



Fast Fitness Japan

株式会社Fast Fitness Japan

(東証プライム市場 7092)

2023年3月期第2四半期
決算説明資料

Update
YOURSELF

さあ、自分をアップデートしよう。





ヘルシアプレイスをすべての人々へ!

Get to a healthier place[®]

目次

- I. 2023年3月期第2四半期業績
- II. 2023年3月期業績見通し
- III. 会社概要



I. 2023年3月期第2四半期業績

Fast Fitness Japan



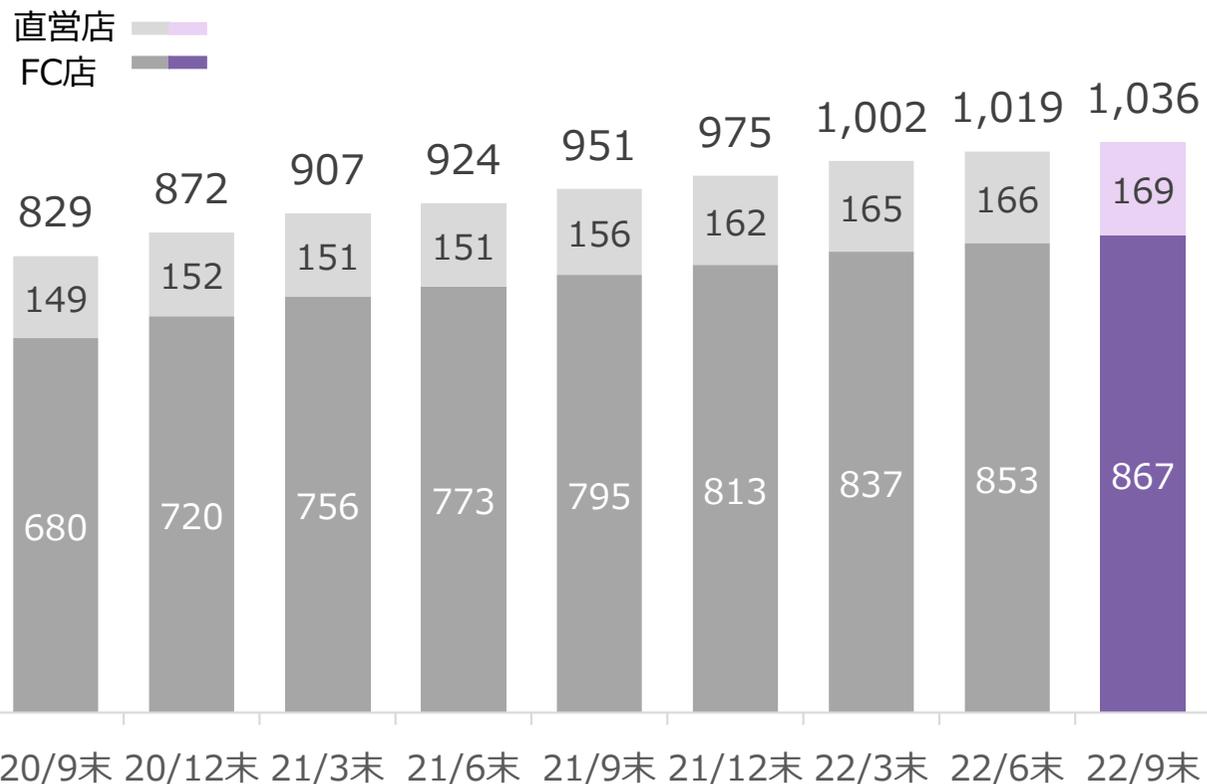
事業環境

- 新型コロナウイルス感染症に対する経済活動の制限や行動制限が解除され、緩やかな改善の兆しが見られるも、エネルギー価格の上昇や、急速な円安の進行等、先行き不透明な状況が続く
- 異業種からの参入に加え、同業種による低価格帯ジムの参入などにより、24時間型フィットネスジムは増加基調

当社トピックス

- 新規会員獲得のための施策としてタレントを起用した『史上最大の友達紹介キャンペーン』の効果もあり、会員数は2022年7月に70万人を突破
- 1店舗当たりの平均会員数も、2022年9月末時点で690名と、前年同期比+5%超の水準を維持し、堅調に推移

I 出店数・店舗数の推移（四半期末）



2023年3月期第2四半期サマリー

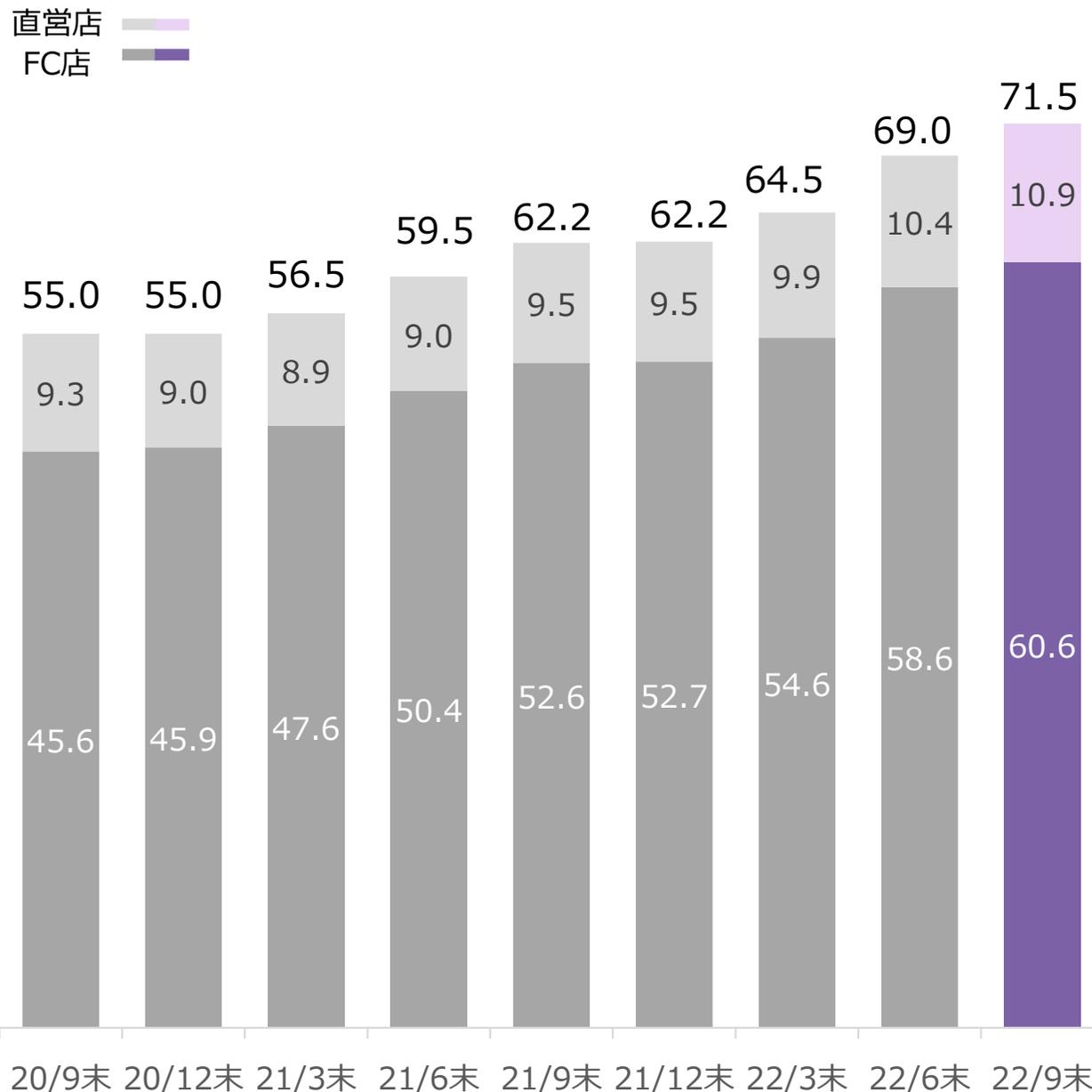
- 2022年7月～9月は18店舗を出店
 出店数 直営店 : 3店舗
 FC店 : 15店舗

 退店数 直営店 : 0店舗
 FC店 : 1店舗
- 経済活動の正常化が進み、様々な業種において物件取得の需要が高まったこともあり、出店はややスローペース
- FCオーナー様の出店意欲は回復基調にあり、新規FCオーナー様の加入も堅調であるも、出店立地・物件に関する要求スペックが高まっている
- 退店は、FC1社が一部不振店舗の退店を決定したもの

| 出店数 | 2022年 3月期 | | | | 2023年 3月期 | |
|-------|--------------|----|----|----|--------------|----|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q |
| 直営店 | 1 | 5 | 6 | 3 | 1 | 3 |
| FC店 | 17 | 22 | 21 | 25 | 18 | 15 |
| 合計 | 18 | 27 | 27 | 28 | 19 | 18 |
| (退店数) | 0 | -3 | 0 | 0 | -2 | -1 |

