

各位

本 社 所 在 地 東京都新宿区西新宿八丁目 17 番 1 号
 会 社 名 RIZAP グループ 株式会社
 代 表 者 名 代表取締役社長 瀬 戸 健
 コード番号 2928 札幌証券取引所アンビシヤス
 問 合 せ 先 執行役員 中 田 剛 史
 財務経理本部長
 電 話 番 号 03-5337-1337
 U R L <https://www.rizapgroup.com/>

chocoZAP フランチャイズ事業進捗 新店舗×直営店譲渡の両軸で計 32 店舗の FC を展開 ～精神科医による就労支援や旅行会社の複合施設等をパートナーに地域共創を加速～

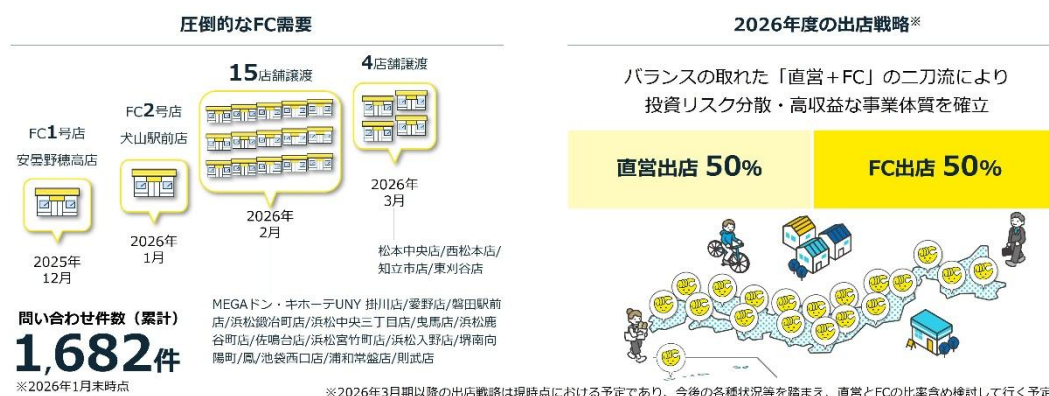
当社連結子会社であるRIZAP株式会社が運営するコンビニジム「chocoZAP（チョコザップ）」において、2025 年 5 月に発表したフランチャイズ（以下、FC）による事業成長戦略に基づき、2026 年 1 月末時点の進捗状況をお知らせいたします。

記

chocoZAP の FC 事業は、2026 年 1 月末時点で FC 加盟に関する問い合わせ数が 1,682 件を超え、46 法人より計 84 店舗の加盟意向表明をいただいております。その内、計 32 店舗は運営に向けて進行中です。内訳としては FC 新店舗が 13 店舗（オープン済：2 店舗、準備中：11 店舗）、既存直営店の FC への譲渡が 19 店舗と堅調に推移しております。また 2026 年度の出店戦略^{※1}として、直営：FC を 50%：50%の配分にて推進してまいります。志の高い FC パートナー企業との共創により、地域密着型の運営を強化することで、「健康の社会インフラ」としての事業成長を加速させてまいります。

^{※1}：2026 年 3 月期以降の出店戦略は現時点における予定であり、今後の各種状況等を踏まえ、直営と FC の比率含め検討して行く予定

圧倒的なFC需要を背景に、出店加速と収益性を両立 資本効率を劇的に高め、利益率が飛躍する「新フェーズ」へ



■FC 展開の進捗（2026 年 1 月 31 日時点）

新店舗オープンと直営店譲渡の 2 つの軸で chocoZAP の FC 成長の加速と質の向上を両立させながら進行しております。

【新店舗】（オーナーによる新規オープン店舗）遊休物件の活用や地場企業による地域活性化を目的とし、これまで RIZAP だけでは出店できていなかったエリアにも chocoZAP の価値を届けています。現在、既に 2 店

舗のFC店がオープンしており、地域に密着した運営を行っています。

(1) 2025年12月13日：chocoZAP 安曇野穂高店（長野県）

(2) 2026年1月10日：chocoZAP 犬山駅前店（愛知県）

【新店舗準備中】現在11店舗（FC8社）が開業準備を進めております

【直営店譲渡】実績のある店舗を、地域を愛するオーナーへ託すことで、オーナー側は低リスクで参入でき、地域密着による顧客満足度の向上を実現してまいります。

(3) 2026年2月1日：15店舗（FC4社への譲渡）

※静岡県西南地区の10店舗を一括譲渡した「有限会社小原建装」が大規模フランチャイジーとして参画

(4) 2026年3月1日：4店舗（FC2社へ譲渡予定）

■FCパートナーとの共創による新しいchocoZAPの形

FC展開により、従来の直営モデルでは成し得なかった、地域特性に合わせた細やかな運営ができ、社会課題の解決にも寄与しています。そうしたFCオーナーのモデルケースを3件ご紹介します。

