



- 1 2025年9月期第3四半期業績
- 2 カンパニー・ハイライト

1 2025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（第3四半期累計）



業績サマリー

- フォトウェディングサービスにおいて、**第1四半期より継続的に撮影件数および撮影単価が前年同期を上回って推移し**、アニバーサリーフォトサービスにおいても増収が継続した結果、売上収益は**46.5億円と前期比+8.4%の増収**となり、**第3四半期累計において過去最高売上**となった
- 営業利益は、人員増に伴い人件費は増加したものの、売上収益の増加、仕入れコストの削減、減価償却費の減少などにより、**4.4億円と前期比+60.3%の増益**となった

2025年9月期第3四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2四半期をさらに上回る水準に伸長
- 人員数増加に伴い人件費が増加したものの、増収及び仕入れコストの低減や減価償却費の減少などにより利益率が改善し、営業利益、当期利益ともに増益

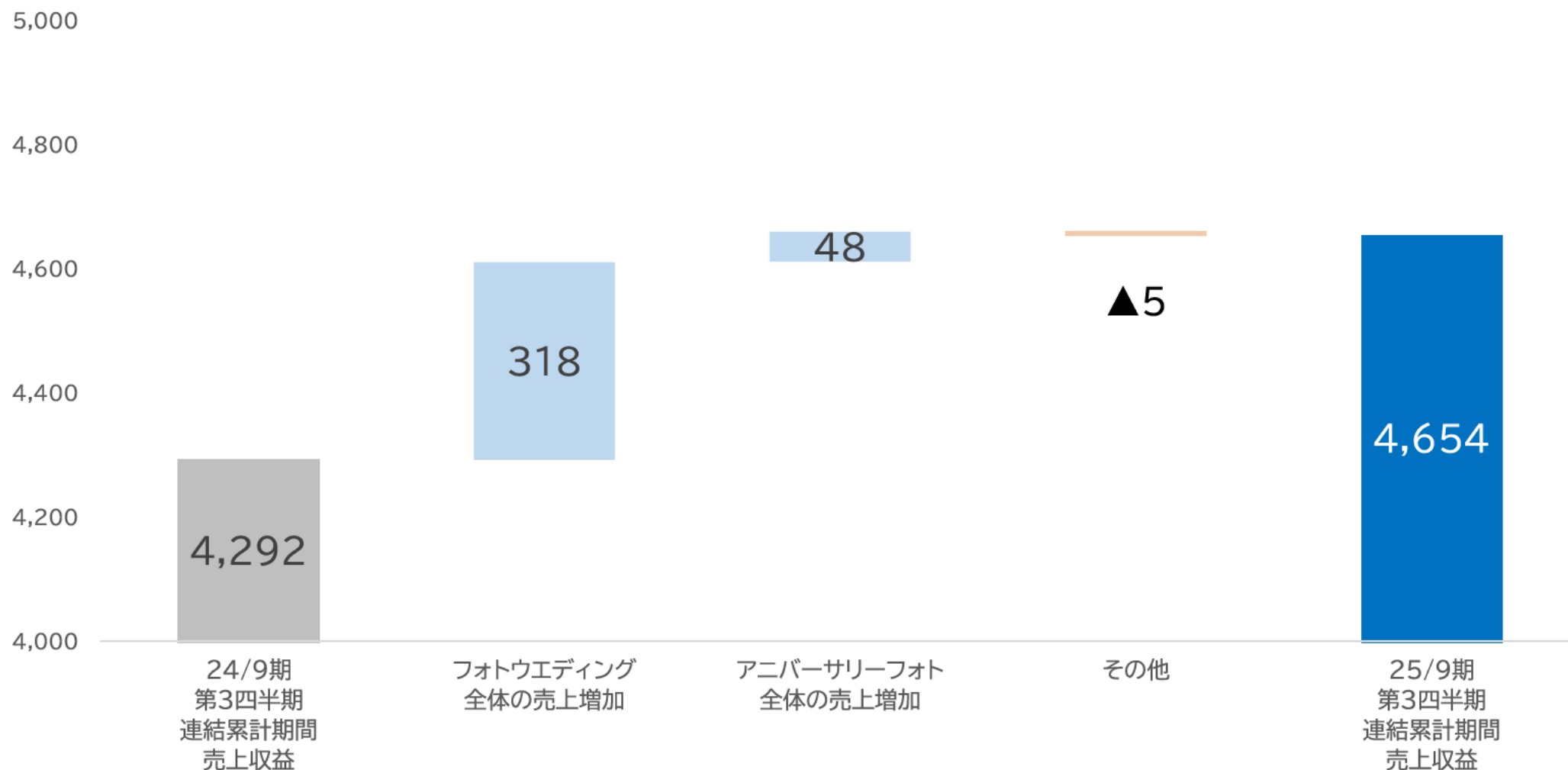
(単位:百万円)	25/9期 第3四半期 連結累計期間	24/9期 第3四半期 連結累計期間	前期比	25/9期 通期業績予想
売上収益	4,654	4,292	8.4%	5,991
売上総利益	1,694	1,454	16.5%	2,051
売上総利益率	36.4%	33.9%	+2.5pt	34.2%
営業利益	445	278	60.3%	279
営業利益率	9.6%	6.5%	+3.1pt	4.7%
当期利益	242	135	79.2%	119
当期利益率	5.2%	3.2%	+2.1pt	2.0%

