

A man with dark hair, wearing a blue t-shirt, is shown in a gym setting. He is leaning forward, holding a vertical bar or handle, and looking intently towards the camera. The background is filled with various gym equipment, including treadmills and weight racks, under a blue-toned lighting.

25/03期 3Q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)

2025年2月14日

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



Index

1	ハイライト	3頁
2	25/03期 3Q実績	10頁
3	国内エニタイムフィットネス事業の概況	18頁
4	その他事業の概況	28頁
5	25/03期 計画	34頁
6	Appendix	37頁

1. ハイライト

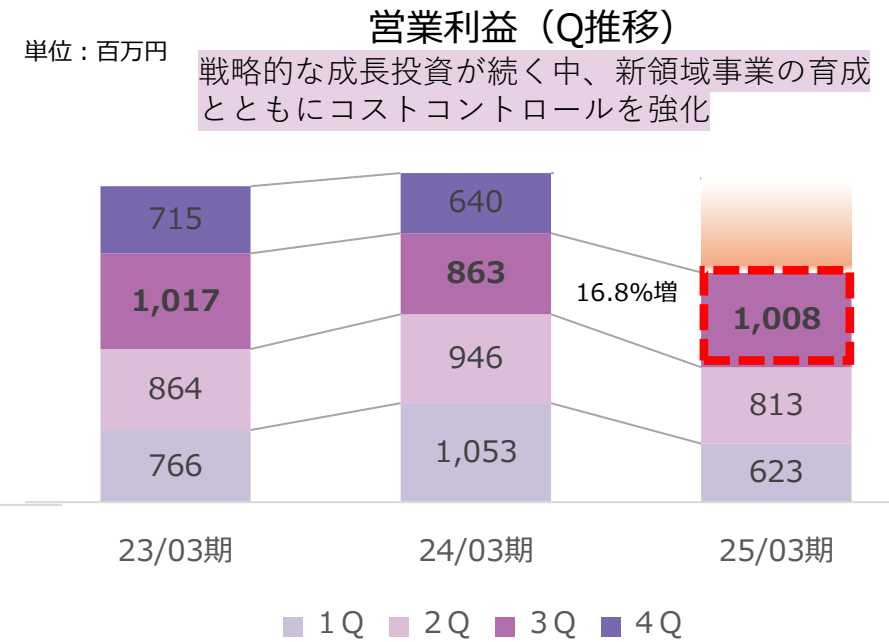
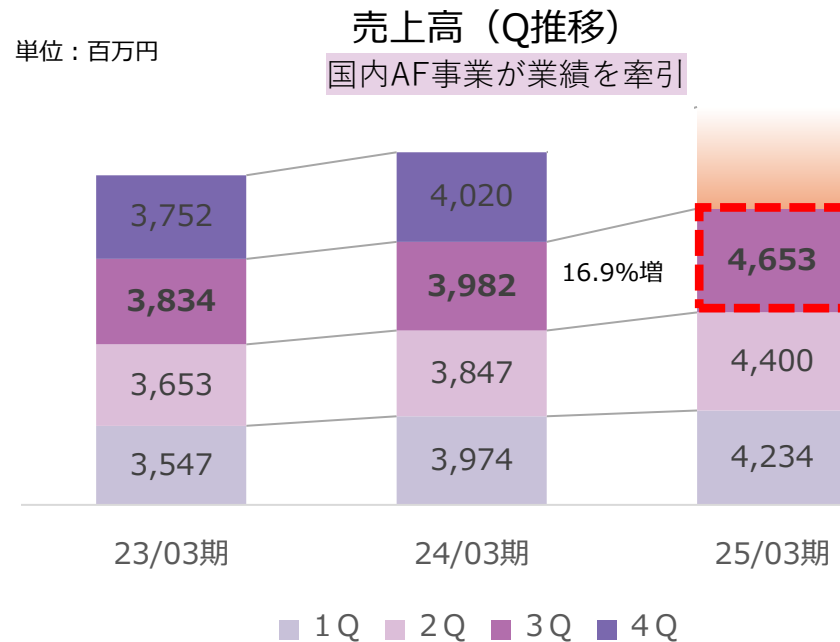
AF戸越公園店 2024年10月オープン

25/03期 3Qハイライト

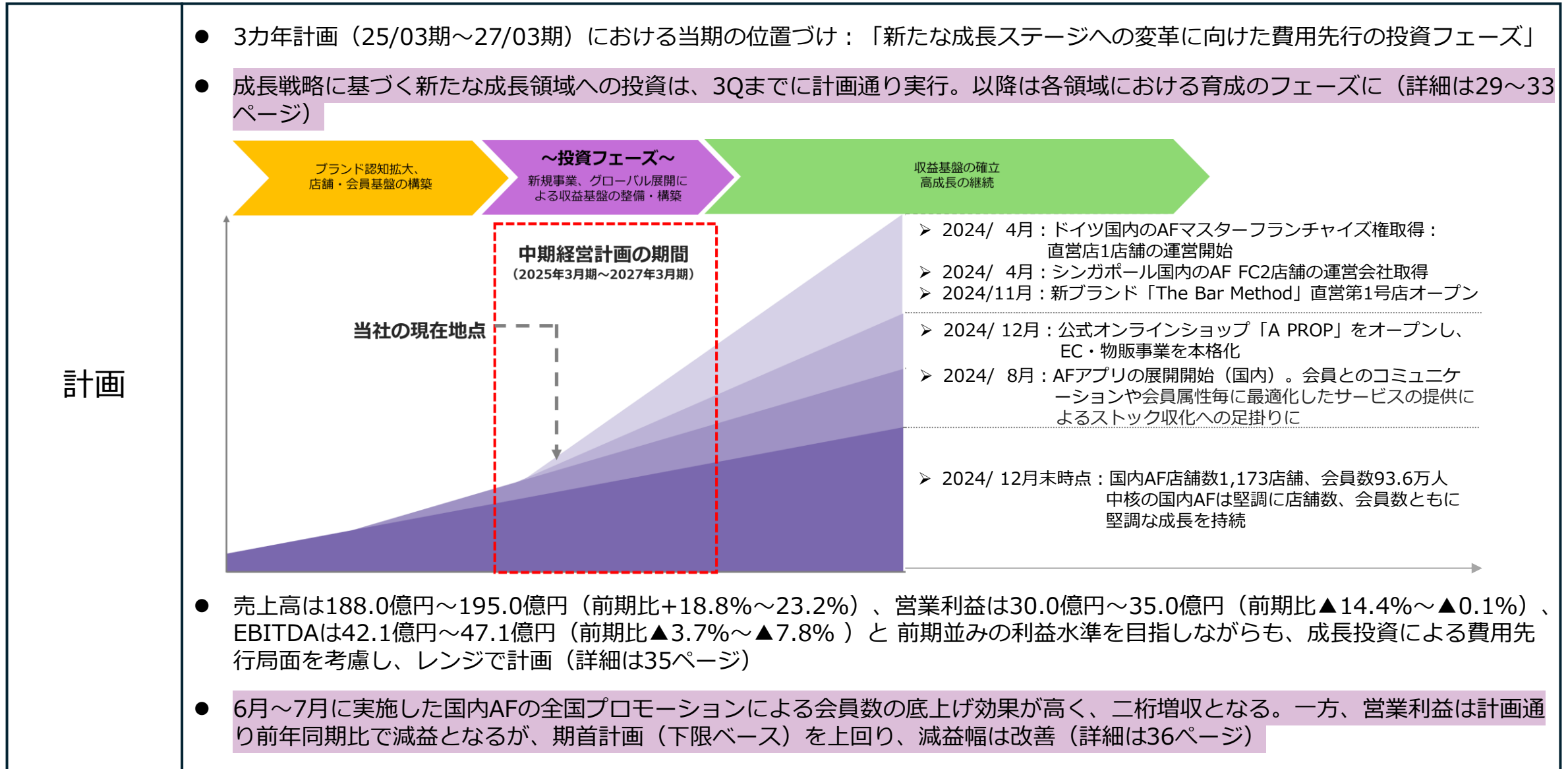
中核の国内エニタイムフィットネス事業の一層の強化を図りながら、中期経営計画に沿った成長投資を着実に実行。事業ポートフォリオの拡充と多様化による持続的な成長に向けた取り組みを継続

- 売上高 132.8億円 (前年同期比 + 12.6%)
- 営業利益 24.4億円 (前年同期比 ▲ 14.6%)
- EBITDA 32.0億円 (前年同期比 ▲ 8.4%)
- AF国内会員数 93.6万人 (前年同期比 + 16.0%)
- AF国内店舗数 1,173店舗 (前年同期比 + 58店舗)

3Q 実績



25/03期 3Qハイライト



25/03期 3Qハイライト：連結業績

売上高

132.8億円

前年同期比 +12.6%

営業利益

24.4億円

前年同期比 ▲14.6%

営業利益率

18.4%

前年同期比 ▲5.9pt

EBITDA

32.0億円

前年同期比 ▲8.4%

EBITDAマージン

27.1%

前年同期比 ▲2.5pt

経常利益

24.8億円

前年同期比 ▲16.6%

親会社株主に帰属する
四半期純利益

14.7億円

前年同期比 ▲22.2%

25/03期 3Qハイライト：エニタイムフィットネス

国内AF店舗数

1,173店舗

前年同期比 +58店舗
(本年2Q比 +10店舗)

国内AF会員数

93.6万人

前年同期比 +12.9万人
(本年2Q比 +0.1万人)

海外AF店舗数

3店舗

前年同期比 +3店舗

FC店 **992**店舗

前年同期比 +50店舗

直営店 **181**店舗

前年同期比 +8店舗

FC店 **80.5**万人

前年同期比 +11.6万人

直営店 **13.0**万人

前年同期比 +1.2万人

ドイツ **1**店舗

前年同期比 +1店舗

シンガポール **2**店舗

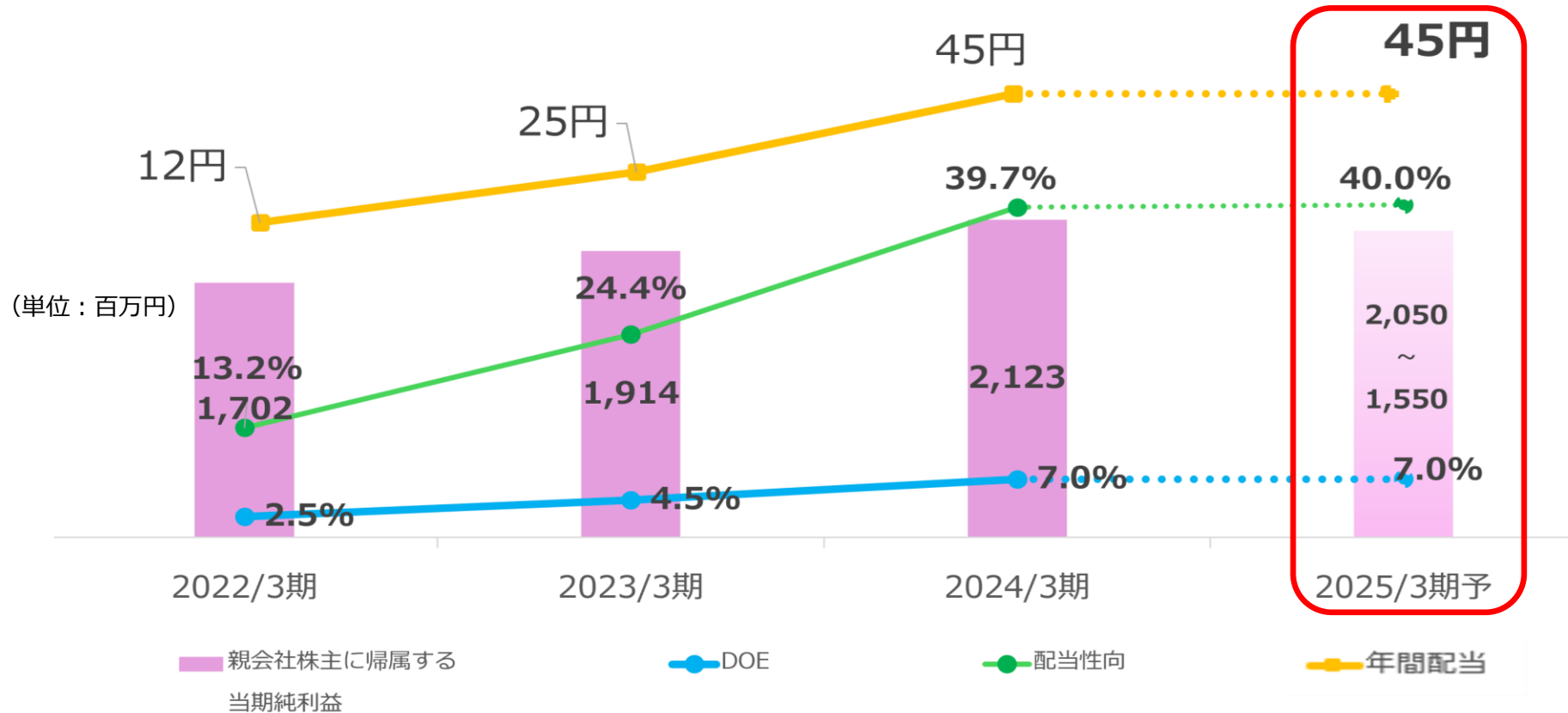
前年同期比 +2店舗

株主還元 / 配当

- 25年3月期の年間配当は45円を予定（中間配当は20円）（※1）

《配当方針》

連結配当性向 40%を配当の目安とし、DOE（※2） 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（※3）



※1 2024年11月14日付「剰余金の配当（中間配当・増配）及び期末配当予想の修正に関するお知らせ」にて公表

※2 DOE（連結株主資本配当率）= 年間配当総額 ÷ 連結純資産

※3 2024年3月11日付「通期連結業績予想の修正（上方修正）及び配当方針の変更（配当性向、DOE 導入）並びに配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」にて公表

株主還元 / 株主優待制度

- 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/>」でのお買い物にご利用いただける株主様限定の優待券です

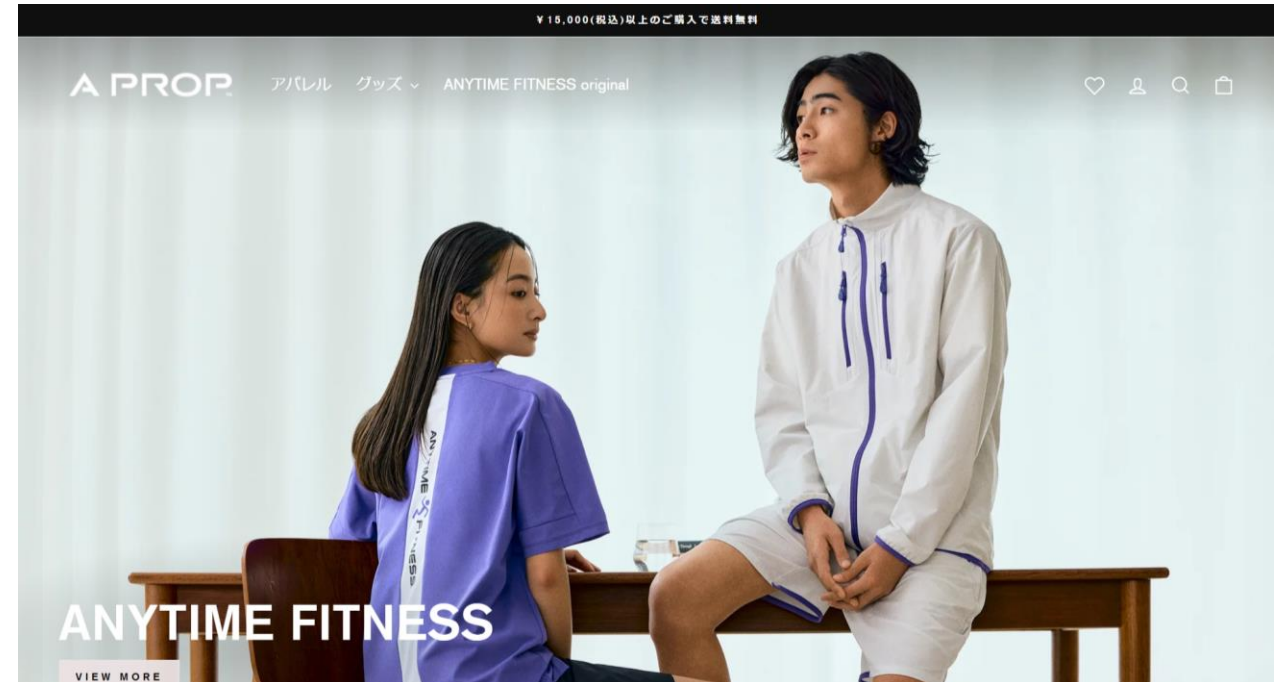
対象株主

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単元) 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単元) 以上	株主優待券 (15%割引券) 2枚
200株以上 (2単元) 以上	株主優待券 (15%割引券) 4枚
500株以上 (5単元) 以上	株主優待券 (15%割引券) 6枚
1,000株以上 (10単元) 以上	株主優待券 (15%割引券) 10枚

