

Success! Marketing Letter

サクセス！マーケティング・レター

NEWS NEWS NEWS
NEWS NEWS NEWS
NEWS NEWS NEWS

今月号の内容 Inside This Issue

フィットネス上場 11 社の 2025 年 3 月期決算概要

売上高・利益ともに大幅増、ライフクリエイト決算発表

増収増益・成長戦略、ルネサンス決算を読み解く

今月の広告

カーブス、新ブランドXを本格展開

最後の言葉

フィットネス上場企業の
2025年3月期決算概要！



フィットネス上場 11 社の 2025 年3月期決算概要

読者の皆さま、こんにちは。早いもので、今年もすでに5カ月が過ぎようとしています、いかがお過ごしでしょうか。さて今月は、フィットネス上場 11 社(上場企業の子会社含む)による 2025 年3月期(2024 年4月1日から 2025 年3月 31 日まで)の決算発表が出そろいましたので、まずはその概要をお伝えします。

売上高は、全社とも前年実績を上回りました。営業利益については、11 社中 10 社が黒字、1社が赤字となっています(P3図参照)。トピックスとしては、RIZAPを含む美容・ヘルスケア事業(図の最上段)が、chocoZAP(チョコザップ)の業績向上により黒字転換を果たしたことが挙げられます(ようやく、という印象ですね)。

○各社の決算短信より要旨抜粋

■RIZAP グループ(RIZAP を含む美容・ヘルスケア合計を掲載)【増収/増益】

2022 年7月より、運動初心者向けコンビニジム「chocoZAP」(税込月額 3,278 円)を本格展開中。2025 年3月末時点の店舗数は約 1,800 店、会員数は約 133 万人(単純計算で1店舗あたり約 739 人)となりました。一方で、出店ペースと会員数の伸びはともに鈍化しています。「直営だけでやっていくには、さすがに限界がある」(瀬戸健社長)とし、2025 年以降は、チョコザップのフランチャイズ展開を始める方針を明らかにしました。

■ルネサンス【大幅増収/増益】

売上高は 637.4 億円で、前年同期比 46.1%増となり、営業利益は 19.5 億円(同 54.3%増)、経常利益は 12.2 億円(同 117.4%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は 7.7 億円(同 21.0%増)となりました。この増収増益は、スポーツクラブの会員数の堅調な推移と、2024 年 3 月末に完全子会

社化した株式会社スポーツオアシスの家庭用運動機器販売の好調が主な要因です。2025 年3月末の在籍会員数は、500,126 人(うちオンライン会員数 68,398 人)(前年同期比 26.6%増)となりました。

■コナミスポーツ【増収/減益】

2024 年8月より月会費値上げで売上高微増も減益。スクール、新業態(ピラティスマー、パーソナルジム)、受託事業(市町村のスポーツ施設および学校水泳授業)に注力する方針です。

■セントラルスポーツ【増収/営業減益】

2025 年3月期の売上高は前期比 2.7%増の 466 億円となりましたが、営業利益は同 26.6%減の 19.5 億円に落ち込みました。一方、2026 年3月期は前期比 55.6%増の 30.3 億円に急拡大する見通しです。決算説明資料などによる(会員数を含む)事業の詳細な開示はなく、大手フィットネス企業として、もう少し積極的な情報開示に努めていただきたいところです。

■カーブス【増収/増益】

期末会員数は 82.8 万人(オンライン会員を含む)となりました。TV、WEB を中心としたメディアミックスマーケティングおよび地域密着の販促を展開したことにより、ヤング層(50~64 歳※カーブス基準)の新規入会において引き続き着実な成果を上げることができました。また、2023 年6月に実施をした既存会員の会費改定の影響もなく、月次退会率は過去最低水準の 2.2%に抑えることができます。2025 年2月末店舗数は 12 店舗純増し、1,983 店舗となりました。さらに、メンズ・カーブスの店舗数は、3店舗純増し、20 店舗となりました。

■ティップネス【増収/減益】

スポーツクラブ運営による施設利用料収入を主とする生活・健康関連事業の売上高は、キッズ会費収入の増加などにより、前年同期に比べ3億円(+1.1%)増収の 267.6 億円となり、営業利益は 65.2%減の 1.9 億円となりました。

