

2025年9月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕(連結)



2025年8月14日
東

上場会社名 株式会社ピクセラ 上場取引所
コード番号 6731 URL <http://www.pixela.co.jp/>
代表者 (役職名) 代表取締役社長 (氏名) 藤岡 毅
問合せ先責任者 (役職名) 取締役 経営管理本部本部長 (氏名) 岩井 亨 (TEL) 050(1780)3296
配当支払開始予定日 —
決算補足説明資料作成の有無 : 無
決算説明会開催の有無 : 無

(百万円未満切捨て)

1. 2025年9月期第3四半期の連結業績(2024年10月1日～2025年6月30日)

(1) 連結経営成績(累計) (%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2025年9月期第3四半期	782	△13.8	△566	—	△585	—	△594	—
2024年9月期第3四半期	907	△23.5	△581	—	△586	—	△672	—

(注) 包括利益 2025年9月期第3四半期 △594百万円(—%) 2024年9月期第3四半期 △672百万円(—%)

	1株当たり 四半期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益
	円 銭	円 銭
2025年9月期第3四半期	△11.90	—
2024年9月期第3四半期	△42.73	—

(注) 当社は、2023年12月29日付で普通株式100株につき1株の割合で株式併合を行っております。前連結会計年度の期首に当該株式併合が行われたと仮定して、「1株当たり四半期純利益」を算定しております。

(2) 連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
	百万円	百万円	%
2025年9月期第3四半期	1,103	755	68.4
2024年9月期	619	200	32.1

(参考) 自己資本 2025年9月期第3四半期 754百万円 2024年9月期 198百万円

2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2024年9月期	—	0.00	—	0.00	0.00
2025年9月期	—	0.00	—	—	—
2025年9月期(予想)	—	—	—	0.00	0.00

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無 : 無

3. 2025年9月期の連結業績予想(2024年10月1日～2025年9月30日)

(%表示は、対前期増減率)

	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
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	—	—	—	—	—	—	—	—	—

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 無

2025年9月期の連結業績予想につきましては、現時点で合理的に算定することが困難であることから、未定といたします。今後、業績予想の算定が可能となった時点で速やかに開示いたします。

※ 注記事項

- (1) 当四半期連結累計期間における連結範囲の重要な変更 : 無
- (2) 四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用 : 無
- (3) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示
 - ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更 : 無
 - ② ①以外の会計方針の変更 : 無
 - ③ 会計上の見積りの変更 : 無
 - ④ 修正再表示 : 無

(4) 発行済株式数（普通株式）

① 期末発行済株式数（自己株式を含む）	2025年9月期3Q	84,915,276株	2024年9月期	27,415,276株
② 期末自己株式数	2025年9月期3Q	36,177株	2024年9月期	31,221株
③ 期中平均株式数（四半期累計）	2025年9月期3Q	49,937,408株	2024年9月期3Q	15,742,751株

（注）当社は、2023年12月29日付で普通株式100株につき1株の割合で株式併合を行っております。前連結会計年度の期首に当該株式併合が行われたと仮定して、「期末発行済株式数（自己株式を含む）」、「期末自己株式数」及び「期中平均株式数（四半期累計）」を算定しております。

※ 添付される四半期連結財務諸表に対する公認会計士又は監査法人によるレビュー : 無

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

本資料に記載されている業績見通し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、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

○添付資料の目次

1. 経営成績等の概況	2
(1) 当四半期連結累計期間の経営成績の概況	2
(2) 当四半期連結累計期間の財政状態の概況	5
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明	5
(4) 継続企業の前提に関する重要事象等	6
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記	8
(1) 四半期連結貸借対照表	8
(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書	10
四半期連結損益計算書	10
第3四半期連結累計期間	10
四半期連結包括利益計算書	11
第3四半期連結累計期間	11
(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項	12
(セグメント情報等の注記)	12
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	14
(継続企業の前提に関する注記)	14
(キャッシュ・フロー計算書に関する注記)	16
(重要な後発事象)	17

1. 経営成績等の概況

(1) 当四半期連結累計期間の経営成績の概況

当第3四半期連結累計期間においても、引き続き不透明な経営環境が続いておりますが、当社は新たな成長戦略を策定し、事業構造の転換を進めています。依然として、グローバルな政治・経済情勢の影響、既存事業における市場縮小、ならびに原材料費や物流費の高騰といった課題に直面しております。特に、ウクライナ情勢の長期化、米国の通商政策（関税措置など）が影響し、金融市場を不安定にさせると共に、円安の継続、半導体部品の供給制約は、製造・調達体制に大きな影響を及ぼしています。加えて、AV・家電市場の需要低下やテレビ市場の構造的縮小に伴い、当社の中核技術を活用した既存事業の収益力にも影響が出ております。

このような経営環境の中、当社グループは事業構造を抜本的に転換し、新たな成長ステージへ移行するための好機と捉え、策定した新成長戦略に基づき、以下の構造改革を推進しました。

当社グループでの業務の統合やスリム化をはかり、各部門の業務内容や人員構成の見直しを進め、固定費の削減に取り組みました。また、既存事業の効率化に向けては、製品ラインナップの最適化、コミュニケーション戦略の見直し、デザインの刷新、Webサイトの強化などを進めてまいりました。さらに、当社は新規成長戦略として「ウェルネス・ヘルスケア× Web3」を掲げ、ウェルネス・ヘルスケア市場への新規参入を図り、予防医療、パーソナライズドヘルスケア、メンタルウェルネスに注力し、AIやIoTを活用した革新的な製品・サービスの開発を進めています。同時に、Web3技術を戦略的に活用し、ブロックチェーンによるヘルスケアデータの安全管理、NFTやトークンエコノミーによるユーザーエンゲージメント向上、分散型自律組織(DAO)によるコミュニティ主導のエコシステムの構築を志向しております。

