



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



I. 2023年3月期第3 四半期業績

Fast Fitness Japan



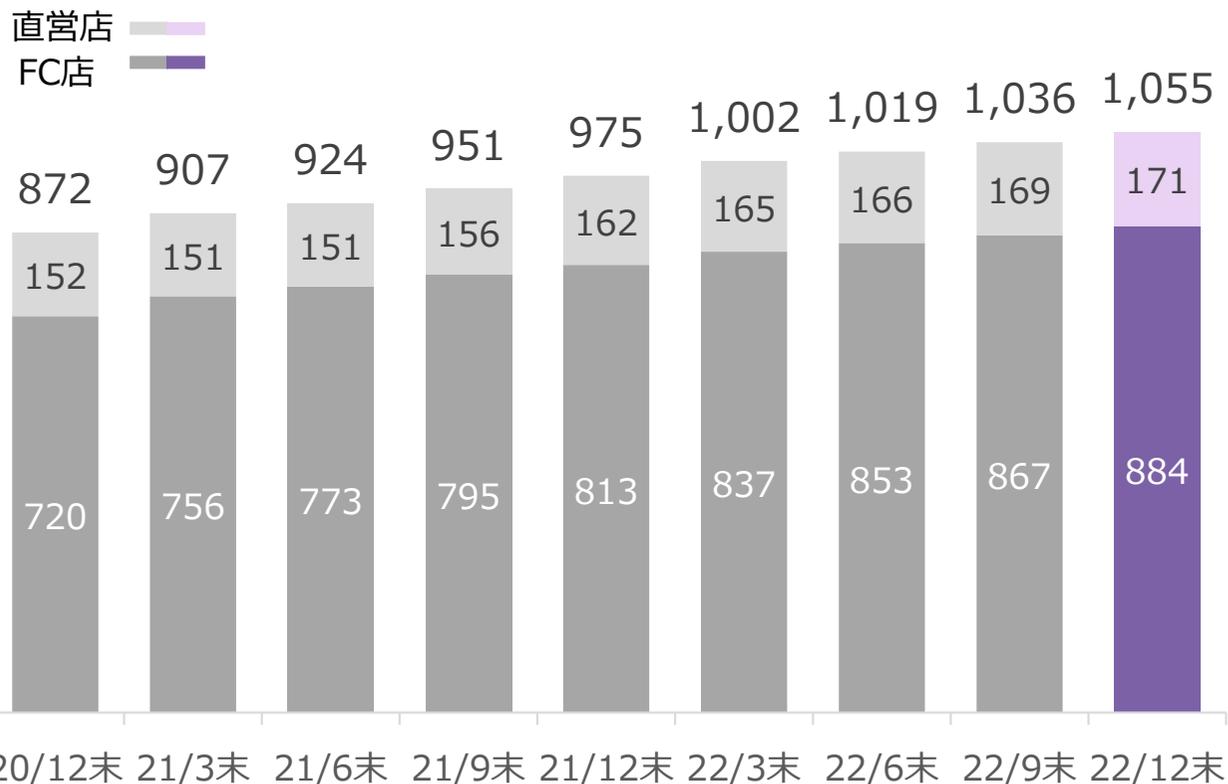
事業環境

- 新型コロナウイルス感染症に対する行動制限の緩和により社会・経済活動に正常化の動きが見られた
- 世界的なエネルギー価格の高騰や物価の上昇などにより、景気の先行きは不透明感が増す
- 異業種からの参入等、低価格帯ジムの出店が相次ぎど、24時間型フィットネスジムは引き続き増加傾向

当社トピックス

- 店舗当たり平均会員数は前年同期比で増加基調を継続
- 会費収入増加による店舗売上の増加を背景に、売上・営業利益ともに2桁成長を継続
- 期末配当予想を未定から5円増配の15円に修正（年間配当は25円の予定）

I 出店数・店舗数の推移（四半期末）



2023年3月期第3四半期サマリー

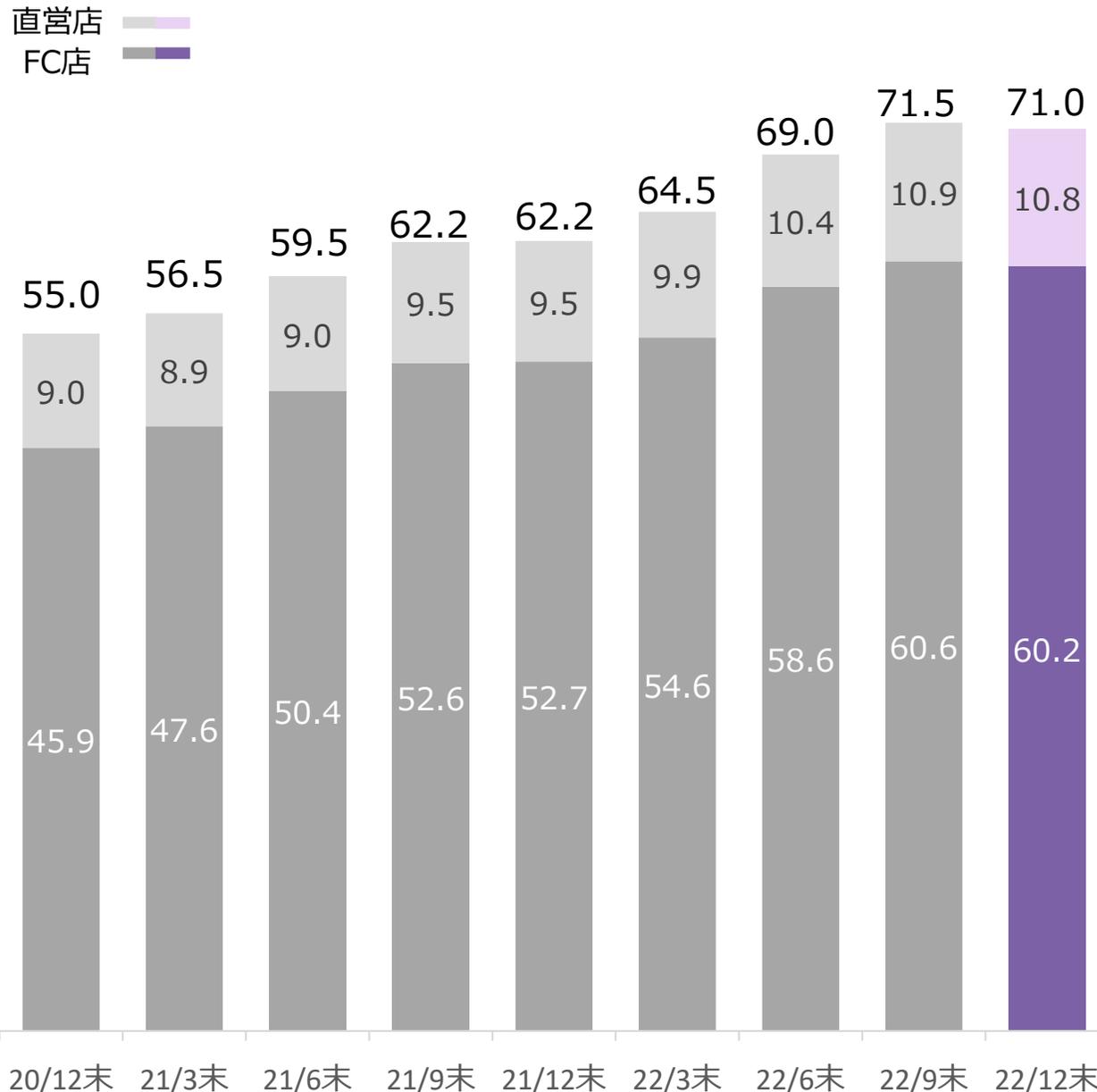
- 2022年10月～12月は22店舗を出店
 出店数 直営店 : 1店舗
 FC店 : 21店舗

 退店数 直営店 : 0店舗
 FC店 : 3店舗
- FCオーナー様の出店意欲は回復しているものの、物件を選ぶ目は厳しさを増している
- 他業種等で出店意欲が回復する等、物件取得の競争環境も厳しい
- 一部工期の遅れ等の影響はあったものの、FC店出店数は前年並み
- 退店は、FC3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	3Q
直営店	1	5	6	3	1	3	1
FC店	17	22	21	25	18	15	21
合計	18	27	27	28	19	18	22
(退店数)	0	-3	0	0	-2	-1	-3