■フィットネス上場11社 2025年3月期（24年4月1日～25年3月31日累計）業績一覧（売上高順）

単位：億円・％、▲はマイナス/ーは非公開

企業・ブランド名	売上高	前期比	営業利益	前期比	純利益	前期比
RIZAPグループ (※) RIZAPを含む美容・ヘルスケア事業合計	732.2	+15.8	5.7	黒字転換	—	—
ルネサンス	637.4	+46.1	19.5	+54.3	7.7	+21.0
コナミグループ (※) コナミスポーツクラブ	485.4	+1.9	22.3	▲4.2	—	—
セントラルスポーツ	466.0	+2.7	19.5	▲26.6	13.6	+17.1
カーブスHD * 決算期の違いにより24年3月～25年2月累計	366.3	+12.5	60.3	+30.2	38.6	+21.8
日本テレビHD (※) ティップネス	267.6	+1.1	1.9	▲65.2	—	—
Fast Fitness Japan エニタイムフィットネス	180.1	+13.8	33.4	▲4.7	20.3	▲4.5
東祥 (※) ホリデイスportsクラブ	125.7	+3.7	4.9	黒字転換	—	—
ナガセ (※) イトマンスイミングスクール (※) イトマンスポーツスクエア	118.7	+19.8	4.9	▲8.1	—	—
バローHD (※) アクトス	104.7	+4.0	▲4.6	—	—	—
ライフクリエイト ピラティスKほか	84.9	+36.6	10.0	+38.1	5.0	+37.8

出典：各社IR資料よりウェルネスビズ（株）作成 （※）はグループ・HD企業のうち「スポーツクラブ事業」などのセグメント実績

■エニタイムフィットネス【増収/減益】

24時間ジムの需要は引き続き拡大傾向にあります。このような環境のもと、エニタイムフィットネスは2025年3月末に、店舗数は60店舗純増し1,194店舗、会員数は13.3万人増の97.4万人となりました。1店舗当たりの平均会員数は816人（前年同月末は741名）と堅調に推移しており、コロナ前の811人を上回りました。売上高は180.1億円（前年比13.8%増）と堅調に推移しましたが、営業利益は4.7%減の33.4億円となりました。これは、会員管理システムの刷新や新ブランド「The Bar Method」の展開、EC事業「A PROP」の立ち上げなど、成長投資の先行によるものです。

■ホリデイスportsクラブ【増収/増益】

接客力向上やスタジオプログラムの充実、広告宣伝の強化、並びにトレーニング機器入れ替えやジムエリアのリニューアル等を実施した結果、売上高は125.7億円（前期比3.7%増）、営業利益は黒字転換し、4.9億円となりました。

■ナガセ【増収/減益】

2024年12月1日付で株式会社ダンロップスポーツウェルネス（新会社名：株式会社イトマンスポーツウェルネス）をグループ化した結果、売上高は118.7億円（前期比19.8%増）となりました。

■アクトス【増収/営業赤字】

会費値上げにより、売上高は104.7億円（前期比4.0%増）となったものの、営業損失は4.9億円でした。スイミングスクールは、冬の短期水泳教室の受講者が前年比3倍弱に達するなど順調に会員数を伸ばしました。さらに、自治体との行政連携による小学校水泳授業の受託も7校まで拡大しています。

■ライフクリエイト【大幅増収/大幅増益】

女性向けのブティック型フィットネススタジオを日本全国に150店舗（2025年3月末時点）運営する株式会社LIFE CREATEが、上場後初の決算を発表しました。詳細は次の記事をご覧ください。

売上高・利益ともに大幅増、 ライフクリエイト決算発表



2025 年4月に東証グロース市場へ上場した、女性専用ブティック型フィットネススタジオを展開する株式会社 LIFE CREATE (ライフクリエイト、以下当社)は、5 月 15 日に上場後初となる 2025 年3月期決算を発表しました。以下にその概要をお伝えします。

当社は、ホットヨガ「loIve (ロイブ)」(月会費 9,000 円～15,000 円)とマシンピラティス「pilates K (ピラティス K)」(同 10,000 円～15,000 円)を主力ブランドとし、2025 年3月末時点で全国に 150 店舗を展開。「自分を愛し、輝く女性を創る」をミッションに、女性の健康と自己実現を支援するサービスを提供しています。

●2025 年3月期決算概要

2025 年3月期の業績は、売上高 84.9 億円(前年比 36.6%増)、営業利益 10.4 億円(同 38.1%増)、当期純利益5億円(同 37.8%増)と、大幅な増収増益を達成しました。これは、ピラティス K の積極的な出店拡大と既存店の安定した運営が寄与した結果です。

店舗数は前期末の 103 店舗から 47 店舗増加し、150 店舗となっています。特に、ピラティス K は 35 店舗から 80 店舗へ倍増し、拡大するピラティス市場でのシェア拡大を図っています。会員数も5.1 万人から 6.2 万人へと増加し、月平均退会率は

