



2024年3月期
第3四半期決算説明資料

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

2024年2月14日

<https://fastfitnessjapan.jp/ir/>





AF

Index

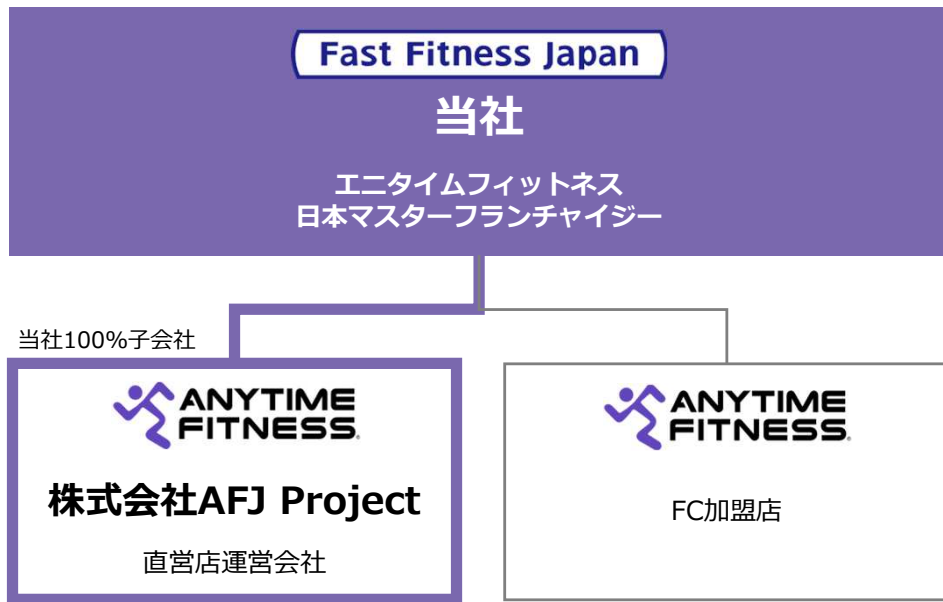
1	当社グループ事業について	3頁
2	2024年3月期 第3四半期決算概況	5頁
3	成長戦略について	21頁
4	Appendix	30頁



1. 当社グループ事業について

当社グループ事業について

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、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」の日本におけるマスターフランチャイジー（※）として、直営店舗の運営及びフランチャイズ展開をしています。



※ 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。日本1号店は調布店（直営）を2010年10月に开店

2. 2024年3月期 第3四半期決算概況



2024年3月期 第3四半期決算ハイライト（累計）

- ✓ フィットネスジムの需要は引き続き拡大傾向にあり、当社のエニタイムフィットネス事業も堅調に推移
- ✓ 売上は、システム変更による一時的な追加売上が終了する中、会員増加に伴う商品売上等が堅調に増加
- ✓ CMなど大規模プロモーション活動の実施により営業利益は上期と比較し伸長幅は少ないものの前年3Q比+8.1%

売上高

118.0億円

前年3Q比 +7.0%

営業利益

28.6億円

前年3Q比 +8.1%

経常利益

29.7億円

前年3Q比 +11.2%

親会社株主に帰属する
四半期純利益

18.9億円

前年3Q比 +11.2%

エニタイムフィットネス
店舗数

1,115店舗

前年3Q比 +60店舗

エニタイムフィットネス
会員数

80.7万人

前年3Q比 +9.6万人

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
- ✓ 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

※ 世界の男女共用ジム（2022年度 IHRSA調べ）

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

$\frac{1,115 \text{ 店舗} \times}{5,267 \text{ 店舗} \times} \text{シェア} = 21.1\%$

※ 2023年12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

$\frac{681 \text{ 億円} \times 2}{4,503 \text{ 億円} \times 3} \text{ (参考) シェア} = 15.1\%$

※1 直営店舗 + FC店舗

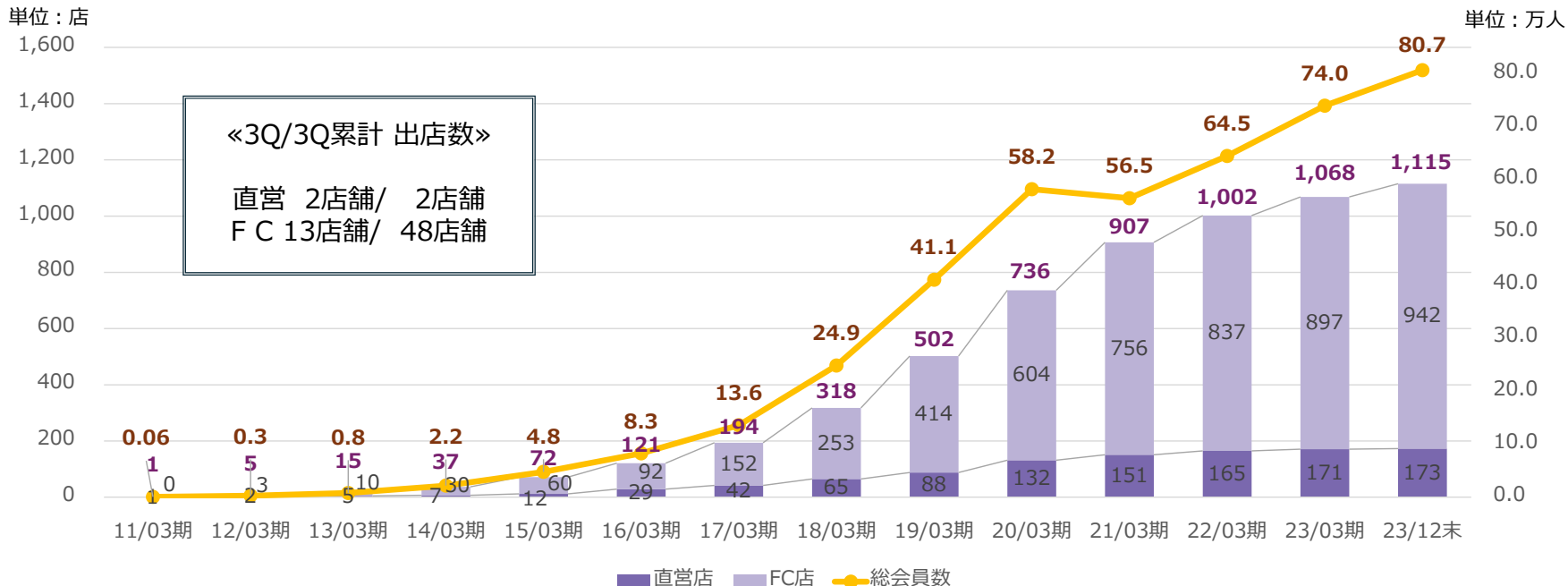
※2 ※1の23年12月単月の平均会員単価×12月末会員数を12か月換算した参考値

※3 出所：『日本のフィットネスクラブ業界のトレンド2022年版』



エニタイムフィットネスの店舗数と会員数推移

- ✓ 当第3四半期（10月～12月）における店舗数は1,115店舗・会員数は80.7万人
- ✓ 前年第3四半期比はそれぞれ60店舗、9.7万人増加と堅調に推移



エニタイムフィットネスの国内ネットワーク

～日本中にエニタイムフィットネスを～

- ✓ 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 **1,115** 店舗

— 地域別出店状況 —

(2023年12月時点)

沖縄

沖縄県 (18店舗)

福岡県 (63店舗)
佐賀県 (6店舗)
長崎県 (12店舗)
熊本県 (11店舗)
大分県 (8店舗)
宮崎県 (5店舗)
鹿児島県 (8店舗)

