

# COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

## RIZAPグループ

### 2928 札証アンビシャス市場

企業情報はこちら >>>

2026年10月7日 (水)

執筆：客員アナリスト

**角田秀夫**

FISCO Ltd. Analyst **Hideo Kakuta**



FISCO Ltd.

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

## 目次

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| ■ 要約                                          | 01 |
| 1. 2027年3月期第1四半期の業績概要                         | 01 |
| 2. 2027年3月期の業績見通し                             | 02 |
| 3. 成長戦略・トピックス                                 | 02 |
| 4. 株主還元策                                      | 03 |
| ■ 会社概要                                        | 04 |
| ■ 事業概要                                        | 05 |
| ■ chocoZAP事業                                  | 06 |
| 1. トレーニング初心者を対象に“ジムのバリアフリー化”を実現               | 06 |
| 2. chocoZAPの社会インフラ化と目標                        | 06 |
| 3. 「簡単・便利」なトレーニングをさらに充実させる方針                  | 07 |
| 4. トレーニング以外のサービスメニューが充実                       | 07 |
| 5. 店舗品質・顧客満足度向上と無人運営エコシステムの進化                 | 08 |
| 6. ヘルステックのフル活用                                | 09 |
| 7. 大きな出店ポテンシャル                                | 09 |
| ■ chocoZAPの基本戦略とKPI                           | 10 |
| 1. chocoZAPの基本戦略と現在のフェーズ                      | 10 |
| 2. 店舗数と会員数                                    | 10 |
| 3. 収益モデルが進化し、店舗ポートフォリオは高い健全性を維持               | 11 |
| ■ 業績動向                                        | 12 |
| 1. 2027年3月期第1四半期の業績概要                         | 12 |
| 2. 財務状況                                       | 14 |
| 3. 2027年3月期の業績見通し                             | 15 |
| ■ 成長戦略・トピックス                                  | 16 |
| 1. 次世代chocoZAP成長戦略 (国内)                       | 16 |
| 2. AXの推進:「AIトレーナー」の実証実験が進行中                   | 17 |
| 3. chocoZAPの海外店舗が本格拡大:韓国で新業態「RIZAP LOUNGE」を出店 | 18 |
| ■ 株主還元策                                       | 18 |
| 1. 配当方針                                       | 18 |
| 2. 株主優待制度                                     | 19 |

## ■ 要約

### 成長投資を行いながら、 2027年3月期第1四半期は大幅営業増益、5期ぶりの最終利益黒字化

RIZAPグループ<2928>は“「人は変わる。」を証明する”という唯一無二の理念の下、健康づくり事業を中心に、ヘルスケア・美容、ライフスタイル、インベストメントの3領域で多様な事業を展開する企業である。「自己投資産業でグローバルNo.1」をビジョンに掲げ、持株会社体制の下、M&Aを積極的に活用しながら飛躍的に成長を遂げ、上場子会社4社を含むグループ企業67社、連結従業員数4,204名を擁するまでに成長した（2026年3月末時点）。2027年3月期は、chocoZAP事業で戦略投資（新規出店、既存店リニューアル、AXなど）を行いながら、過去最高益の更新を目指している。

#### 1. 2027年3月期第1四半期の業績概要

2027年3月期第1四半期の連結業績は、売上収益が36,910百万円（前年同期比7.5%減）、営業利益が790百万円（同93.4%増）、税引前四半期利益が259百万円（前期は166百万円の損失）、親会社の所有者に帰属する四半期利益が135百万円（前期は5,945百万円の損失）となり、最終利益で5期ぶりの黒字化となった。2027年3月期第1四半期は、再成長フェーズと位置付け、注力事業のchocoZAP事業で積極的な投資を推進した。RIZAP関連事業（chocoZAP含む）では、chocoZAPキャンペーン無料期間の影響があり、売上収益は同766百万円減の10,283百万円となった。既存事業では、REXT Holdings（株）や一新時計（株）、SDエンターテインメント<4650>などの増収分（同1,486百万円増）があった一方で、一部ブランド廃止等による影響があった（株）アンティローザや海外での商流変更の影響があったBRUNO<3140>などによる減収分（同2,602百万円減）が上回り、減収となった。利益面では、chocoZAP事業で、出店再開に伴う先行費用により同222百万円の営業減益となった。既存事業では、REXT HoldingsやMRKホールディングス<9980>の増益幅が大きかったのに加え、グループ他社においても構造改革が奏功し、同917百万円増と黒字幅が拡大した。全社的観点では、RIZAP関連事業（chocoZAP含む）が先行投資をしつつも、その他の既存事業が収益をカバーできており、事業ポートフォリオの運営がうまくいっていると言える。

## 2. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の連結業績は、売上収益が180,000百万円(前期比7.6%増)、営業利益が12,000～16,000百万円(同8.2～44.3%増)、税引前当期利益が9,000～13,000百万円(同10.7～59.9%増)、親会社の所有者に帰属する当期利益が4,000～6,000百万円(同177.7～316.6%増)と見込んでいる。chocoZAP事業で戦略投資(新規出店、既存店リニューアル、AXなど)を行いながら、期初予想を据え置き、過去最高益の更新を目指す。成長のドライバーであるchocoZAP事業においては、150億円超の積極的な成長投資を推進する。新規出店は、最低でも350店舗、最大800店舗を計画する。国内では、企業や自治体などと連携した共同出店・FC・協業モデルにより、地域の遊休地に出店できる同社の強みを発揮する。海外では、香港や台湾など需要が確認できた地域の出店を加速する。2026年8月14日発表時の店舗数は前期末比147店舗増の2,056店舗とやや慎重な実績となったが、収益性を重視し厳格な立地選定を徹底した結果である。足元は慎重ながらも目標達成は可能なペースであり、第2四半期から第3四半期にかけては出店が加速する可能性がある。また、顧客体験価値向上を目的として、マシンやサービスの拡充を主とした全店リニューアルを推進する。利益に関しては、下期の投資判断に応じた機動的な経営を行うためレンジ予想を採用した。下限でも、営業利益及び親会社の所有者に帰属する当期利益で増益予想となっており、投資を行いながら過去最高益を目指す。chocoZAP事業において持続可能で収益性の高い経営基盤が整ったことで、“攻め”の投資を実行する。海外展開、FC、全店リニューアル、AXなど実験的なアプローチにより効果が実証された施策を本格展開するフェーズに入っているため、弊社では事業計画の成功確率が高いと評価している。chocoZAP事業において、上期を中心に集中的に出店し下期に早期投資回収に入ることが、利益目標達成のカギとなるだろう。

## 3. 成長戦略・トピックス

次世代chocoZAPの国内での成長戦略としては、「全店舗リニューアルで最新鋭マシンの大幅拡充」「女性専用店舗300店舗展開の計画」「採算性を見極めた利益効率の高い新規出店(直営、FC)」が成長エンジンとなる。2027年3月期は、全店舗リニューアルを行い、顧客の体験価値の最大化を目指す。具体的には、既存店比でマシン数30%拡充(合計2万台規模)し、最新鋭のマシン、美容・ケアサービスの拡充、リラックス空間の拡充、ワークスペースやカフェスペースの新設などを行う。女性専用店舗(300店舗計画)では、安心のプライベート空間で、女性特化型のマシンとサービスにより女性新規層の運動参加のハードルをより引き下げる構想だ。既に、都市部を中心に、既存店からのコンパート、新規出店が開始されており、高い需要が確認されている。直営の新規出店に関しては、ペースは計画対比でやや後ろ倒しながら、採算性を見極めた利益効率の高い出店に注力している。新店も次世代マシンラインナップを大幅拡充した仕様になっている。また、FC展開に関しても、堅調に出店が伸びている。2026年8月14日時点のFC店舗数は54店舗で、今後の見込みとしては加盟意向ありを含めて109店舗、2027年3月期末には286店舗(既存店舗の10%)を計画している。

