

2024年2月14日

COPYRIGHT © 2023 NOVARESE ALL RIGHTS RESERVED.



2023年12月期 決算説明資料

株式会社ノバレーゼ [東証スタンダード・9160]

 NOVARESE

ノバレーゼ 代表取締役社長の荻野です。よろしくお願いいたします。

本日は、おいそがしいなか弊社決算説明会にご参加を賜り、誠にありがとうございます。

早速ですが、2023年12月期通期決算と、2024年12月期業績予想および重点施策について、ご説明いたします。

CONTENTS

01

2023年12月期通期決算概要

02

2024年12月期業績予想

03

2024年12月期重点施策

04

市場環境

05

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直しには、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月期通期決算概要

02

2024年12月期業績予想

03

2024年12月期重点施策

04

市場環境

05

ノバレーゼについて

本資料は、当会社（以下「当社」）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、将来に向けた展望を含んでいる。本資料は、当業日現在の判断に基づいたものであり、将来の業績や市場環境等については、不確実性が含まれていることをご留意ください。

売上収益	営業利益	親会社の所有者に帰属する 当期利益
18,265 百万円 前年同期比 +6.1% 計画比 +1.3%	1,539 百万円 前年同期比 △44.5% 計画比 +2.0%	942 百万円 前年同期比 △43.1% 計画比 +10.1%
施行組数 [※]	平均ゲスト数 [※]	平均組単価 [※]
4,629 組 前年同期比 △0.7% 計画比 +0.2%	51.8 人 前年同期比 +9.8% 計画比 +0.8%	3,170 千円 前年同期比 +1.7% 計画比 +0.5%

※ 施行組数は100万円以上の宴会・披露宴およびリゾート型施設「キラナリゾート沖縄」を対象として算出
※ 平均ゲスト数、平均組単価はリゾート型施設「キラナリゾート沖縄」を含まず算出

4

まず、2023年12月期通期のサマリーです。

売上収益は、前年同期比プラス6.1%、計画比プラス1.3%の182億6,500万円、
営業利益は、前年同期比マイナス44.5%、計画比プラス2%の15億3,900万円、
親会社の所有者に帰属する当期利益は、前年同期比マイナス43.1%、
計画比プラス10.1%の9億4,200万円となりました。

施行組数は、前年同期比マイナス0.7%、計画比プラス0.2%の4,629組、
平均ゲスト数は、前年同期比プラス9.8%、計画比プラス0.8%の51.8人、
平均組単価は、前年同期比プラス1.7%、計画比プラス0.5%の317万円となりました。

平均ゲスト数および平均組単価は順調に回復しておりますが、
売上収益の伸長が増加した費用を吸収できず、増収減益となりました。

詳細は次のページ以降でご説明いたします。

連結損益計算書

- 平均ゲスト数・平均組単価の回復に伴い増収となるものの、コロナ関連補助金の縮減や店舗数増加によるコストの増加を吸収できず減益となる
- 11月14日公表の業績予想に対しては、すべての段階利益で増益

(単位：百万円)	2022/12 4Q累計	2023/12 4Q累計	増減額	増減率	2023/12 4Q計画 2023年11月公表	計画比
売上収益	17,222	18,265	+1,042	+6.1%	18,035	+1.3%
売上総利益	10,142	10,184	+42	+0.4%	10,009	+1.7%
販管費	7,663	8,621	+957	+12.5%	8,564	+0.7%
営業利益	2,775	1,539	△1,236	△44.5%	1,509	+2.0%
営業利益率	16.1%	8.4%	△7.7pt	-	8.4%	-
税引前利益	2,485	1,230	△1,254	△50.5%	1,202	+2.3%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	1,656	942	△714	△43.1%	855	+10.1%
(ご参考) EBITDA ※	4,874	3,884	△990	△20.3%	3,847	+0.9%

※ EBITDA：営業利益＋減価償却費及び償却費

2023年12月期通期実績/POINT

- 売上収益
 - ✓ 平均ゲスト数・平均組単価が増加
 - ✓ 婚礼施設における宴会および一般飲食が増加
 - ✓ レストラン特化型の来店客数増加
- 原価
 - ✓ 水道光熱費増加
 - ✓ 雇用調整助成金の縮減（レストラン部門）
 - ✓ 人件費増加（レストラン部門）
- 販管費
 - ✓ 新規開業費用増加
 - ✓ 2024年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）
 - ✓ 雇用調整助成金の縮減（その他部門）
 - ✓ 店舗数増加に伴う固定費増加（減価償却費・地代家賃）
 - ✓ 一部店舗の固定資産に係る減損損失発生

連結損益計算書はご覧の通りです。

11月14日公表の業績予想に対しましては、すべての段階利益で増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いたします。

営業利益の増減分析（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、販売価格の調整等による効果は徐々に現れている



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。

まず、2022年は受給したコロナ関連補助金の影響額が5億6,000万円ありました。婚礼プロデュース部門および婚礼衣裳部門における施行組数減少による影響額が、マイナス1億3,300万円、平均ゲスト数が4.6人増加したことによる影響額がプラス2億4,400万円、一般飲食の売上が3億3,700万円増加したことによる影響額が2億4,000万円となりました。

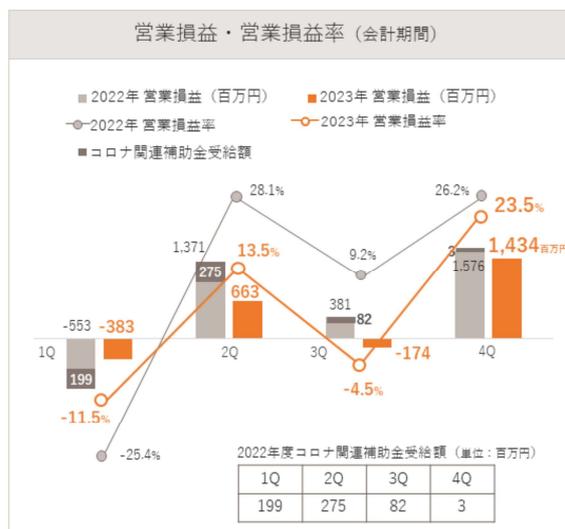
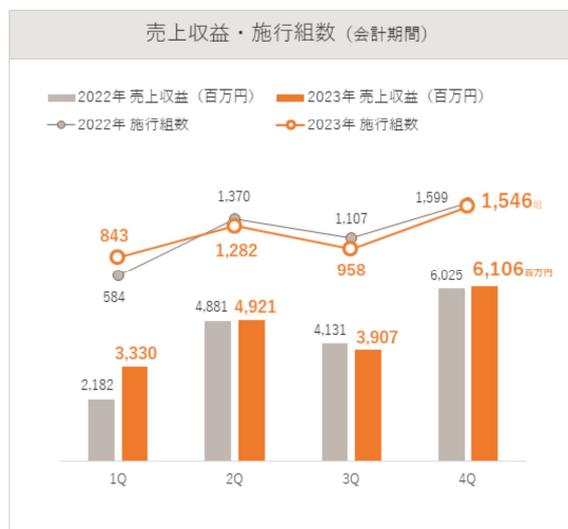
一方、コスト面では、食材高騰が8,900万円、水光熱費高騰の影響額が6,800万円、上場費用が3,200万円、株主優待制度の導入による引当金が6,000万円、一部店舗の固定資産に係る減損損失が1,600万円発生いたしました。

