

2025年1月23日

各位

会社名 株式会社 TENTIAL
代表者名 代表取締役社長 中西 裕太郎
(コード番号: 325A 東証グロース市場)
問合せ先 執行役員コーポレート 鶴 沢 敬 太
本部長
(TEL. 03-6455-2921)

2025年1月期及び2026年1月期の業績予想について

2025年1月期(2024年2月1日~2025年1月31日)及び2026年1月期(2025年2月1日~2026年1月31日)における当社の業績予想は、次のとおりであります。

【個別】

(単位: 百万円・%)

項目	2026年1月期 (予想)			2025年1月期 (予想)			2025年1月期 第3四半期累計期間 (実績)		2024年1月期 (実績)	
	対売上高 比率	対前期 増減率		対売上高 比率	対前期 増減率		対売上高 比率		対売上高 比率	
売上高	16,973	100.0	42.0	11,955	100.0	121.0	6,159	100.0	5,409	100.0
営業利益	1,619	9.5	22.6	1,321	11.1	179.1	464	7.6	473	8.8
経常利益	1,602	9.4	23.3	1,300	10.9	172.5	453	7.4	477	8.8
当期(四半期)純利益	1,111	6.6	29.9	855	7.2	68.9	302	4.9	506	9.4
1株当たり 当期(四半期)純利益	158円22銭			129円13銭			45円66銭		76円56銭	
1株当たり 配当金	0円00銭			0円00銭			-		0円00銭	

- (注) 1. 当社は連結財務諸表及び四半期連結財務諸表を作成しておりません。
2. 2024年1月期(実績)、2025年1月期第3四半期累計期間(実績)及び2025年1月期(予想)の1株当たり当期(四半期)純利益は期中平均発行済株式数により算出しております。2026年1月期(予想)の1株当たり当期純利益は公募予定株式数(400,000株)を含めた予定期中平均発行済株式数により算出し、オーバーアロットメントによる売出しに関する第三者割当増資分(最大417,700株)は考慮しておりません。
3. 当社は、2024年11月6日付で、株式1株につき200株の株式分割を行っており、発行済株式総数は6,626,200株となっております。また、2025年1月14日付の新株予約権の行使により、発行済株式数が29,400株増加し、発行済株式総数は6,655,600株となっております。上記では、2024年1月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期(四半期)純利益を算出しております。

ご注意:

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2025年1月23日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積り、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

【業績予想の前提条件】

(1) 当社全体の見通し

当社は「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。」というミッションを掲げ、「コンディショニング（※1）を実装する」というビジョンを掲げております。

当社は、着用時の睡眠の質を向上させることを目的としたナイトウェア「BAKUNE」という商品をはじめ、普段の生活の中で簡単に取り入れられる健康を支える商品を開発・販売しております。これにより、コンディショニングを毎日の生活に溶け込ませ、すべての人が自分の能力を最大限に発揮できる社会を目指しております。

当社が運営するコンディショニングブランド「TENTIAL」は、「コンディショニングを日常生活に簡単に取り入れること」を目的としたブランドです。2019年のインソール販売からブランドを立ち上げ、2024年12月末現在では、100点以上の商品を展開しております。

特に、遠赤外線放射効果を持つ特殊繊維（※2）を使用することで、着用時の睡眠の質を向上させることを目的としたナイトウェア「BAKUNE RECOVERY WEAR」シリーズは、当社の主力商品として成長しております。また、「BAKUNE RECOVERY WEAR」シリーズと同様の特殊繊維を使用した普段着ラインの「MIGARU」シリーズや、着用時の歩きやすさを追求した「リカバリーサンダル」等、日々の活動を支えるアイテムを幅広く展開しております。

当社は、健康維持とコンディショニングにおいて重要な「休養（睡眠）」「運動」「食事」の三大要素の中でも、特に「休養（睡眠）」に焦点を当て、商品開発とブランド認知の拡大を推進しております。当社で企画・開発する商品は、誰もが日常生活の中で取り入れられるよう設計されており、心身の健康を総合的にサポートすることを目指しております。加えて、科学的根拠に基づいたデザイン設計と開発を行い、使用者に確かな効果を提供することに注力しております。

