



人生を、愛そう。

株式会社LOIVE 26年3月期 期末決算説明資料

2026年5月15日

▶ 1. 2026年3月期 通期業績について

2. 2027年3月期 業績目標及び成長戦略について

3. Appendix

売上高は過去最高を更新し、**成長率25%以上を継続**
市場寡占化を加速する戦略的投資を実行し業界**2位**の地位を確立

売上高	営業利益	純利益	出店数
114.2 億円 (前期比：+34.5%)	7.2 億円 (前期比：△28.1%)	3.4 億円 (前期比：△31.4%)	50 店舗 (前期比：+3 店舗)

トピック

1. 新店出店の加速	2. LTV*向上	3. カルチャー強化	4. 新規HR事業の立ち上げ
ピラティス K45店舗 を含む50店舗新規出店し、全社店舗数は 200店舗 へと拡大。	物販比率は 7.6% （前期比+0.8%）へと伸長。会員様継続率も 95.9% と高水準を維持。	出店加速を支える人財採用を計画通り完了（入社は25/4新卒 144名 、中途 362名 ）	ローンチ半年で 32社 が受講。初年度 売上1,800万円 を達成。

* LTV（Life Time Value）：当社のサービス利用開始から終了までの期間における会員1人当たり収益

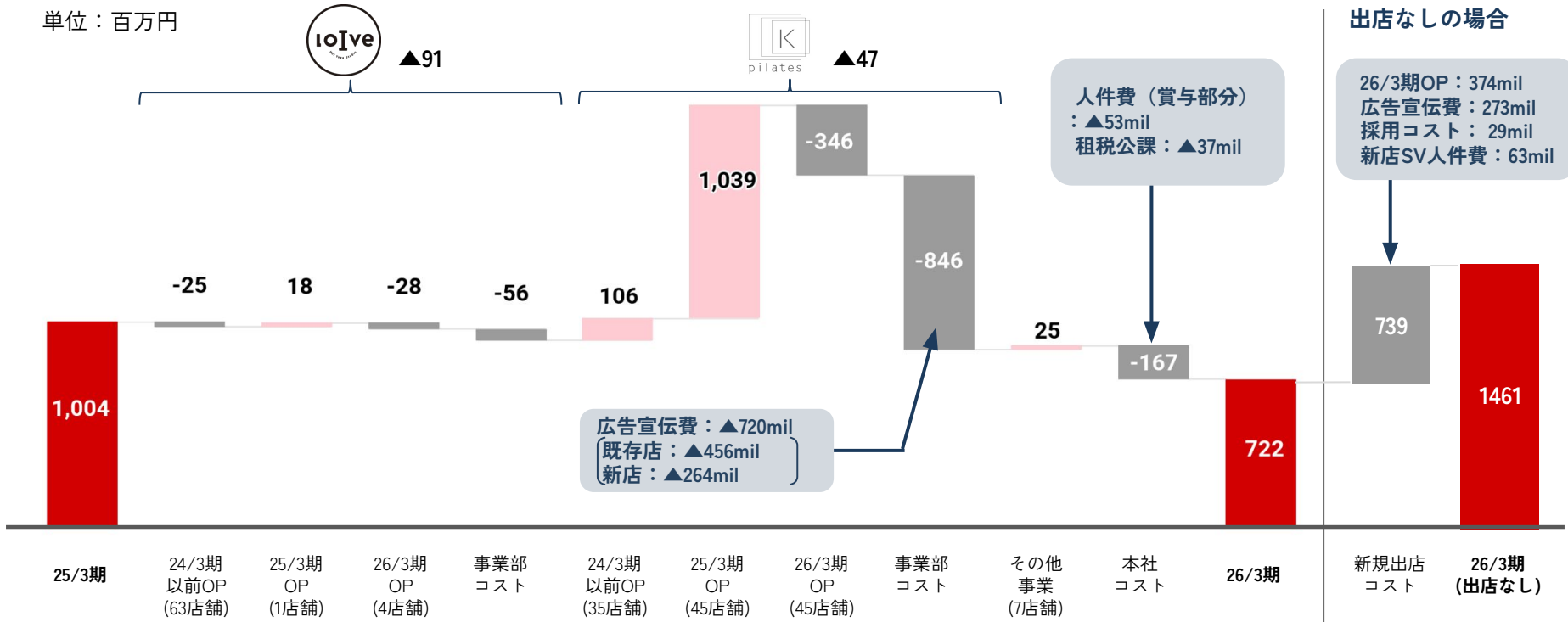
売上高は前期比**+34.5%**と**大幅成長**。2Q以降は**寡占化加速に向けた広告宣伝費を追加したものの**修正目標を達成。

	25/3期 実績		26/3期 修正目標		26/3期 通期実績					
	金額	売上 構成比	金額	売上 構成比	金額	売上 構成比	前期比 増減額	前期比 増減率	修正 目標比	達成率
(単位：百万円)										
売上高	8,492	-	11,420	-	11,421	-	+ 2,928	+34.5%	+ 1	100.0%
売上総利益	3,301	38.9%	-	-	4,095	35.9%	+ 793	+24.0%	-	-
販管費	2,296	27.0%	-	-	3,372	29.5%	▲ 1,075	▲ 46.8%	-	-
営業利益	1,004	11.8%	650	5.7%	722	6.3%	▲ 282	▲ 28.1%	+ 72	111.2%
経常利益	930	11.0%	550	4.8%	642	5.6%	▲ 288	▲ 31.0%	+ 92	116.7%
当期純利益	500	5.9%	335	2.9%	343	3.0%	▲ 157	▲ 31.4%	+ 8	102.5%
1株当たり純利益	40.59円	-	26.38円	-	27.02円	-	-	-	+ 0.64	

25/3期→26/3期 営業利益WF分析

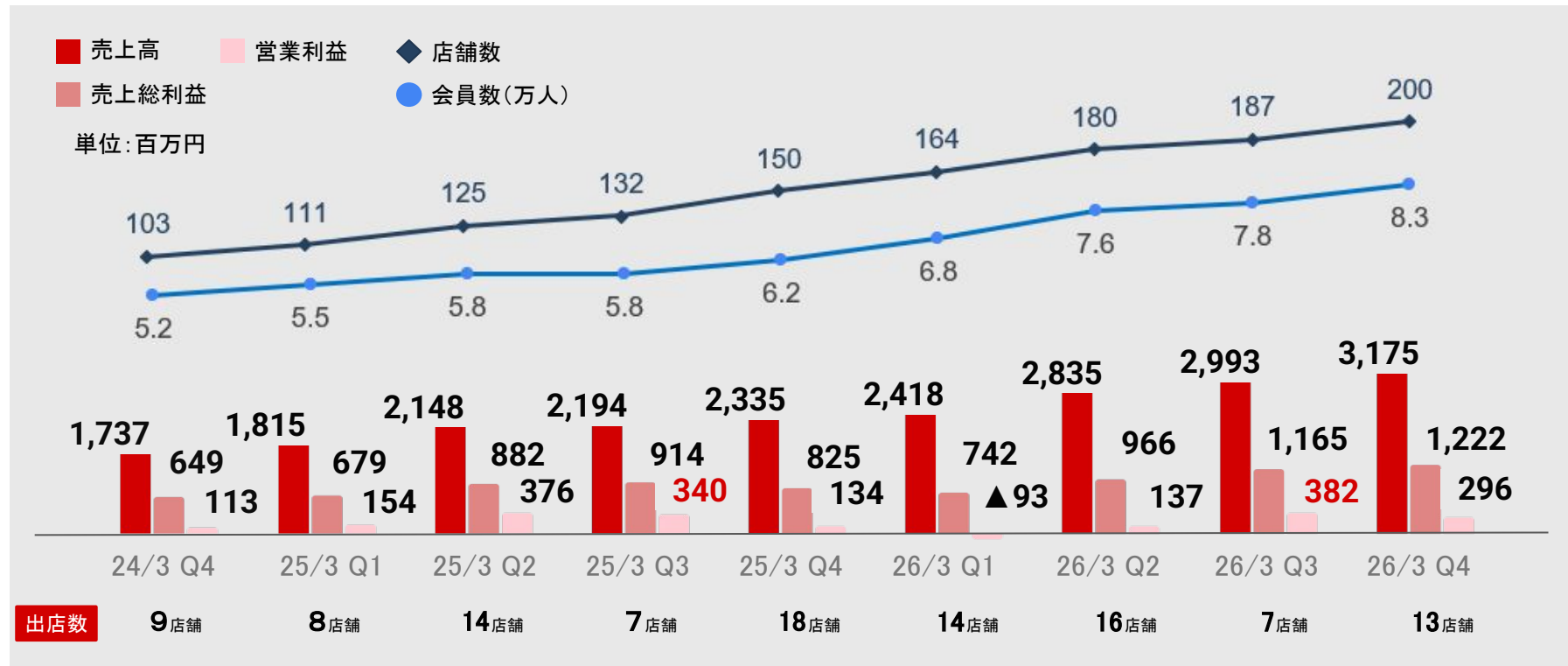
ピラティス事業は25/3期OP店舗群で**+10.3億円**と順調に黒字化を実現。
 全社の営業利益は減益ながら新店コストを控除した既存店ベースの営業利益は**14.6億**と着実に事業成長。

単位：百万円



参考：四半期ごとの業績推移

店舗数の増加に伴い、会員数および売上高は四半期ごとに**過去最高を更新**。営業利益は新規出店数に応じて増減あるも、**出店が重ならない3Qで過去最高益**、**4Qも前4Q比で2.2倍**になるなど成長を実現。



