

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

会社概要



会社名	株式会社ノバレーゼ
代表者	代表取締役社長 荻野洋基
本社所在地	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



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%

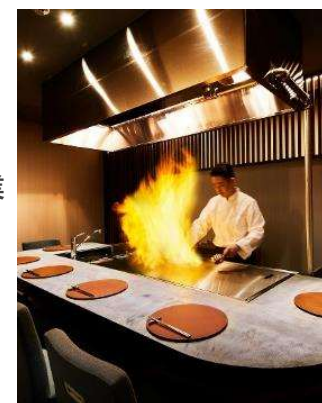
セグメント別
売上収益の割合
(2024年12月期)

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通しには、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
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、株主会等に対し、その経営活動の状況や業績の推移等の事実を伝達したものであり、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。
本資料に記載されている内容は、必ずしも将来の業績や経営状況を正確に予測するものではありません。当社グループの事業は、顧客嗜好・社会情勢・経済情勢等の変動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内容と実際の業績や経営状況とが異なる場合があります。

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

売上収益

9,703百万円

前年同期比 +14.6%

計画比 +5.2%

営業利益

490百万円

前年同期比 +341.5%

計画比 +86.5%

親会社の所有者に帰属する 中間利益

216百万円

前年同期比増減 +236百万円

計画比増減 +165百万円

施行組数[※]

2,094組

前年同期比 +5.5%

計画比 △0.4%

平均ゲスト数[※]

54.7人

前年同期比 +4.0%

計画比 +2.0%

平均組単価[※]

3,640千円

前年同期比 +10.0%

計画比 +7.6%

※ 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

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、株主会等に対し、他の関係者が適切な意思決定を行うための材料を提供したものであり、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。
本資料に記述されている内容は、必ずしも将来の業績や財務状況を正確に予測するものではありません。当社グループの事業は、顧客嗜好・社会情勢・経済情勢等、様々な要因により変動を伴うため、本資料で述べられている内容と実際の業績や財務状況とが異なる場合があります。

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

■ ブ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%

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、ブ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

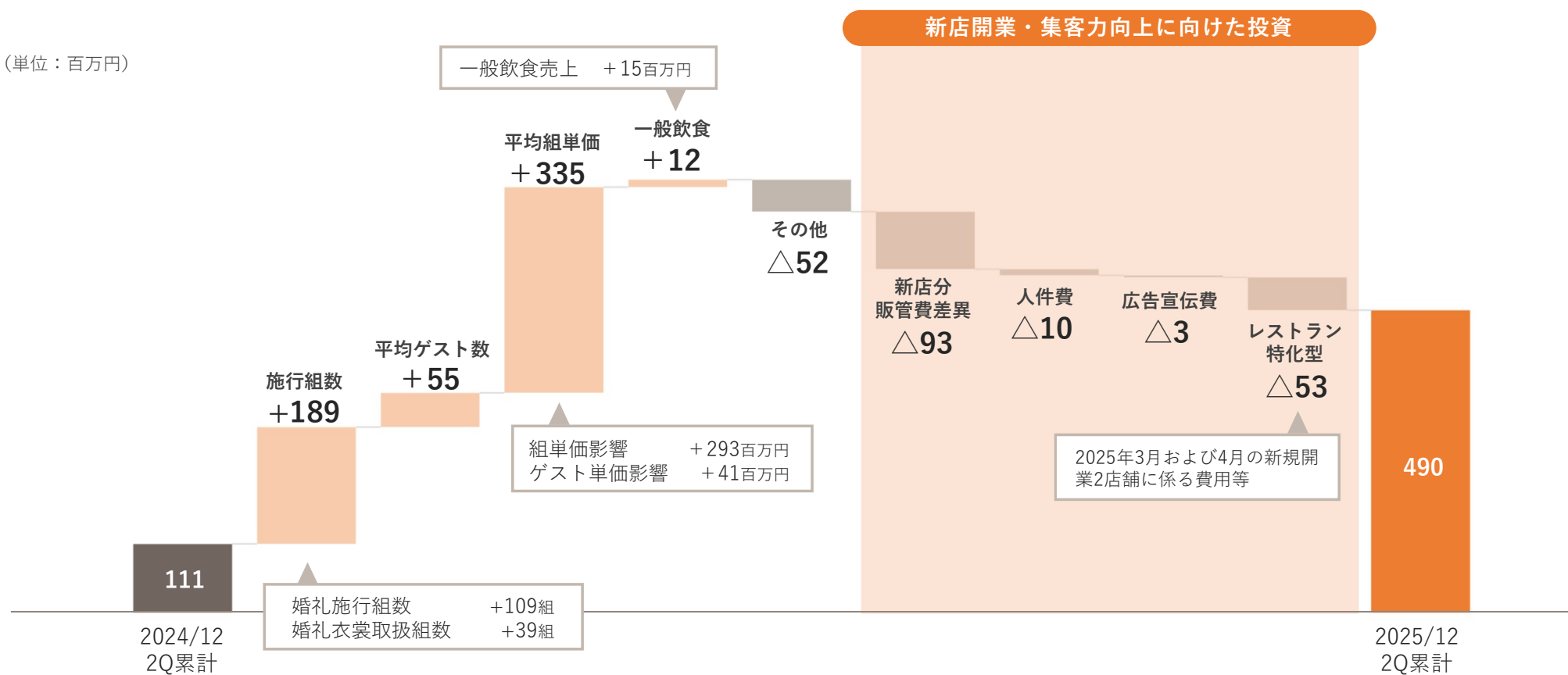
- ✓ 前年開業店舗の本格稼働により増加
- ✓ 採用した人材の定着状況が堅調に推移し、採用費等が減少したことにより、人件費は2024年12月期に続き計画比で縮減