※ 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



- ◆ 「A PROP (アプロップ)」内でのお買い物において、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。

2. 25/03期 3Q実績



AF港北師岡店 2024年11月オープン

25/03期 3Q サマリー

- 1Qに会員管理システムの更改に伴いロイヤリティ収入に影響を受ける中（前期1Qまで新・旧会員システムの利用料を徴取）、中核の国内エニタイムフィットネス事業が新規出店、会員数ともに堅調に推移し、売上高は前期3Q比12.6%増の二桁増収
- 中期経営計画に掲げる成長投資に伴い費用先行が継続する中、増収効果及びコストコントロールにより、営業利益は2Q比24%増と増益基調に
- 前期実績比では減益となるものの、計画通り成長投資を行いながらも、計画比では減益幅を改善し推移（詳細は36ページ）

	2024年3月期 3Q累計実績		2025年3月期 1Q実績		2025年3月期 2Q実績		2025年3月期 3Q実績		2025年3月期 3Q累計実績		前年同期比 %		2Q比	
	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	%	金額	%	金額
売上高	11,804	100%	4,234	100%	4,400	100%	4,653	100%	13,288	100%	+12.6%	+1,483	+5.8%	+253
売上総利益	5,493	46.5%	1,847	43.6%	1,970	44.8%	2,119	45.5%	5,937	44.7%	+8.1%	+443	+7.6%	+149
営業利益	2,864	24.2%	623	14.7%	813	18.5%	1,008	21.7%	2,444	18.4%	△14.6%	△419	+24.0%	+194
EBITDA	3,501	29.7%	850	20.1%	1,067	24.3%	1,283	27.6%	3,208	24.1%	△2.5%	△298	+20.1%	+215
経常利益	2,977	25.2%	629	14.9%	835	19.0%	1,019	21.9%	2,483	18.7%	△16.6%	△494	+22.0%	+184
親会社株主に帰属 する中間純利益	1,891	16.0%	375	8.9%	520	11.8%	577	12.4%	1,472	11.1%	△22.2%	△419	+11.0%	+57

3Q 売上高内訳

- 売上の85.7%がストック収入（前年同期比+1,475百万円）
- FC売上、店舗売上ともにストック収入が全体を牽引し、ストック収益は前年同期比で+14.9%増と着実に伸長

単位：百万円

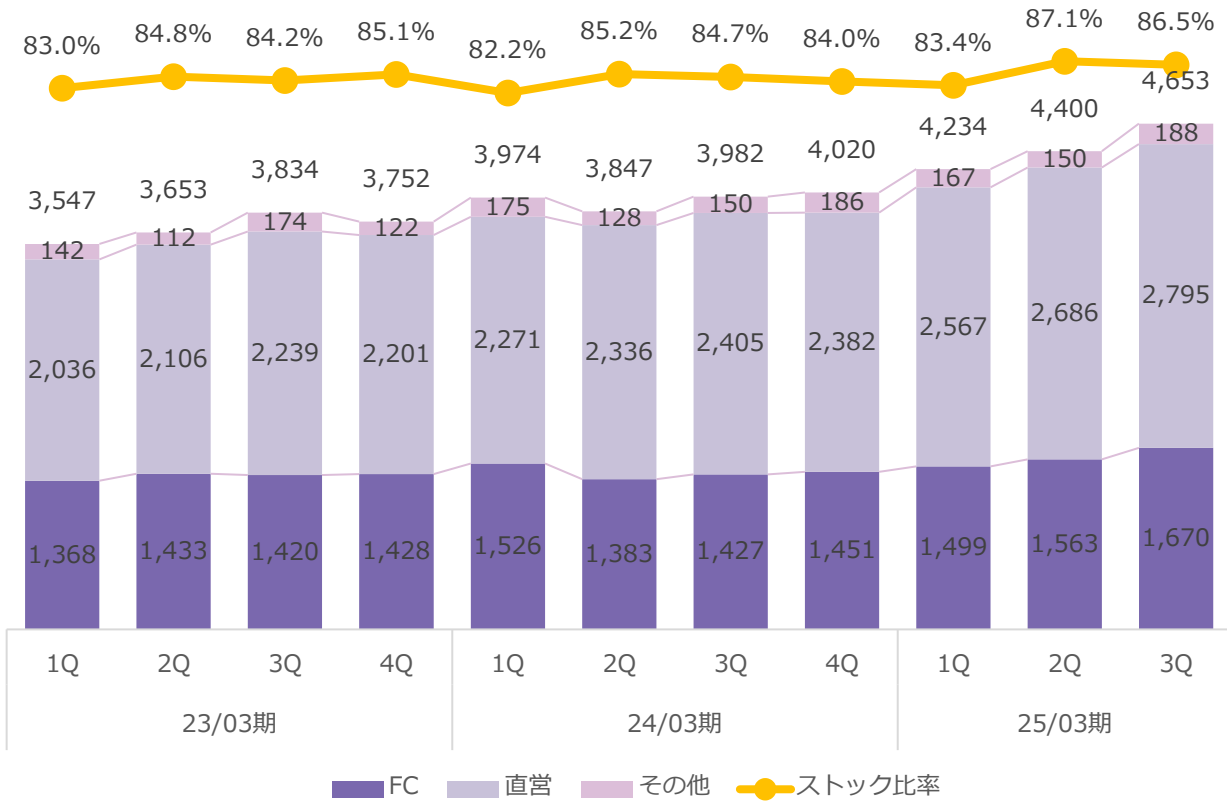
売上区分	品目	収益モデル	2024年3月期 3Q		2025年3月期 3Q		前年同期比	
			実績	売上構成比	実績	売上構成比	%	金額
FC売上	ロイヤリティ収入	ストック	3,148	26.7%	3,629	27.3%	15.3%	+480
	商品売上	フロー	907	7.7%	823	6.2%	▲9.3%	▲84
	加盟金売上	フロー	228	1.9%	243	1.8%	6.5%	+14
	その他	フロー	52	0.4%	37	0.3%	▲29.1%	▲15
店舗売上 (直営)	会費収入	ストック	6,769	57.3%	7,764	58.4%	14.7%	+995
	その他	フロー	243	2.1%	284	2.1%	16.7%	+40
その他売上	手数料収入	フロー	454	3.8%	506	3.8%	11.5%	+52
合計			11,804	100.0%	13,288	100.0%	12.6%	+1,483

四半期推移：売上高・営業利益/EBITDA

- 売上高は前年同期比では671百万円増加し4,653百万円。ストック比率も+1.8pt増強し80%超を維持
- 中期経営計画に掲げる成長投資を着実に実行し、当3Qも費用先行になる中、増収効果及びコストコントロールにより、営業利益は前年同期比16.8%増の1,008百万円、EBITDAは前年同期比 18.7%増の1,283百万円

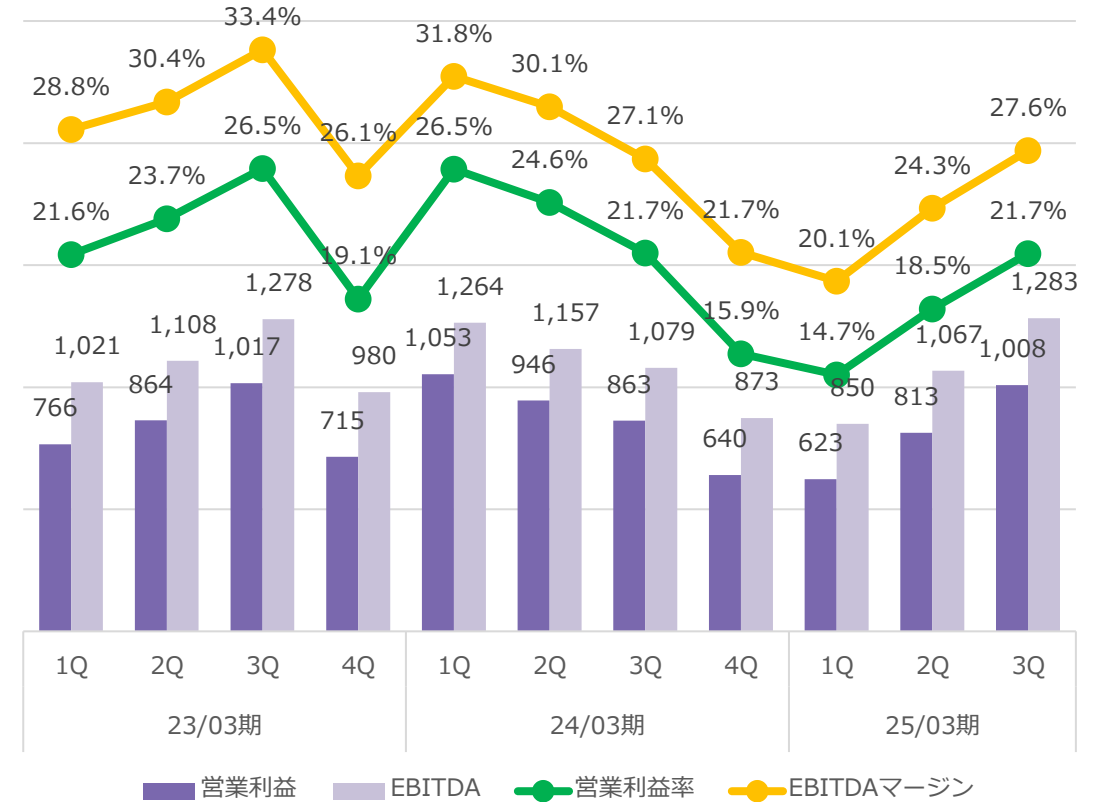
売上高推移

単位：百万円



営業利益/EBITDA推移

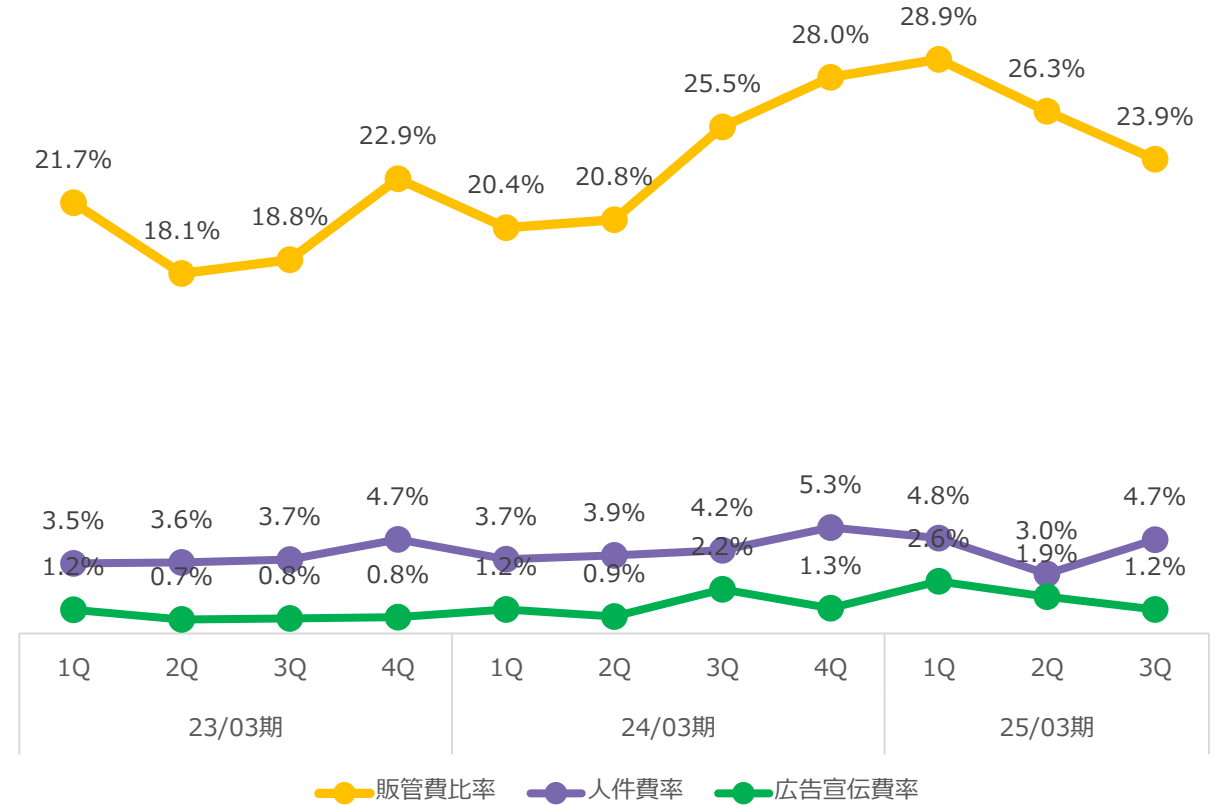
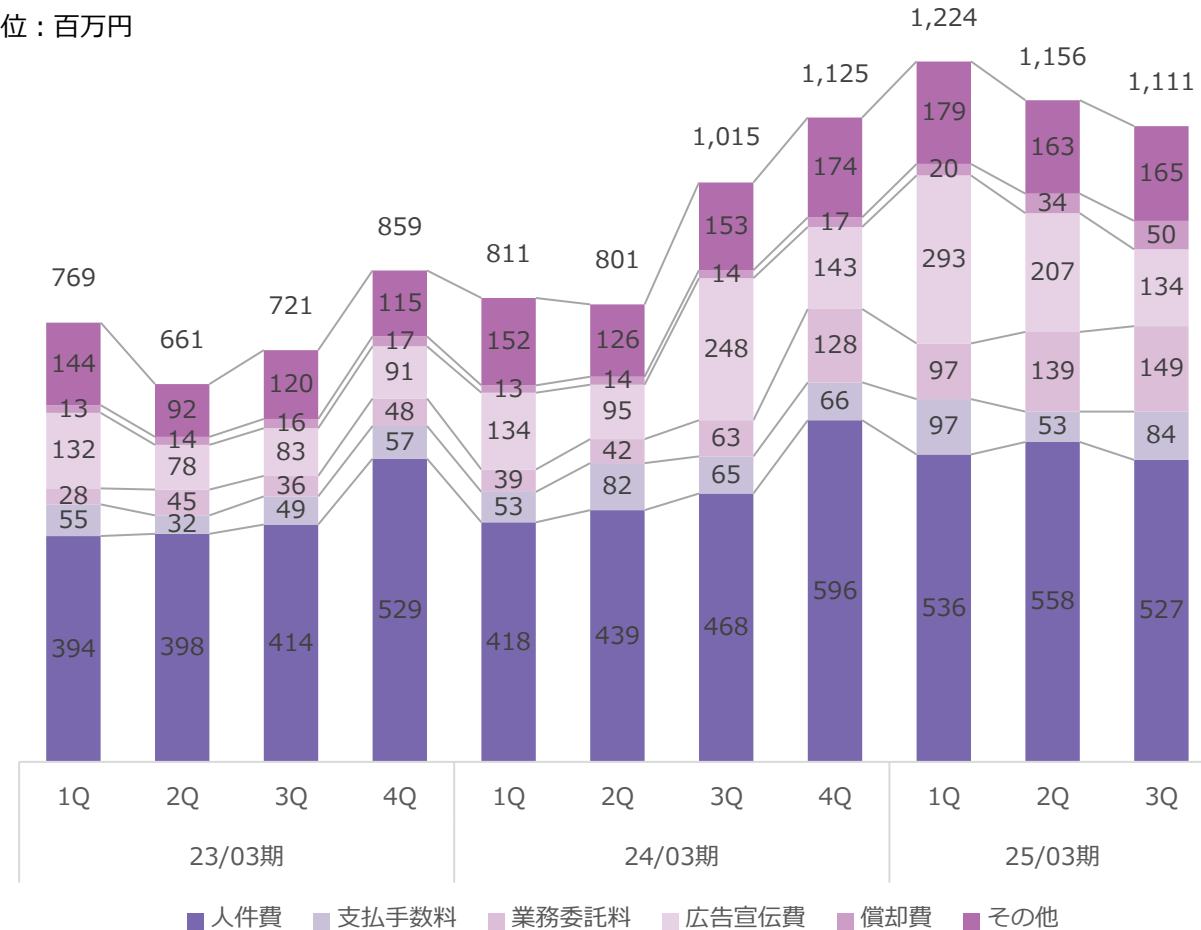
単位：百万円



