



CURVES HOLDINGS

統合報告書 2025

2024.9.1 ~ 2025.8.31

Curves[®]

The power to amaze yourself.[®]

——— 明日の自分にきっと驚く





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。

世の中には、健康のために今すぐ運動が必要なのに、
運動の大切さを知らない人、正しい運動が何かを知らない人、
運動をしたくてもなかなか続けられない人が数多くいます。
私達は、2005年の創業以来、
今までフィットネスジムとはあまり縁のなかった
50歳以上の女性を中心に、気軽に運動を始められ、
楽しく効果的に運動を続けられる場を広げ、
新しい市場を創造してきました。
「地域密着の健康インフラ」として、
超高齢社会の問題解決に貢献すべく、
これからも一人でも多くの方々に健康の大切さ、
運動の大切さを広め、
皆さまの健康で豊かな人生を支えて参ります。

中期ビジョン
2035年8月期ターゲット (全業態合計)

- 店舗数 3,500店舗
- 会員数 150万人
- チェーン売上 2,000億円
- 当社グループ連結
 - ・売上高 850億円
 - ・営業利益 200億円



CONTENTS

At a glance

私達の使命/目次	1
数字で見るカープスグループ	2
カープスグループのあゆみ	4
私達が目指す世界「10年後のカープス」	6

私達が目指す世界 実現に向けた中長期ビジョン

私達が目指す世界 実現へのロードマップ	8
カープスグループ中期ビジョン 2030年・2035年	10
トップメッセージ	12
事業の背景にある「社会課題/市場機会」	18
カープスグループの価値創造プロセス (ビジネスモデル)	20
カープスグループのフランチャイズモデルの強み	22
カープスグループのマテリアリティ	24
カープス事業の強み	26
「女性だけの30分健康フィットネス カープス」の成長戦略	28
「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カープス」の成長戦略	32
「からだ動き回復センター ピント・アップ」の強みと成長戦略	34

カープスグループの事業概況

カープスグループの事業概況	36
---------------	----

カープスグループのサステナビリティ

コーポレートガバナンス	44
カープスグループの気候変動リスクへの取り組み	50

カープスグループの財務・非財務DATA

サステナビリティDATA BOOK	52
財務DATA	54
会社概要/株式情報	58

編集方針

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さまに透明性をもってご報告するために2023年8月期より統合報告書を発行しています。
「統合報告書2025」では、とくに当社グループ独自の「ビジネスモデルと社会貢献」とともに、「カープスグループ中期ビジョン2030年・2035年 成長戦略・事業計画」に焦点を当て、企画・構成をいたしました。

発行 2026年2月

報告対象期間

2024年9月1日～2025年8月31日

ただし、2025年9月以降に実施した一部の開示事項や事業活動の内容を含みます。

対象組織

(株)カープスホールディングスおよび連結子会社

参考としたガイドライン

- ・IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」
- ・GRIスタンダード
- ・経済産業省「価値協創ガイダンス」

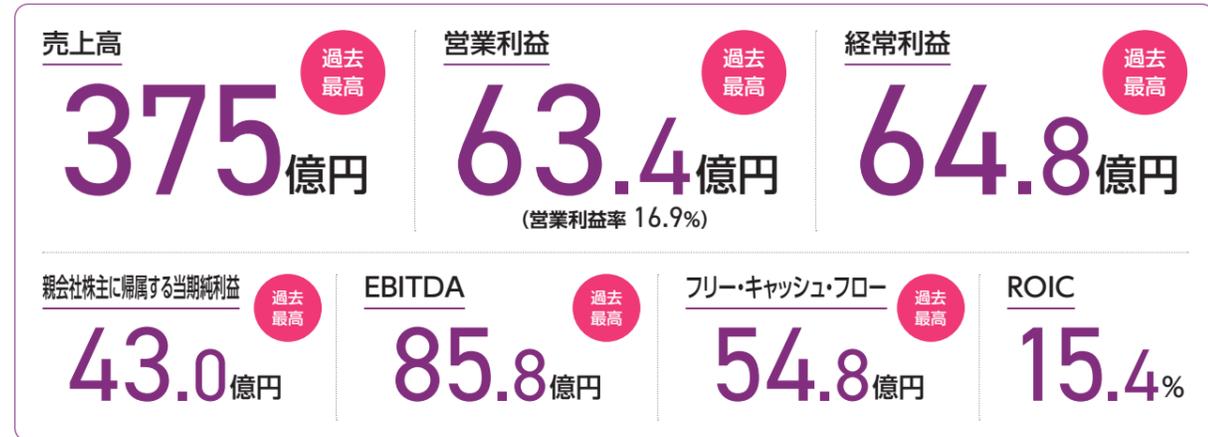
【見直し】に関する注意事項

本統合報告書に記載しております業績予想などは、現時点で入手可能な情報から合理的であるとした当社の判断、および仮定に基づいたものとなります。実際は様々なリスクや不確定な要素といった要因により、記載の見直しとは異なる結果となる可能性があります。

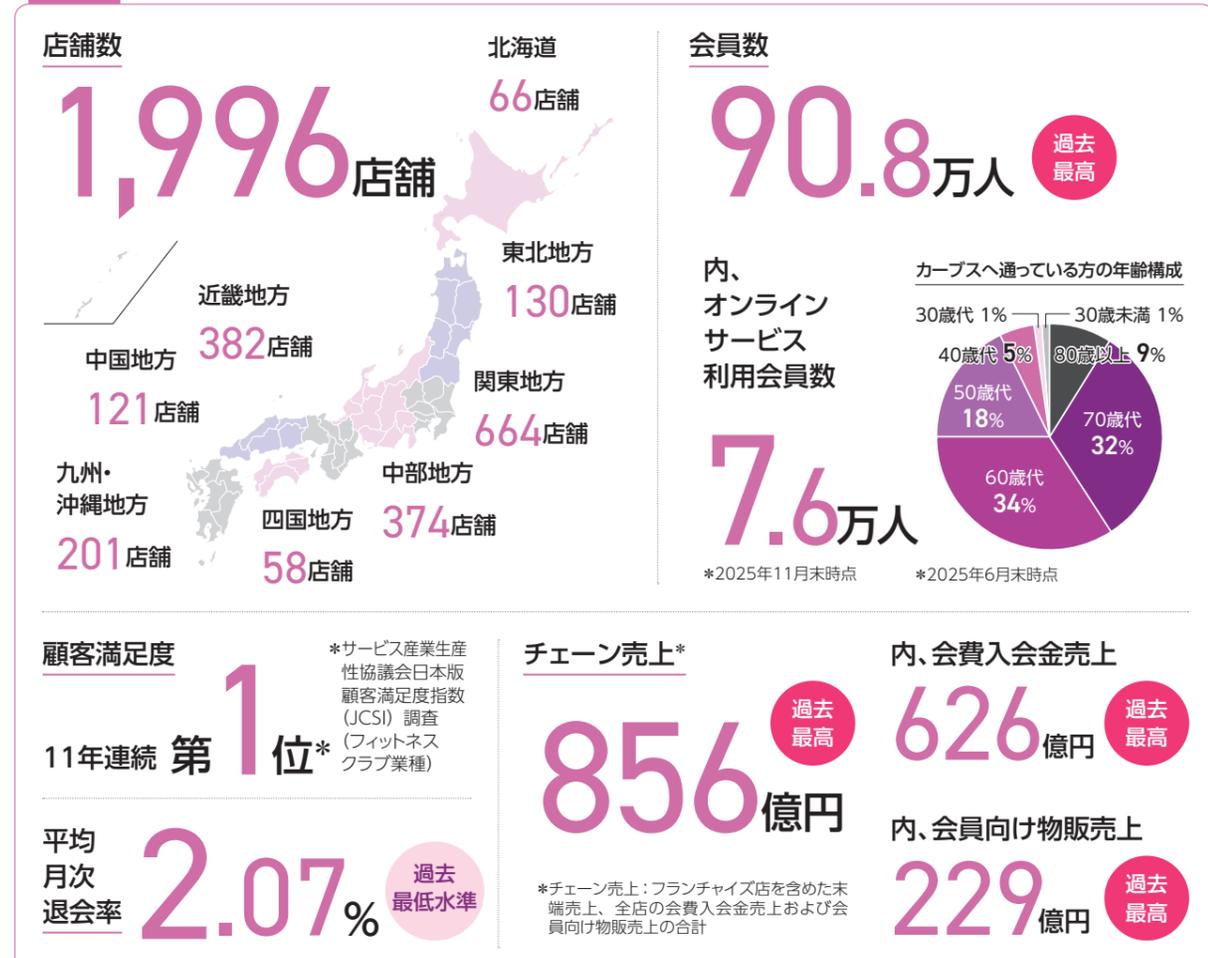
数字で見るカーブスグループ

病気と介護の不安と孤独のない生きるエネルギーがあふれる社会をつくる—カーブスグループは創業から掲げる事業目的に基づき「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べく取り組んでいます。

カーブスグループ連結



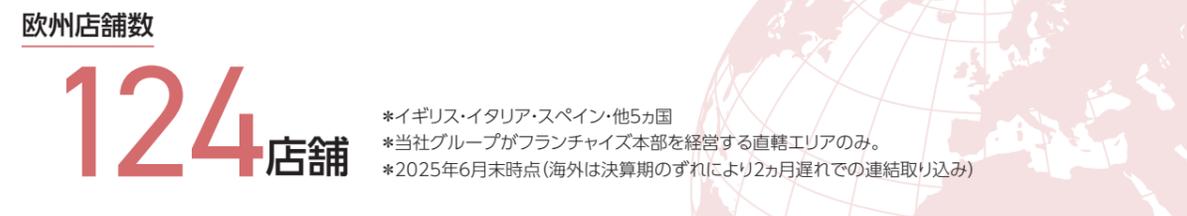
国内 「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」



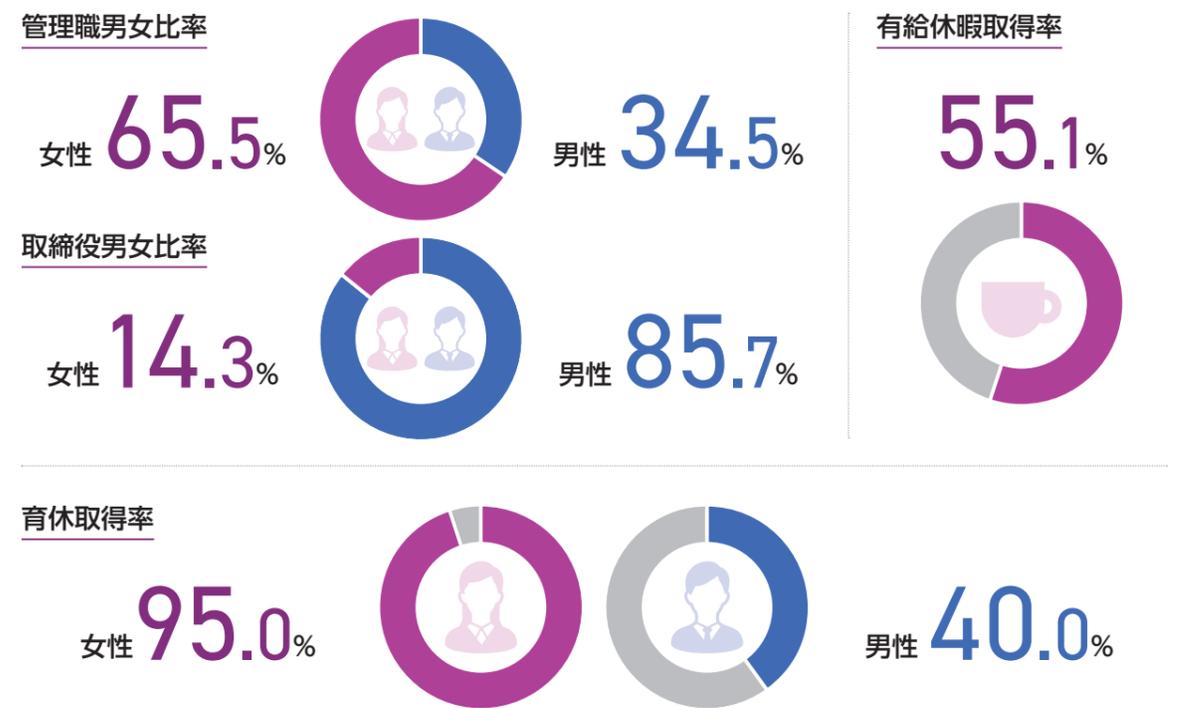
令和7年度 食品ロス削減推進表彰 **最高位** 環境大臣賞を受賞



海外 「30-minute Women-Only Wellness Fitness Club Curves」



カーブスグループ連結 従業員データ



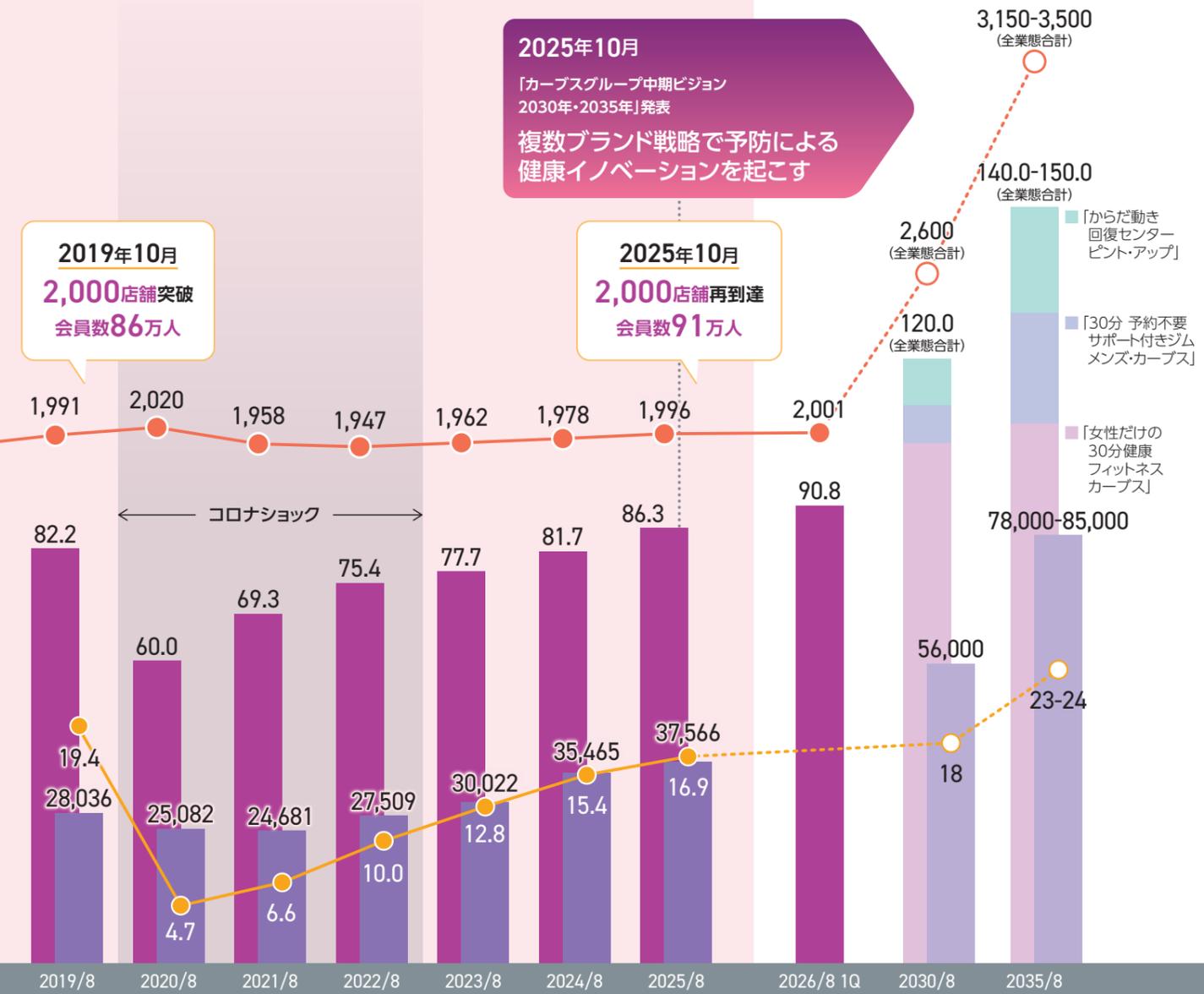
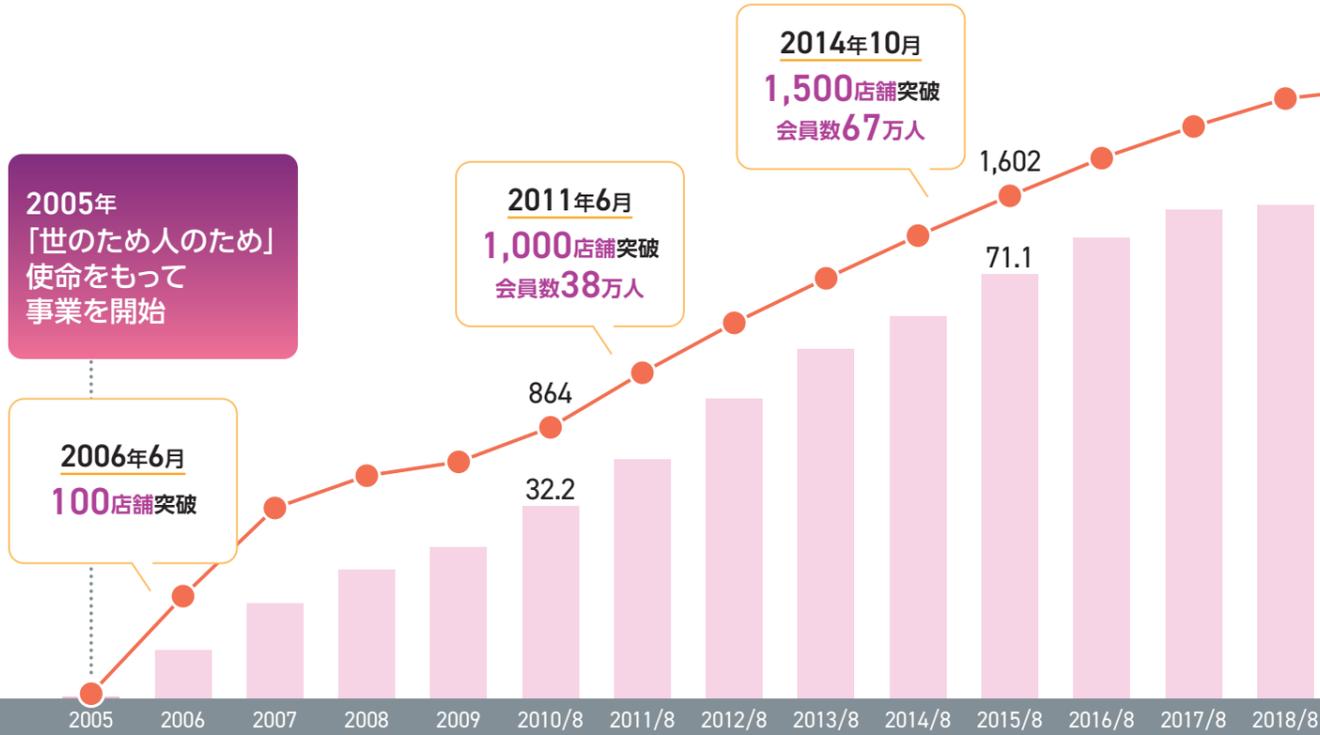
*特別注記のある箇所以外、数値は2025年8月期のもの

カーブスグループのあゆみ

2025年に日本誕生20周年を迎えた「カーブス」。
「地域密着の健康インフラ」として
だれもが健康で豊かな人生を歩める社会に貢献すべく、
使命を持って成長を続けていきます。

「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」

- 店舗数(折線グラフ:店)
 - 会員数(棒グラフ:万人)
 - カーブスホールディングス 連結売上高(棒グラフ:百万円)
 - カーブスホールディングス 連結営業利益率(折線グラフ:%)
- *数値は期末(8月期)のもの *2020/8は、特別休会会員を除く実質会員数



2025年10月
「カーブスグループ中期ビジョン
2030年・2035年」発表
複数ブランド戦略で予防による
健康イノベーションを起こす

2019年10月
2,000店舗突破
会員数86万人

2025年10月
2,000店舗再到達
会員数91万人

創業

全国へ拡大

地域密着の健康インフラへ

- 2005年**
- 株式会社カーブスジャパン設立 (日本国のマスターライセンスを取得)
 - 「女性だけの30分健康フィットネスカーブス」日本1号店(戸越)をオープン



- 2006年**
- フランチャイズ展開開始
 - 47都道府県すべてに出店

- 2008年**
- コシダカホールディングスグループ入り
 - 株式会社カーブスホールディングス設立



- 2010年**
- 「カーブスプロテイン」販売開始
- 2015年**
- 行政との連携スタート(鳥取県大山町)

- 2018年**
- Curves International, Inc. (世界総本部) を買収
 - 「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カーブス」を開始



- 2019年**
- Curves Europe B.V. (欧州FC本部) を買収

- 2020年**
- スピンオフにより、コシダカホールディングスグループから分離独立
 - 東京証券取引所市場第一部に単独上場
 - オンラインフィットネス「おうちでカーブス」を既存会員様向けにリリース



- 2021年**
- オンラインフィットネス「おうちでカーブス」新規募集スタート
- 2022年**
- 東京証券取引所プライム市場に移行
- 2023年**
- 「ウルトラプロテイン」「ヘルシービューティ」販売開始



- 2024年**
- 新ブランド「からだ動き回復センター ピント・アップ」フランチャイズ展開開始



- 2025年**
- 「カーブスグループ中期ビジョン 2030年・2035年」発表

私達が目指す世界

「10年後のカーブス」

～10年後のある日のことです～

テレビをつけると外国のテレビ局が制作した日本についての特集番組がはじまった。題名は…

奇跡の健康大国ニッポン

文：増本 岳 絵：C.K



日本は、高齢化が進み国民の3人に1人が65歳以上、しかも平均寿命は世界有数の長寿国家。しかし、不思議なことに、この国では「寝たきり」になる高齢者をほとんどみかけない。町では、80歳90歳になっても自分の足で元気に歩いている高齢者によく出会う。また、高血圧、糖尿病、脂質異常などの老化とともに増えるはずの生活習慣病の患者数も少ない。そのため心筋梗塞や脳梗塞などで亡くなる方も他の先進国に比べると驚くほど少ない。

しかも多くの高齢者が単なる「病気ではない」状態なのではない。この国には老化という言葉がないのでは?と思えるほどに健康な中年や高齢者が多い。多くの先進国が悩んでいる「高齢化社会によっておきる問題」とくに「国民の健康問題」が、この日本という国には全くないようだ。しかも、この国の高齢者はイキイキと人生を楽しんでいる。元気で明るい笑顔ばかり見る。趣味や旅行やスポーツを楽しみ、地域のボランティアに取り組み、人生を満喫している。

この国では高齢者がパートタイムの仕事をするのも当たり前である。それは単に収入を得るとのこと以上の意味があるようだ。ボランティアへの参加や仕事は、社会とのつながりや自分の存在価値を確認できる役割を果たしている。事実、この国では多くの高齢者が、ボランティアや仕事を通して人とのつながり・社会とのつながりを持ち続けている。だから彼らはいつまでも精神的にも老いない。

そして、この国では一時は失われたと思われていた家族の絆や地域のつながりが取り戻されている。思いやりがあふれる人との絆によって、孤独な老人は誰ひとりいない。「年齢を重ねるとは、病気や死への恐怖が増えていくこと」と通常は思われている。しかし、この国では違うらしい。この日本という国では「年齢を重ねても、人生の楽しみ、喜び、生きがいが増えていく」という生き方が当たり前になっている。



しかし、実は日本でも10年前には高齢化による社会問題に国全体が悩まされていた。生活習慣病の患者数や要介護人数はすごい勢いで増え続けていた。どんどん増える医療費と介護費によって国の破産が心配されていたくらいである。ところが、この10年で大きな変化が起きた。多くの国民が病気や老化の予防を意識し、健康的な生活習慣、運動習慣を身につけるようになったのだ。そして、この元気で活動的な高齢者によって、日本は景気まで良くなった。

国民がお金を使わないと景気は悪くなり、お金を使えば景気は良くなる。健康になった高齢者は老いを心配するのではなく、前向きに人生を楽しむライフスタイルを選んだ。趣味を楽しみ、ボランティアを楽しみ、旅行に行き、観劇や文化を楽しみ、買い物をし、お金を使う。元気で活動的な高齢者のための新しい需要が生まれ、経済は良い方向に進み、景気はどんどん良くなった。一時期心配された仕事がない若者達にも新しい仕事生まれ、格差社会という言葉は過去のものとなった。

景気が良くなったので税金も安くなり、高齢者だけではなく、若者達にとっても働きやすく暮らしやすい社会が生まれたのである。日本は社会的にも経済的にも生きるエネルギーがあふれる高齢化社会を実現した。これがこの国が成し遂げた奇跡である。では何故、健康な高齢者が増えたのか? 何故、前向きに人生を楽しむライフスタイルが広がったのか? 何故、人と人の絆が大切にされる社会となったのか?

