

株式会社オンザページ  
2026年12月期 第1四半期 決算説明資料

2026.05.15

オンザページ代表取締役会長CEOの渋谷でございます。  
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。

まずは、決算説明の前に、  
2026年4月1日より始動いたしました、  
弊社オンザページについて、  
改めてご参加のみなさまにご説明させていただきます。

会社名	株式会社オンザページ / ON THE PAGE, Inc.
代表者	代表取締役会長CEO 渋谷 守浩 代表取締役社長COO 荻野 洋基
所在地	■銀座オフィス（本社所在地） 東京都中央区銀座1-8-14 銀座YOMIKOビル4階 ■日本橋オフィス 東京都中央区日本橋小網町6-1 山万ビル4階
設立年月日	2016年8月1日
事業内容	ブライダル事業 レストラン特化型事業 建築不動産事業
従業員数	連結 1,859名 / 単体1,490名※
決算月日	12月31日

※2026年2月末日時点の（旧）株式会社ノバレーゾおよび（旧）株式会社エスクリの従業員数を合算  
※パート・アルバイトを除く



### 社名の由来

結婚式は、新郎新婦だけでなく、家族や友人、これまで出会ってきた人々が集い、感情を共有するその瞬間は、人生の「その1ページ」として記憶に残り続けます。

オンザページは、そうした結婚式の価値を起点に、結婚の前後に広がる人生の時間にも寄り添っていきたいと考えています。結婚の準備期間、結婚後の暮らしなど人生の節目節目で、また選んでいただける存在でありたい。

「ON THE PAGE」という社名には、人生の物語が更新される瞬間に立ち会い続ける会社でありたい、という想いを込めています。

### ロゴマーク

人生の物語が綴られた一冊の本が開かれる瞬間をモチーフにしています。さまざまなページが重なり、開かれていく形状は、人生の節目ごとに新たな物語が加わっていく様子を表現しています。

まず、株式会社オンザページの社名とロゴマークについてご説明いたします。

結婚式は、新郎新婦だけでなく、家族や友人、これまで出会ってきた人々が集い、感情を共有するその瞬間は、人生の「その1ページ」として記憶に残り続けます。

オンザページは、そうした結婚式の価値を起点に、結婚の前後に広がる人生の時間にも寄り添っていきたいと考えています。

結婚の準備期間、結婚後の暮らしなど人生の節目節目で、また選んでいただける存在でありたい。

「ON THE PAGE」という社名には、人生の物語が更新される瞬間に立ち会い続ける会社でありたい、という想いを込めております。

ロゴマークにつきましては、人生の物語が綴られた一冊の本が開かれる瞬間をモチーフにしております。

さまざまなページが重なり、開かれていく形状は、人生の節目ごとに新たな物語が加わっていく様子を表現しております。



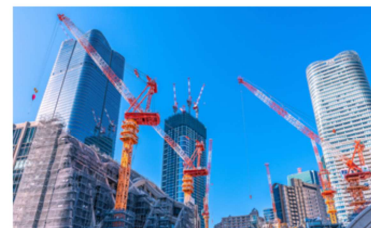
### ブライダル事業

会場のご案内から結婚式当日のプランニング、料理や引出物の選定、当日の運営まで、結婚式に関する総合的なプロデュースを行います。また、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。また、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を運営しています。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しています。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しています。



### 建築不動産事業

設計から施工、施工管理までを一貫して手がけています。材木屋として培った確かな知見と技術力を基盤に、戸建住宅から官公庁工事まで幅広い実績を有します。重要文化財の保存修復からモダンなデザイナーズ住宅まで、用途や時代性に応じて柔軟に対応。ワンチームで現場に向き合い、お客さまの想いを細部までかたちにしています。

続いて、事業内容についてご説明いたします。  
ブライダル事業、レストラン特化型事業、建築不動産事業の  
3つの事業にて運営してまいります。

まず、ブライダル事業は、  
会場のご案内から結婚式当日のプランニング、  
料理や引出物の選定、当日の運営まで、  
結婚式に関する総合的なプロデュースを行っております。

また、全国にドレスショップを展開し、  
婚礼衣裳のレンタル・販売を行っております。  
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・ディナー営業を行っております。

次に、レストラン特化型事業は、ランチ・ディナー・宴会に特化した  
レストラン運営を行っております。  
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いたします。  
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しております。

そして、建築不動産事業は、  
設計から施工、施工管理までを一貫して手がけております。  
材木屋として培った確かな知見と技術力を基盤に、  
戸建住宅から官公庁工事まで幅広い実績を有しております。

重要文化財の保存修復からモダンなデザイナーズ住宅まで、  
用途や時代性に応じて柔軟に対応し、ワンチームで現場に向き合い、  
お客さまの想いを細部までかたちにしております。

オンザページ（旧ノバレーゼ・旧エスクリ）は、大地に根を張った可能性の『種』です。

ブライダル事業を主軸にしながらも、レストラン特化型事業・建築不動産事業を合わせ持ち、複数のグループ企業を有するオンザページだからこそ、豊かな資源すべてを活力に変えることができ、自身のビジネスモデルを『大樹』のように力強く幹を太らせながら、さまざまな事業を枝のように広げ、成長し続けていきます。

成長したオンザページの『大樹』からは、新たな事業の可能性を生む『種』が実り、その『種』が土壌に落ち、新たなビジネスの芽を出すことで、オンザページは独自の生態系を作っていきます。

豊富な経営資源や資本力、顧客基盤、空間再生力の『土壌』を有するティーケーピーグループとして、空間ビジネスを軸としたBtoB・BtoCの領域が循環するプラットフォームを構築することによって、私たちオンザページは、他に類を見ない存在へと進化を遂げていきます。

続いて、株式会社オンザページが描く成長ストーリーについて、ご説明いたします。我々オンザページは、大地に根を張った可能性の『種』です。

ブライダル事業を主軸にしながらも、レストラン特化型事業・建築不動産事業を合わせ持ち、

複数のグループ企業を有するオンザページだからこそ、豊かな資源すべてを活力に変えることができ、自身のビジネスモデルを『大樹』のように力強く幹を太らせながら、さまざまな事業を枝のように広げ、成長し続けていきます。

成長したオンザページの『大樹』からは新たな事業の可能性を生む『種』が実り、その『種』が『土壌』に落ち、新たなビジネスの芽を出すことで、オンザページは独自の生態系を作っていきます。

豊かな経営資源や資本力、顧客基盤、空間再生力の『土壌』を有するTKPグループとして、空間ビジネスを軸としたBtoB・BtoCの領域が循環するプラットフォームを構築することによって、私たちオンザページは他に類を見ない存在へと進化を遂げていきます。

続いて、荻野より2026年12月期 第1四半期決算について、ご説明いたします。

1 合併前

エスクリ ノバレーゼ



『土壌』=TKP

2 オンザページの誕生



両社の強みを融合

3 成長期



新たな事業の『種』が  
豊かな『土壌』で芽吹く

4 唯一無二の存在へ



独自の生態系を確立

# CONTENTS

01 2026年12月期  
第1四半期サマリー

02 2026年12月期  
第1四半期決算概要

03 主要な取り組み  
経営統合進捗／グループ会社

04 中長期的な成長ストーリー

05 補足資料

本資料は、株式会社オンザページ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直しには、不確実性が含まれていることをご承知おさください。

オンザページ代表取締役社長COOの荻野でございます。  
よろしくお願いいたします。

こちらが本日のアジェンダです。

まずは、2026年12月期 第1四半期決算のサマリーについて、  
ご説明いたします。

# CONTENTS

01 2026年12月期  
第1四半期サマリー

---

02 2026年12月期  
第1四半期決算概要

---

03 主要な取り組み  
経営統合進捗／グループ会社

---

04 中長期的な成長ストーリー

---

05 補足資料

---

※当第1四半期は、旧ノバレーゼの2026年1月～3月における実績を開示しております。  
なお、旧エスクリの業績を加算した実績は、当第2四半期より開示いたします。

## 01 ブライダル事業が好調に推移し増収 営業利益は増益で着地

- 売上収益は、**前年同期比+13.9%の4,738百万円**で増収
- 営業利益は、**前年同期比+119百万円の△35百万円**となり、前年同期の赤字幅を縮小
- 親会社の所有者に帰属する四半期利益は、**前年同期比△1百万円の△122百万円**で着地

