各位

2026年11月6日
ネイス株式会社
（証券コード：589A　東証グロース）

個人投資家向けオンライン会社説明会（運営：マネックス証券）
アーカイブ動画および書き起こし公開のお知らせ

平素より格別のご高配を賜り、誠にありがとうございます。

当社は、2026年11月4日に開催いたしました「個人投資家向けオンライン会社説明会（運営：マネックス証券）」のアーカイブ動画および書き起こしを掲載いたしましたので、お知らせいたします。

記

■説明会概要

日　時	2026年11月4日（水）　18:00～19:00
登壇者	代表取締役社長　南　友介
アーカイブ動画	マネックス証券公式YouTubeチャンネルにて公開しております。 https://www.youtube.com/watch?v=MRzawWBPSmk
書き起こし	次ページ以降に記載しております。 なお、Q&Aでは当日お答えしきれなかった一部ご質問についても回答しております。当社へのご理解を深める一助となりましたら幸いです。
説明資料	こちらよりご覧ください。

以　上

＜本件に関するお問い合わせ＞
ネイス株式会社　IRお問い合わせ窓口
https://ne-is.com/contact/

目次：

▌会社概要（00:56 頃）
▌少子化の中での市場の伸びしろ（03:49 頃）
▌保護者から選ばれる理由（09:07 頃）
▌安全管理・人材育成の仕組み（12:49 頃）
▌未経験者を指導者に育てる仕組み（16:54 頃）
▌フランチャイズと収益構造（19:15 頃）
▌業績予想をどう見るか（25:51 頃）
▌出店計画（30:37 頃）
▌発達支援事業（32:36 頃）
▌成長を妨げるリスク（35:50 頃）
▌株主還元（38:34 頃）
▌質疑応答（40:20 頃）

▌オープニング

ちょる子氏（以下、ちょる子）：皆さん、こんにちは。MC を務めるちょる子です。本日は、マネックス証券のオンライン会社説明会をご覧いただき、ありがとうございます。
本日は、証券コード 589A、ネイス株式会社にお越しいただきました。子どもたちが通う体操教室という、身近に感じられる事業ですが、投資家としては「なぜ選ばれるのか」「どうやって利益が積み上がるのか」も気になるところです。今日は、保護者の目線と投資家の目線の両方から、わかりやすく伺っていきたいと思います。

▌会社概要（00:56 頃）

ちょる子：それでは南社長、よろしくお願いします。まず、今日初めてネイスを知った方に向けて、どのような会社なのか教えていただけますか。体操教室と発達支援、それぞれのお話を伺えればと思います。



南友介氏（以下、南）：皆様、こんにちは。ネイス株式会社代表取締役社長の南でございます。
我々ネイス株式会社は、子ども向け体操教室、そして発達支援事業の店舗展開を行っている会社でございます。2010 年に私が創業いたしまして、本社は東京の飯田橋、従業員は約 500 名程度でございます。今年 6 月に、東証グロース市場に上場いたしました。



当社はビジョンを非常に大切にしております。私たちのビジョンは「子どもの未来をつくるサードプレイス」です。サードプレイスとは第 3 の場所と言われますけれども、我々は「行きたくなる場所」と定義しております。この行きたくなる場所をつくることによって、子どもたちの自己肯定感、そして自己効力感を伸ばしていくことを目的としております。ですので、体操、あるいは発達支援をやっておりますが、ただの習い事・療育ということではなくて、いかに子どもたちの心を伸ばせるか。これが私たちの事業のコンセプトでございます。

私自身は、元体操選手でございまして、オリンピックを目指して、学生時代は日々励んでおったんですけれども、残念ながらオリンピックには出られませんで、昔は『筋肉番付』という番組によく出ておりました。そういった意味では、私は体操選手ではあったのですが、今のネイス体操教室は、そういった選手を育てる教室ではございません。本当に楽しく体を動かして、心と体を伸ばしていくというのが、我々のコンセプトでございます。

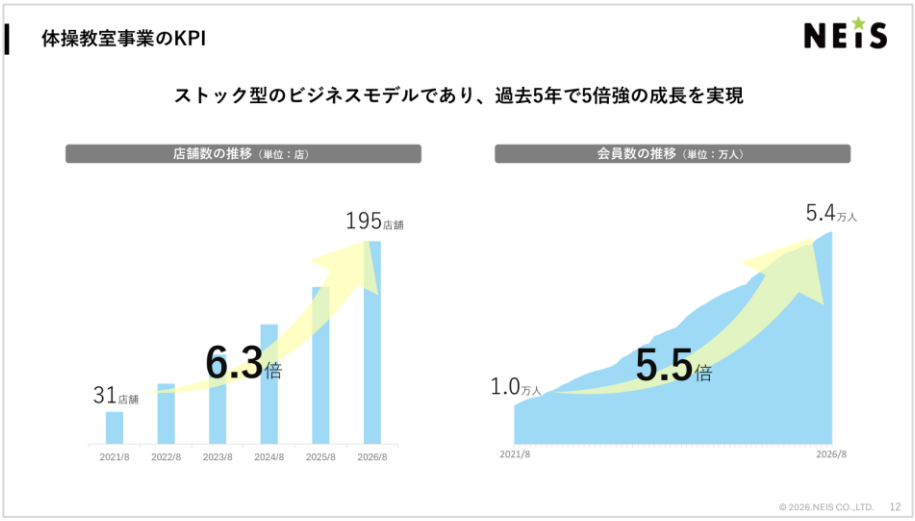


1 号教室は、埼玉県の川口市に開校いたしました。そこから、2 号教室をショッピングセンター、イオンモールさんに出店したことがきっかけで、今は多くをショッピングモールの中に展開しております。現在、体操教室で約 200 教室、発達支援事業で 12 教室を展開している企業でございます。

▌少子化の中での市場の伸びしろ（03:49 頃）

ちょる子：ありがとうございます。すごく素敵な事業だなと思うのですが、お子様向けということで、日本は少子化が進んでいるかと思います。その中で、体操教室にはまだ伸びる余地があるとお考えの理由をお伺いできればと思います。

南：おっしゃる通り、少子化が進んでいることは我々も認識しておりますし、実際に昔から子どもは減っております。

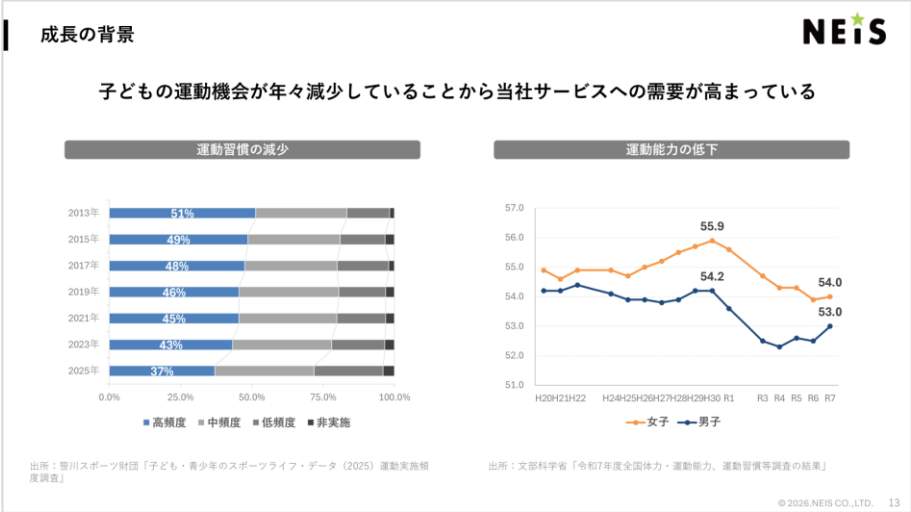


ただ、こちらにもありますように、我々は直近 5 年で店舗数・会員数が 5 倍超の伸びを示しております。これが意味するところは、需要に対して供給がまだまだ追いついていないということなんですね。一昔前に、子どもは減っているけれども待機児童はどんどん増える、ということがありましたけれども、我々のビジネスは非常に小商圏でございまして、体を動かしたい、でも体操教室がなかなか存在しない、というところに、その需要に応えるためにどんどん展開しています。出店の余地はまだまだ存在すると考えております。



