

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

# 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きください。

# 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、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。

## 売上収益

**18,265**百万円

前年同期比 +6.1%  
計画比 +1.3%

## 営業利益

**1,539**百万円

前年同期比 △44.5%  
計画比 +2.0%

## 親会社の所有者に帰属する 当期利益

**942**百万円

前年同期比 △43.1%  
計画比 +10.1%

## 施行組数<sup>※</sup>

**4,629**組

前年同期比 △0.7%  
計画比 +0.2%

## 平均ゲスト数<sup>※</sup>

**51.8**人

前年同期比 +9.8%  
計画比 +0.8%

## 平均組単価<sup>※</sup>

**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

# 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

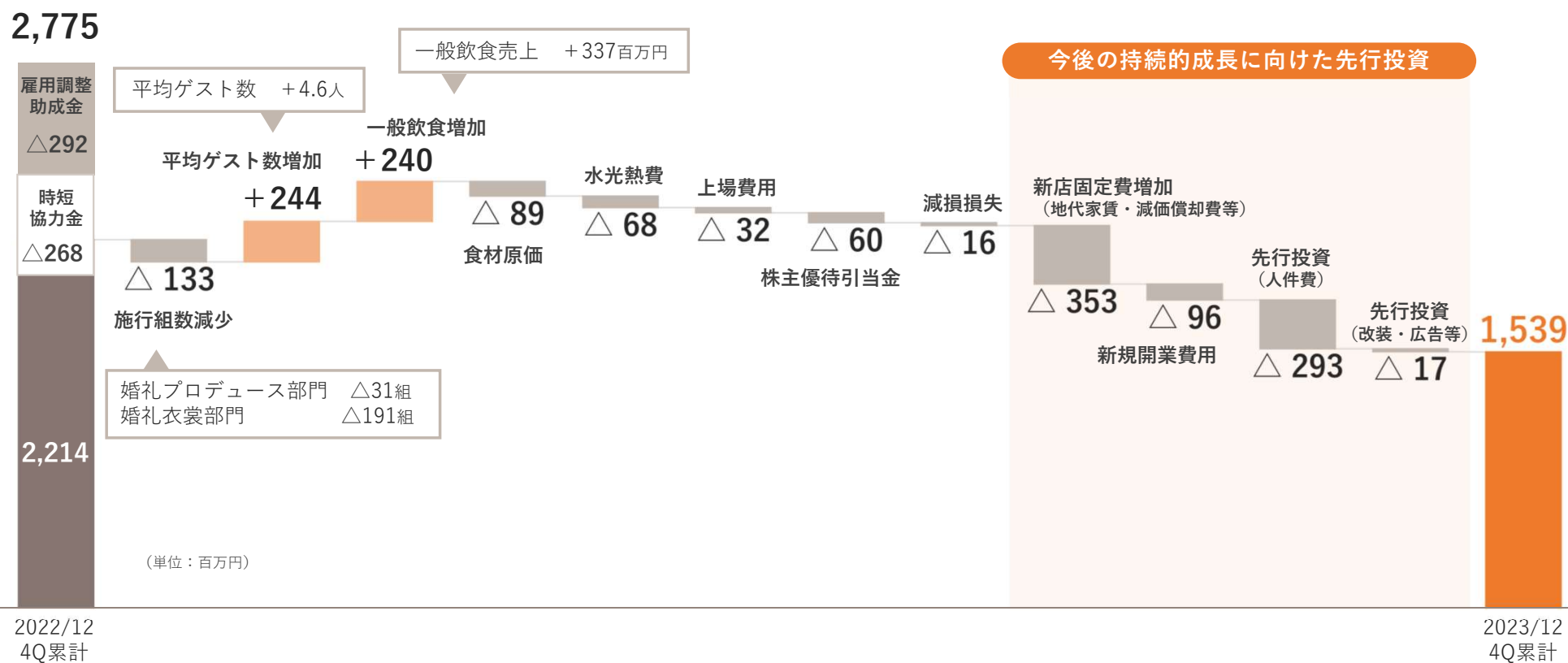
(単位：百万円)	2022/12 4Q累計	2023/12 4Q累計	増減額	増減率	2023/12 4Q計画 2023年11月公表	計画比
売上収益	17,222	<b>18,265</b>	+1,042	+6.1%	18,035	+1.3%
売上総利益	10,142	<b>10,184</b>	+42	+0.4%	10,009	+1.7%
販管費	7,663	<b>8,621</b>	+957	+12.5%	8,564	+0.7%
営業利益	2,775	<b>1,539</b>	△1,236	△44.5%	1,509	+2.0%
営業利益率	16.1%	<b>8.4%</b>	△7.7pt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

2023年12月期通期実績／POINT
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>売上収益</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 平均ゲスト数・平均組単価が増加</li> <li>✓ 婚礼施設における宴会および一般飲食が増加</li> <li>✓ レストラン特化型の来店客数増加</li> </ul> </li> <li>● <b>原価</b> <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> <li>✓ 人件費増加（レストラン部門）</li> </ul> </li> <li>● <b>販管費</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 新規開業費用増加</li> <li>✓ 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）</li> <li>✓ 雇用調整助成金の縮減（その他部門）</li> <li>✓ 店舗数増加に伴う固定費増加（減価償却費・地代家賃）</li> <li>✓ 一部店舗の固定資産に係る減損損失発生</li> </ul> </li> </ul>

※ EBITDA：営業利益＋減価償却費及び償却費

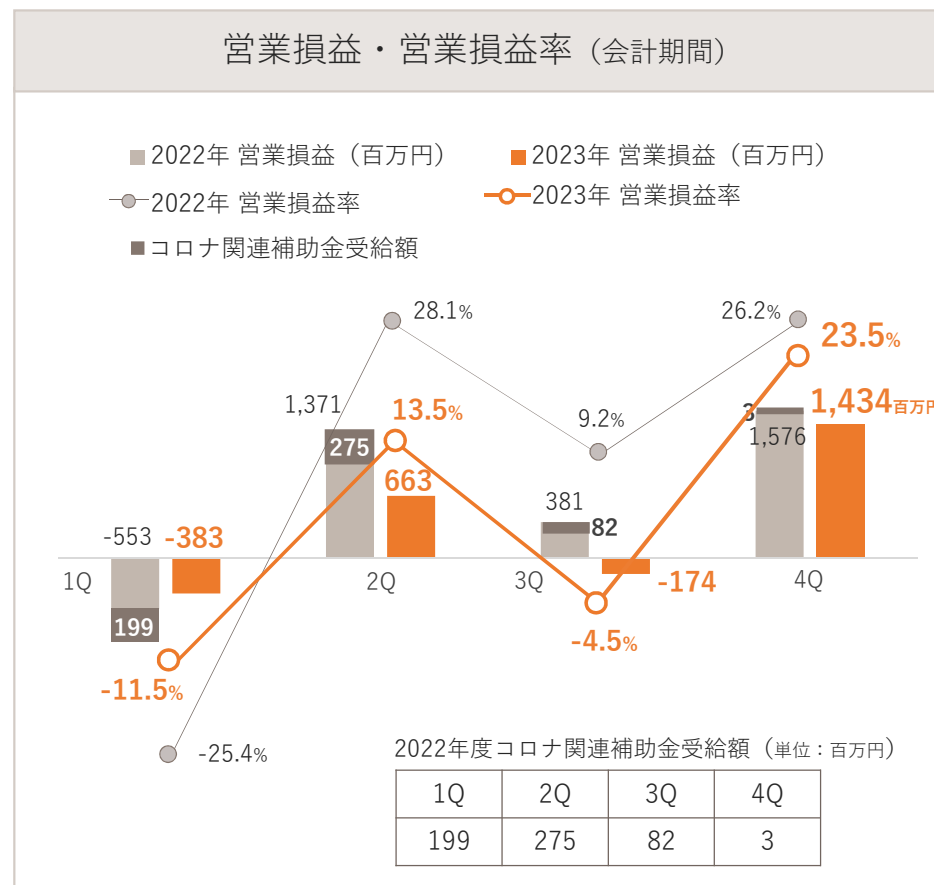
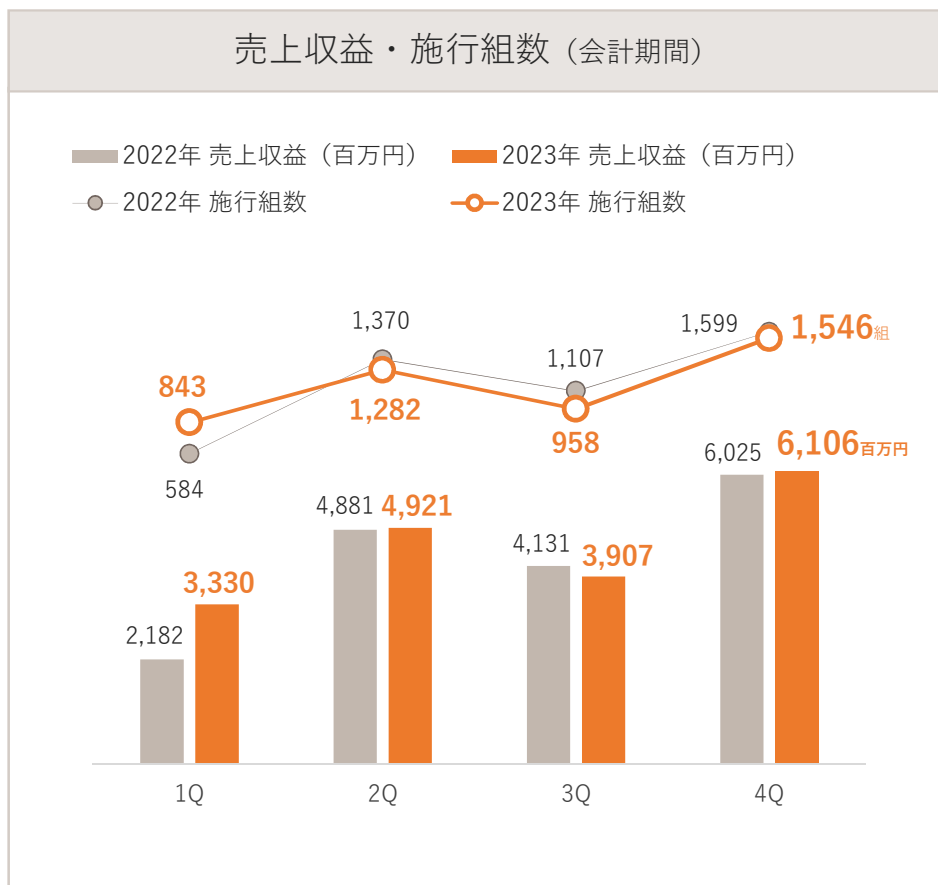
# 営業利益の増減分析（連結）

