

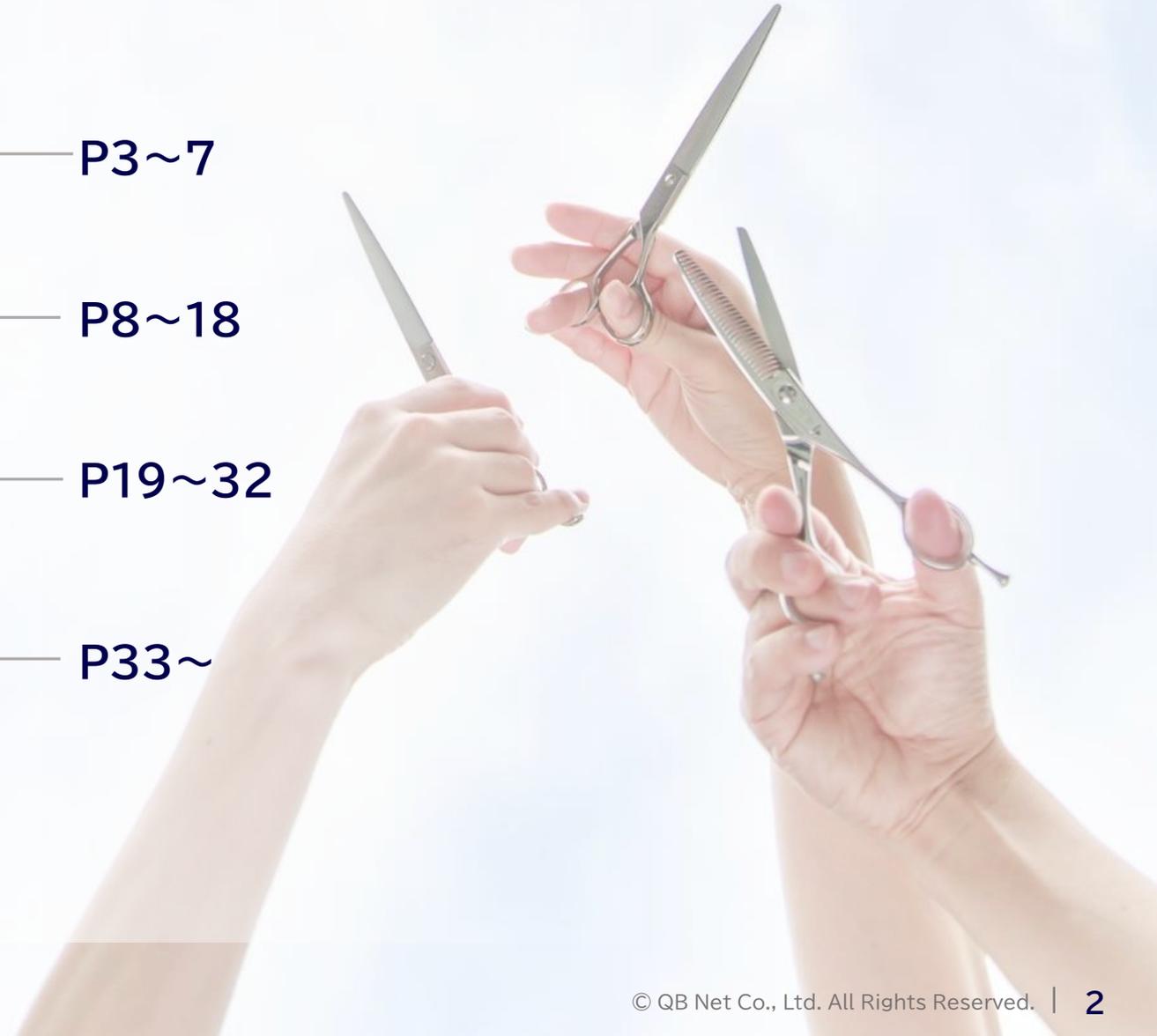
個人投資家向け 説明会資料

2025年4月12日開催

キュービーネットホールディングス
株式会社



当社グループの概要	—————	P3~7
理美容業界の動向と当社の戦略	—————	P8~18
中期経営計画	—————	P19~32
Appendix	—————	P33~



当社グループの概要



証券コード:6571

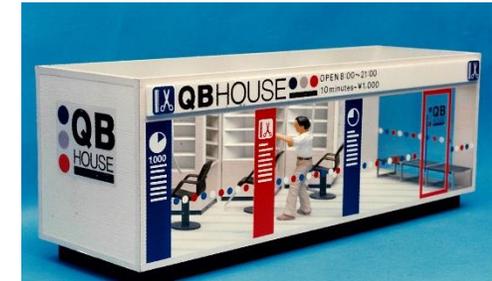
キュービーネットホールディングス株式会社

1995年	創業者小西國義氏がキュービーネット株式会社を設立 1996年11月1日に第1号店「神田美土代町店」を開店
2001年	第100号店「金町駅前店」を開店
2002年	シンガポールにQBNET international Pte.Ltdを設立
2005年	香港にQB HOUSE(Hong Kong)Ltd.を設立
2007年	国内海外合計で年間来店客数1,000万人を突破
2010年	国内店舗数400店舗、海外店舗数が50店舗を突破
2011年	FaSS第1号店「中目黒店」を開店
2012年	社内カットスクール「ロジスカット プロフェッショナル スタイリスト スクール 東京校」開校
2012年	台湾に現地法人を設立
2016年	アメリカ合衆国に現地法人を設立
2018年	東京証券取引所 市場第一部へ株式上場
2024年	国内累計来店客数が3億人を突破

QB HOUSEの誕生

創業者の小西國義氏が「カットに特化すれば10分1,000円でヘアカットサービスを提供できるのではないかと構想し「QB HOUSE」が誕生

構想段階のQB HOUSE店舗模型



QB HOUSE第1号店 神田美土代町店



証券コード:6571

キュービーネットホールディングス株式会社

2024年6月期(連結)

売上収益	247億円
営業利益	21億円
従業員数	2,882人

国内に加え、海外7か国でヘアカット専門店事業を展開

国内	568店舗
シンガポール	29店舗
香港	60店舗
台湾	35店舗
アメリカ	6店舗
カナダ	1店舗
ベトナム	1店舗
マレーシア	2025年4月出店予定

※店舗数は2025年2月末時点

ビジネスに関する社外からの評価

1999年2月

- ・1998年度ニュービジネス大賞 最優秀賞
 - ・通商産業大臣賞
 - ・社団法人ニュービジネス協議会会長賞 を受賞
- 「10分1,000円」という新たな「ヘアカット専門店」というジャンルを生み出しチェーン展開を始めたことが評価され受賞。

2018年6月

第2回「日本サービス大賞」にて
「JETRO理事長賞」を受賞



第2回 日本サービス大賞
JETRO理事長賞
メーカーや飲食業界ではなく、日本発祥のサービス業で海外で複数店舗を展開して成功していることが評価され受賞。

2017年10月

2017年度 第17回
「ポーター賞」を受賞



経営学者マイケル・ポーター氏の競争戦略理論がQB HOUSEのビジネスモデルそのものだと評価され受賞。

人財育成や社会貢献に関する社外からの評価

2016年4月

第5回「日本チャレンジ大賞」にて
奨励賞を受賞



社内カットスクール「ロジスカット」の取り組みや労働環境の改善、顧客サービス向上を実現したことが評価され受賞。

2019年2月

「KAIKA Awards 2018」にて
「KAIKA大賞」を受賞



社会とつながり、価値を生み出す挑戦をし続けている経営、組織・人づくりを行っているとして最高位の大賞を受賞。

2024年7月

「Company of Good Award 2024 -2Hearts」を受賞

QBシンガポールの経営理念や実績、人材育成・ビジネスモデルのほか、上場企業としてのガバナンスやHair for Hopeなどの社会貢献活動などが評価され受賞。



店舗外観



店舗内観



余計な手間や無駄を省き、世の中の人々に本当に必要とされる「時間のクオリティ」だけに集中した「お手軽で安心なヘアカットサービス」を国内海外にて展開

QB HOUSEの経験を活かしつつ、さらなる工夫やデジタル技術を用いながらお客様とともに「自分らしさ」を生み出して行く、将来のQB HOUSEを見据えた進化系ヘアカット専門店

その人らしさを見出すヘアスタイル提案クオリティと、無駄のないサービスクオリティを追求する、シンプルで開放的な居心地の良い空間が特徴的なヘアカットスタイリング専門店

実店舗さながらの装備を施したサロンカーで介護施設等へ訪問しヘアカットの他シャンプー・顔剃り・カラー・パーマなどを通して、健やかな心と笑顔を増やすホスピタリティサロン

主力ブランド、世界8カ国で展開

日本	—	¥1,400
香港	HK\$ 80	¥1,550
シンガポール	SG\$ 14	¥1,586
台湾	TW\$350	¥1,628
米国	US\$ 35	¥5,279
カナダ	CA\$ 39.55	¥4,255
ベトナム	VTD 8万	¥ 480

