

2026年3月期
第2四半期
決算説明資料

2025.11.27

(証券コード：4926)



1. 2026年3月期 第2四半期 決算報告
2. トピックス
3. R&D戦略

決算報告

主に直営店舗の新規顧客の増加、新規・既存双方の購入単価の上昇により、売上高・各段階利益ともに前年及び計画値を超える着地。

項目	2025年3月期 第2四半期 実績	2026年3月期 第2四半期 計画値	2026年3月期 第2四半期 実績
連結売上高	4,311百万円	4,522百万円	4,610百万円
営業利益	▲11百万円	92百万円	125百万円
経常利益	▲12百万円	95百万円	144百万円
当期純利益	▲61百万円	34百万円	115百万円

▶ 新規・既存顧客ともに購入単価が上昇し直営店舗の売上高が好調な推移となり、グループ全体の売上高を牽引し増収。

▶ 売上高の増加に伴い売上原価や、賞与等の人件費の増加があったものの、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】

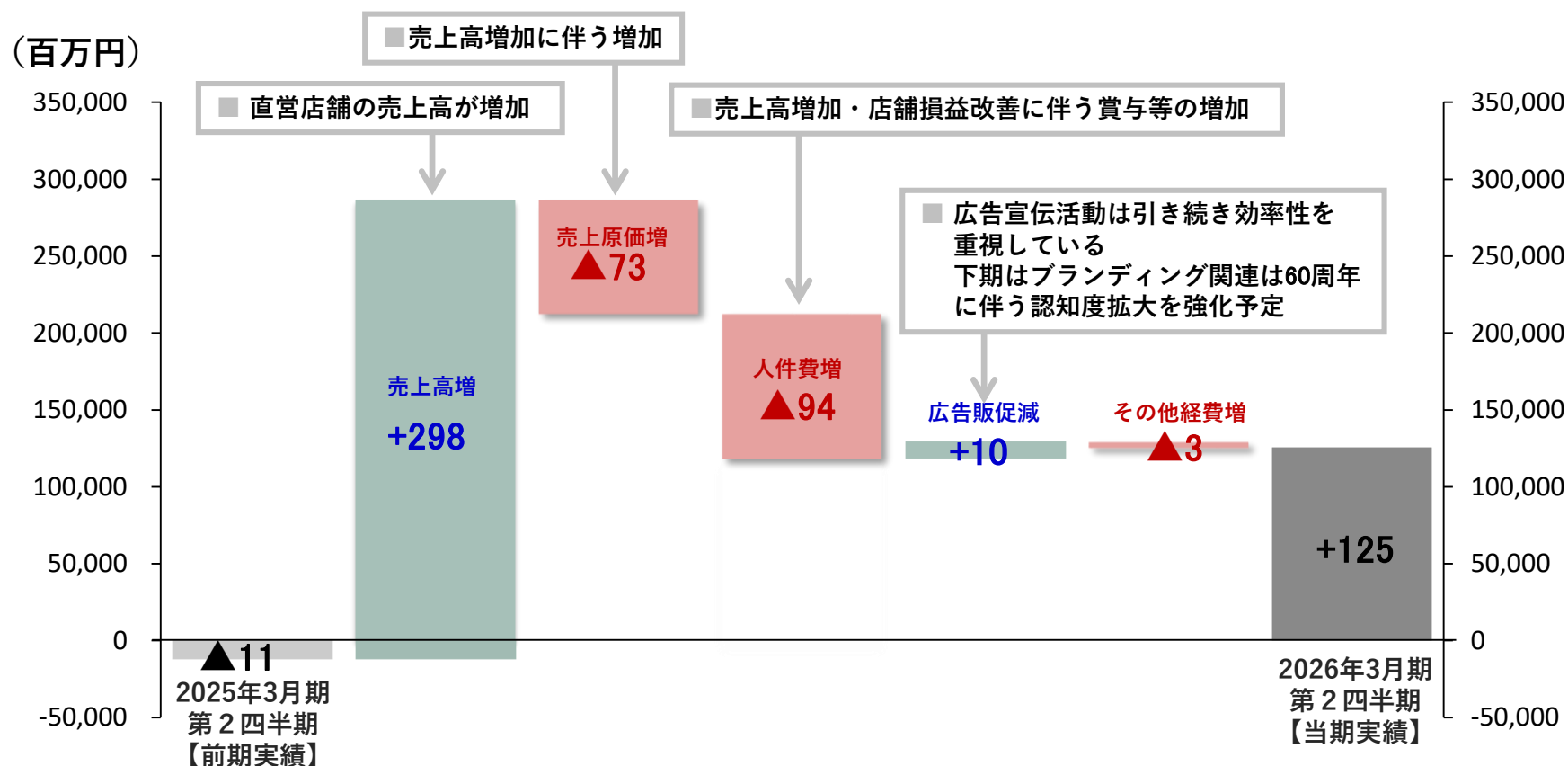
連結売上高：直営店舗の売上高が増加したことにより6.9%増

営業外収益：投資有価証券の売却により10,786千円を計上

(百万円)	2025年3月期 第2四半期	2026年3月期 第2四半期
連結売上高	4,311	4,610
売上原価	1,071	1,145
売上総利益	3,240	3,464
販管費及び一般管理費	3,252	3,339
営業利益	▲11	125
営業外収益	5	20
営業外費用	6	1
経常利益	▲12	144
特別利益	2	0
特別損失	10	1
税金等調整前当期純利益	▲20	143
法人税等合計	40	27
親会社株主に帰属する 当期純利益又は純損失	▲61	115

【前期との差異】

- ・売上高増加の影響が大きく、営業利益は黒字転換
- ・売上高に関わる原価と人件費は増加もその他費用は前年並みで着地



特筆すべき大きな変化はなし

⇒ 自己資本比率2025年3月：66.9 % ⇒ 2025年9月：66.6%

単位：百万円	2025年3月期 (2025年03月31日)		2026年3月期 第2四半期 (2025年09月30日)		増減額	前期 末比
	金額	構成比	金額	構成比		
流動資産	4,613	54.1%	4,751	54.8%	137	103.0%
固定資産	3,909	45.9%	3,916	45.2%	7	100.2%
資産合計	8,522	100.0%	8,667	100.0%	144	101.7%
流動負債	2,490	29.2%	2,545	29.4%	54	102.2%
固定負債	328	3.9%	347	4.0%	18	105.6%
負債合計	2,819	33.1%	2,893	33.4%	73	102.6%
自己資本	5,699	66.9%	5,771	66.6%	71	101.3%
新株予約権	3	0.0%	3	0.0%	0	100.0%
純資産合計	5,703	66.9%	5,774	66.6%	71	101.3%
負債純資産合計	8,522	100.0%	8,667	100.0%	144	101.7%

販売チャネル別 売上高

C'BON

直営店舗	新規顧客の増加、新規・既存双方の購入単価の上昇。
通信販売	OMO戦略強化も道半ば。サロンとの相互利用を促進。
国内代理店	化粧品取扱い取引先開拓の強化。OEM受注増。
海外代理店	化粧品展示会等での代理店との接点拡大に注力。
その他（子会社）	引き続き新製品を投下し回復基調。9月に本社移転しシナジー向上。