ちょる子：なるほど。記事で拝見したんですけれども、今は体操に力を入れていらっしゃる親御さんが増えたそうですね。これはどういった背景があったんでしょうか。

南：スライドにもあります通り、やはり運動をする機会が、昔に比べて非常に減っています。そして、運動能力の低下が社会課題にもなっています。右のグラフにありますように、子どもの運動能力が低下傾向にあります。2018 年頃にぐっと上がっているところがあるんですけれども、これは運動能力の低下に歯止めをかけようと、文科省などがいろいろな取り組みを行った結果、上がったところです。ただ、その後、ガクンと下がっている部分があります。



ちょる子：コロナですね。

南：おっしゃる通りです。なぜこうなるのかというと、結局、習慣化ができていないということなんですね。何か取り組みがあったときは一時的に上がるんですけれども、習慣になっていない。我々が子どもの頃は、公園で遊ぶとか外で遊ぶということがありましたが、今は防犯の問題だったり、異常気象とまでは言いませんけれども、この暑さだったりで、昔のように体を動かせる機会が非常に少なくなっています。そういったところに危機を感じていらっしゃる親御様が非常に多いと、我々はすごく感じております。

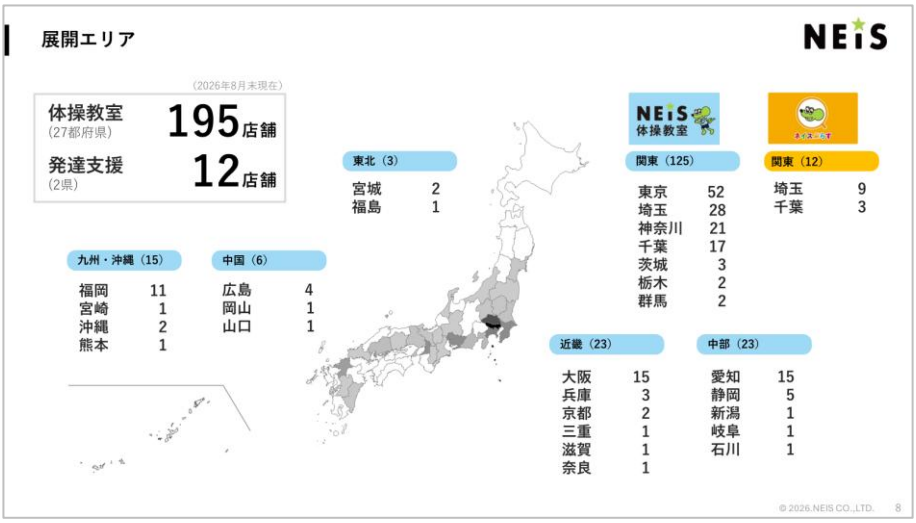
ちょる子：これは、由々しき問題ですよね。今おっしゃったように、運動を習慣化できていなかったというのは、授業には組み込まれていたけれども、コロナのタイミングで授業を対面でやらなくなったら運動しなくなった、ということですもんね。

南：そうですね。おっしゃる通りです。

ちょる子：最近の環境だと公園で遊べる場も減ってきていますし、先ほどおっしゃった暑さ寒さもありますよね。夏場はもう、朝 8 時を過ぎたらとてもじゃないですけど公園で遊べなかったです。そういったところが、今の親御さんたちのニーズに入ってきているということなんですね。これから伸ばしていくうえで、まだ体操を習っていないお子さんへの広がりと、未出店地域への進出では、どちらに大きな余地を感じていらっしゃいますでしょうか。

南：我々がまだ出店できていない場所は、全国にたくさんございます。こういったところを、いかに早く埋めていけるかどうかです。体操教室をオープンすると、私もできる限り教室に行って親

御様のお声を聞くようにしているんですけれども、「なぜお通いいただけるようになったのですか」と聞くと、「ずっと探したけれど、なかったんです」と。やはりお子様の習い事ですので、親御様にお連れいただくことになります。小商圏で、地域密着のビジネスでございますので、大きい施設をドンとつくるのではなく、その町に寄り添うような形での出店が、まだまだ埋め切れていない。



教室数は足許ちょうど 200 を超えたところですがまだまだ空白地帯があるので、ここを埋めにかかっている、という状態でございます。

▌保護者から選ばれる理由（09:07 頃）

ちょる子：ありがとうございます。まさにおっしゃっていただいたところが課題だと思っていまして、保護者の立場で考えると、送迎をしなければいけません。子どもが楽しく通えることはもちろん大前提ですが、無理なく通わせられることの両方が大切だと思います。いろいろな習い事がある中で、ネイスを選んで、その後も通い続けてもらえる一番の理由は、どこにあるんでしょうか。



南：我々は様々な仕組みを取り入れておりまして、こちらのスライドにあります通り、強みは大きく 4 つあります。1 つ目が「ショッピングセンターへの出店」です。我々の約 200 教室のうち、8 割 5 分ほどは、ショッピングセンターの中に出店しております。習い事をさせたいという親御様は非常に多くいらっしゃるんですけれども、お仕事の関係ですとか、子育て中の親御様は非常にお忙しくございます。特に、お送りいただく親御様の 95%がお母様なんですね。このお母様が

日々買い物に行かれる、その生活動線の中に我々が出店させていただく。行かせたいのは山々でも、なかなか難しいところを、生活動線の上に出店することで、まず親御様から非常にご好評いただいております。

それだけではなくて、我々にはお客様が 2 人おりまして、親御様と、当たり前ですけれどもお子様ですね。これが 2 点目の「高い集客力」とありますけれども、実は体操教室を始めるきっかけとして、お子様が「やりたい」と言ったことがきっかけというのが非常に多いです。
私たちはミッションで「夢中体験」という言葉を使っておりますけれども、夢中になれる体験をいかに提供できるのか。こちらにもありますように、虹色の大きなトランポリンですとか、カラフルなボルダリング、ぶつかっても痛くない強化スポンジでできた跳び箱などを用意しているんですけれども、これを見たお子様が、遊び場と間違えて入ってきちゃうんですね。

ちょる子：かわいい。

南：「ここは教室なんだよ」とお母さんに止められて、「あれ、やってみたい」と。これは心が伸びる観点からも、主体性が伸びる素晴らしい瞬間でもありますし、何よりも子どもたちが「やりたい」と思うきっかけをつくることが、我々の集客につながっているところでございます。

もう 1 つは、やはりインストラクター、教える先生をいかにつくっていけるかどうかです。我々は労働集約型のビジネスでございまして、人が人にサービスを提供しますので、人が商品です。このインストラクターの先生をいかに採用して、育成して、素晴らしい先生になっていただくか。このカリキュラムにも非常に力を入れております。

出店用地、集客、そしてインストラクター。この 3 点をしっかりと伸ばし、うまく回すことによって、ネイスに通いたいと思っていただけるお客様、親御様が増えていると考えております。

ちょる子：ありがとうございます。ショッピングセンター内で買い物のついでに通える便利さに加えて、「ここなら続けたい」と感じてもらうための工夫をされているということですね。

▮ 安全管理・人材育成の仕組み（12:49 頃）
ちょる子：あとは、通いやすさに加えて、教室の中でどんな体験ができるかも大切だと思うんですが、続いて、安心して通える教室をどうつくっているのかをお伺いできればと思います。
子どもを預ける保護者として、まず気になるのは、一番は安全性かと思います。体操は体を動かす習い事だからこそ、怪我のリスクを減らすために、日々どんな仕組みやチェックを設けていらっしゃいますでしょうか。

南：こちらは先ほどと重なるところもあるんですけれども、やはりインストラクターの先生が、安心・安全にレッスンを提供できるかどうかです。当然、先生のスキル・技術を磨く、たとえば補助はこうやるとか、どういう声がけをすると子どもたちがよりやる気を出してくれるか、といったことは日々研鑽しているところなんですけれども、それ以外に、実は教室内に見守りカメラを設置しております。1 教室に 3 から 4 台ですね。これが 200 教室ほどありますと、相当な数のカメラが、常にリアルタイムでモニタリングされている状態でございます。

本部にはモニタールームがございまして、レッスンが行われているところを常にリアルタイムでモニターしていますし、録画もしております。

ちょる子：ありがたいですね。

南：もちろん何かあったときのログにもなりますし、先生も人ですので、とてもいい先生と、もう少し頑張らないといけない先生というように、多少ばらつきがあります。これをできる限り数字で可視化しております。主な KPI としては、たとえばこの先生だと入会していただく率が高い、退会される率が低い、といったものがございますので、この数字を見比べて、各担当のスーパーバイザーが個店ごとにしっかり管理しています。少しおかしな数字があれば、まずカメラで見て、必要に応じて臨店して、しっかりとその辺りを補正していただく。こういったことで講師の品質を保ちながら、安心・安全なレッスンを提供できる環境をつくっております。

