

株式会社オンザページ
2026年12月期 第2四半期 決算説明資料

2026.08.14

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 1,987名／単体1,565名 ※2026年6月末時点 ※パート・アルバイトを除く
決算月日	12月31日



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。



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。

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。

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

■ 社内の共通言語として位置づけ、統合シナジーを最大限発揮する組織を目指す

MISSION

胸が熱くなる瞬間を、世界中に

VISION

Moving Life Architect

VALUE

オンリーワンの「感動体験」

人生の節目を任せられる「安心感」

未来を彩る「きっかけと居場所」

CONTENTS

01 2026年12月期 第2四半期
サマリー

02 2026年12月期 第2四半期
決算概要

03 主要な取り組み
経営統合進捗

04 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。

※前第2四半期：旧ノバレーゼ2025年1月～6月の実績

当第2四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～6月 + 旧エスクリ2026年4月～6月の実績

01 売上収益は計画通りに着地 段階利益は計画値を上回る

- 売上収益は、計画比+0.1%の16,807百万円で着地
- 営業利益は、計画比+173.3%の735百万円となり、当初の想定水準を大幅に上回る

02 平均ゲスト数・平均組単価の伸長が利益貢献

- ブライダル事業における平均ゲスト数は、計画比+1.1%の52.8人で着地
- ブライダル事業における平均組単価は、計画比+5.9%の3,988千円となり、好調に推移

2026年12月期 第2四半期 サマリー



※当第2四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～6月 + 旧エスクリ2026年4月～6月

売上収益

16,807 百万円

計画比 +0.1%

営業利益

735 百万円

計画比 +173.3%

親会社の所有者に帰属する 中間利益

318 百万円

※前第2四半期：旧ノバレーゼ2025年1月～6月 + 旧エスクリ2025年4月～6月

当第2四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～6月 + 旧エスクリ2026年4月～6月

施行組数

3,130 組

前年同期比 +2.7%

計画比 △0.2%

平均ゲスト数

52.8 人

前年同期比 +0.2%

計画比 +1.1%

平均組単価

3,988 千円

前年同期比 +7.8%

計画比 +5.9%

CONTENTS

01

2026年12月期 第2四半期
サマリー

02

2026年12月期 第2四半期
決算概要

03

主要な取り組み
経営統合進捗

04

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。

連結損益計算書（IFRS）



※前第2四半期：旧ノバレーゼ2025年1月～6月

当第2四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～6月 + 旧エスクリ2026年4月～6月

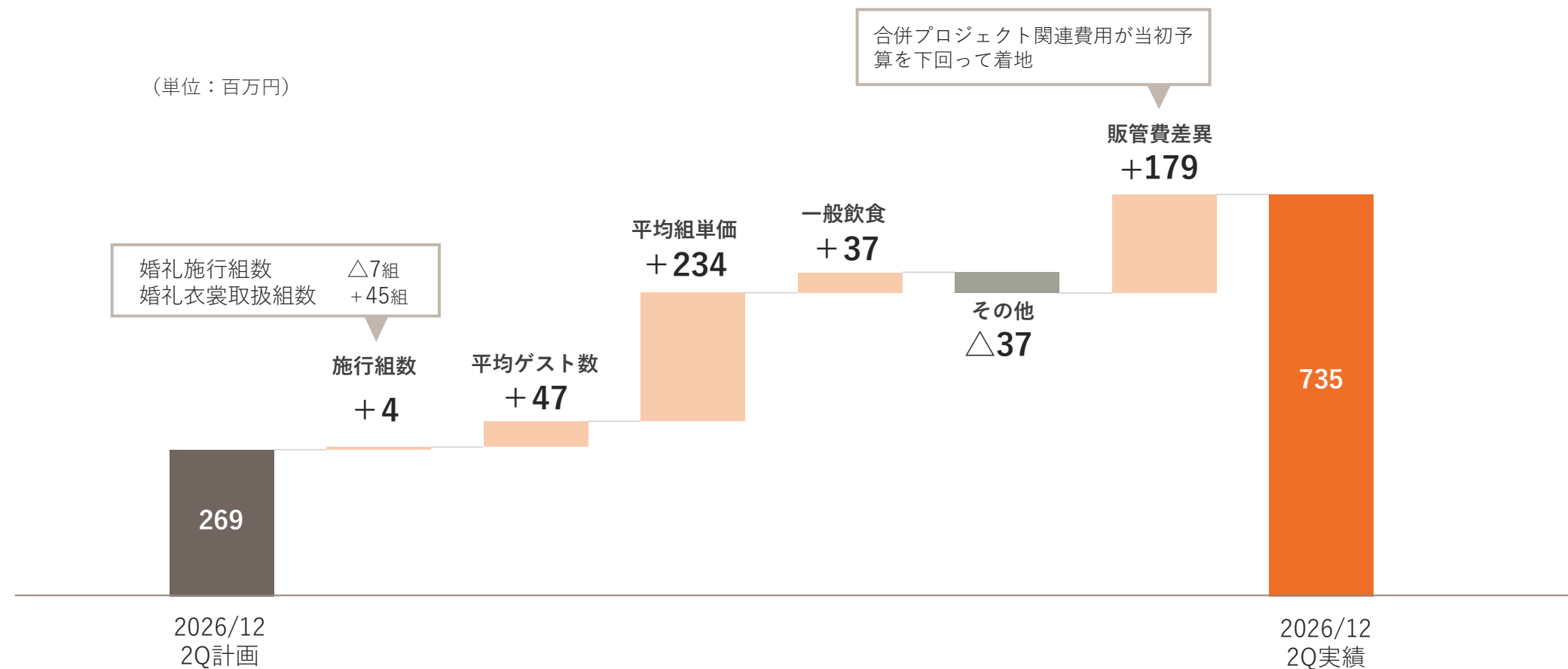
（単位：百万円）	2025年 2Q累計	2026年 2Q累計	増減額	増減率	2026/12 2Q計画	計画比	2026年12月期第2四半期実績／POINT
売上収益	9,703	16,807	+ 7,103	+ 73.2%	16,787	+ 0.1%	● 売上収益 ✓ ブライダル事業における平均ゲスト数・平均組単価の伸長が貢献したことにより、計画どおりに着地 ● 販売費及び一般管理費 ✓ 広告宣伝費におけるスケールメリットの享受や、人材の定着状況が想定よりも順調に推移し採用・教育コストが縮減したことで、計画を下回る水準で着地 ● 営業利益 ✓ ブライダル事業における各種KPIが計画を上回ったこと等により、当初の想定を大幅に上回る
売上総利益	5,315	8,781	+ 3,466	+ 65.2%	8,675	+1.2%	
販売費及び一般管理費	4,829	8,023	+ 3,194	+ 66.1%	8,406	△4.5%	
営業利益	490	735	+ 244	+ 49.7%	269	+ 173.3%	
営業利益率	5.1%	4.4%	△0.7pt	-	1.6%	-	
税引前中間利益	279	361	+ 81	+ 29.1%	21	-	
親会社の所有者に帰属する 中間利益	216	318	+ 101	+ 47.1%	13	-	
（ご参考）EBITDA ※	1,703	3,035	+ 1,332	+ 78.2%	2,529	+ 20.0%	

