ON THE PAGE

株式会社オンザページ
2026年12月期 第3四半期 決算説明資料

2026.11.13

会社概要

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 1,900名／単体1,445名	※2026年9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。

オンザページが描くストーリー

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3四半期 サマリー

02 2026年12月期 第3四半期 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ございません。
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3四半期：旧ノバレーゼ2025年1月～9月の実績
当第3四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～9月 ＋ 旧エスクリ2026年4月～9月の実績

01 売上収益・営業利益ともに計画を上回り着地

- 売上収益は、**計画比＋1.5%の28,215百万円**で着地
- 営業利益は、**計画比＋281.6%の663百万円**となり、当初予想に対して堅調に推移

02 ブライダル事業における平均組単価が伸長し利益貢献

- ブライダル事業における平均組単価は、**計画比＋6.4%の3,962千円**となり、好調に推移

03 建築不動産事業が好調に推移

- 売上収益は**4,089百万円**、セグメント利益は**267百万円**を記録

2026年12月期 第3四半期 サマリー

※当第3四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～9月 ＋ 旧エスクリ2026年4月～9月

売上収益

28,215百万円

計画比　＋1.5%

営業利益

663百万円

計画比　+281.6%

親会社の所有者に帰属する四半期利益

117百万円

計画比　+212百万円

※前第3四半期：旧ノバレーゼ2025年1月～9月 ＋ 旧エスクリ2025年4月～9月
当第3四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～9月 ＋ 旧エスクリ2026年4月～9月

施行組数

4,927組

前年同期比	＋2.3%
計画比	△2.9%

平均ゲスト数

53.8人

前年同期比	＋0.7%
計画比	△0.8%

平均組単価

3,962千円

前年同期比	+7.4%
計画比	+6.4%

CONTENTS

01 2026年12月期 第3四半期 サマリー

02 2026年12月期 第3四半期 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ございません。
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3四半期：旧ノバレーゼ2025年1月～9月
　当第3四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～9月 ＋ 旧エスクリ2026年4月～9月

（単位：百万円）	2025年3Q累計	**2026年3Q累計**	増減額	増減率	**2026/12 3Q計画**	計画比
売上収益	14,181	**28,215**	＋14,033	＋99.0%	**27,810**	＋1.5%
売上総利益	7,594	**13,996**	＋6,402	＋84.3%	**14,089**	△0.7%
販売費及び一般管理費	7,202	**13,310**	＋6,107	＋84.8%	**13,915**	△4.4%
営業利益	408	**663**	＋254	＋62.4%	**173**	＋281.6%
営業利益率	2.9%	**2.4%**	△0.5pt	-	**0.6%**	-
税引前四半期利益	88	**74**	△14	△16.0%	**△209**	-
親会社の所有者に帰属する四半期利益	79	**117**	+38	＋48.6%	**△94**	-
（ご参考）EBITDA ※	2,207	**4,624**	＋2,416	＋109.5%	**4,089**	＋13.1%

