

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 中間期
決算説明資料

タメニー株式会社／東証グロース 6181

2025年11月17日

- I 総括 p 2
- II 2026年3月期 中間期業績ハイライト p 3
- III 事業別概況 p 8
- IV 2026年3月期 通期見通し p 17

当中間期は前年同期から增收減益。通期見通しは期初計画から変更なし



2026年3月期 中間期業績概況

前年同期から売上高は増加、段階利益は減少

■ 売上高 **2,769**百万円（前年同期から 2.7%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

■ 営業利益 △**119**百万円（同 19百万円減）

- ・人材拡充、広告強化、加速償却の発生等で販管費が46百万円増

■ 経常利益 △**145**百万円（同 24百万円減）

■ 中間純利益 △**136**百万円（同 13百万円減）

2026年3月期 通期見通し

期初計画から変更なし

■ 売上高 **6,300**百万円（前期から6.6%増）、

営業利益 **269**百万円（同 325百万円増）

■ 通期業績は概ね期初計画の範囲内で収まる見込み

- ・婚活事業の拠点規模最適化に伴う加速償却は2026年1月末までに完了見込み
- ・婚活事業は株式会社IBJとの連携で入会単価及び月会費単価等が改善見込み
- ・カジュアルウェディング事業は下半期施行分の受注状況が堅調に推移



II. 2026年3月期 中間期業績ハイライト

Financial results for Q1-Q2 of FY 3/2026

1. 業績概況

当中間期は前年同期から增收減益、期初計画に対し概ね計画通り着地



- 前年同期に対し売上高はカジュアルウェディング事業と地方創生／QOL事業が伸長し增收、営業利益は販管費増で減益
- なお、中間期業績予想に対し売上高は計画通り着地、営業利益は販管費増で計画を若干下回ったものの概ね計画通り着地

(単位：百万円)

	2025年3月期 中間期	2026年3月期 中間期		対 前年同期		対 業績予想	
		業績予想	実績	増減	増減率	増減	増減率
売上高	2,696	2,765	2,769	+73	+2.7%	+4	+0.2%
売上総利益	1,897	—	1,924	+26	+1.4%	—	—
販管費	1,997	—	2,043	+46	+2.3%	—	—
営業利益	△99	△92	△119	△19	—	△27	—
EBITDA	85	—	11	△74	△86.6%	—	—
経常利益	△121	△117	△145	△24	—	△28	—
中間純利益	△123	△119	△136	△13	—	△17	—

2. 販売費及び一般管理費

販管費は人件費、広告販促費、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 **2.3%増**

- 人件費は人材拡充で前年同期から6.1%増、広告販促費は広告強化で同 11.3%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等で同 4.7%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 中間期	2026年3月期 中間期	対 前年同期増減	対 前年同期増減率
販管費合計	1,997	2,043	+46	+2.3%
人件費	729	773	+44	+6.1%
広告販促費	418	466	+47	+11.3%
地代家賃	211	212	+1	+0.8%
減価償却費	108	114	+5	+4.7%
のれん償却費	76	16	△59	△77.9%
その他販管費	452	459	+7	+1.6%

3. 営業利益の増減要因

売上高は前年同期から 73百万円増加、販管費は同 46百万円増加、営業利益は同 19百万円減少



- ・ 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、広告販促費、減価償却費が増加、のれん償却費が減少



2025年3月期
中間期
営業利益

売上高増減

売上原価増減

販管費増減

(単位：百万円)

2026年3月期

中間期

営業利益



売上高 73百万円増加

売上原価 46百万円増加

販管費 46百万円増加



4. 資産及び負債・純資産の状況（要約）

2025年9月末純資産は第三者割当増資による資本金及び資本準備金の増加で△130百万円



- 資産は流動資産 446百万円増（現金及び預金の増加等）、固定資産 29百万円減（無形固定資産の減少等）
- 負債は流動負債 108百万円減（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 38百万円減（長期借入金の減少等）
- 純資産は564百万円増（利益剰余金の減少、資本金及び資本準備金の増加）



