

|| 企業調査レポート ||

## RIZAP グループ

2928 札証アンビシャス市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2025 年 3 月 24 日 (月)

執筆：客員アナリスト

**角田秀夫**

FISCO Ltd. Analyst **Hideo Kakuta**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

## 目次

■ 要約	01
1. 2025 年 3 月期第 3 四半期の業績概要	01
2. 2025 年 3 月期の業績見通し	02
3. 成長戦略・トピックス	02
■ 会社概要	03
■ 事業概要	05
■ chocoZAP 事業	06
1. トレーニング初心者対象に“ジムのバリアフリー化”を実現	06
2. トレーニング以外のサービスメニューが増え、社会生活インフラとして進化	07
3. 店舗品質・顧客満足度向上策を推進中	08
4. ヘルステックのフル活用	08
5. 大きな出店ポテンシャル	09
■ chocoZAP の達成と KPI	10
1. 店舗数と会員数	10
2. 本格参入から 1 年 5 ヶ月で市場シェア 1 位を達成	11
3. 単月黒字化 6 ヶ月目の優れた収益モデル	11
■ 業績動向	11
1. 2025 年 3 月期第 3 四半期の業績概要	11
2. 財務状況	13
3. 2025 年 3 月期の業績見通し	14
■ 成長戦略・トピックス	16
1. 中期経営目標	16
2. 故障・不具合への対応で大きな改善	16
3. “スキルシェア”を事業モデルに組み込む「サポート会員制度」	17
4. SOMPO グループとの連携などにより法人の福利厚生市場の開拓が本格化	18
■ 株主還元策	19

## ■ 要約

### 2025 年 3 月期第 3 四半期は、 chocoZAP 事業の収益力向上を主因に営業黒字化を達成。 故障・不具合対応で大きな進捗。 法人の福利厚生市場の開拓が本格化

RIZAP グループ<2928>は“「人は変わる。」を証明する”という唯一無二の理念の下、健康づくり事業を中心に、ヘルスケア・美容、ライフスタイル、インベストメントの3領域で多様な事業を展開する総合企業である。「自己投資産業でグローバル No.1」をビジョンに掲げ、持株会社体制の下、M&A を積極的に活用しながら飛躍的に成長を遂げ、上場子会社 5 社を含むグループ企業 67 社、連結従業員数 4,645 名を擁するまでに成長した(2024 年 3 月末時点)。2006 年に札幌証券取引所アンビシャス市場に株式を上場しており、進行中の中期経営計画では営業利益 40,000 百万円(2027 年 3 月期)を目指して新規事業「chocoZAP®」事業の積極展開等を行っている。

#### 1. 2025 年 3 月期第 3 四半期の業績概要

売上収益に関しては、コンビニジム®「chocoZAP」事業の成長が継続しており、RIZAP 関連事業(chocoZAP 事業含む)が大幅な増収(前年同期比 8,548 百万円増)と全社の成長をけん引した。「chocoZAP」出店ペースは抑制気味ではあるが、前期末から chocoZAP が 399 店舗増加し、2024 年 12 月末の店舗数は 1,782 店舗となった。店舗数の増加に伴い会員数も伸びており、2025 年 2 月 14 日時点で 133.7 万人(法人トライアル会員を一定数含む)となった。進行期は、洗濯・乾燥機やカラオケの新規サービス導入や人的サポートの導入、機器メンテナンス及び清掃の強化などの顧客満足度向上策が行われており、退会率を一定以内に抑制している。chocoZAP の成功は RIZAP(ボディメイク)へも好影響があり、RIZAP 本入会者の増加につながった。既存事業では、(株)アンティローザ、MRK ホールディングス<9980>、BRUNO<3140>、一新時計(株)等の増収分(同 6,039 百万円増)があった一方で、REXT Holdings(株)(トレカ市場反動減及び前年度の退店影響、堀田丸正<8105>(受注減、原価高)などによる減収(同 6,426 百万円減)があった。利益面は、chocoZAP 事業で主に上期に戦略的投資を実施したことで、第 1 四半期が営業赤字となったが、その後は RIZAP 関連事業(chocoZAP 事業含む)の利益改善を主因として黒字化し、第 3 四半期累計でも黒字化を達成した。なお、店舗投資の資金調達に関連して金融費用(2,809 百万円)が重くなっているが、財務健全化に伴いリファイナンスを実施し、負担を軽減する計画が進行中である。

要約

## 2. 2025 年 3 月期の業績見通し

2025 年 3 月期の業績見通しは、売上収益が 177,700 百万円（前期比 6.9% 増）、営業利益が 6,300 百万円（前期は 594 百万円の損失）、税引前利益が 3,100 百万円（同 4,524 百万円の損失）、親会社の所有者に帰属する当期利益が 2,000 百万円（同 4,300 百万円の損失）と、chocoZAP 事業の先行投資フェーズが終了したことにより通期での黒字転換を予想する（期初予想通り）。2025 年 3 月期は“既存会員の満足度向上”に重点を移している。具体施策としては、新サービス（カラオケ、洗濯・乾燥機など）の導入加速、ちょこっとサポート導入（トレーナー配置等）、コンシェルジュ導入（コールセンター）、清掃の強化、マシン故障対応の迅速化などであり、上期に積極的な投資を行いその成果が顕在化する。結果として、退会率は足元で安定して抑制できている。進行期の第 3 四半期から 2026 年 3 月期にかけては、本格的な投資回収フェーズに入る計画であり、実際に 2025 年 3 月期第 3 四半期単独では 2,711 百万円の営業黒字である。chocoZAP 事業は、先行投資を行わなければ、実力的には高収益な事業である。店舗品質を向上させる先行投資のピークが越えたこと、新しいマシンメンテナンス体制の導入や広告宣伝手法の改革、自社物流の導入など chocoZAP の事業モデルの進化が続いていることなどを勘案すると、通期利益目標（営業利益 63 億円）は達成の可能性が十分であると弊社では考えている。

## 3. 成長戦略・トピックス

マシン故障対応に関しては、「お店の状況わかるナビ!」及び「QR コード導入」が 2024 年 12 月に導入され大きな進展があった。「お店の状況わかるナビ!」は全店舗のマシンの故障・対応状況、清掃状況、備品補充状況などが一覧できる Web ページである。「QR コード導入」は各マシンに貼られた QR コードから誰でもすぐにスマホで連絡が可能であり、QR コードをスマホで読み込めば修理完了予定日もひと目で分かる。既に全店舗に配備済みであり、これらにより全国の店舗からマシンの故障状況や各種不具合等、顧客の声が即時に届く体制が整った。

