

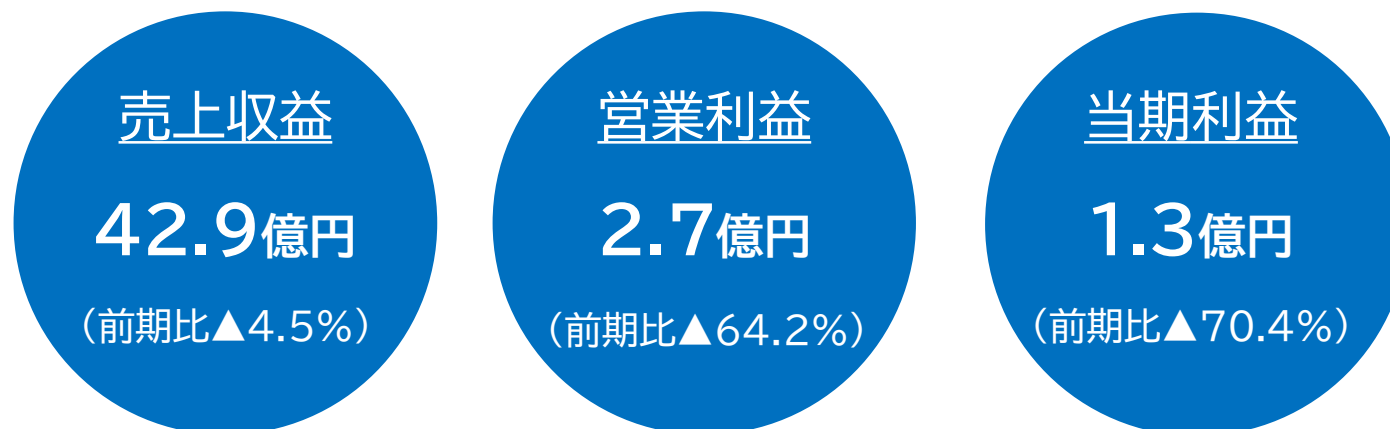


1 2024年9月期第3四半期業績

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、**撮影件数が当第3四半期においては前年同期比+5.0%となるも**、第3四半期累計では撮影単価の減少等もあり、前期比▲4.1%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▲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▲64.2%の減益
- 各店舗で来店型体験イベントを開催。**未出店地域でも期間限定ポップアップストアを出店しタッチポイントを拡大することで受注促進を図る。**

2024年9月期第3四半期連結包括利益計算書(IFRS)

