

2025年11月14日

Copyright © 2025 NOVARESE All Rights Reserved.



2025年12月期 第3四半期決算説明資料

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

CONTENTS

01

株式会社エスクリとの
合併契約締結

02

2025年12月期 第3四半期
サマリー

03

2025年12月期 第3四半期
決算概要

04

2025年12月期の取り組み

05

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きください。

CONTENTS

01

株式会社エスクリとの
合併契約締結

02

2025年12月期 第3四半期
サマリー

03

2025年12月期 第3四半期
決算概要

04

2025年12月期の取り組み

05

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きください。

- 11月14日、当社およびエスクリ社の取締役会において、両社の経営を両社対等の精神のもとで統合することを決議
- 当社およびエスクリ社の株主総会において承認を得ることを条件としたうえで、効力発生日は2026年4月1日を想定

 NOVARESE Escrit

- 当社は、2000年11月に創立され、「Rock your life 世の中に元気を与え続ける会社でありたい」という企業理念に基づき、地方都市部を中心にシンプルで洗練されたデザインの婚礼施設を展開しております。さらに挙式・披露宴に付随するドレスや引出物等を内製化することによって、顧客満足度の向上と収益拡大を図っております。
- 一方、エスクリ社は、2003年6月の設立以降、施設のスタイルにこだわらず、東京23区および政令指定都市を中心とした利便性の高い場所で挙式・披露宴施設を展開しております。また、店舗・オフィスの設計施工、オーダメイドの建築用コンテナの企画・販売・施工、世界各地の建材・古材の販売など建築不動産に関するソリューションを提供しております。
- 当社は、ティーケーピー社と2024年6月に資本業務提携契約を締結し、その後、2024年12月には、ティーケーピー社による当社株式の公開買付けの結果、ティーケーピー社の子会社に該当することになりました。
- エスクリ社は、ティーケーピー社と2020年7月に資本業務提携契約を締結し、2025年1月には、業務提携をさらに進化させることに加え、中期的な経営基盤の安定を企図すべく、エスクリ社が発行するA種種類株式をティーケーピー社が引き受け、2025年6月にはティーケーピー社が、エスクリ社が発行する普通株式を追加取得し、2025年11月にティーケーピー社が保有するA種種類株式を普通株式に転換し、エスクリ社はティーケーピー社の子会社に該当することになりました。
- このような状況下において、外部環境の変化に伴う婚礼業界の苦境もチャンスと捉え、両社の大株主であるティーケーピー社のもと、まずは両社の統合をスタートにさらなる業界再編・統合に乗り出すため、本経営統合を検討開始するに至りました。

■ 両社が経営統合することにより、以下に掲げるシナジー効果やメリットを発揮し、
両社の抱える課題の解決を図り、さらなる企業価値向上を目指す

01 婚礼施設ネットワークの拡大

エスクリ社は東京、大阪、名古屋をはじめとした政令指定都市を中心に、ゲストハウス、ホテル、レストラン等多様な施設スタイルで事業を展開しております。一方で、当社は地方都市を中心に展開するビジネスモデルに強みを有しております。今回の統合により、両社の強みを活かし、大都市圏の駅直結型の好立地を中心とするエスクリ社と、地方都市を広くカバーする当社が補完し全国を広く網羅できるようになり、政令指定都市から地方都市までバランスの取れたネットワークを構築できると考えております。加えて、当社およびエスクリ社それぞれの特長を活かしたウエディングやリゾートウエディング、フォトウエディングや少人数結婚式に至るまで、両社が展開する婚礼サービスを統合することにより、お客様のさまざまなニーズに対応できる体制を整えることが可能となります。

02 知名度と競合優位性の確保

ブライダル事業において、約210億円の売上を持つエスクリ社と、約180億円の売上の当社が統合することにより、両社を合わせて400億円近い業界2位の売上規模を持つ企業体が誕生いたします。ブライダル業界において知名度が向上し、市場における競合優位性を確保できると考えております。

03 内製化率の向上

当社・エスクリ社ともドレスや映像、装花などの婚礼周辺の内製アイテムを多く有しており、特に当社は直営のドレスショップを多数運営している特徴も有しています。これらの内製アイテムをエリアや顧客の要望に応じ相互に利活用することで、内製化率が向上し、利益率の向上に寄与できると考えております。加えて、エスクリ社は建設系の子会社を有していることから、建築や内装などの機能を当社が活用することにより、建設コストの抑制、柔軟な対応が可能となることで、両社の利益率の改善に加え、商品単価の引き上げが期待されます。

■ 両社が経営統合することにより、以下に掲げるシナジー効果やメリットを発揮し、両社の抱える課題の解決を図り、さらなる企業価値向上を目指す

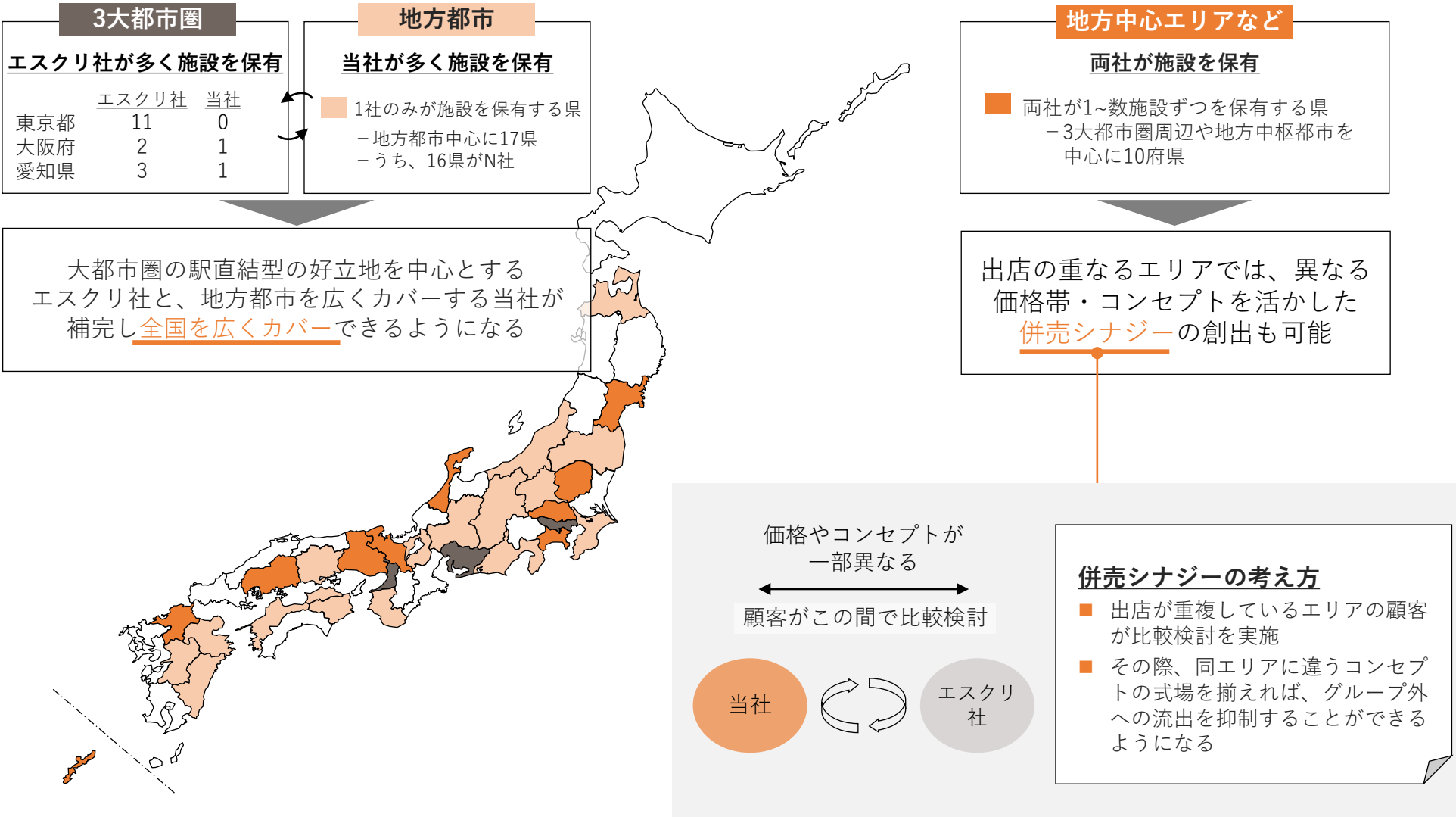
04 スケールメリットの享受とコスト削減

上記の内製化率の向上に加え、広告宣伝費、仕入れコスト、本社コストなどさまざまな観点でコスト削減シナジーが期待できます。具体的には、エスクリ社で従来の結婚情報サービス依存型の集客戦略を脱却し、SNSを活用した新しい広告戦略を展開します。これにより、より高い費用対効果を実現し、広告宣伝費の削減（圧縮）を実現することができます。また、料飲関係・資材などの仕入れを共同化することで、仕入調達力を強化することができ、全体的なコスト削減が実現します。システム統合や採用活動の一体化によって、本社機能の効率化が進み、管理コストを削減できます。これらにより、経営資源のより効率的な活用が可能となり、競争力を高めることが期待できます。

05 人材とノウハウの相互補完、新規事業領域の拡大、M&Aの活用

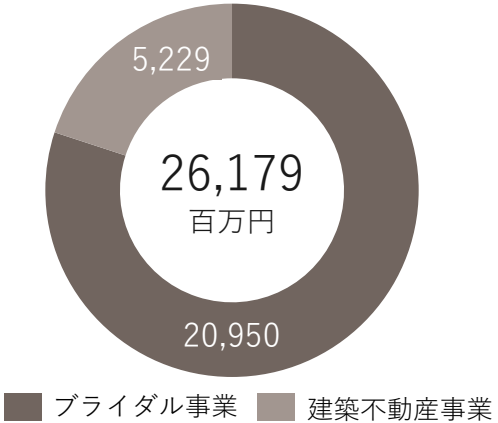
当社とエスクリ社、また親会社であるティーケーピー社からなるグループ全体で、人材の採用、教育・研修の統合により、組織の力を一層強化することが可能となります。また、CRMの領域でレストランやハネムーンなどの周辺事業を展開することで、顧客基盤を拡大し、挙式後のライフイベント関連の収益化を進めることが可能になります。加えて、親会社となるティーケーピー社の不動産情報やM&A情報を活用し、より積極的な戦略をとることが可能となります。

■ 婚礼施設の全国ネットワークが拡大し、エリアを補完すると共に、店舗隣接地域では併売シナジーも創出可能

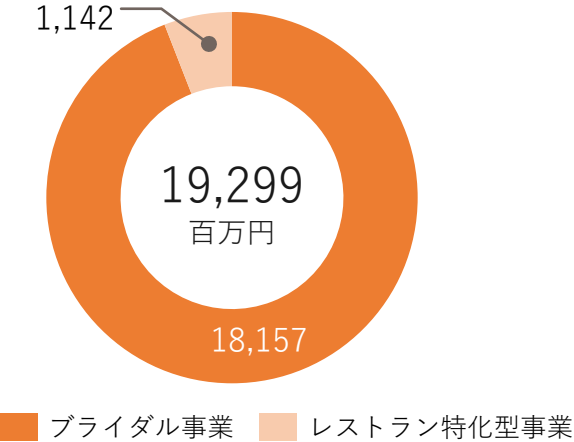


両社の統合により、ブライダル事業のみでも売上400億円規模の業界最大手グループを形成

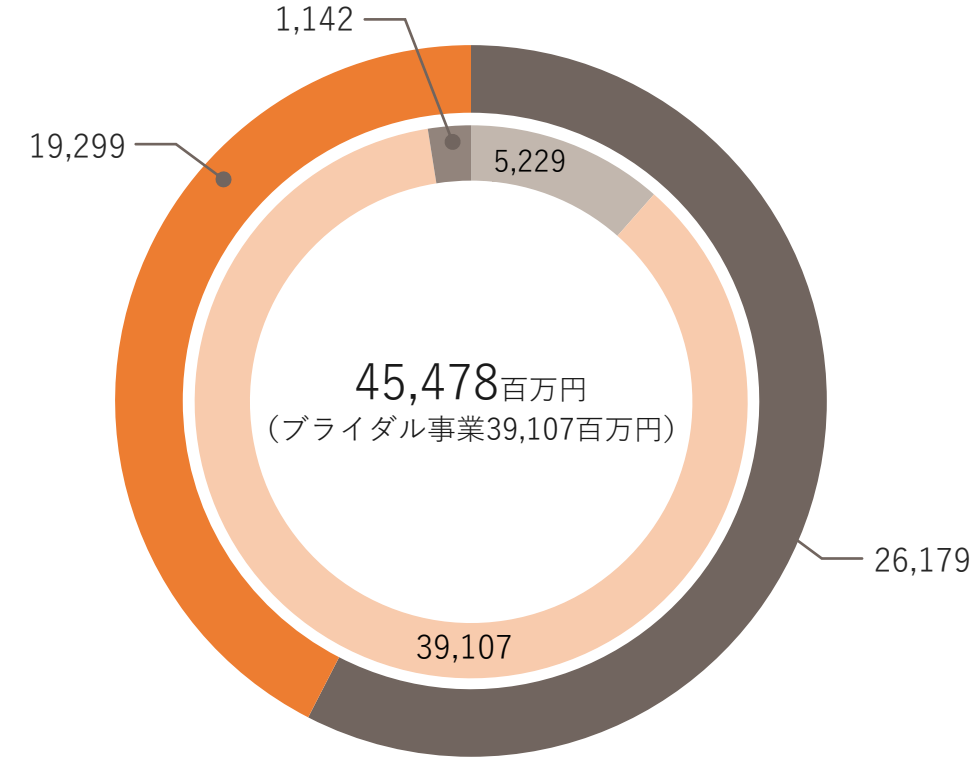
エスクリ社 連結売上高（2025年3月期）



当社 連結売上高（2024年12月期）



経営統合後見込み（2社単純合算）



企業別

■ エスクリ

■ ノバレーゼ

事業別

■ 建築不動産事業

■ ブライダル事業

■ レストラン特化型事業

業界での存在感を更に拡大し、ブランド向上や、M&A・アライアンス等の活動加速にも寄与することを見込む

統合を通じた業界順位の上昇（売上高ベース）

順位	企業名	売上高*1
1	競合A社	462億円
★2	当社+エスクリ社	391億円
3	競合B社	357億円
4	競合C社	219億円
—	エスクリ社	210億円
—	当社	182億円
5	競合D社	135億円



