



事業計画及び成長可能性に関する事項

タメニー株式会社

東証グロース 6181

2026年5月13日更新

1. ビジネスモデル

Business Model

婚活・カジュアルウェディングを起点に3つの戦略領域で事業を展開

(2026年4月1日時点)

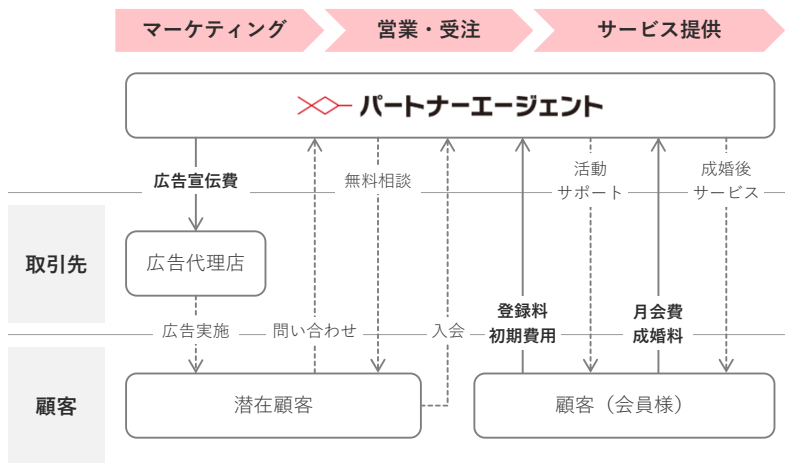


結婚相談所



パートナーエージェント

想像を超える成婚コンシェルジュサービスと独自のマッチングシステムにより成婚までの活動をサポートする仲介型の結婚相談所業界屈指の成婚率を実現

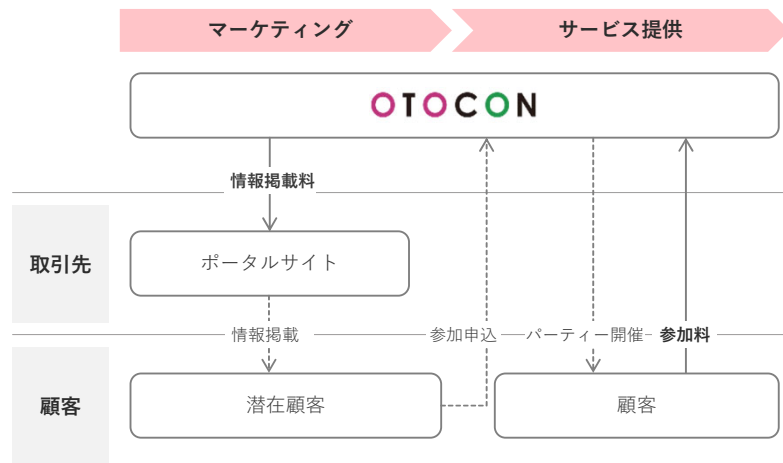


婚活パーティー



OTOCON

業界最安水準で均一価格を導入した、気軽に参加できる婚活パーティー
2013年提供開始以降累計参加者数は146万人を突破



カジュアル挙式披露宴・結婚式二次会等プロデュース



スマ婚

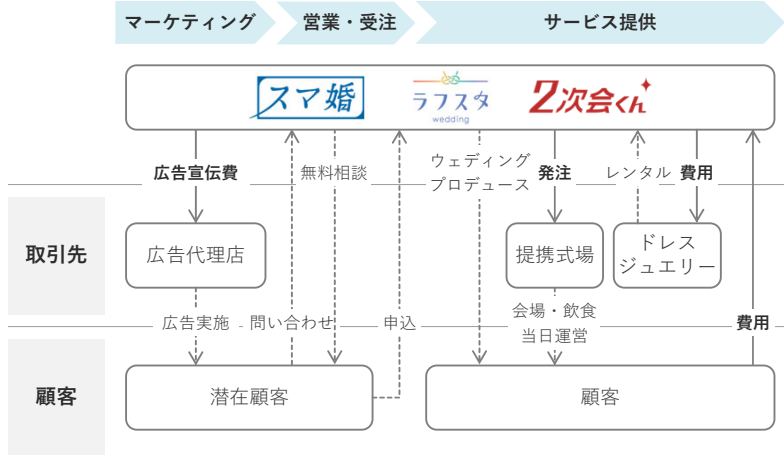
カジュアルな挙式披露宴、少人数挙式などを提供

ラフスタ

家族挙式・友人パーティーの新スタイル結婚式を創出

2次会くん

結婚式二次会を幹事代行としてプロデュース

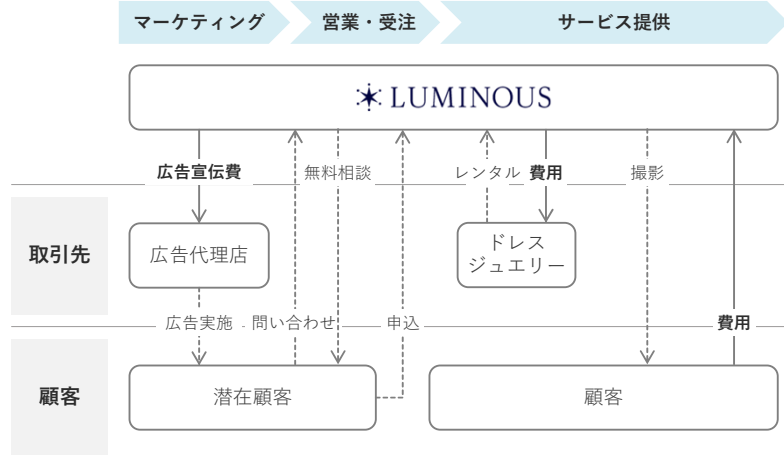


フォトウェディング



studio LUMINOUS

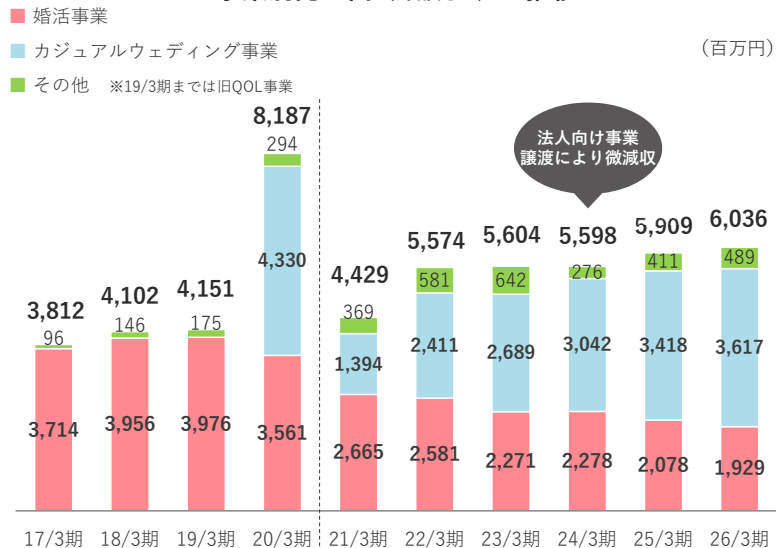
世界一美しい花嫁姿を実現するため美しさに徹底的にこだわり、写真を残すだけでなく花嫁の体験にフォーカスした、「結婚式よりも、結婚式らしい」フォトウェディング



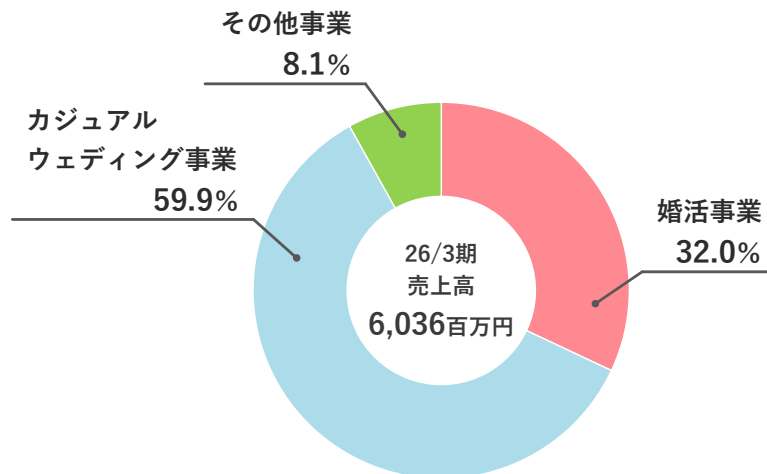
主力事業の婚活事業とカジュアルウェディング事業で売上の91.9%を占める

- ・19/3期までは婚活を中心に事業領域を拡大
- ・2019年4月に(株)メイションをグループ化し、婚活事業単一からカジュアルウェディング事業との二本柱の収益構造へ
- ・21/3期は新型コロナウイルス影響でカジュアルウェディング事業が大幅減収も、22/3期以降は同事業が伸長し、全社業績は増収傾向（23/3期に法人向け事業譲渡）

