



自分を、もっと楽しむ力を。



26/03期 1Q決算説明資料

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

Fast Fitness Japan 15TH

2025年8月14日
<https://fastfitnessjapan.jp/ir/>



Index

1	事業概要及び市場環境	3頁
2	決算ハイライト	9頁
3	26/03期 1Q実績	13頁
4	国内エニタイムフィットネス事業の概況	22頁
5	新たな成長領域の概況	30頁
6	Appendix	37頁

1. 事業概要及び市場環境



AF片瀬江の島店 2025年6月オープン

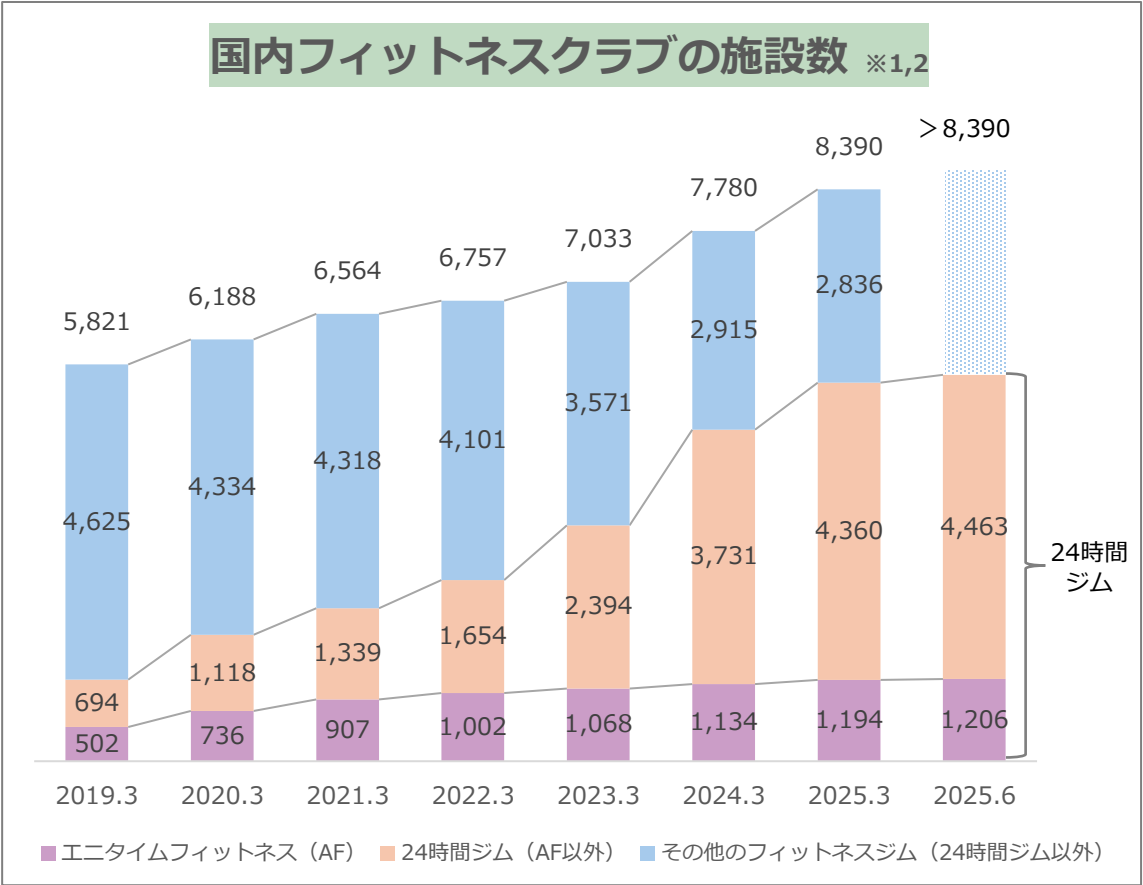
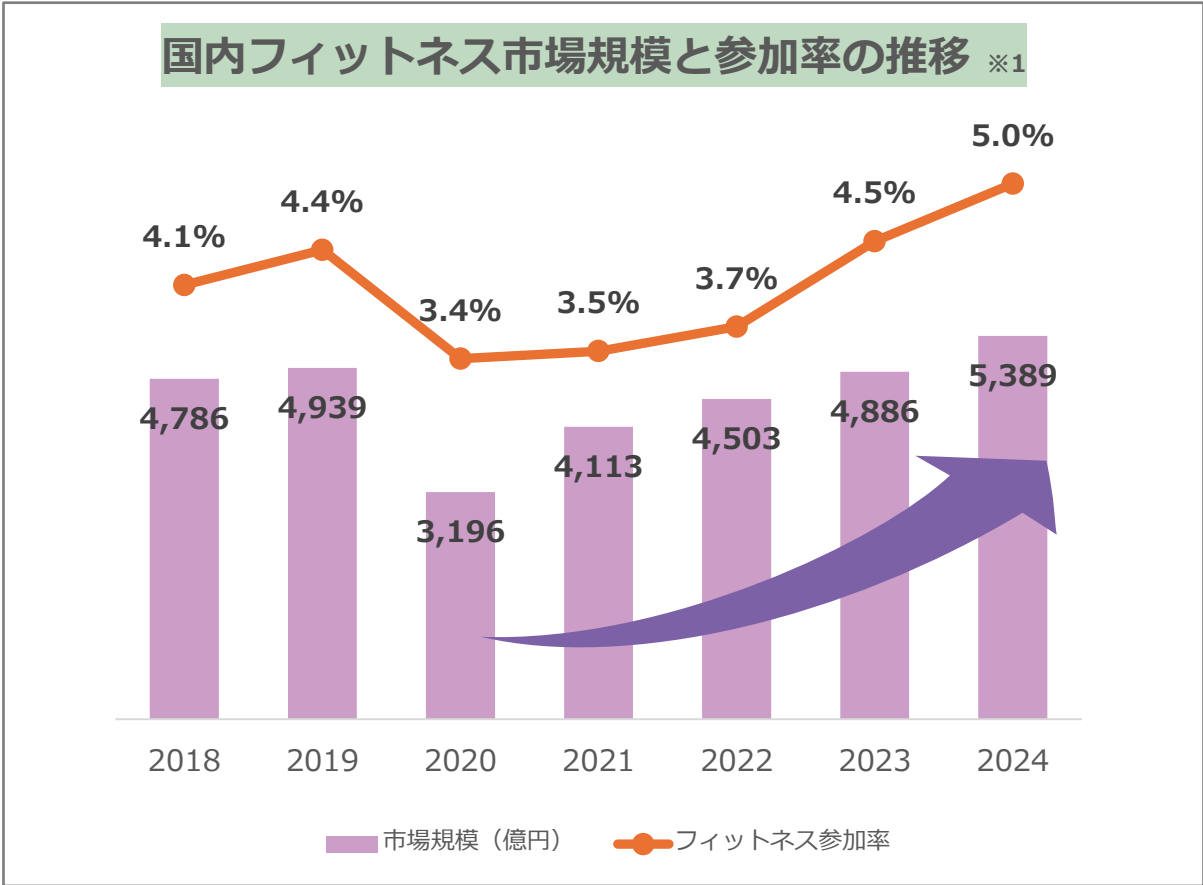
事業概要

- 当社はこれまでの「国内エニタイムフィットネス」の単一事業から、中期経営計画の成長戦略に沿った投資を進め、2025年3月期より、新たな成長領域と位置付ける「海外」、「新ブランド（the bar method）」、「EC・物販」の事業展開を開始
- 既存事業であり中核の「国内エニタイムフィットネス事業」の一層の拡大・強化による成長の維持・加速と、新たな成長領域である「海外」、「新ブランドのTBM」、「EC・物販」の各事業への投資・育成の両輪で、持続的成長へ



中核事業の国内フィットネスの市場環境

- 国内フィットネス市場は、コロナ禍で一時縮小したものの正常化以降は健康志向の高まりもあり順調に回復
- **フィットネス市場規模は5,389億円（前年比10.3%増）、フィットネス参加率は5%台に（前年比+0.5pt）**
（フィットネス参加率が1%上昇するごとに、日本のフィットネス参加者は124万人増加）
- 多くのカテゴリーが乱立する中、24時間ジムのカテゴリーがFC形態での出店で成長。同カテゴリーのパイオニアであるエニタイムフィットネスは、台頭する「価格訴求型」の店舗モデルに対し、徹底した「価値訴求型」で競合との差別化を図り、競争優位性を確立



※1 『日本のフィットネスクラブ業界のトレンド2025年版』より当社作成

※2 24時間ジム総数・・・当社調べ

中核事業の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に
- ブランド力に加えて、充実した高品質のジム設備、スタッフによるサービスの提供等、“サービスの質”と“会員満足度”の向上に注力する「価値訴求モデル」であることが特長

GLOBAL No.1 BRAND. 店舗数世界No.1 フィットネスジム ※世界のフィットネスクラブ業界において店舗数世界No.1（2022年11月現在 IHRSA調べ） ※IHRSA：国際ヘルス・ラケット&スポーツクラブ協会	
グローバル 5,572 店舗 (29の国と地域) 2025年3月時点	
アメリカ・カナダ	2,566
日本	1,194
オーストラリア	582
イギリス・アイルランド	185
フィリピン	170
その他	875

WHY PEOPLE CHOOSE ANYTIME FITNESS

01

OPEN
24^H/7

あなたの生活にフィット

02

THE GLOBAL
BRAND

店舗数世界No.1
どこでも利用OK!