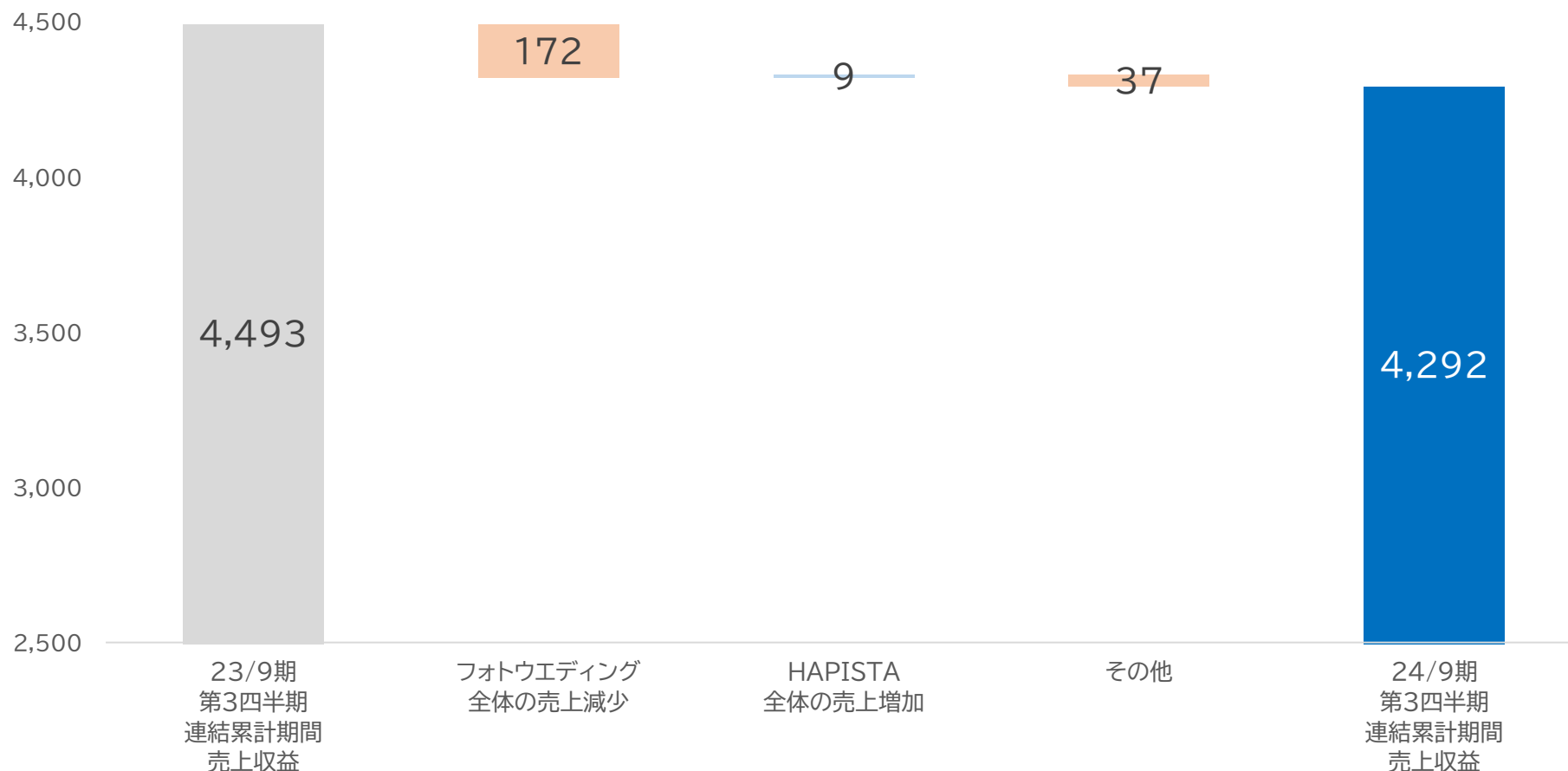
当第3四半期は、売上収益が前年同等水準に回復するも、累計では前期比▲4.5%減収。
営業利益は給与制度改定(賃金引上げ)や店舗数増に伴う人件費、減価償却費(賃借料)等の増加により、▲64.2%減益。

(単位:百万円)	24/9期 第3四半期 連結累計期間	23/9期 第3四半期 連結累計期間	前期比	24/9期通期 業績予想 (参考)	進捗率
売上収益	4,292	4,493	-4.5%	5,583	76.9%
売上総利益	1,454	1,831	-20.6%	1,597	91.1%
営業利益	278	777	-64.2%	184	150.9%
営業利益率	6.5%	17.3%	-	3.3%	-
当期利益	135	458	-70.4%	54	247.9%
当期利益率	3.1%	10.2%	-	1.0%	-

売上収益の変動要素分析

- 当第3四半期連結累計期間の売上収益は42.9億円(前期比-4.5%)

