



自分を、
もっと楽しむ力を。

25/03期 1Q決算説明資料

株式会社Fast Fitness Japan
(東証プライム市場 証券コード：7092)

2024年8月14日
<https://fastfitnessjapan.jp/ir/>

Index

1	ハイライト	3頁
2	25/03期 1Q実績	9頁
3	国内エニタイムフィットネス概況	19頁
4	25/03期 計画	29頁
5	Appendix	38頁



1. ハイライト

千葉公園店 2024年4月オープン

25/03期 1Qハイライト

1Q 実績	<ul style="list-style-type: none">● 売上高 42.3億円（前年1Q比+ 6.6%）● 営業利益 6.2億円（前年1Q比▲40.9%）● EBITDA 8.5億円（前年1Q比▲32.7%）
計画	<ul style="list-style-type: none">● 中期経営計画（25/03期～27/03期）における当期の位置づけ： 「新たな成長ステージへの変革に向けた費用先行の投資フェーズ」● 売上高は188.0億円～195.0億円（前期比+18.8%～23.2%）、営業利益は30.0億円～35.0億円（前期比▲14.4%～▲0.1%）、EBITDAは42.1億円～47.1億円（前期比▲22.2%～▲25.0%）と 前期並みの利益水準を目指しながらも、成長投資による費用先行局面を考慮し、レンジで計画● 当1Qは前年1Q比で計画通り減益となるものの、期首計画を上回り減益幅は大幅に抑制● 新ブランド、EC・物販事業等の新たな取り組みは、下半期ローンチ予定で進行中

25/03期 1Qハイライト：海外子会社の連結子会社化

- 2024年4月、ドイツのエニタイムフィットネスのマスターフランチャイズ権保有のEighty 8 Health & Fitness B.V.と、シンガポールにてエニタイムフィットネスのFC店舗2店舗を運営するSaya Pte. Ltd.の株式を取得し連結子会社化

ドイツ	
連結子会社名及び事業内容	Eighty 8 Health & Fitness B.V. 事業内容： スポーツジム運営等のフィットネス事業
所在地	Acaciaaan2,2243 BW Wassenaar, Netherland
株式取得日	2024年4月30日 (みなし取得日 2024年6月30日)
取得した議決権比率	100%
取得原価	2百万ユーロ
発生したのれんの金額	322百万円 *のれんは当1Q末において取得原価の配分が完了していないため暫定的に算定された金額

シンガポール	
連結子会社名及び事業内容	Saya Pte. Ltd. 事業内容： エニタイムフィットネス店舗の運営
所在地	21B BUKIT PASOH ROAD SINGAPORE(089835)
株式取得日	2024年4月1日
取得した議決権比率	100%
取得原価	1百万シンガポールドル
発生したのれんの金額	負ののれん発生益 16百万円



ドイツ国内での店舗拡大に向けた体制構築は完了し、店舗開発及びFC開発を進行中

ギュータースロー店 (直営店)



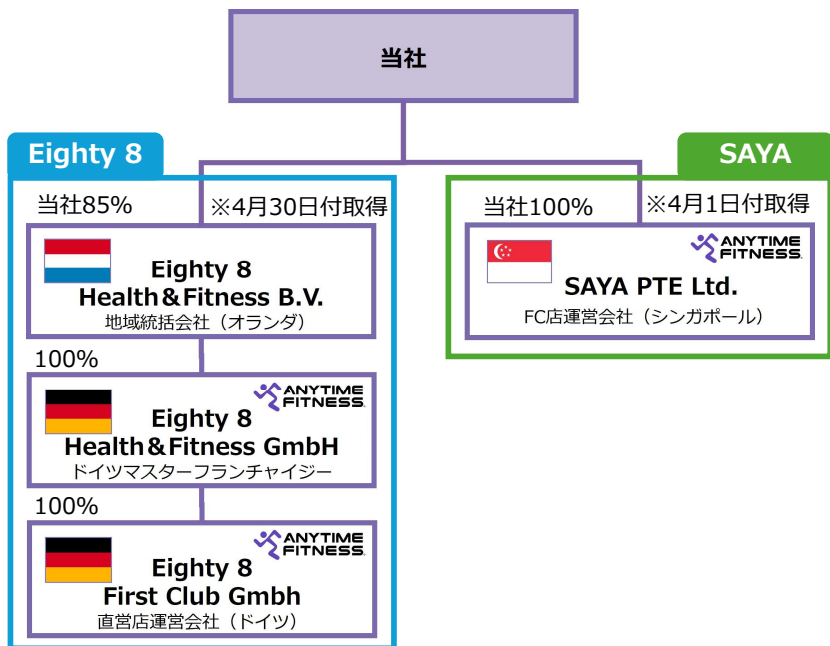
ウッドグローブ店



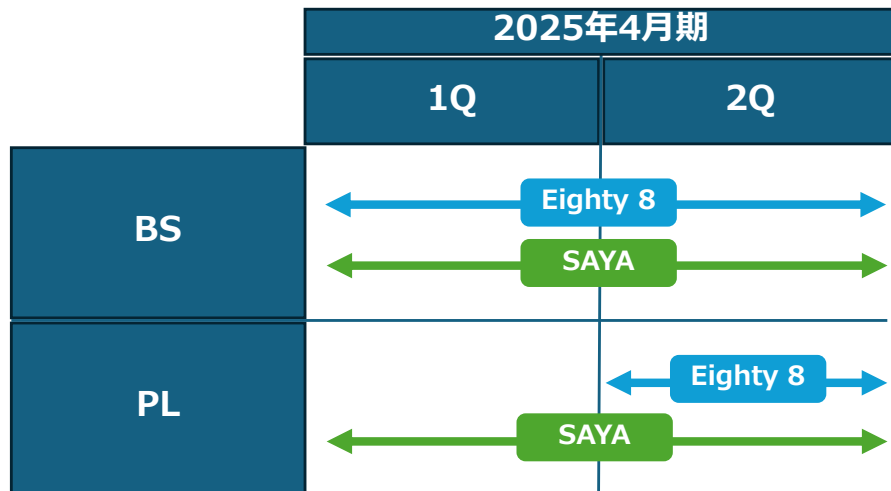
ハーバーフロント店

25/03期 1Qハイライト：海外子会社の連結業績への影響

- Eighty 8 Health & Fitnessについては、みなし取得日を当第1四半期連結会計期間末としているため、BSは当第1四半期より連結開始、PLは本第2四半期より連結業績への取り込みを開始
- SAYA PTE Ltd.については、BS及びPLを当第1四半期より連結業績へ取り込み開始



<連結業績への取り込みスケジュール>



25/03期 1Qハイライト：連結業績

売上高

42.3億円

前年1Q比 +6.6%

営業利益

6.2億円

前年1Q比 ▲40.9%

営業利益率

14.7%

前年1Q比 ▲11.8pt

EBITDA

8.5億円

前年1Q比 ▲32.7%

EBITDAマージン

20.1%

前年1Q比 ▲11.7pt

経常利益

6.2億円

前年1Q比 ▲40.5%

親会社株主に帰属する
四半期純利益

37.5億円

前年1Q比 ▲48.2%

25/03期 1Qハイライト : エニタイムフィットネス

国内AF店舗数

1,149店舗

前年1Q比 +59店舗

国内AF会員数

88.6万人

前年1Q比 +10.5万人

海外AF店舗数

3店舗

前年1Q比 +3店舗

FC店 **967**店舗

前年1Q比 +47店舗

直営店 **182**店舗

前年1Q比 +12店舗

FC店 **76.0**万人

前年1Q比 +9.4万人

直営店 **12.5**万人

前年1Q比 +1.0万人

ドイツ **1**店舗

前年1Q比 +1店舗

シンガポール **2**店舗

前年1Q比 +2店舗

2. 25/03期 1Q実績



東京理科大学野田キャンパス店
2024年6月オープン

25/03期 1Q サマリー

- 前年1Qは、新会員管理システムの移行に伴う一時的な増収に対し（新・旧システム並行稼働及び両システム料を受受。23年6月に移行完了）、当1Qは会員管理システムにかかるロイヤリティ収入が減少する中、新規出店も順調に推移し店舗数・会員数共に増加し売上高は前期比6.6%の増収
- 中期経営計画に掲げる成長投資に伴う費用先行により、計画どおり当1Qは減益となるものの、減益幅は計画比で大幅に抑制

	2024年3月期 1Q実績		2024年3月期 4Q実績		2025年3月期 1Q実績		前年1Q比		前Q比	
	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	%	金額	%	金額
売上高	3,974	100.0%	4,020	100.0%	4,234	100.0%	+6.6%	+260	+5.3%	+213
売上総利益	1,865	46.9%	1,766	43.9%	1,847	43.6%	▲1.0%	▲17	+4.6%	+81
営業利益	1,053	26.5%	640	15.9%	623	14.7%	▲40.9%	▲430	▲2.7%	▲17
EBITDA	1,263	31.8%	873	21.7%	850	20.1%	▲32.7%	▲414	▲2.7%	▲23
経常利益	1,057	26.6%	658	16.4%	629	14.9%	▲40.5%	▲428	▲4.5%	▲29
親会社株主に帰属 する当期純利益	725	18.2%	232	5.8%	375	8.9%	▲48.2%	▲349	+61.8%	+143

単位：百万円

売上高内訳

- 売上の83.4%がストック収入（前年1Q比+264百万円）
- 会費収入は、会費に加え水素水サーバーなど付加価値サービスが前1Q比+10.0%と順調に伸長
- 前1Q比で会員管理システム切り替え完了によるシステム使用料にかかるロイヤリティ収入の減少があるなか、堅調な会員数増加に伴い大幅な増収を確保

単位：百万円

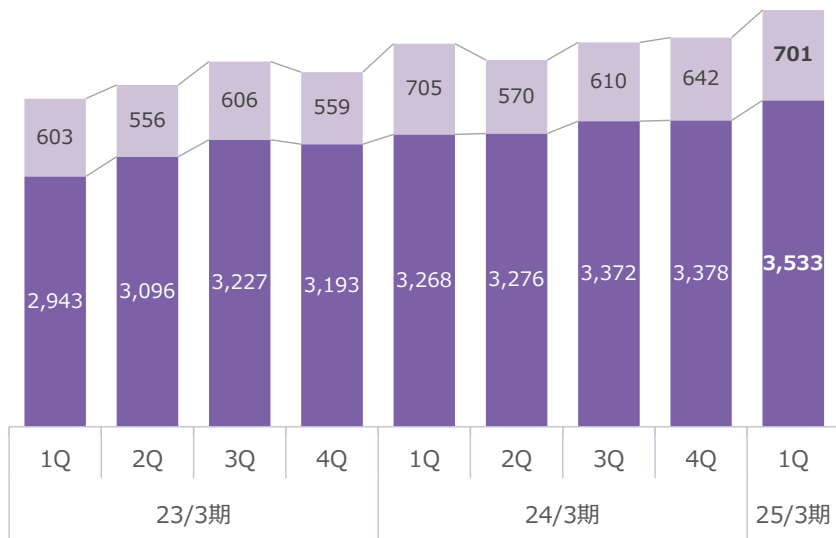
売上区分	品目	収益モデル	2024年3月期 1Q		2025年3月期 1Q		前年比	
			実績	売上構成比	実績	売上構成比	%	金額
FC売上	ロイヤリティ収入	ストック	1,084	27.3%	1,072	25.3%	▲1.1%	▲12
	商品売上	フロー	339	8.5%	336	8.0%	▲0.9%	▲3
	加盟金売上	フロー	73	1.8%	78	1.9%	6.8%	+4
	その他	フロー	27	0.7%	11	0.3%	▲59.1%	▲16
店舗売上 (直営)	会費収入	ストック	2,184	55.0%	2,460	58.1%	12.7%	+276
	その他	フロー	87	2.2%	106	2.5%	22.3%	+19
その他売上	手数料収入	フロー	175	4.4%	167	4.0%	▲4.8%	▲8
合計			3,974	100.0%	4,234	100.0%	6.6%	+260

売上高 四半期推移

- フロー・ストック売上比は、恒常的にストック売上が80%を占め安定的に収益が得られる強いビジネスモデル
- ストック売上は、前年1Q比 2.6億円増加 (+1.2pt)

