

企業調査レポート

RIZAPグループ (2928)



2026.6.26

■目次

- サマリー
- 経営理念と特色
- 企業沿革
- 大株主/経営者
- 事業概要
- 業績動向
 - ・ 損益計算書
 - ・ 貸借対照表
 - ・ キャッシュフロー計算書
- 業績見通し
- 業績グラフ
- 株主還元/優待
- ESG活動等
- 事業に関するリスク

■ 事業内容

RIZAPグループ(2928)は自己実現に関連する商品・サービスを中心に提供する企業グループ。RIZAPボディメイクは、毎日の食事サポートまで包括的な支援を行い、顧客の理想の体づくりを実現する。その他、シニアや法人向け、自治体と取り組む健康寿命延伸プラットフォーム事業など多彩に展開。現在は会員数116万人超（※2026年5月14日現在、法人トライアル会員等を一定数含む）を達成している運動初心者向けコンビニジム「chocoZAP（チョコザップ）」で成長軌道に急速回帰。chocoZAPの「社会インフラ」化に向けてまい進している。

所在地	東京都新宿区西新宿8-17-1 住友不動産新宿グランドタワー36階
代表者	瀬戸 健(代表取締役社長)
設立日	2003年4月10日（上場日：2006年5月30日）
業種	小売業
URL	https://www.rizapgroup.com
資本金	100百万円（2026年3月31日時点）
従業員	157名(平均年齢：38.0歳、平均勤続年数：6.5年)
発行済株式数	596,664,367株（2026年3月期末時点）
時価総額	102,626百万円（2026年6月26日時点）

■ 実績と見通し

2026年3月期の連結業績（IFRS）は、売上収益が167,257百万円（前期比2.2%減）、営業利益は11,086百万円（同488.9%増）、税引前損益は8,128百万円の黒字（前期は1,495百万円の損失）、親会社の所有者に帰属する当期利益は1,440百万円（同445.5%増）となった。減収の要因としては、chocoZAPにおいて上期まで前期の株主無料優待の影響が残ったことや新規出店および広告宣伝を半減以下に抑制していたことで会員数の減少影響があった。加えてアパレル事業等での不採算商材の抑制など、持続可能な高収益体質への転換を意図した戦略的な選択を実施したことが背景にある。第1四半期に計上されたRIZAPに対する債権放棄等の会計上のマイナス影響を完全に吸収し、最終利益ベースでも大幅な増益を達成した。

2027年3月期の連結業績予想（IFRS）は、不透明な外部環境に伴う資材調達リスク等を織り込みつつ、機動的な出店・投資シナリオを反映し、売上収益は前期比7.6%増の180,000百万円、営業利益は同8.2%～44.3%増の12,000～16,000百万円、税引前利益は同10.7%～59.9%増の9,000～13,000百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益は同177.7%～316.6%増の4,000～6,000百万円を見込んでいる。過去最高益の更新を視野に入れた大幅な増益計画である。具体的な今期施策のポイントは、（1）「chocoZAP第2章」としての出店再加速や全店舗リニューアル・AX（AIトランスフォーメーション）推進による成長投資、（2）グループ全体の構造改革とグローバル展開の強化の2点である。

※IFRS採用、%は前期比、配当を除き単位は百万円

	売上収益		営業利益		親会社の所有者に帰属する当期損益		配当
2027年3月期 (通期予想)	180,000	7.6%	12,000 ～ 16,000	8.2% ～ 44.3%	4,000 ～ 6,000	177.7% ～ 316.6%	1.34円 ～ 2.01円
2026年3月期	167,257	△2.2%	11,086	488.9%	1,440	445.5%	0.67円
2025年3月期	171,090	5.2%	1,882	-%	264	-%	0円

※決算短信（2026年3月期）よりRAKAN RICERCAが作成

■ 経営理念

「人は変わる。」を証明する

すべての人には、理想の自分がある。若い人も、年齢を重ねた人も、恵まれた人も、そうでない人も、どんな人にもなりたい自分に変わりたいという想いがある。私たちは、すべての人が、理想の自分に絶対に変われると確信している。私たちは、お客様のその想いに全身全霊で向き合い、想いを叶えるまで絶対に諦めない。そして、私たち自身も、様々な壁に立ち向かうことで、お客様と一緒に変わっていけると信じている。“本当に、人は変わる？”誰もが信じたくても信じきれないこの問題に、私たちは挑戦し続け、「人は変わる。」を証明し続けます。

■ 特色

同社は「自己実現産業」を軸とした複合企業である。特にRIZAPボディメイクで知られており、2か月約30万円にて、週2回のトレーニング及び毎日の食事サポートを行い、顧客の理想の体づくりの支援を行う（サプリメント等の商品販売を合わせると顧客単価はさらに上昇）。SNS等も積極的に活用し、動画コンテンツを充実させている他、無人ルームにおける完全非接触のトレーニング提供に向けてテストを進める等、コロナ禍においても環境及びニーズの変化に即応する形で事業を変容させた。こうした対応力を含めた、RIZAPのブランド力は見えざる資産として挙げられよう。過去には、独自性のある優れた戦略を実践し、その結果として高い収益性を達成・維持している企業を表彰する「ポーター賞」を受賞した実績もある。大学・研究機関等との共同研究を通じたボディメイクメソッドや食事メソッドの高度化、パーソナルトレーナーの育成手法なども含め、同社ビジネスモデルは評価されよう。実際、直近では「1年間（2023年1月24日から2024年1月23日まで）で世界最多となる1,020店舗の24時間営業ジムを出店した」同社の実績がギネス世界記録に認定されたが、この驚異的な出店スピードとコスト効率を実現した独自の店舗開発スキームを活かすべく、RIZAP建設を通じて建設業に本格参入することを2026年4月に発表。その発想力が各所で大きな話題となっている。

しかし、同社の優れたビジネスモデル構築力を示すのに現状最も適しているのは、2022年9月から新規事業として本格展開している、世界初の運動初心者向けコンビニジム「chocoZAP（チョコザップ）」である。

01. chocoZAPについて

コンビニジム chocoZAPのコンセプト




簡単



正しいフォーム
マシンの使い方

1日5分・着替え・履き替えなし
初心者でも安心の動画解説

便利

全国
1,962 店舗
以上

2026年5月14日時点



24時間365日 全店舗利用可能
家トレできる動画コンテンツ

※一部、テナント規制による4時間営業ではない店舗・休館日がある店舗もございます。※メンテナンス時間により利用できない時間帯がございます。
※特定専用店舗については別途専用ページがあります。

楽しい



美容・リフレッシュなど
サービス盛りだくさん

※サービスおよび関連設備は店舗により異なり、取扱いのない店舗もございます。詳しくはchocoZAPのWebサイトの店舗ページ <https://chocozap.jp/studio/search/real/> でご確認ください。

