



- 1 2024年9月期通期業績
- 2 2025年9月期業績見通しおよび中期経営計画
- 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

- 売上収益は、フォトウェディングサービスにおいて、**撮影単価が当第4四半期においては前年同期比+2.2%となるも**、通期では撮影件数の減少等もあり、前期比▲5.9%となった。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▲4.5%の減収
- 営業利益は、給与制度改定(賃金引上げ)や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▲75.4%の減益。来期以降の事業効率改善のため、フォトウェディングサービスの一部地域での拠点集約とアニバーサリーフォトサービスの不採算店舗の閉鎖を決定し、当第4四半期に110百万円の減損損失を計上したが、**営業利益・当期利益ともに修正後の業績予想を上回った**

2024年9月期連結包括利益計算書(IFRS)

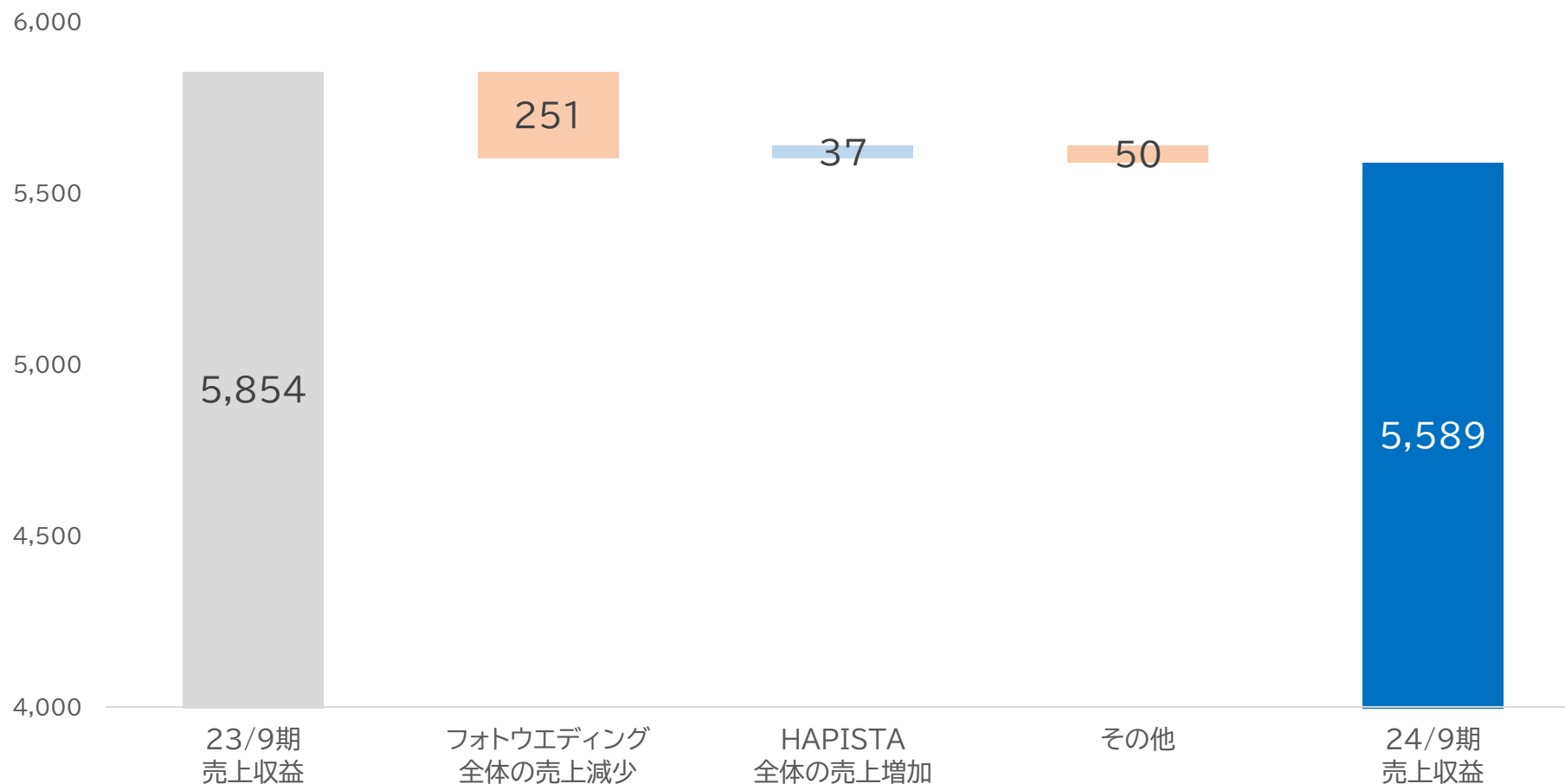
- 営業利益は、給与制度改定(賃金引上げ)や店舗数増に伴う人件費、減価償却費(賃借料)等の増加に加え、不採算店舗の閉鎖等決定に伴う減損損失1.1億を計上し、前期比▲75.4%減益。
- 修正予想に対しては、売上収益、営業利益、当期利益いずれも達成。

(単位:百万円)	24/9期 実績	23/9期 実績	前期比	24/9期 修正予想	修正予想比
売上収益	5,589	5,854	▲4.5%	5,583	+0.1%
売上総利益	1,842	2,334	▲21.1%	1,761	+4.6%
営業利益	219	891	▲75.4%	184	+19.1%
営業利益率	3.9%	15.2%	▲11.3pt	3.3%	+0.6pt
当期利益	106	492	▲78.4%	54	+96.6%
当期利益率	1.9%	8.4%	▲6.5pt	1.0%	+0.9pt