フロー・ストック別推移

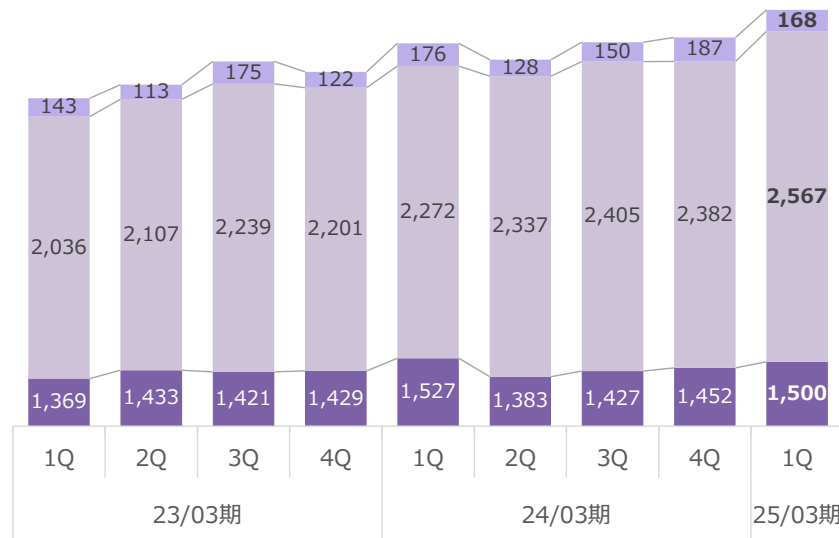
単位：百万円



■ フロー売上 ■ ストック売上

直営・FC・その他別推移

単位：百万円

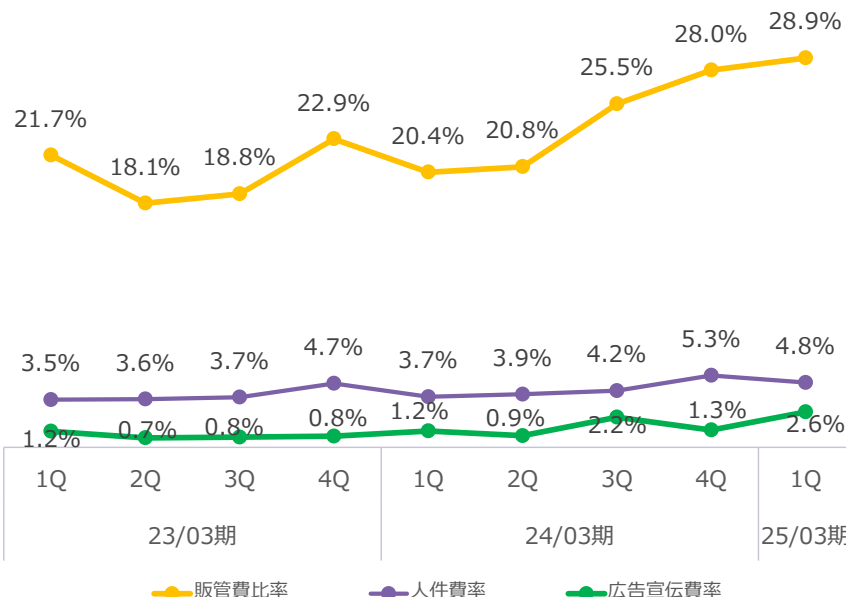
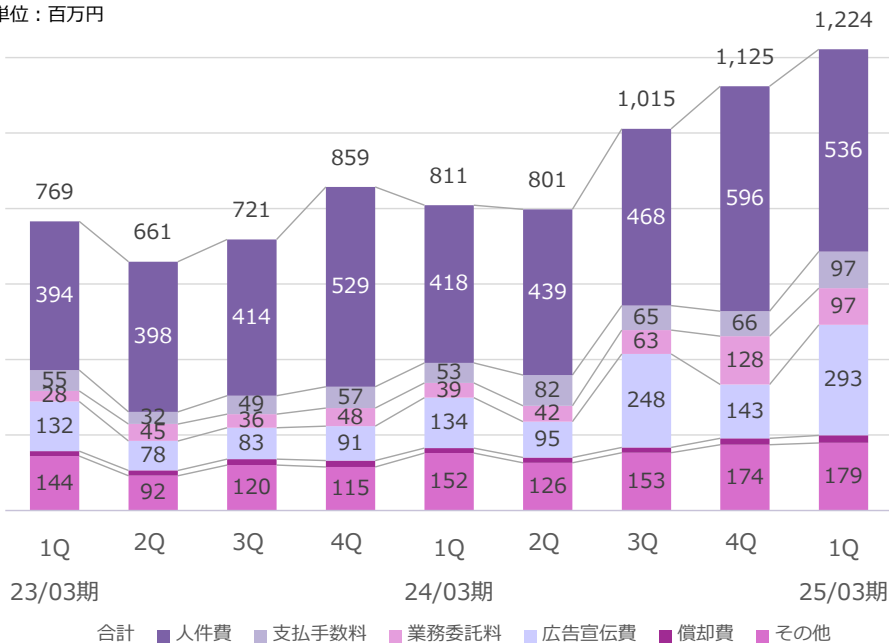


■ その他 ■ 店舗売上 ■ FC売上

販売費及び一般管理費 四半期推移

- 中期経営計画に掲げるマーケティング、海外エンタタイムフィットネス、新ブランドやEC・物販事業等の成長投資を計画にそって着実に実行しており、費用先行の側面が強い当1Qは、販売管理費が前期1Q比+ 50.8 %の1,224百万円、販管費率は前年1Q比+ 8.5ptの28.9%

単位：百万円

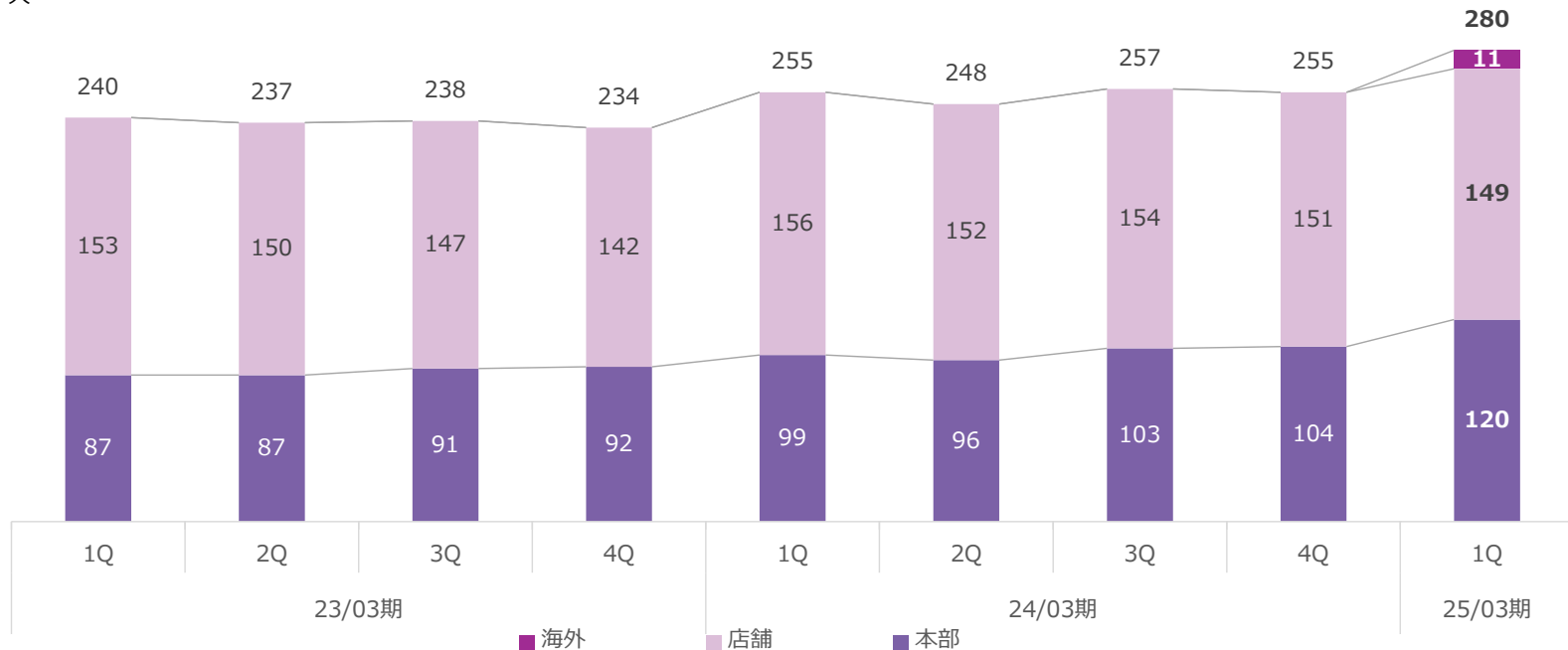


※ 当1Qより販管費の内訳項目の変更に伴い、23.3期及び24.3期も組み替えた表記としております

従業員数推移（連結）

- 「新たな成長ステージへの変革」に伴い、本部人材と海外工ニタイムフィットネス事業の人材を増加し最適な人的資本経営の実践体制を進行中

単位：人

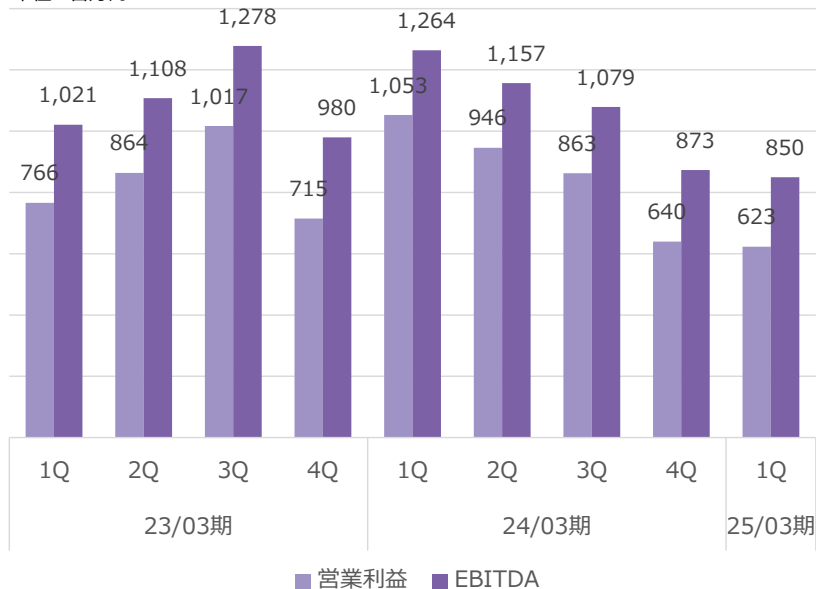


EBITDA・営業利益 四半期推移

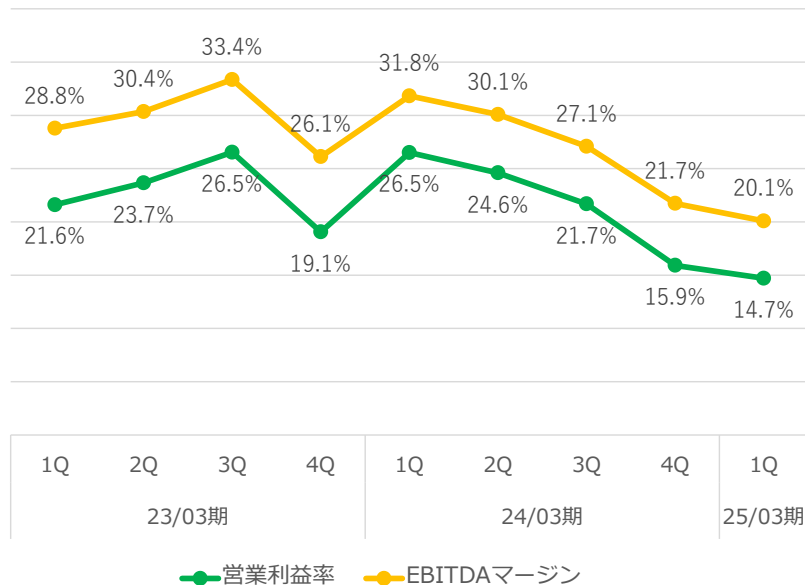
- 中期経営計画に掲げる成長投資に伴う費用先行に伴い、営業利益は前年1Q比 ▲40.9%の623百万円、EBITDAは前年1Q比 ▲32.7%の850百万円
- ただし、計画にそって成長投資を進める中、想定を上回る全国プロモーションによる増収効果もあり、減益幅は計画比で大幅に抑制