# 要約

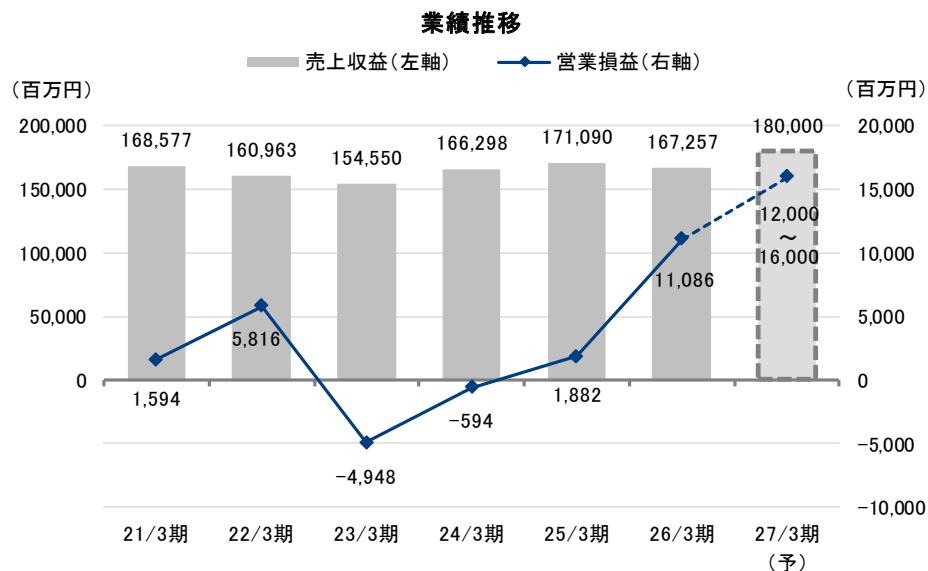
## 4. 株主還元策

同社は、株主への利益配分を経営の最重要課題の1つとして位置付けている。近年は、chocoZAP事業への先行投資期間（2023年3月期～2025年3月期）と位置付け、無配としていたが、2026年3月期の連結決算では営業活動によるキャッシュ・フローが着実に向上し、安定的な配当を実施する十分な基盤が整ったため、期末配当金0.67円（配当性向27.7%）と、8期ぶりの復配を実施した。2027年3月期は、増益予想を背景に期末配当金1.34～2.01円（配当性向20.0%）と増配を予定している。

同社の株主優待制度は、多様なグループ会社の商品が選択でき例年人気が高い。種類としては、chocoZAPの割引、ポイント優待（保有株数によって最大144,000ポイント、3年間の繰り越しが可能）、RIZAPグループデジタルギフト券（BRUNOの家電製品、（株）ジャパングルズの美容・健康関連商品など）など多様な選択肢がある。最も人気が高いのが100株以上保有で申し込めるchocoZAPの割引であり、半額で最長1年間、最大19,668円（税込）の割引が受けられる（申込期限あり）。

## Key Points

- ・ 2027年3月期第1四半期は大幅営業増益、5期ぶりの最終利益黒字化
- ・ 2027年3月期は積極投資を行いながら、過去最高益を目指す
- ・ 次世代chocoZAPでは、最新鋭マシン拡充・女性専用店舗展開、FC展開に注目
- ・ 2026年3月期に8期ぶりの復配、2027年3月期は増配予定



注：24/3期に創建ホームズ(株)の事業を非継続事業に分類。24/3期以前の数値は遡及修正適用後の数値を記載。  
また、27/3期の営業利益はレンジ形式で公表されているため、グラフは上限値で作成  
出所：決算短信よりフィスコ作成

## 会社概要

### “「人は変わる。」を証明する”という唯一無二の理念の下、 「自己投資産業でグローバルNo.1」を目指す

同社は“「人は変わる。」を証明する”という唯一無二の理念の下、健康づくり事業を中心に、ヘルスケア・美容、ライフスタイル、インバーストメントの3領域で多様な事業を展開する企業である。「自己投資産業でグローバルNo.1」をビジョンに掲げ、持株会社体制の下、M&Aを積極的に活用しながら飛躍的に成長を遂げ、上場子会社4社を含むグループ企業67社を擁するまでに成長した(2026年3月末時点)。同社を率いるのは、創業者で現代表取締役社長の瀬戸健(せとたけし)氏である。株式上場の契機となった商品「豆乳クッキーダイエット」、2010年の自身のダイエット成功体験から着想したボディメイクの「RIZAP」のほか、「どろあわわ」「エステナード(美顔器)」などヒット商品を多数有する美容通販事業をはじめ、「RIZAP GOLF」など多くの新規事業を成功に導き、その手腕は高く評価されている。2024年6月には、誰もがウェルビーイングを実感できる社会の実現に向けて、S O M P Oホールディングス<8630>と資本業務提携を行った。株式は2006年に札幌証券取引所アンビシャス市場に上場している。

#### 会社沿革

|          |                                                                                                          |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2003年 4月 | 健康食品の通信販売を目的として、健康コーポレーション(株)を設立                                                                         |
| 2006年 5月 | 札幌証券取引所アンビシャス市場に株式を上場                                                                                    |
| 2007年 1月 | 美容機器等の製造販売を行う(株)ジャパンギャルズの株式を取得し子会社化(現 連結子会社)                                                             |
| 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)                                                                 |
| 2012年 1月 | 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))                                                           |
| 2013年 9月 | (株)アイデアインターナショナル(現 BRUNO(株))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)                                       |
| 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が、商号をRIZAP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 5月 | (株)パスポート(BRUNOに合併)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 | 会社新設分割により純粋持株会社へ移行し、商号をRIZAPグループに変更<br>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(株))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 6月 | 堀田丸正(株)(現 Bitcoin Japan(株))の第三者割当増資を引受け子会社化(現 連結子会社)                                                     |
| 2018年 3月 | (株)ワンダーコーポレーション(現 REXT Holdings(株))の第三者割当増資の引受け及び公開買付により子会社化(現 連結子会社)                                    |
| 2022年 6月 | 子会社であるワンダーコーポレーション、(株)HAPINS、ジーンズメイトが統合し、商号をREXT Holdingsに変更<br>(現 連結子会社)<br>RIZAPテクノロジーズ(株)を設立(現 連結子会社) |
| 2022年 9月 | RIZAPにおいてコンビニジム「chocoZAP(チョコザップ)」の本格展開を開始                                                                |
| 2023年 8月 | chocoZAPがフィットネスジムにおける会員数で日本一を達成                                                                          |
| 2023年11月 | chocoZAPの会員数が100万人を突破<br>創建ホームズ(株)の全株式を譲渡                                                                |
| 2024年 6月 | S O M P Oホールディングス(株)と資本業務提携契約を締結                                                                         |
| 2025年 8月 | 堀田丸正(現 Bitcoin Japan)の株式の一部を譲渡し、持分法適用関連会社化                                                               |
| 2025年11月 | Bitcoin Japanを持分法適用関連会社から除外                                                                              |

