

# Curves®

The power to amaze yourself.®

——— 明日の自分にきっと驚く

## 2024年8月期第2四半期 決算補足説明資料

2024年4月11日

東証プライム市場：7085

株式会社カーブスホールディングス

# 目次

1.	2024年8月期2Q実績サマリー	3
2.	2024年8月期2Q実績詳細	4
3.	2Qの事業状況と取り組み	16
4.	下期以降の見通しと戦略	28
5.	カーブスグループのサステナビリティ	33
	Appendix	38

# ■ 2024年8月期2Q実績サマリー

□ 会員数 **78.2**万名 前年同期末比 **2.4**万純増

□ 店舗数 **1,971**店舗

□ チェーン売上 (2Q累計) **398.2**億円

コロナ前を超え過去最高

会費入会金売上、会員向け物販売上とも過去最高に

□ 会員向け物販売上 (2Q累計)

**104.2**億円 (前年比 **125.0**%)

新プロテイン、新商品発売が奏功し 定期契約数過去最高に

□ 売上高 (2Q累計) **170.2**億円 (前年比 **117.6**%)

□ 営業利益 (2Q累計) **28.0**億円 (前年比 **138.2**%)

# 2024年8月期2Q実績詳細

# 連結損益計算書

(単位：百万円)	2024年8月期 (当期)	2023年8月期 (前期)	前同比	2024年8月期 (当期)	予想比	2024年8月期 (当期)
	上期 (9-2月) 実績	上期 (9-2月) 実績		上期 (9-2月) 予想		2Q (12-2月) 実績
売上高	17,028	14,482	117.6%	17,000	100.2%	9,483
売上原価	9,888	8,166	121.1%			5,568
(売上原価率)	58.1%	56.4%				58.7%
売上総利益	7,139	6,316	113.0%			3,914
(売上総利益率)	41.9%	43.6%				41.3%
販管費	4,330	4,282	101.1%			2,140
のれん・商標権・ 無形固定資産償却費*	762	859	88.8%			317
営業利益	2,809	2,033	138.2%	2,770	101.4%	1,773
(営業利益率)	16.5%	14.0%		16.3%		18.7%
経常利益	2,792	1,914	145.9%	2,750	101.6%	1,739
(経常利益率)	16.4%	13.2%		16.2%		18.3%
当期純利益	1,805	1,178	153.2%	1,700	106.2%	1,138
(当期純利益率)	10.6%	8.1%		10.0%		12.0%

# 連結損益計算書トピック(業績予想比) 6

(単位：百万円)	2024年8月期（当期）実績			2024年8月期（当期） 当初予想	当初予想比		2024年8月期（当期） 修正予想(3月11日発表)
	1Q (9-11月)	2Q (12-2月)	上期 (9-2月)	上期 (9-2月)	差異	比率	上期 (9-2月)
売上高	7,544	9,483	17,028	16,400	+628	103.8%	17,000
営業利益	1,036	1,773	2,809	2,080	+729	135.1%	2,770
(営業利益率)	13.7%	18.7%	16.5%	12.7%			16.3%
経常利益	1,053	1,739	2,792	2,055	+737	135.9%	2,750
(経常利益率)	14.0%	18.3%	16.4%	12.5%			16.2%
当期純利益	666	1,138	1,805	1,290	+515	139.9%	1,700
(当期純利益率)	8.8%	12.0%	10.6%	7.9%			10.0%

## 売上高予想比

差異 **+628**百万円  
達成率 **103.8%**

- ・会員数は計画通り進捗  
前年同期末比2.4万会員純増 75.8万会員→78.2万会員に
- ・会員向け物販収入 2Q12月に「食生活の相談」強化月間展開  
☞ 全面リニューアルしたプロテインおよび新商品の販売が順調な推移。  
特に新商品の販売が当初予想を上回る。

## 営業利益予想比

差異 **+729**百万円  
達成率 **135.1%**

- ・原価および販管費抑制  
☞ 新プロテイン、新商品発売に伴う販売促進関連コストが発生も、  
当初予想を下回る

## 経常利益予想比

差異 **+737**百万円  
達成率 **135.9%**

- ・為替変動の影響により為替差損（キャッシュの増減はなし）が発生も  
想定内

# 連結損益計算書 (地域別)

(単位：百万円)	2024年8月期 (当期)		2023年8月期 (前期)		前同比	2024年8月期 (当期)	
	上期 (9-2月) 実績	構成比	上期 (9-2月) 実績	構成比		2Q (12-2月) 実績	構成比
売上高	17,028	100.0%	14,482	100.0%	117.6%	9,483	100.0%
国内	16,786	98.6%	14,270	98.5%	117.6%	9,343	98.5%
海外	242	1.4%	211	1.5%	114.3%	140	1.5%
営業利益	2,809	16.5%	2,033	14.0%	138.2%	1,773	18.7%
国内	3,799		3,106		122.3%	2,183	
海外	△154		△270		-	8	
調整額	△835		△802		-	△418	
(期中平均為替レート) 米ドル	145.74円		139.22円		6.52円 円安	145.74円	

## \* 海外事業の売上・営業利益について

海外事業は、海外法人2社（Curves International, Inc. , Curves Europe B.V. ）によるグローバルフランチャイズ事業、欧州FC本部事業で構成されています。

海外事業売上、営業利益には、日本国内事業からのCurves International, Inc.へのロイヤルティ支払い、フィットネス機器購入などの売上、海外子会社2社からの日本法人への指導料などのコストは含まれておりません。

## \* 営業利益の調整額項目について

特定の地域に帰属しない費用項目で、のれん・商標権償却費などです。

**スポット**：FC新規出店や契約更新などによって得られる一時的な収入

- ・FC新規出店に伴う加盟金やフィットネス機器販売などの収入
- ・契約更新に伴うフィットネス機器販売などの収入

**ベース**：店舗数、会員数などに連動して得られる継続的な収入

国内

**ロイヤルティ等**

FC店舗会費売上などに対するロイヤルティや  
会員管理事務手数料などの収入

**フランチャイズ関連**

その他FC店舗から得られる収入

**会員向け物販**

会員向けの商品販売による収入、当社グループが会員へ  
直販し販売手数料をFC店に支払

**直営事業**

直営店経営による収入

**その他**

その他

海外



# 売上高内訳

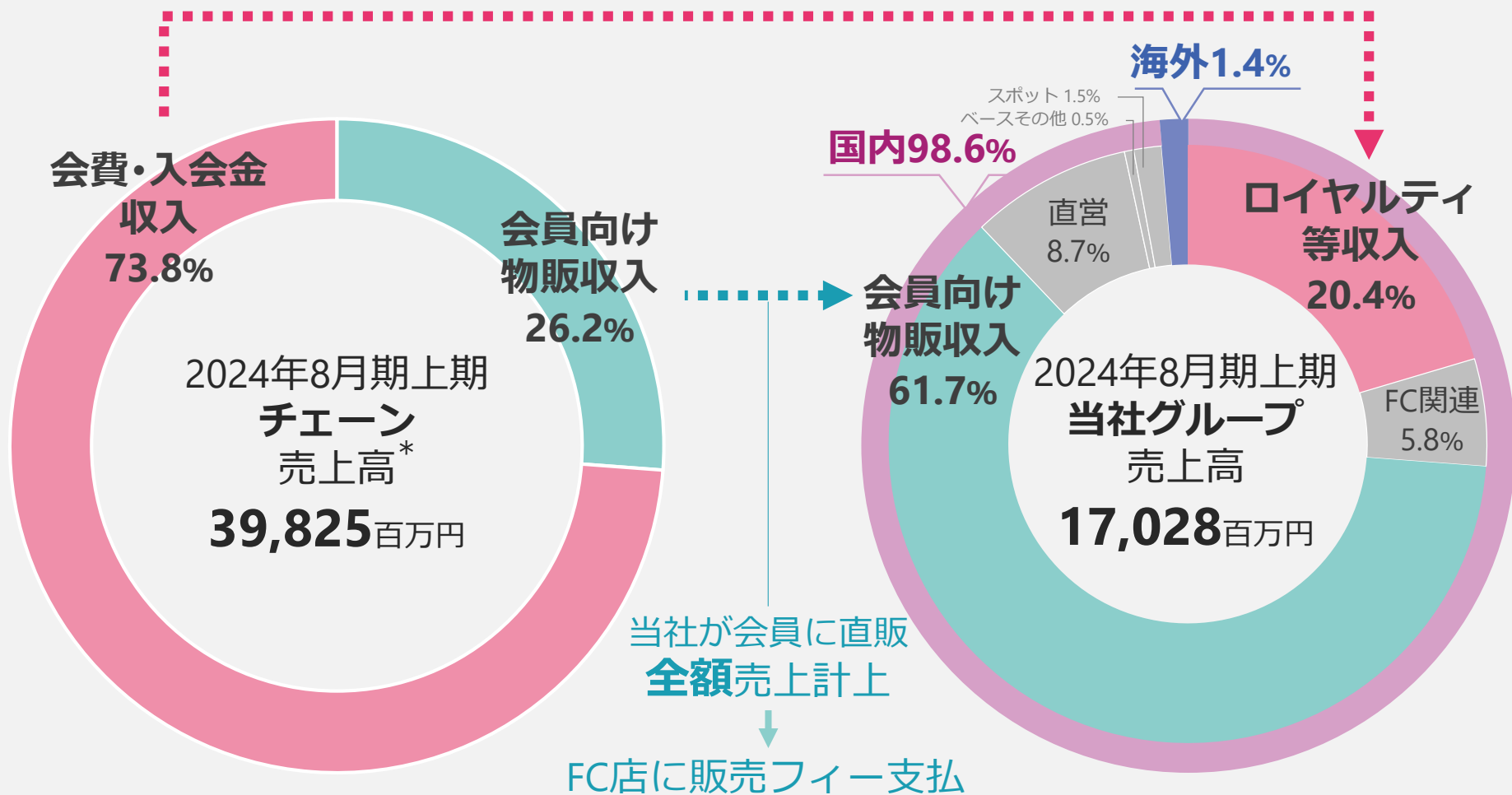
(単位：百万円)

	2024年8月期 (当期)		2023年8月期 (前期)		前同比	2024年8月期 (当期)	
	上期 (9-2月) 実績	構成比	上期 (9-2月) 実績	構成比		2Q (12-2月) 実績	構成比
売上高	17,028	100.0%	14,482	100.0%	117.6%	9,483	100.0%
国内	16,786	98.6%	14,270	98.5%	117.6%	9,343	98.5%
スポット	258	1.5%	292	2.0%	88.2%	137	1.4%
ベース	16,528	97.1%	13,977	96.5%	118.2%	9,205	97.1%
ロイヤルティ等	3,472	20.4%	3,201	22.1%	108.5%	1,720	18.1%
FC関連	981	5.8%	1,013	7.0%	96.8%	477	5.0%
会員向け物販*	10,511	61.7%	8,388	57.9%	125.3%	6,223	65.6%
直営事業	1,484	8.7%	1,319	9.1%	112.5%	744	7.8%
その他	78	0.5%	55	0.4%	143.5%	40	0.4%
海外	242	1.4%	211	1.5%	114.3%	140	1.5%

\* 会員向け物販売上には、FC加盟企業に販売した商品の売上高が含まれております。

# 会費・入会金収入と会員向け物販収入の 当社グループの売上計上について

FC加盟店からFC契約に基づき会費・入会金収入の一部を徴収



# 連結損益計算書トピック (前年累計同期比)<sup>1)</sup>

## 前期上期比較

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
当期上期 (23年9月-24年2月)	170.2億円 (前同比+25.4億円)	28.0億円 (+7.7億円)	27.9億円 (+8.7億円)	18.0億円 (+6.2億円)
前期上期 (22年9月-23年2月)	144.8億円	20.3億円	19.1億円	11.7億円

