

2025年 3 月期
通期
決算説明資料

2025.05.29

(証券コード : 4926)

C'BON



1. 2025年3月期 決算報告

2. トピックス

決算報告

主に直営店舗の既存顧客の回復やポイント利用促進施策等により増収・増益。

項目	2024年3月期 実績	2025年3月期 計画値 (2月6日開示)	2025年3月期 実績
連結売上高	8,498百万円	8,700百万円	8,838百万円
営業利益	29百万円	12百万円	171百万円
経常利益	43百万円	13百万円	172百万円
当期純利益	▲26百万円	▲72百万円	136百万円

▶ 直営店舗の既存顧客の継続数が4Q以降、減少傾向から増加傾向に転じたことや、ポイント利用促進に向けた施策が奏功し役務収益が大きく増加したことも寄与し増収となった。

▶ リブランディングや売上高に伴う賞与等の人件費の増加により販管費増加となるも、売上高の増加が販管費の上昇分を上回り増益となった。

【前期との差異】

連結売上高：主に直営店舗の売上高が増加したことにより4.0%増

法人税等：法人税等調整額(益)として78百万円を計上

(百万円)	2024年3月期	2025年3月期
連結売上高	8,498	8,838
売上原価	2,099	2,095
売上総利益	6,399	6,743
販管費	6,370	6,572
営業利益	29	171
営業外収益	22	12
営業外費用	8	10
経常利益	43	172
特別利益	0	2
特別損失	18	35
税金等調整前当期純利益	25	139
法人税等合計	52	2
親会社株主に帰属する 当期純利益又は純損失	▲26	136

2020年3月期～2024年3月期のうち4期で純利益が赤字(2020年3月期は44百万円と黒字)
当期は黒字化し、将来にわたって課税所得が発生すると見込まれる
⇒繰延税金資産を計上

◆ BSへの影響

繰延税金負債

2024年3月期末：78,283千円 期中増減：△4,203千円 ⇒ 74,079千円

繰延税金資産

2024年3月期末：0円 期中増減：+77,064千円 ⇒ 77,064千円

2025年3月期末

繰延税金負債：74,079千円 ⇔ 繰延税金資産：77,064千円

相殺した結果、

繰延税金負債：0円 繰延税金資産：2,984千円となった

◆ PLへの影響

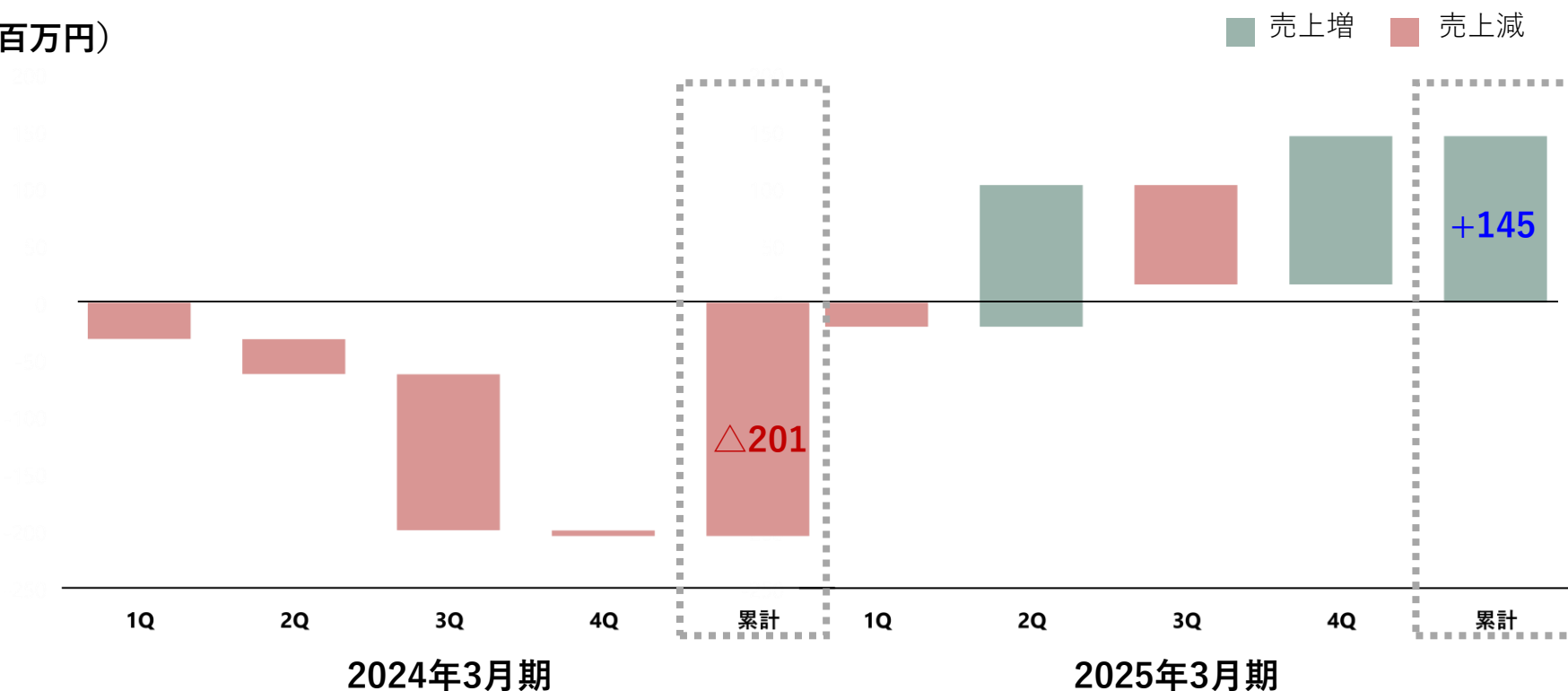
法人税等調整額

繰延税金額にこれまでに計上している繰延税金負債の調整額を加味し
年度累計78,779千円を法人税等調整額(益)に計上

2024年3月期は年間累計▲201百万円と大きくマイナス。
⇒10月の会員規約変更によるBPの価値変更による一過性の処理の影響。

2025年3月期はポイント利用促進の施策もあり、+145百万円での着地。

(百万円)

