

よりよい人生をつくる。



～2026年度（2027年3月期）にむけて～

2026年3月期 第3四半期
決算説明資料

タメニー株式会社／東証グロース 6181

2026年2月日

- I 経営トピックス p 2
- II 2026年3月期 第3四半期 業績ハイライト p 5
- III 2026年3月期 通期見通し p 10
- IV 事業別概況 p 14

I. 経営トピックス

Topics

2026年2月1日付で新経営体制に移行

- 優れた経営経験を持つ人材が社外取締役に就任

役職	氏名	主な兼務状況
代表取締役社長	伊東大輔	—
取締役	佐藤壮悟	—
社外取締役	澤田大輔	AI フュージョンキャピタルグループ株式会社 代表取締役社長
社外取締役	松本高一	AI フュージョンキャピタルグループ株式会社 取締役副社長
社外取締役	横川泰之	株式会社IBJ 取締役
社外取締役	常見哲明	株式会社IBJ 執行役員
社外取締役	中畠裕子	(独立役員)

当第3四半期は前年同期から増収利益改善。2026年2月6日付で通期業績予想を修正



2026年3月期 第3四半期業績概況

- ・売上高 4,438百万円（前年同期比 3.1%増）、営業利益 △39百万円（同 53百万円増）

カジュアルウェディング事業と地方創生／QOL事業が伸長、販管費が前年同期水準で営業利益が改善

- ・経常利益 △77百万円（同 47百万円増）、四半期純利益 △68百万円（同 60百万円増）

通期業績予想（2026年2月6日付で修正）

- ・売上高 6,000百万円（期初計画比 4.8%減）、営業利益 60百万円（同 77.7%減）

婚活事業は顧客獲得低調、カジュアルウェディング事業は結婚式二次会需要が想定下回る（挙式披露宴やフォトウェディングは堅調）

- ・経常利益 10百万円（同 95.4%減）、当期純利益 △254百万円（同 468百万円減）

特別損失（婚活事業及び検討中の本社移転に係る減損損失）について現時点での予測 最大2.7億円を織り込む



II. 2026年3月期 第3四半期 業績ハイライト

Financial results for Q1-Q3 of FY 3/2026

1. 業績概況

売上高は前年同期から3.1%増加、営業利益は同 53百万円改善

- ・ 売上高はカジュアルウェディング事業と地方創生／QOL事業が伸長し前年同期から134百万円增收
- ・ 販管費は概ね前年同期水準で進捗。結果、営業利益は同 53百万円改善

(単位：百万円)

	2025年3月期 3Q累計	2026年3月期 3Q累計	対 前年同期増減	対 前年同期増減率
売上高	4,303	4,438	+134	+3.1%
売上総利益	2,945	3,023	+77	+2.6%
販管費	3,038	3,062	+24	+0.8%
営業利益	△92	△39	+53	-
EBITDA	185	181	△3	△2.0%
経常利益	△124	△77	+47	-
四半期純利益	△128	△68	+60	-

2. 販売費及び一般管理費

販管費は人件費、地代家賃、減価償却費の増加、のれん償却費の減少等で前年同期から 0.8% 増

- 人件費は人材拡充で前年同期から 4.3% 増、地代家賃は婚活パーティーの新店舗オープンで同 2.3% 増、減価償却費はシステム償却費減も婚活事業の拠点規模最適化に伴う加速償却及び資産除去債務の履行差額の発生等で同 19.6% 増
- のれん償却費は前期末の減損により同 77.9% 減

(単位：百万円)

	2025年3月期 3Q累計	2026年3月期 3Q累計	対 前年同期増減	対 前年同期増減率
販管費合計	3,038	3,062	+24	+0.8%
人件費	1,107	1,154	+47	+4.3%
広告販促費	655	656	+1	+0.3%
地代家賃	316	324	+7	+2.3%
減価償却費	163	195	+32	+19.6%
のれん償却費	114	25	△89	△77.9%
その他販管費	680	705	+25	+3.7%

