

2025年8月14日

Copyright © 2025 NOVARESE. All Rights Reserved.



2025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]

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。

2025年12月期 第2四半期決算について、
ご説明いたします。

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）
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

 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

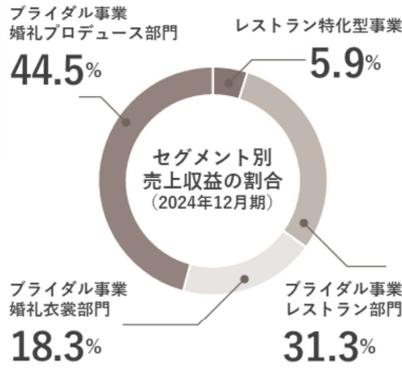
■ ゲストハウス（婚礼施設）を中心にドレスショップやレストランを展開し、ブライダルにおけるあらゆるニーズにワンストップで対応可能



**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

- 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気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ン

- ▶ 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

CONTENTS

01

2025年12月期 第2四半期
サマリー

02

2025年12月期 第2四半期
決算概要

03

2025年12月期の取り組み

04

業績推移 (IFRS)
補足資料

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

2025年12月期 第2四半期
サマリー

02

2025年12月期 第2四半期

03

2025年12月期 第2四半期

04

2025年12月期 第2四半期

※本資料は、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的として発行されたものであり、当社の将来の業績や財務状況を保証するものではありません。また、本資料に記載の情報は、最新の情報とは限りません。

01 増収増益で着地 営業利益は前年同期から約3.8億円増加

- 売上収益は、**前年同期比+14.6%の9,703百万円**で増収
- 営業利益は、**前年同期比+341.5%の490百万円**で大幅増益
- 親会社の所有者に帰属する中間利益は、**赤字から黒字へと転換**

02 ブライダル事業における受注が好調に推移

- 婚礼プロデュース部門の受注組数は、**前年同期比+4.4%の2,540組**、
婚礼衣裳部門の受注組数は、**前年同期比+3.8%の2,714組**で堅調に推移
- 婚礼プロデュース部門の受注率は、**前年同期比+4.7ptの48.1%**で好調を維持

03 挙式・披露宴における平均組単価が続伸

- 平均ゲスト数の増加や販売促進施策が貢献し、**前年同期比+10.0%の3,640千円**に伸長

2025年12月期第2四半期決算の要点です。

1点目、増収増益で着地、営業利益は前年同期から約3.8億円増加しました。親会社の所有者に帰属する中間利益は、赤字から黒字へと転換しております。

2点目、ブライダル事業における受注が好調に推移しております。婚礼プロデュース部門の受注率は、前年同期比+4.7ポイントの48.1%で好調を維持しています。

3点目、挙式・披露宴における平均組単価が伸長しました。詳細については、のちほど解説します。

売上収益	営業利益	親会社の所有者に帰属する 中間利益
9,703 百万円	490 百万円	216 百万円
前年同期比 +14.6%	前年同期比 +341.5%	前年同期比増減 +236百万円
計画比 +5.2%	計画比 +86.5%	計画比増減 +165百万円
施行組数 [※]	平均ゲスト数 [※]	平均組単価 [※]
2,094 組	54.7 人	3,640 千円
前年同期比 +5.5%	前年同期比 +4.0%	前年同期比 +10.0%
計画比 △0.4%	計画比 +2.0%	計画比 +7.6%

※ 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

8

続いて、主要なKPIについてご説明いたします。

売上収益は、前年同期比プラス14.6%、計画比プラス5.2%の97億300万円
 営業利益は、前年同期比プラス341.5%、計画比プラス86.5%の4億9,000万円
 親会社の所有者に帰属する中間利益は、前年同期比プラス2億3,600万円
 計画比プラス1億6,500万円の2億1,600万円となりました。

施行組数は、前年同期比プラス5.5%、計画比マイナス0.4%の2,094組、
 平均ゲスト数は、前年同期比プラス4.0%、計画比プラス2.0%の54.7人、
 平均組単価は、前年同期比プラス10.0%、計画比プラス7.6%の364万円となりました。

続いて、決算の概要について、ご説明いたします。

CONTENTS

02

2025年12月期 第2四半期
サマリー

2025年12月期 第2四半期
決算概要

03

04

※なお、本資料は、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的として発行されたものであり、本資料の信頼性を保証するものではありません。

連結損益計算書

- 施行組数の増加や平均組単価の伸長が増収に貢献
- プライダル事業の利益率向上等の貢献により前年同期から増益で着地

(単位：百万円)	2024/12 2Q累計	2025/12 2Q累計	増減額	増減率	2025/12 2Q累計 計画	計画比
売上収益	8,471	9,703	+1,232	+14.6%	9,224	+5.2%
売上総利益	4,656	5,315	+658	+14.1%	5,068	+4.9%
販売費及び一般管理費	4,565	4,829	+264	+5.8%	4,812	+0.4%
営業利益	111	490	+379	+341.5%	263	+86.5%
営業利益率	1.3%	5.1%	+3.7pt	-	2.9%	+2.2pt
税引前中間利益 (△は損失)	△26	279	+306	-	75	-
親会社の所有者に帰属する 中間利益 (△は損失)	△20	216	+236	-	50	-
(ご参考) EBITDA ※	1,332	1,703	+370	+27.8%	1,478	+15.2%

