



サステナビリティレポート 2026

キュービーネットホールディングス株式会社

Why

何かの犠牲の上に成り立っている事業は持続できない。

省くことで余力を生み出し、バランスを整える。そして、犠牲を無くす。

持続可能なバランスを創ることで、本当の豊かさを実現できる。

「もったいない」から、「ちょうどいい」へ。

持続可能な豊かな社会へ貢献し続けるために、私たちの在り方にこだわり続けたい。

もくじ

表紙に込めた想い

私たちの想い、技術、理念、らしさなどを核として、日本から世界に広まっていく姿を水の波紋に見立て、「丁寧」「誠実」「清潔」「技量」「チームワーク」を示すブランドカラーの5色を用いて表現しました。

1 歴史でひも解く “QBらしさ”ができるまで

- 5 QB誕生
- 7 足すのではなく、省く
- 8 ムダを徹底排除し、効率重視の店舗設計
- 9 ハードは真似られても、ソフトは真似られない
- 10 組織再生
- 12 技術を言語化したことで唯一無二の存在に
- 14 本気で向き合うことで、理・美容師も会社もWin-Winに
- 15 本気だからこそ、仲間から信頼・賞賛・尊敬される
- 16 改革推進
- 18 三者にメリットのある持続可能なブランド展開
- 19 みんなで積み重ねてきた気になる数字
- 20 お客さま、共に働く仲間との約束
- 21 COLUMN：海外事業を日本と並ぶもう一つの柱へ

2 未来へ向けた 価値創造ストーリー

- 23 PURPOSE：私たちの存在意義
- 24 MATERIALITY：解決すべき重要課題
- 25 価値創造プロセス：理美容業界の課題とQBの目指す姿
- 26 HISTORY：QBグループの軌跡
- 27 代表メッセージ
- 32 強化施策：訪問理美容事業の可能性～未来に向けて～

3 共創をめざす サステナビリティ経営

- 34 サステナビリティ基本方針
- 35 人
- 39 環境
- 40 社会
- 41 ガバナンス
- 42 受賞歴や評価
- 43 役員スキル・マトリックス

データ集

- 44 会社概要・株式情報
- 45 財務諸表

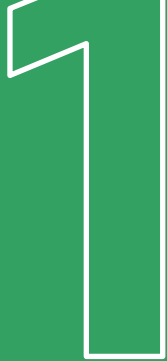
ざんぎり頭を叩いてみれば、文明開化の音がする—

これは1867年の大政奉還後、明治時代になってちよんまげを切り落とさない世の男性に向けて「ちよんまげを切り落としたほうが時代の最先端」と1870年頃に人々の間で歌われた歌の一節です。しかし、それでも切り落とさない男性も多く、早く新しい時代を築き世界にもアピールしたかった明治新政府は1871年、ついに断髪令を出し、半ば強制的にちよんまげを切り落とさせたのでした。そんな時代の移り変わりに活躍したであろう髪結師の一人、『Q兵衛』。より私たちをご理解していただくためのナビゲーター役として生み出しました。



きゅうべえ
Q兵衛

江戸の髪結師、Q兵衛。
よりQBグループを知っていただくためのナビゲーター役。



歴史でひも解く
“QBらしさ”が
できるまで

ここまでカットにこだわる
理美容室でもいいですか？

1995-2005

QB誕生

理美容業界の常識を打ち破る、
ヘアカット専門店という新ジャンルを創出。

染めない、剃らない、洗わない。



1995

歴史ものがたり 1

アウトサイド・イン・アプローチ～共有価値の創造 (CSV)

自分でできないカットだけしてほしいっ！

時は1990年代初頭、とある高級理容室。

「今日は急いでいるので30分で頼む」

30分後、いつもと変わらない仕上がりにふと疑問を抱く。

「仕上がりの見た目は変わらないのに、いつも1時間以上かかるのは、なぜだろう」

「髭剃りやシャンプー、マッサージがついてくるのは、なぜだろう」

提供されているサービスの中には、自分が求めているものもあり

その料金が当然のように上乗せされている不満。

違う、これは違う。

自分が求めているのは、自分でできないヘアカットのみだ。

ヘアカットだけしてもらえればいいのに、そういう店がない。

「ならばヘアカットに特化した店を自らつくってしまおう」

創業者のこの利用者としての不満から1996年、

日本初の「10分1,000円のヘアカット専門店」が生まれました。

まずは店舗の特性から、QBらしさを紐解いていきましょう。



2005

歴史ものがたり 1 理美容業界にイノベーションを起こしたブルー・オーシャン戦略

足すのではなく、省く

当時の一般的な理美容室は、シャンプー、カラー、パーマ、カット、髭剃り、さらにはお茶出しやマッサージなどフルサービスであるのに対し、QB HOUSEはヘアカットのみの単一メニューで誕生しました。また、一般店では華美な装飾や個性的な造作物などが設置されてある店が多い中、QB HOUSEは共通のユニット家具を使用し、スタイリストの作業効率や無駄のないコンパクトな店づくりを大切にしています。さらに、QB HOUSEではシャンプー、

カラー・パーマといったサービスを行わないため、多くの水・湯を使用しません。髪を濡らさないため、多くの電力を消費するドライヤーも使用しませんので、結果として電力消費、CO₂発生量も一般的な理美容室に比べて極めて低く、環境への負担が少ないと言えます。また、シャンプー・カラー・パーマといった薬剤は、手荒れなど体に悪影響を与える恐れがありますが、ヘアカットのみのサービスのため、働く人の体への負担をも少なくし、長く安心し

て働ける環境となっています。日本では「技術は見て盗め」的な職人気質という古い慣習がまだ残っているため、十分な研修の機会が用意されておらず、業界で働き続けることを諦める理由の一つにもなっていますが、当社ではカット未経験者から学び直しが必要なブランクのある方まで多くの育成カリキュラムを用意、理美容業界へ復帰したい方や技術を習得したい方々を全面的にサポートする体制を構築しています。

一般的な理美容室



シャンプー・カラー・パーマ・カット
薬剤の廃液を含む汚水を排水
予約が必要でレジ対応による後払い



店舗

シャンプーを洗い流す大量の水・湯を使用
ドライヤー使用
華美な装飾や造作物



環境

薬剤による手荒れの心配あり
自主練習&先輩アドバイス
サービス残業



働き方

QB HOUSE



カットのみ
極力、水を使用しない
予約不要で券売機対応による先払い



不織布タオル使用で洗濯不要
ドライヤーを使用しない
リサイクル可能なユニット家具

手荒れの心配なし
6か月間のフルタイム研修
1分単位の残業代支給

歴史ものがたり 1 DX化は創業当初から

ムダを徹底排除し、効率重視の店舗設計

QB HOUSEの店舗は、無駄なものを徹底的に省くタイプヘアカットを追求し、必要なものには徹底的にこだわった店づくりをしています。特にユニット家具は、スタイリストの方々がサービスを提供する上で必要な器具を一步踏み出せば全てに手が届くように独自開発し、時間効率の向上やスタイリストの作業負担の軽減につなげています。毛屑を洗い流すのではない、吸い取ることで短時間で快適性の確保ができるエアウォッシャーを開発、券売機とターミナルという機械を用いて混雑状況を知らせるQBシグナルへ連動させています。また、ホーム上を含め駅の構内やトイレ付近といった同業他社にないユニークな店舗立地も、人が集まる立地を熟知したQB HOUSEの代名詞となっています。

本書における用語の定義

スタイリスト：QBグループに属する「理容師」「美容師」資格を持つ人
理・美容師：QBグループに属さない「理容師」「美容師」資格を持つ人

QBシグナル

店頭のシグナルの色でおおよその待ち時間を確認。ホームページからでも確認可能。

● 15分以上
● 5～10分程度
● すぐ

クローゼット

お客さまの上着やお荷物はこちらへ収納。

ユニット家具

現場の声を吸い上げ自社開発、角度にコダワリあり。

ターミナル

チケットをスキャンさせるとシステムと連動しQBシグナルの色を変えます。

紫外線消毒器

クシなどお客さまごとに使用する道具を消毒。

バリカン、トリマー

刈り上げなどを行う際に使用。

エアウォッシャー

シャンプーの代わりに髪の毛を吸引。

券売機

日本初の
前払い制に。

順番が来たら
チケットを
スタッフに

スプレーヤー
1つは水、
1つは消毒液。

毛クズ吸引口
床に落ちた毛クズを
ほうきでまとめ吸引。

独自開発の
カット技術により
10分程度で
カット可能

店舗モニタ

お客さまへの告知やCM、
ニュースなどを放映。

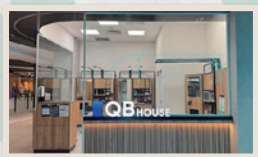
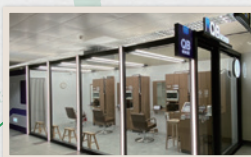
歴史ものがたり 1 人口減少傾向の日本から世界へ

ハードは真似られても、ソフトは真似られない

創業者の「このビジネスに国境はない、終わりもない」という言葉から、国内1号店オープンから6年後の2002年には海外へ進出しました。試行錯誤しながらも着実に進出国を増やし、現在は7つの国と地域に150店舗以上を展開しています。

実は、この広い世界の中で、「美容師」「理容師」という資格制度を設けている国は日本を含め数か国のみ。特にアジアの方々の髪質は固く立ちやすく切りにくいとされており、美容技術発祥の地であるヨーロッパを含めても日本のヘアカット技

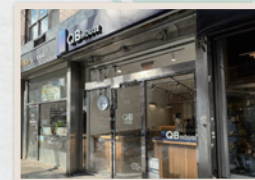
術は世界トップクラスです。そこに、おもてなしの心をまとった接客をプラスし、日本式ヘアカットサービス「QB HOUSE」を、時間的価値の高い都市を中心に展開、拡大しています。

2025年
マレーシア2002年
シンガポール2012年
台湾2005年
香港2025年
ベトナム

2024年 カナダ



2017年 アメリカ



海外展開からの気づき

一方で、私たちは論理的に十分に教えるノウハウがないことに気付かされたのです。海外展開を始めた頃、日本人トレーナーが何度も現地を訪れ、繰り返し「日本式の」を浸透させようとしたのですが、日本ではある程度受け入れてくれることも、一つ一つの動作に「なぜそうするのか？」と

という意味の説明を求められます。そのような問答を通して、暗黙知の形式知化、言語化がどんどん進んでいきました。最初は研修に前向きではなかった現地のメンバーも、研修を受けた同僚のカット技術が向上していることに気付くと、大勢のメンバーが受講を希望するようになり、次第に全体のサービスレベルのバラつきがなくなり、お客さまの行列

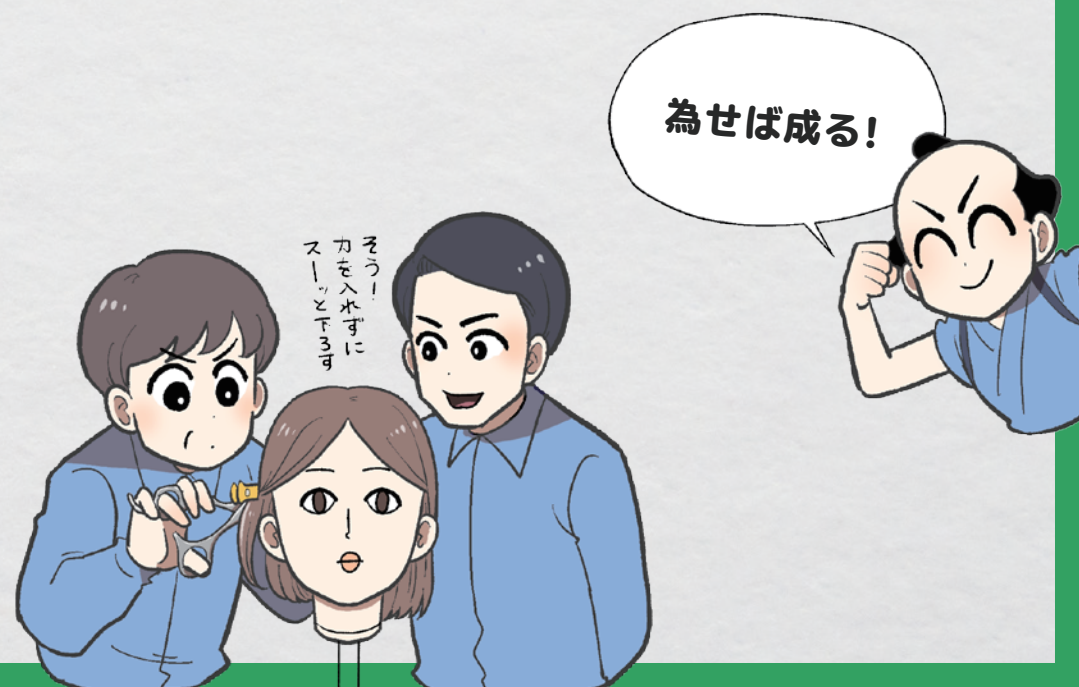
ができるお店が飛躍的に増えていきました。ハードは真似られてもソフトは真似られないノウハウを武器に、海外各地で本当の日本式ヘアカットサービスを広げてきました。こうした苦労を重ねた海外での経験が、日本におけるカット未経験者の育成に強く活かしています。

