

2024年11月14日

Copyright © 2024 NOVARESE All Rights Reserved.



2024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

ノバレーゼ 代表取締役社長の荻野です。よろしくお願いいたします。
本日は、おいそがしいなか弊社決算説明会にご参加を賜り、
誠にありがとうございます。

2024年12月期 第3四半期決算について、ご説明いたします。

会社名	株式会社ノバレーゼ
代表者	代表取締役社長 荻野洋基
本社所在地	東京都中央区銀座1-8-14 銀座YOMIKOビル4階
創立年月日	2000年11月1日 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)
資本金	100百万円 (2023年12月31日時点)
従業員数	連結 1,127名 / 単体820名 (2023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会社化

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

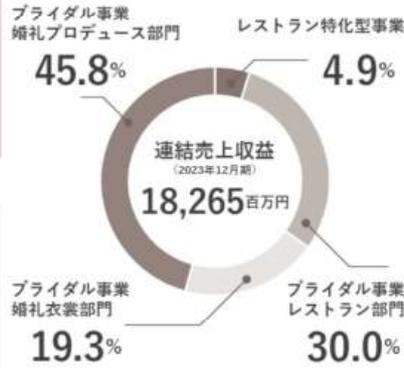
■ ゲストハウス（婚礼施設）を中心にドレスショップやレストランを展開し、ブライダルにおけるあらゆるニーズにワンストップで対応可能



**ブライダル事業
婚礼プロデュース部門**
挙式・披露宴も予定しているお客様に、会場のご案内から当日の企画、引出物や料理の選定など、結婚式に関わるすべてのプロデュースを行う



**ブライダル事業
婚礼衣裳部門**
全国にドレスショップを展開し、婚礼衣裳のレンタル・販売を行う



レストラン特化型事業
ランチ・ディナー・宴会に特化したレストランを運営



**ブライダル事業
レストラン部門**
婚礼飲食や宴会飲食を提供するほか、一部の婚礼施設においては、平日にランチ・ディナー営業を行う

- 地方都市×シンプルで洗練されたデザインの独自のポジショニングに特化
- 質の高い婚礼関連サービスを一気通貫で提供可能な事業体制

POINT ①

独自の マーケットポジション

- ▶ シンプルで洗練されたデザイン
投資額を抑えつつ、差別化された施設
- ▶ 地方都市圏を中心とした店舗展開
競合が少なく、低コストでの運営モデルを確立

POINT ②

サービス内製化

- ▶ 商品内製化による高い収益性
婚礼1施行あたりの収益機会を極大化
- ▶ 外販による収益貢献
内製化したサービスを外部販売し収益化

POINT ③

人的資本

- ▶ 業界トップクラスの評価水準
有名就職情報サイトで上位にランクイン
- ▶ 低い離職率×高い従業員満足度
優秀な人材が中長期的に活躍できる環境

CONTENTS

01

2024年12月期第3四半期
サマリー

02

2024年12月期第3四半期
決算概要

03

2024年12月期の取り組み

04

業績推移（IFRS）

05

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まください。

CONTENTS

01

2024年12月期第3四半期
サマリー

02

2024年12月期第3四半期
業績概要

2024年12月期第3四半期
業績概要 (IFRS)

01 売上収益は過去最高を記録

- 前連結会計年度の受注活動における影響により施行組数は前年同期比で減少したものの、平均ゲスト数および平均組単価が当第2四半期に続き堅調に推移

02 婚礼の受注状況が好調 受注残組数が前年同期超え

- 広告宣伝活動の強化が奏功し、新規来館組数は前年同期比+4.0%の8,005組で着地
- 受注率が全国的に底上げされ、前年同期比+4.9ポイントの47.5%となる
※ 会計期間で異出/受注取消キャンセルを含む
- 受注残組数は、コロナ禍後初めて前年同期を上回り、前年同期比+2.3%の3,512組で着地

03 一般飲食・レストラン特化型ともに順調に推移

- 婚礼施設における一般飲食の売上収益が前年同期比+86.4%と好調に推移
- レストラン特化型の新規開業は今期2店舗、来期も1店舗が決定

まずは、2024年12月期 第3四半期決算の要点をご説明いたします。

1点目、当第3四半期累計期間における売上収益は過去最高値を記録いたしました。前連結会計年度の下期において受注組数が伸び悩んだことによる施行組数の減少が影響したものの、平均ゲスト数および平均組単価の伸長等が貢献いたしました。

2点目、婚礼プロデュース部門における受注状況が好調に推移し、受注残組数が前年同期を上回る結果となりました。広告宣伝活動の強化等が奏功し、新規来館数が前年同期比プラス4.0%の8,005組で着地いたしました。また、戦略的な既存店の改装、高受注率者による教育研修の強化が、全国的な受注率の底上げに繋がり、受注残組数はコロナ禍後初めて前年同期を上回る水準まで回復しております。

3点目、婚礼施設における一般飲食およびレストラン特化型事業が順調に推移いたしました。当第2四半期から継続して、婚礼施設における法人宴会および定期イベント等が好調です。また、来期新たにレストラン特化型店舗の出店も決定し、さらなる収益基盤の拡大を図ります。出店計画の詳細は、後ほどご説明いたします。

売上収益	営業利益 (△は損失)	親会社の所有者に帰属する 四半期利益 (△は損失)
12,550 百万円	△96 百万円	△255 百万円
前年同期比 +3.2%	前年同期比増減 △201百万円	前年同期比増減 △163百万円
計画比 △3.1%	計画比増減 △133百万円	計画比増減 △100百万円
施行組数 [※]	平均ゲスト数 [※]	平均組単価 [※]
2,882 組	53.0 人	3,325 千円
前年同期比 △6.5%	前年同期比 +4.5%	前年同期比 +5.6%
計画比 △3.8%	計画比 △1.7%	計画比 △0.6%

※ 施行組数は100万円以上の宴会・披露およびリゾート型施設「キラナリゾート沖縄」を対象として算出
 ※ 平均ゲスト数、平均組単価はリゾート型施設「キラナリゾート沖縄」を含まず算出

8

続いて、主要なKPIについてご説明いたします。

売上収益は、前年同期比プラス3.2%、
 計画比マイナス3.1%の125億5,000万円、
 営業利益は、前年同期比マイナス2億100万円、
 計画比マイナス1億3,300万円のマイナス9,600万円、
 親会社の所有者に帰属する四半期利益は、
 前年同期比マイナス1億6,300万円、
 計画比マイナス1億円のマイナス2億5,500万円となりました。

施行組数は、前年同期比マイナス6.5%、
 計画比マイナス3.8%の2,882組、
 平均ゲスト数は、前年同期比プラス4.5%、計画比マイナス1.7%の53.0人、
 平均組単価は、前年同期比プラス5.6%、
 計画比マイナス0.6%の332万5,000円となりました。

詳細は次のページ以降でご説明いたします。

CONTENTS

01

2024年12月期第3四半期
サマリー

02

2024年12月期第3四半期
決算概要

2024年12月期第3四半期決算要約(IFRS)