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



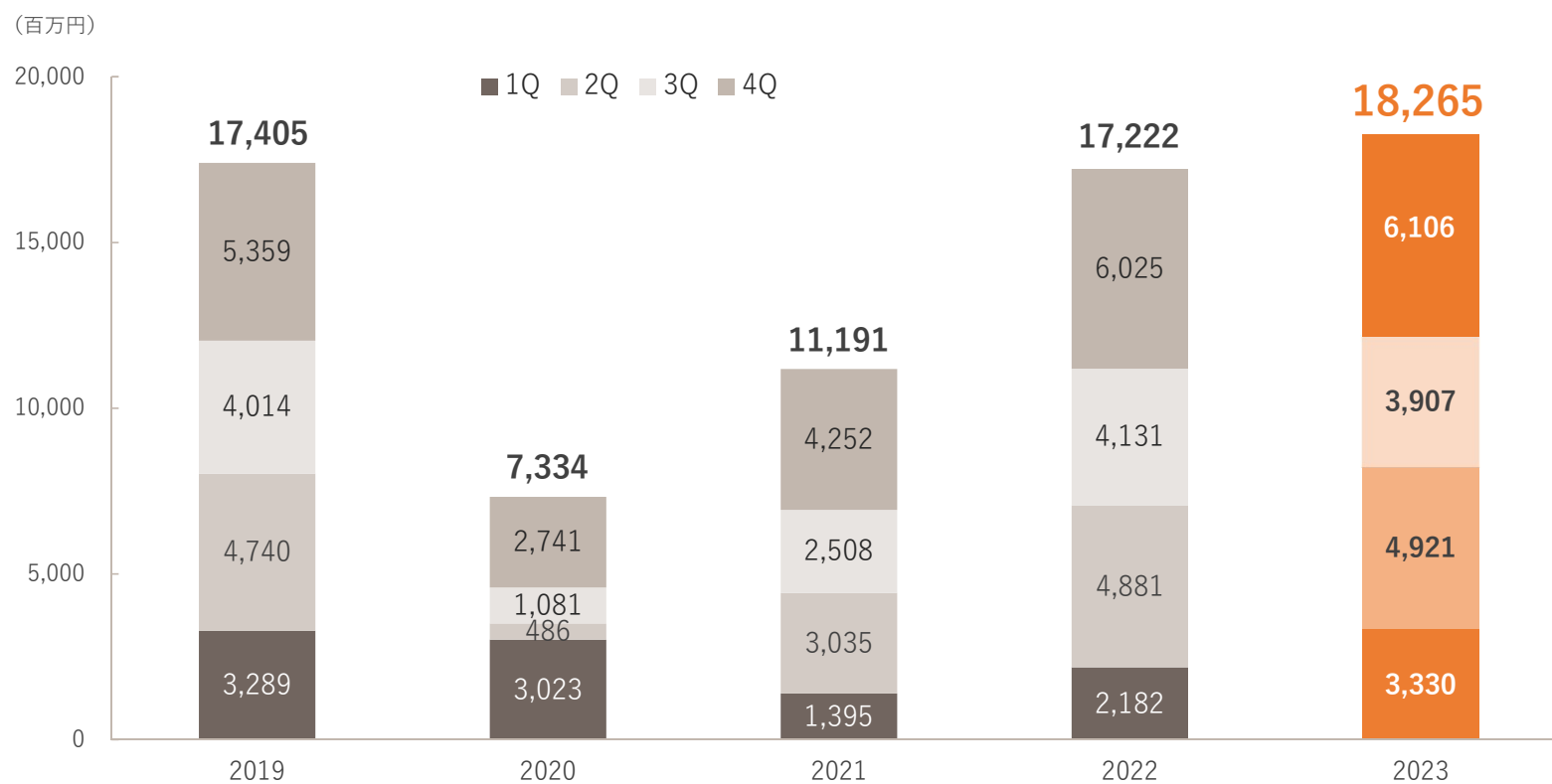
# 四半期業績の推移（連結）

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。



# 売上収益の推移（連結）

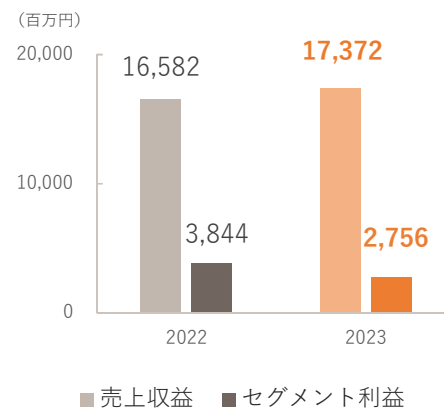
平均ゲスト数・平均組単価の回復に伴い、売上収益はコロナ禍前を上回る





# セグメント別の状況（連結）

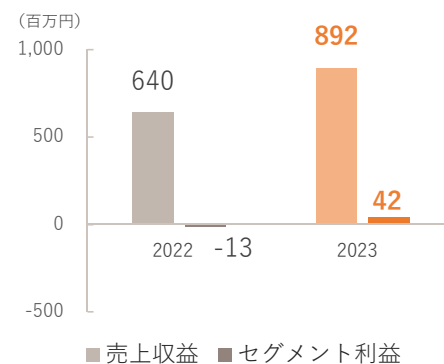
ブライダル事業 (単位：百万円)	2022/12 4Q累計	2023/12 4Q累計	増減額	増減率
売上収益	16,582	<b>17,372</b>	+ 790	+ 4.8%
セグメント利益	3,844	<b>2,756</b>	△1,087	△28.3%
セグメント利益率	23.2%	<b>15.9%</b>	△7.3pt	-



## 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	<b>892</b>	+ 252	+ 39.4%
セグメント利益 (△は損失)	△13	<b>42</b>	+ 56	-
セグメント利益率	-	<b>4.8%</b>	-	-



## 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
<b>ブライダル事業</b>	16,582	<b>17,372</b>	+ 790	+ 4.8%
婚礼プロデュース部門	8,099	<b>8,364</b>	+ 265	+ 3.3%
婚礼衣裳部門 ※	3,639	<b>3,520</b>	△119	△3.3%
内 自社施行	3,188	<b>3,126</b>	△62	△2.0%
内 他社施行	451	<b>394</b>	△57	△12.7%
レストラン部門	4,843	<b>5,488</b>	+ 644	+ 13.3%
内 婚礼飲食	4,177	<b>4,484</b>	+ 306	+ 7.4%
内 一般飲食	665	<b>1,003</b>	+ 337	+ 50.7%
<b>レストラン特化型事業</b>	640	<b>892</b>	+ 252	+ 39.4%

POINT
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>婚礼プロデュース部門売上収益</b> ✓ 平均ゲスト数、平均組単価の回復に伴い増収</li> <li>● <b>婚礼衣裳部門売上収益</b> ✓ 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</li> <li>● <b>レストラン部門（ブライダル事業）売上収益</b> ✓ 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</li> <li>● <b>レストラン特化型売上収益</b> ✓ 2022年開業店舗が通期稼働したことやインバウンド需要拡大により増収</li> </ul>

※ 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。

# 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ことに伴い、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	<b>8,364</b>	+ 265	+ 3.3%
店舗数 (店)	32	<b>34</b>	+ 2	-
施行組数 (組)	4,660	<b>4,629</b>	△31	△0.7%
受注組数 (組)	4,366	<b>4,323</b>	△43	△1.0%
受注残組数 (組)	3,159	<b>2,853</b>	△306	△9.7%
平均ゲスト数 (人)	47.2	<b>51.8</b>	+ 4.6	+ 9.8%
平均組単価 (千円)	3,116	<b>3,170</b>	+ 54	+ 1.7%

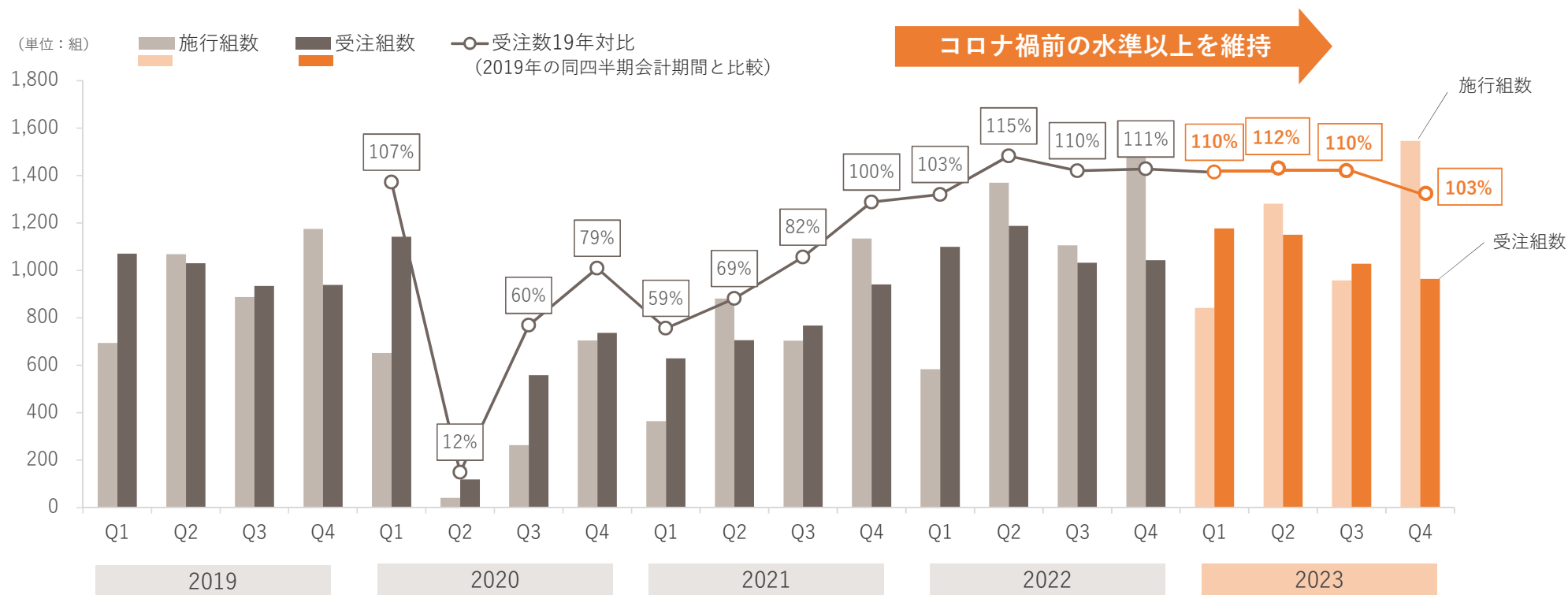
※ 店舗数、施行組数、受注組数、受注残組数、平均ゲスト数、平均組単価は国内における実績  
 ※ 施行組数、受注組数、受注残組数は100万円以上の挙式・披露宴およびリゾート型施設「キラナリゾート沖縄」を対象として算出  
 ※ 平均ゲスト数、平均組単価はリゾート型施設「キラナリゾート沖縄」を含まず算出