四半期推移：販売費及び一般管理費

- 中期経営計画に掲げるマーケティング、海外エニタイムフィットネス、新ブランドやEC・物販事業等の各領域における成長投資を計画にそって着実に実行しており、引き続き費用先行は継続
- 当3Qについても、販管費は前年同期比9.4%増の1,111百万円となるが、堅調に推移する中核の国内エニタイムフィットネス事業の売上増により、販管費率は前期同期比で1.6pt改善し23.9%

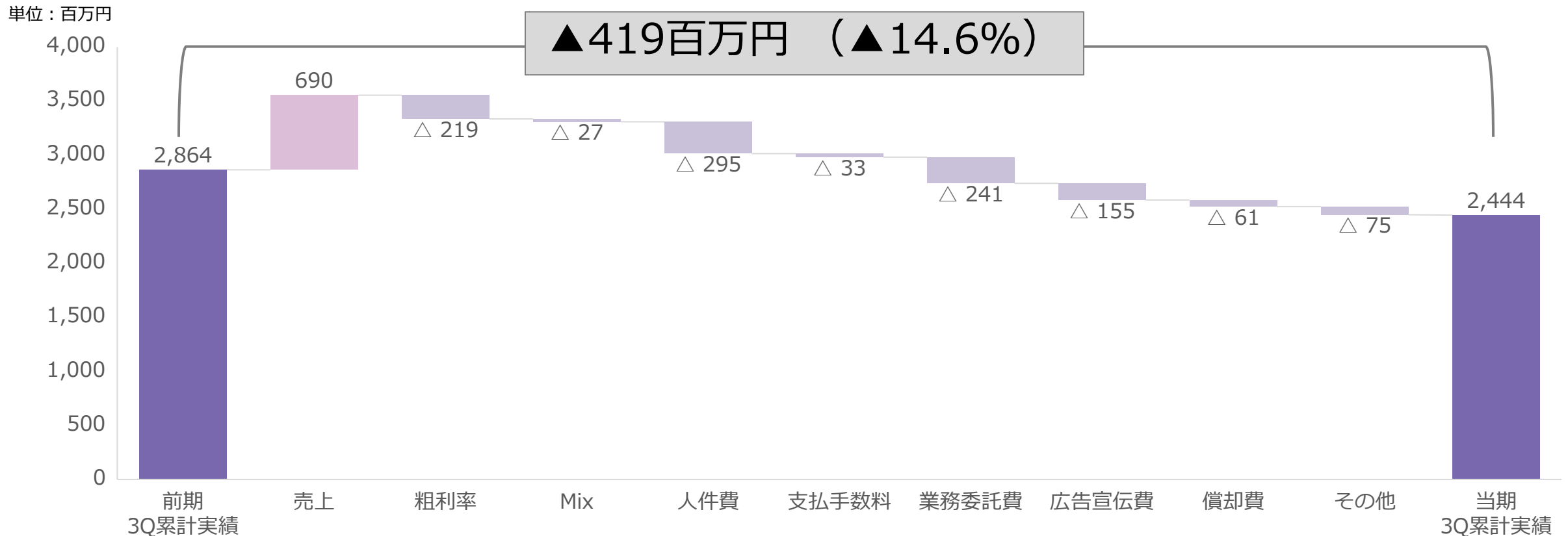
単位：百万円



※ 当1Qより販管費の内訳項目の変更に伴い、23.3期及び24.3期も組み替えた表記としております

営業利益 増減分析

- 会員管理システムの移行に伴い、前期1Qまで新・旧システムの並行稼働とともに、両システムの使用料収受により（前期2Qより新システムに切り替え）、今期1Qは同使用料にかかるロイヤリティの減収の影響がありながら、中核の国内エニタイムフィットネス事業の堅調な事業成長により、大幅な増収を確保
- 中期経営計画に沿った戦略的な成長投資により、人件費、AFアプリにかかる使用料の支払先行、新ブランド立ち上げコスト、ECサイト構築費用等の費用が先行しているため、前年同期比では▲419百万円の2,444百万円



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
- 当中間期は、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29億円を投資
- 当3Qは、新ブランドの直営店1店舗の出店や、物販・Eコマースなどの投資に加え、3Qから4Qにかけて全国プロモーションを実行

投資計画 96 億円 中期経営計画 期間 25/03期～ 27/03期	項目	中期経営計画期間 の 投資額 (2025年3月期～ 2027年3月期)	当3Q（累計）の実績 29億円		
			実績	進捗率	
	国内AF事業の更なる規模 拡大	66億円	18.9億円	28.6%	直営店新店：9.3億円 改装投資：3.2億円 全国プロモーション：4.8億円 オフィス移転：1.7億
	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	0.3億円	7.5%	物販/EC事業
	新たな成長領域への投資	18億円	7.7億円	41.1%	海外店舗展開：5.8億円 国内新ブランド展開：0.6億円
	IT・DX投資	6億円	1.5億円	25.0%	インフラ構築
	人的資本投資	2億円	0.1億円	5.0%	専門分野人材の確保

BS概況

- 財務健全性は安定しており、自己資本比率は63.0%（前期末 59.2%）

単位：百万円	2024年3月期	2025年3月期 3Q	増減
流動資産	12,389	10,558	▲1,831
現金・預金	10,199	8,159	▲2,040
固定資産	9,408	10,665	1,257
総資産	21,798	21,223	▲575
流動負債	5,762	5,293	▲469
固定負債	3,134	2,568	▲566
有利子負債（1年内+長期）	3,239	2,200	▲1,039
純資産	12,900	13,361	461
株主資本	12,900	13,365	465
自己資本比率（%）	59.2	63.0	+3.8

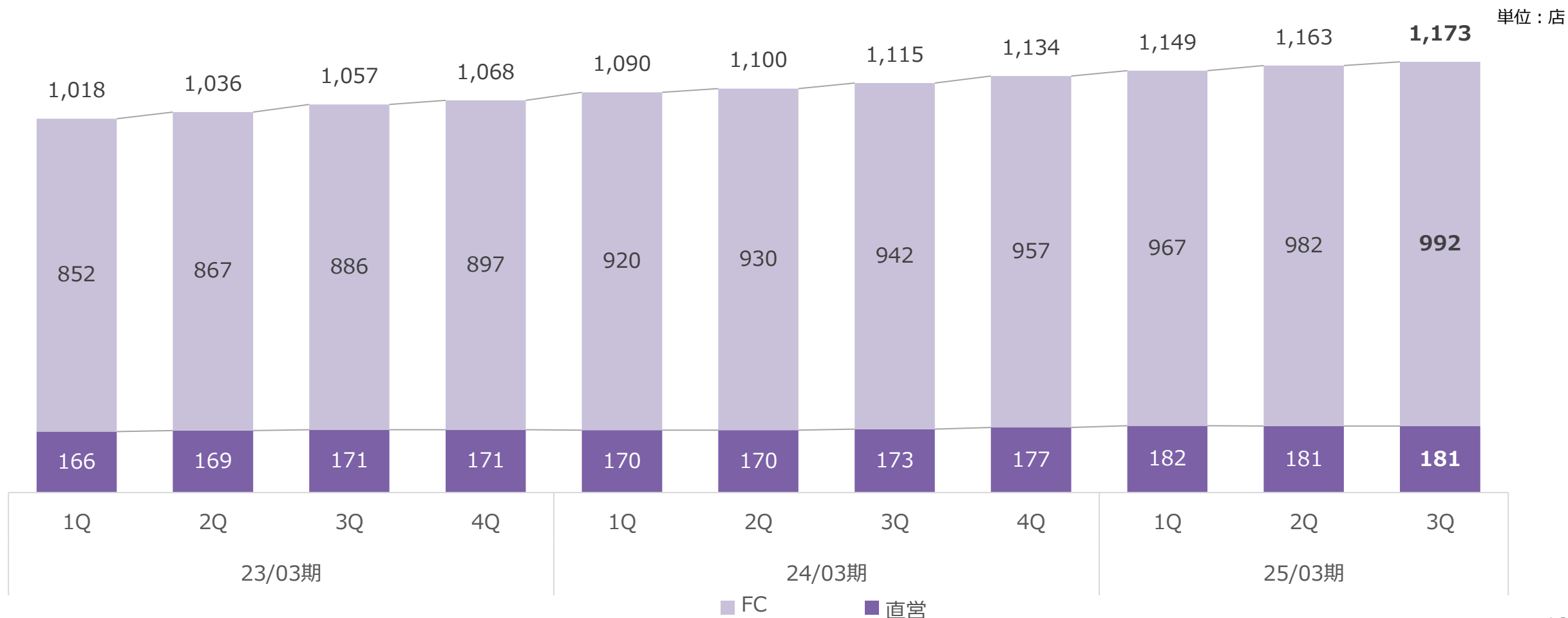


AF鳥取店 2024年12月オープン

3. 国内エニタイムフィットネス事業の概況

店舗数 四半期推移

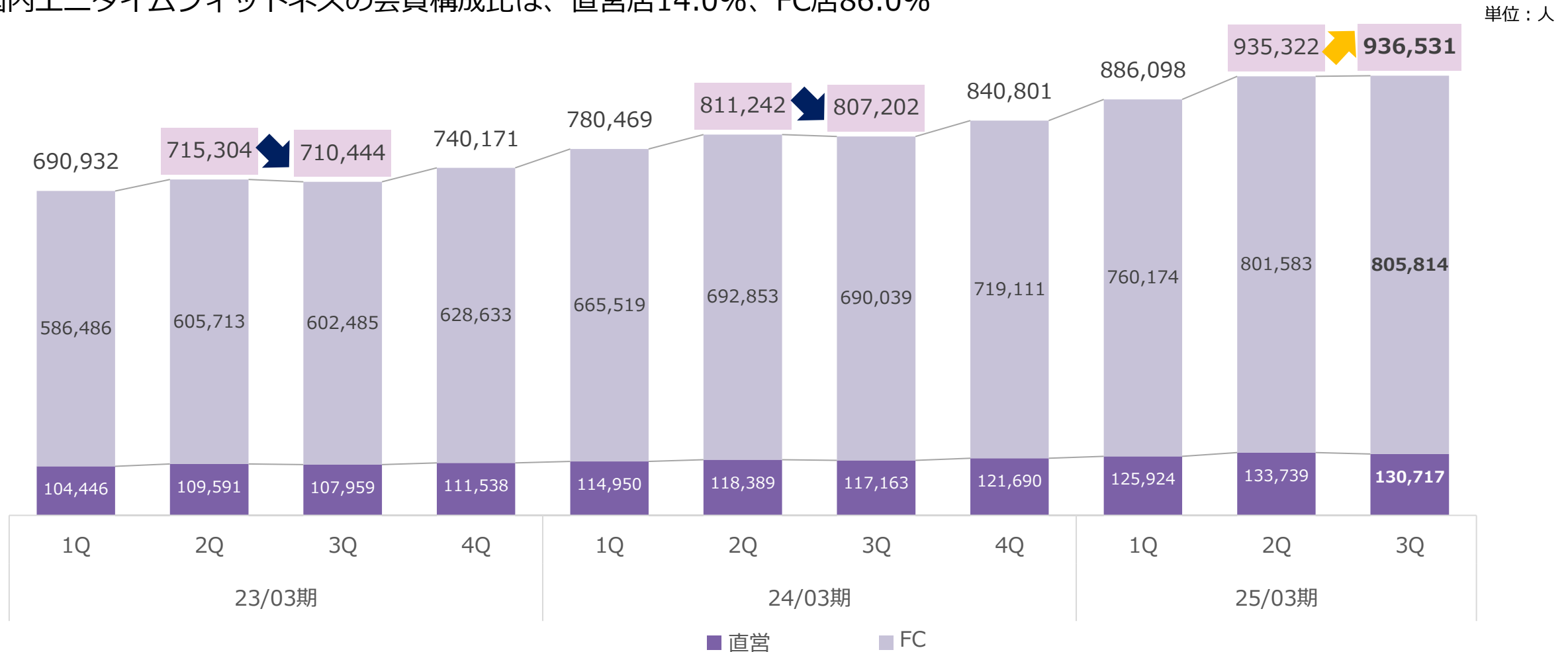
- 3Qの新規出店は13店舗（直営：2店舗、FC：11店舗）、退店は契約満了に伴う家主都合等により3店舗（直営：1店舗、FC：2店舗）
- 店舗数は前年同期比+58店舗（直営+8店舗、FC+50店舗）、前期末比+39店舗（直営+4店舗、FC+35店舗）
- 国内エニタイムフィットネスの店舗構成比は、直営店15.4%、FC店84.6%



会員数 四半期推移



- 例年3Q末時点の会員数は、季節変動による影響を受けやすく2Q末比減となる傾向が強い中、戦略的に実施する全国プロモーション（2024年6月～7月及び2024年12月～2025年1月）による効果もあり、例年比で大きく改善するとともに、2Q末比でも増加に転じ、3Q時点で過去最高の93.6万人に（前年同期比+129,329人）
- 国内エニタイムフィットネスの会員構成比は、直営店14.0%、FC店86.0%



前年3Q比較

- 前期3Q連結実績（調整前）から、旧会員管理システムの使用料を除外した売上高と粗利（調整後）と、当3Q連結実績（調整前）から、国内エニタイムフィットネス以外を除外した売上、粗利（調整後）で比較
- 国内エニタイムフィットネス事業は店舗数、会員数が安定的に伸長し業績も増収増益と堅調に推移

		2024年3月期 3Q		2025年3月期 3Q	
		調整前	調整後	調整後	調整前
売上高		4,337	FC売上 4,218	FC売上 4,675	4,732
		7,002	店舗売上 7,002	店舗売上 7,853	8,048
		464	その他売上 464	その他売上 480	505
粗利		5,493	5,415	5,880	5,937