この答えには色々な説がある。しかし、多くの日本人が口を揃えて言うことがある。それは、この新しい文化が生まれ広がっていったスタートには、「日本各地にある小さな健康体操教室が関わっている」ということである。この小さな健康体操教室に通う女性達は周囲が驚くほどの健康と明るい未来を手に入れた。そして、彼女達は体操教室の先生達とともに自分達の体験をもとにして、地域に健康の大切さ、予防の大切さ、筋トレの大切さ、人と人の絆の大切さを地道に広げていった。

その活動は「筋トレの輪」と呼ばれているらしい。この小さな運動がいつしか大きなムーブメントとなり、日本人のライフスタイルそのものを大きく変えることにつながっていったというのである。今でも、その小さな健康体操教室は日本全国にあり、100万人を超える女性達が健康づくりをしながら、地域の人と人のつながりの中心となっている。

これが、私達が創っていききたい世界です。

「10年後のカーブス」を動画でご紹介しています。
<https://www.youtube.com/watch?v=XKuPtwwnNIE>



私達が目指す世界 実現へのロードマップ

カーブスグループは、「病気と介護の不安と孤独のない生きるエネルギーがあふれる社会をつくる」ことを目指し、事業を通じてさまざまな社会課題の解決に向けて取り組んでいます。私達が目指すべき将来像を表現したものが「10年後のカーブス」です。フランチャイズ加盟店も含めたチェーン全員で、「10年後のカーブス」を共有し、同じ方向性を持って事業を推進しています。その実現に向けて、「カーブスグループ中期ビジョン2030年・2035年」をマイルストーンとして定め、歩みを進めています。

この挑戦の根底には、揺るぎない「私達の使命」があります。この使命を果たすことが、お客様の健康で幸せな人生、働く人のやりがいと幸せな人生、健康寿命の延伸、社会保障費の増大の抑制、持続可能社会実現への貢献などの社会価値を生み出すと同時に、企業価値の増大や株主還元、雇用創出といった事業価値の創出へとつながると考えています。

私達はこれからも、社会価値と事業価値の両面を高めながら、目指す世界の実現に向けて、確かな歩みを刻んで参ります。

予防による
イノベーションで
社会課題を解決

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
あふれる社会をつくる

□ P6 私達が目指す世界「10年後のカーブス」

カーブスグループ 中期ビジョン

正しい運動習慣を広め、
健康イノベーションをおこす

2035年ターゲット目標（全業態合計）

- 店舗数 3,500店舗
- 会員数 150万人
- チェーン売上 2,000億円

当社グループ連結

- 売上高 850億円
- 営業利益 200億円
- 営業利益率 24%

□ P10 カーブスグループ中期ビジョン 2030年・2035年

現在

2025年8月期

「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」

- 店舗数 1,996店舗
- 会員数 86.3万人
- チェーン売上 856.0億円

当社グループ連結

- 売上高 375.6億円
- 営業利益 63.4億円
- 営業利益率 16.9%

□ P36 カーブスグループの事業概況

□ P4
カーブスグループ
のあゆみ

創業

2005年
「世のため人のため」
使命をもって事業を開始

創業物語

<https://www.curvesholdings.co.jp/ir/individual/story.html>



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。



トップメッセージ

「社会課題の解決」と「持続的な企業価値向上」の両立に挑戦。
「地域密着の健康インフラ」として正しい運動習慣を広め、
健康イノベーションをおこす。

株式会社カーブスホールディングス 代表取締役社長 兼 グループCEO 増本 岳



Takeshi Masumoto

2025年8月期の振り返り

過去最高の業績を更新

当社グループの業績は2025年8月期も、増収増益で着地することができました。連結売上高、各段階利益がいずれも過去最高となるとともに、チェーン売上も会費入会金売上、会員向け物販売上ともに過去最高を更新。これにより、売上高は4期連続増収、営業利益は5期連続増益となりました。

店舗数は、主力事業である「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」が前期末から18店舗純増し、1,996店舗に拡大。また、「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カーブス」は25店舗、新ブランド「からだ動き回復センター ピント・アップ」は37店舗となっています。

「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」の会員数は、前期末から4.6万人純増し、86.3万人となりました。これは、連結会計年度末としては、過去最高の会員数になります。

会員数が増大したポイントは2つあります。1つは、確実に退会率を下げ、お客様の運動の

習慣化、継続化を図ってきたことです。これについては、サービス産業生産性協議会が実施する日本版顧客満足度指数（JCSI）調査（フィットネスクラブ業種）において11年連続第1位となるなど、顧客満足度の一層の向上により、月次退会率を過去最低水準である2%程度に抑えることができています。2つめは、新規入会数を増やせたことです。年3回の新規入会募集キャンペーンを行い、TV、WEBを中心としたメディアミックスマーケティング、口コミ紹介マーケティング、地域密着プロモーションを展



開したことにより、新規入会増においても着実な成果を上げることができました。

会員向け物販については、会員様への「食生活の相談強化月間」を展開した結果、連結会計年度における会員向け物販売上高は過去最高を更新。また当連結会計年度末の定期便契約者数も過去最高となるなど、基本戦略である「会員基盤拡大×物販による客単価上昇」を着実に実行しているところです。

しかしながら、会員向け物販売上は、業績予想比で若干のマイナスとなってしまいました。カーブスでは毎年2回、12月（第2クォーター初月）と5月（第3クォーター最終月）に「食生活の相談強化」月間を設けて、会員向けにインストラクターが食生活の相談を実施し、その過程で「プロテイン」や「ヘルシービューティ」を提案しています。それが2024年12月の定期購入新規契約者数において目標未達成だったのです。原因は、1ヵ月内に「プロテイン」と「ヘルシービューティ」の両方を同時提案するという戦略ミスにありました。その結果、現場やお客様に混乱を招き、最適なお提案ができなかったと捉えています。

12月の反省をふまえ、2025年5月の食生活の相談強化週間は、たんぱく質摂取のご相談および「プロテイン」の提案のみに絞り、対応しました。そして、2025年7月に、1週間栄養バランス改善相談の期間を設定し、必要な会員様に「ヘルシービューティ」を個別に提案する方式に変更しました。迅速な課題特定とオペレーション改善により、定期購入新規契約者数が順調に増加。とくに「ヘルシービューティ」の新規契約者数は、12月時期に比べ20%以上の増加となっています。期末時点で定期購入契約者数が過去最高を記録するなど、2026年8月期を良いかたちでスタートできています。

📄 P36 カーブスグループの事業概況

2026年8月期の戦略

人的資本の強化で持続的成長を実現する

2026年8月期の戦略は、ご覧のとおりです。2025年8月期に引き続き、これらの重点施策に力を入れて参ります。

昨今のインフレ対応やフランチャイズ加盟企業も含めた人件費アップの必要性を鑑み、月会費の価格改定を実施。新規入会会員には2025年9月から新価格（+300円）でのご入会、既存会員には半年遅れの2026年4月から新価格を適用する予定です。この月会費価格改定によって、とくにフランチャイズ加盟企業の粗利益率・粗利益額の向上を実現し、得られた追加収益の大半を賃金アップ・働きやすさ改善など従業員待遇の向上に投資する方針です。「やりがいホワイト（高い「やりがい」×好待遇）」接客サービス業No.1を目指し、直近3年ほどはとくに待遇向上に力を入れています。これにより採用競争力をさらに高め、優秀な人材の確保につなげていきます。

新規入会会員の価格改定をしながらも、2025年秋、過去最高レベルの成果を創出することができました。

2026年8月期 通期業績予想

	26/8 通期	25/8 通期	前期(25/8)比	増減
	(9-8月)	(参考)		
売上高	413.0億円	375.6億円	+37.3億円	109.9%
営業利益	73.0億円	63.4億円	+9.5億円	115.1%
経常利益	72.5億円	64.8億円	+7.6億円	111.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	47.0億円	43.0億円	+3.9億円	109.2%
女性だけの30分健康フィットネスカーブス 期末会員数	90-91万人	86.3万人	+3.7-4.7万人	104.3-105.4%
期末店舗数	2,124店舗	2,058店舗	+66店舗	103.2%
▶「女性だけの30分健康フィットネスカーブス」	2,007店舗	1,996店舗	+11店舗	100.6%
▶「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カーブス」	45店舗	25店舗	+20店舗	180.0%
▶「からだ動き回復センター ピント・アップ」	72店舗	37店舗	+35店舗	194.6%

2026年8月期の戦略

会員数の増大

- 顧客満足度向上による退会率低減、顧客生涯価値向上
- 引き続きマーケティング強化
 - ・年3回の魅力的な新規入会キャンペーン



会員向け物販の拡大

- ・会員サポート強化（運動指導、習慣化指導、食事相談）
- ・プロテイン▶会員数増加に応じて拡大
- ・ヘルシービューティ▶契約率向上の余地が大きく一層の注力

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

人的資本の強化

- ・労働生産性向上（従業員一人当たり付加価値向上×労働時間削減）
- ・FC加盟企業も含めた待遇向上策の推進

▶やりがいホワイト（高い「やりがい」×好待遇）接客サービス業No.1を実現する

新事業の多店舗展開化

- ・「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カーブス」、「からだ動き回復センター ピント・アップ」出店強化、収益力向上

海外事業

- ・欧州：出店強化、多店舗展開へ

2026年8月期第1四半期には店舗数2,000店、会員数は過去最高となる90.8万人に到達しています。コロナショックにより一時は100店舗以上の閉店・統合をしましたが、その後、着実に店舗数を戻し、2,000店舗に再到達。そして、会員数はコロナ前を上回るすることができました。コロナ下においても、フランチャイズ加盟企業を含めたカーブスファミリー丸となって戦略的に取り組んできたことが実を結んでいると感じます。コロナショックを乗り越えるだけでなく、従業員やフランチャイズ加盟企業とのエンゲージメントを高め、今後の成長に向けたより強固な基盤を確立することができたと捉えています。今後も、業績向上とともに、このような組織力強化につなげていく戦略を継続していく考えです。

トップメッセージ

カーブスグループ中期ビジョン2030年・2035年 成長戦略と事業計画

競争しない競争戦略と 独自のビジネスモデルで成長を図る

2025年10月に「カーブスグループ中期ビジョン2030年・2035年」を発表しました。超高齢化が進む日本において「健康寿命の延伸」が重要な課題となっています。当社グループは「地域密着の健康インフラ」として、事業を通じて社会課題の解決に貢献することにさらにこだわっていく方針です。これまで「女性だけの30分健康フィットネスカーブス」で培ってきた競争しない競争戦略、すなわち、他社と競合しない新しいマーケットを創造し、そこでオンリーワンのポジションを確立していく戦略を、「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カーブス」、「からだ動き回復センター ピント・アップ」においても実践して参ります。

今後の成長ドライバーは2つで、第一に、現在の主力事業である「女性だけの30分健康フィットネスカーブス」の持続的な成長。これについては、年間20〜30店舗の新規出店を継続するとともに、既存店舗の1店舗当たり会員数増加と物販売上の拡大を実現していきます。第二に、「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カーブス」、「からだ動き回復センター ピント・アップ」の本格展開で、いずれの業態も、「女性だけの30分健康フィットネスカーブス」を展開しているフランチャイズ加盟企業を中心に、出店いただき、多店舗化を図っていきます。使命感と価値観が共有され、強いエンゲージメントで結ばれているフランチャイズ加盟企業にご出店いただくことで、成功確率が高まります。「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カーブス」は、5年後には最低180店舗、10年後には400〜500店舗、20万会員超の規模に持っていく計画です。顧客理解によるノウハウの革新が進み、既存店業績の向上と新規出店の好調な立ち上げを実現しており、ここからさらにブラッシュアップしていく考えです。

加えて、「女性だけの30分健康フィットネスカーブス」、「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カーブス」とは異なるマーケットを対象にした新ブランド、「からだ動き回復センター ピント・アップ」も出店を加速していきます。この事業は、カーブス20年の経験と、6年間の開発期間から生まれた、世の中になかったオンリーワンの事業だと自負しています。カーブスでも救いきれない人が

おり、その方々のお悩みを徹底的に科学することで生まれた事業です。「女性だけの30分健康フィットネスカーブス」の持続的な成長とともに、「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カーブス」、「からだ動き回復センター ピント・アップ」の本格展開によって、さらなる事業成長を実現して参ります。

海外展開においては、欧州を重点地域として位置付けています。既存店1店舗当たりの会員数、売上はコロナ前を超えて過去最高を記録しており、2026年以降は多店舗化を推進していく方針です。欧州でも、日本ほどではないながら高齢化が進展しています。超高齢社会日本での経験知も活かし、現地に適したかたちにノウハウを深化させ、事業の拡大を図っていきます。

これらの取り組みにより、中長期的な成長戦略を描きながら、持続的な企業価値向上を目指すとともに、新しい時代を切りひらき、私達が目指す世界観である、「10年後のカーブス」の実現に向かっていく所存です。

□ P8 私達が目指す世界 実現へのロードマップ

□ P10 カーブスグループ中期ビジョン2030年・2035年

□ P20 カーブスグループの価値創造プロセス(ビジネスモデル)

■ グループビジョン(全業態合計)

	2025年 8月期 (実績)	2030年 8月期	2035年 8月期	
			コミットメント	ターゲット
店舗数	2,058店舗	2,600店舗	3,150店舗	3,500店舗
会員数	87.7万人	120万人	140万人	150万人
チェーン売上	865億円	1,300億円	1,800億円	2,000億円
▶会費入金	635億円	970億円	1,270億円	1,400億円
▶会員向け物販	229億円	330億円	530億円	600億円

当社グループ連結業績				
売上高	375億円	560億円	780億円	850億円
営業利益	63億円	103億円	180億円	200億円
営業利益率	17%	18%	23%	24%

営業利益成長率				
年平均成長率(CAGR)	-	10%	12%	14%
25年比	-	163%	286%	317%

成長戦略の背景：健康市場の拡大

拡大する健康市場において、事業を通じて 社会課題の解決に挑戦し続ける

これらの成長の背景には、国内の健康市場が拡大するという予測があります。日本の人口ピラミッドでは、2つ

のベビーブーマーが、我々のターゲット層である50〜85歳の間に入ってきたタイミングで、そこに約5,500万人が存在しています。第一次ベビーブーマーである団塊世代の方々は全員が後期高齢者(75歳以上)になっており、これにより、介護予防やフレイル予防の分野で市場が拡大することが予見されます。第二次ベビーブーマーである団塊ジュニア世代は50代にさしかかったところ。この世代は、団塊世代以上に健康意識が高い一方で、間違った健康知識により、メタボや生活習慣病の予備軍は増大していると見込んでおり、ゆえに、量、質ともに非常に魅力的な市場が拡大していくと捉えています。

高齢化が進展することで、問題になるのは健康寿命と平均寿命の差で、とくに女性は今でも12年のギャップがあります。これは、不健康な状態(=介護が必要な状態)で過ごす期間が12年もあるということです。老後の不安の第1位は、「健康維持」であるという調査結果もあります。高齢化により、医療や介護の分野の需要が増大するのは明らかです。にもかかわらず、供給力の面においては大きい課題があります。医療、介護の現場では十分な供給力がなく、低収益性にあえいでいるのが実態です。ここに、大きなイノベーションの機会が眠っていると捉えています。我々が目指しているのは、まさに予防による健康イノベーションであり、それにより「病気と介護の不安と孤独のない生きるエネルギーがあふれる社会をつくる」ことです。

アメリカのスポーツ医学界が提唱している言葉に“Exercise is Medicine (EIM:運動はおくすりです)”というものがあります。マテリアリティ1にも掲げているとおり、当社グループはエビデンス・ベースト・エクササイズに基づき、運動の効果の医学的、科学的実証を推進しており、さまざまな運動の効果が証明されています。2025年10月にはEIM Japanとパートナーシップ協定を締結。当社グループの全国ネットワークと蓄積されたエビデンスを活かしながら、この理念を広めるとともに、地域社会における健康づくりの推進に一層力を入れていきます。さらに、我々の提供する運動を通じて、Well-beingや生活の質(QOL)が向上し、医療費や介護費の適正化が図れると考えています。ひいては、それが将来不安を減少させ、労働参加率が引き上がる効果も期待できます。現に、とくに「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カーブス」の会員様のなかには、運動により健康と気力を取り戻し、仕事復帰を果たした方も多

くいらっしゃいます。これらは消費の活性化につながり、日本経済の活性化にもつながっていきます。予防によるイノベーションで事業として成功するとともに、事業を通じて社会の問題を解決する存在になっていく。それが我々のビジョンの中心課題です。

□ P18 事業の背景にある「社会課題/市場機会」

成長戦略の背景：当社グループの強み

戦略の基軸となる3つの強み

成長戦略推進の基軸となる当社グループの強みは大きく3つあります。

① 顧客生涯価値(LTV)を高め続ける経営

1つは、顧客生涯価値(LTV)を高め続ける経営を創業以来、追求してきたことです。顧客満足度向上を最重視し、その結果として会員様の継続率が向上する。運動だけでなく食生活相談にも力を入れ、会員様の健康的な生活全般をサポートすることで、プロテインなどの物販売上も伸長する。このような、顧客満足度の向上から客単価アップにつなげていく経営手法が、当社グループの中心的な軸になっています。

② 新市場を創造するマーケティング

2つめは、新規顧客獲得のためのマーケティングです。この強化により、2025年には2022年比で入会数を125%(25%増)まで拡大。一方で、1会員あたりの獲得コストは30%削減し、従来よりも低コストで新規顧客獲得を実現しています。これについては、長年にわたり、広告宣伝だけでなく、総合的なマーケティング力の強化に取り組んできました。顧客満足度向上による口コミ効果を最重要視しつつ、地域密着型の健康イベント開催や、自治体・医療機関との連携によるブランドイメージ向上を推進。これらが見込み客の好感度・信頼性(プレファレンス)を高め、新規入会につながっています。

さらに、当社事業に好感をもった方の興味関心をより高めるために、年3回季節指数の良い時期に集中的なTVCMや各種コラボキャンペーンを実施。ターゲットを年齢層ごとに細分化し、それぞれの課題やハードルを深く理解したコンテンツを展開することで、新規入会を促進しています。なかでも、ターゲット層に人気のキャラク

トップメッセージ

ターとのコラボなど、ブランドイメージ向上や口コミ増加につながる独自施策を実施したことが、とくに口コミ紹介が大きく数字を伸ばす一因になったと捉えています。これらのすべてが相乗効果を生み、入会数増大を実現しているのです。

③ 使命感あふれる高い現場実行力

3つめは、使命感あふれる高い現場実行力です。当社グループの事業は人材ビジネスであり、各店舗のインストラクター一人ひとりのサービス品質が事業の核心です。360社のフランチャイズ加盟企業と強いエンゲージメントを形成し、「健康を広める使命感」「理念」「顧客・従業員重視の経営」など、価値観を共有したネットワークの構築を実現しています。そのために、毎年アンケートを実施し、その結果をもとにPDCAを回しながらフランチャイズ加盟企業の経営課題解決とエンゲージメント向上を追求しています。そして、中長期的人事施策を構築し、フランチャイズ加盟企業と連携した改善を継続しています。

また、人材力を高めるために、労働生産性向上と人的資本投資にも力を入れています。当社グループでは1店舗あたり会員数と物販売上増大を継続的な施策の中心として推進していますが、店舗のインストラクター人数（3～4人）の増員をせずに、これらの増大を実現しています。その業績向上を支えた要因は、業務効率化のためのDX投資です。全インストラクターがiPadを持ち、店内状況・会員ごとの悩みや定着状況など顧客情報を即時に把握可能な仕組みを構築。これにより、一人ひとりにきめ細かなサポートが可能となるだけでなく、事務作業などもシステム化し業務負担を削減し続けています。オペレーションの改善も継続的に実施し、売上増に加えて労働時間の圧縮＝労働生産性向上を達成。結果、接客サービスの平均値と比較して、1人当たり労働生産性は2～3倍と高水準に到達しています。

さらに、創業時より働きやすい環境（全員正社員採用、週休2日、日祝休み、夜間勤務なし、段階的な給与引上げ、出産後も就労可等）を整備。加えて、近年は人的資本への投資（賃金アップ・待遇向上・環境整備・きめ細かな教育）をさらに強化しています。教育はオンラインも活用し、一人ひとりに合わせたきめ細かな内容で継続的に人材力を向上。研修は一人年間200～300時間にとぼります。現場人材のスキル向上・プロフェッショナル

育成とともに、フランチャイズ加盟企業、そして当社グループのマネジメント力、経営力強化にも力を入れています。

働く人の満足度向上によってサービス品質の持続的向上、お客様満足度の向上につなげる。その結果、1店舗ごとの会員数や物販売上増という好循環を生む経営サイクルを重点分野として確立し、今後も継続していく方針です。

□ P28 「女性だけの30分健康フィットネス カープス」の成長戦略

収益基盤とキャッシュ創造力

オンリーワン、強固な顧客基盤、 フランチャイズ展開により 高いキャッシュ創造力を実現

当社グループは、強固かつ安定したキャッシュ・フローの創造力も強みとしています。顧客生涯価値（LTV）を重視したストックビジネスであり、「競争しない競争戦略」により創り上げてきたオンリーワンの事業であることを武器としつつ、ROIC（投下資本利益率）を重視した経営に力を入れ、フリー・キャッシュ・フロー年平均成長率10%以上を堅持して参ります。

