



2025年7月9日

第1回 事業戦略説明会

株式会社ノバレーゼ
[東証スタンダード・9160]

 NOVARESE

COPYRIGHT © 2025 NOVARESE ALL RIGHTS RESERVED.

CONTENTS

01

会社概要

- －株式会社ノバレーゼ
- －株式会社Do

02

マーケット動向

- －市場環境
- －集客トレンドの変化

03

集客施策と 今後の取り組み

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きください。

CONTENTS

01

会社概要

- －株式会社ノバレーゼ
- －株式会社Do

02

マーケット動向

- －市場環境
- －集客トレンドの変化

03

集客施策と 今後の取り組み

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情報は、発表日現在の最新かつ可能な情報に基づいたものです。当社グループの事業は、顧客嗜好、社会情勢、経済環境等の状況により、やすしやすきを伴って変化する可能性があります。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願います。

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
事業内容	ブライダル事業 レストラン特化型事業（連結）
従業員数	連結 1,130名／単体816名 （2024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



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

ブライダル事業 婚礼プロデュース部門

44.5%

レストラン特化型事業

5.9%

セグメント別
売上収益の割合
(2024年12月期)

ブライダル事業 婚礼衣裳部門

18.3%

ブライダル事業 レストラン部門

31.3%



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

- 地方都市×シンプルで洗練された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通貫で提供可能な事業体制

POINT ①

独自の マーケットポジショニング

▶ シンプルで洗練されたデザイン

投資額を抑えつつ、差別化された施設

▶ 地方都市圏を中心とした店舗展開

競合が少なく、低コストでの運営モデルを確立

POINT ②

サービス内製化

▶ 商品内製化による高い収益性

婚礼1施行あたりの収益機会を極大化

▶ 外販による収益貢献

内製化したサービスを外部販売し収益化

POINT ③

人的資本

▶ 業界トップクラスの評価水準

有名就職情報サイトで上位にランクイン

▶ 低い離職率×高い従業員満足度

優秀な人材が中長期的に活躍できる環境



会社名	株式会社Do
代表者	代表取締役社長 遠藤正人
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	2019年 1 月 4 日
事業内容	ブライダル施設向けの広告制作 広告代理店業務 集客支援業務全般
決算月日	12月31日

ブライダル事業に特化 広告プロダクション

広告撮影 (写真・動画)



グラフィック制作 (カタログ・WEB・LP)



デジタル

(SNS運用・Meta広告)



