

報道関係者各位

株式会社ティーケーピー
(東証グロース:証券コード 3479)

【イベントレポート】TKP グループ、 ブライダル大手 2 社を統合し「株式会社オンザページ」を発足 — 業界再編を牽引するリーディングカンパニーとして、新たなスタンダードを構築 —



株式会社ティーケーピー(本社:東京都、代表取締役社長:河野貴輝、以下 TKP)のグループ会社である株式会社オンザページ(代表取締役会長 CEO:渋谷守浩、代表取締役社長 COO:荻野洋基)は、2026 年 4 月 6 日、同年 4 月 1 日付で完了した旧ノバレーゼと旧エスクリの経営統合、新会社設立における 2026 年 12 月期業績予想ならびに今後の経営戦略について発表いたしました。

【イベント概要】

タイトル:『TKP グループ 株式会社オンザページ 経営戦略説明会』

日時:2026 年 4 月 6 日(月) 16:00~17:00

会場:アンジェリオン オ プラザ 東京

参加者:機関投資家、アナリスト、報道関係者、金融機関ほか

登壇者:・株式会社ティーケーピー 代表取締役社長 河野 貴輝

・株式会社オンザページ 代表取締役会長 CEO 渋谷 守浩

・株式会社オンザページ 代表取締役社長 COO 荻野 洋基

本説明会では、旧ノバレーゼと旧エスクリの経営統合による「オンザページ」の誕生と、全国のブライダル施設ネットワーク、内製機能、建築不動産事業、CRM を含む中長期成長戦略について説明が行われました。オンザページは、ブライダル事業、レストラン特化型事業、建築不動産事業を軸に、グループ会社が有するギフト、映像、装花、広告、旅行、人材紹介などの機能も活用しながら、結婚式を起点としたライフイベント領域の拡張を目指します。TKP グループの空間再生力と、両社が培ってきた婚礼事業の運営ノウハウを組み合わせることで、ブライダル業界の再編を見据えた新たな事業基盤を構築していく方針が示されました。

■統合に至る経緯と「オンザページ」誕生の背景

TKP は 2024 年に旧ノバレーゼを連結子会社化し、2025 年には旧エスクリを連結子会社化いたしました。そして、親会社に TKP をもつ 2 社を、2026 年 4 月 1 日に統合しました。旧ノバレーゼは地方都市を中心に、シンプルで洗練されたデザインのブライダル施設を展開し、ドレスや引出物などの内製化を通じて顧客満足度と収益性の向上を図ってきました。一方、旧エスクリは東京 23 区や政令指定都市を中心に、駅近・好立地の婚礼施設を展開するとともに、建築不動産に関するソリューションも有しています。両社の強みを TKP グループの経営資源と組み合わせることで、ブライダル業界の変化を成長機会として捉え、さらなる業界再編・統合に向けた基盤づくりを進めていきます。社名「オンザページ」には、結婚式という人生の大切なページから始まり、お客様のライフサイクル全体をサポートし続けるという思いを込めています。情熱を象徴するオレンジをコーポレートカラーとし、新たな価値創造に挑戦していきます。



■2026 年 12 月期 業績予想

2026年12月期 業績予想サマリー

ON THE PAGE

売上収益	営業利益	親会社の所有者に帰属する当期利益
42,789百万円	3,000百万円	1,640百万円
施行組数	平均組単価	
8,061組	3,766千円	

※(旧) 株式会社ノバレーゼの業績予想は、2026年1月から同年12月の12か月間を対象
 (旧) 株式会社エスクリの業績予想は、2026年4月から同年12月の9か月間を対象

2026 年 12 月期は、売上収益 427 億 89 百万円、営業利益 30 億円、親会社の所有者に帰属する当期利益 16 億 40 百万円を見込んでいます。施行組数は 8,061 組、平均組単価は 3,766 千円を計画しており、旧ノバレーゼと旧エスクリの統合による相乗効果に加え、平均組単価の維持・向上、内製機能の活用、CRM 施策の推進などにより、一層の成長を目指します。足元の第 1 四半期では、売上収益が前年同期比 13.9%増の 47 億 38 百万円となり、営業損失は前年同期比 1 億 19 百万円改善の 3,500 万円に縮小しました。婚礼プロデュース部門では施行組数が 945 組、受注残組数が 3,741 組と前年同期から伸長し、平均組単価も 384 万 8 千円と前年同期比 6.0%上昇しています。なお、第 1 四半期実績は旧ノバレーゼの 2026 年 1 月から 3 月の実績であり、旧エスクリの業績は第 2 四半期より加算される予定です。