※ EBITDA：営業利益＋減価償却費及び償却費

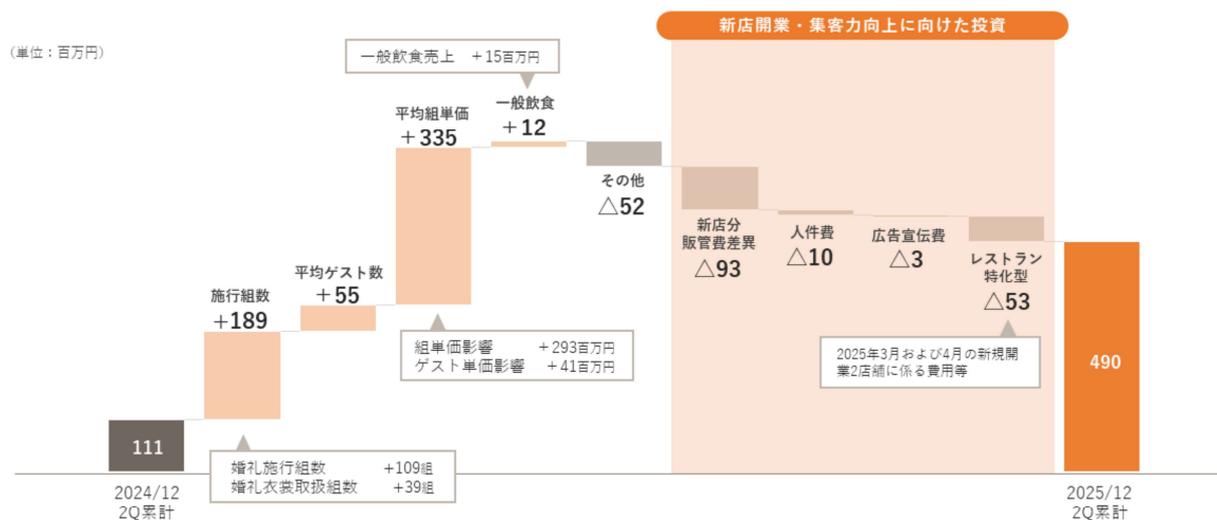
2025年12月期第2四半期実績/POINT

- **売上収益**
 - ✓ 施行組数の増加および平均ゲスト数・平均組単価の伸長により、前年同期および当第2四半期における計画を上回る水準で着地
- **原価**
 - ✓ 施行組数の増加や各種施策が奏功したことにより、プライダル事業における利益率が向上
- **販売費及び一般管理費**
 - ✓ 前年開業店舗の本格稼働により増加
 - ✓ 採用した人材の定着状況が堅調に推移し、採用費等が減少したことにより、人件費は2024年12月期に続き計画比で縮減

連結損益計算書に関しては、ご覧のとおりです。

営業利益の前年同期に対する増減分析（連結）

■ 施行組数・平均ゲスト数・平均組単価の増加が利益伸長に大きく貢献

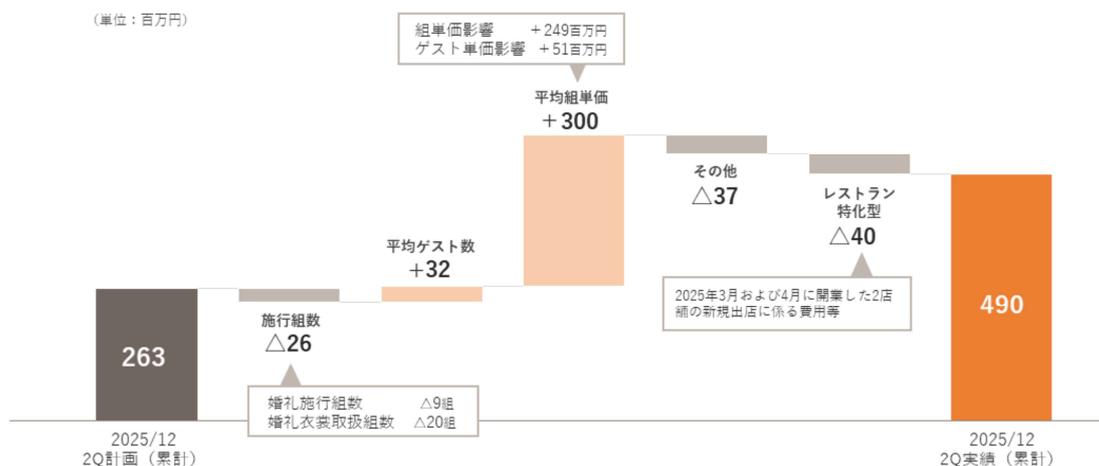


営業利益の前年同期に対する増減分析です。

施行組数、平均ゲスト数、平均組単価が利益の伸長に大きく貢献しました。引き続き、新店開業および集客力向上に向けた投資を継続し、収益力の増強を図っていきたくと考えています。

営業利益の計画に対する増減分析（連結）

- 平均組単価の伸長による利益貢献が当初計画の水準を大きく上回る
- 年内受注強化を目的とした各種施策により、年内施行組数の補完を図る



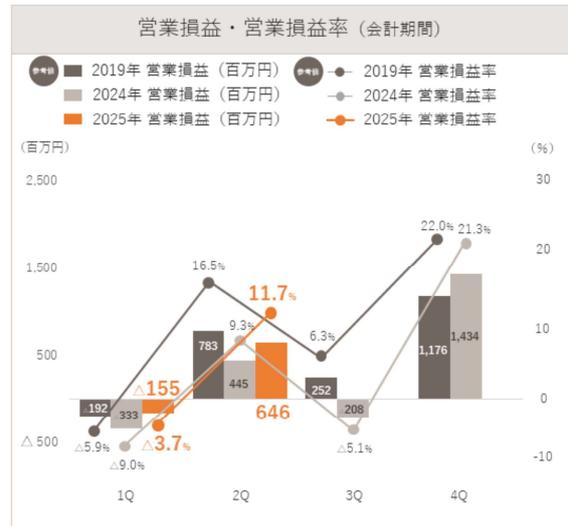
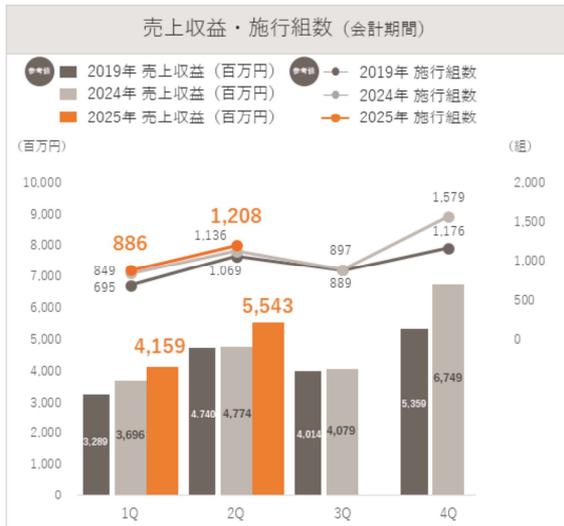
12