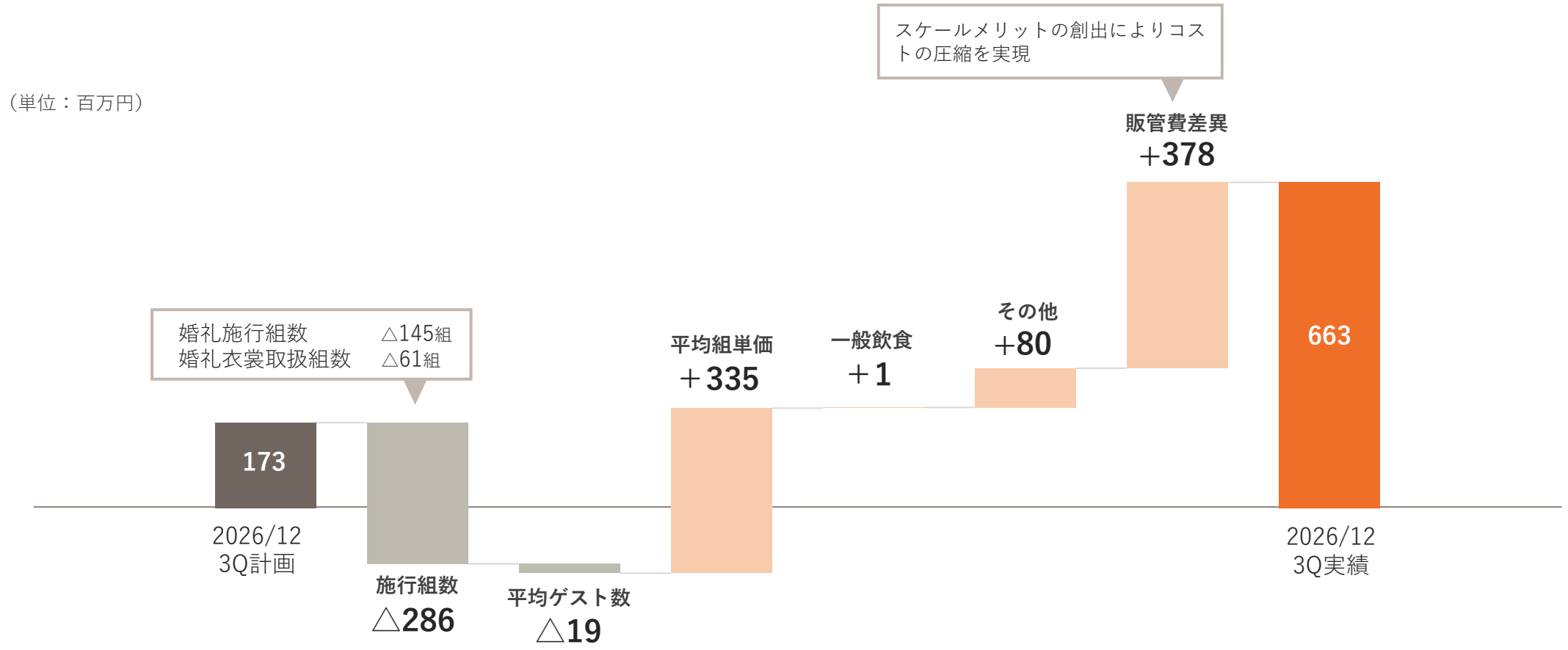
※ EBITDA：営業利益＋減価償却費及び償却費

2026年12月期第3四半期実績／POINT

- **売上収益**
  - ✓ ブライダル事業における平均組単価の伸長により、当初の想定を上回って着地
- **販売費及び一般管理費**
  - ✓ 営業面における広告宣伝費および各種消耗品やシステム費用等におけるスケールメリットの創出によりコストの圧縮を実現
- **営業利益**
  - ✓ ブライダル事業および建築不動産事業の進捗が計画を上回ったこと等により、当初の想定を上回って着地

営業利益の計画に対する増減分析（連結）

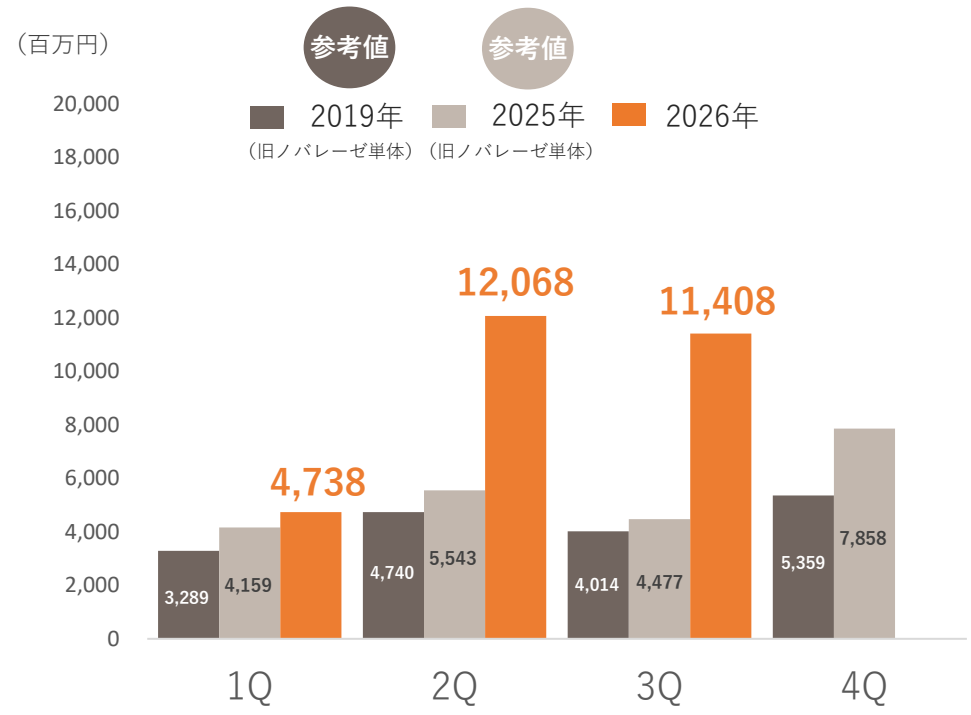
※当第3四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～9月 ＋ 旧エスクリ2026年4月～9月



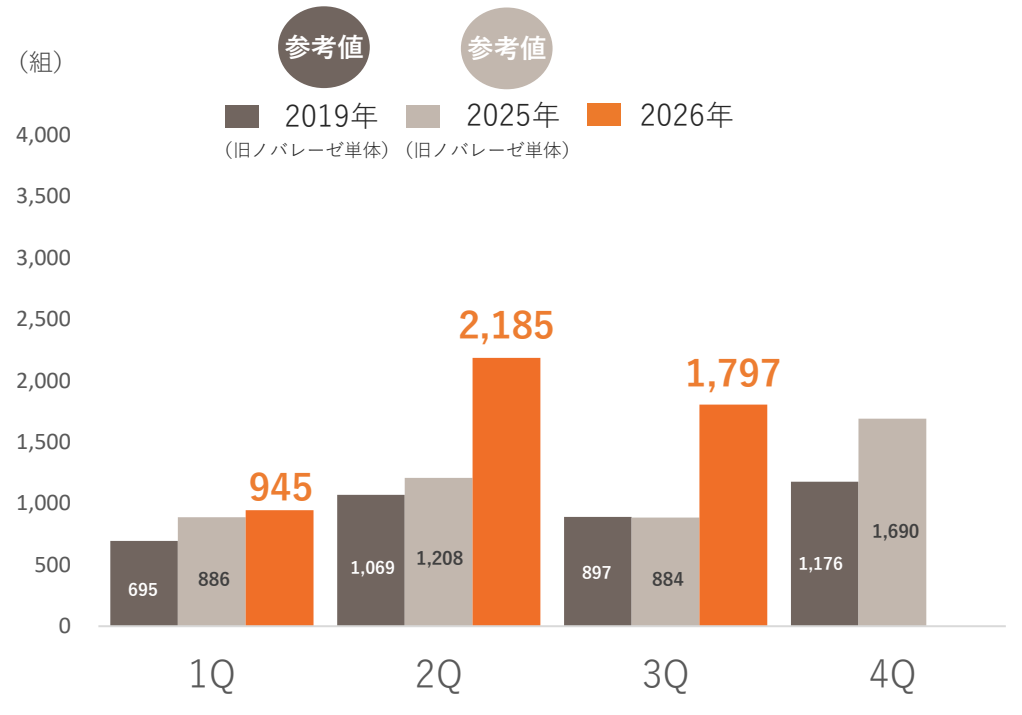
※2019年・2025年：旧ノバレーゼ1月～9月
2026年　　：旧ノバレーゼ1月～9月 ＋ 旧エスクリ4月～9月