物販売上は8.6億と前期比+50%（物販比率も前期比+0.8%）と大きく伸長しLTV向上に貢献。

(単位：百万円)	25/3期 実績		26/3期 実績		前年増減	
	金額	売上構成比	金額	売上構成比	金額	増減率
売上高合計	8,492		11,421		+ 2,929	+34.5%
会費	7,876	92.8%	10,496	91.9%	+ 2,619	+33.3%
商品	576	6.8%	863	7.6%	+ 287	+50.0%
その他	39	0.5%	61	0.5%	+ 21	+55.0%
▶ ブランド別						
ロイブ	4,339	51.1%	4,513	39.5%	+ 173	+4.0%
ピラティスK	3,886	45.8%	6,606	57.8%	+ 2,720	+70.0%
その他	267	3.1%	302	2.6%	+ 35	+13.4%

単位：百万円

	25/3期	比率	26/3期	比率
流動資産	2,919	37%	2,934	32%
現預金	1,520	19%	1,158	13%
その他	1,398	18%	1,776	19%
固定資産	4,972	63%	6,230	68%
有形	3,723	47%	4,693	51%
無形	16	0%	35	0%
その他	1,232	16%	1,500	16%
総資産	7,892	100%	9,164	100%
負債	6,255	79%	6,819	74%
有利子負債	3,387	43%	3,469	38%
その他流動負債	2,350	30%	2,627	29%
その他固定負債	517	7%	622	7%
純資産	1,636	21%	2,345	26%
負債純資産	7,892	100%	9,164	100%

経営指標

		25/3期	26/3期
ROE	(%)	36.1	17.2
D/Eレシオ	(倍)	2.1	1.5
NetDebt/EBITDA	(倍)	1.5	1.9

総括

- ◎自己資本比率及びD/Eレシオは前年度に比べて良化。
- ◎今後も財務健全性を意識しつつ積極投資続ける。

26年3月期 各事業の位置づけと事業別サマリ

	事業の位置づけ	項目	25/3期	26/3期	26/3期の成果
ピラティス事業	将来に向けて 積極投資をする 成長事業	店舗数 売上 営利	80店舗 39億円 10億円	125店舗 66億円 10億円	<ul style="list-style-type: none"> ・通期45店舗を出店し業界2位を確立。 ・積極的な広告投資により集客数やCPAも改善。入会率なども好調に推移。
ホットヨガ事業	安定して利益創出する 収益事業	店舗数 売上 営利	64店舗 43億円 15億円	68店舗 45億円 14億円	<ul style="list-style-type: none"> ・初期投資を抑制し4店舗を新規出店。 ・解約率の改善や物販拡大によりLTVも着実に向上。
その他事業 (フィットネス)	新たな業態開発を目指す 新規事業	店舗数 売上 営利	6店舗 3億円 ▲1億円	7店舗 3億円 ▲1億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ノビーストレッチを1店舗出店、またREDY'S GYMも1店舗を準備中。 ・コミュニティ形成などにも注力。
HR事業	フィットネスに次ぐ柱となる 収益事業	売上 営利	— —	0.2億円 0.1億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ローンチ半年で32社が受講と27/3期の本格展開に向けて好調にスタート。

ピラティス事業：26/3期の振り返り

競争激化を踏まえ、逆に早期に市場を寡占化することで中長期の売上・利益を最大化する「寡占化戦略」にシフト。4Qから成果も見え始め、27/3期以降に繋がる1年となった。

1Q～3Q：寡占化戦略へ転換

競争激化を踏まえて2Qから早期に寡占市場へ持ち込む「寡占化戦略」へ転換。

他社の出店攻勢や広告出稿により競争が激化、CPAも高騰したことから、2Qより中長期の売上・利益を最大化すべく積極投資に踏み切る。

新店は3Qまでで**32店舗を積極出店**、また高いCPAでも広告費は6.6億円を投下。**長期プランを導入しLTV向上にも着手。**

4Q：寡占化戦略の推進・成果創出

引き続き寡占化戦略を推進し、その成果を確認。

新店は4Qに**13店舗をオープン**、一方で競合他社の出店は鈍化傾向となった。結果、店舗数の差を開き**業界2位を確立**。また広告投資も更に強化し4Qだけで2.7億円を投下。**集客数が伸びかつCPAも改善**したことで**会員数は4.6万人**を達成。長期プランの促進で**LTVも向上**するなど27/3期に繋がる成果となった。

26/3期の成果

店舗数

80店舗→125店舗

会員数

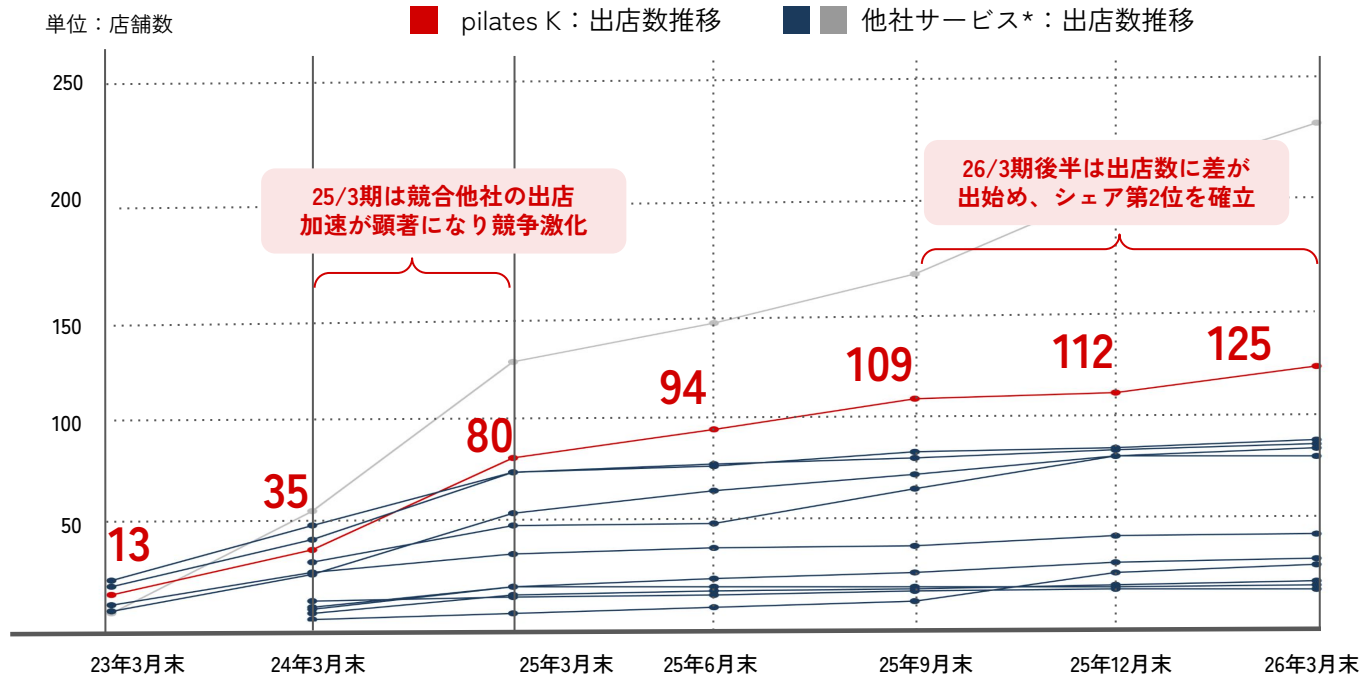
2.7万人→4.6万人

LTV

24.3万円→28.4万円

26/3期の成果①：期末店舗数は125店舗となり市場シェア 2位の座を確立

26/3期は1Qまで競合他社も出店を加速させており競争が激化したが徐々に他社の出店は鈍化。一方で当社は寡占化戦略により積極出店を継続し、26/3期末店舗数125店舗と**市場シェア 2位の座を確立**。