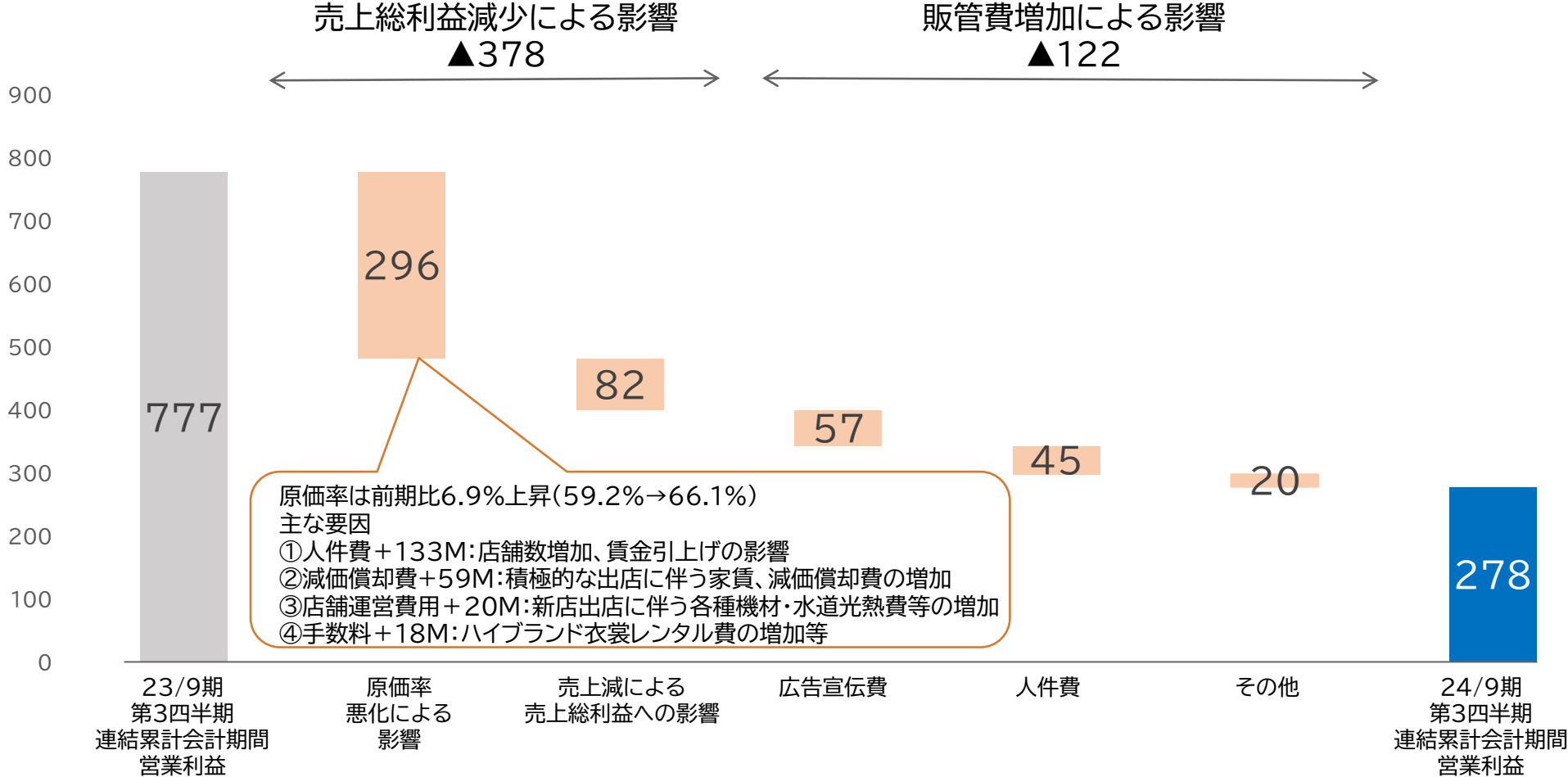
【単位:百万円】



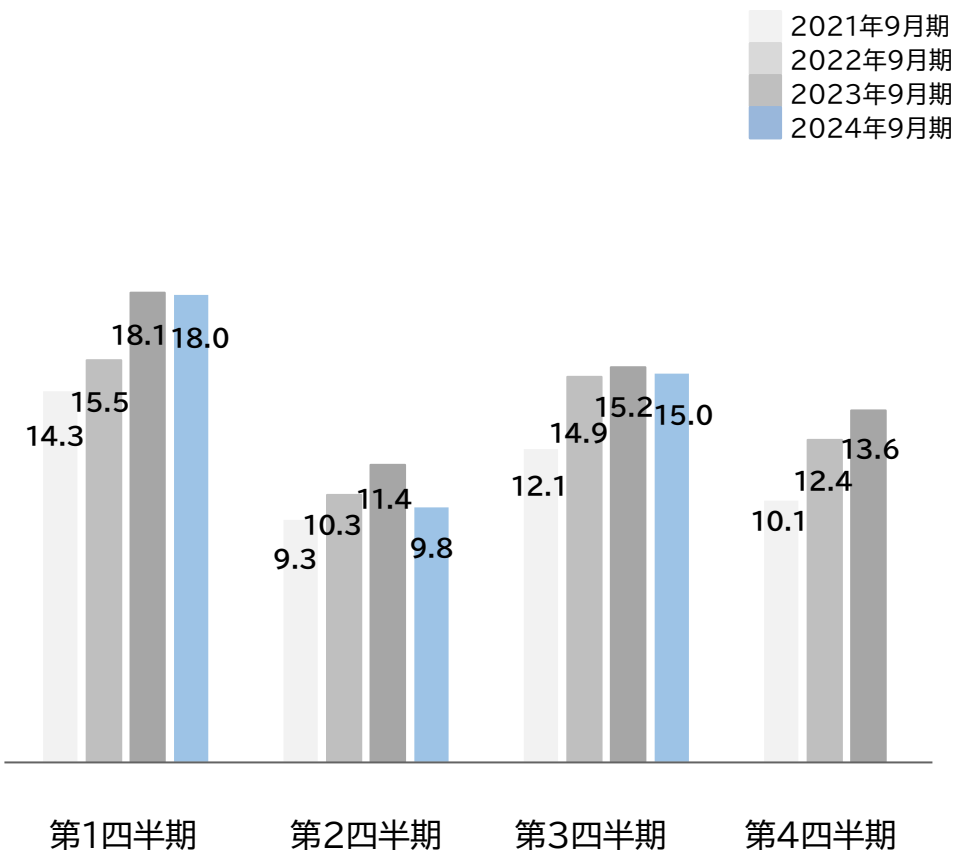
営業利益の変動要素分析

給与制度改定(賃金引上げ)や、店舗数増加に伴う人件費、減価償却費(賃借料)等による売上原価の上昇に加え、広告宣伝費や人件費増加により、営業利益278百万円(前期比▲64.2%)