（単位：百万円）

	2025年3月末	2025年9月末	対 前期末増減
流動資産	2,292	2,738	+446
現金及び預金	1,375	1,914	+538
売掛金	782	618	△163
その他の流動資産	133	205	+71
固定資産	1,297	1,268	△29
有形固定資産	473	511	+37
無形固定資産	481	434	△47
（内、のれん）	202	185	△16
投資その他の資産	342	323	△19
資産合計	3,589	4,007	+417

	2025年3月末	2025年9月末	対 前期末増減
流動負債	2,344	2,235	△108
短期借入金	705	684	△20
1年内返済予定の長期借入金	1,011	968	△42
その他の流動負債	627	582	△44
固定負債	1,940	1,902	△38
長期借入金	1,687	1,680	△7
その他の固定負債	252	222	△30
負債合計	4,284	4,137	△146
純資産	△694	△130	+564
負債純資産合計	3,589	4,007	+417

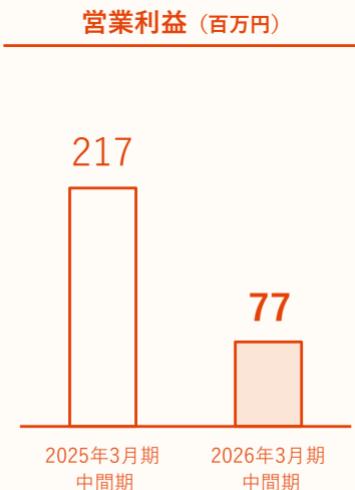
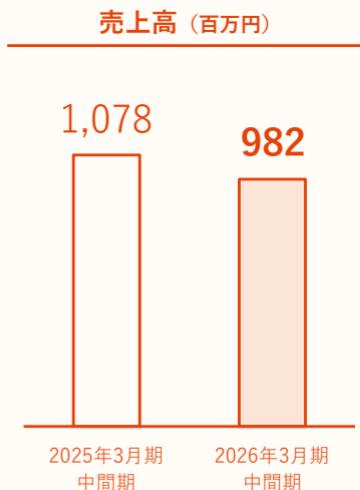


III. 事業別概況

Overview by business

マーケティングの強化、展開エリアの拡大、収益構造の改革に注力

- ・ 売上高は前年同期から8.9%減、営業利益は同 64.3%減。広告販促費は交通広告展開とSEO強化で同 17.6%増
- ・ 結婚相談所「パートナーエージェント」は26拠点に拡大（直営16拠点／フランチャイズ10拠点、2025年9月末時点）。
- 期初からサービス価格引き上げで月会費単価が同 1.8%増、拠点規模最適化で加速償却が発生も来期の地代家賃が37百万円減少見込み
- ・ 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

「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」在籍会員数が下げ止まりへ



- 「パートナーエージェント」在籍会員数が前年同期から3.8%減も2Qの新規入会者数が同 0.6%増
- 「OTOCON」運営効率化と新店舗オープンで開催数が同 39.4%増、参加者数が同 31.1%増。

パーティー経由の結婚相談所への入会促進施策を強化

事業指標		2025年3月期 中間期	2026年3月期 中間期	対 前年同期増減	対 前年同期増減率
パートナーエージェント	新規入会者数 (名)	1,851	1,792	△59	△3.2%
	- OTOCON経由入会者数 (名)	164	118	△46	△28.0%
	在籍会員数 (期末) (名)	7,739	7,445	△294	△3.8%
	成婚退会者数 (名)	850	758	△92	△10.8%
	成婚率 ※1 (%)	21.3	20.3	△1.0pt	-
OTOCON	パーティー開催数 (回)	1,446	2,016	+570	+39.4%
	パーティー参加者数 (名)	15,479	20,287	+4,808	+31.1%
CONNECT	利用事業者数 (社)	12	12	-	-
	利用会員数 (名)	26,763	24,928	△1,835	△6.9%
	お見合い成立件数 (件)	104,650	85,628	△19,022	△18.2%

