

# 2025年6月期 第2四半期 決算説明会資料

キュービーネットホールディングス  
株式会社



# 目次

上期業績サマリーと下期に向けて ————— P3

上期振り返り(連結・国内・海外) ————— P4~14

下期に向けて(国内・海外) ————— P15~23

トピックス(DX化・株主優待) ————— P24~25

Appendix ————— P26



## 中期経営計画における当期の位置づけ

## 成長基盤作りを行う先行投資期間

### 上期振り返り

国内事業	売上収益	1Q(前期比100.7%)に比較して2Q(前期比102.1%)は1%以上伸長し、前期比101.4%で着地
	経費	新券売機の全店導入の前倒し等により、経費計画比87百万円増加(経費増加58百万円、前倒経費29百万円)
	出店	計画通り新規出店を6店舗、閉店を3店舗実施し、前期比で最大△11店舗の差が、新規出店で△2店舗まで縮小
	人財	経験者採用は採用市場環境の変化で一時的に影響を受けたものの、育成人財(未経験者)採用は好調を維持 退職率は昨年を下回る6%(前年:9%)で推移
海外事業	売上収益	好調な台湾は前期比109.5%と伸長し、海外事業全体では104.8%で着地
	既存国出店	ほぼ計画通り新規出店を3店舗実施(計画4店舗)
	新規国	7年ぶりの新市場進出 カナダでの1号店の営業を開始、ベトナム、マレーシア会社設立

### 下期に向けた取り組み

価格改定を2ヶ月前倒しで実施し、これまでシニア向けに展開していたツキイチ割引キャンペーンを全年齢へ拡大することで、お一人あたりの年間利用回数の増加を促進

※ツキイチ割引キャンペーン

前回のご利用から翌月末までのご利用で割引を行うキャンペーン

前倒し経費と店舗人員の計画差異により△69百万円を見込む  
その他経費削減を実施し、下期の人財採用や育成費増に対応

計画通りの新規出店を予定し、通期では20店舗の純増で着地する見込み。これにより前期比の店舗数もプラスに転じる見込み。

経験者採用計画の達成に注力し、人財適正配置の拡充を図る  
好調な育成人財(未経験者)採用は上期以上を見込む  
また、新卒採用は現時点で28人採用(前期実績15人)

DX化推進、人財の適正配置、価格改定により売上収益増を見込む  
2025年1月、香港及び米国で価格改定を実施  
基本サービス価格を香港14.2%アップ、米国16.7%アップ

計画通り5店舗の新規出店を予定  
通期では海外全体で計画通りの139店舗となる見込み

ベトナム・ホーチミンに2025年1月、マレーシア・ジョホールバルに2025年4月に1号店をオープン予定  
カナダに2025年5月頃を目途に、2号店をオープン予定

# 上期振り返り



- 上期の売上収益は、国内事業は前期比101.4%、海外事業は前期比104.8%で着地
- 上期の営業利益は、前期上期が価格改定後かつ待遇改善前であったことから前期比で減益となるものの、価格改定の前倒しおよびキャンペーンの拡大、新規出店増により通期計画達成を目指す

(百万円)	2025年6月期上期		2025年6月期通期予想		進捗率
	実績	前期比	期初計画	前期比	
売上収益	12,586	102.0%	25,710	103.8%	49.0%
営業利益	723	56.1%	1,900	89.8%	38.1%
税引前利益	629	51.6%	1,750	89.1%	36.0%
当期利益	417	49.4%	1,220	93.7%	34.2%
基本的1株当たり 当期利益	31円79銭		91円70銭		
1株当たり配当額	—		35円00銭		

## 国内事業

- 売上収益は人財の適正配置が進み前期を超えるが、1Q天候要因、2Qは経験者の採用減による影響を受け計画未達
- 営業利益は上記以外に新券売機導入の前倒し経費発生等により、計画未達

## 海外事業

- 売上収益は、前期比104.8%の成長
- 香港、台湾での育成人材拠点の拡充や新規進出国であるカナダ、ベトナムの投資コスト先行により減益

## 売上収益

(百万円)

	連結業績	国内事業	海外事業	調整
当期	12,586	10,229	2,360	▲ 3
計画	12,736	10,343	2,393	
前期	12,338	10,090	2,251	▲ 3
計画比	98.8%	98.9%	98.6%	
前期比	102.0%	101.4%	104.8%	

## 営業利益

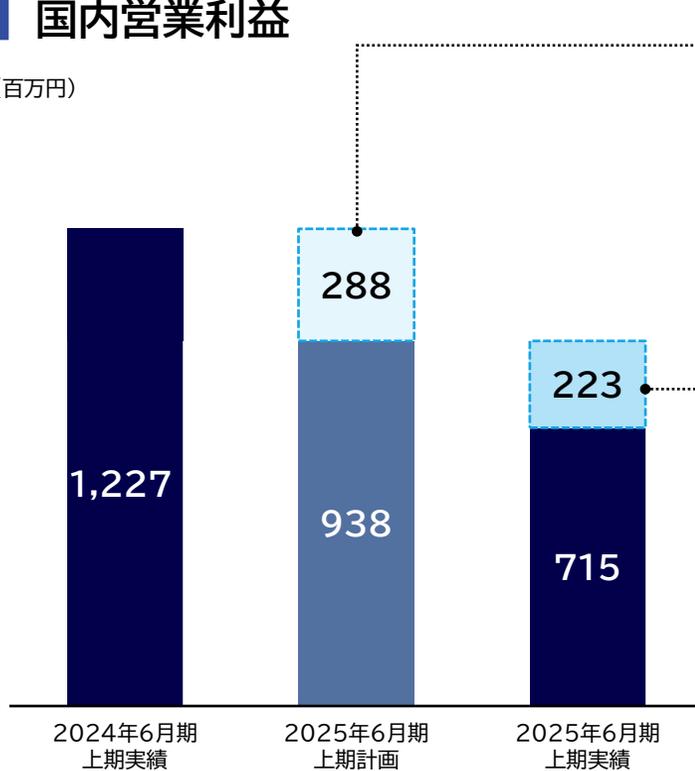
(百万円)

	連結業績	国内事業	海外事業
当期	723	715	8
計画	961	938	23
前期	1,290	1,227	63
計画比	75.3%	76.2%	37.9%
前期比	56.1%	58.3%	13.7%

天候要因・一時的な人財減による繁忙期の売上減と前倒し経費の発生により計画は下回る。下期に価格改定の前倒しやキャンペーンの拡大効果などから、通期達成を目指す

## 国内営業利益

(百万円)



### 前期実績・今期計画の差異要因(△288百万円)

#### ① 価格改定・待遇改善のタイムラグ

従業員の待遇改善を目的に、2023年4月に価格改定を実施  
前期は価格改定後かつ待遇改善前であったことから一時的に営業利益が増加

	2024年6月期 上期	2025年6月期 上期
価格改定による利益増	○	○
待遇改善による利益減	△	○
	待遇改善費用(人件費)	
	価格改定による売上増加 メリットを多く享受	利益を 給与に還元

