



CURVES HOLDINGS

統合報告書 2023

2022.9.1 ~ 2023.8.31

Curves[®]

The power to amaze yourself.[®]

——— 明日の自分にきっと驚く

CONTENTS

カーブスグループの今	1 目次
	2 数字で見るカーブスグループ
	4 「女性だけの30分フィットネスカーブス」の強み
	6 カーブスグループのあゆみ
	8 カーブスグループのビジネスモデル
	10 カーブスグループの事業概況
カーブスグループの未来	14 10年後のカーブス
	16 トップメッセージ
	21 5つの経営指針
	22 価値創造プロセス
サステナビリティ	24 カーブスグループのサステナビリティ
	26 マテリアリティと活動状況
	28 マテリアリティ1
	30 マテリアリティ2
	32 マテリアリティ3
	34 マテリアリティ4
	38 マテリアリティ5
	41 マテリアリティ6
	42 マテリアリティ7
カーブスグループの財務・非財務DATA	46 サステナビリティDATA BOOK
	48 財務データ
	53 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

発行 2024年2月

報告対象期間

2022年9月1日～2023年8月31日

ただし、2023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)カーブ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」

「見直し」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。実際はさまざまなリスクや不確定な要素といった要因により、記載の見直しとは異なる結果となる可能性があります。

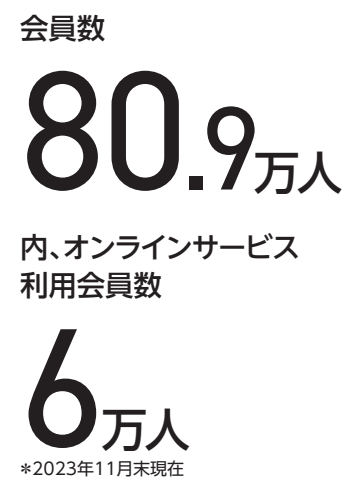
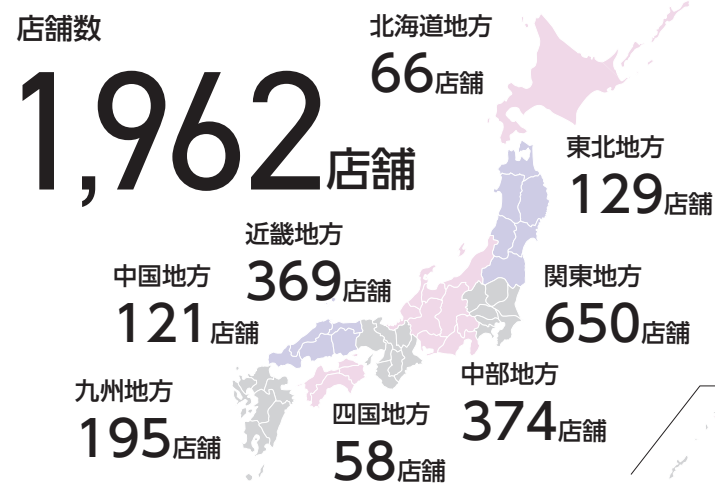
数字で見るカーブスグループ

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

売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益
300億円	38.5億円 (営業利益率 12.8%)	38.4億円	25.5億円

国内 女性だけの30分フィットネス カーブス



顧客満足度 9年連続

第1位*

*サービス産業生産性協議会
日本版顧客満足度指数
(JCSI) 調査
(フィットネスクラブ業種)

チェーン売上高*

713億円

内、会員向け物販売上高

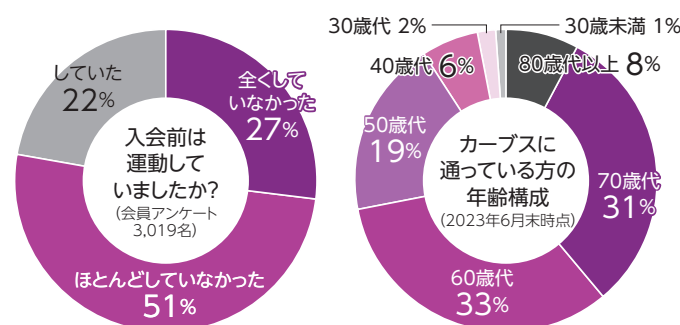
174億円

*チェーン売上高：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

入会前は運動習慣のなかった方

78%

他のフィットネスクラブ会員だった方は5%未満
運動をしていた方の80%以上が軽いウォーキング



メンズ・カーブス店舗数

17店舗

国内グループ
フランチャイズオーナー

約360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

16回実施

第16回は

全国769施設に寄付

海外 Curves, 30-minute Fitness for Women

欧州店舗数

137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。
*2023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 67.3% 男性 32.7%

取締役男女比率

女性 14.3% 男性 85.7%

有給休暇取得率

62.1%

育休取得率

女性 100% 男性 40%

*特別注記のある箇所以外、数値は2023年8月期のもの

「女性だけの30分フィットネス 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。



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



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

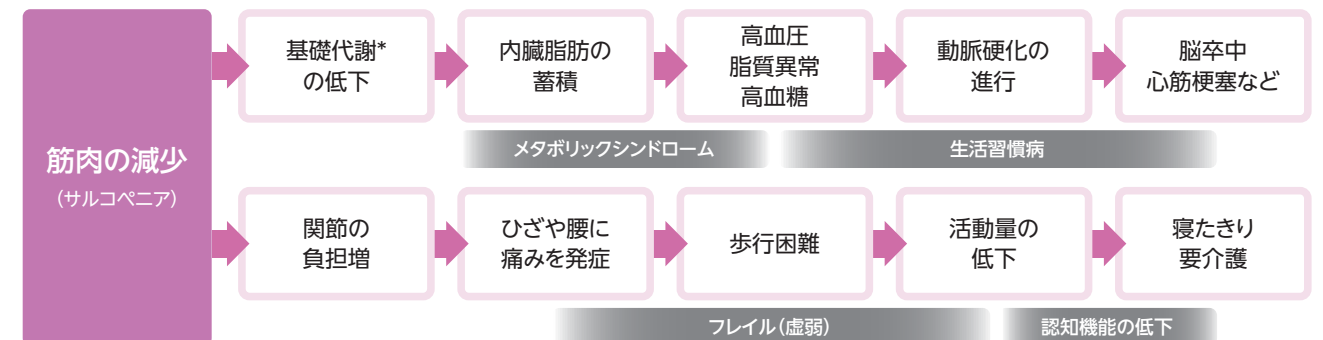
- 予約不要、わずか30分
- 生活圏への出店で通いやすい
- カーブスコーチ（インストラクター）の親身なサポート
- 女性同士のコミュニティ



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

※エビデンスについては [P28-29「マテリアリティ1」](#) をご覧ください。

カーブ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分フィットネス カーブス」。
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

- 株式会社カーブスジャパン設立
(日本国のマスターライセンスを取得)
- 「女性だけの30分フィットネス カーブス」
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
- 株式会社カーブスホールディングス設立

2011年

- 1,000店舗突破

2014年

- 1,500店舗突破

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
- 男性向けカーブス「メンズ・カーブス」を開始

2019年

- Curves Europe B.V. (欧州FC本部) を買収
- 2,000店舗突破

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「おうちでカーブス」を既存会員様向けにリリース

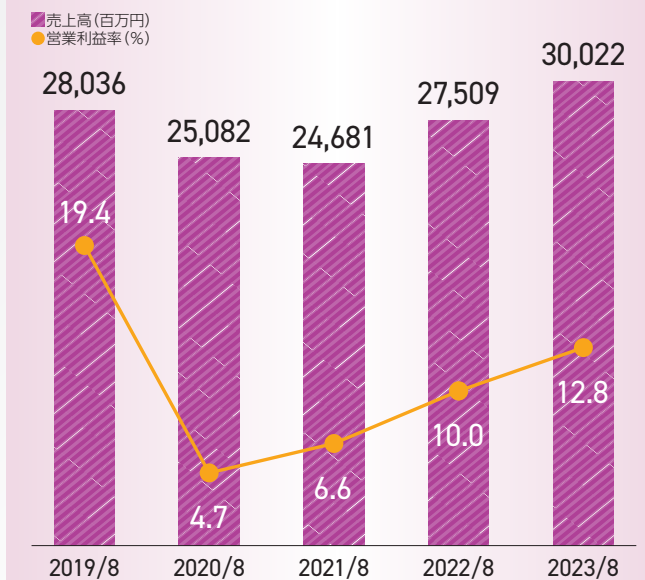
2021年

- オンラインフィットネス「おうちでカーブス」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

カーブスホールディングス連結売上高/営業利益率



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

2019年10月
2,000店舗突破
会員数86万人

コロナを乗り越え、さらなる飛躍へ

2005年

「世のため人のため」
使命をもって事業を開始

～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。

2006年6月
100店舗突破

2011年6月
1,000店舗突破
会員数38万人

2014年10月
1,500店舗突破
会員数67万人

「女性だけの30分フィットネス カーブス」

● 店舗数(折れ線グラフ: 店)
■ 会員数(棒グラフ: 万人)
*数値は期末(8月期)のもの
*2020/8は、特別休会会員を除く実質会員数

2008年 コシダカホールディングスグループ入り
株式会社カーブスホールディングス設立

2020年3月 スピンオフにより、コシダカホールディングスグループより独立
東京証券取引所市場第一部に単独上場

2020年9月 オンラインフィットネス
「おうちでカーブス」リリース

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

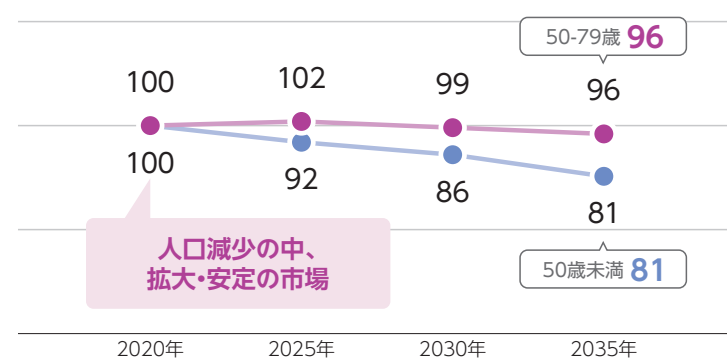
50-79歳の人口予測

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

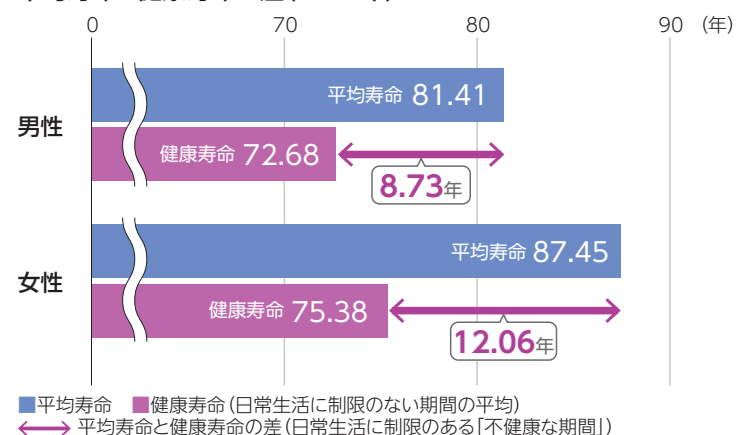
2020年を100とした場合の人口推移予測

●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度について」
<https://www.mhlw.go.jp/content/10904750/000872952.pdf>
 日本の将来推計人口(令和5年推計)
https://www.ipss.go.jp/pp-zenkoku/j/zenkoku2023/pp_zenkoku2023.asp

ビジネスモデル

1. 鮮明な市場定義

- 女性だけ、50歳からのカープス
- 運動はしなくても、でも、やっていない人達のためのフィットネス、健康サービス

市場定義の明確化によって、
 ・顧客と市場をよく知る、深く知る
 ・顧客への提供価値の継続的革新が可能

2. 高品質なサービスの開発と提供

- ① わずか30分で高い効果、独自のエクササイズプログラム『カープスワークアウト』
 ● 筋トレ・有酸素運動・ストレッチ
 ● 効果が科学的なエビデンスで証明されている
- ② コーチによる丁寧で親身な運動サポート
- ③ 女性同士の温かく励ましあうコミュニティ
- ④ わずか30分、予約なし、家の近くで

顧客と市場の潜在ニーズと
 不と非に応え続ける

3. 新市場を創造するマーケティング

- 口コミ紹介マーケティング
- 対象顧客の潜在ニーズを捉えたマーケティング

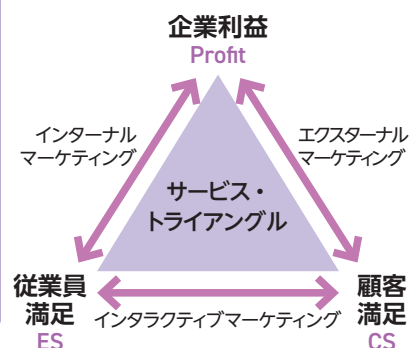
潜在顧客のニーズ・
 不と非をピンポイントで捉える

4. 顧客の健康課題解決と物販

- 自社企画開発のオリジナル商品
- 定期購入方式
- 顧客の健康相談からの商品提案

顧客の潜在的な
 健康課題、お悩み、不と非を深く知り、
 その解決提案としての
 商品企画開発

1. サービス・トライアングルの善循環をつくる経営



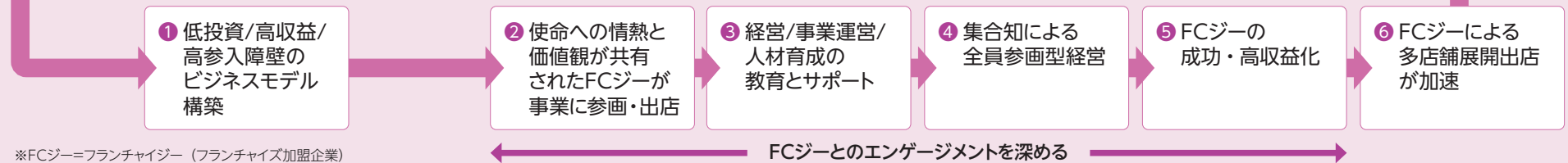
2. LTV(顧客生涯価値)を高め続ける経営

- 高い継続率
- 口コミ紹介
- 健康課題解決による物販拡大

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



経営資源

知的資本	人的資本	事業資本	社会関係資本
● 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」	● 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	● 地域密着のFC加盟企業 約360社 ● 国内店舗数 1,962店 ● 欧州店舗数 137店	● 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