※ EBITDA：営業利益＋減価償却費及び償却費

※ 合併に伴い、売上原価と販売費及び一般管理費の表示区分統一にあわせ、2026年4月6日公表の「株式会社オンザページ 経営戦略説明資料」のP.07 2026年12月期業績予想の数値を一部組み替えております。

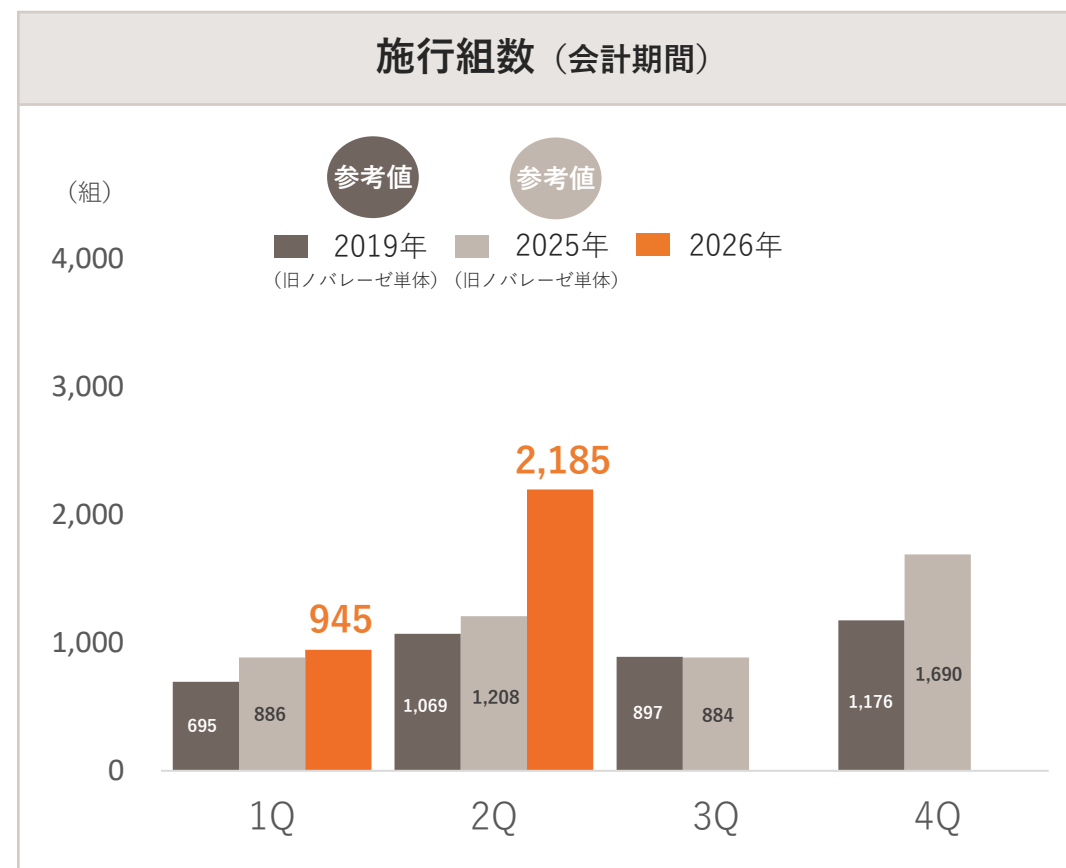
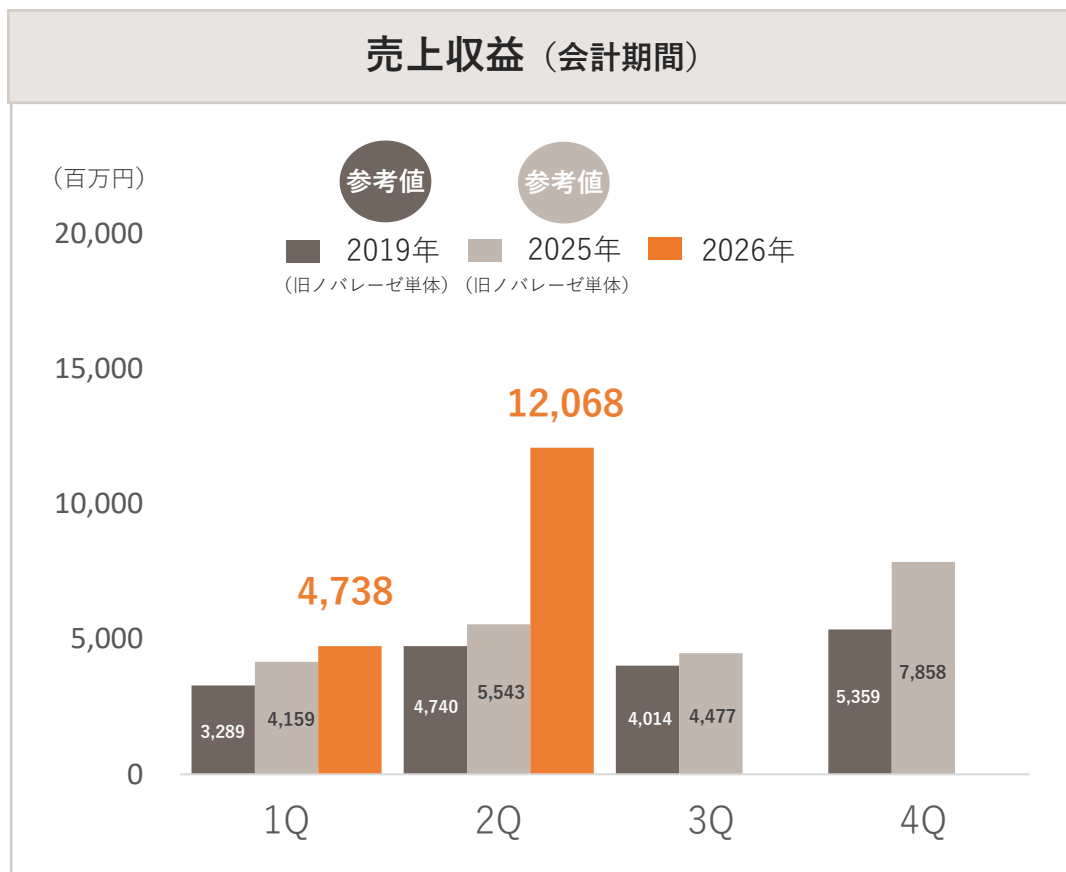
営業利益の計画に対する増減分析（連結）

