

2023年8月17日

COPYRIGHT © 2023 NOVARESE ALL RIGHTS RESERVED.



## 2023年12月期第2四半期 決算説明資料

株式会社ノバレーゼ [東証スタンダード・9160]



株式会社ノバレーゼ代表取締役社長の荻野と申します。よろしくお願いいたします。本日は、ご参加を賜り、誠にありがとうございます。

早速ですが、2023年12月期第2四半期決算について、ご説明させていただきます。

4ページからお願いいたします。

# CONTENTS

01

2023年12月期第2四半期決算概要

02

2023年12月期の取り組み

03

市場環境

04

ノバレーゼについて

本資料は、株式会社ノバレーゼの業績及び今後の経営戦略に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的としたものではありません。  
本資料にて開示されているデータは、発表日現在の判断や入手可能な情報に基づくものです。当社グループの事業は、顧客嗜好・社会情勢・経済情勢等の影響を受けやすい特性を持っているため、本資料で述べられている予測や見通しには、不確実性が含まれていることをご承知おください。

# CONTENTS

01

2023年12月期第2四半期決算概要

02

2023年12月期の取り組み

03

市場環境

04

ノバレーゼについて

売上収益	営業利益	親会社の所有者に帰属する 四半期利益
8,251百万円	279百万円	71百万円
前年同期比 +16.8%	前年同期比 △65.8%	前年同期比 △84.4%
施行組数	平均ゲスト数	平均組単価
2,125組	50.4人	3,138千円
前年同期比 +8.8%	前年同期比 +12.2%	前年同期比 +3.3%

まずはサマリーです。

売上収益は、前年同期比プラス16.8%の82億5,100万円、営業利益は、前年同期比マイナス65.8%の2億7,900万円、親会社の所有者に帰属する四半期利益は前年同期比マイナス84.4%の7,100万円となりました。

施行組数は、前年同期比プラス8.8%の2,125組、平均ゲスト数は、前年同期比プラス12.2%の50.4名、平均組単価は、前年同期比プラス3.3%の313万8,000円となりました。

施行組数および平均ゲスト数、平均組単価は順調に回復している状況です。詳細は次のページ以降でご説明いたします。

5ページをご覧ください。

■ 施行組数・平均ゲスト数が順調に増加したことに伴い、売上収益は過去最高水準

(単位：百万円)	2022/12 2Q	2023/12 2Q	増減額	増減率
売上収益	7,064	8,251	+1,186	+16.8%
売上総利益	4,128	4,539	+411	+10.0%
販管費	3,595	4,237	+641	+17.9%
営業利益	817	279	△538	△65.8%
営業利益率	11.6%	3.4%	△8.2pt	-
税引前（四半期）利益	684	121	△563	△82.3%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	457	71	△386	△84.4%

POINT
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 売上収益                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 施行組数・平均ゲスト数の増加</li> </ul> </li> <li>● 原価                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 水道光熱費増加</li> <li>✓ 雇用調整助成金の縮減（レストラン部門）</li> </ul> </li> <li>● 販管費                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 新規開業費用増加</li> <li>✓ 来期以降の持続的成長に向けた先行投資（改装費・広告費・採用費・人件費等）</li> <li>✓ 雇用調整助成金の縮減（その他部門）</li> </ul> </li> </ul>

連結の損益計算書です。

売上収益 82億5,100万円、売上総利益 45億3,900万円、販管費 42億3,700万円、営業利益 2億7,900万円、税引前四半期利益 1億2,100万円、親会社株主に帰属する四半期利益 7,100万円となりました。

売上収益は、先ほどもお伝えしたとおり、前期に引き続きブライダル事業の施行組数および平均ゲスト数が順調に増加したことにより、過去最高水準を達成しております。

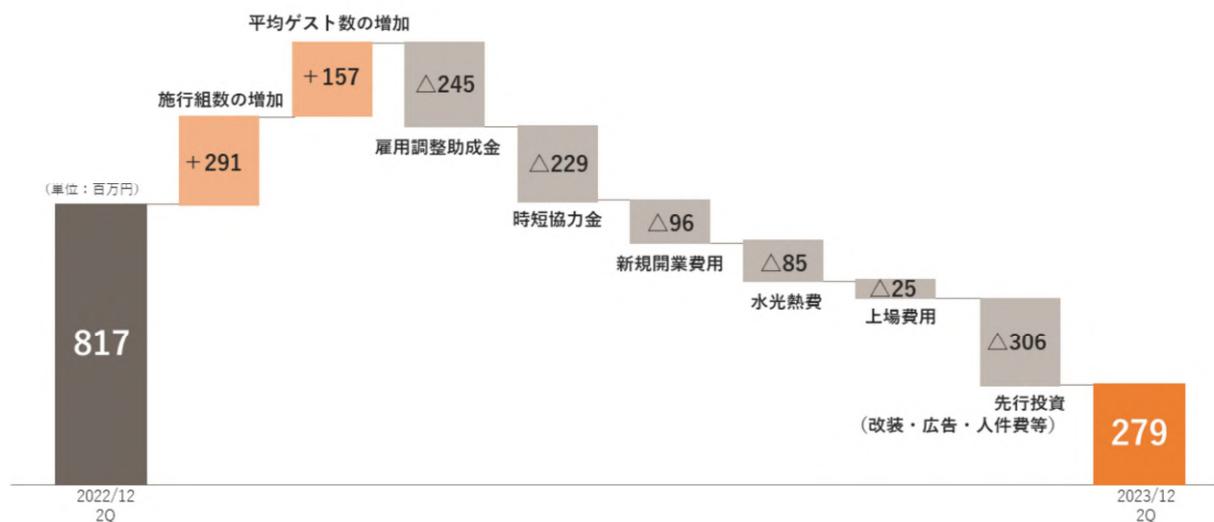
一方で利益面につきましては、昨年受給した雇用調整助成金などのコロナ関連補助金の縮減等が影響し、減益となっております。

営業利益の状況につきましては、次のページで詳しくご説明させていただきます。

6ページをご覧ください。

## 営業利益増減分析（連結）

■ コロナ関連補助金の縮減および持続的成長に向けた先行投資等を実施したため減益となるが、飲料メーカー等との資本業務提携による一括購買等を推進することにより、コスト上昇に対応していく



営業利益の前年同期比 増減要因について図解しております。

前年同期と比較し、施行組数の増加によりプラス 2 億9100万円、平均ゲスト数の増加によりプラス 1 億5,700万円となりました。一方、昨年受給したコロナ関連補助金の影響額が約 4 億7,000万円ありました。また、今期開業の宮崎および沖縄の婚礼施設の開業費用が9,600万円、水光熱費高騰の影響額が8,500万円、上場費用が2,500万円発生しております。

さらに、施行が好調であることを受け、来期以降の持続的成長に向けた先行投資を約 3 億円、実施いたしました。具体的には、既存店の稼働維持のための改装および修繕、広告の強化となっております。

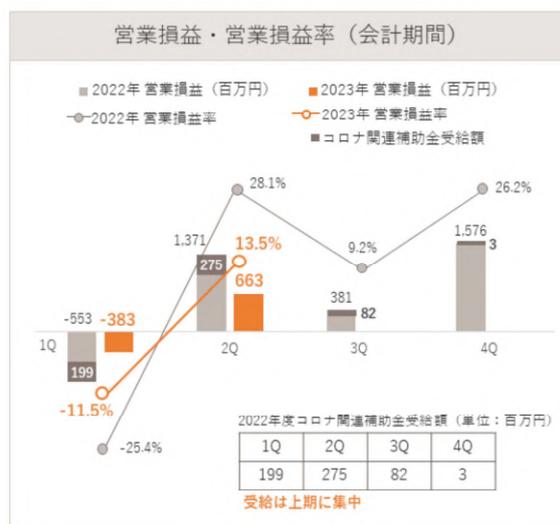
また、中でも人件費が大きなウェイトを占めておりまして、新卒採用を前年の 3 名から62名に大幅に増員するなど、昨年対比で10%ほど社員数が増加しております。これらは過去最高水準の結婚式の数をお手伝いする上で必要不可欠でありました。よってサービス業の人手不足が叫ばれる中で優秀な人材を確保し、今後の確実な成長につなげるため期間であったと捉えております。一時的にはコスト増となっておりますが、今回の営業利益水準につきましては、計画の範囲内と認識しております。

一方、コスト高については、料飲メーカー等との資本業務提携による一括購買等を推進することや、婚礼料理の仕込みをセンター化して一括で行うことを検討しており、引き続き業務改善に努め、コスト上昇に対応していきたいと考えております。

7 ページをご覧ください。

## 四半期業績の推移（連結）

結婚式は気候が穏やかで祝日の多い春と秋に多くなるため、売上収益・営業利益は2Qおよび4Qの比重が高い。中でも新規開業施設が本格稼働する4Qで大きく伸びる。



四半期業績の推移です。

左側のグラフは、会計期間の売上収益と施行組数を、右側のグラフは、会計期間の営業損益と営業損益率を示しています。

結婚式は気候が穏やかで祝日の多い、春と秋が人気です。そのため、当社では4月～6月の第2四半期、10月～12月の第4四半期の比重が高くなる傾向があり、中でも新規開業施設が本格稼働する第4四半期に、売上と利益が大きく伸びる構造となっております。今期はさらにその傾向が強くなっております。

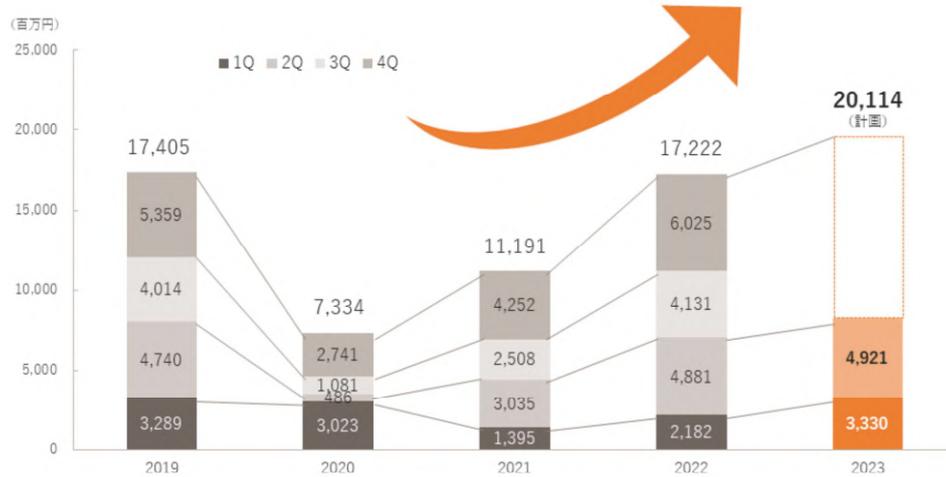
昨年のコロナ関連補助金の受給額を四半期ごとに記載しておりますが、受給は上期に集中しており、下期はほぼありません。

なお、当社は第4四半期偏重の季節性があるため、第2四半期の実績を見た場合における通期業績に対する進捗について、ご不安の声をいただくことが多いですが、上期については主に新型コロナウイルスの報道等による影響により、法人宴会や平均ゲスト数の回復の遅れはあったものの、通期で見た場合においては概ね想定の影響にとどまっております。

8ページをご覧ください。

## 売上収益の推移（連結）

■ 施行組数および平均ゲスト数の増加により、昨年と同水準で順調に進捗。通期では過去最高を見込む。



2019年以降の売上収益の推移です。

コロナ禍の影響により2020年は大きく落ち込んだものの、着実に回復している状況です。今期についても、第2四半期までの進捗は、昨年と同水準であり順調です。通期では過去最高を見込んでおります。