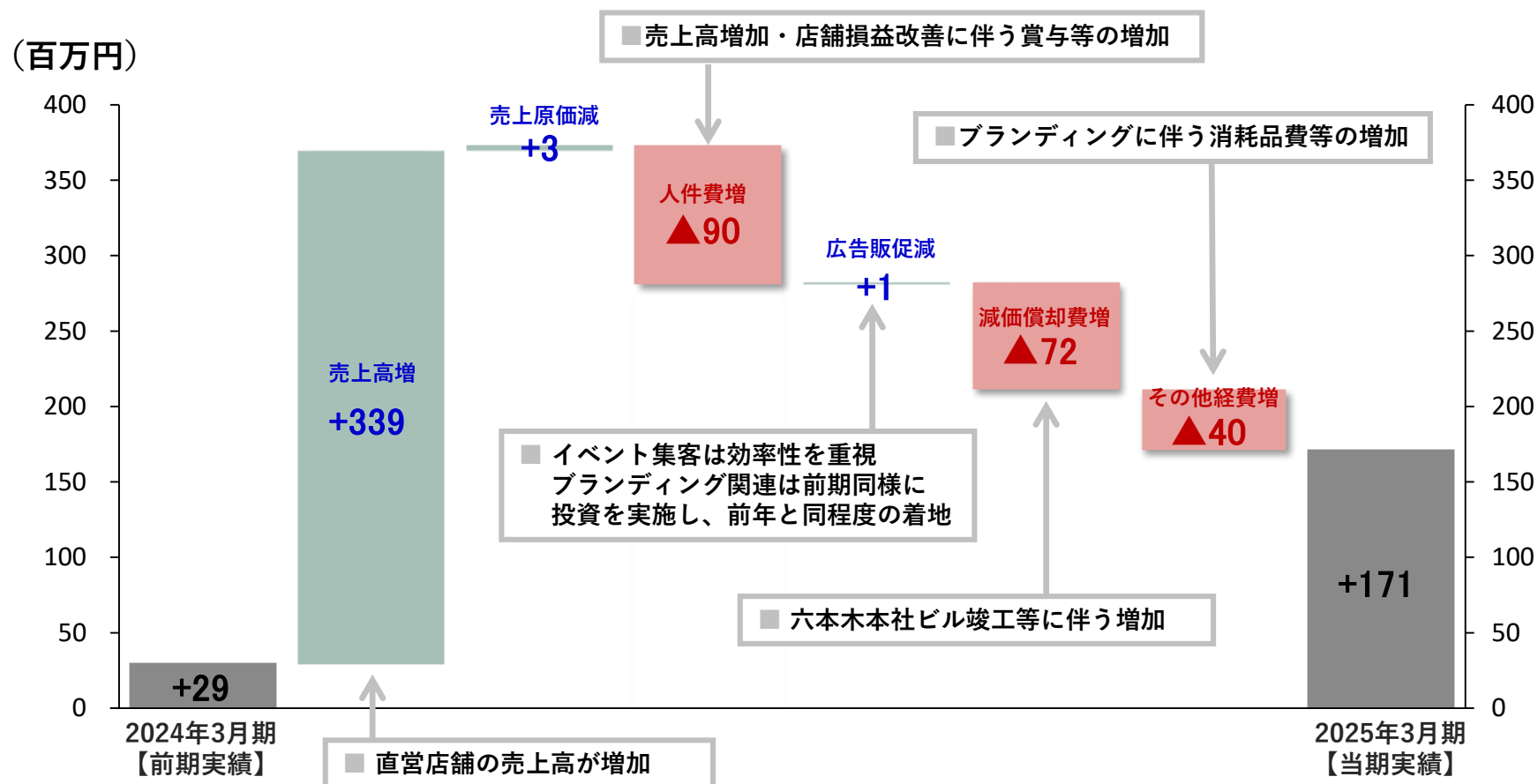


営業利益差異分析(前期比)

C'BON

【前期との差異】

売上高の増加が大きく貢献して、営業利益は前年を大きく上回る着地
本社ビル竣工に伴う減価償却費やリブランディング費用を計上し販管費は増加



本社ビル建替えにより現預金(流動資産)が減少し、建物及び構築物(固定資産)が増加
 店舗でのポイントの消化促進や施行促進の効果で契約負債(流動負債)が減少
 ⇒ 自己資本比率2024年3月：64.2 % ⇒ 2025年3月：66.9%

単位：百万円	2024年3月期 (2024年03月31日)		2025年3月期 (2025年03月31日)		増減額	前期 末比
	金額	構成比	金額	構成比		
流 動 資 産	5,513	62.6%	4,613	54.1%	▲899	83.7%
固 定 資 産	3,294	37.4%	3,909	45.9%	614	118.6%
資 産 合 計	8,808	100.0%	8,522	100.0%	▲285	96.8%
流 動 負 債	2,692	30.6%	2,490	29.2%	▲201	92.5%
固 定 負 債	455	5.2%	328	3.9%	▲127	72.1%
負 債 合 計	3,148	35.7%	2,819	33.1%	▲328	89.6%
自 己 資 本	5,656	64.2%	5,699	66.9%	42	100.8%
新 株 予 約 権	2	0.0%	3	0.0%	0	120.0%
純 資 産 合 計	5,659	64.3%	5,703	66.9%	43	100.8%
負債純資産合計	8,808	100.0%	8,522	100.0%	▲285	96.8%

販売チャネル別 売上高

C'BON

直営店舗	新規・継続ともに購入単価が好調に推移したため売上高増加。
通信販売	直営店舗との相互利用は進むも、新規顧客の開拓に苦戦。
国内代理店	新規開拓が進むも、既存の主力代理店の販売が落ち込み前年微減。
海外代理店	中国での販売が滞り低調な推移。その他の地域での取引拡大を進める。
その他（子会社）	前期末の自主回収の影響で低調も、下期は新製品を投下し回復基調。