(注) 各四半期末日に退店した店舗は当該四半期末の店舗数に含めております

I 会員数の推移（四半期末）



2023年3月期第2四半期サマリー

- 新規会員獲得が堅調に推移し、2022年7月に会員数が70万人を突破
- 2021年9月末から2022年9月末の1年間では9.3万人増加

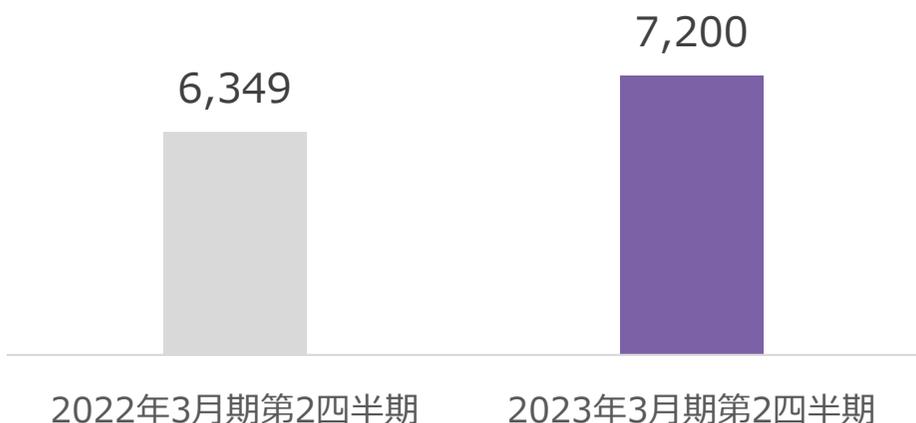
| | 2022年9月末 会員数 | 前年同期 からの増減 |
|-----|-----------------|---------------|
| 直営店 | 10.9万人 | +1.4万人 |
| FC店 | 60.6万人 | +8.0万人 |
| 合計 | 71.5万人 | +9.3万人 |

- 店舗当たり平均会員数も、前年同期に比べ5.6%増加と、回復基調を継続

| 2021年9月末 平均会員数 | 2022年9月末 平均会員数 | 前年 同期比 |
|-------------------|-------------------|--------------|
| 654名 | 690名 | +5.6% |

売上高

(単位：百万円)

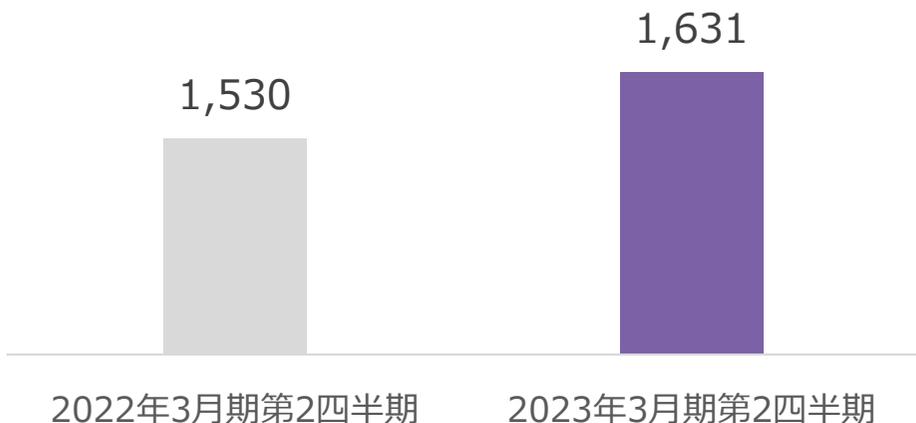


サマリー

- 連結売上高は72億円と2桁成長を維持（前年同期比+13.4%）
- 会員数増加に伴う店舗売上（直営店）の増加が成長を牽引（前年同期比+16.6%）
- FC売上も店舗増加によるロイヤリティ収入の増加等により2桁成長（前年同期比+12.4%）

営業利益

(単位：百万円)



サマリー

- 連結営業利益も増益を確保（前年同期比+6.6%）
- システム変更に伴う売上原価の増加等もあり、売上総利益率は低下（前年同期比△0.9%）
- 行動制限のあった前年同期はキャンペーンの実施を控えたことや人員数の増加もあり、販管費も増加（前年同期比+16.8%）

I 2023年3月期第2四半期業績（累計）

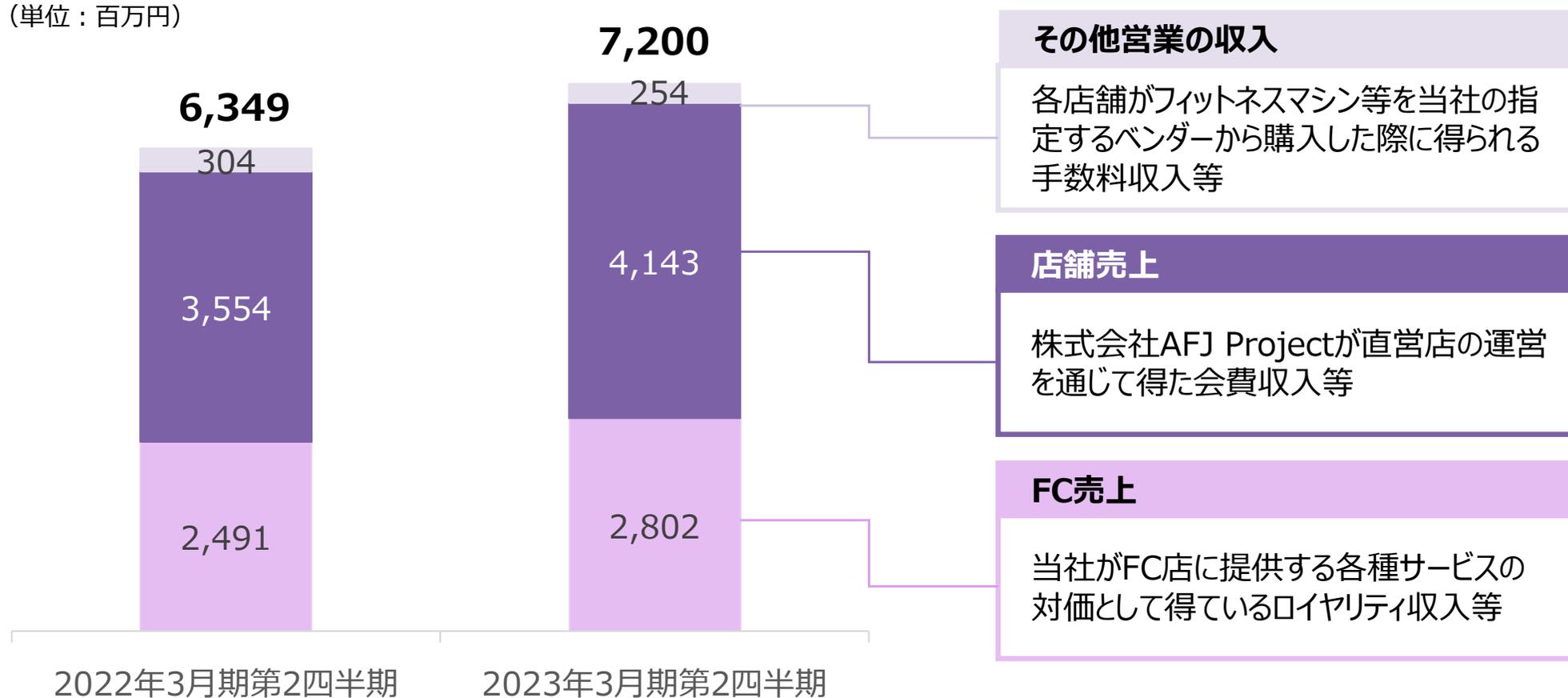
- 店舗数・会員数の増加により、第2四半期として売上高・営業利益とともに過去最高を達成

| | 2022年3月期 第2四半期 | 2023年3月期 第2四半期 | 前年同期差 | 前年同期比 |
|--------|-------------------|-------------------|---------|---------|
| | (百万円) | (百万円) | (百万円) | (%) |
| 売上高 | 6,349 | 7,200 | + 850 | + 13.4% |
| 売上総利益 | 2,756 | 3,062 | + 306 | + 11.1% |
| 販管費 | 1,225 | 1,431 | + 205 | + 16.8% |
| 営業利益 | 1,530 | 1,631 | + 101 | + 6.6% |
| 当期純利益 | 1,023 | 1,024 | + 0 | + 0.1% |
| 売上総利益率 | 43.4 % | 42.5% | △ 0.9pt | |
| 営業利益率 | 24.1 % | 22.7% | △ 1.4pt | |
| 当期純利益率 | 16.1 % | 14.2% | △ 1.9pt | |

I 売上区分別売上高推移（第2四半期累計）

- FC売上は店舗数増加によるロイヤリティ収入及び商品売上高の増加により増収（前年同期比+12.4%）
- 店舗売上も店舗数・会員数の増加により増収（前年同期比+16.6%）

（単位：百万円）



I 営業利益増減分析（第2四半期累計）

(単位：百万円)



