



## 事業計画及び成長可能性に関する事項

2025年12月12日

株式会社フィットクルー



# フィットネスで 社会を明るくする

女性を健康に美しくすることを創業時から  
変わらぬ思いで取り組んでいます。

私たちは、正しい運動習慣と正しい食事習慣により、  
多くの人の健康を叶えます。

全ての人にフィットネスを。

フィットネスをもっとカジュアルに。

あなたの健康は誰かを笑顔にできるのです。  
私たちの情熱は燃え尽きることはありません。

なぜなら、「フィットネスで社会を明るくする」という  
理念をもとに集まった仲間で Fitcrew は構成されているからです。





 **Fitcrew**

女性専用の  
短期集中パーソナルトレーニングスタジオ  
**「UNDEUX SUPERBODY」**を源流として、  
継続利用を前提とした  
**「UNDEUX SUPERBODY LIFE」**

整形外科医監修の健康指導ジム「Dr.plus Fit」  
トレーナー養成スクール「プロジェクト」  
などパーソナルトレーニングジムを中心とした  
フィットネス関連事業を運営しています。

## 新規上場の目的

当社は、更なる事業発展を実現するためには、社会的信用度・知名度の向上及び資金調達手段の多様化が重要と考えております。上場により、社会的信用度・知名度の向上を図り、優秀な人材の獲得によるさらなるサービスの質の向上を図るとともに、上場による資金調達手段の多様化を図り、更なる業容拡大に対処するとともに、経営基盤の充実強化を図りたく、株式上場を行うことを決定しました。

### 01 社会的信用力・知名度の向上



女性専用パーソナルジムを運営しており、女性に安心してトレーニングをして頂ける環境の整備を行うことが必要であると考えております。上場会社としての社会的責任を全うすることで、社会的信用力・知名度を向上させ、お客様にとってより一層安心してサービスを受けて頂ける環境としたいと考えております。

### 02 優秀な人材の獲得



パーソナルトレーニングジムを運営していることから、優秀なトレーナーの確保が企業の成長にとって不可欠となります。上場会社として、社会的信用力・知名度の向上を図ることにより、お客様のみならず、採用活動において優秀な人材の獲得が出来ることを期待しております。

### 03 資金調達手段の多様化



さらなる成長のためには出店を行っていくことが必要であり、多様な資金調達手段の確保が重要であると考えています。上場により、新たな資金調達手段を確保します。

## インベストメントハイライト

01

### 複数ブランドのパーソナルトレーニングジムで高い成長を続けるビジネスモデル

- ・短期集中型パーソナルトレーニングジム「UNDEUX SUPERBODY」を中心に店舗を拡大。ブランド力向上による会員数の増加によって高い成長を続ける
- ・継続利用型の会員数の増加によってリカーリング収益比率は着実に増加し安定的な収益獲得モデルを確立
- ・トレーナー育成プログラム「プロジェクト」の活用によって質の高いトレーナーを確保

02

### フィットネス市場の成長ポテンシャル

- ・日本のフィットネス市場は2024年時点で5,389億円とコロナ前の水準を上回り成長を継続
- ・他の先進国対比で普及率は劣後しており、今後の成長ポтенシャルはまだ大きい
- ・特に当社のメインターゲットである20~40代の女性向けの市場はさらなる開拓余地あり

03

### 顧客獲得力と高い収益性

- ・女性のニーズを顕在化させ、高い顧客満足度を実現するブランディング・マーケティングとサービス品質。それらをタイムリーに最適化するデータ分析力による顧客獲得力
- ・徹底したブランディング・マーケティングでパーソナルトレーニング初心者を取り込むとともに高い満足度を実現。その結果、全てのブランドにおいて高効率運営を実現し早期黒字化モデルを確立

04

### 当社の、今後の成長ポтенシャル

- ・「UNDEUX SUPERBODY LIFE」や「Dr.plus Fit」など特性の違った継続利用型パーソナルジムの本格稼働によって新たな顧客ニーズを開拓することで顧客層を拡大
- ・物販のさらなる強化やAIを活用した自宅トレーニングサービスの提供によってLTVを最大化
- ・短期集中型、継続利用型、物販などバランスよく組み合わせることで加速度的な成長を見込む

# 目次

## 01. 会社概要

---

- P.8 基本情報
- P.9 マネジメント体制

## 02. 事業内容

---

- P.11 展開ブランド
- P.12 展開ブランド①\_UNDEUX SUPERBODY
- P.13 展開ブランド②\_UNDEUX SUPERBODY LIFE
- P.14 展開ブランド③\_Dr.plus Fit
- P.15 展開ブランド④\_プログラム
- P.16 ビジネスマodel及び収益イメージ
- P.17 業績推移
- P.18 収益構造
- P.19 事業KPI
- P.20 店舗数の推移

## 03. 事業環境

---

- P.22 日本のフィットネス市場
- P.23 女性のフィットネス（スポーツ）に関する動向

## 04. 当社の強み

---

- P.25 サマリ
- P.26 データドリブンの戦略立案
- P.27 女性の感性に訴えるプランディング・マーケティングとパーソナライズされたサービス
- P.28 採用から育成までの一貫した人的資本戦略
- P.29 各ブランドのポジショニング
- P.30 高い収益性

## 05. 成長戦略

---

- P.32 サマリ
- P.33 新規出店戦略
- P.34 新規出店戦略：UNDEUX SUPERBODY LIFE
- P.35 新規出店戦略：Dr.plus Fit
- P.36 LTV拡大に向けた各種施策
- P.37 今後の成長イメージ

## 06. リスク情報

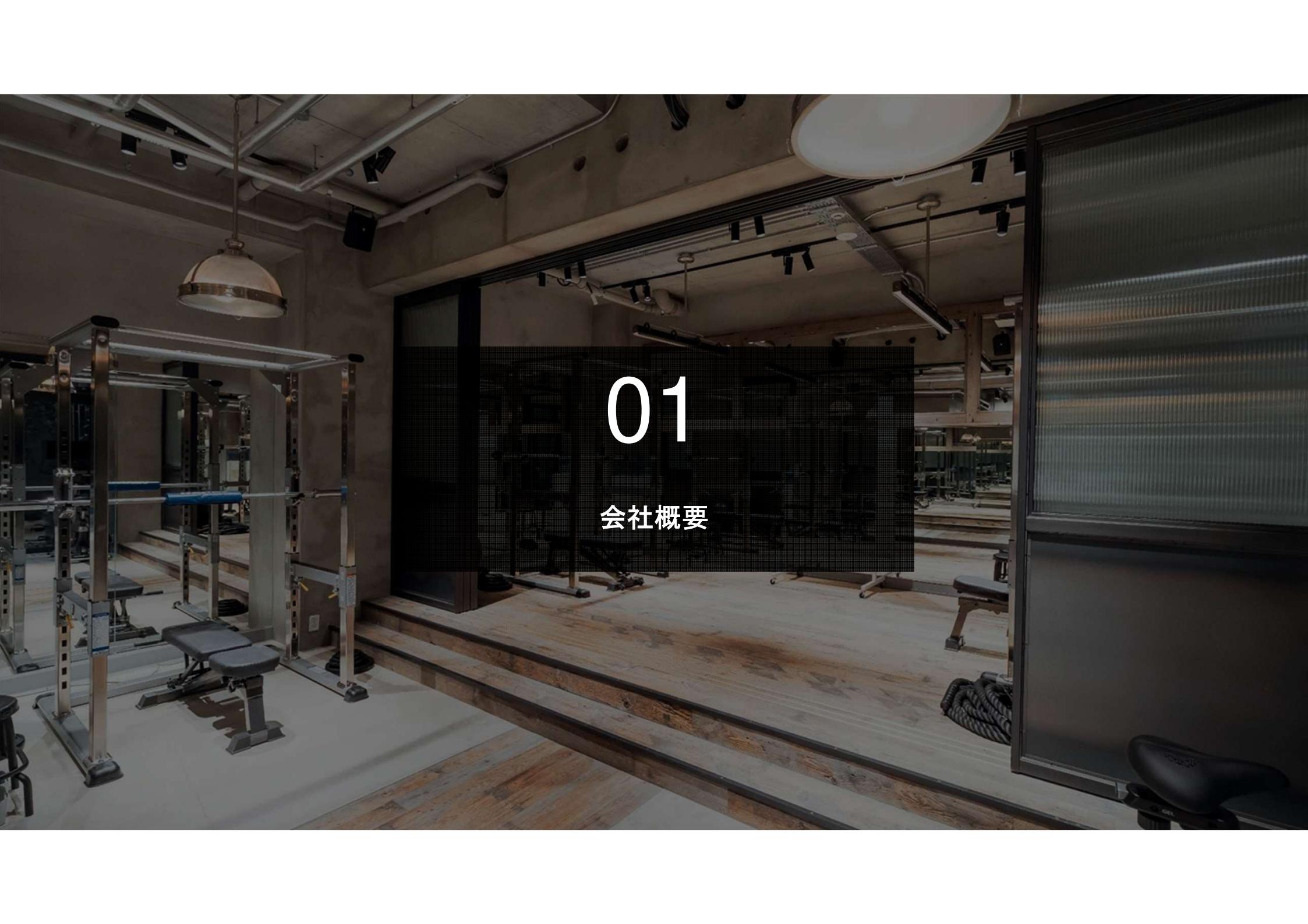
---

- P.39 リスクに対する認識と対応

## Appendix 付録

---

- P.41 損益計算書
- P.42 貸借対照表
- P.43 株主の状況
- P.44 沿革
- P.45 社会貢献活動
- P.46 ディスクレーマー

The background image shows a modern gym or fitness center. It features a polished wooden floor, a high ceiling with exposed pipes and track lighting, and large windows on the right side. Gym equipment like a squat rack and a bench press are visible on the left.

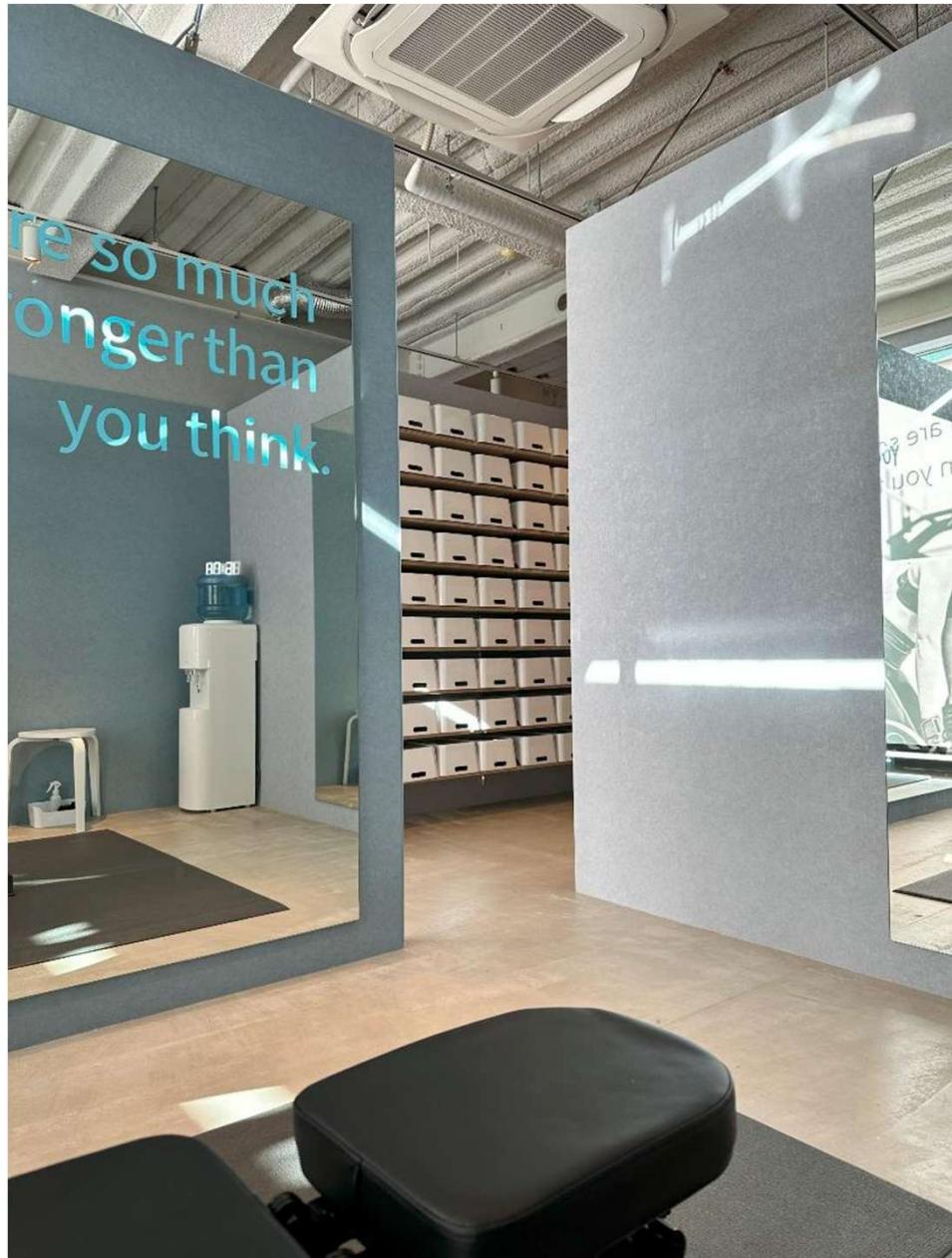
# 01

## 会社概要

## 会社概要

## 基本情報

会社名	株式会社フィットクルー
設立年月日	2015年1月15日
代表者	鹿島 紘樹
資本金	48百万円
従業員数	274名 (2025年8月末時点)
所在地	大阪市西区靱本町1-13-9 中央ビル1階
事業内容	パーソナルトレーニングジム、パーソナルトレーナー養成スクールの運営



