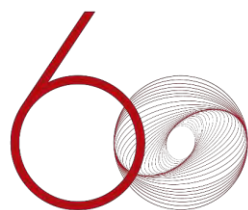


# 2026年3月期 決算説明資料

2026.5.28

(証券コード：4926)



Anniversary  
C'BON



1. 2026年3月期 通期決算報告
2. 中期経営計画

# 決算報告

---

売上高：営業活動が想定通りに進捗 + 一過性の役務収益増により前年4.8%増  
 純利益：自己株取得により住民税の税負担減 + 法人税等調整額（益）が発生

項目	2025年3月期 実績	2026年3月期 計画値	2026年3月期 実績
連結売上高	8,838百万円	9,123百万円	9,267百万円
営業利益	171百万円	201百万円	253百万円
経常利益	172百万円	209百万円	281百万円
当期純利益	136百万円	74百万円	213百万円

▶ 「新たな顧客の開拓」「ロイヤル顧客の醸成」の施策が奏功し当初想定通りに進捗。規約変更に伴う経過措置の終了を受け、役務算出単価を再評価し、一過性の役務収益を計上したことにより増収となった。

▶ 売上高の増加に伴い各段階利益増。純利益は自己株取得により住民税の税負担が抑制されたこと、繰延税金資産の回収可能性を慎重に検討した結果、法人税等調整額（益）が発生したことにより増益となった。

## 【前期との差異】

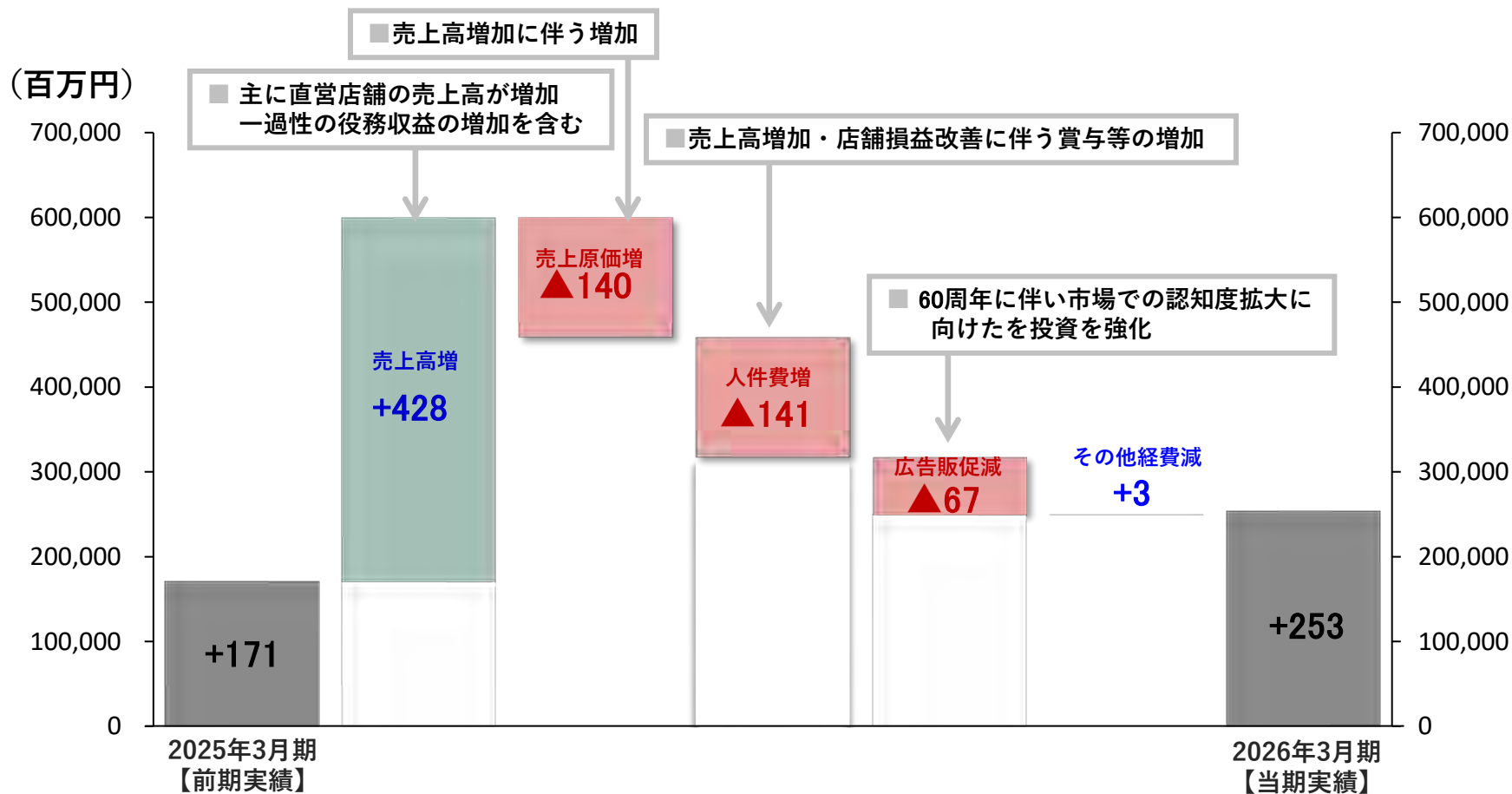
連結売上高：直営店舗の売上高が増加したことにより4.8%増

営業外収益：販管費は消耗品費等の減少により1.3pt改善

(百万円)	2025年3月期	2026年3月期
連結売上高	8,838	9,267
売上原価	2,095	2,235
売上総利益	6,743	7,031
販管費及び一般管理費	6,572	6,777
営業利益	171	253
営業外収益	12	30
営業外費用	10	1
経常利益	172	281
特別利益	2	0
特別損失	35	43
税金等調整前当期純利益	139	238
法人税等合計	2	24
親会社株主に帰属する 当期純利益又は純損失	136	213