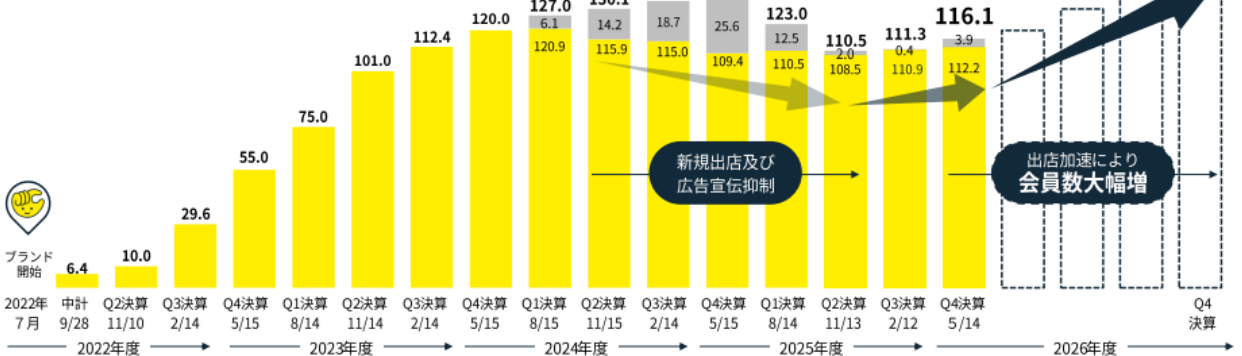
※会社提供資料

チョコザップ会員数の推移

(単位：万人)

■ 通常会員

■ 法人トライアル会員+株主優待無料会員*



*株主優待無料会員は2024年3月末基準の株主優待に基づくものであり、2025年3月末基準の株主優待制度の変更により2026年1月以降は無料優待会員はゼロとなっています。

※決算説明資料(2026年3月期)より抜粋

今後の方針【満足度向上によるリテンション強化】

- ・ マシン増量・店舗品質の向上を集中実施
- ・ 品質向上により新規会員を定着させるサイクルへ

「chocoZAP」は、同社が培ってきた知見やノウハウを凝縮させたメソッドを用いることで、誰もが簡単かつ手頃な価格で、毎日の生活に運動習慣を定着させ、健康効果を得ることができることが特徴だ。ターゲットは20代～60代の男女と幅広く、24時間営業の店舗（※テナント規制により24時間営業ではない店舗も存在）を全店利用可能にもかかわらず、月額2,980円（税別）とリーズナブルな価格設定だ。さらに、エステ・脱毛・ホワイトニング・ネイル・マッサージチェアといった様々な付帯サービスも月額会費内で利用可能となっている（一部店舗限定にはなるが、カラオケやランドリー、ゴルフ、ワークスペースなども提供）。また、「スターキット」（体組成計・ヘルスウォッチ）を提供し、体組成計とヘルスウォッチで日々の健康数値を記録し、ライフログデータを蓄積することで、AI（人工知能）を搭載した専用アプリがパーソナルトレーナーの代わりに目標達成をサポートするなど、同社が長期的に志向する「ライフログ事業」に向けた要素も含まれている。マシンの使い方やトレーニング方法も同アプリで確認することができ、無人ジムにおけるユーザーの不安感を取り払っている。2026年5月14日時点で会員数は116万人超を達成、店舗数も1,962となっており、短期間でフィットネスジム会員数国内No.1、全都道府県への出店達成を果たし、今後はアジアを念頭に海外展開を進めている。



※CSVとは「Creating Shared Value」のこと。事業を通じて社会課題の解決に取り組み、経済的価値と社会的価値の両立を目指す考え方。

※決算説明資料(2026年3月期)より抜粋

また、単に個人の話に留まらず、「無人運営」という切り口に、「AI」などが掛け合わされることによって、過疎地や遊休地を持続可能な形で「chocoZAP」が健康の拠点に再生していくことが可能となる。各地域の生活者が利用し、健康が増進されるサイクルが回ることで、医療・地域をchocoZAPがつなぎ、社会全体を支える健康基盤に発展していくことを目指している。

■ 企業沿革

年月	沿革
2003年4月	健康食品の通信販売を目的に東京都中野区に健康コーポレーション(株)を設立(資本金9,000千円)
2006年5月	札幌証券取引所アンビシャスに株式を上場
2007年1月	商品拡充のため美容機器等の製造販売を行う(株)ジャパンギャルズを子会社化(現連結子会社)
2007年9月	会社新設分割による純粋持株会社へ移行し、商号を健康ホールディングス(株)に変更(現RIZAPグループ(株))。新たに健康コーポレーション(株)を設立(2012年1月吸収合併により消滅)
2010年5月	グローバルメディカル研究所(株)(現RIZAP(株))を設立(現連結子会社)
2011年12月	商品拡充及び製造ライン強化のためサプリメントやコスメティック商材の企画・卸売(OEM)を行う(株)アスティ(現(株)ジャパンギャルズSC)の株式を取得し子会社化(現連結子会社)
2012年1月	健康コーポレーション(株)を吸収合併消滅会社とする吸収合併により事業持株会社へ移行し、商号を健康コーポレーション(株)に変更(現RIZAPグループ(株))
2012年4月	顧客基盤の拡大と通信販売事業における競争力の強化を目的としてマタニティ関連商品、内祝いギフト関連商品等の販売を行う(株)エンジェリーベ(マルコ(株)に合併)の株式を取得し子会社化
2012年6月	本社を東京都新宿区北新宿二丁目に移転
2013年9月	(株)アイデアインターナショナルと資本業務提携契約を締結し第三者割当増資を引受け子会社化(現連結子会社)
	アパレル関連事業の業容拡大のため、婦人既製服の企画、製造、販売を行う(株)馬里邑の株式を取得し子会社化(現連結子会社)
2013年12月	パーソナルトレーニングジム「RIZAP(ライザップ)」を運営するグローバルメディカル研究所(株)が商号をRIZAP(株)に変更
2014年1月	(株)ゲオディノス(現SDエンターテイメント(株))の株式を取得し、子会社化(現連結子会社)
2014年5月	アパレル関連事業の業容拡大のため、婦人服、紳士服の企画及び販売を行う(株)アンティローザの株式を取得し子会社化(現連結子会社)
2015年3月	夢展望(株)の第三者割当増資を引受け子会社化(現連結子会社)
2016年2月	住関連ライフスタイル事業の業容拡大のため、(株)タツミプランニング(現(株)タツミマネジメント)の株式を取得し子会社化
2016年4月	IFRS(国際財務報告基準)を任意適用
	書籍出版による新たな収益源創出と当社グループ戦略上の業容拡大のため(株)日本文芸社の株式を取得し子会社化
	アパレル関連事業業容拡大のため、婦人服、服飾雑貨の企画、製造、販売を行う(株)三鈴の株式を取得し子会社化
2016年5月	(株)パスポート(現(株)HAPiNS)の第三者割当増資を引受け子会社化(現連結子会社)
2016年7月	会社新設分割による純粋持株会社へ移行し、商号をRIZAPグループ(株)に変更 新たに健康コーポレーション(株)を設立(現連結子会社)
	マルコ(株)(現MRKホールディングス(株))の第三者割当増資を引受け子会社化(現連結子会社)
2017年2月	(株)ジーンズメイト(現REXT)の株式を公開買付及び第三者割当増資を引受け子会社化(現連結子会社)
2017年3月	グループ印刷業の業容拡大のため、(株)エス・ワイ・エスの株式を取得し子会社化
	(株)ばどの第三者割当増資を引受け子会社化