売上全体 11.3%増
 FC売上 10.8%増
 店舗売上 12.2%増
 その他売上 3.4%増

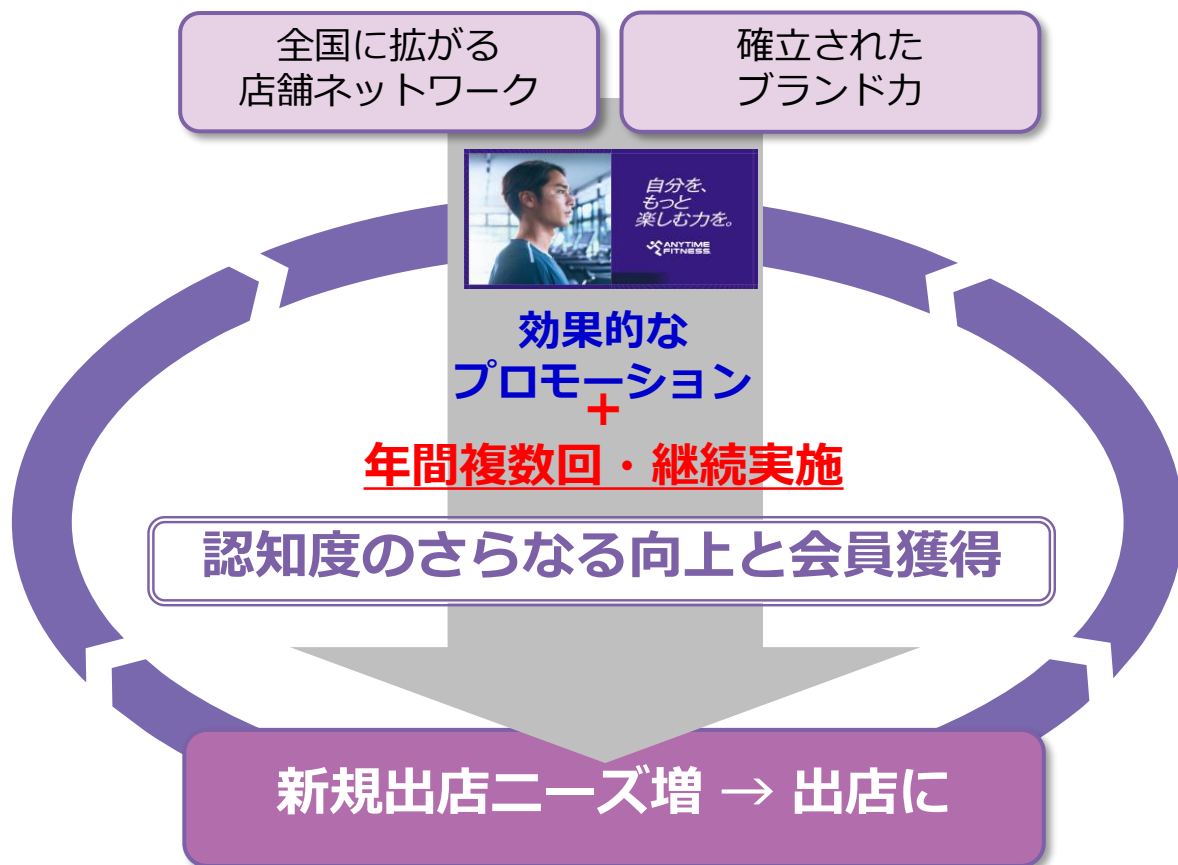
8.6%増

全国プロモーション展開（CM、web広告、SNSCP）

- 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継続実施

戦略的に実施するマーケティング投資の位置づけ

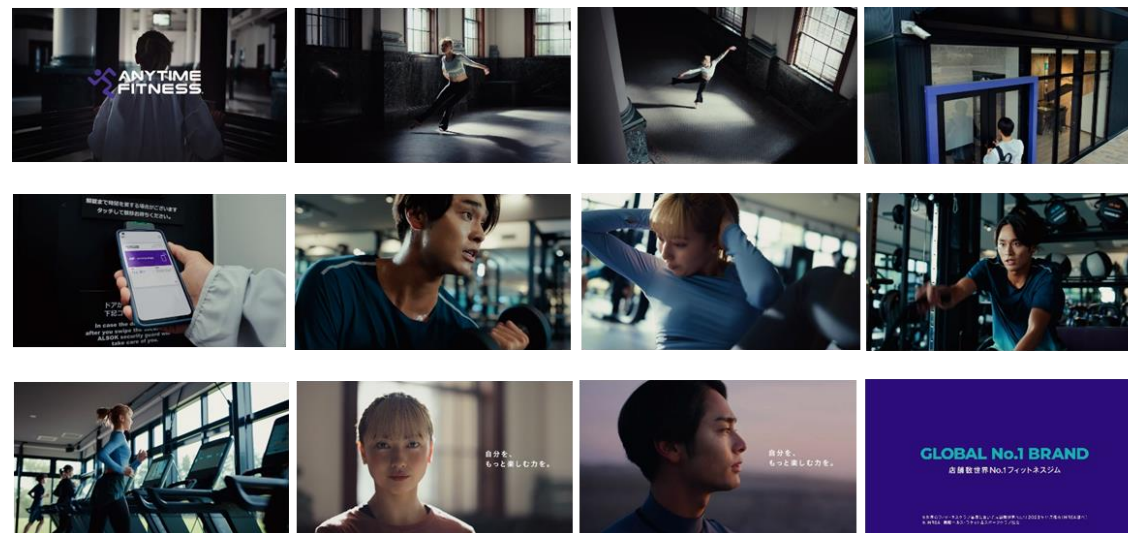
年間複数回・継続実施することで、認知向上と会員獲得を最大化し、新規出店に繋げていく好循環のサイクルを確立



今期キャッチコピー



コネクテッドTVCM、Web広告、SNSなどで広告を展開



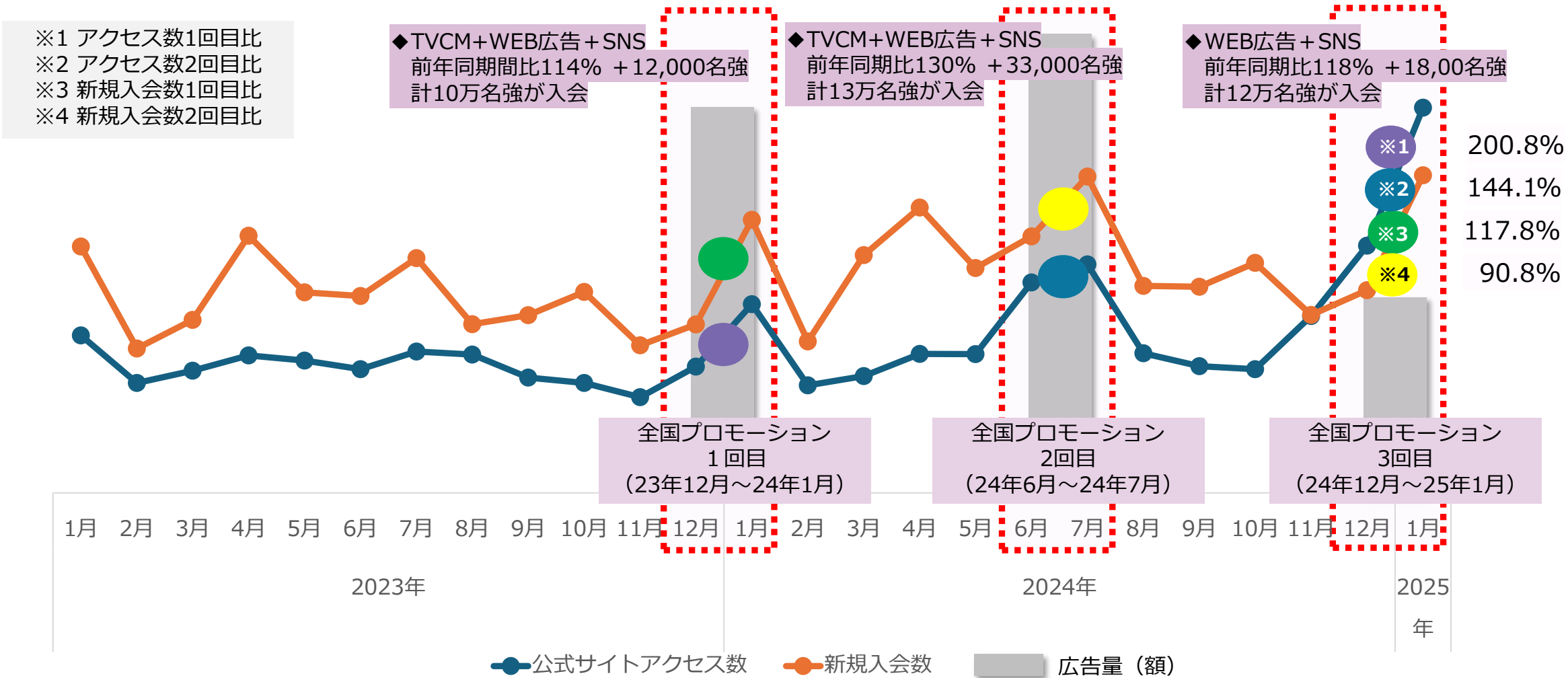
冬季CP メインCM「自分を、もっと楽しむ力を。」新しい扉編

<https://www.youtube.com/watch?v=5I3pI8EKF60> (15秒)

<https://www.youtube.com/watch?v=FhxqbcLc-fQ> (30秒)

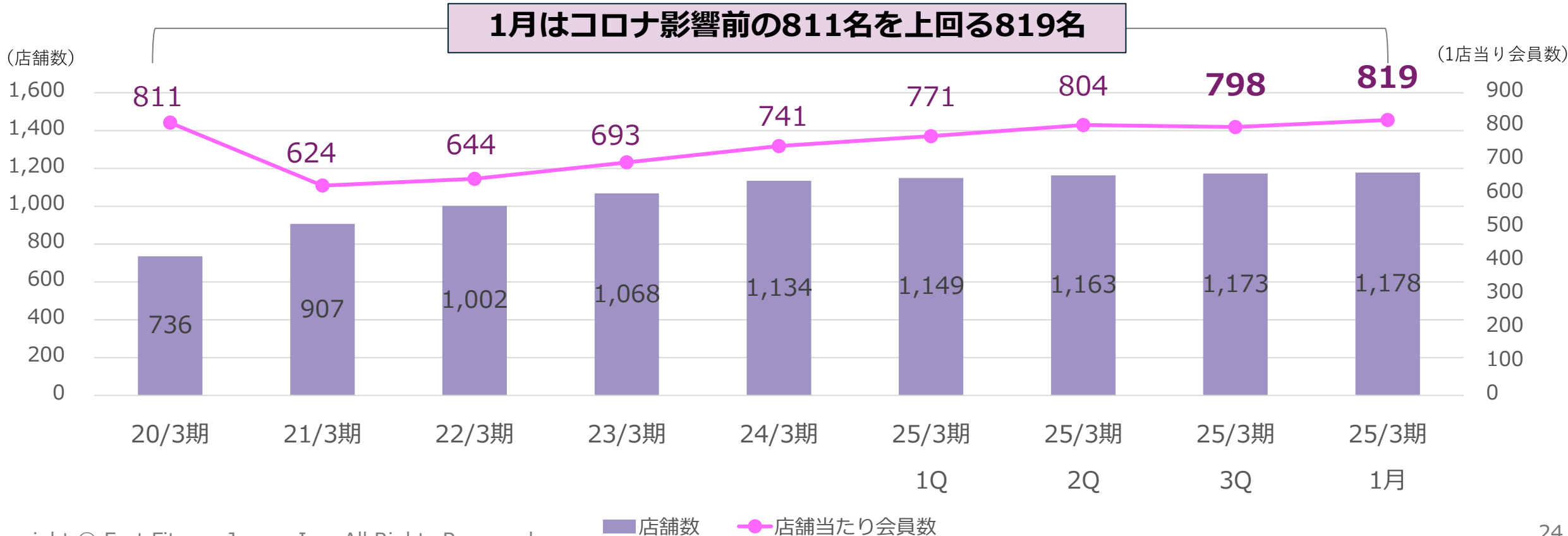
全国プロモーション展開（CM、web広告、SNSCP）

- 一年の振り返りや新しい年の始まりに、夢や目標に向かって自分の力で前を向こうとあらたな挑戦をする人を応援するプロモーションを、今期は24年6月～7月、24年12月～25年1月の計2回実施。当社として実施した戦略的な全国キャンペーンは計3回



店舗当たりの会員数推移

- 店舗数が前期末比+39店舗となる中、店舗当たり平均会員数は57人増の798人と好調に推移。会員数が2Q比で減少傾向の季節性があるものの当3Qは、前期末比で+57名、前期3Q比においては+75名と順調会員数増が進む
- コロナ影響前の20年3月期との比較では、+437店舗と順調に店舗拡大を進めるとともに、店舗当たり平均会員数はコロナ前の水準まで回復。2025年1月の店舗当たり平均会員数は、コロナ影響前の811名を上回る819名に
- 戦略的に実施している全国プロモーションによる新規会員獲得の効果もあり、店舗当たり平均会員数の増加を背景とした既存・新規のFCオーナーによる出店意欲の向上から、新規出店に至る好循環のサイクルに



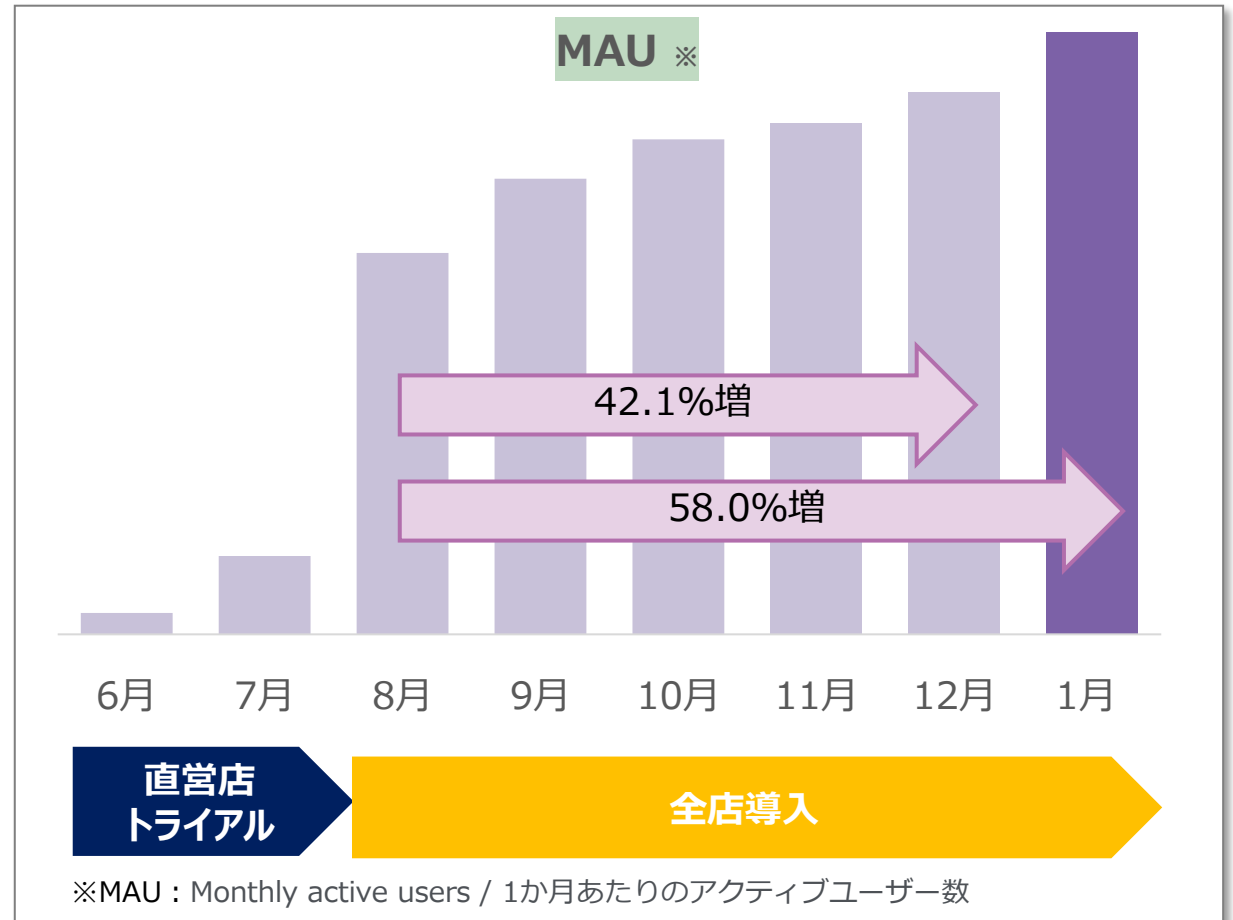
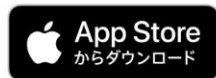
AFアプリの利活用促進①

- グローバルのエニタイムフィットネスで展開されている公式アプリを**2024年8月1日にリリース**
- AF会員、会員外を問わず、ワークアウトプランの作成・提供や、自宅など店舗以外のアクティビティも記録することで運動の習慣化をサポート
- AF会員へのAFアプリのダウンロード及び利活用の促進強化
- 利用率の向上、退会抑止や潜在会員へのアプローチ機能など、エニタイムフィットネスの活性化に繋がるツールに

AFアプリの主な機能	AF会員	AF会員以外
ワークアウトプランの作成・提供	○	○
店舗見学の予約	×	○
会員情報の連携	○	×
アクセスパス	○	×
店舗情報・店舗検索	○	○
コミュニケーション	○	×
サービス予約	○	×