事業別売上高（外部売上）の推移



売上高（外部売上）構成比



*25/3期より従来の「婚活事業」「カジュアルウェディング事業」「ライフ&テック事業」「地方創生事業」を再編し、新たに「婚活事業（従来の婚活事業とライフ&テック事業のテック分野を統合）」「カジュアルウェディング事業」「地方創生/QOL事業（従来の地方創生事業とライフ&テック事業のライフ分野を統合）」の3区分に変更しており、24/3期の数値も25/3期に合わせて修正しております。なお、19/3期以前の「婚活事業」には「テック事業」等の一部が含まれております。

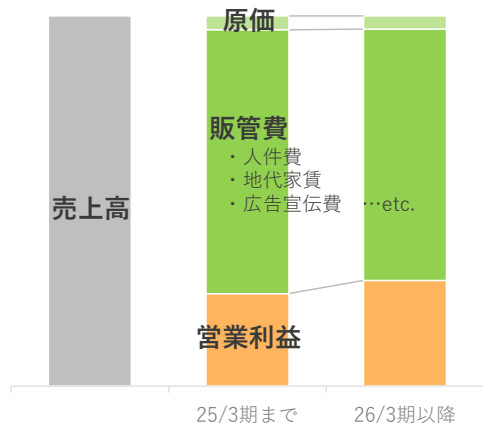
(2) 事業の収益構造

主力事業の収益構造の平均的イメージ

婚活事業

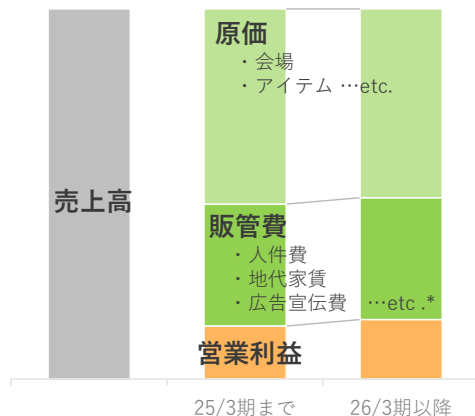
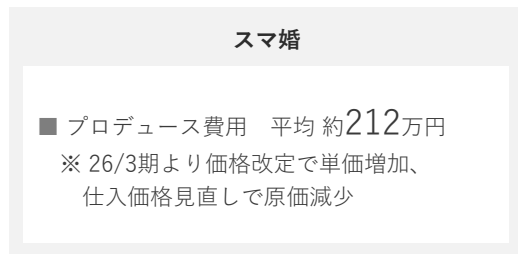


※ 26/3期より価格改定で単価増加

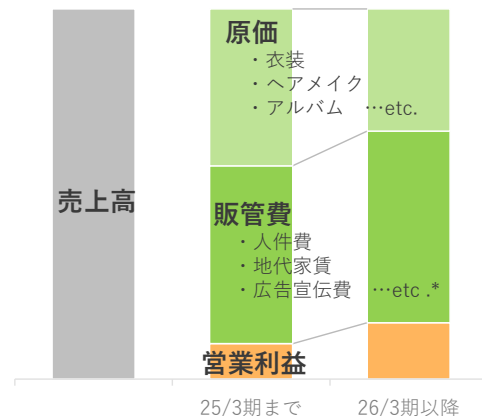
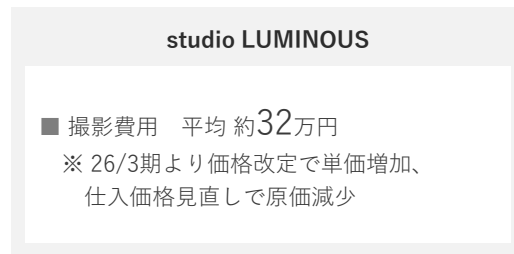


カジュアルウェディング事業

－挙式披露宴プロデューサー－



－フォトウェディング－



* カジュアルウェディング事業の収益構造の図にのれん償却費は含んでおりません。

2. 市場環境

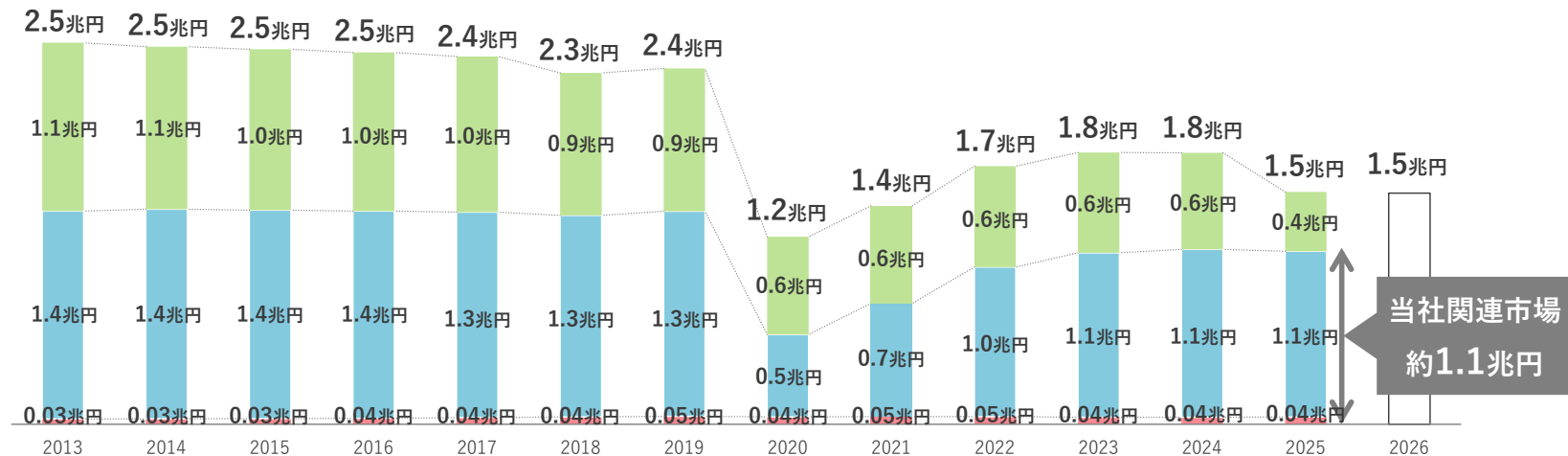
Market Insight

2025年のブライダル関連市場規模は1.5兆円

- ・ 2019年までは一定規模で推移
- ・ 2020年に新型コロナウイルス影響により大幅に減少
- ・ 2021年以降は市場が持ち直し、2021年以降は婚活市場及びウェディング市場が一定規模で推移

ブライダル関連市場規模の推移

■ 婚活市場（オンライン恋活・婚活マッチングサービス除く） ■ ウェディング市場 ■ その他（ジュエリー・新婚旅行・家具等）

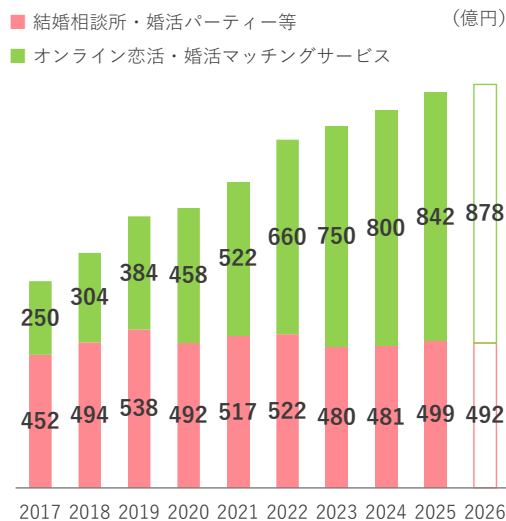


* 業界動向レポートを基に当社一部推計。2025年以降は新婚家具市場を除外

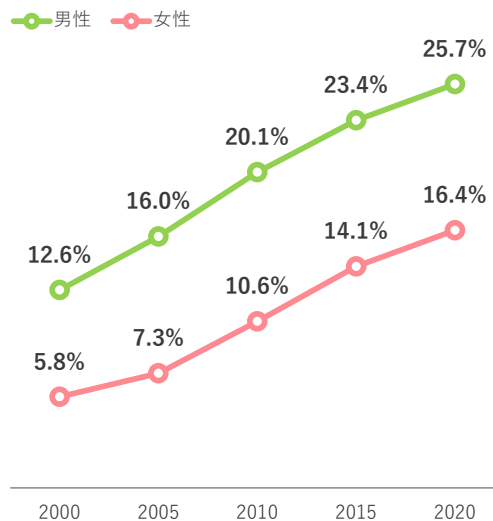
2025年の婚活市場規模は1,341億円（結婚相談所・婚活パーティー等 499億円 / オンラインマッチングサービス 842億円）

