

人生を、愛そう。

株式会社LOIVE 26年3月期 2Q 決算説明資料

2025年11月14日

自分を愛し、輝く女性を創る。

心も体も自分を愛せる場所。

私達が創るウェルネスプレイスを通して女性たちにwell-beingな社会を創る。

その中で育つ子供たちは愛に満ち、自己肯定感を育み、成長し、日本の未来を大きく変えていく。

事業内容及びブランド紹介



「グループレッスン×ブティック型スタジオ」をマルチブランドで全国に180店舗展開。

loIve (ホットヨガ ロイブ)



温度38℃・湿度65%の環境で全身から“滝汗”。ダイエットや肌質改善など内外美容効果に期待できるホットヨガエクササイズ。

店舗数

64 店舗

pilates K (ピラティスK)



大人女性を中心に人気のマシンピラティス専門グループレッスンスタジオ。音楽に合わせて楽しくボディメイク。

店舗数

109 店舗

Surf Fit (サーフフィット)



都会でサーフ気分を楽しめる、体幹を鍛えるサーフエクササイズ専門スタジオ。

店舗数

2 店舗

REDY'S GYM (レディーズジム)



暗闇と音楽で没入する、筋トレマシンを使用したグループレッスンスタジオ。

店舗数

2 店舗

その他 (シニア事業)