## 【前期との差異】

- ・ 売上高増加の影響が大きく、営業利益は48.1%増加
- ・ 売上高に関わる原価と人件費、広告販促費は増加もその他費用は前年並み



売上高の増加により現預金(流動資産)増。その他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% ⇒ 2026年3月：66.1%

単位：百万円	2025年3月期 (2025年03月31日)		2026年3月期 (2026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	4,613	54.1%	4,803	55.8%	189	104.1%
固定資産	3,909	45.9%	3,798	44.2%	▲110	97.2%
資産合計	8,522	100.0%	8,601	100.0%	78	100.9%
流動負債	2,490	29.2%	2,570	29.9%	80	103.2%
固定負債	328	3.9%	342	4.0%	13	104.1%
負債合計	2,819	33.1%	2,913	33.9%	93	103.3%
自己資本	5,699	66.9%	5,684	66.1%	▲14	99.7%
新株予約権	3	0.0%	3	0.0%	0	100.0%
純資産合計	5,703	66.9%	5,688	66.1%	▲14	99.7%
負債純資産合計	8,522	100.0%	8,601	100.0%	78	100.9%

# 販売チャネル別 売上高

C'BON

直営店舗	新規顧客・ロイヤル顧客の増加施策が奏功し売上高向上。
通信販売	SNSに注力するも新規通販利用者の獲得が低迷し前年微減。
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 通期実績	
	金額	金額	金額	構成比
直営店舗	7,846	8,304	8,693	93.6%
通信販売	286	273	265	2.9%
国内代理店	147	141	154	1.8%
海外代理店	46	15	28	0.3%
その他	172	104	124	1.4%
合計	8,498	8,838	9,267	100.0%

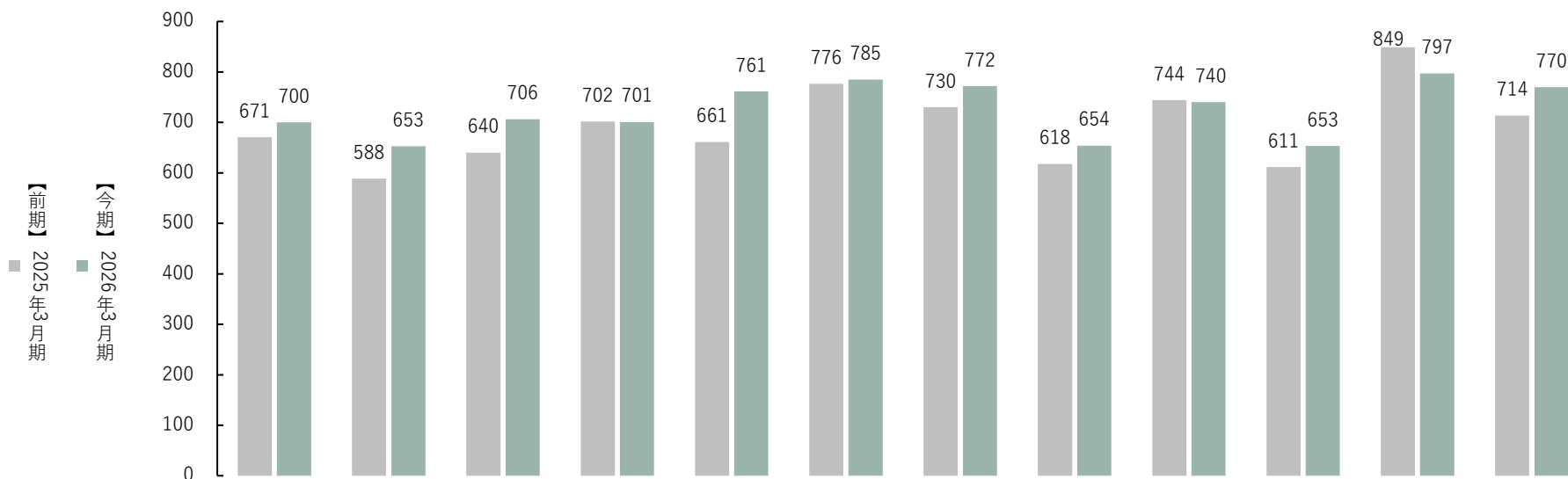
# 月次売上高の推移 - 直営店舗（役務収益を含む）

<2026年3月期>

直営店舗売上高の2026年3月期累計では前年比4.7%増。

新規顧客・既存顧客の双方への売上高が増加し、各月概ね前年を超える実績となった

(百万円)



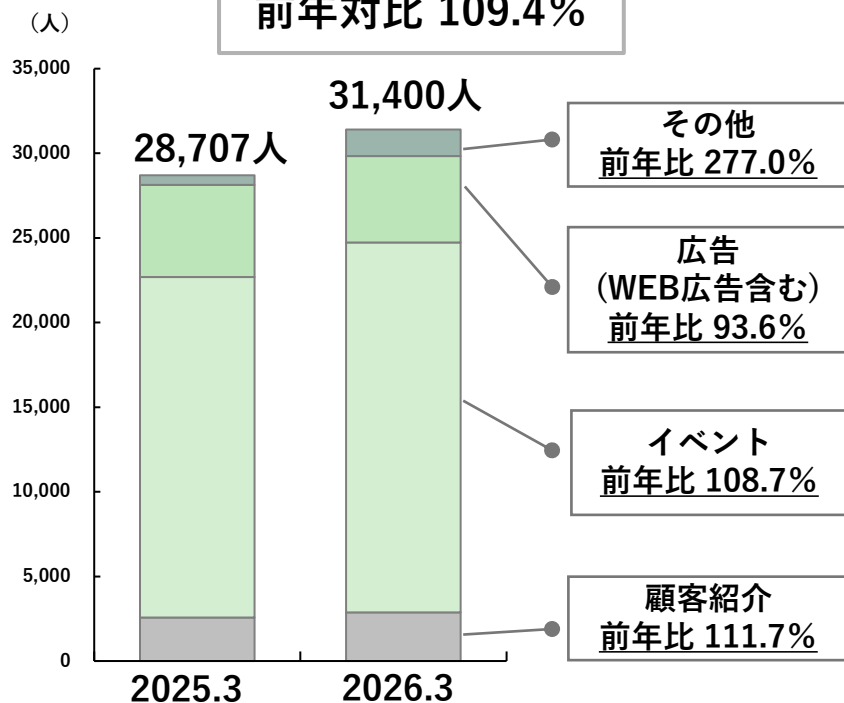
単位：百万円	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
【前期】 2024年3月期	671	588	640	702	661	776	730	618	744	611	849	714
【今期】 2025年3月期	700	653	706	701	761	785	772	654	740	653	797	770
前期同月比 (%)	104.4	110.9	110.4	99.9	115.1	101.1	105.7	105.9	99.5	106.9	93.9	107.9

