

- 1 2025年9月期第2四半期業績
- 2 株式会社IBJとの資本業務提携
- 3 カンパニー・ハイライト

- 1 2025年9月期第2四半期業績
- 2 株式会社IBJとの資本業務提携
- 3 カンパニー・ハイライト

決算ハイライト

財務サマリー（第2四半期累計）



業績サマリー

- フォトウェディングサービスにおいて**第1四半期に続き撮影件数、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、売上収益は**29.7億円と前期比+6.7%の増収**となり、**第2四半期累計としては過去最高**となった
- 営業利益は、人員増に伴う人件費の増加、資本政策に関連する一時的な費用の発生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、**2.0億円と前期比+9.7%の増益**となった

2025年9月期第2四半期連結包括利益計算書(IFRS)

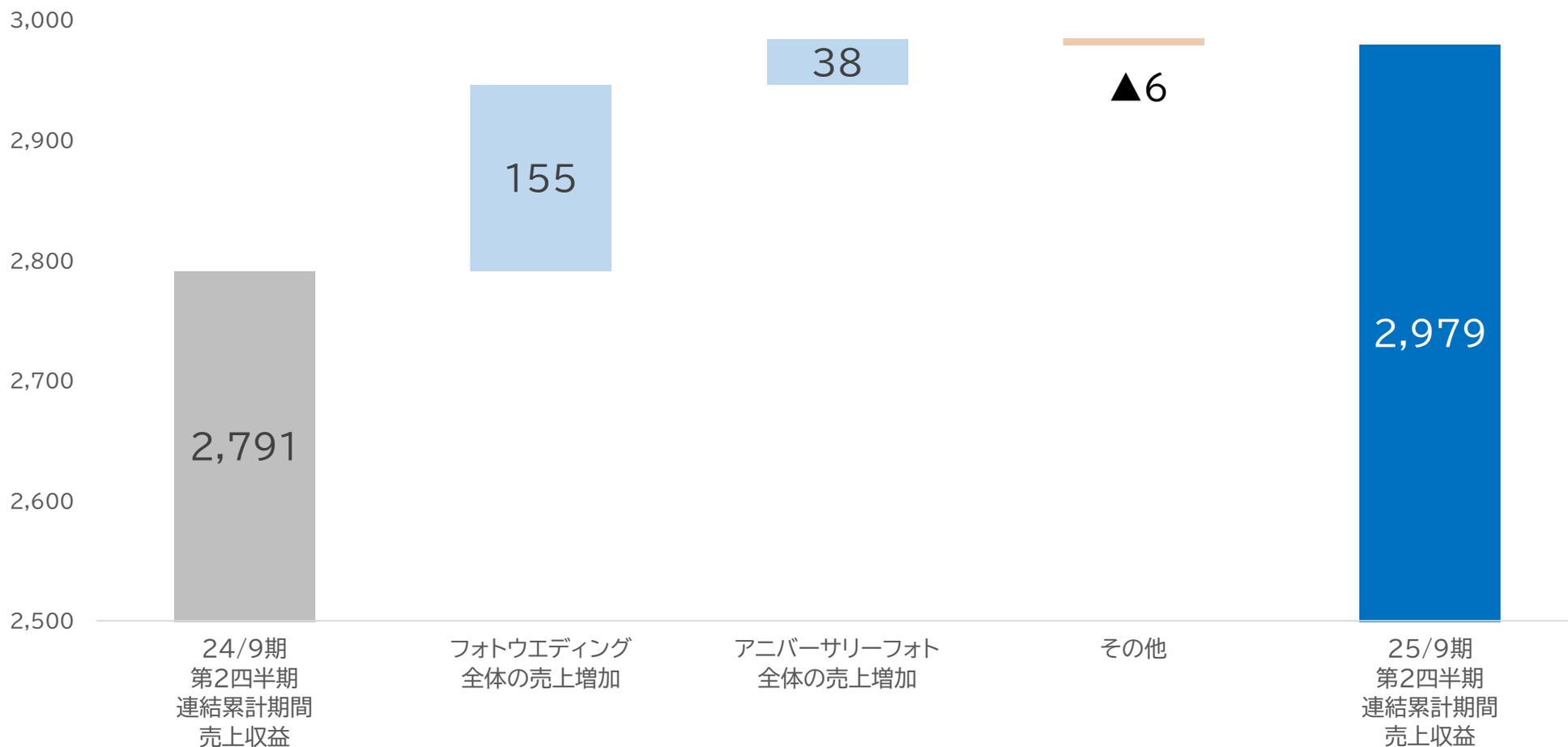
- 売上収益はフォトウエディング、アニバーサリーフォトともに前年同期を上回り、増収率は第1四半期を上回る水準に上昇
- 資本政策に関連する一時的な費用の発生などの影響を受けつつも、増収及び仕入れコストや減価償却費の減少などにより、売上総利益率、営業利益率を改善し、営業利益、当期利益ともに増益