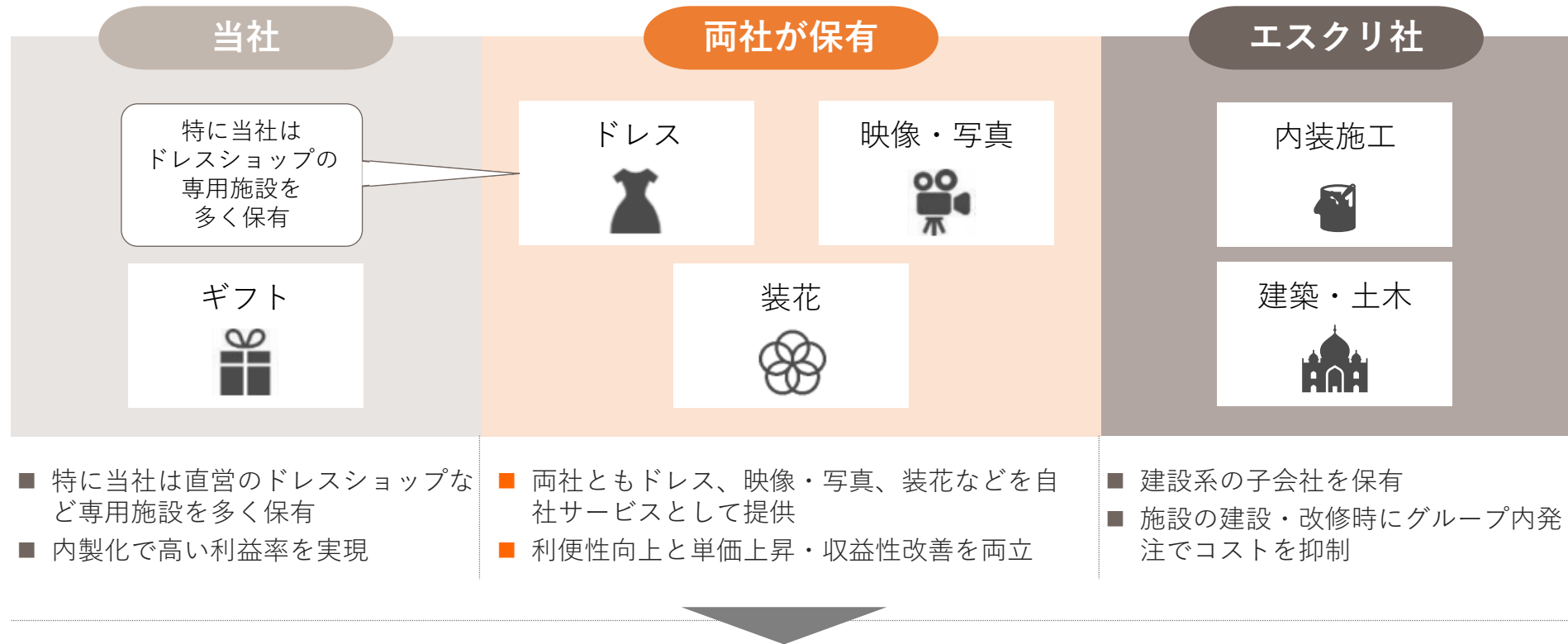
業界最上位としての地位が確固たるものになる

- 01 信頼できるグループブランドが構築される
- 02 業界再編型のM&Aにおいて、売り手から見て優先的な相手先になることができる
- 03 業務提携候補先とも関係を構築しやすくなる

●
●
●

注： *1. 通期決算が開示されている直近期の、婚礼関係を主力とする上場企業の、婚礼関連に限定した売上高の比較
出所：各社IR資料

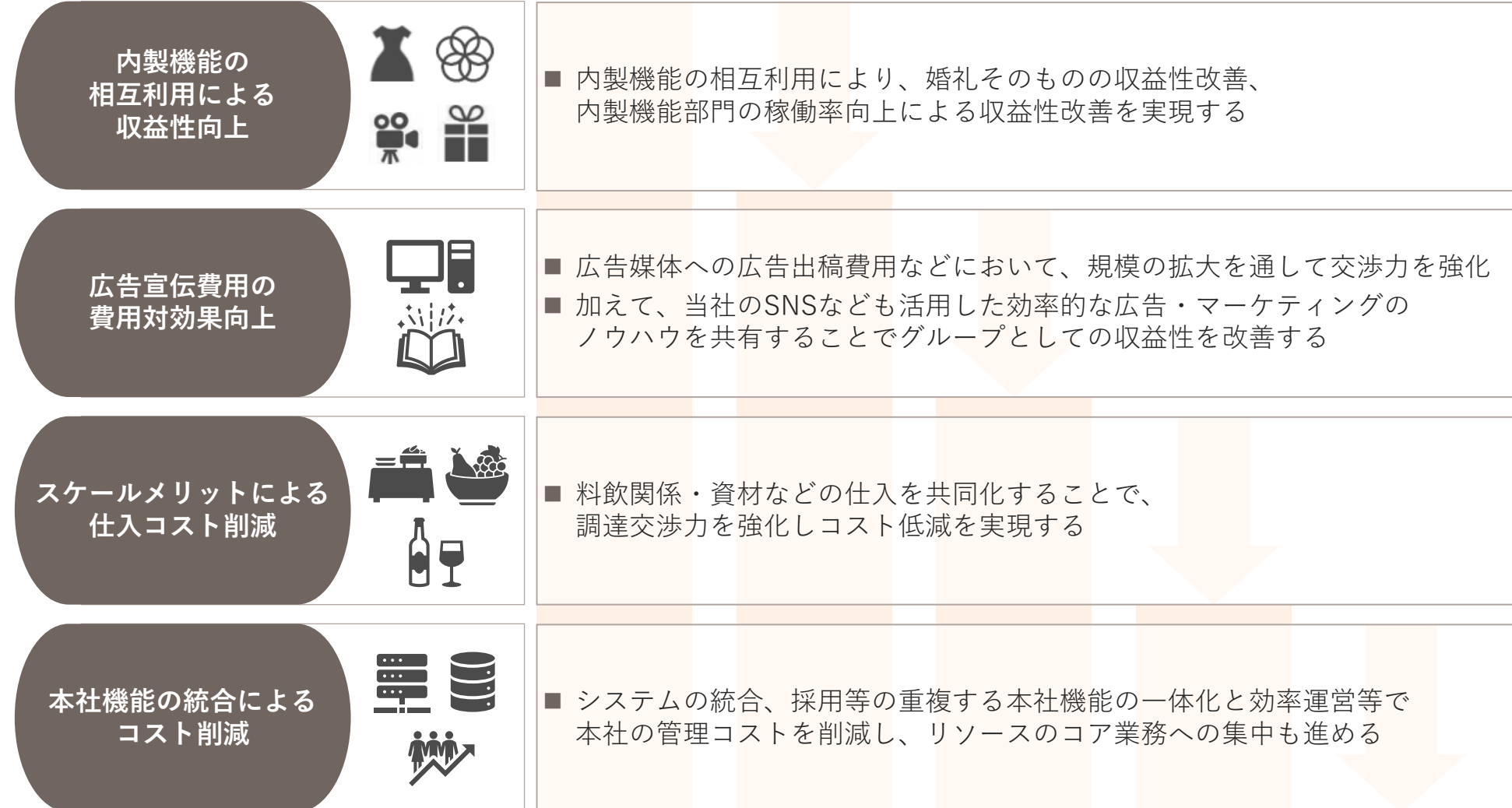
内製機能の相互利用により、婚礼そのものの収益性改善、内製機能部門側の稼働率向上なども期待できる



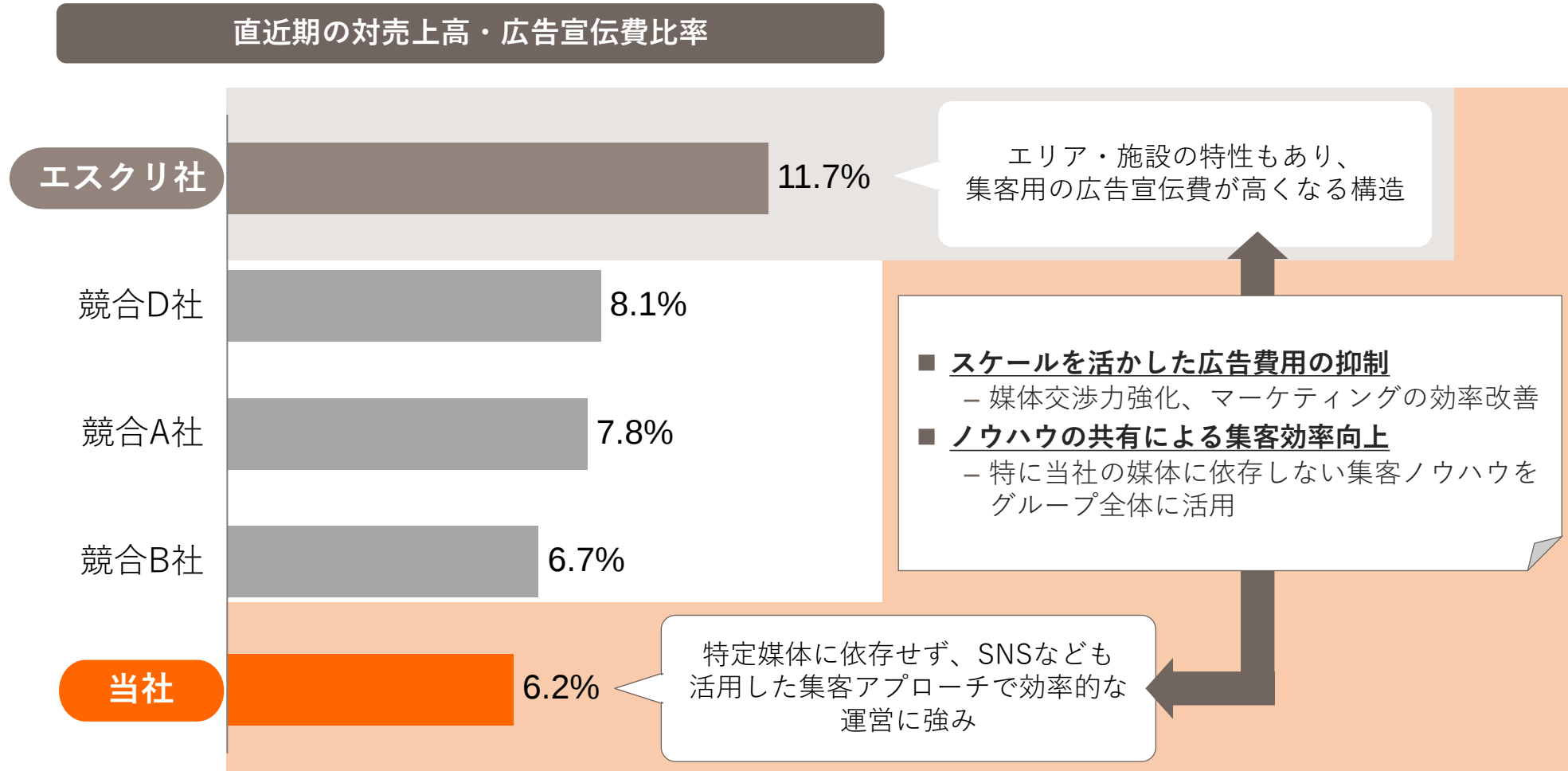
内製機能の相互利用による収益性向上

- エリア等に応じて互いの婚礼周辺機能を利用（特にエスクリ社は当社の専用施設も活用）⇒婚礼ごとの収益性が改善
- 当社がエスクリ社の建設事業を利用 ⇒ 建設コストが抑制、柔軟な対応も可能に
- 相互利用の結果として、稼働率が上がり内製機能部門側の収益性も向上

■ 内製機能の相互利用、広告宣伝費、仕入れコスト、本社コストなどさまざまな観点でコスト削減シナジーを想定



提携を通して、交渉力強化とノウハウ共有の両面から集客の費用対効果を改善することを見込む



注： *1. 通期決算が開示されている直近期の連結実績（婚礼関連以外の事業を保有する企業については、当該事業も含めた数字）

出所：各社IR資料

■ 人材・情報・ノウハウの交流を通して、特に事業基盤の強化と成長領域における事業展開を加速

経営統合を通して、ティーケーピー社グループとしての事業連携を一層加速

人材・組織力の強化

人材の採用・育成で連携しグループの組織力を底上げ

- 教育・研修等の統合によるサービス向上
- スケール・エリア拡大による採用強化

情報・ノウハウの共有を通じた事業展開加速

情報を相互共有し、最適な取り組み体制を構築

- ティーケーピー社からの不動産情報の流入拡大
- M&A・アライアンスに関わる情報の相互共有

周辺事業・新規展開のノウハウを共有し取り組み加速

- レストラン、ハネムーン等の周辺事業拡大
- 顧客基盤拡大による挙式後のライフイベント関連の収益化

CONTENTS

01

株式会社エスクリとの
合併契約締結

02

2025年12月期 第3四半期
サマリー

03

2025年12月期 第3四半期
決算概要

04

2025年12月期の取り組み

05

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きください。

01 増収増益を継続 利益額は前年同期を大幅に上回る

- 売上収益は、前年同期比+13.0%の14,181百万円で増収
- 営業利益は、前年同期比+505百万円の408百万円、
親会社の所有者に帰属する当期利益は、前年同期比+334百万円の79百万円で黒字転換
- 前期の減損損失計上を踏まえ、当期も一定の減損リスクを考慮し業績予想は据え置き

02 受注活動は好調を維持 受注残組数も堅調に増加

- 婚礼プロデュース部門の受注組数は、前年同期比+6.5%の3,770組、
婚礼衣裳部門の受注組数は、前年同期比+5.8%の3,951組に増加
- 婚礼プロデュース部門の受注残組数は、前年同期比+9.5%の3,844組となり、
年内の施行予定組数も含め、当初計画を上回って推移

03 平均組単価が続伸 売上・利益に大きく貢献

- 平均ゲスト数が前年同期比+3.2%の54.7人に増加したこと、
婚礼アイテム類の単価向上等により、前年同期比+10.0%の3,656千円に伸長

売上収益

14,181百万円

前年同期比 +13.0%

計画比 +4.8%

営業利益

408百万円

前年同期比増減 +505百万円

計画比増減 +290百万円

親会社の所有者に帰属する 四半期利益

79百万円

前年同期比増減 +334百万円

計画比増減 +187百万円

施行組数 ※

2,978組

前年同期比 +3.3%

計画比 △0.9%

平均ゲスト数 ※

54.7人

前年同期比 +3.2%

計画比 +2.1%

平均組単価 ※

3,656千円

前年同期比 +10.0%

計画比 +7.7%

※ 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

株式会社エスクリとの
合併契約締結

02

2025年12月期 第3四半期
サマリー

03

2025年12月期 第3四半期
決算概要

04

2025年12月期の取り組み

05

業績推移 (IFRS)
補足資料

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材料を目的としたものではありません。
データは、合理的な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ため、本資料で述べられている
確実性が保たれないことをご承知ください。