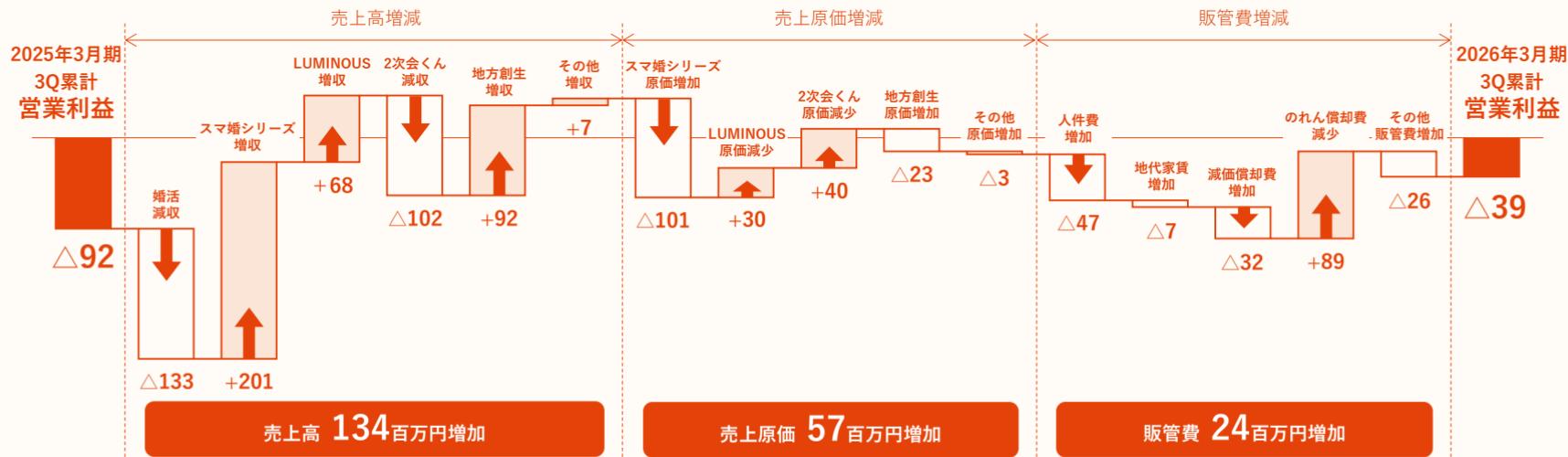
3. 営業利益の増減要因

売上高は前年同期から **134**百万円増加、販管費は同 **24**百万円増加、営業利益は同 **53**百万円改善



- ・ 売上高はスマ婚シリーズ、LUMINOUS、地方創生分野が増収、婚活事業と2次会くんが減収
- ・ 原価はスマ婚シリーズ（施行増）と地方創生分野が増加。LUMINOUSは増収もドレスに係る仕入れ価格見直しで原価が減少
- ・ 販管費は人件費、地代家賃、減価償却費が増加、のれん償却費が減少

(単位：百万円)



4. 資産及び負債・純資産の状況（要約）

2025年12月末純資産は第三者割当増資による資本金及び資本剰余金の増加等で △62百万円



- 資産は流動資産 403百万円増（現金及び預金の増加等）、固定資産 12百万円減（無形固定資産の減少等）
- 負債は流動負債 214百万円減（短期借入金、1年内返済予定の長期借入金の減少等）、固定負債 27百万円減（長期借入金の減少等）
- 純資産は632百万円増（利益剰余金の減少、資本金及び資本剰余金の増加）

（単位：百万円）

	2025年3月末	2025年12月末	対 前期末増減
流動資産	2,292	2,695	+403
現金及び預金	1,375	1,752	+376
売掛金	782	711	△71
その他の流動資産	133	231	+97
固定資産	1,297	1,285	△12
有形固定資産	473	537	+64
無形固定資産	481	415	△65
（内、のれん）	202	177	△25
投資その他の資産	342	331	△10
資産合計	3,589	3,980	+391

