



LINKBAL

2020年9月期第1四半期 決算説明資料

株式会社リンクバル

2020年2月5日

東証マザーズ
6046

- 本資料は、当社の事業および業界動向に加えて、当社による現在の予定、推定、見込みまたは予想に基づいた将来の展望についても言及しています。
- これらの将来の展望に関する表明は、様々なリスクや不確実性がつきまとっています。
- すでに知られたもしくは知られていないリスク、不確実性、その他の要因が、将来の展望に対する表明に含まれる事柄と異なる結果を引き起こさないとも限りません。
- 当社は、将来の展望に対する表明、予想が正しいと約束することはできず、結果は将来の展望と著しく異なることもありえます。
- 本資料における将来の展望に関する表明は、2020年2月5日現在において、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、将来の展望に関するいかなる表明の記載をも更新し、変更するものではありません。

- 1 2020年9月期決算見通し
- 2 2020年9月期第1四半期決算概要
- 3 コト消費市場における展開方針
- 4 会社概要

① 2020年9月期決算見通し



2020年9月期は中長期の成長に向けた投資期間と位置付ける。

① 新規顧客獲得・顧客基盤の強化

⇒ 新規ユーザー・潜在ユーザーの開拓

・ 中長期の成長に寄与する認知広告等

⇒ サービス改善による既存顧客のリピート率向上

② 新規サービスへの積極的な投資

⇒ コト消費領域拡大のための新規サービス

・ 自社開発/M&A/協業等

⇒ 積極的な人材採用

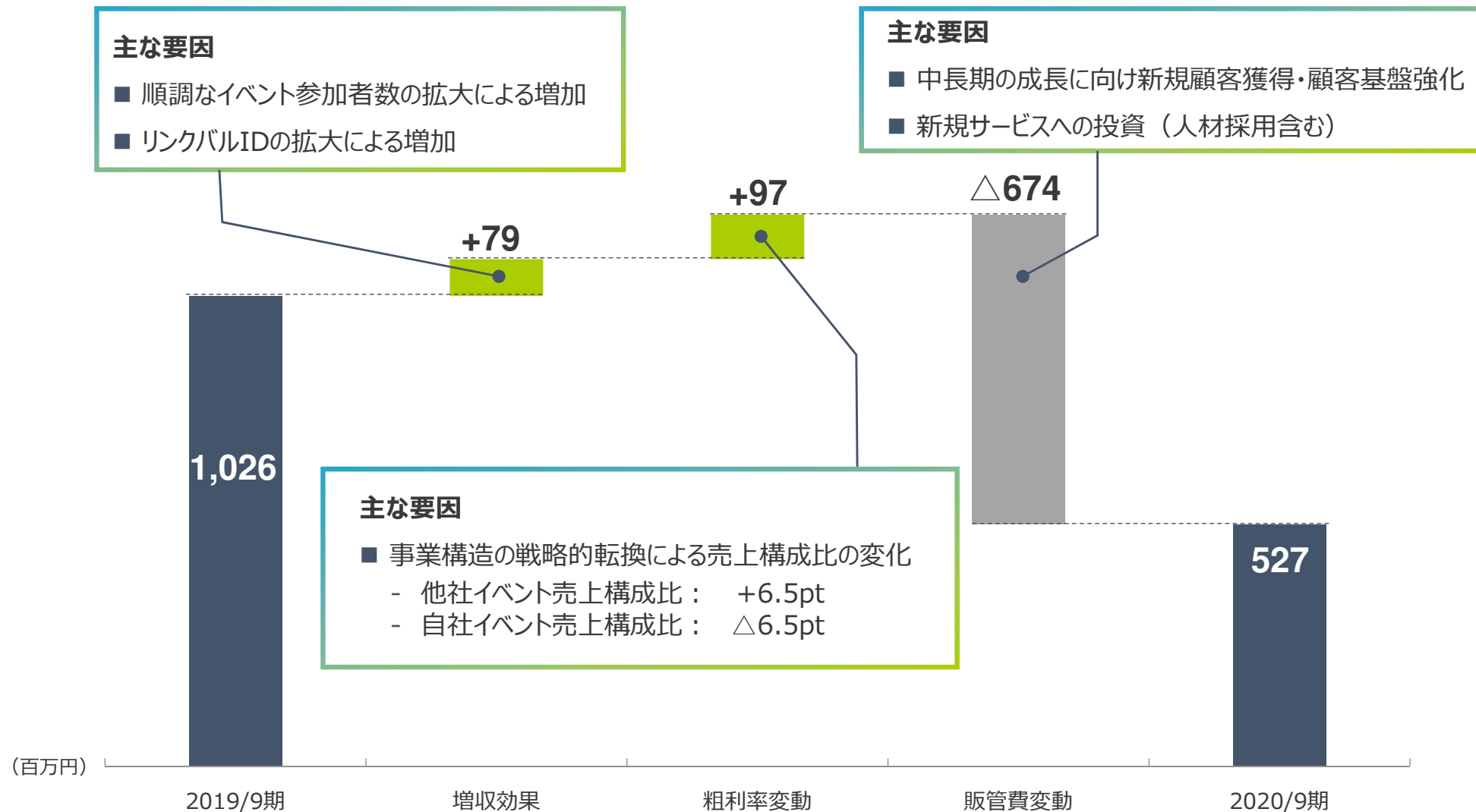
・ 新規事業開発担当等

増収を見込む一方、中長期の成長に向けて重点的な投資を行う。

(百万円)