## 会社概要

## マネジメント体制



株式会社フィットクルー代表取締役

**鹿島 紘樹** (かしま ひろき)

1978年大阪府生まれ。関西大学文学部卒業、明治東洋医学院卒業  
柔道整復師として「かしま整骨院」を開業し、現場で培った知識とヘルスケア事業への深い理解を持つ  
整骨院経営時代に、施術にトレーニングを取り入れることで患者の改善を実現  
「女性が笑顔でいることが家庭ひいては社会を明るくする」という信念を持つに至る  
2015年にトライアス（現当社）を設立、女性専用パーソナルトレーニングジム事業を展開

**矢野 佑樹**

常務取締役  
管理部門管掌

**大下 雅之**

取締役  
事業推進部門管掌

**森山 瑛司**

取締役  
事業部門管掌

**中山 寛**

取締役

**正司 泰久**

社外取締役  
常勤監査等委員

**武田 定男**

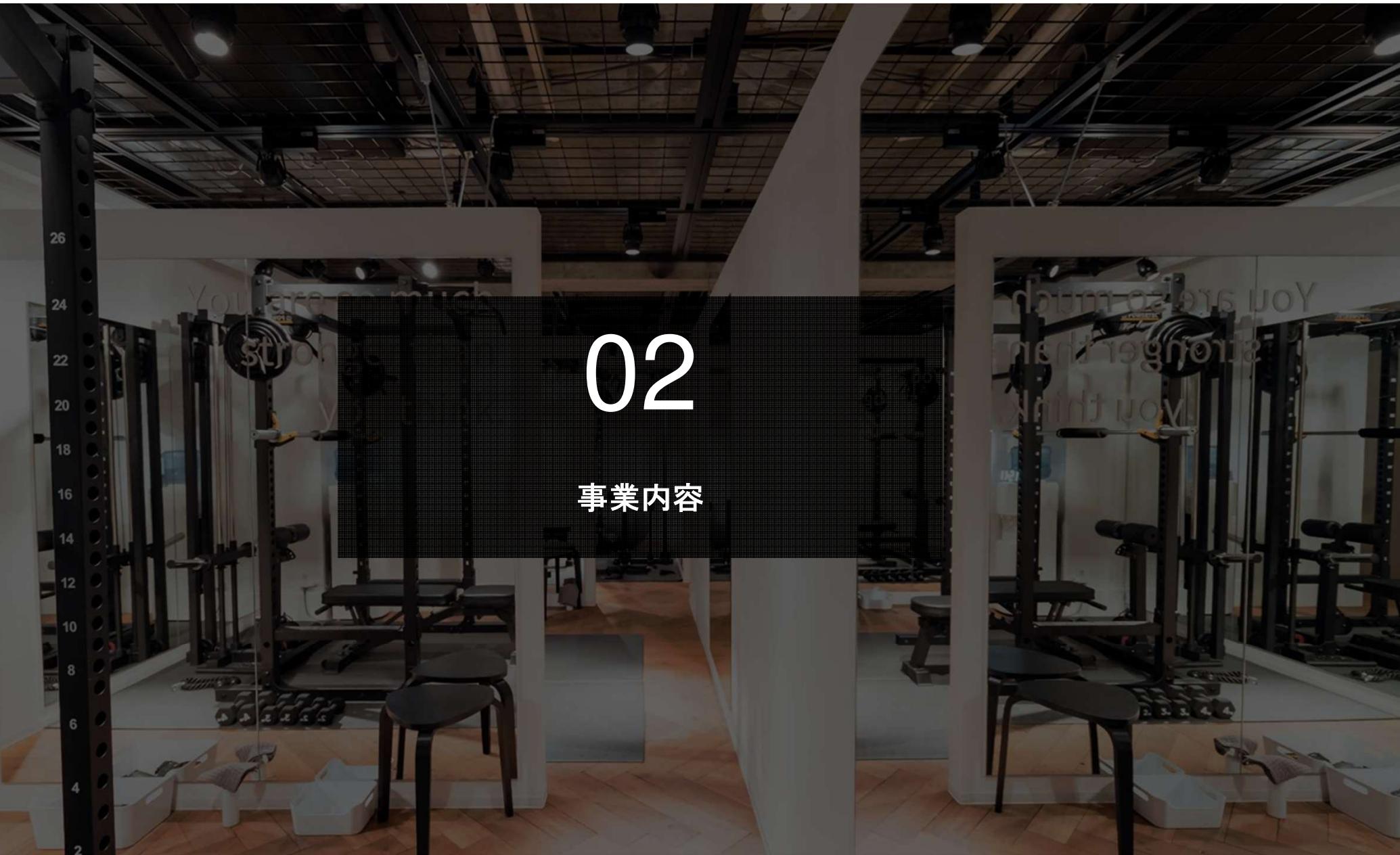
社外取締役  
監査等委員

**角谷 俊輔**

社外取締役  
監査等委員

# 02

事業内容



## 事業内容

## 展開ブランド

パーソナルトレーニングジム3ブランド  
トレーナー育成スクール1ブランドを  
全国11エリア、53拠点、全て直営で展開し  
人々の健康な暮らしを支える

パーソナルトレーニングジム



健康問題をトレーニングと栄養指導で解決



パーソナルトレーニングジム

**UNDEUX SUPERBODY**

短期間で理想の身体を作る、  
女性専用パーソナルトレーニングジム

パーソナルトレーニングジム

**UNDEUX SUPERBODY LIFE**

利用しやすい月額プラン価格で  
パーソナルトレーニングを提供するセカンドライン



育成スクールブランド  
働きながら半年で認定資格取得が  
可能なトレーナー養成スクール

## 事業内容

## 展開ブランド①

# UNDEUX SUPERBODY

アンデュースーパーボディ

顧客満足度 ※1

96%以上

ボディメイク指導実績 ※2

12,308名

年間トレーニングセッション数 ※3

170,039件



女性専用

顧客層：20-40代

短期集中型

食事指導

宅配弁当

トレーニングと食事改善を  
オーダーメイド&短期集中型で提供する、  
女性専用美容パーソナルジム

## サービス概要と特徴

1. 美しくダイエット・ボディメイクすることを目的とした女性専用パーソナルジム
2. 2-4ヶ月の短期集中プログラム（集中コース 23万円～）
3. 目標や体質に応じたオーダーメイドのトレーニングメニュー
4. 周りの目を気にせず安心してトレーニングを行なえる女性専用施設
5. 短期的なダイエットに留まらない管理栄養士監修の食事改善指導
6. シェフと栄養士が開発したヘルシー弁当配
7. リバウンド防止のためアフターコース（18,900円/月～のパーソナルトレーニングをオプションで提供）

※1 2024年9月～2024年11月に実施した会員様向けアンケート「集中コース終了時アンケート」でパーソナルトレーナーの指導に満足と回答した会員の割合

※2 2021年12月～2024年11月に集中コースを契約した人数

※3 2024年に実施されたトレーニングセッション回数



## 事業内容

## 展開ブランド②

# UNDEUX SUPERBODY ■ LIFE

アンデウ スーパーボディ ライフ

顧客満足度 ※1

**96.7%**

継続率 ※2

**94.6%**

女性専用

顧客層：20-40代

食事指導

利用しやすい月額プラン

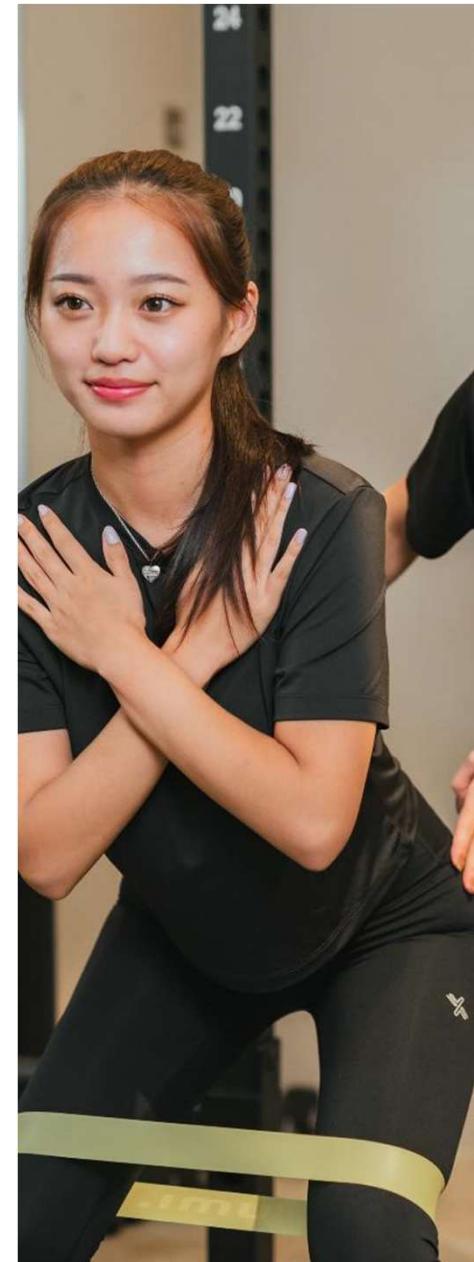
「ライフスタイル」「習慣」としての  
パーソナルトレーニングを提案する、  
継続利用を前提にしたセカンドライン

## サービス概要と特徴

1. UNDEUX SUPERBODYのクオリティはそのままに、利用しやすい月額料金制（17,600円/月～）でパーソナルトレーニングと食事指導を受けられるサービス
  - ✓ 目標や体質に応じたオーダーメイドのトレーニングメニュー
  - ✓ 周りの目を気にせず安心してトレーニング可能な女性専用施設
  - ✓ 短期的なダイエットに留まらない管理栄養士監修の食事改善指導
2. 通いやすい駅近立地

※1 2025年3月～2025年5月に実施した会員様向けアンケート「中間ヒアリングシート」でトレーナーの指導に関する満足度を10段階評価し、7以上と回答した会員の割合

※2 継続率は、1～解約率。解約率は、2024年12月～2025年8月を対象に毎月の解約率（解約人数/月末在籍人数）の平均値



## 事業内容

## 展開ブランド③



ドクタープラスフィット



男女利用可

顧客層：30-60代

食事指導

利用しやすい月額プラン

**健康問題をトレーニングと食事指導で解決する  
整形外科医監修のパーソナルトレーニングジム**

サービス概要と特徴

1. 医療機関と連携した骨密度・血液検査の結果に基づく運動指導・食事指導（身体機能の向上から健康にアプローチ）
2. 老若男女の多様な目標に対応する整形外科医監修のパーソナルトレーニング
3. 自律神経のバランスや姿勢の改善を目的としたピラティスや呼吸エクササイズ、体幹トレーニング
4. 専属の栄養アドバイザーによる一人一人の目標に合わせた食事指導
5. 16,900円/月～の始めやすく、続けやすい料金体系