カーブスグループの事業概況

カーブスグループの全容

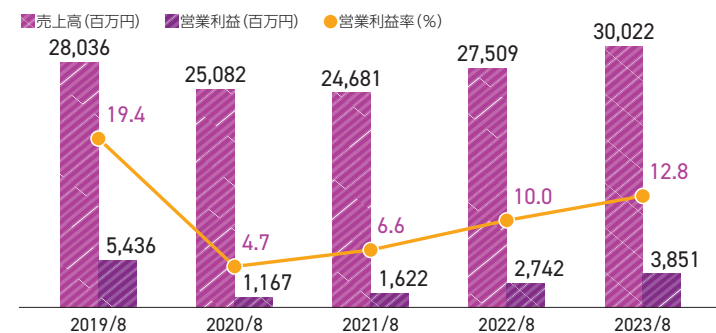
連結売上高
300.2億円
(前年比 109.1%)

営業利益
38.5億円 (営業利益率 12.8%)
(前年比 140.4%)

上場前年の2019年8月期、カーブスグループの連結売上高は280億円、営業利益は54億円でした。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、一時は四半期単位で赤字となる期間もある等、苦戦を強いられましたが、2023年8月期は売上高300億円、営業利益38億円まで回復しました。

コロナ禍においては経常的なオペレーションコストのコストダウンを図る一方、フランチャイズ加盟店の経営を支えるための支援金、会員数回復のためのマーケティング費用、オンラインフィットネスシステムの開発費用等、戦略的施策に対しては積極的に投資し、コロナショックからの回復を果たしてきました。2024年8月期は売上高340億円、営業利益47億円の計画です。

カーブスホールディングス連結売上高／営業利益推移



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入会金・会費収入に対し、一定比率でチャージしてい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となっており、ストック性が高い安定した収益基盤を持っています。

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ブスジャパンと、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。

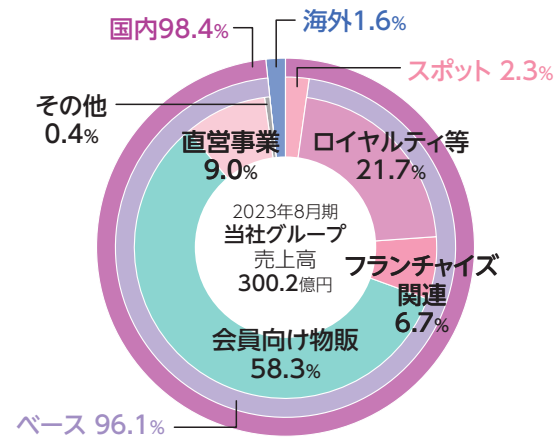
株式会社カーブスホールディングス（グループ持株会社）

株式会社カーブスジャパン
日本フランチャイズ本部事業

株式会社ハイ・スタンダード
グループ直営店事業

Curves International, Inc.
グローバルフランチャイザー事業

Curves Europe B.V.
欧州フランチャイズ本部事業



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
海外	ロイヤルティ等	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	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

高いキャッシュ創出力

カーブ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。小さな資金で早く、大きくビジネスを広げられるシステムのため、高いキャッシュ創出力があります。

国内カーブス事業

フランチャイズ本部事業

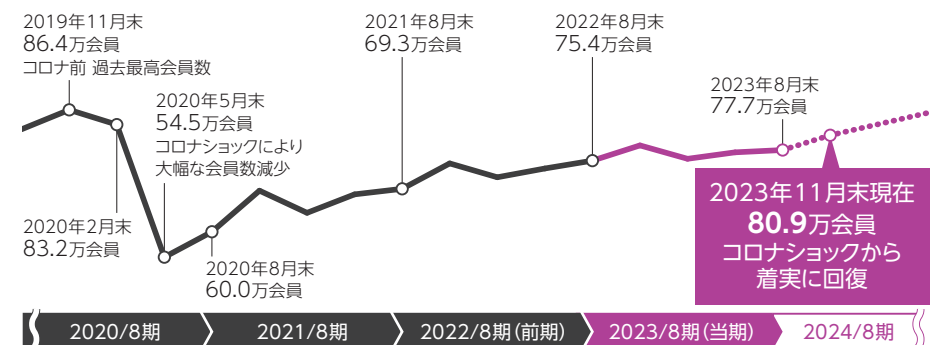
収益の2本の柱はロイヤルティ等収入と会員向け物販収入です。重点管理指標である会員数の増大と、LTV（顧客生涯価値）向上に向けた取り組みを強化しています。

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いただく入会金・会費収入に対し、一定比率でチャージしているロイヤルティ等の収入です。会員数によって変動します。

コロナ前には86.4万人まで増加した会員数は、コロナショックにより一時は54.5万人まで減少したものの、2023年11月末現在、80.9万人に回復しました。コロナショック初期、特にシニア層(65歳以上)は休退会者が激増し、新規会員集客にも苦戦。そこで、マーケティングをヤング層(65歳未満、50代中心)向けにシフトし、重点的に取り組んできました。このことにより、ヤング層の新規入会は飛躍的に増加。同時に店舗のサービス強化にも継続的に取り組み、退会率もシニア層と遜色ない水準まで低く抑えられています。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。当初は外出自粛要請等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。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。仕事をお持ちで店舗へ頻繁には通えないヤング層を中心にご利用いただいています。運動回数が増えることにより顧客満足度が上がり、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。現在、社会情勢が変化し、ようやくシニア層のマーケットが動き始める感触がありますので、シニア層の新規会員獲得も図っていきます。

女性だけの30分フィットネス カーブス会員数推移

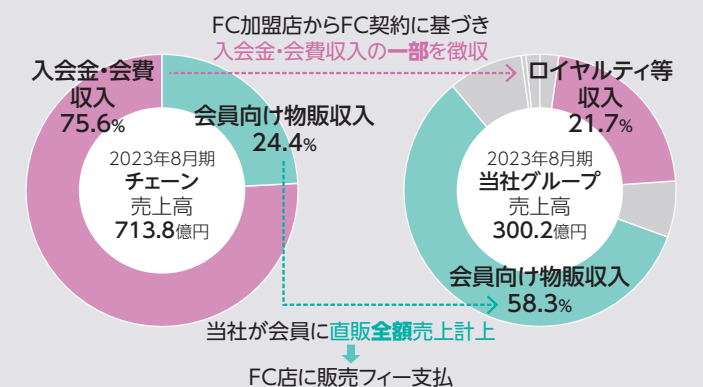


今後の見通し・戦略

- 2024年8月末 会員数81～82万人（オンライン会員含む）を計画。
- 年3回の魅力的なキャンペーンを実施すること等により新規入会を強化。
- オンラインフィットネスはハイブリッド型に注力。

チェーン末端売上高と当社グループ売上高の関係について

2023年8月期のカーブスチェーン全体の売上は「入会金・会費収入」が約75%、「会員向け物販収入」が約25%です。それが、当社グループの売上では、「会員向け物販収入」が58.3%となるのは、当社グループの主たる事業が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では75%を占める「入会金・会費収入」はFC店舗での売上であり、当社グループはFC店舗の「入会金・会費収入」の一部をロイヤルティなどで徴収し売上として計上しています。一方で、「会員向け物販収入」は当社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、「会員向け物販収入」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、「入会金・会費収入」はその一部のみが売上計上され、「会員向け物販収入」は全額が売上計上されている、ということになります。



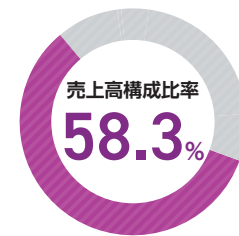
カーブスグループの事業概況

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販売収入です。定期購入型で販売をしており、順調に伸びています。

コロナ禍において店舗が休業を余儀なくされる中でも、プロテインは継続して定期購入する会員様も多く、会員数に比較するとコロナショックの影響は小さく、契約者数増、高機能商品による単価アップによって2022年8月期には、コロナ前を超え過去最高の売上高となりました。

会員向け物販売上高
174億円
(前年比 106.6%)



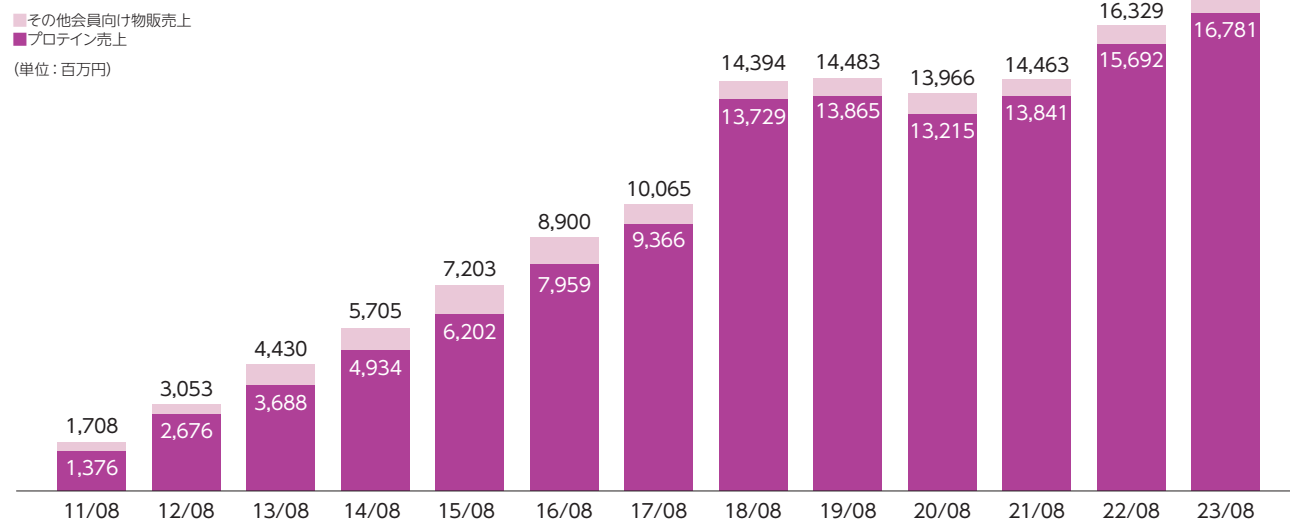
プロテイン開発の歴史

食事・栄養面からも会員様の健康課題解決が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、カーブスで運動をする女性に合う、科学的根拠に基づいた独自成分処方のプロテインを開発、販売を始めました。中高年女性へのたんぱく質の必要性に世の中が注目していなかった時から、カーブスではたんぱく質の大切さをお客様に伝え、食事相談にのってプロテインの提案をしてきました。

2017年12月には既存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。このことにより2018年8月期の会員向け物販収入は前年比143%に。今では、厚生労働省「日本人の食事摂取基準(2020年版)」内に、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認知度が高まっています。2024年8月期には、全面リニューアルした新プロテインを発売予定です。



会員向け物販収入の推移



2010年12月 カーブ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のプロテインを開発。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の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。

今後の見通し・戦略

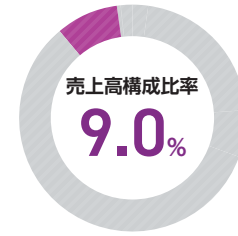
- 2023年12月に新プロテイン、ヤング層（65歳未満、50代中心）会員向けの新商品を発売し、売上増を見込む。
- 新プロテイン：プロテインを全面リニューアル。科学的根拠に基づいた独自成分処方により、筋肉を増やす効果・健康の維持増進がさらに高まる。
- 新商品：プロテインに次ぐ大型新商品。定期購入型。現場の声、食事調査、インサイト調査から把握したヤング層会員のお悩みを解決し、不（不満・不便・不安など）を解消する独自の新商品。

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。

2023年8月末時点で76店舗（メンズ・カーブスを除く）を運営。チェーンが進化し続けるために重要な役割を担っています。

直営事業売上高
27億円
(前年比 111.8%)



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においては、模範的な店舗運営を行うことのみならず、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。活動に際しては、仮説、実験、検証のサイクルを回し続ける考え方が根付いています。この考え方は、フランチャイズチェーン全体にも根付いており、本部がフランチャイズ店舗のアイデアを吸い上げ、成功要因を見出し、チェーン運営へ反映し、進化し続けています。

ハイ・スタンダード直営店

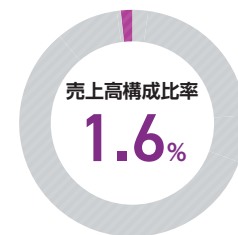
ハイ・スタンダードはその名の通り、全国の模範となる高水準な店舗運営、企業経営の実践をしています。

単に高い業績を上げることのみならず、高い顧客満足度、高い従業員満足度も両立し、永続的に企業価値を高め続けられる経営を目指し、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.等が含まれています。

売上高
4.7億円
(前年比 118.0%)



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、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のグループ内取り込み。買収前の取引額はロイヤリティ、フィットネス機器仕入れ等で年間約20億円。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、カーブスブランドの永続的保持。
- ③ 経営自由度の飛躍的拡大。
- 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。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店舗当たりの会員数はコロナ以前の状態まで回復。日本のノウハウも導入し、現在の欧州の環境に合わせた勝てるビジネスモデルづくりを重点テーマとし、欧州においても多店舗展開に舵を切れる状態を構築中です。

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、欧州での事業基盤確立を推進。
- ② 欧州には実績のあるマネジメントチーム、オペレーションチーム等優秀な人材が在籍。

今後の見通し・戦略

- 2024年8月期は成長に向けての準備期間と位置づけ。
- 通期で営業赤字が続く見通し。

Curves, 30-minute Fitness for Women

137店舗

欧州(スペイン・イタリア・英国を中心に8ヵ国)店舗数
2023年6月末現在(※決算期のずれにより2ヵ月遅れでの連結取り込み)



