



Fast Fitness Japan

株式会社Fast Fitness Japan

(東証プライム市場 7092)

2022年3月期決算説明資料 及び中期経営計画

Update
YOURSELF

さあ、自分をアップデートしよう。



目次

- I. 会社概要
- II. 現状認識
- III. 2022年3月期業績と2023年3月期予想
- IV. 中期経営計画
 - ① 数値計画
 - ② 成長戦略
- V. 株主還元方針及びESGの取り組み
- VI. 参考資料



I. 会社概要

Fast Fitness Japan



企業理念

ヘルシアプレイスをすべての人々へ!
Get to a healthier place[®]

使命
(パーパス)

フィットネス習慣を拡大させることで
健康寿命を延ばし、豊かな社会を創る

マテリアリティ
(ESG重点課題)



社会への貢献

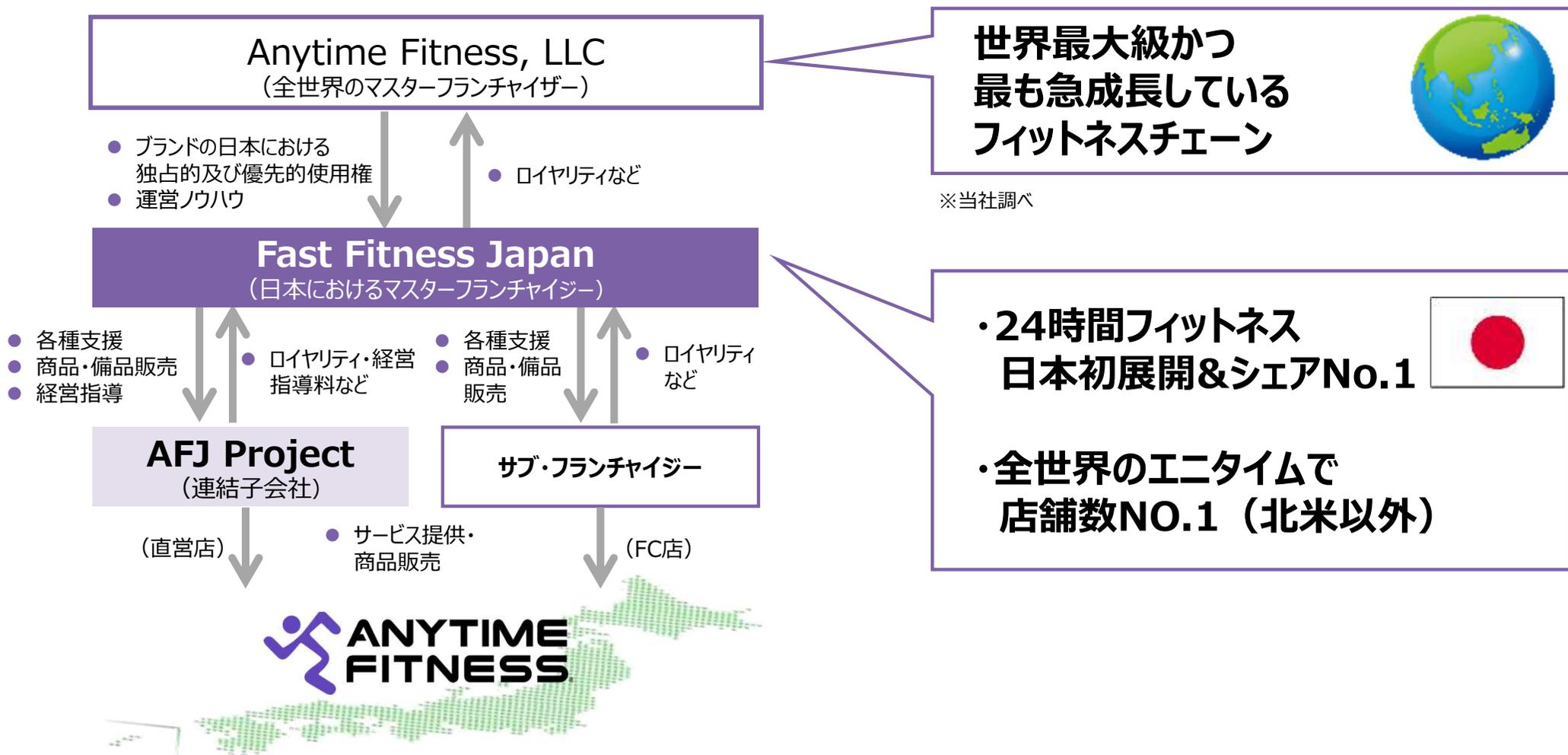
ヘルシア
プレイスの礎

G 適切な情報開示と
迅速で透明性の高い
意思決定を実現する
ガバナンス体制



内部の取組

24時間マシンジム特化型フィットネスクラブチェーン 「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





**24時間
年中無休**

ライフスタイルに合わせて
いつでも利用可能

**マシンジム
特化型**

充実のトレーニング設備と
ファンクショナルエリア

**全国相互
利用可能**

国内だけでなく全世界
どこでも利用可能

**「安全・安心・
清潔・快適」**

安全で快適な施設と
スタッフによるサポート

1

若年層の需要を掘り起こし、会員は40代以下が約9割を占める

男女比は男性が8割弱、女性が2割強 (2021年9月末時点)

2

損益分岐の低い店舗モデル

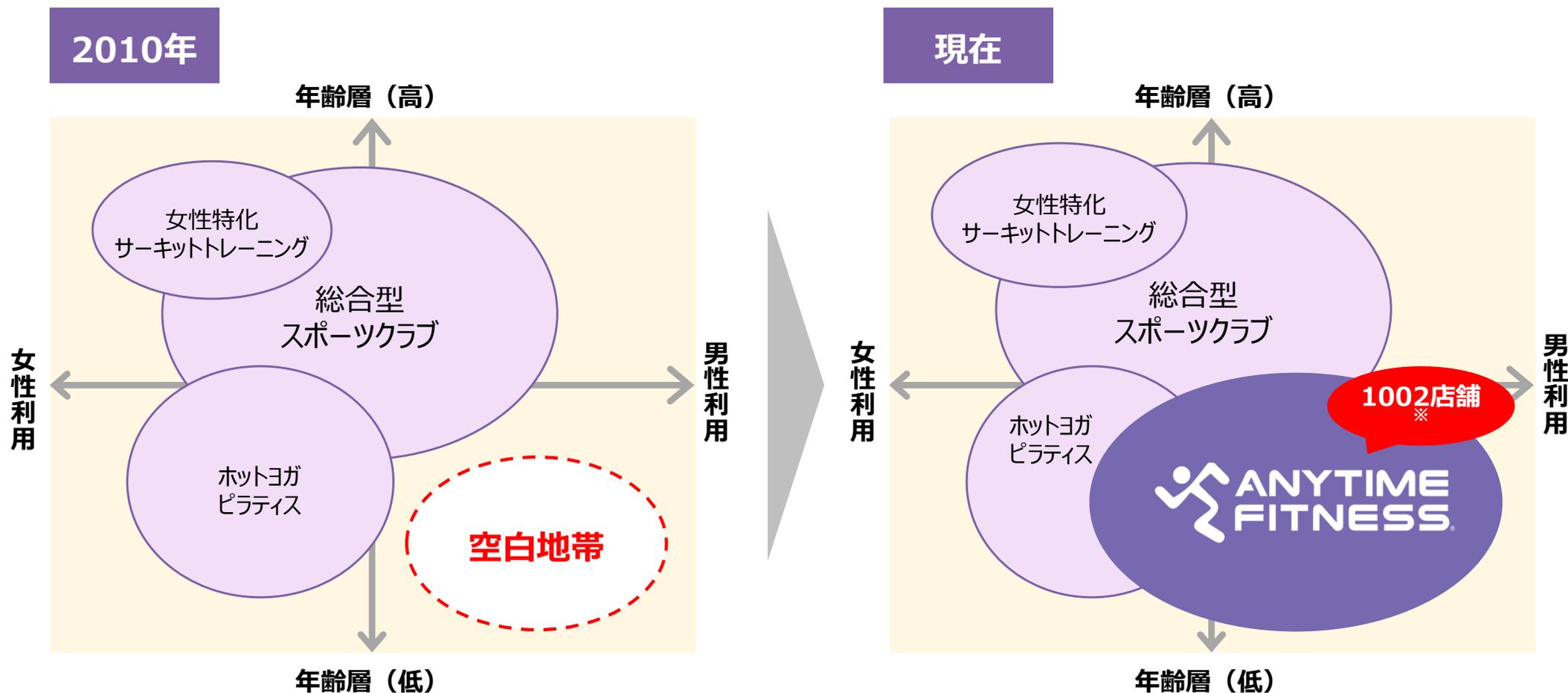
店舗面積は80~120坪が中心の小商圈で成り立つビジネスモデルであり、
総合型フィットネスが困難なエリアにも出店可能