ちょる子：なるほど。名物先生がいるということではなくて、店舗がたくさんある中で、みんなの底上げをしていくことができる教育プログラム、社員さんの教育ができるということなんですね。

南：おっしゃる通りです。

ちょる子：直営とフランチャイズで同じ水準を守る方法についても教えていただきたいです。



南：こちらはスライドの 4 点目ですね。「フランチャイズのドミナント出店」とありますけれども、我々がこのサードプレイスを広げていくにあたって、出店は非常に重要な手段でございます。現在、約 200 店舗ある中の約 7 割は、実はフランチャイズパートナー、いわゆる FC 加盟の企業様が運営しておられます。直営があって、7 割がフランチャイズパートナーということですが、直営も FC の教室も、同じように管理をさせていただいております。

当然、講師がレッスンを指導するわけですけれども、我々の社員は入社していただくと、フランチャイズパートナーの場合は FC 加盟社の雇用になりますけれども、同じ研修を受けて、同じ水準で認定を出して、同じ基準の数字を見ながら水準を保っています。

ですので、直営だから、FC だから、ということではなくて、一つ一つの教室がいかにムラなく、きちんと数字を保てるかどうか。これが我々の最大のポイントでございます。

ちょる子：そういった形で、自社のブランドを守っていらっしゃるとも言えますね。ありがとうございます。

▮ 未経験者を指導者に育てる仕組み（16:54 頃）

ちょる子：資料には、未経験者を指導者へ育てることが強みとあります。体操の経験がなくても教えられるというのは、保護者にも投資家にも気になる点です。どんな方を採用し、何を学び、どの段階で子どもを担当できるようになるのでしょうか。

南：私自身は元体操選手と申し上げましたけれども、よく「体操選手をどこから引っ張ってくるんですか」と言われるんです。体操選手はやはり珍しくてですね、我々は体操選手をどんどん採用しているわけではないんです。私のように 10 何年も体操をやっていたというキャリアの先生は、数百人いるインストラクターの中で、5%もいないと思います。

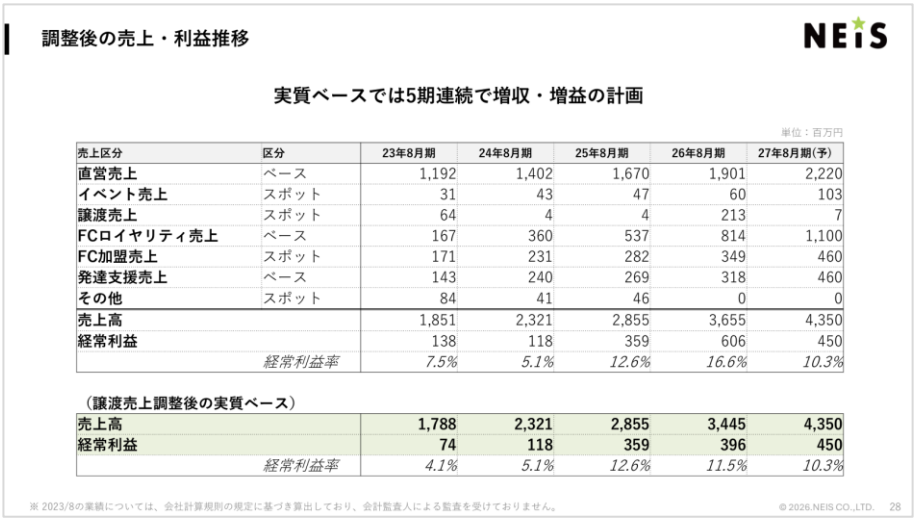
ちょる子：そんなに少ないんですね。

南：ただ、体を動かしたり、子どもたちと接する大切なお仕事ですので、何かしらのスポーツ経験がある方は、ほぼ 100%です。では、体操経験がない方にどのように教えるのかというと、先ほども少し触れましたが、入社してからの研修です。これは「20 日間プログラム」という名前がついております。
ここで、子どもたちの特性ですとか、この年齢のお子さんはこういう発達状況である、といったこと、あるいは技術的なところでいくと、逆上がりの補助はこういうところを持ってこうするとうまく指導ができる、こういうことを怠ると怪我につながる、といったことを、まず 1 か月間で、皆さん全員に研修を受けていただきます。そこで認定を得た方がフィールドに立てるようになっております。
もちろん、それで終わりではなくて、そこから定期的な昇格試験ですとか、さらに上の「上級インストラクター検定」といった、インストラクターの中でもより技術の高い者のみが認められる検定の仕組みを用意しています。体操選手でなくとも、我々の教室で良い「体操のお兄さん、お姉さん」になっていただけるプログラムを、我々の方で確立しております。

ちょる子：なるほど。ありがとうございます。

▮ フランチャイズと収益構造（19:15 頃）

ちょる子：では、ここからは、こうした教室運営が会社の収益にどうつながっていくのかをお伺いできればと思います。最初に、会社に入る収益のお話です。ネイスには直営の教室とフランチャイズの教室があるということで、投資家として混同しないように、それぞれ御社にはどのような形で売上が入ってくるのか、まず整理して教えていただけますでしょうか。



調整後の売上・利益推移

NEiS

実質ベースでは5期連続で増収・増益の計画

単位：百万円

売上区分	区分	23年8月期	24年8月期	25年8月期	26年8月期	27年8月期(予)
直営売上	ベース	1,192	1,402	1,670	1,901	2,220
イベント売上	スポット	31	43	47	60	103
譲渡売上	スポット	64	4	4	213	7
FCロイヤリティ売上	ベース	167	360	537	814	1,100
FC加盟売上	スポット	171	231	282	349	460
発達支援売上	ベース	143	240	269	318	460
その他	スポット	84	41	46	0	0
売上高		1,851	2,321	2,855	3,655	4,350
経常利益		138	118	359	606	450
	経常利益率	7.5%	5.1%	12.6%	16.6%	10.3%

（譲渡売上調整後の実質ベース）

売上高		1,788	2,321	2,855	3,445	4,350
経常利益		74	118	359	396	450
	経常利益率	4.1%	5.1%	12.6%	11.5%	10.3%

※ 2023/8の業績については、会社計算規則の規定に基づき算出しており、会計監査人による監査を受けておりません。

© 2026.NEIS CO.,LTD. 28

南：こちらは 28 ページですね。まず「ベース」と「スポット」という区分があるかと思いますけれども、直営店ですと、月謝が収入の主なところでございます。これは比較的わかりやすく、毎月月謝を頂戴しますので、いわゆる積み上げ式の「ベース」の売上となります。
直営の中でも、それ以外にイベントなど、いわゆる一時的な売上が立つ商品がございます。たとえば単発の教室を行うとか、夏はキャンプ、冬はスキーといった教室もやったりします。こういったものがイベント売上で、これは「スポット」売上という区分になります。これがまず直営の売上構成ですね。

続きまして、我々は FC 本部でもありますので、FC の売上についてです。まず、FC 加盟社様がオープンする際に、加盟金ですとか、オープンに関わる費用、あるいは当社で器具を手配して加盟社様へ販売しますので、FC 加盟社が開店することによって上がる売上がございます。これは開店時の「スポット」売上となっております。
一方で、FC 加盟社様が運営を始めたあとのロイヤリティ収入は売上高の約 10%でございます。たとえば 1 店舗あたり年間約 3,000 万円の売上とすると 300 万円が我々本部としての売上になります。
ですので、直営 1 店舗と FC10 店舗で売上が同等に見える形なので、FC が少し増えても、売上が爆発的に伸びないように見えるのは、FC 本部としてロイヤリティだけを売上計上している、というところが 1 つございます。これが大まかな構成でございますね。

