



- 1 2023年9月期通期業績
- 2 2024年9月期業績見通しと中期経営計画
- 3 カンパニー・ハイライト

# 決算ハイライト

## 財務サマリー



## 業績サマリー

- フォトウエディングサービスは撮影件数が前期を下回る水準で推移するも、引き続き高い撮影単価(前期比+12.8%)を維持した結果、フォトウエディングサービス全体の売上高は前期比+10.2%、売上収益は前期比+10.0%の成長。
- 売上収益は成長を継続するも、積極的な新規出店に伴う衣裳および物品購入費等の新店イニシャルコスト等の増加影響を受け、固定資産譲渡益を除く営業利益は前期比▲9.5%の減益。
- 将来の成長を見据え新規出店7店舗、既存店舗の移転2店舗実施。

## 2023年9月期連結包括利益計算書(IFRS)

単価の上昇が寄与し、売上収益は前期比+10.0%となるも、出店加速による新規出店コスト増加もあり、固定資産譲渡益を除く営業利益は減益。

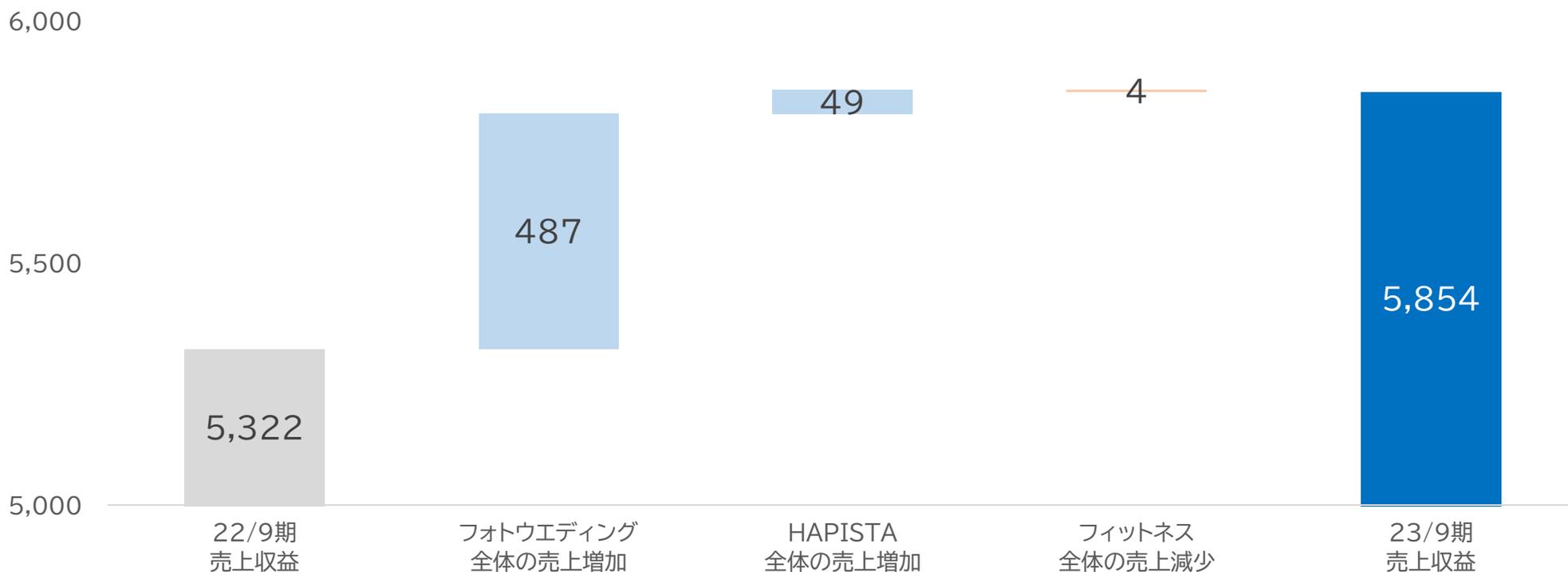
(単位:百万円)	22/9期 実績	23/9期 実績	23/9期 修正予想	前期比	修正予想比
売上収益	5,322	5,854	6,039	+10.0%	-3.1%
売上総利益	2,224	2,334	2,375	+4.9%	-1.7%
営業利益	1,377	891	945	-35.3%	-5.7%
営業利益率	25.9%	15.2%	15.6%	-10.7pt	-0.4pt
固定資産譲渡益を除く営業利益 <sup>※1</sup>	985	891	945	-9.5%	-5.7%
固定資産譲渡益を除く営業利益率	18.5%	15.2%	15.6%	-3.3pt	-0.4pt
当期利益	1,018	492	533	-51.7%	-7.8%
固定資産譲渡益を除く当期利益 <sup>※1</sup>	720	492	533	-31.7%	-7.8%
固定資産譲渡益を除く当期利益率	13.5%	8.4%	8.8%	-5.1pt	-0.4pt