#### ② コロナ禍による直近3か年の新規出店抑制

本来売上成長率の高い出店3年以内店舗の割合が減少し、売上収益の伸びが鈍化

#### ③ 戦略的圧縮施策(店舗の統廃合)による既存店舗数の減少 (2024年7月末時点で最大前期比△11店舗)

### 今期計画・実績の差異要因(△223百万円)

#### ① 繁忙期(7・8・12月)の売上減 (P6・7にて詳細説明)

#### ② 新券売機の早期導入による前倒し経費の発生(29百万円)

#### ③ 計画外経費の発生(58百万円) 旧券売機の廃棄費用増(19百万円) 防犯カメラ等の店舗設備導入(39百万円)

下期における対応策

① 価格改定の前倒し実施

② ツキイチ割引キャンペーンの年齢層拡大

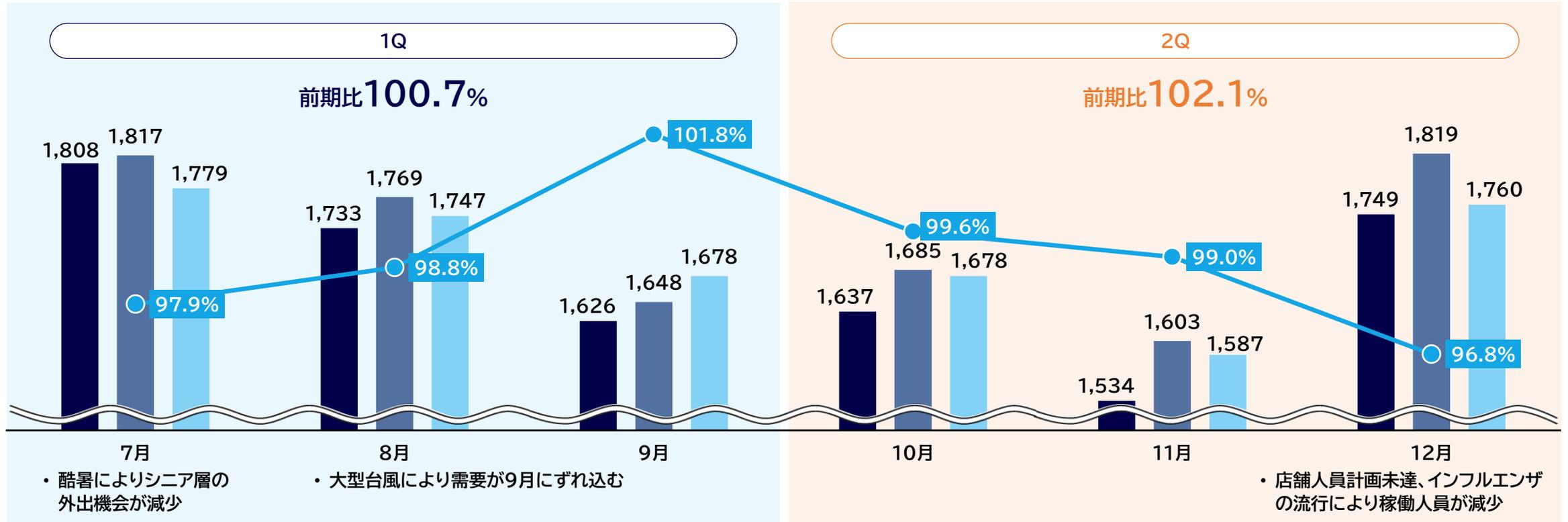
③ 上期の新券売機導入による経費減効果の発生

7・8月の天候要因による来店客数減と、12月の稼働効率低下により、売上収益は計画未達。  
 一方で前期比は、1Qに比較して2Qは1%以上伸長し、需要は引き続き堅調

## 国内売上収益 計画・実績推移

(百万円)

■ 2024年6月期上期実績 ■ 2025年6月期上期計画 ■ 2025年6月期上期実績 ● 計画達成率



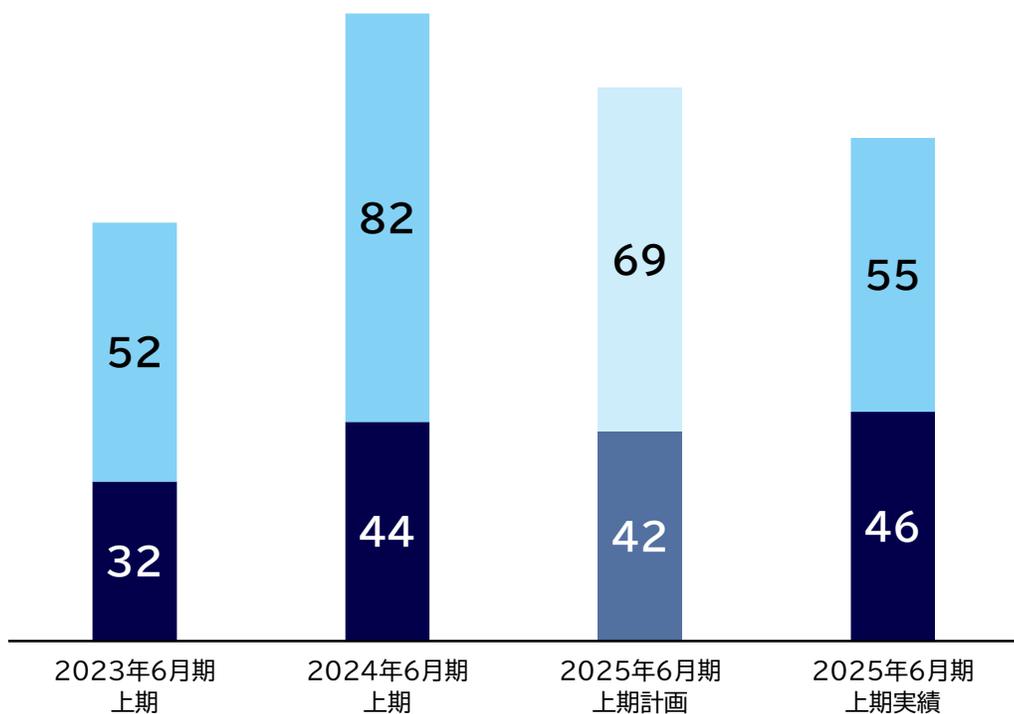
# 【国内】採用・退職の状況(計画比)

- 経験者採用は市場環境の変化により新たな対策を検討、育成人財(未経験者)の採用は前年・計画共に上回り好調を維持。
- 退職者数は計画を下回り、退職率も6%と低水準を維持

## 採用推移

(人)