2か国で展開

日本		¥2,000
シンガポール	SG\$ 18	¥2,039

※サービス価格の換算
2025年2月末期中平均レート

展開は日本のみ

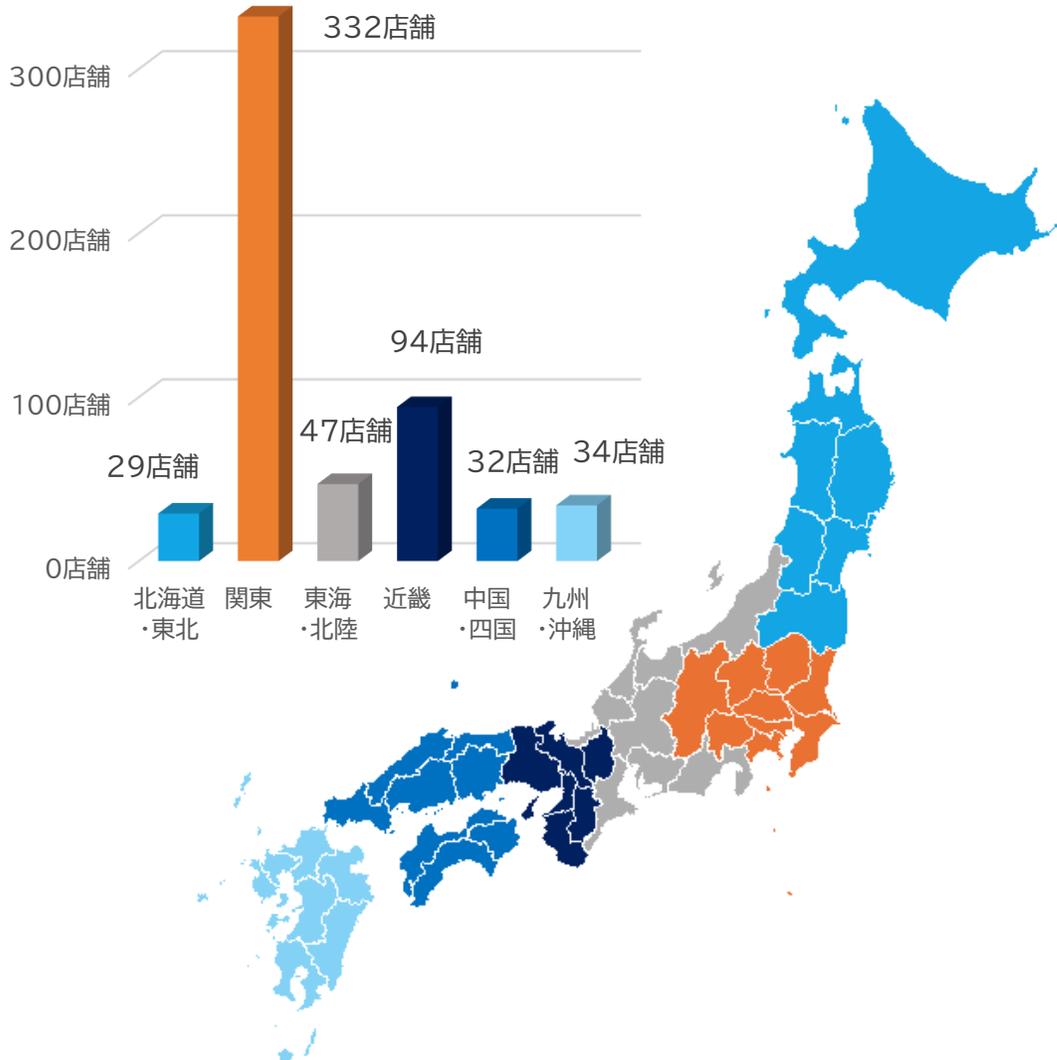
Cut & Styling	¥2,600
※アプリご利用による時間予約サービスを提供	
その他メニュー展開	
前髪カット	¥ 970
巻き髪スタイリング	¥1,850
Kid's Cut小学生まで	¥1,850
Student Cut	¥2,380

首都圏25施設でサービスを展開

カット	¥2,200～
※施設人数によって異なります	

■ 国内・海外で700店舗のヘアカット専門店を展開

■ 国内は関東を中心に568店舗を展開



■ 海外7カ国で132店舗を展開

(今期より、カナダ、ベトナム、マレーシアで営業を開始)



※店舗数は2025年2月末時点

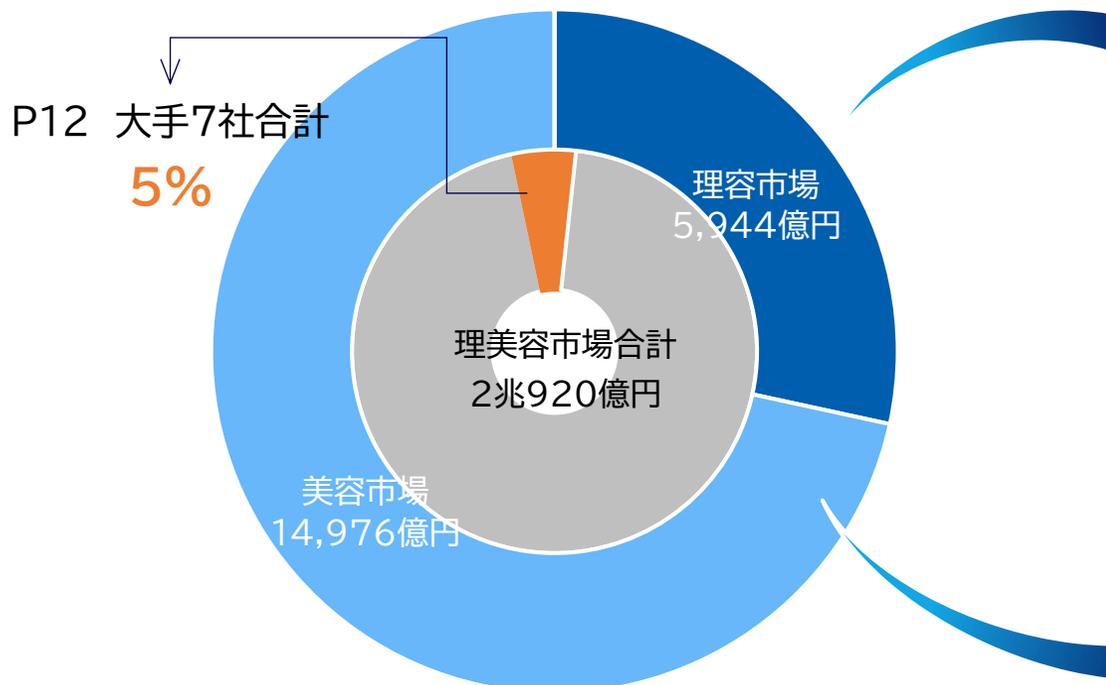
国内理美容業界の動向と当社グループの戦略



- 国内理美容市場2兆円のうち大手7社(P12)合計でも**5%**程度と圧倒的に個人・小規模経営が多い
- ヘアカット市場における当社シェアは、**3%**に満たず拡大余地は大きい