※ 通期の連結業績予想につきましては、2024年11月5日に公表いたしました業績予想を変更しておりません。閑散期にあたる第4四半期の業績進捗を踏まえ、業績予想を修正する必要(売上収益:±10%以上、各利益項目:±30%以上の変動)が生じた場合には、速やかに開示します。

売上収益の変動要素分析

- 当第3四半期連結累計期間の売上収益は**46.5億円(前期比+8.4%)**
- 「その他」はフィットネスジム芦屋店閉店に伴う減収

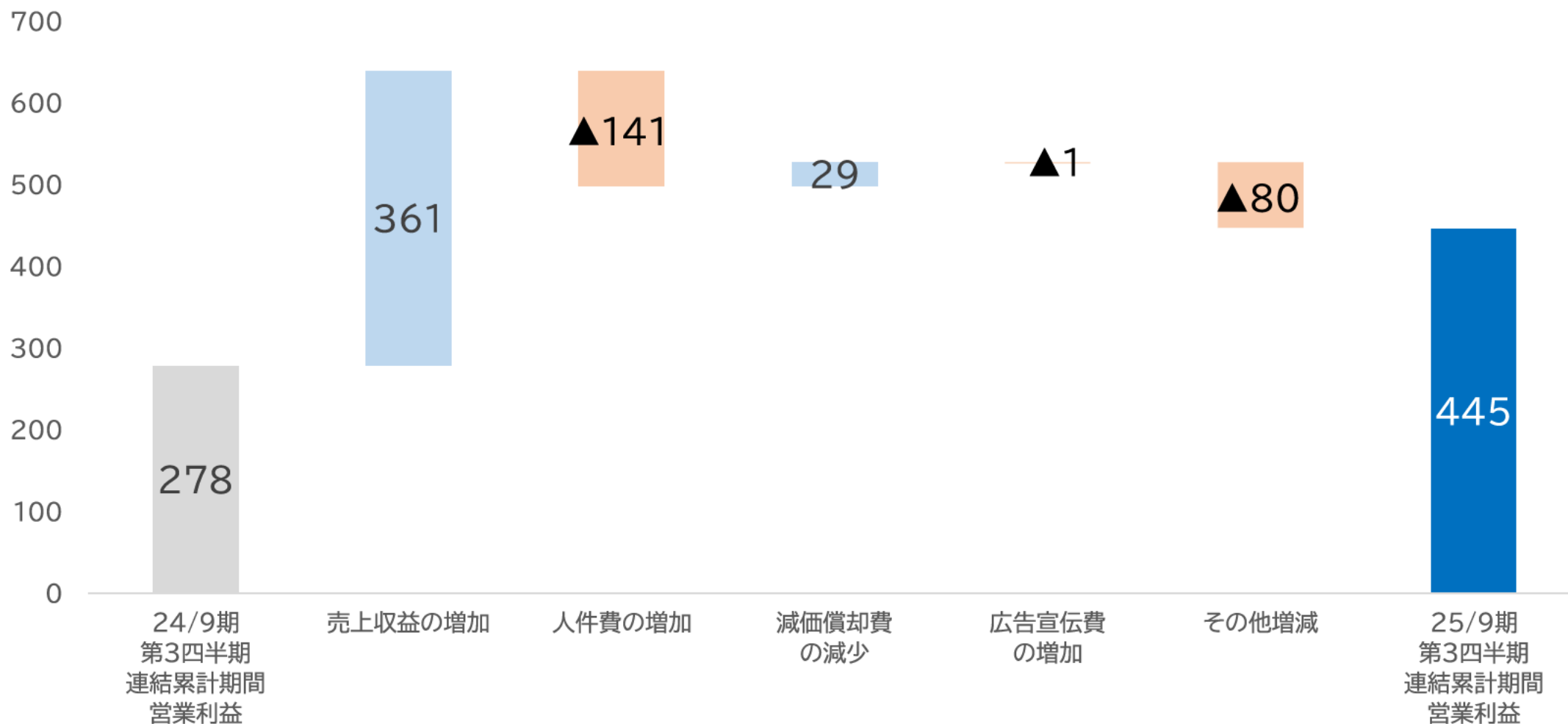