## 事業内容

## 展開ブランド④



プログラム

転職成功率 ※1

91%

資格取得率 ※2

100%

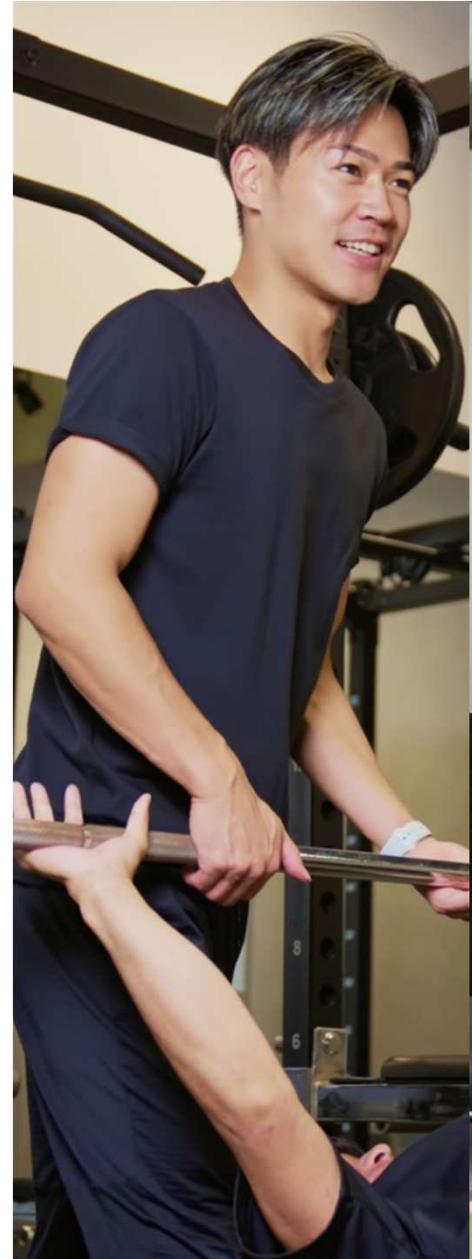


**働きながら半年間で  
NSCA※3認定トレーナーになれる  
社会人向けパーソナルトレーナー養成スクール**

## サービスの概要と特徴

- 現役パーソナルトレーナーによる知識・スキルの直接指導
- パーソナルトレーニングの専門資格（NSCA）の取得支援
- スポーツジム等への就職・転職や独立の支援
- 少人数制・完全対面授業（受講料 572,000円）
- ピラティスの指導スキルも学べるカリキュラム
- 2018年以降の卒業生徒数700名以上※4

※1 2024年プロジェクトに入学した「就職サポート」利用者のうち、就職希望者23名中21名が就職決定（2025年10月20日現在）  
就職実績はUNDEUX SUPERBODY、ライザップ、24/7、BEYOND、ゴールドジム、大手加圧スタジオ、大手スポーツクラブ、パーソナルジムAid、パーソナルトレーニングジムREAL、クロスフィット、加圧ピューティーテラス 等多数  
※2 2024年に入学したNSCA対策コース受講者のうちNSCA受験者21名のNSCA合格率（2025年2月28日時点）  
※3 NSCA（全米ストレングス&コンディショニング協会）は、パーソナルトレーナーなどトレーニング指導者向けの民間資格を発行する国際的な団体  
※4 2018年以降に入学し卒業した人数（2025年10月20日時点）



