



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

2025年12月期 第1四半期決算について、  
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 【増礼プロデュース部門/増礼衣裳部門/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、株式会社プロエディメントに会社化

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

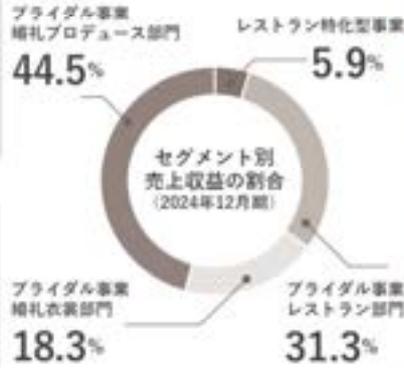
ゲストハウス（婚礼施設）を中心にドレスショップやレストランを展開し、ブライダルにおけるあらゆるニーズにワンストップで対応可能



**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立派、引出物や料金の査定など、挙式に関わるすべてのプロデュースを行います



**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・販売を行います



**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も運営



**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・ディナー営業も行う

| 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、差別化された価格

▶ 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

増礼1席あたりの収益機会を最大化

▶ 外販による収益貢献

内製化したサービスを外部販売し収益化

POINT ③

### 人的資本

▶ 業界トップクラスの評価水準

有名就職情報サイトで上位にランクイン

▶ 低い離職率×高い従業員満足度

優秀な人材が中長期的に活躍できる環境

# CONTENTS

01

2025年12月期 第1四半期  
サマリー

02

2025年12月期 第1四半期  
決算概要

03

2025年12月期の取り組み

04

業績推移（IFRS）  
補足資料

本資料は、株式会社ノバレード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、当社が行うべき取締役の投資判断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、発表日現在の状況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・経済環境等の影響を受けやすい性質を有しているため、本資料で開示されている内容の見直しは、不確実性が含まれていることをご留意ください。

# CONTENTS

01

2025年12月期 第1四半期  
サマリー

### 01 ブライダル事業が好調 増収増益で着地

- ブライダル事業の売上収益は、前年同期比+11.8%の3,853百万円で大幅増収
- 一般飲食の売上収益も前年同期比+9.1%で引き続き好調
- ブライダル事業の営業利益は、前年同期比+247百万の177百万円となり、赤字から黒字へと転換

### 02 婚礼プロデュース部門 各種KPIが堅調に推移

- 受注組数は前年同期比+8.2%の1,348組、受注残組数も前年同期比+264組の3,514組で堅調に推移
- 受注率は、接客ツールの開発や育成強化により前年同期比+6.0ptの46.2%に向上
- 平均組単価は、平均ゲスト数増加が貢献し前年同期比+8.7%の362万9,000円に増加

### 03 婚礼衣裳部門 平均組単価が伸長

- 前撮り等の各種施策が奏功し、平均組単価は前年同期比+3.9%の75万2,000円に伸長

7

まずは、2025年12月期第1四半期決算の要点をご説明いたします。

1点目、ブライダル事業が好調に推移し、増収増益で着地いたしました。営業利益は前年同期の赤字から、黒字転換を果たしております。

2点目、婚礼プロデュース部門における各種KPIが堅調に推移しました。受注率は前年同期比プラス6.0ポイントの46.2%に向上し、受注組数および受注残組数の増加に大きく寄与しております。

また、平均組単価は、平均ゲスト数増加が貢献し、前年同期比プラス8.7%の362万9,000円に増加しました。

3点目、婚礼衣裳部門における平均組単価が伸長しました。前撮り等の各種施策が平均組単価の向上に寄与したことで、婚礼衣裳部門における売上収益の増加に大きく貢献しました。

売上収益	営業損失	親会社の所有者に帰属する 四半期損失
4,159百万円 前年同期比 +12.5% 計画比 +5.6%	△155百万円 前年同期比増減 +178百万円 計画比増減 +143百万円	△121百万円 前年同期比増減 +138百万円 計画比増減 +140百万円
施行組数 <sup>*</sup>	平均ゲスト数 <sup>*</sup>	平均組単価 <sup>*</sup>
886組 前年同期比 +4.4% 計画比 +0.1%	56.1人 前年同期比 +5.0% 計画比 +1.5%	3,629千円 前年同期比 +8.7% 計画比 +5.2%

※ 施行組数は200万円以上の宴会・披露宴およびリゾート施設別「ホテルリゾート内観」を対象として算出  
※ 平均ゲスト数、平均組単価はリゾート施設別「ホテルリゾート内観」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12.5%、  
計画比プラス5.6%の41億5,900万円、  
営業損失は、前年同期比プラス1億7,800万円、  
計画比プラス1億4,300万円のマイナス1億5,500万円、  
親会社の所有者に帰属する四半期損失は、  
前年同期比プラス1億3,800万円、  
計画比プラス1億4,000万円のマイナス1億2,100万円となりました。

施行組数は、前年同期比プラス4.4%、  
計画比プラス0.1%の886組、  
平均ゲスト数は、前年同期比プラス5.0%、計画比プラス1.5%の56.1人、  
平均組単価は、前年同期比プラス8.7%、  
計画比プラス5.2%の362万9,000円となりました。

# CONTENTS

## 02

2025年12月  
サマリー

2025年12月期 第1四半期  
決算概要

## 連結損益計算書

NOVARESE

- 平均ゲスト数・平均粗単価の伸長により売上収益は増加、利益の損失額は縮小
- 前期から継続して人材の定着状況が堅調に推移したことにより人件費削減を実現

(単位：百万円)	2024/12 1Q	2025/12 1Q	増減額	増減率	2025/12 1Q計画	計画比	2025年12月期第1四半期末実績/POINT
売上収益	3,696	<b>4,159</b>	+463	+12.5%	<b>3,937</b>	+5.6%	<b>● 売上収益</b> ✓ 旅行種類の増加および平均ゲスト数・平均粗単価の伸長により、前年同期および当第1四半期における計画を上回る水準で着地
売上総利益	1,948	<b>2,227</b>	+278	+14.3%	<b>2,064</b>	+7.9%	
販売費及び一般管理費	2,285	<b>2,384</b>	+99	+4.3%	<b>2,367</b>	+0.7%	
営業損失(△)	△333	<b>△155</b>	+178	-	<b>△298</b>	-	<b>● 原価</b> ✓ 前連結会計年度から実施した効果が表出し、主に輸入プロデュース部門における利益率が向上
営業損失率(△)	△9.0%	<b>△3.7%</b>	+5.3pt	-	<b>△7.6%</b>	+3.9pt	
税引前四半期損失(△)	△394	<b>△243</b>	+150	-	<b>△389</b>	-	<b>● 販売費及び一般管理費</b> ✓ 前年同期店舗の本格稼働により広告宣伝費が増加 ✓ 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
親会社の所有者に帰属する四半期損失(△)	△259	<b>△121</b>	+138	-	<b>△261</b>	-	
(注※) EBITDA	271	<b>442</b>	+171	+63.4%	<b>302</b>	+46.4%	