【単位:百万円】



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445百万円(前期比+60.3%)**

【単位:百万円】

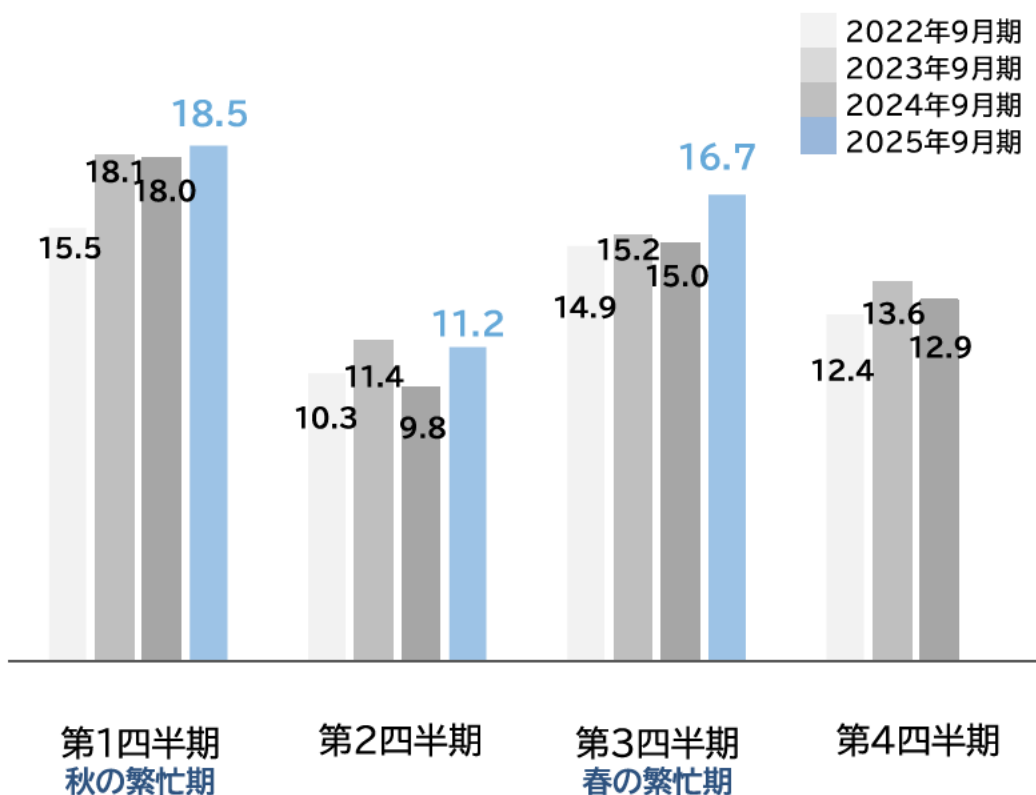


四半期業績推移データ

【単位:億円】

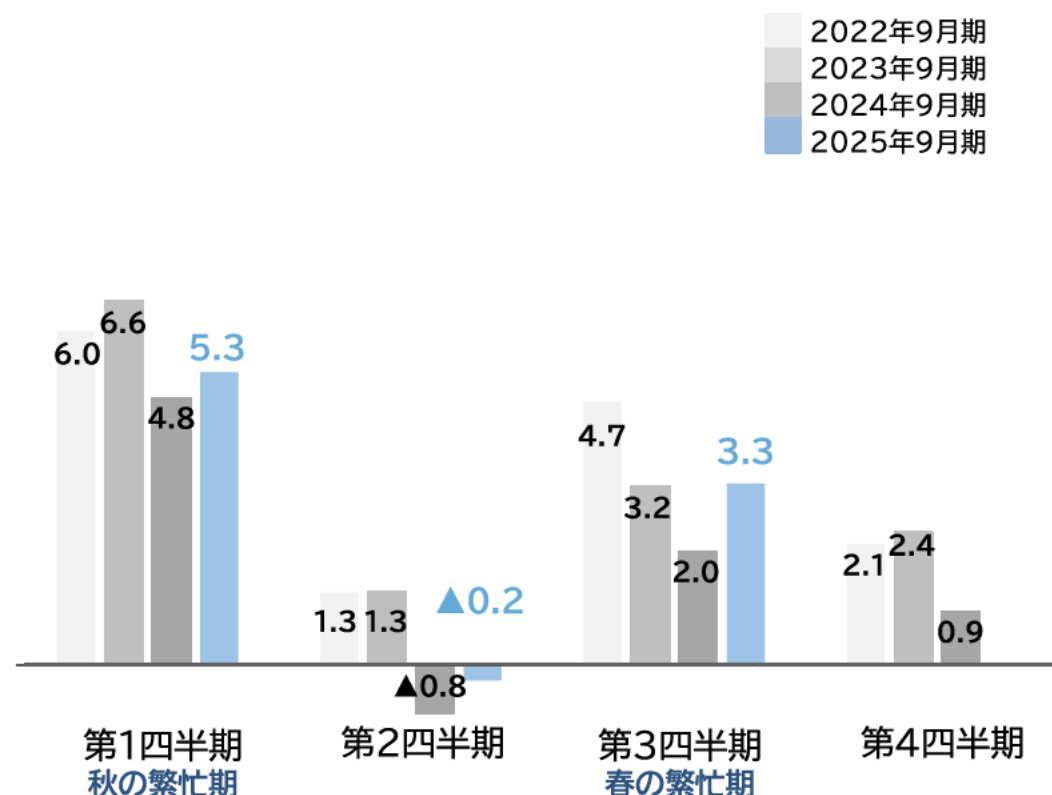
売上収益

春の繁忙期にあたる第3四半期において、従前からの集客・