4.5%となっています。退会率は一般的な総合クラブなどよりもやや高めですが、総合クラブに比べて若年層の会員が多いことが主な理由と思われます。

標準的な店舗サイズは 65～80 坪で、スタジオ以外はパウダールーム、更衣室のみのシンプルな設計。初期投資は敷金を合わせて 35～45 百万円ほどです。小規模&低投資型のため、物件も豊富に存在します。

●成長戦略と将来展望

当社は、2026 年3月期に売上高 123.2 億円(同 45.0%増)、営業利益 14.2 億円(同 41.4%増)、経常利益 13.7 億円(同 47.2%増)、当期純利益 9.1 億円(同 82.8%増)を見込んでいます。ピラティス K を中心に 56 店舗の新規出店を計画し、総店舗数を 206 店舗に拡大する方針です。

また、物販事業の強化にも注力しており、プロテインや美容商材などの自社商品を展開し、物販売上構成比率は 7.1%に達しています。これにより、会員の LTV(顧客生涯価値)向上を図っています。さらに、社員数は 765 人で、女性比率 99%の待遇改善や研修制度の充実により、離職率は 16.1%と安定しており、質の高いサービス提供を支える人材基盤を強化しています。

当社の好業績は、特定のターゲット層(女性)に特化したブティック型スタジオの展開、サブスクリプションモデルによる安定収益の確保、物販による収益の多様化、そして人材育成と定着によるサービス品質の維持、これらが鍵となっています。これらの取り組みは、他のフィットネス事業者にとっても学びの多い事例といえるでしょう。

今後は国内でのさらなる店舗拡大に加え、海外展開も視野に入れており、女性専用ブティック型フィットネスのリーディングカンパニーとしての地位を確立しつつあります。フィットネス業界において、業界を牽引する新たな存在となりそうです。

会社概要

会社名 株式会社LIFE CREATE
設立 2008年4月 北海道札幌市
事業概要 プティック型フィットネススタジオの運営
店舗数 150店舗（以下ブランド別内訳）
 ・loIve（ホットヨガ）64店舗
 ・pilates K（マシンピラティス）80店舗
 ・SurfFit（サーフエクササイズ）2店舗
 ・REDY'S GYM（グループ筋トレ）2店舗
 ・その他（シニア事業）2店舗
会員数 6.2万人
社員数 765人（女性比率99%）

代表紹介



前川 彩香

北海道札幌市出身。29歳で当社創業。
「自分を愛し、輝く女性を創る」理念×成果の両輪で経営を定義し、女性リーダーの育成に力を入れ、新しい女性の生き方を世の中に発信。

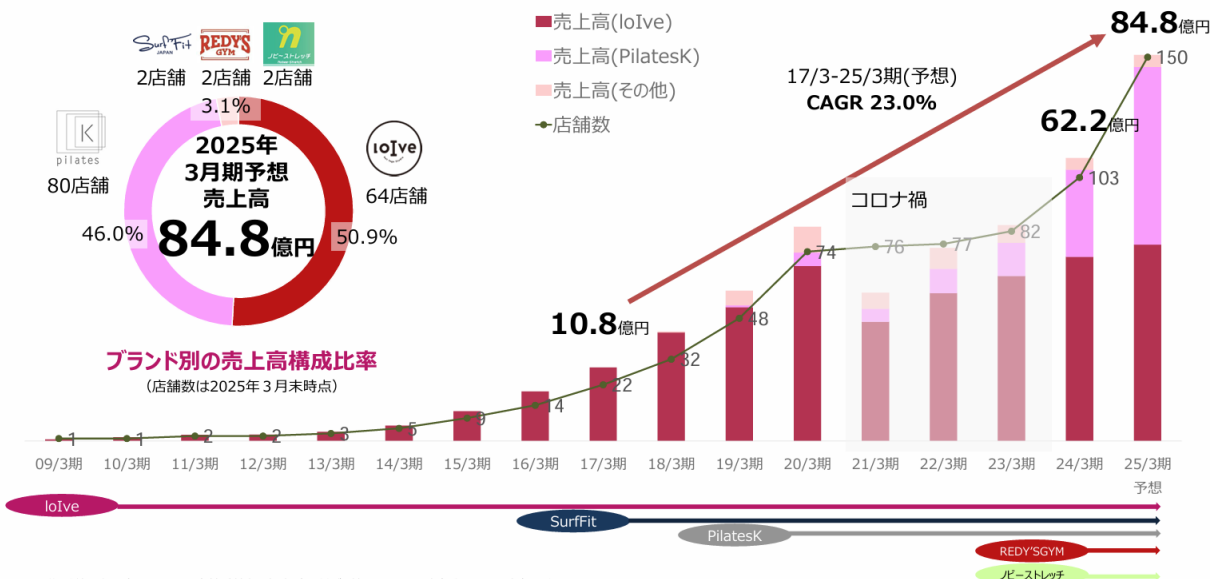
主な会社受賞歴

2021年度 Forbes Japan WOMEN AWARD 2021 1位入賞（社員300人以上～1千人未満の部）
 2023年度 Mizuho Innovation Award 2023.1Q受賞
 2024年度 EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー2024ジャパン「リージョナル・バイタイゼーション・リーダー部門」部門大賞受賞