3

ストック型のビジネスモデル

少人数・短期集中型のパーソナルジムと異なり、定額の会費を多数の
会員様から頂くことで安定的にキャッシュが流入

新しいマーケット、潜在的なマーケットの掘り起こしに成功



※ 2022年3月末時点

出典：当社調べ

(注) チャートの円の大きさ及び配置は、各社公表資料等を基に、各業態が想定する主要顧客層について当社が推定したものです。

2010年に日本初の24時間型ジムとして出店後、新たなマーケットを創出
新規参入が相次ぐ中、24時間型ジムのトップランナーとして1000店舗を突破

創業期

直営店の出店による
事業基盤固め

業界関係者からは
「日本では絶対に無理だ」
と言われた

FC開拓期

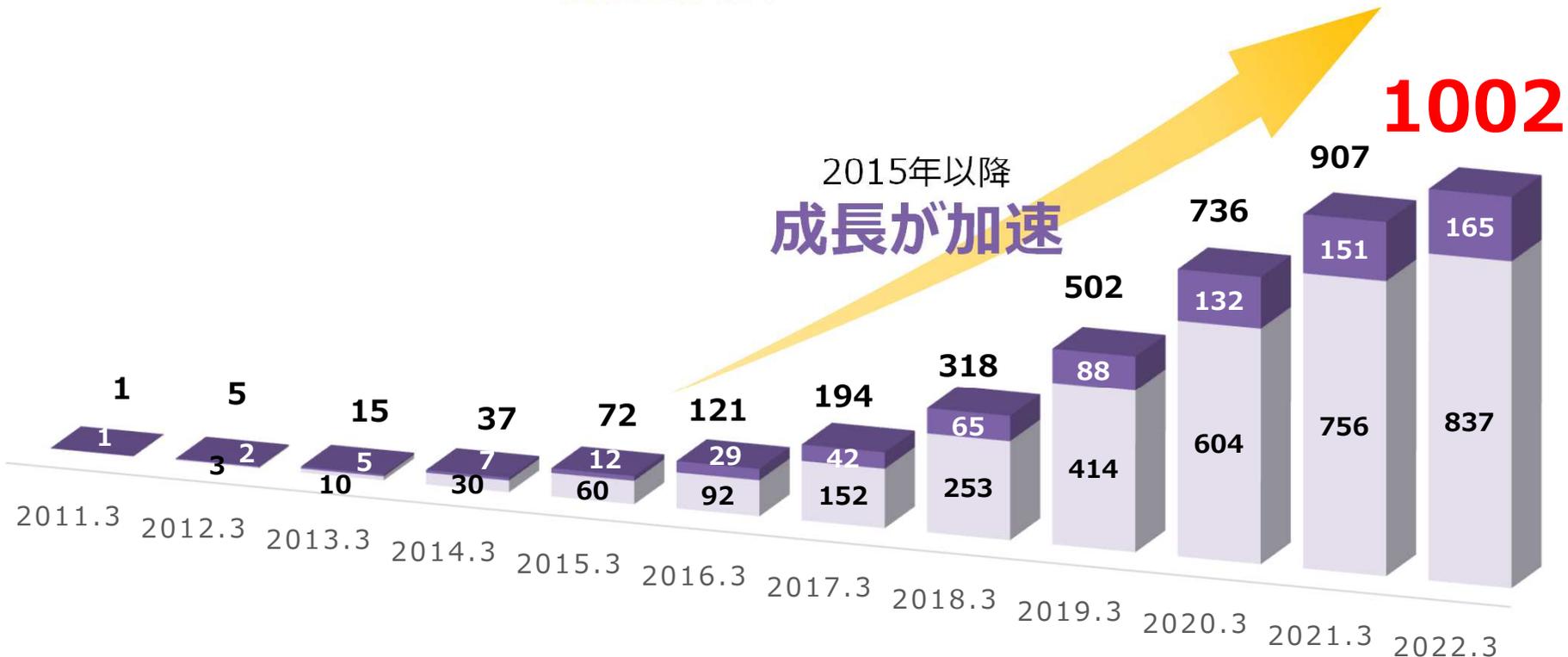
FC展開の実績を作り
有力FC事業者を開拓

当社の成功が知れ渡り
24時間フィットネスに
競合他社が参入を開始

全国展開期

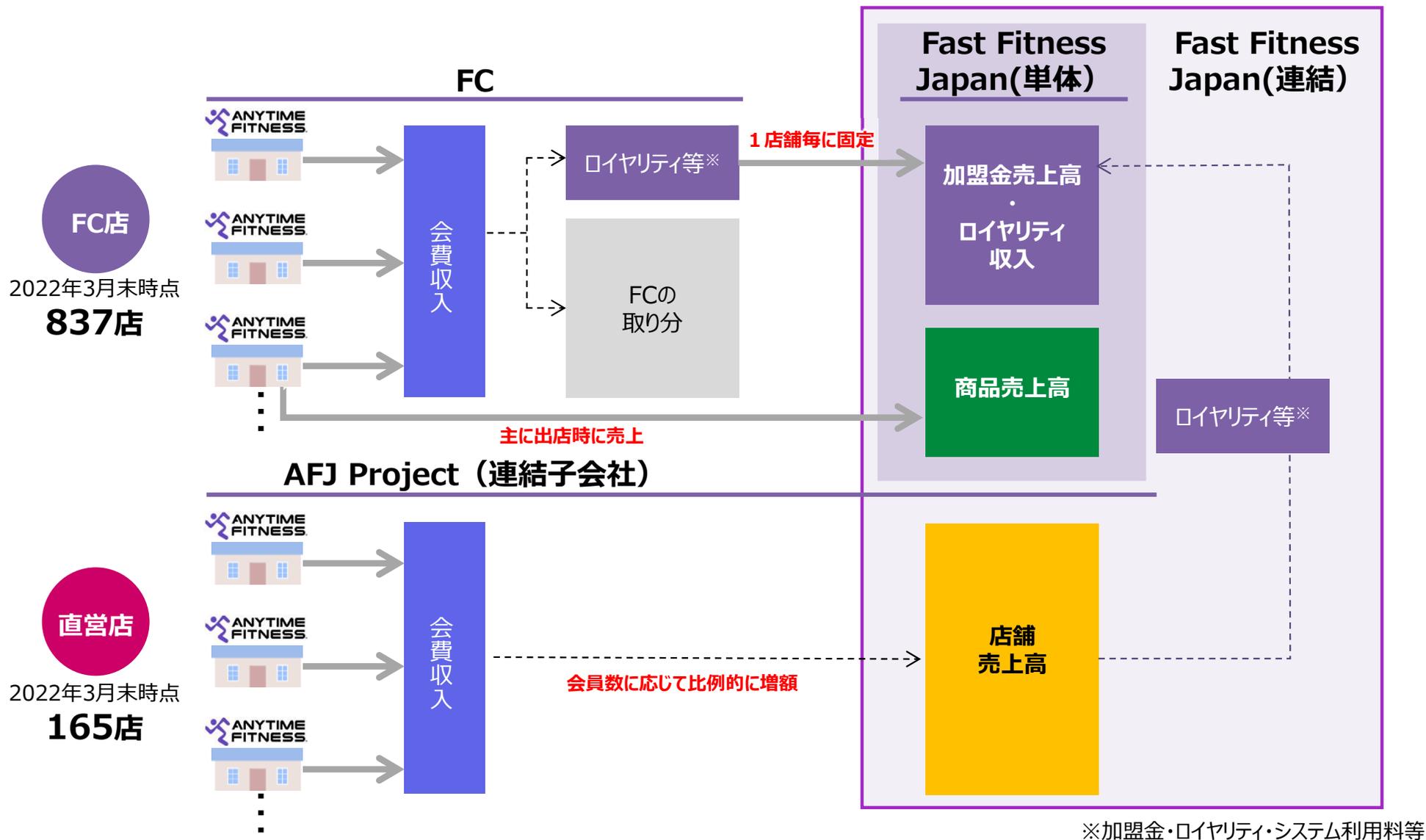
都心部だけでなく、全都道府県に出店・
ロードサイド型の店舗も増加

競合他社の参入も増加し
24時間フィットネス市場が活性化



I 収益モデル

「ロイヤリティ収入」はFC店舗数の増加に比例して増額、「商品売上高」はFC出店数に応じて増額、「店舗売上高」（直営店会費収入）は会員数に応じて比例的に増額



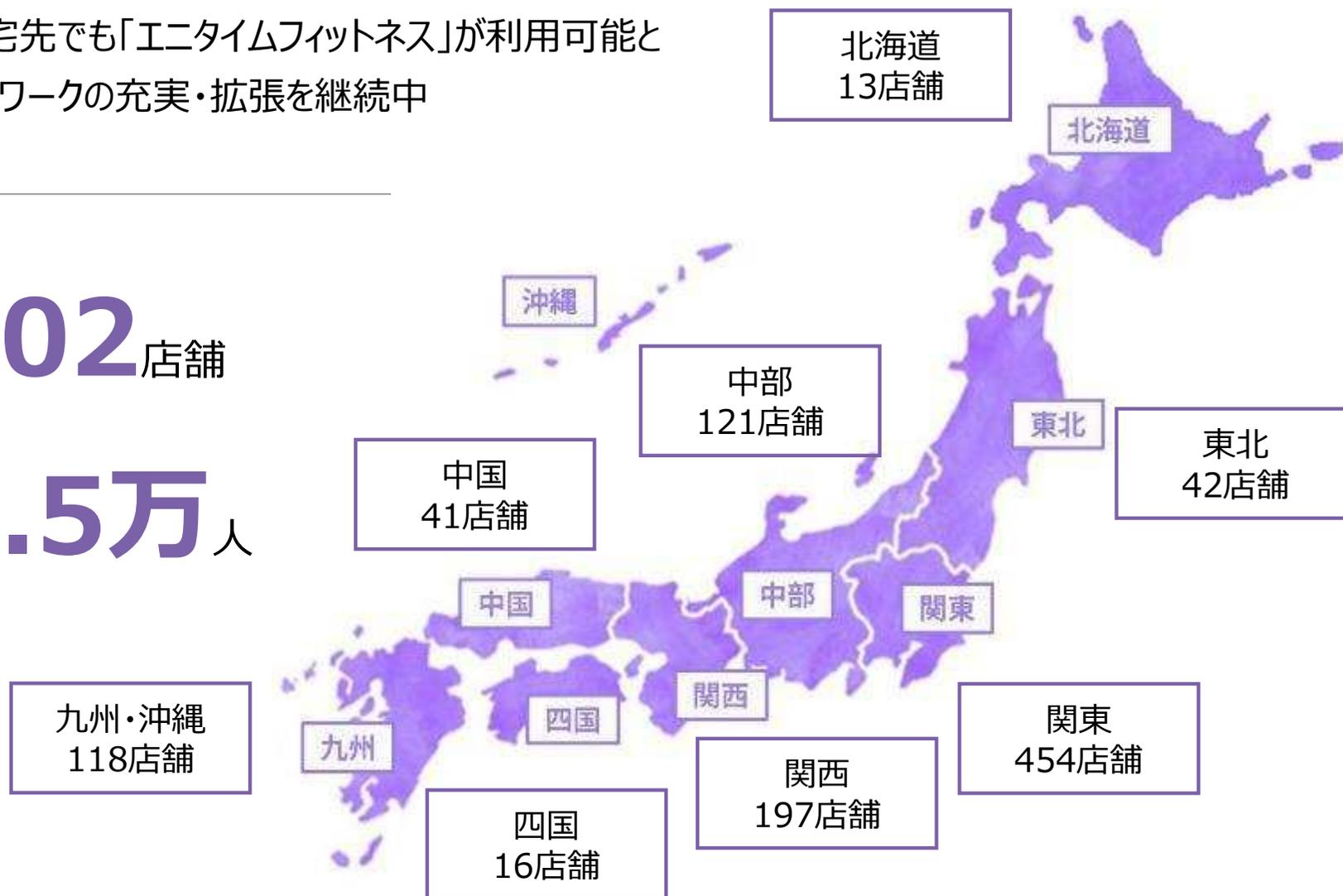
第1号店出店から9年半で47都道府県に出店 11年半で1000店舗達成

出張先や転勤・転宅先でも「エニタイムフィットネス」が利用可能となるよう、店舗ネットワークの充実・拡張を継続中

地域別出店状況

(2022年3月末時点)

