

2025年12月期 決算説明資料

株式会社ノバレーゼ [東証スタンダード・9160]

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 1,099名/単体780名（2025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



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



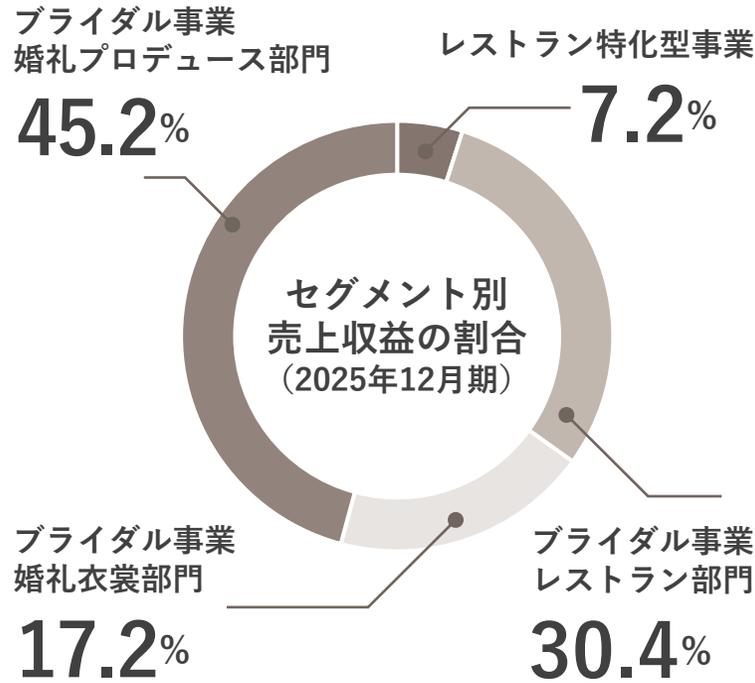
ブライダル事業 婚礼衣裳部門

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 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 マーケットポジジョン

- ▶ **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月期通期
サマリー

02

2025年12月期通期
決算概要

03

新社名決定のお知らせ
2026年12月期業績予想

04

株式会社エスクリとの
経営統合効果の進捗

2026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

2025年12月期通期
サマリー

02

2025年12月期通期
決算概要

03

新社名決定のお知らせ
2026年12月期業績予想

04

株式会社エスクリとの
経営統合効果の進捗

2026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、当社が特定の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。本グループの事業は、顧客嗜好・社会情勢・経済情勢等の影響を受け、業績が変動する可能性があります。本資料は参考資料であり、投資判断や見通し等は、不確実性が含まれていることをご承知おきください。

01 増収増益で着地 利益額は前年同期および計画を大幅に超過

- 売上収益は、創業以来初の200億円を突破し、**前年同期比+14.2%の22,039百万円**で増収
- 合併関連費用や減損損失を計上したものの、
営業利益は、**前年同期比+68.1%、計画比+19.7%の2,247百万円**で着地
- 親会社の所有者に帰属する当期利益は、
前年同期比+89.3%、計画比+24.6%の1,256百万円で大幅増益

02 受注組数・受注残組数ともに前年同期を上回る

- 婚礼プロデュース部門の受注組数は、**前年同期比+6.4%の4,960組**、
婚礼衣裳部門の受注組数は、**前年同期比+8.6%の5,285組**で着地
- 婚礼プロデュース部門の受注残組数は、**前年同期比+9.6%の3,344組**となり、
当期以降の業績向上に対する貢献を見込む

03 ゲスト数・平均組単価の伸長が業績向上に大きく寄与

- 平均ゲスト数は、**前年同期比+3.4%の55.5人**で着地、
平均組単価は、**前年同期比+9.3%の3,710千円**となり、前年同期から伸長

売上収益

22,039百万円

前年同期比 +14.2%
計画比 +7.5%

営業利益

2,247百万円

前年同期比 +68.1%
計画比 +19.7%

親会社の所有者に帰属する
当期利益

1,256百万円

前年同期比 +89.3%
計画比 +24.6%

施行組数[※]

4,668組

前年同期比 +4.6%
計画比 +1.3%

平均ゲスト数[※]

55.5人

前年同期比 +3.4%
計画比 +1.4%

平均組単価[※]

3,710千円

前年同期比 +9.3%
計画比 +7.4%

※ 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月期通期
サマリー

02

2025年12月期通期
決算概要

03

新社名決定のお知らせ
2026年12月期業績予想

04

株式会社エスクリとの
経営統合効果の進捗

2026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、当社が将来の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。本グループの事業は、顧客嗜好・社会情勢・経済情勢等の影響を受け、業績が変動する可能性があります。本資料は、参考資料としてご利用ください。本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。

- 施行組数の増加および平均組単価の伸長が増収に大きく貢献
- ブライダル事業の利益率向上等により、利益額が当初計画を大幅に上回る

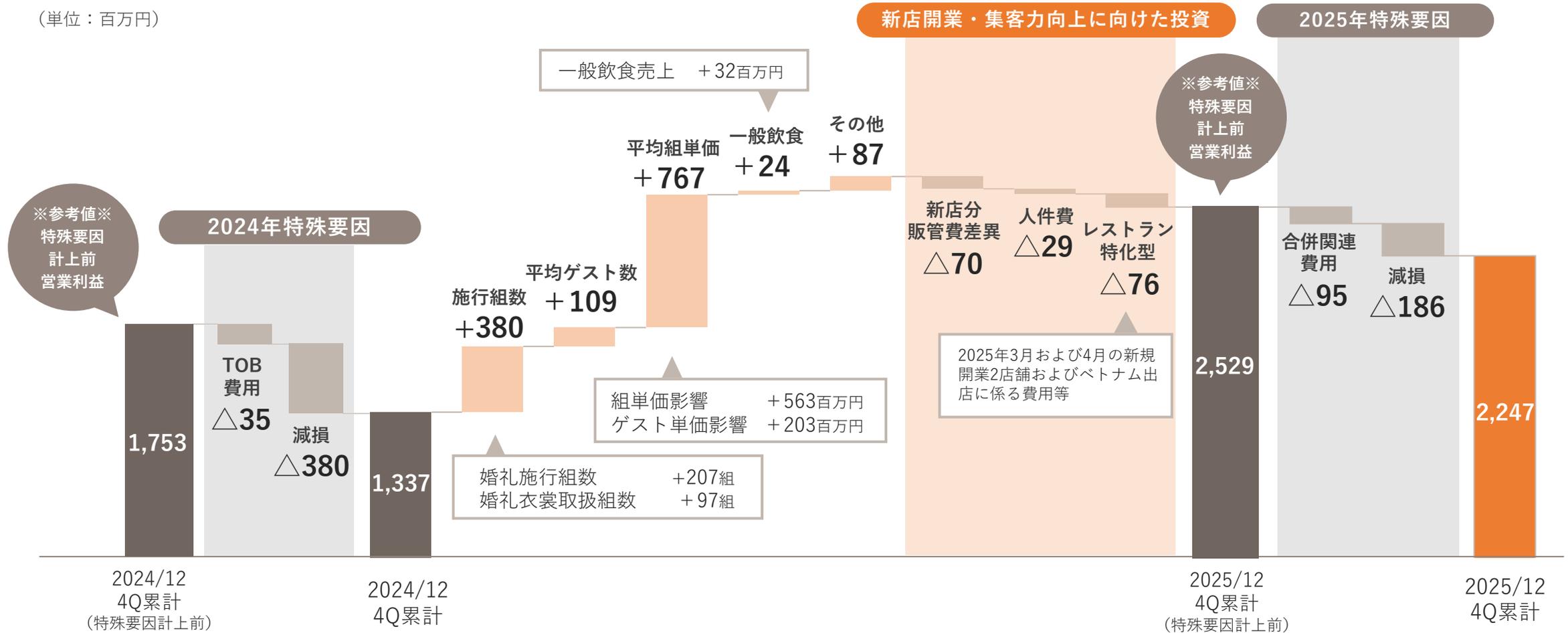
(単位：百万円)	2024/12 4Q累計	2025/12 4Q累計	増減額	増減率	2025/12 4Q累計 計画	計画比	2025年12月期実績／POINT
売上収益	19,299	22,039	+2,740	+14.2%	20,505	+7.5%	<ul style="list-style-type: none"> ● 売上収益 ✓ 施行組数の増加および平均ゲスト数・平均組単価の伸長により、前年同期および当期計画を上回る水準で着地 ● 原価 ✓ 施行組数の増加や各種施策が奏功したことにより、ブライダル事業における利益率が向上 ● 販売費及び一般管理費 ✓ 採用した人材の定着状況が堅調に推移し、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	10,860	12,236	+1,376	+12.7%	11,507	+6.3%	
販売費及び一般管理費	9,546	10,004	+458	+4.8%	9,644	+3.7%	
営業利益	1,337	2,247	+910	+68.1%	1,878	+19.7%	
営業利益率	6.9%	10.2%	+3.3pt	-	9.2%	+1.0pt	
税引前利益	975	1,849	+873	+89.5%	1,504	+22.9%	
親会社の所有者に帰属する 当期利益	663	1,256	+592	+89.3%	1,008	+24.6%	
(ご参考) EBITDA ※	3,818	4,751	+932	+24.4%	4,340	+9.5%	