今後の持続的成長に向けた先行投資となる費用として、新店の地代家賃や減価償却費等、固定費の増加が3億5,300万円、2023年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、人件費が2億9,300万円増加いたしました。新卒採用を前年の3人から63人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だったと考えており、人手不足が叫ばれる中で優秀な人材を確保し、今後の成長につなげるための期間であったと捉えております。

さらに、既存店の稼働維持のための改装および修繕、広告が1,700万円増加いたしました。一方、コスト高については、2023年に販売価格を調整したことや、今期は人員配置の最適化を徹底するなど、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。

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。



7

四半期業績の推移です。

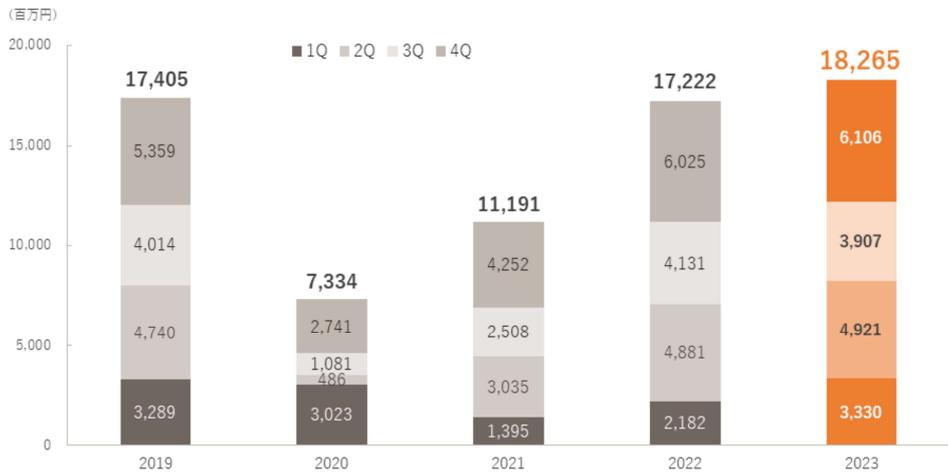
左側のグラフは、会計期間の売上収益と施行組数を、右側のグラフは、会計期間の営業損益と営業損益率を示しています。

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、売上収益と利益が大きく伸びる構造となっております。2023年もそのトレンドとなりました。

右側のグラフの下に、2022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。

売上収益の推移（連結）

平均ゲスト数・平均組単価の回復に伴い、売上収益はコロナ禍前を上回る



2019年12月期以降の売上収益の推移です。

平均ゲスト数、平均組単価の回復に伴い、
売上収益はコロナ前を上回ることができました。

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 4Q累計	2023/12 4Q累計	増減額	増減率
売上収益	16,582	17,372	+790	+4.8%
セグメント利益	3,844	2,756	△1,087	△28.3%
セグメント利益率	23.2%	15.9%	△7.3pt	-



POINT

2022年開業1店舗が通期で稼働し、2023年も4月、7月にそれぞれ開業したことから売上収益は増収で着地。一方、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2022年受給した雇用調整助成金等のコロナ関連補助金（496百万円）がなくなったこと、一部店舗の固定資産に係る減損損失等が影響し、セグメント利益は減益となる。

レストラン特化型事業 (単位：百万円)	2022/12 4Q累計	2023/12 4Q累計	増減額	増減率
売上収益	640	892	+252	+39.4%
セグメント利益 (△は損失)	△13	42	+56	-
セグメント利益率	-	4.8%	-	-



POINT

コロナ関連補助金がなくなったものの、2022年開業「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が5類へ移行したこと、インバウンド需要等により既存店の売上が増加したことから、セグメント利益は42百万円の黒字となる。

セグメント別の状況です。

各事業の売上収益に占める比率は、ブライダル事業が約95%、レストラン特化型事業が約5%です。

ブライダル事業の売上収益は、2022年開業の和歌山が通期で稼働し、2023年にも宮崎、沖縄が開業したことにより、前年同期比プラス4.8%の173億7,200万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、2022年開業のSHARI赤坂が通期で稼働し、また新型コロナウイルスが5類へ移行したこと、および、インバウンド需要等により来店客数も増加したことから、前年同期比プラス39.4%の8億9,200万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なくなったものの、4,200万円の黒字で着地しました。2024年には2店舗の開業を予定していることから、さらなる増収を目指します。

セグメント別売上収益（連結）

平均ゲスト数および平均組単価、一般飲食が回復傾向にあることから、ブライダル事業のセグメント別売上収益は、2022年と比較して婚礼プロデュース部門およびレストラン部門で増収

(単位：百万円)	2022/12 4Q累計	2023/12 4Q累計	増減額	増減率	POINT
ブライダル事業	16,582	17,372	+790	+4.8%	<ul style="list-style-type: none"> ● 婚礼プロデュース部門売上収益 ✓ 平均ゲスト数、平均組単価の回復に伴い増収 ● 婚礼衣裳部門売上収益 ✓ 自社施行において、2022年はコロナ禍の特別措置として実施したフォトウエディング用衣裳が含まれていることから、前年同期比で微減 ● レストラン部門（ブライダル事業）売上収益 ✓ 婚礼飲食は平均ゲスト数の回復に伴い増収 ✓ 一般飲食は、宴会の回復基調、イベント等の開催により増収 ● レストラン特化型売上収益 ✓ 2022年開業店舗が過期稼働したことやインバウンド需要拡大により増収
婚礼プロデュース部門	8,099	8,364	+265	+3.3%	
婚礼衣裳部門 ※	3,639	3,520	△119	△3.3%	
内 自社施行	3,188	3,126	△62	△2.0%	
内 他社施行	451	394	△57	△12.7%	
レストラン部門	4,843	5,488	+644	+13.3%	
内 婚礼飲食	4,177	4,484	+306	+7.4%	
内 一般飲食	665	1,003	+337	+50.7%	
レストラン特化型事業	640	892	+252	+39.4%	