今後の展望としては、革新的な健康管理プラットフォームの構築、グローバル市場での顧客基盤拡大、データ駆動型の新規ビジネスモデル確立に注力してまいります。特に、Web3ヘルスケア領域においては、リーディングカンパニーを目指しています。

当社は、この新戦略を通じて従来のヘルスケア市場の枠組みを超えた新たな価値創造を実現し、中長期的な企業価値の向上を図ってまいります。依然として不透明な経営環境が続く中であっても、柔軟かつ戦略的な意思決定を通じて、事業構造の大胆な転換と持続的成長の両立に取り組んでまいります。

AV関連事業においては、ウェルネスおよびヘルスケア分野における既存製品に対する保守・機能アップデート、および新規製品の開発に取り組んでおります。また、新規事業としてのボイ活サービス・アプリをスタートし、サービス向上に向けて注力しております。引き続きこれらに続くサービス、製品の開発に努め、今後も、当社が培ってきた技術的知見を活かしつつ、製品の機能強化とサービスの付加価値向上を進めることで、ユーザーにとって魅力的かつ革新的なソリューションを提供し、新たな価値の創出を目指してまいります。

家電事業においては、事業の持続的成長と競争力の強化に向け、戦略的な取り組みを継続的に推進しております。具体的には、調理家電、季節家電、理美容家電の各分野において、市場トレンドを先取りした製品開発に注力し、製品ラインナップの拡充を進めてまいりました。

同時に、SNSを活用した効果的な製品ブランディングやターゲット顧客層に合わせたマーケティング施策を展開し、ブランド価値の向上に努めております。販売面では、自社ブランド製品の販売強化に加え、大手EC事業者向けOEM製品の拡販にも注力し、販売チャネルの多様化を進めております。これらの施策により、市場シェアの拡大、ブランド認知度の向上、安定的な収益基盤の構築、そして新たな顧客層の獲得を目指しております。

今後の成長戦略として、急成長が見込まれる理美容製品市場とオーガニックプロダクト市場に特に注力してまいります。理美容製品分野では、高機能ヘアケア機器やスキンケアデバイスの開発、プロフェッショナル向け美容機器の強化を進めます。オーガニックプロダクト市場では、天然素材を使用した調理家電の開発やエコフレンドリーな製品設計の導入、オーガニック認証取得製品の展開を計画しております。これらの新たな注力分野は、健康志向や環境意識の高まりを背景に急成長している市場であり、当社の技術力と既存の顧客基盤を活かした事業拡大が期待できます。高付加価値製品の投入により利益率の向上を目指すとともに、環境に配慮した製品開発を通じてSDGsへの貢献と長期的な企業価値向上を実現してまいります。

当社は、これらの戦略的取り組みを通じて、家電事業の持続的成長と企業価値の向上に努めてまいります。成長市場への積極的な展開と既存事業の強化により、中長期的な収益拡大を目指してまいりますので、引き続きご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

以上の結果、当第3四半期連結累計期間の売上高は7億82百万円（前年同期比13.8%減）、営業損失5億66百万

円（前年同期は営業損失5億81百万円）、経常損失5億85百万円（前年同期は経常損失5億86百万円）、親会社株主に帰属する四半期純損失5億94百万円（前年同期は親会社株主に帰属する四半期純損失6億72百万円）となりました。

セグメント別の業績の概況は以下のとおりであります。

〔ＡＶ関連事業〕

ホームAV関連製品に関しましては、新SoC用新4K衛星放送対応TVスタックソフトウェアのターンキーソリューションのロイヤリティの売上高が1百万円（前年同期比97.4%減）となりました。Xit-AirBoxの売上高は1億24百万円（前年同期比22.9%減）、Xit-Stickの売上高は6百万円（前年同期比71.0%減）と前年同期と比べ低調な結果となりました。EWBS対応の海外向けSTBは受注前の段階が継続し、売上高はゼロとなりました。また、業務ブランド「BIZmode」と「BIZmode」を元に開発したサイネージ事業ブランド「pipico」でのAndroid TV搭載の4Kスマートチューナー、4K衛星放送対応スマートテレビの受注およびソフトウェアロイヤリティは、7百万円（前年同期比140.3%増）となりました。その他として発売済みSTBの追加販売およびソフトウェアの有償保守費用等で13百万円（前年同期比30.3%増）の売上高があり、その結果、売上高は1億53百万円（前年同期比41.3%減）となりました。

IoT関連製品に関しましては、LTEドングルMT100シリーズは、売上高が35百万円（前年同期比61.8%減）となり、4GLTEルーターの売上高は40百万円（前年同期比44.9%減）となりました。その他、修理費などで売上高は16百万円（前年同期比0.9%減）となりました。その結果、売上高は92百万円（前年同期比49.5%減）となりました。

パソコン向けテレビキャプチャーをはじめとするテレビキャプチャー関連製品に関しましては、全体で売上高は1億34百万円（前年同期比3.2%増）となりました。

そのほか、新規事業のスマートリング、ポイ活サービス、カメラバンドルソフトの保守等のその他売上高が36百万円（前年同期比700%増）となりました。

これらの結果、ＡＶ関連事業の売上高は4億16百万円（前年同期比27.9%減）、セグメント損失（営業損失）は1億6百万円（前年同期はセグメント利益20百万円）となりました。