2024年10月に発表した「今後5カ年の財務指標基準」のなかでもROICの基準値を設けており、2025年8月期の実績は15.4%でした。15%を超えた要因としては、税引後営業利益率の上昇とともに、投下資本回転率が改善したこと。2025年8月期は、利益率の向上とともに、のれん・商標権の償却が進んだこと等により固定資産回転率が改善した結果によるところが大きいと捉えています。

■ 高いキャッシュ創造力を背景とした株主還元

営業キャッシュ・フロー	投資キャッシュ・フロー
強固かつ安定した キャッシュ・フローを創出	過度な投資負担なく 持続的な成長が可能
<ul style="list-style-type: none"> ・LTVを重視したストックビジネス ・業界1位、多店舗展開による安定した収益の獲得 ・競合のいないオンリーワン 	<ul style="list-style-type: none"> ・IT投資は積極的に行うが、FC展開により自社の事業拡大投資は軽微 ・ROIC（投下資本利益率）を重視した経営

FCF 年平均成長率10%以上

目標連結配当性向50%

■ 2025年8月期以降 5カ年の財務指標基準

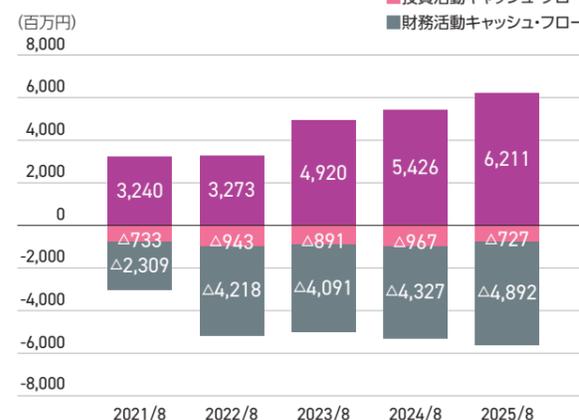
1. 年平均成長率10%以上

- ▶ 営業利益
- ▶ EBITDA
- ▶ フリー・キャッシュ・フロー

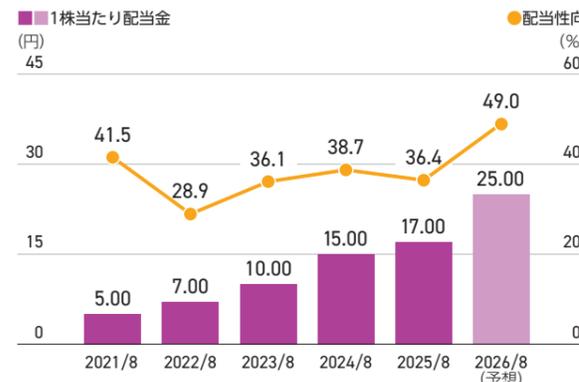
2. ROIC 12%以上を維持し、15%を目指す

*1 EBITDA（Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization）＝営業利益＋減価償却費＋のれん・商標権等償却費
 *2 フリー・キャッシュ・フロー＝営業活動によるキャッシュ・フロー＋投資活動によるキャッシュ・フロー
 *3 ROIC（Return On Invested Capital:投下資本利益率）＝税引後営業利益÷投下資本（運転資本＋固定資産）

■ キャッシュ・フロー（実績）



■ 1株当たり配当金／配当性向



*2026年8月期（予想）は普通配当20.00円
 カープスチェーン創設20周年記念配当5.00円

当社グループにとってROICを基準に掲げる一番大きな理由は、会員向け物販拡大のなかで運転資本の適正なマネジメントが必要になっていることがあります。2026年8月期は、引き続きのれん・商標権の償却が進んでいくこととともに、運転資本回転率の改善も見込み、ROICは18.2%の予想としています。

各財務指標基準もクリアしたうえで、株主還元にも力を入れて参ります。2026年8月期は、チェーン創設20

周年の記念配当を含め、年間配当予想25円、連結配当性向49%としています。記念配当を含めたかたちではありますが、上場時から掲げている連結配当性向50%にほぼ等しい水準となる見込みです。

2028年8月期には、米国法人買収に伴う借入金の返済も終了する予定で、強みであるキャッシュ創造力を武器に、成長投資とのバランスをとりつつ、株主の皆さまへの還元も強化していく考えです。

ステークホルダーの皆さまへ

当社グループは、創業時より、世のため人のため、事業を通じて社会課題の解決に貢献することを標榜して参りました。売上・利益は手段として追求しつつ、使命感を持ち、本質的な目的を成し遂げる。複数ブランド戦略により、正しい運動習慣を広め、健康イノベーションを起こすことに全力を尽くしていく。それとともに、より一層ステークホルダーの皆さまとの対話にも力を入れ、資本強化を図っていく所存です。

これまでも経営陣自らIRミーティングの場に参加し、いただいたご意見を経営やIR活動に活かして参りました。2025年8月期は、機関投資家、アナリストの皆さまのご意見をもとに決算説明会を年2回ハイブリッドで開催するなど、対話の機会を増やしています。

また、個人投資家の皆さまに対しては、上場時より毎年アンケートを実施し、70%以上の高い回答率を得ています。株主通信等の開示資料を通じて、多くの方が関心を抱かれていることへの取り組みを示す活動なども行って参りました。さらに、2025年8月期は有価証券報告書の株主総会前開示および株主総会の祝日開催にも取り組み、対話の機会を着実に増やすことができたと考えています。今後、より多くの方に長く応援していただけるよう、取り組みを強化していく考えです。

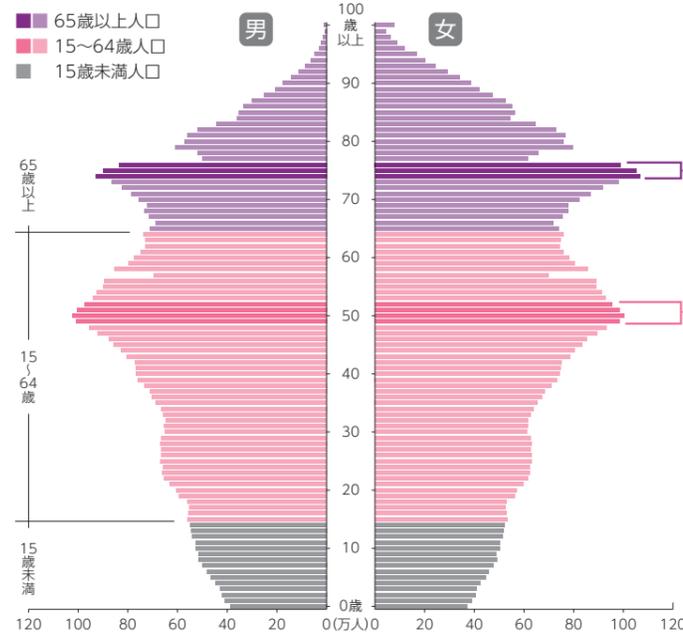
かねてより力を入れている従業員、フランチャイズ加盟企業を含めた取引先、自治体・医療機関・大学・研究者等との対話とともに、投資家の皆さまとのエンゲージメントもさらに強化して参ります。今後も「社会課題の解決」と「持続的な企業価値向上」の両立に向けて挑戦を続け、透明性の高い経営および対話型資本政策を推進して参りますので、なお一層のご支援とご助言をお願い申し上げます。

事業の背景にある「社会課題/市場機会」

超高齢化が進む日本社会において、国民一人ひとりの幸せな人生のためにも、社会保障制度を健全で持続可能なものにするためにも「健康寿命の延伸」、そのための健康づくりや予防への取り組みが喫緊の課題です。

高齢化の進展

日本の人口ピラミッド



- 50-85歳人口 **55百万人**
- 高齢化率*1
2030年 **30.8%** ▶ 2035年 **32.3%**
- 老後の不安1位は健康維持*2
60代前半 男性 **64.0%** 女性 **72.4%**

2つのベビーブーマーと
2025年以降の健康課題、市場機会

団塊世代 7.6百万人
(第一次ベビーブーマー)
2025年に全員が後期高齢者(75歳以上)に

介護予防、フレイル予防の市場が拡大

団塊ジュニア世代 9.8百万人
(第二次ベビーブーマー)
2025年、続々と50歳代以上に

メタボ、生活習慣病予備軍が増大
新しい健康市場が拡大

出典：総務省統計局 人口推計(2023年10月1日現在)をもとに作成
<https://www.stat.go.jp/data/jinsui/2023np/index.html>

社会課題

1 平均寿命と健康寿命の差*3

平均寿命と日常生活に制限のない期間である健康寿命には乖離があります。とくに女性は12年もの不健康な期間があり、健康寿命延伸が課題となっています。

2 増大する医療費・介護費*4*5*6

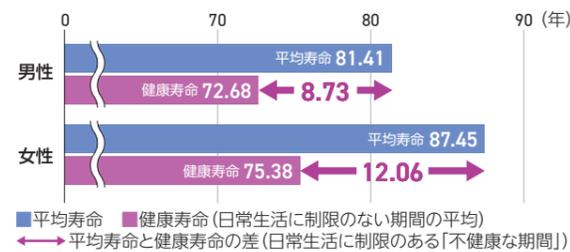
医療、介護の現場における供給ひっ迫と低収益性が課題となっています。

医療：一般病院の**経常利益率(コロナ補助金を除く)**
は**マイナス**で推移
介護：令和4年度収支差率(全サービス平均) **2.4%**
前年比**△0.4%**

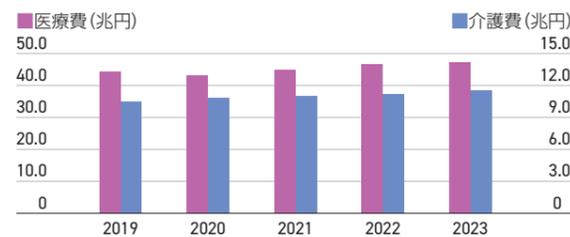
3 労働人口の減少*1

超高齢化に伴い、労働人口の減少が見られ、高齢労働者の需要が高まっています。

平均寿命と健康寿命の差(2019年)



増大する医療費・介護費



*1 日本の将来推計人口(令和5年推計)をもとに当社作成 https://www.ipss.go.jp/pp-zenkoku/j/zenkoku2023/pp_zenkoku2023.asp
*2 経済産業省予防・健康づくりの意義と課題 https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/2050_keizai/pdf/003_02_00.pdf
*3 厚生労働省健康寿命の令和元年値についてをもとに当社作成 <https://www.mhlw.go.jp/content/10904750/000872952.pdf>
*4 厚生労働省保険局医療課医療機関を取り巻く状況についてをもとに当社作成 <https://www.mhlw.go.jp/content/10808000/001479599.pdf>
*5 厚生労働省令和5年度介護給付費等実態統計の概況をもとに当社作成 <https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/kaigo/kyufu/23/index.html>
*6 厚生労働省令和5年介護事業経営実態調査結果の概要 <https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/kaigo/jittai23/index.html>

予防によるイノベーションで社会課題を解決

正しい運動習慣、健康習慣を広め、健康イノベーションをおこす

Exercise is Medicine

生活習慣病予防、介護予防、認知症予防

医療費、介護費の適正化

*給付減 or 負担増の二択ではなく、第三の道を創る

将来不安の減少

労働参加率の向上

消費の活性化

金融資産の65%は60歳代以上が保有*7

身体活動・運動の量が多い者は、少ない者と比較して循環器病、2型糖尿病、がん、ロコモティブシンドローム、うつ病、認知症等の発症・罹患リスクが低いことが報告されている*8

身体活動・運動の意義と重要性が広く国民に認知・実践されることは、**超高齢社会を迎えるわが国の健康寿命の延伸に有意義**

私達は、「地域密着の健康インフラ」として、
事業を通じてWell-beingが広がる社会の実現に取り組んで参ります。

「女性だけの
30分健康フィットネス
カープス」

Curves

- P26 カープス事業の強み
- P28 「女性だけの30分健康フィットネスカープス」の成長戦略



「30分 予約不要
サポート付きジム
メンズ・カープス」

Mens Curves

- P26 カープス事業の強み
- P32 「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カープス」の成長戦略



「からだ動き
回復センター
ピント・アップ」

Pint-UP

- P34 「からだ動き回復センターピント・アップ」の強みと成長戦略



*7 財務省令和4年11月8日政府税制調査会資料 <https://www.cao.go.jp/zei-cho/gijiroku/zeicho/2022/4zen22kai.html>

*8 厚生労働省健康づくりのための身体活動・運動ガイド2023
https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/kenkou/undou/index.html

カーブスグループの価値創造プロセス (ビジネスモデル)

経営資源

- ### 知的資本
- オリジナルの30分エクササイズプログラム(カーブスワークアウト/からだ動きコンディショニング)
 - マーケティング・サービス・商品企画開発のノウハウ群
 - 「科学する経営技術」と「実験志向・集合知の組織文化」

- ### 人的資本
- コーチ(インストラクター) 約8,000人
 - フランチャイズ本部社員

- ### 事業資本
- 地域密着のフランチャイズ加盟企業 360社
 - 国内店舗数(全業態) 2,058店舗
 - 欧州店舗数 124店舗

- ### 社会関係資本
- 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

社会課題/市場機会

▶ P18

戦略の基軸

1 サービス・トライアングルの善循環をつくる経営

働く人の満足度を高め、それをお客様満足度を高めることにつなげ、売上・利益の増大につなげていく。人材を付加価値の源泉とする事業の中長期的成長の鍵がこのサービス・トライアングル善循環の経営だと考えています。

当社グループでは創業以来、働く人の満足度(待遇・制度×やりがい)、お客様満足度を高めることを追求し、売上・利益の成長を実現してきました。

企業利益 Profit

サービス・トライアングル

従業員満足 ES

顧客満足 CS

インターナルマーケティング

エクスターナルマーケティング

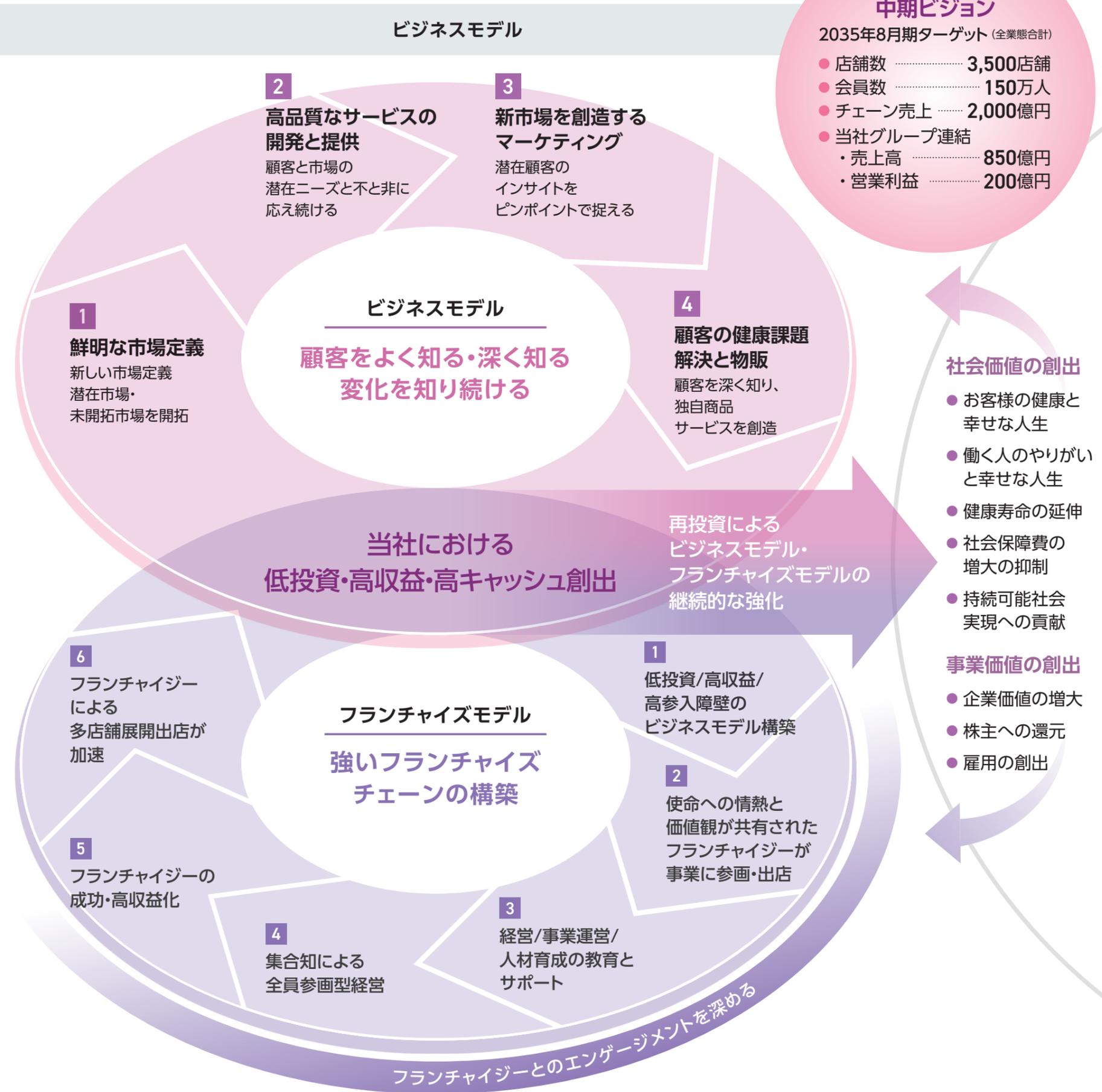
インタラクティブマーケティング

2 LTV(顧客生涯価値)を高め続ける経営

お客様との長期的な関係を創り、お客様一人当たりの付加価値を高め続けることが事業の安定的な成長を実現します。

当社グループでは、高い顧客満足度を背景に、会員継続率向上と口コミ紹介による会員増、そして自社企画開発商品の物販によって、LTVを高め続けてきました。

- 高い継続率
- 口コミ紹介
- 健康課題解決による物販拡大



中期ビジョン

2035年8月期ターゲット (全業態合計)

- 店舗数 3,500店舗
- 会員数 150万人
- チェーン売上 2,000億円
- 当社グループ連結
・売上高 850億円
・営業利益 200億円

- ### 社会価値の創出
- お客様の健康と幸せな人生
 - 働く人のやりがいと幸せな人生
 - 健康寿命の延伸
 - 社会保障費の増大の抑制
 - 持続可能社会実現への貢献
- ### 事業価値の創出
- 企業価値の増大
 - 株主への還元
 - 雇用の創出

カープスグループのフランチャイズモデルの強み

カープスグループでは、独自のフランチャイズシステムを構築しています。事業の使命・理念・価値観が共有でき、強いエンゲージメントで結ばれたフランチャイズ加盟企業群が地域密着の経営をしていることが、カープスの強さのひとつの源泉です。

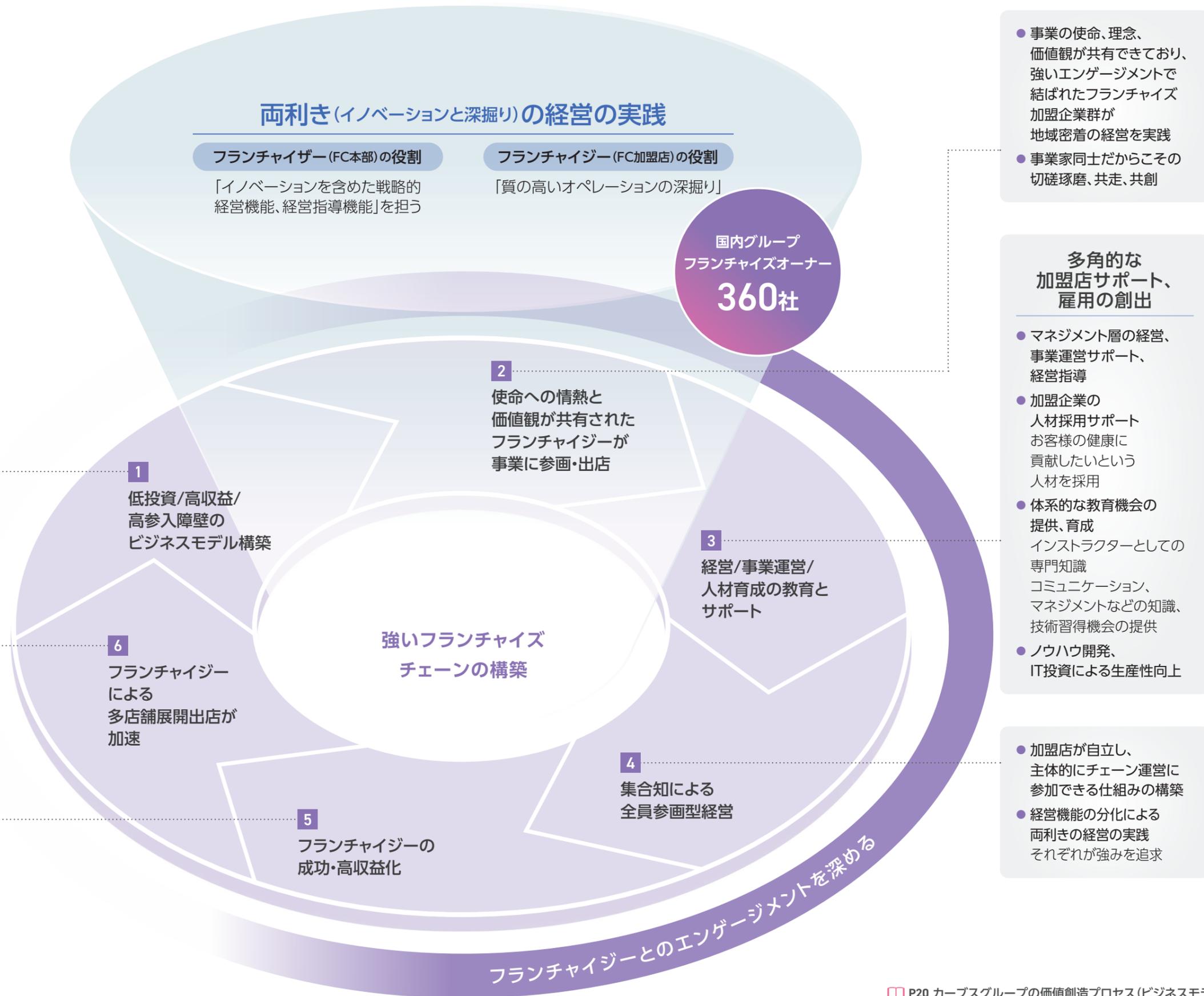
競争しない競争戦略

- ビジネスモデルを通じて常に自らの力で新しい市場を切り拓く「顧客の創造」顧客を創造するビジネスは当初は困難が伴うが、それに成功すれば新しい経済・社会的価値の創出が可能であり、参入障壁の高いビジネスを創ることができる

フランチャイズだからこそ、一気呵成の出店が可能

- フランチャイジー1社当たり平均5店以上の経営
- 全360社中、10店以上経営フランチャイジー50社、5店～9店経営フランチャイジー96社

- サービスライアングルの善循環
- フランチャイザーは、チェーンの長期的成功をすべての意思決定、実行の最優先事項とする



- 事業の使命、理念、価値観が共有でき、強いエンゲージメントで結ばれたフランチャイズ加盟企業群が地域密着の経営を実践
- 事業家同士だからその切磋琢磨、共走、共創

