



株式会社Fast Fitness Japan

成長可能性に関する説明資料

Fast Fitness Japan

ANYTIME FITNESS JAPAN

10TH
ANNIV.

ヘルシアプレイスをすべての人々へ!



目次

- I. Fast Fitness Japanとは
- II. 成長の歩み
- III. コロナ禍における事業展開
- IV. 成長戦略
- V. 財務ハイライト

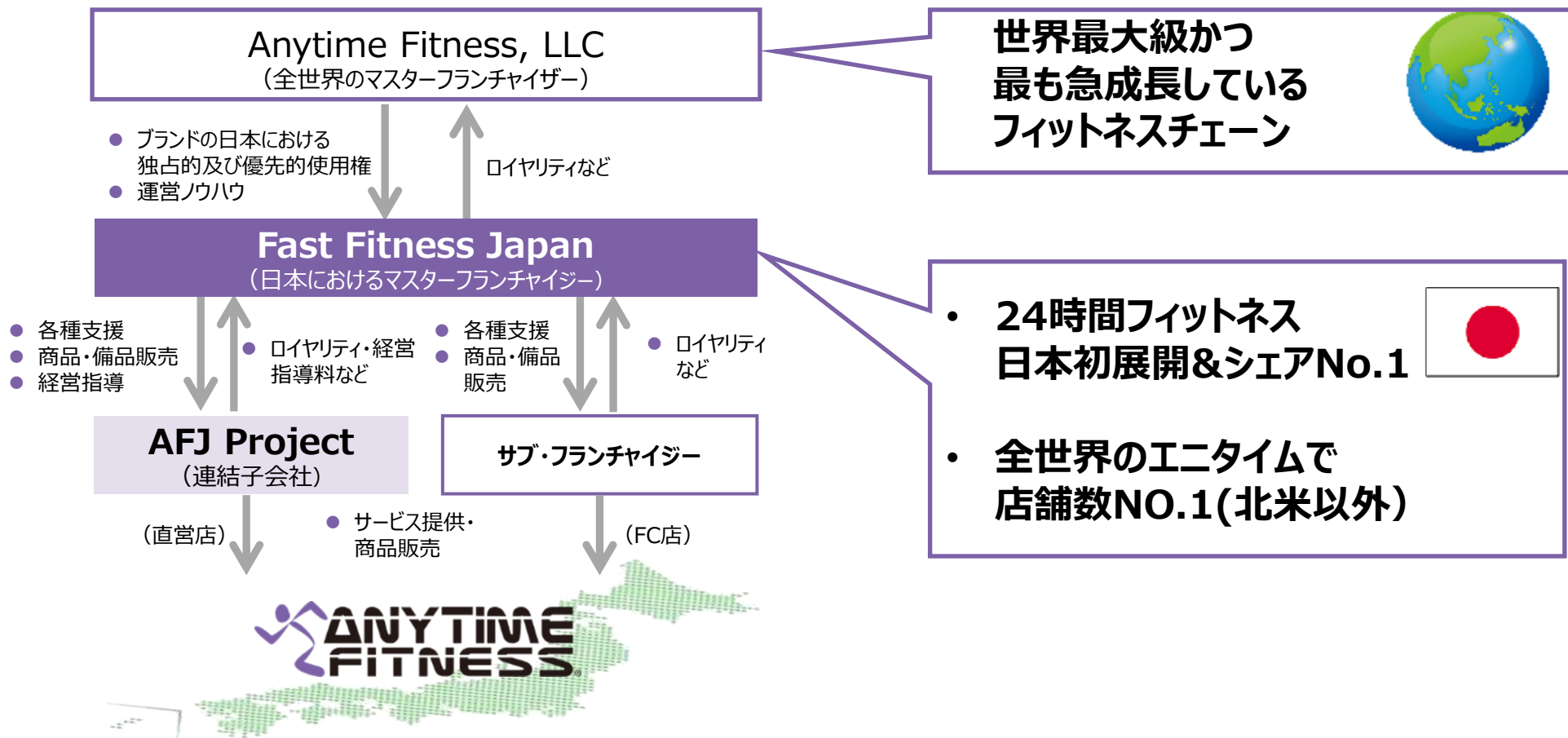
I

Fast Fitness Japanとは

Fast Fitness Japan

会社名	株式会社Fast Fitness Japan
所在地	東京都新宿区
設立	2010年5月21日
役員	大熊 章 取締役会長
	森 保平 代表取締役副会長
	土屋 敦之 代表取締役社長
	山口 博久 取締役副社長 管理本部長
	宮本 明男 取締役（社外）
	高嶋 淳 取締役（監査等委員）
	稲垣 稔 取締役（監査等委員 社外）
	中島 彰彦 取締役（監査等委員 社外）
	田邊 るみ子 取締役（監査等委員 社外）
従業員数	199名（2020年9月30日時点）

24時間マシンジム特化型フィットネスクラブチェーンの 日本におけるマスターフランチャイジー



創業10年で全国47都道府県に出店

2016年からは全国各地への展開もスタートし、世界中のどこでも最先端のトレーニングマシンを利用できる環境を提供

地域別出店状況

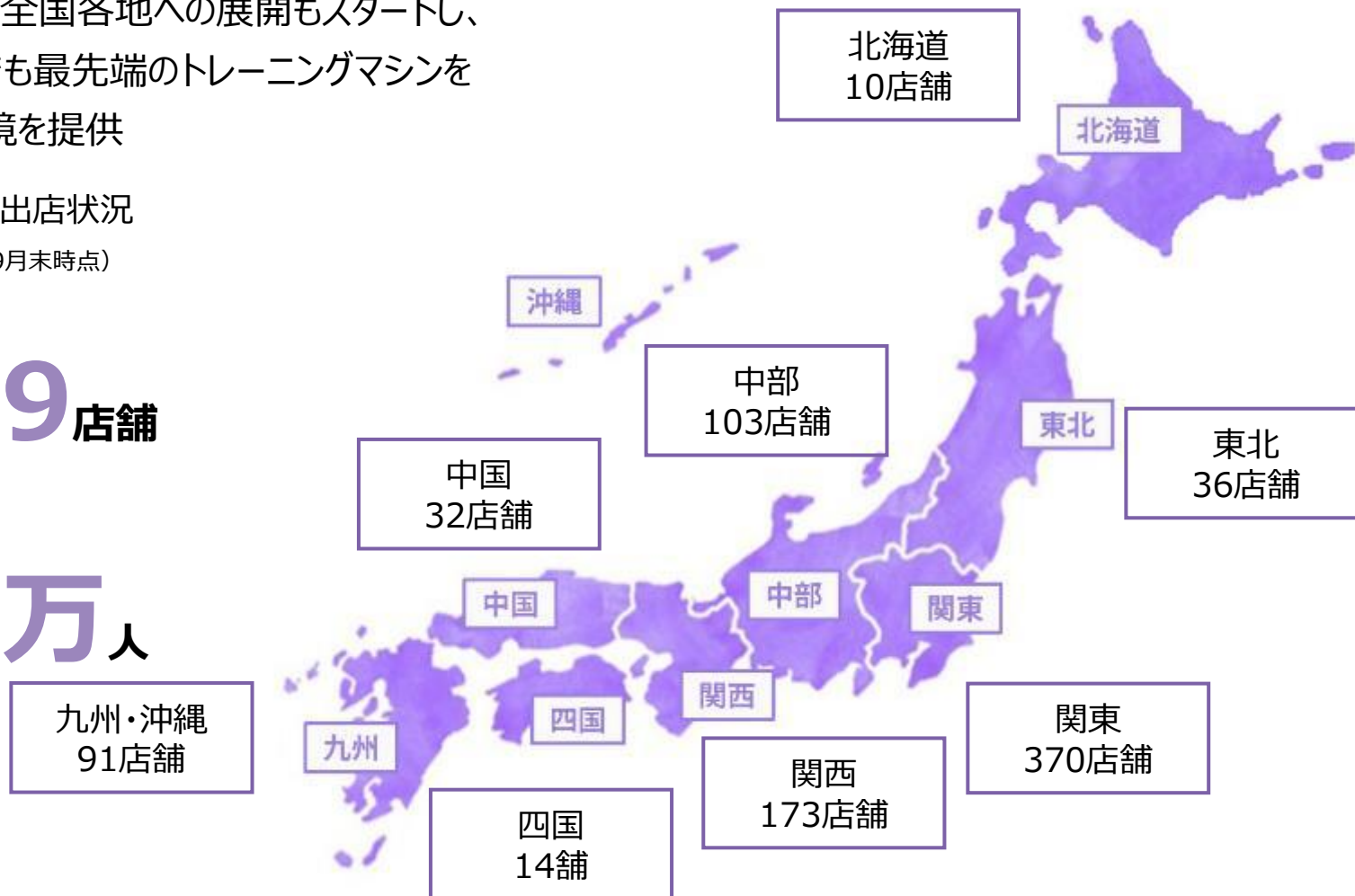
(2020年9月末時点)