〔家電事業〕

家電事業の当第3四半期連結累計期間におきましては、「ブランド価値の向上」と「お客様への付加価値の高い商品ラインナップの拡充」を遂行し、収益構造の抜本的改革を推し進めました。その結果、大幅な業績の回復を実現いたしました。事業のハイライトと今後の成長戦略をご報告いたします。

１．事業のハイライト

当第3四半期連結累計期間の事業の成長を力強く牽引したのは、プレミアムブランド「Re・De」商品の拡販と新製品の発売となりました。Re・Deブランドの製品群につきましては、家電事業全体の売上高に対し、売上構成比は64.1%（前年同期は41.8%）となり、顕著に成長を続けております。特に、理美容家電のドライヤー「Re・De Hairdry」が大きく牽引し、デザイン性や速乾性、風力など「プロが認める仕上がりの実現」と「スタンドの利便性」が商品の魅力で、お客様より高く評価され、人気商品となり、著しく売上に貢献いたしました。

さらに、調理家電分野の新製品の販売が大きく貢献いたしました。Re・Deブランドでは、プレミアムオープンレンジ「Re・De Range」を2025年2月から一般販売を開始し、A-Stageブランドでは、縦型トースター「爆速リベイクトースター」を2025年3月より一般販売を開始いたしました。

「Re・De Range」は、コンパクト×ハイスpekが最大の特徴で、洗練されたデザインとプロの料理人も唸らせるほど機能性が高く、幅広い年齢層の方から高く評価され、販売直後から売上高39百万円を達成。新たな収益の柱として急成長しております。「爆速リベイクトースター」は、共働き世帯の時短ニーズを的確に捉え、約90秒で焼き上げる手軽さと機能性で人気を博し、調理家電分野全体の売上を力強く押し上げました。

２．カテゴリ別業績

当第3四半期連結累計期間におけるカテゴリ別の売上高の業績としては、著しい成長カテゴリ分野に注力致しました。全体として、前年同期と比較して売上高は増加、粗利益額（率）も増加し、ヘアドライヤー等の理美容家電、

調理家電、生活家電が、顕著に増加しました。

理美容家電分野においては、デザインと速乾性能でご好評いただいているドライヤー「Re・De Hairdry」が牽引し、売上高は76百万円（前年同期比65.7%増）と顕著に売上高、利益ともに伸ばし成長を達成しました。

調理家電分野においては、上記新製品の「Re・De Range」に加え、ロングラン商品の電気圧力鍋「Re・De Pot」も売上高80百万円（前年同期比14.4%増）と堅調に推移しました。

さらに、新発売した上記の縦型トースター「爆速リベイクトースター」も販売直後から売上を堅調に伸ばし、調理家電分野の売上高は、Re・Deブランド、A-Stageブランドを合わせ1億38百万円（前年同期比38.8%増）と堅調に伸び、売上、利益ともに貢献いたしました。

生活家電分野では、洗濯機の売上高が、前年同期比97.6%と大幅に増加し、Re・Deブランドのスマートダストボックス「Re・De Bin」の売上高も好調に推移し、生活家電分野の売上高は、34百万円（前年同期比98.8%増）と大きく貢献しました。

一方、冷蔵庫や冷凍庫等の白物家電は、売上高1億8百万円と前年同期比22.7%減、黒物家電の4K関連製品や液晶TV等の製品群の売上は5百万円で前年同期比71.4%減となりました。

3. 営業、メディア戦略

商品力に加え、お客様との関係構築を最重要課題と捉え、以下の戦略を展開いたしました。

- ・新商品の発売に合わせ、体感イベントを全国主要都市で開催し、集客性と話題性を高め、お客様に直接、当社商品の魅力を体感して頂く機会を拡大いたしました。

- ・販路拡大においては、他社メーカーとの差別化を図るため、当社商品の魅力や強みをお客様に直観的に伝わりやすい展示ディスプレイを導入し、実店舗の拡大を図り、販売網を着実に増やしました。

- ・メディア戦略：各種メディアにおいて、家電関係の雑誌のみならず、様々な分野の雑誌やインターネットWEBサイト、地上波テレビ等で広く取り上げられ、Re・DeブランドおよびA-Stageブランドの認知度が更に向上し、いずれも市場で高い評価を獲得し、ブランド力の強化とともに、人気商品としての地位を確立するに至りました。

4. 開発戦略

新製品開発では、理美容分野において、いつでもどこでも本格的なケアを可能にする、革新的な次世代ビューティーデバイスの美顔器の開発、調理家電分野では、ロングランの人気商品である電気圧力鍋「Re・De Pot」をフルリニューアルとして開発を進めました。

またプレミアム&ウェルネス領域での新製品開発を続々と進めております。

5. 今後の成長戦略

今後は以下の戦略に注力し、業績の回復と成長を目指してまいります。

- ① Re・Deブランドの深化——プレミアム&ウェルネス領域での新製品開発
- ② 理美容家電の拡充——高成長カテゴリに集中投資
- ③ SNSマーケティング強化——費用対効果の高いデジタル販促でファン層を拡大
- ④ 低調カテゴリの再編——黒物・白物家電のラインアップを最適化し、資源を注力分野へシフト