営業利益の計画に対する増減分析です。

婚礼施行組数および婚礼衣裳取扱組数が計画を下回ったものの、平均組単価が計画比プラス3億円で計画を大きく上回り、増益に大きく貢献しました。

四半期業績の推移（連結）

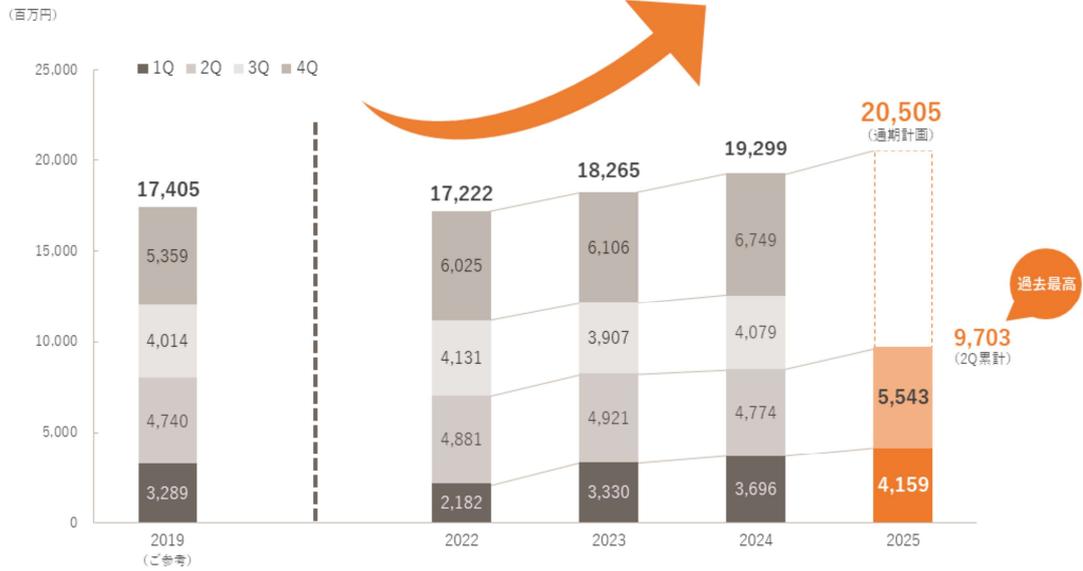
- 結婚式は気候が穏やかで祝日の多い春と秋に多くなるため、売上収益・営業利益は2Qおよび4Qの比重が高い
- 今期も新規開業施設が本格稼働する4Qで大きく伸長



四半期業績の推移は、ご覧のとおりです。

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、当第2四半期累計期間の売上収益は過去最高値を更新



2022年12月期以降の売上収益の推移です。
2025年12月期第2四半期累計期間の売上収益は、過去最高値を更新しました。

セグメント別の状況（連結）

ブライダル事業 (単位：百万円)	2024/12 2Q累計	2025/12 2Q累計	増減額	増減率
売上収益	7,946	9,017	+1,071	+13.5%
セグメント利益	689	1,229	+540	+78.4%
セグメント利益率	8.7%	13.6%	+5.0pt	-



POINT

施行組数の増加や、平均ゲスト数の増加および販売促進施策の貢献等により平均組単価が上昇したことから、売上収益は前年同期比プラス1,071百万円の増収となる。利益面では、前年開業した店舗に係る費用の増加等が影響したものの、売上収益の増加に伴う固定比率の低下や各部門における利益率の向上が寄与した結果、セグメント利益は前年同期比プラス540百万円の増益。

レストラン 特化型事業 (単位：百万円)	2024/12 2Q累計	2025/12 2Q累計	増減額	増減率
売上収益	524	685	+161	+30.8%
セグメント利益	17	△47	△65	-
セグメント利益率	3.3%	△7.0%	△10.3pt	-



POINT

前連結会計年度に開業した2店舗の営業活動が好調に推移したこと等により、売上収益は前年同期比プラス161百万円の増収。一方で、2025年3月および4月に開業した2店舗の新規出店に係る費用等が発生したことにより、セグメント利益は前年同期比マイナス65百万円の減益。

セグメント別の状況です。

ブライダル事業の売上収益は、施行組数の増加や平均組単価の上昇などにより増収となりました。

セグメント利益は、売上収益の増加に伴う固定費率の低下や、各部門における利益率向上により大きく増益となりました。

レストラン特化型事業の売上収益は、前年同期比プラス30.8%の6億8,500万円で増収となりました。

セグメント利益は、今期3月および4月に開業した2店舗の新規出店に係る費用等が発生したことにより、減益となりましたが、通期では増益を目指していきたいと考えております。

セグメント別売上収益（連結）

当第1四半期から継続し、全セグメントにおいて増収を達成

(単位：百万円)	2024/12 2Q累計	2025/12 2Q累計	増減額	増減率
ブライダル事業	7,946	9,017	+1,071	+13.5%
婚礼プロデュース部門	3,711	4,411	+700	+18.9%
婚礼衣裳部門 ※	1,571	1,688	+116	+7.4%
内 自社施行	1,398	1,553	+155	+11.1%
内 他社施行	173	134	△38	△22.3%
レストラン部門	2,664	2,918	+254	+9.6%
内 婚礼飲食	1,923	2,161	+238	+12.4%
内 一般飲食	740	756	+15	+2.1%
レストラン特化型事業	524	685	+161	+30.8%

※ 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

- **婚礼プロデュース部門売上収益**
✓ 施行組数や平均ゲスト数の増加、婚礼商品の販売促進施策が奏功したこと等が貢献したことで増収
- **婚礼衣裳部門売上収益**
✓ 他社施行における取扱組数の減少による影響があったものの、自社施行の増加、前撮り・衣裳小物の販促強化等による施策が奏功し、平均組単価が増加したことで増収
- **レストラン部門（ブライダル事業）売上収益**
✓ 婚礼飲食は、施行組数および客単価の伸長に伴い増収
✓ 一般飲食は、平日のランチ営業や期間限定イベントにおける集客好調等により増収
- **レストラン特化型売上収益**
✓ 既存店および前連結会計年度および当第2四半期累計期間に開業した店舗が好調に推移したこと等により増収