※ 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。

セグメント別の売上収益です。

婚礼プロデュース部門の平均ゲスト数・平均組単価の回復に伴い、婚礼プロデュース部門およびレストラン部門の婚礼飲食において、増収となりました。

婚礼衣裳部門の自社施行においては、2022年はコロナ禍の特別措置として実施したフォトウエディング用の衣裳が含まれていることから、前年同期比で微減となりました。

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・披露宴用の衣裳レンタル・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様で行う挙式・披露宴用の衣裳レンタル・販売のことです。

レストラン部門の一般飲食についても宴会需要が回復基調にあることから、2022年を上回りました。

婚礼プロデュース部門の状況

平均ゲスト数が回復基調であるに伴い、平均組単価は伸長

	2022/12 4Q累計	2023/12 4Q累計	増減	増減率
売上収益 (百万円)	8,099	8,364	+265	+3.3%
店舗数 (店)	32	34	+2	-
施行組数 (組)	4,660	4,629	△31	△0.7%
受注組数 (組)	4,366	4,323	△43	△1.0%
受注残組数 (組)	3,159	2,853	△306	△9.7%
平均ゲスト数 (人)	47.2	51.8	+4.6	+9.8%
平均組単価 (千円)	3,116	3,170	+54	+1.7%

※ 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、受注残組数は100万円以上の挙式・披露宴およびリゾート型施設「キラナリゾート沖縄」を対象として算出
 ※ 平均ゲスト数、平均組単価はリゾート型施設「キラナリゾート沖縄」を含まず算出

POINT

- 受注組数
 - ✓ 2022年、2023年開業店舗が堅調に推移しているものの、一部の既存店において競争激化の影響を受け微減
 - ✓ 改装やIBJ社との連携強化、結婚相談カウンターの利用、SNS等の広告出稿の拡大により集客増に努める
 - ✓ 新規接客時の販促ツールの拡充や教育研修を強化し、受注率向上を図る
- 受注残組数
 - ✓ 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2023年12月期第2四半期累計期間に多くあったこと、また、2023年下期の受注が苦戦したことから、2022年を下回る
- 平均ゲスト数
 - ✓ コロナ禍前（2019年12月期第4四半期累計）の80%程度まで回復。2024年はさらなる回復を見込む
- 平均組単価
 - ✓ 付帯商品の商品開発や販促ツールの強化、販売価格の見直し等により、単価アップを図る

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3.3%の83億6,400万円となりました。

受注組数は、2022年および2023年開業の新店が堅調に推移しているものの、一部既存店において競争激化の影響を受けたことから、前年同期比マイナス1%の4,323組となりました。

今後においては、戦略的な改装やIBJ社との連携強化、ゼクシィ結婚相談カウンターの利用、SNS等の広告出稿を拡大することにより、集客増に努めます。

また受注率のさらなる向上施策として、新規接客時の販促ツールの拡充や、教育研修を強化してまいります。

受注残組数については、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、2023年第2四半期累計期間に多くあったことや、2023年下期の受注が苦戦したことから、前年同期比マイナス9.7%の2,853組となりました。

受注組数および施行組数はコロナ禍で大きく落ち込んだものの、足元はコロナ禍前の水準以上を維持



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、受注組数について、
 コロナ禍前2019年12月期の同四半期と比較した実績です。
 受注組数と施行組数、ともにコロナ禍前の水準以上を維持しております。

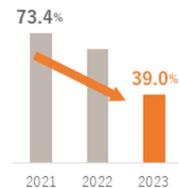
平均ゲスト数の推移

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



コロナ禍の影響により招待・参加人数を縮小した

コロナ禍の影響は減少



調査対象：前年4月～当年3月に挙式・披露宴を実施した人
(例) 2023年実績は2022年4月～2023年3月に施行

出典：結婚総合意識調査2023
(リクルートアライダル総研調べ)

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。先ほどもご説明したとおり、平均ゲスト数は着実に回復しております。

足元の状況としては、新規来館時、ゲスト数60人以上を希望されるお客様の割合が、前年と比較して10%程度増えていることから、今期はさらなる回復を見込んでおります。

平均ゲスト数の増加は利益に大きく寄与することから、今期もゲスト数の回復に向けてさまざまな施策に取り組んでまいります。

婚礼衣裳部門の状況

売上収益は取扱組数の減少に伴い減収となる。提携会場数の拡大および付帯商品の販促強化により収益アップを目指す。

	2022/12 4Q累計	2023/12 4Q累計	増減	増減率
売上収益 (百万円)	3,639	3,520	△119	△3.3%
店舗数 (店)	22	23	+1	-
取扱組数 (組) ※	5,370	5,179	△191	△3.6%
内 自社施行 (組)	4,561	4,470	△91	△2.0%
内 他社施行 (組)	809	709	△100	△12.4%
受注組数 (組)	4,979	4,892	△87	△1.8%
受注残組数 (組)	2,677	2,390	△287	△10.7%

※ 自社施行とは当社婚礼施設で行う挙式・披露会用衣裳のレンタル・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・披露会用の衣裳のこと。

POINT

- 取扱組数
 - ✓ 自社施行：2022年はコロナ禍の特別措置として実施したフォトウエディング用衣裳が含まれていることから、2023年は前年同期比で微減
 - ✓ 他社施行：一部会場からの送客数が減少したため2022年を下回る
 - ✓ 提携会場は2023年度中に15会場増加。既存会場についても送客用ツールおよびプラン設計を見直すことにより送客数の増加を図る
 - ✓ 商品ラインアップの拡充と教育研修を強化し、受注率アップに努める
- 受注残組数
 - ✓ 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2023年第2四半期累計期間に多くあったこと、また2023年下期の婚礼プロデュース部門の受注苦戦の影響を受け、2022年を下回る
- 単価アップに対する施策
 - ✓ 衣裳小物のラインアップ拡充および販促強化
 - ✓ 前撮り撮影の受注強化
 - ✓ 親族向け衣裳（モーニング・留袖等）の販促強化

婚礼衣裳部門の状況です。

売上収益は前年同期比マイナス3.3%の35億2,000万円です。

取扱組数は自社施行、他社施行ともに減少したことにより、前年同期比マイナス3.6%の5,179組となりました。

他社施行の減少は、一部会場からの送客数が減少したためですが、2023年以降、ドレスの外販営業を強化しており、新規契約数も増加していることから、今後は自社だけではなく、他社施行の取り扱い組数も回復してくることを見込んでおります。

受注組数は前年同期比マイナス1.8%の4,892組です。

受注残組数は前年同期比マイナス10.7%の2,390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、2023年12月期第2四半期累計期間に多くあったこと、また、婚礼プロデュース部門において、2023年下期の受注が苦戦したためです。