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、**16.7億円と過去最高に伸長**



調整後営業利益

人員増に伴い人件費が増加したものの、売上収益の大幅増と幅広いコスト低減により、一昨年を上回る**3.3億円まで回復**

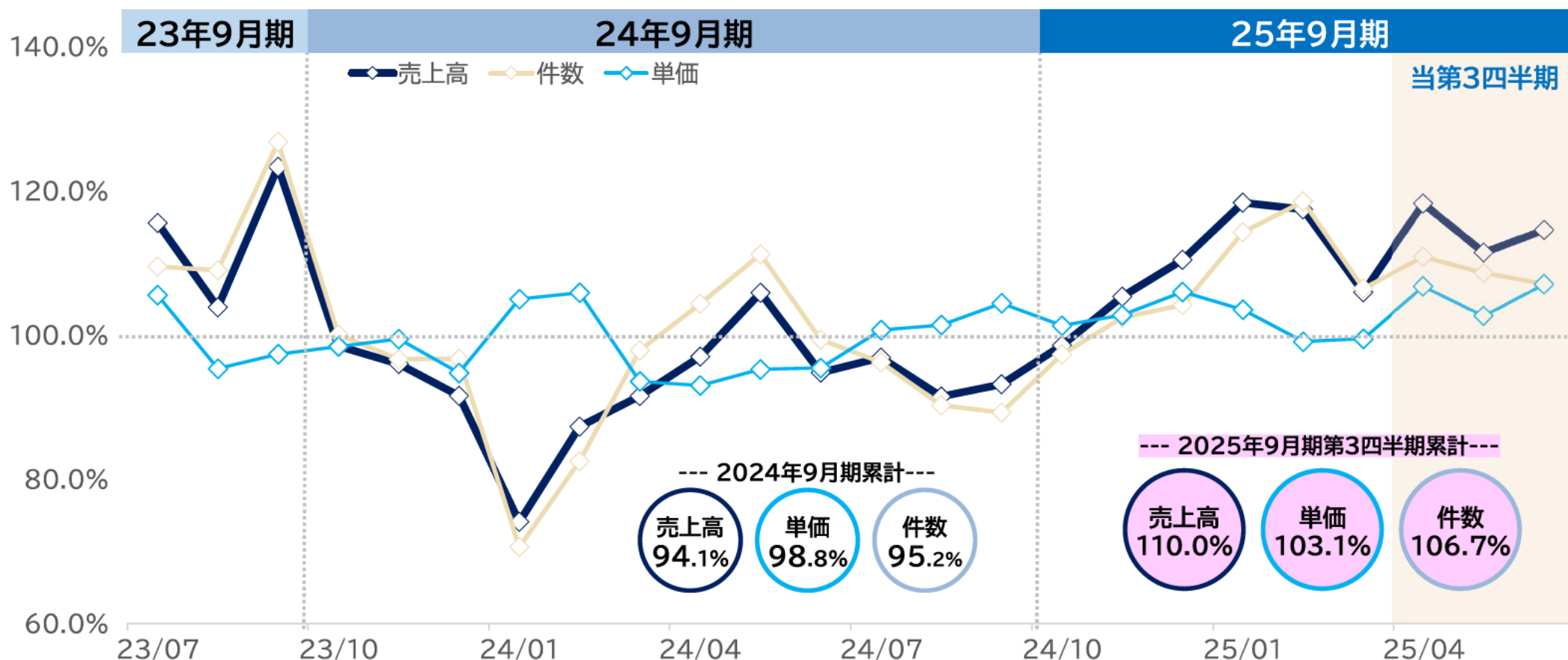


注: 調整後営業利益 = 営業利益 + 本社費 + (その他の費用 - その他の収益) / 本社費は財務・管理部等の本社機能に係る費用

KPI(前年比)

