

CURVES HOLDINGS

統合報告書 2024 2023.9.1～2024.8.31

Curves®

The power to amaze yourself.®

—— 明日の自分にきっと驚く

CONTENTS

私達が目指す未来

- 1 私達の使命
- 2 「私達の使命」に込められた想い
- 4 10年後のカープス
- 6 トップメッセージ

カープスグループの価値創造

- 12 「女性だけの30分健康フィットネス カープス」の強み
- 14 数字で見るカープスグループ
- 16 カープスグループのあゆみ
- 18 カープスグループのビジネスモデル
- 20 カープスグループの事業概況
- 26 価値創造プロセス
- 28 カープスグループのフランチャイズモデル
- 30 対談：フランチャイズチェーン・システムで実現する
地域社会貢献
～「10年後のカープス」の実現に向けて

サステナビリティ

- 36 カープスグループのマテリアリティ
- 38 特集1：安全・安心No.1に向けた取り組み
- 40 特集2：お客様と社会の心身の健康への貢献活動の進展
- 44 S：社会「カープスグループの人的資本」
- 46 E：環境「カープスグループの気候変動リスクへの取り組み」
- 48 G：コーポレートガバナンス

カープスグループの財務・非財務DATA

- 52 サステナビリティDATA BOOK
- 54 財務データ
- 58 会社概要／株式情報

私達の使命

私達は、
正しい運動習慣を広めることを通じて、
お客様と私達自身の豊かな人生と、
社会の問題の解決を実現します。

世の中には、健康のために今すぐ運動が必要なのに、運動の大切さを知らない人、正しい運動が何かを知らない人、運動をしたくてもなかなか続けられない人が数多くいます。私達は、2005年の創業以来、今までフィットネスジムとはあまり縁のなかった50歳以上の女性を中心に、気軽に運動を始められ、楽しく効果的に運動を続けられる場を広げ、新しい市場を創造してきました。健康寿命延伸企業として、超高齢社会の問題解決に貢献すべく、これからも一人でも多くの方々に健康の大切さ、運動の大切さを広め、皆さまの健康で豊かな人生を支えて参ります。

編集方針

当社グループの取り組みを体系化、可視化し、ステークホルダーの皆さまに透明性をもってご報告するために2023年8月期より統合報告書を発行しています。[統合報告書2024]では、とくにフランチャイズモデルを通じた価値創造プロセスについて力点を置き企画・構成をいたしました。

発行 2025年2月

報告対象期間

2023年9月1日～2024年8月31日

ただし、2024年9月以降に実施した一部の開示事項や事業活動の内容を含みます。

対象組織

(株)カープスホールディングスおよび連結子会社

参考としたガイドライン

- ・IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」
- ・GRIスタンダード
- ・経済産業省「価値協創ガイダンス」

「見通し」に関する注意事項

本統合報告書に記載しております業績予想などは、現時点で入手可能な情報から合理的であるとした当社の判断、および仮定に基づいたものとなります。実際は様々なリスクや不確定な要素といった要因により、記載の見通しとは異なる結果となる可能性があります。

「私達の使命」に込められた想い

私達の使命

私達は、
正しい運動習慣を広めることを通じて、
お客様と私達自身の豊かな人生と、
社会の問題の解決を実現します。

正しい運動

「正しい」運動
とは？

単なる運動ではなく、「正しい」運動。

正しい運動とは、

①成果が出ること ②健康上の効果があること ③病気や介護の予防になること。

カーブスのワークアウトは、エビデンス・ベスト・エクササイズの考えに基づき
各種研究機関との共同研究を実施しており、科学的にその効果が実証されています。

▶ P40 特集2:お客様と社会の心身の健康への貢献活動の進展

運動習慣

なぜ「習慣」が
大切？

運動は続けるからこそ効果が出ます。

年齢とともに病気や痛みの可能性が高まるからこそ、

50歳を超えたら正しい運動を習慣にしていだきたい。

しかし、わかっている、なかなか一人で運動を習慣にすることは難しいものです。
だからこそ、私達は会員様お一人おひとりに運動習慣を身につけていただけるよう、
親身なサポートにこだわっています。

▶ P12 「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」の強み

広める

なぜ
なんのために
「広める」のか？

世の中には、健康のために今すぐ運動が必要なのに、運動の大切さを知らない人、
正しい運動が何かを知らない人、運動をしたくてもなかなか続けられない人が
数多くいます。

だからこそ、私達は使命感を持って「正しい運動習慣」を広めることに
こだわり続けています。

▶ P18 カーブスグループのビジネスモデル

お客様の豊かな人生を実現します

正しい運動習慣を通じた「お客様の豊かな人生」とは？

正しい運動を続けていくと、体が変わっていきます。

体が変わると心も元気になり、心が元気になると人生が変わっていく。

私達は単に運動を教えるだけではありません。

運動を習慣にしたその先にあるお客様の豊かな人生を

自らの力で実現していただくこと、

私達の仕事の本当の使命はここに 있습니다。

▶ カーブス体験談「エッセイ大賞 カーブスで変わった私の毎日」

<https://www.curves.co.jp/convey/essay/>



大切な言葉

体が変われば心が変わる
心が変われば毎日が変わる
毎日が変われば人生が変わる

私達自身の豊かな人生を実現します

カーブスを通じた「私達自身の豊かな人生」とは？

私達の使命を果たすために、フランチャイジーも含めた

働く人たち一人ひとりが最も重要な経営資源のひとつです。

事業を通じて、お客様の豊かな人生の実現をサポートすることは、

私達自身の「やりがい・成長実感・存在価値」を高め続け、

心を豊かにし、ひいては人生を豊かにすることにつながります。

私達は、働く人たちが豊かな人生を歩めるような職業を創ることにこだわっています。

▶ P44 S:社会「カーブスグループの人的資本」

大切な言葉

1. 他喜力（たきりよく）
～他人を喜ばせる力
2. リーダーシップ
3. チャレンジマインド

社会の問題の解決を実現します

「社会の問題の解決」とは？

超高齢化が進む日本社会において、国民一人ひとりの幸せな人生のためにも、

社会保障制度を健全で持続可能なものにするためにも「健康寿命の延伸」、

そのための健康づくりや予防への取り組みは喫緊の課題です。

私達は、事業を通じてお客様の豊かな人生を実現するとともに、

私達自身の豊かな人生も実現し、それらを通じて社会の問題の解決に貢献して参ります。

目指すは、「10年後のカーブス」の実現

▶ P4 10年後のカーブス

▶ P30 対談:フランチャイズチェーン・システムで実現する地域社会貢献
～「10年後のカーブス」の実現に向けて

私達が目指す世界

10年後のカープス

～10年後のある日のことです～

テレビをつけると外国のテレビ局が制作した日本についての特集番組がはじまった。題名は…

「奇跡の健康大国ニッポン」

文：増本 岳 絵：C.K

日本は、高齢化が進み**国民の3人に1人が65歳以上**、しかも平均寿命は**世界有数の長寿国家**。しかし、不思議なことに、**この国では「寝たきり」になる高齢者をほとんどみかけない**。町では、80歳90歳になっても自分の足で元気に歩いている高齢者によく出会う。また、高血圧、糖尿病、脂質異常などの老化とともに増えるはずの**生活習慣病の患者数も少ない**。そのため心筋梗塞や脳梗塞などで亡くなる方も他の先進国に比べると驚くほど少ない。

しかも多くの高齢者が単なる「病気ではない」状態なのではない。**この国には老化という言葉がないのでは?と考えるほどに健康な中年や高齢者が多い**。多くの先進国が悩んでいる「高齢化社会によっておきる問題」とくに「国民の健康問題」が、この日本という国には全くないようだ。しかも、この国の高齢者は**イキイキと人生を楽しんでいる**。元気で明るい笑顔ばかり見る。趣味や旅行やスポーツを楽しみ、地域のボランティアに取り組み、人生を満喫している。

この国では高齢者がパートタイムの仕事をするのも当たり前である。それは単に収入を得るといふこと以上の意味があるようだ。ボランティアへの参加や仕事は、**社会とのつながりや自分の存在価値を確認できる役割**を果たしている。事実、この国では多くの高齢者が、ボランティアや仕事を通して人とのつながり・社会とのつながりを持ち続けている。だから彼らは**いつまでも精神的にも老いない**。

そして、この国では一時は失われたと思われていた家族の絆や地域のつながりが取り戻されている。思いやりがあふれる人との絆によって、**孤独な老人は誰ひとりいない**。「年齢を重ねるとは、病気や死への恐怖が増えていくこと」と通常は思われている。しかし、この国では違うらしい。この日本という国では**「年齢を重ねても、人生の楽しみ、喜び、生きがいが増えていく」**という生き方が当たり前になっている。



しかし、実は日本でも10年前には**高齢化による社会問題に国全体が悩まされていた**。生活習慣病の患者数や要介護人数はすごい勢いで増え続けていた。どんどん増える医療費と介護費によって国の破産が心配されていたくらいである。ところが、**この10年で大きな変化が起きた**。多くの国民が病気や老化の予防を意識し、**健康的な生活習慣、運動習慣を身につけるようになったのだ**。そして、この元気で活動的な高齢者によって、日本は**景気まで良くなった**。

国民がお金を使わないと景気は悪くなり、お金を使えば景気は良くなる。健康になった高齢者は老いを心配するのではなく、**前向きに人生を楽しむライフスタイルを選んだ**。趣味を楽しみ、ボランティアを楽しみ、旅行に行き、観劇や文化を楽しみ、買い物をし、お金を使う。元気で活動的な高齢者のための新しい需要が生まれ、経済は良い方向に進み、景気はどんどん良くなった。一時期心配された仕事がない若者達にも新しい仕事が生まれ、**格差社会という言葉は過去のものとなった**。

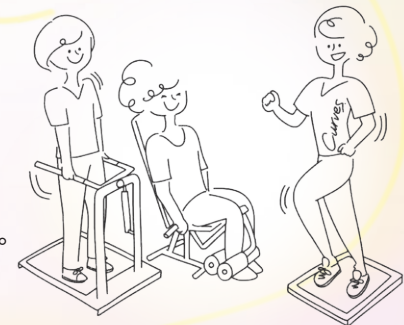
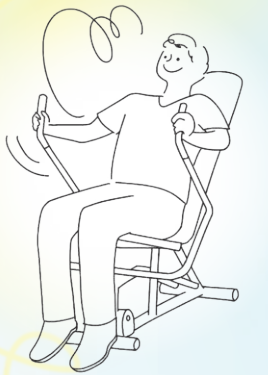
景気が良くなったので税金も安くなり、高齢者だけではなく、若者達にとっても**働きやすく暮らしやすい社会が生まれたのである**。日本は社会的にも経済的にも生きるエネルギーがあふれる高齢化社会を実現した。**これがこの国が成し遂げた奇跡である**。では何故、健康な高齢者が増えたのか？何故、前向きに人生を楽しむライフスタイルが広がったのか？何故、人と人の絆が大切にされる社会となったのか？

この答えには色々な説がある。しかし、多くの日本人が口を揃えて言うことがある。それは、この新しい文化が生まれ広がっていったスタートには、**「日本各地にある小さな健康体操教室が関わっている」**ということである。この小さな健康体操教室に通う女性達は周囲が驚くほどの**健康と明るい未来を手に入れた**。そして、彼女達は体操教室の先生達とともに自分達の体験をもとにして、地域に**健康の大切さ、予防の大切さ、筋トレの大切さ、人と人の絆の大切さを地道に広げていった**。

その活動は「**筋トレの輪**」と呼ばれているらしい。この小さな運動がいつしか大きなムーブメントとなり、**日本人のライフスタイルそのものを大きく変えることにつながっていった**というのである。今でも、その小さな健康体操教室は日本全国にあり、100万人を超える女性達が健康づくりをしながら、地域の人と人のつながりの中心となっている。

これが、私達が創っていききたい世界です。

「10年後のカープス」を動画でご紹介しております。
<https://www.youtube.com/watch?v=XKuPtwwnNIE>





拡大する市場で
顧客ニーズを捉え、
事業機会を拡大。
「地域密着の健康インフラ」
として社会課題の
解決に貢献します。

株式会社カーブスホールディングス
代表取締役社長 兼 グループCEO
増本 岳 Takeshi Masumoto

2024年8月期の振り返り | 過去最高の業績を更新

2024年8月期も増収増益となり、過去最高業績を更新することができました。連結売上高、営業利益、経常利益が過去最高になるとともに、チェーン売上も会費入会金売上、会員向け物販売上ともに過去最高を更新。1店舗当りの業績もコロナ前を上回り、過去最高水準となっております。

会員数は、前年度から4万名純増し、81.7万名となりました。50代60代に向けたマーケティングを中心に安定的な入会数の確保が可能になったことに加えて、2024年8月期下期からは70代以上向けのマーケティングもようやく反応が変わってきており、コロナが明けて、市場の様子も上向いてきているという感触を得ています。

サービス産業生産性協議会が実施する日本版顧客満足度指数（JCSI）調査においては、フィットネスクラブ業種で初めて10年連続の第1位となるなど、顧客満足度の一層の向上も図って参りました。様々なサービス強化の結果、

直近1年間の平均月次退会率は2.2%と、コロナ前の水準を下回る、最も良い水準で推移しています。

会員向け物販は、会員様への「食生活の相談」を強化するとともに、2023年12月には主力商品であるプロテインの全面リニューアルおよび新商品ヘルシービューティの販売を開始しました。これら新商品の販売数が予想を上回る実績となるなど順調に推移したことも、業績を後押ししました。

振り返れば、2024年8月期は、紅麹問題に端を発し、健康食品業界にとっては大激震の1年でした。しかし私達は、直後に多少の影響を受けたものの、解約等も増えることなく1年を過ごせただけでなく、逆に大きく売上を伸ばすことができました。その背景にあるのが、顧客の潜在的なニーズを掘り起こす商品企画開発力とともに、商品づくりにおける高い品質管理レベルです。物販を始めた当初から製造委託工場はNSF-GMP認証を取得しているところに限

定するなど、高い安全性基準で厳密な管理をすることに重きを置いてきました。そのために、私達の物販商品は一般的に量販店で売られているものよりも一見値段が高く見え

るのですが、お客様からは中身が違くと高く評価をいただけています。健康食品においても本物が求められる時代に入っており、私達にとっては追い風だと判断しております。

中長期ビジョンと成長戦略の方向性 | 拡大する健康市場で事業機会を拡大

コロナショックが完全に終息し、今後、国内の健康市場はさらに大きく成長をしていくと考えています。その理由は大きく2つあります。

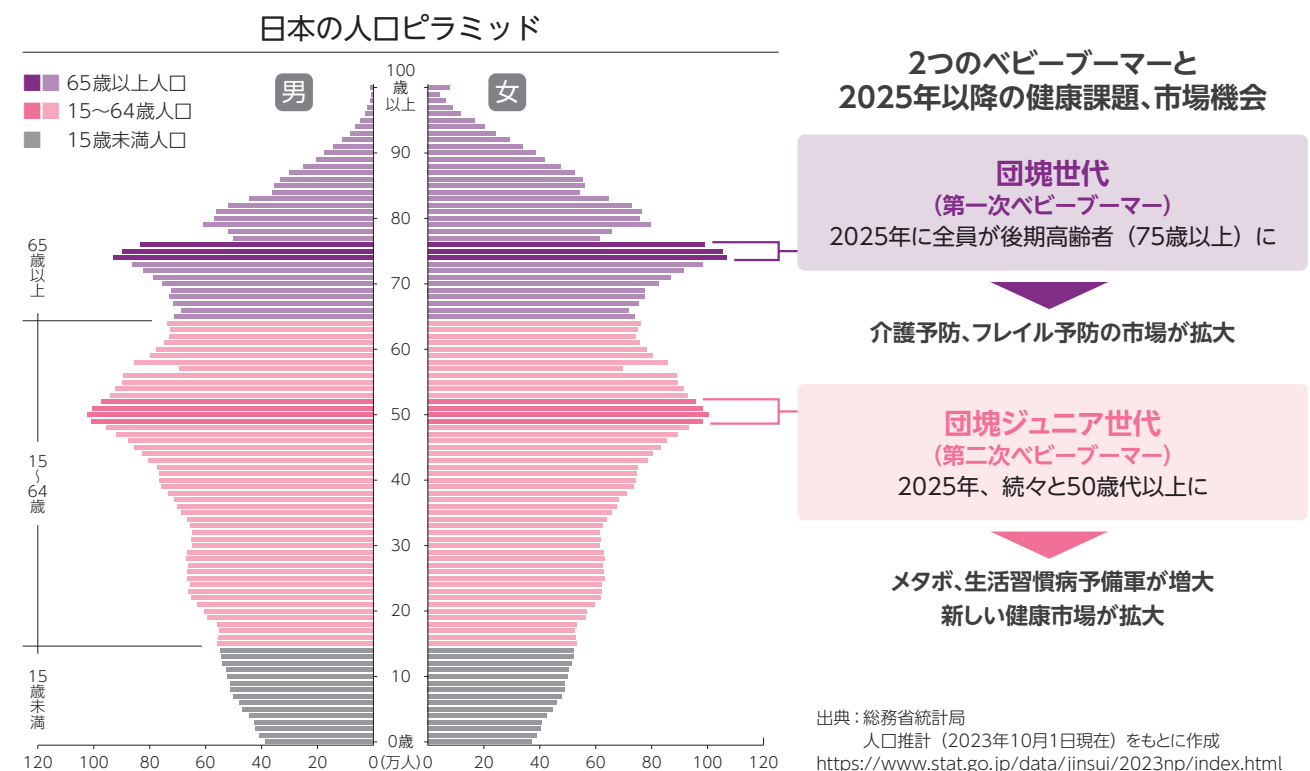
第一に、コロナを経て、あらゆる年代で「健康であることの重要性」と「自分の健康は自分で守る」という認識が広がってきているからです。日本は国民皆保険によって、いつ病気になっても安価で質の高い医療にアクセスができるという素晴らしい制度がある国です。一方で、このことが国民の予防や健康づくりへの意識を低下させている、健康に対して受け身をしているということも指摘されてきました。それがここ数年で大きく変わってきており、心身ともに健康でいること、そのために自分でできることをやらないと、という意識の変化が起きています。今後もこの認識の変化は広まることはあれ、縮小することはないでしょう。

健康市場が拡大する理由の第二に、日本の人口構造の変化があります。2025年という年は、日本の人口構造が

らみてエポックメイキングな年であり、そのことが健康市場の拡大とつながっています。

ご存じのとおり、日本には2つの人口が多い年代があります。1つ目が、団塊の世代と言われる第一次ベビーブーマー、2つ目が団塊ジュニア世代と言われる第二次ベビーブーマーです。2025年に、団塊世代は後期高齢者（75歳以上）になり、団塊ジュニア世代は50歳代に入ります。75歳と50歳、それぞれの年齢は医学的にも心身の変化が起きるターニングポイントの年齢です。75歳代後半は老化が進みやすく、いつまでも自分の足で歩いて健康な老後を送れるか要介護となるかのターニングポイントであり、50歳代からは太りやすくなり、ホルモンのバランスが崩れやすくなり、メタボ、不定愁訴などが増え、生活習慣病の発症も増えていく年齢です。50歳代の過ごし方で老化のスピードが変わり、将来も健康でいられるかが決まる年齢です。ですので、健康への意識も急激に高まるの

社会課題／市場機会





が50歳代でもあるのです。

つまり、日本の多くの産業では人口減少や若年人口の減少によって市場の縮小が起きていますが、こと健康産業においては対象人口も増え、市場規模も拡大し、社会の意識の変化、市場構造の変化と新しい世代の市場参入もあり、量質ともに拡大をしていくと考えられるのです。

当社グループは「50歳からのカーブス」を標ぼうしてきたように、50歳以上の健康市場には強みがあり、独自のマーケットを創造してきました。今後、この拡大する市場においても、顧客ニーズをしっかりと捉え、事業機会の拡大につなげていきます。

国の健康政策も追い風に!! 運動習慣者をさらに増やす

前述のとおり、今後の健康市場は今まで以上に商品サービスの質が求められ、「本物」かどうか問われる市場になっていくと考えています。この面においても、当社はエビデンス・ベスト・エクササイズを標ぼうし、当社のエクササイズの健康上の効果を科学的な研究によって証明をしてきました。

また、2024年1月に厚生労働省より発表された「健康づくりのための身体活動・運動ガイド2023」では、国が

初めて公式に「筋力トレーニング」を推奨しました。とくに中高年向けには「有酸素運動、筋力トレーニング、バランス運動、柔軟体操など多要素な運動」を週3日以上実施することが推奨されています。「カーブスワークアウト」は、まさに「身体活動・運動ガイド」の推奨運動の条件を満たしております。このことも追い風に、運動習慣者をさらに増やして参ります。

女性向けカーブスの既存店の成長が事業をけん引

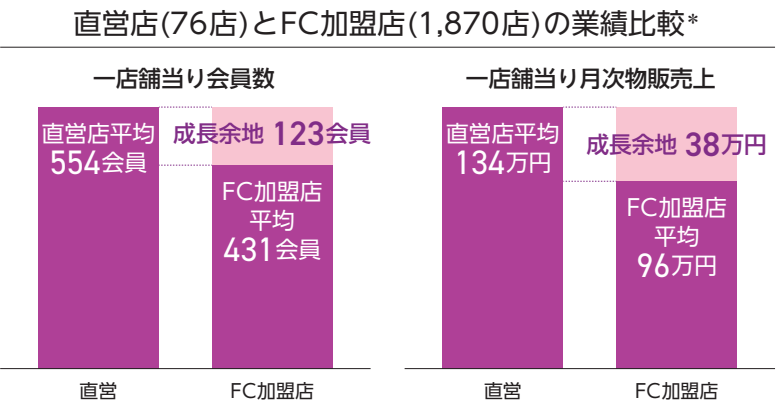
女性向けカーブスは、年間20店舗から30店舗の新規出店で着実な出店をしていきますが、事業成長のドライバーは既存店の成長です。既存店の会員数増、物販売上増による成長余地が存在しています。実際に、前期4万名の会員増の大半は既存店の会員増ですし、物販売上に

においても既存店の会員様からの物販購入増によって実現できています。

ひとつの参考としてお示ししたいのが、直営店76店とフランチャイズ店舗の業績比較です。

2024年11月末の1店舗当りの会員数は、直営店が平

■カーブス既存店の成長余地について



● 会員数 ●

20万会員以上の成長余地

● 物販年間売上 ●

80～100億円の成長余地

*1 2024年11月末時点の「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」店舗数1,984店舗のうち、新規出店後一定期間が経過した既存店1,946店の業績比較
*2 直営店所在地(北海道17店、宮城県1店、埼玉県12店、千葉県23店、東京都22店、鳥取県1店)
*3 会員数(2024年11月末)、月次物販売上(2024年5月6月の平均)

均554会員であるのに対し、フランチャイズ加盟店は平均431会員となっています。1店舗当りで123会員のギャップがあるということは、それだけの成長余地があるということでもあります。個店別の商圈などと重ね合わせて分析しても、既存店の約1,900店舗で平均550会員を超える20万会員以上の成長余地があると分析しています。既に直営店を超える実績をあげているフランチャイズ店も多く存在しており、十分に達成可能な水準です。

月次のチェーン末端ベースの物販売上も、直営店が1店舗当り134万円であるのに対し、フランチャイズ加盟店は96万円です。1店舗当り38万円ほどの成長余地、拡大余地があるということになります。

