



1 2025年9月期第1四半期業績

2 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、フォトウエディングサービスにおいて、**撮影件数、撮影単価ともに前年同期を上回り**、アニバーサリーフォトサービスにおいても増収となった結果、**18.5億円と前期比+2.5%の増収となり**、最大の繁忙期である第1四半期において**過去最高**となった
- 営業利益は、人員増に伴う人件費の増加、前期に出店した3店舗の運営費用の増加などの影響を受けたものの、売上収益の増加、仕入れコストの削減、減価償却費が減少したことなどにより、**4.1億円と前期比+15.0%の増益**となった

2025年9月期第1四半期連結包括利益計算書(IFRS)

- 売上収益は**フォトウエディング、アニバーサリーフォトともに前年を上回り増収**
- 人員増による人件費の増加、前期に出店した店舗の運営コスト増加等の影響があるも、増収及び仕入れコストや減価償却費の減少などにより、**売上総利益率、営業利益率を改善し、営業利益、当期利益ともに増益**

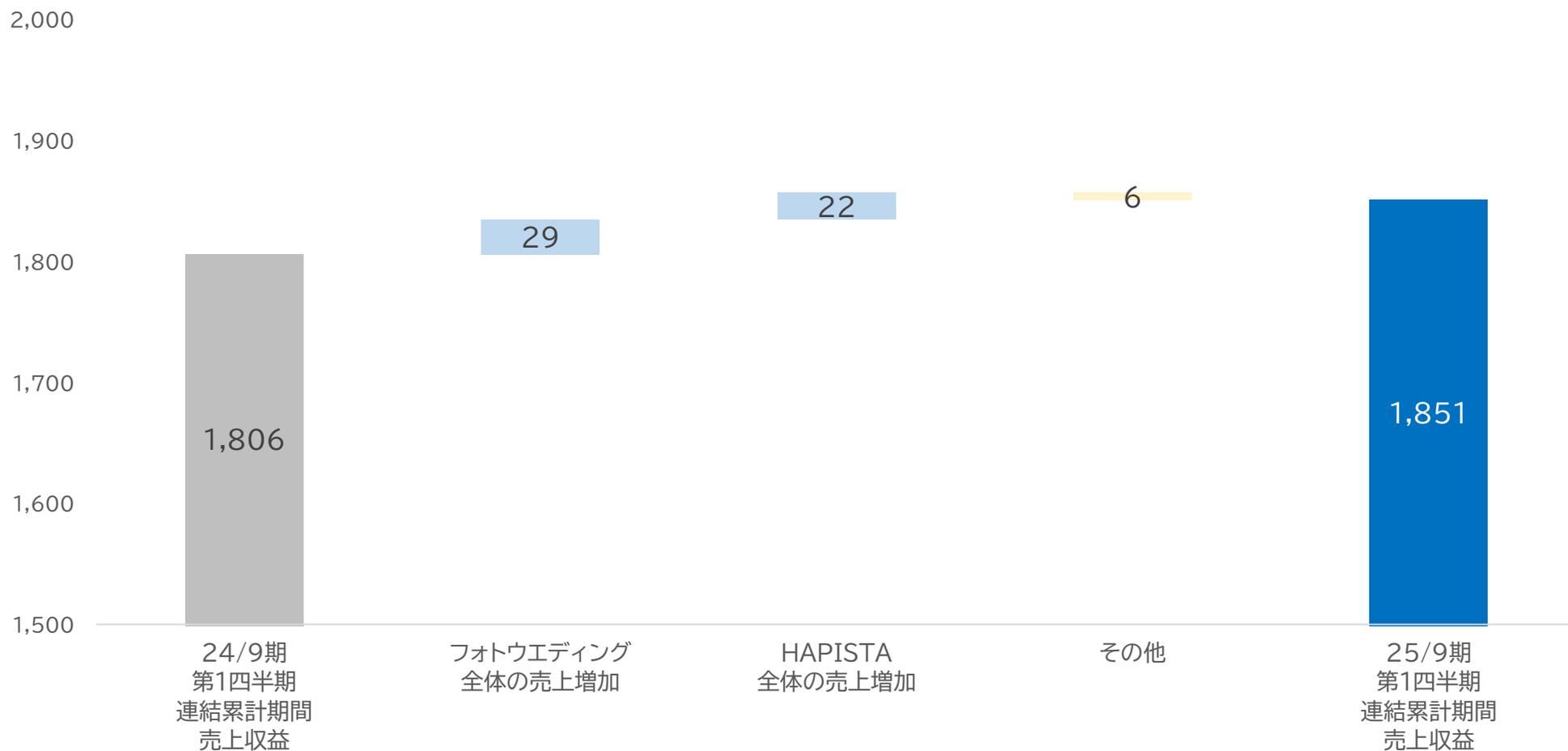
(単位:百万円)	25/9期 第1四半期 連結累計期間	24/9期 第1四半期 連結累計期間	前期比	25/9期 通期業績予想
売上収益	1,851	1,806	2.5%	5,991
売上総利益	812	776	4.6%	2,051
売上総利益率	43.9%	43.0%	+0.9pt	34.2%
営業利益	418	363	15.0%	279
営業利益率	22.6%	20.1%	+2.5pt	4.7%
当期利益	258	220	17.2%	119

