



目次

- 1 2024年9月期第2四半期業績
- 2 2024年9月期業績計画の修正
- 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

- 売上収益は、フォトウェディングサービスにおいて、婚姻組数の回復の遅れや、小規模事業者を含めた新規参入の増加等の影響もあり前期比▲5.6%となり、アニバーサリーフォトサービスは増収するも、連結で前期比▲5.9%の減収。
- 営業利益は、プロフェッショナル人材の採用促進と給与制度改定(賃金引上げ)に伴う人件費の増加、店舗数増加に伴う固定費の増加などの影響を受け、前期比▲66.5%の減益。
- アニバーサリーフォトサービスにおいて、兵庫県西宮市にHAPISTA阪急西宮ガーデンズ店、東京都台東区にHAPISTA浅草店を出店。

2024年9月期第2四半期連結包括利益計算書(IFRS)

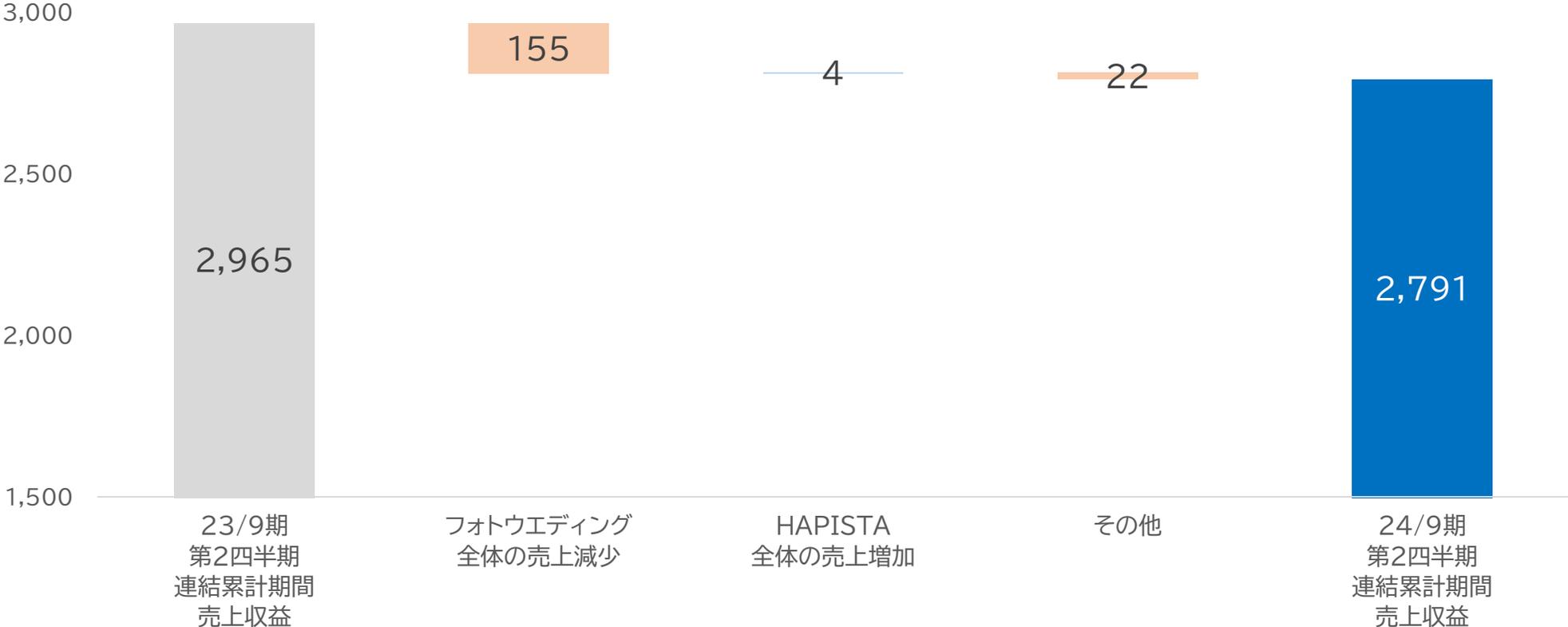
売上収益は前期比▲5.9%減収。営業利益は人材の採用促進と給与制度改定（賃金引上げ）による人件費、店舗数増に伴う減価償却費（賃借料）等の増加により、▲66.5%減益。

