



2006年3月期 決算説明会資料

- ◆2006年3月期決算について
- ◆今期の出店計画・業績予想

- ◆中期経営計画について

株式会社ルネサンス

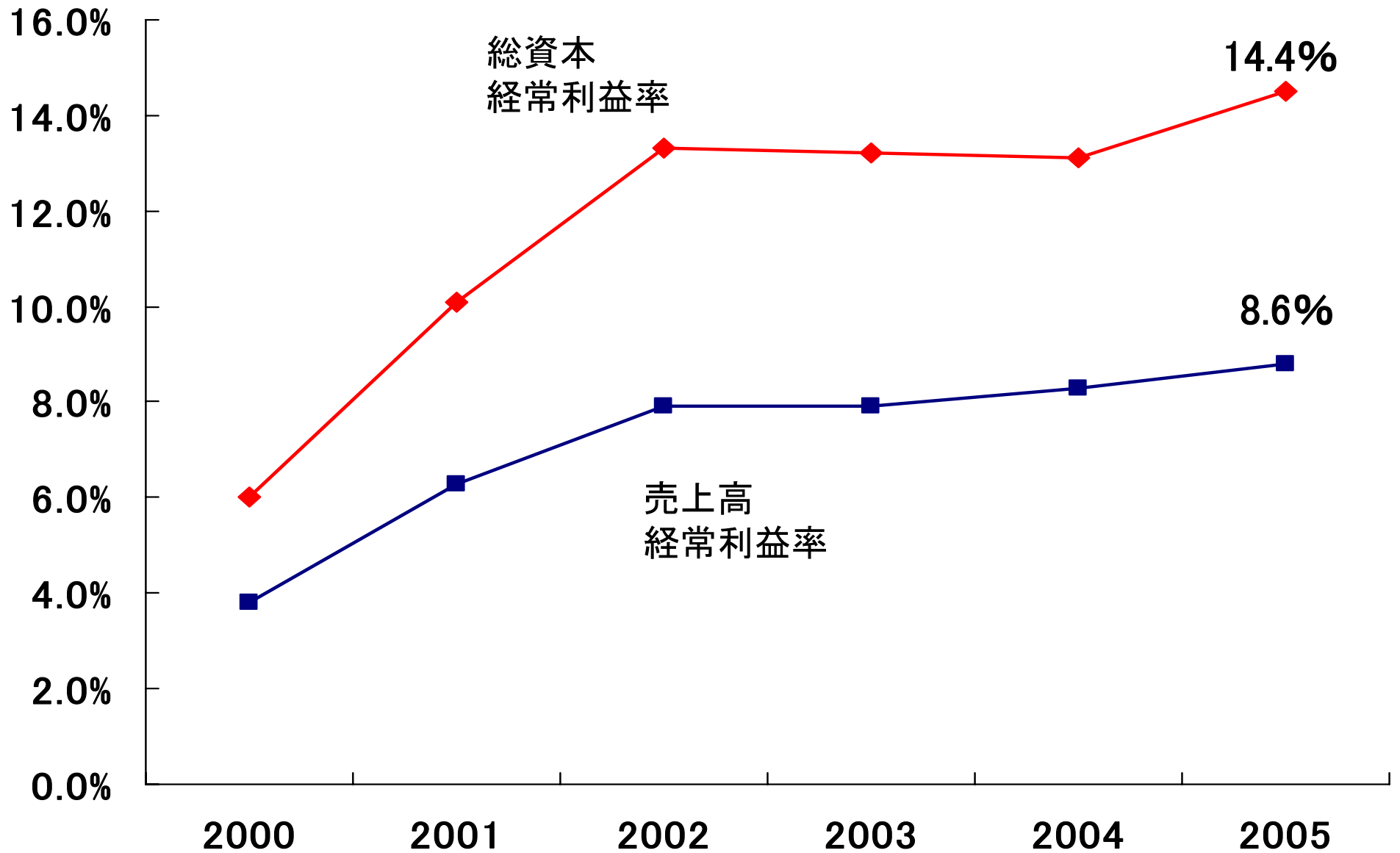
このプレゼンテーション資料には、2006年5月10日現在の将来に関する前提・見通し・計画に基づく予測が含まれています。世界経済・競合状況・為替の変動等にかかわるリスクや不確定要因により、実際の業績が記載の予測と異なる可能性があります。

業績ハイライト

(単位:百万円)

	2005年3月期	2006年3月期	前期比(増減)
売上高	26,164	28,783	10.0%
売上原価	22,542	24,826	10.1%
売上総利益	3,622	3,956	9.2%
販売費及び一般管理費	1,349	1,433	6.2%
営業利益	2,273	2,523	11.0%
営業外収益	63	67	5.6%
営業外費用	173	120	▲30.5%
経常利益	2,162	2,469	14.2%
特別利益	6	2	—
特別損失	72	367	—
税引前当期利益	2,096	2,104	0.4%
法人税等	891	893	—
当期純利益	1,204	1,211	0.6%