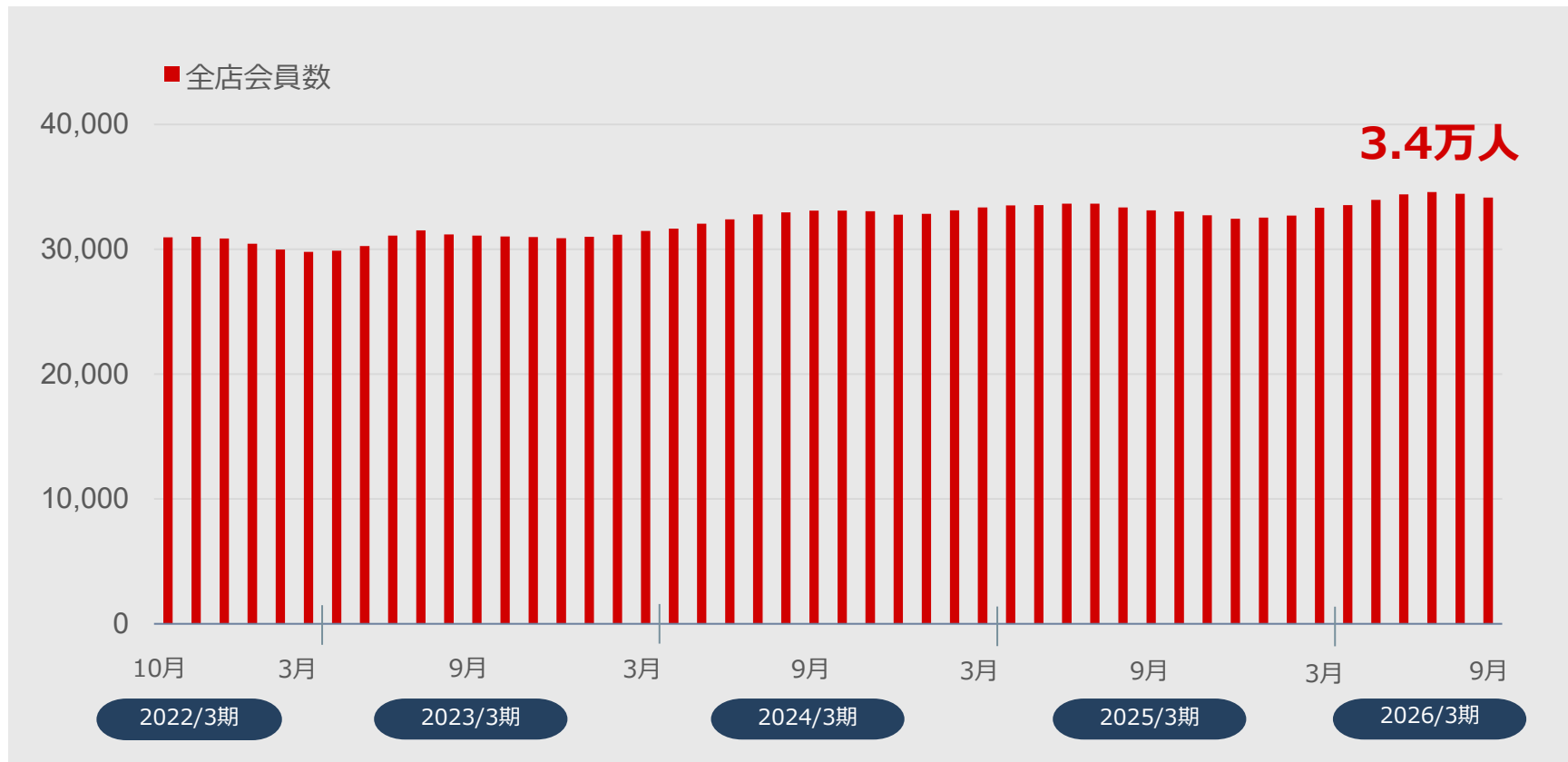


F3層*向けサービス。20分で姿勢改善や柔軟性を目指すストレッチスタジオ。

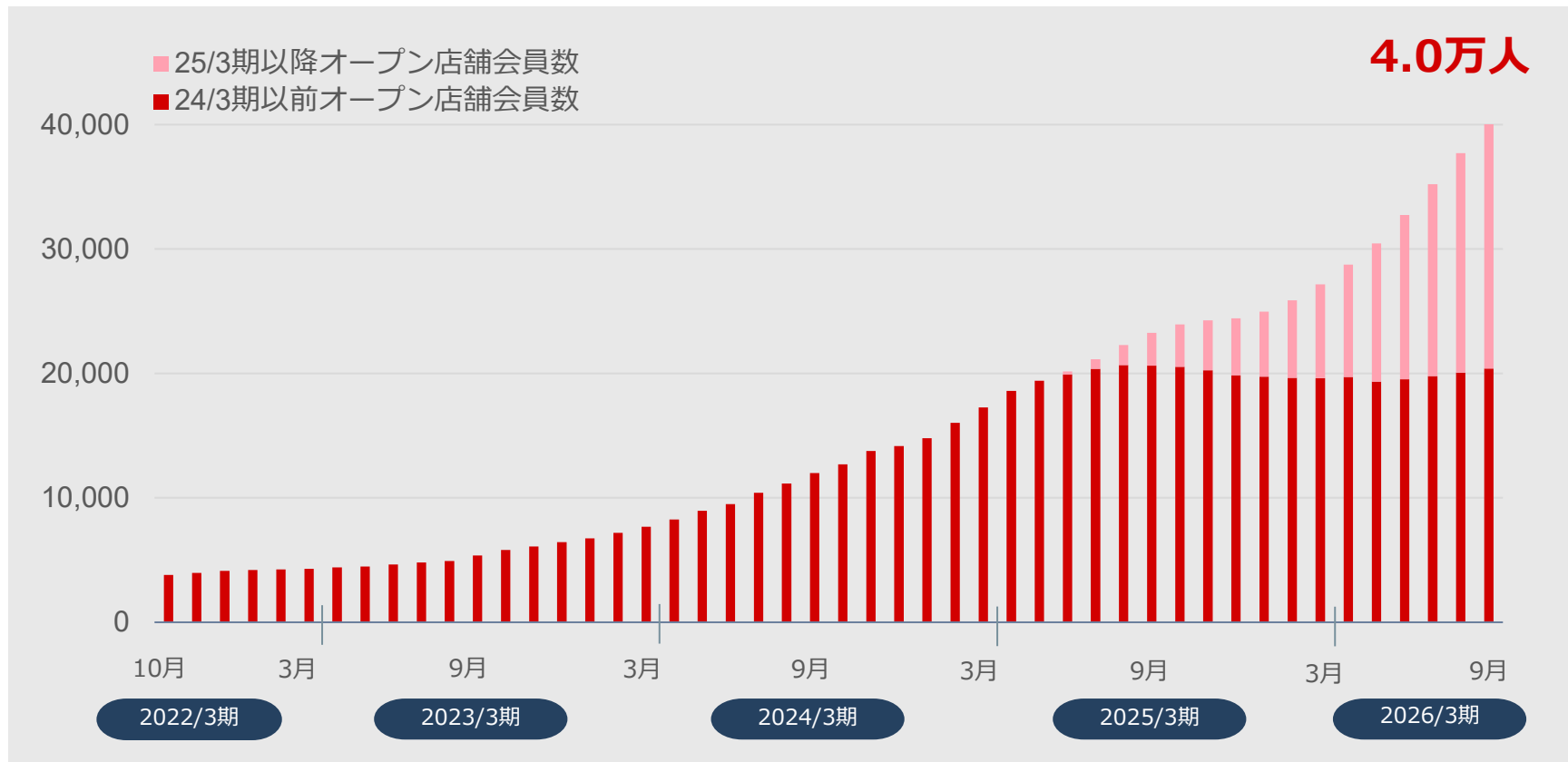
店舗数

3 店舗

(注)店舗数は2025年9月末時点。 * F3層とは、マーケティングによるターゲット区分の略語であり、50歳以上の女性を指します。



参考：ピラティスK会員数推移



01

1人のインストラクターが大人数に指導し
一体感あるグループトレーニングを提供



02

200時間のトレーニングを受けた
インストラクターが直接指導



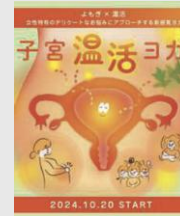
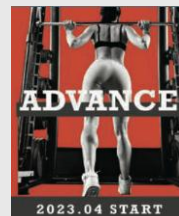
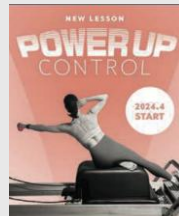
03

「体験価値」を重視した
ファッショナブルなブランド設計



04

顧客・ニーズ・最新のトレンドに
多面的に対応した**豊富なプログラム数**



- 1. 2026年3月期 上期業績及び取り組みについて**
- 2. 2026年3月期 下期以降の取り組みについて**

売上高	営業利益	純利益	出店数