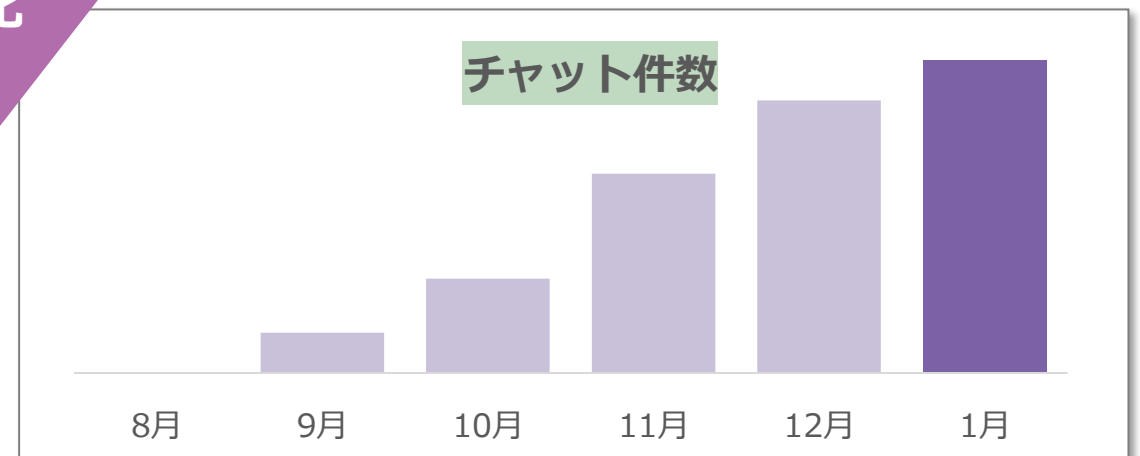
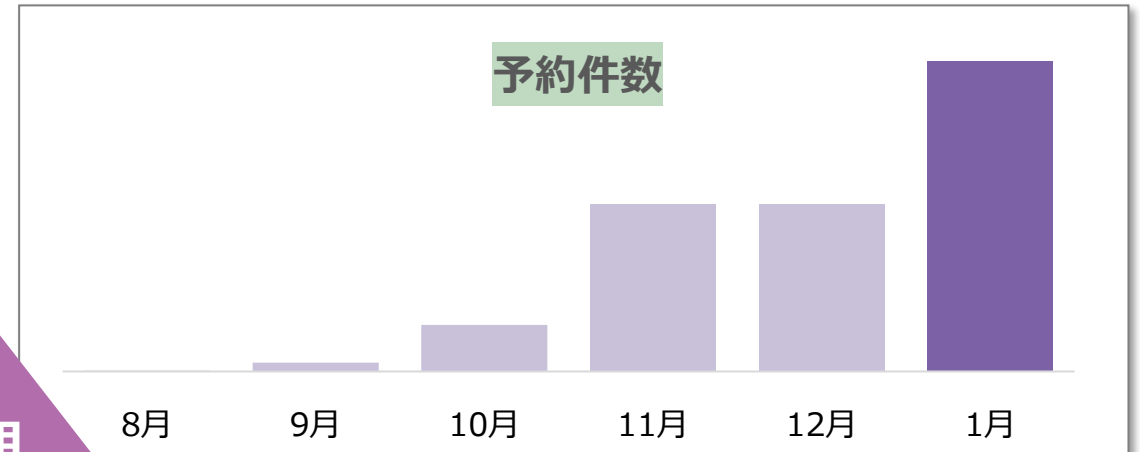
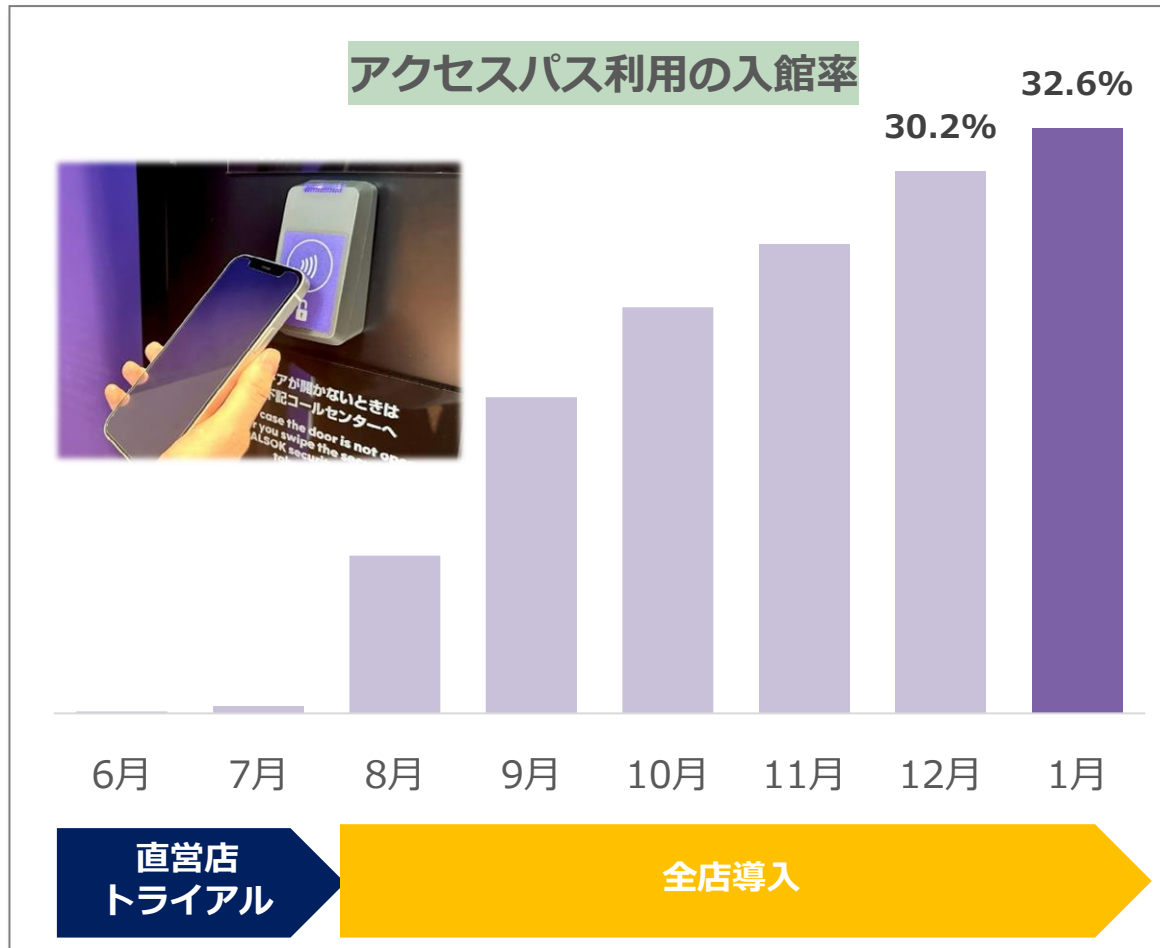


AFアプリはこちらからダウンロードできます



AFアプリの利活用促進②

- 全国の店舗にスマートフォン一つで店舗に入館できる“アクセスパス”利用による入館率は、全店導入から5カ月で3割超まで伸長
- アプリの利用率の高まりとともに、AFアプリを通じた店舗とAF会員等と予約やチャット機能を通じたコミュニケーションの活性化に向けた店舗オペレーションの構築を進めており、予約、チャット機能の利用件数も堅調に推移。これらの取り組み深化により、パーソナルトレーニング等の店舗有料サービスの利活用促進に繋がるAFアプリの利活用施策を強化



- 全国プロモーションだけに留まらないブランディングと戦略的PRを強化
- 恒常的なブランドコミュニケーションを図ることで、エニタイムフィットネスのブランド認知調査では、全国での認知度が2.9pt.上昇し57.0% (n=3,000 2023年12月調査⇒2025年1月調査)

【広報・PR活動】

- 広報、PR活動を強化
- 24年3Qまででプレスリリースは20本と情報発信を強化
- メディア向けの発表や社長・山部の積極的なメディア出演により、メディア露出を拡大



【WEB】

- 9.4万人のフォロワーがいるエニタイムフィットネス公式Xでの発信に加え、人気Youtubeチャンネルとのコラボなど、WEB広告以外での情報発信も強化
- FFJ公式Xも2025年2月に開設



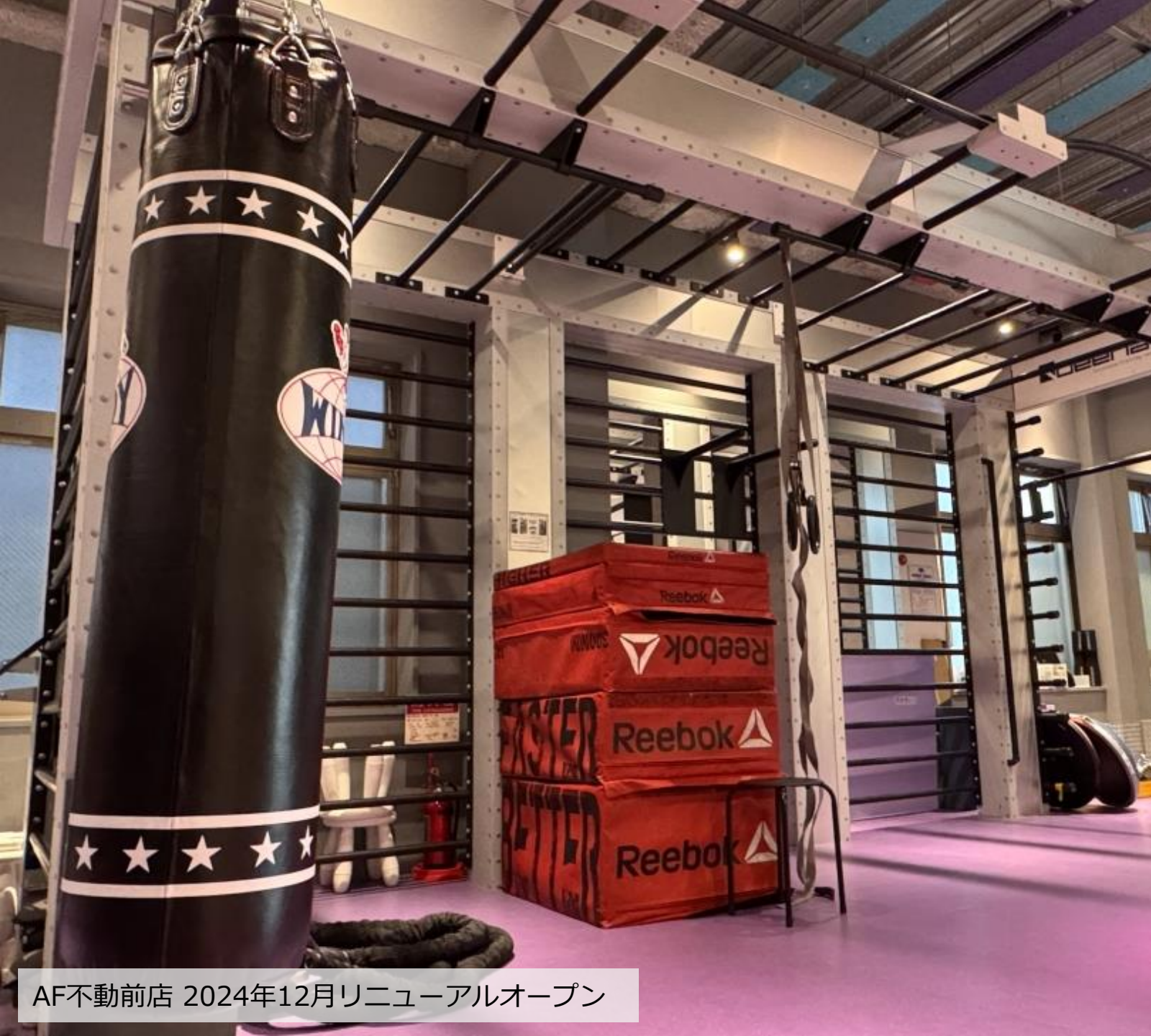
FFJ公式X
2025年2月開設

【エリアプロモーション】

- 中部地区でトップの聴取率を誇るCBCラジオにて、11月からエニタイムフィットネスの提供番組を開始
- アスリートをゲストに招いたトークと、中部地区のエニタイムフィットネス店舗を紹介。エリアに根付いたプロモーションで認知向上を強化



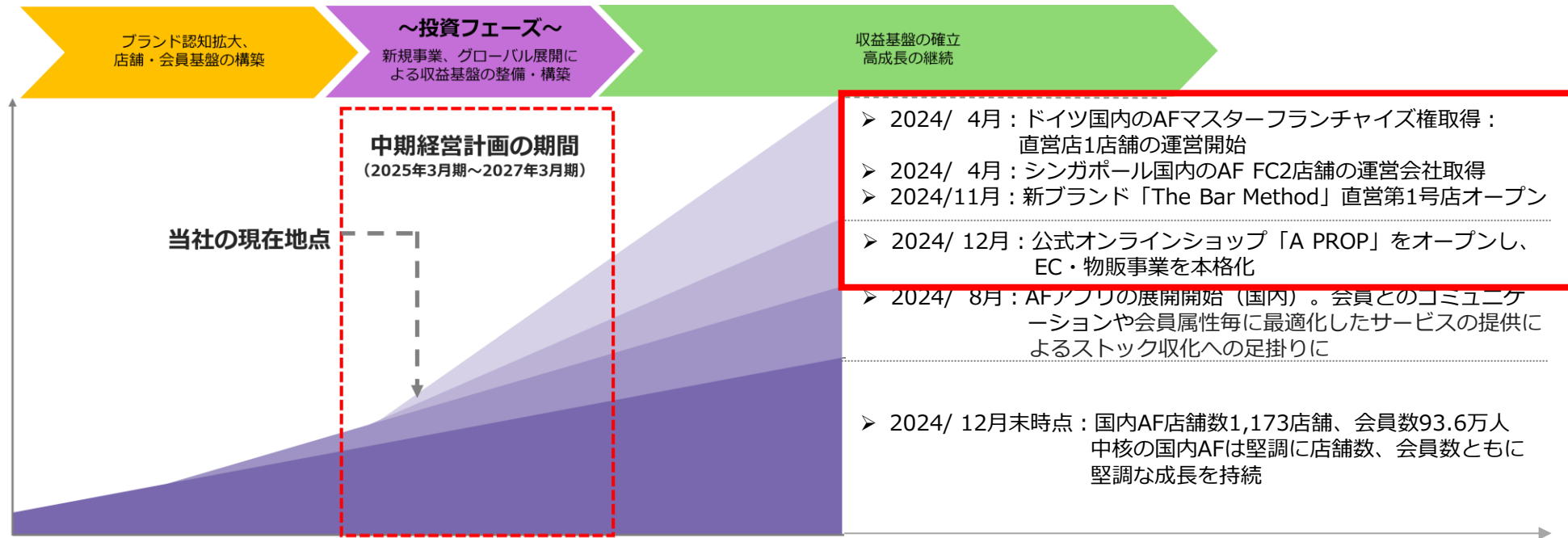
4. その他事業の概況



AF不動前店 2024年12月リニューアルオープン

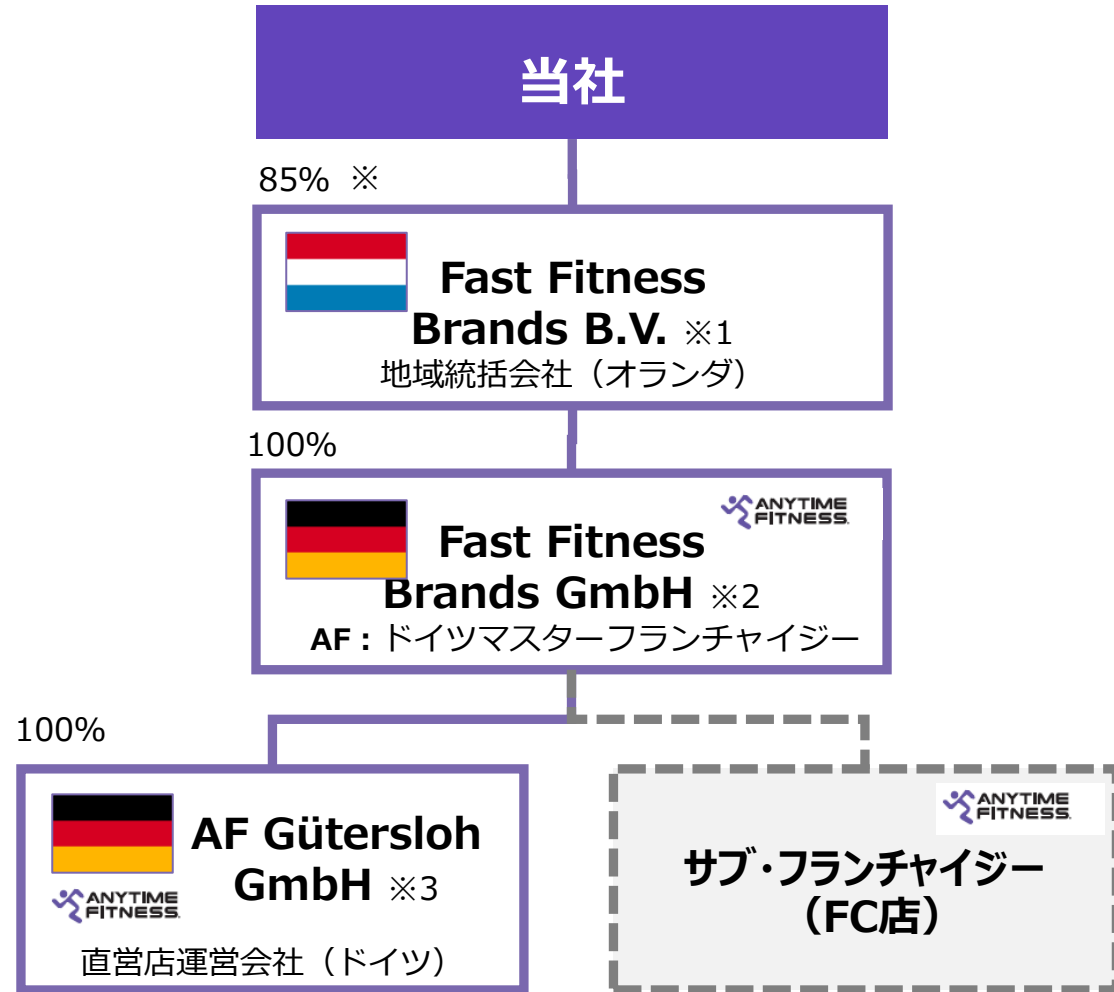
中期経営計画に掲げる成長戦略の推進状況

- 中核の国内エニタイムフィットネス事業の一層の強化を図りながら、当期においては更に、中期的には成長戦略を推進し、長期的には市場・商圈の拡大を視野に戦略的な投資を実行する期と位置づけ、計画の達成に向けて事業ポートフォリオの拡充と多様化による持続的な成長に向けた取り組みを計画通り着実に実行