CONTENTS

01

会社概要

- －株式会社ノバレーゼ
- －株式会社Do

02

マーケット動向

- －市場環境
- －集客トレンドの変化

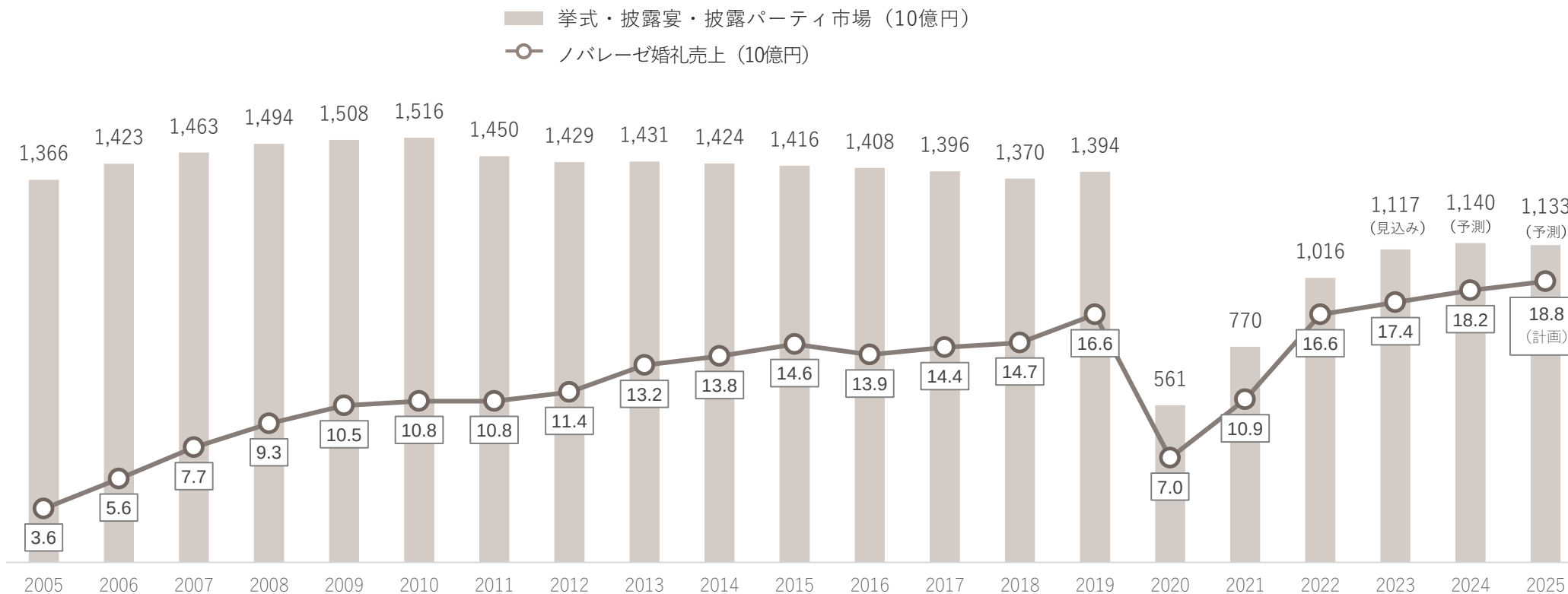
03

集客施策と 今後の取り組み

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情報は、発表日現在の情報であり、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、競合状況、市場環境等の状況により、必ずしも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願います。

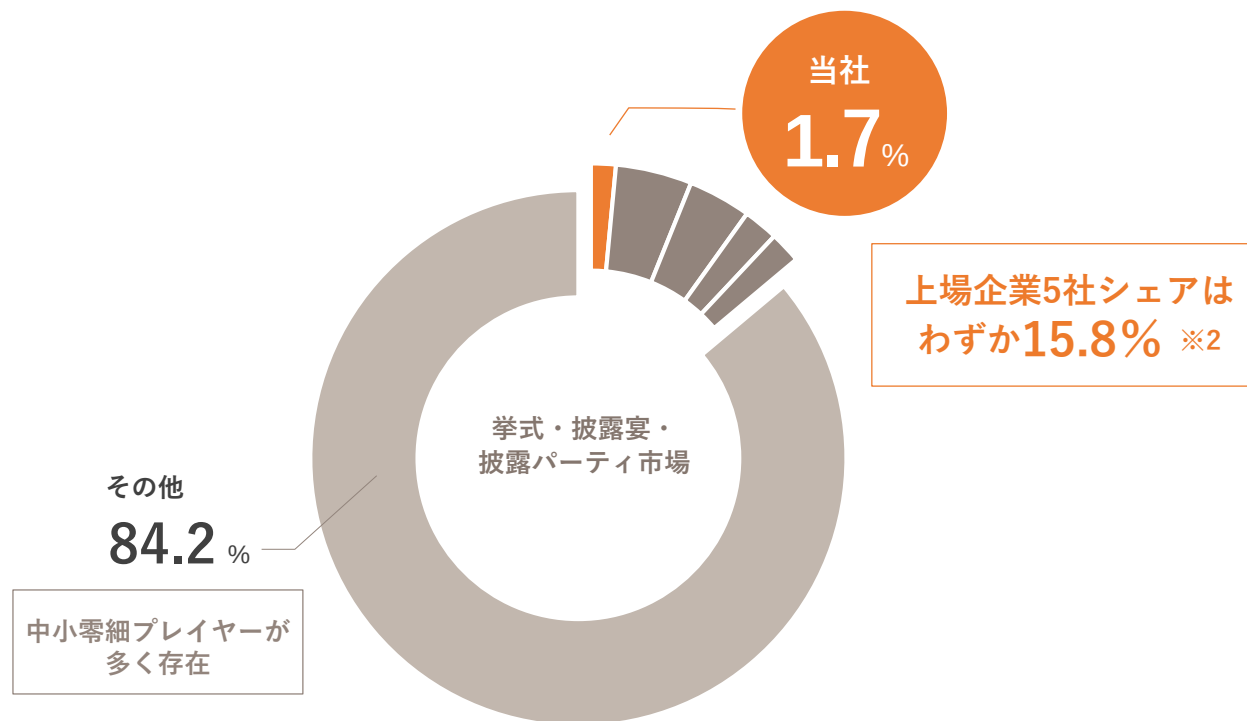
- コロナ禍前の挙式・披露宴・披露パーティ市場は約1.4兆円の巨大市場であり、安定的に推移
- 当社の婚礼売上は着実に拡大。コロナ禍による落ち込みはあったが、足元は市場全体の回復に先んじて落ち込み前の水準に回復