	2025年3月末	2025年12月末	対 前期末増減
流動負債	2,344	2,129	△214
短期借入金	705	668	△36
1年内返済予定の長期借入金	1,011	907	△104
その他の流動負債	627	553	△74
固定負債	1,940	1,913	△27
長期借入金	1,687	1,679	△7
その他の固定負債	252	233	△19
負債合計	4,284	4,042	△241
純資産	△694	△62	+632
負債純資産合計	3,589	3,980	+391

III. 2026年3月期 通期見通し

Forecast for FY 3/2026

2026年2月6日付で業績予想を下方修正。期初計画から減収減益、前期から增收増益

- 売上高は期初計画から4.8%減の6,000百万円、営業利益は同 77.7%減の60百万円へ修正
- 減損損失について現時点での予測を織り込み、当期純損失は△254百万円へ修正
- 婚活事業の減損損失予測：約230百万円、検討中の本社移転に係る減損予測：約42百万円を織り込む

(単位：百万円)

	2025年3月期	2026年3月期		対 前期		対 期初計画	
		期初計画	修正計画	増減	増減率	増減	増減率
売上高	5,909	6,300	6,000	+90	+1.5%	△300	△4.8%
営業利益	△56	269	60	+116	—	△209	△77.7%
経常利益	△99	219	10	+109	—	△209	△95.4%
当期純利益	△848	214	△254	+594	—	△468	—

2. 通期業績予想の修正要因（事業動向）

婚活事業とカジュアルウェディング事業が下振れ、地方創生／QOL事業が上振れ



		期初計画	修正計画	対期初計画 増減	修正の主因
婚活事業	売上高	2,172	1,931	△241	検索エンジンの変化等で従来のマーケティング施策による顧客獲得が低調。 新規入会者数及び在籍会員数の計画を引き下げ 入会者数：期初計画 5,256名 → 修正計画 3,000名へ 在籍会員数：期初計画 8,295名 → 修正計画 6,951名へ
	営業利益	370	163	△207	
カジュアル ウェディング 事業	売上高	3,743	3,626	△117	結婚式二次会の需要水準が想定を下回り 2次会くんの施行件数計画を引き下げ 2次会くん施行件数：期初計画 1,479件 → 修正計画 1,206件へ
	営業利益	370	343	△27	
地方創生／ QOL事業	売上高	472	506	+34	地方自治体向け婚活支援の受注好調で上振れ。 婚活支援センター運営は今期5府県より受託し、 センター運営に係る収益が期初計画から上回る見込み
	営業利益	63	86	+23	



AI フュージョンキャピタルグループ株式会社及び株式会社IBJとの連携強化で企業価値向上を図る



収益構造の改革、競争力及び組織力の強化

- ・AI フュージョンキャピタルグループ株式会社及び株式会社IBJの優れた経営経験を持つ人材が社外取締役に就任、経営全般におけるスピード感をもった改革を実施
- ・AI フュージョンキャピタルグループ株式会社及びそのグループ会社が有するマーケティングに関する最先端の知見やノウハウを積極的に活用し、当社サービス群のブランディング再強化及び経営DX化を推進
- ・株式会社IBJが有するマーケティング及び顧客獲得（婚活パーティーから結婚相談所への入会獲得）に係る豊富な知見やノウハウを積極的に活用し、当社婚活事業の集客力を強化

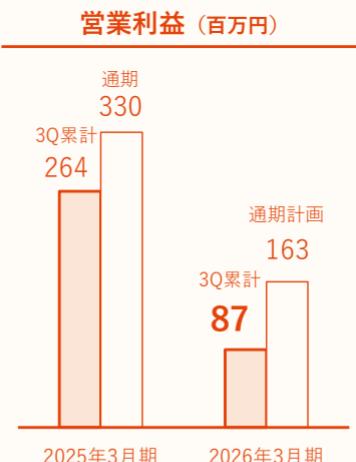
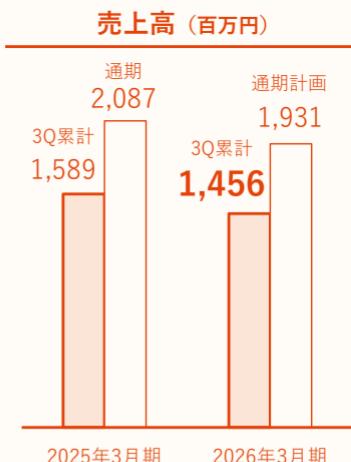