(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3四半期サマリー

- 店舗当たり平均会員数は、前年同期比で5.3%の増加と、回復基調を継続

2021年12月末 平均会員数	2022年12月末 平均会員数	前年 同期比
638名	672名	+5.3%

- 総会員数は2021年12月末から2022年12月末までの1年間では8.8万人の増加

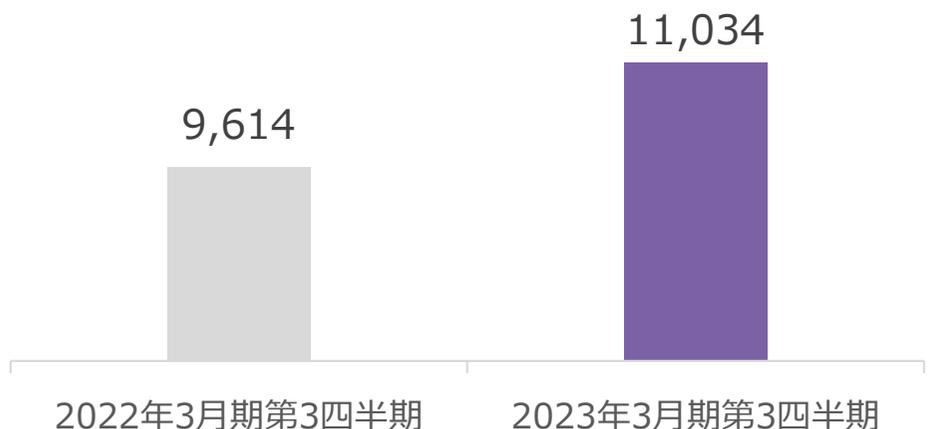
	2022年12月末 会員数	前年同期 からの増減
直営店	10.8万人	+1.3万人
FC店	60.2万人	+7.5万人
合計	71.0万人	+8.8万人

- 2022年9月末から12月末への減少は、例年見られる季節要因によるもの

I 第3四半期の概要（売上高・営業利益）

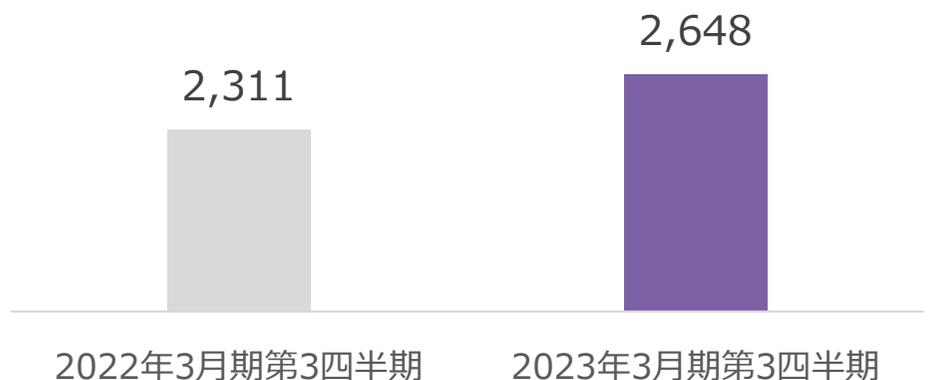
売上高

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)



サマリー

- 連結売上高は110億円と2桁成長を維持（前年同期比+14.8%）
- 主に会費収入の増加に伴う店舗売上（直営店）の増加（同+17.9%）が牽引
- FC売上も店舗数増加によるロイヤリティ収入や加盟店売上の増加により2桁成長（同+12.6%）

サマリー

- 連結売上高の増加に伴い、連結営業利益も大幅増益（同+14.6%）
- 人件費や広告宣伝費等、販管費は増加したものの、直営店の会員数増加及び会費単価上昇が牽引し、高い営業利益率（24.0%）をキープ

I 2023年3月期第3四半期業績（累計）

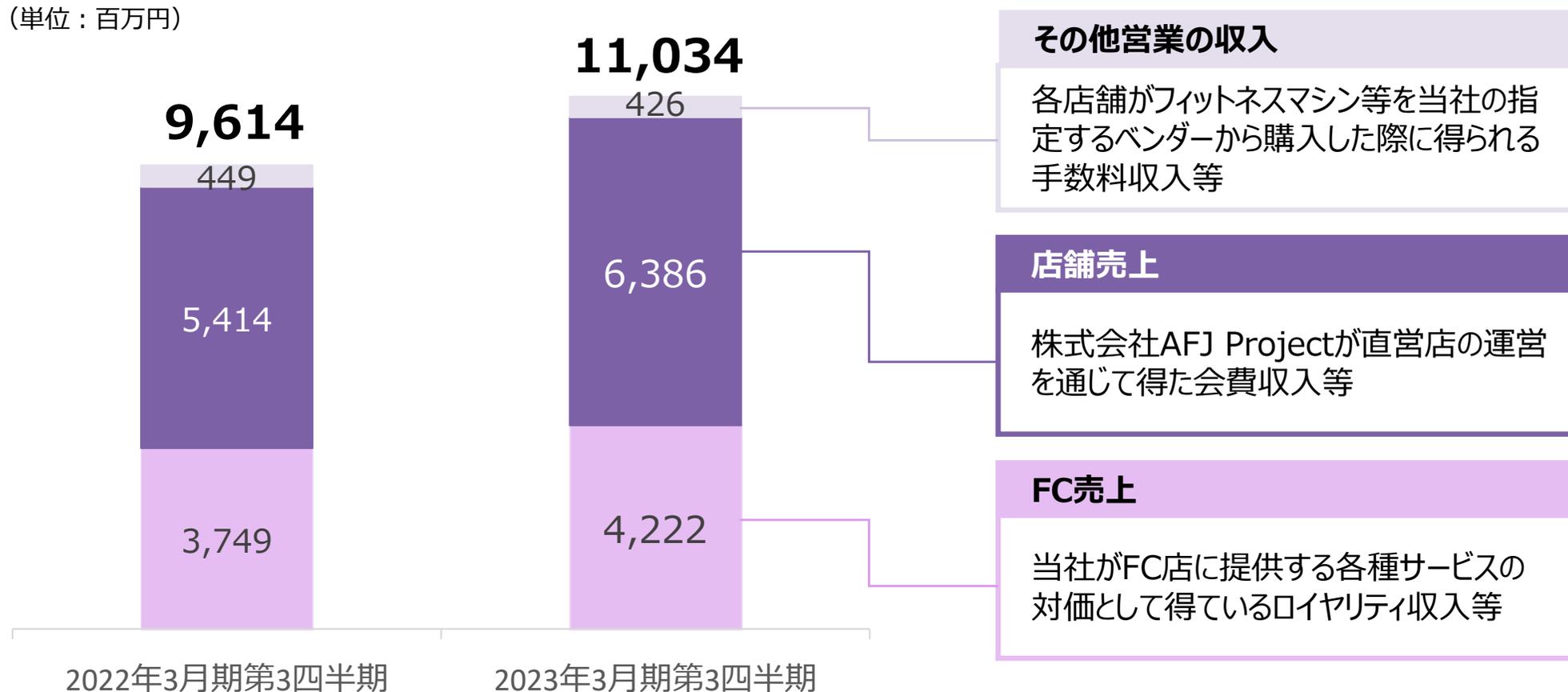
- 店舗数・会員数の増加により、第3四半期も売上高・営業利益ともに過去最高を達成

	2022年3月期 第3四半期	2023年3月期 第3四半期	前年同期差	前年同期比
	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(%)
売上高	9,614	11,034	+ 1,420	+ 14.8%
売上総利益	4,154	4,802	+ 647	+ 15.6%
販管費	1,843	2,153	+ 310	+ 16.8%
営業利益	2,311	2,648	+ 337	+ 14.6%
当期純利益	1,494	1,700	+ 205	+ 13.7%
売上総利益率	43.2%	43.5%	+ 0.3pt	
営業利益率	24.0%	24.0%	0 pt	
当期純利益率	15.5%	15.4%	△ 0.1pt	