03

PERFORMANCE
MACHINE

充実＆高品質の
マシンと設備

04

COMFORTABLE
PLACE

安全・安心・快適に
トレーニング

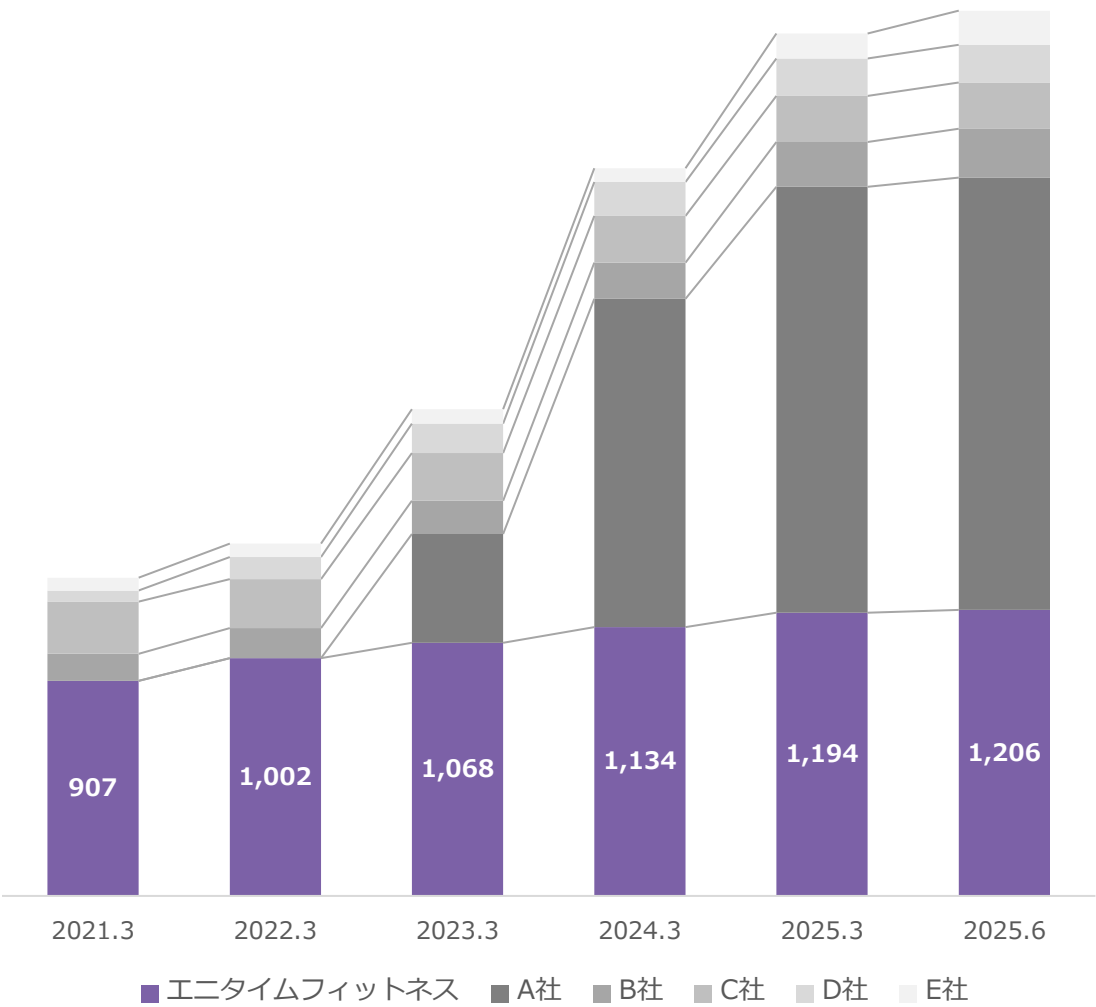
05

GOOD
PRICE

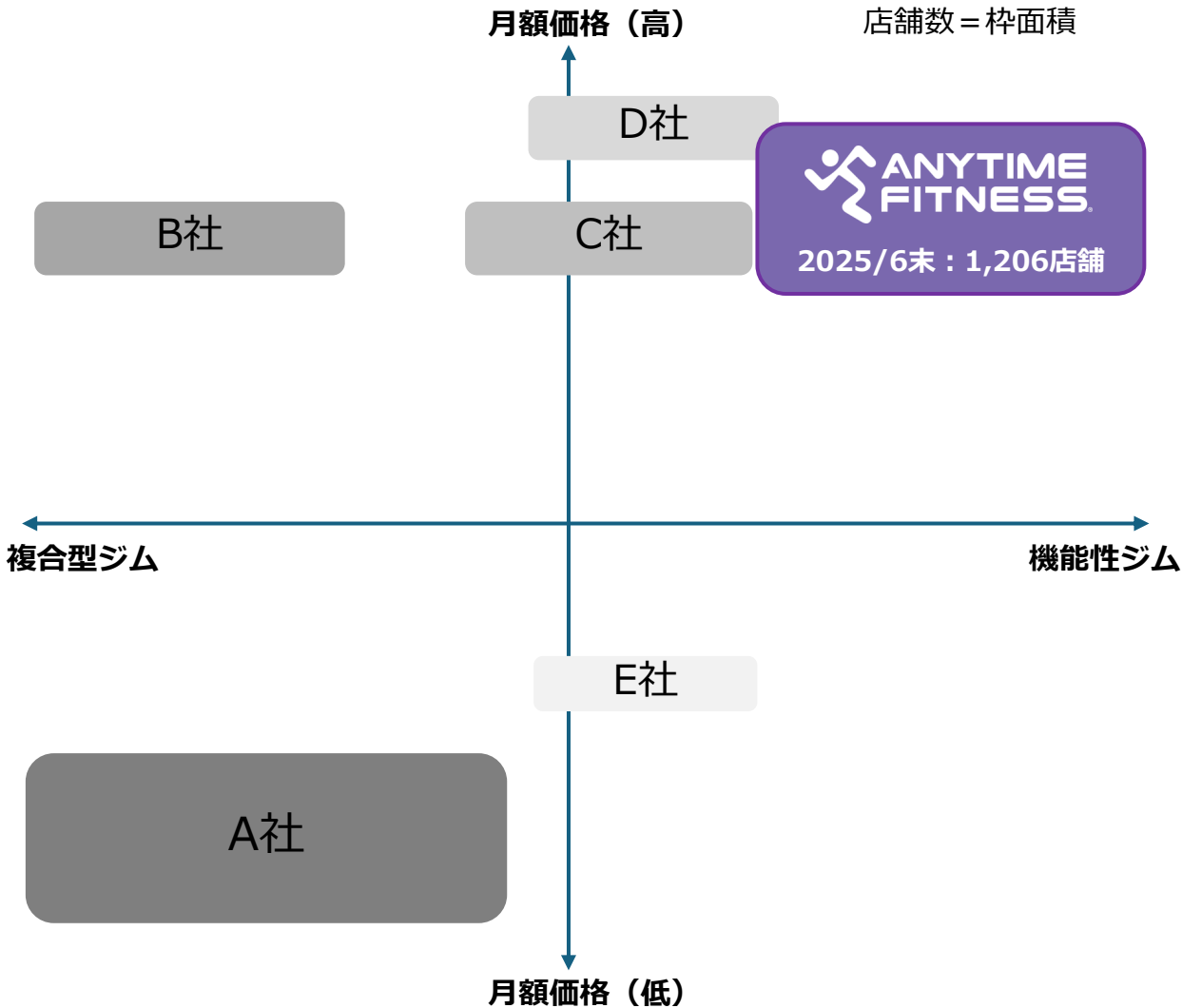
納得の月会費

成長する、24時間ジムカテゴリーの主力ジムと業界ポジション

AF+ 上位5社の店舗数推移

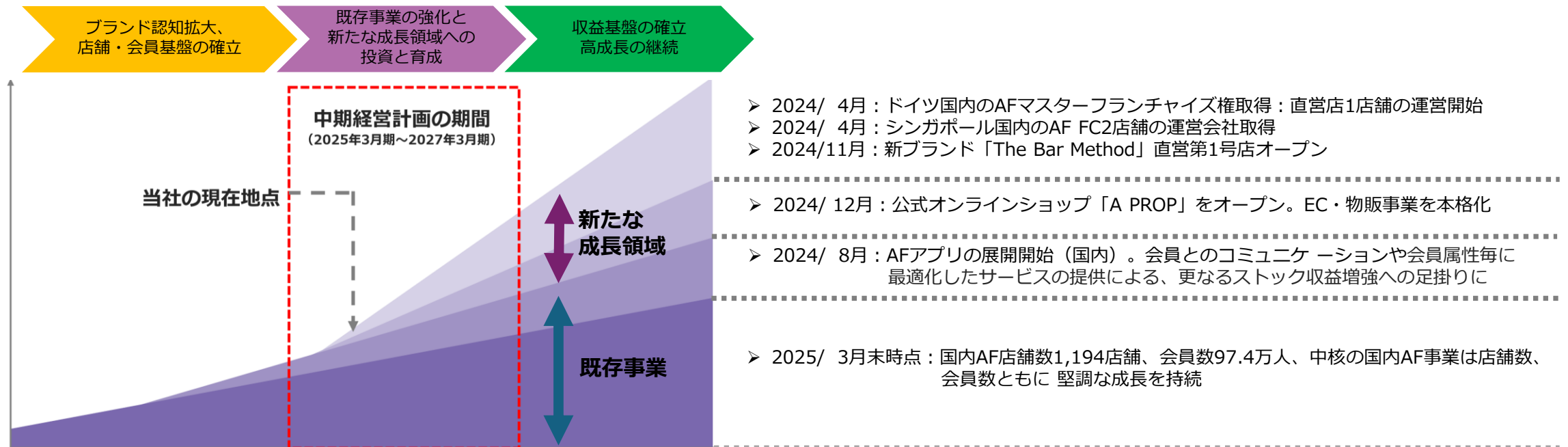


出所：当社調べ



中長期の売上成長イメージ

- 中期経営計画（25年3月期～27年3月期）の2年目となる26年3月期は、既存事業であり中核事業の「国内エニタイムフィットネス事業」の一層の拡大・強化とともに、新たな成長領域である「海外事業」「新ブランド事業」「EC・物販事業」の各事業への成長投資及び育成を進める期という位置づけ
- 成長戦略に基づく新たな成長領域への投資は計画通り全て実行し、各事業の開始に至る
- 既存事業の強化・拡大と、新たな成長領域への投資・育成の両輪で持続的かつ安定的な成長を目指す



2. 決算ハイライト

AF代田橋店 2025年6月オープン

26/03期 1Qハイライト：連結業績

売上高

49.0億円

前期1Q比 +15.9%

営業利益

8.7億円

前期1Q比 +40.8%

営業利益率

17.9%

前期1Q比 +3.2pt

EBITDA

11.5億円

前期1Q比 +35.7%

EBITDAマージン

23.5%

前期1Q比 +3.4pt

経常利益

9.3億円

前期1Q比 +48.8%

親会社株主に帰属する
四半期純利益

5.2億円

前期1Q比 +38.8%

26/03期 1Qハイライト：エニタイムフィットネス

国内AF店舗数

1,206店舗

前期1Q比 +57店舗

国内AF会員数

102.7万人

前期1Q比 +14.1万人

海外AF店舗数

4店舗

前期1Q比 +1店舗

FC店 **1,025**店舗

前期1Q比 +58店舗

直営店 **181**店舗

前期1Q比 △1店舗

FC店 **88.8**万人

前期1Q比 +12.8万人

直営店 **13.9**万人

前期1Q比 +1.4万人

ドイツ **2**店舗

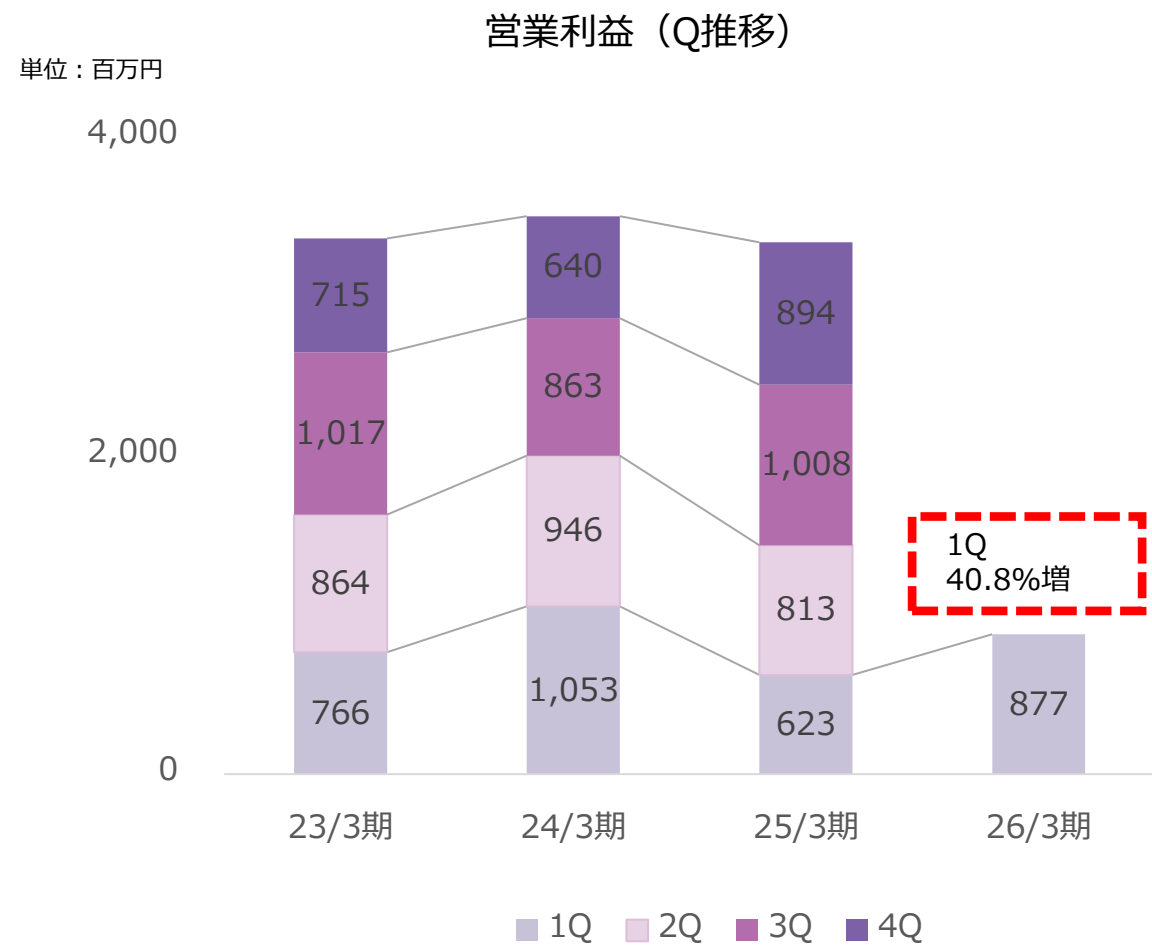
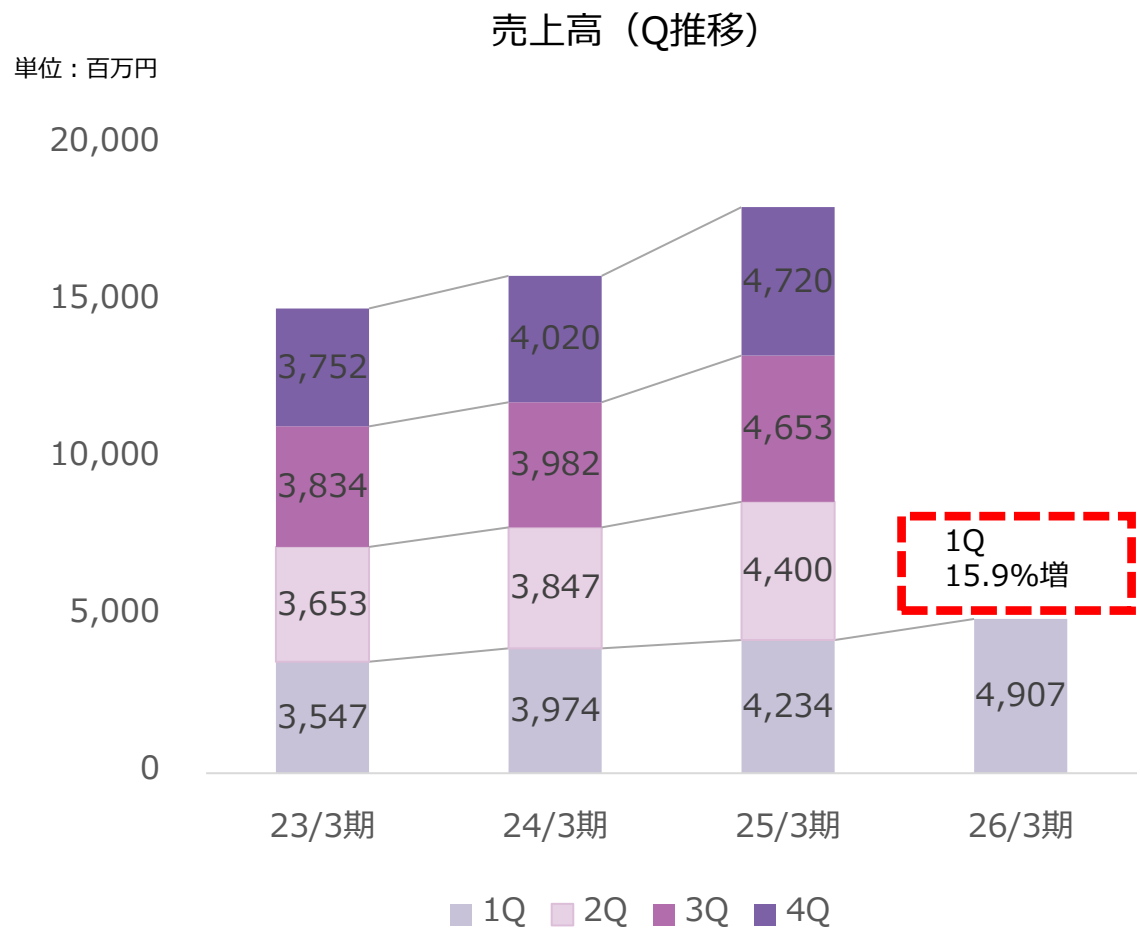
前期1Q比 +1店舗

シンガポール **2**店舗

前期1Q比 ±0店舗

26/03期 1Qハイライト

- 中核の国内エニタイムフィットネス事業が店舗数並びに会員数の順調な拡大及び増加により収益貢献
- 営業利益は、25年3月期1Q比では、新たな成長領域への投資がひと段落し、大幅な増益。24年3月期1Q比では、通算4回目の全国プロモーションを実施（全国プロモーションは24年3月期3Qより、戦略的かつ継続的に実施）



2. 26/03期 1Q実績

AF明石清水店 2025年6月オープン

26/03期 1Qサマリー

- ブランド向上に向けたTVCM等の全国プロモーションの効果として、中核の国内エニタイムフィットネス事業の会員数が5月下旬に100万人を突破するなど、業績が堅調に推移し、増収増益で着地
- 新たな成長領域（海外・TBM・EC物販）への費用先行、人件費増やプロモーションコスト等の販売管理費増を吸収し、営業利益では前期比+40.8%の大幅増益

単位：百万円	2025年3月期 1Q実績		2026年3月期 1Q実績		前年1Q比		通期業績予想	
	実績	構成比	実績	構成比	%	金額	公表数値	進捗率% (対下限)
売上高	4,234	100.0%	4,907	100.0%	+15.9%	+673	19,708 ～ 21,320	24.9%
売上総利益	1,847	43.6%	2,191	44.6%	+18.6%	+344		
営業利益	623	14.7%	877	17.9%	+40.8%	+254	3,705 ～ 3,960	23.7%
EBITDA	847	20.0%	1,153	23.5%	+35.7%	+303	4,979 ～ 5,550	23.2%
経常利益	628	14.8%	936	19.1%	+48.8%	+308	3,690 ～ 3,945	25.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	375	8.9%	521	10.6%	+38.8%	+146	1,963 ～ 2,020	26.5%

売上高内訳

- 売上の86.9%がストック収入（前年1Q比+733百万円）
- FC売上、店舗売上ともにストック収入が全体を牽引。FC売上、店舗売上ともにストック収益が二桁増に