上期売上高 170.2億円 前同比+25.4億円(117.6%)

### ①ロイヤルティ等収入の増加

・ 会員数 <sup>前期2Q末</sup> 75.8万会員 → <sup>当期2Q末</sup> 78.2万会員へ 2.4万会員純増

### ②会員向け物販収入の増加

・ 会員向け物販売上高\* <sup>前期上期</sup> 83.8億円 → <sup>当期上期</sup> 105.1億円へ

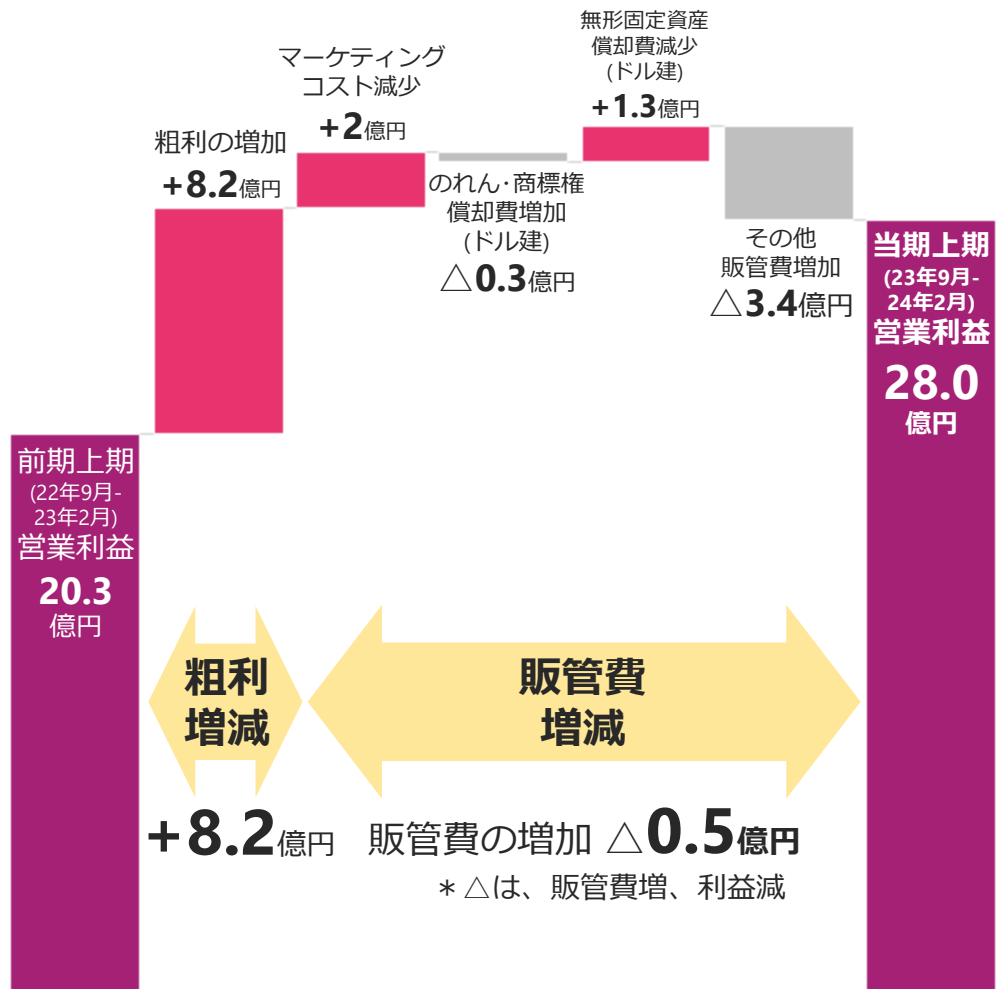
・ 新プロテイン・新商品発売が奏功し、定期購入型商品の契約数過去最高に

\* 会員向け物販売上には、FC加盟企業に販売した商品の売上高が含まれております。

# 連結損益計算書トピック (前年累計同期比)<sup>12</sup>

## 上期営業利益 28.0億円 前同比+7.7億円(138.2%)

当期上期(23年9月-24年2月)の前期上期(22年9月-23年2月)からの増減



### 粗利の増加

RT等収入、会員向け物販収入増加等

### マーケティングコスト減少

広告効率改善、フランチャイズ加盟店からの広告分担金供出額増加等による

のれん・商標権償却費増加 0.3億円

無形固定資産償却費減少 1.3億円

☞無形固定資産(ドル建)償却完了

平均為替レート(1ドル)

前期2Q 139.22円 当期2Q 145.74円

### その他販管費増加

会員向け物販新商品販売促進費、人件費増など

# 連結損益計算書トピック(前Q、前年同期比)

(単位：百万円)

	当期	前Q	前Q比		前期	前同比	
	2Q (12-2月)	1Q (9-11月)	差異	比率	2Q (12-2月)	差異	比率
売上高	9,483	7,544	+1,938	125.7%	7,547	+1,935	125.7%
営業利益	1,773	1,036	+737	171.1%	1,401	+371	126.5%
経常利益	1,739	1,053	+685	165.1%	1,194	+544	145.6%
当期純利益	1,138	666	+471	170.7%	711	+426	159.9%

## 当期2Q売上高

**9,483**百万円

前Q比 **125.7%**

前同比 **125.7%**

- ・ロイヤルティ等収入増加（前同比）

前期2Q末 会員数 **75.8万会員** → 当期2Q末 **78.2万会員**へ **2.4万会員純増**

- ・会員向け物販収入増加

新プロテイン・新商品発売が奏功し、定期購入型商品の契約数過去最高に

## 当期2Q営業利益

**1,773**百万円

前Q比 **171.1%**

前同比 **126.5%**

- ・【粗利】 RT等収入、会員向け物販収入増加等による粗利増
- ・【販管費】 2Qは例年季節的な要因によりマーケティング活動を抑制
- ・【販管費】 無形固定資産(ドル建)償却完了により償却費減
- ・【販管費】 会員向け物販新商品販売促進費、人件費増等

# 連結貸借対照表

(単位：百万円)	2024年 8月期2Q末	2023年 8月期末	前期末差
<b>流動資産</b>	<b>14,178</b>	<b>14,338</b>	<b>△ 159</b>
現預金*	6,589	8,134	△ 1,544
受取手形・売掛金	5,303	4,444	858
商品	1,941	985	955
<b>固定資産</b>	<b>23,856</b>	<b>24,773</b>	<b>△ 916</b>
有形固定資産	449	437	12
無形固定資産	22,156	23,183	△ 1,026
のれん	1,460	1,546	△ 86
商標権	19,020	20,126	△ 1,106
ソフトウェア	1,561	1,361	200
投資その他の資産	1,249	1,153	96
<b>資産合計</b>	<b>38,035</b>	<b>39,111</b>	<b>△ 1,076</b>
<b>流動負債</b>	<b>10,478</b>	<b>10,686</b>	<b>△ 207</b>
短期借入金（1年内長期借入金含む）	3,290	3,290	-
<b>固定負債</b>	<b>11,520</b>	<b>13,354</b>	<b>△ 1,834</b>
長期借入金	7,020	8,665	△ 1,645
<b>負債合計</b>	<b>21,999</b>	<b>24,041</b>	<b>△ 2,041</b>
有利子負債	10,310	11,956	△ 1,645
<b>純資産合計</b>	<b>16,035</b>	<b>15,070</b>	<b>965</b>
株主資本	11,959	10,621	1,337
<b>負債・純資産合計</b>	<b>38,035</b>	<b>39,111</b>	<b>△ 1,076</b>
(期末為替レート) 米ドル	141.83円	144.99円	3.16円 円高

# 連結キャッシュ・フロー計算書

15

(単位：百万円)

	2024年8月期（当期） 上期（9-2月）実績	2023年8月期（前期） 上期（9-2月）実績	前同差
<b>営業活動によるCF</b>	<b>1,151</b>	<b>1,749</b>	<b>△ 597</b>
税金等調整前当期純利益	2,771	1,914	856
のれん・商標権・減価償却費	1,095	1,149	△ 54
為替差損益	23	105	△ 82
売上債権の増減額	△ 873	△ 124	△ 749
たな卸資産の増減額*	△ 1,025	△ 300	△ 725
仕入債務の増減額	70	40	29
未払金の増減額	△ 126	△ 255	128
法人税等の支払額又は還付額	△ 1,124	△ 816	△ 307
その他	341	35	305
<b>投資活動によるCF</b>	<b>△ 576</b>	<b>△ 525</b>	<b>△ 51</b>
有形固定資産の取得による支出	△ 53	△ 44	△ 9
無形固定資産の取得による支出	△ 505	△ 436	△ 68
その他	△ 18	△ 43	25
<b>財務活動によるCF</b>	<b>△ 2,117</b>	<b>△ 1,975</b>	<b>△ 142</b>
長期借入金の返済による支出	△ 1,645	△ 1,645	-
配当金の支払額	△ 469	△ 328	△ 140
その他	△ 2	△ 1	△ 1
<b>現金及び現金同等物に係る換算差額</b>	<b>△ 11</b>	<b>10</b>	<b>△ 21</b>
<b>現金及び現金同等物の増減額</b>	<b>△ 1,553</b>	<b>△ 740</b>	<b>△ 813</b>
<b>現金及び現金同等物の期首残高</b>	<b>7,855</b>	<b>7,943</b>	<b>△ 88</b>
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	<b>6,301</b>	<b>7,203</b>	<b>△ 901</b>
<b>FCF(フリーキャッシュフロー) 営業CF+投資CF</b>	<b>574</b>	<b>1,224</b>	<b>△ 649</b>