当第3四半期においては、広告宣伝費の効果的な配分等による集客数の増加や接客品質の改善により、撮影件数、客単価ともに伸長。第1・第2四半期に続き全項目で前年比プラスとなった結果、当第3四半期累計の売上高は前期比+10.0%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2.6億円増加
- 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6月末	24年9月末	増減		25年6月末	24年9月末	増減
現金及び現金同等物	489	222	266	短期借入金	473	473	0
営業債権及びその他の債権	300	263	36	リース負債	643	614	29
その他	208	286	-78	その他	1,257	841	416
流動資産合計	997	772	225	流動負債合計	2,374	1,929	445
有形固定資産	1,281	1,263	18	借入金	1,669	2,024	-354
使用権資産	4,392	4,453	-61	リース負債	3,589	3,687	-97
のれん	5,635	5,635	0	その他	287	305	-18
その他	691	653	38	非流動負債合計	5,546	6,017	-470
非流動資産合計	12,001	12,005	-3	資本合計	5,078	4,831	246
資産合計	12,999	12,778	221	負債及び資本合計	12,999	12,778	221

<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)の賃貸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。

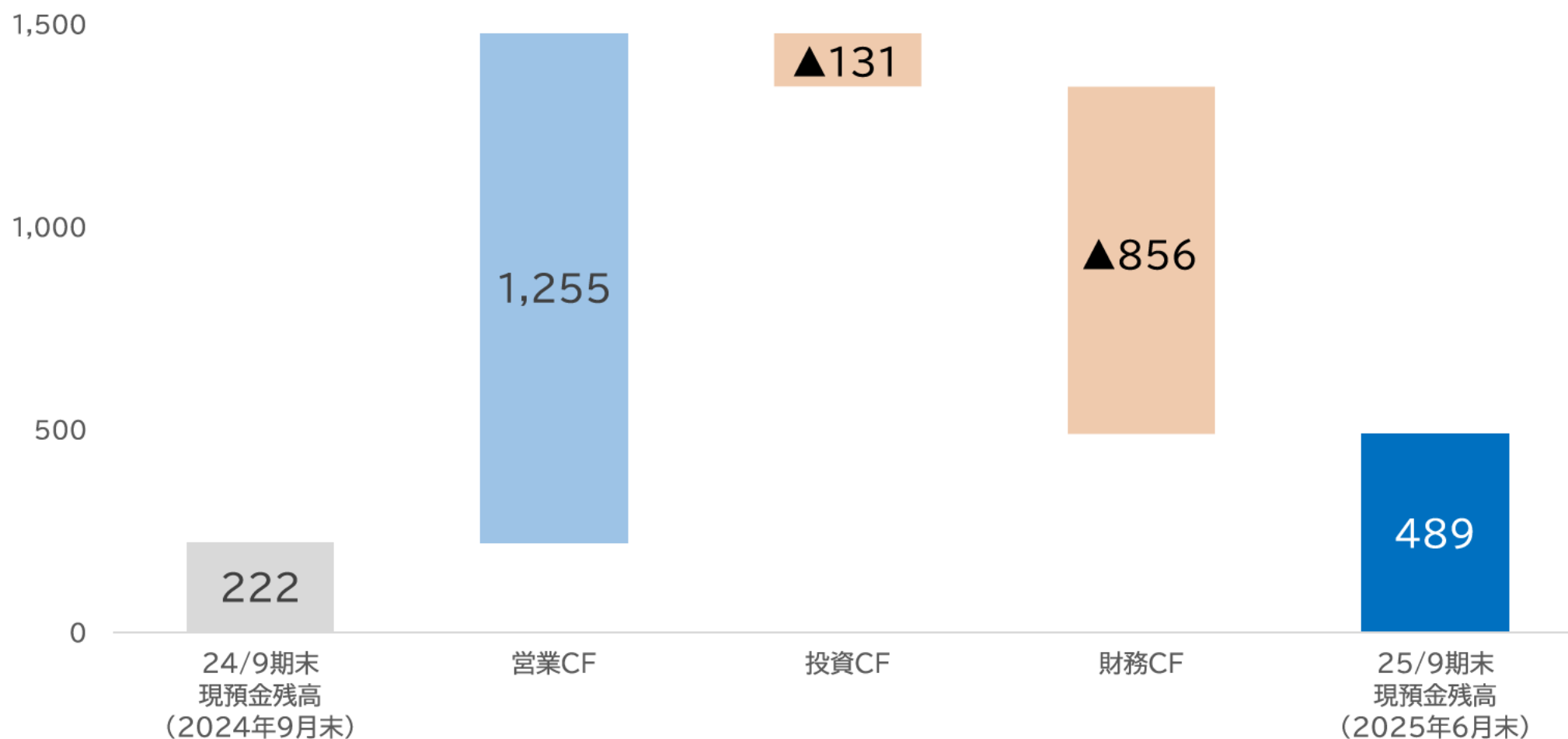
<総資産に占めるのれんの割合が高いことについて>

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43.3%(2025年6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12.5億円となり、
投資CF、財務CFを吸収し、当期末現預金残高は**2.6億円増加**