	2019/9期	2020/9期	対前年
	実績	計画	
売上高	2,719	2,804	+3.1%
営業利益	1,026	527	△48.6%
売上比(%)	37.7%	18.8%	△18.9pt
経常利益	1,028	527	△48.8%
売上比(%)	37.8%	18.8%	△19.0pt
当期純利益	632	327	△48.3%
売上比(%)	23.3%	11.7%	△11.6pt

2020/9期 決算見通し～営業利益の増減分析



イベントECサイト運営サービス、WEBサイト運営サービスいずれも、
ユーザー増による増収を見込む。

(百万円)

サービス	2019/9期	2020/9期	対前年
	実績	計画	
イベントECサイト運営サービス	2,482	2,543	+2.5%
構成比(%)	91.3%	90.7%	△0.6pt
WEBサイト運営サービス	236	261	+10.3%
構成比(%)	8.7%	9.3%	+0.6pt

② 2020年9月期第1四半期決算概要



■ 収益性改善

事業構造の戦略的転換（他社イベント比率向上）により、
売上総利益率が改善。

■ 自然災害

2019年10月の度重なる台風上陸によるイベント参加者数への影響。

■ 先行投資

将来の成長のための先行投資（認知広告出稿／人材採用等）により
営業減益。

2020/9期 第1四半期P/L概要

(百万円)

	2019/9期1Q	2020/9期1Q	2020/9期上期 期初予想	対前年	2020/9上期 計画進捗
	実績	実績			
売上高	758	603	1,301	△20.4%	46.4%
売上総利益	655	558	-	△14.8%	-
売上比(%)	86.5%	92.5%	-	+6.0pt	-
営業利益	260	171	301	△34.1%	56.8%
売上比(%)	34.3%	28.4%	-	△5.9pt	-
経常利益	261	172	301	△34.2%	57.0%
売上比(%)	34.5%	28.5%	-	△6.0pt	-
四半期純利益	158	110	187	△30.2%	59.1%
売上比(%)	20.9%	18.3%	-	△2.6pt	-

