



- 1 2026年9月期第2四半期業績
- 2 株式会社エミュ及び株式会社エミュ
Labの完全子会社化
- 3 カンパニー・ハイライト

1 2026年9月期第2四半期業績

2 株式会社エミュ及び株式会社エミュ
Labの完全子会社化

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

- 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、売上収益は**31.6億円と前期比+6.4%となり**、**第2四半期累計として過去最高売上を更新**
- 営業利益は、人員増に伴う人件費や広告宣伝費が増加したものの、増収に加え、仕入れコストの削減などの結果、**3.8億円と前期比+88.4%の増益**となった

2026年9月期第2四半期 連結包括利益計算書(IFRS)

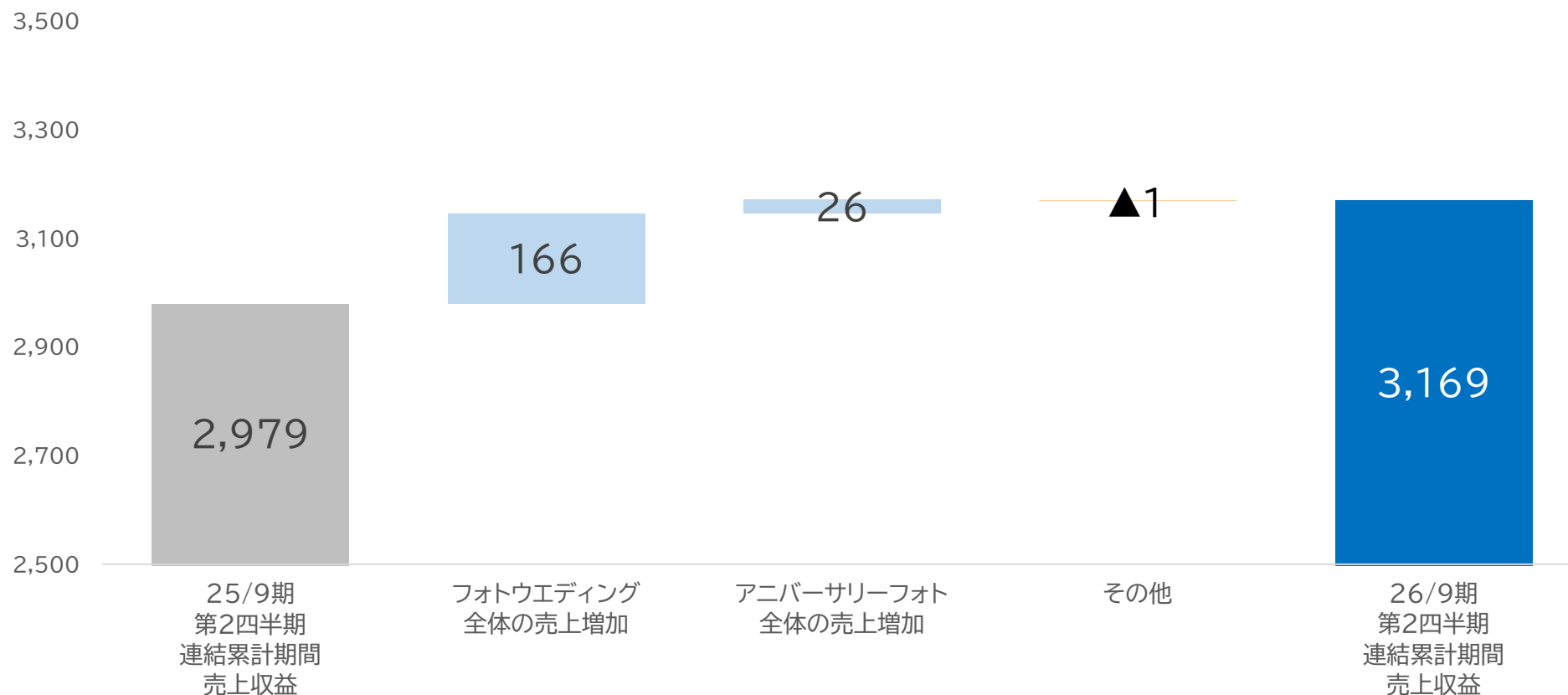
- 売上収益はフォトウエディング、アニバーサリーフォトともに増収
- 店舗数増加に伴う広告宣伝費や人件費の増加等の影響があるも、増収及び仕入れコスト削減などにより利益率が改善し、営業利益・当期利益ともに増益

(単位:百万円)	26/9期 第2四半期 連結累計期間	25/9期 第2四半期 連結累計期間	前期比	26/9期 通期業績予想
売上収益	3,169	2,979	6.4%	6,481
売上総利益	1,235	1,061	16.4%	2,247
売上総利益率	39.0%	35.6%	3.3pt	34.7%
営業利益	384	204	88.4%	453
営業利益率	12.1%	6.9%	5.3pt	7.0%
当期利益	218	98	122.8%	239
当期利益率	6.9%	3.3%	3.6pt	3.7%

売上収益の変動要素分析(前期比)