52.5 億円 (前上期比：+32.5%)	0.4 億円 (前上期比：△91.6%)	- 0.1 億円 (前上期比：-)	30 店舗 (前上期比：+8 店舗)

業績概要

新規出店加速の継続により**売上高は前上期比+32.5%と大きく成長**。大量出店コストで営業利益は前上期比では減少したが業績予想比では+44百万円と**想定通りの進捗**となる。

新規出店の加速

ピラティスKは**29店舗**を新規出店し上期末で**109店舗**へ。全社店舗数も**180店舗**へと拡大し、成長戦略の中心となる新規出店加速は順調に進捗。

LTV向上*

物販比率は定期購入中心に伸長し**7.5%**（前上期比+0.9%）を達成。新レッスン導入などでNPSも向上し、継続率は**95.8%**と高い水準を維持。

カルチャー強化

25年5月に**公休10日制**の導入や**給与ベースアップ**などを行い待遇をアップデート。出店加速に向けた人財採用も順調に進捗（上期入社は新卒**144名**、中途**177名**）。

* LTV（Life Time Value）：当社のサービス利用開始から終了までの期間における会員1人当たり収益

26年3月期 上期 業績報告



売上高は前上期比**+32.5%と大きく成長**。業績予想に対しては売上高が-7百万円、営業利益は+44百万円と**概ね想定通りの進捗**。

(単位：百万円)