全国 **1002**店舗
会員数 **64.5万**人



マシンジムへの特化と無人化が可能となる24時間ビジネスモデルを実現

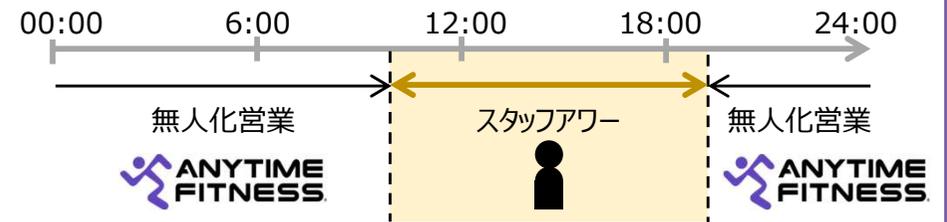
マシンジム特化



- 初期投資、設備費・維持費を大幅に削減
- 水回りのトラブルからスタッフを解放

初期投資・ランニングコストを
大幅に削減

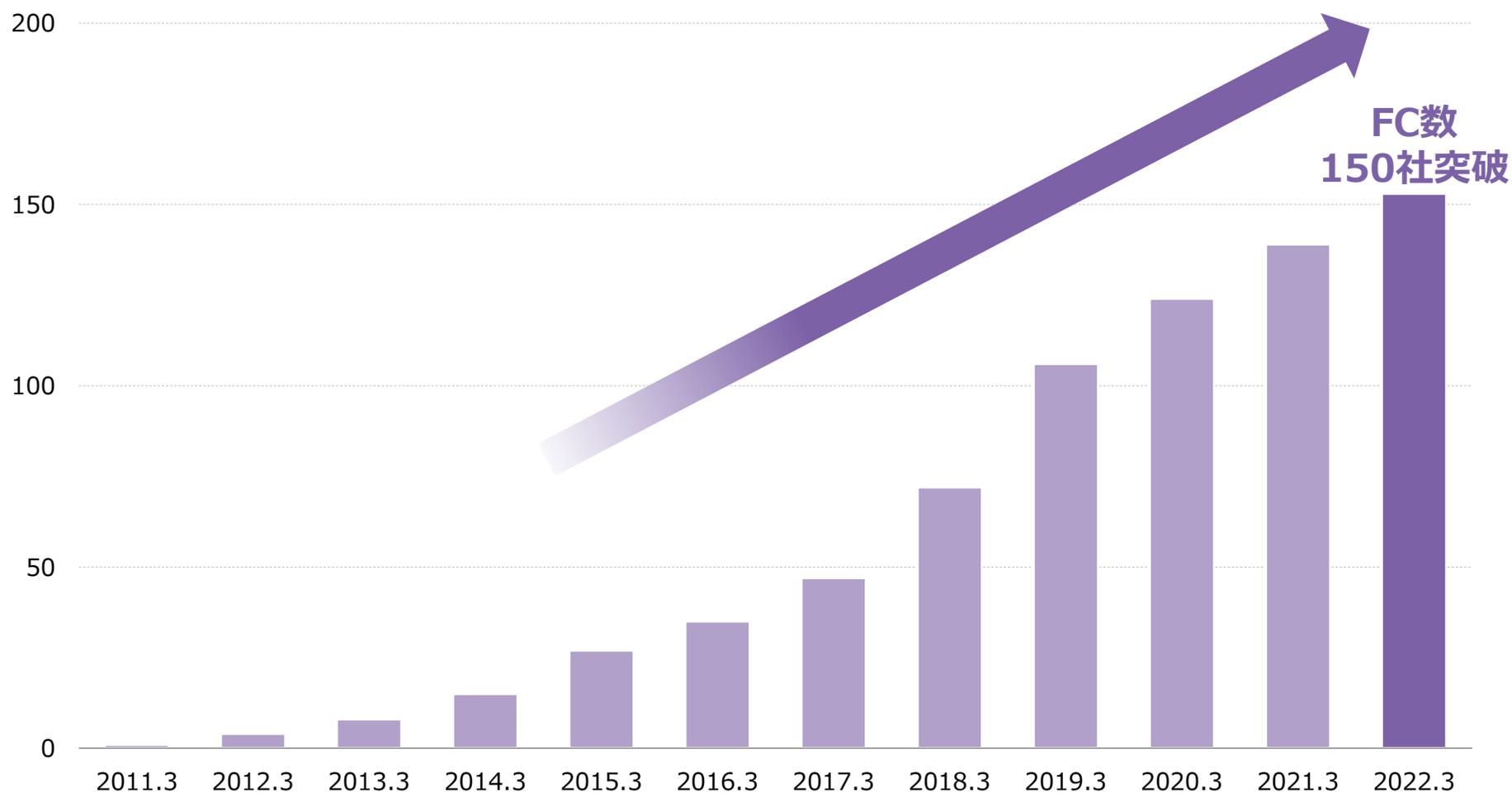
無人化が可能



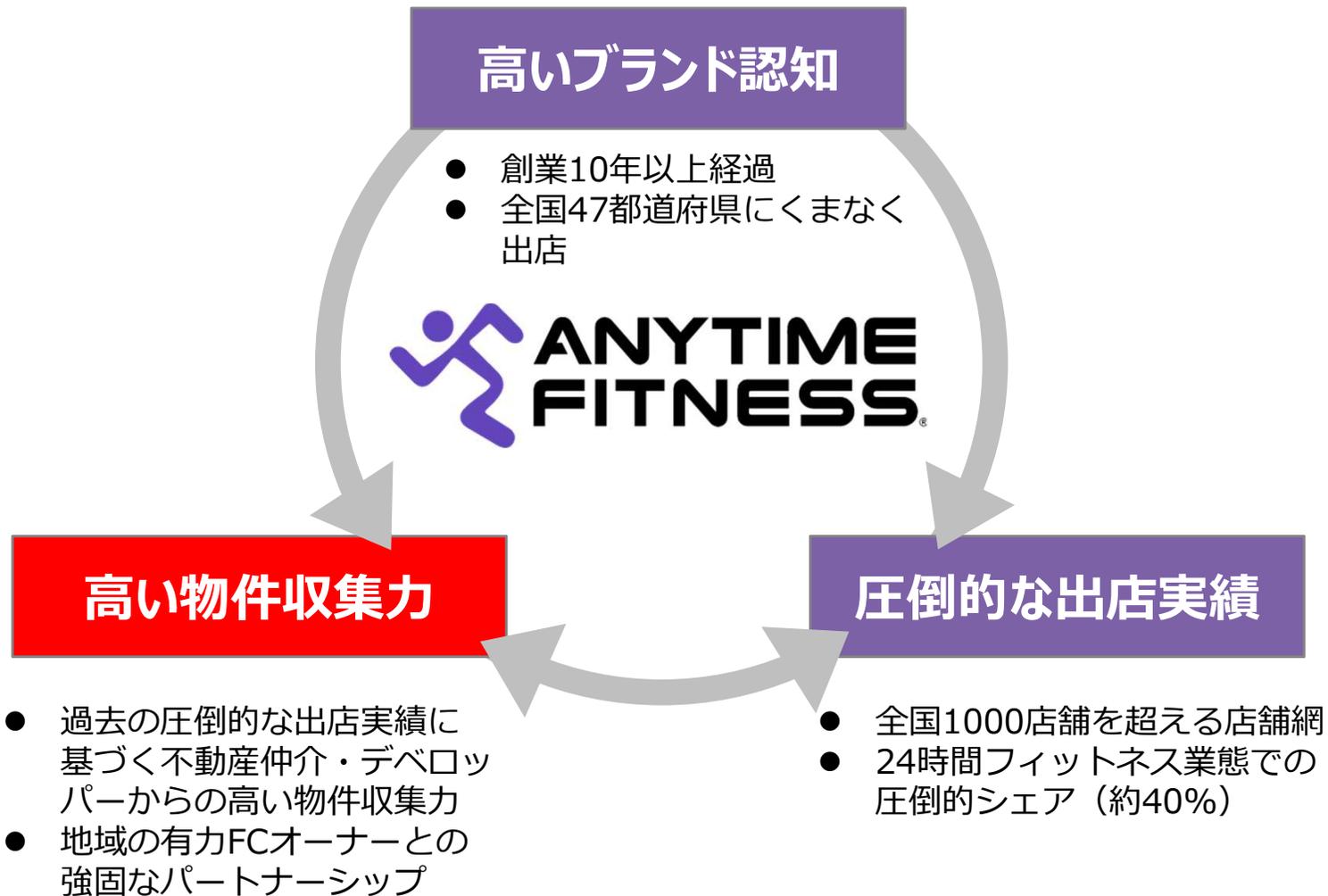
- 戸締りが不要で、人を配置する時間を大幅に短縮

人を多く配置しなくても店舗運営が
可能 (大手警備会社と連携)

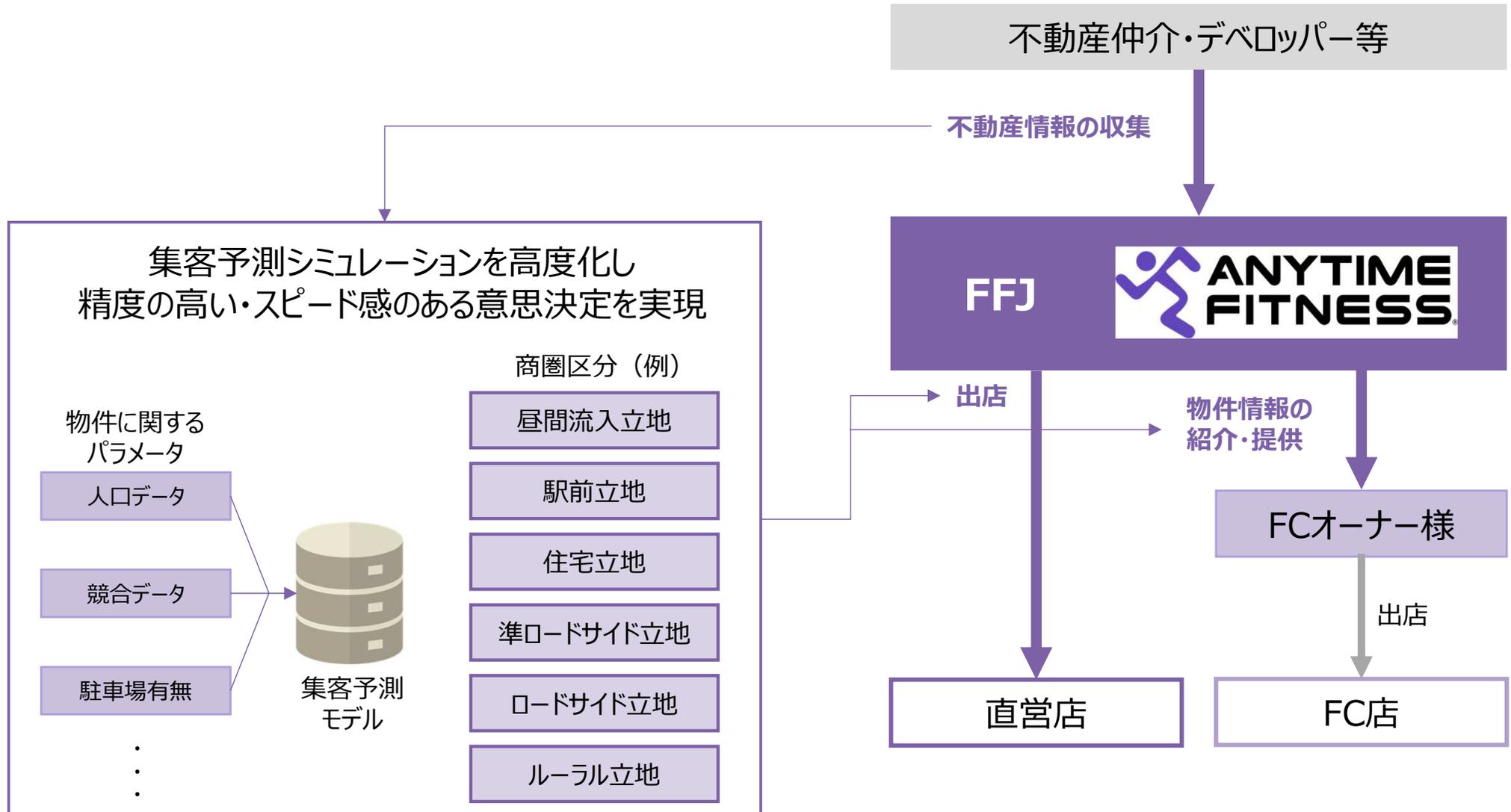
魅力的なビジネスモデル構築によりFCオーナー数は着実に拡大



店舗自体の知名度の高さと、圧倒的な出店姿勢により、不動産事業者からの情報が集まりやすい構図となっている



これまでの出店経験値に基づいた独自の集客予測モデルに基づき、
高精度でスピーディな出店意思判断を実現している



会員様、FCオーナー様双方にとって魅力的なビジネスモデルであることを再認識

会員様から見たAnytimeの特徴

“3密にならない”
フィットネスクラブ

顧客層が若い
(20代~30代が中心)

利便性、スタイリッシュ…
→ ブランドカ

会員数の早期回復を実現

FCオーナー様から見たAnytimeの特徴

低コスト構造
(低い初期費用・固定ロイヤリティ)