これらの施策により、市場変化に柔軟に対応しつつ“黒字化の回復ライン”を確実に捉え、持続的な成長と収益性向上を実現してまいります。これらの施策を通じて、市場環境の変化に適応しつつ、持続的な成長と収益性の改善を図ってまいります。引き続き、株主の皆様のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

これらの結果、家電事業の売上高は3億65百万円（前年同期比11.0%増）、セグメント損失（営業損失）は1億42百万円（前年同期はセグメント損失2億39百万円）となりました。

今後、継続的な効率化を実施することにより、当社グループ全体での利益率の向上を目指してまいります。

（注）各セグメントのセグメント利益又は損失（営業利益又は損失）は、「セグメント情報」に記載のとおり、各セグメントに配分していない全社費用3億17百万円（前年同期比12.3%減）を配分する前の金額であります。

(2) 当四半期連結累計期間の財政状態の概況

(総資産)

当第3四半期連結会計期間末の総資産は、前連結会計年度末に比べ4億84百万円増加し、11億3百万円となりました。これは主に、その他流動資産が32百万円、原材料及び貯蔵品が15百万円それぞれ減少したものの、現金及び預金が4億25百万円、商品及び製品が77百万円、前渡金が28百万円それぞれ増加したことなどによるものであります。

(負債)

当第3四半期連結会計期間末の負債は、前連結会計年度末に比べ71百万円減少し、3億47百万円となりました。これは主に、1年内償還予定の社債が30百万円増加したものの、支払手形及び買掛金が49百万円、契約損失引当金が30百万円、その他流動負債が26百万円それぞれ減少したことなどによるものであります。

(純資産)

当第3四半期連結会計期間末の純資産は、前連結会計年度末に比べ5億55百万円増加し、7億55百万円となりました。これは主に新株発行により資本金及び資本剰余金がそれぞれ5億75百万円増加したものの、親会社株主に帰属する四半期純損失を5億94百万円計上したことなどによるものであります。

(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明

2025年9月期の連結業績予想につきましては、事業構造改革の実施途中であり、現時点で合理的な業績予想の算定が困難な状況であることから未定としております。

今後、連結業績予想の算定が可能となった時点で速やかに開示いたします。

(4) 継続企業の前提に関する重要事象等

当社グループは、前連結会計年度において7期連続の営業損失を計上しており、また、営業活動によるキャッシュ・フローは前連結会計年度まで11期連続のマイナスとなっております。

当第3四半期連結累計期間においても、依然として営業損失5億66百万円及び親会社株主に帰属する四半期純損失5億94百万円を計上しております。

これらのことから、継続企業の前提に重要な疑義を生じさせるような状況が存在しております。

このため、当社グループでは、当該状況を解消するため、以下の施策を実施しております。

①事業の選択と集中

当社は、近年の市場環境の変化に対応し、持続的な成長と収益性の向上を目指して大幅な事業構造の転換を進めています。これまでAV関連事業では、TVチューナー周辺のソフトウェア開発を中心に事業を展開してまいりましたが、最近の「TV離れ」やインターネットによるコンテンツ再配信の影響で、当社のコア技術であるTVチューナー関連のニーズが大きく減少しました。この状況を受けて、製品ラインナップの整理やコミュニケーション戦略、製品デザイン、Webサイトの充実など、様々な施策を講じてきましたが、市場ニーズの減少には抗えず、TVチューナー周辺のソフトウェア開発プロジェクトにおいて選択と集中を実施することとなりました。

今後は、大きな成長が見込まれるウェルネスやヘルスケア関連の製品やサービスに大きくシフトしていく計画です。収益性の低いプロジェクトを廃止することで効率化を進め、収益構造を改善してまいります。特に、当社が強みとするソフトウェアおよびハードウェア開発技術を活かし、新興ブランドとしてウェアラブルIoTデバイス、特にスマートリングを中心に、健康維持や美容に貢献するスキンケア、ヘアケア、オーラルケア製品群を新たに展開する予定です。

家電事業においては、「心地をリデザインする」というコンセプトのもと、ウェルネスブランドとしてリブランディングしたRe・Deと、ミニマリスト向けジェネリック家電として展開しているA-Stageという2つのブランドを中心に事業を進めてきました。今年で6年目を迎えるRe・Deはさらなる成長を目指し、理美容家電分野やオーガニック製品分野への進出を計画しています。

これらの取り組みを通じて、安定的に売上と利益を上げる仕組みづくりを推進し、中長期的な企業価値の向上を図ってまいります。投資家の皆様には、この新たな方向性にご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

②自社製品ブランドの確立

当社は、AV関連事業および家電事業における競争力強化と持続的な成長を目指し、戦略的なブランディングとマーケティング施策を展開しています。これらの取り組みにより、当社製品の市場認知度向上と顧客ロイヤルティの強化を図り、中長期的な企業価値の向上を目指します。

当社の新たな戦略の中心には、ブランドストーリーテリングを活用したマーケティングアプローチがあります。この手法により、単なる製品訴求を超えて、当社の価値観や歴史、使命を包括的に伝えることで、顧客との感情的なつながりを築くことを目指します。具体的には、高度なCRM（顧客関係管理）システムを導入し、顧客データの統合と分析を通じてカスタマーエクイティ（顧客生涯価値）の向上を図ります。顧客の嗜好やニーズを詳細に分析し、それぞれのセグメントに合わせたストーリーテリングを展開することで、既存顧客の維持率向上と顧客単価の増加を実現し、安定的な収益基盤を構築します。