【新規来店数】 60周年に伴うイベントブースの刷新の効果もありイベントでの集客増。

【新規売上高】 教育研修の強化も進み、顧客単価が上昇。⇒新規売上高19.6%増

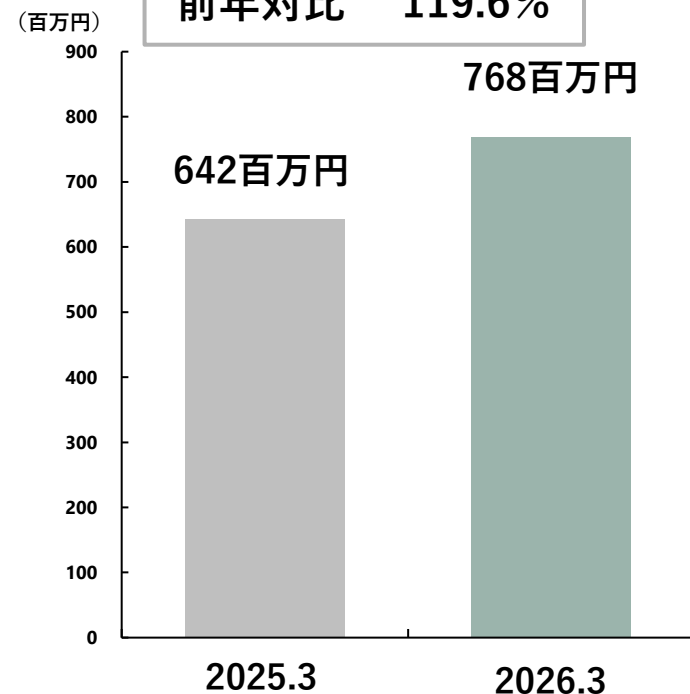
## < 新規来店者数 >

前年対比 109.4%



## < 新規売上高 >

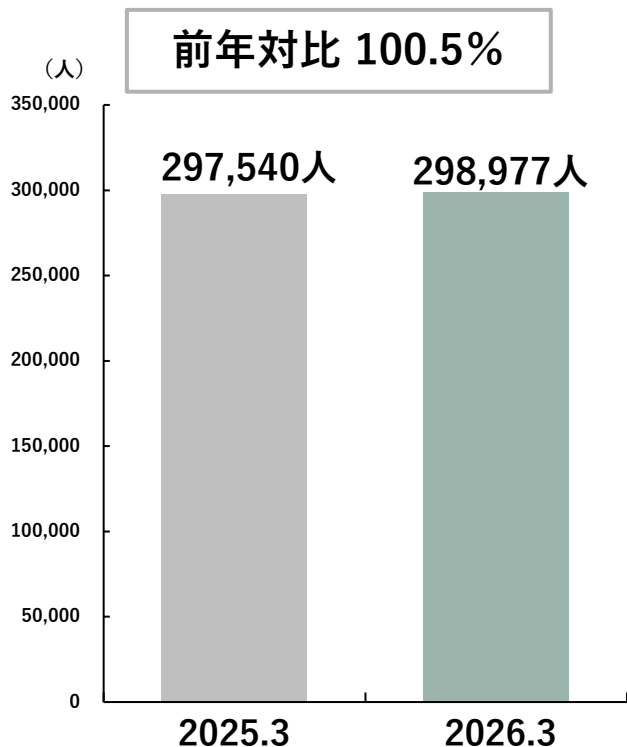
前年対比 119.6%



【継続数】店舗スタッフの採用難等も影響し横ばいで推移。

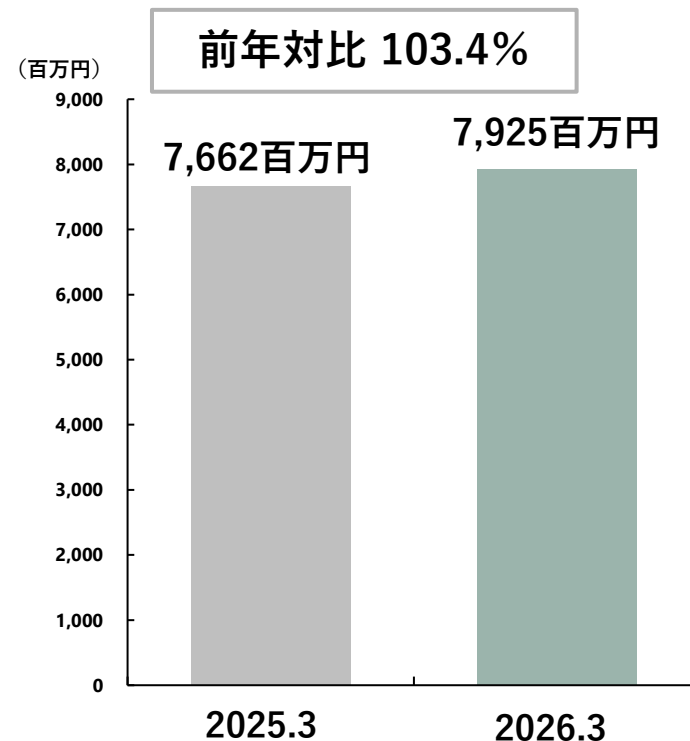
【継続売上高】ロイヤル顧客の増加により購入単価が向上し、売上高は3.4%増。

## < 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 >



**2027年3月期～2029年3月期  
中期経営計画**

---

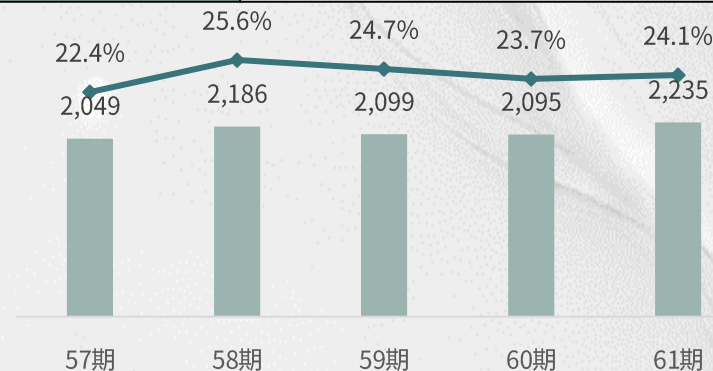
### 売上高

集客強化、顧客ロイヤル化の効果により回復傾向



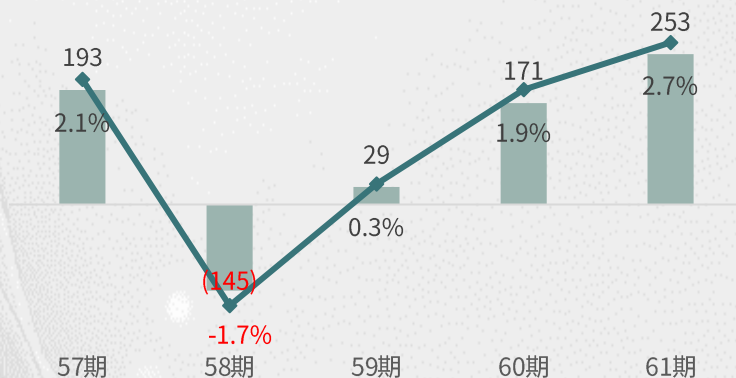
### 売上原価 原価率

物価高騰の影響による原材料費上昇に比例し原価率は上昇傾向