単位：百万円

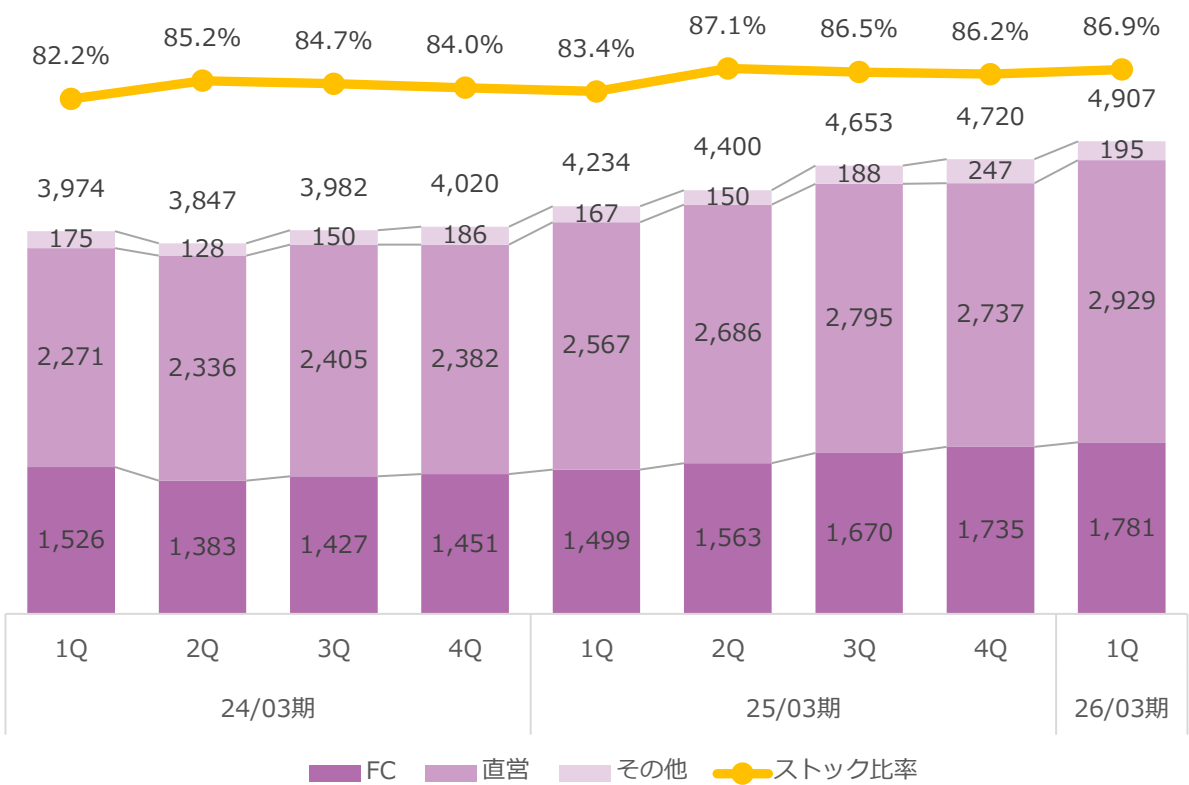
売上区分	品 目	収益モデル	2025年3月期 1Q		2026年3月期 1Q		前年1Q比	
			実績	売上構成比	実績	売上構成比	%	金額
FC売上	ロイヤリティ収入	ストック	1,072	25.3%	1,456	29.7%	+38.5%	+384
	商品売上	フロー	336	7.9%	235	4.8%	▲30.1%	▲101
	加盟金売上	フロー	78	1.8%	83	1.7%	6.4%	+5
	その他	フロー	11	0.3%	6	0.1%	▲45.5%	▲5
店舗売上 (直営)	会費収入	ストック	2,460	58.1%	2,809	57.2%	14.2%	+349
	その他	フロー	106	2.5%	119	2.4%	12.3%	+13
その他売上	手数料収入	フロー	167	3.9%	195	4.0%	16.8%	+28
合計			4,234	100.0%	4,907	100.0%	15.9%	+673

四半期推移：売上高・営業利益/EBITDA

- 四半期毎の売上高は順調に拡大し、ストック売上高も前期比で+3.5ptの86.9%

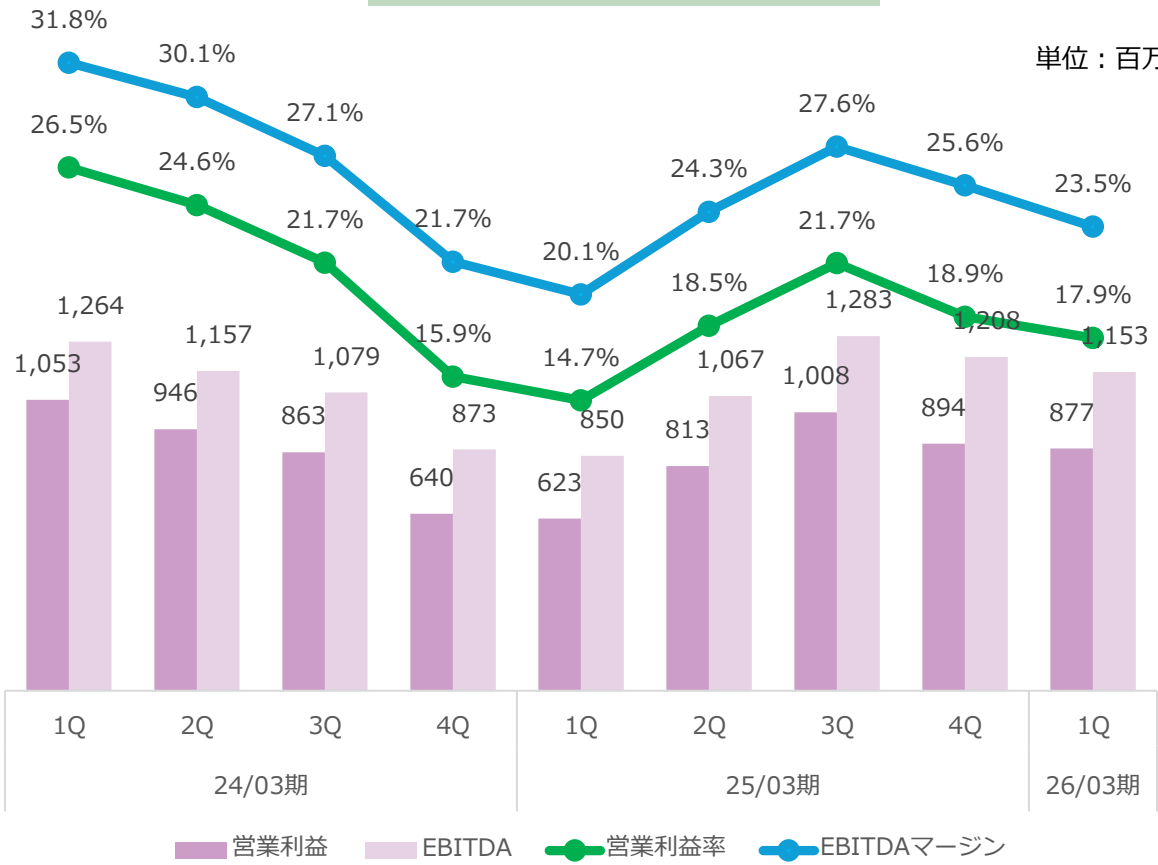
売上高推移

単位：百万円



営業利益/EBITDA推移

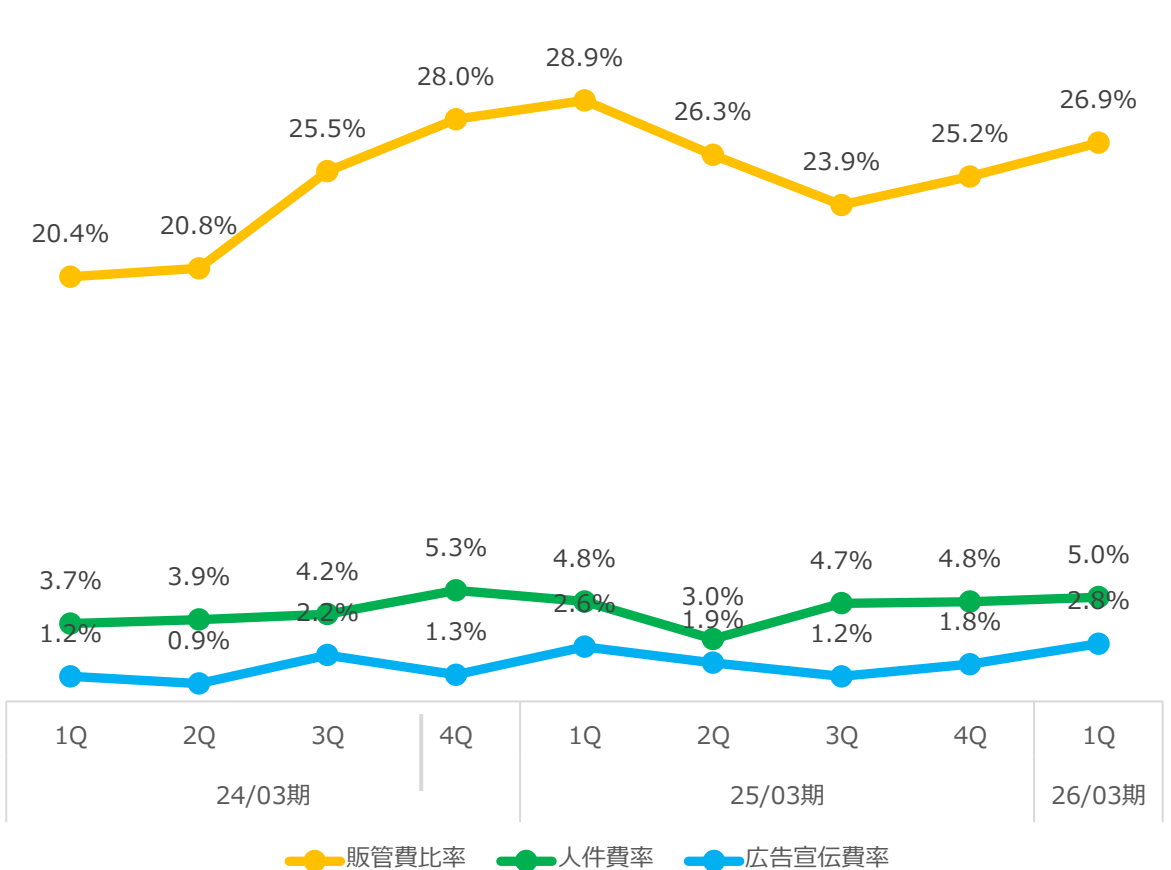
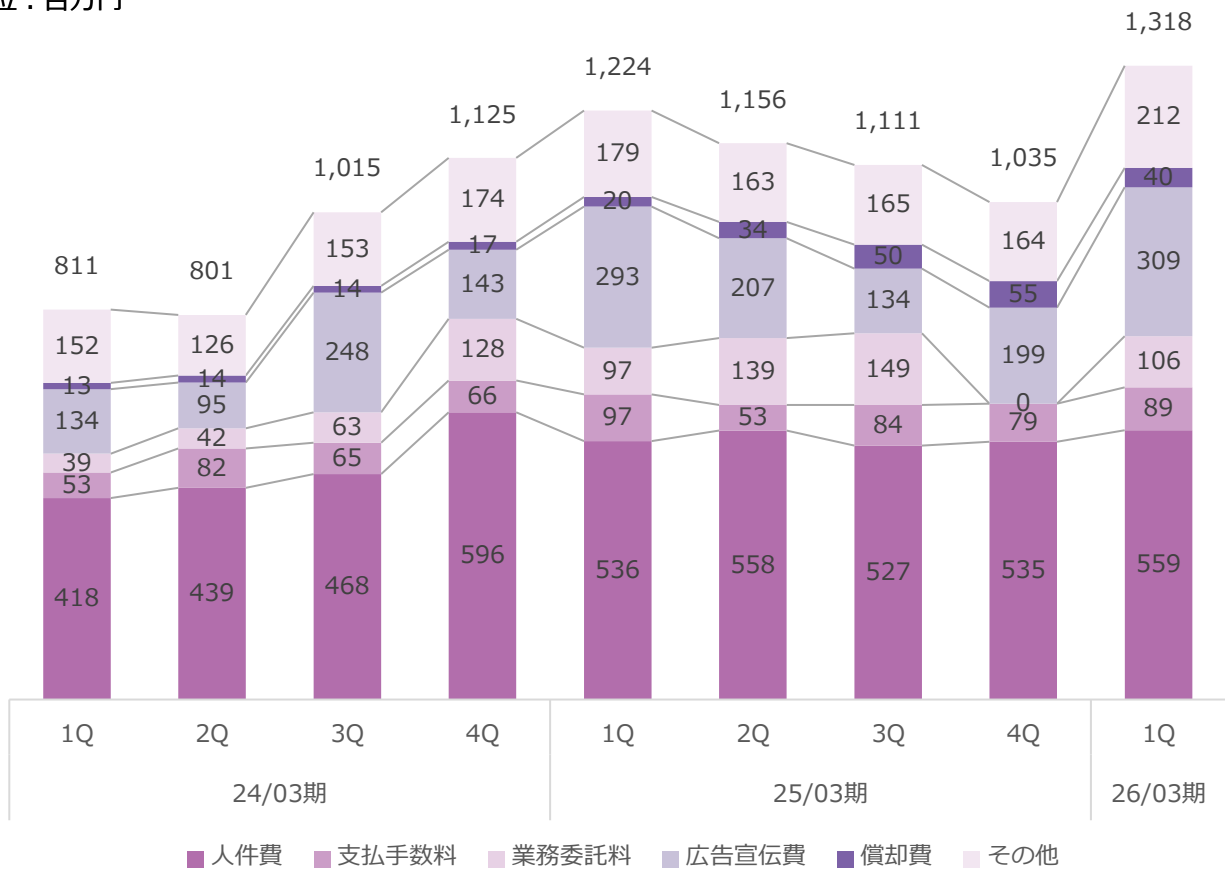
単位：百万円



四半期推移：販売費及び一般管理費

- 24年3月期の3Q以降、通算4回目となるエニタイムフィットネスの全国プロモーションを6月～7月にかけて実施
- 新たな成長領域への投資はひと段落し、育成フェーズへの移行に伴う人件費や業務委託費等の増加もあり、販管費は前年1Q比7.7%増の1,318百万円

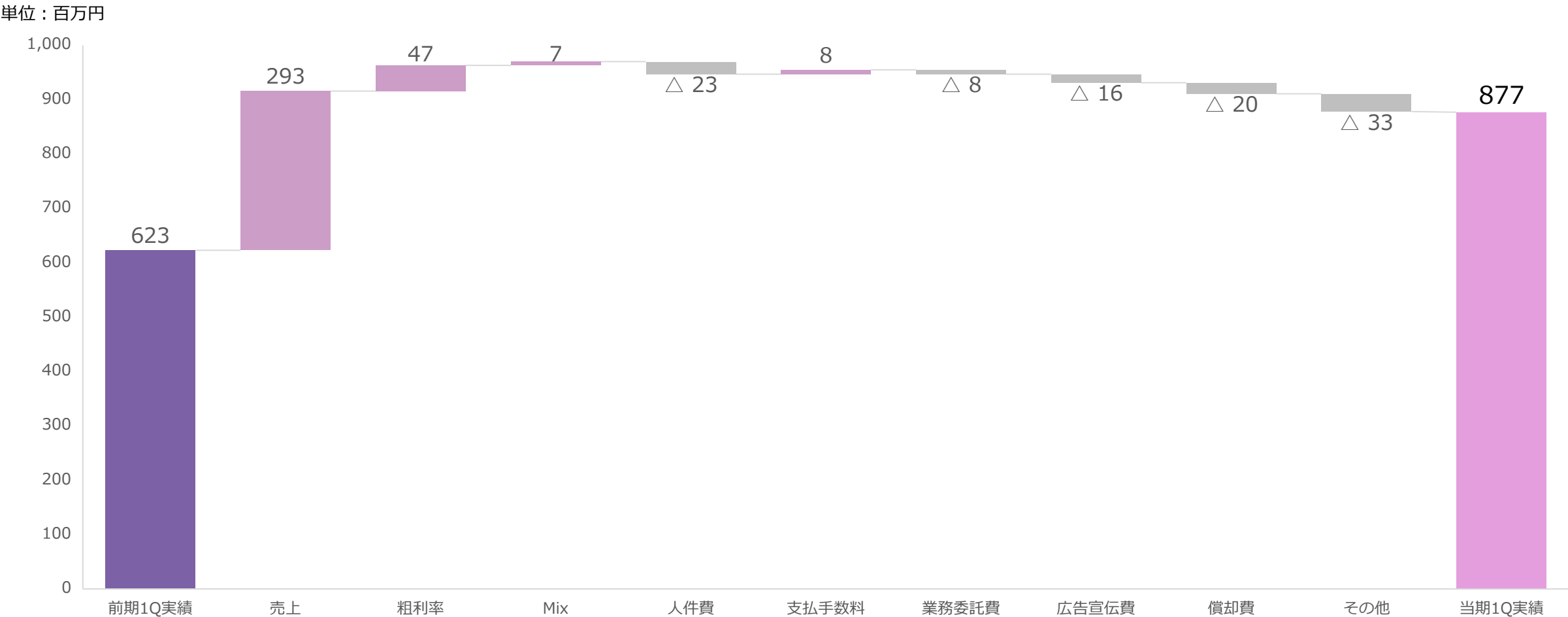
単位：百万円



※ 前年1Qより販管費の内訳項目の変更に伴い、24.3期も組み替えた表記としております
Copyright © Fast Fitness Japan, Inc. All Rights Reserved.