通期の連結業績予想は、変更していません。今後の業績動向を踏まえ、業績予想を修正する必要がある場合には、速やかに開示します。

売上収益の変動要素分析

- 当第1四半期の売上収益は18.5億円(前期比+2.5%)
- その他はフィットネスジム芦屋店閉店に伴う減収

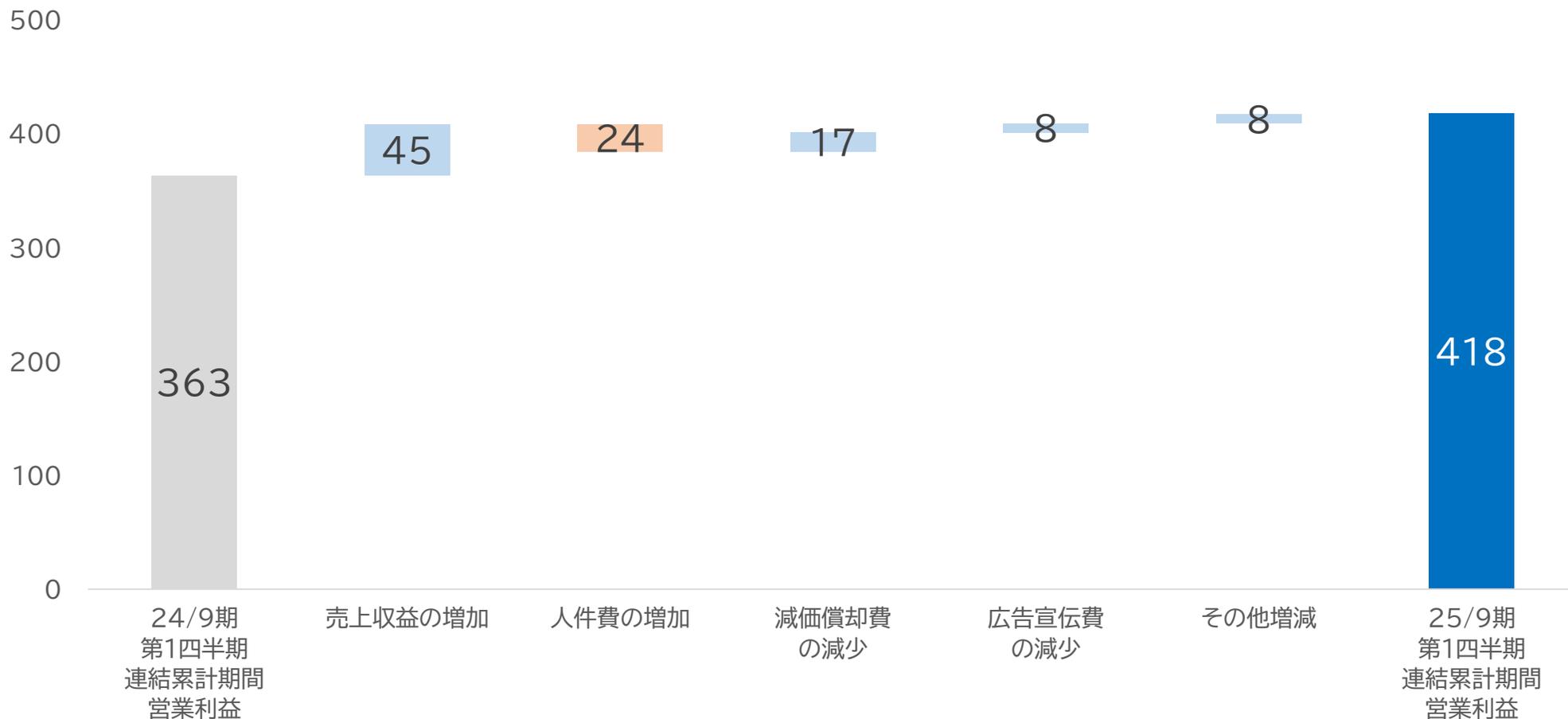
【単位:百万円】



営業利益の変動要素分析

人件費は増加したものの、売上収益の増加と減価償却費の減少などにより、
営業利益418百万円(前期比+15.0%)