### 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

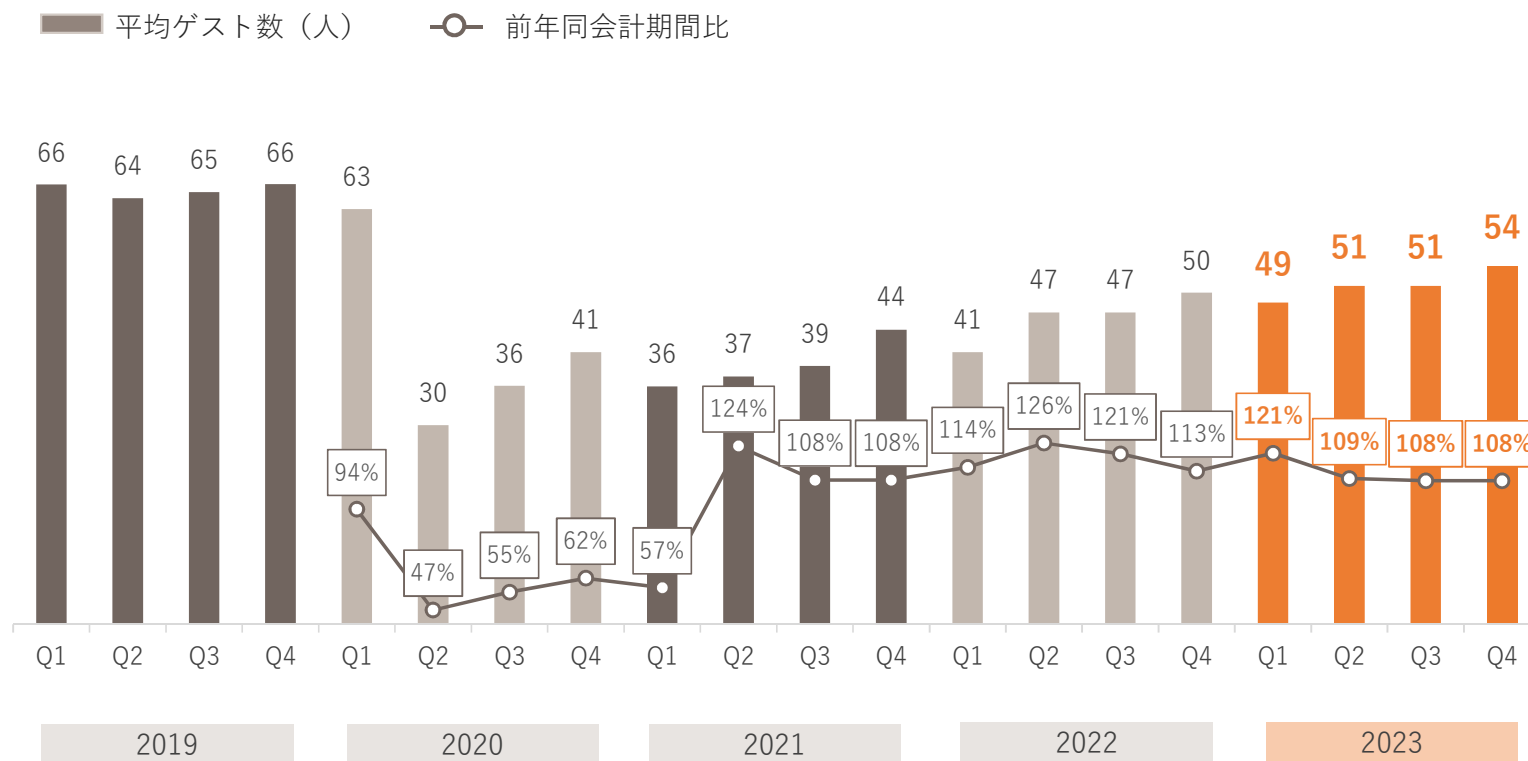
# 受注・施行の推移

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



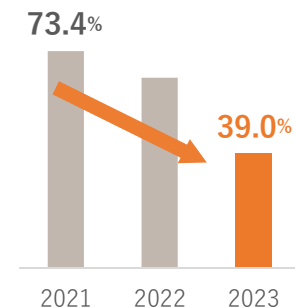
# 平均ゲスト数の推移

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  
(リクルートプライダトル総研調べ)

# 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	<b>3,520</b>	△119	△3.3%
店舗数 (店)	22	<b>23</b>	+1	-
取扱組数 (組) ※	5,370	<b>5,179</b>	△191	△3.6%
内 自社施行 (組)	4,561	<b>4,470</b>	△91	△2.0%
内 他社施行 (組)	809	<b>709</b>	△100	△12.4%
受注組数 (組)	4,979	<b>4,892</b>	△87	△1.8%
受注残組数 (組)	2,677	<b>2,390</b>	△287	△10.7%

※ 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。

POINT
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>取扱組数</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 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</li> <li>✓ 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</li> <li>✓ 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</li> <li>✓ 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</li> </ul> </li> <li>● <b>受注残組数</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 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</li> </ul> </li> <li>● <b>単価アップに対する施策</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 衣裳小物のラインアップ拡充および販促強化</li> <li>✓ 前撮り撮影の受注強化</li> <li>✓ 親族向け衣裳（モーニング・留袖等）の販促強化</li> </ul> </li> </ul>

# 貸借対照表 / キャッシュ・フロー計算書 (連結)

(単位：百万円)	2022/4Q	2023/4Q	増減
流動資産	3,522	<b>2,524</b>	△998
現金および現金同等物	2,803	<b>1,719</b>	△1,084
非流動資産	28,458	<b>29,777</b>	+1,319
有形固定資産	14,718	<b>15,820</b>	+1,102
のれん	11,203	<b>11,203</b>	0
無形資産	68	<b>71</b>	+3
繰延税金資産	1,506	<b>1,630</b>	+123
資産合計	31,980	<b>32,301</b>	+320
流動負債	17,893	<b>8,177</b>	△9,716
営業債務およびその他の債務	1,358	<b>1,427</b>	+68
借入金	13,068	<b>3,399</b>	△9,668
その他の金融負債	902	<b>982</b>	+80
非流動負債	6,852	<b>15,945</b>	+9,093
借入金	1,058	<b>9,688</b>	+8,630
その他の金融負債	4,586	<b>4,937</b>	+351
負債合計	24,746	<b>24,123</b>	△622
資本合計	7,234	<b>8,177</b>	+943
負債および資本合計	31,980	<b>32,301</b>	+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	<b>2,996</b>	△1,623
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,340	<b>△2,034</b>	△694
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,725	<b>△2,044</b>	+681
現金および現金同等物に係る換算差額	2	<b>△1</b>	△3
現金および現金同等物の増減額	556	<b>△1,084</b>	△1,640
現金および現金同等物の期首残高	2,246	<b>2,803</b>	+556
現金および現金同等物の期末残高	2,803	<b>1,719</b>	△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

# 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きください。



# 2024年12月期 業績予想（連結）

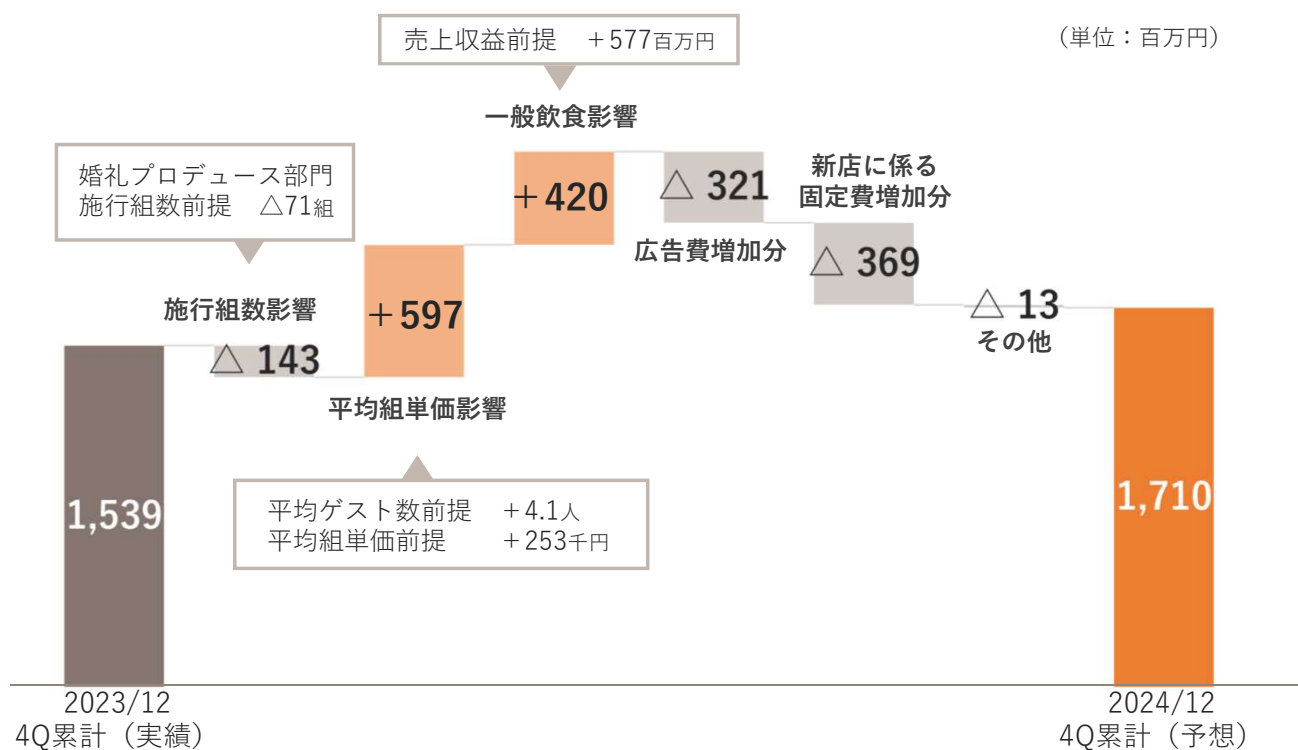
平均組単価の回復、婚礼施設におけるレストラン営業およびレストラン特化型事業の強化により、増収増益を見込む

(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	<b>8,653</b>	+ 402	+ 4.9%	18,265	<b>19,576</b>	+ 1,310	+ 7.2%
売上総利益	4,539	<b>4,656</b>	+ 117	+ 2.6%	10,184	<b>10,906</b>	+ 772	+ 7.1%
販管費	4,237	<b>4,648</b>	+ 410	+ 9.7%	8,621	<b>9,287</b>	+ 665	+ 7.7%
営業利益	279	<b>92</b>	△186	△66.8%	1,539	<b>1,710</b>	+ 170	+ 11.1%
営業利益率	3.4%	<b>1.1%</b>	△2.3pt	-	8.4%	<b>8.7%</b>	+ 0.3pt	-
税引前（四半期）利益 （△は損失）	121	△ <b>95</b>	△217	-	1,230	<b>1,361</b>	+ 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	△ <b>64</b>	△135	-	942	<b>943</b>	+ 0	+ 0.1%
（ご参考）EBITDA ※	1,414	<b>1,283</b>	△131	△9.3%	3,884	<b>4,169</b>	+ 285	+ 7.3%
婚礼プロデュース部門 施行組数（組）	2,125	<b>2,004</b>	△121	△5.7%	4,629	<b>4,558</b>	△71	△1.5%

※ EBITDA：営業利益＋減価償却費及び償却費

# 2024年12月期 通期営業利益予想の増減分析（連結）

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



※ 施行組数は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
<p>● 売上収益に係る要因</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 平均組単価の増加 昨年より実施した価格調整の影響および、平均ゲスト数の回復により、平均組単価の上昇と増益を見込む</li> <li>✓ 一般飲食の増加 レストラン営業の拡大や昨年から宴会需要の回復が見込めることから、増益を見込む</li> </ul>
<p>● 費用に係る要因</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 広告宣伝費 競合環境を鑑み、受注強化のための広告戦略を実行するため昨年より増額を見込む</li> <li>✓ 新店に係る固定費 宮崎・沖縄が通年で稼働することおよび、仙台・福島が開業予定であることから、人件費や地代家賃、減価償却費等の固定費の増加を見込む</li> </ul>

# 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きください。

## 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
- ブ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



# 出店計画 (2024年12月期重点施策)

## ■ 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	
<b>37</b> 店舗 (+3)	<b>25</b> 店舗 (+2)	<b>9</b> 店舗 (+2)	<b>1</b> 店舗	<b>72</b> 店舗 (+7)