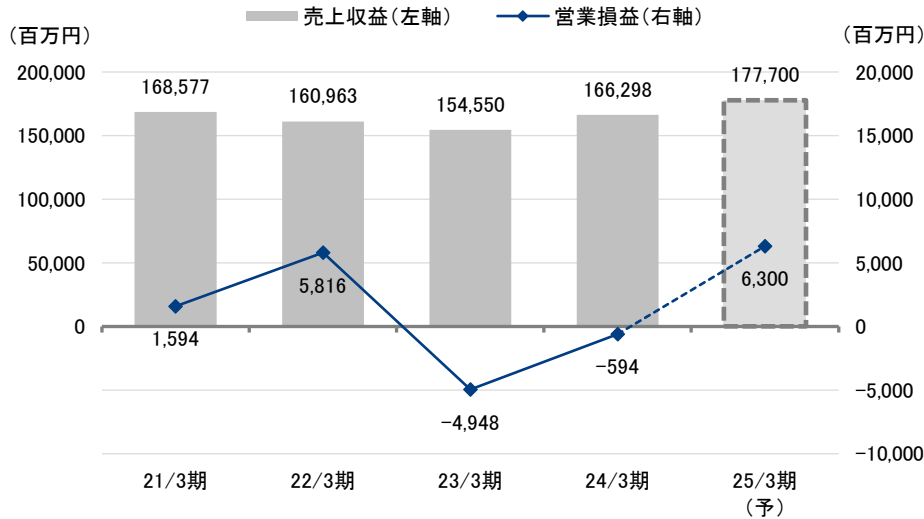
修繕・メンテナンス実務に関しては、ちょこっとサポート人員（社員）やセルフメンテナンス会員制度などを活用して迅速に対応できるマンパワーを確保した。また、ノウハウをマニュアル化し専門業者並みの作業品質に近づける取り組みも行う。上記の結果として、フィットネスマシン故障率は 6.1%（2024 年 11 月末）から約 4% 改善し、1.7%（2025 年 2 月末見込み）まで低減した。コスト面でも、メンテナンスの内製化により修繕費は 35% 低減した（導入前の月と比較）。

### Key Points

- ・ 2025 年 3 月期第 3 四半期は、chocoZAP 事業の収益力向上を主因に営業黒字化を達成
- ・ 2025 年 3 月期は売上高 1,777 億円、営業利益 63 億円と増収増益を予想。投資回収フェーズに入り収益拡大中
- ・ chocoZAP の故障・不具合対応で大きな進捗。

要約

業績推移



注：2024年3月期に創建ホームズ(株)の事業を非継続事業に分類。2023年3月期、2024年3月期の数値は遡及修正適用後の数値を記載  
出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### “「人は変わる。」を証明する”という唯一無二の理念の下、 「自己投資産業でグローバル No.1」を目指す

同社は“「人は変わる。」を証明する”という唯一無二の理念の下、健康づくり事業を中心に、ヘルスケア・美容、ライフスタイル、インベストメントの3領域で多様な事業を展開する総合企業である。「自己投資産業でグローバル No.1」をビジョンに掲げ、持株会社体制の下、M&Aを積極的に活用しながら飛躍的に成長を遂げ、上場子会社5社を含むグループ企業67社を擁するまでに成長した。同社を率いるのは、創業者で現代表取締役社長の瀬戸健(せとたけし)氏である。株式上場の契機となった商品「豆乳クッキーダイエット」、2010年の自身のダイエット成功体験から着想したボディメイクの「RIZAP」のほか、「どろあわわ」「美顔器」などヒット商品を多数有する美容通販事業をはじめ、「RIZAP GOLF」など多くの新規事業を成功に導き、その手腕は高く評価されている。2024年2月に改訂した中期経営計画において、営業利益40,000百万円(2027年3月期)を目指し、新規事業「chocoZAP」事業の積極展開等を行っている。2024年6月には、誰もがウェルビーイングを実感できる社会の実現に向けて、SOMPOホールディングス<8630>と同社が資本業務提携を行った。株式は2006年に札幌証券取引所アンビシャス市場に上場している。

**RIZAP グループ** | 2025 年 3 月 24 日 (月)  
 2928 札幌証券取引所アンビシャス市場 | <https://www.rizapgroup.com/ir>

会社概要

会社沿革

2003年 4月	健康食品の通信販売を目的として、健康コーポレーション（株）を設立
2006年 5月	札幌証券取引所アンビシャスに株式を上場
2007年 1月	美容機器等の製造販売を行う（株）ジャパンギャルズの株式を取得し子会社化（現 連結子会社）
2010年 5月	グローバルメディカル研究所（株）（現 RIZAP（株））を設立（現 連結子会社）
2012年 1月	事業持株会社へ移行し、商号を健康コーポレーション（株）に変更（現 RIZAP グループ <2928>）
2013年 9月	イデアインターナショナル（現 BRUNO）<3140> と資本業務提携契約を締結し第三者割当増資を引受け子会社化（現 連結子会社）
2013年12月	パーソナルトレーニングジム「RIZAP（ライザップ）」を運営するグローバルメディカル研究所が、商号を「RIZAP」に変更
2014年 1月	ゲオディノス（現 SD エンターテイメント）<4650> の株式を取得し、子会社化（現 連結子会社）
2014年 5月	アパレル関連事業の業容拡大のため、婦人服、紳士服の企画及び販売を行う（株）アンティローザの株式を取得し子会社化（現 連結子会社）
2015年 3月	夢展望 <3185> の第三者割当増資を引受け子会社化（現 連結子会社）
2016年 5月	（株）パスポート（BRUNO に合併）の第三者割当増資を引受け子会社化（現 連結子会社）
2016年 7月	会社新設分割により純粋持株会社へ移行し、商号を「RIZAP グループ」に変更 マルコ（現 MRK ホールディングス）<9980> の第三者割当増資を引受け子会社化（現 連結子会社）
2017年 2月	（株）ジーンズメイト（現 REXT）の株式を公開買付及び第三者割当増資を引受け子会社化（現 連結子会社）
2017年 6月	堀田丸正 <8105> の第三者割当増資を引受け子会社化（現 連結子会社）
2018年 3月	ワンダーコーポレーション（現 REXT Holdings）の第三者割当増資の引受け及び公開買付により子会社化（現 連結子会社）
2022年 6月	子会社であるワンダーコーポレーション、HAPiNS、ジーンズメイトが統合し、REXT Holdings に商号変更（現 連結子会社） RIZAP テクノロジーズ（株）を設立（現 連結子会社）
2022年 9月	RIZAP においてコンビニジム「chocoZAP（チョコザップ）」の本格展開を開始
2023年 8月	chocoZAP がフィットネスジムにおける会員数で日本一を達成
2023年11月	chocoZAP の会員数 100 万人達成
2023年11月	創建ホームズ（株）の全株式を譲渡
2024年 6月	SOMPO ホールディングス <8630> と RIZAP グループが資本業務提携契約