【単位:百万円】

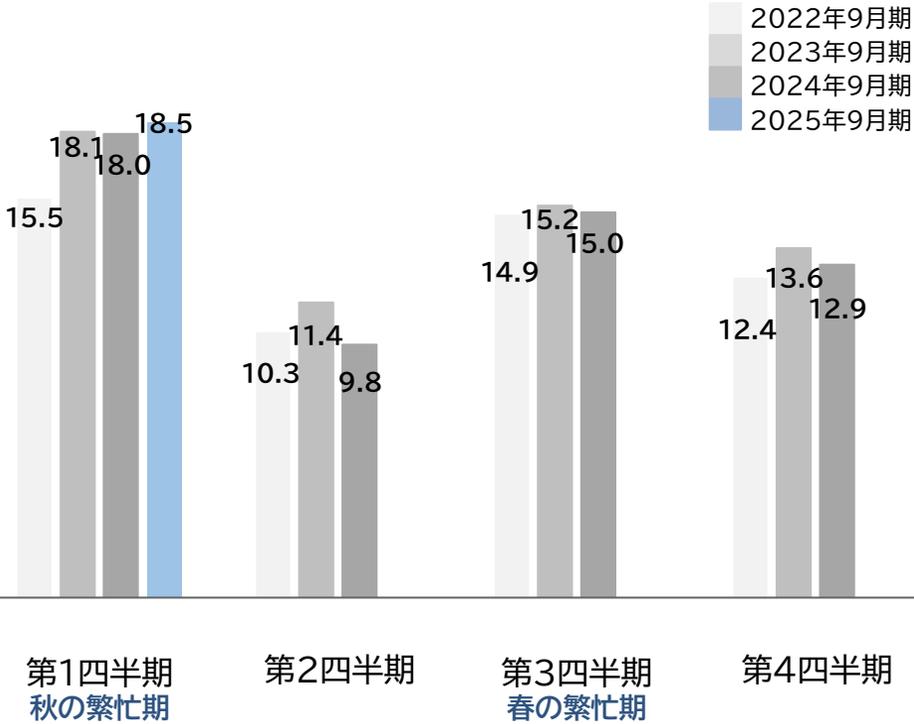


四半期業績推移データ

【単位:億円】

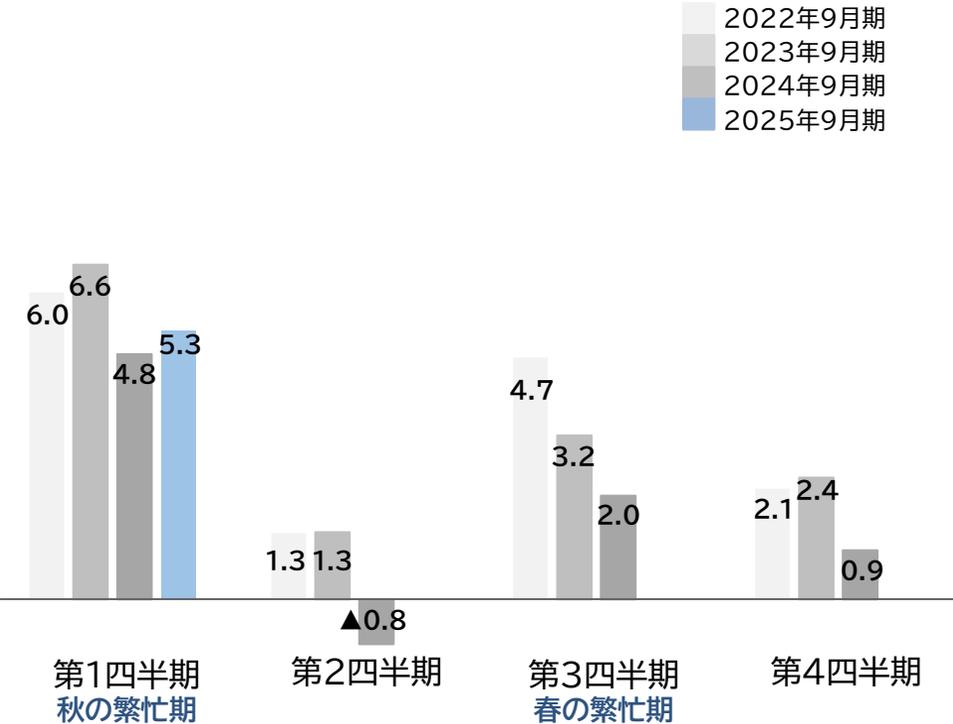
売上収益

フォトウエディングにおいて集客・営業力底上げの取組を通じ、撮影件数・撮影単価ともに前年同期を上回り、アニバーサリーフォトの売上収益も前年同期を上回り推移した結果、四半期では**過去最高の売上収益を達成**