※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

10月より株式会社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全拠点で開始

◦

10月のオプション購入率は好調に推移

新規入会購入率（速報値）

約55%

既存会員購入率（速報値）

約4%

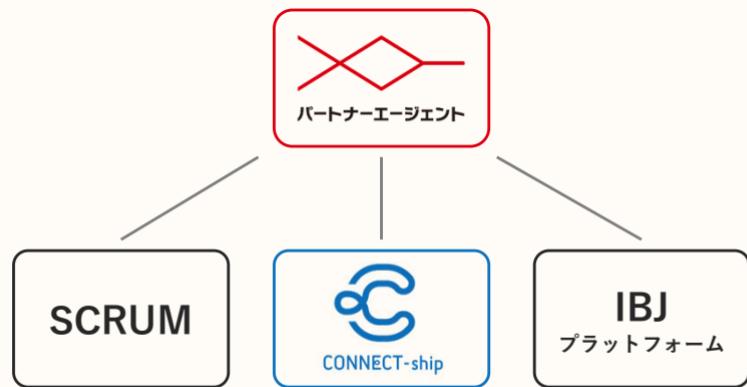
2026年3月期下半期以降

入会単価、月会費単価、成婚単価
改善見込み

業界最大級の紹介可能人数へ

「パートナーエージェント」紹介可能人数

約192,000人

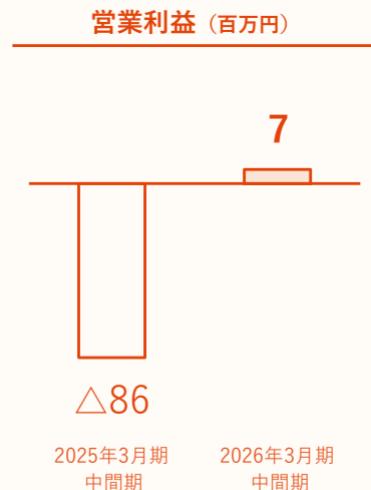
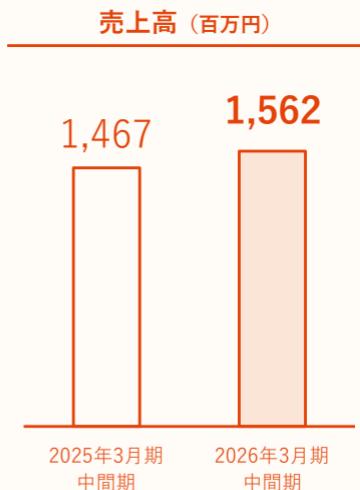


◦

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。当中間期は投資先行も黒字進捗



- ・ 売上高は前年同期から6.4%増、営業利益は同 94百万円増（のれん償却費 同 59百万円減）。広告販促費はSNS強化で同 7.3%増
- ・ 挙式披露宴「スマ婚」は当社が提携会場の集客から契約を担い、プランニングから施行を提携会場に委託する新たな事業モデルを構築
- ・ フォト「LUMINOUS」はお台場スタジオをリニューアル。料金値上げで単価が同 5.7%増、ドレス仕入れ見直しで原価単価が同 6.1%減
- ・ 結婚式二次会「2次会くん」は契約率向上に向け育成強化を推進。結婚式費用約100万円「ラフスタ」は広告強化による認知拡大に注力



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」サービス料導入も成約件数が前年同期から13.9%増
- ・「LUMINOUS」成約件数が同 3.6%減も2Qは概ね前年同期水準で堅調に推移
- ・「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」スマ婚シリーズの成約件数に占める割合が約14.1%まで拡大