※当第2四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～6月 + 旧エスクリ2026年4月～6月



※2019年・2025年：旧ノバレーゼ1月～6月
2026年：旧ノバレーゼ1月～6月 + 旧エスクリ4月～6月

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

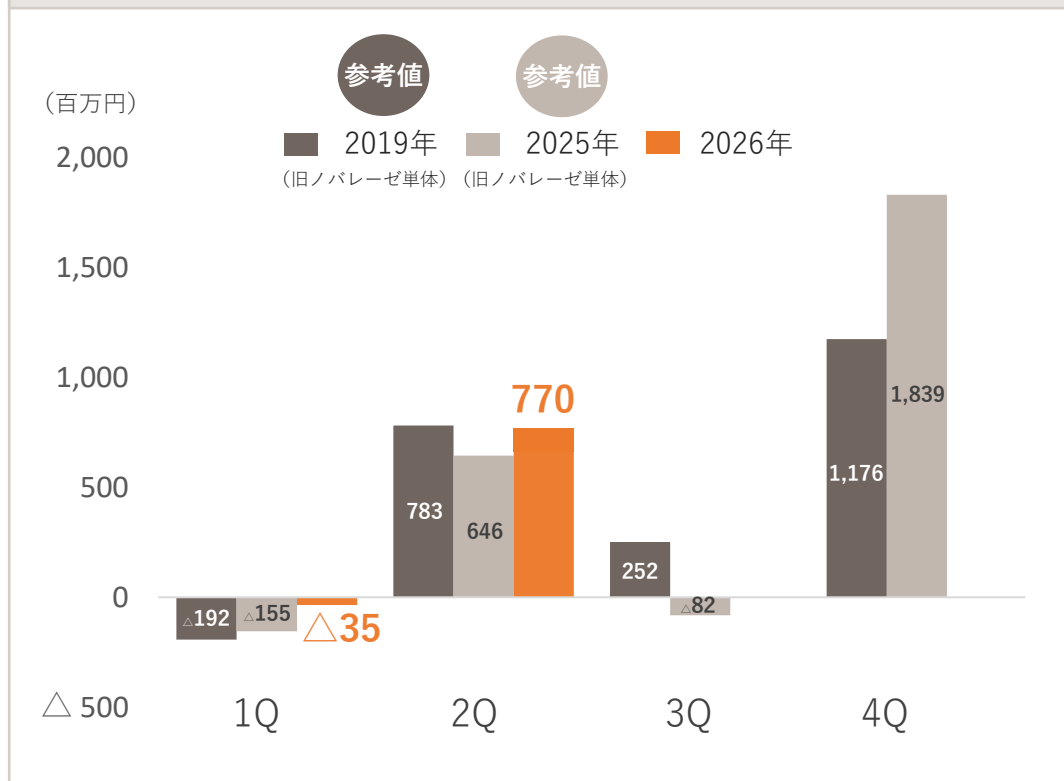


※2019年・2025年：旧ノバレーゼ1月～6月

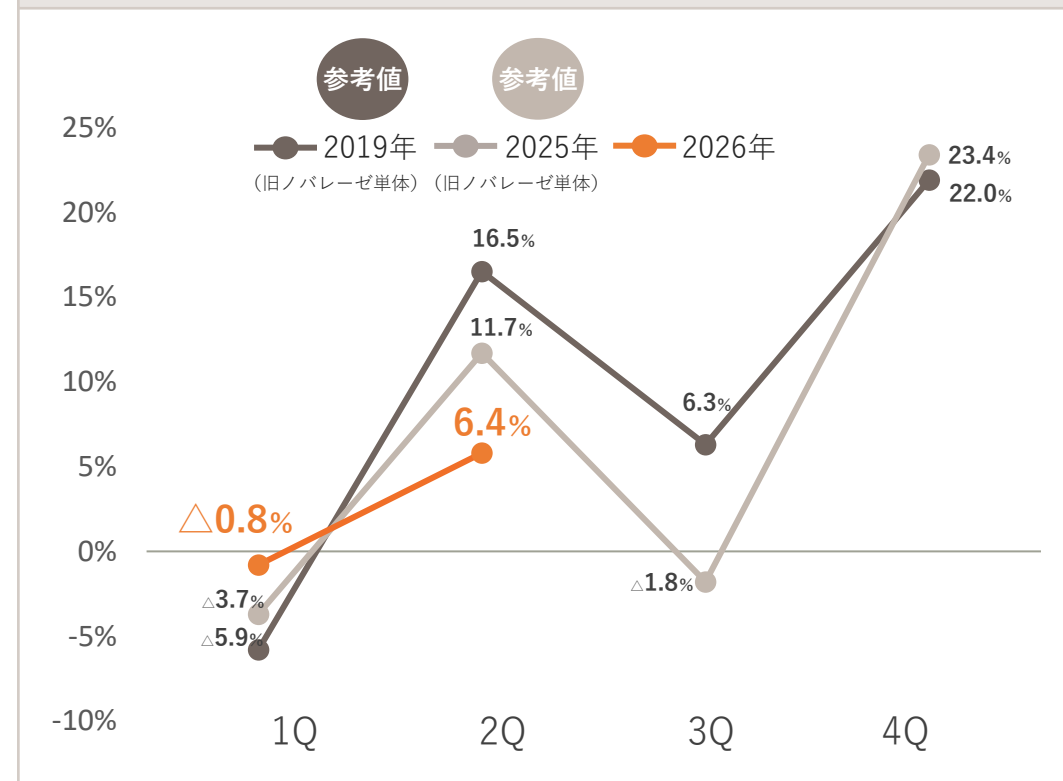
2026年：旧ノバレーゼ1月～6月 + 旧エスクリ4月～6月

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

営業損益（会計期間）



営業損益率（会計期間）



セグメント別の状況（連結）

※前第2四半期：旧ノバレーゼ2025年1月～6月

当第2四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～6月 + 旧エスクリ2026年4月～6月

ブライダル事業

(単位：百万円)

