



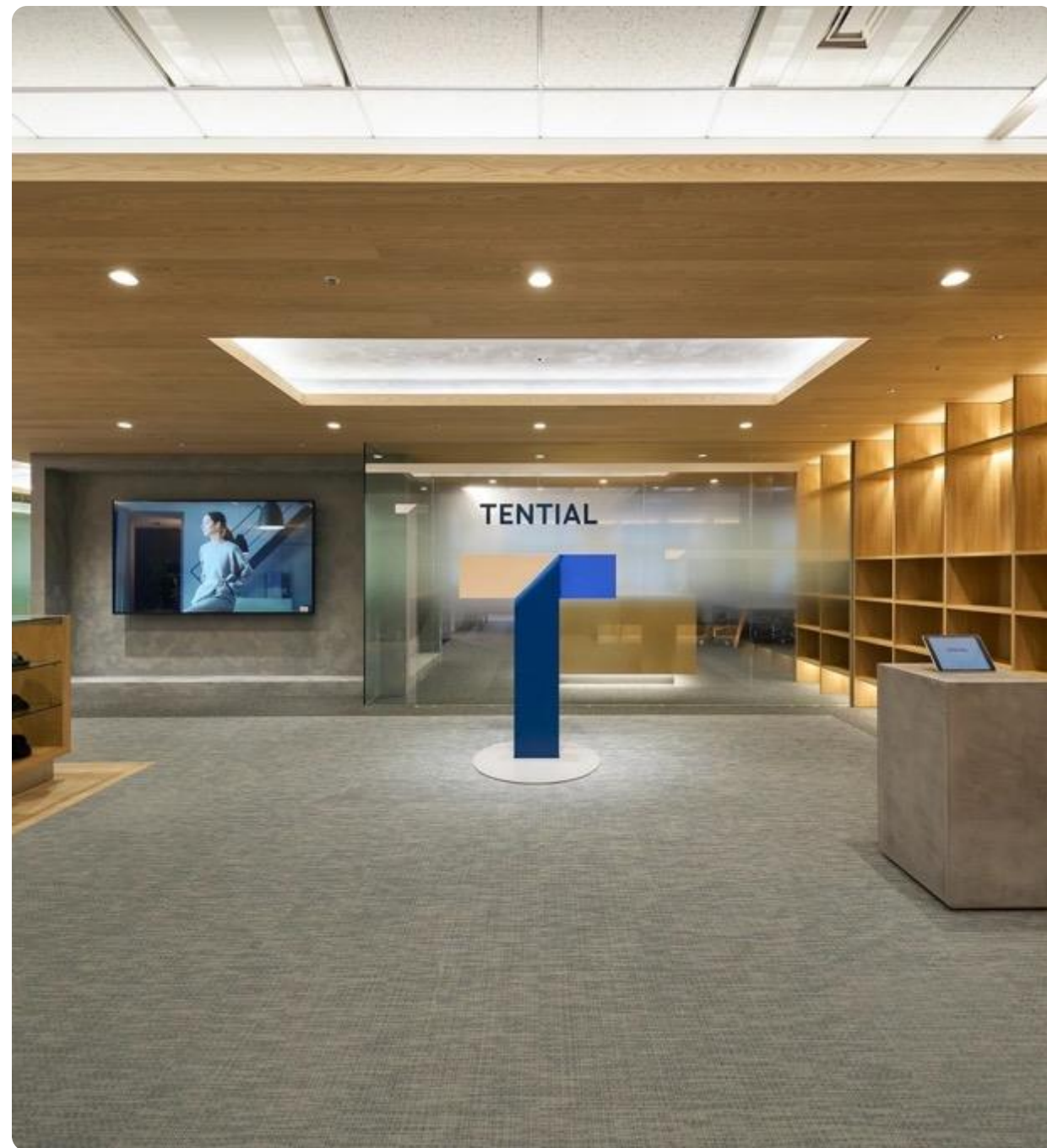
2025年8月期 第1四半期決算説明資料

株式会社TENTIAL（証券コード：325A）
2025年6月13日



CONTENTS

- 01 2025年8月期第1四半期実績
- 02 直近のトピックス
- 03 2025年8月期通期業績予想修正
- 04 TENTIALについて



01

2025年8月期 第1四半期実績



25/8期 1Q

売上高

2,851百万円

前年同期比

229.9%

25/8期 1Q

営業利益

189百万円

前年同期比

+202百万円*

25/8期 1Q

当期純利益

131百万円

前年同期比

+140百万円*

- ・ 売上高、営業利益共に1Qとして過去最高を達成
- ・ 段階利益も前年同期比で大きく成長し、黒字で着地

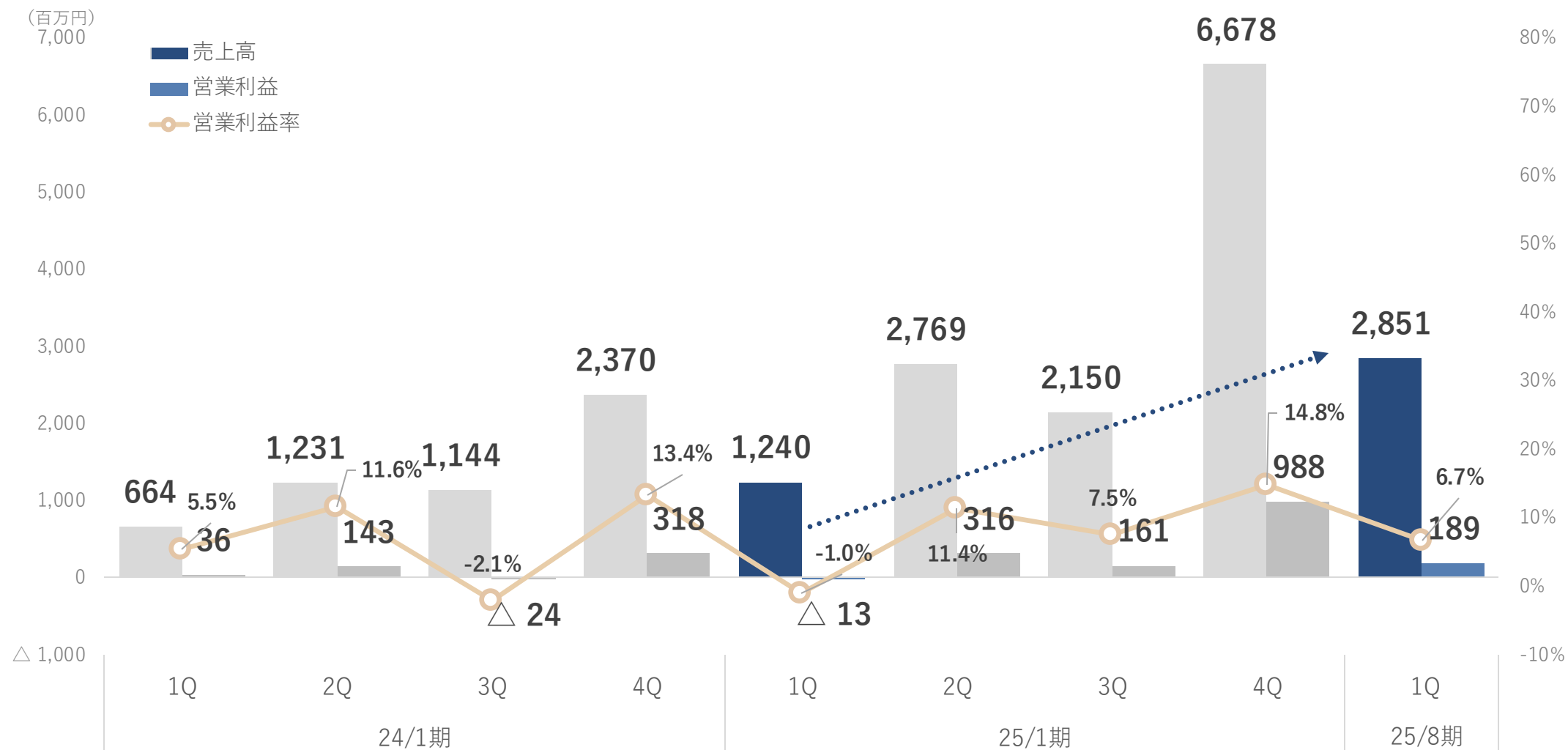
前年同期比で200%以上の成長を実現し、
売上高、営業利益共に1Qとして過去最高を達成

(単位：百万円)	25/1期 1Q	25/8期 1Q	前期比
売上高	1,240	2,851	229.9%
売上総利益	854	2,025	238.0%