日本の50～70代の人口は4,800万人で、女性だけで

も2,500万人です。また前述の健康市場の拡大を考えれば、まだまだ多くの健康・運動マーケットが潜在的に存在しており、十分に成長は可能だということがわかりいただけたと思います。

物販も、既存商品のプロテインとヘルシービューティの2商品だけで、年間売上ベースで100億円近くの成長余地があると見込んでいます。今後も、お客様自身が気づいていない新しいニーズ、不を見つけ出し、その解決策を商品として展開し、さらなる成長を図って参ります。

メンズ・カーブスなどの新規事業も育ってきており、数年後には女性向けカーブスとともに、海外事業も含めた新しい事業も成長ドライバーとなっていく成長戦略を描いています。

2025年8月期の戦略 | さらなる成長余地へ施策を打つ

■2025年8月期の戦略

① 会員数の増大	●顧客満足度向上による退会率低減、顧客生涯価値向上 ●引き続きマーケティング強化 ・年3回の魅力的なキャンペーン ・TVCM、WEBなどのメディアミックスマーケティング ・口コミ紹介マーケティング ・地域密着プロモーション ・自治体、団体との連携によるシニア層の掘り起こし
② 会員向け物販の拡大	●会員サポート強化（運動指導、習慣化指導、食事相談） プロテイン、ヘルシービューティ定期購入者数、販売数増 ●ヘルシービューティは契約率向上の余地が大きく一層の注力
③ オンラインフィットネス	●ハイブリッド型（おうちでカーブスWプラン）に注力
④ 人的資本の強化	●労働生産性向上（従業員一人当たり付加価値向上×労働時間削減） ●FC加盟企業も含めた待遇向上策の推進 ▶ 働きがい（やりがい×待遇）接客サービス業No.1を目指す
⑤ 新事業の創造と本格展開へ	●メンズ・カーブスなどの新業態の業態力向上、多店舗展開本格スタートへ
⑥ 海外事業	●欧州：多店舗化に向けた実験店舗出店、ビジネスモデル構築

① 会員数の増大

2025年8月期も引き続き、お客様の満足度を向上し、退会率をさらに下げて、LTV（顧客生涯価値）を上げていきます。また、新規集客のための年3回のマーケティングをより一層強化し、会員数の増大を図って参ります。

② 会員向け物販の拡大

プロテインは新規入会にほぼ比例して販売数が伸びていきます。それに対して、新商品のヘルシービューティは

まだお客様に浸透しきっていないことから、今後、契約率向上の余地が大きく残っていると考えています。したがって、会員向け物販については当期、来期と、ヘルシービューティをプロテイン並みに育成していくことに力を入れて参ります。

③ オンラインフィットネス

オンラインフィットネス「おうちでカーブス」は、現在7万名の方々がサービスを利用されています。なかでも、

店舗とオンラインのハイブリッド型のサービスが好評で、とくに運動回数を増やしたいという既存会員に対して、ハイブリッド型の「おうちでカーブスWプラン」の提案に注力して参ります。

4 人的資本の強化

私達は創業以来、人の成長こそが企業の成長力の源泉である、働く人の満足がお客様の満足を創り出す、との考えのもと、チェーン全体で働きやすい職場づくりと人材採用、人材教育を重要課題として取り組んで参りました。また店舗業務の効率化のためのIT投資にも積極的に取り組んできています。

3年前から、フランチャイズ加盟企業も含め、働く人達の待遇向上の施策を推進しており、チェーン全体で働きがい、すなわち「やりがい」と「待遇」の両面から接客サービス業No.1のチェーンを創ることをスローガンに、様々な改革を実施しているところです。

本部としては、加盟店が賃金アップの資金を捻出できるよう、より収益性を高めていきます。そのために、とくに従業員一人当りの付加価値額の向上、労働生産性の向上に取り組んで参ります。

5 新事業の創造と本格展開へ

メンズ・カーブスを含めた新規事業の本格展開に向け、準備を進めています。2024年8月期はターニングポイントとなる年であったと捉えています。様々なノウハウの磨き上げができ、既存店舗は前期、女性カーブスを超えるような会員数の純増を実現しています。新規出店店舗は軒並み順調な立ち上げで、2、3カ月で黒字ラインに乗るという形にまで業態が完成してきています。2025年8月期

以降は、多店舗展開に向けて舵を切っていく考えで、2年後、3年後には、新規事業分野で出店が大きく拡大していく状況をつくって参ります。

6 海外事業

2019年7月にフランチャイズ本部事業を買収した欧州を重点地域と位置づけています。前期1年間で1クラブ当りの売上、会員数は過去最高を大きく超える水準となっています。チェーンの基盤が整ってきたことから、現在、各地で新しいビジネスモデルの実験店をスタートし、手応えを感じているところです。実験店で新たなビジネスモデルのトライアルをしながら、成長に向けた戦略を再構築中で、これもメンズ・カーブスに続き、2、3年後には多店舗展開のフェーズに入れるのではないかと考えております。

カーブス独自の強みでさらなる拡大へ



2025年8月期 業績予想 事業機会を捉え会員数増へ

以上の戦略をもとに、2025年8月期は、売上高380億円（前年比7.1%増）、営業利益63億円（同15.4%増）、経常利益62.5億円（同14.2%増）、親会社株主に帰属する当期純利益40億円（同12.1%増）を予想しています。

2025年8月期第1四半期末時点で、「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」の店舗数は1,984店舗、会員数は86万名となりました。会員数は予想を上回る推移で、コロナ前の過去最高水準まで回復しています。夏から強

化をしてきた様々なマーケティング施策が奏功したことに加え、市場が良い傾向になってきていることを重ね合わせた結果であると捉えています。第2四半期は例年、季節指数的に会員数が純減しますが、期末会員数84万から85万名の予想に対しては順調に推移しています。期末店舗数は1,991店舗を予想しています。メンズ・カーブスは10店舗の新規出店をし、最低でも29店舗にはしていく計画です。

2025年8月期 業績予想

	25/08 通期(9-8月)	24/08 通期(参考)		
	予想	実績	前期(24/08)比	増減
売上高	380.0億円	354.6億円	+25.3億円	107.1%
営業利益	63.0億円	54.5億円	+8.4億円	115.4%
(営業利益率)	16.6%	15.4%		
経常利益	62.5億円	54.7億円	+7.7億円	114.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	40.0億円	35.6億円	+4.3億円	112.1%
女性だけの30分健康フィットネス カーブス 期末会員数	84-85万名	81.7万名	+2.3-3.3万名	103-104%
女性だけの30分健康フィットネス カーブス 期末店舗数	1,991店舗	1,978店舗	+13店舗	100.7%
メンズ・カーブス 期末店舗数	29店舗	19店舗	+10店舗	152.6%

今後5カ年の財務指標基準 収益基盤とキャッシュ創出力をいかし、中長期的な成長を図る

2025年8月期単年度の業績予想とともに5カ年の財務指標基準を2つ設定し、開示しました。

1 営業利益、EBITDA、フリー・キャッシュ・フロー、それぞれの年平均成長率を最低限10%以上保持

社内的には每期10%以上の成長を目標としていますが、多少のぶれがあったとしても、年平均10%以上はキープする考えで、これを最低限の基準とします。

2 ROIC12%以上を維持し、15%を目指す

もうひとつの基準は、運用サイドに着目したROICとしました。(税引後営業利益÷投下資本〈運転資本+固定資産〉) 当社グループはフランチャイズチェーンでの事業展開をしているため、もともとが投資利益率の高いビジネスモデルですが、物販売上の拡大によって運転資本の適正なマネジメントが必要になって参りました。また、現場の

生産性向上のために、様々なシステム投資を積極化しており、固定資産のコントロールも重要になってきています。そのため、運転資本と固定資産の投資に見合った利益創出をマネジメントしていくために、運用サイドのROICを指標としました。

*当社グループの会員向け物販は、当社グループが商品を企画し、製造委託工場に製造いただき、会員様には直接商品を販売、お届けし、フランチャイズ加盟店には販売フィーを支払うというビジネス形態です。そのため、商品在庫を加盟店は一切保有せず、FC本部である当社グループが保有しています。

P20 今後5カ年の財務指標基準



ステークホルダーの皆さまへ

当社グループは、事業を通じて「地域密着の健康インフラ」として健康寿命の延伸に寄与し、社会課題の解決に貢献すべく全力を尽くして参ります。今後ともご指導ご鞭撻のほど、よろしくお願い申し上げます。

「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」の強み

1 50歳からのカーブス

お客様は女性だけ、体の変化が気になる50歳前後以上の方々を中心に、とくに運動が苦手、経験がないという方々に支持されています。



3つの運動を同時に行うことで、それぞれの運動を単独で行うより短時間で効率よく、高い効果が得られます

3 始めやすく 続けやすい

- 予約不要、わずか30分
- 生活圏への出店で通いやすい
- カーブスコーチ（インストラクター）の親身なサポート
- 女性同士のコミュニティ

2 わずか30分で高い効果、独自のエクササイズプログラム カーブスワークアウト

カーブスの運動は、「筋力トレーニング」「有酸素運動」「ストレッチ」を組み合わせたサーキットトレーニングです。1回30分で、女性に必要なすべての運動ができる独自のプログラムは、各種研究機関との共同研究により、その効果が科学的に実証されています。

カーブスのサーキットトレーニング

筋力トレーニング 筋肉・関節・骨を強化する

12台のマシンで全身の筋肉を鍛えます
筋肉が増えることで基礎代謝が高まり、
脂肪を燃やしやすい体をつくる

有酸素運動 心肺機能を高め、脂肪を燃やす

ボードのうえで足踏みなどを行います
筋力トレーニングと交互に行うことで
脂肪燃焼効果が高まる

ストレッチ 筋肉や関節の柔軟性を高める

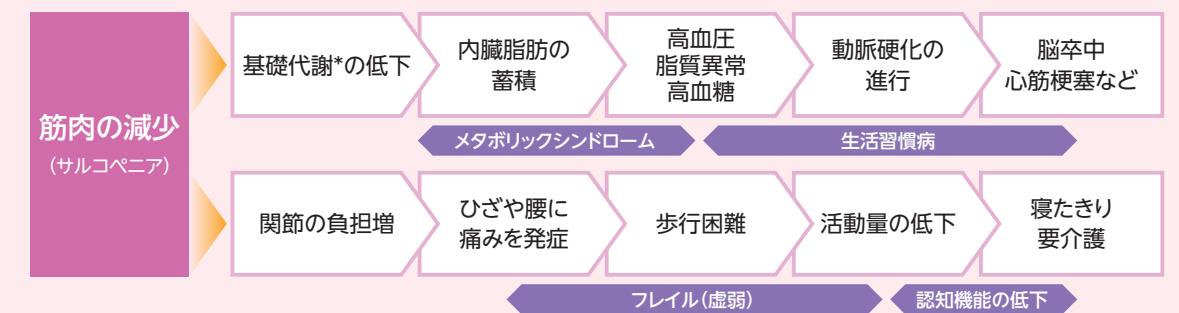
12種類のストレッチで筋肉を伸ばします
筋力トレーニングの直後に行うことで
トレーニング効果が高まる



病気と介護を予防し、女性の健康課題を解決する

筋肉の減少が引き起こす、女性の健康問題

カーブスの顧客層の中心は50歳以上の女性です。女性は30歳を過ぎると年に1%ずつ筋肉が減っていくと言われ、40歳代後半頃から影響が表れるようになります。筋肉が減ると基礎代謝が下がり、脂肪がつきやすい、痩せにくい体になるのです。また、お腹まわりに内臓脂肪が蓄積することで血圧や血糖値などの健康数値が悪化し、生活習慣病を発症しやすくなります。さらに、筋肉の減少はひざ・腰など関節の痛みにもつながります。これらを放置すると、脳卒中や心筋梗塞などの命にかかわる病気や寝たきり・要介護のリスクを高めることになってしまいます。



*基礎代謝とは、生命活動を維持するのに必要最低限のエネルギーのこと。基礎代謝量は筋肉量に比例し、筋肉が多いほど基礎代謝が高く、消費エネルギーが増えるため、脂肪がつきにくくなる。

食事だけのダイエットは筋肉を落とす

痩せたいからと極端な食事制限をすると、体重は減っても筋肉も一緒に落ちてしまいます。そうすると基礎代謝が下がり、かえって太りやすくなります。食事だけのダイエットがリバウンドしやすいのはそのためです。

女性に必要な筋肉が鍛えられる

女性にとって筋肉は、太りにくい体をつくるためにも、将来の病気や介護を予防するためにも必要なものです。「健康のために歩いている」という人もいますが、ウォーキング（有酸素運動）では脂肪は燃やせても、筋肉をつけることはできません。筋肉をつけるためには、筋力トレーニングが必要です。カーブスの運動プログラムは、「運動が苦手な方」「年齢が高い方」でも筋力トレーニングができるようになっています。さらに、有酸素運動とストレッチも組み合わせることで、効果を最大限に高められるように考えられています。

女性の健康に必要なすべての運動が30分でできる効果的なプログラムと
誰もが運動を続けやすい仕組みで、超高齢社会の問題解決に貢献します

研究機関との共同研究によって証明された カーブスの運動による効果

生活習慣病予防

国立研究開発法人 国立健康・栄養研究所
筑波大学大学院 久野研究室

介護予防

東京都健康長寿医療センター研究所

認知機能改善

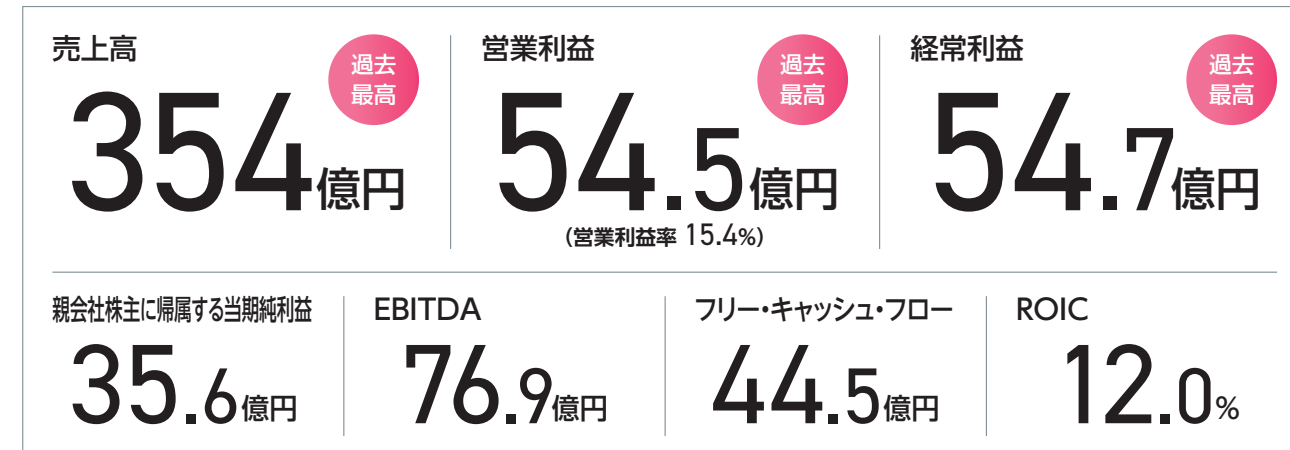
東北大学加齢医学研究所
川島隆太研究室

▶ P40 特集2：お客様と社会の心身の健康への貢献活動の進展

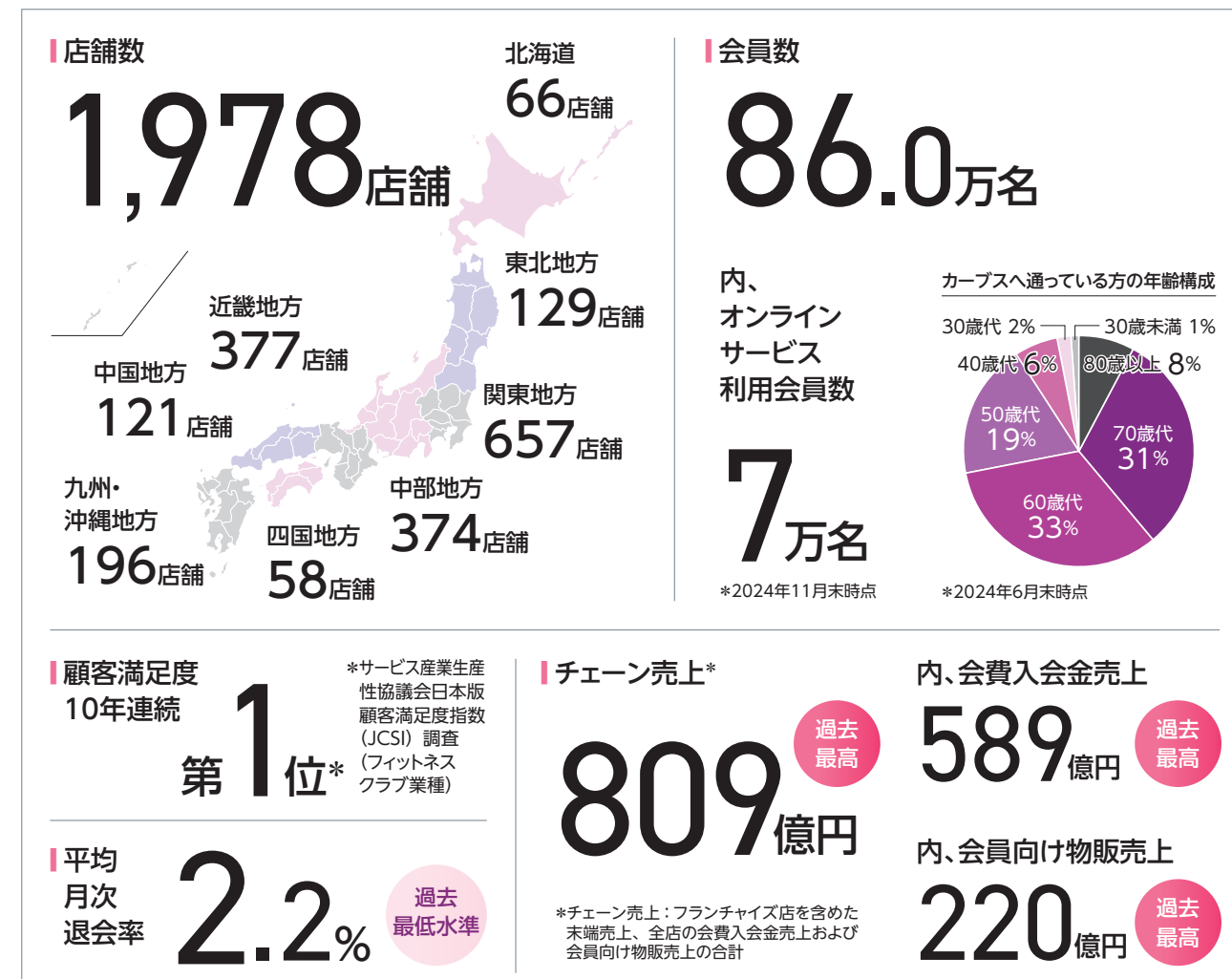
数字で見るカーブスグループ

病気と介護の不安と孤独のない生きるエネルギーが溢れる社会をつくる—カーブスグループは創業から掲げる事業目的に基づき「地域密着の健康インフラ」として社会課題の解決に貢献すべく取り組んでおります。

カーブスグループ 連結



国内 女性だけの30分健康フィットネス カーブス



メンズ・カーブス店舗数

19 店舗

国内グループ フランチャイズオーナー

367 社

カーブスファミリー*

*カーブスファミリー：カーブスで働くチェーンスタッフ

約 8,000 人

地域密着ボランティア —缶詰1個から始められる社会貢献—

ご家庭にある食品を募り、最寄りの福祉施設へお届けするボランティア活動です。

2007年
スタート

フードドライブ

17 回実施

第17回(2024年実施)は

190 トンの食品を
全国 741 施設に寄付

海外 Curves, 30-minute Fitness for Women

欧州店舗数

130 店舗

*イギリス・イタリア・スペイン・他5カ国
*当社グループがフランチャイズ本部を運営する直轄エリアのみ。
*2024年6月末時点(海外は決算期のずれにより2ヵ月遅れでの連結取り込み)

カーブスグループ連結 従業員データ

管理職男女比率

女性 62.7% 男性 37.3%

取締役男女比率

女性 14.3% 男性 85.7%

有給休暇取得率

61.6%

育休取得率

女性 97.0% 男性 40.0%

*特別注記のある箇所以外、数値は2024年8月期のもの

カープスグループのあゆみ

2005年に日本に誕生した「女性だけの30分健康フィットネス カープス」。
アメリカで生まれ、日本独自のサポート体制、コミュニティ力を軸に全国へと浸透し、
だれもが健康で豊かな人生を歩める社会に貢献すべく、地域密着の健康インフラとして成長を続けていきます。

創業

- 2005年** ●株式会社カープスジャパン設立
(日本国のマスターライセンスを取得)
●「女性だけの30分健康フィットネス カープス」日本1号店(戸越)をオープン
- 2006年** ●フランチャイズ展開開始

全国への拡大

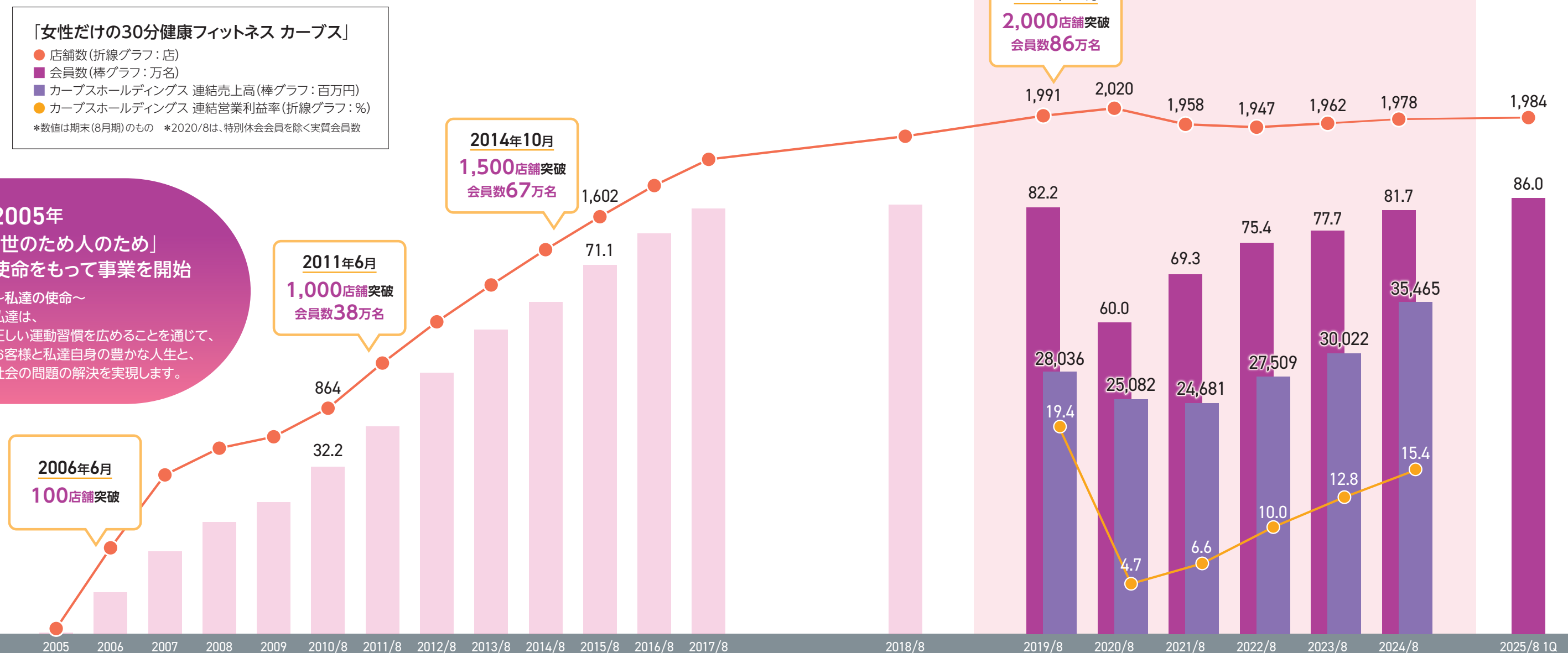
- 2008年** ●コシダカホールディングスグループ入り
●株式会社カープスホールディングス設立
- 2010年** ●カープスプロテイン販売開始
- 2015年** ●行政との連携スタート(鳥取県大山町)