※ EBITDA：営業利益 + 減価償却費及び償却費

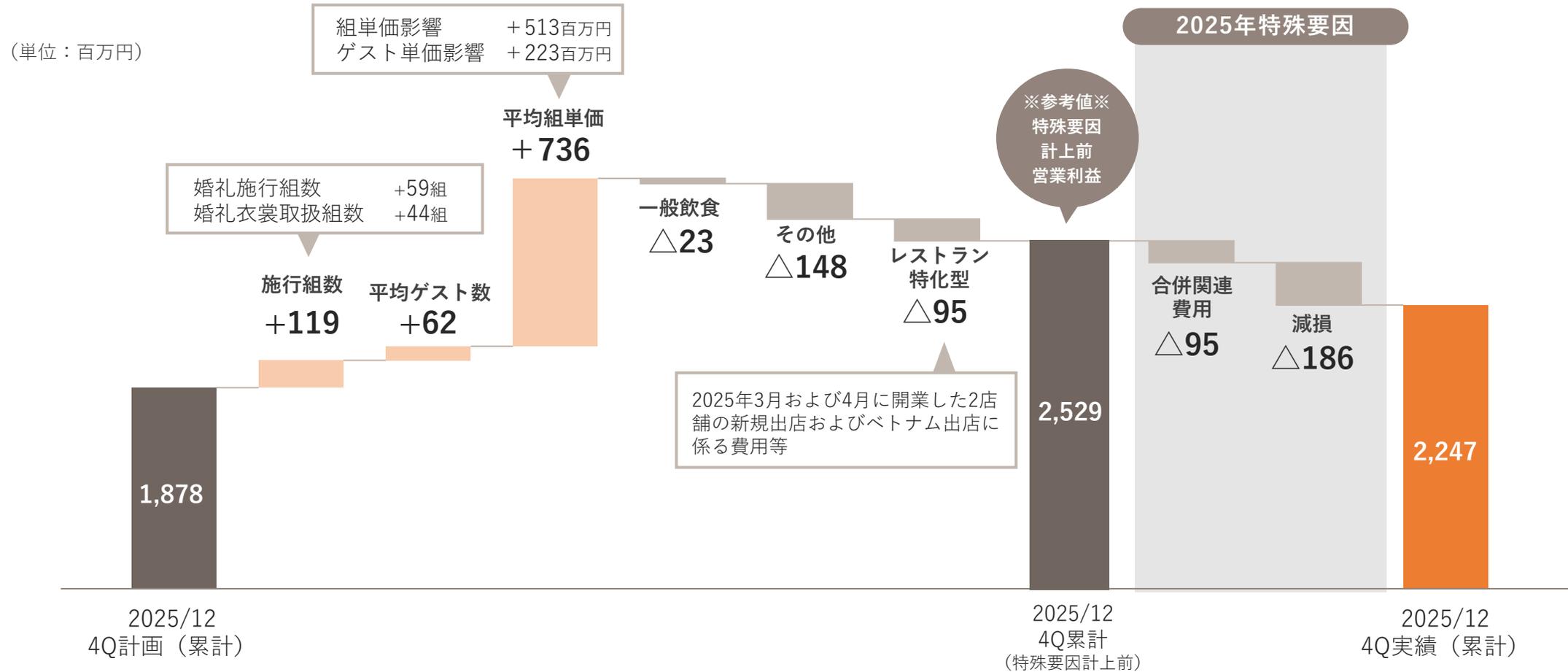
営業利益の前年同期に対する増減分析（連結）

■ 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

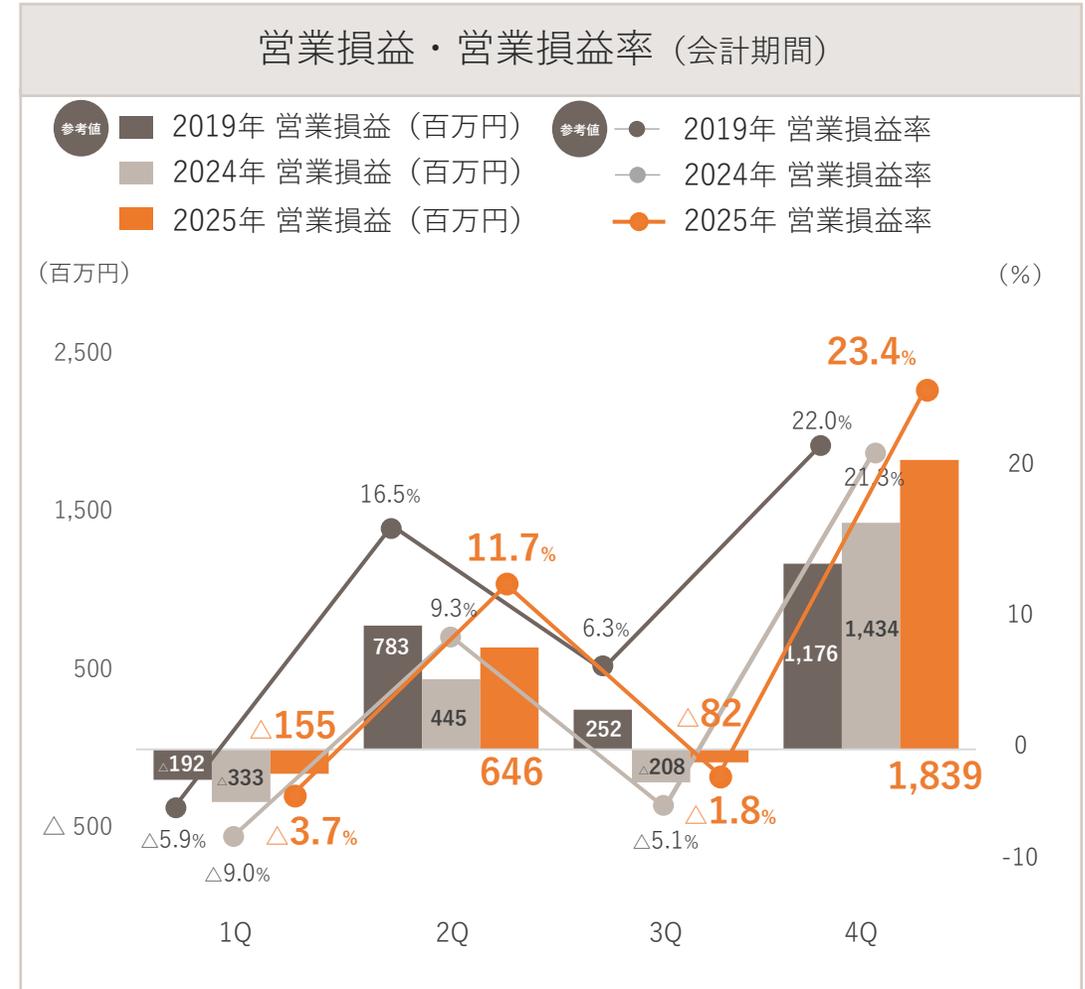
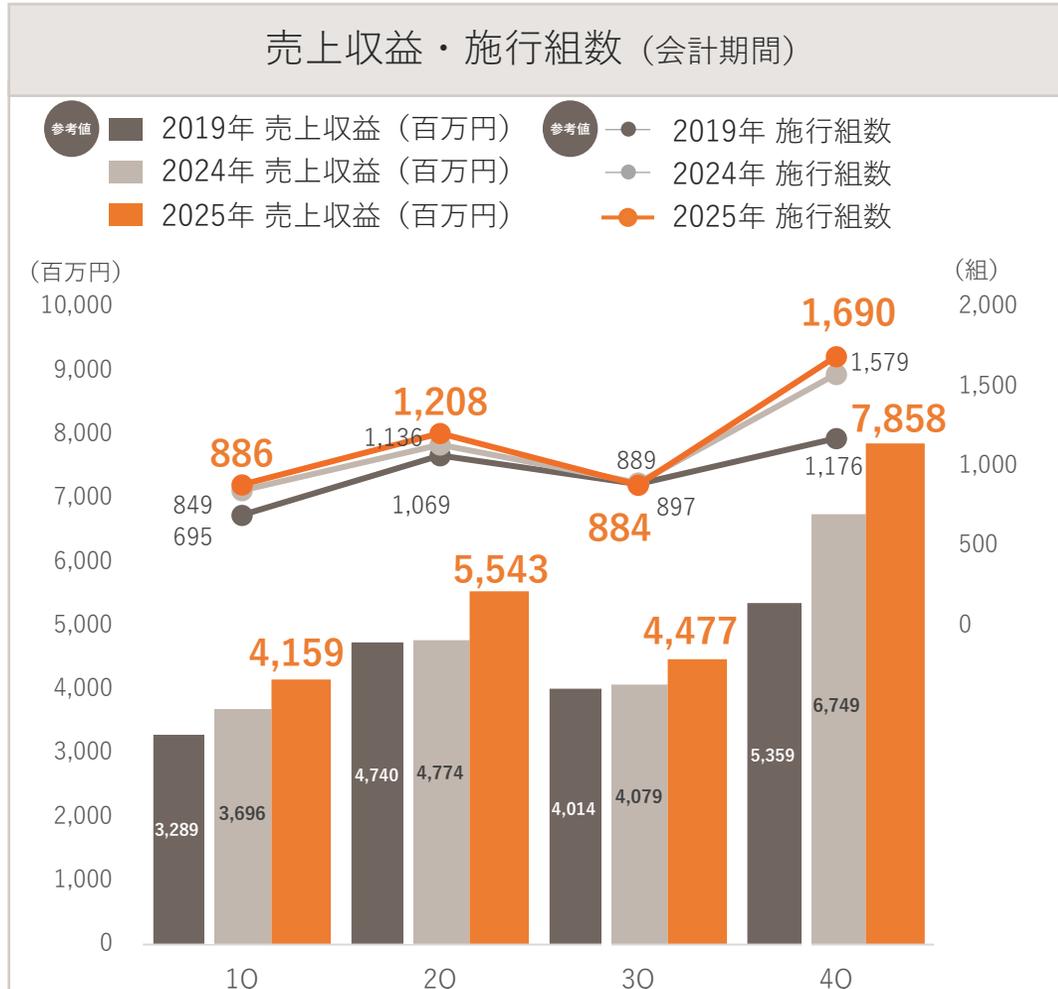
(単位：百万円)



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

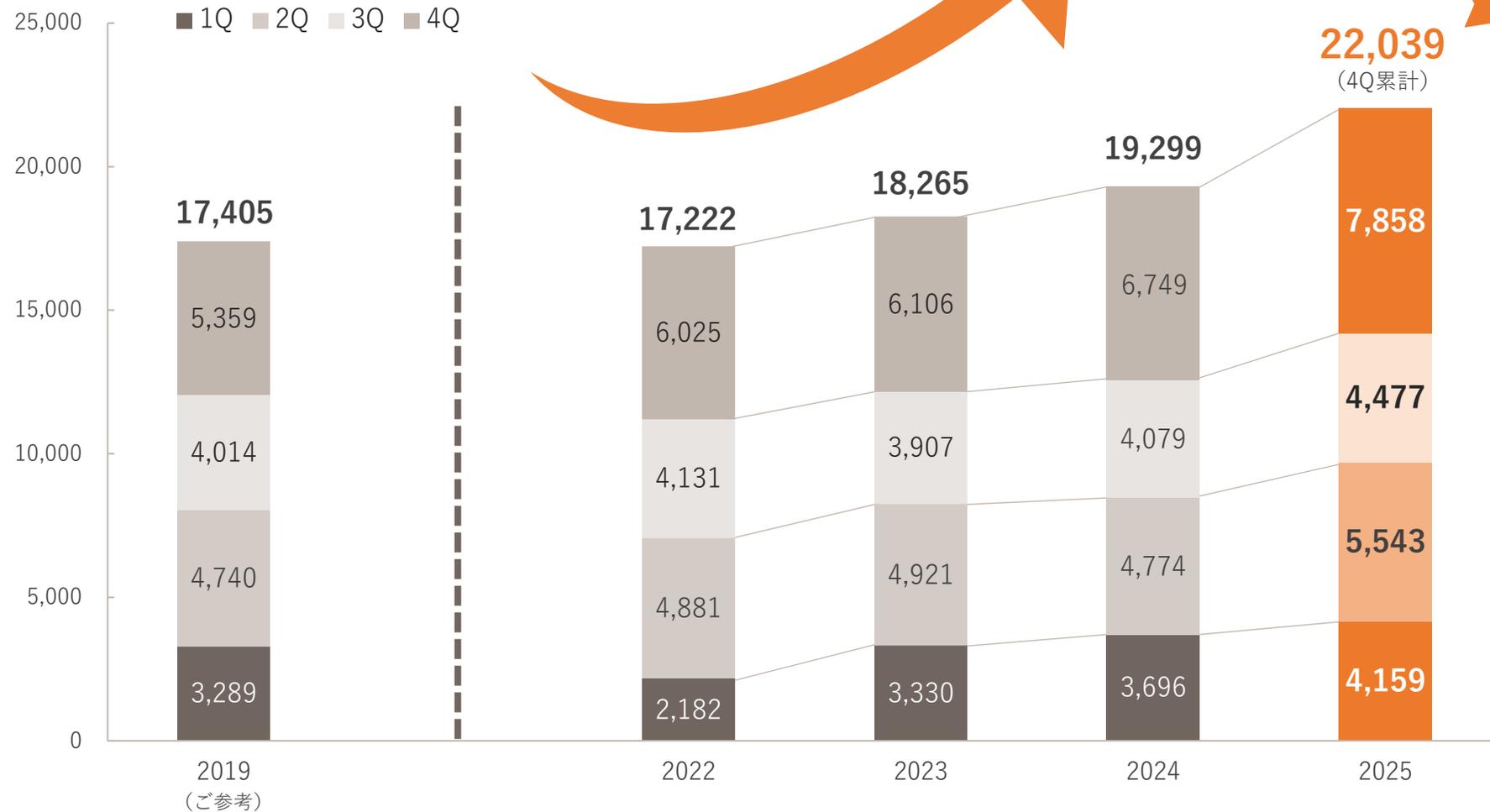


- 結婚式は気候が穏やかで祝日の多い春と秋に多くなるため、売上収益・営業利益は2Qおよび4Qの比重が高い
- 中でも年間でもっとも施行組数が多い4Qで大きく伸長



平均ゲスト数・平均組単価の回復に伴い、2025年12月期の通期売上収益は200億円を突破

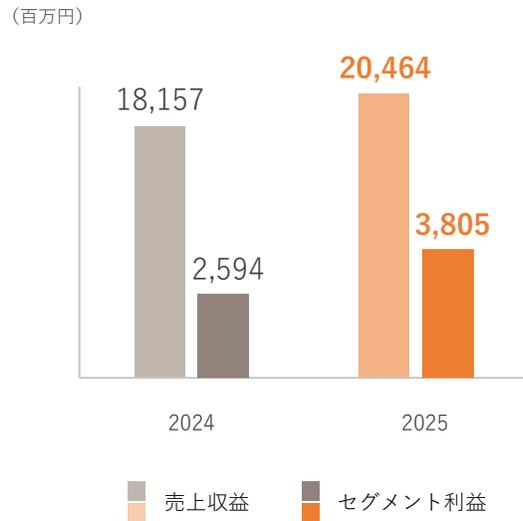
(百万円)