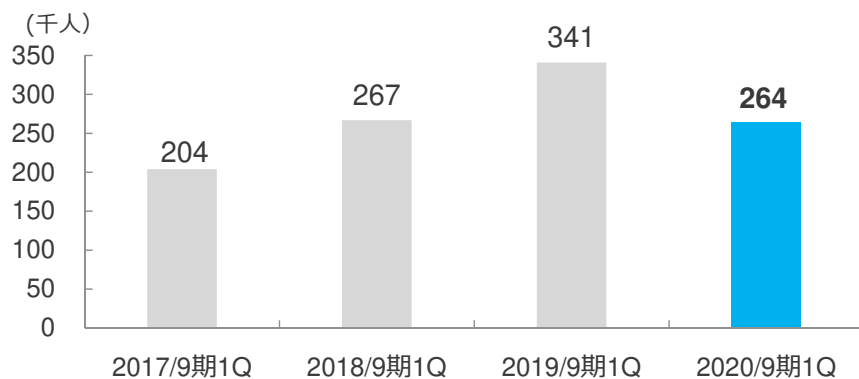
■ イベント参加者数

2019年10月、毎週末のように台風が日本に上陸し、当社掲載イベントの中止が増加した結果、参加者数に大きな影響。

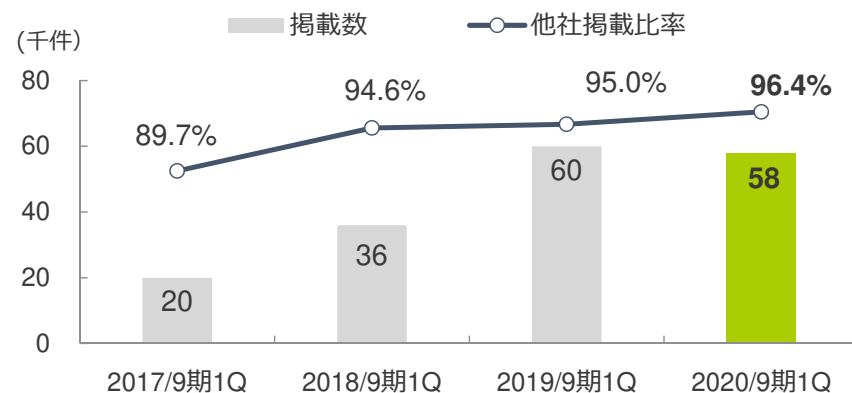
■ イベント掲載数

質の高いイベントの比率を高めるため、イベント掲載数の絞り込みを行った結果、前年同期比掲載数減少。

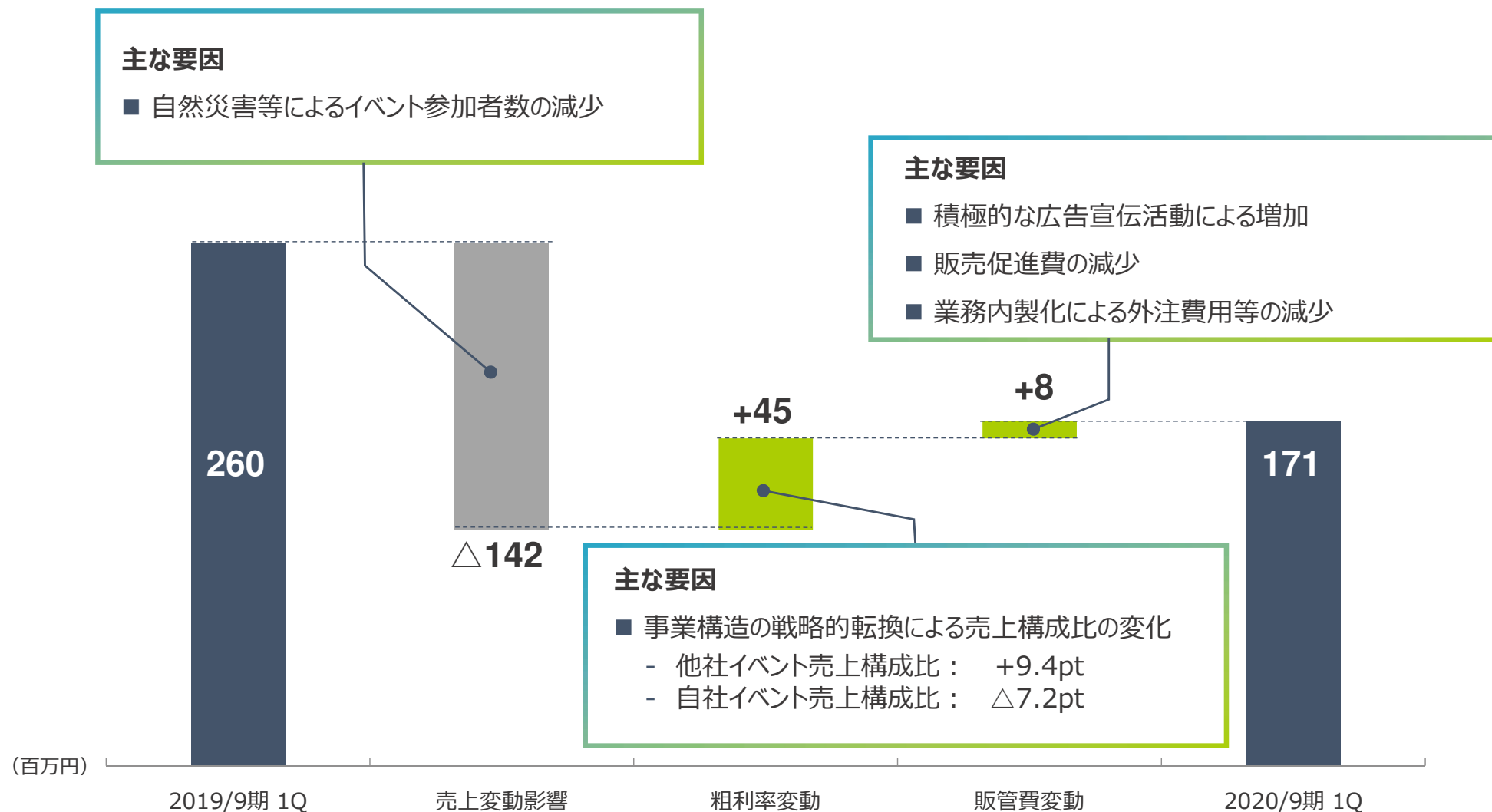
イベント参加者数の推移



イベント掲載数の推移



2020/9期 第1四半期 営業利益の増減分析



2020/9期 第1四半期 サービス別売上高の概要

2019年10月の度重なる台風上陸により他社イベント売上が影響を受ける。
記事コンテンツの削減によりKOIGAKU売上が減少。

(百万円)

	2018/9期1Q	2019/9期1Q	2020/9期1Q	対前年
	実績	実績	実績	
イベントECサイト運営サービス	585	695	549	△21.0%
構成比(%)	94.1%	91.7%	91.0%	△0.7pt
他社イベント売上	386	535	474	△11.4%
サービス内構成比(%)	66.1%	77.0%	86.4%	+9.4pt
自社イベント売上	190	144	74	△48.2%
サービス内構成比(%)	32.5%	20.8%	13.6%	△7.2pt
その他売上	8	15	—	—
サービス内構成比(%)	1.4%	2.2%	—	△2.2pt
WEBサイト運営サービス	36	62	54	△13.6%
構成比(%)	5.9 %	8.3%	9.0%	+0.7pt

当期純利益の増加による利益剰余金の増加により、
自己資本比率は83%まで上昇。

(百万円)

		2019/9期	2020/9期 第1四半期	対前年
	流動資産	2,460	2,396	△64
	現金及び預金	2,281	2,116	△164
	固定資産	230	217	△13
資産合計		2,690	2,613	△77
	流動負債	580	392	△188
	固定負債	47	47	+0
負債合計		628	439	△188
純資産合計		2,062	2,173	+110
負債・純資産合計		2,690	2,613	△77
自己資本比率		76.7%	83.2%	+6.5pt