出所：同社ホームページ、有価証券報告書よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

## 事業概要

### 再成長に回帰したヘルスケア・美容事業と 構造改革の成果が著しいライフスタイル事業が2大事業セグメント

同社の事業セグメントはヘルスケア・美容事業、ライフスタイル事業、インベストメント事業の3つである。ヘルスケア・美容事業は、運動初心者向けコンビニジム「chocoZAP」及びパーソナルトレーニングジム「RIZAP」などのRIZAP関連事業の運営、体型補整用下着、美容関連用品・化粧品・健康食品等の販売等が含まれる。創業以来の中核事業であり、2027年3月期第1四半期において全社売上収益の41.1%、全社営業利益の35.5%を構成する。chocoZAP事業においては、前期に高収益モデルを確立し、進行期は再成長に向けた出店を加速している。ライフスタイル事業は、エンターテインメント商品等の小売及びリユース事業の店舗運営、インテリア雑貨、アパレル及びアパレル雑貨の企画・開発・製造・販売、スポーツ用品の販売等を手掛けている。全社売上収益の44.2%と同社最大規模である。取り組んできた構造改革が奏功し収益力が向上しており、全社営業利益の41.8%を構成する。インベストメント事業は、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と位置付けており、フィットネスや宝飾品等の販売等を行う。全社売上収益の14.7%、全社営業利益の22.6%を構成する。2027年3月期第1四半期は、これまでの先行投資や構造改革の成果により、すべてのセグメントで黒字となった。

#### 事業の内容と構成 (連結、2027年3月期第1四半期)

(単位：百万円)

| 事業セグメント    | 主な業務内容                                                                                    | 売上収益   |       | 営業利益 |       |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|------|-------|
|            |                                                                                           | 実績     | 構成比   | 実績   | 利益率   |
| ヘルスケア・美容事業 | 運動初心者向けコンビニジム「chocoZAP」及びパーソナルトレーニングジム「RIZAP」などのRIZAP関連事業の運営、体型補整用下着、美容関連用品・化粧品・健康食品等の販売等 | 15,310 | 41.1% | 457  | 35.5% |
| 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及びリユース事業の店舗運営、インテリア雑貨、アパレル及びアパレル雑貨の企画・開発・製造及び販売、スポーツ用品の販売等                | 16,448 | 44.2% | 539  | 41.8% |
| 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と位置付けており、フィットネスや宝飾品等の販売等                        | 5,458  | 14.7% | 291  | 22.6% |

注：売上収益及び営業利益は調整前

出所：決算短信、有価証券報告書よりフィスコ作成

## ■ chocoZAP事業

### 独自のDXやサポート会員による 無人運営エコシステムが特徴のコンビニジム「chocoZAP」

「chocoZAP」は、誰もが簡単に毎日の生活のなかで運動する習慣を身に付けられるように作られた、RIZAP発の運動初心者向け「コンビニジム」である。同社は2022年7月から「chocoZAP」ブランドによる店舗展開を開始しており、会員数は2023年8月に日本一、2025年5月には135万人を突破した。ボディメイク「RIZAP」の知見やノウハウを最大限に活用することに加え、RIZAPにしか提供できない独自の「5分でも結果を出せる」メソッドを低価格で実現した。chocoZAPの特徴は、体組成計やヘルスウォッチとの連携やAI（人工知能）機能を搭載した専用アプリ、無人店舗を実現するAIカメラによる監視システム、QRコードを用いた故障状況の即時把握システムなど様々なデジタルツールを活用した事業モデルである。前期（2026年3月期）は、会員数拡大のみに依存しない収益構造を目指し、故障対応や清掃などを強化し店舗品質・顧客満足度の向上などに取り組み、高収益モデルを確立した。2025年からはFCによる出店、海外展開、女性専用店舗も含めて、出店を再加速し始めている。

#### 1. トレーニング初心者を対象に“ジムのバリアフリー化”を実現

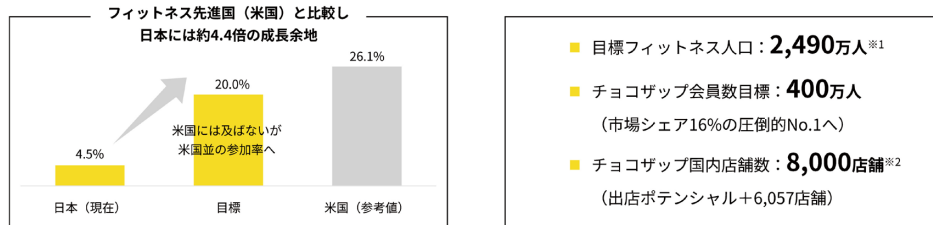
chocoZAP事業の対象顧客は、主に20～60代の男女であり、筋力トレーニング（以下、筋トレ）初心者である。具体的には、フィットネスジムを現在利用していない層、日頃の運動習慣がない層、運動不足や体のだるさを感じている層、今よりも痩せたいと思っている層などである。人口規模では運動初心者が約1億人、シニア（65歳以上）が約3,600万人、女性（15～64歳）が約3,600万人であり、対象市場は大きい。一方で筋トレ上級者は主な対象ではない。同社では「1日5分のちょいトレ・健康習慣プログラム」という利用方法を推奨しており、買い物ついで、会社員の次のアポイントまでの時間や仕事終わり、といった様々なスキマ時間の利用を想定している。

一般的なスポーツクラブの料金は5,000～10,000円/月であるのに対し、chocoZAP月額プランの料金は一律3,278円/月（税込）であり、業界の相場から見ると低価格である。トレーニング中上級者のしっかりトレーニングしたいという市場はレッドオーシャンと位置付けられるが、同社は「初心者のちょいトレ」というブルーオーシャンを見出したと言える。chocoZAPが急成長するなかでも、同業であるエニタイムフィットネス（運営会社（株）Fast Fitness Japan）やカーブス（同（株）カーブスジャパン）が会員数を減らしていないことから、新しい顧客が創出されていることがわかる。

#### 2. chocoZAPの社会インフラ化と目標

chocoZAPは会員数100万人を超えて成長しているが、目標・ビジョンからすれば、まだ成長期の前半である。日本のフィットネス参加率は2026年5月現在4.5%であり、米国の26.1%を参考にすれば、将来的に20%前後に達することは夢ではない。同社は、その時のフィットネス人口2,490万人中、chocoZAPの会員数目標は400万人（シェア16%）、店舗数は8,000店舗と推計している。同社では、「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。」というスローガンを掲げ、健康の社会インフラ化を推進している。

### 日本最大級の社会インフラ化構想



チョコザップは「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。」というスローガンを掲げ、日本のフィットネス参加率を20%へと押し上げます。

フィットネス参加率の出典（日本）Health & Fitness Association. (September 16, 2024). Global Health and Fitness Industry Poised for Further Expansion. <https://www.healthandfitness.org/global-health-and-fitness-industry-poised-for-further-expansion/> (米国) フィットネス参加率：Health & Fitness Association. (April 9, 2026). 81 Million Americans Were Members of a Fitness Facility in 2025. New HFA Report Finds <https://www.healthandfitness.org/81-million-americans-were-members-of-a-fitness-facility-in-2025-new-hfa-report-finds/> いずれも最終確認日2026年5月14日  
※1：日本のフィットネス参加率が4.5%から20.0%に4.44倍に伸びた際のフィットネス参加人口として、日本の人口をもとに推計 ※2：今後の外部環境や財務状況によって変更の可能性あり