## 2Qの事業状況と取り組み



## 会員数

### ▶シニア層(65歳以上)

- ・ 社会状況の緩和に合わせ新規入会強化(クチコミ紹介マーケティング)
- ・ 市町村など行政との連携

### ▶ヤング層(50-64歳)

- ・ 成長マーケットとして一層の注力
- ・ 口コミ紹介マーケティング、商品戦略の展開によるLTV向上

## 会員向け物販

- ・ 会員サポート強化(運動指導、習慣化指導、食事相談)によるプロテイン定期購入者数増
- ・ 新商品発売による販売数、客単価向上

## オンラインフィットネス

- ・ ハイブリッド型(おうちでカーブスWプラン)に注力

## 新規事業の創造

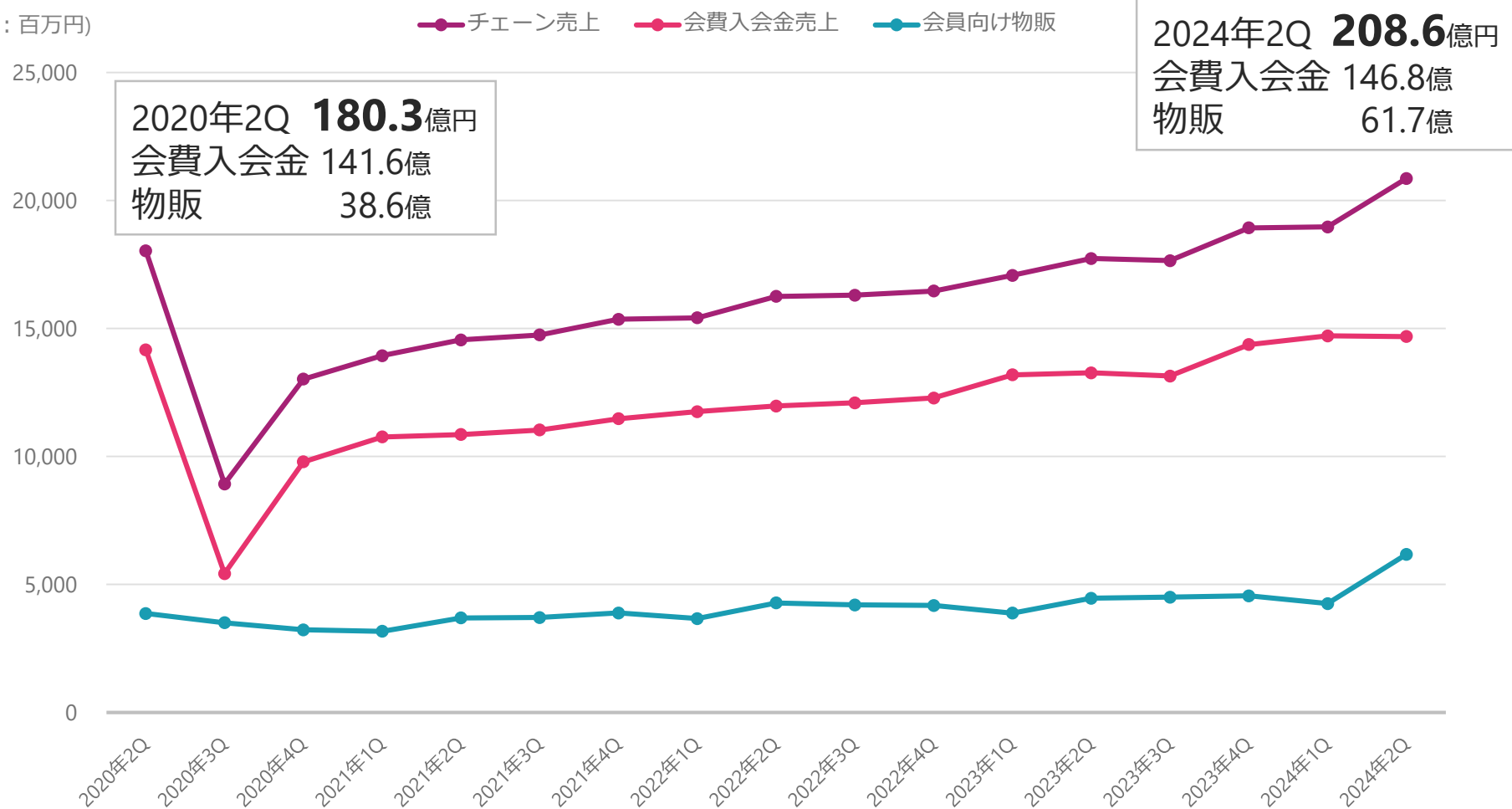
- ・ メンズ・カーブスなど新業態の多店舗化に向けたビジネスモデル構築

# チェーン売上高推移（四半期単位）

## コロナ前を超え過去最高

- ・ 会費入会金売上、会員向け物販売上ともに過去最高で推移

(単位：百万円)



2020年2Q **180.3**億円  
会費入会金 141.6億  
物販 38.6億

2024年2Q **208.6**億円  
会費入会金 146.8億  
物販 61.7億

# 店舗数

(単位：店舗)

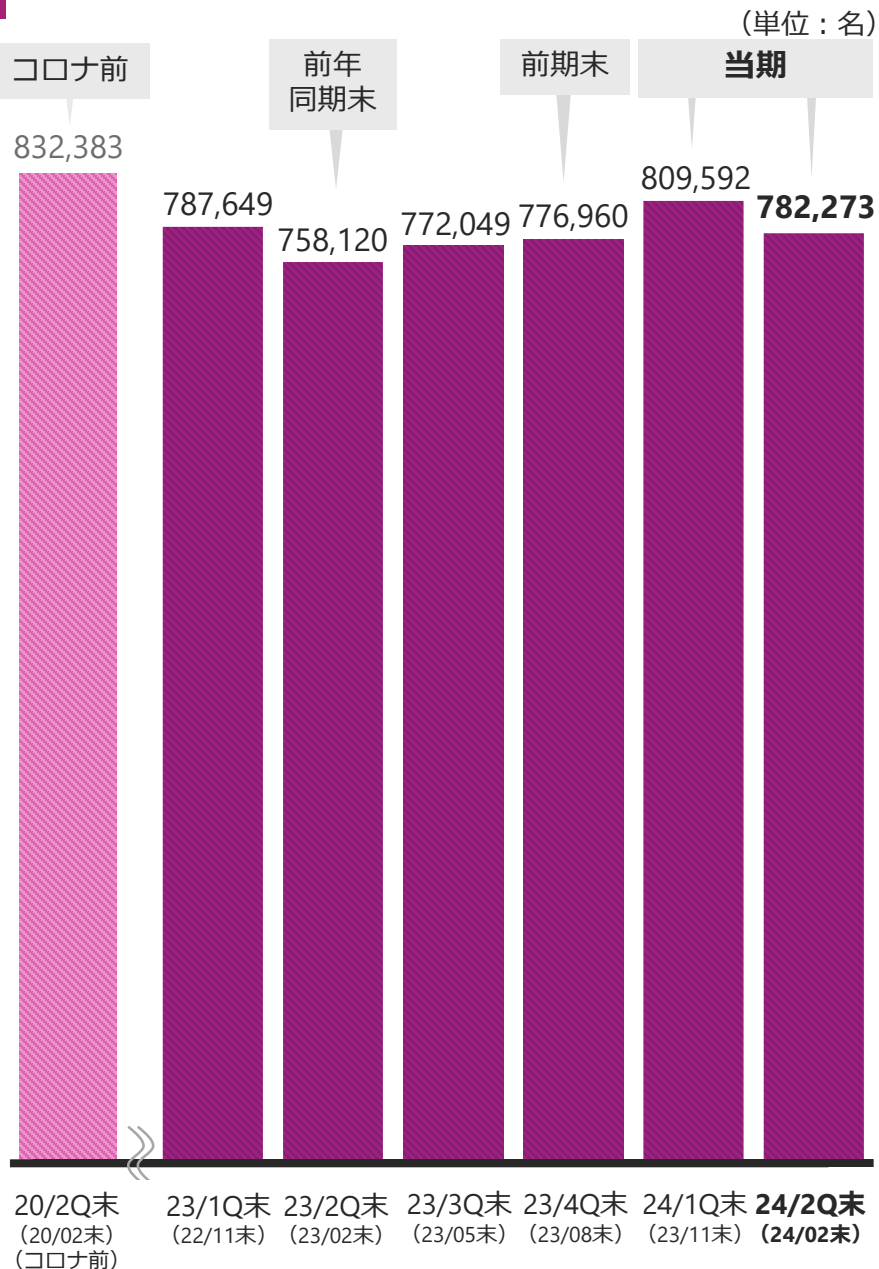


23/1Q末 (22/11末) 23/2Q末 (23/02末) 23/3Q末 (23/05末) 23/4Q末 (23/08末) 24/1Q末 (23/11末) 24/2Q末 (24/02末)

国内 **1,971** 店舗

	2Q (12-2月)	上期累計 (9-2月)
出店数	<b>1</b> 店舗	<b>10</b> 店舗
閉店数	<b>1</b> 店舗	<b>1</b> 店舗
純増数	<b>±0</b> 店舗	<b>+9</b> 店舗

# 会員数



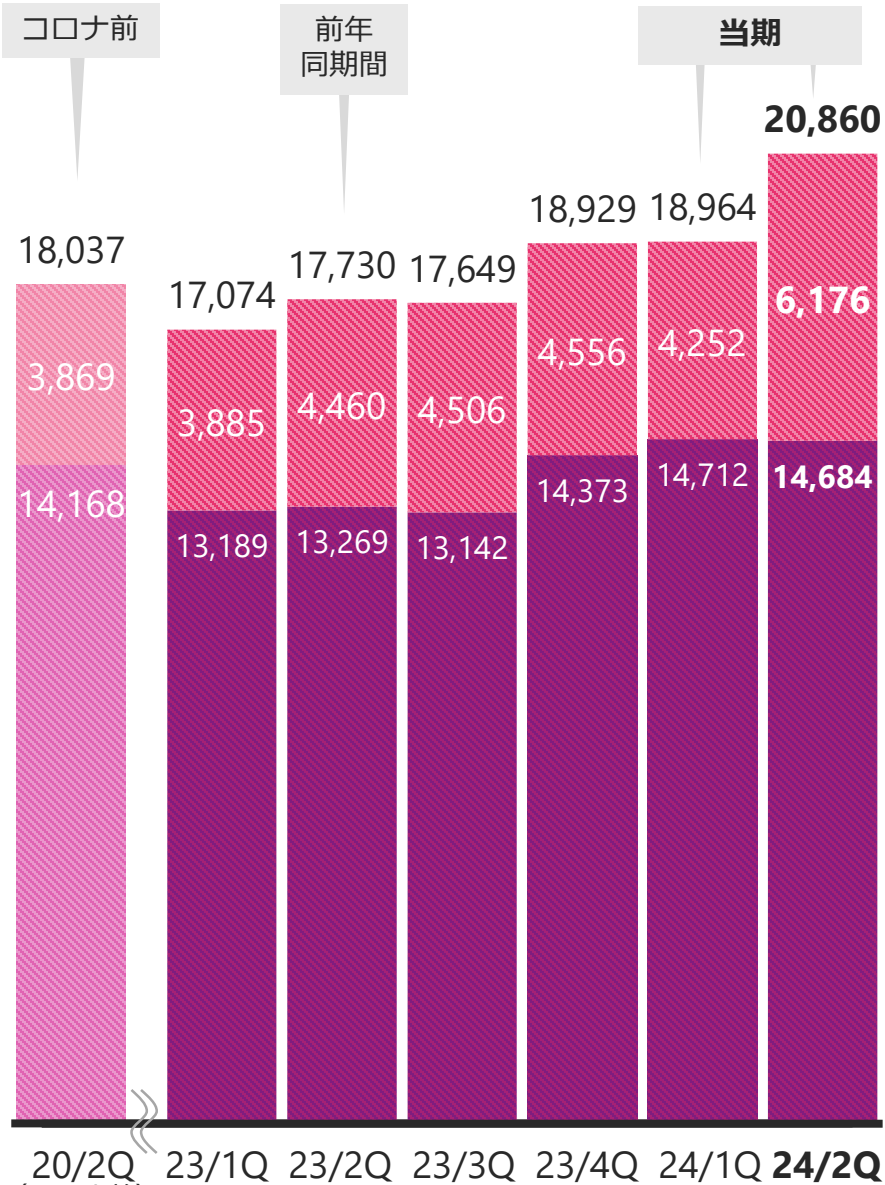
総会員数 **78.2** 万名

前年同期末比 + **2.4** 万名

23/08期末比 + **0.5** 万名

# チェーン売上高

■ 会員向け物販 ■ 会費・入会金 (単位：百万円)