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

売上収益（会計期間）



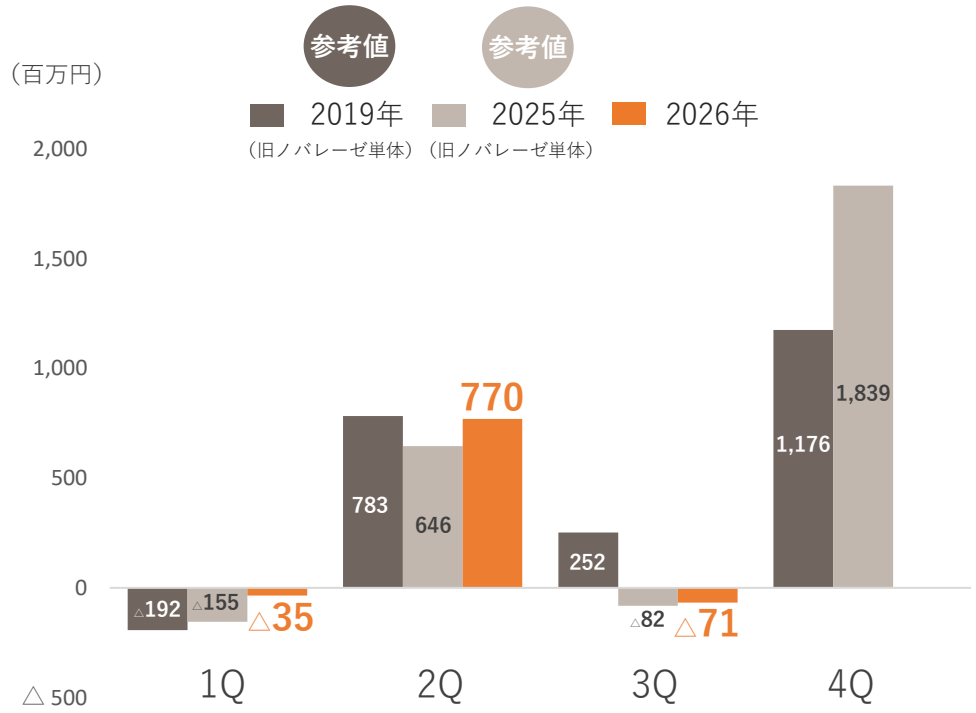
施行組数（会計期間）



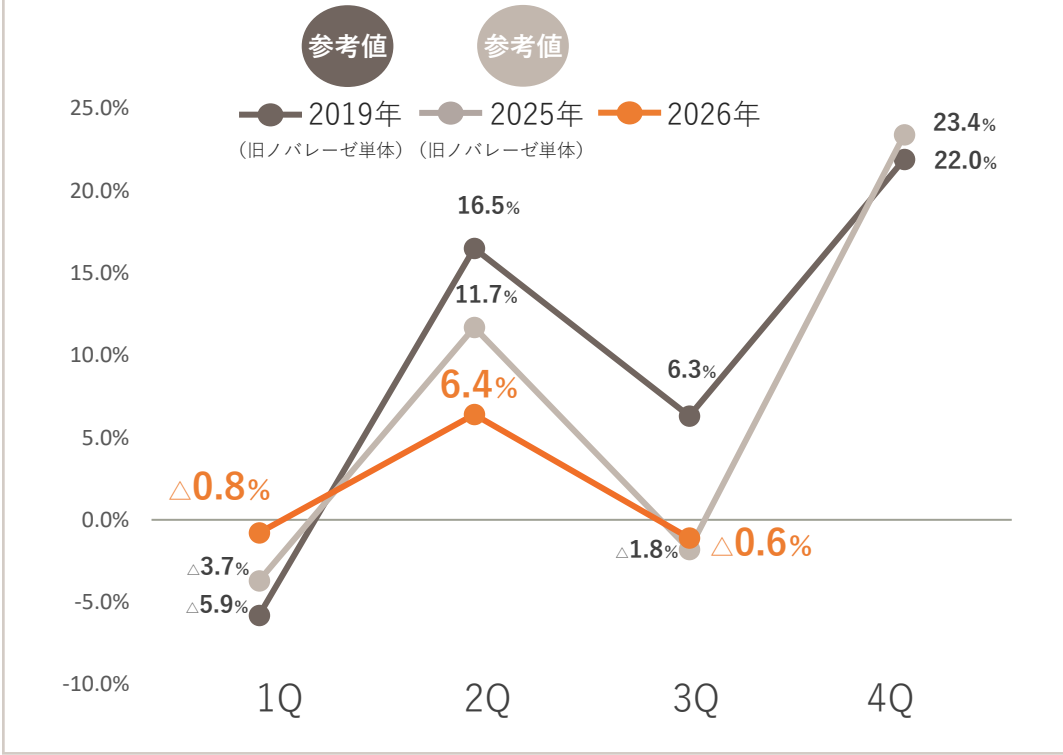
※2019年・2025年：旧ノバレーゼ1月～9月
2026年　　：旧ノバレーゼ1月～9月 ＋ 旧エスクリ4月～9月

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3四半期：旧ノバレーゼ2025年1月～9月
当第3四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～9月 ＋ 旧エスクリ2026年4月～9月

ブライダル事業

（単位：百万円）

	2025/12 3Q累計	**2026/12 3Q累計**	増減額	増減率
売上収益	13,081	22,934	＋9,852	＋75.3%
セグメント利益	1,448	1,758	+309	＋21.4%
セグメント利益率	11.1%	7.7%	△3.4pt	－