※2026年開業予定も含む。( )内は2023年12月期末対比

# 新規出店計画 ① (直営ゲストハウス)

01 収益基盤の強化  NOVARESE



## 青龍荘 (SEIRYUSO)

所在地：宮城県仙台市青葉区霊屋下22-20

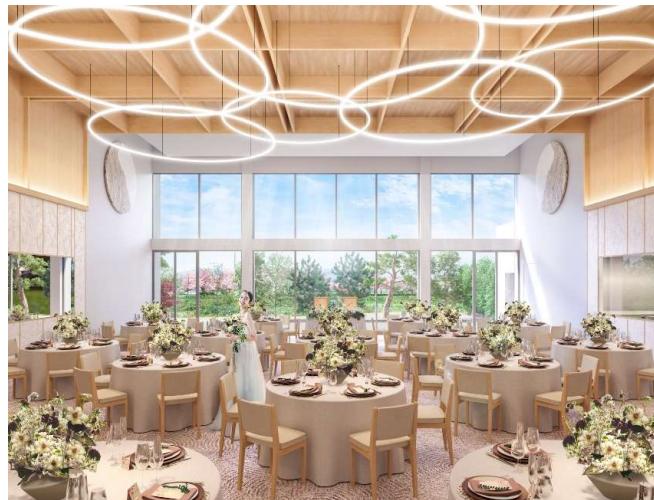
開業：2024年7月予定

設備：1チャペル (100人) / 1バンケット (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

## 新規出店計画 ② (直営ゲストハウス)

01 収益基盤の強化  NOVARESE



### アマندان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

## 新規出店計画 ③ (直営ゲストハウス)

01 収益基盤の強化  NOVARESE



### (仮称) アマダンブリッジ

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)

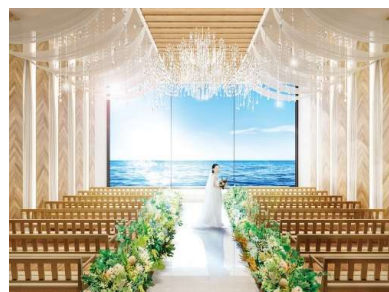
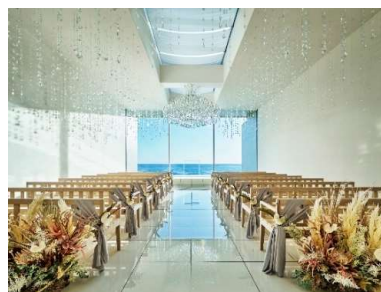
- JR富山駅から車で11分
- 富山市の「呉羽丘陵フットパス連絡橋周辺広場官民連携事業」に対し、出店応募を行った結果、当社を構成員とするグループが設置等予定者に選定
- 呉羽丘陵連絡橋は呉羽山公園と城山公園を結ぶ吊り橋で、旧富山観光ホテルの跡地である広場を活用(約1万9,680平方メートル)
- 富山湾や新湊大橋への眺望が楽しめるほか、連絡橋からは立山連峰を望めるなど多様な景色を楽しむことができる



## 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"> <li>● 岡山モノリス (岡山)</li> <li>● 新潟モノリス (新潟)</li> <li>● 姫路モノリス (兵庫)</li> <li>● アマダンライズ (静岡)</li> <li>● 宇都宮モノリス (栃木)</li> </ul>	チャペルを中心とした改装	10～30百万円
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 天神モノリス (福岡)</li> </ul>	バンケットを中心とした改装	
ドレスショップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● エクリュスポーゼ郡山店 (福島)</li> </ul>	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"> <li>● 旧桜宮公会堂 (大阪)</li> <li>● フレアージュダリアンス (滋賀)</li> <li>● 三瀧荘 (広島)</li> </ul>	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】アマダンセイル (千葉) / 2023年

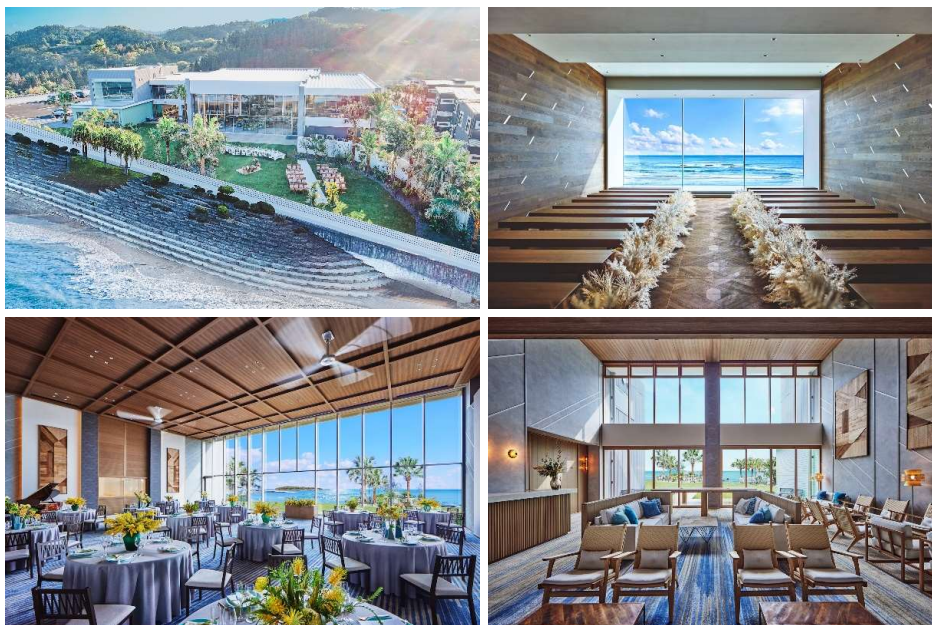


【改装実績②】岡山モノリス (岡山) / 2024年



## アマンドブルー青島が「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	三瀧荘（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）

## 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

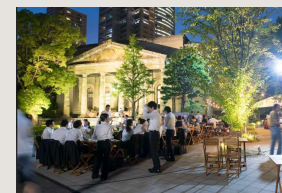
### ランチ営業を拡大

- 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



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"> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネスマンの利用が回復基調</li> <li>法人宴会の獲得を強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>回復基調にある接待需要を獲得</li> <li>外国人富裕層への認知度拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ローコストオペレーションが確立</li> <li>フランチャイズ展開を視野に</li> </ul>
2023/12 通期実績	売上高 : <b>+45.2%</b> (前期比) 来店客数 : <b>+16.4%</b> (前期比)	売上高 : <b>+38.8%</b> (前期比) 来店客数 : <b>+23.7%</b> (前期比)	売上高 : <b>+13.3%</b> (前期比) 来店客数 : <b>+4.6%</b> (前期比)	売上高 : <b>+35.8%</b> (前期比) 来店客数 : <b>+28.2%</b> (前期比)

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

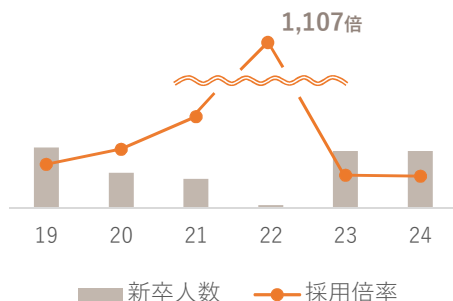


ゲストの  
出欠状況を確認

「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

## 新卒採用 (2024年4月入社)

● 新卒人数 **63人**  
● 採用倍率 **35倍**



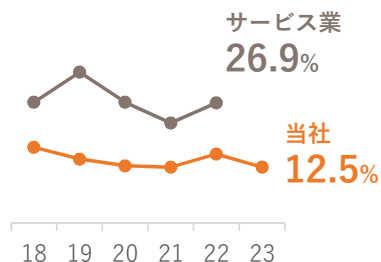
## 人事制度

2024年1月 評価制度を改定

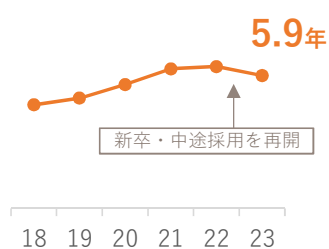
キャリアビジョンの実現に向けた選択肢を広げるとともに、評価制度と等級制度の連携を高め、スタッフの更なる成長を促す

## 各種KPI

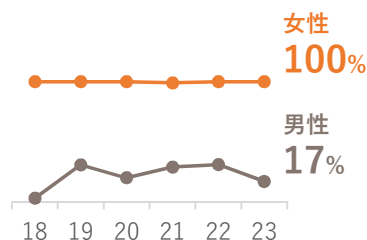
### 離職率



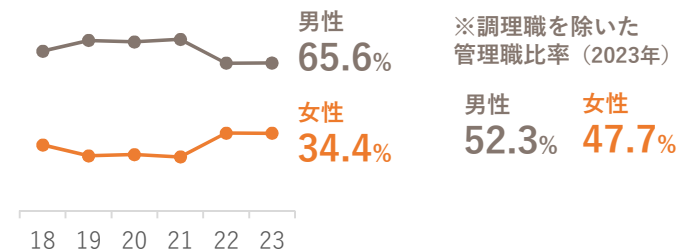
### 平均勤続年数



### 産休・育休取得率



### 管理職比率



※出典：厚生労働省「令和4年雇用動向調査結果の概況」

「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。

## 階層別研修

新入社員（新卒・中途）、若手社員（2～3年目）、中堅社員（4～5年目）、管理職、リーダーを10階層に分け、100を超える階層別基礎研修、課題別、職種別の研修を実施

## ビジネススキル研修 (will)

職種や等級に関係なく、自らの意志で学びを深めたいと考える社員全員が参加できるオンラインショートセミナー

## 面談力アップ研修

キャリアコンサルタントの資格を有する社員が講師となり、士気を高める1on1ミーティングのための研修

## 職種別研修

社員一人ひとりが活躍し、評価されるよう能力を引き上げ、高い水準のサービスの実現を目的とする研修

## 階層別研修一覧

● M等級	ゼネラルマネージャー 着任研修 (視点の変化)	ゼネラルマネージャー 着任研修 (労務・財務・法務など)	面談力アップ研修
● L等級 マネジメント職・専門職	リーダー研修 (リーダーシップ・問題解決)	リーダー研修 (人事考課・マネジメント)	マネージャー着任研修 (視点の変化)
● S3等級	シニア3研修 (人材育成・フォローシップ)	シニア3研修 (キャリアビジョン)	マイスター研修 (アサーティブコミュニケーション)
● S2等級	シニア2研修 (人材育成)	シニア2研修 (ブランディング)	
● S1等級	シニア1研修 (人材育成・コミュニケーション)	シニア1研修 (ビジネスマナー)	シニア1研修 (勤怠管理)
● 入社時	中途入社研修	※3DAYSで実施(年3～4回)	
	新卒入社研修	ブラッシュアップ研修	フォローアップ研修
	will 研修		

## 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	ベイン・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
<b>11</b>	<b>ノバレーゼ</b>	<b>ブライダル</b>	<b>4.22</b>
12	イグニション・ポイント	新規事業創出	4.20
13	日建設計	建築の企画・設計	4.18
14	レバテック	IT転職支援	4.18
15	プ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



## ■ 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"> <li>➤ ブライダル事業：年間3店舗程度を継続出店（新築・M&amp;A・運営受託）</li> <li>➤ レストラン特化型事業：年間1~2店舗を継続出店（新築・M&amp;A・運営受託）</li> </ul>
	海外市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 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</li> <li>➤ 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</li> </ul>
ソフト展開 事業領域の拡大	法人向け	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 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）</li> <li>➤ 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</li> <li>➤ 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</li> </ul>
	個人向け	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 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</li> <li>➤ 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ェディングを獲得</li> </ul>

