

2023年11月28日

COPYRIGHT © 2023 NOVARESE ALL RIGHTS RESERVED.



個人投資家向けセミナー資料

株式会社ノバレーゼ [東証スタンダード・9160]

 NOVARESE

CONTENTS

01

ノバレーゼについて

02

市場環境 / 収益構造

03

出店戦略 / ビジネスモデル

04

サステナビリティ

05

成長戦略

06

株主還元

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直しには、不確実性が含まれていることをご承知おきください。

CONTENTS

01

ノバレーゼについて

04

サステナビリティ

02

市場環境 / 収益構造

05

成長戦略

03

出店戦略 / ビジネスモデル

06

株主還元

会社概要



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	東京都中央区銀座1-8-14 銀座YOMIKOビル4階
創立	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

企業理念

Rock your life

元気を与え続ける会社でありたい



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



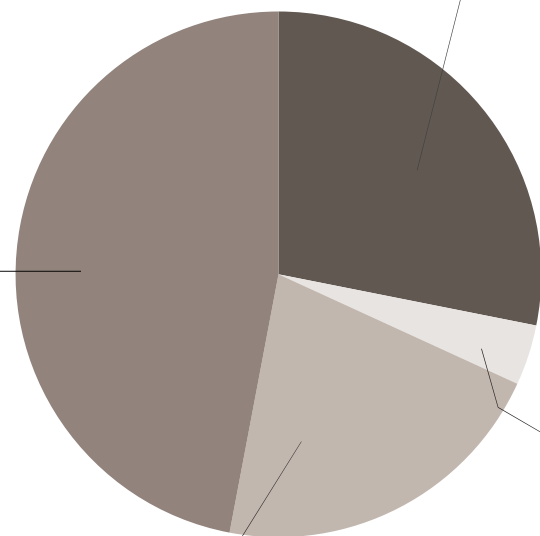
ブライダル事業
婚礼プロデュース部門
売上比率：47.1%

02



ブライダル事業
婚礼衣裳部門
売上比率：21.1%

連結売上収益
(2022年12月期)
17,222百万円



03



ブライダル事業
レストラン部門
売上比率：28.1%

04



レストラン特化型事業
売上比率：3.7%

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



広島モノリス
(広島市東区)



北山モノリス
(京都市左京区)

■ 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



アマندانヒルズ
(神奈川県厚木市)



アマダンブル鎌倉
(神奈川県鎌倉市)

婚礼施設（再生型ゲストハウス）

- 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・運営手法を投入し再生



ジェームス邸
(神戸市垂水区)



葵庭園
(和歌山県和歌山市)

婚礼施設（M&A／リゾート型婚礼施設）

NOVARESE

旧来型の結婚式場や
ホテル等をM&A



フレアージュスウィート
（青森県青森市）

豊かな自然が感じられる
リゾート地に展開



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)



- 都心部に出店
- 欧米の高級ドレスを取り扱う
- レンタル価格帯：30万円～60万円

ecruspose (エクリュスポーゼ)



- 地方都市に出店
- 当社オリジナルブランドのドレスを取り扱う
- レンタル価格帯：20万円～30万円

レストラン（レストラン特化型事業運営）

- 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
- ブ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