理美容市場

- 理美容市場自体は大きく成長はしていないものの、大手チェーンの市場占有率は非常に低い



出所: 矢野経済研究所「理美容マーケティング総覧2023年度版」より

当社のシェア

- 男性ヘアカット市場における当社シェア**4.5%**
- 女性ヘアカット市場における当社シェア**0.6%**

男性ヘアカット市場

4,200億円程度

2024年6月期実績		
	当社サービスの利用割合	売上
男性	91.2%	189.7億円
女性	8.8%	18.3億円
合計	100.0%	208.0億円

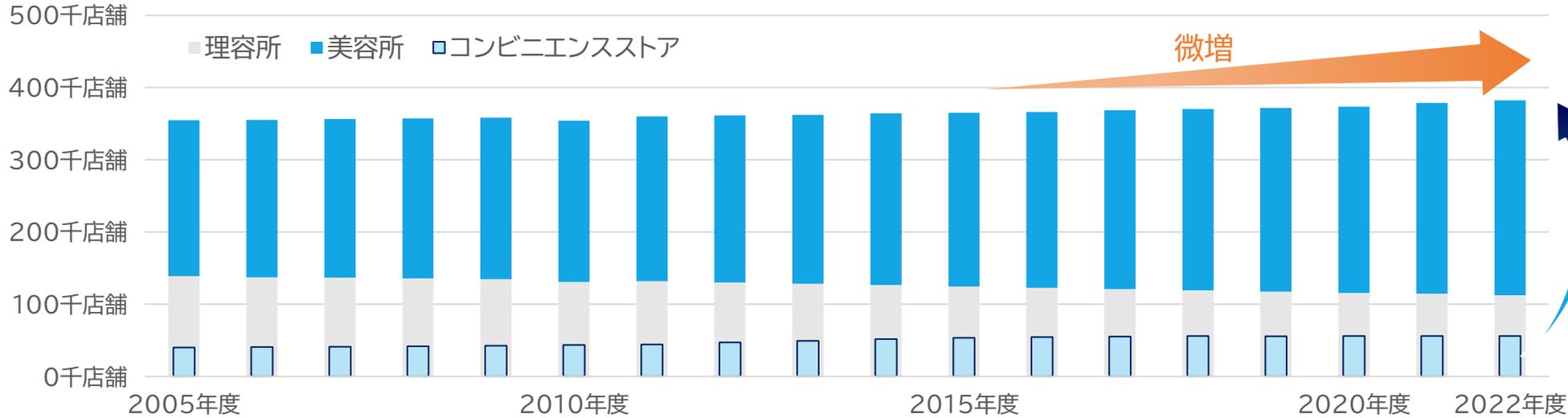
シェア
男性カット
4.5%

女性ヘアカット市場

3,000億円程度

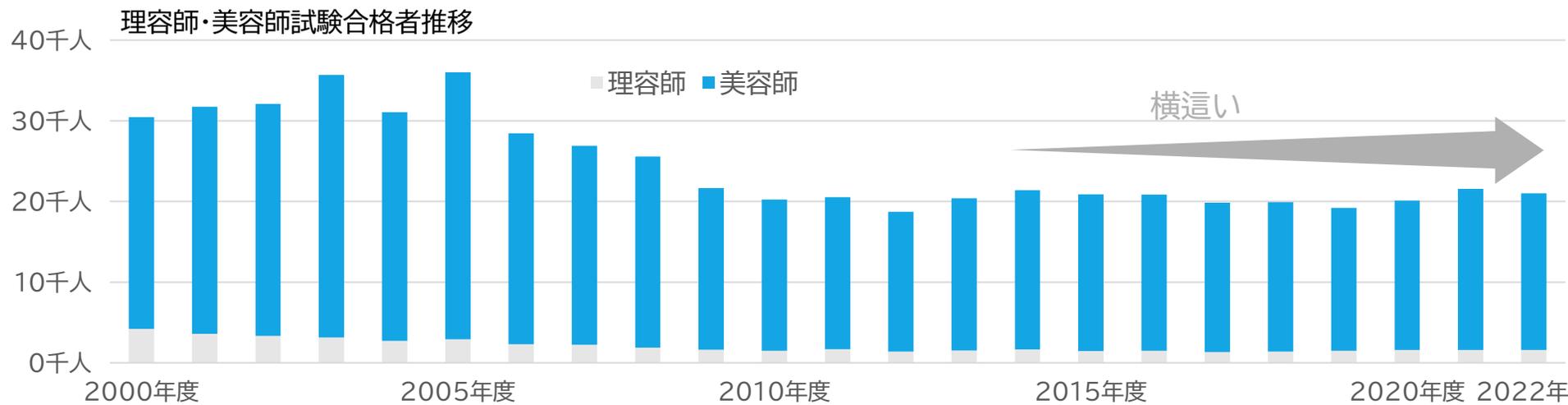
シェア
女性カット
0.6%

- 理美容室は微増する一方で、理美容師資格取得者は2010年以降2万人前後で推移し、理美容業界の人手不足は加速
- 理美容室数は、生活に深く浸透したコンビニエンスストアの7倍程度とオーバーストアの状況

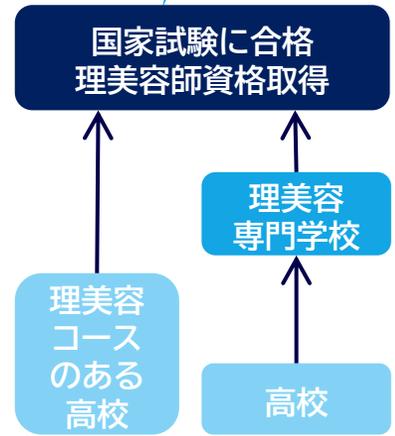


理美容室数は、コンビニエンスストアの7倍程度

就職



横這い

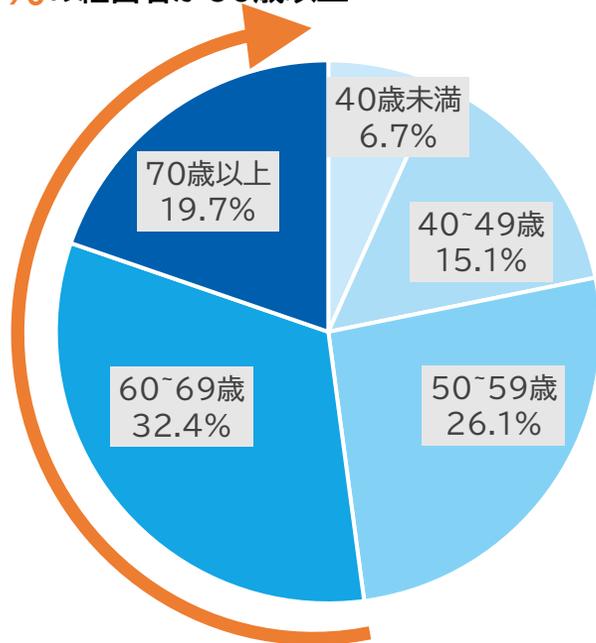


美容室

- **78%**の美容室において後継者がいない状況

経営者の年齢

- **52%**の経営者が60歳以上



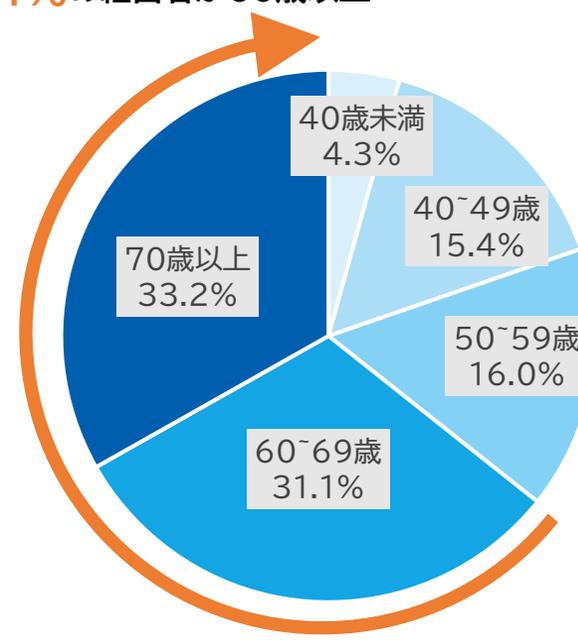
※H30年厚生労働省「美容業の実態と経営改善の方策」より

理容室

- **72%**の理容室において後継者がいない状況

経営者の年齢

- **64%**の経営者が60歳以上

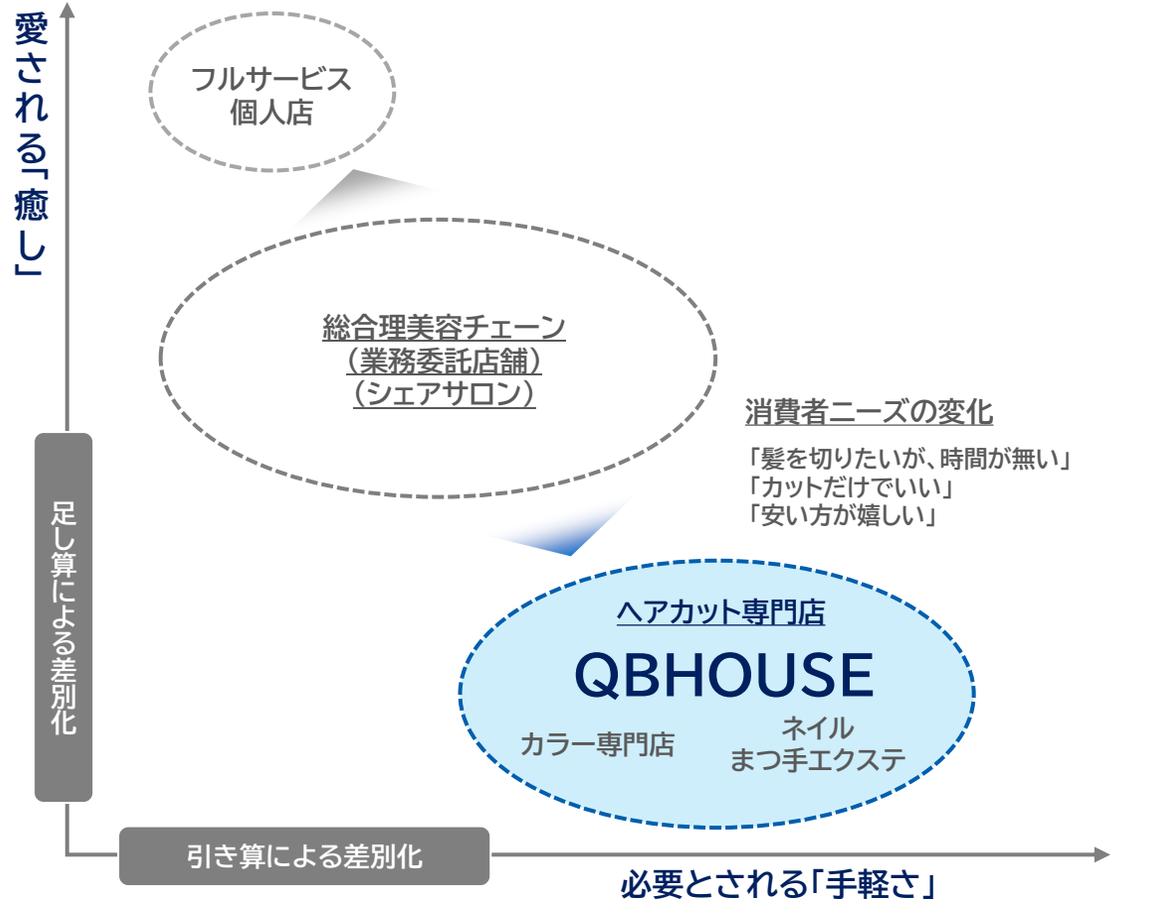


※H30年厚生労働省「理容業の実態と経営改善の方策」より

経営者の高齢化に加え、後継者不在により事業の継続性が低下

- ユニークなビジネスモデルで新たな市場を創造。今後少子高齢化が進む日本でより手軽な理美容サービスのニーズが拡大
- カット専門店としては最大の店舗数を誇り、売上高でも業界2位の規模