## 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"> <li>● 特選ギフト (食品/2,000円相当)</li> <li>● プロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 2枚</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 特選ギフト (食品/2,000円相当)</li> <li>● プロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 4枚</li> </ul>
500株以上1,000株未満	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Web型カタログギフト (3,500円相当)</li> <li>● プロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 2枚</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Web型カタログギフト (3,500円相当)</li> <li>● プロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 4枚</li> </ul>
1,000株以上5,000株未満	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Web型カタログギフト (5,000円相当)</li> <li>● プロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 2枚</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Web型カタログギフト (5,000円相当)</li> <li>● プロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 4枚</li> </ul>
5,000株以上10,000株未満	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Web型カタログギフト (10,000円相当)</li> <li>● プロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 2枚</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Web型カタログギフト (10,000円相当)</li> <li>● プロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 4枚</li> </ul>
10,000株以上	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Web型カタログギフト (20,000円相当)</li> <li>● プロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 2枚</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Web型カタログギフト (20,000円相当)</li> <li>● プロスダイニング優待券 (お食事代金20%割引) 4枚</li> </ul>

(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。

# 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

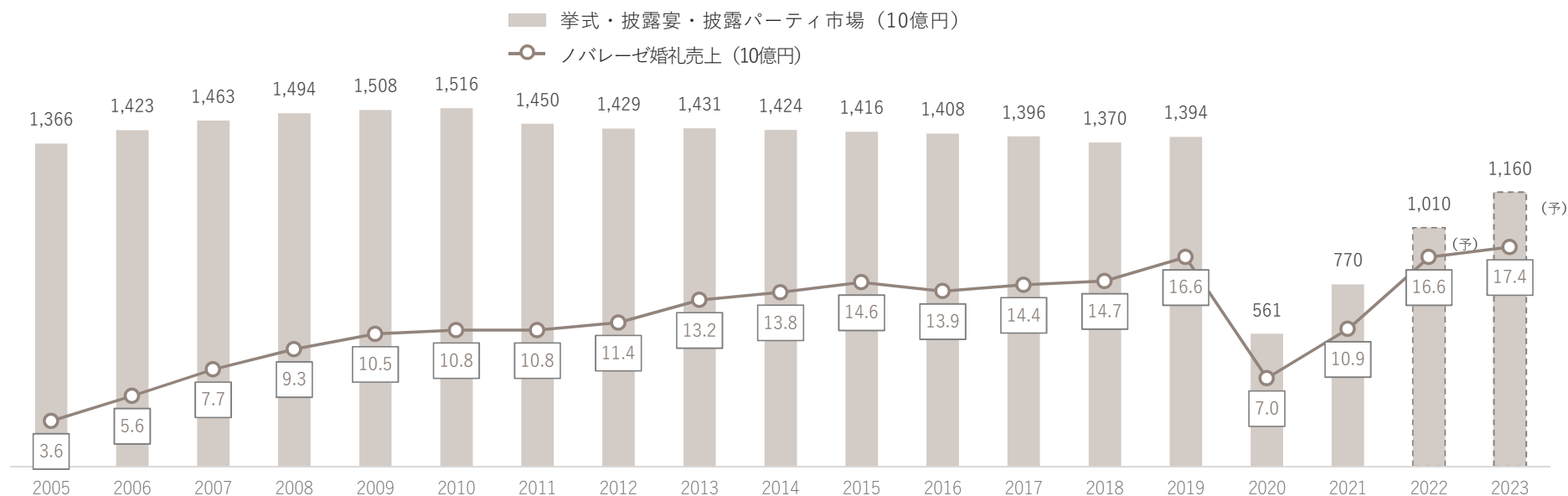
ノバレーゼについて

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きください。

# 市場環境 ①

- 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

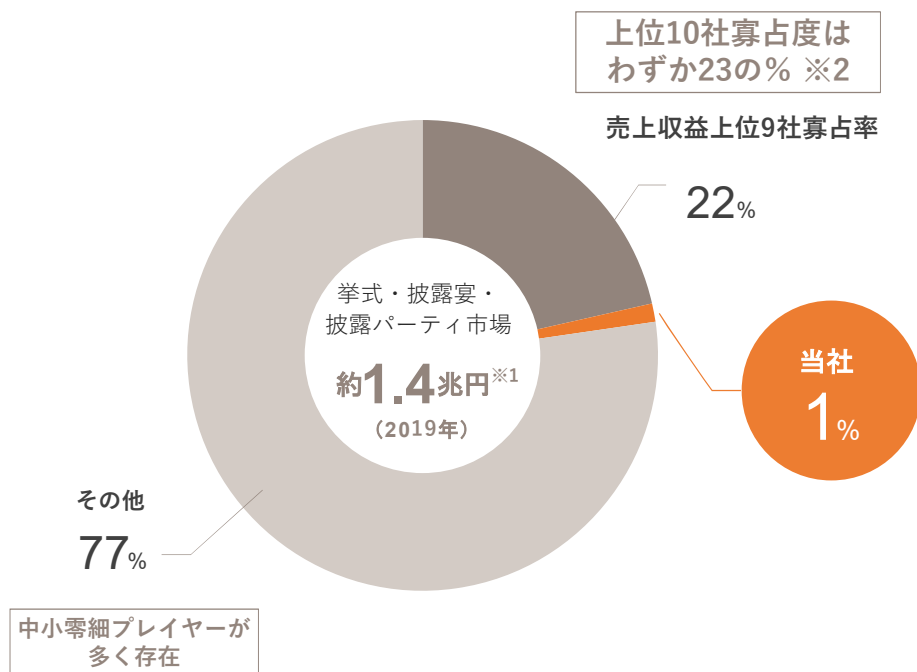


※ 出典：矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2022」

## 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

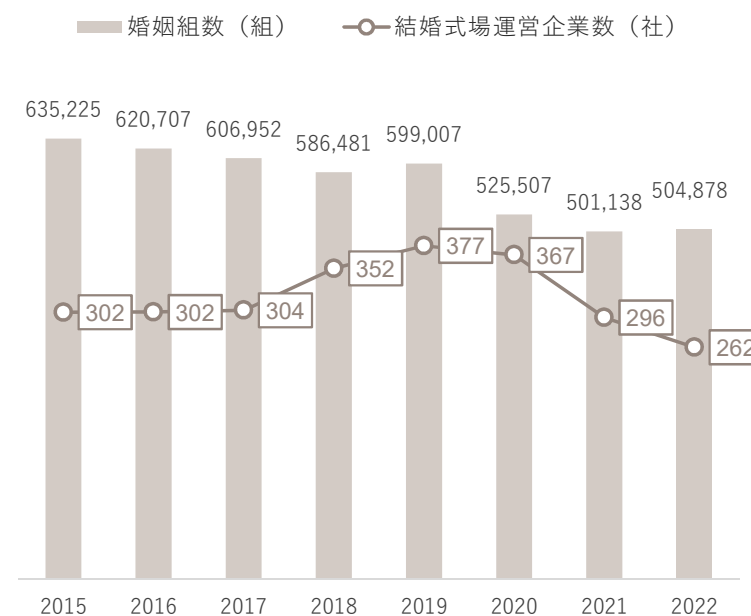
### 挙式・披露宴・披露パーティ市場 市場シェア



※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

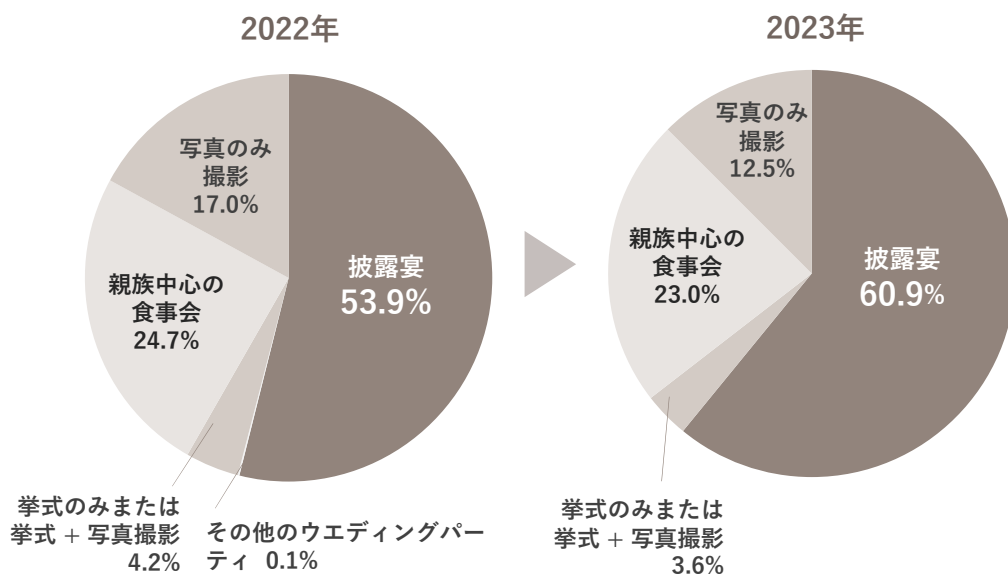
※ 出典：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」

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

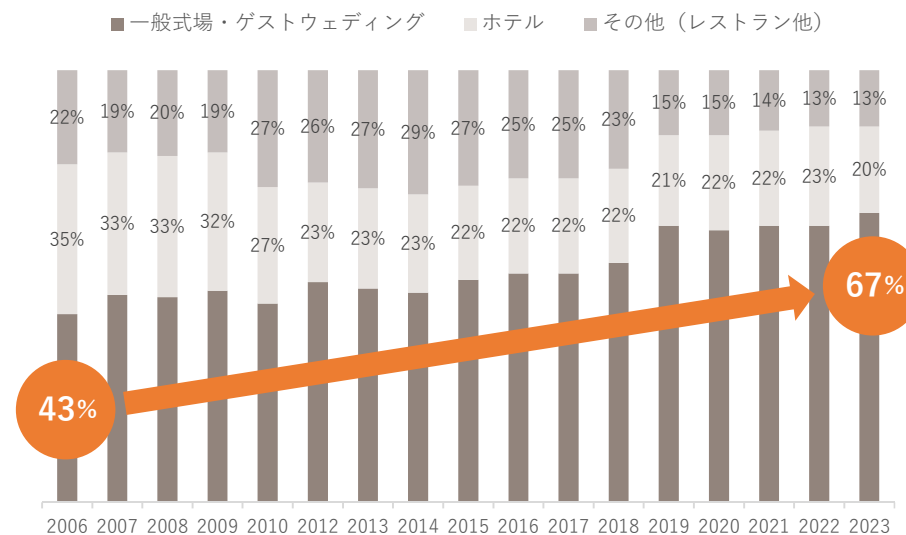
- 当社は周辺ビジネスの内製化により、結婚披露宴のみならず、結婚を機としたすべてのセレモニーに対応
- 披露宴自体も、ホテルよりも当社の基本コンセプトである貸切ゲストハウスが選好される傾向

## セレモニーの実施形態

当社はすべての形態に対応



## 披露宴・披露パーティ会場別実施割合



※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）

※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）

# 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きください。

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（2023年12月31日時点）
従業員数	連結 1,127名/単体820名（2023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分社化