和食・鉄板焼



SHARI THE TOKYO SUSHI BAR



鉄板焼 みたき桜坂



SHARI 赤坂/鉄板焼みたき赤坂



SHARI 東銀座

イタリアン



Serafina NEW YORK（丸の内店・さいたま新都心店）

からあげ・居酒屋



くらふと

店舗一覧

- 国内外68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2～3店舗を出店

- ゲストハウス 36店舗
- レストラン特化型施設 7店舗
- ドレスショップ 24店舗
- 海外フォトウェディング・スパ 1店舗

※2023年11月28日現在



ハワイエリア

- 海外フォトウェディング・スパ1店舗

沖縄エリア

- ゲストハウス 1店舗



中国四国エリア

- ゲストハウス 5店舗
- ドレスショップ 3店舗

九州エリア

- ゲストハウス 5店舗
- ドレスショップ 4店舗
- レストラン特化型施設 1店舗

信越・北陸エリア

- ゲストハウス 4店舗
- ドレスショップ 3店舗

近畿エリア

- ゲストハウス 7店舗
- ドレスショップ 4店舗

東海エリア

- ゲストハウス 3店舗
- ドレスショップ 2店舗

東北エリア

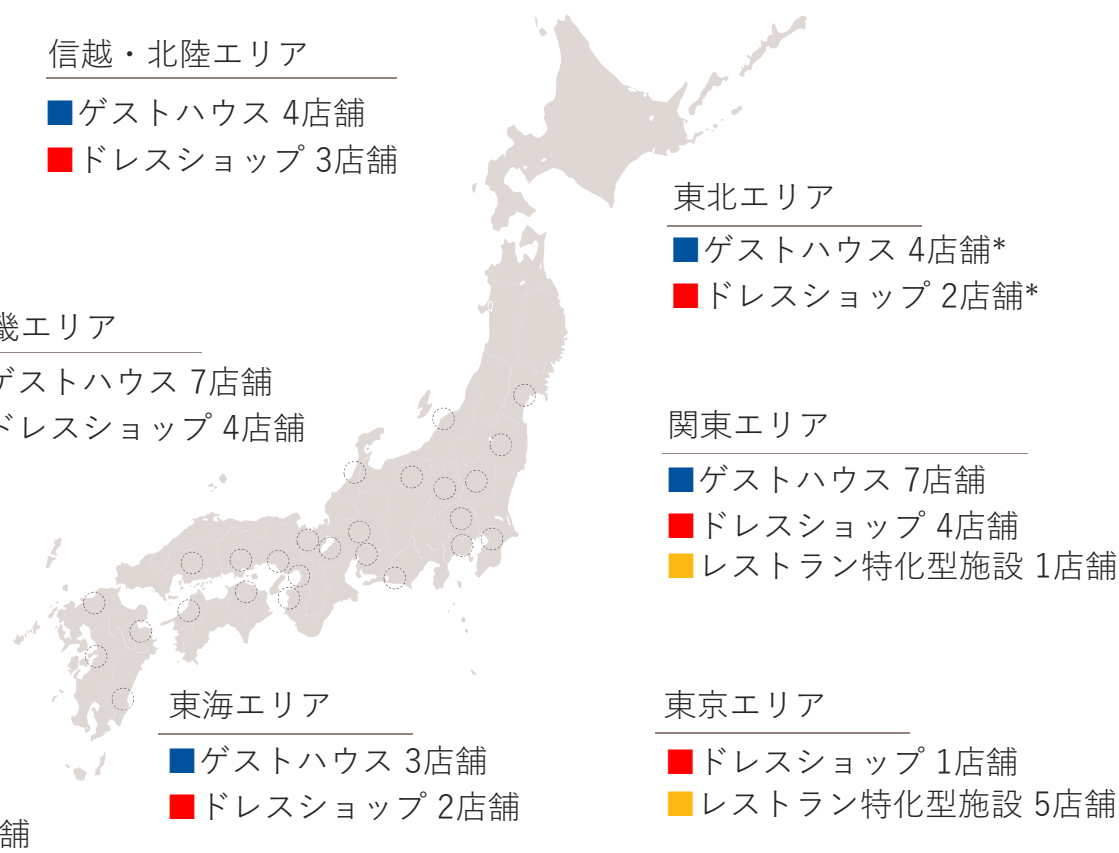
- ゲストハウス 4店舗*
- ドレスショップ 2店舗*

関東エリア

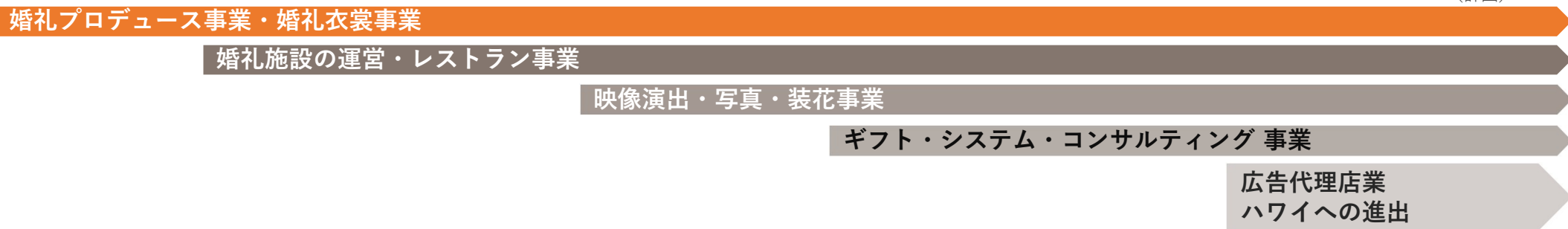
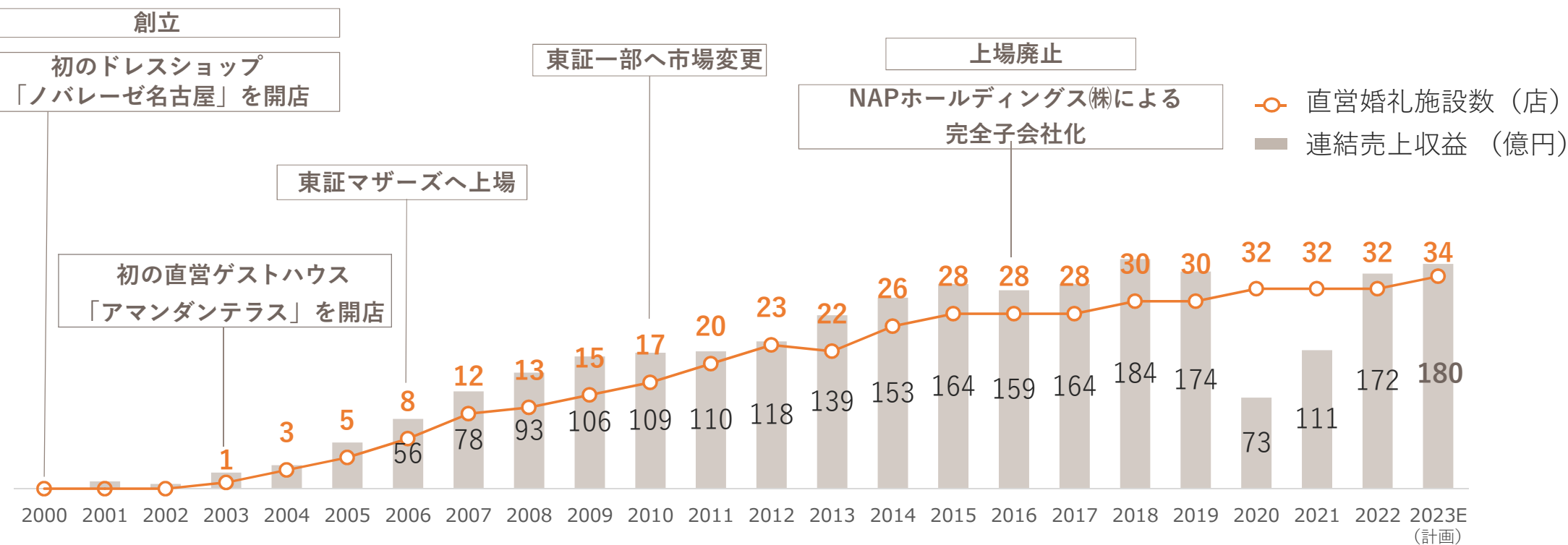
- ゲストハウス 7店舗
- ドレスショップ 4店舗
- レストラン特化型施設 1店舗