I 売上区分別売上高推移（第3四半期累計）

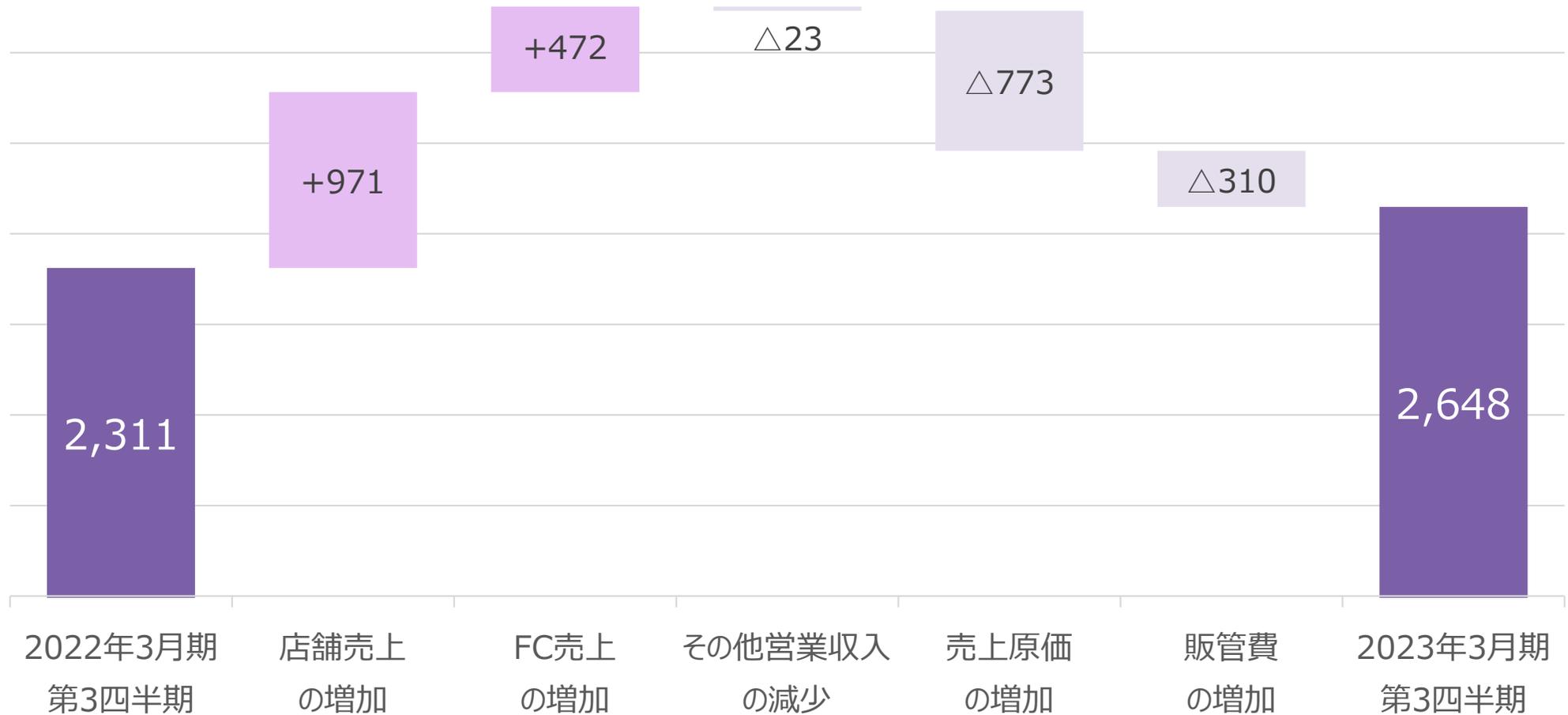
- FC売上は店舗数増加によるロイヤリティ収入及び商品売上高の増加により増収（前年同期比+12.6%）
- 店舗売上は店舗数・会員数の増加及び会費単価の上昇により増収（前年同期比+17.9%）

（単位：百万円）



I 営業利益増減分析（第3四半期累計）

（単位：百万円）



I 2023年3月期第3四半期業績（単四半期）

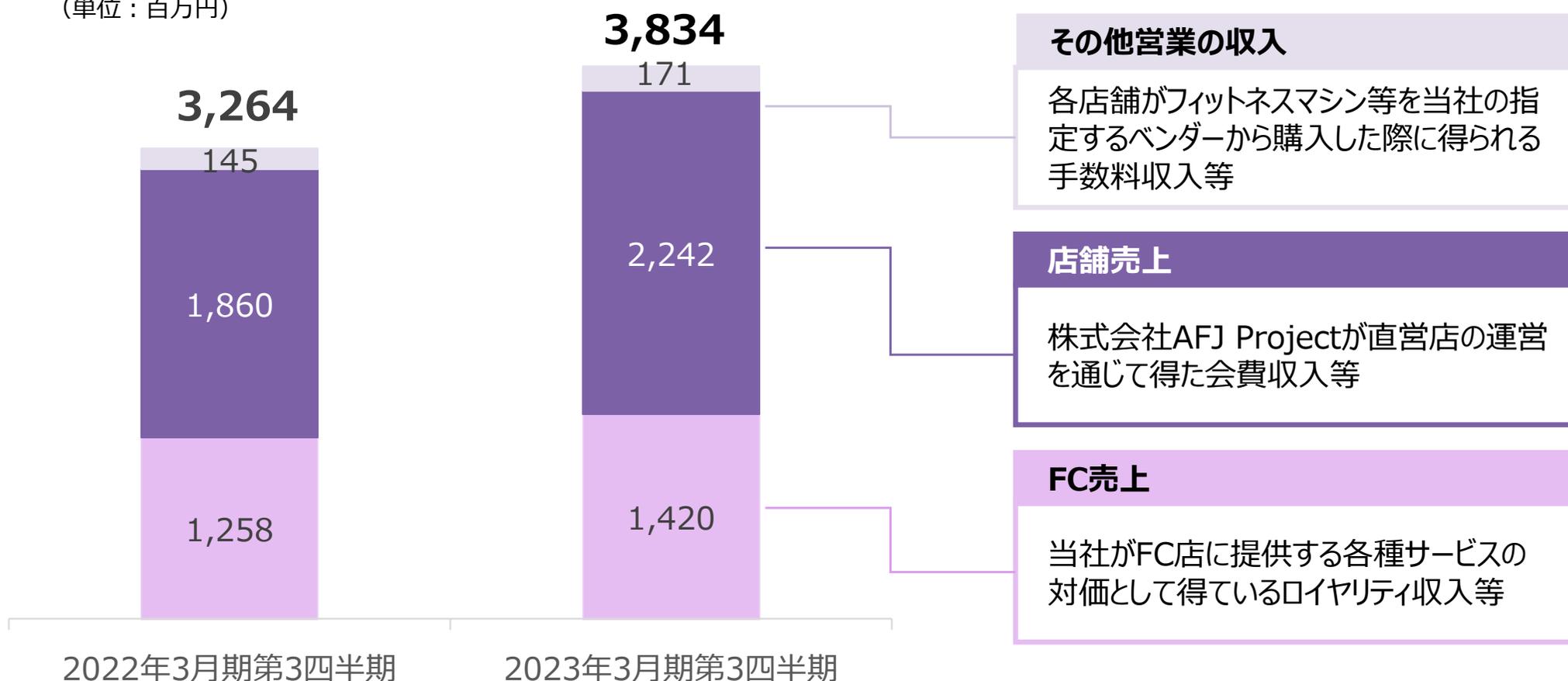
- 店舗売上の大幅増収（店舗数・会員数の増加と会員単価の上昇）が大きく寄与し、増収・増益

	2022年3月期 第3四半期	2023年3月期 第3四半期	前年同期差	前年同期比
	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(%)
売上高	3,264	3,834	+ 570	+ 17.5%
売上総利益	1,397	1,739	+ 341	+ 24.4%
販管費	617	721	+ 104	+ 16.9%
営業利益	780	1,017	+ 236	+ 30.3%
当期純利益	471	675	+ 204	+ 43.4%
売上総利益率	42.8%	45.4%	+ 2.6pt	
営業利益率	23.9%	26.5%	+ 2.6pt	
当期純利益率	14.4%	17.6%	+ 3.2pt	

I 売上区分別売上高推移（第3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+12.9%）
- 店舗売上は、店舗数・会員数の増加に加え、会員単価の上昇も寄与し大幅増収（前年同期比+20.5%）

（単位：百万円）



I 営業利益増減分析（第3単四半期）

(単位：百万円)



I 2022年10月～12月出店店舗一覽

東北	山形県	米沢
	茨城県	みらい平
関東	埼玉県	川口駅前
	千葉県	袖ヶ浦蔵波
		行徳
		新柏駅前
	東京都	一橋学園
		金町駅前
	神奈川県	あざみ野
		川和町
		MEGAドン・キホーテ綾瀬
		登戸駅前
中山		
中部	新潟県	新潟大学前
	愛知県	豊田猿投
		大阪府
高槻高西		
関西	兵庫県	
	奈良県	奈良橿原東
	九州・沖縄	福岡県
戸畑		

合計：22店舗



一橋学園店



川和町店



新潟大学前店



奈良橿原東店

【プロモーション活動】

ファンクショナルトレーニング無料体験キャンペーン “King of FUNC!! リターンズ”

（注）キャンペーンは終了しております。

- 2021年に好評を博したキャンペーンを復活
- 会員に限定せず、すべての方にご参加頂けるファンクショナルトレーニングプログラムの無料体験を実施

【期待する効果】

- 新規顧客の獲得と既存会員の退会抑制のためのコミュニケーション（会員紹介による入会も視野に）
- エニタイムフィットネスの特長の一つであるファンクショナルエリアの活用促進
- ブランド体験機会の提供により、当社の強みであるブランド力を実感して頂く