全国

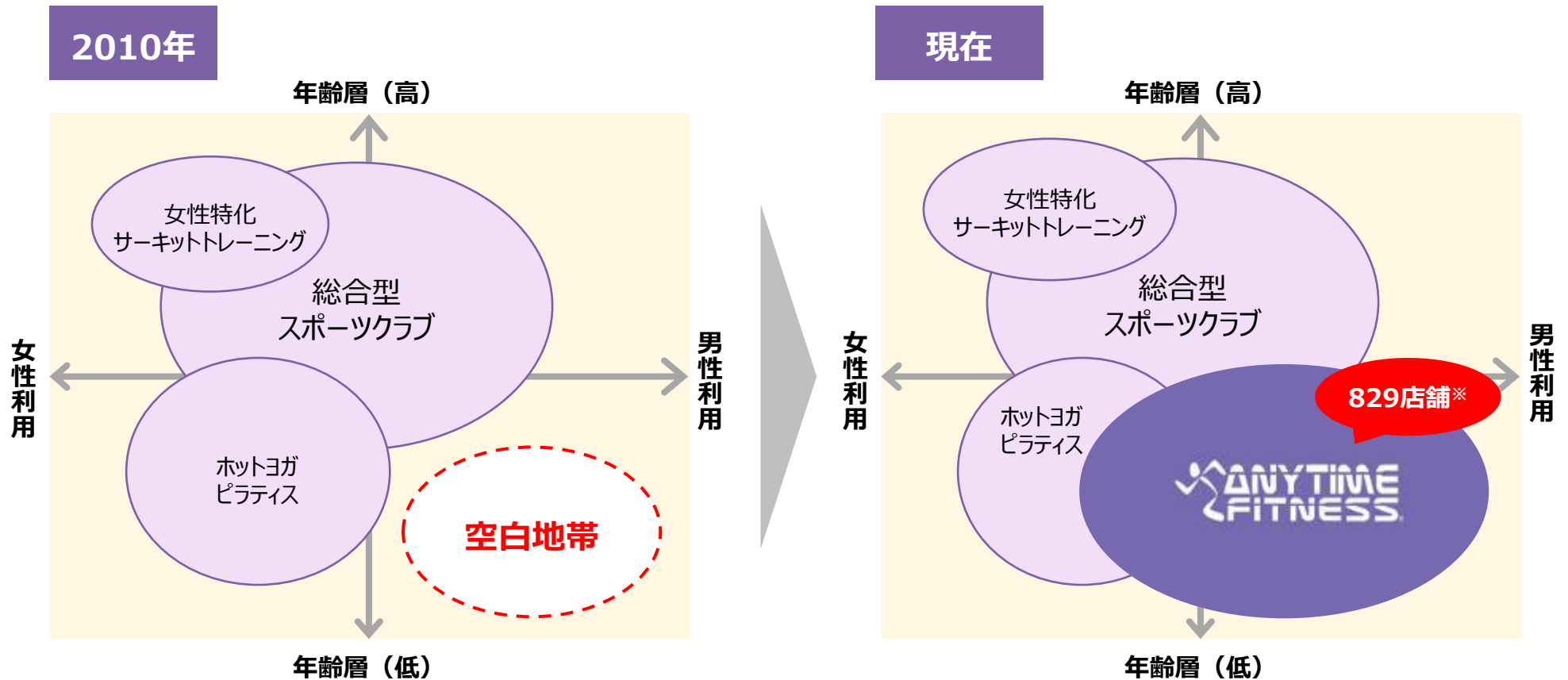
829店舗

会員数

55万人



新しいマーケット、潜在的なマーケットの掘り起こしに成功



※ 2020年9月末時点

出典：当社調べ

（注）チャートの円の大きさ及び配置は、各社公表資料等を基に、各業態が想定する主要顧客層について当社が推定したものです。

1

会員の男女比は約男性75%、女性25%

若年層の需要を掘り起こし、40代以下が約9割を占める (2019年12月末時点)