(単位:百万円)	24/9期 第2四半期 連結累計期間	23/9期 第2四半期 連結累計期間	前年 同期比
売上収益	2,791	2,965	-5.9%
売上総利益	950	1,250	-24.0%
営業利益	186	554	-66.5%
営業利益率	6.7%	18.7%	
当期利益	91	335	-72.6%

売上収益の変動要素分析

- 当第2四半期連結累計期間の売上収益は27.9億円(前期比-5.9%)

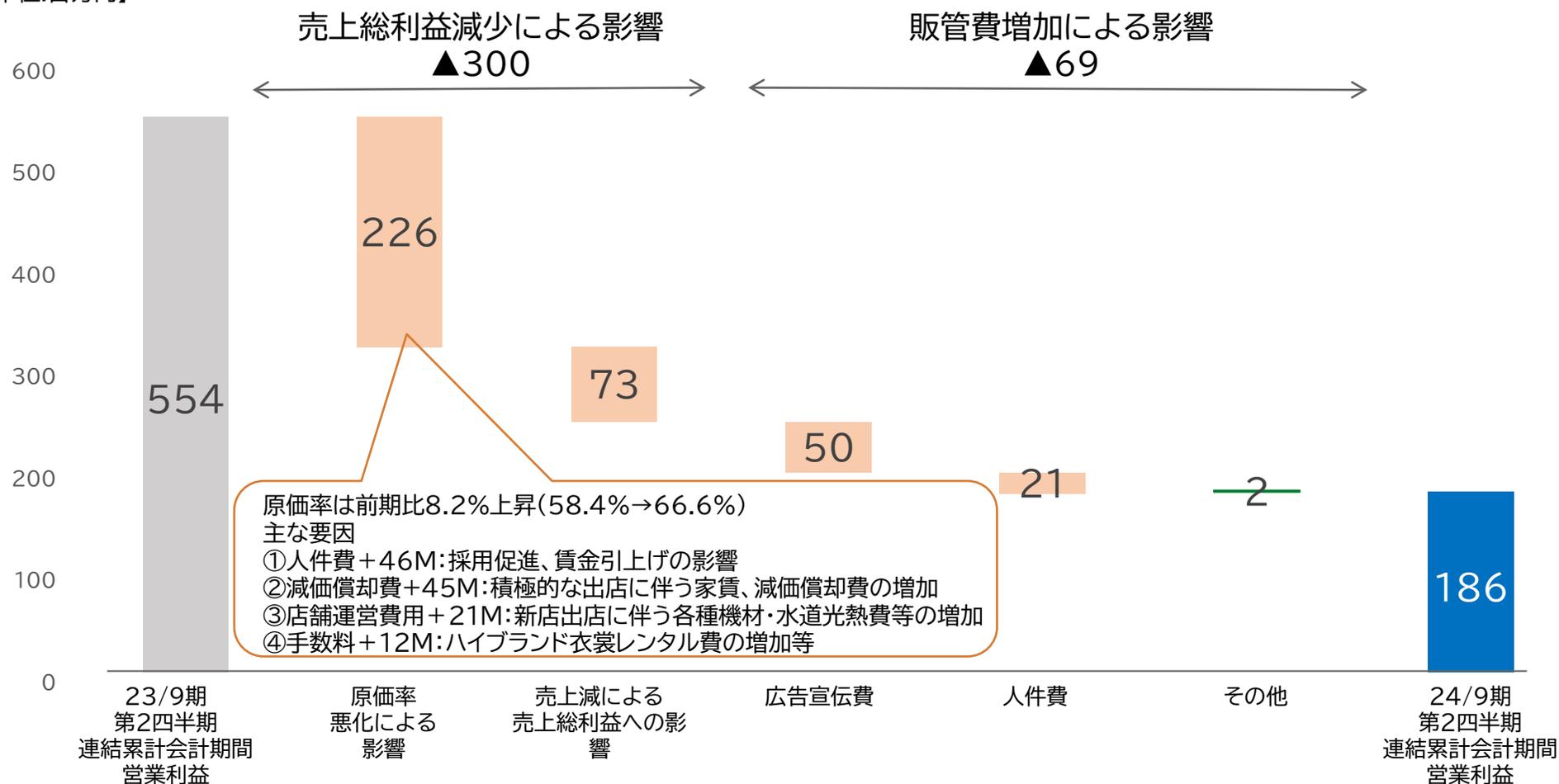
【単位:百万円】



営業利益の変動要素分析

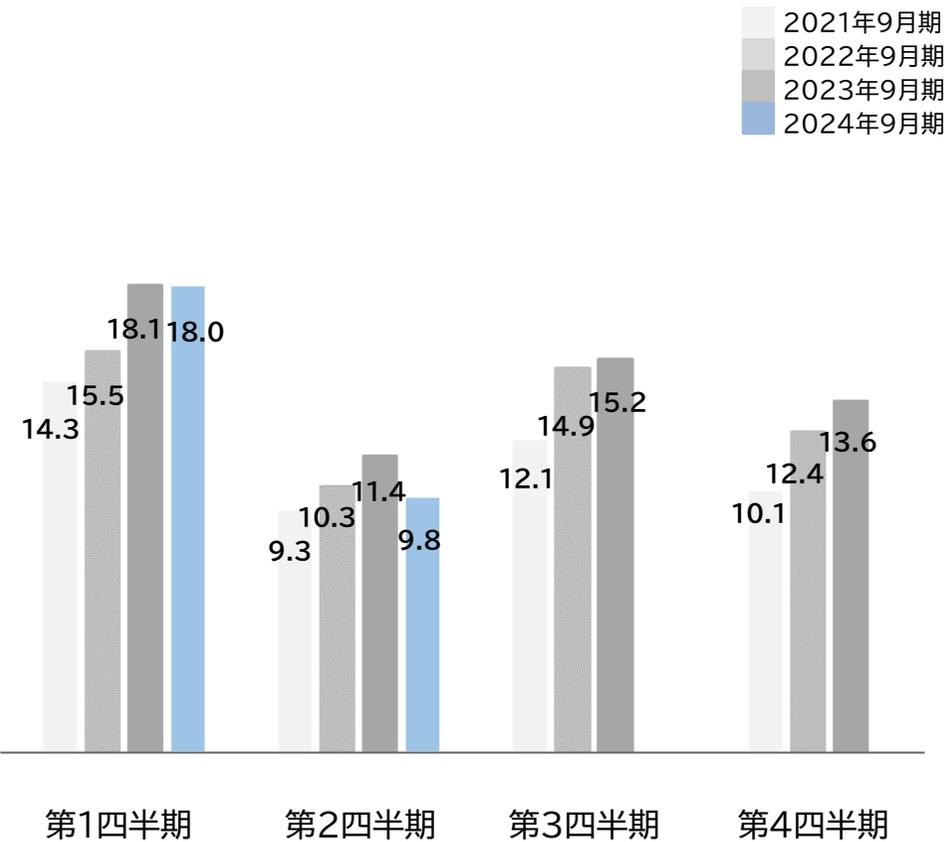
人材の採用促進と給与制度改定(賃金引上げ)、店舗数増加に伴う減価償却費(賃借料)等による売上原価の上昇に加え、広告宣伝費増加により、営業利益186百万円(前期比▲66.5%)