売上収益の変動要素分析

- 当期の売上収益は55.8億円(前期比▲4.5%)
- その他はフィットネスジム芦屋店閉店に伴う減収

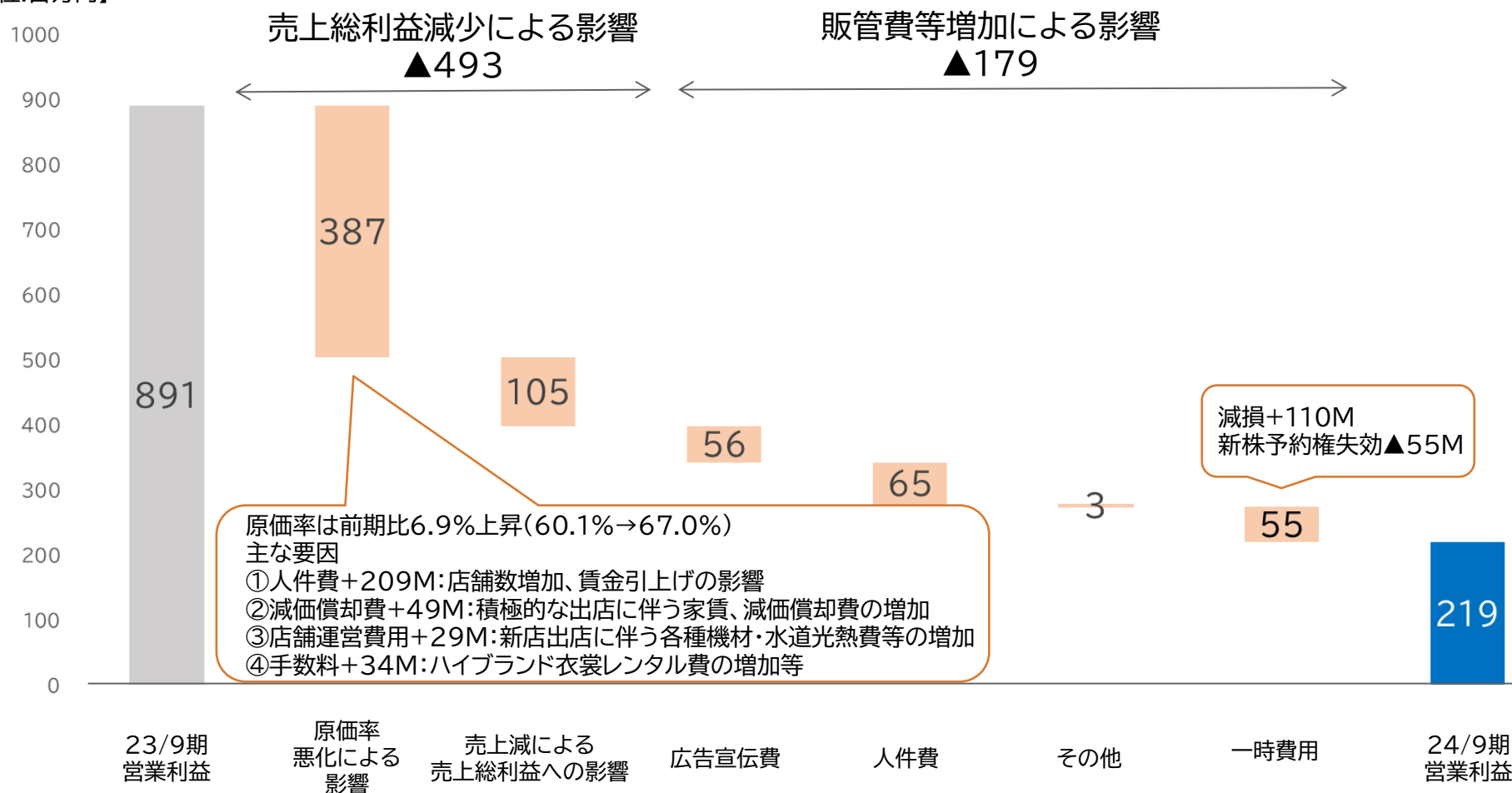
【単位:百万円】



営業利益の変動要素分析

- 売上減少と店舗数増加等による固定費(人件費、減価償却費等)増加により、営業利益219百万円(前期比▲75.4%)
- 店舗収益改善に向けた不採算店舗閉鎖等の決定に伴う減損損失110百万円を計上

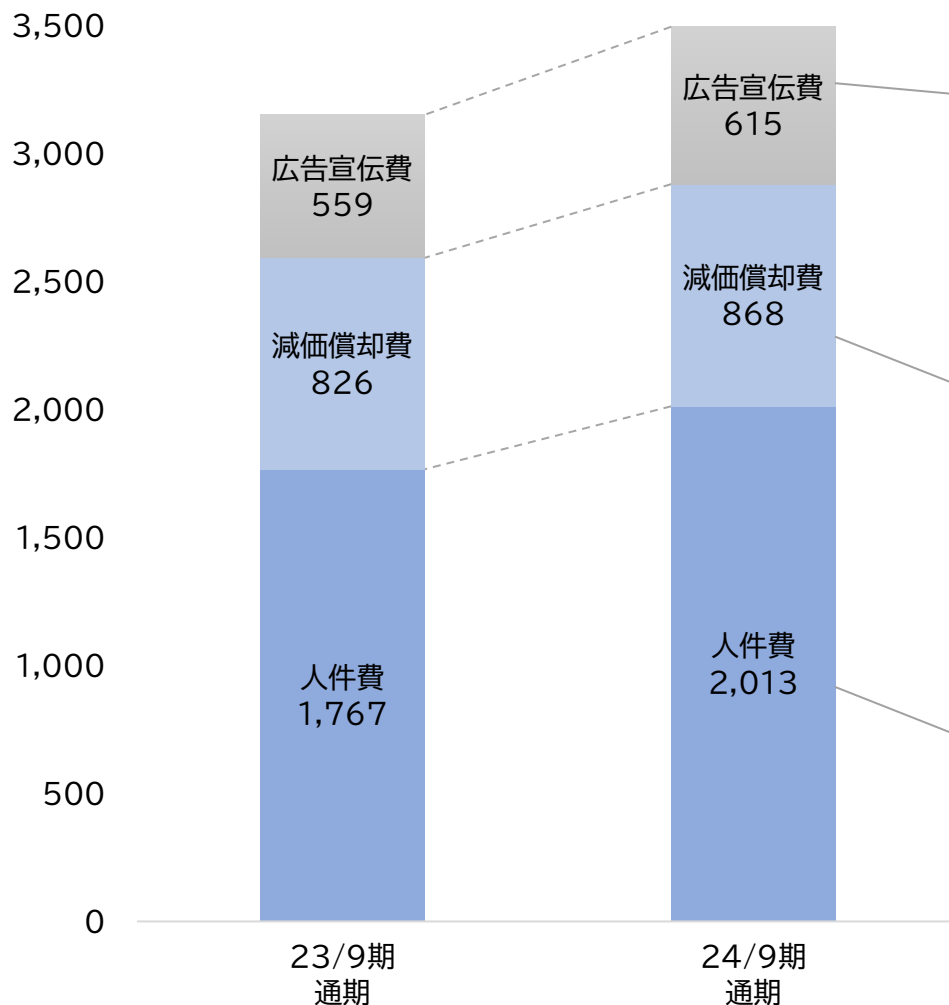
【単位:百万円】



主要コストの変動要因分析

- 給与制度改定(賃金引上げ)や、店舗数増加に伴い、各主要コストも増加。
- 加えて、広告宣伝費は集客や認知度向上に向けての取り組みを実施

【単位:百万円】



【広告宣伝費】

- 店舗数増加(前期7店舗、今期3店舗出店)に伴い増加
 - 香港ブライダルフェアへの出展回数の増加、衣装レンタル (Atelier Purute)の認知向上への取組等に伴い増加
- + **56**百万円