※1:2022年9月期については固定資産譲渡に伴う利益が発生しているため、その影響を除く利益を記載

## 売上収益の変動要素分析

- 当期の売上収益は58.5億円(前期比+10.0%)
- フォトウエディング全体の売上高成長(前期比+10.2%)が増収に大きく寄与

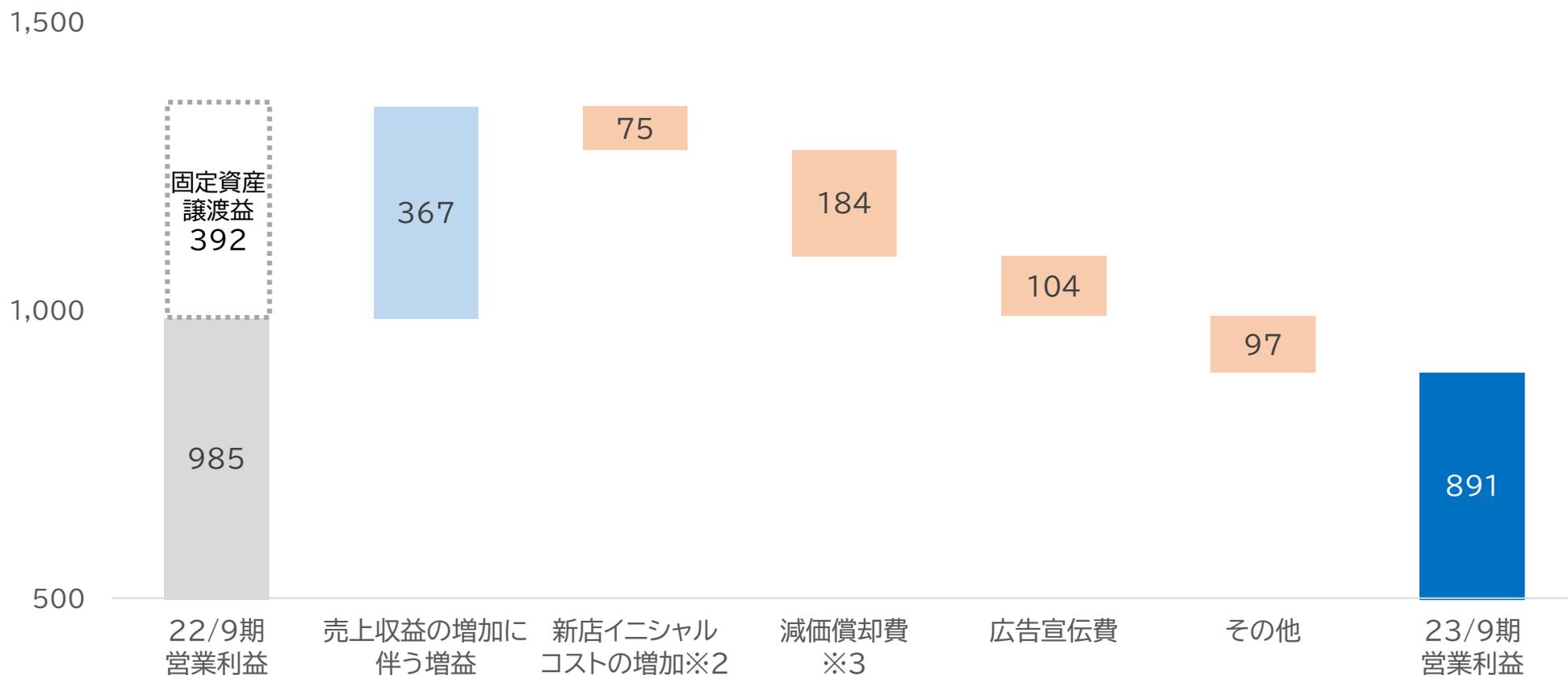
【単位:百万円】



## 営業利益の変動要素分析

売上収益は増加するも出店加速による新店イニシャルコスト、それに伴う固定費の増加もあり、営業利益は▲9.5%※1の減益

【単位:百万円】



※1:2022年9月期計上の固定資産譲渡に伴う影響を除く営業利益に対する比率

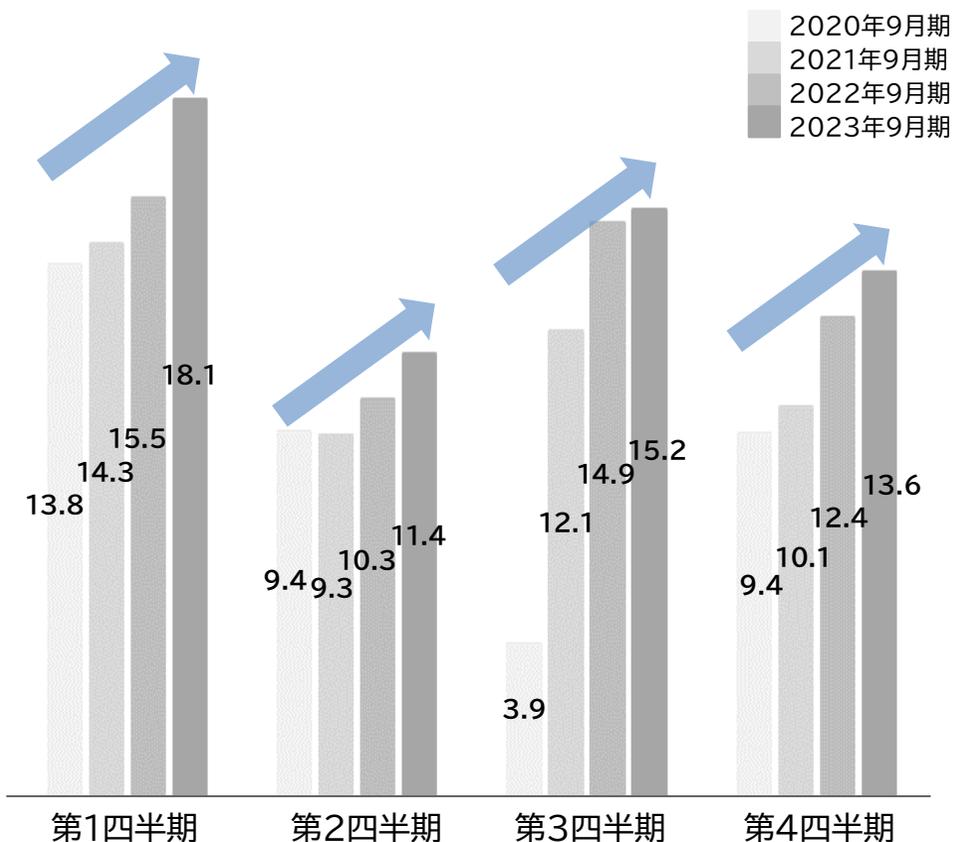
※2:2023年9月期に新規出店した店舗の開業にかかる費用

※3:国際会計基準(IFRS)を採用しており、店舗の賃借料を減価償却費として計上

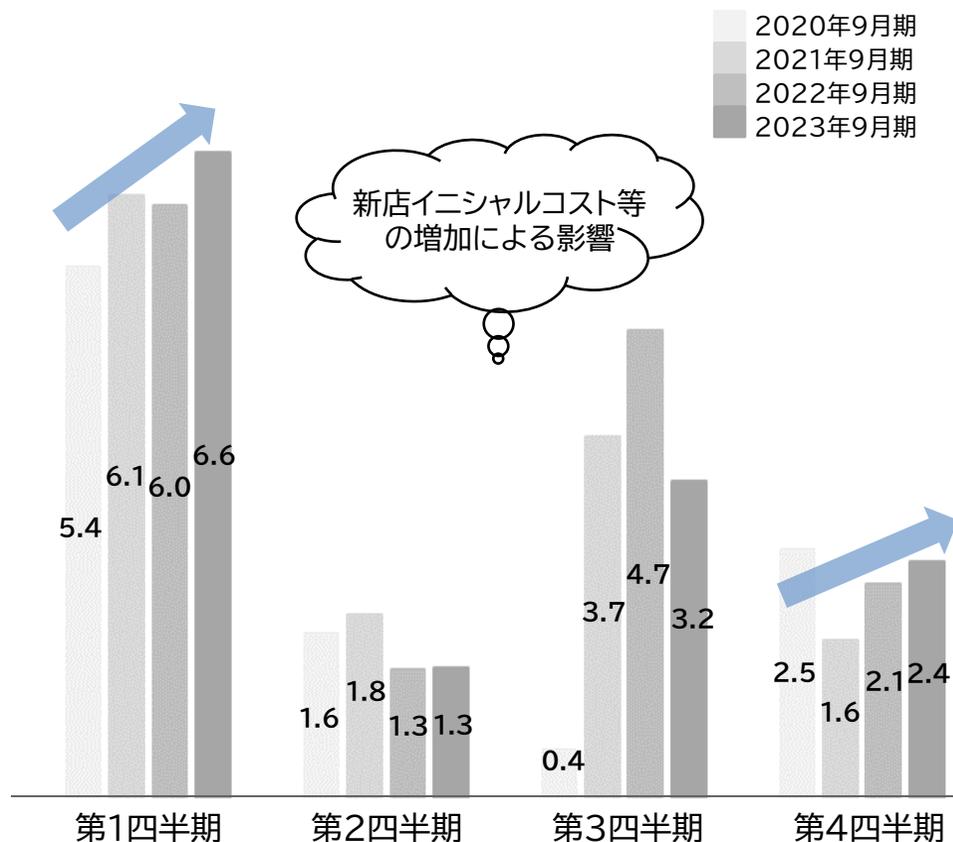
# 四半期業績推移

- 国内リゾートでの売上好調が牽引し、当第4四半期も過去最高の売上収益
- 第2、第3四半期において出店加速に伴う新店イニシャルコスト等が増加するも、当期の調整後営業利益※は前期並み