※ EBITDA：営業利益＋減価償却費及び償却費

営業利益の前年同期に対する増減分析（連結）

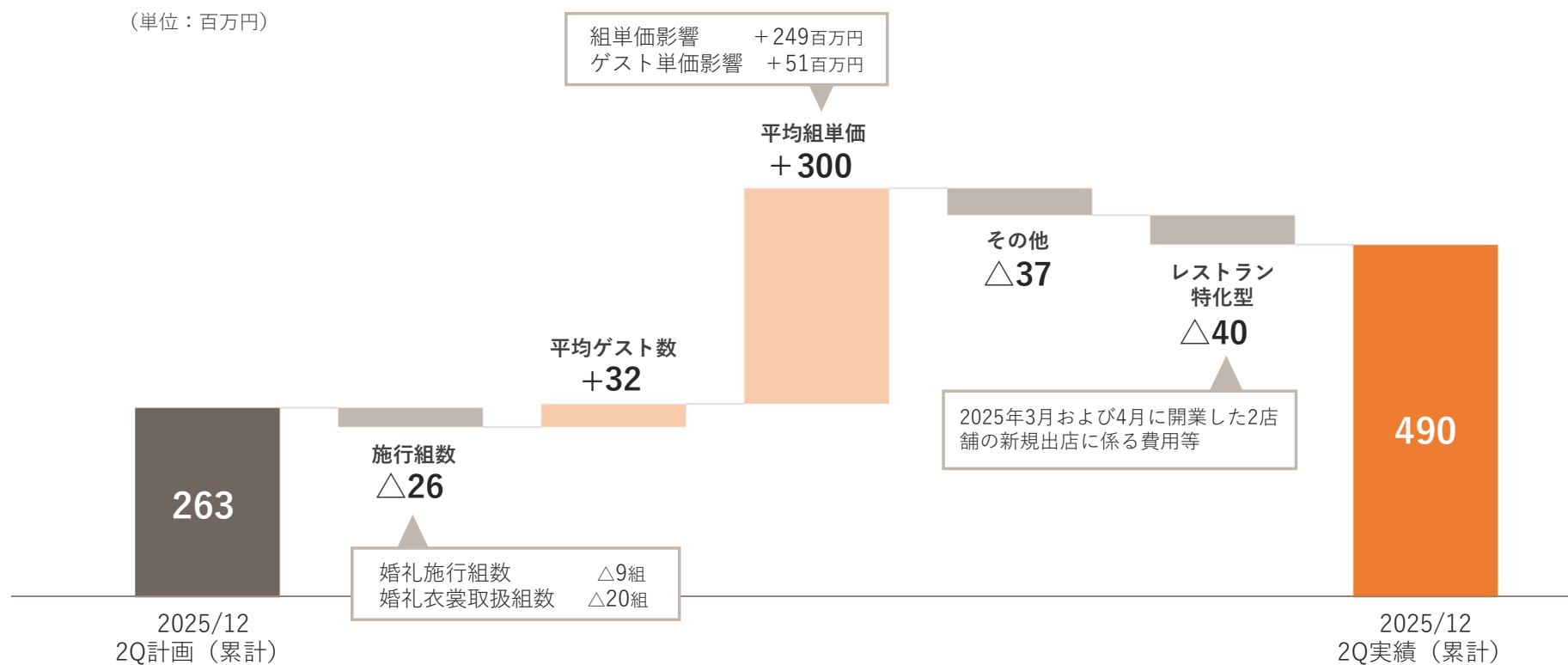
■ 施行組数・平均ゲスト数・平均組単価の増加が利益伸長に大きく貢献

（単位：百万円）



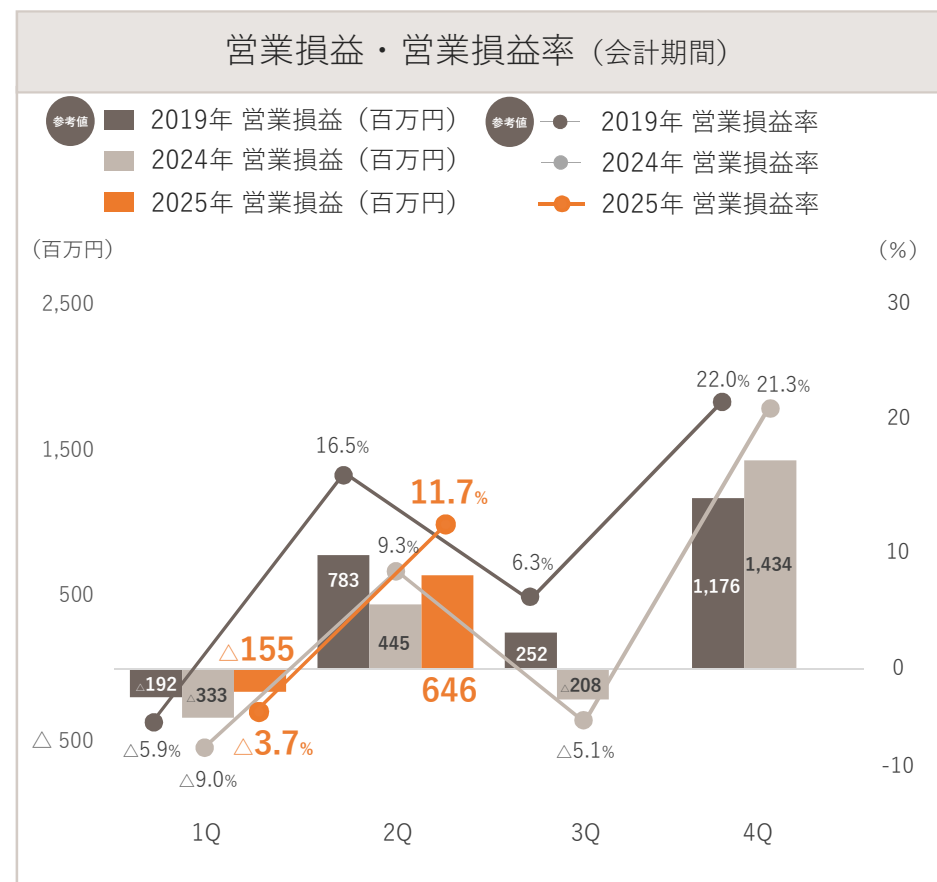
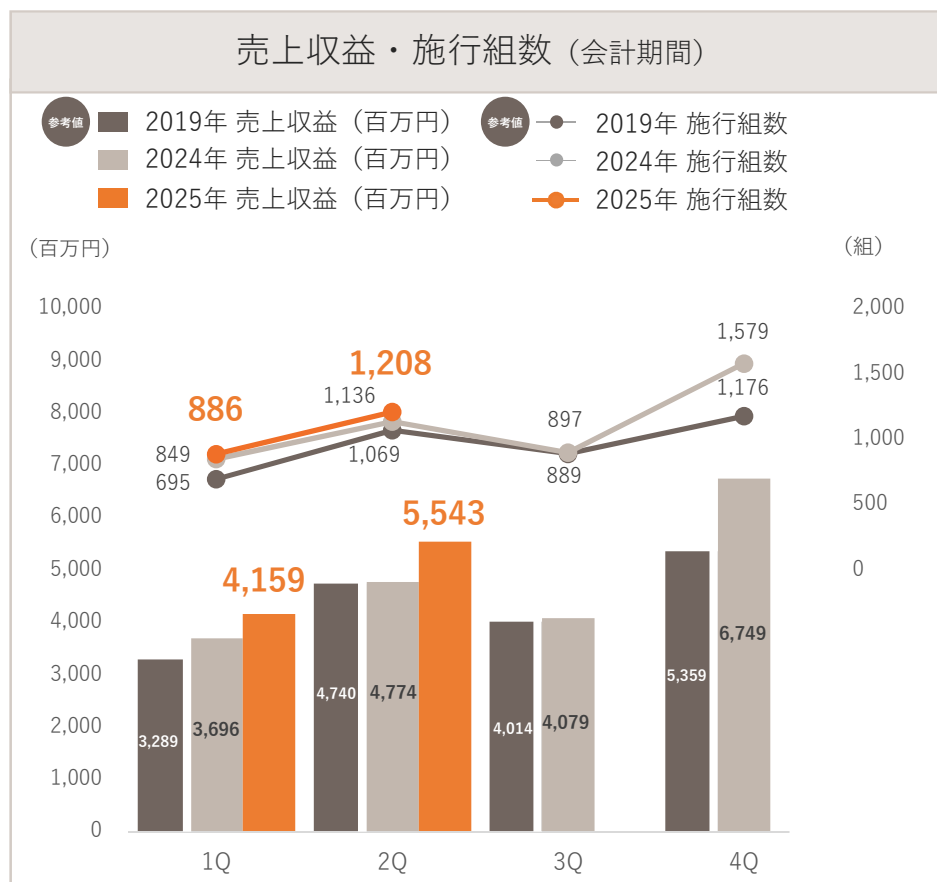
営業利益の計画に対する増減分析（連結）

- 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



四半期業績の推移（連結）

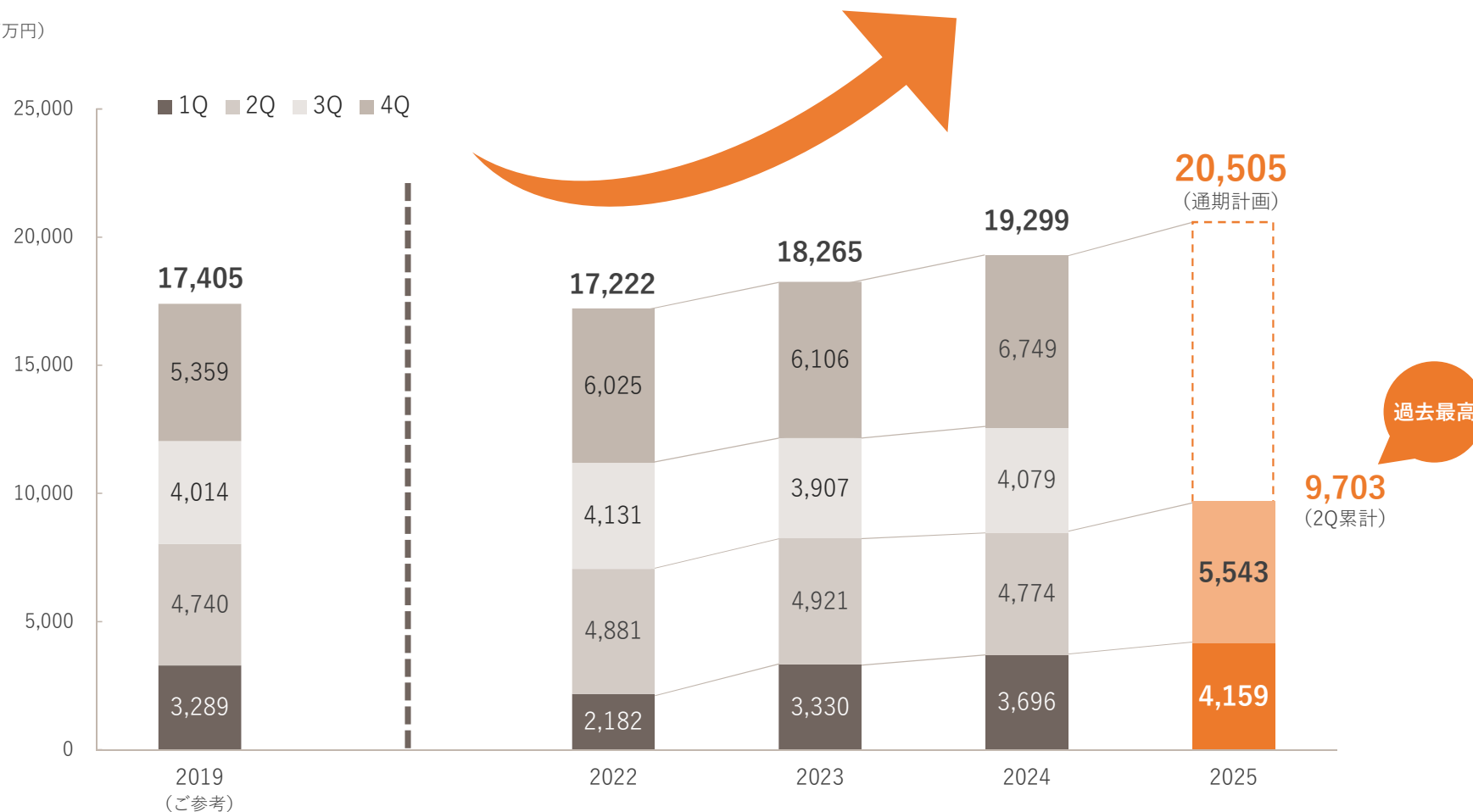
- 結婚式は気候が穏やかで祝日の多い春と秋に多くなるため、売上収益・営業利益は2Qおよび4Qの比重が高い
- 今期も新規開業施設が本格稼働する4Qで大きく伸長



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

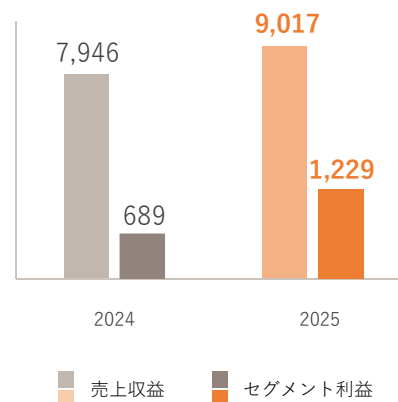
（百万円）



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	—

(百万円)