- ・結婚相談所・婚活パーティー等はコロナ影響で一時縮小するも2021年以降は回復傾向、オンラインマッチングサービスは継続成長、新たな生活様式下で需要拡大
- ・潜在顧客となる未婚者の割合は拡大傾向
- ・婚姻組数は減少傾向であるものの婚活サービスを利用して結婚した割合は拡大傾向

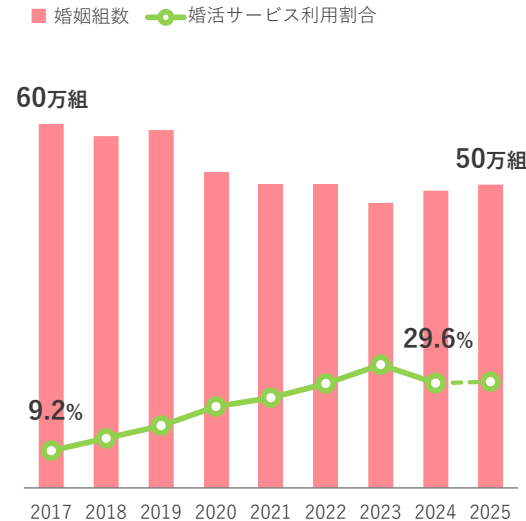
婚活市場規模の推移 *1



生涯未婚率の推移 *2



婚姻組数と婚活サービス利用割合の推移 *3



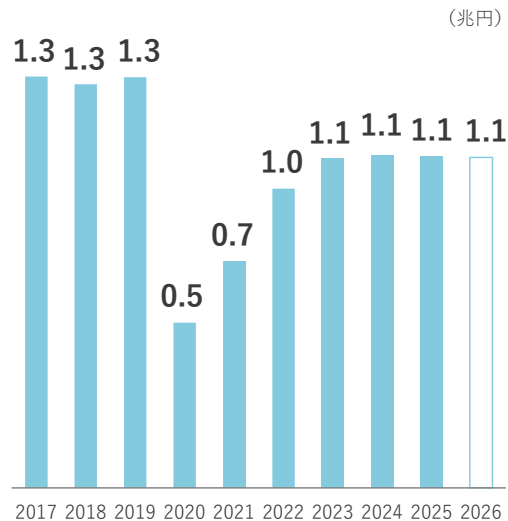
*1 業界動向レポートを基に当社一部推計 / *2 総務省統計局「国勢調査」

*3 厚生労働省「人口動態統計速報」及びリクルートブライダル総研「ゼクシィ結婚トレンド調査2017-2024」「結婚マーケット調査2025」を基に当社推計

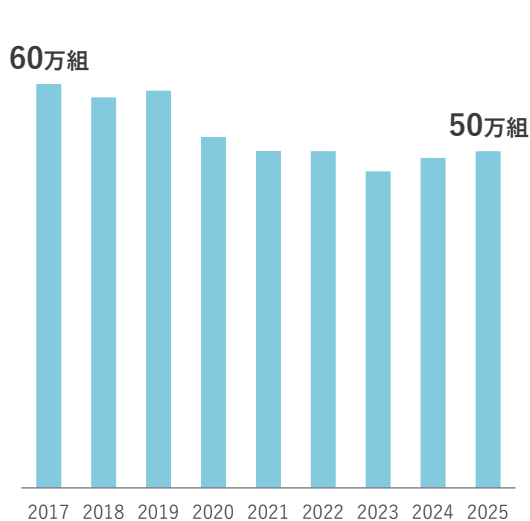
2025年のウェディング市場規模は1.1兆円 (YoY△0.3%)

- ・ウェディング市場は2020年にコロナ影響により大幅縮小も2021年以降は回復傾向。2025年はコロナ前水準から約81%まで回復見込み
- ・潜在顧客となる婚姻組数は2023年まで減少傾向も、2024年以降は増加に転じる
- ・従来型挙式披露宴の実施層が減少しカジュアルウェディングの実施層が拡大傾向

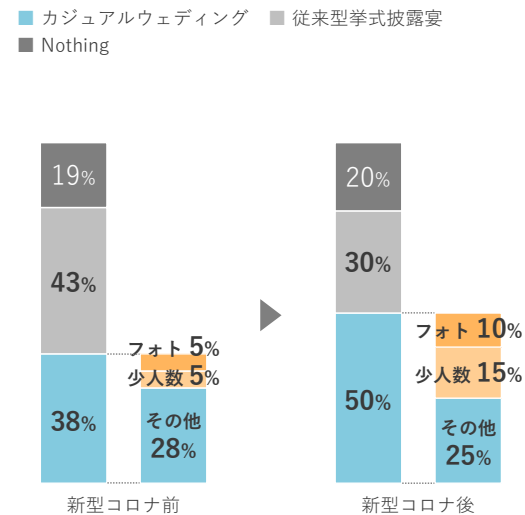
ウェディング市場規模の推移 *1



婚姻組数の推移 *2

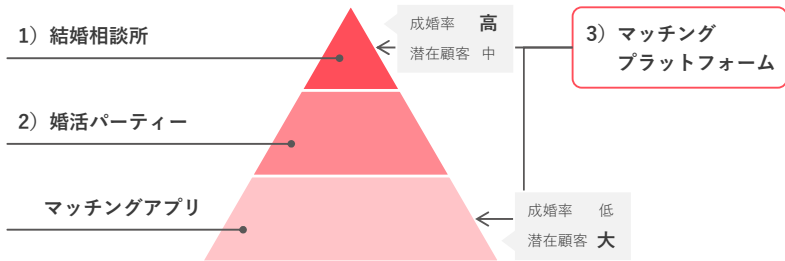


ウェディング施行割合の変化予測 *3



当社は高付加価値な結婚相談所を起点に全方位にサービス展開

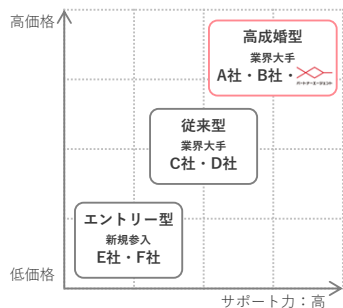
婚活市場全体



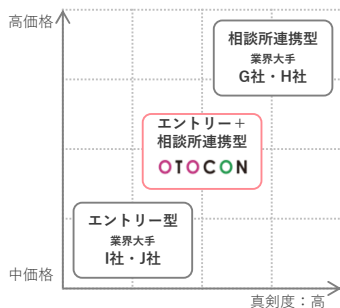
■ 各サービス領域における当社ポジション

- 1) 結婚相談所
サポートが手厚く高い成婚率を実現する**高成婚型**を高価格帯で提供
- 2) 婚活パーティー
結婚相談所と連携した真剣度の高い婚活パーティーを展開
- 3) マッチングプラットフォーム
紹介可能会員数約2.0万人以上で**業界4位** (CONNECT-ship)

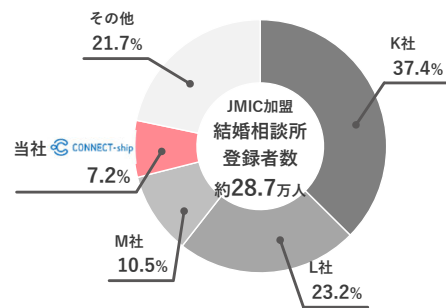
1) 結婚相談所



2) 婚活パーティー



3) マッチングプラットフォーム

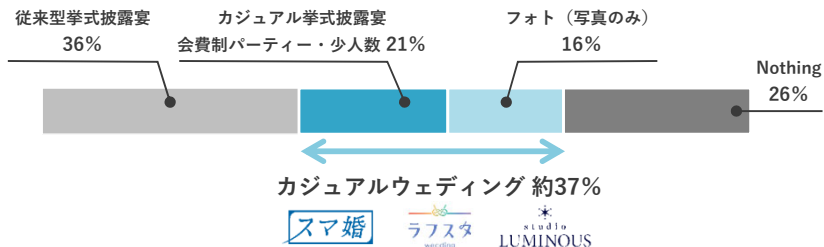


※2026年3月31日調査

* 神林龍・児玉直美 (2018) 「平成29年度結婚情報サービス業調査に関する報告書」 (一橋大学経済研究所とJMIC (一般社団法人日本結婚相手紹介サービス協議会) の共同実施調査) 及び各社HPより当社一部推計、JMIC加盟結婚相談所登録者数は2026年1月時点

当社はカジュアルウェディングの全顧客ニーズに対応するラインナップ

ウェディング市場全体イメージ (2024年度)