なお、当社はコンディショニングブランド「TENTIAL」を運営するコンディショニングブランド事業の単一セグメントであり、セグメント情報は記載しておりません。

※1 コンディショニング…ライフパフォーマンス向上のために体調に関わるすべての要因を良い状態に整えることを指します。主にアスリートが、パフォーマンス向上の一環として取り入れています。

※2 繊維原料に独自配合した極小セラミックスの粉末を練りこんだ保温機能素材で、着用者の身体から放射された遠赤外線を繊維（SELFLAME®）が放射（熱を持った物質が赤外線を放出する現象）することで血流促進効果を発揮するものを指します。

2025年1月期の第3四半期累計期間におきましては、一般消費者の健康に対する意識の高まりを背景に、当社の主力商品である「BAKUNE」を中心として売上規模が拡大しました。その結果、売上高は6,159,501千円、営業利益は464,942千円、経常利益は453,549千円、四半期純利益は302,608千円となっております。

当社商品は、当社既存顧客からのギフト需要が売上において一定の割合を占めております。特にギフト需要が高まるクリスマス（12月）があることから、第4四半期においても売上規模が引き続き拡大する見込みであり、2025年1月期の業績予想は、売上高11,955,192千円（2024年1月期比221.0%）、営業利益1,321,328千円（同279.1%）、経常利益1,300,029千円（同272.5%）、当期純利益855,796千円（同168.9%）を見込んでおります。

なお、本業績予想は、2025年1月に策定しており、これには2024年2月から2024年11月の実績値及び2024年12月から2025年1月の予算値を用いております。

2026年1月期の業績予想は、売上高16,973,946千円（2025年1月期比142.0%）、営業利益1,619,565千円（同122.6%）、経常利益1,602,475千円（同123.3%）、当期純利益1,111,797千円（同129.9%）を見込んでおります。

ご注意：

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2025年1月23日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（及び訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（及び訂正事項分）は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

(2) 売上高

当社の取扱商品はすべて、当社で企画・開発を行った当社独自の商品であります。販売はオンライン（自社 EC サイト、他社 EC モール）及びオフライン（直営店舗、卸売）の両方で行っており、これら 4 つのチャネルにその他を加えた 5 つの区分で売上計画を策定しております。各チャネルの特徴及びチャネルごとの売上計画の策定方法は以下の通りです。

① 自社 EC サイト

当社が運営する EC サイト「tential.jp」に商品を掲載し、直接販売しております。「tential.jp」では自社開発サイトの強みを活かした自由な UI/UX 設計（※3）によって、商品の販売のみならず顧客に対してブランドの世界観を伝えることに注力しております。

自社 EC 上で購入される顧客は新規顧客と既存顧客の追加購入に分けられることから、業績予想の算出にあたっては新規顧客由来の売上と既存顧客由来の売上に分け、新規・既存それぞれにおいて想定受注数（顧客の購買により発生する購入件数）と想定受注単価（受注 1 件あたりの売上高）を掛け合わせることで算定しております。新規顧客は広告宣伝に基づく購入、既存顧客の購入は広告経由ではないオーガニックによる売上を想定して算定しております。

新規顧客における想定受注数は広告宣伝費及び顧客獲得コスト（1 件の受注に要する広告宣伝費）に基づき算出しております。広告宣伝費は、月ごとのプロモーション戦略に基づいて各月に按分して設定しております。顧客獲得コストは前年同月の実績を参照し設定しております。なお、2026 年 1 月期において、予算計上している TVCM に係る売上高拡大効果については、費用を見込む一方で、売上計画においては 2025 年 1 月期の実績よりも保守的に見込んでおります。

既存顧客における想定受注数は累積の顧客数及びその顧客群の月次購入確率に基づき算出しております。累積の顧客数は新規顧客数の積み上がりから算出しており、累積既存顧客による月次購入確率については 2024 年 1 月期における同月の実績を参照し設定しております。

