



2025年3月期 通期決算説明資料 (事業計画及び成長可能性に関する事項)

中期経営計画を一年前倒しで達成見込み。最終年度も前計画比+96%の上方修正

2025年5月15日

株式会社コンヴァノ
証券コード 6574

1

中期経営計画を上方修正

- └ 第2次中期経営計画を一年前倒しで達成見込み。赤字予想から一転、3期ぶりに通期黒字化。
- └ 戦略を刷新し、店舗数拡大による、再拡大フェーズに移行

2

26年3月期の業績予想

- └ 26/3期はコンヴァノ単体の通期黒字化見込み

3

各事業の成長計画が具体化

- └ ネイル事業だけでなくコンサルティング事業、ヘルスケア事業が大きく成長予定

4

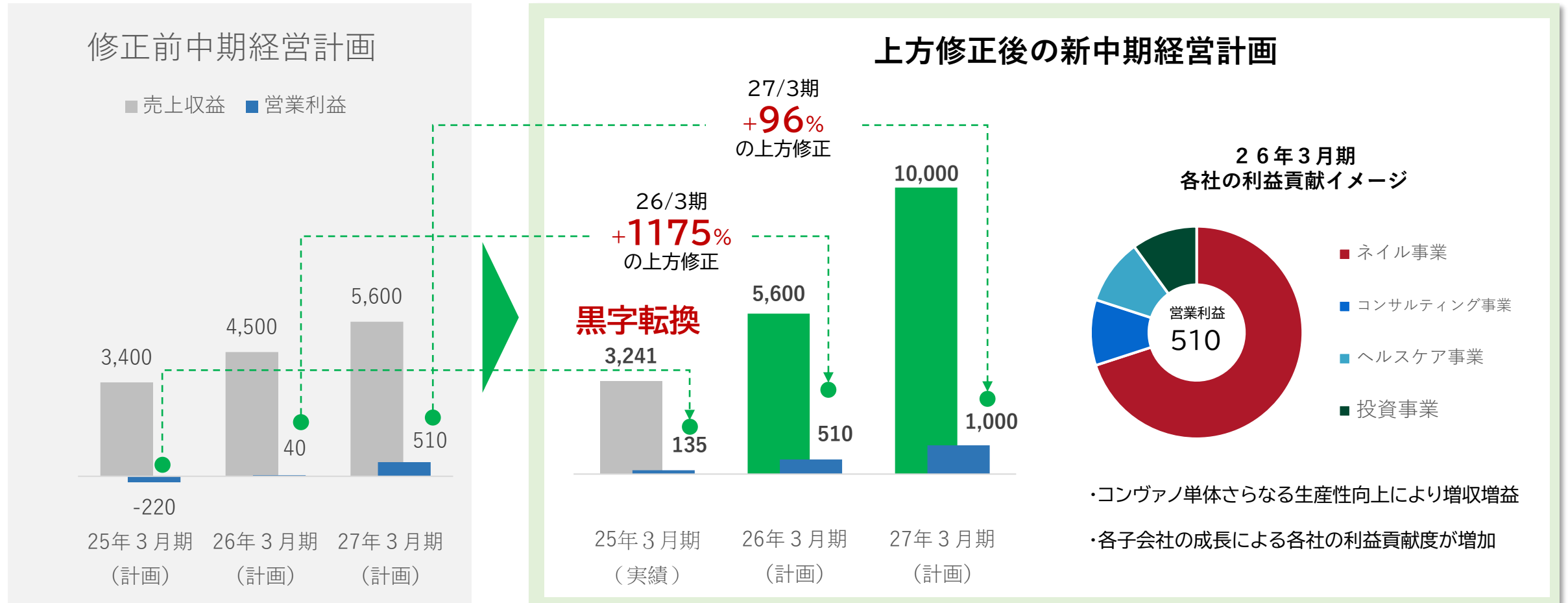
M&Aにより事業領域を拡大

- └ 虎ノ門キャピタルのグループインによりM&Aを積極的に検討開始

1 中期経営計画を上方修正

戦略が奏功したことに加え、子会社が成長し、黒字化。中期経営計画を一期早く達成見込み。再拡大フェーズに移行し、中計最終年度の27/3期の営業利益は前計画比で+96%の上方修正。

単位(百万円)



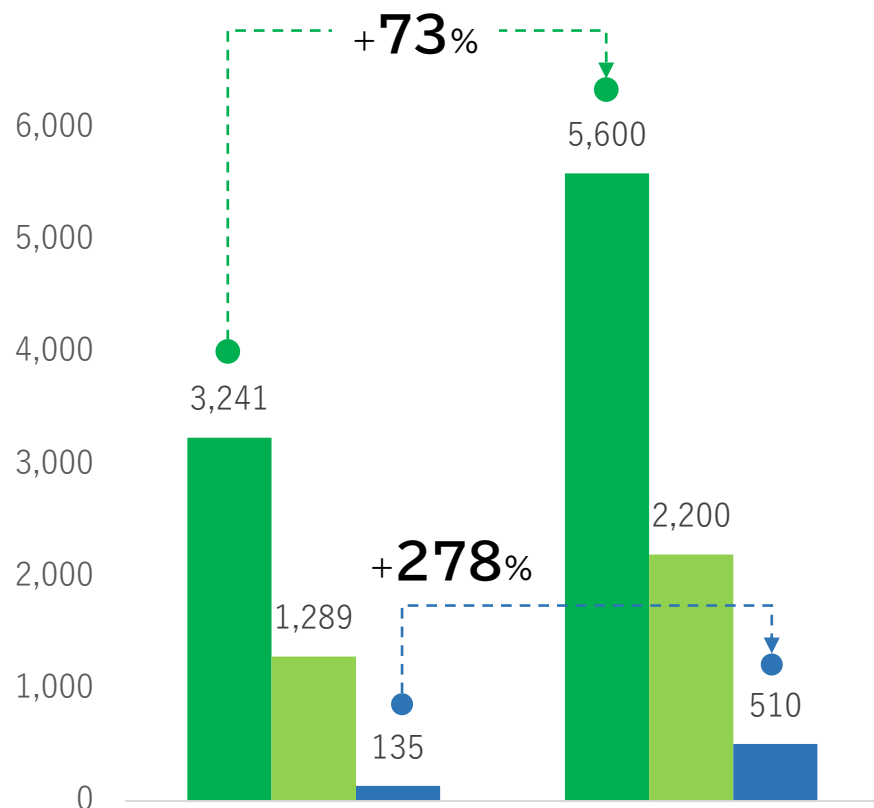
※修正前計画ではFCFを目標指標に設定。各連結子会社が増えた影響で、新中期経営計画では目標指標を売上と営利に絞る。

2 26年3月期 通期業績予想

労働生産性の向上施策とマーケティング施策により、コンヴァノ単体で4期ぶりに黒字化見込み。
各子会社もグループ間シナジーによる高成長を計画。

単位(百万円) 26/3期業績予想

■ 売上高 ■ 売上総利益 ■ 営業利益



	2025年 3月期 実績	2026年 3月期 計画	増減率
売上収益	3,241	5,600	+73%
売上 総利益	1,289	1,947	+51%
営業利益	136	510	+279%
EPS	17.96円	76.96円	329%

業績予想の前提

【コンヴァノ】 通期で黒字化見込み

- ・顧客数 : 25/3期比で+7万/年増加見込み
└ LINEを活用したリピート施策が順調
- ・人員数 : 現状の水準を維持
└ 一人当たり生産性が向上
- ・コスト : 広告費を削減
└ マーケティング施策が奏功し効率化

【各子会社】 高利益率サービスを提供

- ・グループ間シナジーによる高成長

3 ネイル事業：再拡大フェーズ

“ネイルといえばFAST NAIL”をダントツの国内No.1ブランドにする。持続的な出店ペースと、戦略的マーケティング×オペレーション強化で、国内No.1シェア“獲得”を約束します。

**FAST
NAIL**

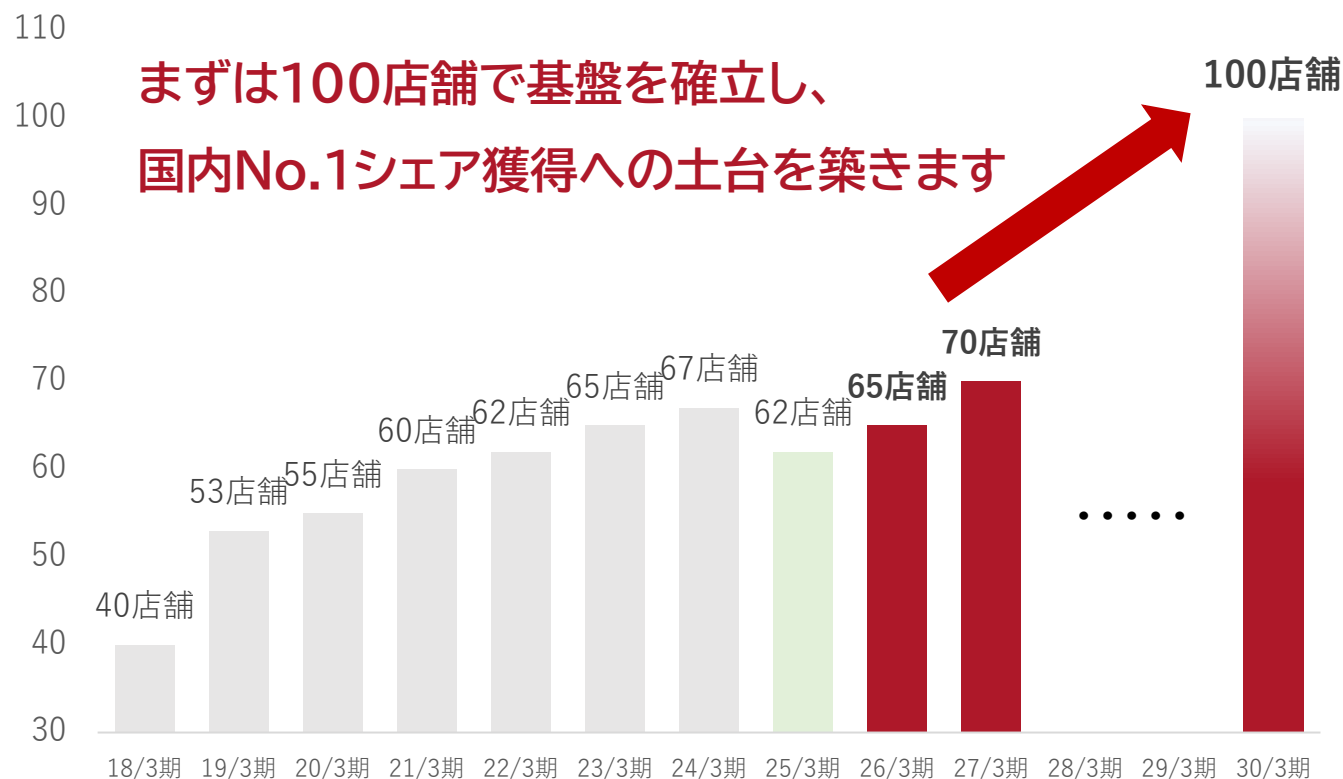
中期計画

期末	売上高	営業利益
2026年3月期	33億	2.2億
2027年3月期	37億	5.1億

成長戦略

- ①関東重点エリアで密集出店
- ②効率出店でコスト最適化
- ③既存店の収益効率を改善

グループ間シナジー創出による売上成長



3 コンサルティング事業: グループ間シナジーを活かして事業拡大

企業の重要課題に対しワンストップでのコンサルティングを提供。PE事業へもコンサルティングすることでグループ間シナジーを創出し、中期計画最終年度には、本年度の約3.7倍の10.3億を目指す