ファンクショナルトレーニング・・・体が本来持っている機能を高め、負担なく動かせる状態にすることを目指すトレーニング



【サステナビリティ活動】

大学生のトレーニング環境改善やフィットネス知識向上への貢献

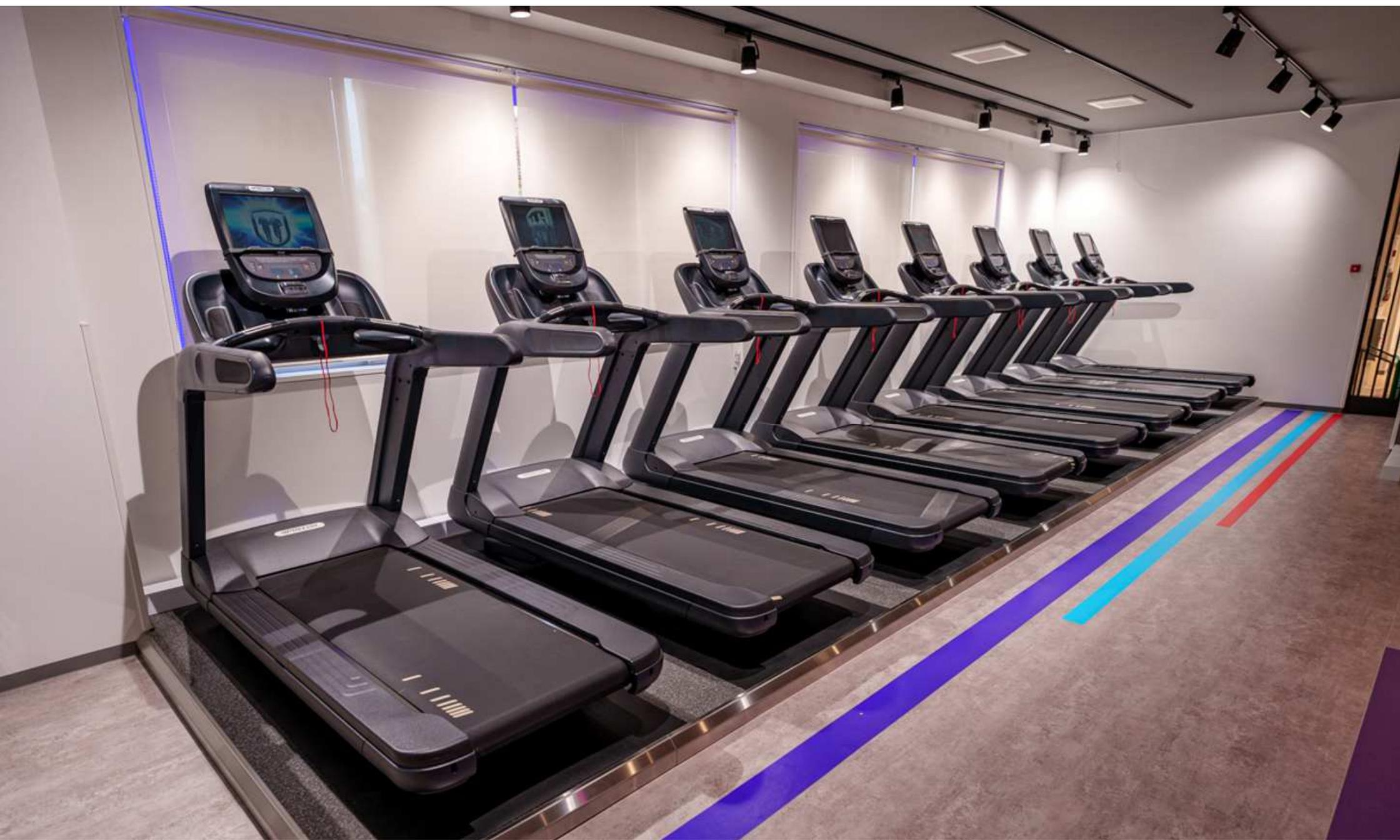
- 当社は、2021年7月に日本学生アメリカンフットボール協会と「トレーニング設備寄贈に関する連携協定」を締結
- この協定に基づき、店舗リニューアル時に発生した入替えマシンを2022年9月に横浜国立大学へ、同年11月に大東文化大学へ寄贈
- 寄贈にあたっては、大学生向けにマシン利用の指導会も実施

当社グループは、このようなスポーツ環境向上支援を通して、長期的な日本のフィットネス人口の拡大や健康レベルの向上に繋がる社会活動を継続してまいります。



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

- 出店数見通しは、前回見通し（2022年11月に修正）より変更なし
- 第3四半期末時点の進捗率は78.6%と、概ね順調に進捗。

(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3四半期 実績	進捗率
		出店数	出店合計	100	75	75	0
FC店	85		70	70	—	54	77.1%
直営店	15		5	5	—	5	100.0%
店舗数	店舗数合計	1,002	1,071	1,071	0	1,055	—
	FC店	837	※ 900	※ 900	—	884	—
	直営店	165	※ 171	※ 171	—	171	—

※ 2023年3月末の店舗数には、FC店6店舗の退店及びFC→直営店への事業継承1店舗を反映するとともに、2023年3月末退店予定の直営店1店舗が含まれる。

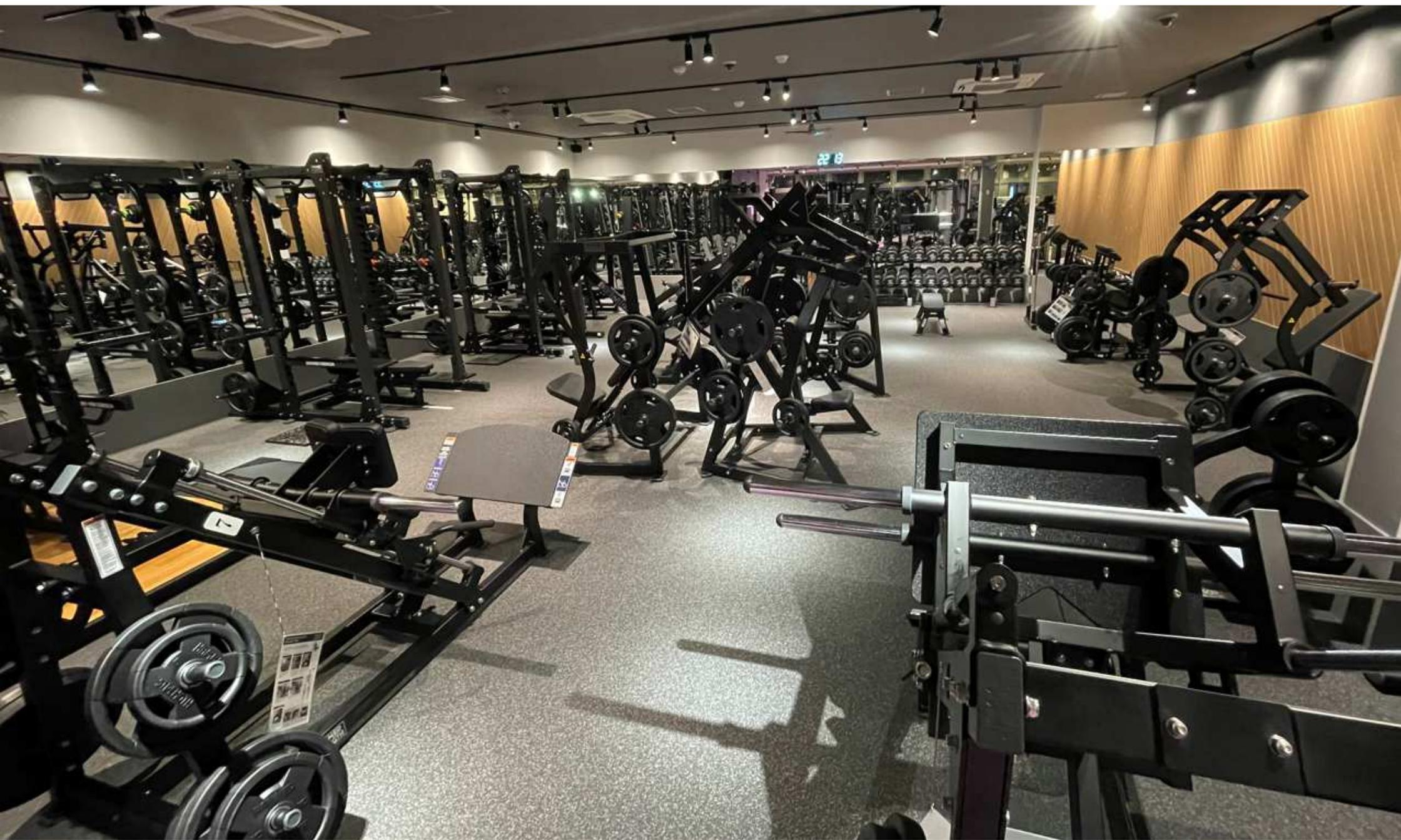
Ⅱ 2023年3月期 業績見通し

- 第3四半期累計の実績は、年間見通しに対して売上高、営業利益共に順調に進捗しているものの、通期業績予想は据え置き
- 未定としていた期末配当予想は、前年から5円増配の1株当たり15円に修正（年間配当は中間配当10円と合わせて25円の予定）