売上収益



調整後営業利益

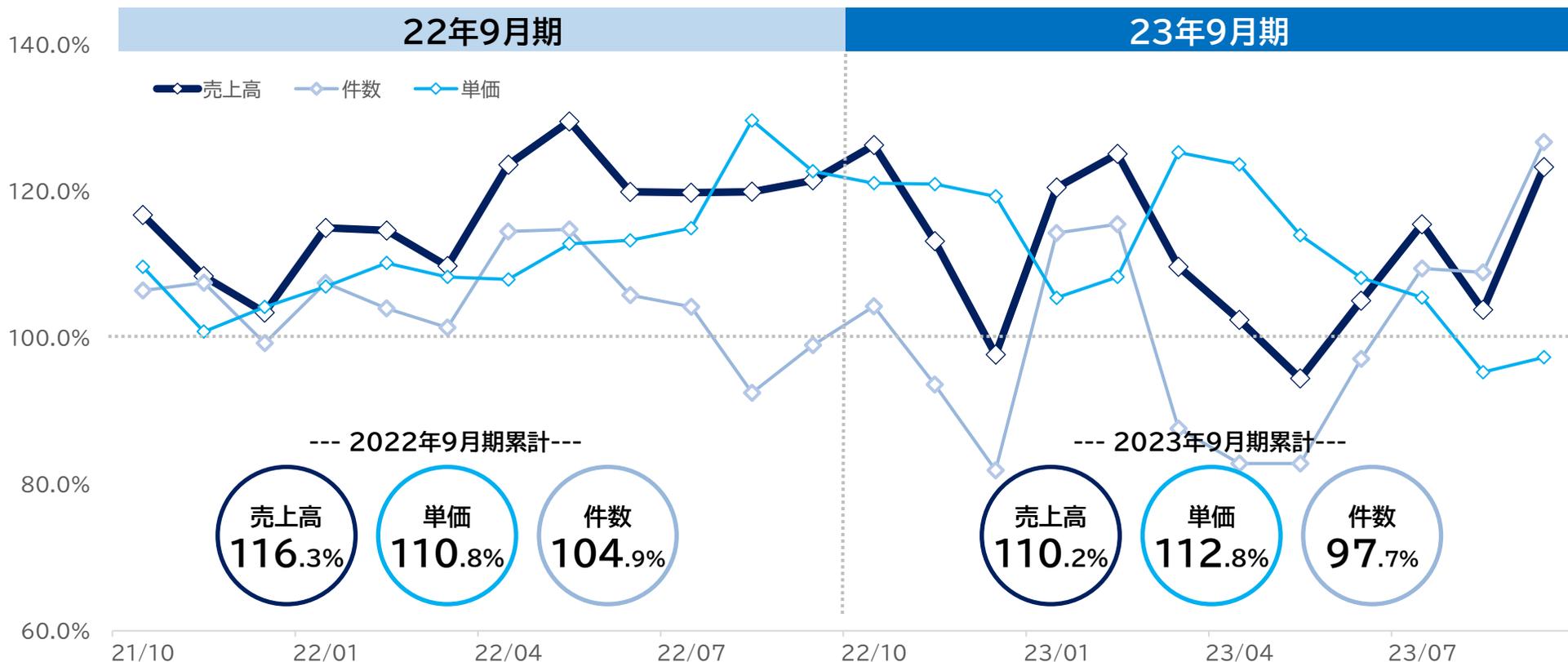


注: 調整後営業利益 = 営業利益 + 本社費 + (その他の費用 - その他の収益) / 本社費は財務・管理部等の本社機能に係る費用

# KPI(前年比)

- 第4四半期に中低価格帯の受注を伸ばすため、価格戦略を見直したことにより件数は改善。
- 前期に導入したライブタッチの利用拡大、衣裳単価の上昇、リゾート型店舗の需要拡大等により単価は期中累計で前期比+12.8%、売上高は期中累計で前期比+10.2%

フォトウエディングサービス全体前年比推移



## 連結財政状態計算書

- 宮古島の店舗物件購入、借入金の返済により、現金及び現金同等物は5億円減少。
- 新店の店舗賃借料相当の使用権資産およびリース負債(流動・非流動)が増加。
- シンジケートローンのリファイナンスを控え、短期借入金が一時的に増加。

【単位:百万円】

	23年9月末	22年9月末	増減		23年9月末	22年9月末	増減
現金及び現金同等物	808	1,350	-542	短期借入金	2,448	258	2,189
営業債権及びその他の債権	292	222	70	リース負債	591	443	148
その他	175	150	25	その他	1,078	1,142	-63
<b>流動資産合計</b>	<b>1,275</b>	<b>1,723</b>	<b>-448</b>	<b>流動負債合計</b>	<b>4,117</b>	<b>1,844</b>	<b>2,273</b>
有形固定資産	1,311	938	373	借入金	472	3,126	-2,654
使用権資産	4,796	3,735	1,061	リース負債	4,013	3,101	911
のれん	5,635	5,635	—	その他	287	259	27
その他	634	554	80	<b>非流動負債合計</b>	<b>4,772</b>	<b>6,486</b>	<b>-1,714</b>
<b>非流動資産合計</b>	<b>12,377</b>	<b>10,865</b>	<b>1,512</b>	<b>資本合計</b>	<b>4,763</b>	<b>4,257</b>	<b>506</b>
<b>資産合計</b>	<b>13,653</b>	<b>12,588</b>	<b>1,065</b>	<b>負債及び資本合計</b>	<b>13,653</b>	<b>12,588</b>	<b>1,065</b>

## &lt; 賃貸借契約等に伴い計上する使用権資産・リース負債について &gt;

IFRS第16号「リース」の適用により、当社が賃借する物件(主に店舗用)の賃借契約を締結すると、将来にわたって支払う予定の賃料総額の割引後キャッシュ・フローの合計額をリース負債として計上し、あわせて当社の「使用権」として使用権資産に計上している。