収益力・総資本効率



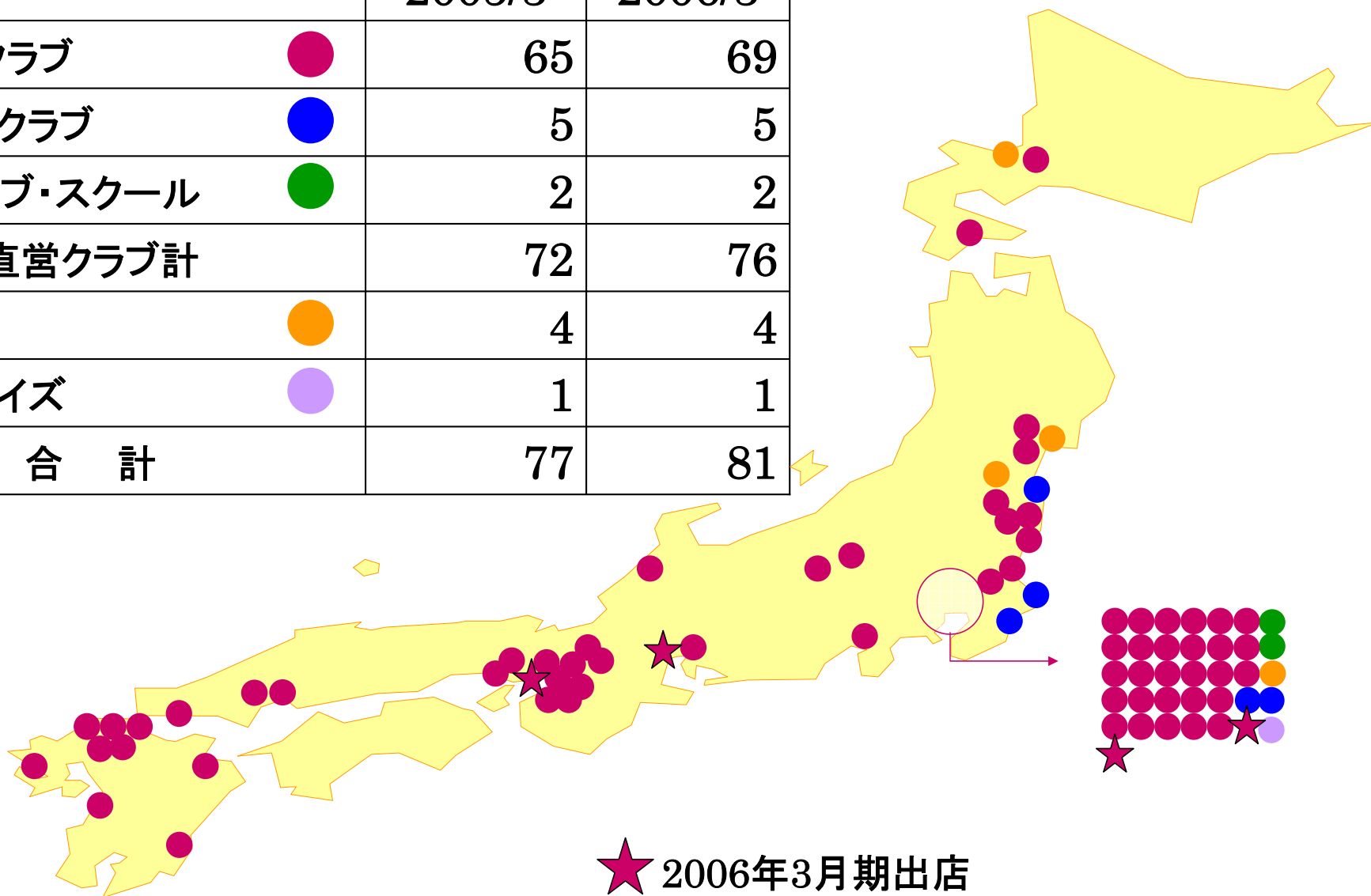
2005年度 新規出店実績(4クラブ)

出店年月	クラブ名 (所在地)	施設構成
2005年4月	スポーツクラブ ルネサンス神戸ハーバーランド (神戸市中央区)	ジム、スタジオ、プール、 他
7月	スポーツクラブ&スパ ルネサンス亀戸 (東京都江東区)	ジム、スタジオ、プール、 テニスコート、スパ施設、 エステ、他
7月	スポーツクラブ&スパ ルネサンス国立 (東京都国立市)	ジム、スタジオ、プール、 スパ施設、他
11月	スポーツクラブ ルネサンス甚目寺 (愛知県甚目寺町)	ジム、スタジオ、プール、 他

全国に広がるルネサンス

◆2006年3月期決算について

		2005/3	2006/3
スポーツクラブ	●	65	69
スイミングクラブ	●	5	5
テニスクラブ・スクール	●	2	2
直営クラブ計		72	76
業務受託	●	4	4
フランチャイズ	●	1	1
合計		77	81



部門別会員数

(単位:名)

	2005年3月期	2006年3月期	前期比
フィットネス部門計	156,857	167,237	6.6%増
スイミングスクール	56,509	60,171	6.5%増
テニススクール	26,543	27,107	2.1%増
その他スクール	8,513	9,933	16.7%増
スクール部門計	91,565	97,211	6.2%増
合計	248,422	264,448	6.5%増

部門別売上高

(単位:百万円)

	2005年3月期	2006年3月期	前期比(増減)
フィットネス部門計	14,990	16,285	8.6%
スイミングスクール	3,989	4,431	11.1%
テニススクール	2,725	2,928	7.4%
その他スクール	760	849	11.7%
スクール部門計	7,475	8,209	9.8%
プロショップ部門計	1,668	1,859	11.5%
その他クラブ収入	1,631	2,050	25.7%
スポーツ施設売上高計	25,765	28,404	10.2%
業務受託	377	318	▲15.6%
その他売上高	22	60	174.4%
売上高合計	26,164	28,783	10.0%

既存クラブの動向

2006年3月末会員数

	前期比
全クラブ	6.5%増
既存クラブ	0.3%増

2006年3月期売上高

	前期比
全クラブ	10.0%増
既存クラブ	2.1%増

※既存クラブ:2004年3月以前に営業を開始したクラブ

2006年度 新規出店計画(6クラブ)

出店年月	クラブ名 (所在地)	施設構成
2006年6月	スポーツクラブ&スパ ルネサンス名古屋小幡 (名古屋市守山区)	ジム、スタジオ、プール、 スパ施設、他
6月	スポーツクラブ&スパ ルネサンス山形 (山形県山形市)	ジム、スタジオ、プール、テ ニスコート、スパ施設、他
9月	テニススクール ルネサンス新富谷 (宮城県富谷町)	テニスコート、他
11月	スポーツクラブ&スパ ルネサンス静岡 (静岡市駿河区)	ジム、スタジオ、プール、 テニスコート、スパ施設、他

※上記に加え、下期に1クラブ出店予定(中部地区)

※その他受託1(指定管理者制度:広島県立総合体育館:4月～)

2006年度 営業継承予定(4クラブ)

継承年月	クラブ名 (所在地)	施設構成
2006年6月	レイスポーツクラブ玉島 (岡山県倉敷市)	ジム、スタジオ、プール、他
6月	スポーツプラザNOAH春日 (広島県福山市)	ジム、スタジオ、プール、他
6月	スポーツプラザNOAH多治米 (広島県福山市)	ジム、スタジオ、プール、 ゴルフレンジ、他
6月	スポーツプラザNOAH東広島 (広島県東広島市)	ジム、スタジオ、プール、他

※上期中に直営化予定

スタジオ単体型店舗(ドウミ)

2006年度 出店計画(4店舗)



出店年月	クラブ名 (所在地)	施設構成
2006年5月	ドウミ ルネサンス 目黒 (東京都品川区)	スタジオ、パーソナルトレーニング ルーム、他
6月	ドウミ ルネサンス 渋谷 (東京都渋谷区)	スタジオ、エステティックルーム、 岩盤浴、他

※上記に加え、下期2店舗出店予定(東京都区内)

2006年度 業績予想

(単位:百万円)