【単位:百万円】

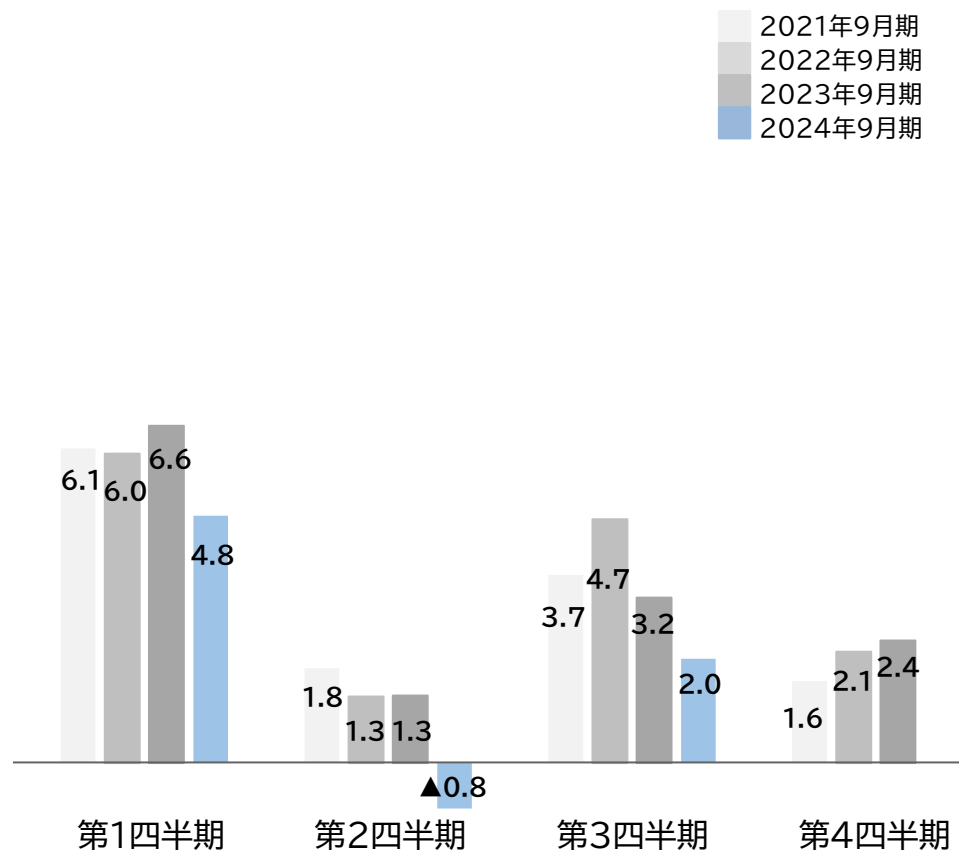


売上収益



調整後営業利益

【単位:億円】

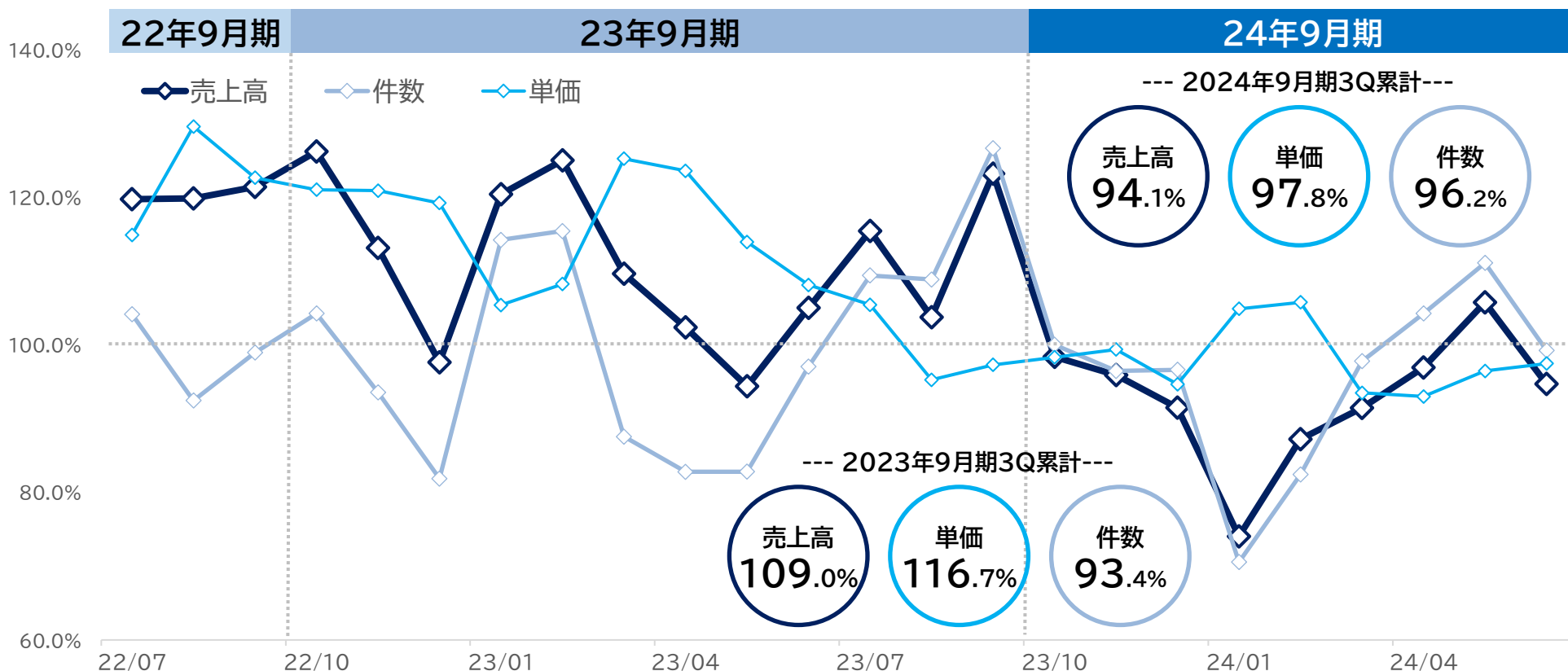


注:調整後営業利益=営業利益+本社費+(その他の費用-その他の収益) / 本社費は財務・管理部等の本社機能に係る費用

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
- 当第3四半期(4月～6月)の撮影件数は前年同期比105.0%、一方で撮影単価は同94.6%となり、売上高は同99.3%となった

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3.9億円減少。
- 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6月末	23年9月末	増減		24年6月末	23年9月末	増減
現金及び現金同等物	416	808	-392	短期借入金	477	2,448	-1,970
営業債権及びその他の債権	254	292	-37	リース負債	637	591	45
その他	234	175	58	その他	905	1,078	-172
流動資産合計	904	1,275	-371	流動負債合計	2,020	4,117	-2,097
有形固定資産	1,376	1,311	65	借入金	2,142	472	1,669
使用権資産	4,824	4,796	27	リース負債	3,998	4,013	-14
のれん	5,635	5,635	0	その他	305	287	18
その他	635	634	0	非流動負債合計	6,446	4,772	1,673
非流動資産合計	12,471	12,377	94	資本合計	4,910	4,763	147
資産合計	13,376	13,653	-276	負債及び資本合計	13,376	13,653	-276