I 2023年3月期第2四半期業績（単四半期）

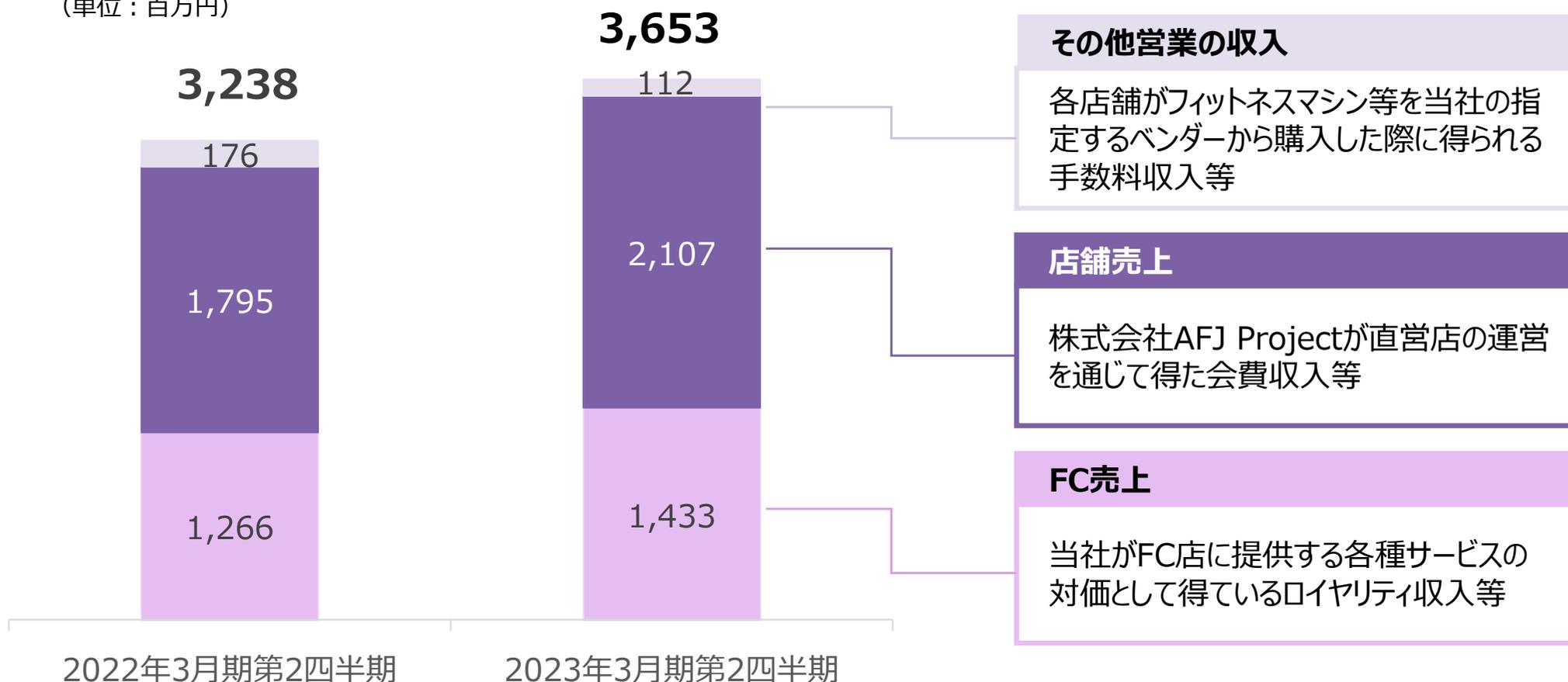
- 店舗数及び店舗当たり会員数の増加による店舗売上の伸長が牽引し、売上高・営業利益共に2桁成長

| | 2022年3月期 第2四半期 | 2023年3月期 第2四半期 | 前年同期差 | 前年同期比 |
|--------|-------------------|-------------------|---------|---------|
| | (百万円) | (百万円) | (百万円) | (%) |
| 売上高 | 3,238 | 3,653 | + 414 | + 12.8% |
| 売上総利益 | 1,386 | 1,526 | + 140 | + 10.1% |
| 販管費 | 623 | 661 | + 38 | + 6.2% |
| 営業利益 | 762 | 864 | + 101 | + 13.3% |
| 当期純利益 | 485 | 506 | + 21 | + 4.3% |
| 売上総利益率 | 42.8% | 41.8% | △ 1.0pt | |
| 営業利益率 | 23.6% | 23.7% | + 0.1pt | |
| 当期純利益率 | 15.0% | 13.9% | △ 1.1pt | |

I 売上区分別売上高推移（第2単四半期）

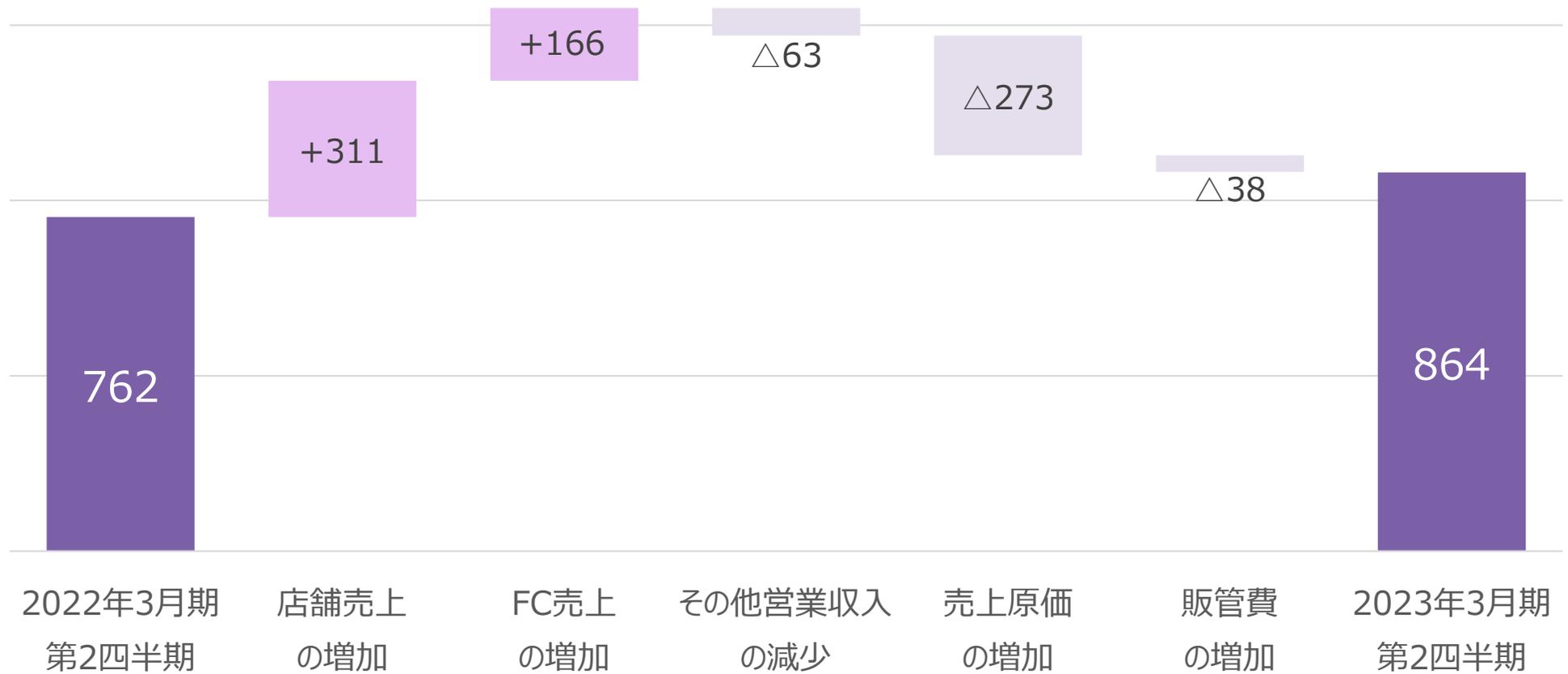
- FC売上は、店舗数の増加に伴うロイヤリティ収入等の増加により増収（前年同期比+13.2%）
- 店舗売上は、店舗数の増加及び店舗当たり会員数の回復が寄与し増収（前年同期比+17.3%）

（単位：百万円）



I 営業利益増減分析（第2四半期）

(単位：百万円)



I 2022年7月～9月出店店舗一覧

| | | | |
|----|------|-----------------------------------|------------------|
| 東北 | 宮城県 | フレスポ仙台東照宮 | |
| 関東 | 埼玉県 | イオンタウン毛呂山 所沢プロペ通り さいたま宮原二丁目 | |
| | 千葉県 | 船橋法典 鎌ヶ谷駅前 千葉高品 松戸松飛台 | |
| | 東京都 | 八丁堀 八王子高倉 綾瀬 | |
| | 神奈川県 | 相模原星が丘 古淵 鹿島田 湘南辻堂 | |
| | 中部 | 愛知県 | イオンモール常滑 |
| | 関西 | 兵庫県 | 明石藤江 三田フワータウン |

合計：18店舗



相模原星が丘店



湘南辻堂店



イオンタウン毛呂山店



さいたま宮原二丁目店

プロモーション強化

美容脱毛サロン ミュゼプラチナム様とのタイアップキャンペーン

- 特に女性へのエニタイムフィットネスの認知度向上及び女性会員獲得を目的に、美容脱毛サロンのミュゼプラチナム様とのタイアップを実施

【期待する効果】

- エニタイムフィットネス会員様へは脱毛割引チケットを配布し、会員であることのメリットを訴求
- ミュゼプラチナムユーザー様へはエニタイムフィットネス1日無料体験チケットをプレゼントし、送客→会員獲得につなげる