単位：百万円	2024年3月期 通期実績	2025年3月期 通期実績	2026年3月期 第2四半期 通期実績	
	金額	金額	金額	構成比
直営店舗	7,846	8,304	4,306	93.4%
通信販売	286	273	136	3.0%
国内代理店	147	141	90	2.0%
海外代理店	46	15	10	0.2%
その他	172	104	66	1.4%
合計	8,498	8,838	4,610	100.0%

月次売上高の推移 - 直営店舗（役務収益を含む）

C'BON

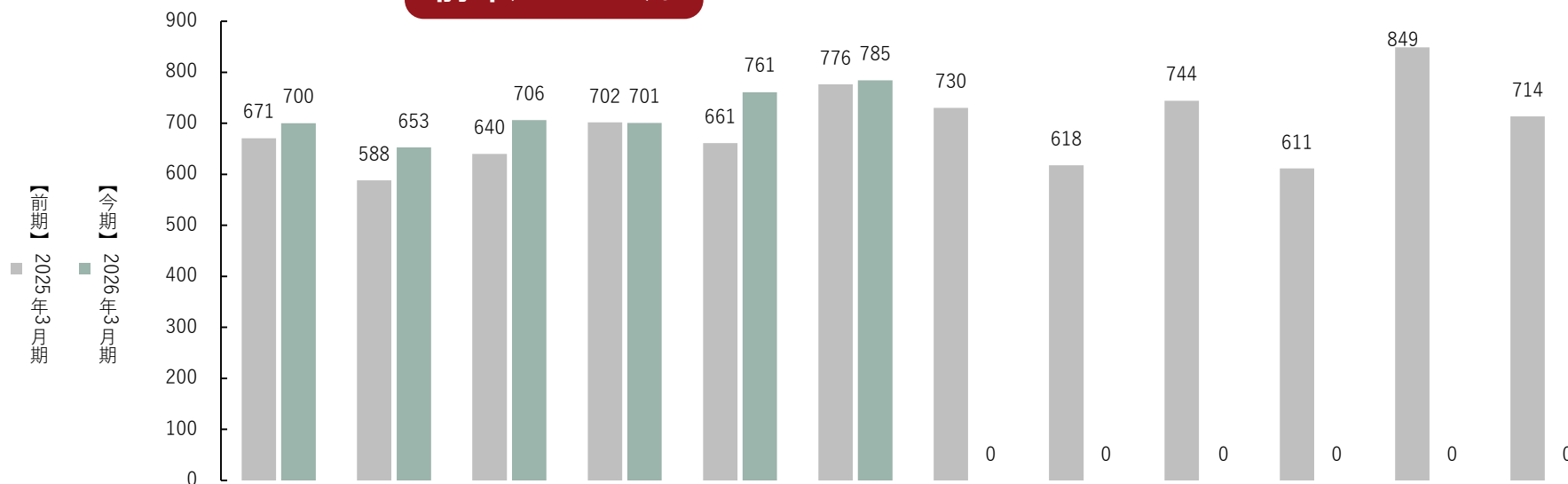
<2026年3月期>

直営店舗売上高の2026年3月期上期累計では前年比6.6%増。

概ね各月順調に前年を超える実績となる。7月は夏限定の低価格製品を発売のため横ばい

上期累計
前年比106.6%

(百万円)



単位：百万円	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
【前期】 2024年3月期	671	588	640	702	661	776	730	618	744	611	849	714
【今期】 2025年3月期	700	653	706	701	761	785						
前期同月比 (%)	104.4	110.9	110.4	99.9	115.1	101.1	-	-	-	-	-	-