	2025/12 2Q累計	2026/12 2Q累計	増減額	増減率
売上収益	9,017	14,601	+ 5,583	+ 61.9%
セグメント利益	1,229	1,533	+303	+ 24.7%
セグメント利益率	13.6%	10.5%	△3.1pt	－

レストラン特化型事業

(単位：百万円)

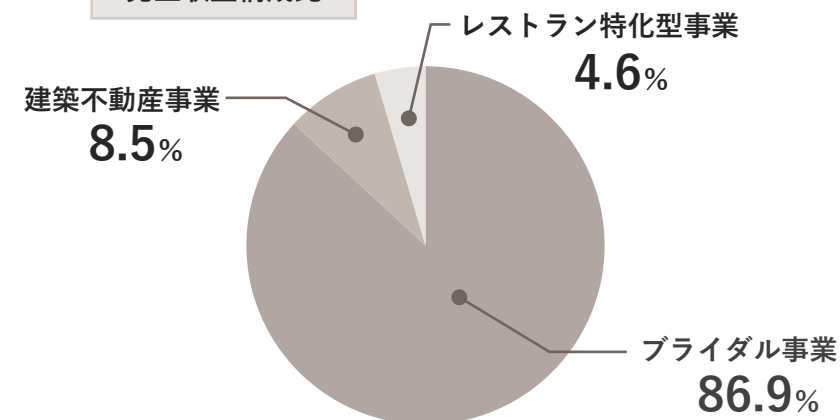
	2025/12 2Q累計	2026/12 2Q累計	増減額	増減率
売上収益	685	770	+ 85	+ 12.4%
セグメント損失 (△)	△47	△37	+ 9	－
セグメント損失率 (△)	△7.0%	△4.9%	+2.1pt	－

建築不動産事業

(単位：百万円)

	2026/12 2Q
売上収益	1,434
セグメント利益	40
セグメント利益率	2.9%

売上収益構成比



ブライダル事業の状況



※前第2四半期：旧ノバレーゼ2025年1月～6月 + 旧エスクリ2025年4月～6月

当第2四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～6月 + 旧エスクリ2026年4月～6月

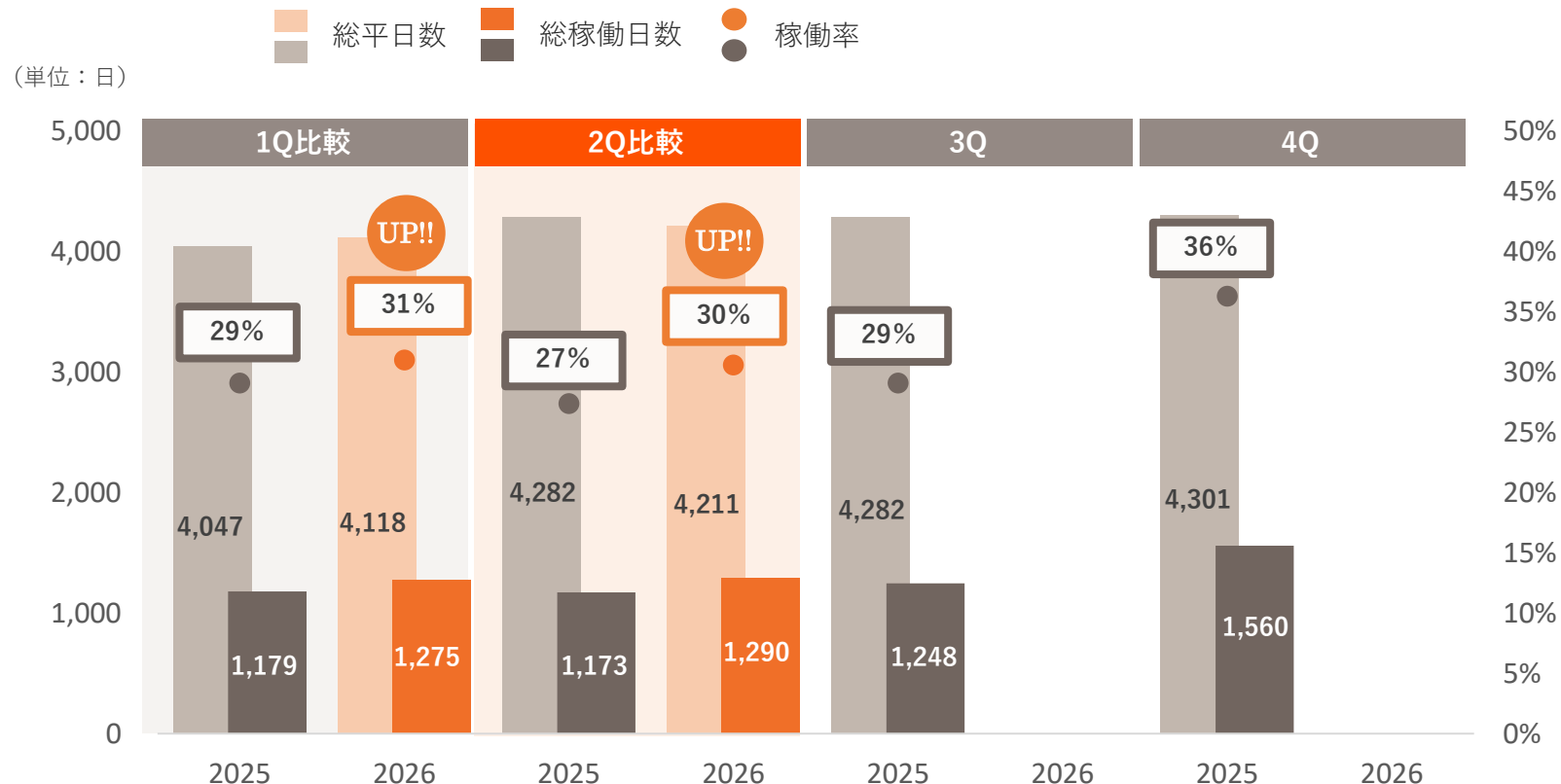
	2025年2Q累計 ノバレーゼ (1-6月) エスクリ (4-6月)	2026年2Q累計 ノバレーゼ (1-6月) エスクリ (4-6月)	増減	増減率	POINT
店舗数 (店)	64	66	+2	－	● 施行組数 ✓ 当第2四半期累計期間に新規開業した2店舗が好調に推移したことにより増加 ● 平均組単価 ✓ 付帯商品の商品開発、前撮りの販売促進、婚礼メニューのリニューアルに伴う販促強化等により増加 ● 新規来館組数 ✓ 当第2四半期累計期間において、3月および6月における集客が一部既存店で落ち込んだことにより減少 ● 受注組数 ✓ 各種施策による受注率の向上およびキャンセル率の低下が貢献したことにより伸長
施行組数 (組)	3,047	3,130	+83	+2.7%	
平均ゲスト数 (人)	52.6	52.8	+0.1	+0.2%	
平均組単価 (千円)	3,699	3,988	+289	+7.8%	
新規来館組数 (組)	8,339	8,176	△163	△2.0%	
受注組数 (組)	3,412	3,441	+29	+0.8%	
受注残組数 (組)	6,275	6,322	+47	+0.7%	