24/08 2Q 実績 **208.6** 億円

前年同期間  
23/08 2Q対比 **117.7%**

前Q  
24/08 1Q対比 **110.0%**

**コロナ前を超え過去最高**

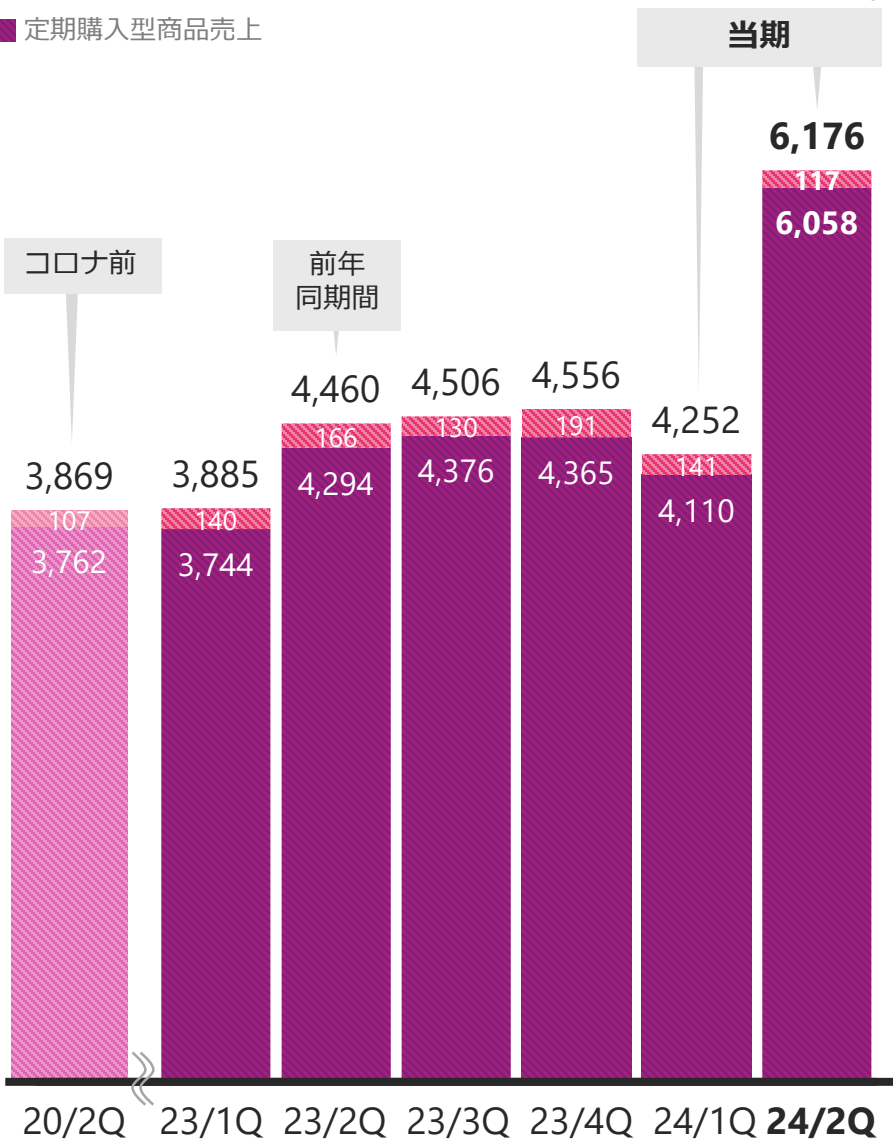
当期、会費入会金売上、会員向け物販売上  
ともに過去最高で推移

# 会員向け物販売上高

■ その他会員向け物販売上  
■ 定期購入型商品売上

(単位：百万円)

当期



24/08 2Q  
実績

61.7 億円

前年同期間  
23/08 2Q対比 138.5%

前Q  
24/08 1Q対比 145.2%

20/2Q (コロナ前) 23/1Q 23/2Q 23/3Q 23/4Q 24/1Q 24/2Q

# サービス強化

## 会員様へのサービス品質向上

### 会員様お一人お一人に合わせた運動指導の強化

- ・退会率は低水準を維持

**12-2月月次退会率 2.2%**

- ・Wプラン会員数 安定的に推移

総会員数の内、

店舗とオンラインのハイブリッドサービス

**おうちでカーブスWプラン会員数 約4万名**

オンラインフィットネス

「おうちでカーブス」のみ利用者と合わせ

**約6万名がオンラインサービスを利用中**



**既存会員様の顧客満足度向上  
&春、夏の会員増への土台づくり**

# 食生活の相談強化月間展開

2017年12月以来6年ぶり新プロテイン

プロテインに次ぐ大型新商品（定期購入型）

## ウルトラプロテイン & ヘルシービューティ 販売開始

2023年12月末時点の**定期購入型商品の契約数は過去最高**に



プロテインを全面リニューアル  
科学的根拠に基づいた独自成分処方により、  
筋肉を増やす効果・健康の維持増進がさらに高まる

販売価格はスーパープロテインと同額（約5,000円/月・個）  
プレミアム+（通常プロテイン+1,000円）も  
ウルトラプロテインへリニューアル

ヤング層(50-64歳)会員様向けの新商品販売開始  
現場の声、食事調査、インサイト調査から把握した  
ヤング層会員様の栄養摂取のお悩みを解決し、  
不（不満・不便・不安など）を解消する独自の新商品

販売価格はスーパープロテインと同程度





# カーブスフードドライブ

25

地域密着コミュニティ ～缶詰1個から始められる社会貢献

## 第17回カーブスフードドライブ実施

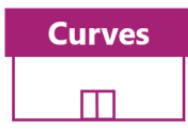
2007年  
スタート

### 【カーブスフードドライブとは】



カーブス会員/  
地域の方々

家庭にある常温保存可能な  
食料品をお持ちいただく



全国約2,000の店舗

各地域の施設・団体に  
カーブスの手でお届け



各地域の児童養護施設や  
母子生活支援施設など

2024年1月15日～2月15日の1カ月間実施

参加者：約**14万3**千人

集まった食料品：約**190**トン

お届けした施設：**741**施設・団体



寄贈の様子



# メンズ・カーブス

2024年2月末現在

## 17店舗営業中



- 2Qは新規出店なし
- 集客ノウハウの磨き上げに注力

● メンズ・カーブス店舗

**Men's  
Curves**

The power to amaze yourself.®



# 海外事業

## 重点地域の状況

**欧州**(スペイン・イタリア・英国を中心に8カ国)

2023年12月末現在**135**店舗

\* 当社グループがフランチャイズ本部を経営する直轄エリアのみ。

\* 海外は決算期のずれにより2カ月遅れでの連結取込み

アフターコロナの環境にあわせた  
**新しいビジネスモデル、成長戦略構築中**



# ■ ■ ■ 下期以降の見通しと戦略

# 通期業績予想と下期の見通し

	24/08上期	24/08通期	23/08通期	対前期
	実績	予想	実績	増減
売上高	170.2億円	346-350億円	300.2億円	+45.7-49.7億円
営業利益	28.0億円	49-51億円	38.5億円	+10.4-12.4億円
経常利益	27.9億円	48.5-50.5億円	38.4億円	+10.0-12.0億円
当期純利益	18.0億円	30.2-31.4億円	25.5億円	+4.6-5.8億円
1株当たり配当金	6.00円	12.00円	10.00円	+2.00円

## 通期連結業績予想を修正

- ・2024年8月期下期店舗数は11店舗純増の期末1,982店舗と予想。
- ・期末会員数は81~82万名（オンライン会員を含む）と予想。
- ・会員向け物販売上高は引き続き順調に推移する見込み。
- ・市場動向から下期の広告宣伝費を当初予想から4-6億円程度積み増す予定。
- ・為替変動（円安の進行）によって「のれん・商標権償却費」が前連結会計年度比増加する見込み。



# キャンペーンによる新規入会強化 30

## 3Q新規入会キャンペーン実施



こちらを見た方! おめでとうございます!  
今だけ  
**5回無料体験**  
プレゼント  
各店先着  
30名様限定  
4/30まで切  
無料体験を予約する



カーブス会員  
お楽しみ  
**-19cm**  
76歳  
**-13cm**  
(昔は運動好きじゃなかった)  
5回無料体験  
カーブス



目からうろこ!  
60代/70代/でも!  
**健康的に痩せられる!?**  
アレビョンピンク

### 全国TVCM投下

- ・3月、4月に各10日間ほどTVCMを集中投下
- ・TV、WEB、地域販促等のメディアミックスマーケティング
- 強みである口コミ紹介の後押しに

### シニア層(65歳以上)向け マーケティング再構築へ

- ・インフォーマーシャル (TV通販枠CM) 等

👉 市場動向から当期を会員数増大の好機と判断し、  
下期の広告宣伝費を当初予想から4-6億円程度積み増し

# 「紅麴問題」の影響について

**カーブスの栄養補助食品には、現在問題となっている製薬会社製造の紅麴（べにこうじ）を一切使用しておりません。**

カーブスの「ウルトラプロテイン」では、全商品に「米麴（白麴）」を使用し、ブルーベリー味に「ベニコウジ色素」を使用していますが、小林製薬製造の紅麴原料とは一切関係がなく、安心してお召し上がりいただけるものです。

- ▶ **当社商品の安全性を店舗での会員様への告知、ホームページ掲載などで対応**
- ▶ **健康食品への不安からの解約、スキップなどの発生が一部あるものの影響は軽微と予想**
- ▶ **業績に与える影響について**

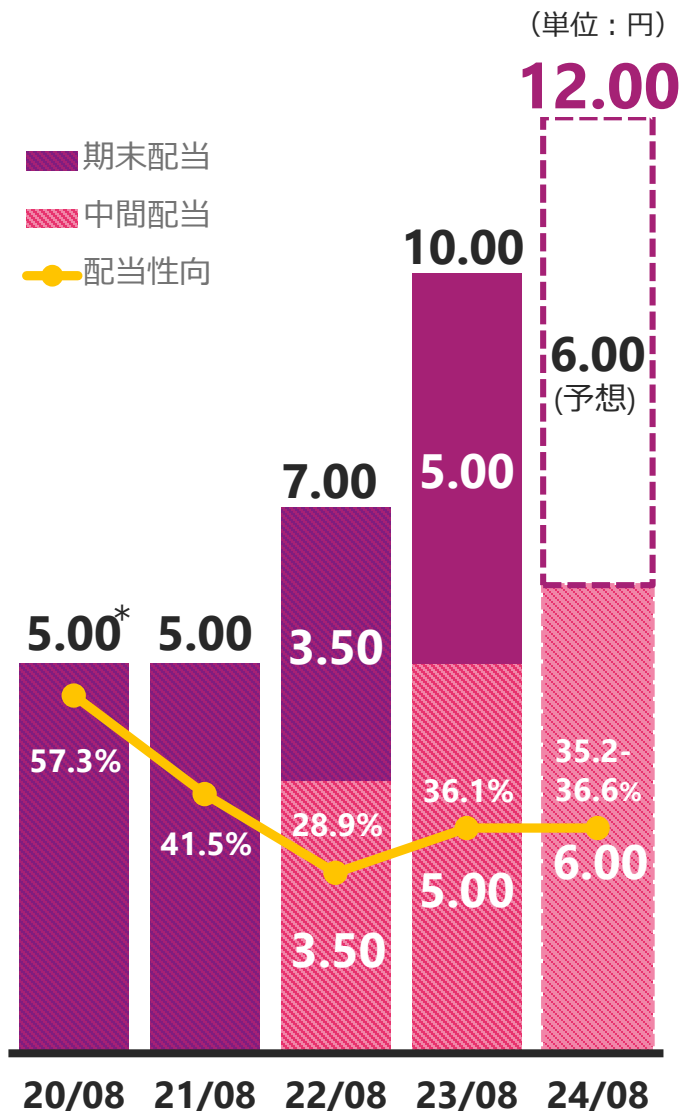
**当社連結業績に与える影響は軽微と見込んでおります。**

今後、業績等への重大な影響が見込まれる場合には、速やかにお知らせいたします。

- ▶ **今後、健康食品市場へのネガティブインパクトとなる可能性があります。状況を注視をして参ります。**



# 株主還元方針



\* 普通配当：3.00円  
記念配当：2.00円

## 24/08 年間配当予想 **12.00円**

配当については、将来の事業展開と財務体質の健全化のために必要な内部留保を確保しつつ、連結配当性向50%を目標として実施していくことを基本方針としております。

通期予想  
**1株当たり当期純利益**

**32.81-34.11円**

**連結配当性向**

**35.2-36.6%**



# ■ ■ ■ カーブスグループのサステナビリティ

## 基本方針

『**地域密着の健康インフラ**』を目指し、  
**社会課題の解決に貢献します。**

カーブスグループは創業から掲げる経営理念、

**事業目的** : 病気と介護の不安と孤独のない  
生きるエネルギーが溢れる社会をつくる

**私達の使命** : 私達は、  
正しい運動習慣を広めることを通じて、  
お客様と私達自身の豊かな人生と、  
社会の問題の解決を実現します。

に基づき『地域密着の健康インフラ』として**社会課題の解決**に貢献することを第一義として経営をして参りました。お客様、フランチャイズ加盟店、ともに働く人達を含めたステークホルダーの皆様とともに、社会・環境をより良くしていくことに努めることでサステナビリティ経営を実践して参ります。