【単位:百万円】



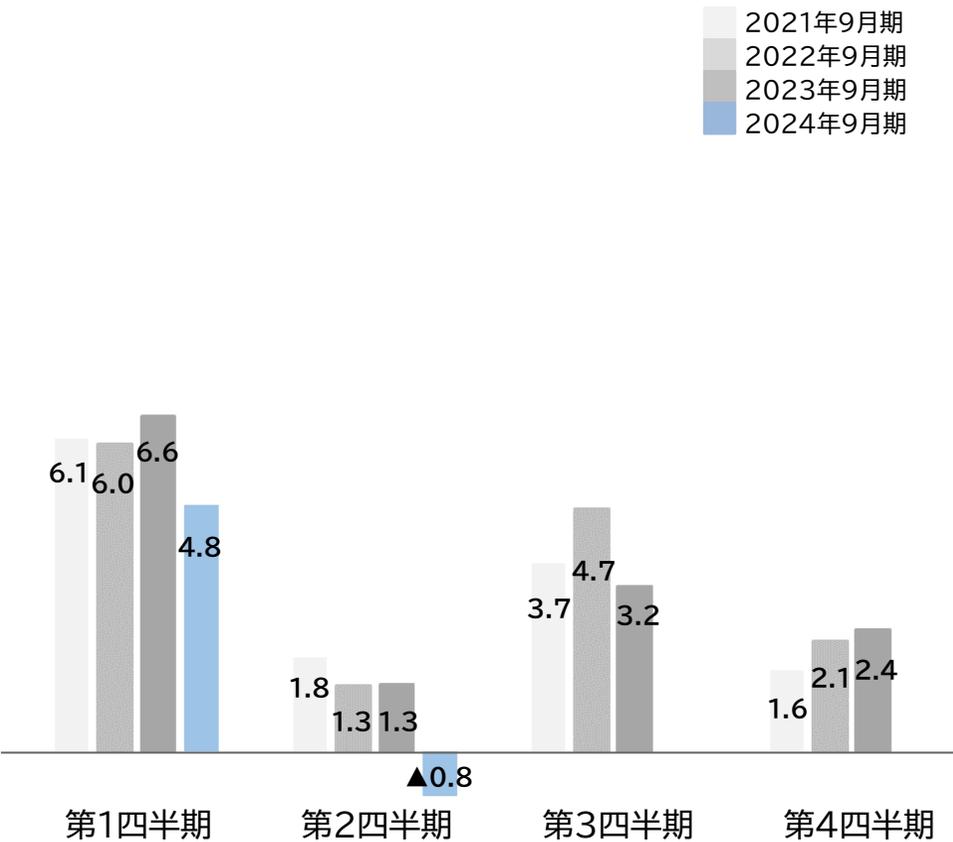
四半期業績推移データ

売上収益



【単位:億円】

調整後営業利益

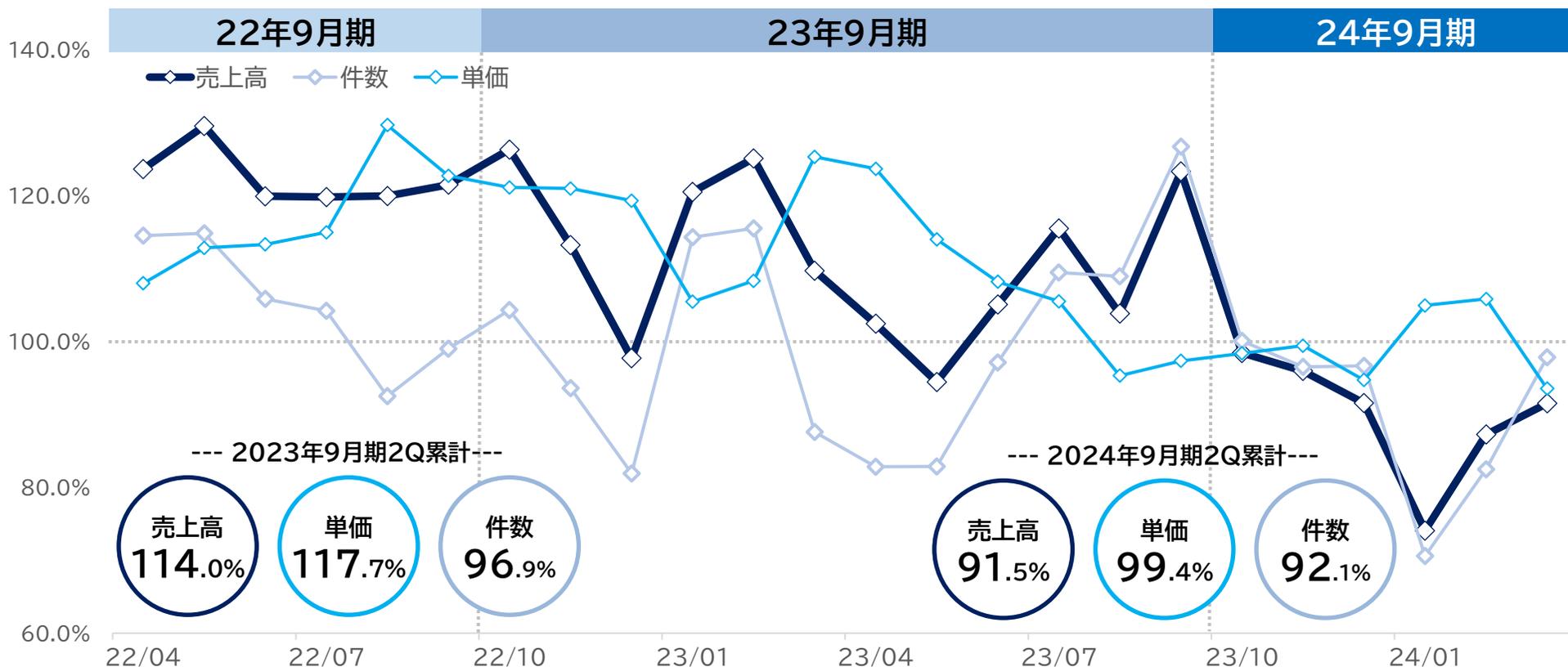


注:調整後営業利益=営業利益+本社費+(その他の費用-その他の収益)/本社費は財務・管理部等の本社機能に係る費用

KPI(前年比)

