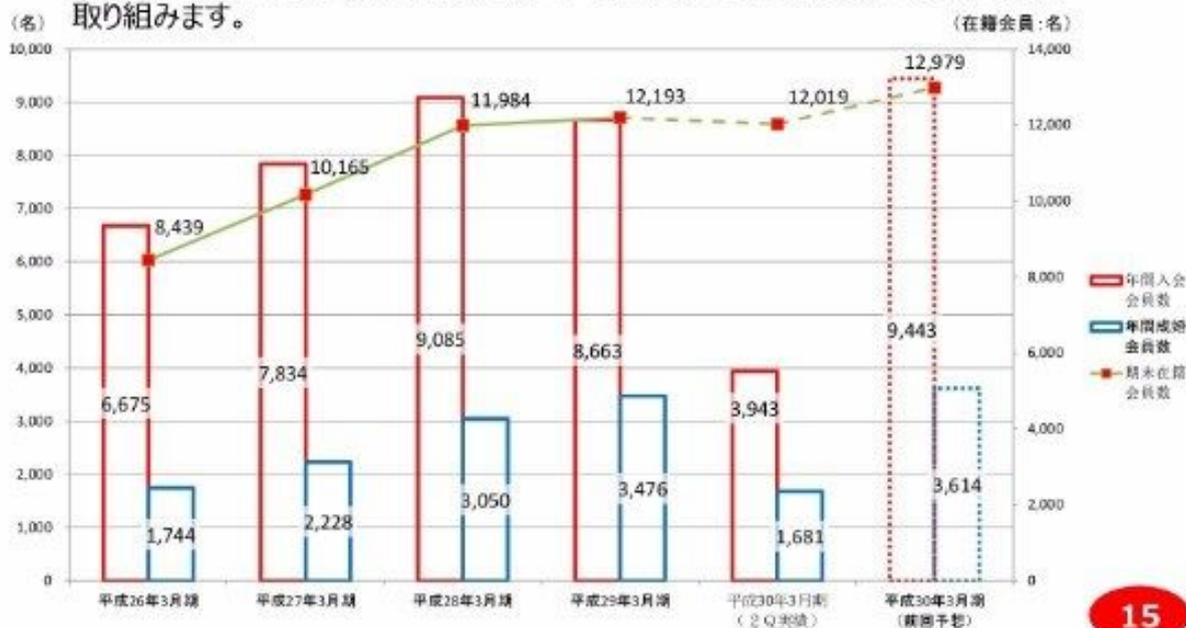
### 3. 各事業の状況（パートナーエージェント事業）③

### 3.各事業の状況（パートナーエージェント事業）



＜新規入会会員数・成婚会員数・在籍会員数＞

広告反応率の回復・改善と認知度向上に努め、新規入会会員数の増加に向け、取り組みます。



続きまして、パートナーエージェントの新規入会会員数・成婚会員数・在籍会員数の推移のグラフでございます。2018年3月期の予想は、前回出させていただいたとおり、期末在籍会員数（緑の折れ線グラフ）で1万2,979人、年間入会会員数（赤の棒グラフ）で9,443人、年間成婚会員数（青の棒グラフ）で3,614人ということで、全社をあげて、今がんばっております。

### 3. 各事業の状況（パートナーエージェント事業）④

### 3.各事業の状況（パートナーエージェント事業）



#### <成婚率推移（通期）>

平成29年3月期における成婚会員数は前期比で426名増となり、成婚率実績は28.6%と前期比で1.4ポイント上回り、過去最高となりました。

今後も高い顧客成果にこだわり、サービス品質を高め、顧客満足度の向上により利用会員数の増加に努めてまいります。

（注）成婚率とは、在籍会員中何名の会員が成婚退会しているか、その割合を示すものです。

具体的には、成婚率は、毎年4月1日から翌年3月末までを計算期間とし、以下の計算式にて算出しております。

（計算式）年間成婚退会会員数÷年間平均在籍会員数



16

Copyright © PARTNER AGENT All Right Reserved.