地域密着の健康インフラへ

- 2018年** ●Curves International, Inc. (世界総本部) を買収
●男性向けカープス「メンズ・カープス」を開始
- 2019年** ●Curves Europe B.V. (欧州FC本部) を買収
- 2020年** ●スピンオフにより、
コシダカホールディングスグループから分離独立
●東京証券取引所市場第一部に単独上場
●オンラインフィットネス「おうちでカープス」を
既存会員様向けにリリース
- 2021年** ●オンラインフィットネス「おうちでカープス」
新規募集スタート
- 2022年** ●東京証券取引所プライム市場に移行

創業以来着実に成長し、日本有数の店舗網と会員数を有するフィットネス施設に

コロナを乗り越え、さらなる飛躍へ



カープスグループのビジネスモデル

社会課題/市場機会

超高齢社会の進展

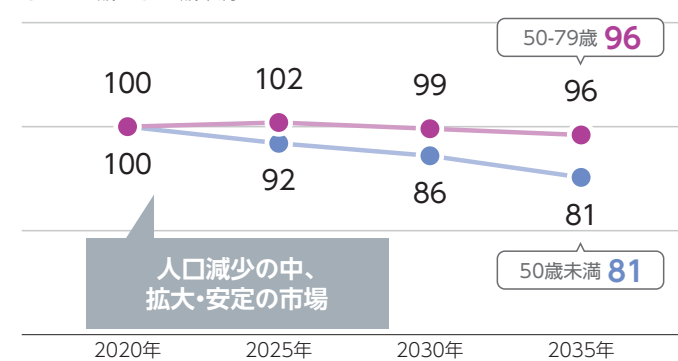
50-79歳の人口予測

単位：千人

項目	2020年	2025年	2030年	2035年
50-79歳人口	男性 23,520	24,121	23,480	22,958
	女性 25,090	25,447	24,499	23,820
	合計 48,610	49,568	47,979	46,778
50歳未満	65,999	60,568	56,692	53,782

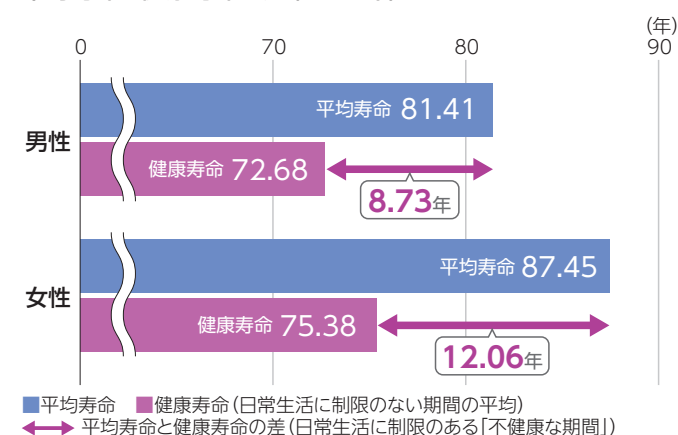
2020年を100とした場合の人口推移予測

●50-79歳 ●50歳未満



健康寿命延伸が課題に

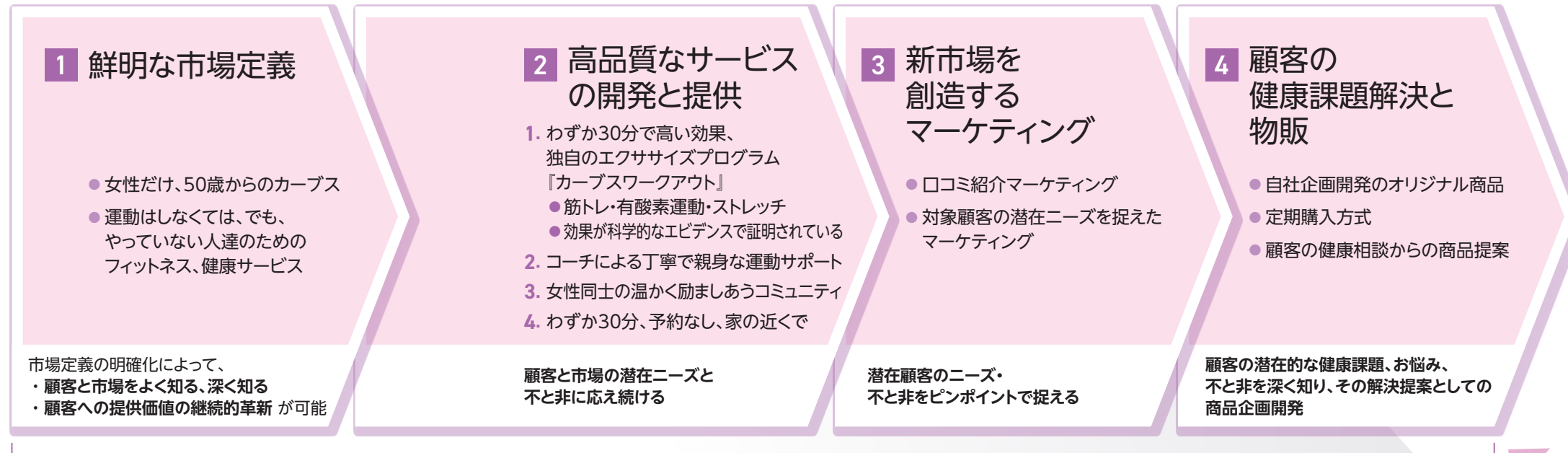
平均寿命と健康寿命の差(2019年)



出典：厚生労働省「健康寿命の令和元年値について」をもとに当社作成
<https://www.mhlw.go.jp/content/10904750/000872952.pdf>

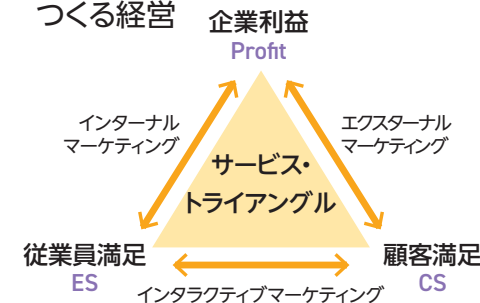
日本の将来推計人口（令和5年推計）をもとに当社作成
https://www.ipss.go.jp/pp-zenkoku/j/zenkoku2023/pp_zenkoku2023.asp

■ビジネスモデル

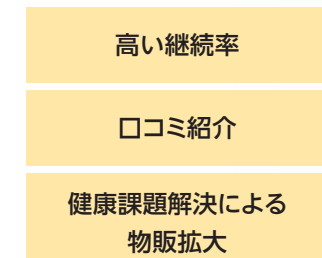


■戦略の基軸

1 サービス・トライアングルの善循環をつくる経営



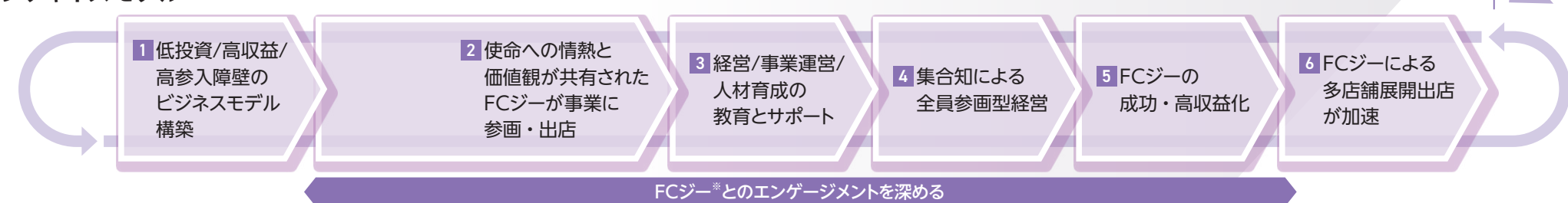
2 LTV(顧客生涯価値)を高め続ける経営



当社における低投資での
高収益・高キャッシュ
創出力

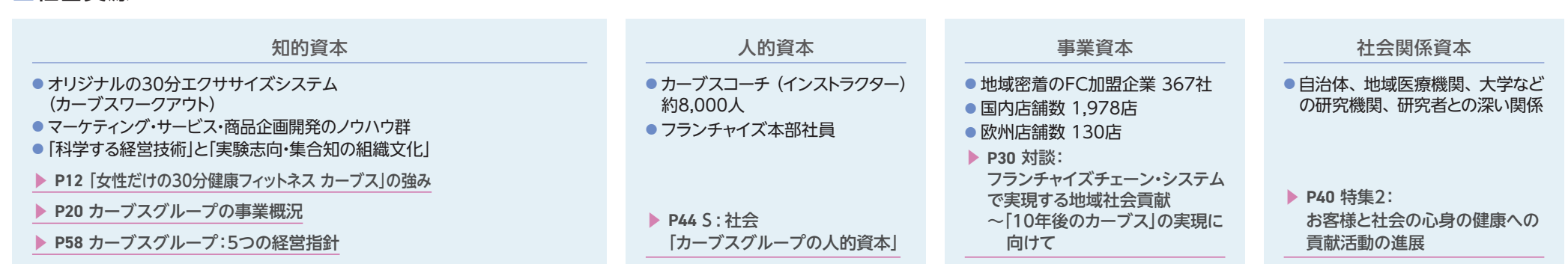
再投資による
ビジネスモデル・
FCモデルの
継続的強化

■フランチャイズモデル



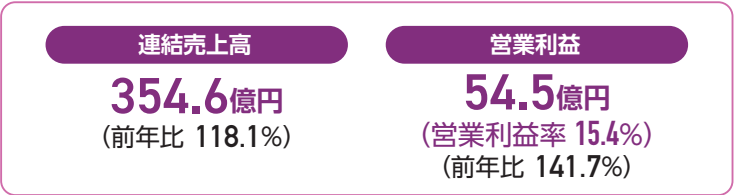
※FCジー＝フランチャイジー、フランチャイズ (FC) 加盟店

■経営資源



カープスグループの事業概況

カープスグループの全容



上場前年の2019年8月期において、カープスグループの連結売上高は280億円、営業利益は54.3億円でした。上場直後にコロナショックで打撃を受け、2020年8月期第3四半期以降、一時的に四半期単位で赤字となるなど、苦戦を強いられた時期もありました。しかし、2023年8月期には売上高がコロナ前を超え、過去最高を記録しました。

2024年8月期では、売上高が前期を上回り354億円、営業利益は54.5億円、経常利益は54.7億円となり、売上高だけでなく利益面でも過去最高を達成しました。これにより、ようやくコロナショックに終止符を打ち、次の成長ステージへと進む準備が整いました。

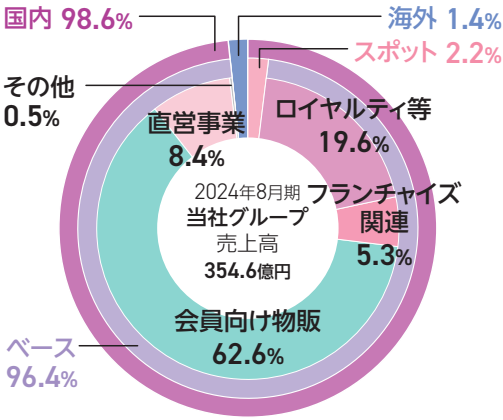
2025年8月期は、売上高380億円（前年比107.1%）、営業利益63億円（同比115.4%）を計画しています。

安定した収益基盤

当社の収益の大部分は、会員様からいただく会費入会金収入に対して一定比率でチャージするロイヤルティ等の収入と、継続購入いただくプロテインを中心とした会員向け物販による収入で構成されています。これにより、ストック性が高く安定した収益基盤を持っています。

高いキャッシュ創出力

カープスは蓄積してきたノウハウを活かしたフランチャイズシステムを採用しています。このシステムは、小規模な資金で迅速かつ大規模にビジネスを拡大できるため、高いキャッシュ創出力を有しています。



売上高構成	
国内	スポット FC新規出店や契約更新などによって得られる一時的な収入
	● FC新規出店に伴う加盟金やフィットネス機器販売などの収入
	● 契約更新に伴うフィットネス機器販売などの収入
	ベース 店舗数、会員数などに連動して得られる継続的な収入
	ロイヤルティ等
海外	● FC店舗会費売上などに対するロイヤルティや会員管理事務手数料などの収入
	フランチャイズ関連
	● その他FC店舗から得られる収入
	会員向け物販
その他	● 会員向けの商品販売による収入、当社グループが会員へ直販し販売手数料をFC店に支払
	直営事業
	● 直営店経営による収入
その他	● その他

今後5カ年の財務指標基準

2025年8月期の連結業績予想とともに、今後5カ年の財務指標基準を設定しました。カープスの収益基盤やキャッシュ創出力を元に、事業の中長期の成長を図る2つの基準です。

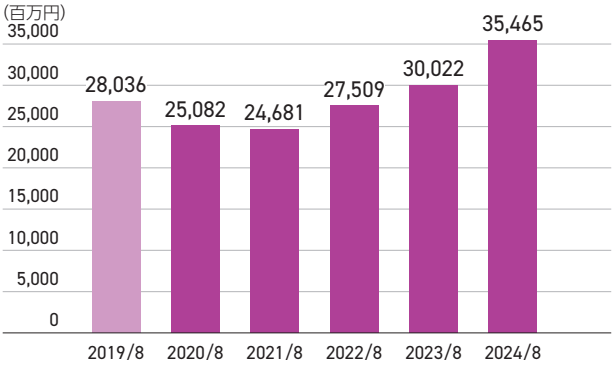
- 1 営業利益、EBITDA、フリー・キャッシュ・フロー
- ▶それぞれの年平均成長率10%以上
- 2 ROIC
- ▶12%以上を維持し、15%を目指す。

	営業利益	EBITDA	フリー・キャッシュ・フロー	ROIC
2024年8月期実績	54.5億円	76.9億円	44.5億円	12.0%
2025年8月期予想	63.0億円	86.5億円	51.7億円	14.2%
成長率予想	+15.4%	+12.5%	+16.0%	

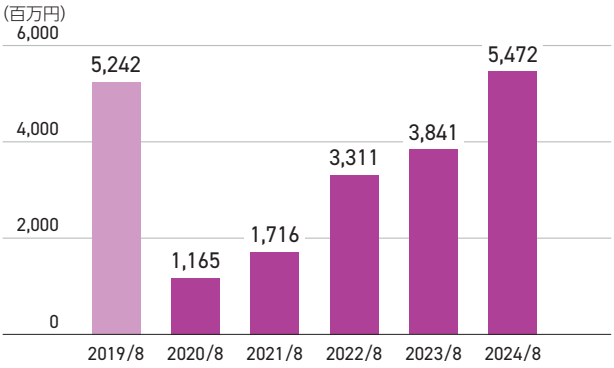
ROIC算出の投下資本は、運用サイドの運転資本+固定資産としております。会員向け物販の売上が特に拡大しているため、運転資本が増加しますが、それが過大にならないこと。また、現場の生産性を上げるために様々なシステム投資の強化を図る中で固定資産が増加しやすい経営になっていること。これらを踏まえて、投資回収とのバランスをきちんと検証して投下していくために、ROICを指標としました。

*1 EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) =営業利益+減価償却費+のれん・商標権等償却費
*2 フリー・キャッシュ・フロー=営業活動によるキャッシュ・フロー+投資活動によるキャッシュ・フロー
*3 ROIC (Return On Invested Capital:投下資本利益率) =税引後営業利益÷投下資本 (運転資本+固定資産)

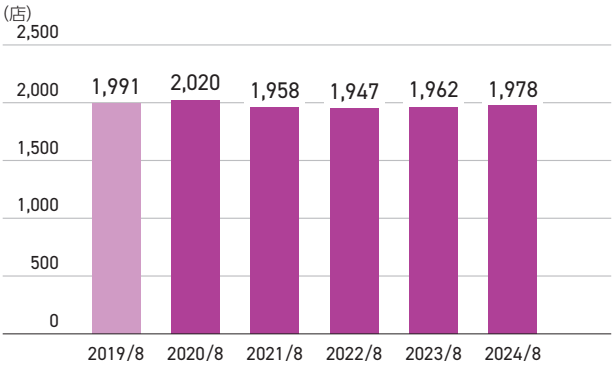
売上高



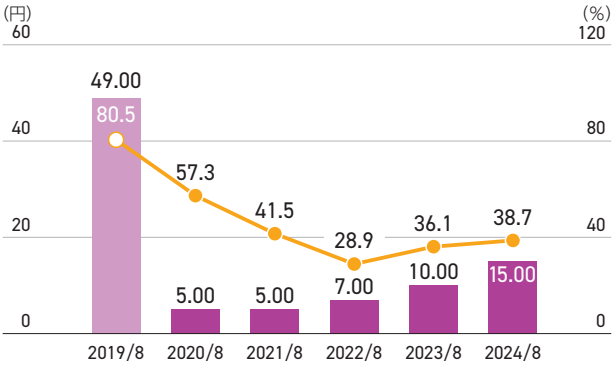
経常利益



「女性だけの30分健康フィットネス カープス」店舗数



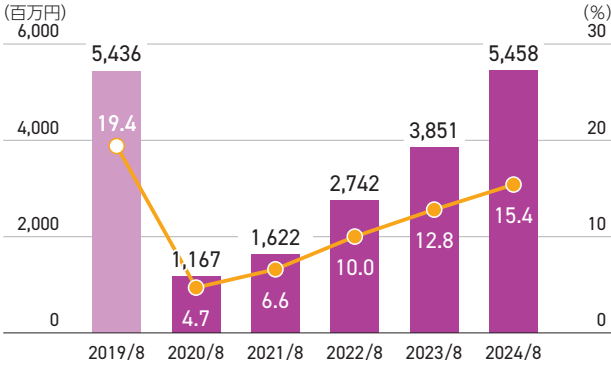
1株当たり配当金／配当性向



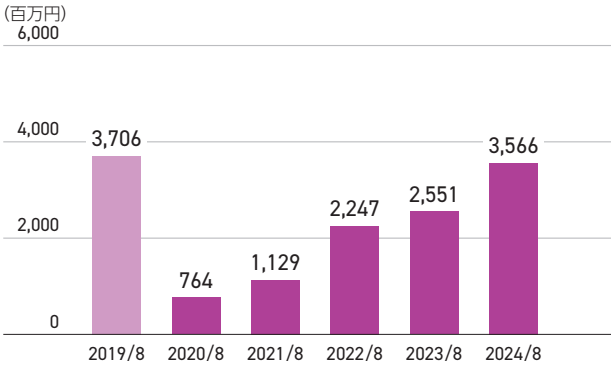
* 2020年3月 スピンオフ上場
* 2020年8月期は普通配当3.00円 記念配当2.00円

配当については、将来の事業展開と財務体質の健全化のために必要な内部留保を確保しつつ、連結配当性向50%を目標として実施していくことを基本方針としております。

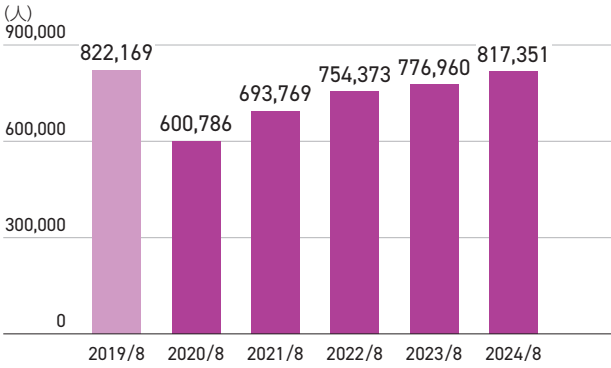
営業利益／営業利益率



親会社株主に帰属する当期純利益

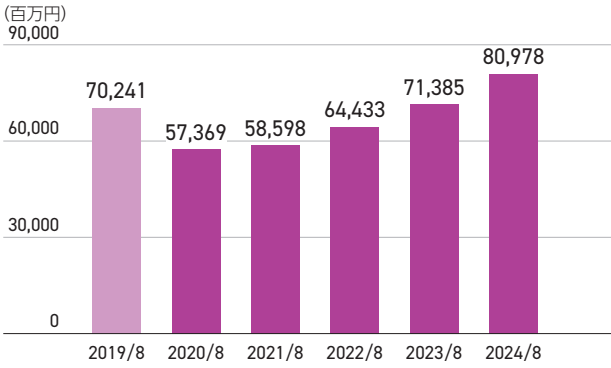


「女性だけの30分健康フィットネス カープス」会員数



* 2020年8月期は特別休会会員を除く実質会員数

「女性だけの30分健康フィットネス カープス」チェーン売上



* チェーン売上：フランチャイズ店を含めた末端売上、全店の会費入会金売上および会員向け物販売上の合計

カープスグループの事業概況

国内カープス事業

フランチャイズ本部事業

収益の2本の柱はロイヤルティ等収入と会員向け物販収入です。重点管理指標である会員数の増大と、LTV（顧客生涯価値）向上に向けた取り組みを強化しています。

ロイヤルティ等収入

ロイヤルティ等収入は、フランチャイズ加盟店の会員様からの会費入会金収入に対して一定比率でチャージされる収入であり、会員数に応じて変動します。

コロナ前の2019年11月末には会員数が86.4万名まで増加しましたが、コロナショックにより一時は54.5万名まで減少しました。しかし、2024年11月末時点では86.0万名に回復し、1店舗当りの会員数は2019年11月末を超える水準に達しています。

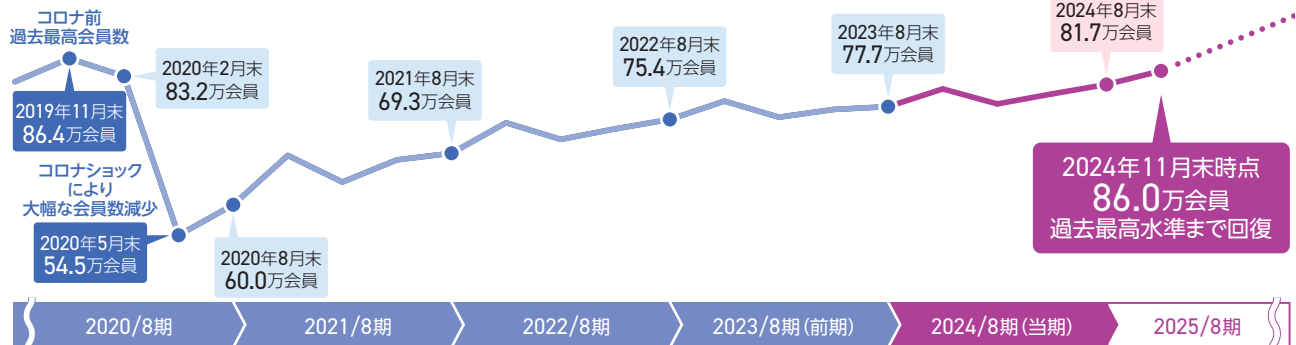
コロナショック初期には、とくにシニア層（65歳以上）の休退会者が激増し、新規会員の集客にも苦戦しました。そこで、マーケティングをヤング層（65歳未満、50歳代中心）向けにシフトし、重点的に取り組んできました。この結果、ヤング層の新規入会が飛躍的に増加し、安定的な入会数の確保が可能になっています。同時に、店舗のサービス強化にも継続的に取り組んできました。2024年8月期の平均月次退会率は2.2%となり、コロナ前の水準以下に抑えることができています。