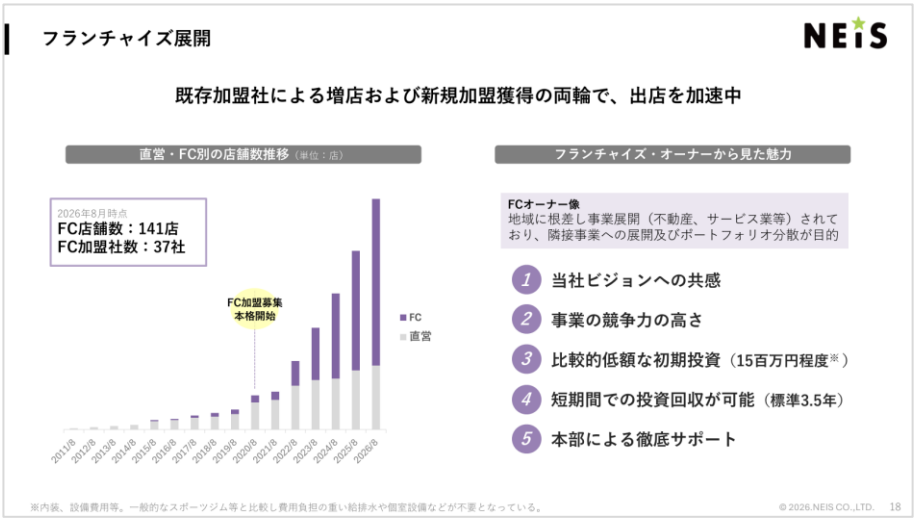
ちょる子：確かに。まずそこをちゃんと切り分けて考えないと、「出店数が増えたから」という話ではないよ、ということですね。たとえば新しい教室の出店がいったん落ち着いた場合でも、既存の教室から収益が積み上がる仕組みは、どの部分になるんでしょうか。

南：これはベース売上のところでございますね。

ちょる子：では、このベースのところを見るのがよろしいですか。

南：そうですね。当社の中計では、約 4 年ないし 5 年の間に、500 店舗体制まで目指しておりますので、出店が止まるということは、今のところ基本的にはないと考えております。
一方で、出店しつつ、既存店舗の重要な部分はやはり会員数でございます。今の会員様をしっか

りキープしながら増やしていくことが、まさにこのベース売上でございます。
ネイス株式会社単体の売上で見ると、先ほどの直営と FC で売上の計上方法が少し違うところがありますので、見えにくい部分がございます。投資家様が追っていただくとすると、まず店舗数が順調に増えているかどうか、あとは会員様がしっかりと伸びているかどうか。ここを押さえていただくと、成長が非常によくわかるのではないかと思います。



ちょる子：ありがとうございます。こちらの資料でも、2026 年 8 月末の FC 店舗は 141 店舗で、加盟社が 37 社、既存の加盟社による増店を基本方針としていらっしゃるかと思います。加盟社が「もう 1 店舗出したい」と思えるには、どういった条件が必要なんでしょうか。

南：やはり加盟社様に、このビジネス、ネイス体操教室は非常にいいなと、当たり前ですけれども思っていただかないといけないところです。それは何なのかというと、当たり前ですが、ビジネスとして成立することですね。当然、教室を開校してしっかりと会員様がついていただく、というところがまず一番重要です。

ただ、それ以外に、子ども向けの教室ですので、FC オーナーさんがどういった傾向が多いかと言いますと、全国規模でやられている会社さんもあれば、地場でしっかりやられている会社さんもあり、様々なんですけれども、やはり地域に根差して、地域貢献のために新たな事業を展開したいと言われる企業様が、割合としては非常に多くございます。
ですので、そういった地域でたくさん出店していけるように、我々の方で出店のサポートをさせていただいたり、どんどんお勧めをしています。

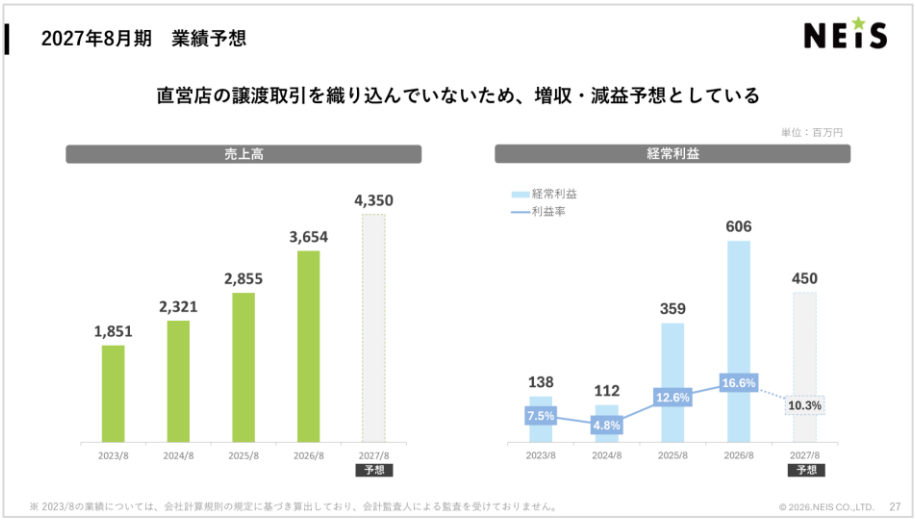
新規の加盟社様からのお問い合わせも、上場してから非常に増えたこともございますが、やはり方針といたしましては、今いらっしゃる既存の加盟社様 1 社あたりが何店舗を運営できるかどうかが、今後の我々の成長の原動力になると考えております。こういった考え方で、既存の加盟社様にどんどん出店をお勧めしている、という形です。

ちょる子：これだけ積み上がっていくと考えると、いいビジネスだと思ってもらいやすいですよね。

▌業績予想をどう見るか（25:51 頃）

ちょる子：ありがとうございます。継続的な収益と、出店や譲渡の時に発生する収益を分けて見ることが大切、というところだと思います。この違いを踏まえたうえで、今期の業績予想をお伺いできればと思います。

2026 年 8 月期は、売上高約 36.5 億円、経常利益 6 億 600 万円でした。一方、2027 年 8 月期は、売上高 43.5 億円、経常利益は 4.5 億円という予想を出していらっしゃいます。売上は伸びる一方で利益が減るという数字だけ見ると気になるところですが、前期の譲渡益の影響と、事業そのものの伸びを分けてご説明いただけますでしょうか。

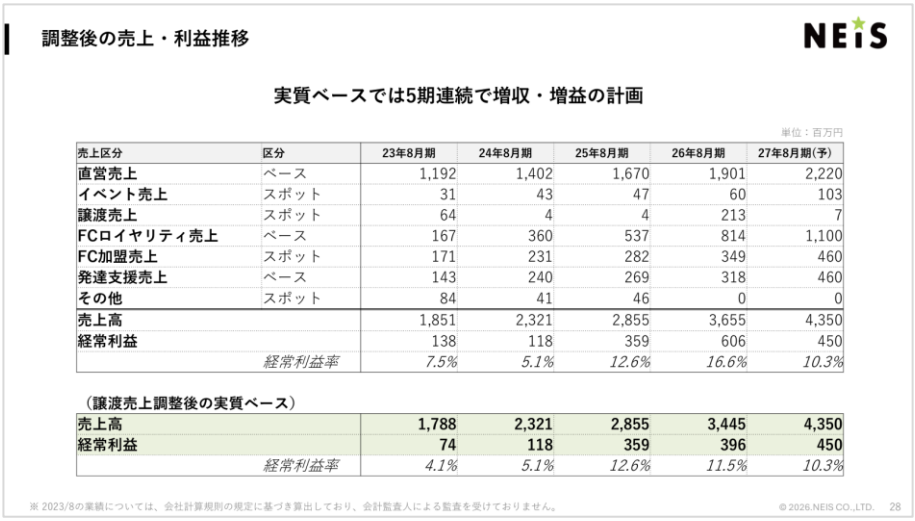


南：今期予想としては増収減益で出させていただきました。正直、ご不安と言いますか、そういったお声をいただいていることも事実でございますが、実は事業に陰りがあるとか、そういったことは全く心配してございません。理由といたしましては、前期に 6 億円の経常利益を計上しておりますけれども、このうち 2 億円少しは、実は直営店舗をフランチャイズパートナーさんに譲渡した、その譲渡益が乗っているものでございます。

では、なぜ今期はそこを計上していないかというと、案件自体がないわけではございません。むしろ活発になっているところです。ただ、上場企業となったところで、どの四半期で何店舗を譲渡するのかというところが、予想を出す段階では正直、しっかり明言できないところがございました。なので、この譲渡益はいったん除いた形でお出しさせていただいたのが、結果として減益という予想になってしまった、ということでございます。