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



## 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



## ブライダル事業 婚礼衣裳部門

全国にドレスショップを展開し、婚礼衣裳のレンタル・販売を行う



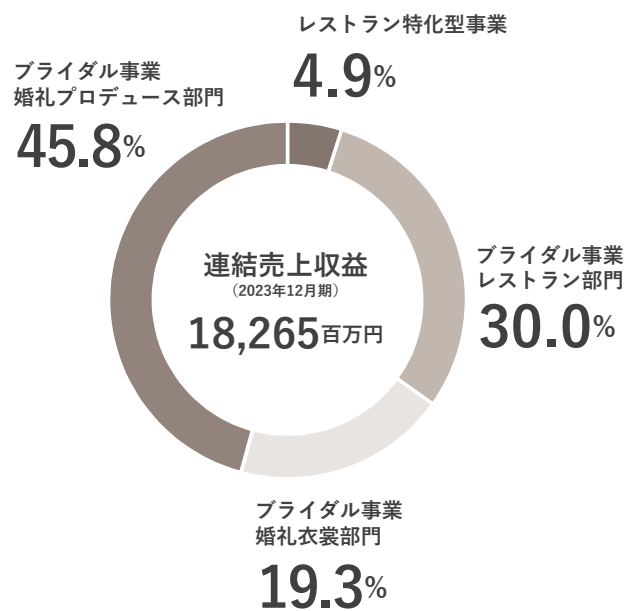
## レストラン特化型事業

ランチ・ディナー・宴会に特化したレストランを運営



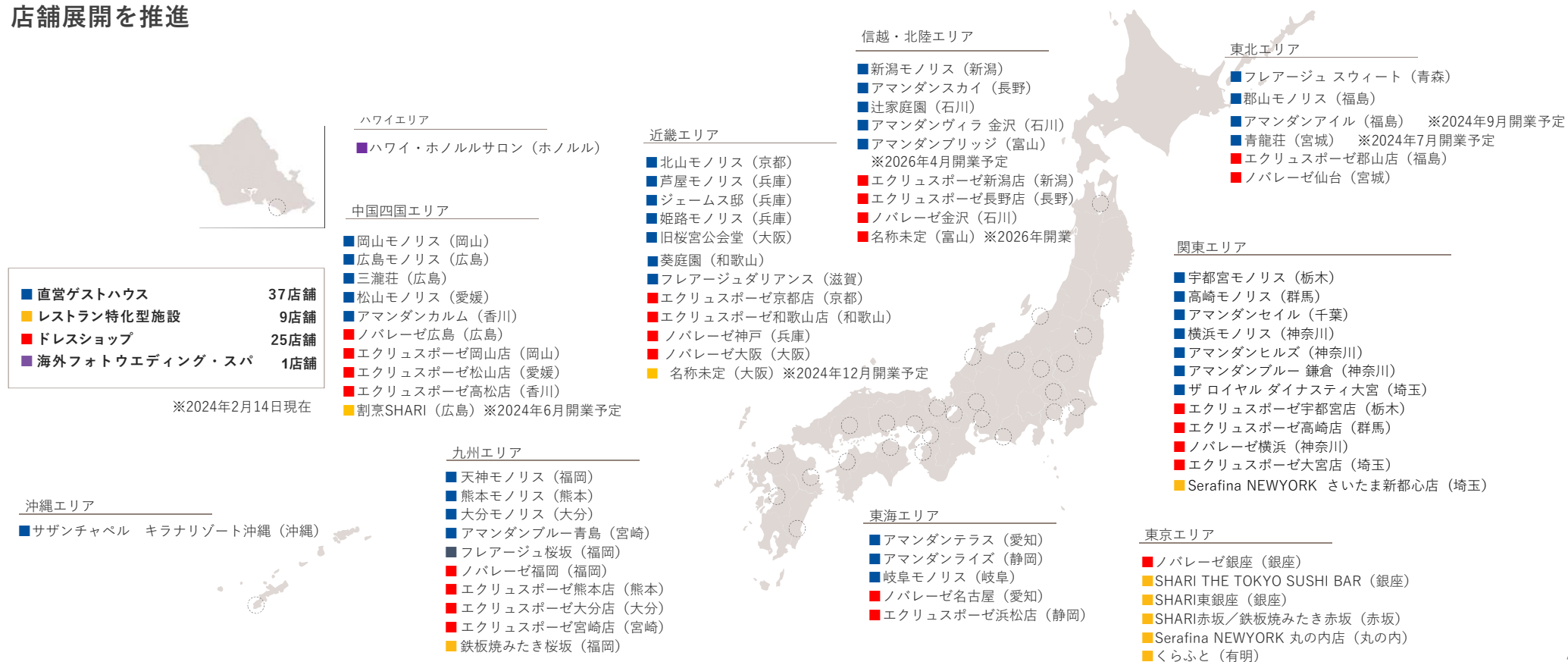
## ブライダル事業 レストラン部門

婚礼飲食や宴会飲食を提供するほか、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

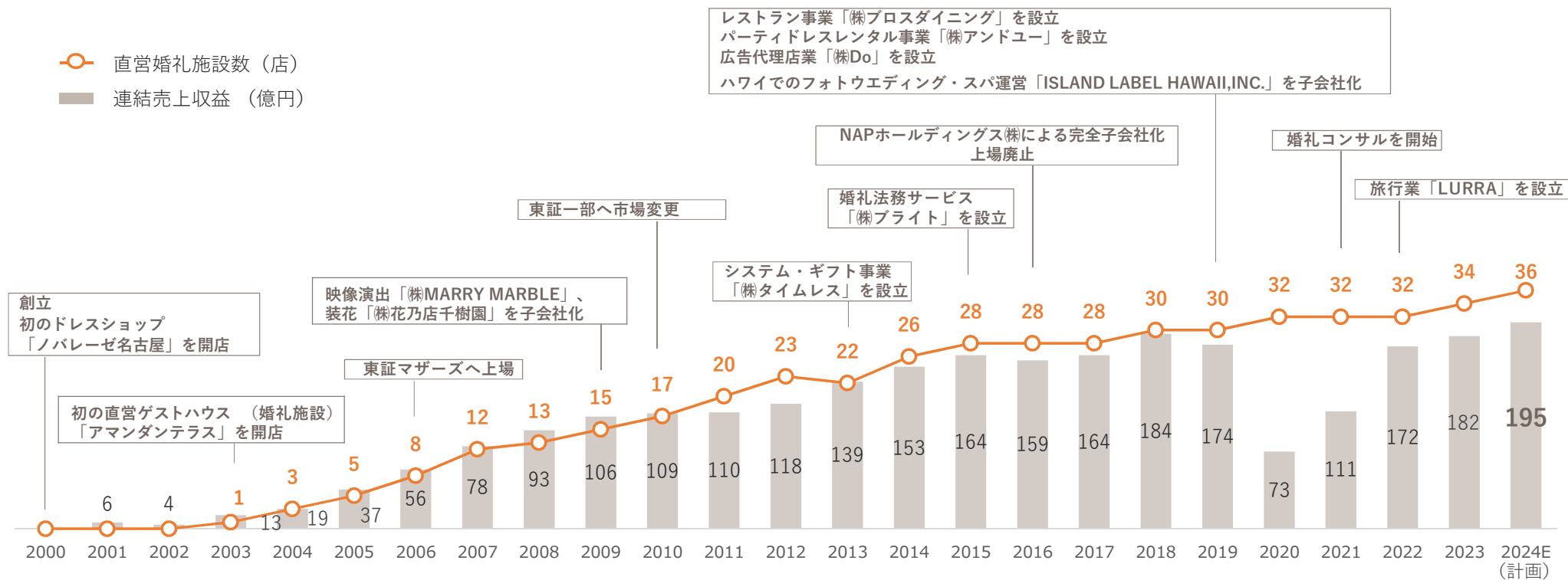


# 店舗一覧

- 国内外72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



○ 直営婚礼施設数 (店)  
■ 連結売上収益 (億円)



婚礼プロデュース事業・婚礼衣裳事業

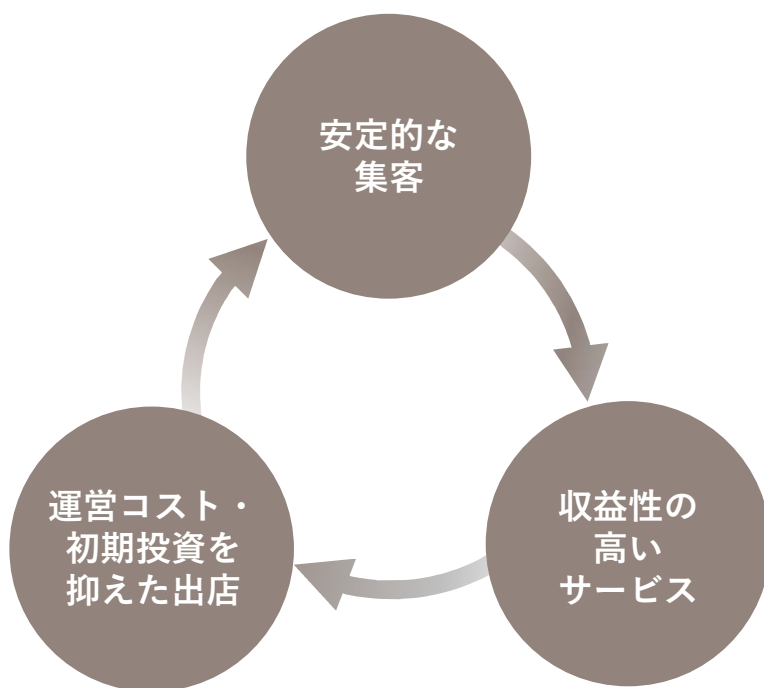
婚礼施設の運営・レストラン事業

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气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

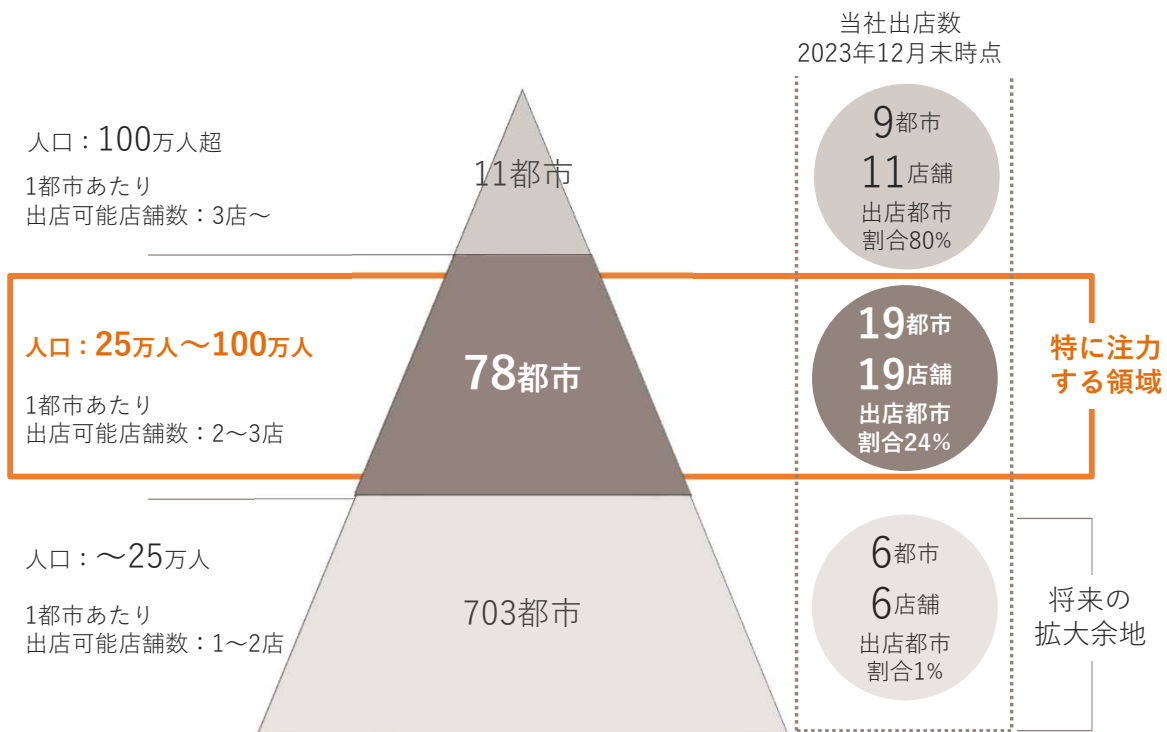
## 生産性・サービスの質向上に寄与するDX施策

自社開発のシステムで婚礼サービスを一气通貫で提供

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
- 主に注力地域78都市に出店しており、出店都市割合は24%、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