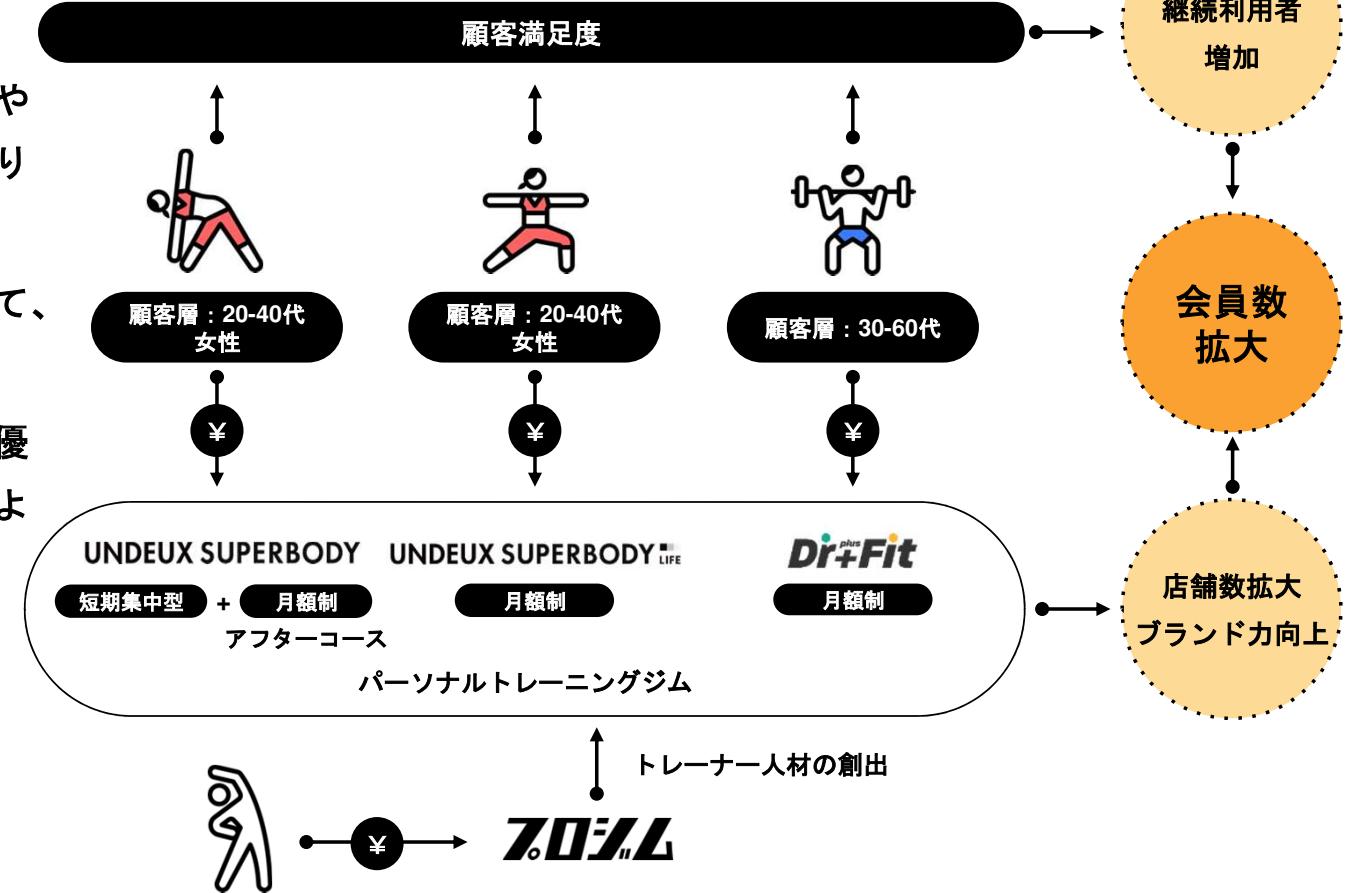
## 事業内容

## ビジネスモデル及び収益イメージ

パーソナルトレーニングジムの店舗数拡大やブランド力向上などによる会員数増加により売上高を拡大

また、月額制サービスの会員数増加によって、安定的な収益モデルを形成

さらに、サービス提供に必要不可欠となる優秀なトレーナー人材を自社養成スクールによって自社でも創出



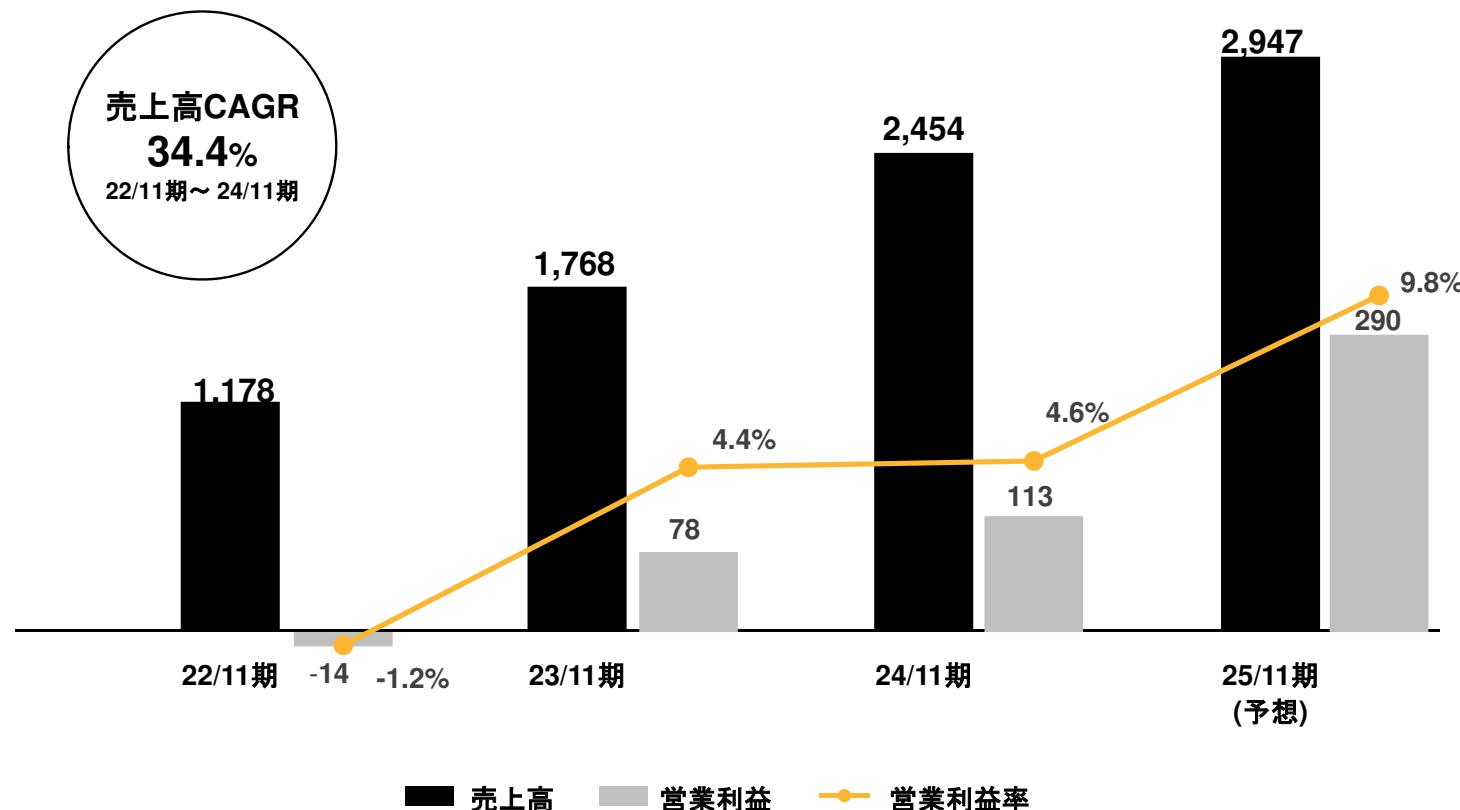
## 事業内容

## 業績推移

売上高・営業利益・営業利益率いずれも順調に拡大

売上高・営業利益・営業利益率の推移

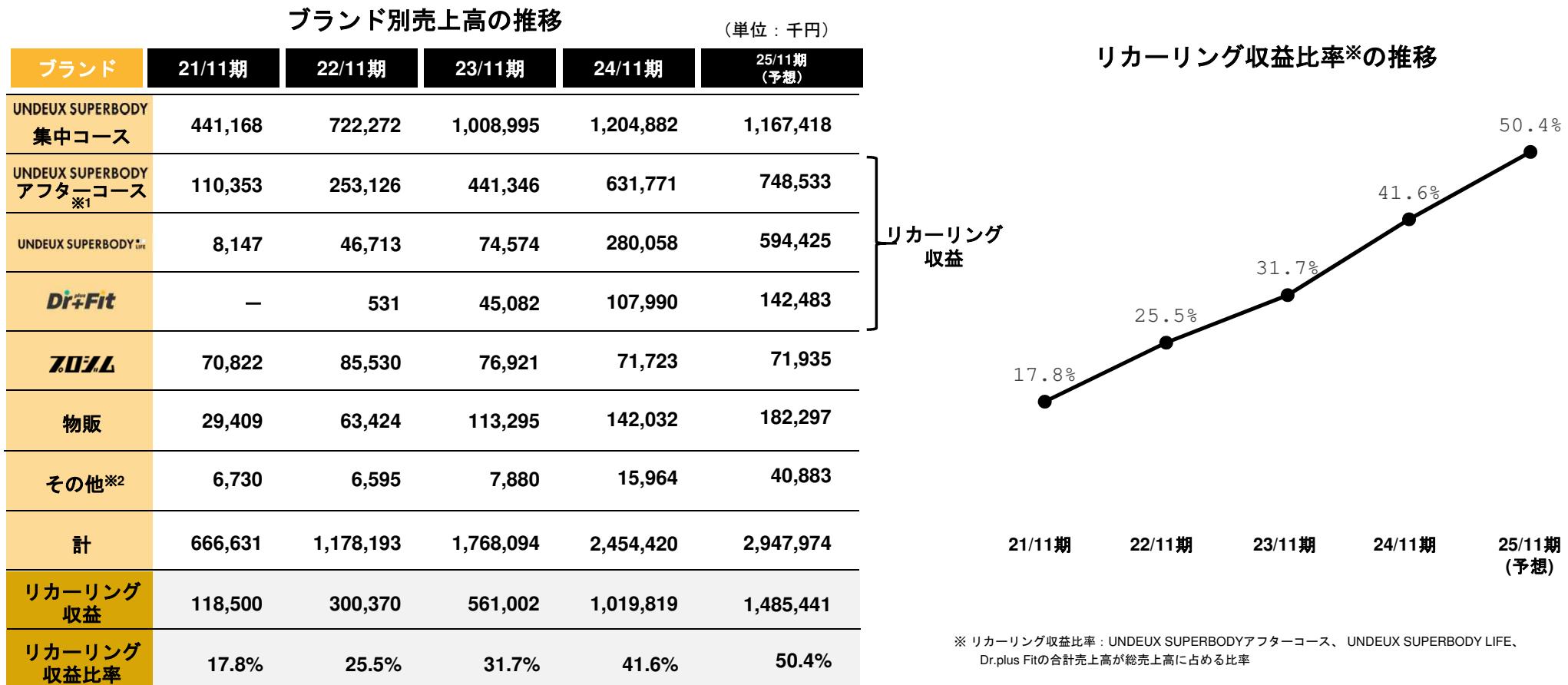
(単位：百万円)



## 事業内容

## 収益構造

店舗数・会員数の増加に伴いパーソナルトレーニング業態各ブランドの売上高が順調に拡大  
リカーリング収益の売上構成比は拡大基調であり、安定的な収益獲得モデルへと成長



※1 短期集中コースの後の、リバウンド防止のためにご利用頂く継続利用を前提としたコース

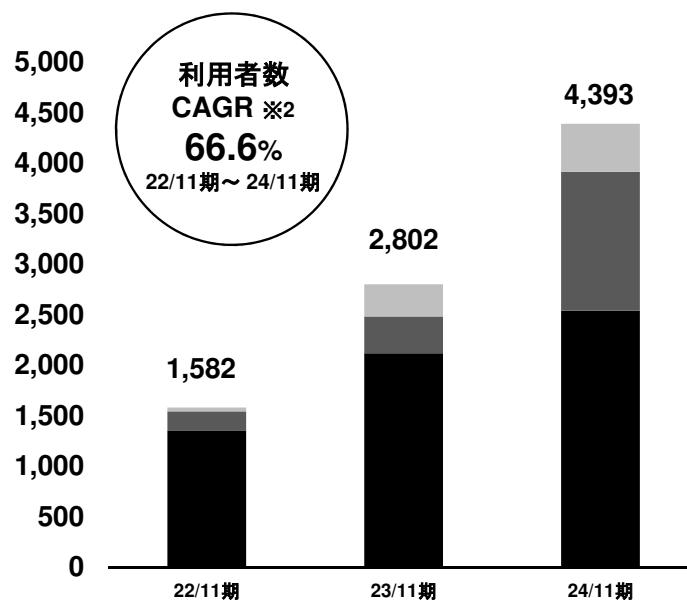
※2 手数料収入等

## 事業内容

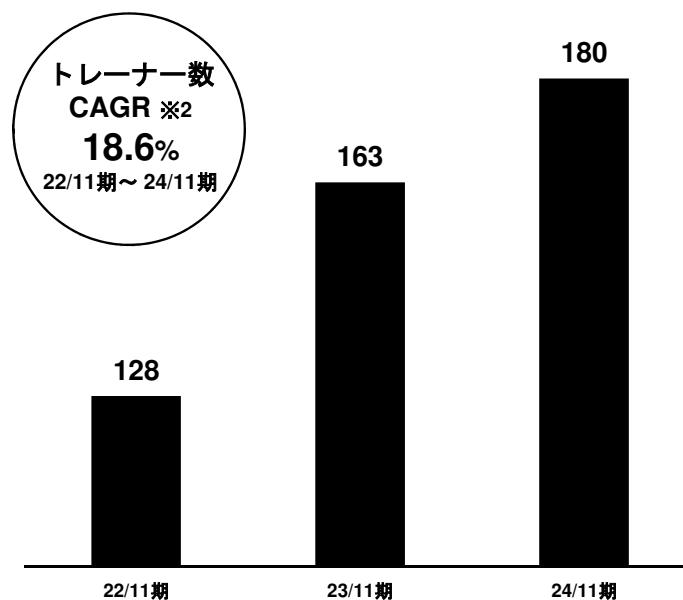
## 事業KPI

継続利用型パーソナルトレーニング（月額制）の利用者数は順調に拡大  
サービス提供に必要なトレーナーも増加基調にある

月額制パーソナルトレーニング利用者数 ※1



トレーナー数



■ UNDEUX ■ LIFE ■ Dr.plusFit

※1 月額制パーソナルトレーニング利用者数とは、UNDEUX SUPERBODYアフターコース、UNDEUX SUPERBODY LIFE、Dr.plus Fitの会員のうち無償休会者及びモニター会員を除いた会員数を示す  
※2 CAGR（年平均成長率）は、22/11期を基準年度として計算している

## 事業内容

## 店舗数の推移

2015年の創業以来着実に出店し、全国11エリアで53拠点を展開



15/11期 16/11期 17/11期 18/11期 19/11期 20/11期 21/11期 22/11期 23/11期 24/11期 25/11期  
(予想)

大阪市内に  
1号店を出店

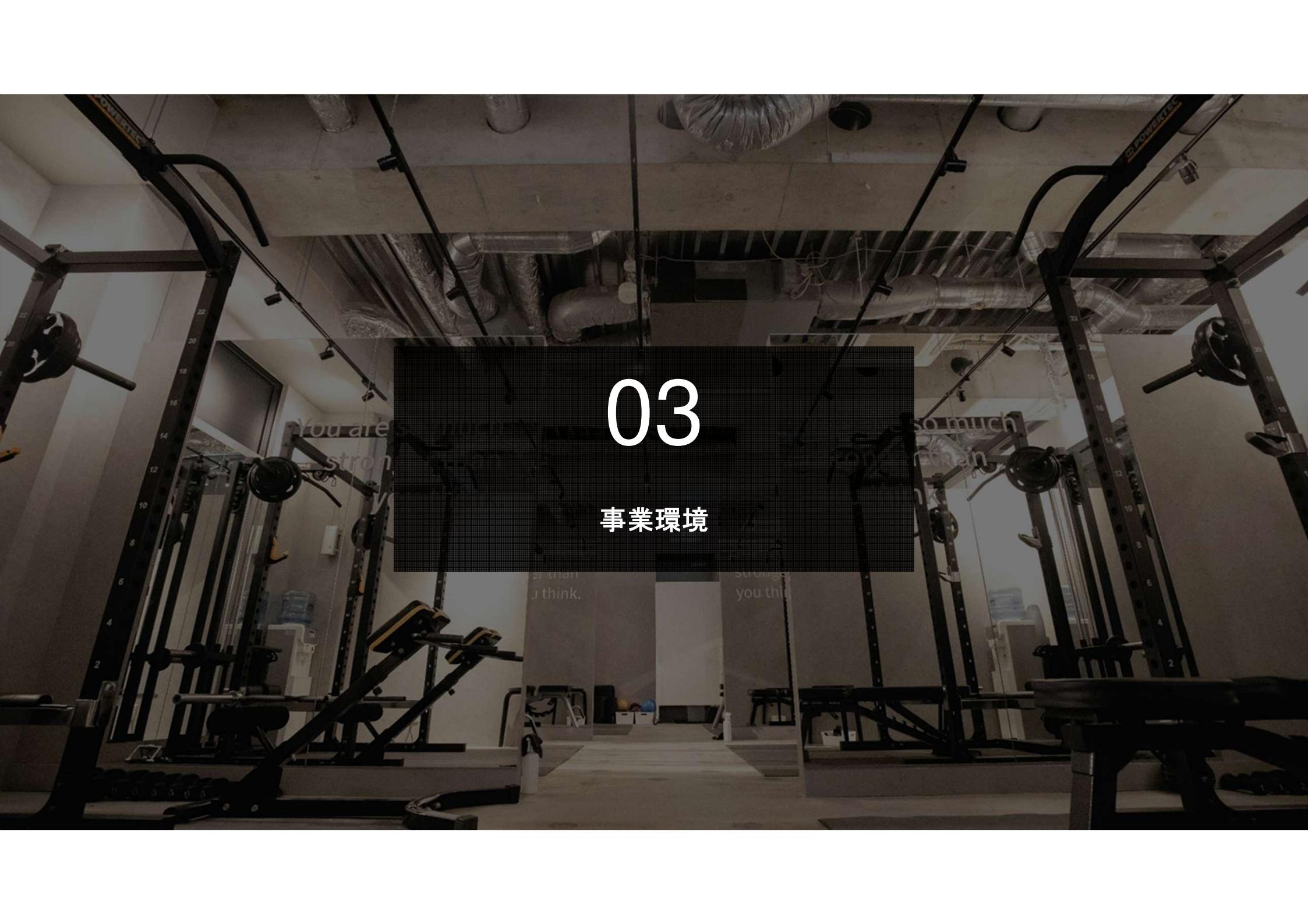
プロジェクト  
開校

新業態  
UNDEUX  
SUPERBODY  
LIFE

新業態  
Dr.plus Fit

東京オフィス  
開設





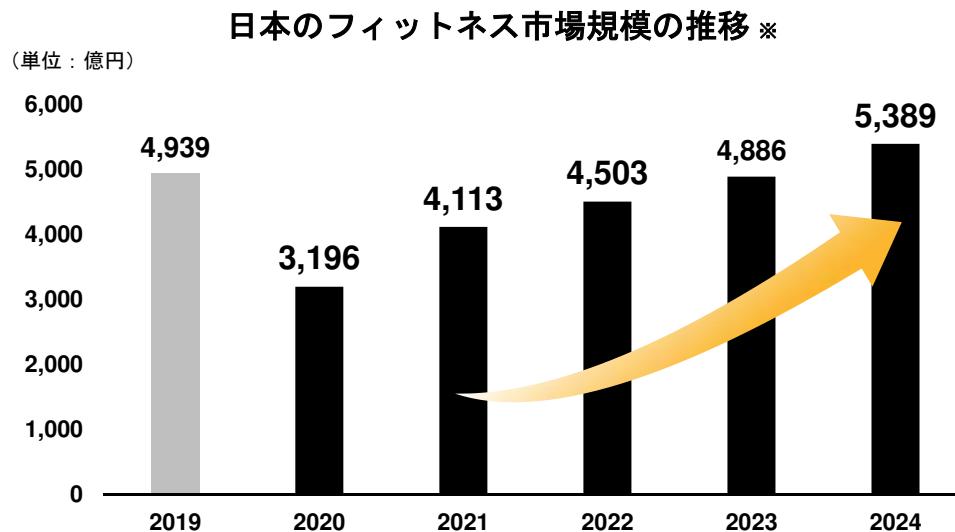
03

事業環境

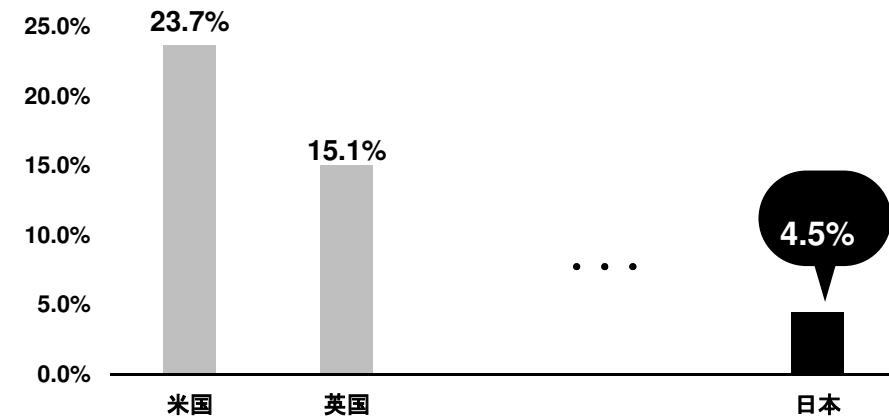
## 事業環境

## 日本のフィットネス市場

日本のフィットネス市場は2024年時点で5,389億円とコロナ前の水準を上回り成長を継続  
他の先進国対比でフィットネスへの参加率は劣後しており、今後の成長ポテンシャルは未だ大きい