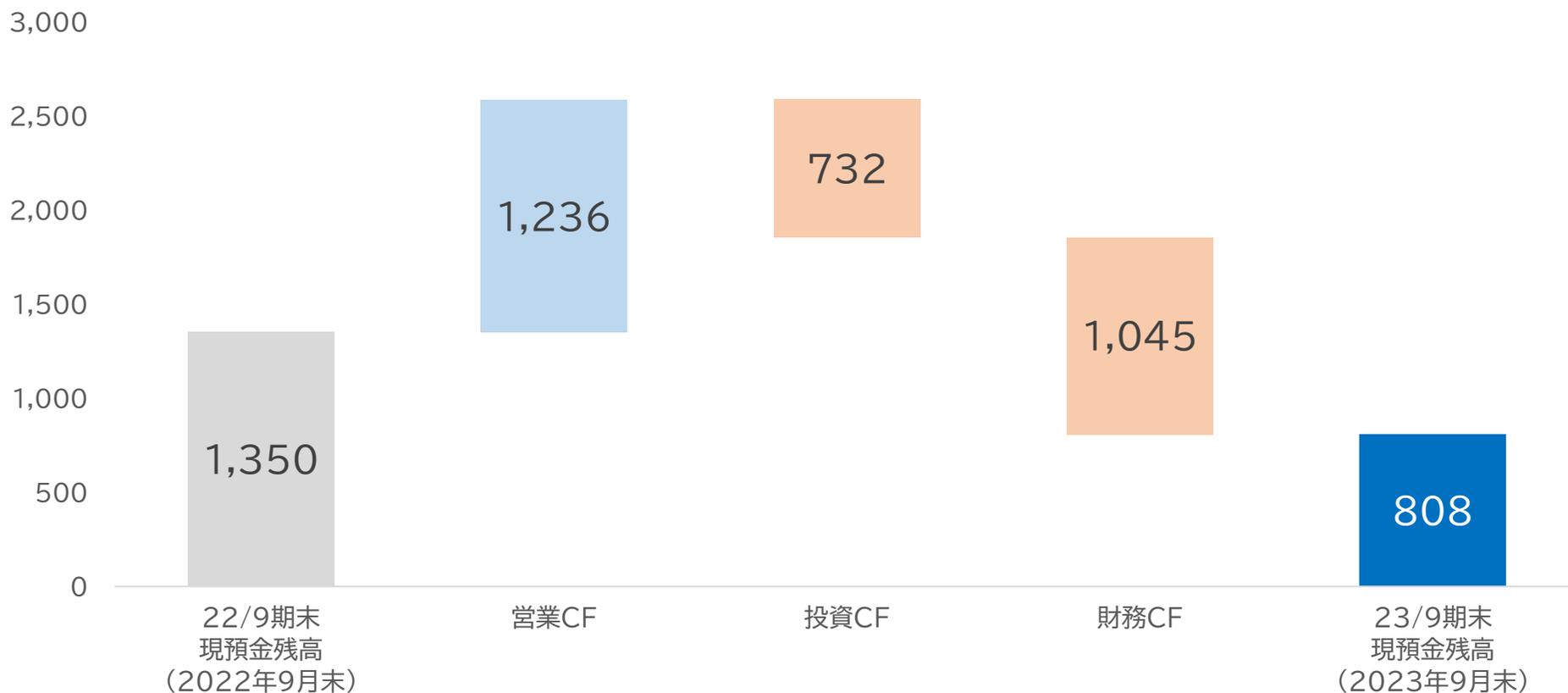
## &lt; 総資産に占めるのれんの割合が高いことについて &gt;

当社グループはIFRSに基づき連結財政状態計算書を作成しているため現行基準下では当該のれんの償却は不要となりますが、非流動資産にのれんとして5,635百万円を計上しており、総資産に占める割合が41.2%(2023年9月末時点)。2023年9月期連結会計年度末時点における回収可能価額は、のれんが含まれる資金生成単位又はそのグループの資産の帳簿価額を大幅に上回っていることから、減損テストに用いた主要な仮定が合理的な範囲内で変更されたとしても、当該資金生成単位又はそのグループの回収可能額が帳簿価額を下回る可能性は低いと考えています。今後5年間の成長率がゼロであった場合でも回収可能価額がのれんが含まれる資金生成単位又はそのグループの資産の帳簿価額を十分に上回るため、減損の可能性は低いと考えています。

## 連結キャッシュフロー

- 営業CFはフォトウエディングサービス全体の売上収益の伸びにより**12.3億円**
- 新規出店に伴う投資CFおよび借入金返済に伴う財務CFの影響により期末現預金残高は減少するも、2024年9月期の出店計画に与える影響はなし。

【単位:百万円】



## 2023年9月期 主な取り組み

### ①新規出店7店舗

#### -フォトウェディング4店出店

- 23年1月 スタジオAQUA横浜駅前店
- 23年4月 スタジオSUNS宮古島サロン
- 23年4月 スタジオSOLA札幌店
- 23年8月 スタジオTVB広島店



#### -アニバーサリーフォト3店出店

- 23年3月 HAPISTAなかもず店
- 23年4月 HAPISTA尼崎店
- 23年6月 HAPISTA今福鶴見店



### ②インバウンド

#### -問い合わせ件数2022年9月期対比10.1倍

渡航制限解除後、6月・8月の香港ブライダルフェアに出展。  
今後も定期的に出展予定。  
まずはコロナ前の水準を回復へ。



### ③MIXIグループとの取り組み

#### -顧客サービス拡充と情報連携に向けた取り組み

株式会社スフィダンテとの提携により「スマホで写真年賀状」  
「写真でつくるカレンダー」を活用した販促と送客・情報連携の  
取組を継続中。

# 当社フォトグラファーがコンテストで受賞

## -COSMOS AWARDS 2023

世界各国の権威ある審査員により、技術や芸術性の高さで審査される国際フォトコンテストで、当社トップフォトグラファー下園啓祐が「Pre Wedding Groom Alone」部門でSecond Place(世界二位)を受賞。本賞を含み11名・19作品がSilver Awardsを受賞



### ◆その他受賞状況

-2023富士フィルム営業写真  
コンテスト  
12名受賞  
銀賞、銅賞、テーマ賞

-SWPP※  
英国フォトコンペティション  
4名受賞  
Highly Commended入賞  
※Society of Wedding and Portrait  
Photographers

-第23回ゼクシウウェディング  
コンテスト  
2名受賞  
優秀賞／浅田政志賞受賞

# 目次

- 1 2023年9月期通期業績
- 2 2024年9月期業績見通しと中期経営計画
- 3 カンパニー・ハイライト

高度なフォト技術をコアにしつつ、  
いつまでも残したい「写真」と、  
心に残る「感動体験」をリアルなサービスで提供し、  
様々なライフステージでの「思い出づくり」の場を  
提供する「ライフフォトカンパニー」へ