<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。

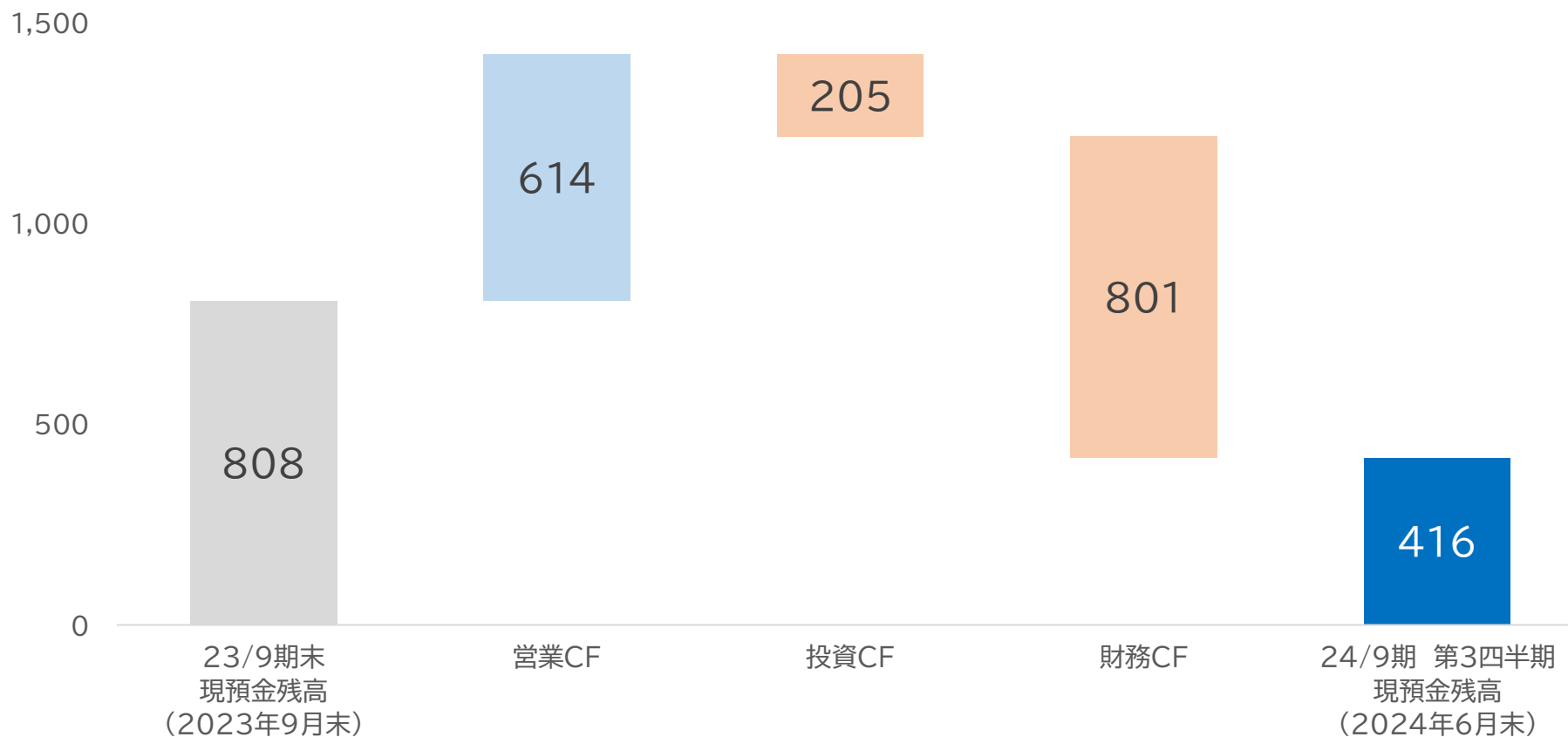
<総資産に占めるのれんの割合が高いことについて>

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42.1%(2024年6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6.1億円
- 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3.9億円減少

【単位:百万円】



2024年9月期第3四半期 フォトウエディング改善への取り組み

タッチポイント拡大による受注促進

-ウエディングフォト体験イベントの強化

新規来店時のプログラム改善や、リアルイベントの開催を強化、フォトグラファーやメイクアップアーティストを自社雇用する当社ならではの**サービスとクオリティ、撮影の楽しさ**を体感いただくことで**撮影件数の向上**に取り組む。

-未出店地域でのポップアップストア出店(6月に初出店)

未出店地域で費用を抑えながらフォトウエディングの相談や撮影体験ができる期間限定のポップアップストアを出店。お客様の近くに出向くことで、**興味・関心はあるが問い合わせに至っていない層の受注機会**を獲得。一定の効果が見られ、エリアを増やし継続的に実施。



フォトウエディング顧客のLTV向上

-フォトウエディングとアニバーサリーフォトをつなぐフォトサービスを6月より開始

当社でフォトウエディングを撮影した顧客に対し、結婚記念日やマタニティフォトなどを気軽に利用できるフォトサービスの提供を開始。

年間約2万組の新規顧客とのリレーションを活かしつつ、アニバーサリーフォトサービスへつなげる取組を強化。



2024年9月期第3四半期 アニバーサリー改善への取り組み

MIXIとの連携(集客強化)