■ 各サービス領域における当社ポジション

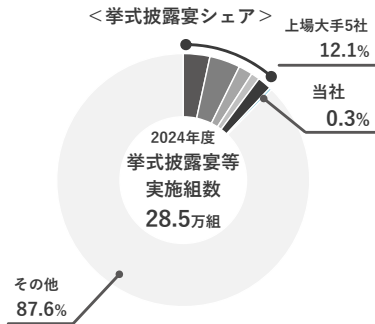
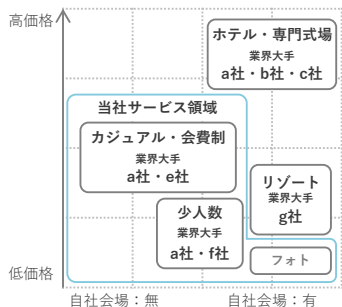
1) 挙式披露宴等

カジュアル挙式・披露宴・会費制パーティー・少人数挙式を低価格帯で提供
各種サービスの組み合わせにより、ゲスト人数や予算に合わせたスタイル提案が可能

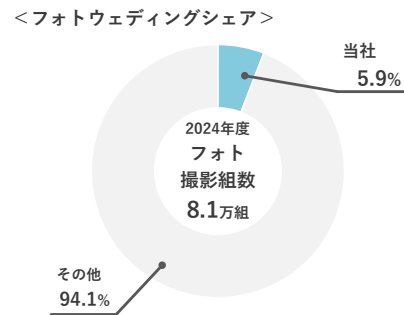
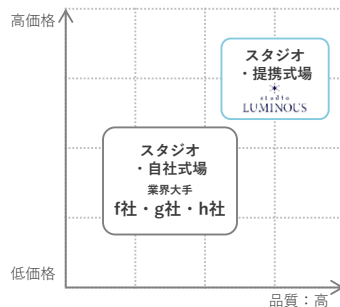
2) フォトウェディング

高品質なフォトウェディングを高価格帯で提供
国内6カ所の自社スタジオでの撮影に加え、株式会社エスクリ (現・株式会社オンザページ) をはじめとする提携式場でのロケーション撮影も可能

1) 挙式披露宴等



2) フォトウェディング



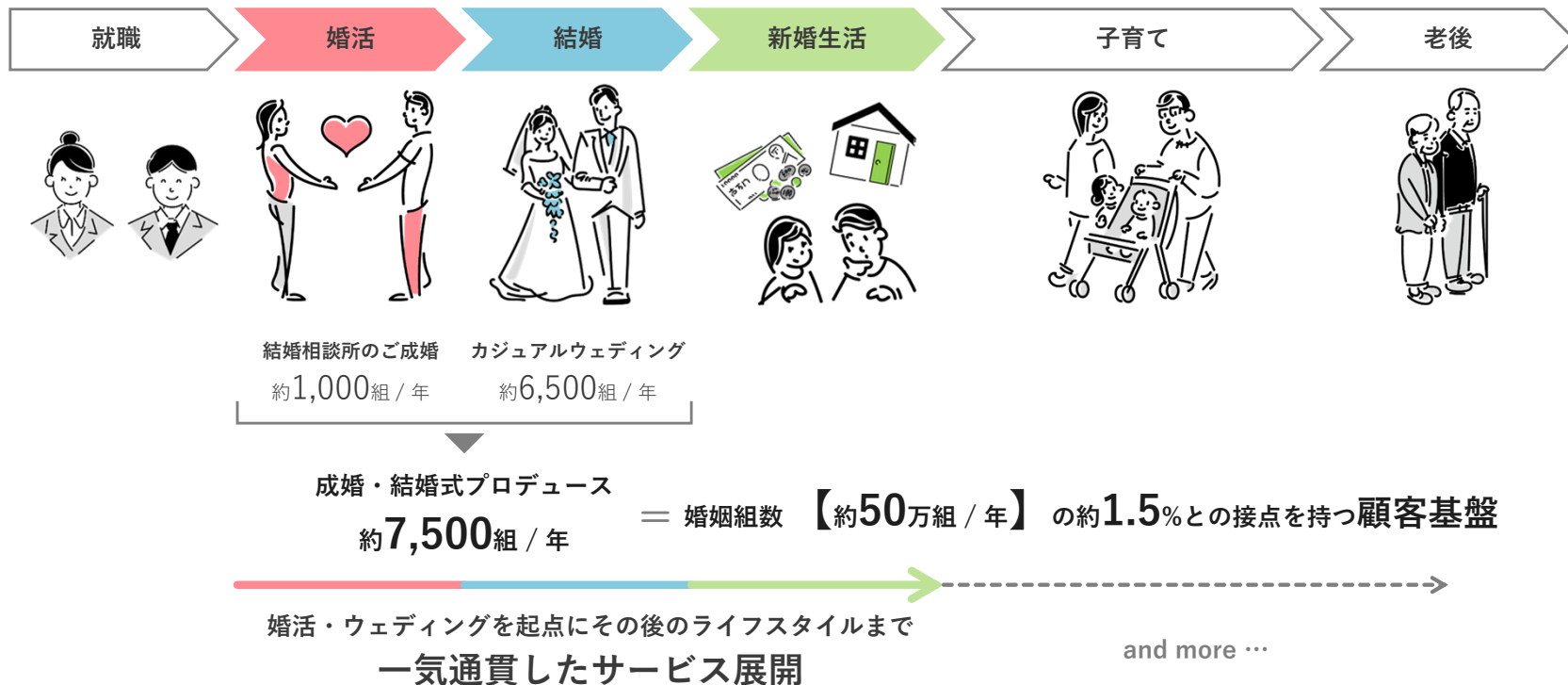
* ウェディング市場全体イメージ、2024年度挙式披露宴等実施組数、2024年度フォト撮影組数はリクルートブライダル総研「結婚マーケット調査2025」を基に当社推計

* 上場大手5社の挙式披露宴シェアは各社HPより当社推計

3. 競争力の源泉

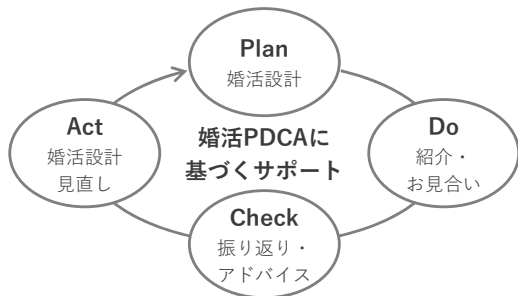
Our Strength

婚活・ウェディング・ライフスタイルまで一気通貫したサービス展開 / 年間約7,500組の新郎新婦との接点を持つ顧客基盤




業界屈指の成婚率を実現

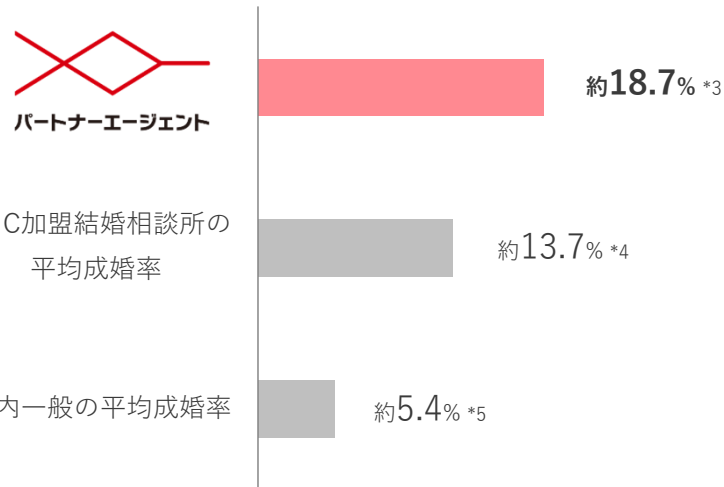
■ 独自の成婚コンシェルジュによる手厚いサポート



■ 業界最大級の紹介可能人数

・  パートナーエージェント 約 19.2 万人 *1
・ A社 約 12.1 万人 *2
・ B社 約 10.7 万人 *2

*1 当社が運営する婚活事業者間会員相互紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」の有効会員数、パートナーエージェントが加盟するプラットフォーム「SCRUM」の登録会員数、株式会社アイ＆リンクが運営する結婚相談所「ノッツェ」のデータ連携会員数の合計、2025年9月時点
*2 2026年4月、各社HPより当社推計



*3 2026年3月期実績
*4 JMIC加盟事業者における在籍会員数及び成婚者数を基に2025年実績として当社推計
*5 2015年～2020年の国勢調査から、20～64歳までの国内男女平均成婚率を算出