※ EBITDA：営業利益+減価償却費及び償却費

10

連結損益計算書はご覧の通りです。

# 営業利益の前年同期に対する増減分析（連結）

- 施行組数・平均ゲスト数・平均組単価の増加が、発生したコストを吸収
- 新店開業・集客力向上に向けた投資を継続し、当第2四半期以降の利益伸長を図る

(単位：百万円)



営業利益の前年同期比 増減要因について図解したものになります。

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増加による影響額が、プラス5,600万円、平均ゲスト数が増加したことによる影響額がプラス2,100万円、平均組単価が増加したことによる影響額がプラス1億800万円、一般飲食の売上が増加したことによる影響額がプラス2,500万円、当社および子会社における利益率上昇の影響額がプラス5,200万円となりました。

コスト面では、前連結会計年度に開業した新店分の販管費が2,100万円、人件費が2,000万円、広告宣伝費が1,300万円増加いたしました。

また、レストラン特化型においては、今期3月および4月の新規開業2店舗に係るコストが増加したことによる影響額が、マイナス3,200万円となりました。

- 平均組単価の伸長や収益性の向上による利益貢献が損失額縮減に大きく寄与
- 人材の定着および費用対効果の高い人材採用活動によりコスト圧縮を実現

（単位：百万円）



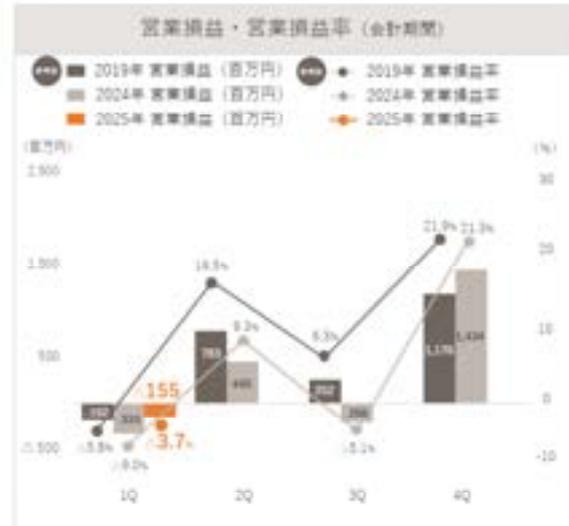
12

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600万円、平均ゲスト数の影響額がプラス900万円、平均組単価の増加による影響額がプラス8,700万円、人材の定着状況が堅調に推移しました。採用費等が減少したことによる、人件費削減の影響額がプラス1,000万円、当社および子会社における利益率上昇の影響額がプラス5,100万円、レストラン特化型の新規出店に係る影響額がマイナス800万円となりました。

## 四半期業績の推移（連結）

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



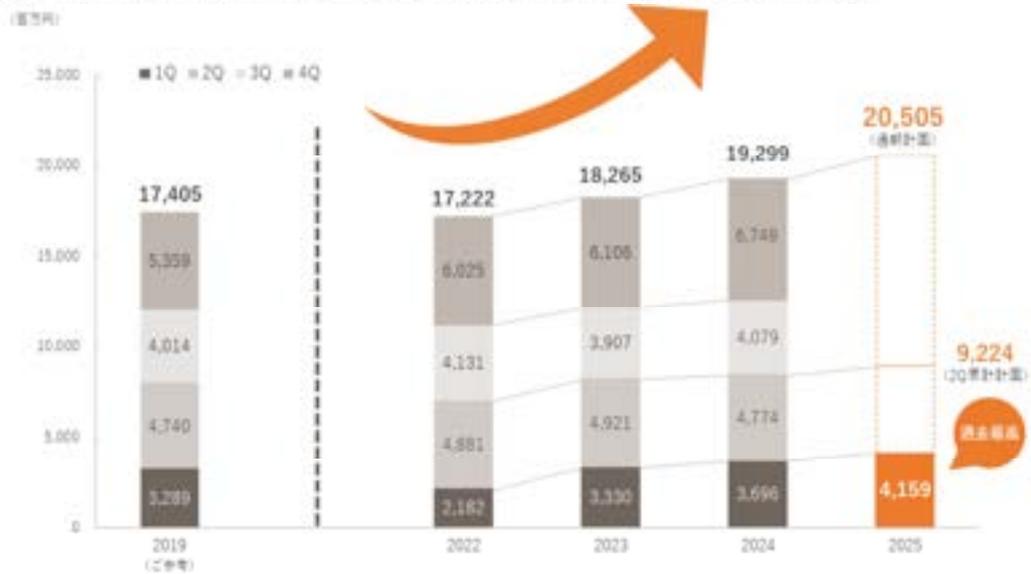
13

四半期業績の推移は、ご覧のとおりです。

第1四半期における売上収益および施行組数は前年同期から増加、  
営業損失額および営業損失率は、前年同期から改善している状況です。

## 売上収益の推移（連結）

平均ゲスト数・平均組単価の回復に伴い、当第1四半期の売上収益は過去最高値を更新



2022年12月期以降の売上収益の推移です。

2025年12月期第1四半期の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)	2024/12 1Q	2025/12 1Q	増減額	増減率
売上収益	3,445	3,853	+407	+11.8%
セグメント利益	△70	177	+247	-
セグメント利益率	△2.0%	4.6%	+6.6pt	-



**POINT**  
 旅行経費の増加や、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から、売上収益は前年同期比プラス407百万円の増収となる。利益面では、前年開業した店舗に係る費用の増加や、集客方向上に向けた広告宣伝費の増加等が影響したものの、売上収益の増加に伴う固定比率の低下や各部門における利益率の向上が寄与した結果、セグメント利益は前年同期比プラス247百万円の増益。

レストラン 特化型事業 (単位: 百万円)	2024/12 1Q	2025/12 1Q	増減額	増減率
売上収益	250	306	+56	+22.6%
セグメント利益	11	△21	△33	-
セグメント利益率	4.4%	△7.2%	△11.6pt	-