1. chocoZAP 犬山駅前店

心身の健康には運動が重要、だから地域の健康拠点をつくりたい

2026年1月10日にオープンした「chocoZAP 犬山駅前店」は、心療内科・精神科「ともこころのクリニック」院長として地域医療を支える高木友徳氏（医療法人糸逢会 理事長）が出資した、株式会社ともプロダクションによる運営店舗です。医師として、日々の診療を通じて、メンタルヘルスの安定には「ベースとなる身体 の健康」が不可欠であることを痛感し、地域に健康の拠点を設けたいと考えていました。しかし地域への貢献意欲は運動施設の提供という側面だけではありません。



chocoZAP 犬山駅前店の様子

高木氏は障がいや疾患、メンタル不調の有無に関わらず、どんな人でも社会と繋がり、自分らしく生きることができる社会を実現したいという強い信念をお持ちです。そこで、ともプロダクションでは福祉ではなく、ビジネスとして、多様な雇用機会を創出し、社会と繋がるエントリーモデルにchocoZAPが最適と考えました。そうした運営を通じた「社会参画のプラットフォーム」という側面からもchocoZAPに有用性を見出し、開業を決意しました。

chocoZAP がもたらす社会参画モデルとして

chocoZAPの運営マニュアルは、備品補充の場所から清掃手順まで「ここに、このように置けば正解」というレベルまで詳細に記載されています。このユニバーサルデザイン化された仕組みは、対面業務にストレスを感じる方や、長時間の拘束がハードルとなる方、さまざまな個性を持つ方々にとっても、迷うことなく役割を全うできる安心感に繋がる点に魅力を感じています。この仕組み化されたオペレーションは、どんな個性を持つ人でも生産性に貢献できる、まさに「社会との接点」です。無人運営をベースにしているからこそ成り立つ短時間で貢献できる環境と、誰もが理解できる仕組み、これらが組み合わさることで、心と体を整えながら「共助」でつながる街づくりを実現していきたいと高木氏は語ります。

※chocoZAP 犬山駅前店：オープンから1か月が経過し、順調な集客初動を記録

2. chocoZAP 和歌山大学前店

異業種からの参入と遊休資産を活用した事業ポートフォリオの多角化

海外旅行専門の旅行会社である株式会社エス・ティー・ワールド（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：鹿島 義範）は、コロナ禍を経て、事業ポートフォリオの多角化と、地域コミュニティの創出を視野に入れた取組をしています。

コロナ禍による旅行控えをきっかけに、旅行以外の柱となる事業を創る一環で、和歌山市内の自社敷地内に「エス・ティー・ワールド和歌山ビレッジ」という施設を創り、その中に大規模な犬の総合施設「かわいいいきものたちの里」を発足させました。その広大な敷地内に chocoZAP を誘致することで、旅行という「非日常」のサービスに加え、地域の生活者が毎日通う「日常の健康」という新たな顧客接点の創出を目指しポートフォリオの多角化を推進しています。



地域住民の「集まる理由」を最大化し圧倒的な利便性を備えた複合型レジャー施設に進化

「エス・ティー・ワールド和歌山ビレッジ」の一角に chocoZAP という「高頻度で人が集まる仕組み」を掛け合わせることで、施設全体の回遊性と収益性を高め、地域の生活動線を豊かにしていく試みです。当初、ドッグランやドッグカフェを中心に計画された同施設ですが、サッカーコートやBBQ スペースやカフェ、さらに、chocoZAP を誘致することで、「愛犬を遊ばせながら自分はトレーニングを楽しむ」、「BBQ の前に身体を動かす」といった、家族もワンちゃんも皆で楽しめる複合体験が可能になります。

RIZAP においても、単なる出店という枠組みを超え、異業種パートナーと共に地域のコミュニティ拠点を創出する、まさに「健康の社会インフラ化」を体現する壮大なプロジェクトです。