年月	沿革
2017年4月	子会社である夢展望(株)が、宝飾品の小売業を展開する(株)トレセンテの株式を取得し子会社化(現連結子会社)
2017年6月	堀田丸正(株)の第三者割当増資を引き受け子会社化(現連結子会社)
2017年8月	家電製品、美容家電、美容機器等の中核的な生産拠点としての整備を目的に、(株)五輪パッキング(現RIZAPインベストメント(株))の株式を取得し子会社化(現連結子会社)
2017年12月	子会社であるRIZAP(株)が、スポーツ分野強化を目的に、スポーツ用品販売を専門的に行っている(株)ピーアンドディーの株式を取得し子会社化
2018年3月	(株)ワンダーコーポレーション(現REXT Holdings)の第三者割当増資の引受け及び公開買い付けにより子会社化(現連結子会社)
	さらなるフリーペーパー事業の強化及び女性向けマーケティング基盤の取得を目的に、(株)サンケイリビング新聞社の株式を取得し子会社化(現連結子会社)
2018年4月	(株)三栄建築設計と合併で(株)メルディアRIZAP湘南スポーツパートナーズを設立し、(株)湘南ベルマーレを子会社化(現連結子会社)
2018年6月	公募増資を実施(発行株数:20,270,000株、また、同年7月にオーバーアロットメントによる売り出しに関連した第三者割当にて2,967,200株発行)
2018年12月	子会社であるSDエンターテイメント(株)が同社のエンターテイメント事業を新設分割し、新設会社の全株式をスガイディノスホールディングス(株)に譲渡(売却)
2019年1月	子会社である(株)ジャパングートウェイの全株式を(株)萬楽庵に譲渡(売却)
2019年5月	子会社である(株)タツミプランニング(現(株)タツミマネジメント)が同社の戸建住宅事業・リフォーム事業を新設分割し、新設会社の全株式を高松建設(株)に譲渡(売却)
2019年12月	前月実施された(株)ぱどの公開買付が成立し、同社が連結子会社より除外
2020年3月	子会社である(株)三鈴の全株式を東京アプリケーションシステム(株)に譲渡(売却)
2020年4月	子会社である(株)サンケイリビング新聞社が同社のあんふあん・ぎゅって事業を(株)こどもりびんぐに譲渡(売却)
2020年12月	子会社である(株)エス・ワイ・エスおよび北斗印刷(株)の全株式を(株)シスコに譲渡(売却)
2021年3月	子会社である株式会社日本文芸社の全株式を株式会社メディアドゥに譲渡(売却)
	子会社である(株)ワンダーコーポレーション、(株)HAPiNS、(株)ジーンズメイトが上場廃止。
2021年4月	共同持株会社「REXT(株)」を設立。REXT(株)が東京証券取引所JASDAQスタンダード市場(現東証スタンダード市場)に上場(証券コード7697)
2021年10月	子会社である(株)イデアインターナショナルがBRUNO(株)へ商号変更
2022年3月	子会社であるREXT(株)が上場廃止
2022年6月	RIZAPテクノロジーズ(株)を設立(現連結子会社)
2022年9月	コンビニジム「chocoZAP(チョコザップ)」の本格展開を開始
2023年11月	子会社であるRIZAPインベストメント(株)が保有する(株)創建ホームズの全株式を譲渡(売却)
2024年6月	SOMPOホールディングスと資本業務提携契約を締結
2025年8月	子会社である堀田丸正(株)(証券コード8105)の株式の一部をBakkt Holdings, Inc.へ譲渡(売却)
2026年3月	子会社であるRIZAPスポーツパートナーズ(株)が保有する(株)湘南ベルマーレの全株式を(株)フジタを代表とする共同出資者へ譲渡(売却)

■大株主

氏名又は名称	所有株式数 (株)	発行済株式 (自己株式を除く。)の総数に対する所有株式数の割合 (%)
CBM (株)	177,374,400	29.73
瀬戸 健	148,431,400	24.88
SOMPOホールディングス (株)	29,069,767	4.87
瀬戸 早苗	23,234,000	3.90
(株) 日本カストディ銀行 (信託口)	6,058,000	1.02
(有) ブランド・クラブ	4,048,400	0.68
THE BANK OF NEW YORK 133612 (常任代理人 みずほ銀行決済営業部)	3,201,300	0.54
アイデン (株)	3,123,800	0.52
鈴木 伸子	3,119,415	0.52
松村 京子	2,087,300	0.35
合計	399,747,782	67.00

※有価証券報告書 (第23期) よりRAKAN RICERCAが作成

■経営者情報

1978年5月1日福岡県生まれ。2003年4月に現RIZAPグループ (株) の前身となる健康コーポレーション (株) を設立。その後、2006年5月に札幌証券取引所アンビシャス市場に上場。2007年9月には持株会社制に移行し、商号を健康ホールディングス (株) に変更 (健康コーポレーション (株) を新設し全事業承継)。2012年1月に健康コーポレーション (株) を吸収合併、同時に商号も健康コーポレーション (株) に変更。2016年7月に商号をRIZAPグループ株式会社に変更、創業以来、代表取締役社長を務めている。



瀬戸 健

■ 事業概要

RIZAPグループ(2928)は自己実現に関連する商品・サービスを中心に提供する企業グループ。急成長のきっかけとなったRIZAPボディメイクは、毎日の食事サポートまで包括的な支援を行い、顧客の理想の体づくりを実現する。足元ではchocoZAP事業を含むRIZAPの営業利益は、グループ全体の連結営業利益の50%超を創出（2026年3月期実績）する水準まで成長しており、これまで活発なM&Aを通じて成長を遂げてきた経緯を持つ同社において、ヘルスケア・美容事業が改めて急成長を支えるセグメントとして比重を増している。