理美容業界のポジショニング



理美容業界の主要プレイヤー

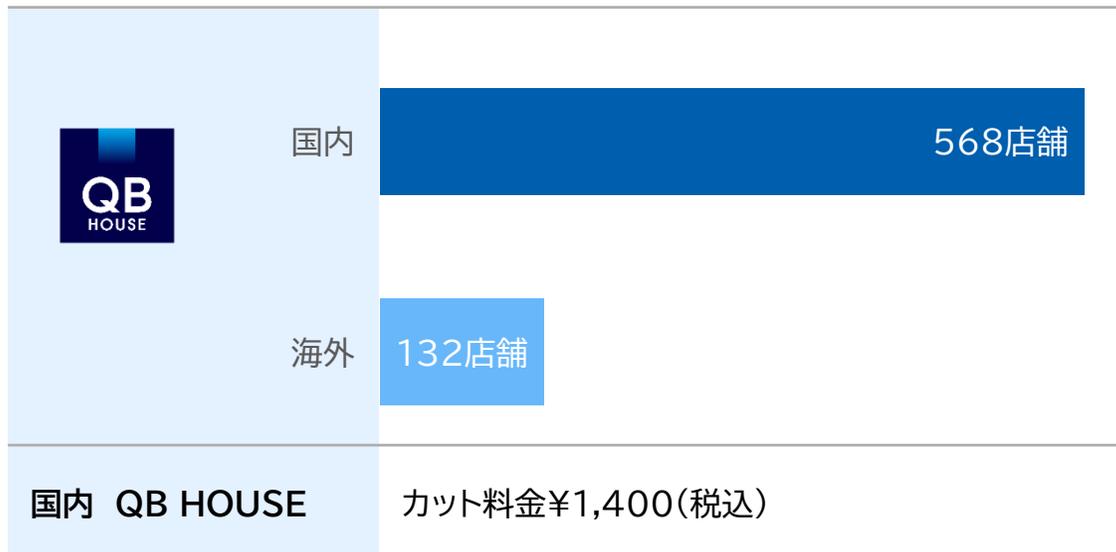
運営会社	売上高	本社	展開ブランド
阪南理美容(株)	412億円	大阪府	プラージュ
キュービーネットHD(株)	※ 227億円	東京都	QB HOUSE
(株)AB&Company	117億円	東京都	Agu hair
(株)エム・ワイ・ケー	98億円	神奈川県	11Cut
(株)カットツイン	89億円	大阪府	Cut-A
(株)田谷	60億円	東京都	TAYA
(株)将軍ジャパン	41億円	北海道	クイックカットBB

出所:2022年10月の日経MJ(流通新聞)掲載企業を各社HPをもとに当社が独自に作成
(※AB&Company売上高については、有価証券報告書より当社想定)

- 国内カット専門店では、他の国内カット専門店の2倍以上の店舗数を誇る
- 直営・直雇用出店で店舗展開を行っており、フランチャイズ方式による店舗展開を行う他社とは異なる出店戦略をとる

■ 当社

出店戦略:直営・直雇用での出店の店舗展開で拡大を図り、駅、SCへの出店



■ 国内競合

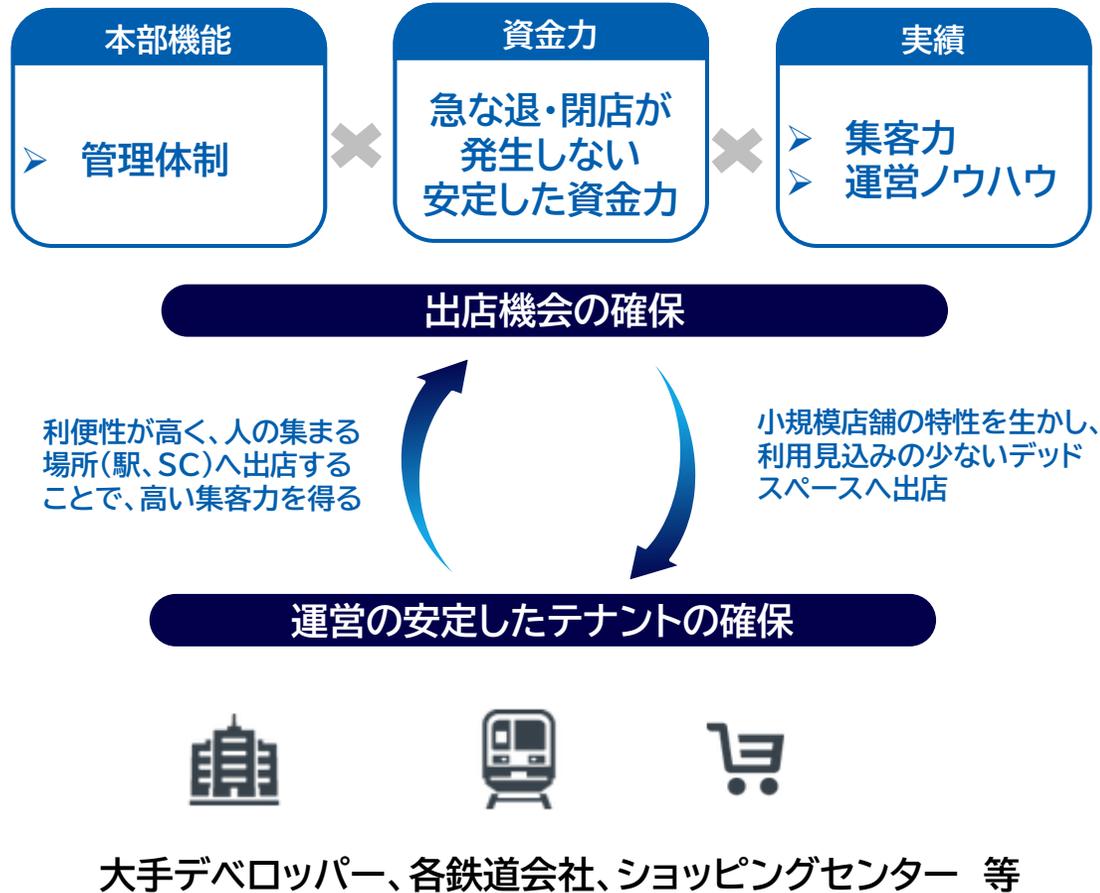
出店戦略:FC中心の店舗展開で拡大を図り、ロードサイド、商業施設への出店



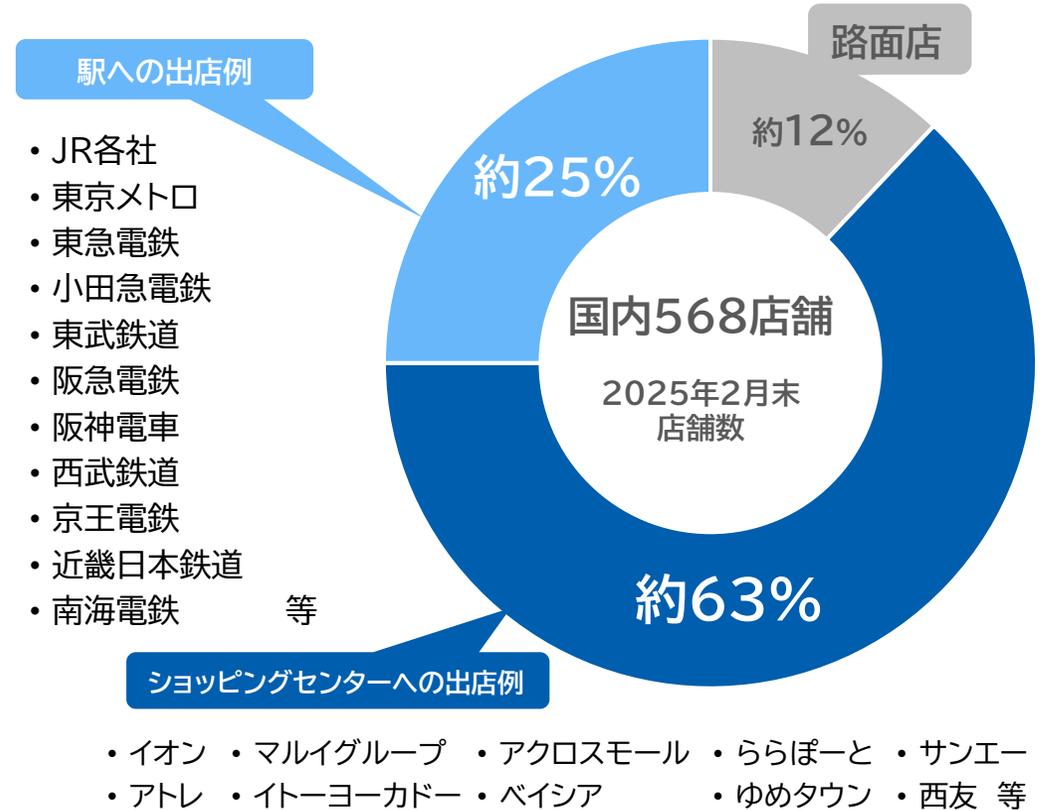
出所:各社HPより

*1 当社は2025年2月末時点。サンキューカットは2024年8月31日時点、Cut FactoryとクイックカットBBは2024年8月28日時点

- デベロッパー、鉄道会社、SCと良好な関係を築くことで、好立地への出店を可能に

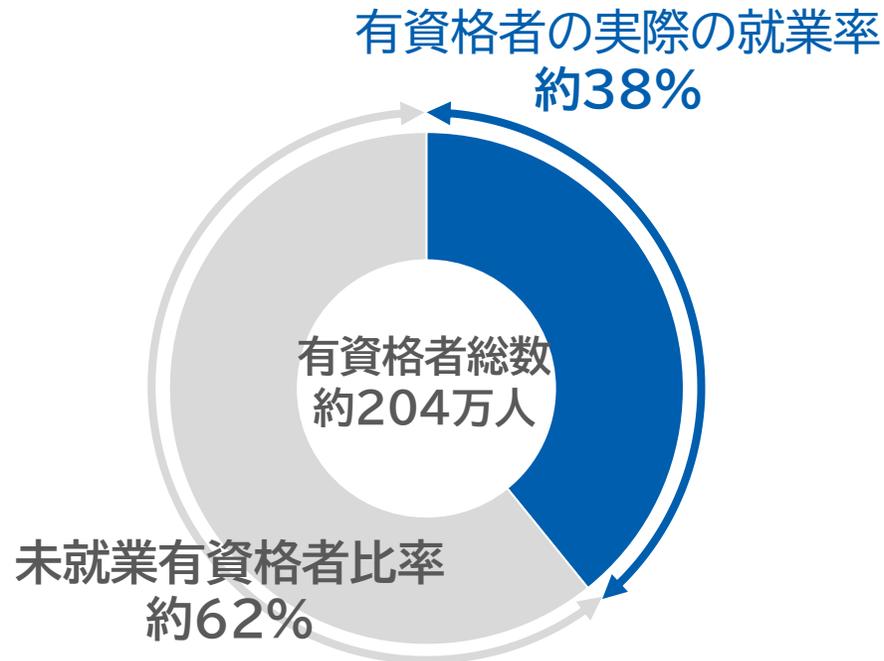


国内店舗に占める高稼働エリアへの出店割合



- 理美容師資格を保有する人の過半数以上が、理美容師として働いていない課題に対し、当社グループは**安心して長く働ける就業環境**を提供することで人財を確保

理美容免許有資格者の就業率



出所:厚生労働省「衛生行政報告例」、日本理美容師試験研修センターHP
*1 有資格者の実際就業率 = 従業理美容師数 ÷ 免許登録者累計
*2 2023年度の理容師、美容師免許保有者累計数