真剣度の高い婚活パーティーを参加料を抑えて展開

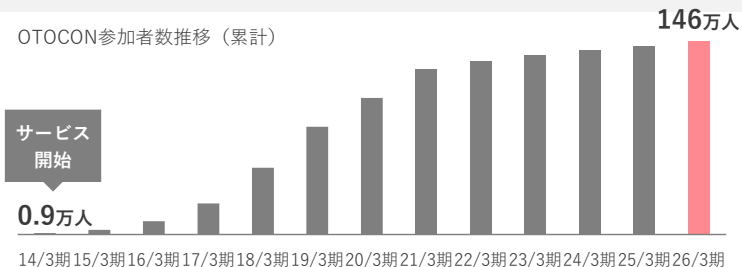
■ 費用対効果の高い出会いを創出

	男性参加料	女性参加料
OTOCON	3,500円	0-500円
X社*1	3,000-5,500円	0-2,000円
Y社*1	3,000-6,000円	0-2,000円
Z社*1	4,000-6,000円	0-1,000円



累計参加者数 146万人突破

OTOCON参加者数推移 (累計)



■ 婚活に真剣な方のみが参加

- すべての参加者の方が「ご本人様確認書類」を提示し参加、1年以内に結婚したい方限定企画など、ゴールを結婚に定めた企画を用意



■ バランスの良い男女比のこだわり

- 参加者数が男女同数になるようにこだわり男女の人数差を3名以内に抑えるよう調整
- この男女バランスで高いカップル率を実現



■ 時間帯効果が高い小規模開催

- 小規模で1時間制で、かつ1対1の自己紹介タイムが約5分~8分程度でお相手のことをしっかり知ることが可能

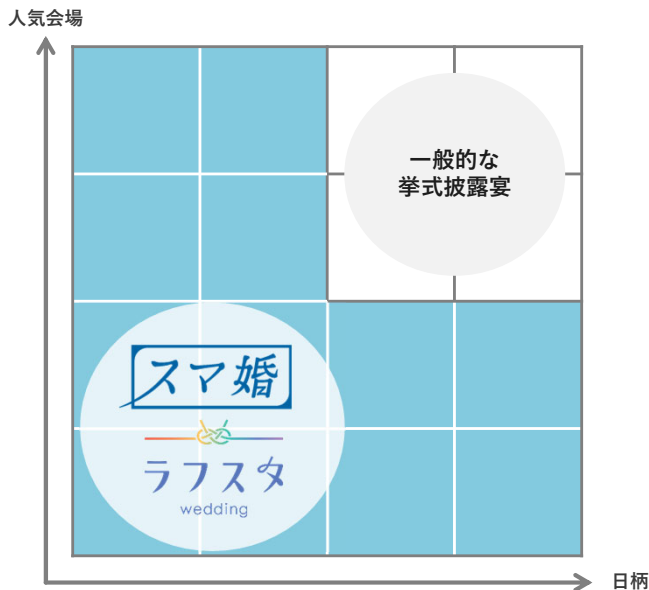


カップル成立率

業界 No.1*2

独自の会場仕入れで安く質のいい結婚式を実現

■ 全国**500**以上の提携会場の空き枠を有効活用



独自のノウハウで高品質のまま**低価格**へ

■ スマ婚：質の高い結婚式をリーズナブルに実現

挙式披露宴施行単価

・ スマ婚	平均約 212 万円*2
・ a社	平均約 411万円*3
・ b社	平均約 411万円*3
・ c社	平均約 403万円*3

■ ラフスタ：より費用負担を抑えたビュッフェスタイル結婚式



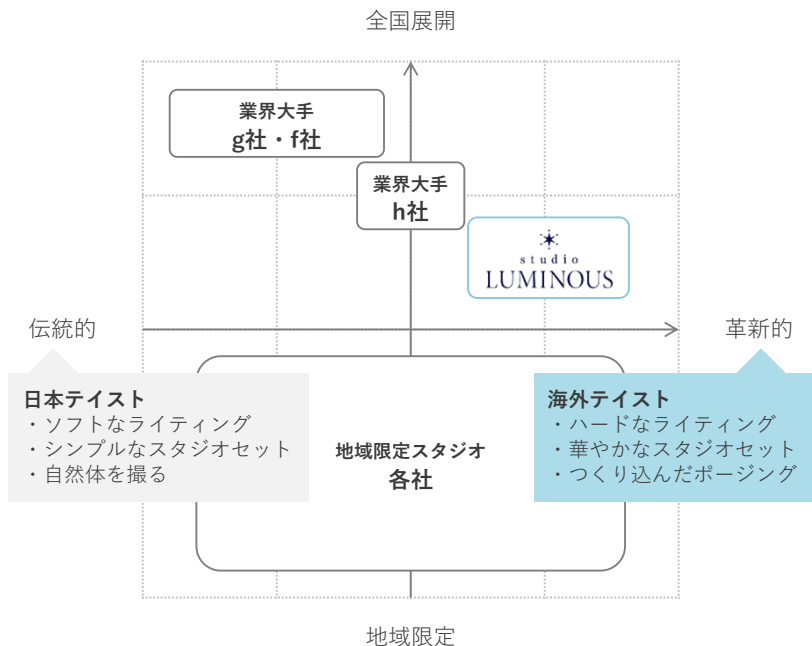
平均費用 **100**万円 / ご祝儀 **1**万円



*1 リクルートブライダル総研「結婚マーケット調査2025」

*2 2026年3月期実績 / *3 各社HPより当社推計

革新的で質の高い海外テイストのフォトウェディングを全国展開



■ 洗練されたスタジオセット

- ・花嫁が最も美しく映えるように設計した国内6拠点の自社スタジオ
- + 提携9会場でのロケーション撮影



■ 最先端のフォトレタッチ技術

- ・基礎調整 (色、明るさ、コントラスト等)
- ・ボディライン調整
- ・フェイスライン・パーツ調整



■ 自社育成のカメラマン

- ・16名の正社員カメラマン (2026年3月現在)
- ・社内にフォトアカデミーを設置、自社スタジオに合わせた撮影研修を実施



高い満足度を実現

お客様満足度 4.5点/5点満点*

4. 事業計画

Business Plan

全社方針

今後3か年で持続的成長に向けた基盤構築を推進

2027年3月期 営業利益率 **10%**以上を目指す

1

競争力・
生産性強化

- ・ブランド認知向上、展開エリア拡大
- ・IT/DXによる業務革新

2

人的資本・
財務資本強化

- ・育成強化、制度環境整備、多様性推進
- ・利益率・自己資本比率改善、株主還元強化

3

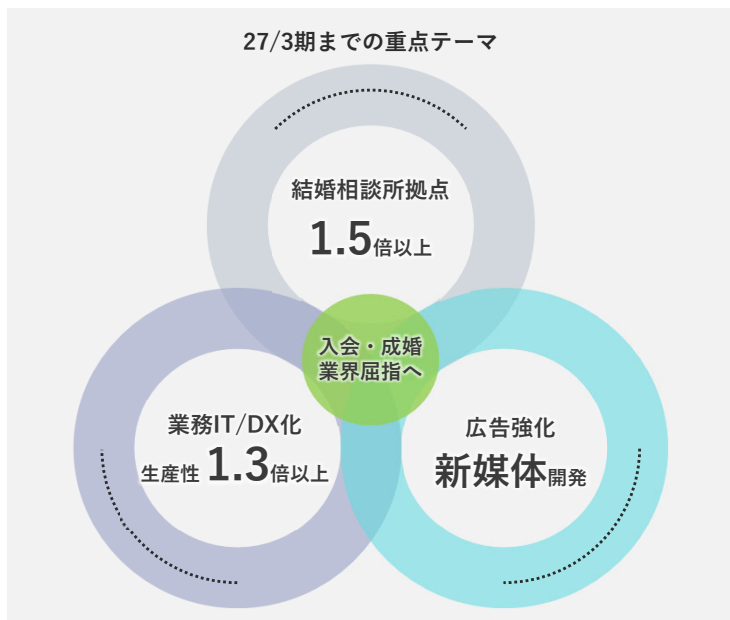
社会との共生推進

- ・サステナブル経営基盤強化
- ・地域社会との連携強化

ブランド認知向上、展開エリア拡大、IT/DXによる業務革新に注力

■ 婚活事業

- ・ 27/3期、入会 3,400名以上（前回公表 6,500名以上）、
会員数 6,900以上（前回公表 9,500名以上）を目指す



■ 2026年3月期の振り返り

- ・ ブランド認知向上に向け交通広告開始
札幌、仙台、東京、名古屋、大阪、福岡の主要商圏で展開
- ・ 展開エリア拡大に向けフランチャイズ展開強化
- 天王寺店、柏店、郡山店、四日市店をオープン
フランチャイズ拠点数：期初 7拠点 ▶ 期末 11拠点
- ・ 収益構造改革
- 入会時の価格適正化
入会単価 前期から9.0%増加
- IBJプラットフォームの利用オプション販売開始
新規入会者数購入率 44.7% 在籍会員数購入率 2.9%