会費収入によりキャッシュを
安定的に獲得

24時間ジムトップシェア (約40%※)
→ ブランドカ

**FCオーナー様の事業撤退はゼロ
+ 出店意欲は極めて旺盛**

※2022年3月末時点。数値は当社調べで、24時間フィットネス事業を営む競合他社の店舗数を合算した上で算出。

Ⅱ. 現状認識

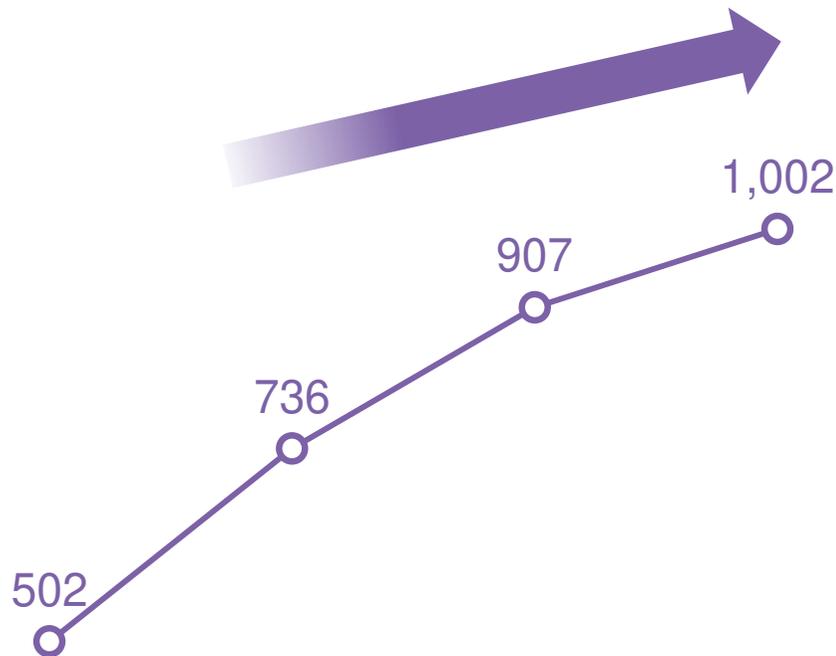
Fast Fitness Japan



Ⅱ コロナ禍においても成長を維持



店舗数の推移



当社はコロナ禍においても
店舗数拡大を継続

大手24h
フィットネス
他社

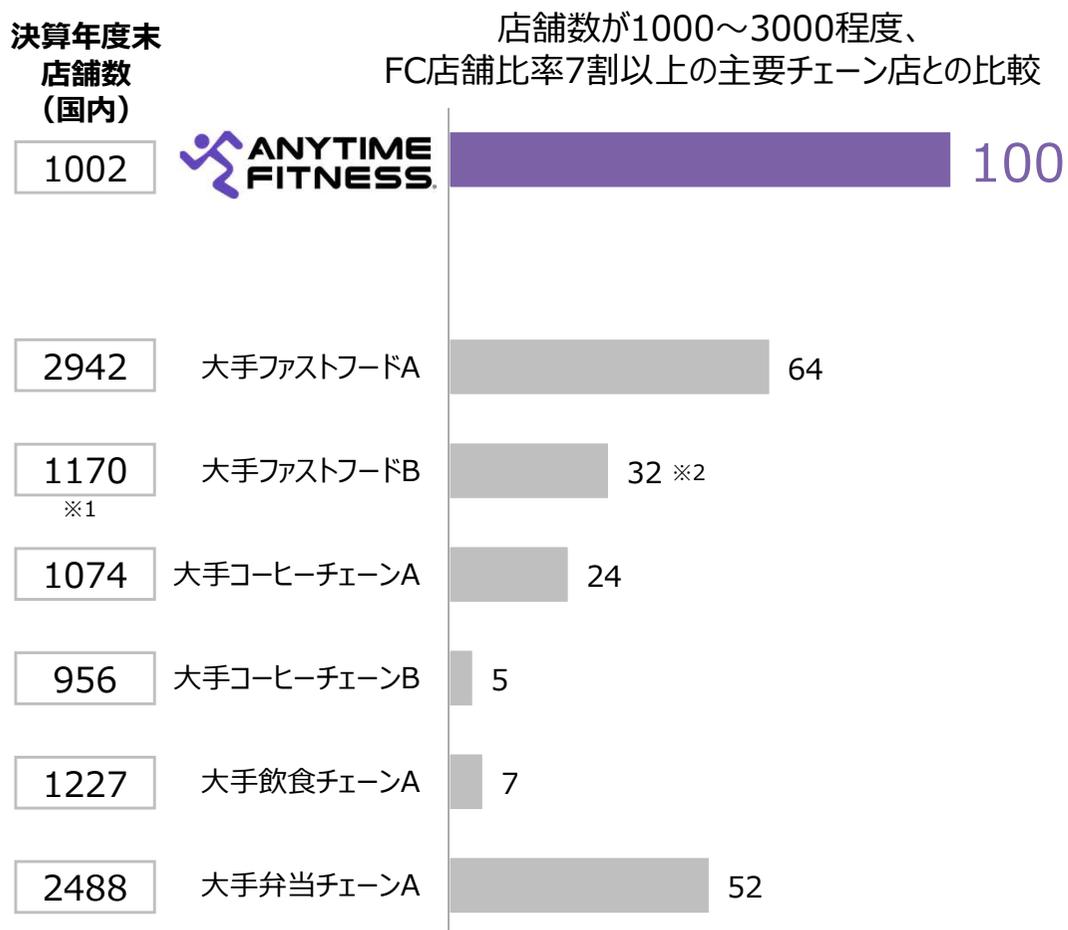


24時間フィットネスの
大手他社は
店舗数微増～減少

※数値は当社調べ

店舗数の規模感が近いチェーン店ビジネスの中で コロナ禍でも100以上の出店数を維持する稀有な存在

主要チェーン店の2021年度出店数



当社はWithコロナにおいても100以上の出店数を維持

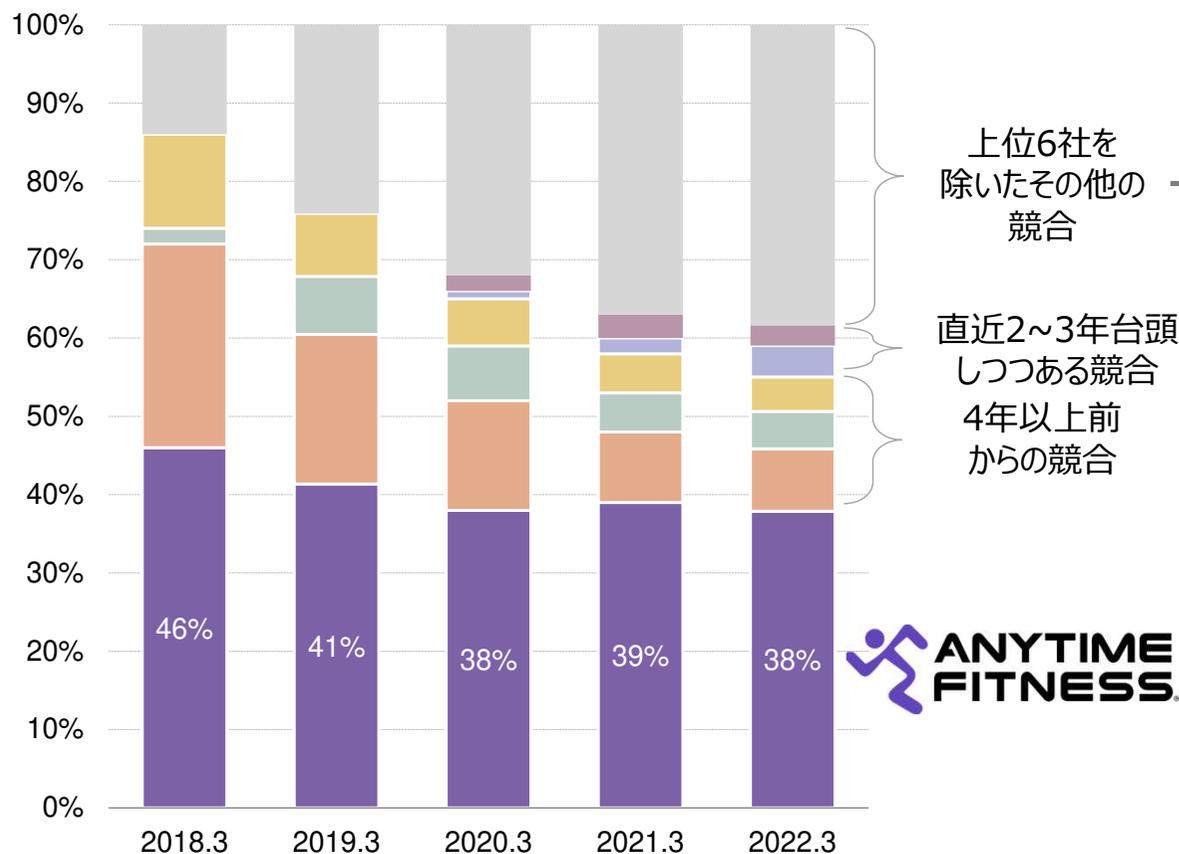
- ✓ **Withコロナに適応したビジネスモデル**
 - 3密になりづらい（会員目線）
 - 低コスト構造（FCオーナー目線） etc
- ✓ **新規FCオーナーの迎え入れ**
 - メガオーナーによる出店のみに頼らず、出店意欲を示していただいた新規のFCオーナーの迎え入れも強化

出所：各社公表値より当社作成

(注) 1. 2021年通期予測数値
2. 2021年通期予測数値における昨年からの純増数

24時間型フィットネス内でも新興の競合企業が増加 顧客利便性の一層の向上を図り差異化を図る必要性が高まる

24時間型フィットネスのシェア推移



✓ 価格競争の発生

- 大手6社以外の新規参入が近年活性化
- 地域ローカルの企業を中心に会費が5,000円/月以下の店舗も出現

✓ 新興の競合企業出現

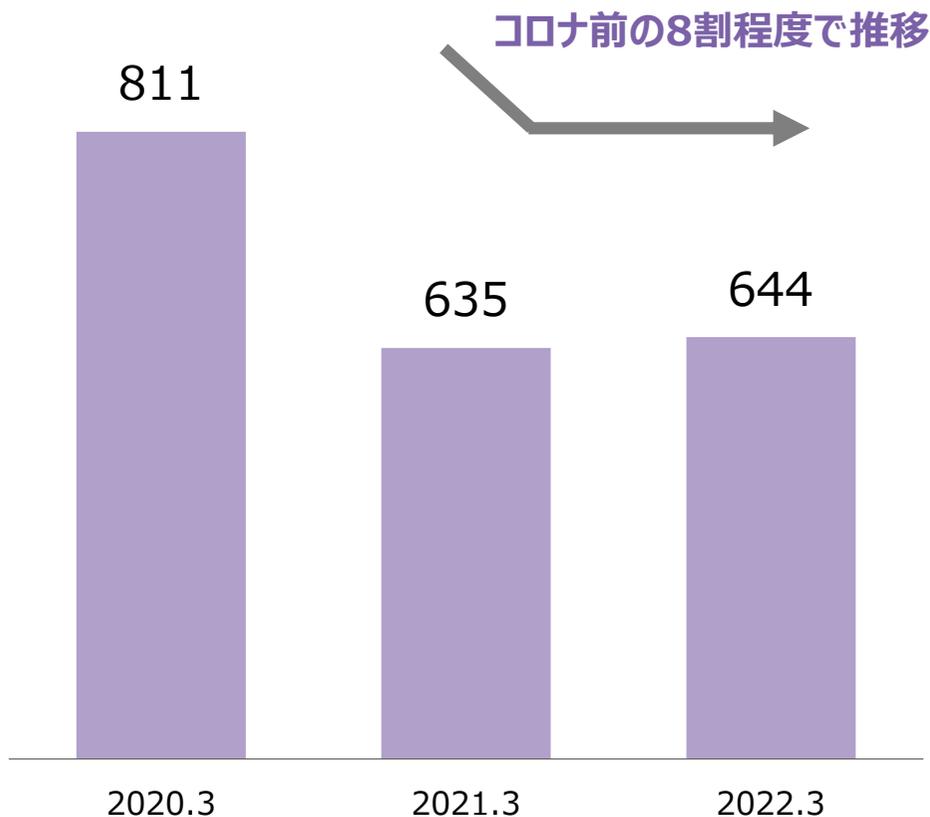
- 5番手・6番手がハイペースでシェアを拡大
- フィットネス以外のサービスとの連携など顧客利便性で差異化を図る企業も存在

※数値は当社調べ、24時間フィットネス事業を営む競合他社の店舗数を合算した上で算出

**店舗当たりの会員数はコロナ前の8割程度で推移
回復はめざす一方、短期的には回復の遅れも見据えた事業運営も必要と認識**

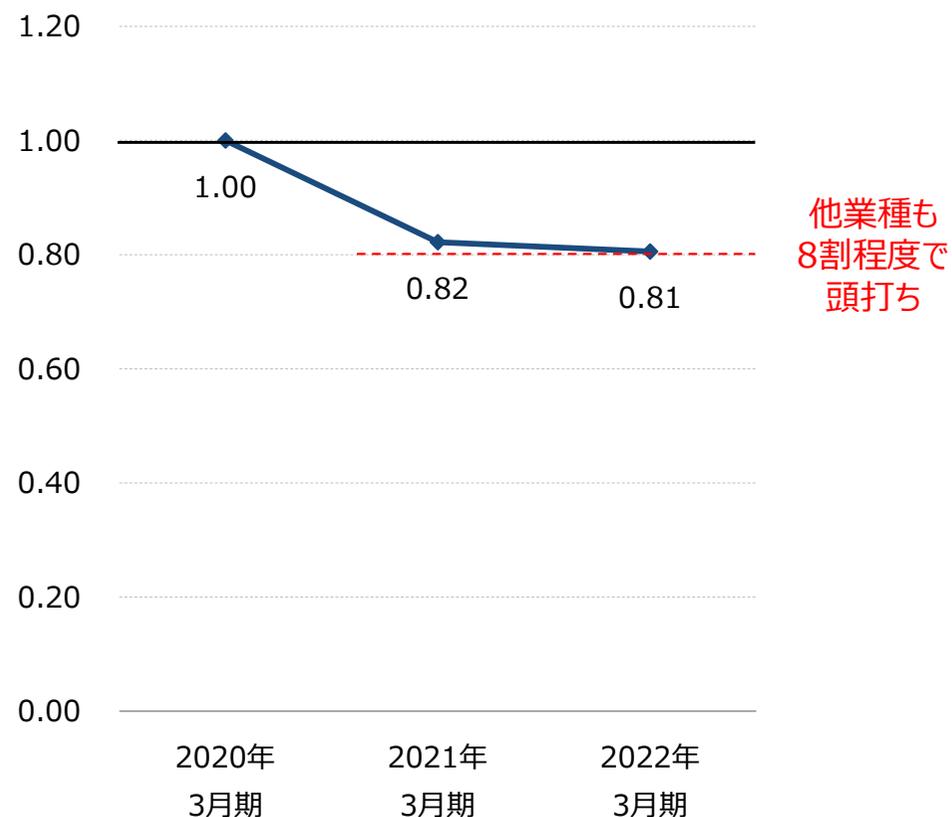
店舗当たり会員数推移

(人)



(参考) 外食業の利用客数推移

コロナ前の2019年を基準値 (=1) とした場合の売上推移



出所：日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」

Ⅲ. 2022年3月期業績と2023年3月期予想

Fast Fitness Japan



Ⅲ 2022.3期の振り返り

2022.3期

- 4月 異業種とのコラボキャンペーン第1弾として、UNDER ARMOUR様との「BACK TO GYM キャンペーン」実施
- 4月～9月 緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置が断続的に発令されたものの、エニタイムフィットネスは原則全店24時間通常営業を継続
- 11月 出店立地の多様化の取り組みの1つとして、埼玉県浦和ワシントンホテル内に出店
- 12月 医療機関と連携し、地域の健康増進を目指す新しい取り組みである、「地域ヘルスケアプログラム」を実施する徳山病院店（山口県）を出店
- 12月 東証マザーズから東証一部へ市場変更（2022年4月4日からはプライム市場に移行）
- 3月 3月31日の4店舗同時オープンにより、第1号店出店からわずか11年半で1,000店舗達成