また、従来のメディアに加え、SNSを活用した効果的なプロモーション戦略も展開します。各チャネルの特性を活かしつつ、一貫したブランドストーリーを展開することでブランドイメージの強化と浸透を図ります。ターゲット顧客層に合わせたコンテンツ制作と情報発信によって、費用対効果の高いマーケティングが実現されます。自社Webサイトやアプリなどのオウンドメディアも戦略的に育成し、直接的な顧客接点を増やすことで、当社製品やサービスに関する深い洞察や背景ストーリーを提供し、ブランドへの理解と愛着を深めます。この取り組みにより、マーケティングコストの最適化と顧客データの直接取得が可能になります。

さらに、AV関連事業と家電事業の両分野で一貫したブランドイメージを構築し、各事業部門の強みを活かしつつグループ全体としての一貫したストーリーを展開することでシナジー効果の創出を目指します。これにより、グループ全体の認知度と信頼性が高まり、市場での競争優位性が確立されます。これらの施策によって、当社は急速に変化する市場環境に適応しつつ、ブランド価値の向上と顧客基盤の拡大を図ります。

同時に、高品質な製品開発と革新的な技術の追求も継続し、それらをブランドストーリーの中核に据えることで

製品の差別化と競争力強化が実現されます。当社はこれらの取り組みにより売上高の増加、利益率の改善、そして株主価値の向上を実現してまいります。投資家の皆様には、この新たな成長戦略にご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

③経営戦略資金の確保

第1四半期連結会計期間においてEVO FUNDを割当予定先とする第20回新株予約権を発行し、当第3四半期連結会計期間末までの新株予約権の権利行使により11億50百万円を調達しております。

また、「2. 四半期連結財務諸表及び主な注記 (3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項 (重要な後発事象)」に記載のとおり、2025年8月14日までに全ての新株予約権が行使され、3億50百万円調達しております。

引き続き、必要に応じて事業資金の確保を図ってまいります。

④固定費削減と原価低減コスト削減による収益体質への構造改革

当社は、市場環境の変化に迅速に対応し、持続可能な成長と収益性の向上を実現するため、大規模な事業構造改革を実施いたしました。この改革は、当社の経営資源を成長分野に集中させ、企業価値の最大化を図ることを目的としています。

具体的な施策と成果として、テレビチューナー関連の開発を大幅に縮小し、高い収益性が見込める製品に経営資源を集中させました。これにより、市場ニーズに即した効率的な事業運営が可能となる事業ポートフォリオの最適化を実施いたしました。また、2023年3月末時点で製品事業本部の約60%の人員削減を実施し、さらに2024年7月には当社グループ全従業員の約26%の人員削減を行いました。この施策により、固定費の大幅な削減と組織の効率化を実現、人員体制の適正化を実施いたしました。さらに、2023年6月に大阪本社オフィスから退去し、2024年7月には東京オフィスの移転を実施しました。これにより、オフィス関連コストの削減と働き方改革の推進を同時に達成し、オフィス戦略の見直しを実施いたしました。

これらの構造改革により、当社の月々の固定費は大幅に削減され、収益構造が大きく改善されました。その結果、より機動的かつ効率的な経営体制が構築され、黒字転換への道筋が明確になりました。

さらに、この構造改革を基盤として、当社は新たな成長分野の開拓に着手しています。市場動向や技術トレンドを見据え、高い成長性と収益性が期待できる分野に経営資源を集中投下することで、中長期的な企業価値の向上を目指します。

具体的には、IoTとAIを活用したスマートホーム製品の開発、ヘルスケア・ウェルネス関連デバイスの展開、サブスクリプションモデルを活用したサービス事業の強化に注力してまいります。

これらの新規事業は、当社の既存技術と新たに獲得する技術を融合させることで、独自の競争優位性を確立することを目指しています。

投資家の皆様におかれましては、この大規模な構造改革と新規成長戦略が、当社の持続的な成長と企業価値向上につながるものと確信しております。今後も市場環境の変化に迅速に対応し、効率的な経営を推進することで、株主価値の最大化に努めてまいります。引き続きのご支援とご理解を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2. 四半期連結財務諸表及び主な注記

(1) 四半期連結貸借対照表

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2024年9月30日)	当第3四半期連結会計期間 (2025年6月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	94,828	520,655
売掛金	119,581	125,548
電子記録債権	650	-
商品及び製品	147,995	225,407
原材料及び貯蔵品	22,657	7,382
前渡金	87,976	116,258
その他	105,465	73,406
貸倒引当金	△198	△237
流動資産合計	578,957	1,068,422
固定資産		
有形固定資産	0	0
無形固定資産	0	0
投資その他の資産		
敷金	15,561	15,561
その他	24,067	14,385
貸倒引当金	△8,115	△8,115
投資その他の資産合計	31,512	21,830
固定資産合計	31,513	21,831
繰延資産		
株式交付費	7,517	10,045
新株予約権発行費	1,172	2,918
繰延資産合計	8,690	12,964
資産合計	619,161	1,103,218