建築不動産事業

（単位：百万円）

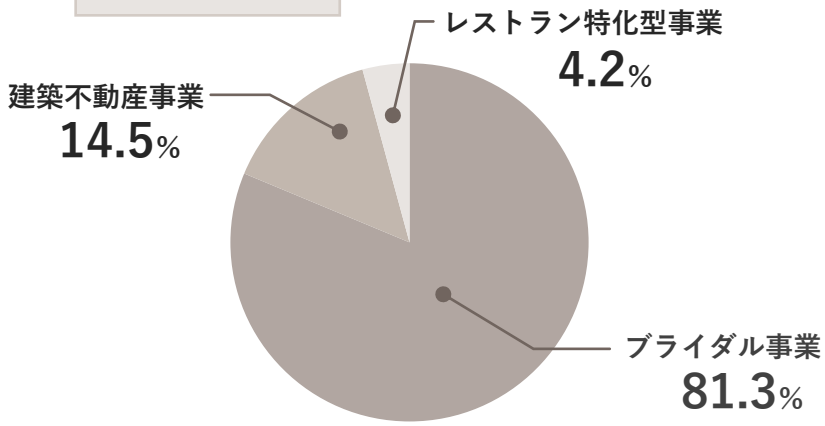
	2026/12 3Q累計
売上収益	4,089
セグメント利益	267
セグメント利益率	6.6%

レストラン特化型事業

（単位：百万円）

	2025/12 3Q累計	**2026/12 3Q累計**	増減額	増減率
売上収益	1,100	1,192	＋92	＋8.4%
セグメント損失（△）	△52	△19	＋33	－
セグメント損失率（△）	△4.8%	△1.6%	+3.2pt	－

売上収益構成比



ブライダル事業の状況

ON THE PAGE

※前第3四半期：旧ノバレーゼ2025年1月～9月 ＋ 旧エスクリ2025年4月～9月
　当第3四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～9月 ＋ 旧エスクリ2026年4月～9月

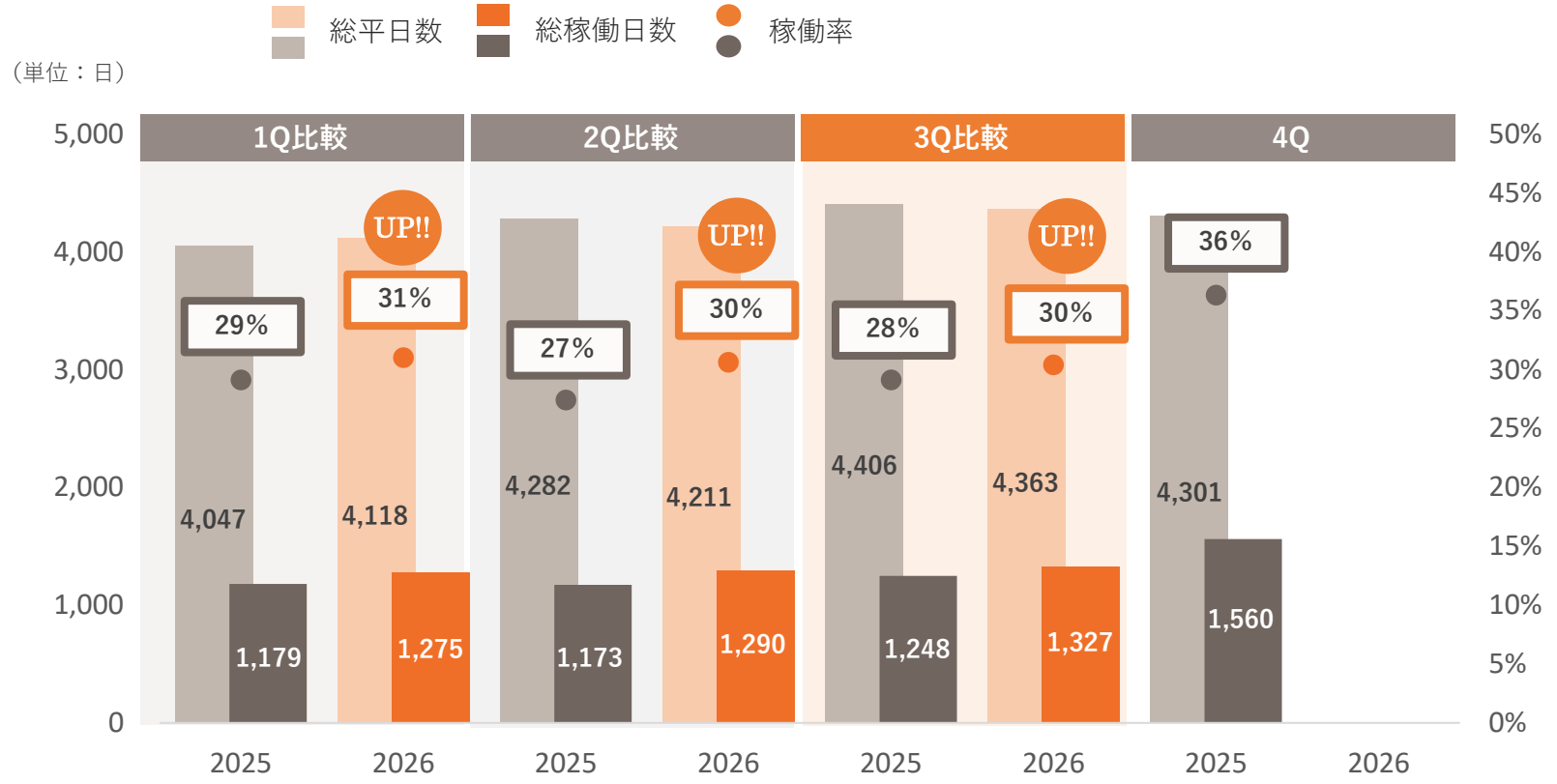
	2025年3Q累計 ノバレーゼ（1-9月） エスクリ（4-9月）	**2026年3Q累計** ノバレーゼ（1-9月） エスクリ（4-9月）	増減	増減率
店舗数（店）	64	66	+2	－
施行組数（組）	4,815	4,927	+112	+2.3%
平均ゲスト数（人）	53.4	53.8	+0.4	+0.7%
平均組単価（千円）	3,690	3,962	+272	+7.4%
新規来館組数（組）	14,137	13,539	△598	△4.2%
受注組数（組）	5,617	5,384	△233	△4.1%
受注残組数（組）	7,034	6,500	△534	△7.6%