セグメント別の売上収益は、ご覧のとおりです。
詳細は次のページ以降でご説明いたします。

婚礼プロデュース部門の状況

- 施行組数・平均ゲスト数・平均組単価の伸長により増収で着地
- 当第1四半期に続き受注率が好調に推移 受注残組数も前年同期比を上回る

	2024/12 2Q累計	2025/12 2Q累計	増減	増減率
売上収益 (百万円)	3,711	4,411	+700	+18.9%
店舗数 (店)	34	36	+2	-
施行組数 (組)	1,985	2,094	+109	+5.5%
平均ゲスト数 (人)	52.6	54.7	+2.1	+4.0%
平均組単価 (千円)	3,310	3,640	+329	+10.0%
新規来館組数 (組)	5,609	5,283	△326	△5.8%
受注組数 (組)	2,434	2,540	+106	+4.4%
受注残組数 (組)	3,302	3,498	+196	+5.9%

POINT
<ul style="list-style-type: none"> ● 施行組数 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 前連結会計年度の受注活動が堅調に推移したことにより、前年同期比で増加 ● 平均ゲスト数 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 会場ご成約後の新郎新婦を対象としたオンラインセミナーの実施や、WEB招待状の導入促進等により増加 ● 平均組単価 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 平均ゲスト数の増加および付帯商品の商品開発や、販促ツール強化、販売価格の見直し等により増加 ● 受注組数 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 高受注率者によるスタッフの育成強化や、接客ツールの新規開発等により受注率が全国的に底上げされ、前年同期を上回る

※ 店舗数、新規来館組数、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
 ※ 新規来館組数、施行組数、受注組数、受注残組数は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

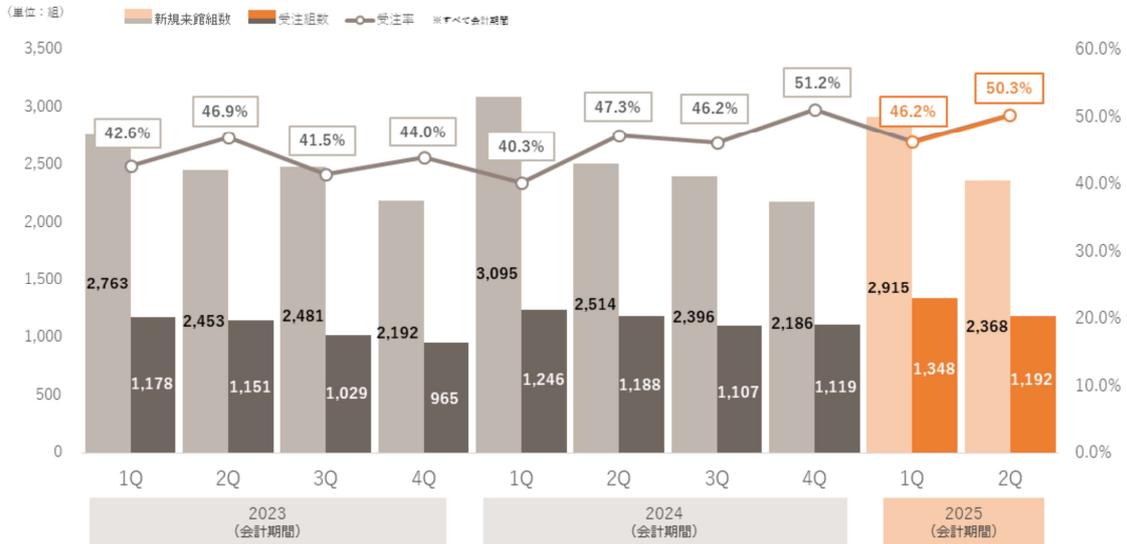
婚礼プロデュース部門の状況です。

売上収益は前年同期比プラス18.9%の44億1,100万円となりました。
 施行組数、平均ゲスト数、平均組単価は前年同期を上回りました。

新規来館組数が前年同期比で減少しているものの、
 当第1四半期に続き、各種施策による受注率の向上などが、
 受注組数および受注残組数の増加に貢献しました。

新規来館組数・受注組数・受注率の推移

2024年12月期第2四半期以降、受注率は45%を超える水準を維持



こちらが新規来館組数、受注組数、受注率の推移です。

当第2四半期会計期間における受注率は、50%を超える水準で推移しました。
引き続き、受注率の維持向上に加え、新規来館組数の獲得強化に努めます。

主要KPIの推移と今後の見通し

- 平均ゲスト数が回復途上であるにもかかわらず、平均組単価はコロナ禍前の水準を上回る
- 各種KPIは今後も増加の余地が十分にあり、さらなる収益性の向上に期待できる状況

	2019 2Q累計	2023 2Q累計	2024 2Q累計	2025 2Q累計	今後の見通し
平均ゲスト数 (人)	65.0	50.4	52.6	54.7	各種施策の貢献による 伸長を見込む
平均組単価 (千円)	3,610	3,138	3,310	3,640	ゲスト数増加・単価アップによる 上昇余地あり
施行組数 (組)	1,764	2,125	1,985	2,094	新規出店等による 継続的な増加
セグメント利益 (百万円) ※プライダル事業	1,139	896	689	1,229	組単価アップ×施行数増加 =さらなる利益率向上

主要KPIの推移と今後の見通しです。
コロナ禍前後での比較を記載させていただきました。

コロナ禍前の2019年12月期から、
コロナ禍後の2025年12月期第2四半期までの期間における、
各種KPIの推移を記載しています。

平均ゲスト数が2019年当時の水準に到達していないにもかかわらず、
平均組単価においては、2019年当時を上回っており、
まだまだ今後も上昇余地がある状況です。

今後、順調に平均ゲスト数が増加すれば、
さらなる平均組単価の上昇に繋がり、
施行組数の増加とあわせて、利益率向上が期待できる状況です。

現在、ゲスト数を増やすための施策も行っており、
コロナ禍以降、微増ながらも毎年ゲスト数に関しては増えている状況です。

今期の第3四半期以降に関しても、順調にゲスト数は伸長する見込みのため、
しっかりと施策は引き続き実行しつつ、単価アップを図りたいと考えております。

婚礼衣装部門の状況

■ 自社施行の状況が堅調に推移したことで、他社施行の減少による影響を吸収し増収

■ 受注活動が好調に推移しており、受注残組数は前年同期比で増加

	2024/12 2Q累計	2025/12 2Q累計	増減	増減率
売上収益 (百万円)	1,571	1,688	+116	+7.4%
店舗数 (店)	24	24	0	-
取扱組数 (組) ※	2,168	2,207	+39	+1.8%
内 自社施行 (組)	1,881	1,995	+114	+6.1%
内 他社施行 (組)	287	212	△75	△26.1%
受注組数 (組)	2,615	2,714	+99	+3.8%
受注残組数 (組)	2,837	2,950	+113	+4.0%
平均組単価 (千円)	724	764	+40	+5.5%

