

2025年5月15日

Copyright © 2025 NOVARESE All Rights Reserved.



2025年12月期 第1四半期決算説明資料

株式会社ノバレーゼ [東証スタンダード・9160]

 NOVARESE

会社名	株式会社ノバレーゼ
代表者	代表取締役社長 荻野洋基
本社所在地	東京都中央区銀座1- 8 -14 銀座YOMIKOビル4階
創立年月日	2000年11月1日 2016年12月にNAPホールディングス株式会社の完全子会社となり 2017年6月に同社を存続会社として合併
事業内容	ブライダル事業 [婚礼プロデュース部門／婚礼衣裳部門／レストラン部門] レストラン特化型事業（連結）
従業員数	連結 1,130名／単体816名（2024年12月31日時点）
決算月日	12月31日

※ レストラン特化型事業は、2019年1月1日にて、株式会社プロスダイニングに分社化

企業理念

Rock your life

元気を与え続ける会社でありたい



NOTABLE：注目に値する

VALUABLE：価値のある、貴重な

RENOVATE：新しく元気にする

SENSATIONAL：感動や驚きを与える

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



ブライダル事業 婚礼プロデュース部門

挙式・披露宴を予定しているお客様に、会場のご案内から当日の企画、引出物や料理の選定など、結婚式に関わるすべてのプロデュースを行う



ブライダル事業 婚礼衣裳部門

全国にドレスショップを展開し、婚礼衣裳のレンタル・販売を行う

ブライダル事業 婚礼プロデュース部門

44.5%

レストラン特化型事業

5.9%

セグメント別
売上収益の割合
(2024年12月期)

ブライダル事業 婚礼衣裳部門

18.3%

ブライダル事業 レストラン部門

31.3%



レストラン特化型事業

ランチ・ディナー・宴会に特化したレストランを運営



ブライダル事業 レストラン部門

婚礼飲食や宴会飲食を提供するほか、一部の婚礼施設においては、平日にランチ・ディナー営業を行う

- 地方都市×シンプルで洗練されたデザインの独自のポジショニングに特化
- 質の高い婚礼関連サービスを一通貫で提供可能な事業体制

POINT ①

独自の マーケットポジショニング

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

POINT ②

サービス内製化

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

POINT ③

人的資本

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

CONTENTS

01

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、株式会社ノバレーゼの業績及び今後の経営戦略に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的としたものではありません。
本資料にて開示されているデータは、発表日現在の判断や入手可能な情報に基づくものです。当社グループの事業は、顧客嗜好・社会情勢・経済情勢等の影響を受けやすい特性を持っているため、本資料で述べられている予測や見通しには、不確実性が含まれていることをご承知おきください。

CONTENTS

01

2025年12月期 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、投資家等が所有する有価証券の買付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あり、必ずしも実際の業績や今後の業績・経営情勢・経済情勢等の将来の推移と一致するものではないため、本資料で述べられてい
予測や見通しには、不確実性が含まれていることをご承知おきください。

01 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

売上収益

4,159百万円

前年同期比 +12.5%

計画比 +5.6%

営業損失

△155百万円

前年同期比増減 +178百万円

計画比増減 +143百万円

親会社の所有者に帰属する 四半期損失

△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 ※

886組

前年同期比 +4.4%

計画比 +0.1%

平均ゲスト数 ※

56.1人

前年同期比 +5.0%

計画比 +1.5%

平均組単価 ※

3,629千円

前年同期比 +8.7%

計画比 +5.2%

※ 施行組数は100万円以上の挙式・披露宴およびリゾート型施設「キラナリゾート沖縄」を対象として算出

※ 平均ゲスト数、平均組単価はリゾート型施設「キラナリゾート沖縄」を含まず算出

CONTENTS

01

2025年12月期 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、株式会社ノバレーゼの業績及び今後の経営戦略に関する情報の提示を目的としたものであり、投資家等が所有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あり、必ずしも将来の業績や経営方針、経営情勢・経済情勢等の将来の推移を正確に予測しているものではないため、本資料で述べられてい
予測や見通しには、不確実性が含まれていることをご承知おきください。

- 平均ゲスト数・平均組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

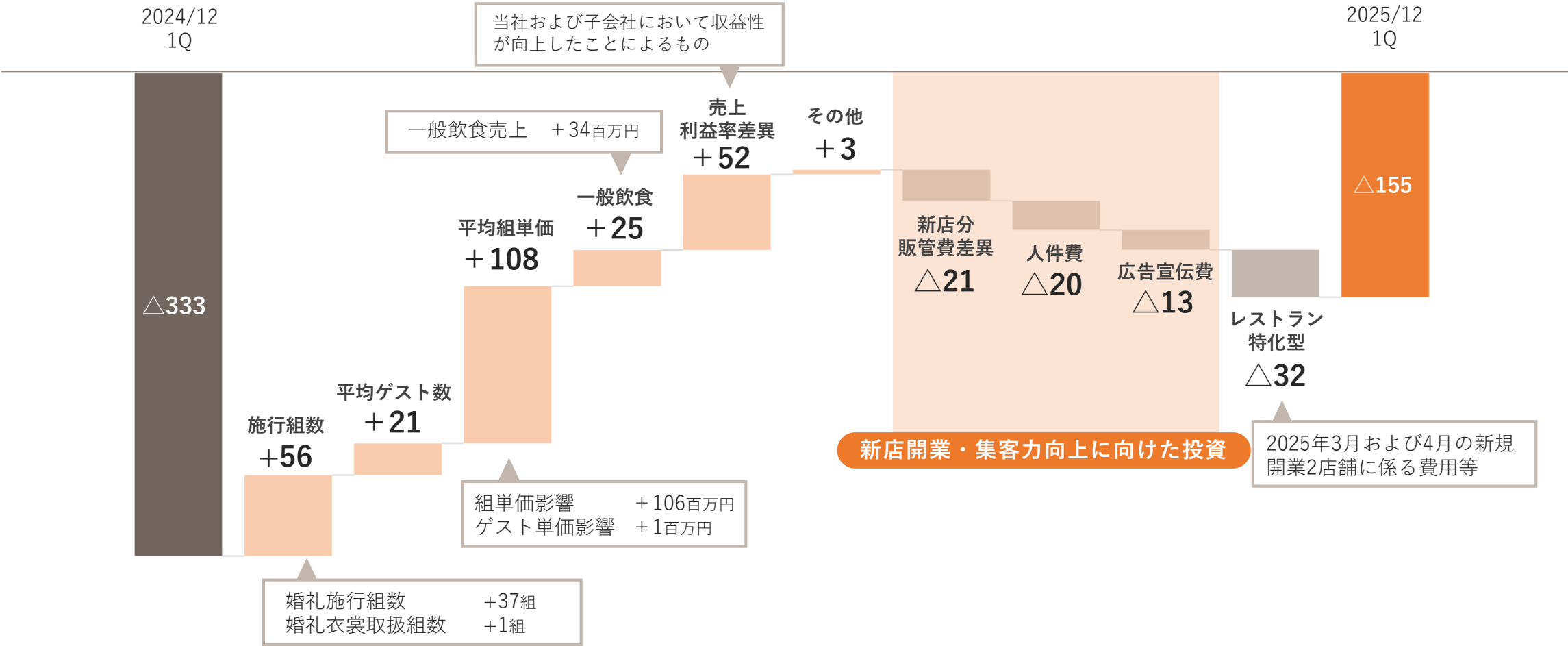
(単位：百万円)	2024/12 1Q	2025/12 1Q	増減額	増減率	2025/12 1Q計画	計画比	2025年12月期第1四半期実績／POINT
売上収益	3,696	4,159	+463	+12.5%	3,937	+5.6%	● 売上収益 ✓ 施行組数の増加および平均ゲスト数・平均組単価の伸長により、前年同期および当第1四半期における計画を上回る水準で着地 ● 原価 ✓ 前連結会計年度から実施した施策が奏功し、主に婚礼プロデュース部門における利益率が向上 ● 販売費及び一般管理費 ✓ 前年開業店舗の本格稼働により広告宣伝費が増加 ✓ 採用した人材の定着状況が堅調に推移し、採用費等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
売上総利益	1,948	2,227	+278	+14.3%	2,064	+7.9%	
販売費及び一般管理費	2,285	2,384	+99	+4.3%	2,367	+0.7%	
営業損失（△）	△333	△155	+178	-	△298	-	
営業損失率（△）	△9.0%	△3.7%	+5.3pt	-	△7.6%	+3.9pt	
税引前四半期損失（△）	△394	△243	+150	-	△389	-	
親会社の所有者に帰属する四半期損失（△）	△259	△121	+138	-	△261	-	
(ご参考) EBITDA ※	271	442	+171	+63.4%	302	+46.4%	

※ EBITDA：営業利益＋減価償却費及び償却費

営業利益の前年同期に対する増減分析（連結）

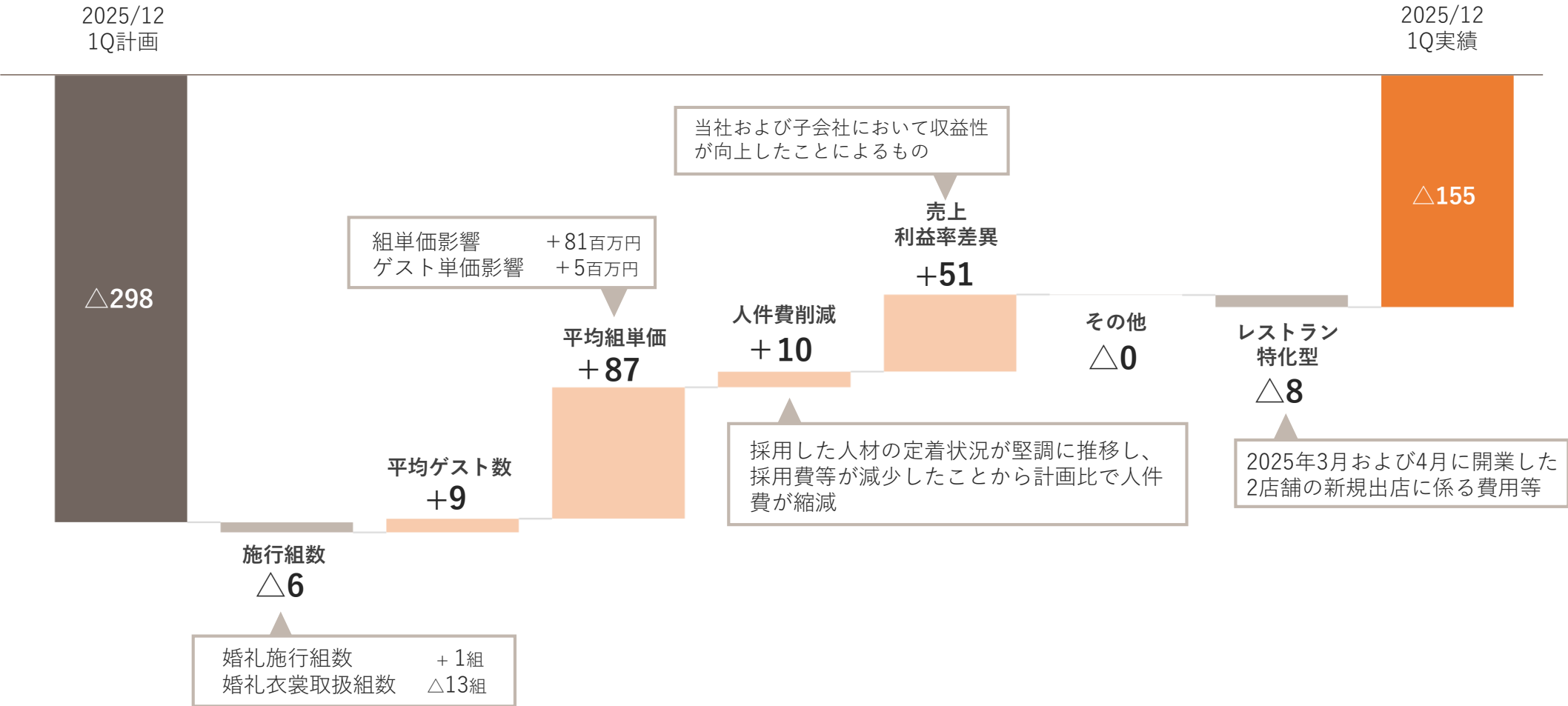
- 施行組数・平均ゲスト数・平均組単価の増加が、発生したコストを吸収
- 新店開業・集客力向上に向けた投資を継続し、当第2四半期以降の利益伸長を図る