単価アップに対する施策としては、アクセサリ等小物のラインアップ拡充、および販促強化、親族向け衣裳の販促強化に努めてまいります。

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	2023/4Q	増減
流動資産	3,522	2,524	△998
現金および現金同等物	2,803	1,719	△1,084
非流動資産	28,458	29,777	+1,319
有形固定資産	14,718	15,820	+1,102
のれん	11,203	11,203	0
無形資産	68	71	+3
繰延税金資産	1,506	1,630	+123
資産合計	31,980	32,301	+320
流動負債	17,893	8,177	△9,716
営業債務およびその他の債務	1,358	1,427	+68
借入金	13,068	3,399	△9,668
その他の金融負債	902	982	+80
非流動負債	6,852	15,945	+9,093
借入金	1,058	9,688	+8,630
その他の金融負債	4,586	4,937	+351
負債合計	24,746	24,123	△622
資本合計	7,234	8,177	+943
負債および資本合計	31,980	32,301	+320

(単位:百万円)	2022/4Q	2023/4Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,620	2,996	△1,623
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,340	△2,034	△694
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,725	△2,044	+681
現金および現金同等物に係る換算差額	2	△1	△3
現金および現金同等物の増減額	556	△1,084	△1,640
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	2,803	1,719	△1,084

POINT

- 営業キャッシュ・フロー
 - ✓ 減価償却費 +2,344百万円
 - 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 △1,944百万円
 - 財務キャッシュ・フロー
 - ✓ 短期借入金の増加額 +58百万円
 - ✓ 長期借入れによる収入 +11,946百万円 ※
 - ✓ 長期借入金(一年内返済予定)の返済 △13,129百万円 ※
 - ✓ リース負債の返済 △919百万円
- ※リファイナンスを実施したことによる借入金の増減を含む

15

貸借対照表およびキャッシュ・フロー計算書はご覧の通りです。

続いて、2024年12月期についてご説明いたします。

CONTENTS

01

2023年12月期通期決算概要

02

2024年12月期業績予想

03

2024年12月期重点施策

04

市場環境

05

ノバレーゼについて

本資料は、当株式会社（以下「当社」）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、将来に関する事項は、当業日現在の判断に基づいた合理的な見込みを示すものではありません。また、本資料に記載の情報は、不確実性が含まれていることをご留意ください。

2024年12月期 業績予想（連結）

平均組単価の回復、婚礼施設におけるレストラン営業およびレストラン特化型事業の強化により、増収増益を見込む

(単位: 百万円)	第2四半期 (累計)				通期			
	2023/12 同期実績	2024/12 予想	増減額	増減率	2023/12 同期実績	2024/12 予想	通期 増減額	通期 増減率
売上収益	8,251	8,653	+402	+4.9%	18,265	19,576	+1,310	+7.2%
売上総利益	4,539	4,656	+117	+2.6%	10,184	10,906	+772	+7.1%
販管費	4,237	4,648	+410	+9.7%	8,621	9,287	+665	+7.7%
営業利益	279	92	△186	△66.8%	1,539	1,710	+170	+11.1%
営業利益率	3.4%	1.1%	△2.3pt	-	8.4%	8.7%	+0.3pt	-
税引前(四半期)利益 (△は損失)	121	△95	△217	-	1,230	1,361	+130	+10.6%
親会社の所有者に帰属する 当期(四半期)利益(△は損失)	71	△64	△135	-	942	943	+0	+0.1%
(ご参考) EBITDA ※	1,414	1,283	△131	△9.3%	3,884	4,169	+285	+7.3%
婚礼プロデュース部門 施行組数(組)	2,125	2,004	△121	△5.7%	4,629	4,558	△71	△1.5%

※ EBITDA: 営業利益+減価償却費及び償却費

17

2024年12月期の業績予想です。

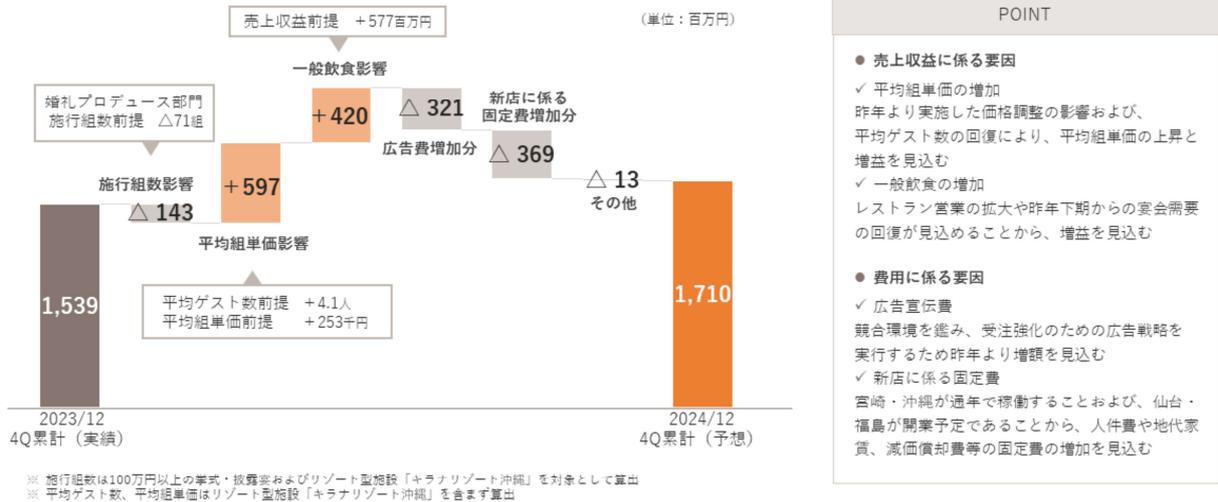
2024年12月期は、平均組単価の回復および婚礼施設におけるレストラン営業の拡大、またレストラン特化型事業も強化すること等から、増収増益となる見通しです。

売上収益は前年同期比プラス7.2%の195億7,600万円、
売上総利益は前年同期比プラス7.1%の109億600万円、
営業利益は前年同期比プラス11.1%の17億1,000万円、
税引前利益は前年同期比プラス10.6%の13億6,100万円、
親会社の所有者に帰属する当期利益は前年同期比プラス0.1%の9億4,300万円です。

婚礼プロデュース部門における施行組数は前年同期比マイナス1.5%の4,558組です。

営業利益につきましては、次のページで詳しくご説明いたします。

広告出稿の拡大および新店に係る固定費が増加するものの、平均組単価の上昇と一般飲食の売上伸長がコストを吸収することにより、営業利益は増益を見込む



通期営業利益予想の増減について図解しております。

施行組数が2023年を71組下回ることに伴う影響額がマイナス1億4,300万円、昨年実施した価格調整の影響や少人数婚礼の実施割合が下がることに伴い、ゲスト数の増加や衣裳の着数の増加が見込まれることより、平均組単価が25万3,000円上昇し、影響額としてプラス5億9,700万円を見込んでおります。