また、コロナ禍において急ピッチでオンラインフィットネスのシステムを開発しました。当初は外出自粛要請などにより休退会を余儀なくされたシニア層を中心にご利用いただいていたが、現在は店舗とオンラインを両方使えるハイブリッド型サービス「Wプラン」に注力しています。これは、仕事を持ち頻繁に店舗に通えないヤング層を中心にご利用いただいており、運動回数が増えることで顧客満足度が向上し、店舗プラン会員と比較して退会率も低い傾向にあります。

2025年8月期は、引き続き積極的なマーケティング展開を行うとともに、既存会員様の顧客満足度向上にもさらに力を入れていく方針です。また、2024年1月に発表された「健康づくりのための身体活動・運動ガイド2023」では、国が初めて「筋力トレーニング」を推奨しました。とくに高齢者向けには「有酸素運動、筋力トレーニング、バランス運動、柔軟体操など多要素な運動」を週3日以上実施することが推奨されています。このことも踏まえ、自治体等との連携によりシニア層を掘り起こし、健康寿命の延伸に貢献する「地域密着の健康インフラ」として、事業を通じて社会課題の解決により一層貢献して参ります。

「健康づくりのための身体活動・運動ガイド2023」 ▶ P40 特集2：お客様と社会の心身の健康への貢献活動の進展

女性だけの30分健康フィットネス カープス会員数推移*特別休会会員を除く実質会員数

今後の
見通し・戦略

- 2025年8月末会員数84～85万名（オンライン会員含む）を計画。
- 顧客満足度向上による退会率低減、顧客生涯価値向上を図る。
- 年3回の魅力的なキャンペーンを実施することなどにより新規入会募集を強化。
- オンラインフィットネスはハイブリッド型に注力。

女性だけの30分健康フィットネス カープス

会員数

86.0万名

(前年比 + 5.0万名)
内、オンラインサービス利用会員数 7.0万名*

*店舗とオンラインのハイブリッドサービス「おうちでカープスWプラン」およびオンラインフィットネス「おうちでカープス」のみ利用者の合計 *2024年11月末時点

店舗数

1,978店舗

(前年比 + 16店舗)
内、フランチャイズ店舗 1,899店舗 直営店 79店舗売上高構成比率
19.6%

ロイヤルティ等売上

69.4億円
(前年比 106.6%)

会員向け物販収入

会員向け物販収入の主力は、2010年12月に販売を開始したプロテインなどの定期購入型商品の販売収入です。

コロナ禍で店舗が休業を余儀なくされる中でも、プロテインを継続して定期購入する会員が多く、会員数に比べるとコロナショックの影響は小さかったです。契約者数の増加や高機能商品による単価アップにより、2022年8月期にはコロナ前を超え、過去最高の売上を達成しています。2023年12月には、販売開始以来2度目となるプロテインの全面リニューアルを行うとともに、ヤング層向けの新商品「ヘルシービューティ」の販売を開始しました。とくに「ヘルシービューティ」の販売は予想を上回る好調で、2024年8月期の連結売上高と営業利益の過去最高を牽引しました。

プロテイン
開発の歴史

会員様の健康課題を食事・栄養面からも解決できないかと考えたことが、プロテイン開発の始まりです。100人以上の会員様の食事調査から「たんぱく質不足」に着目し、カープスで運動をする女性に適した、科学的根拠に基づく独自成分処方プロテインを開発し、販売を開始しました。中高年女性へのたんぱく質の必要性が世間で注目されていなかった時期から、カープスではその重要性をお客様に伝え、食事相談を通じてプロテインを提案してきました。2017年12月には既存のプロテインを全面リニューアルした「スーパープロテイン」の販売を開始し、これにより2018年8月期の会員向け物販収入は前年比143%を達成しました。現在では、厚生労働省の「日本人の食事摂取基準（2020年版）」にたんぱく質の摂取目標量が初めて設定されるなど、たんぱく質の重要性は広く認知されています。さらに、2023年12月には、2度目の全面リニューアルを行った新プロテイン「ウルトラプロテイン」の販売を開始しました。

売上高構成比率
62.6%

会員向け物販売上

222.1億円
(前年比 127.0%)

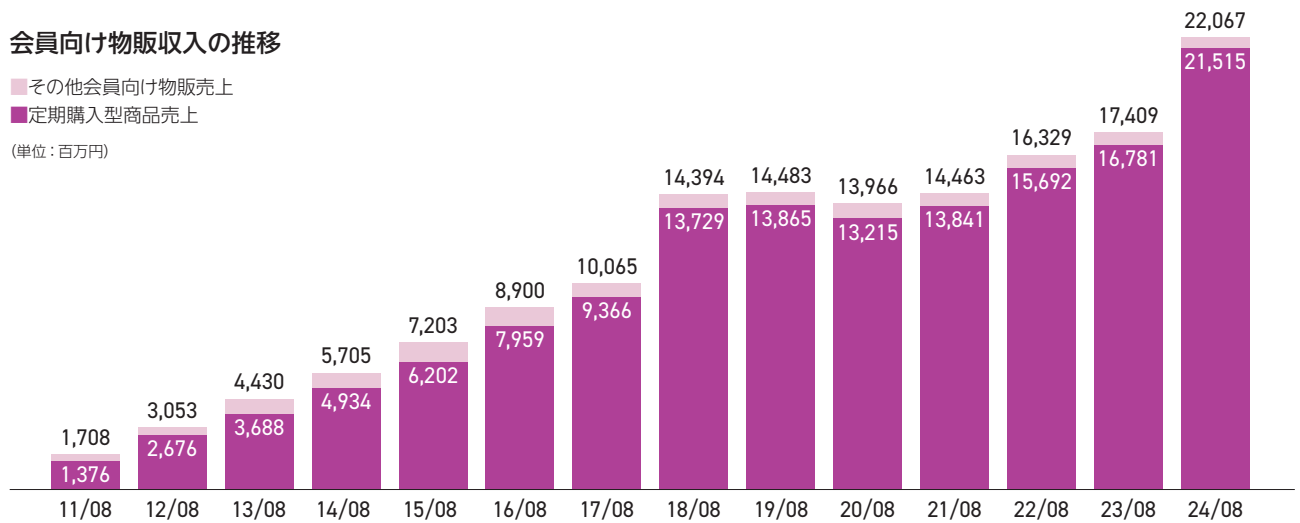
*FC加盟企業に販売した会員向け物販商品の売上高を含む

▶ P39 食の安全・安心への取り組み

会員向け物販収入の推移

■ その他会員向け物販売上
■ 定期購入型商品売上

(単位：百万円)



2010年12月 カープスプロテイン販売開始

会員様の食事調査を経て、科学的根拠に基づいた独自成分処方プロテインを開発。定期購入型により契約者数の安定した増加を実現。

2017年12月 スーパープロテイン販売開始

より少ない摂取量で高い効果の期待できる、科学的根拠に基づいた独自成分処方プロテインを開発し発売。定期購入契約者数が増加し、販売数も増加。

2023年12月

ウルトラプロテイン、ヘルシービューティ販売開始

▶ P24 ウルトラプロテイン、ヘルシービューティのご紹介

今後の
見通し・戦略

- 会員サポート強化（運動指導、習慣化指導、食事相談）を通じて、定期購入型商品の購入者数、販売数の増加を図り、売上の拡大を見込む。
- ヘルシービューティは契約率向上の余地が大きく一層の向上。

新商品 ウルトラプロテイン、ヘルシービューティのご紹介

カーブスグループでは2023年末にプロテインを全面リニューアル。6年ぶりの新作となる「ウルトラプロテイン」を発売しました。また、50-60代会員様向けの新商品「ヘルシービューティ」も販売開始。定期購入型商品の契約数が過去最高を記録するなど好評を博しています。カーブスを通じて、会員の皆さまに「しっかり運動」「よい食事」の習慣を身につけていただけるようサポートに力を入れています。

「ウルトラプロテイン」

2017年12月以来となる新プロテイン。科学的根拠に基づいた独自成分処方により、筋肉を増やす効果・健康の維持増進がさらに高まっています。



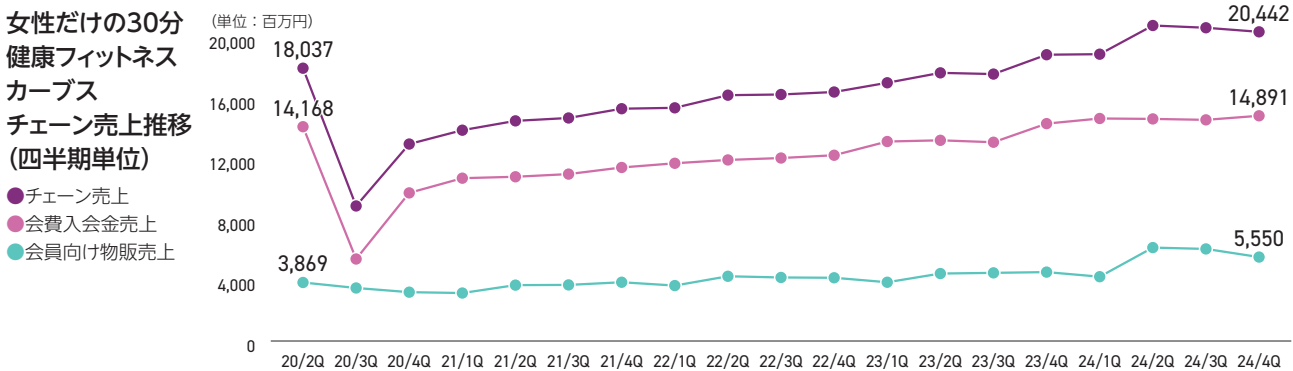
「ヘルシービューティ」

現場の声、食事調査、インサイト調査から把握したヤング層会員様の栄養摂取のお悩みを解決し、不(不満・不便・不安など)を解消する独自の新商品。



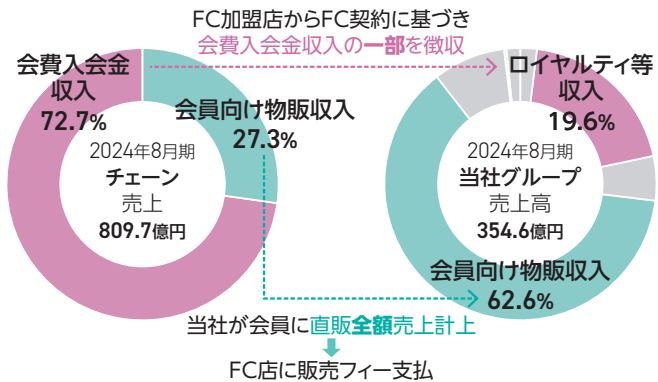
■チェーン売上

チェーン売上とは、フランチャイジーが運営する店舗を含む末端の売上を指し、会費入会金収入と会員向け物販収入で構成されています。2024年8月期におけるチェーン末端の売上は、過去最高の809億円を達成しました。チェーン売上の構成要素である会費入会金収入および会員向け物販収入のいずれも過去最高の実績を記録し、フランチャイズ店の1店舗当たり売上額もコロナ前を超える水準に達しています。



チェーン末端売上と当社グループ売上高の関係について

2024年8月期のカーブスチェーン全体の売上構成は、「会費入会金収入」が72.7%、「会員向け物販収入」が27.3%です。一方、当社グループの売上においては、「会員向け物販収入」が62.6%を占めています。これは、当社グループの主たる事業がフランチャイズ(FC)本部事業であるためです。カーブスチェーン全体の売上における72.7%の「会費入会金収入」は、FC店舗での売上であり、当社グループはこの収入の一部をロイヤリティなどとして徴収し、売上として計上しています。一方、「会員向け物販収入」は、当社グループが直接会員様に商品を販売し、FC店舗に販売フィーを支払っている事業構造のため、その全額を当社グループの売上として計上しています。つまり、当社グループの決算では、「会費入会金収入」はその一部のみが売上に計上され、「会員向け物販収入」は全額が売上計上されているということです。



▶ P30 対談：フランチャイズチェーン・システムで実現する地域社会貢献～「10年後のカーブス」実現に向けて

直営事業

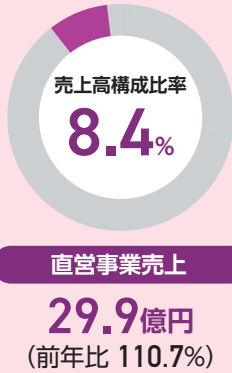
直営事業には「カーブスジャパン直営店」と「ハイ・スタンダード直営店」が含まれています。2024年8月末時点で79店舗(メンズ・カーブスを除く)を運営しており、チェーンの継続的な進化において重要な役割を果たしています。

■カーブスジャパン直営店

フランチャイズ本部事業を担うカーブスジャパンの直営店では、模範的な店舗運営を行うだけでなく、新しいノウハウの開発を通じてチェーンの成長に貢献しています。活動においては、仮説、実験、検証のサイクルを継続的に回す考え方が根付いています。このアプローチはフランチャイズチェーン全体にも浸透しており、本部はフランチャイズ店舗からアイデアを吸い上げ、成功要因を見出してチェーン運営に反映し、進化を続けています。

■ハイ・スタンダード直営店

ハイ・スタンダードはその名の通り、全国の模範となる高水準な店舗運営と企業経営を実践しています。単に高い業績を上げるだけでなく、高い顧客満足度と高い従業員満足度を両立させ、永続的に企業価値を高め続ける経営を目指して取り組んでいます。



海外事業

海外事業には、グローバルフランチャイザー事業を担うCurves International, Inc.と、欧州のフランチャイズ本部事業を担うCurves Europe B.V.などが含まれています。

■Curves International, Inc.

2018年3月に、グローバルフランチャイザー(世界総本部)であるCurves International, Inc.を184億円で買収しました。北米およびオセアニアのダイレクトフランチャイズ事業は分離し、マスターフランチャイザー事業を買収しています。

買収のポイント

- 1 日本からCurves International, Inc.へ支払うロイヤリティ等をグループ内に取り込む。買収前の取引額はロイヤリティ、フィットネス機器の仕入れ等で年間約20億円に上り、これらをすべてグループ内に取り込む。
- 2 知的財産権の確保とカーブスブランドの永続的保持。
- 3 経営自由度が飛躍的拡大。
- 4 世界展開、グローバル展開の可能性が広がる。

■Curves Europe B.V.

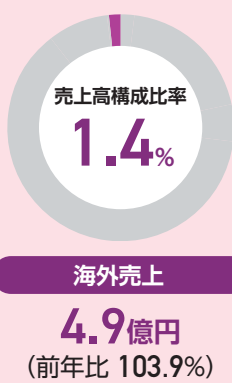
2019年7月に、欧州のフランチャイズ本部事業を担うCurves Europe B.V.を買収し、今後の世界展開の足がかりにする考えです。コロナが明け、1店舗当りの会員数と売上はコロナ前を超える水準まで到達しました。日本のノウハウを導入し、欧州の現状に適した競争力のあるビジネスモデルの構築を重点テーマとし、欧州においても多店舗展開に向けた体制を整えています。

買収のポイント

- 1 所得水準が高く、高齢化が進む欧州を重点地域と位置づけ、欧州での事業基盤の確立を推進。
- 2 欧州には実績のあるマネジメントチームやオペレーションチームなど、優秀な人材が在籍。

今後の見通し・戦略

- 2025年8月期は、成長に向けた準備期間と位置づけ。
- 現在の経営環境に適応するため、実験店舗の出店を通じて新しいビジネスモデルの実験と検証を重ねる。
- 通期で営業赤字が続く見通し。

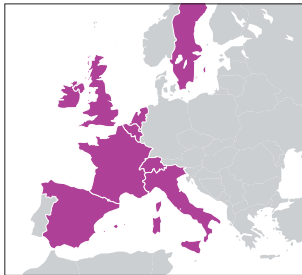


Curves, 30-minute Fitness for Women

店舗数 130店舗

欧州(スペイン・イタリア・英国を中心に8カ国)店舗数

2024年6月末時点
(※決算期のずれにより2ヵ月遅れでの連結取り込み)



価値創造プロセス

社会課題/市場機会

超高齢社会の進展

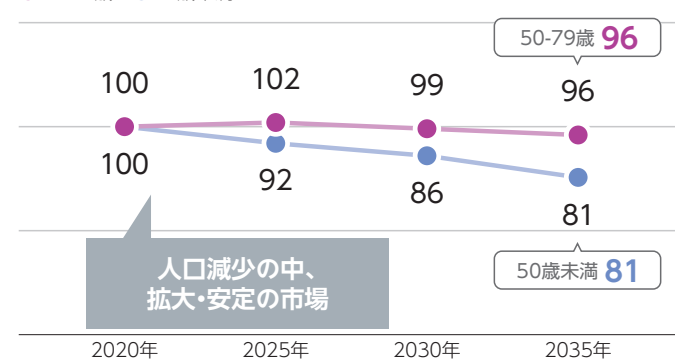
50-79歳の人口予測

単位：千人

項目	2020年	2025年	2030年	2035年
50-79歳人口	男性	23,520	24,121	23,480
	女性	25,090	25,447	24,499
	合計	48,610	49,568	47,979
50歳未満	65,999	60,568	56,692	53,782

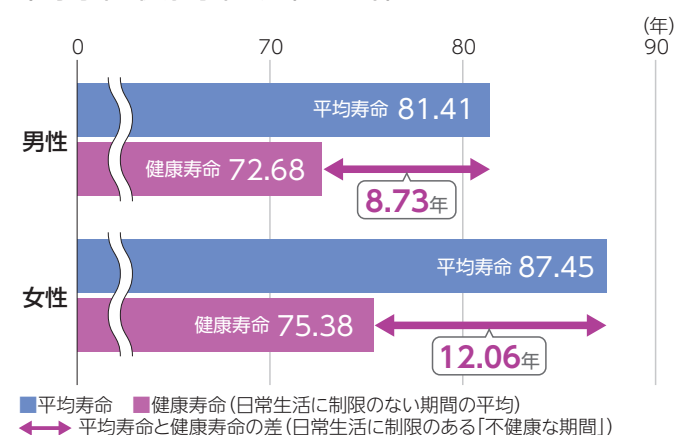
2020年を100とした場合の人口推移予測

●50-79歳 ●50歳未満



健康寿命延伸が課題に

平均寿命と健康寿命の差(2019年)



出典：厚生労働省「健康寿命の令和元年度値について」をもとに当社作成
<https://www.mhlw.go.jp/content/10904750/000872952.pdf>
 日本の将来推計人口（令和5年推計）をもとに当社作成
https://www.ipss.go.jp/pp-zenkoku/j/zenkoku2023/pp_zenkoku2023.asp

事業基盤

知的資本

- オリジナルの30分エクササイズシステム(カープスワークアウト)
- マーケティング・サービス・商品企画開発のノウハウ群
- 「科学する経営技術」と「実験志向・集合知の組織文化」

人的資本

- カープスコーチ(インストラクター) 約8,000人
- フランチャイズ本部社員

事業資本

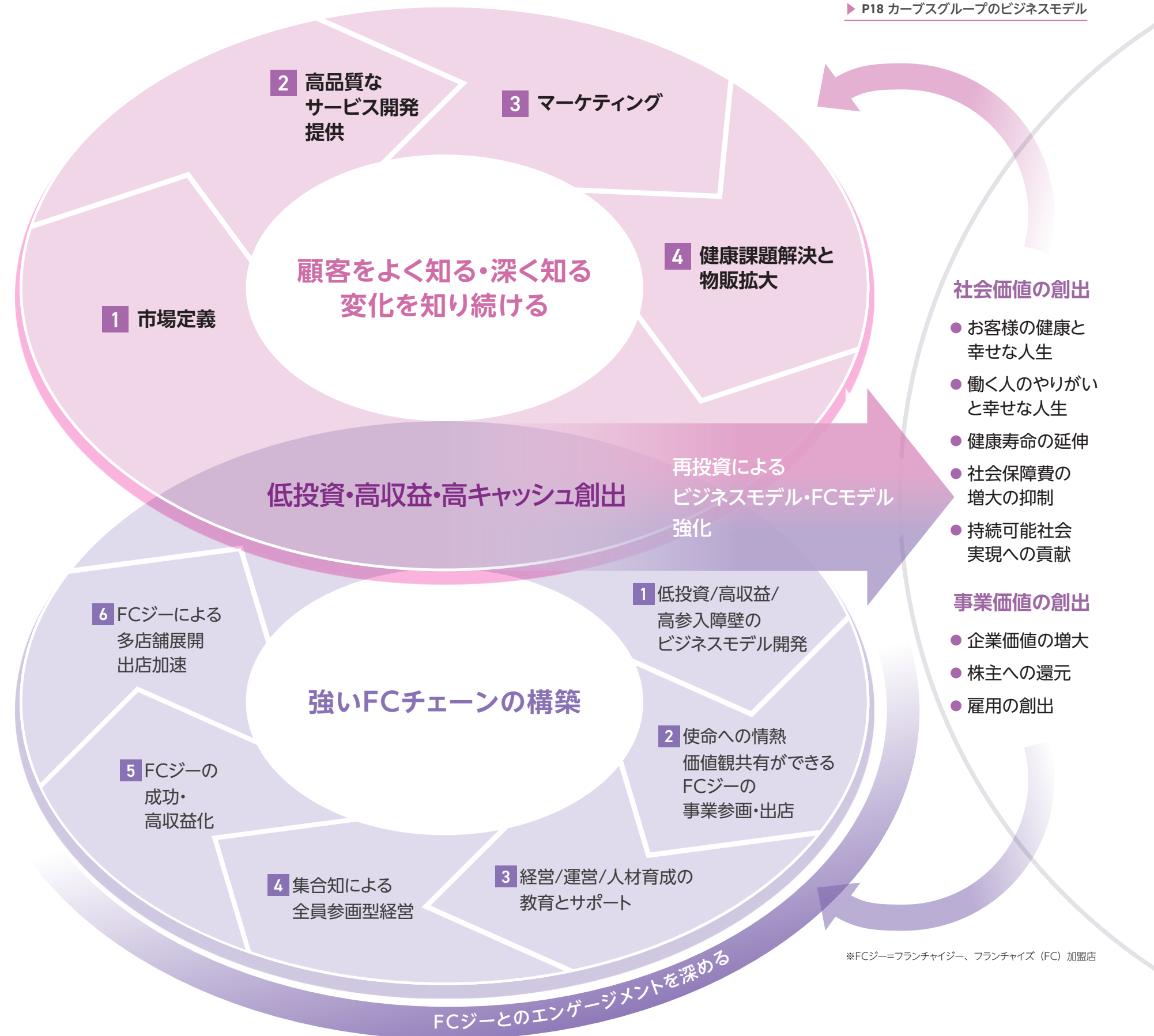
- 地域密着のFC加盟企業 367社
- 国内店舗数 1,978店
- 欧州店舗数 130店