（単位：百万円）

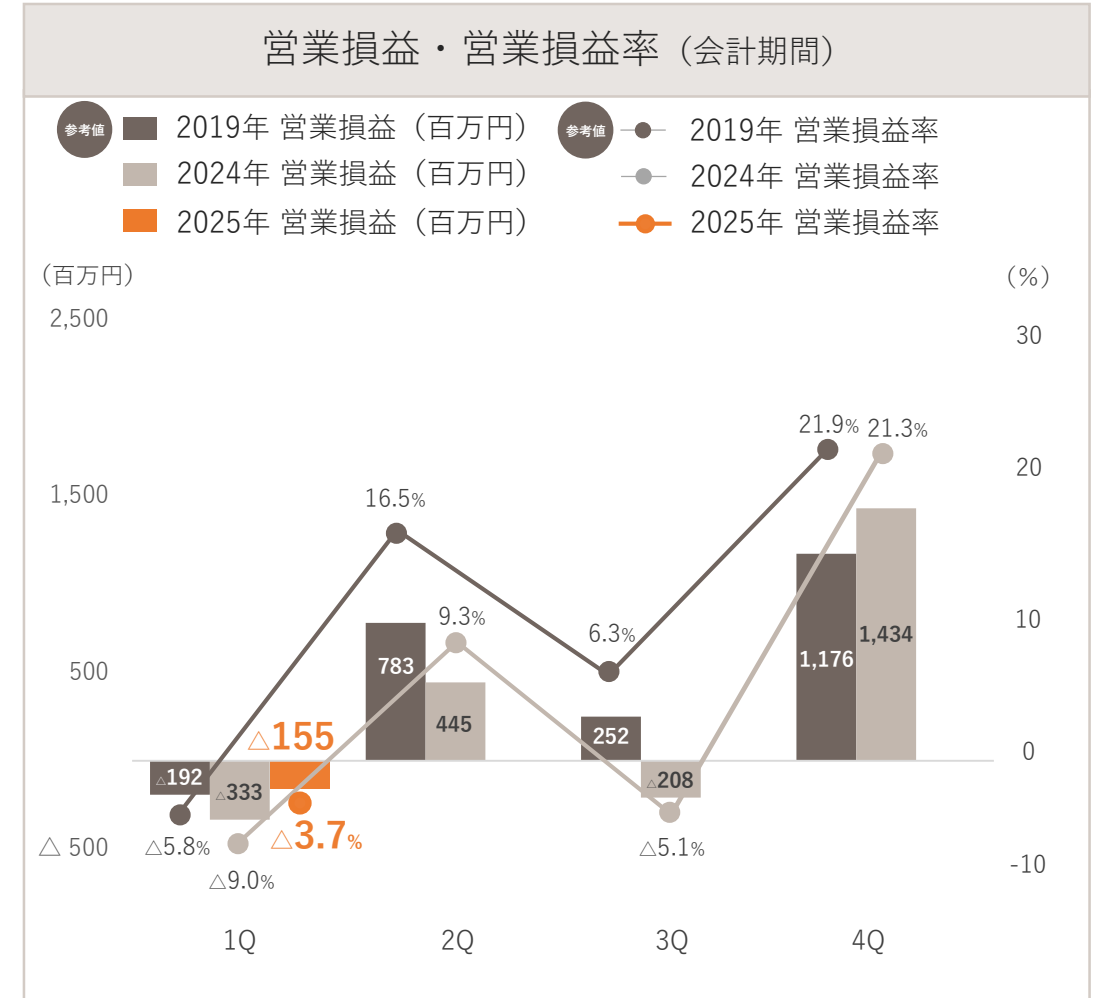
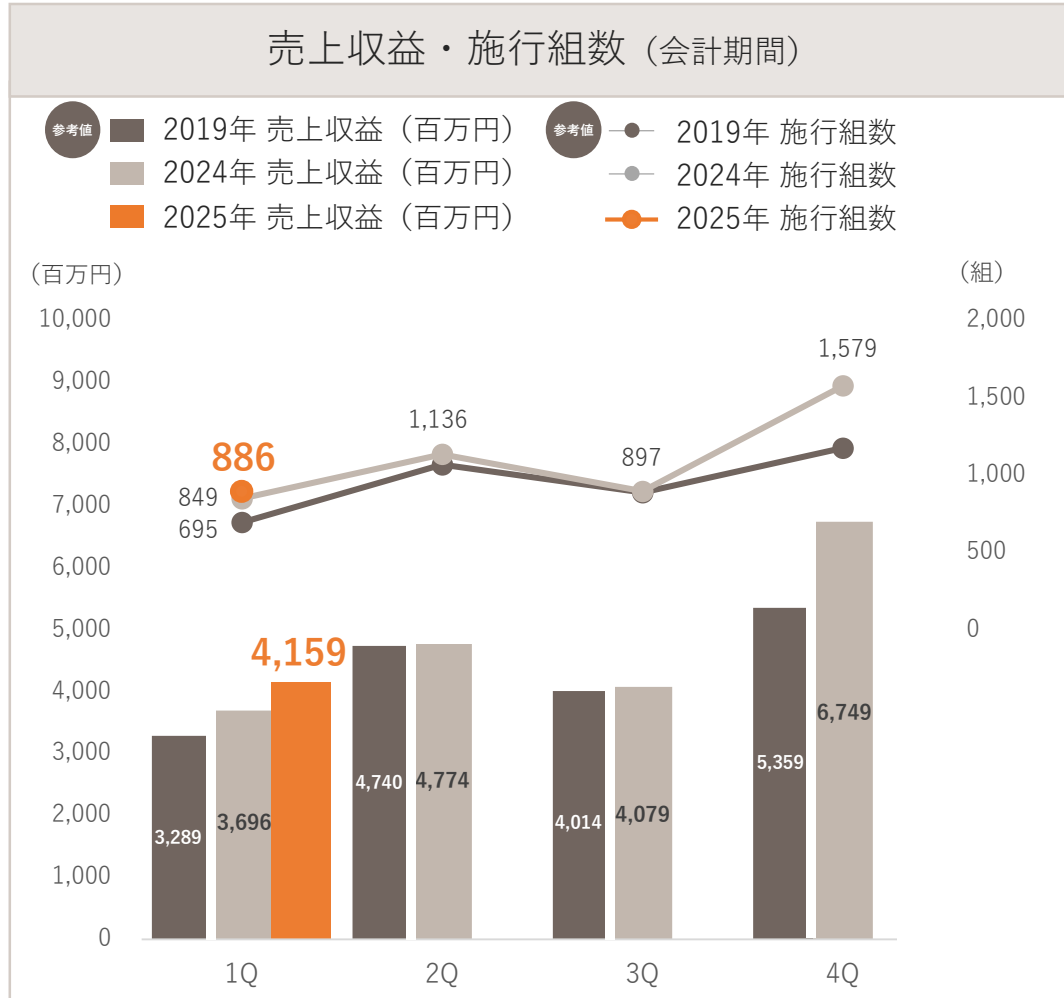


- 平均組単価の伸長や収益性の向上による利益貢献が損失額縮減に大きく寄与
- 人材の定着および費用対効果の高い人材採用活動によりコスト圧縮を実現

（単位：百万円）

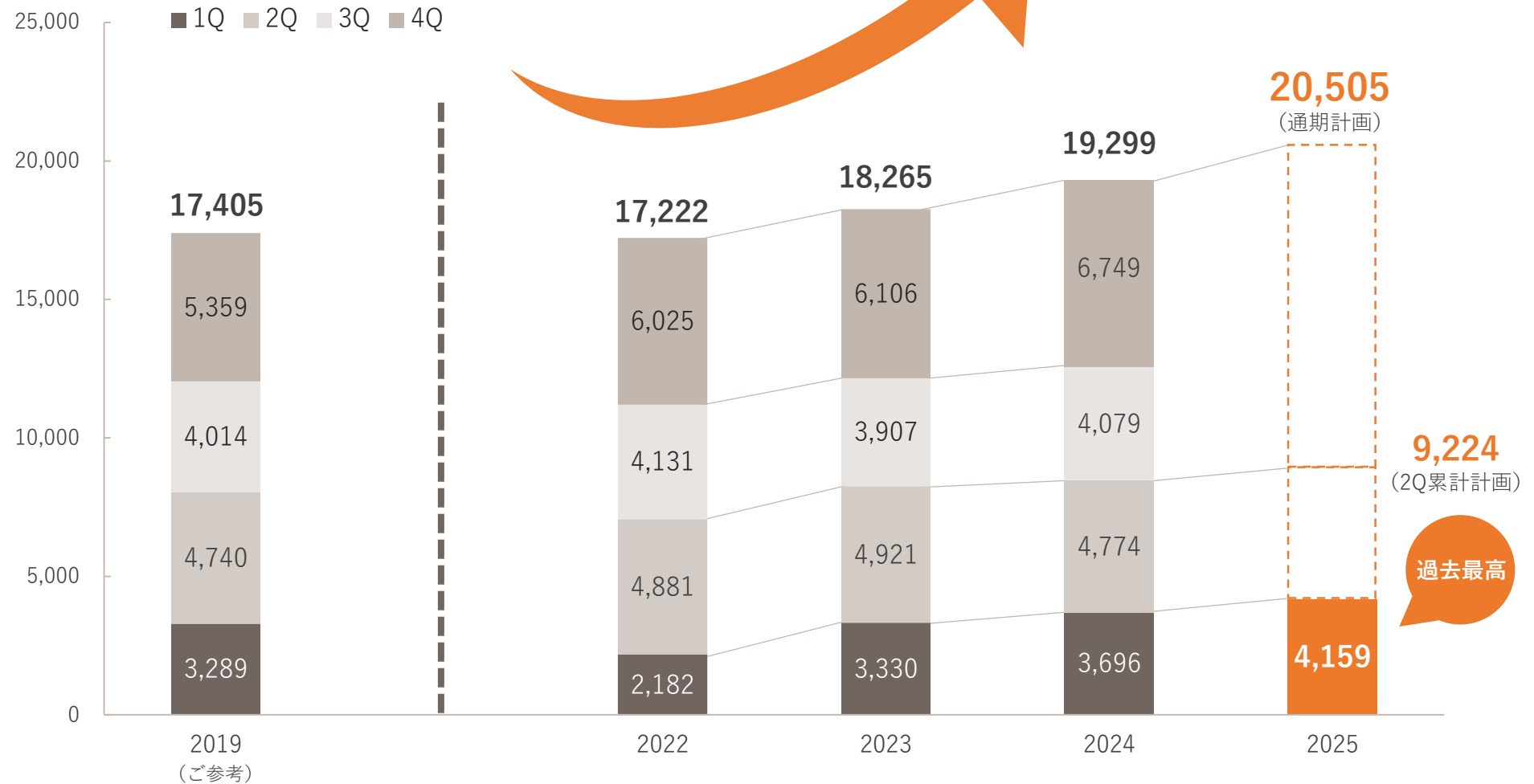


- 結婚式は気候が穏やかで祝日の多い春と秋に多くなるため、売上収益・営業利益は2Qおよび4Qの比重が高い
- 今期も新規開業施設が本格稼働する4Qで大きく伸長



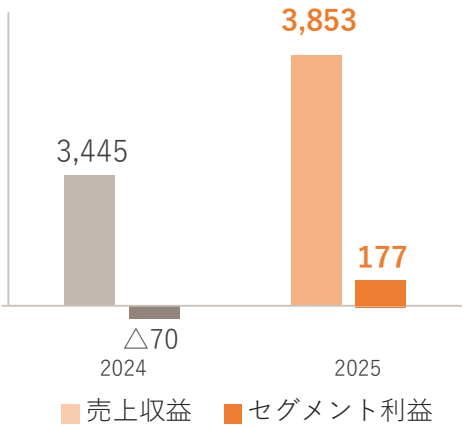
平均ゲスト数・平均組単価の回復に伴い、当第1四半期の売上収益は過去最高値を更新

（百万円）



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	—

(百万円)