▲浦和ワシントンホテル店



▲徳山病院店

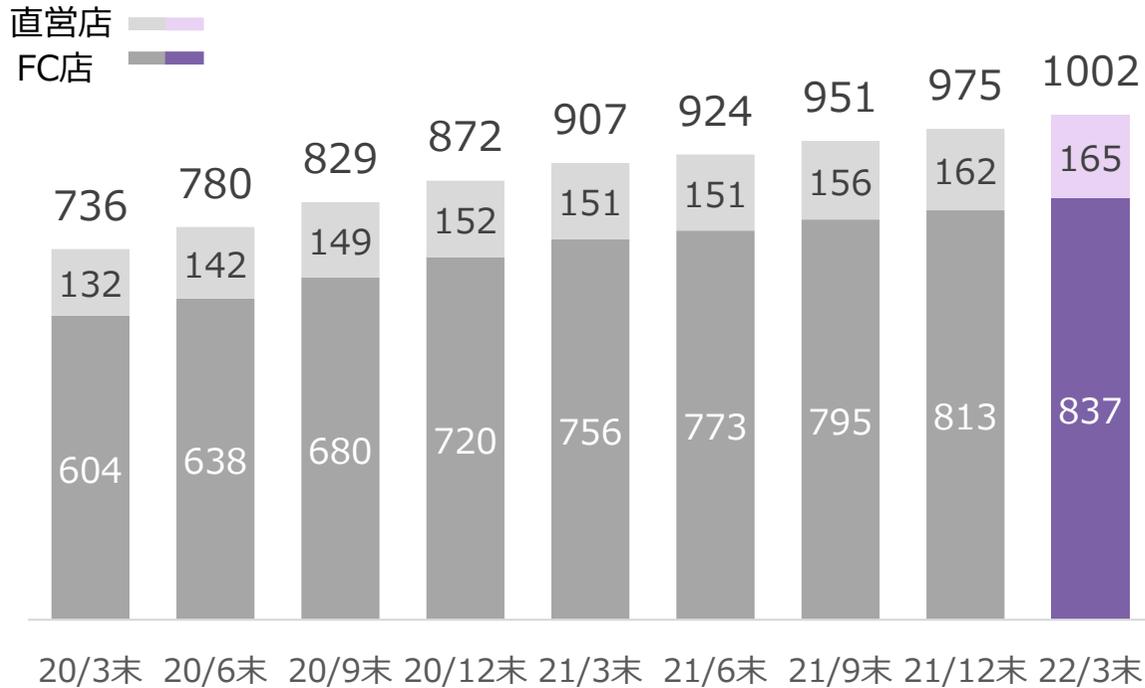


▲東証一部へ市場変更



▲1000店舗達成

Ⅲ 出店数・店舗数の推移（四半期末）



2022年3月期サマリー

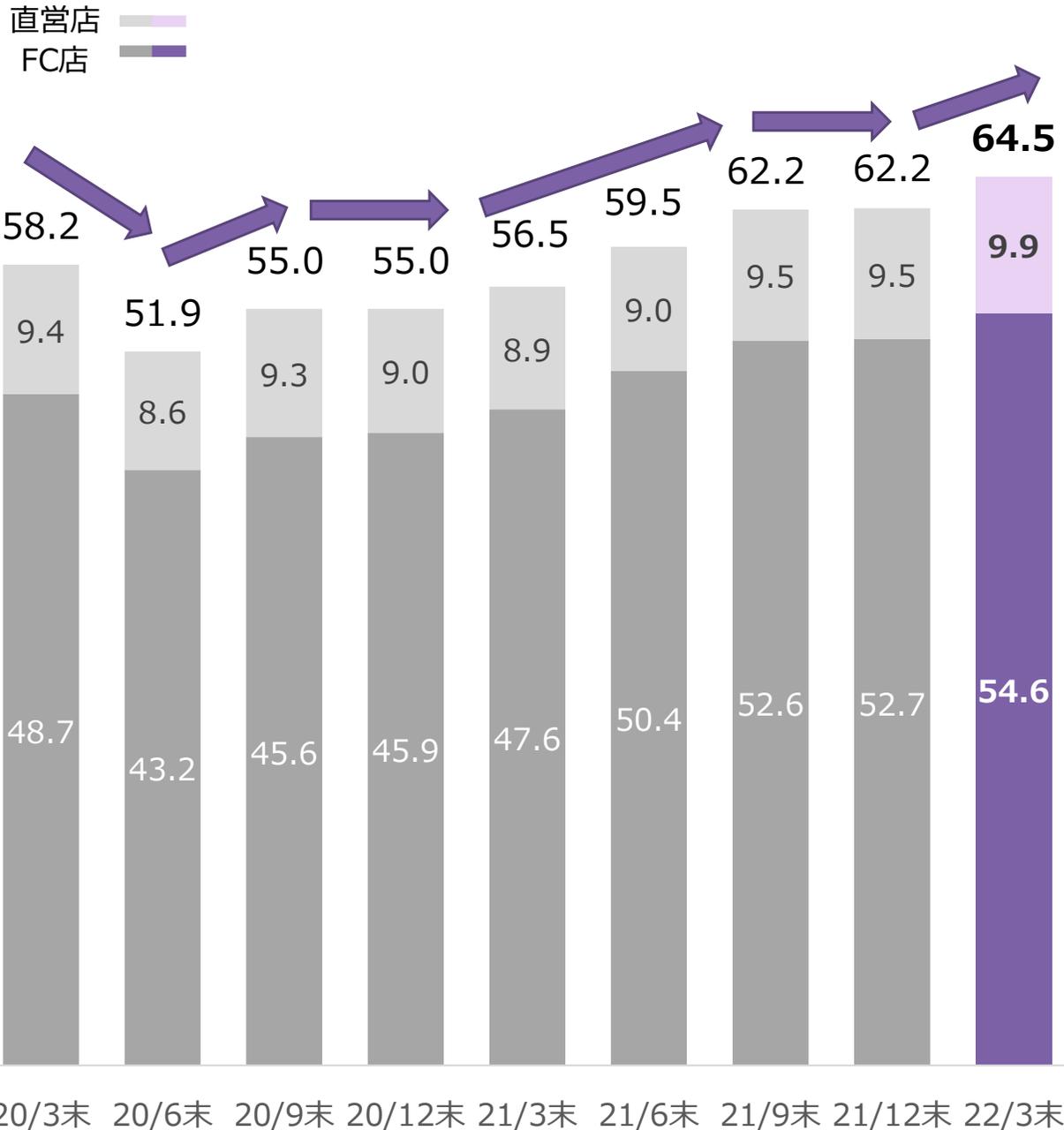
- 2022年3月期通期で100店舗を出店
 出店数 直営店 : 15店舗
 FC店 : 85店舗

 退店数 直営店 : 0店舗
 FC店 : 4店舗
- 新型コロナウイルス感染症の長期化に伴いFCオーナー様が出店に慎重な姿勢は継続
- 一方で新規FCオーナーの加盟は順調に進捗し、2022年3月期の新規FCオーナーの出店は14社17店舗
- 退店は、FC2社が一部不振店舗の退店を決定したことによるもの

出店数	2021年3月期				2022年3月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
直営店	10	6	3	1	1	5	6	3
FC店	34	44	40	39	17	22	21	25
合計	44	50	43	40	18	27	27	28
(退店数)	-1	0	0	-6	0	-3	-1	0

※各四半期末日に退店した店舗は当該四半期末の店舗数に含めております

Ⅲ 会員数の推移（四半期末）



2022年3月期サマリー

- 2022年3月末の総会員数は、64.5万人と過去最高を更新
- 2021年3月末から2022年3月末の1年間で8万人増加

	2022年3月末 会員数	前年同期 からの増減
直営店	9.9万人	+1.0万人
FC店	54.6万人	+7.0万人
合計	64.5万人	+8.0万人

- 退会率はコロナ前の水準と同水準で推移
- 休会率もコロナ前の水準に近づく形で推移

Ⅲ 決算のポイント（売上高・営業利益）

売上高

(単位：百万円)



サマリー

- 連結売上高は、過去最高の130億円（前年比+17.3%）
- 2021年3月期1Qの緊急事態宣言に伴う臨時休業による減収が2022年3月期は正常化したこと、及び店舗数の増加が寄与
- 特に店舗売上高の増収が大きく貢献（前年比+23.9%）

営業利益

(単位：百万円)



サマリー

- 連結営業利益も、前年から6億円以上増加の29億円と、過去最高益を達成（同+28.4%）
- 2021年3月期1Qの臨時休業の影響が正常化したこと、及び店舗数の増加が貢献
- 加えて、休会率の低下や運営コストの低減等による直営店の収益性改善が寄与

Ⅲ 2022年3月期業績（通期P/L）

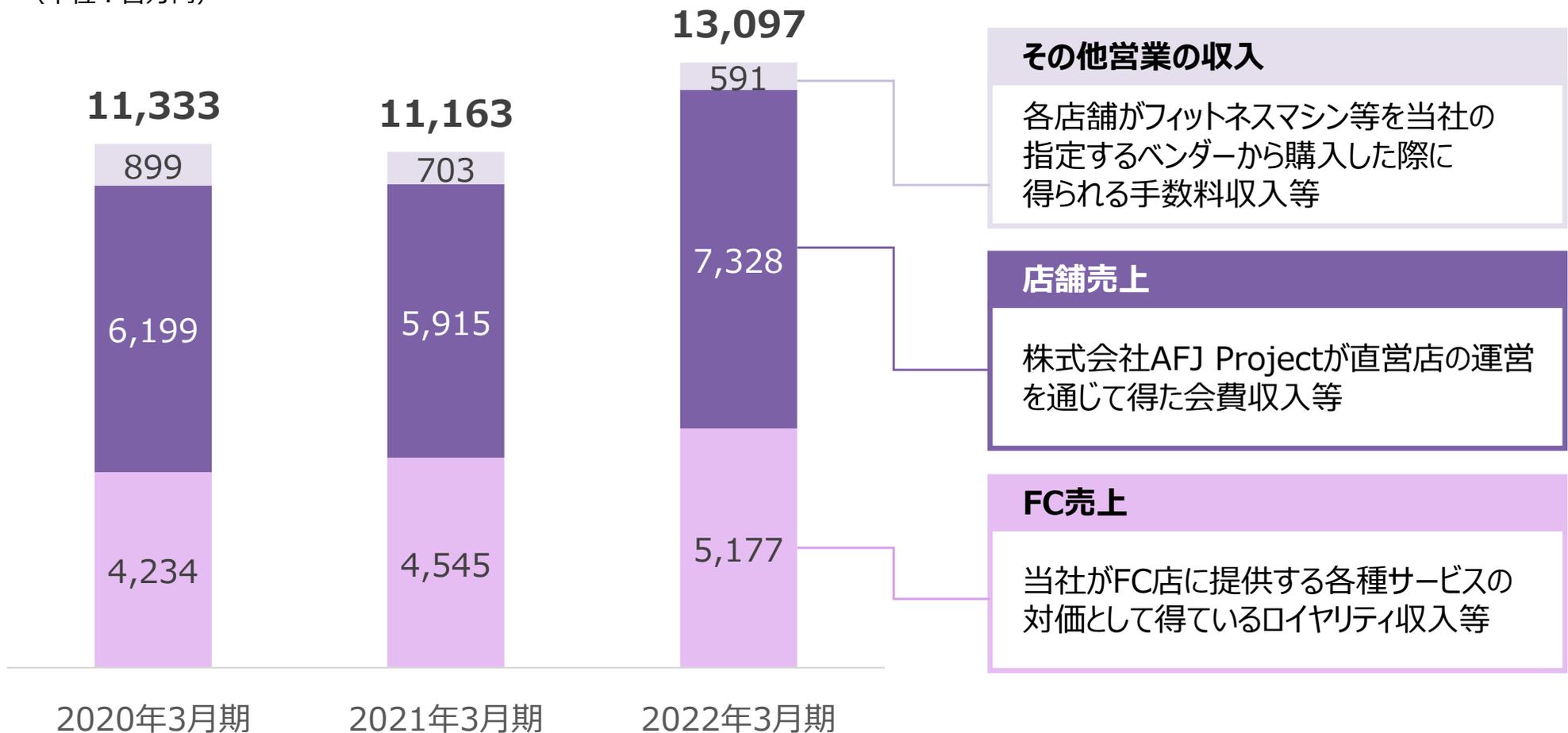
1,000店舗を達成し、過去最高の売上高、利益を達成

(単位：百万円)	2021年3月期	2022年3月期	前年同期差	前年同期比
売上高	11,163	13,097	+1,933	+17.3%
売上総利益	4,533	5,509	+976	+21.5%
販管費	2,239	2,564	+324	+14.5%
営業利益	2,293	2,945	+651	+28.4%
当期純利益	920	1702	+781	+84.9%
売上総利益率（%）	40.6%	42.1%	+1.5pt	—
営業利益率（%）	20.5%	22.5%	+2.0pt	—
当期純利益率（%）	8.2%	13.0%	+4.8pt	—

Ⅲ 売上区分別売上高推移

- FC売上は店舗数の増加に伴い前年比増収（+13.9%）
- 店舗売上も2021年3月期1Qの臨時休業による影響の正常化、及び店舗数・会員数の増加により前年比増収（+23.9%）

(単位：百万円)



Ⅲ 営業利益増減分析

(単位：百万円)



※1 2020年4月～5月の臨時休業に伴う直営店の会費収入の減少及びC店に対するロイヤリティ等の減免による影響（当社試算）がなくなったことによる増益要因となります。

※2 2020年4月～5月の臨時休業中に発生した直営店の固定費(人件費・減価償却費など)を新型コロナウイルス感染症による損失として特別損失に計上した影響がなくなったことによる減益要因となります。

Ⅲ 2022年3月期実績と期初予想との比較

- 売上高は、ほぼ予想値どおり
- 利益面は、売上原価及び販売費の削減によるコスト最適化と、特別損失額が下回り増益

(単位：百万円)

	期初 業績予想	2022年3月期 実績	期初 との差異	達成率
売上高	13,000	13,097	97	100.7%
営業利益	2,600	2,945	345	113.2%
経常利益	2,500	2,943	443	117.7%
当期純利益	1,100	1,702	602	154.7%

Ⅲ 2022年3月期第4四半期業績（単四半期P/L）

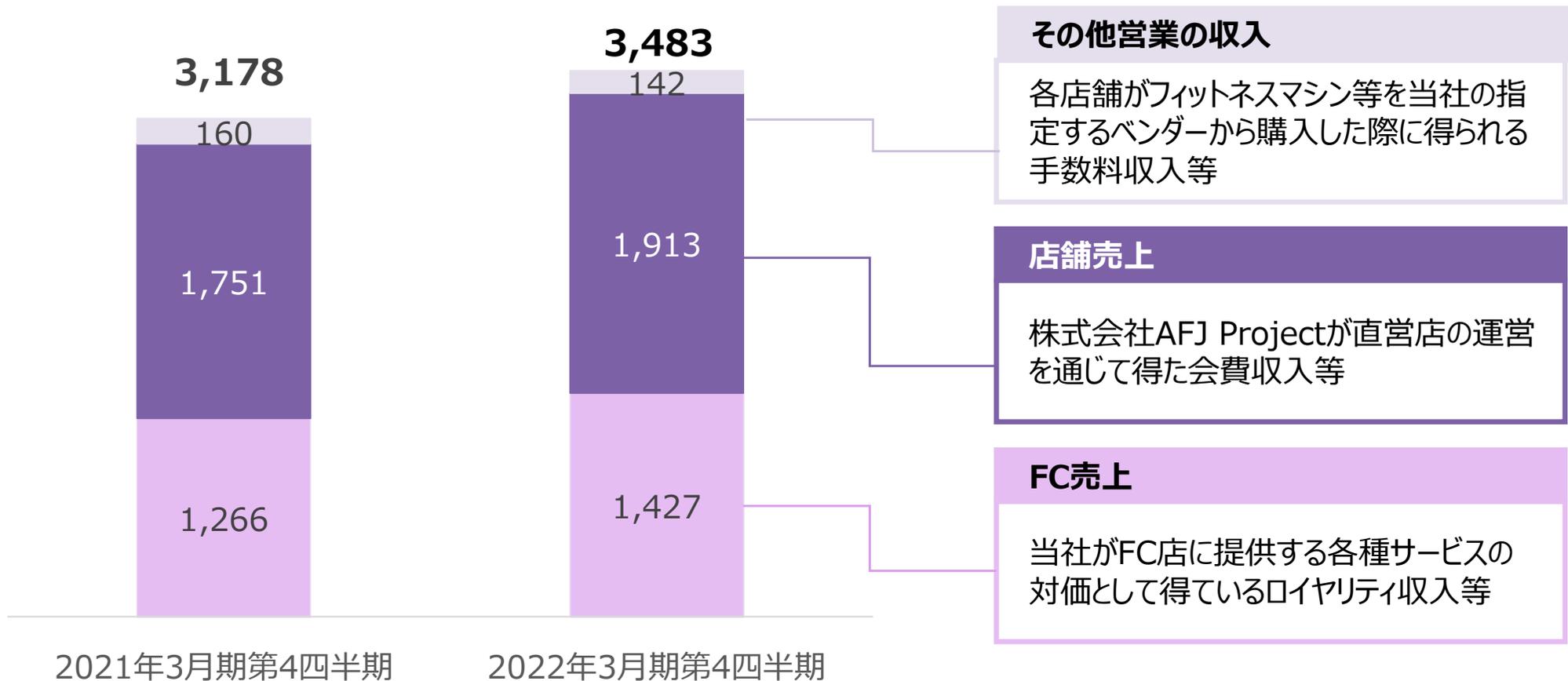
- 第4四半期の3か月間は、前年同期比増収となったものの、販管費の増加等により減益