※ 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

POINT

- **施行組数**
  - ✓ 当第3四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**
  - ✓ 婚礼アイテムや前撮りの販売促進、婚礼料理・ドリンクメニューのリニューアル等が奏功したことにより増加
- **新規来館組数・受注組数**
  - ✓ 2027年に当初予定していた既存店の閉鎖時期の前倒しにより対象店舗の集客・受注活動を停止させたこと、および集客・受注活動の方針変更により一時的に減少

各四半期会計期間における稼働率は、前年同期比で増加トレンドの状況を維持



※当社が運営する婚礼施設（全施設対象）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

ご参考

平日の稼働日数増加による1日あたりの売上貢献

1施設につき
約562千円

平日の稼働率上昇による売上貢献

1%上昇につき
約787百万円

貸借対照表・キャッシュフロー計算書

（単位：百万円）	2025/4Q	**2026/3Q**	増減
流動資産	4,433	**10,225**	＋5,791
現金および現金同等物	3,417	**5,529**	＋2,111
非流動資産	32,389	**61,610**	＋29,220
有形固定資産	11,468	**15,522**	+4,053
使用権資産	6,061	**20,294**	+14,232
のれん	11,203	**11,918**	＋715
無形資産	127	**239**	＋112
繰延税金資産	2,314	**8,119**	＋5,804
資産合計	36,823	**71,835**	＋35,012
流動負債	11,397	**22,541**	+11,143
営業債務およびその他の債務	1,943	**4,299**	＋2,356
借入金	4,459	**7,160**	＋2,700
リース負債	1,054	**4,572**	＋3,518
非流動負債	15,316	**35,629**	+20,313
借入金	7,911	**13,560**	＋5,648
リース負債	5,422	**17,903**	+12,480
負債合計	26,714	**58,171**	＋31,456
資本合計	10,109	**13,664**	＋3,555
負債および資本合計	36,823	**71,835**	＋35,012

（単位：百万円）	2025/3Q	**2026/3Q**	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,966	2,372	+405
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,919	**△1,751**	+167
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,730	**△2,574**	△844
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	△1,688	**△1,954**	△265
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	1,859	**5,529**	+3,669

POINT／キャッシュフロー計算書

- 営業キャッシュ・フロー
  - ✓ 契約資産の増加　△1,538百万円
  - ✓ 減価償却費及び償却費　＋3,961百万円
- 投資キャッシュ・フロー
  - ✓ 有形固定資産の取得　△1,648百万円
- 財務キャッシュ・フロー
  - ✓ 長期借入金の返済　△2,954百万円
  - ✓ 長期借入金による収入　＋3,010百万円
  - ✓ リース負債の返済　△2,630百万円

2026年12月期 業績予想（連結）

※前第3四半期：旧ノバレーゼ2025年1月～9月　／　前通期：旧ノバレーゼ2025年1月～12月
当第3四半期：旧ノバレーゼ2026年1月～9月 ＋ 旧エスクリ2026年4月～9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3四半期（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	14,181	**28,215**	**27,810**	＋405	＋1.5%	22,039	**42,789**	＋20,749	＋94.1%
売上総利益	7,594	**13,996**	**14,089**	△92	△0.7%	12,236	**22,959**	＋10,723	＋87.6%
販売費及び一般管理費	7,202	**13,310**	**13,915**	△605	△4.4%	10,004	**19,959**	＋9,954	＋99.5%
営業利益	408	**663**	**173**	＋489	＋281.6%	2,247	**3,000**	＋752	＋33.5%
営業利益率	2.9%	**2.4%**	**0.6%**	＋1.7pt	-	10.2%	**7.0%**	△3.2pt	-
税引前（四半期）利益	88	**74**	**△209**	+283	-	1,849	**2,480**	＋630	＋34.1%
親会社の所有者に帰属する 当期（四半期）利益	79	**117**	**△94**	+212	-	1,256	**1,640**	＋383	＋30.5%
婚礼プロデュース部門 施行組数（組）	2,978	**4,927**	**5,072**	△145	△2.9%	4,668	**8,061**	＋3,393	＋72.7%

CONTENTS

01 2026年12月期 第3四半期 サマリー

02 2026年12月期 第3四半期 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ございません。
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

	Day1	相互理解を深める取り組みを全社的に実施
	4-6月	オンザページとしての最適解であるスタイル・価値観を醸成
	7月	営業本部を統合し、新体制を確立
現時点	年内	人材交流やナレッジ共有等によりシナジー効果を最大化