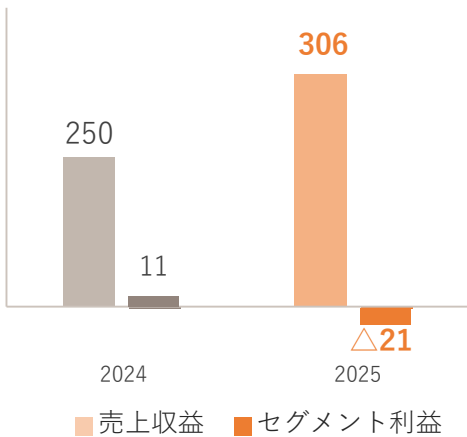


POINT

施行組数の増加や、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、集客力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	—

(百万円)



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。

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

	2024/12 1Q	2025/12 1Q	増減額	増減率
(単位：百万円)				
ブライダル事業	3,445	3,853	+ 407	+ 11.8%
婚礼プロデュース部門	1,578	1,856	+278	+17.6%
婚礼衣裳部門 ※	675	702	+26	+4.0%
内 自社施行	598	642	+43	+7.3%
内 他社施行	77	60	△17	△22.0%
レストラン部門	1,191	1,293	+ 102	+ 8.6%
内 婚礼飲食	816	884	+68	+8.4%
内 一般飲食	375	409	+ 33	+ 9.1%
レストラン特化型事業	250	306	+ 56	+ 22.6%

POINT
● 婚礼プロデュース部門売上収益
✓ 前連結会計年度における受注組数の伸長に伴う施行組数の増加、および平均ゲスト数、平均組単価の伸長により増収
● 婚礼衣裳部門売上収益
✓ 他社施行における取扱組数の減少による影響があったものの、自社施行の増加や、前撮り・衣裳小物の販促強化等による施策が奏功し、平均組単価が増加したことで増収
● レストラン部門（ブライダル事業）売上収益
✓ 婚礼飲食は、施行組数の増加に伴い増収
✓ 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集客好調等により増収
● レストラン特化型売上収益
✓ 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

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

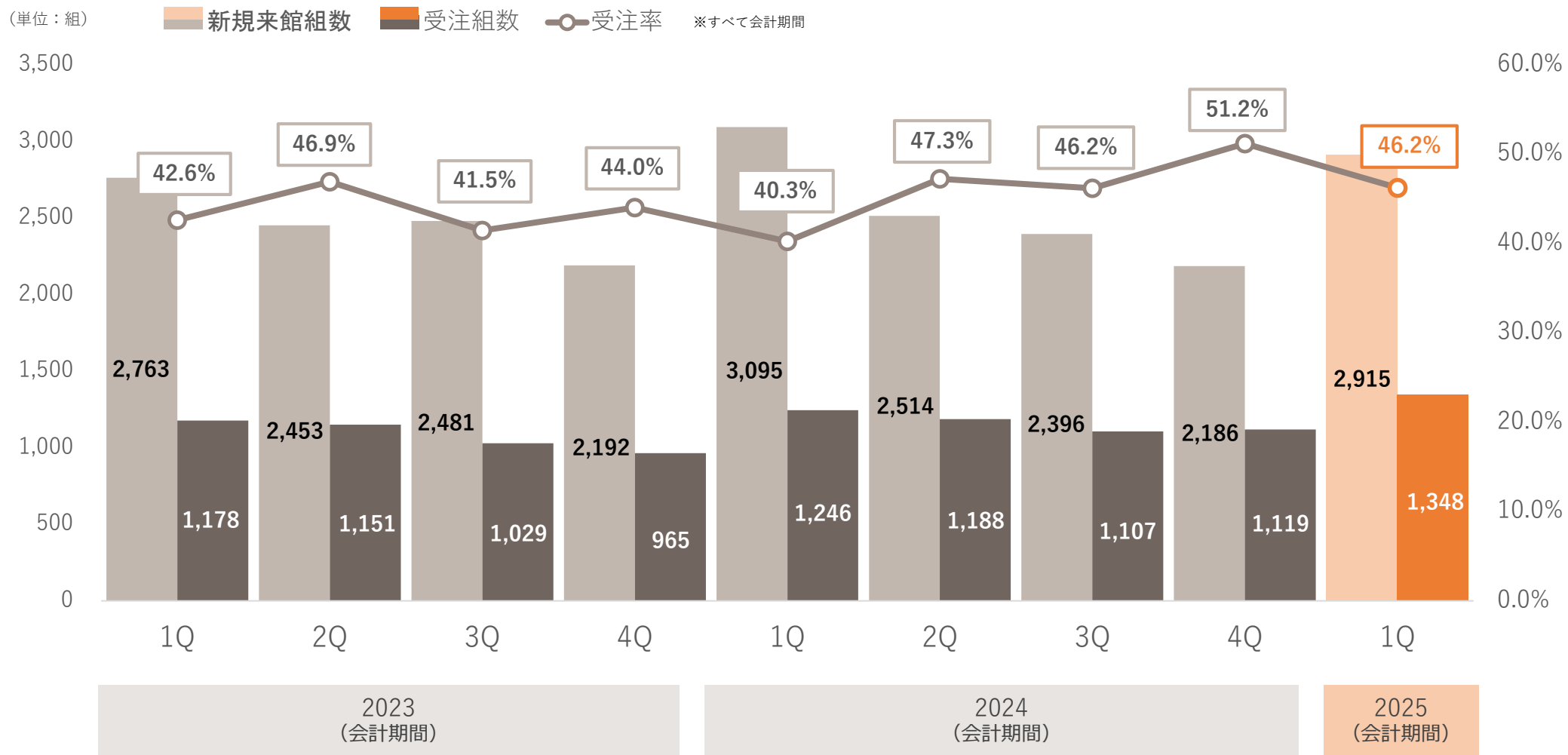
- 施行組数・平均ゲスト数・平均組単価の伸長により増収で着地
- 新規来館組数が減少したものの、受注率の全国的な底上げにより受注組数は増加

	2024/12 1Q	2025/12 1Q	増減	増減率
売上収益（百万円）	1,578	1,856	+278	+17.6%
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%

POINT
● 施行組数 ✓ 前連結会計年度の受注活動が堅調に推移したことにより、前年同期比で増加 ● 平均ゲスト数 ✓ 会場ご成約後の新郎新婦を対象としたオンラインセミナーの実施や、WEB招待状の導入促進等により増加 ● 平均組単価 ✓ 平均ゲスト数の増加および付帯商品の商品開発や、販促ツール強化、販売価格の見直し等により増加 ● 受注組数 ✓ 高受注率者によるスタッフの育成強化や、接客ツールの新規開発等により受注率が全国的に底上げされ、前年同期を上回る

※ 店舗数、新規来館組数、施行組数、受注組数、受注残組数、平均ゲスト数、平均組単価は国内における実績
※ 新規来館組数、施行組数、受注組数、受注残組数は100万円以上の挙式・披露宴およびリゾート型施設「キラナリゾート沖縄」を対象として算出
※ 平均ゲスト数、平均組単価はリゾート型施設「キラナリゾート沖縄」を含まず算出

2024年12月期第2四半期以降、受注率は45%を超える水準を維持



- 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%
店舗数（店）	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%

POINT

- 取扱組数
 - ✓ 自社施行：婚礼プロデュース部門の受注活動が好調に推移したことにより増加
 - ✓ 他社施行：提携会場における施行組数の減少等の影響を受け減少
- 受注組数
 - ✓ 社内販促活動の強化および高受注率者によるナレッジ共有や勉強会等の実施促進により、自社施行における受注率が伸長
 - ✓ 提携会場との連携強化等により、さらなる伸長を図る
- 受注残組数
 - ✓ 当第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新設や、前撮りおよびオプションアイテムの販売促進等が奏功し、前年同期比で増加

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

貸借対照表／キャッシュ・フロー計算書（連結）

（単位：百万円）	2024/4Q	2025/1Q	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	16,050	15,740	△310
のれん	11,203	11,203	0
無形資産	85	113	+27
繰延税金資産	1,898	2,023	+125
資産合計	34,732	34,190	△541
流動負債	9,645	9,000	△644
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	+1,828
現金および現金同等物の期末残高	2,653	3,122	+469

POINT（前年差異）		
● 営業キャッシュ・フロー		
✓ 法人所得税の支払		△551百万円
✓ 税引前四半期損失		△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		△250百万円
✓ 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

■ 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	—
税引前（中間）利益 （△は損失）	△394	△243	△26	75	+ 102	—	975	1,504	+ 529	+ 54.2%
親会社の所有者に帰属する 当期（四半期）利益（△は損失）	△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 施行組数（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

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、投資家等が所有する有価証券の買付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あり、必ずしも将来の業績や経営状況、市場情勢・経済情勢等の将来の推移を正確に予測や見通しには、不確実性が含まれていることをご承知おきください。

- 2024年の資本業務提携契約後、多角的に協業促進・連携強化に努めることで強固な関係性を構築
- 両社の継続的发展に向け、当期もさまざまな施策を順次実行



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、レストランの婚礼業務受託（2施設）が実現
- 引き続き、地域創生事業、建物および空間再生事業の協業、M&A戦略における協調を図る

法人宴会の送客強化



- 2024年10月からの送客開始後、全国の当社施設で、送客・成約の実績が増加。法人宴会カテゴリにおける収益増加に寄与

厨房機能の最大活用



- 広島エリアにおける当社施設のからティーケーピー社施設へのケータリング提供を準備中
- サービス開始は2025年6月を予定

	開業時期	施設形態	名称	バンケット数・ フィッティングルーム数	収容人数 (人)	所在地
2025年	3月17日	レストラン	Serafina NEW YORK 赤坂店	—	118	東京都港区赤坂
	NEW 3月14日	婚礼業務受託	BEIGE Alain Ducasse Tokyo	1	50	東京都中央区銀座
	NEW 3月14日	婚礼業務受託	BENOIT Kyoto	1	56	京都府京都市東山区
	4月21日	レストラン	SHARI 東急歌舞伎町タワー	—	110	東京都新宿区歌舞伎町 東急歌舞伎町タワー
	NEW 7月18日	ドレスショップ	ecruspose静岡店	3	—	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
	3月予定	ゲストハウス (婚礼施設)	HOMAM (旧マッケンジー邸)	1	128	静岡市駿河区
	4月予定	ゲストハウス (婚礼施設)	(仮称) アマンドンブリッジ	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 (婚礼施設)	ドレスショップ	レストラン	フォトウェディングと スパ運営事業	婚礼業務受託	
38店舗 (+2)	25店舗 (+1)	11店舗 (+2)	1店舗	2店舗 (+2)	77店舗 (+7)

※2026年開業予定も含む。() 内は2024年12月期末対比

- 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

- 銀座中央通りを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
- 屋上のルーフトップではガーデン挙式やプレパーティが可能

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「ブノワ」を、アラン・デュカス氏が受け継ぎ、2020年京都に開業
- 優美な五重塔（重要文化財指定）を望む京都清水エリアに位置