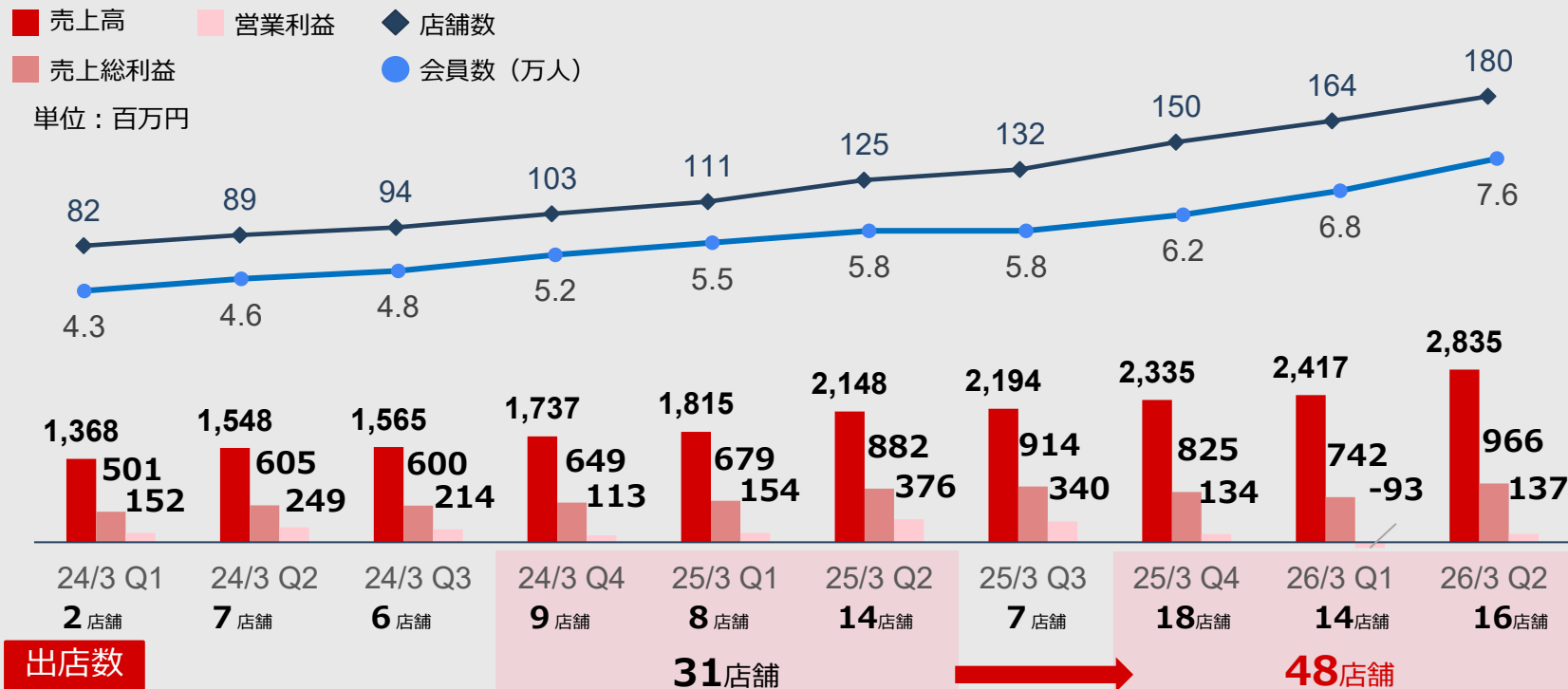
	25/3期 上期 実績		26/3期 上期 実績				26/3期 上期 業績予想		
	金額	売上構成比	金額	売上構成比	増減額	前期比	金額	売上構成比	進捗率
売上高	3,963		5,252		+ 1,289	+32.5%	5,259	-	+99.9%
売上総利益	1,561	39.4%	1,708	32.5%	+ 147	+9.4%	-	-	-
販管費	1,030	26.0%	1,663	31.7%	+ 632	+61.4%	-	-	-
営業利益	530	13.4%	44	0.8%	▲485	-	0	0.0%	-
経常利益	496	12.5%	▲12	▲0.2%	▲509	-	▲28	-	-
当期純利益	363	9.2%	▲17	▲0.3%	▲380	-	▲28	-	-
1株当たり純利益	29.45円		▲1.37円	-	▲28.08円	-	▲2.28円	-	-

(単位：百万円)

	25/3期 上期 実績		26/3期 上期 実績		前年増減	
	金額	売上構成比	金額	売上構成比	金額	前期比
売上高合計	3,963		5,252		+ 1,289	+32.5%
会費	3,687	93.0%	4,853	92.4%	+ 1,165	+31.6%
商品	260	6.6%	395	7.5%	+ 134	+51.8%
その他	15	0.4%	4	0.1%	▲11	▲72.7%
▶ ブランド別						
ロイブ	2,152	54.3%	2,222	42.3%	+ 70	+3.3%
ピラティスK	1,683	42.5%	2,884	54.9%	+ 1,200	+71.3%
その他	127	3.2%	146	2.8%	+ 18	+14.7%