③ コト消費市場における展開方針



1 「ユーザー層の拡大」

⇒従来のユーザー層（20-30代）に加えてミドル層（40-50代）にも拡大

2 「会員基盤」

⇒180万人を超える会員をコト消費市場に誘導

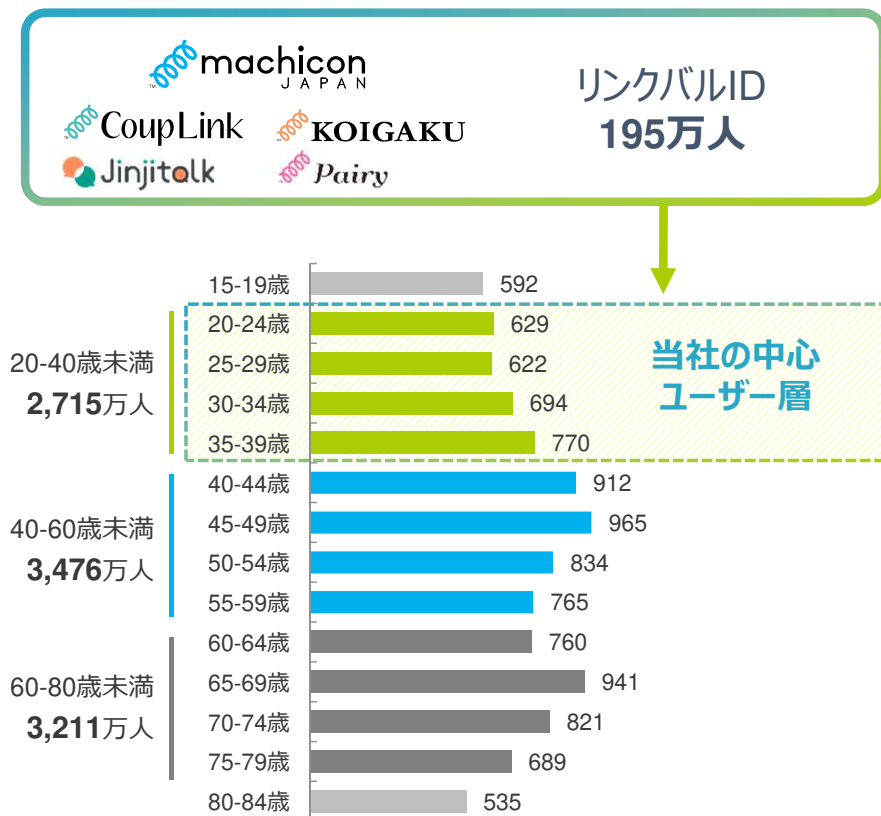
3 「新規サービス」

⇒自社開発/M&A/協業等、コト消費領域の新規事業を展開

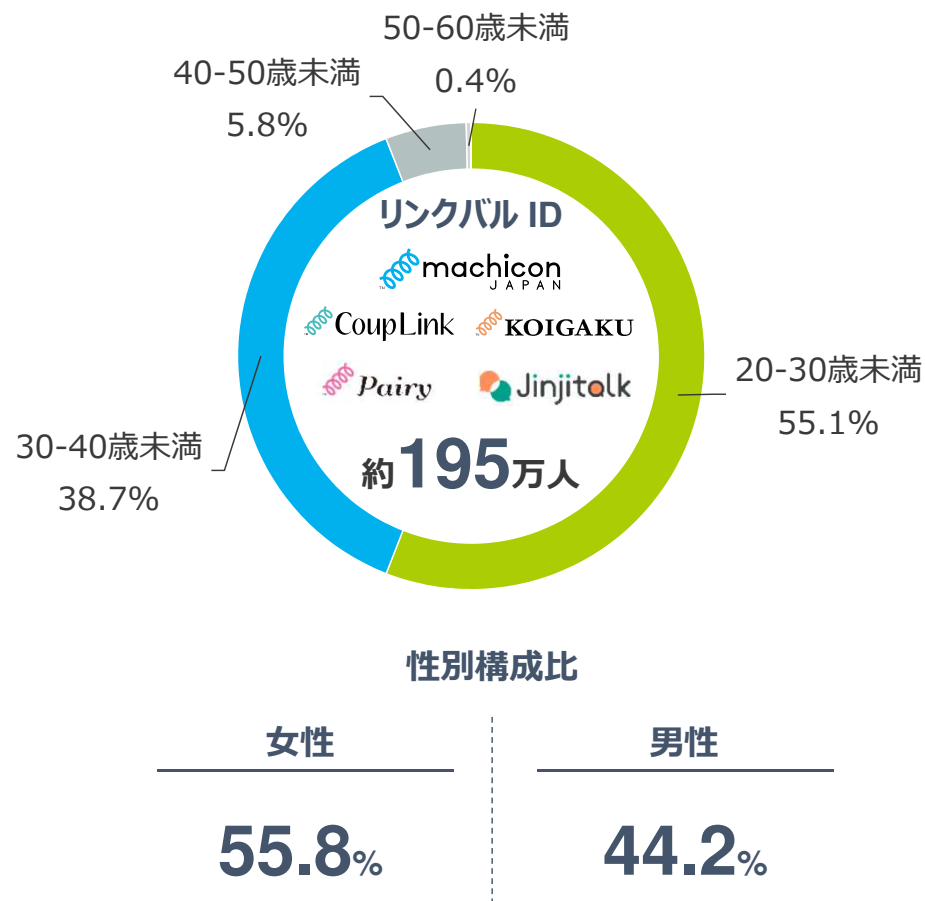
コト消費市場における展開方針～ユーザー層の拡大

リンクバルIDは、195万人以上の会員数（20～30代が中心）を誇る。

人口総数から見る当社の存在感



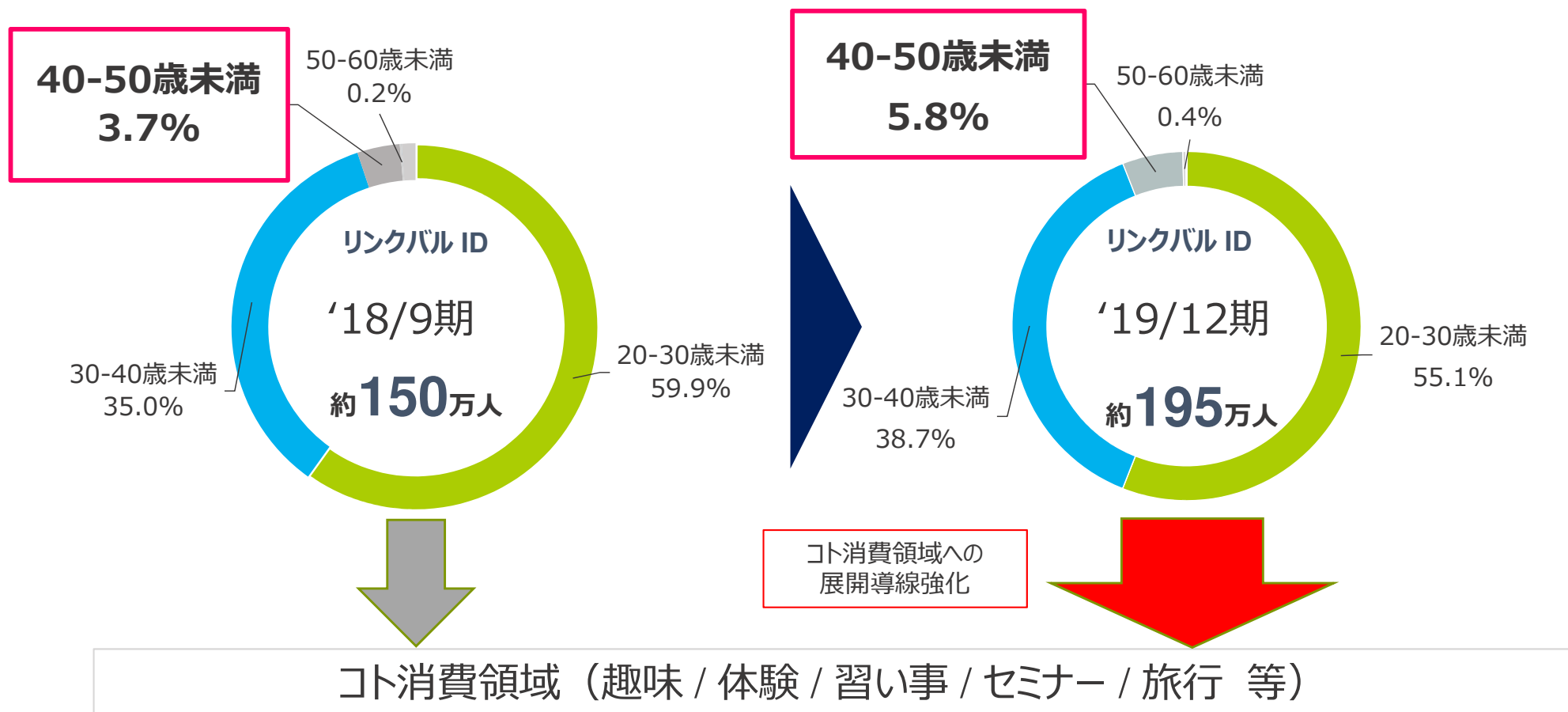