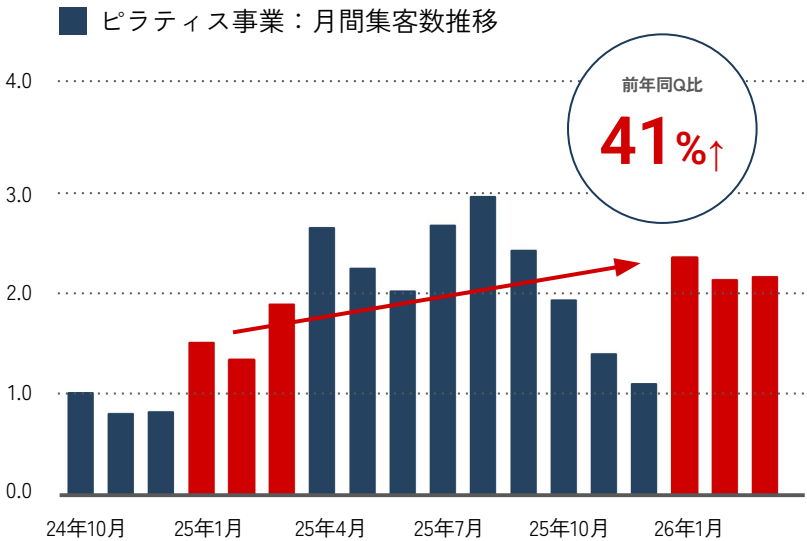


* 各サービスの出店数について、各社公式HPに掲載している出店日次を参照。

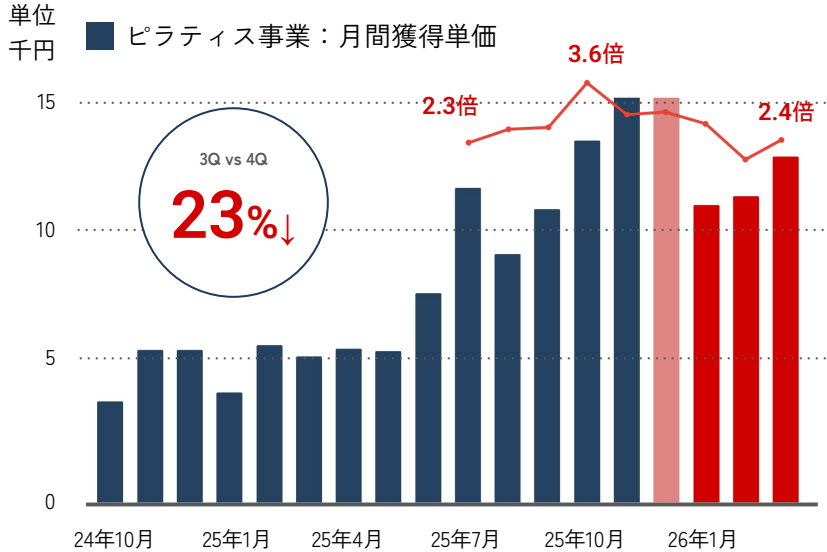
26/3期の成果②：4Qに入り集客数や顧客獲得単価が大幅に改善

季節的に集客が増加する1月以降において **集客数 +41%** (※ 前年同期比) を達成。顧客獲得単価も前年同月倍率が **3Qの3倍超 → 4Qは2倍程度** と落ち着きをみせる。

集客数の月別推移



顧客獲得単価の月別推移

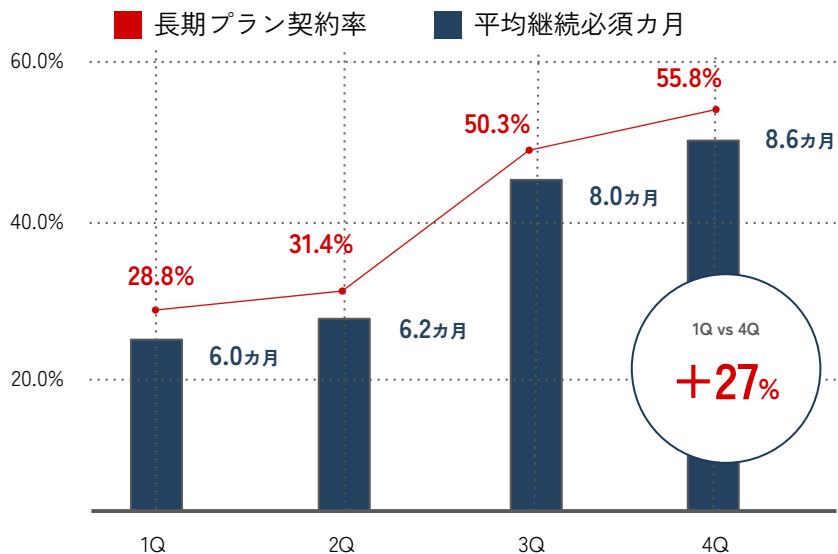


*1 集客数は、2024年10月時点をもととした場合の換算値を使用。

26/3期の成果③：パーパスへの共感性が高い社員の提案によりLTVも向上

解約率低下に寄与する新料金プランを導入したことで **長期プラン契約率+27.0%** と飛躍的に向上。パーパスへの共感性が高い社員の提案もベースに物販売上も伸長し、LTVが前期比16.8%向上。

Qごとに長期契約プランの契約割合が伸長



LTVも前期比+4.1万円と着実に向上

25/3期 LTV

26/3期 LTV^{*1}

24.3 万円 → **28.4 万円**

↗ 前期比 +4.1万円 (+16.8%)

LTV向上要因① 長期契約プラン拡大

- ✓ 長期契約プランの契約割合が増え解約率^{*2}が**0.8%改善**
- 平均継続期間が**3.2カ月拡大**

LTV向上要因② 定期商品販売強化

- ✓ 定期商品販売強化により、物販売上比率が**1.1%上昇**
- 平均顧客単価が**200円上昇**

*1 LTV=平均顧客単価×平均継続期間で算出。平均顧客単価は会費売上と物販売上両方を含んだ平均顧客単価。平均継続期間は一般的な算出方法として「1/解約率」で算出。

*2 26/3期の解約率はプラン改定による一時的影響がある1Qを除いた通期の解約率と25/3期の通期の解約率を比較して差分を算出。

ホットヨガ事業：収益事業として4店舗の新規出店及びLTV向上を実現

事業譲渡案件の獲得で**4店舗を新規出店**し売上を伸ばすと共に、高い営業力で各種KPIの底上げ。
LTVも着実に向上。

事業譲渡により4店舗を新規出店

他社から事業譲渡案件を獲得し4店舗を同時OP。
 初期投資を**平均560万円/店**に抑えたことでとピラティス事業に近い**約3年の投資回収**を見込む。



名古屋市 徳重店



名古屋市 新瑞橋店



名古屋市 原店



名古屋市 桜山店

高い営業力を活かしてLTV向上を実現

長期契約プランの促進により平均継続期間を伸ばすと共に、会員様の満足度を高める物販を強化しLTV向上を実現。

25/3期 LTV 26/3期 LTV*1
26.4 万円 ➔ **30.4** 万円

📈 前期比 +4.0万円 (+15.1%)



LTV向上要因①
 長期契約プラン拡大

✓長期契約プランの契約割合が増え解約率が**0.5%改善**

→平均継続期間が**4.0カ月拡大**



LTV向上要因②
 定期商品販売強化

✓定期商品販売強化により、物販売上比率が**1.1%上昇**

→平均顧客単価が**100円上昇**

*1 LTV=平均顧客単価×平均継続期間で算出。平均顧客単価は会費売上と物販売上両方を含んだ平均顧客単価。平均継続期間は一般的な算出方法として「1/解約率」で算出。

店舗事業で培った人財育成プログラムを社外へサービス提供開始。**今期実績は32社/85名が研修受講、売上1800万円達成。**研修満足度の高さは各種目標数値に反映され、来期以降の安定成長が見込める結果に。

26/3期：受講総数

Basic / Advance

85 名

女性マネジメント

32 社

26/3期：売上実績

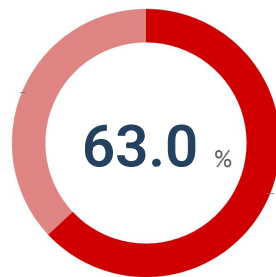
Basic / Advance

12 百万

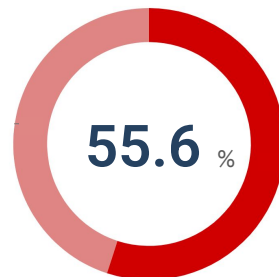
女性マネジメント

6 百万

次回研修の受講率 *1



紹介受講率 *2



次回研修の受講率・紹介率が高いことから、
受講満足度は高く、安定した集客基盤を構築可能。

*1 次回研修の受講率：研修受講後にネクストコース受講を決めたお客様の割合。

*2 紹介受講率：紹介経由で受講したお客様の割合。高いほど継続して安定した集客を見込める。

1. 2026年3月期 通期業績について

▶ 2. 2027年3月期 業績目標及び成長戦略について

3. Appendix

28/3期以降の利益拡大に向けた**戦略的投資フェーズ**と位置づけ、
先行投資を継続しながら**売上成長率25%以上**を目指す。

売上高	営業利益	純利益	出店数
145.7 億円 (前期比：+27.6%)	2.7 億円 (前期比：△62.6%)	0.4 億円 (前期比：△88.1%)	71 店舗 (前期比：+21 店舗)

トピック

1. 新店出店の加速

ピラティスK**68店舗含む計71店舗**を新規出店し、年間500人以上の採用を計画(4月新卒214名、中途56名採用)