多角的な加盟店サポート、雇用の創出

- マネジメント層の経営、事業運営サポート、経営指導
- 加盟企業の人材採用サポート
お客様の健康に貢献したいという人材を採用
- 体系的な教育機会の提供、育成
インストラクターとしての専門知識
コミュニケーション、マネジメントなどの知識、技術習得機会の提供
- ノウハウ開発、IT投資による生産性向上

- 加盟店が自立し、主体的にチェーン運営に参加できる仕組みの構築
- 経営機能の分化による両利きの経営の実践
それぞれが強みを追求

□ P20 カープスグループの価値創造プロセス (ビジネスモデル)

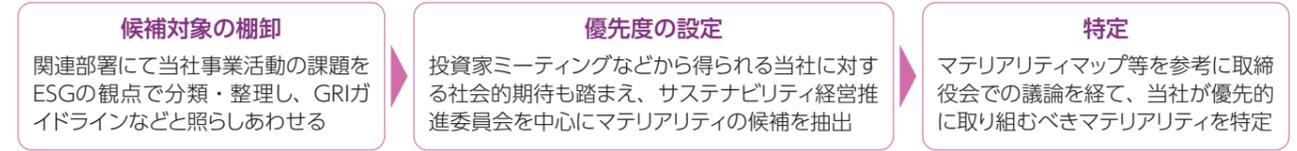
カーブスグループのマテリアリティ

●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。

- 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あふれる社会をつくる
- 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。

カーブスグループは創業から掲げる経営理念に基づき『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。

●マテリアリティ特定プロセス



カーブスグループのサステナビリティ <https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/index.html>



マテリアリティ	関連するSDGs	重要と考える理由	E	S	G	取り組みテーマ	各コンテンツとの関連
1 マテリアリティ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		お客様と社会の心身の健康への貢献を通じて得た経験と知見は当社サービスの立案とノウハウの創出の源泉であり、この活動サイクルこそが地域密着の健康インフラを形成し、当社の持続的な成長につながっていく		●		<ul style="list-style-type: none"> ●お客様の健康課題・ニーズ・不の解消をとらえたサービスと商品の開発・改善および、サービスと商品の提供品質を高め続け、お客様満足度とお客様の健康度を高め続ける ●エビデンス・ベスト・エクササイズの考えに基づき運動の効果の科学的実証を進める ●社会の健康課題解決につながる学術的研究に積極的に参画する 	<input type="checkbox"/> P26 カーブス事業の強み <input type="checkbox"/> P34 「からだ動き回復センターピント・アップ」の強みと成長戦略 マテリアリティ1 https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality01.html
2 マテリアリティ② お客様の安全・安心 No.1を 目指した運営		運動は高い安全性があってこそ長く続けることができ、運動による健康効果が得られると考えている。そのために、ハードウェア・ソフトウェアにおける安全・安心を提供し、その継続的改善を推進していく		●		<ul style="list-style-type: none"> ●ハードウェア(設備、運動機器など)の安全・安心 ●ソフトウェアにおける安全・安心のサービス提供 ●安全・安心のPDCAをワークさせ継続的改善を図る 	<input type="checkbox"/> P26 カーブス事業の強み マテリアリティ2 https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality02.html
3 マテリアリティ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		地球規模の気候変動への対応はSDGsのひとつにも位置付けられ、当社にとっても脱炭素社会の実現に向けた取り組みは極めて重要な使命と考えている。環境フレンドリーな店舗を運営していくことで、企業価値の増大と環境負荷軽減を同時に実現していく	●			<ul style="list-style-type: none"> ●より環境負荷の低いビジネスモデルづくり、店舗運営の仕組みづくり ●サプライチェーン全体を見据えた環境負荷の低減への取り組み ●気候変動リスクを低減できるビジネスモデルづくり、店舗運営の仕組みづくり 	<input type="checkbox"/> P50 カーブスグループの気候変動リスクへの取り組み マテリアリティ3 https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality03.html
4 マテリアリティ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		地域密着の健康インフラを実現していくには、当社グループ社員のみならず、店舗を運営しお客様をサポートするコーチ(インストラクター)やFC加盟店の存在が不可欠。持続的な店舗運営を目的として、当社では、働きやすい職場作りや継続的な学びの場を提供しながら、一人一人の自己実現に向けた支援を続けていく		●		<ul style="list-style-type: none"> ●(フランチャイズも含めて)働く人達一人一人が「やりがい・成長実感・存在価値」を高められる人材育成と組織運営 ●(フランチャイズも含めて)働く人達一人一人の健康・生活の充実・幸せにつながる職場づくりと組織運営 ●(フランチャイズも含めて)働く人達一人一人が主体性を発揮する自立型人材の育成と一人一人の知恵を活かす集合天才型組織運営 	<input type="checkbox"/> P28 「女性だけの30分健康フィットネスカーブス」の成長戦略 マテリアリティ4 https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality04.html
5 マテリアリティ⑤ 地域社会への貢献		地域密着の健康インフラの実現には、ビジネスを通じた地域社会への貢献のみならず地域社会の健康の底上げが不可欠であり、地方行政の健康づくり政策の支援など様々な地域の健康課題解決の支援を推進していく		●		<ul style="list-style-type: none"> ●地域社会の健康づくりと社会資本(ソーシャルキャピタル)充実への貢献を図る ●健全なフランチャイズチェーン運営による地域経済・雇用への貢献を図る 	<input type="checkbox"/> P36 カーブスグループの事業概況 マテリアリティ5 https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality05.html
6 マテリアリティ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		サービスを安定的に供給し、長期持続的に事業を発展していくためにはサプライヤーとの良好且つレジリエンスなリレーションシップを形成していくことが重要。人権をはじめとする社会諸課題に対しても向き合い、強固なサプライチェーンを形成していく		●	●	<ul style="list-style-type: none"> ●サプライヤーとのパートナーシップの形成 ●事業パートナーであるフランチャイズとの互恵の関係の構築(一般社団法人 日本フランチャイズチェーン協会制定の倫理綱領を遵守) ●人権・人間性を尊重したサプライチェーンの構築 	<input type="checkbox"/> P22 カーブスグループのフランチャイズモデルの強み マテリアリティ6 https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality06.html
7 マテリアリティ⑦ 実効性の高い コーポレート ガバナンス		カーブスグループ5つの経営指針に基づき、これからもコンプライアンスの徹底、経営の透明性と公正性の向上に努めていく。また、健全なガバナンスを効かせ、監視とイノベーション(発展や執行)の両軸を健全に機能させることで、長期持続的な価値創造を実現していく		●		<ul style="list-style-type: none"> ●中長期の企業価値向上、戦略的視点からの経営意思決定・「カーブスグループ5つの経営指針」を遵守した経営 ●ステークホルダーとのエンゲージメントを重視した経営 ●オープンな情報共有と活発な議論を土台とした意思決定 ●コンプライアンスの遵守 ●リスク管理体制の構築 	<input type="checkbox"/> P44 コーポレートガバナンス マテリアリティ7 https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality07.html

カーブス事業の“強み”



1 50歳からのカーブス

カーブスは、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30分で、ダイエットや健康のために必要なすべての運動ができる独自のプログラムは、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（インストラクター）の親身なサポート
- あたたかなコミュニティ



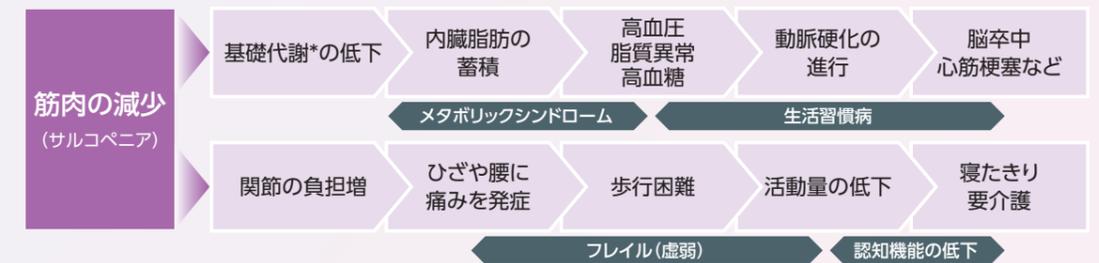
マテリアリティ2 お客様の安全・安心No.1を目指した運営
<https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality02.html>



病気と介護を予防し、健康課題を解決する

筋肉の減少が引き起こす健康問題

カーブスの顧客層の中心は男女ともに50歳以上の方々です。人は30歳を過ぎると年に1%ずつ筋肉が減っていきと言われ、40歳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。

食事だけのダイエットは筋肉を落とす

痩せたいからと極端な食事制限をすると、体重は減っても筋肉も一緒に落ちてしまいます。そうすると基礎代謝が下がり、かえって太りやすくなります。食事だけのダイエットがリバウンドしやすいのはそのためです。

カーブスワークアウトで必要な筋肉が鍛えられる

筋肉は、太りにくい体をつくるためにも、将来の病気や介護を予防するためにも必要なものです。「健康のために歩いている」という人もいますが、ウォーキング（有酸素運動）では脂肪は燃やしても、筋肉をつけることはできません。筋肉をつけるためには、筋力トレーニングが必要です。カーブスの運動プログラムは、「運動が苦手な方」「年齢が高い方」でも筋力トレーニングができるようになっています。さらに、有酸素運動とストレッチも組み合わせることで、効果を最大限に高められるように考えられています。

必要なすべての運動が30分でできる効果的なプログラムと
誰もが運動を続けやすい仕組みで、超高齢社会の問題解決に貢献します

研究機関との共同研究によって証明された カーブスの運動による効果

生活習慣病予防

国立研究開発法人 国立健康・栄養研究所
筑波大学大学院 久野研究室

介護予防

東京都健康長寿医療センター研究所

認知機能改善

東北大学加齢医学研究所
川島隆太研究室

マテリアリティ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
<https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality01.html>



「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」の

“成長戦略”



基本方針

- ① 新規出店 年20~30店
- ② 既存店の成長 会員数増+物販増
- ③ 労働生産性向上
+人的資本投資による
オンリーワン戦略の推進

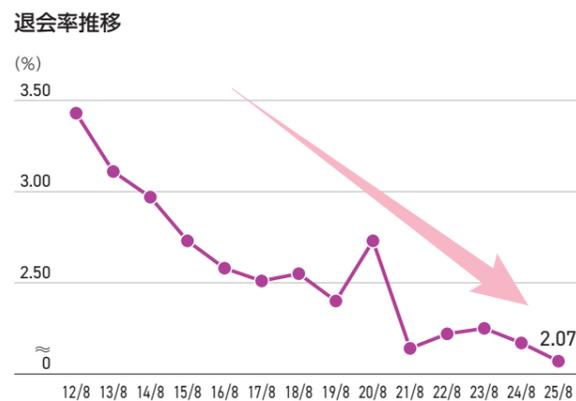
2030年・2035年ゴール

	2025年8月期(実績)	2030年8月期	2035年8月期
店舗数	1,996店舗	2,100店舗	2,100-2,200店舗
会員数	86.3万人	105万人	105-110万人
チェーン売上	856億円	1,146億円	1,305-1,367億円

成長戦略推進の源：当社グループの強み

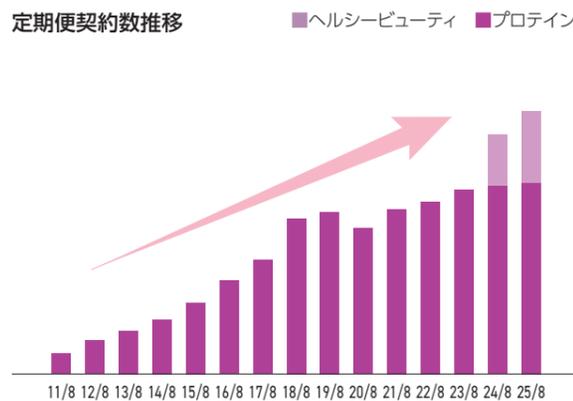
1. 顧客生涯価値 (LTV) を高め続ける経営

- 顧客満足度11年連続 NO.1*
- 高い継続率(低退会率)
2025年8月期 月次平均退会率 **2.07%**



*2025年度日本版顧客満足度指数 (JCSI) 調査

- 健康な食生活のサポートによる物販売上



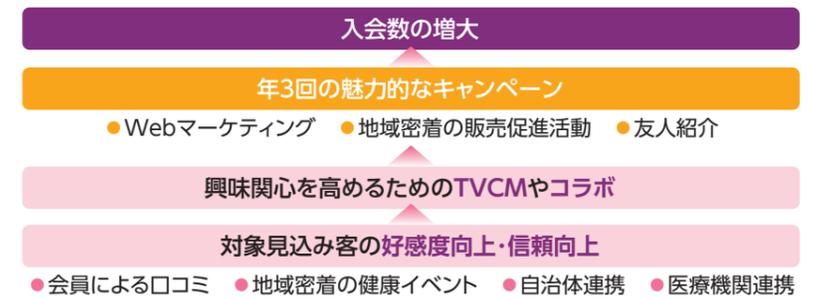
2. 新市場を創造するマーケティング

2022年対比2025年

- 入会数 **125%** (25%増)
- 1会員獲得コスト **30%減**



会員による口コミ TVCM



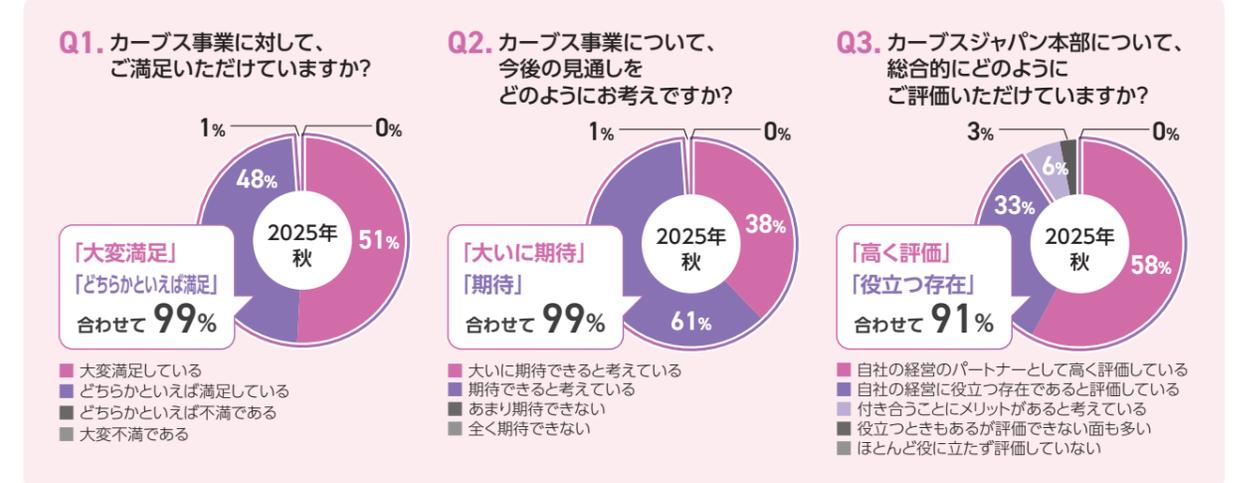
3. 使命感あふれる高い現場実行力

地域密着 360社のFC加盟企業との強いエンゲージメント

▶ 健康を広める使命感と顧客重視、働く人重視の価値観が共有された企業ネットワーク

加盟企業アンケート結果 (2025年 秋)

*%は小数点第1位で四捨五入

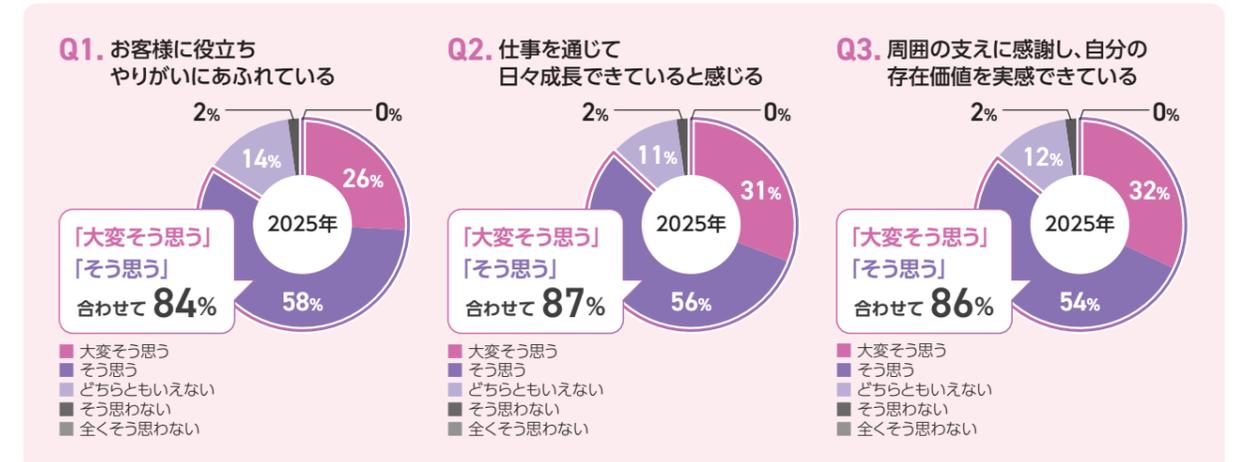


人材力 使命感あふれる8,000人のカーブスコーチ

- ▶ 働きやすく好待遇での人材採用 (正社員・週休2日、日祝休み、19時営業終了など)
- ▶ 体系的・実践的な教育システム (一人年間200時間~300時間)
- ▶ やりがい・成長実感・存在価値が高い人材が活躍

コーチ働きがいアンケート結果 (2025年)

*%は小数点第1位で四捨五入



P12 トップメッセージ

「女性だけの30分健康フィットネス カープス」の成長戦略

基本方針に沿った具体的な戦略

主力事業である「女性だけの30分健康フィットネス カープス」の成長戦略は、大きく3点です。
年20~30店舗の新規出店による店舗網の着実な拡大、既存店の成長、そして労働生産性向上と人的資本投資の強化。これらを通じて、オンリーワン戦略をさらに強固にし、持続的な成長と企業価値向上を目指します。

1. 新規出店 年20~30店

カープスチェーンは、20年の歴史のなかで国内に2,000店舗を展開、独自のビジネスモデルを通じて自ら新しい市場を切り拓く「顧客の創造」を実現してきました。フランチャイズの強みを活かした一気呵成の出店により確固たる地位を築いています。

独自の商圈分析に基づき、国内には依然として出店余地があると判断し、今後も年20~30店舗のペースで着実な新規出店を継続する方針です。今後の国内健康市場のさらなる拡大を見据え、各地域で店舗網を拡大していきます。

店舗数推移と目標

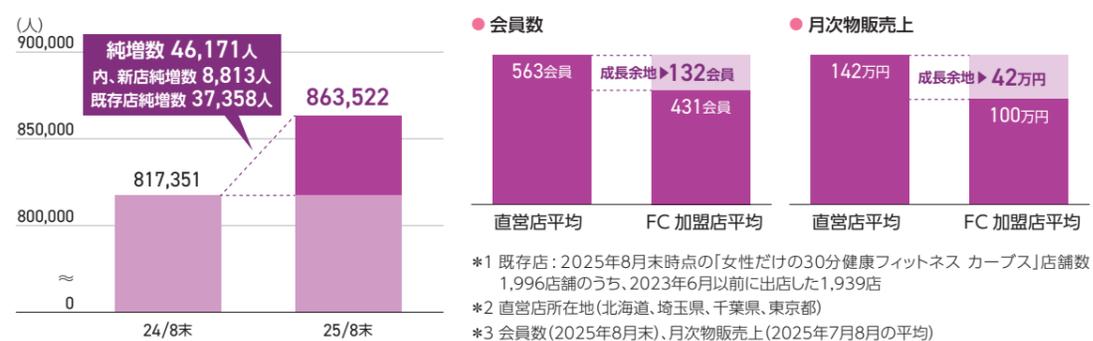


2. 既存店の成長 会員数増+物販増

既存店の成長余地

今後の成長ドライバーは既存店の成長です。既存2,000店舗、とりわけフランチャイズ加盟店では会員数・物販売上ともに高い成長余地があると見込んでいます。主な根拠は以下の通りです。

2025年8月期1年間の既存店会員数純増実績 直営店（76店）とFC加盟店（1,863店）の1店舗当たり業績比較



●会員数の成長余地

20万会員以上 100万会員超へ チェーン売上（会費入金売上） **+150億円弱**
当社年間ロイヤルティ等売上 **+15億円強**

●会員向け物販の成長余地

▶ 現商品のみでの会員数増と定期購入契約率増 **+150億円**
▶ 特に新商品ヘルシービューティの成長余地大

チェーン売上 +300億円 / 当社連結売上高 +165億円の成長余地

会員数拡大に向けた施策

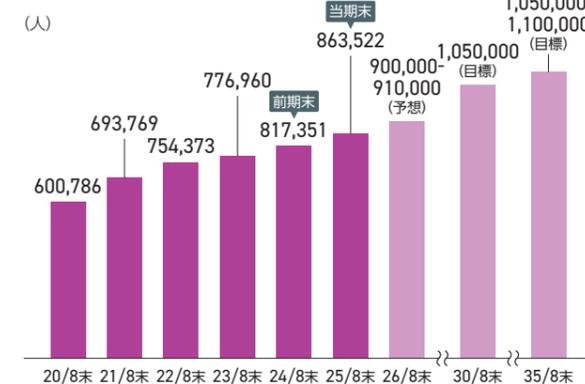
直営店とフランチャイズ加盟店の1店舗当たり会員数には約130人のギャップがあり、商圈分析からもフランチャイズ店1店舗あたり100人以上の成長余地があると見込んでいます。

このギャップ解消に向け、加盟店のマネジメント力や経営力のさらなる強化に注力します。「集合天才」の考えのもと、直営店や優良フランチャイズ加盟店の成功要因を分析・ベンチマークし、得られた知見をグループ全体に展開することで、会員数の底上げと全体成長を目指していきます。

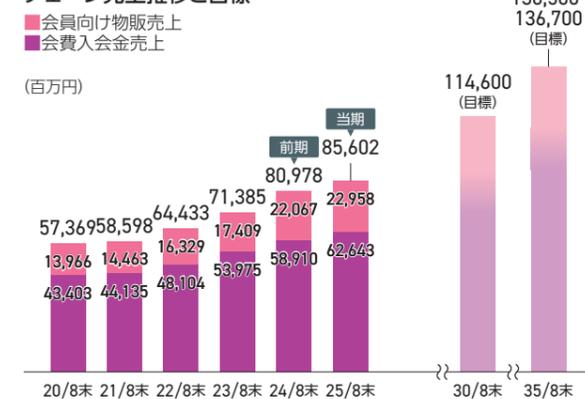
会員向け物販売上拡大に向けた施策

直営店とフランチャイズ加盟店の1店舗当たり月次物販売上には約40万円のギャップがあり、その主な要因は会員数および定期購入契約率のギャップにあります。会員数の増加に応じて物販売上も伸長していくとともに、とくにヘルシービューティにおいては契約率向上の余地が大きいため、より一層注力し、直営店を含めた全体成長とともに、ギャップの解消を図っていきます。