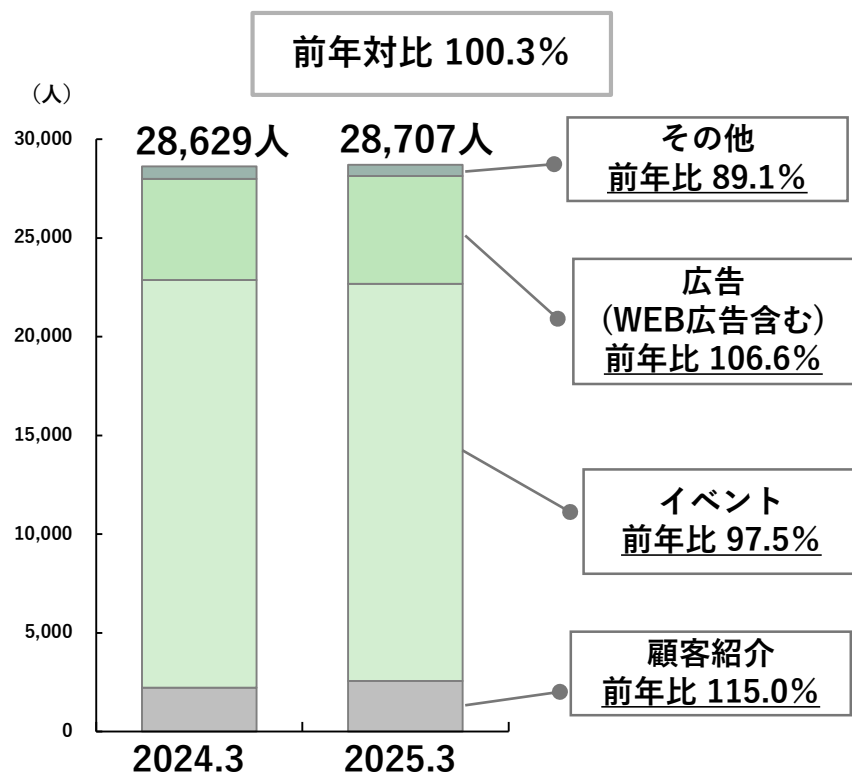
単位：百万円	2023年3月期 通期実績	2024年3月期 通期実績	2025年3月期 通期実績	
	金額	金額	金額	構成比
直営店舗	7,818	7,846	8,304	93.9%
通信販売	316	286	273	3.1%
国内代理店	130	147	141	1.6%
海外代理店	77	46	15	0.2%
その他	182	172	104	1.2%
合計	8,525	8,498	8,838	100.0%

【新規来店数】WEB広告を強化しており、新たな顧客接点の拡大に向け注力。

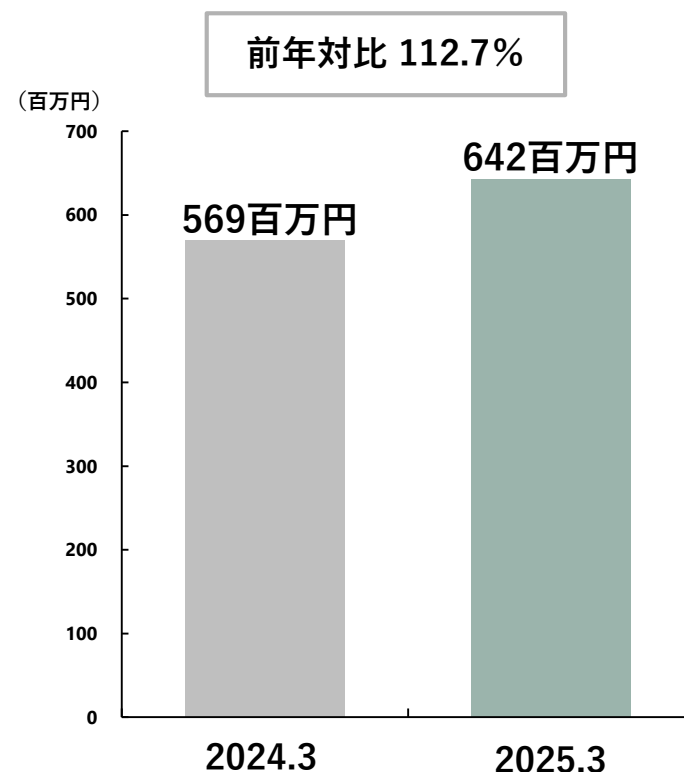
【新規売上高】店舗スタッフ教育の強化もあり、顧客満足度の向上により契約単価が上昇。