出所：決算説明会資料より掲載

### 3. 「簡単・便利」なトレーニングをさらに充実させる方針

chocoZAPのサービス内容には「簡単・便利」を徹底的に追求した際立った特徴がある。まず、着替えや靴の履き替えが不要であり、極端に言えば入館から5秒でトレーニングをスタートできる。また、24時間365日※全店通い放題である。必要性の少ないサービスは徹底的に割愛しており、店舗にはスタッフが存在せず、入退館管理やマシン操作の解説などはすべてスマートフォンから行う。シャワールームや鍵付きロッカーもない。RIZAPのノウハウを活用し、筋トレ初心者でも扱いやすい筋トレマシン、トレッドミル(ランニングマシン)・バイク等の有酸素運動マシンを配置する。2027年3月期は、全店舗において最新鋭マシンの次世代ラインナップを整備し、合計約2万台規模、マシン数で30%増(既存店比)を計画している。

※一部テナント規制により24時間営業ではない店舗、休業日のある店舗もある。

### 4. トレーニング以外のサービスメニューが充実

chocoZAPはトレーニング以外のサービスメニューが充実している。当初からある「セルフエステ」「セルフ脱毛」に加え、「セルフネイル」「セルフホワイトニング」「マッサージチェア」「デスクバイク」「ワークスペース」等の新サービスをリリースし順次拡大した。「セルフネイル」では、設置されたネイルプリンターで、397種類に上る豊富なデザインのネイルが簡単に楽しめる。「セルフホワイトニング」は、専用ペーストを塗ってLEDライトを照射し、ホワイトニング専用溶剤とブラッシングを併用して歯の表面の汚れを落とし、歯を白くすることができる。いずれも、一般的には高額で時間のかかるサービスだが、chocoZAPでは、1回20分程度のスキマ時間に追加料金なしで利用できる。現在では、「カラオケ」「洗濯・乾燥機(ランドリー)」「ピラティス」「セルフフォト」「キッズパーク」「chocoZAPメディカル」などを提供している。同社では、「ジムを飛び出そう。」という想いの下、これまでのフィットネスジムの固定観念にとらわれず、「美容」「ライフスタイル」「エンターテインメント」などの様々な分野を取り込み、より利便性の高い「コンビニジム」へと進化させる方針だ。多様なサービスを追加料金なしで利用できるため、特に各サービスのエントリー層への普及が期待できる。一度会員になると複数のサービスを利用するため、既存会員にとってなくてはならない普遍的なサービス群に進化していると言えるだろう。新サービス導入店舗では、来館回数、利用者数、入会者数、退会率の改善率のいずれの指標においても未導入店舗を上回る傾向が見られ、新サービスの導入が一定の成果につながっている可能性が伺える。

## 5. 店舗品質・顧客満足度向上と無人運営エコシステムの進化

2025年3月期以降は既存会員の満足度向上を推進しており、現在はその成果が顕在化してきた。chocoZAPはサブスクリプション方式であるため、chocoZAPはサブスクリプション方式であるため、会員数が増えるほど退会率の抑制が重要となり、会員満足度の向上が不可欠となる。同社が打ち出す方向性は“人×DXの最適化”であり、具体的には、ちょこっとサポート導入（トレーナー配置）、コンシェルジュ導入（コールセンター）、清掃の強化、サポート会員制度導入、ちょこっとメンテナンスなど社員によるメンテナンス導入等である。さらに、品質管理担当の役割を担う「ちょこっとメンテナンス」人材を登用し、自社車両による定期巡回を行うとともに、設備修理業務やサポート会員のフォローを行うなど、品質向上の取り組みを包括的に実践する体制とした。

故障・不具合対応では、サポートセンターの設置（2022年7月～）、故障カード導入（2023年9月～）、チェックシート導入（2023年11月～）、など段階的に対応を強化してきた。2024年12月に導入したのが、「お店の状況わかるナビ!」（2024年12月～、一覧Webページ）、QRコード管理（2024年12月～、各マシンのQRコードで情報管理）であり、個別機器の故障・不具合の“見える化”が実現した。これらの結果として、マシン故障率は5.90%（2024年11月末）から1.60%（2026年8月時点）まで低減した。

清掃業務・備品補充業務の主役となるのは、33,785名（2026年2月時点）のフレンドリー会員である。同社では清掃箇所の指示や完了報告などが簡単にできるサイトを導入し、フレンドリー会員が動きやすい仕組みを整備している。一方、清掃状況が低調な店舗を中心に定期巡回専門スタッフによる大規模清掃を行っているほか、清掃クオリティの均一化に向けて、AIカメラによる清掃活動の評価や店舗環境の把握を行っている。

以上のサービス水準の向上から、chocoZAPのサービスモデルは、品質の平準化と向上が高水準に達し、現在は「無人運営エコシステムの確立」が完了した段階と言えるだろう。進行期には、従来の「清掃スコア」「マシン故障率」の2指標から、店舗体験スコア（＝満足度）と会員の“生の声”を取り込んで店舗品質を高める仕組みへ刷新した。



## 6. ヘルステックのフル活用

chocoZAPの急成長の要因には、ヘルステックの活用が不可欠である。chocoZAPアプリは、入退会、日々の入退館、混雑情報の確認、ライフログ・顧客特性からAIによる最適な運動の提案、おすすめ動画の配信、継続を支えるゲーム機能(くじ引きなど)、顧客同士のコミュニティ機能などのサービスがあり、会員に不可欠な存在となっている。また、各店舗に平均10台設置された監視カメラ映像をAIが解析し、「不審な行為」や「転倒」を検知した場合には、適切な対処を遅延なく行える体制が整っており、無人店舗のセキュリティ確保に大きく貢献している。さらに、体組成計、ヘルスウォッチ、様々な新規アプリによるライフログの蓄積は顧客サービスにおいて重要な役割を果たしている。

同社は2022年6月にDX専門子会社であるRIZAPテクノロジーズ(株)を新設した。Web・UI/UXデザイナー、デジタルマーケター、データアナリスト、エンジニアなどのDX人材を積極的に採用し、育成している。現在では、同社のDX人材は総勢130名超となり、ヘルステック企業としても大手に位置付けられる。内製化率100%となったことでナレッジ資産蓄積や開発速度の向上が成果として顕在化している。直近の取り組み成果事例としては、chocoZAP店舗の冷暖房の自動制御を同社DXチームが主導した。IoT遠隔システムを自社開発し、冷暖房を自動制御することにより、快適な店舗環境とともに、大きな節電効果が得られた。トレーニングジム業界にはない発想と専門性で、chocoZAP事業の集客や満足度向上に貢献している。今後は、「AI店長」「AIトレーナー(2026年8月中旬より実証検証を開始)」が実装される計画であり、さらなる顧客満足と運営効率化が期待される。