注）店舗数、会員数は2025年3月末時点。社員数は2025年3月末時点。

業績推移



注）22/3期以前の売上高については、会社計算規則の規定に基づき算出しており、監査法人による監査を受けておりません。

ブランド紹介①

loIve（ロイヴ）



pilates K（ピラティスK）



（※1）店舗数は2025年3月末時点。店舗数は2025年3月末時点。店舗数は2025年3月末時点。

ブランド紹介②

Surf Fit Studio（サーフフィット）



物販ブランド「&fit」（アンドフィット）



注）店舗数は2025年3月末時点。店舗数は2025年3月末時点。店舗数は2025年3月末時点。

出典：株式会社LIFE CREATE 事業計画及び成長可能性に関する事項2025年4月24日

増収増益・成長戦略 ルネサンス決算を読み解く

株式会社ルネサンス

2025年3月期決算発表要旨

本稿では、総合スポーツクラブなどを全国展開する業界最大手株式会社ルネサンス(以下、当社)の2025年3月期決算短信および同決算説明資料より、その決算発表の要約をご紹介します。

売上高は637.4億円で、前年同期比46.1%増となり、営業利益は19.5億円(同54.3%増)、経常利益は12.2億円(同117.4%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は7.7億円(同21.0%増)となりました。この増収増益は、スポーツクラブの会員数の堅調な推移と、2024年3月末に完全子会社化した株式会社スポーツオアシスの家庭用運動機器販売の好調が主な要因です。

コスト面では、全社的な省エネ対応や国の電気・ガス料金支援により光熱費を抑制できたことから、各段階利益は概ね計画に近い水準となり、売上高営業利益率は2024年3月期の2.9%から3.1%に改善しました。

連結損益計算書

《売上高》
●前連結会計年度末に株式会社スポーツオアシス(以下、「オアシス」)を100%連結子会社化し、増収
●オアシスのホームフィットネス事業(家庭用運動機器の通販)が計画を上回り好調に推移
《営業利益》
●全社的な省エネ対策と政府の補助等により、光熱費が計画を下回って推移
●オアシスとの合併に伴うPMI(合併後の業務統合)費用は計画の範囲内で進捗

	連結	2024年3月期	2025年3月期	前期比	前営業実績予想	業績予想と実績値との差
売上高		43,627	63,737	+46.1%	63,500	+237
営業利益		1,261	1,946	+54.3%	1,900	+46
経常利益		563	1,224	+117.4%	1,200	+24
親会社株主に帰属する当期純利益		633	766	+21.0%	800	▲33

※2024年3月期の実績については、当連結会計年度に完了したオアシス取得価額の配分(PPA)の内容を反映させた金額を用いております。

出典：株式会社ルネサンス 2025年3月期決算説明資料より

●スポーツクラブ事業

スポーツクラブ事業では、ジム・スタジオ・プール・温浴施設等の施設を充実させるとともに、居心地の良さやスタッフによる運動指導、コミュニティづくりを強みに、幅広い世代の方々の健康づくりをサポートしています。

前連結会計年度に新規出店した4施設、2024年3月に事業継承した「スポーツクラブ&サウナスパ ルネサンス KSC 金町24」(東京 都葛飾区)及びオアシス運営施設の純増が寄与し、スポーツクラブ事業における当連結会計年度末の売上高は532.2億円(前年同期比35.3%増)、在籍会員数は500,126名(うちオンライン会員数68,398名)(前年同期比26.6%増)となりました。

スポーツクラブ事業

- 売上高は、オアシス純増分を含め、前期比35.3%増となった
- ルネサンス単体において、会員数・会費単価ともに前年同期から増加
- 企業・健康保険組合の従業員及び組合員向けメンバーシップ会員に新たな入会プランを導入し、新規入会が好調に推移