調整後営業利益

人件費が増加するも売上収益の増加や、各種コストの削減に伴い、調整後営業利益も**前年を上回る**

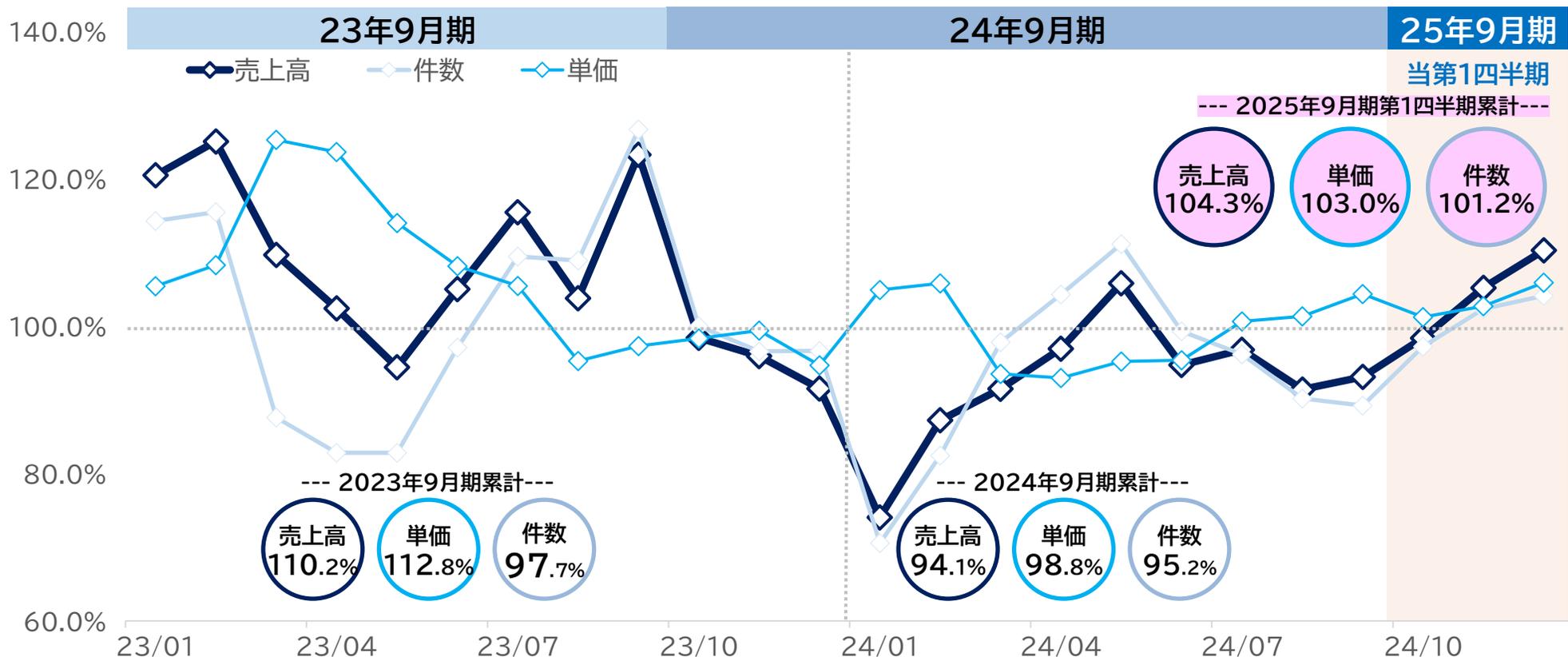


注:調整後営業利益=営業利益+本社費+(その他の費用-その他の収益)/本社費は財務・管理部等の本社機能に係る費用

KPI(前年比)