(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3四半期 実績	進捗率
	売上高	13,097	14,000	+6.9%	11,034
営業利益	2,945	3,000	+1.8%	2,648	88.3%
経常利益	2,943	2,950	+0.2%	2,677	90.8%
当期純利益	1,702	1,500	△11.9%	1,700	113.4%

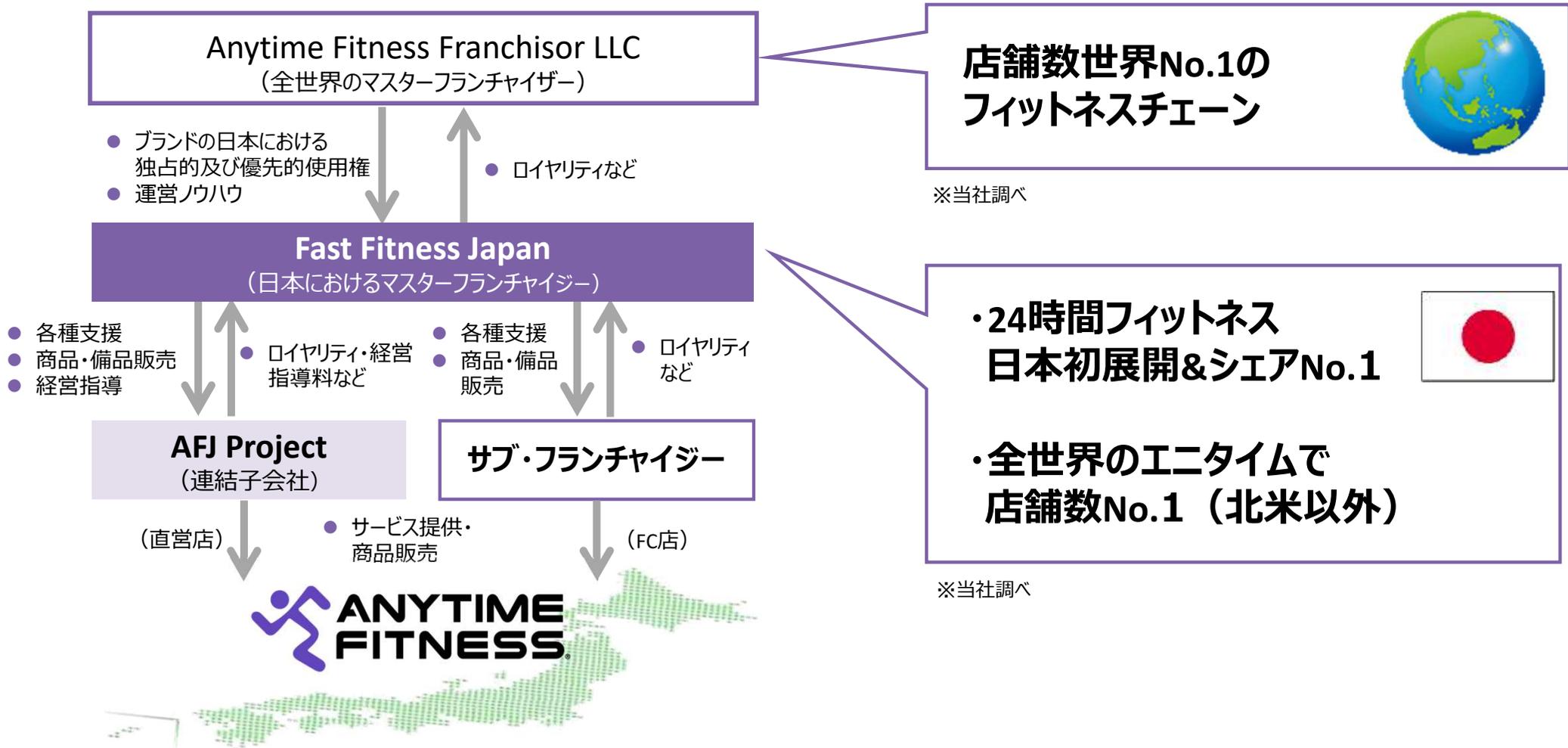
Ⅲ. 会社概要

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	238名（2022年12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



店舗数世界No.1の
フィットネスチェーン



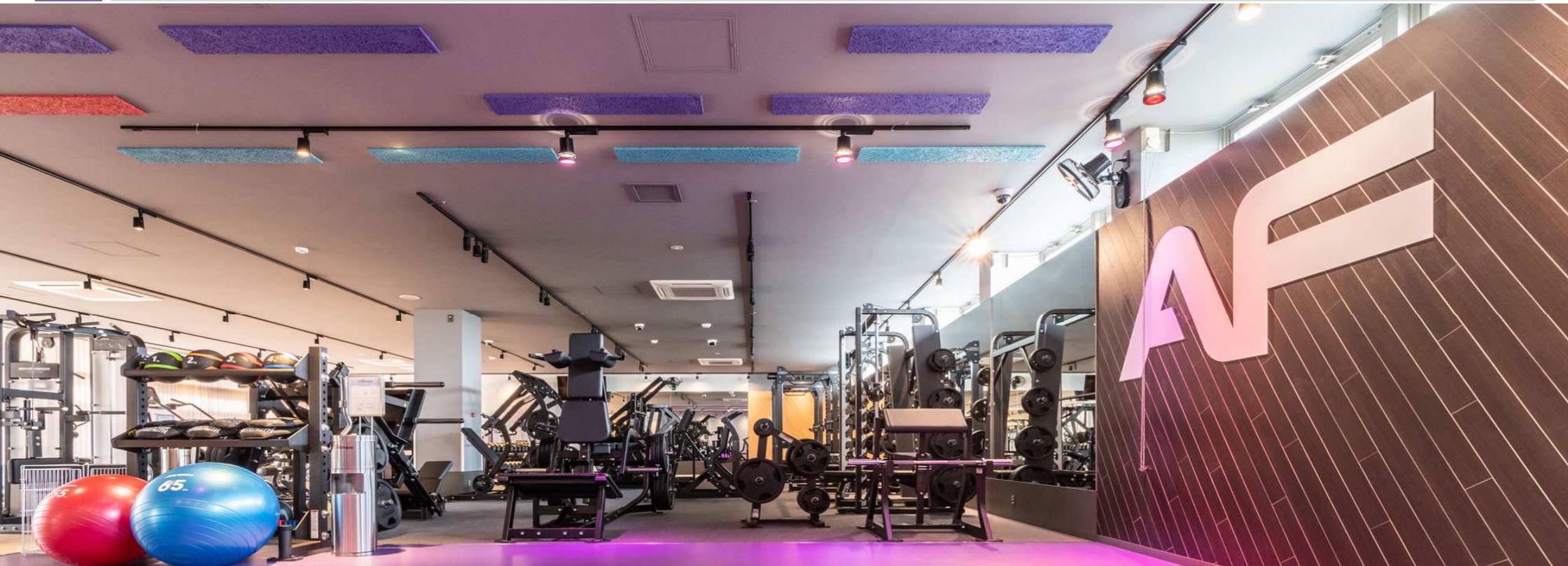
※当社調べ

・24時間フィットネス
日本初展開&シェアNo.1



・全世界のエニタイムで
店舗数No.1 (北米以外)