営業活動に関する今後の統合・連携強化フロー

ON THE PAGE

	年内	2027年上半期	2027年下半期
集客・広告	● **SNS広告の効果最大化** 100%子会社のDo社に広告運用機能を移行、クリエイティブ刷新等による効果改善を図る ● **来館特典の廃止** 確度の低い顧客層へのアプローチから、マッチ度の高い集客プロセスへ移行	● **施設のコンセプト強化** 施設の付加価値向上を目的としたプロモーション施策により、競合優位性を創出 ● **ドミナント広告展開の効率化** 各施設ごとに投下していた広告費をエリア単位で集約。エリア統合型での集客力向上へ	● **成功事例の他エリア展開** 施策による効果を検証し、再現性の高いスキームを全国規模で構築し、広告費を最適化 ● **潜在層向けアプローチ** マーケットの規模や状況を鑑み、中長期的に来館・受注を維持するため認知を強化
受注	● **接客用ツール導入拡大** 会場案内時のムービーアイテムやiPadスライドの設置により提案品質を底上げ ● **成約特典の見直し** 値引きなどの金額特典ではなく、顧客満足度の向上に資する付加価値の高い特典に変更	● **販売プラン内容の見直し** 全店を対象に販売形態を統一化し、受注活動の経過観察・効果検証がしやすい環境を整備 ● **接客スタイルの改善** 即決依存の高い受注活動から脱却し、選択できる安心感を提供できる体制を構築	● **再現性の高いナレッジの展開** 高受注率者のノウハウ集約により、人材の育成およびパフォーマンスの安定化を目指す ● **顧客レビューの応用** 接客品質の向上等により口コミが良化することで、好循環な受注サイクルを生み出す
平均組単価	● **前撮りプランの販売拡張** 旧ノバレーゼで全社的な単価アップに貢献した施策を展開、衣裳関係の売上伸長を図る	● **婚礼関連アイテムの強化** 装花・引出物・写真映像など、顧客の購買状況を考慮し価格と品質のバランスを見直し	● **婚礼料飲メニューの改良** 現場でのオペレーションを含め、料理コースの構成やドリンクプランの魅力化に取り組む

新店情報

ON THE PAGE

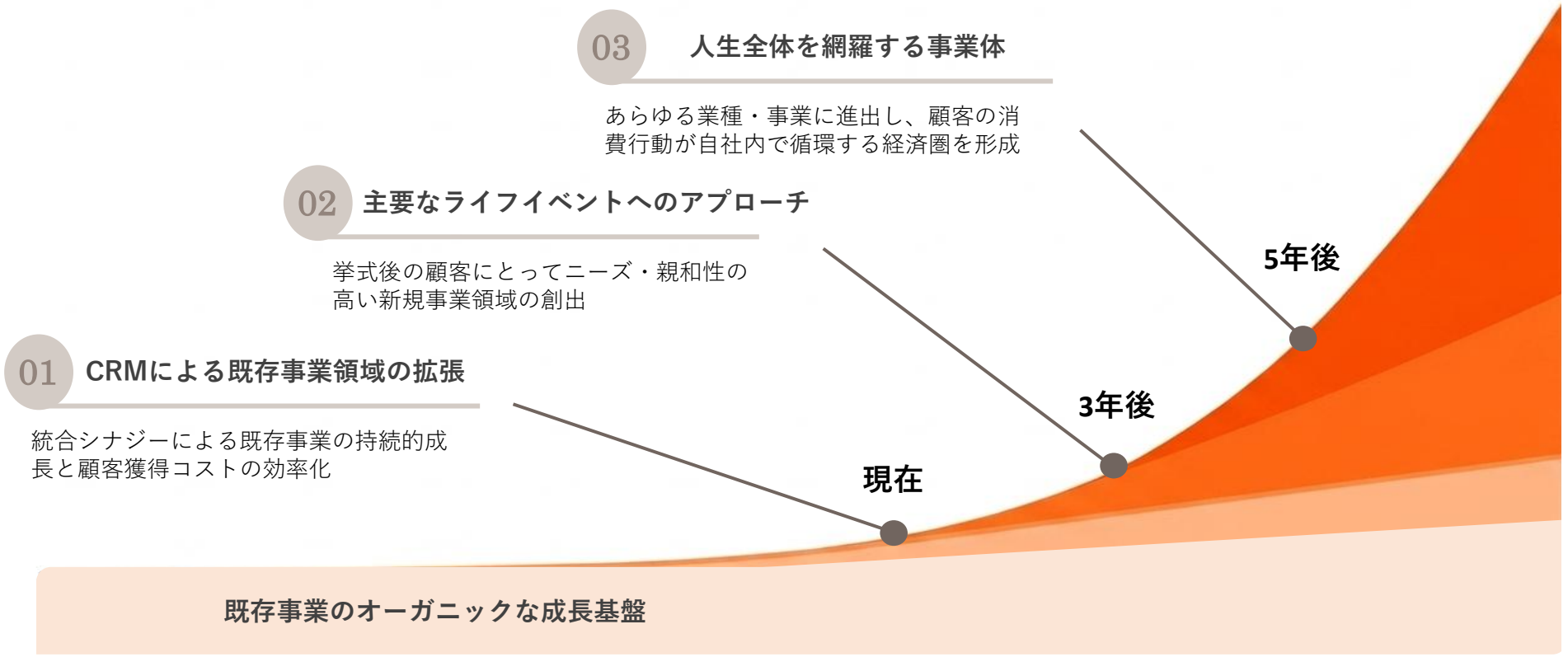
	開業時期	施設形態	名称	バンケット数・フィッティングルーム数	収容人数（人）	所在地
2026年	3月	ゲストハウス（婚礼施設）	HOMAM　旧マッケンジー邸	1	120	静岡市駿河区
	4月	ゲストハウス（婚礼施設）	アマンダンピーク	1	120	富山県富山市
	12月	レストラン	ODD南森町店	—	23	大阪市北区
2027年	1月	ゲストハウス（婚礼施設）	Flairge 栄	2	100／34	名古屋市中区
	3月	レストラン	Serafina NEW YORK 大阪店	—	72	大阪市北区
NEW	4月予定	レストラン	未定	—	44	広島市中区
	5月予定	ゲストハウス（婚礼施設）	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