長く働ける就業環境が少ない

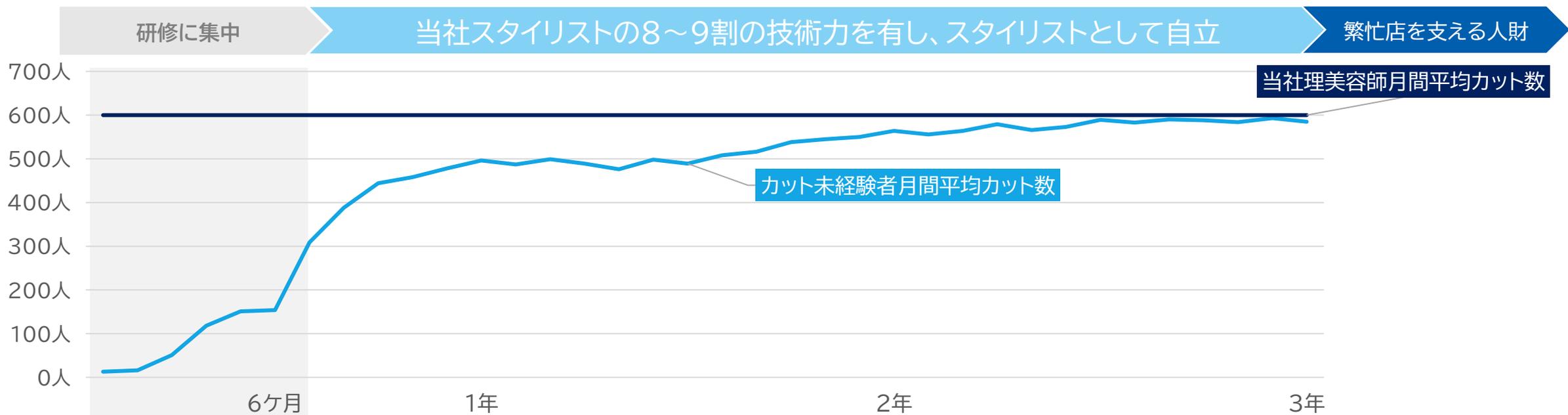
主な退職理由	魅力的な労働条件
下積み時代が長くて辛い	カリキュラムとキャリアパスの明確化
カットができるようにならない	技術習得に集中できる環境と体制
手荒れ、腰痛で身体的にきつい	薬剤や水を使わず身体的な負担軽減
指名制、歩合給制で生活が不安定	安定した給与体系と充実した福利厚生

短期間で理美容師として自立できる研修体系と環境

ヘアカット未経験者積極的に採用し、平均3年でプロフェッショナルスタイリスト人財へ



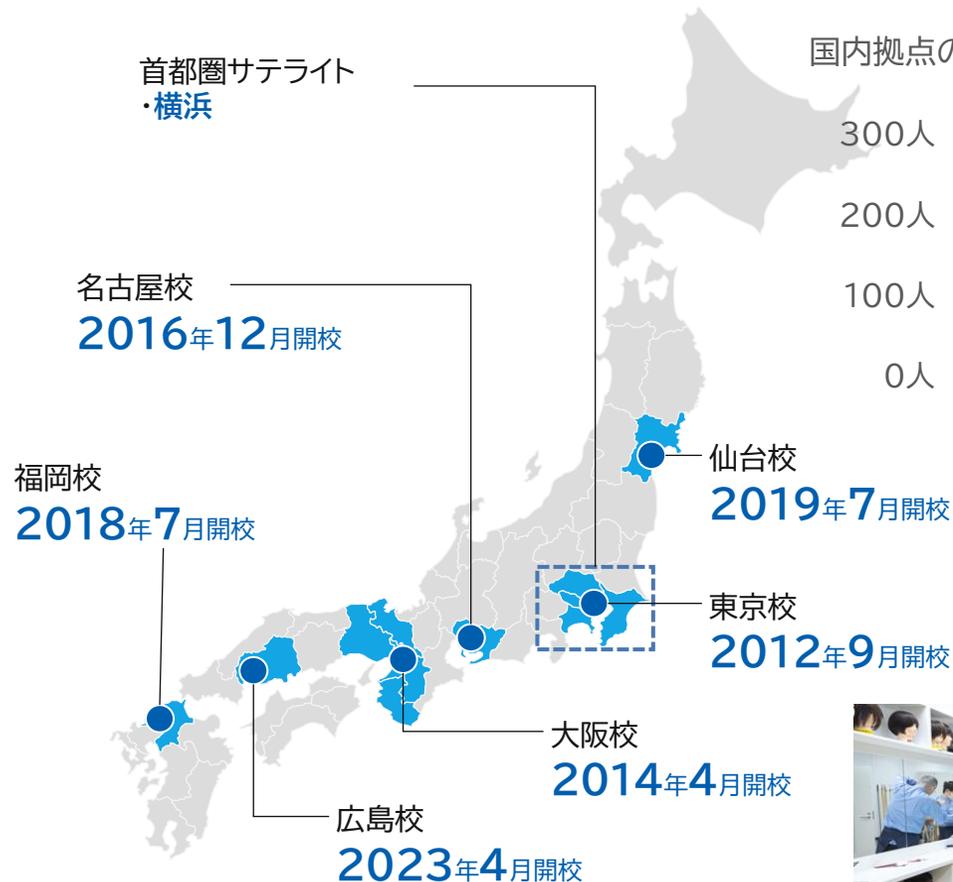
当社の人財育成 下積み業務不要の充実した研修体制



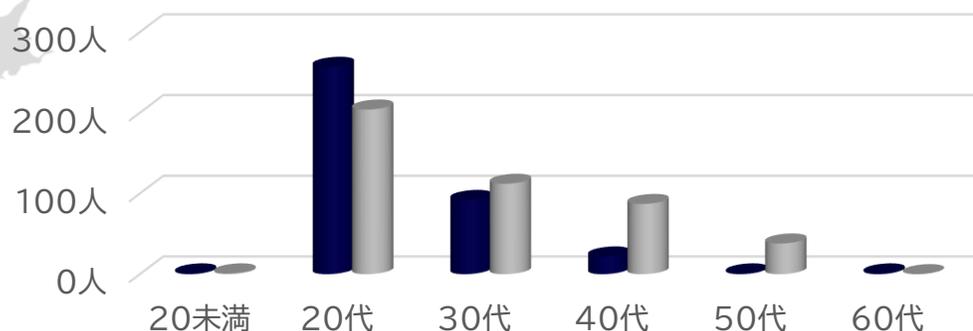
当社グループの人財育成体制

- 2012年以降10年以上かけて構築した充実した研修体制とカリキュラム
- 日本の育成ノウハウを理美容師資格制度のない海外へも展開

国内拠点



国内拠点の累計育成人数



- 累計816人が入社 (2024年6月末時点)
 - 男性:374人
 - 女性:442人
- 当初20代の入社が中心であったものの、入社年代の幅が広がる(最高齢は63歳)

海外事業



海外の理美容市場の課題

カット技術	アジア系民族の堅い髪質をカットするためには高いカット技術が必要
資格制度無し	資格制度がないため、誰でもできる反面サービスレベルの格差が大きい
衛生管理	成長著しいアジア諸国では、不完全な衛生管理も多い

当社の強み

日本の高いカット技術

言語化された研修カリキュラム

世界一厳しい日本の衛生管理

東南アジアへの進出

【多店舗・低価格】



北米への進出

【少店舗・高価格】



中期経営計画



世界中で「いつもの」を実現することで、各ステークホルダーの価値向上を追求する

社会への価値向上

- リスキング支援により、労働移動、労働寿命の延長に貢献
- 水資源や美容材料など過剰な浪費を省き、環境保全に貢献

人財投資

言語化された
カット技術
(共通のカット技術)

働く人への価値向上

- 継続的な待遇改善と柔軟な勤務形態で長く働きやすい環境実現
- プロフェッショナルな技術の伝承で「カットの達人道」を支援



「いつもの」をどこでも。
(だれでも)