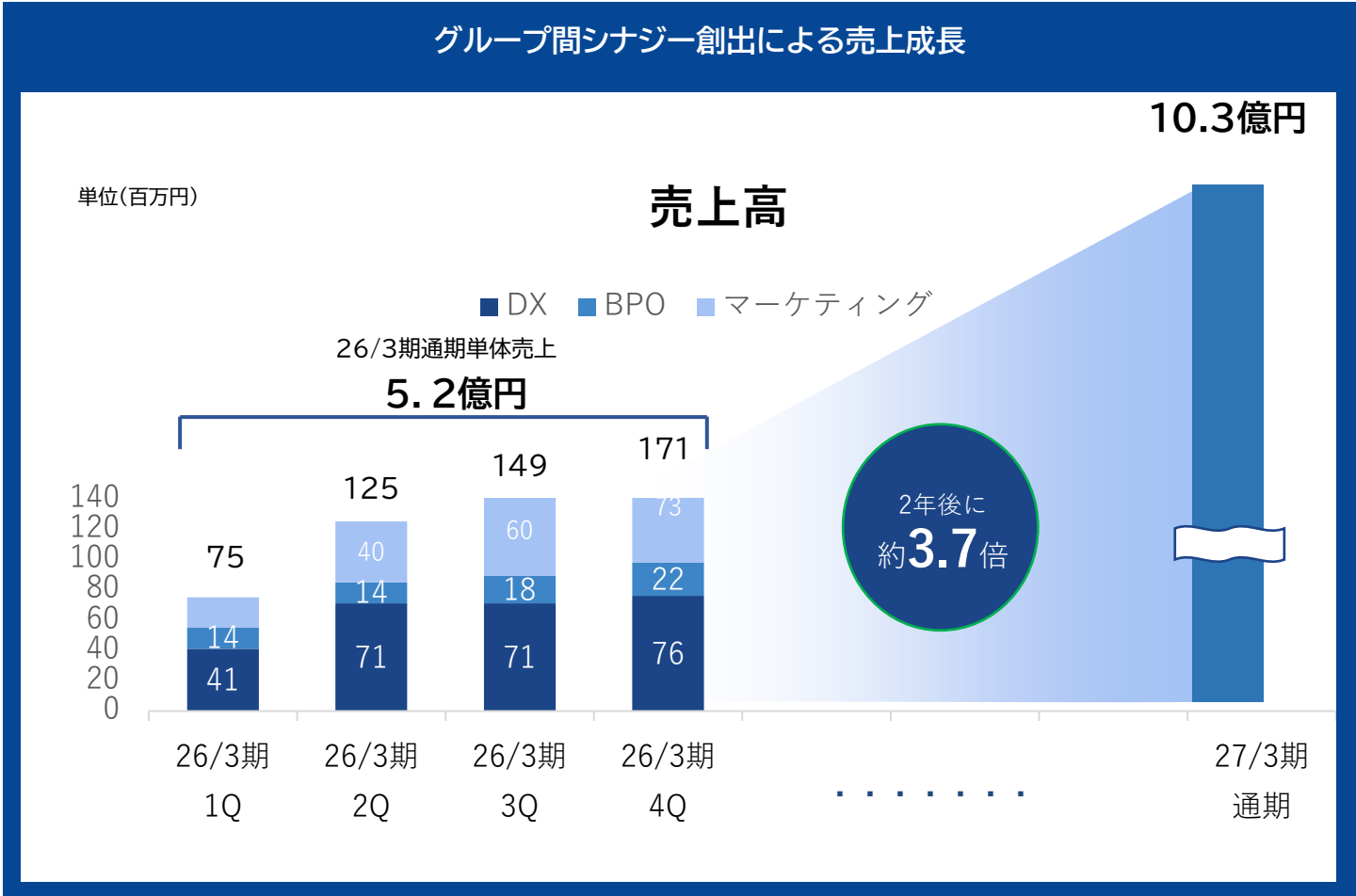


中期計画

期末	売上高	営業利益
2026年3月期	5.2億	0.74億
2027年3月期	10.3億	0.95億

成長戦略

- ①戦略・方針策定から導入支援・運用保守までワンストップ
- ②PE事業へもコンサルティングしグループ間シナジーの創出



3 ヘルスケア事業： 独占販売権をいかした販路拡大戦略

自由診療の”総合商社”として圧倒的な医療機関ネットワークと製品力で指数関数的な成長を実現。
厚生労働省承認商材の独占販売により売上を拡大させる。

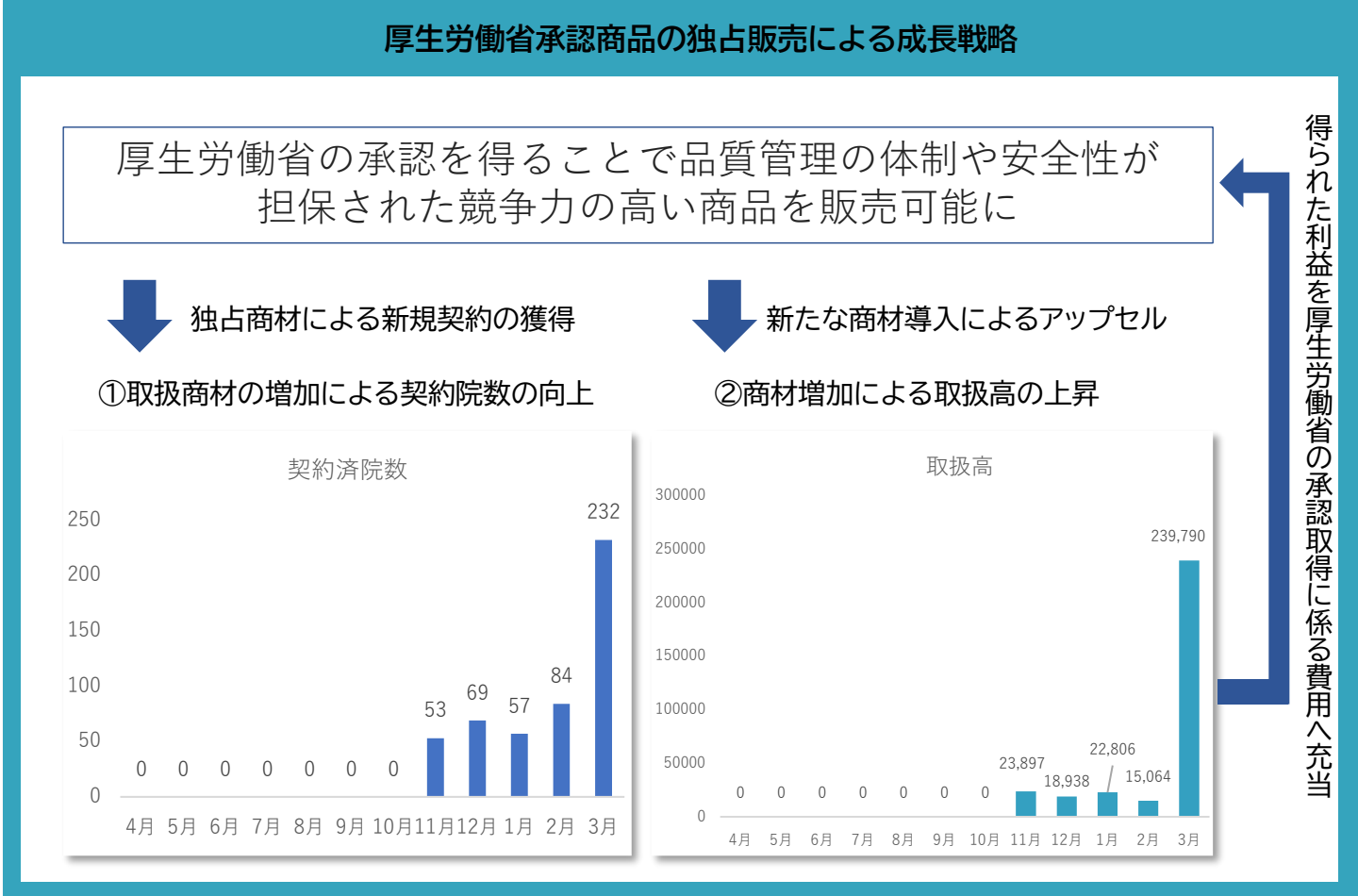


中期計画

期末	売上高	営業利益
2026年3月期	9.5億	1.2億
2027年3月期	30億	2.7億

成長戦略

- ① 契約院数の増加
- ② 顧客あたりの取扱高の向上
- ③ 厚生労働省承認商品の開発及び独占販売



3 インベストメント&アドバイザー事業:組合での投資実行済み

子会社の虎ノ門キャピタルが任意組合を通じて投資実行。
任意組合型ファンドの投資先の一部売却目途がたち26年3月期に大幅増収を見込む。

TORANOMON CAPITAL

虎ノ門キャピタル株式会社



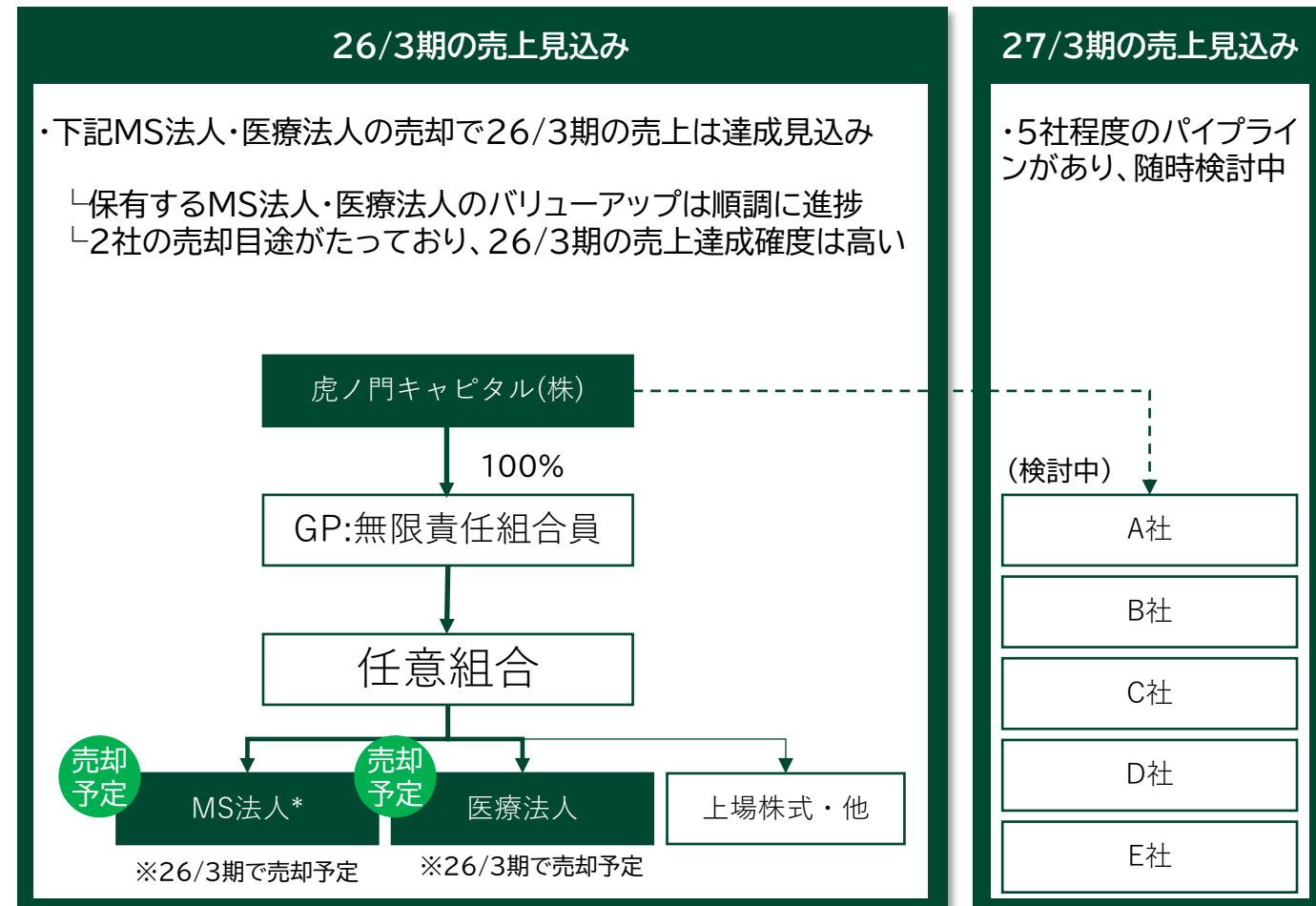
中期計画

期末	売上高	営業利益
2026年3月期	11億	0.84億
2027年3月期	24億	1.24億

成長戦略

- ①買収案件のバリュアップ及び保有アセットの売却による収益
- ②上場株式等の純投資によるキャピタルゲインの獲得
- ③その他暗号資産やデリバティブなど自己勘定投資

成長根拠



*MS法人:メディカル・サービス法人の略で、医療機関の運営に関わる事業(医療行為以外の事業)を行うために設立される法人

ビジネス領域の拡張-1

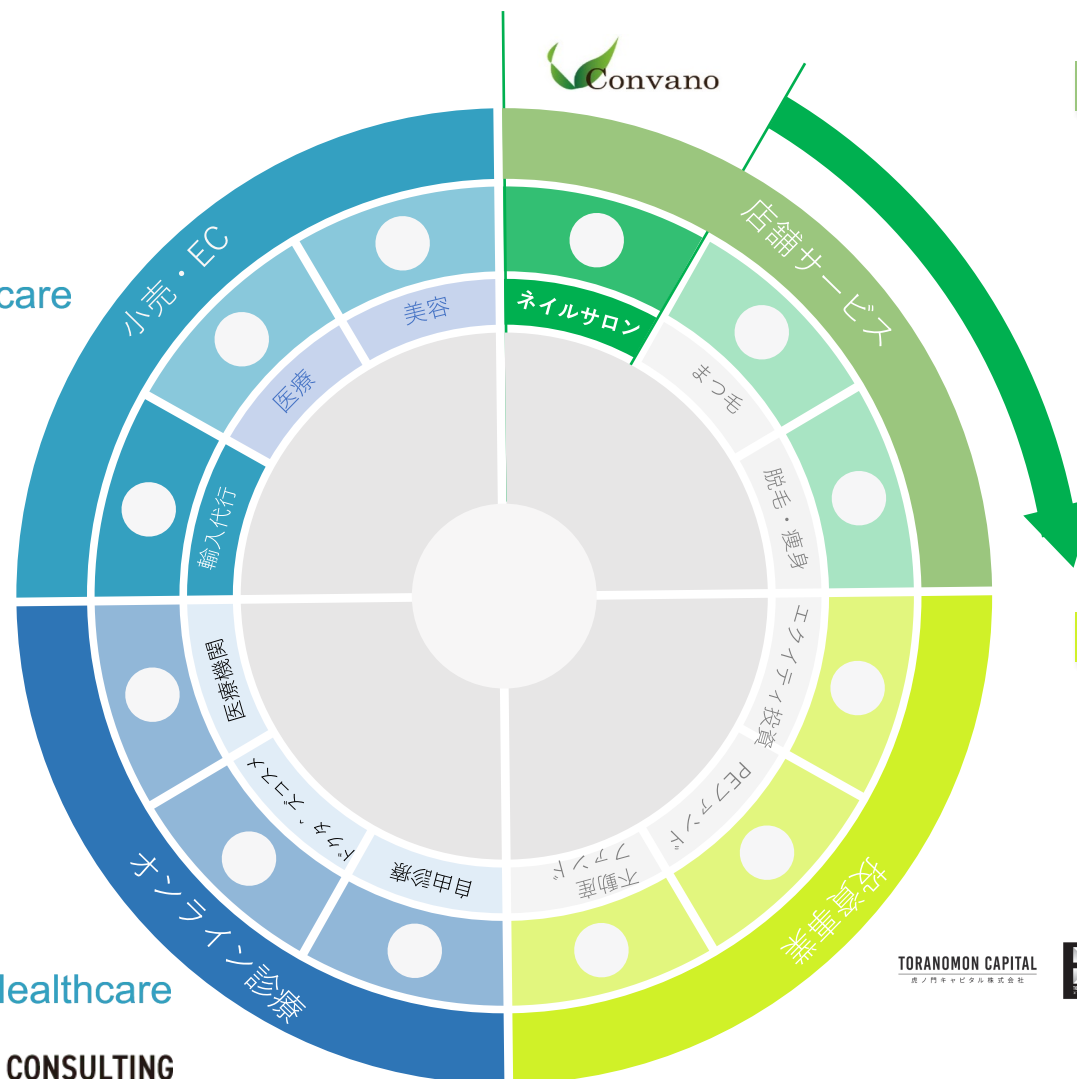
- 美容機器・コスメ
- 医療機器・医薬品
- 輸入代行

- 自由診療DX
- ドクターズコスメ・サプリメント
- 医療機関向けDX



- ネイルサロン
- まつ毛エクステ・パーマ
- 脱毛サロン・痩身エステ

- 上場株式
- PE
- 不動産



AGENDA

01		2025年3月期 通期決算概要	P11
02		“新”中期経営計画	P20
		└ 中期経営計画戦略	P23
		└ 超巨大美容プラットフォーム構想	P28
03		会社情報	P32
		・ コンヴァノ	P34
		・ コンヴァノコンサルティング	P47
		・ Thinks Healthcare	P49
		・ 虎ノ門キャピタル	P53
04		Appendix	

2025年 3 月期 通期決算概要

コストコントロールと生産性向上施策に注力したことでコンヴァノの収益性が改善し、下期黒字化を達成。子会社の成長もあり、25/3期は予想を大きく超える着地。26/3期の増収増益を見込める状況。

2025年3月期通期業績

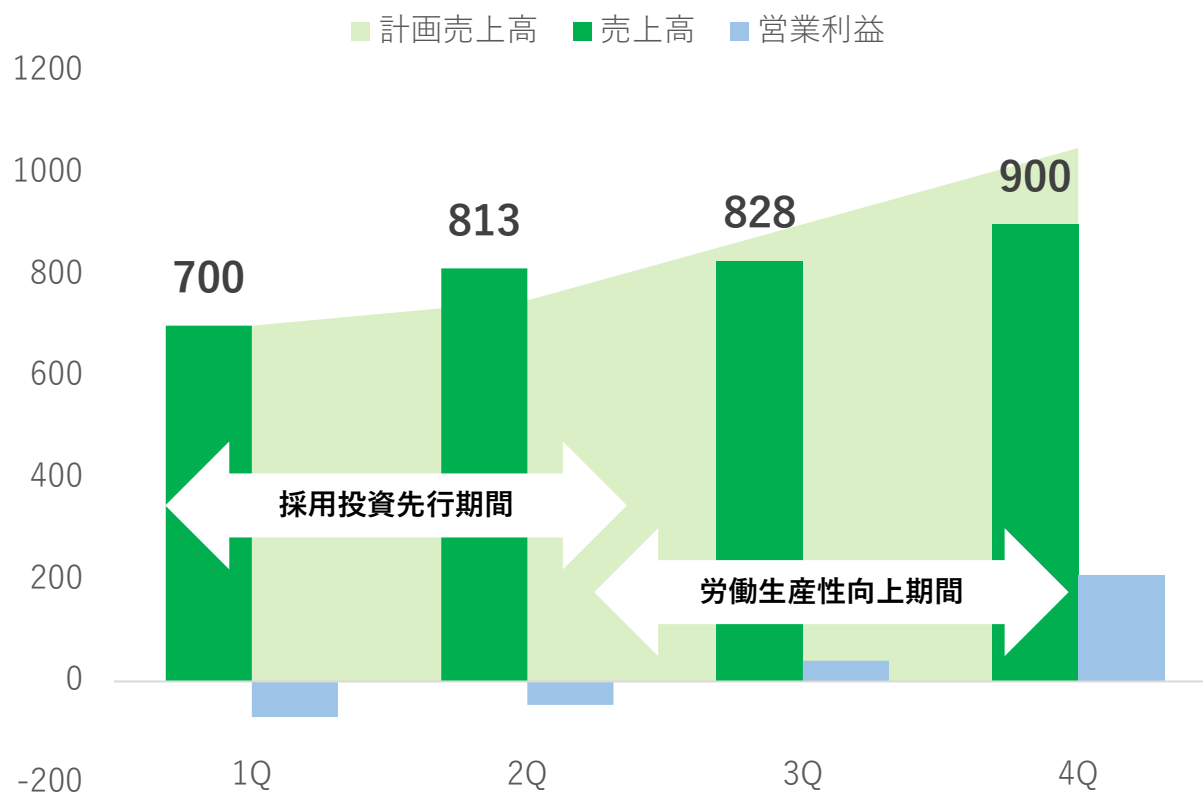
売上高

2025年3月期計画	2025年3月期実績
3,400百万円	3,241百万円

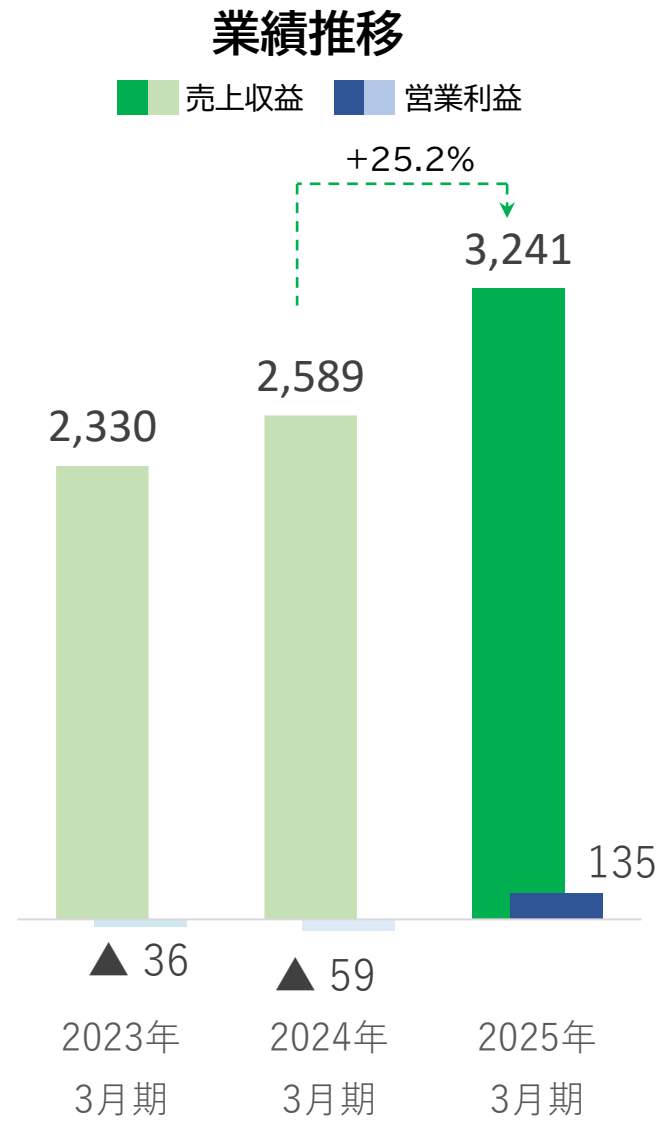
営業利益

2025年3月期計画	2025年3月期実績
▲220百万円	135百万円

単位(百万円) 2025年3月期業績



下期の重点施策であった生産性向上と子会社の成長により22/3期以来の3期ぶりに通期で黒字化。



(百万円)	2024年3月期	2025年3月期		計画値	差異理由
	実績	実績	前年同期比		
売上収益	2,589	3,241	+25.2%	3,400	採用基準の見直しにより従業員数が計画に満たなかったため
売上原価	1,609	1,952	+21.3%	-	
売上総利益	979	1,289	+31.6%	-	
販管費	1,038	1,154	+11.2%	-	
営業利益	▲59	135	-	▲220	計画に織り込んでいなかった子会社の成長による収益貢献
当期純利益	▲199	78	-	▲230	