2. LTV*向上

物販売上は**10億** (前期比+22%)へと伸長。会員様継続率も**96.0%**と高水準を維持

3. 新規HR事業の拡大

研修事業で**売上1億円営業利益5000万円**。研修参加者によるコミュニティも立ち上げ予定。

* LTV (Life Time Value) : 当社のサービス利用開始から終了までの期間における会員1人当たり収益

27/3期：業績予想

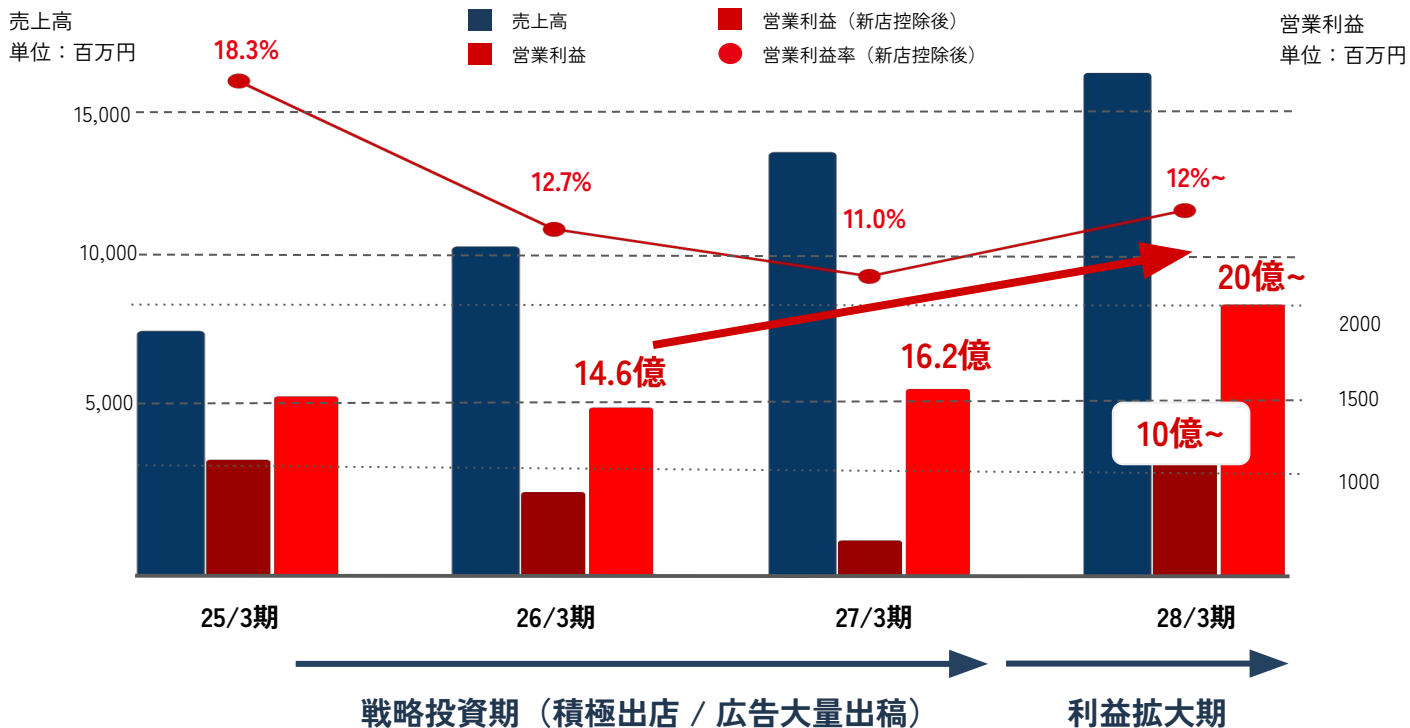
ピラティス市場における寡占化戦略を推進・完成させる1年と位置づけ、戦略投資を継続。営業減益を見込むが中長期での市場シェア拡大及び売上・利益の最大化へと繋げる。

(単位：百万円)

	26/3期 実績		27/3期 予想			
	金額	売上 構成比	金額	売上 構成比	増減額	増減率
売上高	11,421	-	14,570	-	+ 3,149	+27.6%
売上総利益	4,095	35.9%	5,039	34.6%	+ 944	+23.1%
販管費	3,372	29.5%	4,768	32.7%	+ 1,396	+41.4%
営業利益	722	6.3%	270	1.9%	▲ 452	▲62.6%
経常利益	642	5.6%	150	1.0%	▲ 491	▲76.6%
当期純利益	343	3.0%	40	0.3%	▲ 302	▲88.1%
1株当たり純利益	27.02円	-	3.18円	-	▲23.84円	▲88.2%

27/3期の位置づけ：28/3期の営業利益拡大に向けた戦略的投資フェーズ

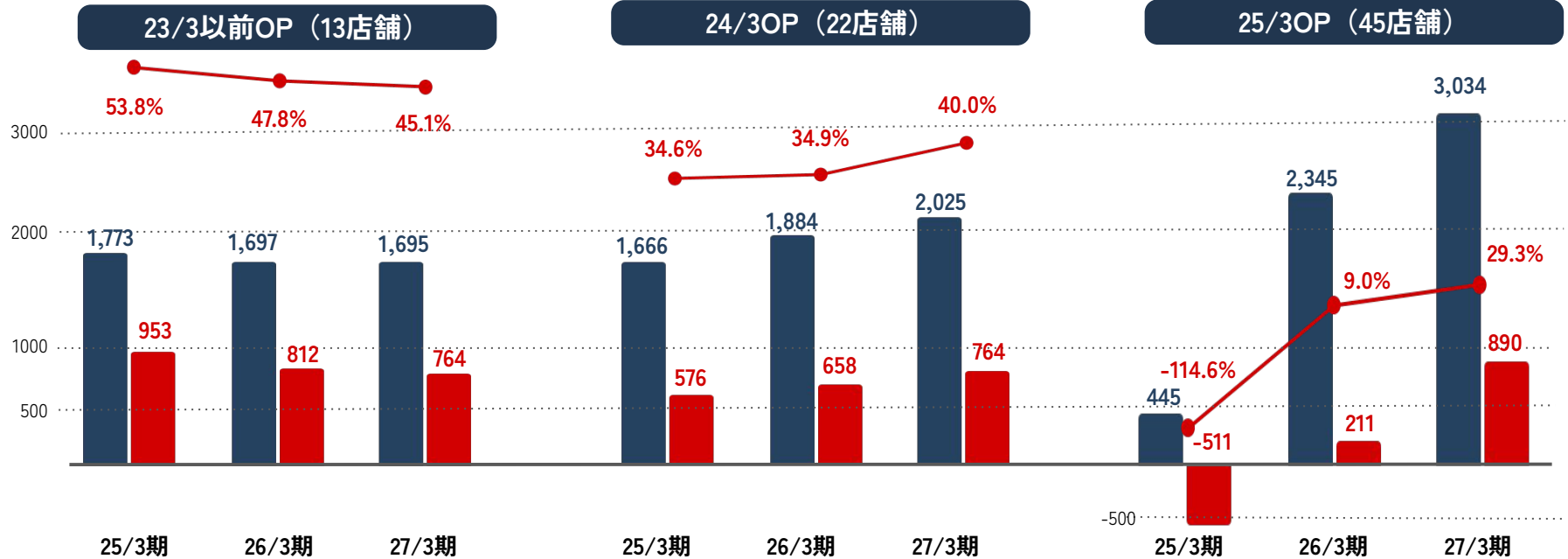
27/3期は戦略的投資期間として営業減益を見込むが、新店コストを除く既存店ベースの営業利益は**16.2億円**と増加。また利益拡大期の28/3期は新店コストを含んで営業利益**10億円～（既存店ベース20億円～）**を実現。



参考：当社ピラティスKの利益構造

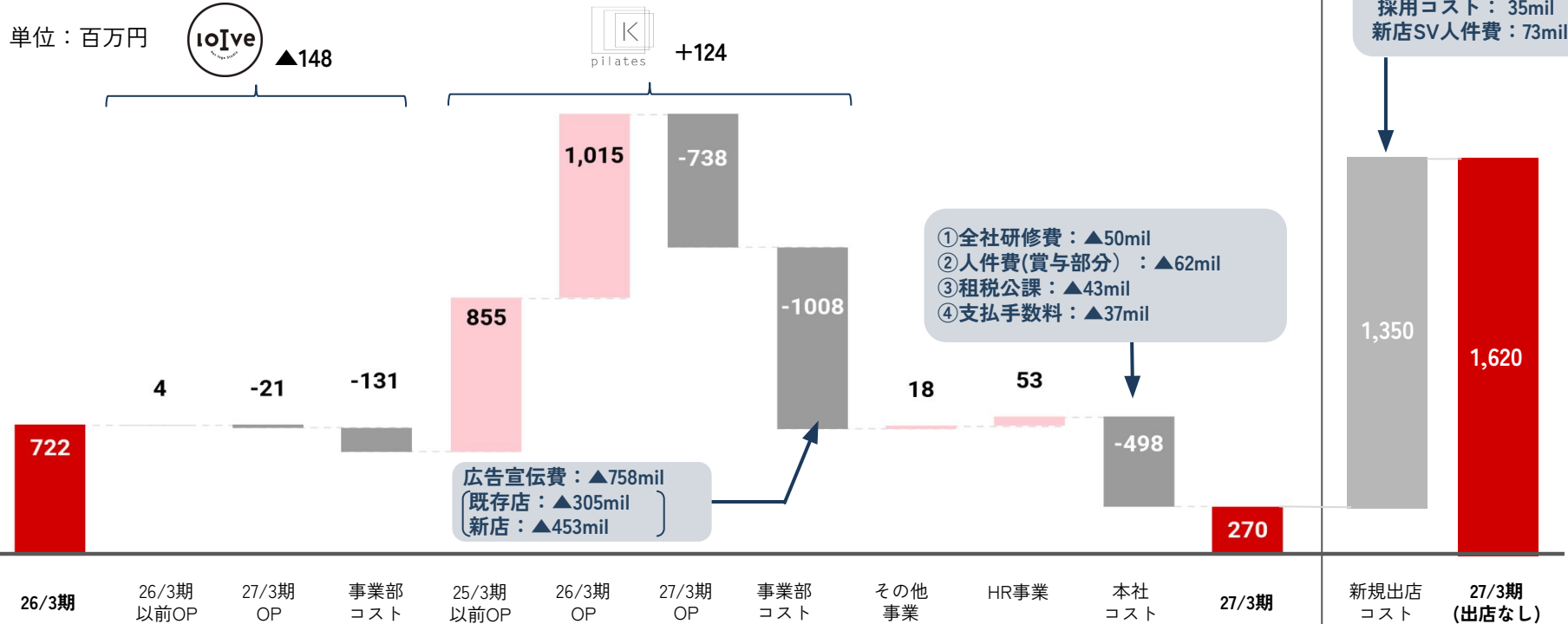
新規店舗は2年目で黒字化し、3年目以降に利益が急拡大する収益モデルを確立。
 ピラティスの既存店については着実に利益を生む構造を持っている。