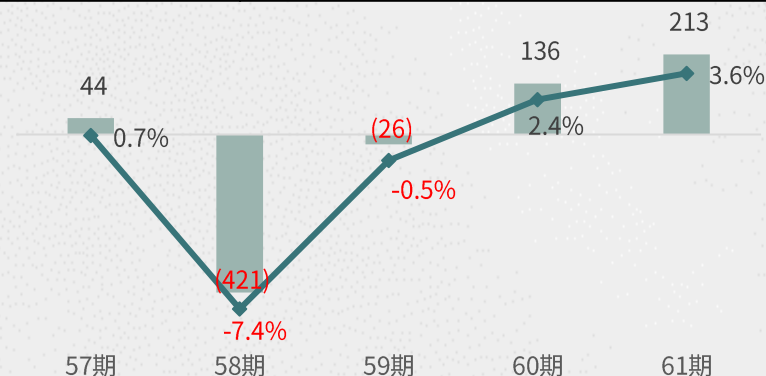
### 営業利益 営業利益率

人件費などの投資により販管費増も売上の増加により利益率上昇



### 純利益 ROE

売上増・販管費効率化で利益創出販売につながる投資を実行



## CORPORATE PHILOSOPHY

美を創造し、演出する。

Orchestrate the Beauty

## 中期経営計画ビジョン

～100年続く企業を目指して～

**「美しさを共に奏でる」**

お客様とともに美しさを創造していく

これまでの歴史に感謝し、お客様とこれからも

ともに歩んでいくという未来を約束します

中期経営計画の取組み

既存ビジネスの  
深化・深耕

既存ビジネス（サロン事業）  
を磨き上げる

新たな価値  
の創造

お客様へ、今までにない  
価値をお届けする

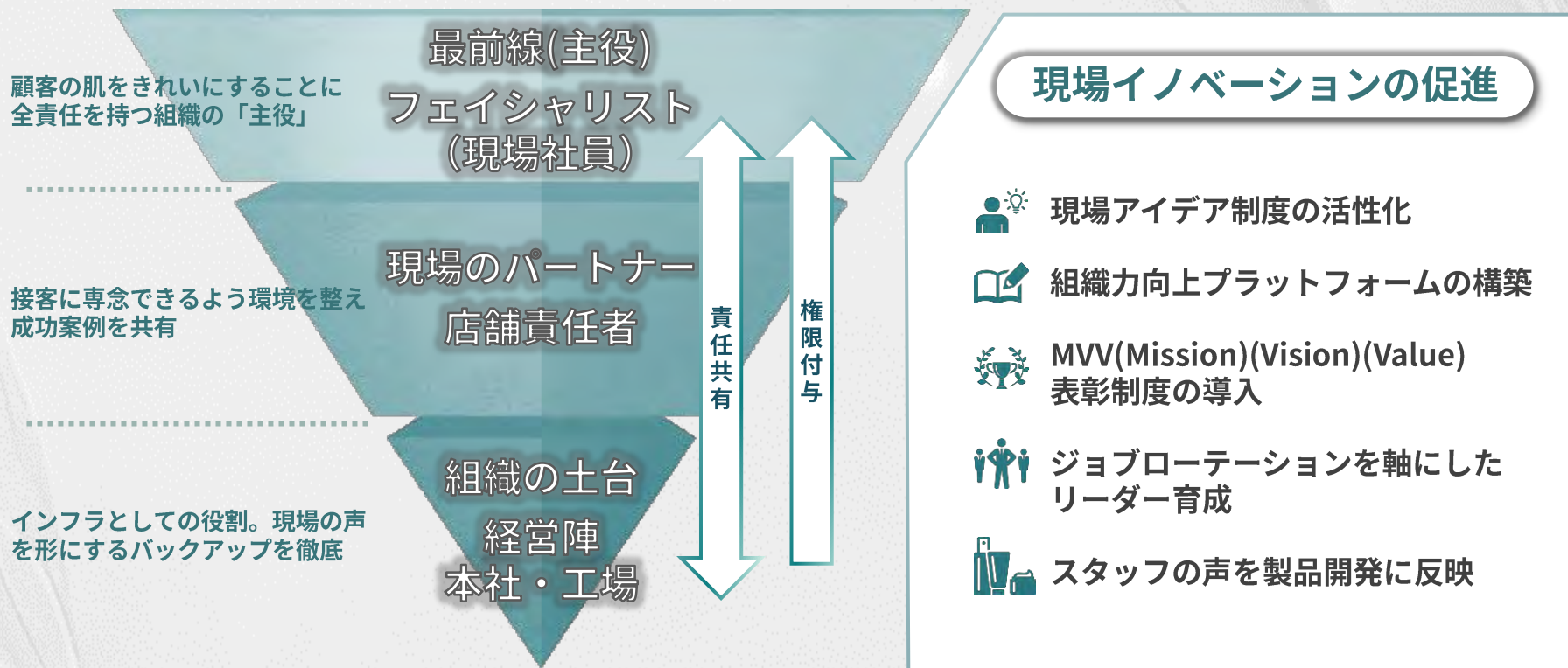
新領域  
への挑戦

新しいビジネス領域へ  
果敢に挑む

- ① 主体性あふれる組織づくり
- ② 顧客体験価値の深化
- ③ 生産体制と品質管理体制の向上
- ④ 店舗オペレーションの効率化・接客効率の改善
- ⑤ シナジー効果による新たな店舗形態の出店