出所：同社ホームページ、有価証券報告書よりフィスコ作成

## ■ 事業概要

### 先行投資中のヘルスケア・美容事業と構造改革で奏功する ライフスタイル事業が2大事業セグメント

同社の事業セグメントはヘルスケア・美容事業、ライフスタイル事業、インベストメント事業の3つである。ヘルスケア・美容事業は、運動初心者向けコンビニジム「chocoZAP (チョコザップ)」及びパーソナルトレーニングジム「RIZAP (ライザップ)」などのRIZAP関連事業の運営、体型補正用下着、美容関連用品・化粧品・健康食品等の販売等が含まれる。創業以来の中核事業であり、全社売上収益の40.7%(2025年3月期第3四半期)を構成する。進行期は積極投資中のため第3四半期では営業損失を計上しているが、潜在的には収益性が最も高い事業セグメントである。ライフスタイル事業は、エンターテインメント商品等の小売及びリユース事業の店舗運営、インテリア雑貨、アパレル及びアパレル雑貨の企画・開発・製造・販売、スポーツ用品の販売等を手掛けている。全社売上収益の44.8%(同)と同社最大規模であり、取り組んできた構造改革が奏功し収益性が改善している。インベストメント事業は、グループ会社間でのシナジーを支える機能会社群として安定的な収益創出を目指すセグメントと位置付けており、フィットネスやアパレル、宝飾品・和装小物・婦人用品の卸売販売及び意匠燃糸の製造・販売等を行っている。全社売上収益の14.5%(同)であり、収益は比較的安定している。全体的に、2025年3月期第3四半期は、これまでの先行投資の成果が現れており、ヘルスケア・美容事業も含めたすべてのセグメントで通期黒字化の計画である。

#### 事業の内容と構成 (連結、2025年3月期第3四半期)

(単位：百万円)

事業セグメント	主な業務内容	売上高	構成比	営業利益
ヘルスケア・美容事業	運動初心者向けコンビニジム「chocoZAP (チョコザップ)」及びパーソナルトレーニングジム「RIZAP (ライザップ)」などのRIZAP関連事業の運営、体型補正用下着、美容関連用品・化粧品・健康食品等の販売等	54,777	40.7%	-562
ライフスタイル事業	エンターテインメント商品等の小売及びリユース事業の店舗運営、インテリア雑貨、アパレル及びアパレル雑貨の企画・開発・製造及び販売、スポーツ用品の販売等	60,271	44.8%	1,494
インベストメント事業	グループ会社間でのシナジーを支える機能会社群として安定的な収益創出を目指すセグメントと位置付けており、フィットネスやアパレル、宝飾品・和装小物・婦人用品の卸売販売及び意匠燃糸の製造・販売等	19,285	14.5%	47

注：売上収益及び営業利益は調整前

出所：決算短信及び有価証券報告書よりフィスコ作成



## ■ chocoZAP 事業

### コンビニジム「chocoZAP」の社会インフラ化が進展。 “人×DXの最適化”により顧客満足度が向上中

「chocoZAP」は、誰もが簡単に毎日の生活のなかで運動する習慣を身に付けられるように作られた、RIZAP 発の運動初心者向け「コンビニジム」である。同社は 2022 年 7 月から「chocoZAP」ブランドによる店舗展開を開始しており、会員数は 2023 年 8 月に日本一、2025 年 2 月には 133 万人を突破し、成長を続けている。ボディメイク「RIZAP」の知見やノウハウを最大限に活用することに加え、RIZAP にしか提供できない独自の「5 分でも結果を出せる」メソッドを低価格で実現した。また、体組成計やヘルスウォッチ、AI（人工知能）を搭載した専用アプリ、無人店舗を実現する AI カメラによる監視システム、QR コードを用いた故障状況の即時把握システムなど様々なデジタルツールを活用した事業モデルである。進行期は、故障対応や清掃などを強化し店舗品質・顧客満足度の向上に取り組んでいる。

#### 1. トレーニング初心者対象に“ジムのバリアフリー化”を実現

chocoZAP 事業の対象顧客は、20 代から 60 代の男女であり、筋力トレーニング（以下、筋トレ）初心者である。具体的には、フィットネスジムを現在利用していない層、日頃の運動習慣がない層、運動不足や体のだるさを感じている層、今よりも痩せたいと思っている層などである。人口規模では運動初心者が約 1 億人、シニア（65 歳以上）が約 3,600 万人、女性（15～64 歳）が約 3,600 万人であり、対象市場は大きい。一方で筋トレ上級者は主な対象ではない。同社では「1 日 5 分のちょいトレ健康習慣プログラム」という利用方法を推奨しており、女性の買い物ついで、会社員の次のアポイントまでの時間や仕事終わり、といった様々なスキマ時間の利用を想定している。

一般的なスポーツクラブの料金は 5,000～10,000 円 / 月であるのに対し、chocoZAP 月額プランの料金は一律 3,278 円 / 月（税込）であり、業界の相場から見ると低価格と言える。トレーニング中上級者のしっかりトレーニングしたいという市場はレッドオーシャンと位置付けられるが、同社では「初心者のちょいトレ」というブルーオーシャンを見出したと言える。chocoZAP が急成長するなかでも、同業であるエニタイムフィットネス（運営会社 Fast Fitness Japan<7092>）やカーブス（同（株）カーブスジャパン）が会員数を減らしていないことから、新しい顧客が創出されていることが分かる。



## 2. トレーニング以外のサービスメニューが増え、社会生活インフラとして進化

chocoZAP のサービス内容には「簡単・便利」を徹底的に追求した際立った特徴がある。まず、着替えや靴の履き替えが不要であり、極端に言えば入館から 5 秒でトレーニングをスタートできる。また、24 時間 365 日※全店通い放題である。必要性の少ないサービスは徹底的に割愛する割り切りもあり、店舗にはスタッフが存在せず、入退館管理やマシン操作の解説などはすべてスマホから行う。シャワールームや鍵付きロッカーもない。RIZAP のノウハウを活用し、筋トレ初心者でも扱いやすい筋トレマシン、トレッドミル（ランニングマシン）・バイク等の有酸素運動マシンを配置し、さらに主に女性を対象としたセルフエステ・セルフ脱毛の使い放題（要予約、メンテナンス時間あり）も大半の店舗で取り入れている。

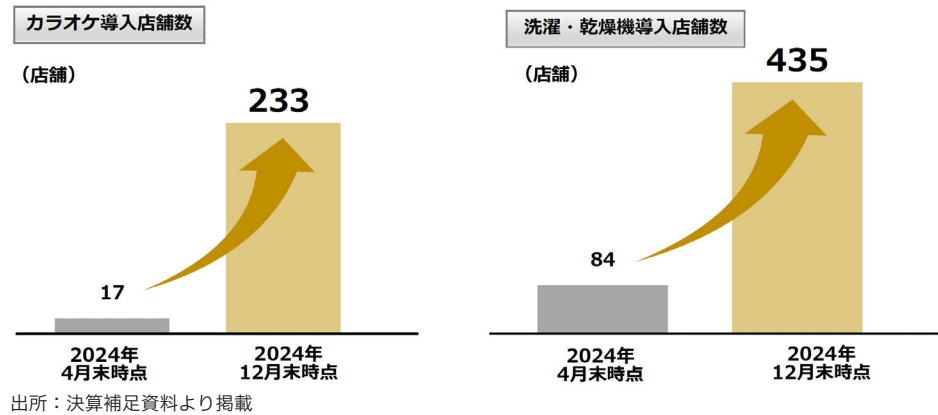
※一部テナント規制により 24 時間営業ではない店舗・休業日の店舗もある。

2023 年 9 月に chocoZAP 1 周年を迎えるにあたり、「セルフネイル」「セルフホワイトニング」「マッサージチェア」「デスクバイク」「ワークスペース」「ちょこカフェ」の 6 種の新たなサービスをリリースし順次拡大を開始した。「セルフネイル」では、設置されたネイルプリンターで、簡単に 397 種類に上る豊富なデザインのネイルが楽しめる。「セルフホワイトニング」は、専用ペーストを塗って LED ライトを照射し、ホワイトニング専用溶剤とブラッシングを併用することで歯の表面の汚れを落とし、歯を白くすることができる。いずれも、一般的には高額で時間のかかるサービスだが、chocoZAP では、1 回 10 分程度のスキマ時間に追加料金なしで利用できる。