└売上総利益率	68.9%	71.0%	+2.1pt
営業利益	△12	189	—
└営業利益率	△1.0%	6.7%	+7.7pt
経常利益	△14	185	—
当期純利益	△9	131	—

1Q振り返り

- ・ 昨年末のTVCM等のマスプロモーションにより認知拡大が想定よりも進み、新規獲得件数が増加
- ・ 積極的に新商品を投入することで、既存顧客のリピート購入も安定的に拡大
- ・ 昨年12月から続いていた定番商品を中心とした在庫不足の影響がありながら、非定番商品の売上が想定よりも伸長

1Q単体で黒字化を実現

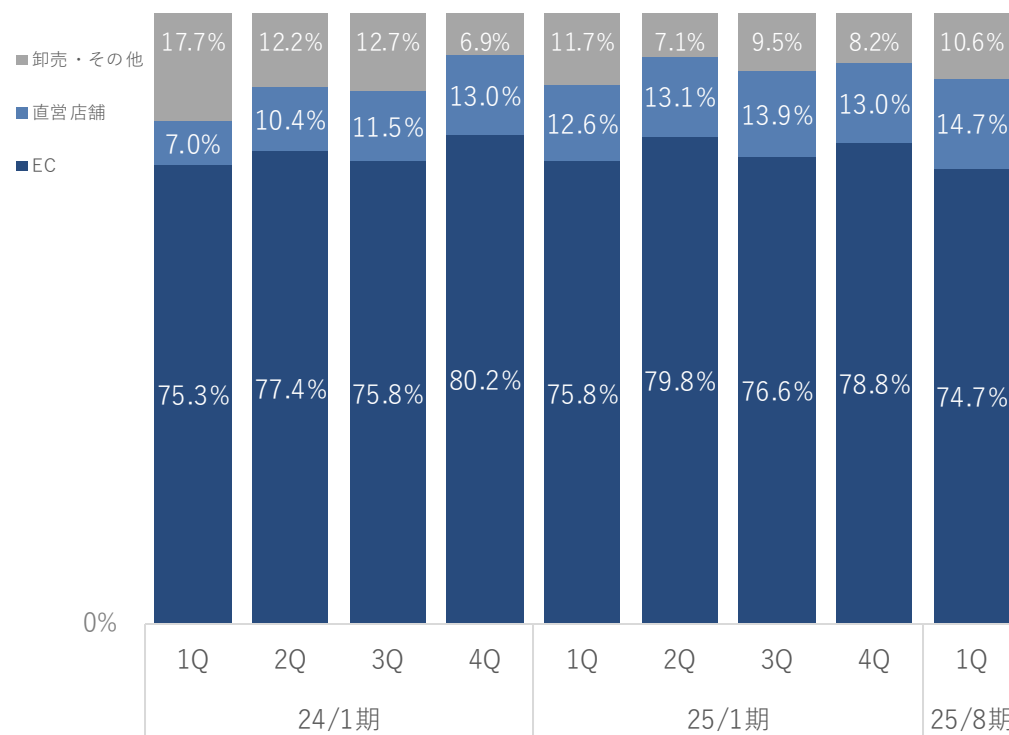


注釈：四半期財務諸表を作成していないため、2024年1月期の数値は参考値です。

チャネル構成比は安定的に推移し、高い自社チャネル比率を維持

チャネル別売上高比率推移

自社チャネル売上高が**全体の89.4%^{*1}**を占有しているため
高い売上高総利益率を実現可能なモデル



チャネル別トピックス

自社EC

- ・ ECサイトにおけるブランド体験及び効率的なCRMが可能な自社ECへの注力は継続
- ・ 春夏アイテムの発売を記念し「SPRING CAMPAIGN」を実施し、売上拡大に貢献