-「みてねスタジオ撮影 byハピスタ」を7月より開始

MIXIが提供する**家族向け写真・動画共有アプリ「家族アルバム みてね」と連携。**

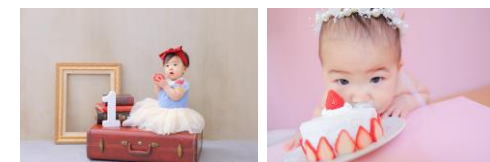
お子様の誕生日が近い「みてね」ユーザーにアプリ内でHAPISTAでのスタジオ撮影をお勧めするなどの集客の取組を開始。

集客チャネルを拡げつつ、プロフェッショナルが撮る思い出に残るバースデーフォト体験の提供を行い**リピート需要の獲得**を進める。



体験イベントの実施(認知向上・受注促進)

新規顧客向けに無料撮影体験会等のイベントを各店舗で強化。スタジオ見学、ヘアメイクや撮影体験を通して**「撮影そのものの楽しさ」**を顧客に**実体験**して頂き、**新規顧客獲得**と、**獲得に効果的な口コミ情報の蓄積**を図る。



2024年9月期第3四半期 主な取り組み

インバウンド顧客の獲得強化

- 問い合わせ件数前年同期比 **+42.0%**
- 撮影件数前年同期比 **+96.2%**

香港のブライダルイベントへの出展を継続し、問い合わせ、撮影件数とも引き続き順調に拡大。



- ブライダルジュエリー専門店「I-PRIMO」の香港現地法人 Primo Diamond Hong Kong Ltd.と提携、香港・マカオ地区での顧客獲得をさらに強化

24年9月以降、香港における**フォトウェディングサービス専売店舗の新設**、オンライン販売及びブライダルフェア等の催事での販売を委託。来期は**コロナ禍前を超える顧客獲得**を目指す。

「Japan ticket」との提携開始

- 訪日外国人観光客向け撮影サービス「都々路（つつじ）」のプロモーションを強化

多くの訪日観光客に利用されているeチケット管理システム「Japan ticket」の利用を6月より開始。海外の主要な旅行口コミサイトへの掲載数も増加。



スタジオリニューアル

ウエディング、アニバーサリーともスタジオのリニューアルを随時実施し、**集客の拡大、店舗稼働向上**を図る



- 24年6月リニューアル実施
- スタジオイト名古屋駅前店: “花のチャペル”としてリニューアル
- HAPISTA堀江公園、江坂スタジオ改装: LED照明の導入、背景リニューアルなど

1 2024年9月期第3四半期業績

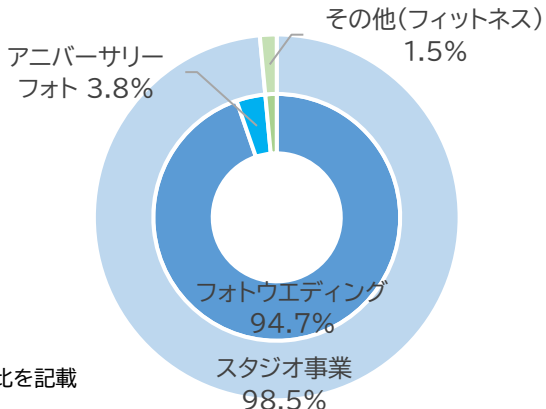
2 カンパニー・ハイライト

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6月末日現在)
従業員数	450名(連結、2024年6月末現在正社員数) うちフォトグラファー182名 うちメイクアップアーティスト168名
株主(発行済株式総数に対する所有割合) 2024年3月31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 **182人** / メイクアップアーティスト社員 **164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**