2006-2015

組織再生

独自のカット理論と指導ノウハウで、
業界ブランクのある人財を積極採用。

機会をみんなに、挑戦を糧に！



2006

歴史ものがたり 2

ダイバーシティ & インクルージョン

お客さま、仲間からより強く選ばれる！

直営展開をしている海外各国に、技術を教えるノウハウが蓄積されていった2009年、現社長の北野が社長に就任。

人口が減る日本の将来に備え、カットの経験者だけでなく未経験者を積極的に採用し、育成する構想を描きます。

ところが、社内からは「カット技術を学んで、すぐに辞めていくのではないかと」反対の声が大多数でした。

そこで、現場の意見に膝を突き合わせて理解を求め、3年後の2012年、念願の「ロジスカット」がスタート。

この頃から、顧客満足度を高めるために、さまざまな改革を推進し、

みんなで大切にしたい想いを込めた経営理念を定め、価値観を浸透させていきました。

永年勤続者を讃え、大きな舞台で感謝状を授与する。国内外の店長を集めて、実績を残した店舗を表彰する。

全スタイリストを対象とするヘアカットコンテストを開催し、互いの技術を高め合える仲間の存在を知る。

そして、マネージャーや本部社員には、人手不足となる将来に向けて、

個々の能力をワンランク高めるだけでなく、組織の成長をギアアップさせるための管理職研修を実施しました。

組織の存続をかけて、みんなで取り組んできた数々の挑戦—。

社員同士がお互いを認め合い、敬い、感謝する社風は、これら活動のなかから生まれました。

成果は徐々に表れ、やる気のある若手社員、なかでも女性の新入社員希望者が集まるようになり、

その副産物として女性のお客さまからも評価され、後のブランド展開への礎を築くことになりました。



2015

再現性のある人財育成基盤の構築へ

日中の8時間を6か月間、独自開発のカット技術を存分に学べるロジスカットは、研修生の多くから「こんなにしっかり教えてもらえるの!？」と驚かれます。さらに、例え6か月で終わらなくても本人が諦めなければ、卒業するまでメンタルフォローを含めるとことん寄り添い、研修期間終了後も3年間のフォロー研修を通じて成長を支え続けています。こうした育成環境があることで、カット未経験者からキャリアチェンジで新たに理美容師に挑戦される方、幅広い世代に至るまで、多様な人財の受け入れが可能となり、入社層の広がりにもつながっています。この取り組みは理美容専門学校からの関心も高く、ヘアカットの出張授業にもつながっています。

また、育成基盤は海外にも拡大しており、国内外で安定的に人財を育成・輩出できる体制が整いつつあります。あわせて、運営側にも教えるノウハウが蓄積され、カリキュラムの質も継続的に向上しています。理美容業に興味をもって飛び込んできた方々の夢を潰さない受け皿となり、「QBに辿り着いたなら、もう安心だよ」と言える環境を整えてきました。結果、採用から育成、定着までを一体で支える再現性のある人財育成基盤が構築されつつあります。

取締役 兼 クオリティ・マネジメント本部本部長 江藤 貴祥



スタイリストのやりがいを高めるキャリア形成

次世代を育成していくことはサステナブルな企業にとって必要不可欠と考えています

店舗運営系

店長育成研修

月2回終日8時間研修×4か月の64時間の研修を受けた後のテスト合格者を店長にふさわしい人物として認定

エリアマネージャー研修

月2回終日8時間研修×4か月の64時間の研修を受けた後のテスト合格者をエリアマネージャーにふさわしい人物として認定



フリーランスからQBに入り、
遭遇したことのない技術・仲間と出会う

QB HOUSE 東京都内店舗勤務
2016年10月中途入社／美容師
https://qb-recruit.com/staff/qb_interview-1428/

人財育成系

ロジストレーナー研修(カット未経験者限定の指導者)

座学から技術カリキュラムまで、
1年間の実務指導(OJT)後、
他校のロジスカットで2週間の実習を経た者を
トレーナーにふさわしい人物として認定

トレーナー研修(カット経験者への指導者含む)

随時実施



カット未経験でも、
ロジスカットならもう大丈夫

ロジスカット大阪校トレーナー
2011年8月中途入社／美容師
https://qb-recruit.com/staff/qb_interview-4040/

海外勤務系



海外希望度合いを面談

本人の人生設計の中で、
どれだけ海外勤務を必要としているのか、
上司としっかり面談の上、会社の体制を鑑み、
調整しながら、双方協議のもと決定



怖がらずに挑戦することで、
世界の扉は開ける

QB HOUSE USA勤務
2007年中途入社・2017年渡米／美容師
<https://qb-recruit.com/column/post-8246/>

歴史ものがたり 2 バックカスティングから生まれた研修制度 - 2

本気で向き合うことで、理・美容師も会社もWin-Winに

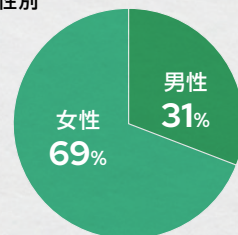
ロジスカット研修生へのヒアリングで業界のリアルな実態が明るみに。
「成長したい」と「支えたい」が交差するロジスカットの凄味。

ロジスカットに集う方々は、男女比も概ね半々、年代は幅広く前職も十人十色です。直前まで現役で理・美容室で勤務していた研修生もいれば、理容師もしくは美容師の国家資格を得たものの、理・美容室では一度も勤務したことがない研修生もいます。唯一の共通点は、安心して学ぶ機会に恵まれなかったということです。研修生の85%が研修や練習会がなかった、もしくは残業代がない中で開店前や閉店後に行っていたと返答、一般企業では考えられないことではないでしょうか。

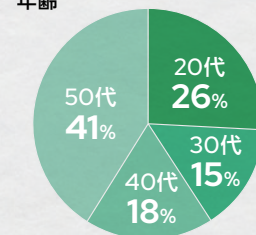
入社前と入社後のギャップを聞くと、いろいろな意味で想定よりも良いギャップを感じていただいており、研修をしていく中で幅広い面で成長し、会社に貢献したいという気持ちが芽生え、それが永年勤続にもつながっています。研修生の成長ぶりは顕著で、全くカットができなかった研修生が3か月目には1日で14名をカットできるようになり、この時点で一般的な理・美容師の1日のカット人数に並び、さらにロジスカット卒業の6か月目には26名をカットできるようになるのです。

ある月の研修中社員属性

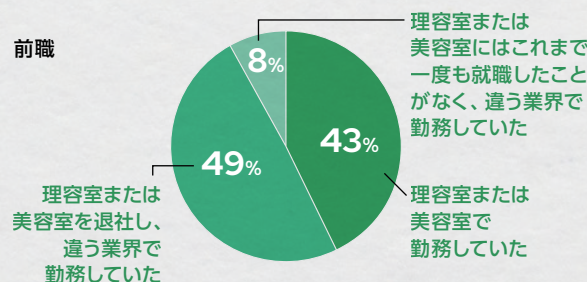
性別



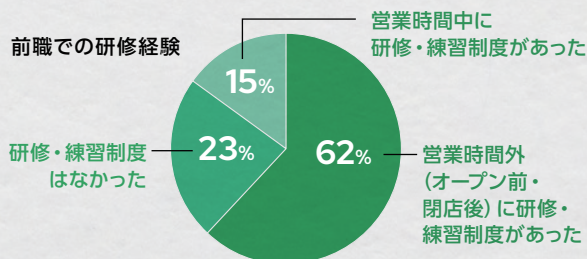
年齢



前職



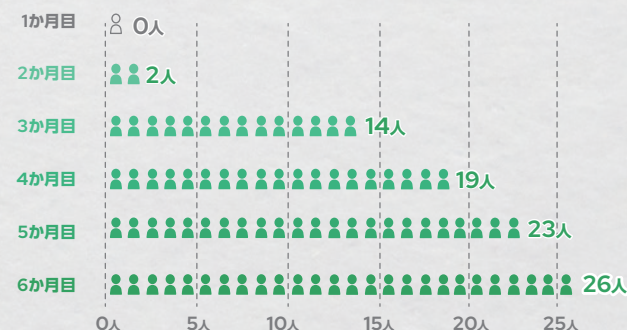
前職での研修経験



入社前と入社後のギャップTOP5

- 1 研修内容が想像以上にしっかりしている、手厚い 48.7%
- 2 スタッフ間のチームワーク、人間関係が良い 18.0%
- 3 給与や待遇面が想像以上に良かった 15.4%
- 4 カット以外の事でも成長を感じられた 12.8%
- 5 現場とロジスのギャップ（人手不足による多忙など） 5.1%

研修中における1日の平均カット人数推移



歴史ものがたり 2 エンゲージメントを高めるために

本気だからこそ、仲間から信頼・賞賛・尊敬される

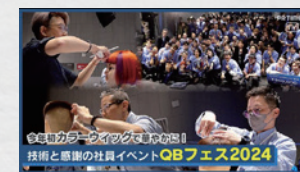
個人・店舗の頑張りをあらゆる手段を用いて見える化し、讃えています。そうすることで高い評価を受けた個人・店舗だけでなく「ああいう人になりたい」「自分達の店も頑張っていこう」と社員一人ひとりの気付きの機会にもなっているのです。本気で頑張るからこそ、高い評価を受けた個人・店舗の実績の凄さに、心から信頼・賞賛・尊敬できることにもつながっています。また、自分たちが目指す価値観を表現する場として、再現性や創造性を競

うヘアカットコンテストも、今では国内外の予選を突破することさえ難しい真剣勝負かつ社内で最も盛り上がるイベントとなっています。

日本の理美容業界の退職理由のTOP3に入ってくるのが人間関係です。良好な人間関係を築くことができれば、離職者を減らすことができると考えています。さらに一般の理・美容師は、オーナーや店長の好き嫌いによって評価が左右されてしまうことが多いのが実情ですが、QBグ

ループでは明確な数値基準を設け、複数人で評価するなど公正な評価制度を整備しています。

こうした同業他社が行っていないことに取り組むことで、2008年に50%を超えていた離職率は、2025年6月期末には6.8%となりました。お互いを認め合い、信頼・賞賛・尊敬という風土が根付き、良好な人間関係を持った組織となってきたと言えるでしょう。



2年連続1位を取るのに10年
仲間を認め讃え合うイベント
「QBフェス」紹介動画。

▶<https://www.youtube.com/watch?v=P9RvGOYpREo>



累計永年勤続表彰者	
10年勤続表彰者数	1,306名
20年勤続表彰者数	264名

2008年に「全国店長会」という名でスタートしたお互いを認め合い、褒めたたえる社内最大のイベント「QBフェス」。店舗表彰のほか、仲間からの感謝の声が多いスタッフに贈られるベストサポート賞、10年勤続者・20年勤続者に感謝状を贈る永年勤続表彰がおこなわれます。2012年からはカットコンテストも同時開催でスタートし、回を増すごとにスタイリストの技術力の底上げがされています。こうした取り組みにより、相互に賞賛・尊敬できる風土が生まれ、人財定着の源となっています。

2016-

改革推進

各ブランド展開のきっかけは
スタイリストのキャリアパスだった。

お客さまは第一、従業員も第一。



現場の声が事業成長に

さまざまな改革を推進していく中で、新たなブランドも生まれていきました。

一般に、事業拡大は会社の成長を目的として推進されることが多い中、

それは、スタイリストの活躍の場を増やすという、

まったく別の視点から生まれたものでした。

「女性の髪を切りたい」「スタイリングもしたい」「寝たきりの方のカットをしたい」

そんな現場からの声を具現化したものが、現在展開している各事業であり、

実はそれらのブランドはスタイリストだけでなく、株主やお客さまにも

メリットがあったのです。

そして、これまで私たちが歩んできた軌跡そのものが経営理念となり

進化はすれども、そこから生まれた私たちの普遍的なテーマが、

私たちの存在意義へとつながっていきました。



歴史ものがたり 3 ブランドの広がり

三者にメリットのある持続可能なブランド展開

					
					