私達が目指す世界

10年後のカーブス

～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？と思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ことも当たり前である。

それは単に収入を得るという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。

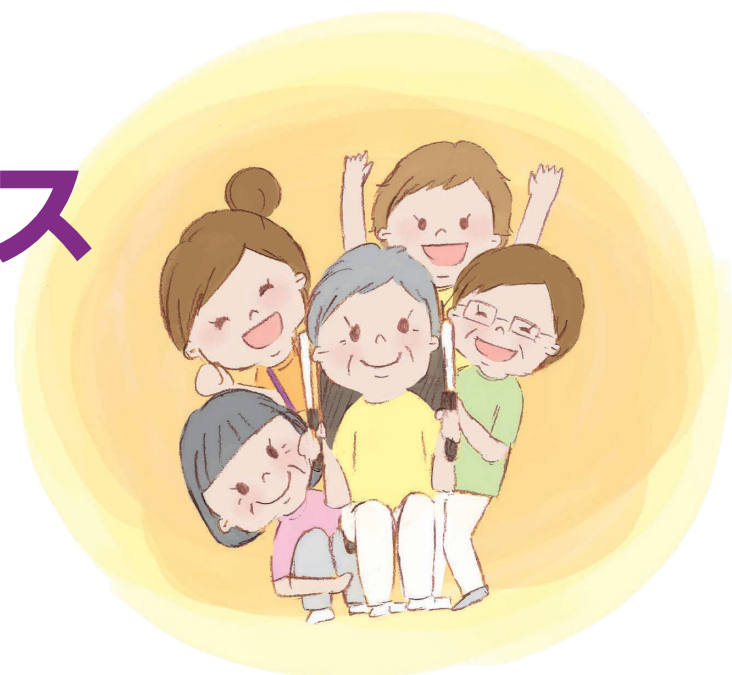
思いやりがあふれる人との絆によって、**孤独な老人は誰ひとりいない**。

「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。



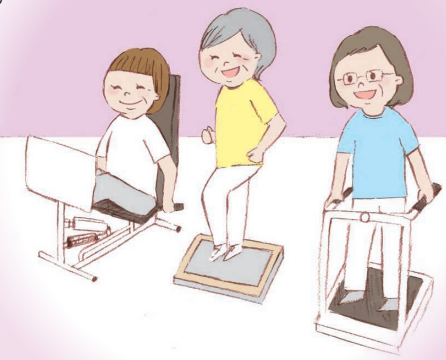
その活動は「**筋トレの輪**」と呼ばれているらしい。

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年後のカーブス」を動画でご紹介しております。

<https://www.youtube.com/watch?v=XKuPtwwnNIE>





トップメッセージ

Curves
The power to amaze yourself.

株式会社カープスホールディングス
代表取締役社長

増本 岳 Takeshi Masumoto

新たなヘルスケア市場を創出し 「健康寿命の延伸」に貢献する

コロナ禍による危機から脱し、 再び成長軌道へ

「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」——その使命のもと、当社グループは2005年の創業以来、店舗数・会員数を伸ばし、事業を拡大してきました。2019年には全国2,000店舗・80万会員を超える日本有数のフィットネスクラブとなり、2020年には東京証券取引所市場第一部（現プライム）への上場を果たしています。

上場直後からコロナの感染拡大に見舞われ、2020年8月期は減収減益となるなど一時は大きな打撃を受けましたが、マーケティング戦略の組み直しなどにより会員数、店舗数とも回復基調となり、当期は売上高でコロナ前を超え過去最高の300億円となりました。また、コロナショックを乗り越える過程において、人が育ち、ビジネスモデルが進化し、フランチャイズ加盟店との関係性が強化されるなど、事業基盤が一層強化されたとも総括しています。

コロナという想定外の環境変化があったとはいえ、皆様の成長期待に応えきれなかった3年間でしたが、ようやく次の成長ステージに向けたスタート地点に立つことができましたと感じています。

顧客を創造するビジネスに挑戦し、 社会に新たな価値を提供

当社グループは、常に自らの力で新しい市場を切り拓く「顧客の創造」を実現してきました。私達の成長の理由のひとつは、ここにあると考えています。

創業当時、「カープスは日本では成功しない」と言われました。それは、日本のフィットネスマーケットは参加率3%と言われ他の先進国と比較しても非常に小さいものであったこと、また、米国で成功しているカープスは「女性のダイエット向け」であったため肥満大国の米国と日本の市場が違う、という理由からです。しかし私達はそうは考えませんでした。

戦後生まれのベビーブーマーである団塊世代が50代後半を迎え、これから新しい市場が生まれていく、とくに健康市場の拡大と質的な変化が起きると考え、米国カープスの日本での事業展開権利を取得し、事業をスタートしました。

50歳以上の女性は年齢による体の変化を感じはじめ、ご自身の健康に目覚める時期です。そして、新しいシニア女性は自分のためにお金を使います。しかし、健康に目覚めても彼女たちの大半は運動経験もなく、彼女たちの健康ニーズに的確に応えられる場所がなかったのです。私達は、運動経験のない方々が始めやすく、通いやすく、続けやすい施設とサービスを創造し、ビジネスモデルを構築し、お客様のニーズに応え、今までになかった市場を創造してきました。

顧客を創造するビジネスは当初は困難が伴いますが、それに成功をすれば新しい経済・社会的価値の創出が可能であり、参入障壁の高いビジネスをつくることができます。

80万人を超える方々の健康を支えることができていることは大きな社会的価値の創造であり、失われた30年と言われるデフレ下の日本経済で他社から顧客を奪うことなく年商700億円を超える市場を創り、8,000人を超える女性の雇用を生み出してきたことは経済的価値の創出ができていると言えるのではないのでしょうか。

お客様をよく深く知り、 満足度を高め続ける

私達の強みはお客様をよく知り、深く知り、サービスやビジネスモデルを進化改善させていくことにあります。

サービスの現場においては、サービス産業生産性協議会が実施する顧客満足度調査(JCSI(日本版顧客満足度指数)調査：フィットネスクラブ業種)において9年連続第一位の評価をいただくなど、一人ひとりのお客様をよく知った寄りそうサポートがお客様の高い支持を得ています。お客様の高い満足度は継続率を高めLTV(顧客生涯価値)を増大し、またお客様の口コミ紹介による新規顧客増にもつながるため、収益性を高め、ビジネスモデルを強化します。

また私達のビジネスモデルの収益の2つの柱は、「会費収入」と「会員向け物販収入」ですが、2つ目の柱である「会員向け物販収入」の商品はすべて自社企画開発のオリジナル商品群であり、他社の模倣ではなく新しい市場を創造したと言える商品ばかりです。お客様をよく知り、深く知る努力を続けているからこそ、お客様自身が気づいていなかった

潜在的なニーズを掘り起こすことができているのです。

顧客を創造し、よく深く知り、サービス、商品を企画開発し、改善し続けることは結果として、他社が追随できない高い参入障壁を築くことにもつながります。カープスには競合らしい競合が存在しないのは、この競争しない競争戦略の結果です。もちろん慢心は禁物ですが、これからもお客様をよく深く知り、お客様の変化を先取りする経営をして参ります。



持続的成長、企業価値向上を 支える事業基盤として

ここまで創業から18年の経営において、グループ内には財務資本に加え、非財務資本が蓄積されてきました。これらの資本は当社グループが培ってきた経営基盤であり、持続的成長、新たな価値創造の源泉であり、引き続き、さらなる成長を見据えて増強を図っていきます。

知的資本

短時間で効果がある30分エクササイズ／顧客創造・顧客満足のノウハウ／改善進化の経営技術

知的資本の第一は、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)です。わずか30分で女性にとって必要な「全身の筋力トレーニング」「有酸素運動」「ストレッチング」ができ、運動初心者からアスリート志向の方まで楽しく取り組みます。しかも、このエクササイズは科学的なエビデンスによって、その効果が証明されています。短時間で手軽に効果があがるエクササイズは他にはありません。

第二は、運動経験が少なく、どちらかと言えば抵抗がある方々に、運動を始めていただき、続けていただく一貫性のあるマーケティング・サービス・商品企画開発のノウハウ群です。自らお客様をよく知り、創造してきた市場だからこそ、独自の知的資産を積み上げてきました。

第三は、それらを創り上げ、継続的に改善進化をするための経営技術と組織風土です。お客様を深く知ることからスタートし、仮説を立て検証し、成功法則を導き出す

トップメッセージ

「実験志向の科学する経営」、現場の知恵を活かす「集合知の経営」などです。伝承・教育が可能なレベルで技術として標準化・手順化し、社員の日常業務で定着をしており、また実験志向・学びあう組織風土を醸成してきました。

コロナショックを乗り切った要因のひとつに新規集客の顧客層をシニア層（65歳以上）からヤング層（65歳未満）にシフトしたことがあげられますが、短期間で新しいお客様層を創出できたのはまさにこの科学する経営技術が定着していたためだと考えています。

Ⅰ 人的資本 Ⅰ

顧客満足と従業員満足が連鎖

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、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きました。

第一の人的資本は日々お客様と接しサービスを提供しているカーブスコーチ（インストラクター）約8,000名です。お客様の健康に貢献したいという情熱をもった人材を採用し、体系的な教育機会をつくり、育成をしてきています。インストラクターとしての専門知識、コミュニケーション、マネジメントなどの知識技術を習得し高めてきています。

また創業以来、正社員採用、日祝休み、週休2日、夜間勤務なしなど働きやすい環境をつくってきました。サービス業では人手不足とともに働く人の意識の変化が共通課題となってきています。人材を取り巻く環境変化に対応し、一層の働きやすい働きがいのある職業をつくり、人的資本の強化を図っていきます。

第二は、チェーンの戦略を立案し、ノウハウ、施策、商品などを開発するフランチャイズ本部社員です。専門知識の習得高度化とともに、経営全般の知識習得高度化、そして、先に知的資本としてご説明した「科学する経営技術」「集合知による経営技術」などを日常業務で実践できる教育、仕組みをつくってきました。

Ⅰ 事業資本 Ⅰ

理念・価値観が共有された地域密着のFC加盟企業360社

カーブス1,970店のうち、1,895店は360社のフランチャイズ加盟企業が経営をしています。1社当たり平均5店舗以上経営していることになります。事業の使命、理念、価値観が共有できており、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ブスの強さのひとつの源泉です。コロナショックにおいて、FC加盟企業の経営を支えることを第一にした戦略を実践し、ともに苦難を乗り越えてきたことで、エンゲージメントはさらに強いものとなりました。

Ⅰ 社会関係資本 Ⅰ

産学官連携の相乗効果

当社グループは、数多くの自治体と連携をし、地域の健康づくりの支援を行ってきました。また地域医療機関とも、病気や介護の予防やリハビリ分野などでの連携を図っています。さらに、大学などの研究機関、研究者との共同研究や研究支援を行ってきています。

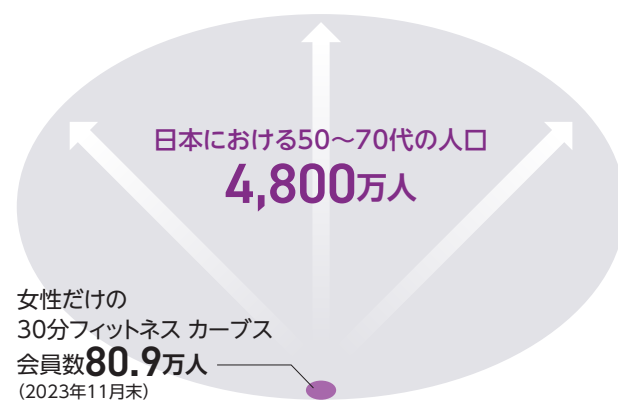
これらの活動は「地域密着の健康インフラ」としての社会への貢献であるとともに、長期的には市場を創造していくことにもつながっていくと考えております。

独自のメソッドを広げ、 多くの人が健康に人生を楽しむ社会へ

超高齢社会が進む日本において、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。当社グループは「地域密着の健康インフラ」として、この課題解決に貢献をしていきます。

日本の50代、60代、70代の人口は約4,800万人（女性2,500万人、男性2,300万人）です。この大半の方々は正しい運動習慣をもっておらず、健康づくりや予防への取り組みができていません。「健康寿命延伸」という社会課題解決のためには4,800万人が「正しい運動習慣」を

■潜在的な健康・運動マーケット



もつことが重要であり、また、ビジネスの観点から見れば、それだけの健康、運動マーケットが潜在的に存在しているということでもあります。しかも、人口減少時代にあって、10年以上この市場は拡大こそすれ減少しません。

地域密着の健康インフラ実現に向けた成長戦略

地域密着の健康インフラとしてさらなる成長を遂げていくために、当社グループだからこそ提供できる満足度の高いサービスで市場のニーズに応え、新しい市場を創出していきます。

国内カーブス事業の成長

①会員数の拡大

国内カーブス事業においては、コロナ下でノウハウを蓄積してきたヤング層（65歳未満、50代中心）のマーケティングを強化します。とくに2023年から第二次ベビーブーマーである団塊ジュニア世代が50代となり、カーブスの顧客層が増大していきます。この機会を的確に捉えて参ります。

シニア層（65歳以上）は、アフターコロナでマーケットが動き始めたことが追い風となってきています。元来の強みである口コミ紹介マーケティングを一層強化して、新規入会の拡大につなげていきます。

オンラインフィットネス「おうちでカーブス」は、店舗の運動とオンラインを使った自宅での運動の両方が使えるハイブリッド型のサービスが高い評価を受けています。顧客ニーズの多様化への対応として将来性を感じており、さらに強化を図って参ります。

また、それらと並行して、店舗網の拡大も進めています。



②顧客満足度の向上

サービスの改善、進化により、一層の顧客満足度の向上を実現します。それにより、お客様の継続率を上げ、LTV（顧客生涯価値）を高めていきます。

③会員向け物販の拡大

2023年12月には、主力であるプロテインを全面リニューアルするとともに、プロテインに次ぐ新しい商品をデビューさせました。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ていきます。

2017年12月以来6年ぶり 新プロテイン販売開始

プロテインを全面リニューアル

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る

プロテインに次ぐ大型新商品

新商品販売開始(定期購入型)