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2024年9月30日)	当第3四半期連結会計期間 (2025年6月30日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	56,949	7,278
1年内償還予定の社債	-	30,000
未払法人税等	8,046	9,339
契約損失引当金	95,009	88,174
ユーザー還元引当金	-	4,424
資産除去債務	468	-
その他	184,966	158,405
流動負債合計	345,440	297,622
固定負債		
契約損失引当金	59,856	36,111
資産除去債務	13,643	13,771
固定負債合計	73,500	49,882
負債合計	418,941	347,504
純資産の部		
株主資本		
資本金	451,942	1,026,945
資本剰余金	1,091,994	1,666,997
利益剰余金	△1,211,753	△1,806,134
自己株式	△133,380	△133,504
株主資本合計	198,804	754,303
新株予約権	1,416	1,409
純資産合計	200,220	755,713
負債純資産合計	619,161	1,103,218

(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書

四半期連結損益計算書

第3四半期連結累計期間

(単位：千円)

	前第3四半期連結累計期間 (自 2023年10月1日 至 2024年6月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2024年10月1日 至 2025年6月30日)
売上高	907,317	782,305
売上原価	674,108	563,670
売上総利益	233,209	218,635
販売費及び一般管理費	814,359	785,141
営業損失(△)	△581,149	△566,505
営業外収益		
受取利息	37	158
投資有価証券売却益	460	3,548
持分法による投資利益	1,895	-
為替差益	-	2,562
賞与引当金戻入額	5,339	-
その他	628	482
営業外収益合計	8,360	6,751
営業外費用		
支払利息	735	407
持分法による投資損失	-	8,094
新株予約権発行費償却	6,256	5,653
株式交付費償却	4,489	4,519
社債発行費償却	-	7,399
その他	1,798	0
営業外費用合計	13,280	26,075
経常損失(△)	△586,069	△585,829
特別利益		
新株予約権戻入益	36	8
特別利益合計	36	8
特別損失		
減損損失	65,542	4,523
構造改革費用	17,815	-
特別損失合計	83,358	4,523
税金等調整前四半期純損失(△)	△669,391	△590,344
法人税、住民税及び事業税	3,255	3,921
法人税等合計	3,255	3,921
四半期純損失(△)	△672,646	△594,266
親会社株主に帰属する四半期純損失(△)	△672,646	△594,266

四半期連結包括利益計算書

第3四半期連結累計期間

(単位：千円)

	前第3四半期連結累計期間 (自 2023年10月1日 至 2024年6月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2024年10月1日 至 2025年6月30日)
四半期純損失(△)	△672,646	△594,266
その他の包括利益		
その他の包括利益合計	—	—
四半期包括利益	△672,646	△594,266
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	△672,646	△594,266
非支配株主に係る四半期包括利益	—	—

(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項

(セグメント情報等の注記)

【セグメント情報】

I 前第3四半期連結累計期間(自 2023年10月1日 至 2024年6月30日)

1 報告セグメントごとの売上高及び利益又は損失の金額に関する情報並びに収益の分解情報

(単位: 千円)

	報告セグメント			その他	合計
	AV 関連事業	家電事業	計		
売上高					
一時点で移転される財	488,080	329,450	817,531	—	817,531
一定の期間にわたり移転される財	89,786	—	89,786	—	89,786
顧客との契約から生じる収益	577,867	329,450	907,317	—	907,317
外部顧客への売上高	577,867	329,450	907,317	—	907,317
セグメント間の内部売上高 又は振替高	△156	—	△156	—	△156
計	577,711	329,450	907,161	—	907,161
セグメント利益又は損失(△)	20,702	△239,303	△218,600	—	△218,600

2 報告セグメントの利益又は損失の金額の合計額と四半期連結損益計算書計上額との差額及び当該差額の主な内容(差異調整に関する事項)

(単位: 千円)

損失	金額
報告セグメント計	△218,600
「その他」の区分の利益	—
セグメント間取引消去	—
全社費用(注)	△362,549
棚卸資産の調整額	—
四半期連結損益計算書の営業損失(△)	△581,149

(注) 全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費及び基礎研究費等であります。

3 報告セグメントごとの固定資産の減損損失又はのれん等に関する情報

当第3四半期連結累計期間に、「AV関連事業」セグメントにおいて35,116千円、「家電事業」セグメントにおいて30,426千円の減損損失を計上しております。

Ⅱ 当第3四半期連結累計期間(自 2024年10月1日 至 2025年6月30日)

1 報告セグメントごとの売上高及び利益又は損失の金額に関する情報並びに収益の分解情報

(単位: 千円)

	報告セグメント			その他	合計
	AV 関連事業	家電事業	計		
売上高					
一時点で移転される財	400,625	365,781	766,406	—	766,406
一定の期間にわたり移転される財	15,899	—	15,899	—	15,899
顧客との契約から生じる収益	416,524	365,781	782,305	—	782,305
外部顧客への売上高	416,524	365,781	782,305	—	782,305
セグメント間の内部売上高 又は振替高	3,737	—	3,737	—	3,737
計	420,262	365,781	786,043	—	786,043
セグメント損失(△)	△106,133	△142,438	△248,572	—	△248,572

2 報告セグメントの利益又は損失の金額の合計額と四半期連結損益計算書計上額との差額及び当該差額の主な内容(差異調整に関する事項)

(単位: 千円)

損失	金額
報告セグメント計	△248,572
「その他」の区分の利益	—
セグメント間取引消去	—
全社費用(注)	△317,933
棚卸資産の調整額	—
四半期連結損益計算書の営業損失(△)	△566,505

(注) 全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費及び基礎研究費等であります。

3 報告セグメントごとの固定資産の減損損失又はのれん等に関する情報

当第3四半期連結累計期間に、「AV関連事業」セグメントにおいて2,361千円、「家電事業」セグメントにおいて2,162千円の減損損失を計上しております。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