(単位:百万円)	25/9期 第2四半期 連結累計期間	24/9期 第2四半期 連結累計期間	前期比	25/9期 通期業績予想
売上収益	2,979	2,791	6.7%	5,991
売上総利益	1,061	950	11.6%	2,051
売上総利益率	35.6%	34.0%	+1.6pt	34.2%
営業利益	204	186	9.7%	279
営業利益率	6.9%	6.7%	+0.2pt	4.7%
当期利益	98	91	6.7%	119
当期利益率	3.3%	3.3%	+0.0pt	2.0%

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**29.7億円(前期比+6.7%)**
- 「その他」はフィットネスジム芦屋店閉店に伴う減収

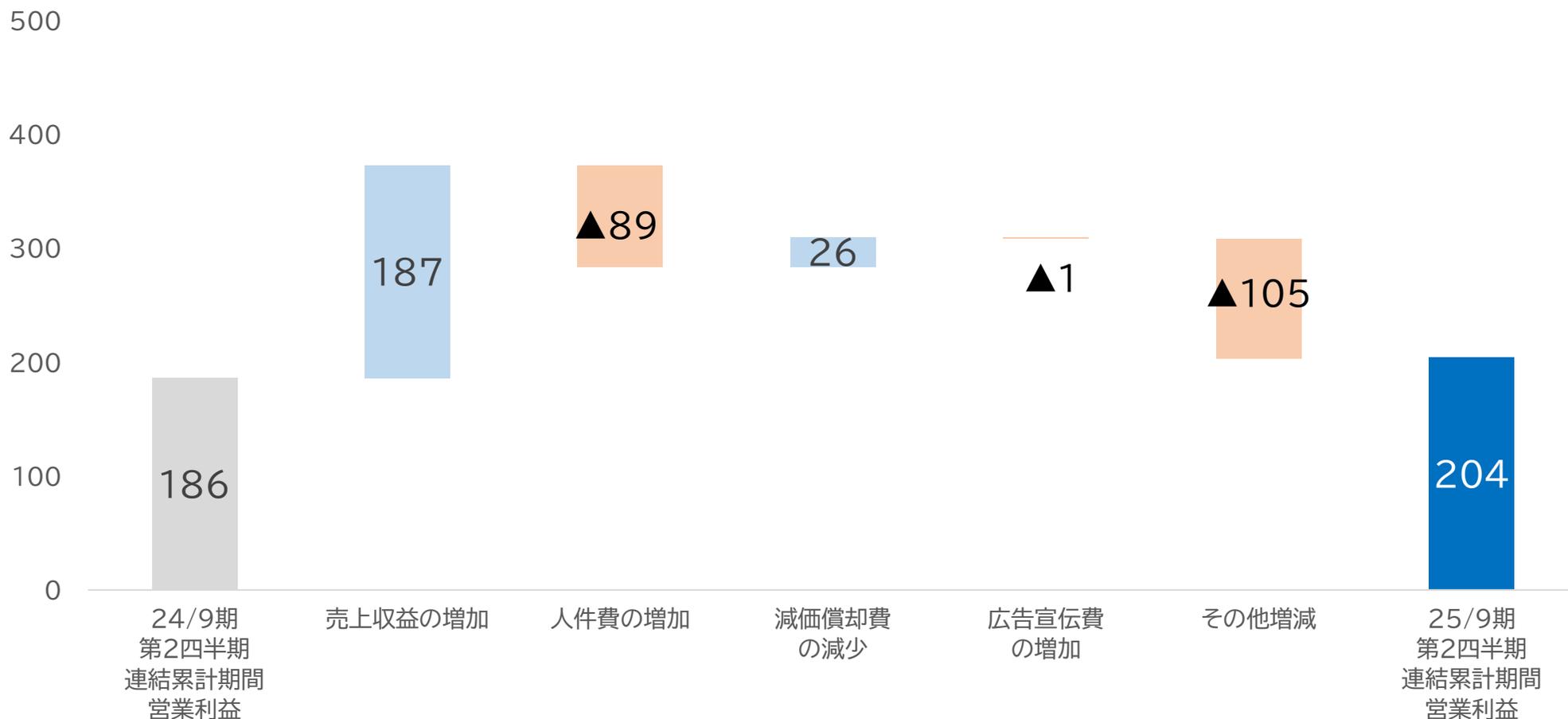
【単位:百万円】



営業利益の変動要素分析

人件費の増加、資本政策関連の一時的な費用の発生などで費用が増加したものの、
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204百万円(前期比+9.7%)**