特徴		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さまと共に「自分らしさ」を生み出していく、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よい空間が特徴的なヘアカット&スタイリング専門サロン。	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、ヘアカットのほかシャンプー・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”。
料金 (税込)		カット ¥1,400	カット&スタイリング ¥2,000	カット&スタイリング ¥2,600 ※前髪みのカットや巻き髪といったメニューあり	カット ¥2,200 ~ ※施設・人数によって異なります
メリット対象	株主	● 回転率を上げて収益力UP ● 多店舗展開による収益力UP ● 海外展開含め将来性に期待が持てる	● QB HOUSEが取り込めない顧客層を確保し収益力UP	● 女性やお子さま層を確保し収益力UP	● 高齢化社会に対応し収益力UP
	お客さま	● お手頃な価格でカットが可能 ● 店舗立地が良いのでついで利用が可能 ● 時間にゆとりが持てる	● 予約をすることで自分の時間を有効活用 ● QB HOUSEより上質感を体感できるスタイリングが可能	● 予約をすることで自分の時間を有効活用 ● 女性も利用しやすい心地良さ ● スタイリングまで可能	● カラーやパーマも可能 ● 気分のリフレッシュができる ● 一般社会とのつながりを実感できる ● 体への負担がかからない時間で終わる
	スタイリスト	● カットの経験値が上がり技術力UPに	● スタイリングなど業務の幅を広げられる ● カットクオリティの向上	● 女性のスタイルの経験値が上がる ● 短い時間の中での提案力が身につく	● 寝たままでもカットするベッドカット技術を習得できる
海外勤務を含め転職しなくても社内に活躍の場があるので、キャリアアップができてモチベーションも高く保てる 福利厚生完備の安心感 (病気になっても各種制度や保険対応が可能で安心)・社会的信用度UP (各種ローンが組みやすく、将来設計がたてやすい)					

歴史ものがたり 3 数字で見るQB

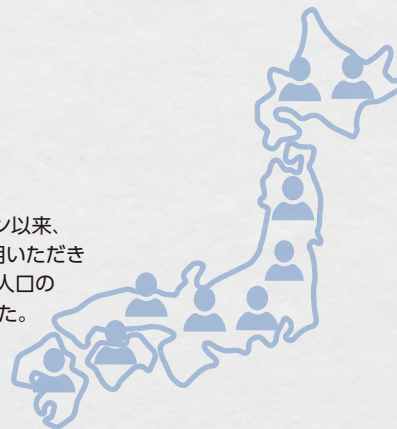
みんなで積み重ねてきた気になる数字

創業以来、のべ何名のお客さまをカットしたの？

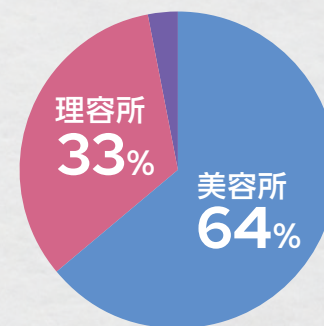
3億6,842万人

1996年の1号店オープン以来、
多くのお客さまにご利用いただき
2025年6月期に日本の人口の
約2倍の人数に達しました。そもそも1年間に
どのくらいのお客さまが
カットするの？

2,015万人

2025年6月期実績で、
国内1,706万人、海外309万人もの
お客さまにご来店いただいています。QB HOUSEは床屋なの？
美容室なの？たいていの方は床屋だと思われる
QB HOUSE。
実は保健所登録上、
64%が美容室なのです。

併設 3%



ウィッグ

カット未経験者の研修期間中に
使用するウィッグの数は？ 360 体1体 6,000 円はする人頭マネキン「ウィッグ」。
専門学校からの寄贈もあり、6 か月間で1人当たり 360 体も使用します。

1152 時間

カット未経験者への研修時間はどのくらいなの？

1日 8 時間 × 6 か月間 = 1,152 時間を無料で研修。
もちろん研修期間中は給与も支給されます。

店舗で働くスタイリストの最高齢はいくつ？

78 歳

腰痛の原因となるシャンプー時の
中腰姿勢がなく、定年もないことから
現在の直営店最高齢は78歳。
過去には 80 歳まで頑張られた方も。

QB HOUSEは駅ナカ以外、どこにあるの？

ショッピングセンター
62.7%駅ナカ・駅ビル
24.4%路面店
6.7%

6.2%

一般的な商業施設

駅ナカイメージの強い
QB HOUSE ですが、
最も多いのは大型ショッピングセンター。
中でも最多はイオングループ様です。

歴史ものがたり 3 私たちが歩んだ軌跡そのものが経営理念に

お客さま、共に働く仲間との約束

スタイリストが最も嬉しいことはお客さまから「ありがとう」や「あなたが担当で良かった」と言っているだけのことです。人から感謝されたり必要とされることは、とてもやりがいを感じられますので、私たちの店舗をそのような場にしていこうと思っています。

その前提にあるのは、共に働く仲間です。仲間との関係が良好でなければ、お客さまに笑顔をお届けできませんし、働くのも辛くなってしまいます。そこで私たちは世界中のお客さまを笑顔にし和んでいただけるよう、接客や技術、ときには新しい仕組みを取り入れながら常に進化していきたいと考えています。そのためには私たち自身が、日々の言動や表情、考え方について、常により良い選択をしていこうという価値観をみんなで共有し合っています。

私たちはこうした歩みを経て、同じベクトルに向かって進み続けることができる強固なヘアカットチームを、私たちのチカラで築いてきました。次の章からはさらなる成長のために、チームとして取り組んでいることについてお伝えしていきます。

経営理念

**我々はお客さまに「ありがとう」と言われる、
均一で安心感のあるお手軽なサービスを提供し、
世界一多くのお客さまから必要とされる
ヘアカットチェーン店を目指します。**

共に働く仲間とは、
時間の価値を高めあう存在である。

お客さま、仲間信頼される、尊敬される人間へと成長し
最高の笑顔（感謝）で
世界をなごますことのできる組織へと
日々進化していきたい。

皆で選ぶ、お客さま、仲間から
より強く選ばれる為に
[言葉・態度・表情・思考]

海外事業を日本と並ぶもう一つの柱へ

2005年にスタートした海外展開は、当初、社内に十分なノウハウがなく、各国の事業は現地主導のもと進められてきました。しかし、その後の事業規模の拡大や進出国の増加により、海外事業をいかに会社全体の成長へと結びつけていくかが重要なテーマとなりました。こうした背景を受け、2023年11月に本部統括型へと組織を転換し、「海外事業本部」を創設しました。これにより、分散していた経験値や機能を集約し、より戦略的に海外事業を推進していく体制を整えています。

海外事業本部は、各国の現地社長にとっての伴走役として、資料や情報の提供のみならず、戦略立案、現地実務の解決への壁打ちなどを通じて意思決定を支援していきます。また、本部が中心となり、事業開発や人財、ブランド戦略といった領域を横断的にサポートするとともに、各国リーダーの育成にも注力していきます。今後は、日本事業と海外事業を分けて捉えるのではなく、一体化したグローバル経営の実現を目指し、本社が統括本部として機能し、各国の経営を継続的に支援していきます。本社が真の意味でのグローバル本部となり、各主管部門が各国の経営を一体的に支援していく体制となれば、海外事業本部は解消してもよいかもしれませんね。

現在は香港が海外事業の中核を担っていますが、今後はASEANを中心としたアジア市場の成長を取り込み、さらなる拡大を図っていきます。既存国ではQB PREMIUMや新サービスの導入により事業の鮮度を保ち、新規進出国では顧客の不満や課題を起点にサービスを磨き上げていきます。加えて、現地採用人財の育成を通じて将来的には各国で経営者を輩出し、地域に根付いた持続的な成長モデルの確立を目指します。日本が売上の約8割を占める現状から、海外をもう一つの柱へと育てていきます。その上で、現地の生活に欠かせないサービスとして価値を高め、会社の安定的な成長につなげていきます。



取締役 兼 海外事業本部本部長 山本 祐樹

グローバルキャリアプログラムを 進化させて再始動

3か月間、海外にスタイリストを派遣し、経験値を高めてもらうことを目的にスタートしたグローバルキャリアプログラム。過去には赴任前後のサポート不足や目的の曖昧さから、「貢献できなかった」「行っただけで終わった」といった声があった一方で、「貴重な経験だった」という評価もあり、制度の価値は認識されていました。

コロナ禍で中断していた本プログラムを、今回の再始動にあたり、人財育成およびキャリアパスの一環として位置づけました。一定の経験を持つ社員を対象に、各国のニーズと本人の志向をマッチングする仕組みへと改善し、年間を通じた育成型プログラムへと進化させました。本取り組みは、海外を「文化の違い」ではなく「顧客ニーズの違い」と捉え、多様なキャリア形成を支援するものです。帰国後の人財育成や日本事業におけるチームづくりに寄与するとともに、キャリアを見つめ直す機会となり、社員一人ひとりの成長を長期的に支える基盤づくりへとつなげていきます。

2

未来へ向けた
価値創造
ストーリー

**一人ひとりの成長の総和が、
会社の成長となると思いますか？**

PURPOSE

私たちの存在意義

LESS IS MORE

それは、余計や無駄につながるモノゴトを省き、本当に必要なクオリティだけに集中すれば、豊かさにつながっていくという価値観です。

そして、この価値観に基づく省力・省手間・省時間・省資源のチカラから生まれる余白・ゆとり。

そこから人や地球が得られる本当の豊かさを追求し、その追求を継続していくことが私たちの存在意義と考えています。

私たちが定める4つの省のチカラとは

$$(\text{省力} + \text{省手間}) \times \text{省時間} = \text{QBのチカラ}$$

省資源

省力のチカラと省手間のチカラが必然的に省資源のチカラへとつながり、さらに時間の価値を高める省時間のチカラを掛け合わせることで、それこそがQBのチカラとなると考え、さらなる問題解決、事業の継続、そして持続可能な企業へと成長してまいります。