2024 年 3 月には、第 3 弾の新サービスとして 7 種が追加リリースされた。カラオケ、洗濯・乾燥機（ランドリー）、ピラティス、セルフフォト、キッズパーク、ちょこっとサポート、医療提携である。同社では、「ジムを飛び出そう。」という想いの下、これまでのフィットネスジムの固定観念にとらわれず、「美容」「ライフスタイル」「エンターテインメント」などの様々な分野を取り込み、より利便性の高い「コンビニジム」へと進化する方針である。2024 年 12 月末現在、カラオケ導入店舗は 233 店、洗濯・乾燥機導入店舗は 435 店まで拡大した。多様なサービスを追加料金なしで利用できるため、特に各サービスのエントリー層への普及が期待でき、一度会員になると複数のサービスを利用するため、既存会員にとってなくてはならない普遍的なサービス群に進化していると言えるだろう。新サービス導入店舗では、来館回数、利用者数、入会者数、退会率の改善率のいずれの指標でも新サービス未導入店舗を上回っており、新サービスの導入戦略が消費者の心をつかんでいることが分かる。

chocoZAP 事業

フィットネスに留まらないサービス提供  
お客様から特に好評を得たサービスの  
導入店舗数を大幅に増加



### 3. 店舗品質・顧客満足度向上策を推進中

同社では、2025 年 3 月期の方針として既存会員の満足度向上を掲げ推進中である。chocoZAP はサブスクリプション方式であるため、会員数の増加に伴い、退会率を一定以内に抑制する重要度が高まる宿命にある。同社が打ち出す方向性は“人×DXの最適化”であり、具体的には、ちょこっとサポート導入（トレーナー配置）、コンシェルジュ導入（コールセンター）、清掃の強化、サポート会員制度（成長戦略・トピックスで詳述）、社員による物流・メンテナンス（内製化）等である。ちょこっとサポートは、プランづくりやアプリの使用方法、運動や食事のアドバイス、マシンメンテナンスや清掃など多様な役割を担う RIZAP トレーナーを巡回させる取り組みである。スターターキットの手渡し、マシン・サービス利用案内等により新規会員の不安解消に役立っている。chocoZAP 見学・体験にも対応し、会員獲得にも一役買う。2024 年 12 月からは、ちょこっとサポートによる設備修理が本格展開され、内製化により修繕費は 35% 低減した（導入前の月と比較）。故障・不具合対応では、QR コードを用いた故障状況の即時把握を全店で導入したため早期把握を実現し、社内外の人材を活用したメンテナンス体制を整備することでフィットネスマシン故障率を約 4% 改善させた（成長戦略・トピックスで詳述）。清掃に関しては、清掃頻度 1 店舗当たり週 16 回（年初の 1.6 倍）が実現し大幅にサービスレベルが向上、顧客の評価も向上している。

### 4. ヘルステックのフル活用

chocoZAP の急成長の要因として、ヘルステックの活用が不可欠である。chocoZAP アプリは、入退会、日々の入退館、混雑情報の確認、ライフログ・顧客特性から AI が最適な運動を提案、おすすめ動画の配信、継続を支えるゲーム機能（くじ引き・すごろくなど）、顧客同士のコミュニティ機能などで不可欠な存在となっている。また、各店舗に平均 10 台設置された監視カメラ映像を AI が解析し、「不審な行為」や「転倒」を検知した場合には、適切な対処を遅延なく行える体制が整っており、無人店舗のセキュリティ確保に大きく貢献している。また、体組成計、ヘルスウォッチ、様々な新規アプリによるライフログの蓄積は顧客サービスにおいて重要な役割を果たしている。

chocoZAP 事業

同社は 2022 年 6 月に DX 専門子会社である RIZAP テクノロジーズ (株) を新設した。Web・UI/UX デザイナー、デジタルマーケター、データアナリスト、エンジニアなどの DX 人材を積極的に採用し、育成している。現在では、同社の DX 人材は総勢 130 名超となり、ヘルステック企業としてだけでも大手に位置付けられることになる。内製化率 100% となったことでナレッジ資産蓄積や開発速度の向上が成果として顕在化する。筋トレやトレーニングジムの業界にはない発想と専門性で、chocoZAP 事業の集客や満足度向上に貢献している。

## 5. 大きな出店ポテンシャル

chocoZAP は大都市を中心に出店を加速し、現在では地方都市を含む全国に店舗網を広げ、2025 年 2 月 14 日現在で 1,787 店舗に拡大した。同社では、中期経営計画 2026 年 3 月期に 2,800 店舗、2027 年 3 月期に 3,800 店舗、長期的には 1 万店舗以上を目指すというビジョンを掲げている。その背景には、小商圏で確実な会員獲得や収益化が可能であることに確信を持っている点がある。chocoZAP の店舗利用者は 1km 以内に居住する人が 60%、2km 以内に居住する人が 85% である。つまり、1 ~ 2km 圏内に一定以上の人口があれば成立する小商圏ビジネスモデルと言える (コンビニエンスストアの商圏は 500m 前後と言われている)。また、地方都市への拡大も可能性を拡げた。2024 年 12 月末時点では、既設店舗の 72.6% が大都市店舗 (東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県、愛知県、大阪府、兵庫県、京都府、福岡県) であるのに対し、27.4% はそれ以外の地方都市の店舗であり、地方都市の店舗の比率は 1 年前に比べ大きく上昇した。店舗当たりの会員数では大都市店舗を下回るものの、固定費を安く抑えられることで十分収益性が成り立つ。当初計画していた必要最低限の商圏人数 (5 千人 /km<sup>2</sup>) を大幅に下回る人口密度でも店舗展開が可能であることが証明されてきており、今後の出店可能立地は飛躍的に拡大している。

新たな立地タイプ・店舗タイプの可能性も見えてきている。都心において 10 坪から 20 坪の小規模店舗の出店も始まっており、洗濯・乾燥機のみ、カラオケのみなど機能を絞った店舗が成立する可能性が出てきた。2024 年 5 月には、高速道路店舗である「chocoZAP 日本平 PA (上り、E1 東名高速道路)」、2024 年 10 月にはホテル内に立地する「chocoZAP ホテル信濃路店」、2024 年 12 月には阿蘇くまもと空港内にも出店した。

さらに、大きなポテンシャルを秘めるのが、企業内出店である。2024 年 10 月に同社は、初の単独企業内出店として chocoZAP クボタ グローバル技術研究所店をオープンした。国内企業の 94.2%※は、福利厚生にフィットネス関連補助を未導入である。一方で、フィットネス補助をいち早く導入した企業では、働きやすさの評価が上がり、業績の向上が見込まれるという調査結果もある。上記事例では、chocoZAP 導入により社内コミュニケーションの向上に好影響があったという評価もあった。

