

2025年7月9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本部長 鶴沢敬太  
(TEL. 03-6455-2921)

## 投資家の皆さまからのご質問と当社見解 (2025年7月)

日頃より、当社へご関心をお持ちいただきありがとうございます。投資家の皆さまより頂戴した主な質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

なお、本開示は投資家の皆さまへの情報発信の強化とフェア・ディスクロージャーを目的に開示するものです。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性がある点ご了承ください。

Q1. 6月に通期業績予想を上方修正しましたが、計画の前提について教えてください。

当社の第2四半期の売上高は、母の日・父の日のギフト需要が集中する季節要因があるため、5~6月に偏重する傾向がございます。6月13日に公表した業績予想には、同日時点までに把握できている実績を織り込んでおり、一定程度蓋然性が高い計画値としております。

販管費につきましては、リカバリーウェア市場が拡大する中で、市場シェアを強固なものにすべく、広告宣伝費を期初計画から戦略的に増額いたしました。

広告宣伝費の追加は市場における短期的な認知拡大に寄与するだけでなく、お客様から選ばれ続けられるための、中長期的なブランドアセットの強化にも繋がる戦略的な投資と判断しております。

なお、広告宣伝費については、費用対効果を適切にモニタリングした上で規律を持って投資判断を行っており、今回の広告宣伝費の増額は売上・営業利益の進捗を踏まえての増額になりますが、今後も規律ある投資判断のもと、株主価値の持続的な向上に取り組んで参ります。

Q2. リカバリーウェア『BAKUNE』が成長を牽引していると認識していますが、他カテゴリーの販売状況はいかがでしょうか。

ブランド認知の拡大を背景に、リカバリーウェア以外のカテゴリーも成長を遂げています。リカバリーウェア『BAKUNE』と同じ睡眠領域であり、当社としても注力しているカテゴリーである掛け布団 (Comforter) カテゴリーの売上高は、第1四半期において前年同期比約5.5倍と大幅に伸長しました。売上構成比に関しましても、7.9%を占めており、前年同期3.1%から増加しております。

この背景としては、リカバリーウェア BAKUNE で培ったお客様からの認知や信頼等の TENTIAL ブランドとしてのアセットがあると考えております。科学的根拠に基づいた商品開発力、マーケティング力を武器に、足元リカバリーウェア市場において盤石なポジショニングを維持しつつ、商品ポートフォリオの多角化を進めてまいります。

Q3. 6~7月にかけて複数の POPUP STORE を展開していますが、今後も継続するご予定はありますか。

POPUP STORE については、今期において、伊勢丹新宿店、渋谷スクランブルスクエア、京都高島屋、表参道ヒルズなどで実施をしており、当社のお客様属性と相性の良いショッピングモールや百貨店で実施する

ことで、ブランド認知の拡大及び、ブランドポジショニングの確立に寄与しております。また、継続的なPOPUP STOREの実績から、他施設からのお声かけや常設店の出店へと発展するケースも増えており、将来的な店舗網拡大においても重要な役割を担っています。こうした効果を踏まえ、今後も開催時期や場所を慎重に選定しながら、POPUP STORE を積極的に展開していく方針です。

以 上