## 7. 大きな出店ポテンシャル

chocoZAPは大都市を中心に出店を加速し、現在では地方都市を含む全国に店舗網を広げ、2026年8月14日時点で国内2,030店舗、海外26店舗の合計2,056店舗に拡大した。都心部でのchocoZAPは、1~2km圏内に一定以上の人口があれば成立する小商圈ビジネスモデルである(コンビニエンスストアの商圈は500m前後と言われている)。また、地方都市へ拡大中であり、2024年12月末時点では、既設店舗の72.6%が大都市店舗(東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県、愛知県、大阪府、兵庫県、京都府、福岡県)であるのに対し、それ以外の27.4%は地方都市の店舗であり、地方都市の店舗の比率は大きく上昇している。1店舗当たりの会員数では大都市店舗を下回るものの、固定費を安く抑えられるため十分収益性が成り立つ。また、過疎地での店舗展開も、人口密度(50人/km<sup>2</sup>以下)などの条件が不利で当初は考えられなかった地域でも採算がとれることが確認できている。

新たな立地タイプ・店舗タイプの可能性も見えてきている。洗濯・乾燥機のみ、カラオケのみなど機能を絞った店舗、高速道路店舗(「chocoZAP日本平PA(上り)店」(E1東名高速道路)など)、ホテル内立地(「chocoZAPホテル信濃路店」)、空港内店舗(阿蘇くまもと空港内)などである。さらに、大きなポテンシャルを秘めるのが、企業内出店である。2024年10月に同社は、初の単独企業内出店として「chocoZAPクボタ グローバル技術研究所店」をオープンした。国内企業の94.2%※は、福利厚生にフィットネス関連補助を導入していない。一方で、フィットネス関連補助をいち早く導入した企業では、働きやすさの評価が上がり、業績の向上が見込まれるという調査結果もある。上記事例では、chocoZAP導入により社内コミュニケーションの向上に好影響があったという評価もあった。

※ 経済産業省委託事業「令和4年度ヘルスケアサービス社会実装事業(国内外での健康経営の普及促進に係る調査)報告書」(2023年3月24日)による。

これらの実績及び検証から、同社では、国内のchocoZAPの出店ポテンシャルを、6,000店舗以上と想定している。また、国内のフィットネス参加率（現状4.5%）が、将来的にフィットネス先進国の米国（現状23.7%）に迫る水準（20%）になる前提で試算すると必要フィットネス施設数は49,800店舗、同社シェア16%（現状20%）と仮定すると約8,000店舗となり、出店余地は6,000店舗以上（2026年8月時点の同社店舗数2,030店舗）となる。

## ■ chocoZAPの基本戦略とKPI

### 収益構造の再構築（出店・広告抑制）から再成長戦略へ

#### 1. chocoZAPの基本戦略と現在のフェーズ

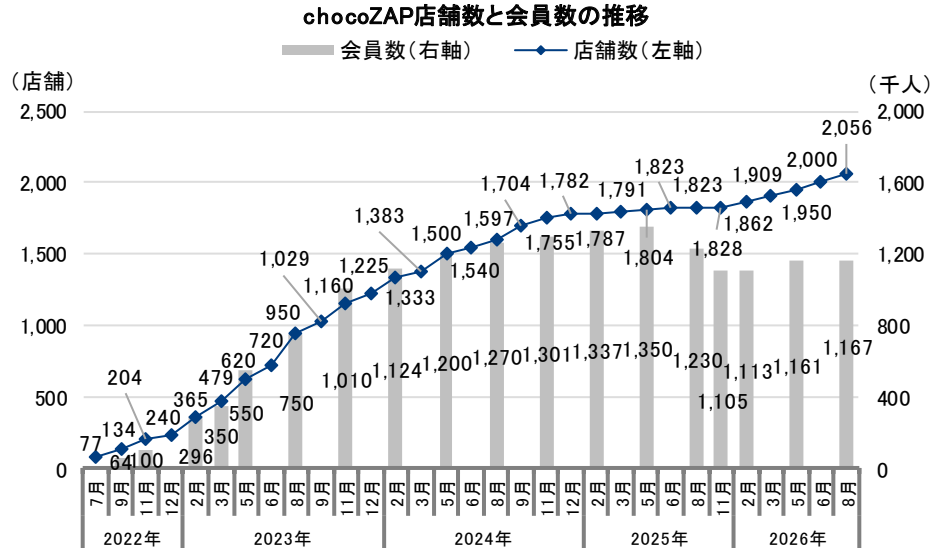
同社では、chocoZAP事業のスタートから3年間で、1年目の2023年3月期が立ち上げ期、2024年3月期が新規出店加速と黒字転換期、2025年3月期が品質改善による収益基盤の確立期と位置付けてきた。2026年3月期は、収益基盤の確立を完了し、FC展開やグローバル展開のモデルを固めた。2027年3月期は、国内では新規出店（女性専用店舗、FCを含む）と既存店リニューアル、海外では香港と台湾での本格展開を計画しており、売上と利益の再成長を目指している。

#### 2. 店舗数と会員数

同社は、chocoZAP事業の進捗を随時開示している。店舗数においては、2022年3月期末に16店舗（テスト店舗）、chocoZAPブランドを本格展開し始めた2022年7月に77店舗、2023年3月期末に479店舗と順調に店舗数を伸ばした。2024年3月期には、月間約75店舗のペースで出店した。急速な出店ができた背景としては、基本的に無人オペレーションであり、人材投資が伴わないビジネスモデルである点が大きく寄与している。会員数においては、2022年11月には10万人を突破し、2023年3月末に35万人、2023年5月に55万人、2023年8月には101万人となり、エニタイムフィットネス（93.5万人、2024年9月末）、カーブス（86万人、2024年11月末）を抜いてフィットネスクラブの会員数で日本一を達成した。この時点で、chocoZAPは国内フィットネス市場会員数上位5社のシェアで30%を超えている。さらに、2024年5月時点では120万人、2025年5月時点では135万人と順調に会員数を伸ばした。

2026年3月期上期は、収益構造を再構築する戦略のため、出店ペースを落とし広告宣伝費も抑制した。会員数は135万人（2025年5月）から110.5万人（同年11月）に一旦減少したが、これは、1）株主優待無料期間終了、2）法人トライアル会員の厳格化、3）出店抑制、4）広告宣伝費抑制などが要因であり、同社の戦略に沿った施策の結果である。2026年3月期下期からは、出店ペースを上げており、広告投資も強化し再拡大フェーズに入った。2027年3月期からは、出店再開及びFC店の増加を主因に会員数も増加傾向となっている。

## chocoZAPの基本戦略とKPI



出所：決算補足資料よりフィスコ作成

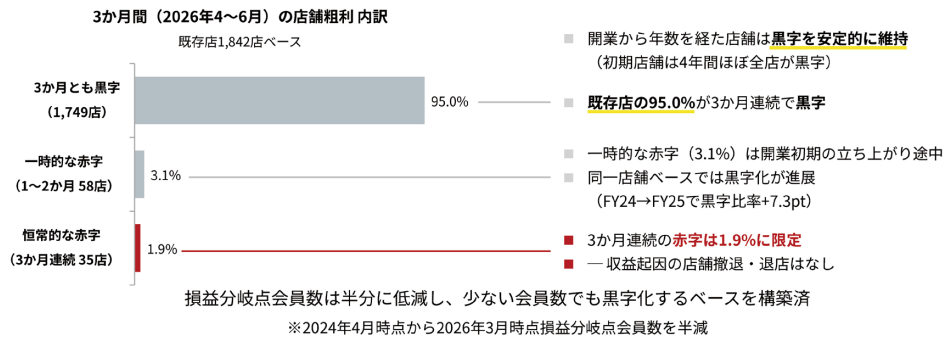
競合の観点では、chocoZAPの事業モデルの一部を模倣できても、同社が無人運営エコシステムを確立していること、導入サービスがジム以外の多岐にわたっていること、全国2,000店舗を超えるスケールメリットによるコスト競争力などの様々な観点から、集客力や収益性の点でchocoZAPに追いつくのは至難の業だと弊社では考えている。RIZAPのブランドを生かして事業を軌道に乗せ、早期に「ちょいトレ市場」においてデファクトスタンダードを確立したことで、参入障壁を築いたと言える。