## ①主体性あふれる組織づくり

## “自ら考え動き出す”を企業文化に



①主体性あふれる組織づくり

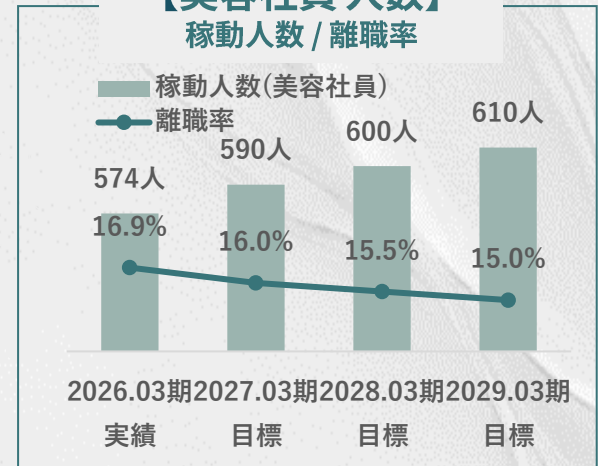
社員満足度の向上による人員増・離職率減

エンゲージメントの向上

■働きがいの促進

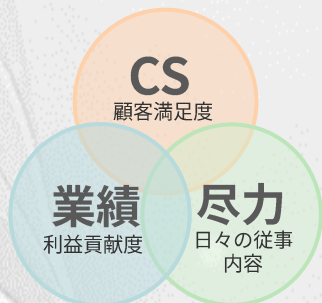
役割と成果に準拠した評価スキームの再定義  
 働きやすさとやりがいを両立する、柔軟なワークスタイル  
 貢献を称える「表彰・インセンティブ制度」  
 ウェルカムバック制度の活用促進

【美容社員人数】  
稼働人数 / 離職率



評価スキームの再定義

CS顧客満足と実績に基づいた  
評価制度の再構築



BEAUTY AWARD

お客様とフェイシャリストが二人  
三脚で育んできた美の成果を発表  
する祭典です。喜びと感動の共有  
により、誇りとやりがいを醸成



優秀フェイシャリスト表彰

個々の1年間の取り組みに感謝し、  
その成果を称える表彰式を開催。  
2025年で28回目の表彰式を実施



シーボンファミリー・デー

家族や同僚への感謝を大切に、地域  
ごとのテーマで実施。子供たちが制服  
姿でマッサージなどの仕事を体験  
するなど、家族や職場の絆を深める  
貴重な機会の創出