省力のチカラ

無駄なことは省いて
自分の担当分野に集中すること

- 具体的には
- ・予約不要なサービス
 - ・券売機の導入
 - ・指名制度なし
 - ・QB シグナルで混雑度がわかる

それを実現することで

安心した経営基盤の
構築へとつながります

省手間のチカラ

手間を省くことで、より少ない時間で
より多くの成果を生み出すこと

- 具体的には
- ・サービスがヘアカットのみ
 - ・シャンプーなし
 - ・短時間
 - ・オリジナルのカット技法

それを実現することで

なくてはならない社会のインフラとなり
働く人の受け皿にもなります

省時間のチカラ

無駄を省き効率よく時間を使うこと
とお客様と共創し、
豊かな時間をつくること

- 具体的には
- ・生活動線上への出店
 - ・6か月でスタイリストになれる
ロジスカット制度

それを実現することで

時間の有効活用により
時間の価値を高めます

省資源のチカラ

無駄を省き、限られた天然資源を
大切にするビジネスモデル

- 具体的には
- ・ヘアカットのみで水を使わない
 - ・ドライヤーを使用しないため
CO₂を出さない
 - ・電気代を抑制することで
お手頃価格を継続

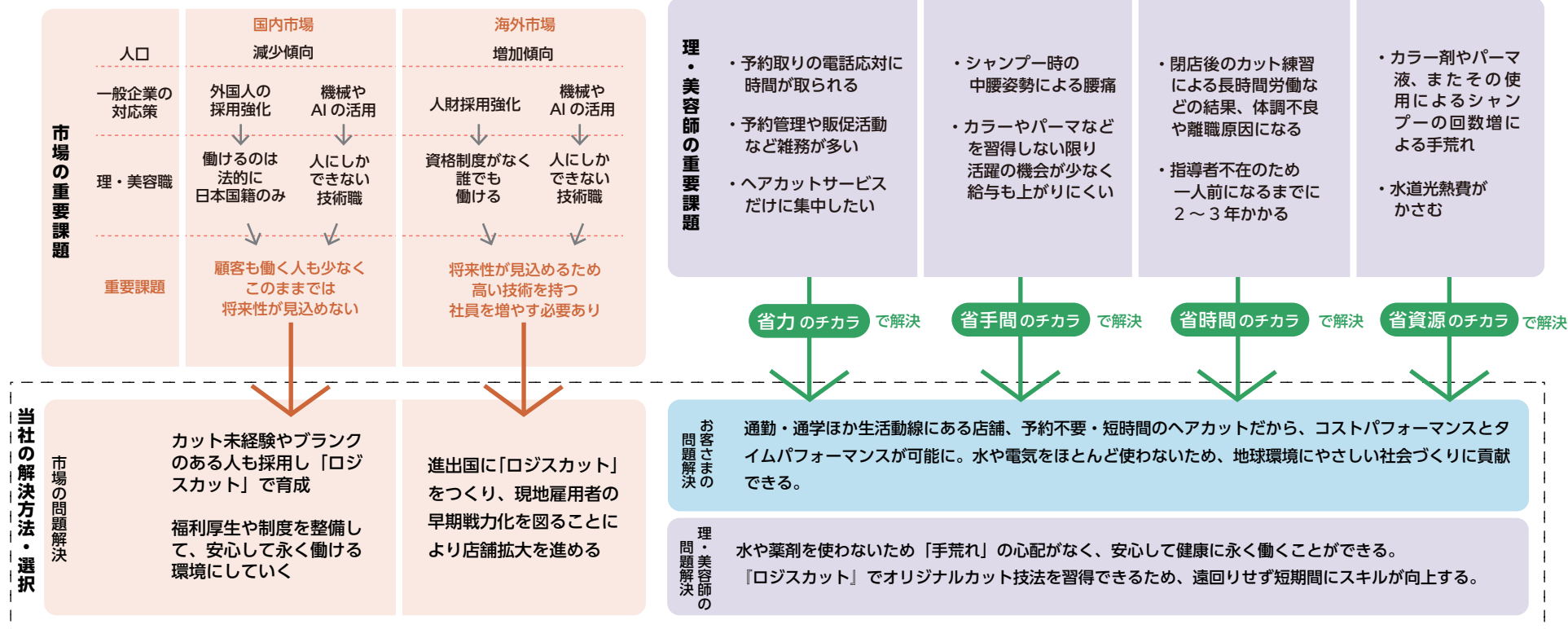
それを実現することで

環境汚染を考慮した持続可能な
理美容室の展開を推進していきます

MATERIALITY

解決すべき重要課題

「技術は見て盗め」と、研修がなく技術を磨こうと夜遅くまで自主練習をすれば、長時間労働かつサービス残業に。また、評価制度も確立されておらずオーナーや店長の好き嫌いで昇給昇格が決まる理美容業界は、安心して働ける環境が整備されているとは言えません。実際、後継者不足で理容店は衰退しており持続可能とはいえない状況です。ほかにもさまざまな解決すべき重要課題があり、当社はそれらの解決に向けてチャレンジを推進しています。



お客さま、働く人、地球へ豊かさを生む ▶ 安定成長が見込める持続可能企業へ

価値創造プロセス

理美容業界の課題とQBの目指す姿

PURPOSE
私たちの存在意義

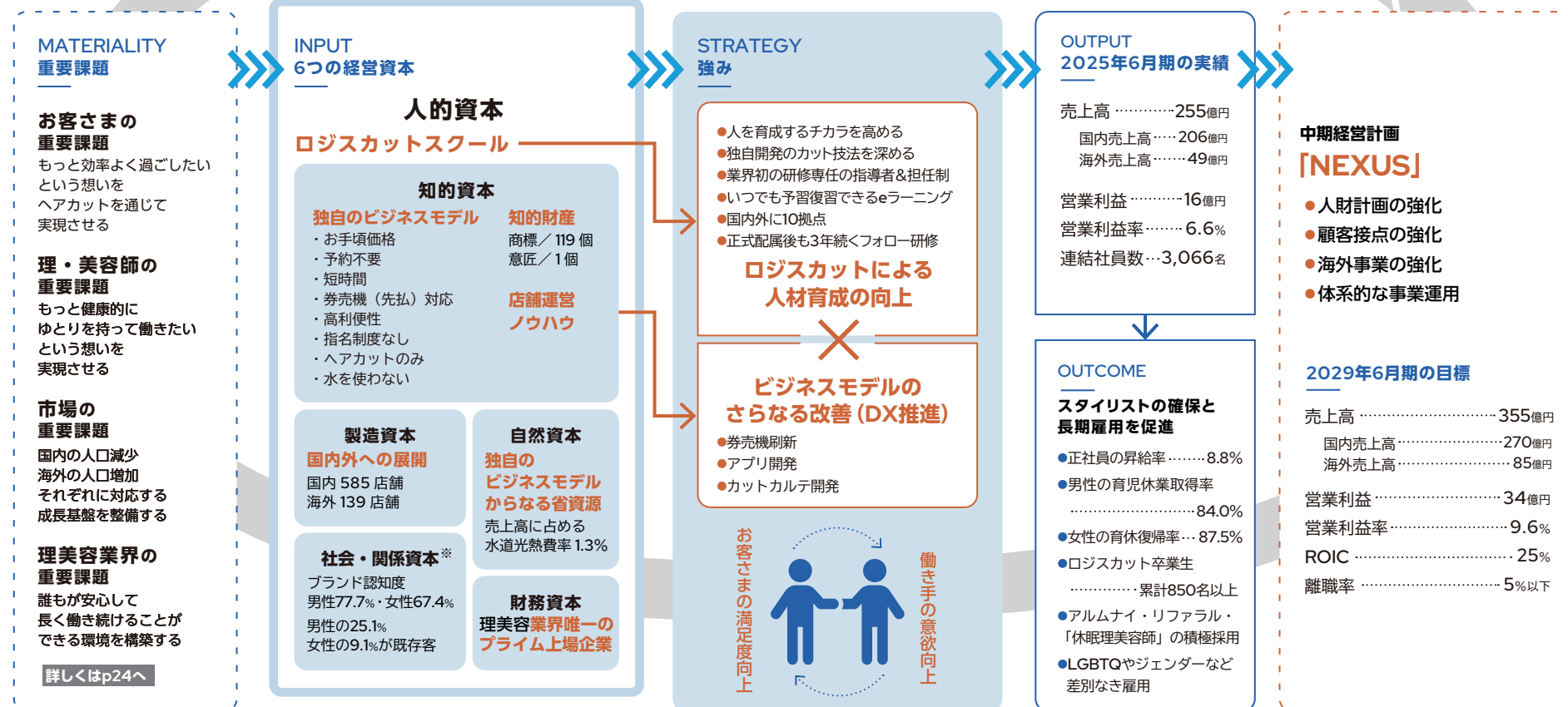
LESS IS MORE

詳しくはp23へ

省くことで
より豊かになるという価値観

ありたい姿

必要とされる ヘアカットチェーン店



※いずれも関東関西在住の15～79歳、男女20,000人を対象としたマクロミル社実施のインターネット調査結果

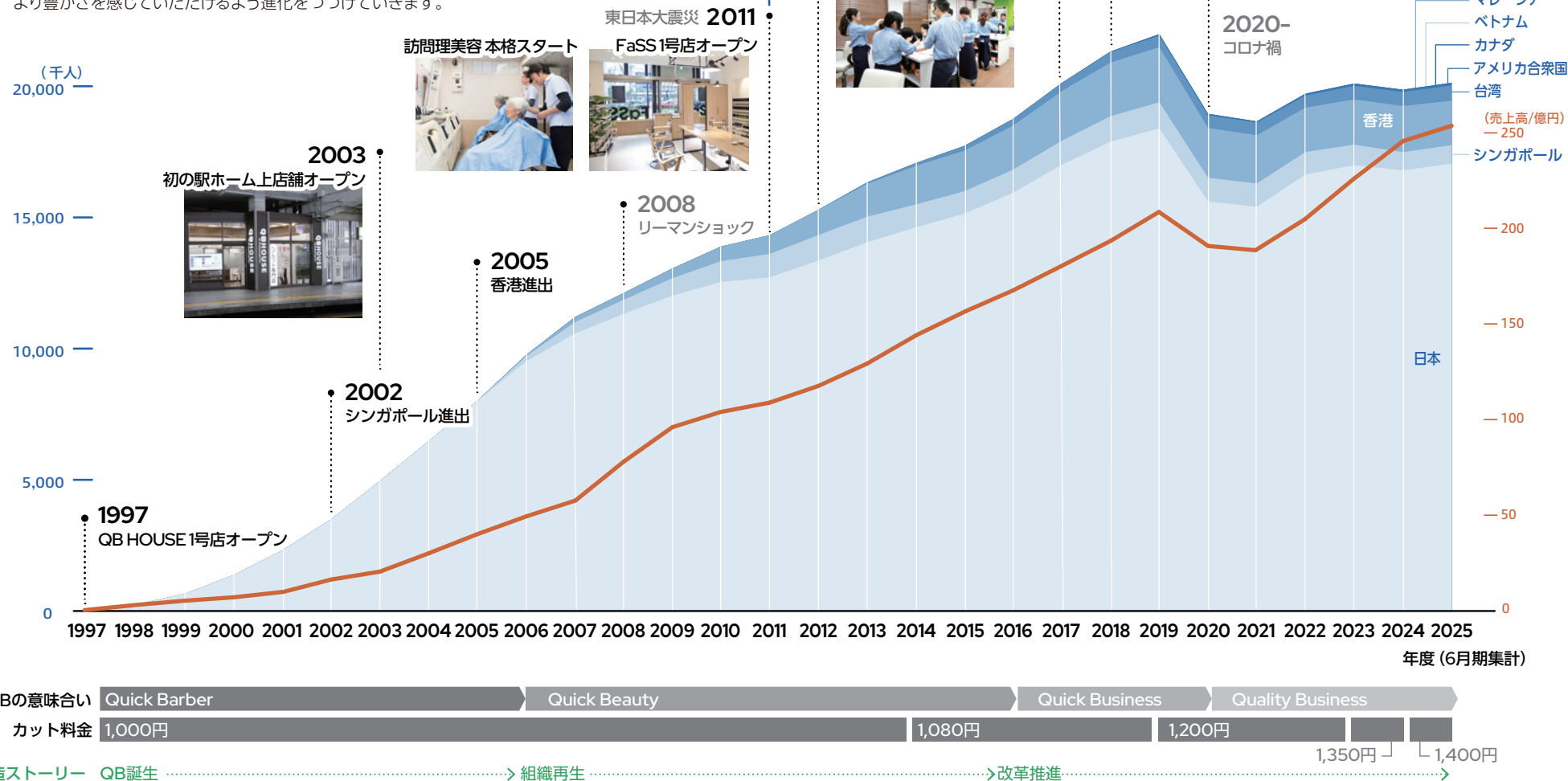
※特に注釈がない限り2025年6月現在

HISTORY

QBグループの軌跡

1996年11月、日本初のヘアカット専門店として誕生したQB HOUSE。

お客さまご自身でシャンプーをしていただく共創のビジネスは、海外含め多くの方々に共感、ご支持をいただきました。これからもヘアカットのみという軸をぶらさず、お客さまの心地良さに寄り添い、より豊かさを感じていただけるよう進化をつづけていきます。



※「累計来店客数」は海外の来店客数も含む

代表メッセージ

サステナブル経営の原点とは、
人の“優しさ”の循環です

キュービーネットホールディングス株式会社
代表取締役社長
北野 泰男

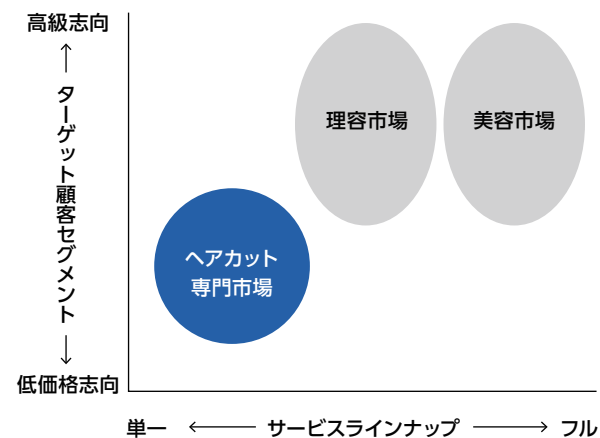


代表メッセージ

「もったいない」から「ちょうどいい」 のビジネスモデルで急拡大

創業当時の日本の理美容業界は、営業時間や定休日、料金などが横並びで、お店側が「あれも、これも」と設定したフルサービスのセットメニューのみが掲げられ、消費者側が「あれか、これか」と選択できる自由度がありませんでした。そのような中で、理・美容師でない創業者の「総合理美容店は余計なサービスが多く、時間がもったいない」という、消費者としての不満から私たちのビジネスモデルは生まれました。「消費者が本当に必要としているサービスは何か」、「時代の