## 2023年 各国のフィットネス参加率 ※



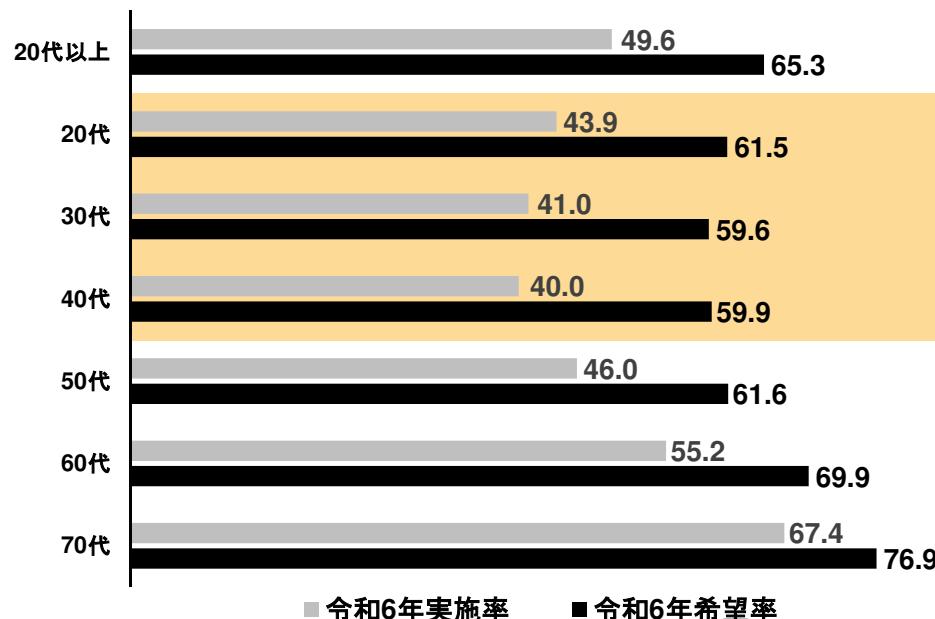
※株式会社クラブビジネスジャパン『日本のフィットネスクラブ業界のトレンド2025年版』より当社作成

## 事業環境

## 女性のフィットネス（スポーツ）に関する動向

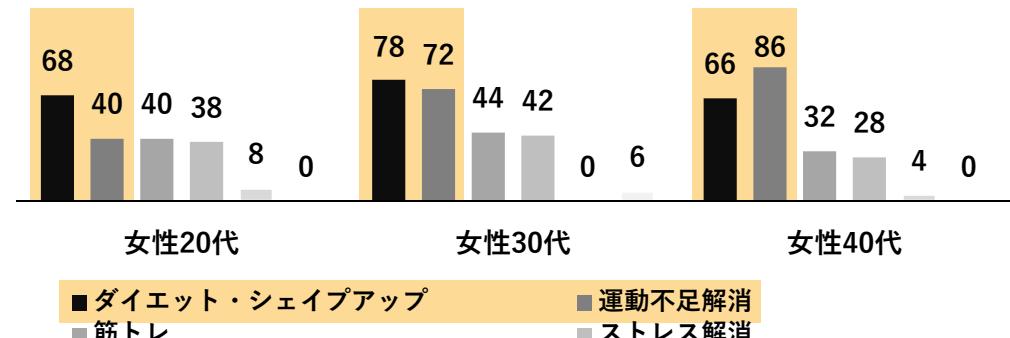
女性の年代別ではスポーツを実施希望しているができない比率は20代～40代が特に多く、  
フィットネスを利用したい理由は「ダイエット・シェイプアップ」または「運動不足解消」が多数  
また、フィットネスジムに入会しない理由は「継続する自信がない」、「初めてでよく分からない」が多数

女性の年代別スポーツ実施希望率とスポーツ実施率（%）※1

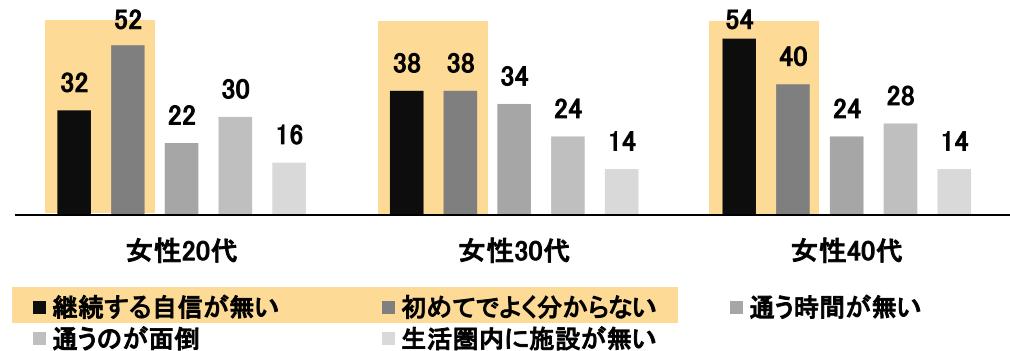


※1 スポーツ庁：令和6年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」より当社作成

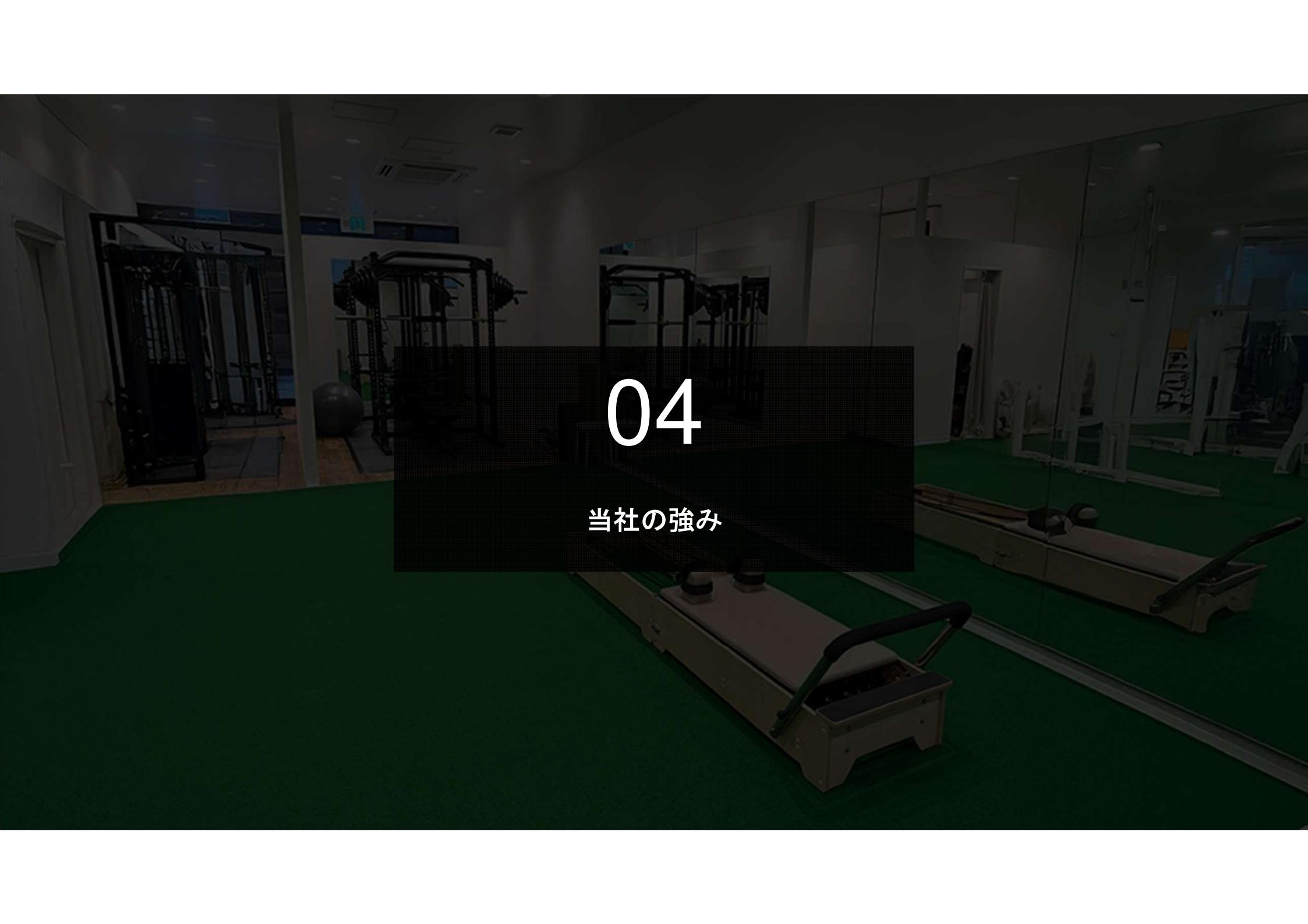
フィットネスを利用したい理由（n=回答者数）※2



年代別フィットネスジムに入会していない理由（n=回答者数）



※2 スポーツジム・フィットネスクラブに関するアンケート調査  
(株式会社アスマーケ) 2022年12月web調査より当社作成



# 04

当社の強み

## 当社の強み

## サマリ

女性のパーソナルトレーニングに対するニーズを顕在化させ、高い顧客満足度を実現する  
ブランディング・マーケティングとサービス、それらをタイムリーに最適化するための独自データの分析が当社の強み

## 当社の強み



## データ ドリブンの各種戦略・施策の策定

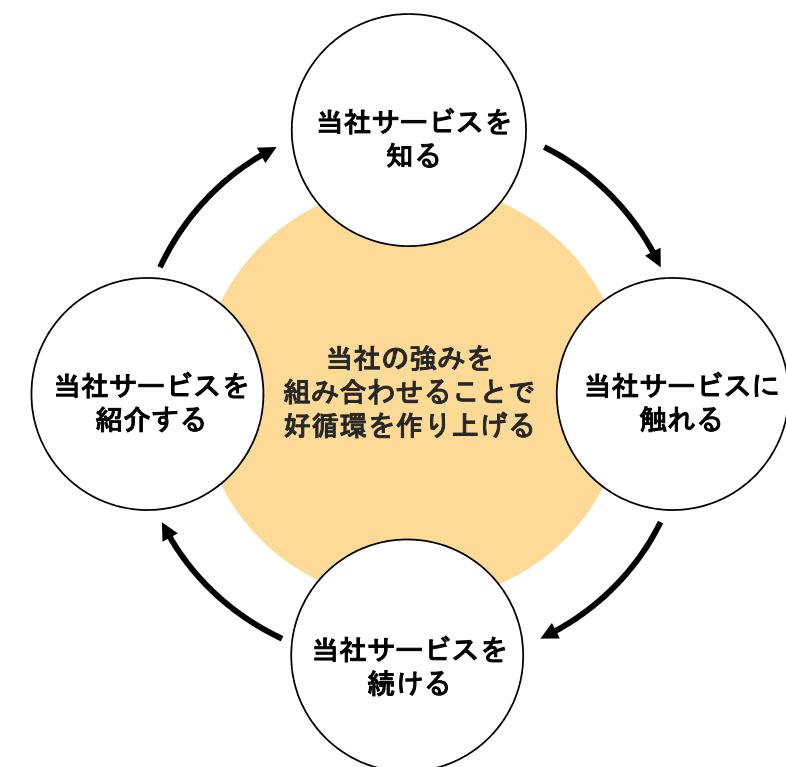
直営展開やさまざまな業務の内製化を通じて得られるデータの蓄積  
独自データを活かした出店戦略、集客戦略、サービス品質向上施策等の策定