ヤング層(65歳未満、50歳中心)会員様向けの新商品販売開始
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

新規事業の創出と展開

新規事業では、メンズ・カーブスの多店舗化を図るとともに、カーブスとは顧客層もコンセプトも相違する新しい業態の開発を進めてきており、早い段階でこの展開を図って参ります。





海外カーブス事業

海外においては、2018年にCurves international, Inc.の全株を取得し、グローバルフランチャイザーとしてのポジションを獲得しています。世界でもコロナ禍からの回復が進む中、今後は日本で培った独自のノウハウやビジネスモデルを海外に発信し、さらなる事業成長を目指します。とくに、日本と同様に生活水準が高く高齢化が進む欧州を重点地域と位置づけ、事業基盤の確立を進めています。

2024年8月期の業績予想

以上の戦略をもとに、2024年8月期は、売上高340億円（前年比13.2%増）、営業利益47億円（同22%増）、経常利益46.5億円（同21%増）、親会社株主に帰属する当期純利益29億円（同13.7%増）を予想しています。

2024年8月期第1四半期末時点で、店舗数は1,971店舗、会員数は80.9万人となりました。計画通りに進捗している状況です。

地域密着の健康インフラとして社会的責務を果たすことの意義は、今後ますます高まっています。引き続き、事業を通じて社会課題の解決を図るべく、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。

		2023年 8月期実績	2024年 8月期予想	増減
売上高	(億円)	300.2	340.0	+39.7 (113.2%)
営業利益	(億円)	38.5	47.0	+8.4 (122.0%)
経常利益	(億円)	38.4	46.5	+8.0 (121.0%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	(億円)	25.5	29.0	+3.4 (113.7%)
期末会員数	(万人)	77.7	81~82	+3.3~4.3 (104~106%)
期末店舗数	(店舗)	1,962	1,982	+20 (101%)

2024年8月期の戦略

会員数

- シニア層（65歳以上）
 - ・社会状況の緩和に合わせ新規入会強化（口コミ紹介マーケティング）
 - ・市町村など行政との連携
- ヤング層（65歳未満、50代中心）
 - ・成長マーケットとして一層の注力
 - ・口コミ紹介マーケティング、商品戦略の展開によるLTV（顧客生涯価値）向上

会員向け物販

- ・会員サポート強化（運動指導、習慣化指導、食事相談）によるプロテイン定期購入者数増
- ・新商品発売による販売数、客単価向上

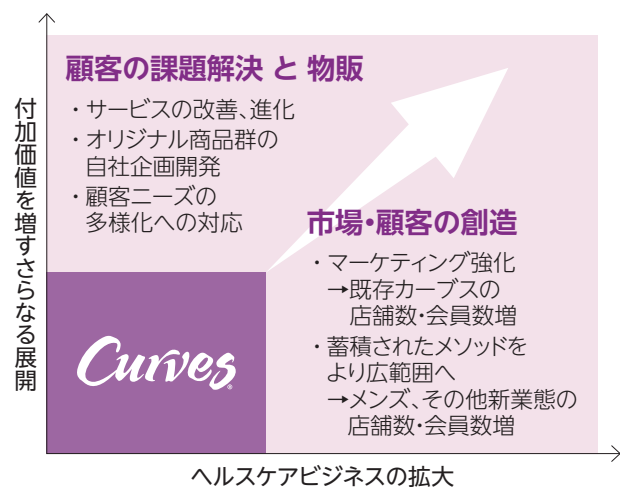
オンラインフィットネス

- ・ハイブリッド型（おうちでカーブスWプラン）に注力

新規事業の創造

- ・メンズ・カーブスなど新業態の多店舗化に向けたビジネスモデル構築

カーブス独自の強みでさらなる拡大へ



5つの経営指針

カーブスグループ：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、レバレッジを効かせる。
- ⑥卓越した成果を追求する。

3. 規律ある経営

—Management based on “Discipline”

- ①もともと厳しい現実、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

価値創造プロセス

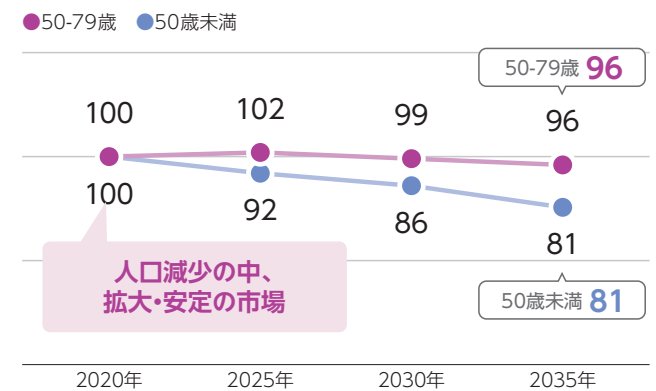
社会課題/市場機会

超高齢社会の進展

50-79歳の人口予測 単位：千人

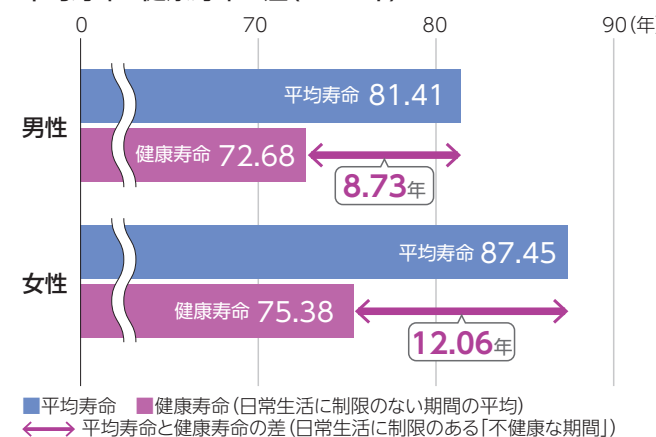
項目		2020年	2025年	2030年	2035年
50-79歳人口	男性	23,520	24,121	23,480	22,958
	女性	25,090	25,447	24,499	23,820
	合計	48,610	49,568	47,979	46,778
50歳未満		65,999	60,568	56,692	53,782

2020年を100とした場合の人口推移予測



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」
<https://www.mhlw.go.jp/content/10904750/000872952.pdf>
 日本の将来推計人口（令和5年推計）
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

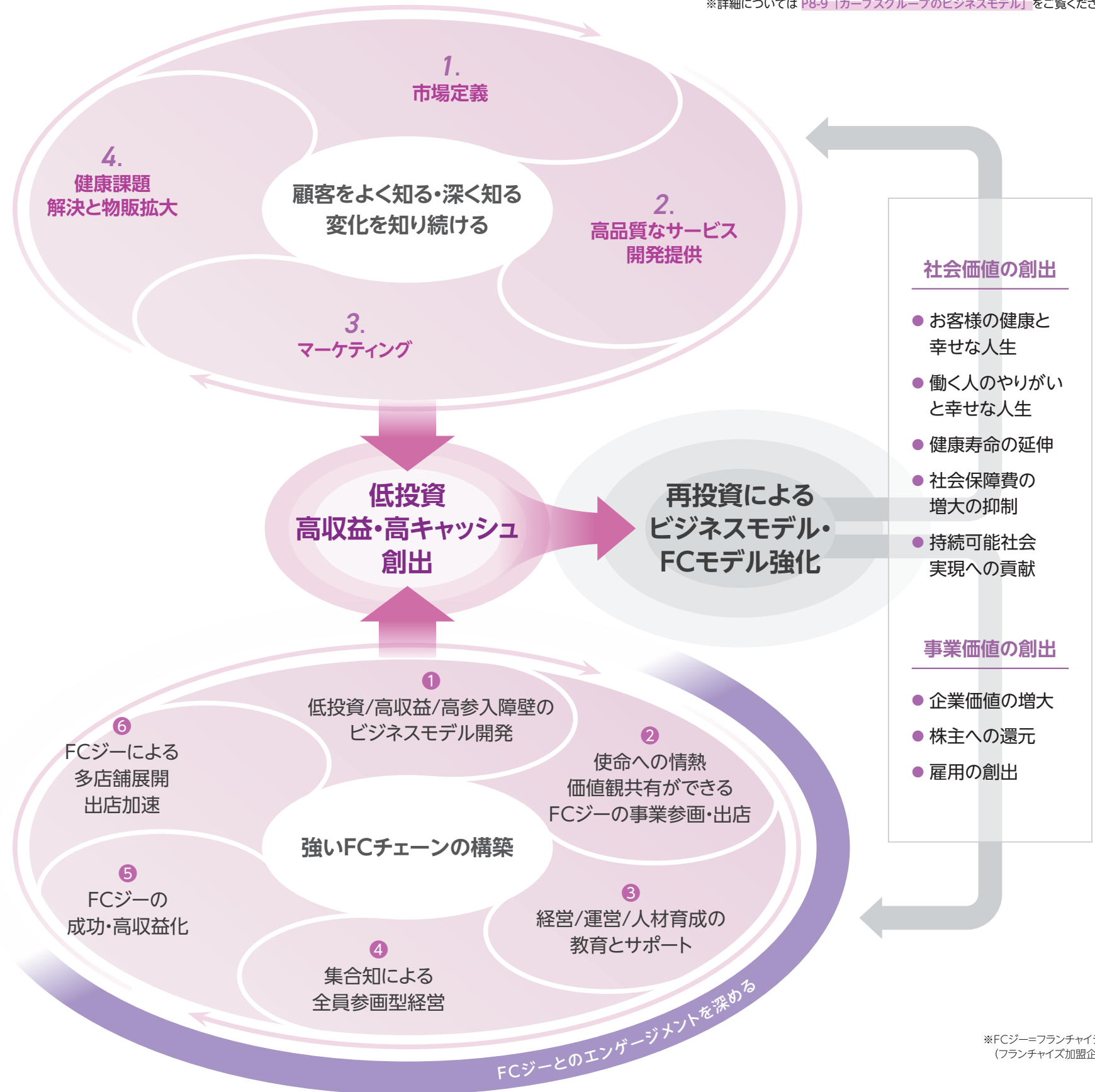
- 地域密着のFC加盟企業 約360社
- 国内店舗数 1,962店
- 欧州店舗数 137店

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

※詳細については P8-9「カープスグループのビジネスモデル」をご覧ください。



カーブスグループのサステナビリティ



サステナビリティ基本方針

『地域密着の健康インフラ』を目指し、

社会課題の解決に貢献します。

経営理念

事業目的

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

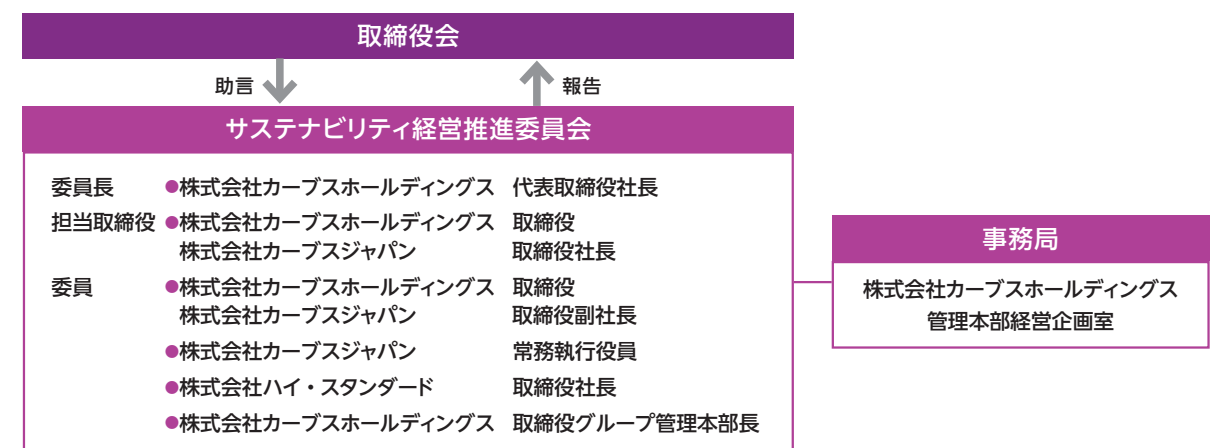
私達の使命

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。

カーブスグループは創業から掲げる経営理念に基づき『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ることを第一義として経営をして参りました。
お客様、フランチャイズ加盟店、ともに働く人達を含めたステークホルダーの皆様とともに、
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。

サステナビリティ推進体制

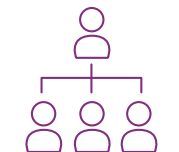
- ① サステナビリティ経営推進委員会は、代表取締役社長を委員長に、主要子会社の株式会社カーブスジャパン取締役社長を責任者として、各事業分野の責任者（子会社社長および子会社常務執行役員）を委員とし、サステナビリティに関する課題と目標設定、進捗管理を行います。
- ② このマネジメントのために、四半期に1回、サステナビリティ経営推進会議を開催します。
- ③ サステナビリティ経営推進会議の議事内容は、取締役会に報告され、取締役会は課題、取り組み内容に対する助言を行います。



マテリアリティと活動状況

マテリアリティ特定プロセス

- 1 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
- 2 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
- 3 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