9ページをご覧ください。

## セグメント別の状況（連結）

ブライダル事業 (単位：百万円)	2022/12 2Q	2023/12 2Q	増減額	増減率
売上収益	6,798	7,842	+1,044	+15.4%
セグメント利益	1,325	896	△428	△32.4%
セグメント利益率	19.5%	11.4%	△8.1pt	-



### POINT

セグメント利益は、前期開業「葵庭園」が通期で稼働、既存店も堅調に推移したものの、今期開業2施設の開業費用の発生および水道光熱費の高騰、人件費においては昨年受給した雇用調整助成金等のコロナ関連補助金（422百万円）が当期においては発生しないことが影響し、減益となる。

レストラン特化型事業 (単位：百万円)	2022/12 2Q	2023/12 2Q	増減額	増減率
売上収益	266	409	+142	+53.4%
セグメント利益	△8	0	+9	-
セグメント利益率	-	0.2%	-	-



### POINT

セグメント利益は、前期開業「SHARI赤坂」が通期で稼働したことや、新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い来店客数が増加したこと、雇用調整助成金等のコロナ関連補助金（52百万円）がなくなったものの黒字で着地。

セグメント別の状況です。

売上収益の比率は、ブライダル事業が95%、レストラン特化型事業が5%です。

ブライダル事業の売上収益は、前期開業の、和歌山『葵庭園』が通期で稼働し、既存店も前年同期を上回ったため、前年同期比プラス15.4%の78億4,200万円の増収となりました。セグメント利益が減少したことについては、先ほどご説明したとおりです。

レストラン特化型事業の売上収益についても、前期開業『SHARI赤坂』が通期で稼働し、また新型コロナウイルスの5類移行に伴い来店客数が増加したこと、前年同期比プラス53.4%の4億900万円で増収となりました。セグメント利益は、コロナ関連補助金が5,200万円なくなったものの、黒字で着地しました。外国人観光客が戻ってきており、また中国の日本への団体旅行が解禁されたこと等から、さらなる増収を目指します。

10ページをご覧ください。

## セグメント別売上収益（連結）

### ■ 婚礼プロデュース部門の施行数および平均ゲスト数の増加に伴い、全部門において増収

(単位：百万円)	2022/12 2Q	2023/12 2Q	増減	増減率
<b>ブライダル事業</b>	6,798	<b>7,842</b>	+1,044	+15.4%
婚礼プロデュース部門	3,291	<b>3,818</b>	+526	+16.0%
婚礼衣裳部門	1,567	<b>1,614</b>	+47	+3.1%
内 自社施行	1,370	<b>1,424</b>	+54	+4.0%
内 他社施行	196	<b>190</b>	△6	△3.4%
レストラン部門	1,939	<b>2,408</b>	+469	+24.2%
内 婚礼飲食	1,677	<b>2,019</b>	+342	+20.4%
内 一般飲食	262	<b>388</b>	+126	+48.3%
<b>レストラン特化型事業</b>	266	<b>409</b>	+142	+53.4%

POINT
● 婚礼プロデュース部門 ✓ 施行数の増加および平均ゲスト数の回復に伴い増収
● 婚礼衣裳部門 ✓ 自社施行は地方都市展開型「ecruspose」の新規開業が寄与
● レストラン部門（ブライダル事業） ✓ 婚礼飲食は、施行数の増加および平均ゲスト数の回復に伴い増収 ✓ 一般飲食についても、法人宴会に回復基調が見られたため増収

※ 自社施行とは当社婚礼施設で行う挙式・披露宴用衣裳のレンタル・販売のこと。他社施行とは他社が運営する婚礼施設および提携会場で行う挙式・披露宴用の衣裳のこと。

10

ブライダル事業の部門別の売上収益です。

婚礼プロデュース部門の施行組数および平均ゲスト数の増加に伴い、ブライダル事業の全部門において増収となりました。

婚礼衣裳部門は、地方都市展開型の『エクリュスポーゼ和歌山店』と宮崎店の開業が寄与しています。なお、婚礼衣裳部門の自社施行とは、当社婚礼施設で行う挙式・披露宴用衣裳のレンタル・販売であり、他社施行とは他社が運営する婚礼施設および提携会場で行う挙式・披露宴用の衣裳のレンタル・販売のことです。

レストラン部門の一般飲食についても法人宴会に回復基調が見られたため増収となりました。

11ページをご覧ください。

平均ゲスト数が順調に回復しているに伴い、平均組単価が増加

	2022/12 2Q	2023/12 2Q	増減	増減率
売上収益 (百万円)	3,291	<b>3,818</b>	+526	+16.0%
店舗数 (店)	31	<b>33</b>	+2	-
施行組数 (組)	1,954	<b>2,125</b>	+171	+8.8%
受注組数 (組)	2,289	<b>2,329</b>	+40	+1.7%
受注残組数 (組)	3,788	<b>3,363</b>	△425	△11.2%
平均ゲスト数 (人)	44.9	<b>50.4</b>	+5.5	+12.2%
平均組単価 (千円)	3,036	<b>3,138</b>	+101	+3.3%

※ 店舗数、施行組数、受注組数、受注残組数、平均ゲスト数、平均組単価は国内における実績  
 ※ 施行組数、受注組数、受注残組数、平均ゲスト数、平均組単価は100万円以上の挙式・披露宴が対象  
 ※ 平均ゲスト数、平均組単価の対象は2023年6月末まで開業した全33店舗であり、収容人数50名以下の少人数バンケットでの施行を含む

POINT

- 受注残組数
  - ✓ 足元の受注は堅調に推移しているものの、前年同期は新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い延期された施行が前第4四半期および当第2四半期に多くあったことから、前年同期を下回る。
- 平均ゲスト数
  - ✓ コロナ禍前（2019年12月期第2四半期）の約80%まで回復しており、下期はさらに増加傾向にある。
- 平均組単価
  - ✓ ゲスト数の増加に伴い増加
- 集客強化・受注増加に対する施策
  - ✓ チャペル、付帯施設等の改装
  - ✓ 広告撮影の再開に伴い、SNS等の広告強化
  - ✓ 株式会社IBJとの連携開始
- 単価アップに対する施策
  - ✓ 商品開発および販促強化

婚礼プロデュース部門の状況です。

売上収益は前年同期比プラス16%の38億1,800万円となりました。

店舗数は、和歌山の『葵庭園』、宮崎の『アマンダブルー青島』が増えて、当第2四半期末時点では33店舗です。

受注組数は、前年同期比プラス1.7%の2,329組。

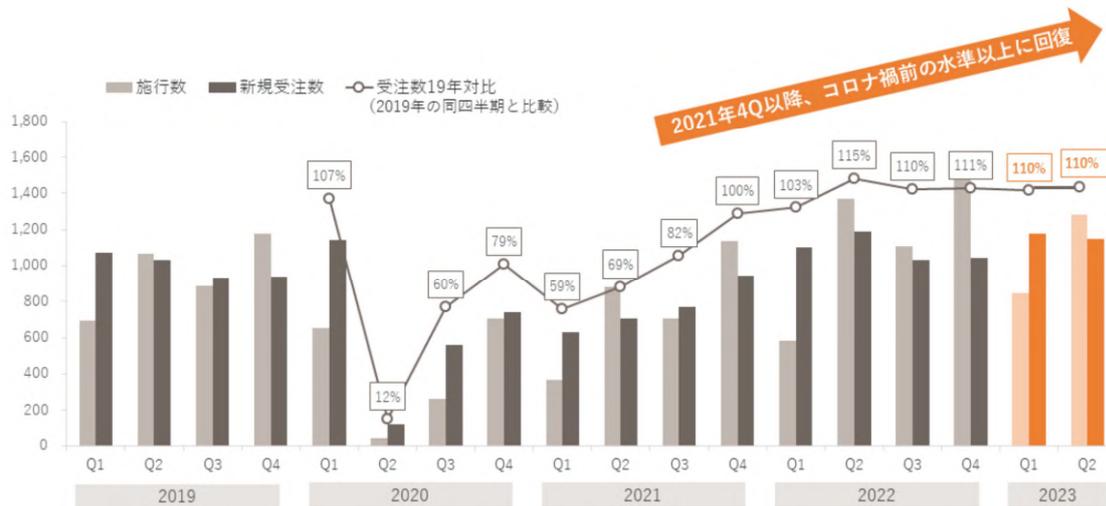
受注残組数については、足元の受注が堅調に推移しているものの、前年同期は新型コロナウイルスの感染拡大に伴い延期された施行が前第4四半期および当第2四半期に多くあったことから、前年同期比マイナス11.2%の3,363組となりました。

今後の集客強化、受注増加に対する施策としては、先ほどもご説明いたしました。チャペルや付帯施設等、顧客志向を的確に捉えた機動的な改装および修繕を引き続き実施いたします。またコロナ禍で中止していた広告撮影を再開しておりますので、SNSを中心とした戦略的な広告を展開いたします。さらに今年5月、資本業務提携いたしました株式会社IBJ様との連携が始まりましたので、安心してご送客いただけるよう準備を進めております。

なお、平均ゲスト数および平均組単価については、100万円以上の挙式・披露宴が対象です。当社の場合は収容人数が50名以下の少人数バンケットがいくつかありますが、そのすべてを含んだ実績となっております。

12ページをご覧ください。

■ 施行・受注組数はコロナ禍で大きく落ち込んだものの、足元ではコロナ禍前の水準以上に回復



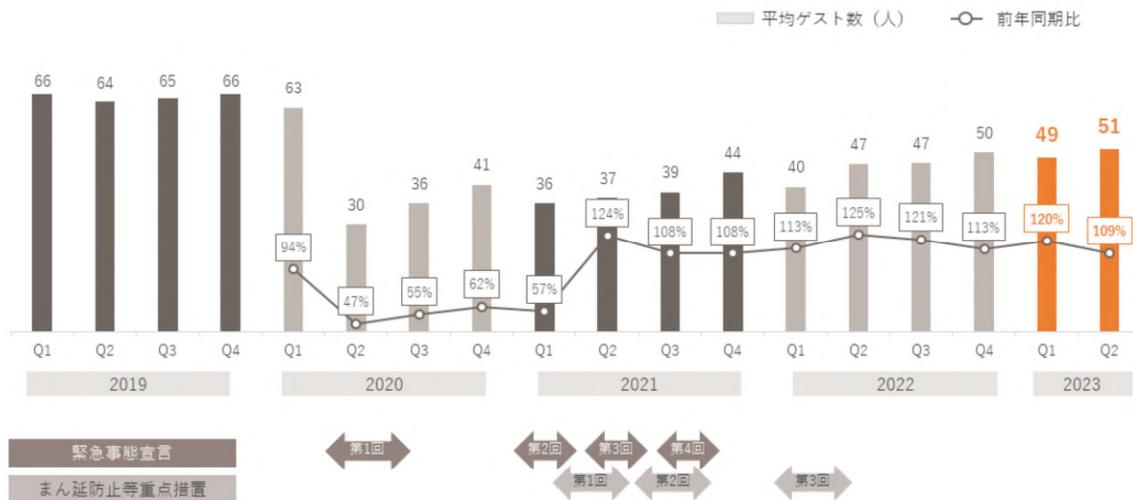
2019年12月期以降の受注および施行の状況です。

折れ線グラフは、受注について、コロナ禍前2019年の同四半期と比較した実績です。受注と施行、ともにコロナ禍前の水準以上まで着実に回復しております。

13ページをご覧ください。

## 平均ゲスト数の推移

1組当たりの平均ゲスト数はコロナ禍により減少したものの、足元は着実に回復



平均ゲスト数の推移です。

折れ線グラフは、前年同期比を示しています。新型コロナウイルスの5類移行もあり、足元は着実に回復しております。

コロナ禍を経て、人と会う価値を再認識するカップルも増えていること、また当社施設の多くが1バンケットの完全貸切型であるため、安心してゲストをお呼びいただけることから、今後も着実にゲスト数が増える見込みです。