⇒ 新規売上高2桁成長

< 新規来店者数 >



< 新規売上高 >

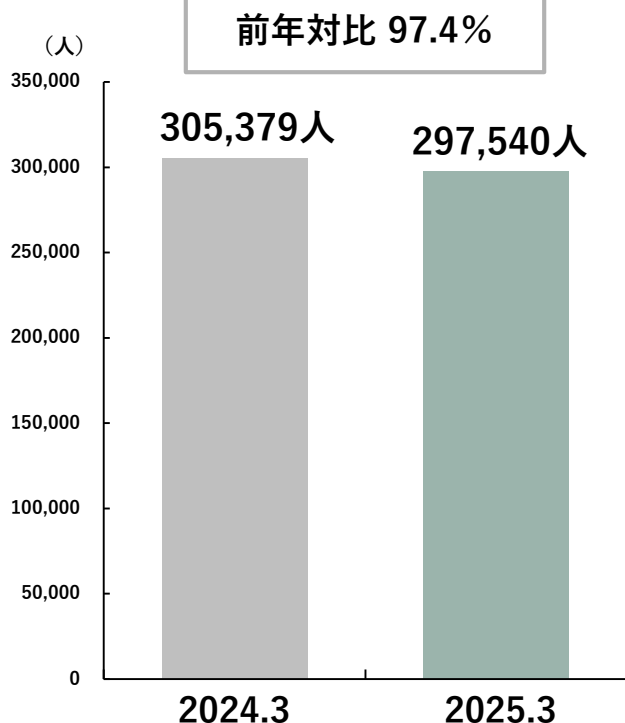


【継続数】店舗統廃合の影響もあり減少傾向も、新規顧客の増加により4Q以降増加傾向。

【継続売上高】都市型店舗のブランディング改装効果が大きく、全体の売上高を牽引。

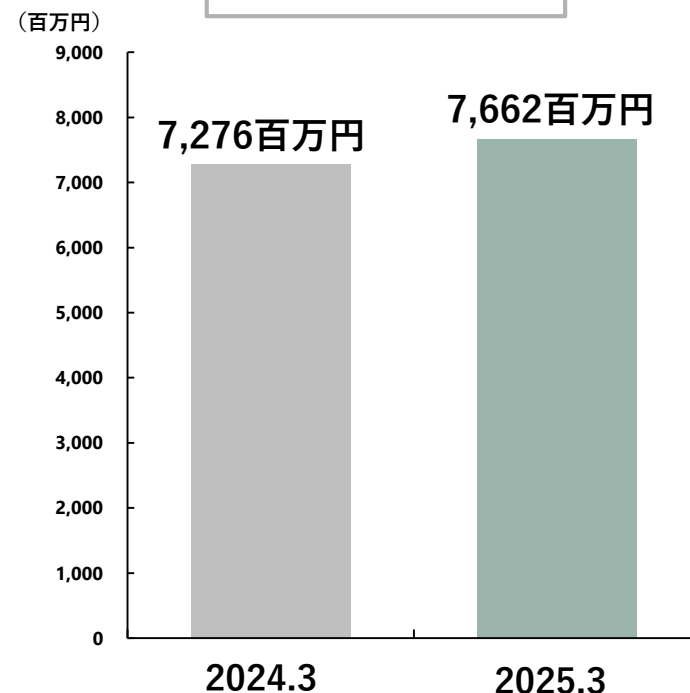
< 継続数 >

※継続数：1ヶ月に1回以上来店のある月毎の「のべ人数」



< 継続売上高 >

前年対比 105.3%



月次売上高の推移 - 直営店舗（役務収益を含む） -

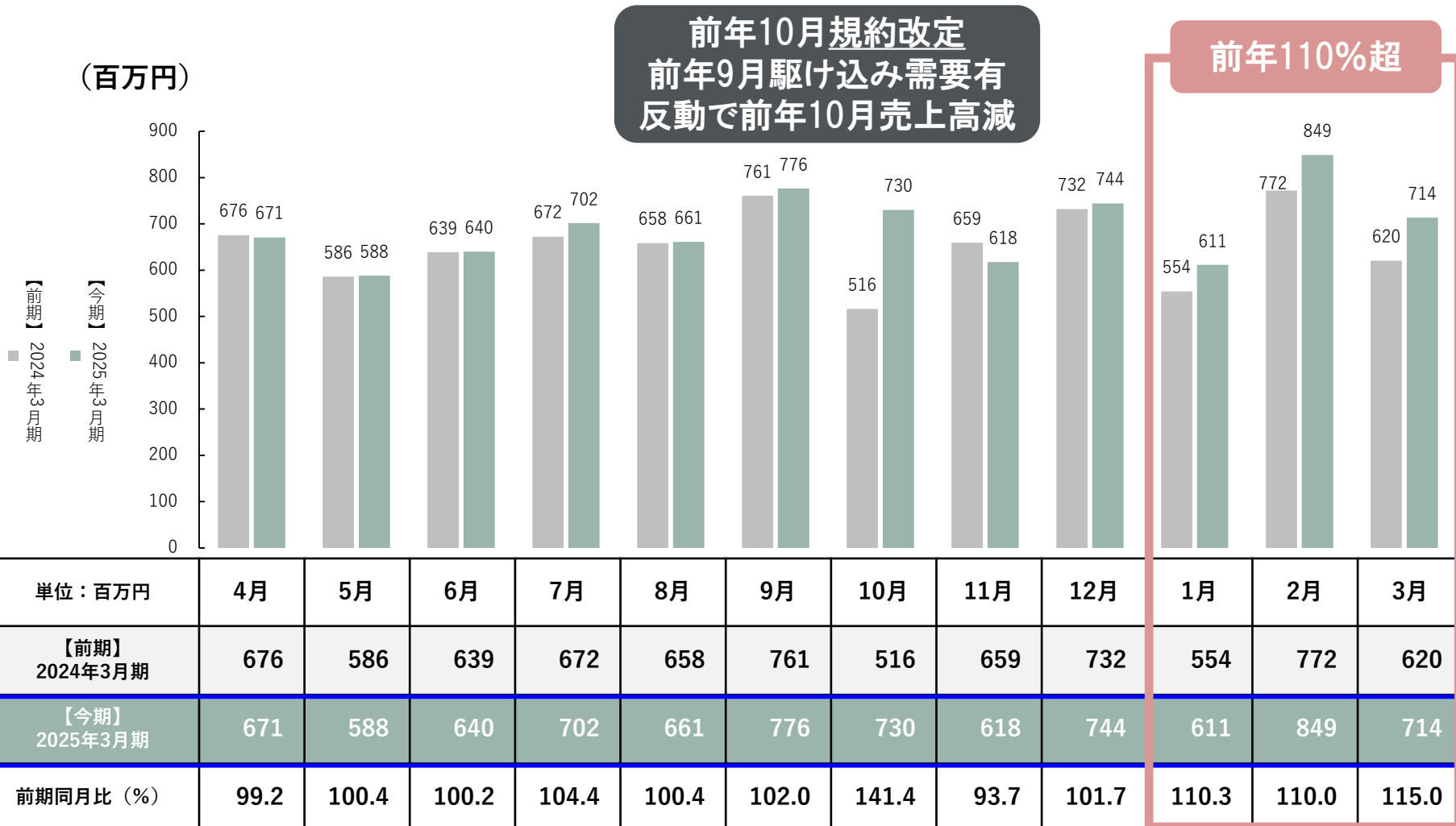
C'BON

<2025年3月期>

直営店舗売上高の2025年3月期累計では前年比5.8%増。

4Qは単価向上に加えて継続数も前年超となり、想定を超える好調な進捗となった。

(百万円)



トピックス

お客様へ、市場へ、私たちシーボンの価値をお伝えしていくための
新たな事業戦略、新たな顧客との接点を構築します

製品価値向上

製品戦略

Purpose Driven R&Dへの変換
スターブランド・
スターアイテムの育成

サロン価値向上

顧客戦略

シーボン美容理論
シーボンビューティメソッドの構築
商圈に合ったサロン展開

新しい価値の創造

販売チャネル戦略

新チャネルの開拓
新事業創出

製品価値向上・サロン価値向上に向けた取り組み

重点課題

進捗

直営店舗売上実績 (百万円)