また、レストラン営業の拡大や宴会需要の回復による一般飲食の売上伸長に伴う影響額をプラス4億2,000万円と見込んでおります。

一方、競合環境を鑑み、受注強化のための広告出稿を拡大することから、広告費は昨年より3億2,100万円増加する見込みです。また、新店に係る人件費や地代家賃、減価償却費等の固定費増加の影響額が3億6,900万円となります。

以上、平均組単価の上昇と一般飲食における売上収益の伸長がコストの増加を吸収することから、2024年12月期の営業利益は前年同期比プラス11.1%の17億1,000万円となる見込みです。

続いて、今期重点施策についてご説明いたします。

CONTENTS

01

2023年12月期通期決算概要

02

2024年12月期業績予想

03

2024年12月期重点施策

04

市場環境

05

ノバレーゼについて

本資料は、当株式会社（以下「当社」）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、将来性に関する記述は、当社の現在の判断に基づいた合理的な見込みを示すものではありません。また、本資料に記載されている内容は、当社の将来の業績や財務状況に影響を及ぼす可能性があります。本資料に記載されている内容は、当社の将来の業績や財務状況に影響を及ぼす可能性があります。本資料に記載されている内容は、当社の将来の業績や財務状況に影響を及ぼす可能性があります。

顧客体験価値を最大化し持続的に成長するため、事業基盤の強化と収益力および人的資本価値の向上に注力

01

収益基盤の強化

- 継続的な新規出店と並行し、既存店の機動的かつ戦略的な改装を実施
- 婚礼施設における平日稼働および認知度向上のため、レストラン営業を拡大
- 多様化する顧客ニーズを捉えた商品開発および販売促進
- SNSを活用したメディアミックスによる広告出稿を拡大
- レストラン特化型事業の事業基盤拡大



02

収益力の向上

- DX推進による打ち合わせ業務の効率化と顧客満足度の向上
- プライダル事業における人員配置の最適化
- 高品質・高付加価値商品の販売促進
- 昨年実施した価格調整による原価低減



03

人的資本の
価値最大化

- 人材が最大の資産である事業特性を踏まえ、経営戦略と連動した人事施策を推進



20

2024年12月期の重点施策です。

まず収益基盤の強化に関する施策です。

- ✓ 1点目、継続的な新規出店と並行し、既存店の機動的かつ戦略的な改装を実施します。
- ✓ 2点目、婚礼施設における平日稼働および、認知度向上のため、レストラン営業を拡大いたします。
- ✓ 3点目、時代の変化に伴い、多様化する顧客ニーズを捉えた商品開発および販売促進を行うことにより、顧客満足度の向上および、単価アップに努めます。
- ✓ 4点目、主に既存店における広告出稿を拡大することにより集客に努めます。
- ✓ 最後にレストラン特化型についても、足元が好調に推移していることを受け、新規出店により事業基盤を拡大いたします。

次に収益力向上のための施策です。

- ✓ 1点目、お客様との打ち合わせを円滑に進め、業務効率化を図るためのシステム開発に注力いたします。
- ✓ 2点目、これまで店舗で行っていた婚礼・宴会における人員配置を、本部が管理することにより無駄を省き、最適化を図ります。
- ✓ 3点目、主に婚礼衣裳部門において、高付加価値な商品の販促を強化し、顧客満足度の向上に努めます。
- ✓ 4点目、昨年実施した価格調整により原価は低減する見込みです。

最後に、人的資本の価値最大化のための施策として、経営戦略と連動した人事施策を推進してまいります。人的資本の状況については後ほど詳しくご説明いたします。

■ 今期は婚礼施設2店舗、ドレスショップ1店舗、レストラン2店舗を出店し、さらに収益基盤を拡大

開業時期	施設形態	名称	バンケット数・ フィッティングルーム数	収容人数	所在地
2024年2月17日	ドレスショップ	ノバレーゼ仙台	3	—	仙台市青葉区
2024年6月予定	レストラン	(仮称) 割烹 SHARI	—	未定	広島市中区
2024年7月予定	ゲストハウス (婚礼施設)	青龍荘 (セイリュウソウ)	1	130人	仙台市青葉区
2024年9月予定	ゲストハウス (婚礼施設)	アマンダンアイル	1	142人	福島県福島市
2024年12月予定	レストラン	名称未定	—	未定	大阪市浪速区
2026年予定	ドレスショップ	名称未定	未定	—	富山県富山市
2026年4月予定	ゲストハウス (婚礼施設)	(仮称) アマンダンブリッジ	1	120人	富山県富山市

国内店舗数			海外店舗数	合計
ゲストハウス (婚礼施設)	ドレスショップ	レストラン	フォトウェディングとスパ 運営事業	
37 店舗 (+3)	25 店舗 (+2)	9 店舗 (+2)	1 店舗	72 店舗 (+7)

※2026年開業予定も含む。() 内は2023年12月期末対比

出店計画です。

今期は婚礼施設2店舗、ドレスショップ1店舗、レストラン特化型2店舗を出店し、さらに収益基盤を拡大いたします。

今週末2月17日、仙台市青葉区にドレスショップ「ノバレーゼ仙台」がオープンいたします。6月は、レストラン特化型店舗として「割烹SHARI」を広島市中区へ出店いたします。7月は、「ノバレーゼ仙台」に続き、婚礼施設「青龍荘」がオープンいたします。9月は、婚礼施設「アマンダンアイル」がオープンいたします。衣裳については福島県内の既存店「エクリュスポーゼ郡山店」へ送客いたしますので、ドレスショップのさらなる稼働率向上も見込んでおります。12月は、大阪難波駅周辺のホテルの1階に、レストラン特化型店舗を出店いたします。ホテルのインショップとしては三井ガーデンホテル内「SHARI東銀座」に続き2店舗目です。

さらに、先ほど適時開示いたしましたが、2026年4月、富山県富山市への出店も決定いたしました。概要は後ほどご説明いたします。

以上のように、婚礼施設およびレストラン特化型店舗、いずれも新規出店に関する店舗開発は順調に進んでおります。また、優秀な人材を採用し、順調に育成できていることから、よりクオリティの高いサービスの提供に努めてまいります。



青龍荘 (SEIRYUSO)

所在地：宮城県仙台市青葉区霊屋下22-20

開業：2024年7月予定

設備：1 チャペル (100人) / 1 パンケット (130人)