2

損益分岐の低い店舗モデル

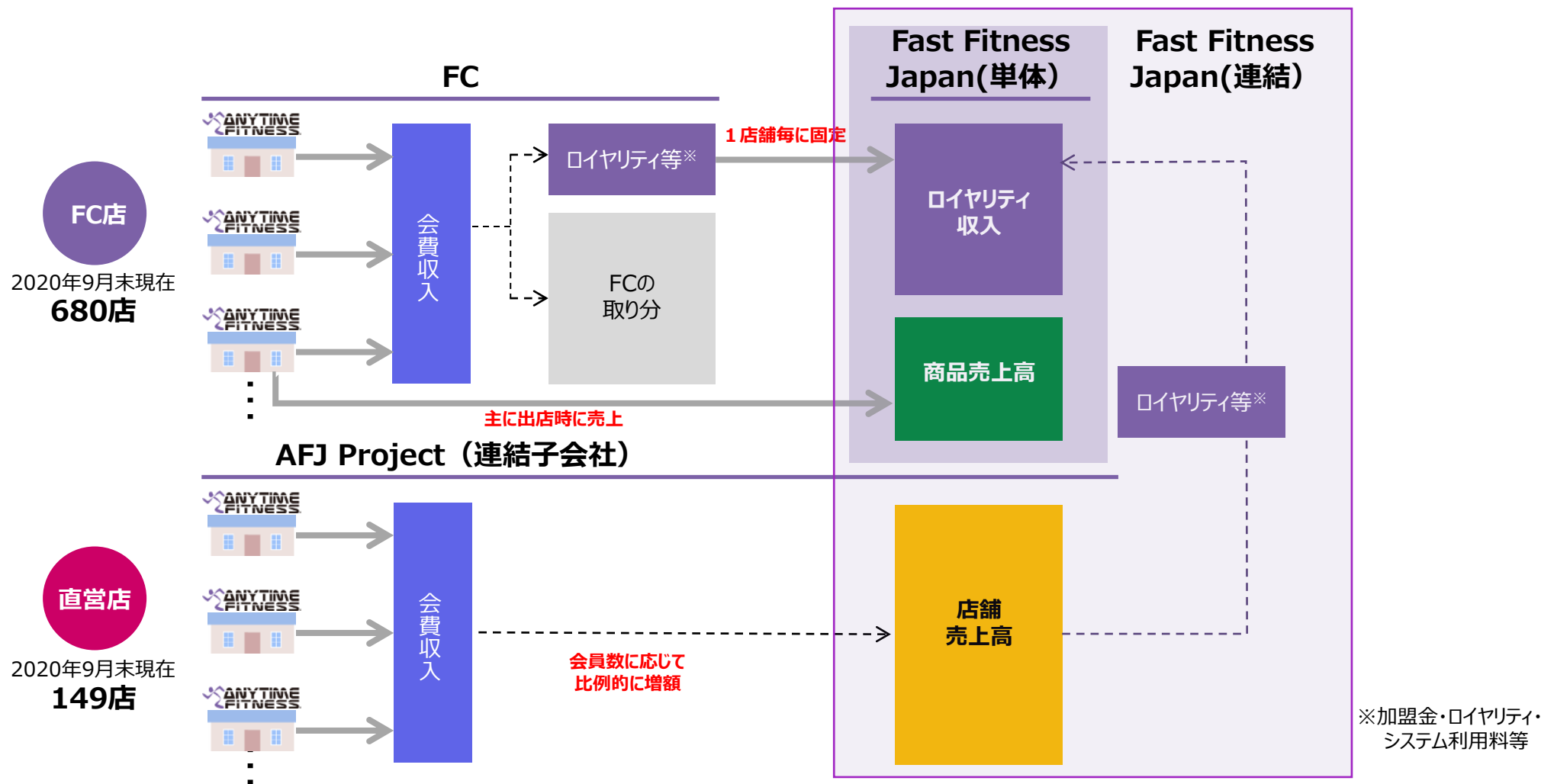
店舗面積は80~120坪が中心の小商圈で成り立つビジネスモデル

3

ストック型のビジネスモデル

少人数・短期集中型のパーソナルジムと異なり、定額の会費を多数の会員様から頂くことで安定的にキャッシュが流入

「ロイヤリティ収入」はFC店舗数の増加に比例して増額、「商品売上高」はFC出店数に応じて増額、「店舗売上高」(直営店会費収入) は会員数に応じて比例的に増額

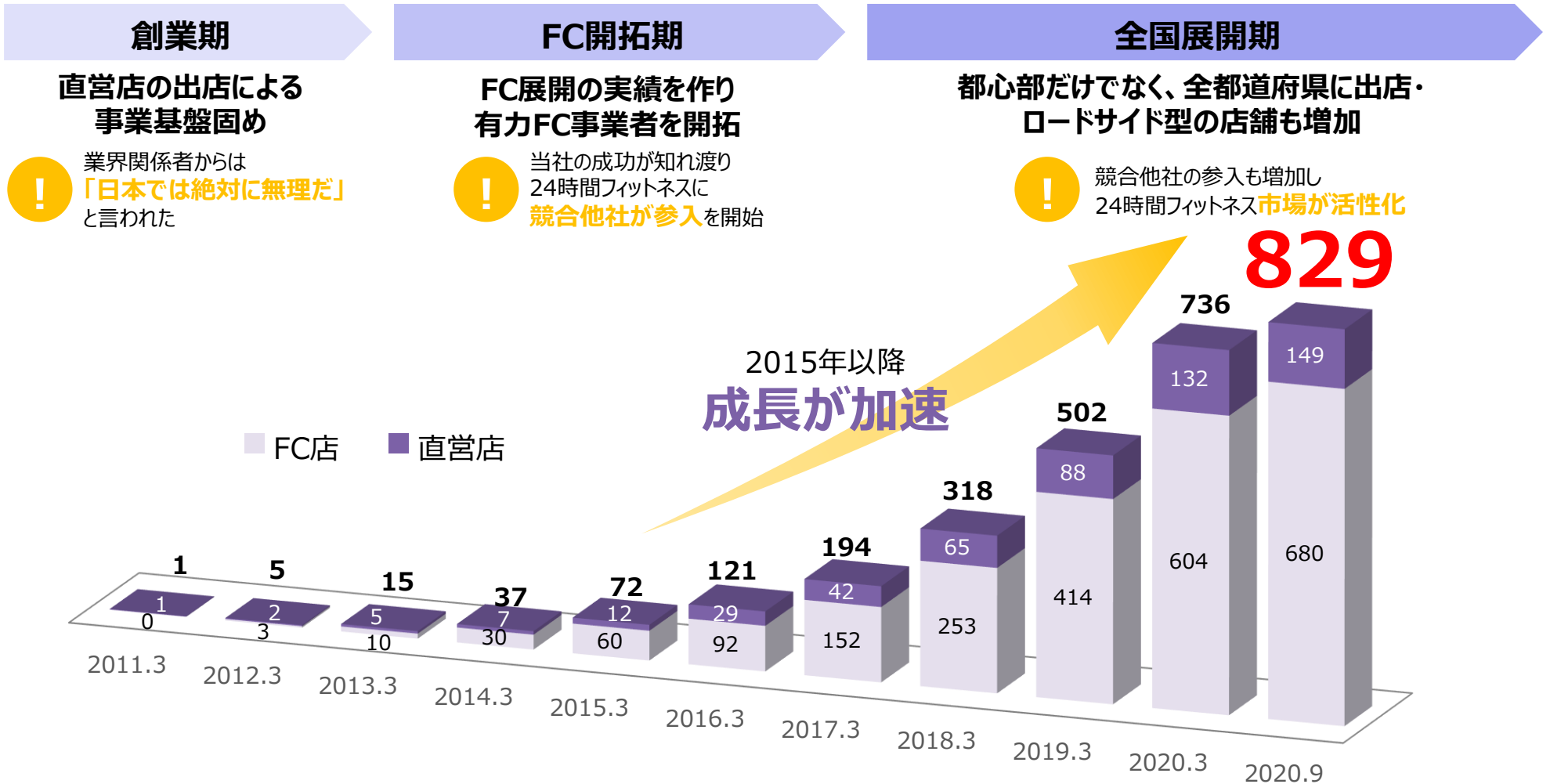


II

成長の歩み

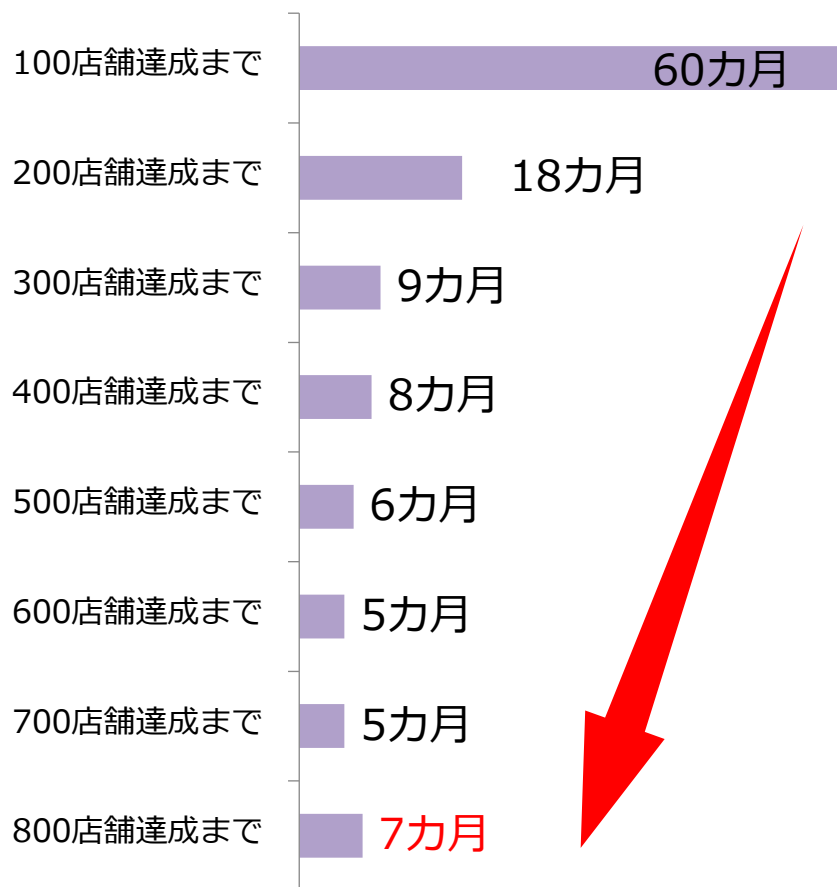
Fast Fitness Japan

2010年以降の日本のフィットネス業界を牽引 2015年以降、店舗拡大が加速し創業10年で約800店に

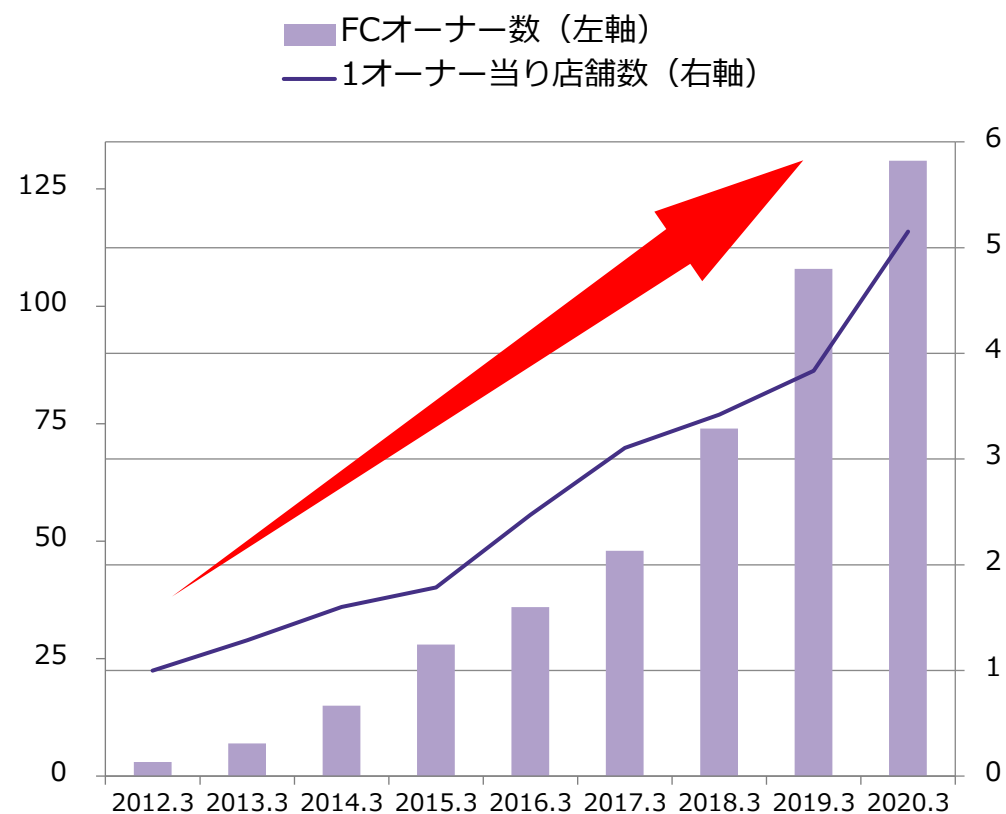


FCオーナーとの共存共栄の追求により、出店スピードが加速

店舗数の拡大に要した期間



FCオーナー数と1オーナーあたり店舗数



※AFJ Projectは除く
 ※代表者が同一のグループ会社は1社としてカウント

マシンジムへの特化と無人化が可能となる24時間ビジネスモデルを実現

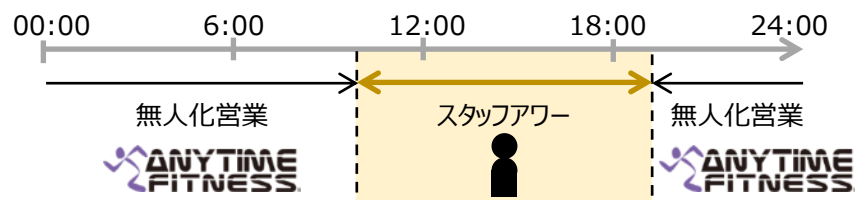
マシンジム特化



- ✓ 初期投資、設備費・維持費を大幅に削減
- ✓ 水回りのトラブルからスタッフを解放

初期投資・ランニングコストを
大幅に削減

無人化が可能



- ✓ 戸締りが不要で、人を配置する時間を大幅に短縮

人を多く配置しなくても店舗運営が
可能（大手警備会社と連携）

グローバルで認められたビジネスモデルを日本で展開

グローバル・フランチャイズ・ランキング※で

2年連続No.1を獲得！



エニタイムフィットネスの進出国と店舗数

世界28の国・地域 約4,800店舗

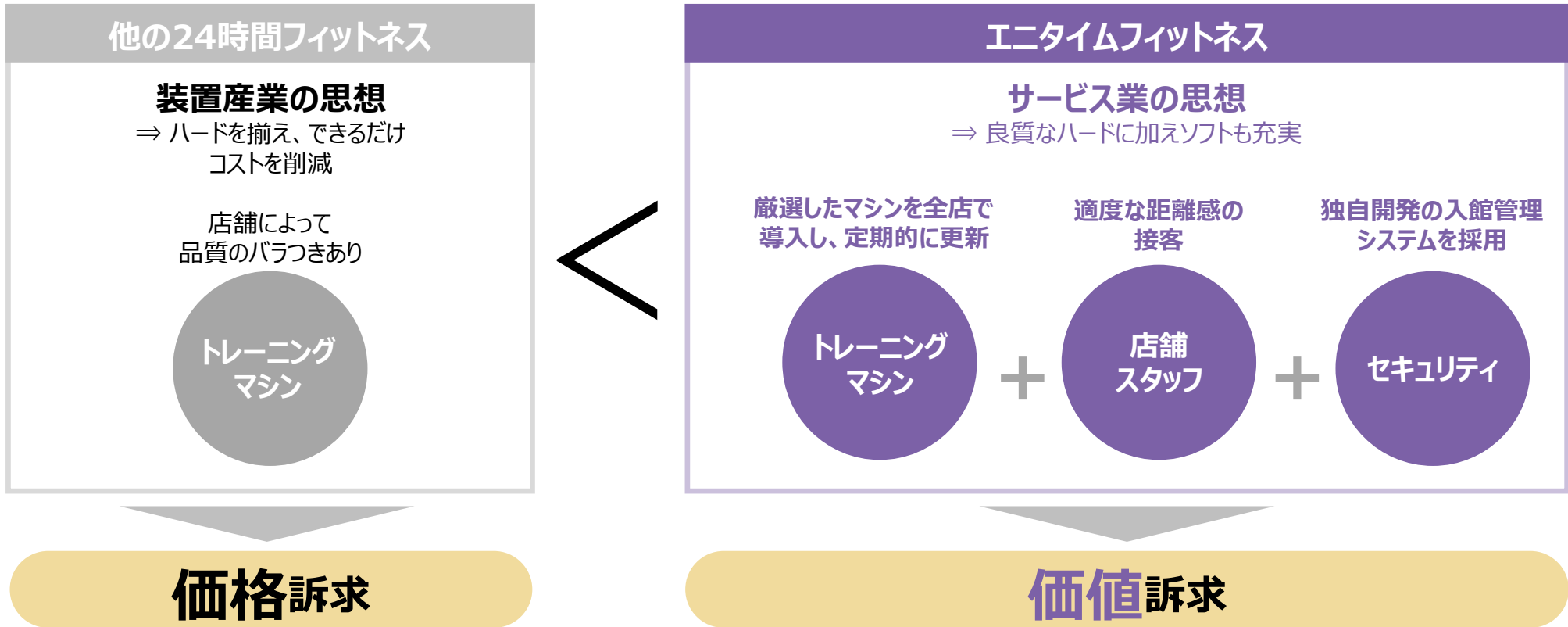
(2020年9月現在)



**1つのセキュリティキーで
全世界の店舗に入館が可能
(追加費用不要)**

※ENTREPRENEUR誌の年間トップ・グローバル・フランチャイズ・リスト

サービス業の精神で店舗運営するため、会員の満足度が高い (※)



※オリコン顧客満足度ランキングにおいて、24時間ジム
関東のランキングで2年連続で1位



- サービスの質の向上に向けた取り組み**
- 大手航空会社・百貨店による接客研修