製品価値向上
製品戦略

- ▶ ストレス緩和関連の研究
⇒ 3件の学会発表
- ▶ 主力製品のリブランディング
- ▶ 製品のパーソナライズ化を推進
⇒ ロイヤル会員向け高機能
製品の発売等

サロン価値向上
顧客戦略

- ▶ 直営サロン移設改装
⇒ 60期 9店舗
- ▶ スタッフ教育
集合研修・eラーニングの強化
⇒ CS向上・ES向上
- ▶ ロイヤル会員対象の工場見学
⇒ CS向上

7,818

7,846

8,304

2023年3月期 2024年3月期 2025年3月期

継続してPurpose Driven R&Dへ向けた経営資源の投下を進める

研究開発

優位性・独自性の高い技術開発

効果実感の高い
製剤技術

独自の皮膚科学
研究成果

サービス研究

<2025年3月期の主な研究発表>

① コルチゾールにより変化した表皮細胞由来エクソソームが
真皮細胞の機能性に影響を与える可能性を発見

(2024年6月 第49回日本香粧品学会) (2024年7月 第37回日本動物細胞工学会)

② 皮膚機能関連遺伝子の発現に及ぼす
オキシトシンおよびコルチゾールの影響を解明

(2025年3月 日本薬学会第145年会)



- ▶ ロングセラー製品 クレンジングライン
(全8品) をリニューアル

フェイシャリスト（マセ・洗顔料）

平均満足度
90.2%



- ▶ シーボン史上最高峰
トータルエイジングケア ビヨンドシリーズ発売

シーボン ビヨンド（美容液・クリーム）

満足度
セラム：**92.3%** クリーム：**97.2%**

ストレスコントロール皮膚科学の研究組織としての成長を目指し、
サロン発信のメーカーとしてのアイデンティティを確立

Phase1 [2021-2024] Identified 技術の盤石化

ストレス緩和と肌の関係に注力
学会発表の継続
オープンイノベーションの継続実施
知財部門・知財戦略人材の獲得/育成
人材育成・教育制度の確立

Phase2 [2025-2027] Branding 知らせめる

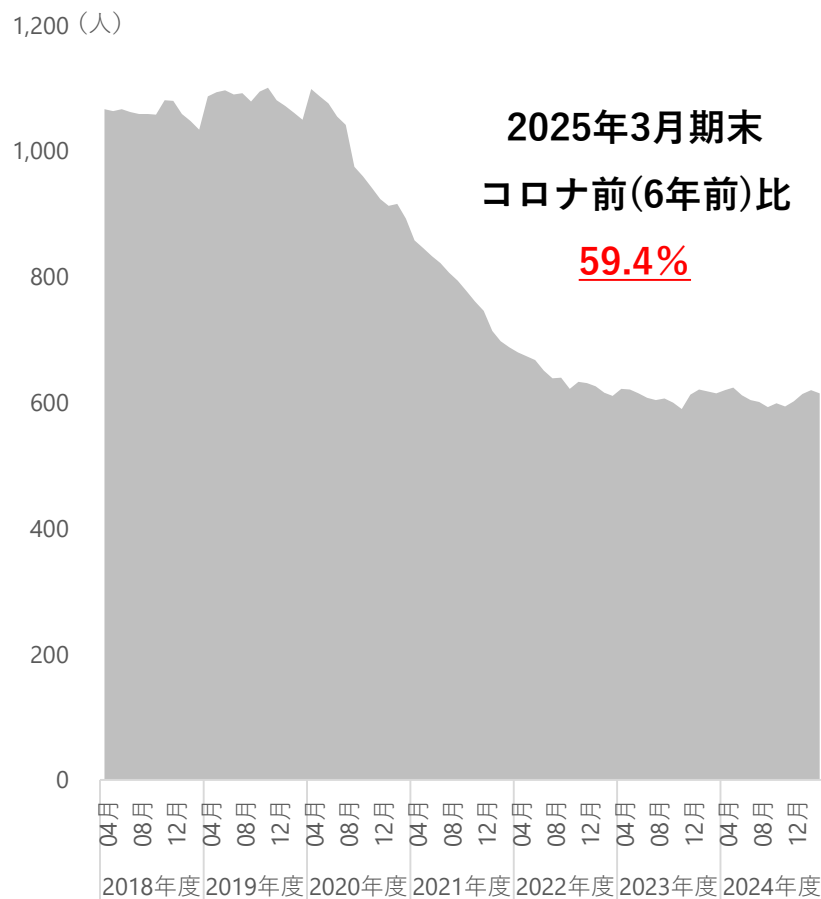
シーボンブランドのリブランディング
シーボンメソッド（美容理論）の構築
OEM受託（ビジネスの拡張）
技術の盤石化

Phase3 [2028-2030] Expand 健康長寿

インナービューティ&アウター
ビューティ
シーボンメソッドを拡散
異業種とのアライアンス

直営店舗の人材確保

<店舗美容スタッフ数>



- ▶ 2025年4月に店舗社員の給与の約3.5%のベースアップを実施
- ▶ 育児短時間勤務制度を拡充
子供が小学校入学までであった制度を拡充し、小学校2年生への進級時まで利用可能に
- ▶ ナレッジの共有
社内報で先輩社員の働き方やキャリア形成等を発信し新入社員の定着に繋げる



スタッフ教育の強化

本社ビル竣工に伴い、研修センターを青山より移転
責任者会議、スタッフ研修を強化

- ▶ 研修の実施日数を年間で約 5 % 増加
⇒ 新人講習やカウンセラー講習等、レベルに沿った講習を充実
- ▶ 講習の予習及び復習に活用できる動画のライブラリ化
⇒ 責任者会議、チーフ研修をはじめとした、すべての講習を動画化



直営店

全国

101店舗

うちフェイシャリストサロン
94店舗

北海道・東北
2店舗

中部
12店舗

関東
69店舗

中国・四国エリア
2店舗

近畿
9店舗

九州
7店舗

※店舗数は、2025年03月31日現在

< 出店実績・計画 >

2025年3月期（実績）

新店	3店舗
5月イマトリ大森店 7月イマトリ伊勢佐木モール店 1月シーボン コンセプトショップ	
閉店	1店舗
6月広島店	
移設	1店舗
1月六本木本店	
改装	8店舗
4月GINZA店 太田店 5月溝の口店 6月新宿東口店 札幌店 8月立川店 9月大阪ヒルトンプラザ店 吉祥寺店	