参考：四半期ごとの業績推移

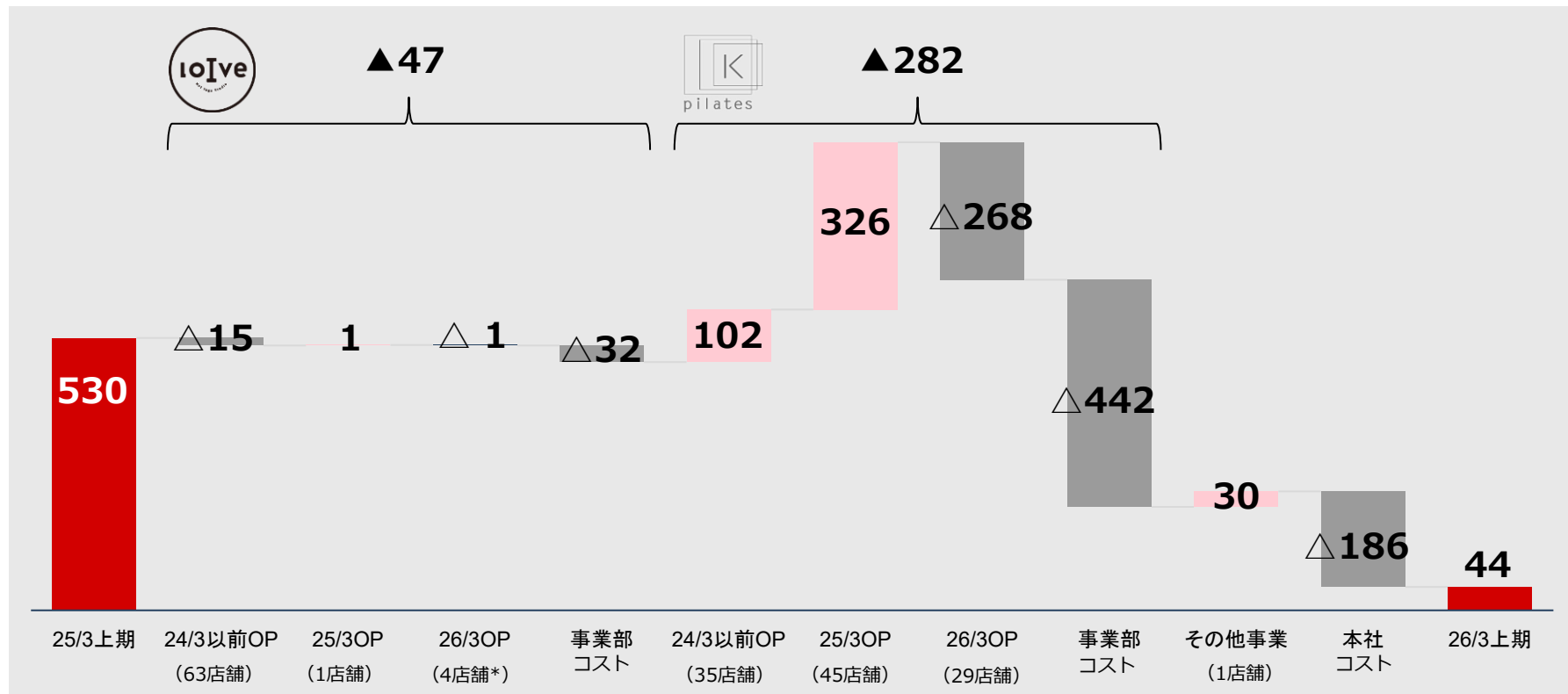
店舗数の増加に合わせて会員数及び売上高は四半期ごとに過去最高を更新。
営業利益は新規出店数に応じて増減するものの、Q2は前期4Qを上回る着地となる。



25/3期上期 → 26/3期上期 営業利益WF分析

営業利益は25/3期オープン店舗の収益貢献などにより、上期に新店30店舗をオープンしながらもプラスで着地（業績予想に対して概ね想定通りの進捗）。

単位：百万円



* 2025年10月新規オープン店舗を含む

(単位：百万円)

	25/3上期	比率	26/3上期	比率
流動資産	2,134	35%	2,678	31%
現預金	1,081	18%	1,164	14%
その他	1,052	17%	1,514	18%
固定資産	4,025	65%	5,905	69%
有形	2,985	48%	4,510	53%
無形	14	0%	31	0%
その他	1,025	17%	1,362	16%
総資産	6,160	100%	8,584	100%
負債	4,660	76%	6,619	77%
有利子負債	2,638	43%	3,897	45%
その他流動負債	1,558	25%	2,136	25%
その他固定負債	464	8%	585	7%
純資産	1,499	24%	1,964	23%
負債純資産	6,160	100%	8,584	100%