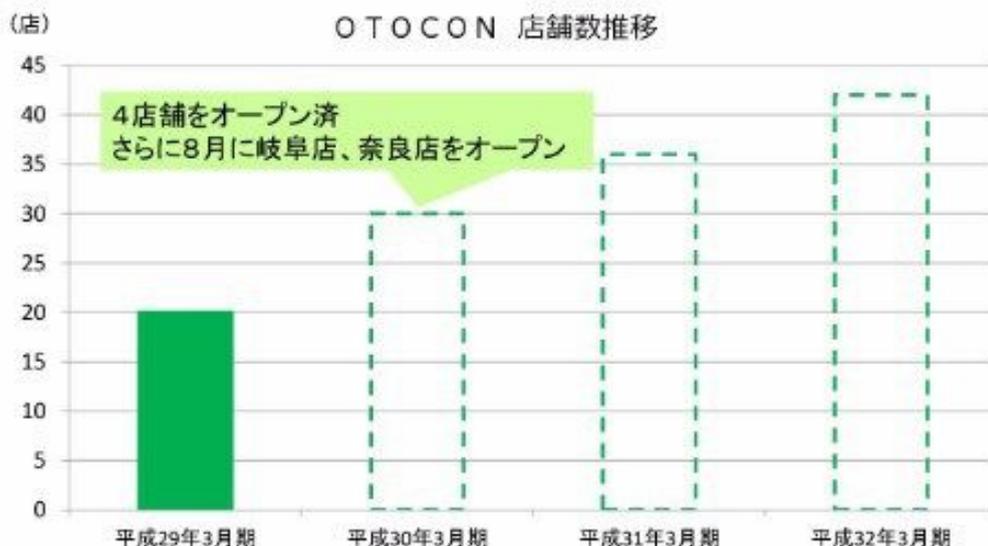
16ページは、私どもの強みである成婚の実績でございます。昨年（2016年）の在籍会員からの成婚率が、27.2パーセント。（ここから）さらにプラスになって、今期（2017年）は28パーセントから29パーセントぐらいで着地をする予定でございます。このあたりの成婚の強みを、しっかり営業・マーケティングに活かした活動をしてまいりたいと考えております。

### 3. 各事業の状況（ファスト婚活事業）①

### 3.各事業の状況（ファスト婚活事業）



OTOCONパーティー利用者数の順調な増加を受けて、8月にパートナーエージェント事業との併設店舗として、岐阜店、奈良店をオープンいたしました。  
今後も各地域の需要状況に鑑みて、順次出店を検討してまいります。



17

続きまして、（ファスト婚活事業の）OTOCONパーティーでございます。パートナーエージェント事業との併設店を作っております、（2017年）8月に岐阜店と奈良店をオープンいたしました。今、名古屋の栄と大阪の新地で2店をオープンして、順調な成長をしております。

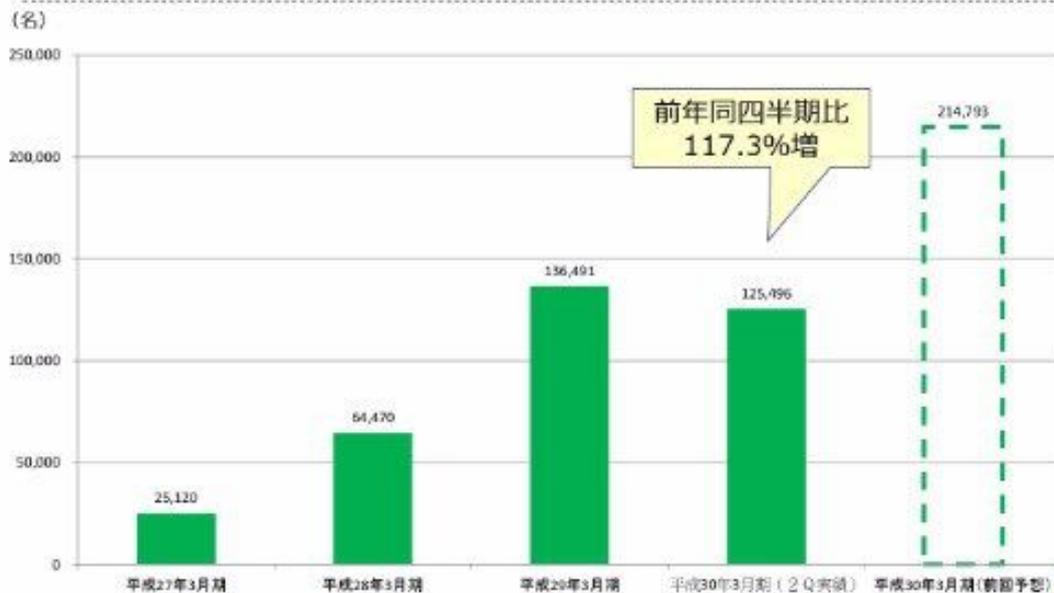
こちらも引き続き、既存の会員数の増加・ホームページへの来訪が増えておりますので、しっかり出店を行いまして、参加者数の増加をしっかりと図っていきたいと考えております。