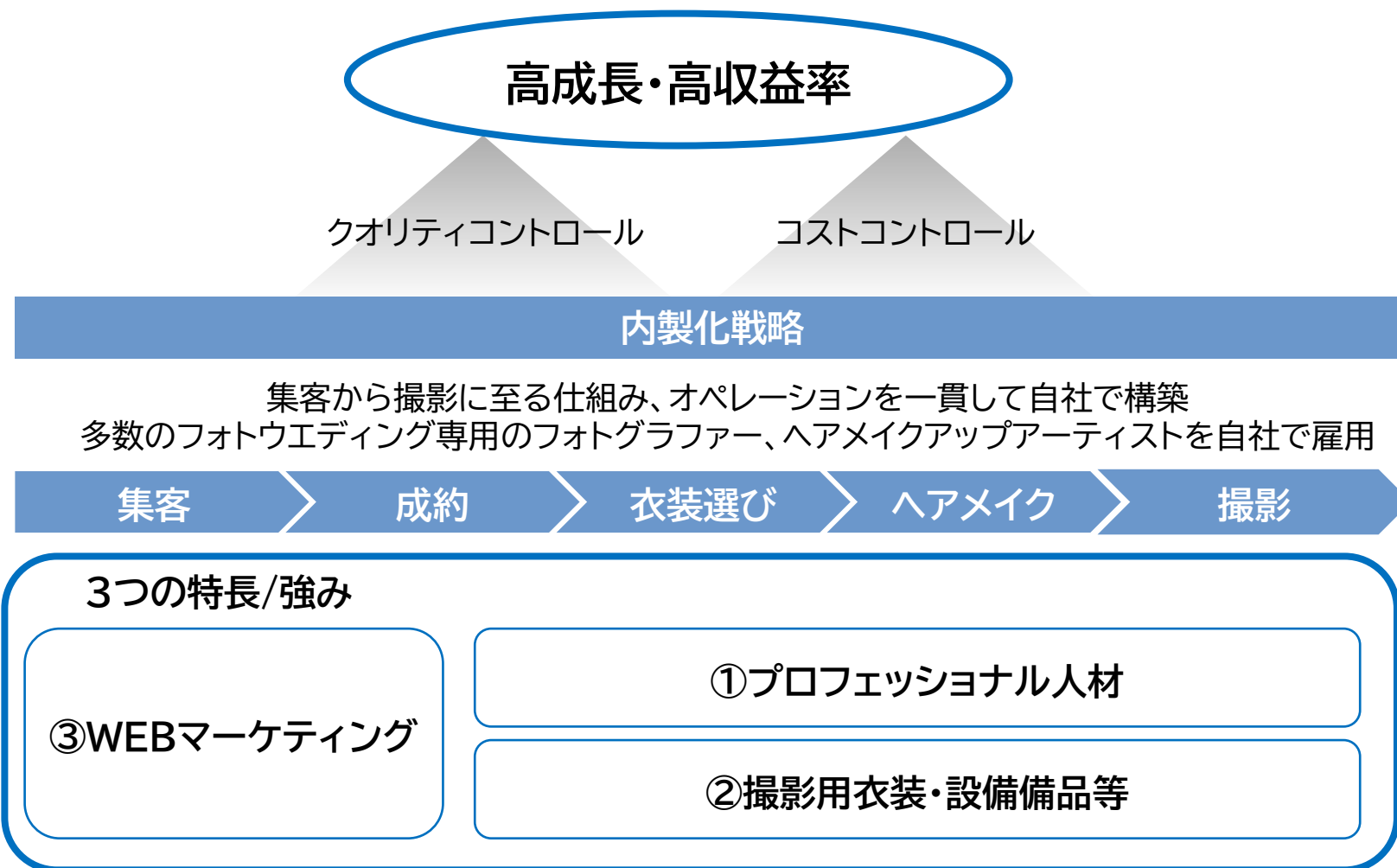
注1：2018年時点の当社シェア（13.4%）。当社のフォトウエディング年間撮影組数÷（ナシ婚の撮影実施組数+挙式あり・専門業者にて撮影実施組数）にて算出

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6月末時点の各職種の社員数

注4：2024年8月5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



182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



164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6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

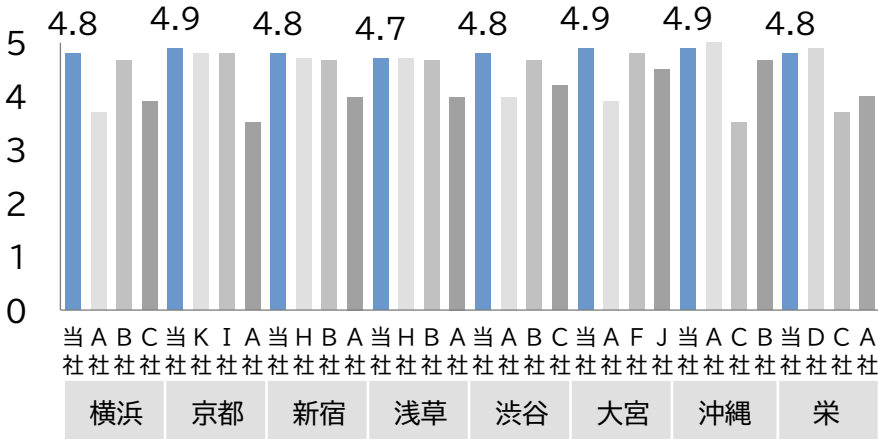
SNSへの露出を促進
 • フォトグラファー、メイクアップアーティストのSNS個人アカウントをフル活用

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 2024/8/1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