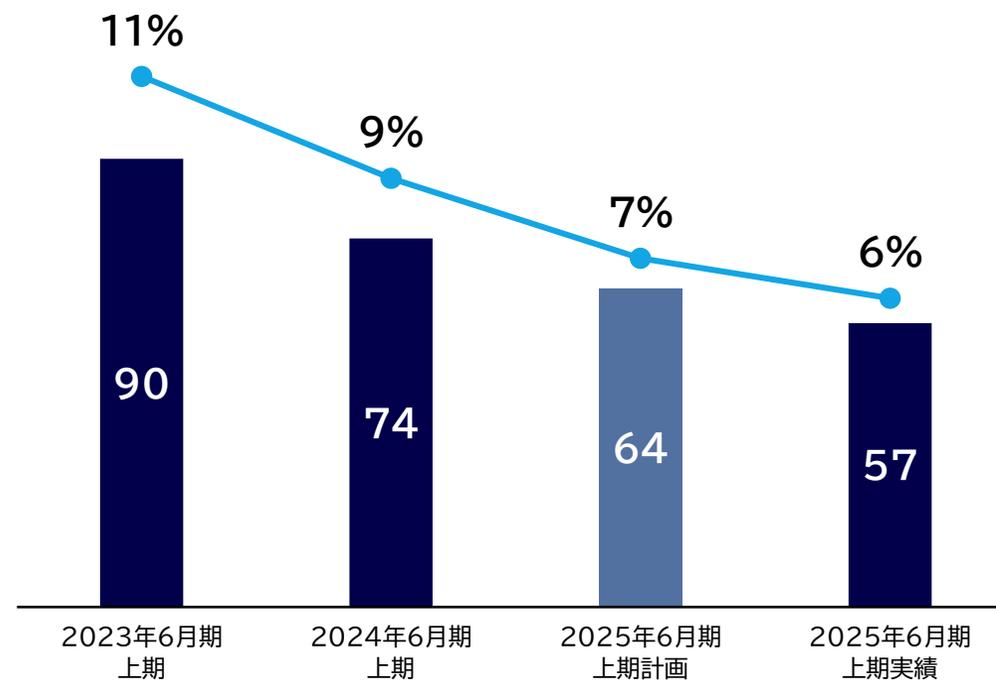
■ 育成人財(未経験者)採用    ■ 経験者採用



## 退職者推移

(人)

■ 退職者数    ● 退職率



# 【国内】人財増加計画と実績(店舗人財)

経験者採用における市場環境の変化や時短勤務者の増加といった働き方の多様化が進み、繁忙期である12月の稼働率に影響が生じた。育成人財(未経験者)の採用と退職者の減少は計画を上回っており、下期も店舗人財の増加に最大限注力

(人)		上期計画	上期実績	差異
採用	①経験者	69	55	△14
	②未経験者	42	46	4
	合計	111	101	△10
③育成人財(未経験者)配属		52	42	△10
④退職		△64	△57	7
⑤労働時間短縮		—	△23	△23
①+③+④+⑤ 店舗人員の純増減		57	23	△36
育成中(未経験者)人財 ※上期末		62	72	10

## おもな増減要因

競合他社も待遇改善を進めた影響で8月・11月の経験者応募が減少し採用数も減少  
(影響は短期的で12月以降は応募数は回復)

早期離職回避の施策として、育成人財(未経験者)の研修を拡充。平均6カ月の育成期間に加え、配属準備期間2カ月設定。その影響で育成人財(未経験者)の店舗配属が減少し、育成中人財が増加

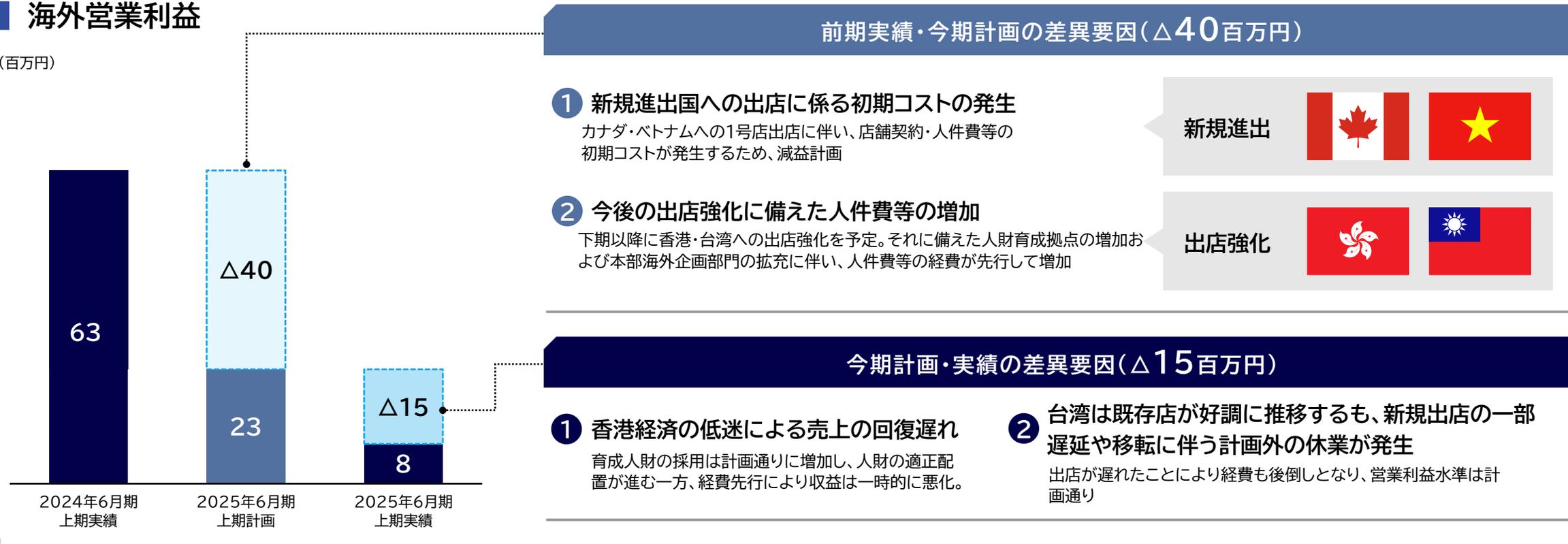
体力的、家族の介護、育児などを理由に働く時間の短縮希望者が増加。介護や育児にひと段落ついたことを理由に正社員に職種転換するパート社員も一定数増加。  
働く時間を減少(正社員→パート社員) △31名  
働く時間を増加(パート社員→正社員) 8名

# 【海外】営業利益の増減内訳(前期比・計画比)

当期は、新規進出国であるカナダ事業と今後の出店強化のための香港・台湾での育成人財(未経験者)の獲得強化による投資先行により、減益計画を策定。新規国への投資を拡大しつつ、下期の既存国の売上収益回復施策により、通期達成を見込む

## 海外営業利益

(百万円)