### 3. 各事業の状況（ファスト婚活事業）②

### 3.各事業の状況（ファスト婚活事業）



パーティーサービスは、新規出店により需要を取り込んで順調に成長しております。  
今後も組織・人員体制を強化し、利用者増を図り、新規出店についても検討してまいります。



18

Copyright © PARTNER AGENT All Right Reserved.

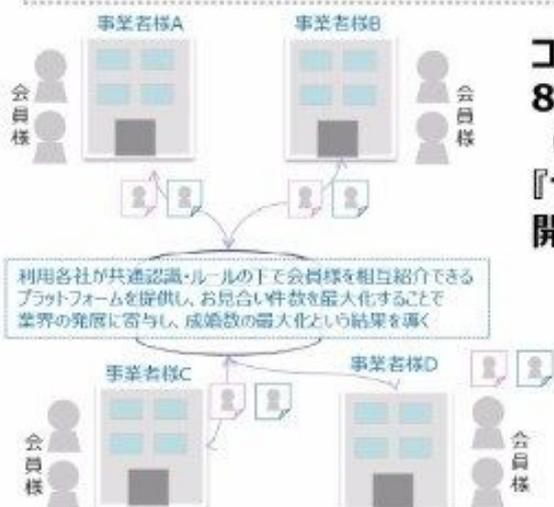
18ページが、ファスト婚活事業のパーティーの参加者数です。上期で12万5,496人と、（前年同四半期比で）約倍増の結果となりました。期末も21万4,793人と、今後もうちょっと上振れるくらいの参加者数で、着地をする予定でございます。

### 3. 各事業の状況（ソリューション事業）①

### 3.各事業の状況（ソリューション事業）



- ・コネクトシップは、婚活支援事業者様が会員様を相互に紹介することができるプラットフォームです。平成29年6月に稼働を開始し、本資料発表日現在において利用会員数は16,000名超で推移しております。
- ・コネクトシップは、「日本で一番お見合いが組めるオープンなプラットフォーム」を目指し、利用会員様及び利用事業者様の増加に取り組んでまいります。



コネクトシップの利用事業者・サービスは、**8社10サービスまで拡大。**  
(本資料発表日現在では、『ゼクシィ縁結びカウンター』も利用を開始し、**9社11サービス**に増加)



- ・現在利用者数**16,000名超**
- ・平成30年3月期末時点での利用者数目標を**2万人**に設定

19

Copyright © PARTNER AGENT All Right Reserved.

次に、ソリューション事業でございます。先ほど申し上げたように、従来は企業向け・自治体向けのコンサルティングに注力していましたが、今期においては自治体向けのASPの提供に注力しています。今導入済みの都道府県は2つありますが、今提案中のものが7・8つぐらいございます。今期中もしくは来期中に、順次受注ができればいいなと考えています。

そして、コネクトシップ事業でございます。コネクトシップは、私どもの同業向けに、会員を相互に紹介するというプラットフォームでございます。今の提携先が、社数で言うと9社・サービス数で言うと11サービスでございます。9社11サービスを合わせると、約6万7,000人くらいの在籍会員がおります。

そのうち、約1万7,000人弱くらいの会員さまに、コネクトシップを使っていただいています。「日本で一番お見合いが組めるオープンなプラットフォーム」ということを標榜して、事業を推進しています。開始してから6ヶ月ほど経ちましたが、非常にお見合いの組数も順調でございます。