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

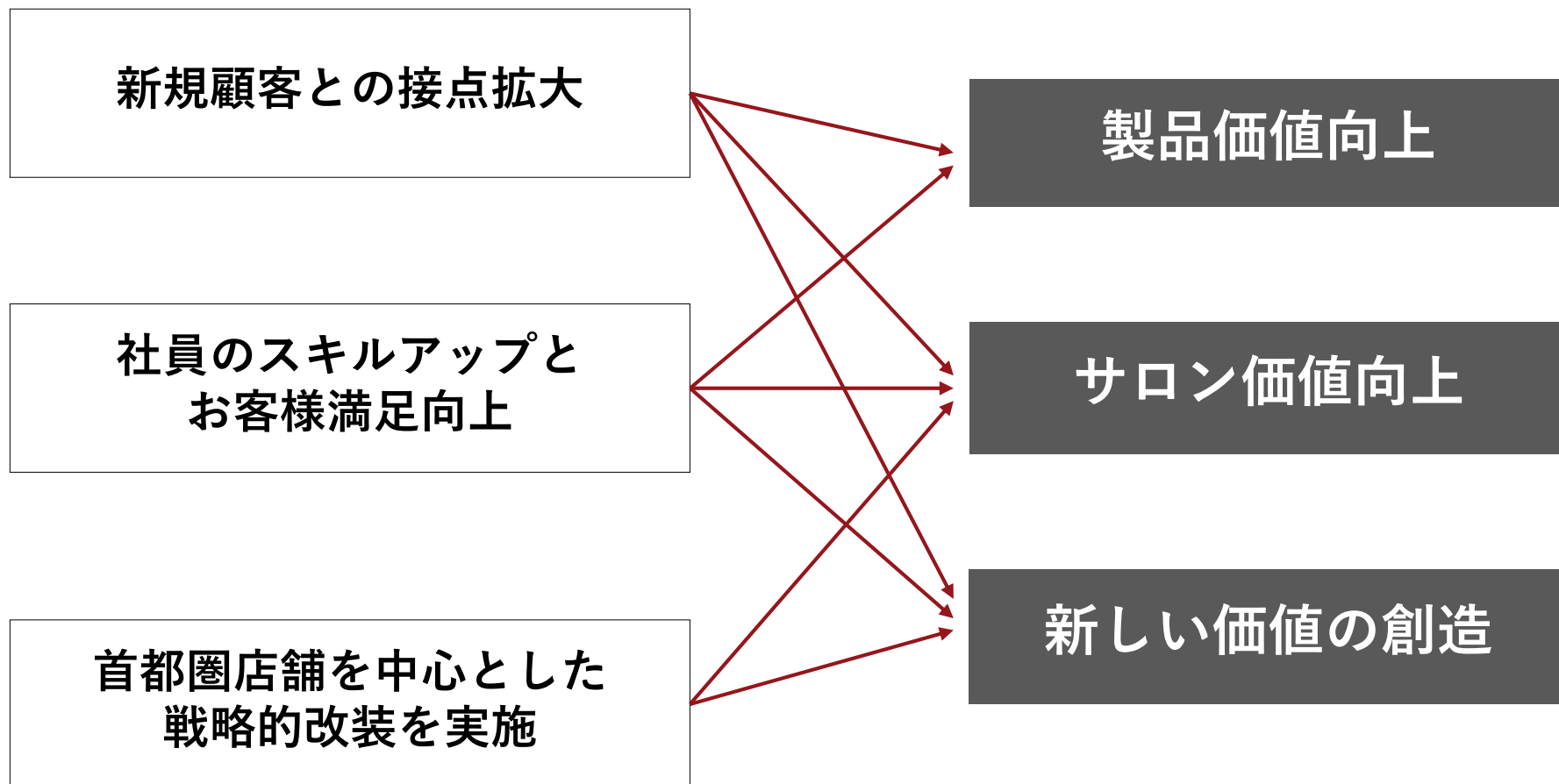
顧客戦略

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



・トライアルプランメニュー

▶ トライアル時間を短縮した新たなメニューを追加

・集客イベントブースを刷新

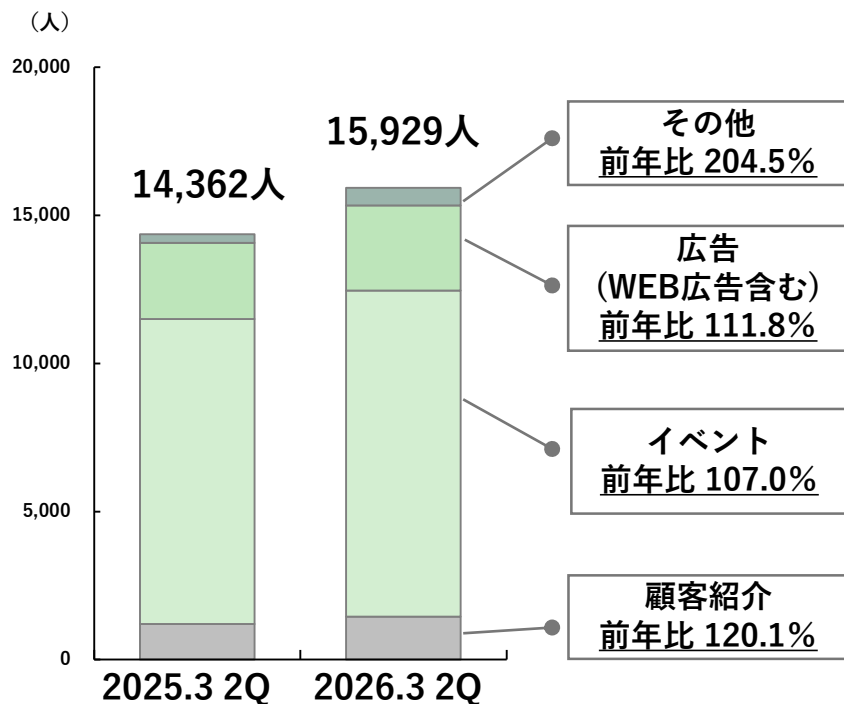
・SNSをはじめWeb上でのトライアルプラン 広告の発信を強化

・企業セミナー等の開催頻度を拡大



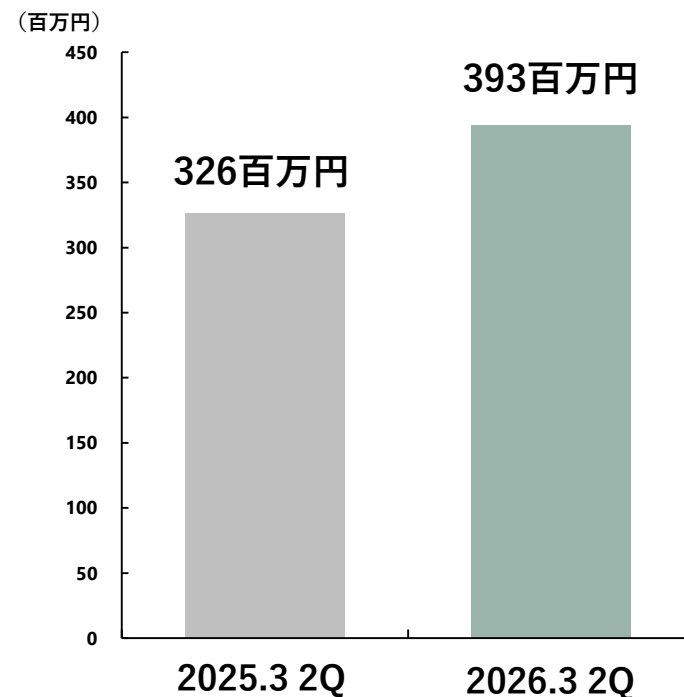
< 新規来店者数 >

前年対比 110.9%



< 新規売上高 >

前年対比 120.6%



- ・美容講習及び各職能別講習の強化
- ・現場力アップのためのナレッジマネジメントの強化
- ・eラーニングによる講習・試験を強化



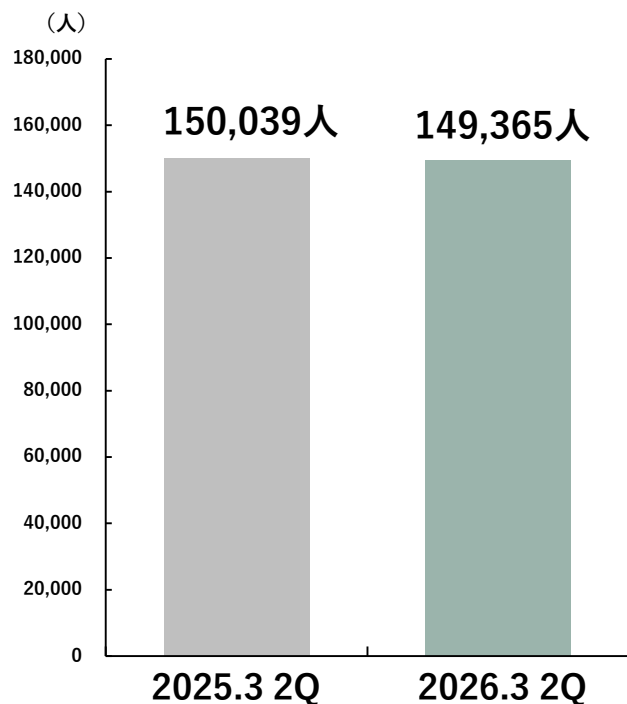
FY2025 10～3月に向けて

- ・ロイヤルカスタマー 工場見学の実施（2025.11）
- ・ロイヤルカスタマーイベントの開催（2026.1）
- ・Beauty Award 2025開催（2026.1）
- ・優秀フェイシャリスト表彰パーティ開催（2026.3）