## 02 施行組数・受注残組数ともに前年同期から伸長

- 婚礼プロデュース部門の施行組数は、**前年同期比+6.7%の945組**、  
婚礼衣裳部門の受注組数は、**前年同期比+5.8%の988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+6.5%の3,741組**で順調に増加
- 平均ゲスト数は、**前年同期比△1.4%の55.3人**で着地したものの、当期受注残における状況は堅調に推移

2026年12月期 第1四半期決算のサマリーから、ご説明いたします。

なお、当第1四半期におきましては、  
旧ノバレーゼの2026年1月から3月における実績を開示しております。  
旧エスクリの業績を加算した実績につきましては、  
当第2四半期より開示いたしますので、  
予めご了承くださいませよう、お願い申し上げます。

1点目、ブライダル事業が好調に推移し、  
営業利益は増益で着地いたしました。  
売上収益は、前年同期比プラス13.9%で増収、  
営業利益は、前年同期比プラス1億1,900万円で、  
前年同期の赤字幅を縮小いたしました。

2点目、施行組数および受注残組数ともに前年同期から伸長いたしました。  
なお、平均ゲスト数は、前年同期比マイナス1.4%の55.3人で着地したものの、  
当期受注残における状況は堅調に推移している状況です。

詳細につきましては、以降のスライドでご説明いたします。

次のスライドをお願いいたします。

※当第1四半期は、旧ノバレーゼの2026年1月～3月における実績を開示しております。  
 なお、旧エスクリの業績を加算した実績は、当第2四半期より開示いたします。

<p>売上収益</p> <p><b>4,738</b>百万円</p> <p>前年同期比 +13.9% 計画比 +1.1%</p>	<p>営業損失</p> <p><b>△35</b>百万円</p> <p>前年同期比 +119百万円 計画比 +93百万円</p>	<p>親会社の所有者に帰属する 四半期損失</p> <p><b>△122</b>百万円</p> <p>前年同期比 △1百万円 計画比 +28百万円</p>
<p>施行組数</p> <p><b>945</b>組</p> <p>前年同期比 +6.7% 計画比 △0.3%</p>	<p>平均ゲスト数</p> <p><b>55.3</b>人</p> <p>前年同期比 △1.4% 計画比 +0.1%</p>	<p>平均組単価</p> <p><b>3,848</b>千円</p> <p>前年同期比 +6.0% 計画比 +2.4%</p>

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13.9%、計画比プラス1.1%の47億3,800万円、  
 営業損失は、前年同期比プラス1億1,900万円、  
 計画比プラス9,300万円のマイナス3,500万円、  
 親会社の所有者に帰属する四半期損失は、前年同期比マイナス100万円、  
 計画比プラス2,800万円のマイナス1億2,200万円となりました。

施行組数は、前年同期比プラス6.7%、計画比マイナス0.3%の945組、  
 平均ゲスト数は、前年同期比マイナス1.4%、計画比プラス0.1%の55.3人、  
 平均組単価は、前年同期比プラス6.0%、  
 計画比プラス2.4%の384万8,000円となりました。

続いて、決算の概要について、ご説明します。

# CONTENTS

01 2026年12月期  
第1四半期サマリー

02 2026年12月期  
第1四半期決算概要

03 主要な取り組み  
経営統合進捗／グループ会社

04 中長期的な成長ストーリー

05 補足資料

※当第1四半期は、旧ノバレーゼの2026年1月～3月における実績を開示しております。  
 なお、旧エスクリの業績を加算した実績は、当第2四半期より開示いたします。

(単位：百万円)	2025/12 1Q	2026/12 1Q	増減額	増減率	2026/12 1Q計画	計画比
売上収益	4,159	4,738	+578	+13.9%	4,686	+1.1%
売上総利益	2,227	2,501	+274	+12.3%	2,477	+1.0%
販売費及び一般管理費	2,384	2,531	+146	+6.2%	2,605	△2.9%
営業損失 (△)	△155	△35	+119	-	△128	-
営業損失率 (△)	△3.7%	△0.8%	+3.0pt	-	△2.7%	+2.0pt
税引前四半期損失 (△)	△243	△155	+87	-	△220	-
親会社の所有者に帰属する 四半期損失 (△)	△121	△122	△1	-	△150	-
(ご参考) EBITDA ※	442	589	+147	+33.2%	485	+21.5%

※ EBITDA：営業利益+減価償却費及び償却費

2026年12月期第1四半期実績/POINT

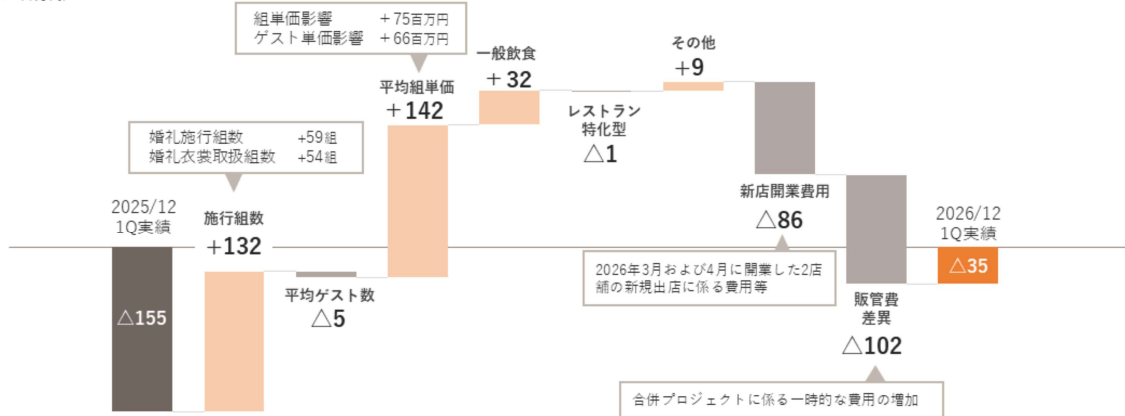
- 売上収益
  - ✓ 施行組数の増加および平均組単価の伸長により、前年同期を上回る水準で着地
- 販売費及び一般管理費
  - ✓ 当第1四半期に新規出店した店舗に係る開業費用および合併費用等が発生したことにより増加
- 営業利益
  - ✓ 売上伸長による固定費率低下に伴い、利益率が向上したため前年同期および計画を上回り赤字幅を縮小

連結損益計算書はご覧のとおりです。  
 営業利益の増減要因につきましては、  
 以降のスライドでご説明いたします。

なお、税引前四半期損失は前年同期比で赤字幅が縮小しているものの、  
 前期末に計上した賞与引当金等の取り崩し等により、  
 法人税等調整額が減少したため、  
 親会社の所有者に帰属する四半期損失は、  
 前年同期比でマイナス100万円の着地となっております。

※当第1四半期は、旧ノバレーゼの2026年1月～3月における実績を開示しております。  
 なお、旧エスクリの業績を加算した実績は、当第2四半期より開示いたします。

（単位：百万円）

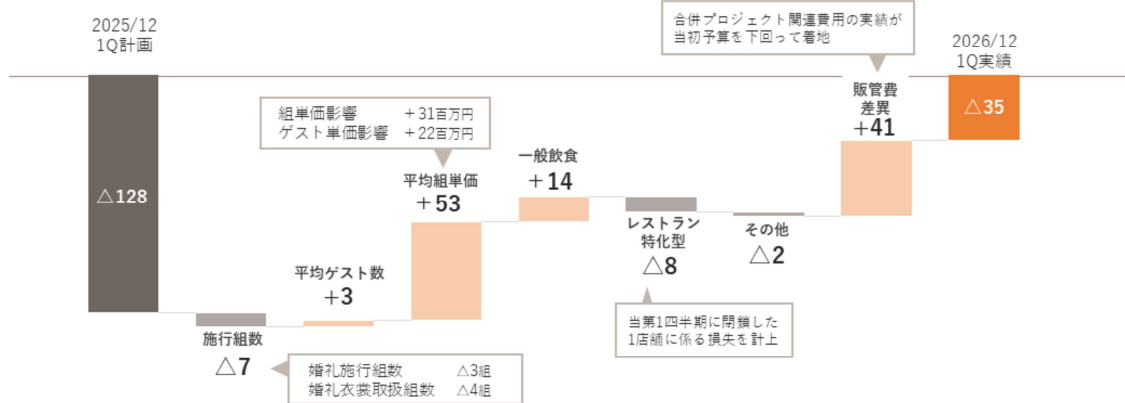


営業利益の前年同期に対する増減分析について、ご説明いたします。

施行組数、平均組単価が利益の伸長に大きく貢献しました。  
 なお、2026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を8,600万円、  
 この度の合併プロジェクトに係る費用を  
 1億200万円計上したものの、  
 前年同期から赤字幅を縮小し、着地しております。