POINT
<ul style="list-style-type: none"> ● 取扱組数 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 自社施行：婚礼プロデュース部門の受注活動が好調に推移したことにより増加 ✓ 他社施行：提携会場における施行組数の減少等の影響を受け減少 ● 受注組数 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 社内販促活動の強化および高受注率者によるナレッジ共有や勉強会等の実施促進により、自社施行における受注率が伸長 ✓ 提携会場との連携強化等により、さらなる伸長を図る ● 受注残組数 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 当第2四半期累計期間における受注活動が好調に推移したことにより増加 ● 平均組単価 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 顧客満足度の向上を目的としたドレスコーディネーターの提案力強化を図る社内コンテストの新設や、前撮りおよびオプションアイテムの販売促進等が奏功し、前年同期比で増加

※ 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。

20

婚礼衣装部門の状況です。

売上収益は前年同期比プラス7.4%の16億8,800万円となりました。

受注状況が好調に推移しており、受注残組数も前年同期比で増加しています。

平均組単価は、前年同期比プラス5.5%の76万4,000円となり、

上昇傾向を維持しています。主な要因については、後ほどご説明いたします。

貸借対照表 / キャッシュ・フロー計算書 (連結)

(単位: 百万円)	2024/4Q	2025/2Q	増減
流動資産	4,381	3,245	△1,136
現金および現金同等物	3,548	2,399	△1,148
非流動資産	30,350	31,275	+925
有形固定資産	16,050	16,773	+722
のれん	11,203	11,203	0
無形資産	85	120	+35
繰延税金資産	1,898	1,981	+83
資産合計	34,732	34,520	△211
流動負債	9,645	9,310	△334
営業債務およびその他の債務	1,701	1,692	△8
借入金	4,181	4,312	+130
その他の金融負債	1,000	908	△92
非流動負債	16,240	16,125	△114
借入金	9,347	9,117	△230
その他の金融負債	5,432	5,550	+117
負債合計	25,885	25,436	△449
資本合計	8,846	9,084	+237
負債および資本合計	34,732	34,520	△211

(単位: 百万円)	2025/1Q	2025/2Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	875	911	+36
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,081	△1,443	△362
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,153	△611	△1,764
現金および現金同等物に係る換算差額	8	△5	△14
現金および現金同等物の増減額	956	△1,148	△2,105
現金および現金同等物の期首残高	1,719	3,548	+1,828
現金および現金同等物の期末残高	2,675	2,399	△276

POINT (前年差異)

- 営業キャッシュ・フロー
 - ✓ 法人所得税の支払 △551百万円
 - ✓ 税引前中間利益 +279百万円
 - ✓ 減価償却費及び償却費 +1,212百万円
- 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 △1,320百万円
- 財務キャッシュ・フロー
 - ✓ 短期借入金の純増 +10百万円
 - ✓ 長期借入金 (一年内返済予定) の返済 △1,295百万円
 - ✓ 長期借入金による収入 +1,165百万円
 - ✓ リース負債の返済 △491百万円

2025年12月期 業績予想（連結）

■ 婚礼プロデュース部門における施行組数や平均組単価の増加、婚礼衣裳部門における取扱組数の増加、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			
	2024/12 実績 (A)	2025/12 実績 (B)	2025/12 計画 (C)	計画比 増減額 (B-C)	増減率	2024/12 実績 (D)	2025/12 計画 (E)	前期比 増減額 (E-D)	増減率
売上収益	8,471	9,703	9,224	+479	+5.2%	19,299	20,505	+1,205	+6.3%
売上総利益	4,656	5,315	5,068	+247	+4.9%	10,860	11,507	+646	+6.0%
販売費及び一般管理費	4,565	4,829	4,812	+17	+0.4%	9,546	9,644	+97	+1.0%
営業利益	111	490	263	+227	+86.5%	1,337	1,878	+540	+40.4%
営業利益率	1.3%	5.1%	2.9%	+2.2pt	-	6.9%	9.2%	+2.2pt	-
税引前（中間）利益 （△は損失）	△26	279	75	+203	+268.5%	975	1,504	+529	+54.2%
親会社の所有者に帰属する 当期（中間）利益（△は損失）	△20	216	50	+165	+325.8%	663	1,008	+344	+51.9%
（ご参考）EBITDA ※	1,332	1,703	1,478	+224	+15.2%	3,818	4,340	+522	+13.7%
婚礼プロデュース部門 施行組数（組）	1,985	2,094	2,103	△9	△0.4%	4,461	4,609	+148	+3.3%

※ EBITDA：営業利益＋減価償却費及び償却費

22

2025年12月期の通期計画は、ご覧のとおりです。

現在、順調に受注残組数も前年同期比でプラスになっております。

お客様の満足度向上とともに単価アップも図り、さらなる収益増加を図りたいと考えております。

以上、決算の概要についてご説明いたしました。

続いて、2025年12月期における取り組みについてご説明いたします。

CONTENTS

03

2025年12月期 第2四半期
サマリー

2025年12月期 第2四半期

2025年12月期の取り組み

04

2025年12月期 第2四半期

※なお、本資料は、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的として発行されたものであり、本資料に記載の情報は、必ずしも将来の業績を保障するものではありません。

- 2024年の資本業務提携契約後、多角的に協業促進・連携強化に努めることで強固な関係性を構築
- 両社の継続的發展に向け、当期もさまざまな施策を順次実行



衣裳提供開始



- ティーケーピー社が運営する2施設での挙式・披露宴用の衣裳提供を開始
 - ウェディングビル東京ベイ幕張
 - アジュール竹芝

法人ギフト販売



- 当社100%子会社であるタイムレス社が取り扱う商品を、法人ギフト用に販売。お中元用の法人ギフトとしてオリジナルアイテムを開発
- 一般企業への販路拡大を図る

ケータリング提供開始



- 広島エリアにおける当社施設からティーケーピー社施設へのケータリング提供を、2025年6月から開始。他エリアへの展開を検討中

株式会社ティーケーピーとの業務提携の進捗について、ご説明いたします。

ティーケーピー社が運営する婚礼施設での衣裳提供を開始しました。当社の収益貢献、ドレスショップの稼働向上に期待できる取り組みとして、ティーケーピー社との連携強化に努めます。