鳥取県 (1店舗)
島根県 (2店舗)
岡山県 (9店舗)
広島県 (22店舗)
山口県 (10店舗)

三重県 (7店舗)
滋賀県 (11店舗)
京都府 (29店舗)
大阪府 (109店舗)
兵庫県 (43店舗)
奈良県 (13店舗)
和歌山県 (3店舗)

新潟県 (13店舗)
富山県 (7店舗)
石川県 (10店舗)
福井県 (2店舗)

青森県 (3店舗)
岩手県 (6店舗)
宮城県 (17店舗)
秋田県 (3店舗)
山形県 (6店舗)
福島県 (11店舗)



茨城県 (31店舗)
栃木県 (19店舗)
群馬県 (10店舗)
埼玉県 (63店舗)
千葉県 (72店舗)
東京都 (228店舗)
神奈川県 (101店舗)

山梨県 (2店舗)
長野県 (11店舗)
岐阜県 (13店舗)
静岡県 (11店舗)
愛知県 (58店舗)

徳島県 (5店舗)
香川県 (2店舗)
愛媛県 (5店舗)
高知県 (2店舗)

P/L概況

- ✓ 既存店の会員数の増加と店舗売上（直営店）の原価を抑制した店舗運営が奏功し増収増益
- ✓ 通期業績予想の進捗率も売上高76.7%、営業利益92.4%と堅調に推移

単位：百万円	2023年3月期 第3四半期		2024年3月期 第3四半期		前年3Q比		2024年3月期 通期業績予想	
	実績	構成比	実績	構成比	%	金額	11月14日 公表数値	進捗率
売上高	11,034	100.0%	11,804	100.0%	+7.0%	+769	15,400	76.6%
売上総利益	4,802	43.5%	5,493	46.5%	+14.4%	+691		
営業利益	2,648	24.0%	2,864	24.2%	+8.1%	+215	3,100	92.4%
経常利益	2,677	24.3%	2,977	25.2%	+11.2%	+299	3,000	99.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,700	15.4%	1,891	16.0%	+11.2%	+191	1,600	118.2%

売上高構成

- ✓ 「エニタイムフィットネス」の店舗及び会員の強固な基盤構築を進めるにあたり、最重要と位置付けるFC展開において、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 主に来店時に売上
	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)	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
	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
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

売上高内訳

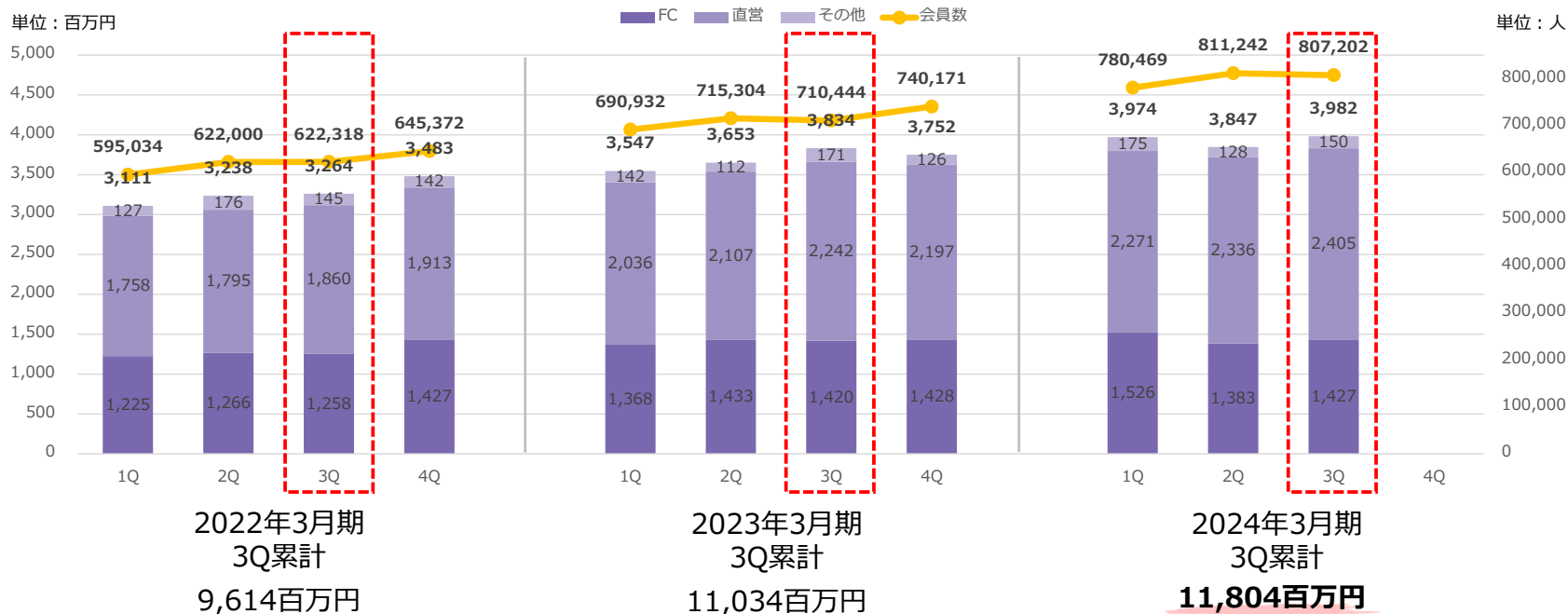
- ✓ 売上の **84.0%** がストック収入
- ✓ 会費収入においては、会費に加え水素水サーバーなど付加価値サービスの契約増加により会員単価は着実に伸長
- ✓ 会費以外のストック売上は、前年3Q累計比 **22.0%**増と順調に伸長

単位：百万円

売上区分	品目	収益モデル	2023年3月期 第3四半期		2024年3月期 第3四半期		前年3Q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	3,081	27.9%	3,148	26.7%	2.2%	+67
	商品売上	フロー	877	8.0%	907	7.7%	3.4%	+29
	加盟金売上	フロー	221	2.0%	228	1.9%	3.1%	+6
	その他	フロー	42	0.4%	52	0.4%	25.0%	+10
店舗売上 (直営)	会費収入	ストック	6,186	56.1%	6,769	57.3%	9.4%	+582
	その他	フロー	199	1.8%	243	2.1%	22.3%	+44
その他売上	手数料収入	フロー	426	3.9%	454	3.8%	6.6%	+28
合計			11,034	100.0%	11,804	100.0%	7.0%	+769 ₁₂