フォトウェディング  
リーディング  
カンパニー

現在

ライフフォトカンパニー

フォトウェディング  
リーディング  
カンパニー

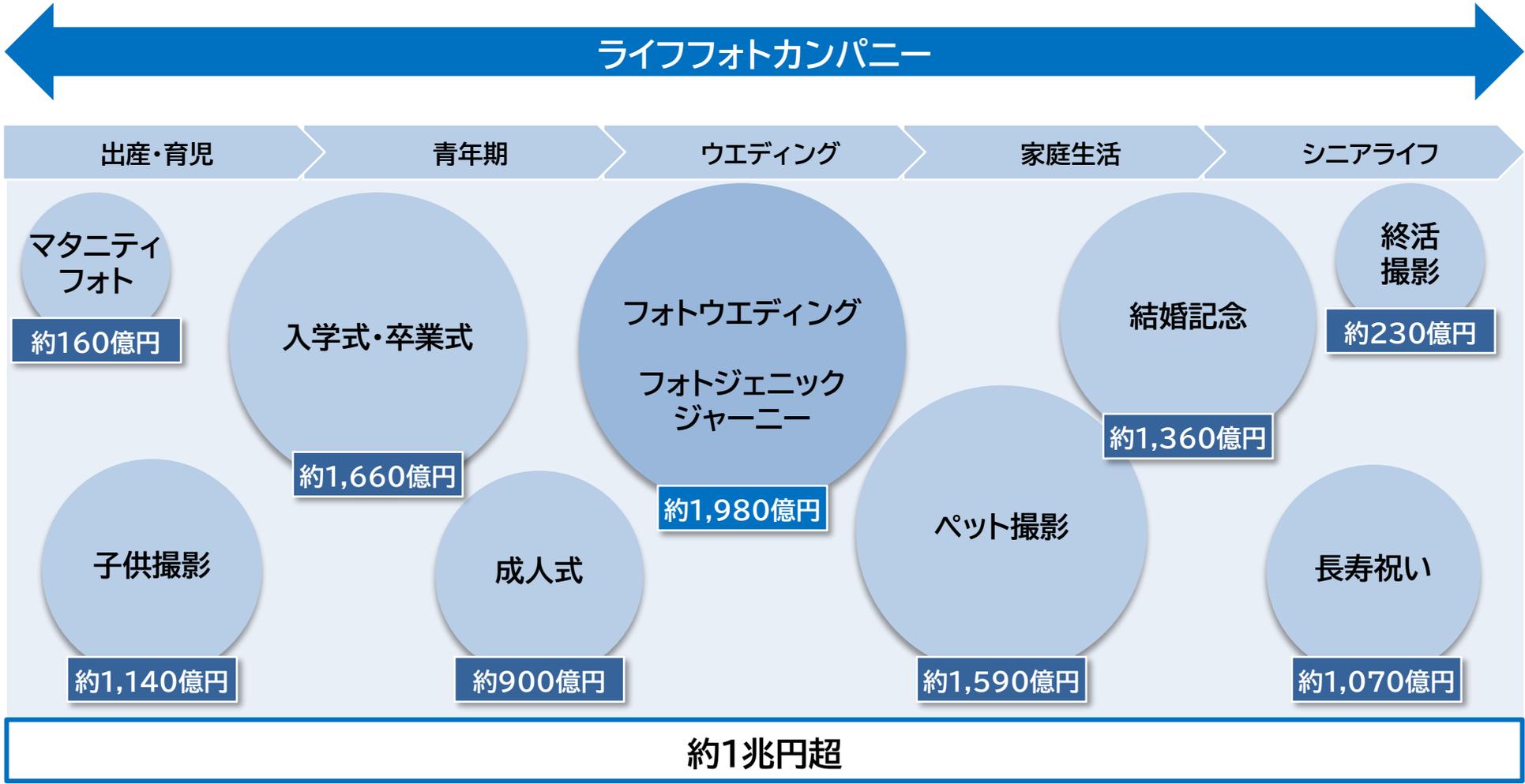
フォトウェディングサービスのさらなる成長

アニバーサリーフォトサービスへの進出と成長

新たなニーズ(成人式、ペット、インバウンド等)に応える新規事業

M&Aによる非連続的な成長

# 当社のアプローチする市場(TAM: Total Addressable Market)



# 中期経営計画概要

## 1 フォトウエディングサービスのさらなる成長(26年9月期売上収益目標:77億円)

- フォトウエディングのリーディングカンパニーとして自ら市場を広げる活動とともに、**新規出店を進め、さらなる成長を目指す**
- スタジオを持たない接客専用の「相談カウンター」の開設など投資効率の高い集客強化策や、業務のセンター化など**事業効率を高める取り組みを進める**
- 地方中核都市を中心に「**地方都市型店舗**」の出店を25年9月期から開始予定

## 2 ライフフォトカンパニーの礎を創る(26年9月期売上収益目標:15億円)

- HAPISTAは2024年9月期に**店舗の収益力を高め**たうえで**新規出店を再開**
- 関西圏に続き首都圏での**出店を加速**することで**ブランド認知を高める**
- **MIXIグループとの連携**を深め**アニバーサリーフォトサービスの拡大を図る**

## 3 インバウンド向け事業の強化(26年9月期売上収益目標:3億円)

- コロナ前も実施していた香港でのマーケティング活動を再開すると同時に、中国本土および台湾でのマーケティング活動を順次開始。
- **インバウンド顧客向けにフォトウエディング以外の新サービスを展開**

## 中期経営計画（前回中期経営計画との比較）

新型コロナウイルス感染症明け後の**婚姻組数回復遅延**、及び**アニバーサリーフォト新店の収益化遅延**により**中期経営計画を修正**。撮影組数増加施策、様々な広告手法に取り組むことにより売上規模拡大を目指す