出典：株式会社ルネサンス 2025年3月期決算説明資料より

スポーツクラブ事業 部門別会員数

- オアシスの会員数が上乗せされたことに加え、前連結会計年度に新規出店した4施設、2024年3月に事業継承したスポーツクラブ&サウナスパ ルネサンス KSC金町24が好調に増加

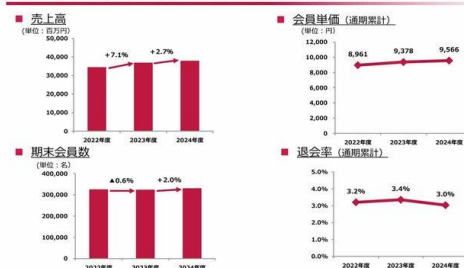
	2024年3月期	構成比	2025年3月期	構成比	前期比
フィットネス計	184,075	46.6%	245,993	49.2%	+33.6%
スイミングスクール	102,957	26.1%	126,822	25.4%	+23.2%
テニススクール	33,740	8.5%	34,589	6.9%	+2.5%
その他スクール	19,897	5.0%	24,324	4.9%	+22.2%
スクール計	156,594	39.7%	185,735	37.1%	+18.6%
オンライン計	54,331	13.8%	68,398	13.7%	+25.9%
会員数合計	395,000	100.0%	500,126	100.0%	+26.6%

※フィットネス部門、スクール部門は日本国内直営施設における会員数
※うち、オアシス会員数80,373名

出典：株式会社ルネサンス 2025年3月期決算説明資料より

スポーツクラブ事業 既存クラブ動向

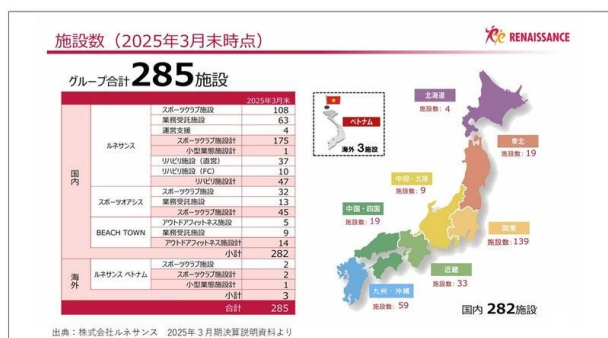
※ルネサンス単体の結果となります。
※当連結会計年度末より、売上高・会費単価は自治体からの受託案件を除き算出しています。



出典：株式会社ルネサンス 2025年3月期決算説明資料より

●施設数の状況

当連結会計年度末の当社グループの施設数は、スポーツクラブ 222 施設(ルネサンス:直営 108 施設、業務受託 63 施設、運営支援4施設、オアシス:直営 32 施設、業務受託 13 施設、RENAISSANCE VIETNAM,INC.:直営2施設)、小型業態2施設(ルネサンス:直営1施設、RENAISSANCE VIETNAM,INC.:直営1施設)、介護リハビリ 47 施設(直営 37 施設、フランチャイズ 10 施設)、アウトドアフィットネス 14 施設(直営5施設、業務受託9施設)の計 285 施設となりました。



●ホームフィットネス事業

ホームフィットネス事業では、家庭用運動機器の通販において、売れ筋商品である「ツイストステッパー」シリーズのインターネット販売が堅調に推移したほか、座ったまま内転筋を鍛えることができる「スタイリーボール」等の振動系商品の販売が好調に進み、ホームフィットネス事業における当連結会計年度の売上高は48.4億円(前年同期よりスポーツオアシスの46.7億円分が増加)となりました。

●今後の見通し

今後の見通しについては、賃金・雇用情勢の改善が続くなか、個人消費等の内需の増加が見込まれる一方、米国の関税引き上げによる世界経済悪化の懸念や、人材不足の本格化等、先行き不透明な状況が続くものと予想されます。業界においては、急速に進む少子高齢化に伴い健康寿命の延伸が国の重要課題となるなか、運動やコミュニティへの参加等を通じた健康づくりの場として、フィットネスクラブへの期待が益々高まっています。

このような環境下、当社グループは、合併により合流した旧オアシスのスタッフとともに、2024年5月に策定の「2024-2027 中期経営計画」達成に向け、2026年3月期の連結業績予想では、売上高670億円(前期比5.1%増)、営業利益22億円(同13.0%増)、経常利益14億円(同14.3%増)、親会社株主に帰属する当期純利益8.5億円(同11.0%増)を見込んでいます。

2026年3月期 通期連結業績予想

●売上高は主にスポーツクラブ事業における新規出店を含めた会員数の増加及び会員単価の上昇、介護・医療周辺事業における新規施設の開設、ホームフィットネス事業等の着実な成長により、前期比5.1%の増収を見込む
●各段純利益においては、人件費・設備費等の上昇が緩くものの、オアシス合併後のシナジー創出及び全社的な生産性向上に取り組み、下表のとおり増益を見込む