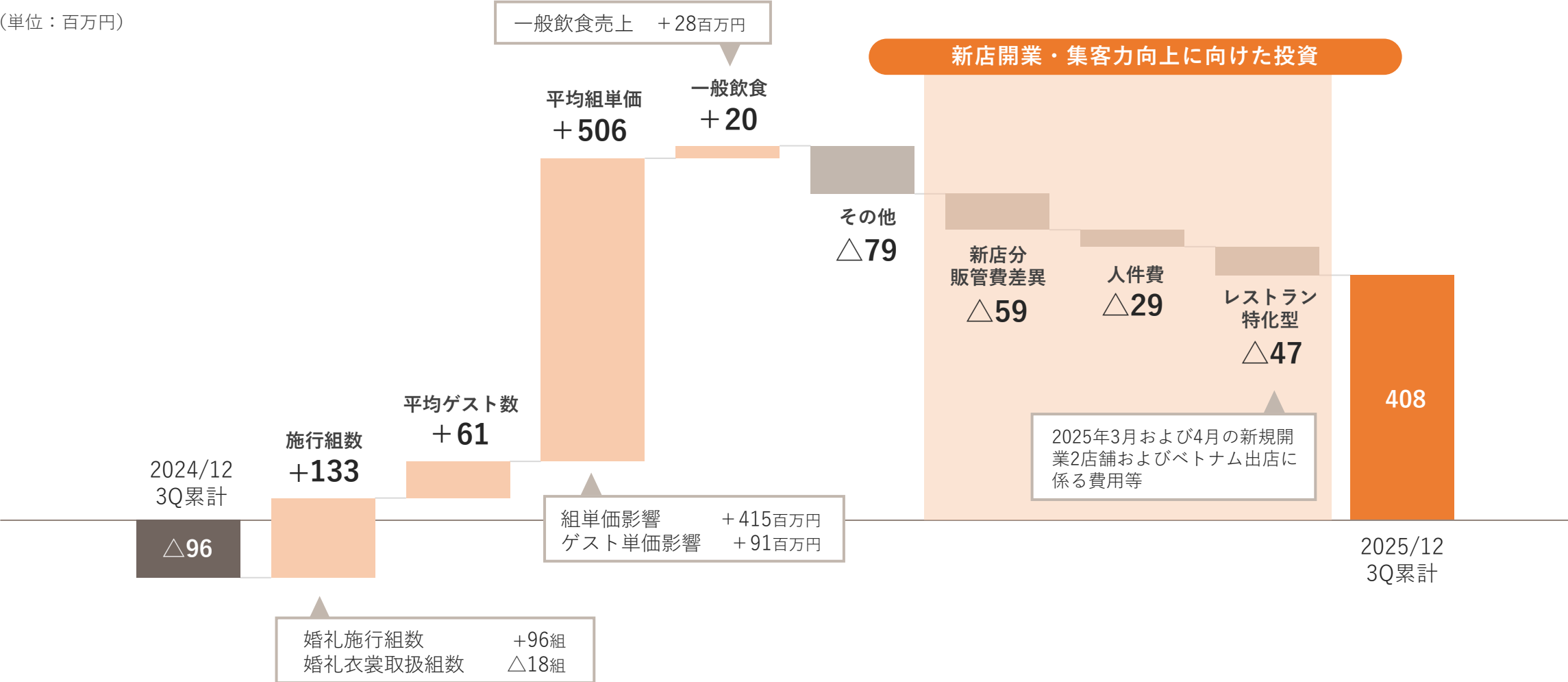
- 施行組数の増加や平均組単価の伸長が増収に貢献
- ブライダル事業の利益率向上等の貢献により増益 黒字転換で着地

(単位：百万円)	2024/12 3Q累計	2025/12 3Q累計	増減額	増減率	2025/12 3Q累計 計画	計画比	2025年12月期第3四半期実績／POINT
売上収益	12,550	14,181	+ 1,631	+ 13.0%	13,538	+4.8%	● 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3四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
売上総利益	6,789	7,594	+ 805	+ 11.9%	7,305	+4.0%	
販売費及び一般管理費	6,903	7,202	+ 298	+ 4.3%	7,199	+0.1%	
営業利益	△96	408	+505	-	117	+246.7%	
営業利益率	△0.8%	2.9%	+3.7pt	-	0.9%	+2.0pt	
税引前四半期利益 (△は損失)	△384	88	+473	-	△161	-	
親会社の所有者に帰属する 四半期利益 (△は損失)	△255	79	+334	-	△108	-	
(ご参考) EBITDA ※	1,767	2,207	+440	+24.9%	1,951	+13.1%	

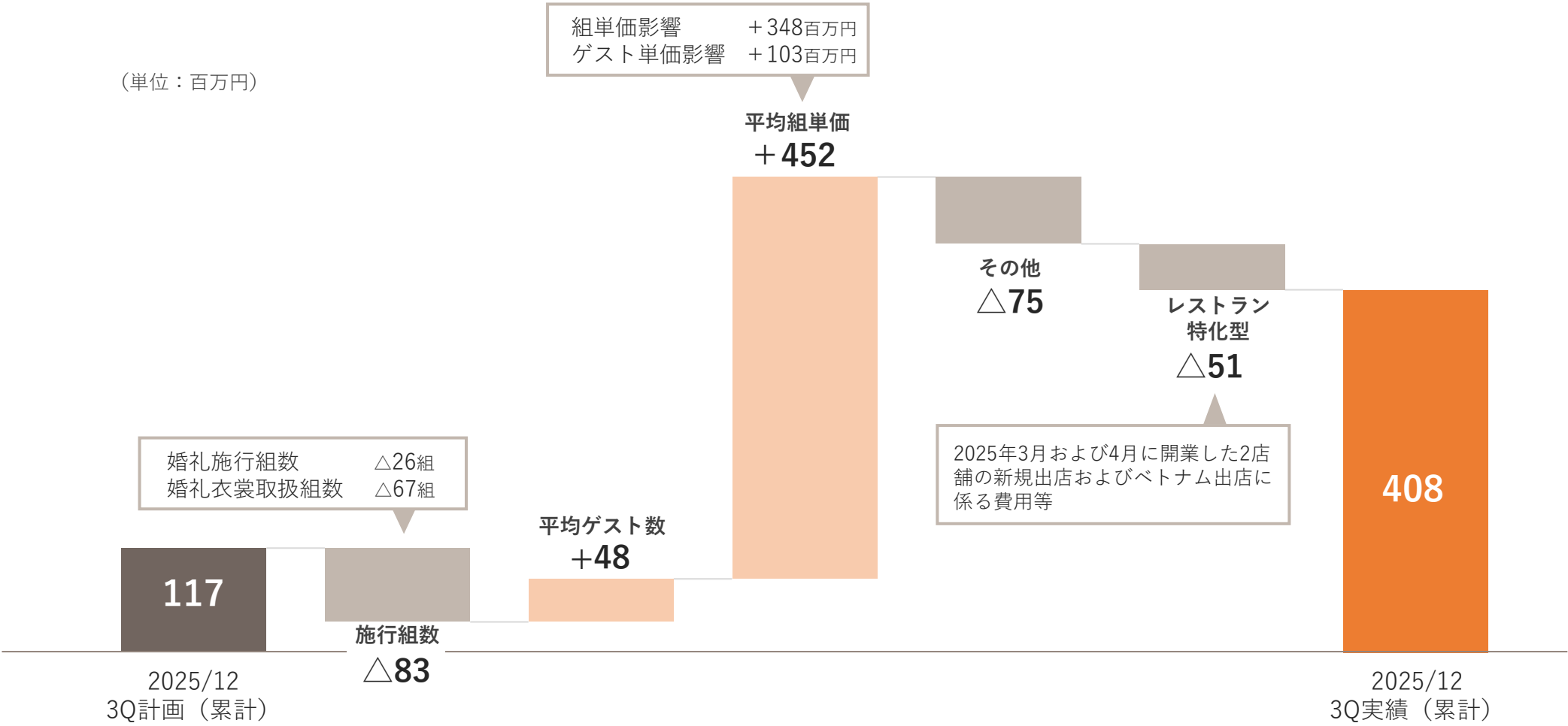
※ EBITDA：営業利益＋減価償却費及び償却費

■ 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

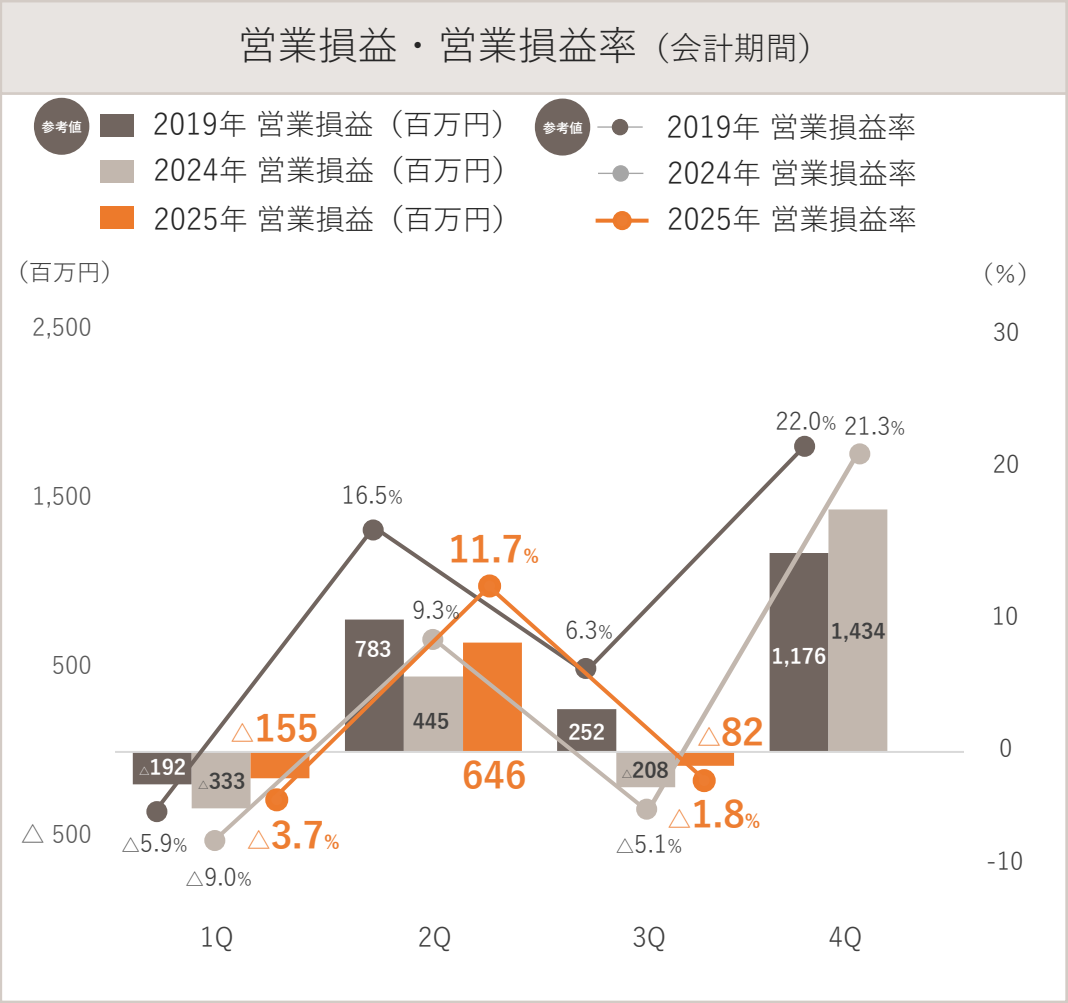
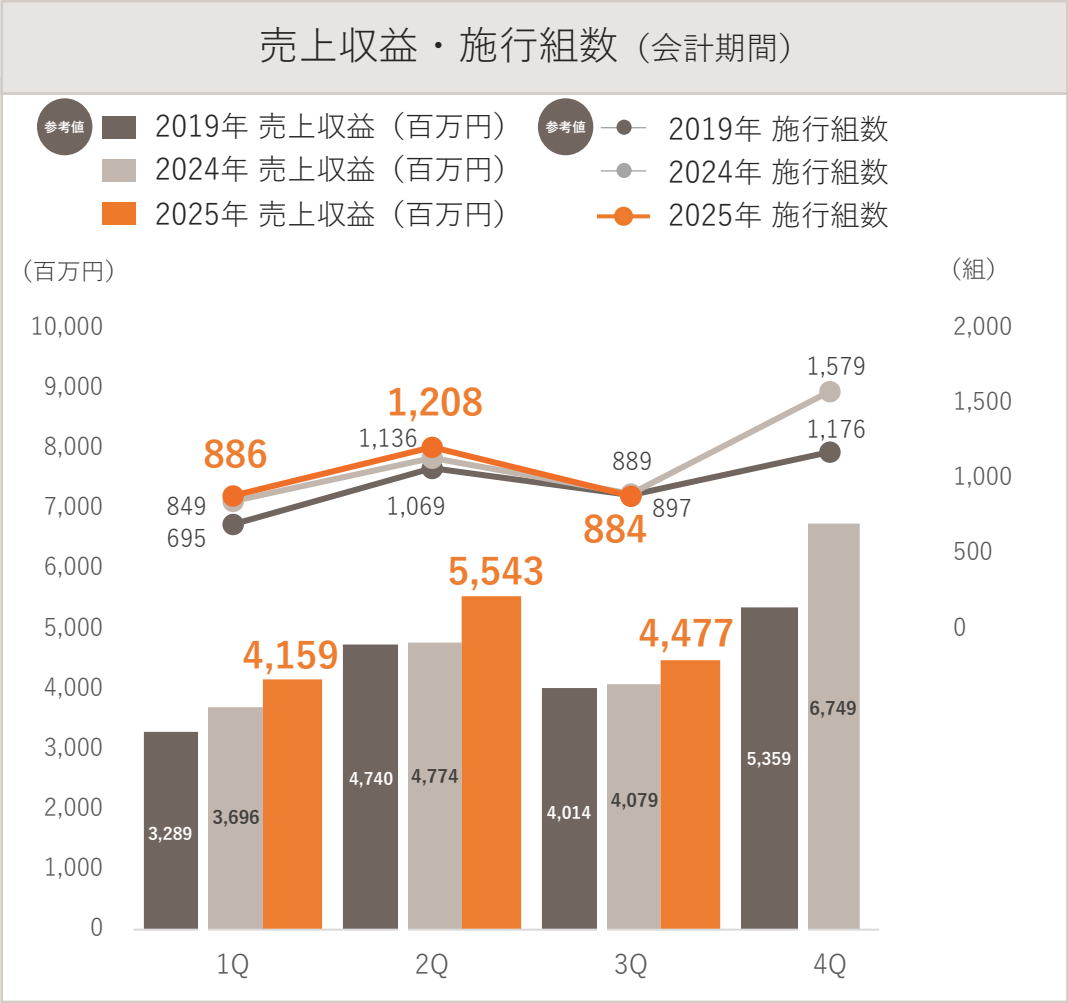
（単位：百万円）