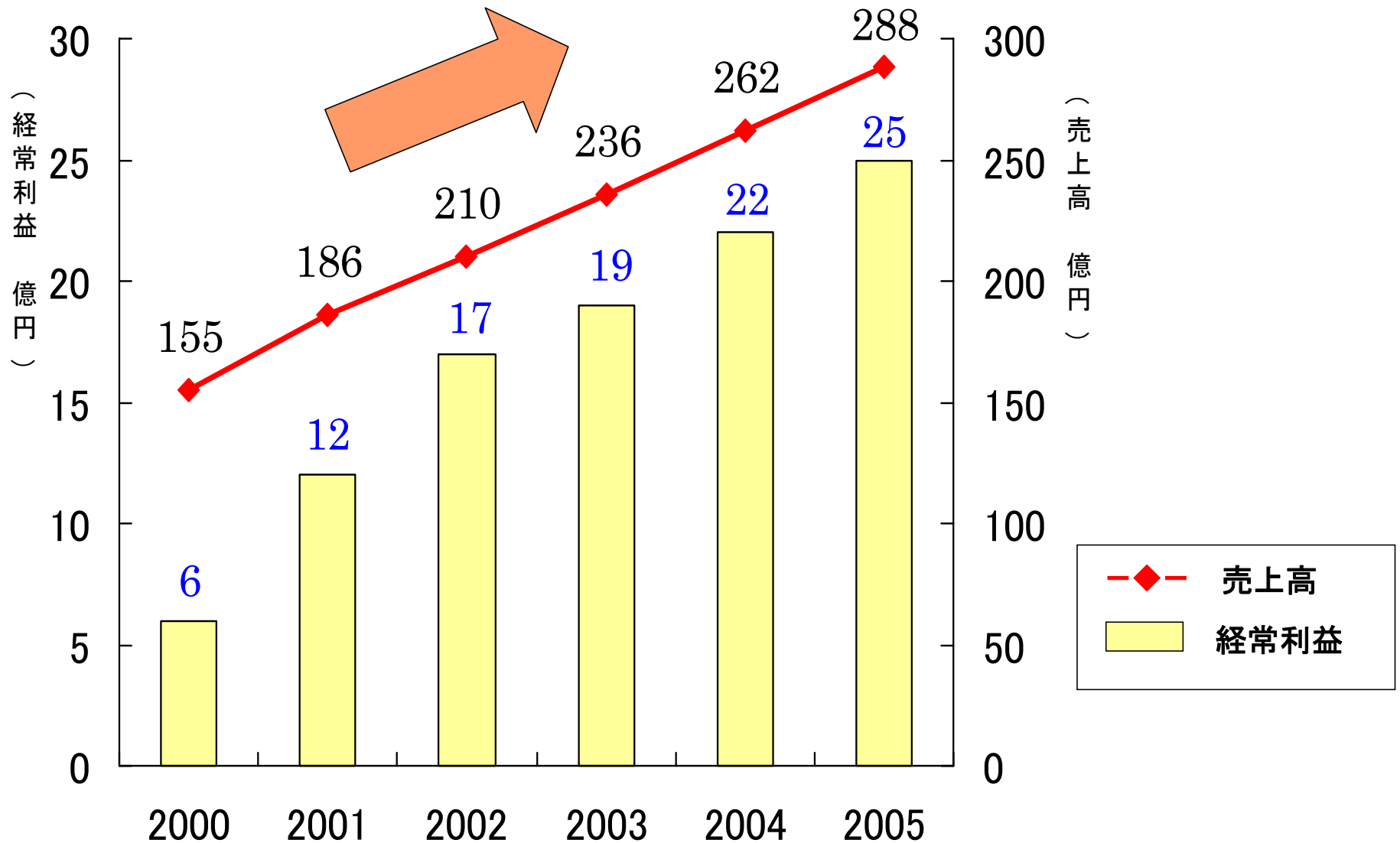
	2006年3月期	2007年3月期	前期比
売上高	28,783	33,000	14.6%増
経常利益	2,469	3,000	21.5%増
当期純利益	1,211	1,650	36.2%増
1株当たり当期純利益(円)	59.23	82.67	39.6%増
1株当たり配当金(円)	20.00	25.00	5円増配
配当性向	33.8%	30.2%	