単位：百万円 ■ 売上高 ■ 事業利益 ● 事業利益率



26/3期→27/3期 営業利益WF分析

ピラティス事業は25/3期OP店舗が**+8.5億円**、26/3期OP店舗が**+10.1億円**と大幅な黒字貢献を予定。
新店コスト13.5億円を控除した既存店ベースの営業利益は**16.2億円**と過去最高水準を目指す。



27年3月期 各事業の位置づけと事業別サマリ

	事業の位置づけ	項目	26/3期	27/3期	27/3期の取り組み
ピラティス事業	将来に向けて 積極投資をする 成長事業	店舗数 売上 営利	125店舗 66億円 10億円	193店舗 96億円 11億円	<ul style="list-style-type: none"> 寡占化戦略の継続で地方中心に68店舗出店&広告費も積極投下。 解約率や物販比率を改善しLTV向上。
ホットヨガ事業	安定して利益創出する 収益事業	店舗数 売上 営利	68店舗 45億円 14億円	70店舗 46億円 12億円	<ul style="list-style-type: none"> 新規出店による事業拡大も継続 物販の定期購入強化や長期プラン比率の向上も図る。
その他事業 (フィットネス)	新たな業態開発を目指す 新規事業	店舗数 売上 営利	7店舗 3億円 ▲1億円	7店舗 3億円 ▲1億円	<ul style="list-style-type: none"> REDY's GYMを4月に1店舗OP。 ブランド相互利用の促進も目指す。
HR事業	フィットネスに次ぐ柱と なる 収益事業	売上 営利	0.2億円 0.1億円	1億円 0.5億円	<ul style="list-style-type: none"> 売上1億円へ成長。研修参加者によるコミュニティも立ち上げる。

前提：フィットネス市場におけるシェア獲得のための重要KPIと当社の強み

全国出店を可能とする 採用・育成

全国で大量出店できる組織力

- ・毎年数百人規模の採用・育成力
- ・全国転勤できる総合職比率の高さ
- ・既存事業での全国展開の知見
モールとの強固な関係

26/3期：採用実績

26/3期 入社人数

506 名

総合職比率

47.0 %

マーケティング

マーケティング投資の資金力 CPAを抑えた会員獲得力

- ・既存事業の利益を使った投資力
- ・ブランド認知の蓄積と高さ
- ・集客モニタリング体制と投資の
意思決定スピード

マーケティング競争優位性

指名検索数

業界 **2** 位

マーケ予算

16 億円

サービスクオリティ

独自の教育体制に裏付けされた 高い体験価値を提供できる体制

- ・パーパス共感度95%が
もたらす、顧客一人ひとりに
寄り添うスタッフの高い熱量
- ・会員様を飽きさせない年間10本
以上のNEWプログラムリリース

26/3期：高いLTV

長期プラン割合(4Q)

55.8 %

LTV

28.4 万円

*1 長期プラン割合：掲載している数値は、長期プラン割合の向上施策を打ち出した26/3期2Qから 26/3期4Qにかけて上昇した差分

*2 物販売上比率：25/3期から26/3期にかけて上昇した差分

参考：ホットヨガ事業における地方戦略の成功事例

地方都市では競合が限定的かつ運営コストも低いため店舗利益率が高く、解約率も低い。
 今後ピラティス事業でも地方都市への出店が拡大した際には同様の傾向になることを見込む。

エリア / 女性人口*	主な出店形態	ロイブ： 店舗数	平均店舗 利益率	解約率
首都圏 / 近畿圏 (2,724万人)	駅徒歩3~5分以内の ビルイン中心	13	32.2 %	3.5 %
政令指定都市 (658万人)	駅前ビルイン + 郊外ロードサイト (自立型 + モール内)	10	41.8 %	4.0 %
地方都市 (3,040万人)	郊外ロードサイト (自立型 + モール内)	45	47.7 %	3.2 %

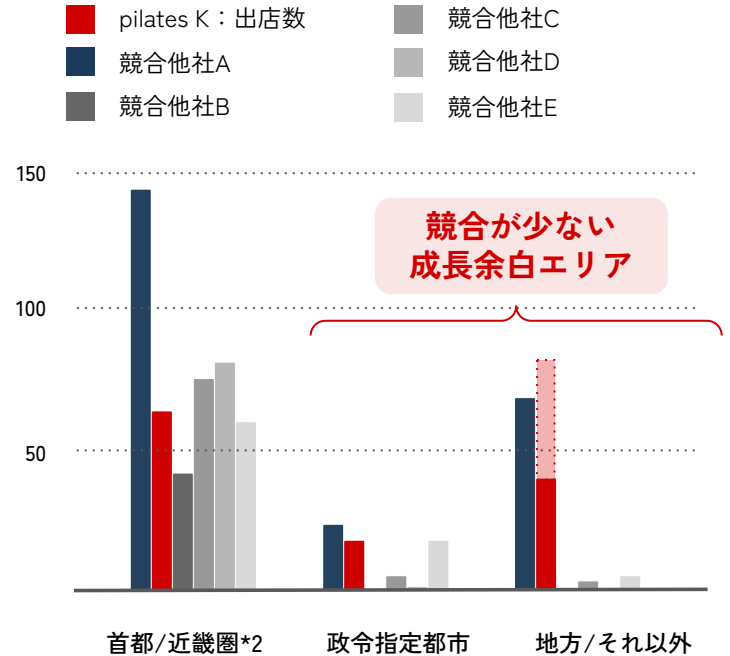
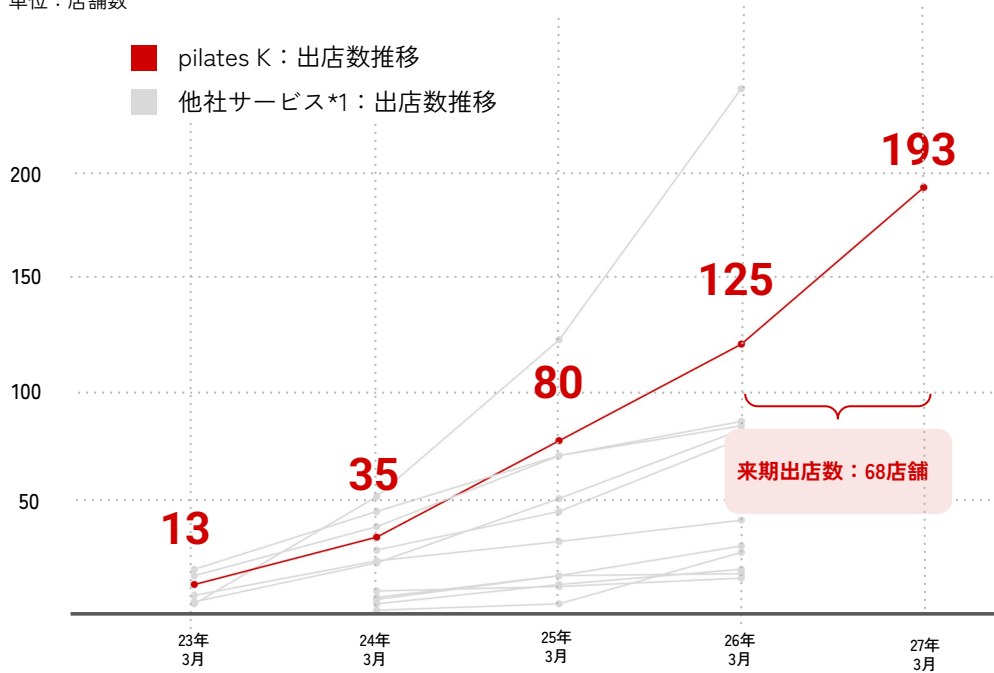
*1 女性人口：総務省公表【総計】令和5年住民基本台帳人口・世帯数、令和4年人口動態（市区町村別）を参照。首都圏は1都3県、近畿圏は大阪/京都/兵庫。

*2 平均店舗利益率・解約率は平均店舗利益率は25/3期2Q~26/3期3QOP店舗を除いて26/3期通期の店舗利益率を平均して算出

ピラティス事業の注力ポイント①：地方都市を中心に新店加速を継続

首都圏/近畿圏が飽和しつつある中、出店余地があり、競合が参入しづらい**地方都市を中心に68店舗を出店予定**。
市場シェアを更に高め、中長期での売上・利益最大化を実現する。

単位：店舗数



*1 各サービスの出店数について、各社公式HPに掲載している出店日次を参照。

*2 首都圏は1都3県、近畿圏は大阪/京都/兵庫

ピラティス事業の注力ポイント②：広告費を積極投下し更なる集客強化を目指す

ブランド指名検索数は業界トップクラスとなり集客拡大や無料集客割合UPに貢献。
 また既存店舗や他事業の収益基盤から有料集客に向けても潤沢な広告費用を投下し寡占化を推進する。