経営指標

		25/3上期	26/3上期
ROE	(%)	28.8	▲1.0
D/Eレシオ	(倍)	1.8	2.0
NetDebt/EBITDA	(倍)	2.4	11.2

<総括>

- 自己資本比率、D/Eレシオは前年度と同水準で着地。
- 今後も出店投資を積極化しながら、財務健全性も高める。

①新規出店の状況：ピラティスKを29店舗出店

1Qに続き首都圏/地方エリアと幅広く出店拡大、ロイブと両ブランド出店する都道府県も増加

- ピラティスKのみ出店エリア
- ロイブのみ出店エリア
- 両ブランド出店エリア
- 出店していないエリア
- 📍 新規出店場所

新規 **29** 店舗出店



今期2Q：ピラティスK OPEN店舗一覧

北海道・東北 シーナシーナ青森店(7月)

関東・甲信越 新宿西口店(7月) 神保町店(7月)
前橋モール店(7月) ちはら台店(7月)
MEGAドン・キホーテ上水戸店(8月)

中部・近畿 松原中央店(7月) アリオ鳳店(7月)
MEGAドン・キホーテUNY浜松泉町(7月)
MEGAドン・キホーテ福井店(8月)
イオン春日井店(8月)

中国・九州 フジグラン重信店(7月) トキハ大分店(7月)
ゆめタウン光の森店(7月) 久留米店(8月)



シーナシーナ青森店



イオン春日井店

②LTV向上：QSC維持で高い入会率 / 継続率を実現

来店

入会

レッスン

習慣化

無料集客割合 ^{*1}

入会率 ^{*2}

NPS ^{*3}

継続率 ^{*4}

39.8 %

71.3 %

32.7

95.8 %

(前期比：△24.7%)

(前期比：+1.3%)

(前期比：+12.6)

(前期比：+0.3%)

主な施策

競争環境の激化で無料集客割合は悪化するが、入会率は前期比で改善

- 友達紹介強化をはじめとした、無料集客割合の改善を目的とした施策の推進
- 入会率向上は効果実感を高める初回レッスン導入、カウンセリング定期研修の強化

NPS / 継続率は前期同様、高い水準を維持

- 計画的な新レッスン投入やレッスン内容のリニューアルで飽きない体験を実現
- お得に継続できるスタートバリュープランを全プランから選べる仕様に変更

*1 無料集客割合は、2025/4/1～2025/9/30のロイブ＆ピラKの新規来店予約数のうち会員紹介＆オーガニック（広告を使わず検索エンジン経由で当社サイトにアクセスし予約）の割合。

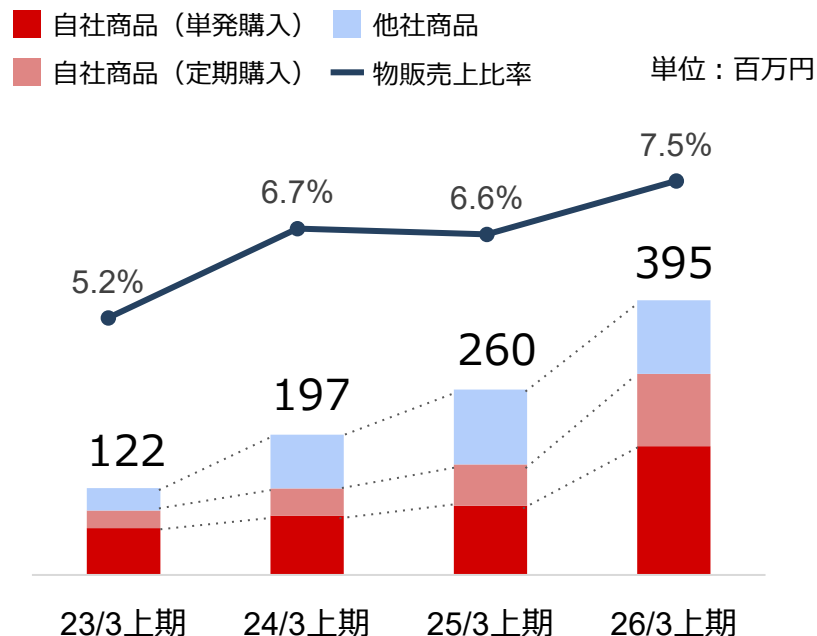
*2 入会率は 2025年4月～2025年9月を対象に毎月のロイブ＆ピラK全店の新規来店者数のうち入会した人数割合の平均。