営業利益・EBITDA推移

単位：百万円



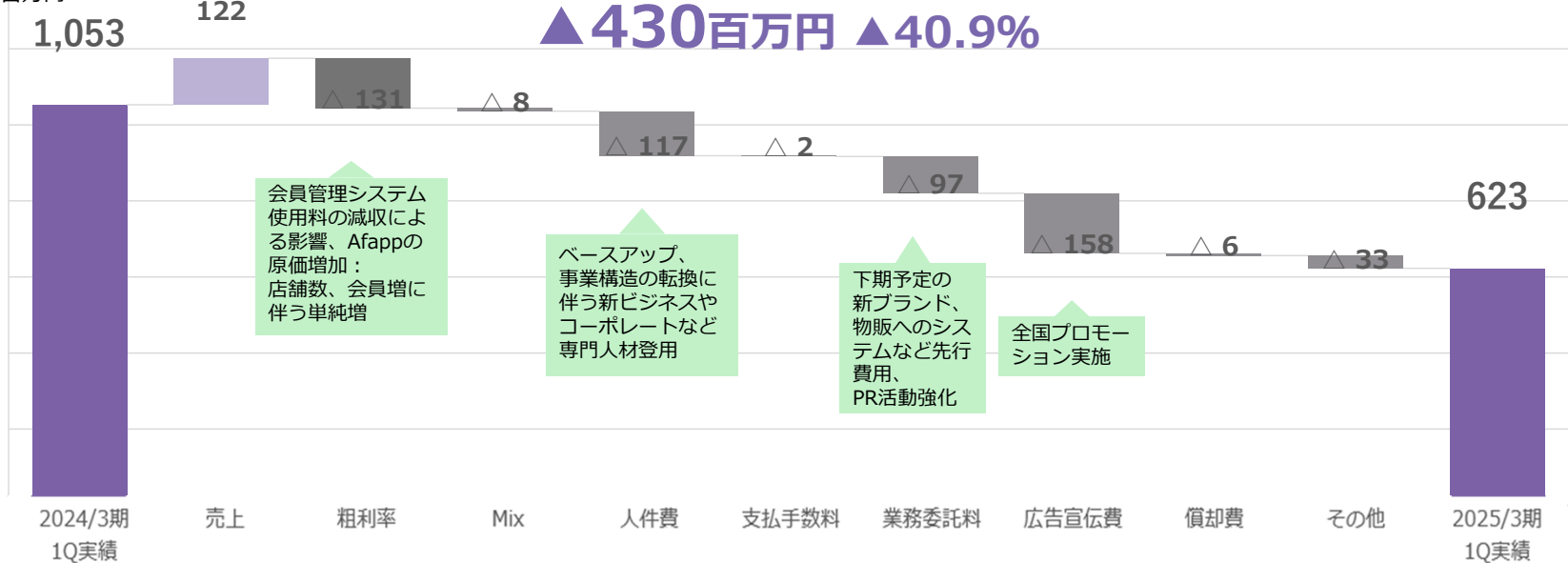
営業利益率・EBITDAマージン推移



営業利益 増減分析

- 新・旧システムを並行稼働（両システムの使用料を収受）していた会員管理システムの移行が2023年7月に完了したことに伴い、同使用料にかかるロイヤリティの減収の影響がありながら、新規出店や直営店の会員数の増加に伴い増収を確保
- 8月1日リリースのAFアプリにかかる使用料が支払先行となるほか、会員管システムの減収という一時的な影響により粗利率が低下、中期経営計画に掲げる成長投資（費用先行）により、前年1Q比では▲430百万円の623百万円。ただし、概ね計画通りに成長投資は進捗

単位：百万円



投資計画の進捗

- 中期経営計画期間（2025年3月期～2027年3月期）における投資額は96億円
- 当1Qは、計画通り直営店の出店による初期投資とリモデルに伴う改装投資など計画通りに進捗し15億円を投資
- 下半期は、新ブランドの直営店1店舗の出店や、物販・Eコマースなどの投資が加速

投資計画 96 億円 中期経営計画 期間 25/03期～ 27/03期	項目	中期経営計画期間 の 投資額 (2025年3月期～ 2027年3月期)	当1Qの実績 15億円		
			実績	進捗率	
	国内AF事業の更なる規模 拡大	66億円	8.9億円	13.4%	直営店新店：3.9億円 改装投資：1.5億円 全国プロモーション：2億円 本社移転：1.5億
	AFの店舗・会員基盤の活 用を通じた新たな付加価 値創出	4億円	0.04億円	1.0%	物販/EC事業
	新たな成長領域への投資	18億円	6.2億円	34.4%	海外店舗展開：5.64億円 国内新ブランド展開：0.56億円
	IT・DX投資	6億円	0.08億円	1.3%	インフラ構築
	人的資本投資	2億円	0.07億円	3.5%	専門分野人材の確保

BS概況

- 財務健全性は安定しており、自己資本比率は**59.6%**（前期末 59.2%）

単位：百万円	2024年3月期	2025年3月期 1Q	増減
流動資産	12,389	10,818	▲1,571
現金・預金	10,199	8,430	▲1,769
固定資産	9,408	10,398	990
総資産	21,798	21,217	▲581
流動負債	5,762	5,367	▲395
固定負債	3,134	3,214	89
有利子負債	3,239	2,877	▲362
純資産	12,900	12,635	▲265
株主資本	12,900	12,619	▲281
自己資本比率（%）	59.2	59.6	+0.4

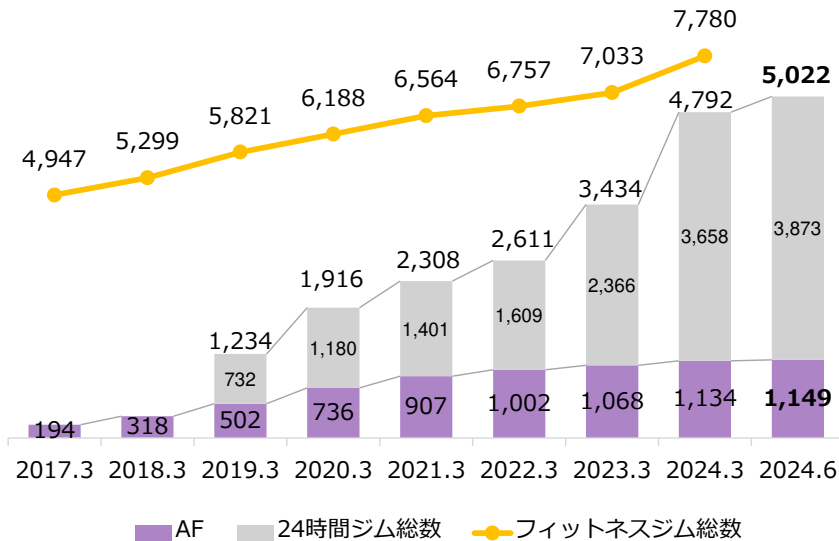


3. 国内エニタイムフィットネス概況

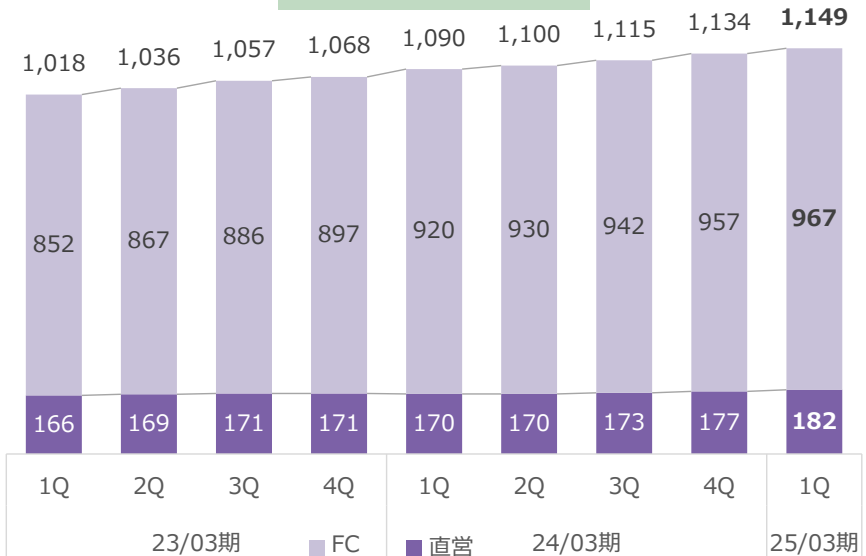
店舗数 四半期推移

- 国内フィットネスジムの施設数は、2019年からの6年間で3割超の増加。なかでも24時間ジム、ピラティスやパーソナルトレーニングジムが増加。24時間ジムは価格訴求型を中心に店舗数拡大し、2019年比で2.8倍に店舗数が拡大するなか、価値訴求型のエンタimeフィットネスは每期安定的に店舗拡大を進め、同カテゴリでの店舗数シェアは18.6%
- 当1Qの新規出店は17店舗（直営：6店舗、FC：11店舗）、退店は契約満了に伴う家主都合により1店舗（FC）
- 国内エンタimeフィットネスの店舗構成比は、直営店15.8%、FC店84.2%