- JR仙台駅から車で10分
- 政財界や芸能界の著名人が愛した老舗旅館「天龍閣」の跡地に建設
- 仙台藩祖伊達政宗公の霊廟 (れいびょう) である「瑞鳳殿 (ずいほうでん)」に隣接する高台で、瑞鳳殿周辺の杉並木や仙台平野の西に広がる青葉山、市中心部を流れる広瀬川の豊かな眺望が広がる好立地
- ふんだんに木を使いながら現代的なデザインや素材を各所に用いて、和に洋のあつらえを組み入れたモダンな内装

新店の概要です。まずは、今期7月開業予定の仙台市「青龍荘」です。

仙台藩祖伊達政宗公の霊廟 (れいびょう) である「瑞鳳殿 (ずいほうでん)」に隣接する高台で、豊かな眺望が広がる好立地です。

昨年11月より販売を開始しておりますが、想定を上回るペースで受注しております。圧倒的なロケーションで、周辺の豊かな緑や美しい眺望を望むことができることから、他社との差別化もできている会場です。



アマndanアイル

所在地：福島県福島市野田町6-62-1

開業：2024年9月予定

設備：1チャペル(100人) / 1バンケット(142人)

- JR福島駅から車で7分
- 「荒川桜つつみ公園」の桜の名所が眼前に広がる荒川沿いの好立地
- 和モダンをコンセプトとした平家の建物。天井や壁に木を使いながら、縦線と横線を強調した意匠
- 安達太良山や吾妻小富士の眺望を生かすため、景観側は全面ガラス張りに

今期9月開業予定の福島市「アマndanアイル」です。

桜の名所「荒川桜つつみ公園」沿いの好立地であり、安達太良山（あだたらやま）や吾妻小富士（あづまこふじ）の眺望を生かす設計となっております。

昨年12月より販売を開始しておりますが、受注は堅調に推移しております。



(仮称) アマンダブリッジ

所在地：富山県富山市呉羽町

開業：2026年4月予定

設備：1チャペル(100人) / 1バンケット(120人)

- JR富山駅から車で11分
- 富山市の「呉羽丘陵フットパス連絡橋周辺広場官民連携事業」に対し、出店応募を行った結果、当社を構成員とするグループが設置等予定者に選定
- 呉羽丘陵連絡橋は呉羽山公園と城山公園を結ぶ吊り橋で、旧富山観光ホテルの跡地である広場を活用(約1万9,680平方メートル)
- 富山湾や新湊大橋への眺望が楽しめるほか、連絡橋からは立山連峰を望めるなど多様な景色を楽しむことができる

2026年4月開業予定の、富山市「アマンダブリッジ」です。

富山市の「官民連携事業」に対し出店応募を行った結果、当社が設置等予定者に選定されました。素晴らしいロケーションで、旧富山観光ホテルの跡地である広場を活用し、結婚式ができるレストラン、カフェ等を出店し、一般の方にも広くご利用いただける施設を目指します。

官民連携事業の公募については、今後も積極的に取り組んでまいります。

顧客満足度の向上および集客・受注アップに向けた改装を順次実施

カテゴリ	対象店舗	改装内容	1店舗あたりの投資額
婚礼施設	<ul style="list-style-type: none"> ● 岡山モノリス (岡山) ● 新潟モノリス (新潟) ● 姫路モノリス (兵庫) ● アマダンライス (静岡) ● 宇都宮モノリス (栃木) 	チャペルを中心とした改装	10~30百万円
	● 天神モノリス (福岡)	バンケットを中心とした改装	
ドレスショップ	● エクリュスポーゼ郡山店 (福島)	フィッティングルーム、ドレスラックの増設ほか	
婚礼施設	<ul style="list-style-type: none"> ● 旧桜宮公会堂 (大阪) ● フレアージュダリアンス (滋賀) ● 三瀬荘 (広島) 	家具の入れ替えやカーペットの張り替えほか	10百万円以下

【改装実績①】アマダンセール (千葉) / 2023年



【改装実績②】岡山モノリス (岡山) / 2024年



今期の改装計画です。

2023年以降、顧客満足度の向上と集客・受注アップのための戦略的かつ機動的な改装に注力しております。

改装を終えた店舗につきましては、新規来館数が順調に増加していることから、今期につきましても、ハード面での競争優位性を向上させるべく、チャペルやバンケットを中心とした改装から、家具の入れ替えやカーペットの張り替えにいたるまで、順次実施してまいります。

これらによる既存店の集客・受注アップ、また、新規開業の婚礼施設2店舗の施行増加によって、現在の受注残組数が減少している状態からの巻き返しを図ります。

アマンドンブルー青島が「宮崎市景観賞 商業施設部門 最優秀賞」を受賞。当社としては23件目の建築賞受賞

- 2023年4月開業
- 宮崎市の豊かな自然や風土に調和し、優れた景観形成に寄与していると認められる建築物として評価
- 宮崎県に婚礼施設が新規開業したのは約10年ぶり（リクルート調べ）であり、開業以来、受注も好調に推移



主な受賞実績

2008年	北米照明学会賞	北山モノリス（京都）
2009年	BEST STORE OF THE YEAR	高崎モノリス（群馬）
2010年	JCDデザインアワード100選	姫路モノリス（兵庫）
2010年	ひろしま街づくりデザイン賞	三瀬荘（広島）
2011年	BELCA賞（ロングライフ部門）	芦屋モノリス（兵庫）
2012年	環境省主催 におい・かおり環境協会賞	旧桜宮公会堂（大阪）
2013年	AACA賞	ジェームス邸（兵庫）
2014年	日本建築士会連合会賞優秀賞	ジェームス邸（兵庫）
2014年	大阪都市景観建築賞	旧桜宮公会堂（大阪）
2014年	グッドデザイン賞	旧桜宮公会堂（大阪）
2016年	BELCA賞（ロングライフ部門）	ジェームス邸（兵庫）

受賞実績をご紹介させていただきます。

2023年4月開業「アマンドンブルー青島」が宮崎市景観賞最優秀賞を受賞いたしました。

当社の婚礼施設は、それぞれの土地に合わせたシンプルでモダンな設計が特徴です。業界に多い白亜調の施設とは一線を画すデザインで、他社との差別化を図っており、新規開業施設のほか、国の登録文化財に指定されている建造物を再生している施設もございます。

いずれも建築物として高い評価を得ており、今回は23件目の建築賞受賞となりました。

平日稼働および認知度の向上を図るためレストラン営業を強化

定期イベントを開催



- 非日常的な空間をいかしたSNS映えするイベントを定期開催
- 2024年2~3月、24店舗 (38日間) で開催するスイーツイベントの予約数は4,652名 (2月9日現在)