東京エリア

- ドレスショップ 1店舗
- レストラン特化型施設 5店舗



※2024年開業予定含む（直営ゲストハウス2店舗、ドレスショップ1店舗）



CONTENTS

01

ノバレーゼについて

04

サステナビリティ

02

市場環境 / 収益構造

05

成長戦略

03

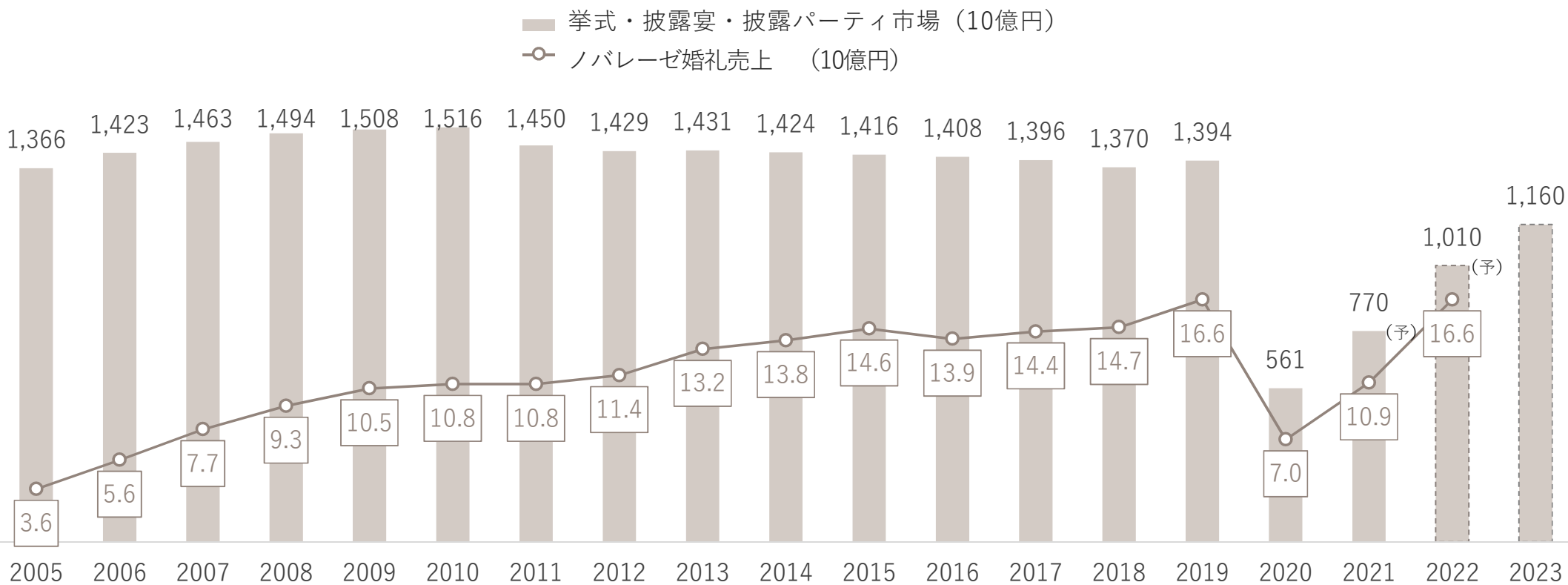
出店戦略 / ビジネスモデル

06

株主還元

■ 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

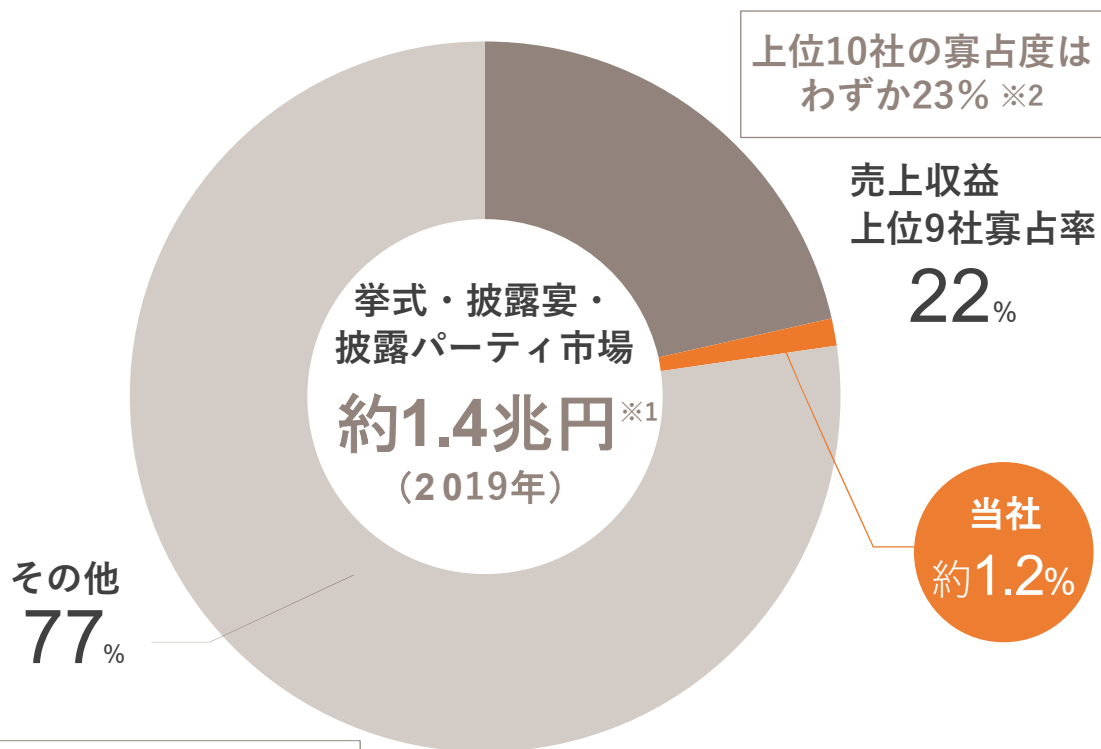
挙式・披露宴・披露パーティ市場規模推移



※ 出典：矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2022」

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

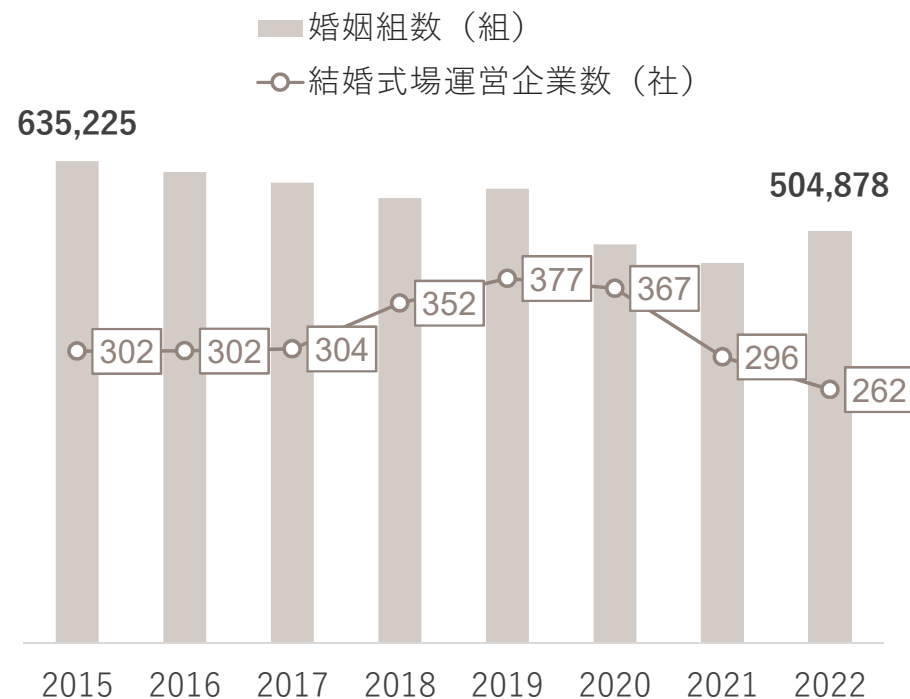
挙式・披露宴・披露パーティ市場 市場シェア



中小零細プレイヤーが多く存在

※1：矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2022」
 ※2：出典：各社開示情報

全国婚姻組数・結婚式場運営企業数推移



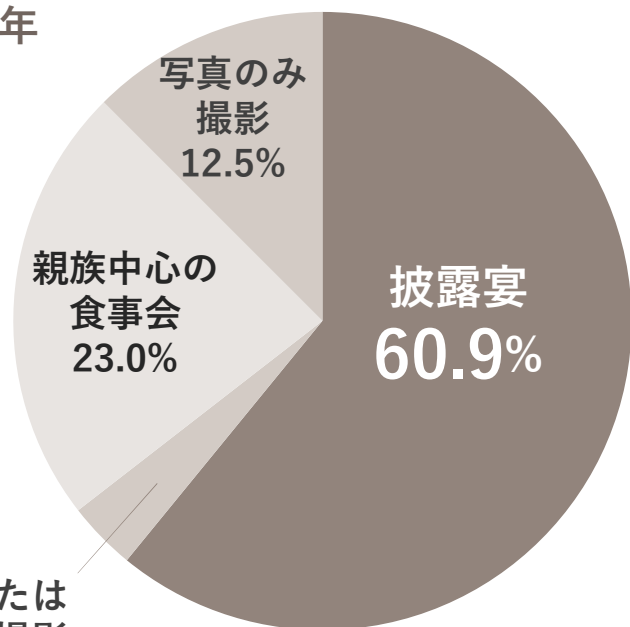
※ 出典：リクルート・ブライダル総研「婚姻組数予測」調べ
 ※ 出典：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」
 結婚式場運営企業数は調査対象の見直しによる不連続を調整した前年比の伸び率を2015年の実数を基に掛け合わせることで算出