国内フィットネスジムの施設数



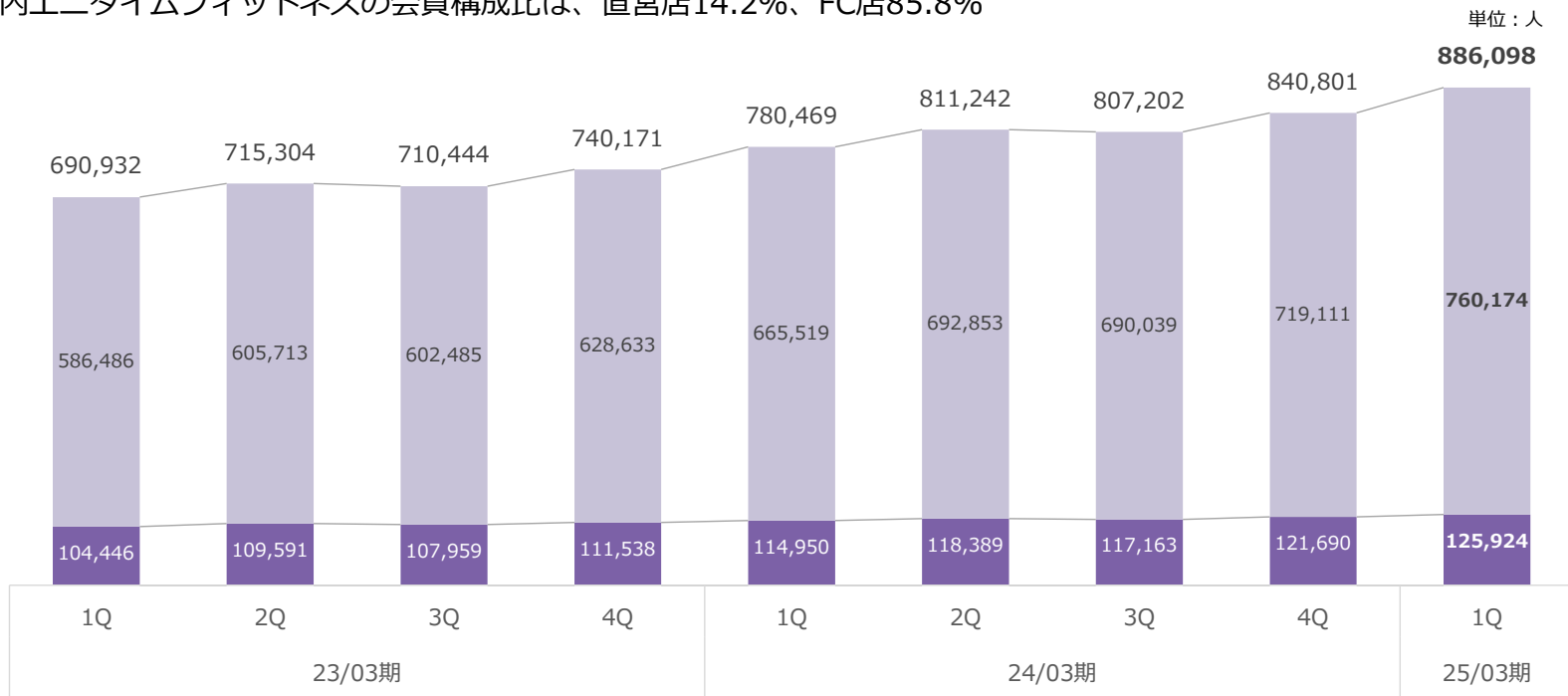
直営・FC別店舗数推移



出所：フィットネスジム総数・・・『日本のフィットネスクラブ業界のトレンド2023年版』より当社作成
24時間ジム総数・・・当社作成

会員数 四半期推移

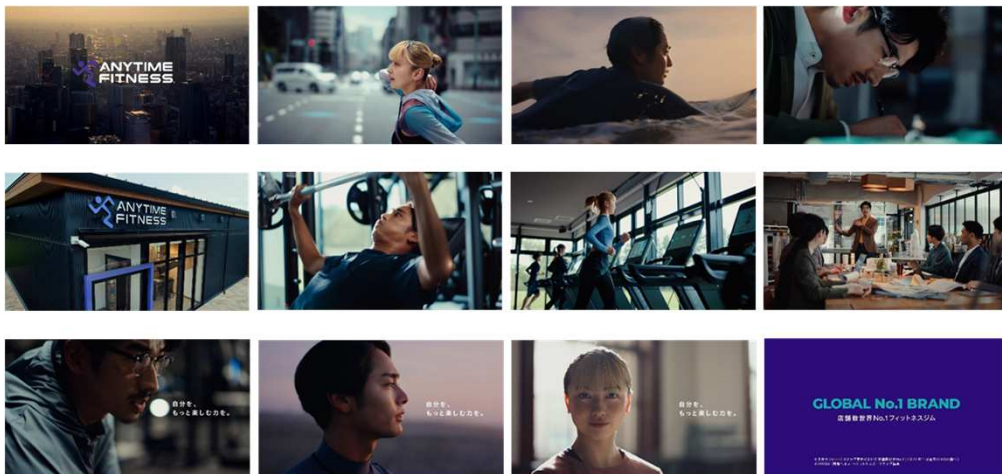
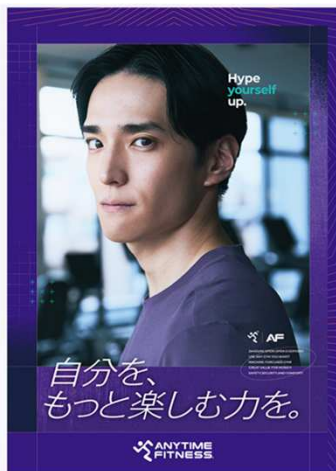
- 2023年12月～2024年1月及び2024年6月～7月に戦略的に実施した全国プロモーションの効果もあり、24/03期4Qに引き続き当1Qも会員数が大きく増加。前期末比では45,297人増と過去最高の伸びを記録
- 国内エニタイムフィットネスの会員構成比は、直営店14.2%、FC店85.8%



■ 直営 ■ FC

全国プロモーション展開（TVCM、web広告、SNS）

- 2024年6月からエニタイムフィットネスを全国47都道府県に展開する当社の優位性を活かした全国プロモーションを実施
- 「自分を、もっと楽しむ力を。」をキャッチコピーに、エニタイムは「体をただ鍛える場所」ではなく、前向きに生きていくための自己実現をサポートするための場所「ライフモチベートプレイス」であることを発信



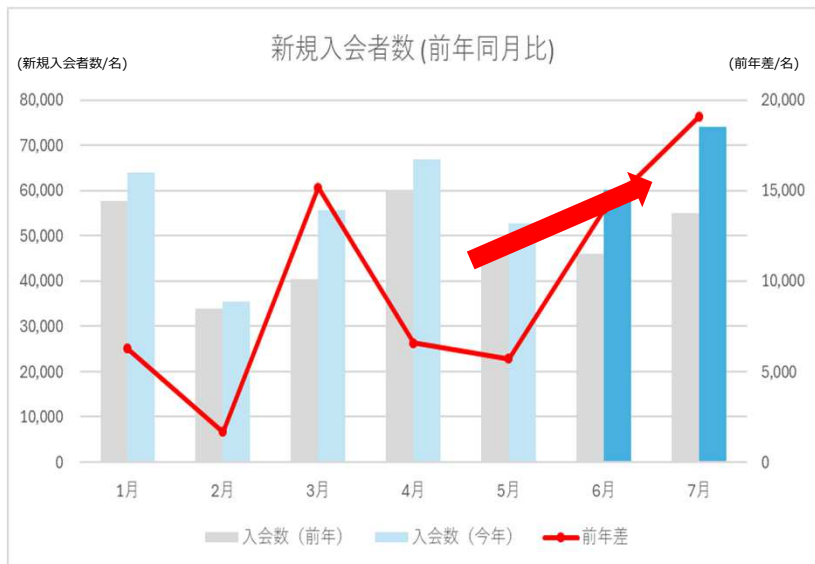
TVCM：2024年6月 全国放映 / Web広告：2024年6月～7月 Google、Yahoo、X、Youtube、LINE、DAZN など

・CM動画(YouTube) 『自分を、もっと楽しむ力を。』篇

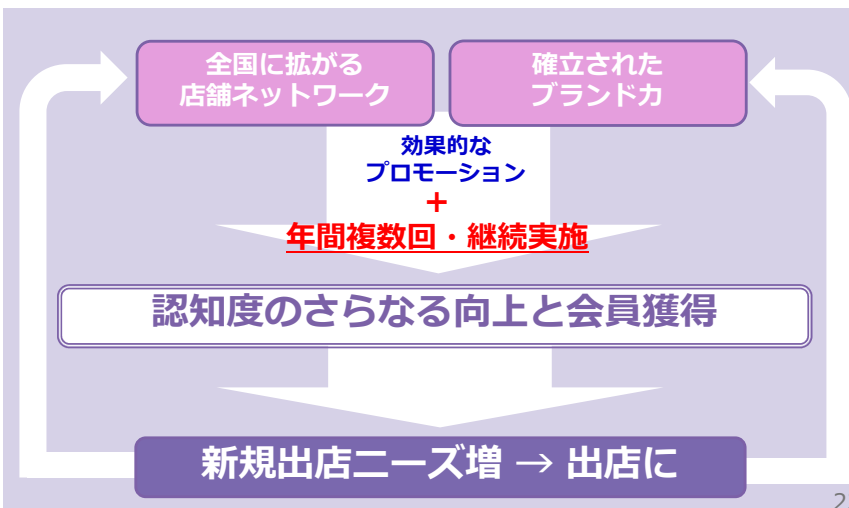
<https://youtu.be/bc3pV04AuDY> (15秒) <https://www.youtube.com/watch?v=6sPhSbFwRBo> (30秒)

全国プロモーション結果

- プロモーション期間 6月、7月 について 新規入会者数が 前年同期比 **130% + 約33,000名** の増加となり、13万名強の方が新たに入会
- 2024年3月期から続く入会増に加え、全国47都道府県・1,100店舗以上展開の規模の活用と認知を獲得するプロモーションの狙いとおりに、直近1年のなかでも最大の入会伸長となる
- 認知について、**2.8pt**上昇(1年間で+7.1pt) 、好意について、ジム入会中・入会検討層では5割を超え、またエニタイムフィットネス入会者では **9割**を超える

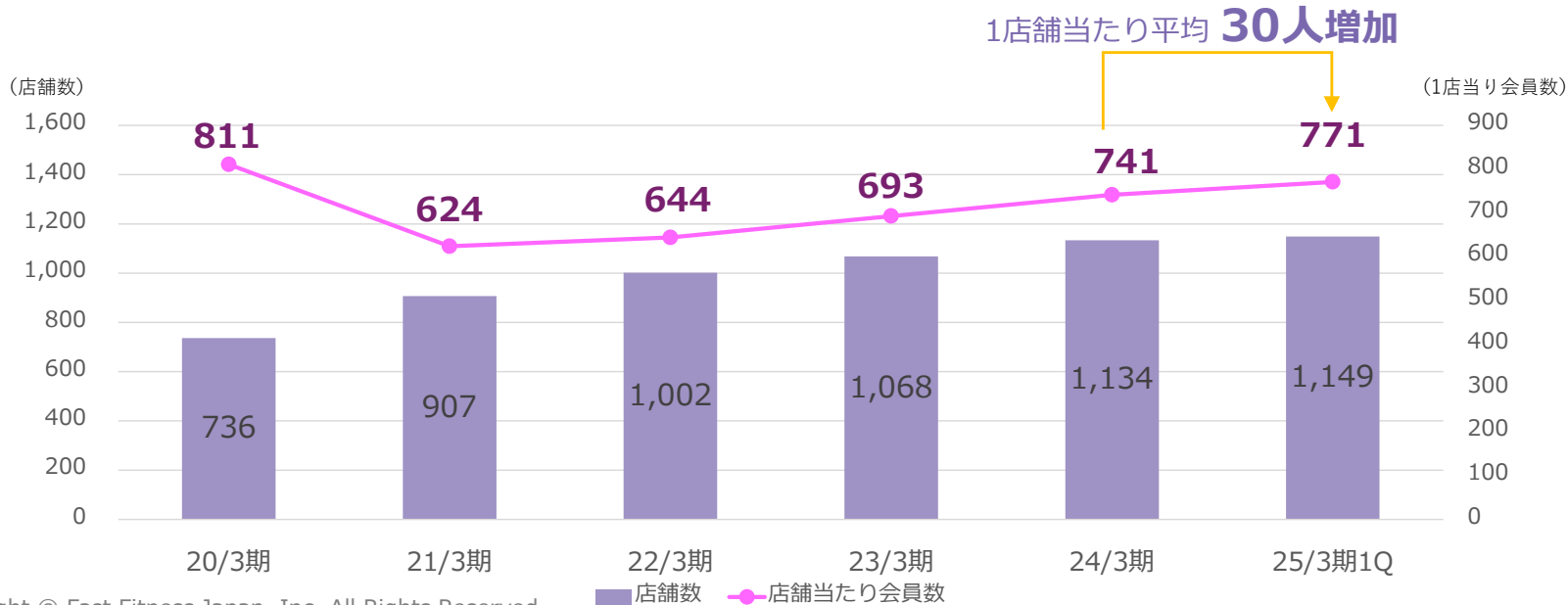


戦略的に実施するマーケティング投資の位置づけ



店舗当たりの会員数推移

- 店舗数が拡大し前期末比+15店舗となるなか、店舗当たり平均会員数は30人増の771人と好調に推移。既存店の新規入会の増加に加え、新規店舗においても順調に入会が進む
- 戦略的に実施している全国プロモーションによる会員獲得の効果もあり、店舗当たり平均会員数の増加を背景としたFCオーナー様による出店意欲も強い
- 全国プロモーションを終えた2024年7月末時点の店舗当たり平均会員数は793人と25/03期1Q末比22人増と好調に推移



会員数90万人突破（2024年7月）

- 2024年7月に会員数90万人を突破。7月末時点では会員数は91.6万人、店舗数は全国で1,156店舗に
- 2010年10月の1号店オープン以降、2016年に会員数10万人、2019年に会員数50万人を突破。2022年7月には会員数70万人、2023年8月には80万人と順調に会員数が増加
- 今後もご利用いただいているお客様の満足度向上を果たしながら、新規出店をはじめ新たなタッチポイントを拡大していくことで店舗数の拡大とともに新規入会者を増加させ、フィットネス参加率の向上への貢献を図る