- 衣裳の複数着用、ロケーション撮影の定着で**撮影単価は安定的に推移**
- 婚姻組数の回復の遅れや小規模事業者を含む新規参入の増加等の影響もあり、**撮影件数の回復が遅れる**

フォトウェディングサービス全体前年比推移



注:本数値は施行日を基準として計上した数値を前年同期と比較しており、国際会計基準(IFRS)により作成される四半期・本決算数値とは異なります。

連結財政状態計算書

- フォトウエディング・アニバーサリーフォトそれぞれの新店舗出店の影響により現金および現金同等物は3.1億円減少。
- シンジケートローンから相対取引へのリファイナンスにより、短期借入金から長期借入金に振替。

【単位:百万円】

	24年3月末	23年9月末	増減		24年3月末	23年9月末	増減
現金及び現金同等物	494	808	-314	短期借入金	477	2,448	-1,970
営業債権及びその他の債権	292	292	0	リース負債	590	591	-0
その他	197	175	21	その他	947	1,078	-131
流動資産合計	983	1,275	-292	流動負債合計	2,015	4,117	-2,102
有形固定資産	1,397	1,311	86	借入金	2,260	472	1,788
使用権資産	4,776	4,796	-19	リース負債	3,984	4,013	-28
のれん	5,635	5,635	0	その他	305	287	17
その他	633	634	0	非流動負債合計	6,549	4,772	1,777
非流動資産合計	12,444	12,377	66	資本合計	4,862	4,763	98
資産合計	13,427	13,653	-226	負債及び資本合計	13,427	13,653	-226