下期についても、ご予約ベースにはなりますが、前年同期を上回り55名程度になる見込みです。また来期については、さらに増えて60名程度まで戻るとみております。平均ゲスト数の増加は利益に寄与することから、ゲスト数回復に向けてさまざまな施策に取り組んでまいります。

14ページをご覧ください。

■ 婚礼施設の新規開業に伴い、自社施行の取扱組数が堅調に推移

	2022/12 2Q	2023/12 2Q	増減	増減率
売上収益 (百万円)	1,567	1,614	+47	+3.1%
店舗数 (店)	21	23	+2	-
取扱組数 (組)	2,279	2,391	+112	+4.9%
内 自社施行 (組)	1,934	2,049	+115	+5.9%
内 他社施行 (組)	345	342	△3	△0.9%
受注組数 (組)	2,570	2,604	+34	+1.3%
受注残組数 (組)	3,359	2,890	△469	△14.0%

POINT
● 受注残組数 ✓ 婚礼プロデュース部門同様、前年同期は新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い延期された施行が前第4四半期および当第2四半期に多くあったことから、前年同期を下回る。
● 集客強化・受注増加に対する施策 ✓ 提携会場の新規開拓強化 ✓ 提携会場との連携強化 ✓ ドレスのラインアップ拡充
● 単価アップに対する施策 ✓ 和装の販促強化 ✓ 衣裳小物のラインアップの拡充 ✓ 前撮り撮影の受注を強化 ✓ 親族向け衣裳の販促強化

※ 自社施行とは当社婚礼施設で行う挙式・披露衣装のレンタル・販売のこと。他社施行とは他社が運営する婚礼施設および提携会場で行う挙式・披露衣装の衣裳のこと。

14

婚礼衣装部門の状況です。

売上収益は前年同期比プラス3.1%の16億1,400万円。

取扱組数は前年同期比プラス4.9%の2,391組。婚礼施設の新規開業に伴い、自社施行が増加しております。

受注組数は前年同期比プラス1.3%の2,604組。

受注残組数は前年同期比マイナス14.0%の2,890組となりました。これは、婚礼プロデュース部門同様、新型コロナウイルスの影響により延期された施行が、前第4四半期および当第2四半期に多くあったためです。

なお、弊社の代表的な内製化商品であるドレスの外販営業に注力しており、提携会場の新規開拓および既存会場との連携を強化していきたいと考えています。これにより、今後は他社施行の取り扱いも伸びてくると見込んでおります。

15ページをご覧ください。

## 貸借対照表 / キャッシュ・フロー計算書 (連結)

NOVARESE

(単位:百万円)	2022/4Q	2023/2Q	増減
流動資産	3,522	1,208	△2,314
現金および現金同等物	2,803	463	△2,339
非流動資産	28,458	29,757	+1,299
有形固定資産	14,718	15,958	+1,240
のれん	11,203	11,203	0
無形資産	68	67	△0
繰延税金資産	1,506	1,478	△28
資産合計	31,980	30,965	△1,015
流動負債	17,893	7,593	△10,299
営業債務およびその他の債務	1,358	1,957	+598
借入金	13,068	2,575	△10,493
その他の金融負債	902	974	+71
非流動負債	6,852	16,074	+9,221
借入金	1,058	10,136	+9,077
その他の金融負債	4,586	4,629	+42
負債合計	24,746	23,668	△1,077
資本合計	7,234	7,296	+62
負債および資本合計	31,980	30,965	△1,015

(単位:百万円)	2022/2Q	2023/2Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,665	727	△937
投資活動によるキャッシュ・フロー	△400	△1,161	△760
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,238	△1,907	△669
現金および現金同等物に係る換算差額	4	1	△3
現金および現金同等物の増減額	32	△2,339	△2,371
現金および現金同等物の期首残高	2,246	2,803	+556
現金および現金同等物の期末残高	2,279	463	△1,815

### POINT

- 営業キャッシュ・フロー
  - ✓ 減価償却費 +1,135百万円
- 投資キャッシュ・フロー
  - ✓ 新規出店および既存店に係る有形固定資産の取得 △1,092百万円
- 財務キャッシュ・フロー
  - ✓ 長期借入れによる収入 +11,346百万円
  - ✓ 長期借入金(一年内返済予定)の返済 △12,308百万円
  - ✓ リース負債の返済 △445百万円

15

貸借対照表およびキャッシュ・フロー計算書です。

現金および現金同等物が減少しておりますが、主な要因は2点です。

1点目は、宮崎・沖縄の出店もあり新店および既存店の設備投資を10億9,200万円実施したためです。2点目は、2023年3月に実施したリファイナンス、及び、通常返済に加えて、コロナ禍での緊急融資を返済したためです。下期については、第4四半期に一番の繁忙期を迎えることから、営業キャッシュ・フローは増加いたします。

16ページをご覧ください。

## 2023年12月期通期計画（連結）

### ■ 施行組数および平均ゲスト数の増加により、売上収益は過去最高を見込む

(単位：百万円)	2022/12 通期	2023/12 1Q実績	2023/12 2Q実績	2023/12 通期計画	通期 増減額	増減率
売上収益	17,222	3,330	8,251	<b>20,114</b>	+2,891	+16.8%
売上総利益	10,142	1,691	4,539	<b>11,734</b>	+1,299	+18.3%
販管費	7,663	2,071	4,237	<b>8,705</b>	+1,041	+13.6%
営業利益	2,775	△383	279	<b>3,082</b>	+306	+11.0%
営業利益率	16.1%	△11.5%	3.4%	<b>15.3%</b>	△0.8pt	-
税引前（四半期）利益	2,485	△480	121	<b>2,777</b>	+292	+11.8%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,656	△323	71	<b>1,860</b>	+203	+12.3%
婚礼プロデュース部門 施行組数（組）	4,660	843	2,125	<b>4,886</b>	+226	+4.8%

#### POINT

- 新型コロナウイルスの影響については不確実性があるものの、今期開業施設の本格稼働および単価アップ、一般飲食の販促強化に努め、増収増益を目指す
- ✓ コロナ感染拡大に伴う延期・キャンセルは減少傾向
- ✓ 今期開業の宮崎・沖縄の施設が本格稼働
- ✓ 上記施設の開業費用は上期において計上済
- ✓ 法人宴会の獲得強化
- ✓ 婚礼付帯商品の販促強化
- ✓ 人材採用については来期出店を見据え積極的に推進
- ✓ 集客強化および顧客満足度向上のための改装を実施
- ✓ 株主優待制度は2023年12月末を基準日として導入予定

16

2023年12月期の通期計画です。

売上収益は前期比プラス16.8%の201億1,400万円、売上総利益はプラス18.3%の117億3,400万円、販管費はプラス13.6%の87億500万円、営業利益はプラス11%の30億8,200万円、親会社の所有者に帰属する当期純利益はプラス12.3%の18億6,000万円を計画しております。

新型コロナウイルスの影響については不確実性があるものの、施行組数および平均ゲスト数の増加による増収増益を目指します。なお、下期については、コロナ感染症拡大に伴う延期およびキャンセルが減少傾向にあること、今期開業の宮崎・沖縄の施設が本格稼働すること、またこれらの開業費用は上期において計上済であることを補足させていただきます。

無理な受注活動や不当な値引きをすることなく、より良い商品・サービスの開発に取り組み、それらの商品を適正価格でご案内すること、また、結婚式の意義をしっかりとお伝えすることにより、顧客満足度の向上とともに、単価回復に努めてまいります。

また、質の高いサービスを提供するための資本は『人』です。サービス業界で人手不足が叫ばれる中、当社においてはおかげさまで概ね順調に採用できておりますが、来期以降の持続的な成長を見据え、採用活動および教育研修については、積極的に取り組んでまいります。

よくいただくご質問として、株主優待制度につきましては、2023年12月末を基準日として導入を予定しております。詳細が決定次第、ご案内いたします。

以上、決算の概要についてご説明いたしました。  
続いて、2023年12月期の主な取り組みについてご説明いたします。

18ページをご覧ください。

# CONTENTS

01

2023年12月期第2四半期決算概要

02

2023年12月期の取り組み

03

市場環境

04

ノバレーゼについて



アマンダンブルー 青島

所在地：宮崎県宮崎市青島3丁目1-43

開業：2023年4月

設備：1チャペル (100人) / 1バンケット (154人)

- 大型商業施設がオープンするなど今注目の青島エリアへの出店。
- 敷地面積は、約 4885 m<sup>2</sup>で、鉄骨造りの 2 階建て (延べ床面積約 1376 m<sup>2</sup>) を新築。
- 太平洋に面した施設で、館内の至る所から雄大な海と、神聖な島として名高い「青島」を望む。バンケットの海側は一面ガラス張り、高さ 6 メートル横幅約 16 メートルの大きな窓を設置。
- 宮崎県に婚礼施設が新規開業するのは約 10 年ぶり (リクルート調べ) で、開業準備室オープン以来、受注も好調に推移。

まずは出店実績です。

今年 4 月、宮崎県宮崎市に『アマンダンブルー青島』を出店いたしました。青島を望める海の目の前であること、宮崎では新規開業が約 10 年ぶりということで、順調に受注活動が行われています。

19 ページをご覧ください。



サザンチャペル キラナリリゾート沖縄

所在地：沖縄県島尻郡八重瀬町坡名城534  
ザ・サザンリンクスリゾート内

開業：2023年7月

設備：1チャペル(42人) / 2バンケット(36人・26人)

- 沖縄本島南部の約1万㎡の土地を(株)アコーディア・ゴルフから借り受け、チャペルと披露宴会場が一体となった複合型の結婚式場(1F建て、延べ床面積約1069平米)を敷地内に新築。
- 太平洋に面した本島最南端の婚礼施設で、海に面した高台に建つ、180度オーシャンビューの好立地。那覇空港から車で約30分という利便性の高さも強み。
- 沖縄県への出店を機に、旅行を含む総合的な国内リゾートウエディング事業に参入。

沖縄県南部に開業いたしました『サザンチャペル キラナリリゾート沖縄』です。

沖縄県への出店を機に、旅行を含む総合的な国内リゾートウエディング事業に参入して、出店を加速していきたいと考えています。

20ページをご覧ください。

開業時期	施設形態	名称	バンケット数	収容人数	所在地
2023年4月	ゲストハウス	アマンダンブルー青島	1	154人	宮崎県宮崎市
2023年7月	ゲストハウス	サザンチャペル キラナリゾート沖縄	2	26人・36人	沖縄県島尻郡
2024年夏予定	ゲストハウス	未定	1	未定	仙台市青葉区
2024年夏予定	ゲストハウス	未定	1	未定	福島県福島市