(単位：百万円)

	2025年3月期 (実績)	2026年3月期 (予想)	前期比	増減額
売上高	63,737	67,000	+5.1%	+3,262
営業利益	1,946	2,200	+13.0%	+253
経常利益	1,224	1,400	+14.3%	+175
親会社株主に帰属する当期純利益	766	850	+11.0%	+83
1株当たり当期純利益(円)	39.48	43.92	—	—
1株当たり配当金(円)	12.0	13.0	—	—
	(中間3.0/期末9.0)	(中間4.0/期末9.0)	—	—
売上高営業利益率	3.1%	3.3%	—	—

出典：株式会社ルネサンス 2025年3月期決算説明資料より



●田村コメント

フィットネス業界の経営者・幹部にとって、ルネサンスの成長戦略は注目すべき点が多くあります。特に、家庭用フィットネス機器の販売強化や、スポーツクラブの会員数増加への取り組みは、今後の業界動向を占う上で重要な指標となるでしょう。

詳細については、当社公式 IR ページをご覧ください。[IR 情報](#) | [株式会社ルネサンス](#)

今月の広告



今月の広告紹介は、チラシではなくカーブスジャパンが3カ月毎に発行している季刊誌『カーブスマガジン』(上図)を取り上げます。『カーブスマガジン』は全 70 ページほどの会報誌で、会員や潜在客・見込み客に向けて、有益な情報や会員の体験談などが豊富に掲載されています。会員でなくてもカーブスの店頭で手に入れることができるため、まだご覧になったことがない方は、ぜひお近くの店舗で手に取ってみてください(在庫の有無は店舗により異なります)。

私自身もマーケティングの視点から毎号欠かさず読んでいますが、女性専用フィットネスとして会員数約 83 万人を抱えるカーブスが制作するだけあって、非常に完成度の高い内容です。紙の書籍や雑誌の売上が年々減少するなか、83 万人もの読者(=会員)を有することは、大きな強みと言えるでしょう。つまり、「**会員は資産**」だということです。では、具体的にどのような点が優れているのかを見ていきましょう。

1. 毎号掲載される2つの特集記事

『カーブスマガジン』では、毎号2つの特集記事が掲載されています。内容は、会員にとって有益で身近なテーマを取り上げており、体や食事に関する情報、会員の体験談などが中心です。文章に加えて、イラストや図表、写真などが多用されてお

り、視覚的にもわかりやすく、読みやすい構成になっています。

2. カーブスメンバーによるエッセイ紹介

「体が変われば心が変わる。心が変われば毎日が変わる。毎日が変われば人生が変わる」というテーマのもと、毎号「エッセイ大賞」の受賞作品を紹介しています。メンバーの実体験にもとづいたエッセイを読むことで、体の悩みを抱えていた女性が、カーブスに通うことでどのように元気を取り戻したのかがよく伝わってきます。言い換えれば、これらのエッセイこそが、カーブスへの入会や継続を後押しする、最も効果的な宣伝ツールとなっているのです。

3. ビフォー&アフターを大公開

「筋トレで変わった私たちのビフォー&アフター大公開」では、毎号2人のメンバーを紹介しています。プロのヘアメイク、スタイリスト、カメラマンによる撮影で、見た目の変化がより効果的に表現されており、あわせて読み手のモチベーション向上につながる数値の変化も掲載されています。特に、体重の変化については、グラフを用いることで視覚的にわかりやすく、訴求力を高めています。

4. 広がれ筋トレの輪

『カーブスマガジン』では、筋トレの大切さを毎号さまざまな形で伝えています。単に情報を一方的に発信するだけでなく、この「広がれ筋トレの輪」のコーナーのように、メンバーによる短い体験談や写真、年齢などを掲載し、読者に共感を呼びかける工夫がされています。こうした等身大の声にふれることで、「私もやってみよう」と思えるきっかけをくれることも、この雑誌の大きな魅力です。

5. カーブスショッピング

カーブスの会員を対象に「カーブスショッピング」として、主にアパレルや雑貨の通信販売を毎号展開しています。83 万人もの見込み客がいることを考えれば、通信販売を活用しない手はないと言えるでしょう。

[illegible][illegible]