【単位:百万円】



事業成長に向けた主な取り組み・トピックス

資本業務提携に基づくIBJグループから当社フォトウエディング事業への送客の取組を開始

- ・4月に資本業務提携を交わした株式会社IBJとの間で、6月から送客の取組を開始
- ・設定した送客目標通りの実績を挙げ順調なスタート、今後も様々な浸透施策により送客数の増加を目指す
- ・受注から撮影までのリードタイムもあり、本格的な業績への反映は26年9月期以降となる見込み

挙式事業者などブライダル関連企業との提携も進め、集客チャネルを拡大

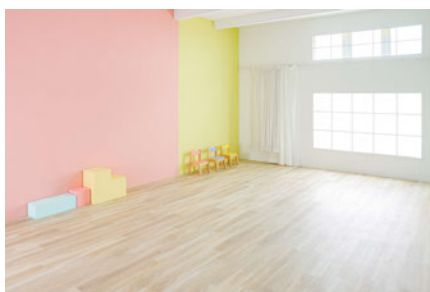
- ・当社の店舗立地を踏まえ、商圈の重なる挙式事業者との送客提携を順次開始
- ・全国展開するジュエリー販売大手と提携、顧客を相互に送客する取組も開始

 IBJとの提携に加えて、様々な事業者との提携により、主力のWEBサイト以外からの集客ルートを強化、既存店の撮影件数の増加と新店の早期立ち上げにつなげる

事業成長に向けた主な取り組み・トピックス

HAPISTA COMMONS立川立飛店 出店

- HAPISTAの東京都内3店舗目となる「HAPISTA COMMONS立川立飛店」を、新規開業する商業施設「COMMONS TACHIKAWA TACHIHI」のオープニングテナントとして7月に出店
- 七五三やバースデーなどの子ども撮影はもちろん、3世代そろっての記念撮影や、ペットとの撮影など幅広いターゲット・ニーズへの対応を視野に入れ、異なる世界観を持つ2つの撮影スタジオを設置



フォトウェディングスタジオ リニューアル

- 顧客への新たな撮影シーンの提案と競合他社との差別化のため、既存スタジオのリニューアルを順次実施
- オープンから3周年を迎えた「スタジオTVBなんばパークス店」ではハウススタジオとチャペルスタジオを7月にリニューアル



インバウンド強化

インバウンド撮影件数前期比 +38.5%

- 現地に店舗販売網を持つ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
- 東南アジア数か国における受注活動強化に向けたマーケティング活動を継続

事業成長に向けた主な取り組み・トピックス

入籍フォトサービス「マリピック！」リリース

- 結婚に対する価値観が変化し、記念日として「入籍日」を重視するカップルがZ世代を中心に増加
- ニーズの増大に応え、入籍の記念写真を撮影する入籍フォトサービス「マリピック！」をリリース
- ドレスやタキシードは不要で、普段着のまま自然体の二人をプロのフォトグラファーが撮影
- 結婚に際してニーズが顕在化する前の潜在顧客にプロによる撮影を体感してもらうことにより、フォトウエディングへの認知・関心を高める
- 追加の設備投資や人件費を必要とせず、リーズナブルな価格で提供しつつ稼働率の向上にも効果

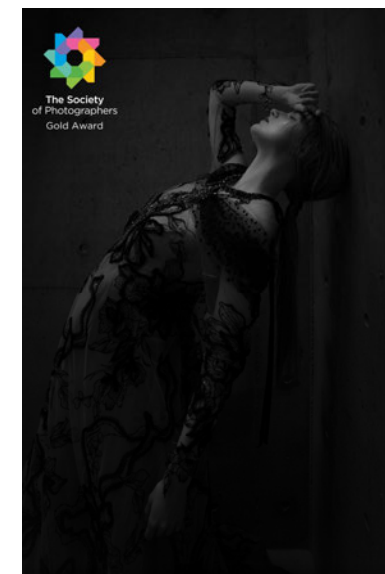


国際コンテスト『SWPP』

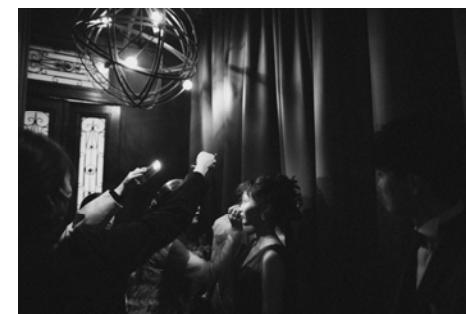
- 2025年に入り、6か月連続で受賞継続
- 6月はGold Awardを受賞