【2019年8月 50万人】



【2022年7月 70万人】



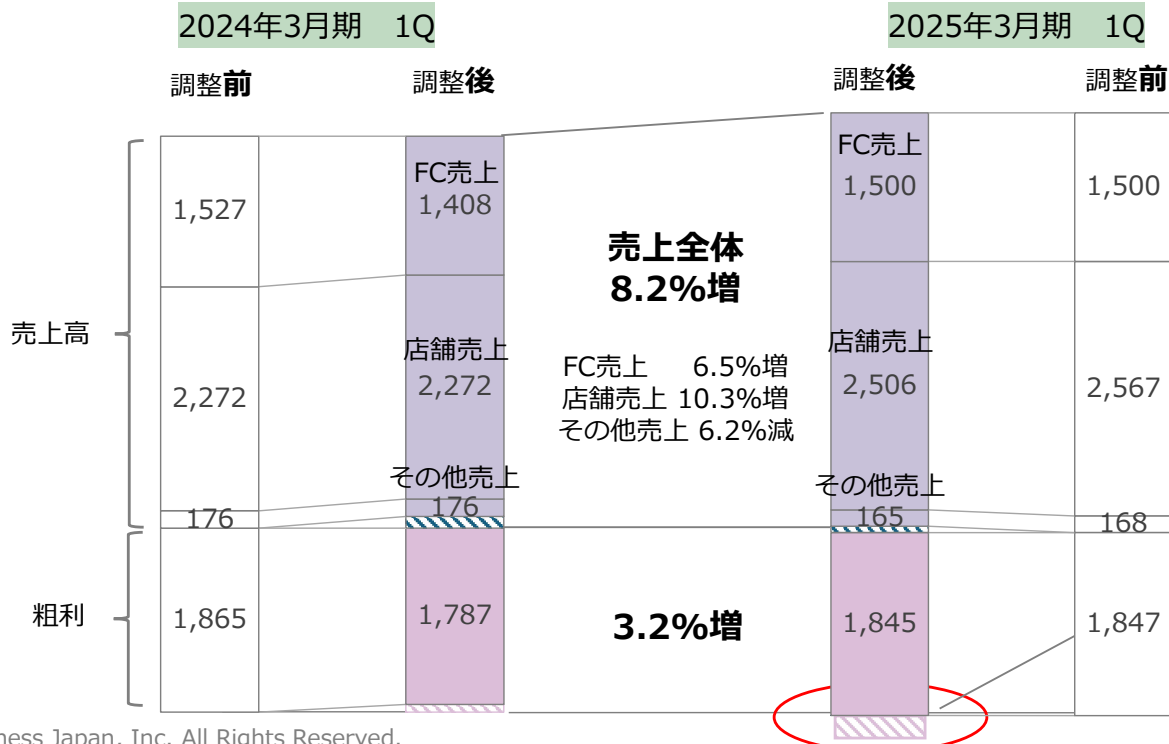
【2023年8月 80万人】



【2024年7月 90万人突破】

前年1Q比較

- 前年1Q連結実績（調整前）から、旧会員管理システムの使用料を除外した売上高と粗利（調整後）と、当1Q連結実績（調整前）から、国内工ニタイムフィットネス以外を除外した売上、粗利（調整後）で比較
- 当1Qは、AFappの使用料の支払いが先行することから、前年1Q比で74百万円の原価高となるものの、増収増益を確保



AFapp使用料を8月のリリース（収受）に先行して原価発生
・粗利▲74百万円

新たな出店形態

- 当1Qでは、様々な企業・団体との協業により、「エニタイム×自治体、公園、大学」などの新たな店舗の出店が実現
- 企業・団体等からのフィットネスジムを活用した福利厚生や特定保健指導の当社へのニーズは高い

大分市：荷揚リンクスクエア店 2024年4月8日オープン

大分市役所と県の防災拠点と連絡通路で繋がる商業施設への出店。学校跡地である官民一体の複合施設で、地域の活性化や賑わいづくりを目的に整備された

自治体

×



千葉公園店 2024年4月26日オープン

千葉公園内の憩いの新エリア「芝庭」内への出店。公園との調和を図り、壁面緑化の仕様で、有酸素マシンの前には広大な芝生が広がります。天候に関係なくトレーニングができる

公園

×

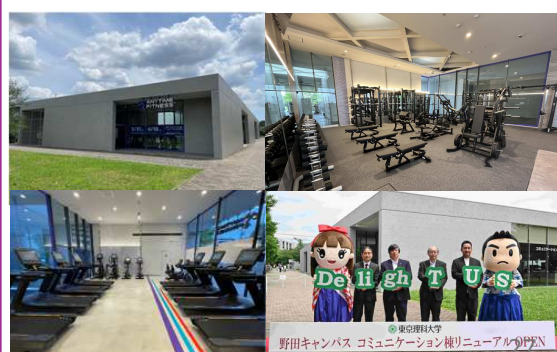


東京理科大学野田キャンパス店 2024年6月10日オープン

地域住民の方も利用できる、賑わいの創出により多様な価値観を生む場所、体験、共感を生む場所としていくことを目的にリニューアルされた施設の中核テナントとして出店

大学

×



野田キャンパス コミュニケーション核リニューアル計画

AFアプリの展開

- グローバルのエニタイムフィットネスで展開されている公式アプリを2024年8月1日にリリース
- ワークアウトプランの作成・提供や、自宅など店舗以外のアクティビティも記録することで運動の習慣化をサポート
- 店舗に入館するアクセスパス機能も備え、全国の店舗にスマホ一つで入館が可能
- 会員以外の方もアプリ内のワークアウトプランの提供や店舗見学の予約などの利用ができ、潜在会員へのアプローチ機能も
- 店舗と会員様とのコミュニケーションなど、退会抑止や利用率の向上、さらにはフィットネス参加率の向上に貢献など
アプリがエニタイムフィットネスの活性化へとつながるアイテムに

AFアプリの主な機能	会員	会員以外
ワークアウトプランの作成・提供	○	○
店舗見学の予約	×	○
会員情報の連携	○	×
アクセスパス	○	×
店舗情報・店舗検索	○	○
コミュニケーション	○	×
サービス予約	○	×



AFアプリはこちらからダウンロードできます





4. 25/03期 計画

ひびきの店 2024年6月オープン

中期経営計画：数値計画

	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期
単位：百万円			
売上高	18,800～ 19,500	21,320	23,960
営業利益	3,000～ 3,500	3,960	4,530
営業利益率	16.0%～ 17.9%	18.6%	18.9%

※2025年3月期は、現在様々な新規の事業など多くの成長戦略が同時に進行しており、外的要因や進捗状況による影響等を考慮し、投資家のみなさまに対してより有用かつ合理的な情報提供を行う観点から、複数のシナリオを想定したレンジ数値にて公表

中期経営計画：方針

- 事業の安定的な成長並びに収益力の増強に向け、次のテーマに関して戦略的に投資を行い、新たな成長ステージへの変革を目指します

1. 国内AF事業の更なる規模拡大

安定的な新規出店

2. AFの店舗・会員基盤を活かした国内事業の収益基盤拡充（新たな付加価値創出）

AFアプリの展開

EC／物販の育成・展開

3. 新たな成長領域の開拓及び収益基盤確立

海外事業の拡大

新ブランドの育成・展開

4. ESG経営の推進

ガバナンスの高度化

人的資本経営の実践

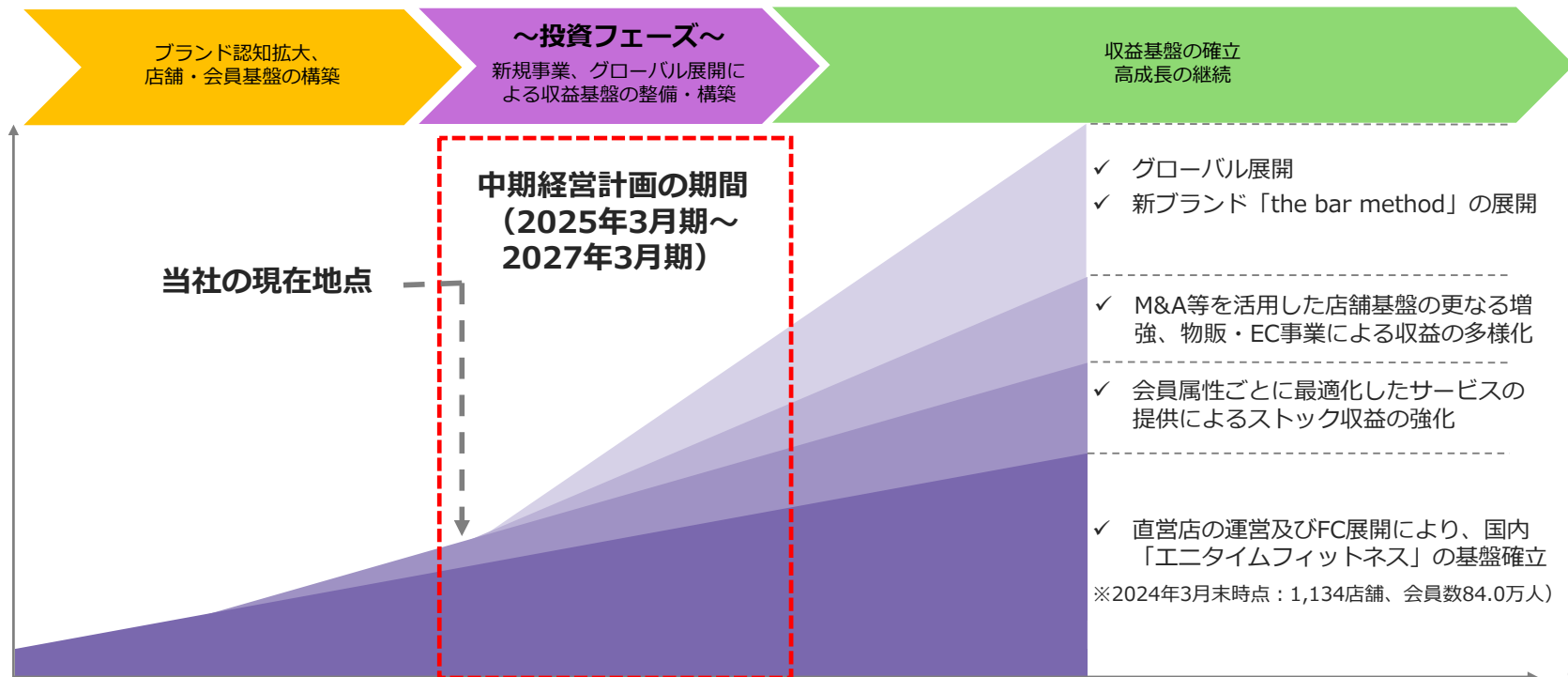
5. M&A、アライアンスの活用

M&Aの継続

自治体・法人等とのコラボ

中期経営計画：同期間の位置づけと売上成長イメージ

- 持続的な成長を目指すため、既存事業を強化しながら、中期的に成長戦略を推進し、長期的には市場・商圈の拡大を視野に戦略的な投資を行い、持続的な成長を目指します



25/03期 計画 サマリー（計画は24年5月14日公表値から変更なし）

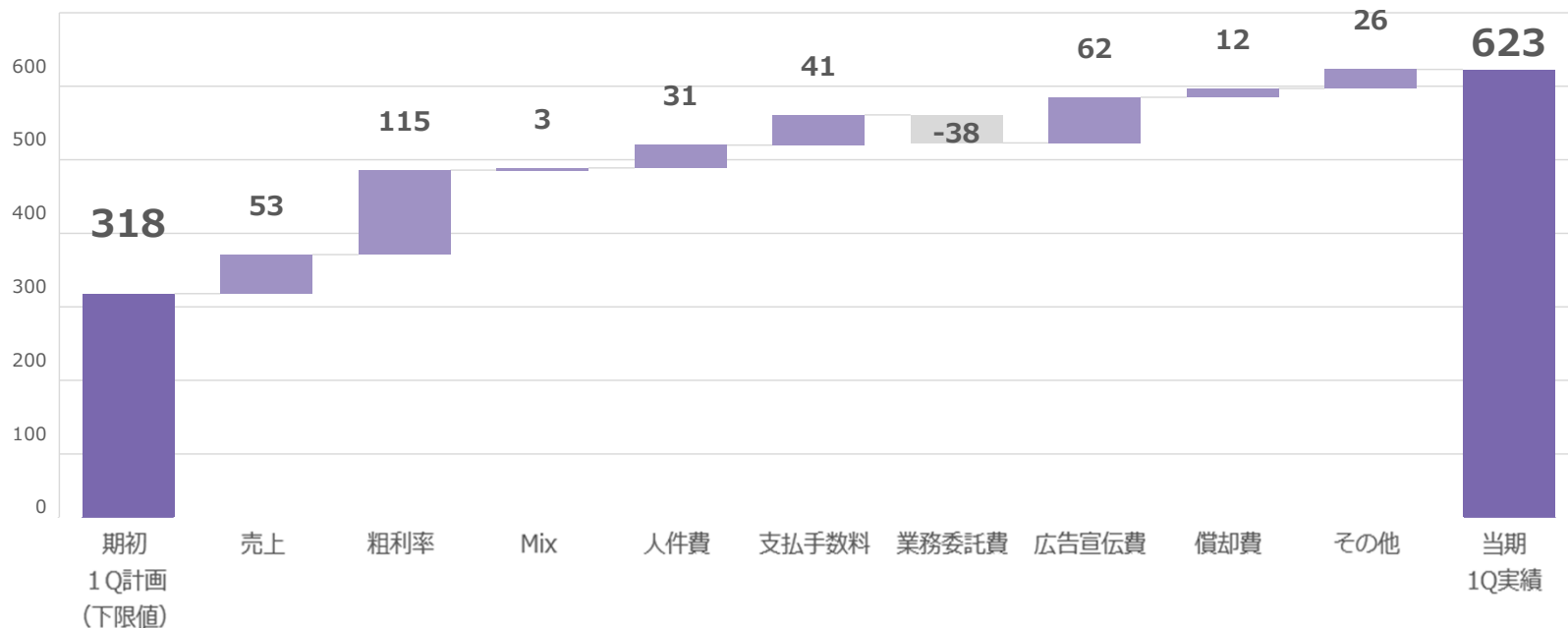
- 中期経営計画に基づく成長投資を着実に実行し事業構造の転換を進めながら、前年実績と同水準の利益額（上限値）を確保を目指す
- 計画通りマーケティング、営業体制及び新規事業領域等への成長投資を行いながらも、期首計画を大幅に上回るペースで着地
- 引き続き、海外エニタイムのドイツでの店舗・FC開発や2024年秋に開始予定の新ブランド、EC・物販事業の準備に注力