■統合で何が変わるのか ―TKP グループのメリット

旧ノバレーゼと旧エスクリの統合により、オンザページはブライダル事業だけでも約 400 億円規模の事業基盤を有する、業界トップクラスのグループとなります。これにより、業界内での知名度と競合優位性を高めるとともに、M&A や業務提携の候補としても検討されやすいポジションの確立が期待されます。第 1 四半期資料では、相互送客による成約数が堅調に推移していること、SNS・LINE を活用した集客・受注施策を計画していること、さらに受注率向上・キャンセル率低下に向けた取り組みを段階的に実行していく方針が示されています。TKP グループにとっては、既存の空間再生流通事業に加え、ブライダル施設、建築不動産、料飲・ケータリング、CRM などを横断的に活用できる領域が広がることになります。事業面では、具体的に以下の相乗効果を創出します。

・ブライダル施設ネットワークの拡大と効率化

大都市圏の駅近・好立地に強みを持つ旧エスクリと、地方都市を中心に展開してきた旧ノバレーゼが補完し合うことで、政令指定都市から地方都市までバランスの取れたブライダル施設ネットワークを構築します。出店エリアが重なる地域では、価格帯やコンセプトの異なる施設を併売することで、グループ外への流出を抑え、受注機会の拡大を図ります。第 1 四半期資料でも、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が、経営統合の重要な目的として整理されています。さらに、リゾートウェディング、フォトウェディング、少人数婚 など、多様化するニーズにも対応できる体制を整えます。

・コスト削減と収益性の向上

両社が保有するドレス、映像・写真、装花、ギフトなどの婚礼周辺機能を相互利用することで、婚礼ごとの収益性改善と内製機能部門の稼働率向上を目指します。第 1 四半期資料では、建築不動産、ドレス、写真・映像、装花、ギフト、参列衣裳などの内製化状況と今後の余地が整理されており、一部の外注拠点については年内の完全内製化を想定し、関係各所との調整を継続していることが示されています。加えて、建築・内装機能をグループ内で活用することにより、施設の建設・改修コストを抑制し、柔軟な出店・改修対応を可能にします。広告宣伝費、料飲・資材の仕入れ、本社機能、システム、採用活動などについても、統合によるスケールメリットを活かし、費用対効果の改善と管理コストの削減を進めます。

・人材とノウハウの相互補完

教育・研修、採用、営業ノウハウ、顧客管理の仕組みをグループ横断で共有し、組織力の底上げを図ります。第 1 四半期資料では、TKP グループ全体で採用力強化を目的とした連携を開始していること、相互交流・情報交換を活発に実施していること、CRM 専任部署を設置し、既存システムの向上・拡

張を計画していることが示されています。CRM を軸に、挙式後の顧客との接点を継続し、レストラン、ハネムーン、旅行、保険、写真映像、不動産仲介など、ライフイベント関連領域への展開を進めます。また、TKP グループが持つ不動産情報や M&A・アライアンス情報を活用することで、新規出店や事業再編に向けた取り組みを加速させます。

■TKP グループの強みと差別化戦略

TKP グループの強みは、単にブライダル企業を統合することにとどまらず、空間再生流通事業で培ってきた施設運営力、法人顧客基盤、M&A・事業提携の実行力を、オンザページのブライダル事業と接続できる点にあります。オンザページ側でも、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 領域を中核に、グループ会社の機能を組み合わせることで、従来のブライダル企業の枠を超えた「空間再生」と「BtoB/BtoC の循環」を差別化要因としていきます。

・空間ビジネスのプラットフォーム

TKP グループが持つ資本力、顧客基盤、空間再生力を「土壌」とし、オンザページが有するブライダル施設、レストラン、建築不動産、衣裳・装花・映像などの内製機能を組み合わせることで、BtoB と BtoC の領域が循環する独自のプラットフォームを構築します。足元では、平日の施設稼働向上に向け、期間限定レストランイベントや TKP との送客連携を推進しており、第 1 四半期資料では、TKP との送客連携による送客数が前年同期比 45.0%増、売上実績が 4.8 倍に拡大したことが示されています。平日の法人宴会・会議利用、TKP 施設へのケータリング提供、法人向けギフト商材、宿泊・研修施設との連携など、グループ内の顧客と施設を相互に活用することで、施設稼働率と収益機会の最大化を図ります。

・他業界との連携で生み出す価値創造

オンザページには、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 MARRY MARBLE、婚礼装花の花乃店千樹園、広告代理店の Do、パーティドレス等レンタルのアンドュー、旅行業・人材紹介事業の LURRA など、多様なグループ会社があります。建築不動産、法人向けギフト、映像・写真、装花、広告、参列者向けレンタル、旅行・人材紹介までをグループ内で展開することで、ブライダルの前後に広がる需要を取り込み、外販も含めた新たな収益機会を創出していきます。

・業界唯一の建築不動産内製化

建築・修繕をグループ内で完結できる体制は、建築コスト高騰時代における大きな強みです。株式会社渋谷を中心とした建築不動産関連事業では、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ます。衣裳、装花、映像に加え、建築・内装 まで内製化・グループ内連携を進めることで、高品質なサービスを適正価格で提供するとともに、利益率の高いビジネスモデルの構築を目指します。