QB HOUSEの戦略グループマップ



変化に関わらず消費者が求める価値観とは何か」を追求していった結果、「10分の身だしなみ」というお手軽な価値を消費者に提案することにたどり着きました。当初は1,000円という料金に注目が集まり、「安すぎて、不安だ」と言われることもありました。しかし、忙しいビジネスマンの方を中心に、「移動のついでに利用できて、ちょうどいい」との支持が広がり、カット技術にこだわりをもったスタイリストの仲間とともに、ヘアカット専門店という新たな価値を創造してきました。

「ビジネスモデル」から 「人を重んじる」へ

私自身のQB HOUSEとの出会いは、前職の時代に遡ります。たまたま営業担当先の近くにQB HOUSEがあり、次の訪問先の約束時間まで少し時間のゆとりがあったので利用しました。たった10分で希望するヘアスタイルに仕上げてもらい、これまで1時間以上かけて数千円を支払っていたの比べてまったく遜色がない。予約をして時間をかけて髪を切ることが面倒に感じるビジネスパーソンにとって、ちょっとした空き時間に気軽に利用できる素晴らしいサービスだと深く感心しました。これからはQB HOUSEを愛用し続けよう

と、心の中でそう決めたことを今も覚えています。

縁あって、創業者のお誘いを受けて私が当社に入社したのは2005年のことです。バブル崩壊後、節約志向の高まりという追い風もあり、「10分の身だしなみ」というビジネスモデルで店舗数は急拡大していきましたが、それを支える組織づくりや人材育成が追いついていないように感じました。目の前に立ちはだかる困難に対して、それぞれが「個の力」で突き進み、部分最適の積み重ねが全体の歪みとなって表れ、特にカット技術やサービス品質の向上を全体最適化することが、あまり上手くいっていませんでした。理美容の業界は、いわゆる職人気質。「技術は先輩の背中を見て盗め」、「力量は自主練習で高めるもの」というのが常識です。また、高い学費を支払って専門学校に通って国家試験に合格して就職しても、入社した会社の教育システムや環境の不備により、技術を習得してスタイリストとしてデビューするまでの道のりが長く険しい。私がQB HOUSEに入社した当時も似たような状況で、店舗運営や人材育成、そしてサービス品質に対する考え方のバラつきが大きくなり始めていました。このままでは早晚、消費者に見限られて事業が行き詰まるのではないかと危機感を抱きました。



代表メッセージ

2009年の社長就任を機に現場で働くスタイリストの方々の意見や悩みを聞く機会を増やし、一方、利用者の方々にもアンケートなどを通して意見や感想を聞く機会を増やし、事実を捉えなおすところから取り組みました。そして、明らかになった矛盾やギャップと、ひとつひとつ真摯に向き合っていく覚悟を固めるとともに、全ての人の心の中にある「優しさ」をつなぎ合わせれば、もっと強く社会から必要とされるブランドに進化できると確信しました。そして、それまでの「ビジネスモデル」を機軸とした経営に、「人を重んじる」という新機軸を加えた経営へと移行することを決意しました。

海外での成功体験を“逆輸入” 社内スクール「ロジスカット」が開校

「人を重んじる」を機軸とする経営の最初の取り組みは、海外にありました。QB HOUSEはすでにアジア圏で事業展開をしていたものの、すべてがフランチャイズ経営だったため、現場で起きている真実や課題、スタイリストの悩みを十分に把握できていませんでした。その後、海外店舗での契約トラブルを経て、海外で最初に現場で働くスタイリストの方々を直接雇用して直営店を出店したのがシンガポールでした。ア

ジアの国々は日本のような専門学校も国家試験もないので、ハサミやクシの持ち方からお客さま対応まで、日本のカット技術や感性を現地のスタイリストに伝承するためには、暗黙知をもっと詳細に形式知に転換していくが必要になりました。国内から派遣された育成責任者は、技術の専門家でない通訳者を通して、自分自身の感性を分かりやすく説明することに大変苦労しました。そして、現地のスタイリストも育成責任者の意図していることを一所懸命にくみ取って、「もっと分かりやすく」を協力しながら追求していきました。これをきっかけに、カットプロセスの言語化が進み、これまでにない人財育成のカリキュラムが確立し、そのカリキュラムを受講したスタイリストが技術に自信を持ち始め、サービス向上の全体最適化が進んでいきました。これらの国家資格を持っていない海外のスタイリストの育成経験が、後に日本で立ち上がる「ロジスカット」の原型となりました。

この海外で確立した育成カリキュラムを逆輸入する形で2012年に東京で発足したのが、社内育成機関「ロジスカットスクール」です。専門学校を卒業して国家資格を取得したものの経験のない人や、子育てや何らかの事情で長期間にわたって理美容業界を離れて学び直しが必要な人などをロジス

カット研修生として正社員採用し、業界では最低2年以上かかると言われているスタイリストデビューを、最短6か月間で果たすというカリキュラムを組みました。終日、研修に専念できる環境が整備されているため、短期間で技術を習得できるのが特徴です。一方、研修中とはいえ生活にゆとりがなければ集中できません。ですから、給与や残業手当も支給しようと提案しました。最初は社内に「技術を覚えたらすぐ辞めてしまうよ」とか、「そんな短期間で一人前に育つわけがない」と反対の意見もあがりましたが、QB HOUSEの未来への先行投資であると粘り強く説明し、最終的には理解を得られました。実際、はじめの頃はカリキュラムも育成体制も十分ではなかったので、カリキュラムの途中で辞めていく人も少なくありませんでした。退職者が出る度にこの取り組みに不安感を覚える声が高まっていましたが、その都度研修生を受け入れる関係者とじっくり話し合い、改善施策を打ち続けました。また、当初は20代後半から30代前半の研修生が大半を占めていましたが、続けていく中で年齢層は50代、60代へと広がり、世代や価値観の異なる研修生と日々向き合う中で、育成する側のトレーナーたちが急成長していくと、途中でカリキュラムを辞める人は激減していきました。

代表メッセージ



現場のベテランスタイリストの方々からも、「6か月でこんなに技術が上達するの!？」という驚きの声とともに、「自分も一度このカリキュラムで技術を学びたい」という声があがるまでになりました。現在はロジスカットスクールを、国内外10拠点で展開し、卒業生は累計で850名を超えています。

もちろん、学んだから終わりではなく、時代とともにお客さまが求めるヘアスタイルは変化します。10分で髪を切るという制約のなか、新たなカット技法を取り入れることも必要です。店舗でオーダーが多いヘアスタイルで、汎用性の高いものであればロジスのカリキュラムに取り込み、これを既存社員の学び直しにも活かすことで全体の技術向上につながっています。

新たなブランドを展開するなど、 成長意欲を維持する環境を整備

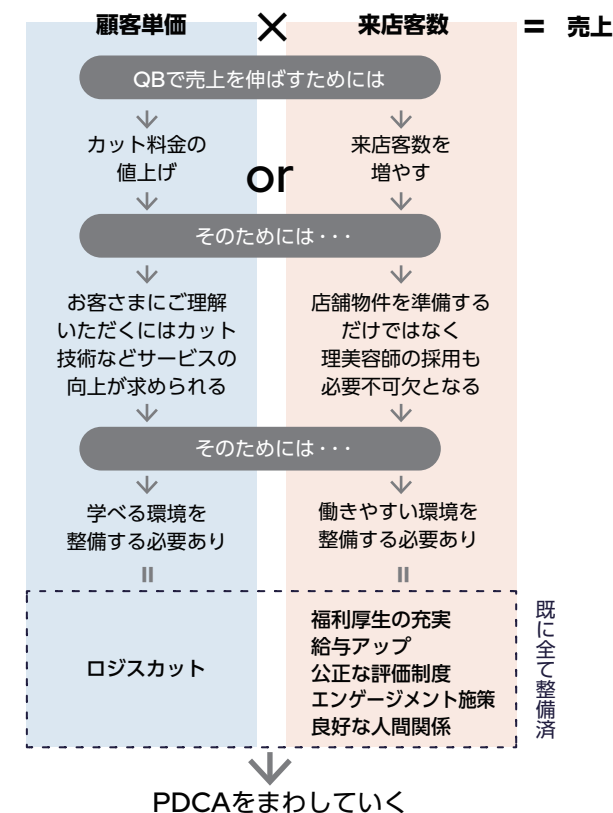
「人を重んじる」経営においては、能力アップのサポートも大切ですが、能力を発揮しやすい環境づくり、仲間と切磋琢磨しながら成長意欲を持ちつづける環境も同じくらい大切

です。そこで、互いの技術力を発揮し合い、QB HOUSEで働く仲間の底力の凄さを体感できる機会として、全社あげてのカットコンテストを年1回大々的に開催しています。これは、海外を含む各地域の予選を勝ち抜いたスタイリストたちが全国大会に集結し、3つのカテゴリーに分かれてカット技術を競い合うイベントです。普段はあまり接することのない仲間のよりハイレベルな技術を目にすることで、刺激し合いモチベーションを高め合う機会になるわけです。

また、お客さまの多様なご要望に応えると同時に、スタイリストの新たなキャリアパスとして、ターゲットをユニセックスとしたカット・スタイリングに特化した「FaSS」、スマホアプリで時間予約ができてスタイリングまで提供するブランド「QB PREMIUM」を立ち上げ、着実に店舗数を増やしています。さらに、第1号店を構えて25年の節目となる2020年には、「LESS IS MORE」を新たな存在意義とするリブランディングを行いました。余計なことやムダを省き、本当に大切なことだけに集中すれば、人も暮らしももっと豊かになるという思想を表現しています。私たちの強みをひと言でいうと、「基礎力」です。この「基礎力」という土台をしっかりと築き上げることができれば、年齢に関係なく人は成長できるし、体力の

衰えをある程度カバーできていると考えています。「手に職をつける」ところまでをサポートするというのが、技術を起点としたQBグループ流の「人を重んじる」経営の基本姿勢です。人が全てのサービス業であればなおさら、社員一人ひとりの

サステナブルなQB HOUSEのビジネスモデル



代表メッセージ

成長が、そのまま会社の成長につながる。この想いを忘れず、今後もスタイリストとして、そして、人としての成長を全力でサポートしていきます。

人が永く活躍できる組織へ サステナブル経営を推進します

私が考えるサステナブル経営の原点とは、人の「優しさ」の循環であり、同じ組織や地域で働くもの、暮らすもの同士が互いに「優しさ」という思いやりでつながり、組織や地域にとって“よりよいことは何か”という問いに、真摯に向き合っていくことだと考えています。そういうつながりの中から、「働きがい」や「生きがい」は生まれてくるものだと思います。人間の能力に大きな差があるわけではなく、それぞれの長所に気づいて互いに活かしあい、挑戦の機会の中で自己理解を深め成長機会を創造し続けること。そして、その人々の中に育った「優しさ」を企業の活動を通して社会や地球に循環させていくことが、社長の役割と責任だと考えています。

また、スタイリストになり、店長をめざすのも大きな挑戦です。誰かの成長を支えることができれば、自分自身が大きく成長できます。その後は、エリアやブロックのリーダーに

なる、トレーナーとして新人教育にたずさわる、あるいは海外で実力を試すとか、訪問理美容に取り組むこともできます。メンバーが変われば、人との関わり方も変わる。QBグループは20代から80代まで、多様なメンバーが共に協力しあって働くからこそ価値観の多様性や社会的感性が磨かれ、人として成長できるのではないのでしょうか。

人生100年時代といわれる中、手に職をつけて永く現役として活躍できる環境づくりに、これからも力を注いでいきます。毎月、幼いころからの夢をかなえたいと願う人、子育てを終えて第二の人生のために業界への復帰を願う人、70歳まで社会に役立ちたいと願う人など、多様な願いをもってQBグループに入社してこられます。また、QBグループでは80歳を超えても現役で活躍するスタイリストもいました。

何歳まで働きつづけるかは、本人が「どう在りたいか」という価値観によるところが大きいです。生涯現役を目指して自立して生きていきたいという強い想いをもって笑顔で頑張っていける人には、能力を発揮する場所を提供し続けたいと思います。しかし、これもQBグループに集うもの同士が仲間の願いに深く共感する「優しさ」という思いを循環できるかにかかっています。