単位：百万円	2024年3月期		2025年3月期		前年比	2025年3月期 1Q		進捗率
	実績	構成比	計画	構成比	%	実績	構成比	%
売上高	15,825	100.0%	18,800～ 19,500	100.0%	+18.0～ +23.2%	4,234	100.0%	22.5～ 21.7%
営業利益	3,504	22.1%	3,000～ 3,500	15.9～ 18.6%	△14.4～ △0.1%	623	14.7%	20.8～ 17.8%
EBITDA	4,370	27.6%	4,210～ 4,710	22.3～ 25.0%	△3.7～ △7.8	850	20.1%	20.8～ 17.8%
経常利益	3,635	23.0%	2,900～ 3,400	15.4～ 18.0%	△20.2～ △6.5%	628	14.9%	21.7～ 18.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,123	13.4%	1,503～ 2,050	7.9～ 10.9%	△27.0～ △3.5%	375	8.9%	25.0～ 18.3%

25/03期 1Q営業利益 増減分析（対 計画）

- 1Q期間の期初計画（下限値）との比較では、直営店の会員数の増加や計画通りの出店の効果と、店舗運営の効率化などの店舗努力により、計画に対し、営業利益+3億円（計画比 +95.8%）

単位：百万円



今後の予定：新ブランド、EC・物販事業の展開

The Bar Method

2024年秋から本格展開開始（予定）

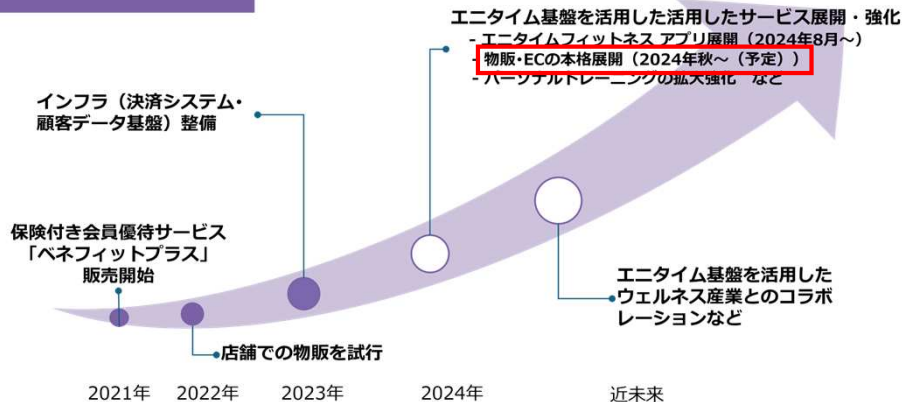
- 2024年4月、The Bar Method Franchisor, LLC と日本における「The Bar Method」の店舗展開に関する独占的権利に関するマスターフランチャイズ契約を締結
- 2024年秋、日本1号店となる直営店の出店に向けて、計画どおり進行中



※「The Bar Method」は、バレエのバーを使用した高反復・低刺激の負荷トレーニングとして考案されたエクササイズ。ピラティスやヨガ等の筋力トレーニングの要素をバレエワークアウトに融合することで、基礎代謝を上げ持久力を高めるトレーニング

EC／物販

2024年秋から本格展開開始（予定）

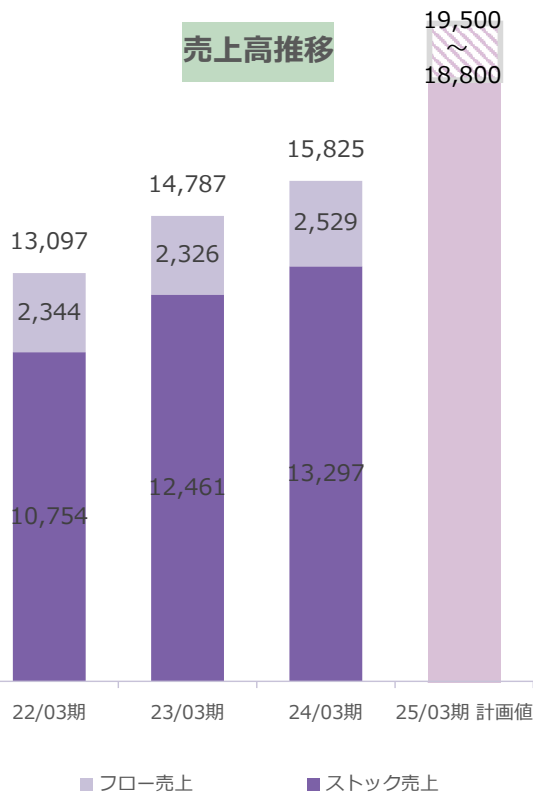


AF基盤の優位性を活かした新たな収益基盤の創出を進め、収益を安定確保できる事業ポートフォリオの創出、店舗内外におけるタッチポイントとウォレットシェアの拡大を目指し、秋からの本格展開に向けて計画どおり進行中

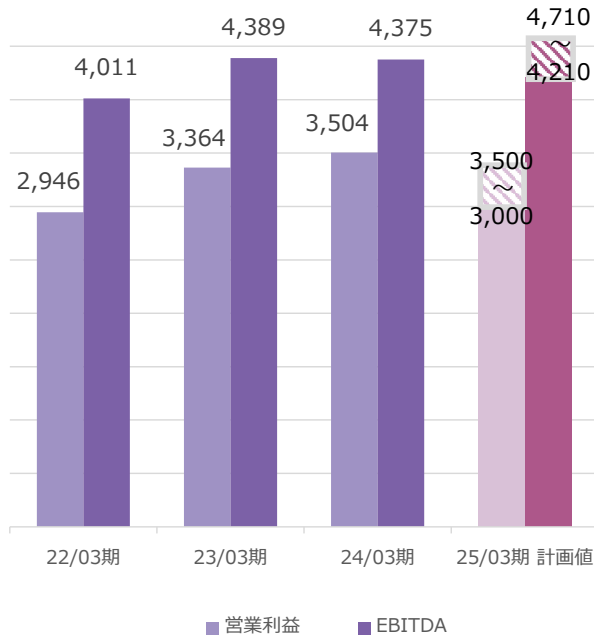
- ライフスタイルにおけるエンタimeフィットネスブランドを活用した商品の販売
- 希少性や限定性等の付加価値のある商品の販売等をEコマースを活用して展開

売上高・営業利益・EBITDAの年間推移

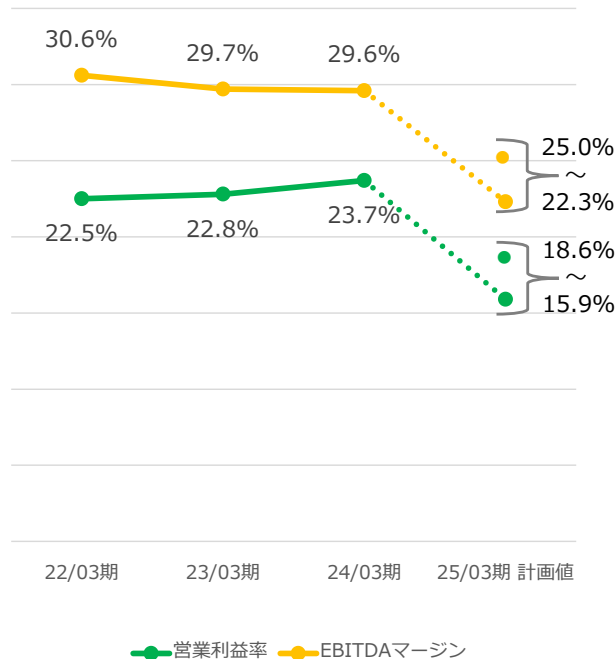
売上高推移



営業利益・EBITDA推移



営業利益率・EBITDAマージン推移



株主還元：配当

- 中期経営計画期間においては、積極的な成長投資に伴う短期的な業績の変動による影響を抑制し、安定的かつ継続的な配当政策の姿勢をより明確にするため、DOE（連結株主資本配当率 ※）を導入
- 2025年3月期の配当予想は、業績予想をレンジ開示としているため、配当性向40%を目安にレンジにて開示

配当方針の変更

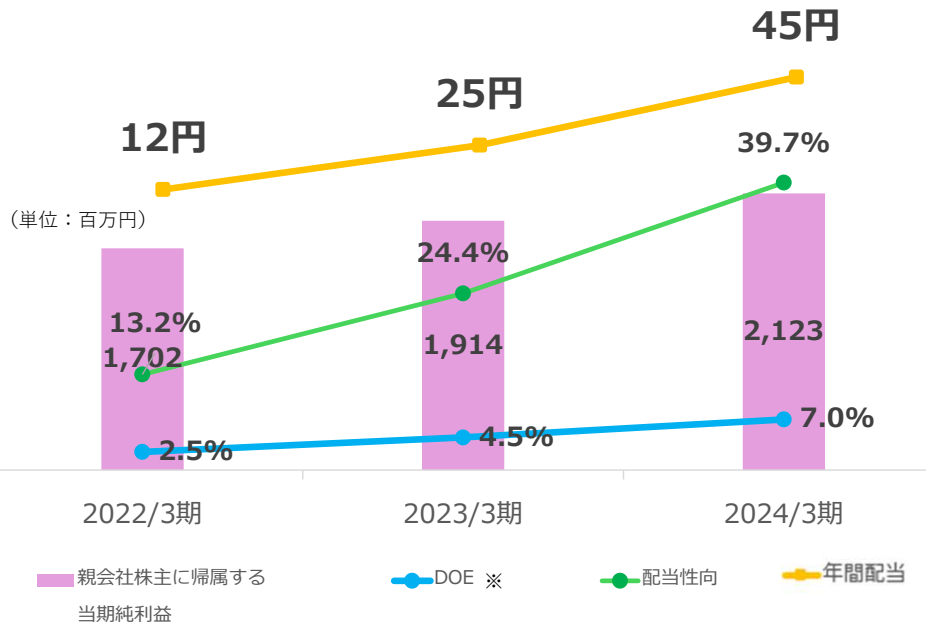
(2024年3月11日公表)

25円程度を維持



連結配当性向
40% を目安に

下限をDOE
4.5% に設定



2025年3月期

33円~45円
を予定

(※ DOE (連結株主資本配当率) = 年間配当総額 ÷ 連結純資産)

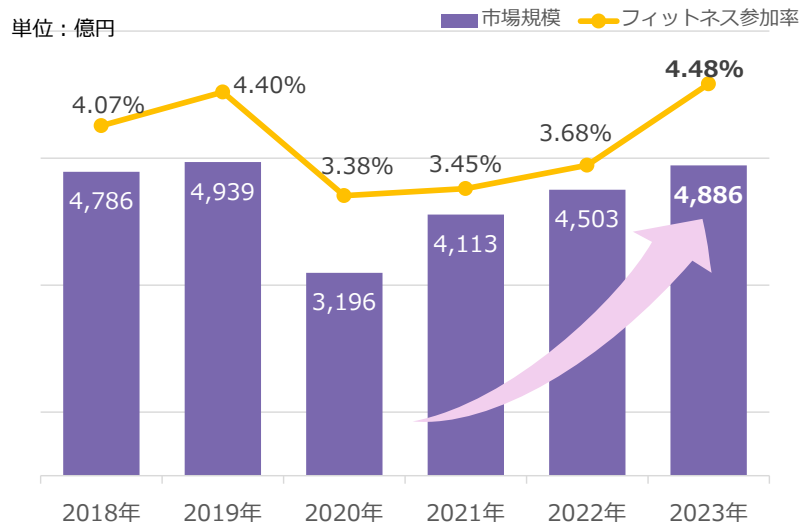


5. Appendix

国内フィットネス業界の市場環境：アフターコロナで再成長へ

- フィットネスジム市場は、コロナ禍で一時縮小したものの正常化以降は健康志向の高まりもあり順調に回復
- 多くのカテゴリーが乱立する中、店舗数では24時間ジムが成長。FC形態での出店が増加