2026年3月期（予定）

新店	1店舗
移設	2店舗
改装	9店舗

※2025年05月29日時点の予定

直営店事業 / 代理店事業

重点課題

進捗

直営店舗店事業

新たな価値の創造
販売チャネル戦略

- ▶ ブランディングに伴う発信の強化
- ▶ コンセプトショップ開設
⇒ 当社初のジェンダーレスサロン
新たな顧客層との接点拡大を進める

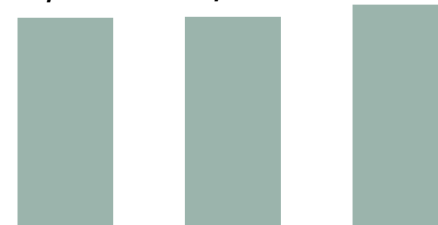
代理店事業

新たな価値の創造
販売チャネル戦略

- ▶ 既存の主力代理店の販売が減少
- ▶ 積極的なイベント等への出展により新規代理店の開拓に注力

直営店舗売上実績 (百万円)

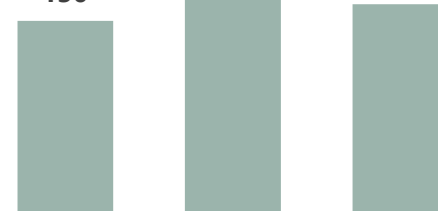
7,818 7,846 8,304



2023年3月期 2024年3月期 2025年3月期

代理店事業売上実績 (百万円)

130 147 141



2023年3月期 2024年3月期 2025年3月期

2025.1月 六本木本社ビル1Fに シーボン コンセプトショップをオープン

- ▶ 当社初のジェンダーレスサロンとしてペアルームを完備
- ▶ 新たな顧客との新接点開発・新しい価値伝達モデルの構築

シーボンが提供できる価値を発信する場として、認知度拡大に向け取り組む



ヘア事業 / 海外事業

重点課題

進捗

ヘア事業

新たな価値の創造
販売チャネル戦略

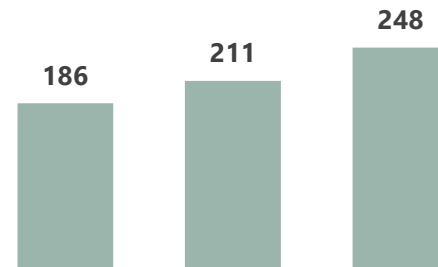
- ▶ 美容室neafは順調に売上拡大
⇒ 蒲田店はフェイシャリスト
サロンとの相互送客も順調
- ▶ イマトリ2店舗開店(計3店舗)
⇒ キャンペーン等で来店は進むも
想定より投資増で利益計画未達

海外事業

新たな価値の創造
販売チャネル戦略

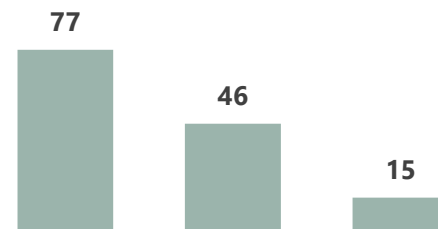
- ▶ 情勢の変化等により中国での販売
が大幅に落ち込む
- ▶ イベント等の出店に注力
新たな取引先の開拓を進める

ヘア事業売上実績 (百万円)



2023年3月期 2024年3月期 2025年3月期

海外事業売上実績 (百万円)



2023年3月期 2024年3月期 2025年3月期

ジャフマック（子会社）

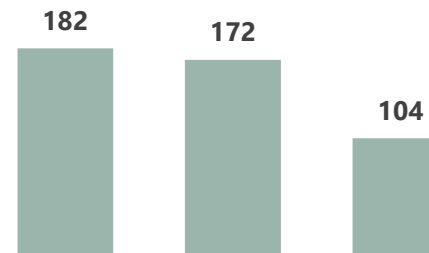
重点課題

新たな価値の創造
販売チャネル戦略

進捗

- ▶ 2025年3月期下期から自社製造の発酵飲料の発売を再開
⇒ 当初の想定よりも発売再開時期が遅れ売上高が減少
- ▶ 新製品の投入やシーボン直営店での販売を強化