① 『地域密着の健康インフラ』として  
お客様と社会の心身の健康への貢献



② お客様の安全・安心No.1を目指した運営



③ 環境にやさしく気候変動リスクが低い  
ビジネスモデルづくりと店舗運営



④ やりがいと働きがいに溢れる一人一人が輝く  
人材育成・職場づくり・組織運営



⑤ 地域社会への貢献



⑥ サプライチェーンにおける公平公正な取引と  
人権・人間性の尊重



⑦ 実効性の高いコーポレートガバナンス



## 統合報告書2023発行

当社グループの取り組みを体系化、可視化し、ステークホルダーの皆様へ透明性を持ってご報告するために「統合報告書」を発行しました。今後、一層の社会貢献とサステナビリティを重視した経営を実践して参ります。

### Contents

私達の使命

数字で見るカーブスグループ

「女性だけの30分フィットネスカーブス」の強み

カーブスグループのあゆみ

カーブスグループのビジネスモデル

カーブスグループの事業概況

10年後のカーブス

トップメッセージ

5つの経営指針

価値創造プロセス

カーブスグループのサステナビリティ

サステナビリティDATA BOOK

財務データ

会社概要／株式情報

CURVES HOLDINGS  
統合報告書 2023  
2022.9.1 ~ 2023.8.31

*Curves*

The power to amaze yourself.®

明日の自分にきっと驚く



# カーブスグループのビジネスモデル

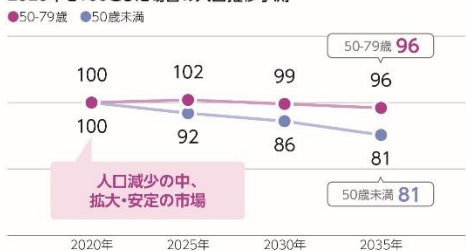
## 社会課題/市場機会

### 超高齢社会の進展

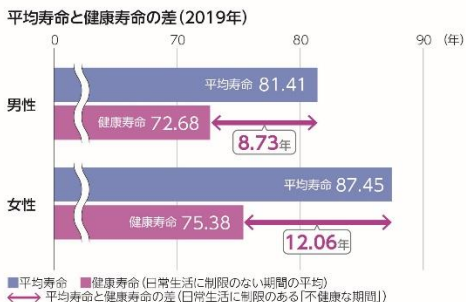
50-79歳の人口予測 単位:千人

項目	2020年	2025年	2030年	2035年	
50-79歳人口	男性	23,520	24,121	23,480	22,958
	女性	25,090	25,447	24,499	23,820
合計	48,610	49,568	47,979	46,778	
50歳未満	65,999	60,568	56,692	53,782	

### 2020年を100とした場合の人口推移予測



### 健康寿命延伸が課題に



出典:厚生労働省「健康寿命の令和元年値について」  
<https://www.mhlw.go.jp/content/11094750/000872952.pdf>  
 日本の将来推計人口(令和5年推計)  
[https://www.jpss.go.jp/pp-zenkoku/j/zenkoku2023/pp\\_zenkoku2023.asp](https://www.jpss.go.jp/pp-zenkoku/j/zenkoku2023/pp_zenkoku2023.asp)

## ビジネスモデル

### 1. 鮮明な市場定義

- 女性だけ、50歳からのカーブス
- 運動はしなくても、でも、やっていない人達のためのフィットネス、健康サービス

市場定義の明確化によって、  
 ・顧客と市場をよく知る、深く知る  
 ・顧客への提供価値の継続的革新が可能

### 2. 高品質なサービスの開発と提供

- ① わずか30分で高い効果、独自のエクササイズプログラム「カーブスワークアウト」
  - 筋トレ・有酸素運動・ストレッチ
  - 効果が科学的なエビデンスで証明されている
- ② コーチによる丁寧で親身な運動サポート
- ③ 女性同士の温かく励ましあうコミュニティ
- ④ わずか30分、予約なし、家の近くで

顧客と市場の潜在ニーズと  
 不と非に応え続ける

### 3. 新市場を創造するマーケティング

- 口コミ紹介マーケティング
- 対象顧客の潜在ニーズを捉えたマーケティング

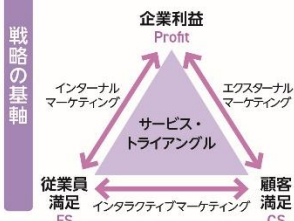
潜在顧客のニーズ・  
 不と非をピンポイントで捉える

### 4. 顧客の健康課題解決と物販

- 自社企画開発のオリジナル商品
- 定期購入方式
- 顧客の健康相談からの商品提案

顧客の潜在的な  
 健康課題、お悩み、不と非を深く知り、  
 その解決提案としての  
 商品企画開発

### 1. サービス・トライアングルの善循環をつくる経営



### 2. LTV(顧客生涯価値)を高め続ける経営

- 高い継続率
- 口コミ紹介
- 健康課題解決による物販拡大

当社における  
 低投資での  
 高収益・高キャッシュ  
 創出力

再投資による  
 ビジネスモデル  
 FCモデルの  
 継続的強化

## フランチャイズモデル



※FCジー=フランチャイジー(フランチャイズ加盟企業)

## 経営資源

知的資本	人的資本	事業資本	社会関係資本
<ul style="list-style-type: none"> <li>● オリジナルの30分エクササイズシステム(カーブスワークアウト)</li> <li>● マーケティング・サービス・商品企画開発のノウハウ群</li> <li>● 「科学する経営技術」と「実験志向・集合知の組織文化」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● カーブスコーチ(インストラクター)約8,000人</li> <li>● フランチャイズ本部社員</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域密着のFC加盟企業 約360社</li> <li>● 国内店舗数 1,962店</li> <li>● 欧州店舗数 137店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自治体、地域医療機関、大学などの研究機関、研究者との深い関係</li> </ul>



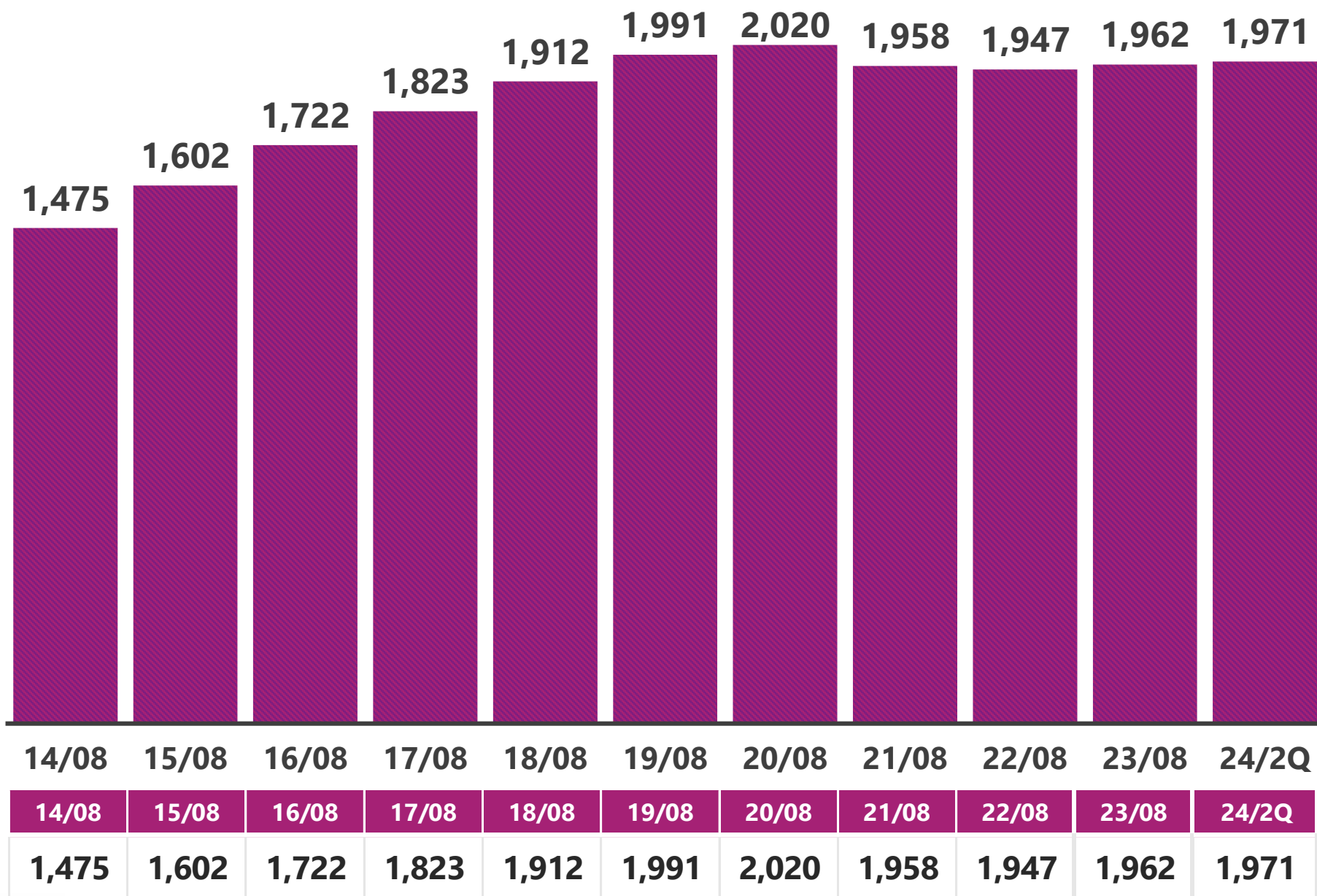
# Appendix

# ■ カーブス事業の推移

# 店舗数の推移

40

(単位：店舗)