披露宴自体も、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

当社はすべての形態に対応

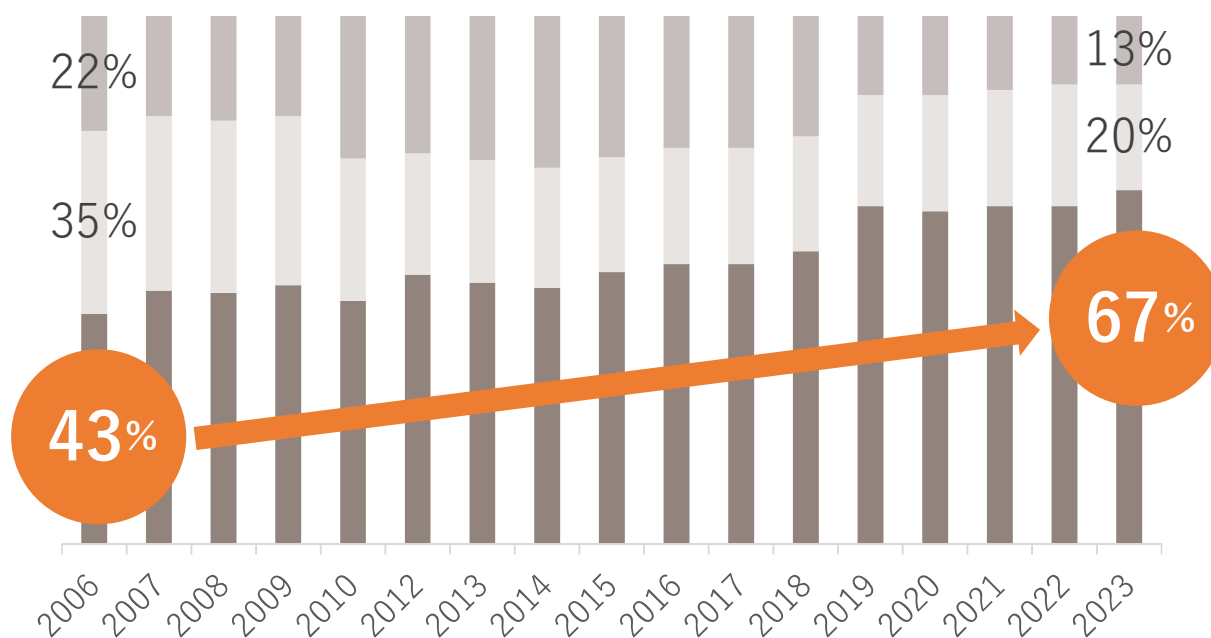
2023年



※出典：結婚総合意識調査2022/2023（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

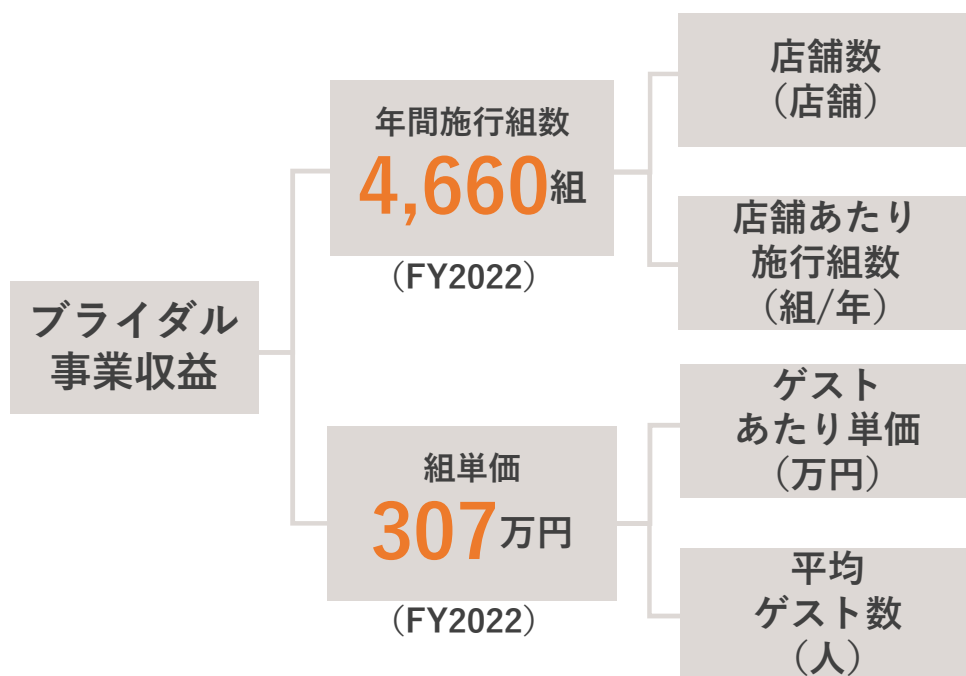
■ 一般式場・ゲストウェディング ■ ホテル ■ その他（レストラン他）



※出典：ゼクシィ 結婚トレンド調査2023調べ（2011年は東日本大震災のため統計はなし）

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

収益構造イメージ



成長イメージ

年間 **2~3店舗程度**の出店計画

更なる**需要の獲得**

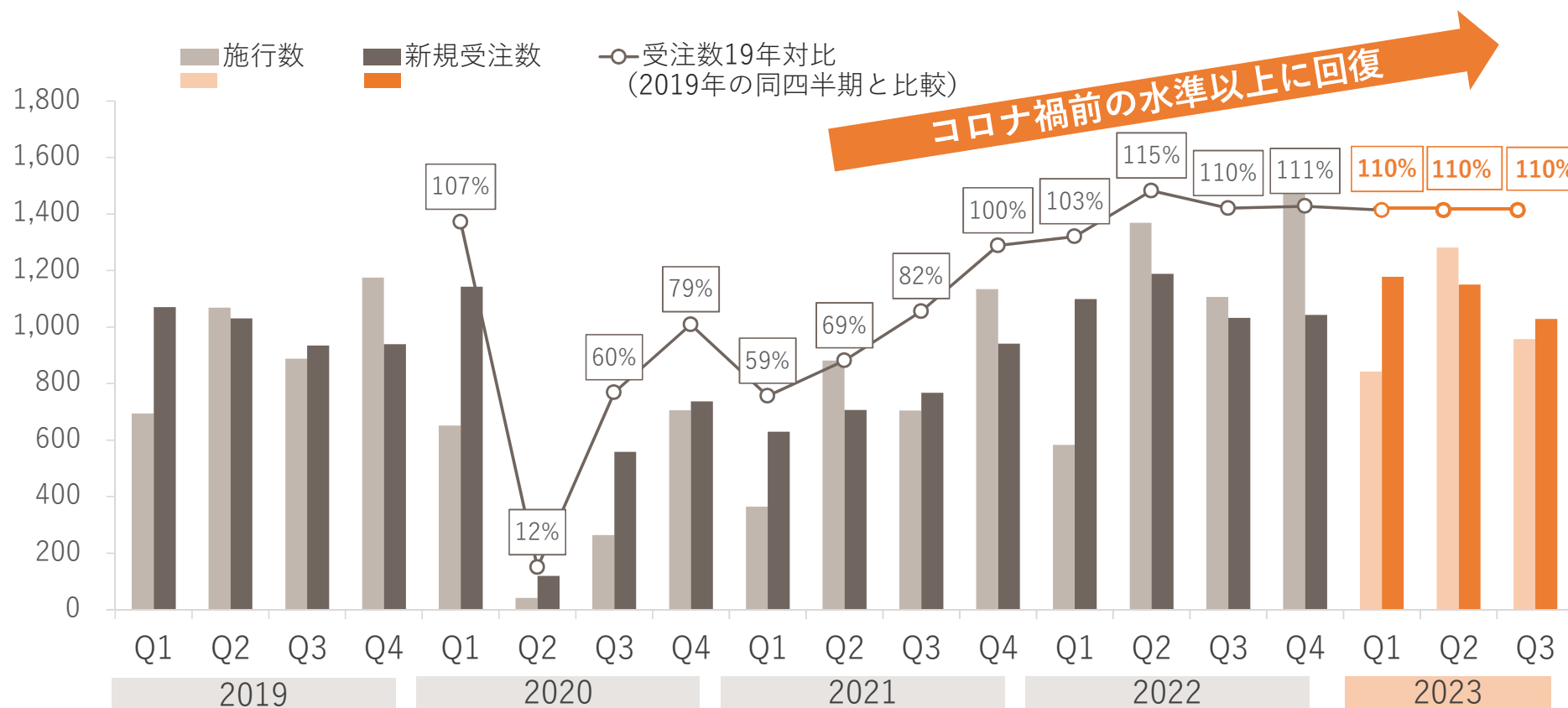
(1店舗あたり最大施行組数：**年間200組程度**)

サービスレベルの**維持向上**

コロナ禍前水準への**回復を目指す**

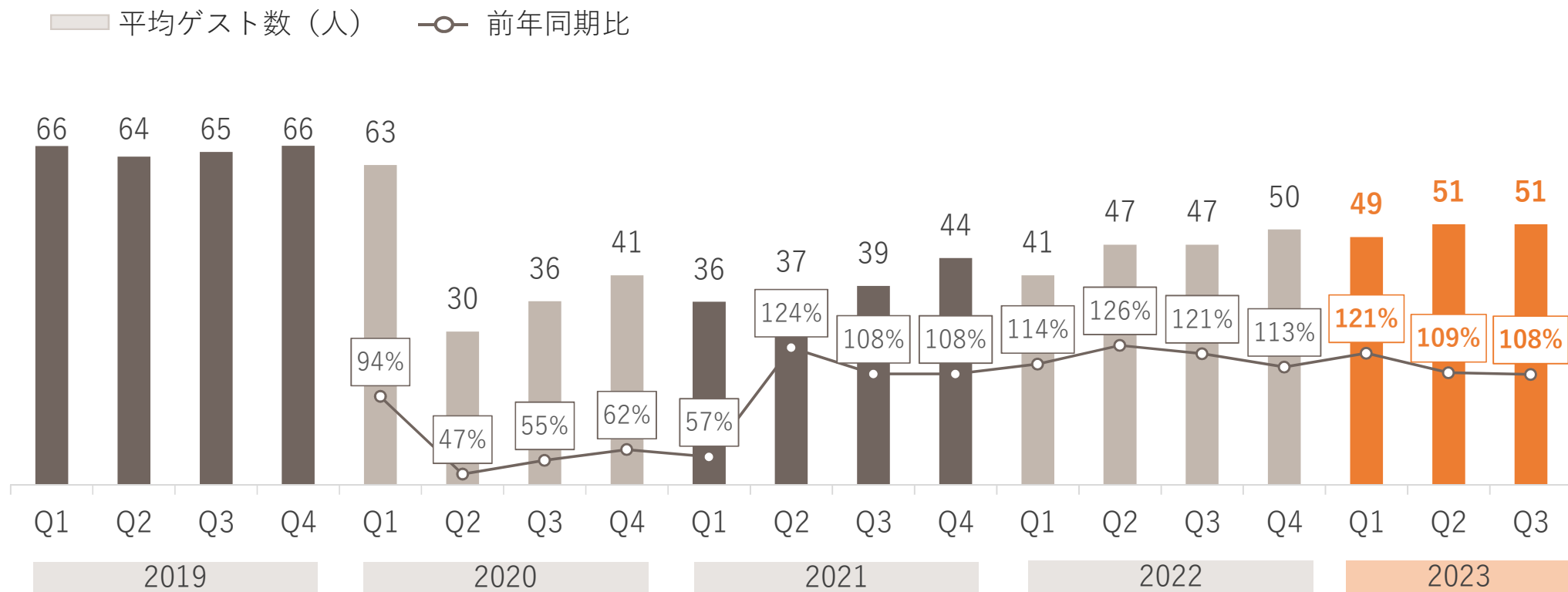
(2019年 = **65.4人**)