過去最高

セグメント別の状況（連結）

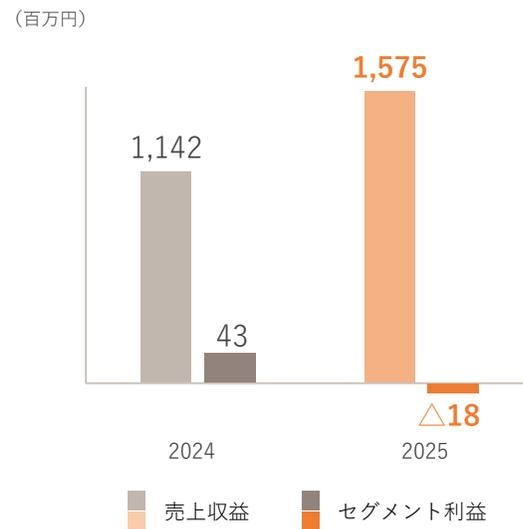
ブライダル事業 (単位：百万円)	2024/12 4Q累計	2025/12 4Q累計	増減額	増減率
売上収益	18,157	20,464	+2,307	+12.7%
セグメント利益	2,594	3,801	+1,206	+46.5%
セグメント利益率	14.3%	18.6%	+4.3pt	-



POINT

施行組数の増加や、平均ゲスト数の増加および婚礼商品の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2,307百万円の増収。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1,206百万円の増益。

レストラン 特化型事業 (単位：百万円)	2024/12 4Q累計	2025/12 4Q累計	増減額	増減率
売上収益	1,142	1,575	+432	+37.9%
セグメント利益	43	△18	△61	-
セグメント利益率	3.8%	△1.1%	△4.9pt	-



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432百万円の増収。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61百万円の減益。

当第3四半期から継続し、全セグメントにおいて増収を達成

(単位：百万円)	2024/12 4Q累計	2025/12 4Q累計	増減額	増減率
ブライダル事業	18,157	20,464	+2,307	+12.7%
婚礼プロデュース部門	8,586	9,965	+1,378	+16.1%
婚礼衣裳部門 ※	3,527	3,790	+263	+7.5%
内 自社施行	3,173	3,470	+297	+9.4%
内 他社施行	354	320	△34	△9.7%
レストラン部門	6,042	6,708	+665	+11.0%
内 婚礼飲食	4,373	5,005	+632	+14.5%
内 一般飲食	1,669	1,702	+33	+2.0%
レストラン特化型事業	1,142	1,575	+432	+37.9%

POINT
<ul style="list-style-type: none"> ● 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
<ul style="list-style-type: none"> ● 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
<ul style="list-style-type: none"> ● 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
<ul style="list-style-type: none"> ● レストラン特化型売上収益 ✓ 前連結会計年度と当期に開業した店舗、および既存店が好調に推移したこと等により増収

※ 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。

■ 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

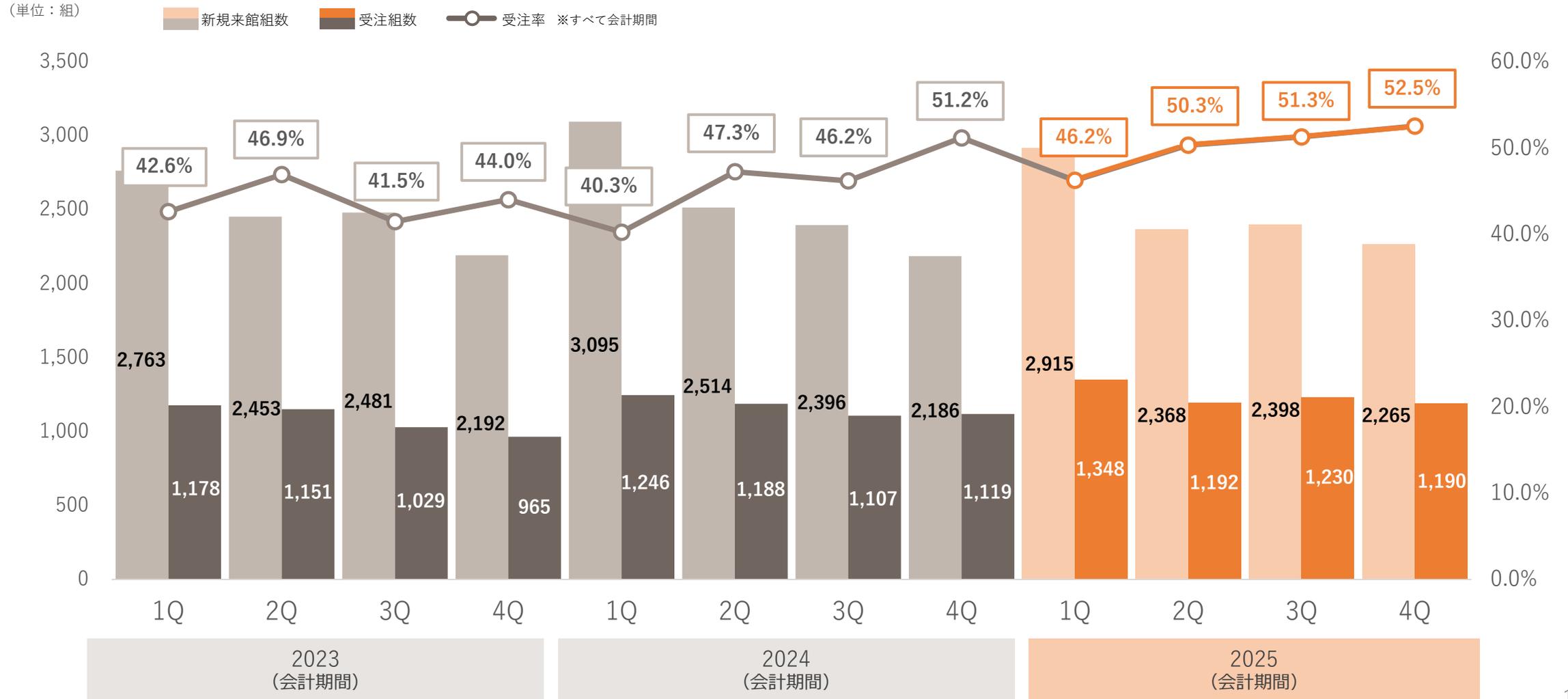
■ 当第3四半期に続き受注率が高水準を維持したことにより、受注残組数は前年同期を上回る

	2024/12 4Q累計	2025/12 4Q累計	増減	増減率
売上収益 (百万円)	8,586	9,965	+1,378	+16.1%
店舗数 (店)	36	36	-	-
施行組数 (組)	4,461	4,668	+207	+4.6%
平均ゲスト数 (人)	53.7	55.5	+1.7	+3.4%
平均組単価 (千円)	3,395	3,710	+314	+9.3%
新規来館組数 (組)	10,191	9,946	△245	△2.4%
受注組数 (組)	4,660	4,960	+300	+6.4%
受注残組数 (組)	3,052	3,344	+292	+9.6%

POINT
<ul style="list-style-type: none"> ● 施行組数 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 前連結会計年度および当第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、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、婚礼メニューのリニューアル、販促ツール強化等により増加 ● 新規来館組数 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 当第4四半期会計期間は前年同期を上回って進捗しており、回復基調を維持 ● 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

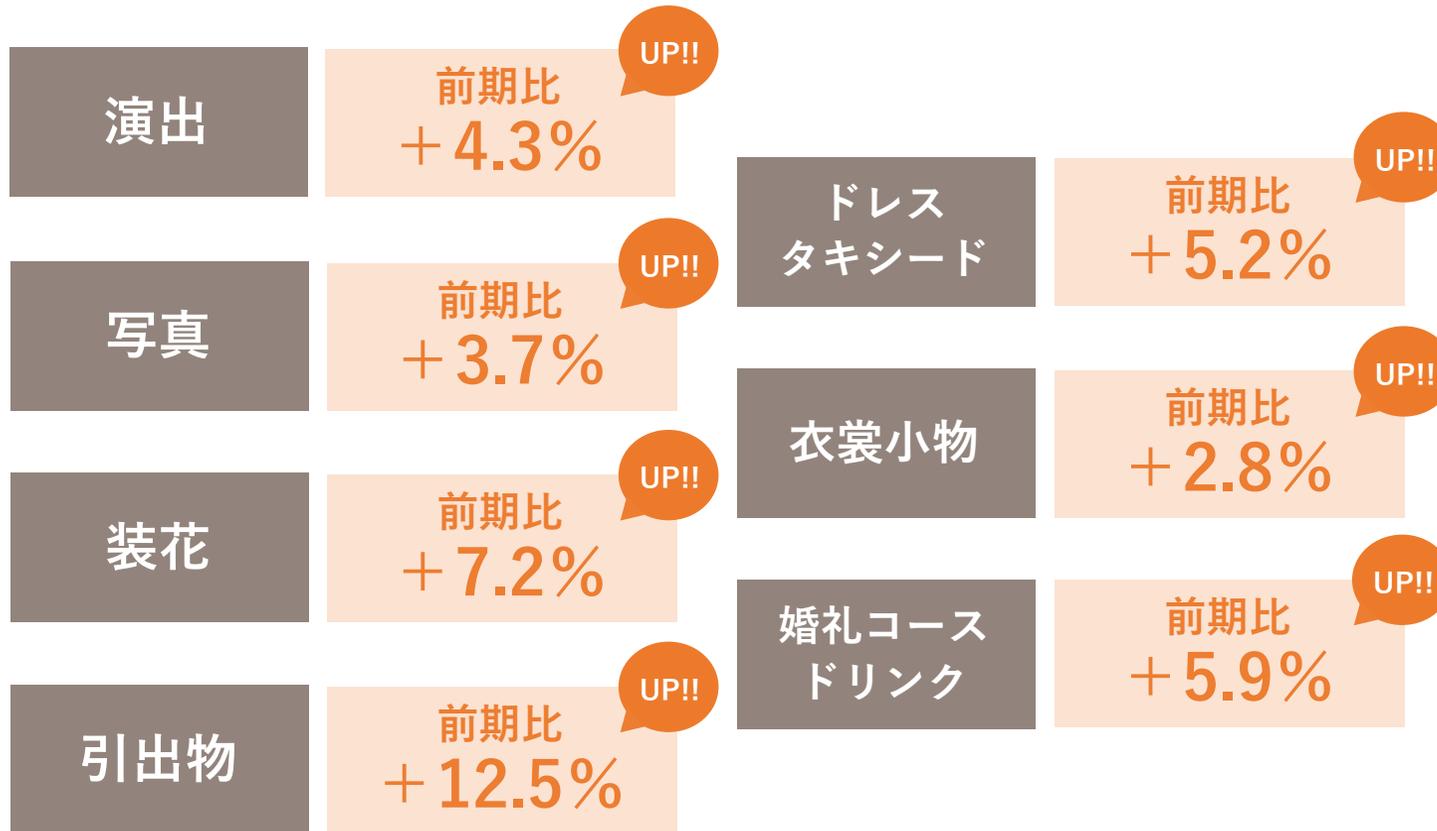


主要KPIの推移と今後の見通し

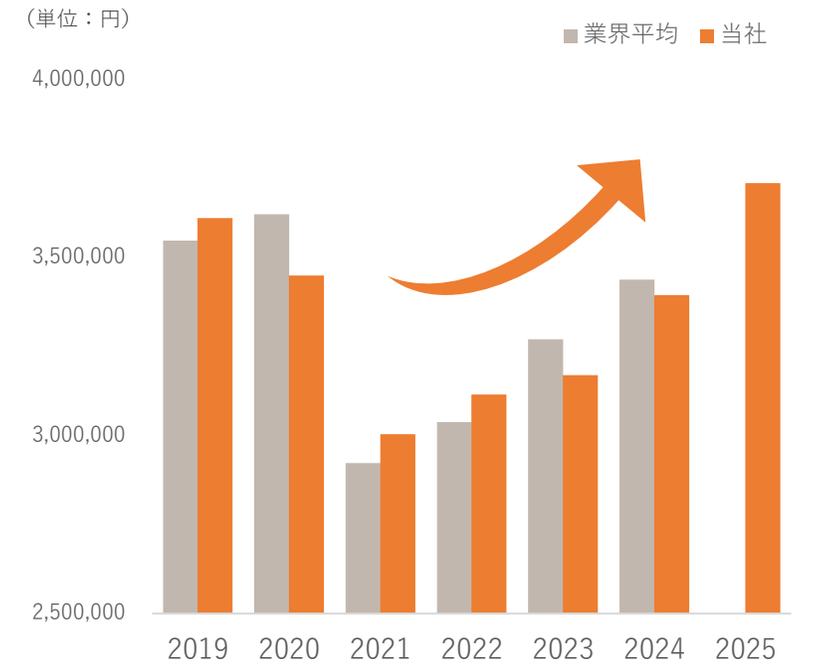
- 平均ゲスト数が回復途上であるにもかかわらず、平均組単価はコロナ禍前の水準を上回る
- 各種KPIは今後も増加の余地が十分にあり、さらなる収益性の向上に期待できる状況