 - 全店舗においてWeb上のオペレーションマニュアル、オンライン研修を活用

II 社会貢献を実践する事業運営

利益の追求に加え、理念の具現化に向けた活動を実践



更なる成長戦略に必要なコト

フィットネスを、
非日常ではなく、日常へ。
ステイタスではなく、スタンダードへ。
もっと社会とつながれたら、
日本のフィットネス参加率4%は10%に変わるはず。

SDGs の目指すゴールは、FFJ の企業理念「Healthier Place をすべての人々へ」と
同じであると考え、SDGs に則して展開します。

Healthier Place 実現のために取り組むべきSDGs



親権者が会員である高校生の
施設利用を無料化

業界初！
「スペシャルオリンピックス日本」と
トップパートナー契約を締結
(知的障がい者支援)



「がんの子どもを守る会」
スペシャルデーを開催

Ⅲ

コロナ禍における事業展開

Fast Fitness Japan

会員様・スタッフともに、「安心・安全・清潔・快適」に施設をご利用いただくため、 以下マニュアル・ガイドラインの策定および各種施策を実施

＜入館ルールのお知らせ＞

下記に該当する場合は入館をお控えください。
If you have any sick-like symptoms, please refrain from using the facilities.

- 風邪の症状（くしゃみや咳が出る）や平熱以上の熱がある方
- 強いだるさ（倦怠感）や息苦しさがある方
- 喉、痰、胸部不快感のある方
- 味覚・嗅覚に少しでも違和感がある方
- 新型コロナウイルス感染症とされた者との濃厚接触がある方
- 身内や身近な接触者に上記の症状がみられる方

来館者はマスクを必ず着用してください。

マスク着用必須
Mandatory to wear a mask
適度な運動強度でこまめな水分補給を
Control the intensity of workouts and hydrate regularly.

入館・利用制限を実施させていただきます。
利用時間は1時間程度でお願いいたします。

入館・利用制限 利用時間制限
Restricted admission Time limit to use facilities

行政からの指導及び混雑状況により、
所属会員の利用を優先するため、
店舗によっては相互利用をお断りする場合があります。
事前にご確認をお願いいたします。

相互利用時の事前確認
If you want to use other gyms, please check their websites beforehand.