当第1四半期においては、広告宣伝費の効果的な配分等による集客数の増加や営業力底上げの取り組みにより、撮影件数が11月以降前年を超え回復基調で推移。また撮影単価については、顧客のニーズに合わせたアップセルの効果により前第3四半期から引き続き前年を上回って推移し、売上高は前期比+4.3%となり、2023年9月期第2四半期以来の全項目における前年比プラスを記録

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

- 繁忙期のため売上収益が増加し、現金及び現金同等物は5.0億円増加
- 借入金の返済、賃借料の支払により借入金、リース負債が減少

【単位:百万円】

	24年12月末	24年9月末	増減		24年12月末	24年9月末	増減
現金及び現金同等物	726	222	504	短期借入金	473	473	0
営業債権及びその他の債権	252	263	▲11	リース負債	605	614	▲8
その他	144	286	▲141	その他	1,015	841	173
流動資産合計	1,123	772	350	流動負債合計	2,094	1,929	164
有形固定資産	1,233	1,263	▲29	借入金	1,910	2,024	▲113
使用権資産	4,339	4,453	▲113	リース負債	3,586	3,687	▲100
のれん	5,635	5,635	0	その他	306	305	0
その他	655	653	2	非流動負債合計	5,802	6,017	▲214
非流動資産合計	11,864	12,005	▲141	資本合計	5,091	4,831	259
資産合計	12,988	12,778	209	負債及び資本合計	12,988	12,778	209