国内店舗数			海外店舗数	合計
ゲストハウス	ドレスショップ	レストラン	フォトウエディングとスパ運営事業	
36店舗	23店舗	7店舗	1店舗	67店舗

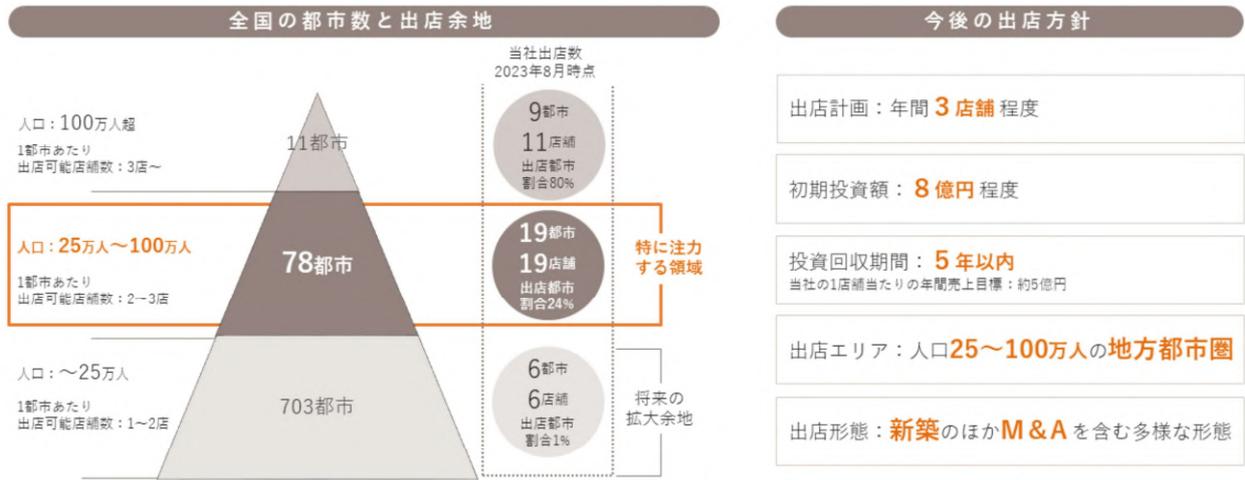
※開業予定を含む

出店実績と計画です。

2024年12月期については、仙台市青葉区および福島県福島市への出店を予定しております。次のページで今後の出店戦略についてご説明いたします。

21ページをご覧ください。

- 高い投資効率が見込めるエリアを十分に精査のうえ、出店余地の高い地方都市圏への出店に注力
- 主に注力地域78都市に出店しており、出店都市割合は23%、1都市あたり2~3店の出店が可能な点を踏まえると出店余地はまだまだ大きい



今後も高い投資効率が見込めるエリアを精査のうえ、出店を進めてまいります。

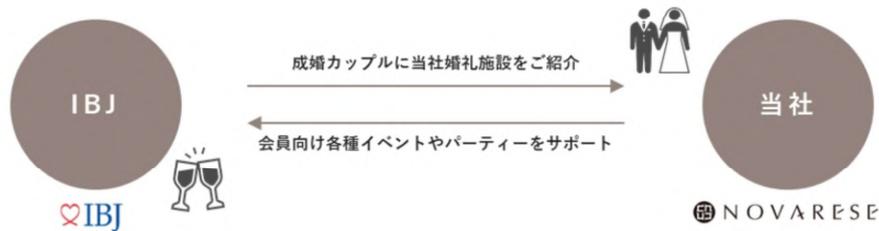
中でも『人口25万人~100万人の地方都市圏』への出店に注力いたします。左の図にある通り、このエリアは78都市あるうち、当社の出店は開業予定を含め19都市であり、出店都市割合は24%と出店拡大余地が十分に残されております。もちろん、高い投資効率が期待できれば、人口100万人超の大都市にも出店を検討いたします。

年間出店計画は、1店舗当たり約5億円の売上を見込める店舗を『3店舗程度』としております。出店の手段も、自前による更地からの出店に加え、地方で苦戦する同業他社の買収や、居抜き物件の賃貸なども含めた多様な形態での出店を進めてまいります。

短期的な利益拡大を目的とした出店ではなく、人材の採用や育成、マーケット、投資効率などをしっかりと精査しながら、着実に出店してまいります。

22ページをご覧ください。

両社の持つ知見やノウハウ等の相互シナジーにより、収益拡大と企業価値向上を目指す



提携内容

- IBJグループから創出された成婚カップルに対し、当社婚礼施設をご紹介（2023年9月より本格的な送客開始）
- 成婚カップルに対し、結婚式を総合プロデュースし、高品質のサービスを提供
- IBJグループ会員向けの各種パーティや婚活イベントを当社施設にてサポート

株式会社IBJ

- 結婚相談所事業を主力事業として全国に展開
- 年間成婚組数：11,921組（2022年度実績）
- 結婚相談所数：3,883社（2023年6月末時点）

22

今年5月、株式会社IBJ様と業務資本提携いたしました。  
当社の発行済株式に対する所有株式数の割合は、6月30日時点で5.1%です。

IBJ様は皆様ご存じの通り、結婚相談所を全国に展開しておられ、2022年度の年間成婚組数は1万1,921組です。結婚相談所は3,883拠点あり、全国展開している当社施設に送客しやすい環境が整っております。

現在、当社婚礼施設およびサービスをご理解いただくための『IBJカウンセラー向けの勉強会』を全国で実施しており、9月より本格的な送客がスタートいたします。来期以降、多数のお客様をご送客いただける見込みです。

また、IBJ様の会員向けの各種イベントやパーティを当社施設でお手伝いさせていただく等、レストラン部門の一般飲食においても収益拡大を目指します。

23ページをご覧ください。

### Ⅰ レンタル利用を終えた廃棄予定のウエディングドレスを子ども用パーティドレスにアップサイクル

産学連携プロジェクトとしてデザインは専門学校「東京モード学園」に依頼し、当社ドレスケア担当スタッフが制作。ブライダル業界の新たな取り組みとして、多数メディアで紹介されました。

		<p><b>掲載メディア</b> (一部抜粋)</p> <p>TBS「Nスタ」                  テレビ東京「ゆうがたサテライト」                  BS朝日「つながる絵本～for SDGs～」                  J-WAVE・日経MJ・産経新聞                  織研新聞・繊維ニュース                  ブライダル産業新聞・朝日小学生新聞</p>	<p><b>商品概要</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 取り扱い：(株)アンドユー</li> <li>● レンタル価格：3,300円</li> <li>● 点数：10型15着</li> </ul>

23

サステナビリティ推進の取り組みをご紹介します。

レンタル利用を終えた廃棄予定のウエディングドレスを子ども用のパーティドレスにアップサイクルいたしました。産学連携プロジェクトとしてデザインは東京モード学園様に依頼し、当社のドレスケア担当スタッフが制作いたしました。サステナビリティの推進は経営の重要課題だと認識しておりますので、ブライダル業界全体を巻き込みながら、積極的に取り組んでいきたいと考えております。

以上、2023年12月期第2四半期の取り組みについてご説明いたしました。最後に、当社のビジネスモデルおよび成長戦略について、ご説明いたします。

資料の33ページをご覧ください。

# CONTENTS

01

2023年12月期第2四半期決算概要

02

2023年12月期の取り組み

03

市場環境

04

ノバレーゼについて

- コロナ禍前の挙式・披露宴・披露パーティ市場は約1.4兆円の巨大市場であり、安定的に推移
- 当社の婚礼売上は着実に拡大。コロナ禍による落ち込みはあったが、足元は市場全体の回復に先んじて落ち込み前の水準に回復

挙式・披露宴・披露パーティ市場規模推移

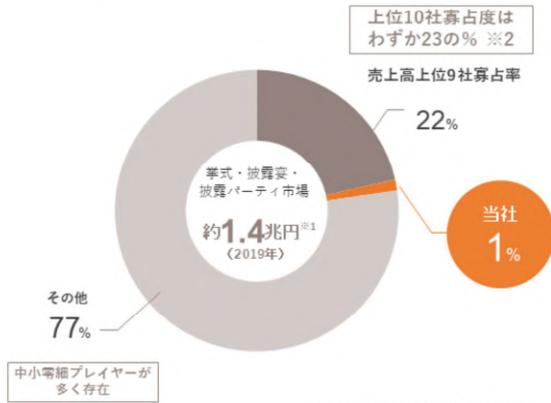


※ 出典：矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2022」

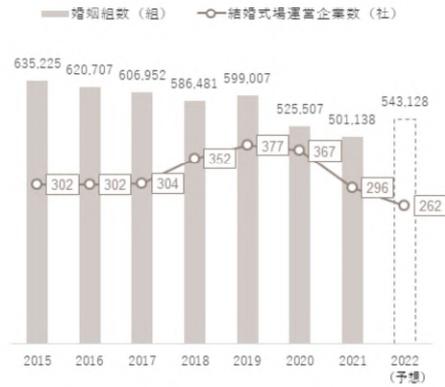
## 市場環境 ②

- マーケットの寡占度は低く、中小零細プレイヤーが群雄割拠。当社の市場シェアも1%程度に過ぎず拡大余地は十分
- コロナ禍により、プレイヤーの二極化が進展
- 婚姻組数が大きく変わらない中で、プレイヤーの淘汰が進む局面は当社にとって更なるシェア拡大の好機

### 挙式・披露宴・披露パーティ市場 市場シェア



### 全国婚姻組数・結婚式場運営企業数推移

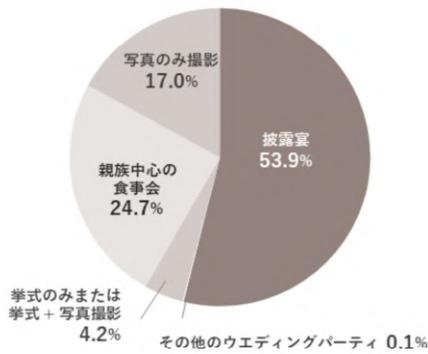


※ 出典：リクルート・ブライダル総研「婚姻組数予測」調べ  
※ 出典：経済産業省「結婚サービス産業動向調査」  
婚姻式場運営企業数は調査対象の見直しによる不連続を反映した前年比を2015年の実績を基に引き継いで算出

- 当社は周辺ビジネスの内製化により、結婚披露宴のみならず、結婚を機としたすべてのセレモニーに対応
- 披露宴自体も、ホテルよりも当社の基本コンセプトである貸切ゲストハウスが選好される傾向

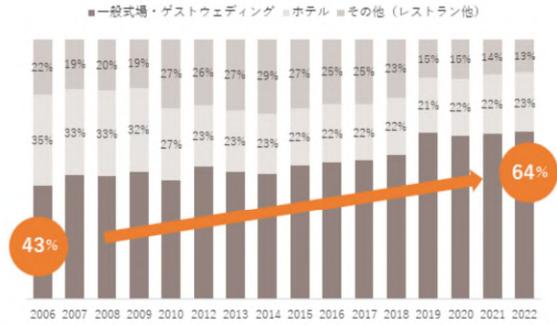
セレモニーの実施形態（2022年）

当社はすべての形態に対応



※出典：結婚総合意識調査2022（リクルートブライダル総研調べ）

披露宴・披露パーティ会場別実施割合



※出典：ゼクシィ結婚トレンド調査2022調べ（2011年は東日本大震災のため統計はなし）

# CONTENTS

01

2023年12月期第2四半期決算概要

02

2023年12月期の取り組み

03

市場環境

04

ノバレーゼについて

## 会社概要

 NOVARESE

会社名	株式会社ノバレーゼ
代表者	代表取締役社長 荻野洋基
本社所在地	東京都中央区銀座1-8-14 銀座YOMIKOビル4階
創立年月日	2000年11月1日 2016年12月にNAPホールディングス株式会社の完全子会社となり 2017年6月に同社を存続会社として合併
事業内容	ブライダル事業 [婚礼プロデュース部門/婚礼衣裳部門/レストラン部門] レストラン特化型事業（連結）
資本金	100百万円（2022年12月31日時点）
従業員数	連結 987名（302名）/単体737名（235名） （直近1年間の平均臨時雇用者数を（ ）外数で記載、2022年12月31日時点）
決算月日	12月31日