＜入店時の検温・消毒の実施＞



＜パーティション設置又はスペース確保＞



＜コロナ対応ガイドライン・マニュアル作成＞

ANYTIME FITNESS

ANYTIME FITNESS

運営業務

運営業務

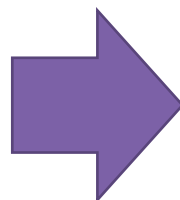
店舗運営ガイドライン

店舗運営ガイドラインに基づく
スタッフ業務マニュアル

これらの取り組みの結果、罹患した会員が50件ほど発生するも、
エニタイムフィットネス内で**保健所から濃厚接触者と判断された事例はゼロ**

都道府県	報告件数
合計	54
福岡県	11
東京都	7
大阪府	7
千葉県	6
富山県	4
兵庫県	3
埼玉県	2
徳島県	2
長崎県	2
北海道	1
群馬県	1
石川県	1
山梨県	1
愛知県	1
滋賀県	1
広島県	1
佐賀県	1
鹿児島県	1
沖縄県	1

(9/30 時点)



＜保健所の見解＞

1. マスク着用での施設利用
2. 社会的距離の確保
3. こまめな消毒・清掃の徹底
4. 可能な範囲での換気

以上の対策が取られていることから、
濃厚接触者に該当するものはいない。
また、消毒の必要もなし。

事業モデルの優位性を再認識。更なる成長に向けた好機が到来

会員様から見たAnytimeの特徴

“3密にならない”
フィットネスクラブ

顧客層が若い
(20代～30代が中心)

利便性、スタイリッシュ…
→ ブランドカ

会員数の早期回復を実現

FCオーナーから見たAnytimeの特徴

低コスト構造
(低い初期費用・固定ロイヤリティ)

会費収入によりキャッシュを
安定的に獲得

24時間ジムトップシェア (約40%※)
→ ブランドカ

**FCオーナー事業撤退はゼロ
+ 出店意欲は極めて旺盛**

※2020年9月末時点。数値は当社調べで、24時間フィットネス事業を営む主要競合他社の店舗数を合算した上で算出。

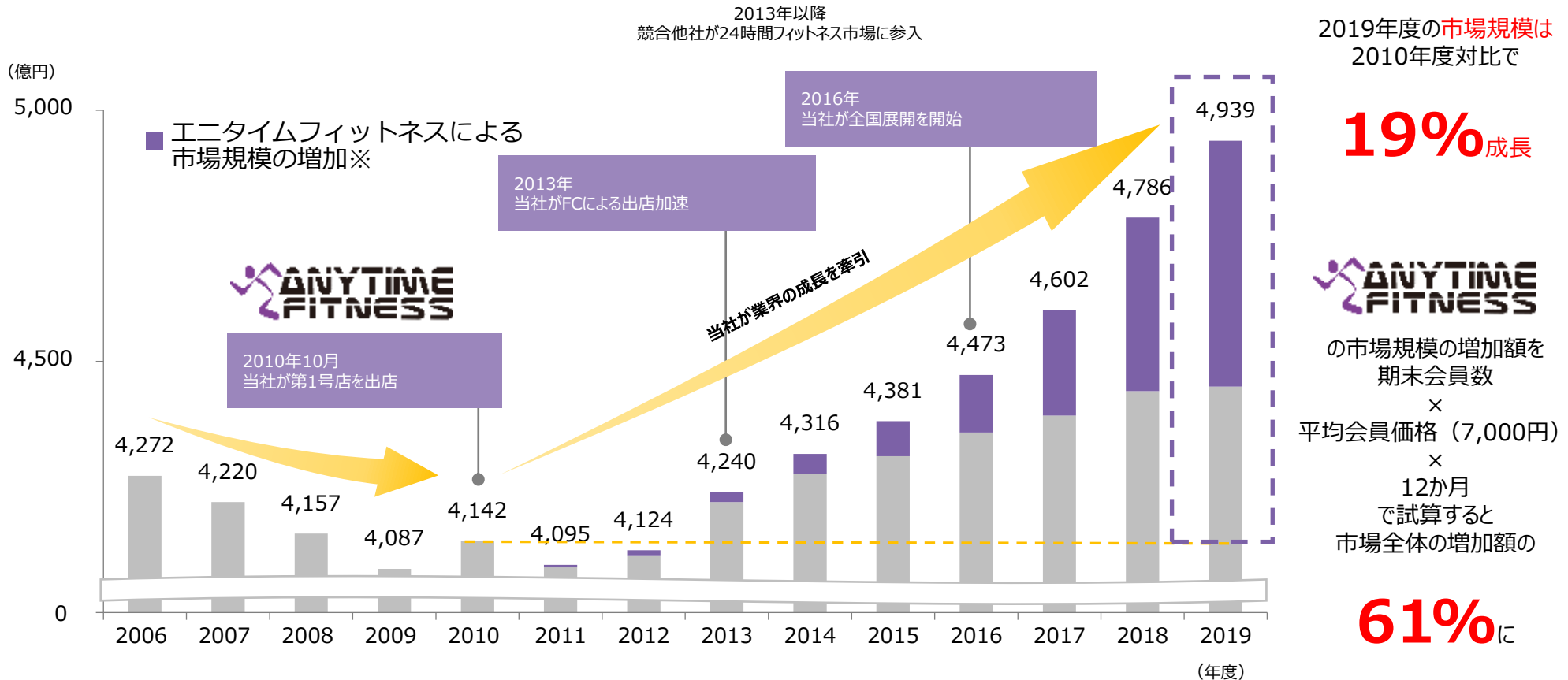
IV

成長戦略

Fast Fitness Japan

2019年のフィットネス市場規模は4,939億円。当社がフィットネス参加率の上昇を牽引し、さらなるマーケットの成長を目指す

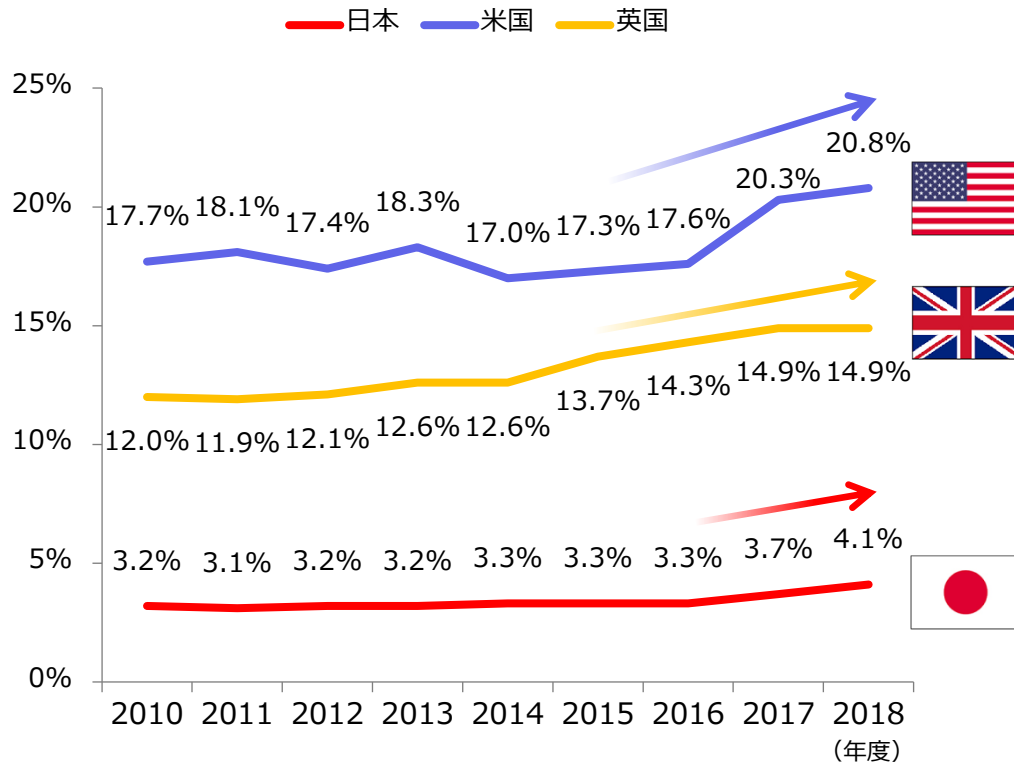
国内のフィットネス市場規模



出典：国内フィットネス市場規模は、株式会社クラブビジネスジャパン「日本のクラブ業界のトレンド」より
※エニタイムフィットネスの市場規模は、期末会員数×平均会員価格（7,000円）×12か月で算出