<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。

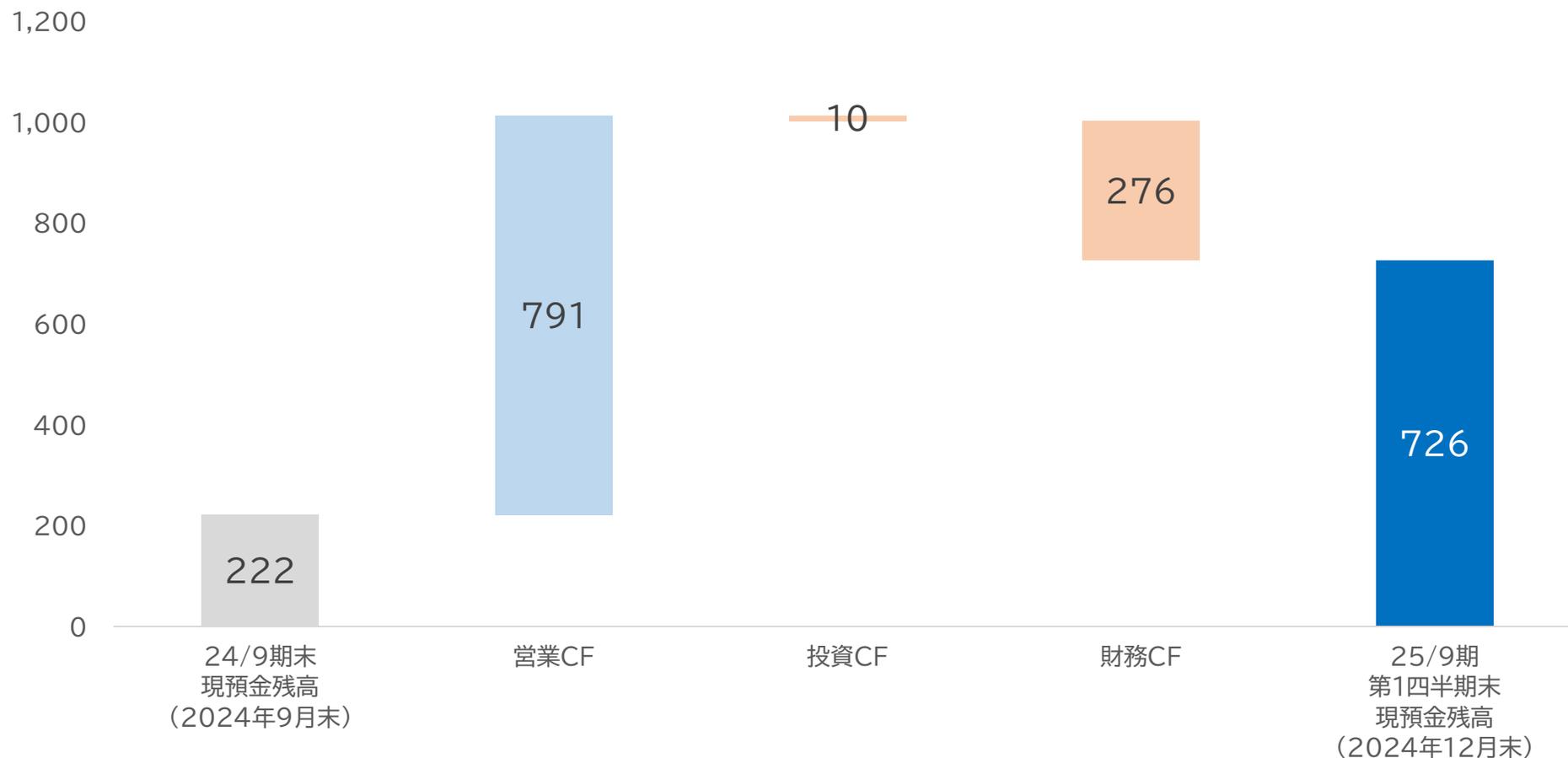
<総資産に占めるのれんの割合が高いことについて>

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43.4%(2024年12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7.9億円となり、投資CF、財務CFを吸収し、当期末現預金残高は5.0億円増加

【単位:百万円】



2025年9月期第1四半期 主な取り組み

価値を伝える営業力の底上げ

体験イベントの強化や営業フローの改善により、フォトウエディングの楽しさ、魅力と併せて当社の強みをわかりやすく伝えることで、撮影件数が増加



顧客に寄り添う提案力の強化

ニーズに合わせて衣装のアップグレード、アルバム・アイテム販売など、顧客ごとに撮影体験の価値を最大化する提案により、客単価が引き続き向上



アニバーサリーフォトの撮影シーン多様化

スタジオ内だけでなく近隣へのロケーション撮影や、MIXI GROUPの出張撮影サービス「ラブグラフィ」との提携による出張撮影の提供開始など、七五三のピークシーズンに撮影シーンを多様化し、取り込めるニーズを拡大



インバウンド強化

インバウンド撮影件数前期比 +41.8%

アイプリモ香港との提携が本格的にスタートした香港・マカオ地区に加え、他国市場への拡大に向け、市場の調査を開始

当社フォトグラファーが国際的なコンテストで受賞

TIFA

(TOKYO INTERNATIONAL FOTO AWARDS)

世界最大級の写真コンテストとして知られているIPA (International Photography Awards) から派生したコンテストであるTIFAで、当社トップフォトグラファーの下園啓祐が、Silver(2位)を受賞。



Advertising/Beauty部門 下園啓祐 受賞作品

SWPP

(The Society of Wedding & 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で当社シニアフォトグラファーの井上雄太が、昨年 Monthly Image Competition で受賞した作品が、ウエディング部門で年間1位となる Wedding Photographer of the Year 2024 を受賞。



Wedding部門 井上雄太 受賞作品

1 2025年9月期通期業績

2 カンパニー・ハイライト

会社概要

会社概要		沿革	
会社名	株式会社デコルテ・ホールディングス	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
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	2002年	リラクゼーション事業を開始
創業	2001年11月6日(旧株式会社デコルテ設立)	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
設立	2016年12月13日(旧株式会社CCH6a設立)	2008年	フォトウエディングサービスを開始
代表者	新井 賢二(代表取締役社長)	2010年	フォトウエディングサービス初の単独店舗を出店
資本金	155,384,000円(2024年12月末日現在)	2011年	衣裳レンタル・サービスを開始
従業員数	431名(連結、2024年12月末日現在正社員数) うちフォトグラファー166名 うちメイクアップアーティスト162名	2014年	和婚スタイル・サービスを開始
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%)	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

サービス概要と売上構成比*1

「Happiness」「Beauty」「Wellness」をテーマとして、お客様の幸福に寄り添いながら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