**POINT**  
 前連結会計年度に開業した2店舗の営業活動が好調に推移したこと等により、売上収益は前年同期比プラス56百万円の増収。一方で、2025年3月および4月に開業した2店舗の新規出店に係る費用等が発生したことにより、セグメント利益は前年同期比マイナス33百万円の減収。

続いて、セグメント別の状況についてご説明いたします。

ブライダル事業の売上収益は、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から、前年同期比プラス4億700万円の38億5,300万円で増収となりました。

セグメント利益は、売上収益の増加に伴う固定比率の低下や、各部門における利益率の向上が寄与し、前年同期比プラス2億4,700万円の1億7,700万円で増益となりました。

レストラン特化型事業の売上収益は、前連結会計年度に開業した2店舗の営業活動が好調に推移したこと等により、前年同期比プラス22.6%の3億600万円で増収となりました。

セグメント利益は、今期3月および4月に開業した2店舗の新規出店に係る費用等が発生したことにより、前年同期比マイナス3,300万円のマイナス2,100万円で着地しました。

## セグメント別売上収益（連結）

### ■ 施行組数の増加や平均組単価の続伸により全セグメントにおいて増収

(単位：百万円)	2024/12 1Q	2025/12 1Q	増減額	増減率
<b>プライダル事業</b>	3,445	<b>3,853</b>	+407	+11.8%
増乳プロデュース部門	1,578	<b>1,856</b>	+278	+17.6%
増乳衣装部門	675	<b>702</b>	+26	+4.0%
内 自社発行	598	<b>642</b>	+43	+7.3%
内 他社発行	77	<b>60</b>	△17	△22.0%
レストラン部門	1,191	<b>1,293</b>	+102	+8.6%
内 増乳飲食	816	<b>884</b>	+68	+8.4%
内 一般飲食	375	<b>409</b>	+33	+9.1%
レストラン特化型事業	250	<b>306</b>	+56	+22.6%

※ 自社発行とは自社増乳増収で発行事実・収益計用のみのレンタル・販売のこと。  
他社発行とは他社が運営する増乳増収および提携会場での発行事実・収益計用のみのこと。

POINT
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 増乳プロデュース部門売上収益                     <ul style="list-style-type: none"> <li>△ 前連結会計年度における売上延滞の改善に伴う発行組数の増加、および平日ゲスト数、平均組単価の伸張により増収</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 増乳衣装部門売上収益                     <ul style="list-style-type: none"> <li>△ 他社発行における取組組数の減少による影響があったものの、自社発行の増加や、前振り・衣類小物の販促強化等による増収が相打ちし、平均組単価が増加したことで増収</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● レストラン部門（プライダル事業）売上収益                     <ul style="list-style-type: none"> <li>△ 増乳飲食は、発行組数の増加に伴い増収</li> <li>△ 一般飲食は、法人宴会の増加および平日のランチ営業における需要回復等により増収</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● レストラン特化型売上収益                     <ul style="list-style-type: none"> <li>△ 既存店および前連結会計年度に開業した2店舗の営業活動が好調に推移したこと等により増収</li> </ul> </li> </ul>

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。

## 婚礼プロデュース部門の状況

■ 施行組数・平均ゲスト数・平均組単価の伸長により増収で着地

■ 新規来館組数が減少したものの、受注率の全国的な底上げにより受注組数は増加

	2024/12 1Q	2025/12 1Q	増減	増減率	POINT
売上収益 (百万円)	1,578	1,856	+278	+17.6%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 施行組数                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 前連結会計年度の受注活動が全国に推移したことにより、前年同期比で増加</li> </ul> </li> <li>● 平均ゲスト数                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 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</li> </ul> </li> <li>● 平均組単価                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 平均ゲスト数の増加および付帯商品の商品開発や、新促ツール強化、新着地域の営業し等により増加</li> </ul> </li> <li>● 受注組数                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 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</li> </ul> </li> </ul>
店舗数 (店)	34	36	+2	-	
施行組数 (組)	849	886	+37	+4.4%	
平均ゲスト数 (人)	53.5	56.1	+2.7	+5.0%	
平均組単価 (千円)	3,340	3,629	+289	+8.7%	
新規来館組数 (組)	3,095	2,915	△180	△5.8%	
受注組数 (組)	1,246	1,348	+102	+8.2%	
受注残組数 (組)	3,250	3,514	+264	+8.1%	

※ 店舗数、新規来館組数、施行組数、売上収益、受注組数、平均ゲスト数、平均組単価は部門（ホテル）別  
 ※ 新規来館組数、施行組数、売上収益、受注組数は200万円以上の集約・広域グループ（監査別「ホテル」）を対象として算出  
 ※ 平均ゲスト数、平均組単価は1泊2食別（ホテル）を基準として算出

婚礼プロデュース部門の状況です。

売上収益は前年同期比プラス17.6%の18億5,600万円となりました。

施行組数は前年同期比プラス4.4%の886組、

平均ゲスト数は前年同期比プラス5.0%の56.1人、

平均組単価は前年同期比プラス8.7%の362万9,000円となりました。

新規来館組数は、前年同期比マイナス5.8%の2,915組、

受注組数は、前年同期比プラス8.2%の1,348組となりました。

新規来館組数が減少したものの、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ました。

受注残組数は前年同期比プラス8.1%の3,514組で着地いたしました。

## 新規来館組数・受注組数・受注率の推移

2024年12月期第2四半期以降、受注率は45%を超える水準を維持



新規来館組数、受注組数、受注率の推移です。

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しております。

なお、2023年および2024年の第1四半期会計期間における実績は、  
同年開業の新規店舗の営業活動効果が反映されております。  
本年は第3四半期より、来期開業店舗の営業活動を開始いたします。

## 婚礼衣裳部門の状況

取扱組数は微増で着地したものの、平均組単価の伸長等により売上収益は前年同期を上回る

受注活動が好調に推移し、受注残組数は前年同期比で増加

	2024/12 1Q	2025/12 1Q	増減	増減率
売上収益 (百万円)	675	702	+26	+4.0%
取扱組数 (組)	24	24	0	-
取扱組数 (組) *	933	934	+1	+0.1%
内 自社施行 (組)	807	844	+37	+4.6%
内 他社施行 (組)	126	90	△36	△28.6%
受注組数 (組)	1,308	1,389	+81	+6.2%
受注残組数 (組)	2,765	2,898	+133	+4.8%
平均組単価 (千円)	724	752	+27	+3.9%