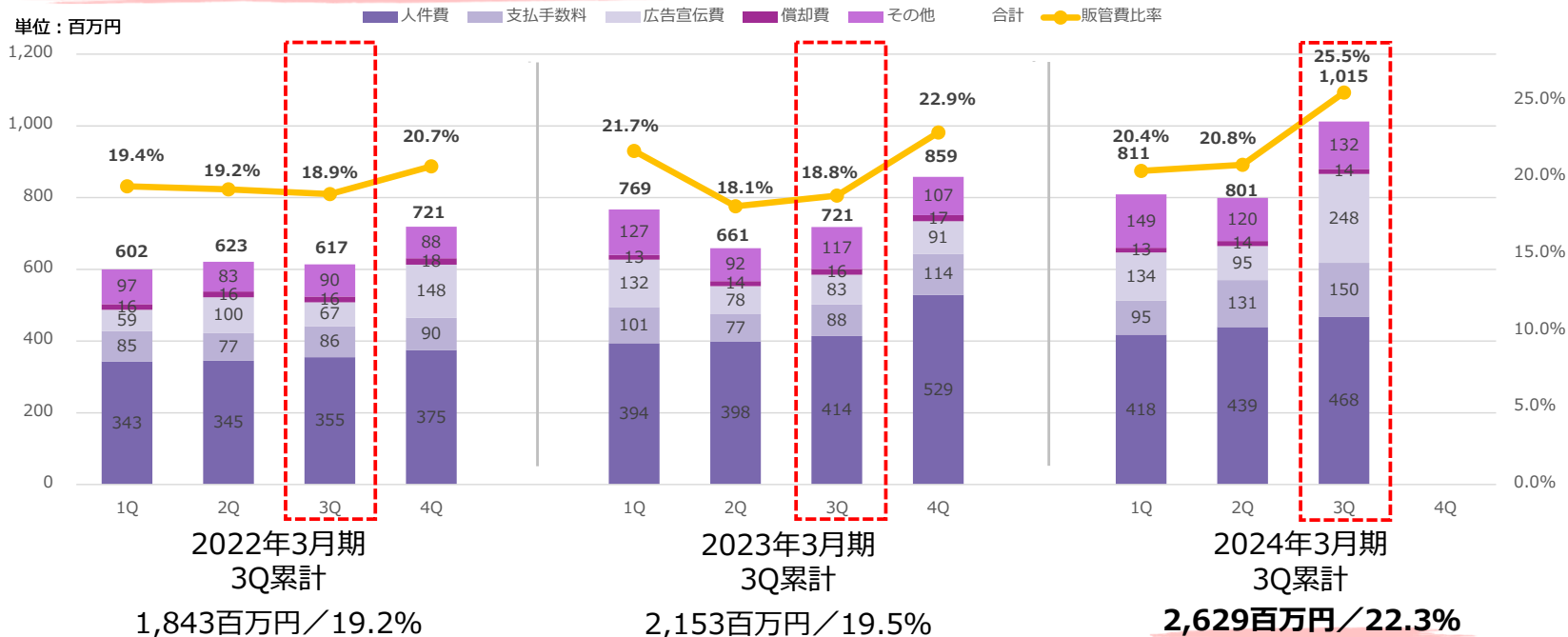
売上高 四半期推移

- ✓ FC・店舗売上（直営）ともに新規出店及び既存店の会員数の増加により増収
- ✓ 前年3Q比 3.9%増、同3Q累計比 7.0%増



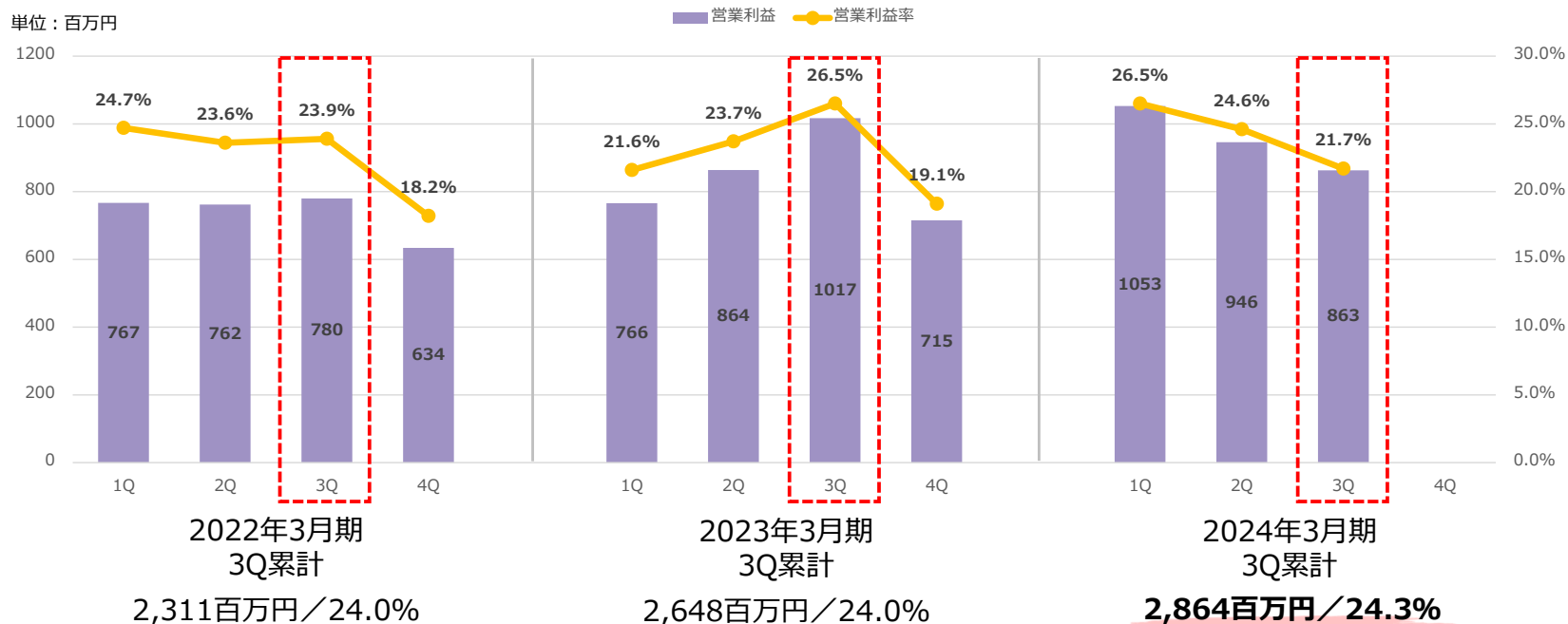
販管費 四半期推移

- ✓ 当第3四半期は、大型プロモーションの実施により広告宣伝費を積極的に活用し「エニタイムフィットネス」の認知拡大を図る
- ✓ 前年3Q比 40.7%増、同3Q累計比 22.1%増



営業利益 四半期推移

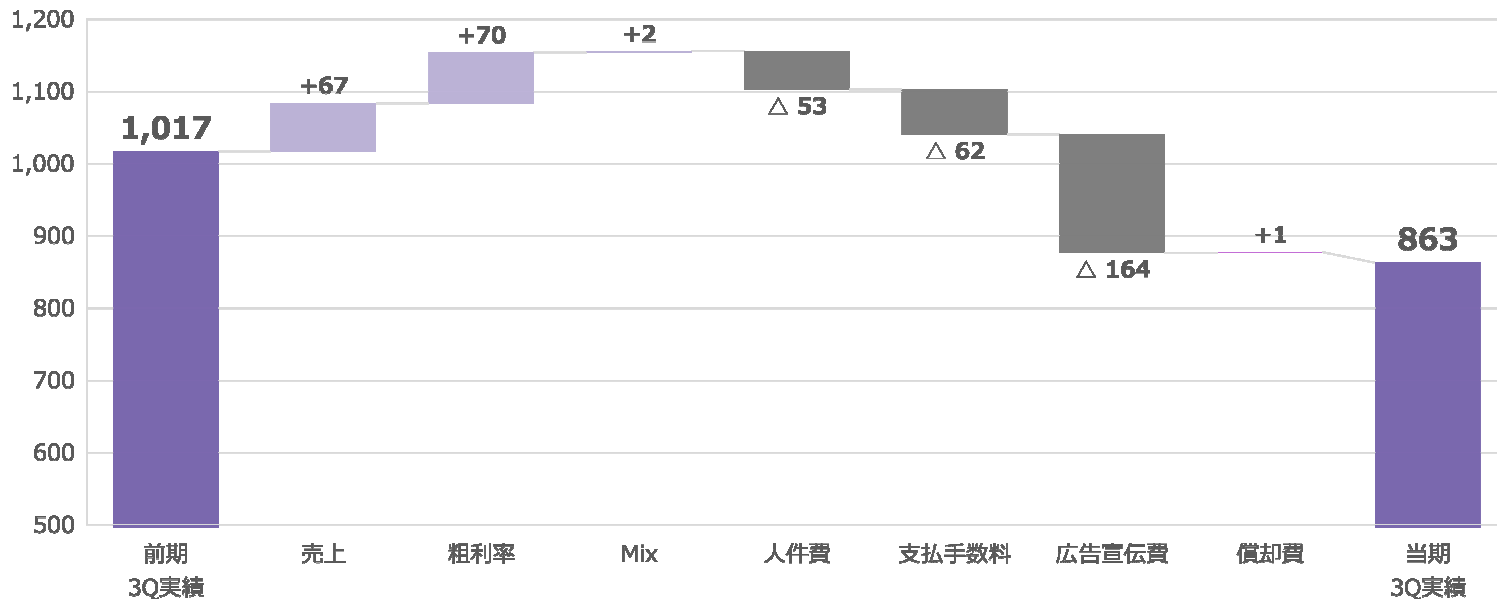
- ✓ システム変更やプロモーション費用増加による減益要因はあるも、直営店の原価抑制等の効果により増益を維持
- ✓ 営業利益は前年3Q比 15.1%減、同3Q累計比 8.1%増