その他事業売上実績（百万円）



2023年3月期 2024年3月期 2025年3月期



2025年1月 六本木本社ビルにてリブランディング発表会を開催



▲ヒストリーボード



▲新旧制服

▶ **メディア関係者 44名**
インフルエンサー 16名 が来場

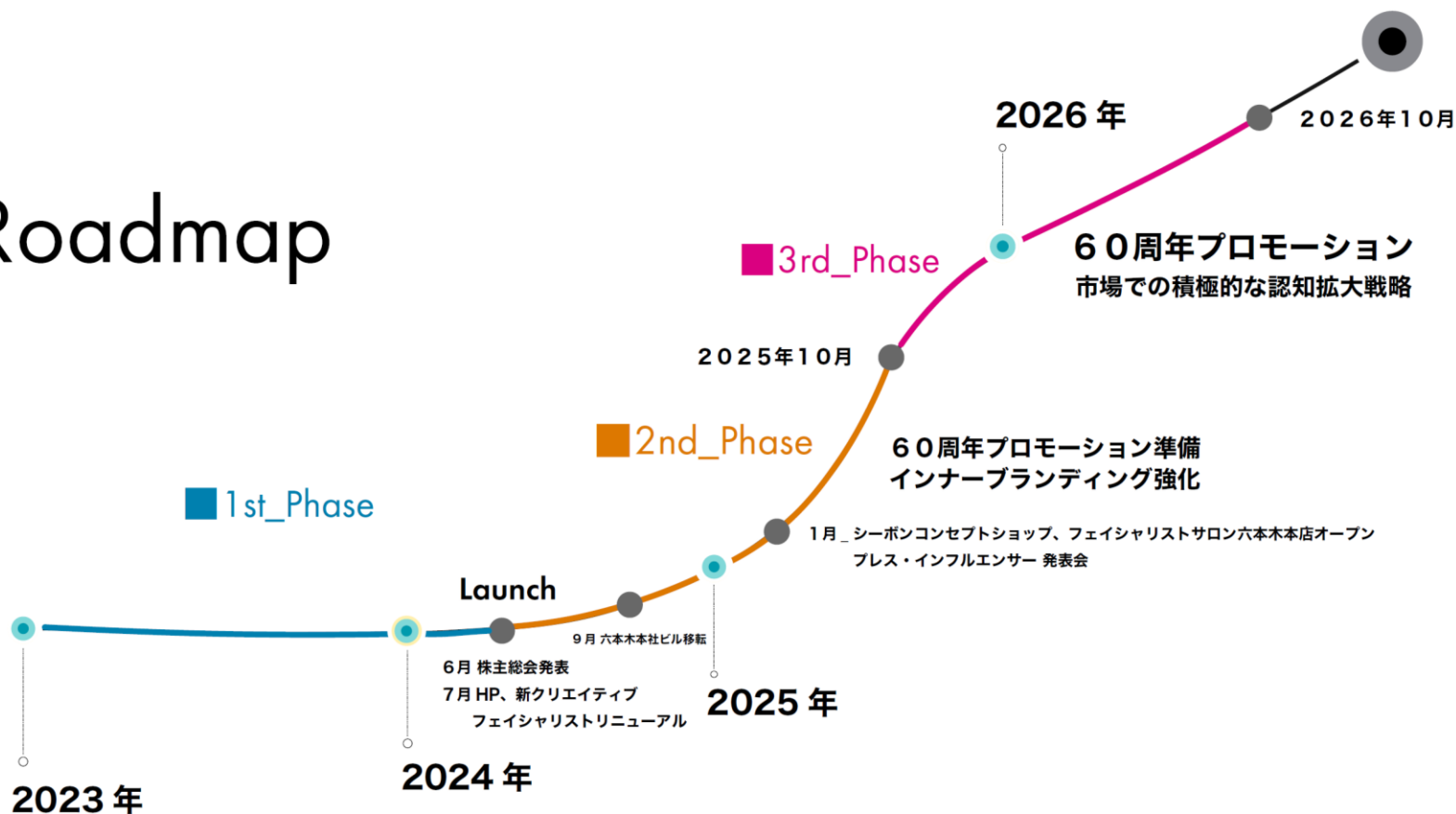
▶ **刷新されたメインビジュアルの他、
当社のヒストリーボードや
新旧制服、歴代製品等を会場に設置**