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	16店舗	130店舗

※2026年11月13日現在／2027年開業予定を含む

既存顧客のリテンションマーケティングによるLTV向上を始点として構築

段階的なサービス拡張により継続的な新規事業の売上比率拡大を図る



多額の広告費を使って新規顧客を集めるビジネスモデルではなく、既存の事業領域における顧客獲得機会を活かしたROIの高い新規事業創出を目指す

現在

- CRM促進による既存事業領域からのサービス拡張（既存リソースの活用最大化）
  - ハネムーンサービス・フォトサービスの展開範囲を拡大、パートナー企業とのシナジー創出など

3年後

- 結婚前後に直接的に関わるライフイベントへのアプローチ（親和性の高い事業領域の可能性を模索）
  - 医療領域における妊娠・出産サポート、心身ともに健康増進に繋がるウェルネス領域など

5年後

- カテゴリーの枠にとらわれない領域のサービス創出（独立した需要に対するビジネスモデル）
  - ホスピタリティを活かしたグローバル事業の展開など

株主の皆様への利益還元のあり方を慎重に検討し、株主優待制度の内容を一部変更

変更前

	特選ギフト	Web型 カタログギフト	レストラン優待券 お食事代金割引
100株以上 500株未満	2,000円相当	―	継続保有3年未満／2枚 継続保有3年以上／4枚
500株以上 1,000株未満	―	3,500円相当	継続保有3年未満／2枚 継続保有3年以上／4枚
1,000株以上 5,000株未満	―	5,000円相当	継続保有3年未満／2枚 継続保有3年以上／4枚
5,000株以上 10,000株未満	―	10,000円相当	継続保有3年未満／2枚 継続保有3年以上／4枚
10,000株以上	―	20,000円相当	継続保有3年未満／2枚 継続保有3年以上／4枚

変更後

	ECクーポン	レストラン優待券 お食事代金割引
100株以上 500株未満	―	継続保有3年未満／4枚 継続保有3年以上／8枚
500株以上 1,000株未満	3,500円分	継続保有3年未満／4枚 継続保有3年以上／8枚
1,000株以上	10,000円分	継続保有3年未満／4枚 継続保有3年以上／8枚

ECクーポン

THINGS MORE



※写真はイメージ

- 弊社運営のECサイト「THINGS MORE」でご利用可能
- 食品・生活雑貨・ギフト商品など幅広くラインアップ
- 従前の優待品として好評だったフィナンシェも購入可能

レストラン優待券





- 弊社婚礼施設およびブロスダイニング社（100％子会社）が運営するレストランでご利用可能

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ございません。
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

統合を通した業界順位の上昇（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、婚礼関係を主力とする上場企業の、婚礼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
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。
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。

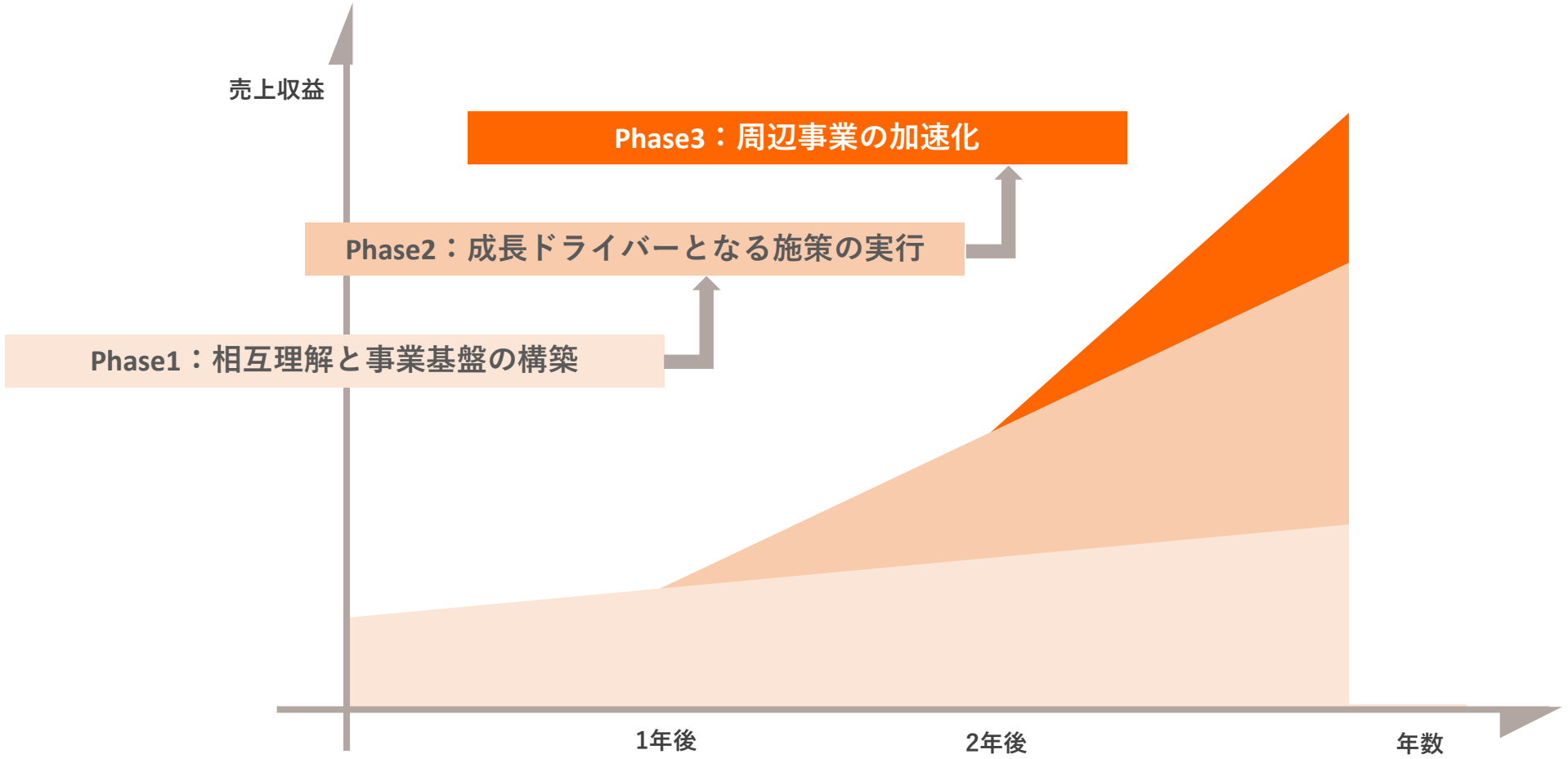
	（旧）株式会社エスクリ
2020年 7月	資本業務提携契約締結。 TKPが普通株式1,700,000株を取得し主要株主となる。
2025年 1月	TKPがA種種類株式3,000株を取得。 TKPとの業務提携を更に進化。
2025年 6月	TKPが普通株式950,000株を取得し、 筆頭株主及びその他の関係会社となる。
2025年 11月	TKPによる普通株式対価取得請求権行使により A種種類株式2,000株を普通株式9,969,852株に転換。 親会社となる。