- 海外事業においては、各国単位及び海外セグメントでの早期の黒字化を図るため、各国での投資と育成を引き続き強化
- 新たな成長領域の開拓を目指す新ブランド「The Bar Method」、国内AF事業の付加価値創出を目指すEC・物販事業領域の公式オンラインショップ「A PROP」はともに計画通り3Qにオープン。事業成長に向けた投資を継続しながら、事業育成の強化フェーズに

- 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し、店舗開発及びFC開発の体制構築を完了。今春以降、新市場における事業拡大を見据える



ギュータスロー店 (直営)
※AF Gütersloh GmbH 運営

今春、直営2号店目を出店予定

- ※1 Eighty 8 Health & Fitness B.V. から商号変更
- ※2 Eighty 8 Health & Fitness GmbH から商号変更
- ※3 Eighty 8 First Club GmbH から商号変更

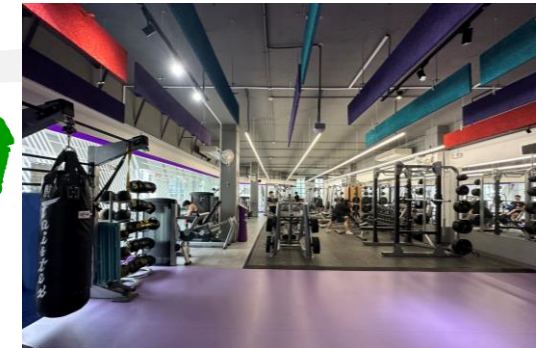
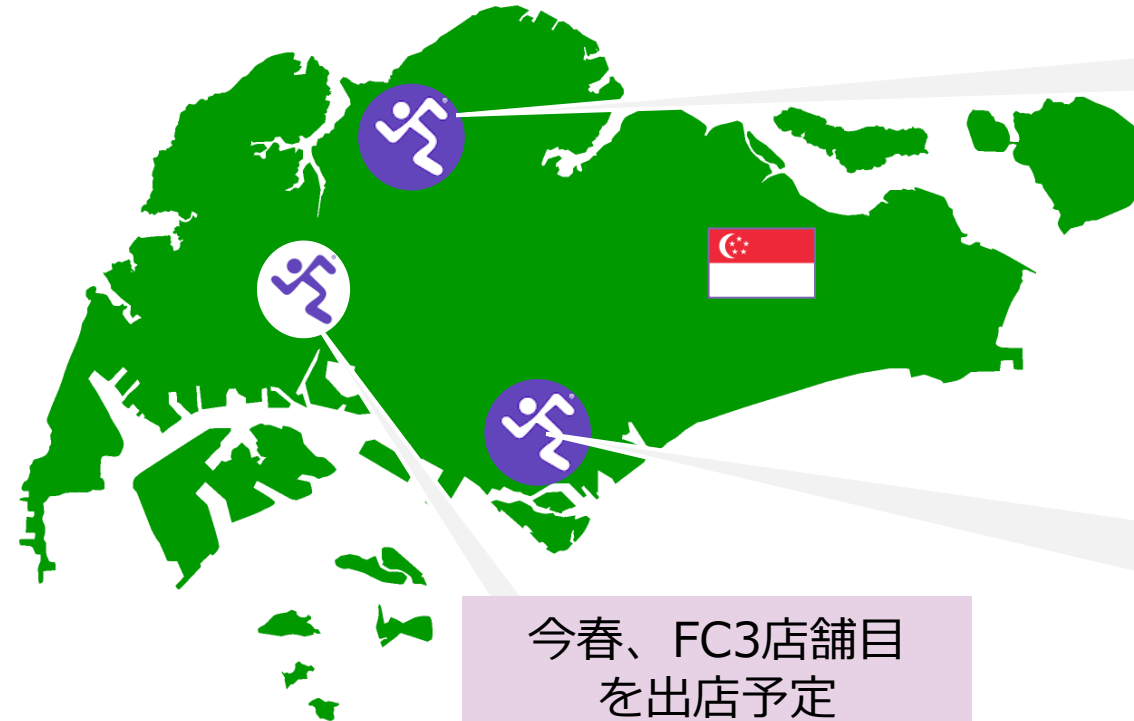
※株式取得日：2024年4月30日 (みなし取得日 2024年6月30日)

海外事業：シンガポール

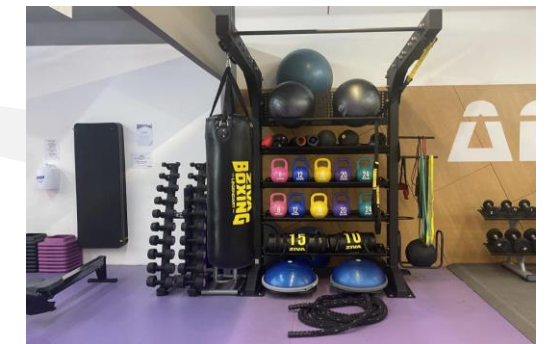
- 日本でのエニタイムフィットネスの店舗運営及び店舗展開力の実績を背景に、今後の海外展開の積極化を見据え、海外事業の統括拠点、及び海外での店舗運営ノウハウ習得、並びに当社の海外人材のトレーニング拠点を確保することを目的として、FC店舗2店舗を運営
- 日本とは異なるグローバル仕様のエニタイムフィットネスの店舗オペレーション及び多店舗運営ノウハウを習得し、国内及びドイツにおけるエニタイムフィットネス事業へのノウハウ還元による会員及びFCオーナーの満足度向上を図るため、一定の規模とともに異なる商圈での運営実績を確保するため、シンガポール国内では今春日途に3店舗目のFC店舗を出店予定



※株式取得日：2024年4月1日



ウッドグローブ店（FC店）



ハーバーフロント店（FC店）

- 事業ポートフォリオの拡充と多様化を進める成長戦略の一環として、直営第1号店となる「The Bar Method (※) 自由ヶ丘店」を2024年11月15日にオープン。同ブランドの北米大陸以外では初の出店
- 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

直営第1号店となる自由ヶ丘店オープン

- ✓ インストラクター育成及び単店での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



東京都目黒区自由が丘 2-11-20 Mduex 3階

多店舗運営

- ✓ 複数店舗での店舗オペレーションを構築、検証
- ✓ 国内でのインストラクター養成プログラムを確立

今春目標で直営第2号店の出店を計画

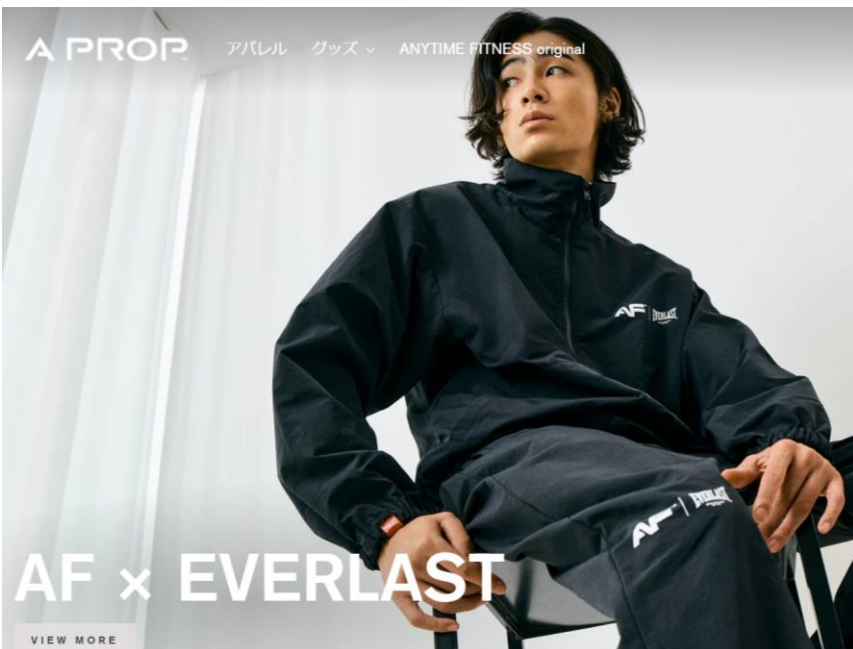
+
自由ヶ丘店 + 都内に新店
(予定)

FC展開へ

※当社がThe Bar Method Franchisor, LLCとの間で日本国内のマスターフランチャイジー契約を締結。The Bar Method Franchisor, LLCは当社が運営するエニタイムフィットネスのマスターフランチャイザーの親会社であるPurpose Brands, LLCの100%子会社。

※「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

- 事業ポートフォリオの拡充と多様化を進める成長戦略の一環として、「暮らしを支える上質なアイテムが揃う場所」をコンセプトとする公式オンラインストア「**A PROP**（アプロップ） URL：<https://aprop.jp/>」を12月18日にオープン
- 機能性や素材にこだわったエニタイムフィットネスオリジナルアイテム、セレクト品や「A PROP」オリジナルの商品まで数多くの商品を展開予定。ウィメンズ商品も順次展開を開始
- 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、有名ブランドとのコラボレーションによる商品展開を予定しているほか、定期的な新商品の投入やシーズン毎の商品構成など、年間を通じてリピート利用いただけるオンラインショップを目指し、引き続き投資と育成を強化



ターゲット層

長期的なタッチポイントを構築

ライフスタイルの充実を図りたい層

運動習慣、健康志向の高い層



AF基盤

店舗数:1,173店舗

会員数:93.6万人

商品カテゴリー

トレーニングウェアから
普段使いのものまで

トレーニングに関する
ものから生活雑貨まで

サプリメントのほか、
プロテインも投入予定



アパレル



雑貨（グッズ）



サプリ

5. 25/03期 計画

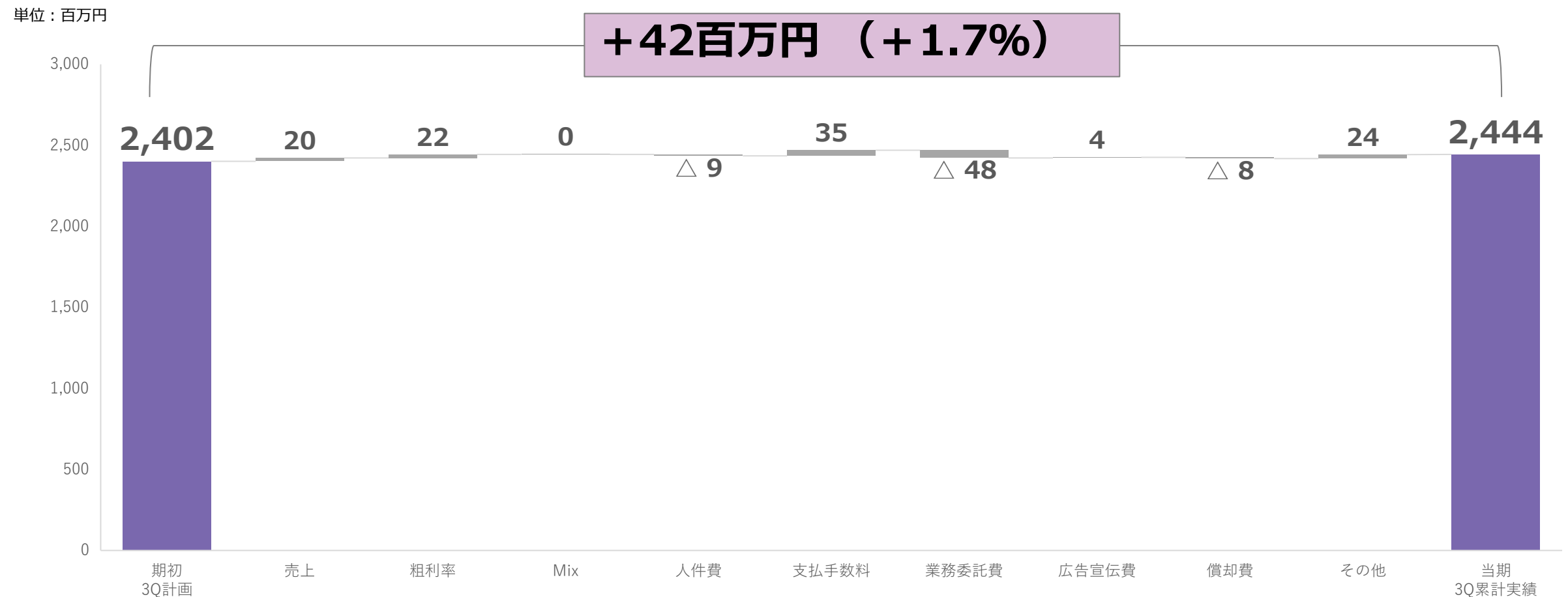
25/03期 計画 サマリー（計画は24年5月14日公表値から変更なし）

- 中核の国内エニタイムフィットネス事業の一層の強化を図りながら、中期経営計画に沿った成長投資を着実に実行し、事業ポートフォリオの拡充と多様化による持続的な成長に向けた取り組みを推進。外的要因や進捗状況による影響等、短期的には業績の下振れリスクを考慮し数値目標はレンジで設定
- 期首計画（下限ベース）を上回るペースで進捗
- 新たな成長領域の海外AF事業、新ブランド「The Bar Method」、EC・物販事業の「A PROP」への投資を実行。引き続き各領域の事業成長に向けた投資は継続するものの、本格展開を見据えた育成フェーズに移行

単位：百万円	2024年3月期		2025年3月期		前期比	2025年3月期 3Q		進捗率
	実績	構成比	計画	構成比	%	実績	構成比	%
売上高	15,825	100.0%	18,800～ 19,500	100.0%	+18.0～ +23.2%	13,288	100.0%	68.1～ 70.6%
営業利益	3,504	22.1%	3,000～ 3,500	15.9～ 18.6%	△14.4～ △0.1%	2,444	18.4%	69.8～ 81.5%
EBITDA	4,370	27.6%	4,210～ 4,710	22.3～ 25.0%	△3.7～ △7.8	3,208	24.0%	68.1～ 76.2%
経常利益	3,635	23.0%	2,900～ 3,400	15.4～ 18.0%	△20.2～ △6.5%	2,483	18.7%	73.0～ 85.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,123	13.4%	1,503～ 2,050	7.9～ 10.9%	△27.0～ △3.5%	1,472	11.1%	71.8～ 97.9%

25/03期 3Q営業利益 増減分析 (対 計画)

- 3Q累計期間の期初計画（下限ベース）との比較では、ほぼ計画どおりに進捗
- 通期では、中核の国内エニタイムフィットネスで戦略的に実施する全国キャンペーン（24年12月～25年1月）により会員数増加を図るとともに、利益の更なる上積みを目指す



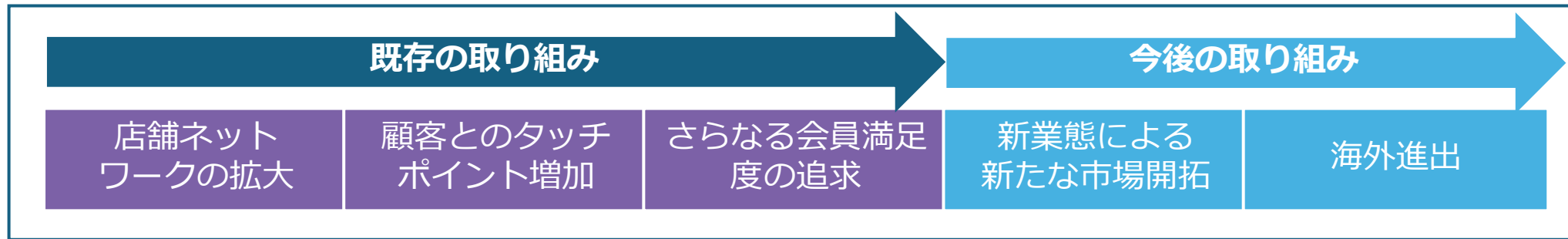


6. Appendix

企業理念とマテリアリティ

- 企業理念である『ヘルシアプレイスをすべての人々へ!』を基軸に、事業活動を通じた社会貢献に積極的に取り組んでいます

ヘルシアプレイスをすべての人々へ!