IV. 事業別概況

Overview by business

展開エリアの拡大、マーケティングの強化、収益構造の改革に注力

- ・ 売上高は前年同期から8.4%減、営業利益は同 66.8%減
- ・ 結婚相談所「パートナーエージェント」は契約率改善を踏まえ入会時の過度な割引を抑制、3Qの入会単価が同 40.4%増。
- ・ 株式会社IBJが運営する結婚相談所プラットフォームの利用オプション販売が好調、3Qは新規入会者の60.6%、在籍会員の5.0%が購入
- ・ 婚活パーティー「OTOCON」は結婚相談所への入会促進に向け、株式会社IBJと連携し営業体制の再整備を推進



婚活事業の主な取り組み

2025年4-6月

- ・「パートナーエージェント」月会費を一律1,000円値上げ
- ・「パートナーエージェント」主要6エリアで交通広告開始
- ・「OTOCON」運営効率化で一回場当たりの開催数拡大。新宿店オープン
- ・「パートナーエージェント」フランチャイズ9拠点目の柏店（千葉県）オープン

2025年7-9月

- ・「パートナーエージェント」フランチャイズ10拠点目の郡山店（福島県）オープン
- ・「パートナーエージェント」株式会社IBJが運営する
結婚相談所プラットフォーム利用のオプション販売を開始

2025年10-12月

- ・「パートナーエージェント」フランチャイズ11拠点目の四日市店（三重県）オープン

「OTOCON」開催数及び参加者数が大幅改善



- 「パートナーエージェント」新規入会者数が前年同期から11.3%減、在籍会員数が同 3.6%減
今後は資本業務提携先の知見・ノウハウを積極活用し、新規入会者数、在籍会員数の再拡大を図る
- 「OTOCON」運営効率化と新店舗オープンで開催数が同 42.8%増、参加者数が同 35.9%増。



事業指標		2025年3月期		2026年3月期			
		3Q累計	通期	3Q累計	対 前年同期増減	対 前年同期増減率	通期修正計画
エージェント	新規入会者数 (名)	2,663	3,765	2,361	△302	△11.3%	3,000
	－OTOCON経由入会者数 (名)	218	287	157	△61	△28.0%	
	在籍会員数 (期末) (名)	7,434	7,502	7,170	△264	△3.6%	6,951
	成婚退会者数 (名)	1,233	1,566	1,093	△140	△11.4%	1,442
	成婚率 ※1 (%)	20.9	20.1	19.6	△1.3pt	－	19.6
OTOCON	パーティー開催数 (回)	2,177	2,918	3,109	+932	+42.8%	4,088
	パーティー参加者数 (名)	23,241	30,602	31,595	+8,354	+35.9%	42,185
CONNECT	利用事業者数 (社)	12	12	12	－	－	
	利用会員数 (名)	25,790	25,701	22,347	△3,443	△13.4%	
	お見合い成立件数 (件)	151,706	196,681	120,186	△31,520	△20.8%	

※1 成婚率は在籍会員中何名の会員が成婚退会しているかの割合を示しており、「年間成婚退会者数」 ÷ 「年間平均在籍会員数」（四半期・中間期はこれに準ずる計算式）で算出

マーケティングの強化、プロダクトの高品質化、収益構造の改革に注力

- ・ 売上高は前年同期から6.8%増、営業利益は同 194百万円増（のれん償却費 同 89百万円減）
- ・ 挙式披露宴「スマ婚シリーズ」は期初より導入したサービス料の効果が現れ、施行単価が同 3.5%改善
- ・ フォト「LUMINOUS」は旗艦店をリニューアル。料金値上げで施行単価が同 7.5%増、ドレス仕入れ見直しで原価単価が同 6.7%減
- ・ 結婚式二次会「2次会くん」は市場停滞も契約率向上に向け育成強化。結婚式費用約100万円「ラフスタ」は市場拡大を見据え広告強化