【減価償却費(主に店舗物件賃借料)】

- 店舗数増加(同上)に伴い増加
(IFRSでは賃借料を減価償却費に計上)
- + **42**百万円

【人件費】

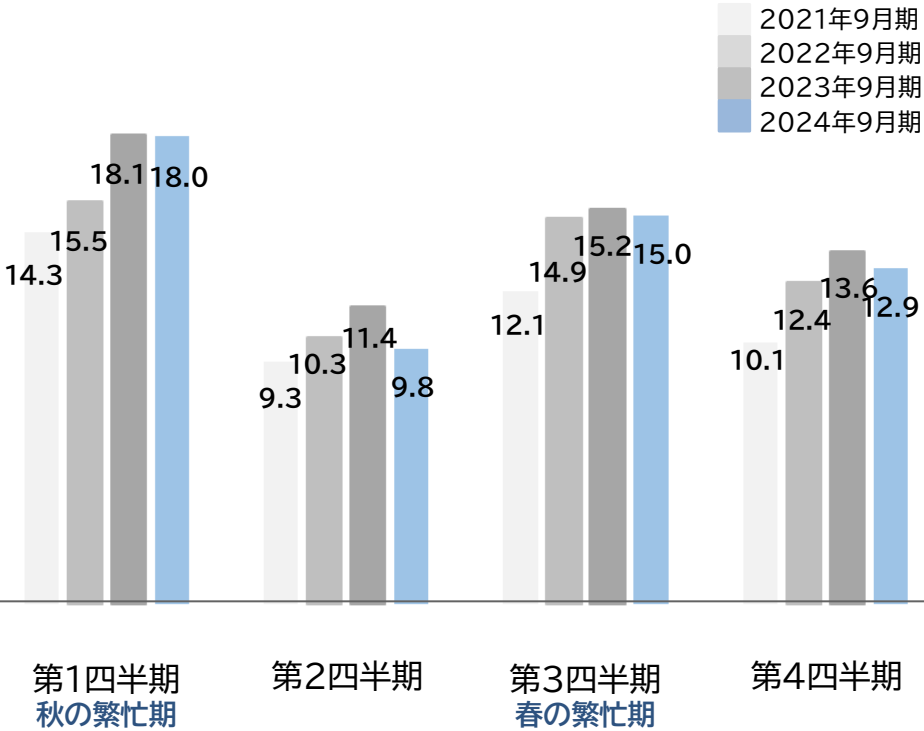
- 給与制度改定(賃上げ)に伴い増加(+6.9%)
 - 人員数増(前年同期末比+49人)に伴い増加
- + **246**百万円

四半期業績推移データ

【単位:億円】

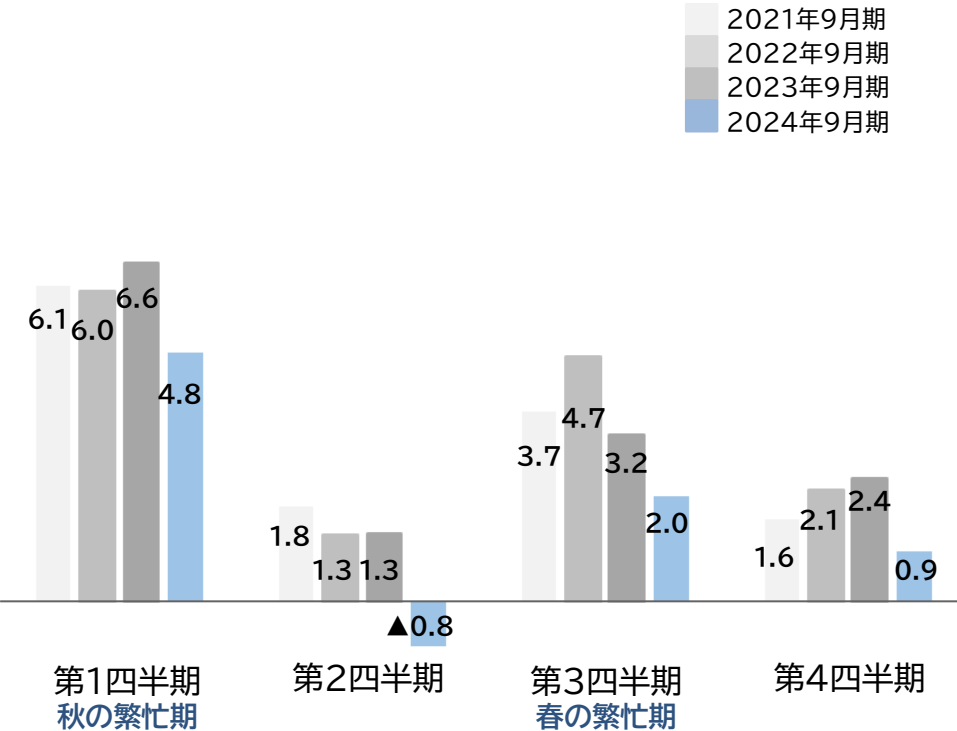
売上収益

- 婚姻組数の減少トレンド継続、新規参入事業者の増加によって撮影件数が減少した結果、売上は前年に対して減少傾向
- 繁忙期は減少幅を抑えられているものの、閑散期、特に第2四半期の落ち込みが大きい結果となった



調整後営業利益

- 売上の落ち込みに伴い、営業利益も前年に対して減少傾向
- 落ち込みの大きかった第2四半期は赤字となるも、繁忙期である第3四半期に続き閑散期に当たる第4四半期についても黒字に回復

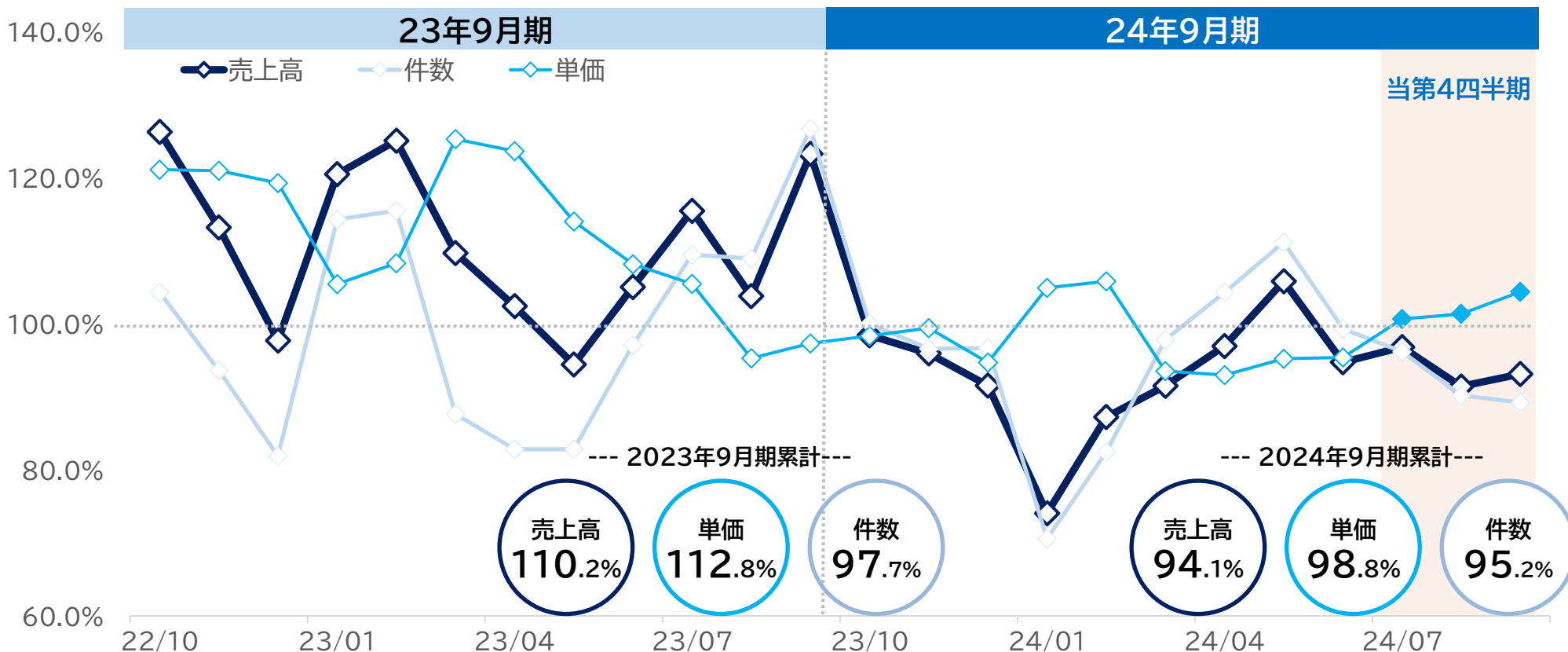


注:調整後営業利益=営業利益+本社費+(その他の費用-その他の収益)/本社費は財務・管理部等の本社機能に係る費用

KPI(前年比)