ヘルスケア・美容事業

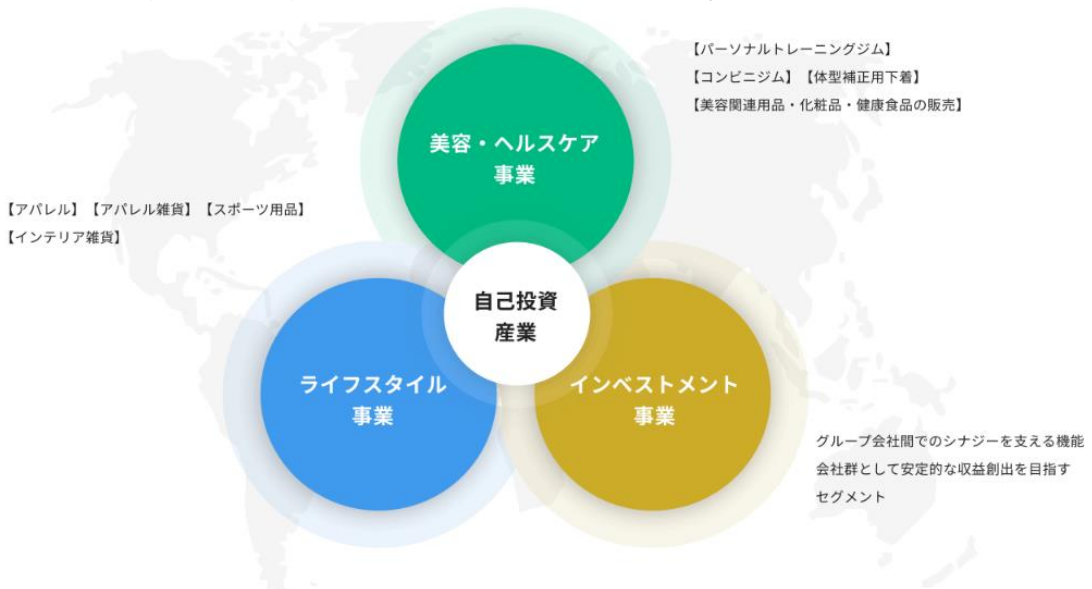
運動初心者向けコンビニジム「chocoZAP（チョコザップ）」およびパーソナルトレーニングジム「RIZAP(ライザップ)」をはじめとするRIZAP関連事業の運営、体型補正用下着、美容関連用品・化粧品・健康食品の販売等を行っている。

ライフスタイル事業

エンターテインメント商品等の小売およびリユース事業の店舗運営、インテリア雑貨、アパレルおよびアパレル雑貨、スポーツ用品の企画・開発・製造および販売等を行っている。REXT Holdings、アンティローザ、夢展望、BRUNOなどが主要企業。

インベストメント事業

グループ会社間でのシナジーを支える機能会社群として安定的な収益創出を目指すセグメントであり、フィットネスや宝飾品等、上記2セグメントに資するサービスを展開している。SDエンターテインメント、一新時計、五輪パッキングなどが主要企業。



「自己実現の欲求」の満足(=自己投資)を支援する

※会社HPより抜粋

■業績動向

2026年3月期決算

2026年3月期の連結業績（IFRS）は、売上収益が167,257百万円（前期比2.2%減）、営業利益は11,086百万円（同488.9%増）、税引前損益は8,128百万円の黒字（前期は1,495百万円の損失）、親会社の所有者に帰属する当期利益は1,440百万円（同445.5%増）となった。

減収の要因としては、chocoZAPにおいて上期まで前期の株主無料優待の影響が残ったことや新規出店および広告宣伝を半減以下に抑制していたことで会員数の減少影響があった。加えてアパレル事業等での不採算商材の抑制など、持続可能な高収益体質への転換を意図した戦略的な選択を実施したことが背景にある。一方、利益面では、chocoZAPにおける業務プロセスの内製化やDX化により、1店舗あたりの損益分岐点が大幅に低下し、収益性が飛躍的に向上したことが強気に牽引した。8期ぶりに過去最高益を更新した中核子会社のRIZAP以外のその他グループ各社、具体的にはREXT Holdingsや五輪パッキング、一新時計の3社も過去最高益を更新したことも利益を大きく押し上げた。第1四半期に計上されたRIZAPに対する債権放棄等の会計上のマイナス影響を完全に吸収し、最終利益ベースでも大幅な増益を達成した。また、強固な収益基盤の再構築が完了したことを鑑み、1株当たり67銭で8期ぶりの復配も実現している。

前期比ではわずかに減収となったとはいえ、営業利益は前期比で約6倍に急拡大しており、筋肉質な収益基盤の確立が証明された。ポジティブな点は傘下企業でも個別に見られているが、言わずもがな、chocoZAPの黒字化定着による牽引が業績向上の最大要因である。実際、302億円のフリーキャッシュ・フローを創出するなど、急速な出店や会員数の伸びに依存せずとも、投資と成長の両輪が安定的に回り始めたと言える。当期では、グループ全体における「収益力の向上」を完遂し、持続的な成長基盤を構築することを最重要課題として取り組みを進めていた。chocoZAPでのAI・IoTの活用といったDX化は、単に損益分岐点を大幅に引き下げただけにとどまらず、同社が志向する「AXで実現する次世代店舗」への下地づくりにもなっている。この収益モデルの確立を受け、下期からは新規出店およびキャンペーン含む広告投資を再開し、会員数も着実な増加傾向へと転じさせている。さらに、フランチャイズ（FC）展開の本格化や、香港・台湾を中心とした海外展開の強化など、中長期的な成長を可能とする次なる基盤構築にも努めた。

(百万円)	2025年3月期	2026年3月期	前年差	前年比
売上収益	171,090	167,257	△3,833	97.8%
内 RIZAP関連事業	49,728	46,608	△3,119	93.7%
内 そのほか既存事業	124,160	120,360	△3,800	96.9%
調整額（内部取引等）	△2,798	288	+3,086	
営業利益	1,882	11,086	+9,203	588.9%
内 RIZAP関連事業	309	5,565	+5,255	1,796.1%
内 そのほか既存事業	2,129	3,552	+1,423	166.9%
調整額（内部取引等）	△556	1,968	+2,525	
EBITDA^{※1}	24,355	33,373	+9,018	137.0%
最終利益^{※2}	264	1,440^{※3}	+1,176	545.5%

※1：EBITDAは、営業利益と連結キャッシュ・フロー計算書に開示されている「減価償却費及び償却費」を合算した値

※2：最終利益は、親会社の所有者に帰属する当期利益

※3：2025年5月15日発表のRIZAP(株)に対する債権放棄に伴う法人税等調整額41億、非支配者持分損益17億の合計59億円の一過性費用が含まれます

■セグメント別業績動向

(1) ヘルスケア・美容

セグメントの売上収益は69,677百万円（前期比4.8%減）、営業利益は5,935百万円（前期比948.4%増）となった。chocoZAP事業の利益が大幅に伸長し、RIZAP単体で過去最高益を達成した。MRKホールディングスは、補整下着の主力シリーズにおける新色の投入や分割手数料優遇施策、EC連携の強化が奏功して客単価の向上とリピート購入が順調に推移し、マタニティ及びベビー関連事業における戦略的な仕入抑制や、婚礼・宴会関連事業の一部施設での利用増を背景に全社で増収を達成した。また、広告宣伝費の最適化や店舗戦略の見直し等のコスト構造改革により、マタニティ事業の黒字転換や婚礼事業の損失幅縮小を実現した。