ちょる子：譲渡の引き合い自体はいかがでしょうか。

南：引き合いは非常に多くございます。我々は直営店もあわせて増やしておりますので、本部としても譲渡は積極的にやっていく予定でございます。



調整後の売上・利益推移

NEiS

実質ベースでは5期連続で増収・増益の計画

単位：百万円

売上区分	区分	23年8月期	24年8月期	25年8月期	26年8月期	27年8月期(予)
直営売上	ベース	1,192	1,402	1,670	1,901	2,220
イベント売上	スポット	31	43	47	60	103
譲渡売上	スポット	64	4	4	213	7
FCロイヤリティ売上	ベース	167	360	537	814	1,100
FC加盟売上	スポット	171	231	282	349	460
発達支援売上	ベース	143	240	269	318	460
その他	スポット	84	41	46	0	0
売上高		1,851	2,321	2,855	3,655	4,350
経常利益		138	118	359	606	450
	経常利益率	*7.5%*	*5.1%*	*12.6%*	*16.6%*	*10.3%*

（譲渡売上調整後の実質ベース）

売上高	**1,788**	**2,321**	**2,855**	**3,445**	**4,350**
経常利益	**74**	**118**	**359**	**396**	**450**
経常利益率	*4.1%*	*5.1%*	*12.6%*	*11.5%*	*10.3%*

※ 2023/8の業績については、会社計算規則の規定に基づき算出しており、会計監査人による監査を受けておりません。

© 2026.NEIS CO.,LTD. 28

こちらのスライドに映っておりますけれども、譲渡益を除いて考えると、売上、そして利益はしっかりと伸びていっており、堅調に推移しております。ただ、いろいろとお伝えの仕方の難しさは痛感しているところでございます。

ちょる子：今後の業績を見る際にも、譲渡で変動する部分がどれぐらいで、通常の運営で積み上がる部分がどれぐらいかを分けて確認してくださいね、ということですね。

南：おっしゃる通りですね。数字だけを見ると、何か陰りが出て失速しているんじゃないかと。こういったご不安を投資家の皆様にお渡ししてしまったことは大変申し訳ないなと思いながらも、事業自体はしっかりと堅調に推移しております。

ちょる子：コミュニケーションはすごく大切だと思うんですけれども、「すごく売れます」と出して、実際に蓋を開けたら…というよりは、私の中では今のご説明でよくわかったので、いいかなと思いますね。

あと 1 点、利益率についてもお伺いできればと思うんですが、譲渡取引の影響を調整した後でも、経常利益率は前期の 11.5%から、今期は 10.3%になっています。利益の額が増える一方で、利益率が下がる主な理由はどこにありますでしょうか。

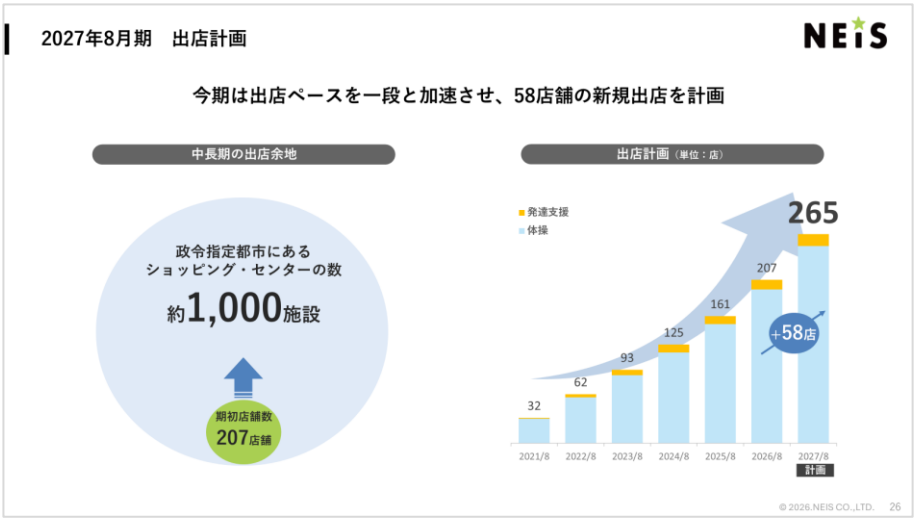
南：こちらは、やはり人への投資が大きいところでございます。システムの改修費用の計上も多く見込んでいるところもございます。今期ですべて終わりではなくて、我々は上場してからがスタートだと考えています。そのためには、このタイミングでしっかりと投資をして、そこから当然、店舗が増えていくことによって利益率は改善していきます。次のジャンプのために少し投資を多めにして、膝を曲げているところだとご理解いただければと思います。

ちょる子：わかりました。ありがとうございます。

▮ 出店計画（30:37 頃）

ちょる子：ここからは出店計画のお話ができればと思います。2027 年 8 月期は 58 店舗を新規出店し、全体では 265 店舗を計画されています。この出店ペースを実現するうえで、今一番大切な

のは、物件、人材、FC 加盟社の増店意欲のどれでしょうか。準備が進んでいる部分と、これからの課題を教えてください。



南：それでいくと全部でどれも欠けてはいけないんですが、やはり人材と物件というところでございます。加盟社様の出店意欲は非常に高くございます。1 社あたりの運営店舗数は年々伸びておりますので、オーナー様からも非常に強い出店意欲をいただいております。

その中で、やはりショッピングセンターでの物件開発が非常に重要になってくるかと考えております。ただ、我々はまだ 200 店舗しかございません。スライドにもありますように、たとえば相性のいい政令指定都市だけを取っても、ショッピングセンターは 1,000 施設以上あるんですね。もちろんそれ以外を含めればもっともっとあるので、そのうちのわずか 200 店舗しかまだ出店できていないということは、まだまだ出店余地があるということでございます。

もちろん物件は水物でございますので、タイミングが合う、合わないもございます。こういったところで、しっかり良いタイミングで良い物件と出会えるような開発をしていくこと。それに伴って、オープンが決まったら、ただ人を充てるのではなくて、先ほど申し上げた研修をきっちりと受けてクリアした人材を確保していけるかどうか。これをクリアすれば、当期はもちろん、中計も十分に達成できると考えております。

▌発達支援事業（32:36 頃）

ちょる子：さて、ここからはもう 1 つの柱である「ネイスぷらす」についてもお伺いできればと思います。体操教室で培ったノウハウを、発達支援でどのように生かしていらっしゃいますでしょうか。

南：私たちが発達支援事業を行っている理由は、我々のビジョン「子どもの未来をつくるサードプレイス」、行きたくなる場所をつくる、といったときに、私たちは発達障害を持つ子どもが体操教室では中々受け入れが難しいんですね。

ちょる子：怪我をしてしまう。

南：仰る通りです。なので、泣く泣くお断りをするということが、ビジョンに照らしたときにど

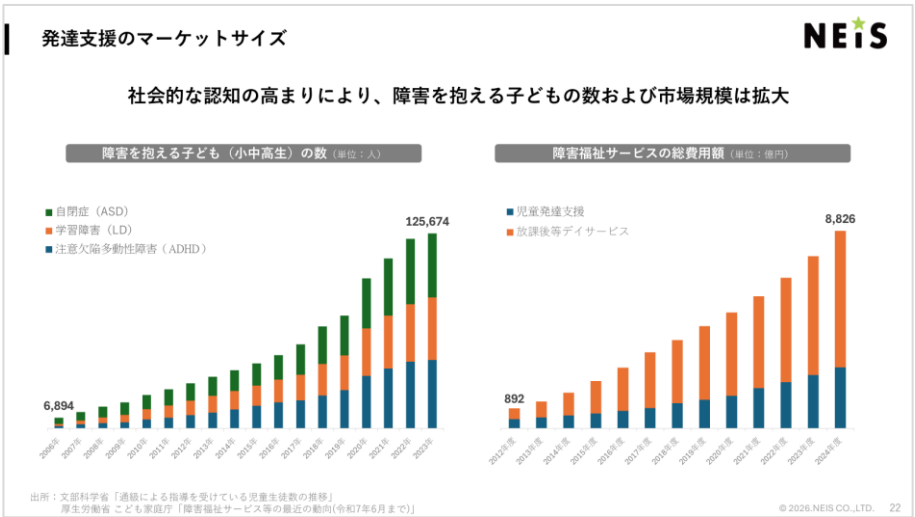
うなんだろうと。そうなったときに、「ネイスぷらす」は児童福祉法に基づいた福祉施設でございます。