I 前第3四半期連結累計期間(自 2023年10月1日 至 2024年6月30日)

1. 配当に関する事項

該当事項はありません。

2. 株主資本の著しい変動

2023年12月28日開催の定時株主総会決議により、2024年2月28日付で、資本金5,733,072千円及び資本準備金3,991,729千円を減少し、その他資本剰余金に振り替えるとともに、その他資本剰余金9,724,801千円を減少し繰越利益剰余金に振り替え、欠損填補を行っております。

また、新株予約権の行使により資本金及び資本準備金はそれぞれ441,942千円増加しております。

これらの結果、当第3四半期連結会計期間末において資本金が451,942千円、資本剰余金が1,090,746千円となっております。

II 当第3四半期連結累計期間(自 2024年10月1日 至 2025年6月30日)

1. 配当に関する事項

該当事項はありません。

2. 株主資本の著しい変動

当第3四半期連結累計期間において、新株予約権の権利行使により、資本金及び資本準備金はそれぞれ575,002千円増加しております。

これらの結果、当第3四半期連結会計期間末において資本金が1,026,945千円、資本剰余金が1,666,997千円となっております。

(継続企業の前提に関する注記)

当社グループは、前連結会計年度において7期連続の営業損失を計上しており、また、営業活動によるキャッシュ・フローは前連結会計年度まで11期連続のマイナスとなっております。

当第3四半期連結累計期間においても、依然として営業損失566,505千円及び親会社株主に帰属する四半期純損失594,266千円を計上しております。

これらのことから、継続企業の前提に重要な疑義を生じさせるような状況が存在しております。

このため、当社グループでは、当該状況を解消するため、以下の施策を実施しております。

①事業の選択と集中

当社は、近年の市場環境の変化に対応し、持続的な成長と収益性の向上を目指して大幅な事業構造の転換を進めています。これまでAV関連事業では、TVチューナー周辺のソフトウェア開発を中心に事業を展開してまいりましたが、最近の「TV離れ」やインターネットによるコンテンツ再配信の影響で、当社のコア技術であるTVチューナー関連のニーズが大きく減少しました。この状況を受けて、製品ラインナップの整理やコミュニケーション戦略、製品デザイン、Webサイトの充実など、様々な施策を講じてきましたが、市場ニーズの減少には抗えず、TVチューナー周辺のソフトウェア開発プロジェクトにおいて選択と集中を実施することとなりました。

今後は、大きな成長が見込まれるウェルネスやヘルスケア関連の製品やサービスに大きくシフトしていく計画です。収益性の低いプロジェクトを廃止することで効率化を進め、収益構造を改善してまいります。特に、当社が強みとするソフトウェアおよびハードウェア開発技術を活かし、新興ブランドとしてウェアラブルIoTデバイス、特にスマートリングを中心に、健康維持や美容に貢献するスキンケア、ヘアケア、オーラルケア製品群を新たに展開する予定です。

家電事業においては、「心地をリデザインする」というコンセプトのもと、ウェルネスブランドとしてリブランディングしたRe・Deと、ミニマリスト向けジェネリック家電として展開しているA-Stageという2つのブランドを中心に事業を進めてきました。今年で6年目を迎えるRe・Deはさらなる成長を目指し、理美容家電分野やオーガニック製品分野への進出を計画しています。

これらの取り組みを通じて、安定的に売上と利益を上げる仕組みづくりを推進し、中長期的な企業価値の向上を図ってまいります。

②自社製品ブランドの確立

当社は、AV関連事業および家電事業における競争力強化と持続的成長を目指し、戦略的なブランディングとマーケティング施策を展開しています。これらの取り組みにより、当社製品の市場認知度向上と顧客ロイヤルティの強化を図り、中長期的な企業価値の向上を目指します。

当社の新たな戦略の中心には、ブランドストーリーテリングを活用したマーケティングアプローチがあります。この手法により、単なる製品訴求を超えて、当社の価値観や歴史、使命を包括的に伝えることで、顧客との感情的なつながりを築くことを目指します。具体的には、高度なCRM（顧客関係管理）システムを導入し、顧客データの統合と分析を通じてカスタマーエクイティ（顧客生涯価値）の向上を図ります。顧客の嗜好やニーズを詳細に分析し、それぞれのセグメントに合わせたストーリーテリングを展開することで、既存顧客の維持率向上と顧客単価の増加を実現し、安定的な収益基盤を構築します。

また、従来のメディアに加え、SNSを活用した効果的なプロモーション戦略も展開します。各チャネルの特性を活かしつつ、一貫したブランドストーリーを展開することでブランドイメージの強化と浸透を図ります。ターゲット顧客層に合わせたコンテンツ制作と情報発信によって、費用対効果の高いマーケティングが実現されます。自社Webサイトやアプリなどのオウンドメディアも戦略的に育成し、直接的な顧客接点を増やすことで、当社製品やサービスに関する深い洞察や背景ストーリーを提供し、ブランドへの理解と愛着を深めます。この取り組みにより、マーケティングコストの最適化と顧客データの直接取得が可能になります。

さらに、AV関連事業と家電事業の両分野で一貫したブランドイメージを構築し、各事業部門の強みを活かしつつグループ全体としての一貫したストーリーを展開することでシナジー効果の創出を目指します。これにより、グループ全体の認知度と信頼性が高まり、市場での競争優位性が確立されます。これらの施策によって、当社は急速に変化する市場環境に適応しつつ、ブランド価値の向上と顧客基盤の拡大を図ります。