	2019 4Q累計	2023 4Q累計	2024 4Q累計	2025 4Q累計	今後の見通し
平均ゲスト数 (人)	65.4	51.8	53.7	55.5	各種施策の貢献による 伸長を見込む
平均組単価 (千円)	3,612	3,170	3,395	3,710	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)	3,829	4,629	4,461	4,668	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	3,111	2,756	2,594	3,801	組単価アップ × 施行数増加 =さらなる利益率向上

- 各種施策が奏功したことで婚礼アイテムの単価は好調に推移し、平均組単価アップに大きく貢献
- ブライダル業界全体でも同様の傾向が見られることから、当社においても中長期的な収益性向上に期待できる状況



参考：結婚式費用の推移



- コロナ禍以降、業界全体で上昇トレンドを維持
- 中長期的な利益率向上に期待できる展開

※出典：ゼクシィ 結婚トレンド調査2024調べ、当社実績
(2025年の業界平均は、調査対象変更による連続性欠如のため不記載)

■ 受注活動が好調に推移したことにより、受注残組数が昨年を上回る

■ 平均組単価の増加が売上収益の伸長に貢献

	2024/12 4Q累計	2025/12 4Q累計	増減	増減率
売上収益 (百万円)	3,527	3,790	+263	+7.5%
店舗数 (店)	24	25	+1	-
取扱組数 (組) ※	4,815	4,912	+97	+2.0%
内 自社施行 (組)	4,227	4,420	+193	+4.6%
内 他社施行 (組)	588	492	△96	△16.3%
受注組数 (組)	4,868	5,285	+417	+8.6%
受注残組数 (組)	2,443	2,816	+373	+15.3%
平均組単価 (千円)	732	771	+39	+5.3%

※ 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

- ✓ 当期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

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	2025/4Q	増減
流動資産	4,381	4,433	+51
現金および現金同等物	3,548	3,417	△130
非流動資産	30,350	32,389	+2,039
有形固定資産	16,050	17,529	+1,479
のれん	11,203	11,203	0
無形資産	85	127	+41
繰延税金資産	1,898	2,314	+416
資産合計	34,732	36,823	+2,091
流動負債	9,645	11,397	+1,752
営業債務およびその他の債務	1,701	1,943	+242
借入金	4,181	4,459	+277
その他の金融負債	1,000	1,054	+53
非流動負債	16,240	15,316	△923
借入金	9,347	7,911	△1,435
その他の金融負債	5,432	5,926	+493
負債合計	25,885	26,714	+828
資本合計	8,846	10,109	+1,262
負債および資本合計	34,732	36,823	+2,091

(単位：百万円)	2024/4Q	2025/4Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,891	4,756	+864
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,450	△2,651	△1,200
財務活動によるキャッシュ・フロー	△621	△2,219	△1,597
現金および現金同等物に係る換算差額	9	△16	△25
現金および現金同等物の増減額	1,828	△130	△1,958
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	3,548	3,417	△130

POINT (前年差異)

- 営業キャッシュ・フロー
 - ✓ 法人所得税の支払 △688百万円
 - ✓ 税引前利益 +1,843百万円
 - ✓ 減価償却費及び償却費 +2,503百万円
- 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 △2,484百万円
- 財務キャッシュ・フロー
 - ✓ 短期借入金の純増 +182百万円
 - ✓ 長期借入金（一年内返済予定）の返済 △2,557百万円
 - ✓ 長期借入金による収入 +1,165百万円
 - ✓ リース負債の返済 △1,008百万円

CONTENTS

01

2025年12月期通期
サマリー

02

2025年12月期通期
決算概要

03

新社名決定のお知らせ
2026年12月期業績予想

04

株式会社エスクリとの
経営統合効果の進捗

2026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、当社が将来の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。本グループの事業は、顧客嗜好・社会情勢・経済情勢等の影響を受け、業績が変動する可能性があります。本資料は、参考資料としてご利用ください。本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。

■ 本日開催の取締役会において、商号の変更及び定款の一部変更を株主総会に付議することを決議

 NOVARESE

Escrit



ON THE PAGE

株式会社オンザページ
ON THE PAGE, Inc.

- 2026年4月、合併後の新会社における2026年12月期 業績予想を開示予定
- 同日、新会社設立にあたり、具体的な経営方針および事業戦略について解説する記者会見を開催予定

記者会見概要

日 時 : 2026年4月 (予定)

形 式 : 会場開催 (機関投資家・アナリスト向け)
YouTubeによるライブ配信
※アーカイブ動画を後日視聴可能

登壇予定者 : 株式会社ティーケーピー
代表取締役社長 河野 貴輝 様
株式会社オンザページ
代表取締役会長CEO 渋谷 守浩
代表取締役社長COO 荻野 洋基

ライブ配信
視聴方法 : 後日IRサイトへの公開およびリリース等にて配信予定



ON THE PAGE

CONTENTS

01

2025年12月期通期
サマリー

02

2025年12月期通期
決算概要

03

2026年12月期業績予想
開示スケジュール

04

株式会社エスクリとの
経営統合効果の進捗

2026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、当社が株主に対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。本グループの事業は、顧客嗜好、社会情勢、経済情勢等の様々な要因により変動する可能性があります。本資料は、投資判断の材料として利用されるべきではありません。本資料は、投資判断の材料として利用されるべきではありません。本資料は、投資判断の材料として利用されるべきではありません。

- 4月1日の合併効力発生に先駆け、企業価値向上に資する施策を随時実行
- 早期にシナジー創出を期待できる範囲から協業を開始することで、統合メリットの最大化を図る

01

集客・受注強化

集客チャネル・営業ツールの
相互活用によるメリット創出

02

収益力強化

スケール拡大を活かした
原価・固定費構造の改善

03

内製力強化

事業領域の拡張による
収益機会増加・利益率向上

04

人的資本強化

人材交流と育成基盤の融合による
組織力の向上

- 統合完了を待たず、現場・機能連携レベルでシナジー創出が進行中
- 統合後の成長加速に向けた基盤構築は想定以上のスピードで進展

01

集客・受注強化

集客チャネル・営業ツールの
相互活用によるメリット創出

● スケールメリットを活かした集客・受注施策の遂行

- ・ 広告コストの圧縮により、各種メディアにおける費用対効果向上を見込む
- ・ 経営統合による新規来館組数の母数増加に伴い、顧客接点・受注機会が拡張され、ノバレーゼおよびエスクリ双方における受注組数の増加を図る

● 相互送客による受注機会損失の低減

- ・ ノバレーゼ、エスクリ双方で相互送客を開始 すでに複数の成約実績を確認
- ・ リゾート施設の展開強化によるパフォーマンス向上にも期待

● 営業スタイルの最適化による受注率の底上げ

- ・ ノバレーゼが誇る高受注率の営業スタイルをエスクリ社運営の施設でもテスト予定
- ・ 施設の特長やエリアの特性に合わせ、会場案内等のスタイルの最適化を図る

02

収益力強化

スケール拡大を活かした
原価・固定費構造の改善

● 共同購買の検討・実行を開始

- ・ エスクリ社の運営の『WINELIST』を活用し、飲料のコストダウンを想定
- ・ そのほか食材、備品、外注、広告等の幅広い領域で共通化および集約化を推進し、スケール拡大による調達条件の改善および重複コストの削減を志向

● 宴会受注強化による平日の施設稼働率向上

- ・ エスクリ社が運営する『PARTY HUNTER』の強みを活かし宴会受注を促進
- ・ 固定費比率の低下が利益率向上に寄与することで、収益性向上を見込む

- 統合完了を待たず、現場・機能連携レベルでシナジー創出が進行中
- 統合後の成長加速に向けた基盤構築は想定以上のスピードで進展

03

内製力強化

事業領域の拡張による
収益機会増加・利益率向上

- **両社の強みを掛け合わせた内製体制を構築**
 - ・両社それぞれで一部外注していた領域を、本経営統合によって内製化
 - ・今後はヘアメイクなど、内製範囲のさらなる拡大を目指す
- **CRM・LTV向上に資する事業展開を構想**
 - ・顧客データ活用を起点とした継続的な価値提供モデルの検討
 - ・統合後を見据え、新たな事業領域の開発プロセスを両社協働で推進

04

人的資本強化

人材交流と育成基盤の融合による
組織力の向上

- **新卒の採用・研修における連携を開始**
 - ・2026年夏頃から新会社としての新卒採用活動開始を想定
 - ・確立された当社の研修制度をエスクリ社にも普及し、育成力強化を図る
- **受注活動におけるナレッジ共有・勉強会の実施**
 - ・すでに一部のエリアでは、両社スタッフによる勉強会・情報交換の場を設定
 - ・双方の強みを相互活用することで、組織統合メリットの最大化を図る

- エスクリ社との経営統合が、親会社であるティーケーピー社との連携強化に貢献
- 引き続きティーケーピーグループとしての事業連携の加速化を図る



本社コスト圧縮



- グループウェアの統合、採用管理ツールの共通化等により、本社機能のあらゆるコストの圧縮が実現。今後は事業側においても、グループ全体として享受できるスケールメリットの最大化を図る

宴会送客増強



- エスクリ社が展開するイベント会場・スペース案内サービス『PARTY HUNTER』を新会社としても活用することにより、ティーケーピー社との相互送客を強化、組数増加を見込む

周辺事業拡張



- ティーケーピー社を含めたグループ組織として、各企業が有する資産・情報・ノウハウを活用し合うことで、結婚式前後のライフイベントまで網羅できる周辺事業を拡張

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
2026年	NEW 2月予定	婚礼業務受託 (国内)	シギラ ミラージュ ベイサイドチャペル	—	50	沖縄県宮古島市
	NEW 3月予定	婚礼業務受託 (海外)	ハレクラニ	—	未定	ハワイ ホノルル
	NEW 3月予定	婚礼業務受託 (海外)	ザ・カハラ・ホテル&リゾート	—	未定	ハワイ ホノルル
	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 5月予定	ゲストハウス (婚礼施設)	(仮称) 軽井沢プロジェクト	2	80	長野県佐久市 軽井沢町
	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 (国内)	
40 店舗 (+4)	25 店舗 (-)	10 店舗 (-1)	4 店舗 (+2)	3 店舗 (+1)	82 店舗 (+6)

※2027年開業予定も含む。()内は2025年12月期末対比



(仮称) 軽井沢ブライダルプロジェクト

所在地： 長野県北佐久郡軽井沢町大字軽井沢字
野沢原1323-609 他8筆

開業： 2027年5月（予定）

設備： 1チャペル（80人） / 2バンケット（30人・54人）

- JR 軽井沢駅から車で約5分
- 観光地としても人気の雲場池から徒歩圏内に位置する 5,553.01 m²の広大な敷地の一部に、軽井沢の自然と調和する低層デザインの建物を新築。
- 澄んだ空気と豊かな緑に囲まれたロケーションで、敷地の周囲には樹林帯が広がり、四季ごとに表情を変える清涼感ある景観が特徴
- 軽井沢の自然美を借景にした広大な敷地を活かし、チャペル、バンケットを設計することで、非日常的な体験価値を提供