日本の健康を創る先進企業へ



- ✓ 店舗ネットワークと顧客タッチポイントの拡大を通じたフィットネス参加機会の拡大
- ✓ 質の高いフィットネスサービスの提供による利用者の健康維持・促進への貢献

地域の健康・安全を担うインフラへ



- ✓ 地域の健康と安全の担保に寄与するインフラとして店舗を開放
- ✓ 健康を切り口とした街づくりに貢献

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（2024年12月31日現在）
グループ会社	株式会社AFJ Project Saya Pte. Ltd. Fast Fitness Brands B.V. ※1 Fast Fitness Brands GmbH ※2 AF Gütersloh GmbH ※3

- ※1 Eighty 8 Health & Fitness B.V. から商号変更
- ※2 Eighty 8 Health & Fitness GmbH から商号変更
- ※3 Eighty 8 First Club GmbH から商号変更

グループ体制図

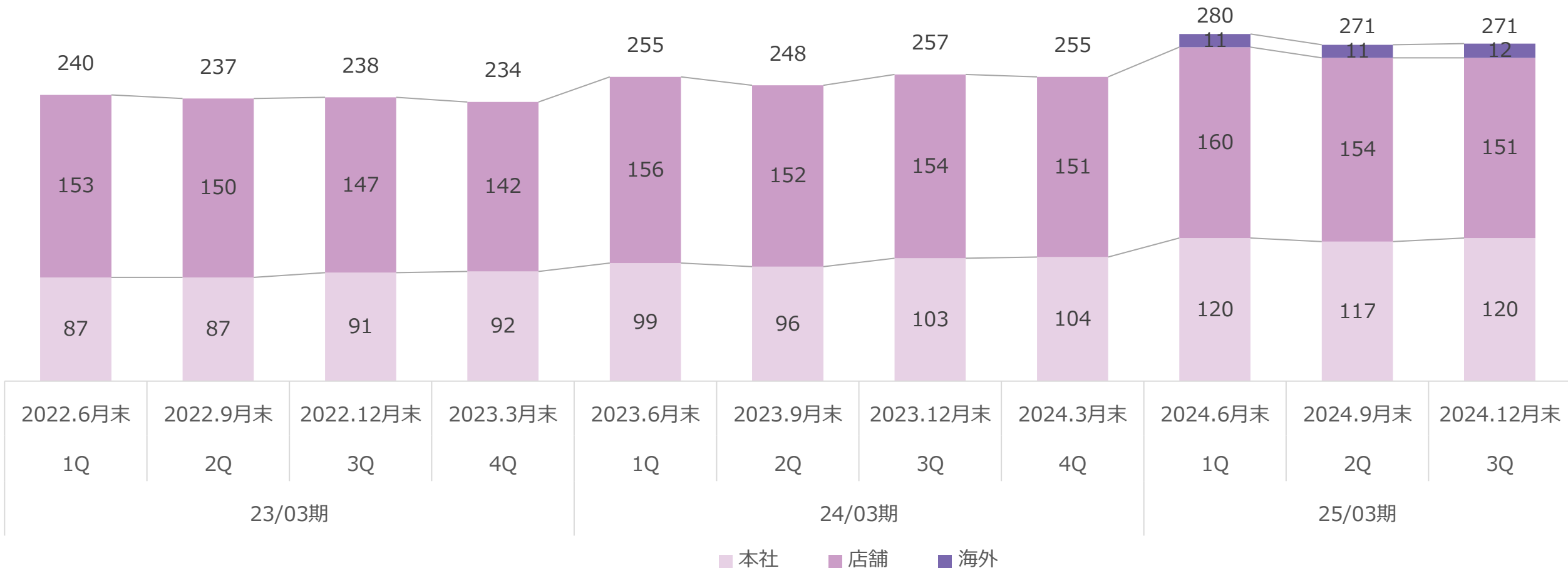
- Fast Fitness Brandsについては、当期1QよりB/S連結開始、P/Lは当期2Qより連結開始
- SAYA PTE Ltd.については、当期1QよりB/S及びP/Lを連結開始



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

単位：人



■ 本社 ■ 店舗 ■ 海外

エニタイムフィットネスについて

- 「エニタイムフィットネス」は2002年にミネアポリスに1号店を出店後、全米で店舗を拡大し、わずか10年で2,000店舗を達成。以降、世界中で店舗を展開し、店舗数世界No.1（※）のフィットネスジムです。
- 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、サービスの質の向上と会員満足度の向上に注力する「価値訴求モデル」であることが特徴

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 5,500 店舗 (29の国と地域) 2024年12月時点	
アメリカ・カナダ	2,565
日本	1,173
オーストラリア	581
イギリス・アイルランド	183
フィリピン	166
その他	832

エニタイムフィットネスにおける
日本国内店舗数の割合

$\frac{1,173 \text{ 店舗} \times}{5,500 \text{ 店舗} \times} = 21.3\%$

※ 2024年12月末時点

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

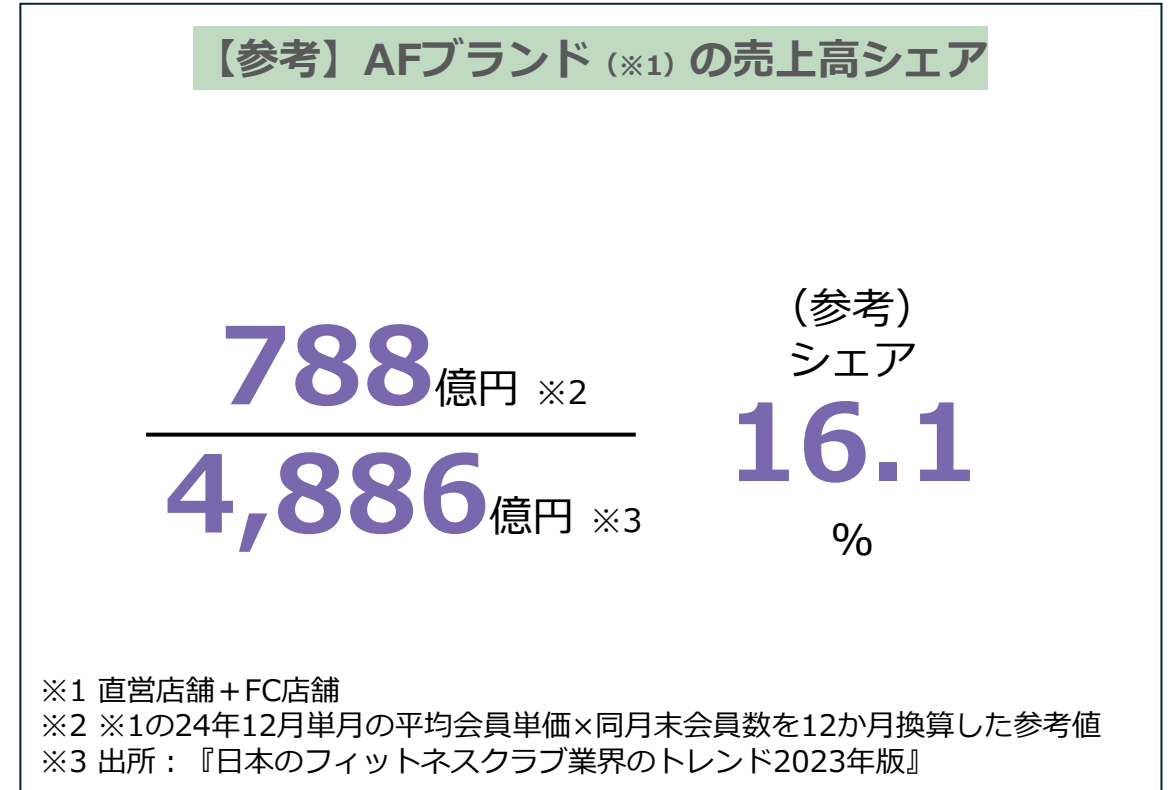
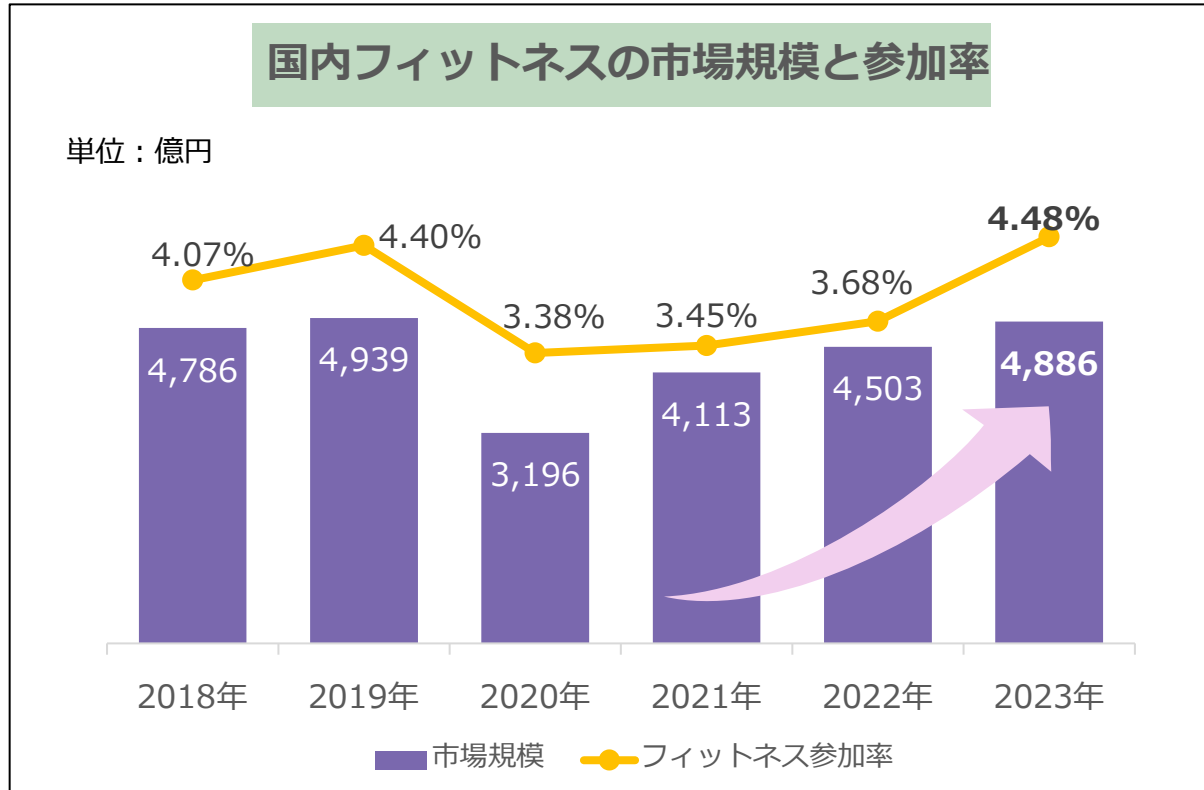
05

**GOOD
PRICE**

納得の月会費

国内フィットネスの市場環境

- フィットネスジム市場は、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
- 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。台頭する「価格訴求型」の店舗モデルに対し、同カテゴリーのパイオニアであるAFは徹底した「価値訴求型」で競合との差別化を図り、競争優位性を確立

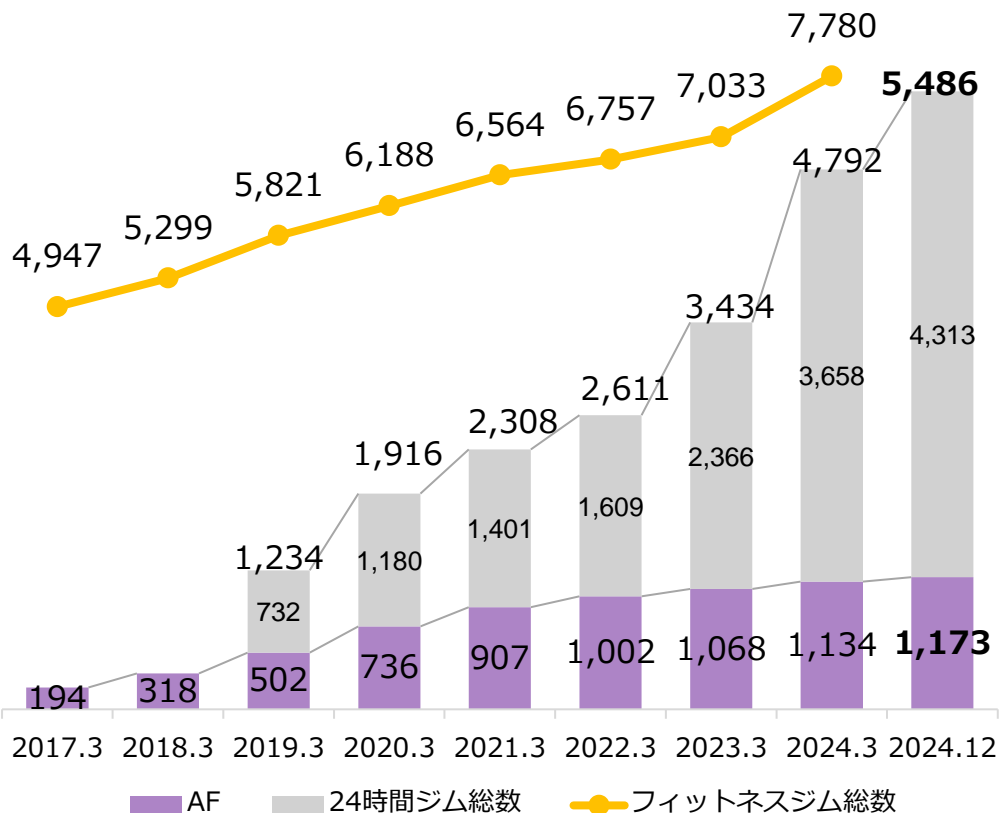


フィットネス市場規模 **4,886億円** (前年比+8.5%)、フィットネス参加率 **4.48%※**
フィットネス参加率が1%上昇するごとに、日本のフィットネス参加者は**124万人**増加

国内エニタイムフィットネスの店舗ネットワーク

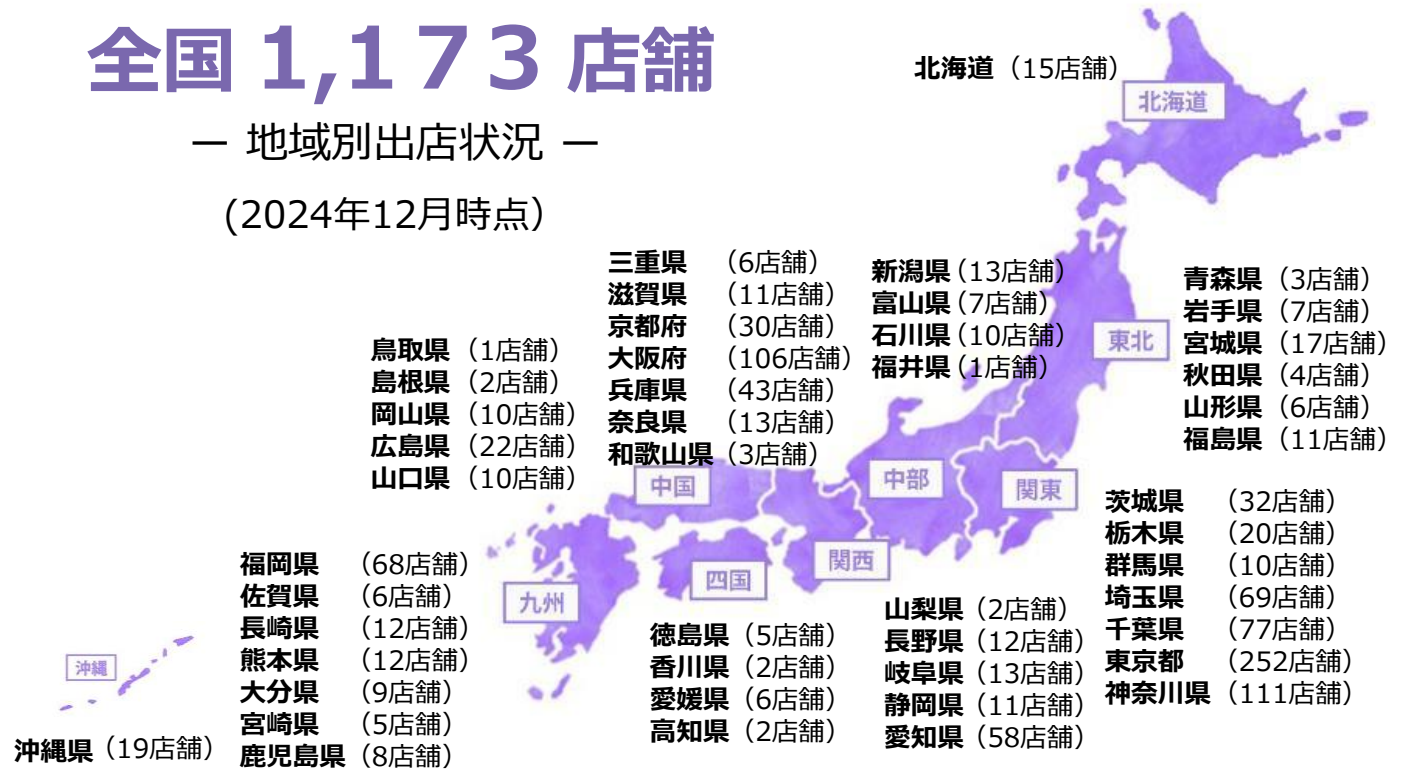
- 2016年度からは地方都市進出をスタートし、全国47都道府県に展開中
- 国内フィットネスジムの施設数が激増する中でも、出店が進み全国1,173店舗（12月末時点）体制を構築。24時間ジムの施設数(5,486店舗)におけるエニタイムフィットネスのシェアは21.4%
- 地方都市でも好調な集客を実現し、国内エニタイムフィットネスの店舗ネットワークは順調に拡大