事業指標		2025年3月期 中間期	2026年3月期 中間期	対 前年同期増減	対 前年同期増減率
成約件数	スマ婚シリーズ ※1 (件)	460	524	+64	+13.9%
	うち、挙式披露宴 (件)	263	274	+11	+4.2%
	LUMINOUS (件)	2,547	2,455	△92	△3.6%
	2次会くん (件)	813	606	△207	△25.5%
	合計 (件)	3,820	3,585	△235	△6.2%
施行件数	スマ婚シリーズ ※1 (件)	249	311	+62	+24.9%
	うち、挙式披露宴 (件)	128	145	+17	+13.3%
	LUMINOUS (件)	2,206	2,283	+77	+3.5%
	2次会くん (件)	668	557	△111	△16.6%
	合計 (件)	3,123	3,151	+28	+0.9%

※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

ブランドの高品質化に向け、旗艦店のお台場スタジオのリニューアルを実施



Grace Blue

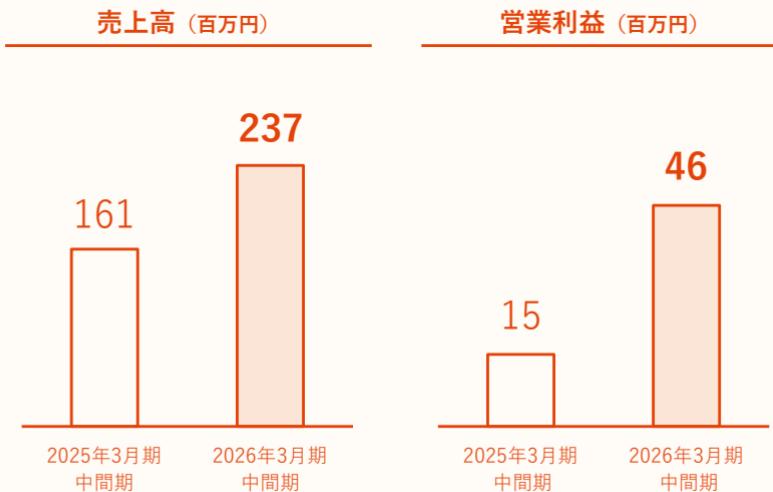


Sakura



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る

- ・ 売上高は前年同期から47.7%増、営業利益は同 206.2%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26件受託
 - ・ QOL分野は婚活・結婚周辺サービスの取り扱い76サービス、当社顧客専用サイト登録会員数 6.0万人以上。
- 保険販売では更なる販路拡大に向け、9月に新宿靖国通り店をオープン



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9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
「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9月)

- ・ ライフスタイルサポート「ANNIVERSARY CLUB」
取り扱いサービス数 76サービス、登録会員数 6.0万人以上

地方創生分野は受注活動を積極化。QOL分野は保険販売が復調



- ・ 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分野は保険販売が集客強化等で復調、当中間期の新規保険契約証券数は前年同期から24.4%増



事業指標		2025年3月期 中間期	2026年3月期 中間期	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	0	△2
		累計提供数	13	14	+1
	婚活支援 センター ^{※2} (都道府県・市)	新規運営数	6	5	△1
		累計運営数	8	8	-
	セミナー・ イベント(件)	受託数	21	26	+5
		開催数	4	6	+2
QOL	新規保険契約証券数(件)	197	245	+48	+24.4%

IV. 2026年3月期 通期見通し

Forecast for FY 3/2026

上半期は段階利益が業績予想を若干下回るも通期は期初計画から変更なし



- 上半期は婚活事業の拠点規模最適化に伴う加速償却等により段階利益が計画を若干下回り着地（当該加速償却は2026年1月末完了予定）
- 婚活事業の結婚相談所は株式会社IBJとの連携により下半期以降に入会単価、月会費単価、成婚単価の改善を見込む
- カジュアルウェディング事業の挙式披露宴等の今期実行予算分の成約は11月5日時点で90.8%と順調、第3四半期以降は単価上昇も見込む