社会関係資本

- 自治体、地域医療機関、大学などの研究機関、研究者との深い関係

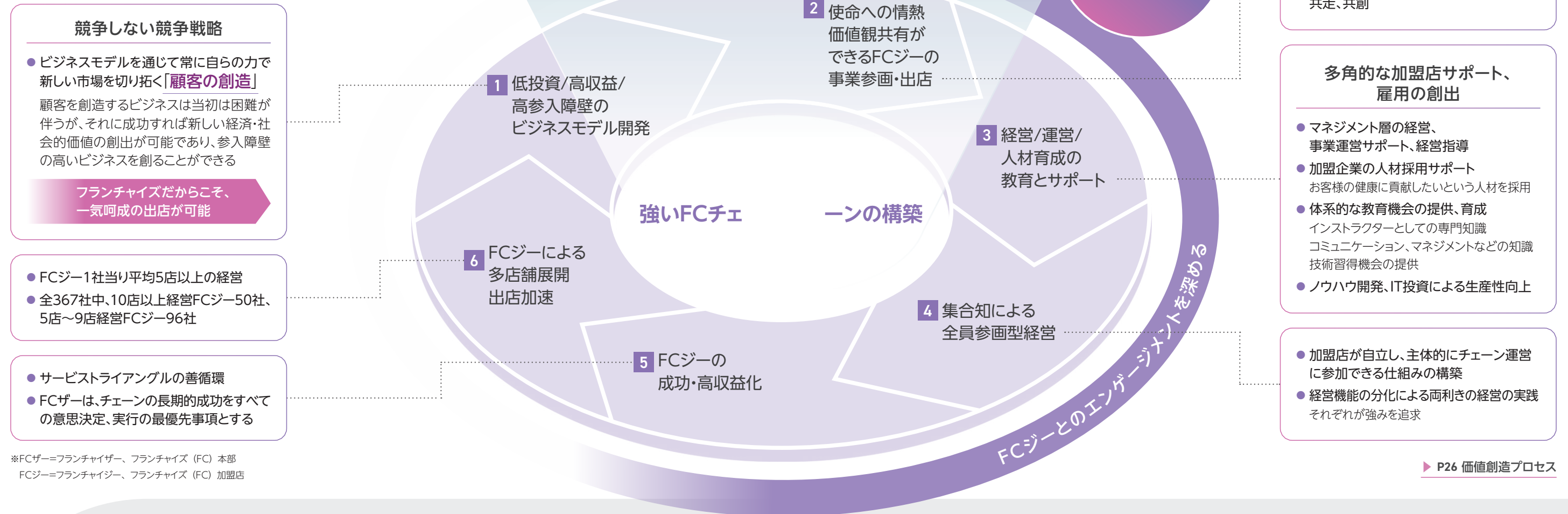
ビジネスモデル

▶ P18 カープスグループのビジネスモデル



カープスグループのフランチャイズモデル

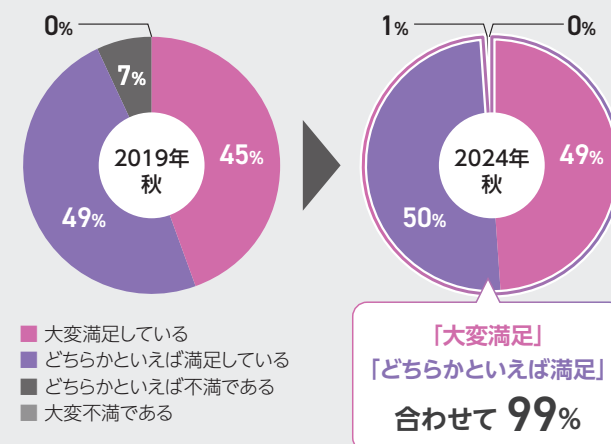
カープスグループでは、独自のフランチャイズシステムを構築しています。事業の使命・理念・価値観が共有でき、強いエンゲージメントで結ばれたフランチャイズ加盟企業群が地域密着の経営をしていることが、カープスの強さのひとつの源泉です。



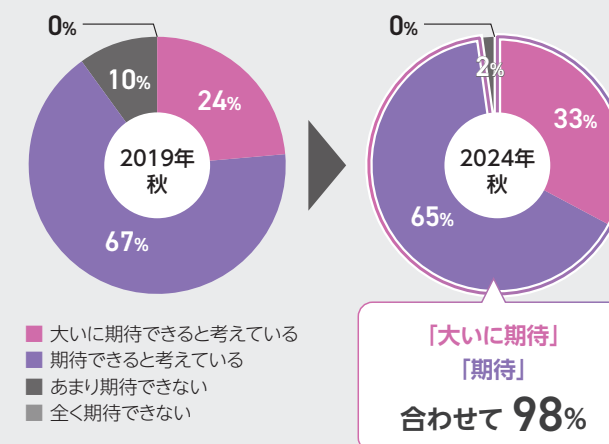
フランチャイズ加盟企業オーナーアンケート結果

カープスチェーンでは2009年より、フランチャイズ加盟企業オーナーに対してアンケートを実施しています。2011年からは年に2回の定例実施とし、アンケート結果をもとにチェーンの施策を見直す等、PDCAを回しながらFCジーとのエンゲージメントを深め、強いFCチェーンの構築を図っています。2024年秋のアンケート結果からは、コロナ禍を経て、さらにエンゲージメントが深まっていることが明らかになりました。

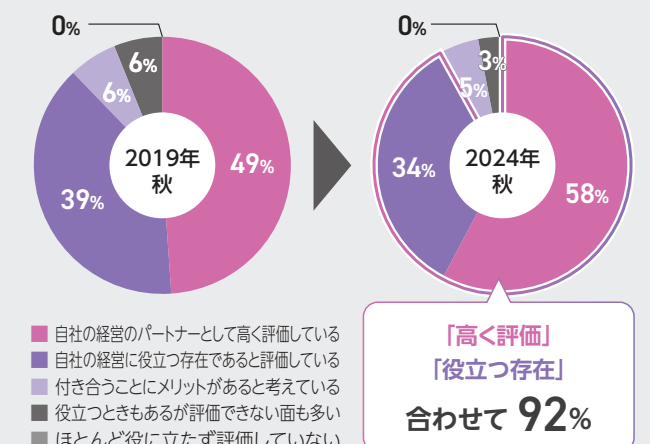
Q1. カープス事業に対して、ご満足いただけていますか？



Q2. カープス事業について、今後の見通しをどのようにお考えですか？



Q3. カープスジャパン本部について、総合的にどのようにご評価いただけていますか？



*%は小数点第1位で四捨五入

対談

森本 幸吉 氏

モリスホールディングス株式会社
代表取締役 兼 CEO

1983年、現・モリスグループに入社。1986年、3代目社長に就任。2007年、「女性だけの30分健康フィットネス カープス」フランチャイズチェーンへ加盟。現在、兵庫県で39店舗（メンズ・カープス1店舗を含む）を運営中。

坂本 眞樹

株式会社カープスホールディングス 取締役
株式会社カープスジャパン 代表取締役社長
株式会社ハイ・スタンダード 取締役
2005年、創業メンバーとして事業に参画。カープスジャパンにて加盟開発に従事。2011年、当社取締役に就任し、当社グループの法務、店舗展開、新規事業開発等の戦略立案と遂行の責任を担う。

フランチャイズチェーン・システムで実現する地域社会貢献 「10年後のカープス」の実現に向けて

2024年8月期の国内グループフランチャイズ加盟企業は367社に上ります。本部はフランチャイジーをどのようにサポートし、フランチャイジーはどのように成長を遂げてきたのか。現在、兵庫県で39店舗を運営するモリスホールディングス株式会社・森本氏と、その店舗展開にかかわってきた取締役・坂本が語り合いました。

地域貢献を軸に事業を転換 明るい未来を思い描きカープスに加盟

坂本 当社は2005年の創業から20年にわたり、367社の加盟企業様とご一緒に、日本全国約2,000店舗、86万会員の事業を創り上げてきました。ローカルビジネスを活性化させることこそが日本経済復興のカギだと考え、創業当初から、フランチャイズチェーン・システムを通じて事業を発展させると決めて取り組んで参りました。貴社とは2007年からの付き合いになります。それまでは、さまざまな事業に取り組んでこられたんですね。

森本 私どもモリスグループは1934年、今から90年前に祖父が創業した材木店が始まりで、その後50年ほどは材木と住宅関連の事業を地域密着で展開していました。私が三代目として入社したのは創業50周年の前年でしたが、蓋を開けてみたら経営は赤字。幸い、土地を多く所有していましたから、それを有効活用してホームセンターをオープンし、ハンバーガーショップやアイスクリームショップ、レンタルビデオや100円ショップなどをフランチャイズで出店。ほかにも、書店やドラッグストアなど、地域の皆さんに喜んでもらいたいという気持ちで事業を拡大してきました。しか

し、競争の激しいレッド・オーシャンでなかなか利益が出ない。そんなとき、書籍『ブルー・オーシャン戦略』を読んで、カープス事業のことを知ったのです。じつはそのとき、当社が運営するショッピングセンターの中に、他の加盟企業がカープスを出店されていました。そしてそこに私の母が、当初から現在も会員として通っています。経営に携わり、利用者でもある母の「いいと思う」という言葉の後押しもあり、カープスに加盟することを決めました。

坂本 カープスはだれもが健康で豊かな人生を歩める社会に貢献すべく、「地域密着の健康インフラ」をめざしてきました。そのために、カープス事業の使命、理念、価値観が共有できると確信が持てた企業様にご加盟いただいています。貴社は地域に根差したビジネスを展開されていました。「地域に貢献したい」という想いが合致していたからこそ、ご加盟いただきましたが、新たな事業への挑戦は、大きな決断だったのではないのでしょうか。

森本 当時、ホームセンターの朝礼に出ましたら店長が、「皆さん、頑張ってくれていますが、会社の業績は厳しくて、

ボーナスは出ても期待しないでください」と。そんなことを社員に言わせるような経営をしてはいけな。材木店からホームセンターに転換したのは私ですが、この朝礼での出来事もひとつの引き金となって、また新しく事業の転換を図っていろいろと模索していました。カープスがやられている事業というのは本当に素晴らしいテーマ、ビジネスモデルで展開されていると思います。加盟することで、当社としても価値を生み出し、「豊かなコミュニティづくり」を事業のテーマにして、健康で明るい未来を切り拓いていけるのではないかと思ったのです。

「逆算の経営」の実践 本部を信じ、質を高めて今日につながる

坂本 ご加盟いただいた当時、カープスの店舗数は全国に300店舗ほど。そのような中で、「10年30店舗」を掲げて、1号店の出店からわずか3ヵ月で5店舗の出店にチャレンジしていただきました。積み上げ式で、上手くいったらもう1店舗、さらに上手くいったらもう1店舗、というのではなく、事業としてお取り組みいただくからには、「いつまでに、これだけの数を広げていきましょう」というのが先にあつて、逆算して今、何をすべきか考える。その方針のもと、貴社の目指したい姿を踏まえて、5店舗のスピード出店をご提案しました。

森本 当初から多店舗展開で考えてはいましたが、3ヵ月で5店舗は想像以上のスピードでした。ただフランチャイズに加盟したら本部に従うのが一番だと学んでいましたから、信じてやってみよう。カープスは本部からの情報がとにかく多い。それが5店舗分、一気に押し寄せてくるので、はじめは大変でした。さまざまな変化に対応していくのも容易ではありませんでしたが、一方で、本部の言うとおりにやってみると結果がついてくるんですね。カープスジャパン本部の教育、指導、対策は、本当に頭が下がるほど熱心に、いろいろな形でいただきました。単にサービスを提供するというのではなく、「質を高める」ということを徹底的に指導していただいた。なかでも、マネジメントの仕方を一から学ばせてもらいました。それが、今日の状態を作っていると思っています。現在、カープス39店舗を兵庫県南部に展開できるまでになったのも本部のおかげと感謝しているところです。

対談 フランチャイズチェーン・システムで実現する地域社会貢献 ～「10年後のカープス」の実現に向けて



本部の言うとおりにやると 結果がついてくる カープスでマネジメントの仕方を 一から学ばせてもらいました

坂本 私どもとしても、スピード出店いただいたからには絶対に成功へと導く決意でサポートを続けて参りました。カープスは新しい市場を創造してきたビジネスですので、創業期は困難が多かったのも事実で、加盟企業の皆さんにもご苦勞をおかけしました。また事業を展開しながら一つひとつ成功要因を見出し、ノウハウを深化させていく必要がありました。加盟企業と一緒にチェーン全体で良い方向に向かうことができたことを、本部としても有難く思っています。

業績向上と人材育成の両立に向けて 新規出店を一時的にストップ

坂本 振り返ると貴社が15店舗になった2012年ごろ、2年ほど新規出店をストップした時期がありましたね。本来であれば、出店をしていただきたいところですが、一方で、当時の貴社の状況を見て、一度立ち止まってしっかり体制を立て直していただいたほうが良いという思いがありました。

森本 それまでにいろいろな事業をやってきた経験から、「人材は配置転換をすることで成長する。カープスにもそれがあてはまるだろう」と考えて、社員を無理して店舗異動させたところ、退職者がたくさん出てしまいました。将来から逆算すると、出店は続けたい。事業を拡大することは絶対にやり遂げなくてはならないと私は考えていましたが、事業担当者は当時、出店が怖くて怖くて仕方がなかったと。だから本部からの出店ストップの要請は、まさ

に天の声だったと、あとから聞きました。そのとき、当社の状況を心配された田島副社長から本部に呼ばれて、「一度出店を止めるけれど、止めた後にまたしっかりスタートできるような体制づくりをしましょう。本部も入り込んでサポートするから」とご指導いただいて。それで私も、このまま拡大をしていくと、成長なしに膨張になっていくと理解し、提案を受け入れることにしたのです。

坂本 当時の状況から、兎にも角にもマネジメント体制を立て直していただくべきだと考えていました。出店をしていただくうえでも、人が育っていないと、どこかで必ず出店ができなくなる。店長候補となる人材がいないと新店が出せなくなりますし、既存店も回らなくなってしまう。したがって、どうやって人を育てながら実績を上げていただくか。我々も言うからには覚悟を持って、絶対に体制を立て直し、業績を改善し、出店を再開していただかなければならない。そういう思いで、マネジメントに入り込んでサポートをさせていただきました。その後は、会員数が600名を超える店舗が生まれるなど、素晴らしい店舗運営、マネジメントを実践いただいています。

コロナ禍で加盟企業への支援をさらに強化 チェーンの絆はより一層強く

坂本 コロナ禍では、政府からの要請や報道の影響もあり、カープスも全店で休業せざるを得ない状況に陥りました。このときは、加盟企業の皆さまも、本当に苦しかったと思います。

森本 出店を再開し、地道に出店を積み重ね、順調にいていたなかでの突然のコロナで。この先どうなるのかもわからないという不安はもちろんありましたが、そのなかで本部は、オンラインでさまざまな戦略やメッセージを発信し続けてくれました。休業を余儀なくされたとき、増本会長がインストラクターに向けて、「これまで皆さんが、会員の方々の健康を守ってきたことに誇りを持って」と、涙ながらに訴えられた映像を見たときは、私も涙が出ました。本部からの熱い想いを受け、今こそ「人々の毎日が健康で希望に満ちた幸せなものであるために」「豊かな社会づくりに貢献する」というわが社の理念、想いを実現するときだと、私も覚悟を決めました。

坂本 アフターコロナでは必ず運動ニーズは高まる。そのときに、加盟企業様なくして、インストラクターの皆さんなくして、カープスの復活はあり得ない。その思いで、加盟企業への経営支援を今まで以上に強化しました。オンラインでの研修、経営相談など、各社とのコミュニケーションを充実させるとともに、休業や休会などによる売上減に対しても、雇用を守ることを条件に、経営支援金をお渡ししました。

森本 私どもとしても、社員の生活を守る決意をして、休業中も給料を100%支給して、雇用を守りました。苦しいときに本部からの支援があったからこそ、足を止めずに、前向きに出店にも臨んでいくことができました。

坂本 会員様に対しては、運動習慣を切らさないよう、健康情報の発信をしたり、全会員様にお電話でコンタクト

を取ったりと、コロナ禍でもでき得限りの施策を講じました。オンラインフィットネス「おうちでカープス」が誕生したのもこの時期で、もともとコロナ前から構想自体はあったのですが、コロナ禍に急ピッチで立ち上げたという経緯があります。店舗とオンラインのハイブリッドサービス「おうちでカープスWプラン」は現在、とくに50代60代の会員様に好評で、加盟企業様の収益向上にもつながるサービスに成長しています。

森本 コロナ初期の、誰も経験したことがないような異常な環境のなかで、本部は我々加盟企業オーナーに対しても、インストラクターに対しても、会員様に対しても、メッセージを出し続けてくれました。常に戦略的な方向性を示していただけたことは大きかったですね。支援金をはじめ、総合的にサポートいただけたことに感謝しています。

現状把握のために、コロナ禍の店舗を回ったことなのですが、現場のインストラクターは予想外にみな元気で。「えらい元気やな」というと、「会員のみなさんも元気なんです」と。ようは、カープスを続けてくださっている方は、「免疫力を高めないといけない」と、以前にもまして通ってくださっていると。それを聞いて私も、コロナであろうが何であろうが、やっぱり筋トレは必要、カープスは必要なんだと。社員もそう思ってくれていると理解したんです。これほど強いものはないですね、やらされ感ではないわけですから。それで「よし、もういっぺんやって行こう」と、一致団結できたということがありました。

使命、理念、価値観が共有でき 「地域に貢献したい」という想いが 一致していたからこそ ご加盟いただきました



対談 フランチャイズチェーン・システムで実現する地域社会貢献 ～「10年後のカーブス」の実現に向けて

坂本 オーナーアンケートの結果を見てもわかる通り、コロナを経て、我々フランチャイズ本部と加盟企業様との絆はより強いものになりました。現場で働くインストラクター一人ひとりが、以前よりも強い使命感を持って現場運営をしてくれている。信頼関係をベースに想いをひとつにできたからこそ、コロナを乗り越えることができたと思っています。

そして2022年、コロナ禍中にありながら会員数を大きく伸ばし、カーブスチェーンの最優秀加盟企業に贈られる、エキサイティングカンパニー賞を受賞されました。

森本 じつは、コロナ禍で店舗を回っていたとき、本部の方針を徹底できている店舗と徹底し切れていない店舗があることがわかりました。そこで、社内の体制も変えて、本部の指導に従って、改めてマネジメントを見直すことにしました。初期の頃とは違い、店舗数も30店を越えていたからこそ、マネジメントのやり方も変えていく必要があったんですね。そのときどきの状況に合わせて、どうすればよいのかをご指導いただけたと思っています。

本部の指導のもと、事業担当者と連携し、まずはマネージャーとの連携強化、意思統一を図ることから着手しました。そこから徐々に各エリア、各店舗に考えが浸透していく。マネージャーとベクトルを合わせてやっていけるようになったことは大きいと思っています。これにより、目を見張るように業績が変わっていき、エキサイティングカンパニー賞の受賞につながったのだと思います。

経営レベルを上げ、チェーン全体で サービストライアングルの善循環を描く

坂本 失われた30年と言われるデフレ状態が続いた日本経済を復活させることができるか、日本が豊かな国になれるか、国民一人ひとりが豊かになれるかどうかは、ひとえに、ローカルビジネスの活性化にかかっています。私達は、フランチャイズこそがローカルビジネスの生産性向上、活性化を実現すると、本気で考えています。だからこそ、貴社をはじめ全国の加盟企業様の掲げている目標に向けて、我々本部はこれからも全力でサポートを続けていく所存です。

森本 今後も「豊かなコミュニティづくり」をテーマに、カーブス事業を主軸に展開していくつもりです。そのなかで、通過点としてカーブス関連事業で2027年に50店舗をめざしていきたいと考えています。

じつは、入居する施設の建て替えで、2025年1月に1店舗閉鎖せざるを得ない状況だったのですが、会員様が「とにかく残してくれ」と、インストラクターに熱望されると聞いて。私どもとしても何とか移転先はないものかと商工会議所を訪ねたところ、そこでも「えらいことになっていますね」と。ようは、市議会議員の方がカーブスの会員様で、その方からも「(カーブスが移転できる) 良い場所はないのか」というお話があったようでして。最終的に、近隣に移転をして店舗運営を継続できることになった

カーブス事業に出合って念願の 「いい会社をつくりましょう」という スローガンを掲げられた これが一番うれしいこと



んです。まさしく「豊かなコミュニティ」ですよ。会員様がそういう想いを持って通っておられることを実感しましたし、やはり、この火を消してはいけない。その期待にどう応えていくのが、これから私たちが歩む道だと思っています。

坂本 その火を消さないためにも、人の成長が必要不可欠です。「私達の使命」の実現に向けては、現場で働いているインストラクター一人ひとりが「やりがい・成長実感・存在価値」を持って取り組んでいただけるよう、さらにもう一段ギアを入れていきます。ますます経営レベルを上げ、チェーン全体でさらに顧客満足、従業員満足、業績のサービストライアングルの善循環を描いていけるよう取り組んで参りましょう。

森本 私が今まで経験してきたフランチャイズチェーンは売り上げ増に対しての施策は打ってくれるのですが、あとはお任せというところが多かった。しかしカーブスは、働く人の給料をいかに上げていくか、ということもテーマとして掲げ、真正面から私どもに投げかけていただいている。そういうのは今までのフランチャイズではなかった経験で、本当に素晴らしいことだと思っています。本部のノウハウとサポートで利益を上げられるからこそ、顧客満足も従業員満足も高い状態をめざしていけるのです。

カーブス事業を始めてから、私は念願の「いい会社をつくりましょう」というスローガンを社員のみんなの前で発表しました。これが一番うれしいことでもあるんです。本当は、他の商売をやっているときも言いたかったけれど、実態が伴っていないから言えなかった。カーブスと出合っ

ていなければ、このスローガンを掲げられずに今日まで来ていたかもしれません。

坂本 2022年からは、メンズ・カーブスの出店にも取り組んでいただいていますよね。

森本 メンズがまたすごくて。店舗からわりと離れたところにお住いの会員様でも、価値があると言って通い続けてくださっている。そういう状況を見ていると、メンズ・カーブスもこれから大いに期待できると感じています。私どもにとっても、新たな領域でチャレンジできる機会を与えていただき、大変有難く思っているところです。

2020年の1月には、長男が後継者として入社してくれました。会社に未来があるからこそ、事業承継への覚悟を決めてくれたわけです。今は、新店立ち上げなどを通じて、後継者育成の面でも本部に大変お世話になっております。

坂本 加盟企業のオーナー様とは、事業家同士だからこそその切磋琢磨ができていると感じます。本部としては、後継者育成も含めてサポートをしていく考えです。この先も末永く、「共走・共創」の理念のもと、「10年後のカーブス」の実現に向けて一緒に歩んで参りましょう。

この先も末永く、 『共走・共創』の理念のもと、 『10年後のカーブス』の 実現に向けて歩んで参りましょう

▶ P2 「私達の使命」に込められた想い

▶ P4 10年後のカーブス

▶ P28 カーブスグループのフランチャイズモデル

カーブスグループのマテリアリティ

マテリアリティ
特定プロセス

候補対象の棚卸

関連部署にて当事業活動の課題をESGの観点で分類・整理し、GRIガイドラインなどと照らしあわせる

優先度の設定

投資家ミーティングなどから得られる当社に対する社会的期待も踏まえ、サステナビリティ経営推進委員会を中心にマテリアリティの候補を抽出

特定

マテリアリティマップ等を参考に取締役会での議論を経て、当社が優先的に取り組むべきマテリアリティを特定

▶カーブスグループのサステナビリティ
<https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/index.html>