児童発達支援および放課後等デイサービスという、いわゆる行政から許認可を受けて行う事業でございます。ここであれば、国や自治体からの補助を受けて、1 日 10 人しか受け入れができないところに、先生が 5 人も 6 人もつけられるわけですね。こういった施設であれば、子どもたちもやりたいと思っている運動、我々の得意な運動分野で、「運動療育」を提供していけるんじゃないか、と思い始めたのがこの事業でございます。
ですので、ネイス体操教室のすぐ近くの選択肢として、ネイスぷらすは絶対に必要だと考えております。ただ、こちらは後発での参入でございますので、まだ店舗数は 12 店舗、そして今期は 15 店舗というように、コツコツとつくっているところではございますが、体操教室の近くにはネイスぷらすを必ずワンセットで、という想いで店舗展開をしております。

ちょる子：すごく素敵だなと思う一方で、これは助成というか、補助金のような形で成り立っていくイメージで合っていますか。

南：はい、おっしゃる通りですね。こども家庭庁が管轄の児童福祉法の中で運用されるところですので、いわゆる加算と言われる、点数がどうなるかといったことで動くところはございます。ただ、この発達支援事業においては、拠点数が年々非常に増えてきておりますし、発達障害を持つ子どもの数も年々増えております。



「発達障害」という言葉自体は、2004 年頃から使われてきた言葉でございます。なので発達障害を持つ子どもが増えてきたというよりも、正確に言いますと、社会の認知が広がってきて、そういった体制が整ってきたということです。まだまだ 1 施設あたりの利用者も合わせて増えている傾向にございますので、そこまで厳しい改定があるわけではないと考えております。

▌成長を妨げるリスク（35:50 頃）

ちょる子：ありがとうございます。どちらの事業についても、人材と運営の質を保ちながら広げていくことが大切だと思うんですが、投資家としては、うまくいかない可能性も理解しておきたいと思います。たとえば採用が計画通りに進まないことだったり、安全面の問題や、商業施設の集客や賃料の変化などがあると思うんですね。経営上特に気をつけているリスクはどこでしょうか。

南：当然ながら、我々は安心・安全が最優先でございます。大切なお子様をお預かりしておりますので、怪我、事故、この辺りはリスクだと考えております。現在、創業から 17 期目でございますが、死亡事故はもちろん、何か重い後遺症が残るような事故を出したこともございませんし、これからも当然ながら出さないようにやっていくつもりでございます。

ただ、運動するうえで怪我は一定発生します。この怪我を、軽度・中度・重度、たとえば跳び箱に手をついたときに指の骨が折れてしまった、というようなインシデントごとに重要度を分けて、いわゆる重大事故と言われるものをしっかりモニタリングして、毎月、品質管理部が、何万人分の何件で発生しているかというところをモニタリングしております。取り返しのつかない事故を防ぐとともに、事故ゼロを目指していくというところが、我々がやらなければならない責任だと思っております。

そしてもう 1 つありました、賃料の値上げですとか、こういったことは我々だけではなく、どの事業においても言えることかとは思います。一方でそこに合わせて、サービスの品質を高めながら、月謝の値上げといったことも、過去 17 年の中で 8 度ほど繰り返させていただいております。状況を見ながら、あるいはサービスを高めながら、値上げも含めてコストを吸収していくというように考えております。

ちょる子：ありがとうございます。当然、賃料なども地域によって全然違ってくるかなと思うんですが、料金は一律ですか。それとも、場所によって差があるものですか。

南：若干異なっております。

ちょる子：そうですよね。ありがとうございます。

▌株主還元（38:34 頃）

ちょる子：ここからは、成長投資と還元のバランスについてお伺いできればと思います。株主還元については、1 株当たり利益の向上を優先しながら、配当も業績を踏まえて積極的に検討するという方針を出していらっしゃるかと思います。今、どの投資に優先して資金を使いたいとお考えでしょうか。



南：今回上場したのは、これから先のためです。社内では「ようやくスタートラインに立った」と申しております。これから、当然ながら教室の出店ですね。フランチャイズパートナーの出店には、我々が直接的に資金を必要とするわけではないんですけれども、いろいろなチャレンジングな出店を試していくために、直営の出店も実は 2 桁以上行います。そして、ネイスぷらすもすべて直営であること。あと、数年後の可能性のために、海外出店もすでに行っております。マレーシアの方で、昨年から会社をつくりながら、教室自体はもうできております。こういったところに、まずは資金をしっかりと投入していきます。

そして、先ほども申し上げた人材ですね。当社の人材をまず今期でしっかり固めながら、上場してからもしっかり成長できているよね、というところをまず皆様にしっかりお示しして、そのうえで出た利益については株主様の方に還元していく。その方針は前向きに考えております。

▮ 質疑応答（40:20 頃）

ちょる子：ありがとうございます。それではここからは、視聴者の皆さまからお寄せいただいたご質問を伺っていきます。今回、個人投資家の方向けの説明会は初めてですかね。たくさんご質問いただいています。

Q. 社名の由来

ちょる子：まず最初に、「社名の由来を教えてください」というご質問をいただいています。

南：ありがとうございます。ネイス、N・E・I・S ですね。「New, Exciting, Interactive, Smile」ということで、私が創業時につけたものでございます。
お恥ずかしい話なんですが、私はいつも「なぜ起業されたのですか」「体操のビジネスモデルはいつから思いついたんですか」と言われるんですけれども、実は私は ADHD、いわゆる発達障害の診断をされておりまして、今でこそ「そういうことなのか」と思うんですが、当時、勤め人をやっていた頃は、ものすごく会社で働きづらかったんですね。
どうしても会社で働きづらいなと思っていて、だったらもう自分で飯を食おうと思って会社を辞めたのが、起業のきっかけだったんですね。
そのときに、どういった会社にしようか、実はビジネスモデルは決まっていませんでした。新しい「New」、そしてワクワクする「Exciting」、「Interactive」というのは、僕は人から学んだり、人

から吸収したりする双方向が非常に好きなので。そして最後は、笑顔で「Smile」。それがネイスでございました。
それから起業したんですけれども、身一つということで、体育の家庭教師を始めたのが実はきっかけで、それがうまくいかなくて、そこからいろいろ紆余曲折あって、今の体操教室という形にたどり着いた、というのがネイスでございます。

Q. 競合との差別化
ちょる子：とても素敵なお話をありがとうございます。では、続いてのご質問です。「総合スポーツクラブなどのキッズ部門との差別化を教えてほしい」とのことです。

南：いわゆるフィットネスクラブさんの中にも体操教室があると思います。ここでの大きな違いは、やはりペルソナと言いますか、誰がお客様かの違いだと考えております。



急行が止まるような大きな駅に大型のフィットネスクラブがあって、その中の一部のスタジオで、キッズの体操教室をやっていることもあるかと思います。その中では、体操を週５とか６でやられているところもたまにありますけれども、多くは月曜日は空手、火曜日はダンス、水曜日が体操、といったように、いろいろ選べるのがパターンです。

それに比べて我々は、体操教室専門でやっておりますので、週６とか７、体操しかやらないんですね。この差は何かと言うと、器具を設置して、動線設計もそうですし、世界観もそうです。器具も置きっぱなしにできる常設の環境で、体操教室としての強みを生かせます。

あとは、お子様ですから、急に熱を出して休まれるとか、ご都合でお休みされることも多々ございます。それが週６、週７やっていますと、いわゆる振替がかなりスムーズに利きますので、そういったこともご好評を得ているというのが、大きな差別化ではないかと考えております。

Q. 体操教室での保護者の過ごし方
ちょる子：ありがとうございます。ちなみに、ショッピングセンター内にあるわけですが、「保護者は子どもを預けてお買い物に行けるのでしょうか」というご質問をいただいています。

南：ありがとうございます。お買い物に行っていただくことは可能なんですが、実は多くの保護者

様は観覧をしていただいております。我々は実は、観覧が大変重要な要素であると考えております。スペースとしては、観覧席をなくせばもっと広くできるかもしれないんですけれども、見ていただいて親子でコミュニケーションを取っていただくことは、とても大事なことだと考えております。可能と言えば可能なんですけれども、ほとんどの方が見られていますね。