省力・省手間・省時間・省資源という「優しさ」で より豊かで快適な社会の発展に寄与します

現在、世界規模でエネルギー価格が上昇していますが、水も電気もほとんど使わないQBグループでは、255億円の売上に対してグループ全体の水道光熱費は3億円で、わずか1.3%という数字からも、地球への「優しさ」につながっていることが分かります。また、カラー剤やパーマ液を使わない、シャンプーを使って洗髪しないことが、肌荒れや腰痛などスタイリストの身体的負担の軽減という「優しさ」につながります。その「優しさ」がお客様の期待するヘアカットサービスのみに集中できるゆとりを生み出しています。これからも「省力・省手間・省時間・省資源」の4つの価値観に基づく行動の質をさらに向上し、より豊かで、快適な社会の発展に寄与することで、持続的な成長と中長期的な企業価値向上を実現してまいります。

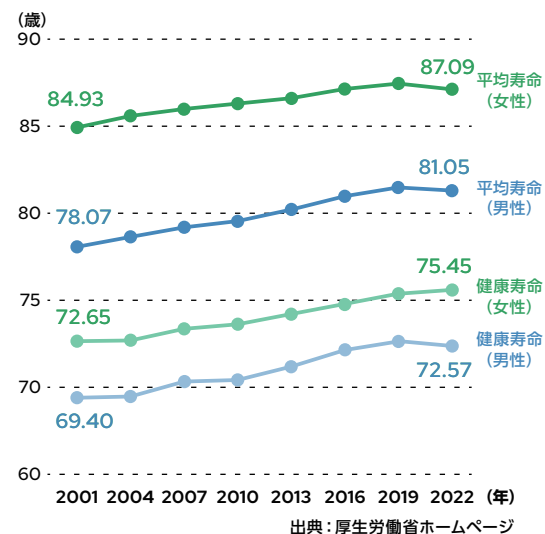


強化施策

訪問理美容事業の可能性～未来に向けて～

2012年から取り組み始めたQBの訪問理美容事業。ご家庭や施設に訪問して行う一般的な訪問理美容はカットの際に一度起き上がり自力で座っていただくことが多いのですが、髪を切る時の立ち上がって椅子に座ること、自らの足でその場まで移動すること、一定時間同じ姿勢で座り続けることは身体への大きな負担となります。また、同じ姿勢を保つことが難しい方の場合に行う、ベッドに横になったままほぼ姿勢を変えずに髪を切る「ベッドカット」は、身体に負担がかからないような体勢を保ちながらも素早くカットする技術が必要とされています。QBの訪問理美容では、今まで私たちが追求してきた短時間でのカット技術が活かされており、「ベッドカット」についても経験値のあるスタッフが社内研修を実施していることから、施設の方々や入居者のご家族が安心して任せられる環境を整えているのが特徴です。高齢化社会が進む日本。平均寿命の高まりに伴い健康寿命も伸びていますが、その差はほぼ横ばいなことから訪問理美容を必要とする方々は今後増えていくと予想されます。私たちが培ってきた技術を活躍させる場は、今後さらに広がっていくと考えています。

平均寿命と健康寿命から見る将来市場



QB訪問理美容の3つの特徴

- 1 スタッフ全員に介護知識・技術を得るための本社研修を実施し、施設からの要望も多い車いすを使用してのお迎え・お送りも柔軟に対応
- 2 理美容師国家資格のほか、現場責任者は介護職員初任者資格を取得しており不測の事態にも対応可能
- 3 寝たきりの入居者様にはベッドに横になったまま髪を切る「ベッドカット」での対応可能

施設の方々や入居者のご家族が安心して任せられる環境の提供

実体験から再認識した理美容師の存在意義

とある日、介護施設に入居している父から電話がありました。『自分で歩けなくなったので、散髪屋に連れて行ってほしい』と。施設では楽しい催しや交流の機会を企画してくださっていたものの、気心の知れた仲間と山や川や海に出かけることが大好きだった父の場合、なかなかそのコミュニティで打ち解けることができず、唯一楽しみにしていたのが、施設の近くにある理容室に髪を切りに行くことだったのです。連絡を受けた翌週、車いすに酸素ボンベを積んで理容室に向かったのですが、日曜日ということもあって大変混んでいました。1時間程待ち、若い理容師さんが担当してくれようとしたところで、手前でカットしていたベテラン風の理容師さんが、「そのお客さんは、俺がやるから」と言って、もう少しだけ待つように言われました。父の頭髪はあまり多くなかったのですが、そのベテランの理容師さんは、物凄く丁寧に父の髪をカットしてくれました。本当に久しぶりに、父の顔からニコリと笑みがこぼれたのです。きっとベテランの理容師さんは「このお客さん、今回は最後かもな」と、いつも以上に丁寧に仕上げてあげてくれたのではないかとと思っています。「理・美容師の仕事は、ほんとうに凄いなあ」と、深く感じました。衰弱している人の内面を、一瞬でも明るくできる。理・美容師の仕事は、永遠の仕事なのだと、身をもって確信した出来事でした。

代表取締役社長 北野 泰男

3

共創をめざす
サステナビリティ経営

人にやさしいだけでなく、
地球にもやさしいってホント？

サステナビリティ基本方針

経営の軸足を、ビジネスモデルから「人」へ。そして社会との「共創」へ。

創業者の“不の解消”から生まれた「ヘアカットに特化したサービス」は、人々や環境に「やさしいサービス」の誕生でもありました。

お客さまがご自身でできないヘアカットのみに特化したサービスは、お客さまには空いた時間を有効活用いただく快適さを、働く人には薬剤による手荒れの悩みからの開放という2つの豊かさをもたらただけでなく、水を使わないことから地球環境の保全につながり、サステナブルな社会の実現という大きな豊かさをもたらしてくれることでしょう。

私たちは創業時よりこれまで、「人」を中心とした「環境」「社会」の課題解決に実直に取り組んできました。引き続き、私たちの、“やさしいサービス”に共感・共創いただける方々を増やしていくことで、本当の豊かさとは何かを追求していきます。

サステナビリティの全体像

人 ▶詳細はp.35へ

QBグループで働く社員一人ひとりはもちろん、あらゆるステークホルダーを尊重し、誰もが安心してやりがいを見出し、快適に生きることにつながる社会の構築に取り組んでいます。

環境 ▶詳細はp.39へ

私たちが生きる豊かな地球を次世代につなげていくため、水の節約を軸とした省資源につながる理美容の価値を育んでいく活動を、社会のみなさまと共に推進しています。

社会 ▶詳細はp.40へ

国内外への店舗出店およびその運営で培ったネットワークを通じて、社会インフラとしての役割を果たすことにより、地域を活性化、経済を循環させていくことで地域社会の発展に貢献します。

ガバナンス ▶詳細はp.41へ

社会から信頼される企業であり続けるため、法令その他のコンプライアンスを遵守し、倫理的で透明性の高い経営の実践に取り組んでいます。

理美容業界の基本知識

日本の理美容業界は、これまで主であった総合サロンの一択から、ヘアカット専門店やカラー専門店といったサービス特化型の専門業態の出現により消費者の選択肢が広がってきています。一方で、少子高齢化で次世代の確保が難しい地方の理容室を中心に、個人店の閉店が増加傾向にあります。また、国家資格を取得した理美容師のうち、約6割の方が何らかの理由で業界を離れているという現状があります。そして、現行の理容師法および美容師法では、カット経験のある外国籍のスタイリストが日本に移住して店舗で働けるようになるためには、就労ビザを取得する前に、日本の理美容専門学校（最短2年間）を卒業し、日本語で国家資格試験に合格しなければなりません。そういった背景から、理美容業界は慢性的な人財不足に陥っているのが現状です。



心身共に健康で豊かであるために

健康リスクからの解放

創業当初から変わらない、ヘアカットに特化したサービスを提供するビジネスモデルは、薬剤を使わず洗髪サービスを行わないことから、余計な水や電力を使用しない利点があります。お客さまにとっては、髪の毛を傷めずに日々をお過ごしいただくことができ、働く側にとっても薬剤類による手荒れの心配やシャンプー等の中腰姿勢による腰痛からの開放につながっており、その結果、安心して永年勤務が可能な職場となっています。また、腱鞘炎など手や腕などへの負担を可能な限り抑えたバリカン技術を取り入れた独自のカット技法を開発し、積極的にそのノウハウを伝承していくことで、全スタイリストの共有財産となっています。

3 すべての人に
健康と福祉を

業界唯一無二の社内カットスクールを確立

2012年9月、東京からスタートした社内カットスクール「ロジスカット」は現在、札幌・仙台・東京・名古屋・大阪・広島・福岡、さらには香港・台湾にまで広がっています。1日約8時間、集中した環境でトレーナーが近くにいる安心感やカットを論理的に教えてもらえる納得感に魅力を感じ、2025年6月期の「ロジスカット」経由の入社者の数は国内の在籍スタイリストの半数を超えました。また、これまでの累計卒業者数も850名を超え、カット未経験者を積極採用することで、教える側のノウハウも蓄積され続ける、業界唯一無二の社内カットスクールとなっています。

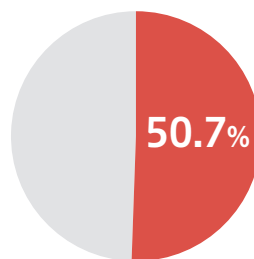
4 質の高い教育を
みんなに

店舗展開の強み

QBグループの国内店舗数は、ヘアカット専門店市場において第1位を誇っており、第2位のチェーン店の約2倍のシェアとなっています。フランチャイズ店舗が多い同業他社に対し、QBグループではサービスの均一化を目指した人材教育の徹底を図るため、直営店中心の事業展開をしています。また、全くヘアカット経験のない新卒のほか、異業種からの転職や、出産や育児のために一度業界を離れてしまった「休眠理美容師」と呼ばれるブランクのある資格保有者を対象として「ロジスカット」でプロとしての自立を支援。差別化を図れていることも、直営店舗が多いからこそそのメリットです。

4 質の高い教育を
みんなに

2025年6月期 入社者割合



入社者の半数が
ロジスカット入社
＝
カット未経験での入社

QBグループの店舗形態

	国内	海外
直営	549 店	139 店
フランチャイズ	36 店	0 店
直営率	93.8 %	100 %

(2025年6月期)

人

互いを認め合う社内カルチャー

理・美容師の退職理由のトップ3に入る人間関係。良好な人間関係を保つため、QBグループにはお互いをお互いに認めあう社内カルチャーがあります。例えば年代も幅広く分かれており、年代差別もなく20歳から80歳近くまでの方々が現役で活躍しています。若手はベテランから技術を学び、ベテランは若手から初心の気持ちや活力の源を享受しており、お互いにWin-Winな関係が築けている集団と言えます。



自ら抱みにいくキャリア支援

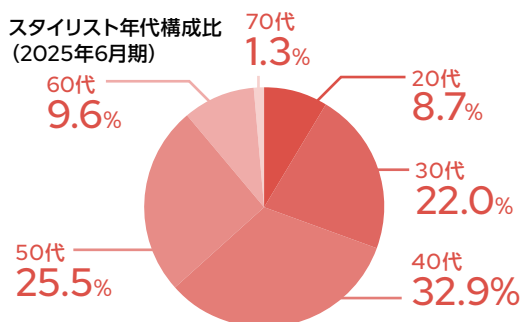
既存スタイリスト向けの研修としてヘアスタイル別の技術研修のほか、店長育成研修やエアリマネージャー育成研修、トレーナー育成研修など職能別の育成研修を用意、全ての社員が公正・平等にチャレンジできる権利をもっています。そして、その研修最終日に実施する試験に合格することで、昇給・昇格が実現する仕組みとなっています。頑張った人が報われ、昇給・昇格は自ら行う風土となっており、このようなキャリア形成の道を築くことで、役職に関係なく誰もが意識高く業務を遂行できる環境を実現しています。

また、海外勤務を経てキャリア形成を高めるグローバルキャリアプログラムも実施しています。（詳細は21ページに記載）



働きやすい環境づくり

QBグループは、指名制を導入していないことから、理美容業界では珍しく土日の休みが可能であったり、月間の休日日数を年齢や体調に合わせて選択することができるなど、働きやすい環境を整えています。また、産休・育休に関しては取得後の職場復帰者もありますが、男性の育児休業取得率は84.0%、女性の育児休業復帰率は87.5%（いずれも2025年6月期）となっており、今後、人財を増やすことで改善をすすめていきます。また、評価制度についても、技術者や管理者としての目線を統一、評価ポイントを数値化するなどして、スタイリストの公平平等な評価制度に真剣に取り組んでいます。

スタイリスト年代構成比
(2025年6月期)