集客・受注

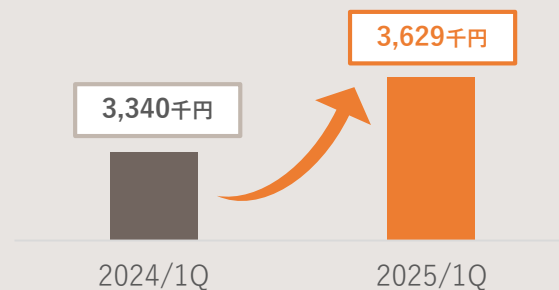


- 4月から全国26施設を対象とした自社イベントがスタート。各施設で平均40組以上のカップルが来館しており、顕在層・潜在層の早期認知獲得に貢献



- 昨年、全国で約2万2,000人が来場した夏季限定イベントやランチ・ディナー営業などの施設稼働率向上施策が、婚礼プロデュース部門における新規来館の獲得にも寄与

平均組単価

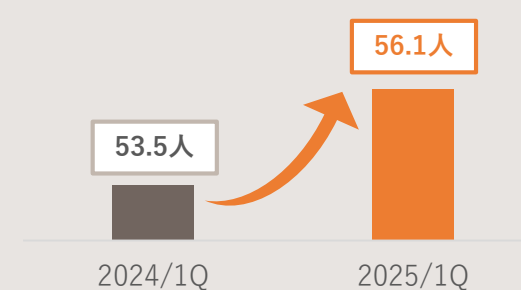


- 多くの婚礼サービスを内製化している優位性を活かし、顧客ニーズや市場トレンドをいち早く取り入れたスピーディな商品開発を起点に単価アップを実現

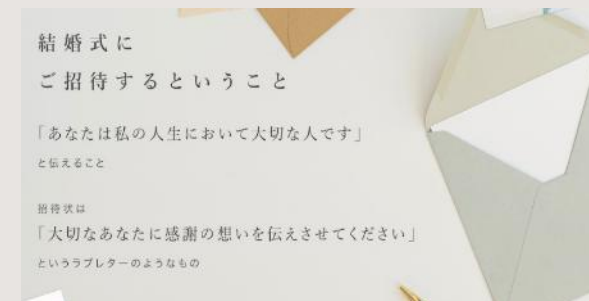


- 今後は、親御様への贈呈用ギフトや会場装飾アイテムなどの高価格帯商品の開発・リリースにより、さらなる単価向上を見込む

平均ゲスト数



- 前連結会計年度の水準と比較し、平均ゲスト数は着実に増加傾向。今期より自社制作のWEB招待状を導入し、平均ゲスト数の全国的な底上げを図る



- 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が好評。招待ゲストの検討に際するアドバイスも実施し、新郎新婦のさらなる満足度向上に努める

平均組単価が続伸

平均組単価
(前年同期比較)

724千円

2024/1Q

752千円

2025/1Q

- トレンドのみならず本質的な価値を求める、感度の高い当社顧客層の期待に応えるべく、商品開発を強化。内製化しているからこそ実現できる、価格以上の品質・デザイン性の良さに高い評価を得られた結果、衣裳1着あたりの単価アップを実現

前撮り単価が好調

前撮り単価
(市場平均比較)

259千円

市場平均
(2023/4~2024/3)

383千円

当社
(2024/1Q)

対市場平均
150%

- 当第1四半期における当社の前撮り単価は、フォトウエディング・前撮り費用の市場平均値+124千円の高水準を実現。引き続きオプションの販売促進等で向上を図る

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、機動的に新商品を開発・販売
- ecrupose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、受注率・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

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

- 客単価：（ランチ）2,000～2,500円／（ディナー）6,000～7,000円
- 路面店の好立地を活かし、開業から現在に至るまで集客状況は順調に推移
- 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1-29-1 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

- 想定客単価：（ディナー）12,000～18,000円
- 各専門ジャンルの職人が腕を振るう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

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

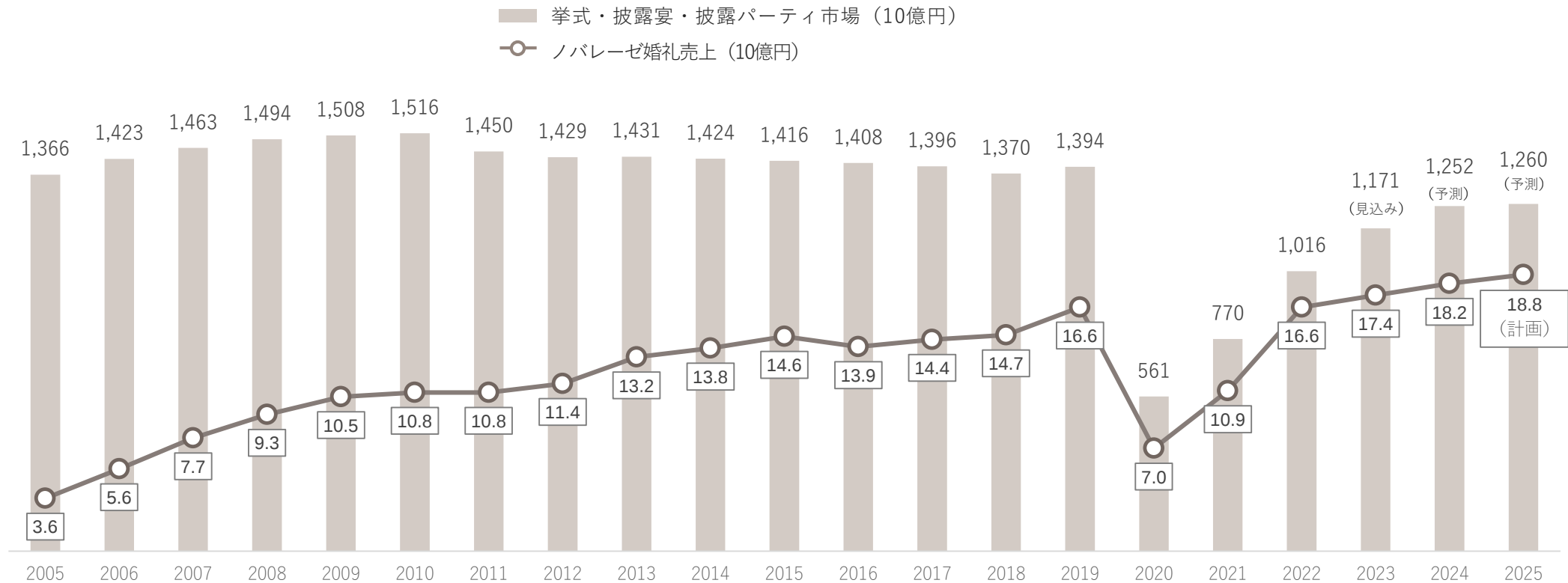
業績推移（IFRS）
補足資料

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、投資家等が有価証券の買付勧誘を目的としたものではない。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あるが、必ずしも将来の業績や経営状況、市場情勢・経済情勢等の将来の推移を正確に予測や見通しには、不確実性が含まれていることをご承知おきください。

	2018/12	2019/12	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12	2024/12	2025/12 (計画)
売上収益 (百万円)	18,388	17,405	7,334	11,191	17,222	18,265	19,299	20,505
営業損益 (百万円)	2,300	2,020	△3,942	822	2,776	1,539	1,337	1,878
営業損益率 (%)	12.5%	11.6%	△53.7%	7.3%	16.1%	8.4%	6.9%	9.2%
当期損益 (百万円)	1,074	1,313	△2,948	374	1,657	942	663	1,008
当期損益率 (%)	5.8%	7.5%	△40.2%	3.3%	9.6%	5.2%	3.4%	4.9%
施行組数 (組)	3,854	3,829	1,664	3,087	4,660	4,629	4,461	4,609

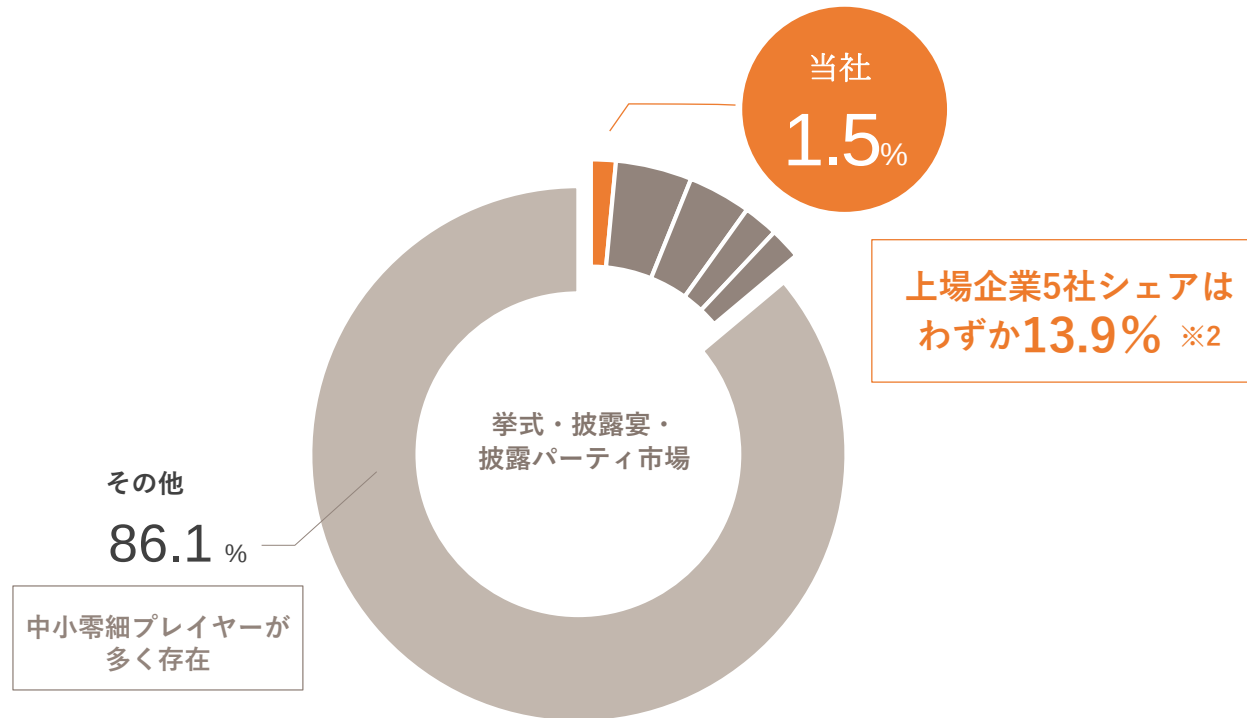
- コロナ禍前の挙式・披露宴・披露パーティ市場は約1.4兆円の巨大市場であり、安定的に推移
- 当社の婚礼売上は着実に拡大。コロナ禍による落ち込みはあったが、足元は市場全体の回復に先んじて落ち込み前の水準に回復

挙式・披露宴・披露パーティ市場規模推移



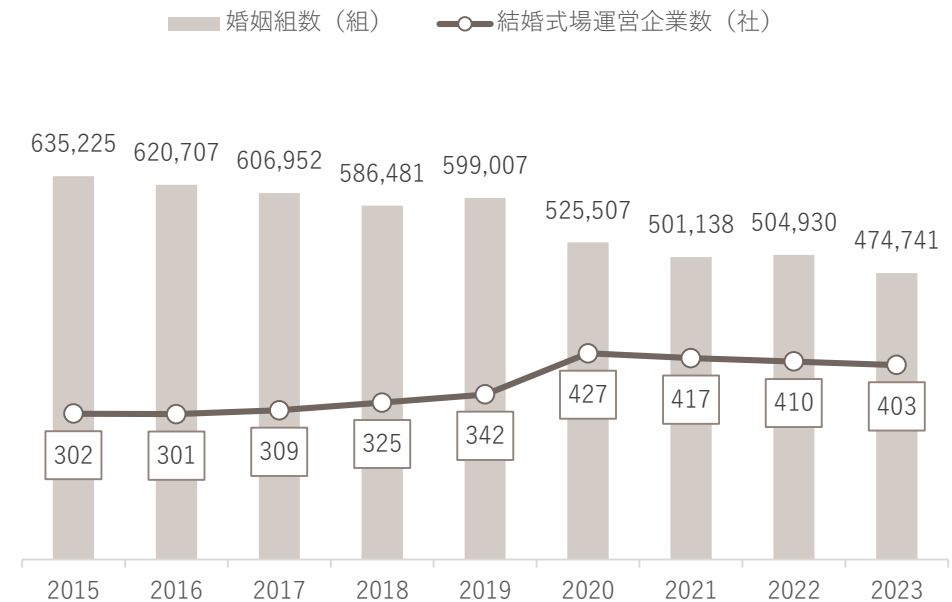
- マーケットの寡占度は低く、中小零細プレイヤーが群雄割拠。当社の市場シェアも1%程度に過ぎず拡大余地は十分
- コロナ禍により、プレイヤーの二極化が進展
- 婚姻組数が大きく変わらない中で、プレイヤーの淘汰が進む局面は当社にとって更なるシェア拡大の好機