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

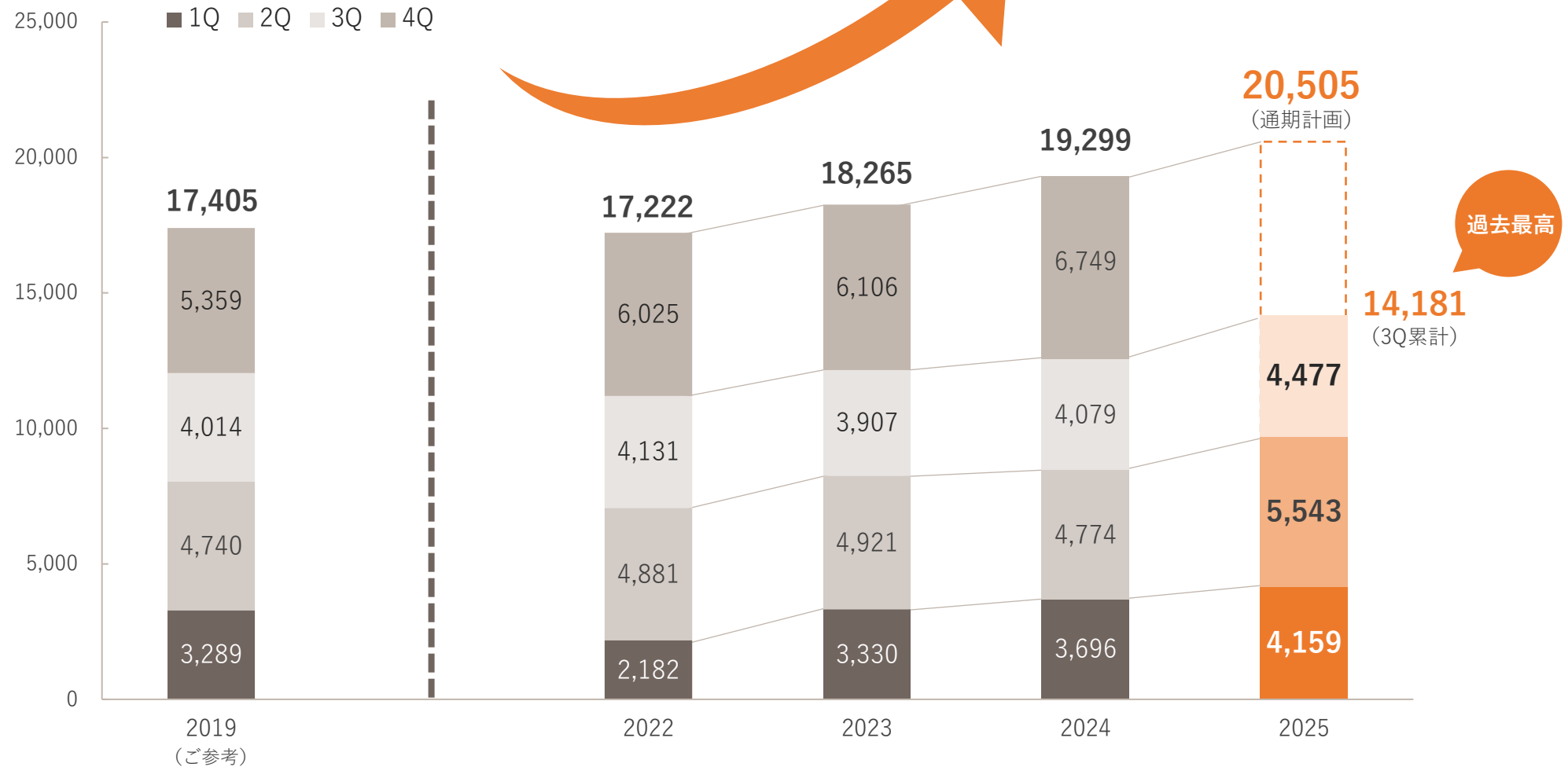


- 結婚式は気候が穏やかで祝日の多い春と秋に多くなるため、売上収益・営業利益は2Qおよび4Qの比重が高い
- 中でも年間でもっとも施行組数が多い4Qで大きく伸長



平均ゲスト数・平均組単価の回復に伴い、当第3四半期累計期間の売上収益は過去最高値を更新

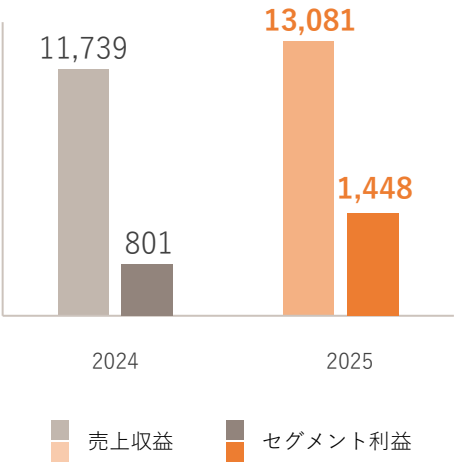
（百万円）



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 3Q累計	2025/12 3Q累計	増減額	増減率
売上収益	11,739	13,081	+ 1,341	+ 11.4%
セグメント利益	801	1,448	+646	+ 80.7%
セグメント利益率	6.8%	11.1%	+4.2pt	—

(百万円)

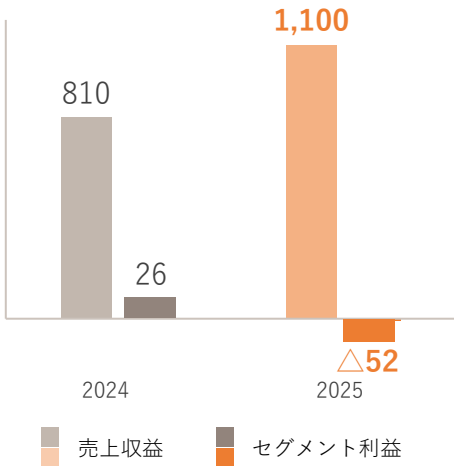


POINT

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1,341百万円の増収となる。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費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646百万円の増益。

レストラン 特化型事業 (単位：百万円)	2024/12 3Q累計	2025/12 3Q累計	増減額	増減率
売上収益	810	1,100	+ 289	+ 35.7%
セグメント利益	26	△52	△79	—
セグメント利益率	3.3%	△4.8%	△8.1pt	—

(百万円)



POINT

既存店および前年から当第2四半期にかけて開業した新店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289百万円の増収。一方で、2025年3月および4月に開業した2店舗および10月に開業したベトナムの店舗における新規出店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79百万円の減益。

当第2四半期から継続し、全セグメントにおいて増収を達成

(単位：百万円)	2024/12 3Q累計	2025/12 3Q累計	増減額	増減率
ブライダル事業	11,739	13,081	+ 1,341	+ 11.4%
婚礼プロデュース部門	5,470	6,353	+883	+16.2%
婚礼衣裳部門 ※	2,289	2,415	+126	+5.5%
内 自社施行	2,041	2,221	+180	+8.8%
内 他社施行	248	193	△54	△21.8%
レストラン部門	3,979	4,311	+ 332	+ 8.3%
内 婚礼飲食	2,794	3,097	+303	+10.9%
内 一般飲食	1,185	1,214	+ 28	+ 2.4%
レストラン特化型事業	810	1,100	+ 289	+ 35.7%

※ 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

● 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・ディナー営業および期間限定イベントにおける集客好調により増収

● レストラン特化型売上収益

✓ 前連結会計年度と当第2四半期累計期間に開業した店舗、および既存店が好調に推移したこと等により増収

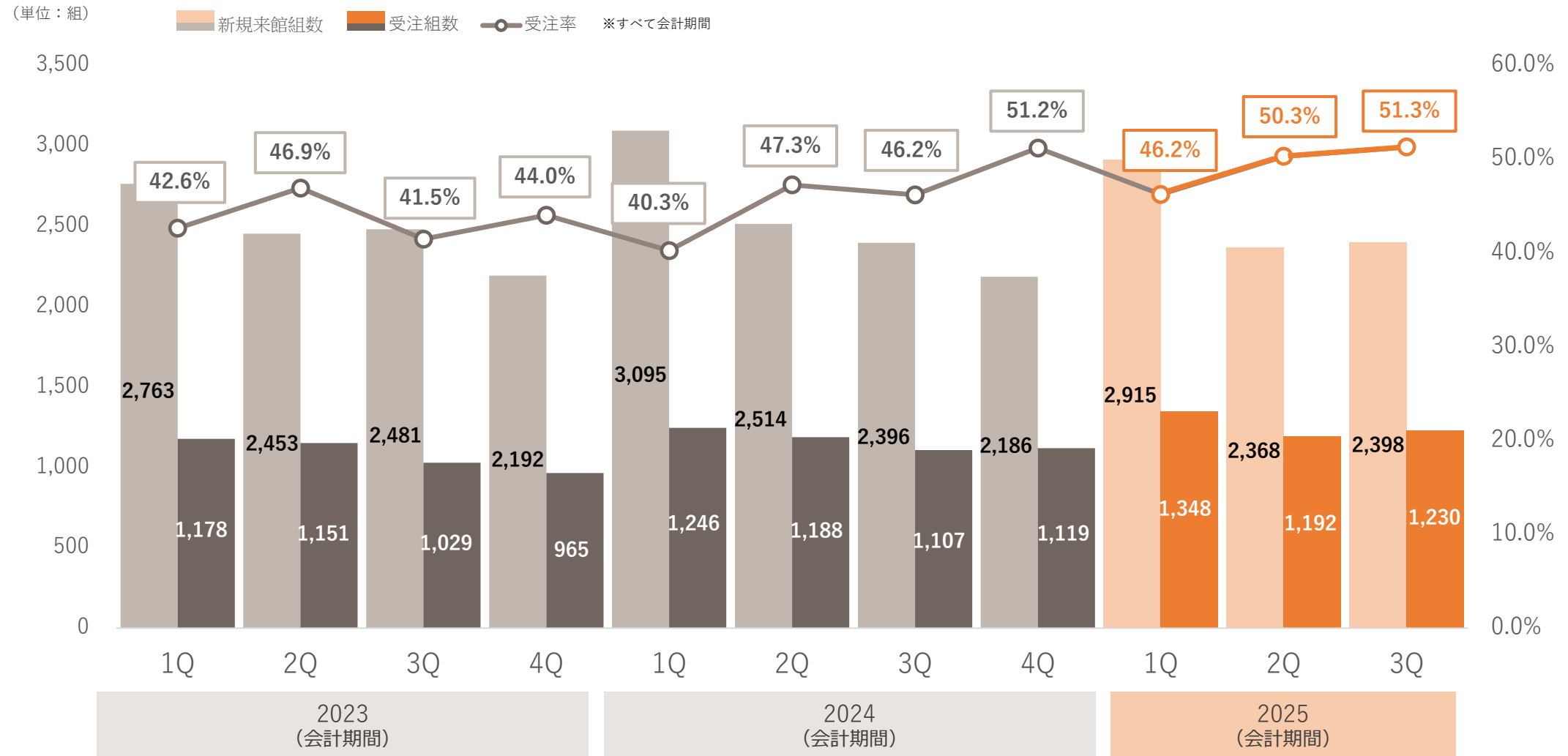
- 施行組数・平均ゲスト数・平均組単価のさらなる伸長により増収で着地
- 当第2四半期に続き受注率が高水準を維持 受注残組数の積み上がりも好調

	2024/12 3Q累計	2025/12 3Q累計	増減	増減率
売上収益（百万円）	5,470	6,353	+883	+16.2%
店舗数（店）	36	36	—	—
施行組数（組）	2,882	2,978	+96	+3.3%
平均ゲスト数（人）	53.0	54.7	+1.7	+3.2%
平均組単価（千円）	3,325	3,656	+331	+10.0%
新規来館組数（組）	8,005	7,681	△324	△4.0%
受注組数（組）	3,541	3,770	+229	+6.5%
受注残組数（組）	3,512	3,844	+332	+9.5%

POINT
● 施行組数 ✓ 前連結会計年度および当第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、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

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 3Q累計	2023 3Q累計	2024 3Q累計	2025 3Q累計	今後の見通し
平均ゲスト数 (人)	65.0	50.7	53.0	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)	3,587	3,148	3,325	3,656	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)	2,653	3,083	2,882	2,978	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	1,731	1,038	801	1,448	組単価アップ × 施行数増加 = さらなる利益率向上

- 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 3Q累計	2025/12 3Q累計	増減	増減率
売上収益（百万円）	2,289	2,415	+126	+5.5%
店舗数（店）	24	25	+1	—
取扱組数（組） ※	3,142	3,124	△18	△0.6%
内 自社施行（組）	2,730	2,824	+94	+3.4%
内 他社施行（組）	412	300	△112	△27.2%
受注組数（組）	3,736	3,951	+215	+5.8%
受注残組数（組）	2,984	3,270	+286	+9.6%
平均組単価（千円）	737	793	+55	+7.6%

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3四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
 - ✓ 海外および国内ドレスデザイナーとのオリジナルコラボレーションアイテムの導入や、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。

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	2025/3Q	増減
流動資産	4,381	2,812	△1,569
現金および現金同等物	3,548	1,859	△1,688
非流動資産	30,350	31,977	+1,626
有形固定資産	16,050	17,448	+1,398
のれん	11,203	11,203	0
無形資産	85	121	+36
繰延税金資産	1,898	2,011	+113
資産合計	34,732	34,789	+57
流動負債	9,645	9,518	△126
営業債務およびその他の債務	1,701	1,687	△14
借入金	4,181	3,694	△486
その他の金融負債	1,000	1,047	△46
非流動負債	16,240	16,325	+85
借入金	9,347	8,890	△457
その他の金融負債	5,432	5,968	+535
負債合計	25,885	25,844	△41
資本合計	8,846	8,945	+99
負債および資本合計	34,732	34,789	+57

（単位：百万円）	2024/3Q	2025/3Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,278	1,966	+688
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,234	△1,919	△685
財務活動によるキャッシュ・フロー	288	△1,730	△2,018
現金および現金同等物に係る換算差額	5	△5	△10
現金および現金同等物の増減額	337	△1,688	△2,026
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	2,056	1,859	△197