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

中長期的な成長ストーリー



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

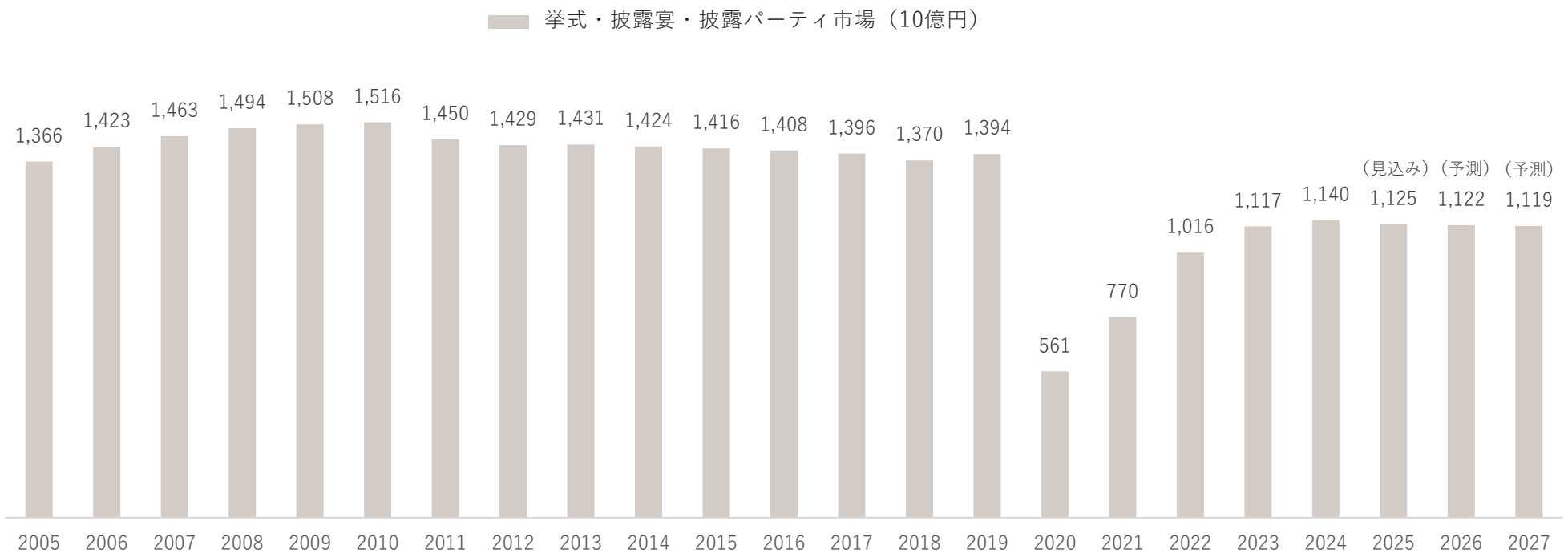
※CRM（Customer Relationship Management：顧客関係管理）：顧客の属性、行動履歴、購入履歴を一元管理し、顧客満足度とリピート率を高める手法やシステム

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11月13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「2026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

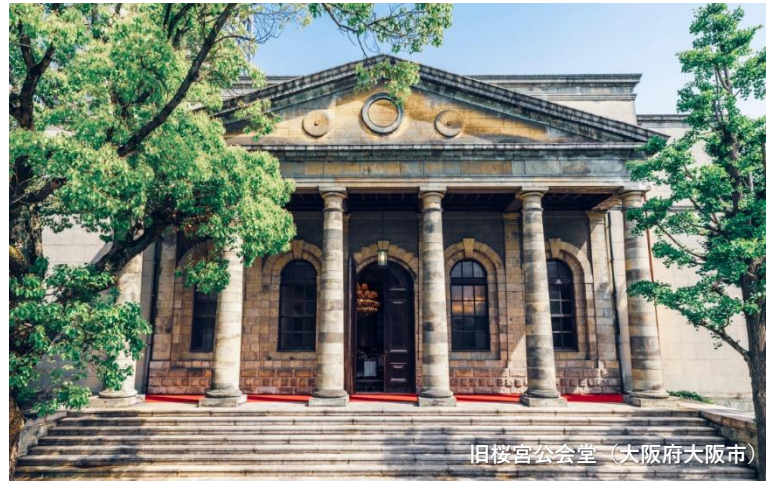

横浜モノリス（神奈川県横浜市）

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


ラグナヴェール東京（東京都中央区）

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


L2126（東京都港区）

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
ガストロミック


GRADATIONS（愛知県名古屋市）

美食でもてなす、大人のウエディング

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トは、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。

直営レストラン（レストラン特化型事業／ブロスダイニング運営）

ON THE PAGE



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


ON THE PAGE