< 継続数 >

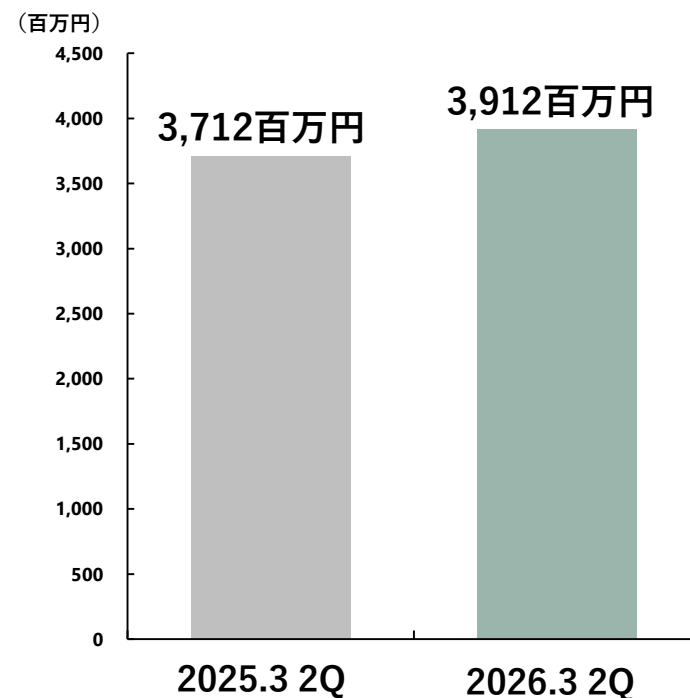
前年対比 99.6%

※継続数：1ヶ月に1回以上来店のある月毎の「のべ人数」



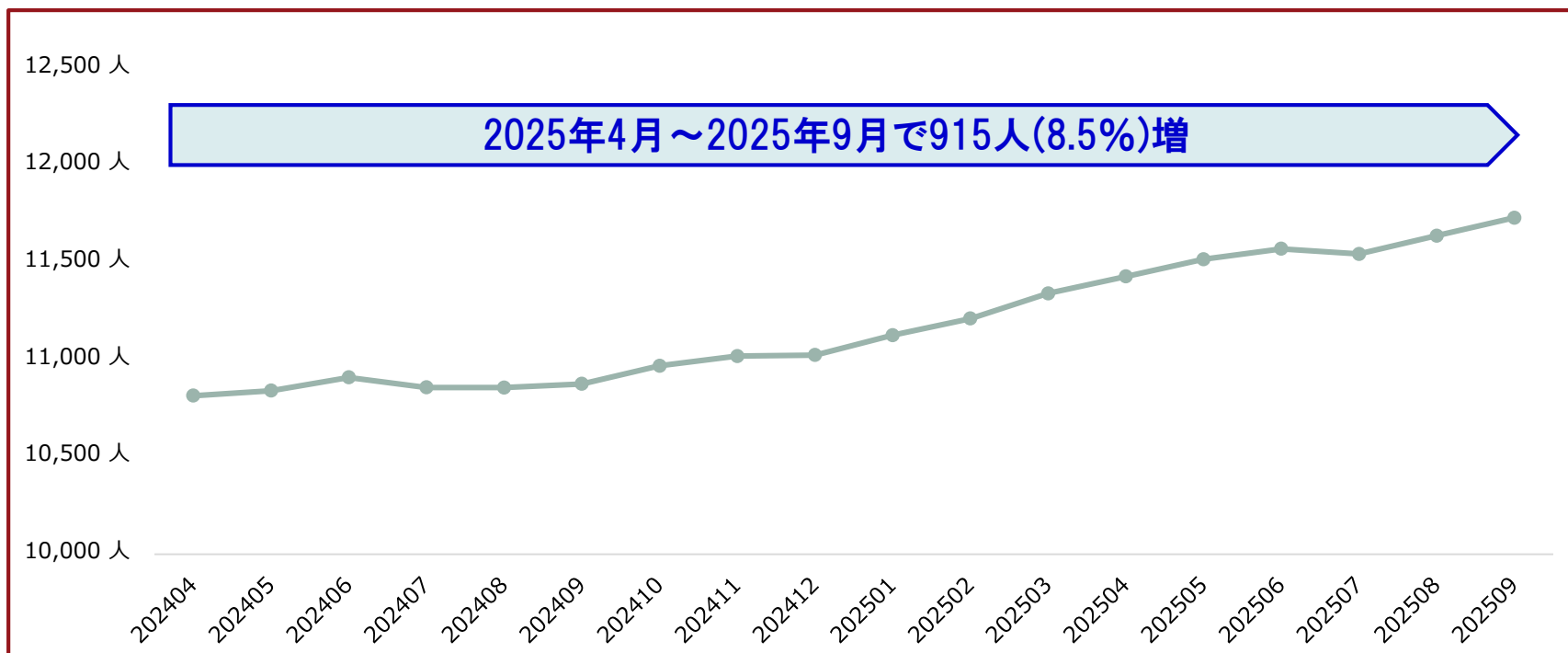
< 継続売上高 >

前年対比 105.4%



<ロイヤル会員数の推移>

ロイヤル会員数11,730人
⇒12,000人(2026年3月期末)を目指す



※ロイヤル会員：年間累計額30万円以上(内ホームケア製品の16万円を含む)購入顧客

首都圏を中心にした戦略的改装を実施

C'BON

引き続きリブランディングに伴う改装を実施し、好調な実績推移となる

	改装移設 完了店舗数	改装後1年間の 売上前年比
大型店	7店舗 / 12店舗	109%
中型店	11店舗 / 36店舗	107%
小型店	6店舗 / 46店舗	102%