挙式・披露宴・披露パーティ市場規模推移



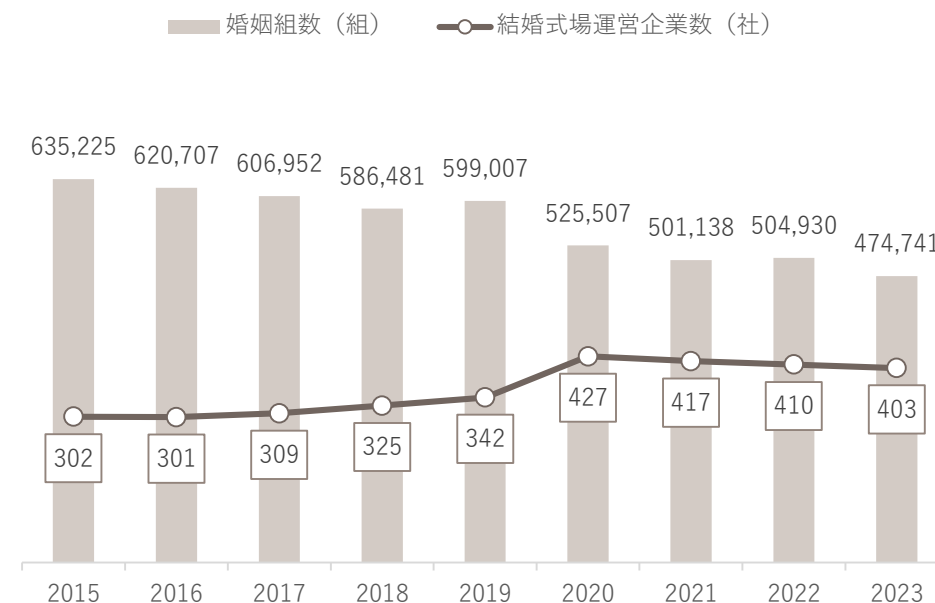
- マーケットの寡占度は低く、中小零細プレイヤーが群雄割拠
- コロナ禍により、プレイヤーの二極化が進展
- 婚姻組数が大きく変わらない中で、プレイヤーの淘汰が進む局面は当社にとって更なるシェア拡大の好機

挙式・披露宴・披露パーティ市場 市場シェア



※1：出典：矢野経済研究所「2025年版ブライダル産業年鑑」
 ※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：厚生労働省「令和5年人口動態統計（確定数）」
 ※ 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