また、当社100%子会社である株式会社タイムレス社が取り扱う、法人ギフトの販売を開始しました。お中元用の法人ギフトとしてオリジナルアイテムを開発するなど、新たな試みも実施しています。今後は、一般企業への販路拡大も検討します。

そして、広島エリアにおける当社施設からティーケーピー社施設へのケータリング提供を、開始しました。広島での取り組みを起点に、ほかのエリアへの展開を検討します。

出店計画

	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 (人)	所在地
2025年	3月17日	レストラン	Serafina NEW YORK 赤坂店	—	118	東京都港区赤坂
	3月14日	婚礼業務受託	BEIGE Alain Ducasse Tokyo	1	50	東京都中央区銀座
	3月14日	婚礼業務受託	BENOIT Kyoto	1	56	京都府京都市東山区
	4月21日	レストラン	SHARI 東急歌舞伎町タワー	—	110	東京都新宿区歌舞伎町 東急歌舞伎町タワー
	7月18日	ドレスショップ	ecruspose静岡店	3	—	静岡市駿河区
2026年	3月予定	ゲストハウス (婚礼施設)	HOMAM 旧マッケンジー邸	1	120	静岡市駿河区
	4月予定	ゲストハウス (婚礼施設)	アマンダンピーク	1	120	富山県富山市
2027年	NEW 9月予定	ゲストハウス (婚礼施設)	(仮称) 旧知事公館	1	100	仙台市青葉区

国内店舗数			海外店舗数	その他	合計
ゲストハウス (婚礼施設)	ドレスショップ	レストラン	フォトエディングと スパ運営事業	婚礼業務受託	
39 店舗 (+3)	25 店舗 (+1)	11 店舗 (+2)	1 店舗	2 店舗 (+2)	78 店舗 (+8)

※2027年開業予定も含む。()内は2024年12月期末対比

出店計画です。

宮城県の「旧知事公館活用事業」に対して企画提案を行った結果、当社が事業実施候補者として選定されました。

開業時期は、2027年9月を予定しております。

仙台市への出店は、2024年開業のゲストハウス「青龍荘」に続き、2店舗目です。詳細は次のページでご説明します。



(仮称) 旧知事公館

所在地： 仙台市青葉区広瀬町176番

開業： 2027年9月予定

設備： 1チャペル (80人) / 1バンケット (100人)

- 1695年(元禄8年)、第4代仙台藩主伊達綱村の家臣が藩主の命により邸宅を構えて以来、私塾や第二師団長官舎、県児童会館など、時代と共に多様な機能を担った。正門は県指定有形文化財
- 宮城県の「旧知事公館活用事業企画提案募集」に対し事業企画の提案を行った結果、当社が事業実施候補者に選定
- 旧知事公館の「和洋折衷建築」は解体せず維持し、敷地内の庭園や風光明媚な景観も最大限に活かした新築棟を計画

1695年、第4代仙台藩主 伊達綱村の家臣が邸宅を構えて以来、時代と共に多様な機能を担い、近隣住民にも愛されてきた由緒ある建築です。

旧知事公館の「和洋折衷建築」および県指定有形文化財の正門は解体せず維持し、定休日を除いて通年開放する予定です。



HOMAM 旧マッケンジー邸

所在地： 静岡県静岡市駿河区高松2852番地

開業： 2026年3月予定

設備： 1チャペル (100人) / 1バンケット (120人)

- 静岡市の「旧マッケンジー住宅及び周辺市有地活用事業」に対し事業提案を行った結果、当社が優先候補者に選定
- スパニッシュスタイルのデザインコンセプトを引き継ぎつつ、レストラン兼イベント会場とミュージックホールを新設。駿河湾が一望できる海岸沿いに位置しており、富士山の眺望も楽しむことができる好立地
- 7月18日、ドレスショップ「ecruspose静岡店」の開業と同時に婚礼の子約受付を開始



アマンダンピーク

所在地： 富山県富山市呉羽町7538

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）

- 富山市が新たなランドマーク化を目指す「呉羽丘陵フットパス連絡橋」の周辺広場内で、富山駅から車で約10分の好立地
- 建設エリア（約1万8,000㎡/崖地など含む）は、2016年に閉鎖した富山観光ホテルの跡地で、その南側に鉄骨造りの2階建てのゲストハウス（延床面積979.8㎡）を新築
- 北アルプスの立山連峰と富山湾を一望できる景観と、昼夜各1組限定の完全貸し切り型の式場というプライベート感の高さで他社との差別化を図る

『現場の声』を活かした
商品開発の加速化

- 婚礼アイテム別の年間売上高、受注率における好成績者を商品開発プロジェクトに招聘。顧客ニーズやトレンドをタイムリーに反映できる体制を構築

DX推進による
顧客体験価値の向上

- 新郎新婦が楽しく便利に結婚式準備ができる独自システムの開発や、婚礼関連アイテムを網羅できるWEBページのリニューアル

研修機会の増強

- 婚礼施行のハイパーフォーマーによるプランニングスキル向上を目的とした研修を、階層別・地区別などさまざまなバリエーションで実施

婚礼アイテム単価の
ベースアップに寄与内製化による高い収益性で
利益増大に貢献婚礼アイテム別単価
2025/2Q累計

装花	計画比 +9.7%
写真	計画比 +5.3%
記録映像	計画比 +53.5%
演出	計画比 +16.4%
引出物	計画比 +21.4%

婚礼プロデュース部門のトピックスについて、ご説明いたします。

先ほどご説明した、平均組単価が堅調に推移している状況について、婚礼プロデュース部門における取り組みを解説します。

今期から、『現場の声』を活かした商品開発や、顧客体験価値の向上を目的としたDX推進、スタッフの成長やスキルアップに寄与する研修機会の増強など、各種施策を強化した結果、婚礼アイテム単価が、当初計画値を超える水準を記録しました。