リブランディングに伴う改装では、大型・中型・小型の全ての店舗形態で改装・移設前を上回る実績。

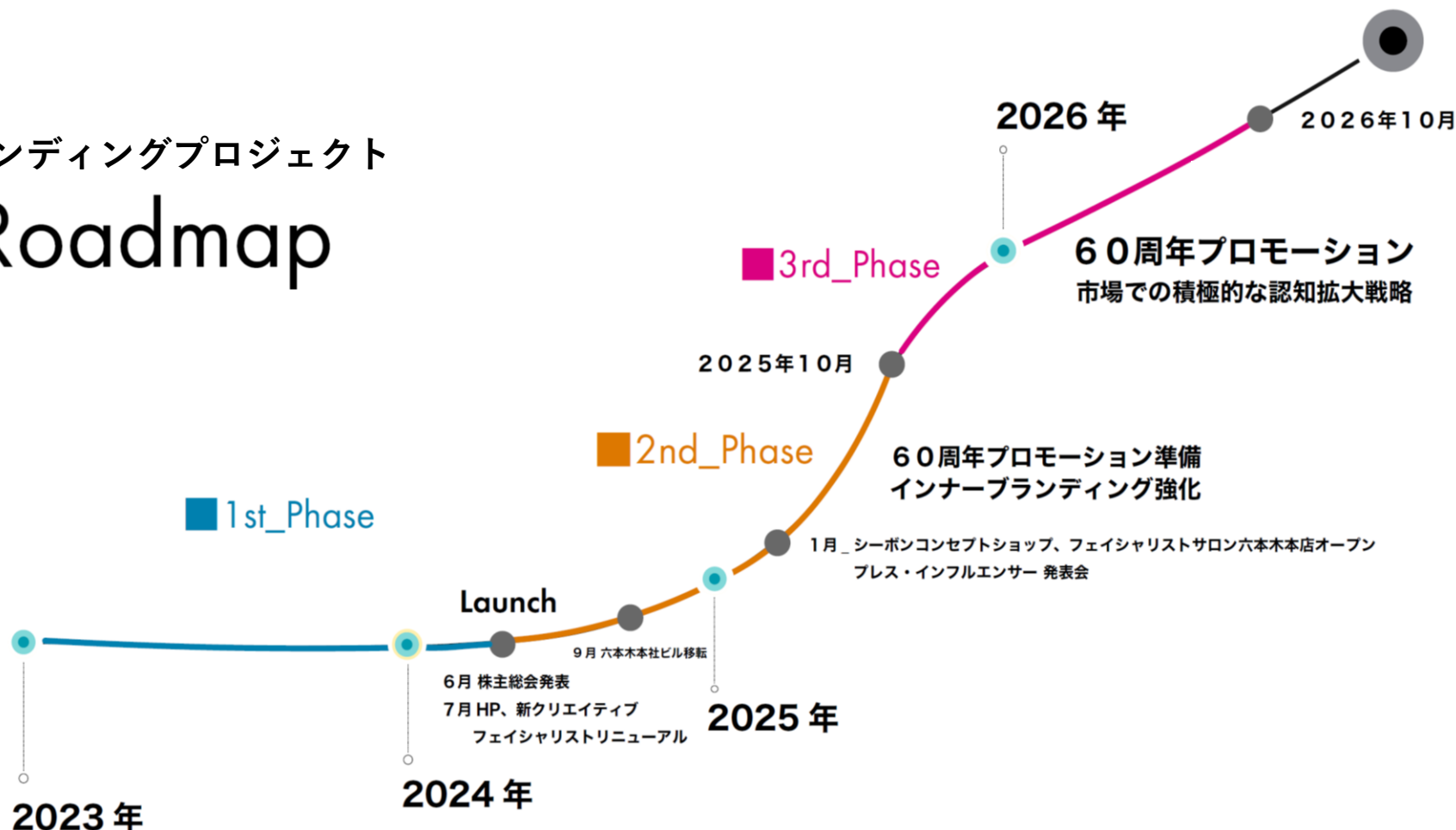
特に大型店は新規・既存顧客ともに好調な推移が見られ大きく牽引。

※店舗数は2025年9月時点



ブランディングプロジェクト

Roadmap



2026年1月24日の創業60周年を迎えるにあたって
60周年の「テーマ」「ロゴ」「キーカラー」を策定

「美しさを共に奏でる」



2025年10月から2026年10月までの13ヵ月間に渡り記念デザイン製品を順次発売
⇒10月発売の「シーボン AC Vリフトセラム」は10月中に完売



数量
限定



数量
限定

期間※
限定



数量
限定

人気の進化系ハリ美容液がリバイバル!

シーボン AC Vリフトセラム

<美容液>(医薬部外品)

※数量限定につき、なくなり次第終了

2025.10.1 発売

「赤」を纏った60周年限定デザイン

シーボン AC シリーズ

(医薬部外品)

※期間:2026年1月～10月まで、なくなり次第終了

2026.1.1 発売

代表製品「マセ」に限定の香りが登場

フェイシャリスト トリートメントマセa

ブレッシングローズブーケの香り

※数量限定につき、なくなり次第終了

2026.1.1 発売

4つの柱を軸としたプロモーション活動



イベントプロモーション

EC
誘引企画



EC
誘引企画

4
Pillar



SNS
プロモーション

EC
誘引企画



大型会場での体験型POPUPイベント



ターゲット層に合わせた 雑誌媒体との連携





寄贈品贈呈及び感謝状贈呈式

栃木県に企業版ふるさと 納税制度を活用し絵画を寄贈

地方創生応援税制である企業版ふるさと納税を活用し、洋画家・東郷青児氏の絵画2点（評価額6,000万円相当）を、生産・研究開発の拠点を置く栃木県へ寄贈いたしました。