■ 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



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



2023年12月期通期計画（連結）

(単位：百万円)	2022/12 通期	2023/12 1Q実績	2023/12 2Q累計実績	2023/12 3Q累計実績	2023/12 通期計画	通期 増減額	増減率
売上収益	17,222	3,330	8,251	12,158	18,035	+ 812	+ 4.7%
売上総利益	10,142	1,691	4,539	6,581	10,009	△132	△1.3%
販管費	7,663	2,071	4,237	6,444	8,564	+ 900	+ 11.7%
営業利益 (△は損失)	2,775	△383	279	104	1,509	△1,266	△45.6%
営業利益率	16.1%	△11.5%	3.4%	0.9%	8.4%	△7.7pt	—
税引前(四半期)利益 (△は損失)	2,485	△480	121	△126	1,202	△1,282	△51.6%
親会社の所有者に 帰属する(四半期)利益 (△は損失)	1,656	△323	71	△91	855	△800	△48.3%
(ご参考) EBITDA ※	4,874	164	1,414	1,841	3,847	△1,026	△21.1%
婚礼プロデュース部門 施行組数 (組)	4,660	843	2,125	3,083	4,622	△38	△0.8%

※ EBITDA：営業利益＋減価償却費及び償却費

CONTENTS

01

ノバレーゼについて

04

サステナビリティ

02

市場環境 / 収益構造

05

成長戦略

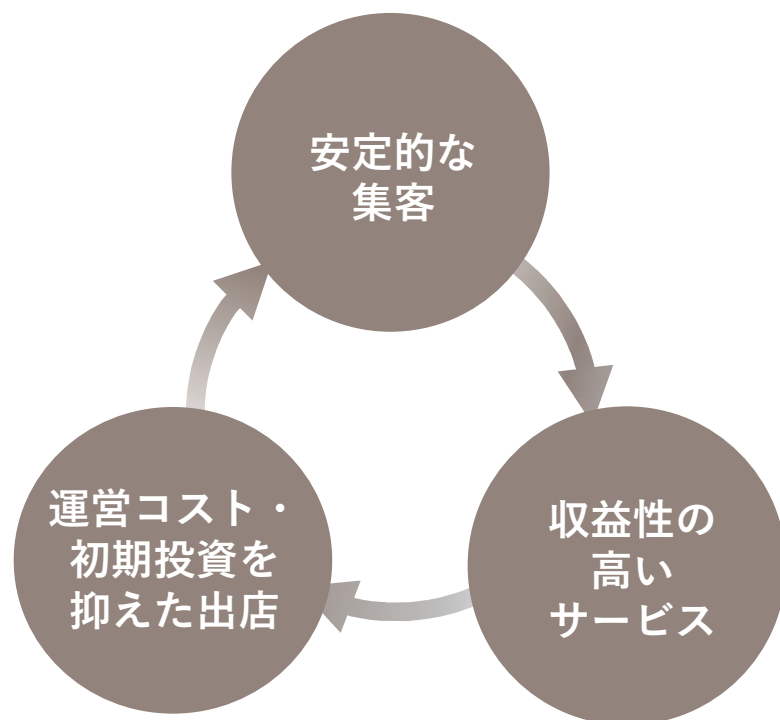
03

出店戦略 / ビジネスモデル

06

株主還元

- 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

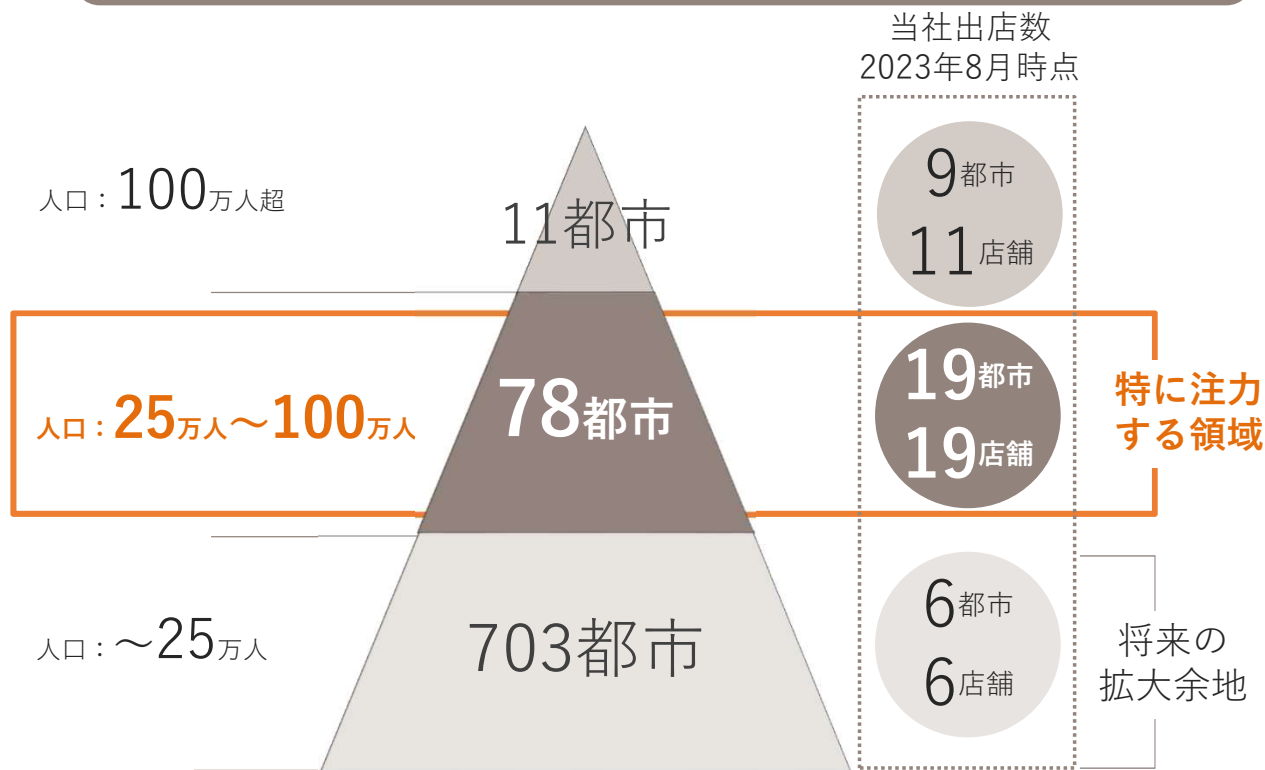
生産性・サービスの質向上に寄与するDX施策

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

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

全国の都市数と出店余地



今後の出店方針

出店計画：年間 **2～3** 店舗程度

初期投資額：**8億円**程度

投資回収期間：**5年以内**
当社の1店舗当たりの年間売上目標：約5億円

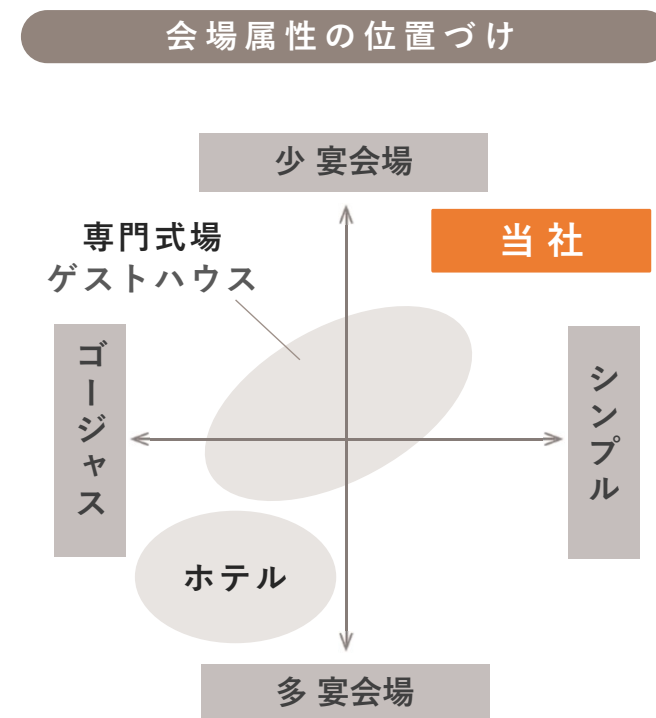
出店エリア：人口**25～100万人**の**地方都市圏**

出店形態：**新築**のほか**M&A**を含む多様な形態

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 	低 1施設あたり平均初期投資額 約8.0億円* ・シンプルな設備のため リーズナブルな投資額	高 1施設あたり平均初期投資額 約14.7億円* ・豪華さを打ち出すために 多額な投資が必要
損益 分岐点 	低 ・目標は年間120組 ・稼働面で無理のない経営が可能	高 ・高稼働率を維持する必要がある 膨大な広告費が必要