Before



**3年で57.5kgから
8.2kg減!**

Before
男子 62歳
身長 150.0cm / 体重 62.5kg
BMI 27.2

After
ご褒美の日を作り
モチベーションアップ

「お褒めいただきありがとうございます。このお褒めの日をモチベーションとして頑張ります。これからも健康でいようと思います。これからもよろしくお願いいたします。」

男子さんへの体重の変化

時期	体重 (kg)
2014年10月	62.5
2015年10月	54.0
2016年10月	51.0
2017年10月	49.2

Before



**1年9ヵ月で65.9kgから
9.6kg減!**

Before
女子 53歳
身長 158.0cm / 体重 65.9kg
BMI 26.3

After
たんぱく質点数を
日記帳に記録

「たんぱく質の摂取量を増やそうと意識してたんぱく質の多い食品を積極的に食べています。たんぱく質の多い食品を積極的に食べています。たんぱく質の多い食品を積極的に食べています。」

女子さんへの体重の変化

時期	体重 (kg)
2014年10月	65.9
2015年10月	62.0
2016年10月	57.0
2017年10月	52.3

たんぱく質の摂取量

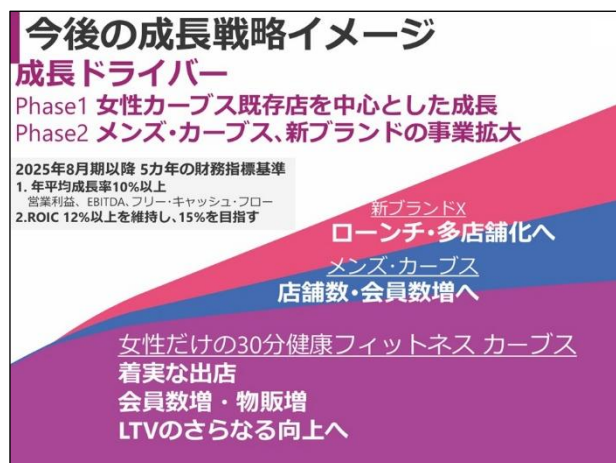
たんぱく質の摂取量

[illegible]

カーブス、新ブランド X を本格展開

カーブスホールディングス(以下、カーブス)が2025年4月16日に発表した、「2025年8月期第2四半期(半期)決算補足説明資料」に、とても興味深いことが記載されていましたので共有します。

それは、今年10月に予定されている2025年8月期本決算において、「中期ビジョンおよび事業計画を発表予定」と明記されていた点です。今回発表された内容は以下の通りです(「2025年8月期第2四半期(半期)決算補足説明資料」より抜粋)。



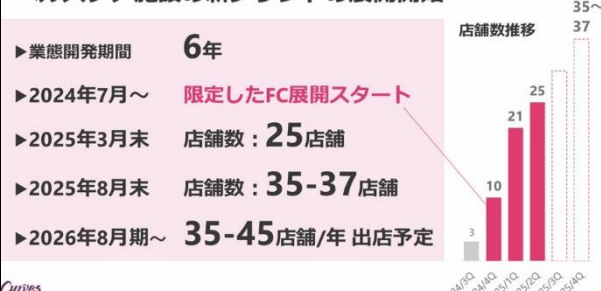
図の中で特に注目すべきは、「Phase2 メンズ・カーブス、新ブランドの事業拡大」という点です。カーブスは新業態の開発に6年をかけ、これまでのカーブスおよびメンズ・カーブスとはまったく異なる市場を対象としたヘルスケア施設「新ブランド X」(仮称)の展開を進めています。

すでに、2024年春に3店舗で実験検証を行い、7月からは限定的にフランチャイズ展開を開始。2025年3月末時点で全国に25店舗を展開しており、8月末には35~37店舗へと拡大する見込みです。市場の反応と収益性に手応えを得たことから、さらに、その後は毎年35~45店舗のペースで出店を進める予定です。

新事業の本格展開

新ブランドX

カーブス、メンズ・カーブスと全く市場が異なるヘルスケア施設の新ブランドの展開開始



この「新ブランド X」は、既存のカーブス(中高年女性向け)やメンズ・カーブス(中高年男性向け)とは異なる新たな市場を対象としています。とはいえ、カーブスの企業理念や過去の取り組みを踏まえると、ターゲットは「アクティブシニア層」や「40代後半から50代の団塊ジュニア世代」を想定したやや広い中高年層、あるいは「予防医療や生活習慣改善に関心のある中高年層」と考えるのが自然です(現時点では明らかにされていません)。

また、新ブランド X ではフィットネス要素に加え、リラクゼーション、生活支援、コミュニティ機能などを取り入れた、地域密着型の小規模かつ多機能施設としての役割を担う可能性があります。詳細は、10月に予定されている2025年8月期本決算の発表で明らかになると思いますが、たとえば以下のような特徴を備えたモデルが想定されます。