中期経営計画

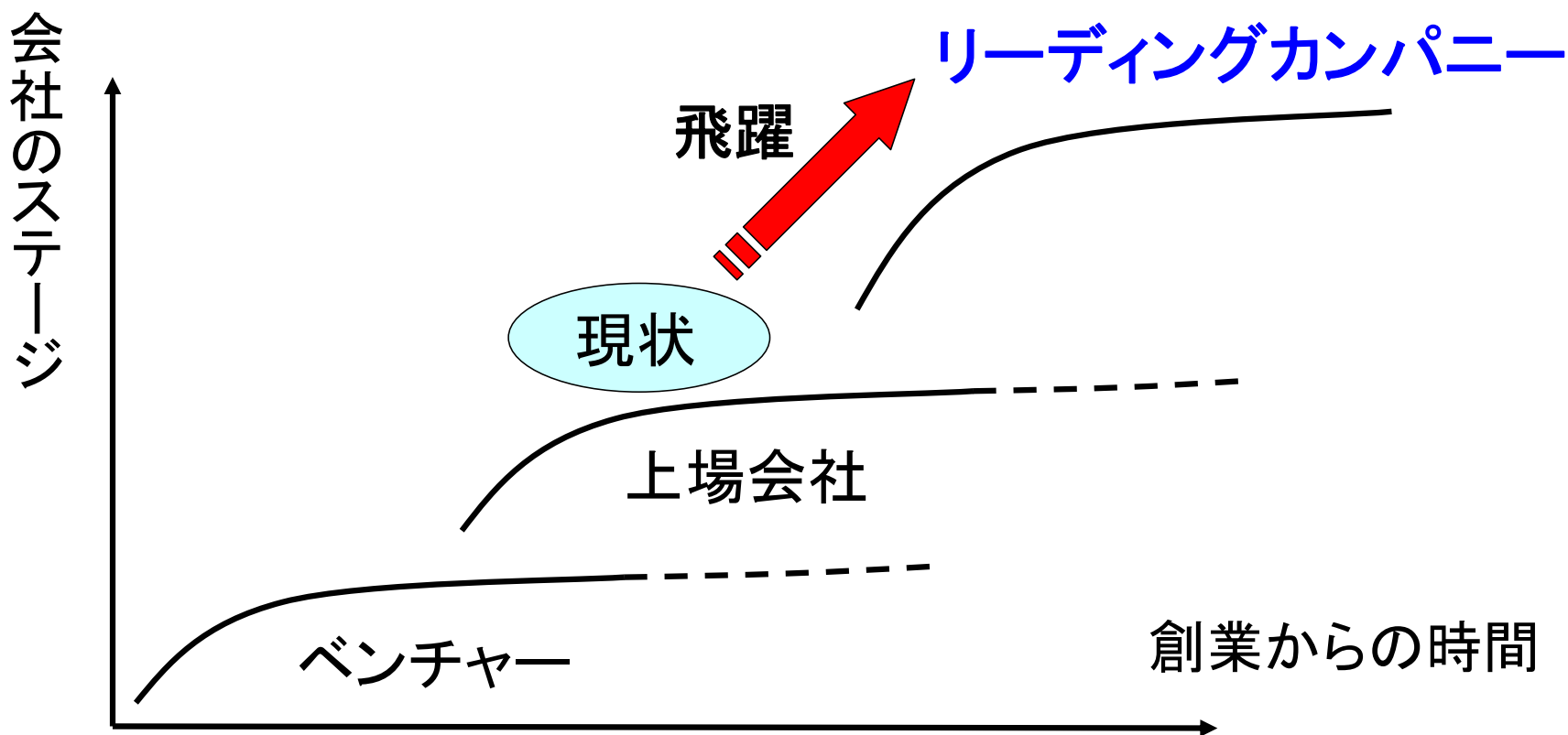
NEXT ルネサンス
～2008年度への飛躍～

これまでの実績 6期連続二桁の増収増益



中期経営ビジョン

健康サービス産業における
リーディングカンパニーを目指す



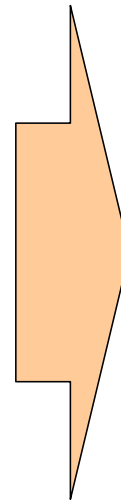
ビジョン実現に向けた経営戦略

1. 既存クラブビジネスの成長戦略
2. 新規事業分野への取り組み
3. M&Aとアライアンスの推進

1. 既存クラブビジネスの成長戦略

クラブビジネスを取り巻く環境

- ・ 新たな顧客セグメントの登場
 - 団塊世代のリタイアによる
余暇時間の増加
 - 予防介護意識の高まり
 - ヨガ・ピラティスブームの拡大
- ・ 高付加価値サービス、リラクゼーションサービスへの需要の高まり
- ・ アメニティに対する期待水準の上昇

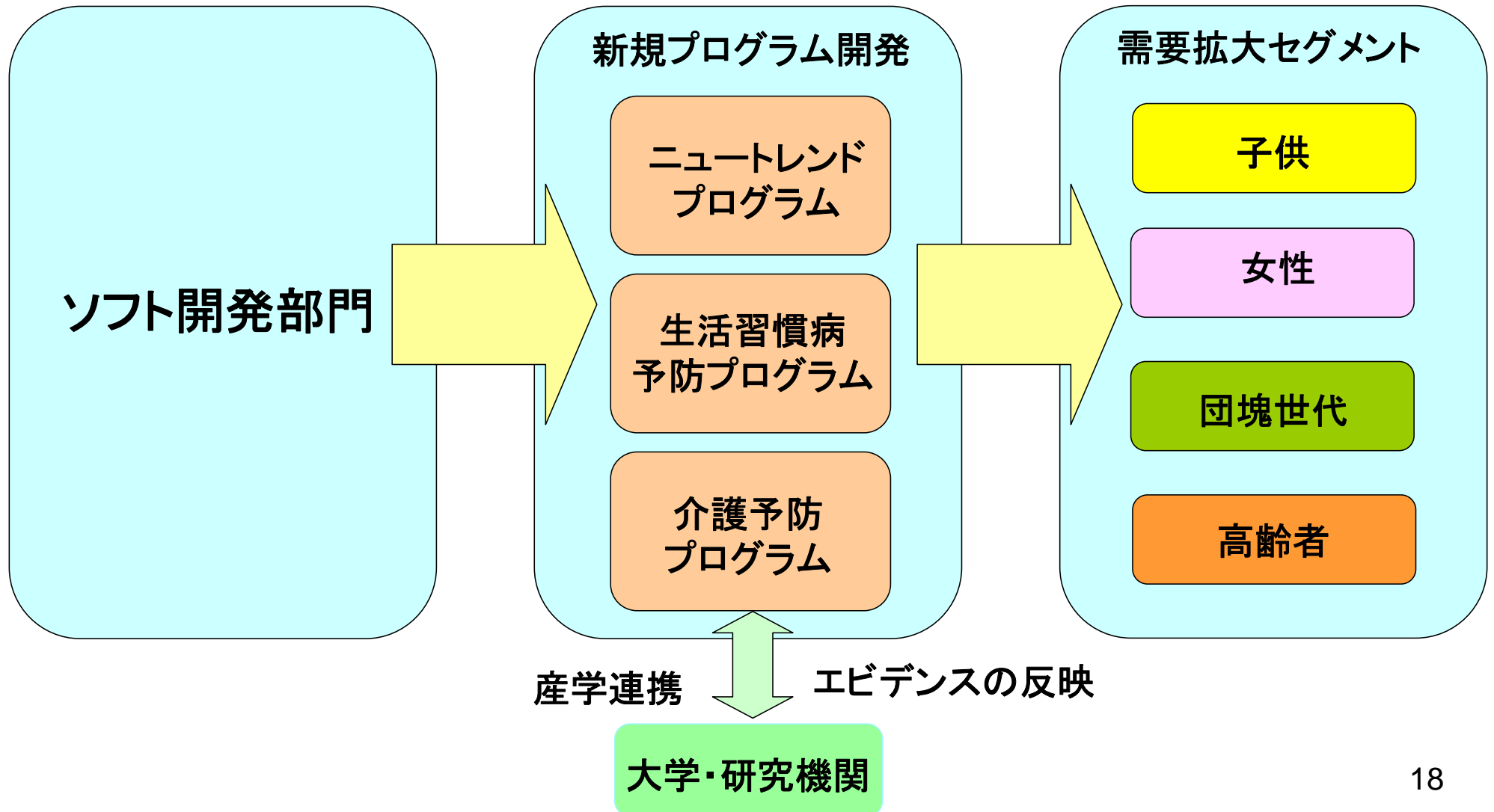


重点戦略

- (1) オリジナル商品開発
- (2) チャンネルの拡大
 - 新規出店促進
 - ドゥミ ルネサンス
- (3) 付加サービスメニューの拡大
 - パーソナルトレーニング
 - エステ マッサージ
- (4) 顧客満足度の向上
 - 店舗リニューアル