同時に、高品質な製品開発と革新的な技術の追求も継続し、それらをブランドストーリーの中核に据えることで製品の差別化と競争力強化が実現されます。当社はこれらの取り組みにより売上高の増加、利益率の改善、そして株主価値の向上を実現してまいります。

③経営戦略資金の確保

第1四半期連結会計期間においてEVO FUNDを割当予定先とする第20回新株予約権を発行し、当第3四半期連結会計期間末までの新株予約権の権利行使により1,150,000千円を調達しております。

また、「2. 四半期連結財務諸表及び主な注記 (3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項 (重要な後発事象)」に記載のとおり、2025年8月14日までに全ての新株予約権が行使され、350,000千円調達しております。

引き続き、必要に応じて事業資金の確保を図ってまいります。

④固定費削減と原価低減コスト削減による収益体質への構造改革

当社は、市場環境の変化に迅速に対応し、持続可能な成長と収益性の向上を実現するため、大規模な事業構造改革を実施いたしました。この改革は、当社の経営資源を成長分野に集中させ、企業価値の最大化を図ることを目的としています。

具体的な施策と成果として、テレビチューナー関連の開発を大幅に縮小し、高い収益性が見込める製品に経営資源を集中させました。これにより、市場ニーズに即した効率的な事業運営が可能となる事業ポートフォリオの最適化を実施いたしました。また、2023年3月末時点で製品事業本部の約60%の人員削減を実施し、さらに2024年7月には当社グループ全従業員の約26%の人員削減を行いました。この施策により、固定費の大幅な削減と組織の効率化を実現、人員体制の適正化を実施いたしました。さらに、2023年6月に大阪本社オフィスから退去し、2024年7月には東京オフィスの移転を実施しました。これにより、オフィス関連コストの削減と働き方改革の推進を同時に達成し、オフィス戦略の見直しを実施いたしました。

これらの構造改革により、当社の月々の固定費は大幅に削減され、収益構造が大きく改善されました。その結果、より機動的かつ効率的な経営体制が構築され、黒字転換への道筋が明確になりました。

さらに、この構造改革を基盤として、当社は新たな成長分野の開拓に着手しています。市場動向や技術トレンドを見据え、高い成長性と収益性が期待できる分野に経営資源を集中投下することで、中長期的な企業価値の向上を目指します。

具体的には、IoTとAIを活用したスマートホーム製品の開発、ヘルスケア・ウェルネス関連デバイスの展開、サブスクリプションモデルを活用したサービス事業の強化に注力してまいります。

これらの新規事業は、当社の既存技術と新たに獲得する技術を融合させることで、独自の競争優位性を確立することを目指しています。

しかしながら、これらの施策を実施してもなお、今後の経済情勢等により収益が計画どおり改善しない可能性があり、現時点では継続企業の前提に関する重要な不確実性が認められます。

なお、四半期連結財務諸表は継続企業を前提として作成しており、継続企業の前提に関する重要な不確実性の影響を四半期連結財務諸表に反映しておりません。

(キャッシュ・フロー計算書に関する注記)

当第3四半期連結累計期間に係る四半期連結キャッシュ・フロー計算書は作成しておりません。なお、第3四半期連結累計期間に係る減価償却費(無形固定資産に係る償却費を含む。)は、次のとおりであります。

	前第3四半期連結累計期間 (自 2023年10月1日 至 2024年6月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2024年10月1日 至 2025年6月30日)
減価償却費	12,153千円	435千円

(重要な後発事象)

(第20回新株予約権の権利行使)

当社が発行した「第20回新株予約権」について、2025年7月1日から2025年8月14日までに権利行使が行われており、その概要は以下のとおりであります。

1. 新株予約権の行使個数		175,000個
2. 発行した株式の種類及び株式数	普通株式	17,500,000株
(2025年6月30日現在の発行済株式総数の20.6%)		
3. 資本金の増加額		175,000千円
4. 資本準備金の増加額		175,000千円

(重要な契約の締結)

当社は、LASKO International Limited, Inc. (本社：台湾桃園市)との間で台湾エリアにおける当社グループ製品の独占販売代理店契約を締結いたしました。

(1) 契約の目的

当社グループは、2027年までにRe・Deブランドをアジアの主要5地域(台湾、韓国、中国、シンガポール、香港)へ展開する目標を掲げております。台湾では消費者の可処分所得の上昇に伴い、調理・美容分野における高価格帯の家電製品への需要が高まり、高い市場成長性が見込まれるため、台湾エリアにおける当社グループ製品の独占販売代理店契約を締結し、台湾市場に参入することといたしました。

(2) 契約の締結日

2025年7月22日

(3) 契約の内容及び契約の締結が営業活動等へ及ぼす重要な影響

台湾エリアにおける当社グループ製品の独占販売代理店契約をLASKO International Limited, Inc.との間で締結いたしました。本契約により、当社グループのウェルネス&ライフスタイルブランド「Re・De(リデ)」は、2025年12月以降台湾の主要家電量販店およびECサイトで順次展開を開始する予定であります。従って、本件による当社グループの2025年9月期連結業績への影響はありません。

なお、当独占販売代理店契約は、業績向上に繋がるものと考えておりますが、当社グループの2026年9月期以降の連結業績に与える影響等につきましては未定であります。