営業利益 増減分析

- 売上の増収効果に加え、粗利率の改善が貢献し、人件費・業務委託費・宣伝広告費・償却費・その他費用のコスト増分を吸収し、前年1Q比40.8%増（254百万円増）の877百万円



投資計画の進捗

- 中期経営計画期間（2025年3月期～2027年3月期）における投資額は96億円
- 前期は、計画通り直営店の出店による初期投資とリモデルに伴う改装投資など計画通りに進捗し累計で37億円を投資
- 海外での直営店出店に伴う投資、国内のプロモーション投下により、更なる成長に向けた投資も着実に進捗

投資計画 96億円 中期経営計画期間 25/03期 ～ 27/03期	項目	投資総額	25/03期	26/03期	累計	進捗率	内容
			実績	1Q実績			
	国内AF事業の更なる規模拡大	66億円	26.1億円	6.8億円	32.9億円	49.9%	直営店新店 改装投資 全国プロモーション オフィス移転
	AFの店舗・会員基盤の活用を通じた新たな付加価値創出	4億円	0.4億円	0.1億円	0.5億円	14.1%	物販/EC事業
	新たな成長領域への投資	18億円	8.6億円	1.6億円	10.2億円	57.1%	海外店舗展開 国内新ブランド展開
	IT・DX投資	6億円	1.7億円	0.04億円	1.8億円	30.2%	インフラ構築
	人的資本投資	2億円	0.1億円	0.1億円	0.2億円	11.3%	専門分野人材の確保
	合計	96億円	37.0億円	8.7億円	45.8億円	47.8%	

BS概況

- 財務健全性は安定しており、自己資本比率は64.5%（前期末 63.4%）

単位：百万円	2025年3月期	2026年3月期 1Q	増減
流動資産	10,747	10,450	▲297
現金・預金	8,085	7,801	▲284
固定資産	11,170	11,185	+15
総資産	21,918	21,636	▲282
流動負債	5,344	5,199	▲145
固定負債	2,667	2,477	▲190
有利子負債（1年内長期借入借含む）	2,142	1,829	▲313
純資産	13,905	13,959	+53
株主資本	13,919	13,971	+52
自己資本比率（%）	63.4	64.5	+1.1

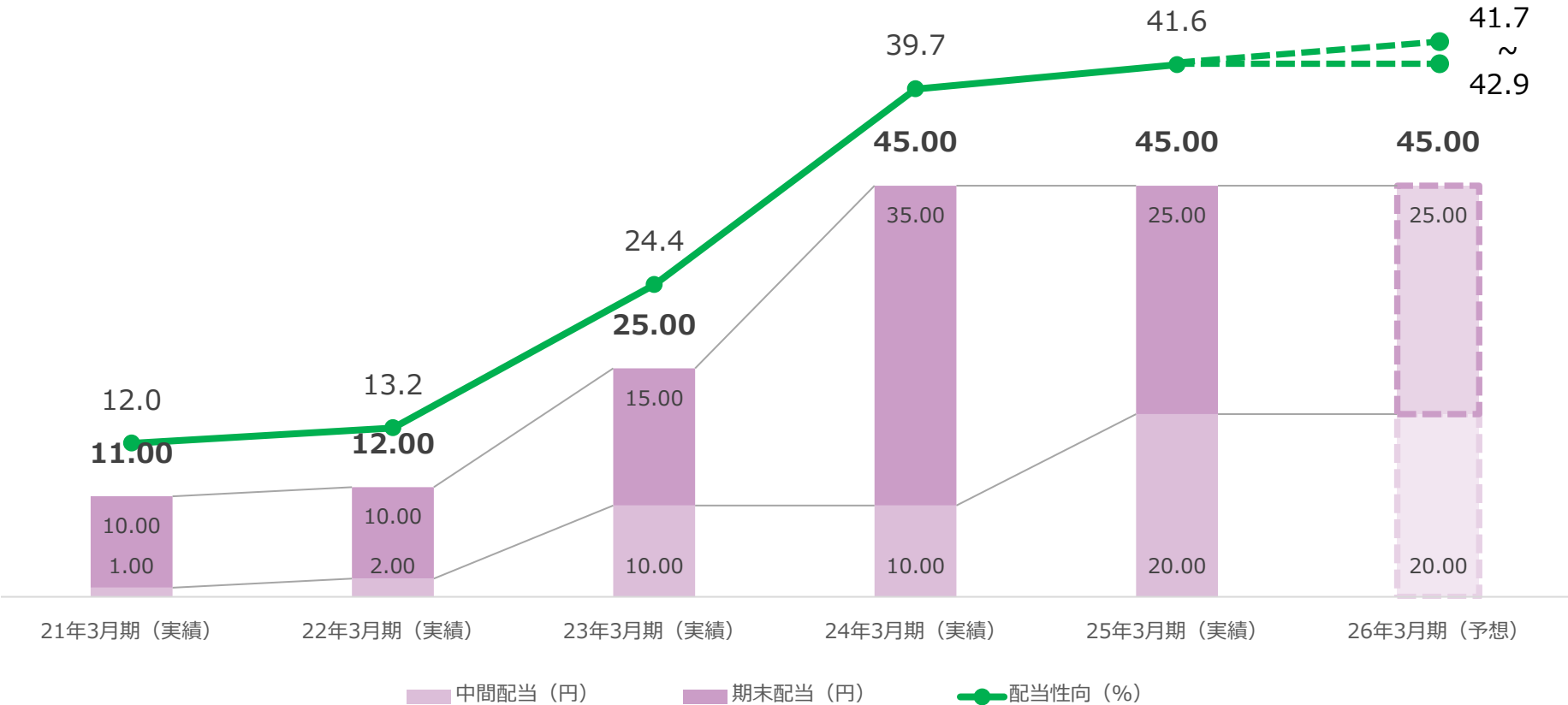
1Q純利益：521
剰余金の配当：
▲468

株主還元 / 配当

《配当方針》
連結配当性向 40%を配当の目安とし、DOE 4.5%を下限に設定し、より高水準かつ安定的な配当額を決定

(単位：円)

(単位：%)

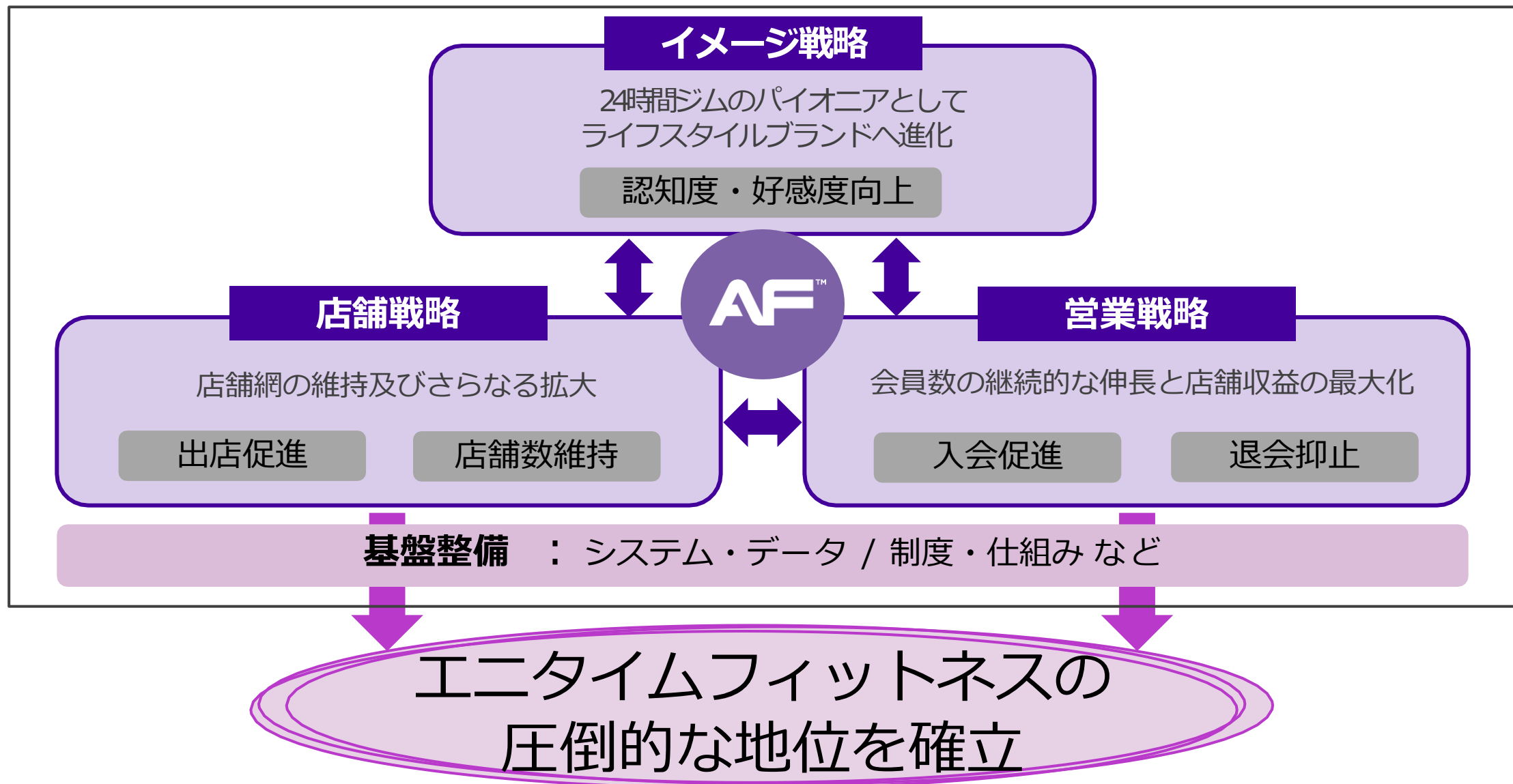




3. 既存事業の概況 (国内エニタイムフィットネス事業)

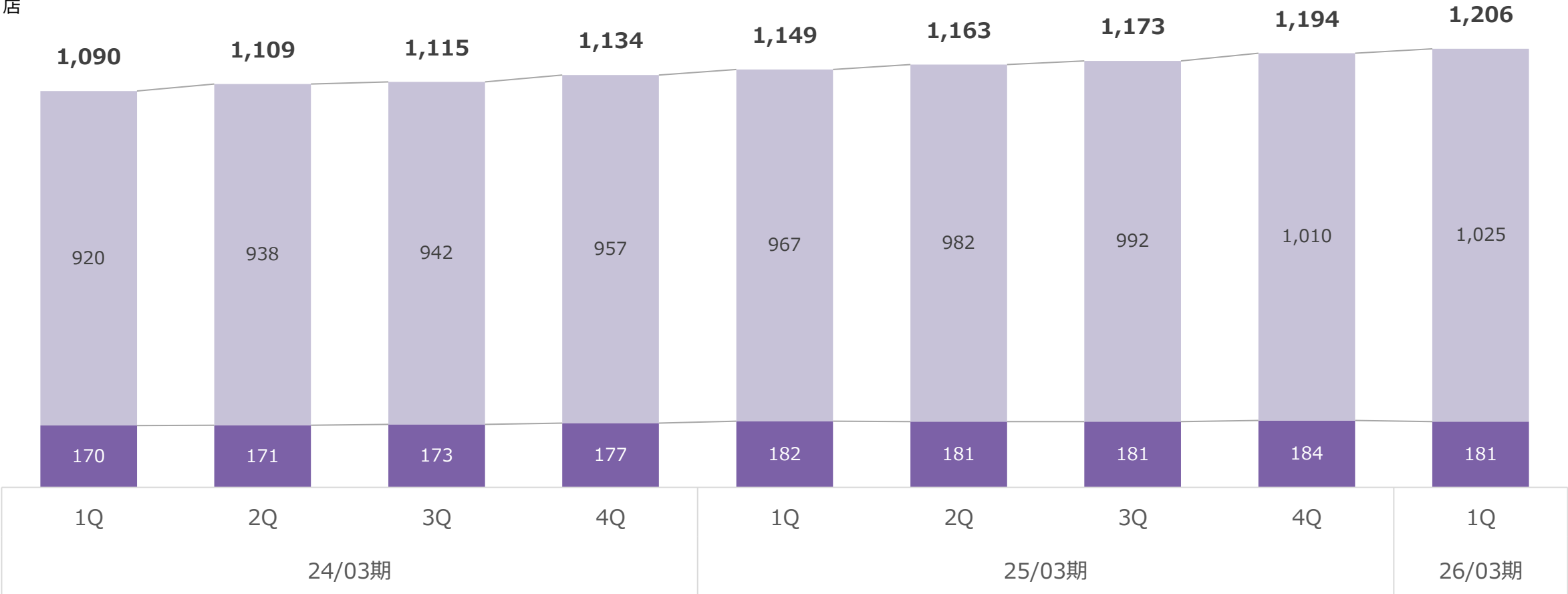


“選ばれ続けるジム”を実現する3つの成長ドライバー



- 通期計画の新規出店71店舗（直営：11店舗、FC：60店舗）に対し、1Qでは15店舗出店（直営：2店舗、FC：13店舗）
- 退店は契約満了等により6店舗（直営：5店舗（うち3店舗はFCに譲渡）、FC：1店舗）
- その結果、店舗数は前年同期比+57店舗（直営△1店舗、FC+58店舗）、前期末比+12店舗（直営△3店舗、FC+15舗）
- 国内エニタイムフィットネスの店舗構成比は、直営店15.0%、FC店85.0%