※ 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」「セントレジェンダ沖縄」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」「セントレジェンダ沖縄」を含まず算出

各種施策が奏功したことで稼働率は堅調に推移



※当社が運営する婚礼施設において、平日に売り上げが計上された場合を稼働日数として定義
 ※通常営業におけるランチ・ディナー、前撮り・ロケーションフォト撮影は対象外
 ※平日数および稼働日数は、当社が運営する婚礼施設における上記記載期間の平日数および稼働日数を合算したもの

さらなる稼働アップへの施策

01

CRM強化による営業促進

02

同エリア内での社内送客・併売強化

03

TKP社・旅行代理店との提携強化

貸借対照表・キャッシュフロー計算書



(単位：百万円)	2025/4Q	2026/2Q	増減
流動資産	4,433	8,963	+ 4,529
現金および現金同等物	3,417	5,621	+ 2,203
非流動資産	32,389	62,722	+ 30,332
有形固定資産	11,468	15,710	+ 4,242
使用権資産	6,061	21,552	+ 15,491
のれん	11,203	11,918	+ 715
無形資産	127	243	+ 115
繰延税金資産	2,314	7,934	+ 5,620
資産合計	36,823	71,685	+ 34,861
流動負債	11,397	20,839	+ 9,442
営業債務およびその他の債務	1,943	3,723	+ 1,779
借入金	4,459	7,184	+ 2,725
リース負債	1,054	4,890	+ 3,836
非流動負債	15,316	36,990	+ 21,673
借入金	7,911	13,907	+ 5,995
リース負債	5,422	18,824	+ 13,401
負債合計	26,714	57,830	+ 31,115
資本合計	10,109	13,855	+ 3,746
負債および資本合計	36,823	71,685	+ 34,861

(単位：百万円)	2025/2Q	2026/2Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	911	386	△525
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,443	△ 1,211	+ 232
財務活動によるキャッシュ・フロー	△611	△ 1,036	△425
現金および現金同等物に係る換算差額	△5	△ 0	+ 5
現金および現金同等物の増減額	△1,148	△ 1,862	△713
現金および現金同等物の期首残高	3,548	3,417	△130
合併に伴う現金及び現金同等物の増加額	-	4,065	+ 4,065
現金および現金同等物の期末残高	2,399	5,621	+ 3,221

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 △960百万円
 - ✓ 減価償却費及び償却費 + 2,300百万円
- 投資キャッシュ・フロー
 - ✓ 有形固定資産の取得 △1,169百万円
- 財務キャッシュ・フロー
 - ✓ 短期借入金の純減 △122百万円
 - ✓ 長期借入金の返済 △1,996百万円
 - ✓ 長期借入金による収入 + 2,550百万円
 - ✓ リース負債の返済 △1,467百万円

2026年12月期 業績予想（連結）



※前第2四半期：旧ノバレーゼ2025年1月～6月 / 前通期：旧ノバレーゼ2025年1月～12月

当第2四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～6月 + 旧エスクリ2026年4月～6月 / 当通期：旧ノバレーゼ2026年1月～12月 + 旧エスクリ2026年4月～12月

(単位：百万円)	第2四半期（累計）					通期			
	2025年 実績 (A)	2026年 実績 (B)	2026年 計画 (C)	計画比 増減額 (B-C)	計画比 増減率	2025年 実績 (D)	2026年 計画 (E)	前期比 増減額 (E-D)	増減率
売上収益	9,703	16,807	16,787	+ 19	+ 0.1%	22,039	42,789	+ 20,749	+ 94.1%
売上総利益	5,315	8,781	8,675	+ 106	+ 1.2%	12,236	22,959	+ 10,723	+ 87.6%
販売費及び一般管理費	4,829	8,023	8,406	△382	△4.5%	10,004	19,959	+ 9,954	+ 99.5%
営業利益	490	735	269	+ 466	+ 173.3%	2,247	3,000	+ 752	+ 33.5%
営業利益率	5.1%	4.4%	1.6%	+ 2.8pt	-	10.2%	7.0%	△3.2pt	-
税引前（中間）利益	279	361	21	+ 340	-	1,849	2,480	+ 630	+ 34.1%
親会社の所有者に帰属する 当期（中間）利益	216	318	13	+ 305	-	1,256	1,640	+ 383	+ 30.5%
婚礼プロデュース部門 施行組数（組）	2,094	3,130	3,137	△7	△0.2%	4,668	8,061	+ 3,393	+ 72.7%

※ 合併に伴い、売上原価と販売費及び一般管理費の表示区分統一にあわせ、2026年4月6日公表の「株式会社オンザページ 経営戦略説明資料」のP.07 2026年12月期業績予想の数値を一部組み替えております。