男性の育児休業取得率

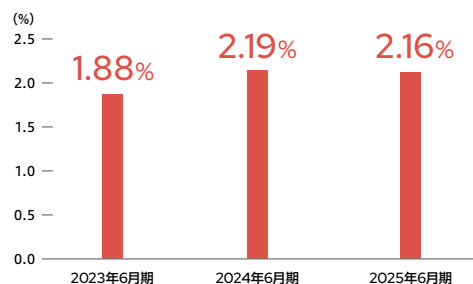
2025年6月期	84.0%
2024年6月期	60.0%
2023年6月期	60.7%

障がい者雇用への取り組み



2022年6月よりQBグループでは、働きたいと願う障がい者の方々に喜びとやりがいを感じとっていただき、自立支援を行う農園と提携し、弊社雇用の障がいをお持ちの方々にベビーリーフやミニトマトなどを農業を使わずに水耕栽培する取り組みを行っています。さらに収穫された野菜は、無農薬野菜として農園近隣のレストランに卸されており、良質でキレイな野菜と喜ばれています。引き続き、働きたいと願う方々を採用させていただき、しっかりと自立した、生き生きと輝ける人生を歩んでいくことのできる場を、提供していきたいと考えています。

当社の障がい者雇用率

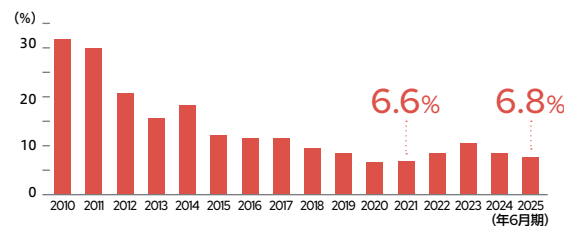


サービス向上と待遇改善



安定したサービスの質の向上には、従業員の離職率を下げるのが最も大切であると考え、業務委託方式から直雇用方式へと雇用形態を転換しながら、働く環境の改善に努めていきました。結果、2010年6月期に30%あった退職率は2020年6月期には6.6%まで下げることができました。コロナ禍の顧客減少にともない賃金ベースアップや期末手当の支給を見送ったことで2023年6月期末で退職率は一時的に増加しましたが、2023年8月から10月にかけて平均9.8%の給与処遇改善するなど、継続した待遇改善と制度の見直しをおこなった結果、2025年6月期には6.8%まで改善しました。

国内正社員の退職率の推移 (年間実績)



海外進出国の雇用促進



海外のQB店舗では、日本のような国家資格制度がない国がほとんどで、日本人トレーナーが常駐して日本クオリティの技術やサービスを徹底的に学べる環境を提供し、現地人財の技能習得を全面的にサポートしています。アジア諸国においては、特に若年層や女性の社会的地位の向上や自立に貢献していきたいと考えています。

海外進出国の現地人材雇用率

	現地雇用の社員数	代表を含む日本人の社員数	現地雇用率
シンガポール	129人	1人	99.2%
香港	242人	2人	99.2%
台湾	179人	2人	98.9%
アメリカ	37人	3人	92.5%
カナダ	17人	3人	85.0%

(2025年6月期)

人

応募経路を増やしハードルを下げる（人材の流動化①）

ヘアカットを機械に頼れない理美容業にとって、人材の確保は最重要課題です。QBグループでは一般応募のほか、ヘアカット未経験者やかつて働いていた元QBグループ勤務者（アルムナイ採用）、さらに社員の紹介からの応募者（リファラル採用）といった応募する側の応募へのハードルを低くするための専用窓口をリクルートページに用意しており、Indeed Japanが主催する「オウンドメディアリクルーティングアワード2021」にてグランプリを獲得しました。さらに理美容専門学校への出張授業や各種SNSを通じて接点をつくるなど、人材確保につながるであろうあらゆる手段に取り組んでいます。

アルムナイ・リファラル採用の推移

	アルムナイ			リファラル		
	応募	採用	採用率	応募	採用	採用率
2025年6月期	13人	9人	69.2%	41人	37人	90.2%
2024年6月期	26人	17人	65.4%	44人	35人	79.5%
2023年6月期	24人	14人	58.3%	25人	19人	76.0%

『休眠理美容師』採用の強化（人材の流動化②）

子育てを終えたり、他業界へ転職した、いわゆる休眠理美容師と呼ばれる方々は「ハサミを持つ感覚を取り戻すのに時間がかかりそう」「カットができない人を採用してくれるわけがない」と、理美容業界への応募を諦めてしまいます。そういった方々の受け皿として、「ロジスカット」を採用の強みとして私たちは捉えています。一方、サービス料金的に採用のハードルが低いだろうと容易に応募される方もおり、パートを含めた全体的な採用率の平均は3割程度となっています。人が全ての理美容業界。技術と接客が両軸でしっかりしている人間味あふれた方を優秀な人材と捉え、人物重視で採用を進めています。



法的基準を満たしたスタイリスト

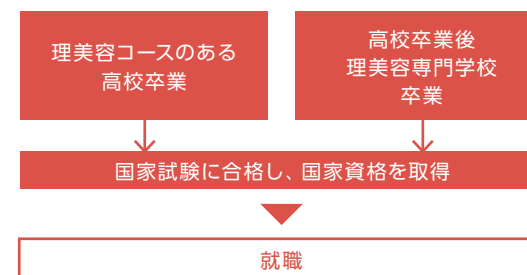
日本は世界に数か国しかないとされる、理美容業に従事するために国家資格の取得を必要とする国のひとつです。理美容の専門コースがある高校もしくは高校を卒業したのち2年制の理美容の専門学校を卒業し、かつ国家試験に合格した者のみが、理美容店での勤務を許されています。また、QBグループでは、生年月日が記載された理・美容師の資格証書の現物を必ず確認させていただいた上で人材を採用しており、児童就労を一切行っておりません。さらに体力がつづく限り活躍していただきたいという想いから定年制も設けておりません。なお、ロジスカットの強みを生かした育成人材採用は2025年6月期に過去最高の140名となりました。

応募と採用状況

	正社員	ロジスカット	パート	合計
応募数	470人	435人	245人	1,150人
採用数	153人	162人	31人	346人
採用率	32.6%	37.2%	12.7%	30.1%

(2025年6月期)

一般的な理・美容師になるまでの道



環境

限りある資源は無駄にしない

ビジネスモデル自体が地球に優しい



2050年には、世界人口の4割が深刻な水不足に陥ると言われている大切な資源「水」。仮に、一般的な理美容室で5分のシャンプーを受けると、使用する水の量は60リットル必要となります。また、業務用ドライヤーを毎回10分使用すると、年間で40.56KgのCO₂を発生させている計算になります。業界にイノベーションを起こした当社のビジネスモデルは、水・電力の使用が限りなく抑制でき、2025年6月期の売上高255億円に対し、水道光熱費の占める割合はわずか1.3%。創業当初から地球環境に優しいサービスであったと言えます。なお今後は、TCFDフレームワークに則り、取り組んでまいります。

月に一度QB HOUSEを利用するだけで 年間720ℓの水の節約に

水の節約量（一人当たり/年間）

720ℓ

お風呂約7.2個分
（一人暮らし用アパートの浴槽）

水の節約量（年間）

約13億ℓ超

人が1年で必要な水分摂取量の
約142万人分*

すべてのお客さまのご協力で
年間約13億ℓ超の水の節約につながっています

※1日=2.5ℓ/1年=912.5ℓで試算。「健康のため水を飲もう」（厚生労働省）を元に、キュービーネット株式会社で作成。

RE100アクションを増やしていく



店舗運営に必要な電力は、CO₂排出量ゼロの環境に良い電力を選択しています。QBグループが国内で自由に電力会社を選択できる路面店22店舗では、株式会社UPDATER様（みんな電力）の「RE100プラン（再生可能エネルギー100%プラン）」の電力を使用しています。契約する22店舗の電力の年間使用量は約280,000kWhとなり、この電力使用量は、杉の木のCO₂吸収量で計算すると約10,150本に相当します。また、店舗立地の半数を占めるイオングループ様の店舗では、順次、イオングループ様が推進されております「地産地消の再エネ100%」の電力を使用させていただいております。

※RE100プラン：再生可能エネルギー由来の電気に、再生可能エネルギー指定の非化石証書の環境価値を組み合わせることで、再生可能エネルギー100%の電気が供給されるプラン。また、CO₂排出量もゼロとなる。



BPS大東龍間発電所
（バイオマス発電）



浪江発電所
（太陽光発電）

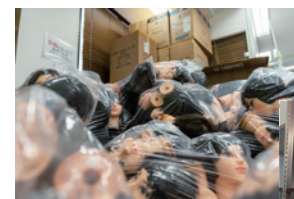
資源はとことん有効活用



独自開発のユニット家具は、構造を可能な限りシンプルにしたり、閉店した店舗のユニット家具の表層部分の化粧板を磨いたり交換することでリメイクし、再利用へとつなげています。また、カット練習をするためのウィッグ（人頭マネキン）は、理美容専門学校の授業で使い終えたものを無償でご提供いただき、技術向上のための練習用として丸坊主になるまで再利用を有効活用しています。

さらに従来、お客さまへお渡ししていたクシは、2021年5月より洗浄・消毒し再利用する方法に切り替えることで年間690tのCO₂を削減*しています。

※2018年6月期～2020年6月期の3期分に使用したクシの平均本数を、環境省発行「平成23年版環境白書・循環型社会白書・生物多様性白書の概要。」（ポリプロピレンの製造時および焼却時に発生するCO₂排出量）に基づき算出



社会

わたしたちの技術で社会を豊かに

カットの技術で小児がんの啓発活動

シンガポールでは2006年頃から、QBスタイリスト数名が休日に有志で高齢者施設へ出向き、ボランティアカットを行っていました。この活動をきっかけに、取り組み内容やクオリティの高さが現地の厚生労働省などに評価され、2015年から小児がんの子どもたちへの支援を目的とした国内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。毎年4月から約4か月間、シンガポール国内の学校や病院、コミュニティセンターなど十数カ所ですべて20～300名を、2日間開催されるメインイベントでは約1,700名をバリカンでカットします。2025年実績では約5,200名をカット、集まった寄付金の額は480万シンガポールドルとなりました。これらの寄付金は、闘病中の子どもたちの治療費や病気で学校に通えない子どもたちのための教育施設運営に使われ、小児がんへの理解促進、治療に励む子どもたちの生きる希望や勇気へとつながっています。



最大級のチャリティイベント

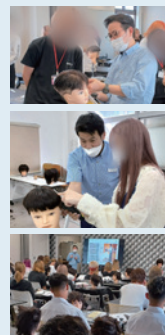
「Hair for Hope」で1700人が…

▶<https://www.youtube.com/watch?v=nCKVCdTmagA>

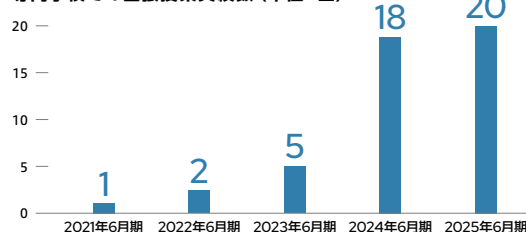
※主催：Children's Cancer Foundation

カットの楽しさと奥深さを 将来の理・美容師に

理美容専門学校への出張授業としてカット専門店のバリカン講習を定期的に行っています。専門学校の多くは卒業するまでにバリカンに触れることもなく、どの学校でも「新鮮で楽しかった」、「バリカンカットって楽しい!」と、よい感想をもらえています。



専門学校での出張授業実績数（単位：回）



	2021年6月期	2022年6月期	2023年6月期	2024年6月期	2025年6月期
北海道	-	-	-	-	2
宮城	-	-	1	3	1
東京	1	1	2	3	4
愛知	-	-	1	2	1
大阪	-	-	-	2	3
広島	-	-	-	2	2
福岡	-	1	1	6	7
合計	1	2	5	18	20

ヘアカット体験を通して 将来の選択肢のひとつに

東京都内の店舗に児童養護施設の子どもたちを招待して始まったボランティアカットは、ヘアカットを受けるだけでなく職業体験（バリカン体験）を通して、髪を切ることの魅力を伝え、将来の職業選択の一つとして、理美容師を選んでもらうきっかけを作る機会を提供しています。