ECモール

- ・ 3月楽天スーパーセール等大型イベントが売上拡大に寄与

直営店舗

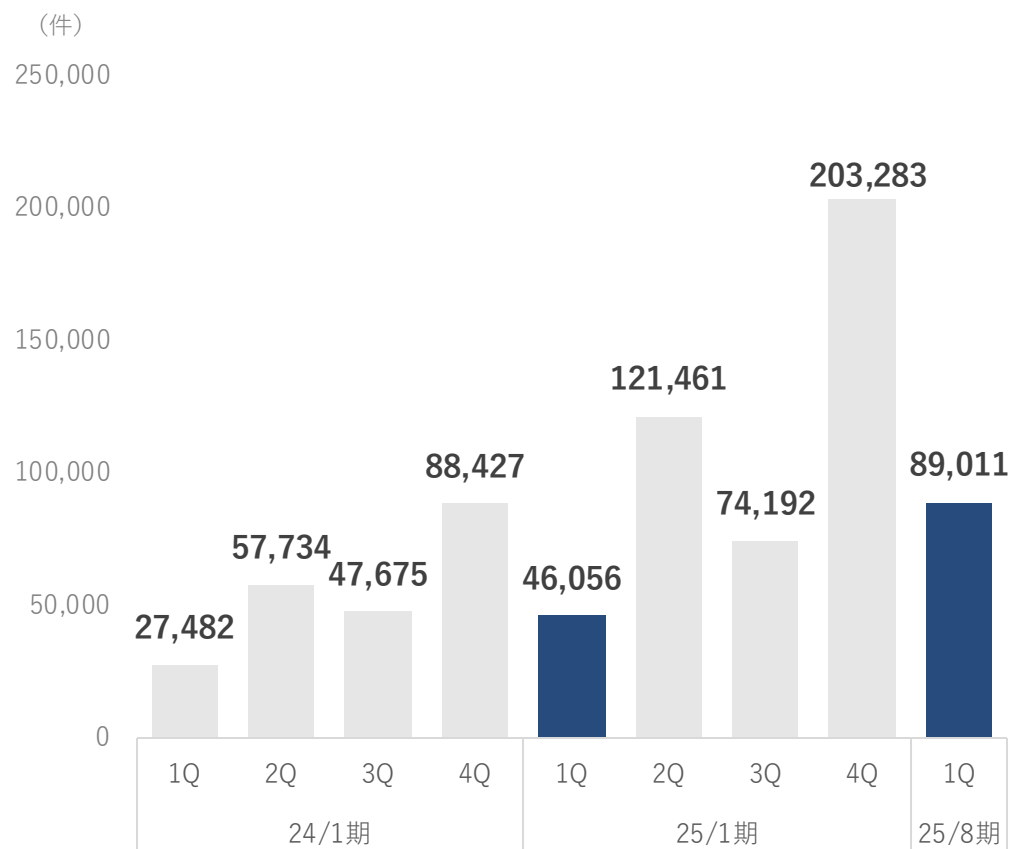
- ・ 2025年8月期1Qは、以下4店舗を新規オープン（大阪、広島、横浜みなとみらい、福岡天神）
- ・ 2025年3月には、TENTIAL 丸の内をリニューアルオープン