CONTENTS

01 2026年12月期 第2四半期
サマリー

02 2026年12月期 第2四半期
決算概要

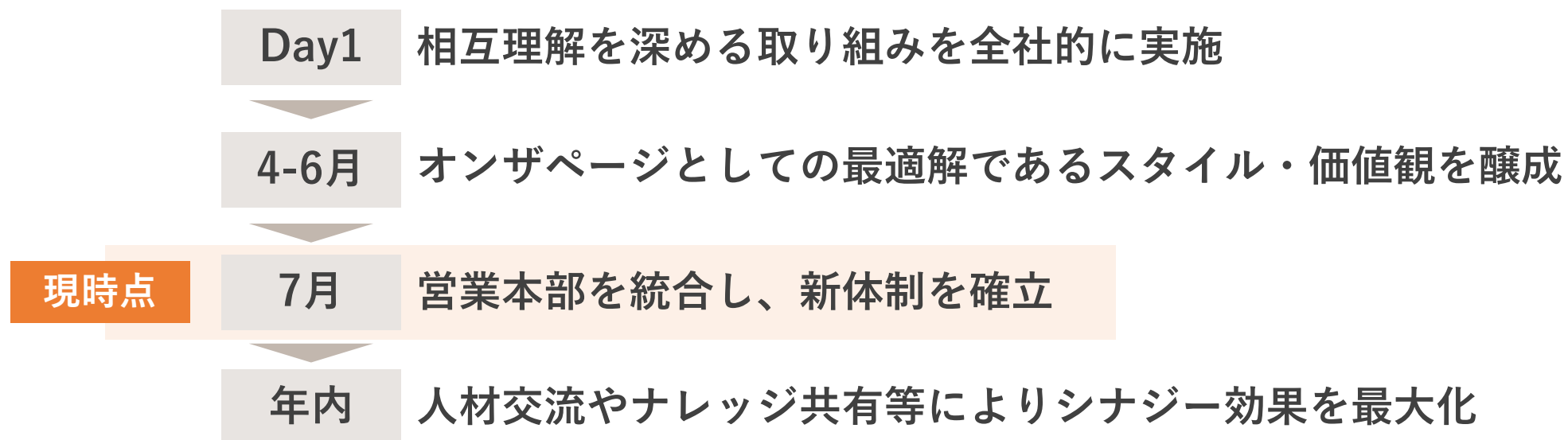
03 主要な取り組み
経営統合進捗

04 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。

- 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



地区・本部の組織改編

- 現場主導の営業体制へ統一。意思決定を迅速化し、成果最大化を推進
- 本部組織を細分化し専門性を強化。現場の課題に迅速・的確に対応し、現場を支援

一部施設・部門の統合

- 神戸エリアのドレスショップ、写真映像事業、コールセンター機能、装花事業の一部を統合
コスト削減に加え、人材交流・ノウハウ共有により収益性向上を推進

社内連携の強化

- 経営陣・全国の部門長（GM）・料理長が一堂に会する営業戦略会議を7月に開催
- COOによる全国拠点の視察・タウンホールミーティングを実施中

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

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

- 両社の施設・商圈・集客ノウハウを横断的に活用し、集客効率が向上
 - ✓ WEB広告への投資見直しや、ゼクシィの特性を活かした広告運用、SNS広告へのAI活用など、集客施策を最適化
 - ✓ 旧エスクリ施設の広告撮影を順次開始、ビジュアル刷新による集客力向上を図る
- 同一エリア内の施設を横断した営業体制を構築
 - ✓ エリア長の配置拡大により、施設間の相互送客・併売を強化
- 受注活動の改善によるキャンセル率低下
 - ✓ 現場への影響を見極めながら段階的に営業手法を改善したことにより、キャンセル率が低下し、受注率が向上
- 前撮り・ロケーションフォトの販促強化とリゾート婚礼の販売網拡大
 - ✓ 旧ノバレーゼ施設で実績のある施策を全店舗へ展開し、平均組単価の底上げを図るとともに、リゾート施設の販売網を拡大

02 知名度と競合優位性の確保

- 業界最大級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

- ブライダル事業の堅調な推移と出店拡大により、さらなる成長を目指す
 - ✓ 現在の施策を継続することで、主要KPIのさらなる向上を見込む
 - ✓ 新規出店施設の営業開始や今後の出店計画により、さらなる事業成長を目指す
- M&Aおよび業務提携候補に関する案件が増加
 - ✓ 経営統合による注目度の高まりも背景に、異業種の提携先も含め協議進行中
 - ✓ TKPグループの情報網も活用し、案件パイプラインを着実に拡大

03 内製化率の向上

- 建築不動産事業領域の内製化・拡大による利益貢献
- 外注サービスのグループ内集約を推進



株式会社 渋谷 建築不動産関連事業

デザインハウス、リノベーション提案、リゾート開発、店舗・オフィス設計施工、世界各地の建材・古材販売などお客様のご要望に応じた建築不動産に関するソリューションをご提案。



株式会社 タイムレス ギフト・コンサルティング事業

オリジナルギフトカタログ・通販サイトの運営、結婚式の準備をサポートするシステムの開発・販売、ブライダルやホテル業に向けたコンサルティングを行うトータルソリューションカンパニー。



株式会社 MARRY MARBLE 婚礼演出映像制作

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組の新郎新婦様の演出創作を手がけ、ブライダル業界の中ではトップクラスを誇る映像記録会社。



株式会社 花乃店千樹園 婚礼装花

「プレスエットロゼ」のブランドで、全国に22店舗のフラワーショップ・アトリエを構え、婚礼施設の花の調達、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。

● 婚礼施設の建築・改装領域での内製化を推進

- ✓ 新店の物件契約・施工、既存店の改装・修繕の内製化を促進

● 内製領域の拡大は順調に進行

- ✓ 写真映像・装花・引出物・ハネムーン等、外部委託していたサービスのグループ会社への切り替えを順次実施



株式会社Do 広告代理店

ブライダル事業に特化した広告代理店。オンザページおよびグループ企業の宣伝活動に必要な広告媒体の買付けやプロモーションのみならず、他社ブライダル事業社の案件も請け負い、多数の実績を有する。



株式会社アンドユー パーティドレス等レンタル

参列ゲスト向けの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。オリジナルドレスも揃えるほか、留袖・モーニングなど親族向け衣装もラインナップ。



ISLAND LABEL HAWAII, INC.

ハワイでのフォトウエディングとスパ運営

日系ブライダル企業トップの実績を誇る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OTT・リゾート&スパ内でスパを運営。



株式会社LURRA 旅行業・人材紹介事業

LINEで旅行手配が完結できる手軽さとコンシェルジュによる万全のサポート体制が強みの旅行業を展開。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、人財の活躍の場やキャリアを共に描く。