- 当第4四半期において撮影件数は前年を下回るも、撮影単価は、衣装のアップグレード、アルバム、アイテム販売などアップセルの効果もあり、**前年同期比+2.2%で推移**。

フォトウェディングサービス全体前年比推移



連結財政状態計算書

- 新店舗出店の影響および借入金の圧縮等により現金および現金同等物は5.8億円減少。
- 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9月末	23年9月末	増減		24年9月末	23年9月末	増減
現金及び現金同等物	222	808	▲586	短期借入金	473	2,448	▲1,974
営業債権及びその他の債権	263	292	▲28	リース負債	614	591	23
その他	286	175	+111	その他	841	1,078	▲236
流動資産合計	772	1,275	▲503	流動負債合計	1,929	4,117	▲2,188
有形固定資産	1,263	1,311	▲48	借入金	2,024	472	1,551
使用権資産	4,453	4,796	▲342	リース負債	3,687	4,013	▲325
のれん	5,635	5,635	0	その他	305	287	18
その他	653	634	19	非流動負債合計	6,017	4,772	1,244
非流動資産合計	12,005	12,377	▲372	資本合計	4,831	4,763	68
資産合計	12,778	13,653	▲875	負債及び資本合計	12,778	13,653	▲875

<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。

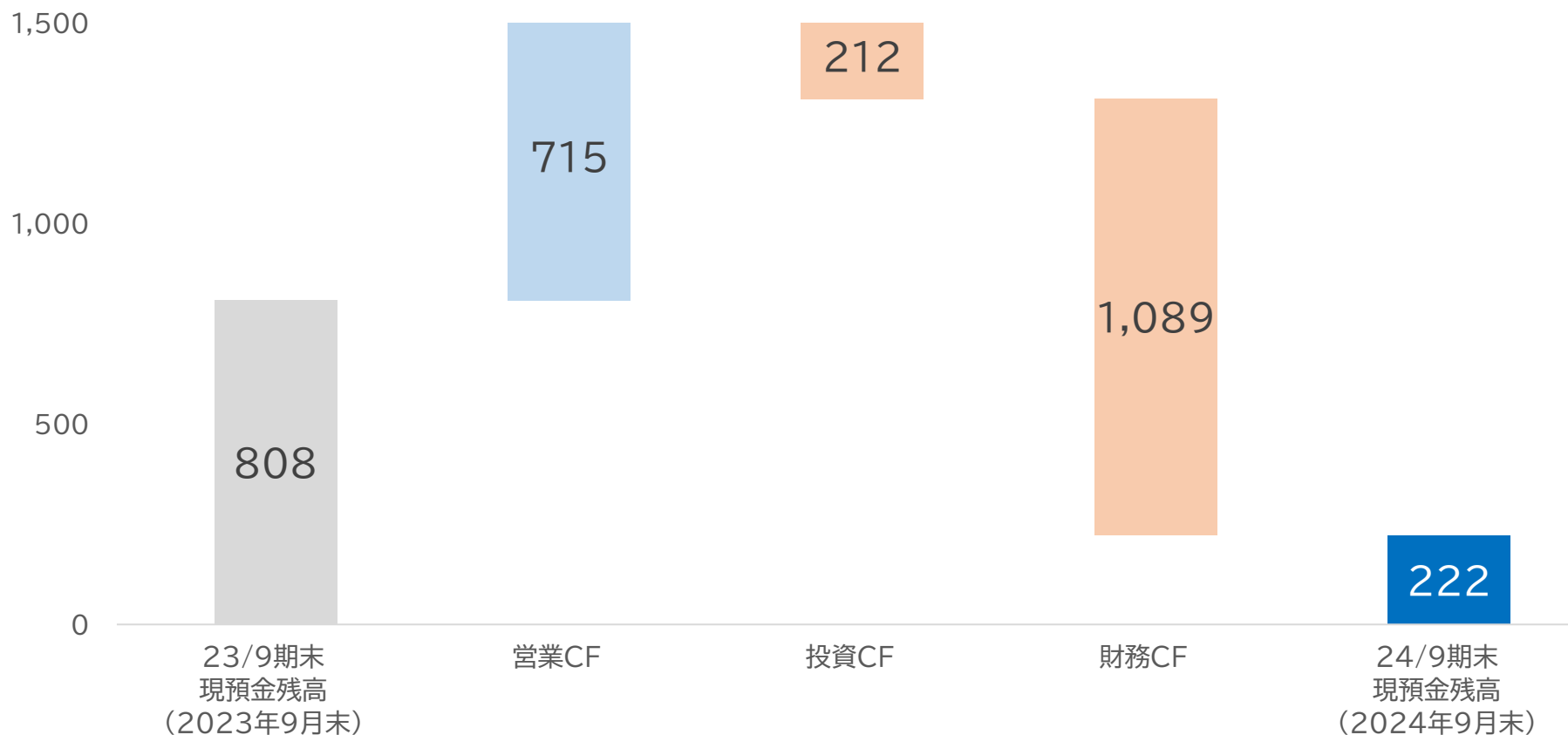
<総資産に占めるのれんの割合が高いことについて>

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44.1%(2024年9月末時点)。2024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7.1億円
- 新規出店に伴う投資CF、および借入金の圧縮等に伴う財務CFの影響により期末現預金残高は5.8億円減少

【単位:百万円】



2024年9月期第4四半期 主な取り組み

MIXIとの連携(集客強化)

-「みてねスタジオ撮影 byハピスタ」
七五三フォトプラン販売開始

7月からスタートした「みてねスタジオ撮影 byハピスタ」のバースデーフォトプランに加え、七五三フォトプランの販売を開始。

写真に対する感度の高い、子どもの写真・動画共有アプリ「家族アルバム みてね」ユーザーに訴求し、ハピスタでのスタジオ撮影体験を提供し、リピート需要の獲得を進める。



インバウンド強化

-インバウンド撮影件数前年同期比 189.3%

-香港からの受注最大化を目指す

現在最も利用が多い香港エリアからの受注強化のため、提携先のアプリモ香港※の新オフィス内に専用ブースを開設。香港ブライダルフェアへの出展に加え、常設窓口を設けることで、成約数を伸ばす。今後は、香港以外の地域の開拓を進める。



当社フォトグラファーがコンテストで受賞

-SWPP※ 英国フォトコンペティション ※Society of Wedding and Portrait Photographers

国際的なプロ写真家協会『SWPP』が主催するフォトコンテスト「Monthly Image Competition」で、当社シニアフォトグラファー宮崎哲がGold Awards、井上雄太がHighly Commended Resultsを受賞。本賞を含み5名・7作品が受賞