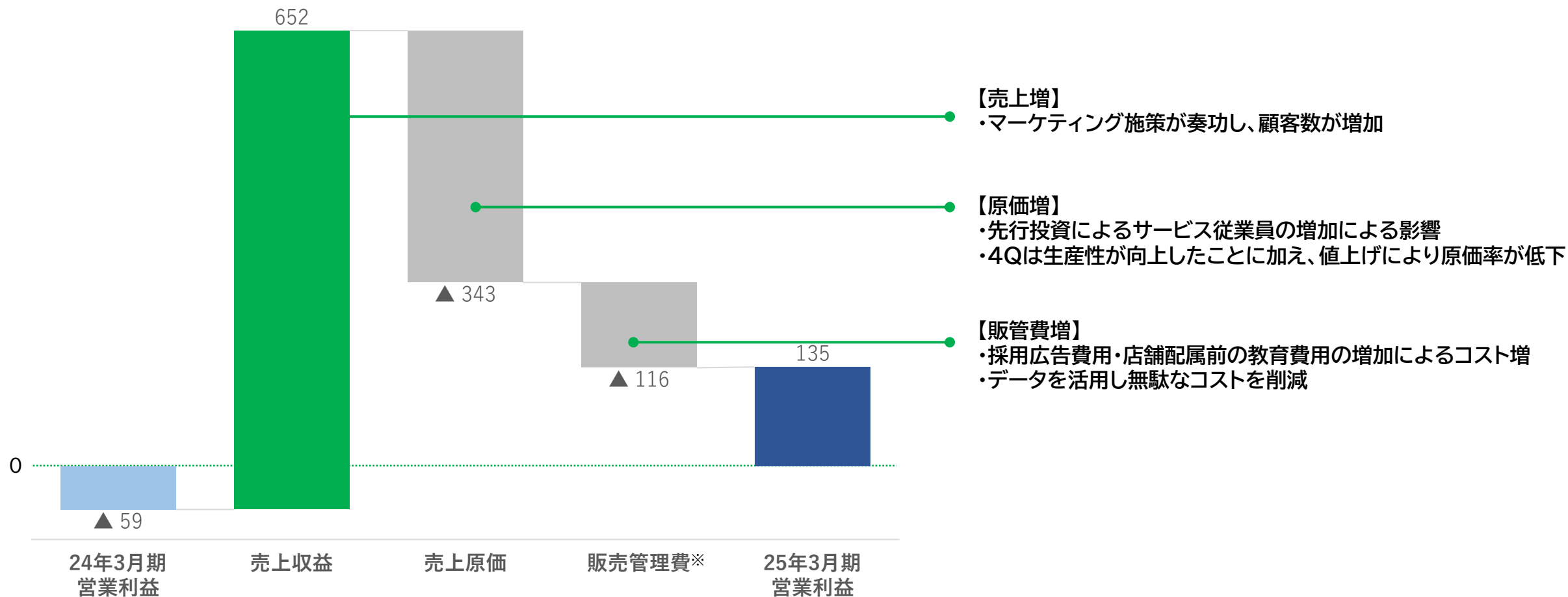
※販管費にその他収益・費用を含む

営業利益増減分析(IFRS)

サービス従業員の増加と労働生産性の向上、またマーケティングの最適化により前年同期比で増収増益。

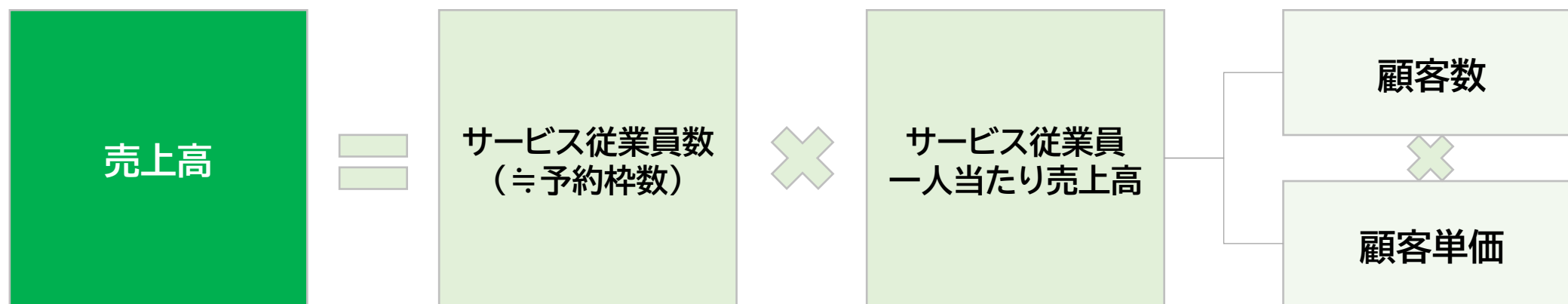
営業利益増減分析

単位(百万円)

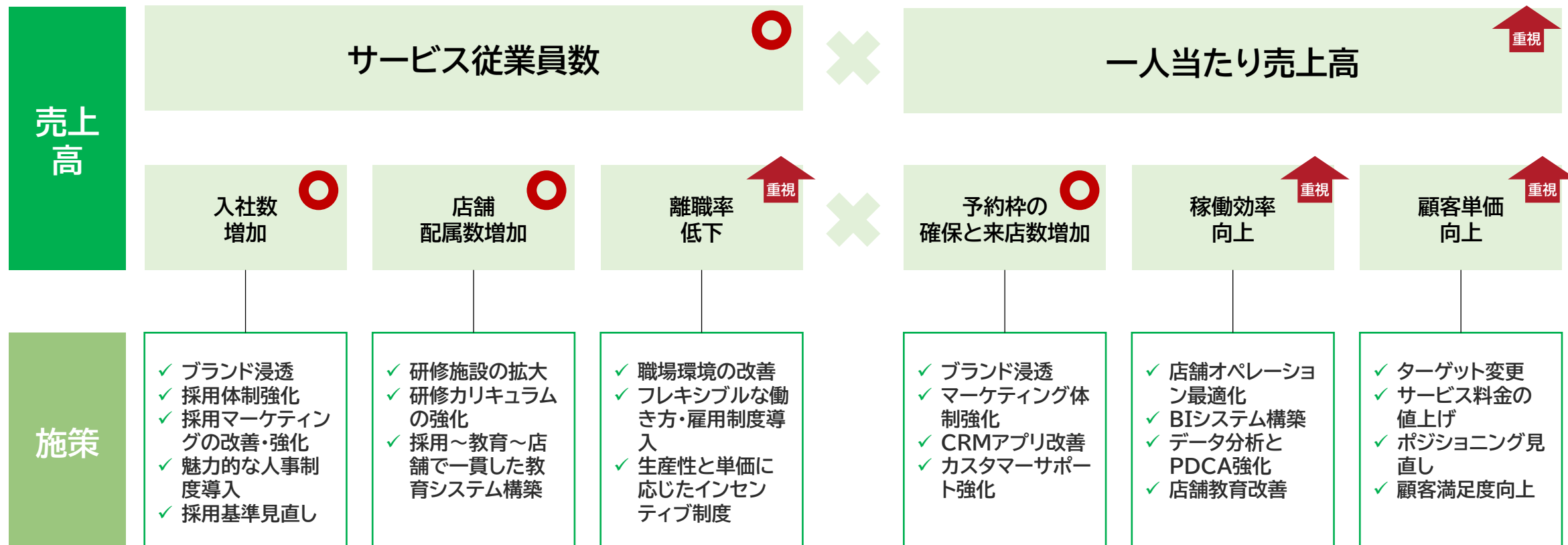


※販管費にその他収益・費用を含む

売上高は、顧客数×顧客単価で示すことができるが、予約のキャパシティがサービス従業員数に依存するため【サービス従業員数×一人当たり売上】で説明。売上高の増加にはサービス従業員数の拡大が重要。

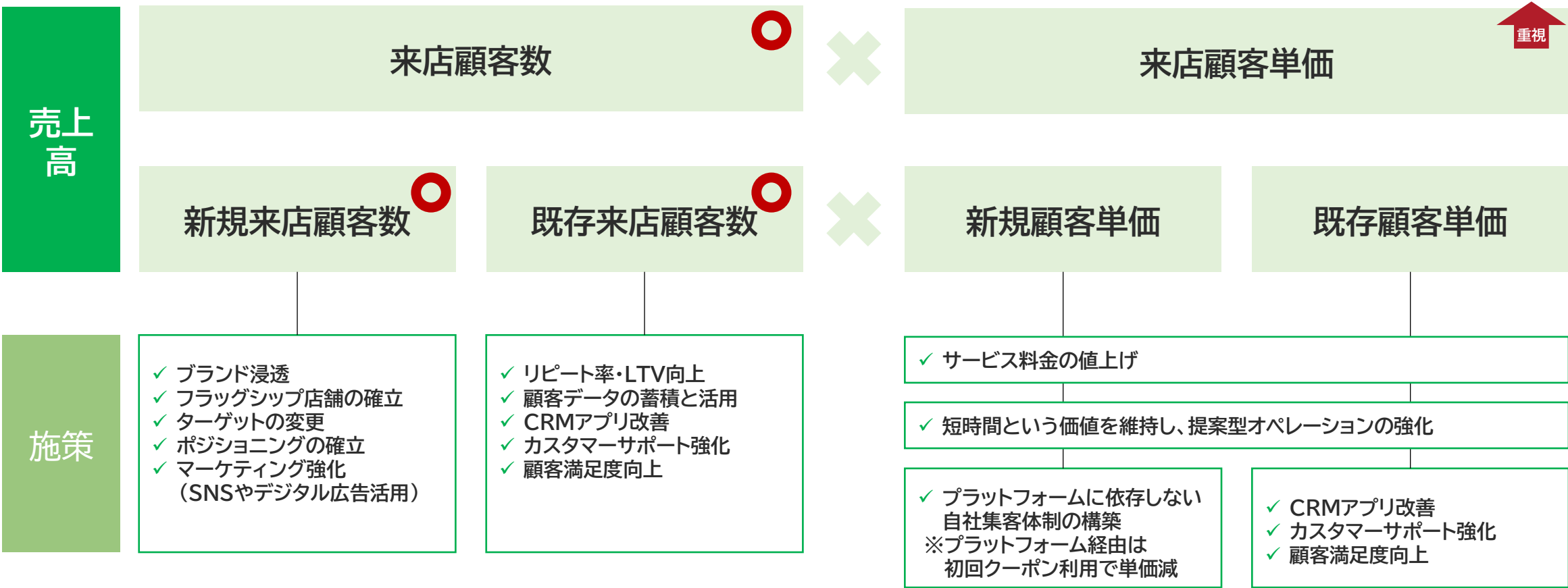


サービス従業員数の増加を重視してきたが、計画以上に進捗したことで、来店顧客数が大幅に増加。今後は客単価の向上と稼働効率の向上により生産性を上げて利益を創出し回収フェーズに。



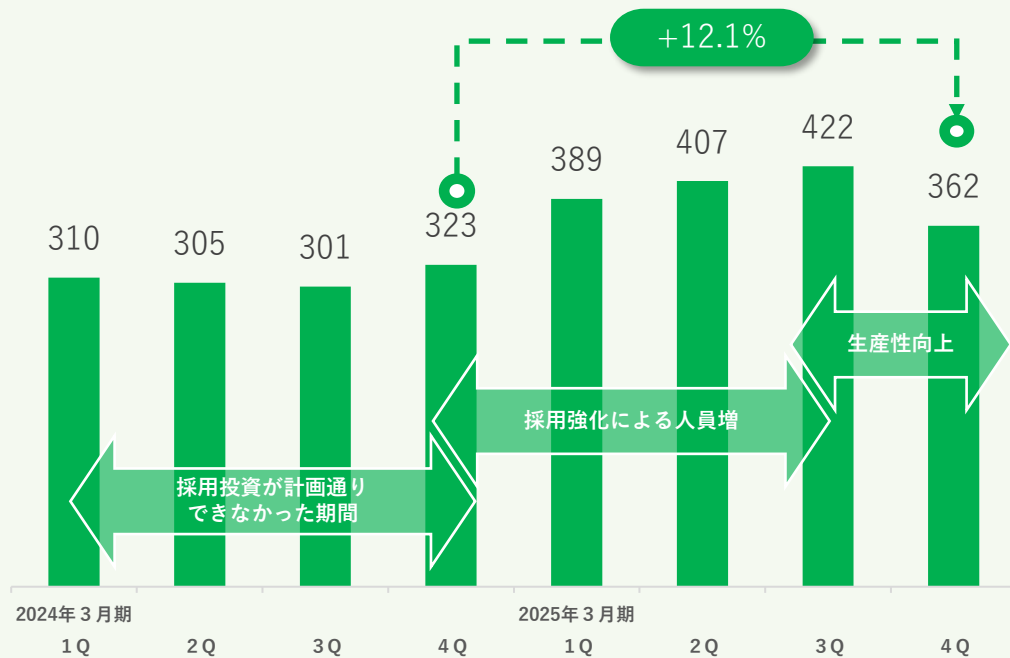
KPI-成長戦略(マーケティング)

自社集客での新規顧客獲得体制の構築し、新規来店顧客数を増加。オペレーション・教育強化、CRMアプリの改善による顧客満足度向上を図り、顧客単価の上昇とリピート率を向上。

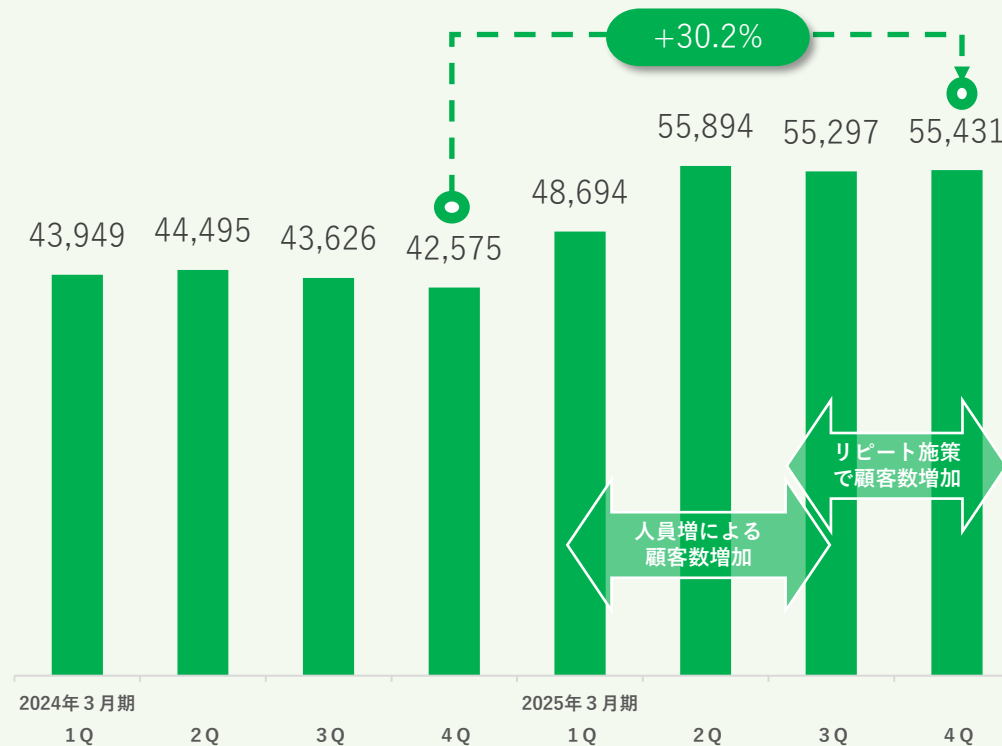


生産性向上をテーマに、採用基準の見直しを図り、サービス従業員数を最適化。一人当たり生産性の向上と、マーケティング施策による来店顧客数が大幅増加により、収益の増加につながった。