< 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 >

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。

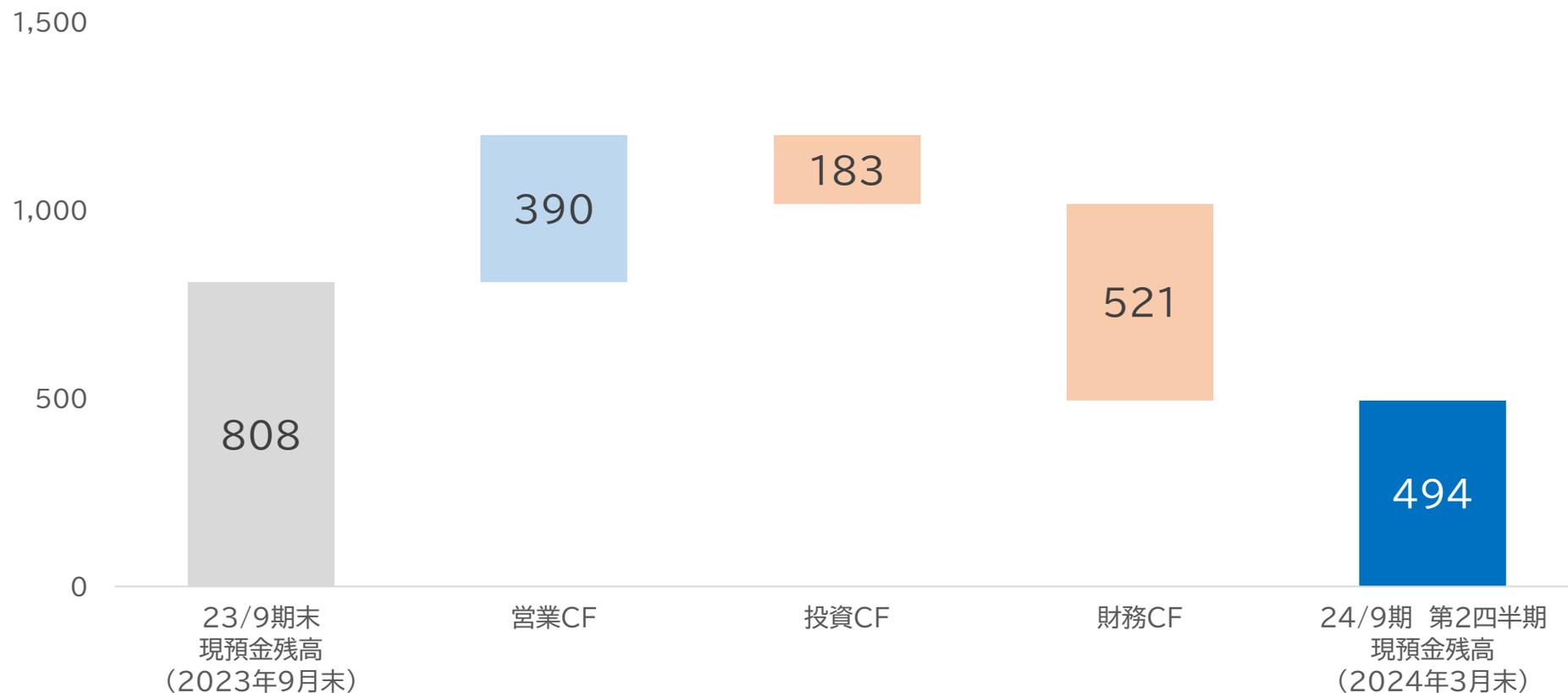
< 総資産に占めるのれんの割合が高いことについて >

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42.0%(2024年3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は売上収益、債権債務の増減などにより3.9億円
- 新規出店に伴う投資CFおよび財務CFの影響により期末現預金残高は3.1億円減少

【単位:百万円】



2024年9月期第2四半期 主な取り組み

①新規出店

-HAPISTA2店舗出店

24年1月 HAPISTA阪急西宮ガーデンズ店
関西有数の商業施設に出店



24年3月 HAPISTA浅草店
ロケーション撮影で人気の雷門にも近い
好立地に出店



②インバウンド

-問い合わせ件数前年同期比+41.1%

-撮影件数前年同期比+92.3%

香港ウエディングイベントへの出展継続
により、問い合わせ件数、撮影件数とも
に増加。



③新サービス開始(2024年3月)

「ATELIER Pureté」全国で衣装レンタルサービス開始



当社が保有する海外の有名ブランドやオリジナルブランドを含むドレス、和装の中から好きな衣装をレンタルできるサービスを開始。サービス開始後、順調に問い合わせ件数が増加中。

目次

- 1 2024年9月期第2四半期業績
- 2 2024年9月期業績予想の修正
- 3 カンパニー・ハイライト

2024年9月期 業績予想の修正

- 2024年5月7日付で業績の下方修正を発表
- 修正後の売上収益は55.8億円(前年比▲4.6%)、営業利益は1.8億円(前年比▲79.3%)

(単位:百万円)	24/9期 修正業績予想	24/9期 当初業績予想	増減額	23/9期 実績	前期比 (対修正業績)
売上収益	5,583	6,759	-1,176	5,854	-4.6%
売上総利益	1,760	2,656	-896	2,334	-24.6%
営業利益	184	1,016	-832	891	-79.3%
営業利益率	3.3%	15.0%		15.2%	
当期利益	54	581	-527	492	-89.0%
当期利益率	1.0%	8.6%		8.4%	

修正の背景:

- フォトウエディングサービスにおいて、2023年の婚姻組数が48万9千組となり前年比5.9%減、一方で新たな結婚式の形として注目を集めたが、規模の大小を問わず新規参入を試みる事業者が増え、売上収益は前年同期を下回る。
- 前期から当期にかけて出店した10店舗に伴う賃借料・広告費の増加、人材の採用促進と給与制度改定(賃金引上げ)に伴う人件費の増加等により、営業利益も前年同期を下回る。

2024年9月期 業績予想の修正

- 主な原因は集客減と新店出店時の事業計画の精度不足及び店舗オペレーション管理力の希薄化
- 対策は進捗中のものもあり、来期業績回復に向けて取り組む

- 検討中
- 準備中
- 実行中

【フォトウエディングサービス】

修正の原因

今期の重点対策

進捗状況

外部要因

集客

婚姻組数の減少
規模の大小問わず新規参入事業者の増加

- SNSでのUGC/従業員アカウントの活用強化
- 未出店地域でのタッチポイント拡大による受注促進
- 業務提携によるチャネルの拡大

-
-
-

内部要因

出店戦略

出店時の事業計画の精度不足による新店の収益性低下

- 出店形態の多様化による投資効率改善

-

店舗オペレーション

一部店舗における人員不足

- 人員配置の最適化による店舗間の偏りの修正
- 積極的な新卒採用

-
-

出店加速に伴う高スキル社員の分散

- プログラム改良による育成期間の短縮

-

注：●UGCとはUser Generated Content(ユーザー生成コンテンツ)の略です。企業側ではなく消費者であるユーザーによって制作・発信されるコンテンツ。
●従業員アカウントとは当社がプロフェッショナル職に付与したSNSアカウント