ブランド力（店舗当たり指名検索数）

■ pilates K：指名検索数 ■ 大手競合他社様



無料集客に結びつくブランド指名検索数は業界トップ層を維持

マーケティング投資の強固な財源

ピラティス事業
既存店の収益

ホットヨガ事業
既存店の収益

HR事業の収益

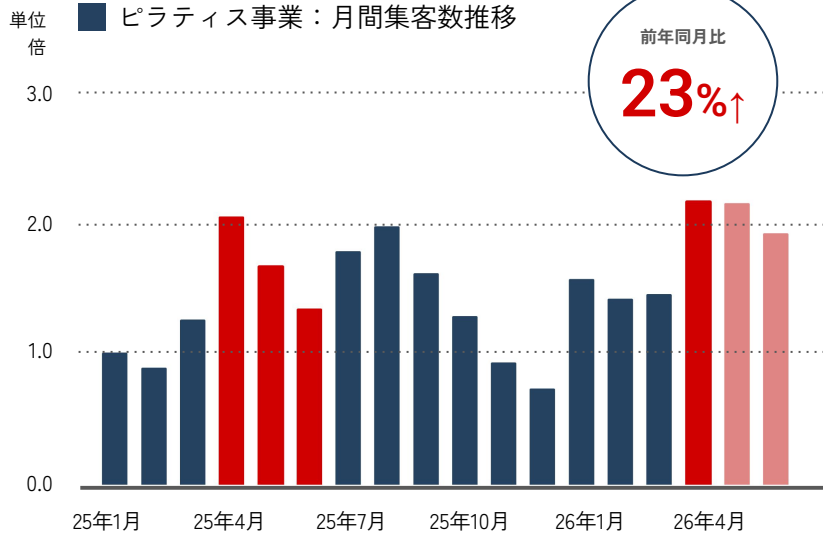
ピラティス事業の
マーケ予算（概算）

16 億円

参考：新規集客の4月進捗

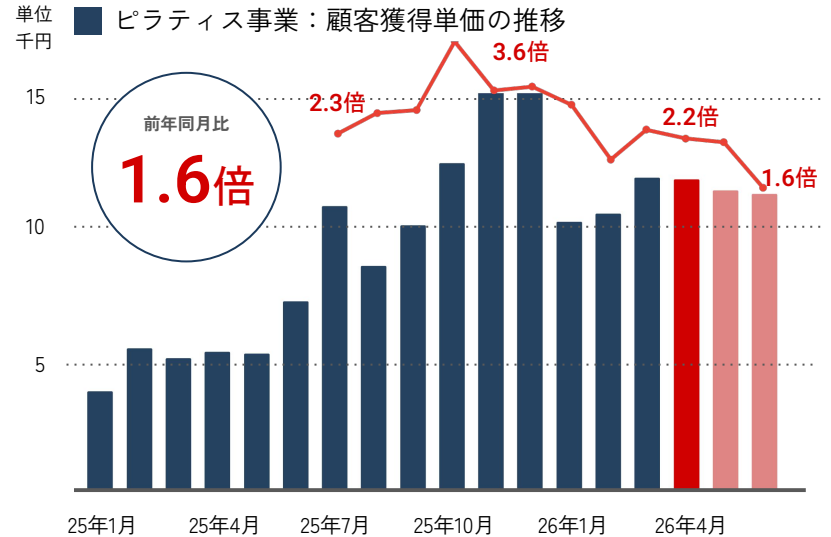
26年4月は過去最高であった前年4月と同水準の集客で進捗。1Q予測でも **集客数 +23.1%** (※ 前年同期間比)
CPAが3.6倍→1.6倍 (※ 前年同月比) **まで下がり**、見込み通りの獲得進捗を達成している。

ピラティス事業：集客数の成長率*1



*1 集客数は、2025年1月時点を“1.0”とした場合の換算値を使用。

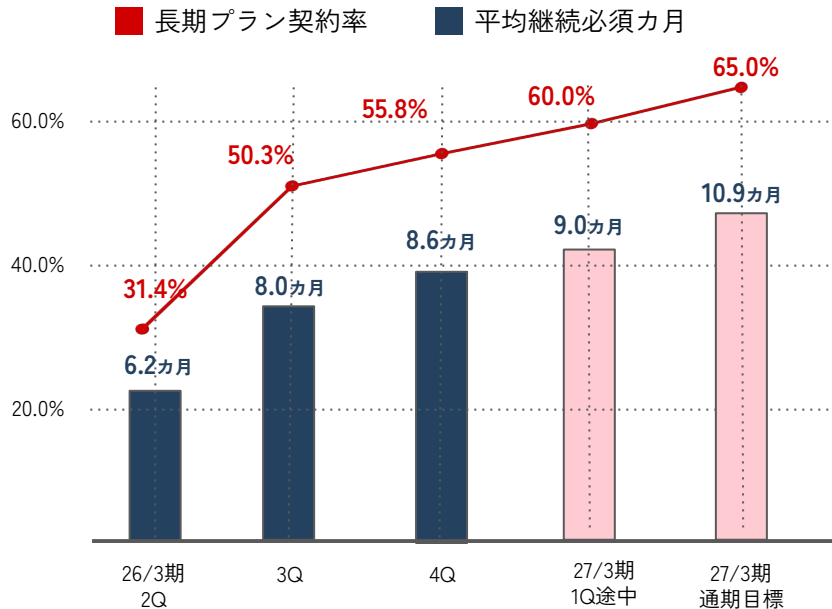
ピラティス事業：CPAの推移



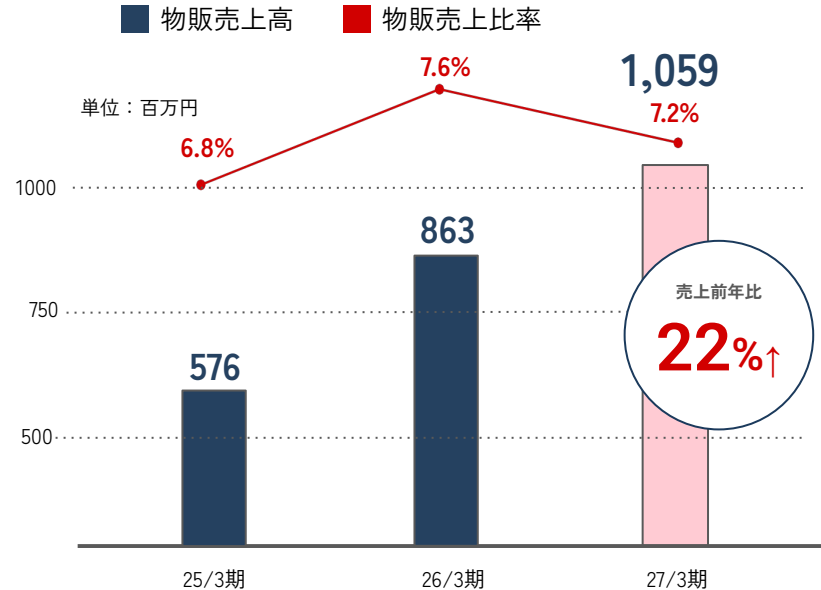
ピラティス事業の注力ポイント③：長期プランの促進や物販比率向上も継続

独自の教育体制を背景に、高い体験価値を提供できるインストラクターを全国で育てることが可能。
 パーパス共感性が高い社員の提案力により**長期契約プラン割合や物販売上が更に向上させLTVを高める。**

長期契約プランの契約割合推移



物販売上の推移



ロイブ



定期購入を中心に物販強化

顧客単価 UP

美容商品・食品を拡充し理想の体づくりを支える「**定期購入**」を推進。お客様の目標達成サポートと**安定的なストック収益**の積み上げを実現。



ずっと得の長期契約強化

解約率DOWN

高い顧客満足度を背景に**長期プラン**の加入率向上を促進し、**継続率**・**LTVの改善**を推進。



全ブランド



ブランド相互利用プラン

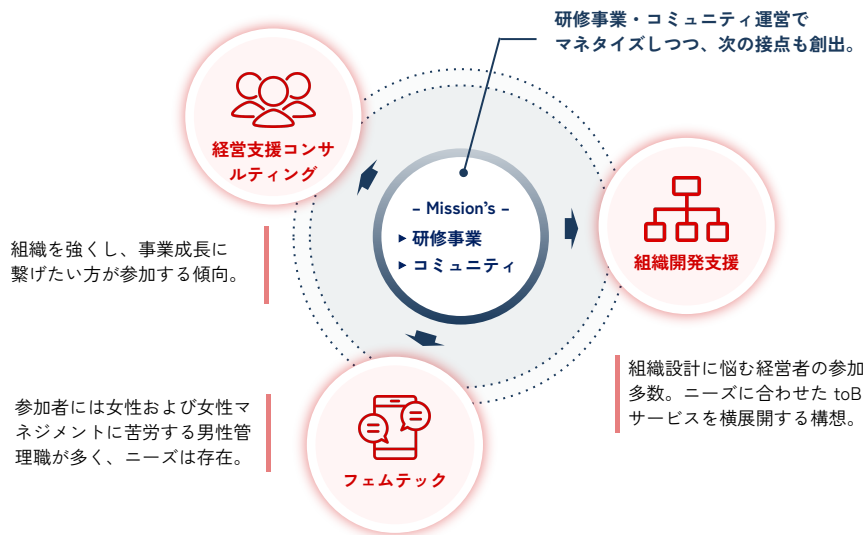
顧客単価 UP・解約率 DOWN

グループの他ブランドを相互に利用出来るプランを開始し、**顧客単価の向上**や**解約率改善**に繋げる。



今期は新規HR事業で**売上1億円、営業利益5000万円**の達成を目指す。今後は経営者・管理職を中心とした**女性活躍のプラットフォーム運営も開始**、toB 事業に繋がる次なる接点の創出を進める方針。