法人宴会専任スタッフを配置

- 欧米豪富裕層に特化した旅行代理店との連携開始
- 問い合わせから提案・実施までをワンストップで対応



IBJ主催パーティーを開催

- IBJ社の月間6万件を超えるお見合いの受け入れ先として披露宴会場を提供
- 会員向け婚活パーティーのプロデュースおよび運営

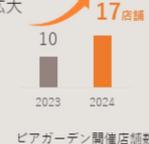
ランチ営業を拡大

- 営業店舗を拡大



ビアガーデンを拡大

- 開催店舗・開催期間を拡大



婚礼施設におけるレストラン営業の拡大に関する施策です。

婚礼施設での一般顧客向けの定期イベントを開催いたします。
また、平日や閑散期の稼働を向上させるため、ランチ営業や夏季限定ビアガーデンを実施する店舗を大幅に拡大いたします。これらは収益拡大は当然ながら、潜在顧客への認知度アップや、地域への貢献にも繋がると考えております。

昨年には法人宴会獲得のための専任スタッフを配置いたしました。お問い合わせからご提案、実施までワンストップでスピード感を持って対応しており、昨年下半年の法人宴会における売上収益は、上期と比較して47.7%アップしております。

さらに先日、外国人富裕層に特化した旅行代理店と契約いたしました。歴史的建造物やロケーションに恵まれた婚礼施設を中心に、全国の当社施設へのご送客を見込んでおります。

飲食業界における人手不足は深刻な問題ですが、当社においては必要人員を確保しており、順調に育成できております。レストラン営業等の拡大に舵を切ることができたのも、素晴らしいスタッフが順調に成長してくれたからだと考えており、レストラン営業の拡大によって、収益基盤を大きく広げてまいります。

インバウンド需要や法人利用が回復基調にあることから、新規出店および既存店のさらなる売上伸長を目指す

	SHARI	Serafina NEW YORK	みたき	くらふと
				
ジャンル	和食	イタリアン	鉄板焼き	からあげ・居酒屋
ディナー客単価	6,000~20,000円	6,000円	15,000円	3,500円
TOPICS 今期施策	<ul style="list-style-type: none"> ● 高単価「SHARI赤坂」も堅調に推移し、ブライダル事業のブランディング、クオリティアップにも寄与 	<ul style="list-style-type: none"> ● ビジネスマンの利用が回復基調 ● 法人宴会の獲得を強化 	<ul style="list-style-type: none"> ● 回復基調にある接待需要を獲得 ● 外国人富裕層への認知度拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ● ローコストオペレーションが確立 ● フランチャイズ展開を視野に
2023/12 通期実績	売上高 : +45.2% (前期比) 来店客数 : +16.4% (前期比)	売上高 : +38.8% (前期比) 来店客数 : +23.7% (前期比)	売上高 : +13.3% (前期比) 来店客数 : +4.6% (前期比)	売上高 : +35.8% (前期比) 来店客数 : +28.2% (前期比)

レストラン特化型事業の状況です。

インバウンド需要の増加や法人利用が回復基調にあることから、今期はさらなる売上伸長を目指します。

ブランド別の状況はご覧の通りですが、2023年12月期における売上高・来店客数は、いずれも前年同期を大きく上回っております。

Web上で招待状を作成してSNSやメールでゲストへ送信できる仕組みを導入。利便性の向上とゲスト数アップに期待。

Web招待状 Weddingday



導入の背景

- SNSの普及
- ゲストの住所を知らないコミュニティが増加
- 返信用はがきの投函等、ゲストの負担を心配する新郎新婦が増加

期待できる効果

- ゲストを気軽に招待することができる
- 新郎新婦・ゲスト双方の利便性向上
- オリジナル感を演出
- 顧客満足度の向上

STEP



01 結婚式・二次会の情報を入力

02 Web招待状をゲストにご案内

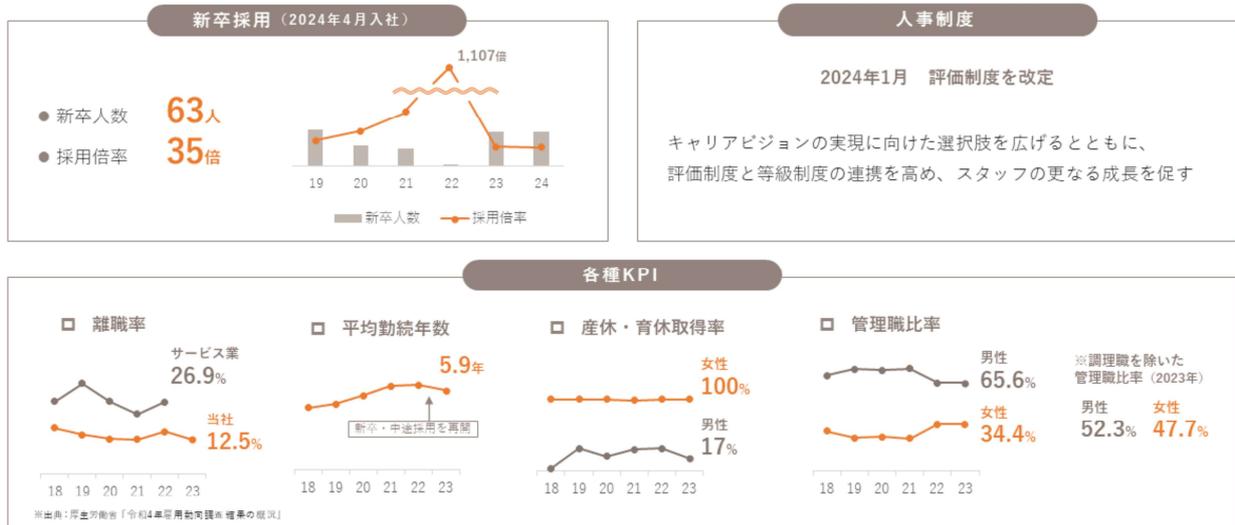
03 ゲストの出欠状況を確認

多様化するニーズに対応した商品開発として、今期、Web招待状を導入しました。

SNSの普及により、ゲストの住所を知らないコミュニティが増加しています。また返信ハガキの投函等、ゲスト側の負担を心配する新郎新婦が増加しているのが現状です。

Web招待状の導入により、新郎新婦・ゲスト双方の利便性が向上し、また、気軽にゲストを招待できることから、ゲスト数がアップすることを期待しております。

「人の成長＝企業の成長」であることから人的資本の強化に引き続き注力し、競争優位を拡大



人的資本の状況をご説明いたします。

2024年4月入社の新卒は63人で、採用倍率は35倍でした。
採用難が叫ばれる中、当社においては新卒および、中途採用において、採用基準を下げることなく、優秀な人材を採用できていると自負しております。