## ②顧客体験価値の深化

# ウェルネスへの歩み - 美容から健康支援への広がり -

### 経穴刺激を含むフェイシャルケアの効果



#### 3種類の東洋式トリートメント

巡

meguri

滞りなく巡らせることで肌本来が持つ「美しくなる力」を呼び覚ますケア。

弾

hazumi

滞りがおきやすい美肌ポイントを刺激し、イキイキとした印象の弾む肌へ。

律

totonoi

ストレッチ手技とパーツごとに流す手技で、バランスが律いシャープな印象へと導くケア。

### エビデンスに基づく『価値提供』



生理的リラックス  
心拍変動解析の結果より副交感神経活動の指標が有意に上昇



身体への波及効果  
身体機能にも広く影響を及ぼす可能性



心理的な影響  
主観的評価において、全身倦怠感の項目が有意に改善

## ②顧客体験価値の深化

# お客様の肌データを基にした製品開発

蓄積された  
客観的な肌データ

延べ**189万件以上**

顧客アンケートの声

約**18万件/年**

お客様の声から生まれる  
新製品

分析結果を反映した、  
一人ひとりの肌に寄り添う  
高機能な新製品



ファンミーティング等  
でのリアルな声

お客様一人ひとりの主観  
的な悩みや、使用感に関  
する本音の期待を収集

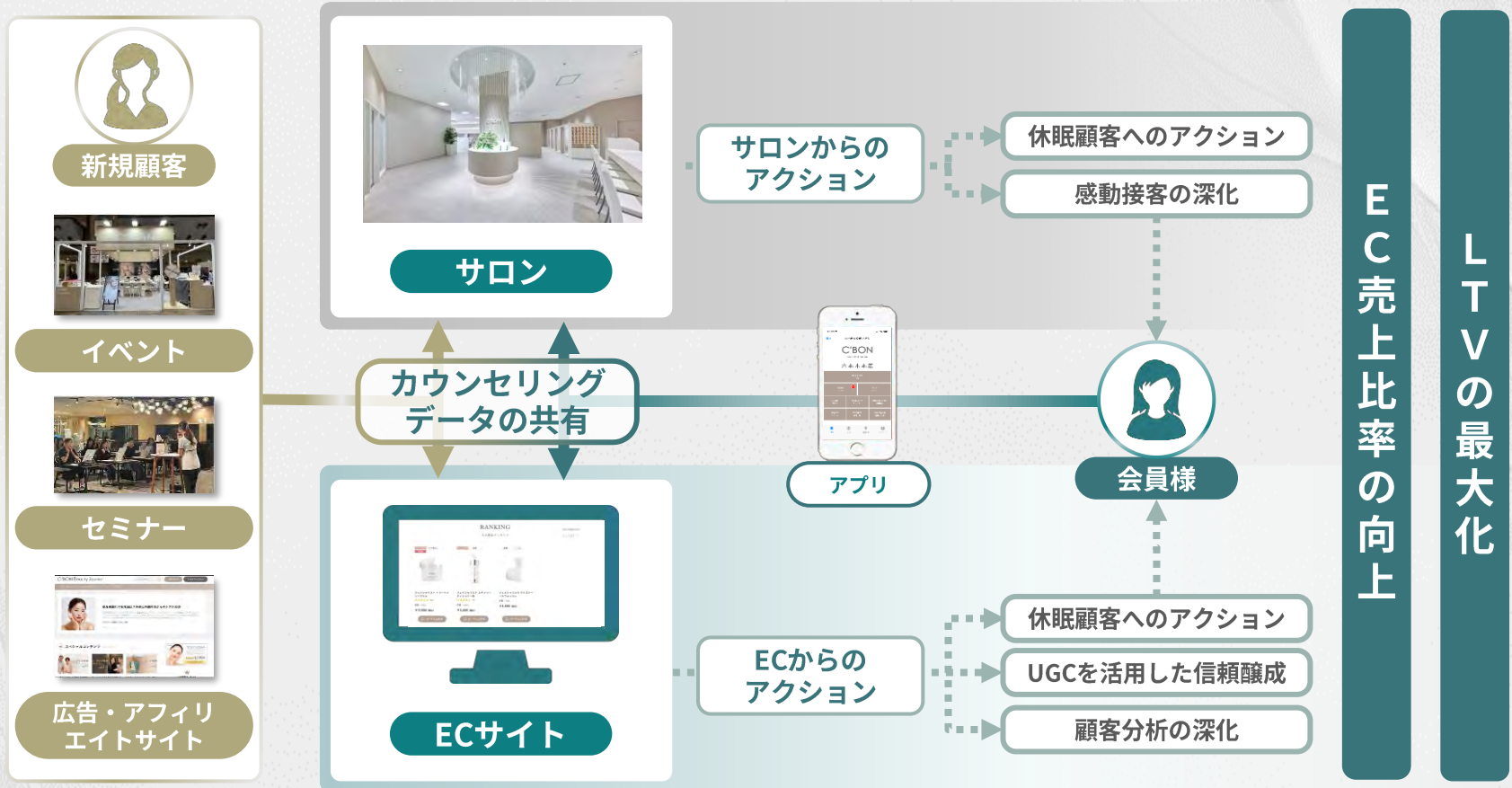
データの分析と  
製品開発への活用

データを分析し、新しい  
配合や肌の特徴に基づい  
た、より良い機能を研究

②顧客体験価値の深化

OMO強化によるLTVの最大化

デジタルの利便性とチャネルを意識させないスムーズな購買体験



### ③生産体制と品質管理体制の向上

## 生産・物流DXによる「魅せる工場」への進化と 新たな付加価値の創造



### データに基づいた運営

- CB-QMD(品質管理システム)の導入
- 生産データを見える化・共有



### 品質向上と効率化

- 製造工程における不良品ゼロを目指す
- 倉庫内作業の一部を自動化、負担を軽減



### 顧客とのつながり (エンゲージメント)

- 工場見学を通じてお客様との絆を深める



## ④店舗オペレーションの効率化・接客効率の改善

## 効率化による収益性の改善



## フェイシャリストのスキルアップ

## 思考プロセスの可視化

トップフェイシャリストの「思考プロセス」を解析し可視化することによる全社的な接客レベルの底上げ

接客効率の向上

## 「共奏美容」の価値を理解

科学的根拠に基づくケア効果の提示でお客様の心に響く提案、接客力を向上

スキルアップ



⑤ シナジー効果による新たな価値創造

各事業間でのシームレスな相互送客

既存事業の活性化⇒顧客単価とLTVの向上

neaf  
C'BON Hair Salon



C'BON  
Facialist Salon



新たな  
シナジー効果

C'BON Concept Shop



美のトータルサポートにより  
新たな店舗形態を創出



- ・主要都市・空白地・小規模 路面店 などへの出店
- ・不採算店舗の統廃合
- ・リニューアルによる価値の向上



※店舗数は、2026年1月1日現在  
 ※ ( ) 内は、フェイシャリストサロン以外  
 ※別途、FC店3店舗(秋田・真岡・笠間)