マテリアリティ		関連するSDGs			E		S	G	取り組みテーマ	各コンテンツとの対応
1	 マテリアリティ① 『地域密着の健康インフラ』として お客様と社会の心身の健康への貢献	 3	 17				●		- お客様の健康課題・ニーズ・不の解消をとらえたサービスと商品の開発・改善および、サービスと商品の提供品質を高め続け、お客様満足度とお客様の健康度を高め続ける - エビデンス・ベスト・エクササイズの考えに基づき運動の効果の科学的実証を進める - 社会の健康課題解決につながる学術的研究に積極的に参画する	カーブスグループの フランチャイズモデル ▶P28
2	 マテリアリティ② お客様の安全・安心No.1を 目指した運営	 3	 12				●		- ハードウェア(設備、運動機器など)の安全・安心 - ソフトウェアにおける安全・安心のサービス提供 - 安全・安心のPDCAをワークさせ継続的改善を図る	対談：フランチャイズ チェーン・システムで実現す る地域社会貢献 ～「10年後のカーブス」の 実現に向けて ▶P30
3	 マテリアリティ③ 環境にやさしく気候変動リスクが低い ビジネスモデルづくりと店舗運営	 6	 7	 12				●	- より環境負荷の低いビジネスモデルづくり、店舗運営の仕組みづくり - サプライチェーン全体を見据えた環境負荷の低減への取り組み - 気候変動リスクを低減できるビジネスモデルづくり、店舗運営の仕組みづくり	
4	 マテリアリティ④ やりがいと働きがいに溢れる 一人一人が輝く 人材育成・職場づくり・組織運営	 5	 8	 9			●		(フランチャイジーも含めて)働く人達一人一人が「やりがい・成長実感・存在価値」を高められる人材育成と組織運営 (フランチャイジーも含めて)働く人達一人一人の健康・生活の充実・幸せにつながる職場づくりと組織運営 (フランチャイジーも含めて)働く人達一人一人が主体性を発揮する自立型人材の育成と一人一人の知恵を活かす集合天才型組織運営	
5	 マテリアリティ⑤ 地域社会への貢献	 1	 2	 3	 8			●	- 地域社会の健康づくりと社会資本(ソーシャルキャピタル)充実への貢献を図る - 健全なフランチャイズチェーン運営による地域経済・雇用への貢献を図る	特集1： 安全・安心No.1に向けた 取り組み ▶P38
6	 マテリアリティ⑥ サプライチェーンにおける 公平公正な取引と人権・人間性の尊重	 8	 10	 17			●	●	- サプライヤーとのパートナーシップの形成 - 事業パートナーであるフランチャイジーとの互惠の関係の構築(一般社団法人 日本フランチャイズチェーン協会制定の倫理綱領を遵守) - 人権・人間性を尊重したサプライチェーンの構築	特集2： お客様と社会の心身の健康 への貢献活動の進展 ▶P40
7	 マテリアリティ⑦ 実効性の高いコーポレートガバナンス							●	- 中長期の企業価値向上、戦略的視点からの経営意思決定 ・『カーブスグループ5つの経営指針』を遵守した経営 ・ステークホルダーとのエンゲージメントを重視した経営 ・オープンな情報共有と活発な議論を土台とした意思決定 - コンプライアンスの遵守 - リスク管理体制の構築	社会 「カーブスグループの 人的資本」 ▶P44
										環境 「カーブスグループの気候変動 リスクへの取り組み」 ▶P46
										コーポレートガバナンス ▶P48

マテリアリティ②



安全・安心No.1に向けた取り組み

カーブスでは、運動は高い安全性があってこそ長く続けることができ、運動による健康効果が得られると考えています。そのため、安全・安心No.1を目指し、様々なことに取り組んでいます。

安全・安心な運動プログラム

 血圧測定 血圧が気になる方は運動前に血圧を測定し、当日の運動の実施有無、強度を調整	 体調管理 関節に痛みがある方は、痛みのある箇所を使用するマシンを控えるなど無理ない範囲で運動することが可能	 体調確認 運動開始前に利用者様一人ひとりに体調を確認。その日の体調に合わせて運動を行っていただくようサポート	 整理運動 運動の安全性を高めるために運動プログラムの中でウォームアップとクールダウンを実施
 安全 運動中はインストラクターがサーキット内にいて、利用者様をサポート	 運動強度 運動中は定期的に心拍数を確認し、一人ひとり運動強度を調整	 油圧式マシン 筋力トレーニングは安全性の高い油圧式マシンを採用	 AED設置／救命講習 インストラクターは、いざというときに対応できるよう、定期的に救命講習を受講

クラブでの安全管理とPDCAサイクル

カーブスでは、全店舗で1年に1回、「全国カーブス安全週間」「カーブス安全訓練」を実施しています。実施に際しては、フランチャイズ本部である当社子会社カーブスジャパン（以下、本部）から各店舗に対して各種マニュアル、ツールを提供し、全国で効果的な訓練ができるようサポートしています。

安全訓練実施の流れ

告知	本部	事前準備	店舗	安全訓練当日	店舗	安全訓練後	FCオーナー 本部
- 本部より、全店舗に当年の実施スケジュールをご案内 - 各種最新マニュアル、ツール提供		- 本部提供の学習映像に沿ってマニュアル確認 - 安全週間ポスター掲示 - 最寄りの避難場所確認 - 救急セット・熱中症応急処置グッズの点検		- 本部提供の訓練映像に沿って訓練実施 - 避難場所までの移動 - 安全、防災点検 - 安否確認アプリの回答訓練		- 各店舗の実施完了を確認 - 各店舗の避難場所を確認 - 各店舗の点検結果を確認	

食の安全・安心への取り組み

カーブスでは、会員様に安心してお召し上がりいただける商品をお届けするために、従来から、世界最高峰の安全性基準である米国GMP認証[※]を取得した工場で、OEM生産をしています。
[※]米国における栄養補助食品の認証機関であるNSFインターナショナルが承認するGMPです。国内GMPよりも高度な管理基準が求められます。



安全・安心な原料を厳選

実際の原料を取り寄せ、様々な分析をしたうえで、カーブスの品質基準を満たす原料のみ採用します。

カーブスの品質基準（一部）

- 1 食品として一般的に食べられている（例：牛乳由来のホエイたんぱくなど）
- 2 産地が明らか
- 3 加工工場の衛生管理のレベルが高く、日本への納品実績がある
- 4 成分の含有量、味、色のブレがない
- 5 安全性の試験で問題ないことが証明されている（例：急性毒性、慢性毒性、発がん性、遺伝毒性 など）
- 6 原料の製造ごとに、品質管理のための試験が実施されている（例：菌や金属などの混入がないか、など）



徹底した品質管理

世界最高峰の安全基準である米国GMP認証を取得した国内工場で、厳しい品質管理基準に基づき、衛生管理や、製造工程の確認、最終商品のチェックを行っています。

 清潔な作業着に着替え、細かなゴミもエアシャワーで吹き飛ばす	 正しい手順で製造されているかを管理者が確認	 異物混入がないかX線探知機で最終商品をチェック
--	--	--

あんしんサポート体制

インストラクターのサポートはもちろん、成分や、お薬との飲み合わせなど、より専門的なご質問にもご対応できるようにプロテイン・ヘルシービューティ専用のコールセンターも常設し、正確、かつ、丁寧な対応ができるように教育体制も整えています。



マテリアリティ②

<https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality02.html>


お客様と社会の心身の健康への貢献活動の進展



カープスは「地域密着の健康インフラ」を目指し、ビジネスを通じた地域社会への貢献のみならず、地方行政の健康づくり政策の支援、地域医療機関との連携を通じた医療課題解決への支援など様々な地域の健康課題解決の支援をしています。また、カープスの特徴である地域密着の女性コミュニティの力を活かし、地域の人と人とのつながりや支えあいなどの社会資本（ソーシャルキャピタル）充実への貢献も図っています。

カープスの運動プログラムの医学的科学的実証

カープスではエビデンス・ベースト・エクササイズ（科学的に実証されたエクササイズ）の考えのもと、カープスの運動プログラムの効果について、大学や専門研究機関との共同研究を通じて科学的な実証を重ねてきました。共同研究においては、RCT（ランダム化比較試験）など科学的に有効性が高い方法論を用い、研究結果も査読済み論文としてエビデンスレベルが高いものとするを原則としています。

これまでの共同研究結果

これまでの共同研究を通じて、カープスの運動には、ダイエットだけでなく、下記のようなメタボやロコモ、認知症の予防・改善効果があることが科学的に実証されています。

国立研究開発法人 国立健康・栄養研究所 メタボリックシンドローム

生活習慣病予防

- 週3回のカープスでの運動により、特定健診のメタボリックシンドローム（以下、メタボ）の診断基準の中の下記1～3の変化がみられ、メタボ対策に効果があることを実証。

- ① 腹囲（女性の場合は90cm以上）の減少
- ② 血圧・血糖値の低下傾向
- ③ メタボ予防の最大の目的である動脈硬化度の有意な低下

- 日本人中高齢女性において、有酸素運動と筋トレを行う頻度が高いほど、2型糖尿病の発症率が低くなることが判明。

東京都健康長寿医療センター研究所 身体活動量・心肺機能向上

介護予防

- 本研究結果では、トレーニングは心肺機能と身体活動量の向上に効果があることが示唆される。

筑波大学大学院 久野研究室 ロコモティブシンドローム・サルコペニア

生活習慣病予防

- カープス運動プログラムを長期間継続することで、約3～9年間分の加齢による筋量の減少を予防し、要介護の原因になるサルコペニアの予防につながると考えられる。
- 中高齢女性における6ヵ月間のサーキットジムの利用は、ウォーキングと比較してより大きな大腰筋横断面積の増加、等速性膝関節屈曲・股関節屈曲筋力の増加及び大腿部皮下脂肪の減少をもたらす効果があることが示唆される。

東北大学 認知機能

認知機能改善

- 4週間のサーキットトレーニングが、実行機能・エピソード記憶・処理速度など広範囲な認知機能を改善することを実証。
- 30分のサーキットトレーニングをたった1回実施するだけでも、“認知機能”や“活力”が即時的に向上することが明らかに。



マテリアリティ1

<https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality01.html>

TOPIC | 厚生労働省、「健康づくりのための身体活動・運動ガイド2023」策定

2024年1月に発表された「健康づくりのための身体活動・運動ガイド2023」にて、国が初めて運動の中で「筋力トレーニング」を推奨。さらに高齢者には、多要素な運動（有酸素運動+「筋力トレーニング」+バランス運動などを組み合わせたサーキットトレーニングなど）を週に3日以上が、新たな推奨事項として明記されました。

国が掲げる「令和14年（西暦2032年）目標値」の達成に向けて、カープスグループも社会課題解決に向けてより一層力を入れて事業に取り組んで参ります。

健康づくりのための身体活動・運動ガイド2023 推奨事項一覧

【全体的方向性】 個人差を踏まえ、強度や量を調整し、可能なものから取り組む。今よりも少しでも多く身体を動かす。

対象者	身体活動（＝生活活動＋運動）		座位行動
高齢者	歩行又はそれと同等以上の （3メッツ以上の強度の） 身体活動を1日40分以上 【1日約6,000歩以上】 （＝週15メッツ・時以上）	運動 有酸素運動・筋力トレーニング・ バランス運動・柔軟運動など 多要素な運動を週3日以上 【筋力トレーニングを週2～3日】	座りっぱなしの 時間が 長くなりすぎ ないように 注意する
成人	歩行又はそれと同等以上の （3メッツ以上の強度の） 身体活動を1日60分以上 【1日約8,000歩以上】 （＝週23メッツ・時以上）	運動 息が弾み汗をかく程度以上の （3メッツ以上の強度の） 運動を週60分以上 （＝週4メッツ・時以上） 【筋力トレーニングを週2～3日】	（立位困難な人も、じつ としている時間が長くな りすぎないように少しで も身体を動かす）
子ども	[参考]・中強度以上（3メッツ以上）の身体活動（主に有酸素性身体活動）を1日60分以上行う		
※身体を動かす時間が少ない子どもが対象			
・高強度の有酸素性身体活動や筋肉・骨を強化する身体活動を週3日以上行う			
・身体を動かす時間の長短にかかわらず、座りっぱなしの時間を減らす。特に余暇のスクリーンタイムを減らす			

出典:厚生労働省 健康づくりのための身体活動・運動ガイド2023をもとに作成
https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryou/kenkou/undou/index.html

安全に運動できるカープスの運動プログラム

カープスの運動は、女性の健康に必要な3つの運動「筋力トレーニング」「有酸素運動」「ストレッチ」を組み合わせた、1回30分間で全身を鍛えられるサーキットトレーニングです。独自に開発した油圧式マシンで、一人ひとりの体力や筋力に合わせて簡単に強度を調節でき、安全に運動できるようになっています。「運動が苦手」「年齢による体力低下が心配」など、様々な悩みを抱えた女性が、手軽に運動を続け、無理なく成果を出せるよう、インストラクターが、一人ひとりに合わせた運動指導とサポートを行っています。

筋力トレーニングは安全性の高い油圧式マシンを採用

カープスでは運動プログラムの中で行う筋力トレーニングに、油圧式マシンを採用しています。

重りで運動負荷を調整する通常のフィットネスマシンと異なり、油圧式マシンは利用者が動かすスピードによって運動負荷が決まります。動きを止めると同時にマシンの動きも止まり、ゆっくりと元の位置に戻るので、筋力トレーニングの最中に器具によって怪我をされることはほぼありません。

油圧式マシンだと重りの調整も必要ないので、どんな方でも簡単に使うことができます。わずかな力で動かすことができるので様々な年代の女性が個々の体力に合わせて無理なく筋力トレーニングを行うことができます。





医療機関との連携による医療課題解決の支援

カープスでは、医療機関との連携も強化しています。

軽度の心疾患をお持ちの方や、心臓リハビリテーションの保険適用期間が終了した方、あるいは関節の痛みをお持ちの方などに、医師の適切な指導のもと、安全に運動が継続できる場として近くのカープスをご紹介します。

■主な医療機関連携

- 1 心臓リハビリテーション連携
 - ・CR-GNet（岐阜心臓リハビリテーションネットワーク）
 - ・横浜市 心臓リハビリテーション強化指定7病院
 - ・上尾中央総合病院 等
- 2 整形外科連携
 - ・森整形外科リハビリクリニック
 - ・すがも北口整形外科クリニック
 - ・横浜町田関節脊椎病院 等、他25クリニックと連携

▶医療関係者の皆さまへ
<https://www.curves.co.jp/medical/>



TOPIC 日本臨床整形外科学会学術総会にて連携事例発表、連携強化

2024年7月に、第37回日本臨床整形外科学会の学術総会にて、整形外科との連携事例を発表。医療機関が抱える不を解決するとともに、地域の健康課題解決に向けて連携強化すべく様々な活動に取り組んでいます。



地方自治体との連携による健康づくり、社会資本（ソーシャルキャピタル）充実への支援

カープスは全国の自治体と連携して、住民の健康意識を高めることを目的とした健康イベントを開催するなど、地域の健康づくりを支援しています。これまでに全国30以上の地方自治体と連携を推進。

今後も地域社会の健康づくりと社会資本（ソーシャルキャピタル）充実への貢献を図って参ります。

▶自治体関係者の皆さまへ
<https://www.curves.co.jp/government/>



TOPIC カープスジャパンが大阪府柏原市と「健康づくりの推進に関する連携協定」を締結



カープスジャパンは大阪府柏原市と柏原市の健康づくり事業をより一層推進するため、2024年4月19日に「健康づくりの推進に関する連携協定」を締結しました。本協定締結により、カープスジャパンおよび市内のカープス店舗が連携し、市民の健康増進に取り組むことで、「第4期健康かしわら21計画（健康増進計画）」の基本理念である「市民一人ひとりが主体的に健康づくりに取り組み、生涯を通じて心身が健康で元気な生活を送ること」へ貢献し、市民の健康寿命を延ばすとともにヘルスリテラシーの向上を目指します。

カープスジャパンが茨城県筑西市と「健康づくりに関する包括連携協定」を締結

カープスジャパンは、茨城県筑西市と筑西市の健康づくり事業をより一層推進するため、2024年8月23日に包括連携協定を締結しました。本協定締結により、カープスジャパンおよび市内のカープス店舗が連携し、市民の健康増進に取り組むことで、「第2次ちくせい健康総合プラン」の基本理念である「子どもから高齢者まで、市民の誰もが生涯を通じて健やかに暮らすことのできる地域社会の実現」へ貢献することを目指します。



カープス フードドライブ

フードドライブは、主に家庭で余っている食品を集めて地域の施設などに寄付する活動で、1960年代にアメリカで始まりました。カープスは、日本ではまだ活動が盛んではなかった2007年から毎年実施しており、17回目となる2024年は、約14.3万人が参加しました。集まった約190トンの食品は、カープスの店舗を通じて全国741の児童養護施設、母子生活支援施設などに進呈しました。カープスは日本全国の地域に根差した店舗運営を活用し、地域社会への貢献活動に尽力するとともに、同活動を通じて、農林水産省が食品産業の環境対策として掲げる食品ロスの削減の一助となるべく活動しています。

▶カープスフードドライブ
<https://www.curves.co.jp/convey/food/>



1. カープス会員／地域の方々から食品が集まります
2. カープスインストラクターが食品を梱包し運びます
3. 児童養護施設や母子生活支援施設などに寄贈します



食品をお届けした福祉施設のお声

今年もたくさんの食材をお贈りくださって誠にありがとうございました。食材の量と種類に、驚きと感謝の気持ちで胸がいっぱいになります。子ども達もカープスさんからいただいた食材の山を見て笑顔と笑い声がはじけました。子ども達の多くは貧困生活を経験しています。子ども達が心許せる仲間と大人と安心してお腹いっぱい食事が食べられる幸せを当たり前に味わえる毎日を保証することが、子どもの成長に一番大事なことと思っています。心と身体に必要な栄養をしっかり吸収した子どもたちは、自分の夢や希望に向かって元気に歩き出す力を身につけることができます。こうした食育の活動に、多くのカープス会員の方が賛同してくださっていることに対し、職員一同心より感謝申し上げます。

参加した会員様からのお声

日持ちする調味料や小麦粉などは多めに買い置きしているので、それらをお渡ししても負担になりません。施設からの手紙を見て、いいことをしたなとうれしくなり、また来年も参加しようと思えます。

ボランティアにもともと興味はありました。自分から探さなくても気軽に社会貢献ができるのはすごく嬉しいです。この活動を通して知った施設に、個人的に日用品の寄付もできました。

参加したインストラクターからのお声

カープスメンバー（会員）の皆様の温かい気持ち、お優しい気持ちでたくさんの食品が集まりました。家に一度帰宅して持ってきてくださった方、カバンの中いっぱい持ってきてくださる方、米袋を持ってきてくださる方までいらっしゃいました。皆様のお気持ちを施設へお届けできること、本当に嬉しく思います。これからもカープスは地域活性化のため、社会貢献、地域貢献のために尽力させていただきます。

17年間の活動の累計
 参加者総数 208万人
 食品量合計 2,882トン

▶マテリアリティ5 <https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality05.html>



社会 カーブスグループの人的資本



カーブスグループでは、人材を最も重要な経営資源のひとつと位置づけるとともに、働く人一人ひとりの人間性を尊重し、「やりがい・成長実感・存在価値」を高め続け、一人ひとりが健康で幸せな人生を実現することを経営上の重要課題としています。この基本思想は、フランチャイズ本部であるカーブスグループのみならず、フランチャイズ加盟企業においても同様であり、チェーン全体の経営の在り方として重視をしています。

「女性だけの30分健康フィットネス カーブス」においては、創業初期より「女性が輝く職場No.1の実現」を重要戦略と位置づけてきました。「フィットネスインストラクター職・接客サービス業の女性の勤務体系」において、当時では稀であった「正社員採用・週休2日・日祝休み・夜間勤務なし」などの制度を運用し、また、充実した教育制度によるスキルアップを重視してきました。これらによる女性人材の活用、成長こそがカーブスの成功要因のひとつといえます。

カーブスグループの取り組み

公平公正な人事制度

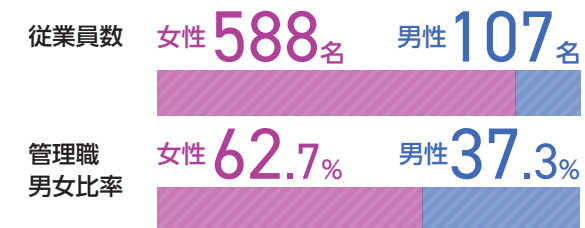
■実力主義人事制度

カーブスグループでは、ジェンダー、人種などに関わらず、一人ひとりの従業員の実力（発揮能力）によって給与・役職などが決まる独自の公平公正な人事制度を構築し運用をしています。各職務によって必要とされる発揮能力を定義し、54段階の判定基準が設定されており、全社員は半年に1回、自己評価と上司による評価を受け、人事考課がなされます。評価結果は上司からフィードバックされ、個々人がどのような能力、スキルを身につけ、活躍をしていくべきかを考えることができるため、一人ひとりの能力向上、スキルアップにつなげられる自己成長のための人事制度でもあります。

■女性登用状況

カーブスグループは創業期より、「女性が輝く職場No.1」を目指し、組織運営をして参りました。性別に関わらず平等な機会があり、個々人のライフプラン、キャリアプランに沿った活躍の場をつくることに努めています。2024年8月期末のカーブスグループ全体における従業員および管理職の男女比率は右記になります。

■男女比率 ※カーブスグループ全体(当社、連結子会社7社)



従業員のための取り組み

■健康のための取り組み

カーブスグループでは、社員が健康に対する意識を高め、健康になってもらうために、基準を満たした社員には健康手当を支払う取り組みを行っています。本社でも、社内に店舗と同じようにマシンを配置したサーキットトレーニングルームを設置し、休憩時間など社員が自由に使える環境を整えています。

全社員が“1回30分 筋トレ + 有酸素運動 + ストレッチ”を習慣化 スポーツ庁実施「スポーツエールカンパニー2024」に認定

カーブスジャパンは、スポーツ庁が実施する「スポーツエールカンパニー2024」および東京都が実施する「令和5年度 東京都スポーツ推進企業」に認定されました。当社の社員が月8回以上*のカーブスワークアウトの実施をルール化し、運動習慣を身につけていることを評価いただきました。また、スポーツエールカンパニーに連続して5年以上認定を受けた企業に贈られる「Bronze（ブロンズ）」も取得しています。

*一般職、時短勤務のメンバーは、月に5回以上としています。



■社員満足度の把握と組織運営への反映

カーブスグループでは年に2回、社員アンケートを実施して、自分の気持ちを率直に伝えられる場を設けています。経営陣が社員の気持ちを知り、よりよい会社をみんなで作っていきます。

■従業員向け株式給付制度〈業績連動型の報酬制度〉

カーブスホールディングスでは、インセンティブプランの一環として従業員向け報酬制度の ESOP（Employee Stock Ownership Plan）である「株式給付信託（J-ESOP）」を、2022年1月31日より導入しております。株価や業績と従業員の処遇の連動性をより高め、経済的な効果を株主の皆さまと共有することにより、株価および業績向上への従業員の意欲や士気を高めることを目的としています。カーブスホールディングスおよびその子会社は、本制度の導入に際し「株式給付規程」を制定し、カーブスホールディングス従業員およびその子会社の従業員のうちこの株式給付規程に定める受益者要件を満たす者に対して、自社の株式を給付するインセンティブプランとなっています。