※当第1四半期は、旧ノバレーゼの2026年1月～3月における実績を開示しております。  
 なお、旧エスクリの業績を加算した実績は、当第2四半期より開示いたします。

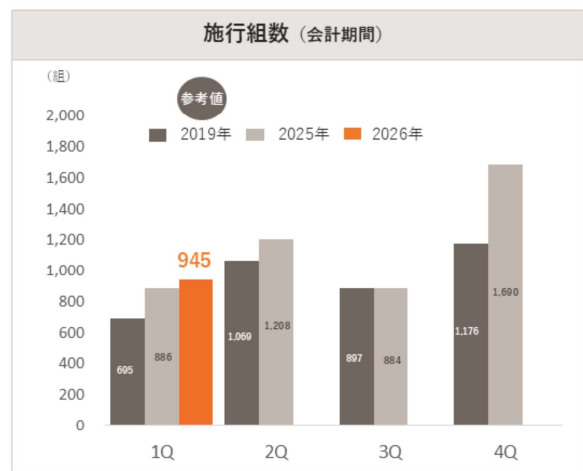
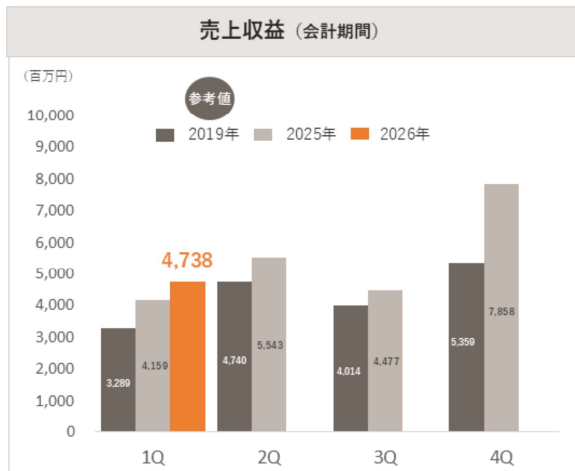
(単位：百万円)



営業利益の計画に対する増減分析について、ご説明いたします。  
 前年同期の増減要因でもご説明した平均組単価の伸長が、  
 当初計画も上回って着地いたしました。

なお、先ほどご説明した合併プロジェクト関連費用につきましては、  
 前年同期では費用の増加要因となったものの、  
 当初予算を下回って着地しております。

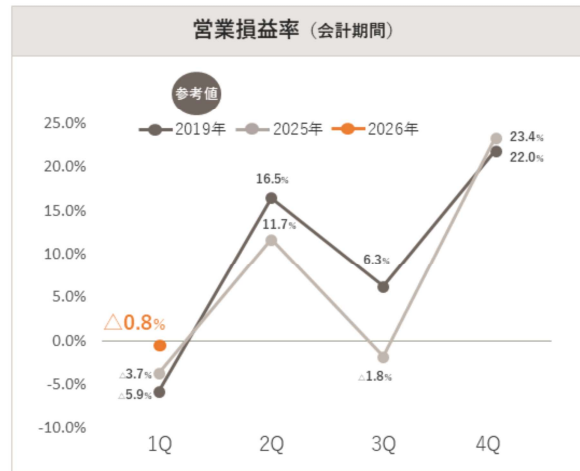
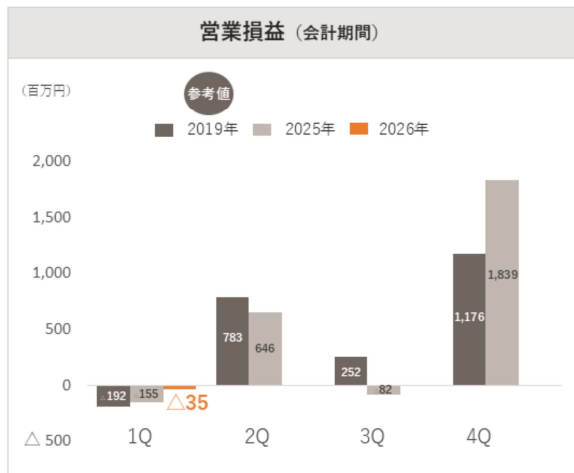
結婚式は気候が穏やかで祝日の多い春と秋に多くなるため、2Qおよび4Qの比重が高い



四半期業績の推移は、ご覧のとおりです。

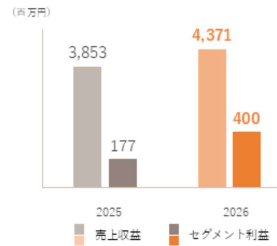
15ページでは売上収益と施行組数における推移を、  
16ページでは営業損益と営業損益率の推移を掲載しております。

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、2Qおよび4Qの比重が高い



結婚式は、気候が穏やかで祝日の多い春と秋が人気です。  
 そのため、いずれのグラフにおいても、  
 第2・第4四半期の比重が高くなっており、  
 当期におきましても同様の推移となる見込みです。

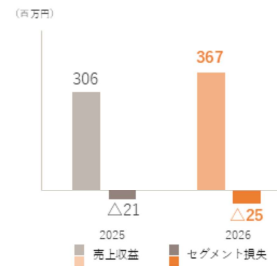
ブライダル事業 (単位：百万円)	2025/12 1Q	2026/12 1Q	増減額	増減率
売上収益	3,853	4,371	+517	+13.4%
セグメント利益	177	400	+223	+126.3%
セグメント利益率	4.6%	9.2%	+4.6pt	-



**POINT**

施行組数の増加および婚礼の商品・料飲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517百万円の増収。利益面では、当期開業した2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223百万円の増益。

レストラン 特化型事業 (単位：百万円)	2025/12 1Q	2026/12 1Q	増減額	増減率
売上収益	306	367	+60	+14.9%
セグメント損失(△)	△21	△25	△3	-
セグメント損失率(△)	△7.2%	△6.9%	△0.3pt	-



**POINT**

既存店および前年から前期開業の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60百万円の増収。利益面では、当第1四半期に閉鎖した1店舗に係る損失を計上したことによる影響により、セグメント利益は前年同期比マイナス3百万円の減益。

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、施行組数の増加や婚礼の商品・料飲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増収となりました。セグメント利益は、当期開業した2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向上により増益となりました。

レストラン特化型事業の売上収益は、既存店および前年から前期開業の新店が好調に推移したこと等により、前年同期比プラス14.9%の3億6,700万円で増収となったものの、セグメント利益は、当第1四半期に閉鎖した1店舗に係る損失を計上した影響により、微減で着地しております。

(単位：百万円)	2024/12 1Q	2025/12 1Q	増減額	増減率
<b>ブライダル事業</b>	3,853	<b>4,371</b>	+517	+13.4%
婚礼プロデュース部門	1,856	<b>2,098</b>	+242	+13.0%
婚礼衣裳部門 ※	702	<b>789</b>	+87	+12.4%
内 自社施行	642	<b>722</b>	+80	+12.5%
内 他社施行	60	<b>67</b>	+6	+11.4%
レストラン部門	1,293	<b>1,482</b>	+188	+14.6%
内 婚礼飲食	884	<b>1,028</b>	+143	+16.2%
内 一般飲食	409	<b>453</b>	+44	+11.0%
レストラン特化型事業	306	<b>367</b>	+60	+19.8%

POINT
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 婚礼プロデュース部門売上収益</li> <li>✓ 施行組数の増加、婚礼の商品および料飲の販売促進施策が奏功したこと等が貢献し増収</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 婚礼衣裳部門売上収益</li> <li>✓ 自社施行および他社施行の増加、前撮り・衣裳小物・参列者衣裳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増収</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● レストラン部門（ブライダル事業）売上収益</li> <li>✓ 婚礼飲食は、施行組数および客単価の伸長に伴い増収</li> <li>✓ 一般飲食は、婚礼施設における期間限定イベントの集客好調により増収</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● レストラン特化型売上収益</li> <li>✓ 前連結会計年度に開業した店舗、および既存店が好調に推移したこと等により増収</li> </ul>

※ 自社施行とは当社婚礼施設で行う挙式・披露費用衣裳のレンタル・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・披露費用の衣裳のこと。

セグメント別の売上収益は、ご覧のとおりです。  
当第1四半期は、すべてのセグメントにおいて増収で着地をいたしました。

婚礼プロデュース部門および婚礼衣裳部門における詳細は、  
以降のページでご説明いたします。

	2025/12 1Q	2026/12 1Q	増減	増減率	POINT
売上収益 (百万円)	1,856	2,098	+242	+13.0%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 施行組数</li> <li>✓ 前連結会計年度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</li> <li>● 平均組単価</li> <li>✓ 付帯商品の商品開発、婚礼メニューのリニューアルに伴う販促強化等により増加</li> <li>● 新規来館組数</li> <li>✓ 当第1四半期において、3月単月における集客が一部既存店で落ち込んだことにより減少</li> <li>● 受注組数</li> <li>✓ リゾート型施設「キラナリゾート沖縄」における受注活動が好調に推移したことにより微減</li> </ul>
店舗数 (店)	36	37	+1	-	
施行組数 (組)	886	945	+59	+6.7%	
平均ゲスト数 (人)	56.1	55.3	△0.8	△1.4%	
平均組単価 (千円)	3,629	3,848	+219	+6.0%	
新規来館組数 (組)	2,915	2,809	△106	△3.6%	
受注組数 (組)	1,348	1,342	△6	△0.4%	
受注残組数 (組)	3,514	3,741	+227	+6.5%	

※ 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100万円以上の宴会・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

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。

売上収益は前年同期比プラス13.0%の20億9,800万円となり、施行組数、平均組単価が増収に大きく寄与しました。

平均ゲスト数において、一部既存店における一時的な減少が見られたものの、好調に推移している店舗も数多くあり、受注残における平均ゲスト数の見込みは堅調に推移しております。

また、新規来館組数がにおいて、3月単月における集客が一部既存店で落ち込んだことにより減少いたしました。受注率は好調を維持しており、前年同期比を上回る水準で推移しております。

今後は、オンザページが有する施設ネットワークを最大限に活用し、相互送客や併売効果の向上が見込めること、また、必要に応じた改装・修繕の実施や、平日のイベント開催による認知拡大などの施策により、既存店の上積みに努めてまいります。

- 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

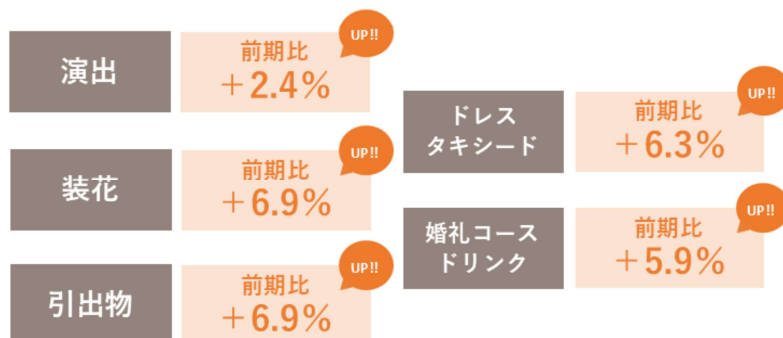
	2019 1Q	2024 1Q	2025 1Q	2026 1Q	今後の見通し
平均ゲスト数 (人)	66.3	53.5	56.1	55.3	各種施策の貢献による 伸長を見込む
平均組単価 (千円)	3,637	3,340	3,629	3,848	ゲスト数増加・単価アップによる 上昇余地あり
施行組数 (組)	695	849	886	945	新規出店等による 継続的な増加
セグメント利益 (百万円) ※ブライダル事業	73	△70	177	400	組単価アップ × 施行数増加 =さらなる利益率向上

主要KPIの推移と今後の見通しについて、ご説明いたします。

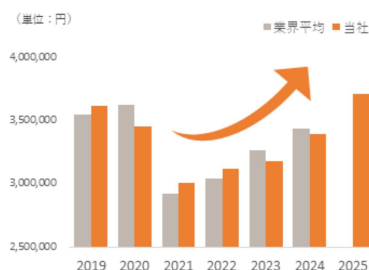
コロナ禍前の2019年12月期から、  
コロナ禍後の2026年12月期までの期間における、  
各種KPIの推移を記載しています。

平均組単価は上昇傾向を維持しており、  
平均ゲスト数の増加や単価アップの余地があることから、  
引き続きさらなる利益率向上に期待できる状況です。

- 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 婚約トレンド調査2024調べ、当社実績  
(2025年の業界平均は、課税対象変更による繰上償却のため不記載)

平均組単価の伸長に寄与している、  
婚礼アイテムの前年同期比の増減率を記載しております。

コロナ禍以降、平均組単価は上昇トレンドを維持していますが、  
ブライダル業界全体においても同様の傾向が見られることから、  
平均組単価は、2026年以降も中長期的に伸長することが予想され、  
収益性向上への継続的な貢献に期待できます。

なお、当社における婚礼アイテムの内製化比率は、  
現時点でも他社と比較すると高い水準にあります。が、  
今後さらなる向上の余地があると認識しております。  
詳細はのちほどご説明いたします。

先般から申し上げておりますが、平均組単価の向上に努める一方で、  
結婚式のクオリティも高めていく必要性があると感じています。  
業界全体で結婚式のクオリティの底上げを図ることで、  
結婚式を実施したいと思うお客様を少しでも増やしていくことは、  
今後の業界にとって重要な取り組みだと捉えています。

新郎新婦様の期待に応えるような商品だけではなく、  
参列されるゲストの皆様にも直接関係するアイテムや料理に対しても、  
さらなる高付加価値化を追求し、満足度向上に努めていきたいと考えています。

### TKPとの送客連携



送客数実績



- 全国的な相互連携の強化により、送客数は順調に増加傾向
- 合併による施設ネットワークの拡充による受注強化を図る

### 期間限定 レストランイベント



売上実績



- 過去好評だったイベントの全国展開により収益が拡大
- さらなるイベント実施施設の増加による利益貢献を見込める状況

平日の施設稼働アップに向けた取り組みについて、ご説明いたします。地代家賃等の固定費を希薄化し、利益率向上に大きく寄与することから、施設稼働状況の向上は弊社としても重要な施策として捉えております。

一点目、ティーケーピー社との送客連携が順調に推移しております。送客実績は、前年同期比で4.8倍となっており、順調に増加傾向を維持しております。今後は、オンザページが有する施設ネットワークを最大限に活用し、さらなる送客数の増加および受注活動の強化を図ります。

二点目、婚礼施設における期間限定レストランイベントが好調です。過去好評だったイベントの全国展開等の施策が奏功したことで、売上実績は、前年同期比プラス45.0%で着地し、売上収益および利益の増加に貢献しました。

さらなるイベント実施施設の増加や、新規イベントの開催等により、今後の展開にも期待できる状況です。

	2025/12 1Q	2026/12 1Q	増減	増減率
売上収益 (百万円)	702	789	+87	+12.4%
店舗数 (店)	24	25	+1	-
取扱組数 (組) ※	934	988	+54	+5.8%
内 自社施行 (組)	844	884	+40	+4.7%
内 他社施行 (組)	90	104	+14	+15.6%
受注組数 (組)	1,389	1,331	△58	△4.2%
受注残組数 (組)	2,898	3,159	+261	+9.0%
平均組単価 (千円)	752	799	+47	+6.3%

POINT
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 取扱組数                     <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 自社施行：前連結会計年度における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</li> <li>✓ 他社施行：提携会場における施行組数の増加が寄与</li> </ul> </li> <li>● 受注組数                     <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 当第1四半期における婚礼プロデュース部門の受注組数低下および一部店舗における自社施行の受注活動が伸び悩んだことにより減少</li> </ul> </li> <li>● 平均組単価                     <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 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</li> </ul> </li> </ul>

※ 自社施行とは当社増礼施設で行う挙式・披露費用衣裳のレンタル・販売のこと。  
他社施行とは他社が運営する増礼施設および提携会場で行う挙式・披露費用の衣裳のこと。

婚礼衣裳部門の状況について、ご説明いたします。

売上収益は前年同期比プラス12.4%の7億8,900万円となりました。  
受注組数は、当第1四半期における婚礼プロデュース部門の受注組数低下、および一部店舗における自社施行の受注活動が伸び悩んだことにより減少したものの、平均組単価が伸長したことにより、増収で着地しております。

(単位：百万円)	2025/4Q	2026/1Q	増減
流動資産	4,433	<b>3,271</b>	△1,162
現金および現金同等物	3,417	<b>2,241</b>	△1,176
非流動資産	32,389	<b>33,192</b>	+803
有形固定資産	17,529	<b>18,327</b>	+797
のれん	11,203	<b>11,203</b>	0
無形資産	127	<b>134</b>	+7
繰延税金資産	2,314	<b>2,348</b>	+33
資産合計	36,823	<b>36,463</b>	△359
流動負債	11,397	<b>9,712</b>	△1,685
営業債務およびその他の債務	1,943	<b>2,076</b>	+133
借入金	4,459	<b>3,881</b>	△578
その他の金融負債	1,054	<b>1,084</b>	+30
非流動負債	15,316	<b>16,762</b>	+1,445
借入金	7,911	<b>9,247</b>	+1,335
その他の金融負債	5,926	<b>5,973</b>	+47
負債合計	26,714	<b>26,474</b>	△239
資本合計	10,109	<b>9,989</b>	△119
負債および資本合計	36,823	<b>36,463</b>	△359

(単位：百万円)	2025/1Q	2026/1Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	△134	△676	△542
投資活動によるキャッシュ・フロー	△320	△997	△676
財務活動によるキャッシュ・フロー	+31	<b>+498</b>	+467
現金および現金同等物に係る換算差額	△2	△2	+0
現金および現金同等物の増減額	△425	<b>△1,176</b>	△750
現金および現金同等物の期首残高	3,548	<b>3,417</b>	△130
現金および現金同等物の期末残高	3,122	<b>2,241</b>	△881

POINT/キャッシュフロー計算書

- 営業キャッシュ・フロー
  - ✓ 法人所得税の支払 　　　　　　　　　△872百万円
  - ✓ 未払賞与・未払消費税の減少 　　　　　△807百万円
  - ✓ 減価償却費及び償却費 　　　　　　　　　+625百万円
- 投資キャッシュ・フロー
  - ✓ 有形固定資産の取得 　　　　　　　　　△968百万円
- 財務キャッシュ・フロー
  - ✓ 短期借入金の純減 　　　　　　　　　△742百万円
  - ✓ 長期借入金（一年内返済予定）の返済 　△257百万円
  - ✓ 長期借入金による収入 　　　　　　　　+1,750百万円
  - ✓ リース負債の返済 　　　　　　　　　△251百万円

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。

以上、決算の概要についてご説明いたしました。  
 続いて、渋谷より今期の主な取り組みについてご説明いたします。

# CONTENTS

01 2026年12月期  
第1四半期サマリー

02 2026年12月期  
第1四半期決算概要

03 主な取り組み  
└ 経営統合進捗

04 中長期的な成長ストーリー

05 補足資料

- 01 婚礼施設ネットワークの拡大
- 02 知名度と競合優位性の確保
- 03 内製化率の向上
- 04 スケールメリットの享受とコスト削減
- 05 人材とノウハウの相互補完  
新規事業領域の拡大・M&Aの活用

続いて、経営統合の目的及び進捗についてご説明いたします。

こちらの5項目に沿って、  
現在までに取り組んでいることの進捗状況や、  
今後期待できる効果の詳細について、ご説明いたします。

## 01 婚礼施設ネットワークの拡大

- 集客・受注活動の費用対効果向上
- 同一エリア内での相互送客・併売シナジー
- 営業スタイルの最適化による受注率の底上げ

SNS・LINEを活用した集客・受注施策を計画、コスト圧縮に向けた交渉を継続

相互送客による成約数は堅調に推移、さらなる実績増大を図るべく連携を強化

段階的に施策を実行し、受注率向上・キャンセル率低下を目指す

## 02 知名度と競合優位性の確保

- 業界最上位の売上規模となるポジショニングを確立
- M&A、業務提携候補として優先権を獲得

業界最大手のポジション獲得を目指し、収益基盤の強化を図る

さらなる事業拡張に向け、能動的かつ積極的な情報収集を継続

一点目に、婚礼施設ネットワークの拡大についてです。

集客・受注活動の費用対効果向上のため、ゼクシィなどの既存媒体だけでなく、SNSを活用した集客・受注施策を計画し、コスト圧縮に向けた交渉を継続しております。

同一エリア内での相互送客・併売の取り組みに関しては、相互送客による成約数は堅調に推移しており、さらなる実績増大を図るべく連携を強化しております。

また、営業スタイルの最適化による、全社的な受注率の底上げについては、段階的に施策を実行し、受注率向上・キャンセル率低下を目指しております。

二点目に、知名度と競合優位性の確保についてです。業界最大手のポジション獲得を目指し、収益基盤の強化を図っております。

さらなる事業拡張に向け、能動的かつ積極的な情報収集を継続することにより、M&Aや業務提携における候補先として、同業他社と比較して優先権を獲得しやすい状況となります。

### 03 内製化率の向上

- 建築不動産事業領域の拡大による利益貢献
- 一部の外注拠点を速やかに内製化し収益貢献を早期化

婚礼施設だけでなく新規事業領域における案件増加も見込む

年内の完全内製化を想定し、関係各所との調整を継続

#### 内製化の進捗・展望

	建築不動産	ドレス	写真・映像	装花	ギフト	参列衣裳
旧ノバレーゼ領域	×→○	○	○	○	○	○
旧エスクリ領域	○	○	△→○	○	×→○	×→○
	ヘアメイク	広告宣伝	旅行	司会	音響	挙式
○ すでに完全内製化	★	○	×→○	★	○	★
△ 一部内製化	○	×→○	○	★	★	★
× 未内製化						
★ 今後の内製化余地						

三点目に、内製化率の向上についてです。

お示しの表のとおり、建築不動産、写真映像、ギフト、参列衣裳、広告宣伝、旅行の分野において、順次内製化を進めております。

#### 04 スケールメリットの享受とコスト削減

- 仕入調達力の強化によりクオリティアップとコストダウンを両立

中長期的な収益貢献も視野に、取引先との協議を継続

#### 05 人材とノウハウの相互補完 新規事業領域の拡大・M&Aの活用

- TKPグループ全体で採用力強化を目的に連携開始
- CRM※の専任部署を設置 成長ドライバーとしての貢献を見込む

活発に相互交流・情報交換を適宜実施

収益貢献に期待できる既存システムの向上・拡張を計画

※CRM (Customer Relationship Management : 顧客関係管理) : 顧客の属性、行動履歴、購入履歴を一元管理し、顧客満足度とリピート率を高める手法やシステム

四点目に、スケールメリットの享受とコスト削減についてです。

仕入調達力を強化することで、単なるコストダウンの効果だけでなく、これまでと同じ原価で、よりお客様にご満足いただける商品や料理、サービスを提供することが可能となります。

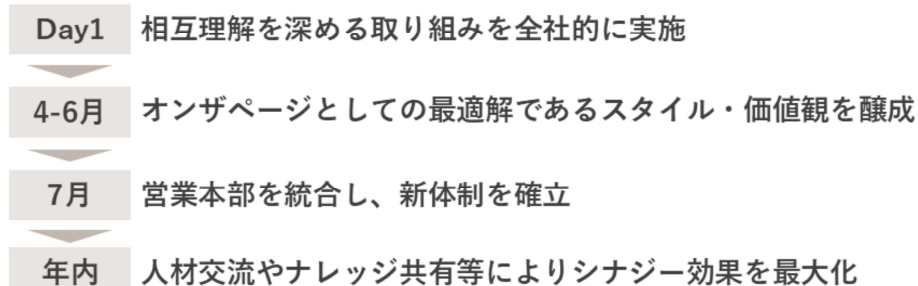
結果として、さらなる顧客満足度の向上も期待できると考え、中長期的な収益貢献も視野に入れ、取引先との協議を継続しております。

五点目に、人材とノウハウの相互補完、新規事業領域の拡大、M&Aの活用についてです。  
すでに、弊社を含めティーケーピーグループ全体で、採用力強化を目的とした実務者間協議が実施されており、活発に相互交流・情報交換を適宜実施しております。

また、今回の合併を機に、顧客情報を最大限活用するための専任部署を設置いたしました。  
今後のオンザページにおける、成長ドライバーとしての貢献を見込んでおり、収益貢献に期待できる既存システムの向上・拡張を計画しております。

- ｜ 受注戦略や営業スタイル、主要KPIの考え方など細部に至るまで全体最適化にむけて協議
- ｜ 両組織のパフォーマンスを維持・向上させながら段階的に統合を進行

## 2026年スケジュール



続いて、今後の営業本部組織の統合スケジュールについて、ご説明いたします。

営業本部に関しては、旧ノバレーゼの組織を第一営業本部、旧エスクリの営業組織を第二営業本部とし、一旦は従来の体制を引き継いでおります。

一方で、すでに両組織の統合に向けた、全体最適化の取り組みはスタートしており、広告宣伝活動や相互送客など、経営統合のメリットを早期に生み出すことができる領域については、各種施策を実行に移しております。

企業文化や営業スタイルに対する価値観など、統合に一定の時間を要する点においては、上流から下流に至るまで、相互理解を深める取り組みを全社的に実施しつつ、オンザページとしての最適解を醸成していきます。

現時点では、今年7月の営業本部統合を想定したスケジュールとしており、営業本部組織の統合後は、営業スタイルの全体最適化およびシナジーの創出を図るべく、人材交流やナレッジ共有等を促進する取り組みを実施する予定です。

進捗は、決算説明会などの場で、適宜ご報告いたします。

# CONTENTS

01 2026年12月期  
第1四半期サマリー

02 2026年12月期  
第1四半期決算概要

03 主な取り組み  
└グループ会社

04 中長期的な成長ストーリー

05 補足資料



**建築不動産関連事業**  
**株式会社 渋谷**  
デザインハウス、リノベーション事業、リゾート開発、店舗・オフィス設計施工、世界各地の建材・木材販売など、お客様のニーズに応じた建築不動産に関するソリューションを提供。



**ギフト・コンサルティング事業**  
**株式会社 タイムレス**  
オリジナルギフトカタログ・通販サイトの運営、婚禮式の準備をサポートするシステム開発、販売、ブライダルやホテル業に特化したコンサルティングを行う。ブライダル業界にとどまらず、撮影のプロデュースや他業種の販促物なども手がける。



**婚礼演出映像制作**  
**株式会社 MARRY MARBLE**  
映像演出、ビデオ記録撮影、写真撮影、フォトアルバム制作、撮影スタジオなどを運営。年間4000組の新婚夫婦の演出制作を手がけ、ブライダル業界の中ではトップクラスを誇る結婚記録会社。ウェブページのみならず、展覧会やブライダル業界以外へも販出している。



**婚礼装花**  
**株式会社 花乃店千樹園**  
「ブレスレットロゼ」のブランドで、全国に22店舗のアキアショップ・アトリウムを拠点、婚礼施設の花の提供、会場のイメージに合わせた装飾やブーケなど、総合的に装花の演出を行う。伝統的な手法を取り入れながらも、大胆に婚禮式の装飾を演出し、最良の1日に花を添える。



**広告代理店**  
**株式会社 Do**  
ブライダル業界に特化した広告代理店として、おもにウェブページおよびグループ企業の宣伝活動に必要な広告制作の提供や、国内のデジタル・高層ビルなど、ブライダル業界に対してプロモーション施策全般をアウトソースするコンサルティング会社。



**パーティドレス等レンタル**  
**株式会社 アンドユー**  
パーティドレスのレンタルサービスを提供するオンラインストアを運営。「ANDYOU dressing room」のブランドでオリジナルドレスも開発。婚禮式という特別な日には、非列するゲストにも素敵な時間を過ごしていただきたいという思いで生まれた会社。



**ハワイでのフォトウエディングとスパ運営**  
**ISLAND LABEL HAWAII, INC.**  
ハワイでのフォトウエディングおよびワイキキ・ビーチ・マリヤット・リゾート&スパ内でスパを運営。オリジナルのウエディングドレスやタキシード、衣装小物、ブーケ、ヘアメイク、ブライダルエステに至るまで、ハワイでのウエディングをサポート。



**旅行業・人材紹介事業**  
**株式会社 LURRA**  
旅行手配は、直感的な操作でいつでも簡単にLINEでご依頼可能です。専用コンシェルジュも見積もり・提案フォローまで行います。人材紹介は、ブライダル業界に特化した人材紹介会社として、業界を支えるプロフェッショナルたちの活躍の場やキャリアを共に築きます。

続いて、オンザページのグループ会社における取り組みについてご説明いたします。

建築不動産関連事業の株式会社渋谷、  
ギフト・コンサルティング事業の株式会社タイムレス、  
婚礼演出映像制作の株式会社マリーマール、  
婚礼装花の株式会社花乃店千樹園、  
広告代理店の株式会社Do、  
パーティドレス等レンタルの株式会社アンドユー、  
ハワイでのフォトウエディング・スパのアイランドレーベルハワイ、  
旅行業・人材紹介事業の株式会社LURRA等、

商品力を強化し、付加価値の高い結婚式を行うため、  
内製化率の向上に取り組んでおります。

また、ブライダル以外の領域への展開も推進し、  
さらなる収益力の強化を図ることが可能な体制となっております。

建築不動産関連事業

株式会社 渋谷



- 当社施設の建設・改修時にグループ内発注が可能となることで、コストの抑制や柔軟な対応に貢献
- オーダーメイドの建築用コンテナの企画・販売・施工を一気通貫し、ブライダル以外の事業展開に大きく寄与
- そのほか、倉庫・トランクルーム・店舗・商業施設や住居向けのコンテナを製作・販売など、さまざまな用途に対応可能

ギフト・コンサルティング事業

株式会社タイムレス



- 婚礼ギフトの完全内製化により、利益率向上に大きく寄与
- ブライダルギフトのみならず、近年は法人顧客向けのギフト開発・制作・販売サービスなどのサービスが好調に推移
- 自社運営のECサイト『アニクリオンラインストア』および『THINGS MORE』との連携強化による、一般顧客向けの商品企画・販売も視野に販路拡大を計画

続いて、グループ会社における取り組みの具体例についてご説明いたします。

建築不動産関連事業の株式会社渋谷は、施設の建設・改修時にグループ内発注が可能となることで、コストの抑制や柔軟な対応に貢献しております。

また、オーダーメイドの建築用コンテナの企画・販売・施工を一気通貫し、ブライダル以外の事業展開に大きく貢献しております。

ギフト・コンサルティング事業の株式会社タイムレスは、婚礼ギフトの完全内製化により、利益率向上に大きく貢献しております。

ブライダルギフトのみならず、近年は法人顧客向けのギフト開発・制作・販売などのサービスが好調に推移しております。

自社運営のECサイト『アニクリオンラインストア』および『THINGS MORE』との連携強化による、一般顧客向けの商品企画・販売も視野に販路拡大を計画しております。

パーティドレス等レンタル

株式会社アンドュー



- 両親・親族向けのモーニング・黒留袖・振袖などから、パーティドレスまで、レンタルアイテムを幅広くラインナップ
- 当社施設で実施される結婚式のみを対象としても、年間40万人以上の参列ゲストへサービス提案が可能な状況
- 外販強化によるさらなる収益拡大を図る

旅行業・人材紹介事業

株式会社LURRA



- 【旅行業】 結婚式参列のための移動やハネムーンだけでなく、法人出張や企業の褒賞旅行手配まで幅広く対応可能。今回の経営統合により、さらなる事業基盤の拡大を図る
- 【人材紹介事業】 ブライダル業界に特化したサービス提供を通じて、当社における人材力の強みをブランド価値へと昇華

広告代理店

株式会社Do



- 同業他社からの引き合いも強く、国内の有名ホテル・結婚式会場の広告撮影実績も多数あり、業界内でのポジショニングを確立
- 当社内においても、特定の媒体に依存せず、SNSなどを活用した費用対効果の高いアプローチにより集客戦略構築に寄与

続いて、パーティドレス等レンタルの株式会社アンドューは、列席者への各種衣裳レンタルを取り扱っており、当社施設で実施される結婚式のみを対象としても、年間40万人以上の参列ゲストへサービス提案が可能となっております。今後、外販強化によるさらなる収益拡大を図ってまいります。

旅行業・人材紹介事業の株式会社LURRAは、旅行業に関しては、結婚式参列のための移動やハネムーンだけでなく、法人出張や企業の褒賞旅行手配まで幅広く対応しております。

人材紹介事業に関しては、ブライダル業界に特化したサービス提供を通じて、当社における人材力の強みを活かし、ブランド価値を高めてまいります。

広告代理店の株式会社Doは、特定の媒体に依存せず、SNSなどを活用した費用対効果の高いアプローチにより集客戦略構築に貢献しております。

同業他社からの引き合いも強く、業界内でのポジショニングを確立しております。

# CONTENTS

01

2026年12月期  
第1四半期サマリー

02

2026年12月期  
第1四半期決算概要

03

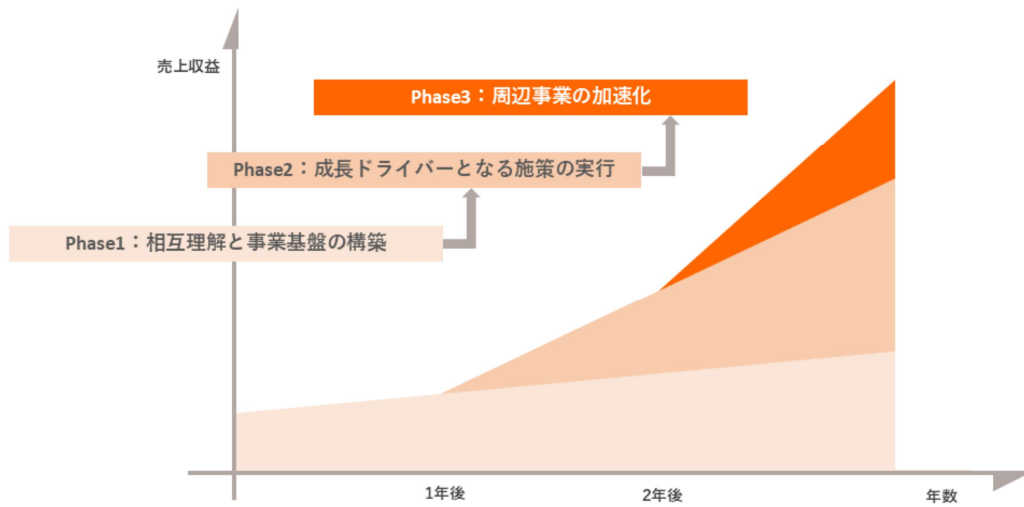
主要な取り組み  
経営統合進捗／グループ会社

04

中長期的な成長ストーリー

05

補足資料



続いて、オンザページの成長ストーリーについてご説明いたします。

こちらは、オンザページとしての中長期的な成長曲線をイラストで示したものです。

フェーズ1は、相互理解と事業基盤の構築、  
 フェーズ2は、成長ドライバーとなる施策の実行、  
 フェーズ3は、周辺事業の加速化、

以上、成長の段階を3つに分け、二次曲線的な企業成長を図ります。

**Phase1：相互理解と事業基盤の構築**

- KPIに基づいた経営管理体制の確立
- 出店・退店基準の明確化
- 営業本部統合に先立ち、一部エリアを統合させモデルケースを構築

**Phase2：成長ドライバーとなる施策の実行**

- 営業スタイルの最適化を全社的に実行し、受注活動におけるKPI向上を図る
- CRM※領域における収益力を強化すべく独自サービスの展開を推進
- 新規事業領域立ち上げの取り組みを本格化
- TKPグループの強みを活かした収益基盤の増強（宴会需要の拡大および建設不動産事業の拡大）

**Phase3：周辺事業の加速化**

- 周辺事業の安定的かつ持続的な成長に寄与する施策を断続的に実行  
ホテル・レストラン・旅行・オンラインショップ・保険・写真映像・不動産仲介サービス
- 新規事業の早期収益化による利益貢献
- 年間約1万組ずつ増加する既存顧客に対するリテンションマーケティングの促進

※CRM（Customer Relationship Management：顧客関係管理）：顧客の属性、行動履歴、購入履歴を一元管理し、顧客満足度とリピート率を高める手法やシステム

2026年12月期 第1四半期決算説明資料

37

フェーズ1として、相互理解と事業基盤の構築に取り組みます。  
KPIに基づいた経営管理体制の確立を行い、出店・退店基準の明確化をいたします。

また、営業本部統合に先立ち、一部エリアを統合させ、  
モデルケースを構築いたします。

フェーズ2として、成長ドライバーとなる施策の実行に取り組みます。  
営業スタイルの最適化を全社的に実行し、受注活動におけるKPI向上を図ります。

また、CRM領域における収益力を強化すべく、  
独自サービスの展開を推進し、新規事業立ち上げの取り組みを本格化してまいります。

さらに、宴会需要や建築不動産事業の拡大など、  
ティーケーピーグループの強みを活かした収益基盤の増強を行ってまいります。

フェーズ3として、周辺事業の加速化に取り組みます。  
ホテル・レストラン・旅行・オンラインショップ・保険・写真映像・  
不動産仲介サービスなど、  
周辺事業の安定的かつ持続的な成長に寄与する施策を  
断続的に実行してまいります。

また、新規事業の早期収益化による利益貢献を図り、  
年間約1万組ずつ増加する既存顧客に対する  
リテンションマーケティングの促進にも取り組んでまいります。

私からのご説明は以上となります。  
ありがとうございました。

# CONTENTS

01 2026年12月期  
第1四半期サマリー

02 2026年12月期  
第1四半期決算概要

03 主要な取り組み

04 中長期的な成長ストーリー

05 補足資料

- 2026年4月1日効力発生日
- 株式会社ノバレーゼを吸収合併存続会社、株式会社エスクリを吸収合併消滅会社とする合併契約を締結

 NOVARESE

*Escrit*



  
ON THE PAGE

株式会社オンザページ  
ON THE PAGE, Inc.

■ 合併によりプライダル業界において売上400億円規模の業界最大手グループを形成

統合を通じた業界順位の上昇（売上高ベース）

順位	企業名	売上高*
1	競合A社	462億円
★2	当社	401億円
3	競合B社	388億円
4	競合C社	207億円
—	(旧) エスクリ社	197億円
—	(旧) ノバレーゼ社	204億円
5	競合D社	135億円

業界最上位としての地位が確固たるものになる

01 信頼できるグループブランドが構築される

02 業界再編型のM&Aにおいて、売り手から見て優先的な相手先になることができる

03 業務提携候補先とも関係を構築しやすくなる

※ 過期決算が開示されている直前期の、増刊関係を主力とする上場企業の、増刊関連に限定した売上高の比較  
出所：各社IR資料

外部環境の変化に伴う婚礼業界の苦境もチャンスと捉え、大株主である株式会社ティーケーピーのもと、更なる業界再編・統合に乗り出す

	(旧) 株式会社ノバレーゼ		(旧) 株式会社エスクリ
2024年 6月	資本業務提携契約締結。TKPが普通株式8,250,000株を取得し、筆頭株主及びその他の関係会社となる。	2020年 7月	資本業務提携契約締結。TKPが普通株式1,700,000株を取得し主要株主となる。
2024年 12月	TKPによる公開買付けの結果、TKPが普通株式6,750,099株を取得し親会社となる。	2025年 1月	TKPがA種種類株式3,000株を取得。TKPとの業務提携を更に進化。
		2025年 6月	TKPが普通株式950,000株を取得し、筆頭株主及びその他の関係会社となる。
		2025年 11月	TKPによる普通株式対価取得請求権行使によりA種種類株式2,000株を普通株式9,969,852株に転換。親会社となる。



株式会社ティーケーピーの概要

- 会社名：株式会社ティーケーピー
- 設立年月日：2005年8月15日
- 代表者：代表取締役社長 河野貴輝
- 上場市場：東証グロス市場

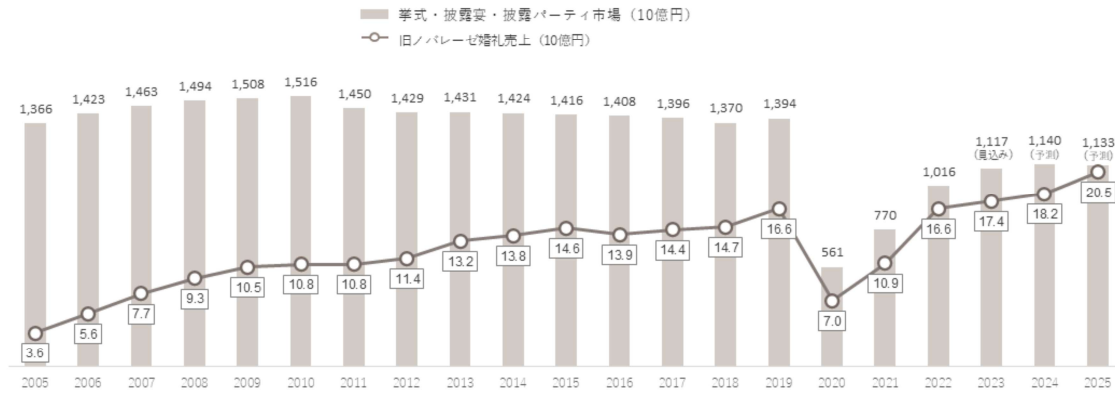
2025年 11月	ノバレーゼを吸収合併存続会社、エスクリを吸収合併消滅会社とする吸収合併に係る合併契約を締結。
2026年 4月	合併効力発生。商号を株式会社オンザページに変更。

## ■ 国内外128店舗に広がる営業基盤、人口25万人以上の都市を対象に展開（2026年4月1日現在）

	直営ゲストハウス	ドレスショップ	レストラン特化型施設	その他 (ホテル・婚礼運営受託ほか)
関東エリア	18	9	7	4
関西エリア	12	7	3	1
東北エリア	5	3		
北関東エリア	4	3		
北越・甲信エリア	6	4		
中部エリア	7	4	1	
中国・四国エリア	6	5	1	
九州・沖縄エリア	8	4	1	1
海外エリア			1	3
合計	66	39	14	9

- 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
- 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

挙式・披露宴・披露パーティ市場規模推移

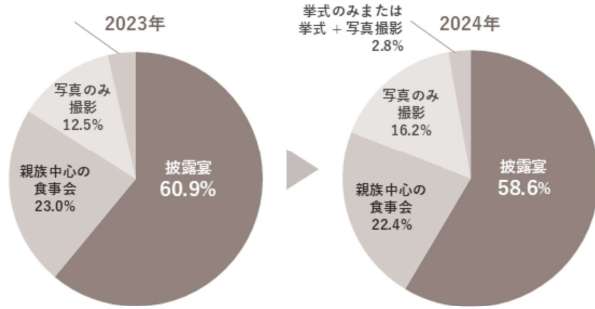


※ 出典：矢野経済研究所「2025年版ブライダル産業年鑑」

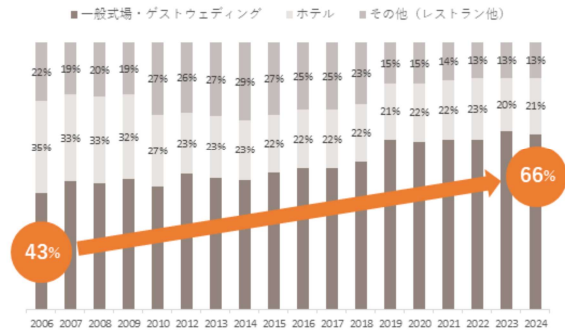
■ 当社は周辺ビジネスの内製化により、結婚披露宴のみならず、結婚を機としたすべてのセレモニーに対応  
 ■ 婚姻組数が大きく変わらない中で、プレイヤーの淘汰が進む局面は当社にとって更なるシェア拡大の好機

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）

■ 美しさと格式を大切にした、特別感のあるスタイル

NOBLE STYLE\_01

AMANDAN  
アママンダン



アママンダンヒルズ（神奈川県厚木市）

日常から解放された郊外型リゾートウエディング

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る。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。

NOBLE STYLE\_02

MONOLITH  
モノリス



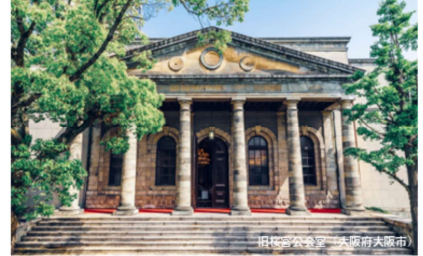
横浜モノリス（神奈川県横浜市）

すべての人に、研ぎ澄まされた上質な洗練美を

都心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。

NOBLE STYLE\_03

RENOVATION  
再生会場



旧公会堂（愛知県名古屋市）

歴史に宿る、本物だけが持つ輝き

歴史的・文化的な価値の認められる由緒ある既存建築物に、当社の開発・運営手法を投入しリノベーション（再生）したものの。建物がもともと持っている特長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速化。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も加え、建築物を再生。

飾らず、心が通う温かさを大切にしたスタイル

ESSENTIAL STYLE\_01  
LANDMARK  
ランドマーク



KIYOMIZU京都南山 (京都府京都市)

この場所だから叶う、記憶に残る一日

立地や景観、街の魅力を活かす結婚式。旅のような非日常体験が一生の思い出に。訪れるゲストにとっても、その街の空気や景色を感じながら過ごす特別な時間となり、結婚式そのものが“記念の場所”として心に残ります。

ESSENTIAL STYLE\_03  
PRIVATE  
プライベート



ザ・グランドホテル (東京都中央区)

一組だけの空間、自由な設計

邸宅型・貸切空間で、時間まですべてふたりのために。空間と時間を自由にデザインし、ふたりらしさを表現するスタイルです。進行や演出も自由度が高く、ゲストとの距離が近い、温かくアットホームな時間をゆったりと過ごせます。

ESSENTIAL STYLE\_02  
AUTHENTIC  
オーセンティック



アルマリアン東京 (東京都豊島区)

都市の洗練と正統派の調和

都市部でアクセス良好な立地に展開する、人気・完成度の高い結婚式。高いクオリティと安心感で、王道の結婚式を実現します。幅広い年代のゲストにも配慮した設備とサービスにより、格式と心地よさを兼ね備えた、誰もが満足できる一日を叶えます。

ESSENTIAL STYLE\_04  
GASTRONOMIC  
ガストロミック



GRADATIONS (東京都港区)

美食でもてなす、大人のウェディング

料理のクオリティでゲストをもてなし、記憶に残る一日を演出するスタイル。お料理×空間の融合で、心まで満たすひとときを。味わいだけでなく盛り付けやサービスにもこだわり、会話と食事をゆっくり楽しむ上質な祝宴を実現します。

リゾルトウエディングやフォトウエディングなど自分らしさを大切にしたスタイル

RELAX STYLE\_01  
RESORT  
リゾート

リゾート地への旅をかねたウエディングスタイル

豊かな自然が感じられるリゾート地に展開をしていくリゾートスタイルは、日常の喧騒から離れた滞在型のウエ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。



DRESS BRAND\_01

NOVARESE

ノバレーゼ



**自分らしい装いに、自信と美しさを宿して**

伝統と技術、そして最高級の素材を使用するイタリアのドレスや、華やかさとオリジナリティ、デザインに卓越したNYのドレスなど、厳選された最高峰のドレスだけを世界中から選んでいます。大人の洗練さと誰からも愛される可憐さを持った日本人女性の美しさを最大限に魅せてくれる至極のアイテムで、あなただけの美を引き出します。

DRESS BRAND\_02

ecruspose

エクリュスポーゼ



**ありのままの花嫁を輝かせる**

「なりたいを叶える」をコンセプトに、特別な一日にふさわしい、あなたらしい華やかさを提案するドレスブランド。自然体のまま、まだ何色にも染まっていないからこそ、憧れのスタイルを思いのままに。多彩なデザインとテイストの中から、ありのままの花嫁を美しく輝かせる一着に出会っていただけます。

DRESS BRAND\_03

PRIMACARA

プリマカーラ



**かけがえない一日に、憧れのDRESSを**

「まっすぐな透明感」「女性らしさ」「少しの遊びごころ」をキーワードにオリジナルドレスを中心としたここでしか出会えない運命の一着をご提案。愛しい人を思い合う心が花びらのように幾重にも重なり合い、結婚式当日に大輪の花を咲かせることを願って丁寧に作られたドレスをスタイリストが安心と一緒にお届けします。



シャリ  
**SHARI**

季節的な和食をメインに、  
ロールケーキも楽しめる大人のためのレストラン



セラフィーナニューヨーク  
**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**

鉄板焼きや焼肉料理を提供する和食店



シンクビストロ  
**SINC BISTRO**

季節的なフレンチの技法をベースにした季節的なフランス料理  
大阪の景色が一望できるカジュアルなダイニング



グラデーションズ  
**GRADATIONS**

アフタヌーンティーからアペリティーブ、夜カフェ、バーカウンジ  
また昼から夜まで楽しめる大人のためのダイニングバー



オッド  
**ODD**

ワインと日本酒で楽しむ新感覚おでん  
「アヒージョ・ODEN」



**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居酒屋



バックカーノ  
**BACCANO**

モーニングからパーティムまで  
幅広いメニューを提供するカフェ