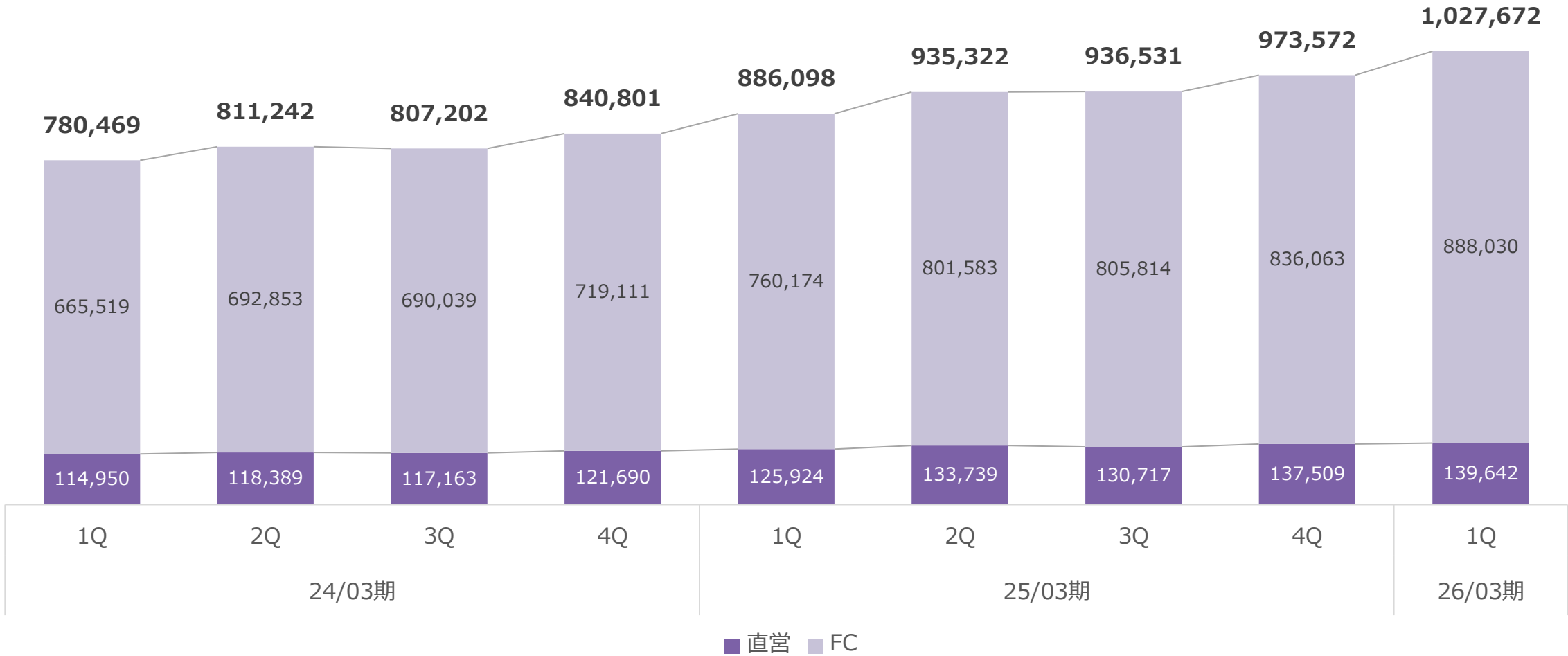
単位：店



■ 直営 ■ FC

- 国内エニタイムフィットネスの会員数は、5月下旬に100万人を突破し、1Q末時点で102.8万人に。前年同期比で141,574人増
- 国内エニタイムフィットネスの会員構成比は、直営店13.6%、FC店86.4%

単位：人



全国プロモーション展開（CM、web広告、SNS）

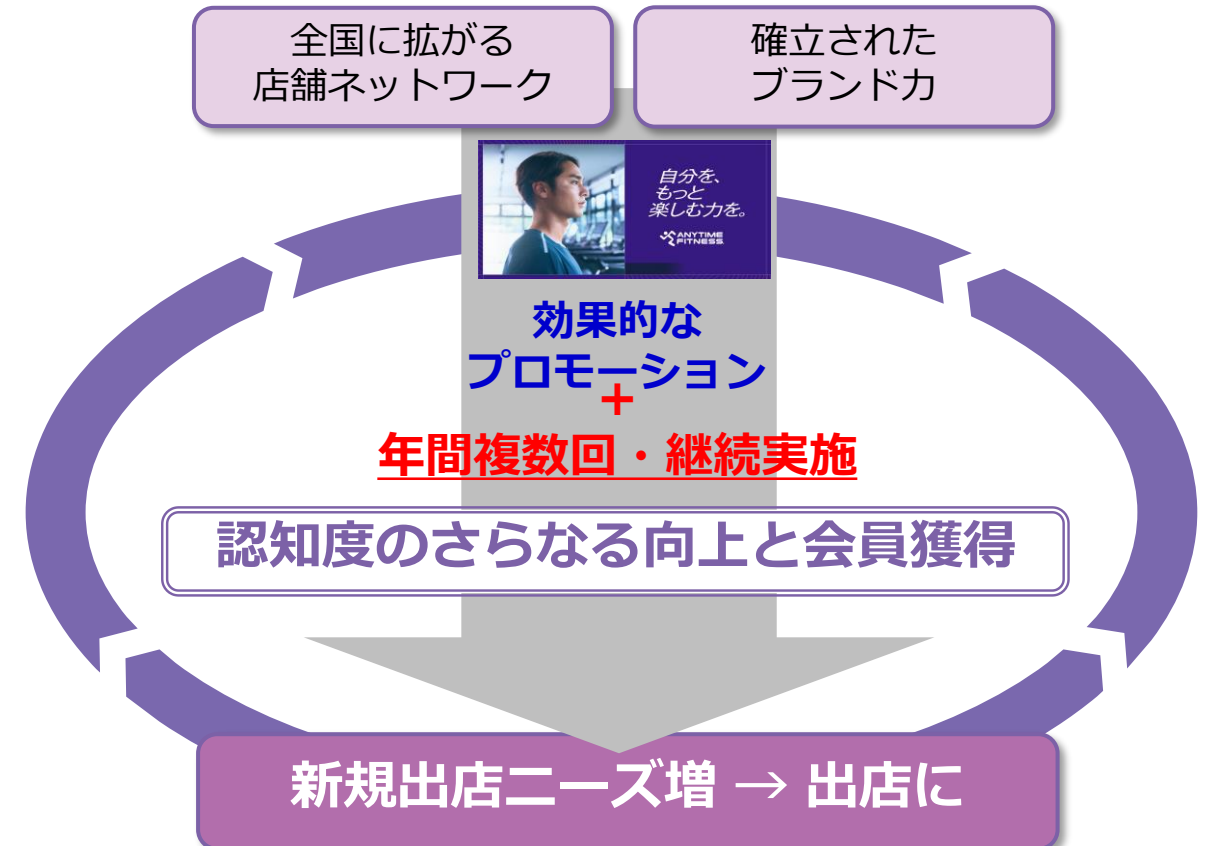
- 全国47都道府県に展開する当社の優位性を活かした戦略的な全国プロモーションを6月～7月に展開（2024年3月期より継続実施。通算4回目）
- TVCM、コネクテッドTV、Web広告、SNSなどで広告を展開

2026年3月期 6月7月キャンペーンのキャッチコピー



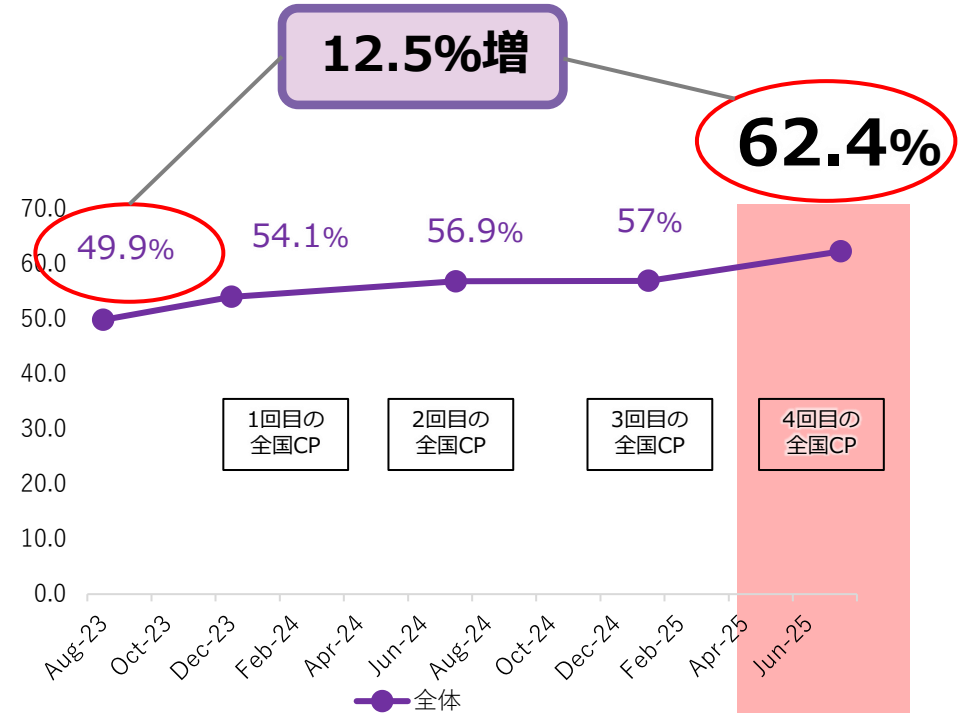
戦略的に実施するマーケティング投資の位置づけ

年間複数回・継続実施することで、認知向上と会員獲得を最大化し、新規出店に繋げていく好循環のサイクルを確立

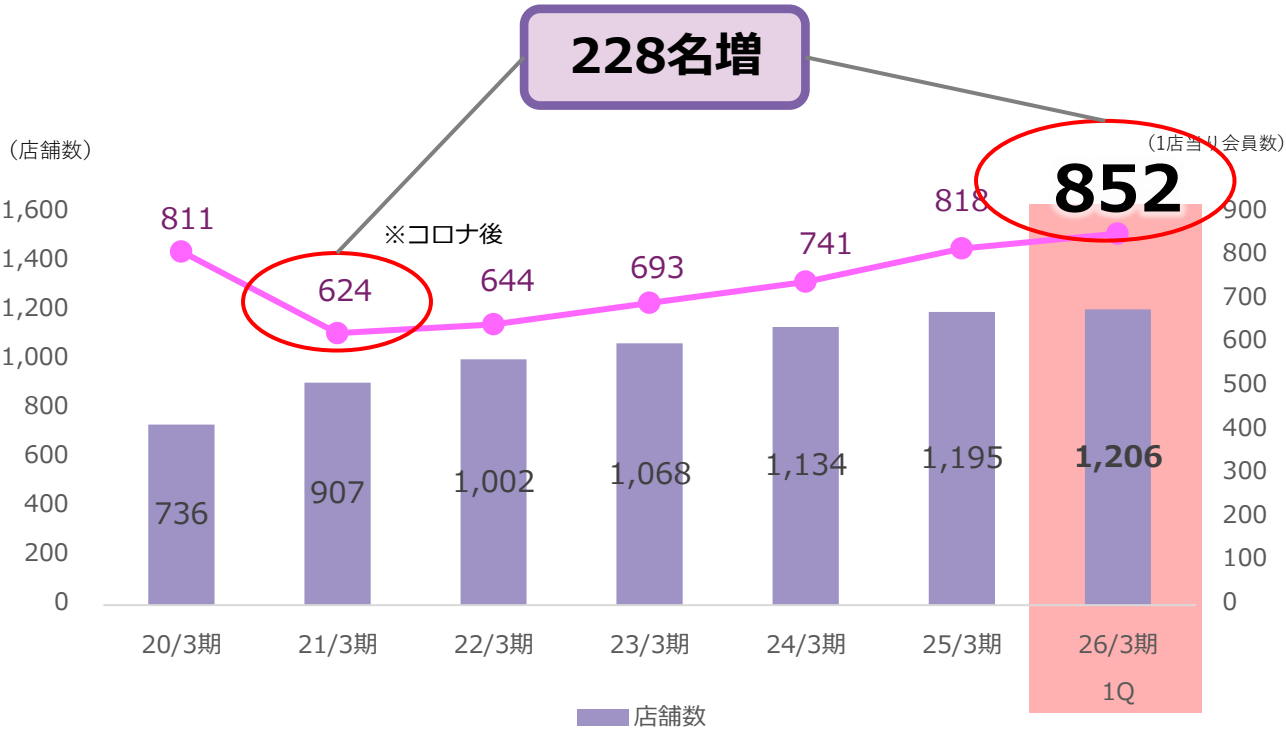


- 通算4回の全国キャンペーンにより、認知度60%超、1店舗平均会員数850名超へ
- 新規入会者数の過去最高だった2025年1月の7.4万人超を更新し、6月の新規入会者数は7.5万人超に（前年同月比25%増）
- 7月も引き続き好調に推移し、前年同月比2桁増で着地見込み

認知度



1店舗平均会員数と店舗数



会員数100万人・1,200店舗達成「エニタイム YEAR！」開始！



- 今年5月下旬に「国内AF会員が100万人」、6月に「国内AF店舗数1,200店舗」の突破を記念し、「エニタイムYEAR！」を始動
- エニタイムフィットネスの会員やFANの皆様と共創していくスペシャルキャンペーンを年間通じて開催



5/28 100万人達成きっかけにキャンペーンスタート
開始4時間で X（旧Twitter）話題のトレンドで上位記録を達成

第1弾は会員さまのエニタイムエピソードをコンテンツにし展開していくキャンペーンを実施中。

募集は応募多数にて終了し、8月以降選ばれたエピソードが順次公開予定



「エニタイムYEAR！」の目指すゴール

エニタイムフィットネス全国100万人以上の会員 / ファンの
ブランド推奨を生み出す
＝他ブランドの追随をさせない、ファンという「規模の経済」を強化
していくことでさらなる好循環の源泉とします

広告だけに留まらない複合的なブランディング活動と新たなファン獲得施策



- BSフジにて9月14日に放送されるドラマ「葵くん、また、ジム行くんだ？」に協賛。フィットネスジムで鍛える人のさまざまな理由を掘り下げ、運動することを通して、「今よりもちょっぴり前向きになれるヒントを発信する」がテーマとなるドラマに対し、夢や自己実現のために頑張る人に寄り添い、サポートするというエニタイムフィットネスのブランドメッセージが合致していることから協賛
- エニタイムフィットネスの店舗を撮影場所として提供、並びにその近隣店舗でのキャンペーンを始め、当社SNSや「100万人エニタイムYEARキャンペーン」と連動した情報発信を行い、マスやWEB広告だけに留まらない複合的なエニタイムフィットネスのブランディング活動の推進と、新たなファン獲得を図る

高橋健介×加藤大悟
ワンシチュエーション即興ドラマ!

葵くん、また、
ジム行くんだ?