カーブスチェーンの取り組み

採用・定着・教育の革新

カーブスは、人材を最も重要な経営資源のひとつと位置づけ、これまでも「フィットネスインストラクター職・接客サービス業の女性の勤務体系」において、当時では稀であった「正社員採用・週休2日・日祝休み・夜間勤務なし」などの制度を運用し、コロナ禍においてもチェーンを上げて従業員の雇用の継続を行って参りました。「やりがい・成長実感・存在価値」を高められる充実した教育制度によるスキルアップと組織風土づくりにも取り組んでいます。

■教育、スキルアップ機会の提供

カーブスでは、グループの社員はもちろんのこと、フランチャイズ加盟店の従業員も含めて、教育、スキルアップの機会を数多く提供しています。コーチとしての専門知識習得から顧客サポートの実技スキル向上、健康や医学に関わる専門知識習得、マネジメント力向上やリーダーシップ開発のための研修など幅広い研修機会があります。集合型の研修の定期開催およびEラーニングによる学習環境の整備まで様々な学習とスキルアップの環境を整えています。

■一人ひとりの知恵を活かす集合天才型組織

カーブスチェーンでは「一人ひとりとは天才ではなくても、みんなの知恵と努力をひとつにすることで天才以上の仕事をしよう」という考えのもと、組織の中で学び合い、知恵を出し合い、協力し合うことを大切にしています。その前提として、自ら考え、自ら動く、自立型人材の育成に力を入れています。

カーブスチェーンが定義する「自立する人の3つの姿勢」

他喜力	リーダーシップ	チャレンジマインド
人に喜んでもらうことを喜びに	- 与えられる人ではなく与える人になる - 流れを変える人になる - 人を良い方向に導く人になる	失敗を恐れずチャレンジを楽しむ

■チェーン全体の働く人の満足度、組織風土の把握と組織運営への反映

カーブスでは、カーブスチェーンと各フランチャイズ加盟企業のカーブス事業部、各店舗をよりよい組織にするため、インストラクターを対象に「働きがい」に関するアンケートを年に1回実施し、回答結果を本部にて集計のうえ、加盟企業毎の資料にまとめ、「組織風土サーベイ」として共有しています。



環境 カーブスグループの気候変動リスクへの取り組み



カーブスグループは、社会・環境をより良くしていくことに努めることで、サステナビリティ経営を実践して参ります。その取り組みの一環としてTCFDフレームワークに沿って、気候変動に関する重要情報を開示しています。

TCFDに沿った情報は、ホームページ上で詳細を開示しております。
<https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality03.html>



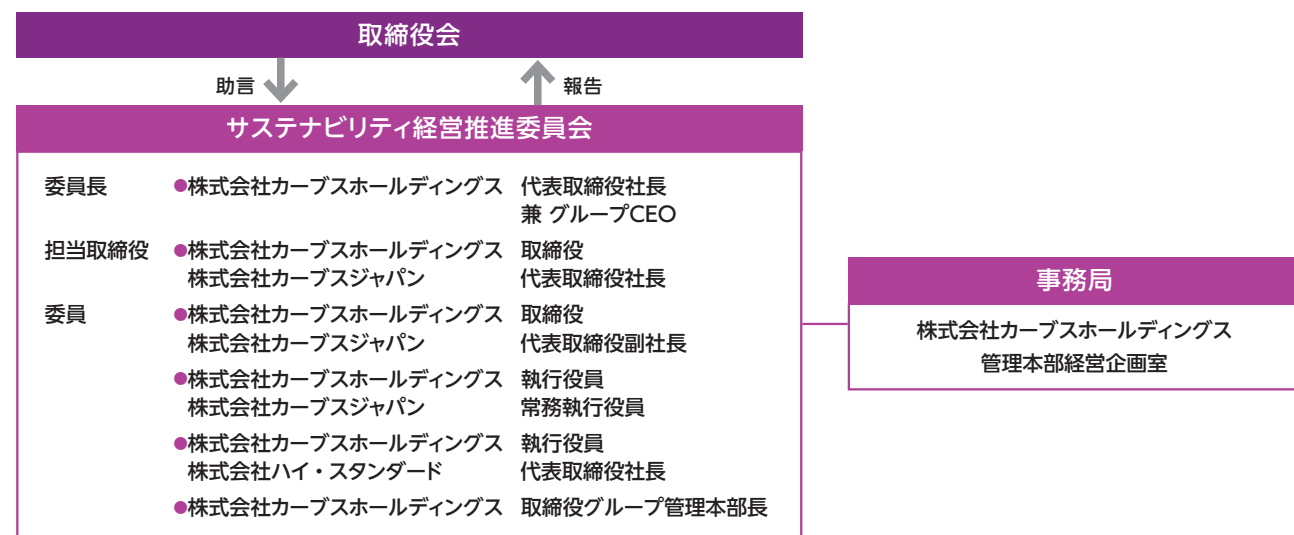
ガバナンス

当社グループは2022年11月より「サステナビリティ経営推進委員会」を設置しております。サステナビリティ経営推進委員会は当社代表取締役社長を委員長に、主要子会社の株式会社カーブスジャパン代表取締役社長を責任者として、各事業分野の責任者（子会社社長および子会社常務執行役員）を委員で構成され、当社管理本部経営企画室を事務局として四半期に一度「サステナビリティ経営推進会議」を実施しております。

サステナビリティ経営推進会議ではサステナビリティに関する課題と目標設定、進捗管理を行い、そのマネジメントを実施しております。また、本会議での議事内容は取締役会に報告しており、取締役会は当社グループ全体のESG課題における機会とリスクおよび中長期目標に関する取り組みの進捗状況の監督、助言を行う仕組みとしています。

気候変動対応に関する体制図

サステナビリティ推進体制



戦略

■分析のプロセス

TCFD提言で示された各リスク・機会の項目を参考に、気候変動問題が当社グループの事業に及ぼすリスク・機会に関して検討いたしました。また、1.5℃および4℃シナリオの二つのシナリオを用いて、政策や市場動向の移行（移行リスク・機会）に関する分析と、災害などによる物理的变化（物理リスク・機会）に関する分析を実施いたしました。

■リスク・機会のインパクト評価と対応策の選定

1.5℃シナリオでは脱炭素化への取り組みが進み、顧客からは低炭素製品・サービスが求められ、それに応じることができれば事業機会の獲得やブランドイメージの向上が可能と予想されます。また、政府からは炭素税等の規制もかかるため費用負担が発生することも予想されます。一方4℃シナリオでは、低炭素化・脱炭素化は推進されるが効果は限定的で、CO₂排出量は増加傾向となり、異常気象や災害リスクが高まるため、自社外を含めたBCP対策の強化等が必要となります。

リスク・機会		気候変動がもたらす影響	時間軸	影響度	対応策
移行リスク	法規制・政策	サプライヤーにGHG排出量規制が強化され、物販品の原材料等の調達に係るコストが増加する	中期～長期	中	・サプライヤーと連携しCO ₂ 排出量の把握および削減への取り組み ・サプライチェーン全体の見直しと多様化
		再生可能エネルギーの導入コストが増加する	中期	小	・施設の省エネ
	技術	設備の新規導入、更新（ZEB基準に基づく空調、照明、給湯）に係るコストが増加する	中期	小	・費用対効果の高い設備の導入や更新を検討 ・設備導入に関する補助金や助成金の活用 ・長期的な設備計画の策定
	物理リスク	急性	店舗の洪水被害に伴う営業停止で売上が減少する	短期	中
物販のOEM生産を委託している工場が被災・生産停止することによって、供給が途絶し、機会損失が発生する			短期	大	・サプライチェーン全体の見直しと多様化 ・サプライヤーと連携したリスク回避
洪水や台風による物販品の原材料の一時的な供給網分断により、供給が遅延し、機会損失が発生する			短期	大	・サプライチェーン全体の見直しと多様化 ・サプライヤーと連携したリスク回避
慢性		洪水や大型台風等の異常気象によるデータセンターの倒壊やデータの消失が発生し、業務・サービスが停止する	短期～中期	大	・被災をしにくいデータセンターの立地選定 ・BCPの策定と実行
		気温上昇による物販品の原材料の供給量減少によって、原材料価格が高騰する	中期～長期	大	・サプライチェーン全体の見直しと多様化
		海水面の上昇に伴い、中長期的に店舗の立地について再検討する必要がある発生し、移転コストが発生する	長期	小	・自社のBCP策定と実行 ・出店時のリスク評価の徹底
機会	エネルギー源	お客様からの評価向上に伴い、ブランドイメージが向上する	中期	中	・継続的なステークホルダーへの情報開示 ・CDP等の外部格付けへの対応強化 ・省エネ・再エネ技術の適用に関する設備投資の積極的な実施
	レジリエンス	被災時の早期営業復旧のレジリエンス確保によりブランドイメージが向上する	中期	小	・自社のBCP策定と実行 ・防災設備の強化 ・被災時の地域への協力体制の構築
	市場	感染症の拡大による免疫力強化のための運動の必要性が増大する	長期	大	・施設内の衛生管理、感染予防対策の強化 ・免疫力を高めるフィットネスプログラムの提供

〔時間軸〕 短期：1年以内、中期：1～10年、長期：10年～

リスク管理

■気候関連リスクを識別・評価・管理するプロセス／全社のリスク管理への統合プロセス

当社グループでは、気候変動に関連するリスクおよび機会の識別、評価、管理を毎月実施している取締役会および経営会議において適宜行っております。また、気候変動関連のリスクに対応するため、サステナビリティ経営推進委員会において課題と目標の設定、進捗管理を実施し、リスク対応策は各事業部にて遂行されます。取締役会および経営会議において管理される気候変動リスクは、全社的なリスクの中でその重要性が評価され、対応の優先順位付けが行われています。これにより、統合的なリスク管理体制を構築しております。

■指標と目標

当社グループは、気候関連問題が経営に及ぼす影響を評価・管理するため、GHGプロトコルの基準に基づきGHG（温室効果ガス）排出量（Scope1～3）の算定を実施しております。また、当社および国内連結子会社を対象とした温室効果ガスの削減目標として、Scope1,2排出において、2050年度カーボンニュートラルを目指しています。

※当社における温室効果ガス排出量実績は「サステナビリティDATA BOOK」をご参照ください。 ▶ **P52 サステナビリティDATA BOOK**





コーポレートガバナンス

マネジメント体制（スキルマトリックス）

◎：最も期待 ○：期待

	経営	財務	法務	フランチャイズ事業/チェーン運営				ロジスティックス/物流	マーケティング	商品開発	ヘルスケア	新規事業開発	海外(国際)
				出店戦略/店舗開発	チェーンマネジメント	店舗オペレーション	ノウハウ開発/ナレッジマネジメント						
 増本 岳 代表取締役社長 兼 グループCEO 株式会社 カープスジャパン 代表取締役会長 株式会社 ハイ・スタンダード 代表取締役会長	◎	○	○	○	○	○	○		○	○	○	◎	◎
 坂本 眞樹 取締役 株式会社 カープスジャパン 代表取締役社長 株式会社 ハイ・スタンダード 取締役	◎		◎	◎	○						○	○	
 田島(増本) 陽子 取締役 株式会社 カープスジャパン 代表取締役副社長 兼 事業開発本部長	◎				◎	◎	◎		○		○	○	
 松田 信也 取締役 管理本部長	○	◎	○					○					○
 川田 豊和 取締役 (常勤監査等委員) 株式会社 カープスジャパン 監査役 株式会社 ハイ・スタンダード 監査役	○							○					
 山本 禎良 取締役 (監査等委員)		◎											
 寺石 雅英 取締役 (監査等委員)	○												

◎：最も期待 ○：期待

	経営	財務	法務	フランチャイズ事業/チェーン運営				ロジスティックス/物流	マーケティング	商品開発	ヘルスケア	新規事業開発	海外(国際)
				出店戦略/店舗開発	チェーンマネジメント	店舗オペレーション	ノウハウ開発/ナレッジマネジメント						
 村上 正典 執行役員 (営業・人材企画・ 新規事業担当) 株式会社 カープスジャパン 常務執行役員 兼 事業開発本部 副本部長	○			◎	○						○	○	
 四倉 とも子 執行役員 (ファーストメンター・ナ レッジマネジメント担当) 株式会社 カープスジャパン 常務執行役員 兼 事業開発本部 副本部長	○				◎	◎	○		○		○		
 加藤 大輔 執行役員 (サードメンター・業態 開発・直営店担当) 株式会社 カープスジャパン 常務執行役員 兼 事業開発本部 副本部長	○				◎	◎	○		○		○		
 齋藤 光 執行役員 (広報・マーケティング 担当) 株式会社 カープスジャパン 常務執行役員 兼 戦略企画部長	○				○				◎		○		
 中内 夢二 執行役員 (FCサポート・商品 企画担当) 株式会社 カープスジャパン 常務執行役員 兼 商品企画部長	○		○					◎	◎	◎	○		○
 鈴木 康志 執行役員 (直営事業担当) 株式会社 ハイ・スタンダード 代表取締役社長	○			○		◎	○				○		

■ 社外取締役の活用、自由で活発な議論のために

自由で活発な議論のため、社外取締役に対して適宜社内情報等の資料を提供するなどし、経営の妥当性の監督や監査機能を十分に発揮していただけるように取り組んでいます。また、社外取締役が経営の妥当性の監督や監査機能を十分に発揮できるよう、適宜社外取締役と代表取締役との意見交換ミーティングを行っています。



コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方

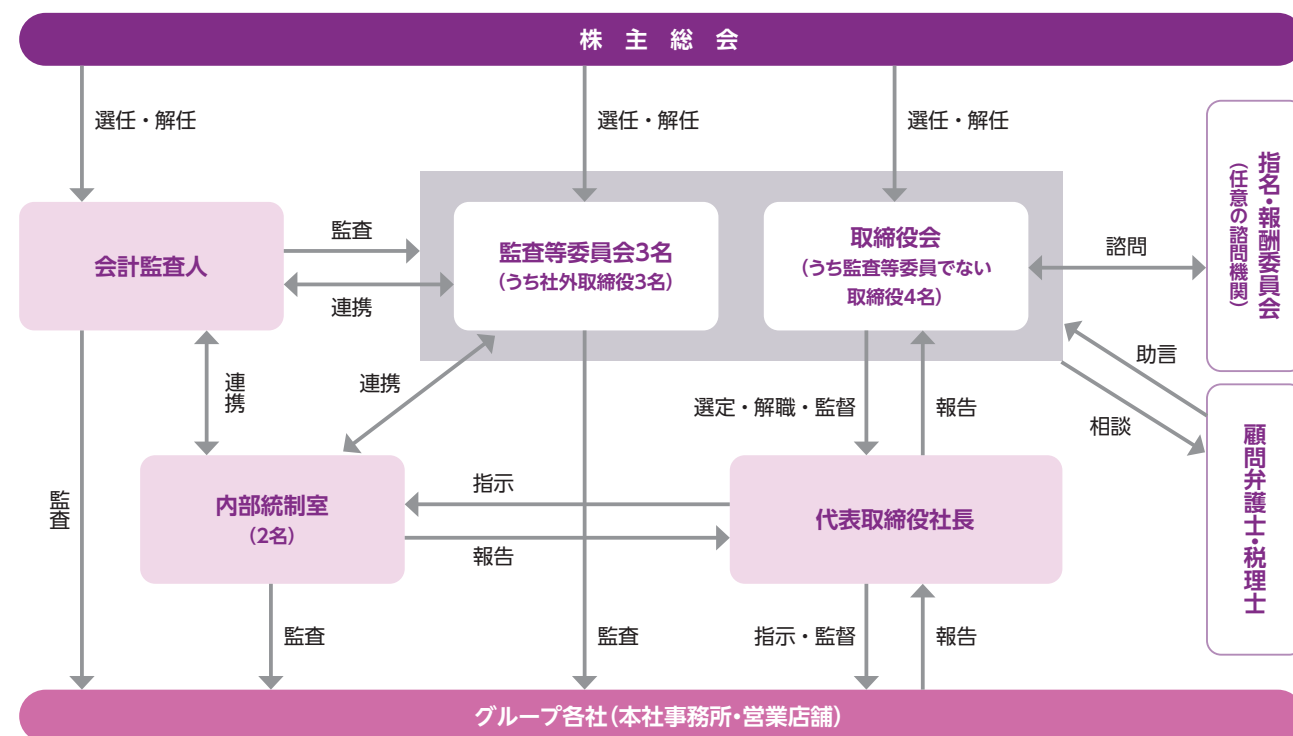
カーブスグループは、持続的な成長と中長期的な企業価値向上のために実効性の高いコーポレートガバナンス体制の充実を経営の重要課題ととらえています。経営の透明性と健全性を維持しつつ、変化の激しい経営環境に対応し、迅速な意思決定と機動的な組織運営を実現することをコーポレートガバナンスの基本的な方針とし、体制を整備し諸施策を実施しています。

コーポレートガバナンス体制の現状

当社グループのガバナンス体制は、事業子会社が事業執行機能を担い事業推進に専心する一方で、持株会社である当社の取締役会がグループ全体の経営・監督機能を担うという経営体制を採用しております。当社の取締役会は取締役7名で構成され、定例取締役会を毎月1回、また、必要に応じて臨時取締役会を随時開催しております。当社グループの経営方針、経営計画、年度予算その他グループ各社の重要な事項に関する意思決定を行うとともに、月次予算統制、月次業務報告その他グループ各社からの重要な業務事項の報告確認により業務執行の監督を行っております。

当社の取締役（監査等委員である取締役を除く）はグループ各社の取締役を兼務し、各社の事業執行を直接監督するとともに、取締役会の開催場所と開催日を極力合わせて、適確かつ整合性のある迅速な意思決定を可能とする体制を整えております。

また、コーポレートガバナンスの強化を図るため、取締役（監査等委員である取締役を除く）の任期を1年に定めております。当社の監査等委員である取締役3名全員が社外取締役であり、常勤1名、非常勤2名となっており、全員で監査等委員会を構成しております。

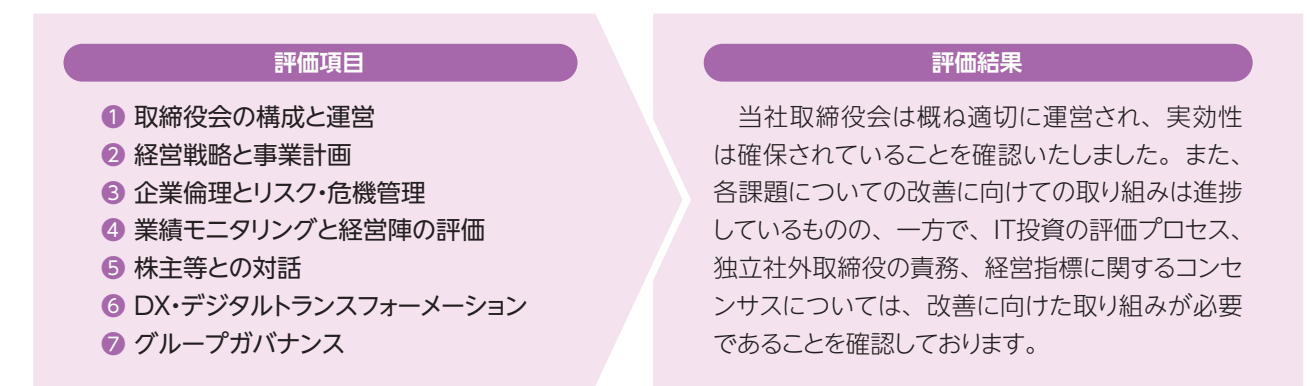


■取締役会の構成

当社は、ジェンダーや国際性による差別は行っておらず、本人の経験、実績、能力、人物像によって取締役候補者に選任しております。監査等委員である取締役を除いた取締役4名のうち、1名は女性取締役であり、中核子会社であるカーブスジャパンの副社長としてFCチェーンの運営、店舗オペレーションを統括しております。また、監査等委員である取締役には、独立社外取締役として、公認会計士及び大学教授も選任しており、財務・会計に関する知見や会社経営の先端的な研究に基づく知見を活かして取締役会の実効性向上に貢献しております。

■取締役会の実効性評価

当社は、2021年8月期より取締役会の機能向上を目的として、年1回、その実効性について分析・評価を実施しております。2024年8月期は取締役会の全取締役にアンケートを実施し、外部コンサルタントの意見を踏まえ、取締役会全体の実効性に関する分析・評価を行っております。



■取締役に対するトレーニングの方針

当社の常勤の取締役及び監査等委員は、求められる役割・責務を適切に果たすため、随時社外の各種セミナー等に参加し、会社の事業・財務・組織等に関する必要な知識の習得に努めます。

また、新任取締役に対しては、新任取締役向けの外部セミナーを受講させ、期待される役割・責務を適切に果たすための理解を深めさせることを方針といたします。

■取締役の報酬

当社の取締役（監査等委員である取締役及びそれ以外の取締役のうち社外取締役である者を除く。）の報酬は、企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして十分に機能するよう基本報酬と非金銭報酬としての株式報酬を組み合わせた報酬体系とし、個々の取締役の報酬の決定に際しては、各取締役の役位、職務執行に対する評価や会社業績等を総合的に勘案して、基本報酬と株式報酬を合わせた報酬総額を決定することを基本方針としています。これに基づき、各取締役の役位や職務執行に対する評価、会社業績等を総合的に勘案し決定された報酬総額の90%相当額を基本報酬（金銭報酬）として支給し、10%相当額を非金銭報酬として役員株式給付規程により当社株式及び一定割合の金銭にて支給しています。

指名・報酬委員会

当社は取締役（監査等委員である取締役を除く。）の指名・報酬などに係る取締役会の客観的な判断と手続きの公平性を担保するため、任意の指名・報酬委員会を設置し、運営しております。委員会は代表取締役1名と独立社外取締役2名から構成されており、独立社外取締役が過半数を占め、また社外取締役が委員長を務めることで、独立性・客観性を高めております。



サステナビリティDATA BOOK

環境

項目		2020年8月期	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期	2024年8月期	対象範囲
Scope1	(t-CO ₂)	27	30	34	30	20	当社 および 国内連結 子会社
Scope2 ^{*1}	(t-CO ₂)	593	682	694	697	656	
Scope3 ^{*1*2}	(t-CO ₂)	41,508	40,980	44,312	48,238	56,658	
Cat.1 購入した製品・サービス	(t-CO ₂)	27,611	25,095	28,129	32,850	41,104	
Cat.2 資本財	(t-CO ₂)	1,333	2,763	3,017	2,778	3,569	
Cat.3 エネルギー関連活動	(t-CO ₂)	90	109	114	112	112	
Cat.4 輸送、配送（上流）	(t-CO ₂)	169	221	227	242	310	
Cat.5 事業から出る廃棄物	(t-CO ₂)	75	62	56	58	55	
Cat.6 出張	(t-CO ₂)	388	307	378	462	482	
Cat.7 雇用者の通勤	(t-CO ₂)	191	213	210	223	260	
Cat.8 リース資産（上流）	(t-CO ₂)	—	—	—	—	—	
Cat.9 輸送、配送（下流）	(t-CO ₂)	3	2	3	3	4	
Cat.10 販売した製品の加工	(t-CO ₂)	—	—	—	—	—	
Cat.11 販売した製品の使用	(t-CO ₂)	—	—	—	—	—	
Cat.12 販売した製品の廃棄	(t-CO ₂)	20	30	28	32	35	
Cat.13 リース資産（下流）	(t-CO ₂)	—	—	—	—	—	カープス ジャパン
Cat.14 フランチャイズ	(t-CO ₂)	11,625	12,177	12,150	11,477	10,727	
Cat.15 投資	(t-CO ₂)	—	—	—	—	—	
電力使用量 ^{*3}	(kWh)	1,222,118	1,488,320	1,555,530	1,532,711	1,562,761	
1店舗当たりの電力消費量	(kWh)	10,983	13,280	14,134	13,698	13,149	
取水量 ^{*3*4}	(m ³)	2,321	3,723	3,272	3,588	3,187	
1店舗当たりの取水量 ^{*4}	(m ³)	111	143	121	124	100	
排水量 ^{*3*4}	(m ³)	2,321	3,723	3,272	3,588	3,187	
1店舗当たりの排水量 ^{*4}	(m ³)	111	143	121	124	100	
プレゼントツリー植樹本数	(本)	188	148	164	136	121	
プレゼントツリー累計植樹本数	(本)	2,704	2,852	3,016	3,152	3,273	
プレゼントツリー植樹によるCO ₂ 吸収量 (t-CO ₂)		5	5	6	6	6	