場所・人に左右されない
One to One Stylingを提供します。

お客様



もっとうまく伝えられたらなあ

初めて担当してもらうスタイリストに、希望のスタイリングを伝えるのが難しい。

スタイリスト



もっとよく理解できたらなあ

初めて担当する利用者の希望するスタイルを理解するのが難しい。
毛質、毛流れの特徴を予想するのが難しい。

お客様への価値向上

- より手軽に、便利にカットできる
- 待ち時間の面倒が解消
- 誰にカットしてもらっても、「いつもの」で希望スタイルに近づける

DX投資

お客様の好みの
スタイルを
見える化して共有

株主様への価値向上

- 店舗運営効率化による収益機会の増大
- 収益力向上による安定的かつ継続的な配当の実現

- 2029年6月期の中期目標に向け、着実に規模の拡大、利益改善を図りながら、世界各地にプロフェッショナルサービスを提供するグローバル企業に成長する

業績指標

連結売上収益

355億円

連結営業利益

34億円

財務指標

ROE

10%以上

EPS成長率

+8%/年以上

国内事業

プロフェッショナルサービスを提供し、
持続的な成長を実現する

- 新規出店 35店舗 純増体制の構築
- 年間来店客数 2,000万人
- スタイリスト平均年収 500万円を目指す

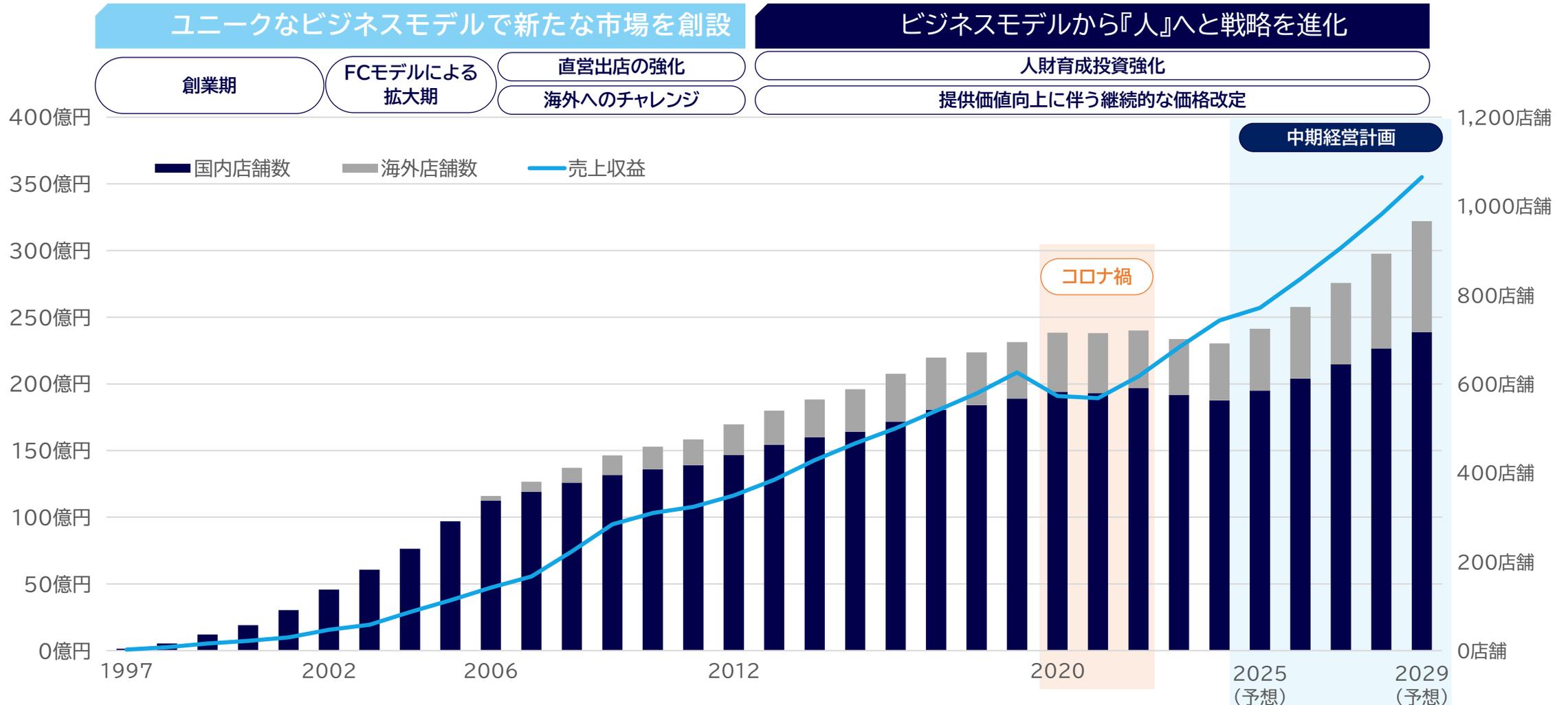
海外事業

各地に深く根付いた
エッセンシャルビジネスとなる

- 海外売上収益比率 20%以上
- 年間来店客数 500万人
- 100億円規模の主幹事業となる

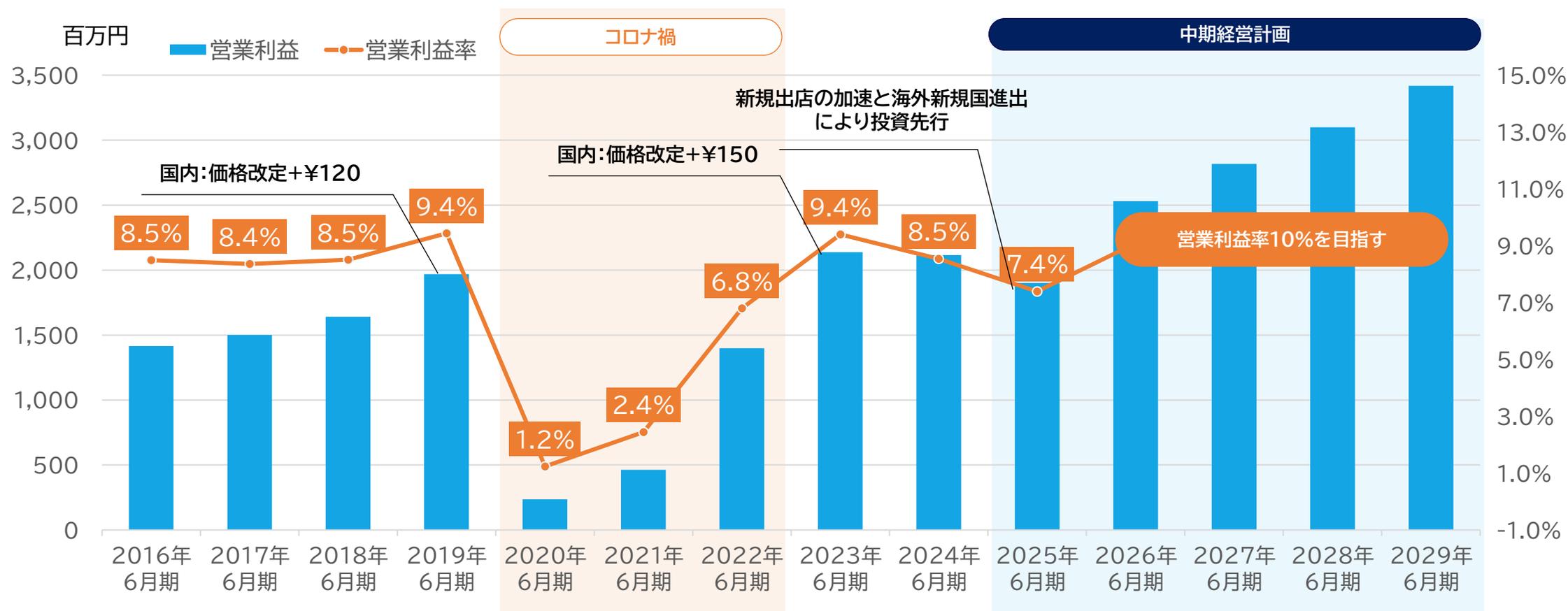
これまでの成長と中期経営計画

- ユニークなビジネスモデルで新たな市場を創設、「人」を中心とした戦略転換によりさらなる成長を目指す
- コロナ影響もなくなり、中期経営計画初年度は投資先行となるものの、新たな成長ステージへ



過去10年間の連結営業利益推移と今後の計画

- 中計経営計画では、DXの推進による効率化と価格戦略の実行により営業利益率10%を目指す
 価格改定と給与待遇の引き上げにはズレがある為、価格改定時は一時的に利益率が上昇
 中期経営計画初年度は、投資先行により利益率が減少



- 首都圏(1都3県)で300店舗以上を展開
- 既存出店都道府県で既存店舗以外にさらに800店舗以上の出店余地が存在

- 100店舗以上
- 50店舗以上
- 10店舗以上
- 出店済



国内の既存出店都道府県で既存店舗以外にさらに800店舗以上の出店余地が存在

重要出店エリア : 500店舗

北海道(札幌) 東北(仙台) 関東(東京・神奈川・埼玉・千葉) 東海(愛知)
関西(大阪・兵庫・京都) 中四国(広島・岡山・香川) 九州(福岡)