- 当第2四半期連結累計期間の売上収益は**31.6億円(前期比+6.4%)**

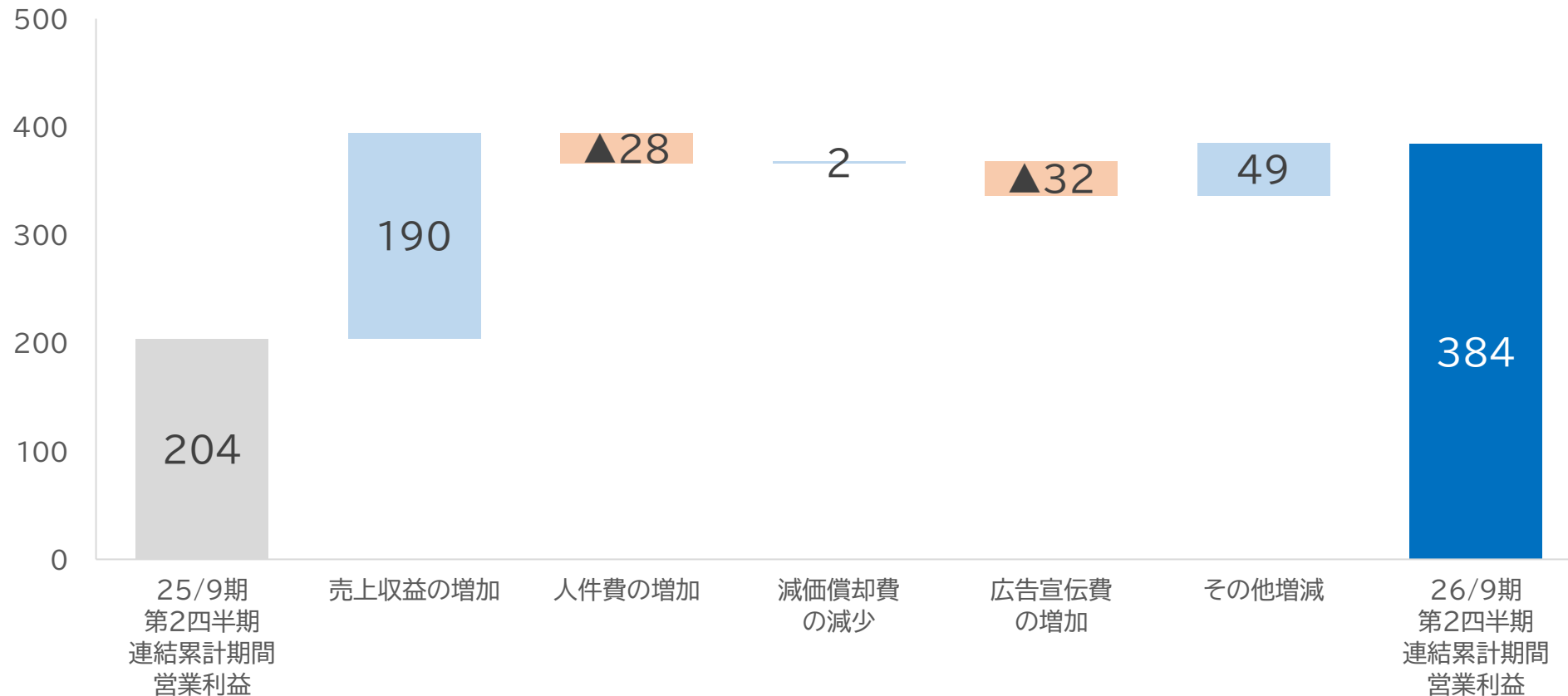
【単位:百万円】



営業利益の変動要素分析(前期比)

- 人件費、広告宣伝費などが増加したものの、売上収益の増加および資本政策関連コストの減少により、**営業利益は384百万円(前期比+88.4%)**
- 4月22日に開示した、株式会社エミュ及び株式会社エミュLabの子会社化に伴う費用(仲介手数料、アドバイザー費用等)の大半は第3四半期に計上予定