※直近5事例（サザンチャペル キラナリゾート沖縄、アマンダンブルー青島、葵庭園、大分モノリス、熊本モノリス）の平均初期投資額。

※同業他社4社（ソカダ・グローバルホールディング、アイ・ケイ・ケイホールディングス(株)、(株)エスクリ、(株)テイクアンドグヴ・ニーズ）の過去10期分の有価証券報告書にある【設備の新設、除却等の計画】の、施設ごとの投資予定総額から投資施設総数を除して算出。尚、挙式・披露宴会場以外への設備投資項目は除外。

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）

現在の国内出店状況（ウエディングベース）

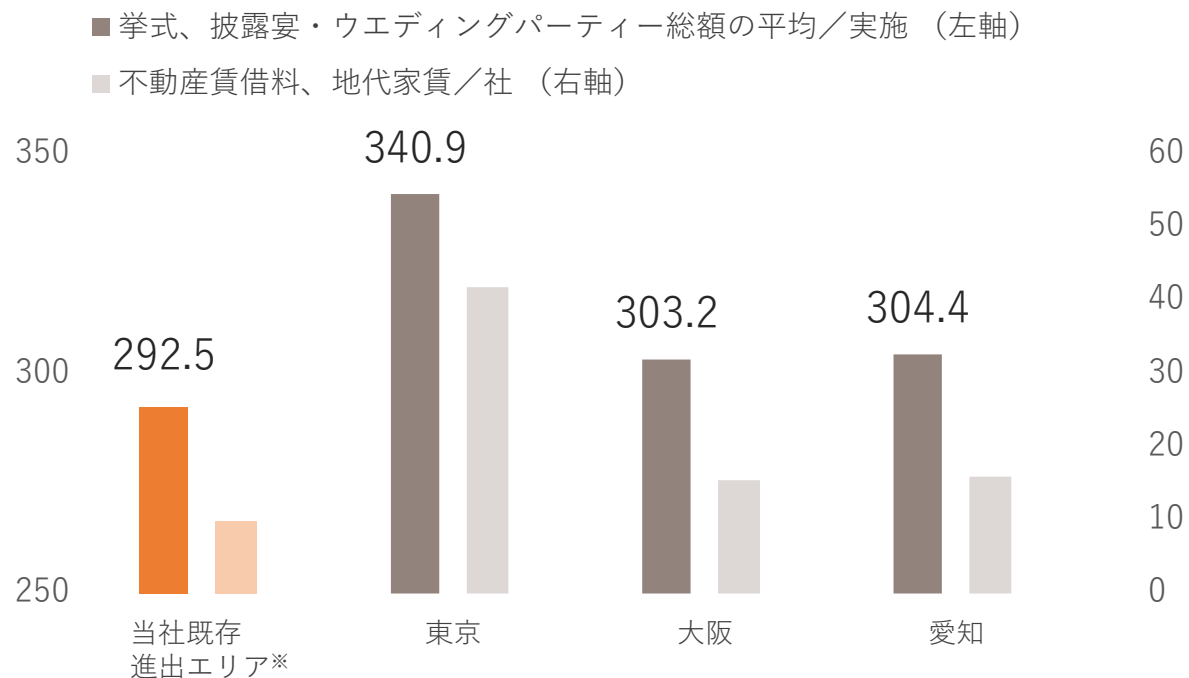
大都市・地方都市の出店環境

	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 →

※ 2023年4月30日現在 ※青森、福岡桜坂、滋賀は買取店舗
 ※ 出典：総務省公表/令和3年1月1日住民基本台帳人口・世帯数、令和2年（1月1日から同年12月31日まで）人口動態（市区町村別）

三大都市と当社既存進出エリアの比較



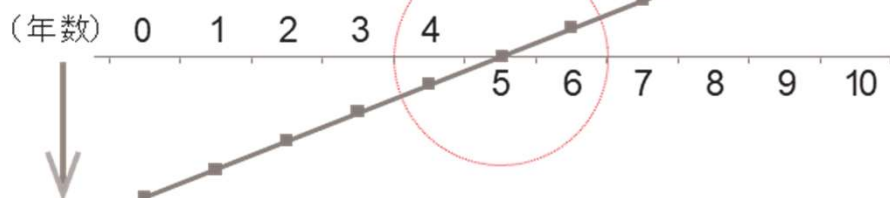
※ 出典：ゼクシィ 結婚トレンド調査2022/経済産業省 令和3年経済センサス - 活動調査 速報集計（産業分類：全産業）
 ※ 当社が出店している26府県のデータを使用。「挙式、披露宴・ウエディングパーティー総額の平均」は中央値を、「不動産賃借料、地代家賃」は平均値を算出。

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）

当社の投資回収イメージ（新店1店舗）

1店舗からの収益最大化

5年以内での
初期投資回収¹が可能

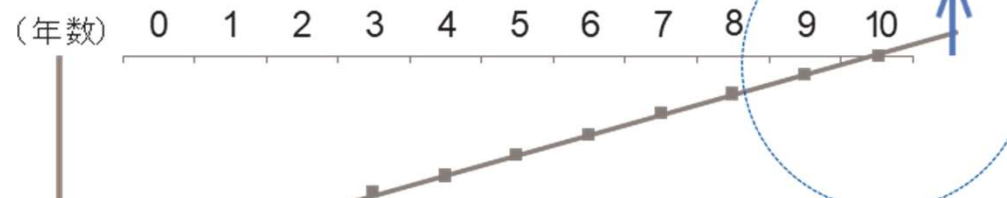


当社の一般的な初期投資額：8億円程度

一般的な式場運営企業の投資回収イメージ（新店1店舗）

初期投資回収¹に
10年以上を要する

同期間における1店舗あたりの
収益貢献は限定的



一般的な初期投資額：10億～数十億円

※1 EBITDAの累計が初期投資額を超えた時点で初期投資回収とする

※2 同業他社4社（ツカダ・グローバルホールディング、アイ・ケイ・ケイホールディングス㈱、㈱エスクリ、㈱テイクアンドグヴ・ニーズ）の過去10期分の有価証券報告書にある【設備の新設、除却等の計画】の、施設ごとの投資予定総額から概算。尚、挙式・披露宴会場以外への設備投資項目は除外。

02 地方都市圏を中心とした店舗展開（再生・M&A）

- 旧来型の結婚式場やホテル、歴史的建造物を立て直してきた実績を有する
- 開発期間が短く、初期投資費用を低額に抑える形での出店が可能となり他社との差別化を図る

歴史的建造物再生事例

三瀧荘（広島県広島市）



M&A事例

フレアージュダリアンス（滋賀県近江八幡市）

- 78組から125組（2022実績）まで伸長
- 投資額は4,600万円、回収期間は1年9カ月



03 サービス内製化による収益性向上

- 婚礼周辺サービスを内製化することにより、高収益性の実現に寄与
- 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

婚礼周辺サービスの内製化による収益貢献

	 ドレス	 映像・写真	 装花	 ギフト
当社	内製	内製	内製	内製
他社	主に外注	主に外注	主に外注	主に外注

高い収益性を実現

外販による収益貢献

販売額・契約者数は増加傾向



外販売上高
(2022年度)