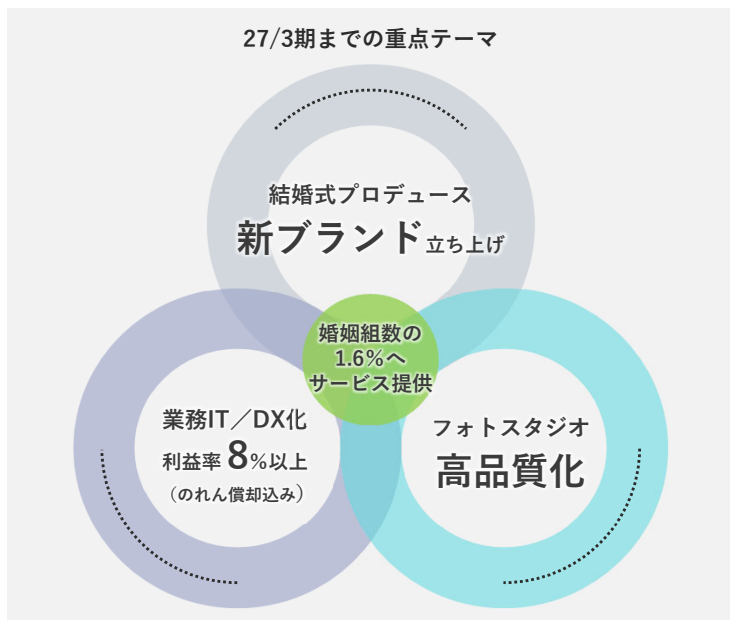
■ 2027年3月期以降の取り組み

- ・ 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協力のもと、
事業全体を抜本的に見直し
- ・ 結婚相談所では成婚を軸に各種取り組みを推進
- ・ 婚活パーティーでは結婚相談所の入会導線としての役割を強化

ブランド認知向上、展開エリア拡大、IT/DXによる業務革新に注力

■ カジュアルウェディング事業

・ 27/3期、施行件数 6,400件以上（前回公表 7,600件以上）を目指す



■ 2026年3月期の振り返り

- ・ フォトスタジオ高品質化
- － 旗艦店であるお台場スタジオのリニューアル実施

高単価プラン成約比率 リニューアル前から3.1pt増加



- ・ 結婚式プロデュース新ブランド受注強化

「ラフスタ」成約件数 前期から 375.9%増加

- ・ 収益構造改革

－ 価格引き上げ及び仕入れ価格の見直し実施

「LUMINOUS」施行単価 前期から 7.9%増加 原価単価 同 8.0%減少

■ 2027年3月期以降の取り組み

- ・ さらなる収益拡大に向け、新たな顧客層の獲得を目指す
- ・ 適正利益確保に向け、引き続き仕入れ価格を見直し

人的資本強化（育成強化、制度環境整備、多様性）、財務資本強化（利益率改善、自己資本比率改善、株主還元強化）に注力

■ 人的資本強化

- ・人材の多様性を考慮した採用及び育成、年齢や性別を問わず長期にわたり働き続けることのできる社内環境整備を推進

27/3期までの重点テーマ

	育成強化	制度環境整備	多様性
重点テーマ	<ul style="list-style-type: none"> 人材育成プログラム整備 中核人材計画的育成 社内キャリアパス明確化 	<ul style="list-style-type: none"> 福利厚生制度強化 賃金体系見直し ライフサポート拡充 	<ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティ&インクルージョン推進 育児・介護支援拡充 勤務時間・場所柔軟化
目指す姿	<ul style="list-style-type: none"> ・人的資本の価値向上 ・エンゲージメント向上、離職率低減 ・男女比率の均衡 －従業員に占める女性比率 79.6%（25/3期末） －女性管理職比率 50.9%（25/3期末） 		

■ 2026年3月期の振り返り

- ✓ 離職率 前期 14.8% ▶ 当期 12.7%
- ✓ 女性管理職比率 前期 50.9% ▶ 当期 52.0%

- ・育成強化
 - －新卒採用強化、役員／管理職向け研修拡充、プロパー社員の取締役登用
- ・制度環境整備
 - －生産職の評価制度改定
- ・多様性
 - －働き方改革（月14日休み、生産職の土日休み制度等導入）

■ 2027年3月期以降の取り組み

- ・育成強化
 - －新卒向け研修拡充
- ・制度環境整備
 - －新評価制度の管理及び改善
- ・多様化
 - －管理職等への女性・若手積極登用

人的資本強化（育成強化、制度環境整備、多様性）、財務資本強化（利益率改善、自己資本比率改善、株主還元強化）に注力

■ 財務資本強化

- ・ 27/3期、売上高営業利益率 6.5%以上（前回公表 8.9%）、自己資本比率 28.0%（前回公表 15.0%）
- ・ 剰余金の拡充で配当可能な状態を目指す

27/3期までの重点テーマ

	25/3期	26/3期	27/3期
売上高営業利益率	△1.0% ▶▶▶	1.3% ▶▶▶	6.5% (前回公表 8.9%)
自己資本比率	△19.4% ▶▶▶	22.2% ▶▶▶	28.0% (前回公表 15.0%)
有利子負債	34億円 ▶▶▶	32億円 ▶▶▶	30億円
株主還元	× 配当不可 ▶▶▶	× 配当不可 ▶▶▶	○ 配当可能

■ 2026年3月期の振り返り

- ・ 売上高営業利益率
 - 26/3期は売上高の増加と販管費の減少で1.3%
- ・ 自己資本比率
 - 26/3期末は2025年8月及び2026年2月に第三者割当増資を実施したことで22.2%（純資産1,134百万円）。債務超過解消へ
- ・ 有利子負債
 - 26/3期末は前期末から△172百万円

■ 2027年3月期以降の取り組み

- ・ 収益構造の改革でさらなる財務基盤の強化を図る

サステナブル経営基盤強化、地域社会との連携強化に注力

■ サステナブル経営の戦略

- ・ 事業、環境・社会、ガバナンスの3つの分野で重点課題を特定
- ・ リスク最小化と機会最大化を推進

27/3期までの重点テーマ ■事業 ■環境・社会 ■ガバナンス

重点課題	リスク最小化	機会最大化
少子化	人材育成・確保 生産性強化 (IT/DX)	競争力強化 (婚活)
地域/経済格差拡大	エリア毎の戦略最適化	地域社会との連携強化 消費二極化へ積極対応
気候変動	リスクマネジメント強化 脱炭素推進	
ダイバーシティ&インクルージョン	多様性へ対応 人権尊重	新ニーズへ積極対応
ガバナンス・内部統制強化	情報セキュリティ強化 リスクマネジメント強化	

■ 2026年3月期の振り返り

- ・ 事業：
 - － 人材育成強化、資本業務提携先との連携強化
婚活事業及びカジュアルウェディング事業の収益構造改革
- ・ 環境・社会：
 - － 自治体向け婚活支援強化
- ・ ガバナンス・内部統制強化：
 - － 各種研修強化 (情報セキュリティ、コンプライアンス等)

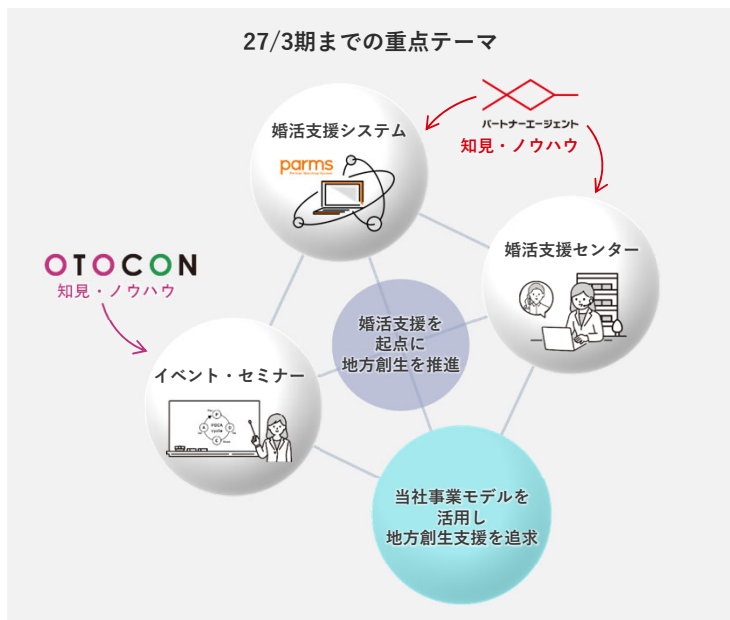
■ 2027年3月期以降の取り組み

- ・ 全社
 - － BCP (事業継続計画) の高度化、コーポレートガバナンスコード全原則への対応
- ・ 事業
 - － 生産性強化 (IT/DX)、婚活事業全体の抜本的見直し