【単位:百万円】

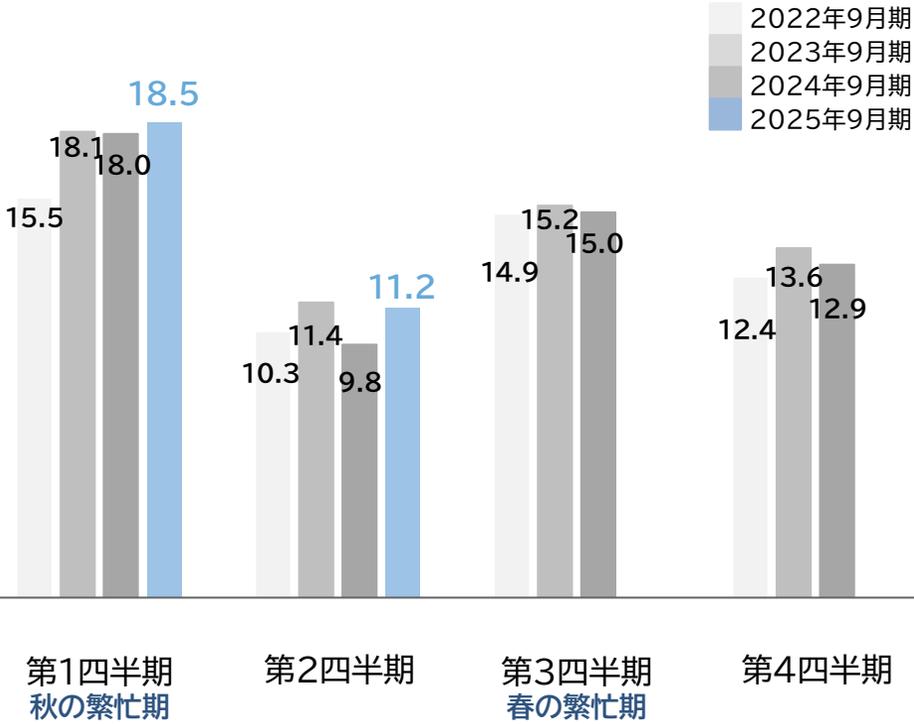


四半期業績推移データ

【単位:億円】

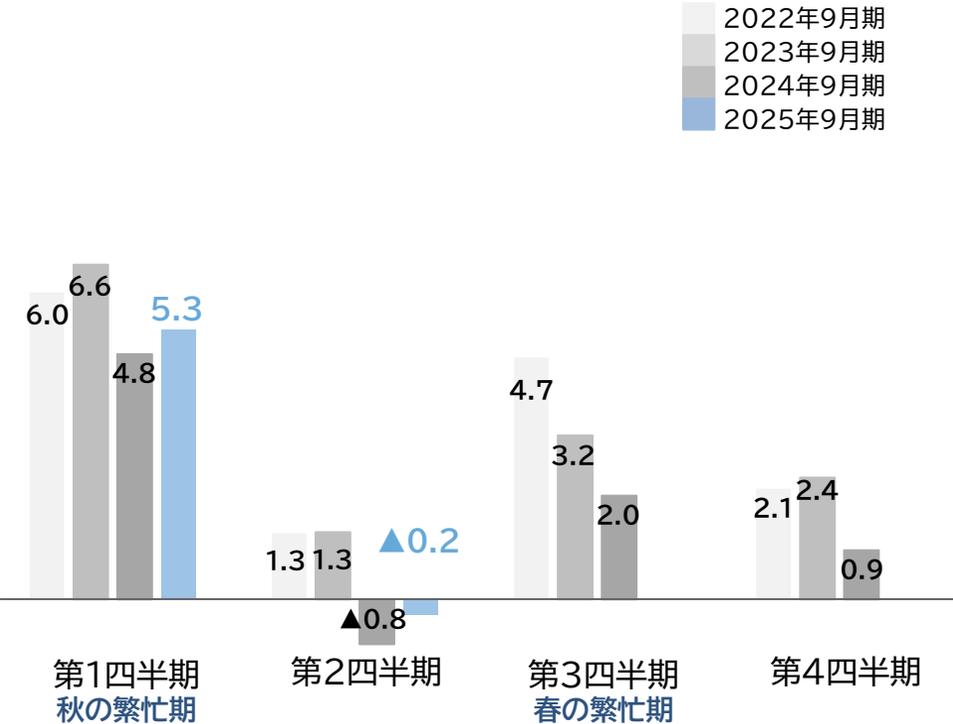
売上収益

閑散期にあたる第2四半期において、集客・営業力の底上げや、顧客のニーズに合わせた提案力強化などの取組を通じ、フォトウエディング、アニバーサリーフォトともに売上収益が前年同期を上回り、11.2億円へと回復