\* 自社施行とは来店購入組数及び郵送・訪問によるネット・郵売のこと。  
他社施行とは他社が運営する婚礼衣裳の店舗等での付帯販売・出張営業のこと。

### 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基盤施策によるアレッジ共有や結婚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1四半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
  - ✓ 顧客満足度の向上を目的としたドレスコーディネーターの提案力強化を図る社内コンテストの取組や、初婚りおよびオプションアイテムの新着促進等が功し、前年同期比で増加

婚礼衣裳部門の状況です。

売上収益は前年同期比プラス4.0%の7億200万円となりました。

取扱組数は前年同期比プラス0.1%の934組、  
受注組数は前年同期比プラス6.2%の1,389組、  
受注残組数は前年同期比プラス4.8%の2,898組となりました。  
自社施行の伸長が、大きく貢献した結果となっております。

平均組単価は、前年同期比プラス3.9%の75万2,000円となり、  
前連結会計年度から継続して、上昇傾向を維持しております。

# 貸借対照表 / キャッシュ・フロー計算書 (連結)

(単位:百万円)	2024/1Q	2025/1Q	増減
流動資産	4,381	3,981	△400
現金および現金同等物	3,548	3,122	△425
非流動資産	30,350	30,208	△141
有形固定資産	16,090	15,740	△350
のれん	11,203	11,203	0
無形資産	85	113	+27
繰上税金資産	1,898	2,023	+125
資産合計	34,732	34,190	△541
流動負債	9,545	9,000	△544
営業債務およびその他の債務	1,701	1,747	+46
借入金	4,181	4,029	△152
その他の金融負債	1,000	978	△22
非流動負債	16,240	16,450	+210
借入金	9,347	9,783	+435
その他の金融負債	5,432	5,206	△226
負債合計	25,885	25,451	△434
資本合計	8,846	8,739	△107
負債および資本合計	34,732	34,190	△541

(単位:百万円)	2024/1Q	2025/1Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	△39	△134	△94
投資活動によるキャッシュ・フロー	△391	△320	+71
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,357	31	△1,325
現金および現金同等物に係る換算差額	7	△2	△10
現金および現金同等物の増減額	933	△425	△1,359
現金および現金同等物の期首残高	1,719	3,548	+1,829
現金および現金同等物の期末残高	2,653	3,122	+469

POINT (前年同期)	
● 営業キャッシュ・フロー	
✓ 法人所得税の支払	△551百万円
✓ 取引前四半期換算	△243百万円
✓ 減価償却費及び償却費	+597百万円
● 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	△290百万円
● 財務キャッシュ・フロー	
✓ 短期借入金の純減	△290百万円
✓ 長期借入金 (一年内返済予定) の返済	△241百万円
✓ 長期借入金による収入	+765百万円
✓ リース負債の返済	△241百万円

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。

## 2025年12月期 業績予想（連結）

■ 婚礼プロデュース部門における施行組数や平均組単価の増加、婚礼衣裳部門における取扱組数の増加、婚礼施設におけるレストラン営業およびレストラン特化型事業の強化により、増収増益を見込む

(単位：百万円)	2024/12 1Q実績	2025/12 1Q実績	第2四半期（累計）				通期			
			2024/12 実績 (A)	2025/12 予想 (B)	増減額 (B-A)	増減率	2024/12 実績 (C)	2025/12 予想 (D)	増減額 (D-C)	増減率
売上収益	3,696	4,159	8,471	9,224	+753	+8.9%	19,299	20,505	+1,205	+6.3%
売上総利益	1,948	2,227	4,656	5,068	+411	+8.8%	10,860	11,507	+646	+6.0%
販売費及び一般管理費	2,285	2,384	4,565	4,812	+247	+5.4%	9,546	9,644	+97	+1.0%
営業利益	△333	△155	111	263	+152	+136.8%	1,337	1,878	+540	+40.4%
営業利益率	△9.0%	△3.7%	1.3%	2.9%	+1.5pt	-	6.9%	9.2%	+2.2pt	-
取引先（中間）利益 （△は損失）	△394	△243	△26	75	+102	-	975	1,504	+529	+54.2%
親会社の所有権に帰属する 当期（四半期）利益（△は損失）	△259	△121	△20	50	+71	-	663	1,008	+344	+51.9%
（ご参考）EBITDA ※	271	442	1,332	1,478	+145	+11.0%	3,818	4,340	+522	+13.7%
婚礼プロデュース部門 取扱組数（組）	849	886	1,985	2,103	+118	+5.9%	4,461	4,609	+148	+3.3%

※ EBITDA：営業利益+減価償却費及び償却費

21

こちらが、2025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、2025年12月期における取り組みについてご説明いたします。



- 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
- 両社の継続的発展に向け、当期もさまざまな施策を順次実行



### 物件情報の連携加速



- ティーケーピー社からの情報連携により、レストランの増設業務単位（施設）が実現
- 引き続き、広島および東京・鎌倉の増設計画の推進、M&A戦略における協業を促す

### 法人宴会の送客強化



- 2024年10月からの営業開始後、広島の施設単位で、送客・予約の増加が確認。法人宴会カテゴリーにおける収益増強に寄与

### 厨房機能の最大活用



- 広島エリアにおける当社施設のカateringサービス開始に向けた準備を進め、サービス開始は2025年6月を予定

株式会社ティーケーピーとの業務提携について、進捗をご説明いたします。  
2024年の資本業務提携後、多角的な協業促進・連携強化に努めてまいりました。

まずは、物件情報の連携加速について、ご説明いたします。  
2025年3月から営業活動を開始したレストラン2施設における婚礼業務受託です。  
こちらは、ティーケーピー社との協業により実現いたしました。  
今後もさまざまな物件情報を相互に共有し合うことで、シナジーの最大化を図ります。

続いて、法人宴会の送客強化について、ご説明します。  
2024年10月から当社への送客が開始され、当第1四半期にかけて、送客数・受注数の実績ともに順調に積み上がっております。  
法人宴会における売上収益の増加にも貢献しており、引き続き連携強化に努めてまいります。

最後に、厨房機能の最大活用についてご説明いたします。  
現在、広島エリアにおきまして、  
当社施設からティーケーピー社の施設へ向けた  
ケータリング提供サービスの開始に向け、準備を進めております。  
サービスの開始は6月を予定しており、  
まずは広島を起点に、今後は順次、全国へ展開してまいります。