カジュアルウェディング事業の主な取り組み

2025年4-6月

- ・ 「スマ婚」サービス料導入、「LUMINOUS」プラン料金値上げ
- ・ 「スマ婚」「LUMINOUS」ドレスに係る仕入れ価格見直し
- ・ 「スマ婚」提携会場の集客から契約までを担う新たな事業モデルを構築、第一弾として株式会社エスクリ運営の一部婚礼施設の取り扱い開始

2025年7-9月

- ・ 「LUMINOUS Nagoya」ペットとのウェディングフォト撮影開始
- ・ 「LUMINOUS Odaiba」スタジオセットリニューアル

成約件数は「スマ婚シリーズ」（単価約200万円）が好調、「2次会くん」（単価約50万円）が前年同期を下回る



- 「スマ婚シリーズ」サービス料導入も「ラフスタ」含む成約件数が前年同期から10.4%増
- 「LUMINOUS」成約件数が同 5.6%減、施行件数が同 1.6%減と概ね前年同期水準で推移
- 「2次会くん」成約件数と施行件数が前年同期から減少。「ラフスタ」成約件数が堅調に推移

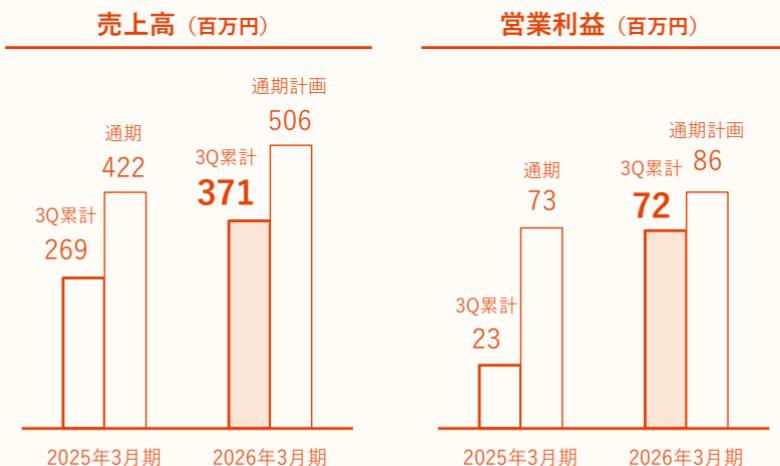


事業指標		2025年3月期		2026年3月期			
		3Q累計	通期	3Q累計	対 前年同期増減	対 前年同期増減率	通期修正計画
成約件数	スマ婚シリーズ ※1 (件)	665	929	734	+69	+10.4%	1,012
	うち、挙式披露宴 (件)	377	522	369	△8	△2.1%	
	LUMINOUS (件)	3,757	5,121	3,546	△211	△5.6%	4,544
	2次会くん (件)	1,180	1,589	852	△328	△27.8%	1,138
	合計 (件)	5,602	7,639	5,132	△470	△8.4%	6,694
施行件数	スマ婚シリーズ ※1 (件)	447	664	557	+110	+24.6%	815
	うち、挙式披露宴 (件)	228	353	269	+41	+18.0%	
	LUMINOUS (件)	3,545	4,790	3,489	△56	△1.6%	4,423
	2次会くん (件)	1,167	1,481	950	△217	△18.6%	1,206
	合計 (件)	5,159	6,935	4,996	△163	△3.2%	6,444