フィットネス市場規模の推移



フィットネス市場規模 **4,886**億円（前年比+8.5%）、フィットネス参加率 **4.48%**※
フィットネス参加率が **1%** 上昇するごとに、日本のフィットネス参加者は **124万人** 増加

健康志向の高まり

- 厚生労働省による週2～3日の筋肉トレーニングの推奨
- コロナ禍後経た人々の価値観やライフスタイルの変化による健康需要の高まり
- トレーニング施設の需要は増加傾向が続く見通しから、24時間マシン特化型のフィットネスジムの店舗数も増加を見込む

淘汰・再編機運の高まり

- 「**価値訴求型**」と「**価格訴求型**」の店舗モデルの二極化が進む
- 業績不振や小規模事業者による倒産件数の増加等の報道から、今後、価格競争を要因とする淘汰や業界再編の機運が高まっているものと予想

会社概要

当社は、“ヘルシアプレイスをすべての人々へ！”を企業理念に掲げ、日本における24時間フィットネスジムのパイオニアとして、「エニタイムフィットネス」の展開、及び店舗運営を通じて「誰もが健康的に暮らせる、心豊かな社会の実現」を目指します。



代表取締役社長
山部 清明

会社名	株式会社Fast Fitness Japan
設立	2010年5月21日
事業内容	スポーツ施設の企画及び経営 フィットネスフランチャイズの経営 フィットネス事業コンサルタント
本社所在地	東京都新宿区西新宿6-3-1 新宿アイランドウイング10F
決算期	3月
資本金	2,195百万円（2024年3月31日現在）
グループ会社	株式会社AFJ Project Saya Pte. Ltd. Eighty 8 Health & Fitness B.V. Eighty 8 Health & Fitness GmbH Eighty 8 First Club GmbH

グループ体制図



企業理念とマテリアリティ

- 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ます

ヘルシアプレイスをすべての人々へ!



日本の健康を創る先進企業へ



- ✓ 店舗ネットワークと顧客タッチポイントの拡大を通じたフィットネス参加機会の拡大
- ✓ 質の高いフィットネスサービスの提供による利用者の健康維持・促進への貢献

地域の健康・安全を担うインフラへ



- ✓ 地域の健康と安全の担保に寄与するインフラとして店舗を開放
- ✓ 健康を切り口とした街づくりに貢献

エニタイムフィットネスについて

- 「エニタイムフィットネス」は2002年にミネアポリスに1号店を出店後、全米で店舗を拡大し、わずか10年で2,000店舗を達成。以降、世界中で店舗を展開し、店舗数世界No.1（※）のフィットネスジムです
- ブランド力に加えて、充実した高品質のジム設備、スタッフによるサービスの提供等、サービスの質の向上と会員満足度の向上に注力する「価値訴求モデル」であることが特徴

GLOBAL No.1 BRAND.

店舗数世界No.1 フィットネスジム

※世界のフィットネスクラブ業界において店舗数世界No.1（2022年11月現在 IHRSA調べ）

※IHRSA：国際ヘルス・ラケット&スポーツクラブ協会

グローバル **5,371** 店舗

(29の国と地域)

2024年6月時点

アメリカ・カナダ	2,559
日本	1,149
オーストラリア	573
イギリス・アイルランド	185
フィリピン	157
その他	998

国内エニタイムフィットネスについて

- 当社は、2010年にアメリカ本部と日本におけるマスター・フランチャイズ契約を締結。同年10月に第1号店の調布店（直営）を出店して以降、日本国内の24時間フィットネスジムのパイオニアとして、同市場の拡大を牽引

店舗数世界No.1のフィットネスジム「エニタイムフィットネス」における日本国内の店舗数

$\frac{1,149 \text{ 店舗}^{\ast}}{5,371 \text{ 店舗}^{\ast}} \times 100 = 21.3\%$ シェア

※ 2024年6月末時点

国内フィットネス市場における「エニタイムフィットネス」ブランド（※1）の売上高シェア

$\frac{741 \text{ 億円}^{\ast 2}}{4,886 \text{ 億円}^{\ast 3}} \times 100 = 15.2\%$ (参考) シェア

※1 直営店舗+FC店舗

※2 ※1の24年6月単月の平均会員単価×同月末会員数を12か月換算した参考値

※3 出所：『日本のフィットネスクラブ業界のトレンド2023年版』

**OPEN
24^h/7**

あなたの生活にフィット

24時間ジムのパイオニア、エニタイムフィットネスは年中無休。トレーニングしたい気持ちを逃しません。あなたのライフスタイルで、いつでも自由なペースで。

**THE GLOBAL
BRAND**

店舗数世界No.1
フィットネスジム

日本全国に1,100店舗以上展開。国内はもちろん、世界5,000以上の店舗も利用可能です。近所でも、会社近くでも、旅先でも。さあ、いつでもトレーニングを。

※海外店舗は一部ルールが異なりますので、各国の店舗に直接お問い合わせください。

**PERFORMANCE
MACHINE**

充実&高品質の
ジム設備

トレーニング初心者も効果が実感できる高品質マシン、身体機能を高めるファンクショナルトレーニングもご用意。充実のマシンと設備をぜひ体験ください。

**COMFORTABLE
PLACE**

安全・安心・快適に
トレーニング

初心者の方も安心のファーストオリエンテーション(無料・予約)をご用意。いつでも「安全・安心・清潔・快適」な環境でワークアウトできるように、クラブ内の整備やサービスに努めています。

**GOOD
PRICE**

納得の月会費

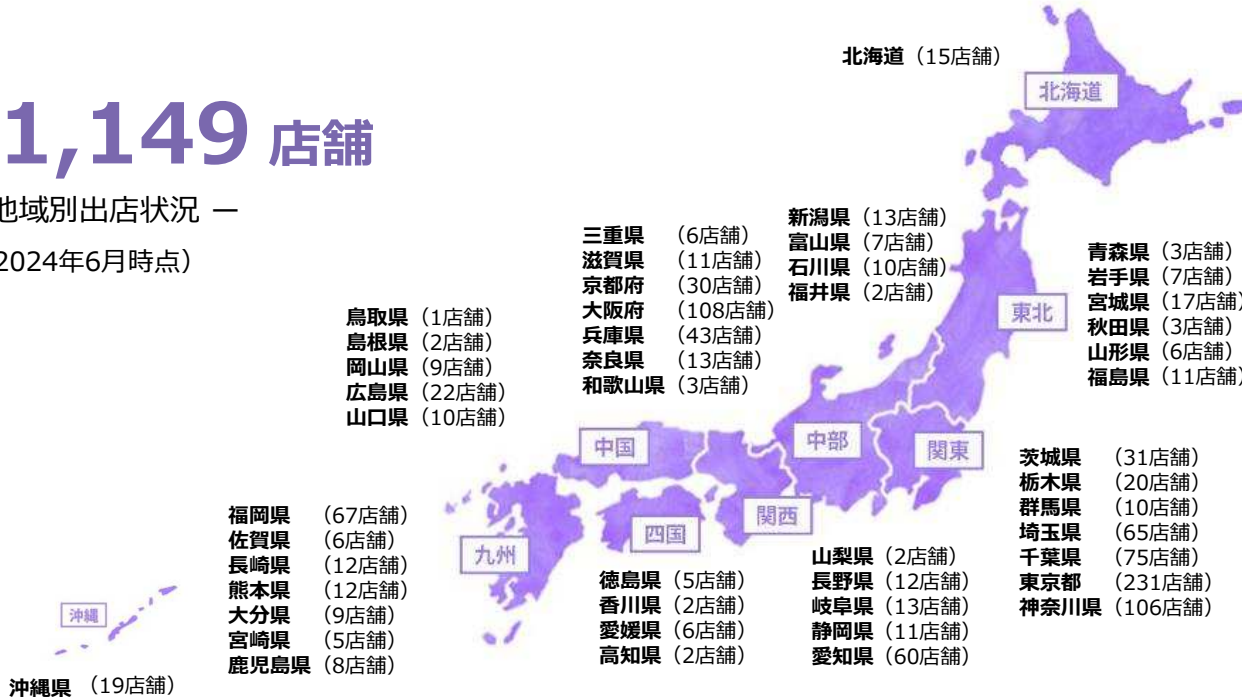
初月会費も日割り計算で無駄なく。高品質マシン、快適なトレーニング環境のご提供、スタッフの安心サポートなど、会費以上の価値をあなたに。

国内エニタイムフィットネスの店舗ネットワーク

- 2016年度からは地方都市進出をスタートし、全国47都道府県に展開中
- 地方都市でも好調な集客を実現。エニタイムフィットネスの潜在ニーズが日本全国に存在する手応えを実感

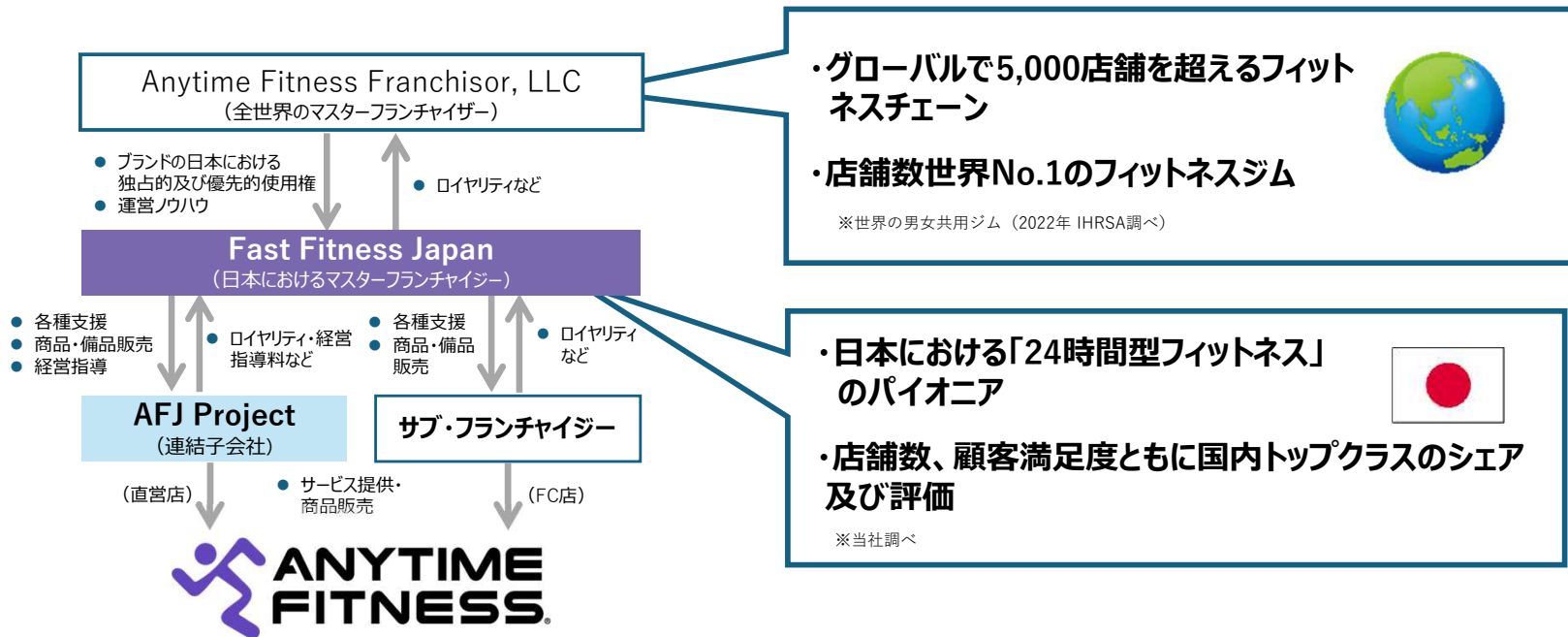
全国 1,149 店舗

— 地域別出店状況 —
(2024年6月時点)