調整後営業利益

人件費等、一部費用が大きく増加したものの、売上収益の増加と幅広いコスト低減により、赤字幅を▲0.8億円から▲0.2億円まで圧縮

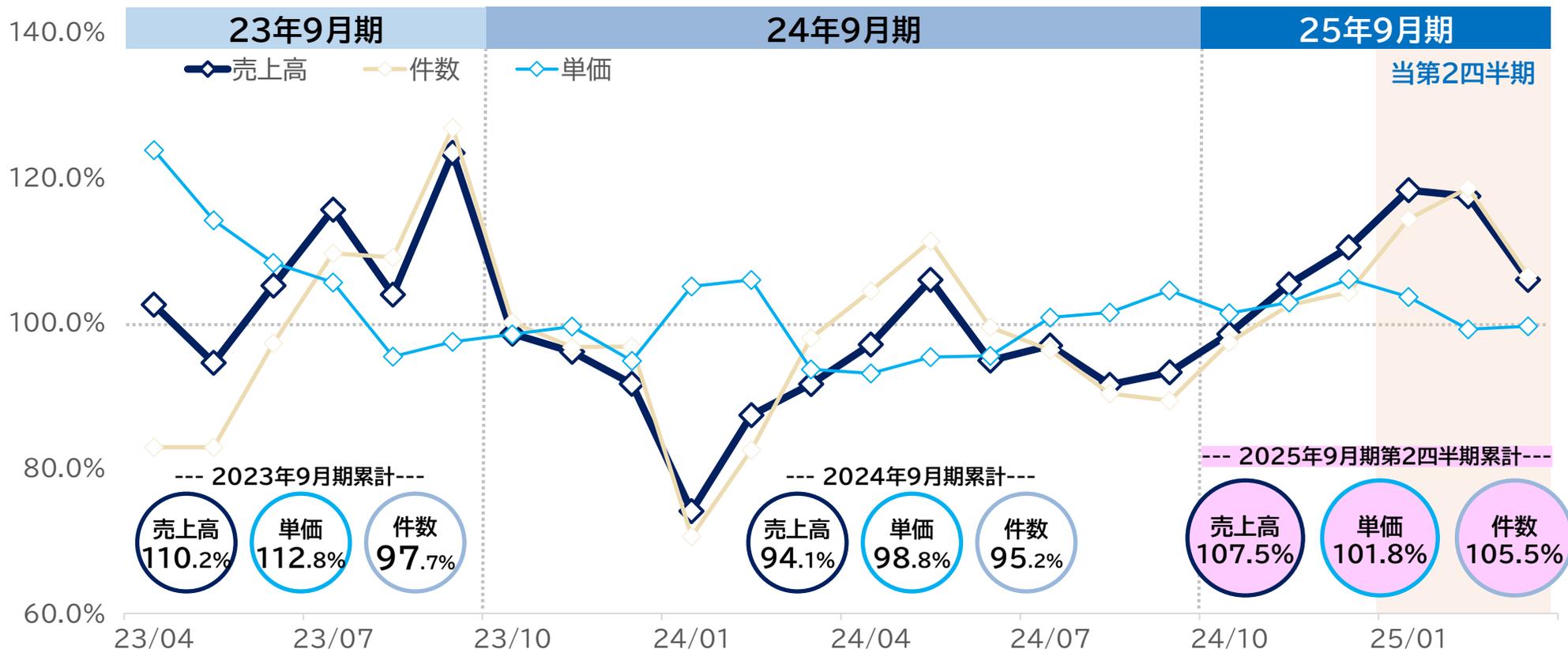


注:調整後営業利益=営業利益+本社費+(その他の費用-その他の収益)/本社費は財務・管理部等の本社機能に係る費用

KPI(前年比)

当第2四半期においては、閑散期に入り撮影単価については微増にとどまるも、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組みにより、撮影件数の回復基調が継続、**第1四半期に続き全項目で前年比プラスとなり、当第2四半期累計の売上高は前期比+7.5%**となった。

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

- 売上収益の増加等により、現金及び現金同等物は2.1億円増加
- 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】

	25年3月末	24年9月末	増減		25年3月末	24年9月末	増減
現金及び現金同等物	437	222	214	短期借入金	573	473	100
営業債権及びその他の債権	308	263	44	リース負債	611	614	-3
その他	224	286	-61	その他	1,092	841	250
流動資産合計	970	772	198	流動負債合計	2,276	1,929	347
有形固定資産	1,217	1,263	-45	借入金	1,787	2,024	-236
使用权資産	4,215	4,453	-238	リース負債	3,457	3,687	-229
のれん	5,635	5,635	0	その他	273	305	-32
その他	687	653	34	非流動負債合計	5,518	6,017	-498
非流動資産合計	11,756	12,005	-249	資本合計	4,932	4,831	100
資産合計	12,727	12,778	-51	負債及び資本合計	12,727	12,778	-51

<賃貸借契約等に伴い計上する使用权資産・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「使用权」として使用权資産に計上している。