開催実績

	開催数	参加者数	参加スタイリスト数
2025年6月期	5回	27人	29人
2024年6月期	3回	15人	10人
2023年6月期	2回	11人	7人



職業体験プログラム

理美容業界への興味やきっかけづくりとして、中学生を対象に業界説明や店舗業務の体験をしていただいています。



▶<https://sites.google.com/view/qbsyokuba>

	学生受入人数
2025年6月期	8人
2024年6月期	17人
2023年6月期	4人

ガバナンス

いつの時代も公正公平に

1996年の1号店オープン以来、私たちは皆さまの温かいご支援により、無事に四半世紀を迎えることができました。

「失われた20年」「失われた30年」とも呼ばれるバブル崩壊後の社会において、労働環境や地球環境は大きく変化していき、社会の考え方や捉えられ方が変容し、法の整備・改正も数多おこなわれてきました。これまでもそうであったように、私たちは引き続き、移り行く社会・法律の変化に迅速に対応し、常に時流に則したコンプライアンス経営をすすめてまいります。

コーポレート・ガバナンス

当社は社会の変化に迅速に対応できる健全経営を心掛けています。詳細はコーポレート・ガバナンスページ (<http://www.qbnet.jp/ir/management/governance/>) をご覧ください。

ディスクロージャー・ポリシー

諸法令や適時開示規則に従った適切な情報開示を行うため、ディスクロージャーポリシー (<http://www.qbnet.jp/ir/policy/index.php>) を定めています。

取締役会

重要な業務執行に関する意思決定および取締役の職務執行を監督する機関として、取締役会を原則月1回、必要に応じて臨時取締役会を開催しています。2025年6月期における個々の取締役の出席状況は下記のとおりです。

役職名	氏名	取締役会出席状況（出席率）
議長 代表取締役社長	北野 泰男	15回中 15回（100%）
専務取締役	入山 裕左	15回中 15回（100%）
取締役	壁谷 勝吉	15回中 15回（100%）
取締役	松本 修	15回中 15回（100%）
社外取締役 （監査等委員）	大宮 立	15回中 15回（100%）
社外取締役 （監査等委員）	菊地 唯夫	15回中 15回（100%）
社外取締役 （監査等委員）	戸谷 圭子	15回中 15回（100%）
社外取締役 （監査等委員）	播磨 奈央子	15回中 15回（100%）

職場ホットラインの設置

職場内では相談・解決しがたい下記の事柄について、いつでも誰でも相談できる窓口として、内部相談窓口と外部相談窓口があり、直接相談のできる2つの「職場環境ホットライン」もしくは「対応マニュアル」を設置します。また、社員がいつでも閲覧できるポータルサイトやバックヤードにて周知も図っています。

セクシャル・ハラスメント/パワー・ハラスメント/カスタマー・ハラスメント/コンプライアンス違反/事件事故犯罪等 緊急時対応など。

自然災害発生時の対応

地球温暖化の影響と思われるゲリラ豪雨や台風、大雪、地震などの自然災害発生時は、事前対策や迅速かつ臨機応変な判断が不可欠となります。当社では報告・連絡・相談のフローや緊急時の連絡手段の事前共有、災害発生時のシフト対応方法を店舗のバックヤードに掲示して周知を徹底し、従業員・顧客の安全確保に努めています。

知的財産管理

当社ではリスクマネジメントの一つとして、登録済のものだけでも、国内外合わせて商標登録119個、意匠登録1個の知的財産を有しています。

受賞歴や評価

…… 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、フランチャイズによるチェーン展開を始めたことが評価され、ニュービジネス大賞という「表彰制度」において3つ賞を受賞。

…… 2006年10月

海外用カプセル型店舗「QBシェル」が「2006年グッドデザイン賞」を受賞

ビジネスモデル同様、出店時のコストや工事期間短縮のため費用対効果を最大限に追求した海外向けカプセル型店舗「QBシェル」がグッドデザイン賞を受賞。

▶ <https://www.g-mark.org/gallery/winners/9d53eaa5-803d-11ed-862b-0242ac130002>

…… 2015年9月

2015年度「JCSI (日本版顧客満足度調査)」において生活関連サービス部門で第1位を受賞

サービス産業生産性協議会2015年度JCSI (日本版顧客満足度指数) 第3回調査結果の中で、「生活関連サービス部門」において6項目ある基準のうち顧客満足・知覚価値・ロイヤルティの3項目で顧客満足度第1位を獲得。

▶ https://www.service-js.jp/modules/contents/?ACTION=content&content_id=783



…… 2016年4月

第5回「日本チャレンジ大賞」にて奨励賞を受賞

後輩への技術指導を行なわない風習を破壊し、育成を強化、サービス残業等の劣悪な労働環境の改善のため静脈認証による出退勤管理システムの導入など労働環境の改善や顧客サービス向上を実現したことが評価され受賞。

▶ https://hr-souken.jp/challenge_award2016/



…… 2017年10月

2017年度 第17回「ポーター賞」を受賞

アメリカの経営学者マイケル・ポーター氏にちなんで、イノベーション (変革) により高い収益性を実現している企業に贈られる賞であり、同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して評価され受賞。

▶ <https://www.porterprize.org/pastwinner/2017/12/05170653.html>



…… 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

日本の企業が海外で成功している事例はメーカーや飲食業界では多いものの、日本発祥のサービス業で、複数店舗を海外で展開し、成功している事例は皆無に等しく、JETRO (日本貿易振興機構) より高く評価され受賞。

▶ https://service-award.jp/result_case02/jetro.html#ttlilink



…… 2019年2月

「KAIKA Awards 2018」にて「KAIKA大賞」を受賞

魅力的な経営、組織が増え、産業界が活性していくことを目指す本アワード。QB HOUSEは、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。

▶ <https://www.youtube.com/watch?v=dczM2b6iv4Y>



…… 2021年12月

「Owned Media Recruiting AWARD 2021」にて「グランプリ」を受賞

人材不足が社会問題となる中、採用サイトや各種SNSによる自社発信の重要性・有効性が注目される「Owned Media Recruiting AWARD 2021」(indeed社主催)において最も先進的な取り組みを実践している企業として、最高位のグランプリを受賞。

▶ <https://jp.indeed.com/press/releases/20211201>

…… 2025年10月

シンガポール政府から表彰

シンガポール唯一のヘアシェービングイベント「Hair for Hope」が、小児がんへの認知向上と募金を目的とした地域社会への貢献における優れた取り組みとして高く評価され、President's Volunteerism & Philanthropy Awards 2025 Ceremony にて表彰。

▶ https://prtimes.jp/my_c3/action.php?run=mypage&page=pressreleaseedit&release_id=59

役員スキル・マトリックス

当社の役員体制及び取締役が保有する知識と経験は、次のとおりです。

氏名	略歴	地位	企業経営	人材育成・サステナビリティ	営業・マーケティング	グローバル	財務・会計	法務・リスクマネジメント	IT・DX
 北野 泰男	2005年キュービーネット株式会社入社。 2016年より当社代表取締役社長。	代表取締役							
 壁谷 勝吉	2009年キュービーネット株式会社入社。 2023年より当社取締役兼管理本部長。	取締役							
 山本 祐樹	2023年キュービーネット株式会社入社。 2025年より当社取締役兼海外事業本部本部長。	取締役							
 江藤 貴祥	2006年キュービーネット株式会社入社。 2025年より当社取締役兼クオリティ・マネジメント本部本部長。	取締役							
 菊地 唯夫	ロイヤルホールディングス株式会社 取締役会長 京都大学経営管理大学院 客員教授	社外取締役 (監査等委員)							
 戸谷 圭子	明治大学専門職大学院グローバル・ビジネス研究科 専任教授 ストックホルム商科大学欧州日本研究所 客員研究員	社外取締役 (監査等委員)							
 播磨 奈央子	播磨奈央子公認会計士事務所 代表 ビジョナル株式会社 社外取締役監査等委員	社外取締役 (監査等委員)							
 岡田 奉典	一般社団法人ILC監事 弁護士法人TXLパートナー	社外取締役 (監査等委員)							

※上記の一覧は、各取締役の保有する知識と経験の全てを表したのではなく、会社として特に発揮を期待する スキルに印をつけております。

(2026年3月現在)

データ集

会社概要

キュービーネットホールディングス株式会社

資本金 1,373百万円

創業 1995年12月

設立 2014年10月

従業員数 3,066名(連結)(2025年6月末現在)

所在地 [本社]東京都渋谷区神泉町8番16号 渋谷ファーストプレイス4階

事業内容 持株会社として、グループ全体の経営戦略の策定・推進・管理



株式情報

発行可能株式総数 …………… 48,000,000株

発行済株式の総数 …………… 13,182,000株

当事業年度末の株主数 …………… 22,753名

上位10名の株主 (2025年6月30日現在)

株主名	持株数 (株)	持株比率 (%)
TVC MATSU FUND	1,498,700	11.37
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,354,300	10.27
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,296,600	9.84
TRIVISTA MASTER FUND	896,200	6.80
インテグラル株式会社	592,200	4.49
株式会社Kzグループ	573,700	4.35
北野 泰男	392,000	2.97
野村信託銀行株式会社(投信口)	207,700	1.58
GOVERNMENT OF NORWAY	140,600	1.07
BNP PARIBAS NEW YORK BRANCH PRIME BROKERAGE CLEARANCE ACCOUNT	125,198	0.95

(注) 持株比率は、自己株式157株を控除し、小数点以下第3位を四捨五入しております。

財務諸表

連結損益計算書

(単位:百万円)

	2025年6月期			
	実績	売上比	増減額	前期比
売上収益	25,543	100.0%	785	103.1%
売上原価	△ 19,823		△897	104.7%
売上総利益	5,719	22.3%	△111	98.0%
その他の営業収益	25		△52	
販売費及び一般管理費	△4,051		390	110.6%
その他の営業費用	△ 8		123	
営業利益	1,685	6.5%	△430	79.6%
金融収益	21		△1	91.3%
金融費用	△ 228		△54	131.0%
税引前利益	1,478	5.7%	△486	75.2%
法人所得税費用	△ 455		207	68.7%
当期利益	1,022	4.0%	△278	78.5%

連結財政状態計算書

(単位:百万円)

	2025年6月期	増減額
流動資産合計	6,884	401
現金及び現金同等物	5,271	569
営業債権及びその他の債権	1,292	△105
棚卸資産	121	△111
その他	198	49
非流動資産合計	27,327	1,512
有形固定資産	1,578	189
使用権資産	7,138	1,204
のれん	15,430	-
その他の金融資産	2,017	24
繰延税金資産	827	27
その他	335	66
資産合計	34,211	1,914
負債合計	19,528	1,401
営業債務及びその他の債務	437	157
有利子負債	8,822	607
リース負債	6,931	1,014
その他	3,336	△377
資本合計	14,683	512
負債及び資本合計	34,211	1,914

連結キャッシュフロー計算書

(単位:百万円)

	2025年6月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,299	△ 759
税引前利益	1,478	△486
減価償却費及び償却費	3,570	104
営業債権及びその他の債権の増減額 (△は増加)	86	453
利息の支払額	△ 217	△51
法人所得税の還付額	-	△20
法人所得税の支払額	△706	△42
その他	88	△ 716
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,306	△459
有形固定資産の取得による支出	△ 1,049	△226
無形資産の取得による支出	△ 135	△ 66
その他	△ 121	△167
フリー・キャッシュ・フロー	2,993	△1,217
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,263	1,853
短期借入金の純増減額 (△は減少)	△600	△200
長期借入による収入	2,000	2,000
長期借入金の返済による支出	△800	0
配当金の支払額	△ 354	△ 94
リース負債の返済による支出	△ 3,067	△ 153
その他	558	298
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 159	△ 332
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	569	301
現金及び現金同等物の当期末残高	5,271	570

持続可能なより良い社会の発展に向けて

わたしたちの仕事は、お客さまの不快をヘアカットサービスによって「快適」に、
働く人にはシャンプーや薬剤による手荒れの不安をヘアカットサービスに特化することで健康でいられる「安心」に。
そして、水やドライヤーを使わず自然資源の無駄な消費を抑制することで環境負荷を減らし、
地球環境にやさしいサステナブルな社会に向けた「貢献」をもたらします。

省くこと (LESS) で生まれる3つの豊かさ (MORE)

- ①あらゆる人が力を発揮できる社会の多様性のために、人権を尊重し、安心な労働環境と一人ひとりが自分らしく輝ける成長の場を提供します。
- ②私たちが生きる地球のために、環境負荷の軽減で、持続可能な事業を実現し、そこで暮らす人々の豊かさと快適さを守ります。
- ③ヘアカットの力を生きる喜びに、髪を整える喜びを暮らしの充実につなげ、調和ある発展を実現します。



編集方針

本書では、QBグループの「これまで」と「これから」を、業界全体の話を含め、より深く理解していただけるよう配慮し作成しました。当社では、2024年度を当社のサステナビリティ元年として捉え、取り組みを推進しています。