Individual Portrait部門 宮崎哲 受賞作品



Wedding部門 井上雄太 受賞作品

◆その他受賞状況

-ジャパン・ウエディング・フォト・グランプリ
5名受賞
トップ・ウエディングフォトグラファー部門
グランプリ／7位
U-29部門
3位／5位／10位

-第24回ゼクシウウエディングコンテスト
5名受賞
大賞／浅田政志賞／優秀賞受賞

-2024富士フイルム営業写真コンテスト
9名受賞 テーマ賞

目次

- 1 2024年9月期通期業績
- 2 2025年9月期業績見通しおよび中期経営計画
- 3 カンパニー・ハイライト

2025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**59.9億(前期比+7.2%)**
- 人員の偏在化解消に向けたプロフェッショナル人材の採用促進による人件費や決済手数料などの費用が増加するも、各種のコスト低減を織り込み、**営業利益率は4.7%と前期に対し0.7Ptの改善を図る**

(単位:百万円)	25/9期 業績予想	24/9期 実績	前期比
売上収益	5,991	5,589	+7.2%
売上総利益	2,051	1,842	+11.4%
営業利益	279	219	+27.3%
営業利益率	4.7%	3.9%	+0.7pt
当期利益	119	106	+12.2%
当期利益率	2.0%	1.9%	+0.1pt
出店店舗数	3店舗	3店舗	

2025年9月期における主な取り組み

フォトウェディングサービス:再成長に向けた事業基盤の強化

- 営業力の底上げを通じた撮影件数の増加及び客単価の向上による既存店の売上収益前期比+4%、営業利益前期比+23%を目指す
- 首都圏の未出店エリアに地方都市型店舗の1店舗出店を計画
- 人員の育成、充足による人員偏在化の解消
- アイプリモ香港※への業務委託による香港・マカオ地区の販売強化および他国の調査、顧客獲得

アニバーサリーフォトサービス:ハピスタブランドの収益性改善

- 収益性が低い関西エリア3店舗を閉店
- エリアプロモーションの強化、リピーターの獲得強化を通じた収益性改善により、既存店の売上収益前期比+5%を計画
- 新たに収益性を改善したモデルで首都圏に2店舗出店を計画
- MIXI GROUPとの連携による、子どもの写真・動画共有アプリ「家族アルバム みてね」からの送客拡大

中長期における成長戦略の骨子

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

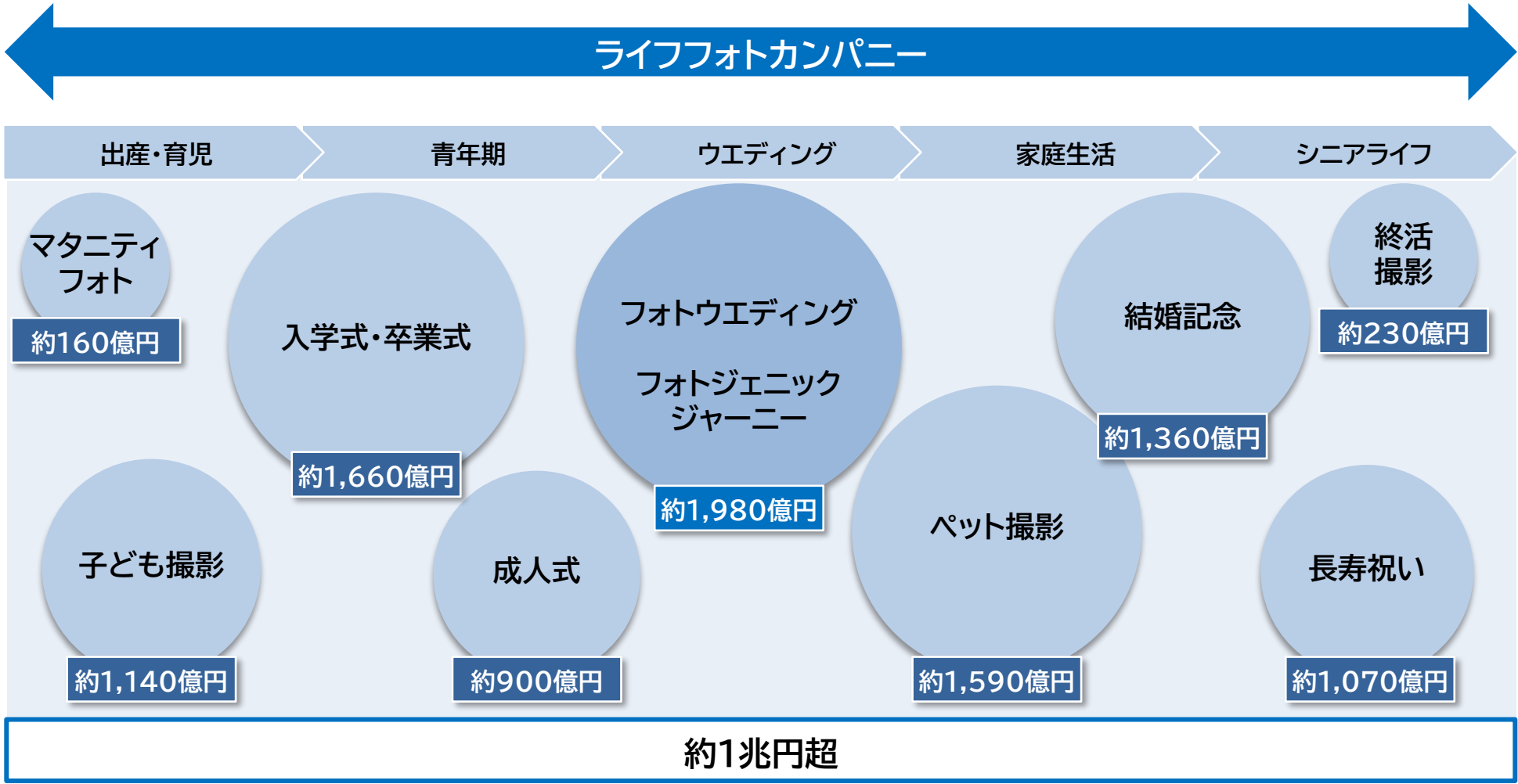
フォトウェディングサービスのさらなる成長

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 見直しの背景

2024年9月期は内外要因を受け、減収減益に留まる

【外部要因】

- 婚姻組数の減少、少子高齢化
- 規模の大小問わずスタジオ、出張撮影など様々な競合サービスの増加

【内部要因】

- 出店加速に伴う人材・スキルの偏在化
- 出店時の事業計画の精度不足による新店の収益性低下

【中期経営計画 骨子】

- ✓ 2025年9月期は事業基盤を強化し、再成長に向けた準備に取り組む
- ✓ 2026年9月期～2028年9月期の3年間で事業全体を再成長軌道に乗せる
- ✓ 2028年9月期 売上高90億円、営業利益率10%以上を目指す

中期経営計画 概要

1 フォトウェディングサービスのさらなる成長

- 2025年9月期は、営業力の底上げ、プロ人材の基盤強化、出店形態の多様化に取り組むことで、再成長に向けた事業基盤を強化する
- 継続的な付加価値向上により既存店の業績を伸ばしながら、未出店エリアへの出店を通じた規模拡大、フォトウェディング市場を拓ける集客の強化を通し、継続的な成長を図る

2 ライフフォトカンパニーの礎を創る

- アニバーサリーフォトサービスにおいて、不採算店を整理した上で集客手法の多様化、収益性の改善を行う
- 積極的にM&Aも活用し、撮影スタイルの多様化、店舗数の増加による成長を目指す
- フォトウェディングサービスからアニバーサリーフォトサービスにつなげるマタニティ、結婚記念日や将来のフォトウェディングへの導線としての成人式の強化など、撮影シーンを拓けることで生涯顧客化に向けた顧客当たり撮影回数の増加を目指す