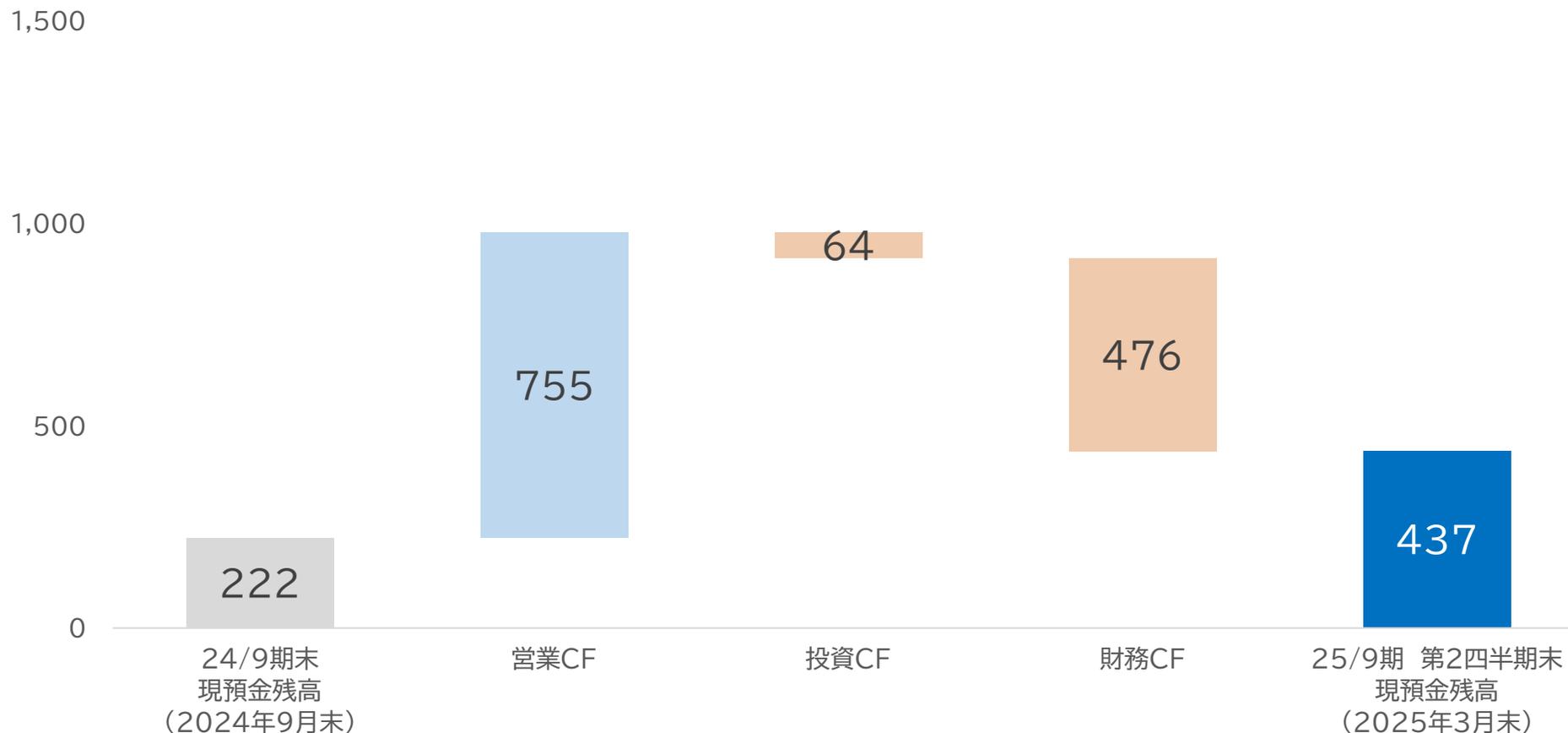
<総資産に占めるのれんの割合が高いことについて>

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44.3%(2025年3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7.5億円となり、投資CF、財務CFを吸収し、当期末現預金残高は**2.1億円増加**

【単位:百万円】



事業成長に向けた主な取り組み・トピックス

スタジオAQUA宇都宮インターパーク店出店

- ・関東圏でのシェア拡大を目指し、スタジオAQUA宇都宮インターパーク店を6月28日にオープン
- ・元結婚式場を居抜きで利用することにより、投資額を抑えながら、屋内庭園スタジオに加えて併設するチャペル、ガーデンなど多様な撮影が可能に
- ・大都市圏の既存店と異なり車が移動手段の中心となる郊外／地方都市エリアにおいて、アクセスの良い立地を確保、広範な商圏からの顧客獲得を図る
- ・他社からの送客提携も含め、集客チャンネルを多様化して地方都市型店舗のモデル構築を行う



インバウンド強化

インバウンド撮影件数前期比 +30.3%
 アイプリモ香港との提携により香港・マカオ地区の販売を強化しつつ、東南アジア数か国のブライダルフェアに出展、需要を調査しつつ受注活動を開始