ノバレーゼの主な集客チャネル

ゼクシィ本誌



ゼクシィnet

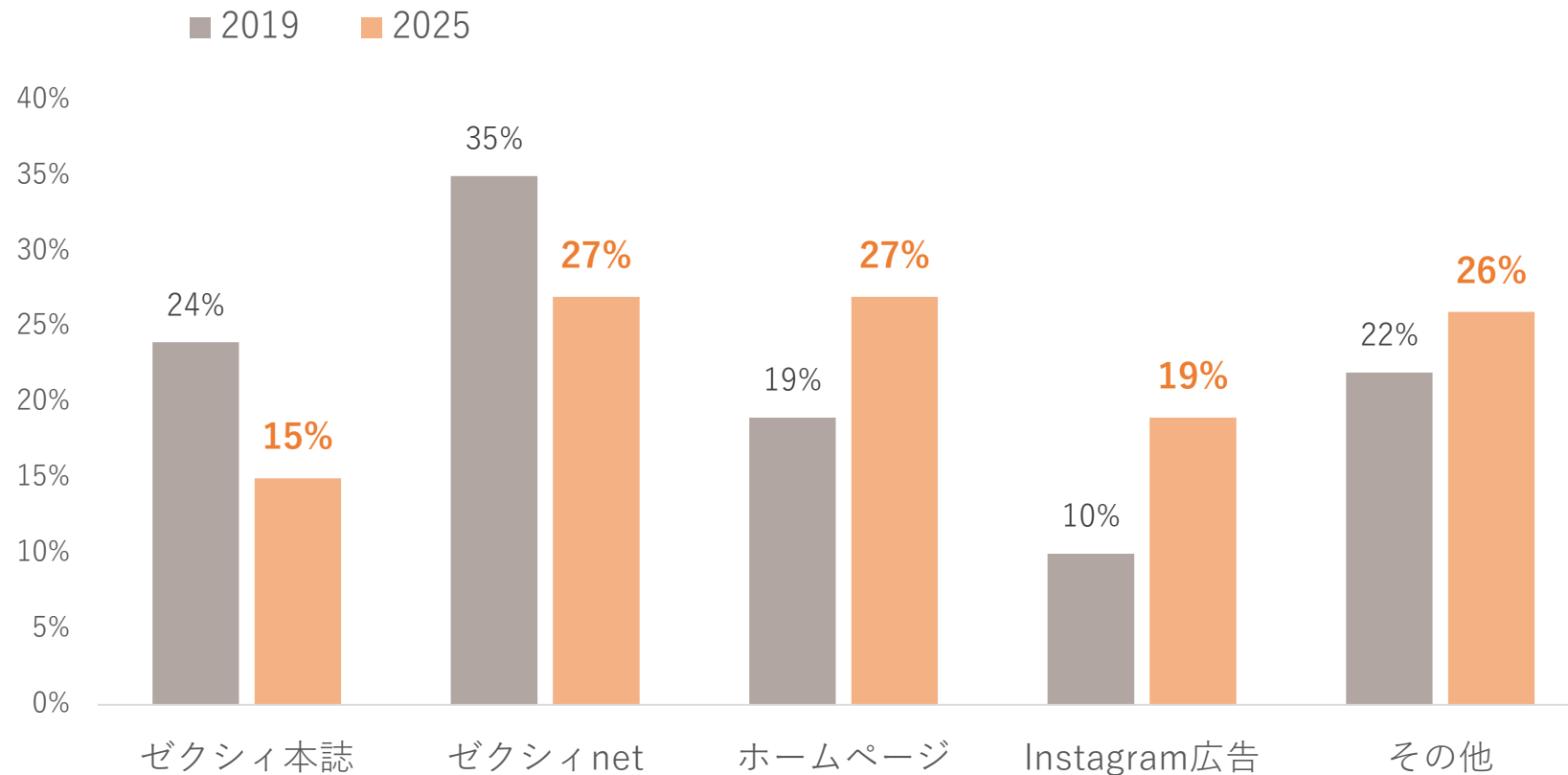


Instagram
広告



■ これまで過半数の通過率を誇っていたゼクシィが過半数以下に低迷

主力チャネルの変化



影響力はあるが低下傾向

影響力が伸長傾向

～2019年

ゼクシィ+ネット広告

～2024年

ゼクシィ+SNS広告

～2025年

ゼクシィ = SNS 広告



Google YAHOO! JAPAN

- ・ テレビも影響あり
- ・ ネット検索（ググる）



Instagram

- ・ コロナ禍
- ・ インスタ影響力増大
- ・ Z世代がターゲット



Instagram

- ・ ゼクシィリニューアル
- ・ インスタ広告展開加速

～2025年



- ・ゼクシィ・SNS広告共にパフォーマンス低下
- ・新たな集客戦略・チャネル開拓に注力

主力チャネルの課題



専門媒体

- ｜ターゲットのライフスタイル変化に伴うメディア離れ(雑誌購読・WEB検索しない)
- ｜媒体同士で同じ顧客に向けたアプローチ
来館特典・アクション導線の取り合い

デジタル広告メディア



- ｜同業他社による参画増
- ｜広告の同質化
クリック率・アクション率の低迷

CONTENTS

01

会社概要

- －株式会社ノバレーゼ
- －株式会社Do

02

マーケット動向

- －市場環境
- －集客トレンドの変化

03

集客施策と 今後の取り組み

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情報は、発表日現在の最新かつ可能な情報に基づいたものです。当社グループの事業は、顧客嗜好、社会情勢、経済環境等の状況により、容易に変化する可能性があります。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願います。