※1 上表のスマ婚シリーズはラフスタの成約件数及び施行件数を含む

地方創生分野が業績けん引。売上高、営業利益ともに前年同期を大幅に上回り進捗

- ・ 売上高は前年同期から38.1%増、営業利益は同 206.8%増。
 - ・ 地方創生分野は地方自治体向け婚活支援として、婚活支援センターを5自治体から受託、イベント・セミナーを28件受託
 - ・ QOL分野は婚活・結婚周辺サービスの取り扱い78サービス、当社顧客専用サイト登録会員数 6.1万人以上。
- 不動産仲介では既存事業からの内部送客体制の整備を推進



地方創生／QOL事業の主な取り組み

地方創生分野（2025年4月-2025年12月）

- ・ 婚活支援センター
「北海道、宮城県、愛知県、京都府、兵庫県」等から受託
- ・ イベント・セミナー
「北海道、宮城県、秋田県、茨城県、東京都、大阪府」等から受託

QOL分野（2025年4月-2025年12月）

- ・ ライフスタイルサポート「ANNIVERSARY CLUB」
取り扱いサービス数 78サービス、登録会員数 6.1万人以上
- ・ 不動産フランチャイズ「ピタットハウス」に加盟、不動産仲介事業を展開開始

地方創生分野は受注活動を積極化。QOL分野は保険販売が好調



- ・ 地方創生分野は婚活支援センターを北海道、宮城県、愛知県、京都府、兵庫県から受託
- ・ QOL分野は保険販売が内部送客の強化等で好調、当第3四半期の新規保険契約証券数は前年同期から27.2%増



事業指標			2025年3月期		2026年3月期		
			3Q累計	通期	3Q累計	対 前年同期増減	対 前年同期増減率
地方創生	婚活支援システム ※1 (都府県・市)	新規受注数	2	3	0	△2	-
		累計提供数	13	14	14	+1	+7.7%
	婚活支援センター ※2 (都道府県・市)	新規運営数	6	6	5	△1	△16.7%
		累計運営数	8	8	8	-	-
	セミナー・イベント (件)	受託数	22	26	28	+6	+27.3%
		開催数	18	26	18	-	-
QOL	新規保険契約証券数 (件)	302	446	384	+82	+27.2%	

※1 婚活支援システム新規受注数及び累計提供数は受注時点、婚活支援センター新規運営数及び累計運営数は運営開始時点

※2 婚活支援センター新規運営数は一般競争契約分のみを集計

Tameny Inc. All rights reserved. 20

ご参考：主なサービスの売上計上タイミング

	主要科目	売上計上タイミング	備考	関連指標
 パートナー エージェント	結婚相談所 登録料売上	入会翌月から12か月按分計上		新規入会者数
	結婚相談所 初期費用売上	入会翌月に計上		新規入会者数
	結婚相談所 月会費売上	活動月の当月に計上	平均活動期間は21か月	在籍会員数
 スマ婚  ラフスタ wedding  studio LUMINOUS  2次会くん ⁺	スマ婚 施行売上	施行月に計上	成約から施行までのリードタイムは一般的な挙式披露宴で平均7か月	施行件数
	ラフスタ 施行売上	施行月に計上	成約から施行までのリードタイムは平均7か月	施行件数
	LUMINOUS 施行売上	施行月に計上	成約から施行までのリードタイムは平均2か月	施行件数
	2次会くん 施行売上	施行月に計上	成約から施行までのリードタイムは平均3か月	施行件数

よりよい人生をつくる。



コーポレートサイトのご案内 <https://tameny.jp/>

各種IR資料等を掲載していますのでご活用ください。



ニュース お問い合わせ

理念

会社情報

事業内容

ESG

株主・投資家情報

採用情報

日興アイ・アール株式会社
2025年度全上場企業
ホームページ充実度ランキング
「グロース市場 部門優秀サイト」
(26社)に選定

Disclaimer

- ・本資料は、業界動向及び事業内容について、当社による現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。
- ・これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。既に知られたもしくは未だ知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。
- ・当社の実際の将来における事業内容や業績などは、本資料に記載されている将来展望と異なる場合があります。
- ・また、本資料における将来展望に関する表明は、利用可能な情報に基づいて、当社によりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更するものではありません。