POINT（前年差異）	
● 営業キャッシュ・フロー	
✓ 法人所得税の支払	△689百万円
✓ 税引前四半期利益	+88百万円
✓ 減価償却費及び償却費	+1,857百万円
● 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	△1,762百万円
● 財務キャッシュ・フロー	
✓ 短期借入金の純減	△588百万円
✓ 長期借入金（一年内返済予定）の返済	△1,551百万円
✓ 長期借入金による収入	+1,165百万円
✓ リース負債の返済	△755百万円

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の増加に加え、平均組単価の伸長、
婚礼施設でのレストラン営業強化が奏功し、増収増益となる見通し

	第3四半期（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	12,550	14,181	13,538	+ 642	+ 4.7%	19,299	20,505	+ 1,205	+ 6.3%
売上総利益	6,789	7,594	7,305	+ 289	+ 4.0%	10,860	11,507	+ 646	+ 6.0%
販売費及び一般管理費	6,903	7,202	7,199	+ 3	+ 0.0%	9,546	9,644	+ 97	+ 1.0%
営業利益	△96	408	117	+ 290	—	1,337	1,878	+ 540	+ 40.4%
営業利益率	△0.8%	2.9%	0.9%	+ 2.0pt	—	6.9%	9.2%	+ 2.2pt	—
税引前（四半期）利益 （△は損失）	△384	88	△161	+ 250	—	975	1,504	+ 529	+ 54.2%
親会社の所有者に帰属する 当期（四半期）利益（△は損失）	△255	79	△108	+ 187	—	663	1,008	+ 344	+ 51.9%
（ご参考）EBITDA ※	1,767	2,207	1,951	+ 255	+ 13.1%	3,818	4,340	+ 522	+ 13.7%
婚礼プロデュース部門 施行組数（組）	2,882	2,978	3,004	△26	△0.9%	4,461	4,609	+ 148	+ 3.3%

※ EBITDA：営業利益＋減価償却費及び償却費

CONTENTS

01

株式会社エスクリとの
合併契約締結

02

2025年12月期 第3四半期
サマリー

03

2025年12月期 第3四半期
決算概要

04

2025年12月期の取り組み

05

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きください。

- 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

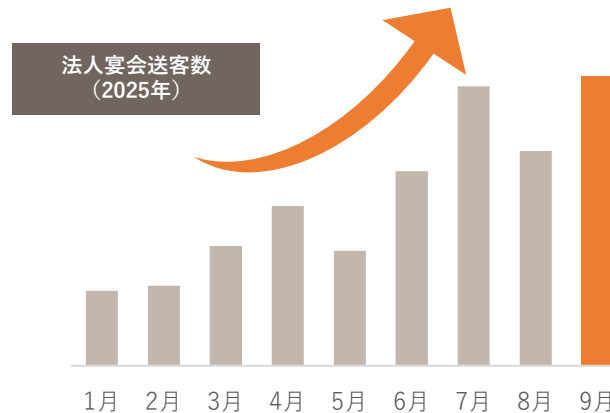


衣裳提携促進



- 2025年6月から、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したことに加え、ティーケーピー社が整備・運営を担う『SHONIN PARK』のロケーションフォトプランを販売開始

宴会送客伸長



- ティーケーピー社の各営業支部と連携した勉強会・内覧会が送客数および受注数増加に貢献
- ケータリング提供を関西エリアでも開始し、問い合わせ・受注状況ともに好調

大分トリニータ コラボレーション



- ティーケーピー社がスポンサーを務める『大分トリニータ』とパートナーシップ契約を締結
- 当社オリジナルの挙式・披露宴および前撮りプランを販売することで、当社婚礼施設『大分モノリス』の受注および単価アップに寄与

	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
	NEW 10月1日	レストラン	SHARI SAIGON MODERN JAPANESE CUISINE	—	65	ベトナム ホーチミン市
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	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	ハワイ・ベトナム	婚礼業務受託	

39店舗 (+3)

25店舗 (+1)

11店舗 (+2)

2店舗 (+1)

2店舗 (+2)

79店舗 (+9)

※2027年開業予定も含む。() 内は2024年12月期末対比



SHARI SAIGON MODERN JAPANESE CUISINE

所在地： ベトナムホーチミン市
タオディエン区ゴクアンファイ通り35番地

開 業： 2025年10月1日

設 備： 1階：36席（カウンター4席、テーブル32席）
2階：21席（カウンター15席、テラス6席）
3階： 8席（個室テーブル8席）

- ホーチミン市の高級住宅街にあるタオディエン地区にオープン
- 現地在住の日本人および外国人、観光客、現地富裕層がターゲット
- ベトナム国内における日本食文化の人気拡大を追い風に、2階には江戸前の寿司を握るコの字型のカウンター席を設置、3階にはプライベート感の高い個室を用意して接待にも対応するなど、雰囲気異なる3つのフロアで、ビジネスから家族、カップルまで、幅広いシーンでの利用が可能

- 多種多様な婚礼関連アイテム・サービスに関する情報を、顧客が見やすく選びやすい環境整備を推進
- 前撮り・ロケーションフォトは好調を維持しながらも、さらなる受注組数・平均組単価の伸長余地あり

アイテムサイト新設



- 結婚式に関連するアイテムを網羅した専用サイトを新設。さらなる販売促進を図るだけでなく、新郎新婦の手配物削減に貢献する等、結婚式準備のサポートにも貢献

試食会でのサンプル展示



- 親御様が気を配るケースも多い、引出物や写真・記録映像等のアイテムを、試食会の機会に親御様と新郎新婦が直接確認可能
- 新郎新婦の結婚式準備の効率化や単価アップへの貢献度も高い

卓上を演出するコーディネートプラン



- 参列ゲストの満足度に直結。披露宴での使用後に持ち帰り可能な『エコ箸』など、アイテム数も拡充させたことで、組み合わせのバリエーションが豊富になり、オリジナリティの高いコーディネートが可能

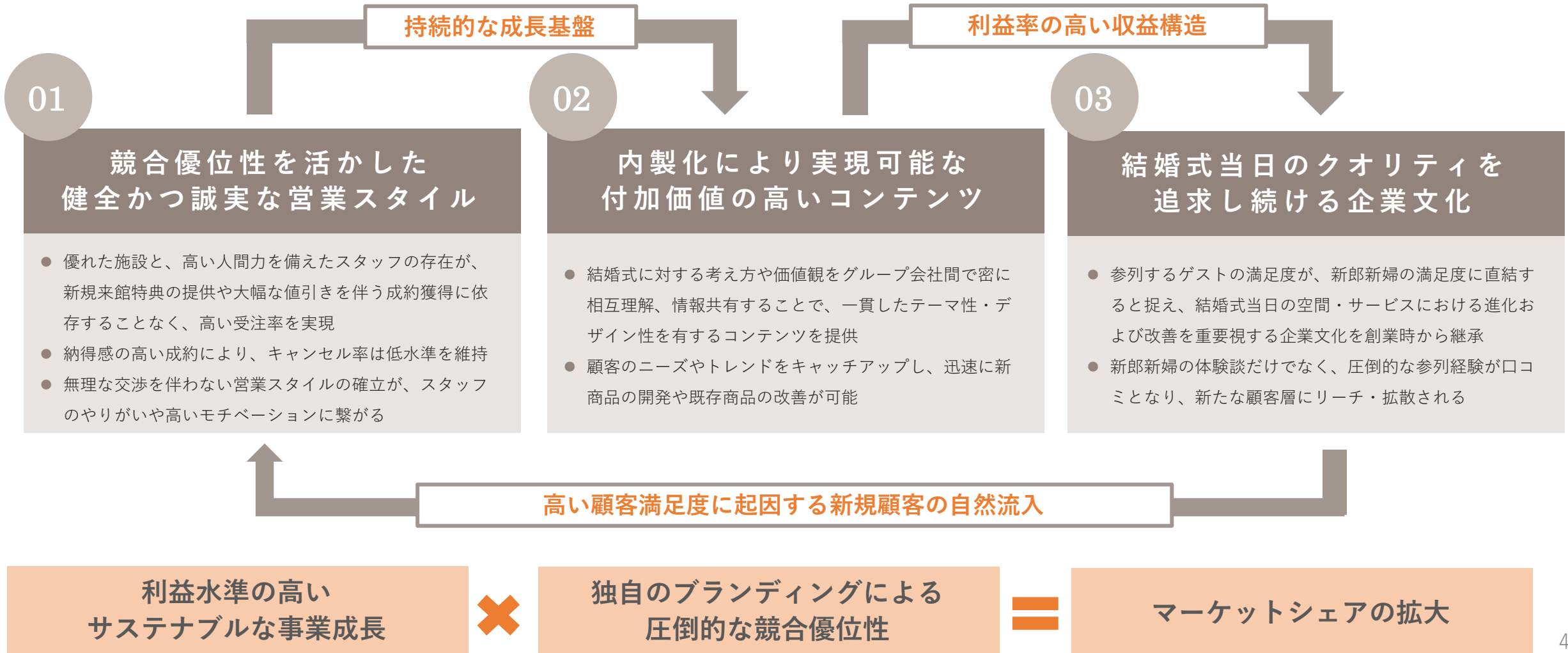
前撮り ロケーションフォト



- 受注組数、平均組単価いずれも好調に推移
- 価格帯や撮影シーンによってさまざまなプランを設計し、多様なニーズに対応
- 画像・動画で記録をより美しく保存するための画質補正オプションが人気

当第3四半期以降も平均組単価の伸長に大きく貢献

- 短期的な収益獲得を目的とせず、中長期的な視点で成長し続け、顧客と信頼関係を構築する企業姿勢を一貫
- ブライダルシーンにおける本質的価値の向上に貢献することで、自社だけでなくマーケットの全体の活性化を図る



株主優待制度

株主への利益還元として株主優待制度を継続
2025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

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	● 特選ギフト（食品／2,000円相当） ● ノバレーゼ・ブロスダイニング レストラン優待券（お食事代金10～20％割引） 2枚	● 特選ギフト（食品／2,000円相当） ● ノバレーゼ・ブロスダイニング レストラン優待券（お食事代金10～20％割引） 4枚
500株以上1,000株未満	● Web型カタログギフト（3,500円相当） ● ノバレーゼ・ブロスダイニング レストラン優待券（お食事代金10～20％割引） 2枚	● Web型カタログギフト（3,500円相当） ● ノバレーゼ・ブロスダイニング レストラン優待券（お食事代金10～20％割引） 4枚
1,000株以上5,000株未満	● Web型カタログギフト（5,000円相当） ● ノバレーゼ・ブロスダイニング レストラン優待券（お食事代金10～20％割引） 2枚	● Web型カタログギフト（5,000円相当） ● ノバレーゼ・ブロスダイニング レストラン優待券（お食事代金10～20％割引） 4枚
5,000株以上10,000株未満	● Web型カタログギフト（10,000円相当） ● ノバレーゼ・ブロスダイニング レストラン優待券（お食事代金10～20％割引） 2枚	● Web型カタログギフト（10,000円相当） ● ノバレーゼ・ブロスダイニング レストラン優待券（お食事代金10～20％割引） 4枚
10,000株以上	● Web型カタログギフト（20,000円相当） ● ノバレーゼ・ブロスダイニング レストラン優待券（お食事代金10～20％割引） 2枚	● Web型カタログギフト（20,000円相当） ● ノバレーゼ・ブロスダイニング レストラン優待券（お食事代金10～20％割引） 4枚

特選ギフトの申込制について

2024年12月期より、「株主の皆様の利便性向上」およびサステナビリティ経営の観点から「食品ロス削減」「品質管理の徹底」を図るために、申込制を導入いたしました。詳細は、毎年3月発送の株主総会関連資料に同封の株主優待ご案内資料をご確認ください。

レストラン優待券の利用範囲を拡充

2025年12月期より、従来は対象外だった一部の飲み放題メニューでも利用可能に

- 当社婚礼施設でのご利用時
・ 20％割引
- ブロスダイニングでのご利用時
・ 20％割引（アラカルト／通常コース・ドリンク別）
・ 10％割引（飲み放題付きパーティコース）

※婚礼・貸切利用での飲食にはご利用いただけません

■ 人的資本を可視化し、企業文化を発信するコーポレートメディア『HELLO NOVARESE』をリリース

出会えばきっと、元気になる



NOVARESE

特徴

- コーポレートメディアを「人的資本の可視化・発信の場」として運営
- 社員の挑戦・専門性・価値観に焦点を当てた記事を展開
- 社内有志による取材・編集・運営体制により、自律性と共創を体現
- 社員の多様な活動を通じ、企業文化・ブランド価値を発信



CHECK!

CONTENTS

01

株式会社エスクリとの
合併契約締結

02

2025年12月期 第3四半期
ザマリー

03

2025年12月期 第3四半期
決算概要

04

2025年12月期の取り組み

05

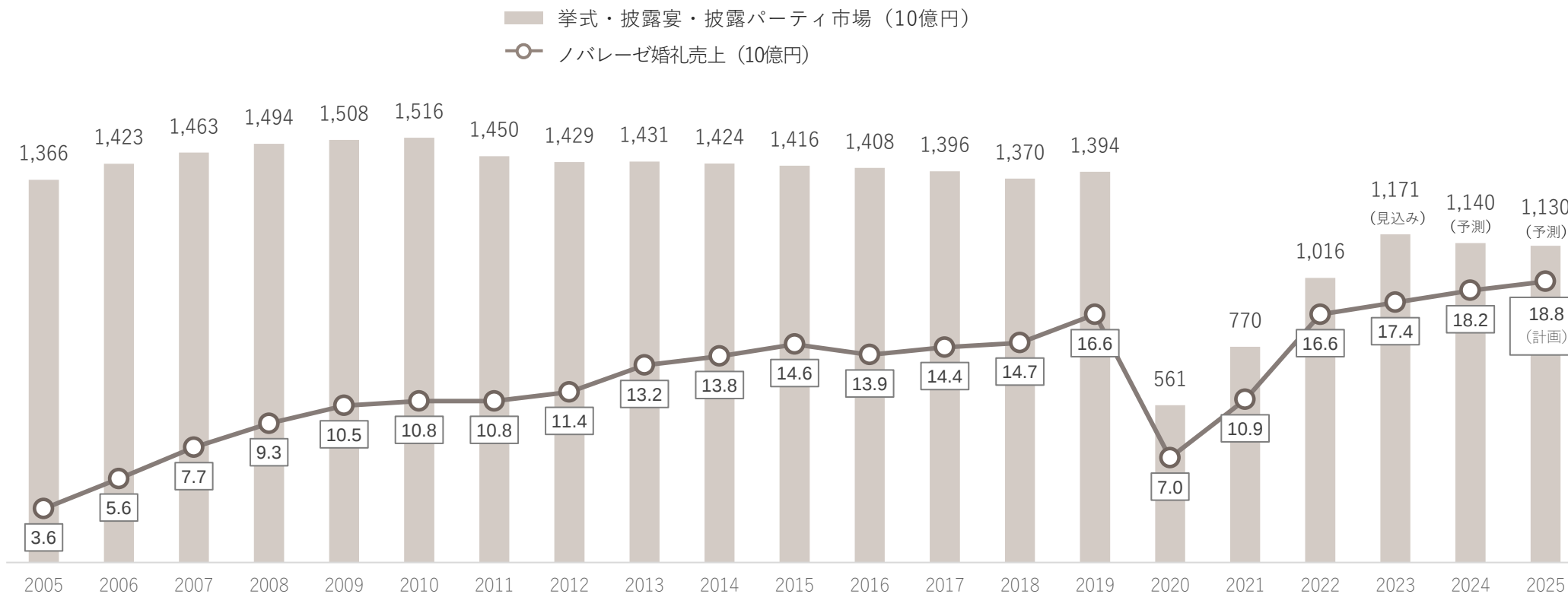
業績推移 (IFRS)
補足資料

本資料は、当社の業績及び今後の経営戦略に関する情報の提供を目的としたものであり、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。
本資料に記載のデータは、当社の認識に基づき、合理的な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ため、本資料で述べられているデータの正確性及び完全性が保証されず、誤りや不正確な点を含む可能性があります。あらかじめご了承ください。