ホテル シギラミラージュ

所在地： 沖縄県宮古島市上野字新里1405-106

提携開始： 2026年4月（予定）

収容人数： 最大50名

- ユニマットグループの株式会社南西楽園リゾートと提携
- 沖縄県宮古島の『ホテル シギラミラージュ』の敷地内に佇む、独立型のシーサイドチャペルで行う婚礼プランを販売
- 赤瓦を使用した優美な外観と、宮古島の海を表現したブルーガラススタイルが一面に広がる内観が特徴。シギラビーチから徒歩1分のオーシャンフロントのプライベートバンケットでは、ゆったりと優雅に泳ぐウミガメを眺めながらのウェディングパーティが楽しめる

ハワイを代表するラグジュアリーホテルでの婚礼受託を開始 フォトウエディングとのセットプランも提供

ザ・カハラ・ホテル&リゾート



所在地 : 5000 Kahala Avenue Honolulu, Hawaii, 96816

- 1964年の開業以来、『時を超えたラグジュアリー』をコンセプトに掲げ、各国の大統領や皇室メンバー、そしてセレブに選ばれてきた格式高いリゾートホテル
- シーフロントに位置する『プルメリアガーデン』(写真右上)でのガーデンウエディングをはじめとした挙式プランを販売予定

ハレクラニ



所在地 : 2199 Kalia Road, Honolulu, Hawaii 96815

- 1917年に開業し、100年以上の歴史を有するリゾートホテル
- ワイキキビーチの最前列に佇むロケーションと、人生の節目に丁寧に寄り添う気品あるホスピタリティが特徴
- 敷地内のガーデン『カヴェヘヴェ・ローン』(写真右上)でのガーデンウエディングをはじめとした挙式プランを販売予定

CONTENTS

01

2025年12月期通期
サマリー

02

2025年12月期通期
決算概要

03

2026年12月期業績予想
開示スケジュール

04

株式会社エスクリとの
経営統合進捗

05

業績推移 (IFRS)
補足資料

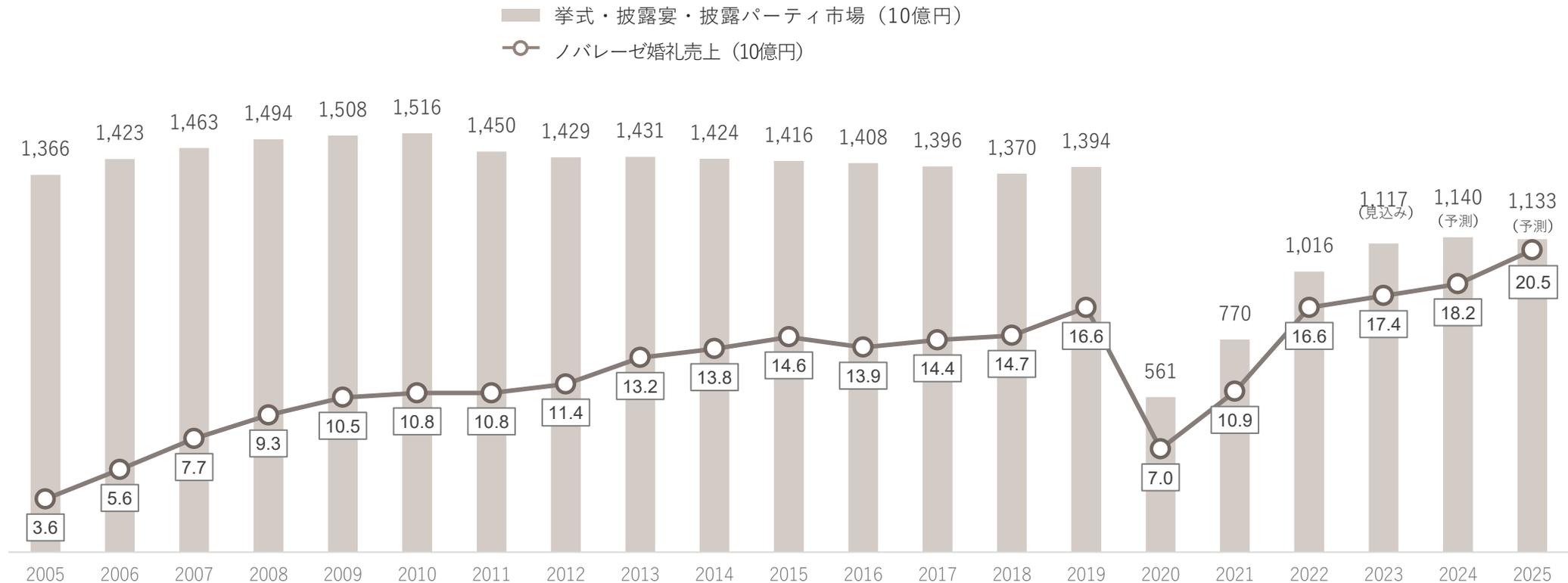
2026年12月期の取り組み

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、当社が特定の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。本グループの事業は、顧客嗜好・社会情勢・経済情勢等の影響を受け、変動する可能性があります。本資料は参考資料であり、必ずしも将来の業績や見通しは、不確実性が含まれていることをご承知おきください。

	2018/12	2019/12	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12	2024/12	2025/12
売上収益 (百万円)	18,388	17,405	7,334	11,191	17,222	18,265	19,299	22,039
営業損益 (百万円)	2,300	2,020	△3,942	822	2,776	1,539	1,337	2,247
営業損益率 (%)	12.5%	11.6%	△53.7%	7.3%	16.1%	8.4%	6.9%	10.2%
当期損益 (百万円)	1,074	1,313	△2,948	374	1,657	942	663	1,256
当期損益率 (%)	5.8%	7.5%	△40.2%	3.3%	9.6%	5.2%	3.4%	5.7%
施行組数 (組)	3,854	3,829	1,664	3,087	4,660	4,629	4,461	4,668

- 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

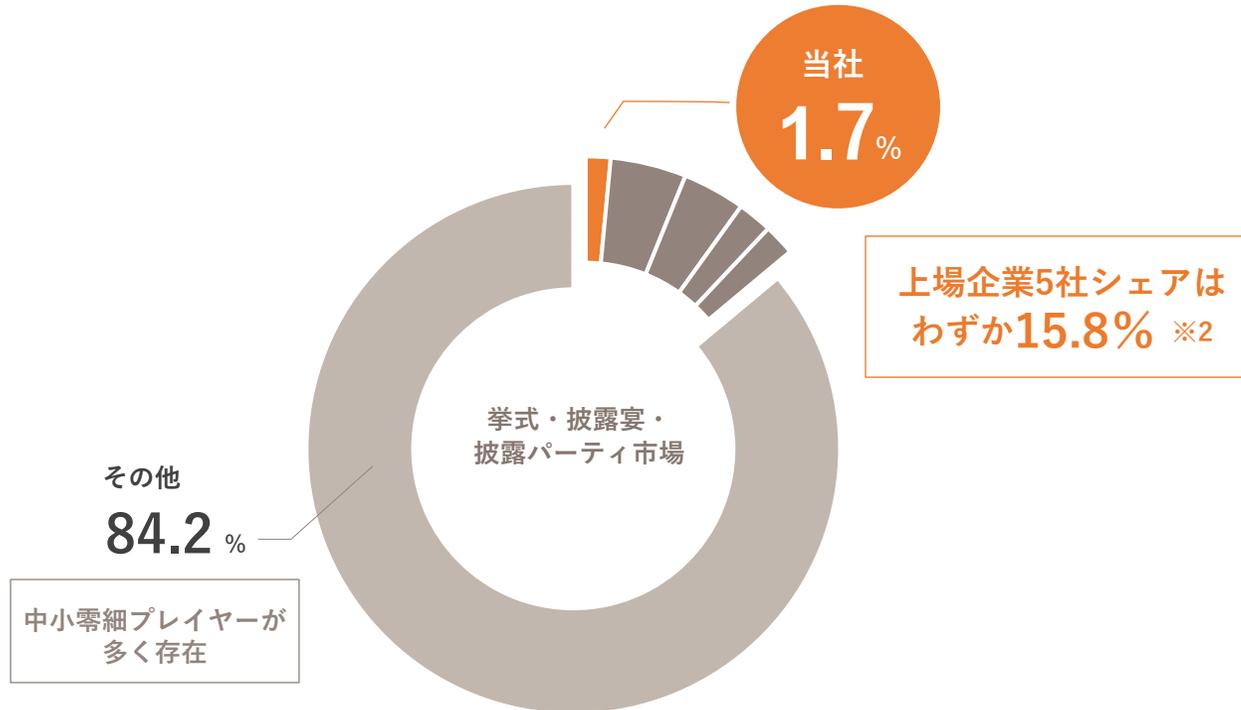
挙式・披露宴・披露パーティ市場規模推移



※ 出典：矢野経済研究所「2025年版プライダル産業年鑑」

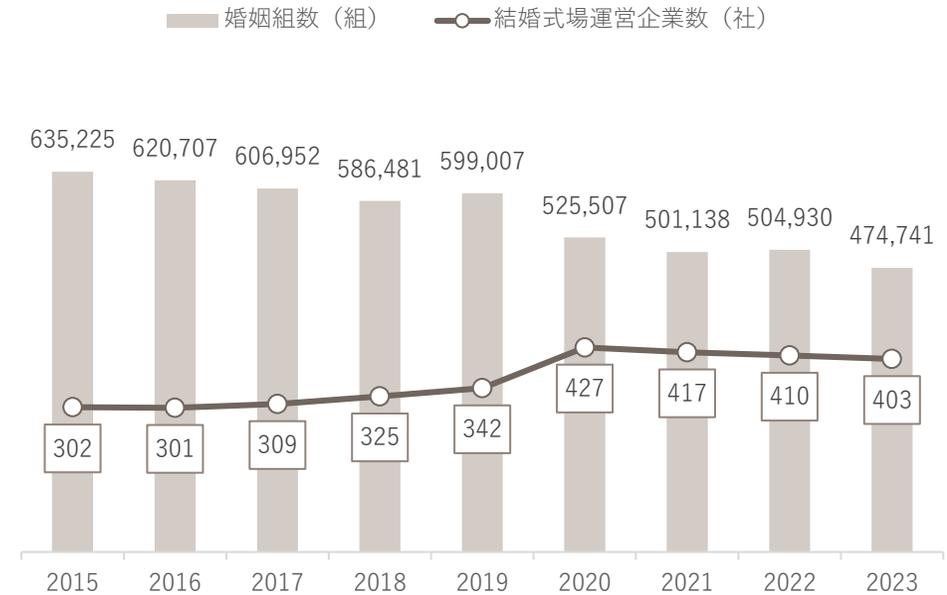
- マーケットの寡占度は低く、中小零細プレイヤーが群雄割拠
- コロナ禍により、プレイヤーの二極化が進展
- 婚姻組数が大きく変わらない中で、プレイヤーの淘汰が進む局面は当社にとって更なるシェア拡大の好機