3Q営業利益 増減分析

- ✓ 新規出店や直営店の会員数増加に伴い増収を確保するも、12月より放映のTVCMなど、積極的な広告活動の実施等により営業利益は3Q比 15.1%減少し863百万円

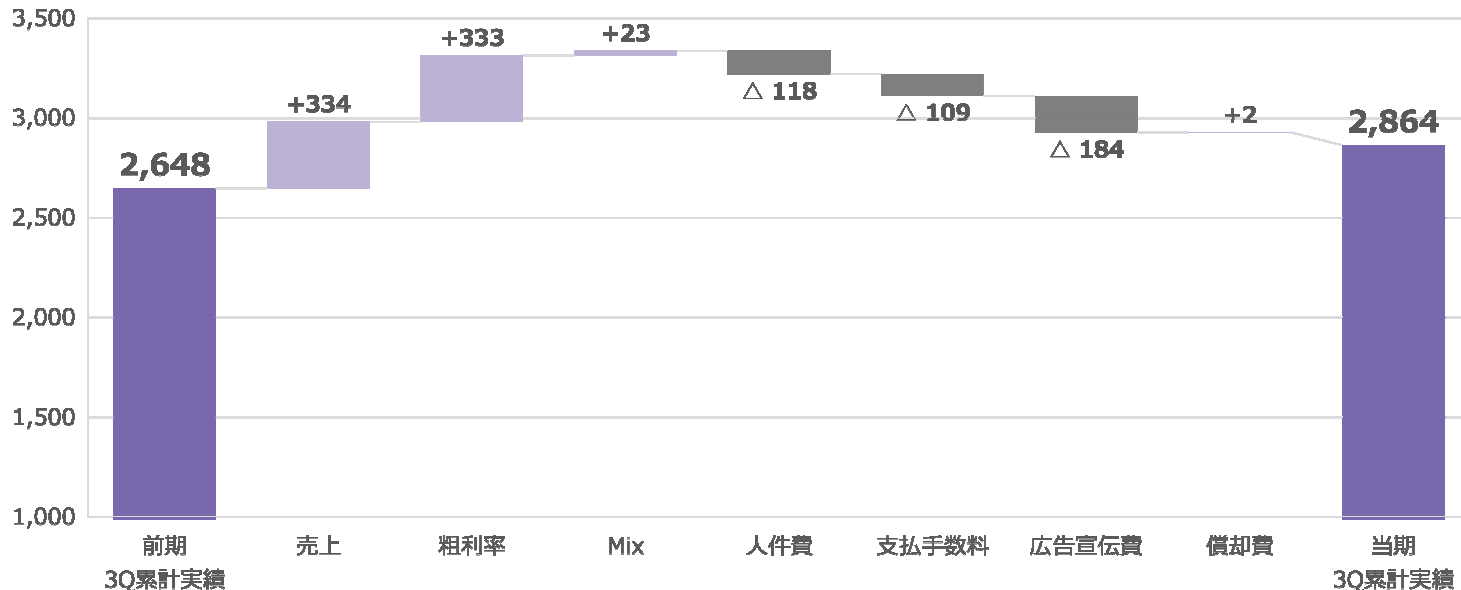
単位：百万円



3Q（累計） 営業利益 増減分析

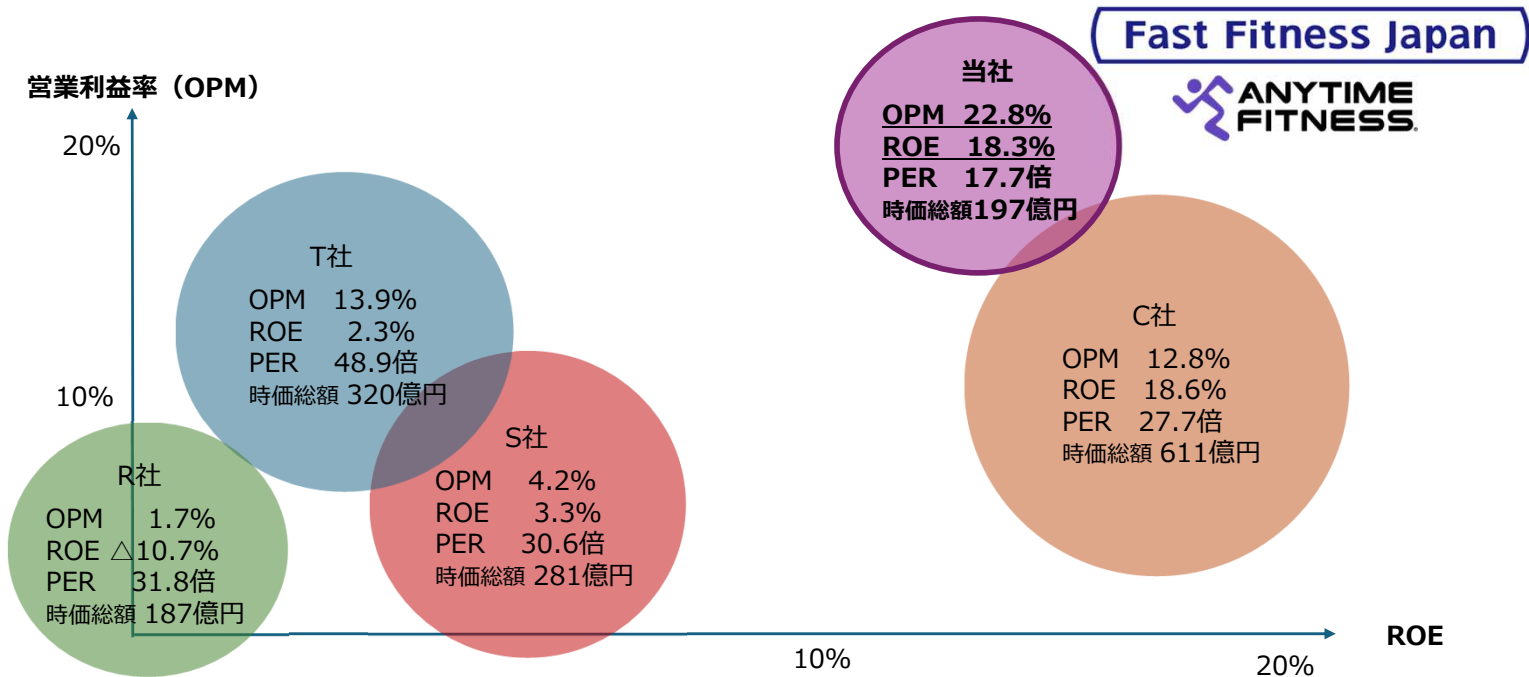
- ✓ ブランディングの強化に向けた積極的な投資（人的資本投資や広告宣伝費の使用）を実施したものの、売上高の成長や粗利率の改善により、営業利益は前年3Q累計比 8.1%増加し2,864百万円となる