(2) ライフスタイル

セグメントの売上収益は73,373百万円（前期比6.0%減）、営業利益は715百万円（同63.7%減）となった。REXT Holdingsは、今期掲げた収益力向上施策が全方位で結実し、大幅な増益を達成。エンターテイメント事業においては、中核商材であるトレーディングカードの売上が前期を大きく上回る水準で推移したことに加え、アミューズメント（クレーンゲーム）を含む高収益カテゴリーの強化施策が奏功し、大幅な増収増益を記録した。リユース事業においては、過去最高益を更新した前期の好調を維持しつつ、査定・買取を含む接客技術の標準化に向けた研修を徹底したことで収益力を高め、さらに過去最高益を更新した。アパレル事業および雑貨事業においては、不採算店舗の整理や店舗レイアウト（VMD）の最適化、徹底したコスト削減を断行した。雑貨事業では引き続きオリジナルキャラクター「FukuFukuNyanko（ふくふくにゃんこ）」を起用したPB商品の展開強化等を進めた結果、両事業ともに戦略的な減収となったものの、事業利益は前期比で大幅に改善し黒字化を達成した。以上の結果、全主要事業において黒字を達成し、全社としての収益性は大きく向上した。BRUNOは、新規キッチン家電の投入やカタログギフト、法人向け販売に加え海外販売が順調に伸長したものの、主力商品のホットプレートが定着局面へ移行したことや旅行需要の取り込みに苦戦したことで減収となった。一方、利益面では原価率の改善や物流費等の徹底したコスト抑制といった収益構造の改善が結実し、大幅な増益となった。夢展望では、経営体制を刷新し、構造改革を断行した。アパレル事業での在庫圧縮や不採算店舗の閉鎖により在庫回転率とキャッシュ・フローが大幅に改善したものの、期後半のサプライチェーン混乱による仕入不足が響き、機会損失が発生。また、ジュエリー事業での原材料高騰の影響や、玩具事業の取引終了に伴う大幅な減収要因等があったものの、全社的なコスト管理と筋肉質な体制への転換を推進した。以上の結果、セグメント全体においては減収減益となった。

(3) インベストメント

セグメントの売上収益は25,427百万円（前期比6.2%増）、営業利益は2,249百万円（同213.9%増）となった。SDエンターテイメントは、主力であるウェルネス事業において就労支援B型事業所「リバイブ」の多店舗展開を加速させたほか、フィットネスのマシンピラティススタジオ「スターピラティス」における利用者数が順調に伸長し、積極的な成長戦略が奏功したことで売上・利益ともに堅調に推移した。一新時計は、販売網と顧客基盤の強化を背景に高級ブランド時計の販売が好調に推移し、高額商品の仕入れ枠の確保や期中の価格改定に伴う駆け込み需要の取り込みも大きく寄与した。また、五輪パッキングにおいても、実需の伸長と為替のプラス影響が相まってフィリピン等の海外子会社における高収益商品の販売が好調に推移し、収益性が大幅に向上してグループ全体の利益成長に貢献している。

■ 損益計算書

単位：百万円

	2025年3月期	2026年3月期
継続事業		
売上収益	171,090	167,257
売上原価	87,021	90,466
売上総利益	84,069	76,791
販売費及び一般管理費	81,352	69,920
持分法による投資損益（△は損失）	—	△41
その他の収益	1,489	5,703
その他の費用	2,324	1,445
営業利益	1,882	11,086
金融収益	110	347
金融費用	3,488	3,305
税引前当期利益又は損失（△）	△1,495	8,128
法人所得税費用	△3,336	3,499
継続事業からの当期利益	1,840	4,629
非継続事業		
非継続事業からの当期利益又は損失（△）	△521	1,101
当期利益	1,319	5,731
当期利益の帰属		
親会社の所有者	264	1,440
非支配持分	1,055	4,291
当期利益	1,319	5,731
1株当たり当期利益		
基本的1株当たり当期利益（円）		
継続事業	1.01	1.54
非継続事業	△0.56	0.88
合計	0.45	2.41
希薄化後1株当たり当期利益（円）		
継続事業	0.99	1.53
非継続事業	△0.55	0.87
合計	0.44	2.40

※決算短信（2026年3月期）よりRAKAN RICERCAが作成

■ 貸借対照表

単位：百万円

	2025年3月31日	2026年3月31日		2025年3月31日	2026年3月31日
資産			負債及び資本		
流動資産			負債		
現金及び現金同等物	20,058	29,067	流動負債		
営業債権及びその他の債権	20,136	20,978	営業債務及びその他の債務	20,875	21,463
棚卸資産	24,215	20,075	有利子負債	36,394	31,406
未収法人所得税	141	86	未払法人所得税	771	387
その他の金融資産	713	223	引当金	1,701	1,952
その他の流動資産	3,538	3,482	その他の金融負債	11	16
小計	68,803	73,914	その他の流動負債	5,063	5,212
売却目的で保有する資産	3,288	—	小計	64,818	60,439
流動資産合計	72,092	73,914	売却目的保有資産に直接関連する負債	1,666	—
非流動資産			流動負債合計	66,484	60,439
有形固定資産	35,978	33,854	非流動負債		
使用権資産	38,966	35,439	有利子負債	34,815	32,268
のれん	1,876	1,867	退職給付に係る負債	416	353
無形資産	3,052	3,438	引当金	4,165	4,961
その他の金融資産	10,223	10,269	その他の金融負債	877	580
繰延税金資産	6,746	4,082	繰延税金負債	175	184
その他の非流動資産	590	613	その他の非流動負債	167	132
非流動資産合計	97,434	89,565	非流動負債合計	40,618	38,481
資産合計	169,526	163,480	負債合計	107,103	98,921
			資本		
			資本金	25,303	100
			資本剰余金	29,371	35,957
			その他の資本性金融商品	10,000	10,000
			利益剰余金	△13,564	4,462
			その他の資本の構成要素	423	△31
			親会社の所有者に帰属する持分合計	51,534	50,488
			非支配持分	10,888	14,070
			資本合計	62,422	64,559
			負債及び資本合計	169,526	163,480

※決算短信（2026年3月期）よりRAKAN RICERCAが作成

■ キャッシュフロー計算書

単位：百万円

	2025年3月期	2026年3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前当期利益又は損失（△）	△1,495	8,128
非継続事業からの税引前当期利益又は損失（△）	△523	1,100
減価償却費及び償却費	22,473	22,287
減損損失	903	394
持分法による投資損益（△は益）	—	41
金融収益及び金融費用	2,727	2,371
棚卸資産の増減	△864	5,281
営業債権及びその他の債権の増減	△68	△487
営業債務及びその他の債務の増減	△2,985	697
退職給付に係る負債の増減	△7	△131
引当金の増減	△269	106
その他	1,253	△6,407
小計	21,141	33,382
利息及び配当金の受取額	24	83
利息の支払額	△2,175	△1,797
法人所得税の支払額	△619	△1,173
法人所得税の還付額	147	94
営業活動によるキャッシュ・フロー	18,518	30,589
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	△839	△14
定期預金の払戻による収入	1,148	501
有形固定資産の取得による支出	△9,677	△3,478
有形固定資産の売却による収入	40	91
投資有価証券の売却による収入	—	2,463
連結の範囲変更を伴う子会社株式取得による支出	△5	—
連結の範囲変更を伴う子会社株式売却による収入	—	1,474
連結の範囲変更を伴う子会社株式売却による支出	—	△387
敷金及び保証金の差入れによる支出	△758	△660
敷金及び保証金の回収による収入	673	379
その他	△2,203	△756
投資活動によるキャッシュ・フロー	△11,621	△388
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額	△14,321	△2,668
長期借入れによる収入	8,080	8,331
長期借入金の返済による支出	△9,540	△11,190
社債の発行による収入	300	—
社債の償還による支出	△107	△111
リース負債の返済による支出	△16,116	△15,559
株式の発行による収入	12,117	—
非支配持分からの払込による収入	20,444	4
非支配持分への配当金の支払額	△74	△72
連結の範囲変更を伴わない子会社株式の取得による支出	△102	△5
非支配持分からの子会社持分取得による支出	△97	△312
その他	△33	△223
財務活動によるキャッシュ・フロー	549	△21,808
現金及び現金同等物に係る換算差額	△12	139
現金及び現金同等物の増減額	7,433	8,532
現金及び現金同等物の期首残高	13,099	20,058
売却目的で保有する資産に含まれる現金及び現金同等物の振戻額	2	476
売却目的で保有する資産に含まれる現金及び現金同等物の振替額	△476	—
現金及び現金同等物の期末残高	20,058	29,067