アニバーサリーフォト:4.6%

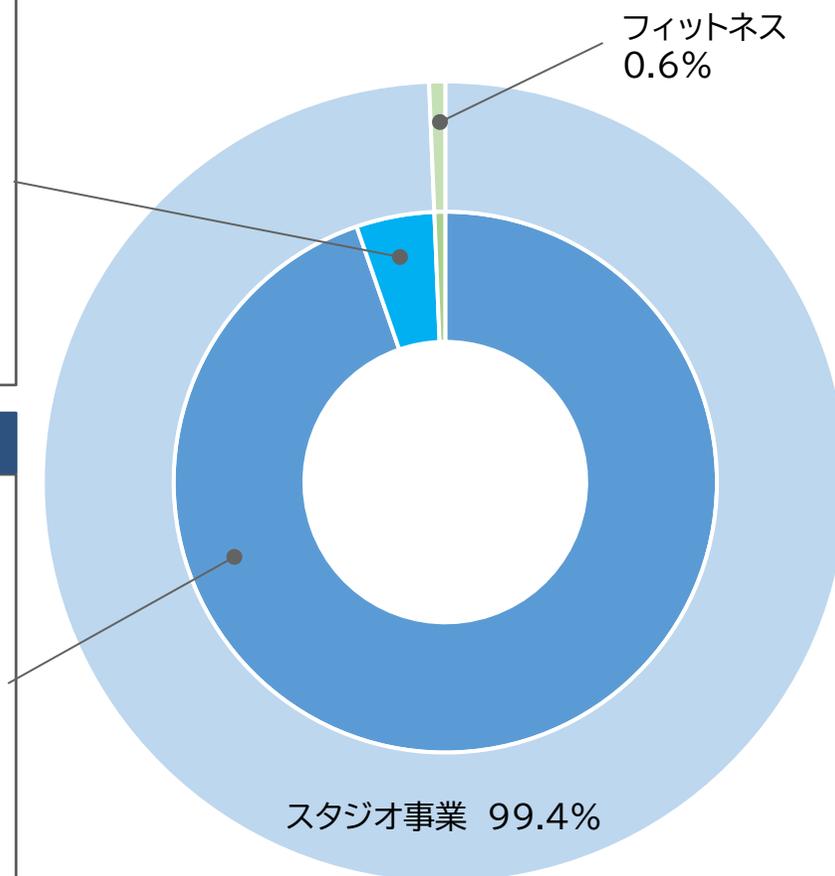


- 大切な記念日に気持ちに寄りそい**自然な笑顔を引き出す**撮影体験
- 子どもの冒険心がくすぐられる、仕掛けあふれるスタジオ
- プロフェッショナルによる**ハイクオリティ**なメイク・衣装・撮影
- スタジオ貸切や小物持ち込みなど希望に合わせ自由度の高い撮影

フォトウエディング:94.7%



- 最先端トレンドを反映した花嫁体験
- 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、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、こだわりに応じた豊富なオプションを用意