単位：百万円



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、高い収益性のため、ROEが高く、営業利益率がNo.1である一方、PER及び時価総額が低い

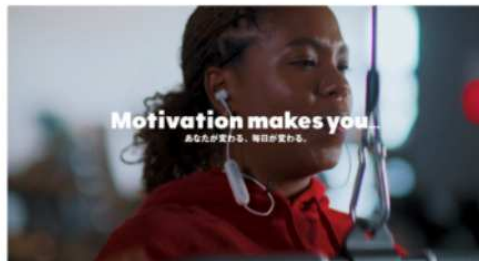


* 当社は2023年3月期時点
各社の数値は直前決算期末の決算短信より弊社作成
* 時価総額は2023年12月時点

3Qトピックス：全国プロモーション展開（CM、WEB広告）

- ✓ 「**Motivation makes you... ～あなたが変わる、明日が変わる～**」をコンセプトに、既存店舗における会員数の拡大に向けたプロモーションと顧客満足度向上を企図したプロモーションを実施

・CM動画（YouTube）：<https://youtu.be/Lzee33yEgwM?feature=shared>



TVCM：2023年12月1日～ 全国（一部地域を除く） ※一部地域VODにて放映

WEB広告：2023年12月1日～ Google、LINE、X、Smart News、YouTube、TikiTok 等

3Qトピックス：全国プロモーション展開（SNS）

- ✓ 全国規模のプロモーションと並行して各店舗において新規入会獲得キャンペーンを実施
- ✓ 12月の新規入会は **+21.8%** の39,000人（前年同月比+7,000人）



- Xの活用
新規フォロワーの獲得
+
当落リプライにCM動画を活用
ブランドおよびCMのリーチと
フリークエンシー増に寄与

- LINE活用



LINEスタンプ

TVCM・WEB広告により、エニタイムフィットネスのサイトアクセス数は前年同月比+30%超
Web入会へのアクセスも前年同月比+14%増加



3. 成長戦略について

中期的な成長戦略

1 新規出店による事業規模のさらなる拡大

- ✓ 中期的に1,400店舗をめざした出店の推進
- ✓ 同業他社のM&Aによる店舗数拡大も積極的に検討

2 既存店舗の収益性向上

- ✓ 既存店舗における会員数の拡大に向けたプロモーションと顧客満足度向上

3 新たな顧客体験の創造によるブランド価値向上

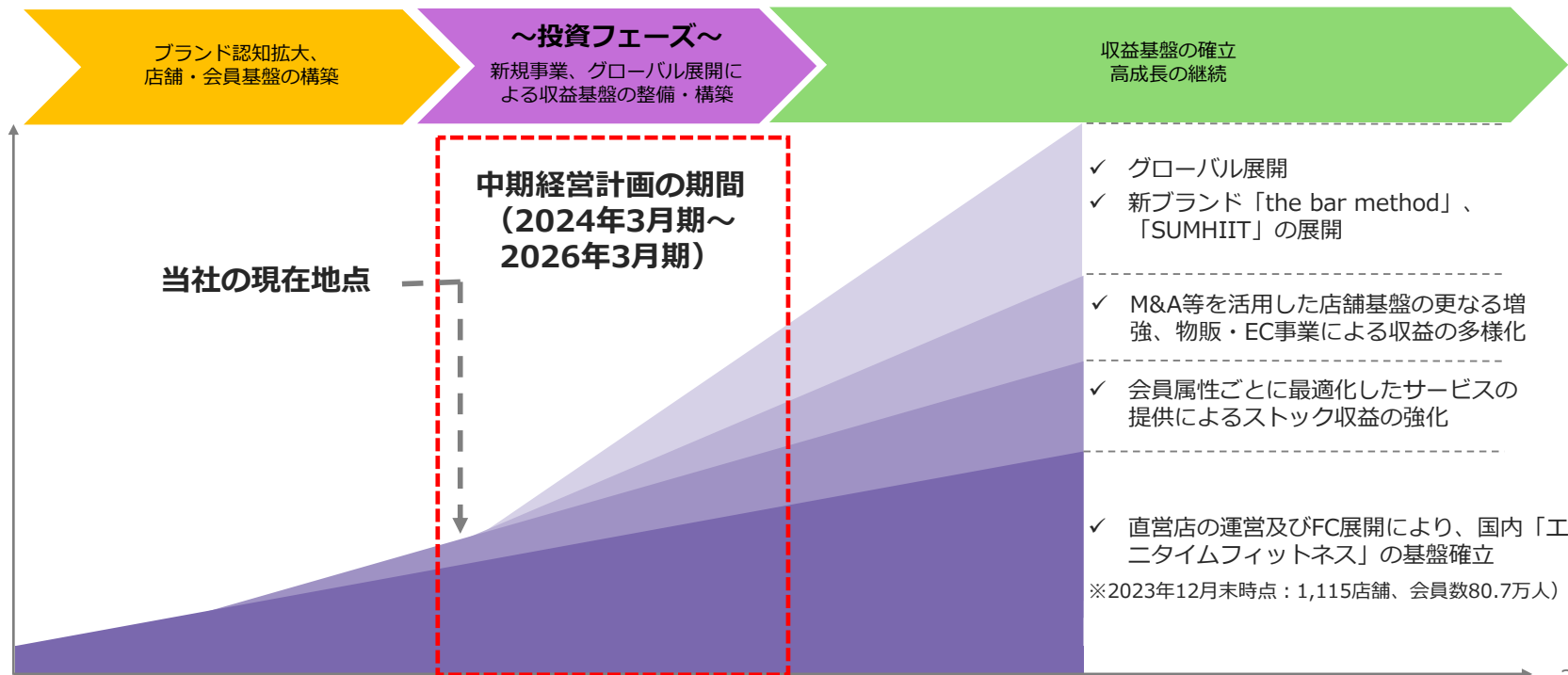
- ✓ エニタイムブランド・顧客資産を活かした新サービス（物販など）の展開により、ブランド価値をさらに向上させる