2025/04
山村 祐太 受賞作品



2025/06
薩摩 秀二 受賞作品



2025/05 下園 啓祐 受賞作品

1 2025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(2025年6月末日現在)
従業員数	488名(連結、2025年6月末日現在正社員数) うちフォトグラファー188名 うちメイクアップアーティスト192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) 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%)

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%

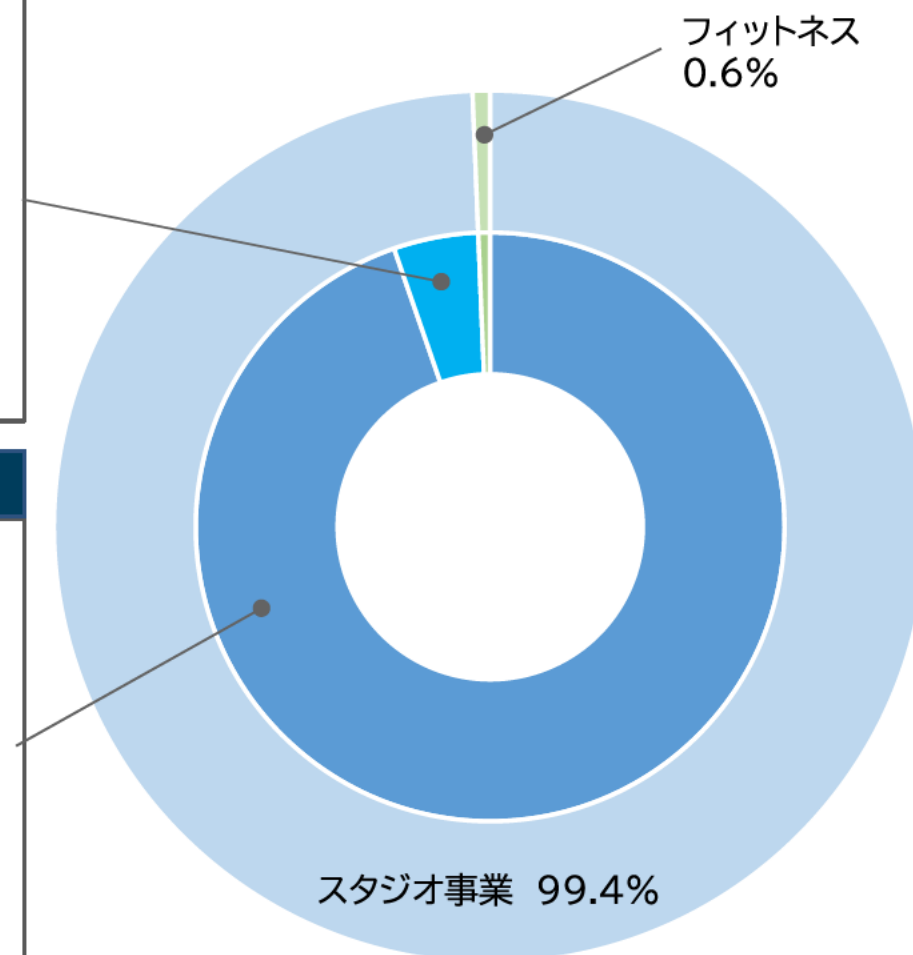


- 大切な記念日に気持ちに寄りそい自然な笑顔を引き出す撮影体験
- 子どもの冒険心がくすぐられる、仕掛けあふれるスタジオ
- プロフェッショナルによるハイクオリティなメイク・衣装・撮影
- スタジオ貸切や小物持ち込みなど希望に合わせ自由度の高い撮影