（注）キャンペーンは終了しております。

企業理念である「ヘルシアプレイスをすべての人々へ！」の実現のため、2022年9月に健康経営宣言の制定及び人権方針を策定

健康経営宣言

当社グループは「ヘルシアプレイスをすべての人々へ！」という企業理念のもと誰もが健康的に暮らせる、心豊かな社会の実現を目指しています。

そのためには、まず従業員が心身共に健康であることが重要であると考えます。

「日本の健康を創る先進企業」として、個々の能力が十分に発揮され、皆がいきいきと働くことが出来る職場を創り、健康経営に取り組んでまいります。

人権方針

当社グループは人々の健康増進とともに、インクルーシブで心豊かな社会を目指しています。

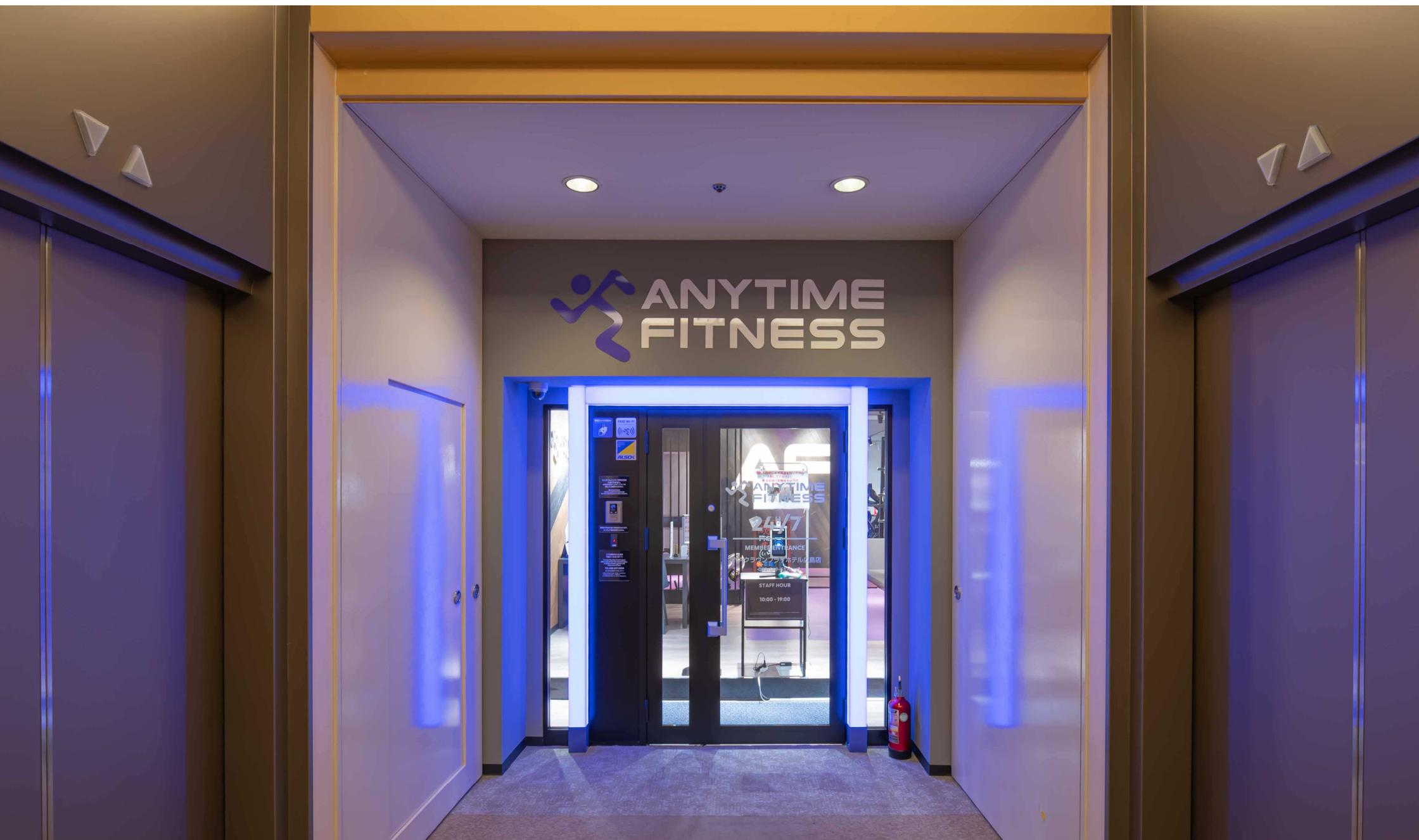
企業理念である

「ヘルシアプレイスをすべての人々へ！」の実現には、すべての人々の人権が尊重されることが不可欠であり、そのための指針として、ここに「人権方針」を定めました。

私たちは、本方針の実践を通じて、ステークホルダーの皆様と持続可能な社会を共創してまいります。

Ⅱ. 2023年3月期業績見通し

Fast Fitness Japan



Ⅱ 2023年3月期 出店数・店舗数の見通し

- 上期出店数及び現時点の出店見込みを勘案し、今期出店数見通しは、前回見通しの130店舗から75店舗に下方修正

| (単位：店) | | 2022年 3月期 実績 | 2023年 3月期 前回見通し | 2023年 3月期 今回見通し | 前回差 | 2023年 3月期 第2四半期 実績 | 進捗率 |
|--------|-------|--------------------|-----------------------|-----------------------|-----|-----------------------------|-------|
| | | | | | | | |
| 出店数 | 出店合計 | 100 | 130 | 75 | △55 | 37 | 49.3% |
| | FC店 | 85 | 120 | 70 | △50 | 33 | 47.1% |
| | 直営店 | 15 | 10 | 5 | △5 | 4 | 80.0% |
| 店舗数 | 店舗数合計 | 1,002 | 1,130 | 1,071 | △59 | 1,036 | — |
| | FC店 | 837 | 955 | ※ 900 | △55 | 867 | — |
| | 直営店 | 165 | 175 | ※ 171 | △4 | 169 | — |

※ 2023年3月末の店舗数には、今期FC店6店舗の退店見込み及びFC→直営店への事業継承1店舗を含む（前回見通しの退店見込みは2店舗）

Ⅱ 2023年3月期 業績見通し

- 第2四半期実績は、売上高、利益共に年間見通しに対して50%を上回る進捗率
- 出店数見通しは下方修正するものの、第2四半期までの進捗率も勘案し通期業績予想は据え置き

| (単位：百万円) | 2022年 3月期実績 | 2023年 3月期見通し | 前年比 | 2023年3月期 第2四半期 実績 | 進捗率 |
|----------|----------------|-----------------|--------|-------------------------|-------|
| 売上高 | 13,097 | 14,000 | +6.9% | 7,200 | 51.4% |
| 営業利益 | 2,945 | 3,000 | +1.8% | 1,631 | 54.4% |
| 経常利益 | 2,943 | 2,950 | +0.2% | 1,639 | 55.6% |
| 当期純利益 | 1,702 | 1,500 | △11.9% | 1,024 | 68.3% |

配当

- ◆ 2023年3月期の中間配当は、前年比+8円の1株当たり10円の増配
- ◆ 2023年3月期の期末配当は未定
内部留保の充実や今後の投資動向に鑑み、決定次第すみやかに開示予定

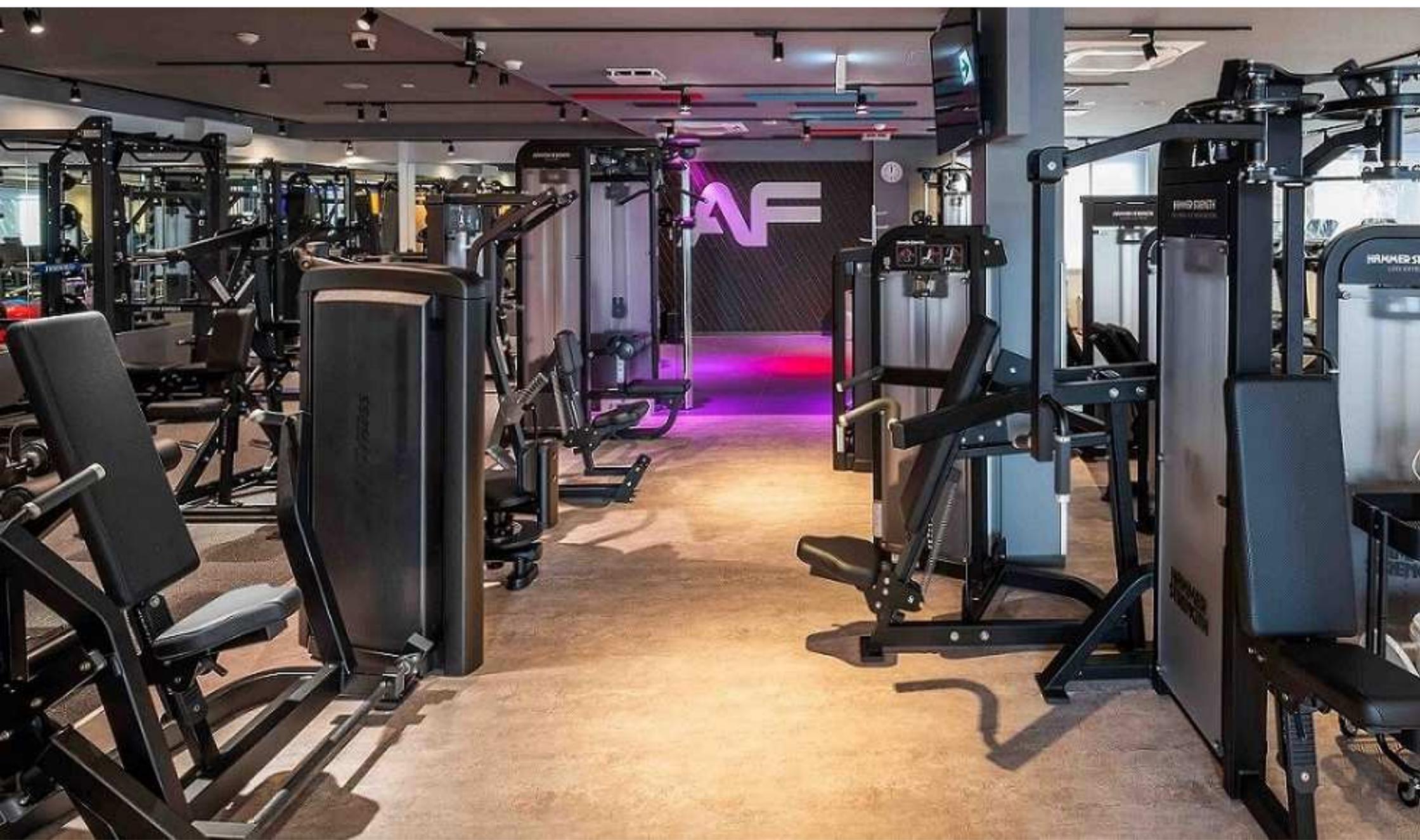
配当施策

株主に対する利益還元を重要な経営課題と認識しつつ、内部留保の充実を図り、事業拡大と事業の効率化のための投資に充当し、持続的に成長することで企業価値を高める

当社グループは、エニタイムフィットネスのブランド価値を最大限に活かし、FCオーナー様並びに会員の皆様が選び続けたい魅力ある店舗運営を役職員一丸となって推進し、組織体制やガバナンスの強化を図ることで、株主、取引先及び従業員等のステークホルダーの皆さまのご期待に応えてまいります。