BSフジにて2025年9月14日(日)深夜24時放送
DMM TVにて2025年9月5日(金)18時より配信開始 ※有料

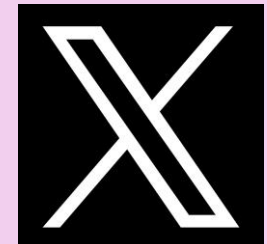
Supported by ANYTIME FITNESS

ブランディング・新たなファン獲得

撮影店舗での
キャンペーン



自社SNSでの
応援メッセージ
ほか情報発信



100万人エニタイム
YEARキャンペーン
との連動



4. 新たな成長領域の概況 (海外AF事業、TBM事業、EC物販事業)

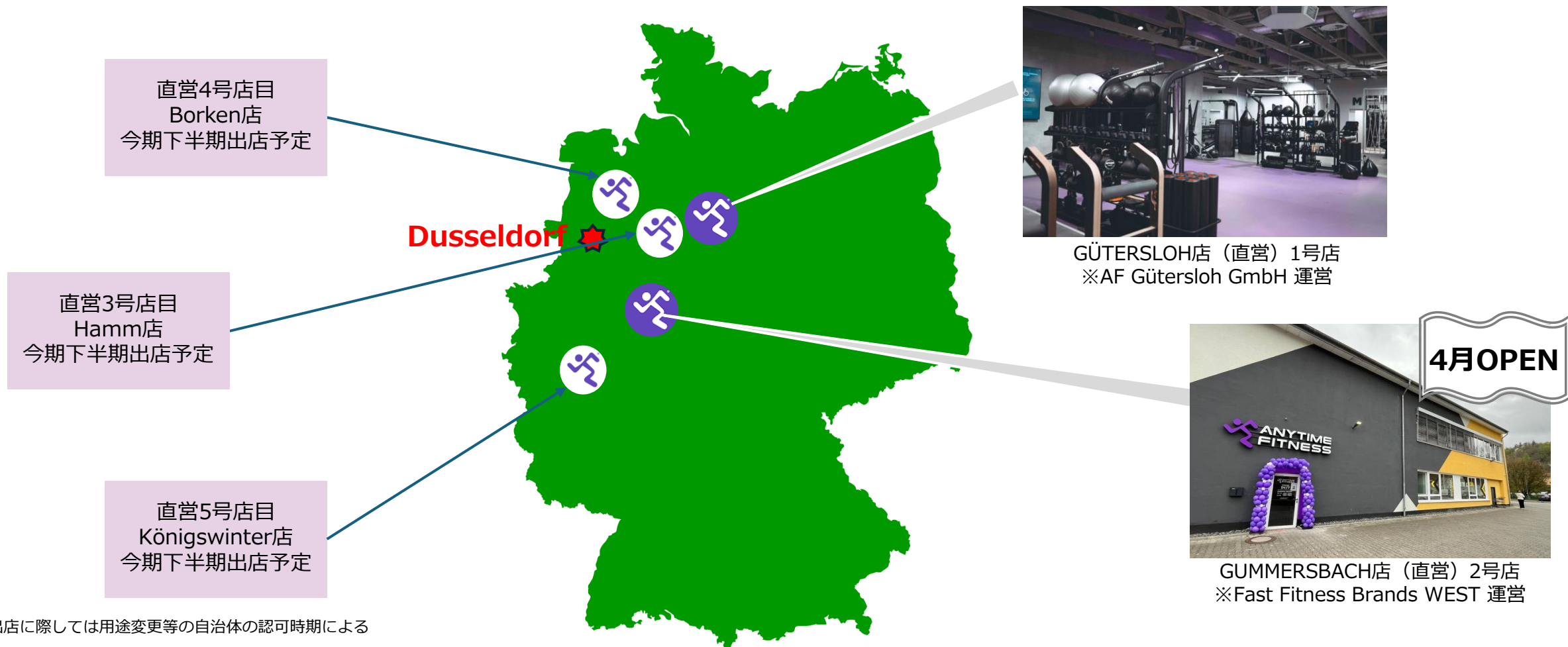


A PROP.



AF NTU店 2025年7月オープン

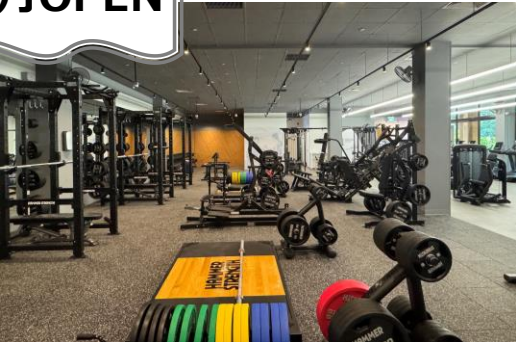
- 日本と同様にドイツ国内におけるマスターフランチャイジーとして、同国でのエニタイムフィットネス事業の成長を目指す
- 店舗開発及びFC開発の体制構築等の準備期間を経て、4月に直営2号店目（当社グループ入り後初の出店）となるGUMMERSBACH店を出店
- その他、今期中オープンで直営3号店目（Hamm店）、直営4号店目（Borken店）、直営5号店目（Königswinter店）の出店を決定 ※
- 新規のFC契約は3件締結済。今期中の出店を目指す



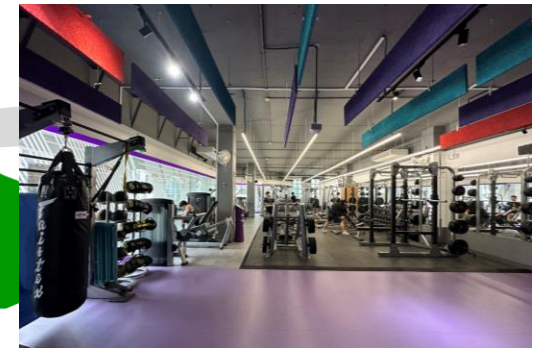
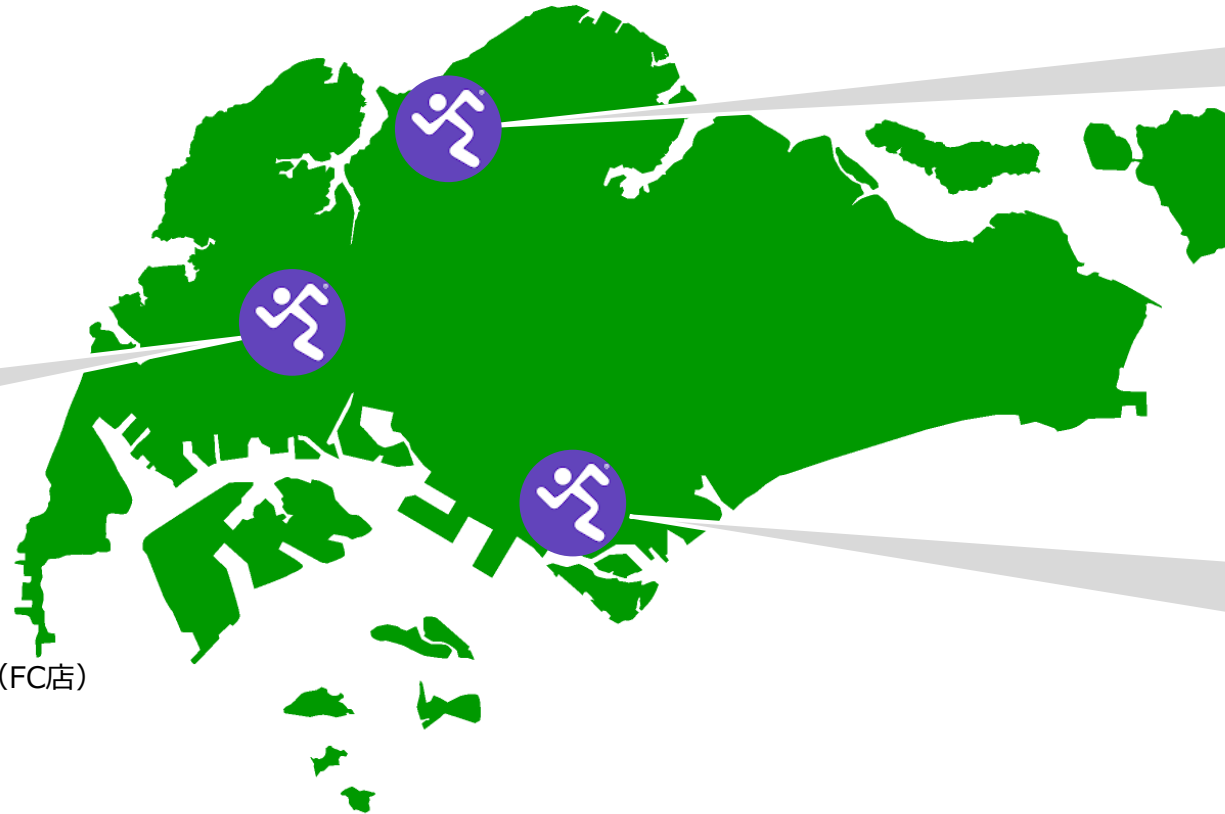
※ 出店に際しては用途変更等の自治体の認可時期による

- 日本でのエニタイムフィットネスの店舗運営及び店舗展開力の実績を背景に、今後の海外展開の積極化を見据え、海外事業の統括拠点、及び海外での店舗運営ノウハウ習得、並びに当社の海外人材のトレーニング拠点を確保することを目的として、FC店舗2店舗を運営
- 日本とは異なるグローバル仕様のエニタイムフィットネスの店舗オペレーション及び多店舗運営ノウハウを習得し、国内及びドイツにおけるエニタイムフィットネス事業へのノウハウ還元による会員及びFCオーナーの満足度向上を図るため、一定の規模とともに異なる商圈での運営実績を確保するため、シンガポール国内では7月1日に3店舗目となるFC店舗を出店

7月OPEN



NTU (Nanyang Technological University) 店 (FC店)



Woodgrove店 (FC店)



Harbourfront店 (FC店)

- 中核の「エニタイムフィットネス」事業で培った店舗・FC展開ノウハウを活用しつつ、新たなチャレンジとなるスタジオワークアウトの店舗オペレーションや主に女性を中心とする潜在会員層へのマーケティング等、新たな市場とともに顧客開拓を進め、多店舗展開及びFC展開を見据えたビジネスモデルの早期確立を目指す

※「The Bar Method」は、バレエのバーを使用した高反復・低負荷な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

24年11月15日に直営第1号店となる
自由ヶ丘店オープン

25年6月14日に直営第2号店となる
二子玉川店オープン

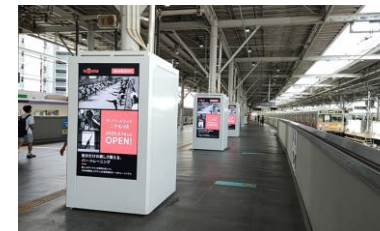
多店舗運営

FC展開へ

- ✓ インストラクター育成及び単店・複数店舗オペレーションを構築し店舗の収益モデルを早期に確立
- ✓ マーケティングノウハウの蓄積と実践
- ✓ 自由ヶ丘店、二子玉川店の相互利用を開始
- ✓ 国内でのインストラクター養成プログラムを確立



●二子玉川駅 サイネージ



●自由ヶ丘駅 サイネージ



●二子玉川駅 行先表示器広告



●東横/大井町線 モニター広告



- サブスク商品をはじめとした商品ラインナップの構築をはじめ、システム面では店舗から送客されたAF会員への販売に応じてFC店に還元する機能の開発等、システム投資を継続

商品カテゴリー

A PROP™

WEAR ▾ OTHER ▾ NUTRITION ▾ BRAND ▾ COVEROSS® SALE

♡ 人 🔍

NEW



今夏の売れ筋商品

エニタイムフィットネスとCOVEROSS®（カバロス）のコラボ商品「アクティベートウェア」



<COVEROSS®（カバロス）とは？>

hap株式会社が開発した、天然繊維に快適な機能を付加する後加工技術。サステナブル素材を使用し、衣類や靴など多彩なアイテムに活用されています。環境にやさしく、毎日に心地よさをプラスする次世代素材です。

- “24時間飲みたくなる”をコンセプトとしたプロテイン「A PROP WHEY PROTEIN（ア プロップ ホエイプロテイン）」6種類を7月25日より販売開始
- 今回の新発売に合わせて、ご使用を継続していただきやすいようお得な「定期便」による販売も開始

“24時間飲みたくなる”
プロテイン、ついに登場。



“継続を応援する定期便”

定期便の特典

送料無料でお届け

毎回10%OFF

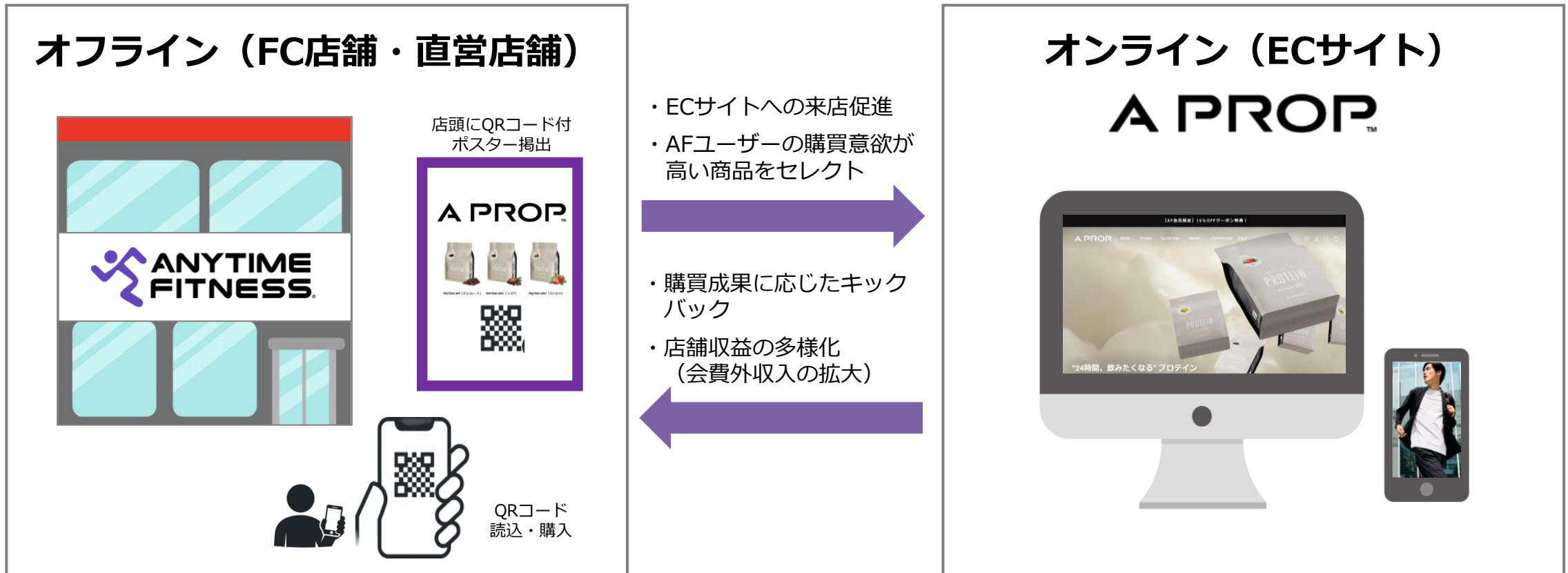
フレーバー変更可能

お届けサイクル変更
が可能

「今回はスキップ」
もOK

いつでも
カンタンに解約

- エニタイムフィットネス会員に対し、公式オンラインストア「A PROP」への購買誘導を図る施策を下半期より実施予定
- FC店舗・直営店舗をアフィリエイター化し、購買成果に応じたキックバック制度を構築中。FC店舗に一定割合を還元
- エニタイムフィットネス店舗をタッチポイントとしたEC物販売上の拡大と、エニタイムフィットネス店舗収益の多様化（会費外収入）を支援