	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

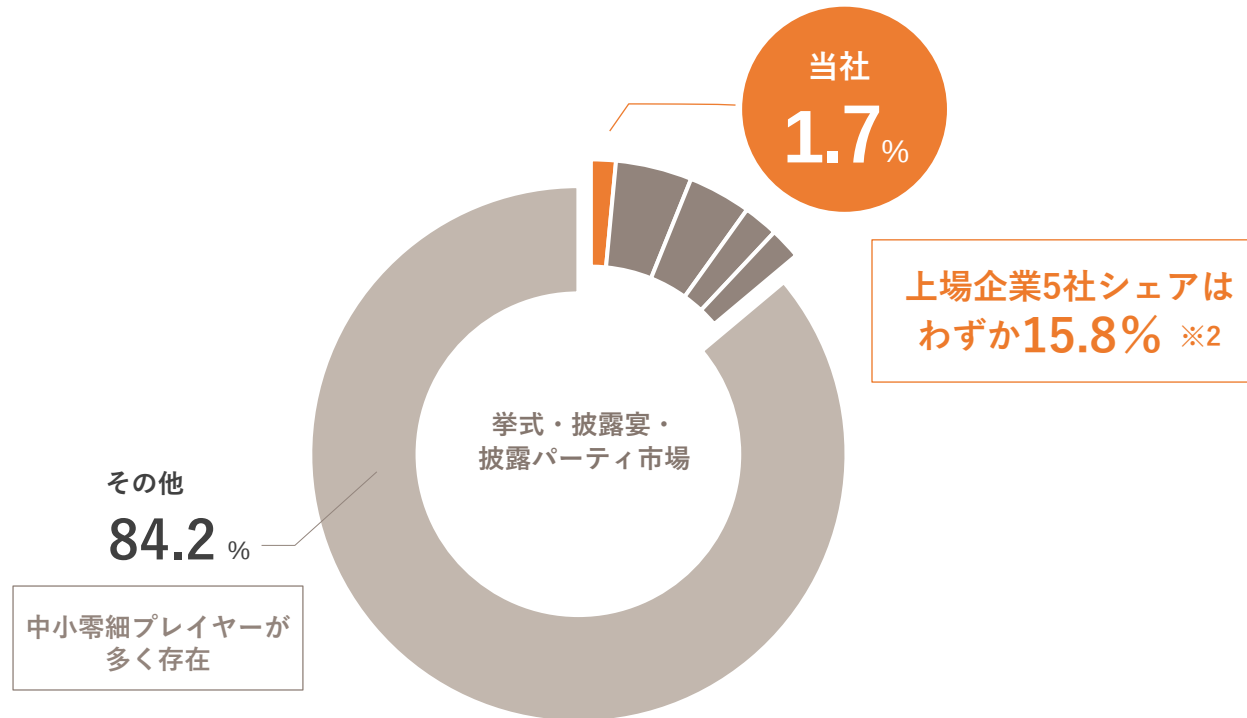
- コロナ禍前の挙式・披露宴・披露パーティ市場は約1.4兆円の巨大市場であり、安定的に推移
- 当社の婚礼売上は着実に拡大。コロナ禍による落ち込みはあったが、足元は市場全体の回復に先んじて落ち込み前の水準に回復

挙式・披露宴・披露パーティ市場規模推移



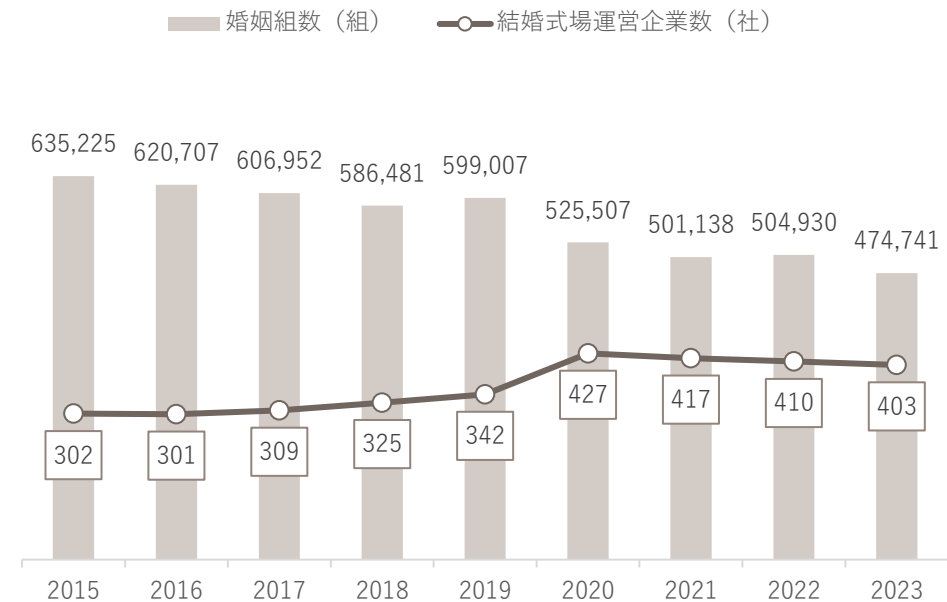
- マーケットの寡占度は低く、中小零細プレイヤーが群雄割拠
- コロナ禍により、プレイヤーの二極化が進展
- 婚姻組数が大きく変わらない中で、プレイヤーの淘汰が進む局面は当社にとって更なるシェア拡大の好機

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

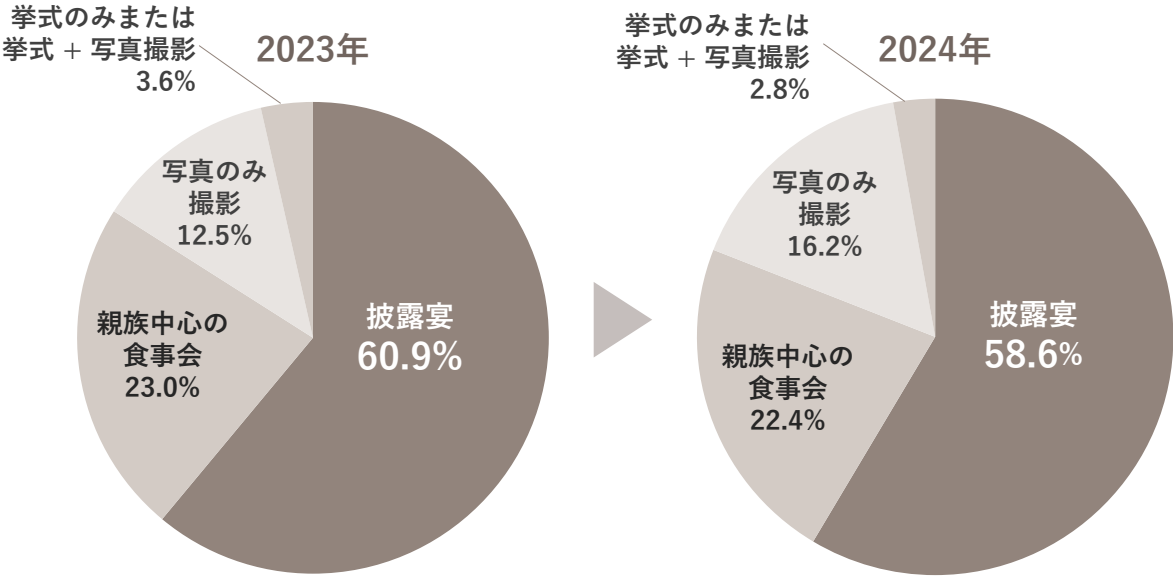


※ 出典：厚生労働省「令和5年人口動態統計（確定数）」
 ※ 出典：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」
 結婚式場運営企業数は調査対象の見直しによる不連続を調整した前年比の伸び率を2015年の実数を基に掛け合わせることで算出

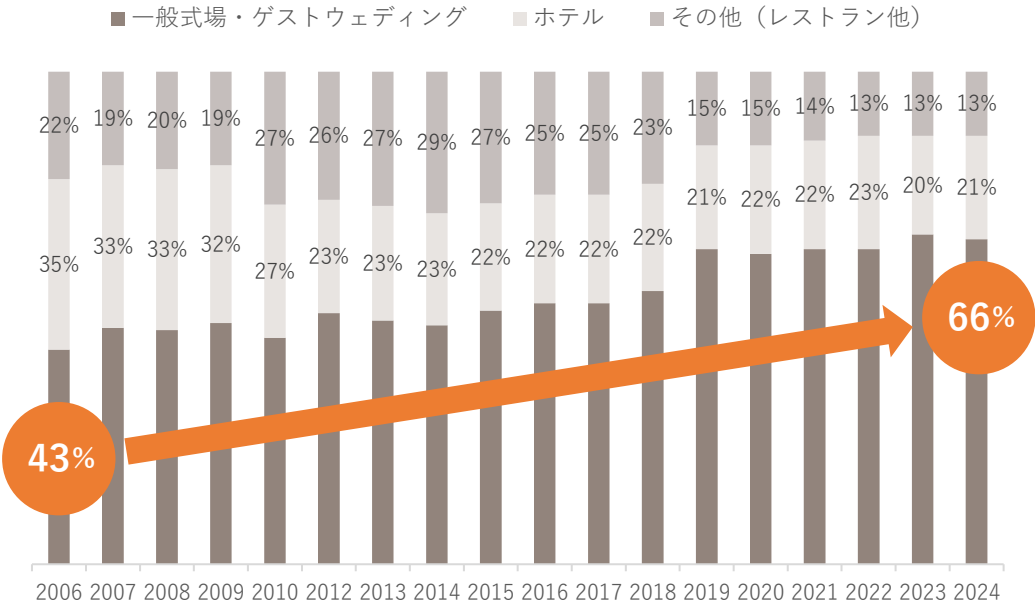
- 当社は周辺ビジネスの内製化により、結婚披露宴のみならず、結婚を機としたすべてのセレモニーに対応
- 披露宴自体も、ホテルよりも当社の基本コンセプトである貸切ゲストハウスが選好される傾向

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2024調べ（2011年は東日本大震災のため統計はなし）

- 国内外79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

ハワイエリア

■ ROYAL KAIRA WEDDING&SPA (ホノルル)

ベトナムエリア

■ SHARI SAIGON MODERN JAPANESE CUISINE (ホーチミン)

■ 直営ゲストハウス

■ レストラン特化型施設

■ ドレスショップ

■ 海外

■ その他 (婚礼業務受託ほか)

39店舗
11店舗
25店舗
2店舗
2店舗

※2025年11月14日現在

- 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)

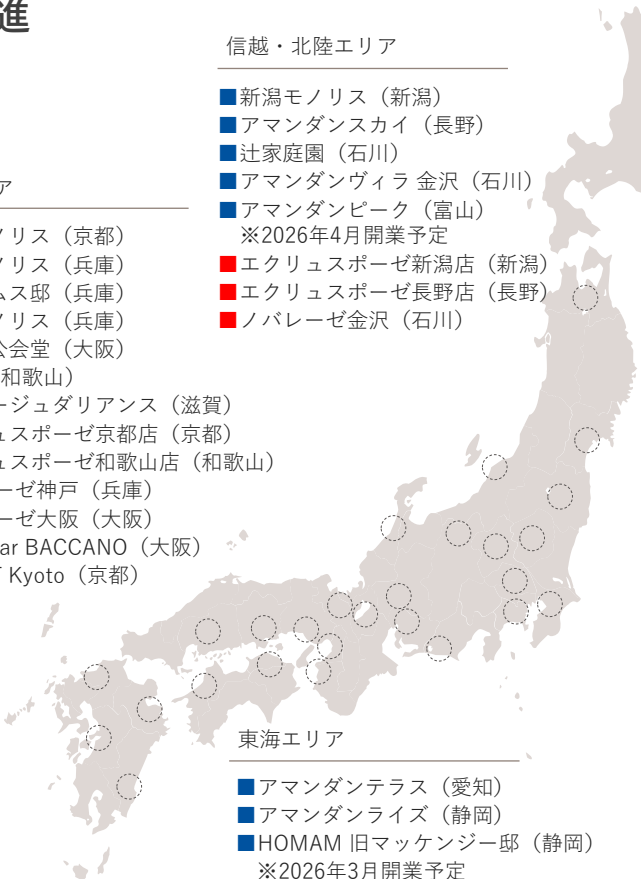
- 九州エリア
- 天神モノリス (福岡)
 - 熊本モノリス (熊本)
 - 大分モノリス (大分)
 - アマンダンブルー青島 (宮崎)
 - フレアーージュ桜坂 (福岡)
 - ノバレーゼ福岡 (福岡)
 - エクリュスポーゼ熊本店 (熊本)
 - エクリュスポーゼ大分店 (大分)
 - エクリュスポーゼ宮崎店 (宮崎)
 - 鉄板焼みたき桜坂 (福岡)