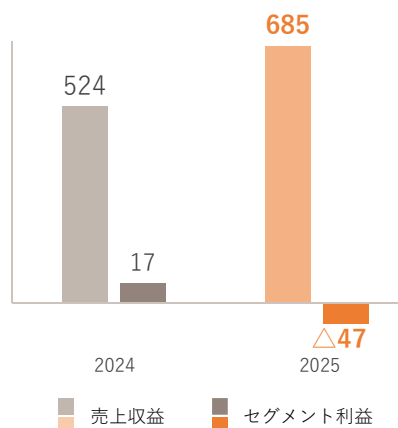


POINT

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	—

(百万円)



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

- **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

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
● 施行組数 ✓ 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 ✓ 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 ✓ 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 ✓ 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

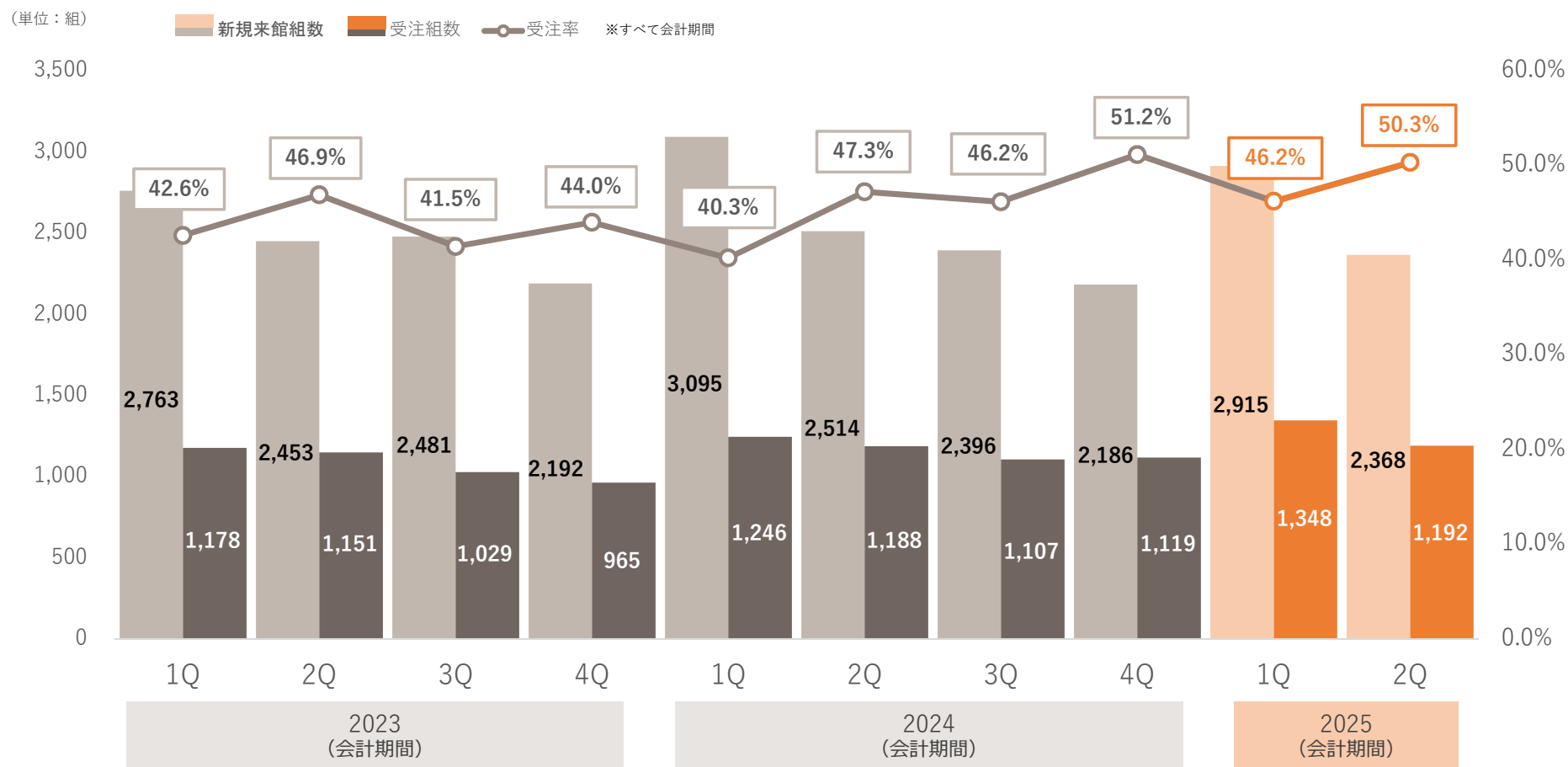
※ 店舗数、新規来館組数、施行組数、受注組数、受注残組数、平均ゲスト数、平均組単価は国内における実績

※ 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

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



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) ※ブライダル事業	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

婚礼衣裳部門の状況

■ 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%

※ 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

● 取扱組数

- ✓ 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

- ✓ 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

- ✓ 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

- ✓ 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

貸借対照表／キャッシュ・フロー計算書（連結）

NOVARESE

（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

	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
（単位：百万円）									
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

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、株主会等に対し、その旨が適法であると信ずること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。
本資料に記載されている内容は、必ずしも将来の業績や財務状況を正確に反映するものではありません。当社グループの事業は、顧客嗜好・社会情勢・経済情勢等、様々な要因により変動を伴うため、本資料で述べられている内容と実際の業績や財務状況とが異なる場合があります。

株式会社ティーケーピーとの業務提携の進捗

NOVARESE

- 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
- 両社の継続的发展に向け、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
 - ウエディングヒル東京ベイ幕張
 - 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

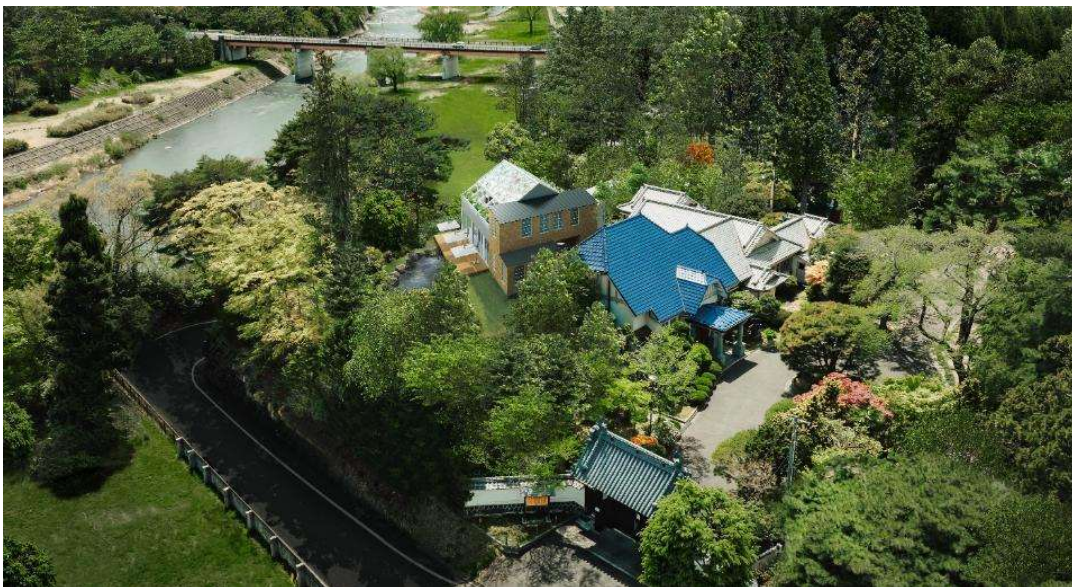
出店計画



	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	フォトウェディングと 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)	

※2027年開業予定も含む。（）内は2024年12月期末対比



（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



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予約受付を開始



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年に閉館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

TOPICS①：婚礼プロデュース部門

『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

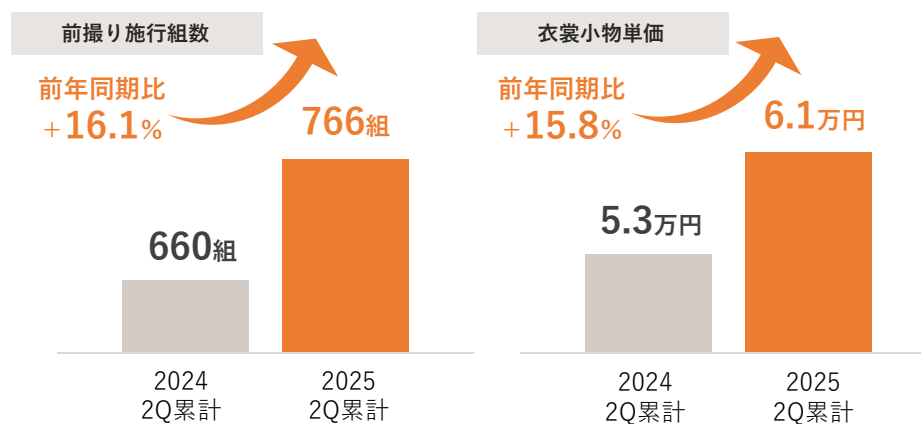
計画比 +16.4%

引出物

計画比 +21.4%

TOPICS②：婚礼衣裳部門

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造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

TOPICS③：レストラン部門（婚礼飲食／一般飲食）

NOVARESE

■ 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

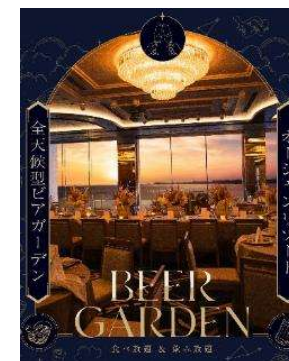
約11.0万人
(2025/2Q累計)