より上流（潜在層）へとターゲットを変更し、アプローチを実施

潜在層の開拓

×

顧客醸成

=

本質的自社集客

未検討（潜在層）

結婚の予定あり（うっすら）
結婚式の実施未検討

未婚カップル

結婚式に興味なし
いずれ結婚式したい

検討初期

メディアで情報収集
式場見学はこれから



検討中期・後期

式場見学しながら
比較検討の段階



BRIDAL FAIR

未検討（潜在層）に先手を打つ → ナーチャリング（顧客醸成）

未婚カップル



結婚の予定あり(うっすら)
結婚式の実施未検討

式場見学とは異なるきっかけで、
来館してもらうことは可能か？

来館 → 空間体験 → 記憶

結婚式実施までのストーリー作り

体験型の来館機会を新たに創出し、早期接触を図る

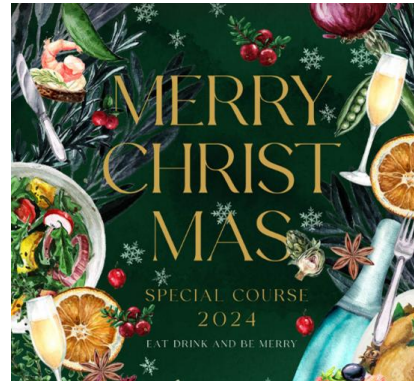
Ex.1



カップル向けイベント

｜
ブライダル感を出さない

Ex.2



レストランイベント

｜
食事を目的とした利用

Ex.3



プロポーズ場所

｜
メモリアルシーンでの利用

来館 → 空間体験 → 記憶

結婚式実施までのストーリー作り

■ 施設の稼働率アップによる収益性向上だけでなく、認知拡大に対する貢献度も高い



式場見学とは異なるきっかけでカップルが来館できる自社イベントを実施

空間没入型アート & 音楽イベント



全国26店舗で開催（4月末～8月末）

POINT

- | カップル限定イベント感
⇒ ターゲットの絞り込み
- | 入場無料（抽選型イベント）
⇒ アンケートで顧客データ取得
- | **LINE登録制**
⇒ **今後のアクション導線**
- | **Meta広告（Instagram）**
⇒ **従来の会場広告の一部を転用**