女性の感性に訴える  
ブランディング・マーケティング

女性の通いたい動機や安心感を徹底的に追求し、女性の感性に訴えるブランディング・マーケティング

個々の女性にパーソナライズされた  
高クオリティのサービス

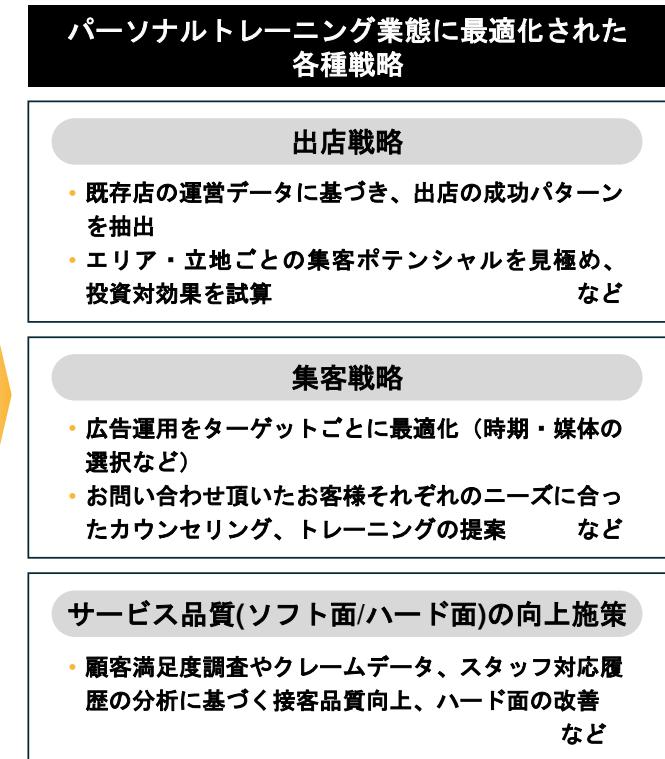
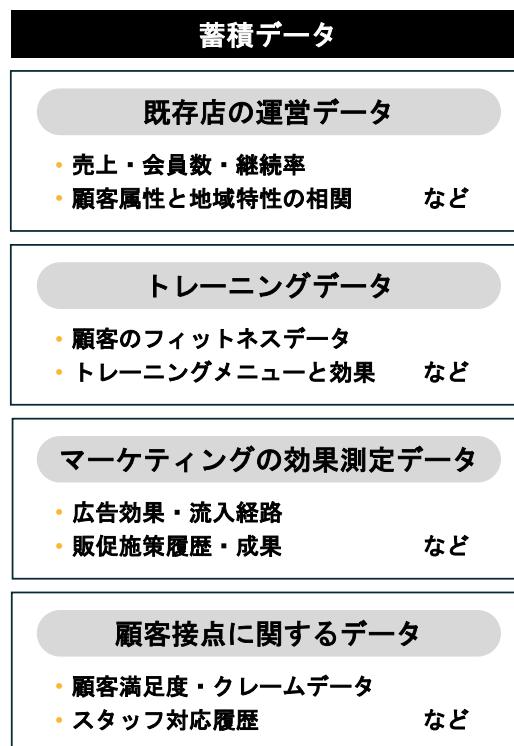
高いサービスクオリティを維持しつつ、個別の女性のニーズに寄り添ったサービス



## 当社の強み

## データ ドリブンの戦略立案

すべてのスタジオを直営で運営し、さらにマーケティングをはじめとするあらゆる業務を内製化することで、自社内にデータやその分析ノウハウが蓄積する仕組みを構築  
これらの分析結果を各種戦略や施策にタイムリーに反映



## 当社の強み

## 女性の感性に訴えるブランディング・マーケティングとパーソナライズされたサービス

20代から40代の女性のニーズを徹底分析し、「女性が通いたいと思う空間とサービス」「通った私を想起させるSNS広告」を展開  
さらに、ご来店頂いたお客様に対して、「運動初心者の女性でも安心して通えるパーソナライズされたトレーニングプログラムを提案」  
することで潜在的なニーズを開拓（トレーニングジムを始めて利用する初心者は全利用者の89%※1）  
実際に利用したお客様の満足度も高い

女性が憧れる空間とサービス



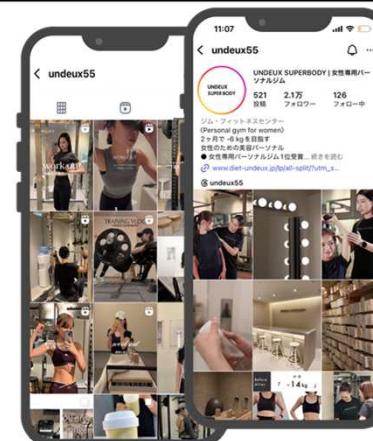
あえて周りが見えるようにした女性が安心できるレイアウト



ウェア・コスメ等  
の無料貸出

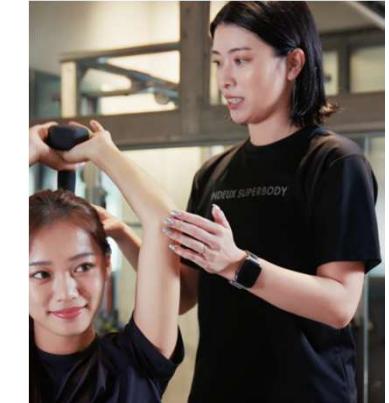


通った私を想起させるSNS広告



ターゲットの心をつかむSNS戦略

パーソナライズされたプログラム



運動初心者の女性でも安心して  
通えるパーソナライズされた  
トレーニングプログラム

## UNDEUX SUPERBODYを選んだ理由※2

- |                             |               |                 |
|-----------------------------|---------------|-----------------|
| 1位：女性専用だから                  | 2位：スタジオ施設や雰囲気 | 3位：アクセスの良さ      |
| 4位：ホームページのVOICEページや他のお客様の実績 |               | 5位：アメニティなどのサービス |

**UNDEUX SUPERBODY**

顧客満足度 **96%**以上 ※3

※1 2024年にUNDEUX SUPERBODY集中コースへ入会した4826名のうち、入会時アンケートにて「過去ジムへ通った経験がない」と回答した人の割合

※2 2025年1月～2025年8月に実施した「カウンセリングアンケート」にて、質問「UNDEUXを知って、何に一番惹かれましたか？」の回答結果の多い順

※3 2024年9月～2024年11月に実施した会員様向けアンケート「集中コース終了時アンケート」にパーソナルトレーナーの指導に満足と回答した割合

## 当社の強み

## 採用から育成までの一貫した人的資本戦略

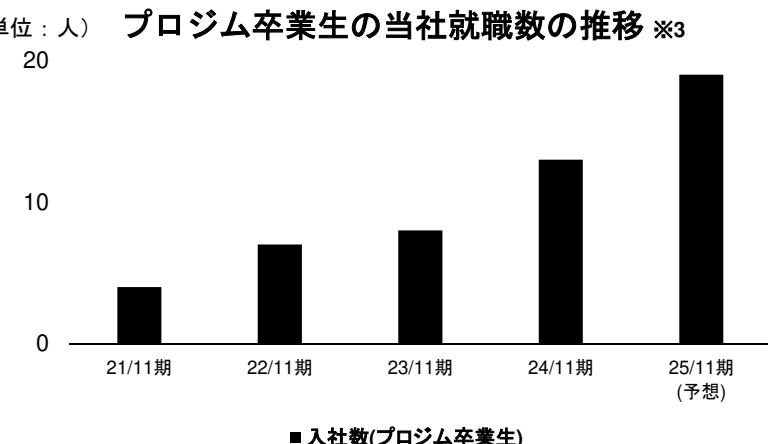
厳しい採用基準及び教育・研修を通じて各人材のスキルを最大限に引き出し、  
さらに、プログラム受講生を当社社員として採用することで、人的リソースの継続的な充実につなげる