注1 : 2024年9月期の売上収益構成比を記載

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 *1



No.1

年間撮影組数 *2



2.4万組

フォトグラファー *3



166人

メイクアップアーティスト *3



162人

店舗数 *4



34店舗

フォトコンテスト受賞回数・受賞者数 *5



210回超
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

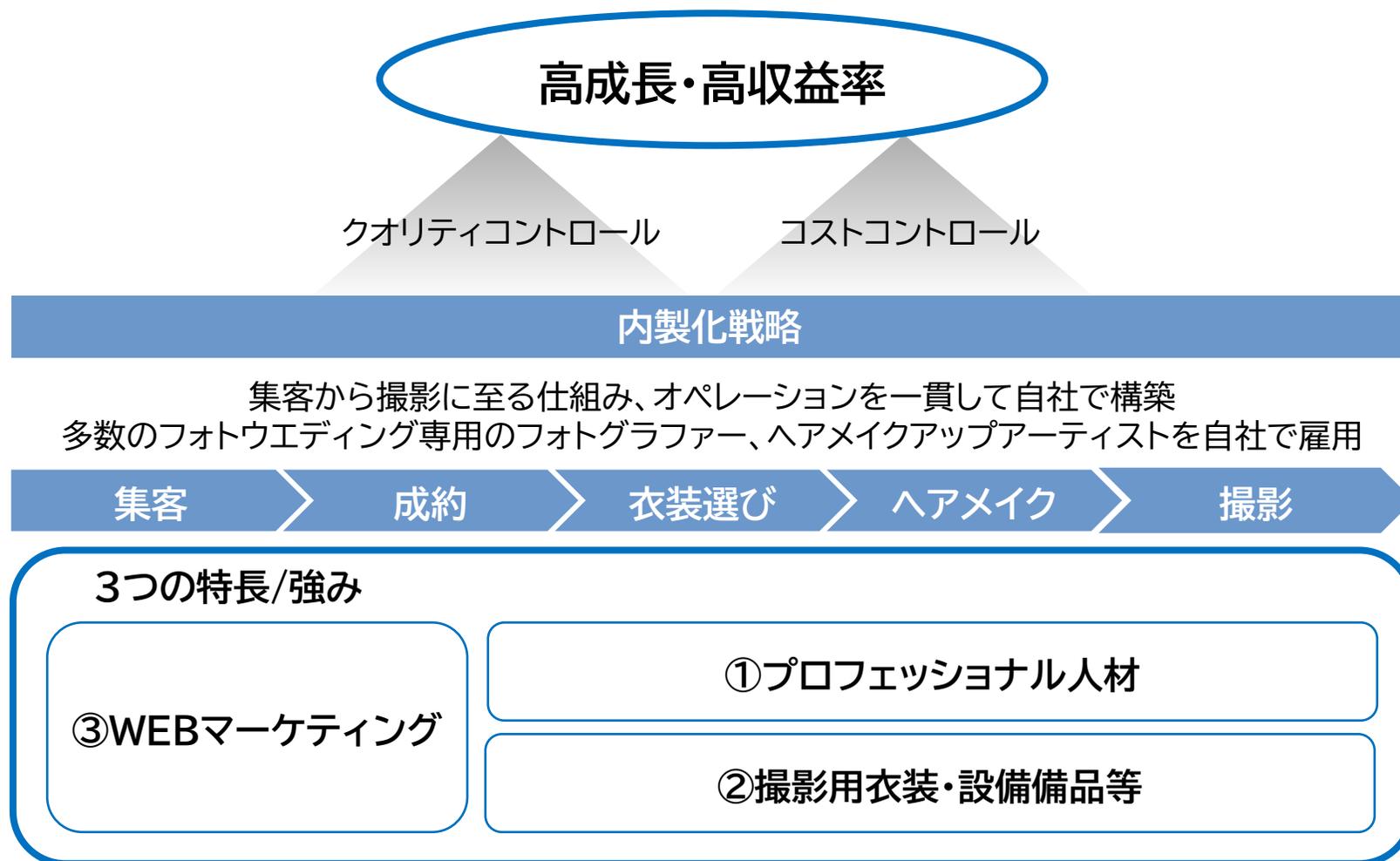
注3 : 2024年12月末時点の各職種の社員数

注4 : 2025年2月5日時点の数値。フォトウエディング、アニバーサリーのスタジオの合計

注5 : 2024年9月時点に在籍する社員のうち、WPPI・AWPA・SWPP・WEDISSION・ゼクシィ他各種AWARD受賞歴がある社員の人数

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



166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



162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1：2024年12月末時点の人数を記載

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に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



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

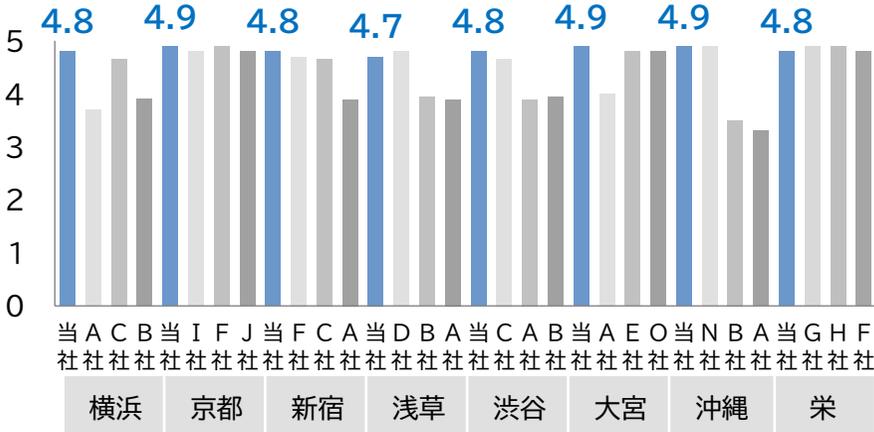
SNSへの露出を促進
フォトグラファー、メイクアップアーティストのSNS個人アカウントをフル活用



- ・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 2025/1/21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