新規顧客における想定受注単価については、商品単価・セット率・平均割引率を掛け合わせることで算出しております。商品単価、セット率（受注 1 単位の中での平均購入点数を示す指標）及び平均割引率（受注 1 単位あたりの平均割引率（クーポンによる割引金額））は前年同月の値で設定しております。

既存顧客における想定受注単価は、商品単価・セット率・平均割引率・購買頻度を掛け合わせることで算出しております。商品単価、セット率の策定方法は新規顧客と同様となっております。既存顧客の平均割引率は、直近 6 か月間の平均値で設定しております。購買頻度は、購入月内における顧客一人あたりの購入回数の期待値を示す指標であり、前年同月の値を設定しております。

② 他社 EC モール

Amazon、楽天市場及び Yahoo!ショッピング等の EC モールに商品を出品し、販売しております。利用者が多い EC モールに出店することで、自社 EC とは異なるターゲット層にアプローチすることができ、幅広い顧客にリーチしております。

他社 EC チャネルの売上計画の策定にあたっては、主要な EC モールごとに、自社 EC 同様、想定受注数と想定受注単価を掛け合わせることで算定しており、それぞれの設定根拠は自社 EC 同様であります。

③ 直営店舗

大都市圏の百貨店、ショッピングモール等の商業施設内に当社の直営店舗を出店し、商品を販売しております。オンラインのみならず実店舗を出店することで、商業施設に流入する潜在顧客に対して当社商品を訴求することが可能なほか、商品を直接見たい・試したいといった顧客ニーズを満たすことが可能とな

ご注意：

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2025 年 1 月 23 日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（及び訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（及び訂正事項分）は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積り、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

っております。

直営店舗チャネルの売上計画の算定にあたっては、既存店舗及び新規出店店舗に分けて、個店ごとに立案しております。既存店舗の売上高は受注数と受注単価を掛け合わせることで策定しております。

新規出店店舗に関しまして、具体的な出店計画がある店舗は既存店の過去実績を参考に、新店の想定される受注数を設定しております。具体的な出店計画がない店舗に関しましては、中長期の出店戦略を基に店舗ごとに受注数を算出しております。

受注単価に関しましては、全店舗平均の受注単価に対して、自社ECの受注単価の前年比成長率を掛けた値を設定しております。

なお、2024年12月末時点において常設している直営店舗数は10店舗となっており、2025年1月期末時点では10店舗、2026年1月期末時点では14店舗を見込んでおります。

④ 卸売

服飾店、雑貨店及び家電量販店等を通じて当社商品を販売しております。ロードサイド等に立地する服飾店や家電量販店等において当社商品を販売することで、直営店舗とは異なる商圏の潜在顧客に対しても当社商品を訴求することが可能となっており、ブランド認知度の拡大に貢献しております。

卸チャネルの売上計画の算定にあたっては、法人ごとに計画を策定し、展開店舗数に店舗当たり売上高を掛け合わせることで策定しております。

展開店舗数は、実績横引きとしておりますが、店舗数拡大の計画がある一部の法人では見通しの店舗数を採用しております。

店舗当たり売上高は、前年の12月に対する売上比率を各月で設定し策定しております。これは、月次の法人別の売上は各社の在庫状況によって大きく変動し、過去実績がない月も存在するためです。

⑤ その他

2024年5月より、当社商品を当社運営のECサイト若しくは直営店舗で購入した際にポイント（TENTIALマイル）が貯まる「TENTIAL Club」という会員制のポイントプログラムの提供を開始いたしました。

これに伴い、TENTIAL Club 付与マイルに伴う売上控除を売上計画の算定に反映させており、マイル付与対象売上と想定還元率、想定失効率から付与・使用・失効マイル数を算定することで想定売上控除を算出しております。