※ レストラン特化型事業は、2019年1月1日にて、株式会社プロスダイニングに会社化

企業理念

### Rock your life

元気を与え続ける会社でありたい

 NOVARESE

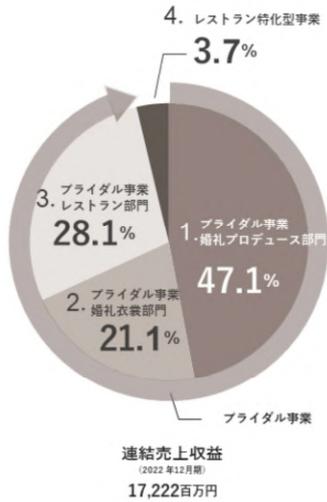
**NOTABLE**：注目に値する

**VALUABLE**：価値のある、貴重な

**RENOVATE**：新しく元気にする

**SENSATIONAL**：感動や驚きを与える

■ ゲストハウス（婚礼施設）を中心にドレスショップやレストランを展開し、ブライダルにおけるあらゆるニーズにワンストップで対応可能



01



**ブライダル事業  
婚礼プロデュース部門**

挙式・披露宴を予定しているお客様に、会場のご案内から当日の企画、引出物や料理の選定など、結婚式に関わるすべてのプロデュースを行う

03



**ブライダル事業  
レストラン部門**

婚礼飲食や宴会飲食を提供する他、一部の婚礼施設においては、平日にランチ・ディナー営業を行う

02



**ブライダル事業  
婚礼衣装部門**

全国にドレスショップを展開し、婚礼衣装のレンタル・販売を行う

04

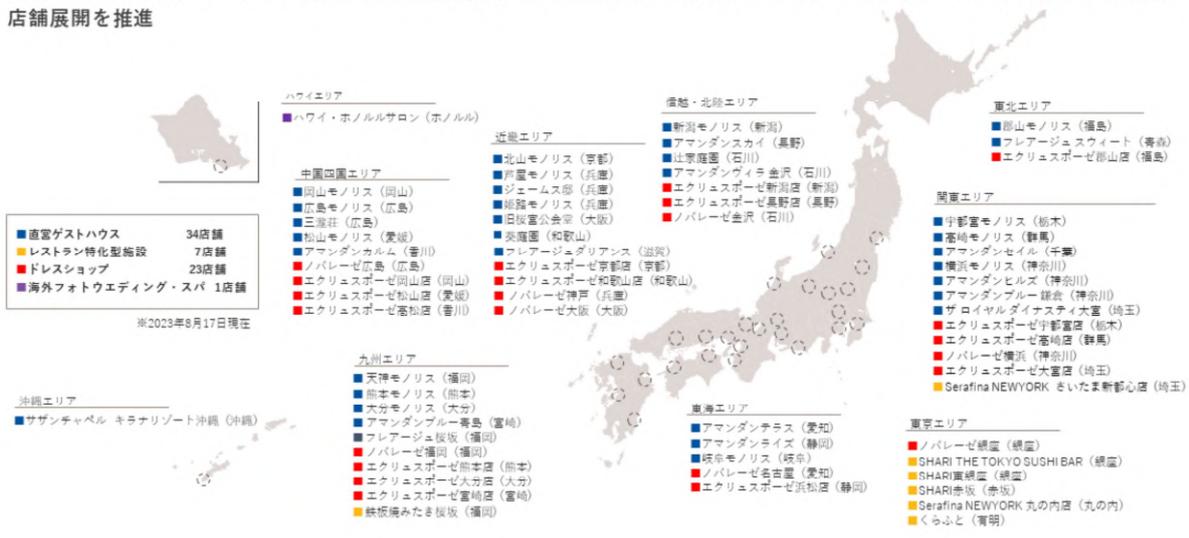


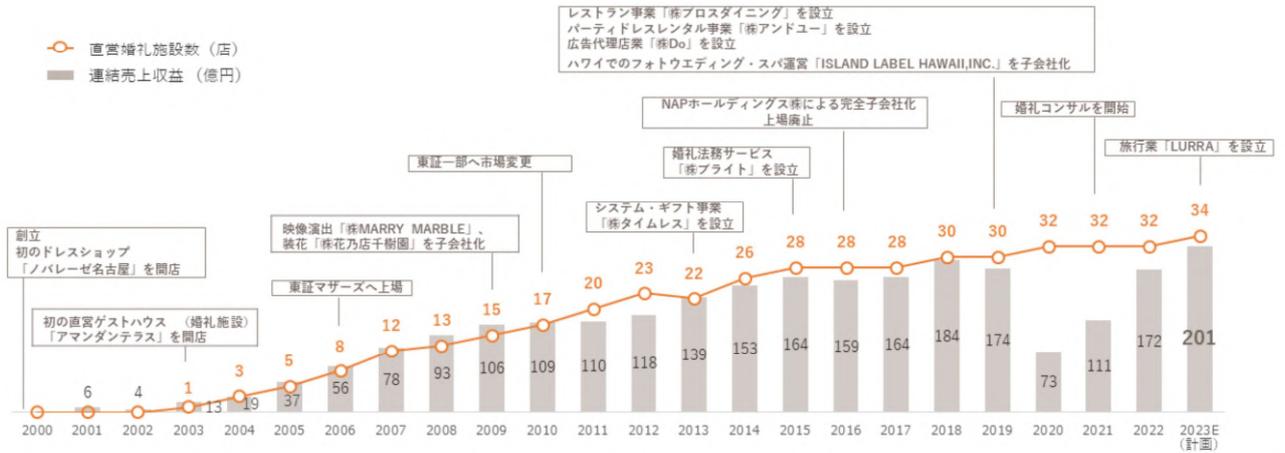
**レストラン特化型事業**

ランチ・ディナー・宴会に特化したレストランを運営

# 店舗一覧

- 国内外65店舗に広がる営業基盤
- 人口25万人以上の都市を対象に、年間で婚礼施設3店舗程度、ドレスショップ3店舗程度を出店
- 人材の採用や育成、マーケット状況、また投資回収期間などを総合的に勘案し、クオリティの高いサービスが提供できる速度で店舗展開を推進





婚礼プロデュース事業・婚礼衣裳事業

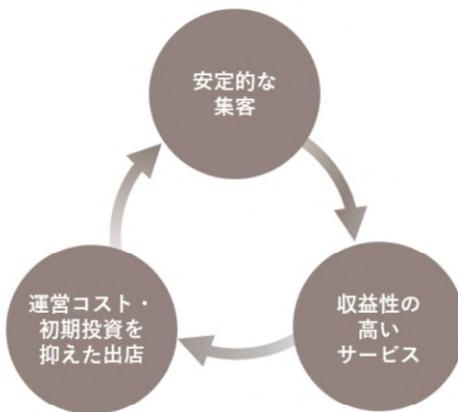
婚礼施設の運営・レストラン事業

映像演出・写真・装花事業

ギフト・システム・コンサルティング事業

広告代理店業・ハワイへの進出

- 地方都市×シンプルモダンデザインの独自のポジショニングに特化
- 質の高い婚礼関連サービスを一気通貫で提供可能な事業体制



01

### シンプル・モダンなデザイン

投資額を抑えつつ、差別化されたデザイン

02

### 地方都市圏を中心とした店舗展開

競争が少なく、低コストでの運営モデルを確立

03

### サービス内製化による収益性向上

1 施行あたりの収益機会を極大化

04

### 高い顧客満足度を実現する人材の確保

低い離職率と業界トップクラスの従業員満足度

05

### 生産性・サービスの質向上に寄与するDX施策

自社開発のシステムで婚礼サービスを一気通貫で提供

高い利益率・投資効率を実現

33

当社が持続的に成長している背景には、シンプルでモダンなデザインの施設を地方都市中心に出店する独自の戦略を取っていること、またあらゆる婚礼関連サービスを一気通貫にかつ高品質に提供できる体制を確立していることが挙げられます。

まず当社のメインコンセプトである『シンプルかつモダンなデザイン』の婚礼施設を地方都市中心に展開することにより、初期投資や運営コストを抑えた出店が可能となります。更に質の高いサービスと魅力的な施設により、そのエリアでお客様に選ばれる確固たるプレゼンスを確保し、安定的な集客を実現します。

また、ドレスレンタルを始めとする婚礼関連サービスを内製化することで、1 施行あたりの収益機会を極大化し、収益性の高いビジネス展開をおこないます。

当社はこの高収益ビジネスモデルを確立し全国へ展開しております。

出店拡大余地も十分にあり、更なる成長を目指しております。

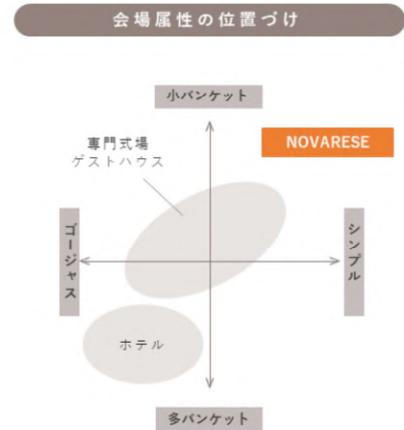
各項目についてご説明いたします。

34ページをご覧ください。

## 01 シンプル・モダンなデザイン（式場デザインの差別化）

- シンプル・モダンなデザインにより、競合他社との差別化を図る
- 投資額を抑えた施設展開により、無理のない稼働率でも経営が可能

	当社	一般的な婚礼施設
投資額 🏠	<p><b>低</b></p> <p>1施設あたり平均初期投資額 <b>約8.0億円</b>※</p> <p>シンプルな設備によるリーズナブルな投資額</p>	<p><b>高</b></p> <p>1施設あたり平均初期投資額 <b>約14.7億円</b>※</p> <p>大規模かつ豪華さを打ち出すには、多額な投資が必要。トレンドの変化に合わせて定期的な改修工事が必要</p>
損益分岐点 📈	<p><b>低</b></p> <p>投資額を抑えているため、年間120組を目標とする。集客・稼働面で無理のない経営スタイル</p>	<p><b>高</b></p> <p>投資回収には高い稼働率が求められるため宴会場を複数構える企業も多い。稼働率を高めるために膨大な広告費も必要</p>



※上記5件別（マゼンキョーベル、キキアリゾート併設、アマンダンブルー併設、豊田園、大池セノリス、常盤セノリス）の平均初期投資額。  
 ※同業他社別（マゼンキョーベル、アマンダンブルー併設、アマンダンブルー併設、豊田園、大池セノリス、常盤セノリス）の平均100坪の有用延床面積あたりの投資額【設備の別記、見積書の計画】の、施設ごとの投資予定総額※投資施設総数を算して算出。低、中、高は、投資額を比較して算出。※投資施設総数は別表。

当社のコンセプトとしては『シンプルなデザイン』かつ基本的には『1施設あたりのバンケット数を1つ』とした店舗戦略で他社との差別化を図り顧客を取り込んでおります。1施設で複数のバンケットを抱える施設や、豪華さを重視した施設とは一線を画した戦略をとることで、競合の少ないブランクスペースで事業を展開でき、顧客の取り込みにも成功しています。1施設あたりの投資額で比較しても、シンプルな設備により、リーズナブルな価格での投資を実現しており、損益分岐点の低い体制を構築しております。

35ページをご覧ください。

## 02 地方都市圏を中心とした店舗展開（地方出店のメリット）

- 競合状況が比較的緩やかで、地代や広告宣伝費等の運営コストが低い地方都市圏を中心に、出店立地を精査して店舗を展開
- 地方における高い地位を確立しながら高い収益を獲得

### 現在の国内出店状況（ウエディングベース）

#### 大都市・地方都市の出店環境

	大都市	地方都市
マーケット	大	小～中
競合	厳	緩
運営コスト	高	安

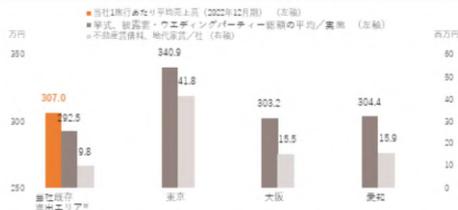
当社の注力領域 →

#### 国内出店一覧

順位	所在地	人口	施設名
1	青森	青森市 28万	フレアージュスイート*
2	福島	郡山市 32万	郡山モリス
3	新潟	新潟市 78万	新潟モリス
4	石川	金沢市 45万	比叡庭園
5	石川	かほく市 4万	アマンダンヴィラ
6	群馬	高崎市 37万	高崎モリス
7	栃木	宇都宮市 52万	宇都宮モリス
8	埼玉	さいたま市 113万	ザ・ロイヤリティオスティア
9	千葉	千葉市 96万	アマンダンセイル
10	神奈川	横浜市 373万	横浜モリス
11	神奈川	厚木市 22万	アマンダンヒルズ
12	神奈川	鎌倉市 18万	アマンダンブルー鎌倉