また優秀な人材を辞めさせることなく、長く活躍できる環境整備も重要だと捉え、さまざまな人事制度を導入しており、その結果、離職率も低い水準を維持しております。

その他指標はご覧の通りです。

「人材育成」を経営の重要課題と位置づけ、経営理念に基づく『100』を超える研修プログラムを自社で開発。外部企業にも提供。



当社の研修制度についてご紹介いたします。

当社の社内研修は、ビジネス基礎や職務専門スキルをインプットするとともに、企業理念の浸透・企業文化の構築を担う重要な役割であると捉え、研修のすべてを内製化しております。

100を超える研修プログラムを実施しておりますが、2023年度の年間総研修時間は246時間で、受講人数は918人でした。

研修の目的は、会社の理念とそれに基づく考えや行動を知り、当社で活躍するための土台が整うこと、また、社員が自身の職務で成果を出し、評価されることにより、貢献実感を得られるよう、個人の能力を引き上げることです。

当社には国家資格である「キャリアコンサルタント」の資格を有する社員が複数名在籍していることから、今後も新しい研修プログラムの開発に努め、外販にも注力してまいります。

日経ビジネス公表「社員の士気が高い企業ランキング」において、第11位にランクイン

順位	企業名	業種	スコア
1	ボストン・コンサルティング・グループ	経営コンサルティング	4.47
2	ウルシステムズ	ITコンサルティング	4.46
3	ペイン・アンド・カンパニー・ジャパン	経営コンサルティング	4.44
4	Plan・Do・See	ホテル、レストラン運営、ブライダル	4.33
5	Speee	マーケティング、DX支援	4.33
6	キャディ	金属部品加工仲介	4.29
7	ディアーズ・ブレイン	ブライダル	4.28
8	A.T.カーニー	経営コンサルティング	4.26
9	グロービス	マネジメント等の研修の提供	4.25
10	サイバーエージェント	インターネット広告、ゲーム	4.24
11	ノバレーゼ	ブライダル	4.22
12	イグニション・ポイント	新規事業創出	4.20
13	日連設計	建築の企画・設計	4.18
14	レバテック	IT転職支援	4.18
15	ブルデンシャル生命保険	生命保険業	4.17

ランクイン企業の特徴

- フィードバックの文化があり、成長できる環境があること
- 権限移譲を進めて経営にスピード感があること
- 明確な評価基準を持ち、企業文化が確立していること

出典：日経ビジネス

- ✓ 2024年1月26日公表
- ✓ 社員口コミサイト「OpenWork」に2021年1月～23年11月末に投稿された会社評価レポート約19万件を対象として調査。順位は小数点第5位までの結果

先月1月26日に日経ビジネスが発表した「社員の士気が高い企業ランキング」において、当社は第11位にランクインいたしました。

今後も経営理念の浸透・企業文化の構築に努め、人的資本の価値最大化に注力してまいります。

■ 着実な出店による収益基盤の拡大に加え、当社の優位性を生かせる事業領域の拡大を推進

ハード展開 収益基盤の拡大	国内市場	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ブライダル事業：年間3店舗程度を継続出店（新築・M&A・運営受託） ▶ レストラン特化型事業：年間1~2店舗を継続出店（新築・M&A・運営受託）
	海外市場	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ブライダル事業：ドレスショップの出店および婚礼の運営受託を推進 ▶ レストラン特化型事業：日本食文化を発信するべく海外展開を目指す
ソフト展開 事業領域の拡大	法人向け	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 婚礼周辺サービスの内製化において圧倒的な優位性を生かし、外販を拡大（ドレス・打ち合わせシステム・引出物・写真・映像・装花・クリエイティブ・研修等） ▶ 歴史的建造物等、差別化された空間や景観を生かし、飲食におけるインバウンド需要を獲得 ▶ 業界における圧倒的な採用力を生かし、人材紹介事業へ参入
	個人向け	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 年間約5,000組ずつ積み上がる婚礼顧客に対し、カスタマーリテンション（顧客維持）のための新規事業を推進 ▶ ハードの優位性に加え、高いホスピタリティによって、需要が拡大しているインバウンドウエディングを獲得

今後の成長戦略についてご説明いたします。当社は着実な出店による収益基盤の拡大に加え、当社の優位性を生かせる事業領域の拡大を推進いたします。

まず、ハード展開です。

国内市場においては、婚礼施設を年間3店舗程度、着実に出店いたします。新築のほか歴史的建造物の再生、M&Aや運営受託も取り組んでまいります。採算の取れなくなった旧来型の結婚式場やホテル、歴史的建造物を、当社の人材育成や内製化ノウハウを注入することで立て直してきた実績もございます。こちらは開発期間が短く、初期投資費用を低額に抑える形での出店が可能です。これから二極化が加速するなか、閉鎖される式場も増えていくと予想されるため、積極的に情報収集等踏まえチャレンジしていきます。レストラン特化型についても年間1~2店舗、出店してまいります。海外市場において、ブライダル事業は投資リスクを回避するため、ドレスショップの出店および婚礼施設の運営受託を推進いたします。レストラン特化型についても日本食文化を発信するべく海外展開を目指します。

次にソフト展開です。法人向けの展開としては、

- ▶ 婚礼周辺サービスの内製化において圧倒的な優位性をいかし、同業他社への販売を強化してまいります。
- ▶ 歴史的建造物等、差別化された空間や景観を生かし、飲食におけるインバウンド需要を獲得いたします。
- ▶ 業界における圧倒的な採用力を生かし、人材紹介事業へ参入いたします。

個人向けの展開としては、

- ▶ 年間約5,000組ずつ積み上がる婚礼顧客に対し、カスタマーリテンションのための新規事業を推進いたします。
- ▶ ハードの優位性に加え、高いホスピタリティによって、需要が拡大しているインバウンドウエディングを獲得いたします。

株主優待制度について

2023年12月末日を基準日とし、当社株式を100株以上保有されている株主様を対象として実施

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) ● プ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) ● プ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) ● プ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) ● プ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) ● プ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) ● プ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) ● プ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) ● プ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) ● プ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) ● プ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)



(プ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。

株主還元です。

2023年12月末時点で当社株式を保有してくださった株主様に対し、株主優待を発送いたします。2,000円相当の特選ギフト、引出物で使用しているWeb型カタログギフト、プロスダイニングでのお食事割引券です。

プロスダイニングについては、今期、広島と大阪に出店いたしますので、そちらでもぜひご利用いただきたいと考えております。株主優待を通じて、当社事業に対するご理解を深めていただき、中長期的に当社株式を保有していただきたいと考えております。

次に、配当についてですが、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。

以上、2024年12月期計画等について、ご説明いたしました。

ご清聴いただき、誠にありがとうございました。