国内エンタイムフィットネスのビジネスモデル

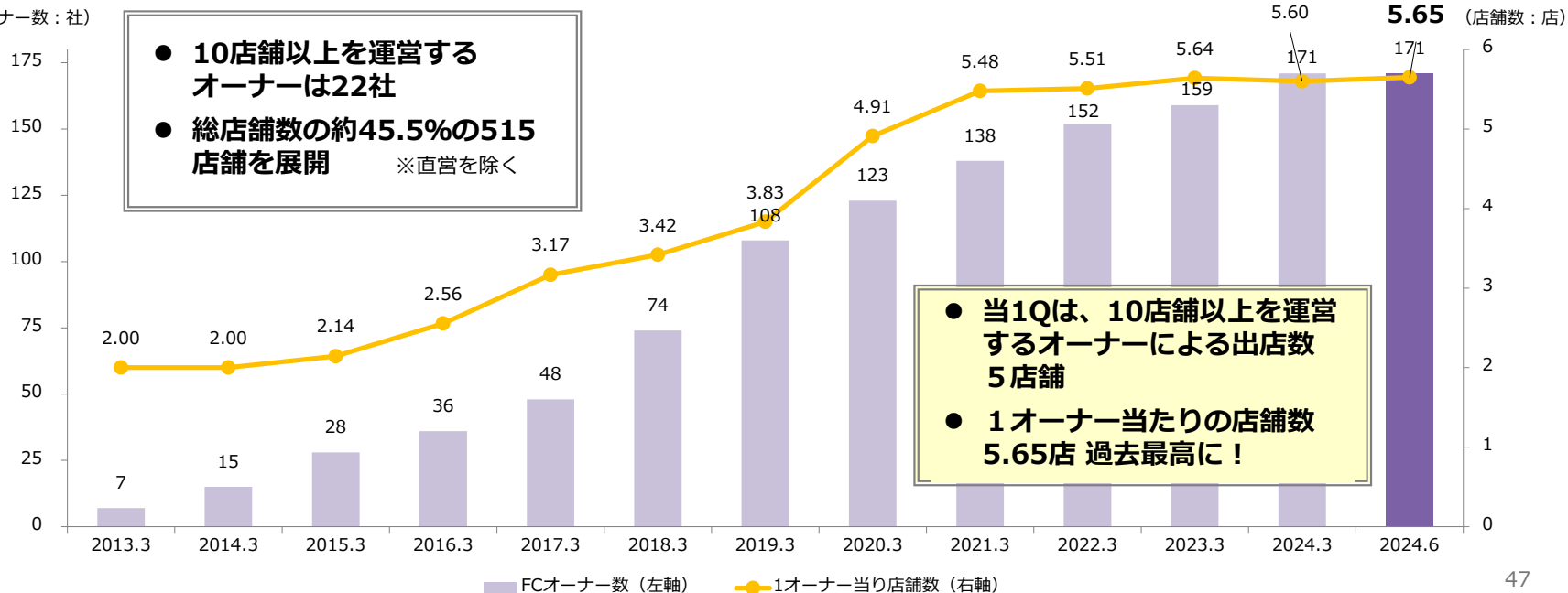
- 当社は「エンタイムフィットネス」の日本におけるマスターフランチャイジーとして、マシンジム特化型の24時間フィットネスクラブチェーンを運営しています。



国内エニタイムフィットネス FCオーナーの推移

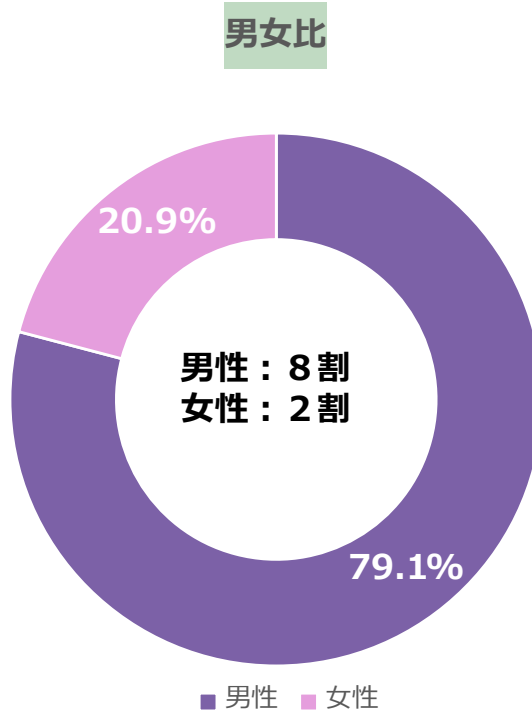
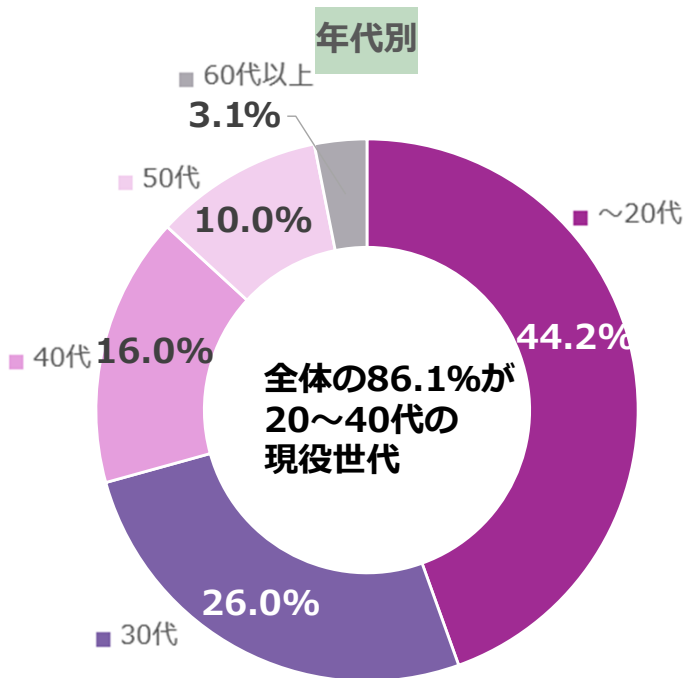
- 経営基盤の盤石なFCオーナー（法人）により、店舗数が安定的かつ着実に拡大
- 日本における24時間マシン特化型ジムのパイオニアとしてのブランド力と、ロイヤリティ固定等の魅力的なビジネスモデルにより、高い収益性を実感したFCオーナーの中心に複数店舗を運営するオーナーが増加
- FCオーナーとの共存共栄の追求により、日本全国で安定的な出店が可能

(オーナー数：社)



国内エニタイムフィットネス 会員の特徴

- ライフスタイルに合う「いつでもどこでも」通えるという特長から、20代～40代からの強い支持（全会員の**86%**）
- 男女比は8：2の割合



エニタイムフィットネスを 選ぶ理由

- ・有名
- ・品質が高い
- ・自分の好みに合う
- ・ブランドが持つ雰囲気が好き
- ・なりたい自分に近付ける
- ・（利用すると）気分が良くなる
- ・現代のカルチャーに合う
- ・ビジネスの姿勢に共感
- ・利用すると自慢したくなる
- ・洗練されている
- ・利用者に親しみを感じる

当社の売上高構成

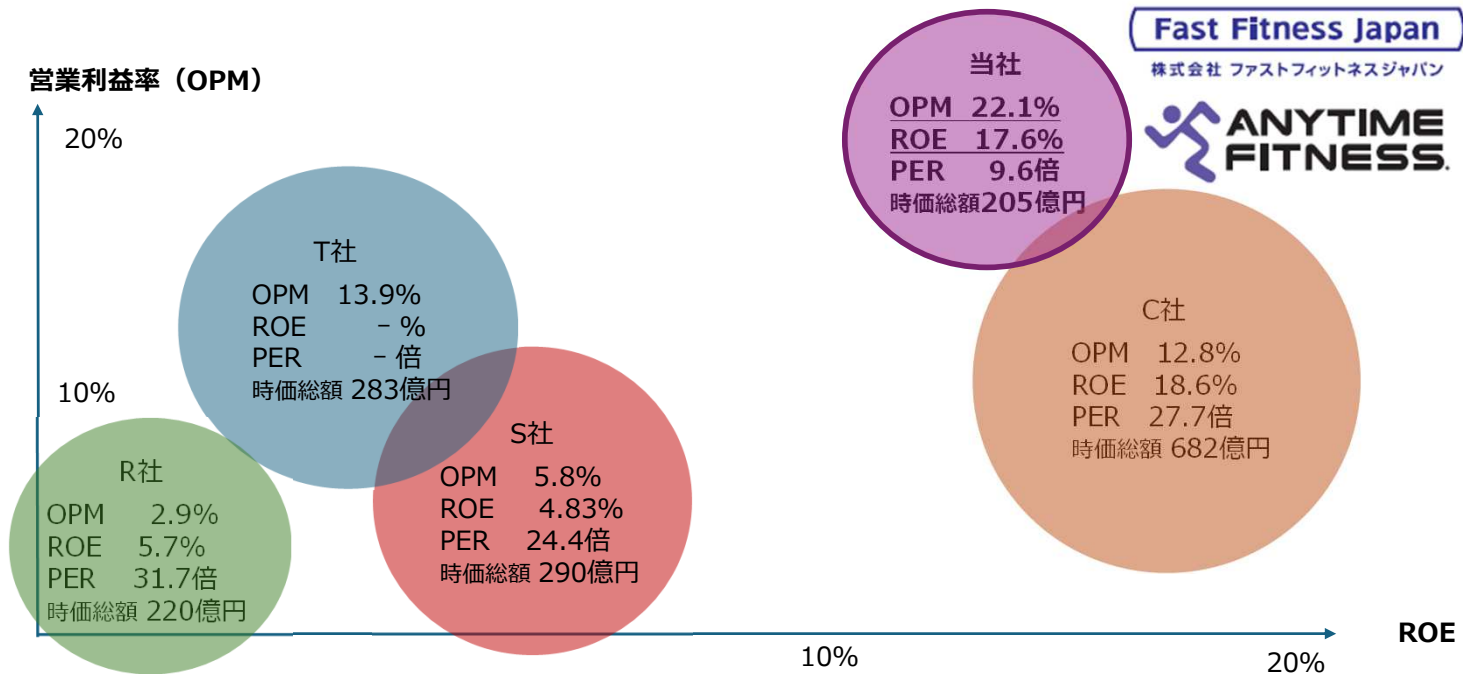
- 「エンタイムフィットネス」の強固な店舗・会員基盤を構築するにあたり、最重要と位置付けるFC展開においては、ロイヤリティが固定のため損益分岐点が低く、FCオーナーにとって魅力的なビジネスモデルとなっている点が強み

売上区分	品目	収益モデル	内容
FC売上	ロイヤリティ収入	ストック ※	固定ロイヤリティと会員管理システム等の手数料や販促協力金などFC店舗数の増加に比例して増加
	商品売上	フロー ※	店舗内の一部商品の売上 主に出店時に売上
	加盟金売上	フロー	加盟契約時に1店舗毎に同一額を徴収
	その他	フロー	開業監修費など1店舗出店後毎に徴収 * 開業監修費は1FCオーナーの出店数に応じて異なる
店舗売上 (直営・海外売上)	会費収入	ストック	会費収入の他、月極の水素水サーバーや契約ロッカー等の売上 直営店舗の会員数の増加に比例して増加 * 海外AF売上を含む
	その他	フロー	パーソナルトレーニングの回数券や会員以外の都度利用売上 * 海外AF売上を含む
その他売上	手数料収入	フロー	トレーニングマシン等のマーケティングフィー等

※月会費など、毎月継続的な売上となるものをストック、ストック以外の一時的な売上をフローとしております

同業他社との比較における当社ポジション

- 当社グループ事業は、同業他社比で営業利益率及びROEが高い一方で、低PERであることが課題と認識



- * 当社は2024年3月期時点
- * 各社の数値は直前決算期末の決算短信より弊社作成
- * 時価総額は2024年3月時点

マシン寄贈

トレーニング環境の整備が課題となっている
離島などの自治体や学校へ寄贈



寄贈先：

大分県姫島村

都立西高校アメリカンフットボールOB会

寄付活動

地域イベントへの協賛



チャリティースクワットを実施

地域イベントへの協賛

『ツナガリウォーク2024』（横浜・山下公園）に協賛・出展

※ チャリティースクワット…来場者によるスクワットの回数×10円をエニタイムフィットネスが寄付

IRメール配信サービス

IRニュース配信サービスは、Fast Fitness Japanの最新情報やニュースリリースなどをご登録いただいた皆様に電子メールにてお知らせするサービスです。

この機会にぜひご登録ください。

登録はこちら



https://ircms.irstreet.com/member_registration/new_u.php?site=1&language=1&brand_selection=0®ist_brand_select%5B%5D=400

Fast Fitness Japan



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。

【IRの問合せ先】

IR担当： <https://fastfitnessjapan.jp/ir/inquiry/>