*3 NPSは顧客推奨度（Net Promoter Score）の略であり、2025/4/1～2025/9/30 実施の当社アンケート（回答人数63,367人）における推奨者の割合から批判者の割合を控除した数値。

*4 継続率は 1 - 解約率。解約率は2025年4月～2025年9月におけるロイブ＆ピラKの平均値（解約人数/月末在籍人数）。

②LTV向上：物販販売の強化

物販売上及び売上構成比率(*1)の推移



*1 物販売上比率は、商品売上/売上高で算定。

①. 定期購入強化による安定売上創出

単発商品に頼らない売上基盤の構築に向けて定期購入を強化（定期売上は前上期比で約1.7倍成長）。

②. 単発購入も引き続き好調に推移

新商品の展開や人気美容商品の割引キャンペーンなどにより自社・他社単発売上も引き続き好調に推移。

③. 物販原価率の改善にも取り組む

会員数や物販売上の増加に合わせて、各商品の原価率低減や保管・配送コストの削減にも取り組んだ結果、**物販原価率は前上期比で6.5%改善。**

③カルチャー強化：事業拡大を支える人材採用＆育成



採用

合計

359 名

(前期比：+59名)

新卒内定^{*1}

182 名

(前期比：+48名)

中途

177 名

(前期比：+1名)

研修

店長

53 名

(前期比：+2名)

リーダー

118 名

(前期比：+49名)

総合職比率

エリア職

45 %

総合職

55 %

制度 待遇

- 全社 ・ 新評価 / 給与テーブル導入後のモニタリング&適正保守運用
- 店舗 ・ リーダーシップ会議導入 / コンディションアンケート継続実施
- 本社 ・ 現場体験フローの構築運用

* 27/3期（来期）入社予定。

1. 2026年3月期 上期業績及び取り組みについて

2. 2026年3月期 下期以降の取り組みについて

26年3月期 業績予想（変更なし）

業績は売上高123.1億円（前期比+45.0%）、営業利益14.2億円（+41.4%）、当期純利益9.1億円（+82.8%）と大きく伸長し4期連続で過去最高業績を目指す。

（単位：百万円）

	25/3期 実績		26/3期 予想			
	金額	売上構成比	金額	売上構成比	増減額	前期比
売上高	8,492	-	12,315	-	+3,823	+45.0%
売上総利益	3,301	38.9%	4,707	38.2%	+1,405	+42.6%
販管費	2,296	27.0%	3,286	26.7%	+989	+43.1%
営業利益	1,004	11.8%	1,420	11.5%	+416	+41.4%
経常利益	930	11.0%	1,369	11.1%	+438	+47.2%
当期純利益	500	5.9%	914	7.4%	+414	+82.8%
1株当たり純利益	40.59円	-	72.55円	-	+31.96円	+78.7%