(1)オリジナル商品開発

- ・ソフト開発専任部門の設置
- ・継続的なオリジナルプログラムの投入



(事例)最新の新トレンドプログラム

<ビヨンドバレエ>



NEW
プログラム

beyond
Ballet

~優雅な美しさを手に入れる。~
ビヨンド バレエ

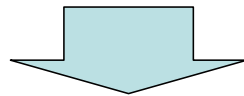
バレエダンサーのエクササイズを取り入れた 新しい プログラムです。
姿勢を美しくし、ボディラインを整え、日常の身のこなしをより優雅にすることを目的としています。
「美しい・キレイ・カッコイイ」カラダを手に入れたい方におすすめです。

- 20代～30代の女性をターゲットとしたプログラム
- 4月より導入、バレエの初心者から経験者まで、幅広い層に好評価を獲得。

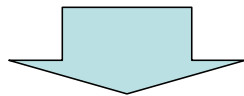
(事例) 高齢者向けオリジナルプログラム

＜転倒予防プログラムの開発＞

「転倒予防」効果の高いエクササイズを開発し、筑波大学と共同でプログラムの効果検証を実施。



転倒予防に効果的であることが実証されました。

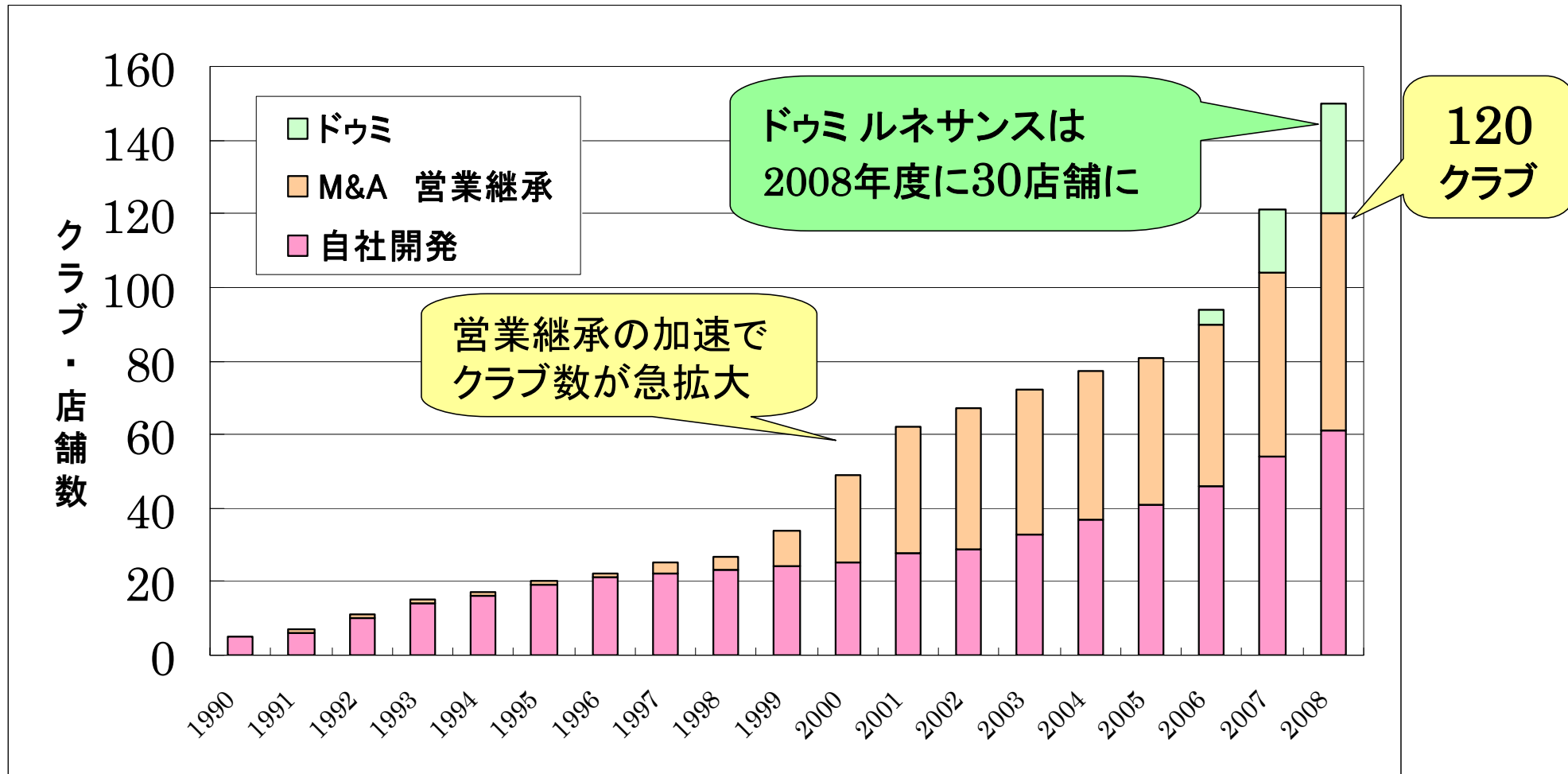


- ・エビデンスに基づくプログラムを展開
- ・外部販売も計画



(2) チャンネルの拡大

クラブ数を2008年度末までに120クラブ体制に(M&A含む)
スタジオ単体型店舗(ドゥミ ルネサンス)は30店舗をオープン



ドウミ ルネサンス の展開

コンセプト＝「Non Shoes Fitness」

「素足の感触」、都会にしながら「靴を脱ぐ」という開放感を満喫でき、穏やかな非日常の感覚を演出

都市部の女性ユーザーをメインターゲットにしたスタジオ単体型店舗を本格展開

5月 6日 : 目黒店オープン

6月17日 : 渋谷店オープン

下期 : 2店舗オープン予定

2008年度末までに
30店舗オープン

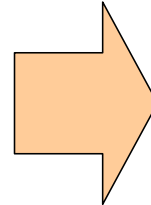


(3) 付加サービスメニューの拡大

～付加サービスに対するお客様のニーズに応えるため～

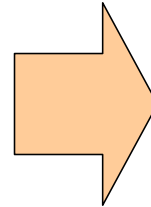
2008年度

パーソナルトレーニングの
提供体制充実



売上高10億円以上

エステ・マッサージの
既存クラブへの導入加速



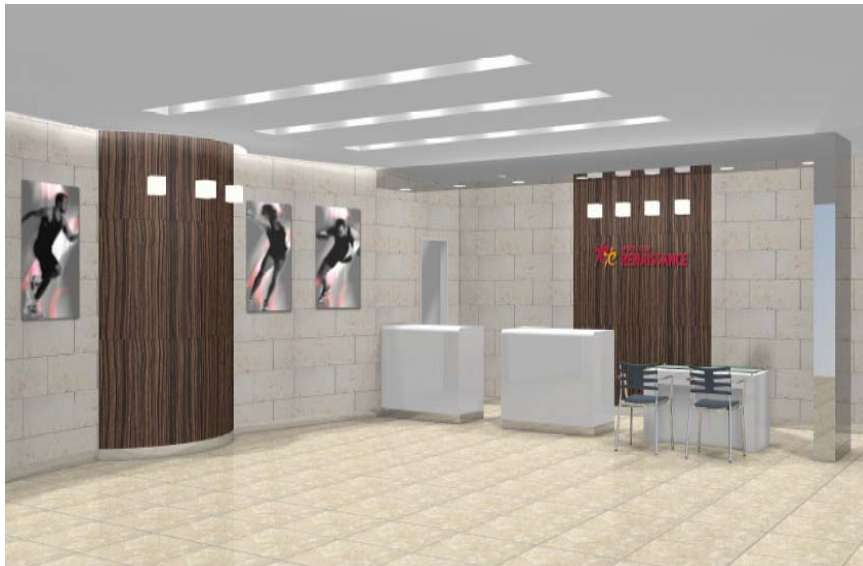
全クラブ導入を目指す

会員一人当たり売上高の伸長

(4)顧客満足度の向上

クラブの計画的リニューアルを実行

デザイン・機能性の優れた施設作り
地域の特徴にあわせたデザイン



2. 新規事業分野への取り組み

市場動向

- ・ 運動習慣の普及が求められる社会的背景
高齡社会の進行
生活習慣病及び予備軍の世代を超えた拡大
- ・ 国家的な保健への姿勢の変化
- ・ 団塊世代のリタイアによる余暇時間の増加
- ・ インターネット・モバイル社会の進展