2029年3月期  
直営店舗数 105店舗

※フェイシャリストサロン以外の出店も含む

## 経営指標目標 2029.3期

※2027年4月の新リース会計基準適用により、一部指標が変更される可能性があります

売上高

100億円

営業利益

6.5億円

ROE

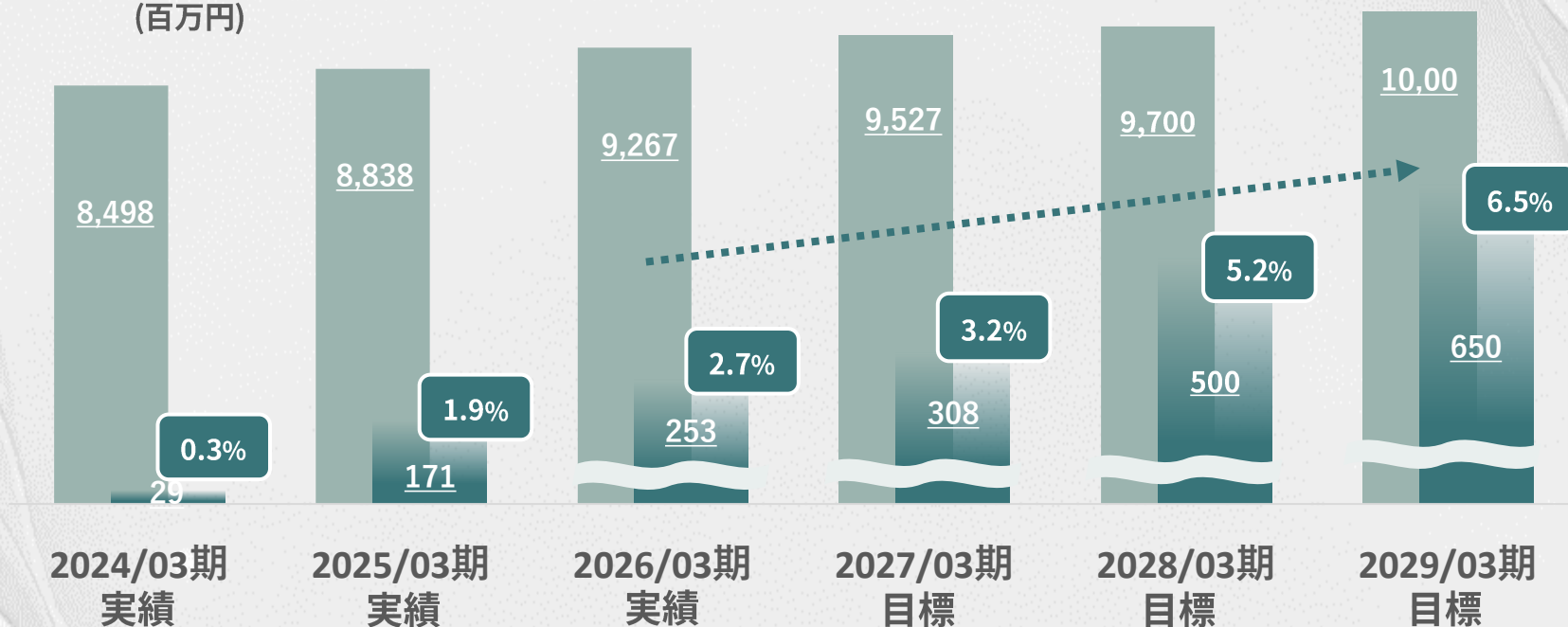
7.3%

DOE

2.8%

■ 売上高 ■ 営業利益率  
■ 営業利益 (百万円)