- 人口25万人以上の都市を中心に
- 競争過多で負担の重い首都圏を避け収益性を確保
- 都市型/郊外型/再生型/リゾート型の4つのブランドを展開
- 比較的大きな都市については複数ブランドの同時出店有

#### 三大都市と当社既存進出エリアの比較



※ 出典：ゼアリイ、婚約トレンド調査2022/経済産業省、令和3年経済センサス - 稼働調査、速報集計（産業分類：産業業）  
 ※ 当社が出店している26府県のデータを採用。「平均、最高ウエディングパーティー総額の平均」は中央値を、「不動産賃借料、地代家賃」は平均値を算出。

順位	所在地	人口	施設名
13	静岡	浜松市 80万	アマンダンライズ
14	長野	長野市 37万	アマンダンスカイ
15	岐阜	岐阜市 40万	岐阜モリス
16	愛知	名古屋市中区 229万	アマンダンテラス
17	滋賀	近江八幡市 8万	フレアージュリアンス*
18	大阪	大阪市 273万	田和宮公園堂
19	京都	京都市 139万	京都北山モリス
20	兵庫	神戸市 152万	ジェームス邸
21	兵庫	姫路市 54万	姫路モリス
22	兵庫	芦屋市 10万	高層モリス
23	和歌山	和歌山市 36万	舞臺庭園
24	岡山	岡山市 70万	岡山モリス

※ 2023年4月30日現在 ※ 青森、福岡版、滋賀は暫定店舗  
 ※ 出典：総務省発表/令和20年1月1日現在国勢調査人口・世帯数、令和2年（1月1日）国勢調査人口・世帯数、人口動態（各府県別別）

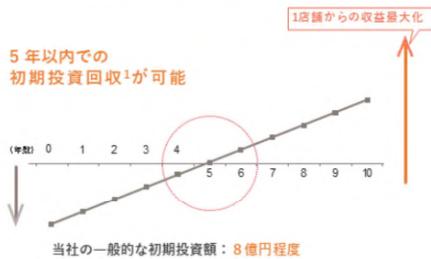
当社は競合状況が比較的緩やかな地方都市圏を中心に、出店立地を精査のうえ店舗展開しております。当社出店エリアである地方都市圏は、競合も都市部に比べて少ないことから、地代や広告宣伝費等の運営コストを安く抑えることができます。三大都市と当社既存進出エリアとを比較すると、地代家賃には大きな差異がある一方で、結婚式1施行あたりの売上収益は大阪や愛知と同程度の水準を確保できております。よって、収益性の高いビジネスが実現できることがおわかりいただけるかと思えます。

36ページをご覧ください。

## 02 地方都市圏を中心とした店舗展開（投資効率・投資回収の優位性） NOVARESE

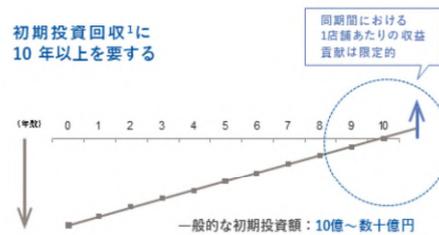
初期投資負担、広告宣伝費や賃料等のランニングコストの低さ、内製化やDXの進展による1施行あたりの収益最大化の実現を通じて、高い投資効率を実現

当社の投資回収イメージ（新店1店舗）



- シングルバンケット+地方への出店  
設備投資が抑えられることに加え、競合が少ないことで広告費も抑えられるため初期投資額も低い
- 内製化の進展により、マネタイズポイントを多数有する
- 5年以内に投資回収を実現
- 出店ハードルが低く、より小さな都市にも出店可能なため、拡大余地が大きい
- リニューアルがしやすく、長期に渡り利益を生み出すことが可能
- 結果として、高い資産収益性を実現かつ直近の減損もない

一般的な式場運営企業の投資回収イメージ（新店1店舗）



- 大規模かつ豪華さを打ち出し、多バンケットであるため初期投資額（10億～数十億円）<sup>※2</sup>は高い
- 投資回収に10年以上を要する
- 定期的なメンテナンスを必要とし、リニューアルも容易ではない
- 結果として、資産収益性は低くなる

※1 EBITDAを算じた初期投資額を100%時点での初期投資回収とする  
※2 株式会社（ツカダ）コーポレートシステムズ、アイ・アイ・アイホールディングス㈱、株式会社、株式会社アドヴィゲ、エービーエス・レイアウト等の過去10箇年の有価証券報告書による【設備の新設、増設等の計画】の、施設ごとの投資予定総額を指す。尚、準式・被投資会社以外への設備投資等は除外。

36

先ほどご説明しました通り、初期投資負担や運営コストを抑えながら収益性の高いビジネスモデルを構築しており、1施行あたりの収益最大化を図っております。その結果、同業他社と比較しても投資回収期間が短く、高い投資効率を実現しております。

一般的に結婚式場の投資回収には10年以上の期間を要すると言われておりますが、当社の投資回収イメージとしては、新店が開業してから約5年以内での初期投資回収が可能となっております。

37ページをご覧ください。

### 03 サービス内製化による収益性向上

- 婚礼周辺をサービス内製化することにより、競合他社の多くが外注をしている領域を収益機会化。高収益性の実現に寄与
- さらに、これらの内製化されたサービスを外部事業者向けに販売することにより、新たな収益機会を獲得



次に当社の婚礼周辺サービスにおける内製化について、詳しくご説明いたします。

左の図に記載のとおり、婚礼周辺サービスとして、ドレスや映像写真、装花やギフト等のサービスがございますが、競合他社の多くは、各サービスを外注しているケースがほとんどであります。一方、当社では各サービスにおいて自社機能を有しており、内製化を行っております。お客様とのタッチポイントを増やすことで、婚礼サービス全体での収益機会を最大化できるだけでなく、外注コストが抑えられるため、結果として他社と比較して高い収益性が確保できております。これは競合他社との最大の差別化要因であると考えています。

また、右の図にある通り、当社の内製化されたサービスを外部事業者様向けに販売することで、新たな収益機会の獲得にも繋げております。

最後に人についてご説明いたします。

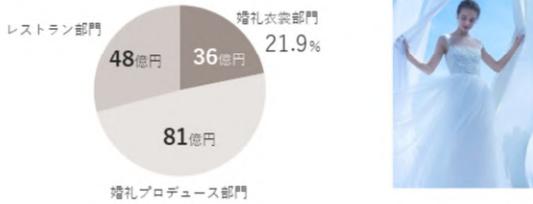
40ページをご覧ください。

### 03 サービス内製化による収益性向上（ドレス事業の内製化）

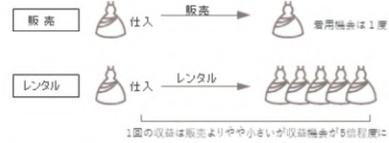
Ⅰ ドレスレンタル事業の内製化は、当社の収益性の高さを支える要素

Ⅱ 婚礼衣裳事業を祖業とする当社にとって当該ビジネスは大きな武器であり同業他社からの引き合いも強い

ブライダル事業収益内訳（2022年12月期）



高収益性の源泉となる「レンタル」



同業他社比較

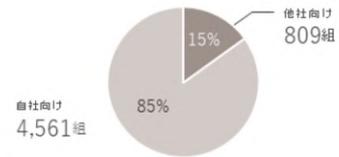
他社（一例）

- 内製化を始めてからの歴史が浅く、提携ブランドや営業ノウハウが比較的少ない
- テナントであるドレスショップから多額の敷金を受領し、初期投資に充てていることから、ドレスを内製化しにくい

当社

- ドレスショップからの創業であり、約20年の営業ノウハウを有する
- 自社会場の特性や顧客のトレンドがわかることから、これらのことをドレスのデザインに反映しやすく、結果として顧客満足度が向上する
- ドレスショップを内製化することにより、収益力が向上する

ドレスレンタル施行実績

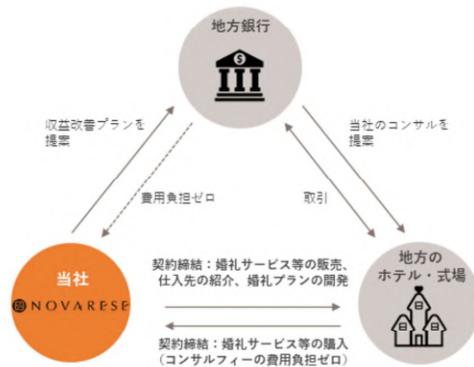


※ ブライダル事業における収益およびドレスレンタルにおける施行実績は2022年12月期実績

### 03 サービス内製化による収益性向上（婚礼コンサル事業）

- 自社で内製化された婚礼周辺サービスを外部販売し収益化
- 婚礼サービス等の販売、仕入先の紹介、婚礼プランの開発を手掛ける

#### ビジネスモデル



#### 事業の特徴

- 地方のホテルや結婚式場に対し、当社がコンサルティングを提供
- コンサルフィーは無料とし、対象企業に対して**当社が内製化している婚礼周辺サービスを販売し、収益化**
- 潜在的なM&A候補の探索にもつながりうる



#### 「収益改善」で他社の婚礼コンサルサービスと差別化

	収益改善	受注率改善	コスト改善	客単価改善
他社	○	○	△	△
<b>当社</b>	<b>○</b>	<b>○</b>	<b>◎</b>	<b>◎</b>

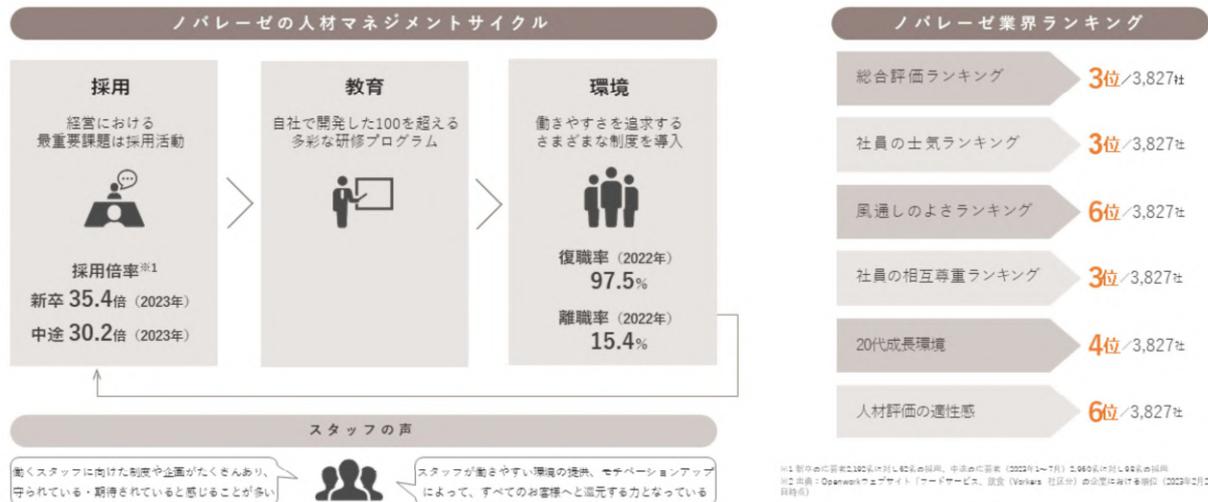
仕入れ等に関して、当社取引先への切り替えを促進し、新規顧客紹介で価格交渉も可能に