【単位:百万円】

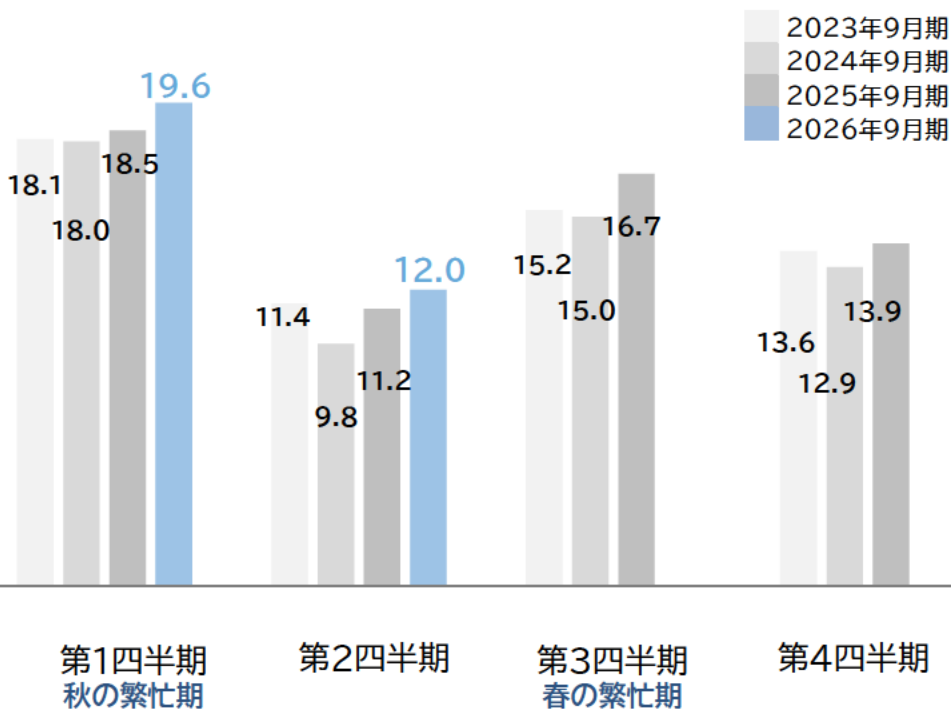


四半期業績推移データ

【単位:億円】

売上収益

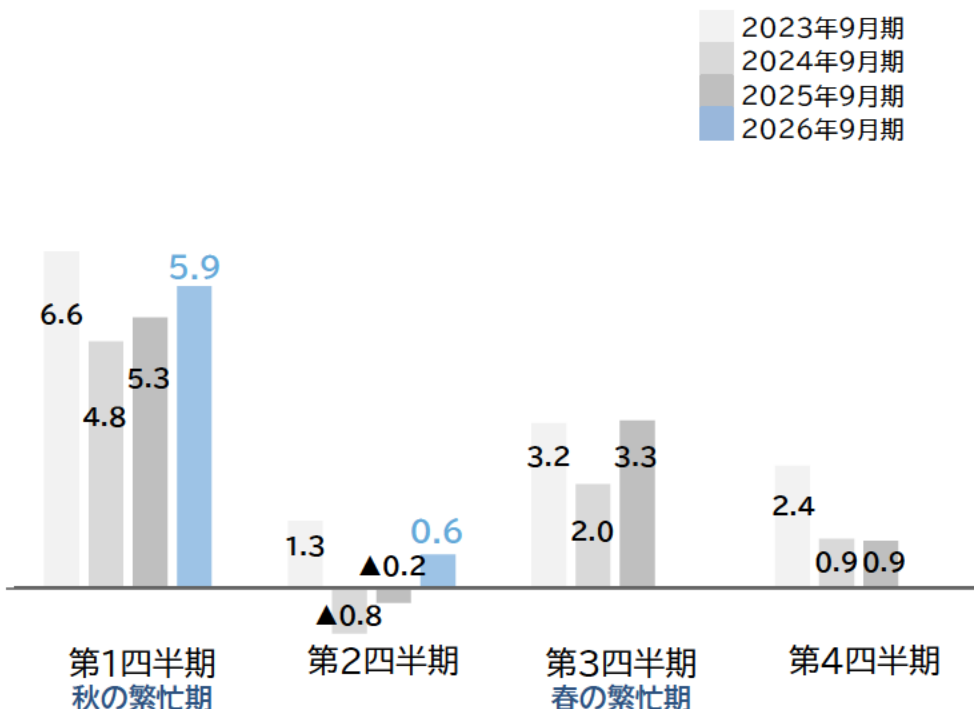
閑散期にあたる第2四半期において、従前からの営業力の底上げや、顧客のニーズに合わせた提案力強化などの取組を通じ、フォトウエディング、アニバーサリーフォトとともに売上収益が前年同期を上回り、**12.0億円と第2四半期の過去最高売上を更新**



調整後営業利益

売上収益の拡大および原価率低減に向けた取り組みが奏功し、収益構造が着実に改善

加えて、一部経費の執行時期が翌四半期以降へ変更となったことによる押し上げ要因も含め、調整後営業利益は0.6億円と黒字転換を達成

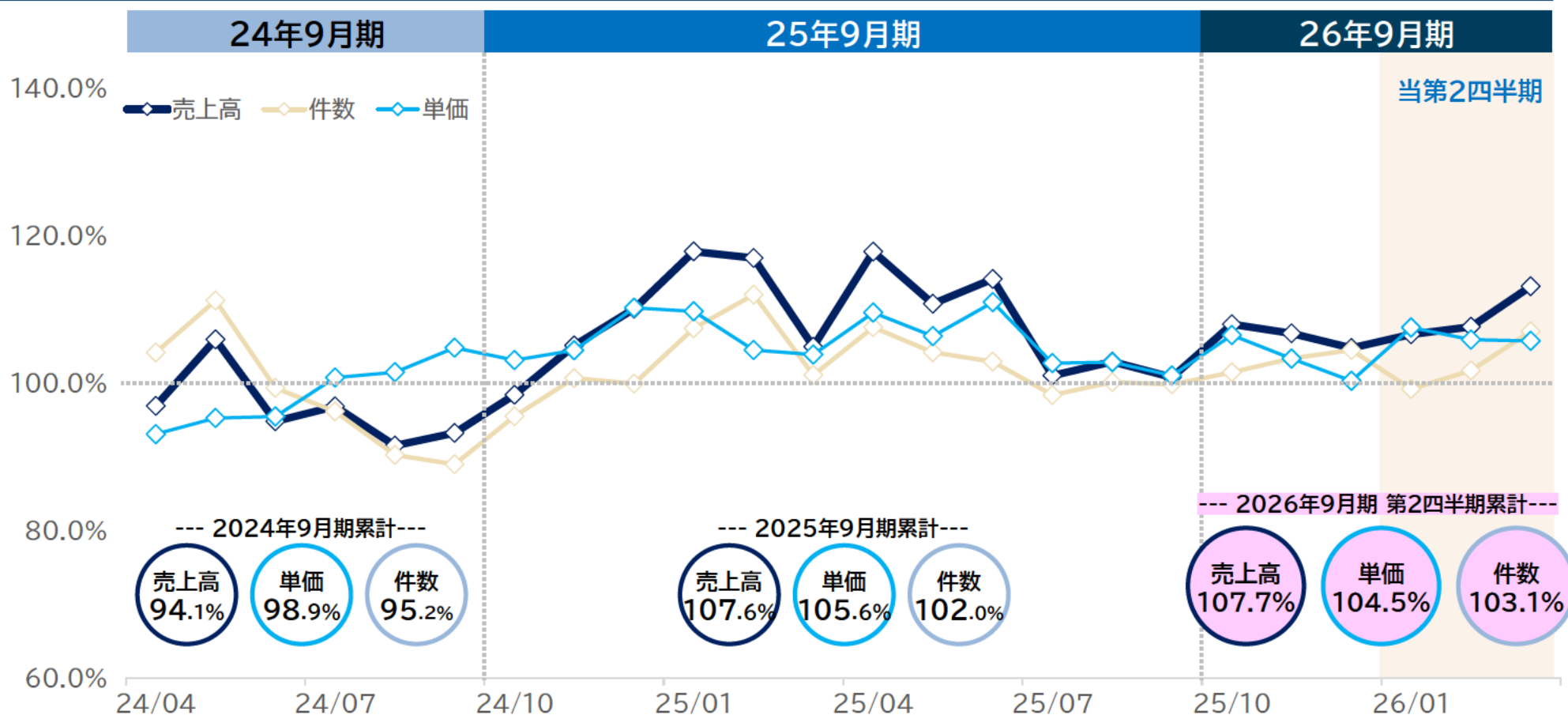


注:調整後営業利益=営業利益+本社費+(その他の費用-その他の収益)/本社費は財務・管理部等の本社機能に係る費用

KPI(前年比)

当第2四半期は、広告宣伝費の効果的な配分や、IBJなど提携先各社からの送客による集客数の増加、継続して取り組んだ接客品質改善の効果により撮影件数・客単価とも伸長。両項目とも前期比プラスとなった結果、当第2四半期累計の売上高は前期比+7.7%に。

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

- 売上収益の増加等により、現金及び現金同等物は1.6億円増加
- 店舗物件賃借料の支払等により使用権資産とリース負債が減少
- 2026年11月に返済期限を迎える借入金の一部(リファイナンス予定)の振替により短期借入金が増加、長期借入金は減少