新規出店の 加速

下期20店舗出店で200店舗体制を構築。

ピラティスKは16店舗オープンで市場シェア拡大、またロイブも4店舗をオープン

物販・QSC改善 によるLTV向上

定期購入を中心とした物販強化、新レッスン導入によるNPS向上・継続率の維持。

カルチャー 維持強化

理念共感人財の採用強化を継続。

26/4入社の新卒約200名、下期中途173名の採用を予定

新規HR事業の 立ち上げ成功

自社強みの『人財育成研修』をサービス化。

上場前からの準備を経て2025年10月に正式ローンチ（既に初回を実施済み）

ロイブ

名古屋エリアで他社スタジオを譲り受ける形で
の4店舗を出店（10月21日同時オープン）。

徳重店：改修前後の外観



その他：3店舗の外観



ピラティスK

3Qは3店舗の出店が確定、また4Qも13店舗を
出店予定で引き続き市場シェア拡大を目指す。

北海道 屯田（10月）



東京都 東大和（11月）



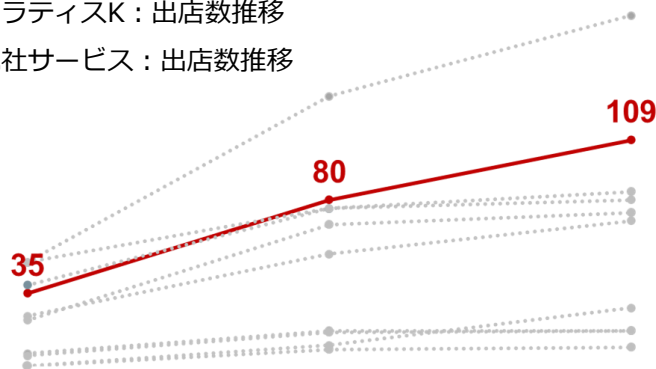
宮城県 仙台市（11月）



競争が激化するピラティス市場を中長期的に勝ち抜くため、新規出店の加速及び広告投資の強化を図る。

ピラティス市場の各社出店数*の推移

- ピラティスK：出店数推移
- 他社サービス：出店数推移



2024年3月末

2025年3月末

2025年9月末

* 各サービスの出店数について、各社公式HPに掲載している出店日次を参照。

方針①：出店加速の継続

引き続き下期～来期も出店を加速する。またその基盤となる人財採用、育成も着実に進んでおり、直営ならではの高品質も維持して全国展開を図る。

方針②：広告投資の強化

競争激化に応じてマーケティングコストも上昇しているが、中長期での売上基盤構築のため**広告投資は積極強化する**。

方針③：店舗営業力の強化

他ブランドからも経験豊富なメンバーがサポートで加わることで**入会率や顧客満足度の更なる向上に取り組む**。

引き続きQSCを維持・改善するため、各種イベントの開催や新サービスを順次リリース。

ヨガイベント*の複数 開催（'25/10~）

屋外ヨガイベント『パークヨガ』・1日限りの終日無料開放ヨガイベント『LOIVE FESTA』など、
積極的に顧客接点を増やす。



* 左から『パークヨガ』『LOIVE FESTA』告知

プライベートレッスン* 開始（'25/11~）

グループレッスンを超えた個別ニーズに応えるべく、1人~複数人の個別レッスンを11月から開始。



* 全ブランド店舗が対象予定

ブランド相互利用プラン 開始（'26/1~）

グループの他ブランドを相互に利用出来るプランを開始し、**体験価値の更なる向上を図る。**



ロイブ最大の強みとして創業以来社内でも実施してきた人材育成プログラムを、**研修コンテンツとして社外へもサービス提供開始（男女とも参加可）。**

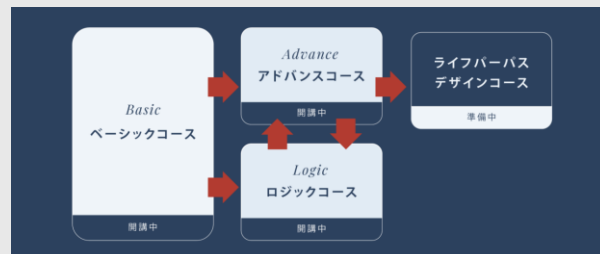
パーソナルプログラム

<主な参加者>

- ・ 自立したキャリアと人生を送りたい女性
- ・ 夢や目標を実現する力を身につけたい女性

<研修概要>

女性一人ひとりが自己肯定感を高め、自立したキャリアと人生を生きるためのプログラム。段階別に分かれた全4コースで構成。



女性マネジメントスキルコース

<主な参加者>

「どうすれば女性社員が自分らしく力を発揮できるのか」を学び、組織力を高めたい経営者や管理職

<研修概要>

フェムテックを活用したキャリアパス設計や女性に特化したマネジメントスキルを習得、**女性が“目的”を原動力に成果を生み出す考え方を体系的に学ぶ。**

- | | | |
|-----|---------------------------|-------|
| 第1回 | イントロダクション × 無意識バイアス × 脳科学 | } 全5回 |
| 第2回 | 承認 × ロールモデル創出 × 文化浸透 | |
| 第3回 | 感情共鳴 × 目的 × 数字のコミットメント | |
| 第4回 | 経営統合 × 宣言 | |
| 第5回 | 制度からマインドへの転換 × キャリア伴走 | |

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現時点で入手可能な情報に基づき当社の経営者が判断した将来の業績に係る見通しであり、リスクや不確実性を含んでいます。また、当社の事業をとりまく、経済情勢、市場の動向等の様々な重要な要素により、実際の業績は、業績予想とは、異なり得ることを予めご承知おきください。

- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き必ずしも修正するとは限りません。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。