20～30代を中心とした会員基盤



出所：総務省統計局「人口推計 平成30年9月報」

コト消費市場における展開方針～ユーザー層の拡大

ミドル層向けイベントの拡充により、当社ユーザー層が拡大。

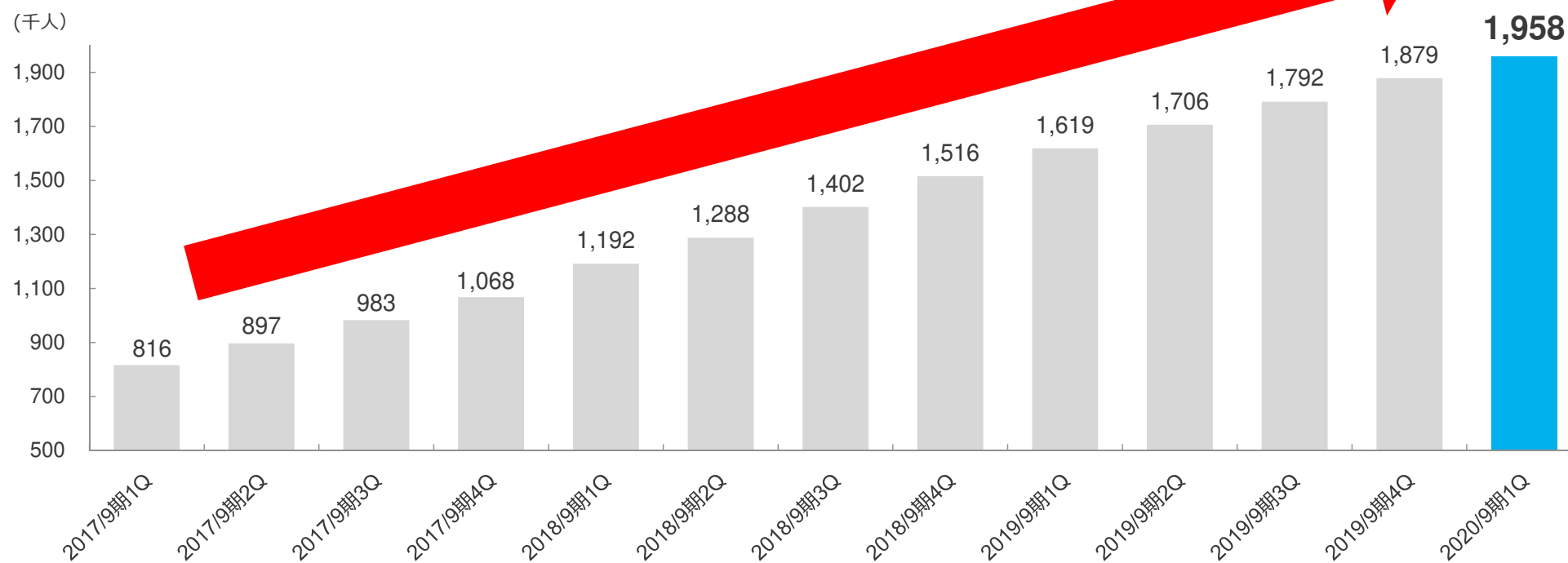


2018年9月から2019年12月までの15ヶ月間で、40-50代のユーザーは約6万人増加

コト消費市場における展開方針～ユーザー層の拡大

195万人の会員を有し、年間24万件以上のイベントを掲載する「machicon JAPAN」は、国内最大級のコト消費ECサイト。
「体験」「友活」「恋活」などを目的とした様々なコンテンツを掲載。