マテリアリティ	関連するSDGs	重要と考える理由	取り組みテーマ	主な活動	ページ
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		お客様と社会の心身の健康への貢献を通じて得た経験と知見は当社サービスの立案とノウハウの創出の源泉であり、この活動サイクルこそが地域密着の健康インフラを形成し、当社の持続的な成長につながっていく	●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	●サービス、ビジネスモデルの進化改善を通じた顧客満足度の一層の向上 ●カープスの運動プログラムの医学的科学的実証 ●日本の健康問題に資する研究などへのサポート、積極的な参画	P28-29
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		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る。そのために、ハードウェア・ソフトウェアにおける安全・安心を提供し、その継続的改善を推進していく	●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	●クラブでの安全管理とPDCAサイクル ●情報セキュリティ強化	P30-31
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		地球規模の気候変動への対応はSDGsのひとつにも位置づけられ、当社にとっても脱炭素社会の実現に向けた取り組みは極めて重要な使命と考えている。環境フレンドリーな店舗を運営していくことで、企業価値の増大と環境負荷軽減を同時に実現していく	●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	●環境フレンドリーな店舗運営 ●天災リスク軽減のためのデータセンター移設、プロテイン原材料仕入先地域の分散	P32-33 P46
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		地域密着の健康インフラを実現していくには、当社グループ社員のみならず、店舗を運営しお客様をサポートするコーチ(インストラクター)やFC加盟店の存在が不可欠。持続的な店舗運営を目的として、当社では、働きやすい職場作りや継続的な学びの場を提供しながら、一人一人の自己実現に向けた支援を続けていく	●(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	●ワークライフバランスを考慮した勤務体系 ●教育、スキルアップ機会の提供 ●従業員満足度向上	P34-37 P46-47
5  マテリアリティ5 地域社会への貢献		地域密着の健康インフラの実現には、ビジネスを通じた地域社会への貢献のみならず地域社会の健康の底上げが不可欠であり、地方行政の健康づくり政策の支援など様々な地域の健康課題解決の支援を推進していく	●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	●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	P38-40
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		サービスを安定的に供給し、長期持続的に事業を発展していくためにはサプライヤーとの良好且つレジリエンスなリレーションシップを形成していくことが重要。人権をはじめとする社会諸課題に対しともに向き合い、強固なサプライチェーンを形成していく	●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恵の関係の構築(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	●法令等の遵守にとどまらない、公平で公正な関係を構築していくことを目的とした「パートナーシップ構築宣言」「(一社)日本フランチャイズチェーン協会「倫理綱領」の遵守」	P41
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		カープスグループ5つの経営指針に基づき、これからもコンプライアンスの徹底、経営の透明性と公正性の向上に努めていく。また、健全なガバナンスを効かせ、監視とイノベーション(発展や執行)の両軸を健全に機能させることで、長期持続的な価値創造を実現していく	●中長期の企業価値向上、戦略的視点からの経営意思決定 ・『カープスグループ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	●取締役会の実効性評価 ●コンプライアンスの遵守に関するモニタリングと是正処置 ●リスクへの対処とそれに伴う変化対応	P42-45 P47

マテリアリティと活動状況 **マテリアリティ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詳しくはこちら ▶ <https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality01.html>

取り組みテーマ

1

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

2

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

3

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

カーブスはお客様の健康課題を解決するために、多方面から健康をサポートする、お客様に寄り添った運営をして参りました。今後も「地域密着の健康インフラ」「健康寿命延伸企業」として社会に貢献するべく、さらに多くの方々の健康で豊かな人生を支えられるよう務めて参ります。

カーブスの運動プログラムの医学的科学的実証

カーブスではエビデンス・ベスト・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、カーブ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。

主な共同研究結果は以下の通りです。

■国立研究開発法人 国立健康・栄養研究所との共同研究結果

(第一次)

1. 生活習慣病予防へ効果的な方法であると示唆

動脈スティッフネス（ -44mm/s : baPWM）が有意に低下。腹囲（ -1.2cm ）、収縮期血圧（ -4.1mmHg ）、空腹時血糖値（ -6mg/dl ）が低下の傾向を示した。

2. 除脂肪体重を維持しながら、体重、体脂肪量が有意な減少

体重（ -1.0kg ）、体脂肪量（ -1.4kg : DXA法）が有意な低下を示した。注目すべき点として、体重、体脂肪量の有意な減少を認めながらも、除脂肪体重を維持した点である。
有酸素運動や食事制限による減量では体力低下を招き、健康的な減量とは言い難い。

3. 脚伸展パワーが有意に増加（+33%）

脚伸展パワー（+33%）が有意な増加を示し、座位体前屈（+2.2cm）が増加の傾向を示した。体重を支える下肢筋力、歩幅を支える柔軟性を維持することは転倒のリスクを軽減する上で重要な体力要素である。

(第二次)

日本人中高齢女性において、サーキットトレーニングを行う頻度が高いほど2型糖尿病の予防効果が高い。

サーキットトレーニングは有効な一次予防手段である可能性が高いといえる。

■東北大学加齢医学研究所との共同研究結果

(第一次)

● 4週間のサーキット運動トレーニングは、高齢者の広範囲な認知機能を改善～認知症予防や認知機能リハビリへの応用が期待～

1. 実行機能（なにかを我慢したり、状況が急に変わってもうまく対応する力）が向上
2. エピソード記憶（情報を覚えたり、思い出したりする力）が向上
3. 処理速度（限られた時間でたくさんの作業を行う力）が向上

(第二次)

● 30分のサーキットトレーニングを1回実施しただけで、“認知機能（抑制能力）”と“活力”が即時に向上する。
認知機能は加齢と共に低下しやすい傾向にあり、抑制能力が低下することで、感情や行動のコントロールができず、日常生活を行ううえで困難が生じる。

⇒30分のサーキットトレーニングを1回実施するだけで“認知機能（抑制能力）”や前向きな気分につながる“活力”が即時的に向上するという今回の検証結果は、超高齢社会に突入した日本にとっても注目すべき結果と考えられる。
些細なことで苛立たないように感情をコントロールすることで人間関係を良好に保つことや、物事を前向きにとらえ毎日を楽しく過ごすことは、コロナ禍の状況において大変重要なことと考えられる。

■東京都健康長寿医療センター研究所との共同研究結果

1. 身体活動量が有意に向上

平均歩数（+859歩）が有意な増加を示した。対照群の平均歩数（ -247 歩）は減少した。

2. 心肺機能（有酸素能力）が有意に向上

6分間歩行（+57.8m）が有意な増加を示した。

■筑波大学大学院 久野研究室との共同研究結果

1. 6か月間の有酸素運動と比べてカーブス運動プログラムは、筋肉量が有意に増加

歩行群（1.4%）に比べて大腰筋横断面積（7.1%）が有意に増加。大腿筋横断面積は介入前後で有意に増加した。

2. 有酸素運動に比べ、筋力が有意に増加

等速性膝関節屈曲筋力（角速度 $60^\circ/\text{秒}$ ）・股関節屈曲筋力（角速度 $60^\circ/\text{秒}$ ）歩行群に比べて有意な差があった（それぞれ7.5%、23.6%の増加）。

3. 有酸素運動と比べ、大腿部皮下脂肪面積が有意に低下

大腿部皮下脂肪面積の減少歩行群（ -1.8% ）に比べて有意な低下（ -6.5% ）を示した。

よって、カーブ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。

■大阪大学大学院医学系研究科、日本イーライリリーとの共同研究結果

30分のサーキットトレーニングを3か月間継続した参加者では運動器慢性疼痛（CMP）の改善を認め、特に週2回以上の運動参加により、破局的思考、腰と膝の機能改善を認め、効率的な運動として臨床的有用性が期待される。

日本の健康問題の解決に資する研究などへのサポート、積極的な参画

社会課題の解決に貢献するため、健康長寿社会の実現などの健康課題の解決につながる各種調査研究などをサポートし、積極的な参画をしています。主な活動は以下の通りです。

1 筑波大学スマートウェルネスシティ政策開発研究センターへのスポンサードと参画

2 順天堂大学スポーツロジックセンター 文京ヘルススタディーへのスポンサードと参画

3 スマートウェルネスコミュニティ（SWC）協議会の発起人の1社として参画

4 令和5年度戦略的イノベーション創造プログラム
「包摂的コミュニティプラットフォームの構築」への研究支援



お客様の安全・安心No.1を目指した運営

詳しくはこちら ▶ <https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality02.html>



取り組みテーマ

1

ハードウェア
(設備、運動機器など)の
安全・安心

2

ソフトウェアにおける
安全・安心の
サービス提供

3

安全・安心のPDCAを
ワークさせ
継続的改善を図る

カーブスでは、運動は高い安全性があつ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、各種取り組みをしてきています。

カーブスが安全に運動できる仕組み

カーブスの運動は、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、さまざま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、カーブスコーチが、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。

カーブスの運動プログラムの高い安全性

カーブスでは、安全性の高い油圧式マシンを利用し、かつ、運動中に8分間に1度心拍数を測るなど安全性が高い運動プログラムになっています。また全店にAEDを設置するなどしものときの対応も考えた店舗運営を行っています。

筋力トレーニングは安全性の高い油圧式マシンを採用



カーブ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。

コーチによる安全・安心のサービス提供

運動開始前にお客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けるようにサポートします

お店に来店し運動をはじめるときには、サーキット内にいるコーチが利用者の当日の体調確認を行い、無理なく運動ができるように声かけや運動をサポートします。



運動中はコーチがサーキット内にいて利用者のサポートをします

利用者が、安全に、効果的に運動を行えるよう営業時間中はコーチがマシンとボードが円状に並ぶサーキット内で運動のサポートを行っています。

クラブでの安全管理とPDCAサイクル

カーブスは、より「安全・安心な運動施設」を目指すため、1年に1回、クラブの安全について考え、全国一斉に訓練を行う「全国カーブス安全週間」を設けています。マシン事故防止対策・感染予防・救急や災害対応について確認し、ポスターの掲示や安全・防災点検の実施、防災マップの作成や避難所までのルート確認を行うなど、PDCAサイクルを回しながら、安全・安心の継続的な改善を図っています。



高い安全性、低い事故率が証明された学術研究結果

第三者研究機関である「あいち健康の森健康科学総合センター」にカーブス内での全事故履歴、安全管理体制などを共有し、安全性を高めるための共同研究を実施しました。その結果、中高年向けの運動施設として他に例を見ないほどの低い事故率であることがわかりました。(内藤遥, 野村恵里, 津下一代 (2019) . 全国にチェーン展開する民間運動施設における事故発生状況と安全管理体制～カーブス®1,860 施設における事故報告調査より～ 日本臨床スポーツ医学会誌, Vol. 27, 258-265)

また、本調査結果をもとにしてさらなる安全性を高めるための施策を実行しています。

情報セキュリティへの取り組み

カーブスグループにとって、情報は重要な財産であり、情報資産に対し適切なセキュリティ対策を実施することは、当社グループの優位性を維持するためにも、また保有するお客様の情報を保護するためにも重要であることから、情報セキュリティポリシーに基づいた社内規定を整備し、情報資産の管理および保護に努めています。重要情報に関し機密性に応じた管理体制を構築し管理を行うとともに、情報資産の取り扱いについて随時研修を開催するなど社員への教育・規定の周知徹底に取り組んでいます。

マテリアリティと活動状況 **マテリアリティ3**

▶主に関連するSDGs



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詳しくはこちら▶ <https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality03.html>

取り組みテーマ

1

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

2

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

3

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

カーブスでは、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を行っています。具体的には上記3つの取り組みを指針とし、気候変動をはじめとする環境諸課題に適応した経営を推進しています。

環境にやさしいビジネスモデル・店舗運営

カーブスで使用するフィットネス機器はすべて油圧式であり、電力を必要としません。風呂、シャワーなどは設置しておらず、店舗設備は簡素なものとなっています。店舗の大きさも小規模であるため、電灯などの数も多くありません。店舗の営業時間は午前10時から午後7時までの短時間であり、夜間は電力を使用しません。そのため、電力使用量が低く抑えられています。またカーブスでは、定期的にエネルギー使用量の申告を全チェーンに対して案内し、自店舗での利用量を確認し、低減を図れる仕組みを導入しています。夏季需要期には全店舗に対し本部より通達を出し、節電について案内しています。



項目		2020年8月期	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期
Scope1	(t-CO ₂)	27	30	34	30
Scope2	(t-CO ₂)	563	661	690	682
Scope3	(t-CO ₂)	40,403	40,569	44,083	47,937
電力使用量*1	(kWh)	1,222,118	1,488,320	1,555,530	1,532,711
1店舗あたりの電力消費量	(kWh)	10,983	13,280	14,134	13,698
取水量*1*2	(m ³)	2,321	3,723	3,272	3,588
1店舗あたりの取水量*2	(m ³)	111	143	121	124
排水量*1*2	(m ³)	2,321	3,723	3,272	3,588
1店舗あたりの排水量*2	(m ³)	111	143	121	124

※対象範囲：当社および国内連結子会社

*1 本社および国内直営店舗を対象としております。

*2 水使用量が把握可能な拠点を対象としております。

※詳細については **P46「サステナビリティDATA BOOK」**をご覧ください。

サプライチェーンを含めた環境負荷低減

カーブスでは、10年に1度、フィットネスマシンを新品に交換します。フランチャイズ加盟店は新品を購入し、古いマシンを廃棄することになりますが、適正な産業廃棄物としての廃棄が実行されるように、すべて本部の一括管理のもとで実行される仕組みをつくり運用しています。マシンの入れ替え時も新店のマシンと同様に、中長距離（およそ100Km以上目安）の輸送は貨物列車を利用することで、二酸化炭素排出量を低く抑える取り組みをしています。



また販売しているプロテインの梱包材は、製品のアルミパウチ袋と段ボールとなっており、プラスチック製の梱包材を排除しています。カーブスはこれからも、環境への負荷軽減に努めて参ります。



気候変動リスクへの取り組み

カーブスの店舗は、特定の地域に偏らず全国各地に展開をしています。

▶ 関連ページ **P2「数字で見るカーブスグループ 国内店舗数」**

そのため、気候変動などによる天災リスクの影響を低くすることができています。またカーブスは、重要な情報であるカーブスの顧客情報を管理するデータセンターを、震災によるリスクを軽減するため移管しています。

さらに、グループの売上の多くを占めるプロテインの原材料の仕入先地域を、アメリカ、ニュージーランド、イギリス、デンマークなどに分散し、プロテインの製造工場を日本国内の佐賀県、栃木県、埼玉県などに分散して、気候変動リスクを低減させています。

その他、環境保護への取り組み

森林保護への取り組みとして、チラシで使用する用紙購入代金の1%を認定NPO法人環境リレーションズ研究所の「プレゼントツリー」に寄付しています。カーブスの寄付による植林は3,000本を超えています。



マテリアリティと活動状況 **マテリアリティ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

詳しくはこちら ▶ <https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality04.html>



取り組みテーマ

1

(フランチャイズも含めて)
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

2

(フランチャイズも含めて)
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

3

(フランチャイズも含めて)
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

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、働く人一人一人の人間性を尊重し、「やりがい・成長実感・存在価値」を高め続け、一人一人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