会員数推移と目標

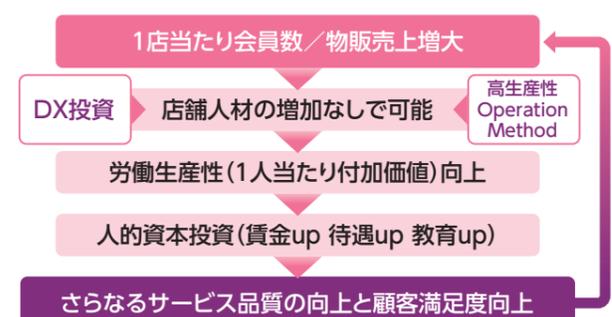


チェーン売上推移と目標

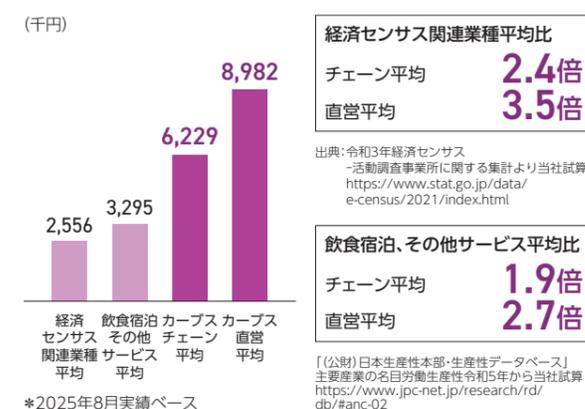


3. 労働生産性向上+人的資本投資によるオンリーワン戦略の推進

労働生産性向上と人的資本投資サイクル



労働生産性（1人当たり付加価値額）比較



カープス1人当たり労働生産性=純付加価値額*÷労働者数
*純付加価値額=売上高-(費用総額(売上原価+販売費及び一般管理費))
+給与総額+租税公課

カープスチェーンでは、1店舗あたり3~4人のインストラクター体制を維持しながら、人員増を伴わずに会員数・物販売上を拡大する戦略を推進しています。

上場前から積極的にDX投資を進め、インストラクターにiPadを配備するなど業務効率化を徹底し、高い労働生産性を実現。インストラクター1人当たりの付加価値額は業界平均の2~3倍に達しています。

今後も賃金や待遇、教育といった人的資本投資をさらに強化し、サービス品質と顧客満足度の一層の向上を通じて、既存店の持続的な成長を実現する善循環を描いて参ります。

「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カープス」の

“成長戦略”



基本方針

本格的な事業拡大ステージへ

- 出店加速
2035年500店舗を目指す
- 会員数増
2035年22.5万人を目指す

2030年・2035年ゴール

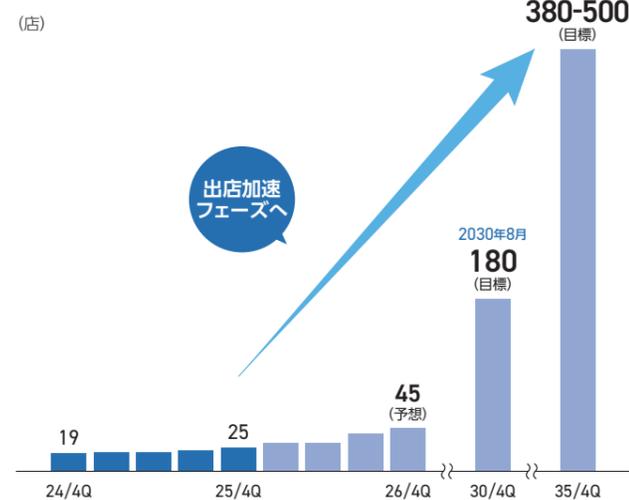
	2025年8月期 (実績)	2030年8月期	2035年8月期
店舗数	25店舗	180店舗	380-500店舗
会員数	-	7.7万人	17.1-22.5万人
チェーン売上	-	79億円	203-267億円

基本方針に沿った具体的な戦略

1. 出店加速 2035年500店舗を目指す

「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カープス」は、2025年8月期までで多店舗展開が可能なビジネスモデルが構築できたと判断し、2026年8月期から出店を加速していきます。これまでに培ってきたノウハウに加え、「女性だけの30分健康フィットネス カープス」で高い実績を持ち、強いエンゲージメントが醸成されたフランチャイズ加盟企業の参画により、出店の成功確率が高まると考えています。とくに、「女性だけの30分健康フィットネス カープス」の近隣エリアへの出店では、既存会員様からの口コミ紹介が期待できる点も強みの一つです。2035年500店舗体制の実現を目指し、加速度的な出店を推進していきます。また、現在はメンズ会員向けの物販は未展開ですが、店舗数と会員数の拡大に応じて物販も開始する方針です。

店舗数推移 (店)



2. 会員数増 2035年22.5万人を目指す

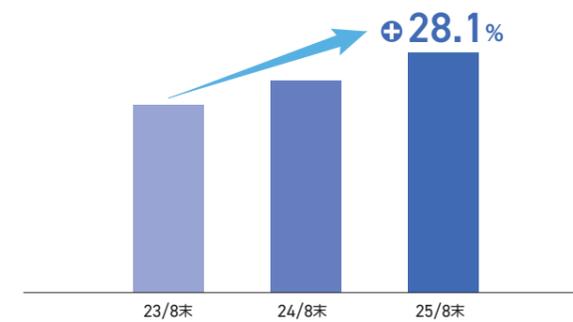
出店加速の背景には、既存店舗の業績向上と新規出店店舗の好調な立ち上げが挙げられます。出店に応じた会員数の増加のみならず、1店舗当たりの会員数増加を目指していきます。

既存店舗の会員数増加

2023年から2025年にかけて、「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カープス」の1店舗当たりの会員数は平均で28%増加しました。その背景のひとつに、入会チャンネルの多様化があります。従来は女性会員様からのご紹介や地域密着の販促活動による入会が中心でしたが、直近2年間でマーケティングによる入会を強化してきた結果、入会数の増加が実現しました。

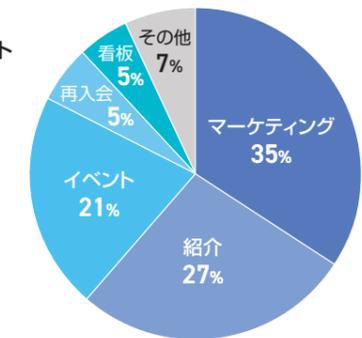
とくに、紹介入会者とマーケティングによる入会者では顧客層が異なり、マーケティング入会者は団塊ジュニア世代を含む50~60代が中心です。これにより、紹介でご入会いただける従来のシニア層（70歳以上）に加え、中高年層の顧客基盤も拡大しています。今後も多様な入会チャンネルの開発・強化と顧客満足度の向上に注力し、1店舗当たりの会員数の拡大を目指して参ります。

既存店舗の1店舗当たり会員数推移



* 2025年8月末時点の「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カープス」店舗数25店舗のうち、2023年8月以前に出店した17店の業績比較

入会ルート

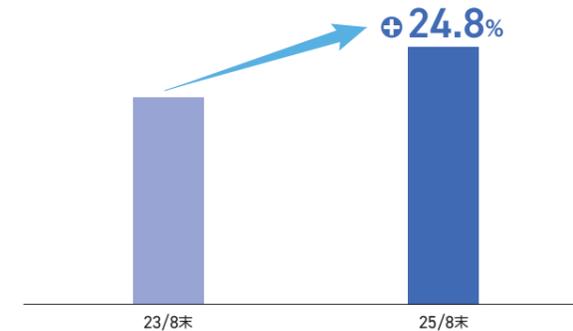


- ヤング層 (50-60歳代) ▶ マーケティングからの入会
- シニア層 (70歳以上) ▶ カープス(女性)会員様からの紹介入会

新規出店店舗の立ち上げ安定化

新規出店店舗の立ち上げも極めて順調に進んでいます。2025年8月期に出店した店舗では、オープンから3か月目の会員数が2年前と比べて約25%増加しています。直近半年間のデータでは、オープン10週目時点の会員数が「女性だけの30分健康フィットネス カープス」を上回るペースで推移しており、オープン3か月目には単月黒字化を実現するなど、業態力が向上しました。これは、事業モデルの強化や運営ノウハウの蓄積が着実に成果となって表れている証左です。今後は、「女性だけの30分健康フィットネス カープス」で実績を持つフランチャイズ加盟企業に順次「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カープス」を出店していただく方針です。これにより、店舗網の効率的かつ計画的な拡大とさらなる業績向上、成長加速を目指していきます。

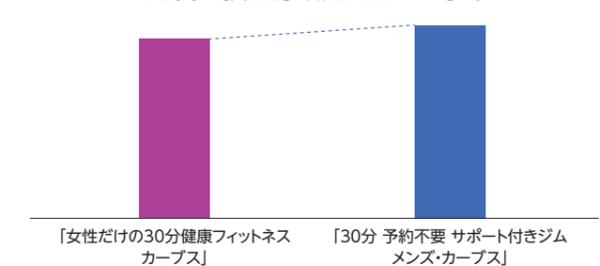
「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カープス」
新店オープン10週目時点の会員数比較



* 2025年8月期は6月までにオープンした店舗の実績

2025年8月期 新店オープン10週目時点の会員数比較

「女性だけの30分健康フィットネス カープス」を上回る水準での立ち上げを実現
10週目で損益分岐点を越える水準に



「からだ動き回復センター ピント・アップ」の “強み”と“成長戦略”



からだ動き回復センター



腰・ひざ・肩などにお悩みを抱える方のための
会員制運動施設

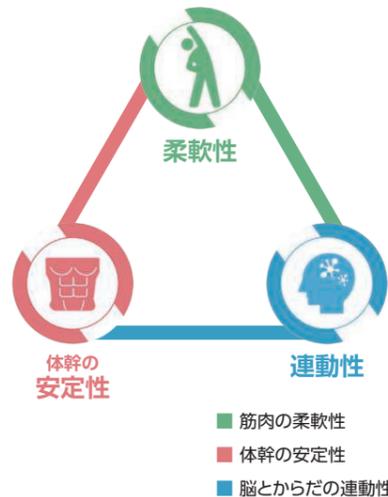
有望な市場・オンリーワン

- ▶ 腰・ひざ・肩などにお悩みを持つ人口：約**4,000**万人
- ▶ カープス20年の経験と6年間の開発期間から生まれた**世の中になかった事業**

1 高品質なサービスの開発と提供

- 独自の運動プログラム
「からだ動き
コンディショニング・プログラム」

関節のお悩みの原因
姿勢や動きの悪いくせを整える
運動プログラム

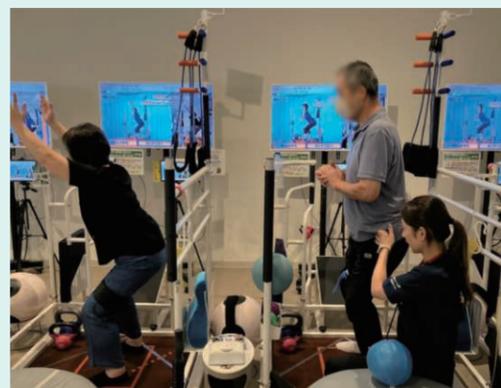


2 特許取得済みの オリジナル開発の運動器具

3 最新技術を導入した DX運動施設

4 専門インストラクターによる

- 丁寧な運動指導
- お悩みに寄り添ったサポート
- 運動習慣をつけるサポート



人材育成

- 200時間を超える初期研修
- 月22時間の継続トレーニング
- システムと仕組み
- 標準化された運動プログラム、運動器具、DXによって、高品質なサポートが可能

基本方針

ローンチ・多店舗化へ

- 出店加速
2035年800店舗を目指す
- 会員数増
2035年21.6万人を目指す

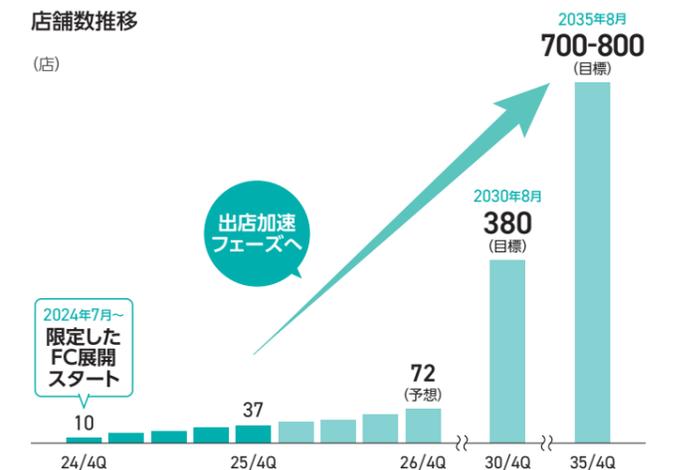
2030年・2035年ゴール

	2025年8月期(実績)	2030年8月期	2035年8月期
店舗数	37店舗	380店舗	700-800店舗
会員数	-	9.5万人	18.9-21.6万人
チェーン売上	-	150億円	349-399億円

基本方針に沿った具体的な戦略

1. 出店加速 2035年800店舗を目指す

「からだ動き回復センター ピント・アップ」は、カープスで培った20年の経験と6年間の開発期間から生まれた、世の中になかった運動施設です。2026年8月期に35店舗の出店を計画し、5年後には380~400店舗、10年後には700~800店舗への拡大を目指しています。カープスとは異なるマーケットを対象としており、成長余地は大きいと判断し、今後、積極的な出店拡大を図っていく方針です。



2. 会員数増 2035年21.6万人を目指す

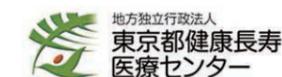
腰・ひざ・肩などに悩みを抱える全国約4,000万人の潜在層を主要ターゲットとしており、カープスでは十分に取れなかった層にも新たにアプローチできると考えています。独自開発の「からだ動きコンディショニング・プログラム」やオリジナル運動器具の開発・導入に加え、DX最新技術および専門インストラクターによる質の高い運動指導を提供することで、お客様の安全性と満足度を向上させ、市場拡大を実現して参ります。

TOPIC / 効果エビデンス取得の共同研究

● 埼玉医科大学



● 東京都健康長寿医療センター



● 伊奈病院



と共同研究を実行中



身体の痛みと動きを改善する
運動プログラムの効果検証
~無作為化比較対照試験による検討~

カーブスグループの事業概況

カーブスグループの全容

連結売上高 **375.6億円** (前年比 105.9%)
営業利益 **63.4億円** (営業利益率 16.9%) (前年比 116.2%)

2025年8月期は、売上高375億円、営業利益63億円、経常利益64億円、親会社株主に帰属する当期純利益43億円と、いずれも過去最高を記録しました。また、グループ連結業績だけでなく、チェーン売上(フランチャイズ店を含めた会費入会金売上および会員向け物販売上の合計額)も856億円となり、こちらも過去最高を更新しました。会費入会金売上、会員向け物販売上とともに過去最高となっています。

2025年10月には、「カーブスグループ中期ビジョン2030年・2035年」を発表しました。

主力事業である「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」に加え、新規事業である「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カーブス」および「からだ動き回復センター ピント・アップ」の多店舗展開を推進し、複数ブランド戦略で、新たな成長ステージへと歩みを進めています。

2026年8月期は、売上高413億円(前年比109.9%)、営業利益73億円(同比115.1%)を計画しています。

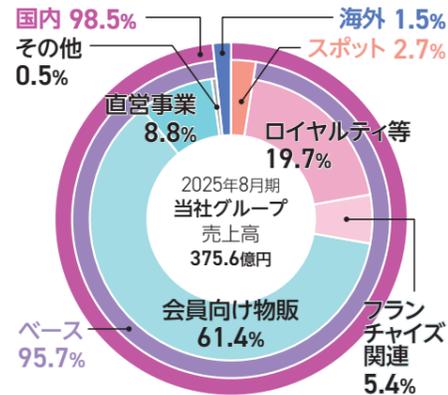
安定した収益基盤

当社グループの収益の大部分は、会員様からいただく会費入会金収入に対して一定比率でチャージするロイヤルティ等の収入と、継続購入いただくプロテインを中心とした会員向け物販による収入で構成されています。これにより、ストック性が高く安定した収益基盤を持っています。

高いキャッシュ創造力

当社グループは、オンリーワンの強固な顧客基盤とフランチャイズ展開による高収益な事業モデルを強みに、安定的かつ高水準のキャッシュ創造力を有しています。

📌 P12 トップメッセージ



売上高構成

国内	
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、会員数などに運動して得られる継続的な収入
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	

2025年8月期以降5カ年の財務指標基準

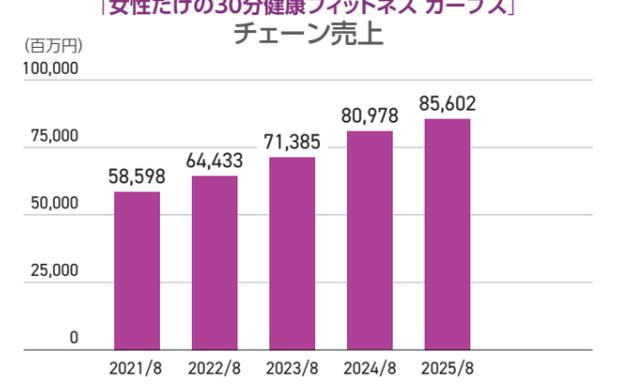
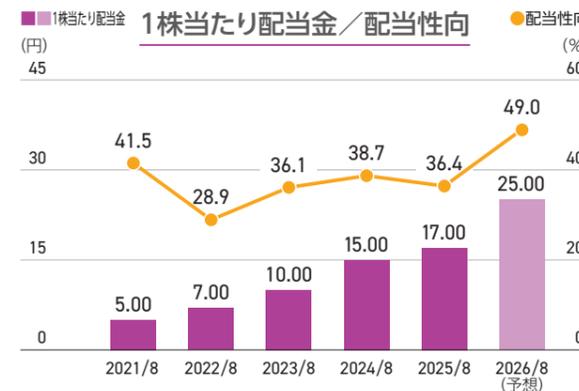
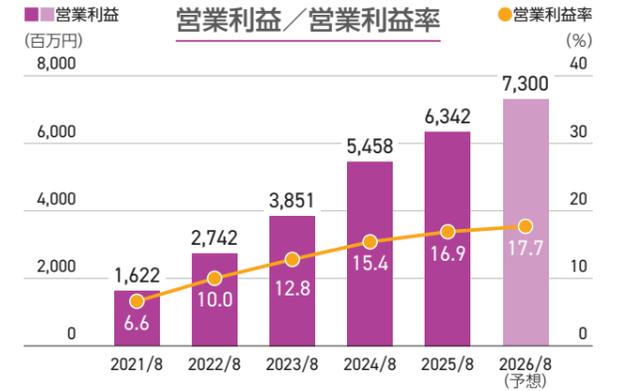
当社グループの収益基盤やキャッシュ創造力をもとに、事業の中長期の成長を図る基準を設けています。2025年8月期は、財務指標全4項目、基準以上となりました。2026年8月期以降も引き続きこれらの基準を最低限の経営基準と捉え、事業に取り組んで参ります。

ROIC算出の投下資本は、運用サイドの運転資本+固定資産としています。会員向け物販の売上がとくに拡大しているため、運転資本が増加しますが、それが過大にならないこと。また、現場の生産性を上げるためにさまざまなシステム投資の強化を図るなかで固定資産が増加しやすい経営になっていること。これらを踏まえて、投資回収とのバランスをきちんと検証して投下していくために、ROICを指標としています。

- 1 年平均成長率10%以上
 - ▶ 営業利益 ▶ EBITDA ▶ フリー・キャッシュ・フロー
- 2 ROIC
 - ▶ 12%以上を維持し、15%を目指す

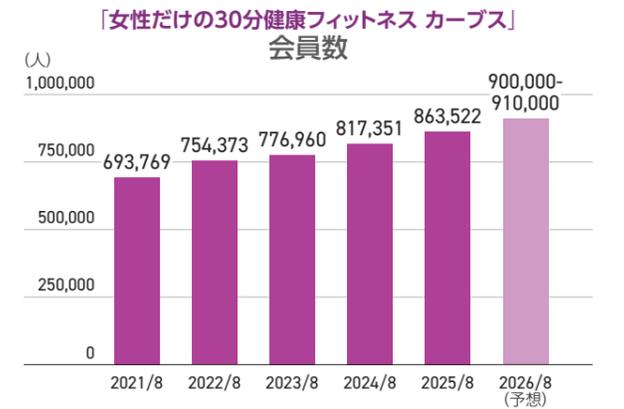
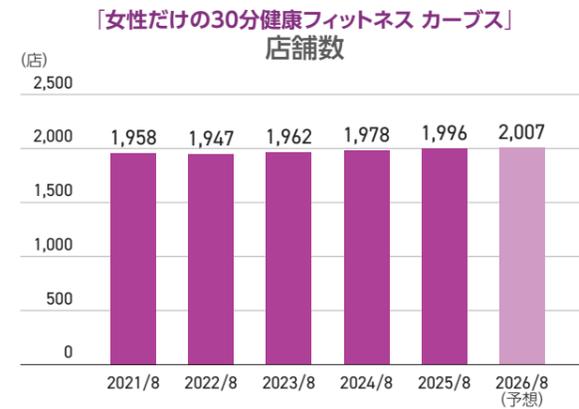
財務指標基準	2026年8月期		2024年8月期 (参考)基準年実績
	予想	予想金額	
営業利益 CAGR	10%以上	+15.6%	73.0億円
EBITDA*1 CAGR	10%以上	+11.9%	96.3億円
FCF*2 CAGR	10%以上	+14.2%	58.1億円
ROIC*3	12%以上 15%目標	18.2%	-
			12.0%

*1 EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) = 営業利益+減価償却費+のれん・商標権等償却費
 *2 フリー・キャッシュ・フロー=営業活動によるキャッシュ・フロー+投資活動によるキャッシュ・フロー
 *3 ROIC (Return On Invested Capital:投下資本利益率) = 税引後営業利益÷投下資本 (運転資本+固定資産)



*2026年8月期(予想)は普通配当20.00円
カーブスチェーン創設20周年記念配当5.00円

*チェーン売上:フランチャイズ店を含めた末端売上、全店の会費入会金売上および会員向け物販売上の合計



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。

カーブスグループの事業概況

国内カーブス事業

フランチャイズ本部事業

収益の2本の柱はロイヤルティ等収入と会員向け物販収入です。重点管理指標である会員数の増大と、顧客生涯価値(LTV)向上に向けた取り組みを強化しています。

ロイヤルティ等収入

ロイヤルティ等収入は、フランチャイズ加盟店の会員様から得られる会費入金収入に対して一定比率でチャージされる収入であり、会員数の増減に応じて変動します。

コロナ前の2019年11月末時点では、「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」の会員数が86.4万人まで増加していましたが、コロナショックにより一時は54.5万人まで減少しました。しかし、2025年11月末時点ではコロナ前を超え、過去最高となる90.8万人に到達しています。会員数増大のポイントは2つです。