【単位:百万円】

	26年3月末	25年9月末	増減		26年3月末	25年9月末	増減
現金及び現金同等物	494	329	164	短期借入金	889	503	386
営業債権及びその他の債権	355	286	69	リース負債	625	613	11
その他	225	193	31	その他	1,180	1,064	116
流動資産合計	1,075	809	265	流動負債合計	2,695	2,181	513
有形固定資産	1,152	1,207	-55	借入金	1,130	1,668	-537
使用権資産	3,600	3,943	-342	リース負債	2,754	3,098	-344
のれん	5,635	5,635	0	その他	393	392	1
その他	713	726	-13	非流動負債合計	4,278	5,159	-881
非流動資産合計	11,101	11,513	-411	資本合計	5,203	4,982	220
資産合計	12,176	12,322	-146	負債及び資本合計	12,176	12,322	-146

<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。

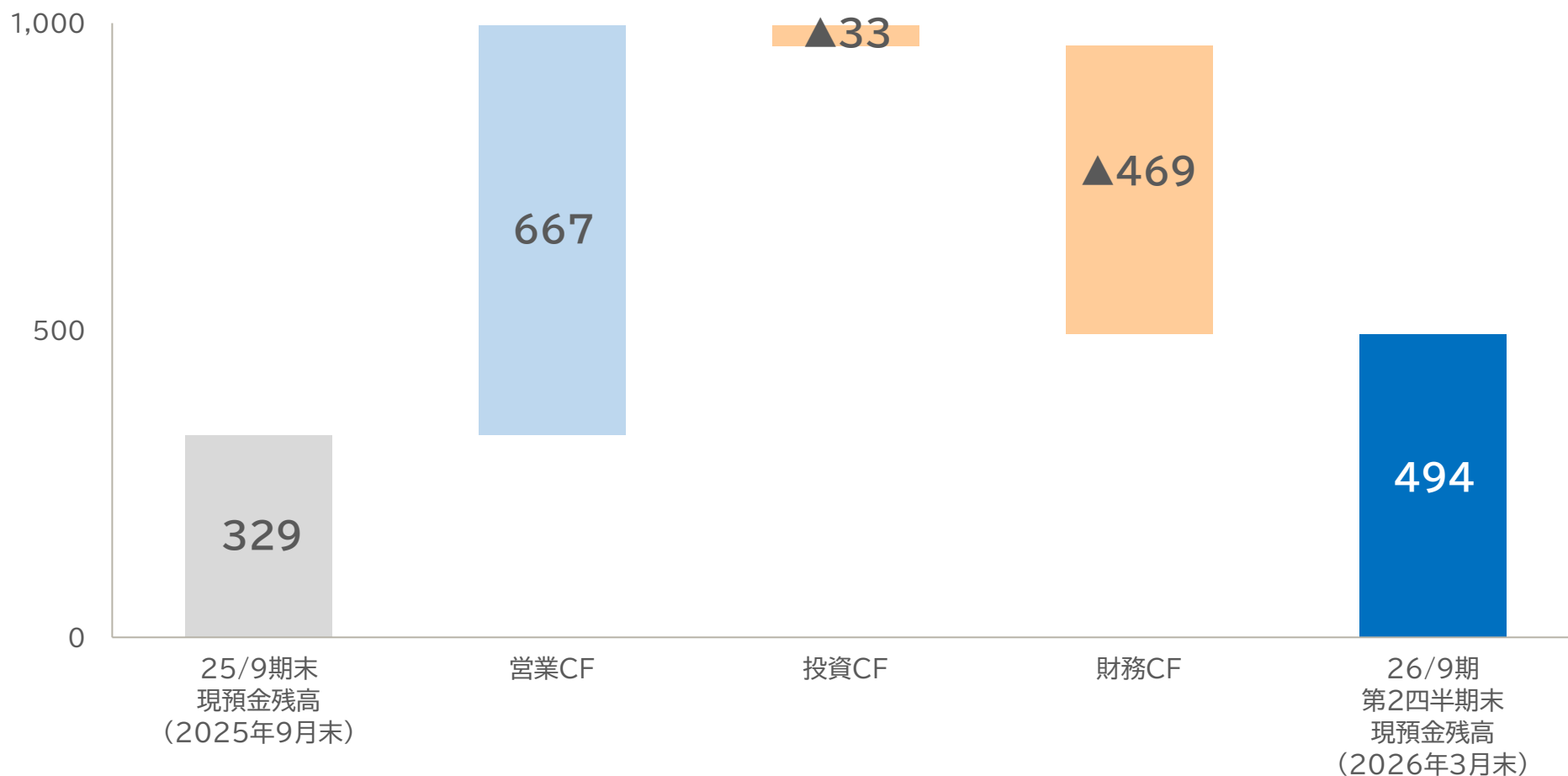
<総資産に占めるのれんの割合が高いことについて>

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46.3%(2026年3月末時点)。2026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6.6億円となり、
投資CF、財務CFを吸収し、当期末現預金残高は**1.6億円増加**