※3 UI/UX…ユーザー体験を指します。

以上の結果、2025年1月期の売上高は11,955,192千円（2024年1月期比221.0%）を見込んでおり、2026年1月期の売上高は16,973,946千円（2025年1月期比142.0%）を見込んでおります。

(3) 売上原価・売上総利益

売上原価は各チャネル共通で売上高に対して、想定される売上原価率を掛けて策定しております。売上原価率の策定方法は以下の通りとなります。

① 自社ECサイト

原価率は販売商品の構成や割引施策などで変動するため、基本的に前年同月の値を採用しております。但し、2024年8月下旬に行った価格改定（10%程度の値上げ）の影響を加味して2024年9月以降は約2～3%の改善を織り込んでおります。なお、以降の値上げや、原価低減努力による収益性改善効果は、2025

ご注意：

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2025年1月23日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（及び訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（及び訂正事項分）は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

年1月期及び2026年1月期共に織り込んでおりません。

② 他社ECモール

自社ECの原価率を採用しております。

③ 直営店舗

自社ECの原価率を採用しております。

自社ECと同一のキャンペーンを実施し、販売商品構成も同様であるためです。

④ 卸売

自社ECの原価率に対して、平均の掛け率60%を除する形で算定しております。

以上の結果、2025年1月期の売上原価は3,403,755千円(2024年1月期比209.1%)、売上総利益は8,551,437千円(2024年1月期比226.1%)を見込んでおり、2026年1月期の売上原価は4,610,509千円(2025年1月期比135.5%)、売上総利益は12,363,436千円(2025年1月期比144.6%)を見込んでおります。

(4) 販売費及び一般管理費、営業利益

販売費及び一般管理費の内訳は主に広告宣伝費に加え、人件費、荷造運賃等であり、その他経費も含め積み上げで算出しております。

広告宣伝費は主に新規顧客獲得費用であり、新規顧客獲得費用は、売上高予想数値策定時の新規顧客における想定受注数に顧客獲得コストを掛け合わせて算出しており、2025年1月期は3,215,863千円(2024年1月期比212.9%)、2026年1月期は4,553,001千円(2025年1月期比141.6%)を見込んでおります。

人件費は役員報酬、給与、法定福利費等であり、直近の実績及び人員計画に基づき算出しており、2025年1月期は859,413千円(2024年1月期比168.3%)、2026年1月期は商品開発等、成長のための人材投資を目的として、1,484,648千円(2025年1月期比172.8%)を見込んでおります。

荷造運賃は売上高に比例して発生するものであるため、売上高に対する比率の過去実績を算出し、当該比率を計画期間の売上高に乗じることで算出しております。

以上の結果、2025年1月期の販売費及び一般管理費は7,230,108千円(2024年1月期比218.6%)、営業利益は1,321,328千円(2024年1月期比279.1%)を見込んでおり、2026年1月期の販売費及び一般管理費は10,743,870千円(2025年1月期比148.6%)、営業利益は1,619,565千円(2025年1月期比122.6%)を見込んでおります。

(5) 営業外損益、経常利益

営業外収益は雑収入のみであり、2025年1月期に18,645千円、2026年1月期に3,600千円を見込んでおります。

営業外費用は主に支払利息及び上場関連費用であり、2025年1月期に39,944千円、2026年1月期に20,689千円を見込んでおります。

以上の結果、2025年1月期の経常利益は1,300,029千円(2024年1月期比272.5%)を見込んでおり、2026年1月期の経常利益は1,602,475千円(2025年1月期比123.3%)を見込んでおります。

(6) 特別損益、当期純利益

特別損益につきましては、発生を見込んでおりません。

ご注意：

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2025年1月23日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

以上の結果、2025年1月期の当期純利益は855,796千円（2024年1月期比168.9%）を見込んでおり、2026年1月期の当期純利益は1,111,797千円（2025年1月期比129.9%）を見込んでおります。

【業績予想に関するご留意事項】

本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は様々な要因によって異なる場合があります。

以上

ご注意：

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2025年1月23日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（及び訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（及び訂正事項分）は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。