なお、エスクリ社との協業につきましても、順調に進行しております。  
現在は、スケールメリットを活かした共同購買によるコスト削減に加え、  
両社が展開する事業・サービスを相互に補完し合う形で、  
販路の拡大や送客体制の強化など、  
具体的な施策について、実務レベルでの検討を進めております。

進捗につきましては、随時ご報告いたします。

# 出店計画

開業時期	出店形態	名称	バンケット数・ パーティングレーム数	収容人数 (人)	所在地			
2025年	3月17日	レストラン	Seafina NEW YORK 香取店	—	110	東京都港区赤坂		
	<b>NEW</b> 3月14日	増札業務社	EDGE Ain Ducasse Tokyo	1	90	東京都中央区銀座		
	<b>NEW</b> 3月14日	増札業務社	BENOT Kyoto	1	90	京都府京都市東山区		
	4月21日	レストラン	SHARI 東京駅前北口タワー	—	110	東京都港区北口駅前ビル 東京駅前北口タワー		
	<b>NEW</b> 7月18日	ドレスショップ	ecruspose静岡店	1	—	静岡県沼津市		
2026年	上期予定	ドレスショップ	名物予定	未定	—	富山県富山市		
	3月予定	ゲストハウス (増札施設)	HOMAM (旧マッケンジー邸)	1	120	静岡県沼津市		
	4月予定	ゲストハウス (増札施設)	旧WJ アカシゲンブリッジ	1	120	富山県富山市		
国内店舗数		海外店舗数		その他		合計		
ゲストハウス (増札施設)	ドレスショップ	レストラン	ファットワエディングと スパ運営事業	増札業務会社				
38店舗 (+2)		25店舗 (+1)		11店舗 (+2)		1店舗	2店舗 (+2)	77店舗 (+7)

※2025年開業予定もあり、( )内は2024年12月開業予定

出店計画はご覧のとおりです。

2025年3月、フランス料理界の巨匠 アラン・デュカス氏が統括するレストラン2店舗で披露宴の企画運營業務を受託いたしました。

また、7月18日には、  
ドレスショップ『ecruspose静岡店』を開業し、  
2026年3月開業予定のゲストハウス『HOMAM 旧マッケンジー邸』の  
受注活動も開始いたします。

続いて、店舗戦略に関するご報告です。  
2026年上期に出店を予定しておりました  
富山県富山市のドレスショップにつきましては、  
出店を見送ることを本日開催の取締役会で決議いたしました。

これは、資源の最適配分および既存店舗の収益性を  
最大化する観点から判断したものです。  
具体的には、2026年4月に富山県富山市に開業予定のゲストハウスで  
ご成約いただいたお客様には、  
石川県金沢市のドレスショップ『NOVARESE金沢』をご案内することで、  
ドレスショップの稼働率向上を図り、  
より効率的なオペレーションと利益貢献の最大化を実現してまいります。

- フランス料理界の巨匠 アラン・デュカス氏が統括するレストラン2店で披露宴の企画運営業務を受託
- 初期投資額を抑えた事業規模拡大だけでなく、企業としてのブランディング向上にも寄与

BEIGE Alain Ducasse Tokyo



所在地：東京都中央区銀座3-5-3 シャネル銀座ビルディング10F

収容人数：最大50人

- 銀座中央通りも見渡せるシャネル銀座ビルディングの最上階
- ミシュランガイド東京2025において一つ星に掲載
- 最上のルーフトップではガーデン形式サブイベント可能

BENOIT Kyoto



所在地：京都府京都市東山区清水2-204-2  
The Hotel Seiryu Kyoto Kiyomizu 内

収容人数：最大56人

- 1912年パリに開業した歴史を有する老舗ビストロ「ボンワ」も、アラン・デュカス氏が受け継ぎ、2020年京都に開業
- 深奥な五重塔（重要文化財指定）を望む京都清水エリアに位置

レストランの婚礼業務受託について、ご説明いたします。

これらの取り組みは、初期投資額を抑えつつ事業規模拡大を実現させるだけでなく、企業としてのブランディング向上に寄与するものと考えています。

さらには、当社のドレスショップへの送客数増加による利益貢献や、当社の直営ゲストハウスとの併売による相乗効果も見込めることから、今後も当社のブランディング向上に寄与するレストランとの提携を強化してまいります。



婚礼プロデュース部門の状況について、ご説明いたします。

まずは、集客および受注に関する施策の進捗です。

4月より、全国26施設を対象とした集客イベントをスタートしております。

イベントの予約状況は順調に推移しており、

顕在層だけでなく、潜在層を含む幅広いお客様へのアプローチを図ることにより、

新規来館の増加および受注拡大へとつなげてまいります。

また、夏季限定イベントにおいて、昨年は全国で約2万2,000名のお客様にご来場いただくなど、平日を活用したランチ・ディナー営業やビアガーデンを含むイベント開催が、婚礼プロデュース部門における新規来館の獲得にもつながっており、稼働率の向上とともに、将来の成約拡大に向けた重要な接点となっているため、引き続き注力いたします。

続いて、平均組単価における施策の進捗です。

当社は、多くの婚礼サービスを内製化しているという大きな強みを持っており、

それにより、顧客ニーズや市場トレンドをいち早く取り入れた商品開発を、

スピーディに行うことが可能です。

この柔軟性と即応力を活かすことで、提案力を高め、単価アップへと着実につなげております。

また、これまで手がけてこなかった新たなアイテムの開発も予定しており、

今後も引き続き、平均組単価のさらなる向上を目指してまいります。

最後に、平均ゲスト数における施策の進捗です。

コロナ禍以降、平均ゲスト数は回復基調にあり、引き続き増加傾向を維持しておりますが、

WEB招待状の自社制作等により、全国的な底上げを図ります。

また、会場ご成約後の新郎新婦を対象に実施しているオンラインセミナーにつきましても、多くのお客様よりご好評をいただいております。

引き続き、招待ゲストに関するご相談等にも真摯に対応し、

顧客満足度を高める取り組みを継続・拡充してまいります。



### 今後の展望について

#### 顧客ニーズの高い価格帯・デザインの商品開発

- NOVARESEブランド：顧客の要望を分析し、機能的に新商品を開発・販売
- ecrisseブランド：ラインアップを拡充し、他社との差別化を図る

#### 前撮り・ロケーションフォトの販売強化

- 自社施行：社内のナレッジ共有を促進させ、売上率・単価アップを目指す
- 他社施行：提携店専用のプランを開発し販売を開始

婚礼衣裳部門の状況についてご説明します。

1点目として、平均組単価が引き続き伸びております。

これは、衣裳小物プランなどのオプション販売が好調に推移していることに加え、当社の顧客層に合わせた商品開発を強化した結果、衣裳1着あたりの単価アップに繋がり、平均組単価の上昇に貢献しています。