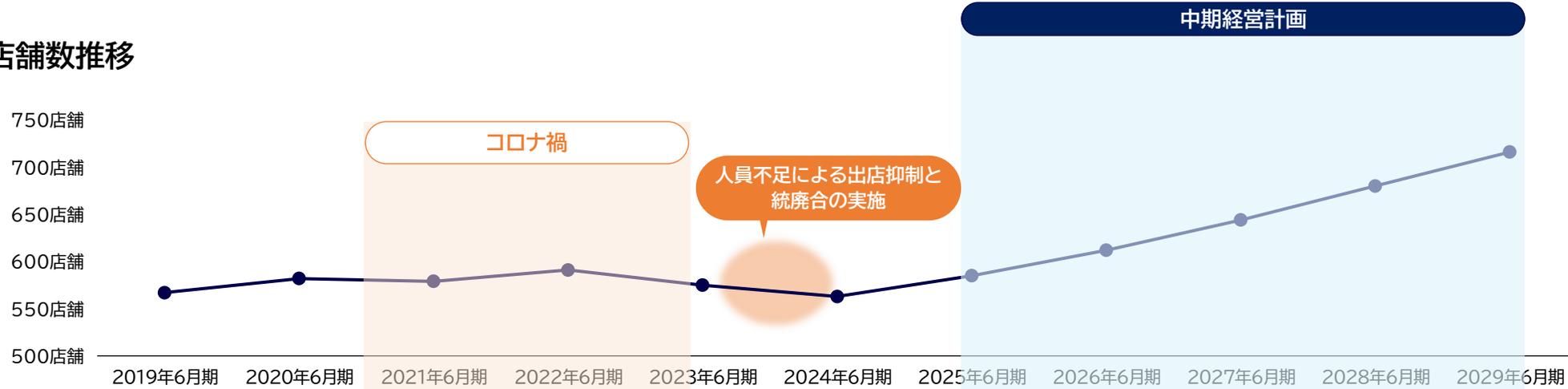
重要出店エリアを除く出店エリア: 300店舗

※ 全国1,196(市・郡+東京23区)地域の内、出店可能地域は578地域(人口5万人以上)

【国内】新規出店の強化と確実な人員確保

- 理美容師に選ばれる労働環境整備をすることで人員を確保し、出店を強化できる循環を作る

国内店舗数推移



店舗売上高 268億円

プライシング戦略の展開

既存店舗ポテンシャルの最大化

年間35店舗純増体制へ

給与待遇の
引き上げ

スタイリスト
平均年収
500万円

新規出店
強化

人員の純増

理美容師 140人/年以上の純増

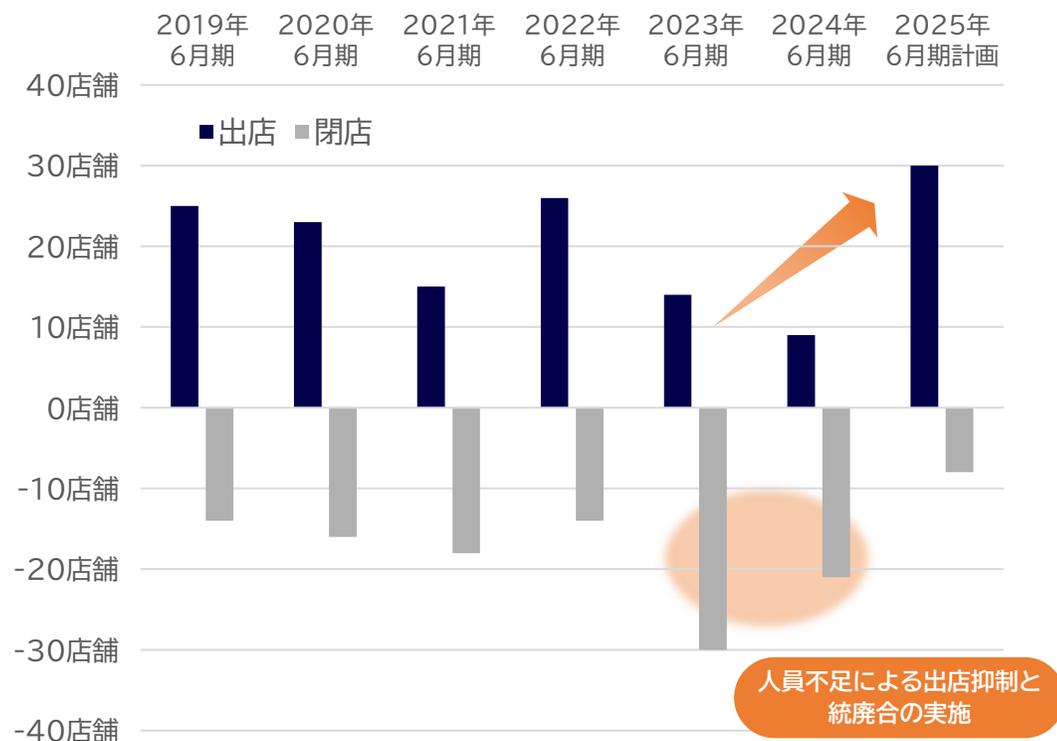
全ての理美容師にとって働きやすい環境

新卒採用強化
女性理美容師採用強化
リスクリング体制の拡充

退職率目標5%以下

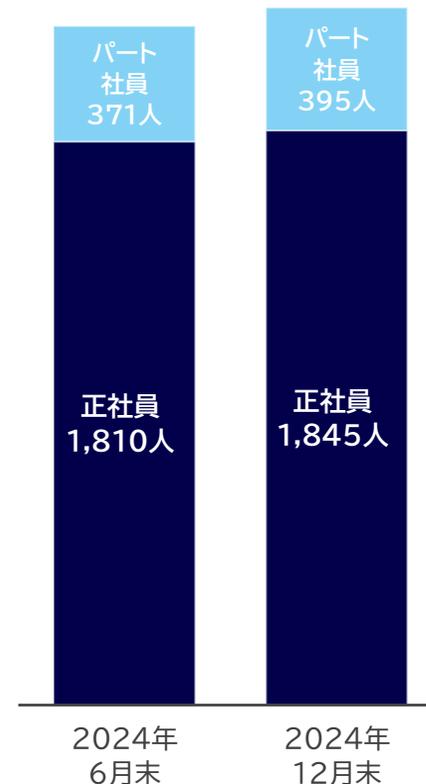
- 当初計画通り下期から出店を加速し、売上増加率の高い新規店舗の拡充により、来期以降は再び成長基調を取り戻す
- 採用は大幅な給与待遇改善により増加した昨年には及ばないものの順調に推移。退職率は前年以上に改善

国内の出店は計画通り進捗

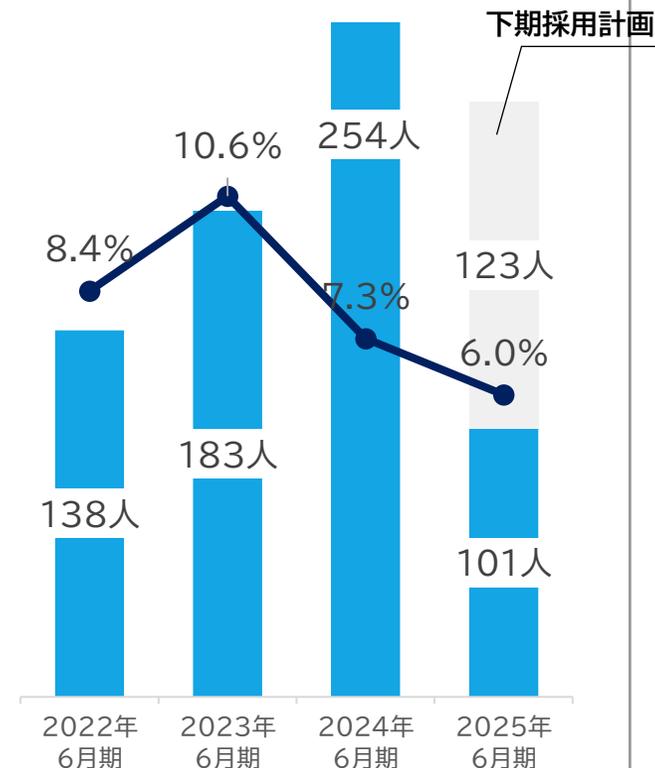


理美容師在籍数

- 正社員 : 35人増加
- パート社員: 24人増加



正社員年間採用数と退職率



- 2024年12月末までに新券売機の導入を終了。来期の店舗テストに向け要件定義フェーズから開発へ移行
- 2026年6月期上期に一部店舗で導入テストを開始し、下期以降エリアを拡大し全店導入を計画



既存 展開地域

- 出店戦略: 人財計画と新規出店のバランス
- 人財戦略: 採用拡大、育成体制の充実
- アジア地域: 提供品質を向上し、シェア拡大 米国: 高収益の店舗運営モデルを構築し、他都市へ展開