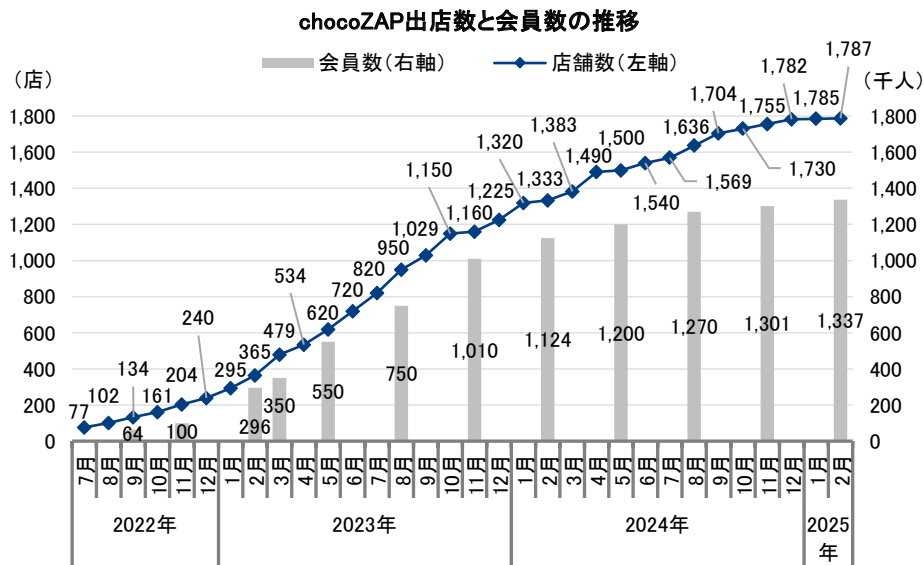
※ 経済産業省委託事業「令和 4 年度ヘルスケアサービス社会実装事業 (国内外での健康経営の普及促進に係る調査) 報告書」(2023 年 3 月 24 日) による。

## ■ chocoZAP の達成と KPI

**店舗品質・顧客満足度向上に注力し出店ペースを抑制しつつも、1,787 店舗、133.7 万人を達成。  
出店後 6 ヶ月目に単月黒字化する優れた収益モデル**

### 1. 店舗数と会員数

同社では、chocoZAP 事業の進捗を随時開示している。店舗数においては、2022 年 3 月期末に 16 店舗（テスト店舗）、chocoZAP ブランドを本格展開し始めた 2022 年 7 月に 77 店舗、2023 年 3 月期末に 479 店舗と順調に店舗数を伸ばしてきた。2024 年 3 月期末に 1,383 店舗となり、月間約 75 店舗のペースで出店したことになる。出店ペースを落としているが、2025 年 2 月 14 日には 1,787 店舗に達して増え続けている。出店を続けられる背景としては、基本的に無人オペレーションであり、人材投資が伴わないビジネスモデルである点が大きく寄与している。会員数の伸びも止まらない。2022 年 11 月には 10 万人を突破し、2023 年 3 月末に 35 万人、2023 年 5 月に 55 万人、2023 年 11 月 14 日には 101 万人となり、エニタイムフィットネス（93.5 万人、2024 年 9 月末）、カーブス（86 万人、2024 年 11 月末）を抜いてフィットネスクラブの会員数で日本一を達成した。さらに、2024 年 2 月 14 日時点では 112 万人、2024 年 8 月 15 日に 127 万人、2025 年 2 月 14 日に 133.7 万人と順調に会員数が積み上がっている。会員数の順調な成長には、入会数の伸びとともに退会数の抑制が順調に推移していることも寄与している。chocoZAP の退会率は、ブランドを開始した 2022 年 7 月を 1.00 とした時の指数で 2024 年 12 月に 0.95 と抑制できており、顧客満足度が高く、顧客がサービス利用を継続していることが窺い知れる。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

## 2. 本格参入から 1 年 5 ヶ月で市場シェア 1 位を達成

chocoZAP 会員は 133.7 万人（2025 年 2 月 14 日時点）であり、この数字は国内フィットネス市場会員数上位 5 社のシェアで 30% を超え 1 位である。フィットネスジム市場への本格参入から 1 年 5 ヶ月で会員数日本一を達成し、その後も会員を増やし続けている。RIZAP のブランドを生かして事業を軌道に乗せ、早期に「ちょいトレ市場」においてデファクトスタンダードを確立したことで、参入障壁を築いたと言える。今後は、事業モデルを模倣するプレーヤーが現れると予想されるが、導入しているサービスが多岐にわたっていることや、全国 1,787 店舗というスケールメリットによるコスト競争力などの様々な観点から、集客力や収益性の点で chocoZAP に追いつくのは至難の業だと弊社では考えている。

## 3. 単月黒字化 6 ヶ月目の優れた収益モデル

同社では、1 店舗を出店してからの平均的な収支を開示している。2022 年 9 月に開示した平均モデルでは、出店から約 3 ヶ月で単月黒字化し、約 18 ヶ月で累積投資を回収するというものだった。一般的な店舗ビジネスでは累積投資の回収期間は 3 年から 5 年を目安にする場合が多く、それと比較すれば、早期回収ができる事業モデルと言える。その後ビジネスモデルの改善を積み重ねており、出店直後の投資（広告、スターターキットなど）や各種サービスを強化することで、単月黒字化が 6 ヶ月目、累積投資の回収期間が 14 ヶ月目という平均モデル（2024 年 3 月期第 4 四半期実績）が最新である。サブスクリプション方式であるため、退会率を一定以内に抑制できれば店舗当たりの会員数を積み上げることで 2 年目以降の収益性はさらに上がることになる。

既述モデルから、新規店舗（単月黒字化前店舗、出店から 5 ヶ月目まで）の比率が多いフェーズは赤字が先行し、既存店舗（単月黒字化済店舗、出店から 6 ヶ月目以降）の比率が多くなると黒字となる。実際に chocoZAP 事業全体の収支は、既存店比率が過半となった後の 2023 年 12 月に損益分岐点を超え、月次黒字化を達成した。今後、出店ペースを大幅に加速することは考えにくいいため、1 店舗当たりの会員数が上限に達するまで利益が積み上がることになる。なお、同社では既存店の品質向上への投資を計画・実施しており、一時的に利益水準が下がることが想定されていた（2025 年 3 月期上半期）が、巡航軌道に復帰すれば高い収益性を維持できるビジネスモデルと言える。

# 業績動向

## 2025 年 3 月期第 3 四半期は、chocoZAP 事業の収益力向上を主因に営業黒字化を達成

### 1. 2025 年 3 月期第 3 四半期の業績概要

2025 年 3 月期第 3 四半期の業績は、売上収益が 130,731 百万円（前年同期比 6.3% 増）、営業利益が 182 百万円（前年同期は 4,823 百万円の損失）、税引前損失が 2,465 百万円（同 7,089 百万円の損失）、親会社の所有者に帰属する四半期損失が 2,895 百万円（同 7,691 百万円の損失）となり、増収とともに営業利益で黒字化に転じた。