フォトウエディングサービスのさらなる成長

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

事業基盤の強化

■営業力の底上げ

- ・自社の強み、優位性を踏まえた営業フローの刷新、マニュアル化
- ・撮影体験、メイク体験など体験を通じたフォトウエディングの魅力の伝達

■プロ人材の基盤強化

- ・継続的な新卒採用及び現地採用による人員偏在化の解消
- ・早期戦力化を実現する育成プログラムのブラッシュアップによる人材の育成強化

■出店形態の多様化

- ・事業計画の精緻化および事業ポテンシャルを踏まえた投資額の最適化
- ・関西圏におけるスタジオを持たない接客専用拠点の設置による顧客接点の強化

再成長に向けた取り組み

■フォトウエディング市場を拡げる集客強化

- ・フォト未実施層のニーズを開拓する商品開発およびプロモーション
- ・結婚を意識、あるいは予定している層を取り込む撮影サービスの拡大、見込顧客化

■既存店における継続的な事業成長

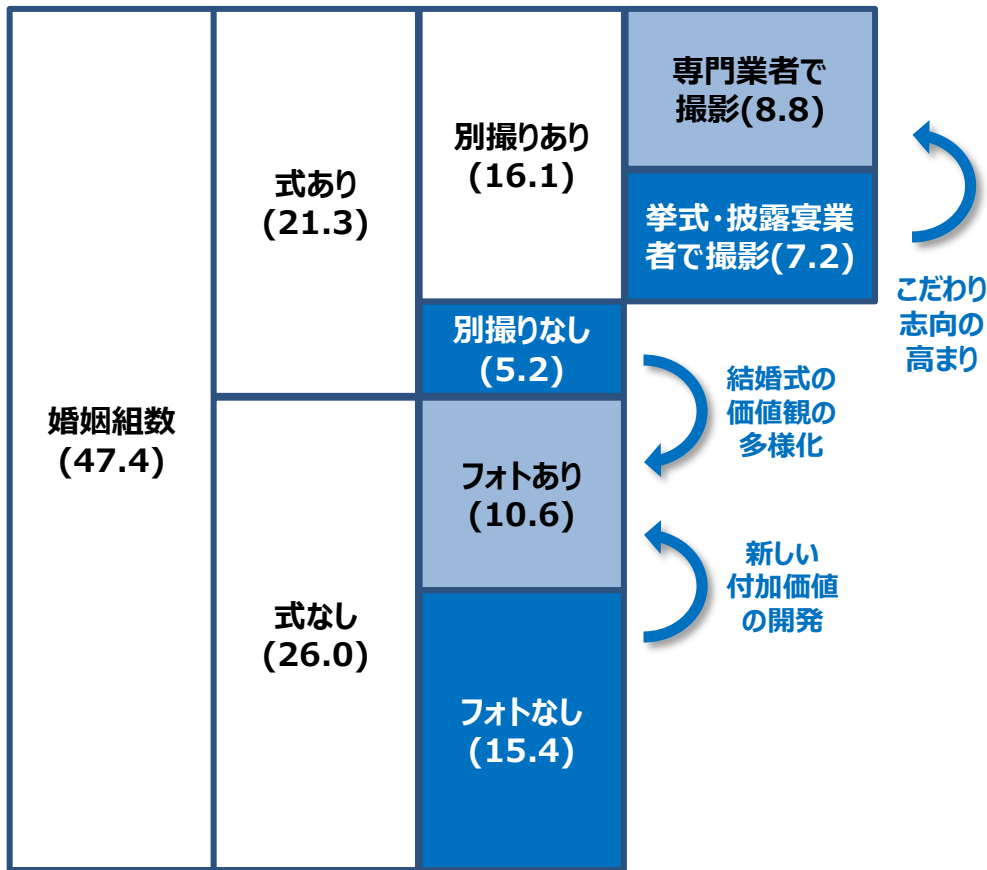
- ・価格体系の最適化、アップセルによる継続的な単価向上
- ・オリジナル衣装の一層の充実による独自性、付加価値の向上

■継続的な出店による規模拡大

- ・未出店の地方中核都市に対する「地方都市型店舗」の出店継続
- ・出店前のリサーチ及び地域特性への最適化、他社提携等を通じた立ち上げの早期化

フォトウェディング市場のさらなる拡大

フォトウェディング業界の構造(万組)*1



今後開拓していくターゲット市場

- 式場・披露宴業者による施行組数 7.2万組**
 フォトウェディングに式場・その他業者を利用している「結婚というイベントへのこだわりの高い層」に対して、ニーズを満たすサービスを充実させていくことで取り込みを図る
- 式あり、別撮りなし組数 5.2万組**
 「式なしへ移行する可能性のある層」に対して、写真を中心とした選択肢を充実させていくことで取り込みを図る
- 式、フォトなし組数 15.4万組**
 「式も挙げず写真も撮っていない層」に対し、業態の異なるブライダル関連事業者とも連携しながらフォトウェディングの認知向上、価値の伝達によりニーズを開拓する

*1 : 2023年時点の数値。組数の単位は万組、小数点第二位を切り捨てし表記。
 かかる推計は、一定の前提の下、外部の統計資料や消費者調査データを基礎として当社が推計したものであるが、基礎となる統計資料や推計には固有の限界があるため、実際の市場規模はかかる推計値と異なる可能性がある

出所:厚生労働省「令和5年(2023)人口動態統計月報年計(確定数)の概況」および当社実施消費者調査 株式会社リクルート「ブライダル総研 結婚総合意識調査(2024)」