■悲願から実現へ、20 年に渡るブライダル事業への想い

TKP にとって、本事業は単なる新規事業ではなく「創業初期からの悲願」の具現化です。TKP の 2 号店は、とある結婚式場でした。代表・河野は当時からブライダル事業への強い憧れを抱き続けてきました。2024 年に旧ノバレーゼを、2025 年に旧エスクリを子会社化し、2026 年 4 月 1 日に株式会社オンザページが誕生したことは、TKP グループにとって 20 年越しの構想が一つの形になった節目といえます。TKP は結婚式を単発のイベント「点」としてではなく、婚活、住居、子育て、旅行、記念日、資産形

成など、「生涯」を通した広がりを持つライフイベントとして捉えています。オンザページを通じて、お客様の人生の節目に継続的に関わる仕組みを構築し、ブライダル業界の新たなスタンダードづくりに取り組んでいきます。

・業界の未来を見据えた成長戦略と展望

オンザページでは、中長期的な成長ストーリーとして、Phase1「相互理解と事業基盤の構築」、Phase2「成長ドライバーとなる施策の実行」、Phase3「周辺事業の加速化」を掲げています。まずは KPI に基づく経営管理体制の確立、出店・退店基準の明確化、営業本部統合に向けたモデルケース構築などにより、統合後の事業基盤を整えます。実際に 2026 年のスケジュールとして、Day1 から 4



～6 月に相互理解を深める取り組みを全社的に実施し、7 月に営業本部を統合、年内には人材交流やナレッジ共有を通じてシナジー効果を最大化する流れが示されています。次に、営業スタイルの最適化を全社的に実行し、受注活動の KPI 向上を図るとともに、CRM 領域で独自サービスを展開し、収益力を高めます。第 1 四半期では、ブライダル事業の売上収益が前年同期比 13.4%増の 43 億 71 百万円、セグメント利益が前年同期比 126.3%増の 4 億円となり、施行組数の増加と平均組単価の上昇が利益率向上に寄与しています。平均ゲスト数が回復途上にある一方、平均組単価はコロナ禍前の水準を上回っており、今後もゲスト数増加・単価アップ・施行数増加による収益性向上の余地があるとされています。さらに、TKP グループの強みを活かし、宴会需要の拡大、建設不動産事業の拡大、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の周辺事業を段階的に育成していきます。年間約 1 万組ずつ増加する既存顧客に対してリテンションマーケティングを推進し、挙式後も継続的に接点を持つことで、ライフイベント関連の収益化を進めます。

・オンザページ始動、TKP が描くブライダル業界の新章

TKP グループは、今回の 2 社統合により誕生したオンザページを通じて、ブライダル業界の再編をリードしていきます。目指しているのは、単なるシェアの拡大ではありません。TKP が培ってきた空間再生力、法人顧客基盤、事業提携・M&A の実行力と、旧ノバレーゼ・旧エスクリが有する高いプロデュース力、施設運営力、内製機能を掛け合わせることで、従来の式場主導型モデルを超えた、顧客起点の事業モデルを構築していきます。オンザページは、結婚式という「人生の大切なページ」から始まり、その先の暮らしや節目にも寄り添う存在を目指します。結婚式当日だけでなく、参列者、家族、企業、地域、そして挙式後のライフイベントまでを視野に入れ、グループ各社の機能を横断的に活用することで、ブライダルを起点とした新たな収益機会を創出していきます。TKP グループの経営資源を活用しながら、ブライダル事業を起点としたライフイベント産業の拡張を進め、業界全体の活性化と新たなスタンダードの構築に取り組んでまいります。今後のオンザページ、そして TKP グループの展開にぜひご期待ください。

<当日の様子>



<メディア掲載>

- ・日本経済新聞『ブライダル大手のオンザページ発足、26年12月期に3割増益見込む』
- ・ブライダル産業新聞『オンザページが始動』
- ・ザ・プロフェッショナルウエディング 2026年春『ノバレーゼとエスクリの統合会社 新社名を「オンザページ」に決定』
- ・国際ホテル旅館『エスクリとノバレーゼ 経営統合 4月から新社名「オンザページ」に』
- ・ウェディングジャーナル No.206『業界トップ規模感のオンザページが船出』

【株式会社ティーケーピー 会社概要】

代表者	代表取締役社長 河野 貴輝
本社所在地	東京都新宿区市谷八幡町8番地 TKP 市ヶ谷ビル 2F
設立	2005年8月15日
資本金	163億円(2026年2月末現在)
決算期	2月
連結売上高	1,143億円(2026年2月期)
事業内容	フレキシブルオフィス事業、ホテル・宿泊研修事業、 イベントプロデュース事業、BPO事業、料飲・バンケット事業
URL	https://www.tkp.jp/

※プレスリリースに記載されている情報は、発表日現在の情報であり、時間の経過または様々な後発事象によって変更される可能性がありますので、あらかじめご了承ください。

本件に関するお問い合わせ先

株式会社ティーケーピー 広報担当 田中、立田

TEL:03-6843-0011 MAIL:pr@tkp.jp

プレスリリースはこちら

<https://www.tkp.jp/news/newsrelease.html>