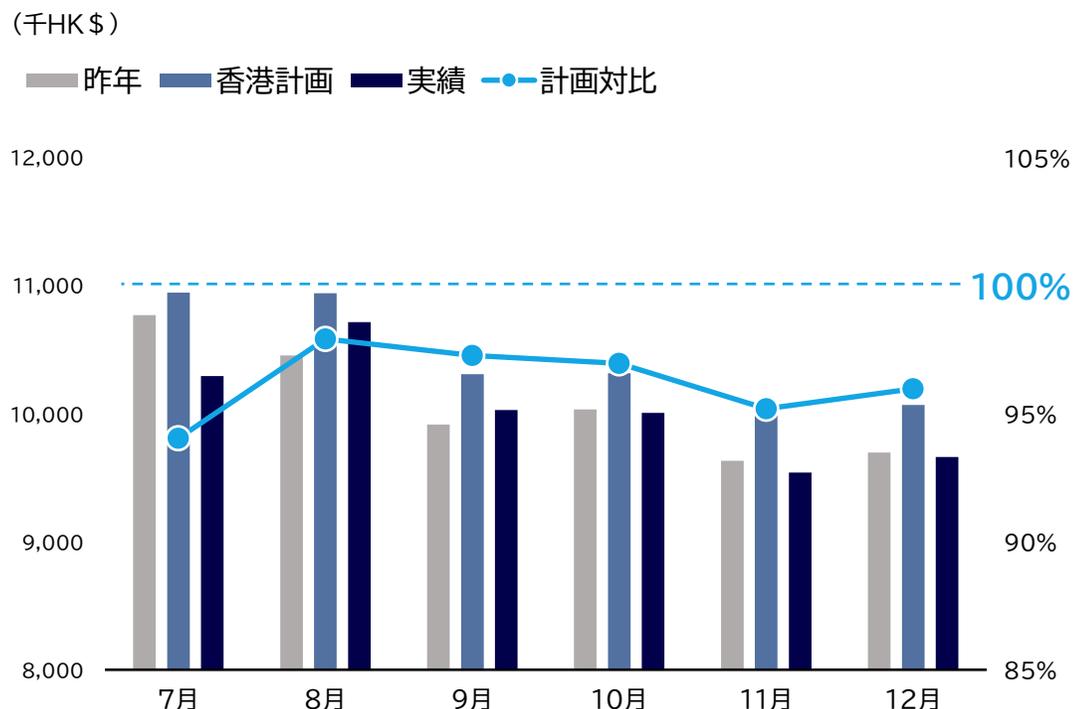
### 下期における対応策

- 1 香港・米国での価格改定実施による売上収益および営業利益の増加
- 2 ベトナム・マレーシアへの新規出店および人財育成体制の構築

海外主要既存国である香港は、経済の低迷の影響から回復が遅れたものの、店舗リニューアルによるブランディング強化やDX化によるサービス改善、価格改定によって通期計画の達成を目指す

## ■ 香港売上収益推移

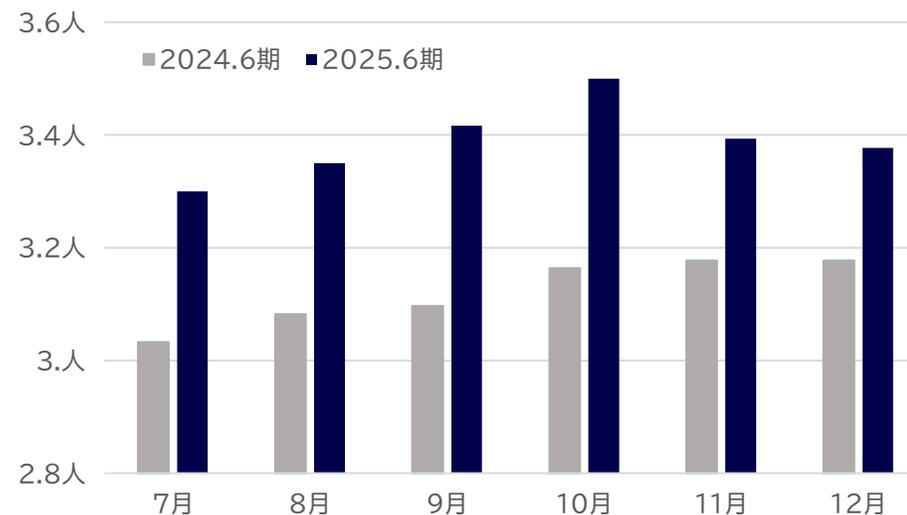
香港経済低迷の影響を受け回復が遅れているものの、下期の価格改定等により、売上収益増を見込む



## ■ 価格改定に向けた取り組み

新デザインでの統一やDX化を進め、既存店の活性化に注力。リニューアル実施済みの店舗数は18店舗となり、全体の30%を超える

人財の配置状況は前期比で10%改善し、人財不足による機会ロスは減少傾向

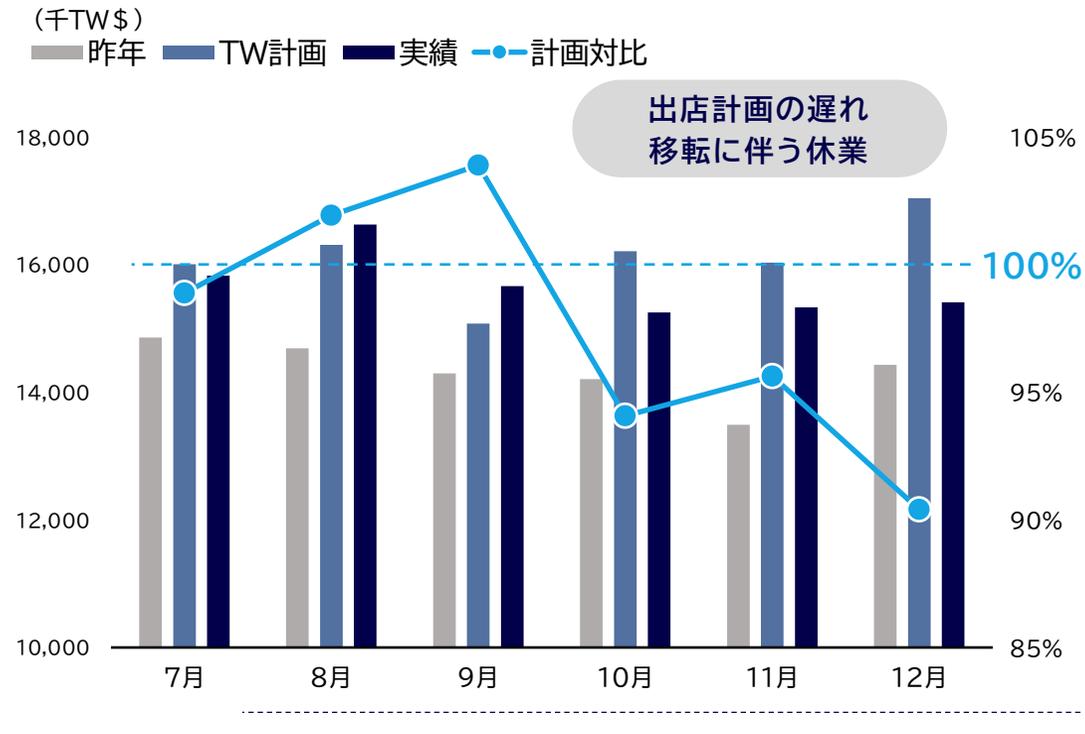


# 【海外】既存主要国の状況(台湾)

35店舗となった台湾事業は、売上収益前期比109.5%と好調。台北MRT(台北地下鉄公団)とのプロジェクトも上期に3店舗目を新店し、下期に2店舗を出店予定(合計5店舗)。今後は台中、台南にも店舗展開を拡大予定。