2024年9月期 業績予想の修正

【個別課題:アニバーサリーフォトサービス】

◆課題:開店から想定売上高に到達する期間が計画に対し遅延

◆対策

【これまでの主な取組】

- ・SNS広告:各店舗毎にInstagramを中心としたSNSによる集客活動の実施
- ・各種販促活動の実施:各店舗の商圏内における認知度向上の為、様々な広告・宣伝を実施 等

これまでの取組に加えて

【これからの主な取組】

- ・体験イベントの実施:スタジオ内での顧客体験イベントを通じて、新規顧客や口コミの獲得を図る 等
- ・MIXIグループとの連携:今期に「みてね」との連携を開始予定
- ・フォトウェディング顧客のLTV向上:当社フォトウェディングサービスを利用した顧客へのアニバーサリーフォトの提案を強化、LTV向上に繋げる

目次

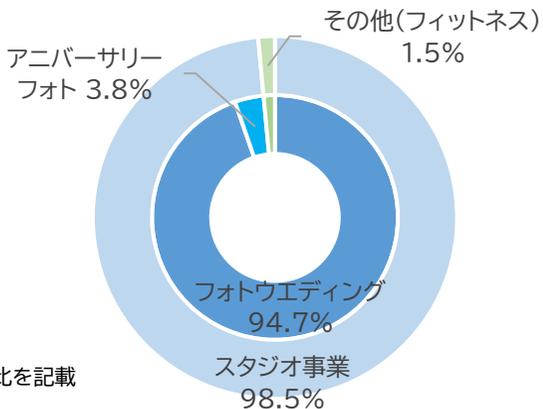
- 1 2024年9月期第2四半期通期業績
- 2 2024年9月期業績計画の修正
- 3 カンパニー・ハイライト

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	兵庫県神戸市中央区加納町4丁目4番17号 ニッセイ三宮ビル12階
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(2023年12月末日現在)
従業員数	373名(連結、2024年3月末現在正社員数) うちフォトグラファー157名 うちメイクアップアーティスト133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。
- 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** ^{*1}
- 年間撮影組数 **2.4万組** ^{*2}
- フォトグラファー社員 **157人** ^{*3} / メイクアップアーティスト社員 **133人** ^{*3}
- 店舗数 **34店舗** ^{*4}
- フォトコンテスト 受賞回数 **190回超** 受賞者数 **30人超**

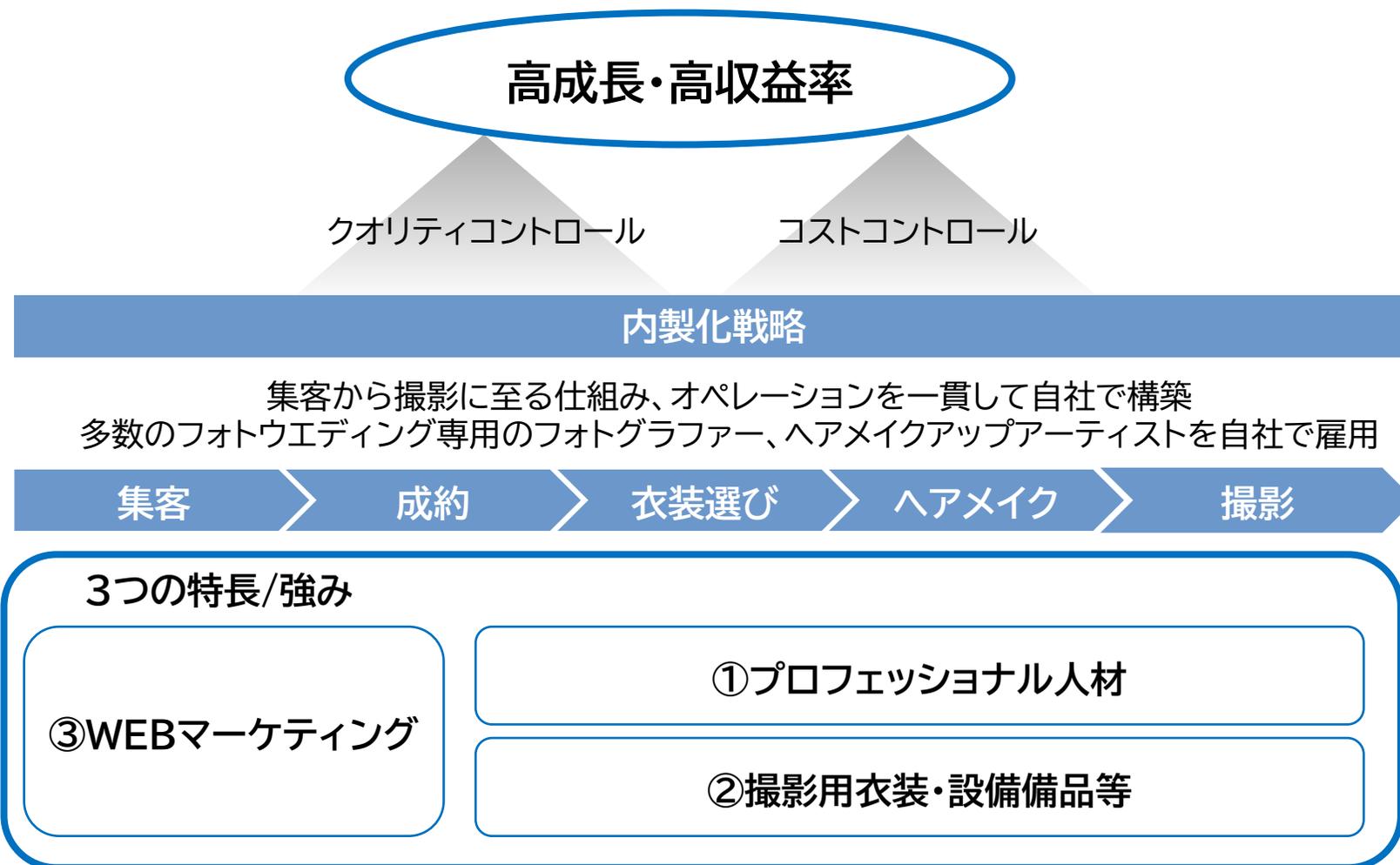
注1：2018年時点のフォトウエディング市場における当社のシェア（13.4%）。当社のフォトウエディング年間撮影組数÷（ナシ婚の撮影実施組数+挙式あり・専門業者にて撮影実施組数）にて算出