※当社調べ



**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

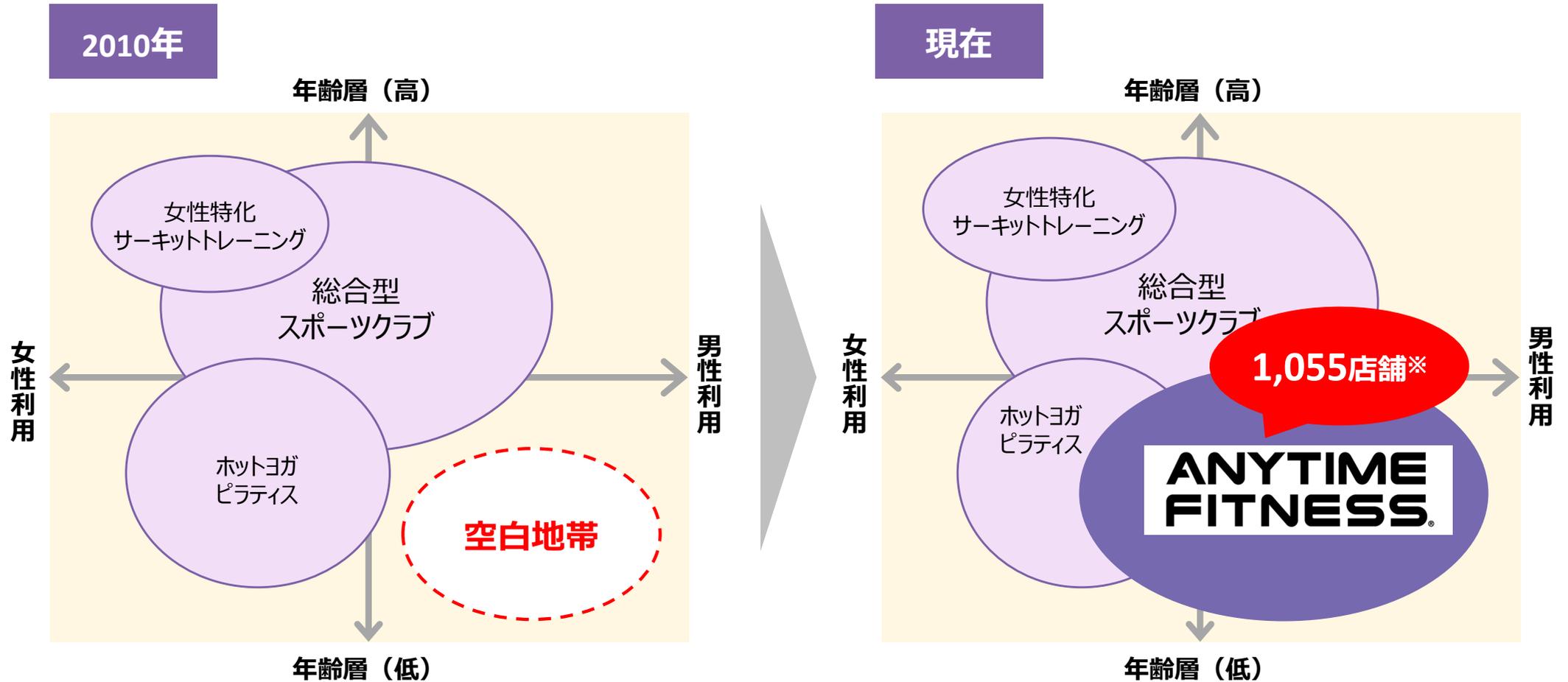
3

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

Ⅲ 業界における当社の立ち位置

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12月末時点

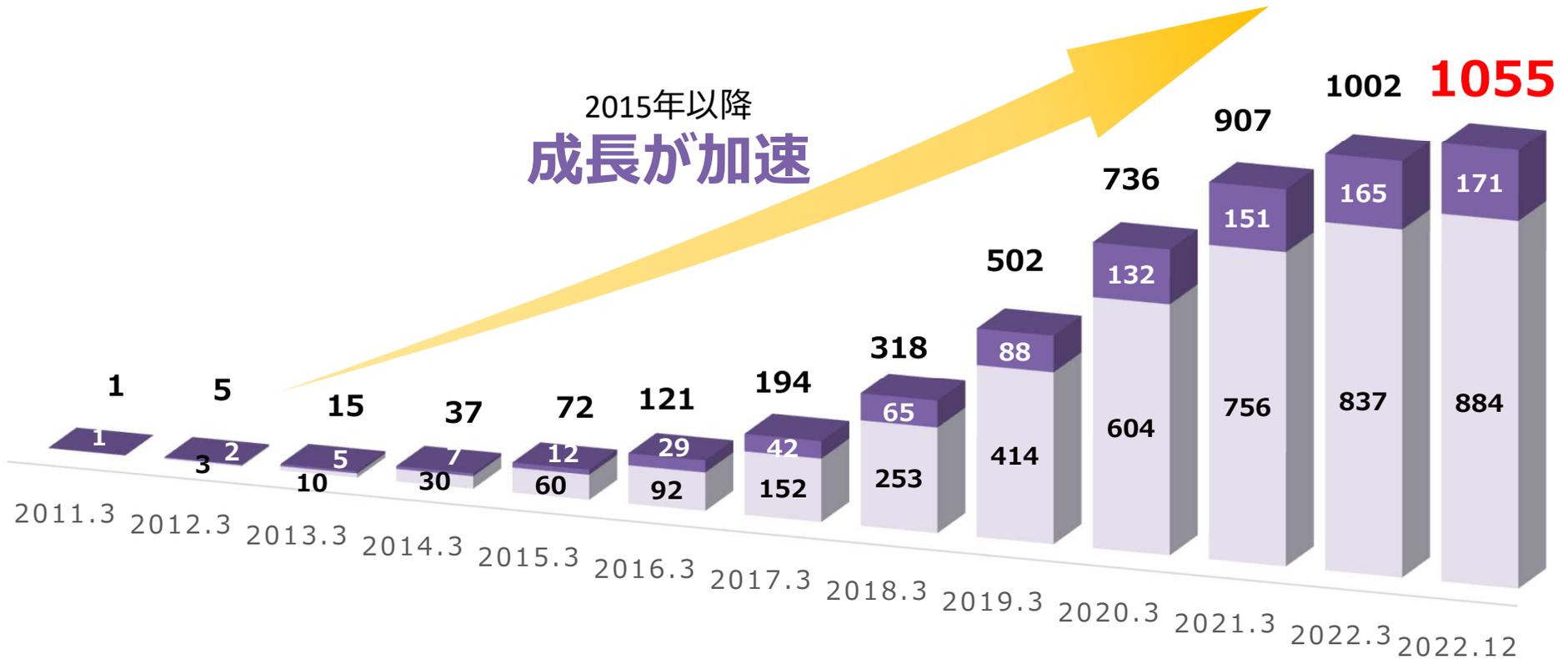
出典：当社調べ

(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。

Ⅲ 沿革と店舗数の推移

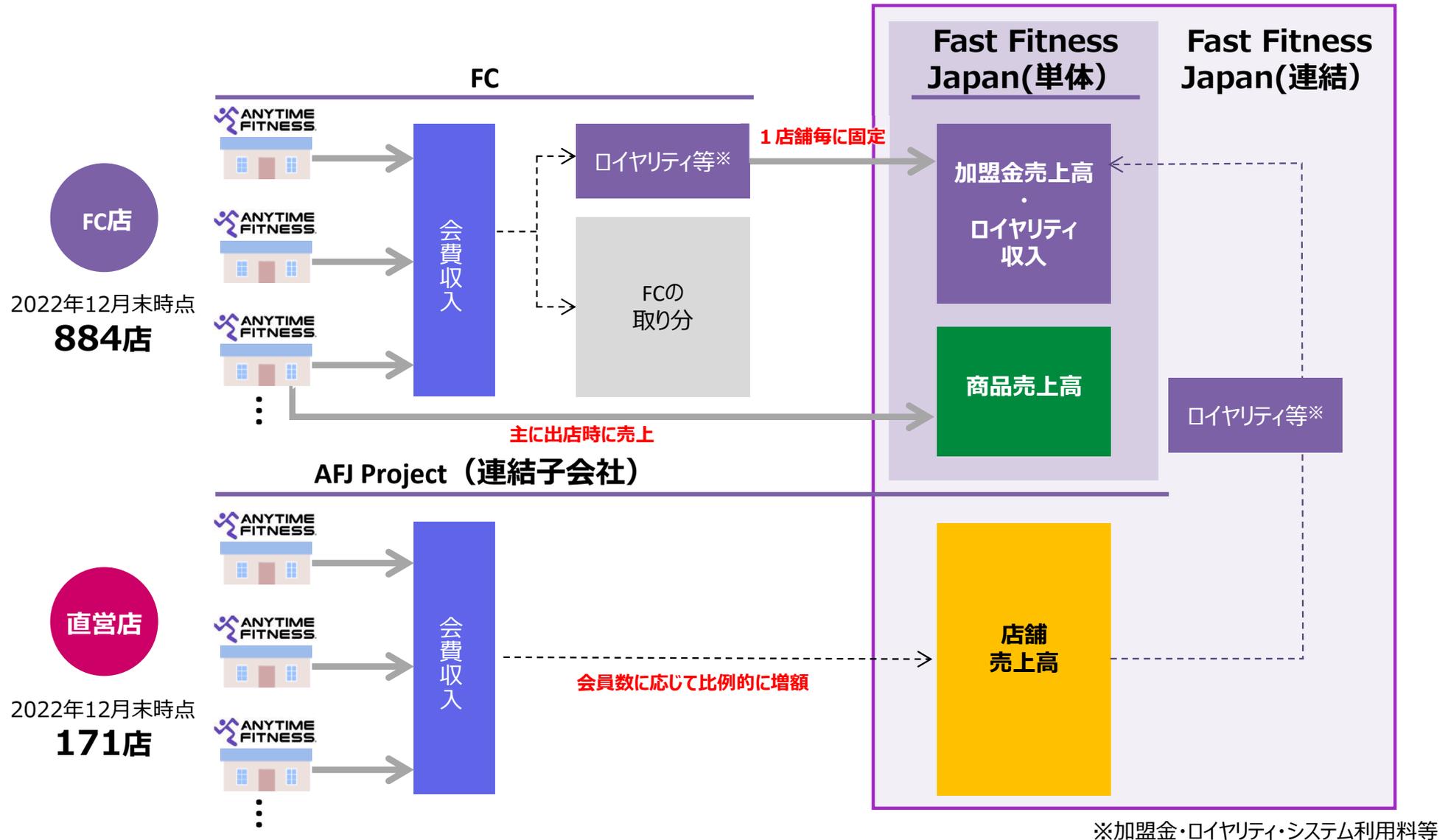
2010年に日本初の24時間型ジムとして出店後、新たなマーケットを創出
新規参入が相次ぐ中、24時間型ジムのトップランナーとして1,000店舗を突破

創業期	FC開拓期	全国展開期
<p>直営店の出店による 事業基盤固め</p> <p>⚠ 業界関係者からは 「日本では絶対に無理だ」 と言われた</p>	<p>FC展開の実績を作り 有力FC事業者を開拓</p> <p>⚠ 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</p>	<p>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</p> <p>⚠ 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</p>



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



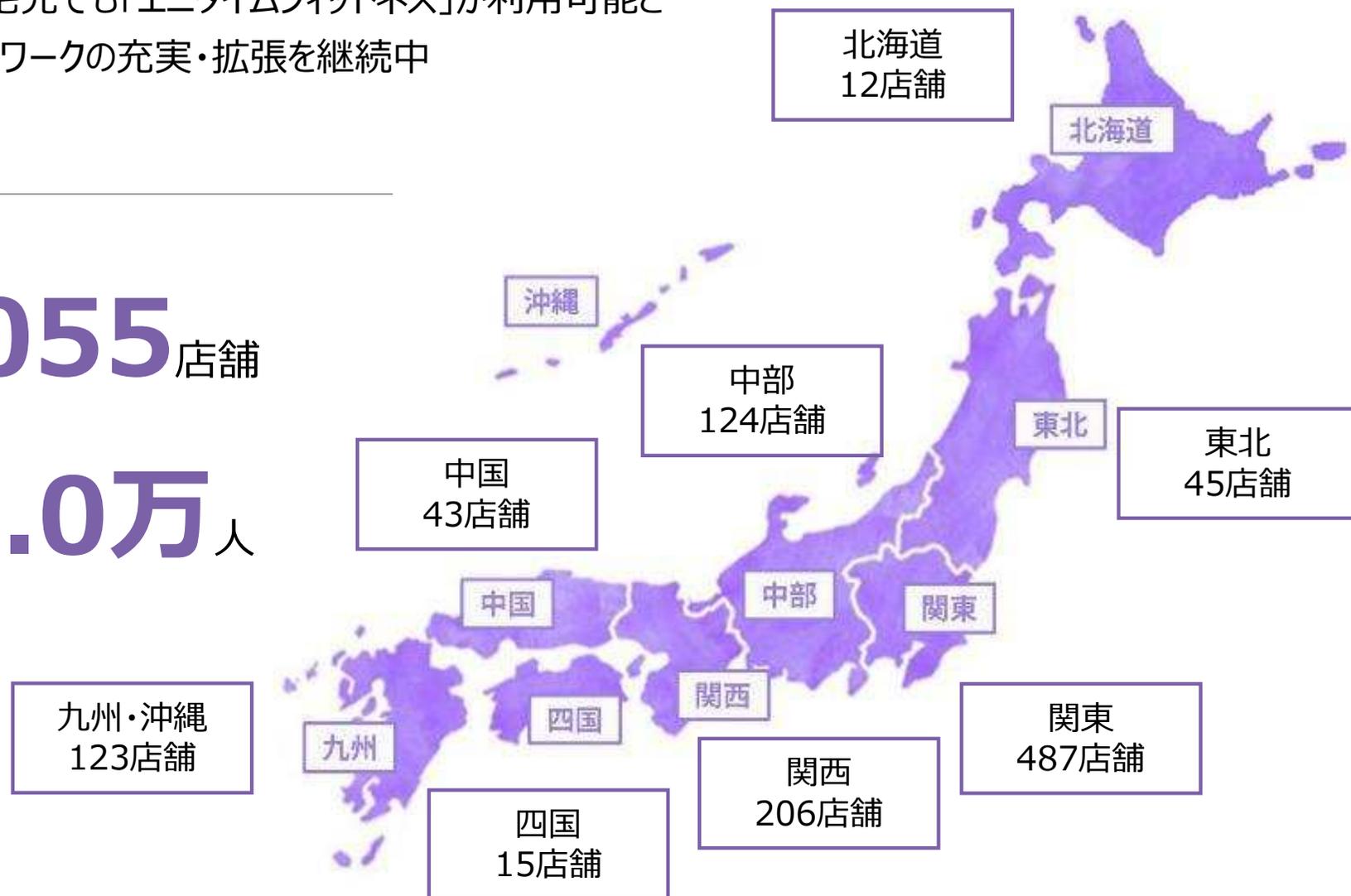
47全都道府県に1,000店舗以上を展開

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12月末時点)

全国 **1,055** 店舗
会員数 **71.0万** 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

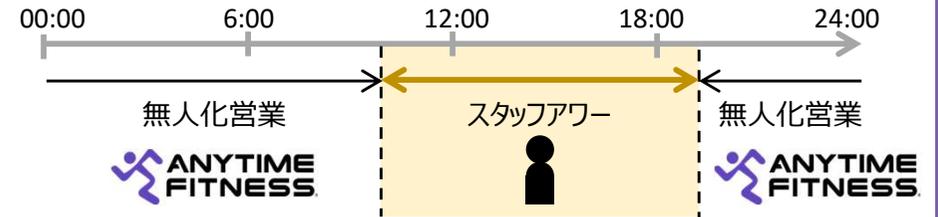
マシンジム特化



- 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

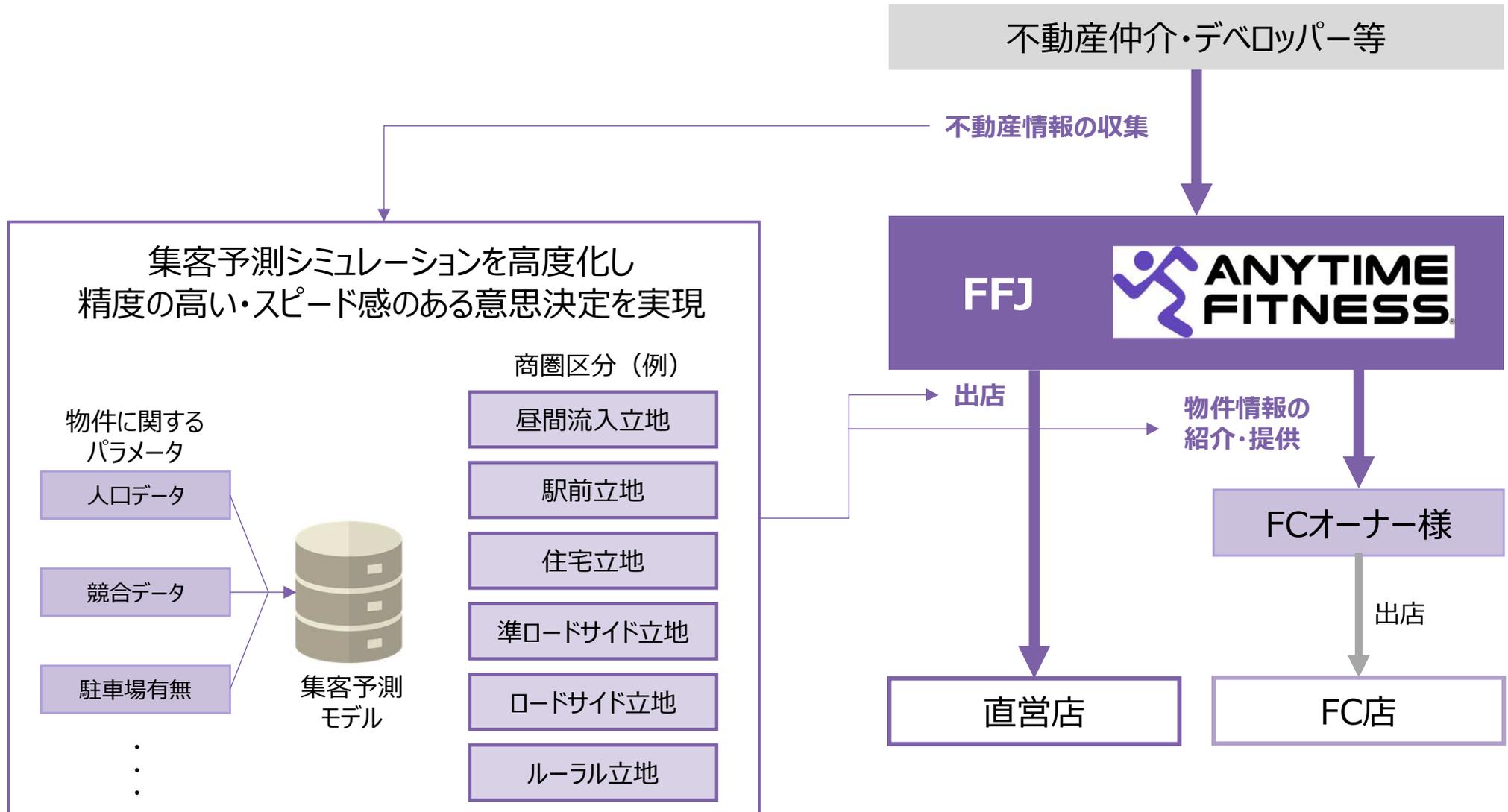
人を多く配置しなくても店舗運営が
可能 (大手警備会社と連携)