* 1：自社チャネル売上比率は、25/1期におけるブランド事業売上高に占めるEC売上高及び自社店舗（常設店舗及びポップアップ型店舗）売上高の割合から算出。

KPI推移（購入件数、購入単価）

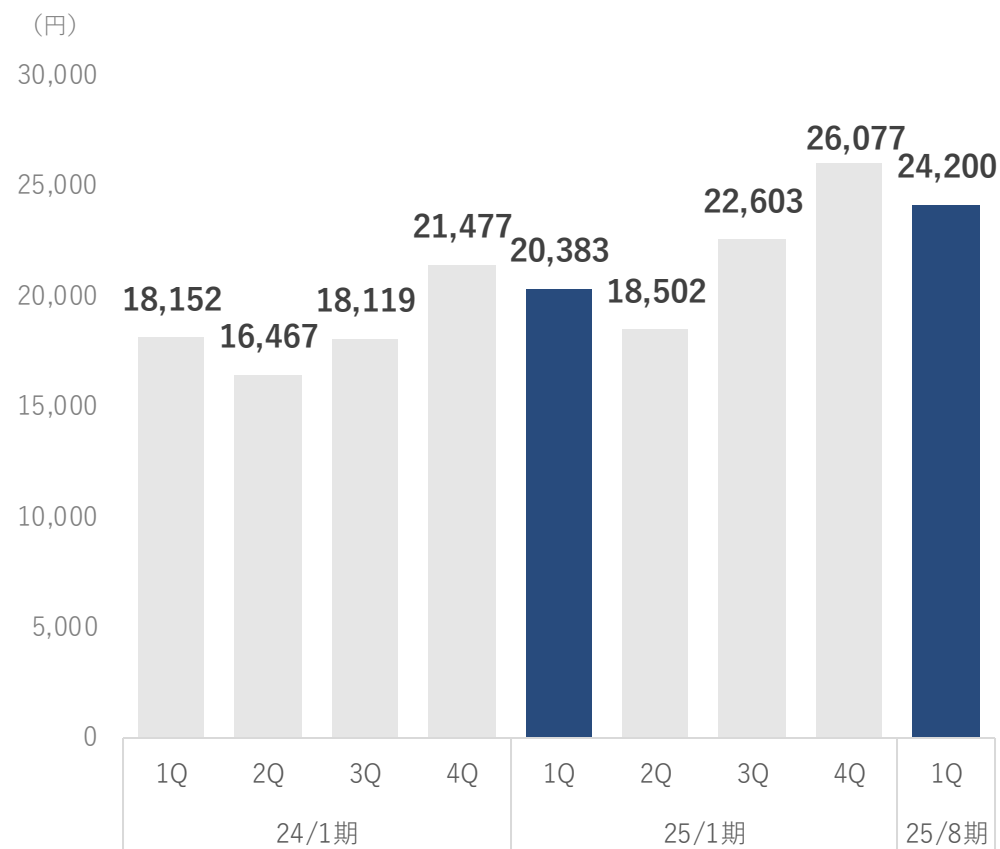
■ 購入件数（オンラインチャネル）^{*1}

第1四半期は閑散期ながら、前年同期比で着実に成長



■ 購入単価（オンラインチャネル）^{*2}

昨年秋の価格改定効果に加え、高単価商品の投入により前年同期比で成長を実現



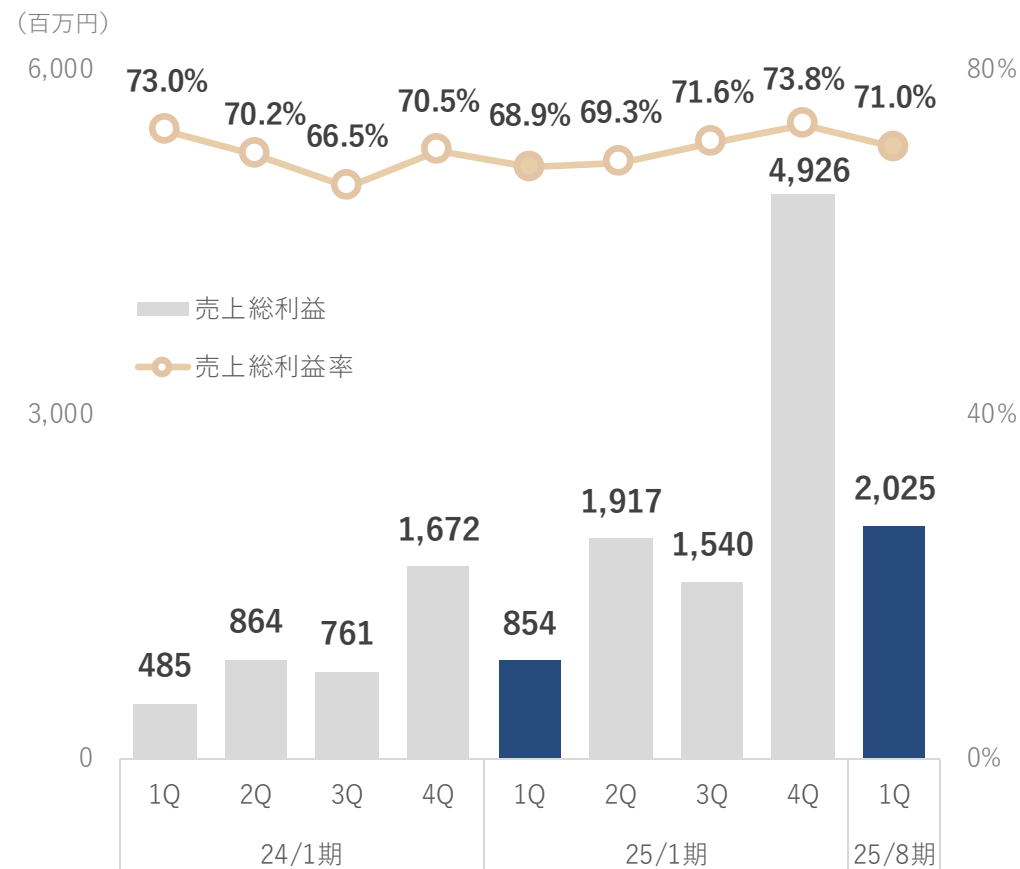
* 1：購入件数は、当該年度のオンラインチャネル（自社EC及び他社EC）におけるのべ購入件数