5. Appendix



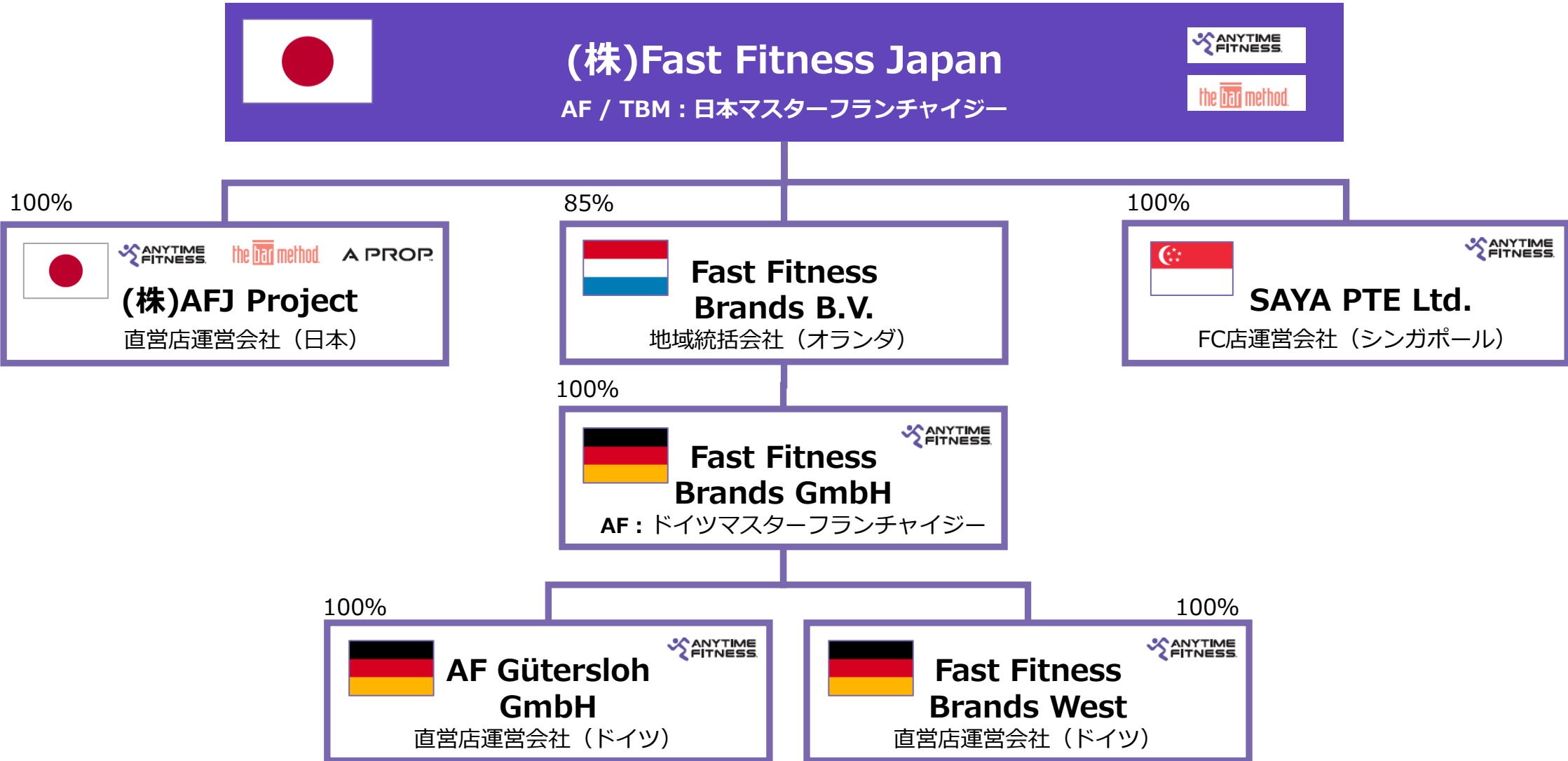
会社概要



代表取締役社長
山部 清明

会社名	株式会社Fast Fitness Japan
上場市場	東証プライム市場：証券コード7092
設立	2010年5月21日
事業内容	スポーツ施設の企画及び経営 フィットネスフランチャイズの経営 フィットネス事業コンサルタント
本社所在地	東京都新宿区西新宿6-3-1 新宿アイランドウイング10F
決算期	3月
資本金	2,207百万円（2025年6月30日現在）
グループ会社	株式会社AFJ Project Saya Pte. Ltd. Fast Fitness Brands B.V. Fast Fitness Brands GmbH AF Gütersloh GmbH Fast Fitness Brands West

グループ体制図



企業理念（PMVV）

- 当社が目指す存在意義を明文化した「パーパス・ミッション・ビジョン・バリュー（PMVV）」を2025年4月に制定
(<https://www.fastfitnessjapan.jp/corporate-philosophy/>)

Purpose

ヘルシアプレイスをすべての人々へ

※ヘルシアプレイスとは、誰もが健康的に暮らせる、心豊かな社会を概念的に捉えたもの

Mission

Fitnessを人々の日常にし、活力ある心豊かな社会をつくる

Vision

一人ひとりのライフスタイルを支える、社会にとってあたり前のパートナーに

Value

私たち一人ひとりがまず「ヘルシアプレイス」を体現する存在になること。その行動こそが私たちのPurpose / 存在意義である「ヘルシアプレイスをすべての人々へ」を実現に導き、一人でも多くの人に「健康」と「笑顔」をお届けすることにつながると信じています。私たちは以下のValue / 価値観を大切にすることで実現していきます。

●ヘルシアプレイスを胸に。

「それはヘルシアプレイスに相応しいか？」この価値を自問自答する姿勢を常に忘れず、一人ひとりが誠実に判断・行動しよう。

●違いを力に。

人はそれぞれ違う。だからこそ異見が交じり合うことで、自分では辿り着けないゴールへと導いてくれる。他者を尊重し、協働できるチームは成長し続ける。

●挑戦を楽しむ。

変化を、挑戦を、まず楽しむこと。全力で向き合った失敗は、自分を強くする学びと新しいチャンスをもたらしてくる。おもしろい、やってみたい、を大切に、思い切って取り組もう。

●創造には想像力を。

世の中の変化や声にアンテナを張る。人が何を求めて、どう感じているか。新たな価値を生むそのすべては、相手を思う想像力から。

●謙虚に学ぶ。

驕り高ぶる人には成長も機会も訪れない。一人ひとりが仕事を通じて学び、お互いを高め合う。あと一步、もう一步、深めよう。

株主還元 / 株主優待

- 株主様への還元として、株主優待制度を導入（※）
- 保有株式数に応じた株主優待券（15%割引券）を年1回進呈
- 株主優待券（15%割引券）は、当社公式オンラインストア「A PROP（ア プロップ） <https://aprop.jp/>」でのお買物にご利用いただける株主様限定の優待券

対象
株主

毎年3月末日を基準日とし、基準日現在の当社株主名簿に記載または記録された当社株式100株（1単位）以上を保有する株主様

※ご利用可能期間は株主優待券進呈時（毎年6月予定）から、その翌年の6月末日まで

保有株式数	内容	
100株以上（1単位）以上	株主優待券（15%割引券）	2枚
200株以上（2単位）以上	株主優待券（15%割引券）	4枚
500株以上（5単位）以上	株主優待券（15%割引券）	6枚
1,000株以上（10単位）以上	株主優待券（15%割引券）	10枚



当社の公式オンラインストア
[A PROP（ア プロップ） <https://aprop.jp/>](https://aprop.jp/)



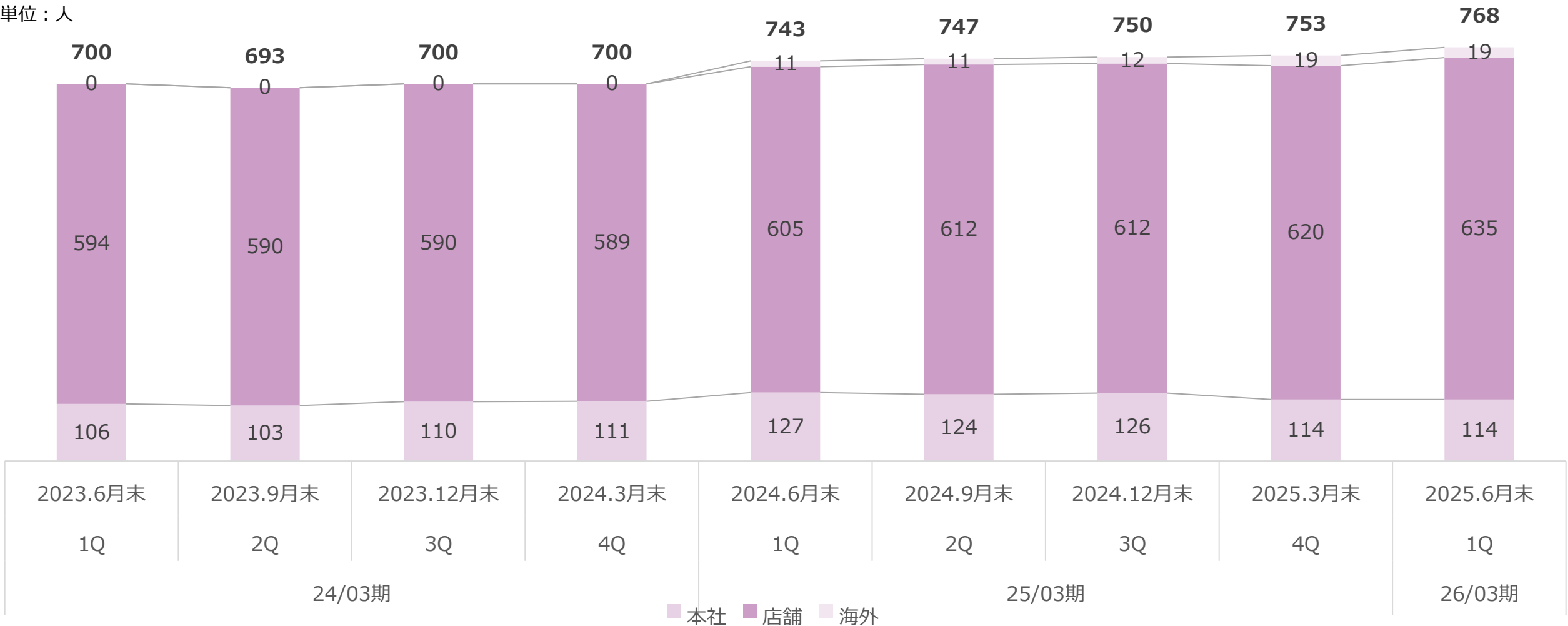
株主優待券サンプル

- ◆ 「A PROP（ア プロップ）」内でのお買物において、1回のお買上げ金額（ECカートの合計金額）につき、株主優待券1枚をご利用いただけます。なお、本券1枚につき1回のみご利用可能です。同一券を複数回ご利用いただくことはできません。
- ◆ 当社が展開するエニタイムフィットネス、The Bar Methodの各店舗でご利用いただくことはできません。
- ◆ 他のクーポン券等との割引併用はできません。
- ◆ その他、株主優待券のご利用方法等に関する注意事項は株主優待券進呈時にご案内する予定です。

※ 2024年11月14日付「株主優待制度の新設に関するお知らせ」参照

従業員数推移（連結）

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

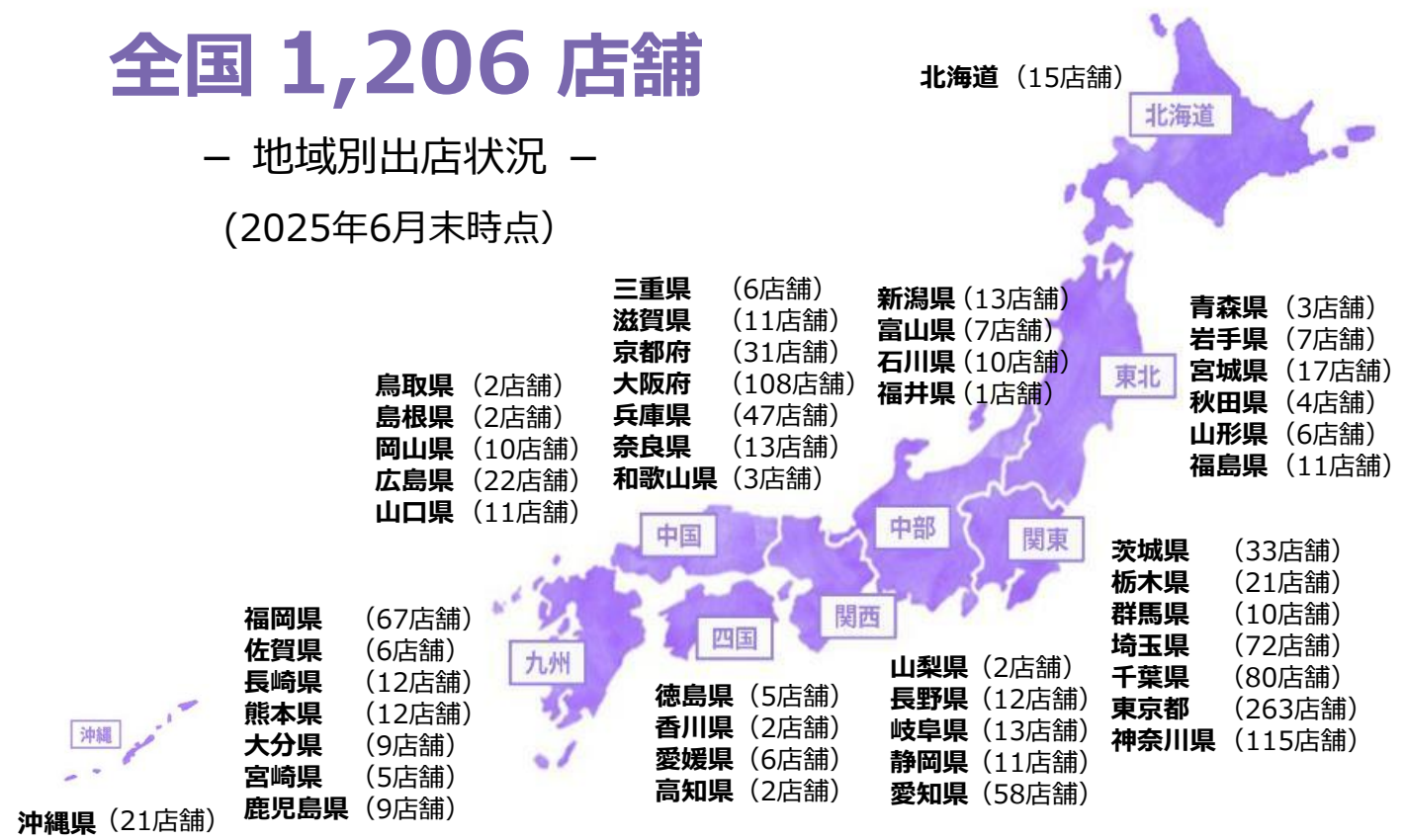


国内エニタイムフィットネスの店舗ネットワーク

- 2016年度からは地方都市進出をスタートし、全国47都道府県に展開中
- 国内フィットネスジムの施設数が激増する中でも、出店が進み全国1,206店舗（6月末時点）体制を構築。24時間ジムの施設数(5,669店舗)におけるエニタイムフィットネスのシェアは21.3%
- 地方都市でも好調な集客を実現し、国内エニタイムフィットネスの店舗ネットワークは順調に拡大

全国 1,206 店舗

— 地域別出店状況 —
(2025年6月末時点)