Mission'S を起点とした事業多角化



1 コミュニティ運営の開始（前期）

日本を牽引する女性リーダーが繋がる場所。
女性リーダーを輩出する熱狂的コミュニティを創出。

2 メンバー育成コースの販売（後期）

「経営陣の意識は変わったが組織全体が変わらない」
「現場育成ノウハウがない」という企業課題に対して
現場育成ノウハウを社員研修として提供。




自分を愛し、輝く女性を創る。

心も体も自分を愛せる場所。

私達が創るウェルネスプレイスを通して女性たちにwell-beingな社会を創る。

その中で育つ子供たちは愛に満ち、自己肯定感を育み、成長し、日本の未来を大きく変えていく。

1. 2026年3月期 通期業績について
 2. 2027年3月期 業績目標及び成長戦略について
 -  3. Appendix
-

当社スタジオの4つの特長

01

全インストラクターが**正社員**、**全店舗直営**でサービスクオリティを担保



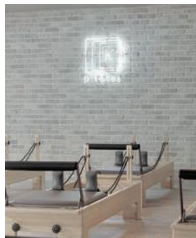
02

わずか1カ月でインストラクターとしてデビューできる**体系化**した教育メソッド



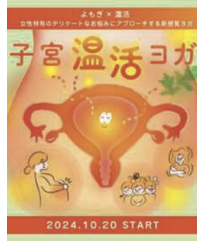
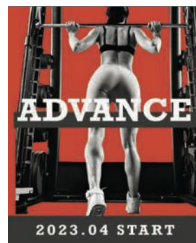
03

「**体験価値**」を重視したファッションナブルなブランド設計



04

顧客・ニーズ・最新のトレンドに多面的に対応した**豊富なプログラム数**



事業内容及びブランド紹介

「グループレッスン×ブティック型スタジオ」を全国 **200** 店舗展開。

lolve (ホットヨガ ロイブ)



温度38℃・湿度65%の環境で全身から“滝汗”。ダイエットや肌質改善など内外美容効果に期待できるホットヨガエクササイズ。

店舗数

68 店舗

pilates K (ピラティスK)



女性を中心に人気のマシンピラティス専門グループレッスンスタジオ。音楽に合わせて楽しくボディメイク。

店舗数

125 店舗

Surf Fit (サーフフィット)



都会でサーフ気分を楽しめる。体幹を鍛えるサーフエクササイズ専門スタジオ。

店舗数

2 店舗

REDY'S GYM (レディーズジム)



暗闇と音楽で没入する、筋トレマシンを使用したグループレッスンスタジオ。

店舗数

2 店舗

その他 (シニア事業)



F3層*向けサービス。20分で姿勢改善や柔軟性を目指すストレッチスタジオ。

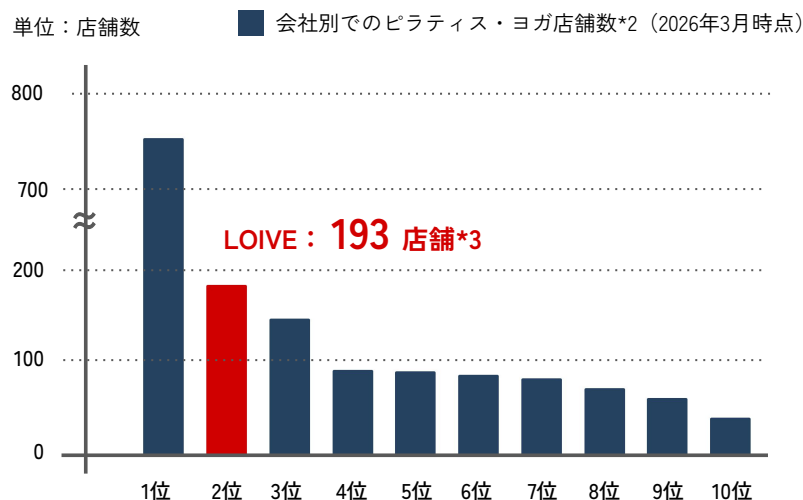
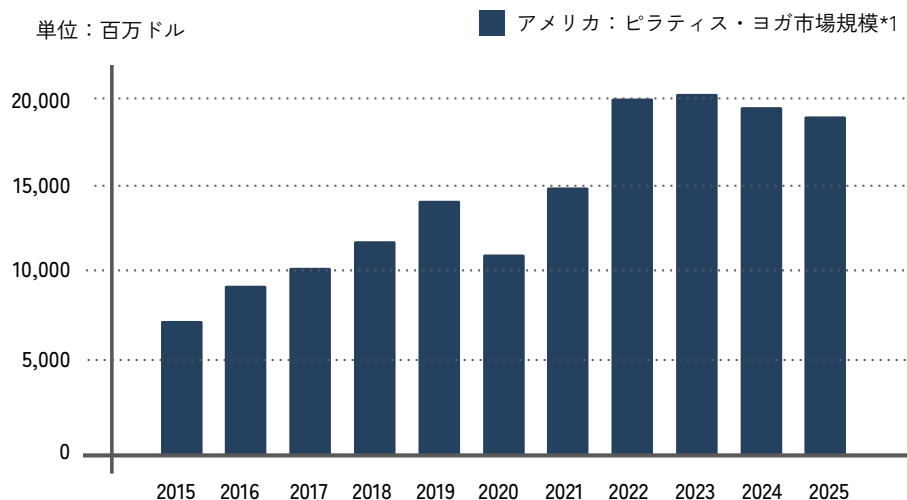
店舗数

3 店舗

(注)店舗数は2026年3月末時点。 * F3層とは、マーケティングによるターゲット区分の略語であり、50歳以上の女性を指します。

米国市場（フィットネス先進国）はピラティス市場の成長により **\$19B~\$20B** に到達。

数年遅れて日本でも市場が拡大する中、当社は **第2位** を確立。



*1 Pilates & Yoga Studios in the US - Market Size (2005-2031) (IBISWorld) を参照。

*2 2026年3月時点でのヨガ・ピラティス出店数を各社HPにて参照。

*3 2026年3月時点でのホットヨガスタジオのLOIVE、ピラティススタジオのPilatesKの店舗数を合算。

事業モデルの紹介：ブティック型×グループレッスン形式

小規模ブティック型による
投資抑制

×

グループレッスン形式による
ローコストオペレーション

=

売上総利益率：43.1%
高い利益率を実現

店舗サイズは65~80坪。スタジオ以外は
パウダールーム/更衣室のみの
スリムな設計。

1人のインストラクターが20~30名に同時に
レッスンすることで、ローコスト
オペレーションを実現。

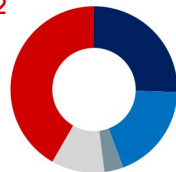
<店舗段階の利益構成>

- 初期投資は敷金含めて、35~45百万円^{*1}ほど。
- 小規模型で物件も豊富に存在。



売上総利益率^{*2}

43.1%



人件費率

24.8%

施設費率^{*3}

18.6%

その他コスト

6.3%

減価償却費率

3.6%

pilates K: 想定投資回収期間^{*4}

2.8年

loive: 想定投資回収期間

3.0年

※ 投資回収期間は広告宣伝費を含めて算出

*1 初期投資額はロイブ（ホットヨガ事業）とピラティスK（ピラティス事業）の平均値。

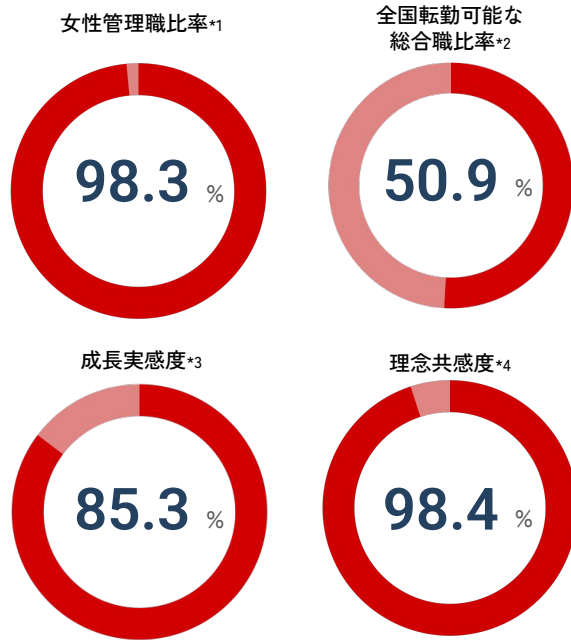
*2 売上総利益は2025年4月~2026年3月において「（店舗の売上高 - 店舗コスト - 店舗の広告宣伝費）÷ 店舗の売上高」で算出した店舗段階での利益率のこと。（26/3期OP店舗を除くロイブ&ピラティスKの平均）

*3 施設費は賃料と水道光熱費の合計。

*4 想定投資回収期間は、26年3月時点の、25/3~26/3 Q3OP店舗の設備投資額を当該店舗にかかる店舗あたりの利益および減価償却費の合計で回収できるまでの期間のこと。