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、一人一人の従業員の実力（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、一人一人の能力向上、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。

2023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8社)

従業員数

女性 **550人** 男性 **109人**

管理職男女比率

女性 **67.3%** 男性 **32.7%**

従業員データ

※当社および国内連結子会社

正社員率

85.7%

育児休業 取得率

87.5%

有給休暇 取得率

62.1%

平均 勤続年数

6.1年

平均年齢

35歳

※詳細については **P46-47「サステナビリティDATA BOOK」**をご覧ください。

※2023年8月期末時点

ライフプランをもとにキャリアプランを立てる

カーブスグループには「ライフプランをもとにキャリアプランをたてる」という考え方があり、私自身、毎年プランをたてて上司との個人面談で相談をし、キャリアを築いてきました。現在、2人の娘（4才、2才）の子育てをしながら、全国の加盟店サポート部隊の統括マネージャーをしています。女性が多い職場だからこそ、個人のライフも大切にしつつ、お客様に信頼していただける会社でありたいです。

株式会社カーブスジャパン 事業開発本部 統括マネージャー **A. T.**



従業員の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。

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。

TOPIC



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2023」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2023」および東京都が実施する「令和4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、今回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。



カーブスチェーンの取り組み

女性が輝く職場No.1の実現

■採用・定着・教育の革新

- 「正社員採用・週休2日・日祝休み・夜間勤務なし」などの好待遇制度の運用
- チェーン全体での従業員待遇向上へ継続的取り組み
- 「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

■労働生産性の飛躍的向上

- 積極的なIT投資
- 現場の業務プロセスの徹底的な効率化

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。



入社後の初期研修

各社における社内研修

「人材育成マニュアル」、「社内研修プログラム」を整備し、それを参考にすることでチェーン内の各社がその後の研修に向けた体制を整えられるようにしています。

プレキャンパ

カーブスのコーチになるための準備として、カーブスで大事にしている価値観、行動規範やカーブス事業の全体像・ビジネスモデルについて学べるようになっています。また、全コーチが救命講習を受講しています。カーブスの運動プログラムは学術研究によって高い安全性が証明されていますが、もしもの時にはコーチが迅速に対応できるように準備をしています。

クラブキャンパ

カーブス独自の高い効果を上げる運動プログラムの理論、運動生理学、専門的なマシン指導、その他接客や店舗運営業務全般を学べるプログラムを整えています。また、カーブスコーチとして必要な知識、スキルについてはテストを実施しており、コーチとして卒業するにはテストに合格することが必要となるなどプロフェッショナル人材の育成を重視しています。

フォローアップ研修

リーダー研修、マネージャー研修

役割に応じて、店舗運営やチームマネジメントについて学べます。集合研修も定期的にあり、他の店舗の仲間と悩みや仕事の進め方を共有することで新しい学びにつながります。

コンベンション

カーブスコーチ約8,000人が集い、事例発表を行います。著名な専門家や医師の方の講義等もあり、学びを深められるイベントです。

Eラーニングによる研修

オンラインで学べるEラーニングでの学習環境が整備されているため、時間や場所にとらわれず、最新のフィットネス知識を更新して身につけていくことが可能です。

入社後のキャリア

■役職を上げ、チームマネジメントを学ぶ

コーチから店長、マネージャーとスキルアップをしていくことで、チームマネジメントやより深い店舗運営のスキルを獲得

■健康のスペシャリストを目指す

カウンセリングや食事指導といった技術面、ホスピタリティの精神をさらに磨き、健康のスペシャリストを目指す

■育児と両立させながらキャリアを積む

産休・育休制度や時短制度が充実しているため、育児をしながらでも、コーチとしてスキルを積むことが可能

一人一人の知恵を活かす集合天才型組織

カーブスでは「一人一人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、組織の中で互いに学び合い、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。

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、カーブスコーチを対象に「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。

Amazeへの取り組み

カーブスでは、フランチャイズ加盟店の従業員も含めて、やりがいや成長実感を感じていただくため、また悩みや不安を解消するために、毎回違うテーマで年代や環境の違う様々なコーチの経験やエピソードを掲載した「Amaze」という雑誌を発行し、定期的に店舗社員に配布しております。



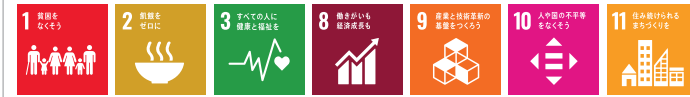
従業員待遇向上への取り組み

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。

2023年8月期においても、チェーン全体で従業員の賃金アップ・働きやすさなど従業員待遇向上への取り組みを行っており、さらなる採用競争力向上、人材強化、組織力強化につなげて参ります。

マテリアリティと活動状況 **マテリアリティ5**

▶主に関連するSDGs



マテリアリティ5



地域社会への貢献

詳しくはこちら▶ <https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality05.html>

取り組みテーマ

1

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

2

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

カーブスは「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、カーブ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。

また、カーブスはフランチャイズチェーン・システムによって運営がされています。カーブスのフランチャイズ加盟店は約360社の地域に根差した経営をする企業群です。フランチャイズ加盟企業との共存共栄を図るチェーン運営によって、地域経済の活性化、地域の雇用促進などに貢献をしています。

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

カーブ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。また産官学連携のスマートウェルネスコミュニティ（SWC）協議会の活動においては、カーブスコーチや希望するカーブス会員が「健幸アンバサダー」の資格を取得して、身近な人に健康情報を伝える活動を行うなど、社会資本（ソーシャルキャピタル）の充実にも貢献しています。

■主な自治体連携

①2015年 6月	神奈川県認証施設「未病センター」第1号である「未病センターカーブス小田原」を開設
②2015年 9月	「カーブス大山町健康センター」オープン。鳥取県大山町の医療費削減・運動意識向上を目指し産官学連携の地方創生事業として開設
③2018年 8月	静岡県三島市と健康づくりに関する協定を締結
④2018年11月	京都府八幡市と「やわた健幸づくり推進連携協定」を締結
⑤2019年 2月	北海道札幌市と「健康さっぽろ21の推進に関する包括的連携協定」を締結
⑥2019年 7月	北海道苫小牧市と「健康増進に関する連携協定」を締結



⑦2019年 7月	新潟県見附市と「健康づくりの推進に係る包括連携に関する協定」を締結
⑧2019年10月	神奈川県内のカーブス19店舗が「未病センター」に認証され、県内のカーブス26店舗が県の健康増進拠点となる
⑨2020年 6月	埼玉県東松山市と「東松山市まち・ひと・しごと創生に関する協定」を締結

⑩2021年 4月	横浜市と「心血管疾患対策に関する協定書」を締結
⑪2022年 1月	大阪スマートシニアライフ実証事業推進協議会参画

⑫2022年 5月	福岡県大牟田市と「健康づくりの推進に係る包括連携協定」を締結
⑬2023年 7月	宮城県石巻市と「健康づくりの推進に係る包括連携協定」を締結

TOPIC

カーブスジャパンが石巻市と健康づくりの推進に係る包括連携協定を締結

カーブスジャパンは2023年7月11日、宮城県石巻市と同市の健康づくりに関する取り組みを推進するため「健康づくりの推進に係る包括連携協定」を締結しました。東北の自治体とこうした協定を結ぶのは初となります。健康づくりイベントの実施や健康啓発活動等の取り組みを通じ、市民の健康寿命を延ばし、健康意識を高めることを目指します。石巻は7月18日に全国17店舗目となるメンズ・カーブスもオープンし、男女ともに健康づくりをサポートして参ります。



医療機関との連携による医療課題解決の支援

医療機関との連携では、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ブスをご紹介いただいています。

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

■主な医療機関連携

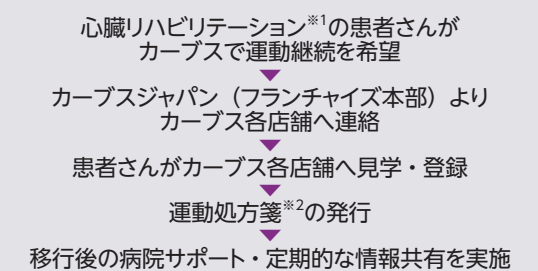
- ① 心臓リハビリテーション連携
・CR-GNet（岐阜心臓リハビリテーションネットワーク）
・横浜市 心臓リハビリテーション強化指定7病院
・上尾中央総合病院 等
- ② 整形外科連携
・森整形外科リハビリクリニック
・すがも北口整形外科クリニック
・横浜町田関節脊椎病院 等、他9クリニックと連携

TOPIC

カーブスジャパンが上尾中央総合病院と「患者紹介に関する協定」を締結

カーブスジャパンは、上尾中央総合病院と「患者紹介に関する協定」を締結し、2023年8月1日より連携を開始しました。カーブスと心臓リハビリテーションの連携を行う病院としては埼玉県初です。上尾中央総合病院では、心臓リハビリテーションの患者さんが外来移行後も、患者さんご自身が主体となって継続して心臓リハビリテーションに取り組める環境整備に注力しています。そこで、心臓リハビリテーションとの連携の実績があるカーブスジャパンが民間スポーツジムとして上尾中央総合病院と連携し、埼玉県央地域の9店舗が参加することになりました。患者さんの再発・再入院を予防し、健康寿命延伸を目指す取り組みに協力して参ります。

上尾中央総合病院とカーブス店舗の連携体制



※1 心臓リハビリテーションとは、心血管疾患の再発や再入院を防止するための総合的活動プログラム（運動療法、学習活動・生活指導、カウンセリング等）のこと。医師、理学療法士、看護師、薬剤師等の多職種が協力して取り組むもので、心不全患者の再入院と総死亡率を減少させる等の効果があります。

※2 運動処方箋とは、健康づくりのための運動について、医師が頻度・強度・運動の種類等を規定したものです。

マテリアリティと活動状況 **マテリアリティ5** **マテリアリティ6**

カーブス 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。カーブスは、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、2023年は約15.3万人が参加しました。集まった約214トンの食品は、カーブスの店舗を通じて全国769の児童養護施設、母子生活支援施設などに進呈しました。

カーブ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。

■カーブスフードドライブとは

カーブス会員/
地域の方々家庭にある常温保存可能な
食料品をお持ちいただく

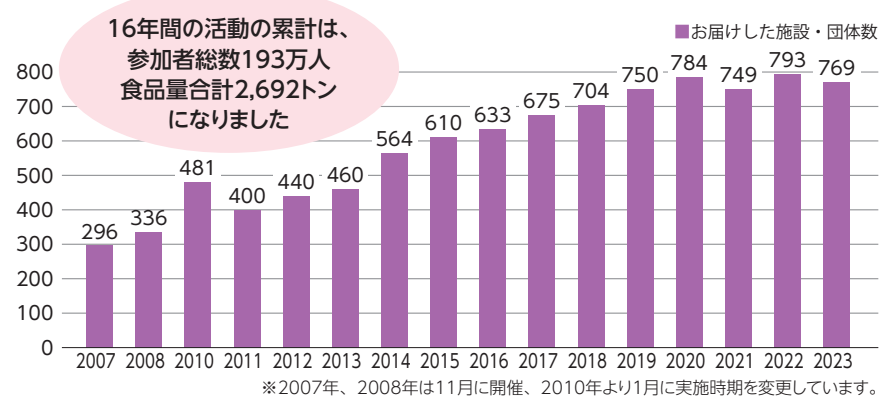
全国約2,000の店舗

各地域の施設・団体に
カーブスの手でお届け各地域の児童養護施設や
母子生活支援施設など2007年スタート
今回で16回目2023年フードドライブの
活動報告

2023年は、1月16日から2月15日まで、全国の店舗で参加者数15万3,400人、食品の量214トンが集まりました。



■お届けした施設・団体の数推移（2007年～2023年）

■お届けした施設・団体の数
(2023年)

児童養護施設	305
障害者施設	123
社会福祉協議会	78
母子生活支援施設	63
フードバンク	56
子ども食堂	35
老人支援施設	25
その他	84
合計	769



「興正学園」には、乳児から高校生まで暮らしています。食への興味関心が強い子が多く、フードドライブをみんな本当に心待ちにしています。毎年届く時期になると「そろそろカーブスさんがいらっしゃる時期だね」と、ワクワクが止まらない様子です。箱を開けると歓喜の声が響き渡ります。食事は、体はもちろん、心の成長に欠かせません。フードドライブは、多くの人が自分たちを応援してくれていることを自覚でき、生きていく上で大切な感謝の気持ちを学ぶことができます。みなさんとの心のつながりを感じられる大切な機会です。

興正学園 施設長 錦木康夫さん

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

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・人間性の尊重詳しくはこちら ▶ <https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality06.html>

▶主に関連するSDGs



取り組みテーマ

1

サプライヤーとの
パートナーシップの
形成

2

事業パートナーである
フランチャイズとの
互恵の関係の構築*

3

人権・人間性を
尊重した
サプライチェーンの構築

※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

サプライヤーを中長期的な事業発展のためのパートナーとして位置づけ、法令等の遵守のみならず公平で公正な関係を構築していくこと、そして、サプライチェーン全体が社会の健全な発展に寄与できることを目指しています。

事業パートナーであるフランチャイズ加盟店との関係においては法令遵守のみならず、共存共栄・互恵の関係を構築することで中長期的なチェーンの発展を重視しています。

パートナーシップ構築宣言を策定・公表

カーブスは、一般社団法人日本経済団体連合会会長、日本商工会議所会頭、日本労働組合総連合会会長および関係大臣（内閣府、経済産業省、厚生労働省、農林水産省、国土交通省）をメンバーとする「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議」の趣旨に賛同し、「パートナーシップ構築宣言」を策定・公表しました。今回の宣言を踏まえ、パートナーシップのさらなる強化に努めるとともに、サプライチェーン全体での付加価値向上に努めます。



パートナーシップ構築宣言とは
サプライチェーンの取引先や価値創造を図る事業者の皆様との連携・共存共栄を進めることで、新たなパートナーシップを構築することを宣言するものです。