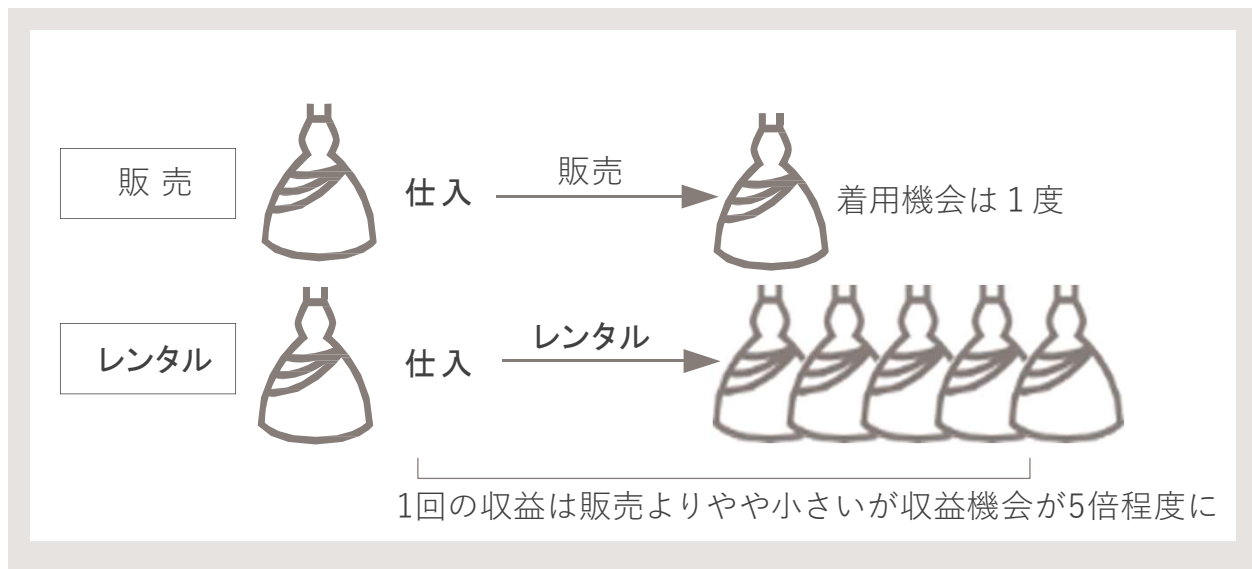
14.4億円

内製化したサービスを外部販売し収益化
成長ドライバーとして注力する領域

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）

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

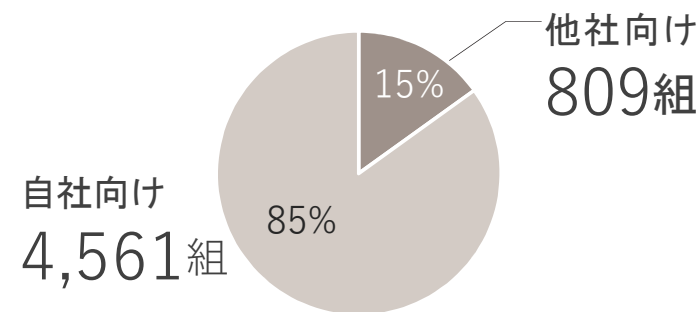
高収益性の源泉となる「レンタル」



ドレス事業内製化における当社の特長

- 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

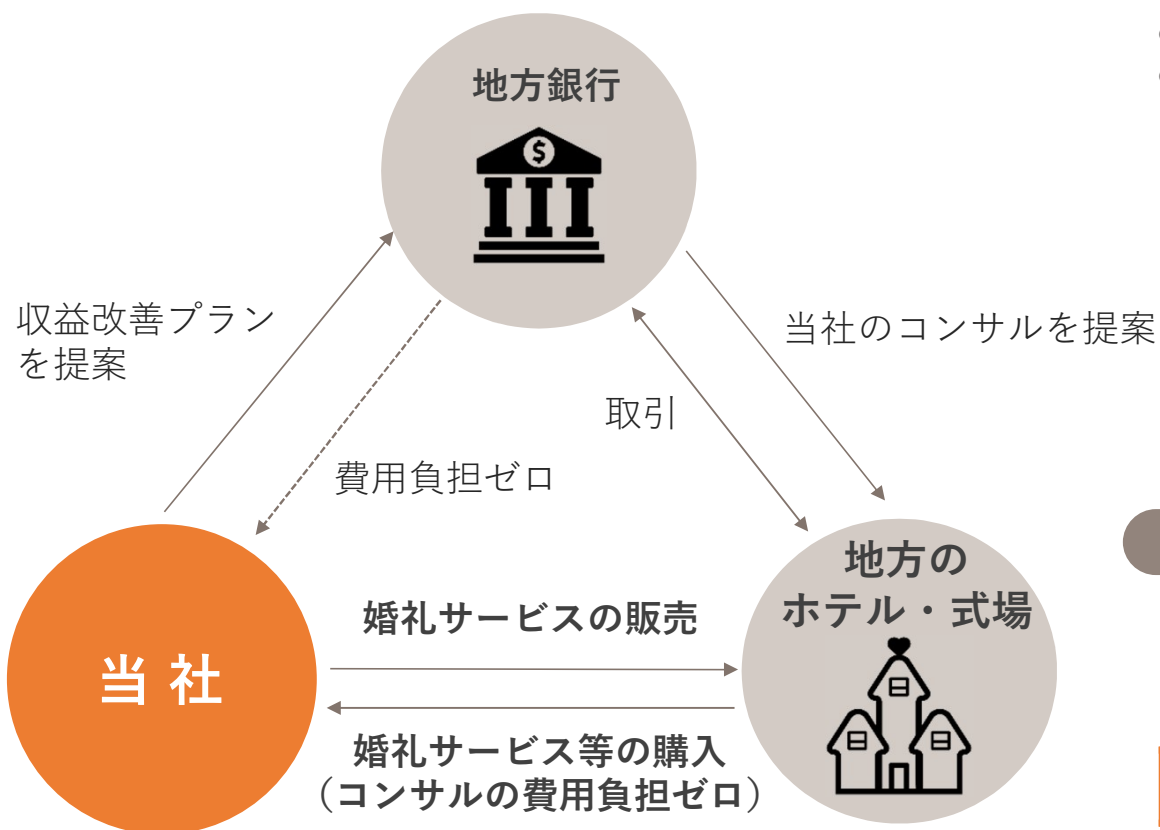


※ ブライダル事業における収益およびドレスレンタルにおける施行実績は2022年12月期実績

03 サービス内製化による収益性向上（婚礼コンサル事業）

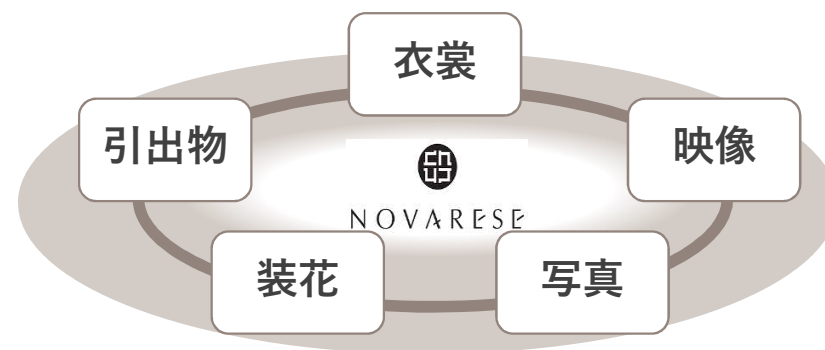
自社で内製化された婚礼周辺サービス等の販売、仕入先の紹介、婚礼プランの開発を手掛ける

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てコンサルティングを提供
- コンサルティング料は無料
- **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**



「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	○	○	△	△
当社	○	○	◎	◎

04 高い顧客満足度を実現する人材の確保

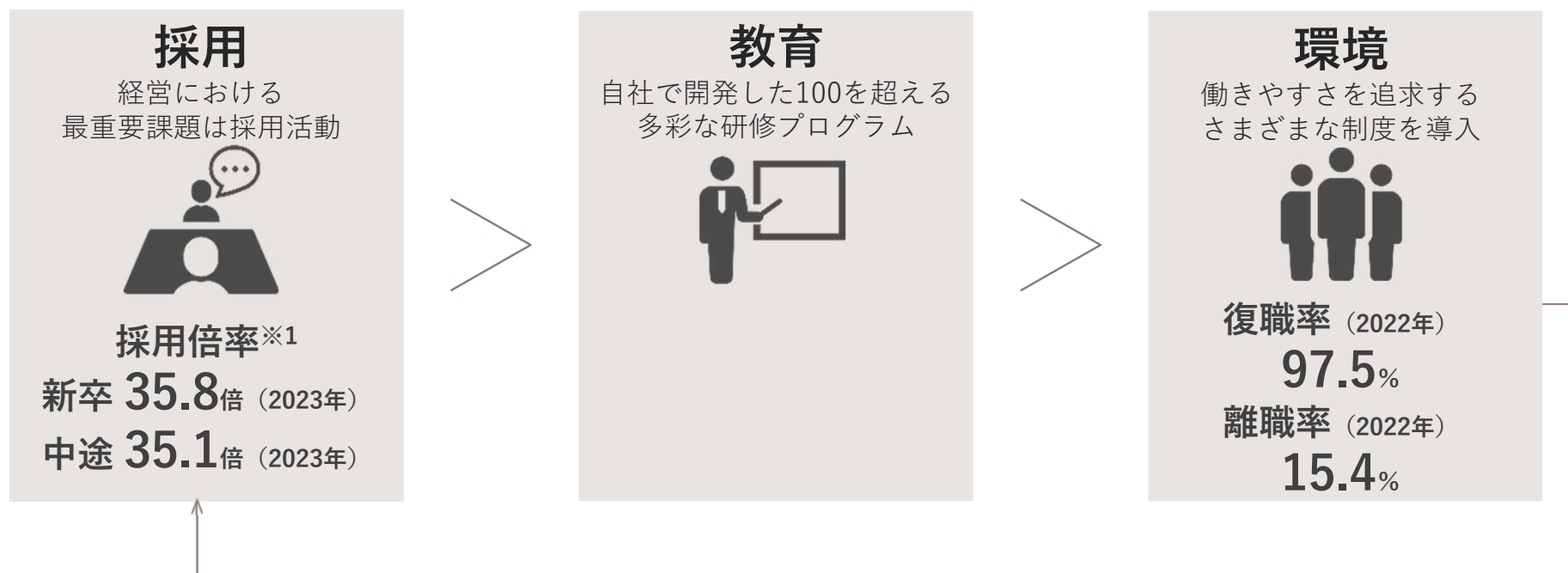
- 優秀な人材の採用および教育に関する取り組みは、経営の最重要課題に位置付け
- 人事方針『スタッフの幸福の最大化の追求』に基づき、独自の福利厚生やさまざまな社内制度を設置