業績動向

売上収益に関しては、コンビニジム「chocoZAP」事業の成長が継続しており、RIZAP 関連事業（chocoZAP 事業含む）が大幅な増収（前年同期比 8,548 百万円増）と全社の成長をけん引した。「chocoZAP」出店ペースは抑制気味ではあるが、前期末から chocoZAP が 399 店舗増加し、2024 年 12 月末の店舗数は 1,782 店舗となった。店舗数の増加に伴い会員数も伸びており、2025 年 2 月 14 日時点で 133.7 万人となった。進行期は、洗濯・乾燥機やカラオケの新規サービス導入や人的サポートの導入、機器メンテナンス及び清掃の強化などの顧客満足度向上策が行われており、退会率を一定以内に抑制している。chocoZAP の成功は RIZAP（ボディメイク）へも好影響があり、RIZAP 本入会者の増加につながった。既存事業では、アンティローザ、MRK ホールディングス、BRUNO、一新時計等の増収分（同 6,039 百万円増）があった一方で、REXT Holdings（トレカ市場反動減）、堀田丸正（受注減、原価高）などによる減収（同 6,426 百万円減）があった。利益面は、chocoZAP 事業で主に上期に戦略的投資を実施したことで、第 1 四半期が営業赤字となったが、その後は RIZAP 関連事業（chocoZAP 事業含む）の利益改善を主因として黒字化し、第 3 四半期累計でも黒字化を達成した。なお、店舗投資の資金調達に関連して金融費用（2,809 百万円）が重くなっているが、財務健全化に伴いリファイナンスを実施し、負担を軽減する計画が進行中である。

**(1) ヘルスケア・美容セグメント**

RIZAP 事業では、chocoZAP の店舗品質・顧客満足度の向上などを目的に、主に既存店への積極投資を行いつつ、計画的な新規出店や広告宣伝を行ってきた。カラオケ、洗濯・乾燥機などの新規サービス導入やトレーナーの配置、マシン故障対応の改善、サポート会員制度の拡充などが矢継ぎ早に行われた。これらの成果として退会率が良化する傾向にある。既存のボディメイク事業では chocoZAP 会員へのアプローチを強化し RIZAP 入会者の約 16% が chocoZAP 会員となっている（2024 年平均）。結果として RIZAP 事業は第 3 四半期単独で営業利益 1,887 百万円を創出し、第 3 四半期累計でも黒字化を達成した。MRK ホールディングスでは、婦人下着等の事業において、補正下着の新色や EC 販売等が好調に推移し増収となった。ヘルスケア・美容セグメントの売上収益は 54,777 百万円（前年同期比 21.5% 増）、営業損失は 562 百万円（前年同期は 5,953 百万円の損失）となった。

**(2) ライフスタイルセグメント**

REXT Holdings では、前期に店舗の退店（116 店舗）や滞留在庫の処分などの構造改革が完了した。そのうちエンターテイメント事業では、アミューズ機やトレーディングカード・ホビー等の商材を強化した高収益モデル「WonderGOO PLUS+」化改装を推進する。中核商品であるトレーディングカードは、中長期的に成長トレンドではあるものの、前年同期に好調だったため反動減の影響を受け減収となった。リユース事業では強みであるブランド・貴金属の買い取り販売力を維持しながらアパレル服飾品等の高収益アイテムの買い取り販売に注力したことにより、収益は堅調に伸長した。BRUNO はインバウンド需要や旅行需要を取り込んだトラベル商品ブランド「MILESTO」の売上が好調に推移したほか、家電の主力商品であるコンパクトホットプレートも前期を大きく上回り、コロナ特需の反動による一時的な低迷から回復した。ライフスタイルセグメントの売上収益は 60,271 百万円（前年同期比 4.1% 減）、営業利益は 1,494 百万円（同 2.3% 減）となった。

**(3) インベストメントセグメント**

SD エンターテイメント <4650> では、主力のウェルネス事業の成長戦略に引き続き取り組み、ピラティススタジオ、保育園、就労支援 B 型事業所を出店し増収増益となった。堀田丸正では、マテリアル事業での輸出や国内受注が減少したほか各事業での需要減等により減収減益となった。インベストメントセグメントの売上収益は 19,285 百万円（前年同期比 4.3% 増）、営業利益は 47 百万円（同 90.8% 減）となった。

## 業績動向

## 2025 年 3 月期第 3 四半期実績

(単位：百万円)

	24/3 期 3Q		25/3 期 3Q		前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上収益	122,988	100.0%	130,731	100.0%	6.3%
売上総利益	60,054	48.8%	63,864	48.9%	6.3%
販管費	65,308	53.1%	63,765	48.8%	-2.4%
営業利益	-4,823	-3.9%	182	0.1%	
税引前四半期利益	-7,089	-5.8%	-2,465	-1.9%	
四半期利益	-8,095	-6.6%	-3,338	-2.6%	
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	-7,691	-6.3%	-2,895	-2.2%	

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 2. 財務状況

2025 年 3 月期第 3 四半期末の資産合計は前期末比 16,019 百万円増の 173,170 百万円となった。このうち流動資産は同 11,439 百万円増の 75,487 百万円であり、現金及び現金同等物の増加（7,287 百万円増）及び棚卸資産の増加（2,817 百万円増）等が主な要因であった。非流動資産は同 4,579 百万円増の 97,683 百万円であり、有形固定資産の増加（3,499 百万円増）、無形資産の増加（610 百万円増）等が主な要因である。

負債合計は前期末比 12,719 百万円減の 115,124 百万円となった。このうち流動負債は同 11,381 百万円減の 68,570 百万円であり、有利子負債の減少（11,276 百万円減）や営業債務及びその他の債務の減少（951 百万円減）が主な要因である。非流動負債は同 1,337 百万円減の 46,553 百万円であり、有利子負債の減少（1,382 百万円減）が主な要因である。資本合計は同 28,738 百万円増の 58,046 百万円となった。資本剰余金の増加（26,054 百万円増）及び資本金の増加（6,103 百万円増）が主な要因である。

経営指標では、非支配持分を加えた資本比率（純資産比率）が 2023 年 3 月末には 16.9%、2024 年 3 月末には 18.6%、2024 年 6 月末には 31.8% と回復基調となり、さらに、上半期に行われた SOMPO ホールディングスとの資本業務提携（約 300 億円の出資）の寄与により、2024 年 12 月末には 33.5% まで上昇している。今後は、chocoZAP 事業の利益成長に伴う純資産の増加及び chocoZAP の営業キャッシュ・フロー良化による借入金返済が進捗するため、さらに親会社所有者帰属持分比率は改善する見込みである。なお、IFRS16 号の影響を除いた日本基準の自己資本比率では、45.3%（2024 年 12 月末）である。

同社では、財務基盤が強化されたことをテコに借入金のリファイナンスを実施し、条件の改善や財務戦略の機動性・柔軟性の確保を進めている。



## 業績動向

## 財政状態計算書及び経営指標

(単位：百万円)