コンセプトショップでワーク ショップを開催

シーボン本社ビル1階のコンセプトショップにて乳化実験やハンドケア体験等を楽しく学べるワークショップを開催。

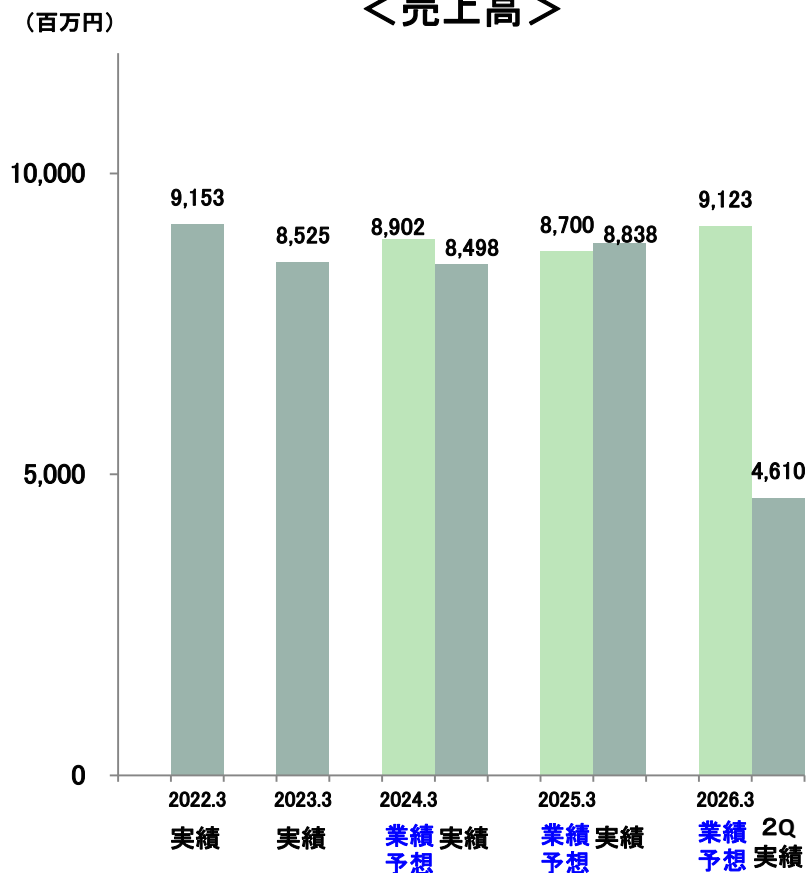


「コスメバンク プロジェクト」 ボードメンバー企業に参画

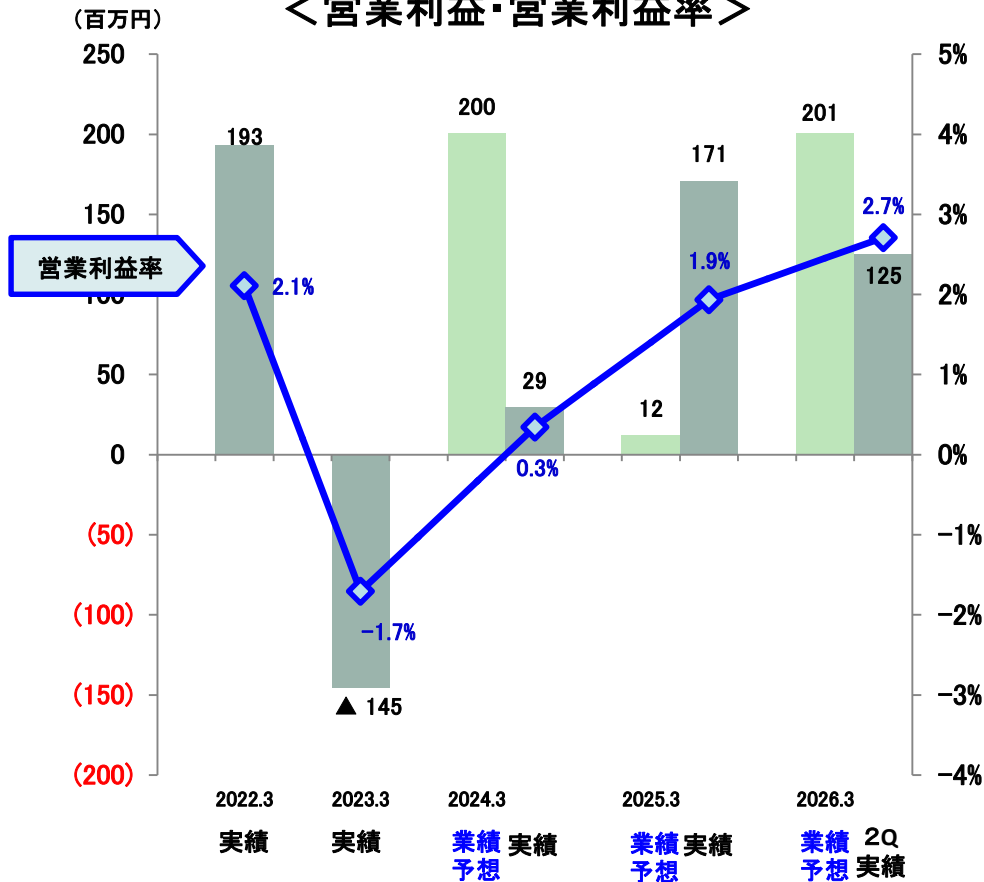
「コスメバンク プロジェクト」に昨年度に引き続き、2025年度ボードメンバー企業として参画。
初夏にぴったりのさっぱりタイプの化粧水「シーボン パル クリアリングローション」を寄贈しました。

計 数 目 標

<売上高>

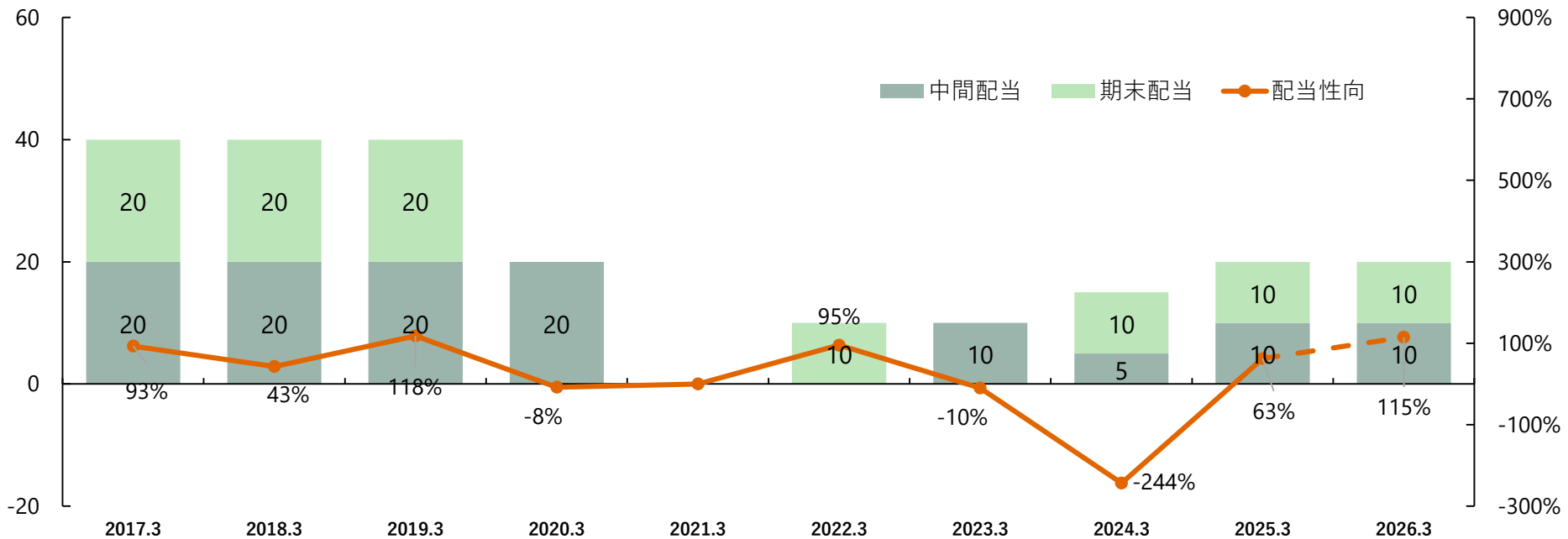


<営業利益・営業利益率>



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

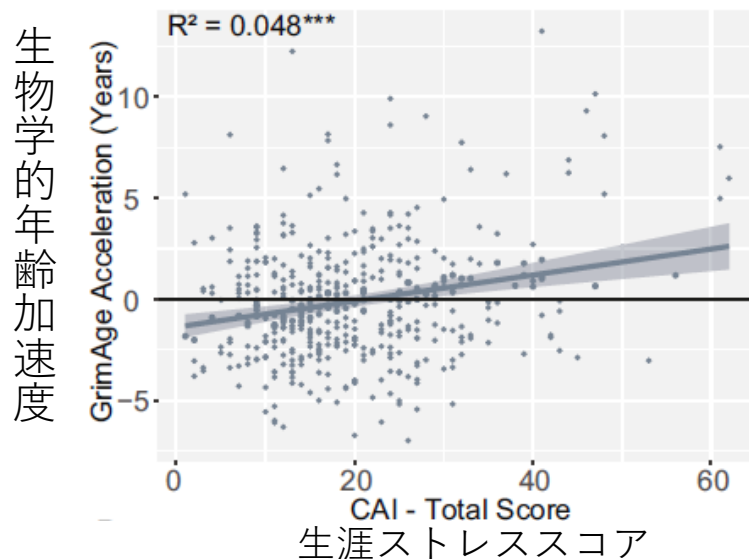


R & D 戦略

肌と心を科学して、 安心と安らぎを提供する

外的要因・内的要因・時間的要因など、様々な影響を受けてゆらぐ肌。
ホームケア&サロンケアの実績をもとに、
肌機能だけでなく心と身体に関連性を紐解くことで「お手入れを科学」しています。

素肌の健やかさと美しさ、そして人生に輝きと豊かさを提供するため、
創造的な研究開発と革新的なソリューションの実現を目指します。



Harvanek Z, Fogelman N, Xu K et al. Translational Psychiatry, (2021), 11(1)

心理的ストレスは
老化を加速させる

シーボンが考える美の実現のためのアプローチ

➡ ストレスを緩和させるお手入れ

— 肌と心に働きかけるフェイシャルトリートメント

— 肌と心に着目した皮膚科学研究から生まれた化粧品



毎年開催される美肌コンテスト

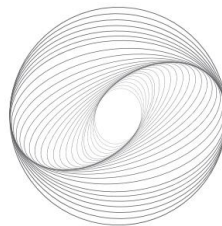
「シーボンだからこそ」！肌がよくなった！きれいになった！

シーボンは化粧品販売だけでなく、
お手入れも提供することで
たくさんのお客様をきれいにしてきた

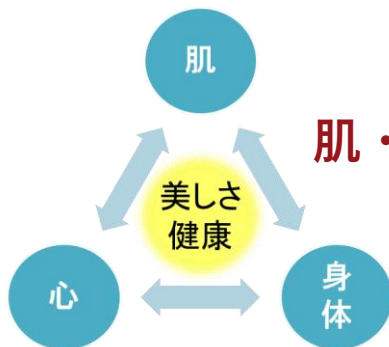
**お手入れは、お客様の肌に直接触れることにより
肌はもちろん心へも働きかける可能性がある**