1 顧客満足度向上による退会率低減、顧客生涯価値向上

1つ目は、お客様に運動の習慣化をしていただき、長期間継続いただけるような取り組みを強化してきたことです。そのためのノウハウ開発やインストラクター教育にも力を入れてきました。結果として、2025年8月期の平均月次退会率は過去最低水準の2.07%を記録し、前年比0.1ポイント減少しています。これを年間に換算すると、約1万人の退会減となり、顧客基盤の安定化に寄与しています。

2 マーケティング強化による新規顧客の獲得

2つ目は、マーケティング強化が奏功していることです。とくに、コロナショック以降、ヤング層、団塊ジュニア世代向けのマーケティング施策に注力して参りました。これにより着実に効率が向上し、安定的な新規入会者の獲得に成功しています。

それとともに、オンラインサービスの強化にも取り組んできました。店舗とオンラインを両方使えるハイブリッドサービス「おうちでカーブスWプラン」は、仕事を持ち頻りに店舗に通えないヤング層、団塊ジュニア世代を中心にご利用いただいております。運動回数の増加を通じて顧客満足度の向上と退会率低減に貢献しています。また、会員向け無料アプリ「カーブスアプリ」も利用者数が50万人を超えるなど、大きな支持を得ています。当アプリは、運動の習慣化や健康的な食生活のサポートに加え、オンラインコミュニティ機能を備え、全国の会員様同士が励ましあえる環境を提供しています。これにより会員様のエンゲージメントを高めるだけでなく、インストラクターの業務負担軽減にもつながるなど、戦略的プロダクトとしての役割を果たしています。2026年8月期においても、積極的なマーケティング展開を継続するとともに、既存会員様の顧客満足度向上により一層注力し、顧客基盤の拡大と収益の持続的成長を目指して参ります。

「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」会員数推移 *特別休会会員を除く実質会員数



「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」

会員数 90.8万人 (前年比 + 4.8万人)
内、オンラインサービス利用会員数 7.6万人*

*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」およびオンラインフィットネス「おうちでカーブス」のみ利用者の合計 *2025年11月末時点

店舗数 1,996店舗 (前年比 + 18店舗)
内、フランチャイズ店舗 1,914店舗 直営店 82店舗

売上高構成比率 **19.7%**

ロイヤルティ等売上 **73.8億円** (前年比 106.4%)

TOPIC 自治体・医療連携の進展

カーブスグループは、地域住民の健康づくりを推進するため、各自治体との連携を強化しています。2025年8月期には、新たに4自治体と健康づくりに関する協定を締結しました。また、神奈川県内では86店舗の「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」が「未病センター」として認証されており、県と連携して健康寿命延伸に向けた未病改善の取り組みを推進しています。各地域で健康意識を高める情報発信や健康イベントを積極的に実施し、住民の健康増進に貢献しています。さらに、心臓リハビリテーションや整形外科クリニックとの連携など、医療機関との協業も進展しています。これらの活動は地域社会への貢献にとどまらず、潜在顧客への認知拡大やカーブスのブランド信頼度・好意度の向上にもつながり、最終的には会員数や顧客満足度の向上も期待されます。



自治体との連携

- 2025年8月期の新たな連携協定
 - 2025年2月 東京都中野区
 - 2025年4月 愛知県碧南市 宮城県多賀城市
 - 2025年8月 埼玉県久喜市
- 神奈川県内60店舗が新たに「未病センター」認証を取得
 - 健康イベント開催等での連携も含め計50以上の自治体と連携

医療機関との連携

- 心臓リハビリテーション連携 整形外科連携
 - 計82クリニックと連携

自治体関係者の皆さまへ <https://www.curves.co.jp/government/>



医療関係者の皆さまへ <https://www.curves.co.jp/medical/>



TOPIC 「カーブス フードドライブ」が 令和7年度 食品ロス削減推進表彰にて最高位の「環境大臣賞」を受賞

2007年の開始以来、18年間継続してきた「カーブス フードドライブ」が、環境省・消費者庁主催「令和7年度 食品ロス削減推進表彰」にて最高位の「環境大臣賞」を受賞しました。長期継続の実績、食品ロス削減への貢献実績が高評価を受けての受賞となります。本活動は、全国のカーブス会員様や地域の方々から店舗にお持ち寄りいただいた食品を、インストラクターやフランチャイズ加盟企業のトップが児童養護施設や母子の生活支援施設などに直接お届けする、地域密着型のボランティア活動です。日々の健康づくりの場である「いつもの店舗」で「缶詰ひとつから」気軽に参加できることが、参加者に社会とのつながりや地域貢献の実感ももたらしています。食品を届けるだけでなく、参加者、活動を支えるカーブスインストラクター、お届け先の三者による「想いの循環」を地域に育み、持続可能な地域社会の基盤となる「ソーシャルキャピタル」の強化にも貢献していると考えています。食品ロス削減への貢献に加え、お客様満足度向上の一環として、今後も継続的に取り組み、さらなる社会的価値の創出を目指して参ります。



18年間の活動の累計

延べ参加者 **221万人**
寄付食品累計 **3,051トン**
延べ寄付先 **11,000施設・団体**

カーブス フードドライブとは

1. カーブス会員/地域の方々から食品をお預りします
2. カーブスインストラクターが食品を梱包し運びます
3. 児童養護施設や母子生活支援施設などに寄贈します

カーブスフードドライブ <https://www.curves.co.jp/convey/food/>



カーブスグループの事業概況

- 今後の見通し・戦略**
- **会員数の増大**
 - ・「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」会員数 2026年8月期末 90~91万人を計画。
 - ・顧客満足度向上による退会率低減、顧客生涯価値向上を図る。
 - ・年3回の魅力的なキャンペーンを実施すること等により新規入会募集を強化
 - **人的資本の強化**
 - ・労働生産性向上（従業員一人当たり付加価値向上×労働時間削減）
 - ・フランチャイズ加盟企業も含めた待遇向上策の推進
 - やりがいホワイト（高い「やりがい」×好待遇）接客サービス業No.1を実現する
 - ・人的資本投資の拡大や現場生産性向上のためのシステム投資拡大に伴うコスト増

会員向け物販収入

会員向け物販の主力商品は2つ、2010年12月に販売開始した「プロテイン」と、2023年12月に新たに投入した「ヘルシービューティ」の2商品です。会員数を伸ばしながら、会員向け物販にも力を入れ、会員様の食習慣を改善しながら客単価を引き上げていく戦略です。

2025年8月期は、会員向け物販収入が過去最高を更新しました。また、期末時点の定期購入型商品の契約者数も過去最高を更新し、着実に業績向上に貢献しています。

一方で、2025年8月期においては会員向け物販収入が業績予想をやや下回る結果となりました。主因は、2024年12月の物販強化月間における売上目標が未達となったことです。当社では毎年、12月（第2クォーター開始月）と5月（第3クォーター末月）の年2回、物販強化期間として、会員様への食生活相談を強化し、これに伴いプロテインやヘルシービューティ等の提案を行っています。しかし、2024年12月は両商品を同時期にご提案した結果、現場やお客様の混乱を招き、想定通りの新規定期購入契約獲得に至らなかったことが響きました。

この経験を活かし、2025年5月の食生活の相談強化週間では、たんぱく質摂取のカウンセリングとプロテインのご提案に絞るなど施策を見直し、7月には別途、栄養バランス改善に焦点を当ててヘルシービューティのご提案を行いました。その結果、定期便の新規契約者数が順調に増加し、とくにヘルシービューティは12月販売時期比で20%以上の新規契約増となるなど、2026年8月期に向けては良いスタートが切れる状態となりました。

- 今後の見通し・戦略**
- **会員向け物販の拡大**
 - ・会員サポート強化（運動指導、習慣化指導、食事相談）を通じて、定期購入型商品の購入者数、販売数の増加を図り、売上の拡大を見込む。
 - ・ヘルシービューティは契約率向上の余地が大きく一層の注力。
 - **プロテイン原材料価格高騰リスクへの対応**
 - ・プロテインの原材料価格高騰、円安による当該商品の粗利益率の悪化を予想。
 - ・プロテイン原材料価格高騰の根本的対処の新商品開発中（2027年or2028年に投下予定）。

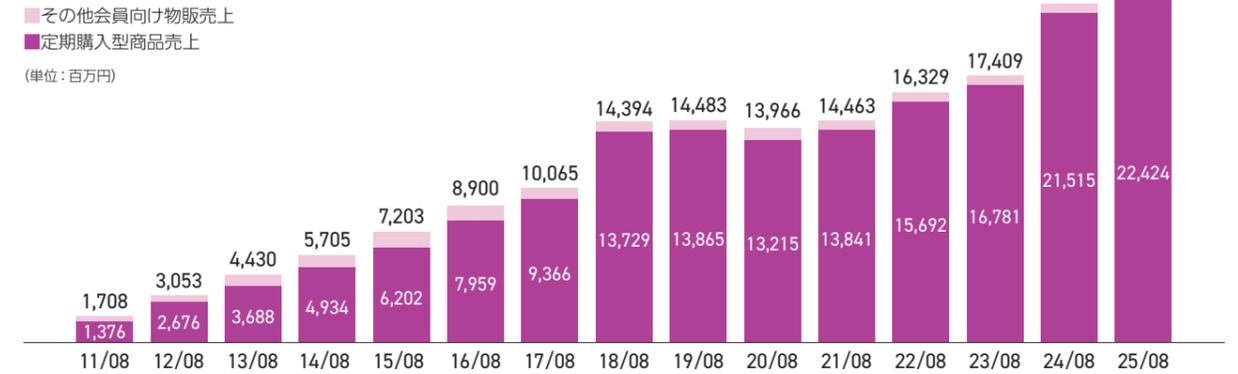
プロテイン開発の歴史

会員様の健康課題を食事・栄養面からも解決できないかと考えたことが、プロテイン開発の始まりです。100人以上の会員様の食事調査から「たんぱく質不足」に着目し、カーブスで運動をする女性に適した、科学的根拠に基づく独自成分処方プロテインを開発し、販売を開始しました。中高年女性へのたんぱく質の必要性が世間で注目されていなかった時期から、カーブスではその重要性をお客様に伝え、食事相談を通じてプロテインを提案してきました。2017年12月には既存のプロテインを全面リニューアルした「スーパープロテイン」の販売を開始し、これにより2018年8月期の会員向け物販収入は前年比143%を達成しました。

現在では、厚生労働省の「日本人の食事摂取基準（2020年版）」にたんぱく質の摂取目標量が初めて設定されるなど、たんぱく質の重要性は広く認知されています。さらに、2023年12月には、2度目の全面リニューアルを行った新プロテイン「ウルトラプロテイン」の販売を開始しました。



会員向け物販収入の推移

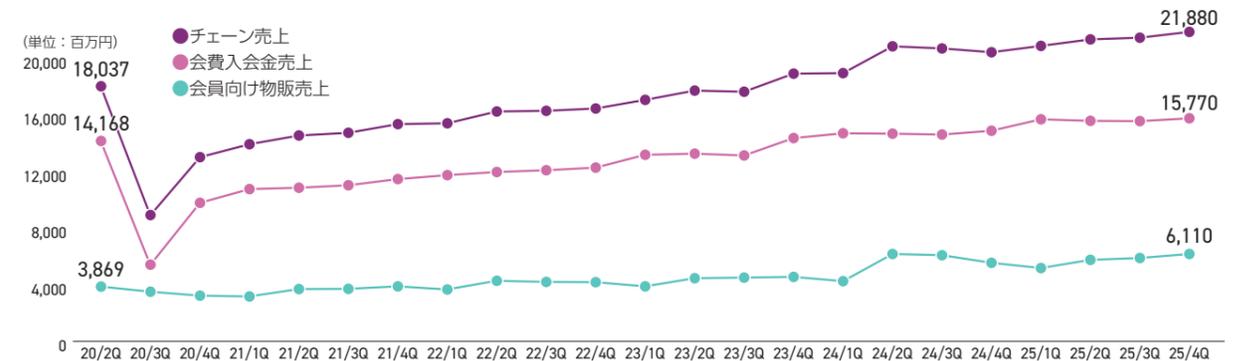


- 2010年12月 カーブスプロテイン販売開始**
会員様の食事調査を経て、科学的根拠に基づいた独自成分処方のプロテインを開発。定期購入型により契約者数の安定した増加を実現。
- 2017年12月 スーパープロテイン販売開始**
より少ない摂取量で高い効果の期待できる、科学的根拠に基づいた独自成分処方のプロテインを開発し発売。定期購入契約者数が増加し、販売数も増加。
- 2023年12月 ウルトラプロテイン、ヘルシービューティ販売開始**

チェーン売上

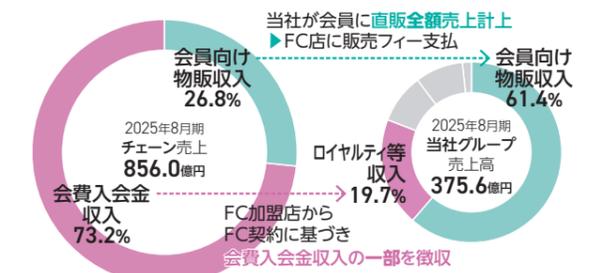
チェーン売上とは、フランチャイジーが運営する店舗を含む末端の売上を指し、会費入会金収入と会員向け物販収入で構成されています。2025年8月期におけるチェーン末端の売上は、過去最高の856億円を達成しました。チェーン売上の構成要素である会費入会金収入および会員向け物販収入のいずれも過去最高の実績を記録しています。

「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」チェーン売上推移（四半期単位）



チェーン末端売上と当社グループ売上高の関係について

2025年8月期のカーブスチェーン全体の売上構成は、「会費入会金収入」が73.2%、「会員向け物販収入」が26.8%です。一方、当社グループの売上においては、「会員向け物販収入」が61.4%を占めています。これは、当社グループの主たる事業がフランチャイズ（FC）本部事業であるためです。カーブスチェーン全体の売上における73.2%の「会費入会金収入」は、FC店舗での売上であり、当社グループはこの収入の一部をロイヤリティなどとして徴収し、売上として計上しています。一方、「会員向け物販収入」は、当社グループが直接会員様に商品を販売し、FC店舗に販売フィーを支払っている事業構造のため、その全額を当社グループの売上として計上しています。つまり、当社グループの決算では、「会費入会金収入」はその一部のみが売上に計上され、「会員向け物販収入」は全額が売上計上されているということです。



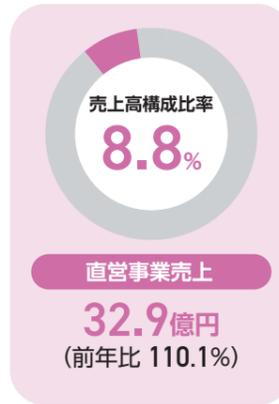
カーブスグループの事業概況

■ 直営事業

直営事業には「カーブスジャパン直営店」と「ハイ・スタンダード直営店」が含まれています。2025年8月末時点で82店舗（「30分 予約不要 サポート付きジム メンズ・カーブス」、「からだ動き回復センター ピント・アップ」を除く）を運営しており、チェーンの継続的な進化において重要な役割を果たしています。

カーブスジャパン直営店

フランチャイズ本部事業を担うカーブスジャパンの直営店では、模範的な店舗運営を行うだけでなく、新しいノウハウの開発を通じてチェーンの成長に貢献しています。活動においては、仮説、実験、検証のサイクルを継続的に回す考え方が根付いています。このアプローチはフランチャイズチェーン全体にも浸透しており、本部はフランチャイズ店舗からアイデアを吸い上げ、成功要因を見出してチェーン運営に反映し、進化を続けています。

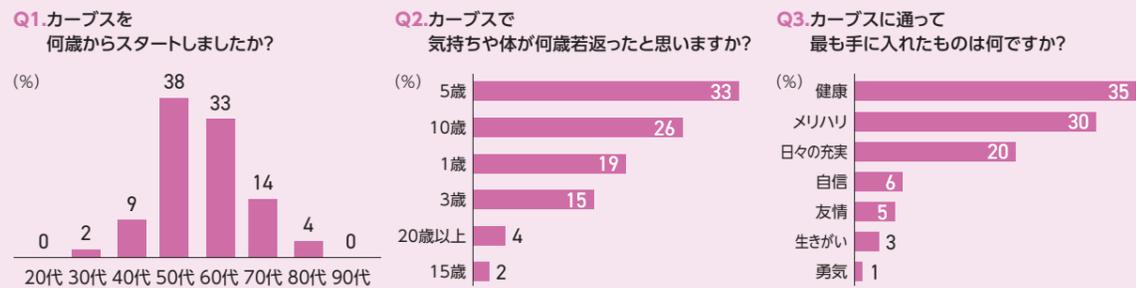


／ TOPIC ／ 「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」日本1号店(戸越)が20周年を迎えました

2005年、日本1号店となるカーブス戸越をオープン。いまやカーブスは全国2,000店舗を超える日本有数のフィットネス施設となりました。「地域密着の健康インフラ」として超高齢社会の問題解決に貢献すべく、これからも一人でも多くの方々に健康の大切さ、運動の大切さを広め、皆さまの健康で豊かな人生を支えて参ります。

● カーブス戸越の会員様アンケート結果

20周年を機に、カーブス戸越の会員様にアンケートを実施しました。



VOICE 株式会社カーブスジャパン 事業開発本部直営ノウハウ開発チーム マネージャー M.H.



2005年、まだ日本にカーブスがなかった時、私はアメリカでの研修を受け、実際の店舗でコーチやメンバーさんと交流しながら多くのことを学びました。特に印象的だったのは、シカゴの店舗を母娘で訪れていたお客様の姿です。「カーブスのおかげで、娘とは思春期の反抗期でも仲良く過ごせたのよ。ね?」と笑顔で顔を見合わせる母娘。そしてその陰にはコーチの励みやメンバーさんの関わりが2人の支えになっていたと知りました。この経験から、単なる運動指導にとどまらず、一人一人に寄り添うコーチの役割の重要性和、多様な人々が仲良くなれるコミュニティの温かさにも感銘を受け、日本でもこの価値を実現しようと強く思い帰国したのを今でも鮮明に覚えています。

その年の7月4日、日本1号店のカーブス戸越オープン日の朝。創業者ゲイリーも来日し『今日から日本の女性が変わる日だ』と私たちを勇気づけてくれました。雨の中続々と来てくれた地域の皆さん。「絶対オープン日の朝一番に行こう、って思ったのよ」との言葉に胸が熱くなりました。

あれから20年、私は今もカーブスの使命である『病気と介護の不安と孤独のない生きるエネルギーがあふれる社会をつくる』ことに、メンバーさんと共に挑戦し続けています。



2025年7月 カーブス戸越にて撮影

ハイ・スタンダード直営店

ハイ・スタンダードはその名の通り、全国の模範となる高水準な店舗運営と企業経営を実践しています。単に高い業績を上げるだけでなく、高い顧客満足度と高い従業員満足度を両立させ、永続的に企業価値を高め続ける経営を目指して取り組んでいます。



海外事業

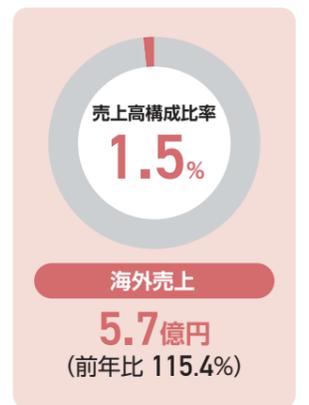
海外事業には、グローバルフランチャイザー事業を担うCurves International, Inc.と、欧州のフランチャイズ本部事業を担うCurves Europe B.V.などが含まれています。

Curves International, Inc.

2018年3月に、グローバルフランチャイザー(世界総本部)であるCurves International, Inc.を184億円で買収しました。北米およびオセアニアのダイレクトフランチャイズ事業は分離し、マスターフランチャイザー事業を買収しています。

買収のポイント

- 1 日本からCurves International, Inc.へ支払うロイヤルティ等をグループ内に取り込む。買収前の取引額はロイヤルティ、フィットネス機器の仕入れ等で年間約20億円に上り、これらをすべてグループ内に取り込む。
- 2 知的財産権の確保とカーブスブランドの永続的保持。
- 3 経営自由度が飛躍的拡大。
- 4 世界展開、グローバル展開の可能性が広がる。



30-minute Women-Only Wellness Fitness Club Curves

店舗数 **124店舗**

欧州(スペイン・イタリア・英国を中心に8カ国)店舗数

2025年6月末時点
(*決算期のずれにより2カ月遅れでの連結取り込み)

Curves Europe B.V.