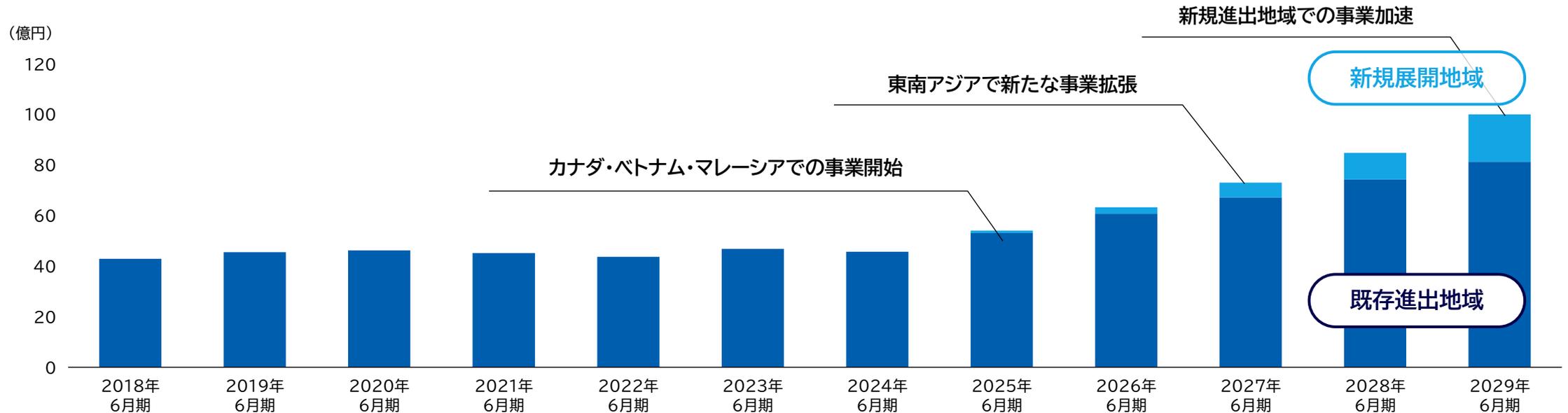


新規 進出地域

- カナダはトロントにおける運営の安定化を図り、他都市への展開を計画
- アジア地域既存国の知見、人材、資金を活用し東南アジアの新規国へ展開



海外事業の売上高推移



【海外】新規国の出店及び進捗状況

- ベトナム(2025年1月21日に出店済)、マレーシアに1号店の出店(2025年春)
- カナダの2号店(2025年春)を予定

新規国	 カナダ	 ベトナム	 マレーシア
会社設立	2023年4月	2024年11月	2024年11月
現ステータス	24年8月開業済	25年1月開業済	25年春開業への準備中
下期出店予定	2号店(6月予定)	1号店(2025年1月21日)	1号店(5月予定)
今後の展開	<ul style="list-style-type: none"> ・ トロント市内でのドミナント展開 ・ カナダ他都市展開も検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ベトナム市場でのポジショニングやサービス価格等を1号店で検証 ・ 育成体制を整え多店舗展開を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 既存国であるシンガポールの地理的メリットを生かし、まずジョホールバルでの出店を予定



カナダ1号店
24年8月開業
トロント
ヨークビル店

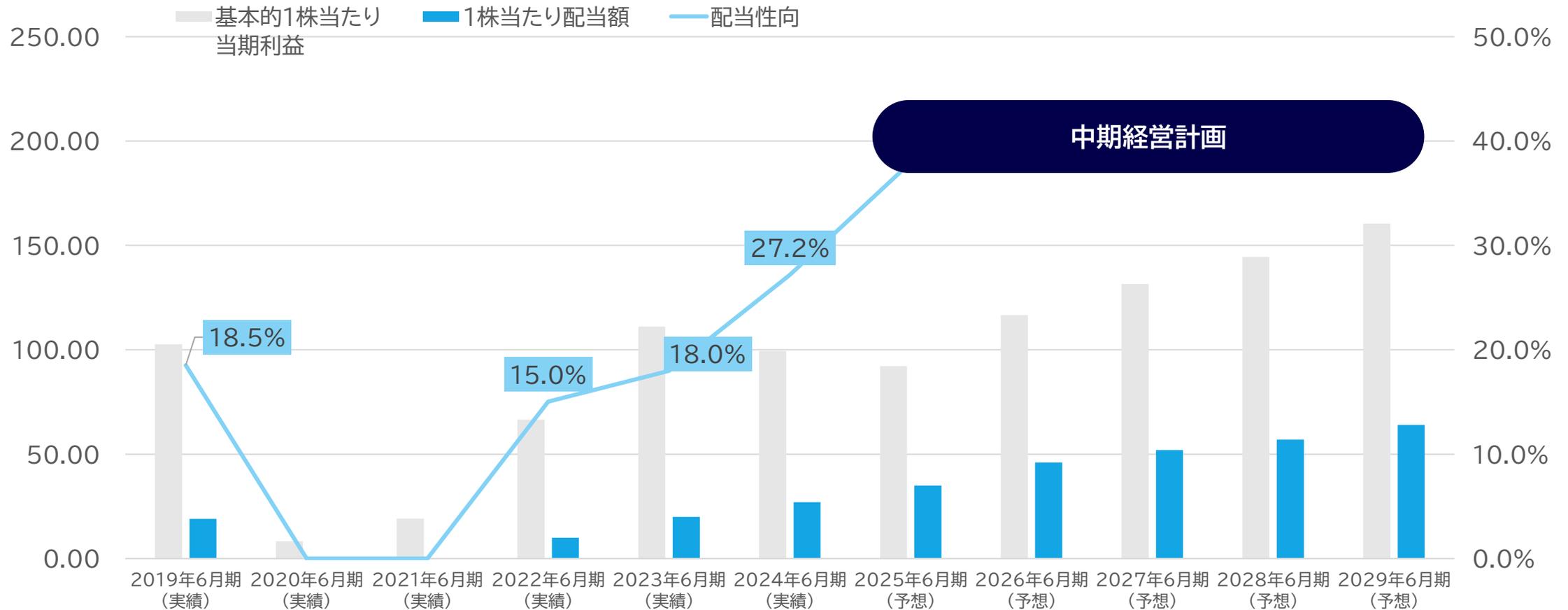


カナダ2号店
25年5月予定
トロント
ユニオン駅店



ベトナム1号店
25年1月開業
ホーチミン
イオンモール・タン
フーセラドン店

- 株主還元に関しては配当性向40%を目標とし、利益の増加とともに安定的に増加させていく予定

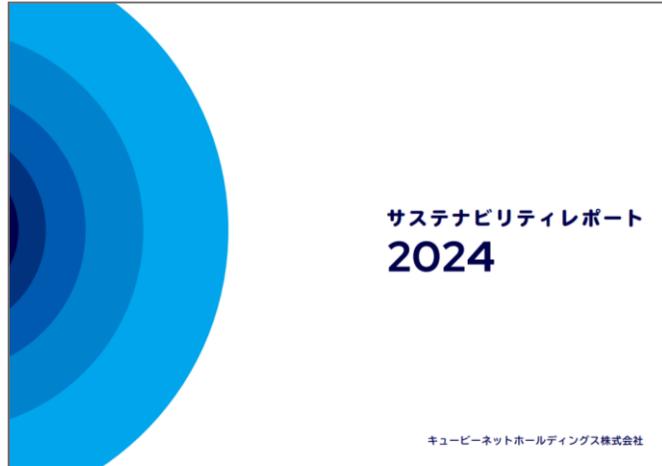


株主の皆さまに当社のサービスをご体験いただき、より身近に感じていただくことで、ファン株主として長期的に応援していただきたいという思いをもって株主優待制度を新設

株主優待制度概要

対象者・進呈内容	初年度に限り 2025年6月期	2025年6月末日の株主名簿に記載または記録された株主様を対象 ※導入初年度に限り、1年以上の保有条件はなし		
		1单元(100株)以上～ 3单元(300株)未満	QB HOUSE無料カット券 1枚	
		3单元(300株)以上	QB HOUSE無料カット券 2枚	
対象者・進呈内容	次回以降 2026年6月期	2025年12月末及び2026年6月末の株主名簿に記載または記録された当社株式1单元(100株)以上を保有されている株主様(両方の基準日の单元株数・保有期間の条件を満たす必要あり)。※2026年6月期の場合		
		保有条件	1年から3年未満	3年以上
		1单元(100株)以上～ 3单元(300株)未満	QB HOUSE無料カット券 1枚	QB HOUSE無料カット券 2枚
		3单元(300株)以上	QB HOUSE無料カット券 2枚	QB HOUSE無料カット券 3枚
進呈時期	毎年1回、当社定時株主総会後に発送する配当計算書とともに、本株主優待のご案内を同封及び発送			

- 「サステナビリティレポート」としてまとめたものを当社HP(<https://www.qbnet.jp/sdgs/>)に掲載



人財育成教材もリサイクル

中古ウィッグの無償提供



専門学校への出張授業



専門学校との
サステナブルな関係



新卒・第2新卒の斡旋・採用

社会貢献活動事例

2015年から小児がんの子どもたちへの支援を目的としたシンガポール最大級のチャリティイベント「Hair for Hope※」のオフィシャルスタイリストスポンサーを務めています



※小児がんに対する意識を高めるために、小児がん財団が主催する毎年実施される募金イベント

水資源を節約するビジネスモデル

そもそも・・・

月に1度、QB HOUSEを利用するだけで
1人当たり年間720リットルの節約に

年間来店客数をかけあわせると
年間約13億リットルにもなります

職業体験の受け入れ



地域イベントでの
バリカン体験



養護施設の子供たちに
美容師体験



Appendix



グループ全体の店舗数(2025年2月末時点)

(店舗)	業態	2024/6期末	新店	移転	閉店	増減	2025/2月末
日本	QB HOUSE	545	10		△5	5	550
	QB PREMIUM	7	0		0	0	7
	FaSS	11	0		0	0	11
国内小計		563	10		△5	5	568
シンガポール	QB HOUSE	19	0	1	△2	△1	18
	QB PREMIUM	10	0		0	0	10
	QB HOUSE Kids	1	0		0	0	1
香港	QB HOUSE	59	1		0	1	60
台湾	QB HOUSE	34	1	2	△2	1	35
アメリカ	QB HOUSE	5	1		0	1	6
カナダ	QB HOUSE	0	1		0	1	1
ベトナム	QB HOUSE	0	1		0	1	1
海外小計		128	5	3	△4	4	132
連結グループ合計		691	15	3	△9	9	700

本プレゼンテーション資料は、当社及びその子会社の関連情報の開示のみを目的として作成したものであり、売買の勧誘を構成するものではありません。

本プレゼンテーション資料に記載されている将来予想に関する記述は、当社が現在入手可能な情報を勘案した上での、当社の現時点における仮定及び判断に基づくものであり、既知及び未知のリスク、不確実性その他の要因を含んでいます。当該リスク、不確実性その他の要因により、当社の実際の業績又は財務状態が、将来予想に関する記述により表示又は示唆されている将来の業績又は財務状態から大きく乖離する可能性があります。



FaSS