4 新たな成長領域の開拓

- ✓ 海外進出・新ブランド展開などにより、新たな成長領域を開拓

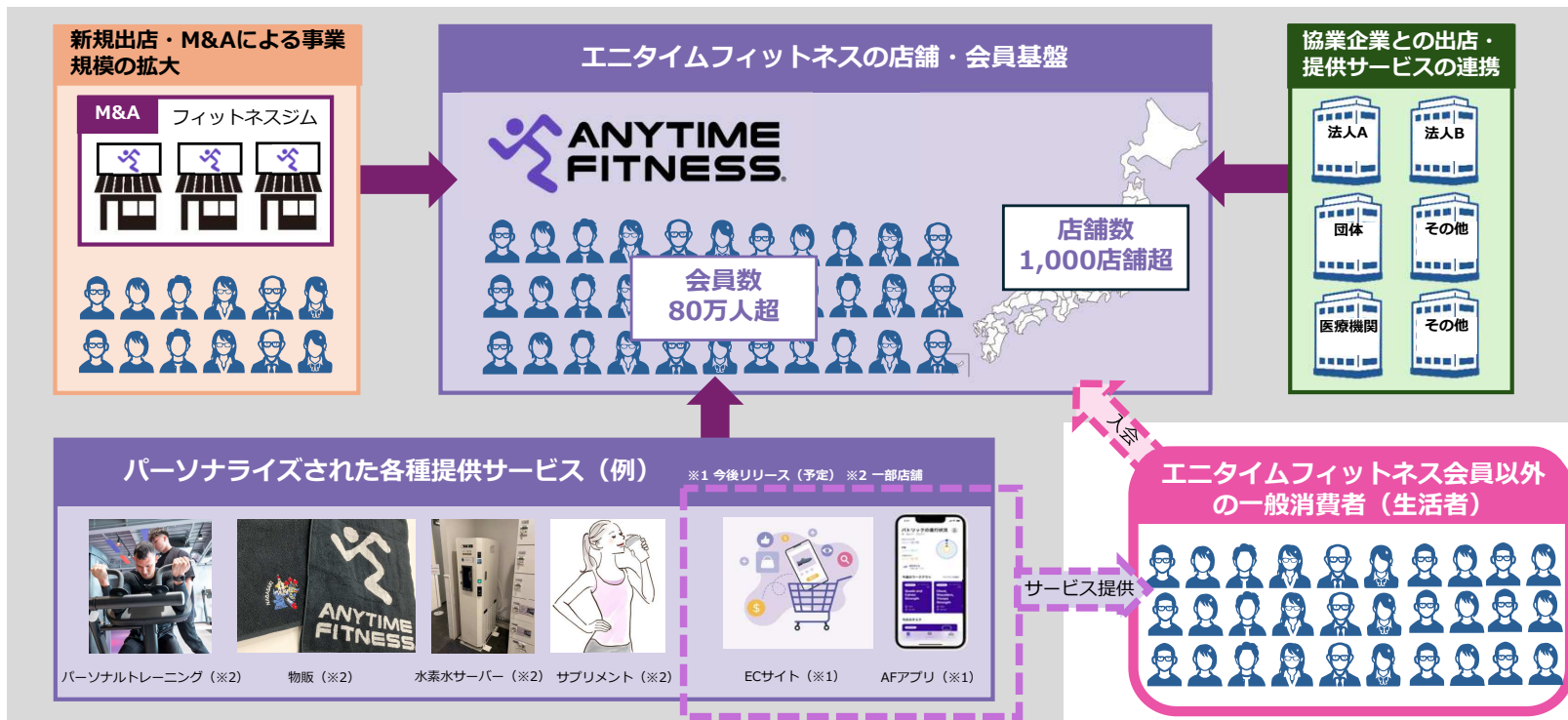
当社の売上成長イメージ

- ✓ 店舗数拡大による売上成長だけでなく、国内「エニタイムフィットネス」1,000店舗・80万人超の基盤を活かし、多様かつ強固な収益基盤の構築を目指す



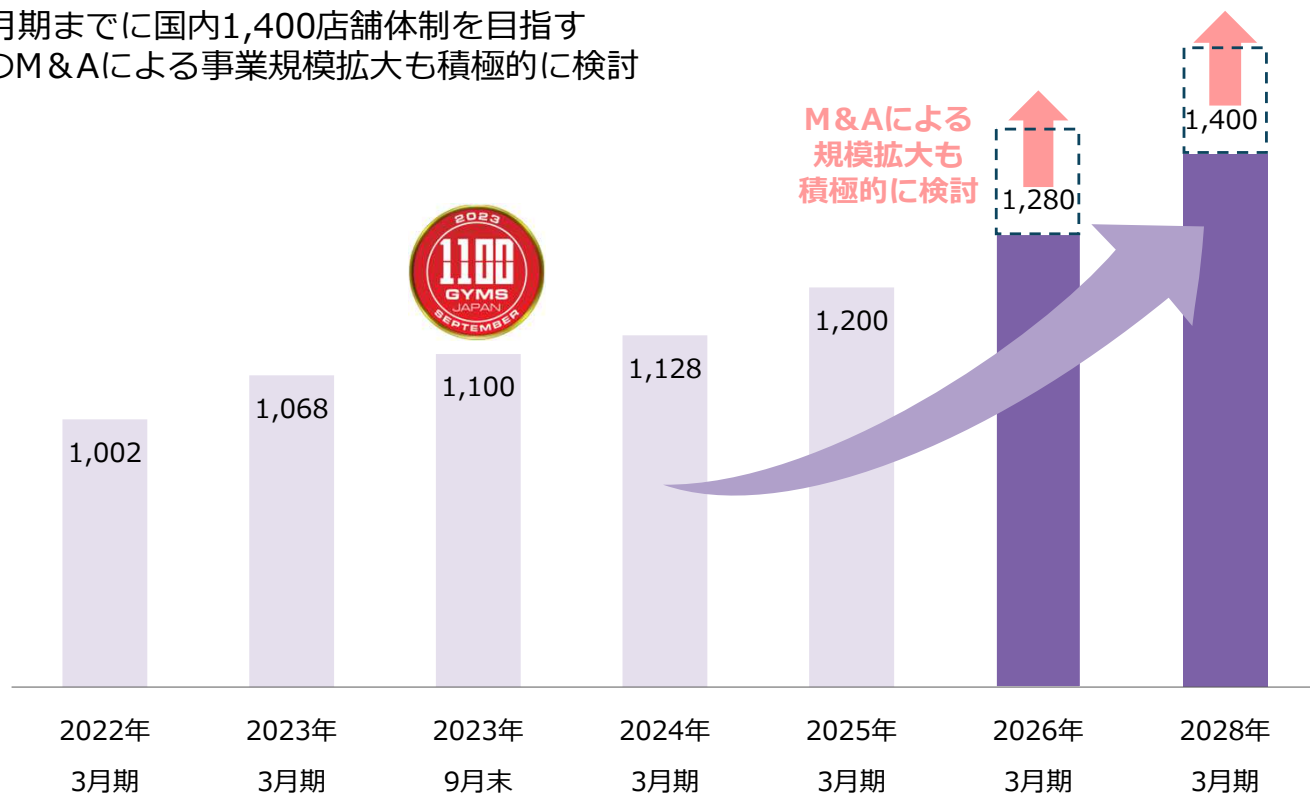
エニタイムフィットネスの店舗・会員基盤の強化

- ✓ 出店による事業規模の拡大に留まらず、エニタイムフィットネスの基盤を活用しパーソナライズされたサービスを各種提供することにより、より安定した収益基盤（ストック化）の構築を進める



「エニタイムフィットネス」事業の出店計画

- ✓ 2028年3月期までに国内1,400店舗体制を目指す
- ✓ 同業他社のM&Aによる事業規模拡大も積極的に検討



「エニタイムフィットネス」の新しい出店形態

- ✓ 健康志向の高まりを受けて、様々な企業・団体のニーズに合わせた協業により、新たな店舗形態での出店が進む
- ✓ 法人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く、今後も新たなタッチポイントの獲得を進める

<p>空港 × ANYTIME FITNESS</p>  <p>20年8月 福岡空港店</p>	<p>ホテル × ANYTIME FITNESS</p>  <p>①21年11月 浦和ワintonホテル店 ②24年3月 松山大街道店 上階がカンデオホテル</p>	<p>病院 × ANYTIME FITNESS</p>  <p>21年12月 徳山病院店</p>	<p>駅ビル × ANYTIME FITNESS</p>  <p>23年11月 アミ17°ラサ 長崎店 JR長崎駅の新ビル ホテル・オフィス・商業施設が出店</p>
<p>公園 × ANYTIME FITNESS</p>  <p>24年春 千葉公園店 市の千葉公園整備マスタープランとして 公園内に飲食施設・フィットネスが出店</p>	<p>大学 × ANYTIME FITNESS</p>  <p>24年春 大学キャンパス内に出店 学生以外に一般にも開放</p>	<p>自治体 × ANYTIME FITNESS</p>  <p>24年春 荷揚リクスIA7店 大分市が事業推進する防災拠点、 公民館が入居する官民一体の複合施設</p>	<p>企業内 × ANYTIME FITNESS</p>  <p>24年春 TDK北上店 工場敷地内の共用棟 TDK社員の福利厚生施設</p>