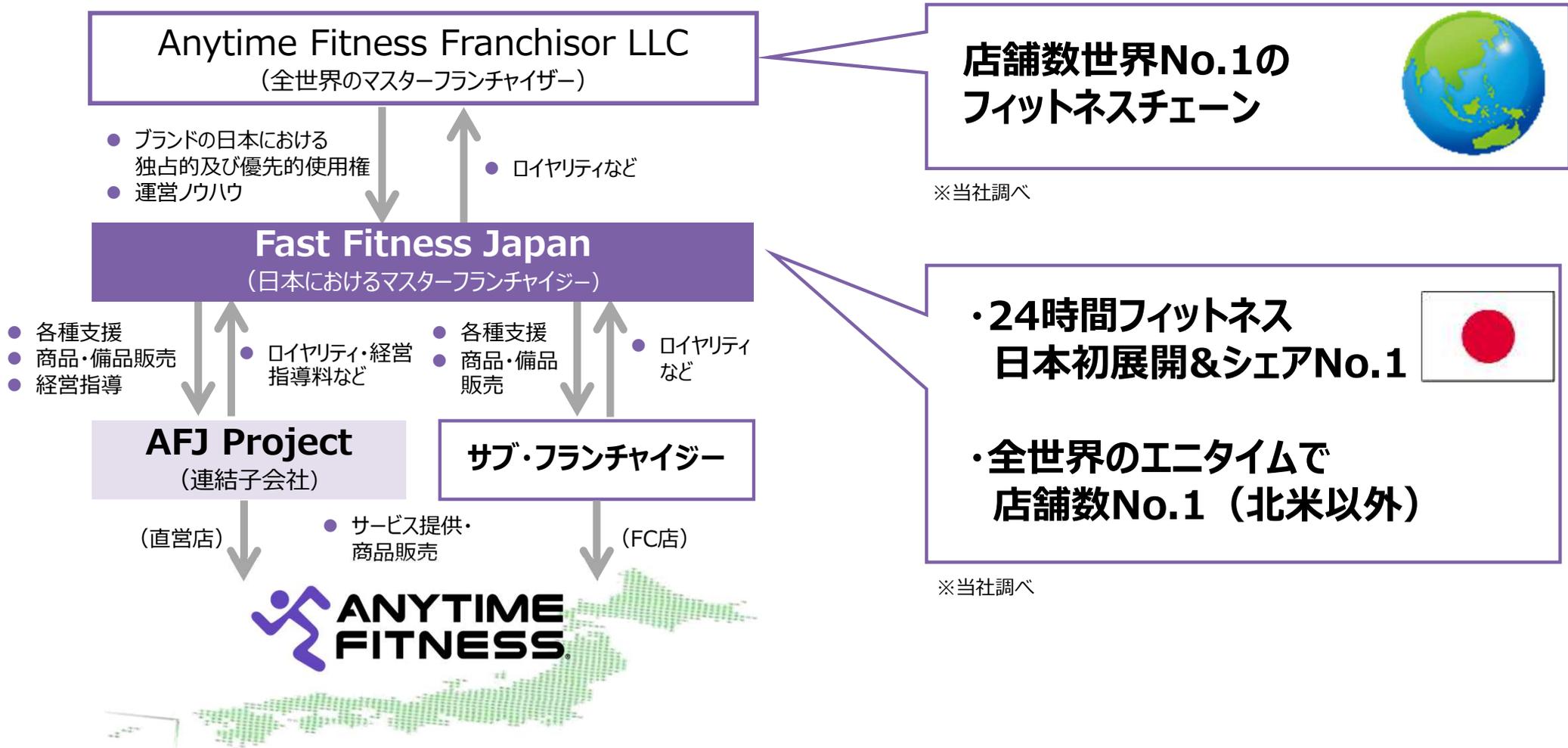
Ⅲ. 会社概要

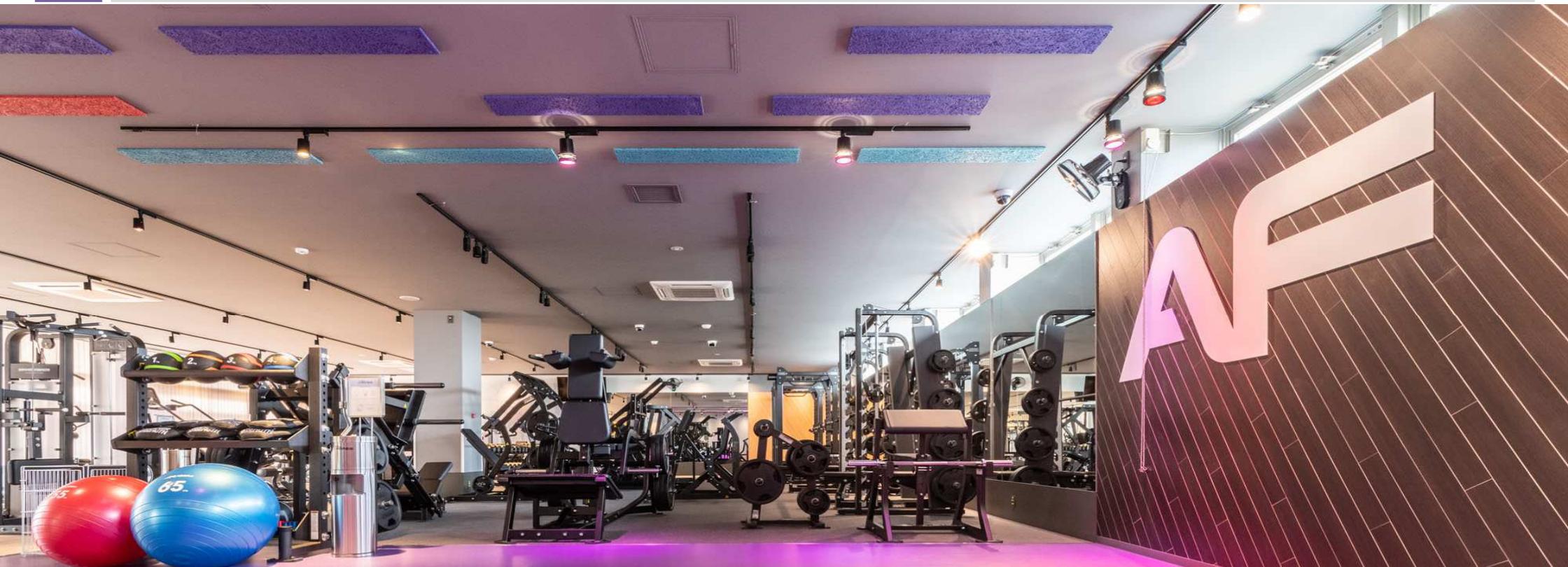
Fast Fitness Japan



| | |
|---------|---|
| 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 土屋 敦之 代表取締役社長 高嶋 淳 専務取締役 植平 光彦 取締役（社外） 山部 清明 取締役（社外） 井上 直樹 取締役（監査等委員） 井村 牧 取締役（監査等委員）（社外） 杉田 就 取締役（監査等委員）（社外） |
| 従 業 員 数 | 237名（2022年9月末時点） |

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





**24時間
年中無休**

ライフスタイルに合わせて
いつでも利用可能

**マシンジム
特化型**

充実のトレーニング設備と
ファンクショナルエリア

**全国相互
利用可能**

国内だけでなく全世界
どこでも利用可能

**「安全・安心・
清潔・快適」**

安全で快適な施設と
スタッフによるサポート

1

若年層の需要を掘り起こし、会員は40代以下が約9割を占める

男女比は男性が8割弱、女性が2割強 (2021年9月末時点)