## 全国の都市数と出店余地



## 今後の出店方針

出店計画：年間 **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

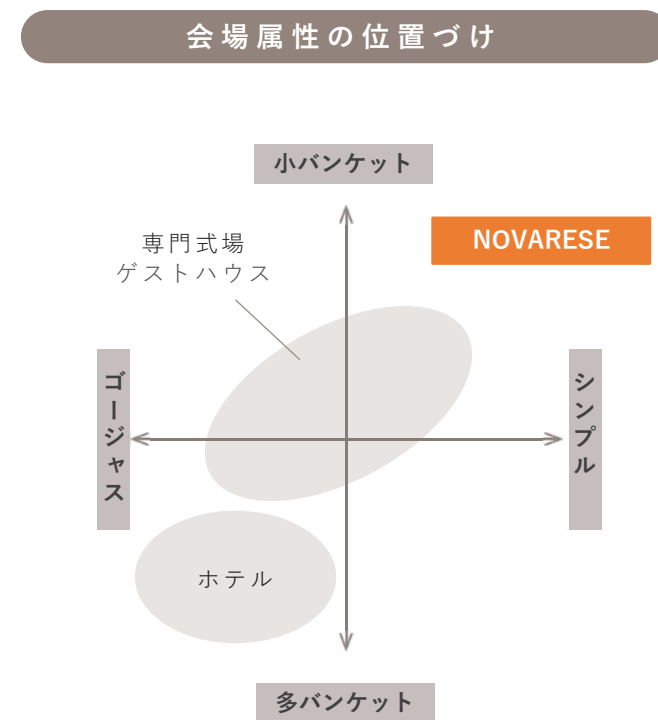
出店エリア：人口**25～100万人**の**地方都市圏**

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 	<b>低</b> 1施設あたり平均初期投資額 <b>約8.0億円※</b> シンプルな設備によるリーズナブルな投資額	<b>高</b> 1施設あたり平均初期投資額 <b>約14.7億円※</b> 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も必要
損益分岐点 	<b>低</b> 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	<b>高</b> 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



※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（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(株)、(株)エスクリ、(株)テイクアンドギヴ・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）

- 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（ウェディングベース）

#### 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

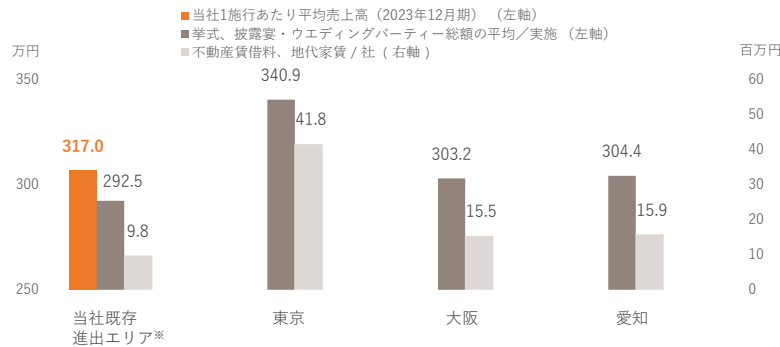
当社の注力領域 ↑

#### 国内出店一覧

順位	所在地	人口	施設名
1	青森 青森市	28万	フレアージュスウィート*
2	福島 郡山市	32万	郡山モノリス
3	新潟 新潟市	78万	新潟モノリス
4	石川 金沢市	45万	辻家庭園
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	高崎モノリス
7	栃木 宇都宮市	52万	宇都宮モノリス
8	埼玉 さいたま市	133万	ザ・ロイヤルダイナスティ大宮
9	千葉 千葉市	98万	アマンダンセイル
10	神奈川 横浜市	376万	横浜モノリス
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

順位	所在地	人口	施設名
25	広島 広島市	119万	三瀬荘
26	広島 広島市	119万	広島モノリス
27	香川 高松市	42万	アマンダンカルム
28	愛媛 松山市	51万	松山モノリス
29	福岡 福岡市	157万	福岡天神モノリス
30	福岡 福岡市	157万	フレアージュ桜坂*
31	大分 大分市	48万	大分モノリス
32	熊本 熊本市	73万	熊本モノリス
33	宮崎 宮崎市	40万	アマンダンブルー青島
34	沖縄 八重瀬町	3万	キラナリゾート沖縄

#### 三大都市圏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・ウェ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	岐阜モノリス
16	愛知 名古屋	229万	アマンダンテラス
17	滋賀 近江八幡市	8万	フレアージュダリアンス*
18	大阪 大阪市	273万	旧桜宮公会堂
19	京都 京都市	139万	京都北山モノリス
20	兵庫 神戸市	152万	ジェームス邸
21	兵庫 姫路市	53万	姫路モノリス
22	兵庫 芦屋市	10万	芦屋モノリス
23	和歌山 和歌山市	36万	葵庭園
24	岡山 岡山市	70万	岡山モノリス

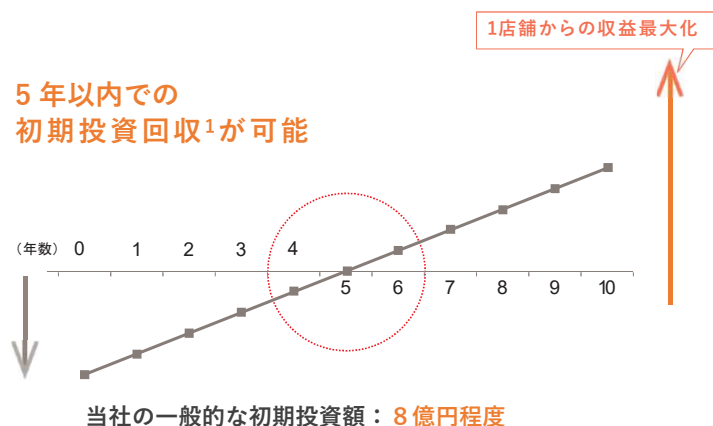
- 人口25万人以上の都市を中心に出店
- 競争過多で賃料負担の重い首都圏を避け収益性を確保
- 都市型/郊外型/再生型/リゾート型の4つのブランドを展開
- 比較的大きな都市については複数ブランドの同時出店有

※ 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）

## 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）

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

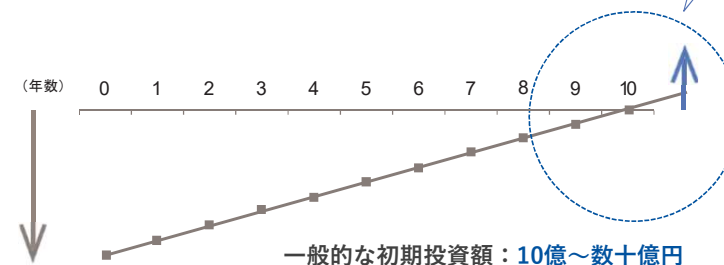
### 当社の投資回収イメージ（新店1店舗）



- 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は低い
- 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）

初期投資回収<sup>1</sup>に  
10年以上を要する



- 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(株)、(株)エスクリ、(株)テイクアンドギヴ・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。



# 03 サービス内製化による収益性向上

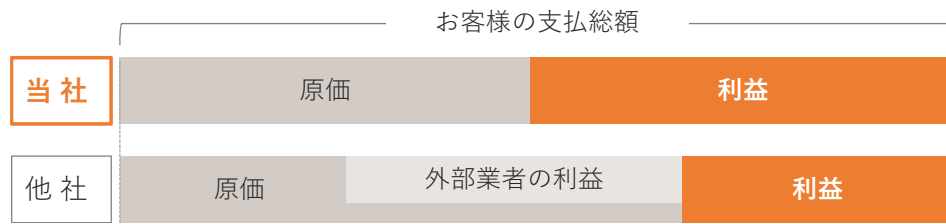
- 婚礼周辺をサービス内製化することにより、競合他社の多くが外注をしている領域を収益機会化。高収益性の実現に寄与
- さらに、これらの内製化されたサービスを外部事業者向けに販売することにより、新たな収益機会を獲得

## 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

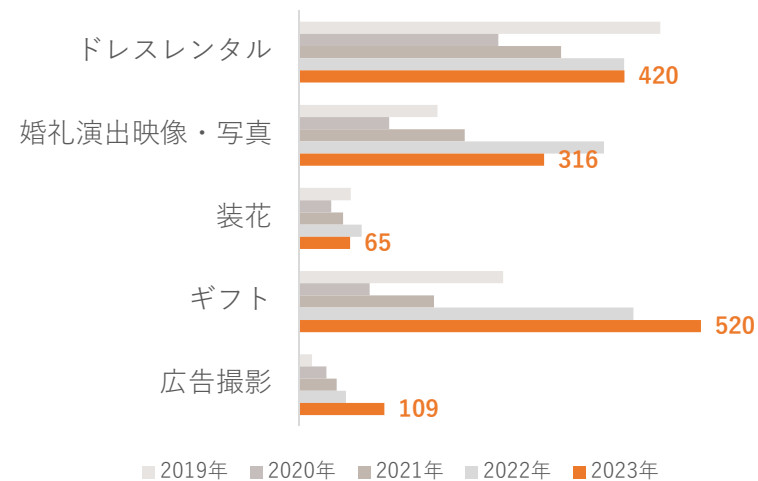
「内製化」を実現することによる収益性の違い（イメージ）



## 外販による収益貢献

### 婚礼周辺サービスの外部販売額

(単位：百万円)

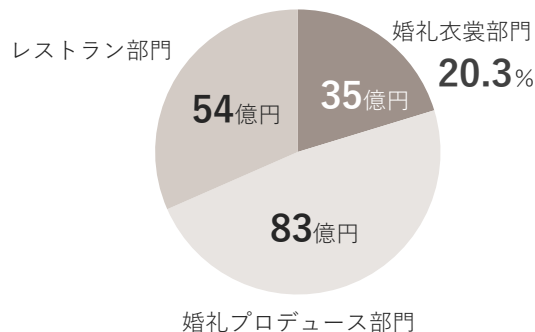


内製化したサービスを外部販売し収益化  
成長ドライバーとして注力する領域

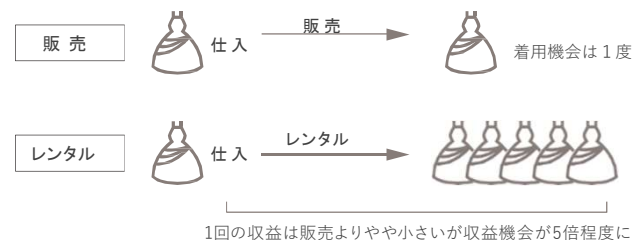
# 03 サービス内製化による収益性向上（ドレス事業の内製化）

- 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
- 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（2023年12月期）