2点目として、前撮りの単価が非常に好調に推移しております。

顧客満足度の高いプラン設計やサービス提供を行った結果、市場平均を大きく上回る高単価を実現しております。

今後も、自社で展開する2つのドレスブランドのラインアップ強化や、自社施行・他社施行のいずれにおいても、前撮りやロケーションフォトの販売促進に努め、さらなる収益性向上を目指してまいります。

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3月17日

収容人数：118人

- ※ 営業額（ランチ）2,000～2,500円 / （ディナー）6,000～7,000円
- ※ 高層階の好立地を活かし、開業から現在に至るまで集客状況は課題に無し
- ※ 料理・サービスのクオリティ向上を図り、さらなる客単価アップを目指す

SHARI 東急歌舞伎町タワー



形 態：レストラン

所 在 地：東京都新宿区歌舞伎町1-20-1 東急歌舞伎町タワー5階

開 業：2025年4月21日

収容人数：110人

- ※ 想定営業額（ディナー）12,000～18,000円
- ※ 各専門ジャンルの職人が揃ったジャパニーズダイニング
- ※ 訪日外国人観光客も多く訪れる立地で安定した集客を見込む

最後に、レストラン特化型事業について、  
2025年3月および4月開業の新店に関する最新情報をご説明いたします。

まずは、3月17日に開業したレストラン『Serafina NEW YORK 赤坂店』です。  
アクセスの良さや路面店としての優れた立地を活かし、  
開業以降、集客状況は好調に推移しています。

引き続き、料理・サービスのクオリティアップに努め、  
顧客満足度のさらなる向上および客単価の伸長を図ります。

次に、4月21日に開業したレストラン『SHARI 東急歌舞伎町タワー』です。  
日本三大和牛を使用したしゃぶしゃぶを中心に、  
ステーキ、寿司、天ぷらなど、各分野の職人が手がける  
本格和食を提供する“ジャパニーズダイニング”です。

訪日外国人観光客が多く訪れる立地において、  
高単価ながら安定した集客を実現できる見通しであり、  
今後の収益貢献も大きく期待しております。

以上、2025年12月期の取り組み等について、ご説明いたしました。  
ご清聴いただき、誠にありがとうございました。

# CONTENTS

## 04

業績推移 (IFRS)  
補足資料

2025年12月31日現在  
サマリー

## 業績推移 (IFRS)

	2018/12	2019/12	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12	2024/12	2025/12 (計画)
売上収益 (百万円)	18,388	17,405	7,334	11,191	17,222	18,265	19,299	20,505
営業損益 (百万円)	2,300	2,020	△3,942	822	2,776	1,539	1,337	1,878
営業損益率 (%)	12.5%	11.6%	△53.7%	7.3%	16.1%	8.4%	6.9%	9.2%
当期損益 (百万円)	1,074	1,313	△2,948	374	1,657	942	663	1,008
当期損益率 (%)	5.8%	7.5%	△40.2%	3.3%	9.6%	5.2%	3.4%	4.9%
発行総数 (株)	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
- | 当社の増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

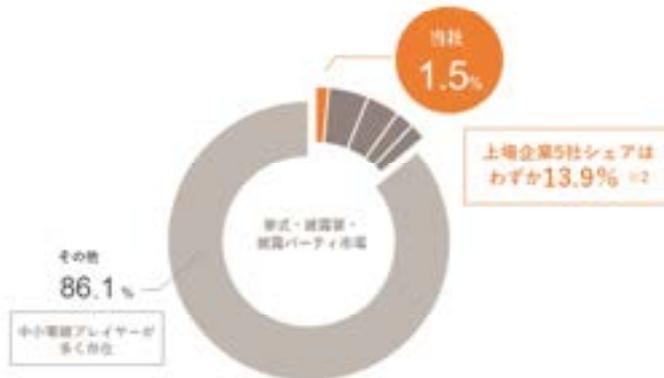


※ 出典：共研経済研究所「2024年版ブライダル産業年報」

## 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

甲式・披露宴・披露パーティ市場 市場シェア



※1 当社：本報告書作成時（2024年6月30日現在）  
 ※2 当社：本報告書作成時

全国婚姻組数・結婚式場運営企業数推移

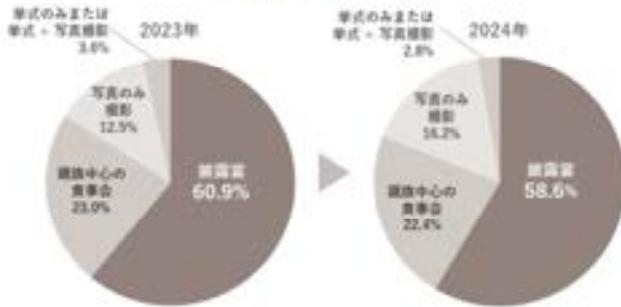


※ 当社：本報告書作成時（2024年6月30日現在）  
 ※ 当社：本報告書作成時（2024年6月30日現在）  
 ※ 婚姻組数：婚姻届提出件数（婚姻届提出件数）  
 ※ 結婚式場運営企業数：結婚式場運営企業数（結婚式場運営企業数）

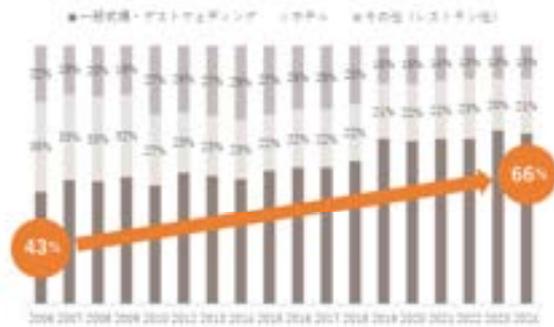
- 当社は周辺ビジネスの内製化により、結婚披露宴のみならず、結婚を機としたすべてのセレモニーに対応
- 披露宴自体も、ホテルよりも当社の基本コンセプトである貸切ゲストハウスが選好される傾向

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：結婚社会費動向2023/2024（リサーチ・デザイン社調べ）

※出典：ゼクシィ 結婚トレンド調査2023調べ（2023年は東日本地区以外の統計はない）

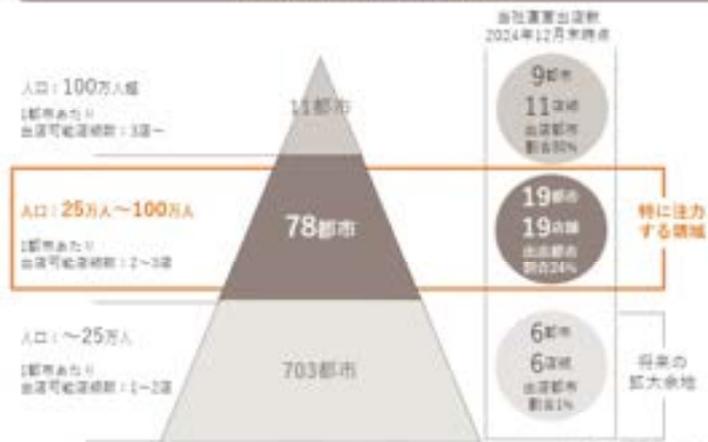




- 増収プロデュース事業・増収改善事業
- 増収商品の運営・レストラン事業
- 映像演出・写真・演出事業
- オプト・システム・コンサルティング事業
- 広告代理店業・ハワイへの進出

- 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**  
※社の上場前あ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「国勢調査」国勢統計データベース「国勢調査」国勢統計データベース「国勢調査」人口動態（国勢統計）







## サービス内製化による収益性向上

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

### 婚礼周辺サービスの内製化による収益貢献

	 ドレス	 映像・写真	 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

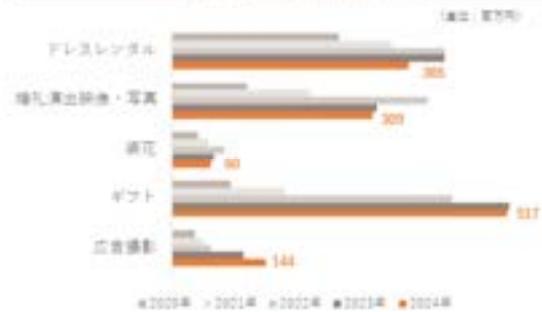
高い収益性を実現

「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	外部事業者の利益 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）

Ⅰ 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

Ⅱ 婚礼衣裳事業を柱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

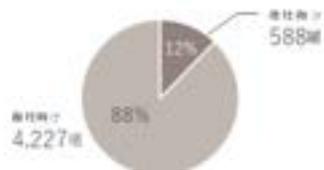
#### 他社（大手）

- 内製化を始めてからの歴史が長く、店舗マネジメントノウハウが比較的にない
- サナリトであるドレスショップから多額の資金を借入れ、初期投資に充てていることから、ドレスも内製化しにくい

#### 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
- 自社店舗の増設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
- ドレスショップも内製化することにより、収益力が向上する

### ドレスレンタル実行実績



※ ブライダル事業における収益はドレスレンタルにおける割合は2024年12月期実績

# サービス内製化による収益性向上（婚礼コンサル事業）

- 自社で内製化された婚礼周辺サービスを外部販売し収益化
- 婚礼サービス等の販売、仕入先の紹介、婚礼プランの開発を手掛ける

## ビジネスモデル



## 事業の特徴

- 地方のホテルや結婚式場に対し、当社がコンサルティングを提供
- コンサルフィーは無料とし、対象企業に対して**当社が内製化している婚礼周辺サービスも販売し、収益化**
- 豊富な人材と設備の保有にもつなげられる



## 「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	○	○	△	△
<b>当社</b>	<b>○</b>	<b>○</b>	<b>○</b>	<b>○</b>

仕入れ率に際して、当社取引先への交渉を促進し、新規顧客獲得の期待効果も可能に

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、客単価を上げ

# 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



1) 採用活動における採用倍率は、採用人数を募集人数で割った数値を示します。  
 2) 2023年10月1日現在。調査対象は、2023年10月1日現在、従業員数が100人以上の企業です。

## 高い顧客満足度を実現する人材の確保（福利厚生）

### 充実した福利厚生により、パパ・ママの働きやすい環境を提供

#### ノバキッズ（ベビーシッター補助制度）

設立の背景	ウエディングプランナーやドレスコーディネーターとして土日の現場派遣も希望する社員は多いものの、保育費等の負担の観点で、どうしても結婚前や結婚後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、優秀な育児世代の社員の数も増え、経験豊富な社員の間接効果で、受注率やサービスの質向上にもつながる

#### 女性の高い離職率



#### パラノバ（副業制度）

設立の背景	「個人の成長」という方針で育ってきた会社の経営の理念にある「自己実現の追求」の達成
対象対象	雇用契約も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	働く形態も事業主やフリーランスになることで、社外で働く目的が、価値を得るだけでなく、個人の力を活かした自己成長を促し、結果としては優れた成果も実現に繋がります

#### 業界の中でも低い離職率



リモート（在宅勤務制度）

フレックス勤務制度

有休100%取得制度

勤務エリア指定制度

※1 業界：結婚・結婚前準備サービス、ウェディング（結婚・結婚前準備サービス）（業界別）  
 ※2 業界：ウェディングサービス業、イベント・エンターテインメントサービス業

- 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
- 婚約企業向けに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、確約式の準備が可能
  - 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
  - プランナーの自宅勤務などライフスタイルに合わせて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、ニューアンエラーの対応など業務効率も実現
  - 業務時間を活用することで、業務量の向上やより多くの顧客の受け入れも実現
- システムの外販
  - 婚約企業に合わせて必要な機能を選べたため、最大限に活用できるサービスも提供

その他



- Wedding Stream**
- リアルタイムに結婚式披露宴の様子を見られる結婚式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、その日の思い出も記録が出来る



- T-PORTA脱い**
- 内製も個人型一括導入の便利な専用ECサイト
  - インターネットショッピングと同様に必要なサービス調達までがウェブ上で完結するための、準備に利用可能



- 発注管理システム**
- 表付のみならず、商品名や価格帯といった婚約関連の共通性の高いアイテムの発注も効率管理する為の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
  - 発注・追加・配達の窓口の一元化により業務の効率化と結婚までの管理が可能になり、物品の在庫、発注業務の効率化、経理業務の一歩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ぬ  
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）