### フォトウエディング

### アニバーサリーフォト

#### 修正の背景

##### ■婚姻組数の回復遅延

- 新型コロナウイルス感染症明けによる婚姻組数の回復を想定していたが、計画策定時の予測を下回る

##### ■新店売上高の立ち上がりの遅れ

- 新規出店により商圈拡大は進むも、想定した売上高水準に到達する期間が計画よりも長引く傾向

#### 今後の取り組み

##### ■多様な出店形態を採用し、多くの顧客にアプローチ

- 潜在顧客は存在するため、未出店エリアへの出店、出店済エリアの深堀で、より多くの顧客に対してアプローチ

##### ■幅広い顧客層の確保

- 幅広い価格帯に対応する多様な選択肢を武器に顧客のニーズに合ったフォトウエディングサービスを展開

##### ■様々な広告、宣伝手法の取り入れ

- SNS中心の集客活動だけに頼らず、各店舗の商圈内における認知度を向上

##### ■アニバーサリーフォトブランドの構築

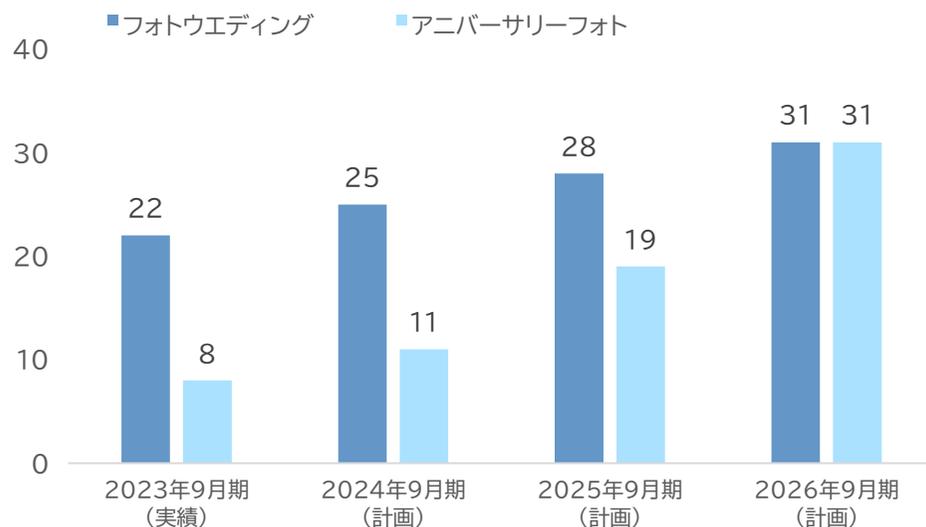
- フォトウエディングで培った撮影ノウハウを生かした写真サービスの展開。需要の高い首都圏への店舗展開で、ブランド構築を目指す

## 中期経営計画 PLサマリー

店舗展開の加速により売上収益成長率はCAGRで17.7%  
出店に伴う投資が発生するが、営業利益成長率はCAGRで23.0%

(単位:百万円)	23/9期 (実績)	24/9期 (計画)	25/9期 (計画)	26/9期 (計画)
売上収益	5,854	6,759	8,186	9,547
営業利益	891	1,016	1,417	1,659
営業利益率	15.2%	15.0%	17.3%	17.4%
当期利益	492	581	857	1,004
当期利益率	8.4%	8.6%	10.5%	10.5%

### 店舗数推移計画



### 【フォトウエディング】

- コロナ禍以降、婚姻組数の回復が遅れていることを受け、出店計画を修正。市場状況を確認しながら、每期安定的に店舗出店を行う。

### 【アニバーサリーフォト】

M&A等も視野に入れながら事業基盤の強化を進める

- 24年9月期:早期収益化のパターンを探る
- 25年9月期:既存店舗黒字化および新店出店を加速
- 26年9月期:多店舗展開をさらに加速

## 2024年9月期業績予想(計画値)

- 売上収益は新店および前期出店店舗の通年寄与により**67.5億(前期比+15.5%)**
- **新店イニシャルコスト**の継続的な発生に加え、プロフェッショナル**人材の採用促進**とモチベーション向上を目的とした給与制度の改定(賃金引上げ)に伴い人件費が増加するも、営業利益率は15.0%と前期と同水準を維持。将来の成長に向けて、**出店地域の拡大と雇用促進を同時に実施**

(単位:百万円)	24/9期 業績予想	23/9期 実績	前期比
売上収益	6,759	5,854	+15.5%
売上総利益	2,656	2,335	+13.7%
営業利益	1,016	891	+14.0%
営業利益率	15.0%	15.2%	-0.2pt
当期利益	581	492	+18.2%
当期利益率	8.6%	8.4%	+0.2pt
出店店舗数 <sup>※1</sup>	6店舗	9店舗	

※1:23年9月期は移転店舗含む店舗数を記載。

## 2024年9月期における主な取り組み

### フォトウェディング:売上収益、営業利益ともに約13%増(前期比)を計画

- 衣裳を中心に幅広いオプションを整備、本来の強みである幅広い価格帯の顧客に対応することで、**撮影件数の増加**を狙う
- **千葉方面の出店を含む3店舗の出店を計画**。未進出エリア出店で新たな顧客獲得を目指す
- **インバウンド撮影の問い合わせは回復傾向(前期比10.1倍)**。香港などのウェディングイベントに積極的に出展を行い、インバウンド関連の売上収益の拡大を狙う

### アニバーサリーフォト:早期収益化のパターンを確立し、将来的な店舗拡大を見据える

- 出店済み店舗の強化に加え、新たに3店舗出店し、**売上収益は前期比+81.4%を計画**
- 出店エリアでの認知度向上のため広告・宣伝を強化。**早期収益化のパターンを確立**し将来的なサービス拡大の地盤を固める
- MIXIグループとマーケティングリサーチの協働等を通じ事業拡大を目指す

## 2024年9月期成長施策 インバウンド／成人式写真

## インバウンド向け新サービス開始



## ブランド名:都々路(つつじ)

浅草に訪日観光客向け撮影サービスを提供する店舗を出店。中国をメインターゲットにスタート。

## 【サービス内容】

- ・着物レンタル+撮影プランが中心
- ・茶室も備えた本格屋内庭園スタジオでの撮影
- ・店舗至近の雷門など、浅草の人気スポットでのロケーション撮影
- ・今後撮影対象を文化体験などにも広げていく予定

## 成人式振袖・卒業袴レンタル・前撮り撮影サービス開始

## ブランド名:kiruto(キルト)

衣装のレンタルサービスに加え、プロのフォトグラファー・メイクアップアーティストによる前撮り撮影とハイクオリティな写真を提供。

## 【展開地域】

東京、大阪、名古屋、福岡の当社スタジオ

URL:<https://kiruto.decollte.co.jp/>



Kiruto  
© Decollte Holdings Corporation

## 2024年9月期成長施策 出店

フォトウエディングサービス（スタジオAQUA千葉船橋店） 2023年12月9日(予定)



## 千葉県へ初出店

千葉県初となるウエディングフォトスタジオをららテラスTOKYO-BAY(23/11下旬オープン)内に出店。先行して、3路線が乗り入れ千葉県全域から集客可能な船橋駅前に相談カウンター船橋駅前店を23年8月にオープンし、早期立ち上げを目指す。

アニバーサリーフォトサービス（HAPISTA阪急西宮ガーデンズ店） 2024年1月20日(予定)

## 全国でも有数のショッピングセンターへ出店

阪急西宮ガーデンズに新たにオープンしたプラス館3階に出店。アクセスの良いターミナル駅に隣接する当SCには、ファミリー層も多く来店。子育て世帯に人気の街である西宮市へ出店することで、ブランド力向上にも繋げる。



# 目次

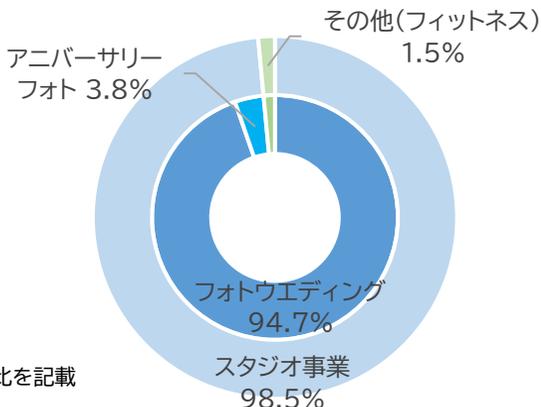
- 1 2023年9月期通期業績
- 2 2024年9月期業績見通しと中期経営計画
- 3 カンパニー・ハイライト