サービス従業員数



来店顧客数



単位(百万円)

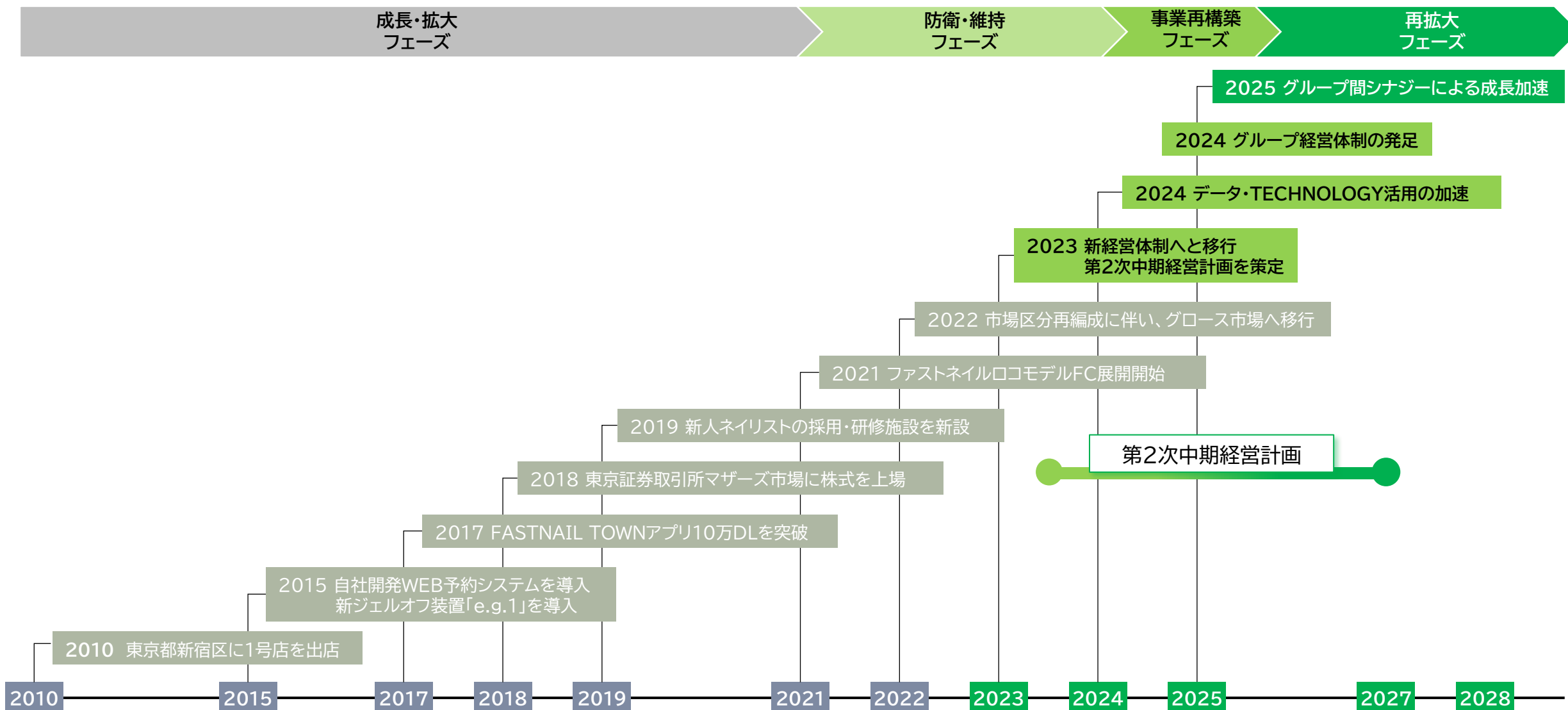
	2024年 3月期	2025年 3月期	増減額
流動資産	1,154	1,384	+230
現預金	923	806	▲117
営業債権及び その他の債権	151	456	+304
棚卸資産	66	61	▲5
その他	13	61	+48
非流動資産	1,847	1,780	▲68
有形固定資産	86	86	▲0
使用権資産	413	355	▲58
のれん	650	650	-
無形資産	533	516	▲16
その他	166	173	+7
資産合計	3,002	3,164	+162

	2024年 3月期	2025年 3月期	増減額
流動負債	687	848	+161
営業債務及び その他の債務	78	140	+62
借入金	50	50	-
リース負債	183	190	+6
その他	375	468	+93
非流動負債	671	573	▲97
借入金	358	308	▲50
リース負債	225	157	▲68
その他	87	107	+20
資本	1,644	1,743	+99
資本金	567	10	▲558
資本剰余金	514	571	+57
利益剰余金 /その他	562	1,162	+600
負債及び資本合計	3,002	3,164	+162

“新”中期経営計画

新第2次中期経営計画の位置づけ

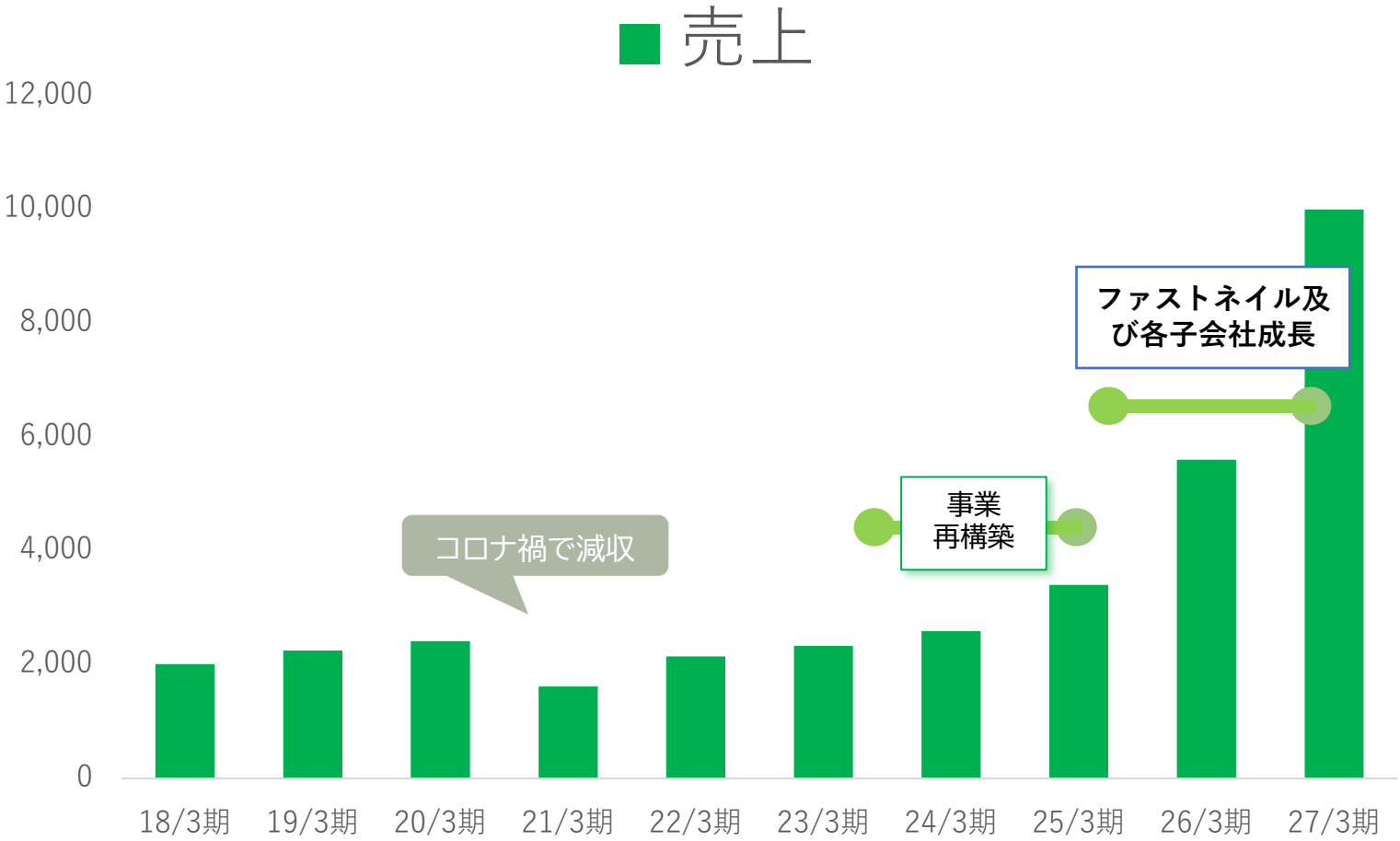
2023年に移行した新経営体制による事業の再構築が想定より早く進み、収益が拡大。
計画より一期早い26/3期から成長・拡大フェーズへ。



新第2次中期経営計画

戦略・事業を再構築し、26年3月期から再成長・拡大フェーズに移行し、売上・利益の大幅増加を計画。
店舗数を再度拡大させ、2030年の店舗数目標は100店舗と約1.5倍に拡大。

単位(百万円)



	26/3期 業績目標	27/3期 業績目標
売上高	5,600百 万円	10,000百 万円
営業利益	510百万 円	1,000百 万円
KPI		
店舗数	65店舗	70店舗

新第2次中期経営計画のコンセプト: 店舗数と業容の拡大

持続可能な高成長を実現するための投資を経て、一期早く回収フェーズへ移行し業容を拡大する。

2023/3期までの基本コンセプト

低単価×効率性×店舗数による成長

- ① 多店舗展開による拡大
- ② 効率性とスピード重視
- ③ プラットフォームに依存した新規集客
- ④ 徹底したコストコントロール

成長戦略・投資戦略

- ・ 1店舗あたりの収益性の向上
- ・ 提案型サービスの強化、顧客単価の向上
- ・ CRMへの投資と顧客接点・リピートの改善
- ・ 自社集客での新規顧客獲得体制の構築

経営基盤強化

- ・ 筋肉質な経営管理体制の構築
- ・ DXの推進、ITインフラの再構築
- ・ 業績管理指標の再設定とPDCAの徹底

2025/3期までの基本コンセプト

投資循環モデルの確立

- ① 新規出店は控え、既存店舗の機会損失を減らし収益力を向上
- ② 効率性を維持し顧客満足・顧客単価を向上
- ③ 自社集客の強化(プラットフォームとの併用)
- ④ 再成長に向けた積極的な投資(人材・システム)

人材戦略

- ・ リブランディングの浸透と理念教育の徹底
- ・ 育成システムとキャリア設計の見直し
- ・ 給与制度・インセンティブ制度の改善
- ・ FC人材含め働きがいのある環境作り

財務戦略

- ・ 安定的な財務体質の実現、維持
- ・ 当面の株主還元的最小化

2026/3期以降の基本コンセプト

店舗数拡大による成長と ノウハウを活かした業容の拡大

- ① 店舗の収益性を向上
- ② 店舗数の拡大
- ③ M&Aによる事業領域の拡大
- ④ DX推進により子会社の経営力向上
- ⑤ グループ間シナジーを創出

成長戦略・人材戦略

- ・ 店舗の収益性を担保しながら店舗数の拡大による売上高の成長と収益性の向上を両立
- ・ 一人当たり生産性に拘る
- ・ 採用基準を高め、教育コストの低下を図る
- ・ 店舗あたり人員数は25/3期の水準を維持

財務戦略

- ・ 安定的な財務体質を維持しつつ、M&A等の積極的な投資機会を得る
- ・ 十分な営業CFが確保できる状況の下株主優待・配当の再検討を開始

店舗出店による規模成長の追求から、店舗収益性の最大化による利益体質の構築へと戦略を転換。

これまでの戦略・強み	課題・改善余地	戦略UPDATE	進捗・評価
■ 効率的な新規出店による規模拡大 ・ 70店舗以上の出店実績 ・ ショッピングモールとの強い関係値 ・ 低コスト・短期間での出店ノウハウ	・ 店舗ごとのサービス品質や収益性にばらつきがある ・ 出店後10年近く経過する店舗が半数以上あり、老朽化が進み、お客様に気持ち良くサービスを受けていただけない環境がある	✓ 新規出店は当面抑え、既存店舗のビジネスを再構築する（既存店舗の収益性向上） ✓ フラグシップ店舗の確立、ノウハウの磨き上げ（再現性の高い勝ちパターン構築）	新規出店は必要最低限にし、既存店舗の稼働率及び収益性の向上に注力 フラグシップ店舗の確立は課題残るが、ノウハウを磨き、横展開につながる手ごたえあり
■ 高効率オペレーション ・ ネイリスト1人当たりの生産性が高い ・ 滞在時間60分以内 ・ 顧客回転率が高い	・ 当社が目指すサービス価値や顧客満足について、市場変化に合わせて十分な見直しが行われていない ・ 中～高単価商品の提案力が弱く、低単価・薄利多売のビジネス構造 ・ 席稼働率の低さやネイリスト不足など、抜本的改善が必要な重要課題が慢性化している	✓ ターゲットとする顧客層の変更（ポジショニングの見直し） ✓ 短時間という価値を維持しつつ、提案型のオペレーションの強化（顧客満足度・顧客単価の向上） ✓ 重要視するKPIの再設定、PDCA運用の徹底と（KPIマネジメントの改善）	当社に適したターゲットを抽出 24年10月に値上げを実行 教育体制の強化、オペレーションの最適化により顧客満足度向上施策を講じた 独自BIツールの構築により、日々のKPIを可視化 データを活用したマネジメント体制を構築

店舗出店による規模成長の追求から、店舗収益性の最大化による利益体質の構築へと戦略を転換。

これまでの戦略・強み	課題・改善余地	戦略UPDATE	進捗・評価
■ 独自のPOS・業務管理システム ・ 店舗ごとの日次の売上集計 ・ 各種KPIのエクスポート	・ 顧客・販売・シフト・予約管理等の店舗業務を一気通貫で連携できる仕組みがない。 ・ 業務システムやBIシステムが古く、管理業務の非効率化や、分析業務の不足による判断の遅れにつながっている	✓ 店舗オペレーションに組み込む基幹システムとBIシステムの構築（業務システム・データインフラの構築）	データプラットフォームを構築し、店舗データや各種データをBIシステムで可視化し、基幹システムと連携開始
■ CRMアプリケーション ・ 自社メディアを中心とした集客 ・ 顧客接点とリピート率の向上 ・ 外部メディアと連動した新規顧客獲得	・ デジタル環境の変化により、現状のパーティカルPFではユーザー接点の面を抑えきれないため、CRMとしての効果が相対的に弱まっている ・ 特に新規顧客に対しては外部媒体依存の集客が中心で、PFの影響を受けたり、顧客層のズレによる口コミ影響がある ・ マーケティング機能が不十分で、戦略的な施策の立案実行が行えていない	✓ CRMツールの改善・見直し（自社アプリ.LINEアプリ等の最適化） ✓ カスタマーサポートの強化（CS窓口・体制の構築） ✓ SNSやデジタル広告による自社集客拡大に向けた土台作り（マーケティング体制の強化）	CRMツール(自社アプリ・LINEアプリ等)を開発しリピート率向上及びコスト削減が実現 カスタマーサポートの強化については劣後 自社SNSを開設し、運用開始。インフルエンサーをアンバサダーに起用しマーケティング強化中