(単位：百万円)	2021年3月期Q4	2022年3月期Q4	前年同期差	前年同期比
売上高	3,178	3,483	+304	+9.6%
売上総利益	1,316	1,355	+38	+2.9%
販管費	543	721	+177	+32.7%
営業利益	773	634	△139	△18.0%
当期純利益	301	207	△93	△31.1%
売上総利益率 (%)	41.4%	38.9%	△2.5pt	—
営業利益率 (%)	24.3%	18.2%	△6.1pt	—
当期純利益率 (%)	9.5%	6.0%	△3.5pt	—

Ⅲ 売上区分別売上高推移（第4単四半期）

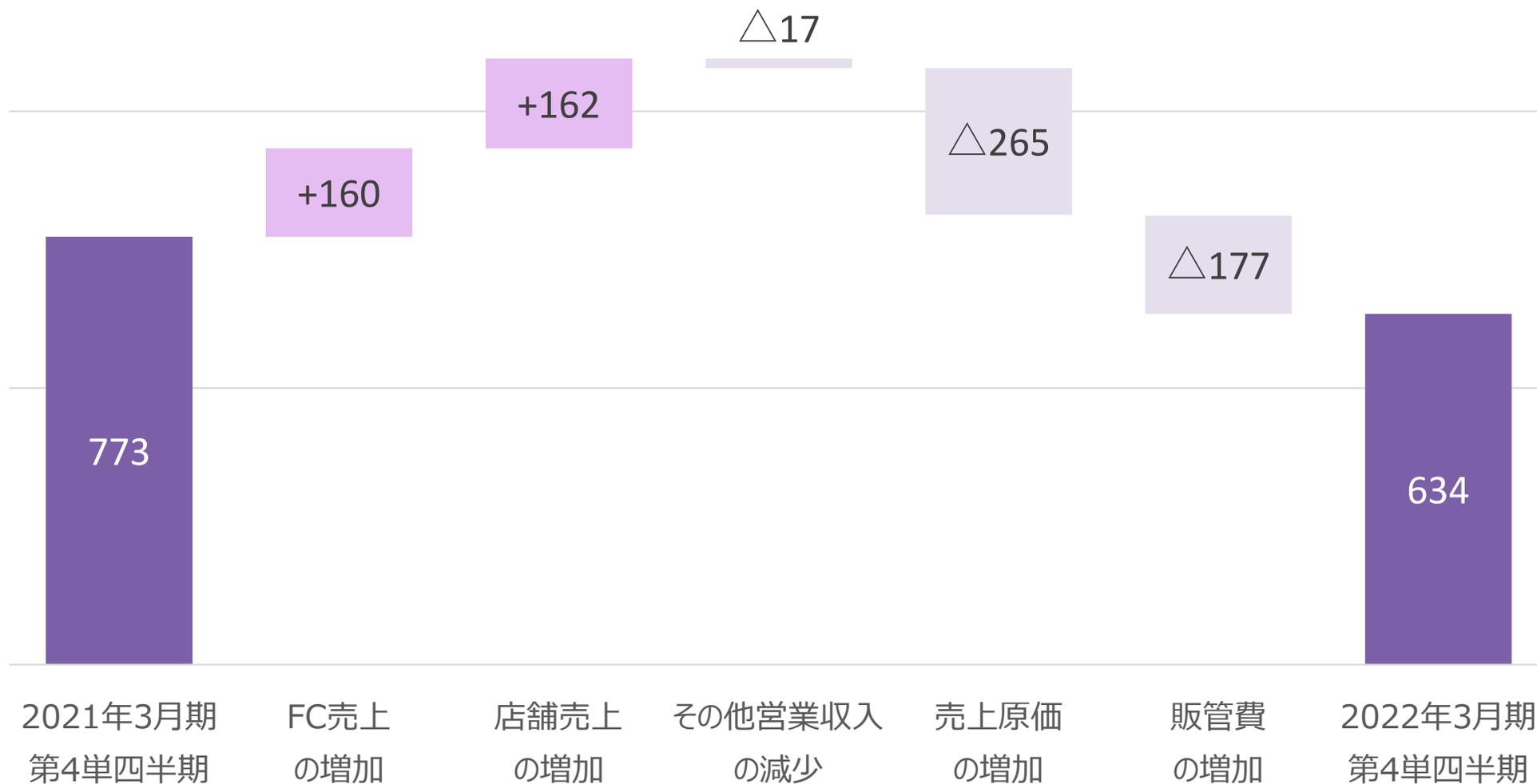
- FC売上は、店舗数の増加に伴うロイヤリティ収入の増加等により増収（前年同期比+12.7%）
- 店舗売上は店舗数の増加及び会員数の増加により増収（前年同期比+9.3%）

（単位：百万円）



Ⅲ 営業利益増減分析（第4単四半期）

(単位：百万円)



Ⅲ 2022年1月～3月出店店舗一覽

関東	北海道・東北	北海道	滝川
	茨城県		かすみがうら
			つくば松代
			館林
	埼玉県		久喜
			南与野
			中浦和
			大宮駅前
	東京都		吉祥寺
			篠崎
		小平	
		六本木	
神奈川県		橋本駅前	
	愛知県	名城公園	
中部	岐阜県	大垣バイパス	
	大阪府	天下茶屋	
関西	兵庫県	中山寺	
		神戸西	
中国・四国	山口県	宇部厚南	
		下関長府	
	広島県	高陽	
九州・沖縄		ひろしま西風新都	
	岡山県	岡山益野	
	大分県	大分下郡	
	福岡県	トリアーダ宗像	
	長崎県	長崎長与	
	宮崎県	宮崎古城	
	沖縄	牧志	

合計：28店舗



滝川店



神戸西店



岡山益野店



名城公園店

会員管理システムの変更のため、900を超える店舗において、会員データ移行のための手続きを開始。（2022年2月～）

- 従来使用していた日本独自の会員管理システムに変えて、海外のエニタイムフィットネスで広く使われているシステムへUpdate
- システムのUpdateにより、将来的に海外でも使用されているコーチングアプリ等の利用が可能になり、会員様の利便性向上も図れる
- システム変更に伴い、決済事業者も変更されるため、2023年3月期以降、決済代行手数料等のコスト負担は増加する見込み

＜会員様への告知例＞



会員情報更新手続きのお願い

お早めに更新手続きをお済ませください。

手続きが早いほど、プレゼントのチャンス倍増!!

更新期間：2月15日～（スタッフアワー内）

更新場所：ご自分の所属店舗

更新対象：全エニタイム会員様

CO2ゼロの実質自然エネルギー「ハチドリ電力」採用の開始

- エニタイムフィットネス福津店(株式会社SDGインパクト運営)は店舗への電力供給に株式会社ボーダレス・ジャパンの提供する「ハチドリ電力」を採用
- 実質自然エネルギー100%で、火力発電により排出されていたCO2を削減し、地球温暖化の防止に貢献
- エニタイムフィットネスでは、今後も店舗で使用する電力の再生エネルギー化等の環境負荷低減策等を促進させ、クリーンでグリーンなジムの運営を目指す



Ⅲ 2023年3月期業績予想（損益計算書）

- 不安定な経済の中でも増収及び営業利益増益を見込むものの、当期純利益に関しては、店舗リニューアルに伴う除却等の増加を見込み、減益の見通し

(単位：百万円)	2022年3月期 実績	2023年3月期 業績予想	前年比
売上高	13,097	14,000	+6.9%
営業利益	2,945	3,000	+1.8%
経常利益	2,943	2,950	+0.2%
当期純利益	1,702	1,500	△11.9%

Ⅲ 2023年3月期 出店数・店舗数

- 前年度実績の100店舗からは積み増しし、130店舗の出店を見込む
- 直営店出店数は、2022年2月公表のFC店舗の譲受案件の進捗により調整

(単位：店)		2022年3月期 実績	2023年3月期 見通し	前年差
出店数	出店合計	100	130	+30
	FC店	85	120~125	+35~40
	直営店	15	5~10	△5~10
店舗数	店舗数合計	1,002	1,132	+130
	FC店	837	957~962	+120~125
	直営店	165	170~175	+5~10

IV-①. 中期経営計画（成長戦略）

Fast Fitness Japan



1 新規出店による事業規模の更なる拡大

- 年間100店舗以上の出店規模をめざし、コロナ前の成長軌道を回復

2 既存店舗の会員数回復

- アフターコロナのライフスタイルも見据えながら、コロナ前の会員数水準回復をめざす

3 店舗における新たな収益源創出

- 新サービス開発により、店舗単価向上と共にF Cの出店意欲回復を図る

年間100店舗以上の新規出店により店舗数拡大



既存FC・直営店中心のドミナント出店、新規FC中心の未出店エリア進出を戦略的に使い分けて店舗網を拡大する



既存FCの出店増加

- ✓ 飲食店跡地などの好立地物件を中心としたドミナント出店が基本
- ✓ 店舗売上底上げの取組（後述）にも取組み、FCオーナーの出店意欲回復を図る

直営店の出店継続

- ✓ ドミナント出店エリアには利益成長のドライバーとなる直営店も積極出店

新規FCの開拓

- ✓ 未出店エリアには当該エリアに強みを持つ新規FCオーナー様を迎え入れ

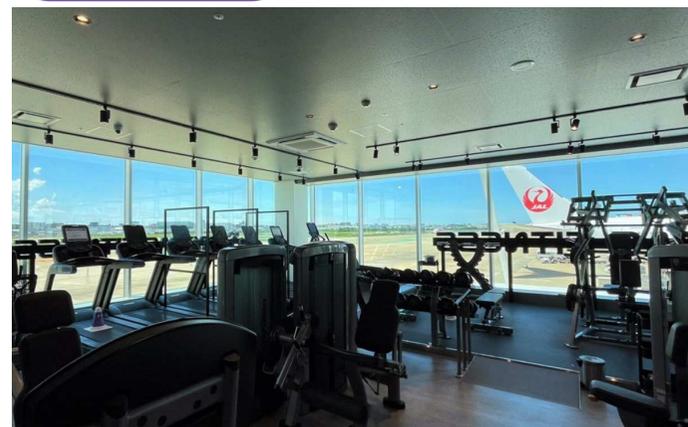
異業種施設とのコラボレーションなど出店候補地の多様化に取り組む

商業施設
(空中階含む)



イオンタウン川西店(2階)