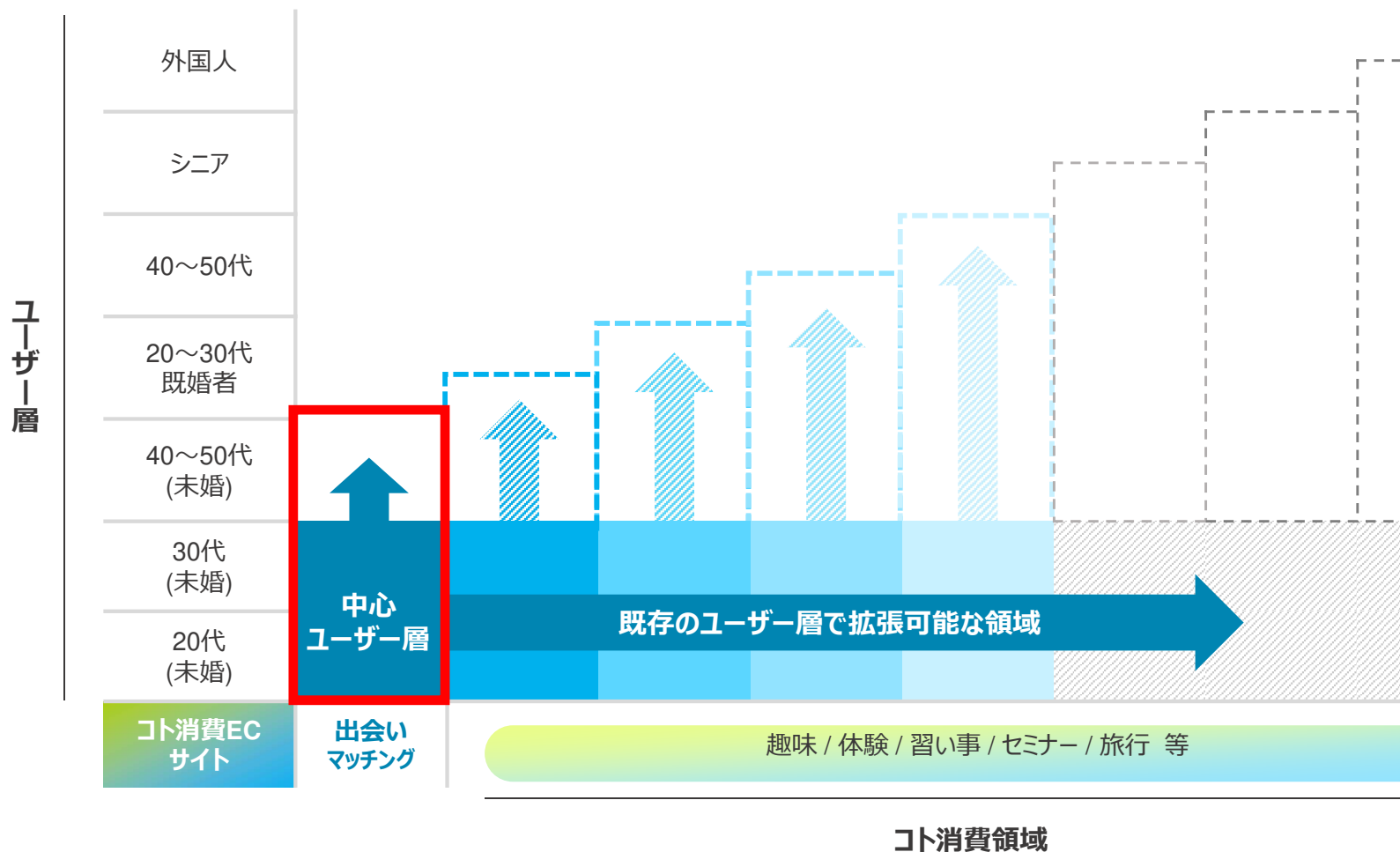
リンクバルIDの推移



注 2018/9期 3Q以前はmachicon JAPAN会員数

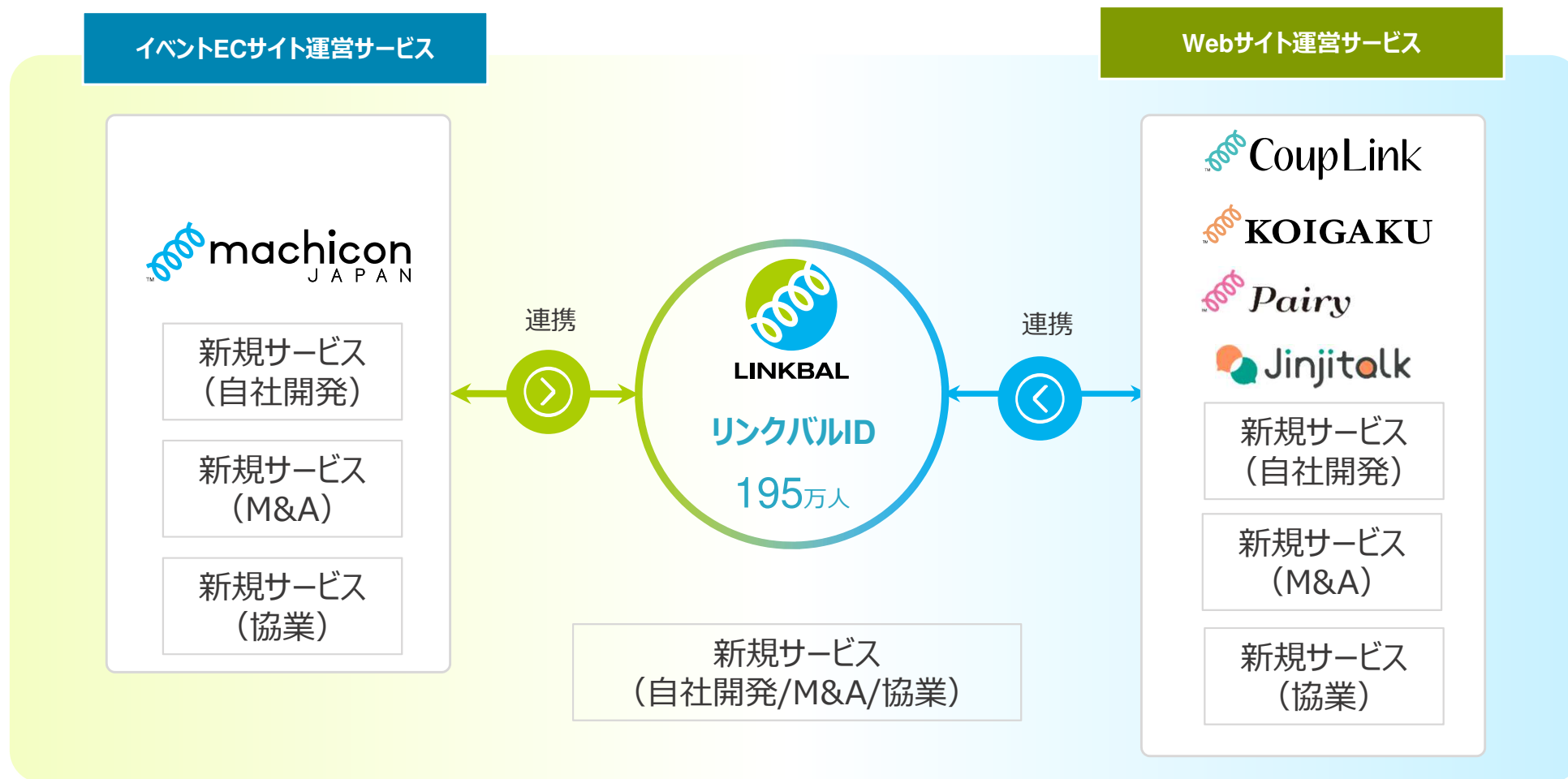
コト消費市場における展開方針～会員基盤

既存ユーザー層にミドル層（40-50代）を加えた会員基盤をもとに、コト消費カテゴリーへの展開・拡大が可能。



コト消費市場における展開方針～新規サービス

当社既存サービスとのシナジーが期待できる新規サービスを、
 自社開発/M&A/協業等により積極的に展開。
 2019年10月1日に新規事業企画室を新設。



4 会社概要



LINKBAL



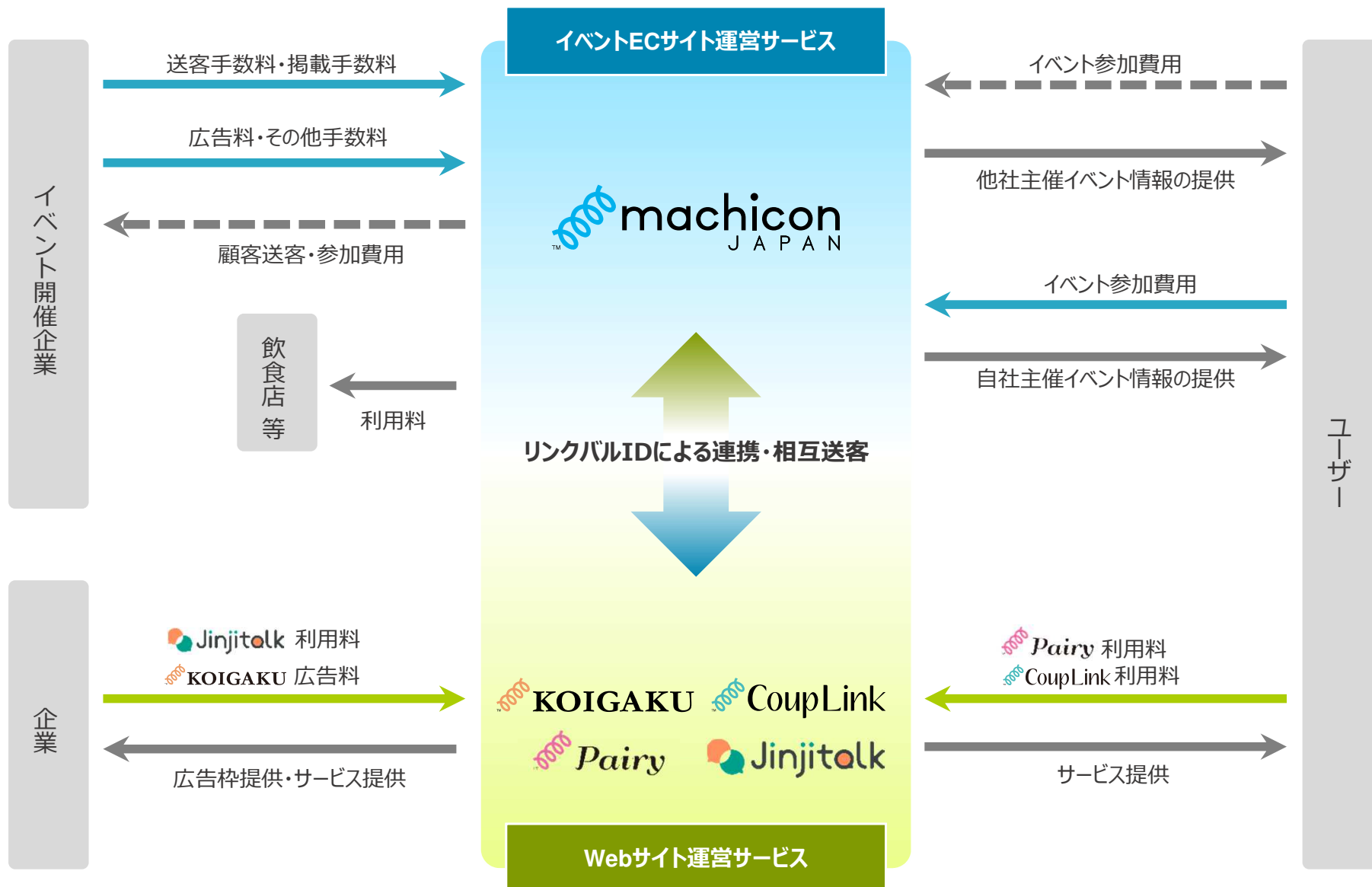
Mission

世界をつなぐ。

Mission Statement

「アイデア×テクノロジー」で新しい価値を創出し、
顧客満足と企業成長を追求し続けます。

ビジネスモデル



イベントECサイト運営サービス

195万人の会員を有し、年間24万件以上のイベントを掲載する「machicon JAPAN」は、国内最大級のコト消費ECサイト。
「体験」「友活」「恋活」などを目的とした様々なコンテンツを掲載。