## 売上収益推移

1Qは好調に推移したものの、出店の遅延等により売上収益計画には届かなかった。下期の出店増により計画達成を目指す。(年間出店は計画通り出店予定)



2024年5月オープン  
QB HOUSE台北駅店

2024年6月オープン  
QB HOUSE松江南京駅店

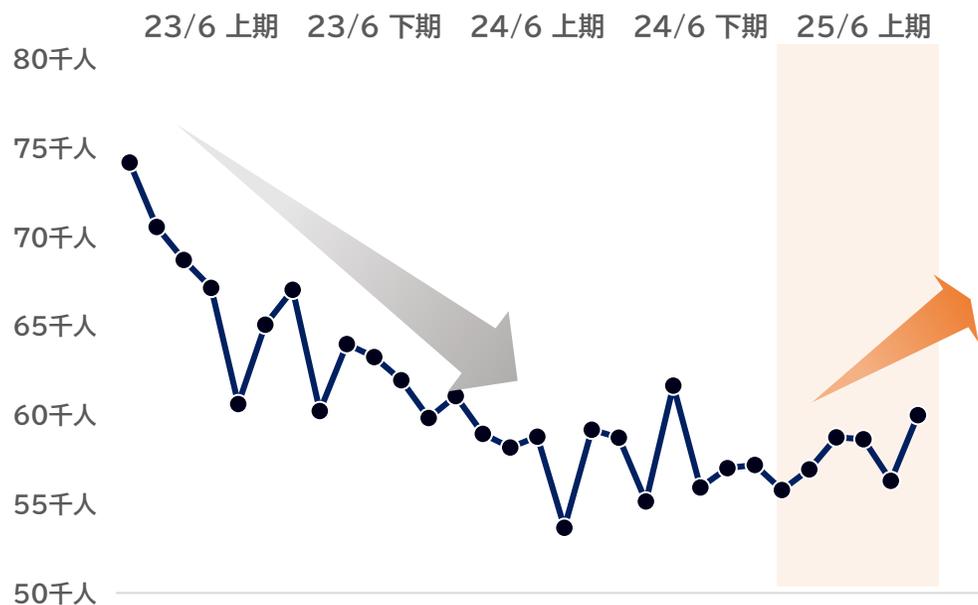
2024年10月オープン  
QB HOUSE中山國中駅店

4 5  
※当期出店予定

前期赤字を計上したシンガポールは、来店客数の回復と構造改革により赤字幅が縮小。さらなる売上収益回復を図り通期黒字化を目指す

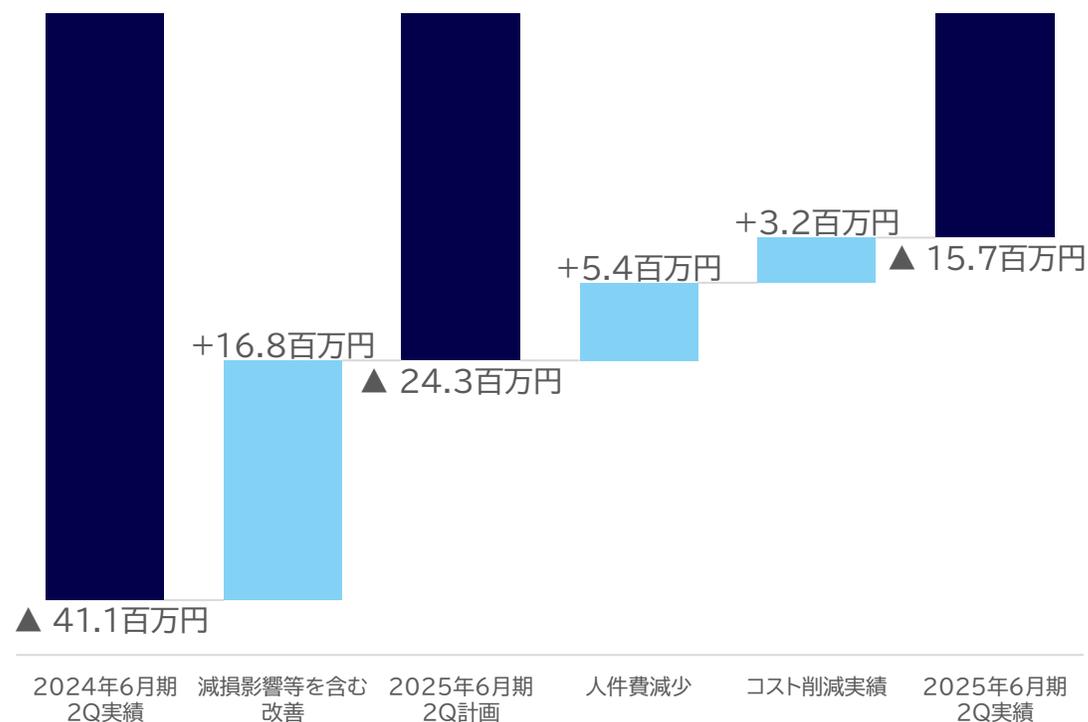
## 来店客数推移

2023年6月期に実施した価格改定以降減少していた来店客数は下げ止まり、上期後半から回復傾向



## 上期の営業利益回復状況

店舗運営効率を高めるため、人員の再配置を実施。これに伴い赤字幅が縮小



下期に向けて



# 【国内】売上収益向上

- 新券売機の全店導入が上期に完了したことを受け、価格改定の時期を2カ月前倒しで2025年2月に実施
- 現在65歳以上を対象としたツキイチ割引キャンペーンを全年齢層への拡大し、増客効果を見込む

		改定前	改定後	備考
価格改定	QB HOUSE	1,350円	1,400円	
	QB PREMIUM	1,800円 大手町メトロピア店: 2,000円 東京交通会館店: 2,000円	2,000円 (全店一律価格)	前倒し効果による売上収益増を見込む
	FaSS	2,400円	2,600円	
ツキイチ割引 キャンペーン		65歳以上対象 翌月末までの再来店で 100円値引き	全年齢対象 翌月末までの再来店で 100円値引き	カットサイクルの短縮化による 増客効果を見込む

※ 値段は税込価格

上期に育成人財(未経験者)採用が好調に推移したことから、下期の新規出店人財は確保できる見込み。さらなる採用強化と育成体制の拡充による退職者の低減に努め、成長基盤の構築を図る