株式会社エスクリとの協業開始

挙式・披露宴の企画・運営を主たる事業として展開する、株式会社エスクリのギフト専門ECサイト「アニクリオンラインストア」に両社の顧客を送客し、当社のアンバーサリーフォトを含む、結婚生活に彩を添える商品の販売を通してLTV向上を目指す

DE & Co. **×** *Escrit*
photography

事業成長に向けた主な取り組み・トピックス

アニバーサリーフォトの撮影シーン多様化

- ・「HAPISTA」の既存店舗を改装し、期間限定の新ブランド「Ashery」を2月に出店
- ・従来の「HAPISTA」とは撮影コンセプトを変え、従来とは異なるターゲットに対するテストマーケティングを実施



- ・「HAPISTA」は関東地区3店舗目の出店に向けて東京都内に店舗物件を確保、8月開店へ

国際コンテスト『SWPP』

3か月連続でHighly Commended Results受賞



2025/01
下園 啓祐 受賞作品



2025/02
下園 啓祐 受賞作品



2025/03 山村 祐太 受賞作品

- 1 2025年9月期第2四半期業績
- 2 株式会社IBJとの資本業務提携**
- 3 カンパニー・ハイライト

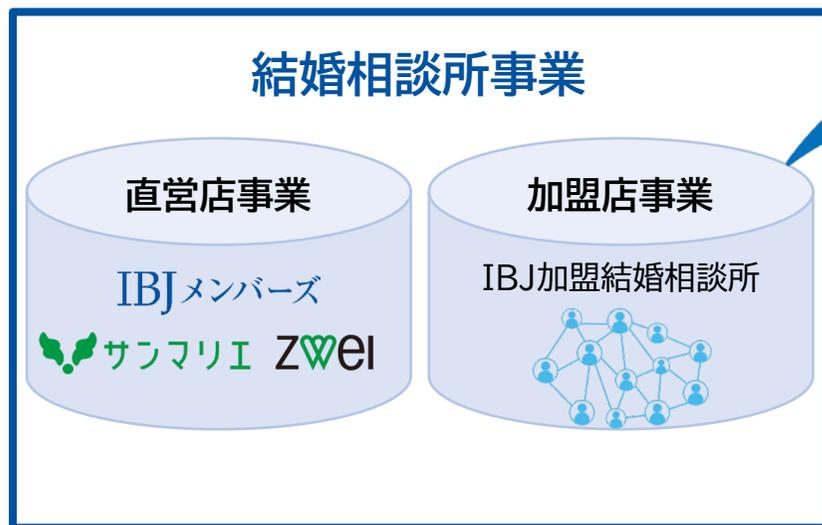
株式会社IBJとの資本業務提携契約 締結

- ✓ それぞれ保有する経営資源を活用することによる、それぞれのサービスの拡充及び新規事業の検討・開発・投資等
- ✓ それぞれの強みを活かしたサービスの向上及びマーケティングの推進
- ✓ IBJグループから当社グループへの成婚会員の送客等