* 2：購入単価は、当該年度のオンラインチャネル（自社EC及び他社EC）における売上高から購入件数を除することにより算出

売上総利益/売上総利益率・販管費の推移（四半期）

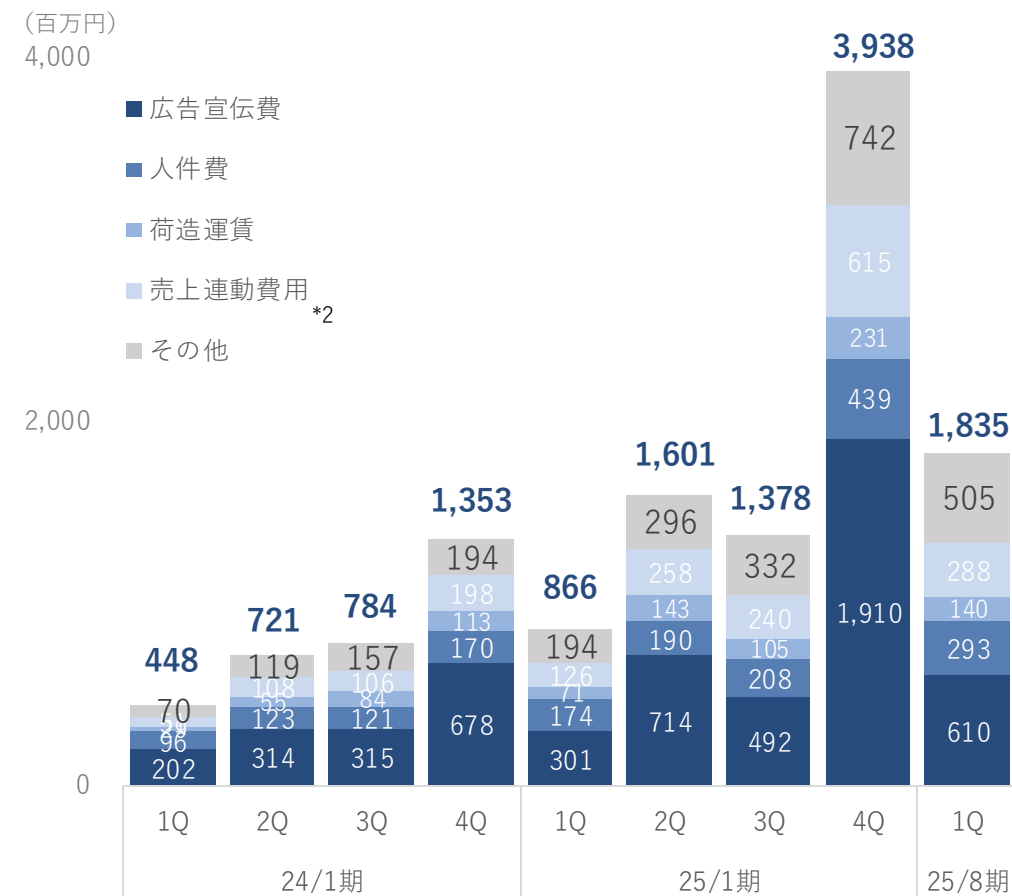
売上総利益 / 売上総利益率^{*1}

顧客単価の上昇が寄与し、
前年同期に比べ2.1ポイント向上



販売費及び一般管理費

各販管費内訳の構造は前年同期から変化はなく、
規律を持った広告投資で広告宣伝費率は前年同期比で改善



* 1： 四半期財務諸表を作成していないため、2024年1月期の数値は参考値です。

* 2： 主に決済手数料、販売手数料、店舗関連費用などで構成

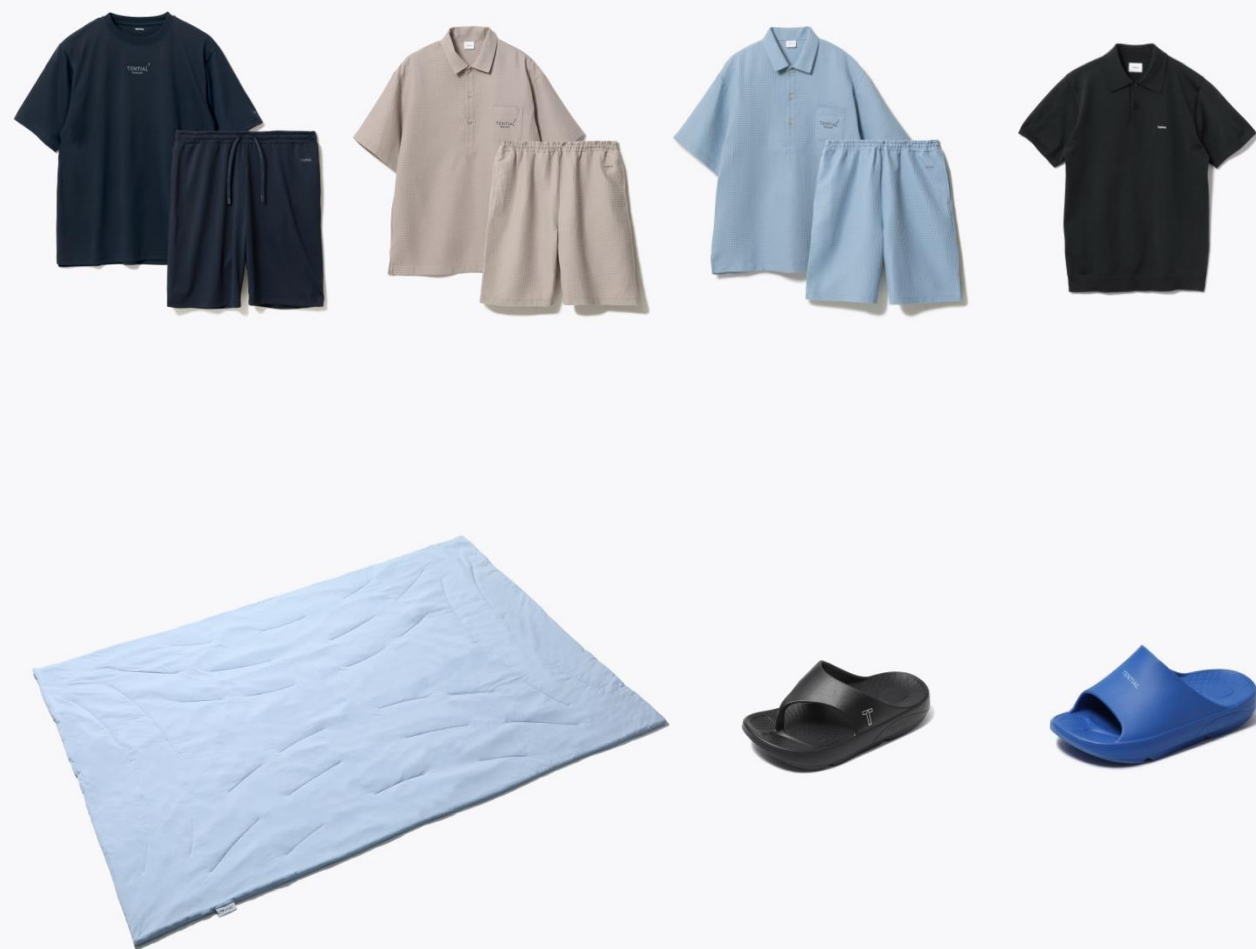
利益ドライバーである広告費を適切にコントロールし、
成長を実現しながら収益性も改善

(単位：百万円)	25/1期 1Q		25/8期 1Q		変動要因
	実績	対売上高比率	実績	対売上高比率	
売上原価	386	31.1%	825	29.0%	・ 昨年9月の価格改定の影響で改善
荷造運賃	71	5.8%	139	4.9%	・ 購入単価の上昇により改善
広告宣伝費	301	24.3%	609	21.4%	・ 認知拡大により広告効率が改善
人件費	174	14.1%	293	10.3%	・ 売上の伸長により対売上高比率は改善
売上連動費用	126	10.1%	288	10.1%	・ 変化なし
その他	194	15.7%	504	17.7%	・ 事業拡大に伴う全社的な経費の増加
営業利益	▲12	—	189	6.7%	