各直営店舗で勤務するパーソナルトレーナー専用の研修・スキルアップ施設である「フィットクルー・トレーニングセンター」を2024年5月に開設



(単位：人) プログラム卒業生の当社就職数の推移 ※3  
20



※1 2024年に入学したNSCA対策コース受講者のうちNSCA受験者21名のNSCA合格率（2025年2月28日時点）

※2 2024年プログラムに入学した「就職サポート」利用者のうち、就職希望者23名中21名が就職決定（2025年10月20日現在）

※3 就職数はプログラム卒業後当社に入社したトレーナー数を示す

当社の強み

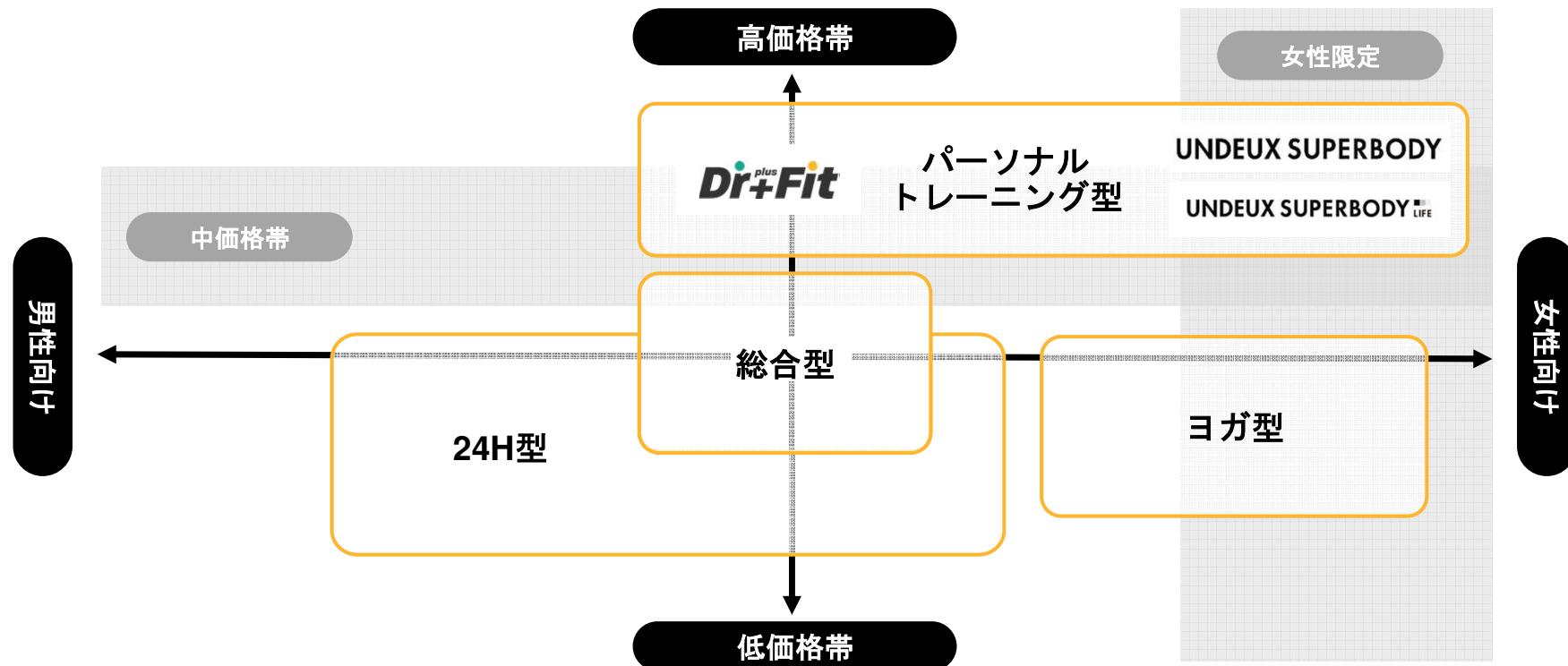
## 各ブランドのポジショニング

24時間型ジムが圧倒的多数の中、パーソナルトレーニングジムの中でも、UNDEUX SUPERBODYは、

サービス・プランディング・マーケティングなどさまざまな面で独自のポジションを確立

月額制のUNDEUX SUPERBODY LIFEは、その使いやすさゆえに当社の女性向けパーソナルトレーニングのターゲット層を広げている

Dr.plus Fitも、健康志向の高いミドルシニア層をターゲットにした月額制パーソナルトレーニングジムとして独特のポジションを確立



※ 公表されているホームページや開示資料等をもとに当社の見立てにより作成

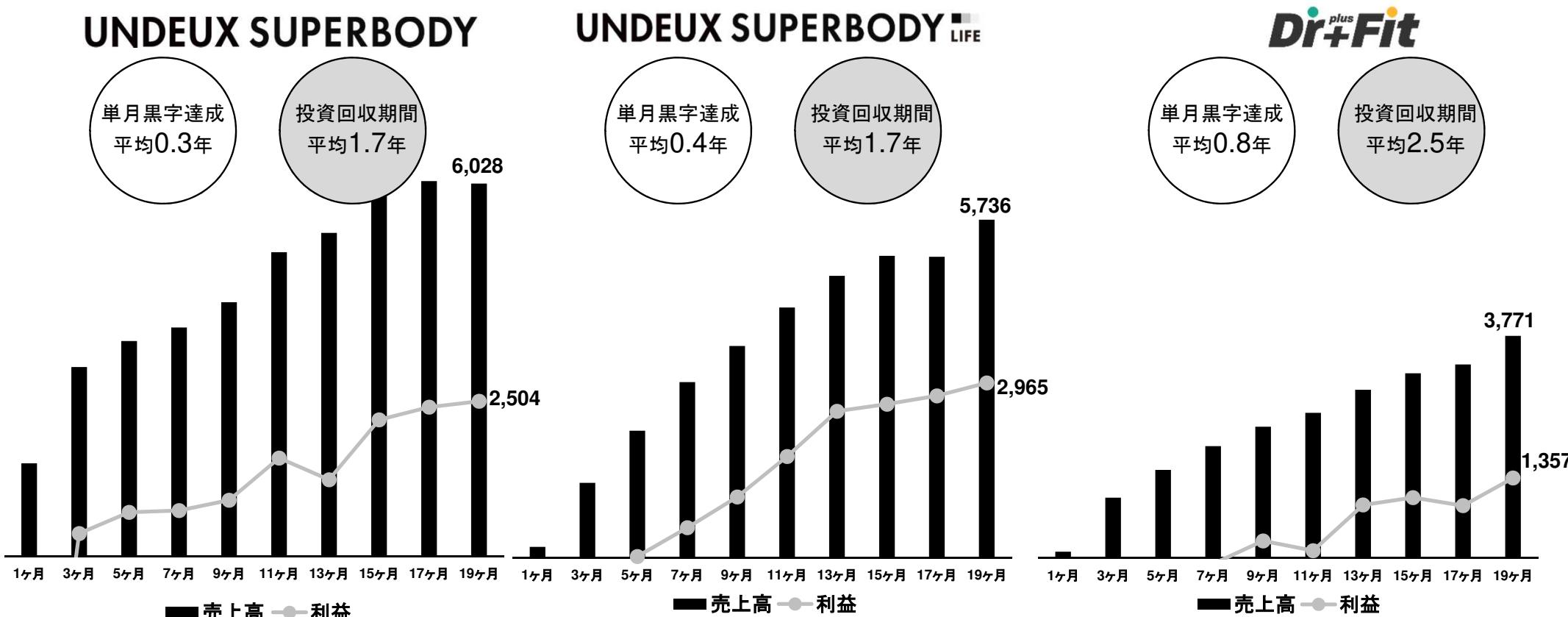
当社の強み

## 高い収益性

全店直営店舗かつ小規模店舗で店舗出店に伴う投資を抑制。また複数ブースを運営することにより高効率運営を実現

各ブランドの新店オープン後の損益推移、単月黒字達成及び投資回収期間 ※

(単位：千円)



※単月黒字期間は、本社費配賦前の各店舗の月次営業損益がプラスとなるまでの期間を当社にて算出

投資回収期間は、新規オープン店舗の設備及び物件取得投資額を当該店舗に係る店舗当たり利益及び減価償却費の合計で回収できるまでの期間を当社にて算出

算出対象店舗は、UNDEUX SUPERBODY、UNDEUX SUPERBODY LIFEは2020年11月期以降にオープンした順の3店舗、Dr.+Fitは2020年11月期以降にオープンし投資回収に至っている2店舗で算出

05

UNDEUX  
SUPERBODY

成長戰略

## 成長戦略

## サマリ

UNDEUX SUPERBODY LIFEとDr.plus Fitの新規出店を進めることで、UNDEUX SUPERBODYと違う新たな顧客ニーズを掘り起こす。顧客層を拡大していくとともに物販含めた各種施策によってLTVの最大化を目指す

## 戦略1 新規出店戦略

UNDEUX SUPERBODY LIFE

地方都市・郊外に出店し、「日常にトレーニングを取り込みたい」ライトユーザーの獲得を目指す



Dr+Fit

郊外在住ミドルシニア世代の健康意識の高まりを捉えるべく、多店舗展開を前提とする業態構築に取り組んでいく



## 戦略3 新ブランドの開発

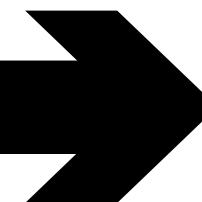
## 長期戦略

変化していくニーズに合わせて新規ブランドサービスの展開



## 戦略2 LTVの最大化

高い顧客満足度とブランド力向上を背景に、会員数増加と顧客のロイヤルカスタマーによるLTV拡大（物販売上の拡大含む）を図る



## 成長戦略

## 新規出店戦略

**UNDEUX SUPERBODY LIFE**は、地方都市・郊外で新規出店を加速

**Dr.plus Fit**は、中期的な成長ドライバーとすべく、多店舗展開を前提とする業態の構築・標準化に取り組んでいく

ブランド	出店立地	新規出店方針		店舗数推移		
		運営	ターゲット	2023/11期	2024/11期	2025/11期 (予想)
UNDEUX SUPERBODY	都心部	直営	美容・健康意識が高い若年女性	26	31	31
UNDEUX SUPERBODY LIFE	注力 地方都市+郊外		幅広い若年女性	3	8	14*
<b>Dr.+Fit</b>	注力 郊外中心		若年からミドルシニアの幅広い男女	3	3	4
<b>ZOZU</b>	都心部+地方都市		トレーナーを目指す男女	4	4	4
計				36	46	53

\* 2025年7月にUNDEUX SUPERBODYからブランド変更した4店舗を含む

## 成長戦略

## 新規出店戦略：UNDEUX SUPERBODY LIFE

**UNDEUX SUPERBODY** ■  
LIFE

地方都市・郊外に精力的に出店し  
ライトユーザーの獲得を目指す

UNDEUX SUPERBODYで構築してきたノウハウ  
を活かしつつ、幅広いエリアへの出店が可能な  
「UNDEUX SUPERBODY LIFE」を  
地方都市・郊外に出店

将来的にはエリア内の柔軟な人員配置によって  
高クオリティと低コストを両立しうるエリア展開  
を図る

## UNDEUX SUPERBODY

女性専用パーソナルトレーニングジムの運営ノウハウ

都心部

銀座、恵比寿、  
青山、梅田、  
横浜など

UNDEUX SUPERBODYのノウハウを  
ベースとして、  
より幅広いユーザーの獲得を目指す

## UNDEUX SUPERBODY ■ LIFE

利用しやすい月額制ゆえ、ターゲット層が幅広い  
⇒出店余地が大きい

店舗A

店舗B

店舗C

店舗D



地方都市  
+郊外

仙台、広島、  
西宮、博多、  
本厚木など

将来的にはトレーナーの柔軟な配置による効率化  
が可能になるようなエリア展開も図る

## 成長戦略

## 新規出店戦略：Dr.plus Fit



健康意識の高まりを背景に  
多店舗展開を目指す

医療機関との連携や整形外科医監修を特徴とする健康志向のトレーニングサービスによって、他社と差別化を図る

郊外在住ミドルシニア世代の健康意識の高まりを捉えるべく、多店舗展開を前提とする業態構築に取り組んでいく

高まる健康意識を背景に  
健康寿命の延伸や予防医療の重要性が注目されている

## 健康不安

自分の健康について  
悩みや不安を感じてる割合

**63.8%<sup>※1</sup>**

## 健康志向

今後の生活の力点に  
健康を挙げている割合

**73.1%<sup>※1</sup>**

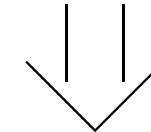
## 超高齢社会

2020年の65歳以上人口割合

**28.6%<sup>※2</sup>**

※1  
※2

内閣府：「国民生活に関する世論調査(令和6年8月調査)」の概要  
厚生労働省：将来推計人口（令和5年推計）の概要



健康意識の高まりを追い風にする業態



メディカルフィットネス  
医療的要素を取り入れたフィットネス

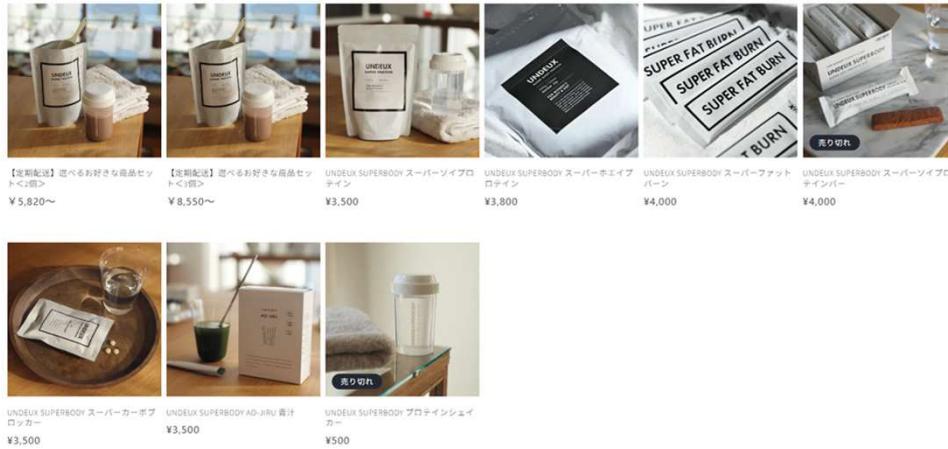
## 成長戦略

## LTV拡大に向けた各種施策

## UNDEUX SUPER PRODUCTS

## 物販の拡大

- ・オリジナル商品の開発・販売を行う
- ・商品ラインナップをさらに充実させることで、物販売上高の拡大を目指す



2025年9月9日リリース

## TOROWASU (トロワス)

AIを活用した  
自宅トレーニングサービス

## トレーニング効果を最大化

ジムトレーニングと組み合わせることで、ボディメイクの成果を最大限に引き出す設計

## シンプルで続けやすいメニュー

「週3回・3種目・3セット」の効率的プログラムで、無理なく継続できるトレーニングを提案

## AIモーションカウンター機能

AIが骨格を検出し、反復回数を自動カウント  
手ぶらでトレーニングに集中できる

## 姿勢測定でバランスを可視化

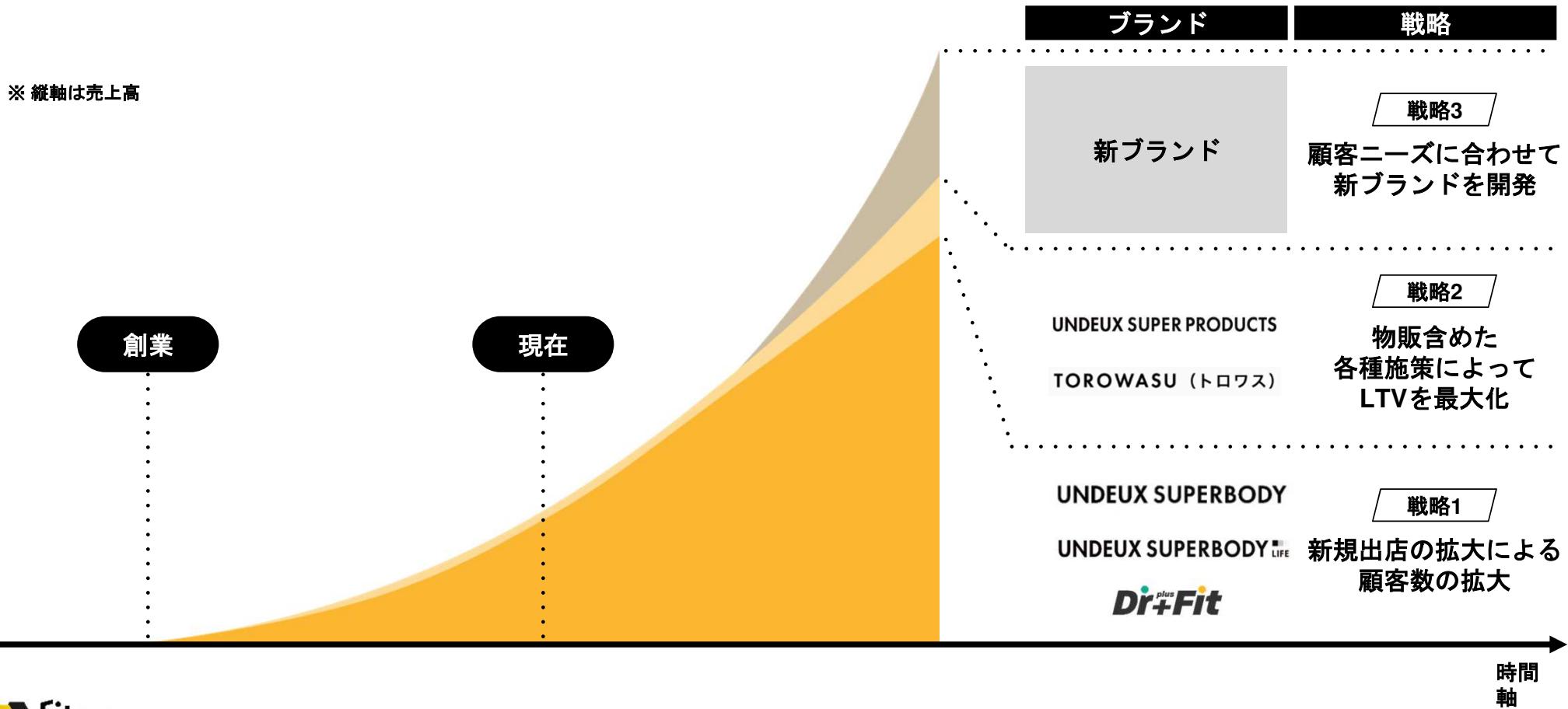
カメラで撮影するだけでAIが姿勢を測定・記録  
体の歪みを把握し、効果的なトレーニングへ