※決算短信（2026年3月期）よりRAKAN RICERCAが作成

■業績見通し

2027年3月期見通し

2027年3月期の連結業績予想（IFRS）はレンジ予想となっている。不透明な外部環境に伴う資材調達リスク等を織り込みつつ、機動的な出店・投資シナリオを反映し、売上収益は前期比7.6%増の180,000百万円、営業利益は同8.2%～44.3%増の12,000～16,000百万円、税引前利益は同10.7%～59.9%増の9,000～13,000百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益は同177.7%～316.6%増の4,000～6,000百万円を見込んでいる。過去最高益の更新を視野に入れた大幅な増益計画である。具体的な今期施策のポイントは、（1）「chocoZAP第2章」としての出店再加速や全店舗リニューアル・AX（AIトランスフォーメーション）推進による成長投資、（2）グループ全体の構造改革とグローバル展開の強化の2点である。

（1）の点については、1年半にわたり抑制してきた出店を再開し、国内で最大650店舗、海外で最大150店舗の合計最大800店舗の機動的な新規出店を進める。20-40代女性の運動不足という社会的な課題（＝未開拓領域）への処方箋として、新たに展開している女性専用店舗についても最大300店舗の出店を計画している。また、新規出店と並行して、既存店1,900店舗を含めた全店舗のリニューアルを実施し、マシンやサービスの拡充を通じて顧客体験価値を向上させ、未開拓市場（女性、中級者、非運動者）を一気に拡張する構えだ。加えて、前期までに足掛かりを整備したDXについても、さらに一段進化させた「DXからAXへ」の方針を掲げ、「AI店長」による完全自律型店舗の実現に向けた投資を推進し、運営効率の向上と顧客のLTV（生涯顧客価値）最大化を図るとしている。FC展開についても、既存店の約10%でフランチャイジーと協力して広げていく計画である。

（2）の点については、chocoZAPにおいて香港での「勝ちパターン」を軸に、アジア全域への横展開を進める。香港では生活密着型のオールインクルーシブモデルが奏功し、日本と比較して投資額や店舗の広さは約2倍であるものの、会員数は1.4倍、客単価は1.8倍、1店舗あたりの収益力は日本の2.5倍に達している。この実績をベースに、本格展開中の香港や好調な台湾を中心として、今期は最大150店舗の海外出店を加速する。chocoZAP以外でも、BRUNOや五輪パッキング等の海外事業基盤強化を並行して推進していく方針だ。また、発表後、非常に大きな話題となっている「RIZAP建設」の本格始動によるグループシナジーも注目ポイントになるだろう。

さらに、上記2つの成長軸に加え、グループ全体での徹底した「選択と集中」も推し進める。成長領域への投資を加速する一方で、低成長・低収益分野については事業売却や人員の再配置を含む事業ポートフォリオの再編を検討し、資本効率の最適化を断行する構えだ。また、戦略的なM&Aも重要な取り組みとして掲げている。なお、強固な収益基盤を背景に、今後は株主還元もより高いステージへ引き上げることも表明。連結配当性向20%を目安とした配当方針の継続に加え、上限26億円の自己株式取得（27年5月14日まで）、株主優待という「株主還元3本柱」を打ち出しており、過去最高益への挑戦と並行して盤石な還元体制を構築していくようだ。

※IFRS採用、％は前期比、配当を除き単位は百万円

	売上収益		営業利益		親会社の所有者に帰属する当期利益		配当
	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率	
2027年3月期 (通期予想)	180,000	7.6%	12,000 ～ 16,000	8.2% ～ 44.3%	4,000 ～ 6,000	177.7% ～ 316.6%	1.34円 ～ 2.01円
2026年3月期	167,257	△2.2%	11,086	488.9%	1,440	445.5%	0.67円

※決算短信（2026年3月期）よりRAKAN RICERCAが作成

既存店、全店舗リニューアル



全店舗リニューアル始動



- Before
- マシン・サービスが限定的
 - 内装・設備が画一的
 - スペースの使い方に余白がある
 - 一部サービスは未導入

- After
- 最新マシンを全店に導入！ラインナップを大幅強化^{#1}
 - 美容・ケアサービスを拡充！リラクゼーション空間も充実^{#1}
 - 内装・導線・空間デザインを刷新！快適性が大幅UP^{#1}
 - ワークスペースやカフェスペースを新設し、使い方が広がる^{#1}

全店舗リニューアルで、マシンラインナップを大幅拡充

既存店比でマシン 30% 拡充	合計 2万台 規模	既存店最大 1,900 店舗^{#2+α}	新店舗 800 店舗へ導入
---------------------------	---------------------	---	-------------------------

全店舗リニューアルで、すべての人にとってもっと快適に、もっと続けやすいジム体験を実現

※1：一部店舗 ※2：リニューアルは店舗の出店時期やサービス内容ほか各種個別要因等も考慮の上、順次対応してまいります。

© 2025 RIZAP GROUP, Inc.

43

AXで実現する次世代店舗



AI・IoT・アプリのデータを統合し、無人店舗でも高品質な顧客体験を実現



© 2025 RIZAP GROUP, Inc.