【単位:百万円】



事業成長に向けた主な取り組み・トピックス

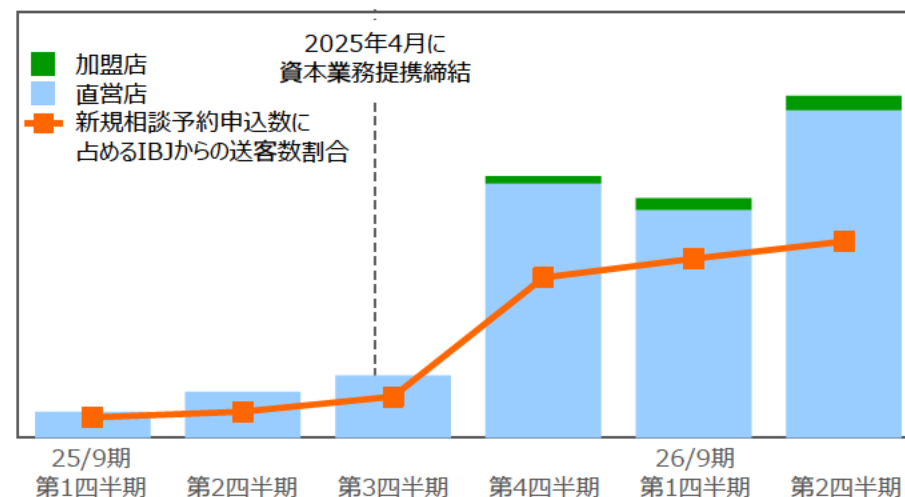
スタジオAQUA浜松店出店

- 未進出エリアである静岡県への初の出店として、地方都市型店舗「スタジオAQUA浜松店」を6月6日にオープン
- 営業中の結婚式場「ル・グラン・ミラージュ」内の一部施設を転貸借により間借りすることで、コストを抑えつつ、屋内庭園に加えてチャペルやプール付きガーデンなど多様な撮影が可能に
- 創業以来150年以上、浜松で食を通じた課題解決に取り組んできた株式会社鳥善と協業することで、結婚式場における送客連携にとどまらず、地域に密着した多様なシナジー創出を図る



IBJからの送客数推移

- 新規相談予約が増える第2四半期においても直営店を中心に送客数が伸長
- 引き続き直営店の拡大と併せ、加盟店からの送客拡大に向け注力



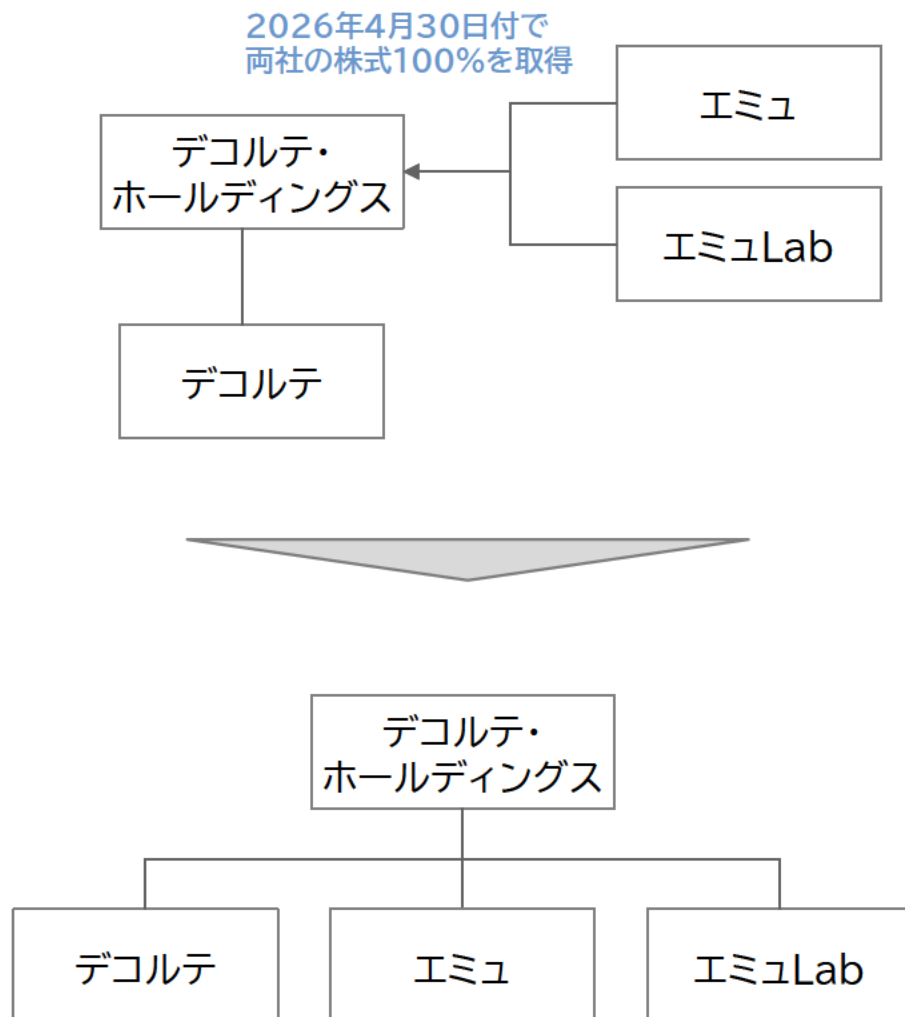
国際コンテスト『SWPP』

- 2026年1～3月で当社フォトグラファーが延べ12名、16受賞
宮崎 哲 Wedding部門 Gold Awards and Judges Choice Award 他

- 1 2026年9月期第2四半期業績
- 2 株式会社エミュ及び株式会社エミュ
Labの完全子会社化
- 3 カンパニー・ハイライト

株式会社エミュ及び株式会社エミュLabの完全子会社化

■株式の取得によるグループ体制図の変化



■株式会社エミュ

設立:1998年9月7日 本社:兵庫県神戸市
事業内容:写真撮影および写真館経営、写真用品販売
スタジオ:兵庫県内に6店舗

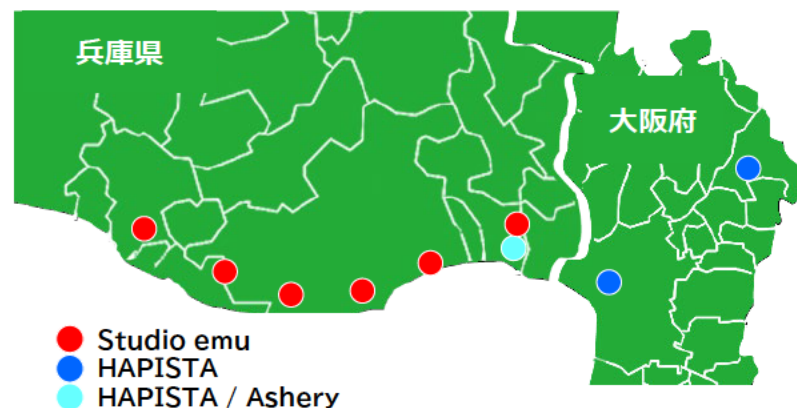
運営する「スタジオエミュ」は地域に根差し、特に七五三・バースデー・お宮参り・ハーフ成人式など子供写真の領域においてブランドが深く浸透しており、強い集客力を有している