2

損益分岐の低い店舗モデル

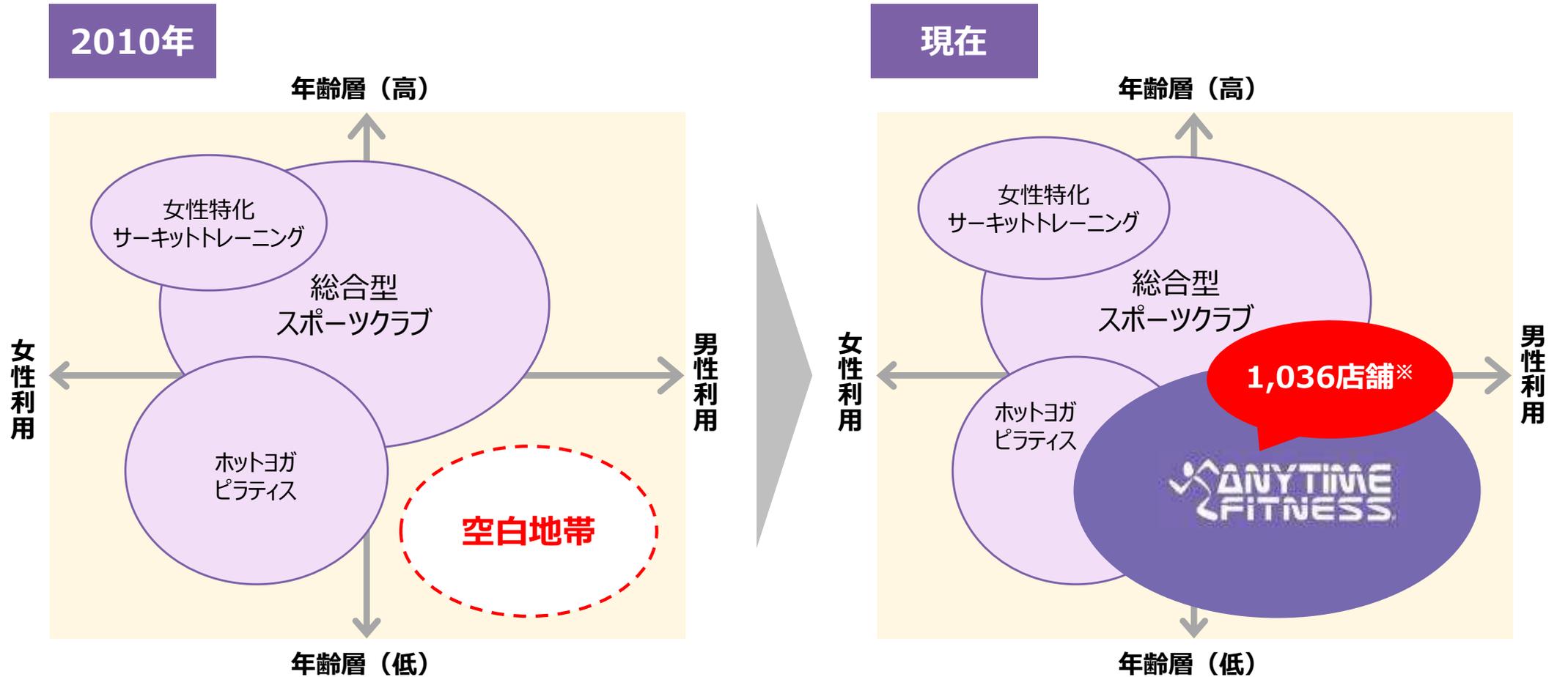
店舗面積は80~120坪が中心の小商圈で成り立つビジネスモデルであり、
総合型フィットネスが困難なエリアにも出店可能