ちょる子：なるほど、ありがとうございます。すごく私事なんですが、去年、小学校受験をしていまして、子どもだけの型と、保護者同席型というのがありますけれども、基本的には保護者同席で「こういうことをお家でもやろうね」というような考え方だったんです。御社もそういう感じで、親御さんが選んでいらっしゃるから、やっぱり見たいという方が多いんですかね。

南：そうですね。見たいという方も多いですし、我々は実は観覧を推奨しているというのもあります。たとえばよくあるシーンでいくと、子どもはお母さんが見てくれているのが嬉しいので、後ろを向いてお母さんに手を振ったりするんですね。その中で、きちっとされているお母様は「先生の方を向きなさい」とシッとやるんですけど、我々はそれを止めます。うちは学校じゃないので、子どもが手を振っているときは、やはり承認を求めるサインなんですね。なので、そのときは先生の話を聞いていなくてもいいので、手を振り返してください、見ているよというのを笑顔で返すだけで、子どもはすごくテンションが上がりますから、と。そういったところで心が伸びるというご説明をして、観覧をしていただいているというのが、我々のサービスの 1 つでもございます。

ちょる子：非常にいいお話をありがとうございます。

Q. IPO 後の変化

ちょる子：続いてのご質問です。「IPO をして変化したことがあれば教えてください」とのことです。

南：ありがとうございます。すごくいい面と、頑張らないとなと思うところの 2 つがございます。頑張らないとな、というところから申しますと、この場もそうですし、今回の決算発表もそうでした。上場企業でないときは、当然しっかりと会社を伸ばしていけばよいわけですが、上場すると社内だけではなくて、多くの投資家様が我々の情報を頼りに投資をしていただいています。そこで「あれ、伸びないのかな」と思っていただくようなお伝えの仕方になってしまったところが、株価もそうですし、そういったお声もいただいて、中をわかっている私としては「いや、そういうことではなくて」というところがあるんですけれども、これが上場会社の責任と言いますか、きちんと投資家の皆様にお伝えしていかないといけない、と痛感した次第でございます。
もう 1 つ、良かった点については、やはり採用、そして加盟をしたいというパートナーさんからの問い合わせが増えました。それに伴って、メディアの取り上げ、いろいろな取材をしていただく機会も増えました。それによってお問い合わせも増えているところもございますので、ここはしっかりと我々の良さを PR しながら、多くの人に知っていただくことを引き続き続けていきたいと考えております。

Q. FC 加盟店の開発、支援体制について

ちょる子：「貴社は体育界の公文とも言える独自の指導システムを持ち、フランチャイズを成長基

盤にされていると伺います。今後さらなる全国展開や事業拡大に向けて、FC 加盟店の開発、支援体制をどのように強化していく方針か教えてください」とのことです。

南：ありがとうございます。我々は約 7 割がフランチャイズ加盟社様、我々はパートナーと呼んでおりますけれども、このパートナーがいないと、サードプレイスづくりは成り立たないと考えております。
ですので、加盟社 1 社様あたりがいかに教室数を増やしていけるかというところを非常に重要だと考えています。

これを実現するために、つい先週実施したのですが、いわゆるオーナー会と言われる、年に 1 回全国のオーナー様にお集まりいただいて、方針の発表、そして懇親をしながら、いろいろなオーナーさんの良い声もそうですし、ご不満やご不安の声を直接伺っております。今、様々な会議体の仕組みを変えたりもしながら、加盟社様とのコミュニケーションもしっかりと図っていく。これが、ひいてはネイスの成長、サードプレイスが広がっていくことにつながると考えておりますので、このような方針で進めてまいりたいと考えております。

Q. AI 時代における運動の価値
ちょる子：ありがとうございます。「AI 化が進むほど、コピーできないリアルな体験や身体教育の価値が高まると考えます。子どものデジタル化が進む未来を見据え、貴社は体を動かす教育の市場価値をどう捉え、長期の成長戦略にどう生かすか、経営陣の見解をお聞かせください」とのことです。非常にいいご質問ですね。

南：ありがとうございます。やはり我々のビジネスには、デジタル化できない部分がございます。直接オフラインで先生に会いに来る、というところは、私はなくならないんじゃないかと考えております。
ただ一方で、これからの子どもたちは、AI なしの世界ではないとは思いますので、大事なことは、AI を使うのも人だということだと思っております。私たちの商売が AI を使わないオフラインだからいいというよりかは、どちらかというと、子どもたちがそういった AI もきちんと使いこなせるような、自己肯定感、自己効力感を育んでいくことが、私たちの使命だと考えております。

ビジネスの観点からいくと、我々はうまく AI を取り込みながらやっていきたいと考えております。と言いますのも、お子様の成長の見える化というところは、私はやはり AI を使いながら、たとえば、入会されたときの体力が 1 年後にはこれだけ伸びていますね、あるいは全国の体力測定と比べると、ネイスにお通いいただいている方はこれぐらい違いますよね、といったことをしっかり親御さんにフィードバックできる。これはやはりシステムの力がないと難しいと思っておりますので、うまく取り入れながらも、私たちのオフラインの良さを大切にしていければと考えております。

Q. 前期の評価について
ちょる子：ありがとうございます。「2026 年 8 月期を振り返って、出店と会員数の増減はどのように見ていますか。FC で苦戦しているようにも見えます」とのご指摘をいただいています。

南：全体感としては、店舗数・会員数ともに非常に成長できた 1 年かなと考えております。FC のところの苦戦というお話がございましたけれども、すみません、どの辺りをご覧いただいてなのかがわかりませんが、やはり加盟社様が増えてきて、FC の出店が増えることによって、正直、ムラ的なものが出てきているというのは、私はそうだと考えております。
ただ、それ自体が問題というよりかは、しっかりそこがテーブルに上がっていることの方が、私は重要だと思っております。やはり広がっていって、少しお客様からお叱りを受ける部分があって、それを改善しながらさらに広げていく、この繰り返しかなと考えております。
「これは本当にまずいな」というようなことは、現時点ではないかなと考えておりますので、細かな課題は日々ございますけれども、そこは解決しながら、今期もしっかり進めていければと考えております。

Q. 大手企業の加盟状況について
ちょる子：ありがとうございます。次は、「先日の決算説明会資料で、フランチャイズ加盟で大手が相次ぐと記載されていましたが、スタジオアリス社のほかに、いくつの大手が加盟されたのでしょうか」。

南：その他にも進んでおりますが、まだリリースまで至っておりませんので、具体的な社名はまだですね。ですが、進んでいることは事実でございます。上場企業様もいらっしゃれば、上場企業様でない、全国の、いわゆるナショナルチェーンですね、「ああ、そこなんだ」とご存じのところもいらっしゃいます。こういった案件は、我々の教室が増えてきて、それを見た、あるいはショッピングセンターで同じ施設に入っているなど、我々の増店具合を見たうえでお声がけを頂戴しているところでございますので、社名はあれですけれども、今後こういう案件はまだまだ増えてくると考えております。（※補足：2025 年にスポーツクラブ NAS 様に加盟いただいております）

Q. 中長期の方向性について
ちょる子：出店そのものが広告のような形ですもんね。ありがとうございます。あと、「530 店舗を達成した後の目標を教えてほしい。日本でさらに伸ばすのか、海外に軸足を移されるのでしょうか」というご質問です。

南：国内もまだまだ伸ばしますし、海外も、日本の次の柱になるところまで伸ばしていきたいと考えております。
まず国内からお話ししますと、中計では 4 年ないし 5 年で、体操で 500、発達支援で 30。先ほどのとおり出店余地はまだまだございますし、少子化の影響も我々は注視しておりますけれども、ゼロになるわけではございません。もちろん伸びは鈍化するかもしれませんけれども、そういう意味でいくと、長期目標で 1,000 店というのは十分にあり得る数字でございますので、おそらく中計を達成する前になろうかと思いますけれども、その前にまた新たな中計で、次の展開をお示ししたいと考えております。