サステナブル経営基盤強化、地域社会との連携強化に注力

■ 地域社会との連携強化

- ・ 婚活支援システム、婚活支援センター運営、イベント・セミナー開催の3Dオペレーションをさらに発展、多様な地方創生支援を追求



■ 2026年3月期の振り返り

- ・ 地方自治体向け婚活支援
- 婚活支援システム提供

14都府県・市へ提供継続

- 婚活支援センター運営

8都道府県・市にて運営継続

- イベント・セミナー

29開催、大規模イベント含む

- ・ 2027年3月期に係る婚活支援の受注活動強化

北海道、北海道札幌市、愛知県、京都府、兵庫県よりセンター運営受託

■ 2027年3月期以降の取り組み

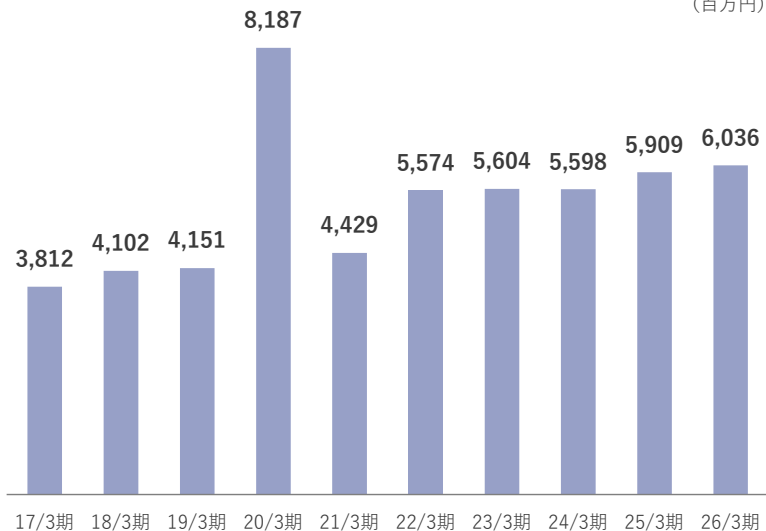
- ・ 地方自治体向け婚活支援は引き続き営業活動を積極化
- ・ 婚活イベント用システムを開発。イベント運営効率化

売上高 / 営業利益 / 営業利益率 / EBITDA*を重要な経営指標とし持続的向上をめざす

- ・ 当社の収益獲得状況を測定する基礎的な指標として売上高・営業利益・営業利益率を採用
- ・ 事業会社の株式取得にかかるのれん等を資産として多く保有していたことから、償却費等の影響を補正した実質収益力を測定する指標としてEBITDAを採用
- ・ 26/3期は売上高が増加し、営業利益が黒字転換で着地。加えて、EBITDAが引き続き堅調に推移

売上高

(百万円)



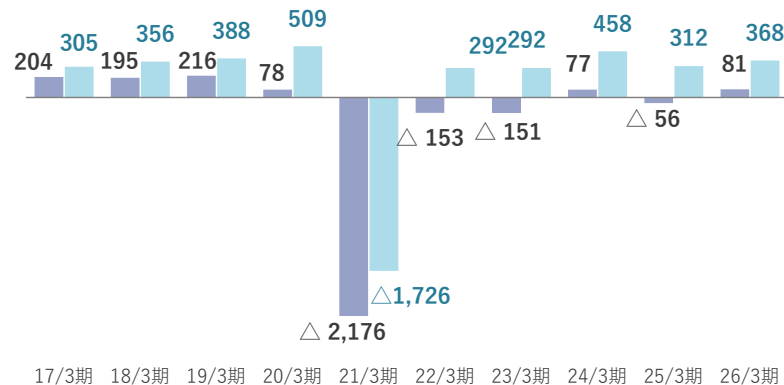
営業利益・営業利益率・EBITDA

■ 営業利益 ■ EBITDA

(百万円)

<営業利益率>

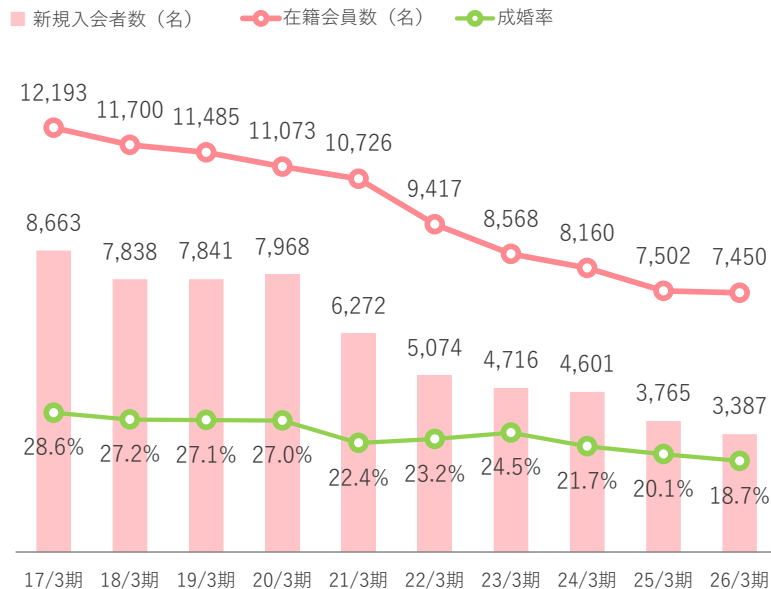
5.4%	4.8%	5.2%	1.0%	-%	-%	-%	1.4%	-%	1.3%
------	------	------	------	----	----	----	------	----	------



* 営業利益に償却費を加えて算出

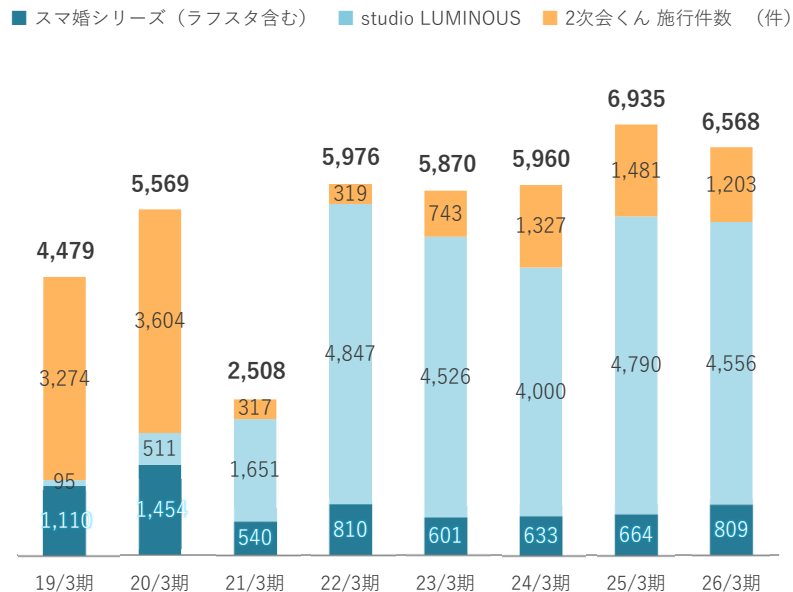
婚活事業

- ・マーケットシェアを測定する指標として**新規入会者数**・**在籍会員数**を採用
- ・サービス品質を測定する指標として**成婚率**を採用
- ・26/3期は在籍会員数がほぼ横ばいで着地。新規入会者数が漸減傾向も、入会時の価格適正化で単価が上昇



カジュアルウェディング事業

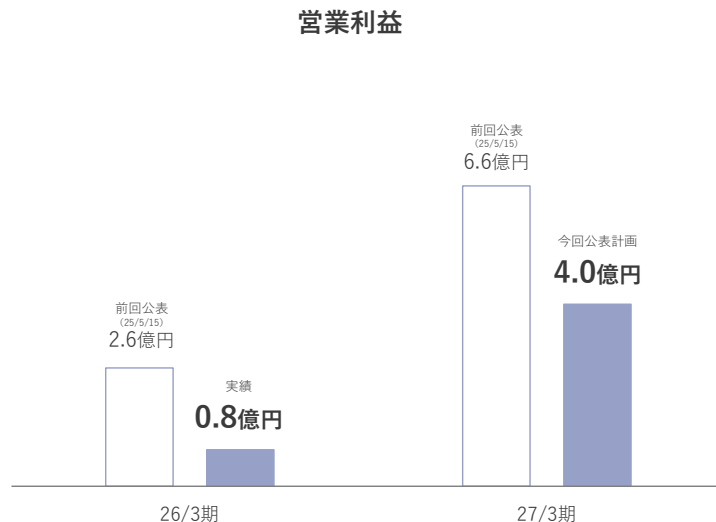
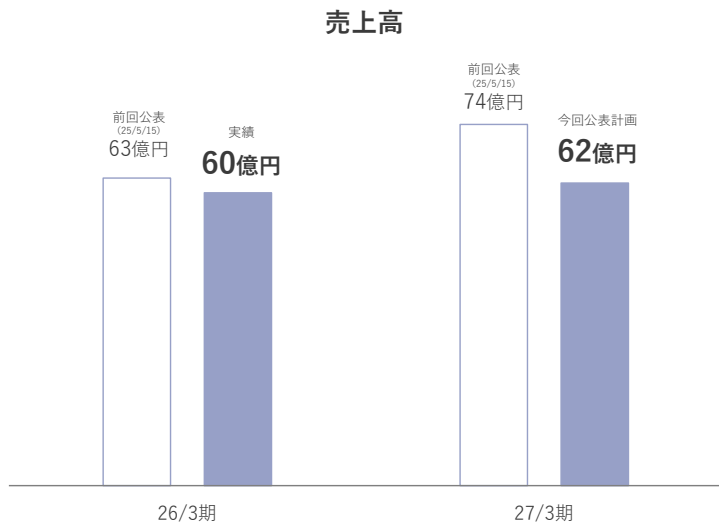
- ・マーケットシェアを測定する指標として**施行件数**を採用
- ・26/3期はラフスタ含むスマ婚シリーズの施行件数が増加
- ・LUMINOUSは施行件数が減少も、単価上昇及び原価低減で増収増益。2次会くんは市場停滞もコスト適正化で利益確保