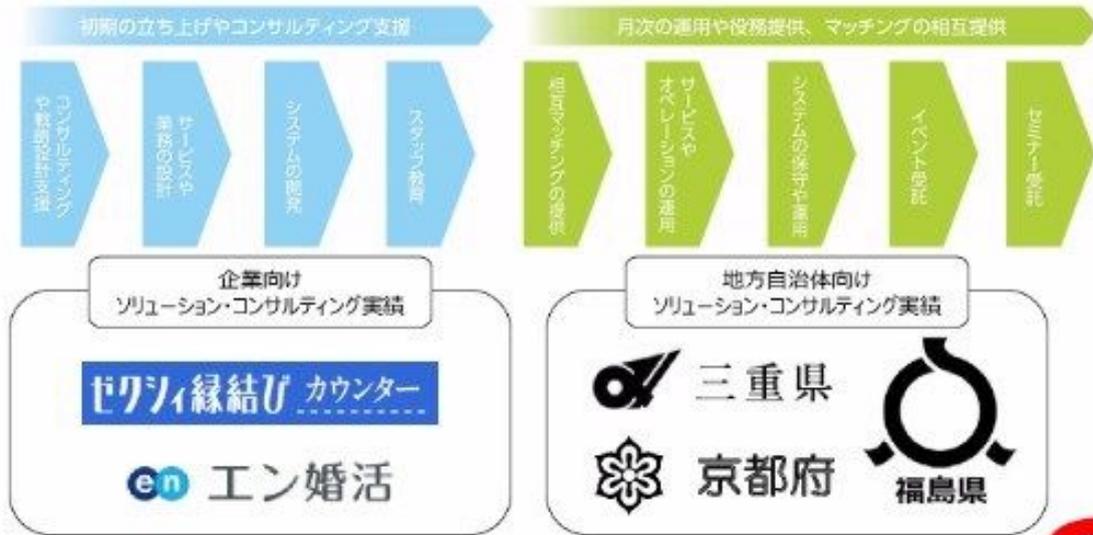
まだちょっと、数字は集計中でございますが、非常にアクティブな会員が集まって、お見合いがたくさん組んでいるという状況でございます。このアクティブなお見合いをインセンティブにして、より提携先の会員さまの利用率の増加や、新規提携先の開拓を行ってまいります。我々パートナーエージェントだけではなく、業界全体のお見合い・成婚を作っていくように、引き続き努力してまいります。

### 3. 各事業の状況（ソリューション事業）②

### 3.各事業の状況（ソリューション事業）



自治体の婚活支援ソリューションサービスにおいては、収益性を重視し、地方自治体にマッチングシステムをASP提供することに注力しております。



20

Copyright © PARTNER AGENT All Right Reserved.

20ページについては、先ほど申し上げたとおりです。自治体向けの提案としては、順調に進んでいます。

### 3. 各事業の状況（QOL事業）

### 3.各事業の状況（QOL事業）



<アニバーサリークラブ>

○結婚式場紹介

株式会社リクルートゼクシィなびと提携し、全国の成婚会員様向けの式場紹介サービスの充実を実現

○自社ブランドのプライダリング販売

○ライフステージの変化に応じた保険契約の見直しサービス

提携によるアイテム数の拡充と提供エリアの拡大により、利用者増を図ります

めばえ保育ルーム  
mebae hokou room

<めばえ保育ルーム>

○内閣府が掲げる「結婚・妊娠・出産・育児の切れ目ない支援」の方針に則り、社員向け福利厚生を兼ねた企業主導保育施設を運営

前期は、第1園目となる「めばえ保育ルーム三鷹台」を開園

保育施設の複数展開

今期は新たに亀戸に開園し（平成29年7月）、以降、芦花公園（平成29年11月）、千歳船橋（平成30年1月）、用賀（同年3月）、春日（同年4月）、下北沢（平成31年1月）と順次開園予定

21

Copyright © PARTNER AGENT All Right Reserved.