「パートナーシップ構築宣言」（抜粋）

当社は、サプライチェーンの取引先の皆様や価値創造を図る事業者の皆様との連携・共存共栄を進めることで、新たなパートナーシップを構築するため、以下の項目に重点的に取り組むことを宣言します。

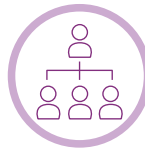
1. サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列等を超えた新たな連携

直接の取引先を通じてその先の取引先に働きかける（[Tier N]から[Tier N+1]へ）ことにより、サプライチェーン全体での付加価値向上に取り組むとともに、既存の取引関係や企業規模等を超えた連携により、取引先との共存共栄の構築を目指します。その際、災害時等の事業継続や働き方改革の観点から、取引先のテレワーク導入や BCP（事業継続計画）策定の助言等の支援も進めます。

2. 「振興基準」の遵守

親事業者と下請事業者との望ましい取引慣行（下請中小企業振興法に基づく「振興基準」）を遵守し、取引先とのパートナーシップ構築の妨げとなる取引慣行や商慣行の是正に積極的に取り組みます。

◆カーブスホールディングスのパートナーシップ構築宣言 <https://www.biz-partnership.jp/declaration/16880-19-00-tokyo.pdf>



実効性の高いコーポレートガバナンス

詳しくはこちら ▶ <https://www.curvesholdings.co.jp/sustainability/materiality07.html>



取り組みテーマ

1

中長期の企業価値向上、戦略的視点からの経営意思決定
・『カープスグループ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

2

コンプライアンスの
遵守

3

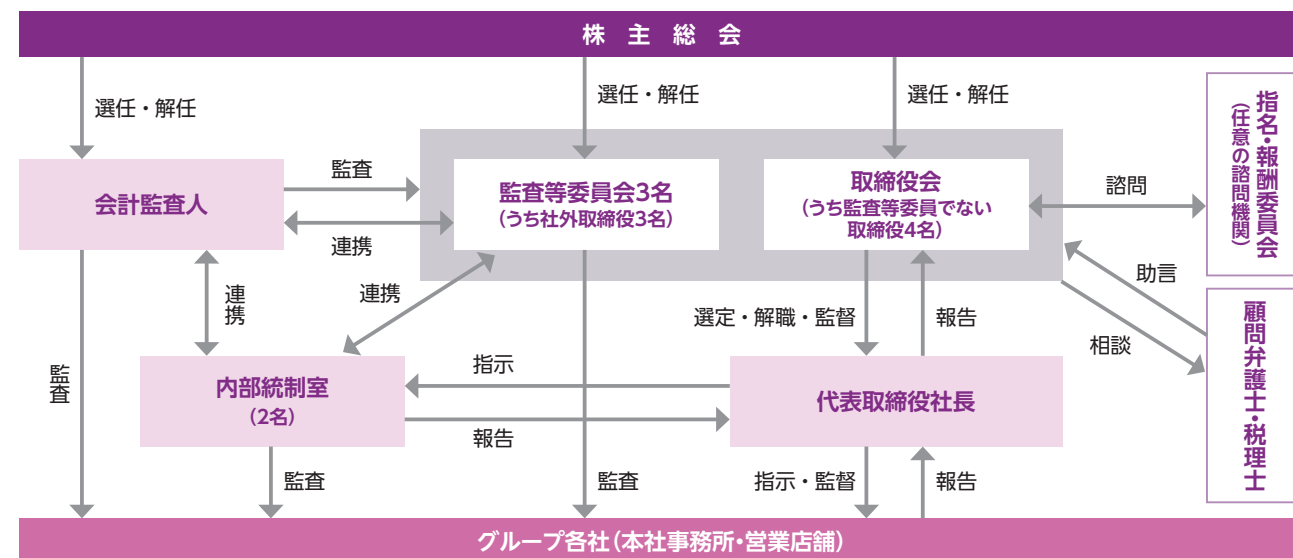
リスク管理体制の
構築

カープスグループは、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います。

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います。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および活発な質疑応答と議論により業務執行の監督を行っています。



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を選任しております。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プ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

当社では、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。2023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・評価を行っています。

評価項目	評価結果
① 取締役会の構成と運営	当社取締役会は概ね適切に運営され、実効性は確保されていることを確認いたしました。また、各課題についての改善に向けての取り組みは進捗しているものの、一方で、取締役会の審議資料の内容・事前説明、DX化、グループ本社の役割等については、改善に向けた取り組みが必要であることを確認しております。
② 経営戦略と事業計画	
③ 企業倫理とリスク・危機管理	
④ 業績モニタリングと経営陣の評価	
⑤ 株主等との対話	
⑥ DX・デジタルトランスフォーメーション	
⑦ グループガバナンス	

■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。

コーポレートガバナンス

マネジメント体制



増本 岳
株式会社カープスホールディングス
代表取締役社長
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
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
取締役社長



田島(増本)陽子
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
取締役副社長 兼 事業開発本部長



松田 信也
株式会社カープスホールディングス
取締役
管理本部長



川田 豊和
株式会社カープスホールディングス
取締役
(常勤監査等委員)



山本 禎良
株式会社カープスホールディングス
取締役
(監査等委員)



寺石 雅英
株式会社カープスホールディングス
取締役
(監査等委員)



村上 正典
株式会社カープスジャパン
常務執行役員
(営業・人材企画・新規事業担当)
兼 事業開発本部 副本部長



四倉 とも子
株式会社カープスジャパン
常務執行役員
(ファーストメンター・ナレッジマネジメント担当)
兼 事業開発本部 副本部長



加藤 大輔
株式会社カープスジャパン
常務執行役員
(サードメンター・業態開発・
直営店担当)
兼 事業開発本部 副本部長



齋藤 光
株式会社カープスジャパン
常務執行役員
(広報・マーケティング担当)
兼 戦略企画部長



中内 夢二
株式会社カープスジャパン
常務執行役員
(FCサポート・商品企画担当)
兼 商品企画部長



鈴木 康志
株式会社ハイ・スタンダード
取締役社長

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	事務管理(DX)						
増本 岳 代表取締役社長	◎	○	○	○	○	○	○			○	○	○	◎	◎
坂本 眞樹 取締役	◎		◎	◎	○							○		
田島(増本) 陽子 取締役	◎				◎	◎	◎			○		○		
松田 信也 取締役	○	◎	○					○						○
川田 豊和 取締役 (常勤監査等委員)	○							○						
山本 禎良 取締役 (監査等委員)		◎												
寺石 雅英 取締役 (監査等委員)	○													
村上 正典 株式会社カープスジャパン 常務執行役員	○			◎	○							○	○	
四倉 とも子 株式会社カープスジャパン 常務執行役員	○				◎	◎	○			○		○		
加藤 大輔 株式会社カープスジャパン 常務執行役員	○				◎	◎	○			○		○		
齋藤 光 株式会社カープスジャパン 常務執行役員	○				○					◎		○		
中内 夢二 株式会社カープスジャパン 常務執行役員	○		○					◎	◎		◎	○		○
鈴木 康志 株式会社ハイ・スタンダード 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。



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	対象範囲
Scope1	(t-CO ₂)	27	30	34	30	当社 および 国内連結 子会社
Scope2	(t-CO ₂)	563	661	690	682	
Scope3	(t-CO ₂)	40,403	40,569	44,083	47,937	
Cat.1	(t-CO ₂)	27,611	25,095	28,129	32,850	
Cat.2	(t-CO ₂)	1,333	2,763	3,017	2,778	
Cat.3	(t-CO ₂)	90	109	114	110	
Cat.4	(t-CO ₂)	169	221	227	242	
Cat.5	(t-CO ₂)	75	62	56	58	
Cat.6	(t-CO ₂)	388	307	378	462	
Cat.7	(t-CO ₂)	191	213	210	223	
Cat.8	(t-CO ₂)	—	—	—	—	
Cat.9	(t-CO ₂)	3	2	3	3	
Cat.10	(t-CO ₂)	—	—	—	—	
Cat.11	(t-CO ₂)	—	—	—	—	
Cat.12	(t-CO ₂)	20	30	28	32	
Cat.13	(t-CO ₂)	—	—	—	—	
Cat.14	(t-CO ₂)	10,522	11,766	11,922	11,177	カープス グループ 全体
Cat.15	(t-CO ₂)	—	—	—	—	
電力使用量 ^{*1}	(kWh)	1,222,118	1,488,320	1,555,530	1,532,711	
1店舗あたりの電力消費量	(kWh)	10,983	13,280	14,134	13,698	
取水量 ^{*1*2}	(m ³)	2,321	3,723	3,272	3,588	
1店舗あたりの取水量 ^{*2}	(m ³)	111	143	121	124	
排水量 ^{*1*2}	(m ³)	2,321	3,723	3,272	3,588	
1店舗あたりの排水量 ^{*2}	(m ³)	111	143	121	124	カープス グループ 全体
プレゼントツリー植林本数	(本)	188	148	164	131	

^{*1} 当社および国内直営店舗を対象としております。
^{*2} 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	対象範囲
総従業員数	(人)	609	628	620	659	カープス グループ 全体
正社員数	(人)	548	565	557	568	
男性正社員数	(人)	102	104	103	109	
女性正社員数	(人)	446	461	454	459	
非正規雇用者数	(人)	61	63	63	91	
男性非正規雇用者数	(人)	2	1	2	0	
女性非正規雇用者数	(人)	59	62	61	91	
総従業員女性比率	(%)	82.9	83.3	83.1	83.5	
正社員女性比率	(%)	81.4	81.6	81.5	80.8	
正社員平均勤続年数	(年)	5	5	6	6	
男性正社員平均勤続年数	(年)	5	5	6	6	
女性正社員平均勤続年数	(年)	5	5	6	6	
正社員平均年齢	(歳)	33	33	34	35	
女性管理監督者数 ^{*1}	(人)	36	34	34	37	
女性管理監督者比率 ^{*1}	(%)	64.3	64.2	64.2	67.3	

カープスグループの今

カープスグループの未来

サステナビリティ

カープスグループの財務・非財務DATA

項目		2020年8月期	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期	対象範囲
新卒採用数	(人)	39	27	23	30	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	
障害者雇用数	(人)	4	7	7	7	
障害者雇用率	(%)	0.7	1.3	1.3	1.2	
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	
職種別女性比率（マネージャー～部長）	(%)	60.5	64.3	65.9	66.7	
職種別女性比率（その他正社員）	(%)	84.3	83.9	84.6	83.4	
男性の育児休業取得者率 ^{*2}	(%)	0.0	33.3	33.3	40.0	
女性の育児休業取得者率	(%)	95.7	100.0	100.0	100.0	
育児休業復職率（正社員）	(%)	100.0	88.0	89.5	94.7	
育児休業復職率（非正規雇用者）	(%)	100.0	75.0	75.0	—	
有給休暇取得率	(%)	55.3	56.8	61.7	62.1	
介護休暇・休業取得者数	(人)	0	0	0	0	
労働災害等	(件)	1	0	0	4	
男女賃金差異（総従業員） ^{*3*5}	(%)	78.8	76.2	76.6	79.8	カープス ジャパン
男女賃金差異（正社員） ^{*3*5}	(%)	89.9	85.9	85.1	84.7	
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	
フードドライブによる食品寄付	(トン)	267	178	196	214	

※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、一人一人の従業員の能力(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2023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）	(%)	84.8
男女賃金差異（管理監督者）	(%)	91.9
男女賃金差異（その他社員）	(%)	93.5

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	対象範囲
女性取締役比率	(%)	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	当社 および 国内連結 子会社
行動規範・倫理基準に対する違反件数	(件)	0	0	0	0	
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	
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	

* 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（当社及び当社の関係会社）は、当社（㈱カープスホールディングス：持株会社）、連結子会社8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.、Curves Operations Italy S.r.l.、KIMOSCAPE (PTY) LTD）により構成されております。（以下、同様）
* 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

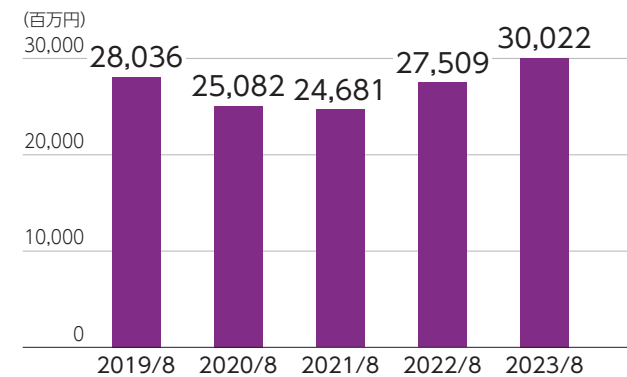
財務・非財務ハイライト

(単位：百万円)

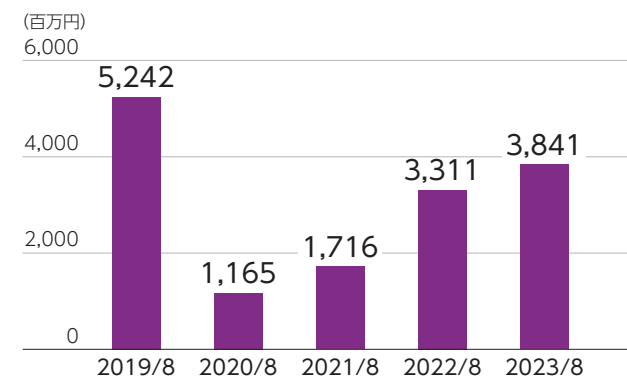
	2019年8月期	2020年8月期	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期	
連結損益計算書						
売上高	28,036	25,082	24,681	27,509	30,022	
売上総利益	11,504	9,168	10,403	11,991	12,806	
販売費及び一般管理費	6,068	8,000	8,780	9,248	8,954	
営業利益	5,436	1,167	1,622	2,742	3,851	
経常利益	5,242	1,165	1,716	3,311	3,841	
親会社株主に帰属する当期純利益	3,706	764	1,129	2,247	2,551	
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

*1 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
*2 非財務データは「女性だけの30分フィットネス カープス」の数値を記載しています。