(人)		上期計画	上期実績	差異	下期計画
採用	①経験者	69	55	△14	61
	②未経験者	42	46	4	62
	合計	111	101	△10	123
③育成人財(未経験者)配属		52	42	△10	52
④退職		△64	△57	7	△62
⑤労働時間短縮		—	△23	△23	—
①+③+④+⑤ 店舗人財の純増減		57	23	△36	51
育成中(未経験者) 人財 ※期末		62	72	10	91

### おもな対応策

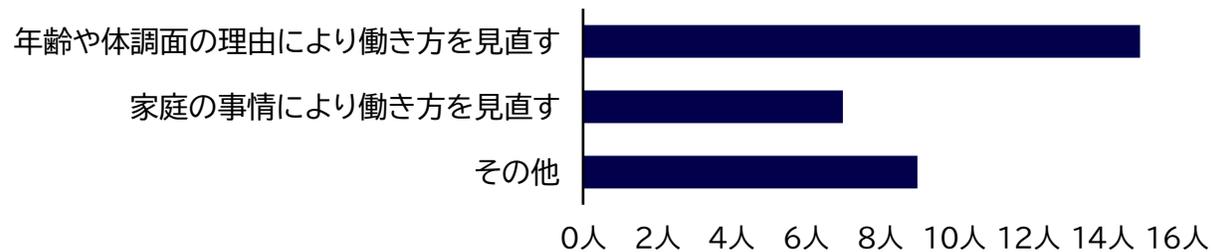
- ✔ 下期は着実な経験者獲得に向けて、求人媒体費用は維持し、経験者向けの広告配信を強化
- ✔ 新卒採用強化により、前期(15人)以上の28人の採用を予定、育成人財(未経験者)採用数は過去最高となる見込み
- ✔ 上期で採用した育成人財(未経験者)が研修期間を終えて、新店含め各店舗へ配属される予定
- ✔ 短時間営業店舗の開発等により影響を軽減(次ページ)
- ✔ 来期以降の成長基盤となる育成人財(未経験者)数は過去最高となる見込み

上期では、正社員31人が短時間勤務への変更を希望。経験豊かな人財、そして未来の人財が「長く、柔軟に、無理なく」キャリアを築ける環境づくりの試みとして、短時間営業店舗をオープン。

- 短時間勤務に変更を希望
- した人財の男女比



- 時短勤務への変更理由



- 1 安定かつ多様な働き方が当たり前な職場へ
- 2 長く活躍できる職場環境の整備
- 3 地域ごとに最適な形を模索

## 2025年1月27日オープン QB HOUSE 清瀬駅北口店



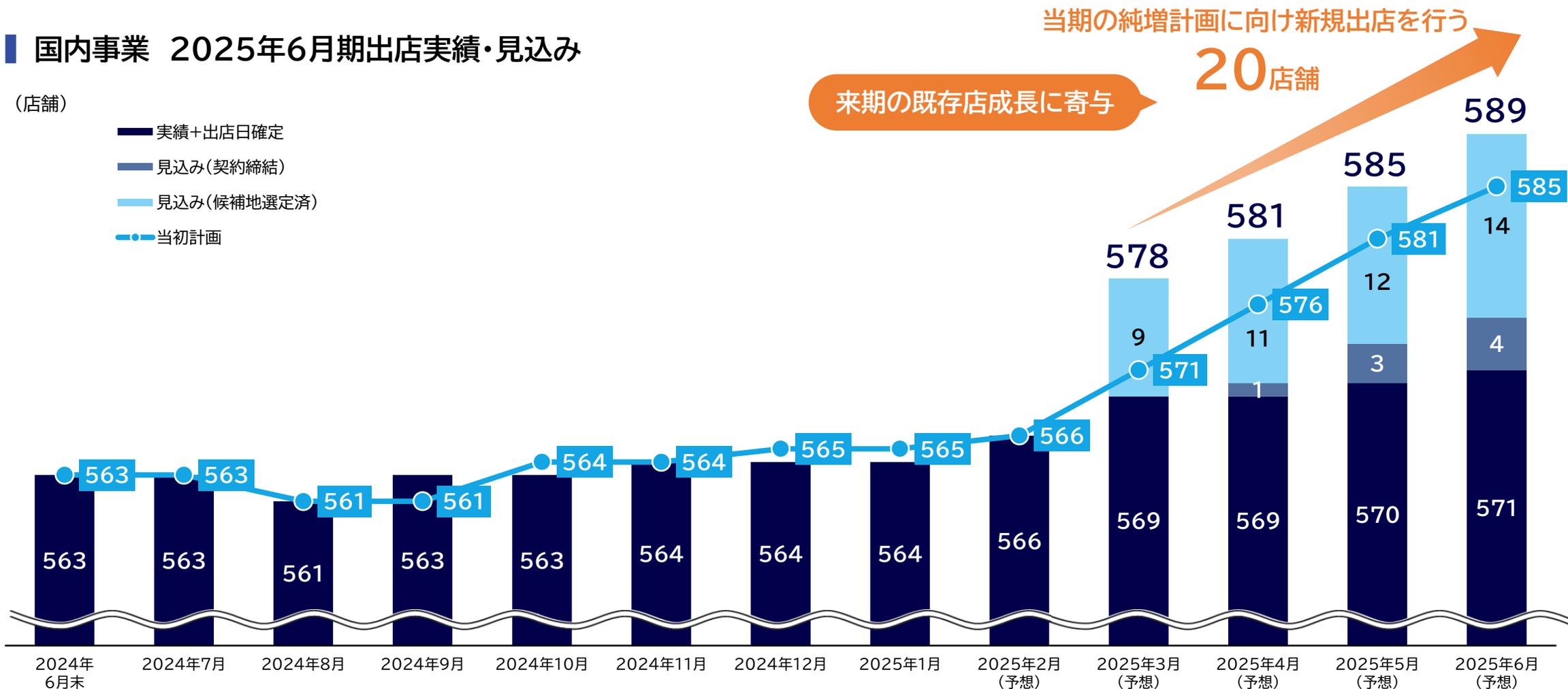
平日:9:00-17:00(受付終了16:40)  
休日:9:00-19:00(受付終了19:00)

下期は計画通り22店舗の出店を予定。(現時点で8店舗の出店日が確定し、計画達成に向け順調に候補物件を開発中)  
 売上増加率の高い新規店舗の拡充により、来期以降は再び成長基調を取り戻す

## 国内事業 2025年6月期出店実績・見込み

(店舗)