続きまして、成婚退会後のお客さま向けの事業である、QOL事業でございます。先ほど申し上げたとおり、アイテム数とエリアの拡大に向けて、利用者を増やしていくこと。

これと同時に、保育園事業について、開設済みが3園・今期（開設予定）が3園でございます。

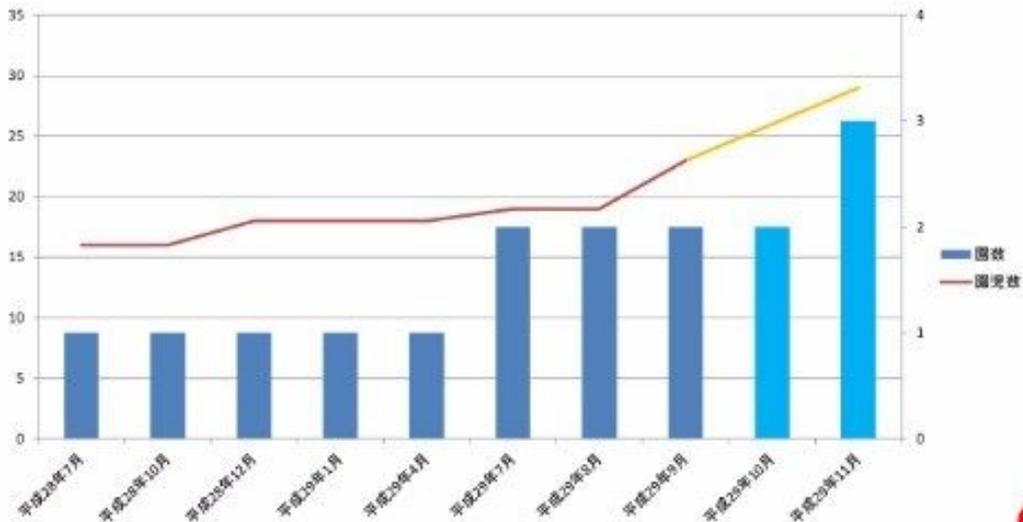
お子さまの定員が、今期末の6施設で約100人ぐらいになりました。新規（開設）予定の施設も、もう定員がいっぱいになっていますので、こちらも引き続き、需要のあるエリアに出店していきたいと考えています。

### 3. 各事業の状況（QOL事業：めばえ保育ルーム）

### 3.各事業の状況（QOL事業：めばえ保育ルーム）



第2四半期までに2園目の亀戸を開園し、直近10月に芦花公園に開園しております。今後順次開園し、園児数を増やすことで、待機児童問題の解消に貢献してまいります。



22ページが、現状の園数と園児数の推移でございます。当然でございますが、待機児童の多いエリアに出店していますので、引き続き自治体としっかり連携を組みまして、待機児童の解消に努めてまいりたいと考えています。

### 4. トピックス（2Q：今期第2四半期業績予想と実績の差異）

#### 4.トピックス（2Q：今期第2四半期業績予想と実績の差異）



(単位：百万円)

	平成30年3月期 第2四半期 連結累計期間 業績予想	平成30年3月期 第2四半期 連結累計期間 実績	差異	増減率
売上高	2,027	2,025	△2	△0.1%
営業利益	23	38	15	68.3%
経常利益	26	67	40	153.8%

##### <業績予想との差異の理由>

売上高は予想どおりでした。

利益面は、コスト削減努力の成果、及び一部マーケティングコストの発生時期が当期第3四半期以降となったことにより、営業利益が予想を上回りました。

また、当社QOL事業のうち企業主導型保育事業『めばえ保育ルーム』の施設開設に対する助成金（営業外収益）が、予想よりも早期に支給されたことにより、経常利益は予想を上回りました。