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

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



※ 2022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。

2010年に日本初の24時間型ジムとして出店後、新たなマーケットを創出
新規参入が相次ぐ中、24時間型ジムのトップランナーとして1,000店舗を突破

創業期

直営店の出店による
事業基盤固め

業界関係者からは
「日本では絶対に無理だ」
と言われた

FC開拓期

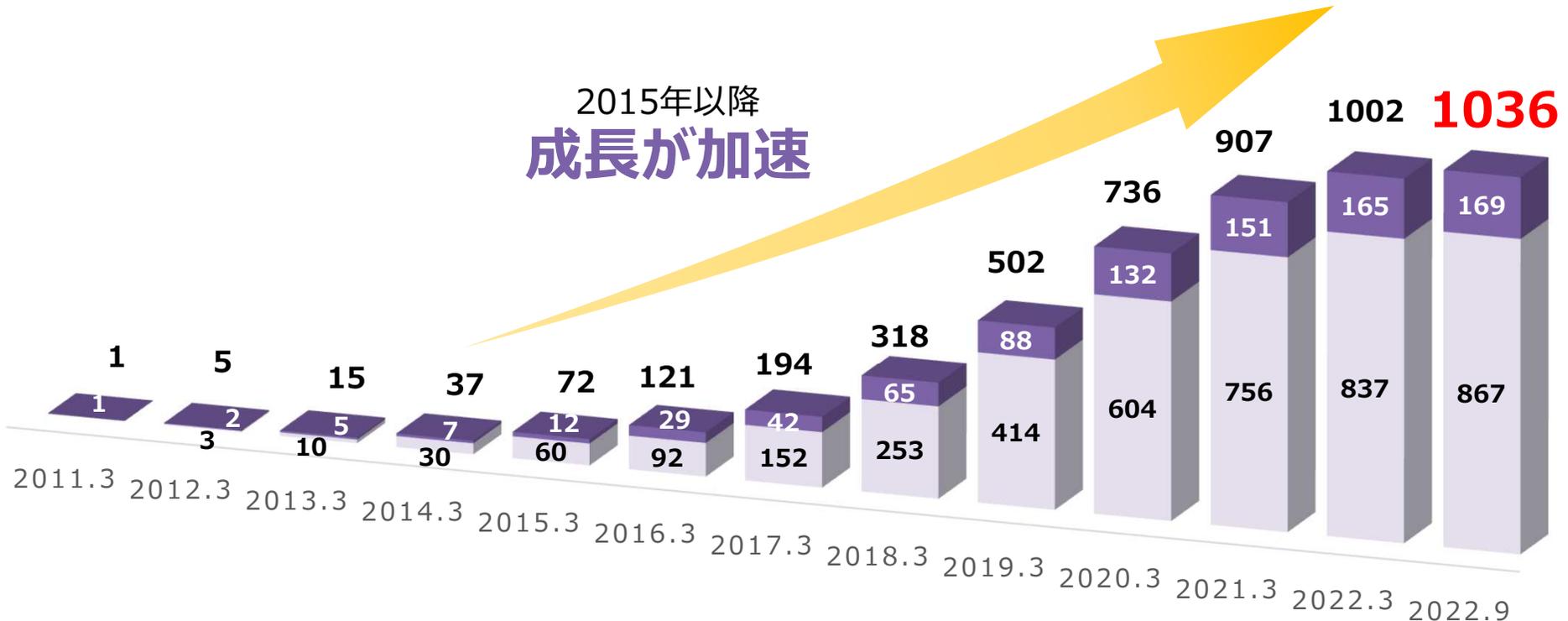
FC展開の実績を作り
有力FC事業者を開拓

当社の成功が知れ渡り
24時間フィットネスに
競合他社が参入を開始

全国展開期

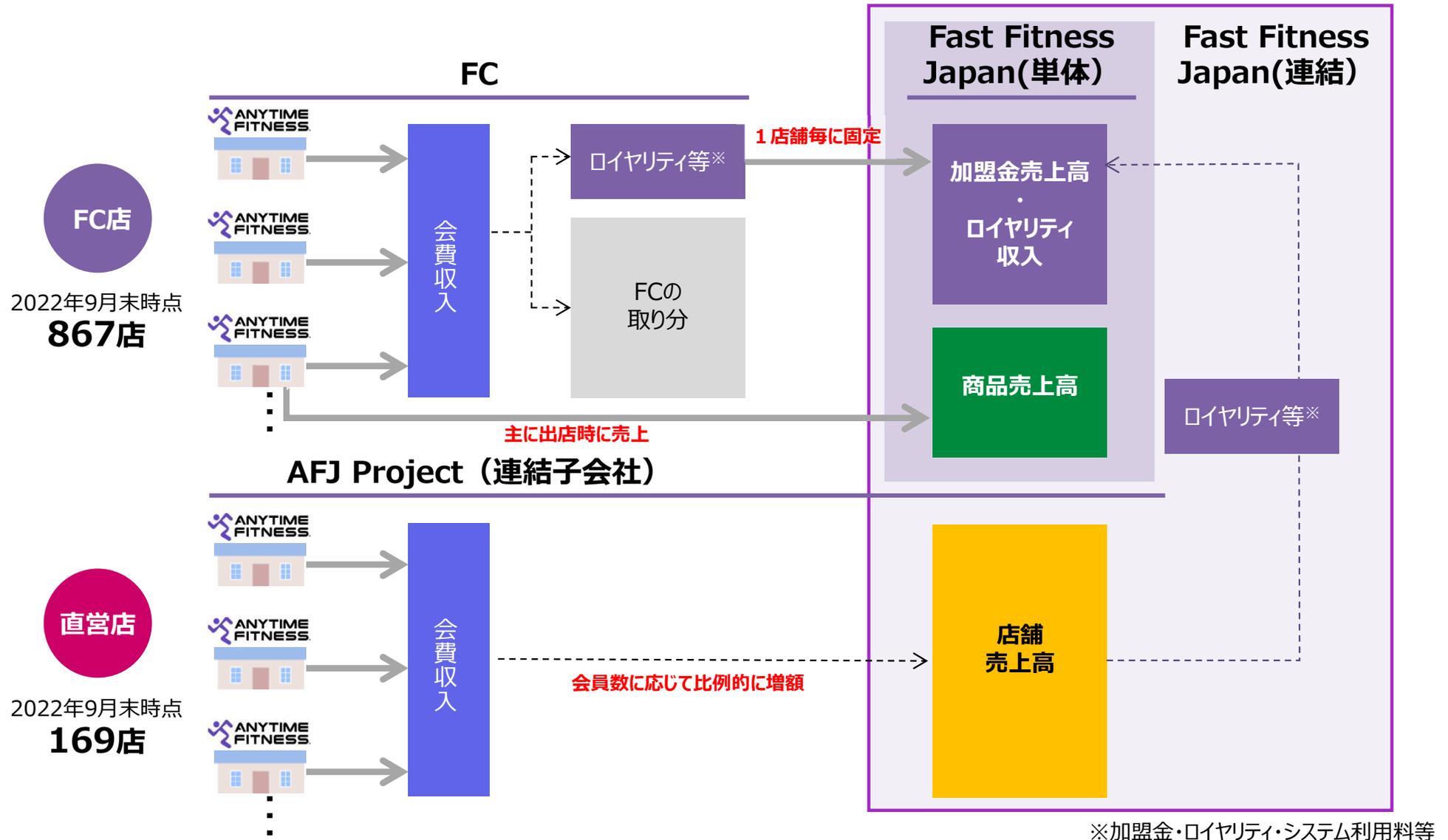
都心部だけでなく、全都道府県に出店・
ロードサイド型の店舗も増加

競合他社の参入も増加し
24時間フィットネス市場が活性化



Ⅲ 収益モデル

「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



Ⅲ 強み①店舗ネットワーク

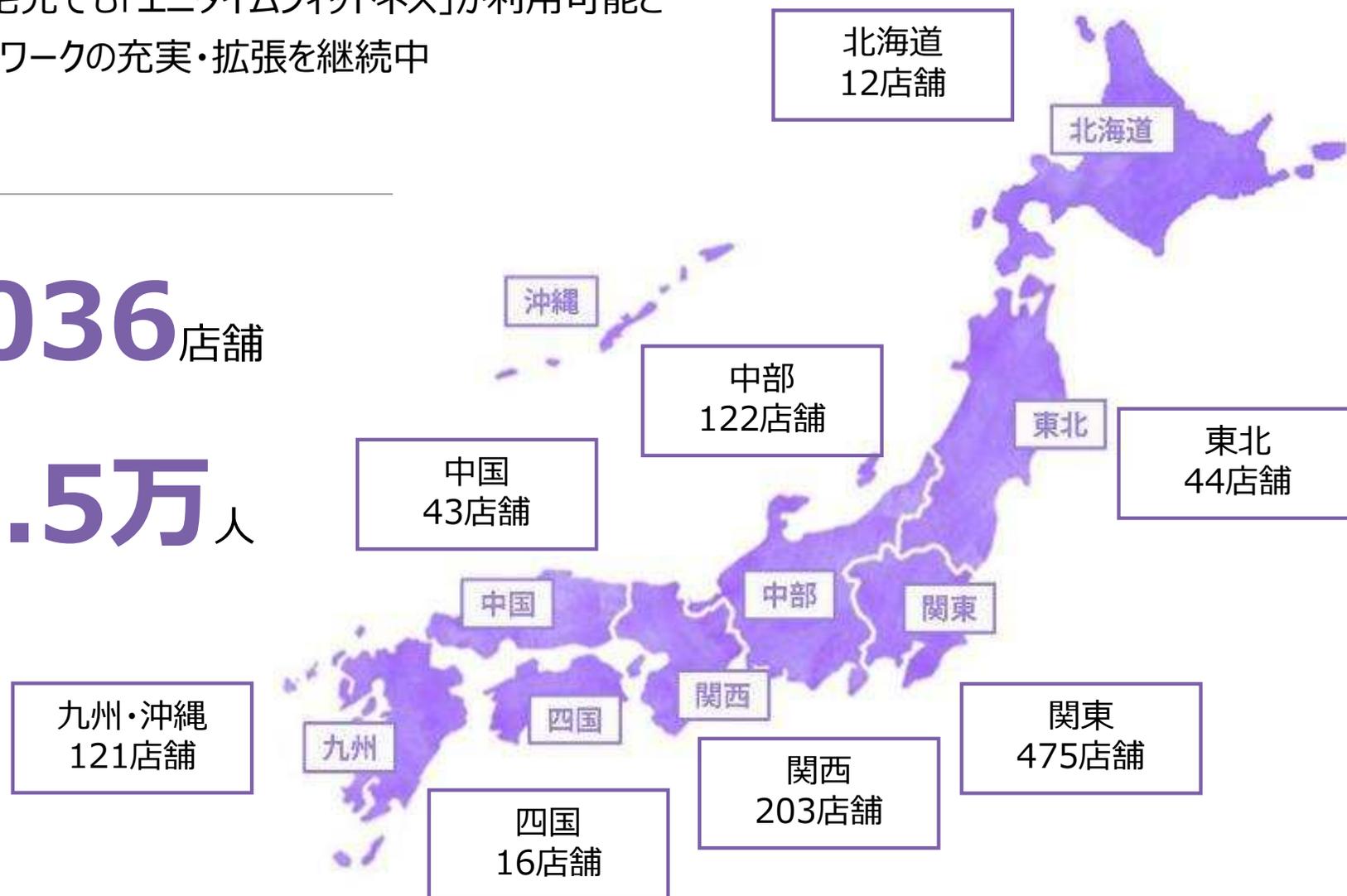
2022年3月で1,000店舗を達成

出張先や転勤・転宅先でも「エニタイムフィットネス」が利用可能となるよう、店舗ネットワークの充実・拡張を継続中

地域別出店状況

(2022年9月末時点)

全国 **1,036**店舗
会員数 **71.5万**人



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

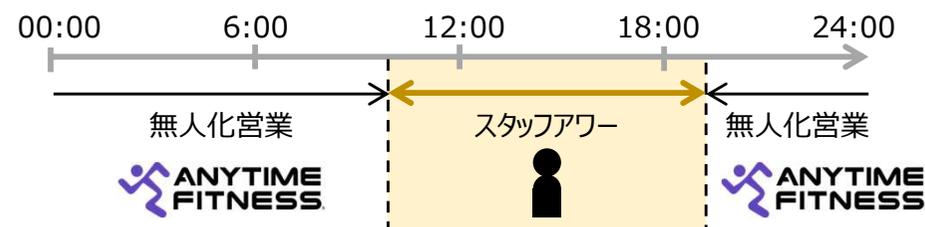
マシンジム特化



- 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

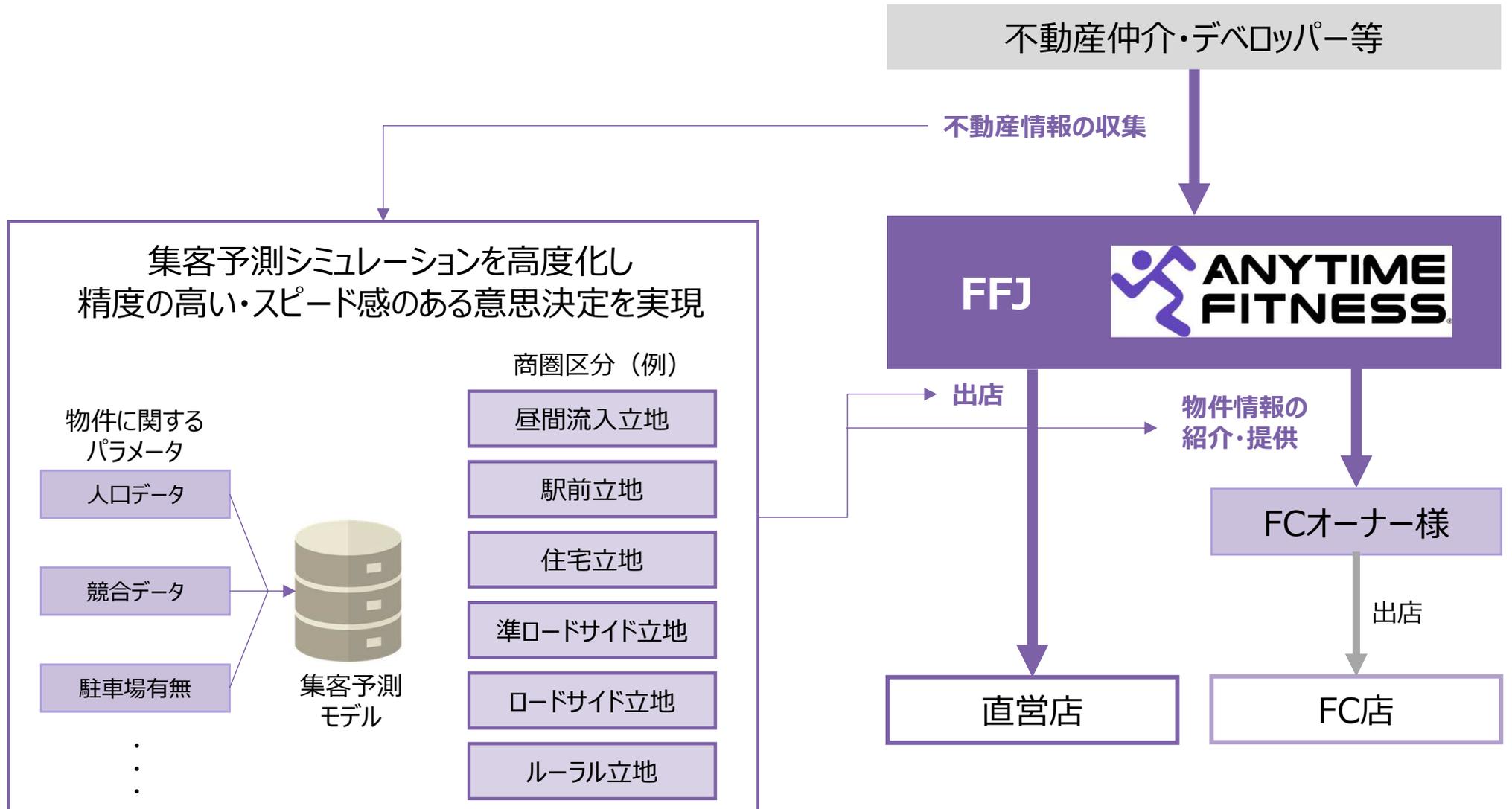
人を多く配置しなくても店舗運営が
可能 (大手警備会社と連携)