空港



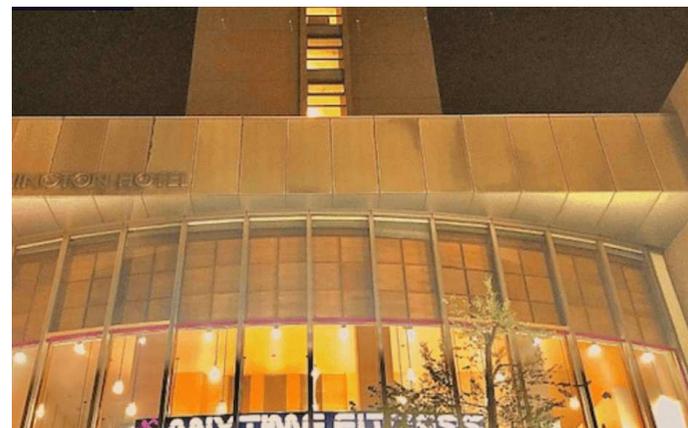
福岡空港店

病院



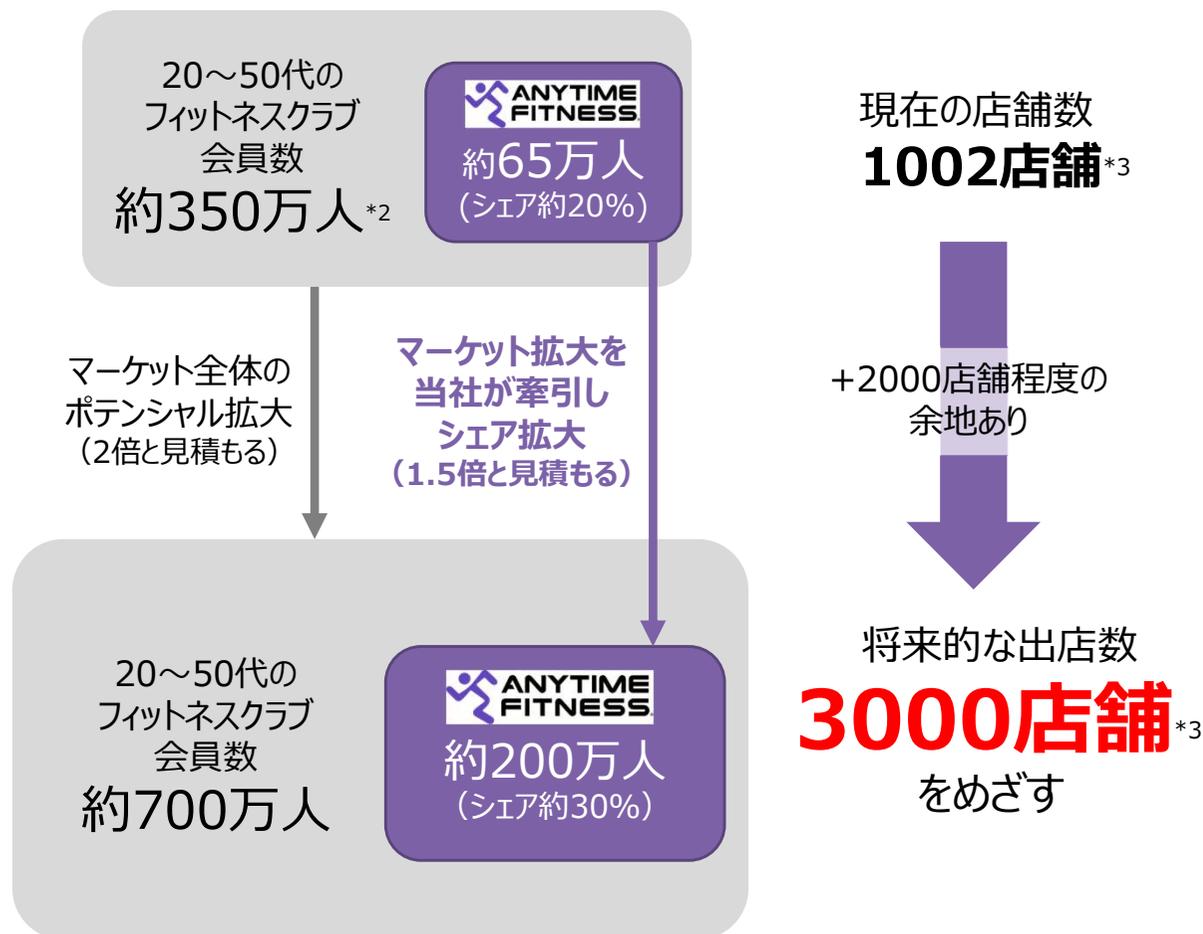
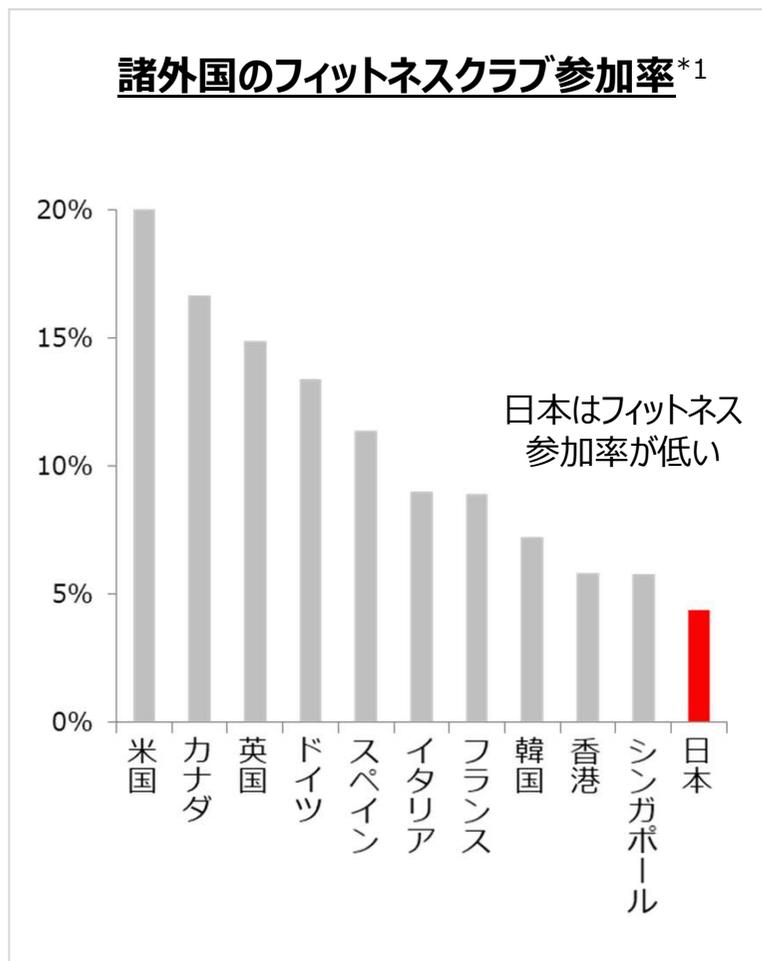
徳山病院店

ホテル



浦和ワシントンホテル店

日本のフィットネスクラブ参加率は低く 当社がマーケットを拡大をけん引すると共に、シェア拡大をめざす



(注) 1.国際ヘルス・ラケット・スポーツクラブ協会調べ(2018)、フィットネスクラブ参加率=フィットネスクラブ会員数/人口
2.独立法人中小企業基盤整備機構「市場調査データ：フィットネスクラブ」データのフィットネスクラブを「よく利用している」と回答した割合と、世代別人口データ(総務省)を用いて算定
3.1店舗当たりの会員数を既存店舗実績から見積もり算定

ANYTIME FITNESS ファンを増やす販促施策

(直近の取組事例)



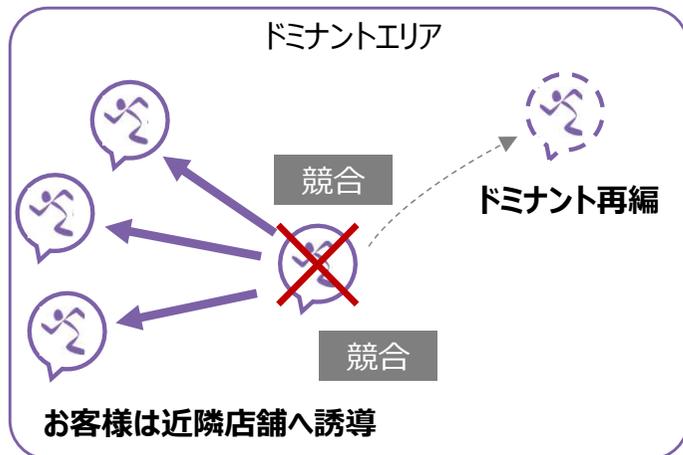
紹介キャンペーンで新規会員の獲得を狙ったプロモーション

- ✓ 店舗数拡大により全国規模の大々的なプロモーション活動が費用対効果高く実施可能に

店舗網のスクラップ&ビルド・リニューアル

市場環境が悪い店舗は閉鎖・移転も検討

デザインリニューアルによる
入会促進・退会抑制



- ✓ 店舗環境を総合的に勘案し閉鎖・移転による店舗網再編を検討
- ✓ 閉店時は近隣店舗を活用し会員様にご迷惑をかけない形で実施 (ドミナント出店の強み)
- ✓ 会員様の満足度向上のため随時店舗のリニューアルも実施