通期業績予想は、平成29年7月31日に公表した予想からの変更はありません。

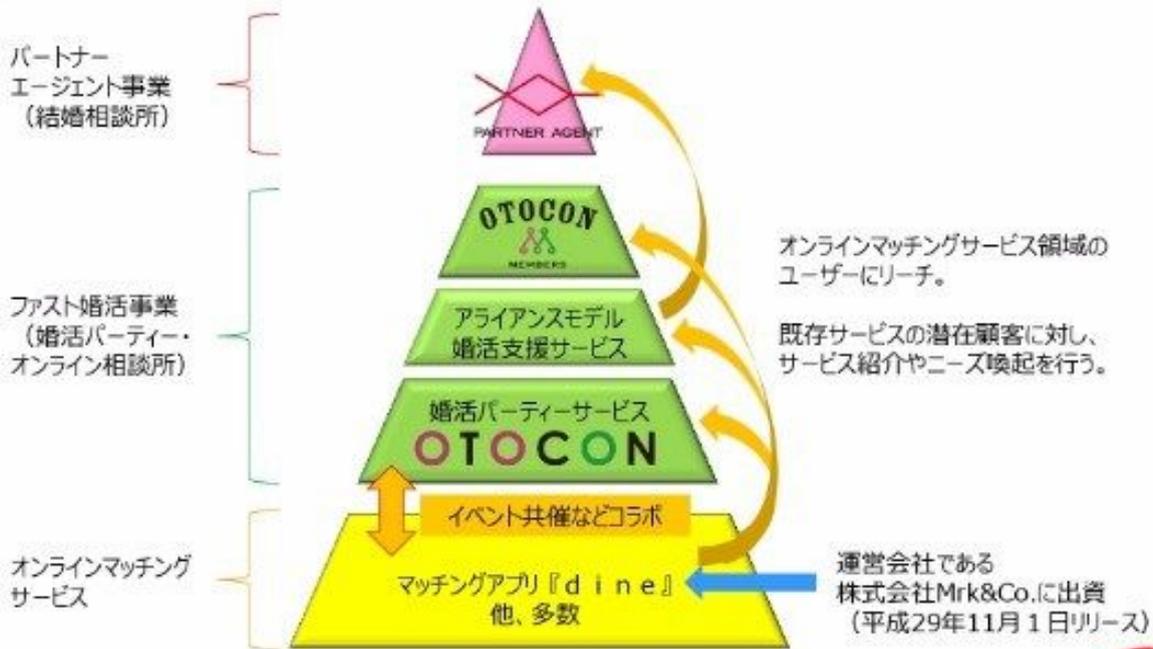
24

Copyright © PARTNER AGENT All Right Reserved.

続きまして、上期のトピックスでございます。（2017年）7月の末に、下方修正の数字を出させていただきました。売上高は20億2,500万円、営業利益はやや上振れましたが、3,800万円を着地をしましてまいりました。営業利益がやや上振れた部分においては、保育園の補助金（助成金、営業外収益）が、前倒しで入金があったことが主因でございます。

#### 4. トピックス（直近：顧客ターゲット層の拡大）

#### 4.トピックス（直近：顧客ターゲット層の拡大）



25

Copyright © PARTNER AGENT All Right Reserved.

続きまして、25ページでございます。これも先般リリースを出させていただきましたが、マッチングアプリ「dine」というサービスを提供している会社さまに、10パーセントちょっとの出資をさせていただきました。私どもは「広告が苦戦している」と申し上げましたが、1つの大きな要因は、2014年末に解禁されたテレビCMです。

私どもは、まだテレビCMに対してチャレンジができていないというところがあります。今我々の大手で言うと、ゼクシィさんとか楽天オーネットさんの社名の検索数が非常に増えているというところで、我々の会社の検索数がなかなか伸びていかないというところがあります。マーケット全体が広がって、幸いなことに我々の認知度も広がってきています。

曖昧に事業会社を探すというお客さまもいらっしゃいますけれども、会社を指名して入会をされるお客さまが非常に増えてきています。広告認知をしっかりとやっていって、今のマーケット・トレンドにしっかりキャッチアップしていきたいと考えております。

もう1つが、Googleで我々が検索されるキーワードは、「結婚相談所」「お見合い」「婚活」が対象となってくるのですけれども、今の3つのキーワードの中では、「婚活」という言葉の検索数がいちばん多いです。

「婚活」と検索すると、以前は結婚相談所が表示されていたのですけれども、最近非常に伸びている婚活パーティーですとか、マッチングアプリがぱっと出てきているというのがあります。

私どもは、いわゆる婚活領域で言うと、婚活のパーティーしか持っていません。そのため、アプリを運営していらっしゃる会社の2社ほどに、今出資をさせていただき

ました。まだサービスは立ち上がったばかりですけれども、私どものパーティー並びにパートナーエージェントの結婚相談所と連携をしたようなマーケティングサービスに、今後しっかり取り組んでいきたいと考えています。

先ほどの（広告）認知を上げる以外で言いますと、低層（スライドの図の黄色い部分）のサービスの会社さまに出資をさせていただきまして、そのライトな婚活サービスから上位サービスにアップセルをしていくというようなマーケティングに、今取り組んでいます。

## 5. 株主優待

### 5.株主優待



下記の株主優待制度を導入しております。

- ・毎年9月末日を基準日として株主優待を実施しております。
- ・株主優待券は毎年12月中旬頃発送予定です。

1. パートナーエージェントサービス  
入会時登録料（税込32,400円）無料
2. OTOCONパーティー  
当社会場開催分 パーティー無料参加チケット2回分
3. LITOダイヤモンド  
販売価格から15%割引適用

株主優待は、こちらに記載のとおりでございます。