過去実施の没入型インスタレーションイベント

2017年

16店舗／19,347人



2018年

18店舗／34,750人



2019年

18店舗／28,460人



現在まで延べ406組のカップルがイベント実施後に成約

Ⅰ イベント応募時のアンケートから顧客情報を取得

※以下アンケートにご協力をお願いいたします *
大分モノリスを知っていましたか

- ☐ はい
- ☐ いいえ

大分モノリスの利用経験はありますか *

- ☐ 会場見学をした
- ☐ 参列をした
- ☐ 結婚式をした
- ☐ レストランを利用した
- ☐ イベントに参加した
- ☐ 利用経験はない

現在または近い将来に、結婚のご予定はありますか。 *

- ☐ はい
- ☐ いいえ
- ☐ 入籍済み
- ☐ 未定

結婚式を挙げる予定はありますか。 *

- ☐ はい
- ☐ いいえ
- ☐ すでに実施済み
- ☐ 未定
- ☐ 結婚の予定はない

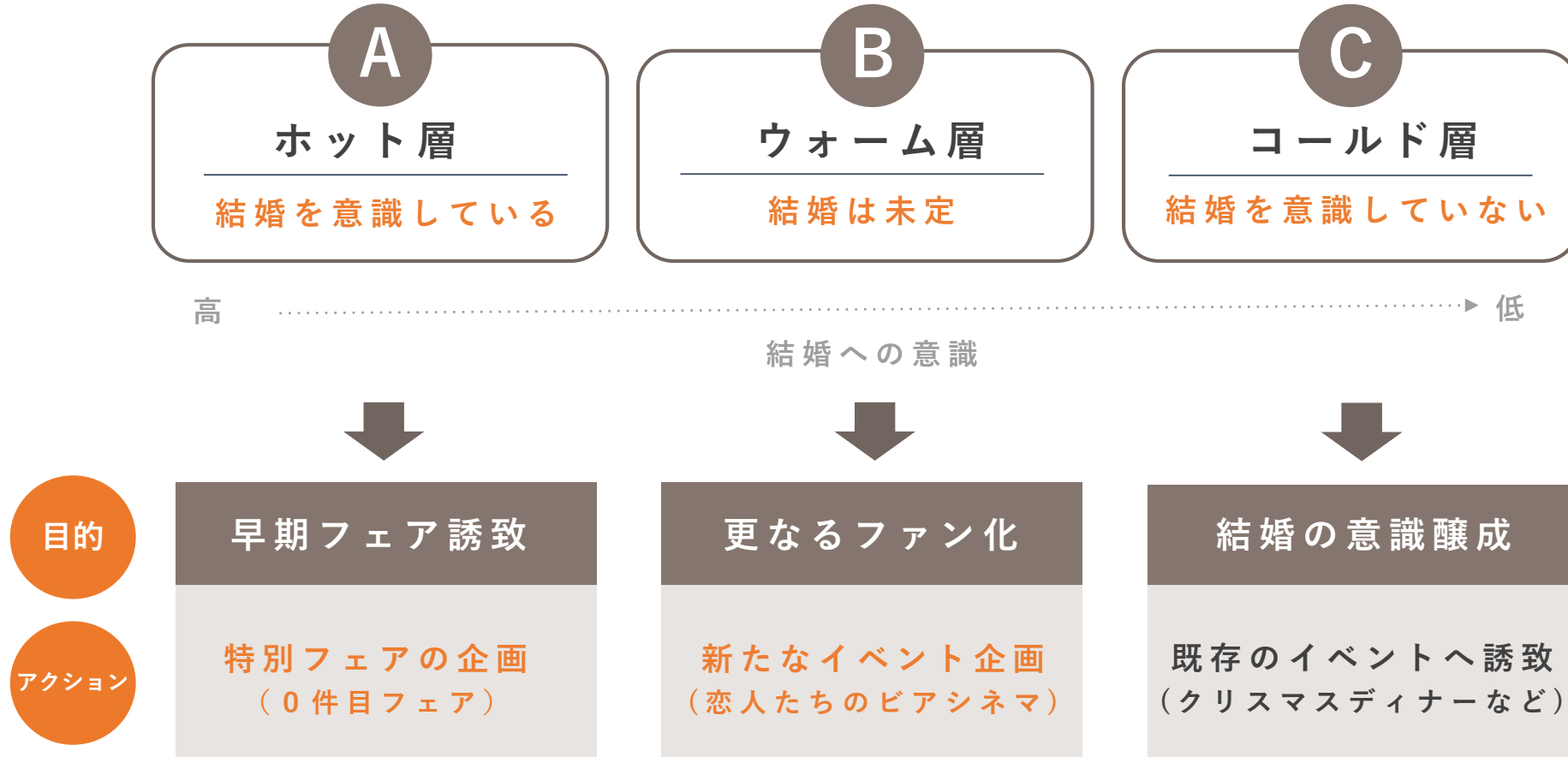
結婚式の実施時期は決まっていますか。 *

- ☐ 3か月以内
- ☐ 半年以内
- ☐ 1年以内
- ☐ 1年以上先
- ☐ 未定
- ☐ 結婚の予定はない

結婚式場の見学を始めていますか。 *

- ☐ すでに始めている
- ☐ これから予定している
- ☐ 式場見学の手配がない
- ☐ 未定
- ☐ 結婚の予定はない

ターゲット層それぞれの目的を考慮し、今後のアクションプランを決定



イベント参加から3カ月以内の新郎新婦を対象に実施

A

ホット層

結婚を意識している



早期フェア誘致

特別フェアの企画
(0件目フェア)

0件目フェア概要

- パーソナルカラー診断を軸として、装花・ヘアメイク・ペーパーアイテム・料理など、結婚式に欠かせないコンテンツを実際に体感することが可能
- 従来の「ブライダルフェア」と異なり、より具体的なイメージづくりができる、初めてのフェア参加を意図したイベント