新規事業

(1)ヘルスケア事業

- ①メディカルフィットネス
- ②保健指導
- ③介護予防
- ④インターネット通販他

(2)トラベル事業

(1)ヘルスケア事業の4つの取り組み

①メディカルフィットネス

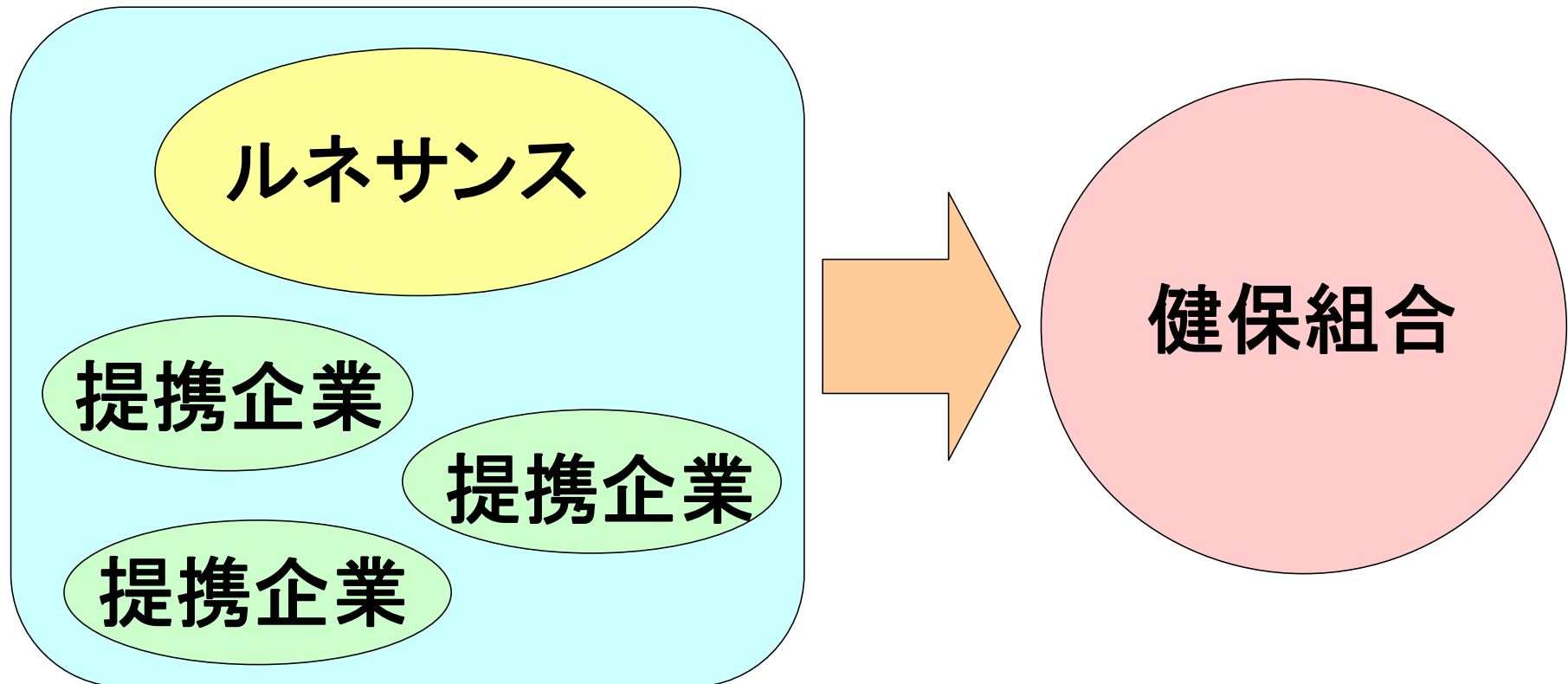
⇒2008年度60クラブに展開

⇒法人向け商品の開発



②保健指導事業

⇒生活習慣病予防プログラムを提供

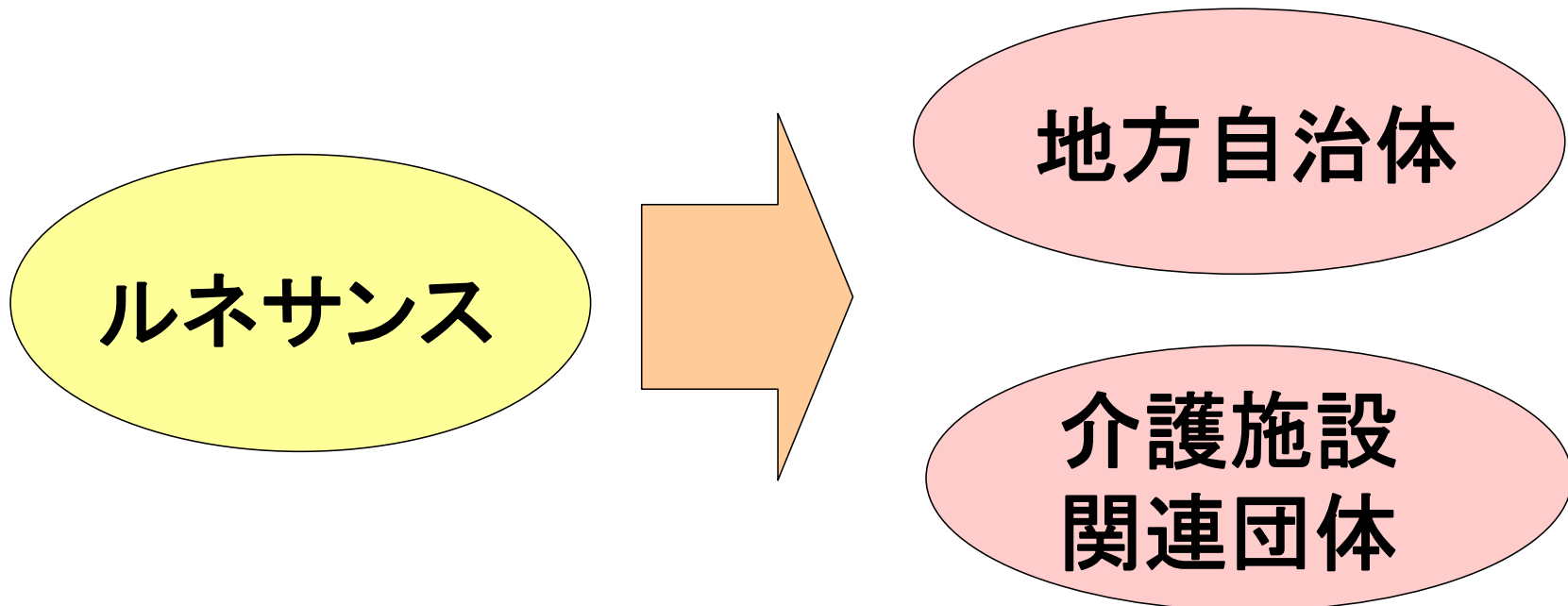


③介護予防事業

⇒介護予防運動指導員養成事業

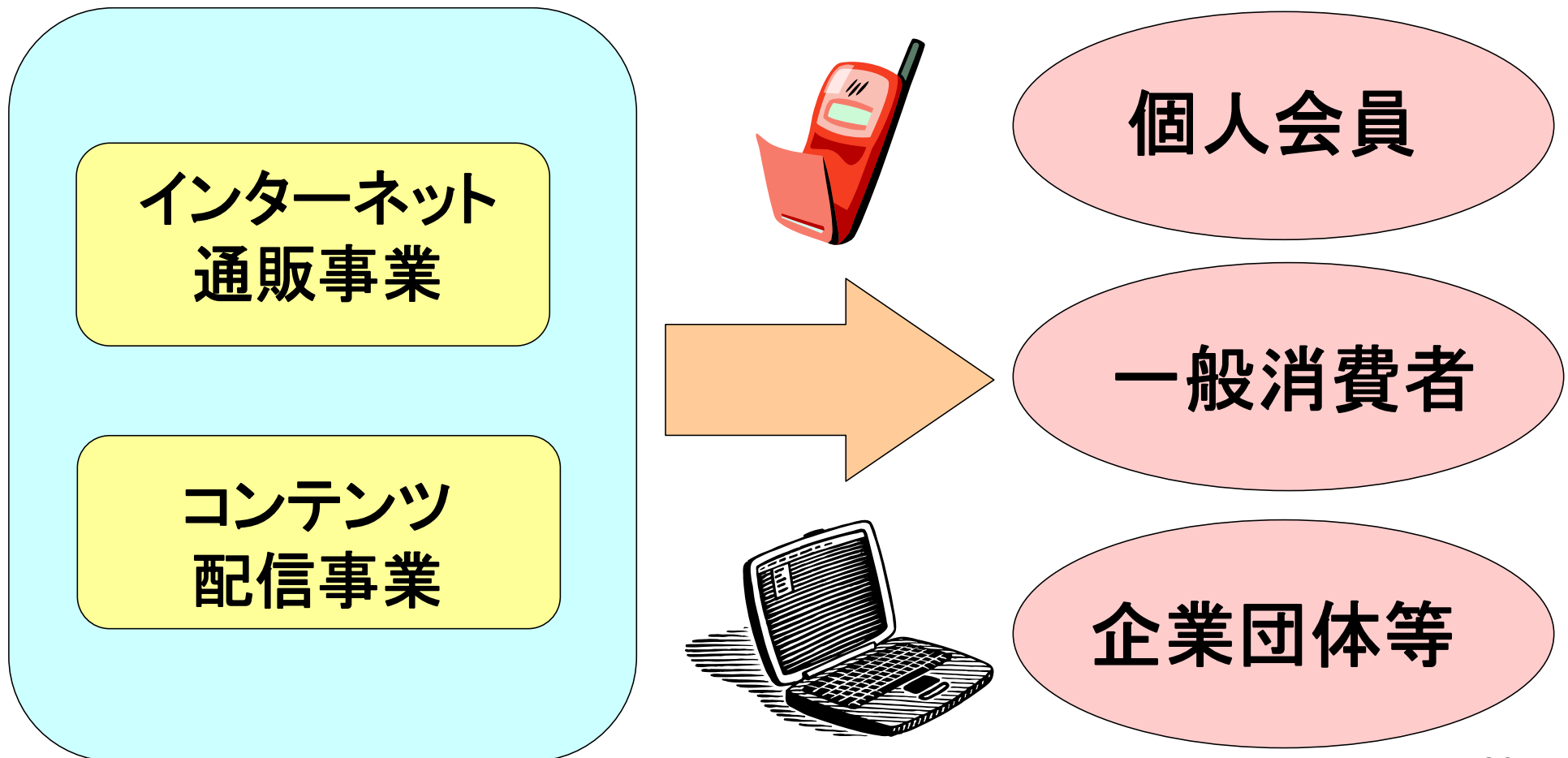
⇒介護予防プログラム開発

⇒指導員の派遣事業