既存の「かわいいいきものたちの里」にサッカーコートやBBQスペースを増設予定



chocoZAPは
カフェ併設の建物内にオープン予定



大人も子どもも、ワンちゃんも、一緒に楽しめる複合施設としてリニューアル計画が進行中



（一例）利用シーン

パパ、ママ、子どもたちがドッグランで遊んでいる間
おじいちゃん、おばあちゃんはchocoZAPで運動を楽しむ等

3. 塗装業から10店舗の chocoZAP オーナーへ、地域を知り尽くした経営者ならではの5の戦略——小原建装

2026年2月1日、静岡県で塗装業を営む有限会社小原建装（代表取締役社長：小原信次、本社：静岡県掛川市）に静岡県西部地区エリアの直営10店舗を一括して譲渡いたしました。異業種からのFC参入の背景には、地域を知り尽くした経営者、小原氏による「5つの戦略」と、地域活性に向けた熱い想いがありました。

戦略①「10 店舗一括」によるエリアカバーによる収益基盤の確立

静岡県西部地区エリアの主要な行動圏内を網羅する 10 店舗を運営することで、生活導線をカバーし、安定的な収益基盤を構築します。10 店舗だからこそ、人的リソースの集中投下が可能となり、単店運営にはない効率を追求します。



chocoZAP 浜松宮竹町店の様子

戦略② 既存事業（塗装業）との強力なシナジー

本業の塗装業と展開エリアが同じことから、スタッフの移動コストや人的リソースの配置において高い効率性を実現します。また地域で展開中の塗装業の広告等のマーケティングノウハウを活用できるため、相乗効果があると見込んでいます。

戦略③店舗品質の維持

chocoZAP の特徴である無人運営である点は生かしつつ、小原建装では独自でスタッフを 1 名雇用します。10 店舗であっても、1 名で運営できそうな点は、chocoZAP の興味深いポイントであると小原氏は言います。chocoZAP 独自の「フレンドリー会員」「セルフメンテナンス会員」等の無人運営エコシステムは活かしつつ、FC ならではの持ち味を構築していくと語ります。

戦略④地域の日常に溶け込むマーケティング

ジムだけでなく美容・カラオケ・ゴルフといった、多岐に渡るサービスの認知を高めるべく、視認性の高い看板設置や、住民の行動パターンを熟知したマーケティングを行うことで、地域の日常にフィットした「足を運びたくなる場所」としての認知を確立します。

戦略⑤地元企業を巻き込む「三方よし」の健康経営モデル

地元の経営者ネットワークを活かし、健康経営のソリューションとして chocoZAP を提案していきます。従業員の健康増進、地元企業の福利厚生、小原建装の安定収益という「三方よし」の好循環を生み出し、地域経済への貢献を考えています。

【譲渡した 10 店舗】chocoZAP MEGA ドン・キホーテ UNY 掛川店、chocoZAP 愛野店、chocoZAP 磐田駅前店、chocoZAP 浜松鍛冶町店、chocoZAP 浜松中央三丁目店、chocoZAP 曳馬店、chocoZAP 浜松鹿谷町店、chocoZAP 佐鳴台店、chocoZAP 浜松宮竹町店、chocoZAP 浜松入野店

■ 運動をもっと自由に。健康をもっと身近に。そんなあたりまえを日本から世界へ。

街の新たな健康拠点としての新規オープンや、遊休物件の活用、事業ポートフォリオの多角化など、FC オーナー企業が chocoZAP 運営にかけける要望は様々なケースがあります。

今後も RIZAP では、エリア特性を見極め、競合リスクや収益性の検証など、戦略的な分析を行いながら全国各地での FC 展開を推進してまいります。chocoZAP は全国に 8,000 店舗以上※2の出店ポテンシャルがあると試算しています。従来の 100%直営に加え、地域の FC オーナー企業との連携を強化することで、地域それぞれの特性を活かしたネットワークを全国規模で構築できると考えております。2026 年度は新規出店における FC 比率 50%を目標に掲げ、更なる地域への浸透を推進させてまいります。

こうした取組を通じて、chocoZAP では単なるフィットネスジムの枠を超え、誰もが自分らしく健康を維持できるための健康の社会インフラのような存在を目指しています。この度の FC 展開の加速は、その志を共にするパートナー企業の皆様との共助の証であり、地域に根差したオーナーの創意工夫と RIZAP の仕組みを融合させることで、心身の健康が特別なものではなく、「あたりまえ」にある社会を目指してまいります。

※2：今後の外部環境や財務状況によっては変更の可能性あり

以 上