■株式会社エミュLab

商号:株式会社エミュLab
設立:2015年5月1日 本社:兵庫県明石市
事業内容:広告宣伝物・印刷物の企画・デザイン等

スタジオエミュを中心に、フォトスタジオで撮影された画像データのレタッチや制作物のデザイン等の業務を請負

関西圏のアニバーサリーフォト店舗網は3ブランド、9店舗に拡大



参考:中期経営計画における成長イメージ

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

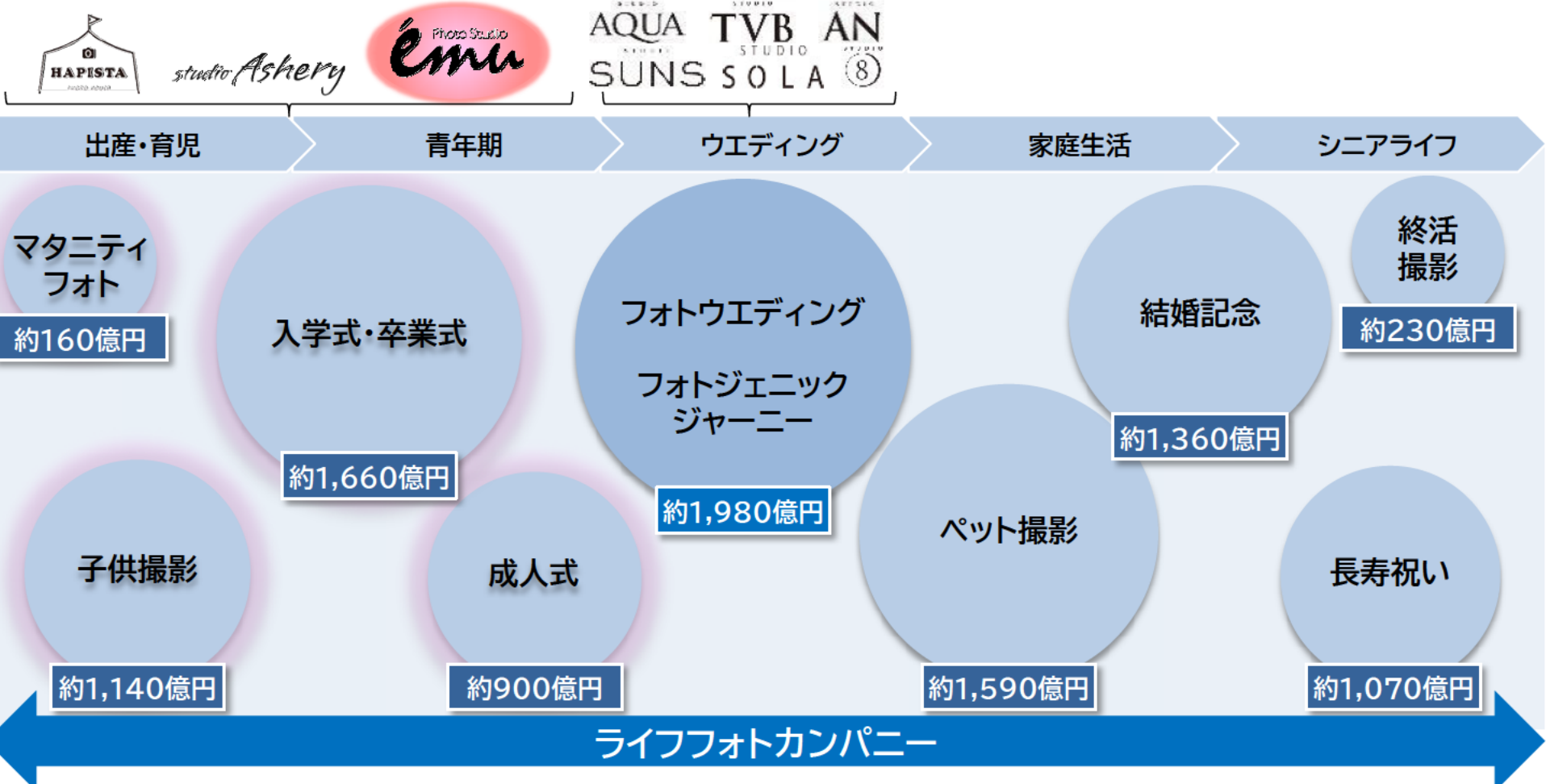
➡ アニバーサリーフォトサービスへの進出と成長

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

グループ化の狙い① アニバーサリーフォトサービスの基盤強化

結婚前のライフイベントと、結婚後の家族のイベントを取り込むアニバーサリーフォトサービスの基盤を強化、ライフフォトカンパニーへの成長を加速させる



注：各TAMの概算値は、以下より最大件数を推計の上で算出したものであり、必ずしも正確な推計ではない可能性がある
 マタニティフォト：総務省「人口推計(2022年10月1日現在)」
 子供撮影：総務省「人口推計(2022年10月1日現在)」
 入学式・卒業式：総務省「人口推計(2022年10月1日現在)」
 高校・短期大学・大学進学率：国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集2023年版」

成人式：総務省「人口推計(2022年10月1日現在)」
 フォトウエディング、フォトジェニックジャーニー：婚姻組数「令和4年(2022年)人口動態統計月報年計(確定数)の概況」
 結婚記念：総務省「人口推計(2022年10月1日現在)」、総務省統計局「令和2年国勢調査報告」
 ペット撮影：一般社団法人ペットフード協会「2022(令和4年)全国犬猫飼育実態調査 結果」
 終活撮影：厚生労働省「令和4年人口動態統計」
 長寿祝い：総務省「人口推計(2022年10月1日現在)」

グループ化の狙い② シナジー効果の創出による成長の加速

店舗網の拡充だけでなく、各々のノウハウ・強みを掛け合わせたシナジー効果を創出、既存店も含めた顧客層の拡幅・単価の向上・集客の強化を推進

■スタジオエミュ



- ・地域に浸透したブランド力に、当社のマーケティングノウハウを掛け合わせるにより、集客力を強化
- ・顧客から高い支持を得ている撮影体験を武器に今後も店舗展開を推進、フォトエディングサービスとの連携も視野に