サービス業の精神で店舗運営、価格ではなく価値を訴求する

他の24時間フィットネス

装置産業の思想

⇒ ハードを揃え、できるだけコストを削減

店舗によって品質のバラつきあり

トレーニングマシン

価格訴求

エニタイムフィットネス

サービス業の思想

⇒ 良質なハードに加えソフトも充実

最上級のマシンを全店で導入し、定期的に更新

適度な距離感の接客

独自開発の入館管理システムを採用

トレーニングマシン

店舗スタッフ

セキュリティ

価値訴求



サービスの質の向上に向けた取り組み

- 大手航空会社・百貨店による接客研修
- 全店舗においてWeb上のオペレーションマニュアル、オンライン研修を活用

オリコン顧客満足度ランキングにおいて
24時間ジム関東のランキングで2年連続で1位

Fast Fitness Japanが保有するアセット（資産）を活用した 新たなサービスを開発し、店舗売り上げの底上げを図る

活用可能アセット

オンラインと親和性の高い顧客層

- ✓ FC含め会員数64.5万人
- ✓ 若年男性8割・女性2割
- ✓ 単独利用（おひとり様）がメイン

1,000店舗を超える店舗網

- ✓ 全国47都道府県をカバー
- ✓ 全店舗相互利用可能

150を超えるFCオーナー

- ✓ 多彩な業種のFCオーナーとお取引

サービス開発方針

Fast Fitness Japan×オンラインサービス

オンライン物販

- ・家庭用トレーニング機器
- ・プロテイン・サプリメント
- ・食品（低脂質等）

コンテンツサービス

- ・トレーニングメニュー
- ・レッスン
- ・食改善（レシピ・相談会）

×

Fast Fitness Japan×リアルサービス

自社運営

- ・健康グッズや食品等の自動販売機
- ・小型テレワークスペース

他社提携（テナント出店）

- ・無人コンビニ
- ・無人販売所（ex食品）
- ・温浴施設（サウナ）

+

Anytime fitnessの特徴

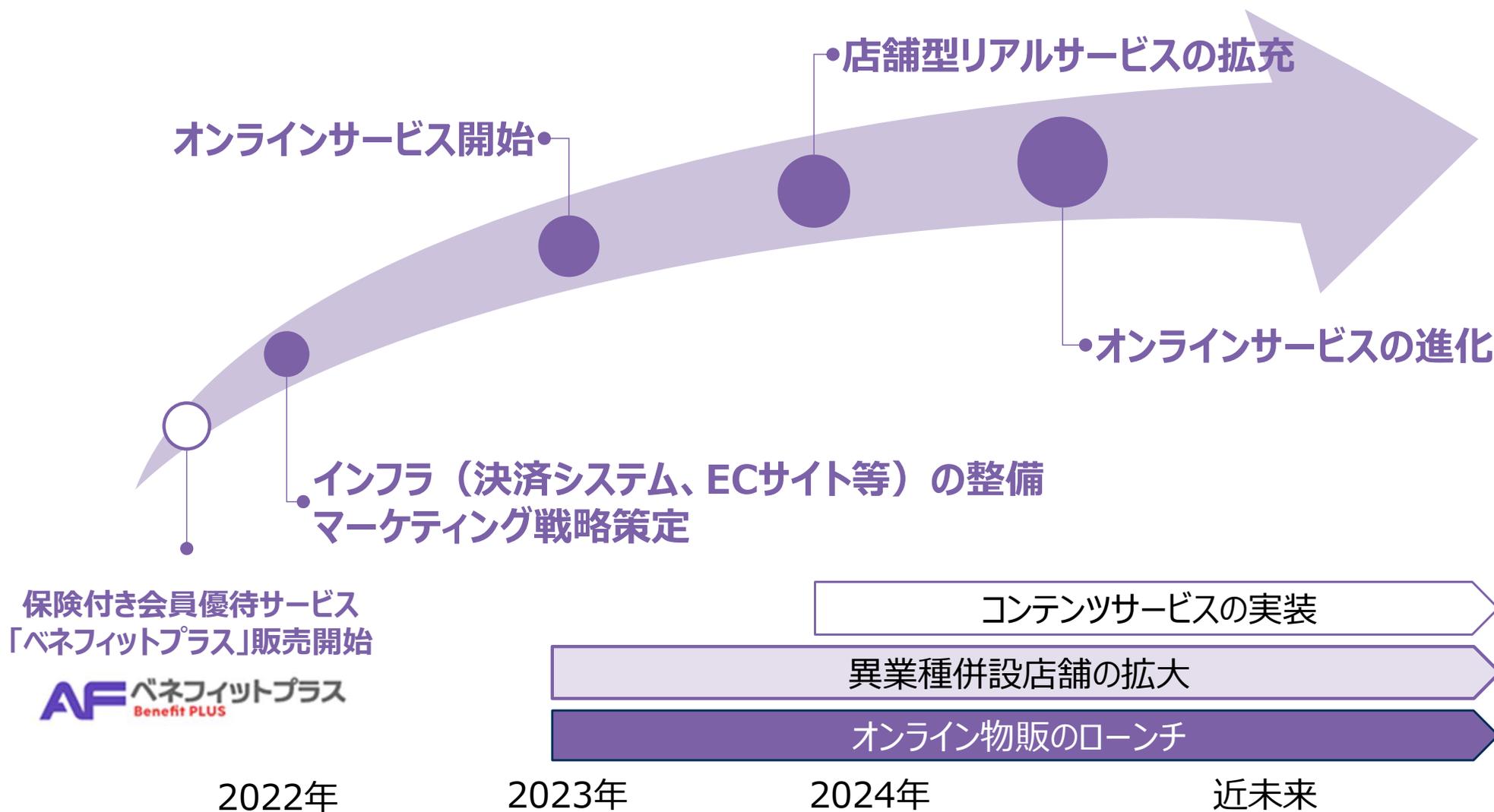
本格的な健康づくりを支えるフィットネス

- ✓ 本格的・高性能のトレーニングマシン

24時間年中無休の省人型ビジネスモデル

- ✓ ライフタイムに合わせいつでも利用可能
- ✓ 安心のセキュリティシステム

22年度よりビジネスのインフラ整備・マーケティング戦略の策定に着手し、
段階的に事業を進化させる

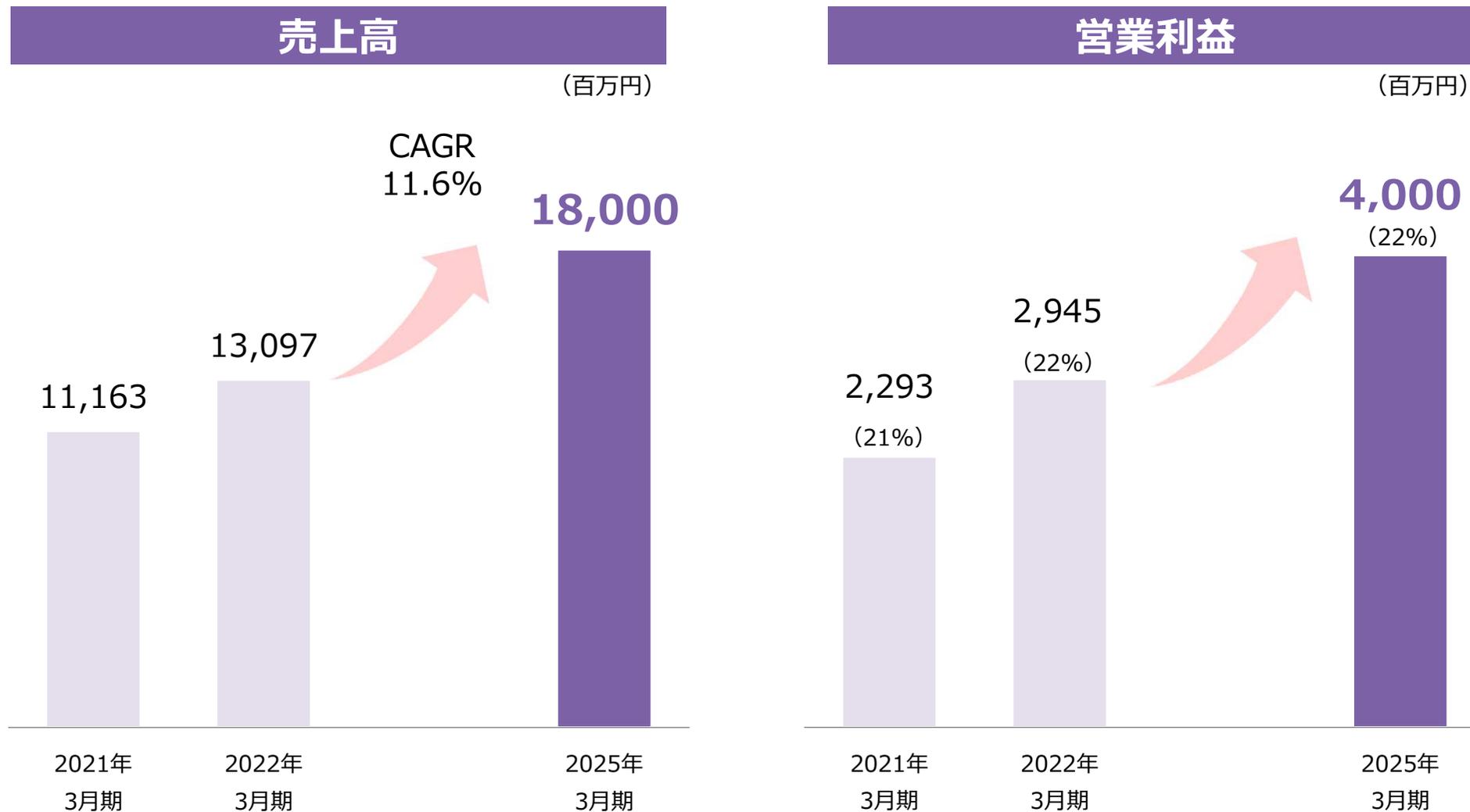


IV-②. 中期経営計画（計数計画）

Fast Fitness Japan



新規出店・会員数回復・店舗売上拡大の3つを軸に 売上・利益を成長させる



※ () 内の数値は営業利益率

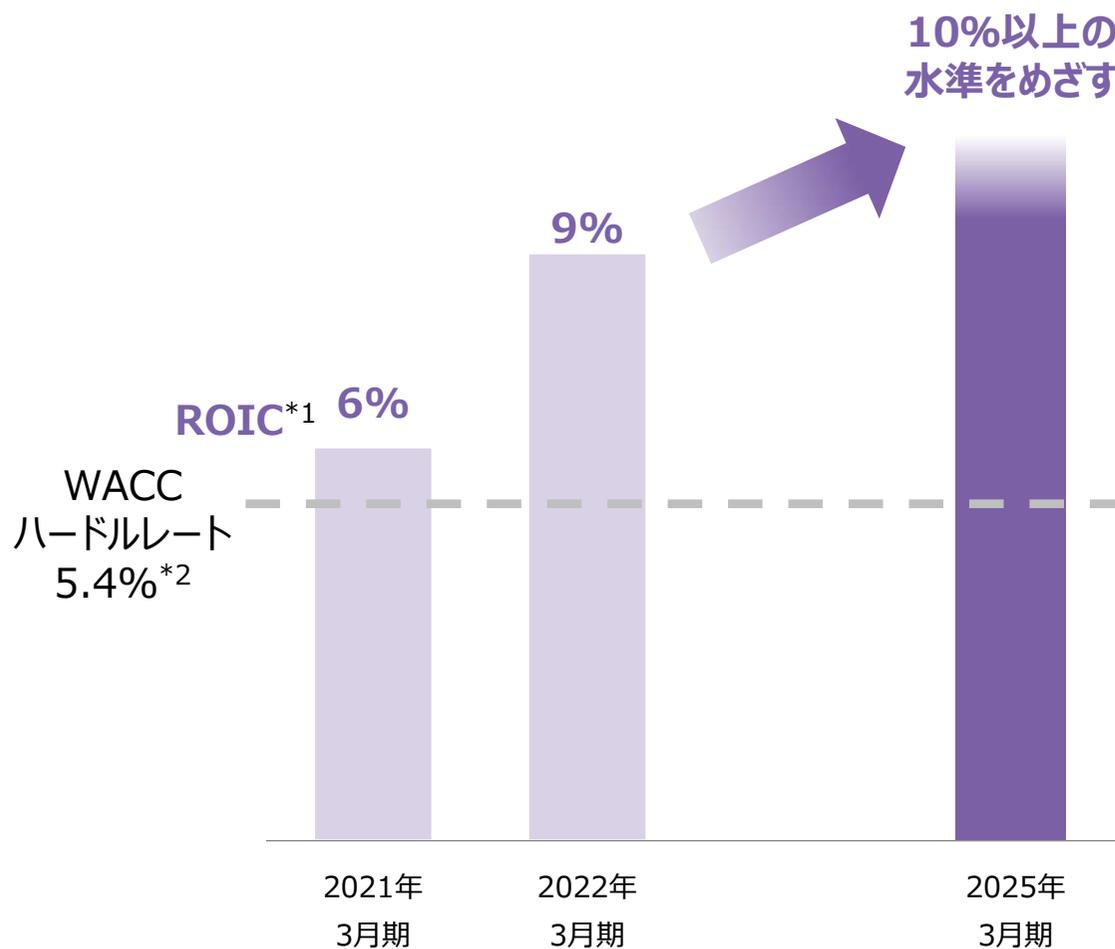
IV 2025年3月期業績予想（損益計算書）

売上高・各利益項目とも大幅な成長を目指す

(単位：百万円)

	2022年 3月期 実績	2025年 3月期 業績予想	伸長率
売上高	13,097	18,000	+ 37.4%
営業利益	2,945	4,000	+ 35.8%
営業利益率	22%	22%	—
経常利益	2,943	4,000	+ 35.9%
当期純利益	1,702	2,000	+ 17.5%

大幅な資産拡大を伴わずに利益が拡大するビジネスモデルのため 資本効率のよい事業運営が可能



利益の観点

- ✓ 新規出店・会員数回復・店舗売上拡大の3つを軸として売上・利益の成長をドライブ

資本・負債の観点

- ✓ FCビジネス・ストックビジネスの性質上大幅な資産増加を伴わずに利益が拡大するため、結果資本効率も改善

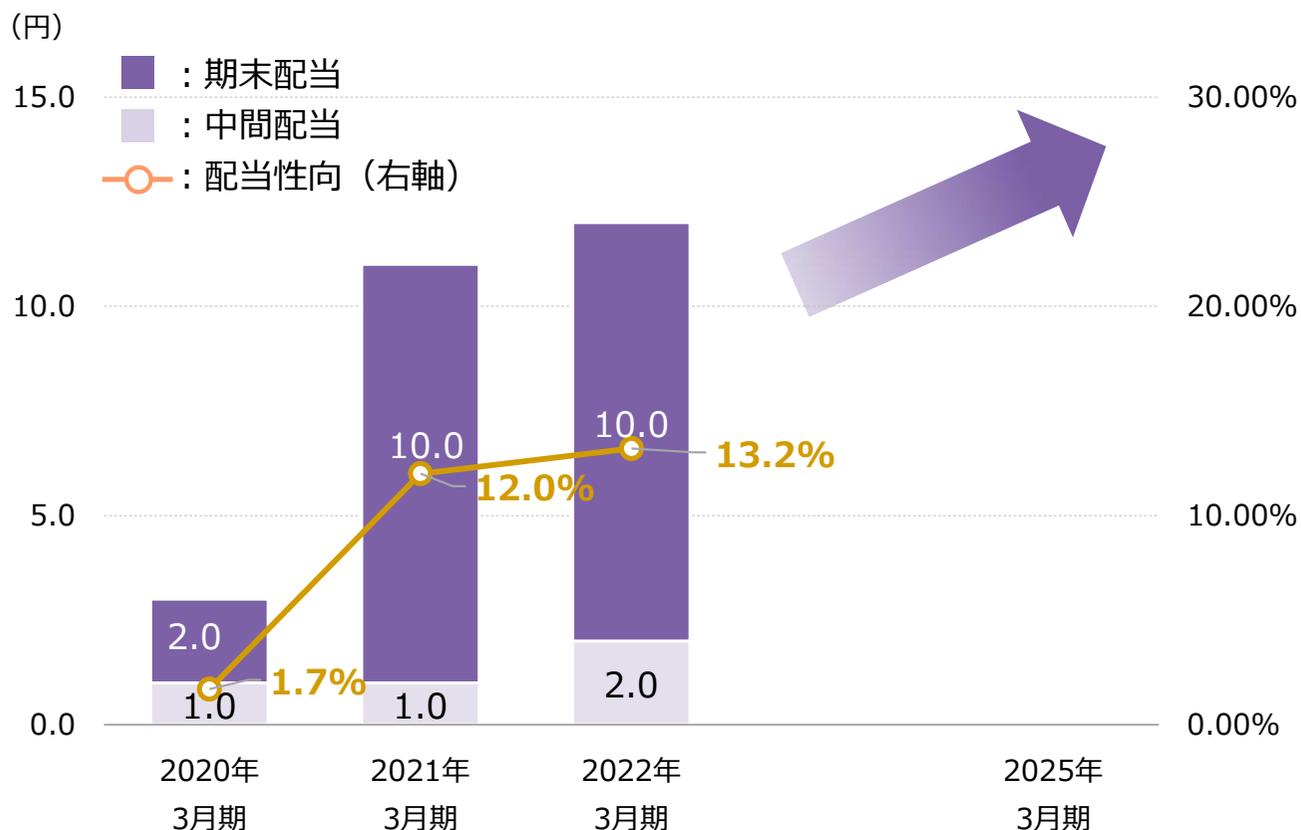
(注) 1.ROIC = 税引き後純利益 / (株主資本 + 有利子負債)
2.WACC : 加重平均資本コスト、当社算定

V. 株主還元方針及びESGの取り組み

Fast Fitness Japan



旺盛なフィットネス需要を当社の成長につなげるための
直営店の出店を中心とした成長投資を実施する一方で
利益の伸長による増配、および株主還元の充実もめざす



株式分割のお知らせ

【概要】

- ✓ 2021年4月1日(木)付で、普通株式1株につき、1.3株の割合をもって分割いたしました。
- ✓ 2021年10月1日(金)付で、普通株式1株につき1.2株の割合をもって分割いたしました

【目的】

当社株式の投資単位当たりの金額を引き下げることにより、株式の流動性の向上と投資家層の拡大を図ること。

※ 2021年4月1日付で普通株式1株につき1.3株、2021年10月1日付けで普通株式1株につき1.2株の割合で株式分割を行っております。上記は当該株式分割に伴う影響を加味し、遡及修正を行った場合の1株当たり指標の推移を記載しております。

我々の企業理念である『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く



日本の健康を創る先進企業へ

フィットネス参加
機会の拡大

運動機会の
バリアフリー化

安全・安心・健全
な職場づくり

ヘルシアプレイスをすべての人々へ！



地域の健康・安全を担うインフラへ

クリーン&グリーン
なジム運営

地域に開かれた
ジム作り

もしものときの
エイドステーション



ヘルシアプレイスの礎

適切な情報開示と迅速で透明性の高い意思決定を実現するガバナンス体制

『日本の健康を創る先進企業』を目指し、会員以外の方々やハンディキャップを持つ方へのフィットネス機会の提供を様々なシチュエーションで実施している



～高校生・シニア等現在会員でない方、出店が困難な地域へのフィットネス機会の提供～



～ハンディキャップを持った方への健康づくりの輪を広げる～



知的障がいを持つ方と一緒にトレーニングを行う取組「ユニファイドトレーニング」

『**地域の健康・安全を担うインフラ**』を目指し、店舗のバリアフリー化を推進すると同時に災害発生時に物資提供などの支援を担う店舗づくりを目指す。



～設備・サービスの充実による安全・安心の追求～



各店舗にAEDを設置

～災害発生時に物資の提供などの支援を担うことで地域に必要な店舗になる～



VI. 参考資料

Fast Fitness Japan



VI 2022年3月期業績 (B/S)

(単位：百万円)	2021年3月期	2022年3月期	前年同期差	前年同期比
流動資産	11,327	11,272	△55	△0.5%
有形固定資産	6,614	7,028	+414	+6.3%
無形固定資産	233	173	△60	△25.8%
固定資産	9,765	10,157	+392	+4.0%
資産合計	21,093	21,429	+336	+1.6%
流動負債	4,853	5,677	+824	+17.0%
固定負債	8,111	6,089	△2,022	△24.9%
負債合計	12,964	11,766	△1,198	△9.2%
純資産合計	8,128	9,662	+1,534	+18.9%
負債純資産合計	21,093	21,429	+336	+1.6%

VI 2022年3月期業績 (C/F)

(単位：百万円)

	2021年3月期	2022年3月期	前年増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,949	3,346	+ 1,397
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,167	△ 1,467	+ 700
財務活動によるキャッシュ・フロー	4,842	△ 1,755	△6,597
現金及び現金同等物の増減額	+ 4,624	+ 123	△4,501
現金及び現金同等物期末残高	9,333	9,457	+ 124

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。



Fast Fitness Japan