### 3. 収益モデルが進化し、店舗ポートフォリオは高い健全性を維持

chocoZAPが創業から急成長した背景としては、早期の投資回収ができる事業モデルだったことがある。2025年3月期から2026年3月期にかけては、この収益構造をさらに進化させるべく、高効率化と内製化に取り組み、営業利益が大きく向上した。具体的には、顧客獲得効率に重点を置いた広告投資により広告宣伝費を前期比53.8%減、仕組み化確立により人件費などの固定費を同28.0%減、内製化やAI活用などにより備品消耗品費や外注費などの変動費を同17.7%減と、それぞれ抑制に成功し、黒字化できる基盤を構築した。結果として、2026年4月から6月の黒字店の比率は95.0%、1,749店に達する。また、残りの5%においても、開業初期の一時的な赤字店が3.1% (58店舗) であり、恒常的な赤字店は1.9% (35店舗) に限定される。店舗ポートフォリオは高い健全性を維持しており、さらなる出店で収益性と会員数の積み上げが可能な体制にあると言えるだろう。

## chocoZAPの基本戦略とKPI

## chocoZAP既存店の収益性



## 店舗ポートフォリオは高い健全性を維持

## 更なる出店で収益性と会員数の積み上げが可能な体制に

出所：決算補足資料より掲載

## 業績動向

## 2027年3月期第1四半期は大幅営業増益、5期ぶりの最終利益黒字化

## 1. 2027年3月期第1四半期の業績概要

2027年3月期第1四半期の連結業績は、売上収益が36,910百万円（前年同期比7.5%減）、営業利益が790百万円（同93.4%増）、税引前四半期利益が259百万円（前期は166百万円の損失）、親会社の所有者に帰属する四半期利益が135百万円（前期は5,945百万円の損失）と、最終利益で5期ぶりの黒字化となった。

2027年3月期第1四半期は、再成長フェーズと位置付け、注力事業のchocoZAP事業で積極的な投資を推進した。RIZAP関連事業（chocoZAP含む）では、chocoZAPキャンペーン無料期間の影響があり、売上収益は前年同期比766百万円減の10,283百万円となった。既存事業では、REXT Holdingsや一新時計、SDエンターテインメントなどの増収分（同1,486百万円増）があった一方で、一部ブランド廃止等による影響があったアンティローザや海外での商流変更の影響があったBRUNOなどによる減収分（同2,602百万円減）が上回り、減収となった。利益面では、chocoZAP事業で、出店再開に伴う先行費用により同222百万円の営業減益となった。既存事業では、REXT HoldingsやMRKホールディングスの増益幅が大きかったのに加え、グループ他社においても構造改革が奏功し、同917百万円増と黒字に転換した。全社の観点では、RIZAP関連事業（chocoZAP含む）が先行投資をしながらも、その他の既存事業が収益をカバーしており、事業ポートフォリオの運営がうまくいっている。

## 業績動向

## (1) ヘルスケア・美容事業

RIZAP関連事業では、chocoZAPで出店投資を再開し、会員数は底打ちから増加に転じた。2025年11月13日時点で110.5万人であった会員数が、2026年8月14日時点では116.7万人に増加した。出店にあたっては、直営とFCの二刀流が本格稼働し、店舗数は2025年12月の1,836店舗から2026年8月の2,056店舗へと増加した。FC展開においても順調に店舗数を拡大し、海外展開では、本格展開する香港・台湾以外としてマレーシアに2026年6月初出店を果たした。MRKホールディングスでは、婦人下着及びその他関連事業等で一時的な減収となったが、収益性向上施策が奏功し、営業損失は前年同期から大幅に縮小した。ヘルスケア・美容事業の売上収益は15,310百万円（前年同期比6.1%減）、営業利益は457百万円（同40.1%減）となった。

## (2) ライフスタイル事業

REXT Holdingsでは、エンターテインメント事業で、新規出店の寄与もあり中核商材のトレーディングカードが前期を大きく上回ったことに加え、アミューズメント（クレーンゲーム等）を含む高収益カテゴリの強化が奏功し大幅な増収増益となった。リユース事業では、ブランド・宝飾を中心とした買取の好調などにより増収増益となった。BRUNOは、ブランド力の強化及び収益性を重視する経営体質への転換を推し進め、高粗利商品への集中や販路の最適化を行い、前年同期を下回った。ライフスタイル事業の売上収益は16,448百万円（前年同期比8.1%減）、営業利益は539百万円（同172.2%増）となった。

## (3) インベストメント事業

SDエンターテインメントでは、主力のウェルネス事業において就労継続支援B型事業所の多店舗展開（当第1四半期に7施設開所）を推進するなど積極投資を行い、増収とともに収益性が改善した。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た。なお、(株)湘南ベルマーレは、前期（2026年2月）において、全保有株式の譲渡に伴い連結子会社から除外された。インベストメント事業の売上収益は5,458百万円（前年同期比6.7%減）、営業利益は291百万円（同234.4%増）となった。

## 2027年3月期第1四半期業績

（単位：百万円）

|                       | 26/3期1Q |        | 27/3期1Q |       | 前年同期比  |
|-----------------------|---------|--------|---------|-------|--------|
|                       | 実績      | 売上比    | 実績      | 売上比   |        |
| 売上収益                  | 39,915  | -      | 36,910  | -     | -7.5%  |
| 売上総利益                 | 18,823  | 47.2%  | 16,888  | 45.8% | -10.3% |
| 販管費                   | 18,671  | 46.8%  | 16,357  | 44.3% | -12.4% |
| 営業利益                  | 408     | 1.0%   | 790     | 2.1%  | 93.4%  |
| 税引前四半期損益              | -166    | -0.4%  | 259     | 0.7%  | -      |
| 四半期損益                 | -4,212  | -10.6% | 380     | 1.0%  | -      |
| 親会社の所有者に帰属する<br>四半期損益 | -5,945  | -14.9% | 135     | 0.4%  | -      |

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 業績動向

## 2. 財務状況

2027年3月期第1四半期末の資産合計は前期末比588百万円減の162,891百万円となった。このうち流動資産は同1,602百万円減の72,312百万円となったが、これは棚卸資産が3,015百万円増加したものの、営業債権及びその他の債権が2,829百万円、現金及び現金同等物が1,562百万円それぞれ減少したことによる。現金及び現金同等物の残高は27,505百万円であり、中期的に財務基盤は強化された。これは、chocoZAP事業をはじめとする各事業の収益力向上及びグループ全体の在庫最適化等の取り組みが寄与したためである。非流動資産は同1,013百万円増の90,579百万円となったが、これは主に使用権資産が2,157百万円増加したことなどによる。

負債合計は前期末比255百万円増の99,176百万円となった。このうち流動負債は同814百万円減の59,625百万円であり、主に営業債務及びその他の債務が1,857百万円減少したことによる。非流動負債は同1,069百万円増の39,550百万円となったが、主に有利子負債が997百万円増加したことによる。資本合計は同843百万円減の63,715百万円となったが、配当等により利益剰余金が528百万円減少したことなどによる。