- 実績+出店日確定
- 見込み(契約締結)
- 見込み(候補地選定済)
- 当初計画



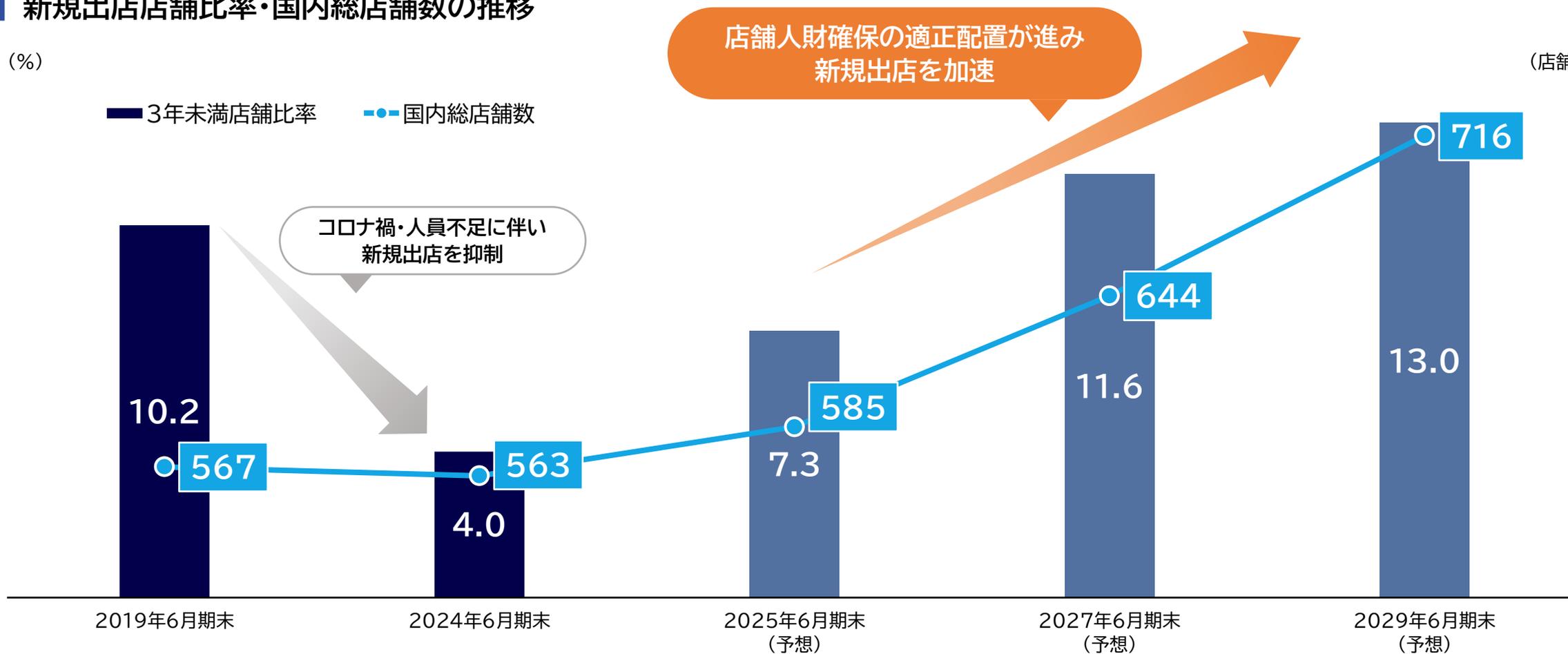
# 【国内】新規出店の強化による成長基盤の構築

近年新規出店の抑制が続いていたが、店舗人財の適正配置が進み、下期以降は新規出店を強化。来期以降、成長性の高い店舗割合が増加することで、中期経営計画の達成に向けた安定成長の基盤づくりを推進

## ■ 新規出店店舗比率・国内総店舗数の推移

(%)

(店舗)

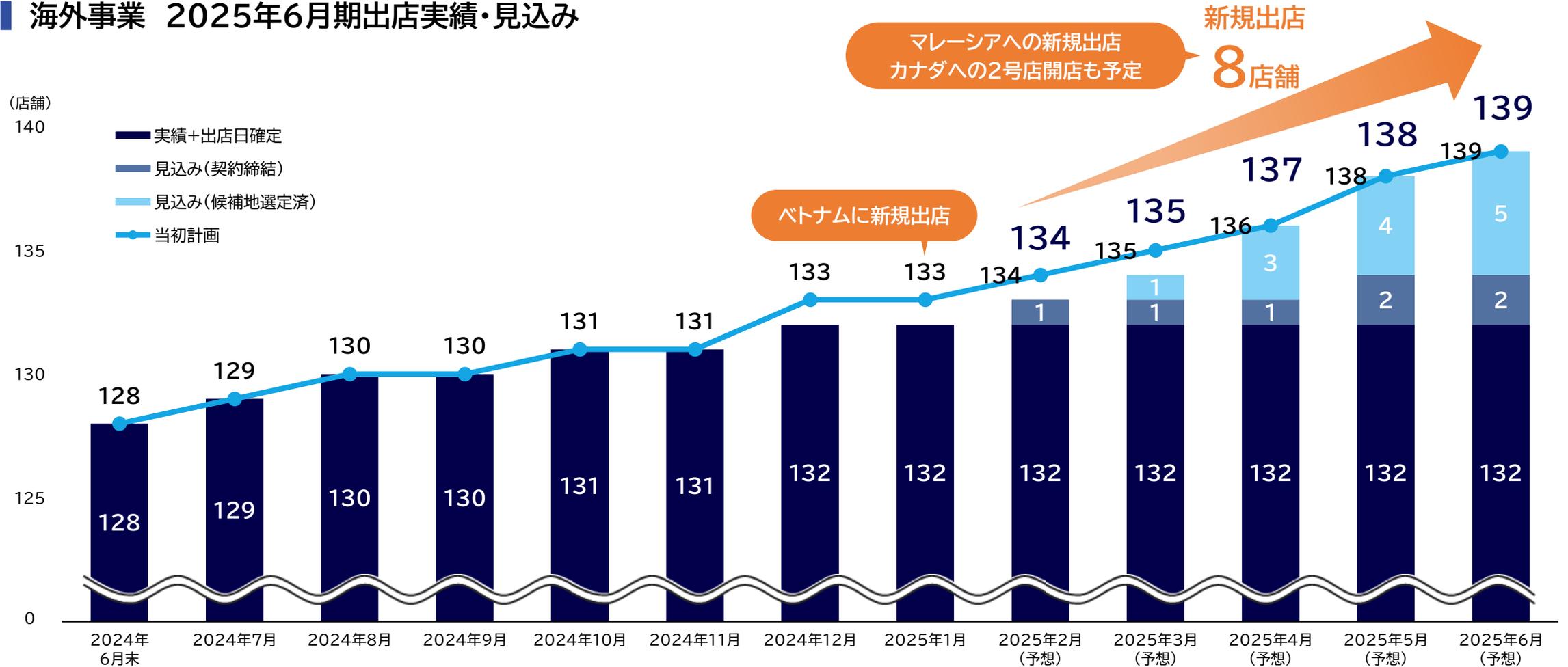


- 香港の価格改定は2025年1月より計画通り実施し、集客力向上に注力することで売上収益増を目指す
- 米国は期初計画には織り込んでいなかったものの\$5アップの価格改定を2025年1月より実施