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



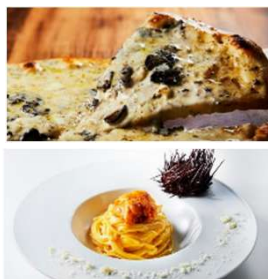
- 昨年好評だった期間限定イベントのほか、各店舗のエリア特性や立地条件を生かし、独自のイベントも企画・実施。競合優位性の高い空間・料理・サービスを提供することで他社との差別化を図る
- 式場見学とは異なるキッカケで当社施設に来館していただくことで、婚礼における潜在顧客層へ早期のアプローチにも貢献

TOPICS④：レストラン特化型事業

NOVARESE

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

Serafinaブランド
(店舗数：3)



前期比
UP

売上高

前年同期比

+50.5%

前期比
UP

平均客単価
(ディナー)

前年同期比

+5.6%

前期比
UP

来店客数

前年同期比

+43.4%

SHARIブランド
(店舗数：5)

SHARI



前期比
UP

売上高

前年同期比

+28.1%

前期比
UP

平均客単価
(ディナー)

前年同期比

+4.4%

前期比
UP

来店客数

前年同期比

+9.3%

TOPICS⑤：新規事業

■ 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
- 当社求人エントリーし企業紹介を希望した求職者、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

TOPICS⑤：新たな取り組み

VISION策定

ロマン溢れるアイデアで、胸が熱くなる瞬間を世界中に



- 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。代表取締役社長の荻野が全国34拠点を周り、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



2025年 オリコン顧客満足度®調査「ハウスウェディング」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



ウェディングプランナー



式場スタッフの対応



料理



サロンの雰囲気・清潔さ



見積りのわかりやすさ



式・披露宴



式場

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「ハウスウェディング」では、23社を対象に、過去5年以内に、国内にあるウェ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ェディングが行える「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/>

※ 出典：2025年 オリコン顧客満足度®調査「ハウスウェディング」

IR活動について

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・新規来館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!

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、株主会等に対し、その経営活動の状況や業績の推移等の情報を提供したものであり、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。
本資料に記載されている内容は、必ずしも将来の業績や経営状況を正確に予測するものではありません。当社グループの事業は、顧客嗜好・社会情勢・経済情勢等、様々な要因により変動を伴うため、本資料で述べられている内容と実際の業績や経営状況とが異なる場合があります。

業績推移 (IFRS)

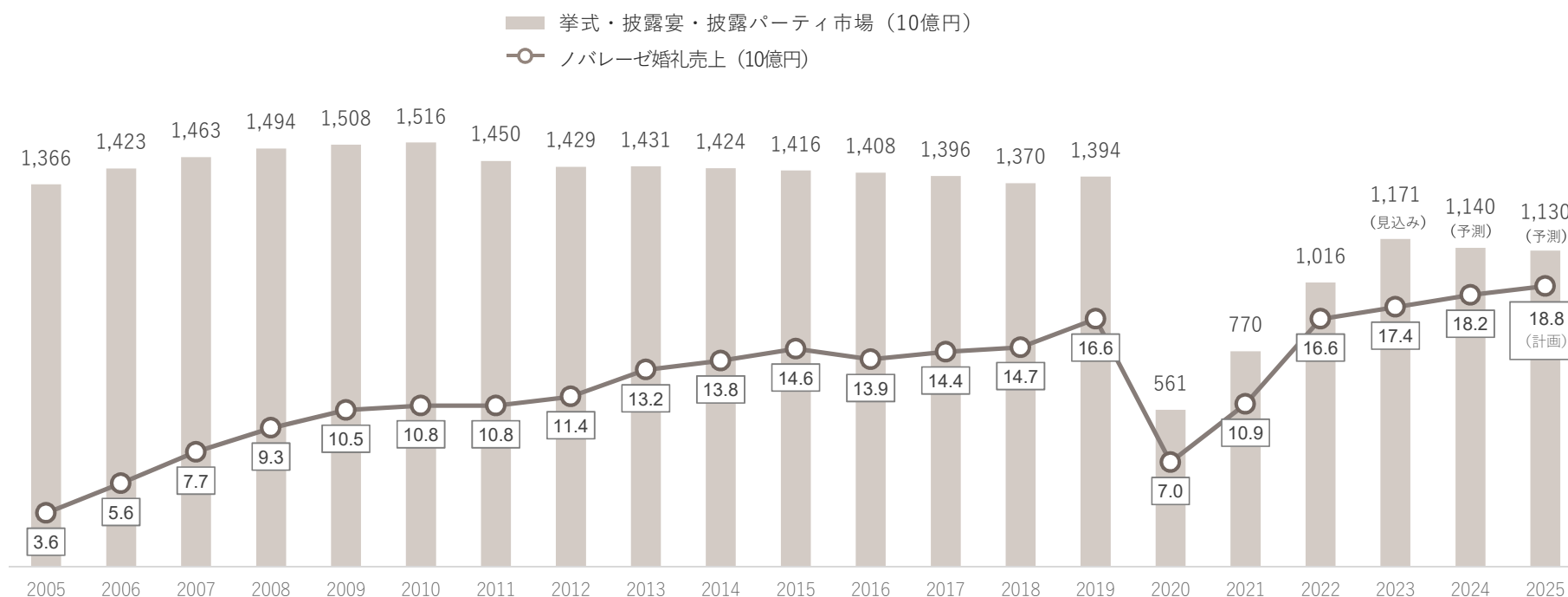
	2018/12	2019/12	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12	2024/12	2025/12 (計画)
売上収益 (百万円)	18,388	17,405	7,334	11,191	17,222	18,265	19,299	20,505
営業損益 (百万円)	2,300	2,020	△3,942	822	2,776	1,539	1,337	1,878
営業損益率 (%)	12.5%	11.6%	△53.7%	7.3%	16.1%	8.4%	6.9%	9.2%
当期損益 (百万円)	1,074	1,313	△2,948	374	1,657	942	663	1,008
当期損益率 (%)	5.8%	7.5%	△40.2%	3.3%	9.6%	5.2%	3.4%	4.9%
施行組数 (組)	3,854	3,829	1,664	3,087	4,660	4,629	4,461	4,609

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

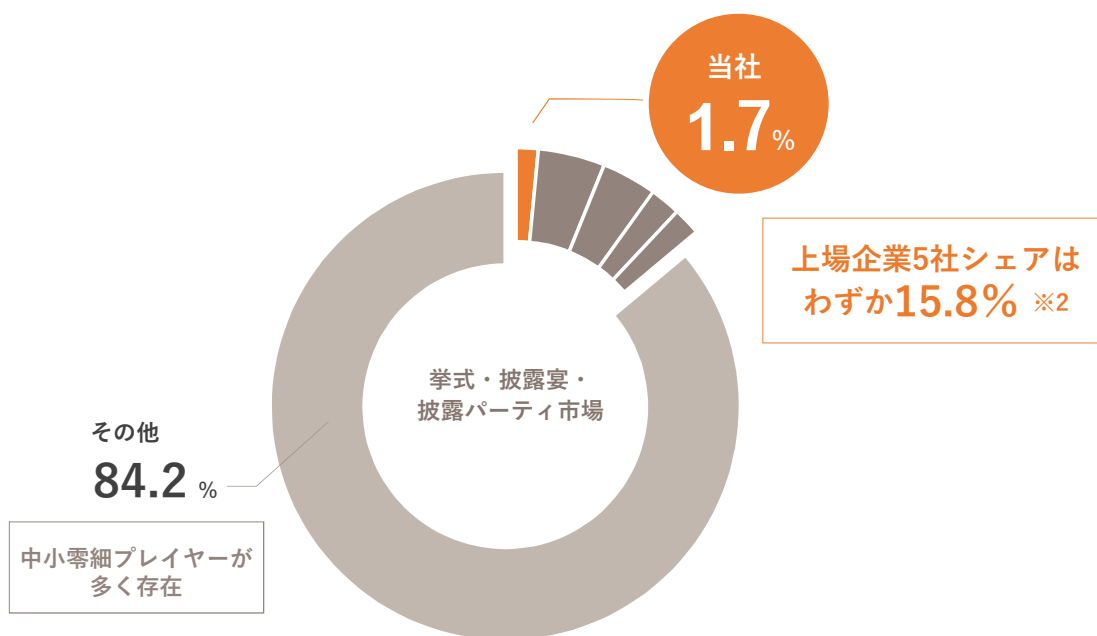


※ 出典：矢野経済研究所「2025年版プライダル産業年鑑」

市場環境②

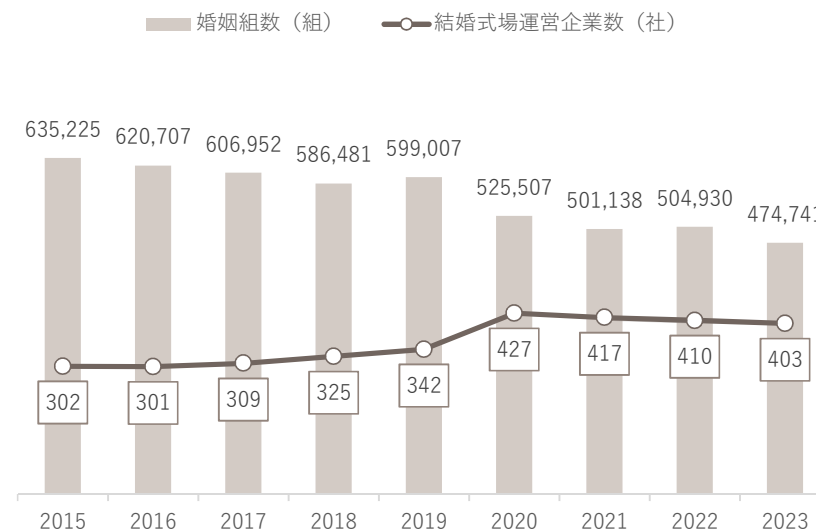
- マーケットの寡占度は低く、中小零細プレイヤーが群雄割拠
- コロナ禍により、プレイヤーの二極化が進展
- 婚姻組数が大きく変わらない中で、プレイヤーの淘汰が進む局面は当社にとって更なるシェア拡大の好機