26/3期は業績予想を下方修正し前回公表を下回る

■ 前回公表 (25/5/15) との差異

- ・ 26/3期は売上高が60億円 (前回公表から2.6億円減)、営業利益が0.8億円 (同 1.8億円減)
- 婚活事業は結婚相談所で検索エンジンの変化等により従来のマーケティング施策による顧客獲得が低調となり、新規入会者数及び在籍会員数が前回公表から減少したこと、カジュアルウェディング事業は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が前回公表から減少したことを主因に前回公表を下回る
- ・ 27/3期は前述の状況と、婚活事業の拠点規模最適化による地代家賃及び減価償却費の減少、カジュアルウェディング事業のさらなる原価低減に向けた施策 (会場及び衣装の仕入れ価格の見直し等) を踏まえ、売上高が62億円 (前回公表から12.9億円減)、営業利益が4.0億円 (同 2.6億円減) に修正



■ 前回公表（25/5/15）との差異

- ・婚活事業は結婚相談所で検索エンジンの変化等により従来のマーケティング施策による顧客獲得が低調となり、新規入会者数及び在籍会員数が減少したことを受け、業績計画及び主要指標を前回公表から引き下げ
- ・カジュアルウェディング事業は結婚式二次会市場の需要減少により2次会くんの施行件数が減少したことを受け、業績計画及び主要指標を前回公表から引き下げ
- ・地方創生/QOL事業は地方自治体向け婚活支援の受注が拡大傾向にあることを受け、業績計画を前回公表から引き上げ

■ 2027年3月期の業績前提

- ・物価上昇に伴う個人消費の低迷などが当社業績に一定程度影響を及ぼす可能性があることを前提

2026年3月期 セグメント別業績

(億円)

セグメント	26/3期			27/3期		
	前回公表 (25/5/15)	修正計画 (26/2/6)	実績	前回公表 (25/5/15)	今回公表計画	
婚活	売上高	21.7	19.3	19.3	26.6	20.4
	営業利益	3.7	1.6	2.0	6.2	3.8
カジュアル ウェディング	売上高	37.4	36.2	36.2	44.8	36.5
	営業利益	3.7	3.4	3.0	5.4	4.5
地方創生/QOL	売上高	4.7	5.0	5.0	4.4	6.0
	営業利益	0.6	0.8	0.8	0.5	0.7

重要な経営指標見通し（事業別）

	26/3期			27/3期	
	前回公表 (25/5/15)	修正計画 (26/2/6)	実績	前回公表 (25/5/15)	今回公表計画
婚活					
新規入会者数 (名)	5,256	3,000	3,387	6,545	3,469
在籍会員数 (名)	8,295	6,951	7,450	9,513	6,954
カジュアル ウェディング					
施行件数 (件)	7,268	6,444	6,568	7,626	6,403
-スマ婚シリーズ	873	815	809	989	884
-2次会くん	1,479	1,206	1,203	1,476	1,162
-studio LUMINOUS	4,916	4,423	4,556	5,161	4,357

決算資料（決算短信・説明資料・ファクトブック）及びコーポレートサイトにて詳細公表

■ 2026年3月期実績

- ・売上高、営業利益、経常利益（前期比較）
 - － 売上高はカジュアルウェディング・地方創生/QOL事業の収益伸長で増収
 - － 営業利益、経常利益は増収と販管費の減少により黒字化を実現
- ・当期純利益
 - － 当期純利益は減損損失291百万円、移転損失引当金繰入額17百万円、法人税等調整額（益）△47百万円計上で△220百万円で着地

(億円)	25/3期	26/3期			前期増減額	前回公表増減額	修正計画増減額
	通期実績	前回公表 (25/5/15)	修正計画 (26/2/6)	通期実績			
売上高	59.0	63.0	60.0	60.3	+1.2	△2.6	+0.3
営業利益	△0.5	2.6	0.6	0.8	+1.3	△1.8	+0.2
経常利益	△0.9	2.1	0.1	0.3	+1.3	△1.8	+0.2
当期純利益	△8.4	2.1	△2.5	△2.2	+6.2	△4.3	+0.3

■ 2027年3月期進捗

- ・四半期毎の進捗を決算資料及びコーポレートサイトで公表
- ・コーポレートサイト <https://tameny.jp/>
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」に選定

5. リスク情報

Business Risks

リスク	顕在化の可能性 / 時期	顕在化した場合の影響度	対応策
<p>■ 市場動向</p> <p>非婚化傾向の増大、挙式披露宴非実施傾向の増大、経済情勢の悪化等により、結婚を希望する方、婚姻組数、挙式披露宴を実施する方が著しく減少した場合、婚活・カジュアルウェディングの既存市場が縮小する可能性がある。</p>	中 / 中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> ・社会情勢、生活様式、世代別のニーズや各種トレンドの変化に対するマーケット情報の収集分析 ・婚活やウェディングのトレンドの変化を見据えた継続的な既存サービス見直しと新規市場開拓に向けた新サービスの企画開発
<p>■ 競争</p> <p>大規模な資本や強力なマーケティング力、高い知名度・ブランド力を有する企業等の当社事業領域への新規参入や事業規模拡大等によって競争が激化した場合、顧客流出やそれに対処するための様々なコストの増加等が発生する可能性がある。</p>	低 / 中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> ・各事業で他社との差別化による顧客支持獲得・維持に努める
<p>■ 個人情報を含む情報資産の管理</p> <p>当社が保有・管理する情報資産について、不正アクセス、改ざん、漏えい等が発生した場合、当社に対する信用の低下及び適切な対応を行うためのコスト負担が生じる他、当該情報漏えいによって第三者に損害が生じた場合、当社に対する損害賠償請求等による負担が生じる可能性がある。</p>	低 / 不明	大	<ul style="list-style-type: none"> ・情報資産の外部漏えいや不正アクセス、改ざん等を防止するための社内規程制定・運用 ・ISO27001（情報セキュリティマネジメントシステム）やPマークの認証取得、維持 ・定期的な内部監査や認証機関による監査、役員・従業員への教育 ・取り扱う情報に応じ社外関係先との機密保持に係る誓約書等締結
<p>■ 婚活関連サービスにおける安全性・健全性維持</p> <p>当社の結婚相手紹介サービス利用者の情報詐称、わいせつ行為、誹謗中傷、商業利用、その他の犯罪行為や不適切行為が発生した場合、当社に対する信用の低下及び適切な対応を行うためのコスト負担が生じる可能性がある。</p>	中 / 不明	大	<ul style="list-style-type: none"> ・本人確認等の厳格な実施 ・利用規約における制限事項及び各種禁止事項の明記 ・ユーザーサポートやモニタリングの徹底

リスク	顕在化の可能性 / 時期	顕在化した場合の影響度	対応策
<p>■ 新型コロナウイルス感染症</p> <p>新型コロナウイルス感染症の再拡大や新たな変異株の出現などで、緊急事態宣言が再発令され経済情勢等も悪化した場合、事業活動の停止や顧客減少等が発生し、当社の事業及び業績に影響を与える可能性がある。</p>	中 / 短期	大	<ul style="list-style-type: none">・ 経営合理化の実施（済）・ 継続的な構造見直し・ 持続的成長に向けた基盤構築を推進（競争力・生産性強化、人的資本・財務資本強化、社会との共生推進）

今後の開示

本資料のアップデートは今後、通期決算の発表時期に開示を行う予定です。次回開示予定は2027年5月です。

免責事項

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。また、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。

－ 本件に関するお問い合わせ先 －

タメニー株式会社 IR担当

〒141-0032 東京都品川区大崎1-20-3 イマス大崎ビル3階

Mail : ir-contact@tameny.jp

よりよい人生をつくる。



Tameny