(単位：百万円)

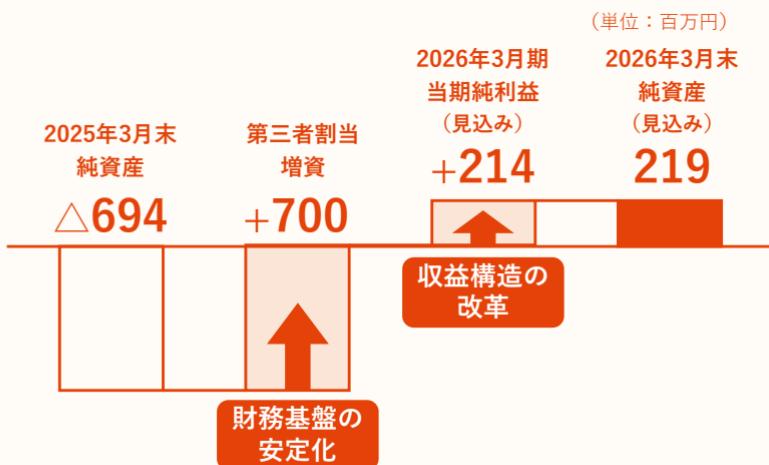
	2025年3月期			2026年3月期			前期増減	前期増減率
	上半期	下半期	通期	上半期 実績	下半期 計画	通期 計画		
売上高	2,696	3,212	5,909	2,769	3,530	6,300	+390	+6.6%
営業利益	△99	43	△56	△119	388	269	+325	-
経常利益	△121	21	△99	△145	364	219	+318	-
当期純利益	△123	△725	△848	△136	350	214	+1,062	-

2026年3月期末までに債務超過解消を目指す。資本業務提携先との取り組みは着実に進展



債務超過解消に向けた取り組み

財務基盤の安定化、収益構造の改革で解消目指す



資本業務提携先との取り組み

有力パートナーの高度な知見・ノウハウ等を積極活用

■ 株式会社IBJ

- ・ 結婚相談所領域（パートナーエージェント）
9月より当社顧客に対しIBJプラットフォームの利用オプションを販売開始
- ・ 婚活パーティー領域（OTOCON）
IBJ社協力のもと参加者に対し当社結婚相談所への入会案内を強化

■ AI フュージョンキャピタルグループ株式会社

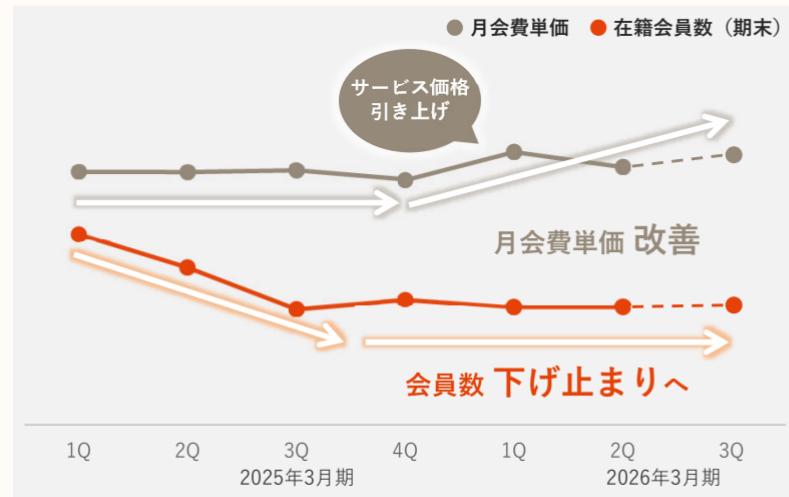
- ・ SNSマーケティング領域
効果的なSNSマーケティング確立に向け責任者間で協議実施
- ・ AI/DX領域
全体最適化及び個別課題解決に向け責任者間で協議実施