第2次中期経営計画を進めるうえで効果的かつ効率的な組織体制を構築する。持続可能な成長を実現するため、制度設計・人材投資を行い、組織パフォーマンスを最大化させる。

これまでの戦略・強み	課題・改善余地	戦略UPDATE	進捗・評価
■ブランドコンセプト ・早い、便利、リーズナブルという認知 ・徹底したコストコントロール	・FASTNAILというブランドコンセプトにばらつきが生じ、社内外に浸透しきれていない ・低コスト運営を優先してきたため、店舗内装や働く環境への投資が十分に行われてこなかった	『FASTNAIL』のブランドコンセプトの再定義・浸透の徹底 店舗内装や職場環境への投資	ブランド刷新し再定義。浸透については、マーケティング・教育によりさらなる徹底が必要 店舗内装・職場環境への投資は劣後
■採用・人事制度 ・業界未経験者をメインにした採用方針 ・ステップアップのための評価プログラム ・ネイル業界の中では高い給与水準	・市場変化に合わせた採用・教育・配置戦略のチューニングが十分にできていない。 ・長く活躍してもらうための働き方の柔軟性の検討が不足している ・ネイル経験者にとっては働く環境や給与水準での魅力度が低く、応募が集まりにくい。 ・スピードに重きを置いたため、作業優先のマインドとなりやすい	採用・人事体制の改善 採用マーケティングの改善・強化 人事制度の見直し フレキシブルな働き方・雇用制度の導入（パートタイム等の導入） インセンティブ制度の見直し（生産性と単価に応じた制度設計）	上期は採用を強化し、応募数・内定数は大幅に増加 下期は採用基準を見直し生産性を重視する方針で運用 人事制度の改善を実施 ・休日の増加（95日から110日） ・インセンティブ、評価制度改善
■独自の社員教育制度 ・短期間でネイリストに育てるカリキュラム ・実践経験を積めるOJT店舗	・本社オフィスの一室が研修施設となっており、受入れキャパに上限がある ・研修終了後のスキル・マインド研修が人によってバラつきがある	研修カリキュラムの強化 採用～教育～店舗で一貫した育成システムを構築 教育施設の改善（本社増床）	教育施設を新設 教育体制の強化し、店舗配属数及び提供サービスの品質向上に努める

旧中計では、店舗数を増やさずに収益改善を図るためのKPIを設定。店舗運営の最適化が進んだため、
今後は店舗数増やすことで収益向上を図るため、重視するKPIは店舗数に絞りこむ。

各期の最終単月(3月)のKPI目標

KGI	KPI	2024/3(見込)	2024/3(実績)	2025/3(目標)	2025/3(実績)	振り返り
売上高		2.2億円/月	2.1億円/月	2.8億円/月	2.5億円/月	既存顧客数の増加により前期比で増収 サービス従業員数の未達により計画比で未達
店舗数		62店舗	67店舗	62店舗	62店舗	25/3期までは店舗数は増やさない方針
人材戦略	サービス従業員数 (ネイリスト・受付・SV・教育担当等)	320名	323名	400名	362名	上期は採用強化により前期比で人員数が増加 採用数重視から、採用の質を高め 一人当たり生産性を重視したため計画比で未達
	一人当たり売上高	-	608千円/月	700千円/月	703千円/月	データ活用と教育施策により 一人当たり生産性は向上
マーケティング・DX戦略	顧客来店数	44,200名/月	43,600名/月	51,100名/月	53,580名/月	マーケティング強化により来店客数が増加
	新規顧客来店数	7,200名/月	5,860名/月	8,600名/月	8,353名/月	新規集客のプラットフォーム依存を脱却中のため 計画比では未達
	既存顧客来店数	38,000名/月	37,730名/月	42,500名/月	45,227名/月	LINEを活用した施策によりリピート率向上
	顧客単価	4,900円	4,680円	5,770円	4,735円	2024年10月に各プランの値上げを実施 市場ニーズをとらえきれず計画比では未達
	新規顧客単価	-	3,800円	4,720円	4,331円	
	既存顧客単価	-	4,740円	6,000円	4,810円	
財務健全性	当座比率	169.4%	158.3%	101.6%	152.8%	
	自己資本比率	58.5%	54.8%	55.2%	54.6%	

超巨大美容プラットフォーム構想



“M&A×データドリブン経営DX”により非連続的成長を実現する

M&Aを活用し、美容業界及び周辺領域のプレイヤーをロールアップ戦略で取り込み、美容業界において売上1兆円を超える超巨大コングロマリットを確立する。

M&Aによる領域拡大

データドリブンDX経営による業績拡大

1 既存領域の拡大

現在展開しているネイルサロンや類似サービスである美容サロンを取得し業容を拡大

2 新規領域の模索

既存ビジネスとターゲットが重なる美容整形等の新たな領域に展開し、経営ノウハウを共有し拡大

3 ビジネス領域の拡張

店舗以外に、ECやオンライン診療等のオンラインビジネスを検討

M&A

データドリブン
DX経営

1 店舗経営のDX

CRMやオンライン予約、データを活用した経営分析プラットフォームに依存しないデジタルマーケティング

2 SaaS化による経営支援

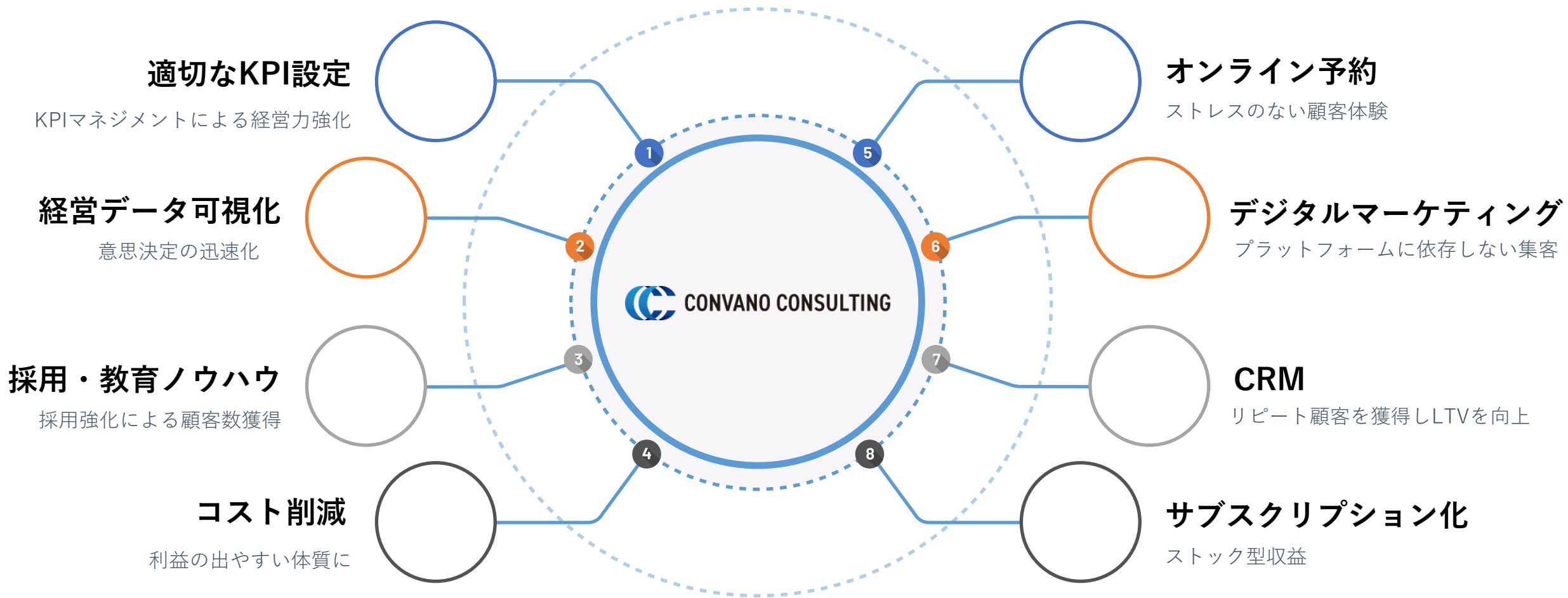
店舗経営を効率化するシステムをSaaS化することにより他店へのPMIを効率化

3 プラットフォーム構想

美容に特化した新規メディアを構築し、独自の美容データを取得

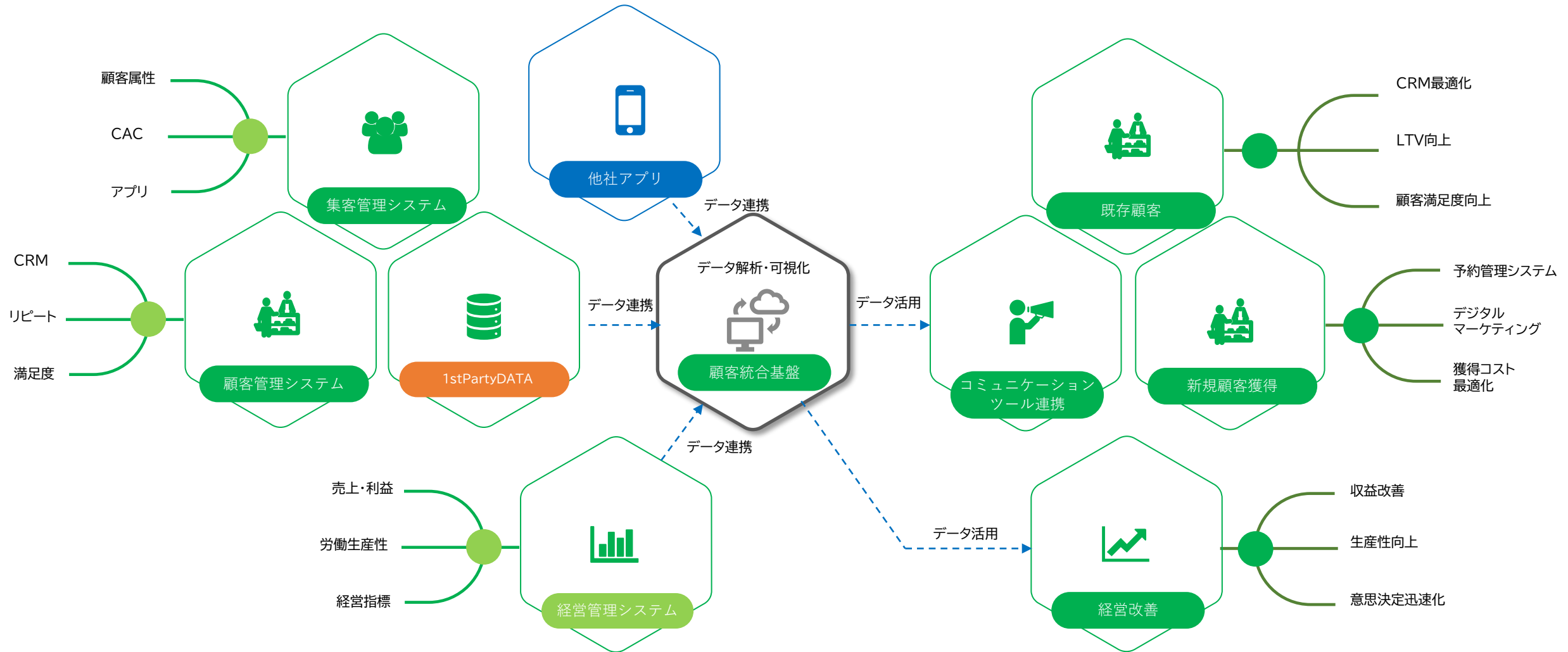
データドリブン経営に基づいたコンサルによる経営支援

コンヴァノで培った経験・ノウハウを、活かした経営支援をすることで収益性の向上を図る。一部Saas化する等も含めて検討。



医療DXプラットフォーム構想

多種多様な医療顧客データを、顧客と接点をもつアプリケーションにデータ連携することで、マーケティングや経営効率の向上を実現し、顧客体験と店舗経営両面の品質を向上。

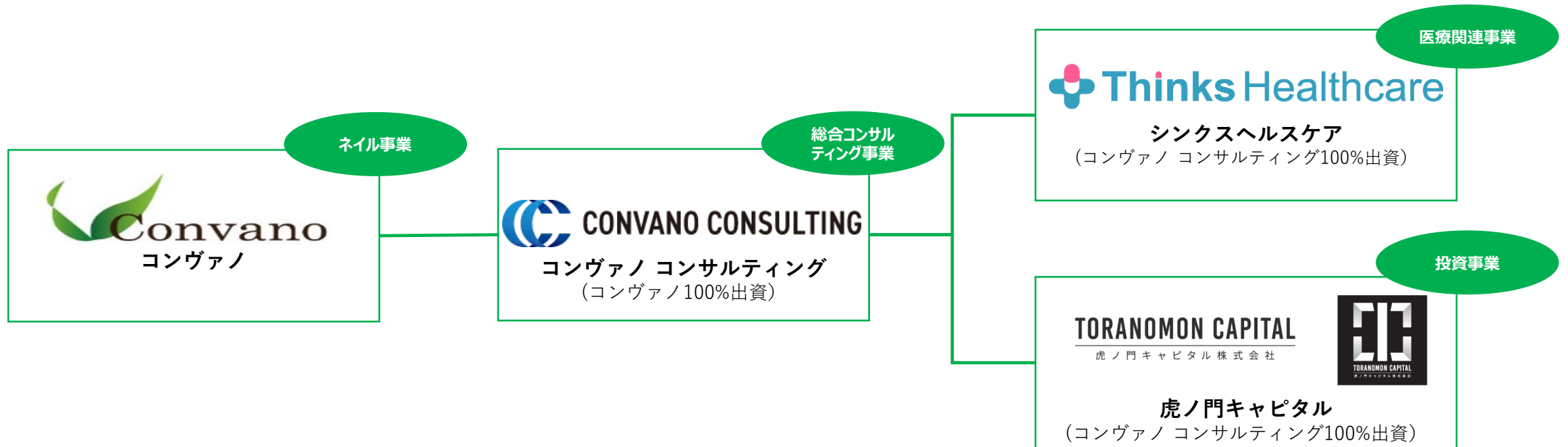


会社情報

M&Aによるグループ企業の拡張と、DXコンサルの推進により美容領域における超巨大プラットフォームを目指す。

【Convano Consulting】

優秀人材のヘッドハンティングを多数行い、株式会社コンヴァノに対して独自の知見・データを活用し、持続的な企業価値向上に資する経費削減案、マーケティングによる競争優位性の構築、IT/DX/AI コンサルティングによる高効率オペレーションにフォーカスした戦略を実行し中期経営計画を軌道に乗せることに成功。





Creation Of New Value And New Opportunities

新しい価値の創造と機会の拡大

ネイルで世界を変える

あらゆる人々に、新しいネイルサービスの魅力を伝え、
価値あるライフスタイルの創造とネイルサービスの普及に貢献する

会社名 株式会社コンヴァノ

本店 東京都渋谷区渋谷区桜丘町22-14

創業/設立 創業 2007年4月11日
設立 2013年7月10日

事業内容 ネイル事業
メディア事業

従業員数 424名(6名)
※ 2024年3月末現在
※ ()内は1日8時間換算による過去1年間の
平均臨時雇用者数(外数)

店舗数 67店舗
※ 2024年3月末現在

代表取締役社長 かみよつもと あや
上四元 絢



略歴

2010年12月 旧(株)コンヴァノ(現 当社)入社
営業部・ファストネイル銀座店配属
2011年5月 当社営業部・ファストネイル大宮店店長
2015年3月 同営業部スーパーバイザー
2015年1月 同トレーニング部グループリーダー
2019年4月 同管理部グループリーダー
2022年7月 同経営企画室グループリーダー
2022年11月 同執行役員営業部及び人材教育部管掌
2023年6月 同代表取締役社長(現任)

1

業界トップクラスのブランド力

- 全国65店舗のネットワークと長年の運営によるブランド認知
- ネイルサロンで唯一の上場企業

2

未経験者を即戦力化する採用～教育力

- 全国への配属可能で、働きやすい環境と人事制度
- 未経験者でも活躍できる教育体制(採用力)

3

店舗の効率経営ノウハウ

- 独自の分業制による効率的なオペレーション
- 業務プロセスの最適化と一部業務のRPA化によるDX化

4

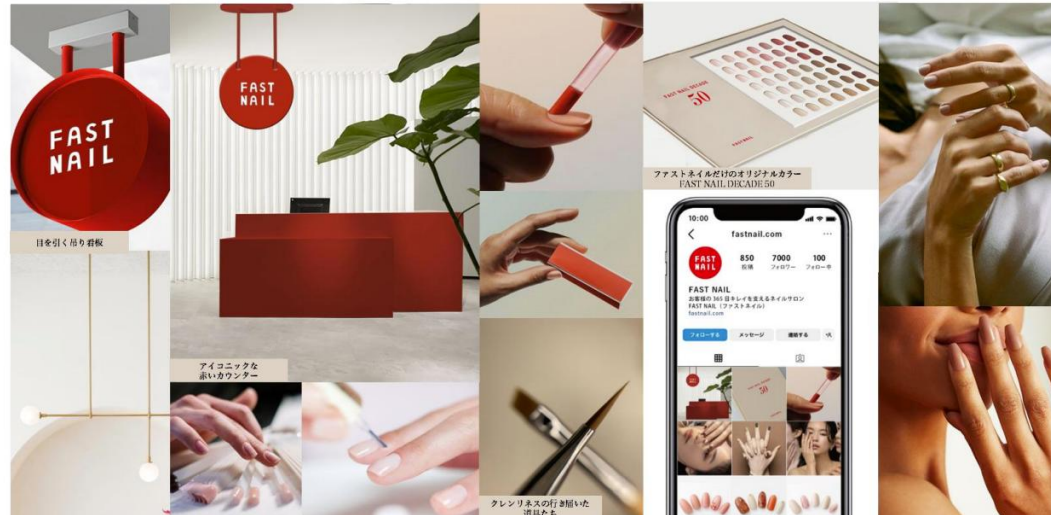
データ分析・活用による店舗経営の可視化と改善力

- 各店舗、各従業員のパフォーマンスを独自のBIツールで可視化し日々モニタリング
- ネイルサロン経営に特化した自社システム
- KPIマネジメントと蓄積したデータを活用したデジタルマーケティング