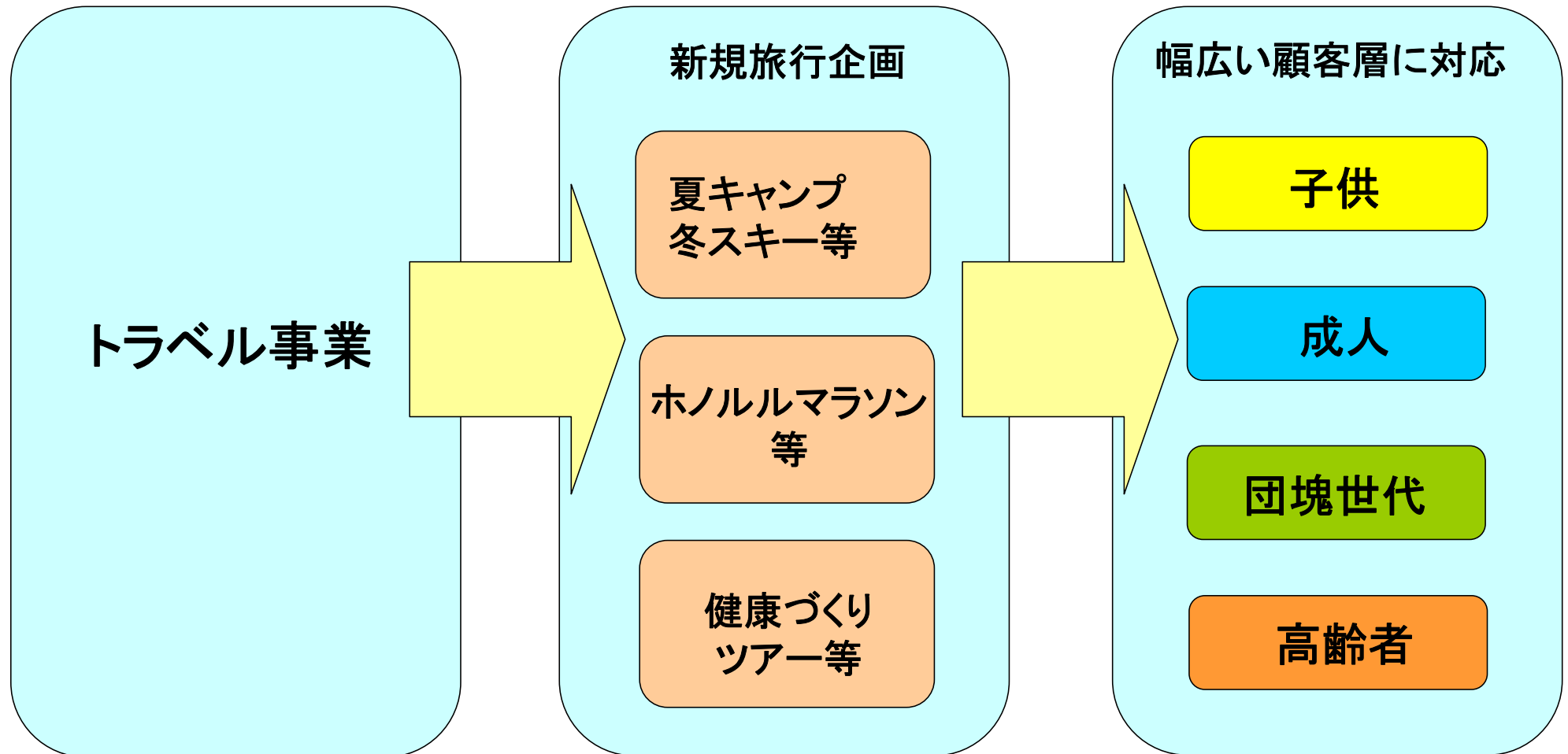
④インターネット通販他

⇒通販事業を柱に、コンテンツ配信事業を育成



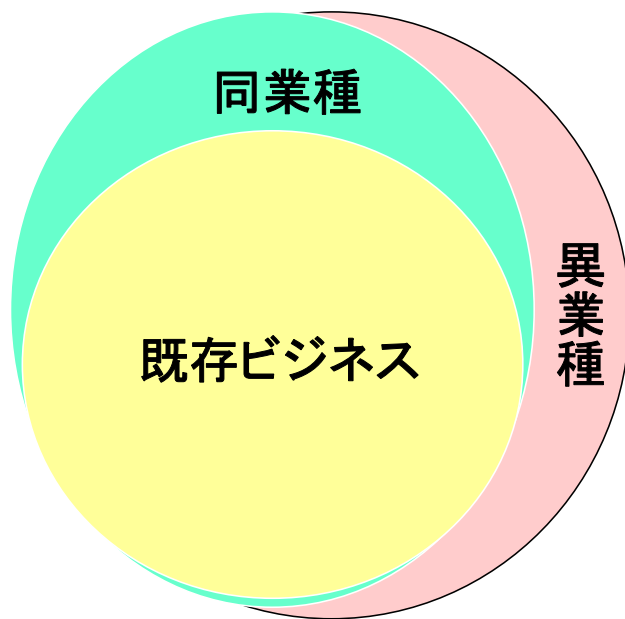
(2) トラベル事業 ～2006年4月旅行業免許取得～

オリジナルの旅行企画、販売が可能に



3. M&Aとアライアンスの推進

2008年度までに売上高60億円規模のM&A



(1) 同業スポーツクラブとのM&A・アライアンス

- ①事業拡大のスピードアップ
- ②地域補完による経営効率の向上

(2) 異業種とのM&A・アライアンス

(保険・介護・食品・旅行業...等)

- ①周辺事業を中心とした事業推進のスピードアップ
- ②相互補完関係による差別化の実現
(共同商品開発など)

売上高・利益計画

(単位:億円)

2008年度 計画

期末会員数 42万人

売上高 520億円

営業利益 50億円

経常利益 48億円

	05年度	08年度
クラブ事業	284	390
ドゥミ事業	0	25
ヘルスケア事業	4	40
トラベル事業	0	5
計	288	460
M&A	0	60
売上高合計	288	520

NEXT ルネサンス ～ルネサンスの森～

地域社会に根ざし、愛され、
信頼されるルネサンスの実現

戦略的
M&A

ポートフォリオ
事業経営

社会にムーブメントを
起こす魅力的な商品・
サービスの提供

ヘルスケア事業
トラベル事業

ドウミルネサンス

成長と改革を推進するマネジメントシステムの確立

新規出店
リニューアル