04 スケールメリットの享受とコスト削減

- 購買力・業務ノウハウを融合し、調達・業務プロセスを最適化

- 経営統合によるシナジーが各種領域で現出

✓ 広告宣伝活動や採用活動などにおいて、費用対効果の改善が進む

- 多方面で調達・取引条件の最適化を推進

✓ ドレス・挙式サービスなど、一部カテゴリーで調達コストを低減

✓ 食材をはじめ、さらなる調達コストの最適化に向けた取り組みを推進

✓ 複数の婚礼パートナー企業と取引条件の見直しを進め、利益水準を確保しつつ顧客への還元強化を図る

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

- 両社の人材・ノウハウを融合し、組織力・事業競争力を強化
- 新規事業領域への展開とM&A・業務提携を通じた事業ポートフォリオの拡大

- TKPグループ内での人材交流が始動

✓ 当社社員のTKP社への出向が実現。人材交流・相互理解・法人営業のノウハウの取得を通じ、当社の宴会事業の拡大を目指す

✓ TKP社が実施する次世代経営者層向けの研修・勉強会に当社社員も参加し、人材交流を促進

- 新規事業開発専門の部署を設置

✓ ブライダル業界の枠を超えた新規事業の開発・展開を加速

- CRM・LTV強化に向けた施策が本格始動

✓ 顧客情報の一元管理と顧客接点の横断活用に向けた体制構築を推進

✓ 生涯顧客化に向けたサービスを順次展開

※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

成約顧客向け会員優待制度「オンザページクラブ」による生涯顧客化 9月ローンチを計画

旧

ノバレーゼクラブ



新

オンザページクラブ



サービス拡充

顧客情報一元化

リコメンド強化

UI・UX向上

ブランディング強化

- 成約後に専用リンクとログイン情報が発行され利用可能
- 自社および提携企業の優待サービスを永続的に受けられる

- 利用履歴の蓄積や顧客情報の一元管理化により、CRMの効果最大化と顧客のLTV向上を図る

	開業時期	施設形態	名称	バンケット数・ フィッティングルーム数	収容人数 (人)	所在地
2026年	3月	ゲストハウス (婚礼施設)	HOMAM 旧マッケンジー邸	1	120	静岡市駿河区
	4月	ゲストハウス (婚礼施設)	アマンダンピーク	1	120	富山県富山市
	NEW 12月予定	レストラン	名称未定	—	20	大阪市北区天神橋
2027年	1月予定	ゲストハウス (婚礼施設)	Flairge 栄	2	100／34	名古屋市中区
	5月予定	ゲストハウス (婚礼施設)	軽井沢 閑聖の杜	2	51／34	長野県北佐久郡軽井沢
	9月予定	ゲストハウス (婚礼施設)	(仮称) 旧知事公館	1	100	仙台市青葉区
	未定	レストラン	名称未定	—	64	大阪市北区梅田

ブライダル事業			レストラン特化型事業	合計
ゲストハウス (婚礼施設)	ドレスショップ	その他（国内／海外）	国内／海外	
69店舗	37店舗	8店舗	15店舗	129店舗

※2026年8月14日現在／2027年開業予定を含む



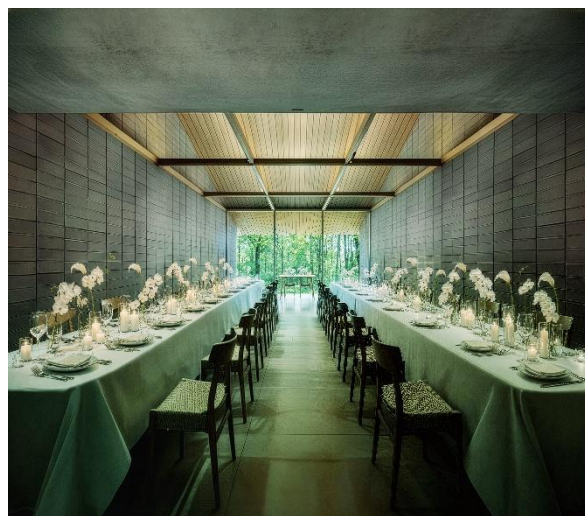
Flairge 栄

所在地：愛知県名古屋市中区錦3-12-13

開業：2027年1月（予定）

設備：1チャペル（最大90人）2バンケット（着席100人・34人）

- 栄駅から徒歩3分の立地に誕生する全天候型施設
- 自然素材を生かした建築美が魅力
- 全天候型の館内チャペルは、柔らかな光と優しい木の温もりに包まれ、ふたりの神聖な誓いの儀式をより感動的に演出
- モダンで洗練されたパーティ会場は、ゆったりと落ち着けるニュアンスカラーで統一された空間。ゲストがリラックスしながら、ふたりのオリジナリティ溢れるメニューや、遊び心溢れる演出を満喫できる



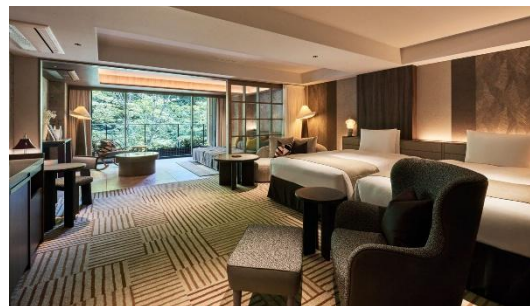
軽井沢 閑聖の杜

所在地：長野県北佐久郡軽井沢町大字軽井沢字
野沢原1323-106

開業：2027年5月（予定）

設備：1チャペル（80人）／2バンケット（51人・34人）

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



カトープレジャーグループについて

- ホテル、リゾート、レストラン、エンターテインメント、リパークルーズなど多岐に亘る事業の開発や運営を行うトータルプロデュースカンパニー
- 代表ブランド：「ふふ」「GLAMDAY STYLE」「つるとんたん」ほか

- 新店「軽井沢 閑聖の杜」の出店を機に、長野・軽井沢エリアで連携
- 新郎新婦の宿泊提携のほか、少人数婚のプランを共同開発

CONTENTS

01 2026年12月期 第2四半期
サマリー

02 2026年12月期第2四半期
決算概要

03 主要な取り組み
経営統合進捗

04 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。

- 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.