また、当社ではこれらの婚礼アイテムを内製化しているため、同業他社に比べてスピーディに商品開発を行うことができ、高い収益性を実現することができています。

当第2四半期累計期間においても利益増大に大きく寄与する結果となりましたが、引き続き、さまざまな施策を講じることで、さらなるお客様の満足度向上、および利益率向上を図ります。

前撮り・衣裳小物が平均組単価に貢献



- 婚礼プロデュース部門との社内連携強化やLINEなど各種媒体を網羅的に活用した販売促進施策、多様な撮影プランの達成等により前撮りの施行組数実績が増加
- 衣裳小物レンタルのオプションプランのリニューアルが奏功し、前年同期比で受注が好調に推移。今後、新郎用シャツやインナー類などの販売アイテムの販売促進を強化し、さらなる単価アップを図る

収益性・利益率向上

平均組単価の継続的な増加

コーディネーターの成長機会を強化



- 部門別の集合型研修が9年ぶりに実現。約120名のドレスコーディネーターが集まり、ナレッジ共有やワークショップを実施
- 全国のドレスコーディネーターが参加する接客コンテスト「Best Presentation」を初開催し、お客様の特性やニーズに対応する提案力、ブランド・アイテムの魅力を伝えるスキルを切磋琢磨できる機会を創出

コーディネートスキルの全国的な底上げ

ハイパーフォーマーの育成促進

30

婚礼衣裳部門のトピックスについて、ご説明します。

婚礼プロデュース部門と同様、
婚礼衣裳部門も平均組単価が堅調に推移しています。
主たる要因として、2点ご説明いたします。

1点目、前撮りの施行組数増加と衣裳小物の単価上昇が大きく寄与しています。
現時点においても前年同期比を大きく上回るパフォーマンスを実現していますが、
当社としては、さらなる上昇余地があると考えており、
当第3四半期以降も施策を強化したい考えです。

2点目、コーディネートスキルの全国的な底上げや、
ハイパーフォーマーの育成促進に寄与する成長機会を強化しています。

全国から約120名のドレスコーディネーターが集まる集合型研修の再開や、
新たに社内で接客コンテストを開催するなど、
優れた技術やナレッジを共有し、称賛できる場を積極的に設けています。

これらの取り組みは、当社最大の強みである優秀な人材の輩出に大きく貢献し、
結果として、高い顧客満足度や独自性の高いブランディング形成に寄与しています。

■ 婚礼飲食 ■ 料飲ゲスト単価が伸長



料飲ゲスト単価の増加

前年同期比 +2.7%
(2025/2Q累計)

総ゲスト数

約11.0万人
(2025/2Q累計)

収益増・利益増に貢献

- 好評の『和洋折衷コース』の取扱店舗増加やノンアルコールドリンクの需要拡大に伴うドリンクメニューの改善等が、顧客満足度およびゲスト単価の向上に寄与
- 結婚式における婚礼料理の重要性を伝えるべく、成約者向けウェビナーでの案内や試食会案内WEBページの新設など、新たに取り組んでいる施策も貢献。今後は婚礼料理案内用の動画を制作するなど、さらなる単価アップを図る

■ 一般飲食 ■ レストランイベントが好調



- 昨年好評だった期間限定イベントのほか、各店舗のエリア特性や立地条件を生かし、独自のイベントも企画・実施。競合優位性の高い空間・料理・サービスを提供することで他社との差別化を図る
- 式場見学とは異なるきっかけで当社施設に来館していただくことで、婚礼における潜在顧客層へ早期のアプローチにも貢献

レストラン部門のトピックスについて、ご説明いたします。

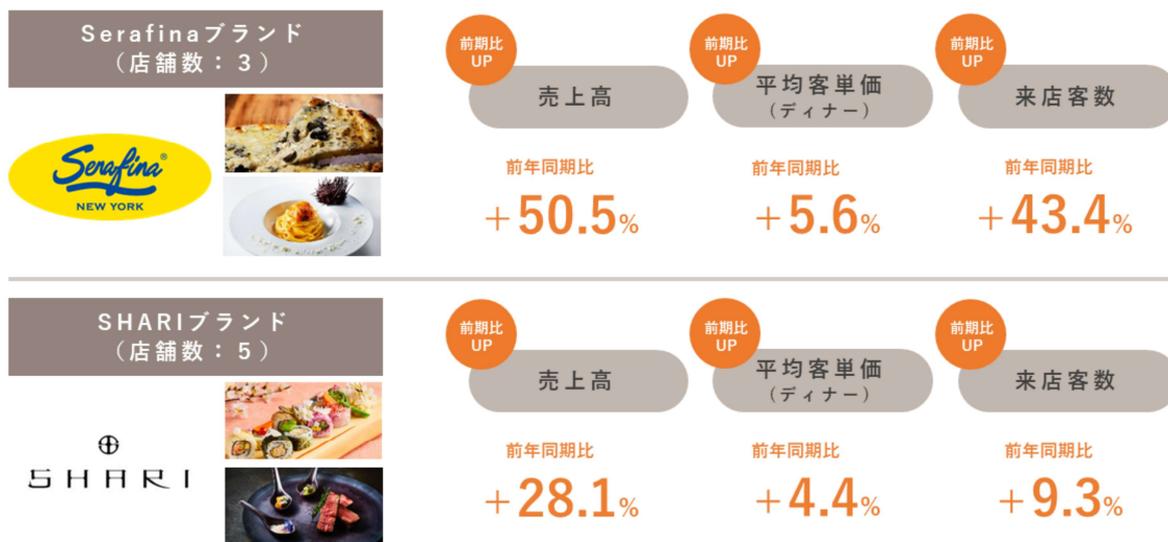
婚礼飲食においては、料飲ゲスト単価が伸長しており、平均組単価の上昇に寄与しています。

一般飲食において、昨年に続きレストランイベントが好調です。

昨年好評だった期間限定イベントのほか、各店舗のエリア特性や立地条件を生かし、独自のイベントも企画・実施し、競合優位性の高い空間、料理、サービスを提供することで他社との差別化を図ります。

また、式場見学とは異なるきっかけで当社施設に来館していただき、潜在顧客層への早期アプローチに対する貢献も見込んでおり、実際に結果にもつながっている状況です。

前連結会計年度および今期新規出店の2ブランドにおける各種KPIが堅調に推移



32

レストラン特化型事業について、ご説明いたします。

前連結会計年度および今期新規出店の『Serafina』および『SHARI』ブランドにおいて、売上高および各種KPIが堅調に推移しています。

引き続き、レストラン特化型事業においても、既存店の稼働向上および客単価の上昇に寄与する施策を遂行しつつ、積極的に出店候補地を模索するなど、事業基盤の拡大に努めます。