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3：2024年3月末時点の各職種の社員数

注4：2024年5月7日時点の数値。フォトウエディング、アンバーサリーのスタジオの合計

ビジネスモデル 特長/強み

①プロフェッショナル人材、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材)

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材を内製化し、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材確保

フォトグラファー



157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



133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

人材採用・定着における特徴

1 教育カリキュラム

- ・未経験者でも、一年間で一般的・標準的な要望に、一通り独力で対応できるレベルに育つ教育システムを構築

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

注1：2024年3月末時点の人数を記載

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



ビジネスモデル 特長/強み(内製化③WEBマーケティング)

「特別な体験」となるフォトウェディングは集客が重要。選定に利用される主な媒体となるサービスサイト、SNSにおいて強みを有している

WEB検索とSNS活用による集客の強み

Google検索上位
 • Web制作チームを内製化、機動的な対応が可能

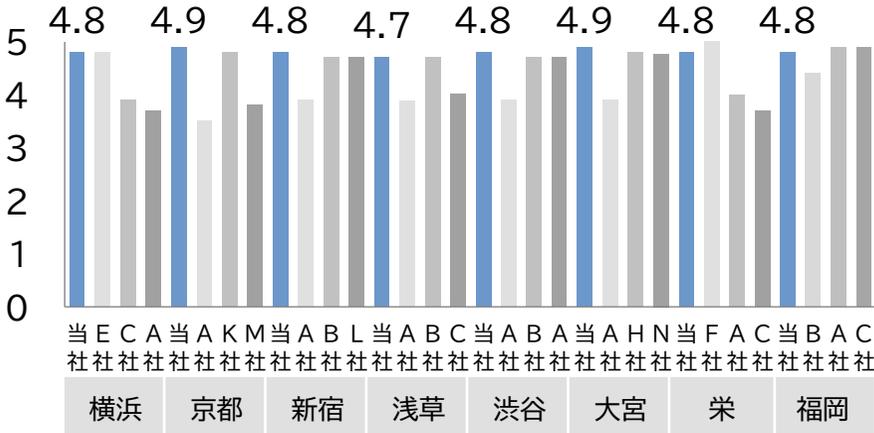
SNSへの露出を促進
 • フォトグラファー、メイクアップアーティストのSNS個人アカウントをフル活用

集客の90%以上が自社サイト経由

• 集客の競争力向上
 • 広告媒体への費用抑制

各種WEBサイトの高い顧客満足度

当社Google口コミによる評価*一部店舗のみ 2024/4/26時点
 (5段階評価平均値)



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