2019年7月に、欧州のフランチャイズ本部事業を担うCurves Europe B.V.を買収し、今後の世界展開の足がかりにする考えです。現在124店舗を展開しており、1店舗当たりの会員数と売上は過去最高水準を更新しています。日本のノウハウを導入し、欧州の現状に適した競争力のあるビジネスモデルの構築を重点テーマとして取り組んできました。2026年以降、欧州においても多店舗展開を推進していきます。

買収のポイント

- 1 所得水準が高く、高齢化が進む欧州を重点地域と位置付け、欧州での事業基盤の確立を推進。
- 2 欧州には実績のあるマネジメントチームやオペレーションチームなど、優秀な人材が在籍。



今後の見通し・戦略

- 出店強化、多店舗展開へ
- 通期で営業赤字が続く見通し



コーポレートガバナンス

コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方

カーブスグループは、持続的な成長と中長期的な企業価値向上のために実効性の高いコーポレートガバナンス体制の充実を経営の重要課題ととらえています。経営の透明性と健全性を維持しつつ、変化の激しい経営環境に対応し、迅速な意思決定と機動的な組織運営を実現することをコーポレートガバナンスの基本的な方針とし、体制を整備し諸施策を実施しています。

コーポレートガバナンス体制の現状

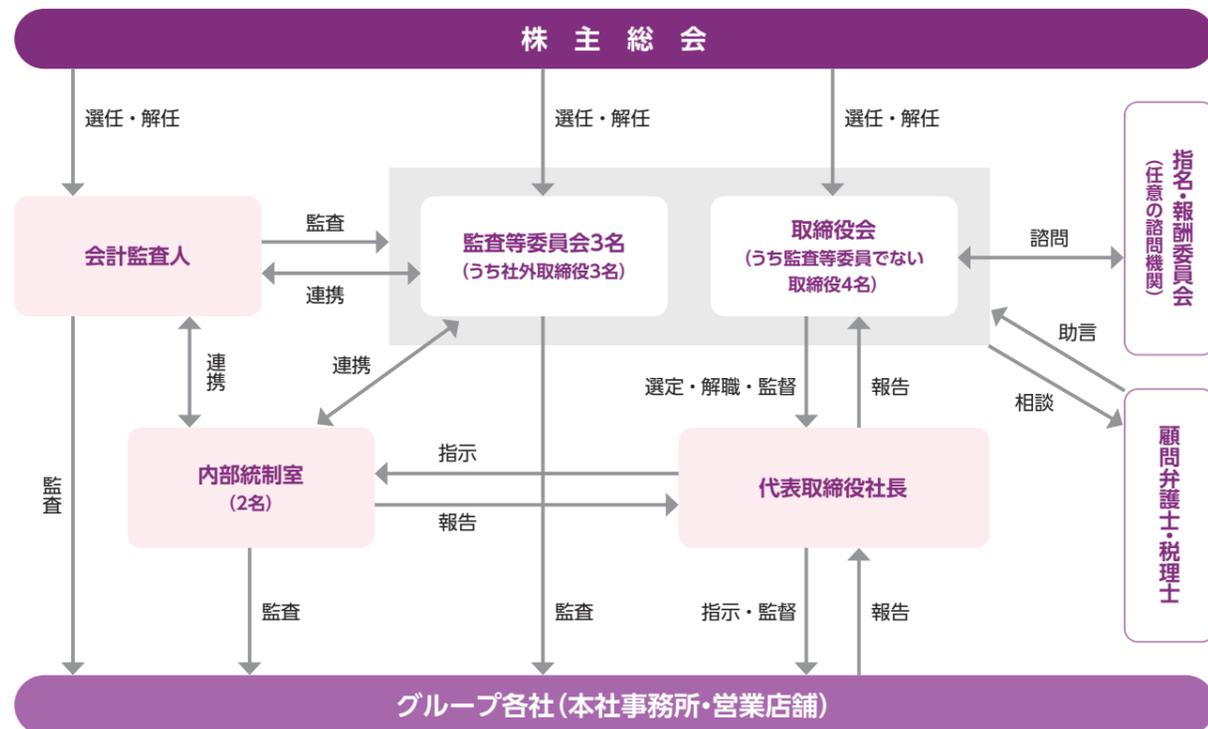
当社グループのガバナンス体制は、事業子会社が事業執行機能を担い事業推進に専心する一方で、持株会社である当社の取締役会がグループ全体の経営・監督機能を担うという経営体制を採用しています。当社の取締役会は取締役7名で構成され、定例取締役会を毎月1回、また、必要に応じて臨時取締役会を随時開催しています。

当社グループの経営方針、経営計画、年度予算その他グループ各社の重要な事項に関する意思決定を行うとともに、月次予算統制、月次業務報告その他グループ各社からの重要な業務事項の報告確認により業務執行の監督を行っています。

当社の取締役（監査等委員である取締役を除く）はグループ各社の取締役を兼務し、各社の事業執行を直接監督するとともに、取締役会の開催場所と開催日を極力合わせて、適確かつ整合性のある迅速な意思決定を可能とする体制を整えています。

また、コーポレートガバナンスの強化を図るため、取締役（監査等委員である取締役を除く）の任期を1年に定めています。当社の監査等委員である取締役3名全員が社外取締役であり、常勤1名、非常勤2名となっており、全員で監査等委員会を構成しています。

コーポレートガバナンス体制図



マテリアリティ7 実効性の高いコーポレートガバナンス
<https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality07.html>



カーブスホールディングス役員一覧



増本 岳

代表取締役社長 兼 グループCEO

【重要な兼職の状況】

- 株式会社カーブスジャパン 代表取締役会長
- 株式会社ハイ・スタンダード 代表取締役会長
- Curves International, Inc. President and CEO
- Curves Europe B.V. President and CEO
- CFW Operations Europe Limited Director
- Curves International of Spain, S.A. Director
- KIMOSCAPE (PTY) LTD Director
- 一般社団法人日本フィットネス産業協会 理事
- 公益財団法人日本ヘルスケア協会 理事
- 一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会 常任理事
- 一般社団法人スマートウェルネスコミュニティ協議会 理事
- 筑波大学大学院スポーツ・ウエルネス都市創生コンソーシアム 会長
- 筑波大学スマートウエルネスシティ政策開発研究センター アドバイザー



坂本 眞樹

取締役

【重要な兼職の状況】

- 株式会社カーブスジャパン 代表取締役社長
- 株式会社ハイ・スタンダード 取締役



田島(増本) 陽子

取締役

【重要な兼職の状況】

- 株式会社カーブスジャパン 代表取締役副社長 兼 事業開発本部長



松田 信也

取締役グループ管理本部長

【重要な兼職の状況】

- 株式会社カーブスジャパン 経営管理本部長
- Curves Europe B.V. Director



川田 豊和

社外取締役（常勤監査等委員）

【重要な兼職の状況】

- 株式会社カーブスジャパン 監査役
- 株式会社ハイ・スタンダード 監査役



山本 禎良

社外取締役（監査等委員）

【重要な兼職の状況】

- 山本禎良公認会計士事務所 所長
- 東亜工業株式会社 社外監査役
- 公益財団法人東京都防災建築まちづくりセンター 監事



寺石 雅英

社外取締役（監査等委員）

【重要な兼職の状況】

- 株式会社エスイー 社外監査役
- 大妻女子大学キャリア教育センター 教授
- 一般社団法人日本営業科学協会 理事
- 株式会社T2 社外監査役

コーポレートガバナンス



村上 正典
執行役員
(営業・人材企画・新規事業担当)

【重要な兼職の状況】
■ 株式会社カープスジャパン
常務執行役員 兼 事業開発本部副本部長



四倉 とも子
執行役員
(ファーストメンター・
ナレッジマネジメント担当)

【重要な兼職の状況】
■ 株式会社カープスジャパン
常務執行役員 兼 事業開発本部副本部長



加藤 大輔
執行役員
(サードメンター・
業態開発・直営店担当)

【重要な兼職の状況】
■ 株式会社カープスジャパン
常務執行役員 兼 事業開発本部副本部長



齋藤 光
執行役員
(広報・マーケティング担当)

【重要な兼職の状況】
■ 株式会社カープスジャパン
常務執行役員 兼 戦略企画部長



中内 夢二
執行役員
(FCサポート・商品企画担当)

【重要な兼職の状況】
■ 株式会社カープスジャパン
常務執行役員 兼 商品企画部長



鈴木 康志
執行役員
(直営事業担当)

【重要な兼職の状況】
■ 株式会社ハイ・スタンダード
代表取締役社長

子会社執行役員・ゼネラルマネージャー一覧

株式会社カープスジャパン

- | | | | |
|-------|--|-------|--------------------------------------|
| 和久 隆仁 | 執行役員
(営業推進部長) | 森 夕希子 | ゼネラルマネージャー
(事業開発本部業態開発サービスチーム) |
| 土田 彩 | ゼネラルマネージャー
(事業開発本部) | 小俣 恵 | ゼネラルマネージャー
(事業開発本部ナレッジマネジメントチーム) |
| 小川 光紀 | ゼネラルマネージャー
(営業推進部・事業開発本部・メンズ・カープスチーム) | 稲辺 知輝 | ゼネラルマネージャー
(FCサポートグループクリエイティブチーム) |
| 石井 克伸 | ゼネラルマネージャー
(営業推進部・事業開発本部) | 町田 恵子 | ゼネラルマネージャー
(新規事業開発部) |
| 中島 麻里 | ゼネラルマネージャー
(事業開発本部業態開発ガスピロチーム) | | |

株式会社ハイ・スタンダード

- | | | | |
|-------|------|--------|------|
| 野口 幸子 | 執行役員 | 大野 あすか | 執行役員 |
|-------|------|--------|------|

スキルマトリックス

◎：最も期待 ○：期待

	経営	財務	法務	フランチャイズ事業/チェーン運営				ロジスティクス/物流	マーケティング	商品開発	ヘルスケア	新規事業開発	海外(国際)
				出店戦略/店舗開発	チェーンマネジメント	店舗オペレーション	ノウハウ開発/ナレッジマネジメント						
増本 岳	◎	○	○	○	○	○	○		○	○	○	◎	◎
坂本 眞樹	◎		◎	◎	○				○		○	○	
田島(増本) 陽子	◎				◎	◎	◎		○		○	○	
松田 信也	○	◎	○					○					○
川田 豊和	○							○					
山本 禎良		◎											
寺石 雅英	○												
村上 正典	○			◎	○						○	○	
四倉 とも子	○				◎	◎	○		○		○		
加藤 大輔	○				◎	◎	○		○		○		
齋藤 光	○				○				◎		○		
中内 夢二	○		○					◎	◎		◎	○	○
鈴木 康志	○			○		◎	○				○		

コーポレートガバナンス

取締役会・委員会の構成、活動状況

取締役会

当社は、ジェンダーや国際性による差別は行っておらず、本人の経験、実績、能力、人物像によって取締役候補者に選任しています。監査等委員である取締役を除いた取締役4名のうち、1名は女性取締役であり、中核子会社であるカーブスジャパンの副社長としてFCチェーンの運営、店舗オペレーションを統括しています。また、監査等委員である取締役には、独立社外取締役として、公認会計士及び大学教授も選任しており、財務・会計に関する知見や会社経営の先端的な研究に基づく知見を活かして取締役会の実効性向上に貢献しています。

監査等委員会

監査等委員会は、常勤監査等委員を議長として取締役3名（全員が社外取締役であり、常勤1名、非常勤2名）で構成されています。毎月1回の定例監査等委員会の開催のほか、必要に応じて臨時監査等委員会を開催しています。

指名・報酬委員会

当社は取締役（監査等委員である取締役を除く。）の指名・報酬などに係る取締役会の客観的な判断と手続きの公平性を担保するため、任意の指名・報酬委員会を設置し、運営しています。委員会は代表取締役1名と独立社外取締役2名から構成されており、独立社外取締役が過半数を占め、また社外取締役が委員長を務めることで、独立性・客観性を高めています。

社外取締役の選任理由・活動状況

氏名	選任理由	2025年8月期 取締役会出席状況
川田 豊和	金融機関における証券代行業務、またコンサルティング業における上場企業のDX化やIR支援、ESG経営支援等の豊富な経験と実績により、当社の経営を監督するために必要な経営管理における幅広い見識を有しており、公正かつ客観的に当社の経営の妥当性を監督し監査機能の充実が期待できると判断し選任しています。	14回/14回 (100%)
山本 禎良	公認会計士として財務及び会計に関する相当程度の知見を有しており、客観的立場から当社の経営を監督するために必要な、豊富で幅広い見識を有しており、当社の業務遂行の監督等の役割を適切に果たしていただいています。引き続き監査等委員として公正かつ客観的に経営の妥当性を監督し監査機能の充実が期待できると判断し選任しています。	14回/14回 (100%)
寺石 雅英	大学教授として会社経営の先端的研究に携わり、客観的立場から当社の経営を監督するために必要な、豊富で幅広い見識を有しており、当社の業務遂行の監督等の役割を適切に果たしていただいています。引き続き監査等委員として公正かつ客観的に経営の妥当性を監督し監査機能の充実が期待できると判断し選任しています。	14回/14回 (100%)

取締役会の実効性評価

当社では、2021年8月期より取締役会の機能向上を目的として、年1回、その実効性について分析・評価を実施しています。2025年8月期は取締役会の全取締役にアンケートを実施し、外部コンサルタントの意見を踏まえ、取締役会全体の実効性に関する分析・評価を行っています。

評価項目	評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ① 取締役会の構成と運営 ② 経営戦略と経営計画 ③ リスク管理 ④ 指名・報酬 ⑤ 株主等との対話 	<p>当社取締役会は概ね適切に運営され、実効性は確保されていることを確認いたしました。また全体として評価は前年より改善しているものの、一方で、主要リスクの認識・監督、企業カルチャーの議論、ステークホルダー視点を踏まえた議論等については、改善への取り組みが必要であることを確認しています。</p>

取締役に対するトレーニングの方針

当社の常勤の取締役及び監査等委員は、求められる役割・責務を適切に果たすため、随時社外の各種セミナー等に参加し、会社の事業・財務・組織等に関する必要な知識の習得に努めます。また、新任取締役に対しては、新任取締役向けの外部セミナーを受講させ、期待される役割・責務を適切に果たすための理解を深めさせることを方針といたします。

取締役の報酬

当社の取締役（監査等委員である取締役及びそれ以外の取締役のうち社外取締役である者を除く。）の報酬は、企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして十分に機能するよう基本報酬と非金銭報酬としての株式報酬を組み合わせた報酬体系とし、個々の取締役の報酬の決定に際しては、各取締役の役位、職務執行に対する評価や会社業績等を総合的に勘案して、基本報酬と株式報酬を合わせた報酬総額を決定することを基本方針としています。これに基づき、各取締役の役位や職務執行に対する評価、会社業績等を総合的に勘案し決定された報酬総額の90%相当額を基本報酬（金銭報酬）として支給し、10%相当額を非金銭報酬として役員株式給付規程により当社株式及び一定割合の金銭にて支給しています。

リスクマネジメント体制

カーブスグループでは、「リスク管理規程」に基づき、原則として毎月1回開催されるカーブスホールディングス経営会議にてリスク対策等の検討を行うこととしています。ただし、特に必要と認められる場合は、代表取締役もしくは取締役会の決議により、代表取締役もしくは取締役会が選任した者を委員長とする「リスク対策委員会」を設置することができるものとしています。

リスク体制における経営会議の役割

「リスク対策における経営会議」の役割は次のとおりです。

- ① リスクに対する責任を明確にするために、必要に応じて各リスクに対応するプロジェクトを発足する。
- ② リスクが発生した場合は、主管部門の部門長を招集し、速やかにリスクに対処し、再発防止の対策を立てなければならない。
- ③ 「経営会議」の各構成員又は事務局は、必要に応じて「リスク対策委員会」の開催を経営会議議長に求めることができる。

リスクマネジメントと対応

カーブスグループでは、様々なリスクを一元的に俯瞰し、リスクを洗い出し、リスクを予防し、またリスクが発生した場合は迅速かつ的確に対応することにより被害を最小限に食い止め、再発を防止し、当社グループの企業価値を保全するためのリスクマネジメントに取り組んでいます。

個人情報保護の取り組み

カーブスグループでは、高度情報通信社会における個人情報保護の重要性を認識し、お客様、お取引先、株主様、当社グループ構成員及びその他業務に関連する全ての個人情報について、「個人情報保護方針」を定めその保護に努めています。カーブスグループは、本方針を実施するため、「個人情報保護規程」及びその他個人情報の保護に必要な細則、マニュアル等を策定し、これを当社グループ従業員及びその他関係者に周知徹底させて実施するとともに、これの維持、継続的な改善に努めています。

気候変動リスク等への取り組み

カーブスでは、全国各地に店舗を展開しています。これにより、気候変動や自然災害によるリスクや影響を最小限に抑える体制を整えています。全店舗で、毎年「全国カーブス安全週間」と「カーブス安全訓練」を実施。フランチャイズ本部であるカーブスジャパンが各店舗に対し、マニュアルやツールを提供し、全国で効果的な訓練ができるようサポートしています。また、カーブスは重要な顧客情報を適切に管理するため、データセンターの所在地を見直し、震災リスクの低減を図っています。さらに、グループの売上を支えるプロテインの原材料の調達先を多様化。アメリカ、ニュージーランド、イギリス、デンマークなど世界各国から仕入れ、製造工場も日本国内の佐賀県、栃木県、埼玉県などに分散配置し、気候変動による影響を軽減する取り組みを行っています。

 P50 カーブスグループの気候変動リスクへの取り組み

カーブスグループの気候変動リスクへの取り組み

カーブスグループは、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。その取り組みの一環としてTCFDフレームワークに沿って、気候変動に関する重要情報を開示しています。

TCFDに沿った情報は、ホームページ上で詳細を開示しています。
<https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality03/tcfd.html>



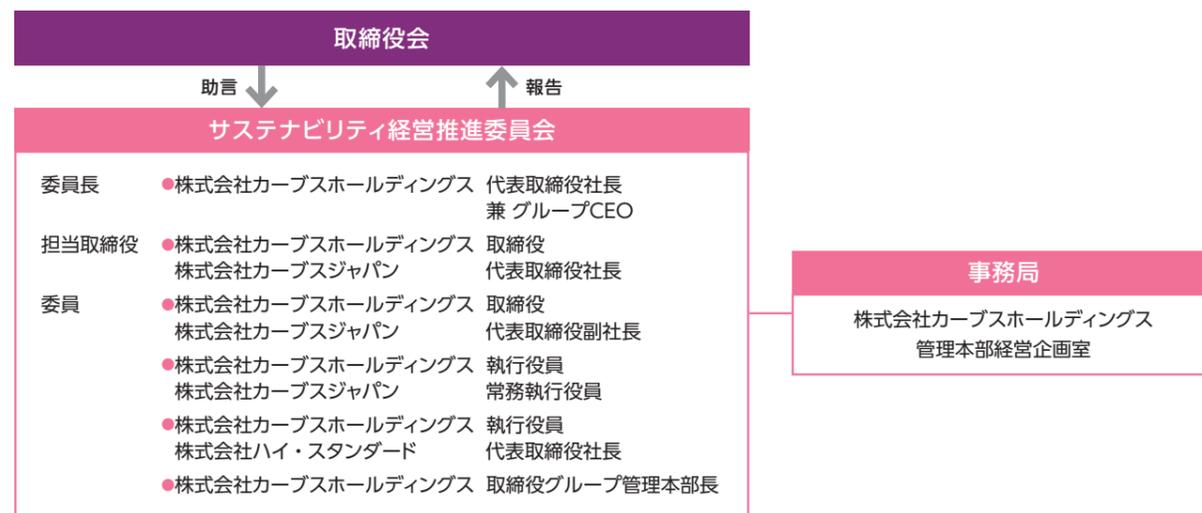
ガバナンス

当社グループは2022年11月より「サステナビリティ経営推進委員会」を設置しております。サステナビリティ経営推進委員会は当社代表取締役社長を委員長に、主要子会社の株式会社カーブスジャパン代表取締役社長を責任者として、各事業分野の責任者（子会社社長および子会社常務執行役員）を委員で構成され、当社管理本部経営企画室を事務局として四半期に一度「サステナビリティ経営推進会議」を実施しています。

サステナビリティ経営推進会議ではサステナビリティに関する課題と目標設定、進捗管理を行い、そのマネジメントを実施しています。また、本会議での議事内容は取締役会に報告しており、取締役会は当社グループ全体のESG課題における機会とリスクおよび中長期目標に関する取り組みの進捗状況の監督、助言を行う仕組みとしています。

気候変動対応に関する体制図

サステナビリティ推進体制



戦略

分析のプロセス

TCFD提言で示された各リスク・機会の項目を参考に、気候変動問題が当社グループの事業に及ぼすリスク・機会に関して検討いたしました。また、1.5℃および4℃シナリオの二つのシナリオを用いて、政策や市場動向の移行（移行リスク・機会）に関する分析と、災害などによる物理的変化（物理リスク・機会）に関する分析を実施いたしました。

リスク・機会のインパクト評価と対応策の選定

1.5℃シナリオでは脱炭素化への取り組みが進み、顧客からは低炭素製品・サービスが求められ、それに応じることができれば事業機会の獲得やブランドイメージの向上が可能と予想されます。また、政府からは炭素税等の規制もかかるため費用負担が発生することも予想されます。一方4℃シナリオでは、低炭素化・脱炭素化は推進されるが効果は限定的で、CO₂排出量は増加傾向となり、異常気象や災害リスクが高まるため、自社外を含めたBCP対策の強化等が必要となります。

リスク・機会	気候変動がもたらす影響	時間軸	影響度	対応策	
移行リスク	法規制・政策	サプライヤーにGHG排出量規制が強化され、物販品の原材料等の調達に係るコストが増加する	中期～長期	中	・サプライヤーと連携しCO ₂ 排出量の把握および削減への取り組み ・サプライチェーン全体の見直しと多様化
	技術	再生可能エネルギーの導入コストが増加する	中期	小	・施設の省エネ
物理リスク	急性	店舗の洪水被害に伴う営業停止で売上が減少する	短期	中	・BCPの策定と実行 ・浸水対策の取り組みを推進 ・適切な保険への加入
		物販のOEM生産を委託している工場が被災・生産停止することによって、供給が途絶し、機会損失が発生する	短期	大	・サプライチェーン全体の見直しと多様化 ・サプライヤーと連携したリスク回避
	洪水や台風による物販品の原材料の一時的な供給網断断により、供給が遅延し、機会損失が発生する	短期	大	・サプライチェーン全体の見直しと多様化 ・サプライヤーと連携したリスク回避	
	慢性	洪水や大型台風等の異常気象によるデータセンターの倒壊やデータの消失が発生し、業務・サービスが停止する	短期～中期	大	・被災をいにくいデータセンターの立地選定 ・BCPの策定と実行
		気温上昇による物販品の原材料の供給量減少によって、原材料価格が高騰する	中期～長期	大	・サプライチェーン全体の見直しと多様化
		海水面の上昇に伴い、中長期的に店舗の立地について再検討が必要が発生し、移転コストが発生する	長期	小	・自社のBCP策定と実行 ・出店時のリスク評価の徹底
機会	エネルギー源	お客様からの評価向上に伴い、ブランドイメージが向上する	中期	中	・継続的なステークホルダーへの情報開示 ・CDP等の外部格付けへの対応強化 ・省エネ・再エネ技術の適用に関する設備投資の積極的な実施
	レジリエンス	被災時の早期営業復旧のレジリエンス確保によりブランドイメージが向上する	中期	小	・自社のBCP策定と実行 ・防災設備の強化 ・被災時の地域への協力体制の構築
	市場	感染症の拡大による免疫力強化のための運動の必要性が増大する	長期	大	・施設内の衛生管理、感染予防対策の強化 ・免疫力を高めるフィットネスプログラムの提供

[時間軸] 短期：1年以内、中期：1～10年、長期：10年～

リスク管理

気候関連リスクを識別・評価・管理するプロセス／全社のリスク管理への統合プロセス

当社グループでは、気候変動に関連するリスクおよび機会の識別、評価、管理を毎月実施している取締役会および経営会議において適宜行っています。また、気候変動関連のリスクに対応するため、サステナビリティ経営推進委員会において課題と目標の設定、進捗管理を実施し、リスク対応策は各事業部にて遂行されます。取締役会および経営会議において管理される気候変動リスクは、全社的なリスクの中でその重要性が評価され、対応の優先順位付けが行われています。これにより、統合的なリスク管理体制を構築しています。

指標と目標

当社グループは、気候関連問題が経営に及ぼす影響を評価・管理するため、GHGプロトコルの基準に基づきGHG（温室効果ガス）排出量（Scope1～3）の算定を実施しています。また、当社および国内連結子会社を対象とした温室効果ガスの削減目標として、Scope1,2排出において、2050年度カーボンニュートラルを目指しています。

*当社における温室効果ガス排出量実績は「サステナビリティDATA BOOK」をご参照ください。

📖 P52 サステナビリティDATA BOOK

🌐 マテリアリティ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
<https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality03.html>