経営指標では、親会社所有者帰属持分比率が2027年3月期第1四半期末に30.8%（2024年3月期末12.4%、2025年3月期末30.4%、2026年3月期末30.9%）と安全性に懸念はない。

### 財政状態計算書及び経営指標

(単位：百万円)

|                | 26/3期末  | 27/3期1Q末 | 増減     |
|----------------|---------|----------|--------|
| 流動資産           | 73,914  | 72,312   | -1,602 |
| （現金及び現金同等物）    | 29,067  | 27,505   | -1,562 |
| （営業債権及びその他の債権） | 20,978  | 18,148   | -2,829 |
| （棚卸資産）         | 20,075  | 23,090   | 3,015  |
| 非流動資産          | 89,565  | 90,579   | 1,013  |
| （有形固定資産）       | 33,854  | 32,058   | -1,795 |
| （使用権資産）        | 35,439  | 37,597   | 2,157  |
| 資産合計           | 163,480 | 162,891  | -588   |
| 流動負債           | 60,439  | 59,625   | -814   |
| （営業債務及びその他の債務） | 21,463  | 19,606   | -1,857 |
| （有利子負債）        | 31,406  | 33,254   | 1,847  |
| 非流動負債          | 38,481  | 39,550   | 1,069  |
| （有利子負債）        | 32,268  | 33,266   | 997    |
| 負債合計           | 98,921  | 99,176   | 255    |
| 資本合計           | 64,559  | 63,715   | -843   |
| （資本金）          | 100     | 100      | 0      |
| （利益剰余金）        | 4,462   | 3,933    | -528   |
| 負債及び資本合計       | 163,480 | 162,891  | -588   |
| < 安全性 >        |         |          |        |
| 親会社所有者帰属持分比率   | 30.9%   | 30.8%    | -0.1pp |

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 2027年3月期は積極投資を行いながら、過去最高益を目指す

### 3. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の連結業績は、売上収益が180,000百万円(前期比7.6%増)、営業利益が12,000～16,000百万円(同8.2～44.3%増)、税引前当期利益が9,000～13,000百万円(同10.7～59.9%増)、親会社の所有者に帰属する当期利益が4,000～6,000百万円(同177.7～316.6%増)と見込んでいる。chocoZAP事業で戦略投資(新規出店、既存店リニューアル、AXなど)を行いながら、期初予想を据え置き、過去最高益の更新を目指す。

成長のドライバーであるchocoZAP事業においては、150億円超の積極的な成長投資を推進する。新規出店は、最低でも350店舗(国内300店舗、海外50店舗)、最大800店舗(国内650店舗、海外150店舗)を計画する。国内では、企業や自治体などと連携した共同出店・FC・協業モデルにより、地域の遊休地に出店できる同社の強みを発揮する。海外では、香港や台湾など需要が確認できた地域の出店を加速する。2026年8月14日発表時の店舗数は前期末比147店舗増の2,056店舗とやや慎重な実績となったが、収益性を重視し厳格な立地選定を徹底した結果である。足元は慎重ながらも目標達成は可能なペースであり、第2四半期から第3四半期にかけては出店が加速する可能性がある。また、顧客体験価値向上を目的として、マシンやサービスの拡充を主とした全店リニューアルを推進する。利益に関しては、下期の投資判断に応じた機動的な経営を行うためレンジ予想を採用した。下限でも、営業利益及び親会社の所有者に帰属する当期利益で増益予想となっており、投資を行いながら過去最高益を目指す。

その他の既存事業に関しては、前期までに構造改革や先行投資の成果が顕在化したため、選択と集中を加速する。成長領域への積極投資と、低成長&低収益分野は効率化&事業売却も検討する。BRUNOや(株)五輪パッキングなどではchocoZAPに続き海外展開を強化する。また、RIZAP建設(株)の本格始動によるグループシナジーも追求する。第1四半期はその他の既存事業の収益力の向上が確認されたが、好調が維持できるかが通期に向けてのポイントとなる。

chocoZAP事業において持続可能で収益性の高い経営基盤が整ったことで、“攻め”の投資を実行する。海外展開、FC、全店リニューアル、AXなど実験的なアプローチにより効果が実証された施策を本格展開するフェーズに入っているため、弊社では事業計画の成功確率は高いと評価している。chocoZAP事業において、上期を中心に集中的に出店し下期に早期投資回収に入ることが、利益目標達成のカギとなるだろう。

## 業績動向

## 2027年3月期業績見通し

(単位：百万円)

|                  | 26/3期   |      | 27/3期         |          | 前期比          |
|------------------|---------|------|---------------|----------|--------------|
|                  | 実績      | 売上比  | 予想            | 売上比      |              |
| 売上収益             | 167,257 | -    | 180,000       | -        | 7.6%         |
| 営業利益             | 11,086  | 6.6% | 12,000~16,000 | 6.7~8.9% | 8.2~44.3%    |
| 税引前当期利益          | 8,128   | 4.9% | 9,000~13,000  | 5.0~7.2% | 10.7~59.9%   |
| 当期利益             | 5,731   | 3.4% | 5,500~8,200   | 3.1~4.6% | -4.0~43.1%   |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 | 1,440   | 0.9% | 4,000~6,000   | 2.2~3.3% | 177.7~316.6% |

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 成長戦略・トピックス

### chocoZAP事業では、最新鋭マシン拡充、女性専用店舗展開、新規出店を推進

chocoZAP事業では、2026年3月期で証明された収益基盤を土台に、設備リニューアル・新規出店・AX等への集中投資を推進する。

#### 1. 次世代chocoZAP成長戦略(国内)

##### (1) 全店舗リニューアルで、最新鋭マシンを大幅拡充

2027年3月期は、全店舗リニューアルを行い、顧客の体験価値の最大化を目指す。具体的には、既存店比でマシン数30%拡充(合計2万台規模)し、最新鋭のマシン、美容・ケアサービスの拡充、リラックス空間の拡充、ワークスペースやカフェスペースの新設などを行う。次世代マシンとして注目されるのが、EMS引き締めマシン、プロ級セルフケアマシン、骨盤底筋トレーニングマシンなどである。これまで、マシン・サービスが限定的、画一的で、スペースの使い方に余白がある店舗などがあり課題となっていたが、全店リニューアルを機に見直す。

##### (2) 女性専用店舗300店舗展開を計画

社会のフィットネス参加率を上げていくためには潜在的なマーケットへのアプローチが必須となる。その点で注力する顧客セグメントが女性である。厚生労働省が推進する「健康日本21(第三次)」においても特に若手女性(20~40代)の運動不足が課題となっている。同社では、「女性専用chocoZAP」の出店を決定し、2027年3月期に最大300店舗(国内出店計画は最大650店舗)を計画する。安心のプライベート空間で、女性特化型マシンとサービスにより女性新規層の運動参加のハードルをより引き下げる構想だ。既に、都市部を中心に、既存店からのコンバート、新規出店を開始しており、高い需要が期待される。