挙式・披露宴・披露パーティ市場 市場シェア



※1：出典：矢野経済研究所「2024年版ブライダル産業年鑑」
 ※2：出典：各社開示情報

全国婚姻組数・結婚式場運営企業数推移

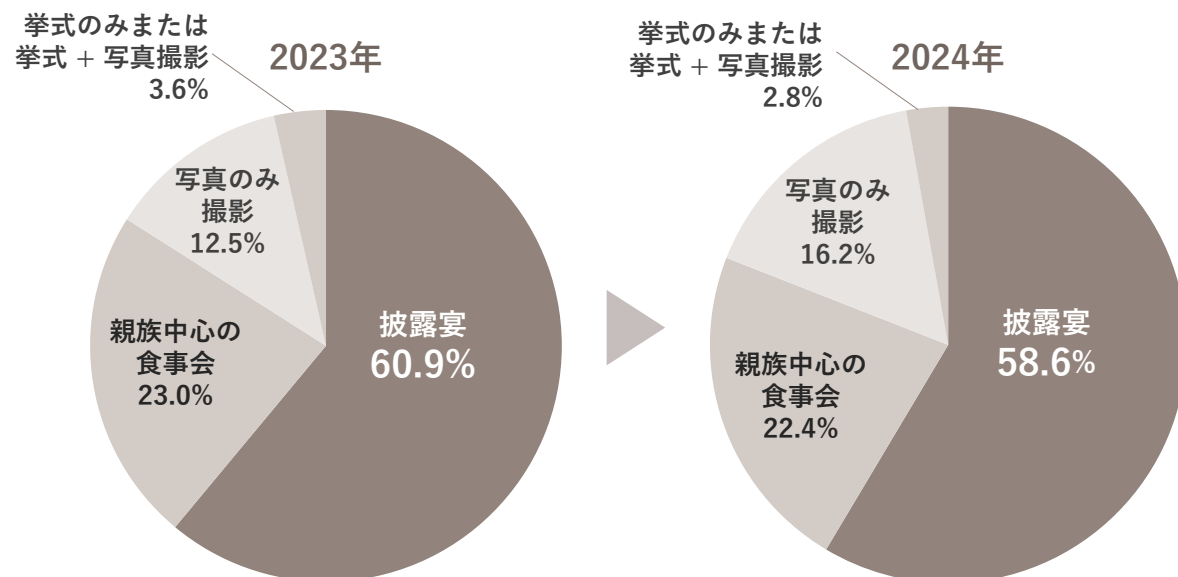


※ 出典：厚生労働省「令和5年人口動態統計（確定数）」
 ※ 出典：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」
 結婚式場運営企業数は調査対象の見直しによる不連続を調整した前年比の伸び率を2015年の実数を基に掛け合わせることで算出

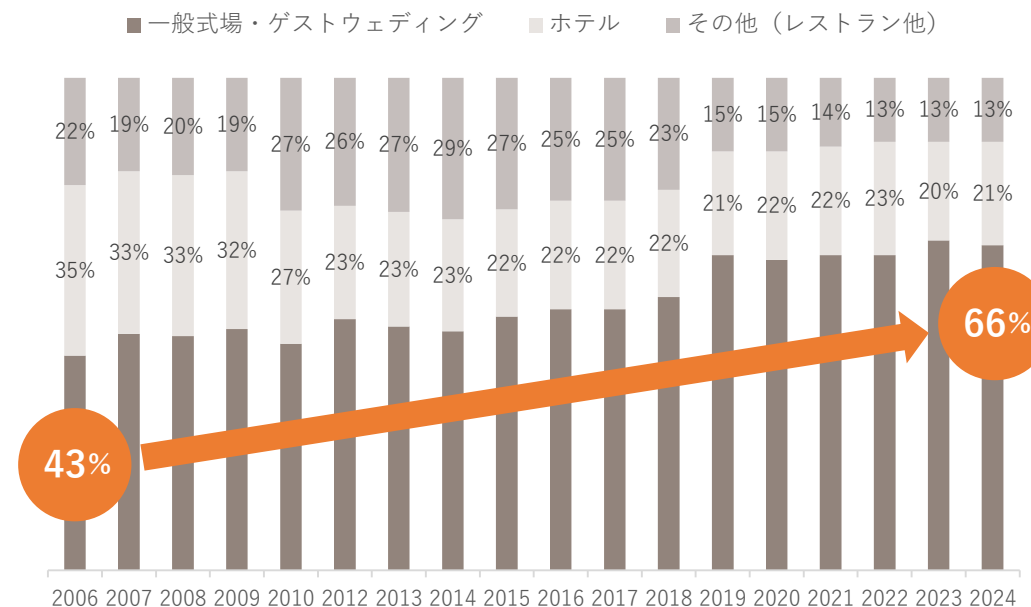
- 当社は周辺ビジネスの内製化により、結婚披露宴のみならず、結婚を機としたすべてのセレモニーに対応
- 披露宴自体も、ホテルよりも当社の基本コンセプトである貸切ゲストハウスが選好される傾向