次に海外展開ですけれども、現在マレーシアに会社をつくりまして、これは本当に、我々の海外初出店で、いろいろと洗礼を受けたところではあるんですが……

ちょる子：カルチャーが違うじゃないですか。

南：そうですね。カルチャーもそうですが、やはりビジネスライセンスの取得ですとか、ビザの問題ですとか、これが本当に時間がかかるんですね。これによって、少し後ろ倒しになってきたというのが事実でございます。ただ、もう間もなく開校のところまで来ておりますので、まずは 1 校開校して、国内でパートナーと一緒に伸ばしているように、今回は直営ですけれども、数店直営で出した後に、現地法人かどうかは問いませんけれども、マレーシアの中でもしっかり広げていただけるパートナーと組みつつ、もう現地での採用も行っておりますので、基本的には現地の人で現地の方を対象に回していく、という計画で進んでおります。

当然このモデルがしっかり確立できれば、マレーシア以外にも、ASEAN を目指すというのが今の段階での考えで、3 年後にはいろいろ見えているんじゃないかと。実際に店舗数も増えてきていると思いますので、この辺りは中計の達成とともに、具体的に海外の店舗数もこれぐらいと、計画に盛り込めるのかなと考えております。

Q. 物販について

ちょる子：「子ども用のプロテインの販売予定はないですか」というご質問をいただいています。

南：ありがとうございます。実は、プロテインの販売はしていないんですが、現在はゼリー飲料を販売しているんですね。ただ、これは小売りではなくて、会員様がレッスン後に、契約しておられるお子さんに摂取していただくというものです。

成分もこだわっていて、もちろん健康にいい。特に運動後の 30 分はゴールデンタイムと言われていまして、これが最も吸収がいい時間に提供できるのは我々しかおりません。プロテインは現状まだですので、ちょっと検討させていただきたいと思います。

ちょる子：なるほど。多分、他社さんで今プロテインの需要がすごく伸びているんですよね。体を動かす系の会社さんで上場企業があるんですけど、それでかなと、今ちょっと思っていました。

Q. 店舗譲渡の方針と FC 比率

ちょる子：ありがとうございます。「店舗の譲渡を今後も続けるのか。譲渡益を計画に含めない理由と、直営とフランチャイズの比率は、どのように見たらいいですか」というご質問です。

南：まず譲渡に関してお答えいたしますと、譲渡は進めていく方針でございます。これはおそらく店舗数が増えてくれば、今の直営から加盟社様への譲渡、それから加盟社様間での譲渡、これは直接的に PL には反映されないかとは思いますけれども、こういったこともワンセットで、やはりやっていくためには必要なものだと考えておりますので、積極的に行っていく予定でございます。

フランチャイズの割合については、今は直営 3、FC7 ですけれども、大体 2 対 8 ぐらいの割合で、FC さんに比重を寄せるような方針です。

▌閉会

ちょる子：実はまだご質問をいただいているんですが、そろそろお時間となってしまいましたので、最後に、南社長から個人投資家の皆様へメッセージをいただけますでしょうか。

南：最後になりますけれども、本日はお忙しい中お集まりいただきまして、ありがとうございました。
上場したばかりで未熟な部分はあろうかと思いますけれども、事業への思いですとか、サービスそのものは本当に社会に必要不可欠なものだと思っております。それを、FC パートナーと従業員と一緒に、しっかり伸ばしていきたいと思っておりますので、どうぞあたたかく見守っていただけましたら幸いです。今後ともよろしくお願いいたします。

ちょる子：南社長、本日はありがとうございました。今日は、ネイスのサービスの特徴から、成長を支える仕組み、業績予想の見方、今後の投資方針までお伺いしました。本日のお話が、皆様の企業理解や投資判断の一助になりましたら幸いです。最後までご視聴いただき、誠にありがとうございました。

―――

以下は、当日お寄せいただいたご質問のうち、説明会内でお答えできなかったものについて回答しております。ご参考になりましたら幸いです。

Q. ネイス出身のプロスポーツ選手はいますか？

現状明確に認識している方はいませんが、卒業生が多方面で活躍されているといった話も伺っております。今後、卒業生の動向も含めマーケティング強化を進めてまいります。

Q. 尊敬する経営者を教えてください。

たくさんいらっしゃるのですが、3 名挙げさせていただきます。

松下幸之助さん（松下電器創業者）
会社を育てるには、まず人を育てる。その考え方を、自分も大切にしたいと思っています。

稲盛和夫さん（京セラ・第二電電創業者）
自分たちだけでなく、関わる人の幸せを考える「利他の心」に共感しています。

公文公さん（公文教育研究会創業者）
子どもの可能性を信じ、自分の力で「できた」を積み重ねられる学びを広げられたことを尊敬しています。

Q. 前期の火災は具体的に収益にいくらマイナスになりましたか？

前期 PL 上は約 500 万円の損失を計上しております。
逸失利益等の補償につきましては現在、原因企業と協議中になります。

Q. 直営店をフランチャイジーに売却される戦略のようですが、直営の方が利益率高いように思ってしまいますが、なぜ売却されるのか教えてください。
当社は、加盟社様と共に店舗網をスピーディーに広げることを戦略の柱としており、直営と FC の比率を 2：8 程度まで高めていく方針です。直営店は新しい出店形態などを試す役割も担っており、運営が軌道に乗った店舗を地域に根差した加盟社様に譲渡することで、エリア戦略上、加盟社様の増店を後押しし、当社はロイヤリティ収入による継続的な収益を得ることができます。また、譲渡によって得た収益は、新たな直営出店や人材への投資に充てることができます。

Q. 社長が考える最大の競合先はどこですか？また、そこに対する競争力は何ですか？
一番は総合フィットネスクラブが比較対象として挙げられますが、当社は体操教室に特化している点が大きな違いです。同業以外でいきますと、やはりスイミングスクールが習い事ランキングで常に上位なので、そこを追い抜いていきたい。体操はスモールステップで成長が見えることから、講師の適切な声掛けにより、心と体の両面を伸ばすための最適なスポーツだと考えております。

Q. 今後さらにインフレが進むと思いますが、サービス価格の値上げ余力についてどう考えてますか？
サービス品質を高めることにより月謝を上げていくことに加え、店舗別価格や、曜日別価格などの推進、物販の強化等により単価の向上余地は十分にあると考えます。

Q. 対象が幼児から小学 6 年生までとなっていますが、中学生以上向けのクラスは今後開設する予定はありますか？
現状体操教室は中学 1 年生まで通えるようになっております。それ以上のクラスについて現状、開設予定はございませんが、LTV を上げていくためにも「勉強を教えない塾」といった新たな事業も検討しております。

Q. 27 年 8 月期は先行投資で減益計画ですが、販管費や人件費について、売上に対する比率など、社内で決めている基準はありますか。
2027 年 8 月期の一番の減益要因は、譲渡益を織り込んでいないためであります。一方で販管費等の比率も増えておりますが、中期的な利益率目標および販管費比率について一定の目安を設けて管理しており、今後店舗数の増加に伴い、利益率は改善していく見込みです。

Q. 店舗を急に増やす中で、講師の採用と育成は追い付いていますか。振替が取りにくい、先生がすぐ替わるといった声への対策があれば教えてください。
足許では採用強化、研修施設の新設、本部・スーパーバイザー機能の強化にも投資しており、人材や研修が間に合わないから出店ができないといった事態には陥っておりません。
振替については、価格や稼働率を適切にコントロールし、多くの教室で週 6〜7 日開講しているため、比較的改善しているものと認識しております。講師の交代に関するご意見は真摯に受け止め、待遇・福利厚生の向上、社内コミュニケーション、評価制度・キャリアパスの整備等により、定着率の向上に取り組んでおります。

Q. 前期は FC 会員数が計画に届きませんでしたが、原因は一時的なモノですか。今期に入ってから会員の伸びは戻ってきていますか。
一時的な要因と考えており、値上げ（および値上げに伴う退会）の影響を計画に織り込んでいなかったことと直営・FC の出店割合の変化によるもので、足許では各店舗堅調に会員数を伸ばしております。

Q. 大森銀座などの路面店は、ショッピングセンターの店舗と比べて会員の集まり方や黒字化までの期間に違いはありますか。
立ち上がりの早さにおいては、ショッピングセンターの方が若干有利な部分がございます。一方で路面店ならではのメリットもございますので、特に都市部においては引き続き積極的に検討しております。

Q. ロックアップ解除後の方針について。ロックアップが明けた後、社長ご自身の持ち株の売却や立会外分売の予定はありますか。
ロックアップ解除後に、代表取締役社長が保有する当社株式を売却する予定は現時点ではございません。今後、株式の流動性向上などを目的とした施策を検討する場合は、適時適切に開示いたします。

以上