# 会社概要

## 会社概要

会社名	株式会社デコルテ・ホールディングス
本社所在地	兵庫県芦屋市大槻町1番25号 アクセシオ芦屋 3F
創業	2001年11月6日(旧株式会社デコルテ設立)
設立	2016年12月13日(旧株式会社CCH6a設立)
代表者	新井 賢二(代表取締役社長)
資本金	155,384,000円(2020年6月21日現在)
従業員数	395名(連結、2023年9月末現在正社員数) 内フォトグラファー158名、メイクアップアーティスト151名
株主(発行済株式総数に対する所有割合) 2023年9月30日現在	株式会社MIXI(27.03%) 株式会社デコルテ・ホールディングス(10.09%) 株式会社IBJ(5.93%) 小林 健一郎(4.94%) 株式会社SBI証券(4.71%)

## 事業構成比率\*1



注1：2023年9月期の売上収益構成比を記載

## 沿革

2001年	旧株式会社デコルテ設立 エステティック事業を開始
2002年	リラクゼーション事業を開始
2004年	挙式事業(チャペルウエディング)を開始 エステティック事業を譲渡
2008年	フォトウエディングサービスを開始
2010年	フォトウエディングサービス初の単独店舗を出店
2011年	衣裳レンタル・サービスを開始
2014年	和婚スタイル・サービスを開始
2015年	アニバーサリーフォトサービスを開始
2017年	旧株式会社CCH6aが旧株式会社デコルテを吸収合併、同時に株式会社デコルテに社名変更
2018年	会社分割により当社を持ち株会社とする持ち株会社体制に移行 リラクゼーション事業を譲渡
2020年	株式会社デコルテ・ホールディングスに社名変更、同時に事業子会社株式会社Decollte Photographyを株式会社デコルテに社名変更 挙式事業(チャペルウエディング・和婚スタイル・衣裳レンタル)を事業譲渡
2021年	東京証券取引所マザーズ新規上場
2022年	東京証券取引所の市場区分の見直しにより、東京証券取引所のマザーズ市場からグロース市場に移行。

# 事業内容

## 事業概要

- 「Happiness」「Beauty」「Wellness」をテーマとして、お客様の幸福に寄り添いながら事業を展開しています。
- フォトウエディングのリーディングカンパニー。フォトウエディング以外にも写真を通じて様々なライフイベントに思い出作りの場、感動体験を提供



## フォトウエディングの特長

- 結婚式・披露宴に比べて**リーズナブル**にウエディング体験が可能  
プロフェッショナルによるメイク・衣装・撮影など、最先端トレンドを反映した花嫁体験を提供。
- 撮影場所や衣装、プランの**自由なアレンジ**  
ロケーション撮影や衣装グレードアップ／複数着用など、顧客のこだわりに応じた豊富なオプションを用意。

## 当社サービスの特長

- フォトウエディング撮影組数シェア **No.1** <sup>\*1</sup>
- 年間撮影組数 **2.4万組** <sup>\*2</sup>
- フォトグラファー社員 **158人** / メイクアップアーティスト社員 **151人** <sup>\*3</sup>
- 店舗数 **31店舗** <sup>\*4</sup>
- フォトコンテスト 受賞回数 **190回超** 受賞者数 **30人超**

注1：2018年時点のフォトウエディング市場における当社のシェア（13.4%）。当社のフォトウエディング年間撮影組数÷（ナシ婚の撮影実施組数+挙式あり・専門業者にて撮影実施組数）にて算出

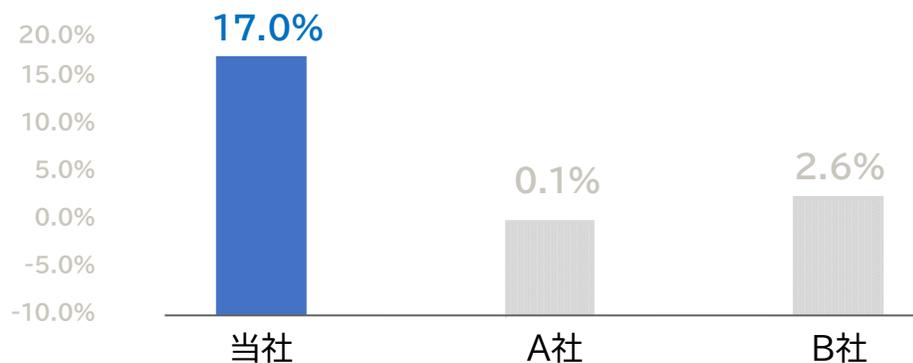
注2：2019年9月期時点の当社のフォトウエディング撮影組数とHAPISTAの撮影組数の合計 / 注3：2023年9月末時点の各職種の社員数