既存の婚礼プランの見直しや新規プランの開発をしながら、客単価引き上げ

## 04 高い顧客満足度を実現する人材の確保（マネジメントサイクル）

NOVARESE

- 採用活動・従業員教育・働きやすい環境づくりといった人材マネジメントサイクルを整備
- 人材に関して業界でトップクラスの評価を受ける



40

当社は、高品質なサービスを提供するために、採用活動から社員教育、働きやすい環境づくりといった人材マネジメントサイクルをさまざまな観点で整備しております。結果として人材に関して、業界でもトップクラスの評価をいただいております。人手不足が叫ばれる中、当社の就職応募者数及び採用人数は増加傾向にあり、就活生からも高い評価を頂戴しております。応募者数も年々増え、今年4月に入社した新卒は62名、来年も60名程度を予定しております。中途採用についても、2023年1～7月の累計で、98名採用しており、採用倍率は30.2倍です。

適切な人材のマネジメントサイクルを通じてスタッフのレベルアップを図り、顧客への上質なサービス提供を可能にしております。

先ほど説明しましたが、今期多くの人材を採用しました。また今期過去最高の組数となる予定ですので、繁忙期に向けて教育等をしながら、よいサービスができると考えています。

以上、当社の強みについてご説明いたしました。

結びになりますが私達ノバレーゼの強みは『人』です。

改めて私達ノバレーゼは誰かの笑顔のために、幸せのために、そんなスタッフ1人ひとりの想いで成り立っている会社です。スタッフが幸せであってはじめて目の前のお客様を幸せにできるのではないかと考えております。

そんな仲間と共に、これからも社会に貢献し世の中に元気を与えられる会社であり続けます。その結果、株主の皆様をはじめ、すべてのステークホルダーの皆様への還元に繋がると信じております。

ご清聴いただき、誠にありがとうございました。

## 04 高い顧客満足度を実現する人材の確保（福利厚生）

### 充実した福利厚生により、パパ・ママの働きやすい環境を提供

#### ノバキッズ（ベビーシッター補助制度）

設 立 の 背 景	ウエディングプランナーやドレスコーディネーターとして土日の現場復帰を希望する社員は多いものの、保育園や幼稚園の関係で、どうしても披露宴や来婚會の少ない平日勤務のアシスタント業務などに限られていた
利 用 対 象	小学生以下の子どもをもつ、正社員と契約社員の男女
効 果	育児と仕事を両立しやすい環境をつくることで、優秀な育児世代の活躍の場を広げ、経験豊富な社員の現場復帰で、受注率やサービスの質向上にもつながる

#### パラノバ（副業制度）

設 立 の 背 景	「個人の尊重」という方針で育ってきた古今の若手の特徴にある「自己実現の追求」の達成
副 業 対 象	雇用契約を結ばない個人事業主やフリーランスとして、他社やNPOなど
効 果	働く形態を事業主やフリーランスに絞ることで、社外で働く目的が、価値を得るためだけではなく、個人の力を活かした自己成長を促し、結果としては高めた技術を本業に生かす

リモノバ（在宅勤務制度）

フレックス勤務制度

有休100%取得制度

勤務エリア限定制度

#### 女性の高い復職率



#### 業界の中でも低い離職率



※1 出典：厚生労働省の賃金調査結果・評価報告「給与と生活の現状レポート2020」（最新版）  
 ※2 出典：厚生労働省「令和2年度雇用開始者増減の概況」

#### ウーマンエンパワーアワード2022大賞受賞

「男性の育児取得体制」「ベビーシッター費用の無償化」「育児短時間勤務制度」などが評価され、女性活躍を推進する企業を表彰する「ウーマンエンパワーオンラインアワード2022」の大賞を受賞

## 05 生産性・サービスの質向上に寄与するDX施策

- システム開発部門を自社で持つことにより、タイムリーなDX化を実現
- オンライン上で結婚式当日までの準備をサポートするお客様専用サービスも提供

### システム開発の内製化

#### WEDO



- 結婚準備支援のお客様専用サービス
- 婚礼運営企業に向けてオンライン上で結婚式当日までの準備をサポートし、ナビゲート

- オンライン上での成約後の打ち合わせを完結
  - ✓ WEB会議システムの活用により、場所や時間を問わず、結婚式の準備が可能
  - ✓ ウェブ上でアイテム選び、席次表作り、引出物選びなど、効率的に準備ができる
  - ✓ プランナーの在宅勤務などライフスタイルに合わせた勤務形態にも柔軟に対応
- 業務負担の軽減、実務時間の活用
  - ✓ プランナーの業務時間の削減、ヒューマンエラーの防止など業務改善も実現
  - ✓ 実務時間を活用することで、満足度の向上やさらなる組織の受け入れを実現
- システムの外販
  - ✓ 婚礼企業に合わせて必要な機能を選択いただき、最大限に活用できるサービスをご提案

#### その他



#### Wedding Stream

- リアルタイムに挙式披露宴の様子を見られる臨場感より感動を共有することが可能
- 画面を通じて会話も可能で、その日の想いを直接伝えられる



#### T-PORT内祝い

- 内祝いを個人宅へ配達する内祝いの専用ECサイト
- インターネットショッピングと同様にお支払いから配達まで本サイト上で完結するため、気軽に利用可能



#### 受発注管理システム

- 食材のみならず、司会者や会場装花といった婚礼関連の独自の高いアイテムの受発注を効率管理する為の受発注管理システムを自社開発。業界では画期的な取り組み
- 商品・梱包・配送の窓口の一元化により業務の効率化と細部までの管理が可能になり、検品の徹底、発注業務の効率化、経理業務の一本化にもつながっている

システム開発を内製化することで、独自の要件に対応が可能なおえ  
環境変化等にも柔軟かつ迅速に対応が可能

## 直営婚礼施設（都市型ゲストハウス／モノリス）

都市部でアクセスのよいロケーションに展開する、シンプルでモダンな都市型ゲストハウス。洗練された都会的なイメージと高級感を演出する、スタイリッシュなデザインとダイナミックな空間構成が特徴です。



広島モノリス  
(広島市東区)



北山モノリス  
(京都市左京区)



郡山モノリス  
(福島県郡山市)



熊本モノリス  
(熊本市西区)

## 直営婚礼施設（郊外型ゲストハウス／アマンダン）

NOVARESE

Ⅱ 郊外で自然の景観に恵まれた地域を対象に展開する、リゾート型ゲストハウス。目の前に海が広がる会場や緑あふれる大自然の中に建つ会場など、都心部にはない景観の優位性を空間構成に取り入れています。海外リゾートのようなプライベート感と非日常を感じさせる建築と空間が特徴です。



アマンダンヒルズ  
（神奈川県厚木市）



アマンダンブルー鎌倉  
（神奈川県鎌倉市）



アマンダンセイル  
（千葉市中央区）



アマンダンライズ  
（浜松市中区）

## 直営婚礼施設（再生型ゲストハウス）

Ⅱ 歴史的・文化的な価値の認められる由緒ある建造物やホテル、婚礼施設など、既存建築物に、当社の開発・運営手法を投入しリノベーション（再生）したもの。建物がもともと持っている特徴を可能な限り活かし、その土地の文化や景観に合わせた物件を最適化。さらにモダン建築との融合により、旧来なかった付加価値を加え、建築物を再生しています。



ジェームス邸  
(神戸市垂水区)



旧桜宮公会堂  
(大阪市北区)



菱庭園  
(和歌山県和歌山市)



芦屋モノリス  
(兵庫県芦屋市)

## 直営婚礼施設（M&A／リゾート型婚礼施設）

旧来型の結婚式場やホテル等をM&Aによって取得し、初期投資を抑えリーズナブルな販売価格でサービスを提供するビジネスコンセプトのブランドであります。当社のノウハウを用いて改装・リブランディングすることで、顧客のニーズに応え、集客力のある会場を生み出しています。

豊かな自然が感じられるリゾート地に展開をしていくキラナリゾートは、日常の喧騒から離れた滞在型のウェディングトラベルをご提案。雄大な自然に囲まれ、その土地ならではのロケーションを活かしたデザイン邸宅にて、心からの解放が感じられる一日を過ごしていただけます。



フレアージュスイート  
(青森県青森市)



フレアージュ桜坂  
(福岡市中央区)



サザンチャペル  
キラナリゾート沖縄  
(沖縄県島尻郡)



NOVARESE (ノバレーゼ)

欧米諸国でブランドを展開するデザイナーのウエディングドレスやタキシードを直輸入しています。また、輸入に際して当社のブランディングデザイナーがドレスメーカーにデザインやカットिंगをオーダーし、日本人の体型や嗜好にあわせてカスタマイズしています。さらに、品質維持を目的として徹底した商品管理を行うとともに、レンタル回数を3～5回に限定しています。



ecruspose (エクリュスポーゼ)

「Sweet Mode」をコンセプトに掲げた、当社オリジナルのドレスブランドです。スタイリッシュでエレガントな印象のドレスが揃うNOVARESEと比べ、ボリュームのあるラインのスカートやパステル系のカラードレスをラインアップに加える等、親しみやすく可愛いデザインのドレスを展開しています。また価格的にも手ごろなものを求める方を含め、幅広い顧客層をターゲットにしています。

高級店からカジュアルレストランまで幅広い顧客に飲食を提供。プライダル事業のレストラン部門における全体レベルの底上げにも貢献しています。

## SHARI

シャリ



### SHARI THE TOKYO SUSHI BAR

●上品な隠れ家で、カジュアルに海鮮料理を嗜める、大人の海鮮居酒屋

### SHARI 赤坂 (2022年4月OPEN)

●「和食」と「鉄板焼き」の二つの顔を持つ懐石料理店



### SHARI 東銀座

●本格和食をメインに、ロール寿司が楽しめる小料理屋



### Serafina NEW YORK

セラフィーナニューヨーク

●ニューヨークに本店を構え、レディー・ガガ、トム・クルーズなどのハリウッドスターやセレブ御用達のカジュアルなイタリア料理店（当社がライセンスを受け出店）



### みたき

●鉄板焼きや懐石料理を提供する和食店



### くらふと

●23種類の奮揚げと、厳選したクラフトビールを提供する酒吧

地球環境保護の重要性を認識し、事業のあらゆる面で環境に配慮した取り組みを行い、事業活動が環境に与える影響を継続的に改善するよう努めています。



**NOVARESE 未来の森**

2008年、国の環境政策である林野庁の『法人の森制度』を活用し、千葉県君津市久留里の国有林から1ヘクタール(約3000坪)を「NOVARESE未来の森2008」と命名し、ヒノキ苗木の植林を実施しました。



**LED照明を使用**

環境負荷削減効果の高いLED照明を2008年より導入しており、優れた省エネ効果と高いデザイン性の両立を達成している施設として「2009年北米照明学会賞」や「省エネ・照明デザインアワード2012優秀事例」などを受賞しています。



**天然木材を使用**

林野庁が推進する「ウッド・チェンジ・ネットワーク<sup>(※)</sup>」の趣旨に賛同し、結婚式場の内装には積極的に天然木材を使用しています。

(※) 木材を利用しやすい環境づくりや日本全国に木材利用を広げていくプラットフォームづくりに向けた取り組み。



**環境に優しい引出物**

竹を何層にも重ねて圧縮したガウルや綿の端材で作られたアロマブロックとカンフルオイルのセットなど、環境負荷の少ない商品や天然由来の成分や素材で作られた引出物を取り扱っています。