ライフフォトカンパニーの礎を創る

アニバーサリーフォトサービスの収益性改善、テイストの多様化による拡大と並行し、撮影シーンを拡げ生涯顧客化に向けた顧客当たり撮影回数の増加を図る

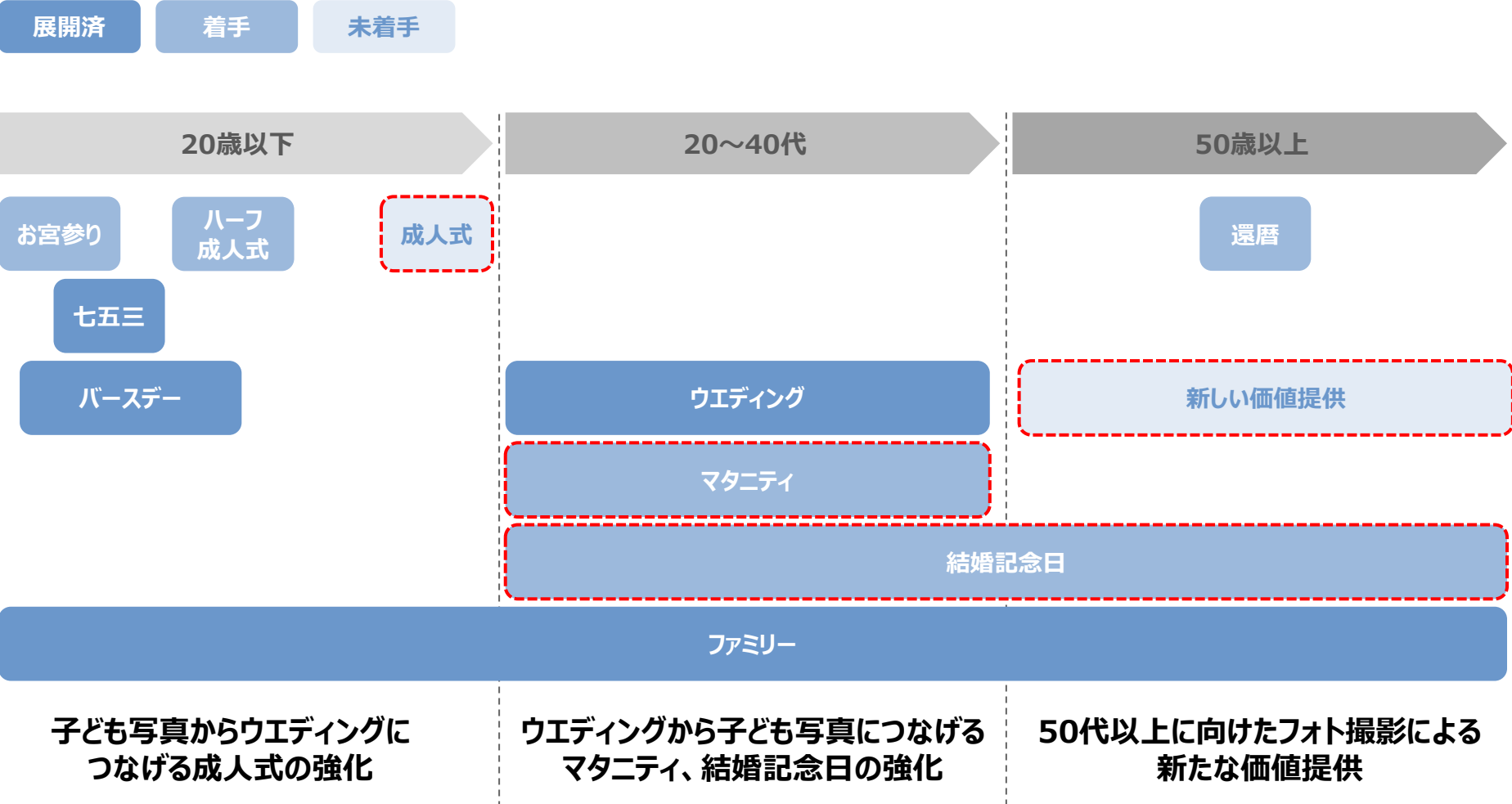
子ども撮影事業の改善

- 事業効率の向上による収益性の改善
 - ・不採算店の整理
 - ・リピート顧客の獲得強化による集客コストの効率化
- 集客戦略の方針転換
 - ・WEB広告とSEOとの資源配分最適化
 - ・イベントなど地域密着型プロモーション強化
 - ・MIXI GROUPとの連携による集客増
- 規模拡大に向けた出店方針の変更
 - ・新店出店時のリソース配置の効率化
 - ・商業施設、路面店などエリア認知につながる立地への出店
 - ・価値観の多様化を受けた、複数の異なるテイストの店舗展開

撮影シーンの拡大

- 20歳以下
 - ・従来展開している子ども撮影の拡大
 - ・成人式へのアプローチを強化し、フォトウエディングへつなげる
- 20～40代
 - ・従来展開しているフォトウエディングの拡大
 - ・ウエディング撮影経験者をマタニティや結婚記念日などに誘導し、アニバーサリーフォトサービスにつなげる
- 50歳以上
 - ・従来展開しているファミリーフォトのニーズ拡大、強化
 - ・還暦祝いなど、シニア層に向けた撮影シーンへのアプローチ強化、新撮影シーンの創出

ライフステージにおける撮影シーンの拡大

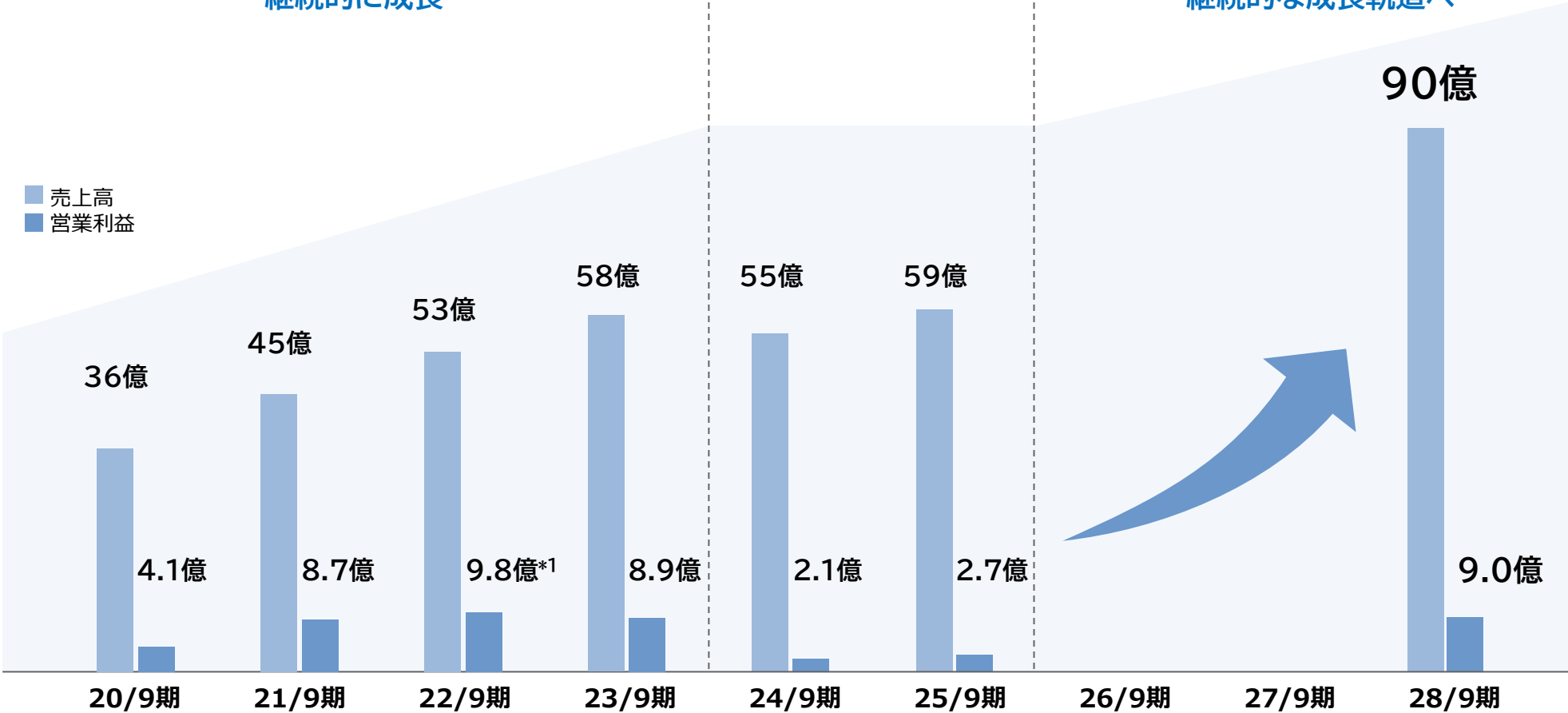


中期事業成長のターゲット

フォトウエディング実施率の上昇
および店舗数増により
継続的に成長

事業基盤を強化し
再成長に向け準備

フォトウエディングを中心に
ライフフォトカンパニーとして
継続的な成長軌道へ



*1 : 該当会計年度において固定資産譲渡に伴い発生した収益及び費用を控除した利益額

目次

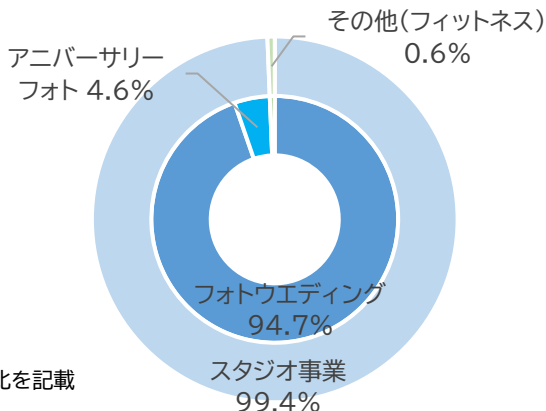
- 1 2024年9月期通期業績
- 2 2025年9月期業績見通しおよび中期経営計画
- 3 カンパニー・ハイライト