48

チョコザップ成長戦略サマリー



チョコザップ第2章のロードマップ

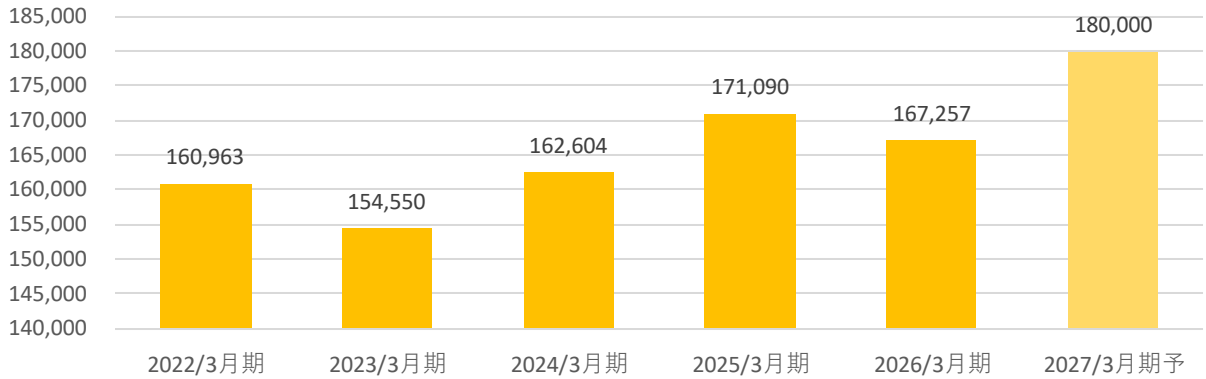
150億円規模の成長投資を原動力に、全店リニューアルによる「マーケットの拡大」と「AXIによる自律型店舗」の両輪でフィットネス参加率20%の壁を打ち破る



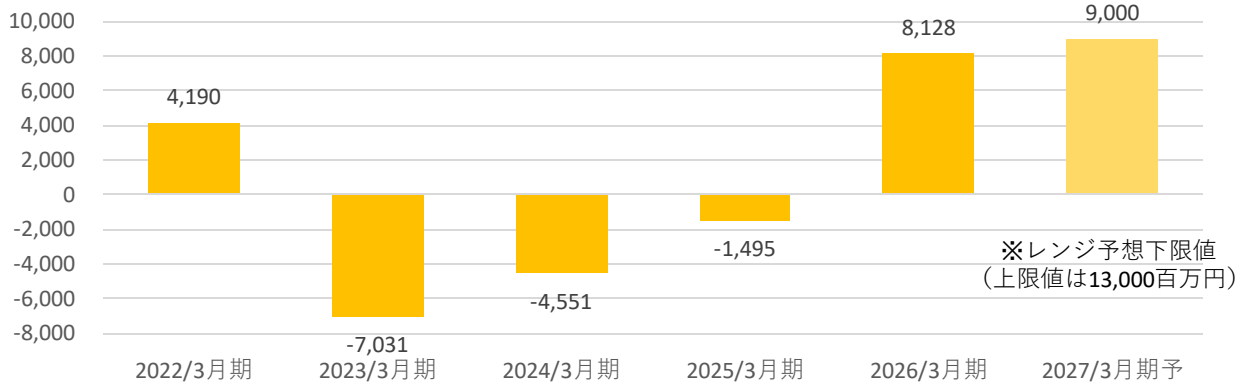
© 2025 RIZAP GROUP, Inc.

50

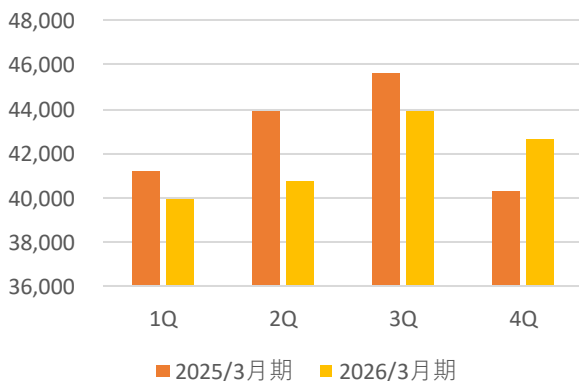
売上収益（百万円）※IFRS



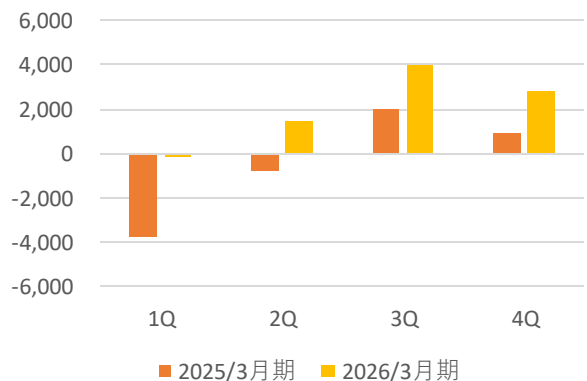
税引前利益又は損失（百万円）



百万円 売上収益（四半期比較）※IFRS



百万円 税引前損益（四半期比較）※IFRS



■株主還元

2026年3月期の配当については、期初段階で中間0円、期末に関しては未定としていた。しかし、chocoZAPの高成長や構造改革を通じて、収益力が盤石になったことで、2025年11月13日付で期末配当0.67円にて8期ぶりの復配を行うと発表。2027年3月期については、中間は未定ながら、期末1.34～2.01円の増配計画となっている。基本方針であった「配当性向20%」をベースとしつつも、筋肉質な経営体質への進化を原資拡大へつなげ、今後株主還元をより強化していく方針を改めて示している。

■株主優待

株式を中長期的に保有してもらうことを目的に株主優待制度を導入している。内容は、毎年3月末権利確定、株主名簿に記載された株主に、以下の3つの優待を組み合わせ提供するもの。所有株式数に応じて内容が大きく拡充される。

(1) chocoZAP優待

「chocoZAP」を株主限定の特別価格で継続できる優待で、保有株数100株から提供。月額会費が「半額」となることで、1日あたり約50円という圧倒的な手軽さで健康習慣を維持できる。400株以上保有の場合、家族や友人も同様の割引を受けられる「招待枠」を利用可能となる。

(2) ポイント優待

株主専用サイトにて、グループ会社の提供商品をポイントと交換できる。付与ポイントは保有株数によって異なり、500種類以上73万点の商品ラインナップ（※過去実績）の中から、自身のライフスタイルに合った商品を自由に選択可能。ポイント優待の最大の魅力は最大3年間の繰り越しが可能な点である。

(3) RIZAP グループデジタルギフト券

グループ各社の公式ECサイトで使用可能な金券。保有株数に応じて、5,000円と10,000円の2種類がある。また、「〇円以上購入で利用可能」といった制限がなく、利便性の高さが特徴だ。アパレル、アウトドア用品、マタニティ、美容、健康食品、雑貨等、ライフスタイルに合わせた幅広いブランドで利用できる。

保有株式数	付与内容			年間総還元額
	(1)chocoZAP 優待	(2)ポイント優待	(3)RIZAP グループデジタルギフト券	
100～199 株	月会費半年半額	—	—	8,940円
200～399 株	月会費1年半額	—	—	17,880円
400～799 株	月会費1年半額×2名	10,000 ポイント	5,000 円分	50,760円
800～1,599 株	月会費1年半額×4名	14,000 ポイント	10,000 円分	95,520円
1,600～2,399 株		24,000 ポイント		105,520円
2,400～3,999 株		30,000 ポイント		111,520円
4,000～7,999 株		36,000 ポイント		117,520円
8,000～15,999 株		72,000 ポイント		153,520円
16,000 株～		144,000 ポイント		225,520円