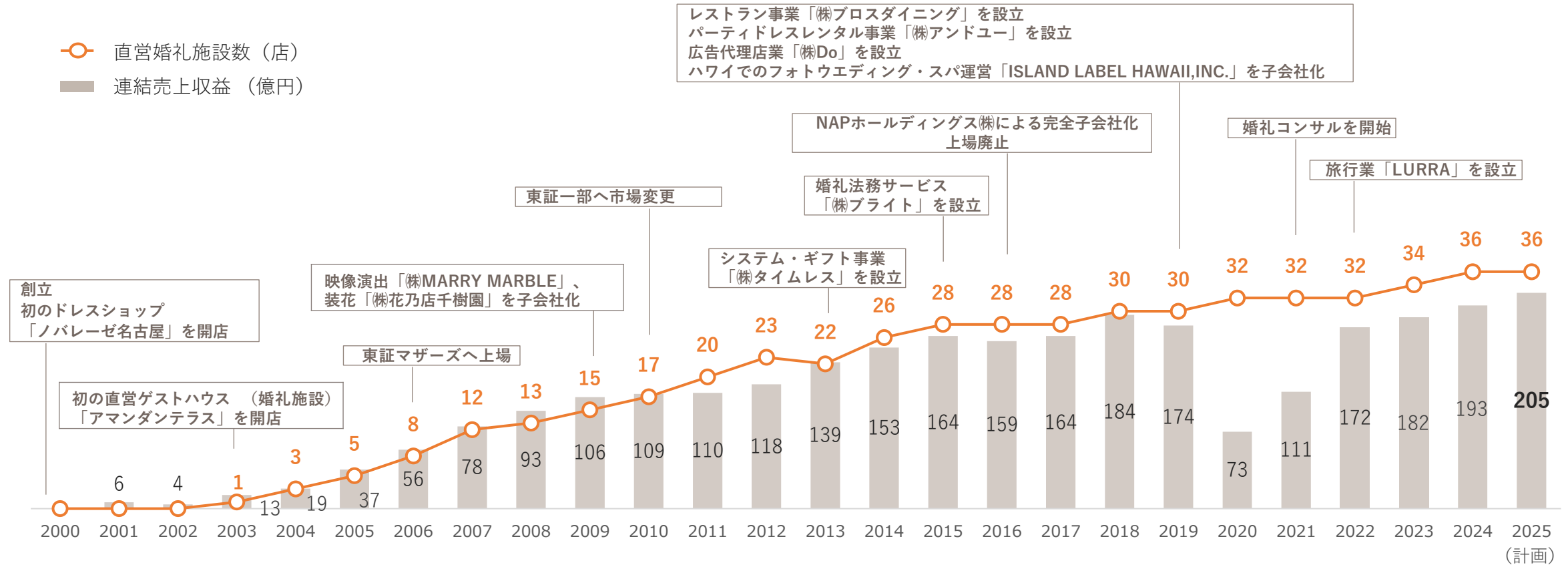
- 近畿エリア
- 北山モノリス (京都)
 - 芦屋モノリス (兵庫)
 - ジェームス邸 (兵庫)
 - 姫路モノリス (兵庫)
 - 旧桜宮公会堂 (大阪)
 - 葵庭園 (和歌山)
 - フレアーージュダリアンス (滋賀)
 - エクリュスポーゼ京都店 (京都)
 - エクリュスポーゼ和歌山店 (和歌山)
 - ノバレーゼ神戸 (兵庫)
 - ノバレーゼ大阪 (大阪)
 - Café&Bar BACCANO (大阪)
 - BENOIT Kyoto (京都)

- 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)

- 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 ダイナスティ大宮 (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／鉄板焼みたき赤坂 (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

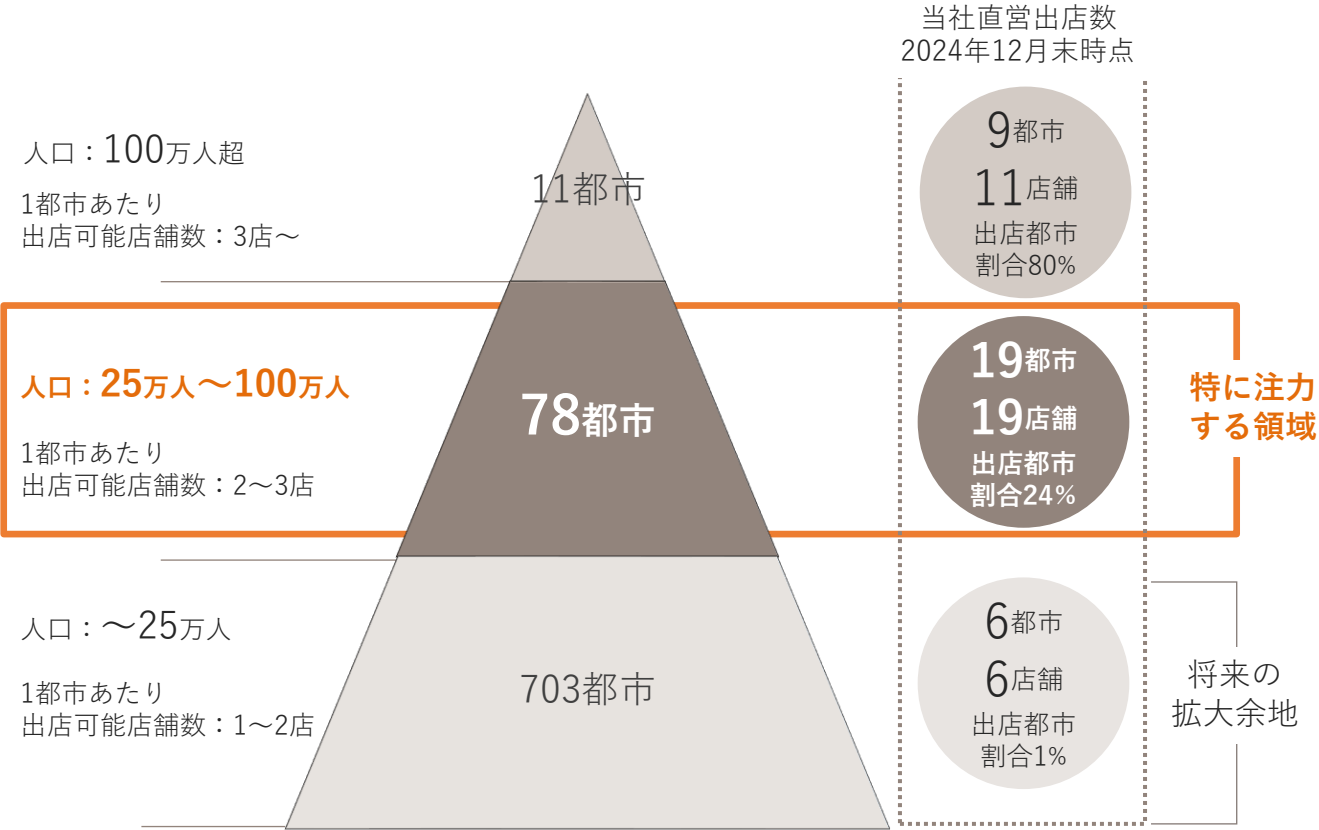
映像演出・写真・装花事業

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

- 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

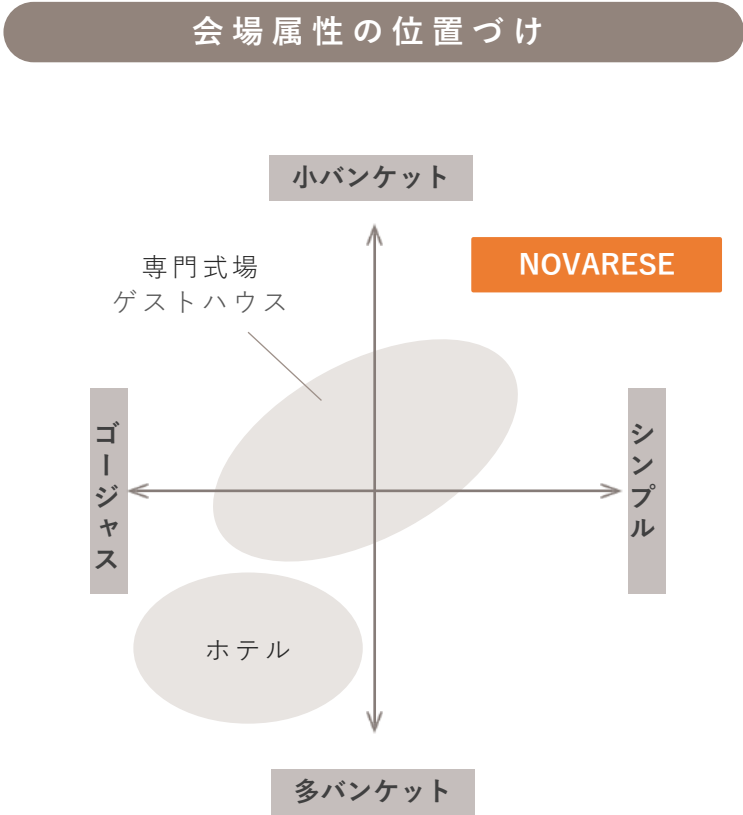
投資回収期間：**5 年以内**
当社の1店舗当たりの年間売上目標：約5億円

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



※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)ティクアンドギヴ・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。

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

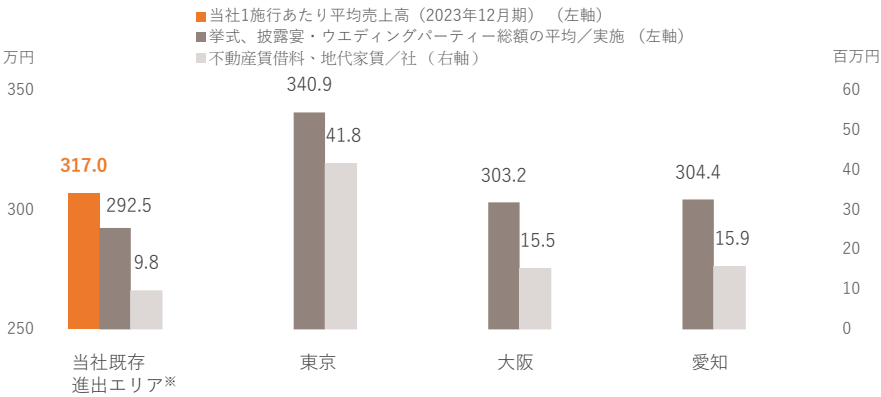
現在の国内出店状況（ウェディングベース）

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

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	フレアージュスイート*
2	宮城 仙台市	106万	青龍荘
3	福島 郡山市	32万	郡山モノリス
4	福島 福島市	27万	アマンダンアイル
5	新潟 新潟市	78万	新潟モノリス
6	富山 富山市	40万	アマンダンピーク
7	石川 金沢市	45万	辻家庭園
8	石川 かほく市	4万	アマンダンヴィラ
9	群馬 高崎市	37万	高崎モノリス
10	栃木 宇都宮市	52万	宇都宮モノリス
11	埼玉 さいたま市	133万	ザ・ロイヤルダイナスティ大宮
12	千葉 千葉市	98万	アマンダンセイル
13	神奈川 横浜市	376万	横浜モノリス

	所在地	人口	施設名
27	和歌山 和歌山市	36万	葵庭園
28	岡山 岡山市	70万	岡山モノリス
29	広島 広島市	119万	三瀧荘
30	広島 広島市	119万	広島モノリス
31	香川 高松市	42万	アマンダンカルム
32	愛媛 松山市	51万	松山モノリス
33	福岡 福岡市	157万	福岡 天神モノリス
34	福岡 福岡市	157万	フレアージュ桜坂*
35	大分 大分市	48万	大分モノリス
36	熊本 熊本市	73万	熊本モノリス
37	宮崎 宮崎市	40万	アマンダンブルー青島
38	沖縄 八重瀬町	3万	キラナリゾート沖縄

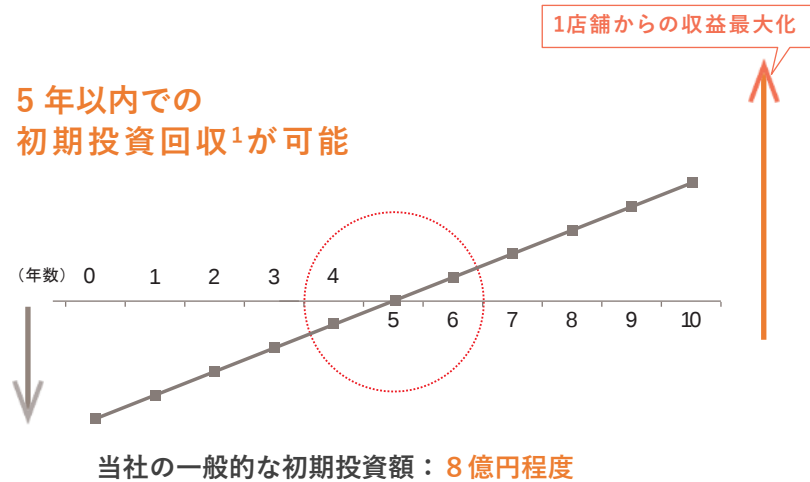
	所在地	人口	施設名
14	神奈川 厚木市	22万	アマンダンヒルズ
15	神奈川 鎌倉市	18万	アマンダンブルー鎌倉
16	静岡 浜松市	80万	アマンダンライズ
17	静岡 静岡市	67万	HOMAM(旧マッケンジー邸)
18	長野 長野市	37万	アマンダンスカイ
19	岐阜 岐阜市	40万	岐阜モノリス
20	愛知 名古屋	229万	アマンダンテラス
21	滋賀 近江八幡市	8万	フレアージュダリアンス*
22	大阪 大阪市	273万	旧桜宮公会堂
23	京都 京都市	139万	京都 北山モノリス
24	兵庫 神戸市	152万	ジェームス邸
25	兵庫 姫路市	53万	姫路モノリス
26	兵庫 芦屋市	10万	芦屋モノリス

- 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

※ 2025年11月14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6年1月1日住民基本台帳人口・世帯数

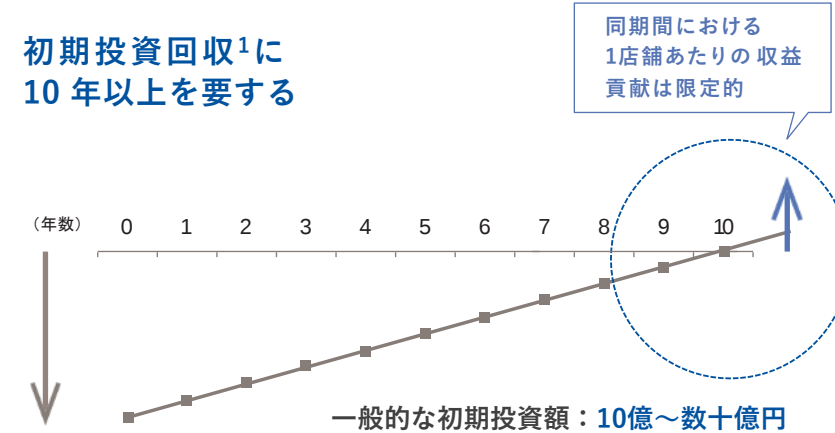
初期投資負担、広告宣伝費や賃料等のランニングコストの低さ、内製化やDXの進展による1施行あたりの収益最大化の実現を通じて、高い投資効率を実現