業界トップクラスのブランド力

2023年よりブランドを再構築。主要都市を中心に業界トップの出店と時代に即した広告により高いブランドを保有。採用力・集客力に大きく寄与。

◆ FASTNAILブランド刷新

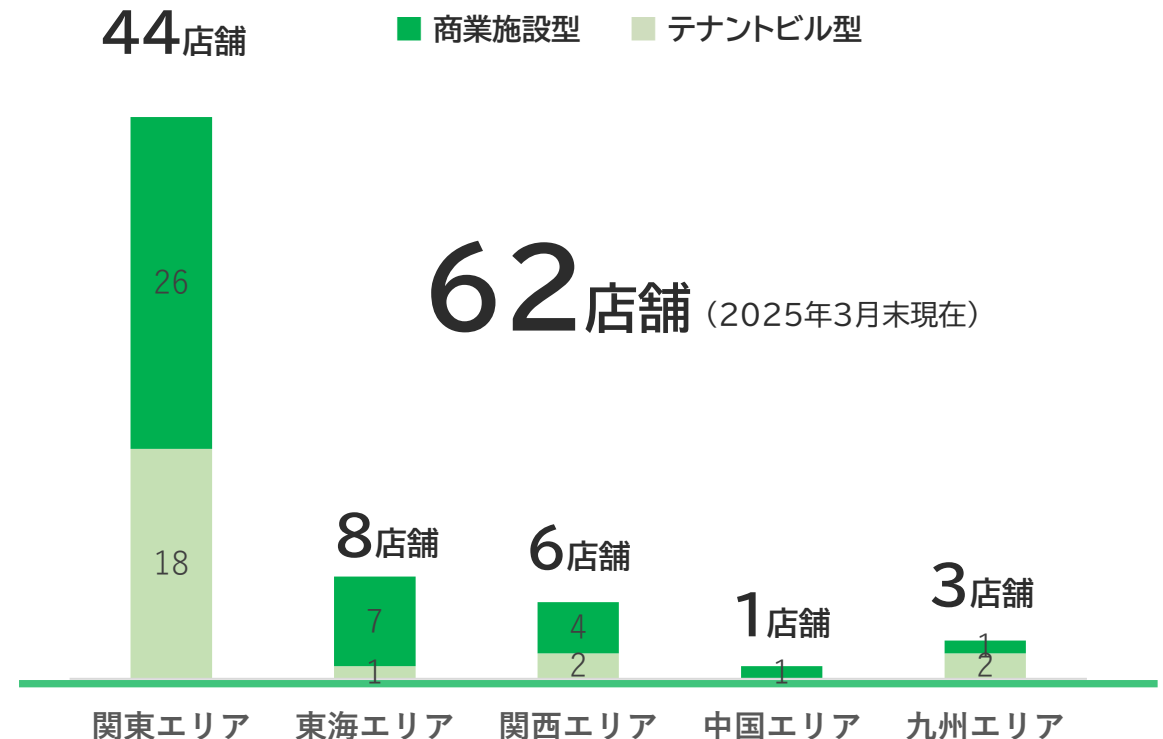


FAST NAIL 60 STANDARDS

ファストネイルらしさを表現し、
ファストネイルの価値をより高める60のスタンダードです。

これは、ファストネイルの価値を高めるだけでなく、
お客様からの信頼度を高め、お客様からありがとうと言っていたる、
スタッフの皆さんにファストネイルでの仕事を誇りに思っていただけの60のスタンダードであり、
ファストネイルを選んで訪れてくださったお客様を想ってファストネイルが守る、60の約束事でもあります。

◆ 業界トップクラスの出店数



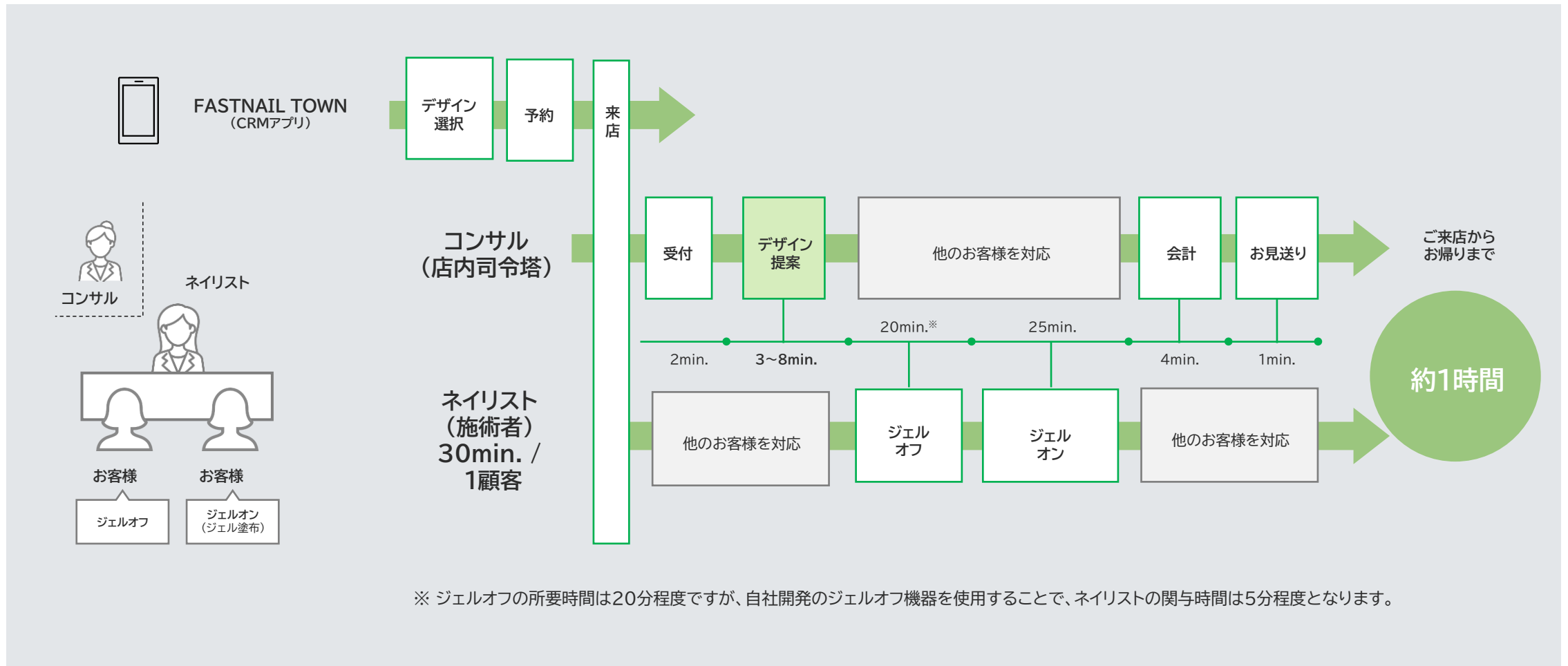
未経験者を即戦力化する採用～教育力

採用～教育～店舗で一貫した育成システムを保有。未経験者でも数か月で1人前のネイリストに育てることができるため、採用の裾野が広がり、採用市場でも優位性を発揮。



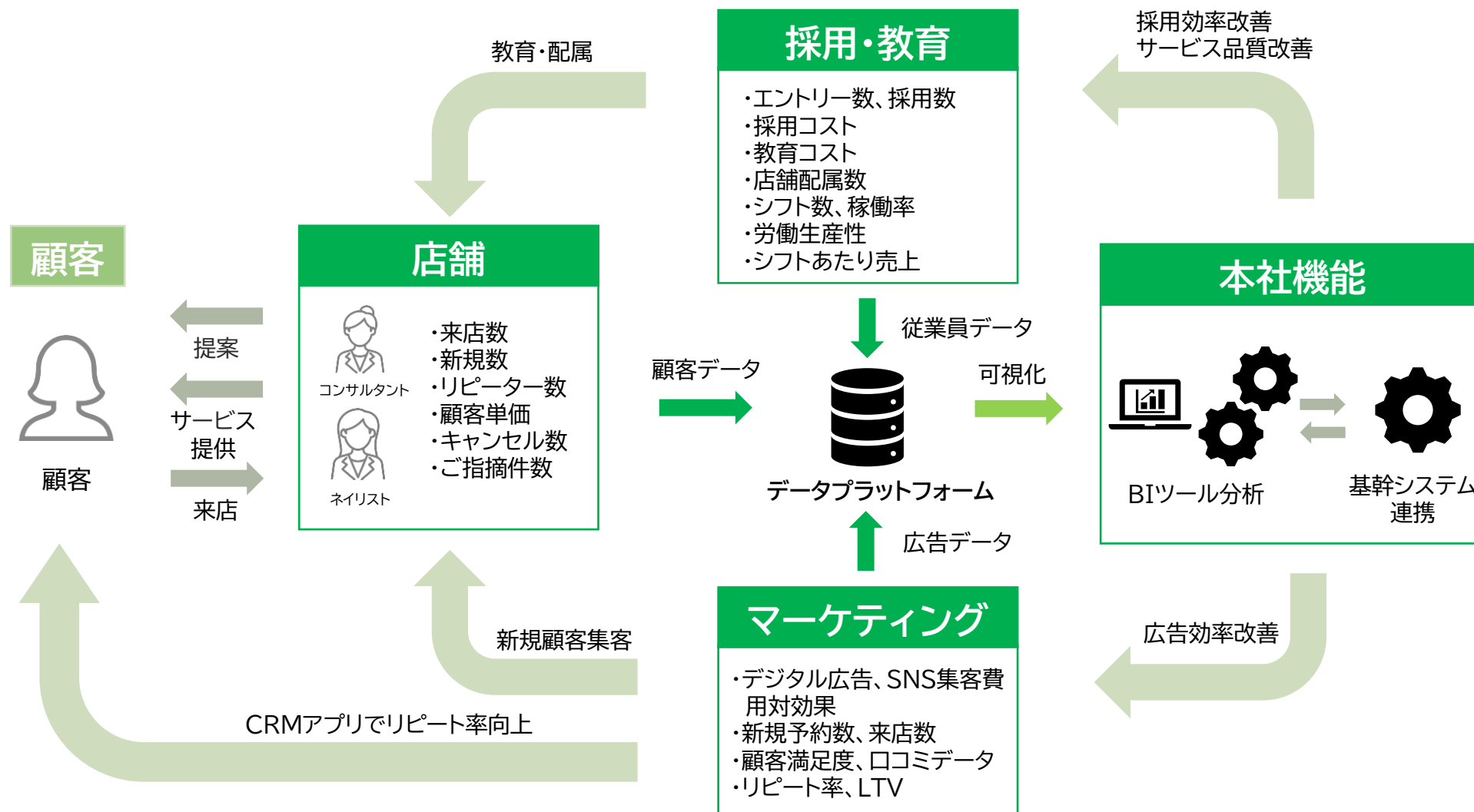
店舗の効率経営ノウハウ

独自のCRMアプリと、分業制オペレーションにより、短時間という価値を維持しつつ、顧客満足度の向上と顧客単価の更なる向上を実現し店舗経営を効率化。



データ分析・活用による店舗経営の可視化と改善力

業務プロセスを抜本的に見直し、デジタル化。各店舗の売上データ、人事、マーケティングにおけるKPIをBIツールにより可視化・分析。PDCAをまわし継続的な改善を図る。



ネイルサロンブランド「FAST NAIL」

「FAST」なサービスと「SIMPLE」なデザインにこだわり抜いたネイルサロン「FAST NAIL」を展開。
お客様の『365日キレイ』を支えるため、ネイルの一般化を目指して事業を運営。

FASTNAIL

57店舗

安定品質×リーズナブル×スピーディ

- ・スピーディー
- ・安定した品質
- ・低価格
- ・豊富なデザイン

首都圏を中心に全国展開



FAST
NAIL

FASTNAIL PLUS

1店舗

ゆったり×気楽に×私らしく

- ・デザインをカスタマイズ
- ・ネイリストの指名

PLUS新宿店



FAST
NAIL
PLUS

FASTNAIL LOCO

7店舗

もっと身近に！もっと便利に！もっと手軽に！

- ・ヘアサロン内併設の店舗

LOCO昭島店/LOCO東大和店
LOCO春日店/LOCO志免店
LOCOららぽーと沼津店/ LOCOららぽーと和泉店
LOCOアクロスプラザ富士宮店



FAST
NAIL
LOCO

連結売上収益の

約 **95.2** %が

ネイル事業

効率性・CRM・社員教育を強みに高いサービス品質を確立し、他社との差別化を実現。

店舗収益力を高める
高効率オペレーション

- ネイリストの生産性が高い
- 滞在時間60分以内
- 顧客回転率が高い

プラットフォームに依存
しないデータを活用した
マーケティング

- 自社メディアを中心とした集客
- 顧客接点とリピート率の向上
- 外部メディアと連動した新規顧客獲得

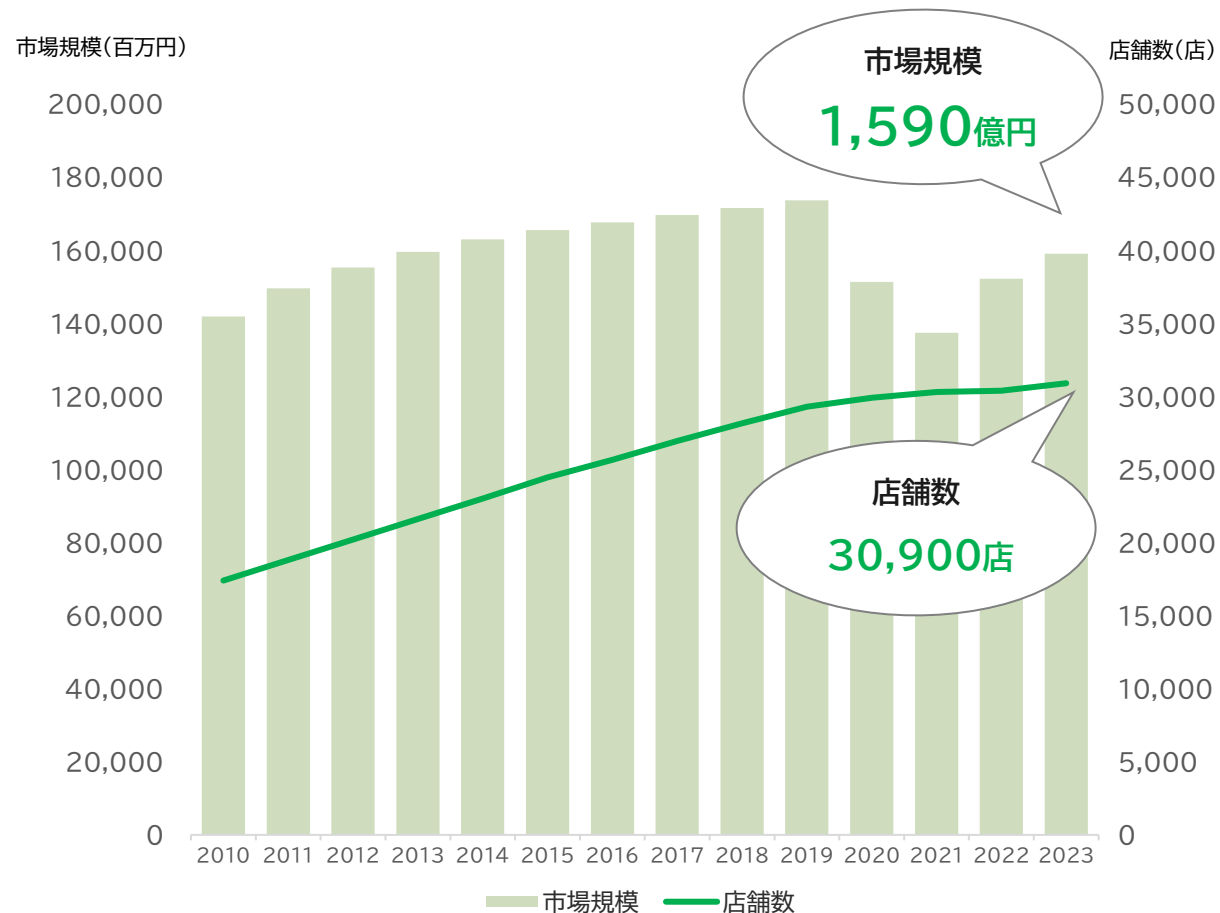
未経験者を採用し
即戦力化する
独自の人事戦略

- 短期集中の育成カリキュラム
- 実戦経験を積めるOJT店舗
- スキルやマインドを継続研修

	時間	料金設定	予約方法	デザインオーダー	ジェルオフ	指名
FAST NAIL	60分	低価格で シンプルな 料金体系	自社アプリ 外部メディア	来店前	優しい スチームオフ	指名なし
一般的な ジェルネイル サロン	90~120分	高価格で わかりにくい 料金体系	外部メディア 電話	来店後	溶剤を使って やすりで剥離	指名制