【参考】AFブランド (※1) の売上高シェア

823 億円 ※2

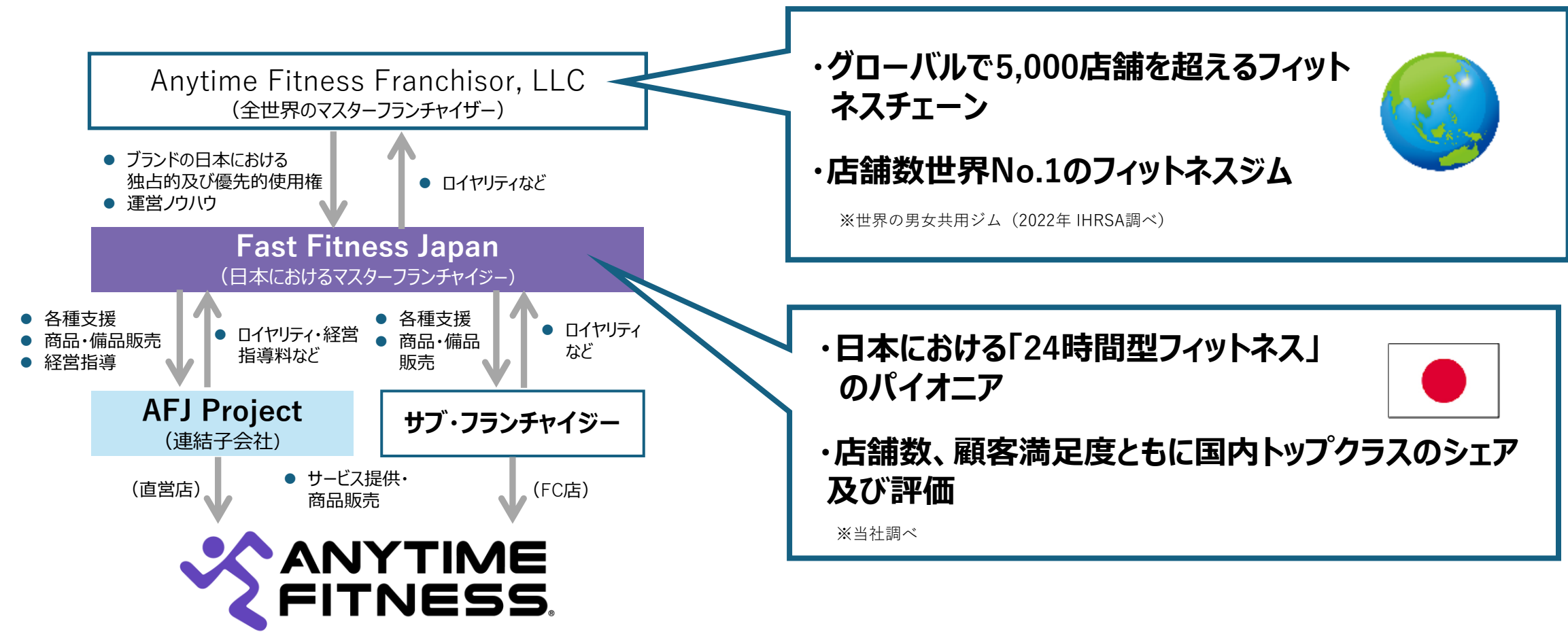
5,389 億円 ※3

(参考)
シェア
15.3 %

※1 直営店舗 + FC店舗
※2 ※1の25年3月単月の平均会員単価×同月末会員数を12か月換算した参考値
※3 出所：『日本のフィットネスクラブ業界のトレンド2025年版』

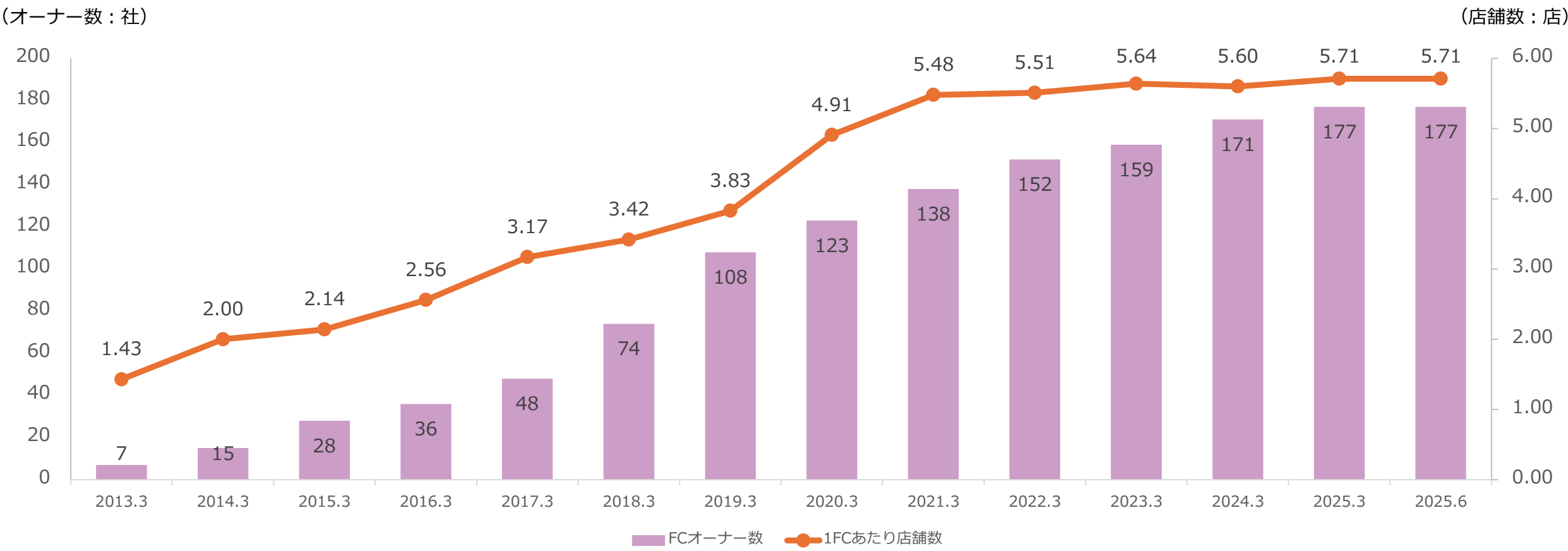
国内エニタイムフィットネスのビジネスモデル

- 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



国内エニタイムフィットネス FC展開の特長

- 日本における24時間マシン特化型ジムのパイオニアとしてのブランド力に加えて、ロイヤリティ固定等、高い収益性のFC収益モデルを確立し、経営・財務基盤の盤石なFCオーナー（法人）に限定したFC開発
- 高収益力を背景に1FCオーナーによる複数の店舗展開に繋がり、国内の店舗数は飛躍的に拡大
- 1FCオーナーあたり5.71店舗を運営。10店舗以上を運営するFCオーナーは24社（前期末比+ 2 社）にのぼり、総店舗数の54.5%にあたる550店舗を運営（前期末比+41店舗増）※直営は除く



当社の売上高構成

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

売上区分	品 目	収益モデル	内 容
FC売上	ロイヤリティ収入	ストック ※	固定ロイヤリティと会員管理システム等の手数料や販促協力金など、FC店舗数の増加に比例して増加
	商品売上	フロー ※	店舗内の一部商品の売上 主に来店時に売上
	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・海外売上)	会費収入	ストック	会費収入の他、月極の水素水サーバーや契約ロッカー等の売上 直営店舗の会員数の増加に比例して増加 * 海外AF売上を含む
	その他	フロー	パーソナルトレーニングの回数券や会員以外の都度利用売上 * 海外AF売上を含む
その他売上	手数料収入	フロー	トレーニングマシン等のマーケティングフィー等

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

中期経営計画：方針

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

1. 国内AF事業の更なる規模拡大

安定的な新規出店

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

AFアプリの展開

EC／物販の育成・展開

3. 新たな成長領域の開拓及び収益基盤確立

海外事業の拡大

新ブランドの育成・展開

活用

4. ESG経営の推進

ガバナンスの高度化

人的資本経営の実践

5. M&A、アライアンスの活用

M&Aの継続

自治体・法人等とのコラボ

中期経営計画：数値計画

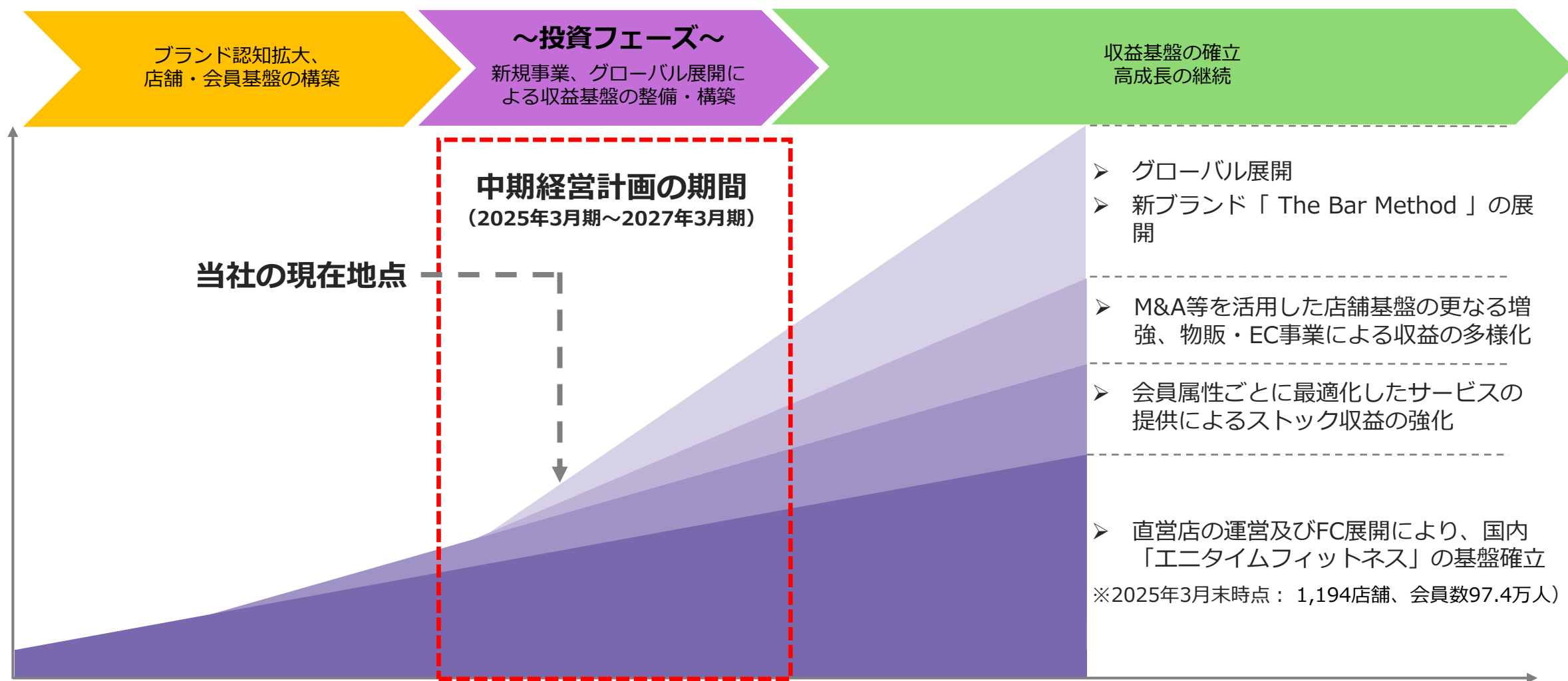
- 26年3月期は、24年5月に公表した中期経営計画（25年3月期～27年3月期）の基本方針・戦略及び数値目標を維持する方針
- 25年3月期においては、中核かつ既存事業の国内エニタイムフィットネス事業が引き続き堅調に推移したほか、中期経営計画に沿った成長投資を着実に実行
- 一方、新たな成長領域の各事業は事業の開始時期、及び事業の立ち上がりに当初計画以上に時間を要したものの、海外事業のうち、ドイツAF事業では1年間の準備期間を経て、店舗拡大に向けた手応えを得ているなど、各事業の成長においては外的要因含め短期的な業績への影響も考慮するため、レンジに修正（39ページ参照）

<2024年5月14日公表>

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

中期経営計画：同期間の位置づけと売上成長イメージ

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



ESGハイライト：マテリアリティ

- 新たな企業理念体系（PMVV）に基づき、当社の強みと社会的要請の両面からマテリアリティを再定義
- GRI等の国際基準やPMVVとの整合性を踏まえ、事業戦略への組み込みや優先順位・バランスを再検証

FFJのPMVVとマテリアリティ



マテリアリティとアクションプラン

E 環境 Environment	マテリアリティ	アクションプラン
	クリーン&グリーンな店舗運営	CO ₂ 排出量の削減に向けた取り組みの実施 自然エネルギーへの切り替え 節電による削減 節水による削減 再エネ発電設備の設置 マイクロプラスチックの削減への取り組み

S 社会・人 Social	マテリアリティ	アクションプラン
	フィットネス参加機会の拡大	地域包括ケア体制構築 高校生への運動機会の提供
	地域社会との協創	各社会貢献活動の実施・協力・支援 障がい者支援の拡充
	人的資本の強化	安心・安全・健全な職場づくり

G 企業統治 Governance	マテリアリティ	アクションプラン
	コーポレート・ガバナンス体制の維持・強化	取締役会の多様性・独立性・客観性の充実 健康経営宣言の策定 人権方針の策定
	コンプライアンスの徹底	コンプライアンス教育の充実 情報セキュリティ管理の徹底 行動規範の改訂と活用促進
	責任あるサプライチェーンマネジメントの推進	取引先ガイドラインの策定

ESG活動ハイライト：社会貢献活動と地域連携

「ヘルシアプレイスをすべての人々へ」の実現に向け、FFJらしい社会貢献活動の推進に注力
社員やFC企業の参加を促し、活動への理解とフィードバックを通じたPDCAサイクルを構築

【共生社会の実現に向けた寄付寄贈・支援・啓蒙活動】

小児がん支援

(がんの子どもを守る会)

- 【4月】
 - ・ Fortune Dream 10内でチャリティスクワット、募金活動実施
※17名参加/¥138,000寄付

- 【6月】
 - ・ 小橋建太氏と寄付金贈呈式 & 3者・特別鼎談実施



知的障がい者スポーツ支援

(スペシャルオリンピックス日本)

- 【5月】
 - ・ 博多どんたくパレードに参加しSON福岡を応援
【34名参加/100名分のユニフォームを提供】
- ・ B.LEAGUE FINALS協賛【UNIFIED SPORTS® BASKETBALL GAMEを実施/知的障がい者とBリーグ選手とのエキシビジョンマッチをサポート】



ダウン症支援

(各地でのバディウォーク)

- 【4月】
 - ・ バディウォーク東京（池袋）にチャリティスクワットのブース出展寄付を実施
※23名参加/¥131,060寄付
- ・ ツナガリウォーク（横浜）にチャリティスクワットのブース出展寄付を実施
※15名参加/¥150,940寄付



【連携協定・地域貢献活動】

- 【4月】
 - ・ ISONOURA MARKET出展（和歌山県）
【2日間開催で12名参加】

- 【5月】
 - ・ 彦根湖岸清掃（滋賀県）
【3名参加】
 - ・ 旭森小学童でAED講習会実施（滋賀県）
【4名参加】

- 【6月】
 - ・ 国スポ/障スポ清掃活動参加（滋賀県）
【3名参加】
 - ・ びわこの日イベント参画（滋賀県）
【4名参加】

- 【毎月】
 - ・ 運動指導者派遣（大分県姫島村）



IR情報



IRに関するお問い合わせ



IRメール配信登録



※投資家の皆様へIR情報をメールでお届けいたします。
※IRメール配信サービスの登録受付ページ（外部サイト）へ移動します。
※IRメールは、株式会社フィナンテックが運営する「IR STREET」提供のメール配信サービスを通じて配信いたします。

Fast Fitness Japan 公式X



※IR/PRに関する情報を中心に、Fast Fitness Japanグループの情報を発信します。

機関投資家向けIR取材申し込み (8月19日～9月30日)



※機関投資家向けのIR取材申し込みは（外部サイト）へ移動します。
※IR取材申し込みは、株式会社みんせつが提供する取材カレンダーを利用しています。
※当申し込み方法のほか、IR担当への連絡、IRに関するお問い合わせからでもお受けしております。



ヘルシアプレイスをすべての人々へ

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。