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)

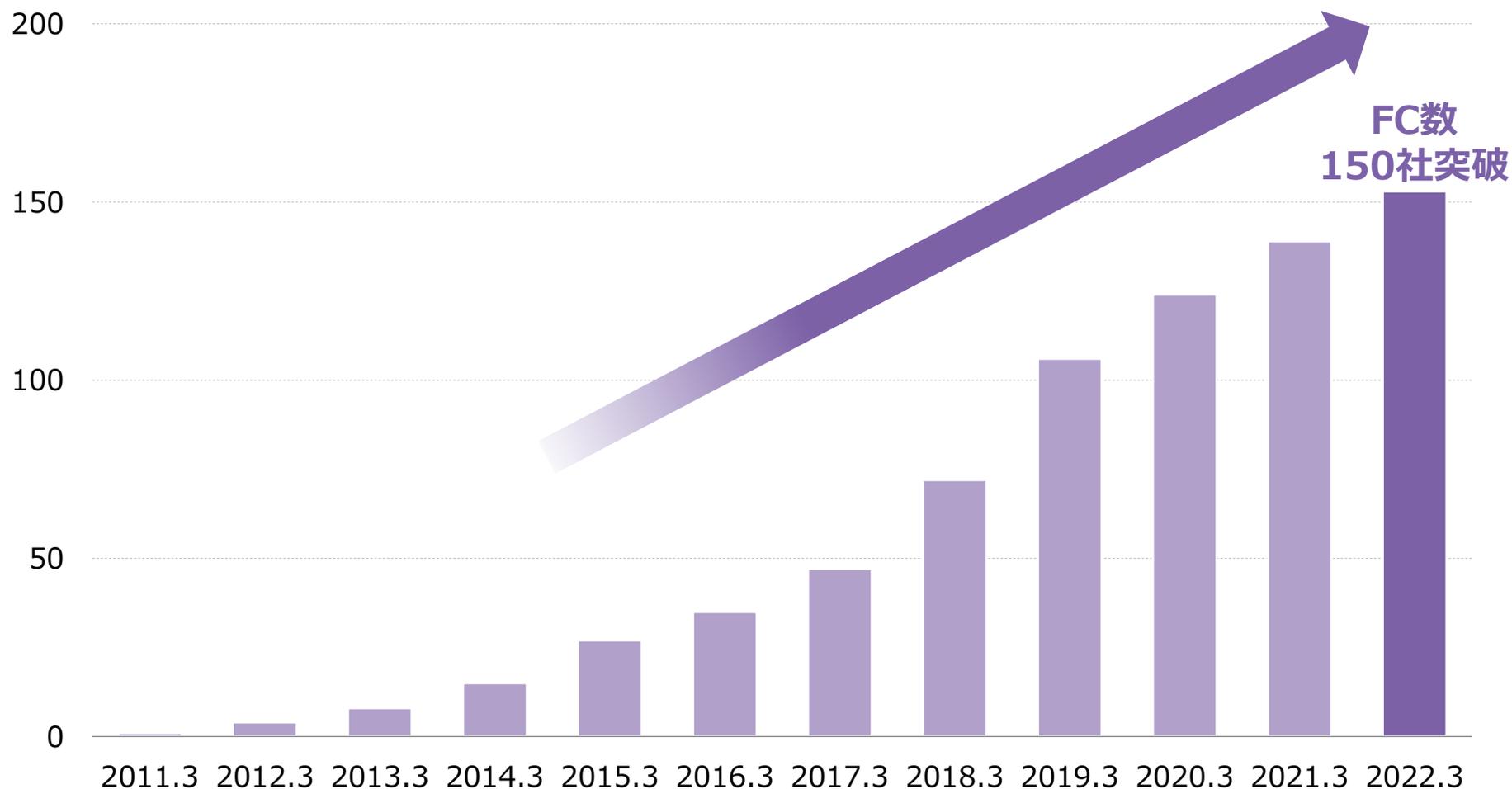
会費収入によりキャッシュを
安定的に獲得

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

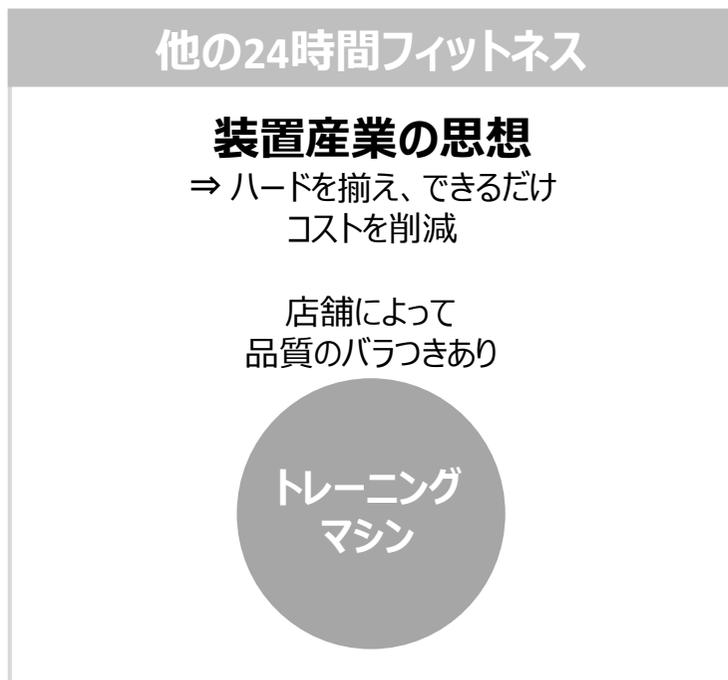
世界30の国・地域
約5,000店舗

(2022年12月末時点)

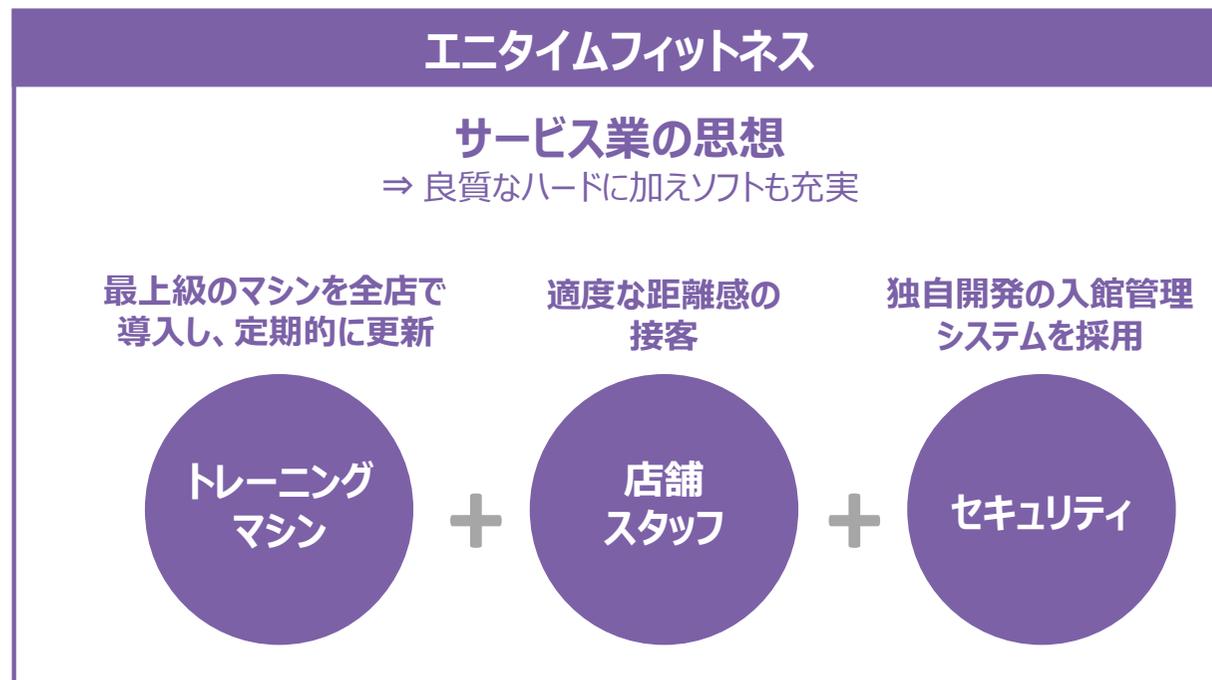


1つのセキュリティキーで
全世界の店舗に入館が可能
(追加費用不要)

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 (※)



価格訴求



価値訴求

※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



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!



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



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り組み「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