1. 肌と心、健康、東洋医学的アプローチ
2. 肌と心に着目した皮膚科学的研究
3. 実感できる製剤化技術

ホームケア & サロンケアの
共奏



脳腸皮膚相関



肌・心・身体の
共奏

共奏美容

お客様と
フェイシャリストの
共奏

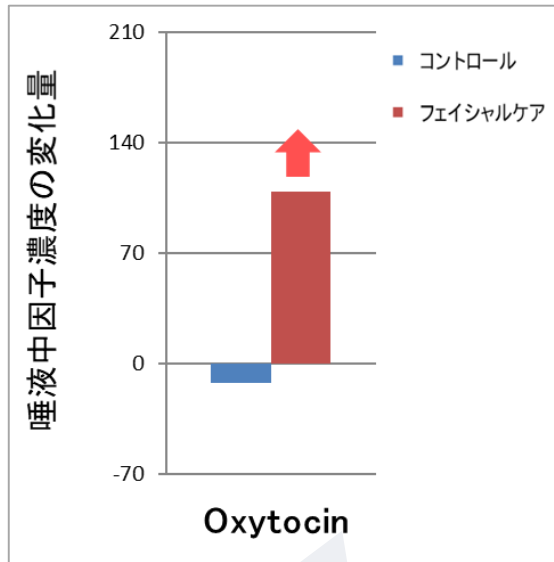


美容のプロ フェイシャリストがお客様に真摯に寄り添いながら
日々のホームケアと定期的なサロンケアを通じて、
深い繋がりのある肌・心・身体の調和を促し
美しさと健やかさ、そして人生に輝きと豊かさを提供

2019年第23回日本統合医療学会学術大会にて発表

■東洋式フェイシャルケアの心身への効果

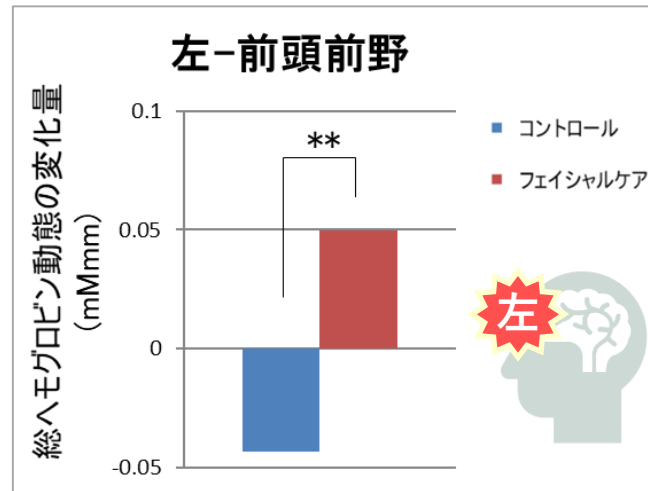
オキシトシンが増加



幸せホルモン

- ・ストレスの軽減
- ・骨粗しょう症改善
- ・筋肉の若返り etc

左前頭前野脳血流増加
ポジティブ脳へ



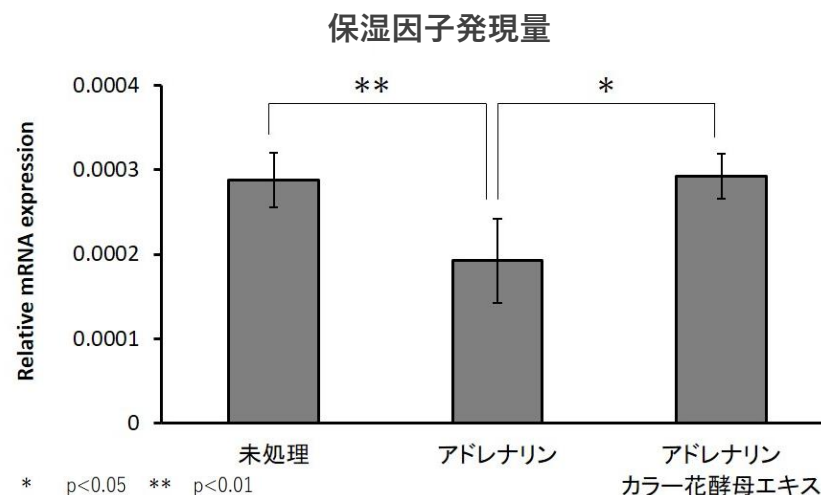
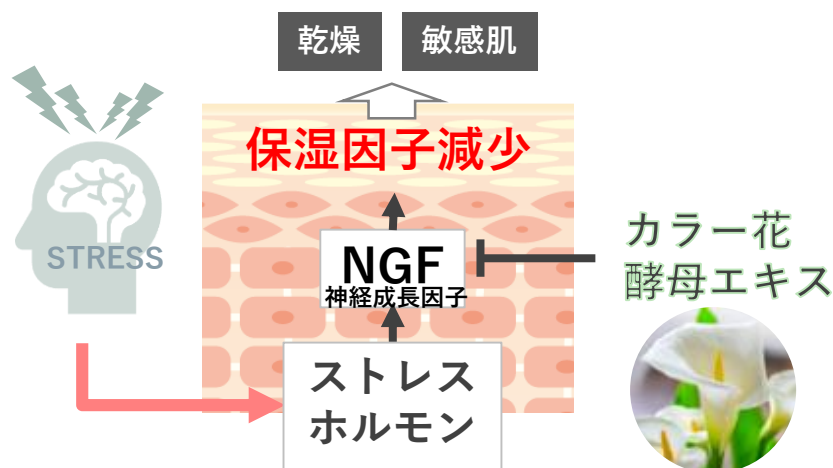
お手入れは肌だけでなく心や身体へ
ポジティブな影響を与えることを明らかに