サステナビリティDATA BOOK

環境

項目	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期	2024年8月期	2025年8月期	対象範囲
Scope1 (t-CO ₂)	30	34	30	20	24	当社 および 国内連結 子会社
Scope2 (t-CO ₂)	682	694	697	656	710	
Scope3 (t-CO ₂)	40,980	44,312	48,238	56,658	58,131	
Cat.1 購入した製品・サービス (t-CO ₂)	25,095	28,129	32,850	41,104	43,327	
Cat.2 資本財 (t-CO ₂)	2,763	3,017	2,778	3,569	2,389	
Cat.3 エネルギー関連活動 (t-CO ₂)	109	114	112	112	113	
Cat.4 輸送、配送（上流） (t-CO ₂)	221	227	242	310	402	
Cat.5 事業から出る廃棄物 (t-CO ₂)	62	56	58	55	58	
Cat.6 出張 (t-CO ₂)	307	378	462	482	508	
Cat.7 雇用者の通勤 (t-CO ₂)	213	210	223	260	261	
Cat.8 リース資産（上流） (t-CO ₂)	—	—	—	—	—	
Cat.9 輸送、配送（下流） (t-CO ₂)	2	3	3	4	4	
Cat.10 販売した製品の加工 (t-CO ₂)	—	—	—	—	—	
Cat.11 販売した製品の使用 (t-CO ₂)	—	—	—	—	—	
Cat.12 販売した製品の廃棄 (t-CO ₂)	30	28	32	35	38	
Cat.13 リース資産（下流） (t-CO ₂)	—	—	—	—	—	
Cat.14 フランチャイズ (t-CO ₂)	12,177	12,150	11,477	10,727	11,031	
Cat.15 投資 (t-CO ₂)	—	—	—	—	—	
電力使用量*1 (kWh)	1,488,320	1,555,530	1,532,711	1,562,761	1,563,120	
1店舗当たりの電力消費量 (kWh)	13,280	14,134	13,698	13,149	13,095	
取水量*1*2 (m ³)	3,723	3,272	3,588	3,187	3,450	
1店舗当たりの取水量*2 (m ³)	143	121	124	100	115	
排水量*1*2 (m ³)	3,723	3,272	3,588	3,187	3,450	
1店舗当たりの排水量*2 (m ³)	143	121	124	100	115	
プレゼントツリー植樹本数 (本)	148	164	136	121	96	
プレゼントツリー累計植樹本数 (本)	2,852	3,016	3,152	3,273	3,369	
プレゼントツリー植樹によるCO ₂ 吸収量 (t-CO ₂)	5	6	6	6	7	

*1 本社および国内直営店舗を対象としています。
*2 水使用量が把握可能な拠点を対象としています。

社会

項目	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期	2024年8月期	2025年8月期	対象範囲
総従業員数 (人)	628	620	659	695	735	カープス グループ 全体
正社員数 (人)	565	557	568	568	601	
男性正社員数 (人)	104	103	109	107	122	
女性正社員数 (人)	461	454	459	461	479	
非正規雇用者数 (人)	63	63	91	127	134	
男性非正規雇用者数 (人)	1	2	0	0	0	
女性非正規雇用者数 (人)	62	61	91	127	134	
総従業員女性比率 (%)	83.3	83.1	83.5	84.6	83.4	
正社員女性比率 (%)	81.6	81.5	80.8	81.2	79.7	
正社員平均勤続年数 (年)	5	6	6	6	7	
男性正社員平均勤続年数 (年)	5	6	6	7	7	
女性正社員平均勤続年数 (年)	5	6	6	6	7	
正社員平均年齢 (歳)	33	34	35	35	35	
女性管理監督者数*1 (人)	34	34	37	37	38	
女性管理監督者比率*1 (%)	64.2	64.2	67.3	62.7	65.5	

項目	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期	2024年8月期	2025年8月期	対象範囲
新卒採用数 (人)	27	23	30	23	39	当社 および 国内連結 子会社
新卒採用女性比率 (%)	88.9	78.3	80.0	87.0	74.4	
障害者雇用数 (人)	7	7	7	6	7	
障害者雇用率 (%)	1.3	1.3	1.2	1.0	1.2	
管理部門以外の管理職に占める女性労働者の割合*1 (%)	71.1	71.8	75.6	70.5	72.7	
職種別女性比率（マネージャー～部長） (%)	64.3	65.9	66.7	64.0	67.3	
職種別女性比率（その他正社員） (%)	83.9	84.6	83.4	84.0	82.2	
男性の育児休業取得者率*2 (%)	33.3	33.3	40.0	40.0	40.0	
女性の育児休業取得者率 (%)	100.0	100.0	100.0	97.0	95.0	
育児休業復職率（正社員） (%)	88.0	89.5	94.7	93.8	82.6	
育児休業復職率（非正規雇用者） (%)	75.0	75.0	—	100.0	50.0	
有給休暇取得率 (%)	56.8	61.7	62.1	61.6	55.1	
介護休暇・休業取得者数 (人)	0	0	0	0	0	
労働災害等 (件)	0	0	4	2	3	
男女賃金差異（総従業員）*3*5 (%)	76.2	76.6	79.8	78.4	83.8	
男女賃金差異（正社員）*3*5 (%)	85.9	85.1	84.7	82.9	88.2	
男女賃金差異（非正規雇用者）*4 (%)	103.2	112.5	—	—	121.8	
ストレスチェック受検率 (%)	90.2	93.4	89.5	90.5	92.2	
フードドライブによる食品寄付 (トン)	178	196	214	190	168	

*1 執行役員は除いて算出しています。
*2 「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律」(平成3年法律第76号)の規定に基づき、「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律施行規則」(平成3年労働省令第25号)第71条の6第1号における育児休業等の取得割合を算出しています。
*3 「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(平成27年法律第64号)の規定に基づき算出したものであり、執行役員を除いて算出しています。
*4 非正規雇用労働者については、正規雇用労働者の平均所定時間をもとに人員数の換算を行っています。
*5 当社グループでは、ジェンダー、人種などに関わらず、一人ひとりの従業員の能力(発揮能力)によって給与・役職などが決まる独自の公平公正な実力主義人事制度を構築し運用をしています。すなわち、男女の性別に関わらず同一の賃金制度を適用しており、また、人事評価に関しても男女共通の基準で実施しており、人事制度上の男女間の差異は設けていません。労働者の男女の賃金の差異が発生している主要な要因は以下によります。
・多様な働き方としての非正規雇用労働者の賃金が正規雇用労働者と比較して低く、非正規雇用労働者のほぼ全員が女性であること
・産前産後休暇、育児休業の取得や育児短時間勤務等の多様な働き方を選択した従業員が多く、その女性の割合が高いこと
(株)カープスジャパンの労働者を職別別に区分し、かつ、当期内において産前産後休暇、育児休業、育児短時間勤務制度の利用者を比較対象から除いた2025年8月期における労働者の男女の賃金の差異は以下の通りとなります。

男女賃金差異（総従業員） (%)	79.7
男女賃金差異（管理監督者） (%)	102.8
男女賃金差異（その他社員） (%)	94.9
男女賃金差異（非正規雇用者） (%)	121.8

ガバナンス

項目	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期	2024年8月期	2025年8月期	対象範囲
女性取締役比率 (%)	14.3	14.3	14.3	14.3	14.3	当社
女性執行役員比率 (%)	20.0	42.9	42.9	42.9	33.3	当社
行動規範・倫理基準に対する違反件数 (件)	0	0	0	0	0	および
汚職・贈収賄等の腐敗行為に関する捜査対象件数 (件)	0	0	0	0	0	国内連結
独占禁止法（他関連法含む）に関する捜査対象件数 (件)	0	0	0	0	0	子会社

*期間は決算期（国内は9月～翌年8月、海外は7月～翌年6月）となります。
*カープスグループ（当社および当社の関係会社）は、当社（株）カープスホールディングス：持株会社）、連結子会社7社（株）カープスジャパン、(株)ハイ・スタンダード、Curves International, Inc.、Curves Europe B.V.、CFW Operations Europe Limited、Curves International of Spain, S.A.、KIMOSCAPE (PTY) LTD) により構成されています。
*国内連結子会社は、(株)カープスジャパン、(株)ハイ・スタンダードの2社となります。

財務DATA

財務・非財務ハイライト

(単位：百万円)

	2019年8月期	2020年8月期	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期	2024年8月期	2025年8月期
連結損益計算書							
売上高	28,036	25,082	24,681	27,509	30,022	35,465	37,566
売上総利益	11,504	9,168	10,403	11,991	12,806	15,145	16,048
販売費及び一般管理費	6,068	8,000	8,780	9,248	8,954	9,687	9,706
営業利益	5,436	1,167	1,622	2,742	3,851	5,458	6,342
経常利益	5,242	1,165	1,716	3,311	3,841	5,472	6,481
親会社株主に帰属する当期純利益	3,706	764	1,129	2,247	2,551	3,566	4,303
EBITDA ^{*1*2}	7,141	2,847	4,389	4,738	6,161	7,692	8,586
連結貸借対照表							
流動資産	11,281	15,275	14,961	13,739	14,338	15,490	16,916
固定資産	22,943	21,562	21,323	24,612	24,773	25,884	22,288
総資産	34,224	36,837	36,284	38,352	39,111	41,374	39,205
流動負債	8,018	7,262	8,929	9,307	10,686	11,654	11,451
固定負債	18,464	21,432	18,191	16,688	13,354	10,311	7,593
負債合計	26,482	28,695	27,121	25,996	24,041	21,965	19,045
株主資本	7,599	8,005	8,665	8,868	10,621	13,158	15,866
純資産合計	7,742	8,142	9,163	12,355	15,070	19,409	20,160
負債・純資産合計	34,224	36,837	36,284	38,352	39,111	41,374	39,205
連結キャッシュ・フロー計算書							
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,321	1,882	3,240	3,273	4,920	5,426	6,211
投資活動によるキャッシュ・フロー	△418	△464	△733	△943	△891	△967	△727
財務活動によるキャッシュ・フロー	△5,856	2,765	△2,309	△4,218	△4,091	△4,327	△4,892
現金及び現金同等物の期末残高	5,350	9,533	9,760	7,943	7,855	8,002	8,383
フリー・キャッシュ・フロー ^{*1*3}	4,902	1,418	2,507	2,329	4,028	4,459	5,483
1株当たり指標							
1株当たり当期純利益(EPS) (円)	60.89	8.73	12.04	24.20	27.71	38.75	46.75
1株当たり純資産額(BPS) (円)	94.07	86.76	97.63	134.22	163.70	210.83	218.99
1株当たり配当金 (円)	49.00	5.00	5.00	7.00	10.00	15.00	17.00
財務指標							
売上高営業利益率 ^{*1} (%)	19.4	4.7	6.6	10.0	12.8	15.4	16.9
売上高当期純利益率 (%)	13.2	3.0	4.6	8.2	8.5	10.1	11.5
自己資本比率 (%)	22.6	22.1	25.3	32.2	38.5	46.9	51.4
投下資本利益率(ROIC) ^{*1*4} (%)	14.0	3.1	4.3	6.4	8.8	12.0	15.4
自己資本当期純利益率(ROE) (%)	46.0	9.6	13.1	20.9	18.6	20.7	21.8
総資産経常利益率(ROA) (%)	14.6	3.3	4.7	8.9	9.9	13.6	16.1
配当性向(連結) (%)	80.5	57.3	41.5	28.9	36.1	38.7	36.4
非財務データ^{*5}							
店舗数 (店)	1,991	2,020	1,958	1,947	1,962	1,978	1,996
会員数 (人)	822,169	600,786	693,769	754,373	776,960	817,351	863,522
チェーン売上 (百万円)	70,241	57,369	58,598	64,433	71,385	80,978	85,602
会費入会金売上 (百万円)	55,758	43,403	44,135	48,104	53,975	58,910	62,643
会員向け物販売上 (百万円)	14,483	13,966	14,463	16,329	17,409	22,067	22,958

*1 2025年8月期以降5カ年の財務指標基準：1年平均成長率10%以上▶営業利益、EBITDA、フリー・キャッシュ・フロー 2. ROIC 12%以上を維持し、15%を目指す

*2 EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) = 営業利益+減価償却費+のれん・商標権等償却費

*3 フリー・キャッシュ・フロー=営業活動によるキャッシュ・フロー+投資活動によるキャッシュ・フロー

*4 ROIC (Return On Invested Capital: 投下資本利益率) = 税引後営業利益÷投下資本 (運転資本+固定資産)

*5 非財務データは「女性だけの30分健康フィットネス カープス」の数値を記載しています。

財務DATA

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2024年8月期	2025年8月期
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	8,296	8,703
受取手形及び売掛金	5,128	5,592
商品	1,225	1,373
原材料及び貯蔵品	218	370
その他	789	990
貸倒引当金	△168	△114
流動資産合計	15,490	16,916
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	722	782
減価償却累計額	△401	△426
建物及び構築物(純額)	321	356
工具、器具及び備品	922	1,079
減価償却累計額	△778	△839
工具、器具及び備品(純額)	143	240
その他(純額)	18	6
有形固定資産合計	483	602
無形固定資産		
のれん	1,598	1,347
商標権	20,842	17,375
ソフトウェア	1,672	1,654
その他	125	1
無形固定資産合計	24,238	20,379
投資その他の資産		
敷金及び保証金	331	340
繰延税金資産	724	854
その他	113	120
貸倒引当金	△6	△8
投資その他の資産合計	1,163	1,307
固定資産合計	25,884	22,288
資産合計	41,374	39,205

負債の部

	2024年8月期	2025年8月期
流動負債		
支払手形及び買掛金	2,338	2,671
1年内返済予定の長期借入金	3,290	2,040
未払金	967	815
未払費用	379	402
未払法人税等	1,066	1,346
賞与引当金	384	480
ポイント引当金	166	179
株主優待引当金	25	28
預り金	2,444	2,698
その他	591	787
流動負債合計	11,654	11,451
固定負債		
長期借入金	5,375	3,334
株式給付引当金	326	384
繰延税金負債	4,441	3,706
資産除去債務	161	167
その他	6	—
固定負債合計	10,311	7,593
負債合計	21,965	19,045
純資産の部		
株主資本		
資本金	848	848
資本剰余金	828	828
利益剰余金	12,726	15,434
自己株式	△1,245	△1,244
株主資本合計	13,158	15,866
その他の包括利益累計額		
為替換算調整勘定	6,251	4,293
その他の包括利益累計額合計	6,251	4,293
純資産合計	19,409	20,160
負債純資産合計	41,374	39,205

連結損益計算書

(単位：百万円)

	2024年8月期	2025年8月期
売上高	35,465	37,566
売上原価	20,320	21,517
売上総利益	15,145	16,048
販売費及び一般管理費	9,687	9,706
営業利益	5,458	6,342
営業外収益		
受取利息及び配当金	0	6
為替差益	30	162
助成金収入	1	1
保険金収入	0	—
受取補償金	27	20
物品売却収入	9	—
その他	9	16
営業外収益合計	78	206
営業外費用		
支払利息	45	61
支払手数料	2	1
その他	16	4
営業外費用合計	63	66
経常利益	5,472	6,481
特別損失		
固定資産除却損	6	14
減損損失	19	—
特別損失合計	26	14
税金等調整前当期純利益	5,446	6,467
法人税、住民税及び事業税	2,166	2,590
法人税等調整額	△286	△426
法人税等合計	1,879	2,163
当期純利益	3,566	4,303
親会社株主に帰属する当期純利益	3,566	4,303

連結包括利益計算書

(単位：百万円)

	2024年8月期	2025年8月期
当期純利益	3,566	4,303
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	1	—
為替換算調整勘定	1,801	△1,957
その他の包括利益合計	1,802	△1,957
包括利益	5,369	2,345
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	5,369	2,345
非支配株主に係る包括利益	—	—

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	2024年8月期	2025年8月期
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	5,446	6,467
減価償却費	715	720
減損損失	19	—
のれん償却額	110	112
商標権償却額	1,407	1,410
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△44	△37
賞与引当金の増減額(△は減少)	62	99
株式給付引当金の増減額(△は減少)	55	58
受取利息及び受取配当金	△0	△6
支払利息	45	61
為替差損益(△は益)	△30	△162
固定資産除却損	6	14
売上債権の増減額(△は増加)	△620	△519
棚卸資産の増減額(△は増加)	△395	△315
前払費用の増減額(△は増加)	△23	△16
仕入債務の増減額(△は減少)	299	341
未払金の増減額(△は減少)	298	△231
未払費用の増減額(△は減少)	55	28
その他	136	703
小計	7,546	8,730
利息及び配当金の受取額	0	6
利息の支払額	△43	△60
法人税等の支払額又は還付額(△は支払)	△2,076	△2,463
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,426	6,211
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△149	△151
無形固定資産の取得による支出	△805	△543
長期前払費用の取得による支出	△15	△16
投資有価証券の売却による収入	20	—
敷金及び保証金の差入による支出	△22	△11
敷金及び保証金の回収による収入	5	1
その他	—	△7
投資活動によるキャッシュ・フロー	△967	△727
財務活動によるキャッシュ・フロー		
長期借入金の返済による支出	△3,290	△3,290
自己株式の取得による支出	△0	△0
リース債務の返済による支出	△4	△6
配当金の支払額	△1,032	△1,595
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,327	△4,892
現金及び現金同等物に係る換算差額	15	△209
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	147	381
現金及び現金同等物の期首残高	7,855	8,002
現金及び現金同等物の期末残高	8,002	8,383

会社概要 / 株式情報 (2025年8月31日現在)

会社概要

社名	株式会社カーブスホールディングス	設立	2005年2月*
代表者	代表取締役社長 増本 岳	連結従業員数	735名 (うち臨時雇用者 134名)
所在地	〒108-0023 東京都港区芝浦3-9-1 芝浦ルネサイトタワー11F	資本金	848百万円

*カーブスジャパン設立日。カーブスホールディングスは2008年10月設立。

グループ会社の構成

国内事業は、日本のフランチャイズ本部事業を担う株式会社カーブスジャパンと、グループの直営店事業を担う株式会社ハイ・スタンダードの2社。海外事業は、グローバルフランチャイザー事業を担うCurves International, Inc.と、欧州のフランチャイズ本部事業を担うCurves Europe B.V.が中心。



カーブスグループ：5つの経営指針

- 1. 使命感による経営**
-Management based on "Mission"
 ① 世のため、人のため、使命感をもって経営をする。
 ② 『世のため、人のため』が事業の目的、『売上・利益』は手段である。
 ③ 事業を通じて、社会の問題を解決する。
- 2. 攻めの経営**
-Management based on "Proaction"
 ① 逆算の経営○ 積み上げの経営×
 ② 高い理想と目標を掲げ、やるべきことを逆算し、その達成に全力で取り組む。
 ③ 顧客を創造する。
 Ex) 他人のマーケットを奪うのではなく、常に新しい市場を開拓する。
 ④ 売上・利益を増やし続ける仕組みをつくる。
 ⑤ フォーカスし、コアをつくり、レバレッジを効かせる。
 ⑥ 卓越した成果を追求する。
- 3. 規律ある経営**
-Management based on "Discipline"
 ① もっとも厳しい現実、不愉快な事実を直視する。
 ② やるべきことを決めるだけでなく、「やらないこと」を強い意志で決断する。
 ③ 長期的展望を持ち、忍耐の大切さを知り、着実に前に進む経営をする。
 ④ 上手くいっている時は窓の外を見て、上手くいかないときは鏡の中を見る。
- 4. 科学する経営**
-Management based on "Science"
 ① 商売を科学する。観察・仮説・検証のサイクルから法則を見つけ出す。
 ② 常に事実を重視する。
 ③ 論理的思考を追求するが論理に拘泥せず、アイデアを奨励するがアイデアに溺れない。論理と発想の高い次元での調和を図る。
 ④ 予期せぬ成功、予期せぬ失敗、予期せぬ出来事から学習する。
 ⑤ 改善を積み重ね、イノベーションを起こす。
- 5. 全員参画型経営**
-Management based on "All staff participation"
 ① 自立型 (& 自律型) 人材の育成
 ② 集合天才型組織づくり
 ③ 自立と心理的安全性が高い次元で調和したチームづくり

株式情報

上場市場	東京証券取引所 プライム市場
証券コード	7085
事業年度	9月1日から翌年8月31日
発行可能株式総数	320,000,000株
発行済株式総数	93,857,493株
単元株式数	100株
株主数	50,836名
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社

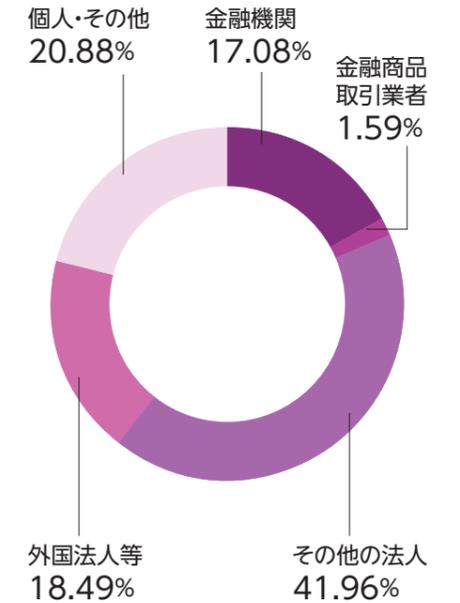
大株主の状況

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社ヨウザン	29,768,000	31.71
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	10,230,700	10.90
NORTHERN TRUST CO.(AVFC) RE FIDELITY FUNDS	6,104,237	6.50
株式会社ティーワイエヌ	5,109,900	5.44
株式会社アイエムオー	3,784,000	4.03
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	2,696,800	2.87
坂本 眞樹	2,077,447	2.21
増本 陽子	2,077,447	2.21
株式会社日本カストディ銀行(信託E口)	1,795,970	1.91
THE NOMURA TRUST AND BANKING CO., LTD. AS THE TRUSTEE OF REPURCHASE AGREEMENT MOTHER FUND	1,773,400	1.88

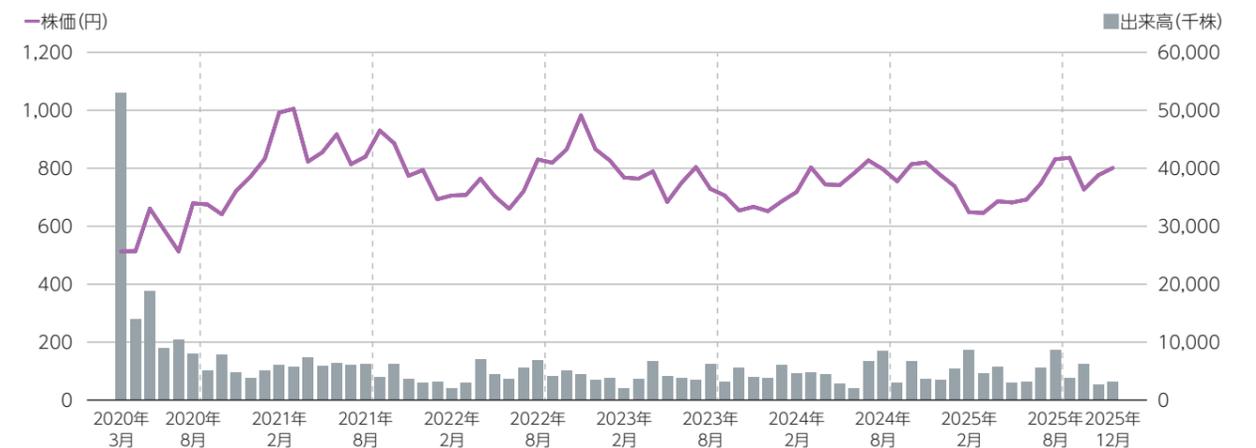
(注) 1. 持株比率は、発行済株式の総数から自己株式240株を控除して算出しています。
 「株式給付信託 (J-ESOP)」及び「株式給付信託 (BBT)」の信託財産として株式会社日本カストディ銀行 (信託E口) が保有する当社株式1,795,970株については、自己株式に含めていません。
 2. 株式会社ティーワイエヌは当社代表取締役社長兼グループCEO増本岳氏の資産管理会社です。



所有者別株式分布状況



株価・出来高の推移



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。

株式会社カーブスホールディングス

〒108-0023

東京都港区芝浦 3-9-1 芝浦ルネサイトタワー 11F

TEL : 03-5418-9922 (代表)

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