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



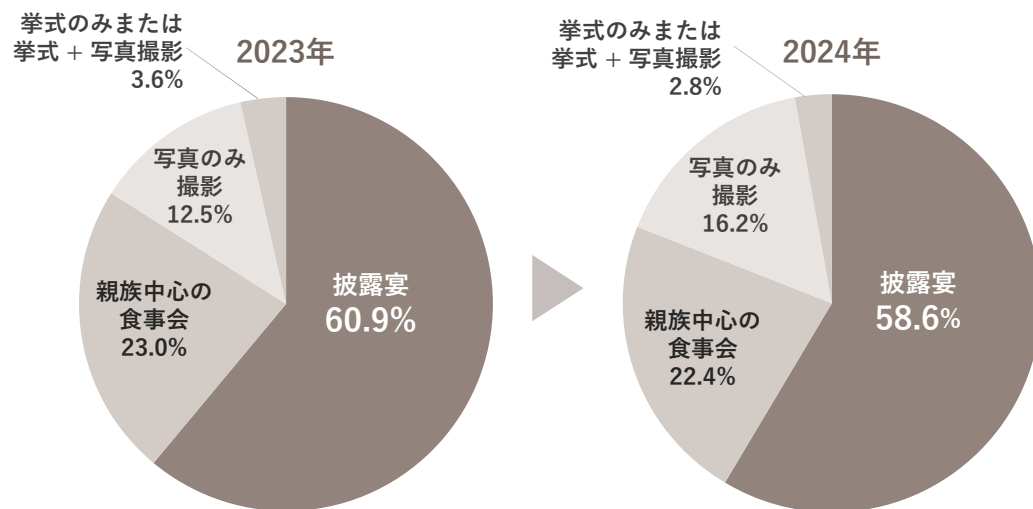
※ 出典：厚生労働省「令和5年人口動態統計（確定数）」
※ 出典：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」
結婚式場運営企業数は調査対象の見直しによる不連続を調整した前年比の伸び率を2015年の実数を基に掛け合わせることで算出

市場環境 ③

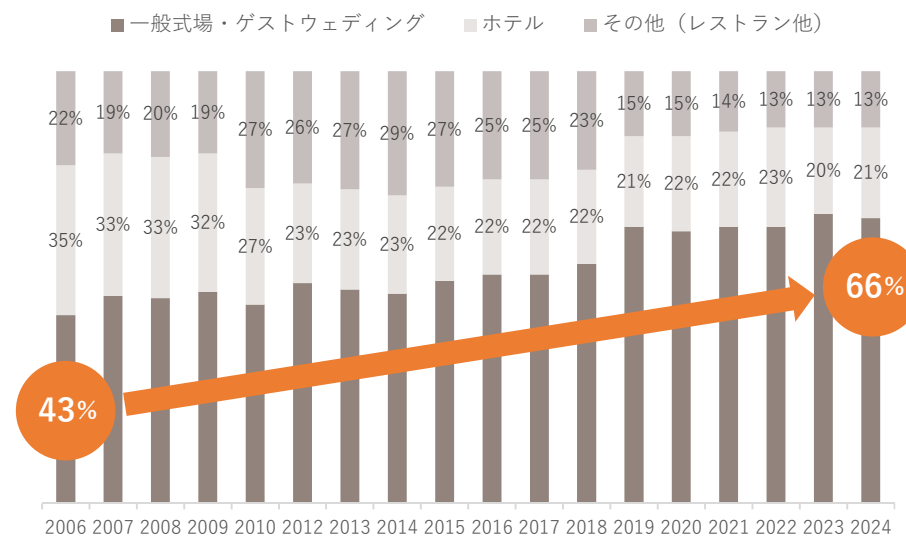
- 当社は周辺ビジネスの内製化により、結婚披露宴のみならず、結婚を機としたすべてのセレモニーに対応
- 披露宴自体も、ホテルよりも当社の基本コンセプトである貸切ゲストハウスが選好される傾向

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2023/2024（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）

店舗一覧

- 国内外78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

■ 直営ゲストハウス	39店舗
■ レストラン特化型施設	11店舗
■ ドレスショップ	25店舗
■ 海外フォトウエディング・スパ	1店舗
■ その他（婚礼業務受託ほか）	2店舗

※2025年8月14日現在

ハワイエリア

- ハワイ・ホノルルサロン（ホノルル）

中国四国エリア

- 岡山モノリス（岡山）
- 広島モノリス（広島）
- 三瀧荘（広島）
- 松山モノリス（愛媛）
- アマンダンカルム（香川）
- ノバレーゼ広島（広島）
- エクリュスポーゼ岡山店（岡山）
- エクリュスポーゼ松山店（愛媛）
- エクリュスポーゼ高松店（香川）
- SHARI 流川（広島）

九州エリア

- 天神モノリス（福岡）
- 熊本モノリス（熊本）
- 大分モノリス（大分）
- アマンダンブルー青島（宮崎）
- フレアージュ桜坂（福岡）
- ノバレーゼ福岡（福岡）
- エクリュスポーゼ熊本店（熊本）
- エクリュスポーゼ大分店（大分）
- エクリュスポーゼ宮崎店（宮崎）
- 鉄板焼みつき桜坂（福岡）

沖縄エリア

- サザンチャペル キラナリゾート沖縄（沖縄）

信越・北陸エリア

- 新潟モノリス（新潟）
- アマンダンスカイ（長野）
- 辻家庭園（石川）
- アマンダンヴィラ 金沢（石川）
- アマンダンピーク（富山）
- ※2026年4月開業予定
- エクリュスポーゼ新潟店（新潟）
- エクリュスポーゼ長野店（長野）
- ノバレーゼ金沢（石川）

近畿エリア

- 北山モノリス（京都）
- 芦屋モノリス（兵庫）
- ジェームス邸（兵庫）
- 姫路モノリス（兵庫）
- 旧桜宮公会堂（大阪）
- 葵庭園（和歌山）
- フレアージュダリアンス（滋賀）
- エクリュスポーゼ京都店（京都）
- エクリュスポーゼ和歌山店（和歌山）
- ノバレーゼ神戸（兵庫）
- ノバレーゼ大阪（大阪）
- Café&Bar BACCANO（大阪）
- BENOIT Kyoto（京都）

東海エリア

- アマンダンテラス（愛知）
- アマンダンライズ（静岡）
- HOMAM 旧マッケンジー邸（静岡）
- ※2026年3月開業予定
- 岐阜モノリス（岐阜）
- ノバレーゼ名古屋（愛知）
- エクリュスポーゼ浜松店（静岡）
- エクリュスポーゼ静岡店（静岡）

東北エリア

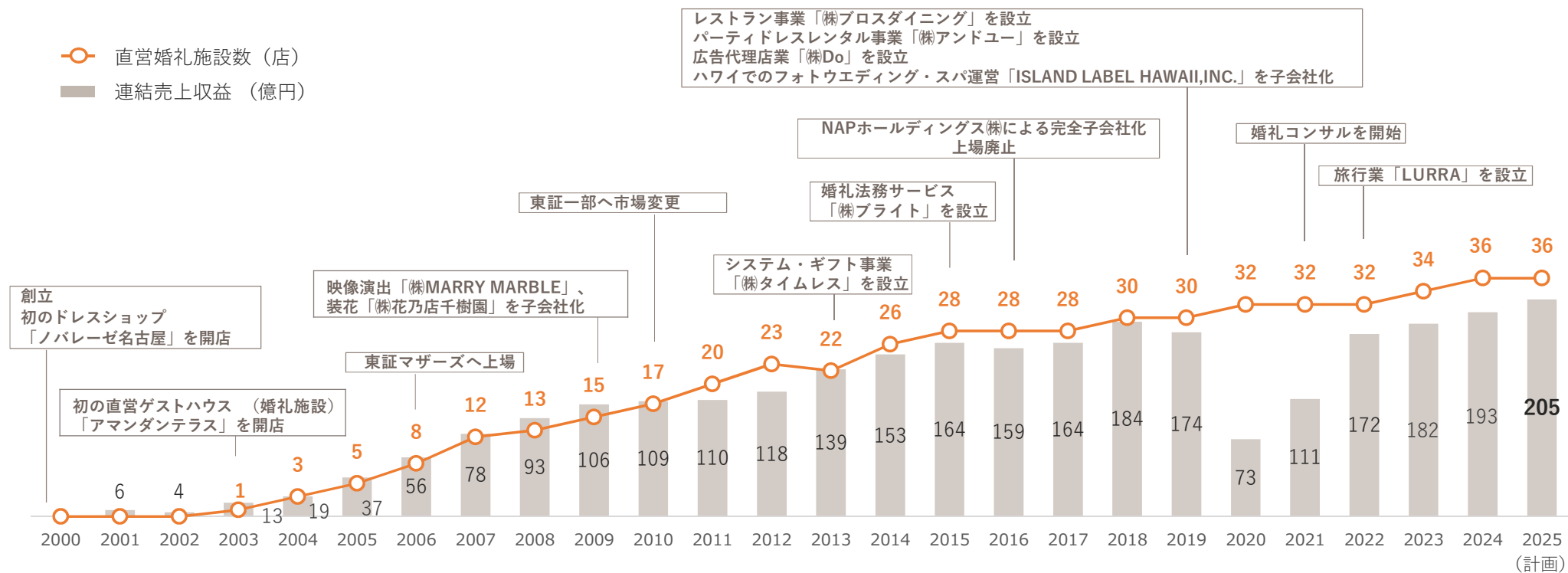
- フレアージュ スウィート（青森）
- 郡山モノリス（福島）
- アマンダンアイル（福島）
- 青龍荘（宮城）
- 旧知事公館（宮城）
- ※2027年9月開業予定
- エクリュスポーゼ郡山店（福島）
- ノバレーゼ仙台（宮城）