3. 婚活事業の見通し

在籍会員数は下げ止まりへ。下半期以降、入会単価、月会費単価、成婚単価の改善を見込む

- ・ 上半期の売上高、営業利益、各種事業指標は計画を下回り推移するも月会費単価は改善、在籍会員数も下げ止まりへ
- ・ 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開始により、
下半期以降は入会単価、月会費単価、成婚単価の上昇を見込む

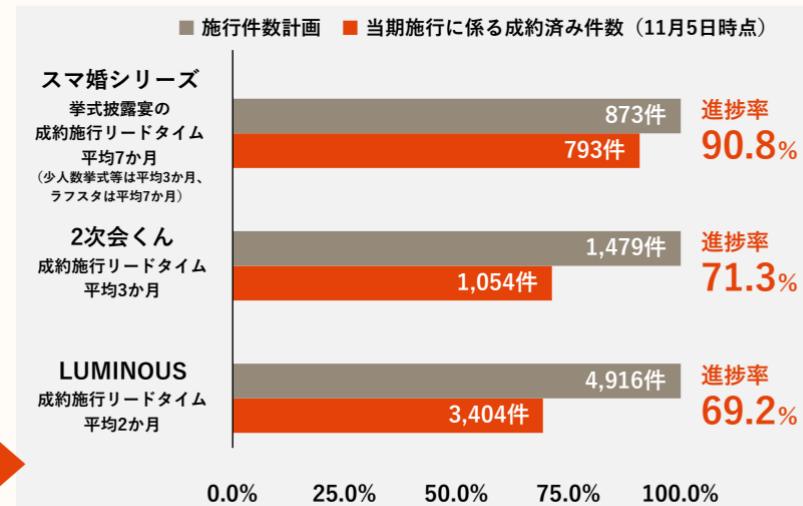
	2026年3月期		進捗率
	上半期 実績	通期 計画	
売上高（百万円）	982	2,172	45.2%
営業利益（百万円）	77	370	21.0%
新規入会者数（名）	1,792	5,256	34.1%
在籍会員数（期末）（名）	7,445	8,295	89.8%



当期施行に係る受注状況はスマ婚シリーズが好調、2次会くん・LUMINOUSが堅調に推移

- スマ婚シリーズの受注活動は好調に推移し、11月5日時点で通期実行件数（計画）のうち90.8%受注済み。
第3四半期以降、サービス料導入による単価上昇を見込む
- 2次会くん及びLUMINOUSは11月5日時点までの受注活動が概ね計画通り進捗

	2026年3月期		進捗率
	上半期 実績	通期 計画	
売上高（百万円）	1,562	3,743	41.7%
営業利益（百万円）	7	370	2.1%
実行件数（件）	3,151	7,268	43.4%
当期施行に係る成約済み件数（件）	5,251	7,268	72.2%



※上記グラフのスマ婚シリーズは、ラフスタの実行件数計画及び当期施行に係る成約済み件数を含む。

上半期の業績進捗率は好調に推移、11月より新たに不動産仲介事業の展開を開始



- 上半期の売上高進捗率は50.4%、営業利益進捗率は74.0%と好調に推移
- ピタットハウスネットワーク株式会社協力のもと、不動産仲介事業の展開を開始。
不動産仲介事業の収益寄与は来期以降に本格化する見込み



	2026年3月期		進捗率
	上半期 実績	通期 計画	
売上高（百万円）	237	472	50.4%
営業利益（百万円）	46	63	74.0%

従来の送客モデルから自社仲介モデルへ
不動産仲介事業の展開を開始



ANNIVERSARY CLUB
取り扱いサービス 登録者数 住まい関連サービス
76サービス 6万人以上 約100組／年



- 不動産フランチャイズ「ピタットハウス」に加盟
- 2025年11月21日に「ピタットハウス大崎店」オープン決定



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
    カジュアル ウェディング事業	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
2024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

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。