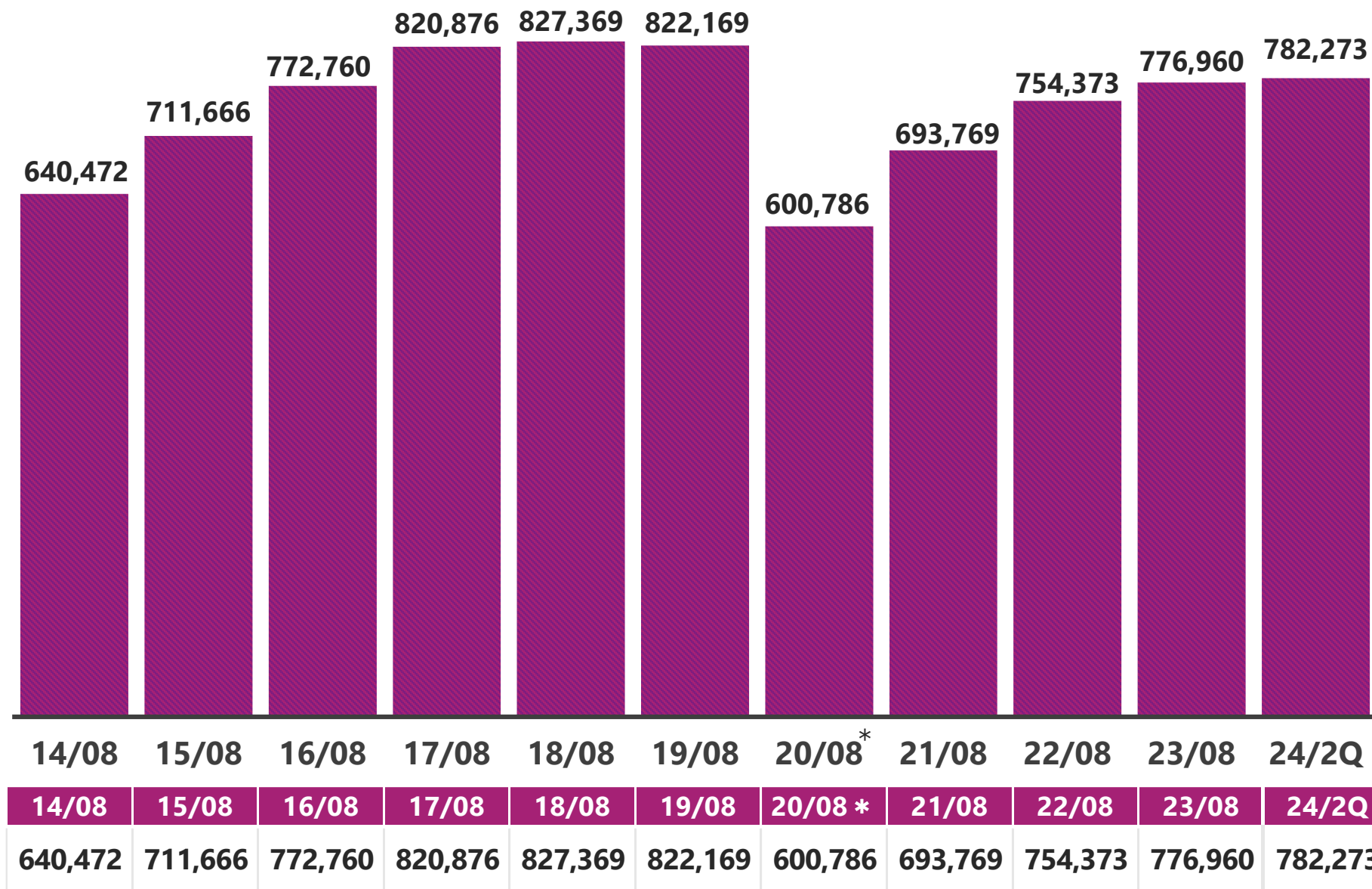




# 会員数の推移

41

(単位：名)

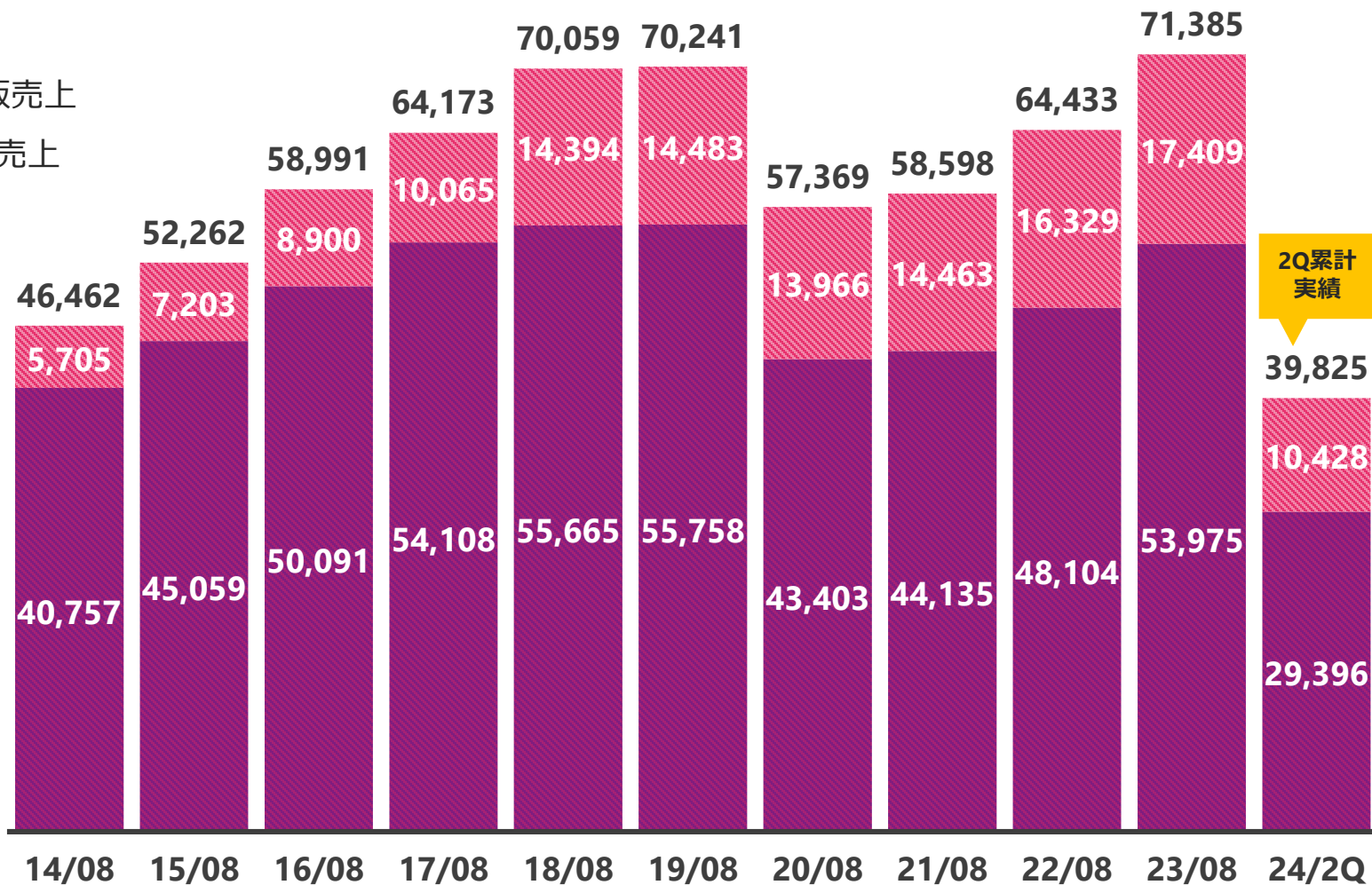


\* 20/08期は特別休会会員を除く実質会員数です。

# チェーン売上高推移

(単位：百万円)

- 会員向け物販売上
- 会費・入会金売上



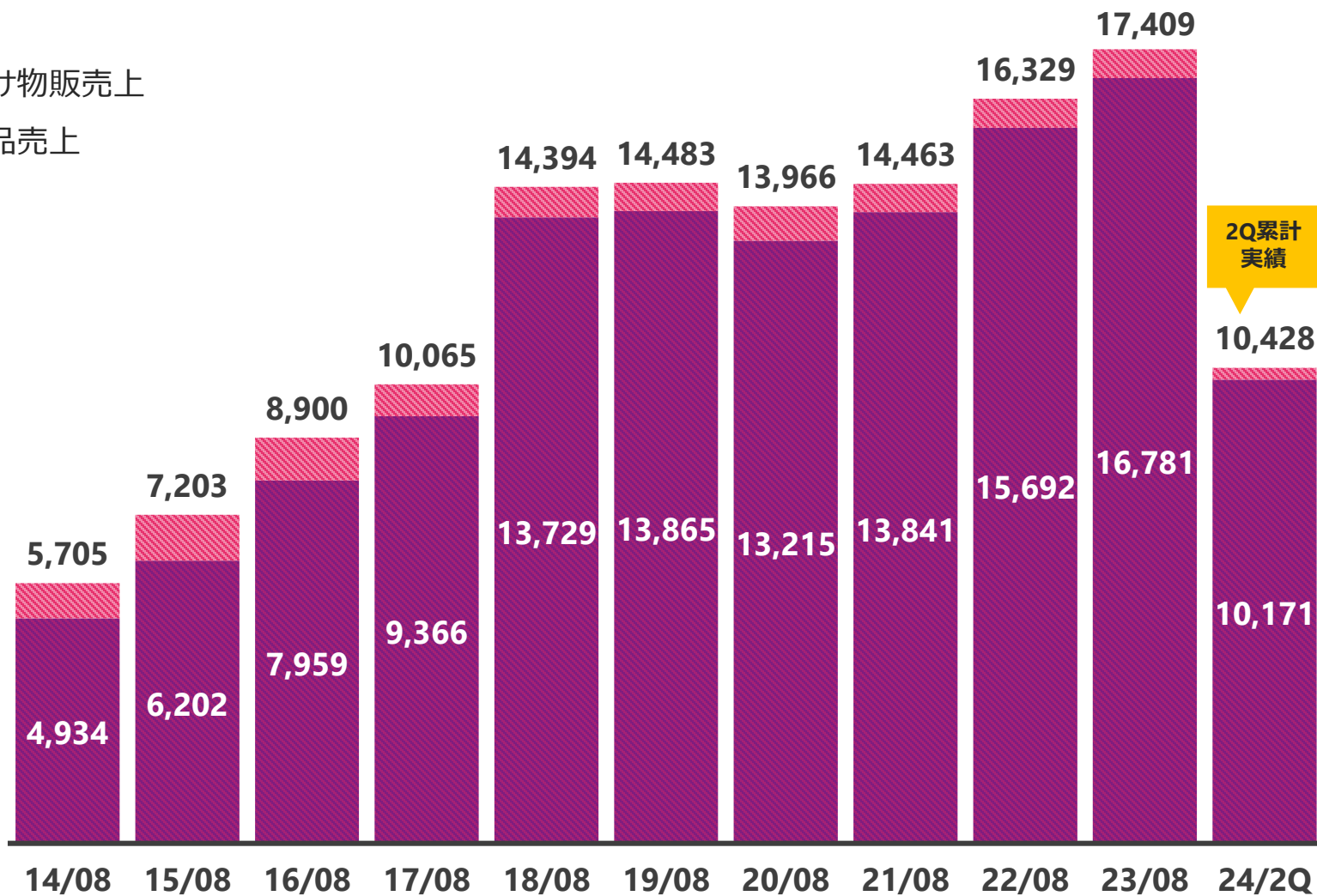
	14/08	15/08	16/08	17/08	18/08	19/08	20/08	21/08	22/08	23/08	24/2Q
チェーン売上高	46,462	52,262	58,991	64,173	70,059	70,241	57,369	58,598	64,433	71,385	39,825
会員向け物販売上	5,705	7,203	8,900	10,065	14,394	14,483	13,966	14,463	16,329	17,409	10,428
会費・入会金売上	40,757	45,059	50,091	54,108	55,665	55,758	43,403	44,135	48,104	53,975	29,396

# 会員向け物販売上高推移

43

(単位：百万円)