セレモニーの実施形態

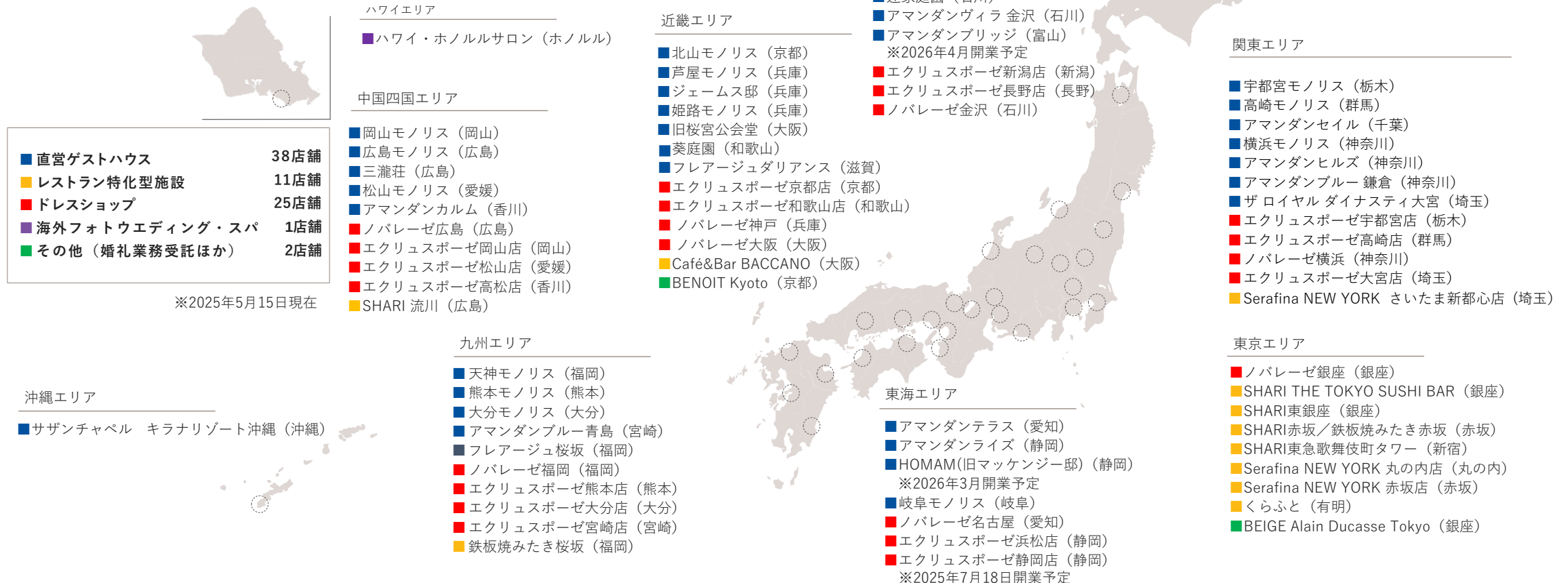
当社はすべての形態に対応

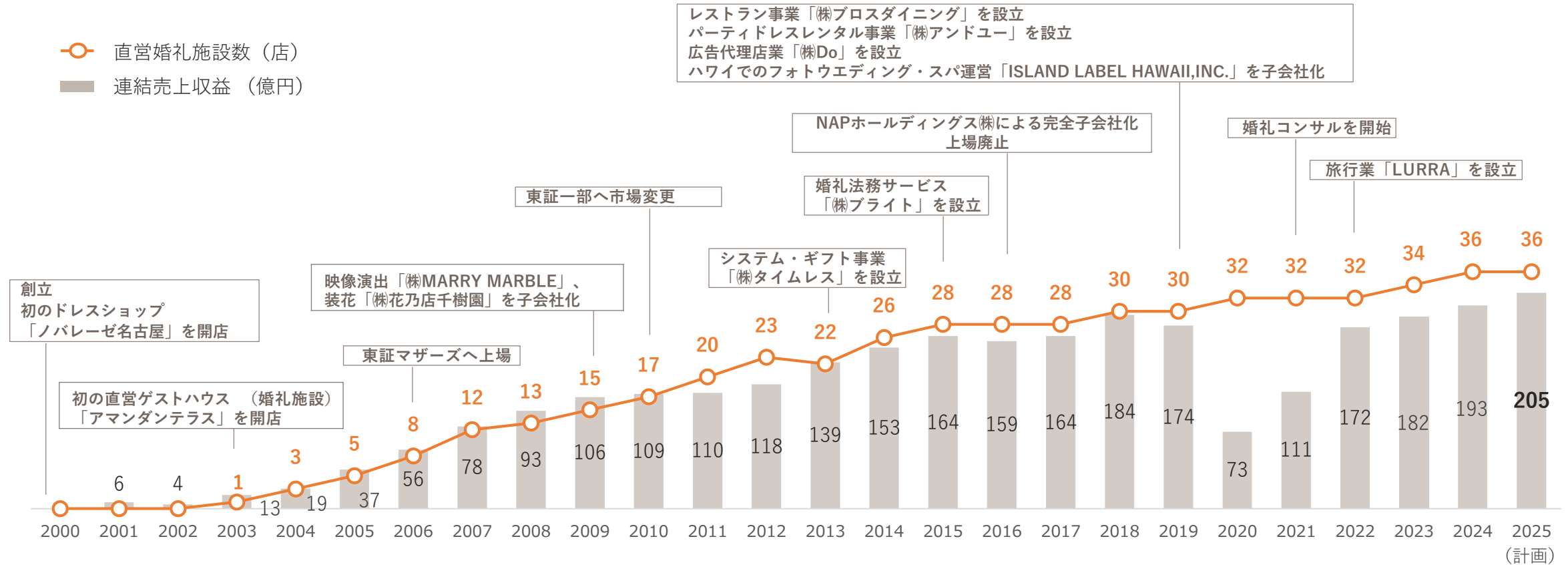


披露宴・披露パーティ会場別実施割合



- 国内外76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





婚礼プロデュース事業・婚礼衣裳事業

婚礼施設の運営・レストラン事業

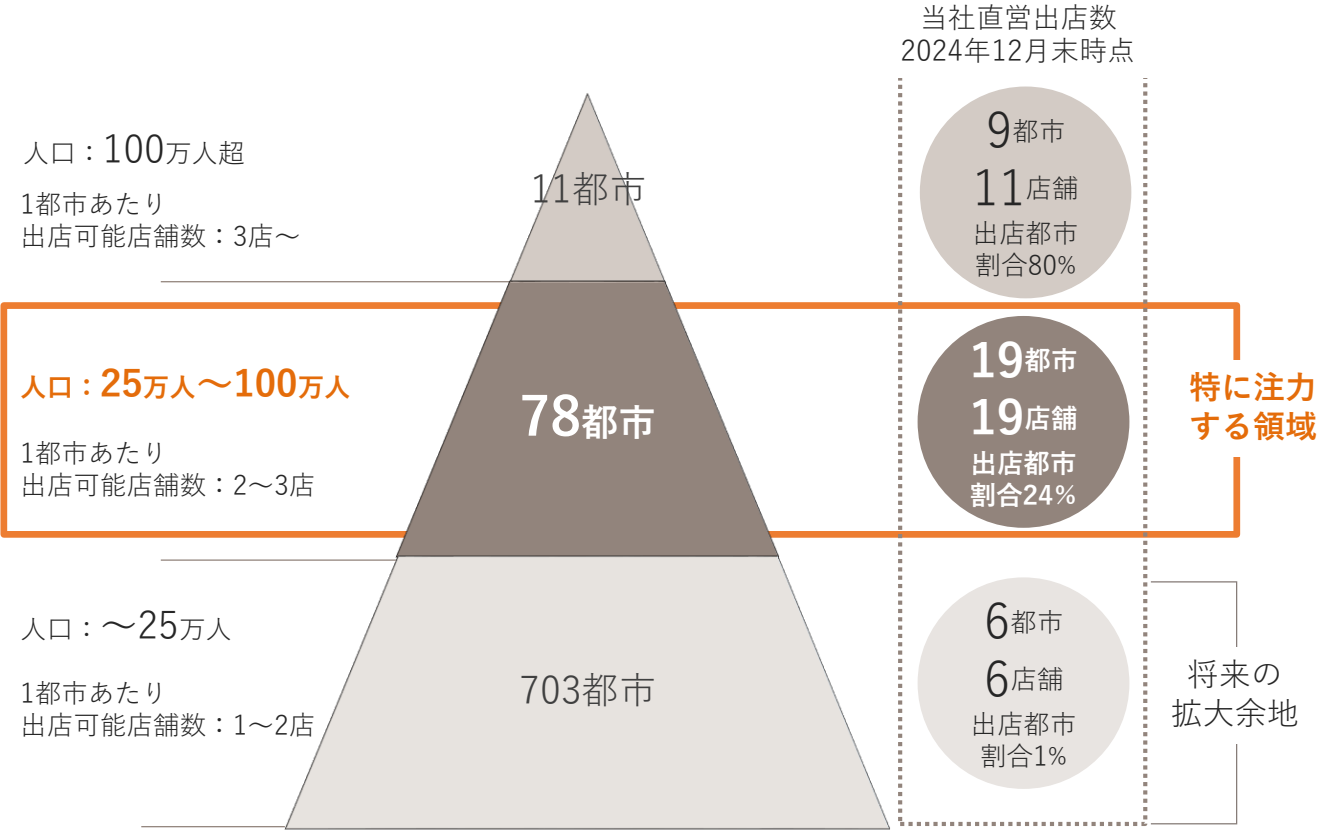
映像演出・写真・装花事業

ギフト・システム・コンサルティング事業

広告代理店業・ハワイへの進出

- 高い投資効率が見込めるエリアを十分に精査のうえ、出店余地の高い地方都市圏への出店に注力
- 主に注力地域78都市に出店しており、出店都市割合は24%、1都市あたり2～3店の出店が可能な点を踏まえると出店余地はまだまだ大きい

全国の都市数と出店余地



今後の出店方針

出店計画：年間 **3 店舗** 程度

初期投資額： **8 億円** 程度

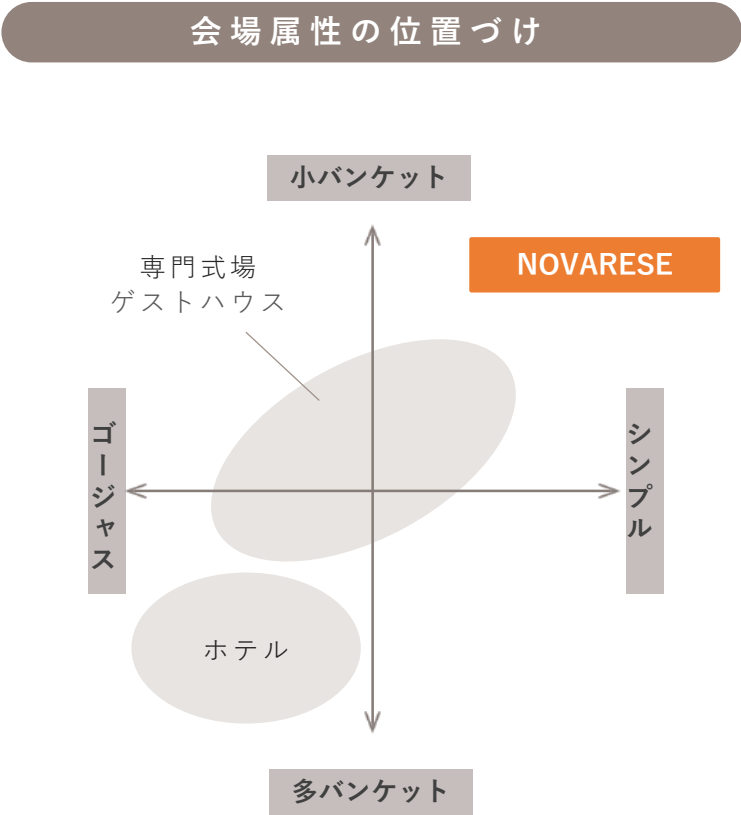
投資回収期間： **5 年以内**
当社の1店舗当たりの年間売上目標：約5億円

出店エリア：人口 **25～100万人** の **地方都市圏**

出店形態：**新築**のほか **M & A** を含む多様な形態

- シンプル・モダンなデザインにより、競合他社との差別化を図る
- 投資額を抑えた施設展開により、無理のない稼働率でも経営が可能

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



※直近5事例（サザンチャペル キラナリゾート沖縄、アマンダンブルー青島、葵庭園、大分モノリス、熊本モノリス）の平均初期投資額。
※同業他社4社（ツカダ・グローバルホールディング、アイ・ケイ・ケイホールディングス㈱、㈱エスクリ、㈱ティクアンドギヴ・ニーズ）の過去10期分の有価証券報告書にある【設備の新設、除却等の計画】の、施設ごとの投資予定総額から投資施設総数を除して算出。 尚、挙式・披露宴会場以外への設備投資項目は除外。

地方都市圏を中心とした店舗展開（地方出店のメリット）

- 競争状況が比較的緩やかで、地代や広告宣伝費等の運営コストが低い地方都市圏を中心に、出店立地を精査して店舗を展開
- 地方における高い地位を確立しながら高い収益を獲得

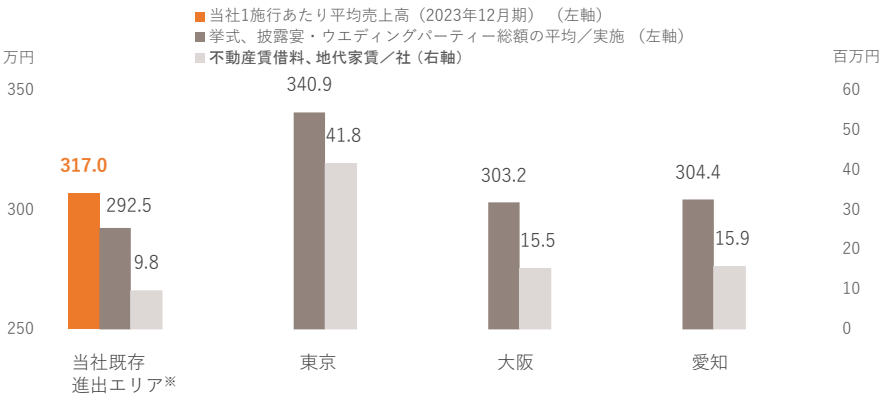
現在の国内出店状況（ウェディングベース）

大都市・地方都市の出店環境

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

当社の注力領域

三大都市圏と当社既存進出エリアの比較



※ 出典：ゼクシィ 結婚トレンド調査2022／経済産業省 令和3年経済センサス－活動調査 速報集計（産業分類：全産業）
※ 当社が出店している26府県のデータを使用。「挙式・披露宴・ウェディングパーティー総額の平均」は中央値を、「不動産賃借料、地代家賃」は平均値を算出。

国内出店一覧

	所在地	人口	施設名
1	青森 青森市	28万	フレアージュスイート*
2	福島 郡山市	32万	郡山モノリス
3	新潟 新潟市	78万	新潟モノリス
4	石川 金沢市	45万	辻家庭園
5	石川 かほく市	4万	アマンダンヴィラ
6	群馬 高崎市	37万	高崎モノリス
7	栃木 宇都宮市	52万	宇都宮モノリス
8	埼玉 さいたま市	133万	ザ・ロイヤルダイナスティ大宮
9	千葉 千葉市	98万	アマンダンセイル
10	神奈川 横浜市	376万	横浜モノリス
11	神奈川 厚木市	22万	アマンダンヒルズ
12	神奈川 鎌倉市	18万	アマンダンブルー鎌倉
25	広島 広島市	119万	三滝荘
26	広島 広島市	119万	広島モノリス
27	香川 高松市	42万	アマンダンカルム
28	愛媛 松山市	51万	松山モノリス
29	福岡 福岡市	157万	福岡天神モノリス
30	福岡 福岡市	157万	フレアージュ桜坂*
31	大分 大分市	48万	大分モノリス
32	熊本 熊本市	73万	熊本モノリス
33	宮崎 宮崎市	40万	アマンダンブルー青島
34	沖縄 八重瀬町	3万	キラナリゾート沖縄

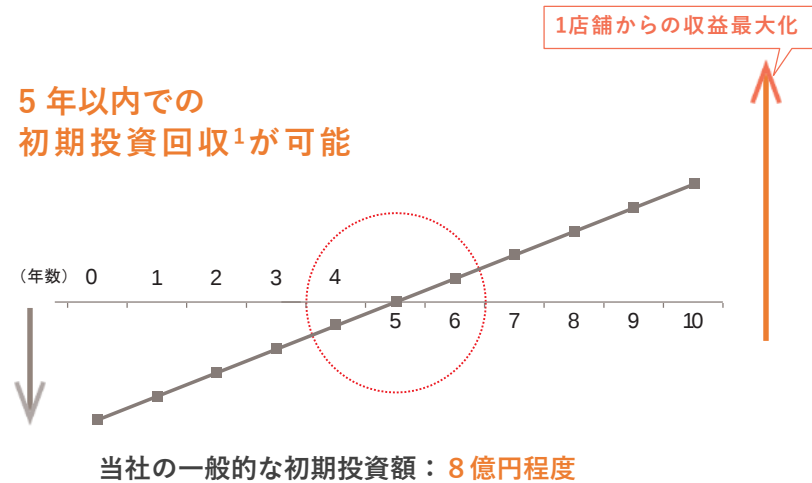
	所在地	人口	施設名
13	静岡 浜松市	80万	アマンダンライズ
14	長野 長野市	37万	アマンダンスカイ
15	岐阜 岐阜市	40万	岐阜モノリス
16	愛知 名古屋	229万	アマンダンテラス
17	滋賀 近江八幡市	8万	フレアージュダリアス*
18	大阪 大阪市	273万	旧桜宮公会堂
19	京都 京都市	139万	京都 北山モノリス
20	兵庫 神戸市	152万	ジェームス邸
21	兵庫 姫路市	53万	姫路モノリス
22	兵庫 芦屋市	10万	芦屋モノリス
23	和歌山 和歌山市	36万	葵庭園
24	岡山 岡山市	70万	岡山モノリス

- 人口25万人以上の都市を中心に出店
- 競争過多で賃料負担の重い首都圏を避け収益性を確保
- 都市型／郊外型／再生型／リゾート型の4つのブランドを展開
- 比較的大きな都市については複数ブランドの同時出店有

※ 2023年4月30日現在 ※青森、福岡桜坂、滋賀は買取店舗
※ 出典：総務省公表/令和3年1月1日住民基本台帳人口・世帯数、令和2年（1月1日から同年12月31日まで）人口動態（市区町村別）

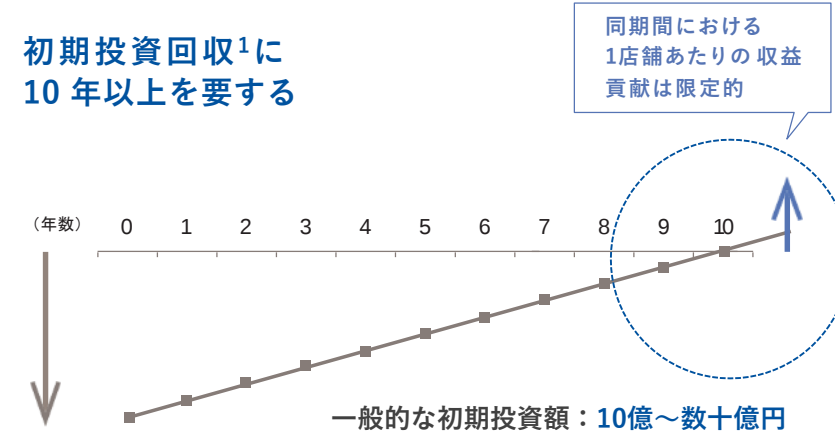
初期投資負担、広告宣伝費や賃料等のランニングコストの低さ、内製化やDXの進展による1施行あたりの収益最大化の実現を通じて、高い投資効率を実現