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）



- 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。

- 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

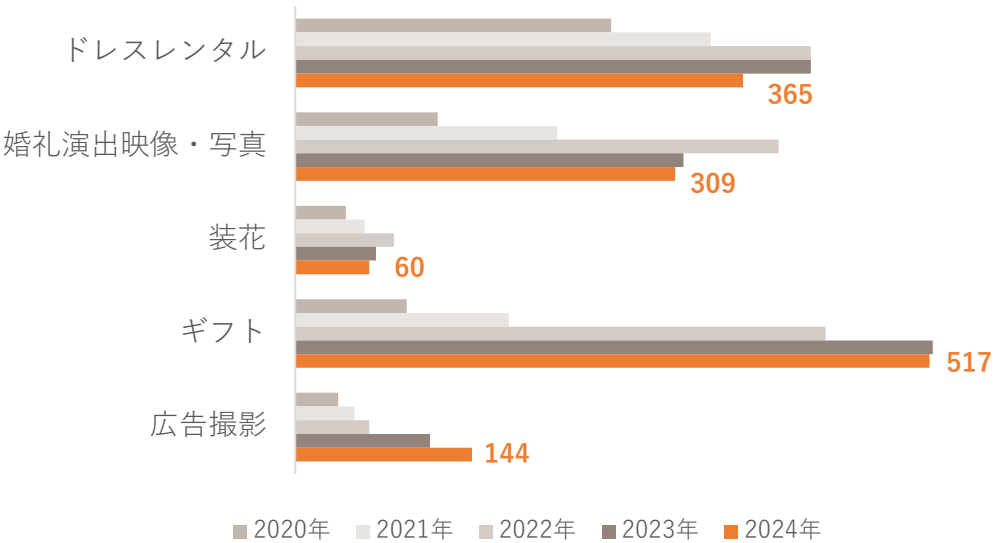
「内製化」を実現することによる収益性の違い（イメージ）

	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

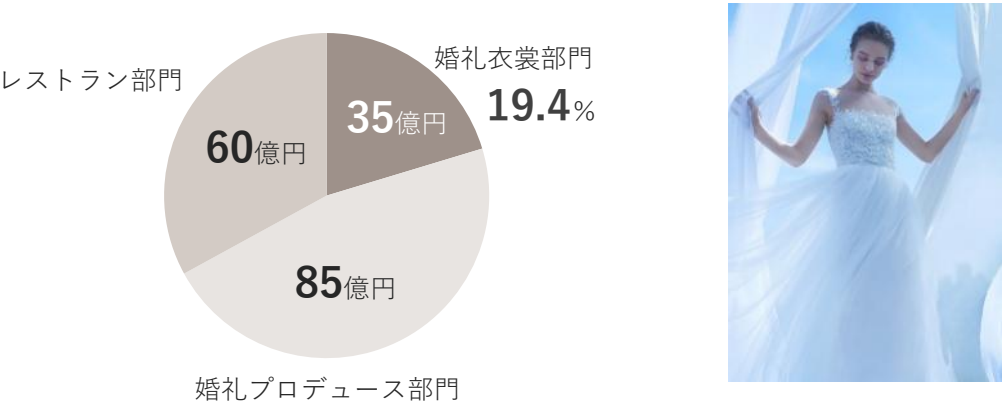
（単位：百万円）



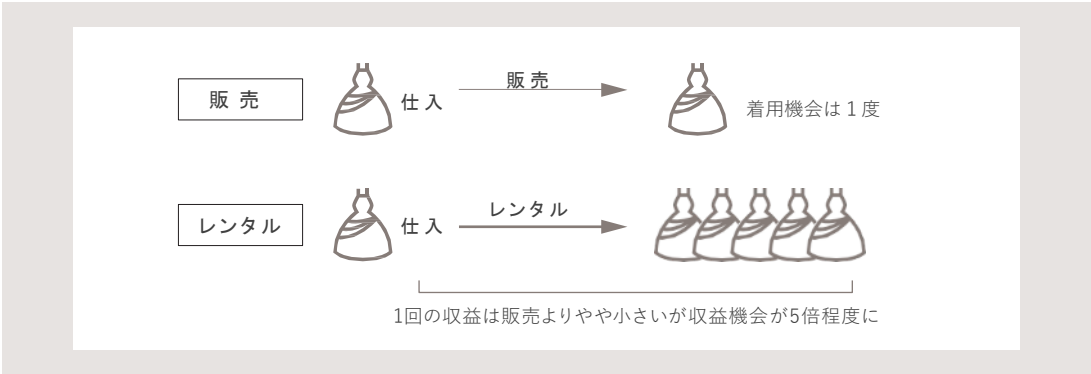
内製化したサービスを外部販売し収益化
成長ドライバーとして注力する領域

- 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

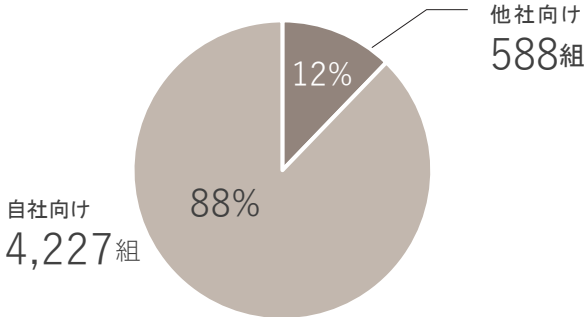
他社（一例）

- 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

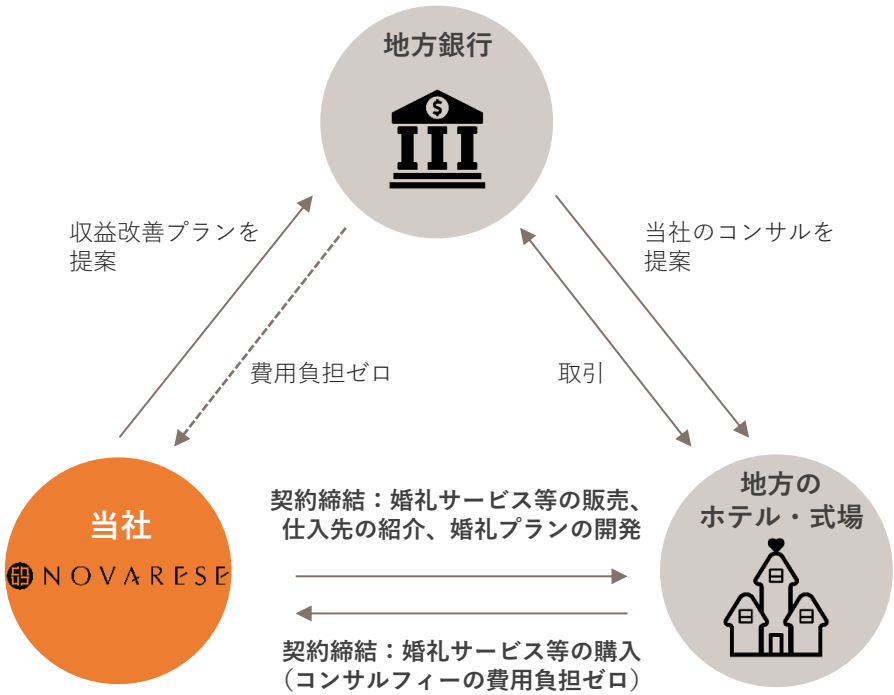
ドレスレンタル施行実績



※ 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

- 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	○	○	◎	◎

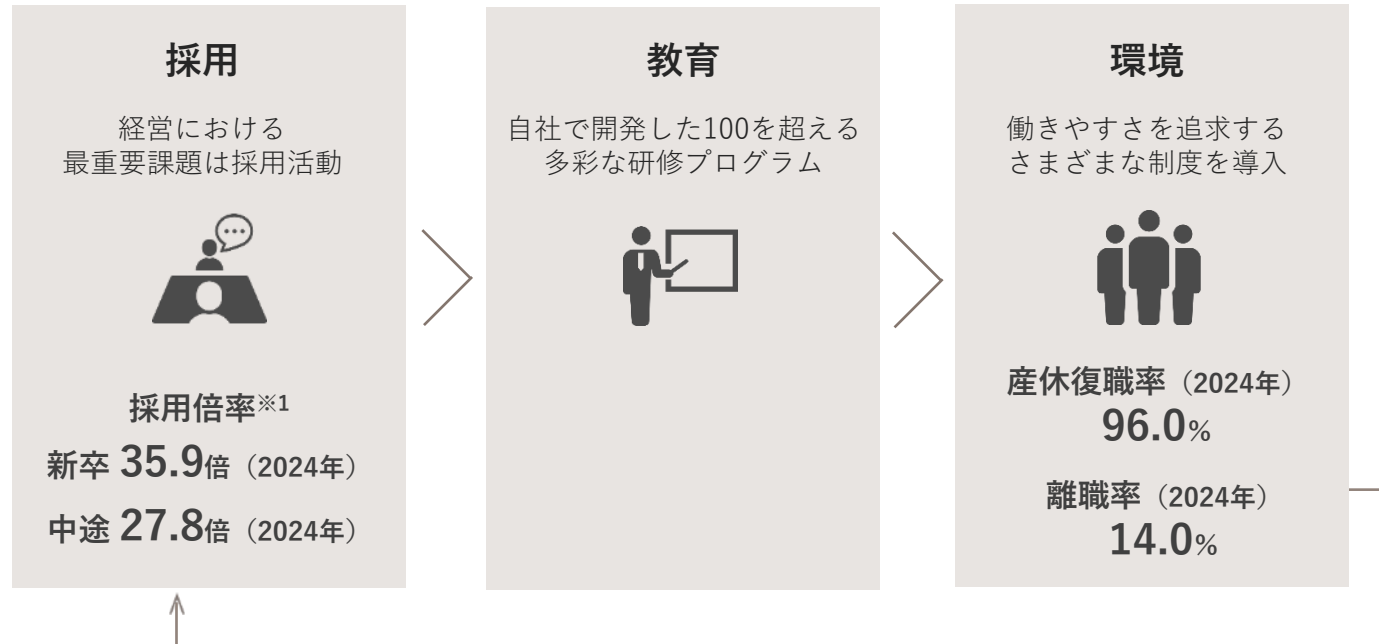
仕入れ等に関して、当社取引先への切り替えを促進し、新規顧客紹介で価格交渉も可能に

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



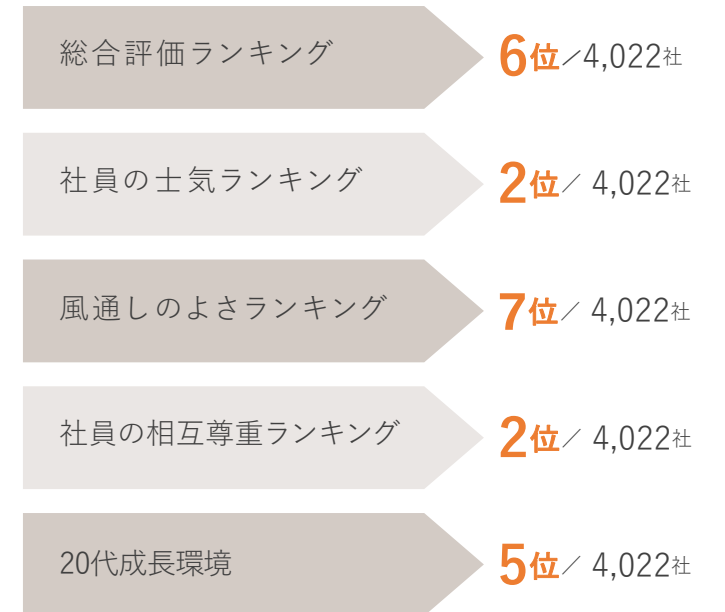
スタッフの声

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）

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

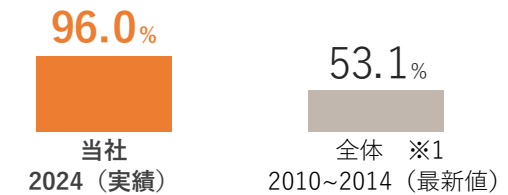
リモノバ（在宅勤務制度）

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」

- 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

- 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）

■ 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)

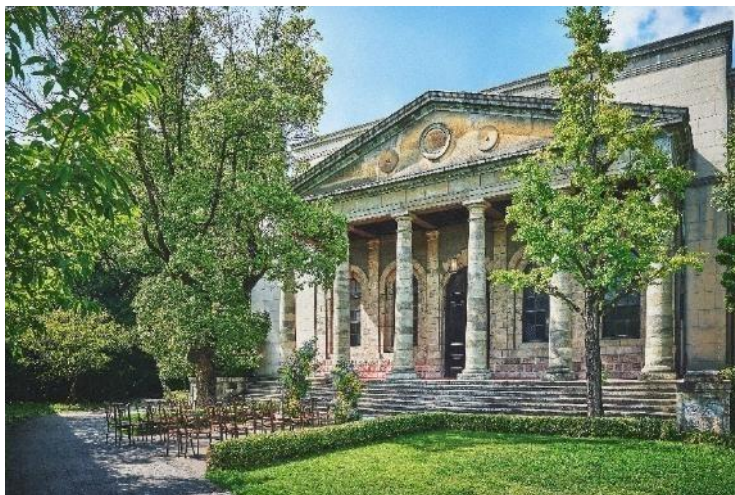


アマンダンライズ
(浜松市中区)

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）

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。



フレアージュスウィート
（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。

- 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）



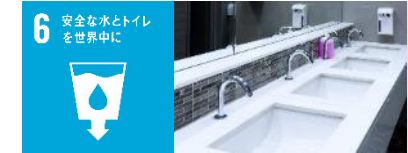
- 出店による雇用創出・地域活性化
- 会場内にアロマオイル設置
- 障がい者雇用とキャリア制度導入
- 児童養護施設に遊具を設置



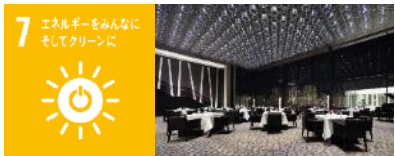
- インターンシップの受け入れ
- 大学・専門学校での講義実施
- 食育支援
- 産学連携プロジェクト実施
- 奨学金返済支援制度導入



- 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
- パートナーシップ制度導入



- 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



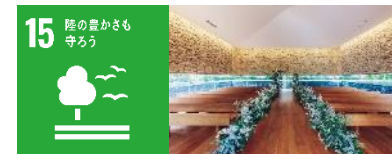
- 歴史的建造物の再生事業
- 店舗周辺の美化活動・環境保全
- 環境に優しい引出物導入
- 地産地消の推進
- レンタルドレスのアップサイクル



- 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

■ 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



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!



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）