DE & Co.
DECOLLTE & Company

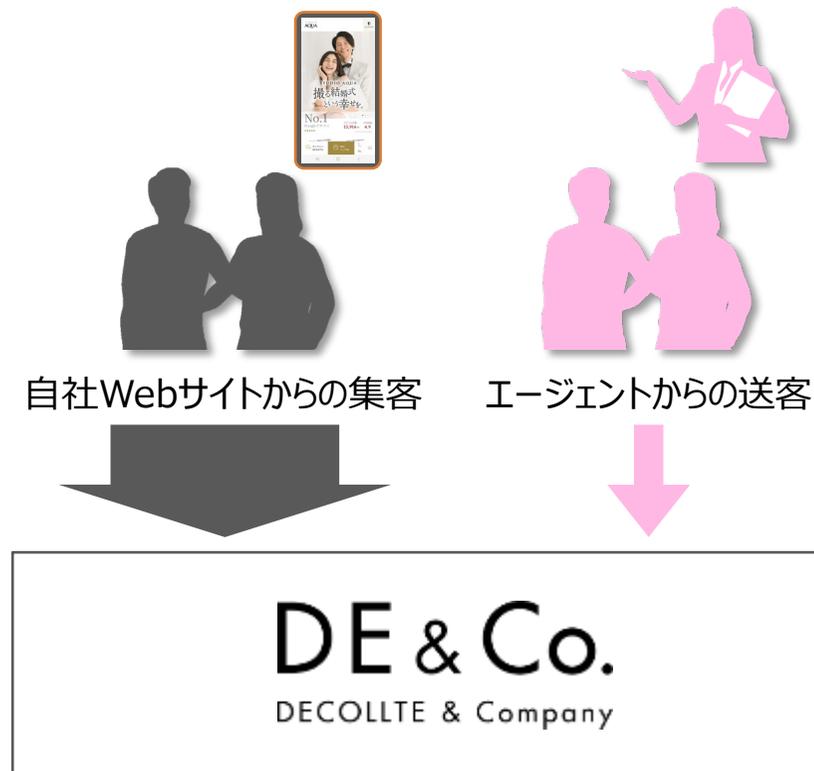
日本最大の婚活プラットフォームから
全国の当社グループの店舗へ成婚会員を送客



集客チャネル拡大による事業基盤の強固化

自社Webサイトを中心とする集客に、IBJグループからの送客が新たなチャネルとして加わることで、主要事業である**フォトウェディングの事業基盤を一層強化**

従来の集客構造



提携によるプラス効果

- ・SEOや広告による自社サイトへの誘導とは別に、新たに年間1万6千組以上（2024年実績）の成婚を創出するIBJグループの婚活プラットフォームへのアプローチが可能に
- ・結婚を決め「これから結婚イベントを考える」カップルに検討の初期段階からアプローチが可能
- ・既存店へのプラス効果に加え、新規出店先での開店前からの受注活動も可能に

IBJグループからの送客



- 1 2025年9月期第2四半期業績
- 2 株式会社IBJとの資本業務提携
- 3 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(2025年3月末日現在)	2011年	衣裳レンタル・サービスを開始
従業員数	419名(連結、2025年3月末日現在正社員数) うちフォトグラファー160名 うちメイクアップアーティスト157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) 2025年4月10日現在	株式会社IBJ(33.0%) 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%) 株式会社MIXI(3.5%)	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%

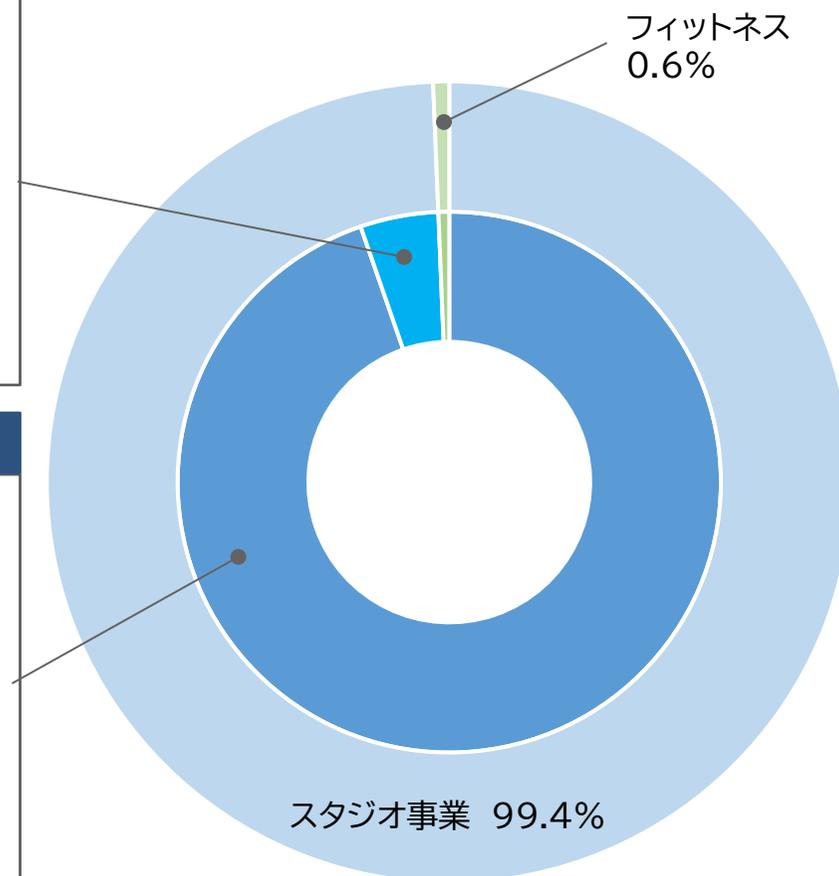


- 大切な記念日に気持ちに寄りそい**自然な笑顔を引き出す**撮影体験
- 子どもの冒険心がくすぐられる、仕掛けあふれるスタジオ
- プロフェッショナルによる**ハイクオリティ**なメイク・衣装・撮影
- スタジオ貸切や小物持ち込みなど希望に合わせ自由度の高い撮影