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

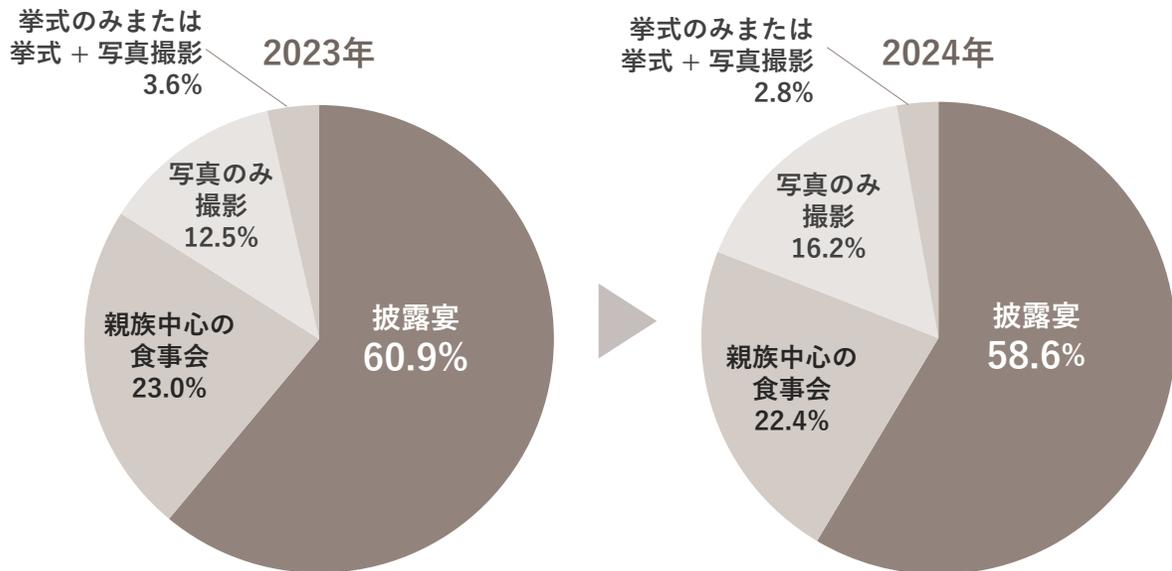


※ 出典：厚生労働省「令和5年人口動態統計（確定数）」
 ※ 出典：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」
 結婚式場運営企業数は調査対象の見直しによる不連続を調整した前年比の伸び率を2015年の実数を基に掛け合わせることで算出

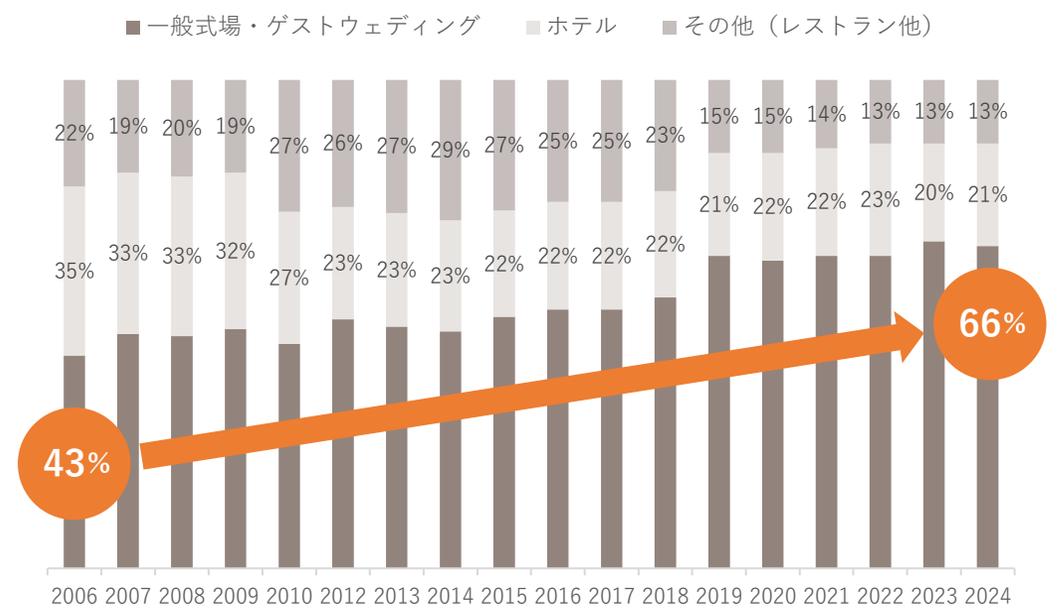
- 当社は周辺ビジネスの内製化により、結婚披露宴のみならず、結婚を機としたすべてのセレモニーに対応
- 披露宴自体も、ホテルよりも当社の基本コンセプトである貸切ゲストハウスが選好される傾向

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82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

- | | |
|---|---|
| <p>ハワイエリア</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ROYAL KAIRA WEDDING&SPA (ホノルル) ■ THE KAHALA HOTEL&RESORT (ホノルル) ■ HALEKULANI (ホノルル) | <p>ベトナムエリア</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ SHARI SAIGON MODERN JAPANESE CUISINE (ホーチミン) |
|---|---|

- 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)

- 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)

- 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)
 - 軽井沢プライダルプロジェクト (長野) ※2027年5月開業予定
 - 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)
 - アマンダンアイランド (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)

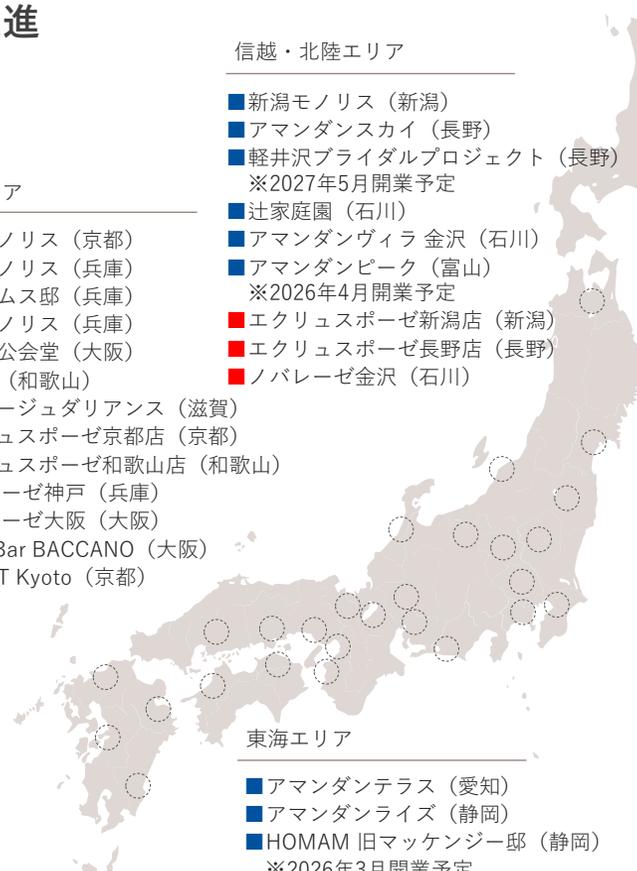
- 関東エリア
- 宇都宮モノリス (栃木)
 - 高崎モノリス (群馬)
 - アマンダンセイル (千葉)
 - 横浜モノリス (神奈川)
 - アマンダンヒルズ (神奈川)
 - アマンダンブルー 鎌倉 (神奈川)
 - ザ ロイヤル ダイナスティ大宮 (埼玉)
 - エクリュスポーゼ宇都宮店 (栃木)
 - エクリュスポーゼ高崎店 (群馬)
 - ノバレーゼ横浜 (神奈川)
 - エクリュスポーゼ大宮店 (埼玉)
 - Serafina NEW YORK さいたま新都心店 (埼玉)

- 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)

- 沖縄エリア
- サザンチャペル キラナリリゾート沖縄 (沖縄)
 - シギラ ミラージュ ベイサイドチャペル (沖縄)

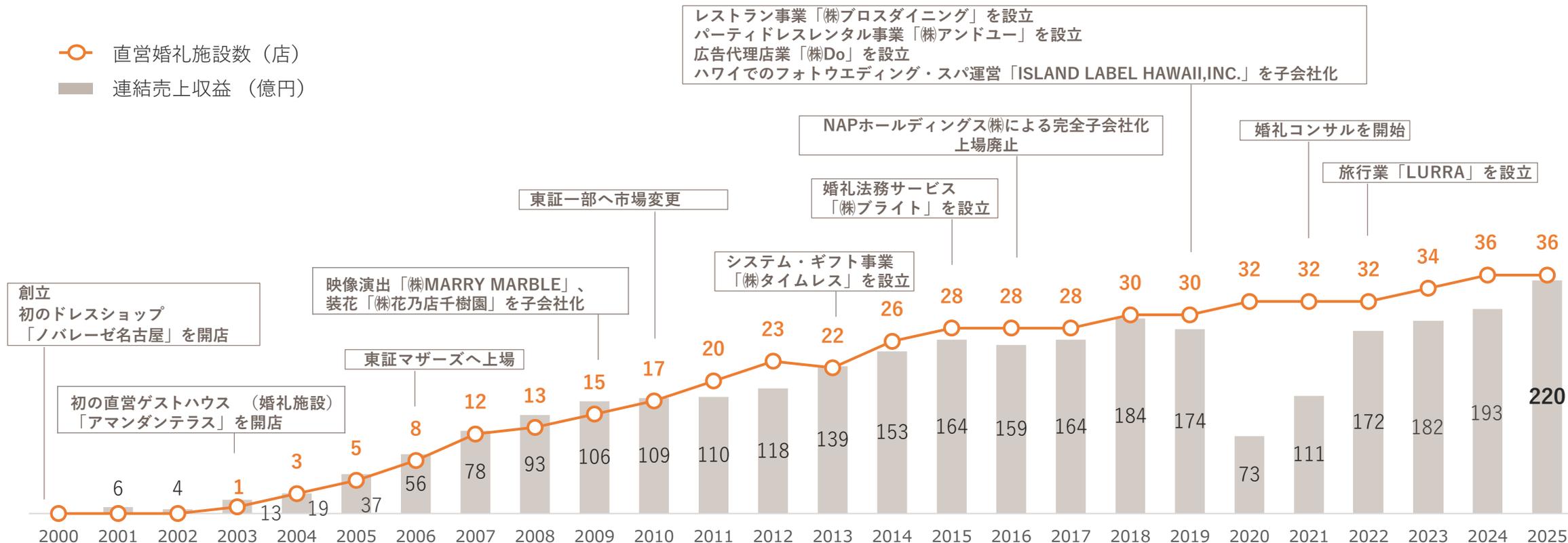
- 九州エリア
- 天神モノリス (福岡)
 - 熊本モノリス (熊本)
 - 大分モノリス (大分)
 - アマンダンブルー青島 (宮崎)
 - フレアージュ桜坂 (福岡)
 - ノバレーゼ福岡 (福岡)
 - エクリュスポーゼ熊本本店 (熊本)
 - エクリュスポーゼ大分店 (大分)
 - エクリュスポーゼ宮崎店 (宮崎)
 - 鉄板焼みたき桜坂 (福岡)

- 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)