- カーブスよりも幅広い世代の女性を対象
- 性別を問わず通えるユニセックス型店舗
- リラクゼーションや食事指導のプログラム
- ヨガやダンスなどの30分レッスンを提供
- 介護予防や地域包括ケアとの連携を意識した店舗環境

カーブスは、人口減少や高齢化、ライフスタイルの多様化といった変化に対応するため、ブランドのポートフォリオを拡充する戦略の一環として、新ブランド X を今後の成長ドライバーとして位置づけ、展開を進めていく計画です。

最後の言葉

日本のフィットネス環境は、この 10 年あまりで大きく様変わりしました。とりわけコロナ禍以降、業績の低迷から抜け出せずにいる企業がある一方で、これを好機と捉えて事業成長を加速させたり、新規参入したりする企業も見受けられます。

フィットネス事業は、どうしても「昨日と同じことを今日も繰り返す」傾向に陥りがちです。しかしこの「現状維持」の姿勢こそが、顧客満足度の低下を招きます。

対象とする顧客のニーズやウォンツ、そして業界環境は常に変化しており、それに対応するには、施設や設備、サービスやオペレーション、人材育成など、あらゆる面での継続的な業務改革が求められます。実際、成果を上げ続けている企業は、常に時代の顧客に最適なプログラムやサービスを提供し、顧客満足度を高めています。

さて、「顧客満足」という言葉は多くの企業で使われていますが、実際には企業の都合や価値観を押しつける形になっており、真に顧客の満足につながっていないケースも少なくありません。

本当に重要なのは、企業の価値観に共感する人材を採用し、教育や待遇の改善、職場環境の整備に取り組むことで、従業員満足度(ES)を高め、組織としてのロイヤリティを育てていくことです。

つまり、従業員が心から顧客に尽くすためには、企業側による適切な支援と環境づくりが不可欠です。ただし、単に従業員に甘く接するのではなく、目的を共有し、ともに進むために、時に厳しく、時に愛をもって向き合う姿勢が大切です。

顧客満足度が低い企業では、組織内の人間関係に亀裂があることが多く見られます。経営層が

従業員の悪口を言ったり、従業員が経営層に不満を抱いていたり、さらに従業員同士が不仲であったりと、いずれの場合も「顧客不在」の経営・運営が散見されます。

会社の規模が大きくなるほど、または革新的な取り組みを進めようすればするほど、従業員がオーナーシップ(当事者意識)を持ち、組織が一丸になることが求められます。

真に一体感のある組織とは、個々のスタッフがそれぞれの個性や考えを持ちながらも、「顧客満足度向上」という共通の目標に向けて、自らの役割を全うしようとする中で、自然に醸成されていくものです。

それはまるで、オーケストラのようです。バイオリン、ピアノ、フルートなど異なる楽器が、楽譜という共通の指針に従って、自らのパートを完璧に演奏することで、美しいハーモニーが生まれる。すべての楽器を同じ音に揃えようとしても、そこに感動は生まれません。

いま求められているのは、現状維持ではなく、変化に向き合う覚悟と柔軟な実行力です。顧客に選ばれる施設であり続けるためには、サービスの革新だけでなく、それを支える「人と組織」の在り方が問われます。

スタッフ一人ひとりの力を引き出し、顧客満足とともに創り上げる組織を目指して、まずは今日から現場の「空気」を見直してみてもいいでしょうか。変革の第一歩は、身近な現実の中にあるはずです。

さて、今月もそろそろお別れの時間になりました。今月号は面白かったですか？ そうだといいいのですが。それでは、また来月お会いしましょう。

田村

(完)



田村真二 (Tamura Shinji)

会員制健康ビジネスコンサルタント。ウェルネスBiz株式会社代表取締役。東京都出身。イオンで22年間、フィットネスと小売事業の現場および本社で様々な職種に従事した後、2007年に同社を退社。同年、会員制健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業の経営不安を丸ごとサポートするコンサルティング会社を設立。会員数拡大、客単価向上、継続月数増を掛け合わせた「儲かる事業構築の仕組み」導入により、全国各地に高収益企業を多数生み出している。現在は、コンサルティング、講演、セミナー、執筆活動等を行っている。

お問い合わせ先	免責事項
ウェルネスBiz株式会社 TEL:03-4530-6263 FAX:03-3562-7822 Mail :info@wellness-biz.jp URL:https://www.wellness-biz.jp 〒104-0061 東京都中央区銀座1-3-3 G1ビル7階 1180号	このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。