関東エリア

- 宇都宮モノリス（栃木）
- 高崎モノリス（群馬）
- アマンダンセイル（千葉）
- 横浜モノリス（神奈川）
- アマンダンヒルズ（神奈川）
- アマンダンブルー 鎌倉（神奈川）
- ザ ロイヤル ダイナシティ大宮（埼玉）
- エクリュスポーゼ宇都宮店（栃木）
- エクリュスポーゼ高崎店（群馬）
- ノバレーゼ横浜（神奈川）
- エクリュスポーゼ大宮店（埼玉）
- Serafina NEW YORK さいたま新都心店（埼玉）

東京エリア

- ノバレーゼ銀座（銀座）
- SHARI THE TOKYO SUSHI BAR（銀座）
- SHARI東銀座（銀座）
- SHARI赤坂／鉄板焼みつき赤坂（赤坂）
- SHARI東急歌舞伎町タワー（新宿）
- Serafina NEW YORK 丸の内店（丸の内）
- Serafina NEW YORK 赤坂店（赤坂）
- くらふと（有明）
- BEIGE Alain Ducasse Tokyo（銀座）



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

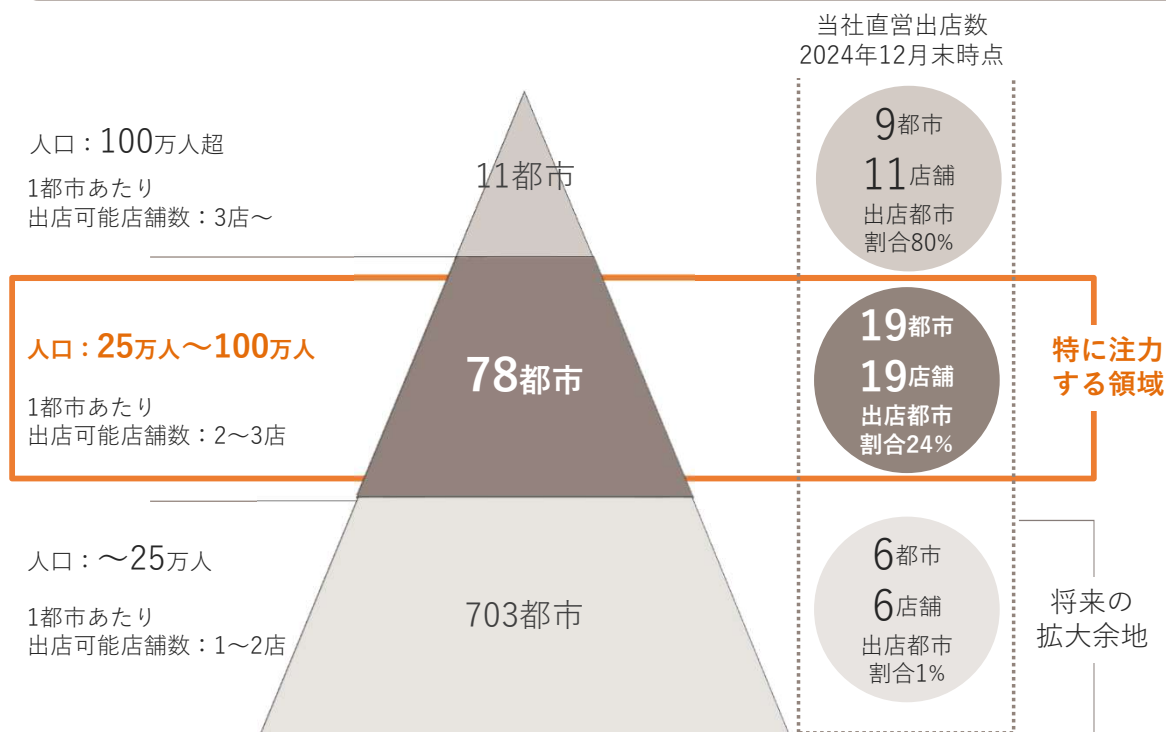
ギフト・システム・コンサルティング事業

広告代理店業・ハワイへの進出

出店戦略・出店余地

- 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**

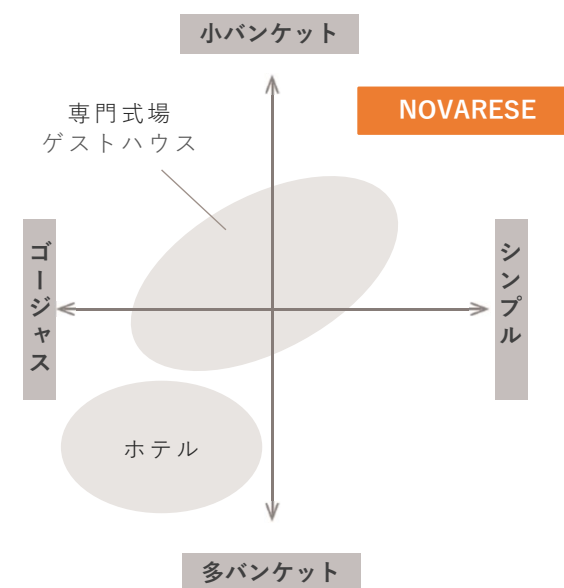
出店形態：**新築**のほか**M&A**を含む多様な形態

シンプル・モダンなデザイン（式場デザインの差別化）

- シンプル・モダンなデザインにより、競合他社との差別化を図る
- 投資額を抑えた施設展開により、無理のない稼働率でも経営が可能

	当 社	一般的な婚礼施設
投資額 🏠	低 1施設あたり平均初期投資額 約8.0億円※ シンプルな設備によるリーズナブルな投資額	高 1施設あたり平均初期投資額 約14.7億円※ 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るために定期的な改修工事も必要
損益分岐点 📈	低 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	高 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

会場属性の位置づけ



※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、菱庭園、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㈱、㈱エスクリ、㈱テイクアンドグヴ・ニーズ）の過去10期分の有価証券報告書にある【設備の新設、除却等の計画】の、施設ごとの投資予定総額から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。

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

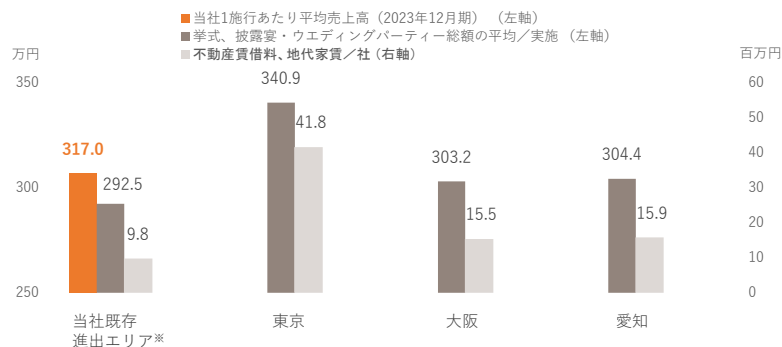
現在の国内出店状況（ウェディングベース）

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

当社の主力領域

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。

国内出店一覧

	所在地	人口	施設名
1	青森 青森市	28万	フレアー・ジュースウィート®
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・ロイヤルダイナシティ大宮
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

	所在地	人口	施設名
25	広島 広島市	119万	三滝荘
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・ジュース桜坂®
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

	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・ジュースリアンス®
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

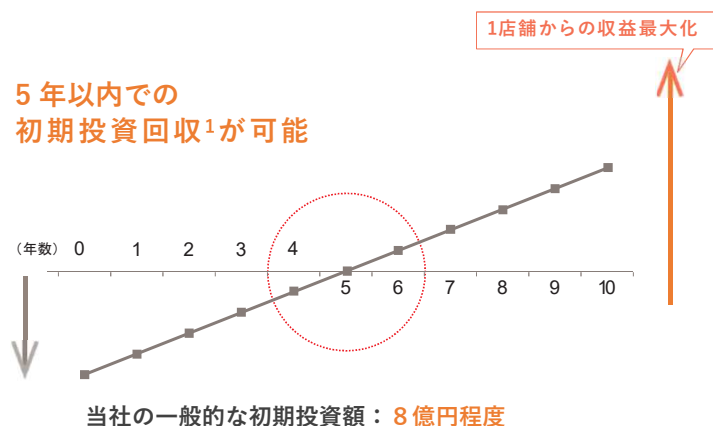
※ 2023年4月30日現在 ※青森、福岡桜坂、滋賀は買取店舗
 ※ 出典：総務省公表/令和3年1月1日住民基本台帳人口・世帯数、令和2年（1月1日から同年12月31日まで）人口動態（市区町村別）

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）

NOVARESE

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

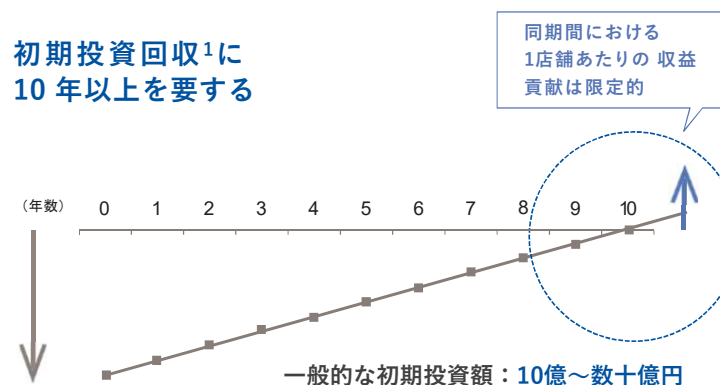
当社の投資回収イメージ（新店1店舗）



- 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¹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）※2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)テイクアンドグヴ・ニーズ）の過去10期分の有価証券報告書にある【設備の新設、除却等の計画】の、施設ごとの投資予定総額から概算。尚、挙式・披露宴会場以外への設備投資項目は除外。