連結損益計算書

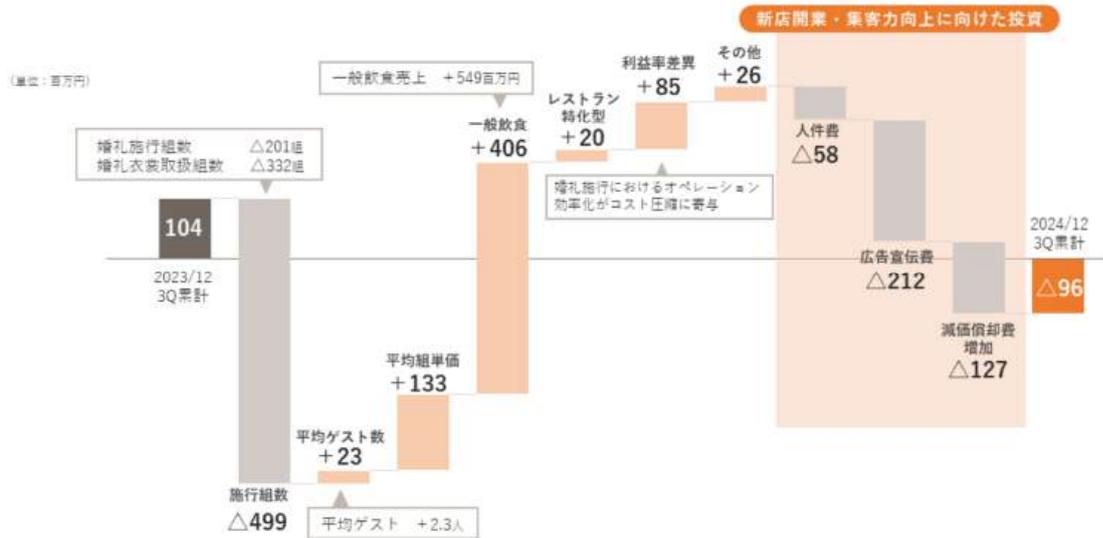
- 平均ゲスト数・平均組単価の伸長および一般飲食が、売上収益の増加に貢献
- 中長期的な企業成長を図るべく、新店開業および集客力向上に向けた投資を継続して実行

(単位：百万円)	2023/12 3Q累計	2024/12 3Q累計	増減額	増減率	2024/12 3Q累計 計画	計画比	2024年12月期第3四半期末績/POINT
売上収益	12,158	12,550	+392	+3.2%	12,948	△3.1%	● 売上収益 ✓ ゲスト数・組単価の伸長により前年同期を上回るが、 婚礼施行組数の減少に伴い計画比を下回る ✓ 婚礼施設における法人宴会および一般飲食の増加が、 収益および利益に大きく貢献
売上総利益	6,581	6,789	+207	+3.2%	6,924	△1.9%	● 原価 ✓ 新店に係る固定費が増加しているものの、婚礼施行に おけるオペレーションの効率化がコスト圧縮に寄与
販管費	6,444	6,903	+458	+7.1%	6,974	△1.0%	● 販管費 ✓ 集客力向上を目的とした広告宣伝費が増加 ✓ 前期に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 当第2四半期に続き計画比で縮減
営業利益 (△は損失)	104	△96	△201	-	37	-	
営業損益率	0.9%	△0.8%	△1.6pt	-	0.3%	-	
税引前四半期利益 (△は損失)	△126	△384	△257	-	△231	-	
親会社の所有者に帰属する 四半期利益 (△は損失)	△91	△255	△163	-	△154	-	
(ゴキキ) EBITDA ※	1,841	1,767	△74	△4.0%	1,853	△4.6%	

※ EBITDA：営業利益+減価償却費及び償却費

連結損益計算書はご覧の通りです。

- 前第3～4四半期の受注組数減少の影響により施行組数が減少したものの、一般飲食が大きく伸長
- 中長期的な企業成長を目的とし、新店開業・集客力向上に向けた投資を継続



営業利益の前年同期比 増減要因について図解しております。

まず、婚礼プロデュース部門および婚礼衣裳部門における施行組数の減少による影響額が、マイナス4億9,900万円、平均ゲスト数が2.3人増加したことによる影響額がプラス2,300万円、平均組単価が増加したことによる影響額がプラス1億3,300万円、一般飲食の売上が5億4,900万円増加したことによる影響額がプラス4億600万円、レストラン特化型の売上増加による影響額がプラス2,000万円、婚礼プロデュース部門の施行におけるオペレーションの効率化による影響額が、プラス8,500万円となりました。

一方、コスト面では、新店開業および集客力向上に向けた投資として、人件費が5,800万円、広告宣伝費が2億1,200万円、新店および既存店の減価償却費が1億2,700万円増加いたしました。

当第2四半期に続き、婚礼施設における一般飲食が利益に大きく貢献しております。

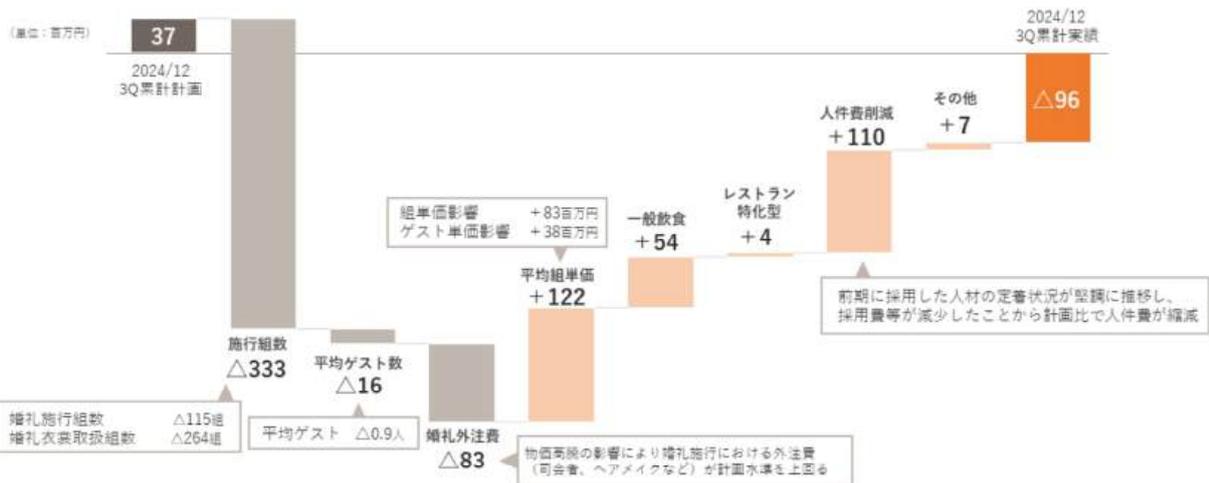
また、婚礼プロデュース部門の受注活動の状況は好調に推移しており、新規来館組数、受注組数、受注残組数ともに前年同期を上回って推移しております。

そして、婚礼施行に係るオペレーションの効率化により、施行のクオリティを下げることなく無駄な人的工数を削減できたことで、コストの圧縮が利益に寄与しております。

営業利益の計画に対する増減分析（連結）

NOVARESE

- 施行組数による影響が当初の計画を下回るものの、組単価およびゲスト単価の伸長が想定を上回る
- 前連結会計年度に実施した人材に対する先行投資が、当第2四半期に続き人件費のコスト圧縮に寄与



12

続いて、営業利益の計画比増減要因について図解しております。

婚礼プロデュース部門および婚礼衣裳部門における施行組数が、計画を下回ったことによる影響額が、マイナス3億3,300万円、平均ゲスト数の影響額がマイナス1,600万円、婚礼プロデュース部門の施行における司会者、ヘアメイク等の外注費が、物価高騰により想定を上回ったことによる影響額がマイナス8,300万円となりました。

平均組単価の増加による影響額がプラス1億2,200万円、一般飲食売上の増加による影響額がプラス5,400万円、レストラン特化型の増収による影響額がプラス400万円、前期に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、人件費削減による影響額がプラス1億1,000万円となりました。

