



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

2023年5月12日更新

1. ビジネスモデル

Business Model

24/3期より婚活・カジュアルウェディングを起点に4つの戦略領域で事業を展開

(2023年4月1日時点)



(1) 事業の内容

主力事業のビジネスモデル及び商品・サービス ①婚活事業

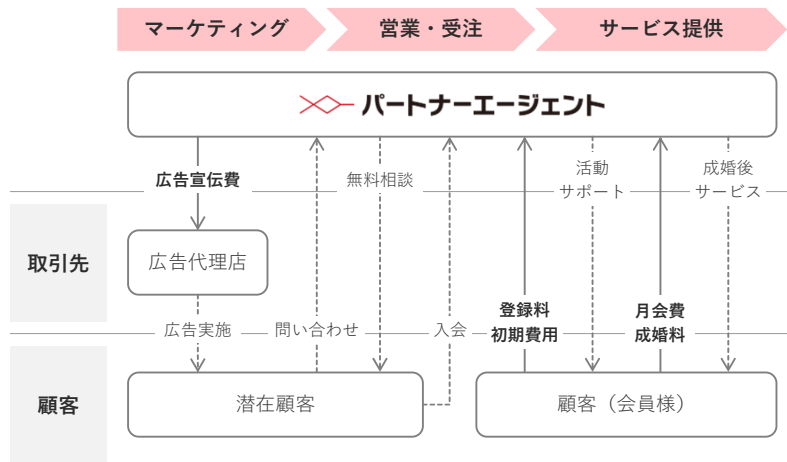
結婚相談所



パートナーエージェント

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No.1*の成婚率を実現

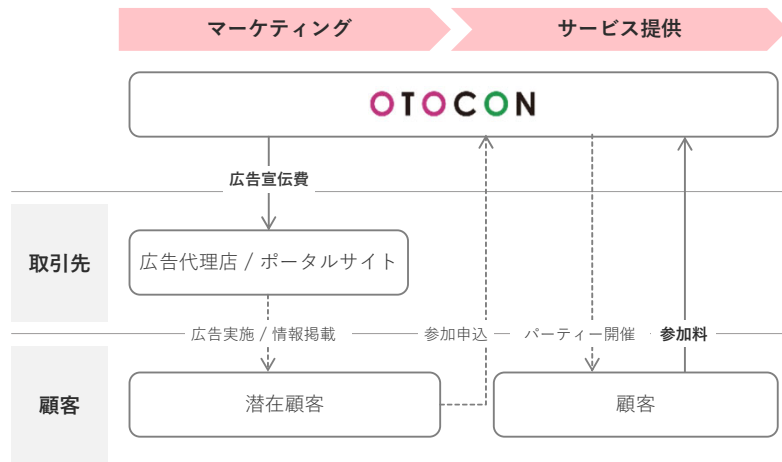


婚活パーティー

OTOCON

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130万人を突破



カジュアル挙式披露宴・結婚式二次会等プロデュース

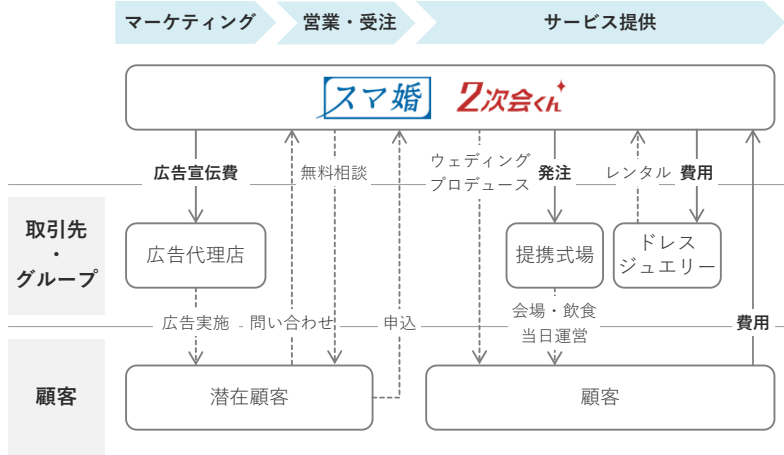


スマ婚

カジュアルな挙式披露宴、少人数挙式など多様なスタイルの結婚式をプロデュース

2次会くん

結婚式二次会を幹事代行（会場探し、企画、当日運営など）としてプロデュース

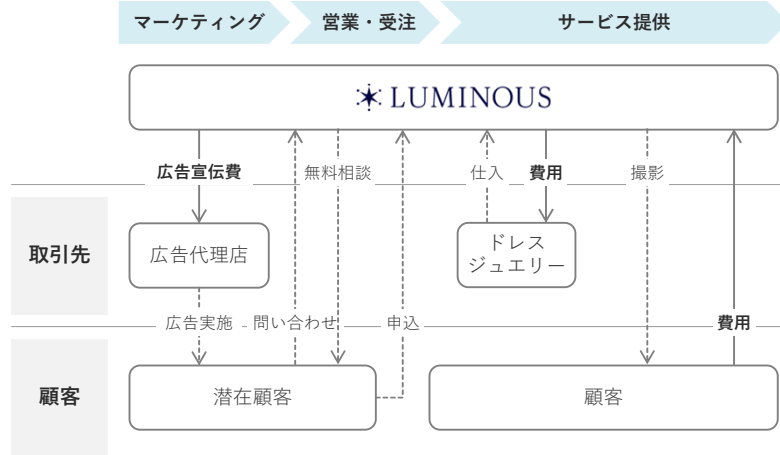


フォトウェディング



studio LUMINOUS

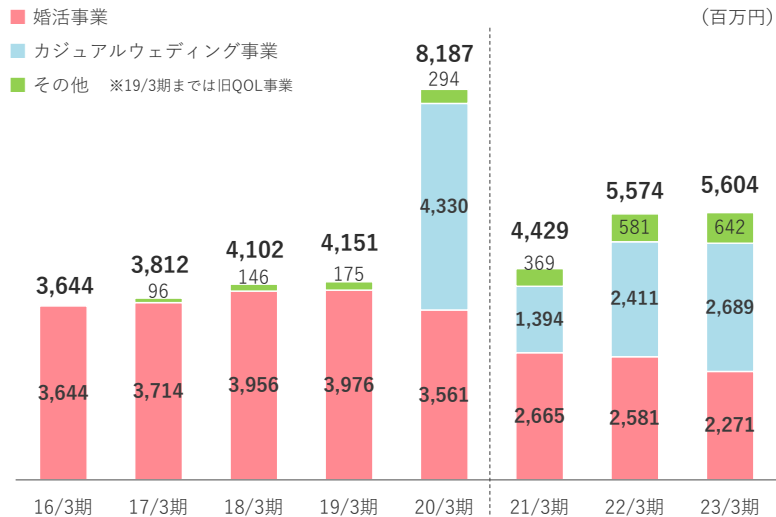
世界一美しい花嫁姿を実現するため美しさに徹底的にこだわり、写真を残すだけでなく花嫁の体験にフォーカスした、「結婚式よりも、結婚式らしい」フォトウェディング



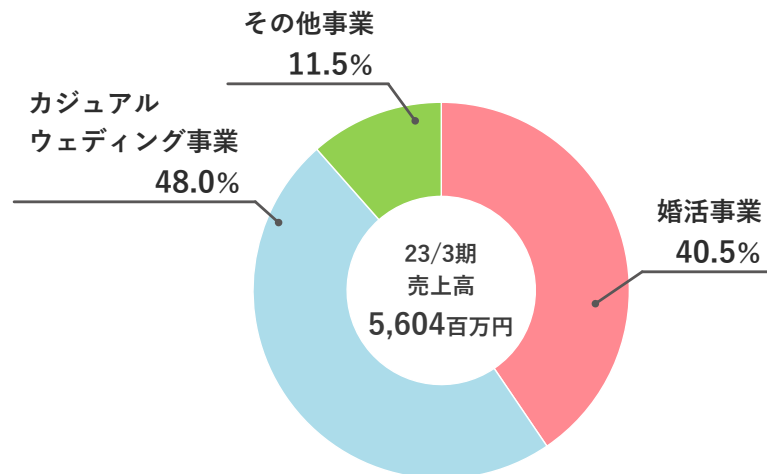
主力事業の婚活事業とカジュアルウェディング事業で売上の88.5%を占める

- ・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期以降は同事業のフォトウェディングが伸長し全社業績は増収傾向へ

事業別売上高（外部売上）の推移



売上高（外部売上）構成比

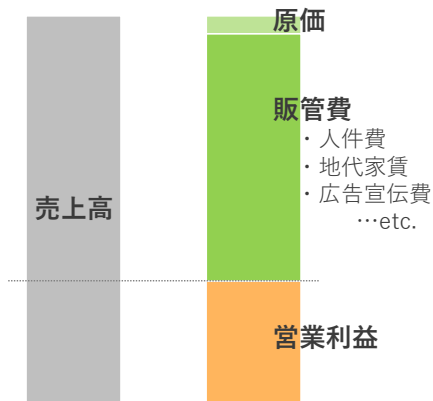


* 22/3期より従来の「婚活事業」「カジュアルウェディング事業」「その他事業」を再編し、新たに「婚活事業」「カジュアルウェディング事業」「テック事業」「ライフスタイル事業」「法人・自治体向け事業」の5区分に変更しており、21/3期の数値も22/3期に合わせて修正しております。なお、19/3期以前の「婚活事業」には「テック事業」等の一部が含まれております。

(2) 事業の収益構造

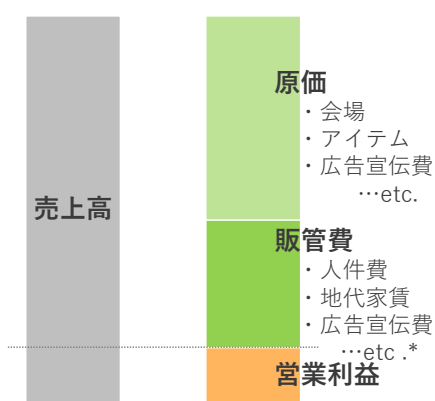
主力事業の収益構造の平均的イメージ

婚活事業

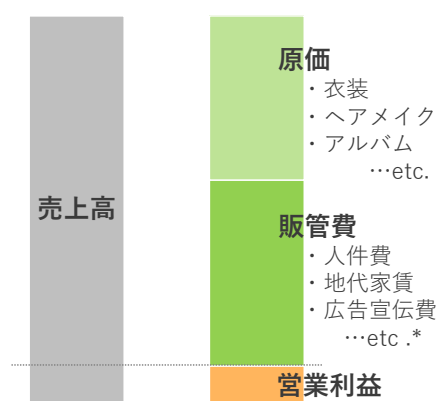


カジュアルウェディング事業

－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

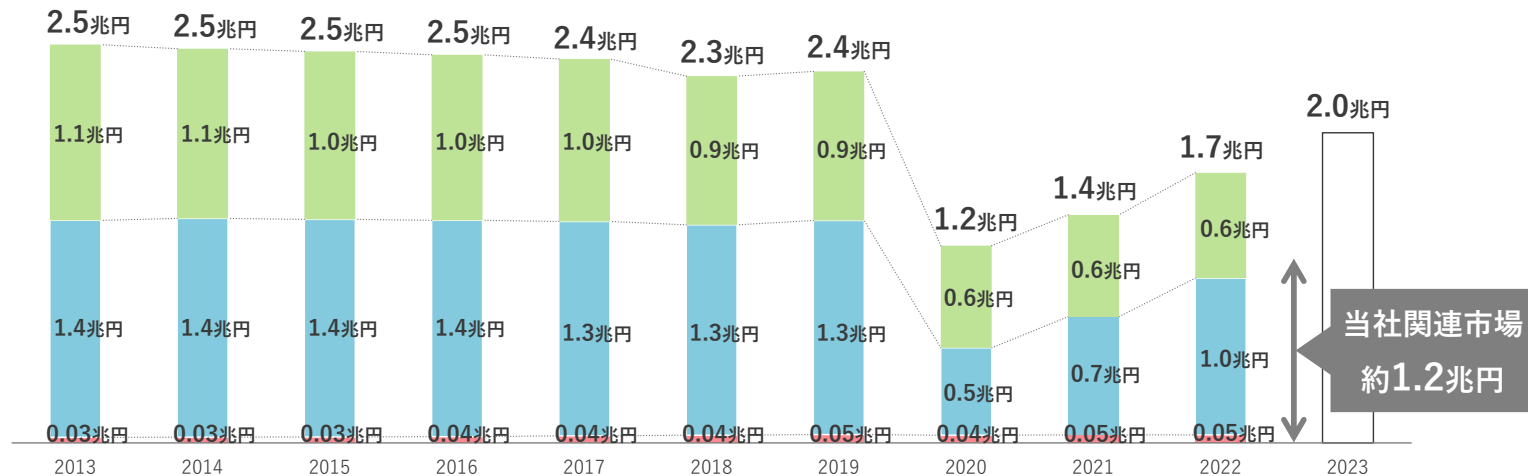
Market Insight

2022年のブライダル関連市場規模は1.7兆円（YoY+18.5%）

- ・ 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、2022年はコロナ前水準から約70%まで回復、2023年はコロナ前水準から約80%まで回復見込み

ブライダル関連市場規模の推移

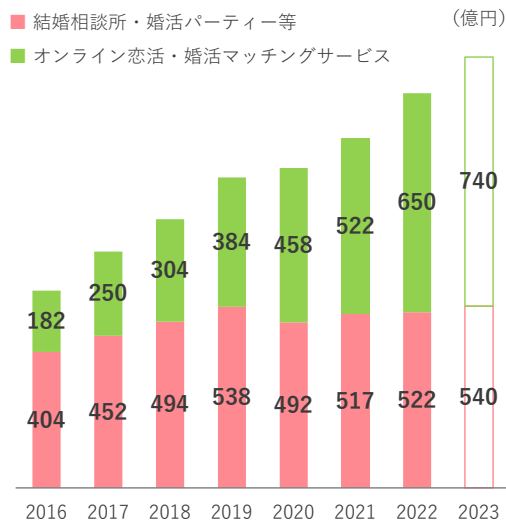
■ 婚活市場（オンライン恋活・婚活マッチングサービス除く） ■ ウェディング市場 ■ その他（ジュエリー・新婚旅行・家具等）



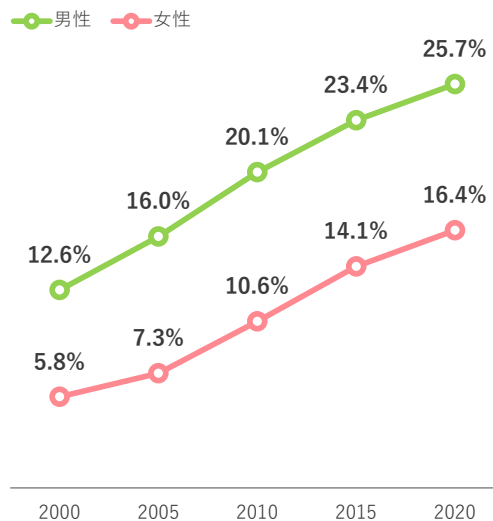
2022年の婚活市場規模は1,172億円（結婚相談所・婚活パーティー等 522億円 / オンラインマッチングサービス 650億円）

- ・結婚相談所・婚活パーティー等はコロナ影響で一時縮小も2021年に成長傾向に転じる、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
- ・婚姻組数は微減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

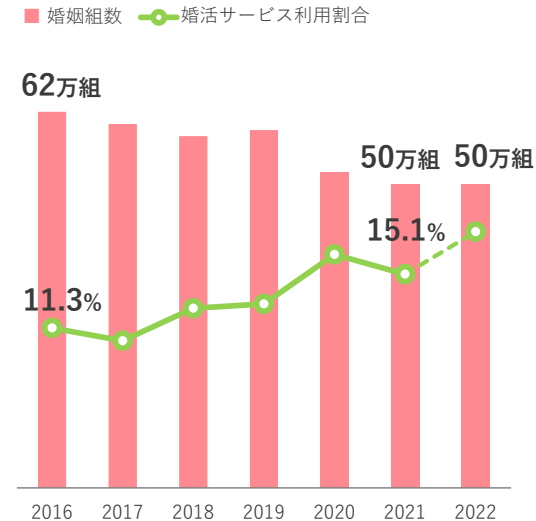
婚活市場規模の推移 *1



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

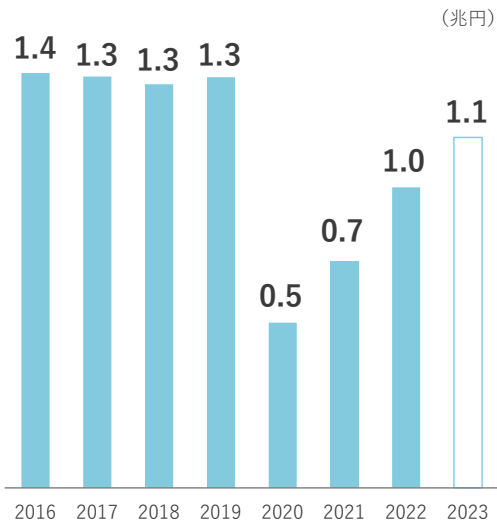


*1 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑 2023」を基に当社推計 / *2 総務省統計局「国勢調査」 / *3 リクルートブライダル総研「婚姻組数予測」「婚活実態調査2022」を基に当社推計

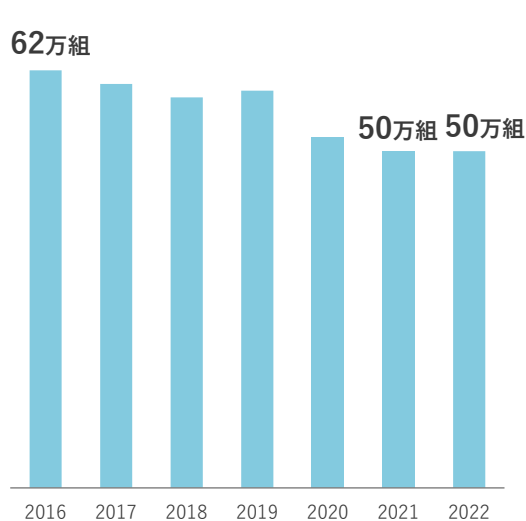
2022年のウェディング市場規模は1.0兆円（YoY+32.5%）

- ・ウェディング市場は概ね一定程度で推移していたが2020年にコロナ影響により大幅縮小、2021年以降は回復傾向
- ・潜在顧客となる婚姻組数は微減傾向
- ・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

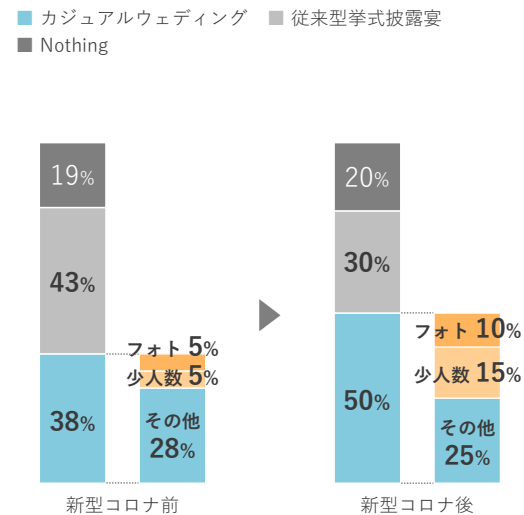
ウェディング市場規模の推移 *1



婚姻組数の推移 *2

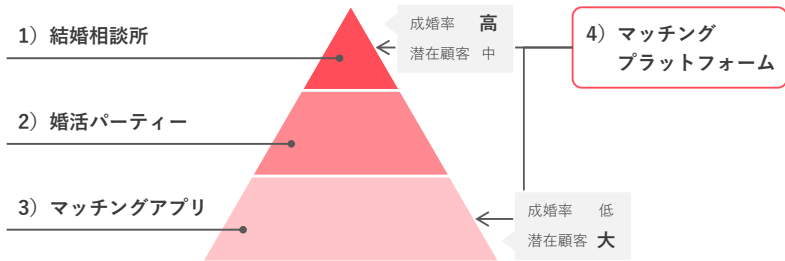


ウェディング施行割合の変化予測 *3



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

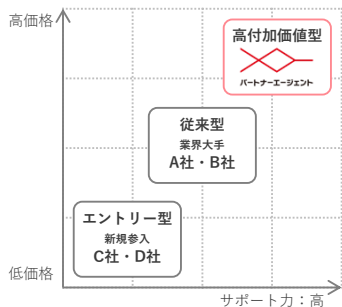
婚活市場全体



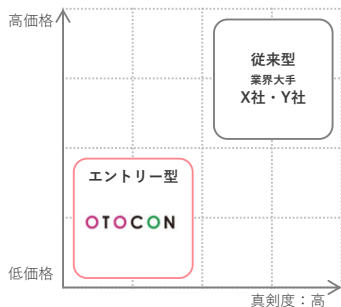
■ 各サービス領域における当社ポジション

- 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付加価値型を高価格帯で提供
- 2) 婚活パーティー
業界最安水準の低価格で気軽に参加できるエントリー型を展開
- 3) マッチングアプリ
結婚相談所の充実したサービスをアプリ完結で提供する婚活型
- 4) マッチングプラットフォーム
紹介可能会員数約3万人以上で業界3位 (CONNECT-ship)

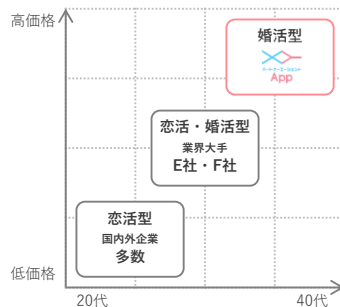
1) 結婚相談所



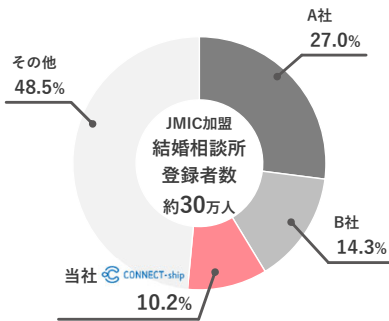
2) 婚活パーティー



3) マッチングアプリ



4) マッチングプラットフォーム

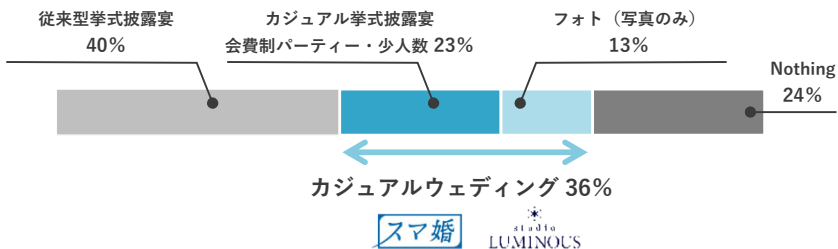


※2023年3月31日調査

* 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JMJC (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、JMJC加盟結婚相談所登録者数は各社HPを参考に弊社推計

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 (2021年度)



■ 各サービス領域における当社ポジション

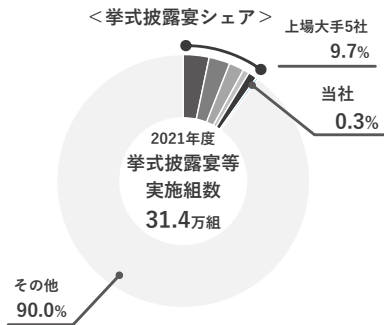
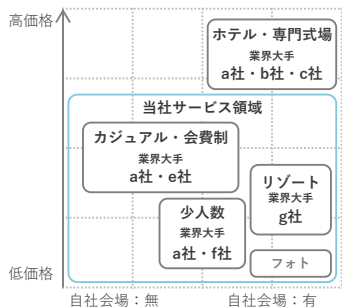
1) 挙式披露宴等

カジュアル挙式・披露宴・会費制パーティー・少人数挙式・リゾート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

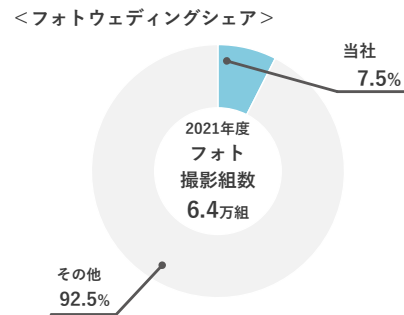
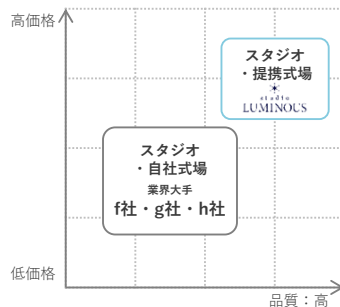
2) フォトウェディング

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

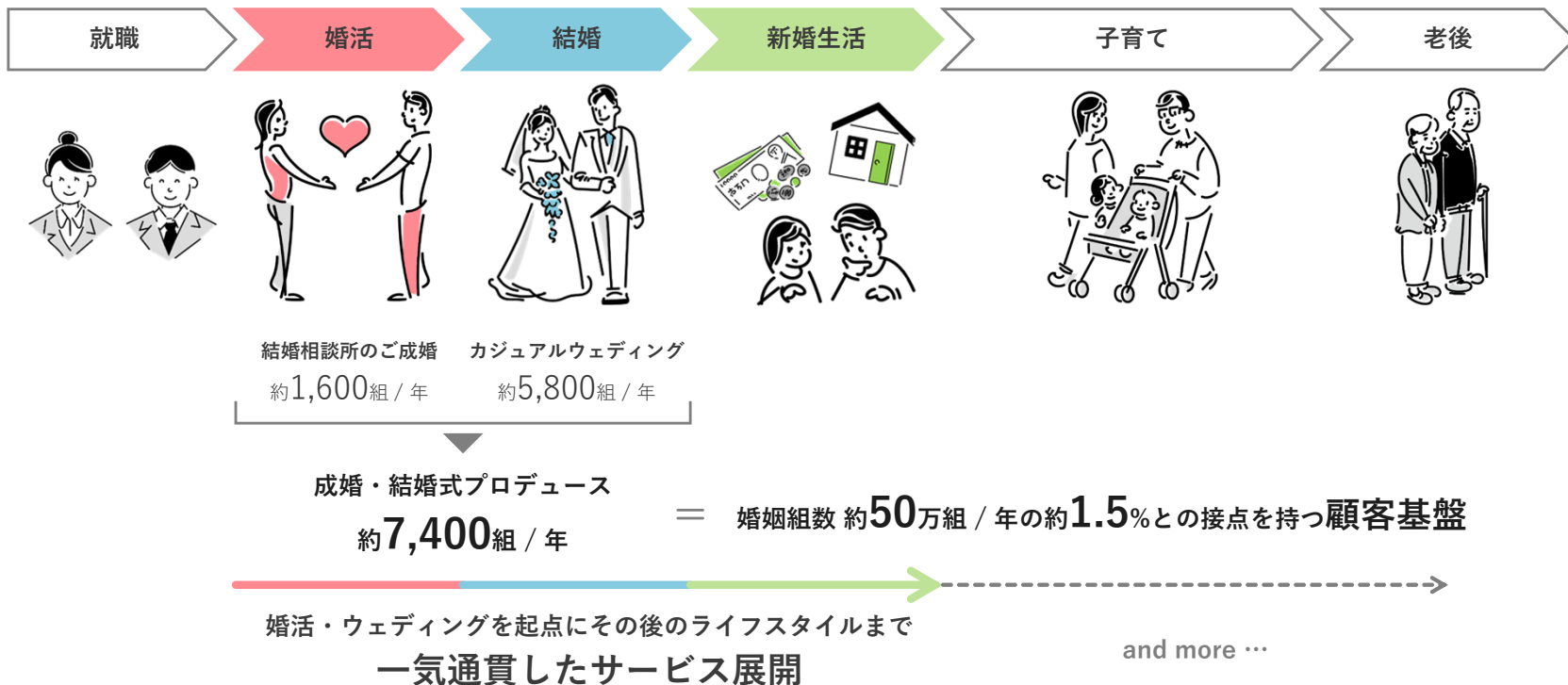


* リクルートブライダル総研「結婚トレンド調査」、ウェディングパーク「『ナシ婚』に関する実態調査」及び各社HPより当社一部推計
* 2021年度挙式披露宴等実施組数及び2021年度フォト撮影組数はリクルートブライダル総研「結婚総合意識調査」を基に当社推計

3. 競争力の源泉

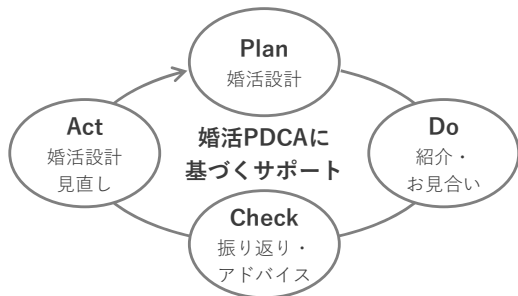
Our Strength

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7,400組の新郎新婦との接点を持つ顧客基盤



一般的な結婚相談所の約3倍の顧客成果 = 成婚を実現

■ 独自の成婚コンシェルジュによる手厚いサポート



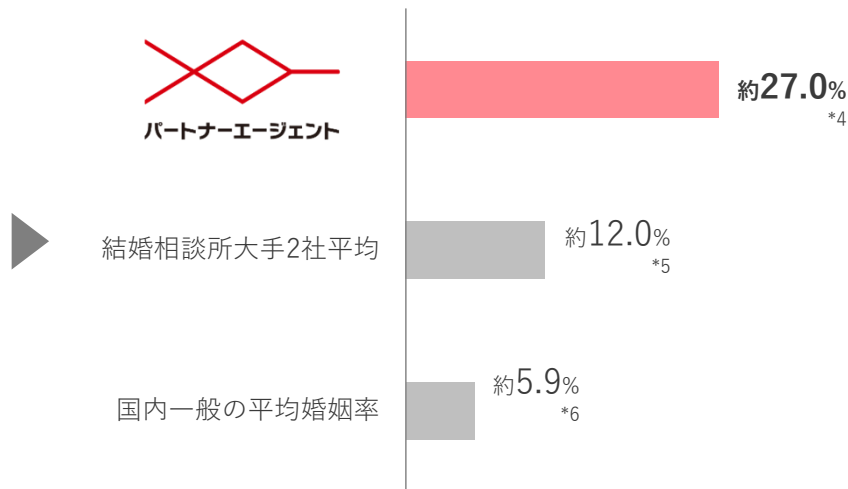
■ 業界最大級の紹介可能人数

- ・ **パートナーエージェント 約7.5万人^{*1}**
- ・ A社 約8.1万人^{*2}
- ・ B社 約4.2万人^{*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 約3.1万人と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 約4.4万人の合計

^{*2} 2023年4月、各社HPより当社推計

成婚率 業界No.1^{*3}



^{*3} 株式会社デジタルライツコンサルティング 2023年2月調べ

^{*4} 2020年3月期実績 / ^{*5} 2020年6月、各社HPより当社推計

^{*6} 2010年4月～2015年の国勢調査から国内の年間平均成婚率を算出

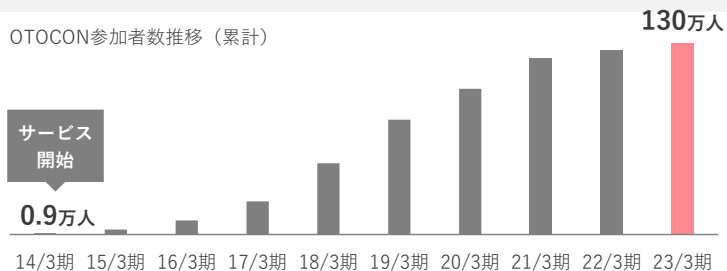
業界最安水準*1・均一価格の婚活パーティーを展開

■ 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	500円
X社*2	3,500-5,000円	500-2,500円
Y社*2	3,500-6,000円	1,000円
Z社*2	4,900-5,000円	1,000-2,000円

累計参加者数 130万人突破

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



■ じっくり話せる小規模開催

- 小規模で1時間半制で、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できます

カップル成立率

業界 No.1*3

高認知度のブランド / 独自の会場仕入れで安く質のいい結婚式を実現

■ 「スマ婚」ブランドの高い認知度

Q. 結婚式を挙げる際のサービスとしてご存知のものはありますか？

→ 知らない

名前を知っている / 聞いたことがある
具体的サービス内容など詳細まで知っている] = 認知

他サービスの
約**2**倍の認知度

スマ婚

約55.2%

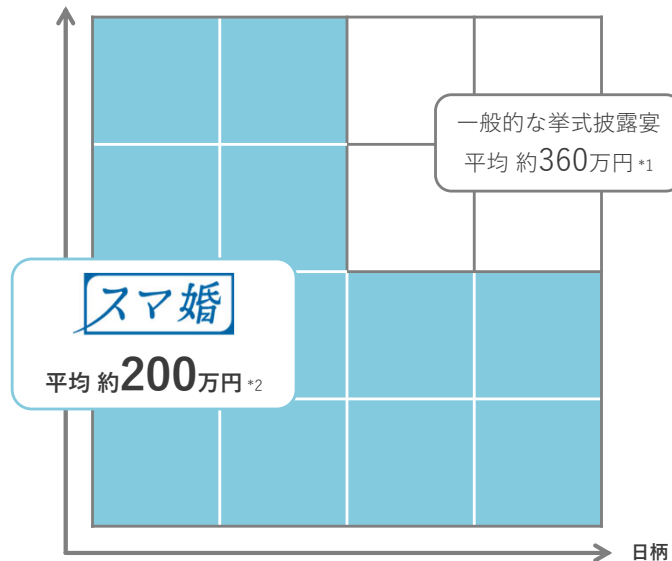
ウェディングプロデュース
大手2サービス平均

約12.0%

* 当社調べ（調査期間：2020年9月28日-10月1日 / 調査協力：株式会社クロスマーケティング / 調査対象：20-49歳の未婚女性）

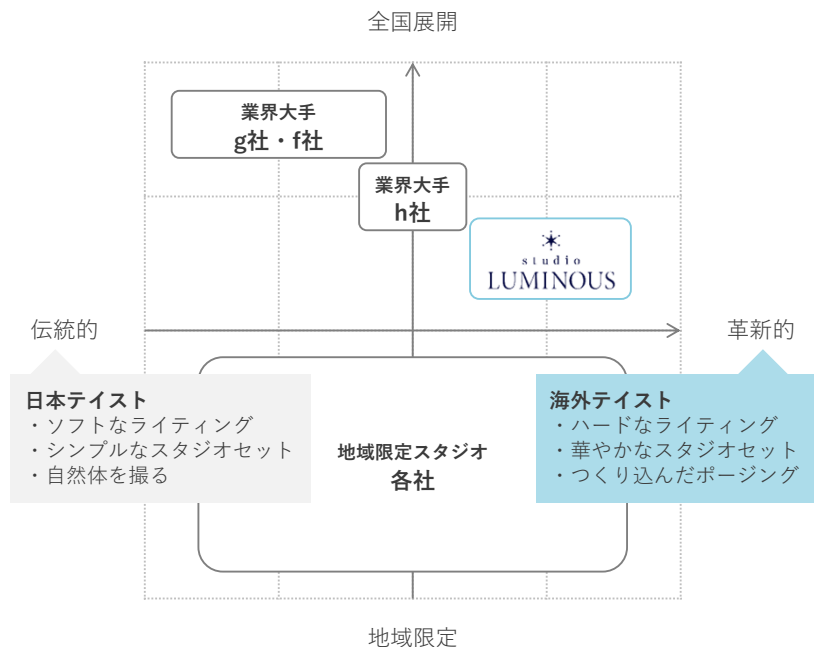
■ 会場費用を抑える独自の仕入れノウハウ

人気会場



*1 ゼクシィ「結婚トレンド調査2020」 / *2 2023年3月期実績

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

- ・23名の正社員カメラマン (2023年4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 4.4点/5点満点*

* フォトウェディングクチコミサイト「Photorait (<https://www.photorait.net/>・運営：株式会社ウエディングパーク)」の国内6拠点の自社スタジオ平均 (2023年4月時点)

4. 事業計画

Business Plan

全社方針

トレンドや社会変化に即座に対応できる **柔軟な事業構造へ**

～中長期視点で再成長に向けた基盤整備推進～

1

高収益体制の確立

中核事業の収益安定化とその他事業の収益拡大

中核事業（※）は入会促進を再開、2023年3月期上半期は広告投資を積極化
その他事業（※）は新規投資抑制も有力パートナーとの連携強化等で更なる収益貢献実現

2

プロダクトの競争力強化

社会環境の変化に耐えうる競争優位性を確立

DX推進によるプロダクト強化、
社会課題への積極対応等

3

財務基盤強化

健全かつ安全な財務基盤確立

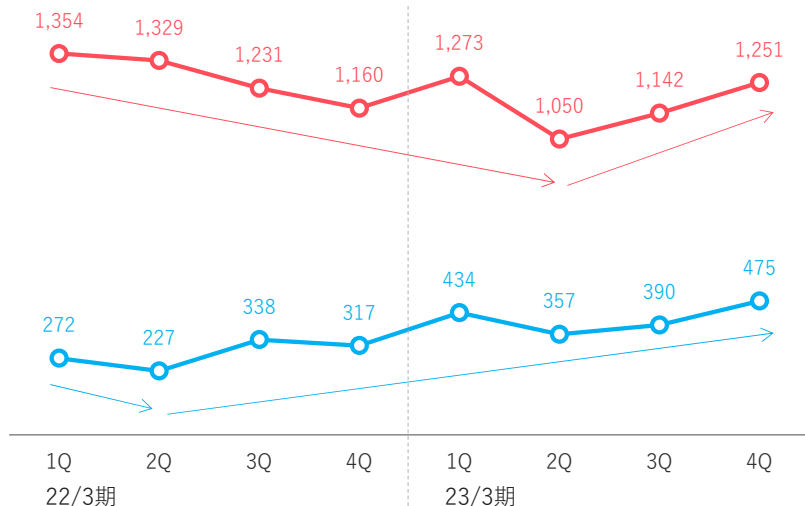
2022年3月期末に債務超過解消、2022年6月下旬に上場廃止に係る猶予期間解除見込み
引き続き、借入金の早期返済、一定の内部留保確保を推進

中核事業の収益安定化とその他事業の収益拡大

■ 中核事業は入会・成約が増加傾向へ、次期以降に収益拡大

- ・結婚相談所：23/3期3Q以降、新規入会者数が増加へ転じる
- ・挙式披露宴等＋結婚式二次会：22/3期3Q以降、成約件数は増加傾向

○ 結婚相談所 入会者数（名） ○ 挙式披露宴等＋結婚式二次会 成約件数（件）



■ その他事業は収益貢献度が上昇

- ・23/3期は事業利益（のれん償却・全社費用等除く）676百万円、うち、その他事業が236百万円（前期比+17.2%）、全体に占める割合35.0%へ

（百万円）	22/3期		23/3期			
	売上高	営業利益	売上高	前期比	営業利益	前期比
フォトウェディング	1,209	43	1,417	+17.2%	71	+63.7%
テック	138	51	168	+21.6%	64	+25.9%
ライフスタイル	70	18	70	+0.5%	25	+33.5%
法人・自治体向け	389	88	421	+8.2%	75	△14.1%
合計	1,807	202	2,078	+15.0%	236	+17.2%

* 中核事業：婚活事業及びカジュアルウェディング事業の挙式披露宴プロデュース等、その他事業：カジュアルウェディング事業のフォトウェディング、テック事業のCONNECTシップ、法人・自治体向け事業の企業イベントプロデュース等

社会環境の変化に耐える競争優位性を確立

■ 婚活事業の取り組み

- ・結婚相談所で入会資格を変更



■ カジュアルウェディング事業の取り組み

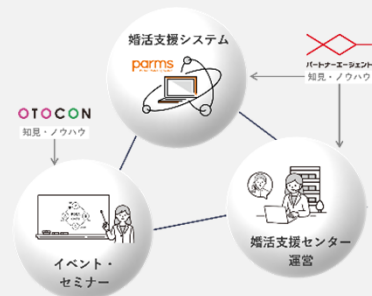
- ・有力パートナーと連携し競争力を強化



■ 自治体向け事業の取り組み

- ・自治体婚活事業に対する支援を拡充

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オペレーションで**地方創生**へ貢献



	23/3期	累計
婚活支援システム「parms」	5府県導入	11府県へ提供
婚活支援センター	1県受託	4道府県*から受託
イベント・セミナー	45件開催	-

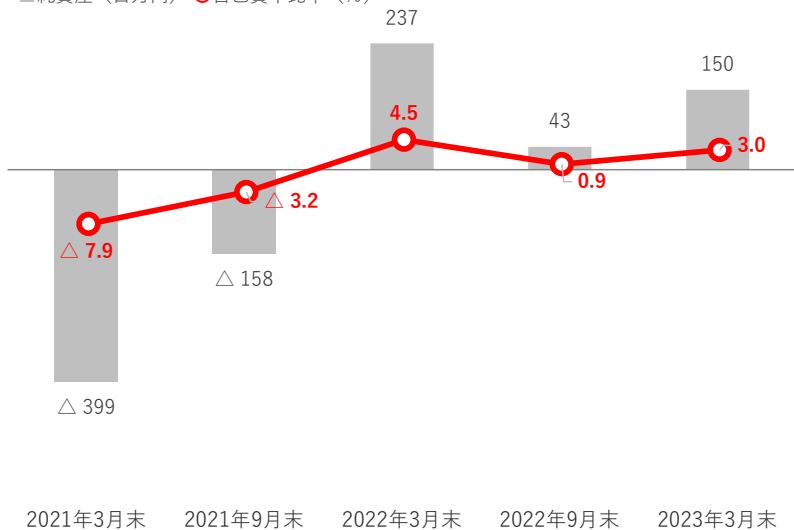
* 2023年4月受託分 (北海道) 含む

健全かつ安全な財務基盤確立

■ 債務超過解消

- ・ 2022年3月末に債務超過解消、2023年3月末純資産は150百万円
- ・ 2023年3月に株式会社TMSホールディングスと資本業務提携強化 (第三者割当による新株式発行で149百万円調達)

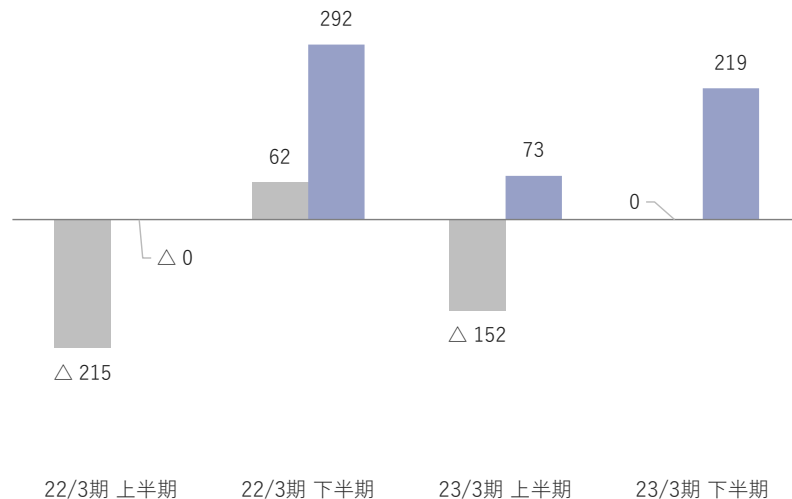
■ 純資産 (百万円) ○ 自己資本比率 (%)



■ 収益安定化

- ・ 22/3期下半期以降、EBITDA黒字継続
- ・ 23/3期下半期は営業利益黒字化

■ 営業利益 (百万円) ■ EBITDA (百万円)



全社方針

2024年3月期に構造改革断行、2025年3月期以降に**成長路線へ**

1

高収益体制の確立

構造改革の不断の実行

収益構造・事業構造の抜本的改革、マーケティング強化・価格体系見直し、グループCRMの強化（保有資産を活用した売上強化）等

2

プロダクトの競争力強化

社会環境の変化に耐えうる競争優位性を確立

社会課題への積極対応、DX推進、高付加価値化、新規事業・プロダクト開発への継続チャレンジ等

3

サステナブル経営基盤整備

企業理念と存在意義を基盤に持続可能性を追求

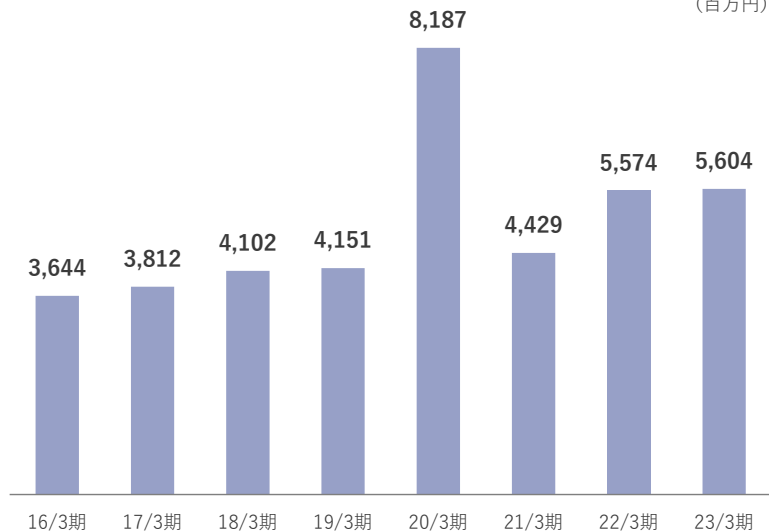
サステナブル方針や人的資本方針等の再整備・当該方針に基づく取り組み強化、給与ベースアップ実現に向けた基盤構築、財務基盤強化等

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

- ・当社グループ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
- ・グループ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するため、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
- ・23/3期は売上高、営業利益、EBITDAのいずれも前期から若干増加改善

売上高

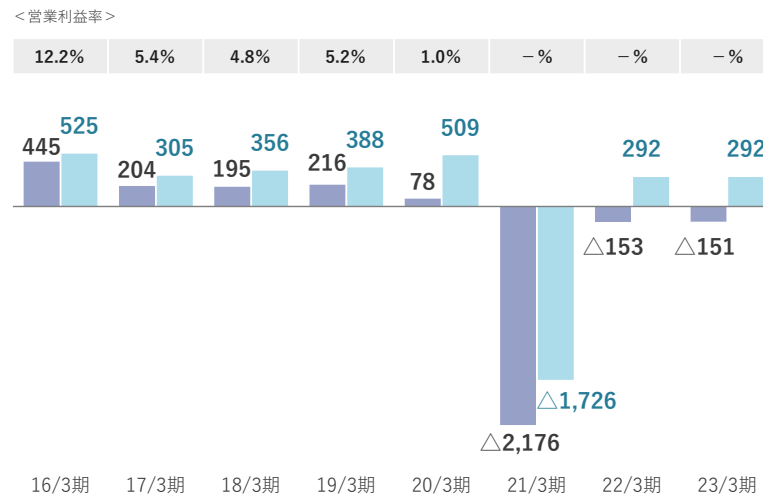
(百万円)



営業利益・営業利益率・EBITDA

■ 営業利益 ■ EBITDA

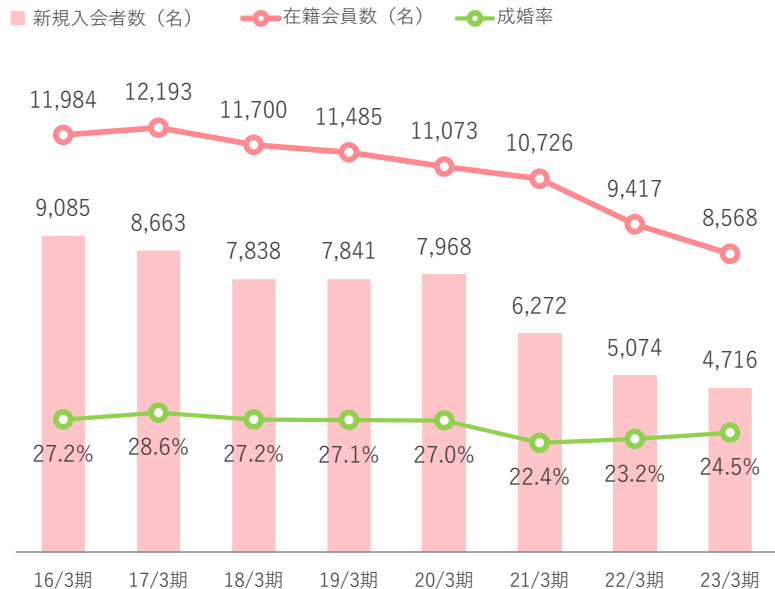
(百万円)



* 営業利益に償却費を加えて算出

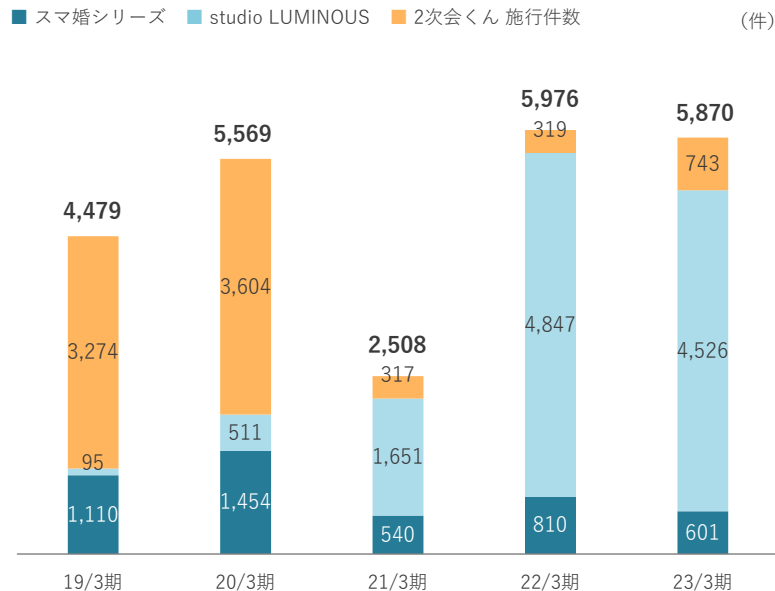
婚活事業

- ・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
- ・23/3期は営業体制強化と段階的な広告強化が進展し、第2四半期以降に新規入会者数が増加へ、在籍会員数も底打ちの兆しへ



カジュアルウェディング事業

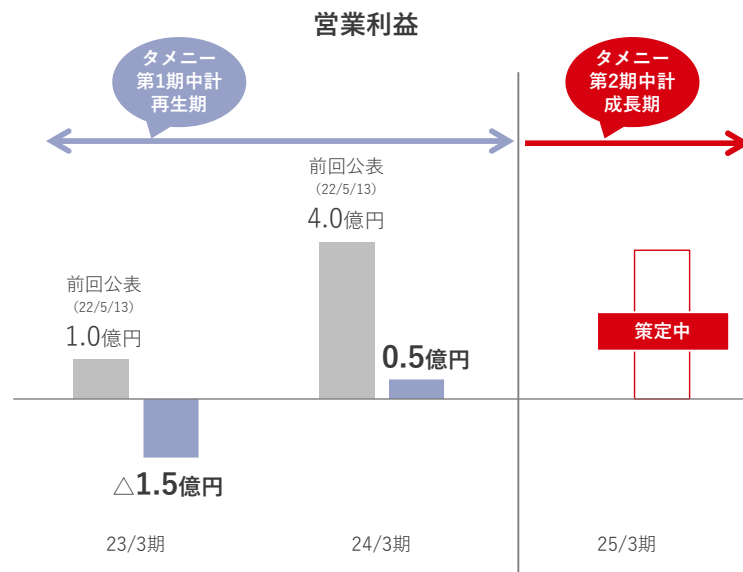
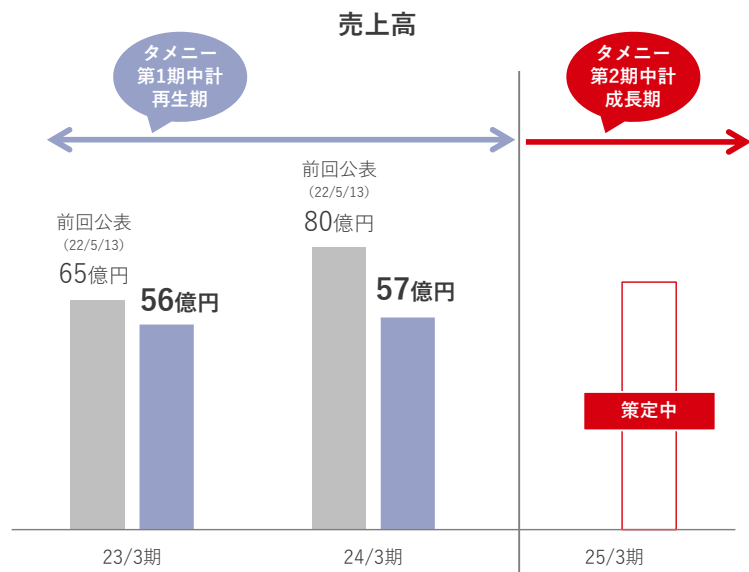
- ・マーケットシェアを測定する指標として**施行件数**を採用
- ・23/3期は2次会くんの施行件数が大幅増加、スマ婚が前期受注活動制限の影響で施行件数減少も当期成約件数増加、LUMINOUSが施行件数減も衣装高品質化で単価・売上とも拡大



2024年3月期に黒字転換、以降、収益拡大基調へ

■ 前回公表（22/5/13）との差異

- ・ 23/3期は婚活事業の結婚相談所で広告投資の再開時期を後ろ倒しし新規入会者数が下振れ、カジュアルウェディング事業のスマ婚シリーズで営業体制整備に時間を要したことで成約が積みあがらず施行件数が下振れ、結果、前回計画（22/5/13）から売上高・営業利益が下振れ
- ・ 24/3期は婚活事業の結婚相談所で前期入会者数減少に伴い在籍会員数減少、カジュアルウェディング事業のスマ婚シリーズで回復が想定より緩やかに、かつLUMINOUSで競争激化により成長率鈍化、法人向け事業を2023年3月31日に譲渡、結果、前回計画（22/5/13）から売上高・営業利益が下振れ



* 2024年3月期から非連結決算に移行することから、2023年3月期は連結業績、2024年3月期は個別業績予想となります

■ 前回公表 (22/5/13) との差異

- ・ 23/3期セグメント別は婚活事業の結婚相談所で広告投資の再開時期を後ろ倒しにしたことで前回公表から新規入会者数2,119名減、在籍会員数1,214名減、カジュアルウェディング事業のスマ婚シリーズで営業体制整備に時間を要し施行件数288件減、LUMINOUS成長鈍化で施行件数867件減、結果、前回公表から下振れ
- ・ 24/3期前提条件は足元の状況を踏まえ、以下の事象が一定程度業績に影響を及ぼすことに変更
 - 前回：新型コロナウイルスの収束が依然見通せず、ウクライナ情勢等の地政学リスクもあり経済環境は不透明な状況
 - 今回：新型コロナウイルス感染症の影響は緩やかに縮小するも、ウクライナ情勢等の地政学リスクや継続的な物価高の影響等から経済環境は依然として不安定

2024年3月期 セグメント別業績

(億円)

旧セグメント		23/3期			新セグメント	24/3期 計画
		前回公表 (22/5/13)	修正計画 (22/11/11)	実績		
婚活	売上高	26.4	23.2	22.7	婚活	22.2
	営業利益	6.9	5.4	5.8		5.4
カジュアルウェディング	売上高	32.2	27.7	26.9	カジュアルウェディング	32.1
	営業利益	0.3	△2.2	△2.2		0.0
テック	売上高	1.6	1.7	1.6	ライフ&テック	2.5
	営業利益	0.7	0.5	0.6		0.3
ライフスタイル	売上高	0.5	0.7	0.7	統合	
	営業利益	0.0	0.2	0.2		
法人・自治体向け	売上高	4.1	4.3	4.2	地方創生	1.5
	営業利益	0.6	0.8	0.7		法人向け事業譲渡 0.2

重要な経営指標見通し (事業別)

		23/3期			24/3期
		前回公表 (22/5/13)	修正計画 (22/11/11)	実績	計画
婚活	新規入会者数 (名)	6,835	5,127	4,716	4,868
	在籍会員数 (名)	9,782	8,757	8,568	8,204
カジュアルウェディング	施行件数 (件)	6,936	6,042	5,870	6,579
	- スマ婚シリーズ	889	595	601	709
	- 2次会くん	654	752	743	1,320
	- studio LUMINOUS	5,393	4,695	4,526	4,550

* 2024年3月期から非連結決算に移行することから、2023年3月期は連結業績、2024年3月期は個別業績予想となります

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

■ 2023年3月期実績

- ・売上高、営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益は前期から増加改善
- － 婚活以外の4事業は増収、販管費は前期比△5.2%
- － 特別利益に事業譲渡益1.2億円計上
- ・2022年11月11日に業績予想修正、修正計画に対し概ね計画通り着地
（「4. 事業計画（3）利益計画及び前提条件」参照）

(億円)	22/3期 実績	23/3期 計画		23/3期 実績				
		前回公表 (22/5/13)	修正計画 (22/11/11)	上半期	下半期	通期	前期 増減	修正計画 増減額
売上高	5,574	6,500	5,756	2,692	2,911	5,604	+29	△151
営業利益	△153	100	△195	△152	0	△151	+1	+43
経常利益	△218	50	△246	△177	△52	△230	△11	+15
親会社株主に帰属する 当期純利益	△320	50	△230	△193	△43	△237	+83	△7

■ 2024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IR 2022年度 企業ホームページ
「グロース市場部門最優秀」
「総合部門優秀」に選定



5. リスク情報

Business Risks

(1) 認識するリスクと対応策

主要な認識するリスクと対応策

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
■ 市場動向 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。	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
■ 競争 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グループ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。	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
■ 個人情報を含む情報資産の管理 当社グループが保有・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、当社グループ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、当社グループ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。	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
■ 婚活関連サービスにおける安全性・健全性維持 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、当社グループ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。	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、当社グループ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 ・ 中長期視点で成長基盤構築に着手（高収益体制の確立、プロダクトの競争力強化、サステナブル経営基盤強化）

※ その他のリスクや対応策の詳細については、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

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2024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、当社グループ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、当社グループ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

TEL : 03-6685-2800 (IR直通 / 平日10-18時) Mail : ir-contact@tameny.jp

よりよい人生をつくる。



Tameny