2020年第119回日本皮膚科学会総会にて発表

■ ストレスと保湿因子

ストレスが引き起こす肌荒れの原因乾燥のメカニズムを解明

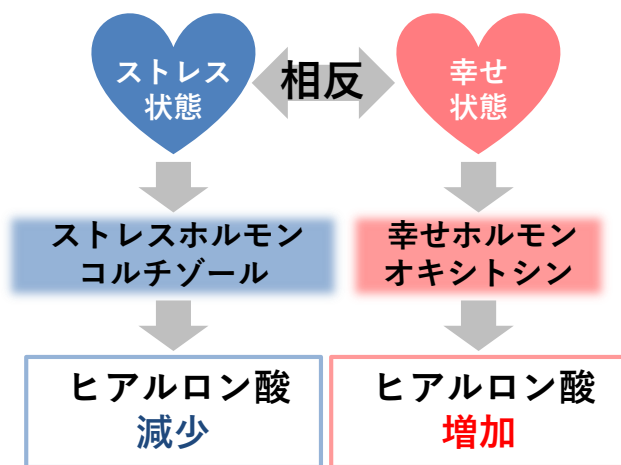


ストレスホルモンにより保湿因子が減少
カラー花酵母エキスがその影響を抑制

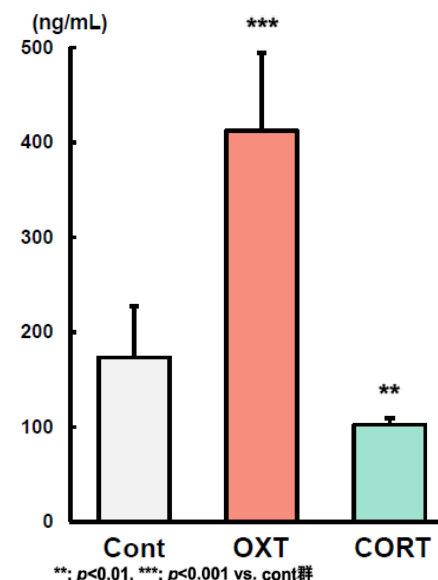
2025年第50回日本香粧品学会学術大会にて発表

■心理状態とヒアルロン酸

心理状態がハリ・弾力を司る
真皮ヒアルロン酸の合成を左右する



培地中ヒアルロン酸濃度



ストレスホルモンと幸せホルモンが
真皮のヒアルロン酸合成に相反する影響を与えることを明らかに
⇒心理状態が肌のハリ・弾力に関与

3. 実感できる製剤化技術

C'BON



製剤技術コンセプト：徹底した保湿へのこだわり

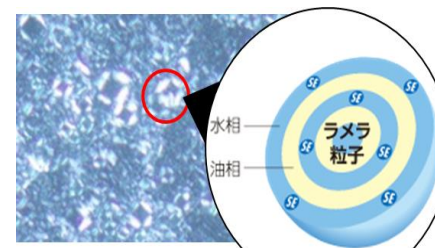
トリートメントマセ搭載技術：トリプルアクションラメラ

〈技術特徴〉

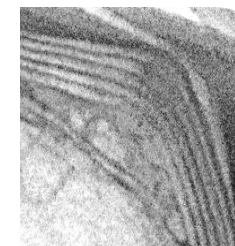
- ・ マッサージをすることでO/W構造がラメラ構造に変化
- ・ 長時間マッサージしても構造を維持
- ・ クレンジング・スキンケア・マッサージ性において高性能を発揮

〈技術機能〉

- ・ 肌になじみやすいラメラ構造を取ることで毛穴の中までしっかり汚れを除去
- ・ スクワランとPGFEのラメラ構造により、クレンジングなのに高いスキンケア効果
- ・ ラメラ構造が長時間持続されることでマッサージに適したテクスチャー



水と油がミルフィーユ状に重なっている

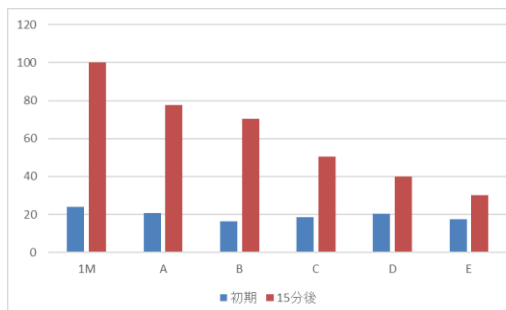


電子顕微鏡写真

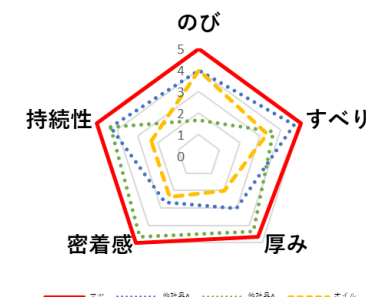


使用前後のポルフィリン[※]量変化

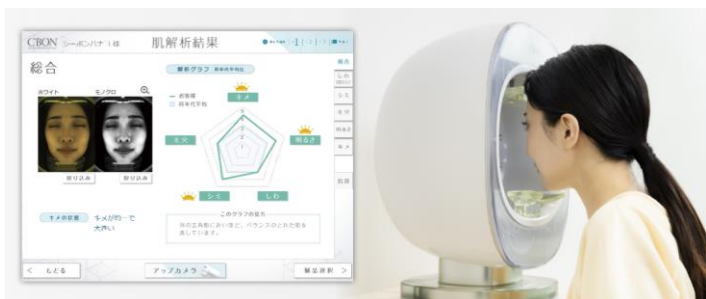
※ポルフィリン：アクネ菌が皮脂を接種後に排出する
肌トラブルの原因となる物質



使用前後の水分量変化 (SKICON)



マッサージ性の官能評価



蓄積された客観的な肌データ

顧客特性

購買情報

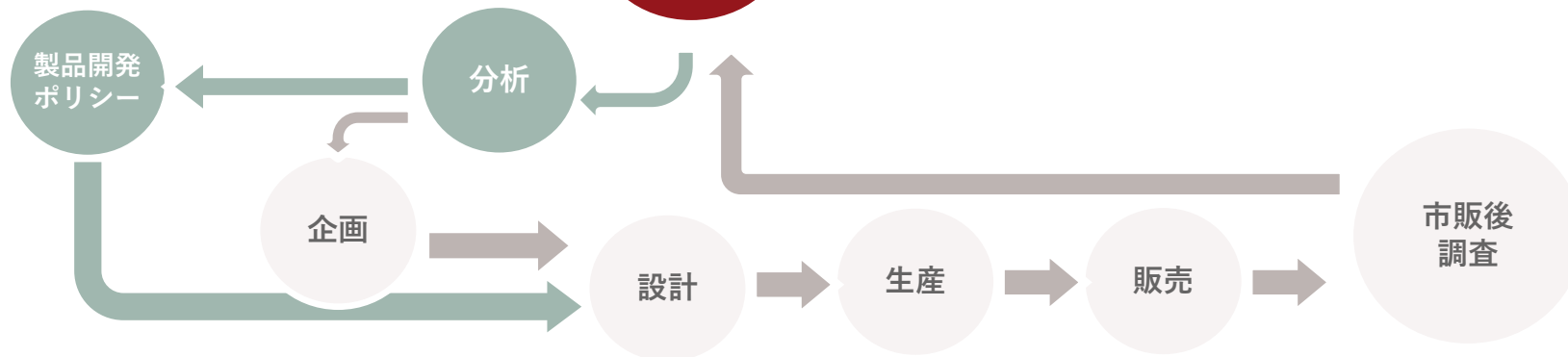


アンケートやインタビューで収集した顧客の声

のべ65万件以上

情報
収集

約18万件/年



顧客中心の製品設計により、心より満足できる製品を追求

肌と心、健康、東洋医学的アプローチで肌と心に着目した
皮膚科学的研究を推進し、実感できる製剤を実現

販売員の顧客との繋がりを強固にし、
データに裏づけされたカウンセリングで確かな肌実感を

接客の現場力とそれを支えるエビデンスを求めるR&D戦略で
確かな効果を実現し、長期継続顧客の獲得を目指す

お客様の肌に最後まで責任を持つ事。それは心と肌に寄り添い結果を出す事。
接客の現場力に加え、データ分析とストレス研究でより高いレベルを目指す

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