■当社の既存ブランド



- ・1店舗平均売上高が高いエミュのノウハウを取り込み、「HAPISTA」「Ashery」の収益力を強化
- ・両社の知見やノウハウを結集し、アニバーサリーフォトサービスに限らずこれまでに注力できていなかったライブイベントの撮影サービスの開発



- 1 2026年9月期第2四半期業績
- 2 株式会社エミュ及び株式会社エミュ
Labの完全子会社化
- 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(2026年3月末日現在)										
従業員数	425名(連結、2026年3月末日現在正社員数) うちフォトグラファー151名 うちメイクアップアーティスト166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) 2026年3月31日現在	<table> <tr> <td>株式会社IBJ</td> <td>(50.0%)</td> </tr> <tr> <td>平松 裕将</td> <td>(4.5%)</td> </tr> <tr> <td>小林 健一郎</td> <td>(2.2%)</td> </tr> <tr> <td>前田 朋己</td> <td>(1.7%)</td> </tr> <tr> <td>平田 欽也</td> <td>(1.7%)</td> </tr> </table>	株式会社IBJ	(50.0%)	平松 裕将	(4.5%)	小林 健一郎	(2.2%)	前田 朋己	(1.7%)	平田 欽也	(1.7%)
株式会社IBJ	(50.0%)										
平松 裕将	(4.5%)										
小林 健一郎	(2.2%)										
前田 朋己	(1.7%)										
平田 欽也	(1.7%)										

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
2025年	株式会社IBJによる公開買付を経て、同社の連結子会社化
2026年	株式会社エミュ及び株式会社エミュLabを完全子会社化

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:5.1%

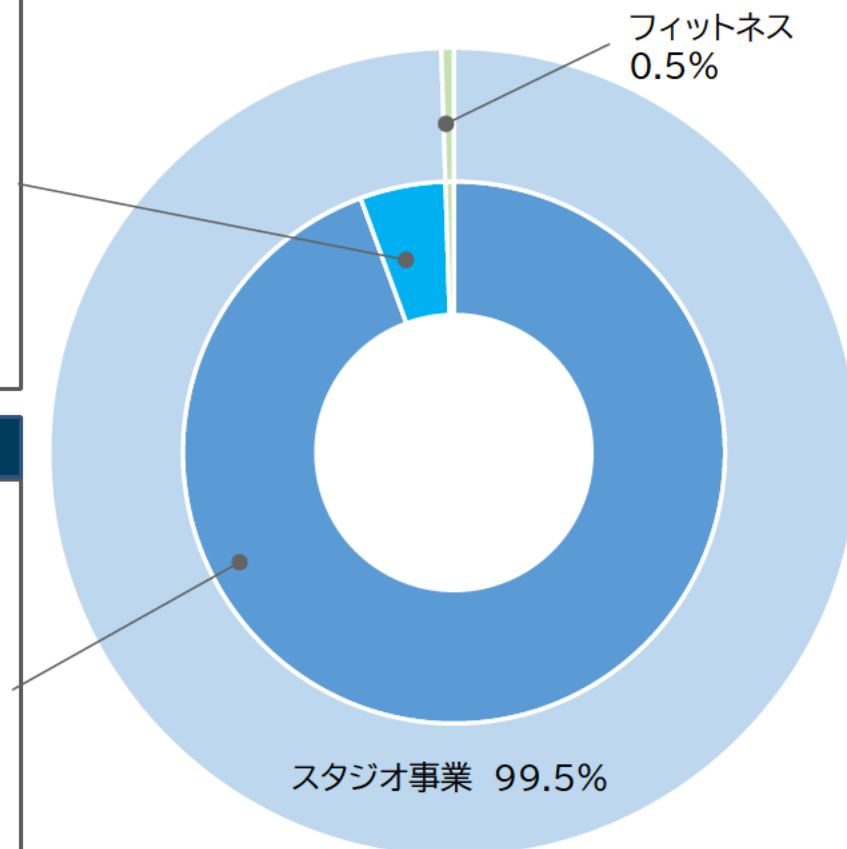


- 大切な記念日に気持ちに寄りそい**自然な笑顔を引き出す**撮影体験
- 子どもの冒険心がくすぐられる、仕掛けあふれるスタジオ
- プロフェッショナルによる**ハイクオリティなメイク・衣装・撮影**
- スタジオ貸切や小物持ち込みなど希望に合わせ自由度の高い撮影

フォトウエディング:94.4%



- 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 : 2025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を主要事業とする**撮影スタジオ専門企業**として、
上場企業では類を見ない**独自のポジショニング**を確立