■ 自社イベント『恋人たちの●●』をシリーズ化 施設特性に合わせたイベントを企画中

B

ウォーム層

結婚は未定



更なるファン化

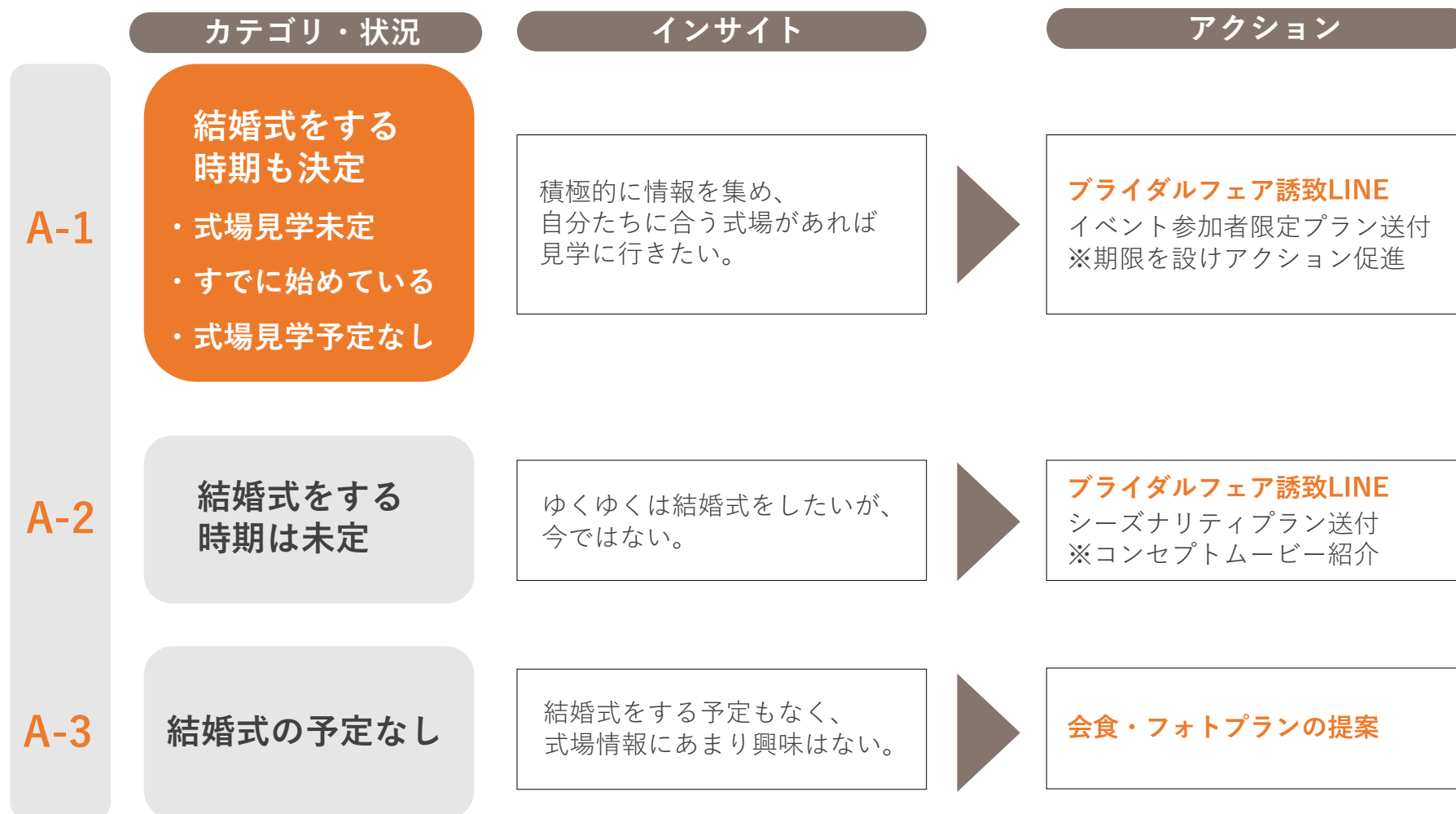
新たなイベント企画
(恋人たちの●●シリーズ)

恋人たちのBEER CINEMA

- 恋人同士が寛げるソファやハンモックなどの設えを施し、巨大スクリーンでは名作シネマを、ビールやグリルと共に楽しめる



■ 細分化したA層のインサイトを考慮した上でアクション検討・実施





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）