**本社ビル1Fのコンセプトショップを
新たな顧客との接点拡大の場として
ブランド認知度拡大に向け
情報を発信していく**

創業60周年に向けてプロモーションを実施予定

Roadmap

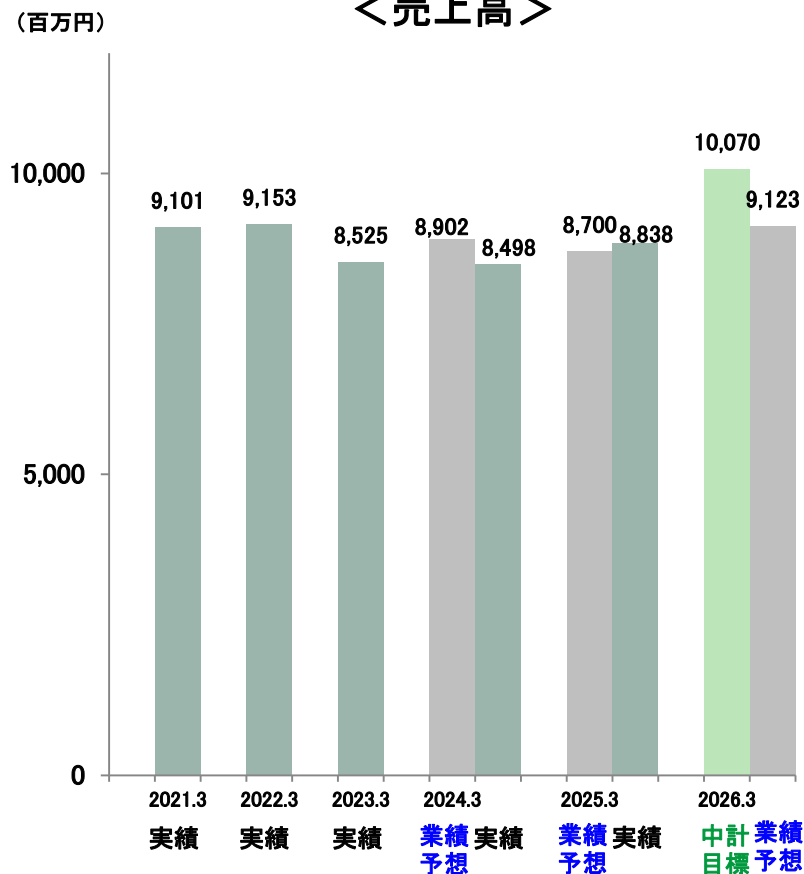


計 数 目 標

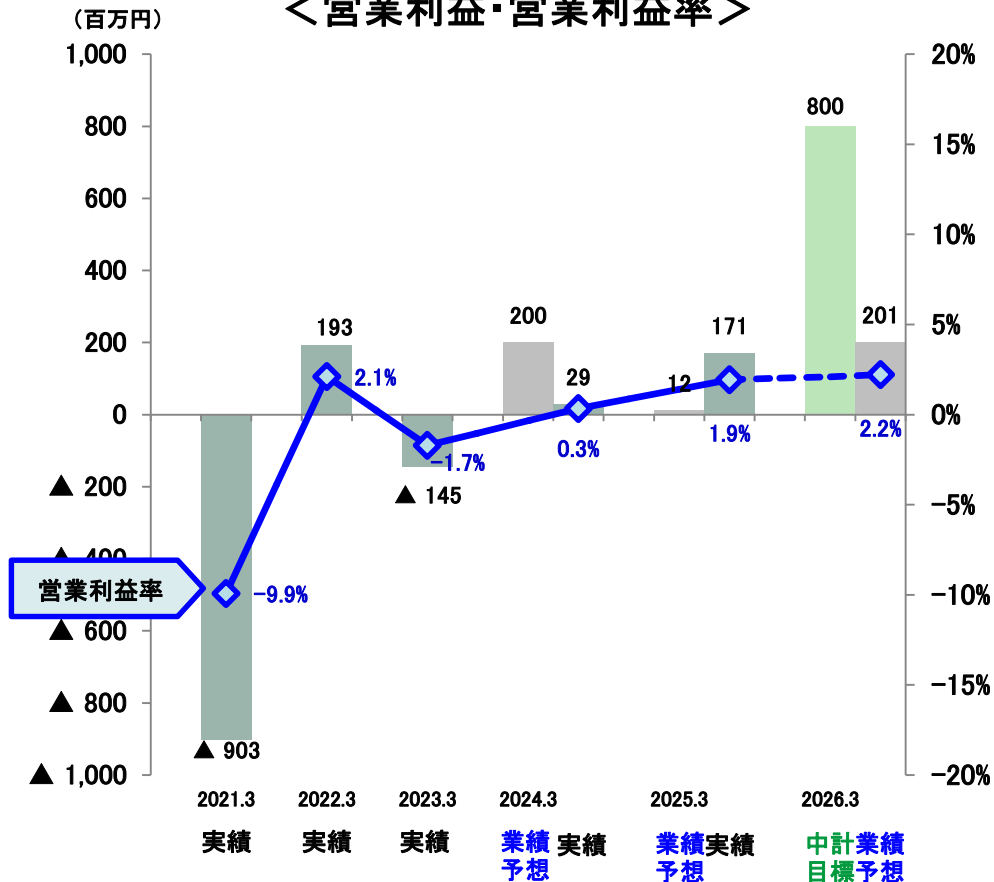
「製品価値向上」「サロン価値向上」「新しい価値の創造」
という3つの重点課題を掲げ、業績拡大を目指す

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
2025年3月期 実績 (A)	8,838百万円	171百万円	172百万円	136百万円	31.84円
2026年3月期 業績予想 (B)	9,123百万円	201百万円	209百万円	74百万円	17.45円
前年差異 (B - A)	284百万円	30百万円	37百万円	△61百万円	△14.39円
増減率 (%)	3.2%	18.0%	21.8%	△45.2%	△45.2%

<売上高>

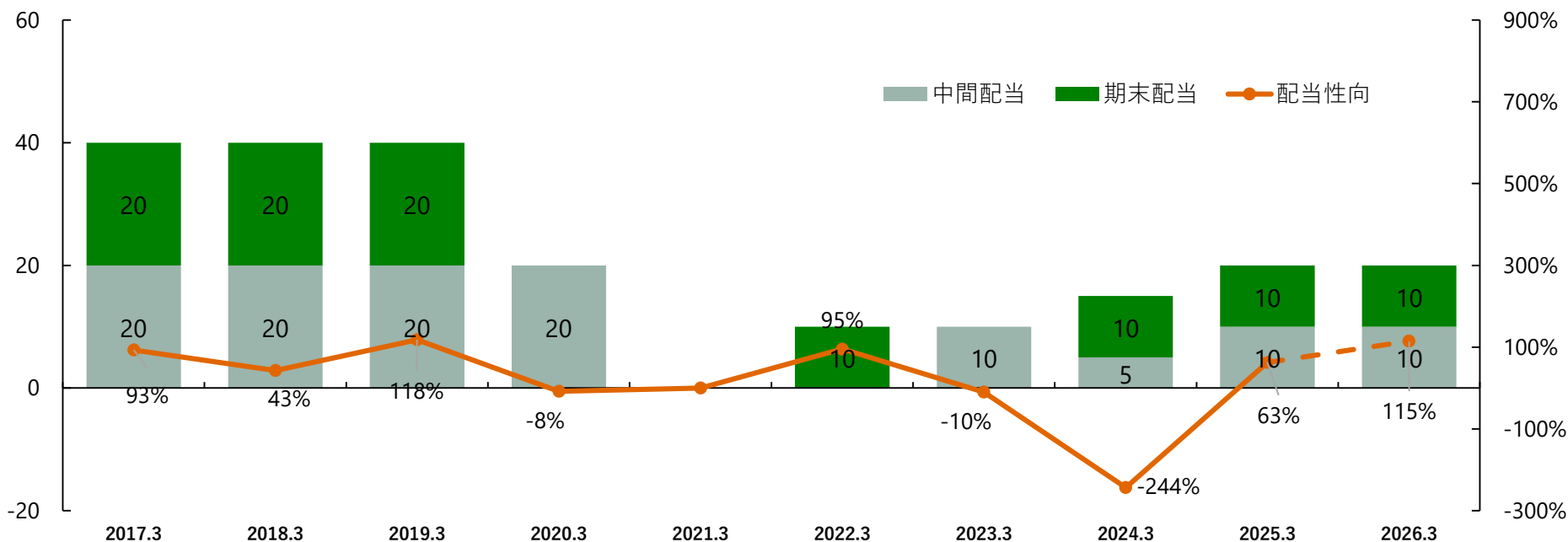


<営業利益・営業利益率>



株主還元

安定的な配当を実施する基本方針に従い
2026/3期 ⇒ 1株当たり配当金 : 中間10円を実施・期末10円を計画



appendix

1966年

シーボン化粧品(株) 設立

1968年

栃木県に自社工場を設立

1973年

六本木に本社ビル

「シーボンクイーンビル」落成

1986年 販売方法の大転換

1994年

お客様の肌情報等を管理する
「フェイシャルコンピューター」を導入
現在の主力製品
「フェイシャリスト」シリーズ発売

2009年

ジャスダックへ上場
直営店100店舗達成

2014年

研究開発センター稼動開始

2013年

東証 1部へ上場

2022年

東証再編によりスタンダード
市場へ移行

2023年

ブランディングPJ開始

2024年

六本木本社ビル竣工

2026年
創業60周年

訪問販売

直営サロン販売



化粧品のセット販売 &
サービスカー巡回によるアフターサービス



「フェイシャリストサロン」での
カウンセリング販売 & アフターサービス

- ・ 本資料は、当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。
- ・ 本資料を作成するにあたっては、正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。
- ・ 本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来の見通しとは大きく異なる結果となることがあることをご承知おきください。

本資料に関するお問合せ

株式会社シーボン

IR担当窓口

Mail : ir@cbon.co.jp