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



151人

メイクアップアーティスト

*3



166人

店舗数

*4



30店舗

フォトコンテスト受賞回数・受賞者数

*5



240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

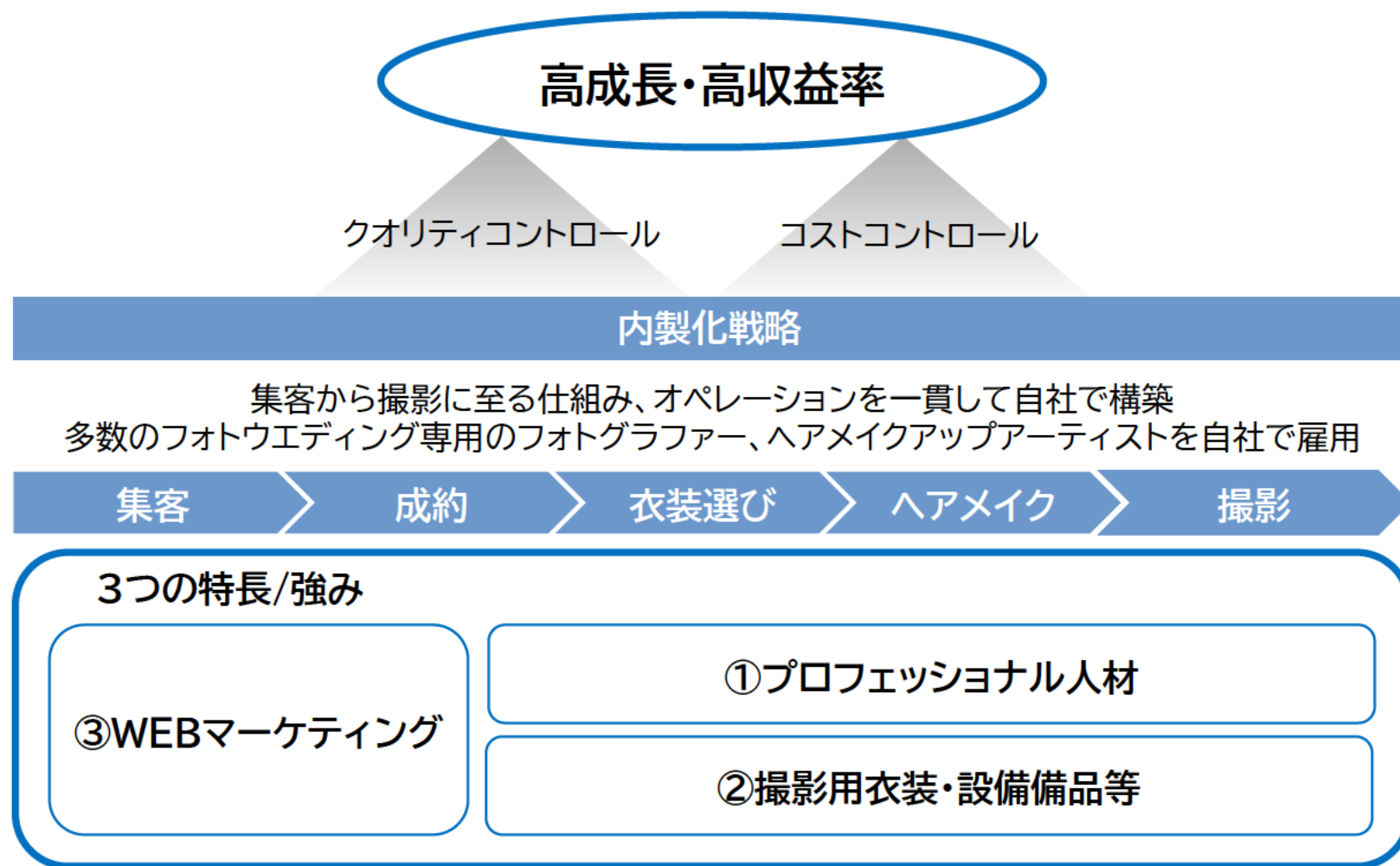
注3 : 2026年3月末時点の各職種の社員数

注4 : 2026年3月末時点の数値。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 : 2025年9月時点に在籍する社員のうち、WPPI・AWPA・SWPP・WEDISSION・ゼクシイ他各種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)

独自の教育カリキュラムを有し、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、効率的に人員配置を行うことで繁忙期の需要を最大限取り込むことが可能

多数のプロフェッショナル人材確保

確立された教育プログラムにより育成することで
個々の技術力を高水準に維持することが可能

フォトグラファー



151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



166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

フォトコンテスト受賞回数・受賞者数^{*2}

240回超・40人超

注1:2026年3月末時点の人数を記載

注2:2025年9月時点で在籍する社員のうち、WPPI・AWPA・SWPP・WEDISSION・ゼクシイ他各種AWARD受賞歴がある社員の人数

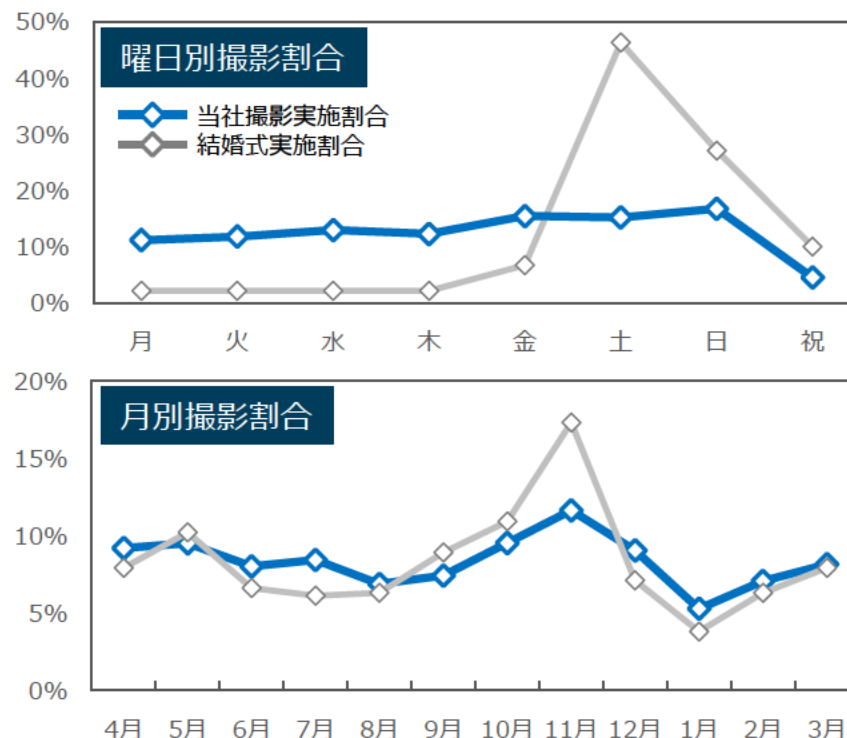
注3:結婚式実施割合=月曜日から木曜日の間で、結婚式を実施した割合は8.5%とのアンケート調査結果により、それぞれの曜日では全体の2.1%の割合にて実施されたと仮定

当社撮影件数は2024年4月~2025年3月の実績より算出

出所:㈱リクルートマーケティングパートナーズ「ゼクシイ結婚トレンド調査(2020)」

曜日別・月別撮影件数割合^{*3}

結婚式と比べ、季節や曜日による繁閑差が少なく
繁閑に対応する効率的な人員配置が可能



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



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