会員データを活用したサービスの展開：AFアプリ

- ✓ エニタイムフィットネス会員に留まらず、アプリユーザーにワークアウトプランの作成、トレーニングの進捗状況の管理やワークアウト動画などを提供
- ✓ アプリがデジタルキーとして入館が可能に。会員の皆さまの利便性がさらに向上
- ✓ 2024年夏の本格展開を見据えて準備の最終段階



トレーニングの管理



トレーニング動画



混雑状況

メリット

会員

アプリにフィットネス経験などを入力し、AIによるトレーニングプランを作成！
→パーソナルトレーナーによるカスタムプランの受取りも可能

アプリユーザー

エニタイムフィットネス会員に留まらず、全てのアプリユーザーにプランを提供

FCオーナー

アプリの継続利用によりデータ収集
→より効果的な店舗運営が可能に

新たな成長領域開拓：グローバル展開を目指す背景

- ✓ 当社は、日本のマスターフランチャイジーとして圧倒的な店舗展開、及び店舗運営の豊富実績を有しており、全世界の「エニタイムフィットネス」店舗のうち21.7%の店舗シェアを誇り、他の国（エリア）において当社による店舗展開のニーズが高く、グローバル展開は中長期的な成長戦略として重要な位置づけ
- ✓ マスターフランチャイザーであるAnytime Fitness Franchisor LLCの親会社であるSelf Esteem Brands, LLCは、グローバルで2030年に10,000店舗を目指す方針であり、日本のみならずグローバルでの店舗展開について当社への期待が高い



グローバル店舗数

アメリカ・カナダ	2,550
日本	1,115
オーストラリア	562
イギリス・アイルランド	180
フィリピン	158
その他	702

* 2023年12月現在

新たな成長領域開拓：新ブランドの展開



- ✓ 2024年2月14日 取締役会において、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することを決議
- ✓ 2024年10月頃に事業開始予定

※ 「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であり、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

※ The Bar Method Franchisor, LLC は当社が運営するエニタイムフィットネスのマスターフランチャイザーの親会社であるSelf Esteem Brands, LLCの100%子会社



※ 詳細は、2024年2月14日付にて公表の「マスターフランチャイズ契約締結に関するお知らせ」をご覧ください



4. Appendix

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6-12-1 パークウエスト6F
決算期	3月
連結従業員数	257名（2023年12月31日現在）
資本金	2,195百万円（2023年12月31日現在）
子会社	株式会社AFJ Project（当社100%）