■ 新たな事業ドメインの創出や海外を含めた事業展開エリアの拡大を推進

人材紹介事業を開始



- 2025年7月1日からサービス開始
- 当社100%子会社である株式会社LURRA（ルーラ）が有料紹介事業の許可を取得し、実務を含む事業全般を担う
- 当社求人に入社希望した求職者、およびルーラ側で募集した求職者が対象

ベトナム現地法人の設立



- 2025年8月6日に現地法人を設立
- 年内の開業を目標にレストランの出店準備を遂行中
- 将来的なビジョンである各種コンサルティングおよびブライダル事業の拡大に向け、現地パートナー企業の開拓やマーケット調査を継続

新規事業について、ご説明いたします。

2025年7月1日から人材紹介事業のサービスを開始しました。

当社100%子会社である株式会社ルーラが、
有料紹介事業の許可を取得し、実務を含む事業全般を担います。

企業に紹介する人材は、当社求人に入社希望した求職者、
およびルーラ側で募集した求職者が対象です。

高い職能、ポテンシャルを持つ人材やサービス業に興味を持つ人材を、
同業他社につなぐことで、業界の人手不足の解消や他業界への人材の流出防止に、
微力ながら貢献したいと考えています。

2025年8月6日に、ベトナム現地法人を設立しました。
年内の開業を目標にレストランの出店準備を進行中です。

また、将来的なビジョンである、
各種コンサルティングおよびブライダル事業の拡大に向け、
現地パートナー企業の開拓やマーケット調査を継続しています。
進捗は適宜ご報告いたします。

VISION策定

ロマン溢れるアイデアで、異が動く多国籍世界には



- 当社の次代を担う中堅社員15人がさまざまな職種、部署、役職から集まり、社長ら役員6人も交えて、約半年をかけた言語化し策定に至った
- ビジョン策定後の浸透フェーズを重要視。代表取締役社長の萩野が全国34拠点を回り、スタッフと直接対話。組織力およびエンゲージメントの向上を図る

人事基本方針の改定



- 組織の変化やエンゲージメントサーベイの結果を鑑み、2013年に策定された人事基本方針を、2025年7月1日に改訂
- 改訂後、人材マネジメントの推進や報酬体系の見直しを実施。多様な個性を持つスタッフがワクワクして挑戦・成長できる環境づくりを目指す

期待される効果

01

組織のエンゲージメント向上



02

企業ブランディング強化



03

スタッフの生産性および
パフォーマンス向上

04

顧客満足度の向上



34

新たな取り組みについて、ご紹介いたします。

2025年4月、当社のビジョンを新たに策定しました。私が直接スタッフと対話をし、意見を交わしながら、ビジョンと会社の今後の姿勢を共有するタウンホールミーティングを全国34拠点で順次開催しています。

企業として目指す姿や理想を言語化して示すことで、より組織力を強固なものとし、エンゲージメントの向上につなげたいと考えています。

また、2013年に策定された人事基本方針を、2025年7月1日に改訂しました。策定から10年以上の時を経たことによる組織の変化や、エンゲージメントサーベイの結果を鑑み、今回の改訂にいたしました。

今後は、改訂した人事基本方針をもとに、人材マネジメントの推進や報酬体系の見直しを実施し、多様な個性を持つスタッフがワクワクして挑戦・成長できる環境づくりを、さらに目指します。

2025年 オリコン顧客満足度®調査 「ハウスウエディング」 ランキングで総合第3位を受賞

TOP3にランクインした評価項目



※ 出典：2025年 オリコン顧客満足度®調査「ハウスウエディング」

オリコン顧客満足度®調査概要

● 2025年 オリコン顧客満足度®調査「ハウスウエディング」では、23社を対象に、過去5年以内に、国内にあるウエディングプロデュース会社直営の「ゲストハウス」で挙式披露宴を行った人で、18～69歳（高校生は除く）の4,513人からの回答結果をランキングにしています。

調査主体：株式会社oricon ME

調査方法：インターネット調査

規定人数：100人以上

調査期間：2025/04/18～2025/05/07、2024/04/02～2024/04/22、2023/03/01～2023/03/17

定義：国内挙式ができる会場のうち、会場を貸し切り、自由度の高いオリジナルウエディングが行える「ゲストハウス」を自社で運営する企業。なお、複数の会場を保有している場合も、利用会場別の評価でなく、すべて運営事業者の評価とする。

※そのほかランキングの詳細は以下URLをご参照ください。

<https://life.oricon.co.jp/rank-wedding-produce/company/novarese/>

受賞実績について、ご紹介いたします。

先日発表された、

『2025年 オリコン顧客満足度®調査 「ハウスウエディング」 ランキング』で、総合第3位を受賞しました。詳細については、ご覧のとおりです。

このような実績・順位がすべてではなく、お客様の満足度や、スタッフの仕事に対するやりがいや誇りも比例して向上していくことが重要だと捉えております。

それらのバランスを保ちながら、業界内でもリーダーシップをとることができる企業にさらに成長を遂げていきたいと考えております。

株主・投資家に対する情報発信の機会・手段を強化 今後さらなる増強を図る

事業戦略説明会

- 当社の集客・新規未熟獲得戦略に関する初回配信を7月9日に実施
- 今後も多様なテーマで実施し、株主・投資家の理解促進を図る



動画
配信中!

機関投資家向け施設見学会

- 2024年から開始、今年6月に2度目となる施設見学会を実施
- 施設や空間だけでなく、スタッフやサービスなどの無形資産の魅力を訴求



IRnote

- 多様なトピックスをわかりやすく記事化
- 鮮度の良い情報をタイムリーにプッシュ型で配信

note



CHECK!

最後に、IR活動についてご紹介いたします。

新たな取り組みとして、今期からオンラインでの事業戦略説明会を開始しました。今後も多様なテーマで継続的に実施することで、株主・投資家のみなさまに当社の事業戦略に対するご理解を深めていただきたいと考えています。

以上、2025年12月期の取り組み等について、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。