注4：2023年11月6日時点の数値。フォトウエディング、アンバーサリー、ペット写真のスタジオの合計

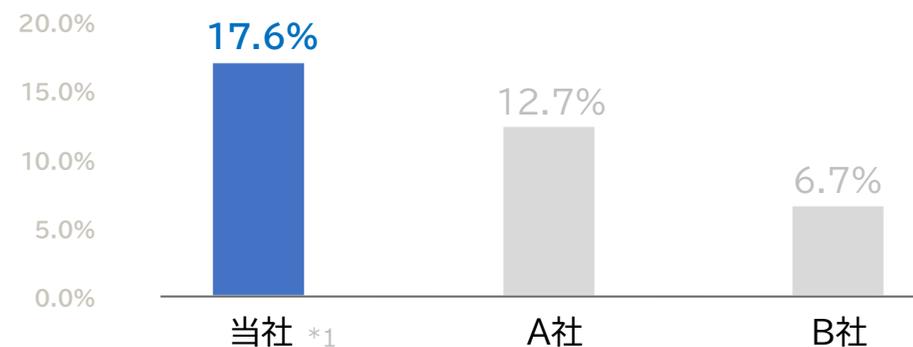
## 財務面で見るとの特長 他社(写真制作・加工・販売企業)比較

売上成長率、営業利益率、ROEと他社を上回る水準となっている

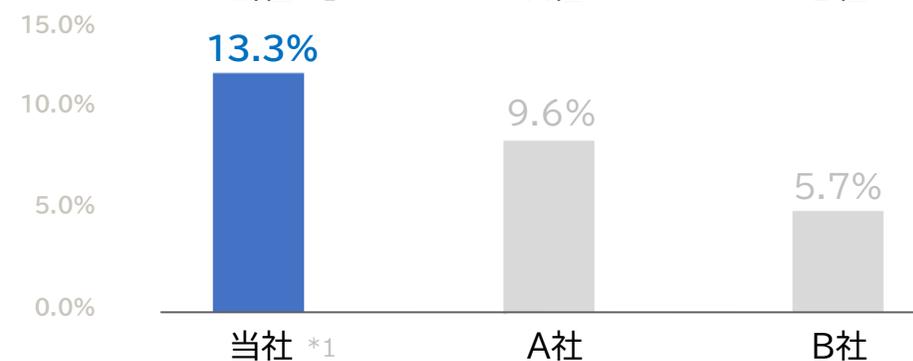
売上成長率



営業利益率



ROE

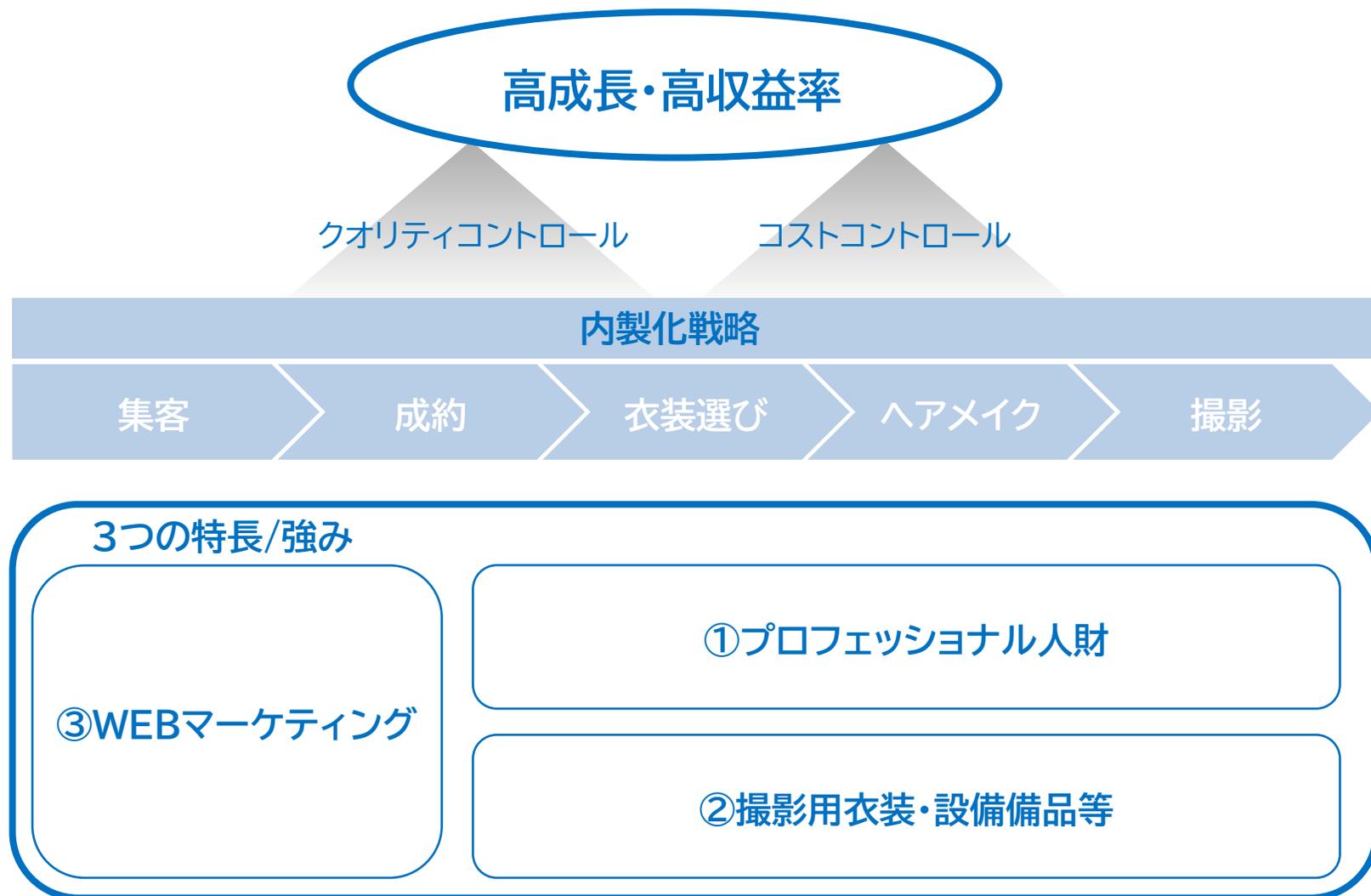


各社直近3か年実績の平均値を使用

注1：2022年9月期は固定資産譲渡益を除いた営業利益を使用

## ビジネスモデル 特長/強み

①プロフェッショナル人財、②撮影用衣装・設備備品等、③WEBマーケティングを内製化し、クオリティとコストを自社でコントロールできる強みを活かし、高成長・高収益率を実現



## ビジネスモデル 特長/強み(内製化①プロフェッショナル人財)

当社は独自の教育カリキュラムを有しており、長年の積み重ねにより多数のプロフェッショナル人財を内製化し、安定的な高品質のサービスを実現

### 多数のプロフェッショナル人財確保

#### フォトグラファー



158名\*1

スタジオ・ロケーション・  
人物撮影における  
技術を有す

#### メイクアップ アーティスト



151名\*1

洋装 / 和装(着付け) /  
ヘアメイクを1人で  
こなす技術を有す

注1：2023年9月末時点の人数を記載

### 人財採用・定着における特徴

#### 1 教育カリキュラム

・未経験の人財採用においても、一人前に育つ教育システムを有している

#### 2 切磋琢磨する場を提供

・育成や評価制度を通じ向上心を高め、更に高みを目指す場を提供

#### 3 個性を発揮しやすい場を提供

・年間2.4万組の顧客の嗜好性合わせたマッチングが可能  
・SNSで個性を発信し、指名の獲得が可能

# ビジネスモデル 特長/強み(内製化②撮影用衣装・専用スタジオ)

年間2.4万組超の撮影規模を活かし、衣装や専用スタジオを内製化することにより  
コスト競争力創出/収益拡大が可能

## 衣装内製化の強み

### コスト競争力

- ・年間2.4万組の規模メリット
- ・自社制作によるマージン排除



### 流行の反映

- ・トレンド最新作を素早く店舗に導入可能

### 収益性向上

- ・新作、流行デザインによる付加価値の提供
- ・衣装レンタルという収益源の確保



## 専用スタジオ・屋内庭園の強み

### 稼働件数増

- ・ヘアメイク直後撮影可能
- ・ロケ地移動なし



### リスク低減

- ・悪天候等の気候に左右されず撮影可能

### 生産性向上

- ・効率のよいオペレーションが可能
- ・多数実績によるコスト低減





# お問い合わせ

本説明資料およびその他IRに関するお問い合わせ先

株式会社デコルテ・ホールディングス IR担当

URL : <https://ir.decollte.co.jp/>

E-mail : [ir@decollte.co.jp](mailto:ir@decollte.co.jp)