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みます。

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

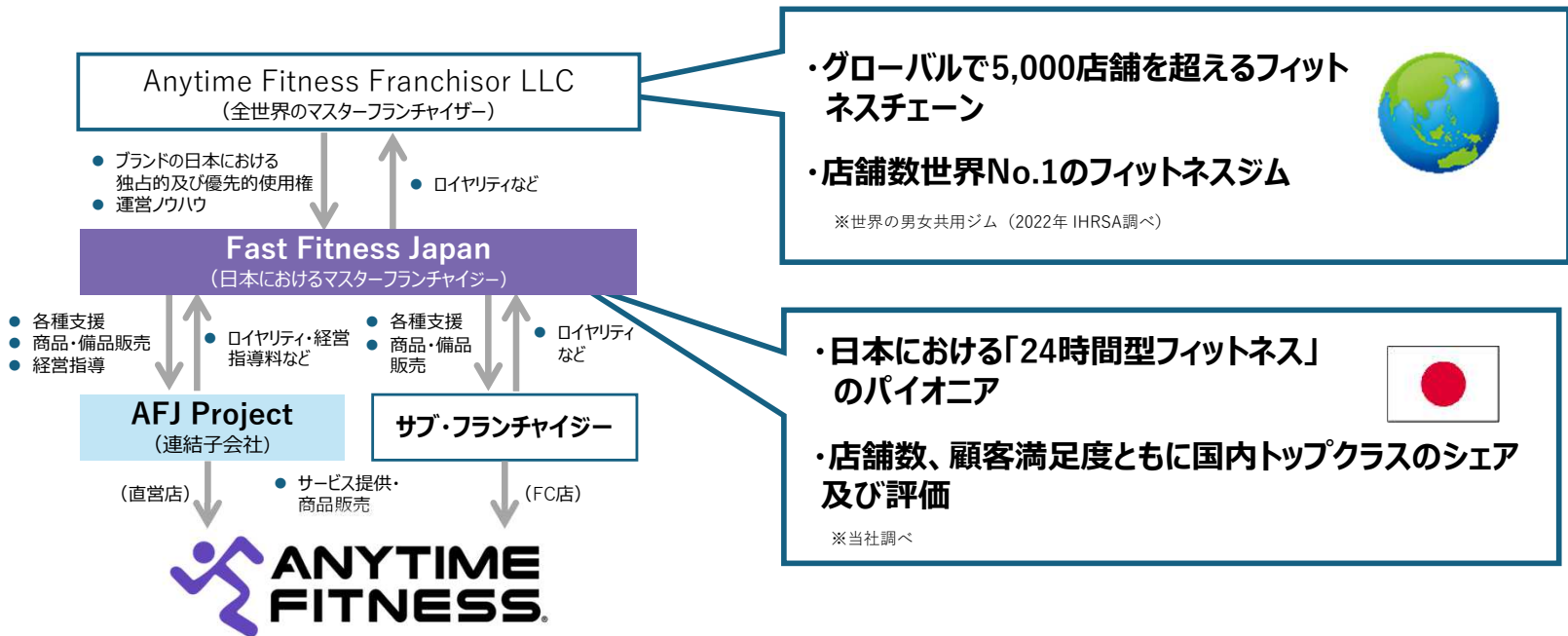
地域の健康・安全を担うインフラへ



- ✓ 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

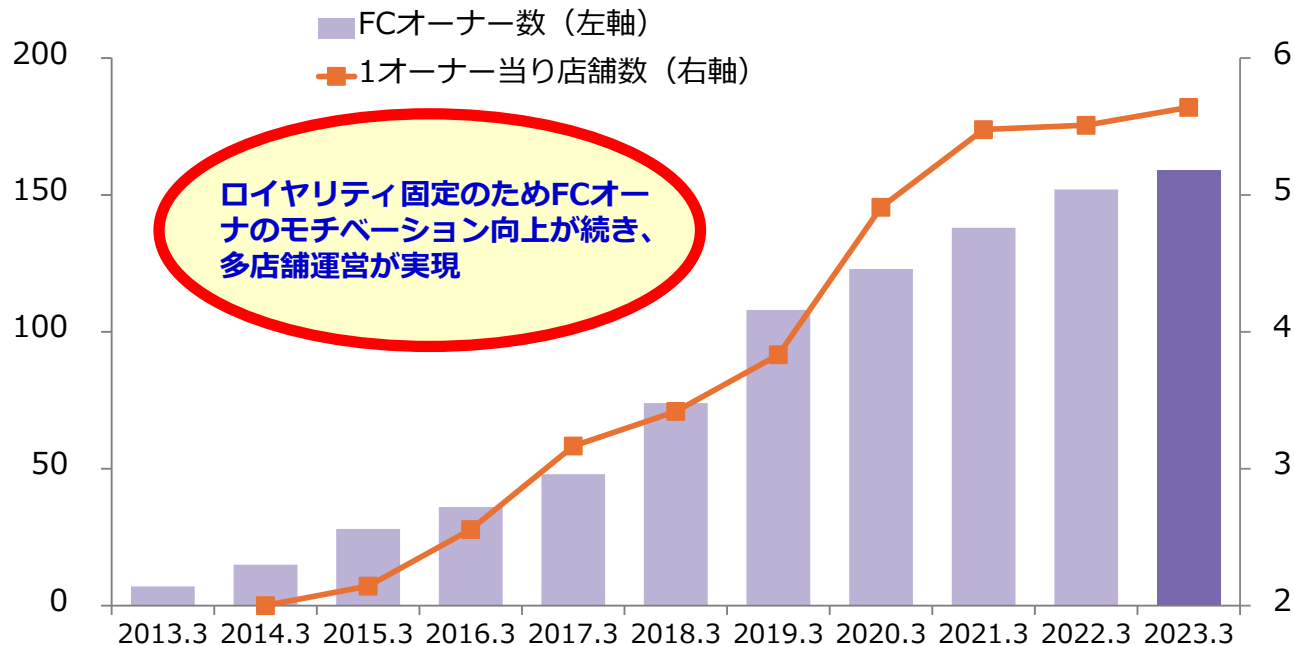
当社とエニタイムフィットネス

当社は「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。



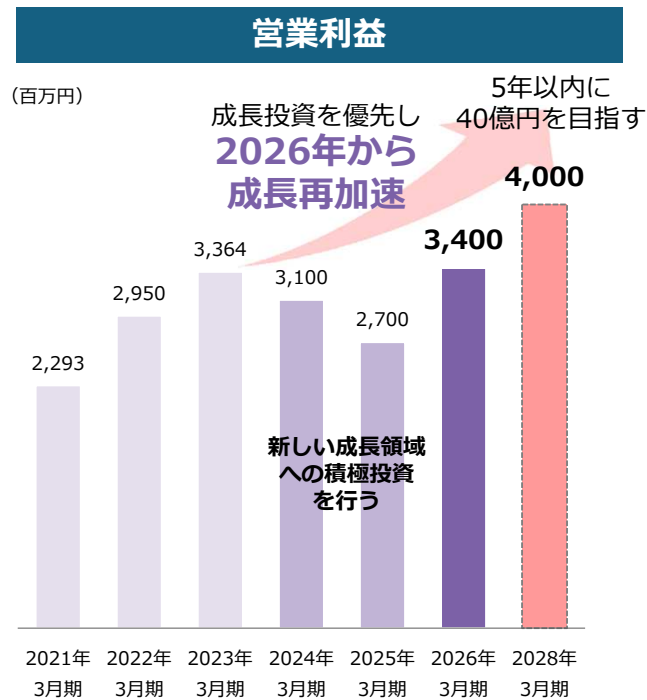
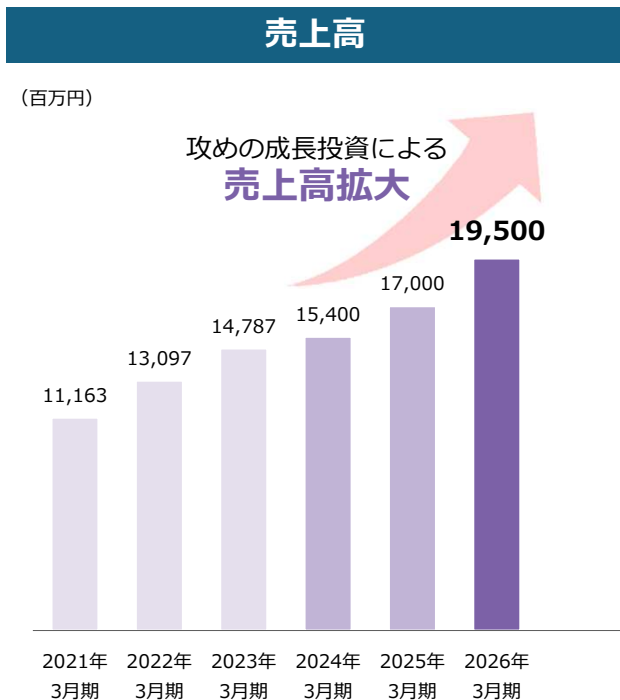
エニタイムフィットネスのFC展開における強み

- ✓ 魅力的なビジネスモデルの構築によりFCオーナー数が着実に拡大
- ✓ FCオーナーとの共存共栄の追求により、日本全国で出店が進む



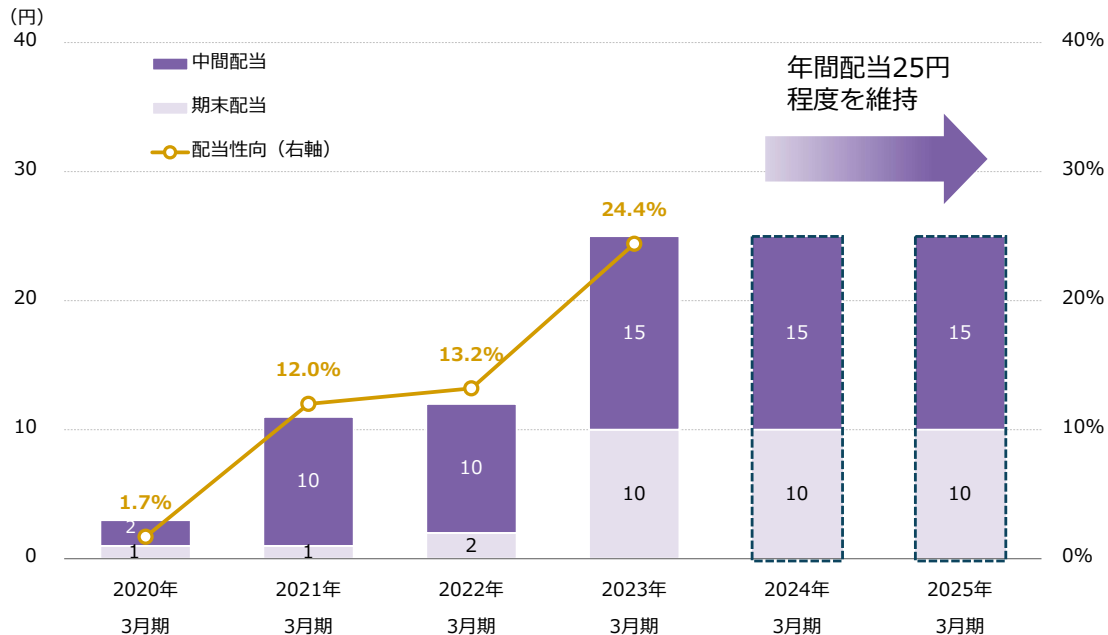
中期経営計画（2024年3月期～2026年3月期）の数値目標

- ✓ 攻めの成長投資により、足元3年は利益水準を維持しつつ売上高の拡大を目指す
- ✓ さらに5年以内に、グローバル展開・新ブランド・新事業による収益積み上げを目指す



株主還元方針について

- ✓ 中期経営計画（2024年3月期～2026年3月期）に基づき積極的な成長投資を行うため、内部留保を図りつつも、年間配当25円程度は維持する方針



※2021年4月1日付で普通株式1株につき1.3株、2021年10月1日付で普通株式1株につき1.2株の割合で株式分割を行っております。上記は前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益を算定した上で配当性向を計算しております。

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/>