競争優位性：出店加速を支える人財育成力と採用競争力

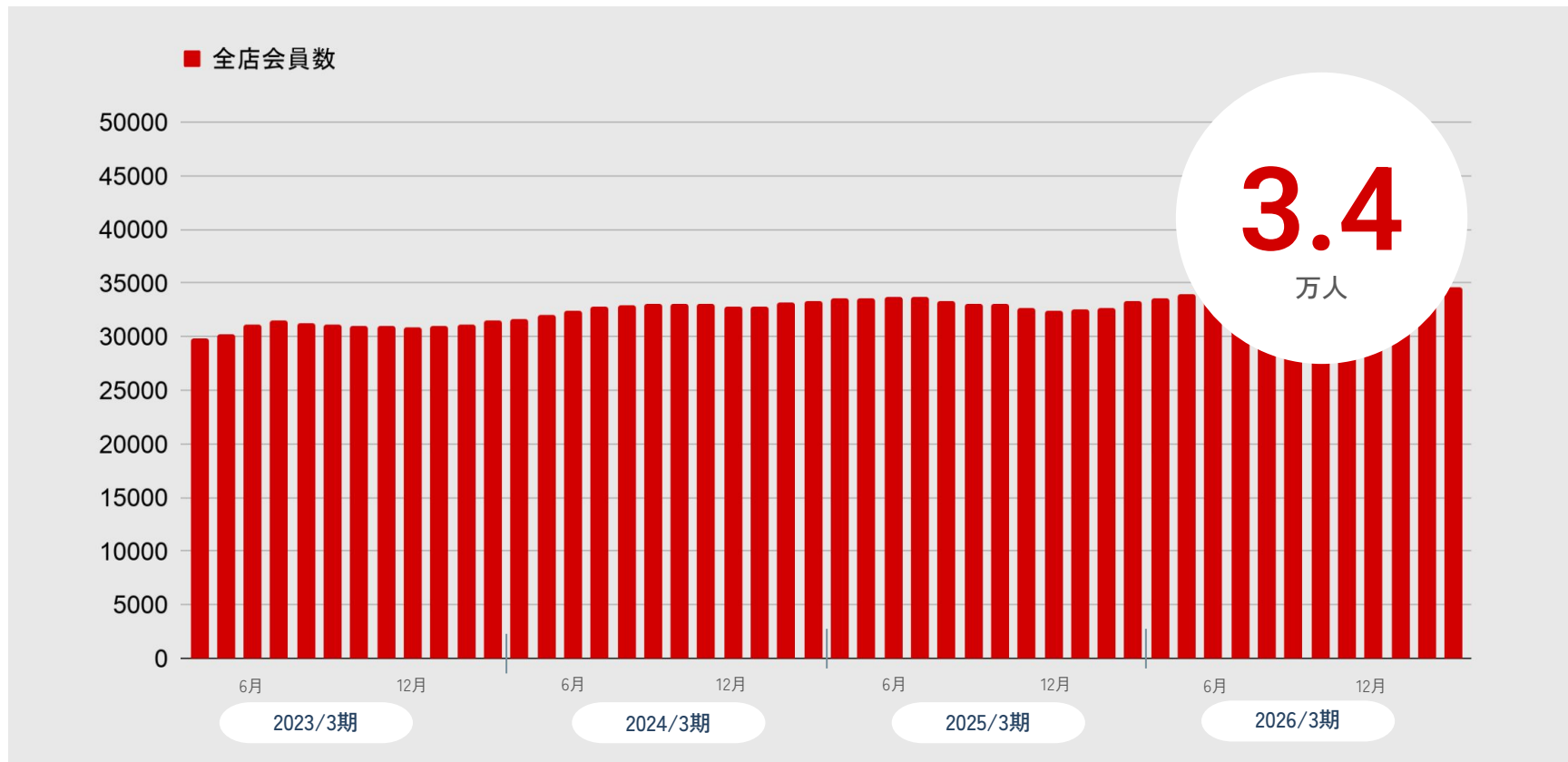
独自の教育システムにより、4週間の短期育成においても高い体験価値を提供できるインストラクターを輩出。新規採用も新卒144名・中途362名と順調に推移。全国転勤可能な総合職比率の高さを背景に出店加速を実現。



26/3期：採用実績	
25卒新卒入社	中途入社
144 名	362 名

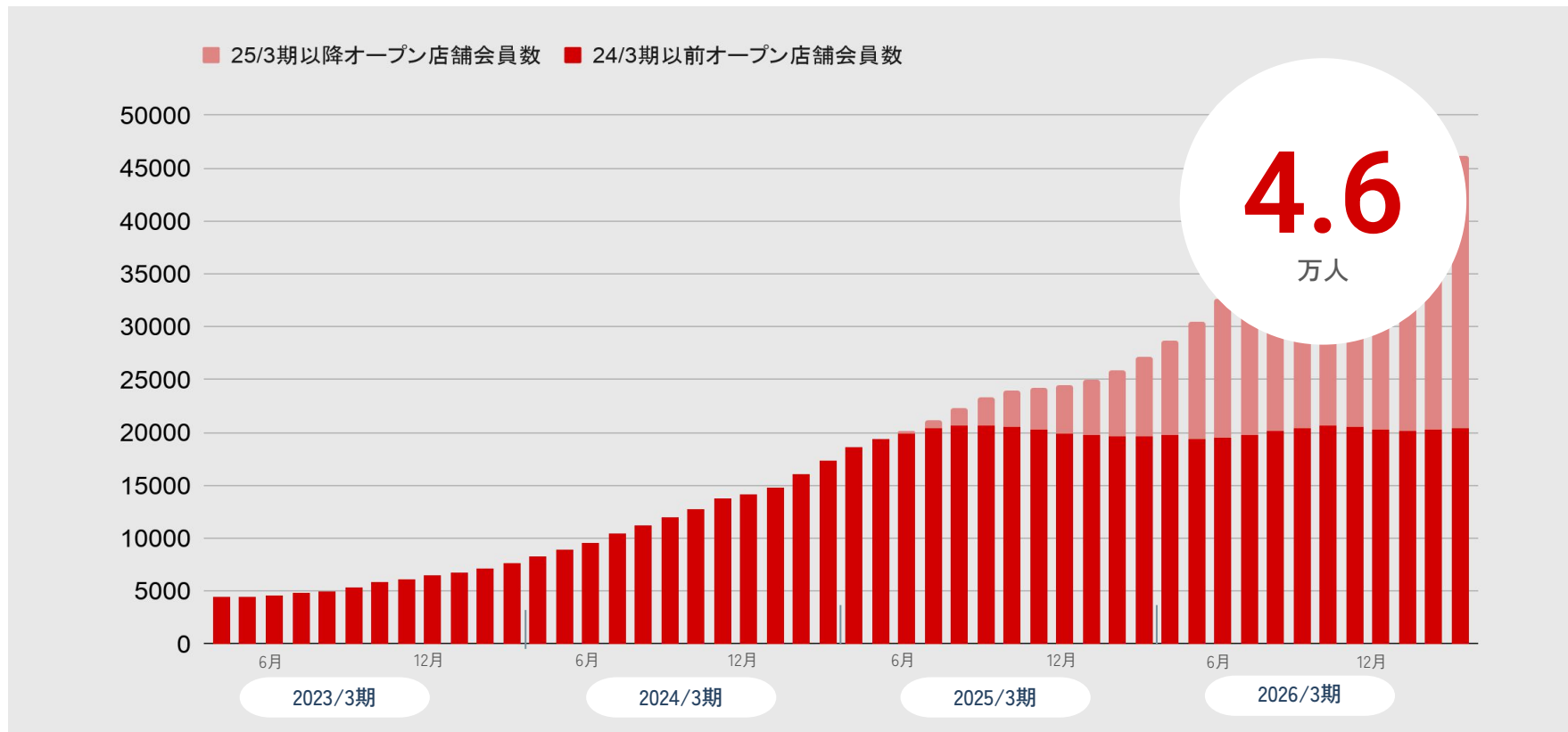
27/3期新卒	採用コスト
26/4 新卒入社	26/4新卒
214 名 (目標200名)	161 千円

*1 2026年4月1日時点の女性管理職の割合。 *2 2026年4月1日時点の店舗配属社員のうち総合職の割合。 *3 2025年12月社員アンケート成長実感度は、回答数608件のうちLOIVEで働く時間を通して自分自身の成長を実感しますか？に対して「とてもそう思う」「そう思う」の合計割合。*4 理念共感度は、回答数608件のうち会社理念に「とても共感している」「共感している」の割合。



参考：ピラティスK会員数推移

25/3期以降OP会員数が期初対比約9400名以上増加し、24/3期以前OP店舗会員数も高水準で維持ができています。



広告投資の適否は、顧客獲得コスト（CAC）に対して、顧客生涯価値（LTV）がどれだけ上回るかを基準に判断。
現在のLTV/CAC比率は12.8倍と、店舗型ストックビジネスとして良好な水準を維持。引き続き適切な広告投資水準にあると判断し、会員数拡大による事業成長方針を継続。

$$\begin{array}{l} \text{平均顧客単価*1} \\ \mathbf{1.3} \text{ 万円} \end{array} \times \begin{array}{l} \text{平均継続期間*2} \\ \mathbf{22.0} \text{ ヶ月} \end{array} = \begin{array}{l} \text{LTV} \\ \mathbf{28.4} \text{ 万円} \end{array}$$

$$\begin{array}{l} \text{LTV} \\ \mathbf{28.4} \text{ 万円} \end{array} \div \begin{array}{l} \text{CAC*3} \\ \mathbf{2.2} \text{ 万円} \end{array} = \begin{array}{l} \text{ユニットエコノミクス} \\ \mathbf{12.8} \text{ 倍} \end{array}$$

*1 平均顧客単価は会費売上と物販売上両方を含んだ平均顧客単価。主要事業であるピラティス事業における、2026年3月時点での平均顧客単価を参照。

*2 平均継続期間は一般的な算出方法として「1/解約率」で算出。解約率が低くなればなるほど平均継続期間は良化、広告投資対効果を測るLTV・ユニットエコノミクスも良化する。

*3 CACは顧客獲得コストを意味し、新規顧客獲得にかかるすべての販促費を新規顧客獲得数で割ったものである。

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現時点で入手可能な情報に基づき当社の経営者が判断した将来の業績に係る見通しであり、リスクや不確実性を含んでいます。また、当社の事業をとりまく、経済情勢、市場の動向等の様々な重要な要素により、実際の業績は、業績予想とは、異なり得ることを予めご承知おきください。

- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き必ずしも修正するとは限りません。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。