地球環境保護の重要性を認識し、事業のあらゆる面で環境に配慮した取り組みを行い、事業活動が環境に与える影響を継続的に改善するよう努めています。



**地産地消の推進**

フードマイレージ(輸送コスト・エネルギー)の削減や海洋・陸の資源の保護、地域の生産者の活性化を推進するため、披露宴で提供する料理は地産地消に努めています。その土地でしか味わうことのできない新鮮な食材はお客様にも喜ばれています。



**ペーパーレス化の推進**

結婚式の準備に必要な情報を集約し、当日までサポートする婚礼準備システム「WEDO」や各パートナー企業との受発注管理システム「ラクシー」の開発、契約書面・請求書の電子化など、ペーパーレス化に取り組んでいます。



**米トレーサビリティ**

米トレーサビリティに基づき、米の産地情報を公開しています。食の安全を守るため、米の生産地、流通・販売ルートを把握し、万が一に備えて「管理」を徹底。持続可能な生産消費のサイクルの構築に努めています。



**FSC®認証の紙袋**

結婚式の引出物を入れたり、お打ち合わせで使用したりするオリジナル紙袋はFSC®認証を受けた製品を使用しています。

■ スタッフが幸せであってこそ、はじめてその先のお客様に素晴らしいサービスが提供できると考えています。スタッフがいきいきと輝ける環境を生み出し続けるため、組織、スタッフが互いの理解と尊重を促進し、強い組織づくりを目指しています。



**児童養護施設に遊具を寄贈・設置**

困難を抱える子どもたちのために被災地や児童養護施設などに手作りの遊び場を寄贈するNPO法人「特定非営利活動法人プレイグラウンド・オブ・ホープ」と協同し、神奈川県の子童養護施設「白十字林間学校」にて遊具を寄贈・設置しました。



**SDGsを学べるワークショップを開催**

当社運営の結婚式場において、従業員とその子どもがSDGsを学べるワークショップを開催。既婚予定のパーティードレスを使ったフォトフレームの製作を通じて、「つくる責任・つかう責任」について理解を深めることができました。



**専門学校での指導**

製菓・調理師専門学校の講師として、料理・製菓の魅力や技術を教えることに加え、社会人として仕事への向き合い方についても指導しています。



**キャリアデザインを支援**

中学校・高等学校・大学でのキャリアデザインの授業の講師として「仕事とは何か」というテーマを通して、人生をどう生きるべきか、主体的・創造的に生きていく力を育む支援をしています。

■ スタッフが幸せであってこそ、はじめてその先のお客様に素晴らしいサービスが提供できると考えています。スタッフがいきいきと輝ける環境を生み出し続けるため、組織、スタッフが互いの理解と尊重を促進し、強い組織づくりを目指しています。



**食育支援**

当社運営のイタリアンレストランにて子ども向けのピザ作り教室を開催。子どもたちがピザ作りを通して、生産者の方から食材について学ぶ食育イベントです。



**幼稚園児のトレッキングサポート**

幼稚園児による長野県地附山のトレッキングをサポートしています。『防災メモリアル地附山公園』は昭和60年7月26日に発生した地すべり跡地を利用して整備した公園です。地すべり災害を後世に伝える活動のお手伝いをしています。



**奨学金返済支援制度**

奨学金を返済している当社社員に、奨学金の返済資金として最大200万円を支給する制度。支給対象者は勤続年数が5年と10年の社員。2回の節目に、未返済分に対しそれぞれ上限100万円を支給しています。



**子ども参観日**

パパ・ママの仕事を知ることが目的に、社員の子どもの向け職場見学会を実施。子どもたちは、ウエディングドレスの見学や試着、ドレスショップや本社オフィスの見学のほか、オリジナルの名刺を作成し当社社員と交換しました。

■ スタッフが幸せであってこそ、はじめてその先のお客様に素晴らしいサービスが提供できると考えています。スタッフがいきいきと輝ける環境を生み出し続けるため、組織、スタッフが互いの理解と尊重を促進し、強い組織づくりを目指しています。



**学童保育に引菓子を寄付**

2020年、新型コロナウイルスの感染拡大の影響で結婚式を延期する利用者の、発注済みで返品できない引菓子に関して、新郎新婦に講求することなくメーカーから金額分を自社で買い取り、都内の学童保育施設などへ寄付しました。



**給食でフランス料理を提供**

2012年、2011年3月の地震で被災した長野県下水内郡栄村の生徒を元気づけようと、長野市で運営する結婚式場「アマンダンスカイ」と同県・栄村の栄村中学校と共同で、地元の食材を使ったフランス料理の給食を提供しました。



**ウクライナ避難民の受け入れ**

2022年4月、ロシアの軍事侵襲から逃れたウクライナ避難民を、結婚式場とレストランのある26都府県で受け入れることを決定。6月には、調理補助として1名が神戸市内の結婚式場に入社されました。今後も各地方自治体と連携し、人道支援に取り組んでまいります。



**店舗周辺の美化活動**

環境活動の一環として、また、結婚式場の近隣住民のために貢献したいという思いから、定期的に地域清掃や雑草抜き、海岸清掃を行っています。

世の中へ感動を提供する事業活動を通し、文化の発展と社会への貢献に尽力します。また、社会貢献とは「世の中に元気を与え続ける」という当社企業理念に通じるものであることを意識し、強い責任感のもと行動します。



**歴史的・文化的建造物を再生**

歴史的・文化的な建築物の魅力を紡ぎ出し結婚式場として再生・活用しています。環境負荷を抑えつつ地域の経済成長を実現するためには、資産をできるだけ生かすことが重要です。適切な管理によって価値を高め、次世代に引き継いでまいります。



**雇用創出**

全国28都府県にある結婚式場・ドレスショップでは地元住民を積極的に採用。障がい者雇用にも取り組んでおり、幅広い地域での多様な雇用創出に貢献します。



**伝統継承・地域振興**

網代天井(京都府)や金沢箔(石川県)、伊予餅(愛媛県)、美濃和紙・岐阜提灯(岐阜県)など、結婚式場の外観および内装、家具・照明に至るまで、その土地だからこそ出会える伝統的な建築技法や伝統工芸のモチーフを積極的に取り入れています。



**イベントによる文化活動の創出**

2016年より、全国の結婚式場を一般開放し、プロジェクションマッピングやキャンドル、各種装飾を組み合わせて会場全体を幻想的な空間に装飾するアートイベントを参加費無料で開催。ご家族連れやカップル、ご友人同士など、どなたでも気軽にご参加いただけるイベントを通して、地域文化の活性化と賑わい創出に取り組んでいます。

■ スタッフが幸せであってこそ、はじめてその先のお客様に素晴らしいサービスが提供できると考えています。スタッフがいきいきと輝ける環境を生み出し続けるため、組織、スタッフが互いの理解と尊重を促進し、強い組織づくりを目指しています。



**育児休業最大3年取得可能**

子どもが最大3歳に達するまで育児休業が取得可能。一般的に法律で定められている「2歳」という企業が多い中、保育園入園枠の多い3歳まで育児を延長することで保育園を見つける可能性を広げられます。



**ベビーシッター制度  
(ノバキッズ)**

勤務のために子どもをベビーシッターに預ける場合の費用を会社が負担。社員が働きたい想いを叶え、どんなライフステージにおいても一人ひとりが輝ける環境を整えています。



**育児時短制度**

子どもが小学校を卒業する年の3月31日まで、1日の勤務時間を5～7時間、月の公休日数を9～14日間から選択し、時短勤務することが可能です。



**男性の育児取得をサポート**

男性の育児休業の取得をサポートする社内窓口を設置。取得手続きや休業中の収入、適切な取得時期といった、取得者の疑問や悩みの相談に応じています。

■ スタッフが幸せであってこそ、はじめてその先のお客様に素晴らしいサービスが提供できると考えています。スタッフがいきいきと輝ける環境を生み出し続けるため、組織、スタッフが互いの理解と尊重を促進し、強い組織づくりを目指しています。



**新規事業提案制度  
(ノバレーゼレポリューション)**

「想いを、形に」をテーマに、自由な発想で広く新規事業提案を募集する年に一度のイベント。100件を超える事業案の中から、実現可能なものをバックアップし、事業化しています。2019年には、パーティドレスのレンタルサービスを提案した新卒入社5年目の女性社員が起業しました。



**自己申告制度**

現在の業務に満足しているか、そしてキャリアステップを図るにあたり、今後の希望業務や部署があるかなどを申告できる仕組み。自己申告を受けて人事異動等キャリア開発に繋がっています。



**フリーエージェント制度**

組織を活性化させるため、人材を欲しい部署が社内イントラネット上に“求人広告”を掲載できるシステム。広告に興味を持ったスタッフは、上司に知らせることなく、求人部署と直接連絡を取り合い、異動交渉をすることが出来ます。



**料理コンクール参加支援制度**

料理人、パティシエ、レストランサービスの社員を対象に、当社指定の料理やサービスのコンクール参加準備に必要な食材費を最大3万円まで支給する他、参加に必要な交通費や宿泊費も負担。コンクール出場を通じた自己研鑽を支援しています。

■ スタッフが幸せであってこそ、はじめてその先のお客様に素晴らしいサービスが提供できると考えています。スタッフがいきいきと輝ける環境を生み出し続けるため、組織、スタッフが互いの理解と尊重を促進し、強い組織づくりを目指しています。



ノバレーゼコンテスト (Nコン)

仕事に対する情熱や現場で学んだエピソード、困難を乗り越えた達成感など、全社員が一年を振り返り作文として提出し、仲間の前で発表。優秀作品は社員総会で表彰するとともに、イントラネットで公開。仲間がどのような壁にぶつかり、それを乗り越え成長を遂げているのかを知ることにより、自らを奮起するきっかけになっています。



勤続10周年旅行

勤続年数が10年に達した社員に対し、その功績と当社に貢献した労を称え、同期のメンバーで過ごす海外旅行を用意しています。



ベストプラクティス

ドレスコーディネート、結婚式のプランニング、レストランイベントにおいて、具体的な成功事例を全社員から収集。優良事例は社員総会で表彰し、イントラネットで共有しています。蓄積してきたナレッジを組み合わせることで、さらに高度なナレッジ、または今までにないナレッジの創出にも期待しています。

■ さまざまなパートナー企業の協力があるからこそノバレーゼが目指す結婚式が実現することから、すべてのステークホルダーから信頼される企業であり続けるため、コンプライアンスの徹底とリレーションシップの構築に注力しています。



#### 多様性への対応

LGBTQをはじめとする多様な価値観に対し、社員一人ひとりが理解を深め、目の前のお客様に寄り添った対応ができるよう研修を実施しています。



#### 顧客満足度の向上

多様なニーズを把握し、サービス向上・顧客満足度向上につなげるため新郎新婦だけではなく、結婚式に参加したゲストにWEBアンケートを実施。カスタマーサービスセンターで集約・分析のうえ、社内の各部門に連携し、業務改善および商品・サービスの向上につなげています。



#### 公正な取引

独占禁止法等の関連法令を遵守し、談合や優越的地位の濫用等、公正な競争を妨げるような不当な取引制限や不公正な取引方法を用いる行為を行いません。公正で自由な企業間競争のため、適正な契約および取引を行います。

## 業績推移 (IFRS)

NOVARESE

	2018年12月期	2019年12月期	2020年12月期	2021年12月期	2022年12月期
売上収益 (百万円)	18,388	17,405	7,334	11,191	17,222
営業損益 (百万円)	2,300	2,020	-3,942	822	2,776
営業損益率 (%)	12.5%	11.6%	-53.7%	7.3%	16.1%
当期純損益 (百万円)	1,074	1,313	-2,948	374	1,657
当期純損益率 (%)	5.8%	7.5%	-40.2%	3.3%	9.6%
施行組数 (組)	3,854	3,829	1,664	3,087	4,660

59



# Rock your life

世の中に元気を与え続ける会社でありたい

お問い合わせ先：株式会社ノヴァレーゼ 広報室 (ir@novarese.co.jp)