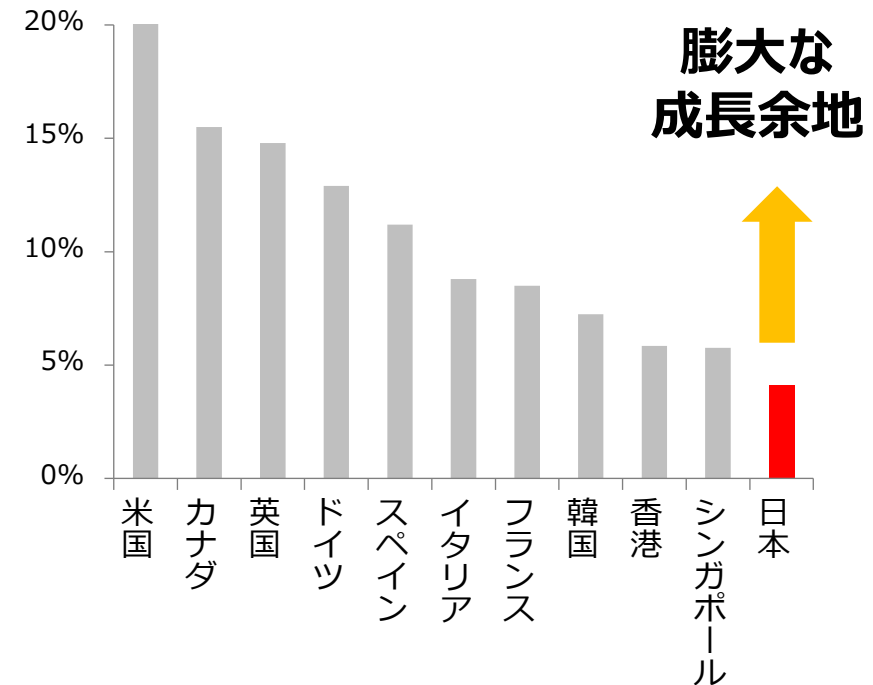
フィットネス参加率は上昇傾向にあるものの、日本は参加率も伸び率も低い
日本でもフィットネスが欧米並みに身近なものになれば、成長余地は大きい

各国のフィットネス参加率の推移



出典：株式会社クラブビジネスジャパン「日本のクラブ業界のトレンド」

フィットネス参加率の国際比較



出典：2018「IHRSA『GLOBAL REPORT』

1

フィットネス空白地帯に出店し、エリアを制圧
まずは直営店が出店し、集客実績を示してFC店の出店を誘引

2

**競合店が出店済の後発地域では、ブランド力で
会員を獲得**
グローバルブランドと適度な距離感での接客による店舗運営

3

**ドミナント出店により、会員の利便性を高めるとともに、
他社の出店を牽制**
ブランド認知の向上により、集客にも貢献

4

既存店エリアへの新規出店による顧客の囲い込み
既存店の混雑緩和と店舗の相互利用により、顧客満足度を向上

固有の強み

- オーナーにとって魅力的
- グローバルなトップブランド



戦略

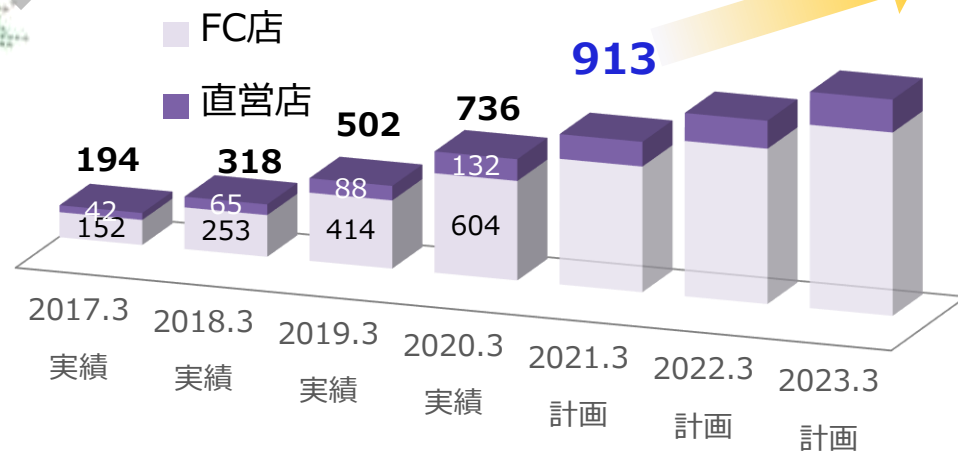
- 地域に最適な出店戦略を選択し、当社がコントロール



戦術

- 直営店とFC店とが協力し、且つ切磋琢磨することで、有機的な店舗網を構築

全国各地にヘルシアプレイスを提供することで、
長期的には日本のフィットネス参加率を10%に！



企業理念に立ち返り、出店をさらに強化⇒フィットネス参加率向上へ

企業理念

“ヘルシアプレイスをすべての人々へ！”