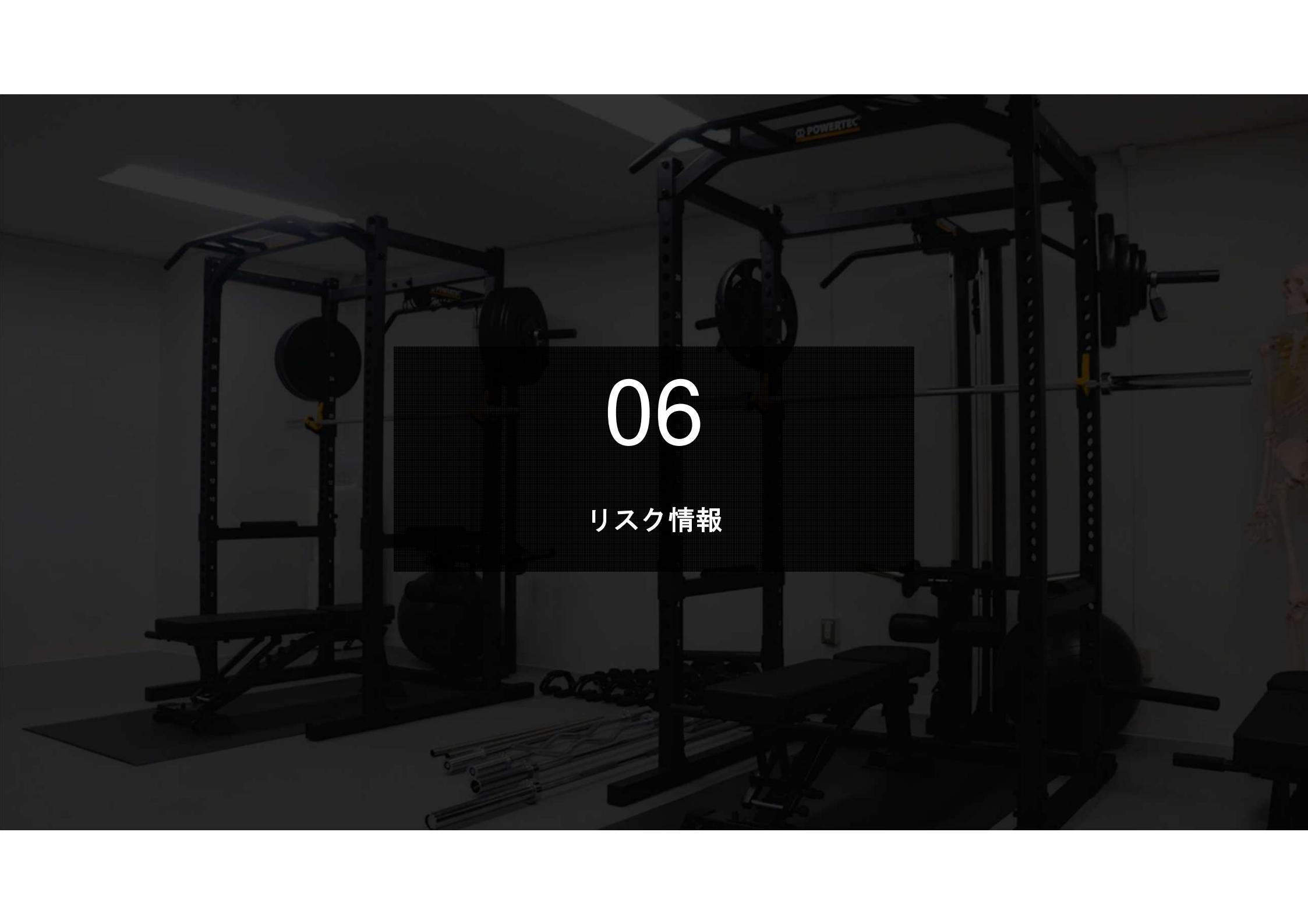
## 成長戦略

## 今後の成長イメージ

既存店舗の会員増と顧客単価向上による収益拡大に加え、積極的な出店戦略で加速的な成長を見込む併せて、基盤となる人材育成とオペレーションの強化も行っていく

※ 縦軸は売上高





06

リスク情報

## リスクに対する認識と対応

	内容	顕在化可能性	影響度	顕在化時期
人材の確保・育成	<p>当社は、パーソナルトレーニングジムの運営を行っており、今後の事業拡大に対応するためには、人材の確保及び育成が不可欠です。採用にあたっては、計画的な募集や採用活動の拡充に取り組むことで、新卒社員、中途社員の確保に努めています。人材育成については採用後一定期間を研修期間とし、座学及び実技の両面から、店舗運営に必要な知識・技能が身につけられるようカリキュラムを組んでいます。さらに、事業の拡大のためには、各店舗責任者や管理者の育成も重要と考えており、年間教育計画に沿って育成を実施しております。</p> <p>しかしながら、採用競争が激化し、当社の求める人材が確保、育成ができなかった場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中	
新規出店による事業拡大	<p>当社は、さらなる事業拡大のため、新店出店による事業展開を行っていく計画です。出店にあたっては、最寄り駅の乗降者数、周辺人口、競合店調査、賃借物件情報等から、収益計画及び投資回収期間を見積り、綿密な調査を実施した上で出店候補地を選出し、新規出店の意思決定をしております。しかしながら、出店候補地が確保できない場合の他、出店後集客が計画通りに進まなかった場合、出店後に周辺環境の変化があった場合等により、新規店舗の売上・利益が計画通りにならない場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中	特定時期 なし
広告宣伝による集客に関するリスク	<p>当社はインターネット広告をメインの集客方法として、新規顧客を獲得しております。当社のマーケティングに関するノウハウを活かし、また、日次での広告成果の確認を行い、迅速に対応できる体制を整えるとともに、リファーラル等、インターネット広告に頼らない集客についても注力しておりますが、広告宣伝効果が想定を下回った場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中	
ハラスメントの発生リスク	<p>当社は、パーソナルトレーニングジムの運営を行っております。全従業員に対して、ハラスメント研修を行うとともに、各トレーニングブースにおいて監視カメラを設置し、また、お客様相談窓口を設置する等の対策を実施しております。しかしながら、パワーハラスメント行為やセクシャルハラスメント行為、その他のハラスメントが発生することにより、お客様の身体的・精神的悪影響の他、社会的事件となることで当社の信用度及びイメージが低下した場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	大	

# Appendix

付録

## Appendix

## 損益計算書

単位：千円	2023/11月期	2024/11月期	2025/8月期（3Q）
売上高	1,768,094	2,454,420	2,127,326
売上総利益	622,956	907,801	830,953
売上総利益率	35.2%	37.0%	39.1%
営業利益	77,916	112,922	152,101
営業利益率	4.4%	4.6%	7.1%
経常利益	79,674	109,845	149,677
経常利益率	4.5%	4.5%	7.0%
当期（四半期）純利益	33,215	44,289	155,658
当期（四半期）純利益率	1.9%	1.8%	7.3%

## Appendix

## 貸借対照表

単位：千円

資産の部	2023/11	2024/11	2025/08
<b>流動資産</b>	<b>649,852</b>	<b>1,062,666</b>	<b>986,273</b>
現金及び預金	464,737	816,384	575,193
売掛金	127,248	164,571	322,136
前払費用	31,828	46,757	41,933
その他流動資産	26,039	34,954	47,011
<b>固定資産</b>	<b>619,508</b>	<b>757,975</b>	<b>813,934</b>
有形固定資産	455,963	543,736	551,374
無形固定資産	1,650	716	2,244
投資その他の資産	161,894	213,522	260,316
<b>資産合計</b>	<b>1,269,360</b>	<b>1,820,642</b>	<b>1,800,208</b>

負債・純資産の部	2023/11	2024/11	2025/08
<b>流動負債</b>	<b>552,100</b>	<b>856,451</b>	<b>752,394</b>
未払金	108,972	189,011	185,700
契約負債	231,282	357,019	313,003
その他流動負債	211,846	310,421	253,691
<b>固定負債</b>	<b>387,335</b>	<b>613,976</b>	<b>541,940</b>
長期借入金	252,128	443,569	373,217
資産除去債務	110,198	151,769	163,564
その他固定負債	25,009	18,638	5,159
<b>負債合計</b>	<b>939,435</b>	<b>1,470,427</b>	<b>1,294,335</b>
<b>純資産合計</b>	<b>329,925</b>	<b>350,214</b>	<b>505,872</b>

## Appendix

## 株主の状況

株主名	属性	所有株式数	保有比率※
鹿島 紘樹	代表取締役社長	592,500	62.7%
サファイア第一号投資事業有限責任組合	VC	265,487	28.1%
Social Entrepreneur3投資事業有限責任組合	VC	75,000	7.9%
株式会社ベルパーク	事業会社	12,500	1.3%
合計		945,487	100.0%

※ 保有比率の算定において、自己株式及び潜在株式は算入していない

## Appendix

## 沿革

年月	概要
2015年1月	大阪市北区に株式会社トライアス（現 株式会社フィットクルー）を設立
2015年1月	女性専用のパーソナルトレーニングジム「UNDEUX SUPERBODY」として、堺筋本町（大阪市中央区）スタジオを初出店
2018年4月	パーソナルトレーナー養成スクール プログラムとして、梅田校（大阪市北区）を初開校
2021年4月	東京都渋谷区に東京オフィス兼研修所開設
2021年7月	もっと身边に、手軽にサービスをご利用頂ける「UNDEUX SUPERBODY LIFE」として、町田スタジオ（東京都町田市）を初出店
2022年2月	株式会社フィットクルーに商号変更
2022年6月	大阪市西区に本社移転
2022年10月	ヘルスケア専門のパーソナルトレーニングジム「Dr.plus Fit」として、高槻スタジオ（大阪府高槻市）を初出店
2024年5月	東京都目黒区に東京オフィス及びフィットクルー・トレーニングセンター移転

## Appendix

### 社会貢献活動



「ベルマーレ ウィメンズ レーシング チーム」は、神奈川県秦野市を拠点に活動する「湘南ベルマーレ レーシングチーム」が2025年に新たに創設の若手育成のための女性のレーシングチームです。

当社は、「ベルマーレ ウィメンズ レーシング チーム」のオフィシャルスポンサーに協賛しております。これは、フィットクルーの理念「フィットネスで社会を明るくする」、UNDEUX SUPERBODYのブランドコンセプト「女性の健康と美で社会を明るくする」という想いと、「ベルマーレ ウィメンズ レーシング チーム」の目標・ビジョンが一致したからです。フィットクルーは、女性が健康的で自分らしく輝ける社会の実現に貢献したいと考えています。

## ディスクレーマー

- ・ 本資料は、当社の業界動向及び事業内容について、現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。
- ・ これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。  
既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。
- ・ 当社の実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。
- ・ 本資料における将来展望に関する表明は、当該資料を作成した時点において利用可能な情報に基づいて当社によりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更するものではございません。
- ・ 成長可能性資料の次回開示（更新）は、2026年2月末日までの公表を予定しております。