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(2024年9月末日現在)
従業員数	444名(連結、2024年9月末現在正社員数) うちフォトグラファー175名 うちメイクアップアーティスト165名
株主(自己株式を除く 発行済株式総数に対 する所有割合) 2024年9月30日現在	株式会社MIXI(30.0%) 株式会社IBJ(6.6%) 平松 裕将(5.5%) 小林 健一郎(5.5%) 株式会社日本カストディ銀行(信託口)(3.7%)

事業構成比率*1



注1：2024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 **175人** / メイクアップアーティスト社員 **165人** ^{*3}
- 店舗数 **34店舗** ^{*4}
- フォトコンテスト 受賞回数 **210回超** 受賞者数 **40人超**

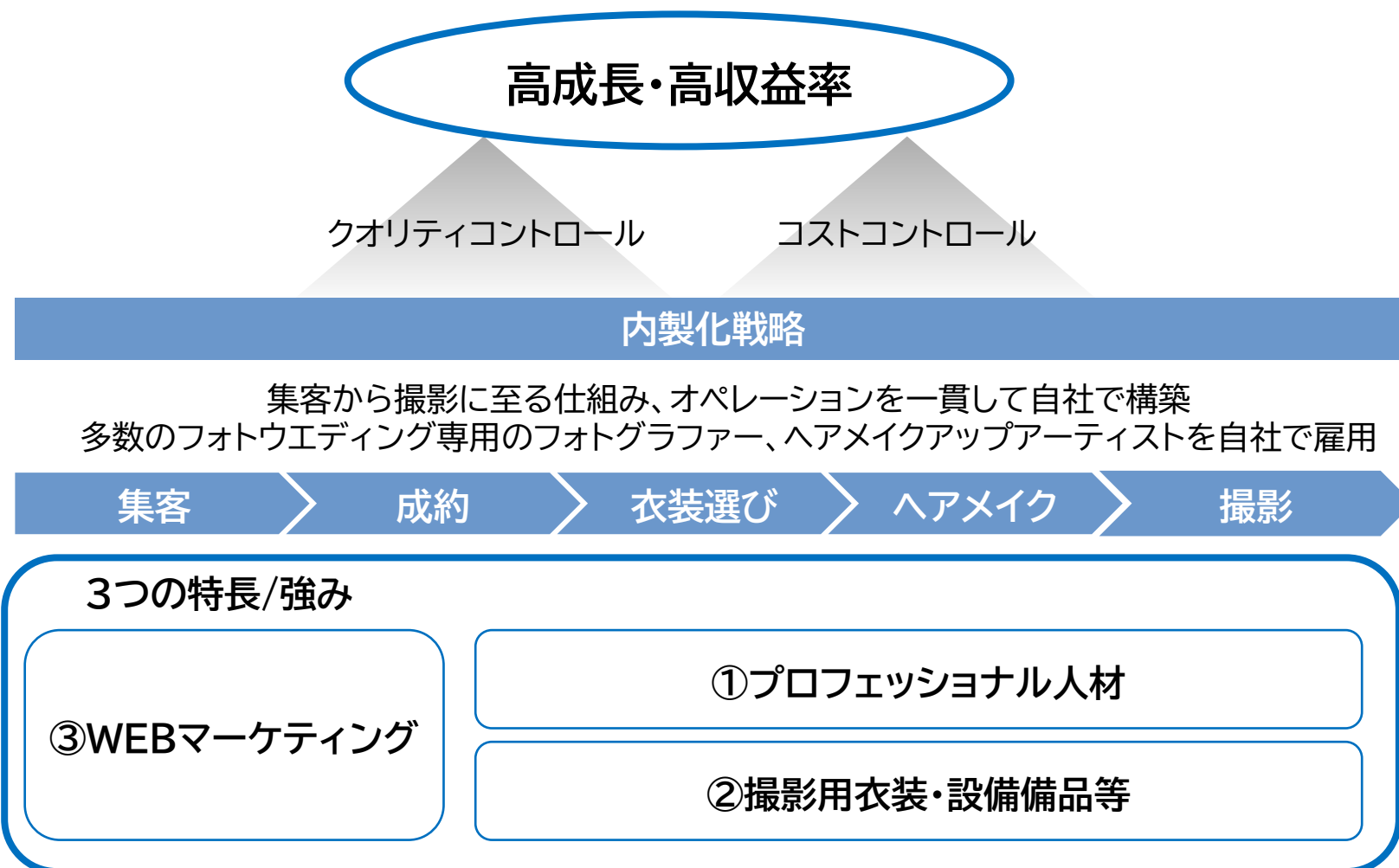
注1：2018年時点の当社シェア（13.4%）。当社のフォトウエディング年間撮影組数÷（ナシ婚の撮影実施組数+挙式あり・専門業者にて撮影実施組数）にて算出

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9月末時点の各職種の社員数

注4：2024年11月5日時点の数値。フォトウエディング、アンバーサラ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



175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



165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9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

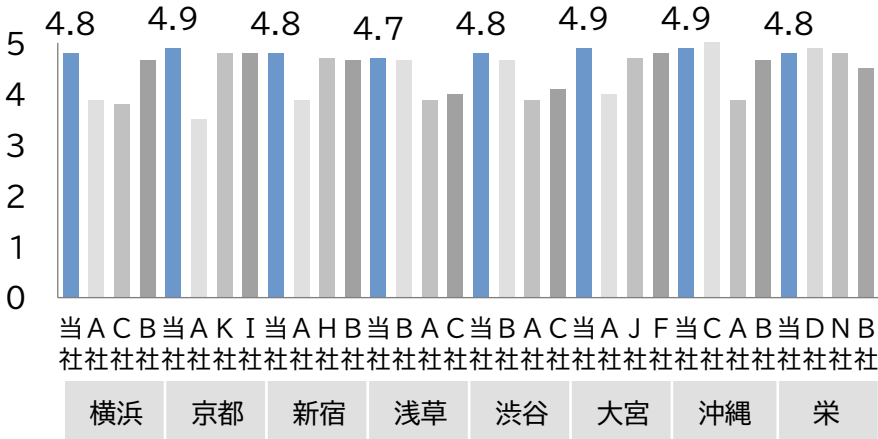
SNSへの露出を促進
 • フォトグラファー、メイクアップアーティストのSNS個人アカウントをフル活用

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 2024/10/18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