- その他会員向け物販売上
- 定期購入型商品売上

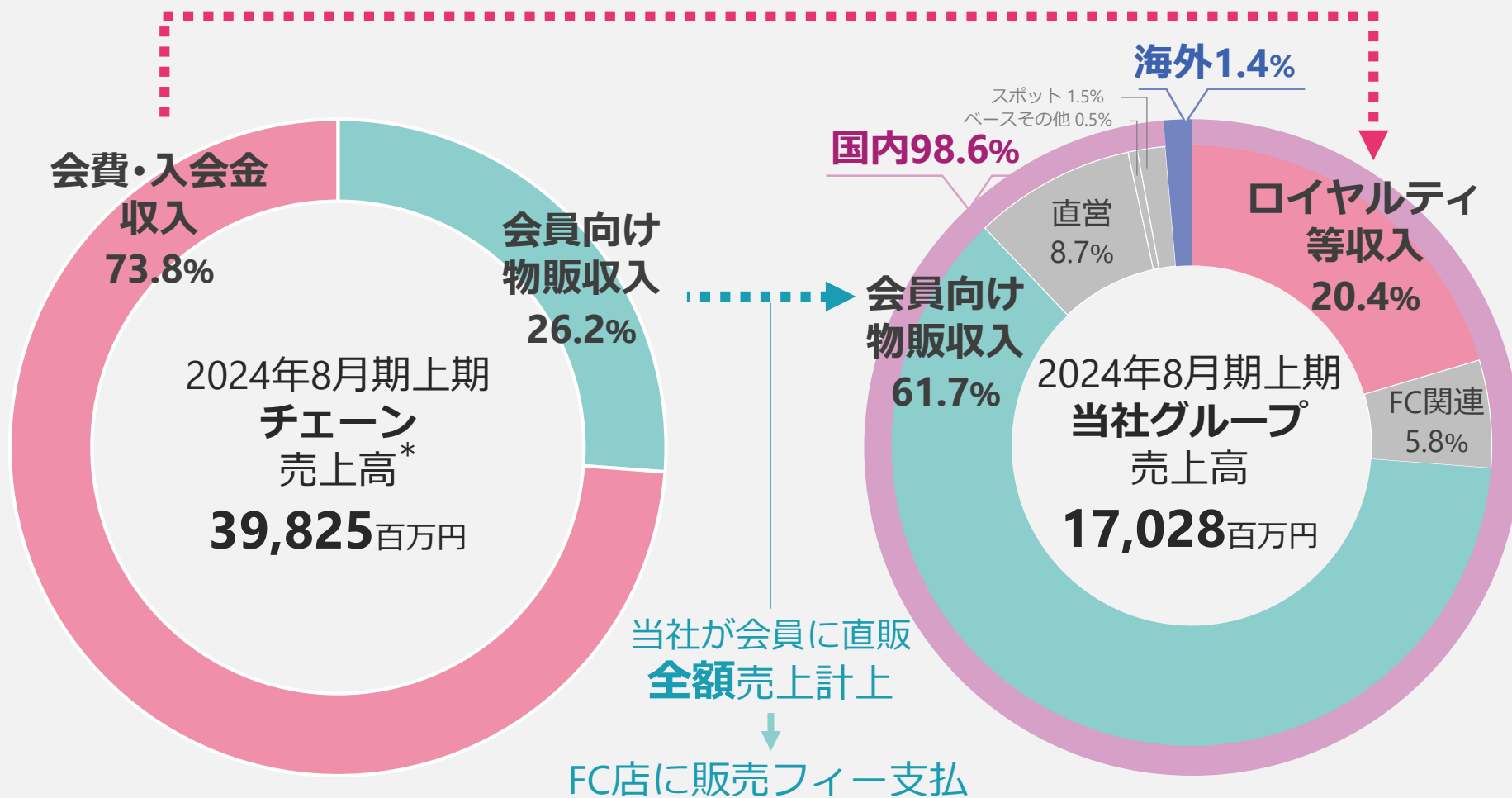


2Q累計  
実績

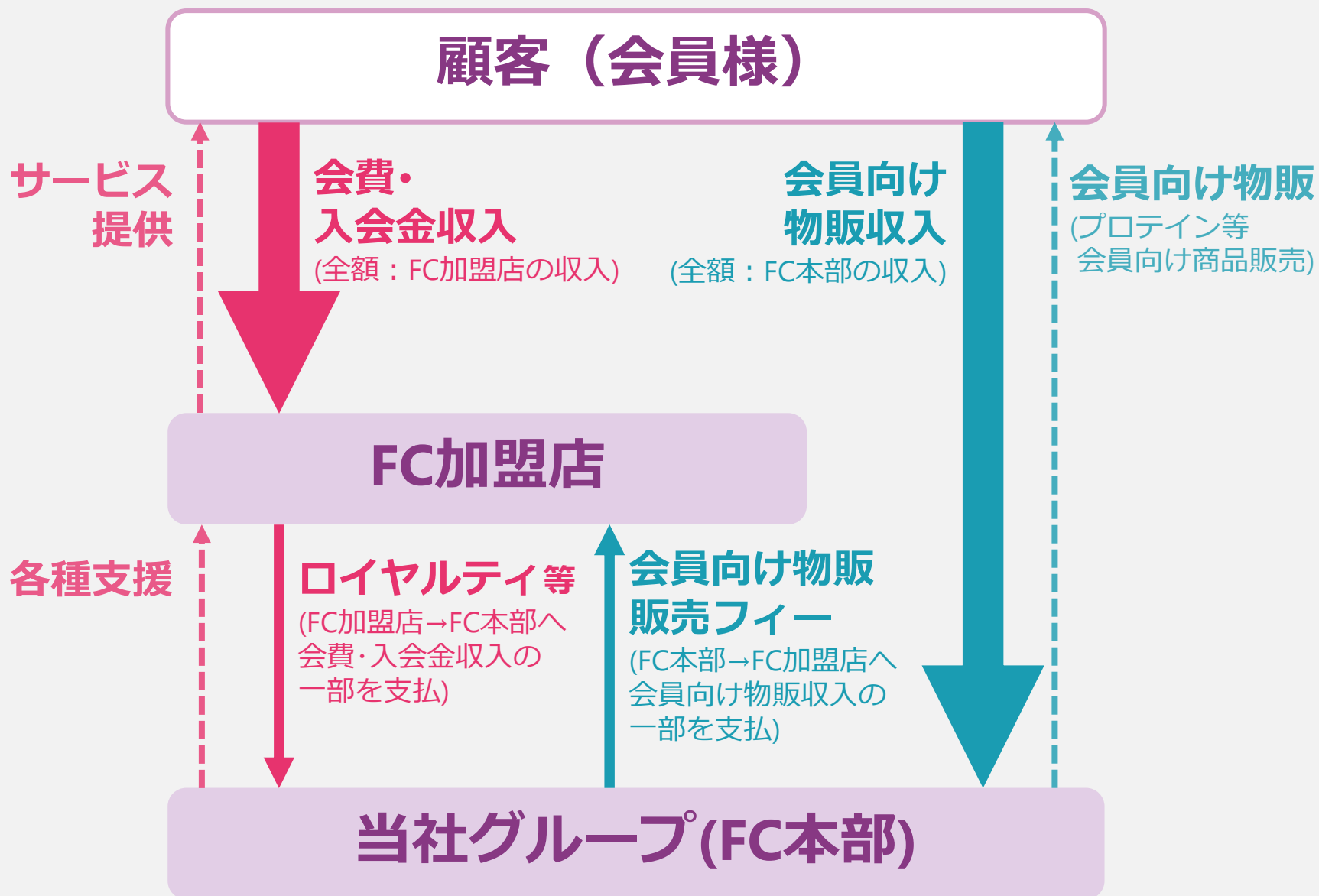
	14/08	15/08	16/08	17/08	18/08	19/08	20/08	21/08	22/08	23/08	24/2Q
会員向け物販売上	5,705	7,203	8,900	10,065	14,394	14,483	13,966	14,463	16,329	17,409	10,428
内) 定期購入型商品売上	4,934	6,202	7,959	9,366	13,729	13,865	13,215	13,841	15,692	16,781	10,171

# 会費・入会金収入と会員向け物販収入の 当社グループの売上計上について①

FC加盟店からFC契約に基づき会費・入会金収入の一部を徴収



# 会費・入会金収入と会員向け物販収入の 当社グループの売上計上について②



# 米国法人買収時に発生した米ドル建て のれん・商標権などについて①

## 当連結会計年度決算における為替変動の影響

### BS

無形固定資産(のれん・商標権)

前期末比

**11.9**億円減(上期末残高**204.7**億円)

純資産(為替換算調整勘定)

前期末比

**5.1**億円増(上期末残高**49.6**億円)

### PL

のれん・商標権償却費

前年同期比

**0.3**億円増(上期**7.3**億円)

# 米国法人買収時に発生した米ドル建て のれん・商標権などについて②

Curves International, Inc.買収時（2018年4月）

のれん・商標権	ドル建て	円換算(1ドル 106.24円)
	<b>202百万ドル</b>	<b>215億円</b>

のれん・商標権償却(期間20年) 定額償却 年間**10百万ドル**

前期（23年8月期）

のれん・商標権	ドル建て	円換算(1ドル144.99円)
期末残高	<b>149.4百万ドル</b>	<b>216億円</b>

のれん・商標権償却	ドル建て	円換算(1ドル137.98円 ※上期は139.22円)
通期累計	<b>10百万ドル</b>	<b>14億円</b>
上期	<b>5百万ドル</b>	<b>7.0億円</b>

当期（24年8月期上期）

のれん・商標権	ドル建て	円換算(1ドル141.83円 前期末比3.16円円高)
上期末残高	<b>144.3百万ドル</b>	<b>204億円(前期末比11.9億円減少)</b>

のれん・商標権償却	ドル建て	円換算(1ドル145.74円 前年同期比6.52円円安)
上期	<b>5百万ドル</b>	<b>7.3億円(前年同期比0.3億円増加)</b>

# ■ カーブスグループの概要



私達は、  
正しい運動習慣を広めることを通じて、  
お客様と私達自身の豊かな人生と、  
社会の問題の解決を実現します。

## 私達が目指すもの

病気と介護の不安と孤独のない  
生きるエネルギーが溢れる社会をつくる



動画「10年後のカーブス」

<https://youtu.be/XKuPtwwnNIE>

## 1.50歳からのカーブス

お客様は女性だけ、体の変化が気になる50歳前後以上の方々を中心に、とくに運動が苦手、経験がないという方々に支持されています。

## 2.わずか30分で高い効果、独自のエクササイズプログラム カーブスワークアウト

カーブスの運動は、「筋力トレーニング」「有酸素運動」「ストレッチ」を組み合わせたサーキットトレーニングです。1回わずか30分で、女性に必要なすべての運動ができる独自の運動プログラムは、各種研究機関との共同研究により、その効果が科学的に実証されています。