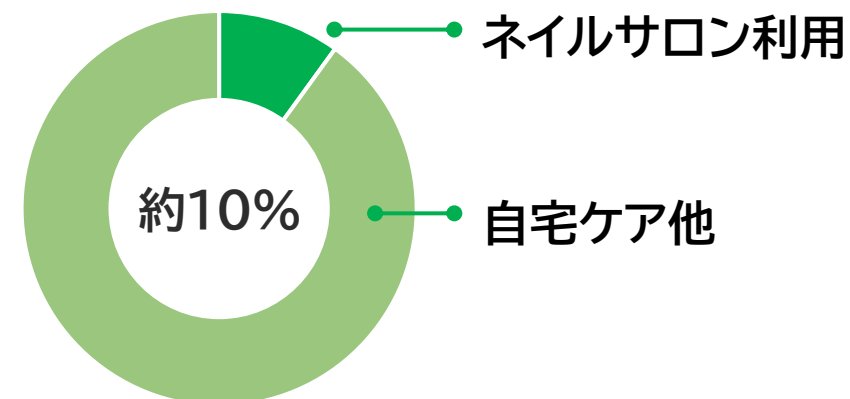
ネイルサロン市場推移と環境要因

2020年以降減少していた市場規模が回復傾向。ネイルサロン市場は成熟期にあるが、外出機会が増え、美容意識は向上。また、サロン利用率には伸びしろがあり、利用金額の増加や来店頻度の向上など事業機会を認識。



出典：NPO法人日本ネイリスト協会「ネイル白書」

ネイルサロン利用率



ネイルサロン利用頻度

5~6回/年

※ネイルケアの観点では3~4週に1度が望ましい

出典：自社アンケートデータ

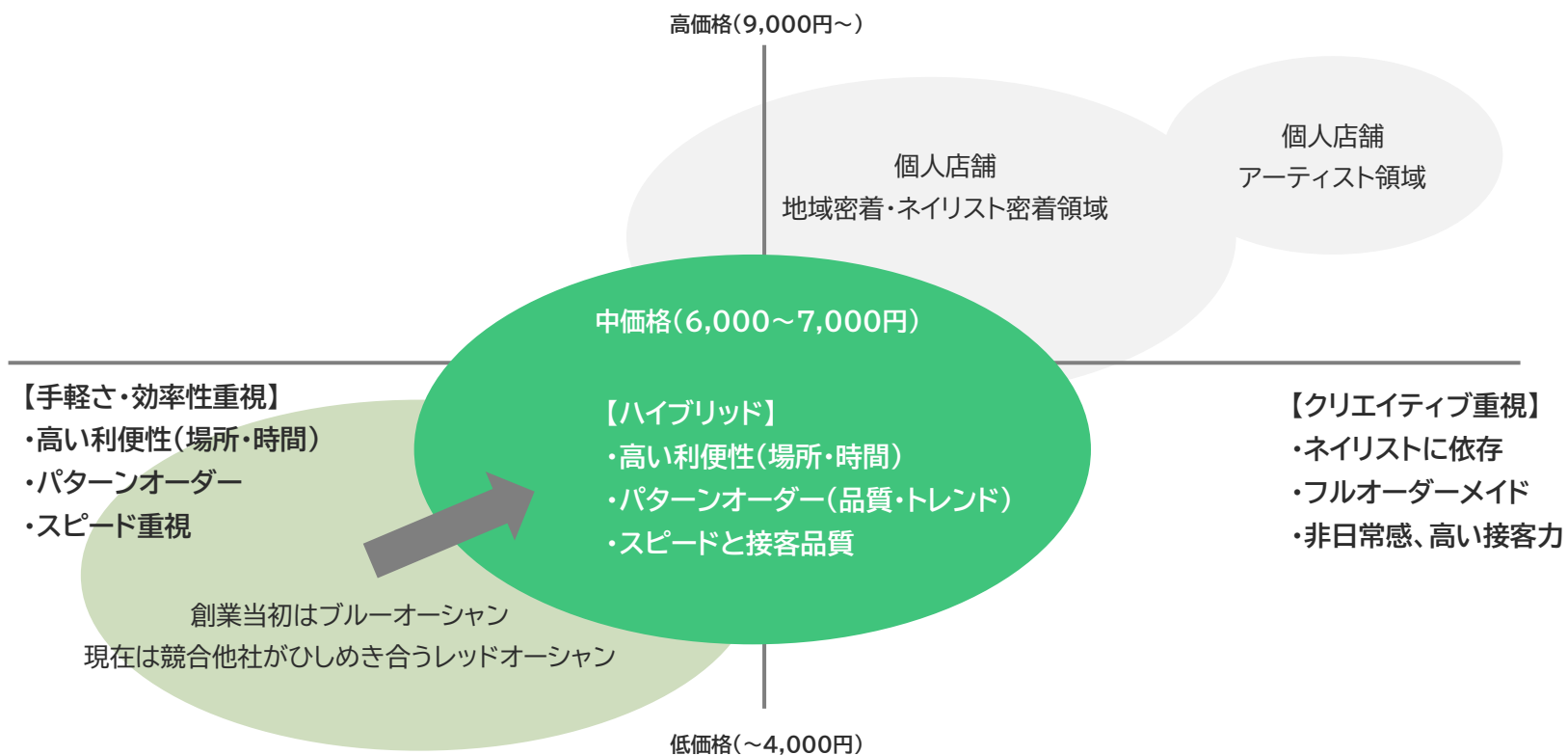
ネイル事業の季節性

ネイル市場は季節性による需要の変動があり、客数だけでなく、顧客単価も変動。手足の露出が増える夏季(Q2)が繁忙期であり、秋季は需要が落ち着くが、イベントが増える冬季にも需要が増加。



2024年10月に値上げの実施

中期経営計画の戦略の単価向上戦略として、2024年10月値上げを実施。
メニューの幅やサービス品質の向上により、中価格帯のモデルへの移行が進みつつある。



2024年10月より一部値上げを実施

<下記一例>

フレンチ 4,400円→4,510円
(2.5%値上げ)

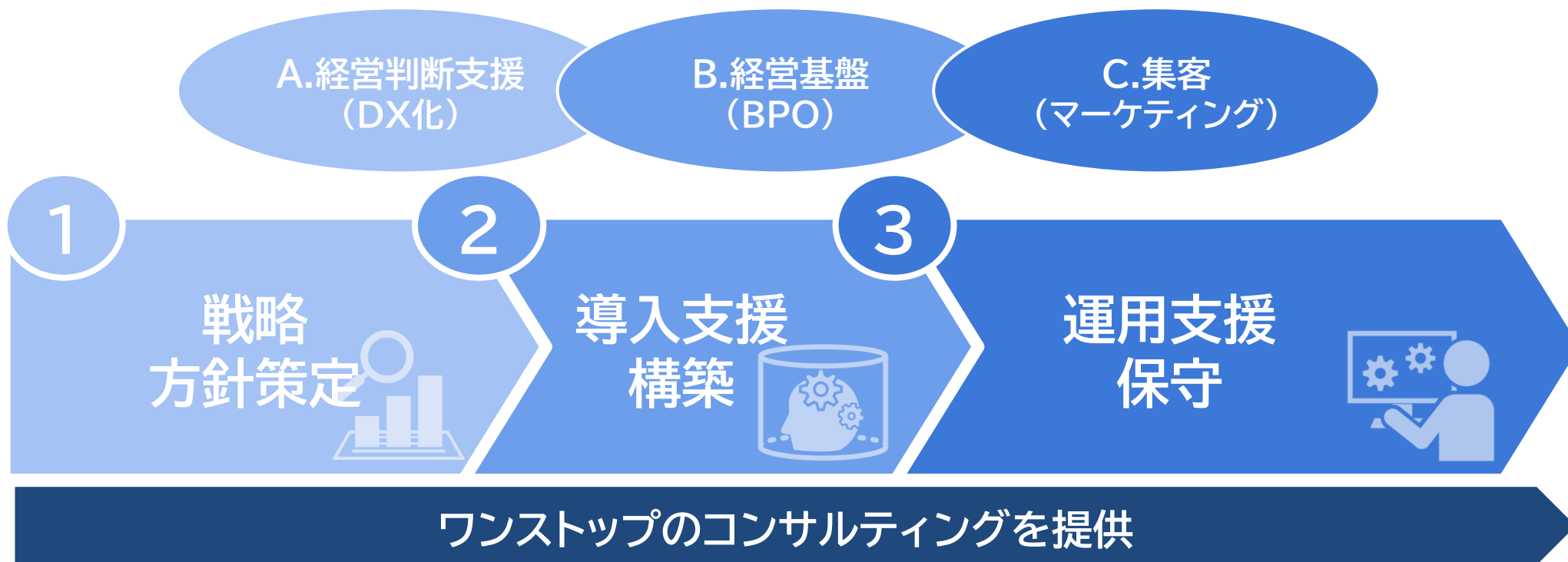
定額シンプル 6,050円→6,270円
(3.6%値上げ)

定額トレンド 8,580円→8,910円
(3.8%値上げ)

想定客単価3%アップを期待



企業の重要課題に対しワンストップでのコンサルティングを提供



グループ企業 PE事業へもコンサルティング実施
グループ内シナジーの創造に貢献

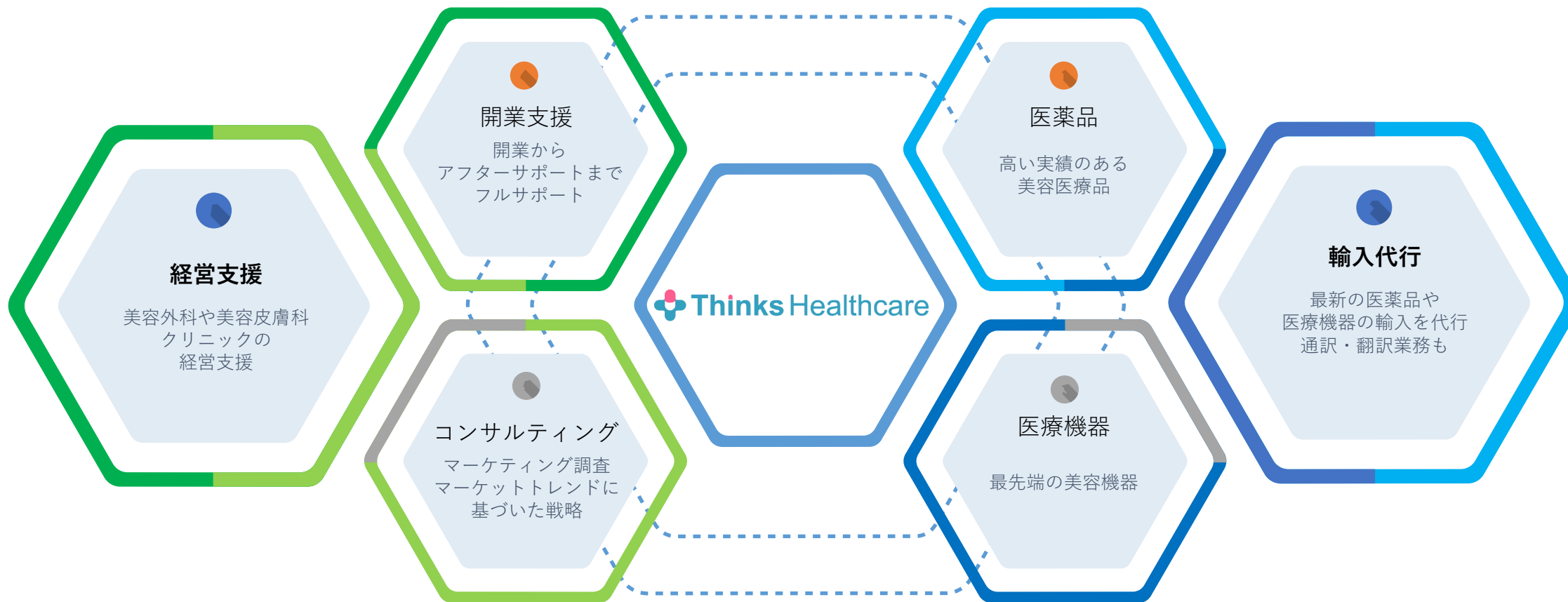


TORANOMON CAPITAL

虎ノ門キャピタル株式会社

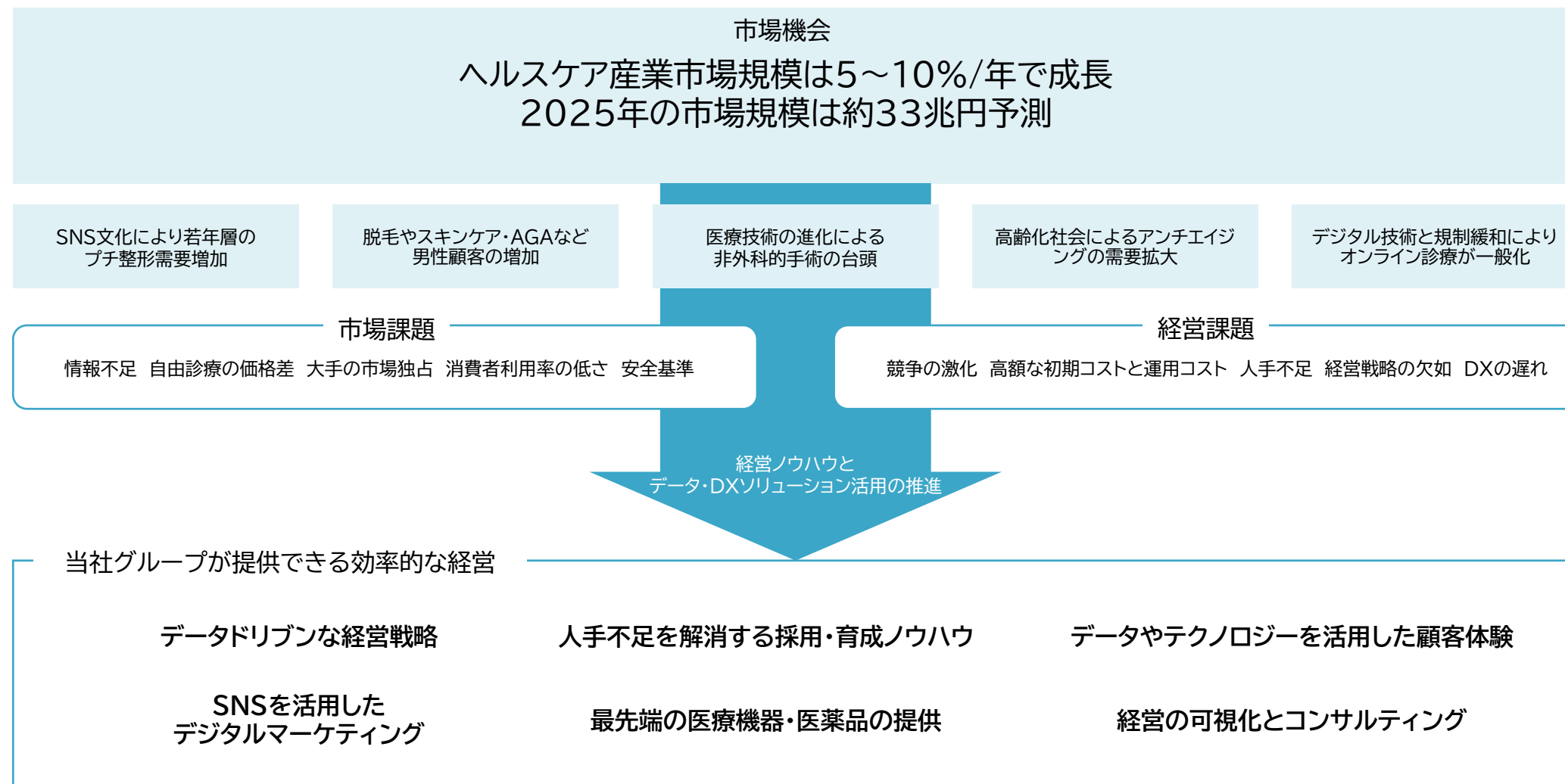


シンクスヘルスケアは、先進的なDX経営コンサルを通じて、医療提供者が最高水準の技術とサービスを提供することで、患者様の生活の質を向上させることを目標としています。