国内フィットネスジムの施設数（※）



全国 1,173 店舗

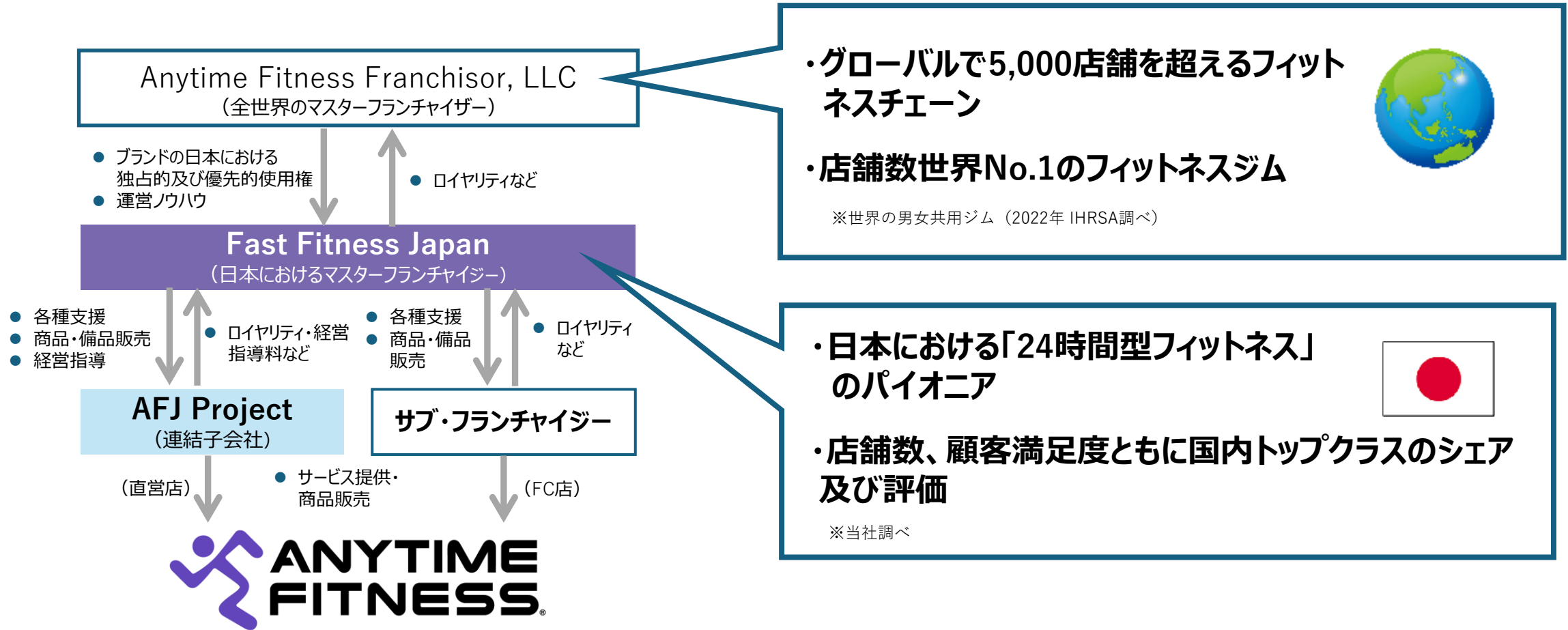
— 地域別出店状況 —
(2024年12月時点)



※ (出所)フィットネスジム総数・・・『日本のフィットネスクラブ業界のトレンド2023年版』より当社作成
24時間ジム総数・・・当社作成

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しています。

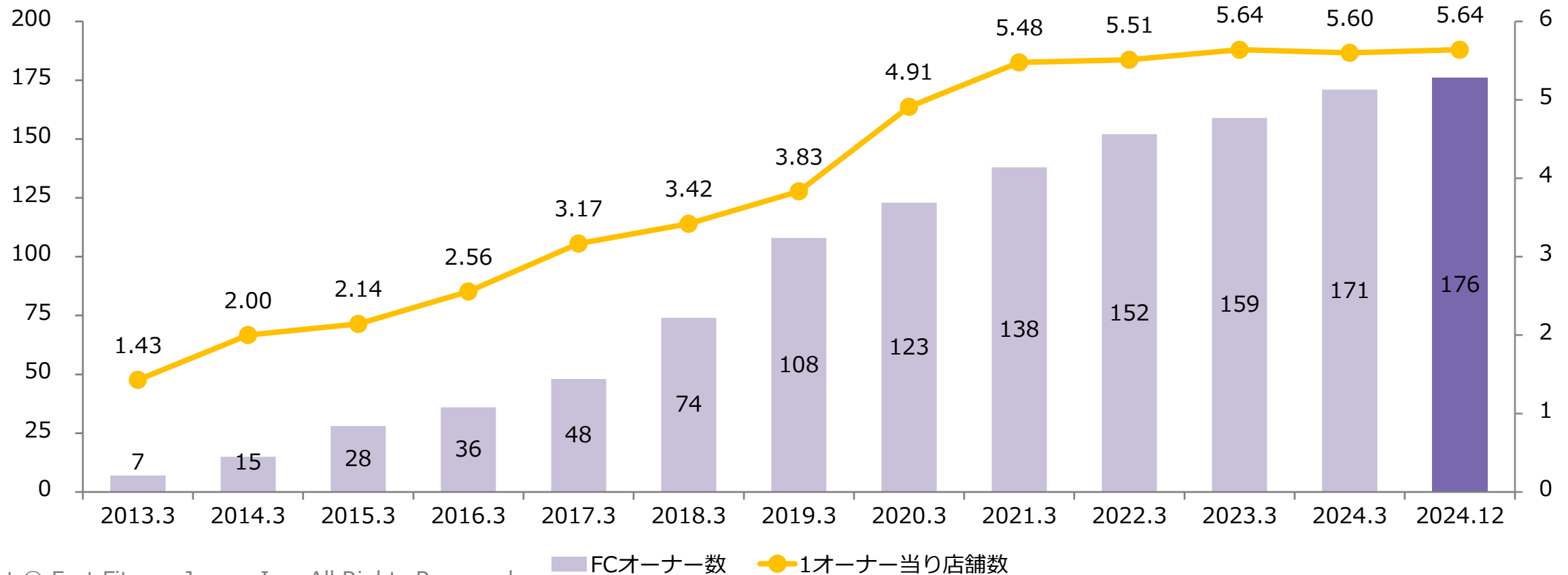


国内エニタイムフィットネス FC展開の特長

- 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5.64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+8社）にのぼり、総店舗数の54.6%にあたる542店舗を運営（前期末比+33店舗増）※直営は除く

(オーナー数：社)

(店舗数：店)



FCオーナー数 1オーナー当り店舗数

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します

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

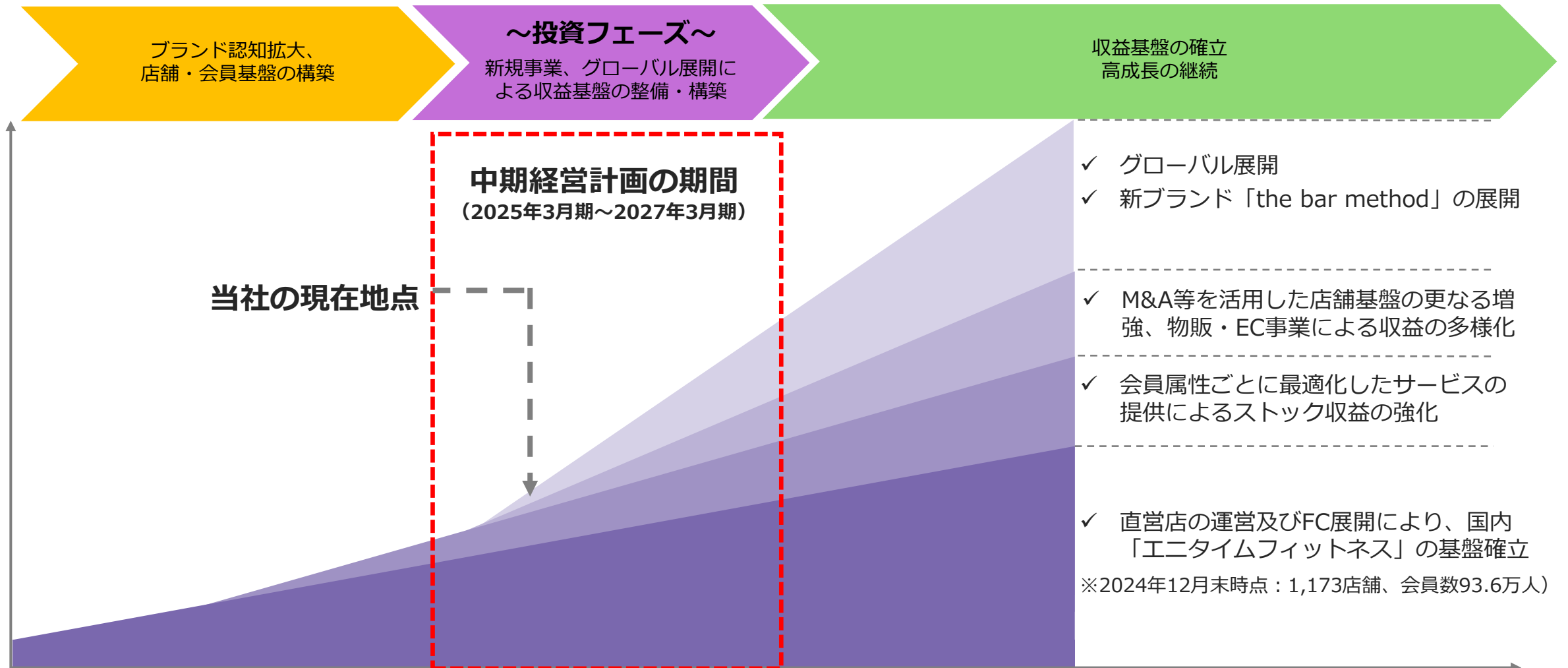
中期経営計画：数値計画

	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期
単位：百万円			
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%


※2025年3月期は、現在様々な新規の事業など多くの成長戦略が同時に進行しており、外的要因や進捗状況による影響等を考慮し、投資家のみなさまに対してより有用かつ合理的な情報提供を行う観点から、複数のシナリオを想定したレンジ数値にて公表

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します



ESG : 2024年4月～12月の活動内容

	包括連携/個別協定による取り組み	その他の社会/地域貢献活動	マシン寄贈の取り組み
4月	【滋賀】県庁へのとび太設置 【大分（姫島）】大分県庁での活動記者発表	【東京】バディウォーク東京2024 協賛・出展 【神奈川】ツナガリウォーク2024 協賛・出展 など	【東京】都立西高校へのご寄贈 【大分（姫島）】姫島村での寄贈式実施
5月	【滋賀】AED講習会 【滋賀】湖岸清掃	【千葉】チャリティゴルフコンペ（CCAJ支援） 【福岡】どんたくパレード参加（SON福岡）	
6月	【滋賀】MLGs体操	【福岡】よかウォーク2024 協賛・出展 【東京】FortuneDream9にてチャリティスクワット実施	
7月	【奈良】包括連携協定締結式&チャリティイベント実施 【滋賀】AED講習会、MLGs体操指導 【大分（姫島）】運動指導派遣	【東京】チャリティゴルフ寄付金贈呈式（SON支援） 【福岡】ユニファイドTR（SON福岡） ※FC活動 【広島】ユニファイドTR（SON広島） ※FC活動	
8月			★寄贈先選定における「ガイドライン」設定
9月	【奈良】国スポアスリートPASS 運用開始 【大分（姫島）】運動指導派遣 【大分】健康寿命日本一おうえんフォーラム 出展	【埼玉】「スポーツフェスティバル in 熊谷」出展	
10月	【奈良】寄付金贈呈式（SON奈良） 【奈良】ユニファイドスポーツの実施（SON奈良）	【東京】ダイバーシティパーク in 新宿2024 協賛・出展 【宮城】バディウォーク仙台2024 協賛・出展 【福岡】ユニファイドスポーツの実施（SON福岡）	
11月	【静岡（浜松）】まちなかスポーツフェスティバル出展 【静岡（浜松）】小学校でのセパタクロ教室実施（2校） 【奈良県】奈良公園清掃活動を実施		
12月	【長野（野沢温泉村）】「健康増進」および「スポーツ推進」に関する三社協定を締結		【長野（野沢温泉村）】村内施設へのご寄贈



ESG : 2024年10月～12月の活動レビュー

包括連携/個別協定による取り組み

- 静岡県浜松市との「スポーツ推進に関する協定」による「まちなかスポーツフェスティバル」でのセパタクロー体験ブースの出展や実施3年目となる小学校での「セパタクロー講座」を2校で拡大実施
- 長野県野沢温泉村の「健康増進」と「スポーツ振興」を目的とした三社協定を締結、記念セレモニーを実施



その他の社会/地域貢献活動

- スペシャルオリンピックス日本との取り組みとして福岡でのユニファイドスポーツを実施、東京本社へはアスリートアンバサダーの訪問があり、感謝状を受領
- ダイバーシティパーク、バディウォーク仙台でチャリティスクワットを実施。スクワット数×10円を各団体へ寄付

- ①ダイバーシティパーク実行委員会・・・¥194,180
- ②バディウォーク仙台実行委員会・・・ ¥61,880



マシン寄贈の取り組み

- 長野県野沢温泉村の村民の為の運動施設、アスリート向けのトレーニング施設へのマシン寄贈を実施



【有酸素マシン】

- トレッドミル
- ATMオープンストライド
- ウォットバイク
- リカレントバイク など

【ストレングスマシン】

- レッグプレス (ハンマーセレクト)
- シングニチャーチェストプレス
- FTS グライド
- スミスマシン など

【フリーウェイト】

- パワーラック
- ハーフラック
- アジャスタブル・ベンチ
- ラバーダンベルセット など



*画像はイメージです。

合計41台を寄贈 *うちFC加盟店(ウェルネス・コーチ株式会社)からの寄贈は9台

IR情報



IRに関するお問い合わせ



IRメール配信登録



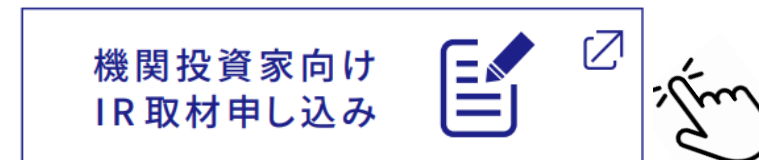
※投資家の皆様へIR情報をメールでお届けいたします。
※IRメール配信サービスの登録受付ページ（外部サイト）へ移動します。
※IRメールは、株式会社フィナンテックが運営する「IR STREET」提供のメール配信サービスを通じて配信いたします。

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



※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。

株式会社 Fast Fitness Japan



A PROP.

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。