直近のトピックス



リカバリーウェア「BAKUNE」シリーズにおける新素材商品をはじめ、
全てのカテゴリーにおいて、新商品を販売



直営店を5都市にオープン

横浜・大阪・広島・福岡の4都市に直営店を新規オープン
丸の内店は店舗面積を拡張し、リニューアルオープン

*1

TENTIAL 丸の内



TENTIAL 横浜みなとみらい



TENTIAL 大阪



TENTIAL 広島



TENTIAL 福岡天神



2025年8月期 通期業績予想修正



通期計画に対して順調に推移したため、業績予想を上方修正

(百万円)	24/8期 実績 (2024/2-8月)	25/8期 当初通期計画 (2025/2-8月)	25/8期 通期計画 (修正)		
	金額	金額	金額	前期比	当初計画比
売上高	4,582	6,514	9,506	207.5%	145.9%
売上総利益	3,177	4,693	6,874	216.6%	146.6%
売上総利益率	69.4%	72.0%	72.3%	+2.9pt	+0.3pt
営業利益	344	390	649	188.6%	166.4%
営業利益率	7.5%	6.0%	6.8%	-0.7pt	+0.8pt
経常利益	347	387	646	185.9%	166.7%
当期純利益	245	315	464	189.2%	147.4%

計画の前提

売上高

・認知拡大による売上伸長等の1Qにおけるトレンドは今後も継続する見通しのため、通期の売上高予想を上方修正

販管費

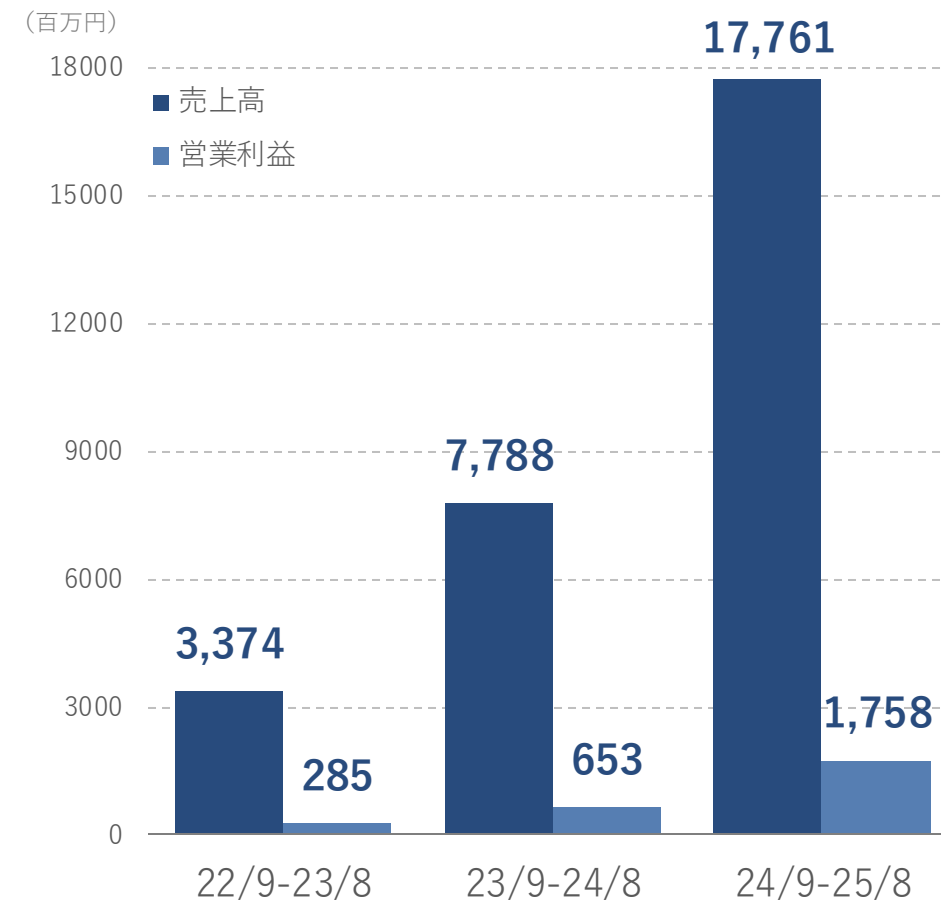
・足元競争環境を鑑みて、成長加速に向けた戦略的な広告宣伝投資を強化

営業利益

・成長加速に向けた戦略的な広告投資を優先するため、営業利益率は前年同期を下回る計画

12ヶ月換算の業績予想においても、売上・利益ともに高い成長を計画。

(百万円)	22/9-23/8 [*]	23/9-24/8 [*]	24/9-25/8	
	実績 (参考)	実績 (参考)	計画	前期比
売上高	3,374	7,788	17,761	228.1%
営業利益	285	653	1,758	269.0%
経常利益	294	651	1,736	266.7%
当期純利益	239	583	1,279	219.3%