※開示資料よりRAKAN RICERCAが作成

■ ESG活動等

E (Environment) の領域に関する取り組みとしては、カーボンニュートラルへの取り組み強化を掲げている。新規事業のコンビニジム「chocoZAP」ではIoTを活用した店舗設備の最適化や、LED照明・空調制御などを通じてCO₂排出削減とコスト抑制の両立を目指している。

S (Social) の領域に関する取り組みとしては、RIZAPボディメイクにて、糖尿病関連の方の健康向上や、シニア向けの機能向上等のプログラムを提供。また、RIZAPボディメイクは法人向けにも企業の従業員向けメタボ対策等により健康状態を改善するプログラムを提供している。これらのサービス提供を通じて、中長期的に日本の医療費削減に貢献することを目指している。

G (Governance) の領域について、足元の取締役会は、社内取締役4名、社外取締役5名の計9名、取締役会議長は社長の瀬戸氏という構成となっている。過半数が社外取締役となっており、合理的な意思決定を行うことが可能な体制としている。その他、グループ社長会を毎週開催することで、ガバナンスの強化及び経営改善のノウハウの迅速な共有に努めている。

■事業に関するリスク

(1) 減損・評価減等のリスク

同社グループは様々な商品を販売している他、店舗の運営を行う事業もある。商品については、流行や顧客の嗜好の変化、競合による画期的な新商品の発売等、様々な要因により需要動向を見誤った場合には、販売が難しい余分な在庫を抱える可能性があり、基準に照らし必要な場合は評価減を実施する。また、店舗についても人口動態の変化や近隣への競合の出店等、様々な要因により店舗の損益状況が計画を大きく下回った場合には、基準に照らし必要な場合に固定資産等の減損処理を実施する。また、同社は国際財務報告基準（IFRS）を任意適用している。IFRSにおいては、日本において一般に公正妥当と認められる企業会計の基準と異なり、のれんの定額償却が不要となる。一方、のれんの対象会社における経営成績悪化等により減損の兆候が認められる等、回収可能価額がのれんの帳簿価額を下回る場合、減損処理を行う必要が生じる。このように評価減や減損処理を行い、その金額が大きい場合には同社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。当該リスクが顕在化する可能性は、一定程度あるものと同社では認識しており、四半期毎に減損兆候について把握と改善計画を策定・実行しつつ判定を行うとともに、実質的価値が下落した保有資産については、保有継続可否の検討を行っている。また、店舗出店時における投資判断精度の向上に努め、過去の販売実績や需要予測に基づいて商品仕入れや商品開発を行うなど、在庫水準の適正化に努めている。

(2) 業界及び市場環境に関するリスク

同社グループの商品・サービスは、一般消費者を顧客とするものが多く、様々な要因により、需要動向が変化する。景気の動向、流行や顧客の嗜好の変化、技術革新による画期的な新商品及び代替品の発売や、競合企業との激しい競争等により業界・市場環境に急激な変化があり、同社グループの商品・サービスが陳腐化する事態となった場合は、経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。当該リスクが顕在化する可能性及び時期について予測することは困難だが、そのような業界・市場環境に左右されないよう、常に顧客の要求に応えることのできる商品・サービスの開発や改良に努め、新たな事業の展開、商品・サービスの提供の推進やEC領域の強化など販路の拡大を図り、堅固な収益基盤の構築に努めている。

(3) 海外での生産・事業展開に伴う為替や政情等に関するリスク

同社グループの商品の中には、BRUNO（株）における家電製品、REXT（株）、ナラカミーチェジャパン（株）における衣類・雑貨等、アジアを中心に海外で生産し輸入しているものがある。また、BRUNO（株）における家電製品、（株）ジャパングヤルズにおける化粧品や美容機器、マルコ（株）における婦人用下着等のほか、同社グループが注力する「chocoZAP」の店舗展開など、アジアを中心に海外での事業運営を行っている。そのため、為替の動向による円換算での仕入価格や現地出店・運営費の上昇、又は販売価格の低下、現地で調達される原材料費、設備資材費、人件費等が想定を超えて上昇した場合に仕入価格や店舗運営コストが上昇する等、同社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。

(4) 災害の発生に関するリスク

同社グループの各事業は、日本全国各地に店舗を展開しており、取引先も全国に点在している。大地震や集中豪雨等の自然災害や、テロ、大規模な事故の発生等により、各事業が運営する店舗の休業、仕入先の生産停止、配送網の寸断、データセンターの停止等が発生した場合は、同社グループの事業運営に支障をきたし、経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。当該リスクが顕在化する可能性の程度及び時期について予測することは困難だが、事業継続計画（BCP）を整備し、緊急時の被災状況等の情報収集体制の確立、顧客や従業員等の安全確保と事業継続に向けた体制の構築に努めている。また、避難・防災についての教育訓練を定期的実施するとともに、万一当該リスクが顕在化した場合であっても影響の少ない営業所において事業活動を継続するための物流の複数拠点化、仕入れ先の生産停止の影響を最小限に抑えるために同一商品において取引先工場を複数設けるなどリスク低減に努めている。

重要事項（ディスクレーム）

- 本レポートは、札幌証券取引所が作成したものではありません。
- 本レポートは、面会や電話取材等を通じて本レポートの対象企業より情報提供を受け、RAKAN RICERCA株式会社（以下、弊社）が信頼できると判断した情報をもとに作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、本レポートの対象企業が発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは、あくまで情報の提供を唯一の目的として作成されたもので、有価証券の価値判断や取引及びその他の取引の勧誘又は誘引を目的とするものではありません。
- 本レポートは、対象企業がその作成費用を支払うことを約することにより制作されたものであり、レポートの対象企業が札幌証券取引所に支払った金額すべてが、札幌証券取引所から弊社に支払われています。ただし、本レポートに含まれる仮説や結論はレポートの対象企業によるものではなく、弊社の分析及び評価によるものです。また、本レポートの内容はあくまですべて作成時点のものであり、予告なく変更されることがあります。
- 弊社は、役員及び従業員に対して、所定の手続きを経ずにレポートの対象企業に係る証券又は関連デリバティブを取引することを禁止しています。ただし、弊社の役員及び従業員は、レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して、将来取引を行う可能性があります。そのため、弊社の役員及び従業員は本レポートの客観性に影響を与えうる利害を有する可能性がある点にご留意ください。
- 本レポートの著作権は弊社に帰属しますが、個人目的の使用においては複製が許諾されています。なお、配布、転送、その他の利用は著作権侵害に該当します。また、札幌証券取引所及びレポートの対象企業に対しては、本レポートの利用を許諾しております。
- 本レポートに含まれる情報は、いかなる目的で使用される場合においても、投資者の判断と責任において使用されるべきものであり、本レポート及び本レポートに含まれる情報の使用による結果について、札幌証券取引所及び弊社は如何なる責任を負うものではありません。
- なお、本レポートに関するお問合せに関しては、札幌証券取引所もしくはレポートの対象企業に直接ご連絡ください。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

RAKAN RICERCA株式会社