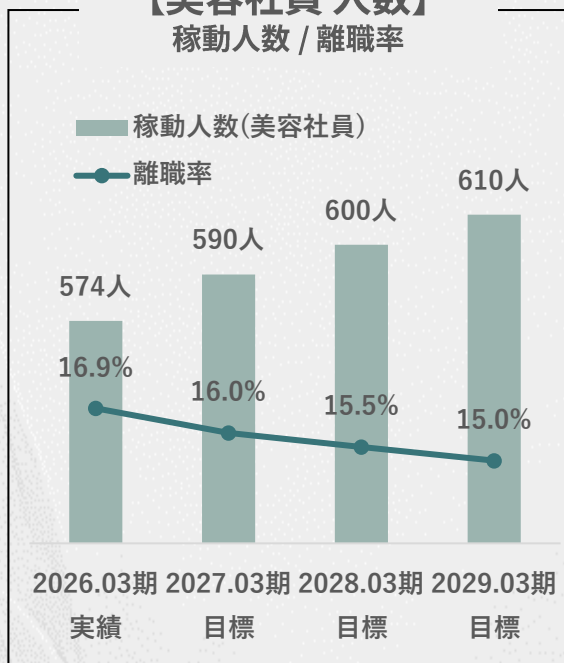
2026.03 ⇒ 2029.03 売上高成長率: 7.8%



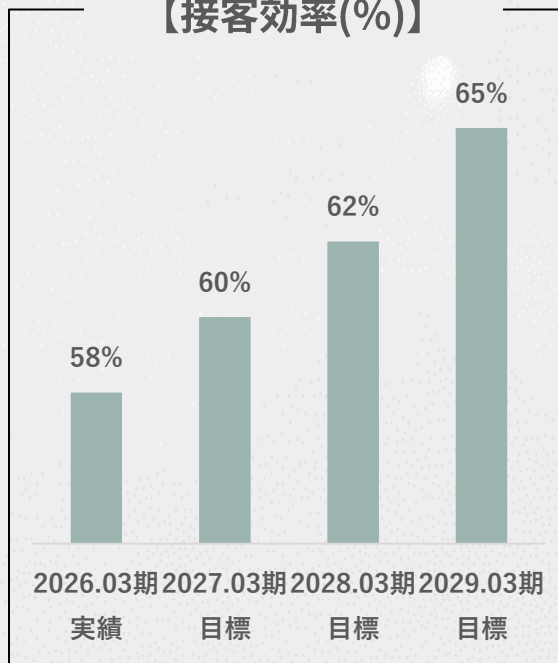
## 主要KPI

### 【美容社員人数】

稼動人数 / 離職率

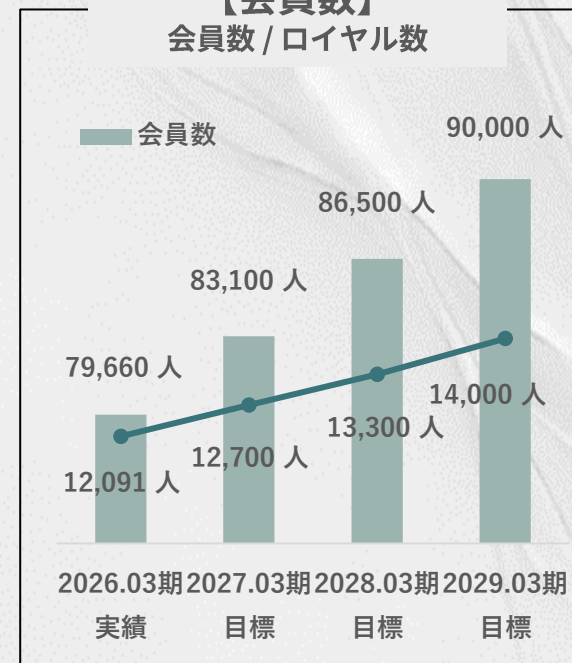


### 【接客効率(%)】



### 【会員数】

会員数 / ロイヤル数



稼動人員の確保

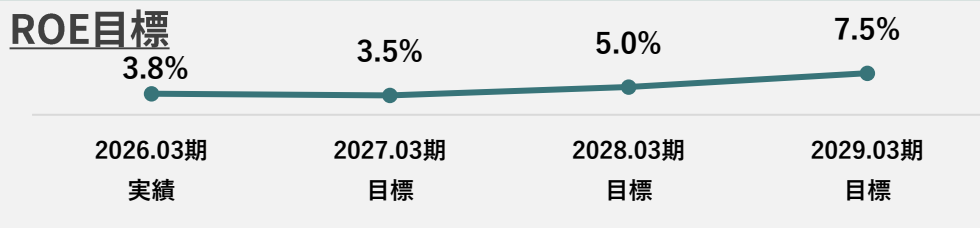
×

社員一人当たり  
接客数の増加

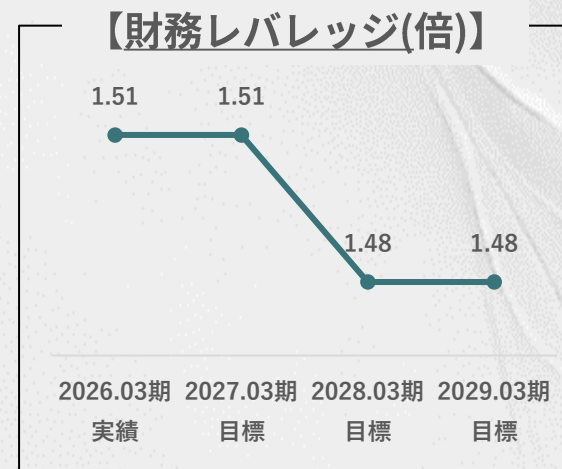
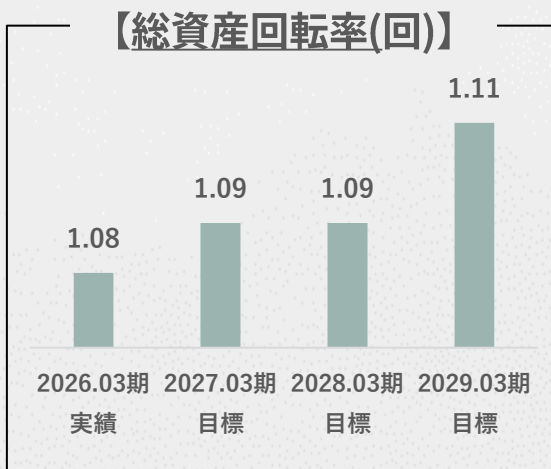
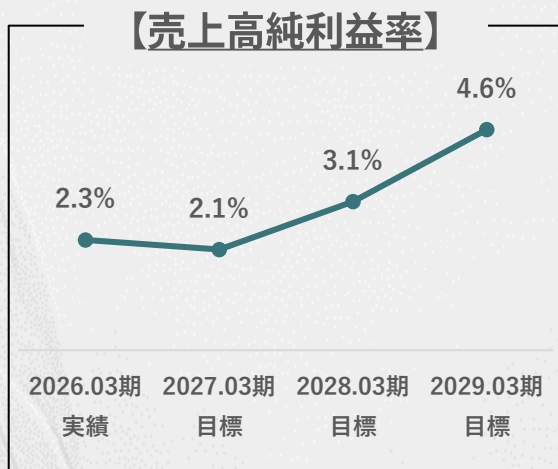
=

会員数の増加

## 財務健全性の維持と資本効率の追求



$$ROE = \frac{\text{純利益}}{\text{売上高}} \times \frac{\text{売上高}}{\text{総資産}} \times \frac{\text{総資産}}{\text{自己資本}}$$



- 売上総利益率の改善
- 効率化と販管費の最適化  
⇒利益体質の強化

- 効率的な店舗運営
- 在庫管理の精度向上  
⇒資産効率の改善

- 自己資本の蓄積と収益力の向上
- 本業の稼ぐ力でROEを向上

※2027年4月の新リース会計基準適用により、一部指標が変更される可能性があります



OEM/ODM

neaf  
C'BON Hair-Salon



未来を拓く  
新しい取組み

## パートナーシップの拡大 (B2B/OEM/ODM)

- ともに成長できる新たな販売パートナーとの連携
- 独自の技術・生産体制を生かした外部との共創

## 美のトータルサポートの実現

- ヘア (neaf) とフェイシャル、相互体験の促進
- パーソナライズサービスの深化→新たなビジネス創出

## 地域に根ざした店舗展開の推進

- 現場の裁量を重視した柔軟な運営体制
- 都市/郊外型、立地性や地域のニーズに合わせたサロン運営

## ウェルネス領域への挑戦

- 培ってきた技術・知識を活かした新たな製品開発
- 子会社との共創による健康食品開発



Wellness

- ・ 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](mailto:ir@cbon.co.jp)