RIZAPグループ  
2928 札幌アンビシャス市場

2026年10月7日 (水)  
<https://www.rizapgroup.com/ir>

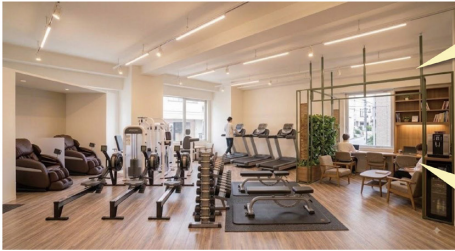
成長戦略・トピックス

### (3) 採算性を見極めた利益効率の高い新規出店 (直営、FC)

新規出店ペースは計画対比でやや後ろ倒しながら、採算性を見極めた利益効率の高い出店に注力している。新店も次世代マシンラインナップを大幅拡充した仕様となっている。また、FC展開に関しても、堅調に出店が伸びている。2026年8月14日時点のFC店舗数は54店舗であり、今後の見込みとしては加盟意向ありを含めて109店舗、2027年3月期末には286店舗 (既存店舗の10%) を計画している。

#### chocoZAP成長戦略の進捗

最新鋭マシンを全国のリニューアル店舗へ展開



※画像はイメージです。

出所：決算補足資料より掲載

**01 既存店リニューアル**

- 全店舗を最新鋭マシンで刷新し、次世代ラインナップを全国展開
- 既存店比マシン+30%拡充／合計 約2万台規模

**02 女性専用店舗**

- 最大の未開拓層=20〜30代女性のマーケットへ本格展開
- 運動習慣づくりをサポート
- 今期 最大300店舗 展開予定

**03 新規出店**

- 直営・FCで全国への新規出店を継続的に拡大
- 新店も次世代マシンラインナップを大幅拡充
- 今期 最大 800店舗 展開予定／次世代マシン大幅拡充

## 2. AXの推進：「AIトレーナー」の実証実験が進行中

同社では、これまでも無人店舗を運営するためのIoT化やDXを推進してきたが、2027年3月期はAIを活用してさらに進化させる構想である。これまでの取り組みにより空調 (温度)、煙、けが、清掃状態、マシン不具合、運動記録など様々な情報がリアルタイムで取得できており、今後は「AI店長」が分析・判断し、最適化する指令を出す。「AI店長」の下、スタッフやフレンドリー会員が動くことになる。直近では、「AIトレーナー」が運動中に声かけ・励ましを行い、来館継続率 (=モチベーション) の向上を目指す実証実験が進行中である。「AIトレーナー」は生成AIデジタルヒューマンであり、実験ではトレッドミルに設置したタブレット上で利用者と、「いいですね！今日も一緒に20分、伴走します！」といった会話をしながら声かけ・励ましを行う。人物を検知できるのはもちろん、RIZAPトレーナーのノウハウや特徴を受け継いだデジタルヒューマンと、双方向で会話できる点で新たな体験価値を提供する試みである。2026年12月までには、効果検証が完了する計画だ。

#### AXで実現する次世代店舗 開発進捗

**AIトレーナーとは**

生成AIデジタルヒューマンを「AIトレーナー」としてトレッドミルに先行導入。タブレット上で利用者と会話しながら声かけ・励まし、運動を習慣化して来館数を増やす。

**双方向で会話できる**

**体験フロー (実機イメージ)**





人物検知      発話・会話      20分サポート

出所：決算補足資料より掲載



**進捗状況**

- ～2026年7月  
開発・DH生成・シナリオ制作
- 2026年7月  
現場機能検査→仕様確定
- ～2026年8月上旬  
実機動作・テスト完了
- 2026年8月中旬～11月  
PoC運用 (実証検証)  
A/B・過次評価
- 2026年11～12月  
効果検証

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項 (ディスクレマー) をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

### 3. chocoZAPの海外店舗が本格拡大：韓国で新業態「RIZAP LOUNGE」を出店

chocoZAPの海外展開は、実証フェーズから本格成長フェーズに入っている。香港の店舗数は2026年8月末には22店舗となり、出店が加速中である。香港の成功モデルは、日本よりも広い面積の店舗で、生活密着型サービス（フィットネスジム、マッサージ、ワークスペース、ランドリー、エステなど）を「オールインクルーシブ」で提供するというものであり、会員数で日本の1.4倍、客単価で1.8倍、収益力で2.5倍という優れたモデルである。本格展開を一気に加速しており、2027年3月期に最大100店舗も視野に入る。また、類似の店舗モデルで展開する台湾（2026年8月時点で2店舗）でも大きな手応えをつかんでおり、本格展開する方針だ。進行期には、マレーシアで2店舗目、韓国で1店舗目、ベトナムでも出店準備中である。韓国では新業態「RIZAP LOUNGE」を2026年8月に開業した。ローカルのニーズを取り入れ、“「働く&整える」をシームレスにつなぐ「都市型ワーク&セルフケアラウンジ」”をコンセプトにした大型店での初出店となった。2027年3月期に海外合計で最大150店舗の出店を計画しており、「アジアNo.1チェーン」への基盤を固める年になりそうだ。

## 株主還元策

### 2026年3月期に8期ぶりの復配

#### 1. 配当方針

同社は、株主への利益配分を経営の最重要課題の1つとして位置付けている。配当方針としては、株主へ安定的に増配することを基本的な方向性とし、経営成績、財政状態及びキャッシュ・フローの状況を勘案したうえで、年間配当額を決定する。近年は、chocoZAP事業への先行投資期間（2023年3月期～2025年3月期）と位置付け無配としていたが、2026年3月期の連結決算では営業活動によるキャッシュ・フローが着実に向上し、安定的な配当を実施する十分な基盤が整ったため、期末配当金0.67円（配当性向27.7%）と、8期ぶりの復配を実施した。2027年3月期は、増益計画を背景に期末配当金1.34～2.01円（配当性向20.0%）と増配を予定している。

同社では、将来の成長ポテンシャルに対して株価が割安な水準にあるとの認識の下、自己株式の取得による資本効率の向上と株主還元の加速に取り組んでいる。具体的には、株式の取得価格の総額（上限）で26億円、取得し得る株式の総数（上限）で11百万株（発行済株式総数の1.84%）の取得枠を設定した。取得期間は、2026年5月15日～2027年5月14日となる。2026年7月末時点では1.62億円の株式を取得している。

## 2. 株主優待制度

同社の株主優待制度は、多様なグループ会社の商品が選択でき例年人気が高い。種類としては、chocoZAPの割引、ポイント優待（保有株数によって最大144,000ポイント、3年間の繰り越しが可能）、RIZAPグループデジタルギフト券（BRUNOの家電製品、ジャパングルズの美容・健康関連商品など）など多様な選択肢がある。最も人気が高いのが100株以上保有で申し込めるchocoZAPの割引であり、半額で最長1年間、最大19,668円（税込）の割引が受けられる※。

※ 2027年3月期の申込期限は2026年10月2日18時まで。

株主優待ポイントは最大3年間積み立て可能であり、株主はポイント数に応じて、株主優待カタログ掲載のグループ会社商品・サービスから選択できる。また、RIZAPグループデジタルギフト券はグループ会社のECサイトで使用できる金券となっている。一例を挙げると、APORITO（アポリト）公式通販サイトより、THE NORTH FACE（ノースフェイス）、NEW ERA（ニューエラ）などのブランドの商品と交換でき、人気が高い。同社は「資産と健康」の最大化へ向け、限界までの株主への還元を追求しており、同社試算による優待総額の還元率は60%を超える（前提：400株、株価200円、総還元額50,760円相当）。

#### 重要事項 (ディスクレーマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062東京都港区南青山5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443 (IRコンサルティング事業本部)

メールアドレス：support@fisco.co.jp