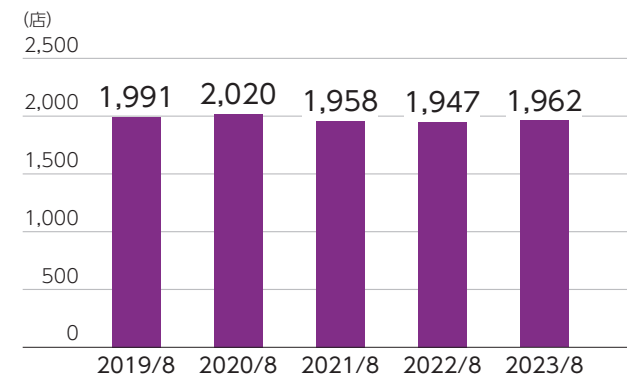
売上高



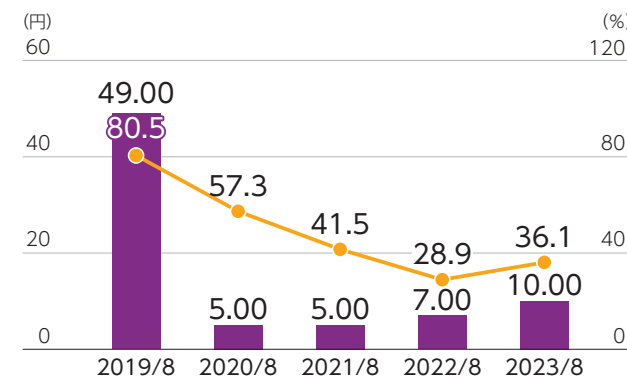
経常利益



店舗数

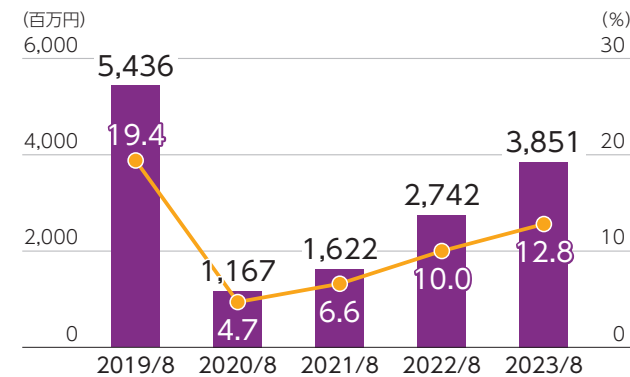


1株当たり配当金／配当性向

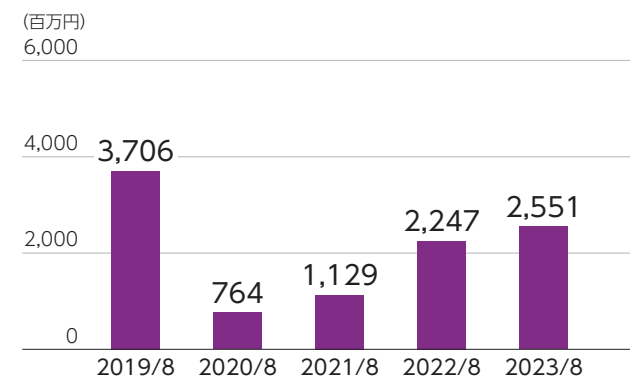


* 2020年3月 スピンオフ上場
* 2020年8月期は普通配当3.00円 記念配当2.00円

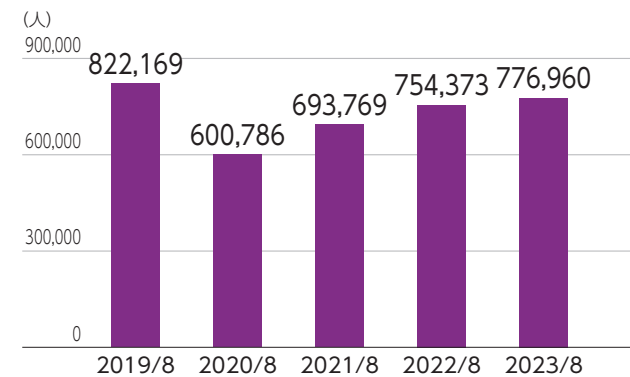
営業利益／営業利益率



親会社株主に帰属する当期純利益

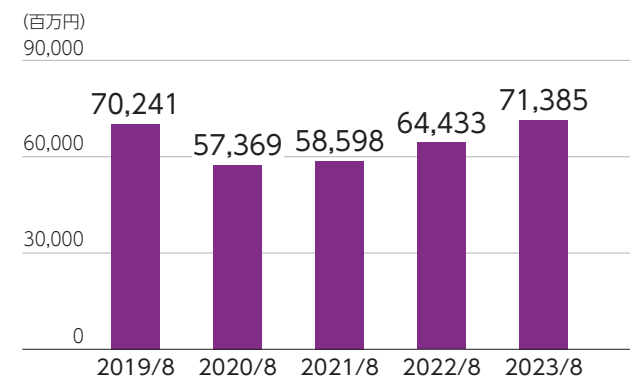


会員数



* 2020年8月期は特別休会会員を除く実質会員数

チェーン売上高



* チェーン売上高：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

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2022年8月期	2023年8月期
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	8,212	8,134
受取手形及び売掛金	4,156	4,444
商品	933	985
原材料及び貯蔵品	4	46
その他	651	921
貸倒引当金	△219	△195
流動資産合計	13,739	14,338
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	560	633
減価償却累計額	△362	△378
建物及び構築物(純額)	197	255
工具、器具及び備品	900	906
減価償却累計額	△673	△727
工具、器具及び備品(純額)	227	179
その他(純額)	—	2
有形固定資産合計	424	437
無形固定資産		
のれん	1,559	1,546
商標権	20,258	20,126
ソフトウェア	1,204	1,361
その他	378	148
無形固定資産合計	23,401	23,183
投資その他の資産		
投資有価証券	28	17
敷金及び保証金	294	313
繰延税金資産	398	721
その他	69	106
貸倒引当金	△5	△6
投資その他の資産合計	786	1,153
固定資産合計	24,612	24,773
資産合計	38,352	39,111

負債の部

流動負債		
支払手形及び買掛金	1,747	2,028
1年内返済予定の長期借入金	3,290	3,290
未払金	627	570
未払費用	304	317
未払法人税等	649	1,153
賞与引当金	288	320
ポイント引当金	109	136
株主優待引当金	21	25
預り金	1,894	2,269
その他	375	573
流動負債合計	9,307	10,686
固定負債		
長期借入金	11,956	8,665
株式給付引当金	222	272
繰延税金負債	4,390	4,272
資産除去債務	119	144
固定負債合計	16,688	13,354
負債合計	25,996	24,041
純資産の部		
株主資本		
資本金	848	848
資本剰余金	828	828
利益剰余金	8,438	10,192
自己株式	△1,247	△1,247
株主資本合計	8,868	10,621
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	5	△1
為替換算調整勘定	3,481	4,450
その他の包括利益累計額合計	3,487	4,448
純資産合計	12,355	15,070
負債純資産合計	38,352	39,111

連結損益計算書

(単位：百万円)

	2022年8月期	2023年8月期
売上高	27,509	30,022
売上原価	15,517	17,216
売上総利益	11,991	12,806
販売費及び一般管理費	9,248	8,954
営業利益	2,742	3,851
営業外収益		
受取利息及び配当金	0	0
為替差益	569	31
助成金収入	23	1
保険金収入	0	2
受取補償金	4	—
その他	36	10
営業外収益合計	633	45
営業外費用		
支払利息	56	47
支払手数料	1	1
その他	6	5
営業外費用合計	64	55
経常利益	3,311	3,841
特別損失		
株式給付引当金繰入額	170	—
固定資産除却損	5	9
減損損失	—	10
特別損失合計	176	19
税金等調整前当期純利益	3,134	3,822
法人税、住民税及び事業税	1,173	1,957
法人税等調整額	△286	△686
法人税等合計	886	1,271
当期純利益	2,247	2,551
親会社株主に帰属する当期純利益	2,247	2,551

連結包括利益計算書

(単位：百万円)

	2022年8月期	2023年8月期
当期純利益	2,247	2,551
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△20	△7
為替換算調整勘定	3,010	968
その他の包括利益合計	2,989	960
包括利益	5,237	3,511
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	5,237	3,511
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)

	2022年8月期	2023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	3,134	3,822
減価償却費	797	908
減損損失	—	10
のれん償却額	88	102
商標権償却額	1,108	1,298
貸倒引当金の増減額(△は減少)	5	△33
賞与引当金の増減額(△は減少)	47	30
株式給付引当金の増減額(△は減少)	222	50
受取利息及び受取配当金	△0	△0
支払利息	56	47
為替差損益(△は益)	△588	△31
固定資産除却損	5	9
売上債権の増減額(△は増加)	△188	△252
棚卸資産の増減額(△は増加)	172	△87
前払費用の増減額(△は増加)	△20	△29
仕入債務の増減額(△は減少)	39	274
未払金の増減額(△は減少)	△171	△38
未払費用の増減額(△は減少)	△28	10
その他	△14	333
小計	4,667	6,426
利息及び配当金の受取額	0	0
利息の支払額	△56	△50
法人税等の支払額又は還付額(△は支払)	△1,338	△1,454
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,273	4,920
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	△218	△162
無形固定資産の取得による支出	△717	△687
長期前払費用の取得による支出	△10	△22
敷金及び保証金の差入による支出	△4	△38
敷金及び保証金の回収による収入	1	19
その他	5	—
投資活動によるキャッシュ・フロー	△943	△891
財務活動によるキャッシュ・フロー		
長期借入れによる収入	1,000	—
長期借入金の返済による支出	△3,173	△3,290
自己株式の取得による支出	△1,247	—
リース債務の返済による支出	—	△3
配当金の支払額	△797	△797
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,218	△4,091
現金及び現金同等物に係る換算差額	73	△25
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△1,816	△88
現金及び現金同等物の期首残高	9,760	7,943
現金及び現金同等物の期末残高	7,943	7,855

会社概要／株式情報 (2023年8月31日現在)

会社概要

社名	株式会社カーブスホールディングス
代表者	代表取締役社長 増本 岳
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
設立	2005年2月*
連結従業員数	659名(うち平均臨時雇用者 91名)
資本金	848,666千円

* カーブスジャパン設立日 カーブスホールディングスは2008年10月設立

株式情報

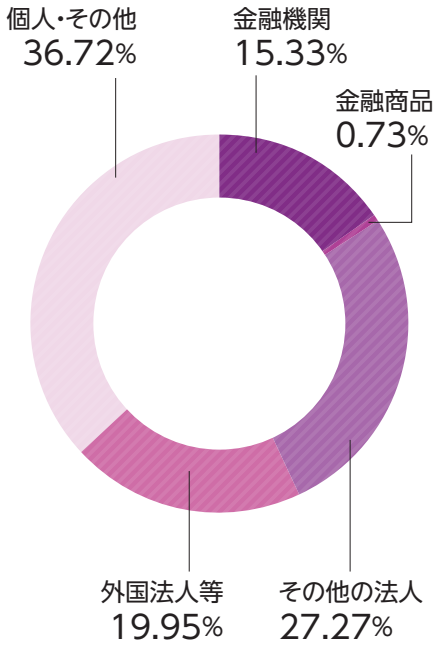
上場市場	東京証券取引所 プライム市場
証券コード	7085
事業年度	9月1日から翌年8月31日
発行可能株式総数	320,000,000株
発行済株式総数	93,857,493株
単元株式数	100株
株主数	47,169名
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社

大株主の状況

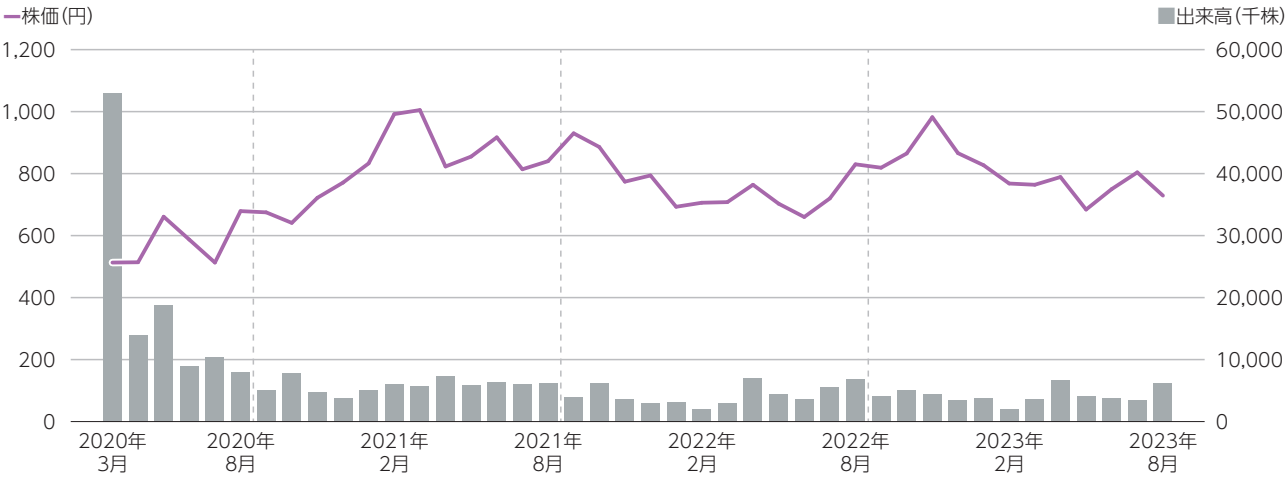
株 主 名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社ヨウザン	21,328,000	22.72
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	9,407,700	10.02
腰高 博	9,240,000	9.84
NORTHERN TRUST CO.(AVFC) RE FIDELITY FUNDS	8,085,085	8.61
増本 岳	5,109,941	5.44
株式会社アイエムオー	3,784,000	4.03
THE BANK OF NEW YORK MELLON (INTERNATIONAL) LIMITED	2,599,500	2.76
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	2,355,200	2.50
腰高 修	2,087,700	2.22
坂本 眞樹	2,077,447	2.21
増本 陽子	2,077,447	2.21

(注) 持株比率は、発行済株式の総数から自己株式123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1,800,000株については、自己株式に含めておりません。

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/>