福岡モノリス  
（福岡県那珂山市）



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ندان）

NOVARESE

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



アマندانヒルズ  
（神奈川県厚木市）



アマندانブルー鎌倉  
（神奈川県鎌倉市）



アマندانセイル  
（千葉県中央区）



アマندانライス  
（浜松市中央区）

## 直営婚礼施設（再生型ゲストハウス）

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  
(神戸市灘西区)



旧新宮公会堂  
(大阪市北区)



英苑集  
(和歌山県和歌山市)



芦屋モノリス  
(兵庫県芦屋市)

## 直営婚礼施設 (M&A/リゾート型婚礼施設)

NOVARESE

旧来型の結婚式場やホテル等をM&Aによって取得し、初期投資を抑えリーズナブルな販売価格でサービスを提供するビジネスコンセプトのブランドであります。当社のノウハウを伺って改築・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  
(豊後県豊後市)



フレアージュウェディング  
(福岡市中央区)



サザンキャベル  
キラナリゾート沖縄  
(沖縄県豊後市)

NOVARESE (ノバレーゼ)



欧米圏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、輸入に際して自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ラーリングをオーダーし、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、レンタル回転を3〜5回に設定しています。

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主流のNOVARESEと比べ、ボリュームのあるラインのスカートやレース系のカラードレスをラインアップに加え、軽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主な、幅広い顧客層をターゲットにしています。

## 直営レストラン（レストラン特化型事業運営）

- 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

シリア

- 伝統的な和食をメインに、コース料理も楽しめる大人のためのレストラン



### みたき

- 秋田県みやぎの郷土産品を使用した和食



### くらふと

- 23種類の唐揚げ、厳選したフライドチキンも提供する業種



### Serafina NEW YORK

イタリアンファミリーレストラン

- ニューヨークは本店を模し、お洒落で、ファミリー層などのハイエンドターゲットをターゲットとしたカジュアルなイタリアンレストラン（家族がメインサービスも受け皿に）



### BACCANO

イタリアン

- オーソドックスなバーブレイクまで幅広いメニューも提供されるファミリーレストラン

# サステナビリティ推進の取り組み

<p><b>1 人々の健康と福祉</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>引当物も卒業生向けへ寄付</li> <li>奨学金返還支援制度導入</li> <li>被災地・災害復興地域に器具も寄付</li> </ul>	<p><b>2 気候変動</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>食品ロスを削減</li> <li>引当物も卒業生へ寄付</li> <li>第一卒業生の支援（CSR活動）</li> </ul>	<p><b>3 持続可能な消費と生産</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>出資による展開創出・地域活性化</li> <li>店舗内にテレマール設置</li> <li>障がい者雇用とキャリア制度導入</li> <li>防災意識向上に器具も設置</li> </ul>	<p><b>4 質の高い教育をみんなに</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>インターンシップの受け入れ</li> <li>大学・専門学校での展開実施</li> <li>支援実施</li> <li>奨学金返還支援制度導入</li> <li>奨学金返済支援制度導入</li> </ul>	<p><b>5 性別平等</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>多様な人事制度導入</li> <li>女性の活動促進も推進</li> <li>男性カウプルの育児サービス実施</li> <li>パートナーシップ制度導入</li> </ul>	<p><b>6 清潔な水とトイレを世界中に</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>多岐層付水先トイレ設置</li> <li>多目的トイレ設置</li> <li>新水村にトイレ設置</li> </ul>
<p><b>7 再生可能エネルギー</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>LED照明も設置</li> <li>地産地消も推進</li> <li>ノー残業DAY導入</li> <li>夜間勤務導入</li> </ul>	<p><b>8 豊かになりつつも格差をなくす</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>女性の活動促進も推進</li> <li>インターンシップの受け入れ</li> <li>イベントによる文化活動創出</li> <li>バーバーレス化の推進</li> <li>障壁に優しい引出物導入</li> </ul>	<p><b>9 第一卒業生の支援（CSR活動）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>出資による展開創出・地域活性化</li> <li>イベントによる文化活動創出</li> <li>地産地消も推進</li> </ul>	<p><b>10 人や国・地域をつなぐ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ダイバーシティ実現</li> <li>男性カウプルの育児サービス実施</li> <li>奨学金返済支援制度導入</li> <li>障がい者雇用・キャリア支援</li> <li>防災意識向上に器具も寄付</li> </ul>	<p><b>11 持続可能な消費と生産</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>LED照明も設置</li> <li>歴史的建造物の再生事業</li> <li>店舗周辺の美化活動・環境保全</li> <li>企業防災の推進</li> </ul>	<p><b>12 持続可能な消費と生産</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>歴史的建造物の再生事業</li> <li>店舗周辺の美化活動・環境保全</li> <li>障壁に優しい引出物導入</li> <li>地産地消の推進</li> <li>レンタルドレスのアップサイクル</li> </ul>
<p><b>13 陸の豊かさも海豊かさも保つ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>LED照明設置</li> <li>バーバーレス推進</li> <li>地産地消も推進</li> <li>ノー残業DAY導入</li> </ul>	<p><b>14 海の豊かさも保つ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地産地消も推進</li> <li>食品ロスの削減も実現</li> </ul>	<p><b>15 陸の豊かさも保つ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>バーバーレス推進</li> <li>店舗周辺の美化活動・環境保全</li> <li>地産地消の推進</li> <li>店舗内に災害対策も実施</li> </ul>	<p><b>16 陸の豊かさも保つ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>防災意識向上に器具も設置</li> <li>テレマール展開の受け入れ</li> </ul>	<p><b>17 陸の豊かさも保つ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>店舗周辺の美化活動・環境保全</li> <li>出資による展開創出・地域活性化</li> <li>パートナー企業との協働実施</li> </ul>	<p><b>SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS</b></p>

【ブライダル業界史上初「2社共同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「型ヨハネ学園」を訪問し、屋外遊具を寄贈・設置。  
 アニヴェルセル株式会社と協働で実施し、ブライダル業界では史上初となる2社共同での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：型ヨハネ学園（大阪府高槻市）
- 支援：NPO法人  
 「プレイグラウンド・オブ・キープ」

📺 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：株式会社ノヴァレーゼ 広報室 ([ir@novaresco.co.jp](mailto:ir@novaresco.co.jp))