※2026年2月13日現在

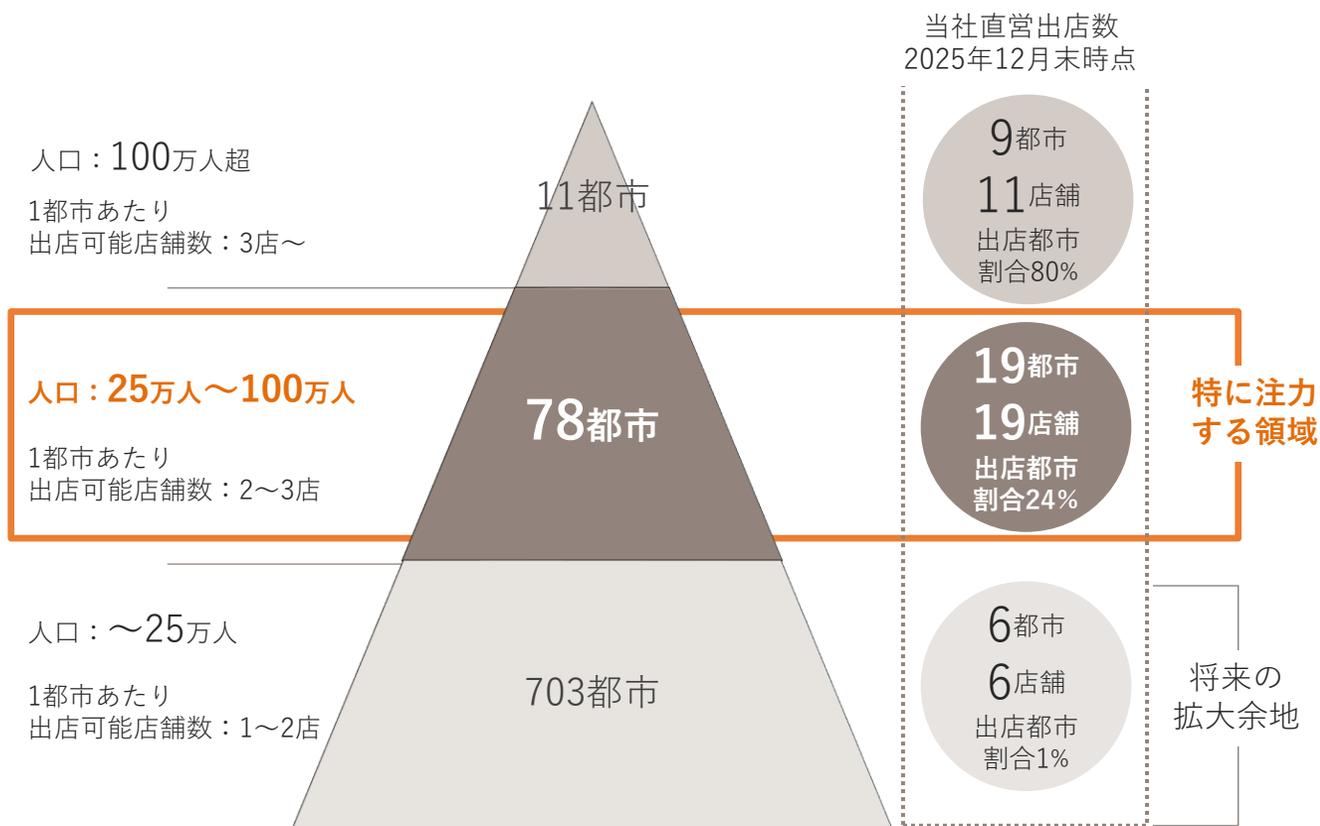
○ 直営婚礼施設数 (店)
■ 連結売上収益 (億円)



婚礼プロデュース事業・婚礼衣裳事業
婚礼施設の運営・レストラン事業
映像演出・写真・装花事業
ギフト・システム・コンサルティング事業
広告代理店業・ハワイへの進出

- 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

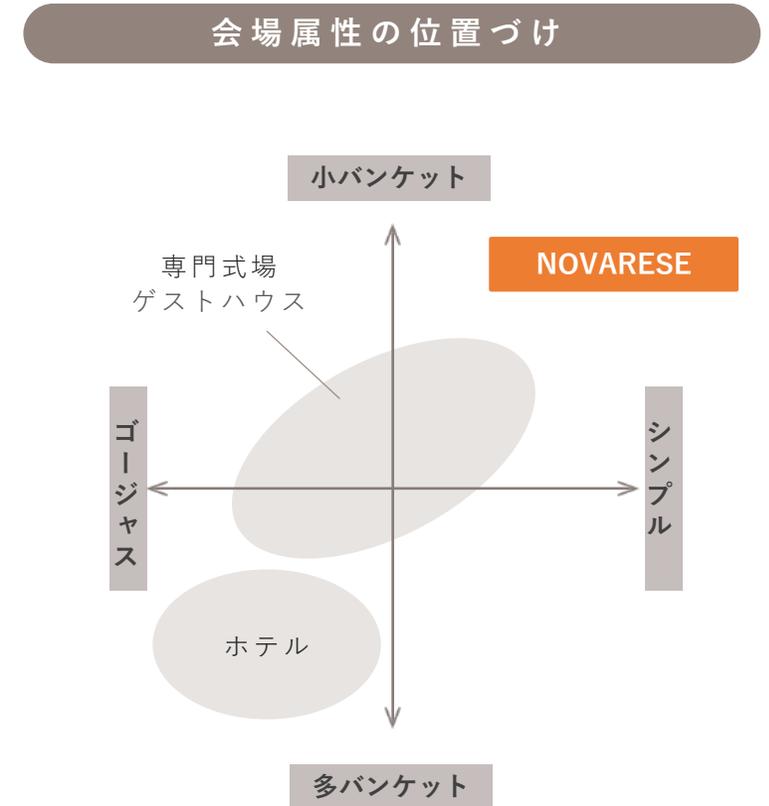
投資回収期間：**5年以内**
当社の1店舗当たりの年間売上目標：約5億円

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て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

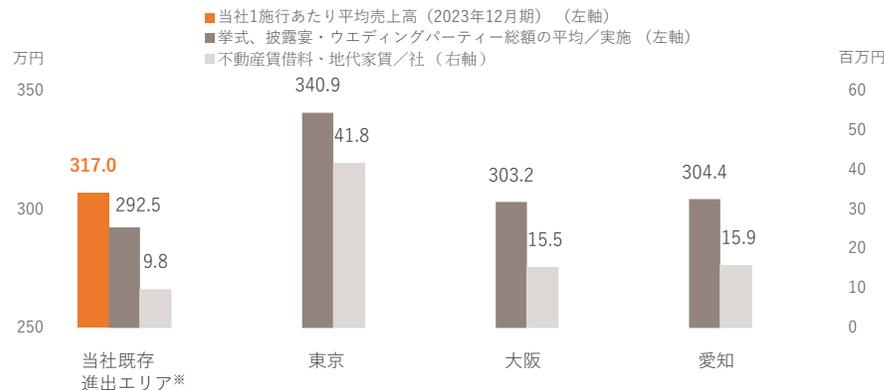
	大都市	地方都市
マーケット	大	小～中
競合	厳	緩
運営コスト	高	安

当社の注力領域 →

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	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
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

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。

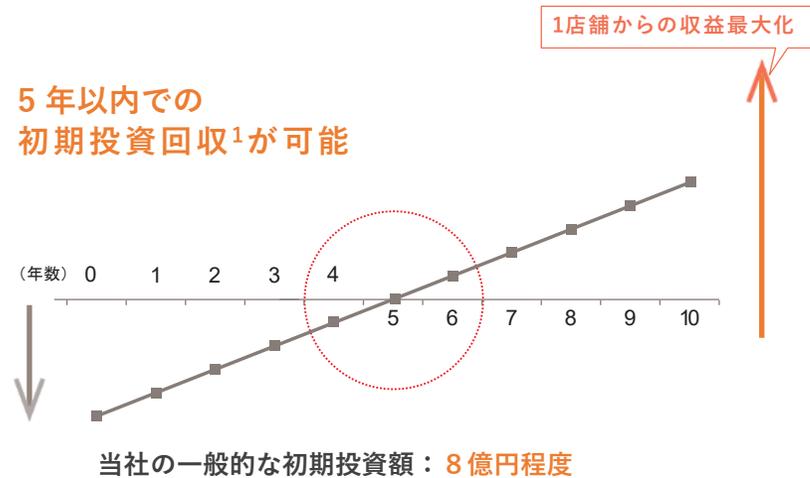
	所在地	人口	施設名
27	和歌山 和歌山市	36万	葵庭園
28	岡山 岡山市	70万	岡山モノリス
29	広島 広島市	119万	三瀧荘
30	広島 広島市	119万	広島モノリス
31	香川 高松市	42万	アマンダンカルム
32	愛媛 松山市	51万	松山モノリス
33	福岡 福岡市	157万	福岡天神モノリス
34	福岡 福岡市	157万	フレアー・ジュ桜坂*
35	大分 大分市	48万	大分モノリス
36	熊本 熊本市	73万	熊本モノリス
37	宮崎 宮崎市	40万	アマンダンブルー青島
38	沖縄 八重瀬町	3万	キラナリゾート沖縄

- 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、滋賀は買収店舗
 ※ 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

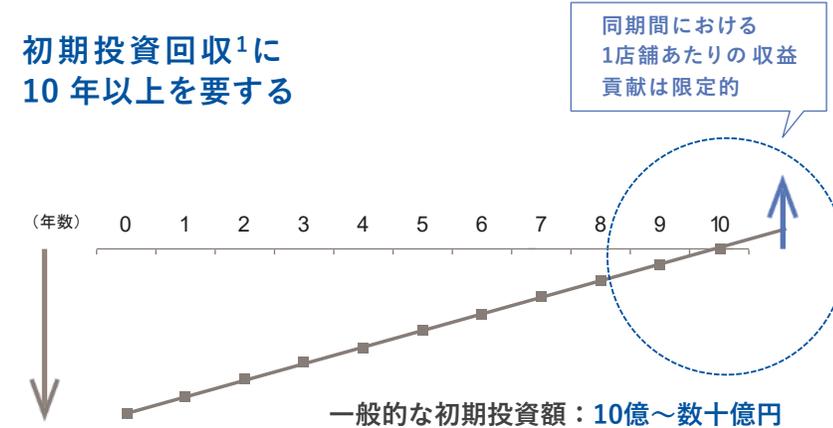
初期投資負担、広告宣伝費や賃料等のランニングコストの低さ、内製化やDXの進展による1施行あたりの収益最大化の実現を通じて、高い投資効率を実現

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、競争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。

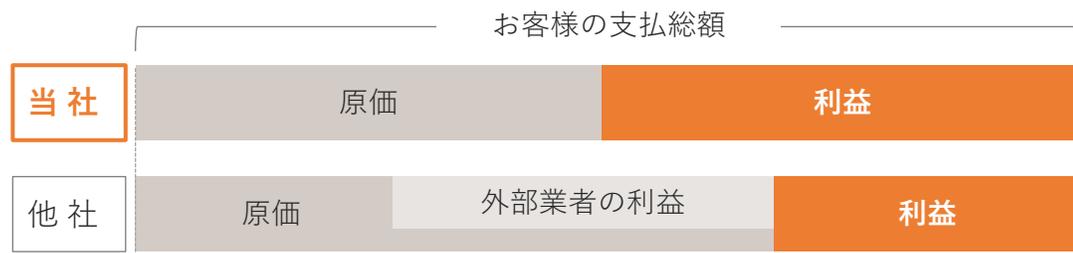
- 婚礼周辺をサービス内製化することにより、競合他社の多くが外注をしている領域を収益機会化。高収益性の実現に寄与
- さらに、これらの内製化されたサービスを外部事業者向けに販売することにより、新たな収益機会を獲得

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

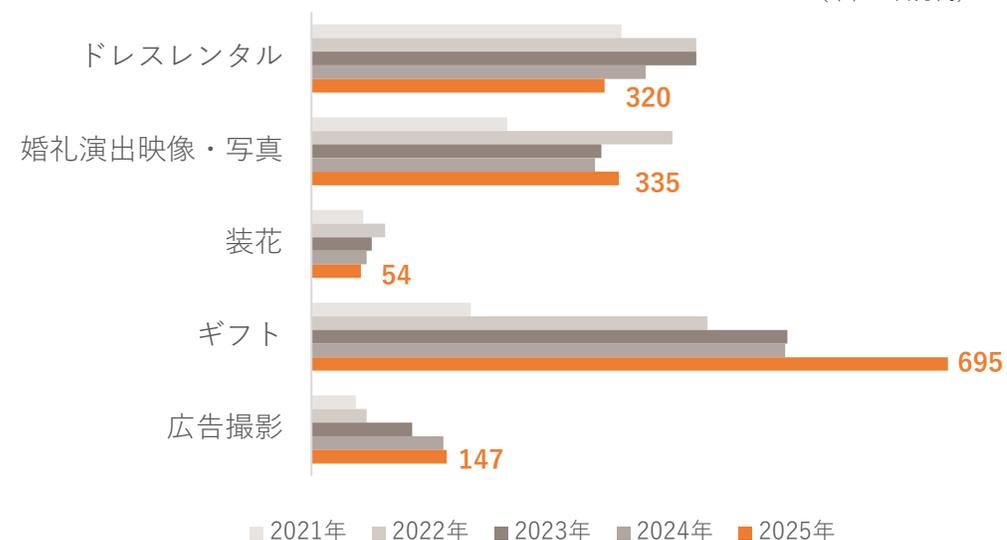
「内製化」を実現することによる収益性の違い（イメージ）



外販による収益貢献

婚礼周辺サービスの外部販売額

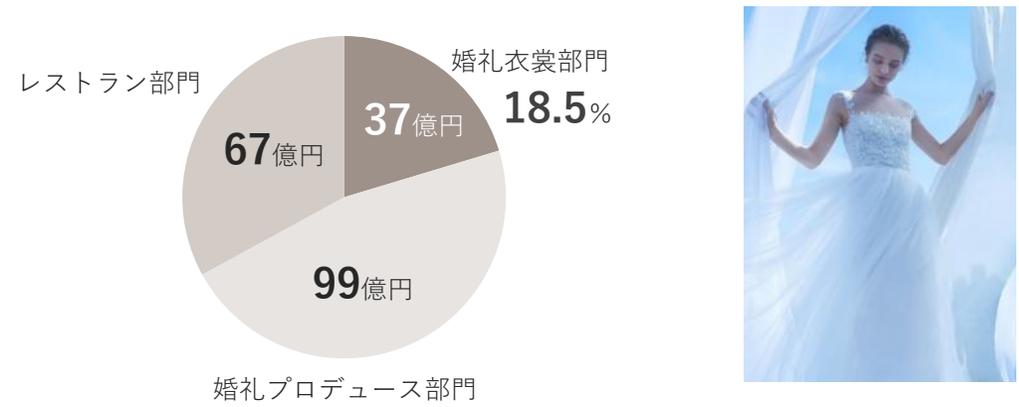
(単位：百万円)