店舗自体の知名度の高さと、圧倒的な出店姿勢により、不動産事業者からの情報が集まりやすい構図となっている



Ⅲ 強み④高精度でスピード感のある出店意思決定

これまでの出店経験値に基づいた独自の集客予測モデルに基づき、
高精度でスピーディな出店意思判断を実現している



会員様、FCオーナー様双方にとって魅力的なビジネスモデルを再認識

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オーナー様から見たAnytimeの特徴

低コスト構造
(低い初期費用・固定ロイヤリティ)

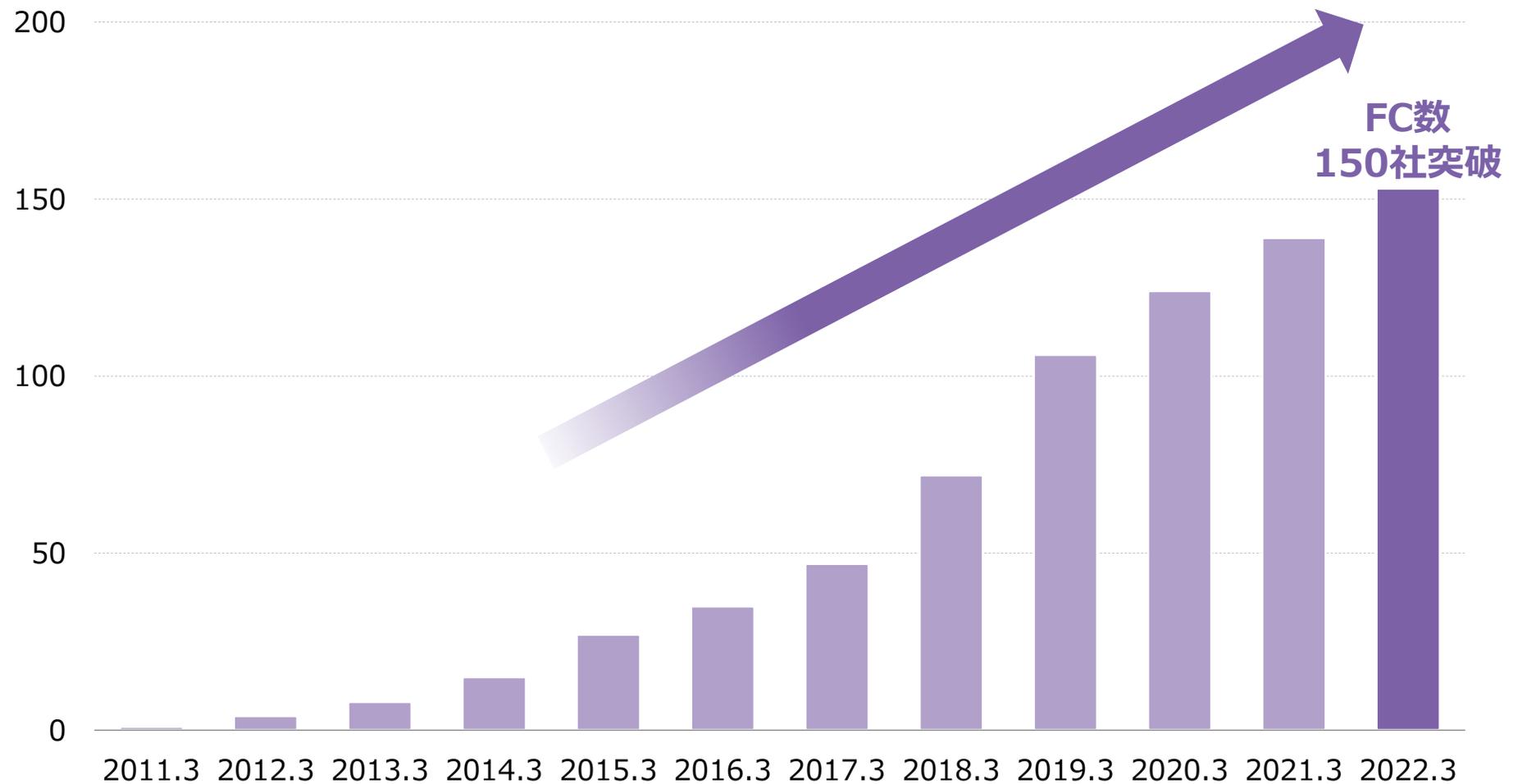
会費収入によりキャッシュを
安定的に獲得

24時間ジムトップシェア (約40%*)
→ ブランドカ

**FCオーナー様の事業撤退はゼロ
+ 出店意欲は極めて旺盛**

※2022年3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競合他社の店舗数を合算した上で算出。

魅力的なビジネスモデル構築によりFCオーナー数は着実に拡大



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！

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



エニタイムフィットネスの進出国と店舗数

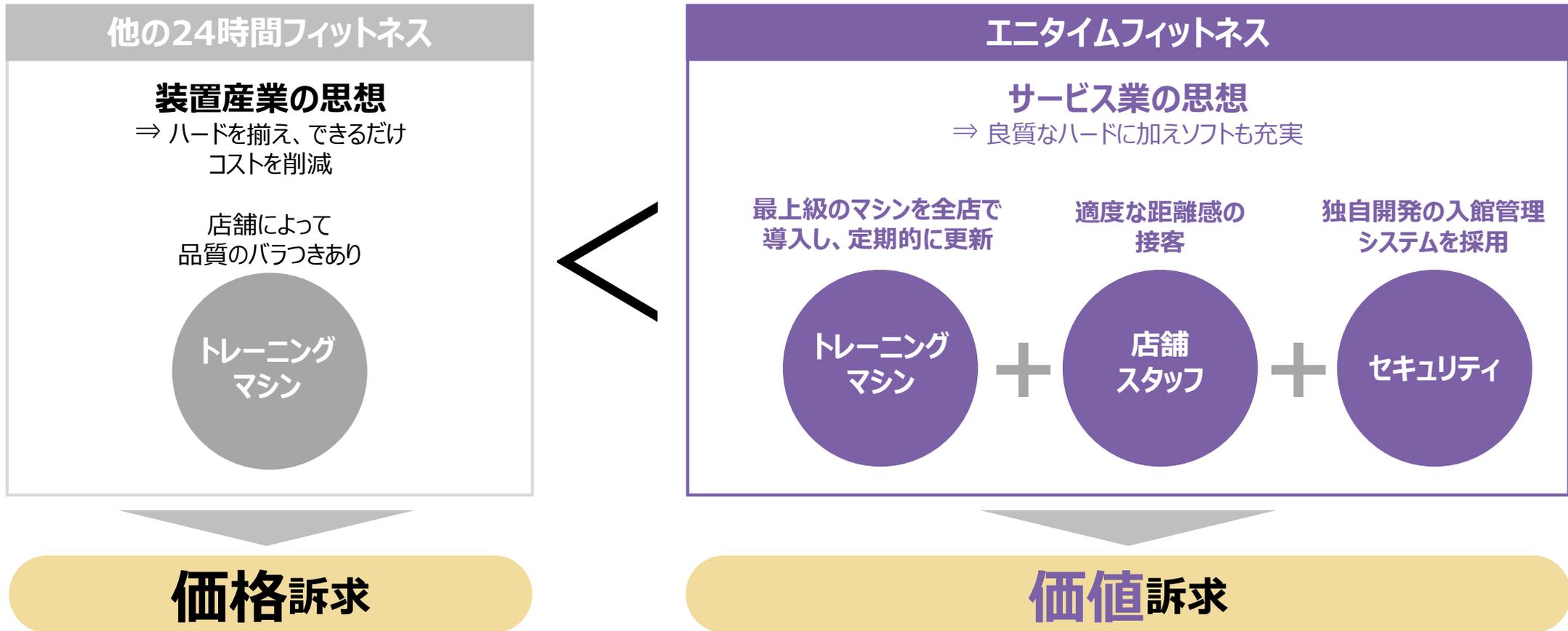
世界30の国・地域
約5,000店舗

(2022年9月末時点)



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)

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

我々の企業理念である『ヘルシアプレイスをすべての人々へ！』を基軸に、
事業活動を通じた社会貢献に積極的に取り組んでいく



3 すべての人に
健康と福祉を

日本の健康を創る先進企業へ

フィットネス参加
機会の拡大

運動機会の
バリアフリー化

安全・安心・健全
な職場づくり

ヘルシアプレイスをすべての人々へ!



11 住み続けられる
まちづくりを

地域の健康・安全を担うインフラへ

クリーン&グリーン
なジム運営

地域に開かれた
ジム作り

もしものときの
エイドステーション



16 信頼と公平
すべての人に

ヘルシアプレイスの礎

適切な情報開示と迅速で透明性の高い意思決定を実現するガバナンス体制

『日本の健康を創る先進企業』を目指し、会員以外の方々やハンディキャップを持つ方へのフィットネス機会の提供を様々なシチュエーションで実施している



～高校生・シニア等現在会員でない方、出店が困難な地域へのフィットネス機会の提供～



～ハンディキャップを持った方への健康づくりの輪を広げる～



知的障がいを持つ方と一緒にトレーニングを行う取組「ユニファイドトレーニング」

『**地域の健康・安全を担うインフラ**』を目指し、店舗のバリアフリー化を推進すると同時に災害発生時に物資提供などの支援を担う店舗づくりを目指す。



～設備・サービスの充実による安全・安心の追求～



各店舗にAEDを設置

～災害発生時に物資の提供などの支援を担うことで地域に必要な店舗になる～



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。

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。



Fast Fitness Japan