引き続き、新規開業および集客力向上に向けた投資を継続しつつ、さらなるコスト構造の最適化により、収益性の向上を図ります。

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で大きく伸びる見込み

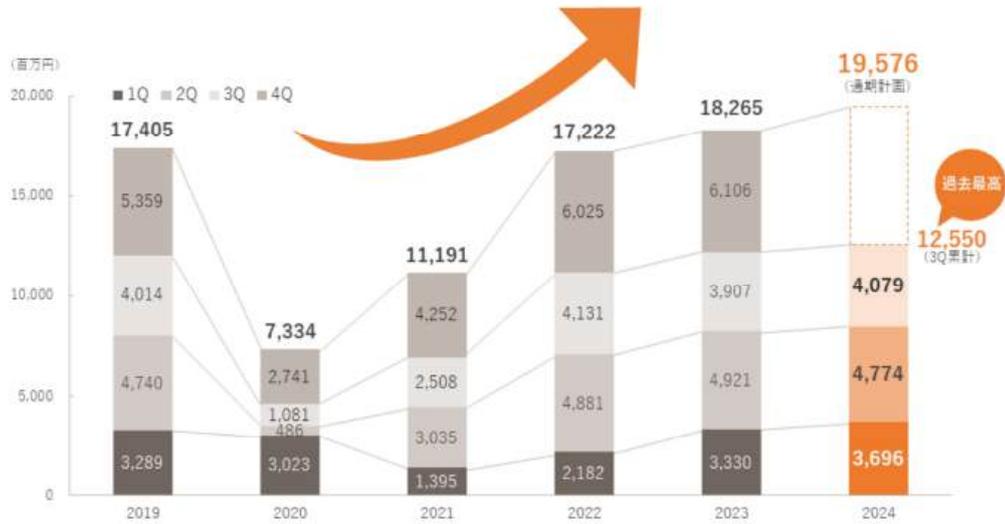


四半期業績の推移は、ご覧のとおりです。

なお、当第4四半期会計期間における施行組数は、前年同期を上回る水準で推移しており、今期の通期業績への貢献が見込める状況となっております。

売上収益の推移（連結）

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



2019年12月期以降の売上収益の推移です。

平均ゲスト数、平均組単価の回復に伴い、
当第3四半期累計期間における売上収益は過去最高値を更新いたしました。

セグメント別の状況（連結）

ブライダル事業 (単位：百万円)	2023/12 3Q累計	2024/12 3Q累計	増減額	増減率
売上収益	11,520	11,739	+219	+1.9%
セグメント利益	1,038	801	△237	△22.8%
セグメント利益率	9.0%	6.8%	△2.2pt	-



POINT

平均ゲスト数の増加等により平均組単価が上昇したこと、および増礼施設での一般飲食が好調に推移していることから、売上収益は前年同期比プラス219百万円の増収となる。一方で、利益面では新店に係る人件費等の開業費用および集客力向上に向けた広告宣伝費が増加したことから、セグメント利益はマイナス237百万円の減益で着地。

レストラン 特化型事業 (単位：百万円)	2023/12 3Q累計	2024/12 3Q累計	増減額	増減率
売上収益	637	810	+172	+27.1%
セグメント利益	5	26	+21	+407.3%
セグメント利益率	0.8%	3.3%	+2.5pt	-



POINT

インバウンド需要や法人宴会の増加および接待利用や一般飲食の回復基調により既存店の売上増加、来店客数や1人あたりの料飲単価が増加したこと等により、売上収益は前年同期比プラス172百万円の増収、セグメント利益はプラス21百万円の増益。

セグメント別の状況です。

ブライダル事業の売上収益は、平均ゲスト数の増加による平均組単価の上昇、婚礼施設での宴会および一般飲食の需要の回復基調が継続的に貢献し、前年同期比プラス1.9%の117億3,900万円で増収となりました。

一方で、新店に係る人件費等の開業費用および集客力向上に向けた広告宣伝費が増加したことから、セグメント利益は前年同期比マイナス22.8%の8億100万円となりました。

レストラン特化型事業の売上収益は、インバウンド需要や法人宴会の増加および接待利用や一般飲食の回復基調により既存店の売上の増加等が貢献し、前年同期比プラス27.1%の8億1,000万円で増収、セグメント利益は、7月にオープンした「SHARI流川」の開業費用を吸収したうえで、前年同期比プラス2,100万円の2,600万円で着地しました。

来月および来期にも出店が決定していることから、さらなる増収を目指します。

セグメント別売上収益（連結）

■ ブライダル事業全体ではレストラン部門（一般飲食）が好調に推移し増収で着地

(単位：百万円)	2023/12 3Q累計	2024/12 3Q累計	増減額	増減率	POINT
ブライダル事業	11,520	11,739	+219	+1.9%	<ul style="list-style-type: none"> ● 婚礼プロデュース部門売上収益 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 前連結会計年度の下期において受注組数が伸び悩んだことによる施行組数の減少に伴い減収 ● 婚礼衣裳部門売上収益 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 衣裳小物の販促強化等による施策が奏功し、平均単価は増加したものの、取扱組数の減少による影響を吸収しきれず減収 ● レストラン部門（ブライダル事業）売上収益 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 婚礼飲食は、施行組数の減少に伴い減収 ✓ 一般飲食は、法人宴会の増加およびイベント等の集客好調により増収 ● レストラン特化型売上収益 <ul style="list-style-type: none"> ✓ インバウンド需要や法人宴会の増加および接待利用等の回復基調により増収
婚礼プロデュース部門	5,593	5,470	△123	△2.2%	
婚礼衣裳部門 ※	2,360	2,289	△70	△3.0%	
内 自社施行	2,085	2,041	△44	△2.1%	
内 他社施行	274	248	△26	△9.5%	
レストラン部門	3,567	3,979	+412	+11.6%	
内 婚礼飲食	2,931	2,794	△137	△4.7%	
内 一般飲食	636	1,185	+549	+86.4%	
レストラン特化型事業	637	810	+172	+27.1%	

※ 自社施行とは当社婚礼施設で行う形式・設備利用自費のレンタル・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形式・設備利用の委託のこと。

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

- 施行組数の減少に伴い減収となったものの平均ゲスト数・平均組単価は当第2四半期から継続して伸長
- 新規来館組数および受注組数の伸長により、受注残組数が前年同期比を上回る水準に回復

	2023/12 3Q累計	2024/12 3Q累計	増減	増減率
売上収益 (百万円)	5,593	5,470	△123	△2.2%
店舗数 (店)	34	36	+2	-
新規来館組数 (組)	7,697	8,005	+308	+4.0%
施行組数 (組)	3,083	2,882	△201	△6.5%
受注組数 (組)	3,358	3,541	+183	+5.4%
受注残組数 (組)	3,434	3,512	+78	+2.3%
平均ゲスト数 (人)	50.7	53.0	+2.3	+4.5%
平均組単価 (円)	3,148	3,325	+176	+5.6%

POINT
<ul style="list-style-type: none"> ● 新規来館組数・受注組数 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 2024年開業店舗および一部既存店の受注が堅調に推移 ✓ 高受注率者による社内研修の強化等により、受注率が全国的に底上げされ、前年同期を上回る ● 受注残組数 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 当第3四半期累計期間の受注が堅調だったことにより、前年同期を上回る ● 平均ゲスト数 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 当第2四半期からさらに増加し、回復基調を継続 ✓ WEB招待状の販促強化等により、当第4四半期以降もさらなるゲスト数増加を見込む ● 平均組単価 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 平均ゲスト数の増加および付帯商品の商品開発や、販促ツール強化、販売価格の見直し等により増加

※ 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：受付済者、受注済者、受注済者数(100万円以上の案件) ※ 費用およびリポート集約数(マラナリゾート併設)
 ※ 平均ゲスト数、平均組単価はリポート集約数(マラナリゾート併設)を含まず算出

17

婚礼プロデュース部門の状況です。

売上収益は前年同期比マイナス2.2%の54億7,000万円となりました。

新規来館組数は、当第3四半期累計期間に実施した

広告宣伝施策が奏功し、前年同期比プラス4.0%の8,005組となりました。

インスタグラム等への広告出稿による認知獲得を起点とした集客施策が好調です。

受注組数は、2024年開業の新店および一部既存店における

受注が堅調に推移したこと、および高受注率者による社内研修の

強化等による全国的な受注率の底上げが貢献し、

前年同期比プラス5.4%の3,541組となりました。

また、当第3四半期累計期間の受注活動が堅調に推移したことで、

受注残組数は前年同期比プラス2.3%の3,512組で着地しております。

平均ゲスト数は、前年同期比プラス4.5%の53.0人となりました。

今期から導入したWEB招待状の販促強化等により、

さらなるゲスト数増加を見込んでおります。

平均組単価は、付帯商品の商品開発および販促ツールの強化等が奏功した結果、

前年同期比プラス17万6,000円の332万5,000円となりました。

受注組数の推移

受注組数はコロナ禍で大きく落ち込んだものの、足元はコロナ禍前の水準以上を維持



2019年12月期以降の受注組数の推移は、ご覧のとおりです。

平均ゲスト数の推移

1組当たりの平均ゲスト数はコロナ禍により減少したものの、足元は着実に回復



平均ゲスト数の推移です。

先ほどもご説明したとおり、平均ゲスト数は前年同期から2.3人増加しており、今後の水準も、順調に増加傾向にあります。

当第4四半期につきましても、現在順調に推移しておりますので、引き続き施策を推進し、人数アップに努めてまいります。

婚礼施行組数の減少に伴い売上収益は減収となったものの、平均組単価は順調に増加

	2023/12 3Q累計	2024/12 3Q累計	増減	増減率
売上収益 (百万円)	2,360	2,289	△70	△3.0%
店舗数 (店)	23	24	+1	-
取扱組数 (組) ※	3,474	3,142	△332	△9.6%
内 自社施行 (組)	2,985	2,730	△255	△8.5%
内 他社施行 (組)	489	412	△77	△15.8%
受注組数 (組)	3,794	3,736	△58	△1.5%
受注残組数 (組)	2,986	2,984	△2	△0.1%
平均組単価 (千円)	688	737	+49	+7.2%

POINT	
● 取扱組数	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 自社施行：婚礼施行組数の減少および一部店舗での他社ブランドとの競争激化による受注率低下の影響を受け減少 ✓ 他社施行：提携外会場での施行において、他社ブランドとの競争激化による未組数および受注率低下の影響を受け減少
● 受注組数	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 婚礼プロデュース部門の受注組数は増加したものの、未年番以降の顧客の早期獲得に繋がらず減少 ✓ 自社施行の獲得強化を目的とし、当社婚礼施設を成約後の顧客専用Webページを新設
● 受注残組数	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 前連結会計年度の下期以降、受注組数が伸び悩んだ影響を受け減少
● 平均組単価	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 衣裳小物のラインアップ拡充や販促強化が奏効し前年同期比で増加 ✓ 両親・親族向け衣裳（モーニング・留袖等）の受注が堅調に推移 ✓ 婚礼および前撮りにおける和装の販促強化等により、さらなる単価アップを図る

※ 自社施行とは当社婚礼施設で行う儀式・披露会用衣裳のレンタル・販売のこと。
他社施行とは他社が運営する婚礼施設および提携会場で行う儀式・披露会用の衣裳のこと。

婚礼衣裳部門の状況です。

売上収益は前年同期比マイナス3.0%の22億8,900万円となりました。

取扱組数は前年同期比マイナス9.6%の3,142組、
受注組数は前年同期比マイナス1.5%の3,736組となりました。

引き続き、スタッフの育成およびナレッジ共有の充実化のほか、
自社施行の獲得強化を目的とした成約後の顧客専用Webページの新設等により、
改善を図ります。

受注残組数は前年同期比マイナス0.1%の2,984組となりました。

平均組単価は、衣裳小物のラインアップ拡充および販売強化、
両親・親族向け衣裳の販促強化が寄与したことで、
前年同期比プラス7.2%の73万7,000円となっております。

婚礼および前撮りにおける和装の販売強化等により、
当第4四半期以降もさらなる向上を図ります。

貸借対照表 / キャッシュ・フロー計算書 (連結)

NOVARESE

(単位:百万円)	2023/4Q	2024/3Q	増減
流動資産	2,524	3,223	+699
現金および現金同等物	1,719	2,056	+337
非流動資産	29,777	30,621	+844
有形固定資産	15,820	16,465	+644
のれん	11,203	11,203	0
無形資産	71	75	+3
繰延税金資産	1,630	1,781	+150
資産合計	32,301	33,845	+1,543
流動負債	8,177	8,866	+689
営業債務およびその他の債務	1,427	1,681	+254
借入金	3,399	3,900	+500
その他の金融負債	982	1,007	+24
非流動負債	15,945	17,041	+1,095
借入金	9,688	10,285	+596
その他の金融負債	4,937	5,285	+347
負債合計	24,123	25,908	+1,784
資本合計	8,177	7,936	△241
負債および資本合計	32,301	33,845	+1,543

(単位:百万円)	2023/3Q	2024/3Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,381	1,278	△103
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,841	△1,234	+607
財務活動によるキャッシュ・フロー	△575	288	+863
現金および現金同等物に係る換算差額	0	5	+4
現金および現金同等物の増減額	△1,035	337	+1,372
現金および現金同等物の期首残高	2,803	1,719	△1,084
現金および現金同等物の期末残高	1,767	2,056	+288

POINT (前年差)

- 営業キャッシュ・フロー
 - ✓ 減価償却費及び償却費 +1,863百万円
- 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 △1,213百万円
- 財務キャッシュ・フロー
 - ✓ 長期借入金 (一年内返済予定) の返済 △10,442百万円※
 - ✓ 長期借入れによる収入 +10,742百万円※
 - ✓ リース負債の返済 △722百万円

※リファイナンスを実施したことによる借入金の増減を含む

21

貸借対照表およびキャッシュ・フロー計算書はご覧の通りです。
2024年9月にリファイナンスを行ったことにより、借入金が流動負債から非流動負債に振り替わっております。

また、今回のリファンナンスは、借入期間が5年9カ月の長期契約となりました。
借入を長期化することによって借り換えの懸念が払しょくでき、さらなる財務基盤の安定性向上を図るとともに、今後の成長に向けた資金需要に対応したいと考えております。

2024年12月期 通期計画（連結）

平均粗単価の回復、婚礼施設におけるレストラン営業およびレストラン特化型事業の強化により、増収増益を見込む

(単位：百万円)	第3四半期（累計）				通期			
	2024/12 実績 (A)	2024/12 計画 (B)	計画比 増減額 (A)-(B)	増減率	2023/12 実績 (C)	2024/12 計画 (D)	前年比 増減額 (D)-(C)	増減率
売上収益	12,550	12,948	△398	△3.1%	18,265	19,576	+1,310	+7.2%
売上総利益	6,789	6,924	△134	△1.9%	10,184	10,906	+722	+7.1%
販管費	6,903	6,974	△70	△1.0%	8,621	9,287	+665	+7.7%
営業利益 (△は損失)	△96	37	△133	-	1,539	1,710	+170	+11.1%
営業利益率 (△は損失率)	△0.8%	0.3%	△1.1pt	-	8.4%	8.7%	+0.3pt	-
税引前（四半期）利益 (△は損失)	△384	△231	△153	-	1,230	1,361	+130	+10.6%
親会社の所有者に帰属する (四半期) 利益 (△は損失)	△255	△154	△100	-	942	943	+0	+0.1%
(ご参考) EBITDA ※	1,767	1,853	△85	△4.6%	3,884	4,169	+285	+7.3%
婚礼プロデュース部門 旅行組数（組）	2,882	2,997	△115	△3.8%	4,629	4,558	△71	△1.5%

※ EBITDA：営業利益+減価償却費及び償却費

22

こちらが、2024年12月期の通期計画です。

以上、決算の概要についてご説明いたしました。

続いて、2024年12月期の主な取り組みについてご説明いたします。

CONTENTS

01

2024年12月期第4半期
サマリー

02

2024年12月期第3四半期
業績概要

03

2024年12月期の取り組み

IFRS

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	
2024年	2月17日	ドレスショップ	ノバレーゼ仙台	3	—	仙台市青葉区	
	7月1日	レストラン	創作Dining SHARI 流川	—	36	広島市中区	
	7月6日	ゲストハウス (婚礼施設)	青龍荘 (セイリュウソウ)	1	130	仙台市青葉区	
	9月7日	ゲストハウス (婚礼施設)	アマンダンアイル	1	142	福島県福島市	
	12月2日	レストラン	Cafe & Bar BACCANO (バックカーノ)	—	40	大阪市浪速区 アパホテル&リゾート 大阪なんば駅前タワー内	
2025年	上期予定	レストラン	Serafina NEW YORK 赤坂店	—	120	東京都港区赤坂	NEW
	上期予定	ドレスショップ	名称未定	未定	—	静岡市	NEW
	春予定	ゲストハウス (婚礼施設)	HOMAM (ホームアマン)	1	128	静岡市駿河区	
2026年	上期予定	ドレスショップ	名称未定	未定	—	富山県富山市	
	4月予定	ゲストハウス (婚礼施設)	(仮称) アマンダンブリッジ	1	120	富山県富山市	
		国内店舗数			海外店舗数		合計
	ゲストハウス (婚礼施設)	ドレスショップ	レストラン	フォトウエディングと スパ運営事業			
	38 店舗 (+4)	26 店舗 (+3)	10 店舗 (+3)	1 店舗		75 店舗 (+10)	

※2026年開業予定も含む。()内は2023年12月期末対比

24

出店計画です。

12月2日、大阪市浪速区にレストラン「Cafe & Bar BACCANO」がオープンいたします。

また、新たに2025年には、静岡市にドレスショップを、東京都港区赤坂にレストラン「Serafina NEW YORK 赤坂店」を開業することが決定いたしました。

レストラン特化型事業の事業基盤を拡大することにより、収益力向上はもちろんのこと、ブライダル事業におけるレストラン部門との相乗効果にも期待できます。

レストラン特化型店舗の詳細は、次のページで解説いたします。

Cafe & Bar BACCANO



形態：レストラン
所在地：大阪府大阪市浪速区湊町1-2-13 アパホテル&リゾート<大阪なんば駅前タワー>1階
開業：2024年12月2日
収容人数：40人
<ul style="list-style-type: none"> ● 想定客単価：（ランチ）1,300円（ディナー）3,000円 ● 地上40階建ての超高層タワーホテルとなる「アパホテル&リゾート 大阪なんば駅前タワー」のホテル内 ● 宿泊者に加え、観光客・オフィスワーカーなど多様なターゲット層を狙う

Serafina NEW YORK 赤坂店



形態：レストラン
所在地：東京都港区赤坂3-2-6 アパ赤坂中央ビル1階
開業：2025年予定
収容人数：120人
<ul style="list-style-type: none"> ● 想定客単価：（ランチ）2,500円（ディナー）6,000円 ● ニューヨークに本店を構える人気イタリアンの国内3店舗目 ● 地下鉄 赤坂見附駅から徒歩1分の好立地 ● 路面店で視認性も良く、集客力と稼働率の高さに期待できる

まずは、12月2日に大阪市浪速区に開業する「Cafe & Bar BACCANO」をご紹介します。

地上40階建ての超高層タワーホテルである「アパホテル&リゾート 大阪なんば駅前タワー」という立地の強みを活かし、宿泊者だけではなく、近隣のオフィスワーカーなど多様なターゲット層を狙います。

続いて、2025年に新たに開業することが決定したレストラン「Serafina NEW YORK 赤坂店」をご紹介します。

ニューヨークに本店を構え、数多くのハリウッドスターやセレブ御用達のイタリア料理店「Serafina NEW YORK」の国内3店舗目です。

地下鉄 赤坂見附駅から徒歩1分の好立地に位置し、路面店で視認性も良く、集客力と稼働率の高さに期待できます。

婚礼施設におけるレストラン営業の拡大

- 法人宴会の需要回復および各種イベント・ランチ営業の拡大による利益伸長が継続
- 当第4四半期以降もさらなる施策を講じ収益性向上を図る



展望①：提携先企業からの送客増加

- TKP社、IBJ社との協業が本格的に始動することで利益貢献を見込む
- 大手旅行代理店との連携を強化し、団体顧客の受注増を図る
- 独自性の高い建築デザインや、充実したサービス・料理の提供における競合優位性を活かし、リピーターや定期利用者の獲得増加を狙う

展望②：戦略的な営業計画による収益性向上

- レストランイベントの計画的かつ早期販促活動により集客力アップ
- 継続的なレストラン営業が店舗の認知拡大&リピート率の向上に寄与
- 過去の実績から安定した集客を見込めるイベントは毎年実施しつつ、新たな人気イベントの創出にも積極的に挑戦

婚礼施設におけるレストラン営業の拡大に関する施策です。

法人宴会の需要回復および各種イベント、ランチ営業等の拡大による利益伸長が順調に継続しており、当社の事業成長に大きく寄与しております。

ページ左側のグラフは、一般飲食全体の前年同期比の増減率、および一般飲食におけるカテゴリー別での前年同期比の増減率を示しております。

当第4四半期はもちろんのこと、来期以降にさらなる売上・利益の伸長を図るべく、提携先企業様からの送客増加や、戦略的な営業計画の促進等、収益性向上に資するさまざまな施策を講じてまいります。

レストラン特化型の状況

■ インバウンド需要や法人利用が回復基調にあることから、新規出店および既存店のさらなる売上伸長を目指す

	SHARI (店舗数：4)	Serafina NEW YORK (店舗数：3) ※順次予定あり	みたき (店舗数：1)	くらふと (店舗数：1)
				
ジャンル	和食	イタリアン	鉄板焼き	からあげ・居酒屋
ディナー客単価	7,000～21,000円	6,000円	16,000円	3,500円
TOPICS 今期施策	<ul style="list-style-type: none"> ● 高単価「SHARI赤坂」も堅調に推移 ● インバウンド需要の取り込みが成功し売上伸長 	<ul style="list-style-type: none"> ● ビジネスマンの利用が回復基調 ● 法人宴会の獲得を強化 	<ul style="list-style-type: none"> ● 回復基調にある接待需要を獲得 ● 外国人富裕層への認知度拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ● ローコストオペレーションが確立 ● フランチャイズ展開を視野に
2024/12 3Q実績 (会計期間)	売上高：+53.9% (前期比) 来店客数：+21.2% (前期比)	売上高：+6.2% (前期比) 来店客数：+3.4% (前期比)	売上高：+4.3% (前期比) 来店客数：+1.0% (前期比)	売上高：+5.6% (前期比) 来店客数：△1.9% (前期比)
(参考) 2024/12 2Q実績 (会計期間)	売上高：+42.5% (前期比) 来店客数：+16.4% (前期比)	売上高：+13.3% (前期比) 来店客数：+9.6% (前期比)	売上高：+23.1% (前期比) 来店客数：+16.3% (前期比)	売上高：+21.7% (前期比) 来店客数：+12.2% (前期比)

27

レストラン特化型事業の状況はご覧の通りです。
当第3四半期会計期間においても、
売上高は前年同期比を上回る水準で伸長しております。

9月16日に業務提携契約を締結。高付加価値のサービスを拡充し、顧客満足度および収益性の向上を図る



業務提携の主な内容

- 宿泊付きの披露宴、2次会プランを開発・販売
 - ✓ 当社の婚礼施設で結婚式を行う新郎新婦がUMITOの施設を1泊2日より利用可能
 - ✓ 挙式・披露宴後はUMITOの施設内で2次会サービスを提供
- UMITOの宿泊者に飲食のデリバリーサービスを提供
 - ✓ 宿泊施設の利用客に料理と飲み物のデリバリーメニューを夕食・朝食にお届け
 - ✓ 寿司職人の出張サービスやバーベキューなどのパーティプランも用意

株式会社UMITOについて

都心に新都RC（鉄筋コンクリート造）レジデンスや海と共に過ごす別邸（別荘兼ホテル）「UMITO」を運営するほか、別荘のサブスクリプションサービス「WITH SEA」等を展開。

※業務提携の対象店舗
 ・当社が保有する施設（1店舗）：アマダンブルー鎌倉
 ・株式会社UMITOが保有する施設（2店舗）：UMITO 鎌倉 曲比ヶ浜、UMITO 鎌倉 村木庄（※2025年1月開業予定）



アマダンブルー鎌倉（神奈川県鎌倉市）



UMITO 鎌倉 曲比ヶ浜（神奈川県鎌倉市）

9月16日、株式会社UMITOと業務提携契約を締結いたしました。

UMITO社は、海と共に過ごす別邸「UMITO」を運営するほか、別荘のサブスクリプションサービス「WITH SEA」等を展開されている企業です。

今回の業務提携契約は、当社が保有するゲストハウス「AMANDAN BLUE 鎌倉」と、UMITO社が保有する2施設が対象です。
 なお、UMITO社がブライダル施設と業務提携をするのは今回が初めてです。

当社の顧客に対しては、UMITO社の施設を利用できる披露宴および2次会プランを開発・販売し、UMITO社の顧客に対しては、当社が飲食のデリバリーサービスを提供いたします。

当社の婚礼施設には宿泊機能がない一方で、今回連携するUMITO社の施設にはレストラン機能が備わっておりません。そこで、双方の強みを共有、補完し合うことで、高付加価値のサービスを拡充し、顧客満足度と売上収益の向上を目指します。

今後は、双方の施設がある沖縄県を含め、業務提携範囲の拡大等、さまざまな方策を検討しています。

また、既存施設に限らず、新規開業施設においても、上質な空間や体験価値を求める顧客層に響くサービスの開発等で協業していく考えです。

■ SNS上での投稿や口コミが起点となり新規来館組数が増加。10月には当社初の『リーガルウェディング』を実施

受注組数・施行組数ともに昨年対比で増加

- 複数の当社ゲストハウスで新規来館、受注、施行事例あり
- 独自性の高い建築デザインやロケーションが顧客から好評
- 英語対応が可能な自社スタッフを配置しサポート体制も充実

さらなる需要獲得に向けた取り組みを実施

- SNS広告の配信強化等により、ターゲット層への認知拡大を図る
- 一部婚礼施設の公式HPに英訳サイトを設置
- 受注・施行の成功事例ナレッジ共有やスタッフ育成を促進させ、海外富裕層の顧客に対するサポート力向上を図る

当社初となる リーガルウェディングを実施



2024年10月28日に、「サザンチャペル キラナリゾート沖縄」(島尻郡八重瀬町)にて香港のカップルの挙式・披露宴をサポート。沖縄県・八重瀬町としても初のリーガルウェディング。挙式・披露宴の施行をサポートするほか、婚姻届を提出するための事前資料の翻訳や提出、婚姻届の証人も担った。

海外富裕層向け婚礼サービスの状況について、ご説明いたします。

当社で挙式・披露宴を実施された外国籍の新郎様もしくは新婦様によるSNS上での投稿や口コミ等が起点となり、複数の当社婚礼施設で海外富裕層の新規来館組数が増加しております。

独自性の高い建築デザインやロケーション等のハード面だけでなく、英語対応が可能なスタッフによる結婚式準備のサポートや、ホスピタリティの高い接客サービス等のソフト面が、多くの顧客によりこばれております。

また、先日10月28日にはゲストハウス「サザンチャペル キラナリゾート沖縄」にて、当社としては初の「リーガルウェディング」が実施されました。

当社スタッフは、挙式・披露宴の施行を担当しただけでなく、婚姻届を提出するための事前資料の翻訳や提出等、全面的に新郎新婦様をサポートいたしました。

今後はさらなる需要獲得を目指し、SNS広告の配信強化や社内スタッフ育成の取り組みを促進する等、さまざまな取り組みを実施してまいります。

- 2019年、M&Aにより米国企業を買収。年間撮影組数は業界トップクラスの実績を誇る
- 東南アジアや欧州圏でのサービス展開も視野に入れ、さらなる事業領域の拡大を目指す



Royal Kaila Wedding and Spa について

- ハワイにてフォトウエディングおよびスパ運営事業を展開
- 当社100%子会社が「ワイキキ・ビーチ・マリオット・リゾート&スパ」内のブライダルサロン兼スパを運営

当社の強み

- 自社施設を保有せず設備投資に依存しないビジネスモデル
 - ✓ 固定費を抑えることで高い収益性を実現。新たな事業の柱として企業成長に寄与
- ハワイフォトウエディングの第一人者
 - ✓ 2014年開業の歴史と圧倒的な施行実績数により、高い競争優位性と信用性を確保
- 口コミによる高い集客効果
 - ✓ SNS上に投稿される顧客の体験談が、集客やブランディングに大きく貢献

成長戦略 / 今後の展望

- 現地ブライダルサロンの拡大による稼働率向上
 - ✓ 需要増大に対応できるようカメラマンを増員し、繁忙期の予約可能枠を増加
- 商品開発の強化による収益力アップ
 - ✓ 自社で開発した商品の外部販売も視野にさらなる単価向上を図る
- 世界各国への事業進出
 - ✓ 東南アジアや欧州圏でのサービス展開も視野に入れ、さらなる事業領域の拡大を目指す

ハワイフォトウエディング事業の状況について、ご説明いたします。
 2019年12月、当社が米国企業を買収し、
 ハワイ・オアフ島のホテル
 「ワイキキ・ビーチ・マリオット・リゾート&スパ」内にある
 ブライダルサロン兼スパの経営権を取得、
 ハワイフォトウエディング事業に参入いたしました。

当社ではチャペルやバンケットを自社で保有していないため、
 競合他社のような設備投資型のビジネスモデルに比べ、
 固定費が抑えられる収益構造となっております。
 その強みを活かし、コストパフォーマンスの高い撮影プランを
 豊富にラインアップすることで、
 顧客満足度の高いサービスを提供できるだけでなく、
 収益性の高いビジネスモデルを構築することができております。

また、当社が運営する「ロイヤルカイルウエディング&スパ」は、
 ハワイフォトウエディングの第一人者として顧客や旅行代理店等からの信用度も高く、
 競合他社と比較しても高い優位性を確保できていることが大きな特長のひとつです。

以上のように、他社とは差別化された強みを有する事業基盤をもとに、
 当社が有する知見やノウハウを応用することで改善を図った結果、
 現在では、業界トップクラスの年間撮影組数を誇ります。

今後は、さらなる稼働率および収益性の向上を図るべく、
 現地ブライダルサロンの規模拡大や商品開発の強化を計画しております。
 また、東南アジア等の世界各国への事業進出も視野に、
 さらなる事業領域の拡大を目指したいと考えております。

株主優待制度の拡充（2024年12月期）

NOVARESE

- お食事代金20%割引券の利用範囲に、レストラン営業を実施している当社婚礼施設を追加
- 当社の施設・料理・サービスの体験機会を創出することにより、株主還元の価値最大化を図る



Before


BROTH DINING

対象店舗数：10店舗

After


BROTH DINING

NOVARESE

対象店舗数：最大48店舗

※対象店舗数：2024年11月14日現在（開業予定含む）
※一部メニューおよびパーティコースでは利用不可

31

本日、株主優待制度の拡充について、適時開示いたしました。

株式会社ブロスダイニングが運営するレストランでご利用可能な、お食事代金20%割引券の利用範囲に、レストラン営業を実施している当社婚礼施設を追加いたします。

ご利用いただける当社婚礼施設につきましては、当社IRサイト上で株主のみなさまに随時最新情報をご確認いただけるよう、サイトの改修を予定しております。

当社の施設・料理・サービスの体験機会を創出することにより、株主還元の価値最大化を図るべく、今回の制度拡充に至りました。ぜひ多くの株主のみなさまに、当社施設をご利用いただきたいと存じます。

事業活動や経営状況に関する情報発信を強化し、企業理解の促進を図る

機関投資家向け施設見学会



- 今年6月にゲストハウス『アマダンヒルズ』（神奈川県厚木市）にて実施。当社の既存店における事業戦略の特徴や競合優位性に関する情報を訴求

IRサイトの充実化



- スポンサーリサーチの掲載を準備中（年内公開予定）
- 幅広い属性の投資家・株主のユーザビリティを向上

IR note

note



Check!

- IRに関連する多様な情報をタイムリーに配信
- 決算解説など、投資初心者でも読みやすい記事も多数
- プッシュ型の情報供給により、経営の透明性向上を図る

社外取締役に関する情報発信



- 当社の取締役会や経営に対する見解を客観的かつ中立的な立場から発信することでガバナンスの向上にも寄与

最後に、IRにおける情報開示の強化に関する取り組みについては、ご覧のとおりです。

以上、2024年12月期の取り組み等について、ご説明いたしました。ご清聴いただき、誠にありがとうございました。

CONTENTS

01

2024年12月期第4半期
サマリー

02

2024年12月期第3四半期
業績概要

03

2024年12月期第2四半期
業績概要

04

業績推移 (IFRS)

業績推移 (IFRS)

NOVARESE

	2018/12	2019/12	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12	2024/12 (計画)
売上収益 (百万円)	18,388	17,405	7,334	11,191	17,222	18,265	19,576
営業損益 (百万円)	2,300	2,020	△3,942	822	2,776	1,539	1,710
営業損益率 (%)	12.5%	11.6%	△53.7%	7.3%	16.1%	8.4%	8.7%
当期損益 (百万円)	1,074	1,313	△2,948	374	1,657	942	943
当期損益率 (%)	5.8%	7.5%	△40.2%	3.3%	9.6%	5.2%	4.8%
施行組数 (組)	3,854	3,829	1,664	3,087	4,660	4,629	4,558

CONTENTS

01

2024年12月期第4半期
サマリー

02

2024年12月期第3四半期
業績概要

03

2024年12月期第2四半期
業績概要

04

2024年12月期第1四半期
業績概要

05

補足資料

- 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

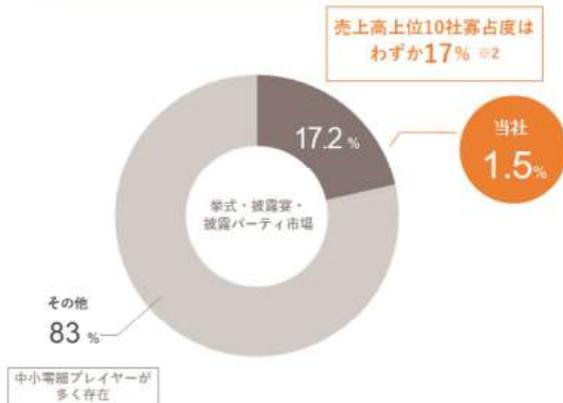


※ 出典：矢野経済研究所「2024年版ブライダル産業年報」

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。当社の市場シェアも1%程度に過ぎず拡大余地は十分
- 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：外野経済研究所「2024年版ブライダル産業年報」
※2：出典：各社発行書籍、日経MJ

全国婚姻組数・結婚式場運営企業数推移

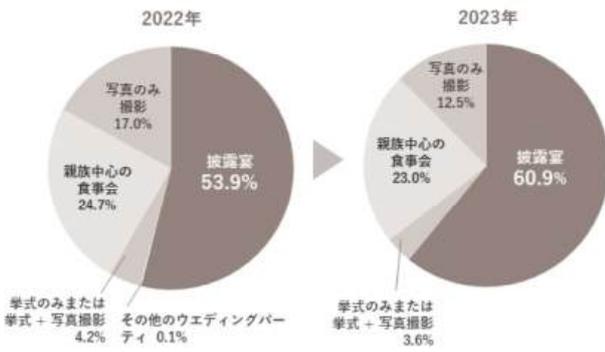


※ 出典：リサーチ・ブライダル協会「婚姻組数予測」調べ
※ 出典：経済産業省「婚定サービス事業統計の調べ」
婚姻組数推移は総務省の発表による平準化を適用した約集社の伸び率を2015年の婚姻組数100%として算出

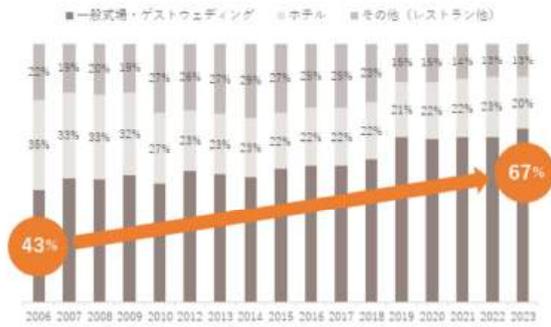
- 当社は周辺ビジネスの内製化により、結婚披露宴のみならず、結婚を機としたすべてのセレモニーに対応
- 披露宴自体も、ホテルよりも当社の基本コンセプトである貸切ゲストハウスが選好される傾向

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2022/2023（リクルートブライダル研究所調べ）

※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の統計はなし）

店舗一覧

- 国内外73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





- 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

出典：総務省公表/令和4年1月1日住民基本台帳人口・世帯数、令和3年（1月1日から同年12月31日まで）人口動態（市区町村別）

シンプル・モダンなデザイン（式場デザインの差別化）

- Ⅰ 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
- Ⅱ 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

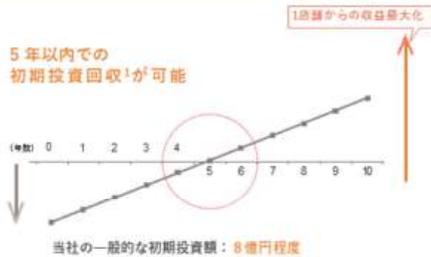
	当社	一般的な婚礼施設
投資額 	低 1施設あたり平均初期投資額 約8.0億円* シンプルな設備によるリーズナブルな投資額	高 1施設あたり平均初期投資額 約14.7億円* 大規模かつ豪華さを打ち出すには、多額の投資が必要。トレンドの変化に合わせて定期的な改修工事も必要
損益分岐点 	低 投資額を抑えているため、年間120組を目標とする。集客・稼働面で無理のない経営スタイル	高 投資回収には高い稼働率が求められるため宴会場を複数備える企業も多い。稼働率を高めるために膨大な広告費も必要



※上記の数値は「シンプル・モダン」をコンセプトとした「ブライダル・ホテル」を想定し、一般的な「ホテル」の数値と比較しています。また、上記の数値はあくまで目安であり、実際の数値は各施設ごとに異なります。

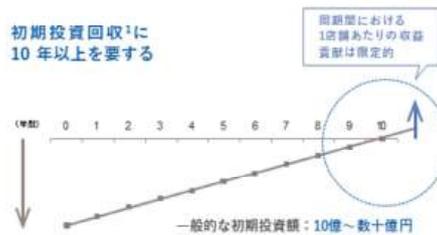
初期投資負担、広告宣伝費や賃料等のランニングコストの低さ、内製化やDXの進展による1施行あたりの収益最大化の実現を通じて、高い投資効率を実現

当社の投資回収イメージ（新店1店舗）



- シングルパンケッタ+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²⁾が低い
- 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、拡大単地が大きい
- 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近頃の減損もない

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、多パンケッタ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を算出する期間が年1回より短くして初期投資回収とする
²⁾ 同業他社（リノビータ）をベースに算出している。アミューズメント系（シアター、遊園地等）、複合系（ホテル、商業施設）と比べて、設備投資100%の初期投資額を削減し、【設備の耐用年数】を、施設ごとの耐用年数に引き上げ、平均・標準的な耐用年数に引き上げ、結果として耐用年数への収益貢献が向上する。

サービス内製化による収益性向上

- Ⅰ 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
- Ⅱ 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

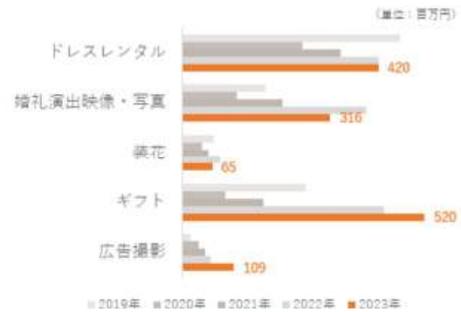
高い収益性を実現

「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

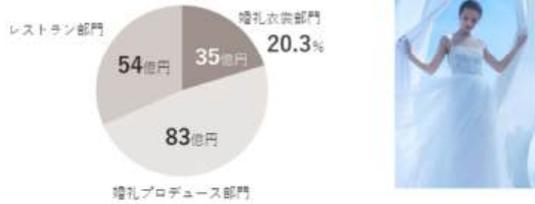


内製化したサービスを外部販売し収益化
成長ドライバーとして注力する領域

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（2023年12月期）



高収益性の源泉となる「レンタル」



同業他社比較

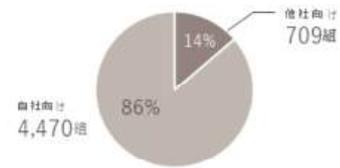
他社（一例）

- 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取金を受領し、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

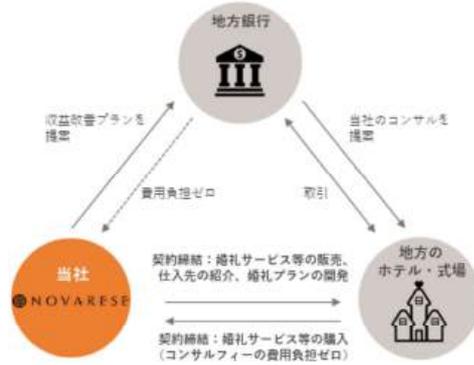


※ ブライダル事業における収益およびドレスレンタルにおける施行実績は2023年12月期実績

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候補の探求にもつながりうる



「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



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、マネージャーシップによって、すべてのお客様へと還元する力となっている

*1 新卒の採用比率は2024年10月31日現在、中途の採用比率は2023年10月31日現在
*2 企業・Openwork「エムピー」(ワークエーブル) 調査 (Novarese 02/24) の結果に基づく (2024年10月31日現在)

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** ウェ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、保育園や幼稚園の園外で、どうしても放課後や休日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

女性の高い復帰率



パラノバ（副業制度）

- 設立の背景** 「個人の専攻」という方針で育ってきた古今の右手の得意にある「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事業に生かす

業界の中でも低い離職率



リモノバ（在宅勤務制度）

フレックス勤務制度

有休100%取得制度

勤務エリア限定制度

※1 出典：厚生労働省の賃金調査結果・付随調査「結婚と出産の賃金レポート2020」（労働部）
 ※2 出典：厚生労働省「令和14年度労働力調査結果の概況」

- 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、業務時間の活用
 - 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も実現
 - 業務時間を活用することで、満足度の向上やさらなる組織の受け入れも実現
- 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も構築

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も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達する内祝いの専用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達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、司会者や会場機材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も自社開発。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紙類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ら
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

Ⅰ 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）

Ⅱ 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)



楽庭園
(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

旧末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。

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。



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)



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ドデザイン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。プ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しています。

SHARI



SHARI THE TOKYO SUSHI BAR
 ●上品な隠れ家で、カジュアルに海鮮料理を堪能。大人の海鮮居酒屋

SHARI 赤坂／鉄板焼 みたき 赤坂

●「和食」と「鉄板焼」の二つの顔を持つ複合料理店



SHARI 東銀座

●本格和食をメインに、ロール寿司が楽しめる小料理屋



Serafina NEW YORK

●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）



みたき

●鉄板焼や焼石料理を提供する和食店



くらふと

●23種類の番揚げと、厳選したクラフトビールを提供する酒場

サステナビリティ推進の取り組み

<p>1 PEOPLE WITH DISABILITIES</p>  <ul style="list-style-type: none"> 引出物を学童保育へ寄付 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 	<p>2 FOOD WASTE</p>  <ul style="list-style-type: none"> 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） 	<p>3 PUBLIC ENGAGEMENT</p>  <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>4 EDUCATION</p>  <ul style="list-style-type: none"> インターンシップの受け入れ 大学・専門学校での精養実施 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 	<p>5 DIVERSITY & INCLUSION</p>  <ul style="list-style-type: none"> 多様な人事制度導入 女性の活動促進も推進 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 	<p>6 ENVIRONMENTAL PROTECTION</p>  <ul style="list-style-type: none"> 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
<p>7 ENERGY EFFICIENCY</p>  <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>8 WOMEN'S EMPOWERMENT</p>  <ul style="list-style-type: none"> 女性の活動促進も推進 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 	<p>9 COMMUNITY ENGAGEMENT</p>  <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>10 DIVERSITY & INCLUSION</p>  <ul style="list-style-type: none"> 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を寄付 	<p>11 ENVIRONMENTAL PROTECTION</p>  <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>12 CIRCULAR ECONOMY</p>  <ul style="list-style-type: none"> 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
<p>13 ENVIRONMENTAL PROTECTION</p>  <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>14 OCEAN & MARINE RESOURCES</p>  <ul style="list-style-type: none"> 地産地消を推進 食品ロスの低減も実現 	<p>15 ENVIRONMENTAL PROTECTION</p>  <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>16 PEOPLE WITH DISABILITIES</p>  <ul style="list-style-type: none"> 児童養護施設に遊具を設置 ウクライナ避難員の受け入れ 	<p>17 ENVIRONMENTAL PROTECTION</p>  <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS</p> 

■ 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)