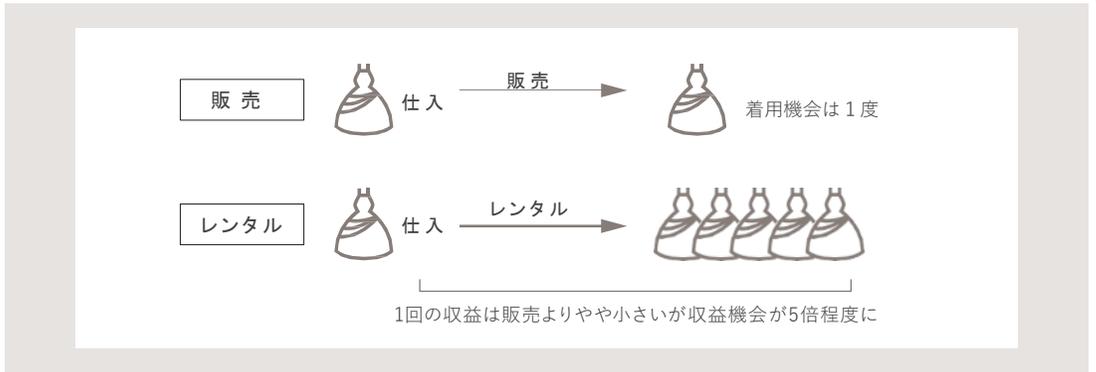
内製化したサービスを外部販売し収益化
成長ドライバーとして注力する領域

- 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（2025年12月期）



高収益性の源泉となる「レンタル」



同業他社比較

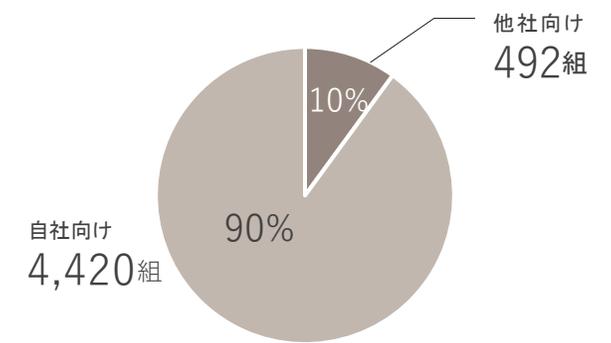
他社（一例）

- 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

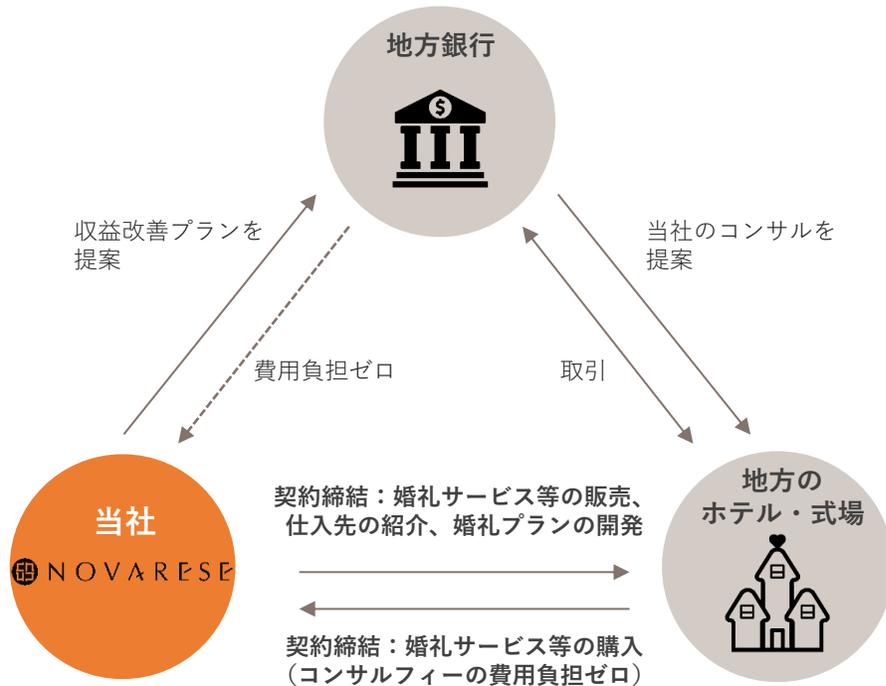
ドレスレンタル施行実績



※ 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2025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

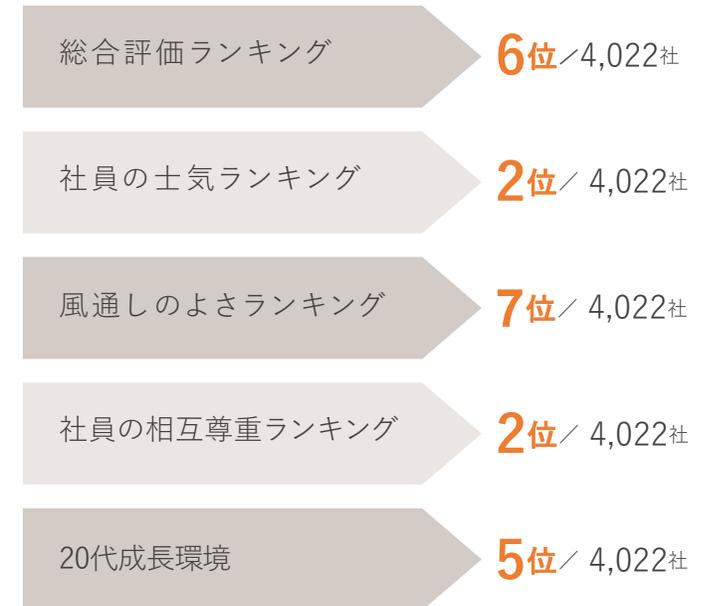
既存の婚礼プランの見直しや新規プランの開発をしながら、客単価引き上げ

- 採用活動・従業員教育・働きやすい環境づくりといった人材マネジメントサイクルを整備
- 人材に関して業界でトップクラスの評価を受ける

ノバレーゼの人材マネジメントサイクル



ノバレーゼ業界ランキング



スタッフの声

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



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

※1 新卒の応募者2,253名に対し63名の採用、中途の応募者4,647名に対し134名の採用

※2 出典：Openworkウェブサイト「フードサービス、飲食（Vorkers 区分）の企業における順位（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

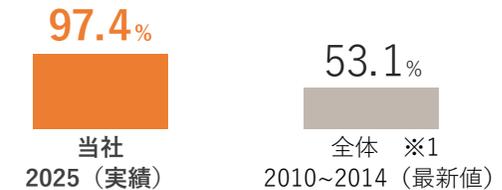
リモノバ（在宅勤務制度）

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）

直営婚礼施設（郊外型ゲストハウス／アマンダン）

■ 郊外で自然の景観に恵まれた地域を対象に展開する、リゾート型ゲストハウス。目の前に海が広がる会場や緑あふれる大自然の中に建つ会場など、都心部にはない景観の優位性を空間構成に取り入れています。海外リゾートのようなプライベート感と非日常を感じさせる建築と空間が特徴です。



アマンダンヒルズ
（神奈川県厚木市）



アマンダンブルー鎌倉
（神奈川県鎌倉市）



アマンダンセイル
（千葉市中央区）

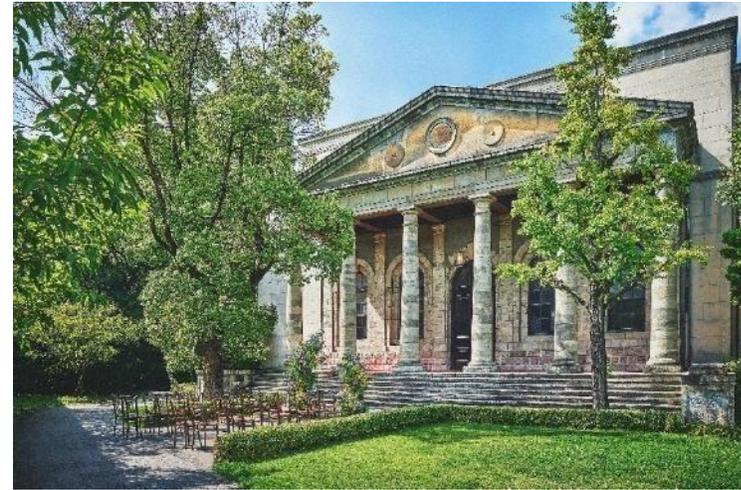


アマンダンライズ
（浜松市中区）

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。



フレアージュスイート
（青森県青森市）



フレアージュ桜坂
（福岡市中央区）

豊かな自然が感じられるリゾート地に展開をしていくキラナリゾートは、日常の喧騒から離れた滞在型のウェディングトラベルをご提案。雄大な自然に囲まれ、その土地ならではのロケーションを活かしたデザイン邸宅にて、心からの解放が感じられる一日を過ごしていただけます。



サザンチャペル
キラナリゾート沖縄
（沖縄県島尻郡）

NOVARESE (ノバレーゼ)



欧米諸国でブランドを展開するデザイナーのウエディングドレスやタキシードを直輸入しています。また、輸入に際して当社のブランディングデザイナーがドレスメーカーにデザインやカッティングをオーダーし、日本人の体型や嗜好にあわせてカスタマイズしています。さらに、品質維持を目的として徹底した商品管理を行うとともに、レンタル回数を3～5回に限定しています。

ecruspose (エクリュスポーゼ)



「Sweet Mode」をコンセプトに掲げた、当社オリジナルのドレスブランドです。スタイリッシュでエレガントな印象のドレスが揃うNOVARESEと比べ、ボリュームのあるラインのスカートやパステル系のカラードレスをラインアップに加える等、親しみやすく可愛らしいデザインのドレスを展開しています。また価格的にも手ごろなものを求める方を含め、幅広い顧客層をターゲットにしています。

- 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



1 貧困をなくそう

- 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



2 飢餓をゼロに

- 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）



3 すべての人に健康と福祉を

- 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



4 質の高い教育をみんなに

- インターシップの受け入れ
- 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



5 ジェンダー平等を実現しよう

- 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



6 安全な水とトイレを世界中に

- 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



7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに

- 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



8 働きがいも経済成長も

- 女性の活動躍進を推進
- インターシップの受け入れ
- 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



9 産業と技術革新の基盤をつくろう

- 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



10 人や国の不平等をなくそう

- 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



11 住み続けられるまちづくりを

- 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



12 つくる責任つかう責任

- 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



13 気候変動に具体的な対策を

- 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



14 海の豊かさを守ろう

- 地産地消を推進
- 食品ロスの低減を実現



15 陸の豊かさを守ろう

- 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



16 平和と公正をすべての人に

- 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



17 パートナーシップで目標を達成しよう

- 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



■ 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2025年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、2025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)