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

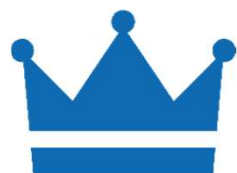


注1 : 2024年9月期の売上収益構成比を記載

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



188人

メイクアップアーティスト

*3



192人

店舗数

*4



33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

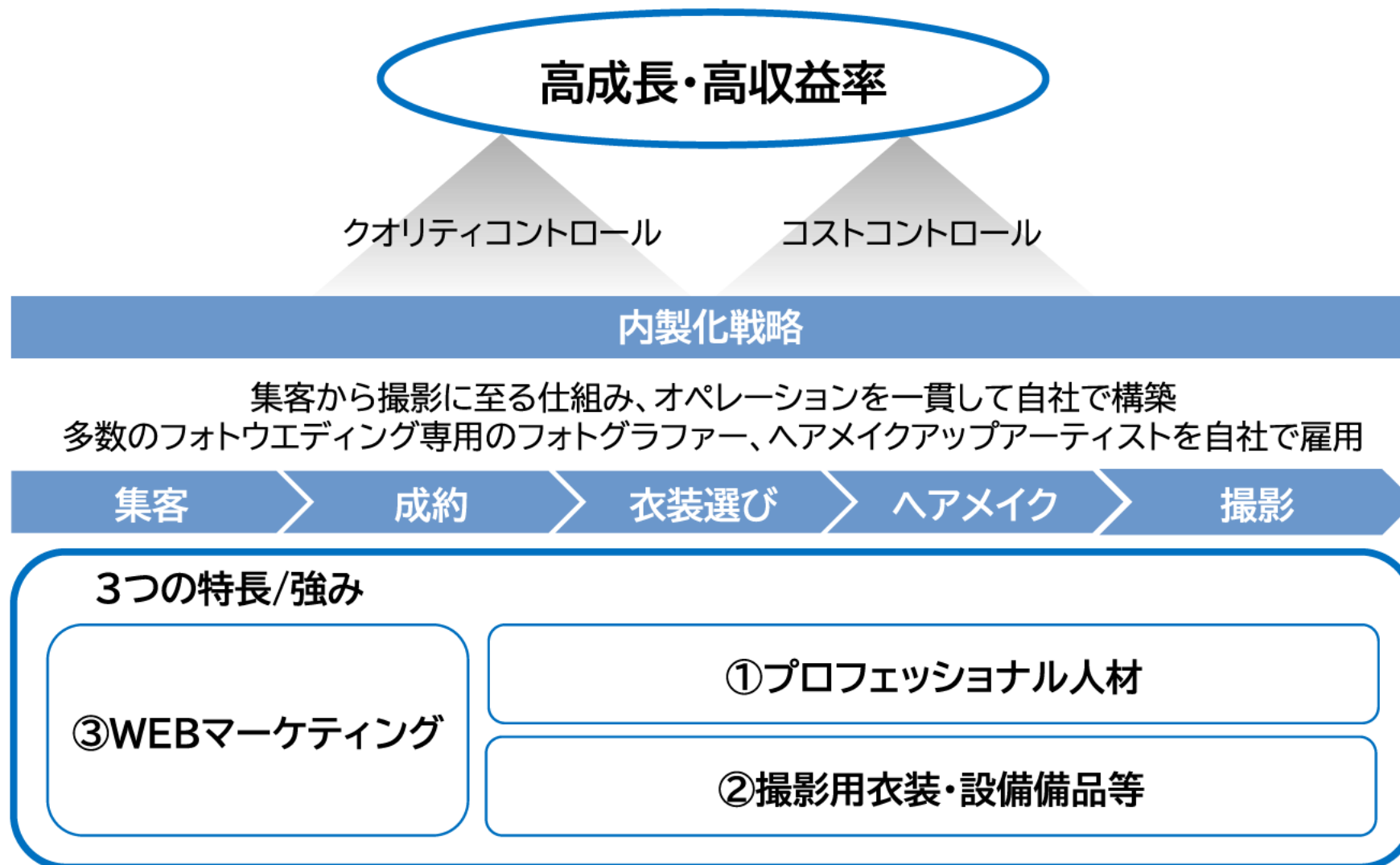
注3 : 2025年6月末時点の各職種の社員数

注4 : 2025年8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



188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



192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1：2025年6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製作チームを内製化、
機動的な対応が可能

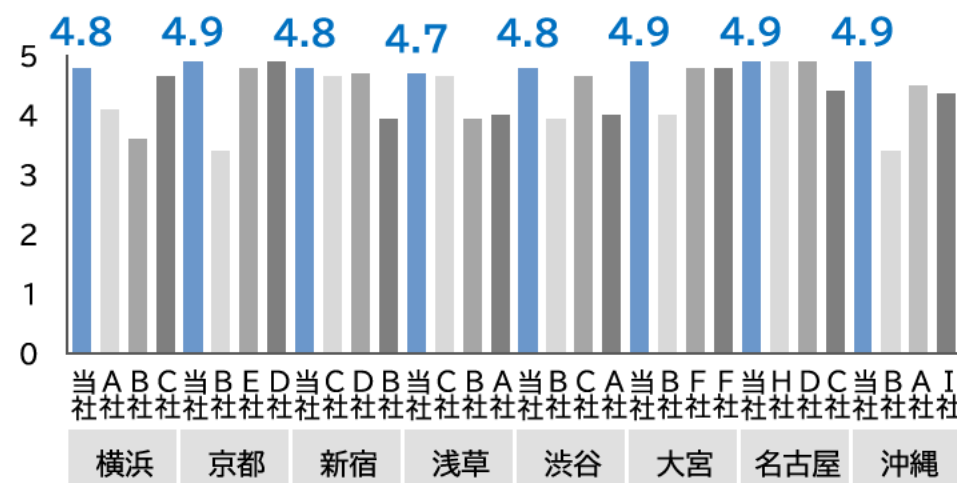
SNSへの露出を促進

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 2025/7/10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