注釈：本数値は、決算期変更に伴い、新たな事業年度に基づいて再構成した参考値であり、監査法人の監査・レビューを受けたものではありません。

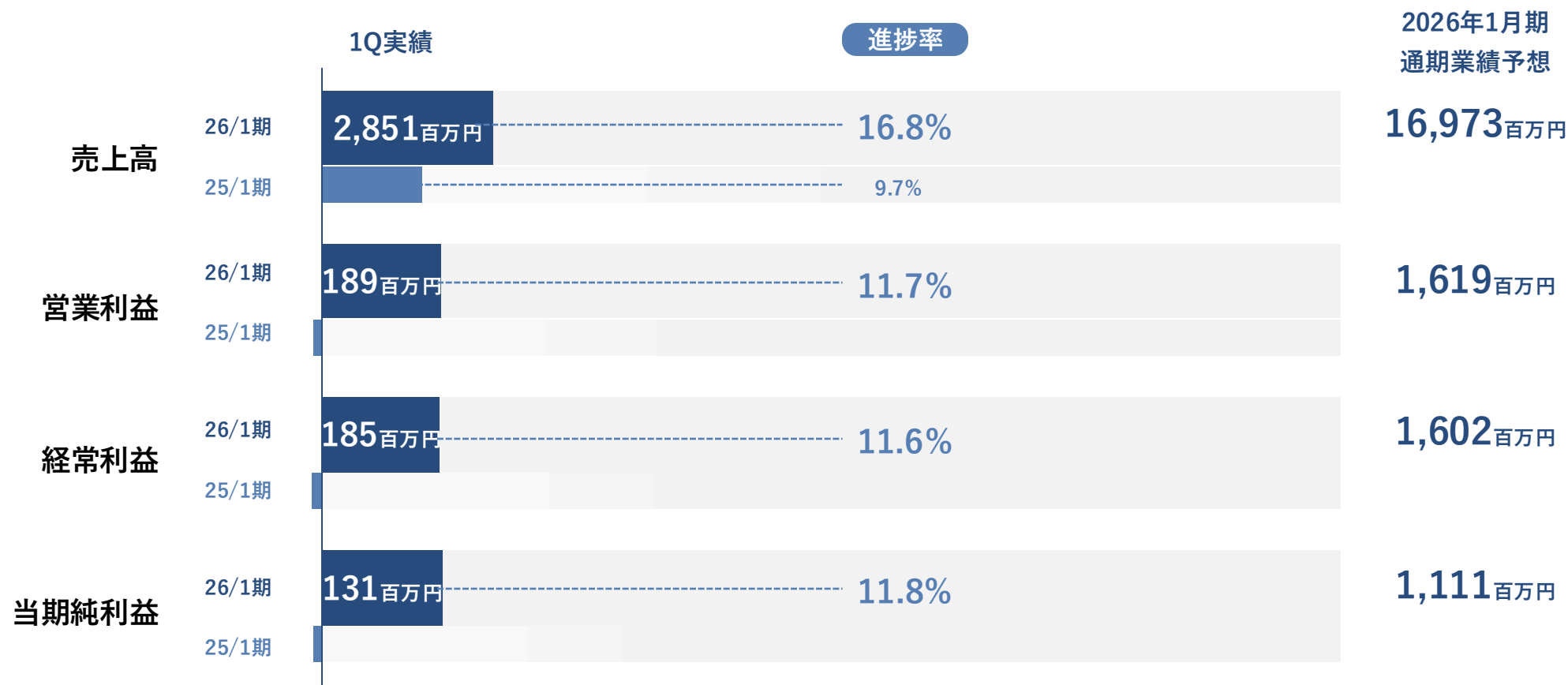
(参考) 26/1期業績予想に対する進捗状況

2026年1月期業績予想に対する進捗状況

進捗率としては売上・利益ともに前期を上回るペースで進捗。

上場後の決算期変更に伴い、上場時に開示した業績予想との比較可用性を担保するために開示しております。

今後は、25/8期通期決算発表（10月）、26/8期第1四半期（1月）、26/8期第2四半期（4月）のタイミングで開示を予定しております。



04

TENTIALについて



健康に前向きな社会を創り、
人類のポテンシャルを引き出す。



365日24hコンディショニングというブランド哲学を軸に商品展開



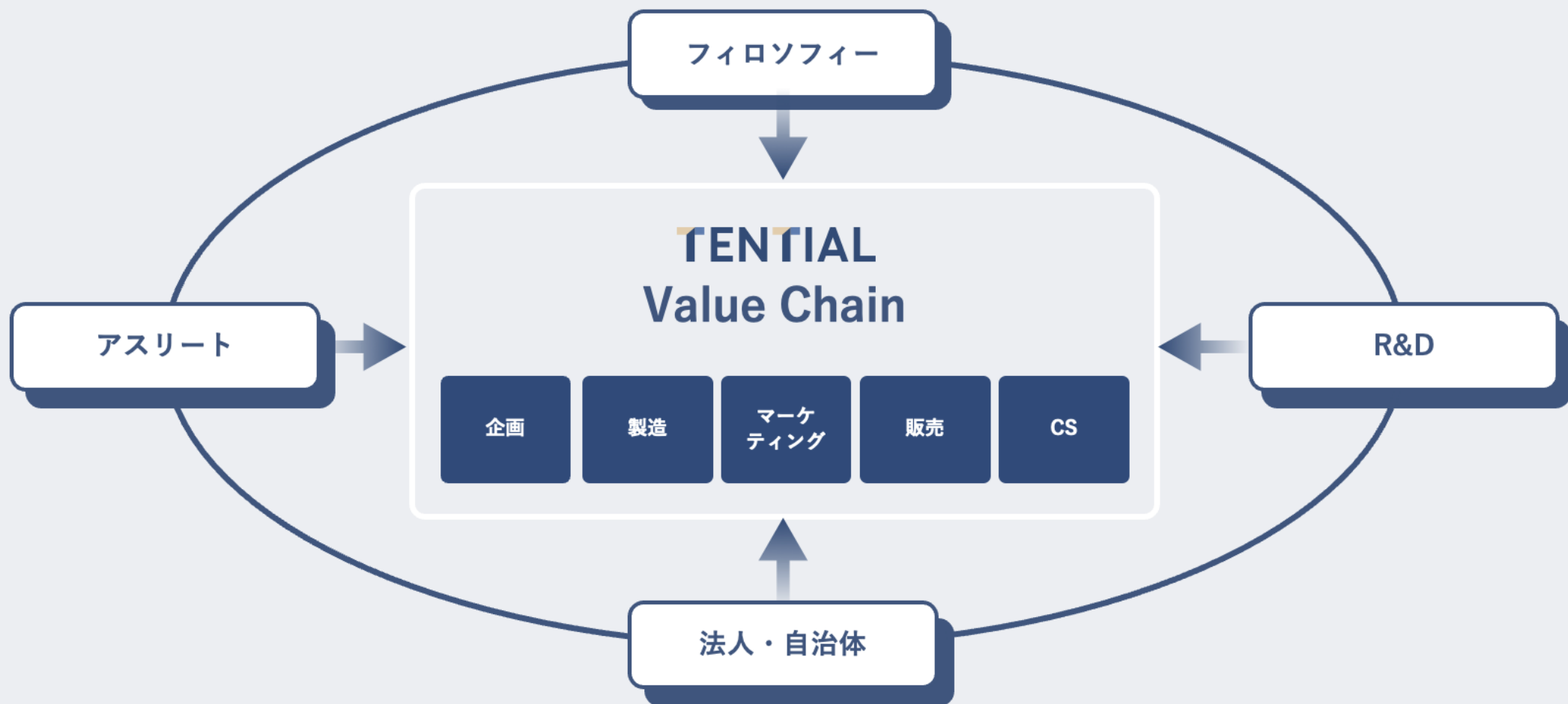
一般的なスポーツや生活の衣類ではなく「健康」という切り口から 日常×機能性の領域で独自のブランドポジショニングを構築