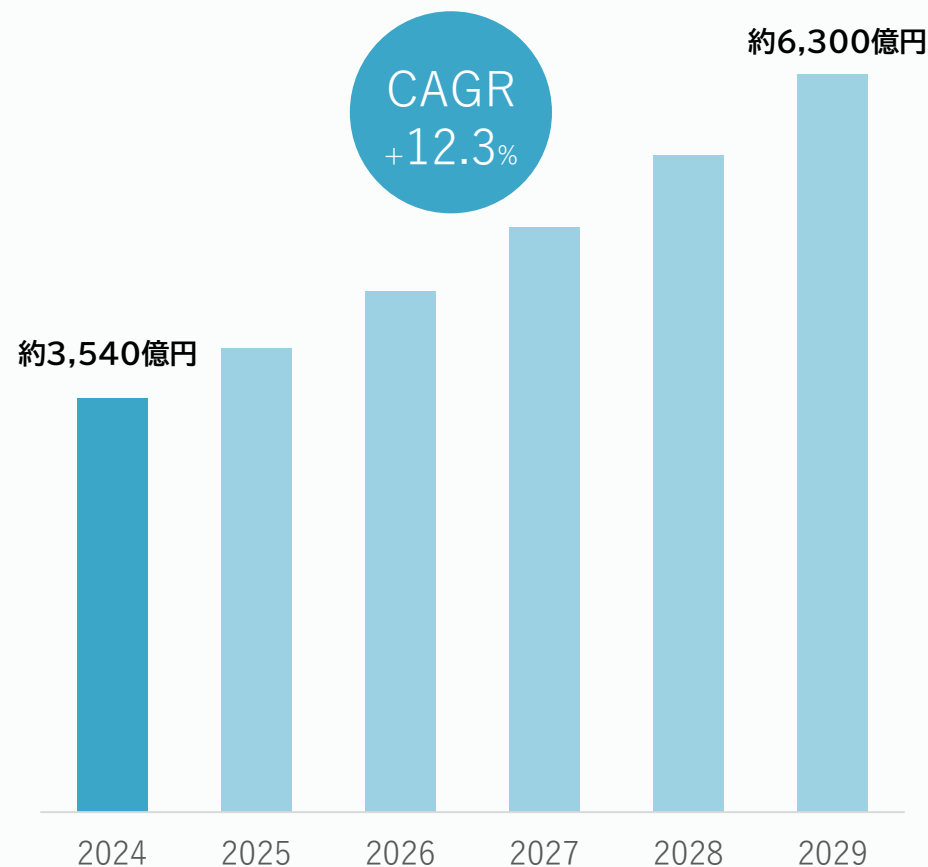
市場:ヘルスケア産業における経営DXのニーズ

市場ニーズは拡大し続けているが、人手不足や経営ノウハウの欠如から、一般的な事業と比較してデータ活用やDXの浸透は遅く、市場機会を捉えきれていない。



美容医療機器・エステ機器市場は高い成長が続くと予想されており、それに伴い競争の激化は必至。よりスピーディな経営判断や、先見性のある経営戦略が必要と思慮。

美容医療機器・エステ機器市場の成長率



医療機器・エステ機器市場の動向

- 高齢化社会の影響
高齢者人口の割合が高く、加齢に伴う美容ニーズが増加
- 低侵襲美容機器の需要増
手術を伴わない美容施術への関心が高まり、関連機器の需要が拡大
- 技術革新
新技術を搭載した美容機器の開発・導入が進む

将来展望

市場の競争激化により、価格競争が生じ、収益の確保が難しくなる可能性がある一方で、技術の進化は続くと予想。高付加価値サービスの開発やブランド価値向上により、価格以外の競争軸を確立していく。

TORANOMON CAPITAL
虎ノ門キャピタル株式会社



「新しい価値の創造に邁進すること」を企業理念に掲げ、M&Aを通じて、企業の事業継承や成長支援を行いながらすべてのステークホルダーに楽しく夢のあるワークライフを提供します。

虎ノ門キャピタルの強み

完全成功報酬型

着手金・中間金・月額報酬が不要
リスクなくM&Aを進められる



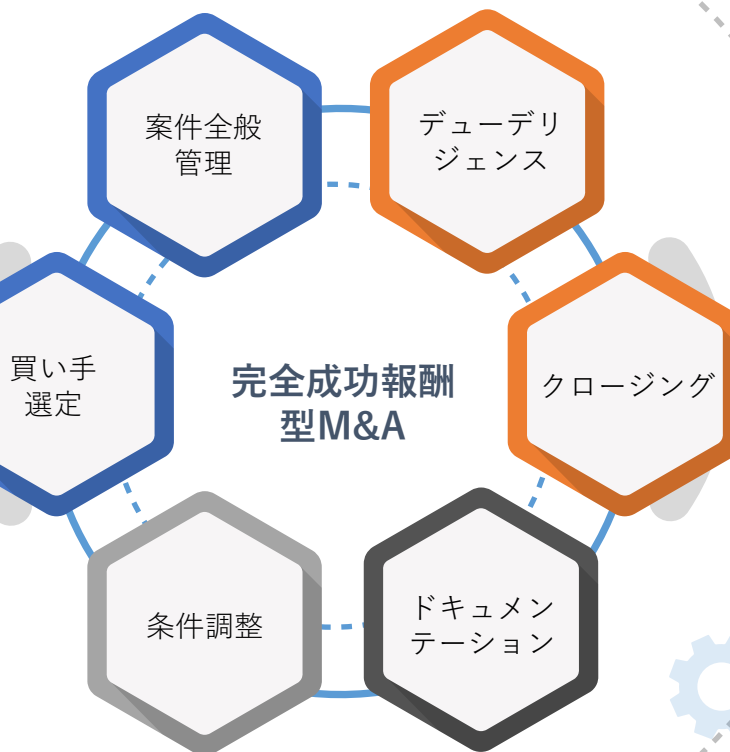
最短35日での成約が可能

DXテクノロジーを活用したマッチング
システムを導入し最適企業を選定



幅広い業界に精通した専門家

多様な業界に対応可能な専門知識と
実績を有し最適な提案が可能



当社グループの強み

事業成長面のサポート

経営効率化のサポート

データ活用・DXのサポート

後継者不在によるM&Aの潜在市場は増え続ける見通しだが、積極的に動いている経営者はまだ少なく、潜在市場の多くが未開拓でM&A事業のビジネスチャンスは大きい。

M&A市場が伸びてきた背景 “後継者不在”

14.2^{*} 万社

後継者不在企業の割合

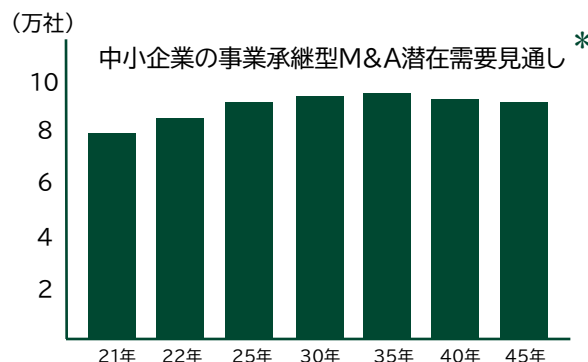
52.1%^{*}

経営者の平均年齢は2023年時点で60.5歳で過去最高。70代以上の経営者の割合も増加しており、後継者不在による廃業リスクがある企業は全国で14.2万社にのぼる。

*出所: 帝国データバンク「全国後継者不在率動向調査(2024年)」

M&A潜在市場

約6兆3,000億円



経営者の高齢化が進んで後継者が見つからず、M&Aにより会社を譲渡する需要は2035年まで増え続ける予想で対象となる会社は9万社と超える試算。

*出所: 矢野経済研究所

譲渡に積極的な企業は一部

関心があっても着手しているのは

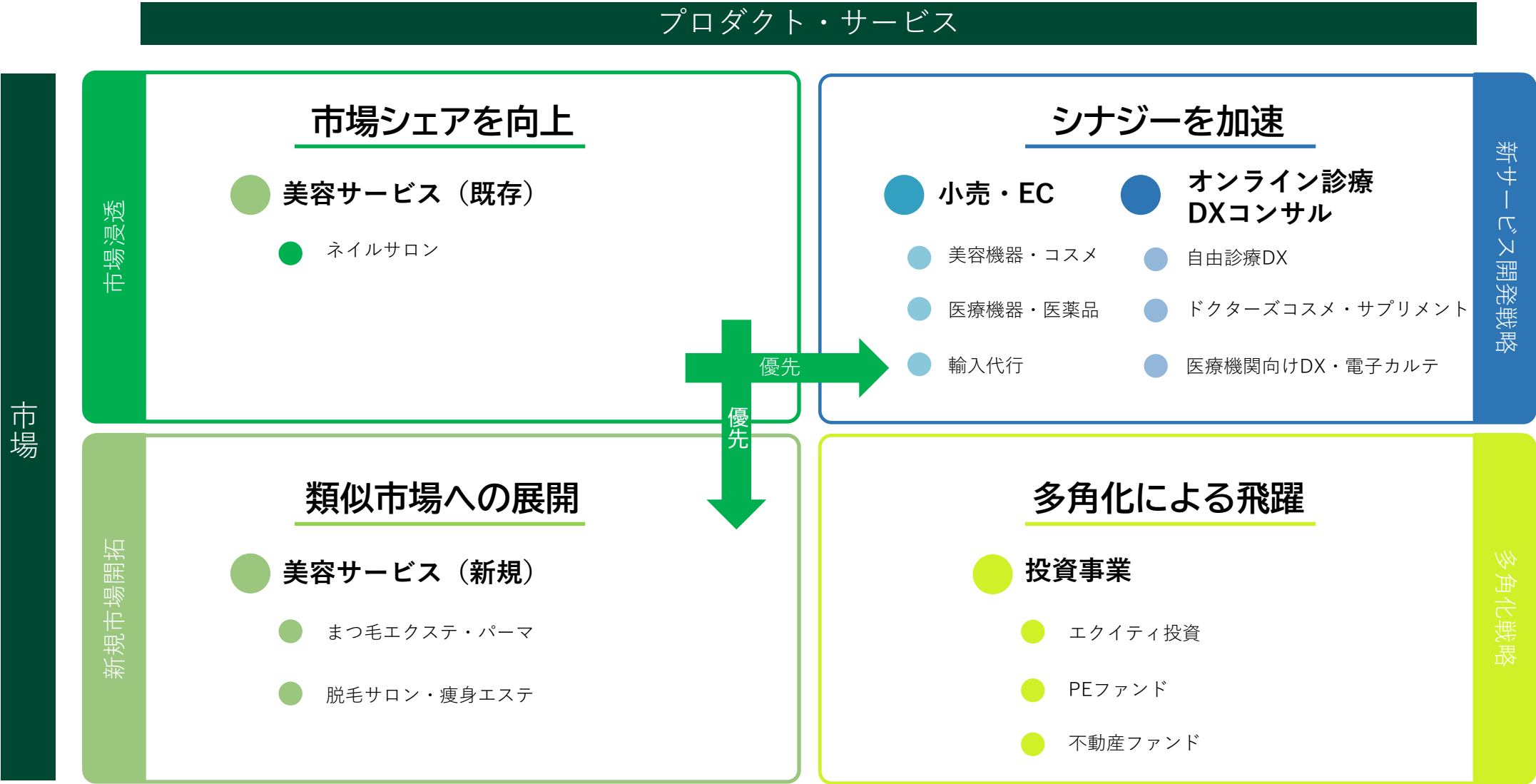
約2割



後継者不在により譲渡を考える経営者は多いが、譲渡に向けた準備を進めている会社は少なく、およそ2割程度。残り8割の潜在的な市場がまだまだある。

*出所: タナベコンサルティンググループ

グループ拡大に向けて、既存事業とのシナジーがある領域を優先し、M&Aへ積極投資を検討。



中期経営計画の早期達成を優先し、営業CFや有利子負債等から得られた資金を事業投資及びM&Aに投下し、企業価値向上を目指す。



リスク情報



	リスクの内容	発生可能性	影響度	対応策
市場動向と競合	- 競合状態激化による、既存店舗の売上減少 - サービスのスピードと効率性重視による低単価な顧客単価と市場競争の激化 - 新規お客様獲得力における他社掲載媒体への依存	中	高	- フラグシップ店舗の確立 - ノウハウの磨き上げ - ターゲットとする顧客層の変更 - 提案型のオペレーションの強化
人材の確保や人件費の高騰	- 採用環境悪化により、適切なコストによる従業員確保ができないことに伴い、新規出店の遅延や既存店の売上減少 - ネイリスト不足による機会損失の増加	高	高	- 採用・人事体制の改善 - 採用マーケティングの改善・強化 - 人事制度の見直し - フレキシブルな働き方・雇用制度の導入 - インセンティブ制度の見直し
システム全般	- 店舗オペレーションシステムやデータ分析システムの老朽化 - 不測の事態によるシステム障害が発生した場合、店舗の運営に支障	高	中	- 業務システム・データインフラの構築 - VPN環境の構築 - データの自動バックアップ、サーバー予備機の設置 - 定期的 なウイルスチェックや管理ツールによる監視

リスクの内容		発生可能性	影響度	対応策
金利変動	借入金利が上昇した場合、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性	中	高	経済情勢や金利動向、財務バランスを総合的に勘案し、今後の出店や投資などに伴う支出についても、有利子負債の適正水準の維持に努めながら適宜資金調達を行う
インターネットなどによる風評被害	商標などの不正使用、ソーシャルメディアの普及にともなうインターネット上の書き込み、悪意のあるクチコミ投稿などによる風評被害が発生・拡散当社グループのブランドイメージや社会的信用に影響を及ぼす可能性があります。また、ネイル産業全体の社会的評価や評判が下落することにより、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。	中	中	- 定期的なネットパトロールの実施 - 社内向けコンプライアンス教育、コーポレート・ガバナンスの強化
内部管理体制	- 事業の拡大及び人員の増加に適時適切に組織的な対応ができない - 本社の専門人材の不足、デジタル化の遅れ	高	中	- 必要機能再定義 - 業務プロセス改善 - DX化推進

※その他のリスクは、有価証券報告書等の「事業等のリスク」をご参照ください。

Appendix

1

多様な働き方と充実した職場環境の実現

- ✓ 柔軟な勤務形態・選択肢の提供
- ✓ 男女ともに育児休業取得を推奨(2023年3月期・取得率100%)
- ✓ 職場環境と待遇面の継続的な向上

2

女性が働きやすい環境を整備

- ✓ わたしらしく働ける環境、ネイリスト・社会人としての成長機会
- ✓ 継続的な所得向上
- ✓ 高いモチベーションのもとで従業員がお客様に寄り添って
質の高いサービスを提供し、持続的な企業価値の向上を実現

3

エンゲージメントとキャリア形成

- ✓ エンゲージメントを高め、いきいきと働くことができる会社
- ✓ 高い女性管理職比率の実現



シニアマネージャー職		
女性	20名	80%
男性	5名	20%
合計	25名	100%

シニアマネージャー職に占める女性の割合
※2024年6月末時点の見込み

Environment

Social

Governance



環境にやさしいサービス、製品づくり

各店舗ではジェル硬化用UVランプのLED化やペーパーレス化を推進しています。
D2Cブランドでは環境に配慮した原材料を使った製品づくりをしています。



未経験から質の高い教育を提供

プロネイリストの育成サロン「NAIL FLAPS(ネイル フラップス)」を運営しています。独自の研修プログラムにより短期間でプロネイリストを育成する仕組みを構築。さらに研修期間中に多くの実践的な経験を積める場所も提供しています。
またネイリストの研修だけでなく、店舗運営や顧客満足度向上施策など経営に関する教育も実施しています。



女性が働きやすい環境を整備

当社従業員の約9割が女性です。そのため特に育児、介護などライフイベントで環境が変化しやすい女性に対して、企業主導型保育園の利用契約を締結するなど、働きやすい労働環境を整備しています。なお、育児休暇取得率は100%です。



「美」を通して地方の経済活性化に貢献

各地方で事業を展開している、美容・理容・エステサロン等とフランチャイズFC契約を締結し、各パートナー企業に新人ネイリスト育成のための研修体制や独自オペレーション、CRMシステムなど当社の強みをパッケージ化したヘアサロン内併設型店舗「FASTNAIL LOCO」モデルを提供しています。パートナー企業はサービスメニューの拡充による顧客満足度向上が図られ、地域の人材活用、経済活性化にも貢献しています。



コーポレート・ガバナンス

法令順守、社会規範、企業倫理の徹底等、仕組みづくりや体制強化は重要課題と認識しております。
環境変化に対応、また事業拡大とともに、コーポレート・ガバナンス体制の充実に取り組んでいきます。

IRに関するお問合せ

株式会社コンヴァノ 経営企画室
E▼mail:ir@convano.com

本資料の取り扱いについて

本説明資料の内容は、発表日時点で入手可能な情報や判断に基づくものです
本説明資料に含まれる将来の見通しに関する部分は、多分に不確定な要素を含んでいるため、
実際の業績等は、様々な要因の変化等により、これらの見通しと異なる場合がありますことを
ご了承下さい

当資料の進捗状況を反映した改定につきましては、2026年6月頃をめどに開示予定です。

本説明資料に含まれる著作権(ロゴや写真等)は、株式会社コンヴァノに属し、その目的を問わ
ず無断で複製、引用することを禁じます