	2024 年 /3 月末	2024 年 /12 月末	増減額
流動資産	64,047	75,487	11,439
(現金及び預金)	13,099	20,386	7,287
(棚卸資産)	24,351	27,168	2,817
非流動資産	93,103	97,683	4,579
(有形固定資産)	34,167	37,667	3,499
(無形資産)	2,329	2,940	610
資産合計	157,151	173,170	16,019
流動負債	79,952	68,570	-11,381
(営業債務及びその他の債務)	25,891	24,940	-951
(有利子負債)	47,704	36,427	-11,276
非流動負債	47,890	46,553	-1,337
(有利子負債)	41,954	40,571	-1,382
負債合計	127,843	115,124	-12,719
資本合計	29,308	58,046	28,738
(資本金)	19,200	25,303	6,103
(資本剰余金)	3,194	29,248	26,054
(利益剰余金)	-13,217	-16,576	-3,359
負債及び資本合計	157,151	173,170	16,019
<安全性>			
純資産比率 (IFRS)	18.6%	33.5%	
自己資本比率 (日本基準)	27.2%	45.3%	

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 2025 年 3 月期は売上高 1,777 億円、 営業利益 63 億円と増収増益を予想

### 3. 2025 年 3 月期の業績見通し

2025 年 3 月期の業績見通しは、売上収益が 177,700 百万円（前期比 6.9% 増）、営業利益が 6,300 百万円（前期は 594 百万円の損失）、税引前利益が 3,100 百万円（同 4,524 百万円の損失）、親会社の所有者に帰属する当期利益が 2,000 百万円（同 4,300 百万円の損失）と、chocoZAP 事業の先行投資フェーズが終了したことにより通期での黒字転換を予想する（期初予想通り）。

業績動向

売上収益に関しては、引き続き chocoZAP 事業における新規出店及び会員基盤の拡充、顧客満足度向上施策を進めることなどにより増収を見込む。2024 年 3 月期は“新規会員数の獲得”に注力し、出店や広告宣伝を積極的に行ったが、2025 年 3 月期は“既存会員の満足度向上”に重点を移している。具体施策としては、新サービス（カラオケ、洗濯・乾燥機、ピラティスなど）の導入加速、ちょこっとサポート導入（トレーナー配置等）、コンシェルジュ導入（コールセンター）、清掃の強化、マシン故障対応の迅速化などであり、上期に積極的な投資を行いその成果が顕在化する。結果として、退会率は足元で安定して抑制できている。出店に関しては、2025 年 3 月期第 3 四半期で 399 店舗増加と前年同期（746 店舗増加）よりも増加ペースは抑えた。店舗の立地では、地方出店、企業内出店、空港やホテルなど多様な立地の可能性が確認された。広告宣伝に関しては、健康の楽しさ・重要性を伝える健康セミナーや他社顧客基盤へのアプローチを可能にする業務提携の推進など、より効率的な手法にシフトする。進行期の第 3 四半期から 2026 年 3 月期にかけては、本格的な投資回収フェーズに入る計画であり、実際に 2025 年 3 月期第 3 四半期単独では 2,711 百万円の営業黒字である。

その他の既存事業に関しては、2024 年 3 月期までに行ってきた構造改革や先行投資の成果が顕在化している。グループ横断的な取り組みを強化しており、chocoZAP の新サービス「ピラティス」を SD エンターテインメントの協力の下実現するなどはその好例である。今後も必要に応じて、グループ横断的なコスト最適化や業務合理化による固定費の削減、不採算店舗の高収益業態への転換や統廃合などを進める。ライフスタイル事業、インバーストメント事業ともに通期での営業黒字を計画しており、第 3 四半期を終えて順調に推移すると思われる。

chocoZAP 事業は、先行投資を行わなければ、実力的には高収益な事業である。店舗品質を向上させる先行投資のピークが越えたこと、新しいマシンメンテナンス体制の導入や広告宣伝手法の改革、自社物流の導入など chocoZAP の事業モデルの進化が続いていることなどを勘案すると、通期利益目標（営業利益 63 億円）は達成の可能性が十分であると弊社では考えている。

**2025 年 3 月期連結業績予想**

(単位：百万円)

	24/3 期		25/3 期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上収益	166,298	100.0%	177,700	100.0%	11,402	6.9%
営業利益	-594	-0.4%	6,300	3.5%	6,894	-
税引前利益	-4,524	-2.7%	3,100	1.7%	7,624	-
当期利益	-4,458	-2.7%	2,450	1.4%	6,908	-
親会社の所有者に帰属する 当期利益	-4,300	-2.6%	2,000	1.1%	6,300	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 成長戦略・トピックス

### chocoZAP の故障・不具合対応で大きな進捗。 SOMPO グループとの連携などにより 法人の福利厚生市場の開拓が本格化

#### 1. 中期経営目標

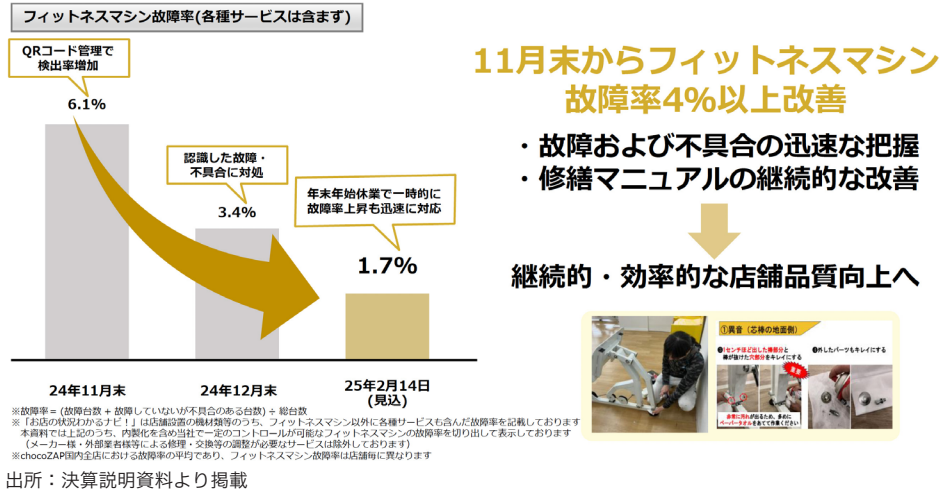
同社は 2026 年 3 月期を最終年度とする中期経営計画を推進中である。2026 年 3 月期の同社連結の営業利益目標は 30,000 百万円であり、RIZAP 関連事業 (chocoZAP 含む) は 24,000 百万円、その他既存事業は 9,500 百万円である。また 2027 年 3 月期の営業利益目標は 40,000 百万円、RIZAP 関連事業 (chocoZAP 含む) は 32,000 百万円、その他既存事業は 11,500 百万円である。chocoZAP 事業の KPI としては、会員数で 2026 年 3 月期に 275 万人、2027 年 3 月期に 350 万人を前提とする。店舗数は 2026 年 3 月期末に 2,800 店舗、2027 年 3 月期末には 3,800 店舗を目指す。