“3密にならない”
フィットネスクラブの徹底

飲食等の撤退により、
より魅力的な立地への出店

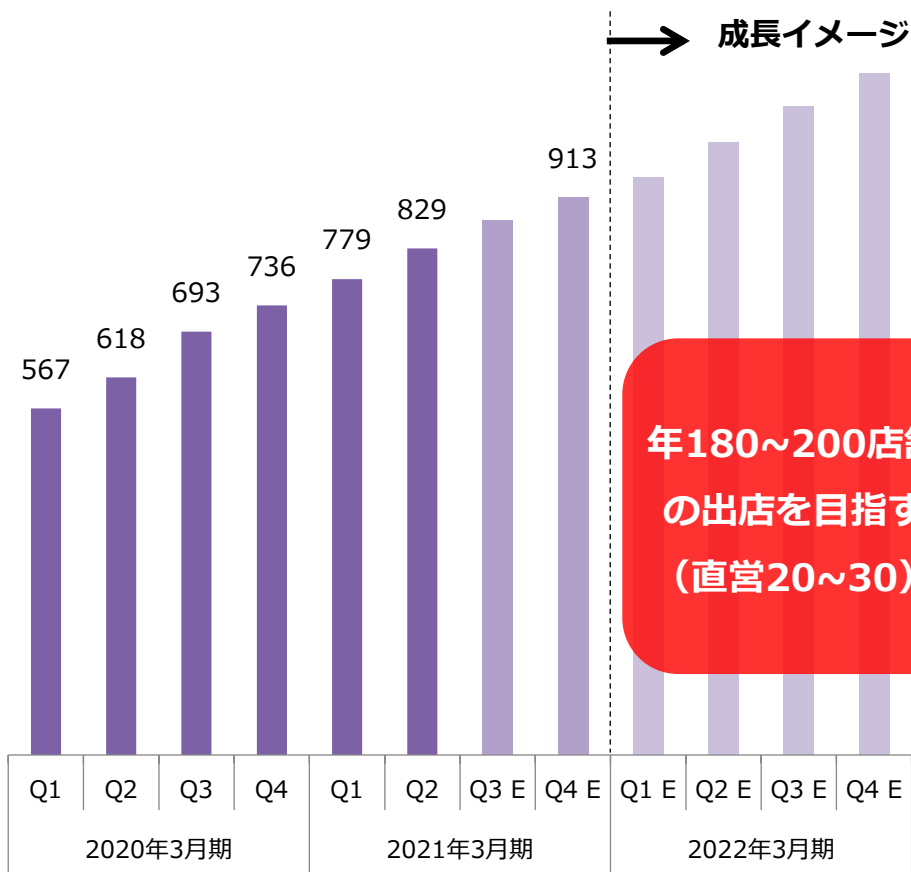
コロナ禍の経験を踏まえ、
運営効率を高めながら、
積極的な出店を継続

※既に飲食・カラオケ等の撤退物件情報を約600件入手

“フィットネス参加率10%”を当社が牽引

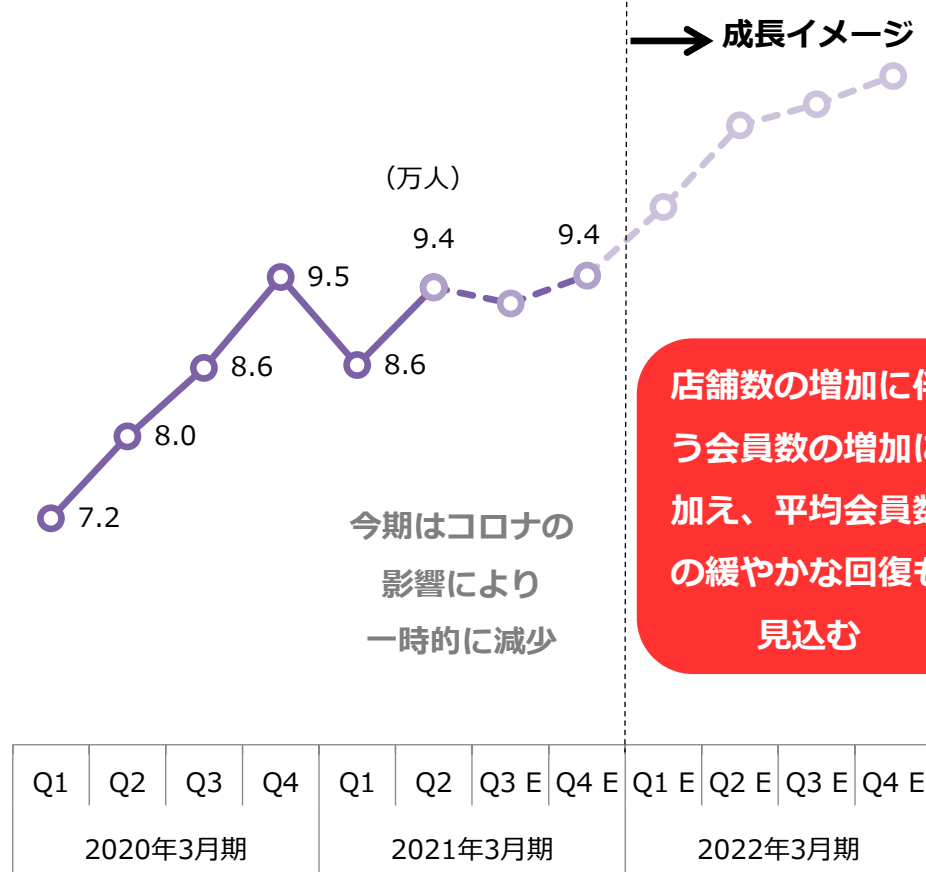
出店ペースは維持し、会員数は20年5月を底に増加

店舗数（イメージ）



年180~200店舗
の出店を目指す
(直営20~30)

直営店会員数（イメージ）



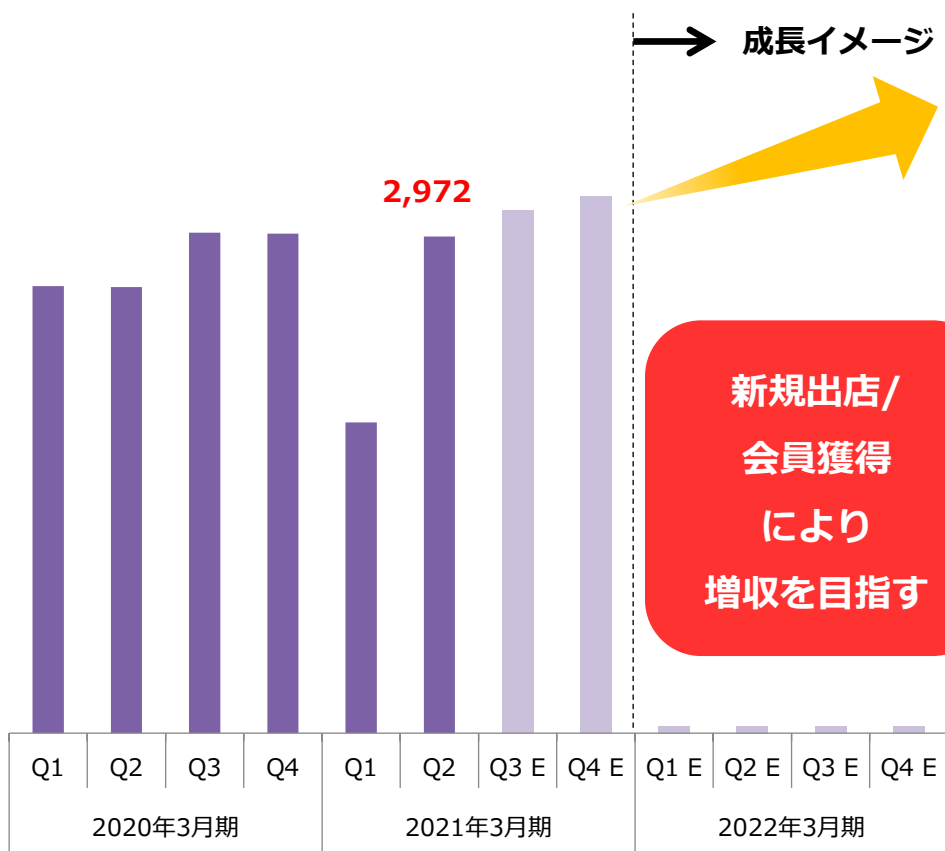
店舗数の増加に伴う
会員数の増加に加え、
平均会員数の緩やかな
回復も見込む

今期はコロナの
影響により
一時的に減少

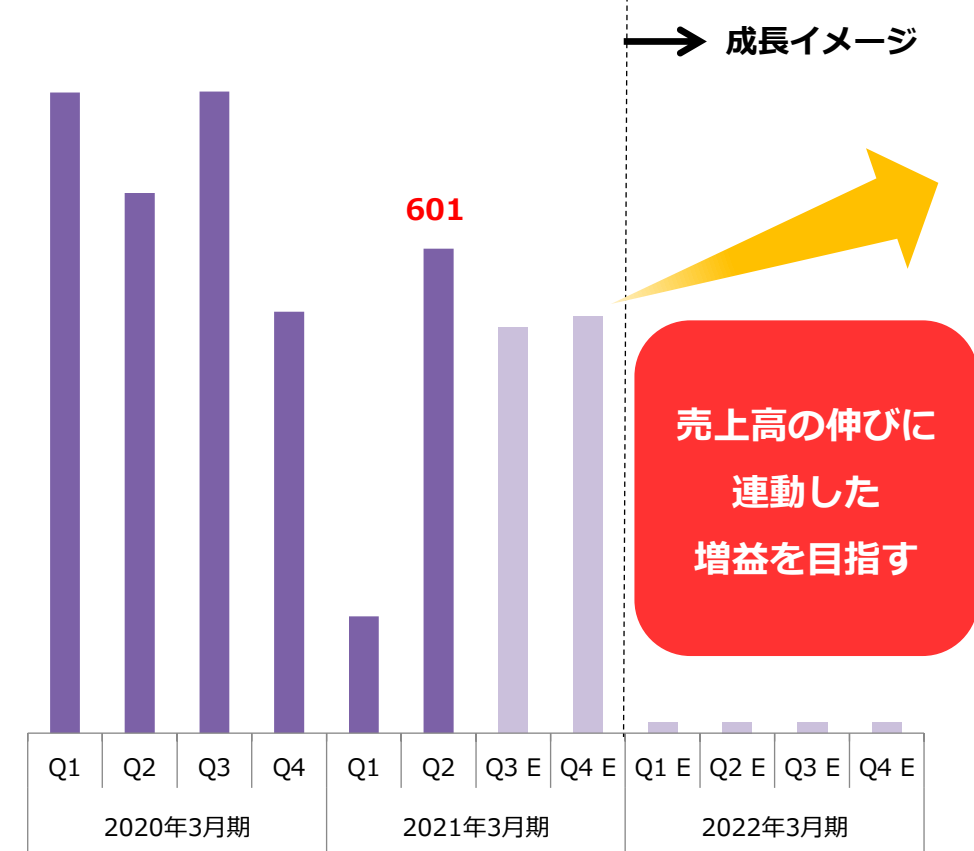
※2021年3月期第3四半期及び第4四半期は当社の業績予想、2022年3月期は当社の事業成長のイメージであり、達成を約束するものではありません。

新規出店/会員獲得により、再び増収増益を目指す

売上高（イメージ）



営業利益（イメージ）



※2021年3月期第3四半期及び第4四半期は当社の業績予想、2022年3月期は当社の事業成長のイメージであり、達成を約束するものではありません。

※2021年3月期第3四半期及び第4四半期は、主に広告宣伝費等の販売費及び一般管理費の第2四半期からの期ずれ等により、第2四半期に比べ減益を見込んでおります。

成長を加速させる調達資金の用途は下記の通り計画しております

1. 当社の資金用途

(単位：百万円)

項目	投融資先	事業年度		
		21年3月期	22年3月期	23年3月期
投融資	株式会社AFJ Project		1,300	2,337

2. 株式会社AFJの資金用途

(単位：百万円)