## 高収益性の源泉となる「レンタル」



## 同業他社比較

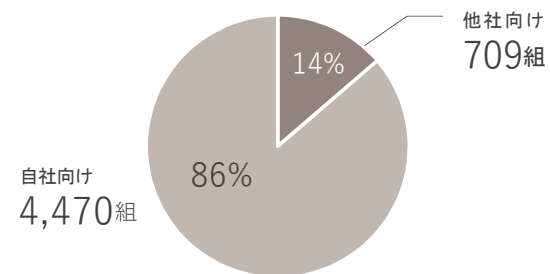
### 他社（一例）

- 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

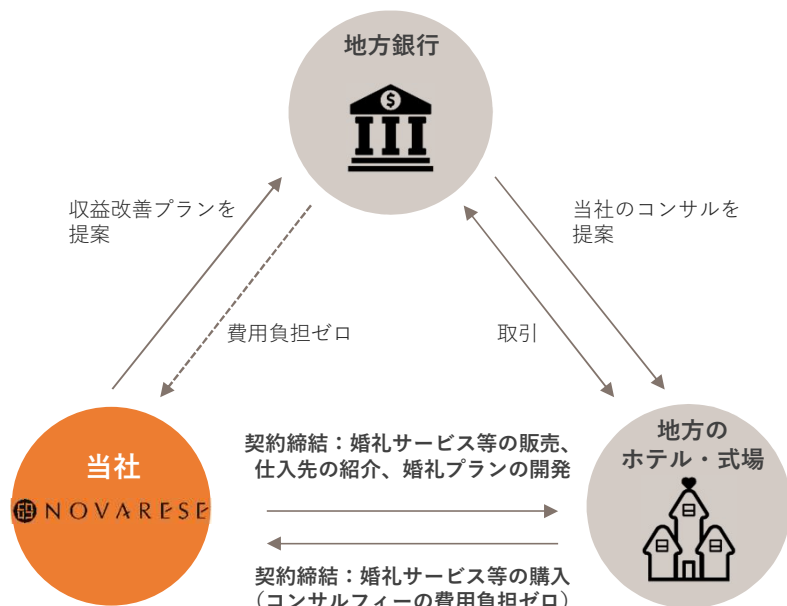


※ ブライダル事業における収益およびドレスレンタルにおける施行実績は2023年12月期実績

# 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>

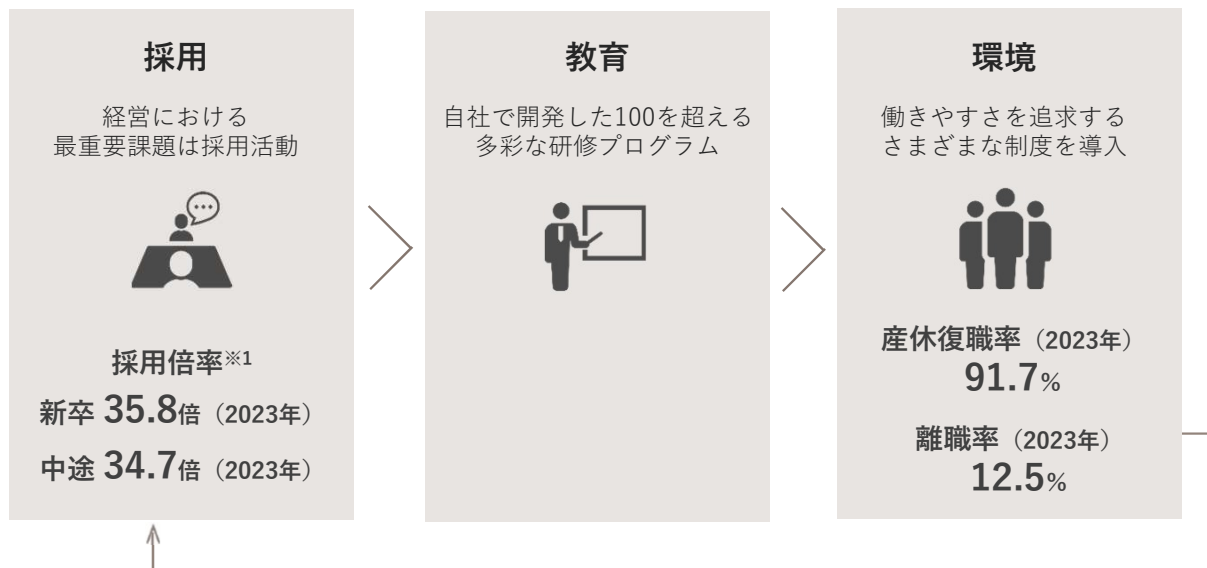
仕入れ等に関して、当社取引先への切り替えを促進し、新規顧客紹介で価格交渉も可能に

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）

- 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



## ノバレーゼ業界ランキング



## スタッフの声

働くスタッフに向けた制度や企画がたくさんあり、守られている・期待されていると感じることが多い



スタッフが働きやすい環境の提供、モチベーションアップによって、すべてのお客様へと還元する力となっている

※1 新卒の応募者2,253名に対し63名の採用、中途の応募者4,647名に対し134名の採用  
 ※2 出典：Openworkウェブサイト「フードサービス、飲食（Vorkers 区分）の企業における順位（2024年1月31日時点）

## 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館者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

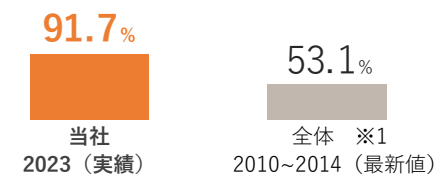
リモノバ（在宅勤務制度）

有休100%取得制度

フレックス勤務制度

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：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4年雇用動向調査結果の概況」

## 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を実現
- ✓ 実務時間を活用することで、満足度の向上やさらなる組数の受け入れを実現

#### ● 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送する内祝いの専用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送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性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うえ  
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。



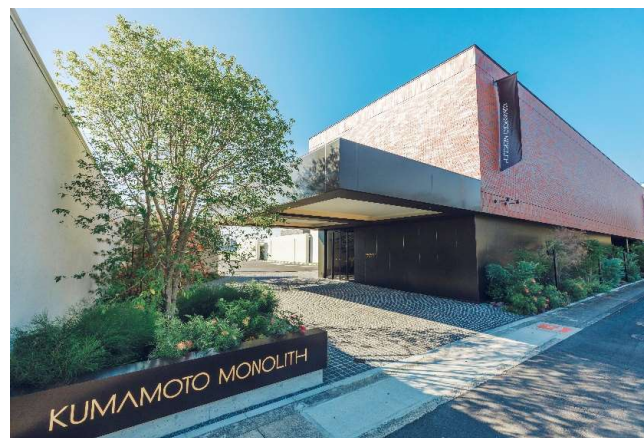
広島モノリス  
（広島市東区）



北山モノリス  
（京都市左京区）



郡山モノリス  
（福島県郡山市）



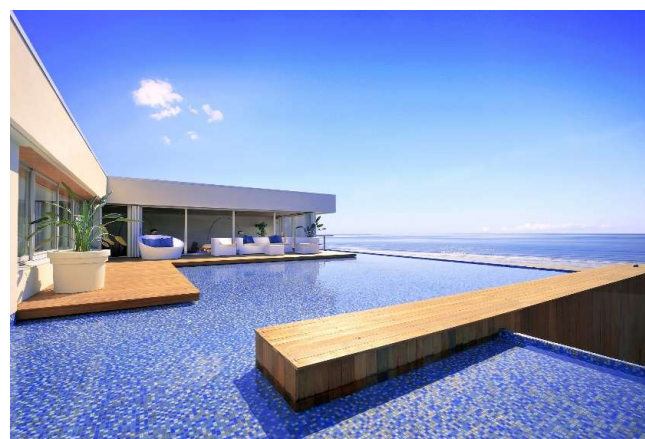
熊本モノリス  
（熊本市西区）

## 直営婚礼施設（郊外型ゲストハウス／アマンダン）

■ 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）

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）



葵庭園  
（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。



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）

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。



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ティングをオーダーし、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、親しみやすく可愛らし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。

# 直営レストラン（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／鉄板焼 みたき 赤坂

●「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種類の唐揚げと、厳選したクラフトビールを提供する酒処

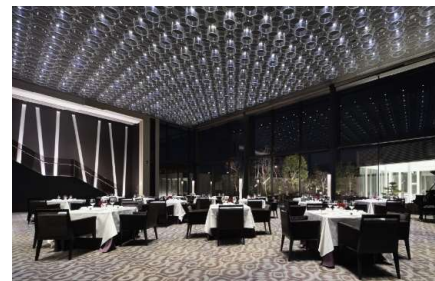
# サステナビリティ推進の取り組み／環境とともに ①

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(※)」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ボウルや楠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。

## サステナビリティ推進の取り組み／環境とともに ②

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。

# サステナビリティ推進の取り組み／社会とともに ①

■ 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。



## 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、神奈川県の子供養護施設「白十字林間学校」および福島県相馬市の「山上小学校」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。廃棄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。

## サステナビリティ推進の取り組み／社会とともに ②

■ 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、新郎新婦に請求することなくメーカーから全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、ロシアの軍事侵攻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。

## サステナビリティ推進の取り組み／社会とともに ④

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)、伊予絊(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、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歳まで育休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

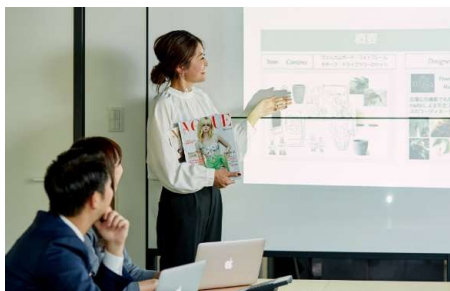
子どもが小学校を卒業する年の3月31日まで、1日の勤務時間を5～7時間、月の公休日数を9～14日間から選択し、時短勤務することが可能です。



## 男性の育休取得をサポート

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 (ノバレーゼレボリューション)

「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げています。



### 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できます。



### 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

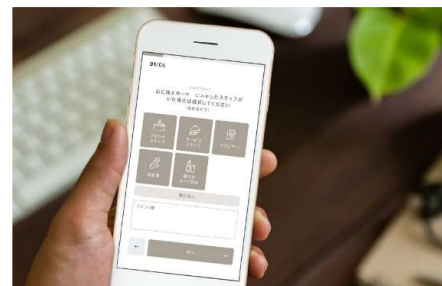
ドレスコーディネート、結婚式のプランニング、レストランイベントにおいて、具体的な成功事例を全社員から収集。優良事例は社員総会で表彰し、イントラネットで共有しています。蓄積してきたナレッジを組み合わせることで、さらに高度なナレッジ、または今までにないナレッジの創出にも期待しています。

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、結婚式に参列したゲストに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)

	2018/12	2019/12	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12
売上収益 (百万円)	18,388	17,405	7,334	11,191	17,222	18,265
営業損益 (百万円)	2,300	2,020	△3,942	822	2,776	1,539
営業損益率 (%)	12.5%	11.6%	△53.7%	7.3%	16.1%	8.4%
当期損益 (百万円)	1,074	1,313	△2,948	374	1,657	942
当期損益率 (%)	5.8%	7.5%	△40.2%	3.3%	9.6%	5.2%
施行組数 (組)	3,854	3,829	1,664	3,087	4,660	4,629



# 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](mailto:ir@novarese.co.jp))