	改定前	改定後	備考
香港	<p><b>HK\$70</b> (約1,390円)</p> <p>前回価格改定: 2019年7月 HK\$60→HK\$70</p> <p>※ 16.6%の値上げに対し、コロナや大規模デモの影響もあり最大20%程度の失客 今回の価格改定に関しては、様々な失客対策を講じており、下半期での増収効果を見込む</p>	<p><b>HK\$80</b> (約1,590円)</p> <p>香港専用アプリ</p> <p>ツキイチ割引キャンペーン</p>	<p>14.2%アップ</p> <p>シニア優待</p>
	<p><b>\$30</b> (約4,650円)</p> <p>前回価格改定: 2023年1月 HK\$25→HK\$30</p> <p>※ 20%の値上げに対し、ほぼ失客影響なし 今回の価格改定に関しては、計画外である為、下半期での増収効果を見込む</p>	<p><b>\$35</b> (約5,430円)</p>	<p>16.7%アップ</p>

下期は計画通り8店舗の出店を予定。既存進出国全体では、現時点で1店舗の出店日が確定し、2店舗が契約締結完了し、5店舗の候補物件を確保。さらに2ヶ国の新規進出国で1号店開店を予定

## 海外事業 2025年6月期出店実績・見込み



# 【海外】新規国の出店及び進捗状況

- ベトナム(2025年1月21日に出店済)、マレーシアに1号店の出店(2025年春)
- カナダの2号店(2025年春)を予定

新規国	 カナダ	 ベトナム	 マレーシア
会社設立	2023年4月	2024年11月	2024年11月
現ステータス	24年8月開業済	25年1月開業済	25年春開業への準備中
下期出店予定	2号店(5月)	1号店(2025年1月21日)	1号店(4月)
今後の展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ トロント市内でのドミナント展開</li> <li>・ カナダ他都市展開も検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ベトナム市場でのポジショニングやサービス価格等を1号店で検証</li> <li>・ 育成体制を整え多店舗展開を目指す</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 既存国であるシンガポールの地理的メリットを生かし、まずジョホールバルでの出店を予定</li> </ul>



カナダ1号店  
24年8月開業  
トロント  
ヨークビル店



カナダ2号店  
25年5月予定  
トロント  
ユニオン駅店



ベトナム1号店  
25年1月開業  
ホーチミン  
イオンモール・タン  
フーセラドン店

中期経営計画で掲げた「顧客利便性の向上」の一環として、国内・海外事業でアプリ開発を推進。グループ全体で時間価値の向上、顧客利便性の向上を図る

## 国内事業

### 国内での取り組み

- 2024年12月末までに新券売機の導入を終了
- 来期の店舗テストに向け要件定義フェーズから開発へ移行

2026年6月期

上期:一部店舗で導入テストを運用開始

下期:エリアを拡大し、全店導入へ

### 【リリース予定機能】

- 会員登録機能
- 店舗検索機能
- カットカルテ
- クーポン機能



※上記は開発のイメージ画像です



## 「いつもの」をどこでも。 (だれでも)

場所・人に左右されない  
One to One Stylingを提供します。

**お客様** もっとうまく伝えられたらなあ  
初めて担当してもらうスタイリストに、希望のスタイリングを伝えるのが難しい。

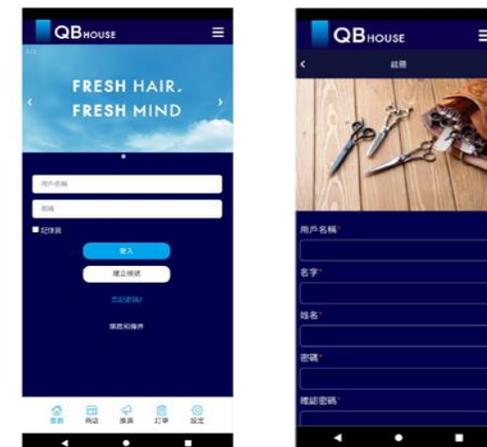
**スタイリスト** もっとよく理解できたらなあ  
初めて担当する利用者の希望するスタイルを理解するのが難しい。毛質、毛流れの特徴を予想するのが難しい。

## 海外事業

### 海外での取り組み

2025年1月より香港独自開発アプリをリリース

➢ 会員登録機能



➢ 販促機能(2026年6月期リリース予定)  
クーポン発券・ポイントプログラム

株主の皆さまに当社のサービスをご体験いただき、より身近に感じていただくことで、ファン株主として長期的に応援していただける関係を築かせていただきたいという考えをもとに株主優待制度を新設。

## 株主優待制度概要

対象者・進呈内容	初年度に限り 2025年6月期	2025年6月末日の株主名簿に記載または記録された株主様を対象 ※導入初年度に限り、1年以上の保有条件はなし		
		1単元(100株)以上～ 3単元(300株)未満	QB HOUSE無料カット券 <b>1枚</b>	
		3単元(300株)以上	QB HOUSE無料カット券 <b>2枚</b>	
対象者・進呈内容	次回以降 2026年6月期	2026年6月期以降は、決算日末日の株主名簿に記載または記録され、かつ当社株式を継続して1年以上及び継続して3年以上保有されている株主様を対象		
		保有条件	1年超から3年未満	3年以上
		1単元(100株)以上～ 3単元(300株)未満	QB HOUSE無料カット券 <b>1枚</b>	QB HOUSE無料カット券 <b>2枚</b>
		3単元(300株)以上	QB HOUSE無料カット券 <b>2枚</b>	QB HOUSE無料カット券 <b>3枚</b>
進呈時期	毎年1回、当社定時株主総会後に発送する配当計算書とともに、本株主優待のご案内を同封及び発送			

# Appendix



# 【連結】新店・閉店の実績

- 国内:新店6店舗(計画比△1)、閉店はデベロッパー都合2店舗、契約満了1店舗
- 海外:新店4店舗、移転3店舗、閉店は移転に伴うもの

(店舗)	業態	2024/6期末	新店	移転	閉店	増減	第2四半期末
日本	QB HOUSE	545	6		△3	3	548
	QB PREMIUM	7	0		0	0	7
	FaSS	11	0		0	0	11
国内小計		563	6		△3	3	566
シンガポール	QB HOUSE	19	0	1	△1	0	19
	QB PREMIUM	10	0		0	0	10
	QB HOUSE Kids	1	0		0	0	1
香港	QB HOUSE	59	1		0	1	60
台湾	QB HOUSE	34	1	2	△2	1	35
アメリカ	QB HOUSE	5	1		0	1	6
カナダ	QB HOUSE	0	1		0	1	1
海外小計		128	4	3	△3	4	132
連結グループ合計		691	10	3	△6	7	698

本プレゼンテーション資料は、当社及びその子会社の関連情報の開示のみを目的として作成したものであり、売買の勧誘を構成するものではありません。

本プレゼンテーション資料に記載されている将来予想に関する記述は、当社が現在入手可能な情報を勘案した上での、当社の現時点における仮定及び判断に基づくものであり、既知及び未知のリスク、不確実性その他の要因を含んでいます。当該リスク、不確実性その他の要因により、当社の実際の業績又は財務状態が、将来予想に関する記述により表示又は示唆されている将来の業績又は財務状態から大きく乖離する可能性があります。



FaSS