*1 Scope2の係数の見直しおよび活動量の一部の再集計を行ったことにより、2020年8月期以降のScope2およびScope3排出量を修正しています。

*2 当社のScope3排出量は会員向け物販商品の売上増加等に伴い前年より増加しています。なお、販売しているプロテインおよびヘルシービューティの製品梱包材はアルミパウチ袋を採用しており、プラスチック製の梱包材を排除しています。今後も引き続き環境への負荷軽減に努めて参ります。

*3 本社および国内直営店舗を対象としております。

*4 水使用量が把握可能な拠点を対象としております。

社会

項目		2020年8月期	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期	2024年8月期	対象範囲
総従業員数	(名)	609	628	620	659	695	カープス グループ 全体
正社員数	(名)	548	565	557	568	568	
男性正社員数	(名)	102	104	103	109	107	
女性正社員数	(名)	446	461	454	459	461	
非正規雇用者数	(名)	61	63	63	91	127	
男性非正規雇用者数	(名)	2	1	2	0	0	
女性非正規雇用者数	(名)	59	62	61	91	127	
総従業員女性比率	(%)	82.9	83.3	83.1	83.5	84.6	
正社員女性比率	(%)	81.4	81.6	81.5	80.8	81.2	
正社員平均勤続年数	(年)	5	5	6	6	6	
男性正社員平均勤続年数	(年)	5	5	6	6	7	
女性正社員平均勤続年数	(年)	5	5	6	6	6	
正社員平均年齢	(歳)	33	33	34	35	35	
女性管理監督者数 ^{*1}	(名)	36	34	34	37	37	
女性管理監督者比率 ^{*1}	(%)	64.3	64.2	64.2	67.3	62.7	

項目		2020年8月期	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期	2024年8月期	対象範囲
新卒採用数	(名)	39	27	23	30	23	当社 および 国内連結 子会社
新卒採用女性比率	(%)	76.9	88.9	78.3	80.0	87.0	
障害者雇用数	(名)	4	7	7	7	6	
障害者雇用率	(%)	0.7	1.3	1.3	1.2	1.0	
管理部門以外の管理職に占める女性労働者の割合 ^{*1}	(%)	72.5	71.1	71.8	75.6	70.5	
職種別女性比率（マネージャー～部長）	(%)	60.5	64.3	65.9	66.7	64.0	
職種別女性比率（その他正社員）	(%)	84.3	83.9	84.6	83.4	84.0	
男性の育児休業取得者率 ^{*2}	(%)	0.0	33.3	33.3	40.0	40.0	
女性の育児休業取得者率	(%)	95.7	100.0	100.0	100.0	97.0	
育児休業復職率（正社員）	(%)	100.0	88.0	89.5	94.7	93.8	
育児休業復職率（非正規雇用者）	(%)	100.0	75.0	75.0	—	100.0	カープス ジャパン
有給休暇取得率	(%)	55.3	56.8	61.7	62.1	61.6	
介護休暇・休業取得者数	(名)	0	0	0	0	0	
労働災害等	(件)	1	0	0	4	2	
男女賃金差異（総従業員） ^{*3*5}	(%)	78.8	76.2	76.6	79.8	78.4	
男女賃金差異（正社員） ^{*3*5}	(%)	89.9	85.9	85.1	84.7	82.9	
男女賃金差異（非正規雇用者） ^{*4}	(%)	111.2	103.2	112.5	—	—	
ストレスチェック受検率	(%)	80.3	90.2	93.4	89.5	90.5	
フードドライブによる食品寄付	(トン)	267	178	196	214	190	

*1 執行役員は除いて算出しております。

*2 「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律」(平成3年法律第76号)の規定に基づき、「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律施行規則」(平成3年労働省令第25号)第71条の4第1号における育児休業等の取得割合を算出しております。

*3 「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(平成27年法律第64号)の規定に基づき算出したものであり、執行役員を除いて算出しております。

*4 非正規雇用労働者については、正規雇用労働者の平均所定時間をもとに人員数の換算を行っております。2023年8月期以降の非正規雇用労働者の男女の賃金の差異については、集計対象となる男性の非正規雇用労働者がいないため、「-」としております。

*5 当社グループでは、ジェンダー、人種などに関わらず、一人ひとりの従業員の能力(発揮能力)によって給与・役職などが決まる独自の公平公正な実力主義人事制度を構築し運用をしています。すなわち、男女の性別に関わらず同一の賃金制度を適用しており、また、人事評価に関しても男女共通の基準で実施しており、人事制度上の男女間の差異は設けておりません。労働者の男女の賃金の差異が発生している主要な要因は以下によります。

- ・多様な働き方としての非正規雇用労働者の賃金が正規雇用労働者と比較して低く、非正規雇用労働者のほぼ全員が女性であること
- ・産前産後休暇、育児休業の取得や育児短時間勤務等の多様な働き方を選択した従業員が多く、その女性の割合が高いこと

（※）カープスジャパンの労働者を職責別に区分し、かつ、当期内において産前産後休暇、育児休業、育児短時間勤務制度の利用者を比較対象から除いた2024年8月期における労働者の男女の賃金の差異は以下の通りとなります。

男女賃金差異（総従業員）	(%)	76.8
男女賃金差異（管理監督者）	(%)	97.2
男女賃金差異（その他社員）	(%)	90.9

ガバナンス

項目		2020年8月期	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期	2024年8月期	対象範囲
女性取締役比率	(%)	14.3	14.3	14.3	14.3	14.3	当社
女性執行役員比率	(%)	20.0	20.0	42.9	42.9	42.9	当社
行動規範・倫理基準に対する違反件数	(件)	0	0	0	0	0	および
汚職・贈収賄等の腐敗行為に関する捜査対象件数	(件)	0	0	0	0	0	国内連結
独占禁止法（他関連法含む）に関する捜査対象件数	(件)	0	0	0	0	0	子会社

* 期間は決算期（国内は9月～翌年8月、海外は7月～翌年6月）となります。

* カープスグループ（当社および当社の関係会社）は、当社（㈱カープスホールディングス：持株会社）、連結子会社7社（㈱カープスジャパン、㈱ハイ・スタンダード、Curves International, Inc.、Curves Europe B.V.、CFW Operations Europe Limited、Curves International of Spain, S.A.、KIMOSCAPE (PTY) LTD）により構成されております。

* 国内連結子会社は、㈱カープスジャパン、㈱ハイ・スタンダードの2社となります。

財務データ

財務・非財務ハイライト

(単位：百万円)

	2019年8月期	2020年8月期	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期	2024年8月期	
連結損益計算書							
売上高	28,036	25,082	24,681	27,509	30,022	35,465	
売上総利益	11,504	9,168	10,403	11,991	12,806	15,145	
販売費及び一般管理費	6,068	8,000	8,780	9,248	8,954	9,687	
営業利益	5,436	1,167	1,622	2,742	3,851	5,458	
経常利益	5,242	1,165	1,716	3,311	3,841	5,472	
親会社株主に帰属する当期純利益	3,706	764	1,129	2,247	2,551	3,566	
EBITDA*1	7,141	2,847	4,389	4,738	6,161	7,692	
連結貸借対照表							
流動資産	11,281	15,275	14,961	13,739	14,338	15,490	
固定資産	22,943	21,562	21,323	24,612	24,773	25,884	
総資産	34,224	36,837	36,284	38,352	39,111	41,374	
流動負債	8,018	7,262	8,929	9,307	10,686	11,654	
固定負債	18,464	21,432	18,191	16,688	13,354	10,311	
負債合計	26,482	28,695	27,121	25,996	24,041	21,965	
株主資本	7,599	8,005	8,665	8,868	10,621	13,158	
純資産合計	7,742	8,142	9,163	12,355	15,070	19,409	
負債・純資産合計	34,224	36,837	36,284	38,352	39,111	41,374	
連結キャッシュ・フロー計算書							
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,321	1,882	3,240	3,273	4,920	5,426	
投資活動によるキャッシュ・フロー	△418	△464	△733	△943	△891	△967	
財務活動によるキャッシュ・フロー	△5,856	2,765	△2,309	△4,218	△4,091	△4,327	
現金及び現金同等物の期末残高	5,350	9,533	9,760	7,943	7,855	8,002	
フリー・キャッシュ・フロー*2	4,902	1,418	2,507	2,329	4,028	4,459	
1株当たり指標							
1株当たり当期純利益(EPS)	(円)	60.89	8.73	12.04	24.20	27.71	38.75
1株当たり純資産額(BPS)	(円)	94.07	86.76	97.63	134.22	163.70	210.83
1株当たり配当金	(円)	49.00	5.00	5.00	7.00	10.00	15.00
財務指標							
売上高営業利益率	(%)	19.4	4.7	6.6	10.0	12.8	15.4
売上高当期純利益率	(%)	13.2	3.0	4.6	8.2	8.5	10.1
自己資本比率	(%)	22.6	22.1	25.3	32.2	38.5	46.9
投下資本利益率(ROIC)*3	(%)	14.0	3.1	4.3	6.4	8.8	12.0
自己資本当期純利益率(ROE)	(%)	46.0	9.6	13.1	20.9	18.6	20.7
総資産経常利益率(ROA)	(%)	14.6	3.3	4.7	8.9	9.9	13.6
配当性向(連結)	(%)	80.5	57.3	41.5	28.9	36.1	38.7
非財務データ*4							
店舗数	(店)	1,991	2,020	1,958	1,947	1,962	1,978
会員数	(名)	822,169	600,786	693,769	754,373	776,960	817,351
チェーン売上	(百万円)	70,241	57,369	58,598	64,433	71,385	80,978
会費入会金売上	(百万円)	55,758	43,403	44,135	48,104	53,975	58,910
会員向け物販売上	(百万円)	14,483	13,966	14,463	16,329	17,409	22,067

*1 EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) =営業利益+減価償却費+のれん・商標権等償却費

*2 フリー・キャッシュ・フロー＝営業活動によるキャッシュ・フロー+投資活動によるキャッシュ・フロー

*3 ROIC (Return On Invested Capital：投下資本利益率)＝税引後営業利益÷投下資本（運転資本+固定資産）

*4 非財務データは「女性だけの30分健康フィットネス カープス」の数値を記載しています。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2023年8月期	2024年8月期		2023年8月期	2024年8月期
資産の部			負債の部		
流動資産			流動負債		
現金及び預金	8,134	8,296	支払手形及び買掛金	2,028	2,338
受取手形及び売掛金	4,444	5,128	1年内返済予定の長期借入金	3,290	3,290
商品	985	1,225	未払金	570	967
原材料及び貯蔵品	46	218	未払費用	317	379
その他	921	789	未払法人税等	1,153	1,066
貸倒引当金	△195	△168	賞与引当金	320	384
流動資産合計	14,338	15,490	ポイント引当金	136	166
固定資産			株主優待引当金	25	25
有形固定資産			預り金	2,269	2,444
建物及び構築物	633	722	その他	573	591
減価償却累計額	△378	△401	流動負債合計	10,686	11,654
建物及び構築物(純額)	255	321	固定負債		
工具、器具及び備品	906	922	長期借入金	8,665	5,375
減価償却累計額	△727	△778	株式給付引当金	272	326
工具、器具及び備品(純額)	179	143	リース債務	—	6
その他(純額)	2	18	繰延税金負債	4,272	4,441
有形固定資産合計	437	483	資産除去債務	144	161
無形固定資産			固定負債合計	13,354	10,311
のれん	1,546	1,598	負債合計	24,041	21,965
商標権	20,126	20,842	純資産の部		
ソフトウェア	1,361	1,672	株主資本		
その他	148	125	資本金	848	848
無形固定資産合計	23,183	24,238	資本剰余金	828	828
投資その他の資産			利益剰余金	10,192	12,726
投資有価証券	17	—	自己株式	△1,247	△1,245
敷金及び保証金	313	331	株主資本合計	10,621	13,158
繰延税金資産	721	724	その他の包括利益累計額		
その他	106	113	その他有価証券評価差額金	△1	—
貸倒引当金	△6	△6	為替換算調整勘定	4,450	6,251
投資その他の資産合計	1,153	1,163	その他の包括利益累計額合計	4,448	6,251
固定資産合計	24,773	25,884	純資産合計	15,070	19,409
資産合計	39,111	41,374	負債純資産合計	39,111	41,374

連結損益計算書

(単位：百万円)

	2023年8月期	2024年8月期
売上高	30,022	35,465
売上原価	17,216	20,320
売上総利益	12,806	15,145
販売費及び一般管理費	8,954	9,687
営業利益	3,851	5,458
営業外収益		
受取利息及び配当金	0	0
為替差益	31	30
助成金収入	1	1
保険金収入	2	0
受取補償金	—	27
物品売却収入	—	9
その他	10	9
営業外収益合計	45	78
営業外費用		
支払利息	47	45
支払手数料	1	2
その他	5	16
営業外費用合計	55	63
経常利益	3,841	5,472
特別損失		
固定資産除却損	9	6
減損損失	10	19
特別損失合計	19	26
税金等調整前当期純利益	3,822	5,446
法人税、住民税及び事業税	1,957	2,166
法人税等調整額	△686	△286
法人税等合計	1,271	1,879
当期純利益	2,551	3,566
親会社株主に帰属する当期純利益	2,551	3,566

連結包括利益計算書

(単位：百万円)

	2023年8月期	2024年8月期
当期純利益	2,551	3,566
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△7	1
為替換算調整勘定	968	1,801
その他の包括利益合計	960	1,802
包括利益	3,511	5,369
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	3,511	5,369
非支配株主に係る包括利益	—	—

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	2023年8月期	2024年8月期
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	3,822	5,446
減価償却費	908	715
減損損失	10	19
のれん償却額	102	110
商標権償却額	1,298	1,407
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△33	△44
賞与引当金の増減額(△は減少)	30	62
株式給付引当金の増減額(△は減少)	50	55
受取利息及び受取配当金	△0	△0
支払利息	47	45
為替差損益(△は益)	△31	△30
固定資産除却損	9	6
売上債権の増減額(△は増加)	△252	△620
棚卸資産の増減額(△は増加)	△87	△395
前払費用の増減額(△は増加)	△29	△23
仕入債務の増減額(△は減少)	274	299
未払金の増減額(△は減少)	△38	298
未払費用の増減額(△は減少)	10	55
その他	333	136
小計	6,426	7,546
利息及び配当金の受取額	0	0
利息の支払額	△50	△43
法人税等の支払額又は還付額(△は支払)	△1,454	△2,076
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,920	5,426
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△162	△149
無形固定資産の取得による支出	△687	△805
長期前払費用の取得による支出	△22	△15
投資有価証券の売却による収入	—	20
敷金及び保証金の差入による支出	△38	△22
敷金及び保証金の回収による収入	19	5
投資活動によるキャッシュ・フロー	△891	△967
財務活動によるキャッシュ・フロー		
長期借入金の返済による支出	△3,290	△3,290
自己株式の取得による支出	—	△0
リース債務の返済による支出	△3	△4
配当金の支払額	△797	△1,032
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,091	△4,327
現金及び現金同等物に係る換算差額	△25	15
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△88	147
現金及び現金同等物の期首残高	7,943	7,855
現金及び現金同等物の期末残高	7,855	8,002

会社概要／株式情報 (2024年8月31日現在)

会社概要

社名	株式会社カープスホールディングス	設立	2005年2月*
代表者	代表取締役社長 増本 岳	連結従業員数	695名 (うち臨時雇用者 127名)
所在地	〒108-0023 東京都港区芝浦3-9-1 芝浦ルネサイトタワー11F	資本金	848,666千円

* カープスジャパン設立日。カープスホールディングスは2008年10月設立。

グループ会社の構成

国内事業は、日本のフランチャイズ本部事業を担う株式会社カープスジャパンと、グループの直営店事業を担う株式会社ハイ・スタンダードの2社。海外事業は、グローバルフランチャイザー事業を担うCurves International, Inc.と、欧州のフランチャイズ本部事業を担うCurves Europe B.V.が中心。



カープスグループ：5つの経営指針

1. 使命感による経営

—Management based on “Mission”

- ①世のため、人のため、使命感をもって経営をする。
- ②『世のため、人のため』が事業の目的、『売上・利益』は手段である。
- ③事業を通じて、社会の問題を解決する。

2. 攻めの経営

—Management based on “Proaction”

- ①逆算の経営○ 積み上げの経営×
- ②高い理想と目標を掲げ、やるべきことを逆算し、その達成に全力で取り組む。
- ③顧客を創造する。
Ex)他人のマーケットを奪うのではなく、常に新しい市場を開拓する。
- ④売上・利益を増やし続ける仕組みをつくる。
- ⑤フォーカスし、コアをつくり、レパレッジを効かせる。
- ⑥卓越した成果を追求する。

3. 規律ある経営

—Management based on “Discipline”

- ①もっとも厳しい現実、不愉快な事実を直視する。
- ②やるべきことを決めるだけではなく、「やらないこと」を強い意志で決断する。
- ③長期的展望を持ち、忍耐の大切さを知り、着実に前に進む経営をする。
- ④上手くいっている時は窓の外を見て、上手いいかないときは鏡の中を見る。

4. 科学する経営

—Management based on “Science”

- ①商売を科学する。観察・仮説・検証のサイクルから法則を見つけ出す。
- ②常に事実を重視する。
- ③論理的思考を追求するが論理に拘泥せず、アイデアを奨励するがアイデアに溺れない。論理と発想の高い次元での調和を図る。
- ④予期せぬ成功、予期せぬ失敗、予期せぬ出来事から学習する。
- ⑤改善を積み重ね、イノベーションを起こす。

5. 全員参画型経営

—Management based on
“All staff participation”

- ①自立型(&自律型)人財の育成
- ②集合天才型組織づくり
- ③自立と心理的安全性が高い次元で調和したチームづくり

株式情報

上場市場	東京証券取引所 プライム市場
証券コード	7085
事業年度	9月1日から翌年8月31日
発行可能株式総数	320,000,000株
発行済株式総数	93,857,493株
単元株式数	100株
株主数	47,292名
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社

大株主の状況

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社ヨウザン	29,768,000	31.71
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	9,819,100	10.46
NORTHERN TRUST CO.(AVFC) RE FIDELITY FUNDS	8,504,237	9.06
株式会社ティーワイエヌ	5,109,900	5.44
株式会社アイエムオー	3,784,000	4.03
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	3,286,100	3.50
坂本 眞樹	2,077,447	2.21
増本 陽子	2,077,447	2.21
株式会社日本カストディ銀行(信託E口)	1,797,250	1.91
THE BANK OF NEW YORK MELLON (INTERNATIONAL) LIMITED	1,580,900	1.68

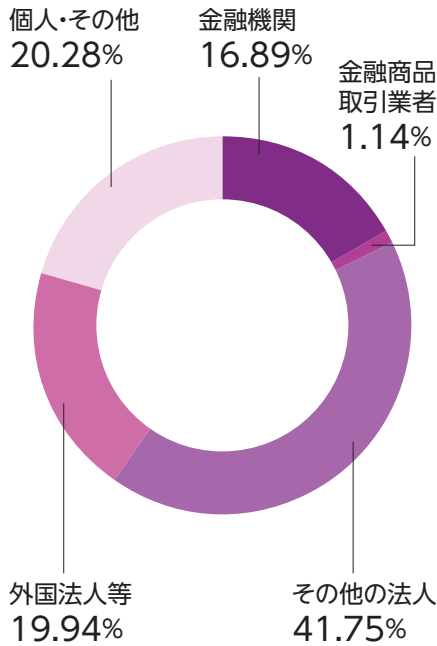
(注) 1. 持株比率は、発行済株式の総数から自己株式184株を控除して算出しております。
「株式給付信託 (J-ESOP)」及び「株式給付信託 (BBT)」の信託財産として株式会社日本カストディ銀行(信託E口)が保有する当社株式1,797,250株については、自己株式に含めておりません。
2. 株式会社ティーワイエヌは当社代表取締役社長増本岳氏の資産管理会社であります。

Curves®

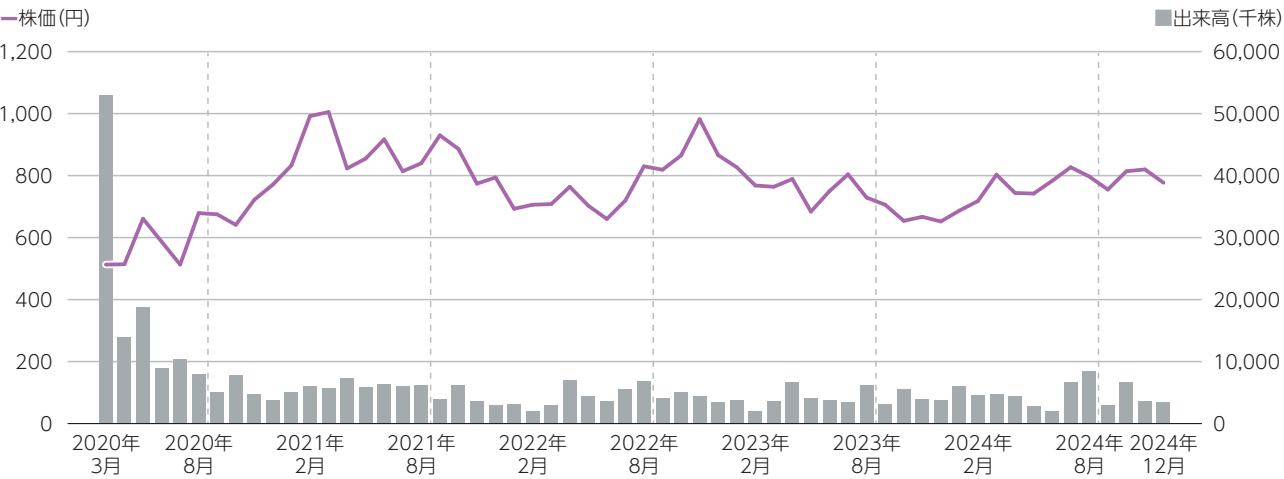
The power to amaze yourself.®

——明日の自分にきっと驚く

所有者別株式分布状況



株価・出来高の推移



株式会社カーブスホールディングス

〒108-0023

東京都港区芝浦 3-9-1 芝浦ルネサイトタワー 11F

TEL : 03-5418-9922 (代表)

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