当社の投資回収イメージ（新店1店舗）



- シングルバンケット+地方への出店
設備投資が抑えられることに加え、競合が少ないことで広告費も抑えられるため
初期投資額は低い
- 内製化の進展により、マネタイズポイントを多数有する
- 5年以内に投資回収を実現
- 出店ハードルが低く、より小さな都市にも出店可能なため、拡大余地が大きい
- リニューアルがしやすく、長期に渡り利益を生み出すことが可能
- **結果として、高い資産収益性を実現かつ直近の減損もない**

一般的な式場運営企業の投資回収イメージ（新店1店舗）



- 大規模かつ豪華さを打ち出し、多バンケットであるため 初期投資額（10億～数十億円）※2は高い
- 投資回収に10年以上を要する
- 定期的なメンテナンスを必要とし、リニューアルも容易ではない
- **結果として、資産収益性は低くなる**

※1 EBITDAの累計が初期投資額を超えた時点で初期投資回収とする

※2 同業他社4社（ツカダ・グローバルホールディング、アイ・ケイ・ケイホールディングス(株)、(株)エスクリ、(株)テイクアンドグヴ・ニーズ）の過去10期分の有価証券報告書にある【設備の新設、除却等の計画】の、施設ごとの投資予定総額から概算。尚、挙式・披露宴会場以外への設備投資項目は除外。

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

婚礼周辺サービスの内製化による収益貢献

				
	ドレス	映像・写真	装花	ギフト
当社	内製	内製	内製	内製
他社	主に外注	主に外注	主に外注	主に外注

高い収益性を実現

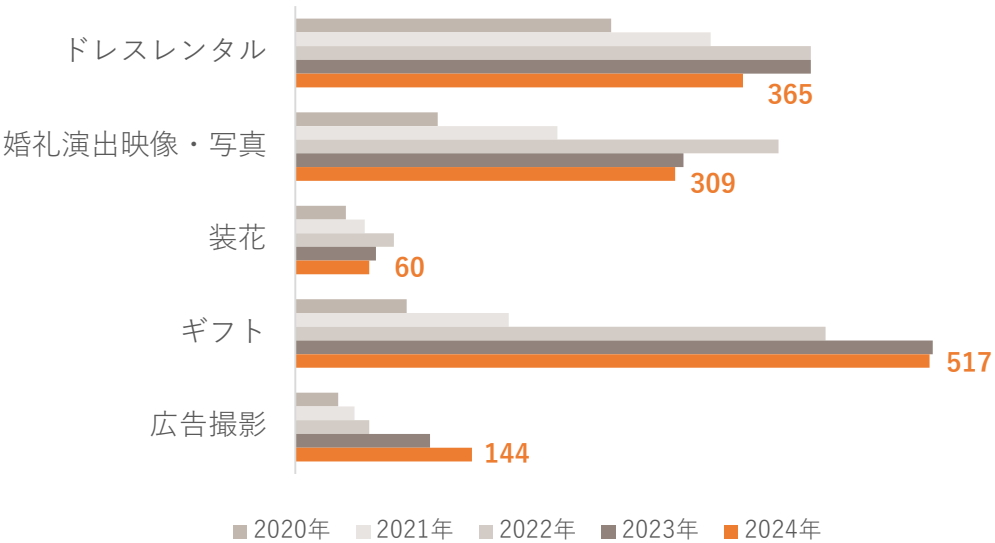
「内製化」を実現することによる収益性の違い（イメージ）

	お客様の支払総額		
当社	原価	利益	
他社	原価	外部業者の利益	利益

外販による収益貢献

婚礼周辺サービスの外部販売額

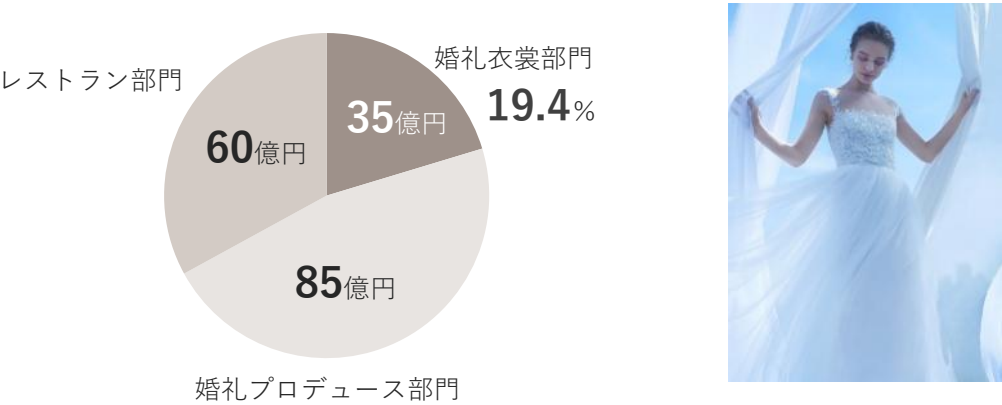
（単位：百万円）



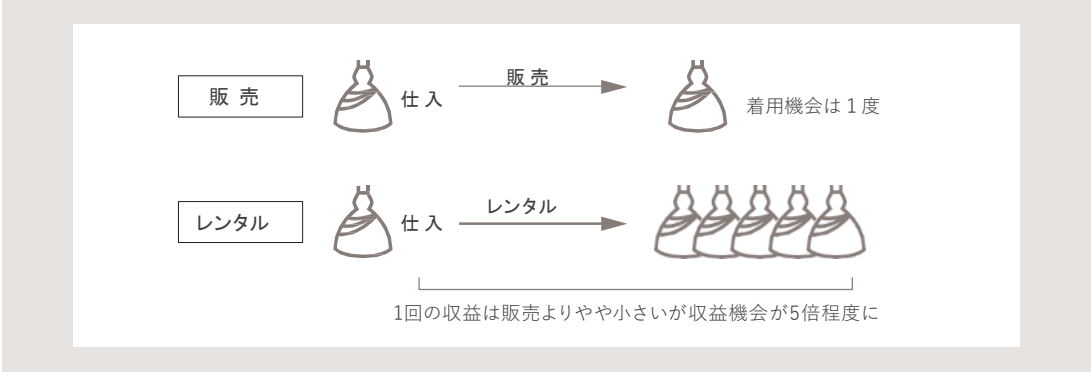
内製化したサービスを外部販売し収益化
成長ドライバーとして注力する領域

- ドレスレンタル事業の内製化は、当社の収益性の高さを支える要素
- 婚礼衣裳事業を祖業とする当社にとって当該ビジネスは大きな武器であり同業他社からの引き合いも強い

ブライダル事業収益内訳（2024年12月期）



高収益性の源泉となる「レンタル」



同業他社比較

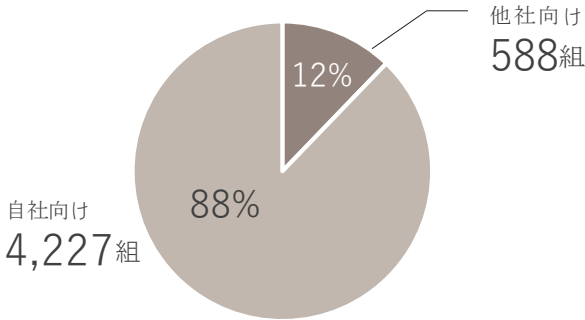
他社（一例）

- 内製化を始めてからの歴史が浅く、提携ブランドや営業ノウハウが比較的少ない
- テナントであるドレスショップから多額の敷金を受領し、初期投資に充てていることから、ドレスを内製化しにくい

当社

- ドレスショップからの創業であり、約20年の営業ノウハウを有する
- 自社会場の特性や顧客のトレンドがわかることから、これらのことをドレスのデザインに反映しやすく、結果として顧客満足度が向上する
- ドレスショップを内製化することにより、収益力が向上する

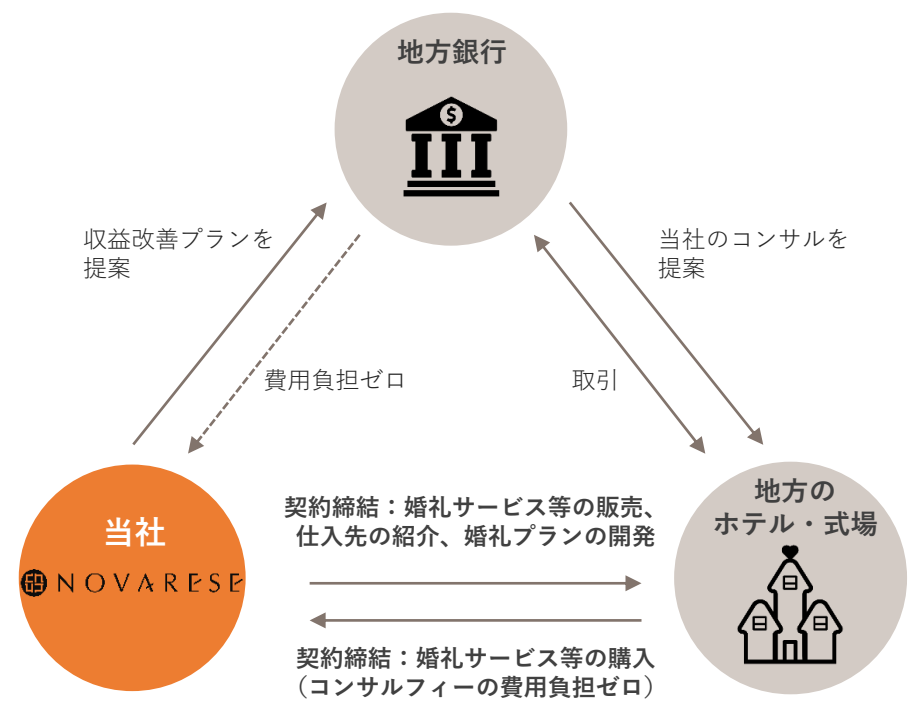
ドレスレンタル施行実績



※ ブライダル事業における収益およびドレスレンタルにおける施行実績は2024年12月期実績

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

ビジネスモデル



事業の特徴

- 地方のホテルや結婚式場に対し、当社がコンサルティングを提供
- コンサルフィーは無料とし、対象企業に対して**当社が内製化している婚礼周辺サービスを販売し、収益化**
- 潜在的なM&A候補の探索にもつながりうる



「収益改善」で他社の婚礼コンサルサービスと差別化

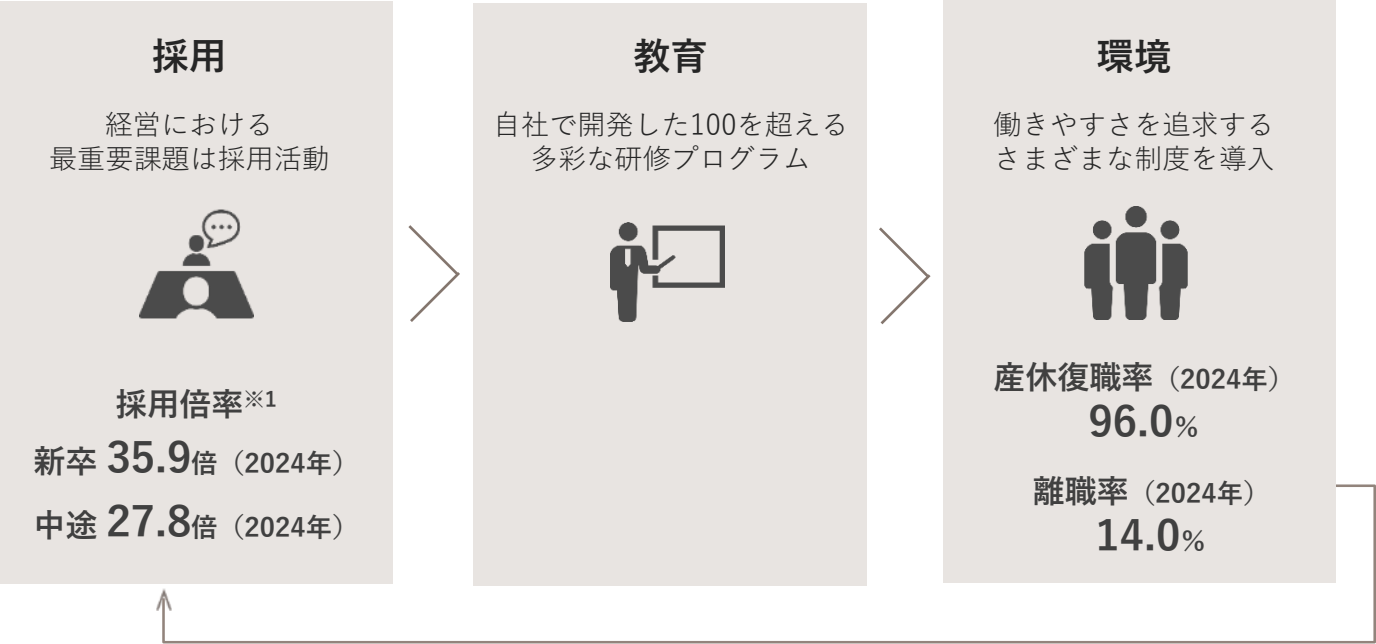
	収益改善	受注率改善	コスト改善	客単価改善
他社	○	○	△	△
当社	○	○	◎	◎