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

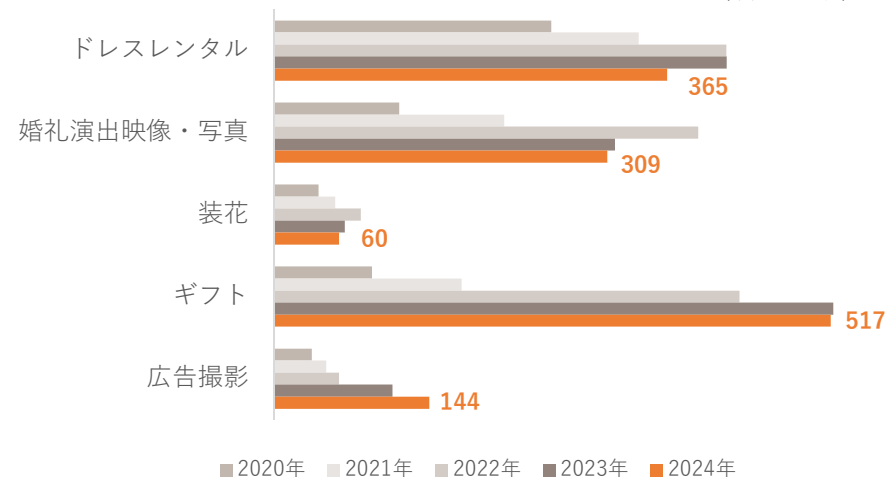
「内製化」を実現することによる収益性の違い（イメージ）

	お客様の支払総額		
当社	原価	利益	
他社	原価	外部業者の利益	利益

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）

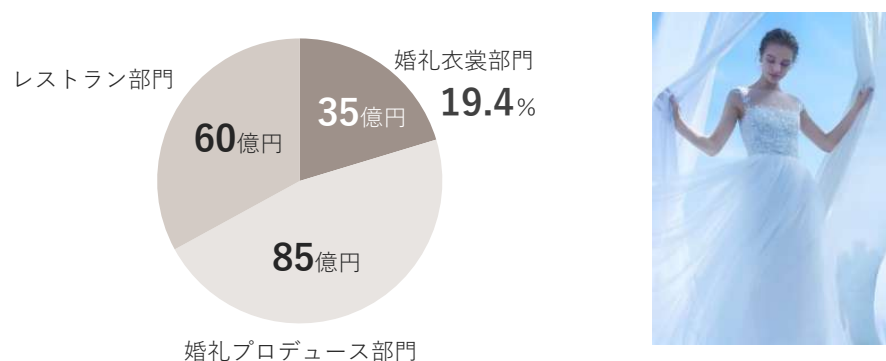


内製化したサービスを外部販売し収益化
成長ドライバーとして注力する領域

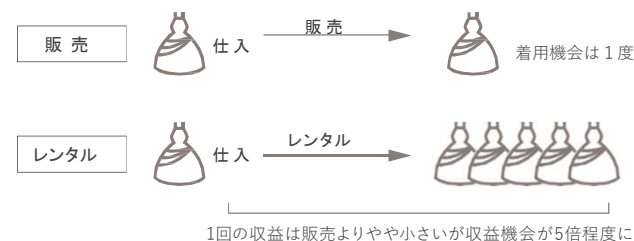
サービス内製化による収益性向上（ドレス事業の内製化）

- 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（2024年12月期）



高収益性の源泉となる「レンタル」



同業他社比較

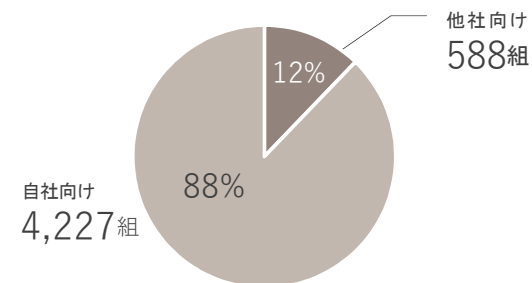
他社（一例）

- 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

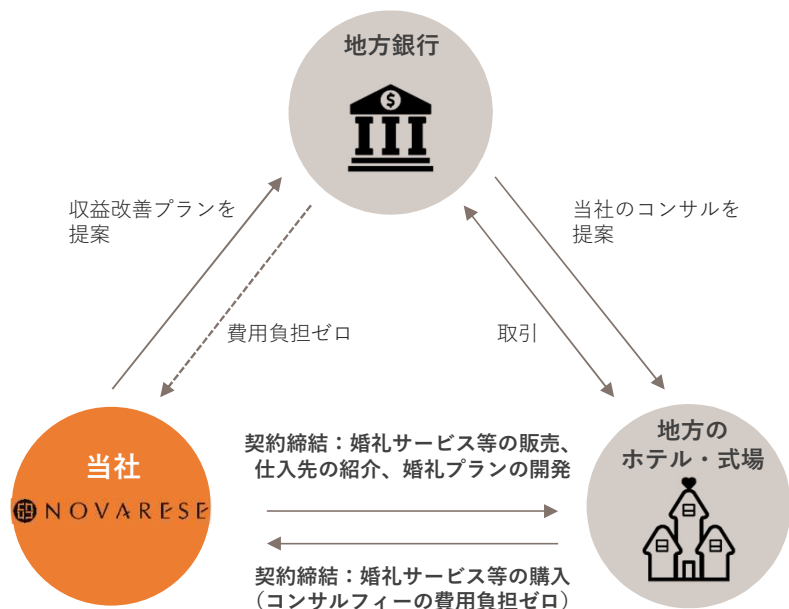


※ ブライダル事業における収益およびドレスレンタルにおける施行実績は2024年12月期実績

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	○	○	△	△
当社	○	○	◎	◎

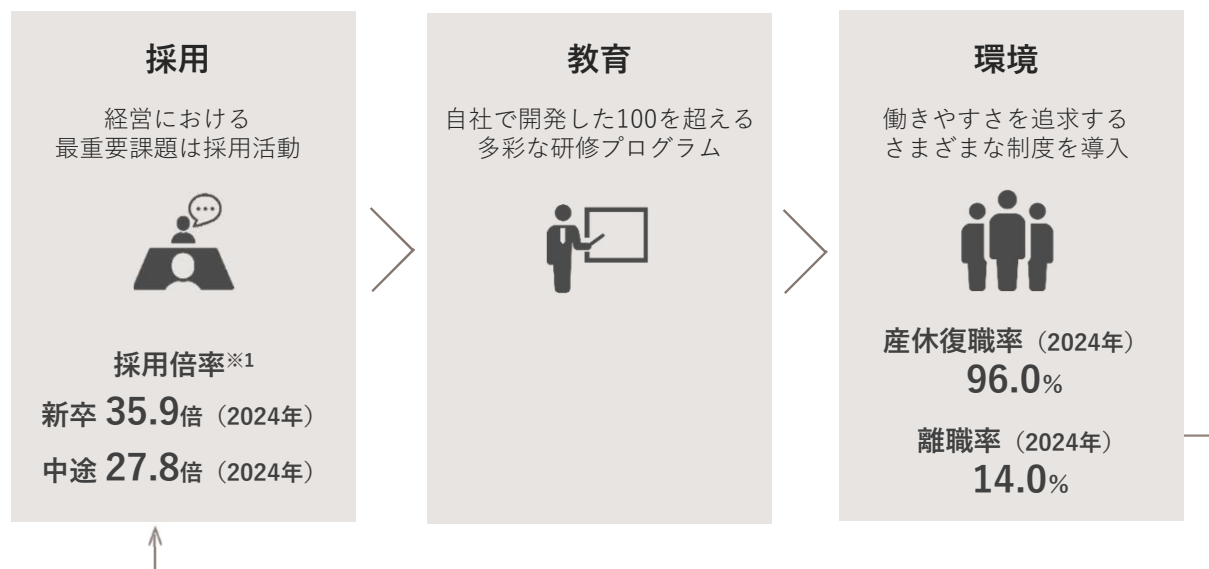
仕入れ等に関して、当社取引先への切り替えを促進し、新規顧客紹介で価格交渉も可能に

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

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



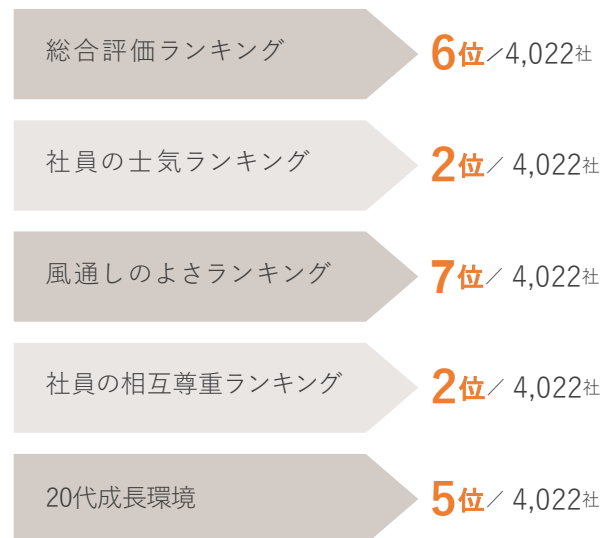
スタッフの声

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

ノバレーゼ業界ランキング



※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（2025年1月30日時点）

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

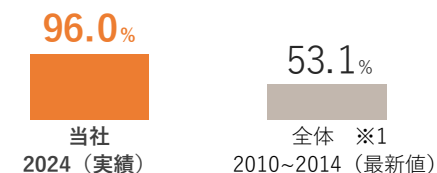
リモノバ（在宅勤務制度）

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」

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）

NOVARESE

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）

NOVARESE

■ 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)