TENTIALを支える「強さ」の根源。

フィロソフィーが貫く、高付加価値バリューチェーン

創業のフィロソフィーを軸に、企画からお客様への提供まで、全プロセスで高付加価値を創出します。
これは、コンディショニングブランドとしてのブランド価値確立に向けたTENTIAL独自の構造です。



「健康課題」を解決するためのR&D活動

日常のあらゆる生活シーンにおける「健康課題」に着目し、健康課題を解決するためにこういった製品にどのような価値（機能）を付加するかを日々調査・研究を行い、当社独自の付加価値をもった製品を開発し、お客様に届けています。

大学との共同研究事例



リカバリーウェアが睡眠にもたらす影響の生理学的研究

早稲田大学睡眠研究所 所長の西多昌規教授との共同研究の下、リカバリーウェアが睡眠にもたらす影響の生理学的研究を実施。リカバリーウェア着用により、睡眠の初期段階で体表面からの放熱と深部体温の低下が促進されることで、効率のよい睡眠導入を実現することが示唆された。

独自技術「Sleep Conditioning Technology™」を有した掛け布団の臨床研究

独自技術「Sleep Conditioning Technology™」を有した掛け布団が睡眠に与える影響を検証するため、「Sleep Conditioning Technology™」を用いた掛け布団と一般標準品の羽毛布団を使用した、盲検化のクロスオーバー法を用いた睡眠指標を比較する評価試験を行いました。

独自機能の開発（特許出願中）



睡眠用靴下の特殊構造

靴下の先端部をメッシュ編みにすることにより、一般的なソックスに比べ1.5倍の通気性を確保し、睡眠時でも快適な構造を実現



Sleep Conditioning Technology®

温度調整わた、調湿シートの独自の配合を通じて、寝床内環境寝床内環境に重要な、温度・湿度を快適に保つTENTIAL独自の技術

共創パートナーとしてアスリートのコンディショニングに向き合う

トップアスリートの知見を商品開発に活かすだけでなく、アスリートが常に高いパフォーマンスを発揮できるよう、アスリートのコンディショニングにも向き合っています。



平野 美宇 選手

2024年パリオリンピック
卓球女子団体日本代表

愛用アイテム

- リカバリーウェア
- 枕
- マットレス

TENTIALを知ったきっかけ

マネージャーさんにお勧めしていただいたのですが、着てみるとすごく寝やすく、**もっと着てみたいと思ったのがきっかけ**です。

愛用している理由

最初に着た時、すごく気持ちが良くて、また着たいと思いました。**ずっと着てるとBAKUNEで寝るのが習慣**付いて、BAKUNE以外であまり寝ることは無いぐらいずっと着てます。



パートナーシップを通じた、TENTIALを体験できる場の拡大

TENTIALの思想にご共感いただいたホテル様とのパートナーシップのもと、オリジナルアメニティを通じて、上質なコンディショニング体験をお届けしています。

シックスセンスズ 京都ホテル



パティナーナ大阪



ANAグループとのパートナーシップ通じて空の旅をより快適に

ANAグループとのパートナーシップのもと、POPUPストアの開催や国際線ファーストクラスへのオリジナルアメニティ採用を通じて、空の旅の体験価値向上を目指します。

ANAファーストクラスアメニティ



羽田ANAT2免税店 POPUP



法人、行政との連携による、健康課題解決に向けた取り組み

自治体との包括連携協定や、企業との共同検証実験を通じて、製品・サービスの有効性を客観的に実証し、社会全体の健康増進に貢献します。



×

TENTIAL

静岡県三島市と包括連携協定を結び
コンディショニングを活用した健康増進を推進



×

TENTIAL

愛知県名古屋市の健康経営支援のパートナー企業に認定
睡眠改善セミナーを実施



×

TENTIAL

NTT東日本グループと「テンシャル製品を用いた従業員の
睡眠課題を解決する検証実験」を実施



×

TENTIAL

テンシャル製品で冷え×睡眠課題を解決する検証実験を実施し
主観評価で冷えによる睡眠課題を大幅に改善する結果に



だれも奪えないもの。
それがポテンシャルだと思う。

免責事項

本資料は、当社の会社情報等の開示のみを目的として当社が作成したものであり、日本国、米国その他の一切の法域における有価証券の買付け又は売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。日本国、米国その他の法域において、適用法令に基づく登録若しくは届出又はこれらの免除を受けずに、当社の有価証券の募集又は販売を行うことはできません。

本資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。

将来の事業内容や業績等に関して本資料に記載された記述は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、「目指す」、「予測する」、「想定する」、「確信する」、「継続する」、「試みる」、「見積もる」、「予期する」、「施策」、「意図する」、「企図する」、「可能性がある」、「計画」、「潜在的な」、「蓋然性」、「企画」、「リスク」、「追求する」、「はずである」、「努力する」、「目標とする」、「予定である」又は将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他の類似した表現を含みます。将来予想に関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいて作成しており、これらの記述の中には、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。新たな情報、将来の出来事やその他の発見に照らして、将来予想に関する記述を変更又は訂正する一切の義務を当社は負いません。本プレゼンテーション資料に記載されている当社以外の企業等に関する情報及び第三者の作成に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、そのデータ・指標等の正確性・適切性等について、当社は独自の検証は行っておらず、何らその責任を負うことはできません。