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

既存の婚礼プランの見直しや新規プランの開発をしながら、客単価引き上げ

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

ノバレーゼの人材マネジメントサイクル



ノバレーゼ業界ランキング



スタッフの声

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

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

※1 新卒の応募者2,253名に対し63名の採用、中途の応募者4,647名に対し134名の採用
※2 出典：Openworkウェブサイト「フードサービス、飲食（Vorkers 区分）の企業における順位（2025年1月30日時点）

充実した福利厚生により、パパ・ママの働きやすい環境を提供

ノバキッズ（ベビーシッター補助制度）

設 立 の 背 景	ウエディングプランナーやドレスコーディネーターとして土日の現場復帰を希望する社員は多いものの、保育園や幼稚園の関係で、どうしても披露宴や来館者の少ない平日勤務のアシスタント業務などに限られていた
利 用 対 象	小学生以下の子どもをもつ、正社員と契約社員の男女
効 果	育児と仕事を両立しやすい環境をつくることで、優秀な育児世代の活躍の場を広げ、経験豊富な社員の現場復帰で、受注率やサービスの質向上にもつながる

パラノバ（副業制度）

設 立 の 背 景	「個人の尊重」という方針で育ってきた古今の若手の特徴にある「自己実現の追求」の達成
副 業 対 象	雇用契約を結ばない個人事業主やフリーランスとして、他社やNPOなど
効 果	働く形態を事業主やフリーランスに絞ることで、社外で働く目的が、価値を得るためだけではなく、個人の力を活かした自己成長を促し、結果としては高めた技術を本業に生かす

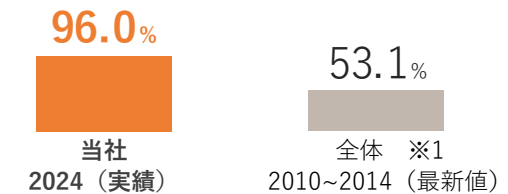
リモノバ（在宅勤務制度）

有休100%取得制度

フレックス勤務制度

勤務エリア限定制度

女性の高い復職率



業界の中でも低い離職率



※1 出典：仕事と生活の調和連携推進・評価部会「仕事と生活の調和レポート2020」（最新版）

※2 出典：厚生労働省「令和4年雇用動向調査結果の概況」

- システム開発部門を自社で持つことにより、タイムリーなDX化を実現
- オンライン上で結婚式当日までの準備をサポートするお客様専用サービスも提供

システム開発の内製化

WEDO



- 結婚準備支援のお客様専用サービス
- 婚礼運営企業に向けてオンライン上で結婚式当日までの準備をサポートし、ナビゲート

● オンライン上での成約後の打ち合わせを完結

- ✓ WEB会議システムの活用により、場所や時間を問わず、結婚式の準備が可能
- ✓ ウェブ上でアイテム選び、席次表作り、引出物選びなど、効率的に準備ができる
- ✓ プランナーの在宅勤務などライフスタイルに合わせた勤務形態にも柔軟に対応

● 業務負担の軽減、実務時間の活用

- ✓ プランナーの業務時間の削減、ヒューマンエラーの防止など業務改善を実現
- ✓ 実務時間を活用することで、満足度の向上やさらなる組数の受け入れを実現

● システムの外販

- ✓ 婚礼企業に合わせて必要な機能を選択いただき、最大限に活用できるサービスをご提案

その他



Wedding Stream

- リアルタイムに挙式披露宴の様子を見られる臨場感より感動を共有することが可能
- 画面を通じて会話も可能で、その日の想いを直接伝えられる



T-PORT内祝い

- 内祝いを個人宅へ配送する内祝いの専用ECサイト
- インターネットショッピングと同様にお支払いから配送まで本サイト上で完結するため、気軽に利用可能



受発注管理システム

- 食材のみならず、司会者や会場装花といった婚礼関連の独自性の高いアイテムの受発注を効率管理する為の受発注管理システムを自社開発。業界では画期的な取り組み
- 商品・梱包・配送の窓口の一元化により業務の効率化と細部までの管理が可能になり、検品の徹底、発注業務の効率化、経理業務の一本化にもつながっている

システム開発を内製化することで、独自の要件に対応が可能なうえ
環境変化等にも柔軟かつ迅速に対応が可能

- 都市部でアクセスのよいロケーションに展開する、シンプルでモダンな都市型ゲストハウス。洗練された都会的なイメージと高級感を演出する、スタイリッシュなデザインとダイナミックな空間構成が特徴です。



広島モノリス
（広島市東区）



北山モノリス
（京都市左京区）



郡山モノリス
（福島県郡山市）



熊本モノリス
（熊本市西区）

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



アマンダンヒルズ
（神奈川県厚木市）



アマンダンブルー鎌倉
（神奈川県鎌倉市）



アマンダンセイル
（千葉市中央区）

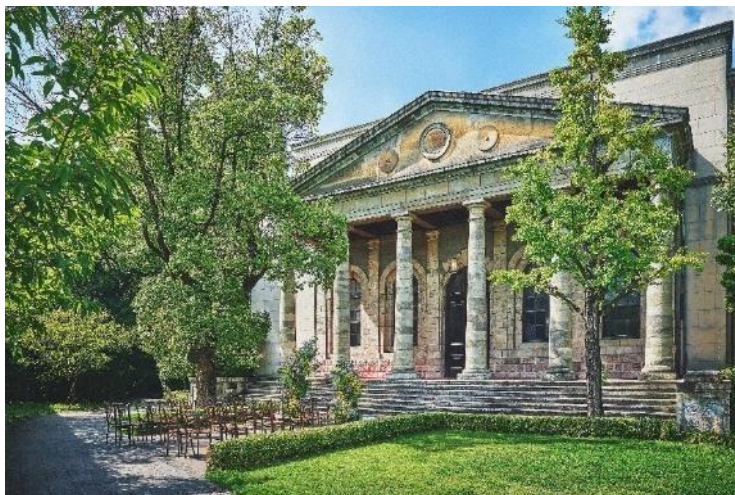


アマンダンライズ
（浜松市中区）

歴史的・文化的な価値の認められる由緒ある建造物やホテル、婚礼施設など、既存建築物に、当社の開発・運営手法を投入しリノベーション（再生）したもの。建物がもともと持っている特徴を可能な限り活かし、その土地の文化や景観に合わせた物件を最適化。さらにモダン建築との融合により、旧来なかった付加価値を加え、建築物を再生しています。



ジェームス邸
（神戸市垂水区）



旧桜宮公会堂
（大阪市北区）



葵庭園
（和歌山県和歌山市）



芦屋モノリス
（兵庫県芦屋市）

旧来型の結婚式場やホテル等をM&Aによって取得し、初期投資を抑えリーズナブルな販売価格でサービスを提供するビジネスコンセプトのブランドであります。当社のノウハウを用いて改装・リブランディングすることで、顧客のニーズに応え、集客力のある会場を生み出しています。



フレアージュスイート
（青森県青森市）



フレアージュ桜坂
（福岡市中央区）

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



サザンチャペル
キラナリゾート沖縄
（沖縄県島尻郡）

NOVARESE（ノバレーゼ）



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

ecruspose（エクリュスポーズ）



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

- 高級店からカジュアルレストランまで幅広い顧客に飲食を提供
- ブライダル事業のレストラン部門における全体レベルの底上げにも貢献



SHARI

シャリ

- 本格的な和食をメインに、ロール寿司も楽しめる大人のためのレストラン



みたき

- 鉄板焼きや懐石料理を提供する和食店



くらふと

- 23種類の唐揚げと、厳選したクラフトビールを提供する酒処



Serafina NEW YORK

セラフィーナニューヨーク

- ニューヨークに本店を構え、レディー・ガガ、トム・クルーズなどのハリウッドスターやセレブ御用達のカジュアルなイタリア料理店（当社がライセンスを受け出店）



BACCANO

バックカーノ

- モーニングからバータイムまで幅広いメニューを提供するカフェ

サステナビリティ推進の取り組み



- 引出物を学童保設へ寄付
- 奨学金返済支援制度導入
- 被災地・児童養護施設に遊具を寄付



- 食品ロスを低減
- 引出物を学童保育へ寄付
- 第一次産業の支援（CSR活動）



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



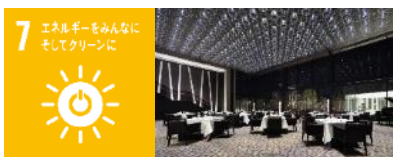
- インターンシップの受け入れ
- 大学・専門学校での講義実施
- 食育支援
- 産学連携プロジェクト実施
- 奨学金返済支援制度導入



- 多様な人事制度導入
- 女性の活動躍進を推進
- 同性カップルの婚礼サービス実施
- パートナーシップ制度導入



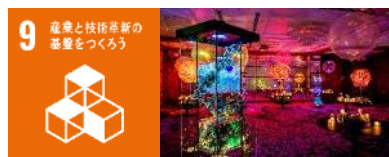
- 浄水器付水洗トイレ設置
- 多目的トイレ設置
- 節水対応便器設置



- LED照明を設置
- 地産地消を推進
- ノー残業DAY導入
- 在宅勤務導入



- 女性の活動躍進を推進
- インターンシップの受け入れ
- イベントによる文化活動創出
- ペーパーレス化の推進
- 環境に優しい引出物導入



- 第一次産業の支援（CSR活動）
- 出店による雇用創出・地域活性化
- イベントによる文化活動創出
- 地産地消を推進



- ダイバーシティ実現
- 同性カップルの婚礼サービス実施
- 奨学金返済支援制度導入
- 障がい者雇用・キャリア支援
- 児童養護施設に遊具寄付



- LED照明を設置
- 歴史的建造物の再生事業
- 店舗周辺の美化活動・環境保全
- 企業防災の徹底



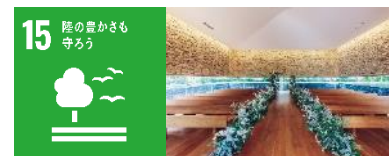
- 歴史的建造物の再生事業
- 店舗周辺の美化活動・環境保全
- 環境に優しい引出物導入
- 地産地消の推進
- レンタルドレスのアップサイクル



- LED照明設置
- ペーパーレス推進
- 地産地消を推進
- ノー残業DAY導入



- 地産地消を推進
- 食品ロスの低減を実現



- ペーパーレス推進
- 店舗周辺の美化活動・環境保全
- 地産地消の推進
- 会場内に天然木材を使用



- 児童養護施設に遊具を設置
- ウクライナ避難民の受け入れ



- 店舗周辺の美化活動・環境保全
- 出店による雇用創出・地域活性化
- パートナー企業との公正な取引

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

■ ブライダル業界史上初『2社合同CSR』を実施 大阪府高槻市の児童養護施設に遊具を寄贈・設置

2024年7月、大阪府高槻市にある児童養護施設「聖ヨハネ学園」を訪問し、屋外遊具を寄贈・設置。

アニヴェルセル株式会社と協働で実施し、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）