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）

- 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

ノバレーゼの人材マネジメントサイクル



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

福利厚生・社内制度の代表例

ベビーシッター補助制度



副業制度



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

97.5%



当社
2022（実績）

53.1%



全体※1
2010~2014（最新値）

業界の中でも低い離職率

15.4%



当社
2022（実績）

26.9%



宿泊業・
飲食サービス業※2

※1 出典：仕事と生活の調和連携推進・評価部会「仕事と生活の調和レポート2020」（最新版）

※2 出典：厚生労働省「令和2年雇用動向調査結果の概況」

CONTENTS

01

ノバレーゼについて

04

サステナビリティ

02

市場環境 / 収益構造

05

成長戦略

03

出店戦略 / ビジネスモデル

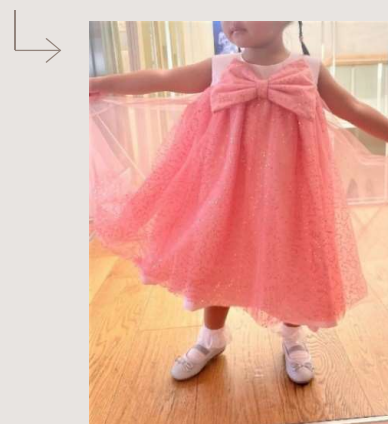
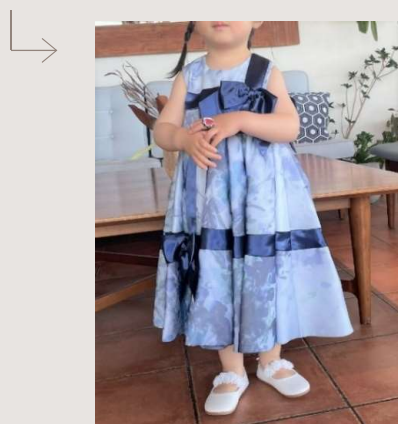
06

株主還元

サステナビリティ推進の取り組み

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



掲載メディア（一部抜粋）

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

CONTENTS

01

ノバレーゼについて

04

サステナビリティ

02

市場環境 / 収益構造

05

成長戦略

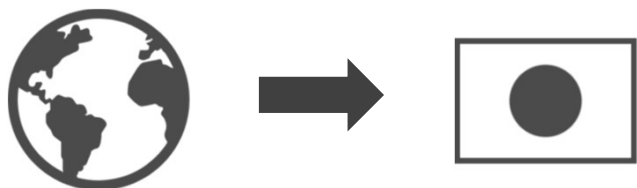
03

出店戦略 / ビジネスモデル

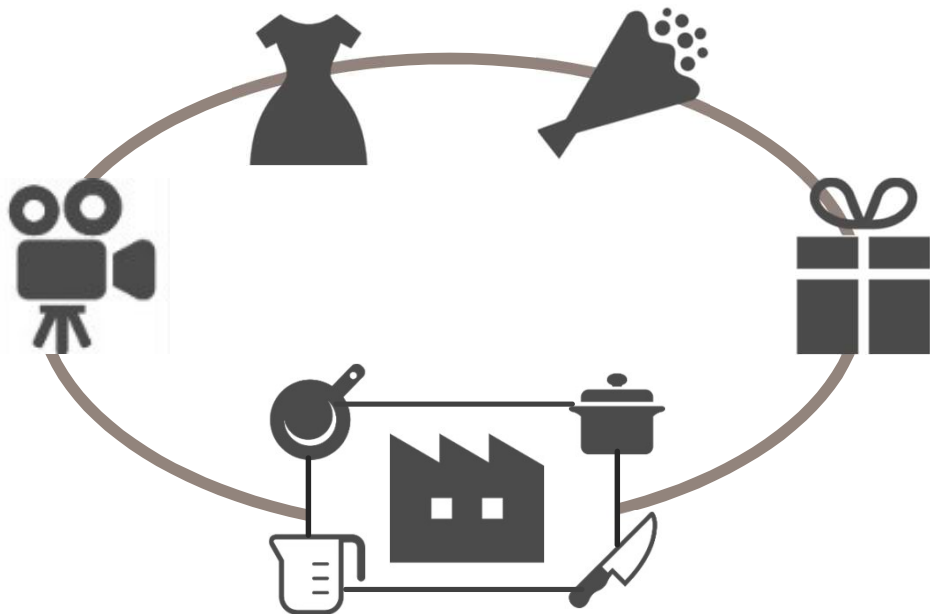
06

株主還元

インバウンド需要の獲得



外販強化



海外展開の拡大



法人イベント・宴会需要の獲得強化



レストラン店舗の新規出店



お客様の人生に寄り添い続けられるライフスタイルソリューションカンパニーへ

旅行関連事業



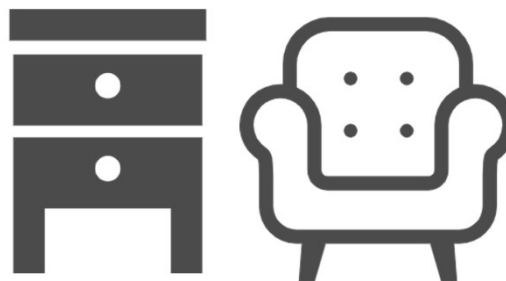
建築・住宅関連事業



イベント・パーティ事業



インテリア事業



ベビー&キッズ事業



CONTENTS

01

ノバレーゼについて

04

サステナビリティ

02

市場環境 / 収益構造

05

成長戦略

03

ビジネスモデル / 出店戦略

06

株主還元

株主優待制度について

2023年12月末日を基準日として新設

保有株式数	継続保有期間3年未満の株主様	継続保有期間3年以上の株主様
100株以上500株未満	<ul style="list-style-type: none"> ● 特選ギフト (食品/2,000円相当) ● ブロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 2枚 	<ul style="list-style-type: none"> ● 特選ギフト (食品/2,000円相当) ● ブロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 4枚
500株以上1,000株未満	<ul style="list-style-type: none"> ● Web型カタログギフト (3,500円相当) ● ブロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 2枚 	<ul style="list-style-type: none"> ● Web型カタログギフト (3,500円相当) ● ブロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 4枚
1,000株以上5,000株未満	<ul style="list-style-type: none"> ● Web型カタログギフト (5,000円相当) ● ブロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 2枚 	<ul style="list-style-type: none"> ● Web型カタログギフト (5,000円相当) ● ブロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 4枚
5,000株以上10,000株未満	<ul style="list-style-type: none"> ● Web型カタログギフト (10,000円相当) ● ブロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 2枚 	<ul style="list-style-type: none"> ● Web型カタログギフト (10,000円相当) ● ブロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 4枚
10,000株以上	<ul style="list-style-type: none"> ● Web型カタログギフト (20,000円相当) ● ブロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 2枚 	<ul style="list-style-type: none"> ● Web型カタログギフト (20,000円相当) ● ブロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 4枚

(Web型カタログギフト商品イメージ)



(ブロスダイニング運営レストラン)



配当について

当社は株主に対する利益還元を経営上の重要課題と位置付けております。しかしながら現時点において配当を行うための剰余金が不足しております。今後、事業活動を着実に推進して、早期に配当を実施できるよう努めてまいります。



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：株式会社ノバレーゼ 広報室 (ir@novarese.co.jp)