#### 2. 故障・不具合への対応で大きな改善

マシン故障対応に関しては、サポートセンターの設置 (2022 年 7 月～)、故障カード導入 (2023 年 9 月～)、チェックシート導入 (2023 年 11 月～) など段階的に対応を強化してきた。2024 年 12 月に導入されたのが、「お店の状況わかるナビ!」及び「QR コード導入」である。「お店の状況わかるナビ!」は全店舗のマシンの故障・対応状況、清掃状況、備品補充状況などが一覧できる Web ページである。「QR コード導入」は各マシンに貼られた QR コードから誰でもすぐにスマホで連絡が可能であり、修理完了予定日もひと目で分かる。既に全店舗に配備済みであり、これらにより全国の店舗からマシンの故障状況や各種不具合等、顧客の声が即時に届く体制が整った。修繕・メンテナンス実務に関しては、ちょっとサポート人員 (社員) やセルフメンテナンス会員制度などを活用して迅速に対応できるマンパワーを確保した。また、ノウハウをマニュアル化し専門業者並みの作業品質に近づける取り組みも行う。上記の結果として、故障率は 6.1% (2024 年 11 月末) から約 4% 改善し、1.7% (2025 年 2 月末見込み) まで低減した。コスト面でも、メンテナンスの内製化により修繕費は 35% 低減した (導入前の月と比較)。

成長戦略・トピックス

故障・不具合への対応実績

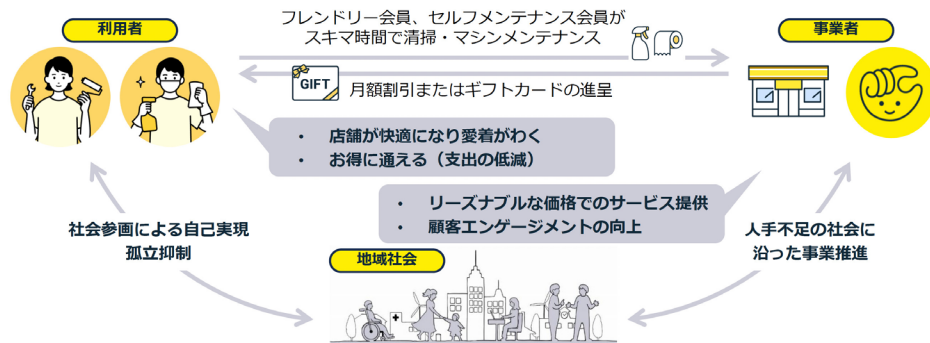


3. “スキルシェア” を事業モデルに組み込む「サポート会員制度」

chocoZAP では、顧客が「サポート会員」として店舗環境の向上に貢献している。人材獲得が難しく、人件費が高騰する社会経済情勢のなかで、社外人材（顧客）が本来サービス提供側が果たす役割を担っていることは、本事業のユニークな点である。視点を変えると、人材のスキマ時間のスキルやマンパワーをシェアしていると考えられることもでき、成長市場である“スキルシェア”を事業モデルに組み込んでいるとも言える。サポート会員は、清掃を主体とするフレンドリー会員と修繕を行うセルフメンテナンス会員に分かれており、現在は本格的な展開が始まっている。サポート会員には月額割引やギフトカードが進呈される。地域社会に参画することによる自己実現や孤立抑制にも役立っており、注目すべき施策と言えるだろう。

サポート会員制度が店舗環境の向上に寄与

「フレンドリー会員」「セルフメンテナンス会員」を本格展開、店舗環境向上へ



#### 4. SOMPO グループとの連携などにより法人の福利厚生市場の開拓が本格化

進行期は個人会員に加え、法人会員の開拓を本格化している。人的資本経営、健康経営を推進する企業が増えるなか、フィットネスを福利厚生に取り入れる企業はまだ少なく、逆に言えば今後のポテンシャルは大きい。フィットネス補助のある企業は、業績の向上や社員の働きやすさが向上するという調査結果もある。chocoZAP の法人会員者数も増加しており、2024 年 3 月に 95 社であったが、2024 年 12 月には 260 社まで増えた。資本業務提携を行う SOMPO 社とは、重層的な取り組みが開始されている。一例を挙げると、SOMPO からの紹介で chocoZAP 法人会員プログラム、健康セミナー等の導入が始まっている。また、SOMPO グループ企業のウェルネス・コミュニケーションズ(株)の健康管理システム「Growbase ネクスト」と chocoZAP を組み合わせた新プランがリリースされた。さっそく成果が現れており、2025 年 2 月時点で 19 社（合計従業員規模 1,500 名以上）と成約済みとだと言う。

#### SOMPO × chocoZAP 商品開発実績

### 健康管理システム×chocoZAPで福利厚生充実を実現

ウェルネス・コミュニケーションズ(WCC、SOMPOグループ企業)の健康管理システム「Growbaseネクスト」とchocoZAPを組み合わせ新プランを開発  
2月時点で19社（合計従業員規模 1,500名以上）と成約済み

※ 成約社数・従業員数は2月5日時点で申込書を受領している企業をもとに算出

出所：決算説明資料より掲載

## ■ 株主還元策

### 2025 年 3 月期から黒字化及び財務基盤健全化を前提に復配の方針。 配当性向は 20% を目安。充実した株主優待を一部リニューアル

同社は、株主への利益配分を経営の最重要課題の 1 つとして位置付けている。配当方針としては、株主へ安定的に増配することを基本的な方向性とし、経営成績、財政状態及びキャッシュ・フローの状況を勘案したうえで、年間配当額を決定する。2023 年 3 月期及び 2024 年 3 月期の配当については、chocoZAP 事業への先行投資期間と位置付けていたことから、無配となった。進行中の中期経営計画においては、2025 年 3 月期以降を「回収・再投資期間」と位置付けており、2025 年 3 月期通期の連結決算で黒字化及び安定的な財務基盤構築による配当原資の確保を前提に、配当の実施に向けた検討を行っている。配当の目安としては連結配当性向 20% である。

同社の株主優待制度は多様なグループ会社の商品が選択でき、chocoZAP の割引も得られるため人気が高い。2025 年 3 月期に関しては、前期 (chocoZAP 日本一達成記念特別優待を含む) と年間総還元額は変わらず、内容が一部リニューアルされた。2025 年 3 月末時点の株主に対して、chocoZAP 6 ヶ月半額 (100 株以上 199 株未満)、1 年半額 (200 株以上 399 株未満)、1 年半額を 2 名 (400 株以上 799 株未満)、1 年半額を 4 名 (800 株以上) が適用される。

#### 新株主優待制度

2024 年 3 月期 (記念優待) 実績				
所有株数	(1) chocoZAP 割引	(2) 優待券	(3) ポイント優	年間総還元額
100 ~ 199 株	6 ヶ月半額	-	-	8,940 円
200 ~ 399 株	6 ヶ月無料	-	-	17,880 円
400 ~ 799 株	1 年無料	5,000 円分	10,000 ポイント	50,760 円
800 株~	1 年無料 × 2 名	10,000 円分	14,000 ポイント~	95,520 円



2025 年 3 月期計画 新制度				
所有株数	(1) chocoZAP 割引	(2) 優待券	(3) ポイント優	年間総還元額
100 ~ 199 株	6 ヶ月半額	-	-	8,940 円
200 ~ 399 株	1 年半額	-	-	17,880 円
400 ~ 799 株	1 年半額 × 2 名	5,000 円分	10,000 ポイント	50,760 円
800 株~	1 年半額 × 4 名	10,000 円分	14,000 ポイント~	95,520 円

出所：決算説明資料、同社 IR リリースよりフィスコ作成



#### 重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp