



2026年6月5日

各位

会社名 株式会社リンクバル
代表者名 代表取締役社長 吉弘 和正
(コード番号:6046 東証スタンダード)
問合せ先 取締役 松岡 大輔
財務経理部長
(TEL. 050-1741-2300)

2026年9月期 第2四半期 決算に関する質疑応答集

株式会社リンクバル(本社:東京都中央区、代表取締役社長:吉弘和正、以下「当社」)が、2026年5月11日に発表いたしました2026年9月期 第2四半期決算について、当社にて想定していたご質問および発表以降に株主・投資家の皆様からいただいた主なご質問とその回答について取りまとめました。なお、本開示は、ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っております。

Q: マッチングイベントが好調ということですが、今後どのようなイベントがあるか教えてください。

A: 現在、成長戦略の一つとして掲げているプラットフォームの成長スパイラルの実現に向けて、起点となる自社大型イベントの開催拡大に取り組んでおります。今後、好調な水族館を舞台としたイベントの開催拡大、また新たな大型イベント企画の開催も検討しております。

Q: マッチングサービスのビジネスモデルについて改めて教えてください。

A: 主要サービス「machicon JAPAN」は、イベント主催者と参加者をつなぐマッチングの場を提供することで収益を創出するビジネスモデルです。イベント運営会社が掲載するイベント情報の集約に加え、自社企画イベントの開催を通じてチケット販売手数料や集客支援により収益を創出しています。恋活・婚活の多様なニーズを包括的に捉え、顧客を囲い込むとともに、蓄積された会員データ(リンクバルID)を活用し、AIで分析・活用することで、レコメンド精度の向上やマッチングの効率化を実現しています。

Q: AI関連への投資を進めているとのことですが、リンクバルグループのAIエンジンの特徴について教えてください。

A: 当社のAIエンジンは、数百万規模の「リンクバルID」に蓄積された属性・行動・購買データのビッグデータを基盤に、実運用に直結した高度なマッチング精度を実現しています。当社のAIは単なる検索最適化にとどまらず、「双方の相性」を加味したマッチングの高度化を志向している点が特徴です。これにより、マッチングの質そのものを高め、ユーザー体験の向上とサービス価値の最大化を実現しています。さらに、AIエンジンはグループ会社であるMiDATAの技術力を活用し、統計解析・機械学習・生成AIなどを組み合わせた形で開発されています。実際にマッチングアプリにおいては、AIエンジン

の導入によりマッチング数が従来比で大幅に向上するなど、具体的な成果も確認されています。こうしたAI活用は既存サービスの高度化にとどまらず、AIコンサルティングや受託開発などのソリューション事業にも展開しており、「自社サービスで磨いたAI技術を外部提供する」収益機会の拡張にもつながっています。

Q: 今期の業績予想におけるマッチングサービスとAIソリューションサービスの売上の割合を教えてください。また、数年後の両サービスの売上割合のイメージを教えてください。

A: 今期の売上構成は、主力である「machicon JAPAN」を中心としたマッチングサービスが大部分を占めており、安定的な収益基盤として機能しています。一方、AIソリューションについては立ち上げフェーズにあり、将来の成長に向けた先行投資を優先している段階であるため、全体に占める割合は限定的となっております。

数年後の展望としては、両事業ともに売上は継続的に成長していく前提ですが、特にAIソリューションについては、外部向けの開発・コンサルティングやプロダクト展開の拡大により、マッチングサービスを上回る成長率で拡大していくことを見込んでおります。その結果として、全体に占めるAIソリューションの売上比率は段階的に上昇していく想定です。

なお、現時点において具体的な売上構成比率の目標は設定しておりませんが、中長期的にはマッチングサービスによる安定的な収益基盤を維持しつつ、AIソリューションがもう一つの成長ドライバーとして存在感を高めていく構造を目指しております。

Q: 上期の状況を踏まえて、下期の業績上積みを目指されると思いますが、上積み成し遂げるためのポイントについて教えてください。

A: 当社の業績は、マッチングサービスの特性上、休日数や大型連休の影響を受けやすく、例年下期に売上が伸長する下期偏重型のシーズンリティがあります。そのため、まず前提として、下期は構造的に業績が積み上がりやすい状況となっております。

その上で、さらなる上積みを実現するためのポイントは、自社大型イベントの拡大にあると考えております。具体的には、開催エリアの拡大により新たな顧客層を取り込むとともに、開催数の増加や企画バリエーションの充実によって集客力を一段と高めていきます。これまでの成功事例で培ったノウハウを活かし、再現性を持ってイベント規模を拡大していくことが重要になります。加えて、大型イベントを起点としたサービス間連携を強化し、継続的な顧客接点の創出やLTVの向上につなげることで、単発の売上にとどまらない成長を実現してまいります。

こうした取り組みにより、シーズンリティによる自然成長に加えて、戦略的な上積みを図っていく方針です。

Q: 上期進捗率が50.9%で、下期の業績達成までの売上は残り約4.8億円ですが、業績達成に向けて、第3四半期と第4四半期における業績のバランスを教えてください。

A: 当社業績は下期偏重型となっております。第3四半期、第4四半期と売上高は上昇する見込みとなっております。

Q: 株主優待を導入されましたが、今後株主還元をさらに強化されるお考えはありますか。

A: 株主優待制度の導入により、2026年3月中間期の株主様は、半年前と比べまして約1,500名増加いたしました。

上場以来支えていただいている株主様、新たに株主となっていただきました株主様に評価をいただけますように、引き続き、事業拡大、株価向上へ取り組んでまいります。

株主還元を含めた企業価値、株価向上に向けた取り組みは、今後も経営の重要な課題として認識し、常に検討を重ねてまいります。

以上