### カーブスのサーキットトレーニング

#### 筋力トレーニング

筋肉・関節・骨を強化する

12台のマシンで全身の筋肉を鍛えます  
筋肉が増えることで基礎代謝が高まり、脂肪を燃やしやすいつ体をつくる

#### 有酸素運動

心肺機能を高め、脂肪を燃やす

ボードのうえで足踏みなどを行います  
筋力トレーニングと交互に行うことで脂肪燃焼効果が高まる

#### ストレッチ

筋肉や関節の柔軟性を高める

12種類のストレッチで筋肉を伸ばします  
筋力トレーニングの直後に行うことでトレーニング効果が高まる

3つの運動を同時に行うことで、それぞれの運動を単独で行うより短時間で効率よく、高い効果が得られます

## 3.始めやすく 続けやすい

- 予約不要、わずか30分
- 生活圏への出店で通いやすい
- カーブスコーチの親身なサポート
- 女性同士のコミュニティ

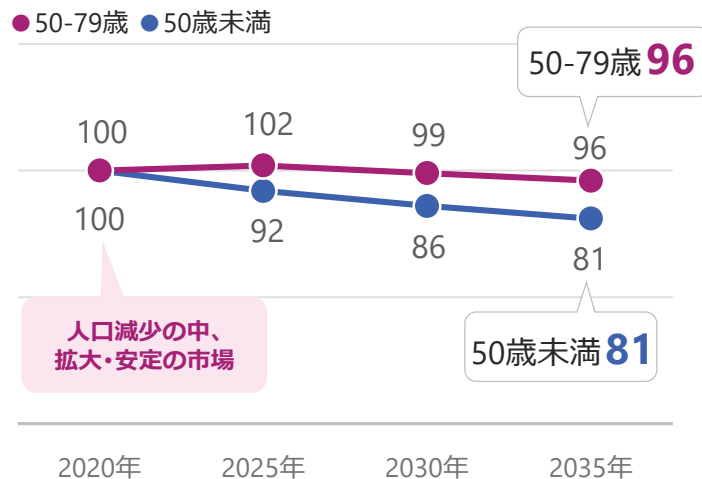
## 超高齢社会の進展

50-79歳の人口予測

単位：千人

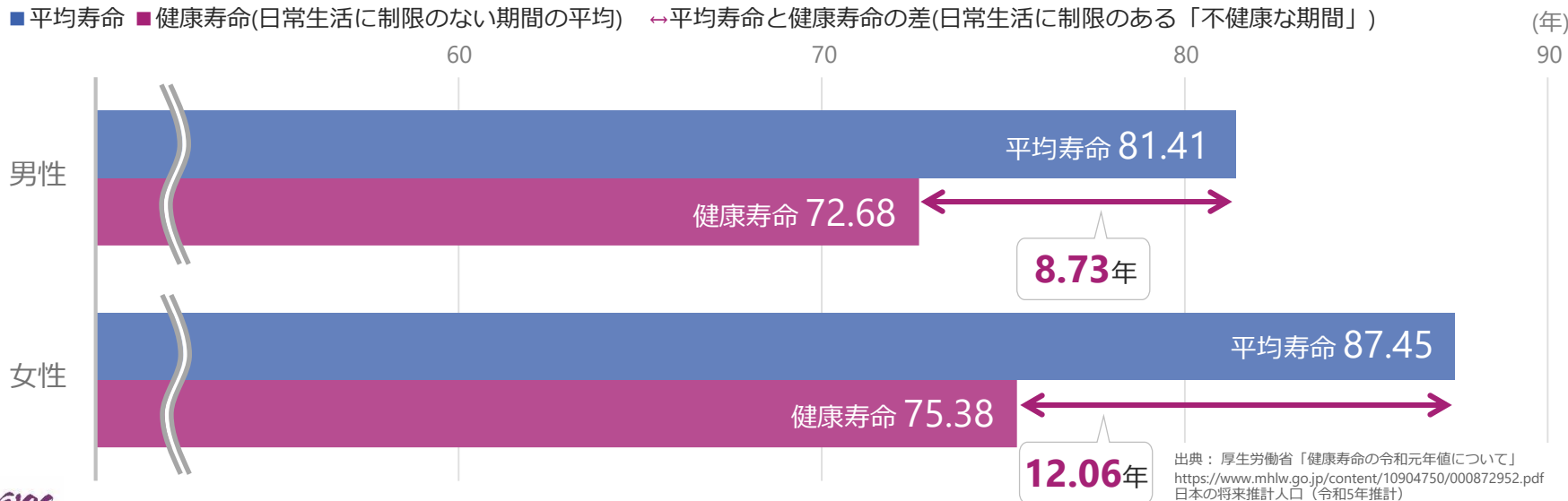
項目		2020年	2025年	2030年	2035年
50-79歳人口	男性	23,520	24,121	23,480	22,958
	女性	25,090	25,447	24,499	23,820
	合計	48,610	49,568	47,979	46,778
50歳未満		65,999	60,568	56,692	53,782

2020年を100とした場合の人口推移予測



## 健康寿命延伸が課題に

平均寿命と健康寿命の差(2019年)



# 筋肉の減少が引き起こす女性の健康問題

カーブスの顧客層の中心は50歳以上の女性です。

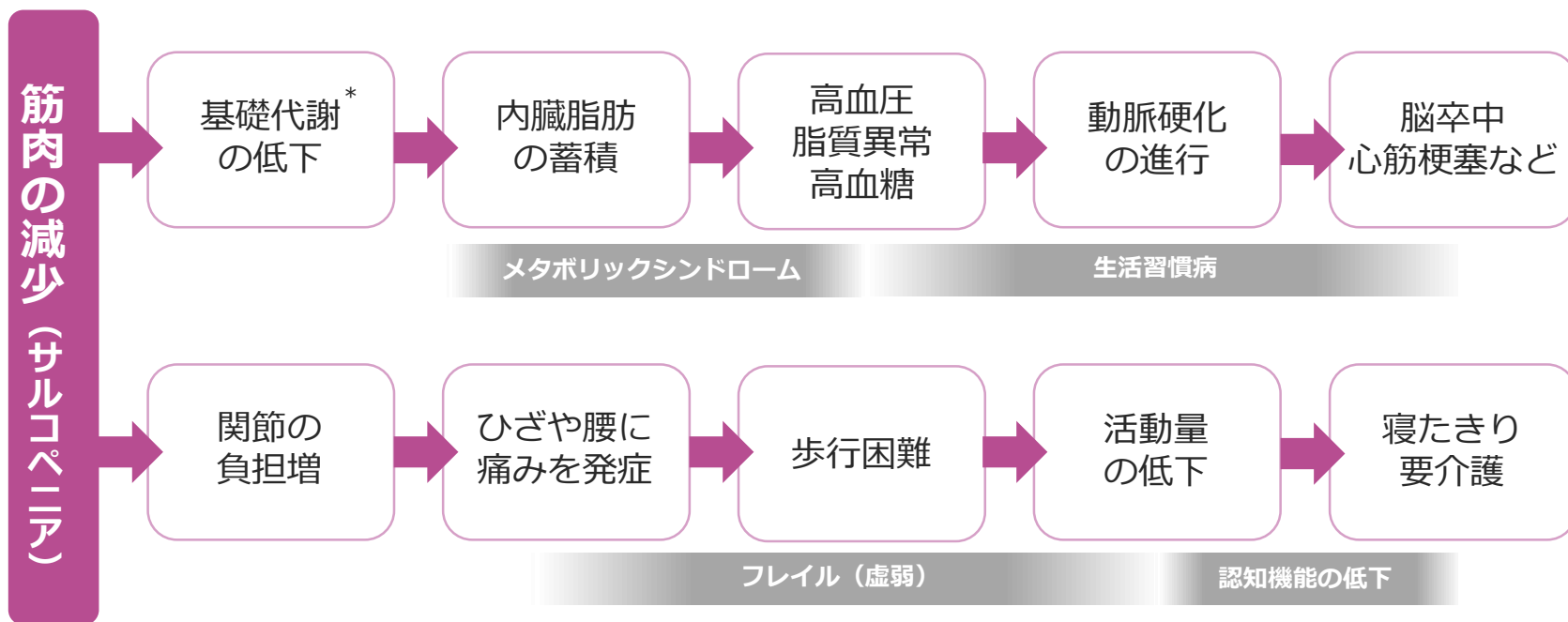
女性は30歳を過ぎると年に1%ずつ筋肉が減っていくと言われ、40代後半頃から影響が表れるようになります。

筋肉が減ると基礎代謝が下がり、脂肪がつきやすい、痩せにくい体になるのです。

また、お腹まわりに内臓脂肪が蓄積することで血圧や血糖値などの健康数値が悪化し、生活習慣病を発症しやすくなります。

さらに、筋肉の減少はひざ・腰など関節の痛みにもつながります。

これらを放置すると、脳卒中や心筋梗塞などの命にかかわる病気や寝たきり・要介護のリスクを高めることになってしまいます。



\*基礎代謝とは、生命活動を維持するのに必要最低限のエネルギーのこと。基礎代謝量は筋肉量に比例し、筋肉が多いほど基礎代謝が高く、消費エネルギーが増えるため、脂肪がつきにくくなる。

# カーブスグループのビジネスモデル

## ビジネスモデル

### 1. 鮮明な市場定義

- 女性だけ、50歳からのカーブス
- 運動はしなくても、でも、やっていない人達のためのフィットネス、健康サービス

市場定義の明確化によって、  
 ●顧客と市場をよく知る、深く知る  
 ●顧客への提供価値の継続的革新が可能

### 2. 高品質なサービスの開発と提供

- ① わずか30分で高い効果、独自のエクササイズプログラム『カーブスワークアウト』
  - 筋トレ・有酸素運動・ストレッチ
  - 効果が科学的なエビデンスで証明されている
- ② コーチによる丁寧で親身な運動サポート
- ③ 女性同士の温かく励ましあうコミュニティ
- ④ わずか30分、予約なし、家の近くで

顧客と市場の潜在ニーズと  
 不と非に応え続ける

### 3. 新市場を創造するマーケティング

- 口コミ紹介マーケティング
- 対象顧客の潜在ニーズを捉えたマーケティング

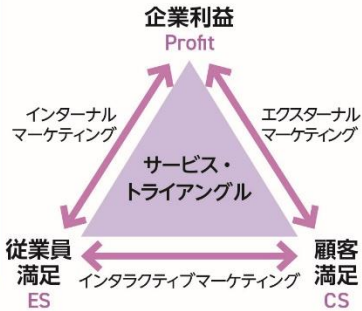
潜在顧客のニーズ・  
 不と非をピンポイントで捉える

### 4. 顧客の健康課題解決と物販

- 自社企画開発のオリジナル商品
- 定期購入方式
- 顧客の健康相談からの商品提案

顧客の潜在的な  
 健康課題、お悩み、不と非を深く知り、  
 その解決提案としての  
 商品企画開発

### 1. サービス・トライアングルの善循環をつくる経営



### 2. LTV (顧客生涯価値) を高め続ける経営

- 高い継続率
- 口コミ紹介
- 健康課題解決による物販拡大

当社における  
**低投資での  
 高収益・高キャッシュ  
 創出力**

再投資による  
 ビジネスモデル  
 FCモデルの  
**継続的強化**

## フランチャイズモデル

① 低投資/高収益/  
 高参入障壁の  
 ビジネスモデル  
 構築

② 使命への情熱と  
 価値観が共有  
 されたFCジーが  
 事業に参画・出店

③ 経営/事業運営/  
 人材育成の  
 教育とサポート

④ 集合知による  
 全員参画型経営

⑤ FCジーの  
 成功・高収益化

⑥ FCジーによる  
 多店舗展開出店  
 が加速

FCジーとのエンゲージメントを深める

※FCジー＝フランチャイジー (フランチャイズ加盟企業)

株式会社カーブスホールディングス  
(グループ持株会社)

株式会社カーブスジャパン

日本フランチャイズ本部事業

株式会社ハイ・スタンダード

グループ直営店事業

Curves International, Inc.

グローバルフランチャイザー事業

Curves Europe B.V.

欧州フランチャイズ本部事業

## 事業概要

- 「女性だけの30分フィットネス カーブス」を展開
- 国内店舗数1,971店舗（直営77店舗、FC 1,894店舗）  
（2024年2月末時点）

## 基礎データ

- 所在地：東京都港区芝浦3-9-1芝浦ルネサイトタワー11F
- 設立<sup>(1)</sup>：2005年2月
- 売上高<sup>(2)</sup>：300億円
- 資本金<sup>(2)</sup>：8億円

注：  
1.カーブスジャパンの設立日。カーブスホールディングスは2008年10月設立  
2.2023年8月期

## 沿革

- 2005年02月 ベンチャー・リンクによりカーブスジャパン設立（世界総本部とマスターライセンス契約）
- 2006年03月 フランチャイズによる全国展開スタート
- 2006年06月 100店舗を突破
- 2008年10月 コシダカホールディングスの連結子会社となる
- 2011年06月 1,000店舗を突破
- 2015年06月 神奈川県認証施設「未病センター」第一号である「未病センターカーブス小田原」を開設
- 2018年03月 Curves International, Inc.（世界総本部）を買収
- 2018年11月 メンズ・カーブス（茅野店）を開設
- 2019年07月 CFW International Management B.V.（現・Curves Europe B.V. 欧州FC本部）を買収
- 2019年10月 2,000店舗を突破
- 2020年03月 株式分配型スピンオフにより東京証券取引所市場第1部に株式を上場
- 2022年04月 東京証券取引所「プライム市場」へ移行



# お問い合わせ

## ▶ IRについてのお問い合わせ

### カーブスホールディングス

TEL : 03-6777-0039

e-Mail : [curves-ir@curves.co.jp](mailto:curves-ir@curves.co.jp)

URL : <https://www.curvesholdings.co.jp/>

証券コード : 7085

本資料は、2024年8月期第2四半期の決算数値をもとに、企業情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料は2024年4月9日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告無しに変更されることがあります。

本決算に記載されている当社および当社グループ以外の企業や業界等にかかわる情報は、公開情報などから引用したものであり、情報の正確性などについて保証するものではありません。