項目	事業年度		
	21年3月期	22年3月期	23年3月期
直営店出店数	20	20	30
出店のための投資額	1,800	1,800	2,700
投融資資金の充当額		1,300	2,337

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性のある主なリスク及び対応策は以下の通りです。

1. マスター・フランチャイズ契約に係る主なリスクについて

- 当社は、Anytime Fitness, LLCとマスター・フランチャイズ契約を締結しており、契約締結以降、**長年にわたり良好な関係を維持**しております。
- 当該「マスター・フランチャイズ契約」には、**当初の契約期間が2025年6月9日までとなっていることや、当社がエニタイムフィットネス以外の事業や物品販売又は役務提供を行うためには、Anytime Fitness, LLCの事前の許諾を要すること等**、の条件が定められております。
- 当社は、Anytime Fitness, LLCとは**引続き良好な関係を維持するよう努めており**、現時点において、**同社との契約の継続に支障を来す要因は発生しておりませんが**、将来、事業の継続が困難になる可能性や、当社グループの事業戦略において制約を受ける可能性があります。

2. その他、弊社の事業に関わる主なリスクについて

- **新型コロナウイルス感染症が再拡大**するリスク、新規出店後に**新たな競合関係**が生じるリスク、**FCが法令違反等、契約に違反**することによるリスク、サイバー攻撃等の**情報セキュリティ**に関わるリスク等に対し、当社として**様々な感染防止策の実施や綿密な立地調査の実施等**、それぞれ**対応策をとっておりますが**、これらの対応策にも関わらず、上記のリスクが顕在化した場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

尚、詳細については新規上場申請のための有価証券報告書（Iの部）「第一部 企業情報 第2 事業の状況 2 事業等のリスク」に記載しております。

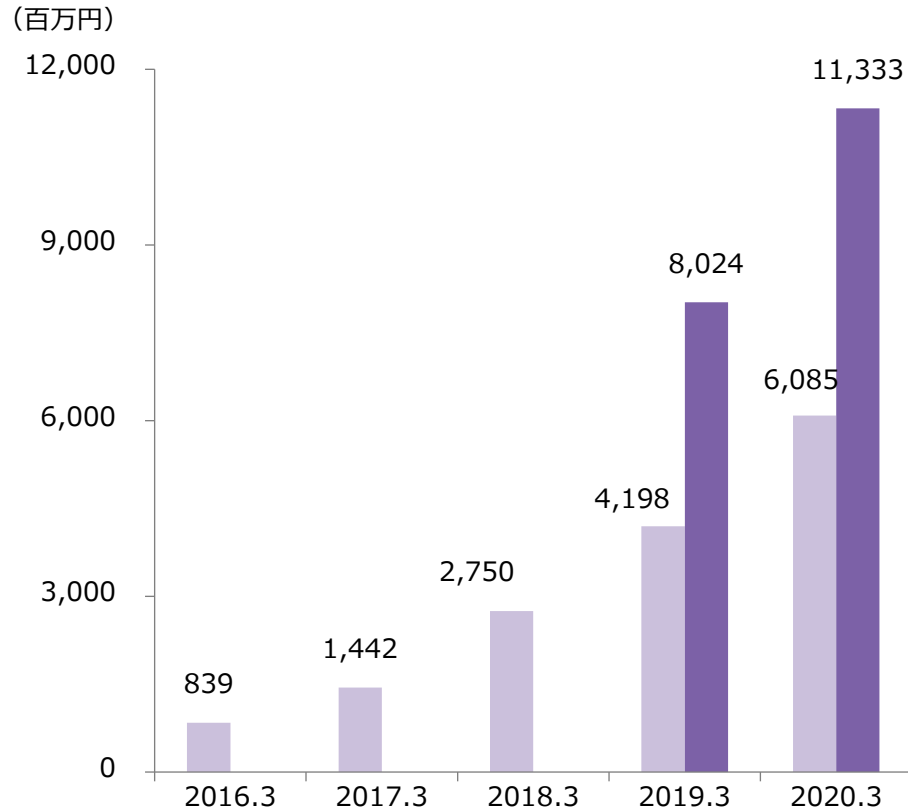
V

業績ハイライト

Fast Fitness Japan

売上高

■ 単体 ■ 連結



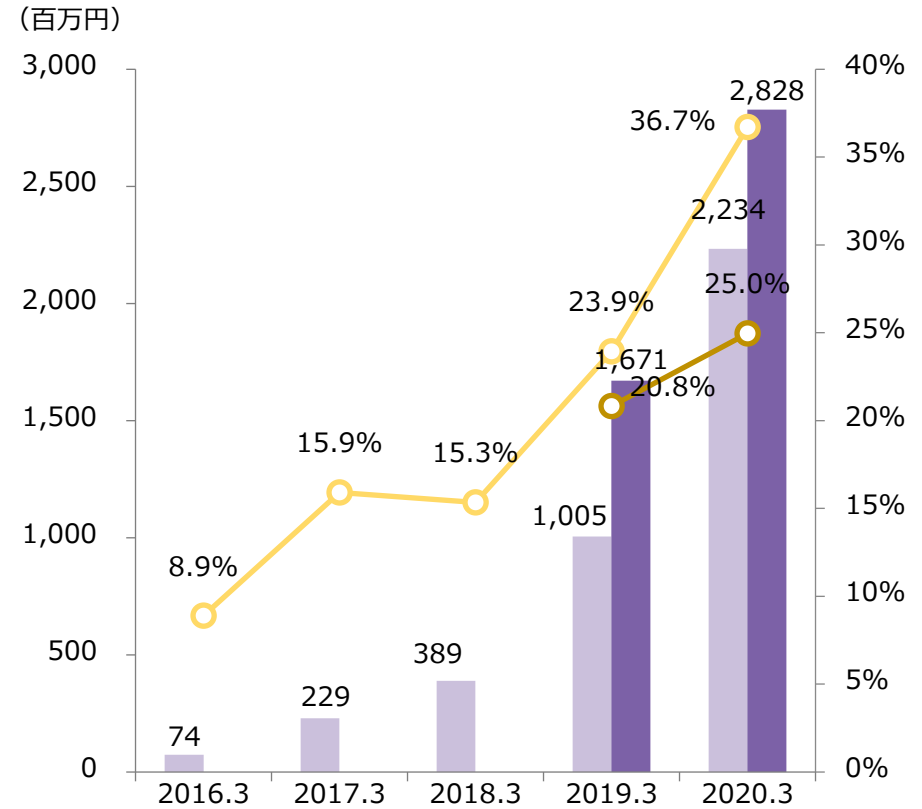
経常利益

■ 経常利益 (単体)

■ 経常利益 (連結)

○ 経常利益率 (単体)

○ 経常利益率 (連結)



連結損益計算書

	2019.3 (百万円)	2020.3 (百万円)	増減率 (%)
売上高	8,024	11,333	+41.2%
売上原価	4,217	6,078	+44.1%
売上総利益	3,806	5,255	+40.7%
売上総利益率	47.4%	46.4%	△1.0P
販売費及び 一般管理費	2,131	2,424	+13.8%
営業利益	1,675	2,831	+69.0%
営業利益率	20.9%	25.0%	+4.1P
経常利益	1,671	2,828	+69.3%
税金等調整前 当期純利益	1,539	2,705	+75.8%
親会社株主に帰属 する当期純利益	928	1,627	+75.4%
当期純利益率	11.6%	14.4%	+2.8P
1株当たり当期 純利益(円)	100.36	175.98	+75.3%
ROE	73.2%	64.6%	△8.6P

連結貸借対照表

	2019.3 (百万円)	2020.3 (百万円)	増減率 (%)
流動資産	4,816	6,502	+35.0%
固定資産	5,929	9,121	+53.8%
資産合計	10,746	15,624	+45.4%
流動負債	3,763	4,569	+21.4%
固定負債	5,264	7,735	+47.0%
負債合計	9,027	12,305	+36.3%
純資産	1,718	3,318	+93.1%
負債純資産合計	10,746	15,624	+45.4%

連結キャッシュ・フロー計算書

	2019.3 (百万円)	2020.3 (百万円)	増減率 (%)
営業活動による キャッシュ・フロー	2,669	2,327	△12.8%
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 1,873	△ 3,624	-
財務活動による キャッシュ・フロー	1,088	2,471	+127.0%
現金及び現金同等物の 期末残高	3,535	4,709	+33.2%

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。

また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。

当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や会員のニーズ及び嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

また、本資料発表以降、新しい情報や将来の出来事等があった場合において、当社は本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新又は改訂を行う義務を負うものではありません。



Fast Fitness Japan