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



160人

メイクアップアーティスト

*3



157人

店舗数

*4



31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

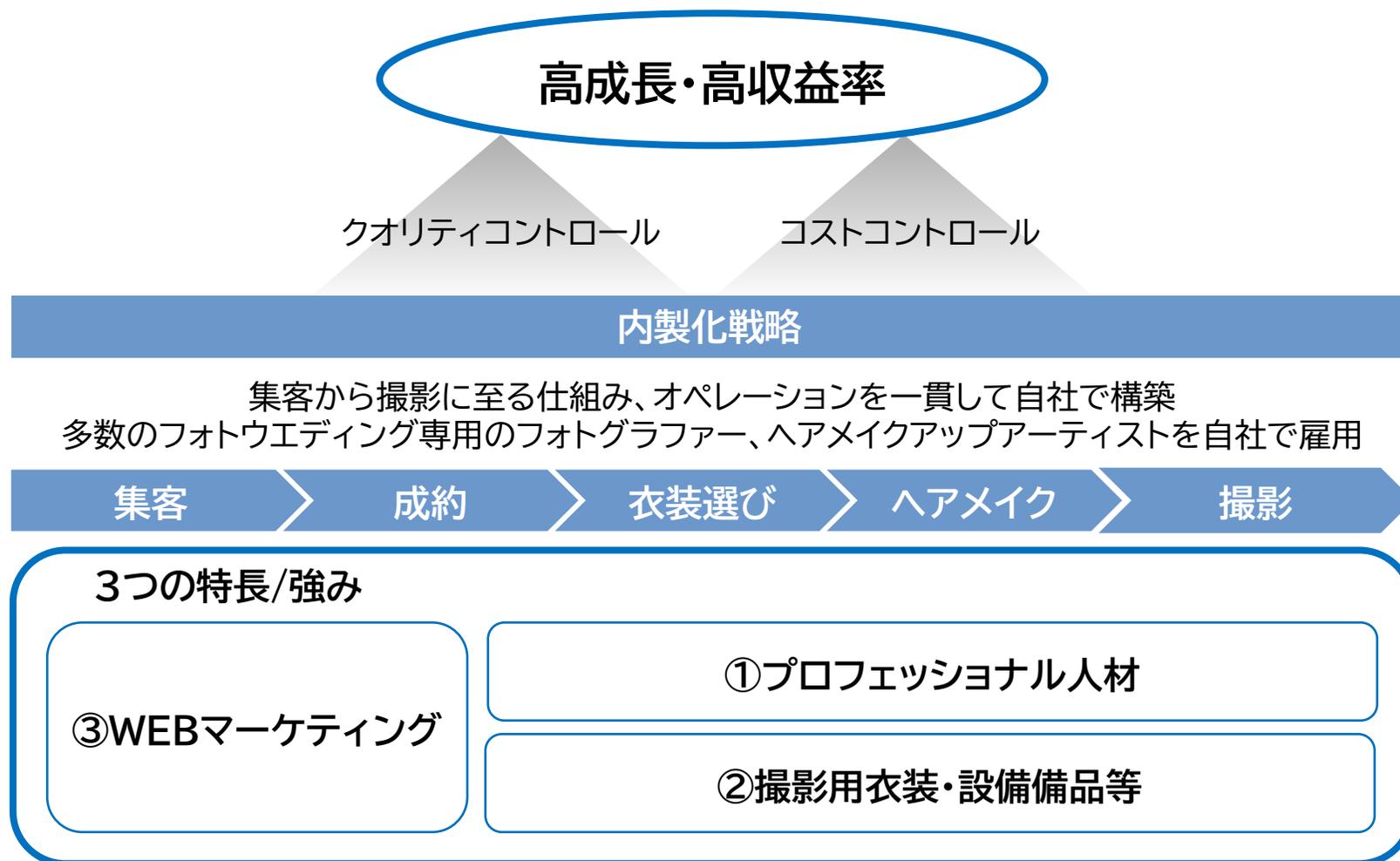
注3 : 2025年3月末時点の各職種の社員数

注4 : 2025年5月8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



160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



157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

注1：2025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

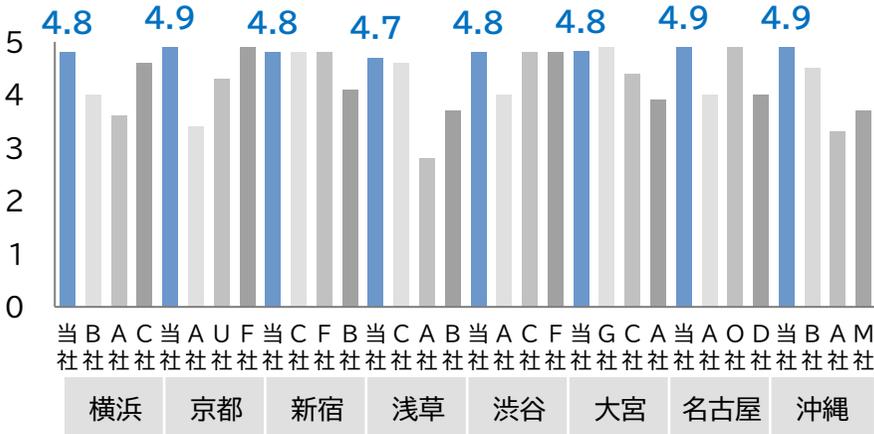
SNSへの露出を促進
フォトグラファー、メイクアップアーティストのSNS個人アカウントをフル活用



- ・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 2025/4/11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