コト消費ECサイト「machicon JAPAN」



【概要・特長】

- 全国各地で開催される年間24万件以上のイベント情報を掲載（国内最大級）
- 20～30代を中心とした会員層（リンクバルID※1）
- 豊富なバリエーションのコンテンツを拡大中

友達作り

体験

社会人サークル

オフ会

自分磨き

恋活・婚活

.etc

注釈（1）：リンクバルIDとは、「machicon JAPAN」「CoupLink」「KOIGAKU」「Paiky」「Jinjtalk」を利用可能なユーザーIDの名称

「machicon JAPAN」との相互送客を通して潜在会員層を獲得し
既存サービスの周辺領域での収益基盤を構築。

オンラインデートアプリ「CoupLink」



国内初のイベント参加者を
オンラインでマッチングさせる
デートアプリ



- オンラインで恋活・婚活ユーザーへのマッチングサービスを提供
- 会員登録無料（リンクバルID※1）
- サブスクリプションモデルを採用

【特長】

- 実際のイベント参加者が利用していることによる、高い安心度・安全性
- イベント参加者は、アプリを通してメッセージ交換が可能

恋愛専門情報メディア「KOIGAKU」




- 恋愛に悩む女性が理想の恋愛を実現するための、コラム記事のほか、多様なコンテンツを提供
- 会員登録無料（リンクバルID※1）
- 広告料収入

注釈（1）：リンクバルIDとは、「machicon JAPAN」「CoupLink」「KOIGAKU」「Paary」「Jinjitalk」を利用可能なユーザーIDの名称

「machicon JAPAN」との相互送客を通して潜在会員層を獲得し
既存サービスの周辺領域での収益基盤を構築。

カップル専用アプリ「Pairy」



カップルが、予定や思い出を共有するためのアプリ



- カップルがオンラインで情報共有するためのサービスを提供
- 会員登録無料（リンクバルID※1）
- サブスクリプションモデルを採用

学生と人事のマッチングアプリ「人事トーク」




求職中の学生と、求人募集中の企業や採用担当者との
出会いをサポートするアプリ

- 新卒、短期インターン、長期インターン、アルバイトといった幅広い採用形態に応じた募集内容
- 学生会員登録無料（リンクバルID※1）
- 企業からの課金収入

注釈（1）：リンクバルIDとは、「machicon JAPAN」「CoupLink」「KOIGAKU」「Pairy」「Jinjitalk」を利用可能なユーザーIDの名称

~ Memo ~



LINKBAL