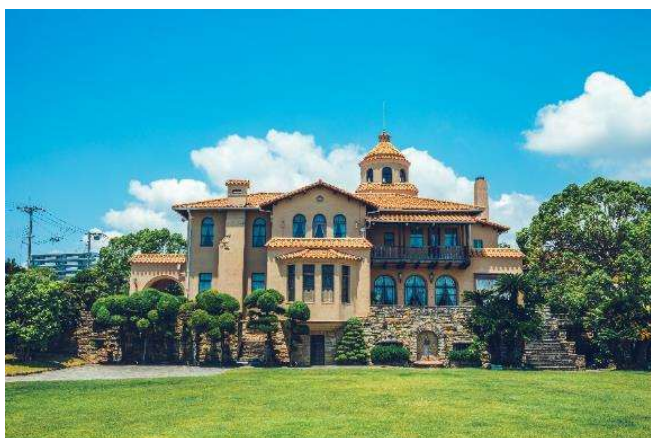


アマンダンライズ
(浜松市中区)

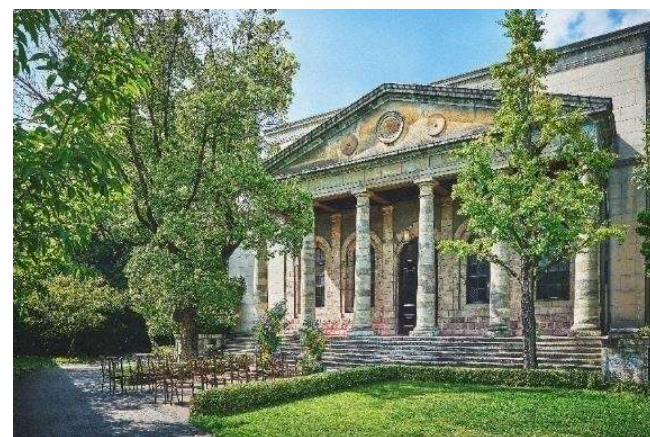
直営婚礼施設（再生型ゲストハウス）

NOVARESE

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）

NOVARESE

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 (エクリュスポーズ)



「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）

NOVARESE

- 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



SHARI

シャリ

- 本格的な和食をメインに、ロール寿司も楽しめる大人のためのレストラン



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



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）



BACCANO

バックカーノ

- モーニングからバータイムまで幅広いメニューを提供するカフェ

サステナビリティ推進の取り組み



- 引出物を学童保設へ寄付
- 奨学金返済支援制度導入
- 被災地・児童養護施設に遊具を寄付



- 食品ロスを低減
- 引出物を学童保育へ寄付
- 第一次産業の支援（CSR活動）



- 出店による雇用創出・地域活性化
- 会場内にアロマオイル設置
- 障がい者雇用とキャリア制度導入
- 児童養護施設に遊具を設置



- インターンシップの受け入れ
- 大学・専門学校での講義実施
- 食育支援
- 産学連携プロジェクト実施
- 奨学金返済支援制度導入



- 多様な人事制度導入
- 女性の活動躍進を推進
- 同性カップルの婚礼サービス実施
- パートナースhip制度導入



- 浄水器付水洗トイレ設置
- 多目的トイレ設置
- 節水対応便器設置



- LED照明を設置
- 地産地消を推進
- ノー残業DAY導入
- 在宅勤務導入



- 女性の活動躍進を推進
- インターンシップの受け入れ
- イベントによる文化活動創出
- ペーパーレス化の推進
- 環境に優しい引出物導入



- 第一次産業の支援（CSR活動）
- 出店による雇用創出・地域活性化
- イベントによる文化活動創出
- 地産地消を推進



- ダイバーシティ実現
- 同性カップルの婚礼サービス実施
- 奨学金返済支援制度導入
- 障がい者雇用・キャリア支援
- 児童養護施設に遊具寄付



- LED照明を設置
- 歴史的建造物の再生事業
- 店舗周辺の美化活動・環境保全
- 企業防災の徹底



- 歴史的建造物の再生事業
- 店舗周辺の美化活動・環境保全
- 環境に優しい引出物導入
- 地産地消の推進
- レンタルドレスのアップサイクル



- LED照明設置
- ペーパーレス推進
- 地産地消を推進
- ノー残業DAY導入



- 地産地消を推進
- 食品ロスの低減を実現



- ペーパーレス推進
- 店舗周辺の美化活動・環境保全
- 地産地消の推進
- 会場内に天然木材を使用



- 児童養護施設に遊具を設置
- ウクライナ避難民の受け入れ



- 店舗周辺の美化活動・環境保全
- 出店による雇用創出・地域活性化
- パートナー企業との公正な取引

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

サステナビリティ推進の取り組み

■ ブライダル業界史上初『2社合同CSR』を実施 大阪府高槻市の児童養護施設に遊具を寄贈・設置

2024年7月、大阪府高槻市にある児童養護施設「聖ヨハネ学園」を訪問し、屋外遊具を寄贈・設置。

アニヴェルセル株式会社のスタッフと協働で実施し、ブライダル業界では史上初となる2社合同でのCSRを実現。

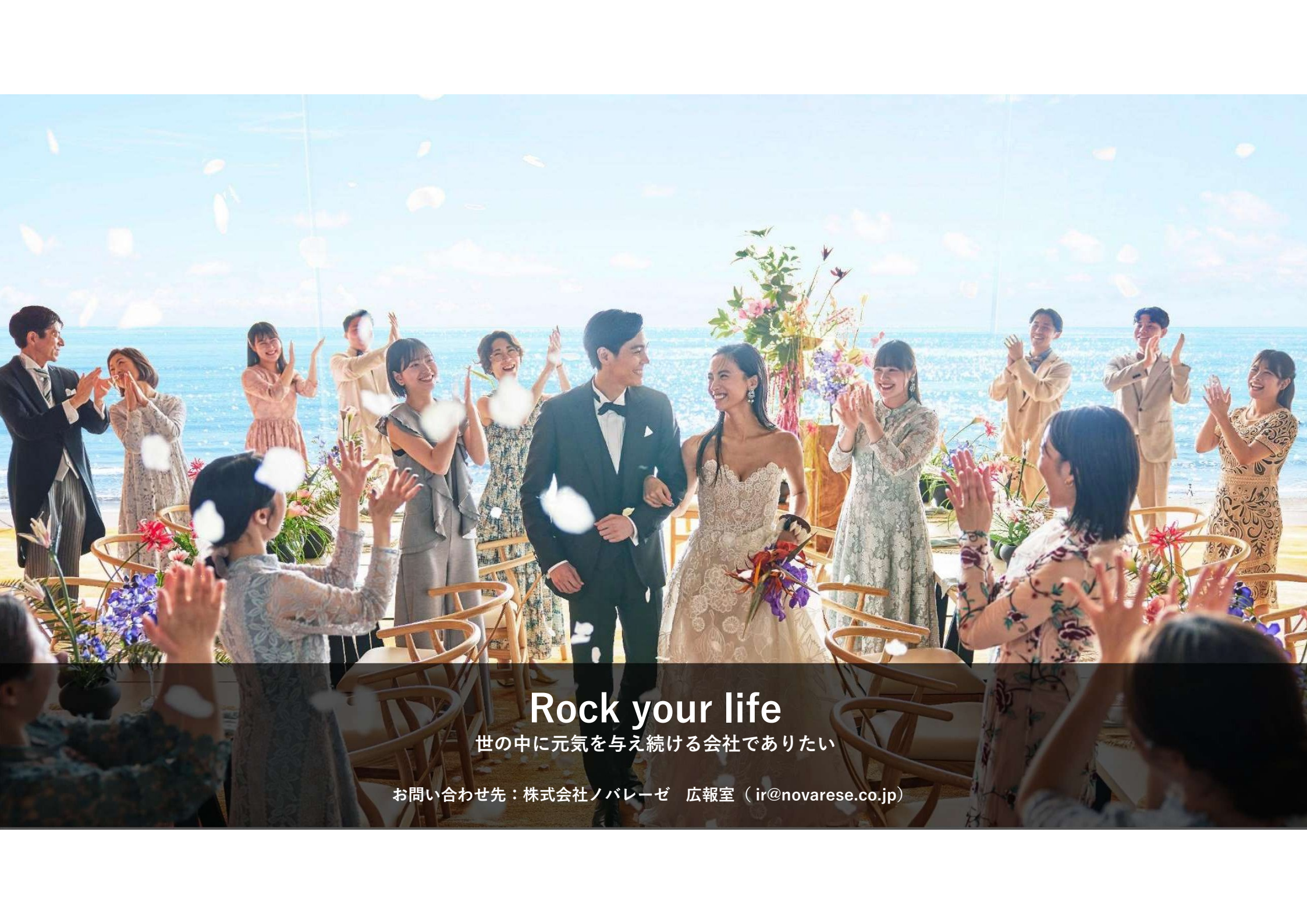


実施概要

- 日程：2024年7月24日
- 参加人数：30人
※アニヴェルセル：14人
ノバレーゼ：16人
- 訪問先：聖ヨハネ学園（大阪府高槻市）
- 支援：NPO法人
「プレイグラウンド・オブ・ホープ」

▶ 遊具設置当日の様子はこちら





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）