■ 合併によりブ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

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

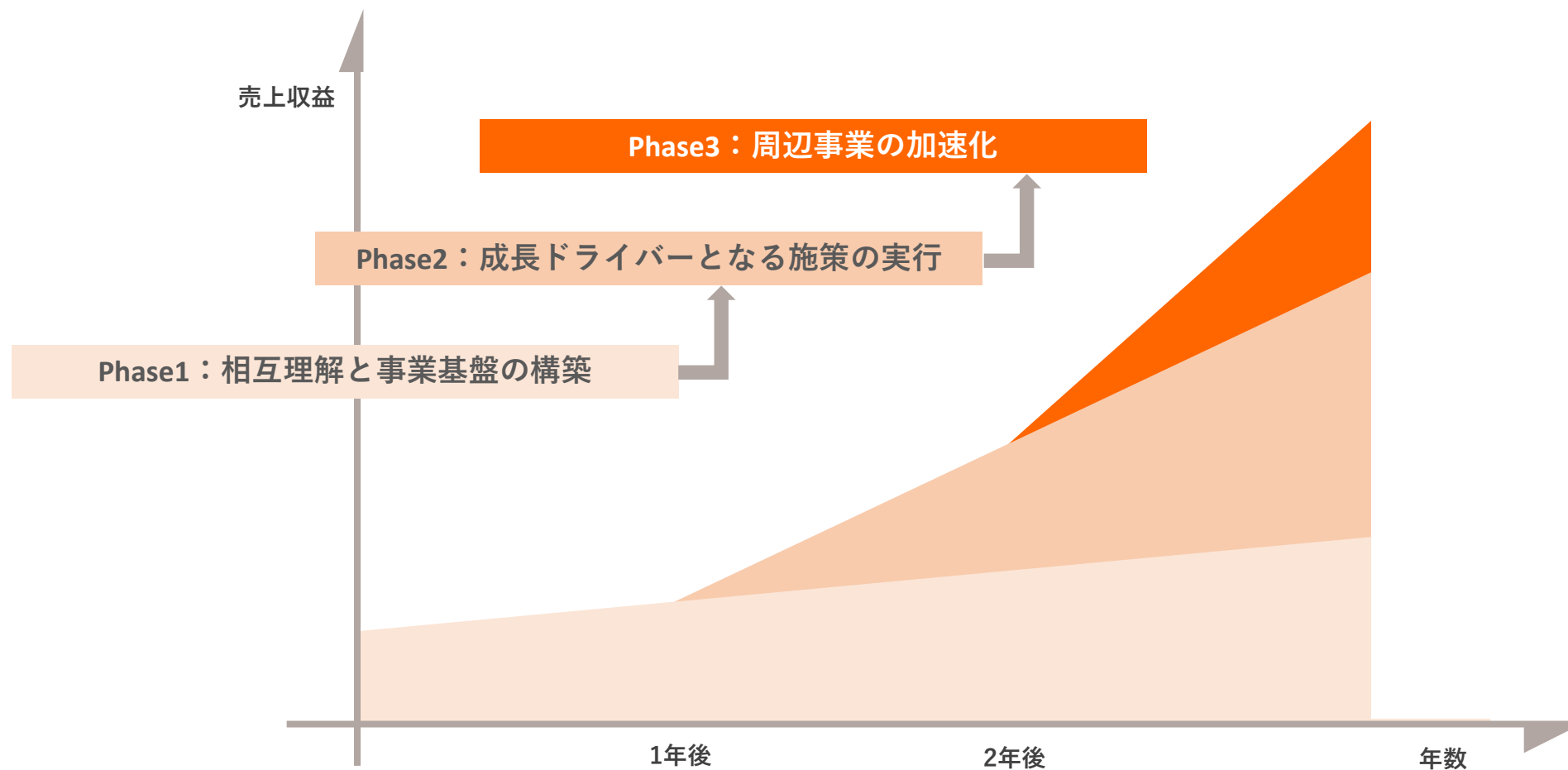
外部環境の変化に伴う婚礼業界の苦境もチャンスと捉え、 大株主である株式会社TKPのもと、更なる業界再編・統合に乗り出す

	(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。
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。		



株式会社TKPの概要

- 会社名：株式会社TKP
- 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：東証グロース市場



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

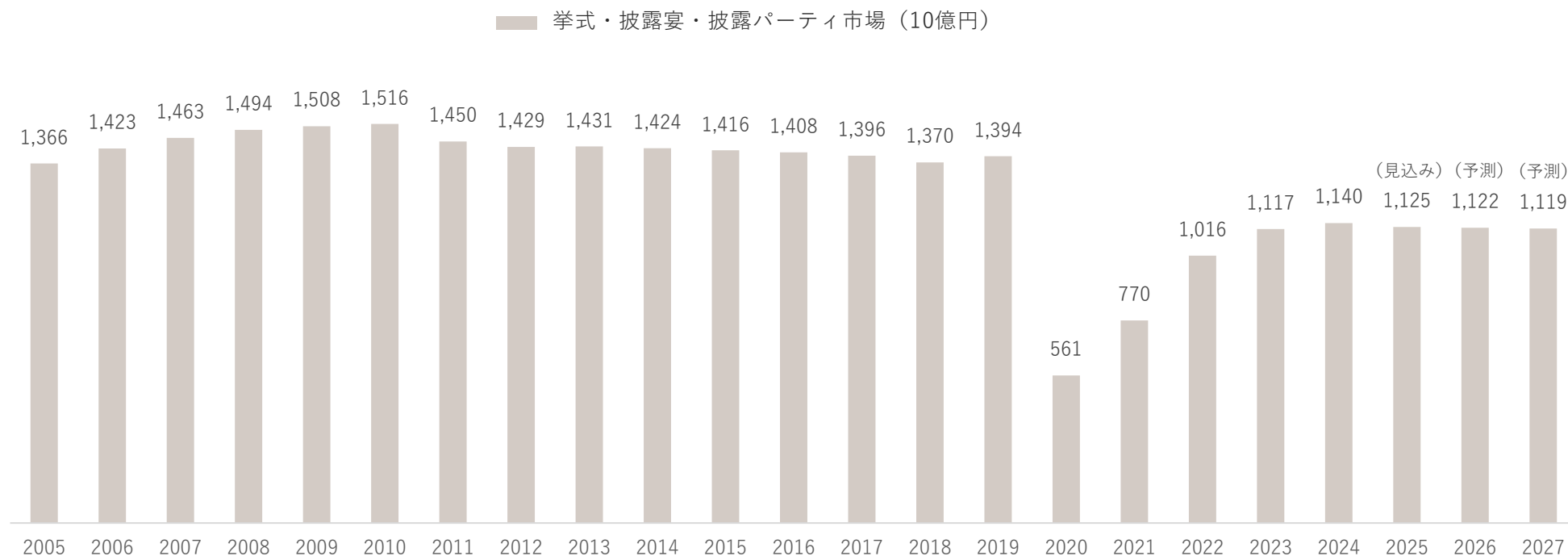
※CRM（Customer Relationship Management：顧客関係管理）：顧客の属性、行動履歴、購入履歴を一元管理し、顧客満足度とリピート率を高める手法やシステム

■ 国内外124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8月14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 (婚礼運営受託ほか)
関東エリア	18	8	7	3
関西エリア	12	6	2	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		
中国・四国エリア	6	5	2	
九州・沖縄エリア	8	4	1	1
海外エリア			1	3
合計	66	37	13	8

- 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」

■ 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

アマンダン



アマンダンヒルズ（神奈川県厚木市）

日常から解放された郊外型リゾートウェディング

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



旧桜宮公会堂（大阪府大阪市）

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。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。

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京都東山（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_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_03

PRIVATE

プライベート



ザクナス東京（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_04

GASTRONOMIC

ガストロミク



GRADATIONS（愛知県名古屋市中区）

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。

■ リゾー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。



サザンチャペル キラナリゾート沖縄（沖縄県島尻郡八重瀬町）



セントレジェンダ沖縄（沖縄県中頭郡北谷町）

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



かけがえのない一日に、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

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



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

鉄板焼きや懐石料理を提供する和食店



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酒処



バックカーノ

BACCANO

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

