



2025年9月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕(連結)

2025年2月14日

上場会社名 株式会社ピクセラ 上場取引所 東
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1四半期の連結業績(2024年10月1日~2024年12月31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1四半期	234	△10.6	△187	—	△203	—	△207	—
2024年9月期第1四半期	261	△33.7	△220	—	△224	—	△228	—

(注) 包括利益 2025年9月期第1四半期 △207百万円(—%) 2024年9月期第1四半期 △228百万円(—%)

	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1四半期	△6.92	—
2024年9月期第1四半期	△32.89	—

(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1四半期	1,114	194	17.3
2024年9月期	619	200	32.1

(参考) 自己資本 2025年9月期第1四半期 193百万円 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	—	—	—	—	—
2025年9月期(予想)	—	0.00	—	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1Q	37,540,276株	2024年9月期	27,415,276株
② 期末自己株式数	2025年9月期1Q	33,306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1Q	30,058,511株	2024年9月期1Q	6,935,121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	4
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明	4
(4) 継続企業の前提に関する重要事象等	4
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記	7
(1) 四半期連結貸借対照表	7
(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	9
四半期連結損益計算書	9
第1四半期連結累計期間	9
四半期連結包括利益計算書	10
第1四半期連結累計期間	10
(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項	11
(セグメント情報等の注記)	11
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	13
(継続企業の前提に関する注記)	13
(キャッシュ・フロー計算書に関する注記)	15
(重要な後発事象)	15

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1四半期連結累計期間においても、厳しい経営環境に直面しましたが、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。現在、当社はグローバルな環境変化、既存事業の苦戦、およびコスト面の圧力という主要な課題に直面しています。具体的には、ウクライナ情勢の長期化による資源・原料供給網の弱体化、円安の進行、世界的な半導体部品の供給不足といったグローバルな問題に加え、AV・家電製品需要の減退やテレビ市場縮小によるコア技術の需要低下など、既存事業の苦戦が顕著となっています。さらに、原材料価格、光熱費、物流コストの急激な上昇がコスト面での圧力となっています。

これらの課題に対応するため、当社は構造改革に取り組んでいます。コスト削減策として、テレビチューナー周辺技術開発の大幅縮小や東京支社移転による固定費削減を実施しました。既存事業の効率化では、製品ラインナップの整理、コミュニケーション戦略の強化、製品デザインの改善、Webサイトの充実などを進めています。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」を掲げています。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構築を目指しています。

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の確立を通じて、Web3ヘルスケア分野での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を超えた価値創造を実現し、中長期的な企業価値の向上を図ってまいります。厳しい経営環境の中でも、迅速かつ大胆な事業構造の転換と持続可能な成長戦略の実行に全力で取り組んでいます。

AV関連事業においては、ウェルネス及びヘルスケア関連の新製品開発に本格的に取り組んでおり、ウェアラブルIoTデバイス、スマートリングをリリースしました。引き続きこれまでの技術的な経験を活かし、機能拡充をすすめるお客様に魅力的で革新的な製品とサービスを提供することで、新たな価値を創出することを目指しています。また、AV関連事業で培った技術やデータのWeb3への応用のための取り組みも開始しております。

家電事業においては、家電事業の成長と競争力強化に向けて、戦略的な取り組みを推進してまいりました。

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、市場ニーズを先取りした革新的な製品開発に注力し、製品ラインナップの拡充を図っております。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1四半期連結累計期間の売上高は2億34百万円(前年同期比10.6%減)、営業損失1億87百万円(前年同期は営業損失2億20百万円)、経常損失2億3百万円(前年同期は経常損失2億24百万円)、親会社株主に帰属する四半期純損失は2億7百万円(前年同期は親会社株主に帰属する四半期純損失2億28百万円)となりました。

セグメント別の業績の概況は次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、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家電メーカーでの採用は継続していますが、そのロイヤリティの売上高が1百万円（前年同期比93.6%減）となりました。Xit-AirBoxの売上高は33百万円（前年同期比28.2%減）、Xit-Stickの売上高は2百万円（前年同期比62.5%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は新規引き合いが継続的にあり、小規模な案件により売上高は0百万円（前年同期ゼロ）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、3百万円（前年同期比262.5%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3百万円（前年同期比1.8%減）の売上高があり、その結果、売上高は45百万円（前年同期比46.8%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14百万円（前年同期比82.4%減）となり、4GLTEルーターの売上高は12百万円（前年同期比80.1%減）となりました。その他、修理費などで売上高は4百万円（前年同期比76.8%減）となりました。その結果、売上高は32百万円（前年同期比80.8%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23百万円（前年同期比88.7%減）となりました。

そのほかに、カメラバンドルソフトの保守等のその他売上高は24百万円（前年同期比1,456.9%増）と大きく増加しました。

これらの結果、売上高は1億26百万円（前年同期比16.0%減）、セグメント損失（営業損失）は34百万円（前年同期はセグメント損失6百万円）となりました。

〔家電事業〕

家電事業におきましては、地上波のTV放送、雑誌等各種メディアで大きく取り上げられ、Re・Deブランド、A-Stageブランド共に認知を拡大し人気商品となりました。

また、Re・Deブランド第三弾の新製品Re・De Hairdryを2022年12月より販売を開始し、Re・De Kettle、Re・De Potと共に販売開始からSNSを中心に順調に認知を拡大しました。

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73.0%（前年同期は38.1%）となりました。

ヘアドライヤーの売上高は34百万円（前年同期比211.1%増）、電気ケトルの売上高は5百万円（前年同期比11.4%減）、電気圧力鍋の売上高は38百万円（前年同期比51.3%増）、ゴミ箱の売上高は0百万円（前年同期ゼロ）となりました。

A-Stageブランドの製品群につきましては、生活家電の洗濯機と調理家電の電子レンジの売上高が増加しました。一方、冷蔵庫等の白物家電の売上高は大幅に減少となりました。

カテゴリ別の売上高としては、冷蔵庫や冷凍庫等の白物家電は売上高28百万円（前年同期比41.0%減）、Re・Deブランド、A-Stageブランドを合わせた調理家電は売上高43百万円（前年同期比24.7%増）、4K関連製品や液晶TV、ポータブルDVDプレーヤー等の黒物家電は売上高1百万円（前年同期比88.1%減）、生活家電は売上高3百万円（前年同期比3.0%減）、理美容家電等その他売上高30百万円（前年同期比146.5%増）となりました。

全体として、前年同期と比較して売上高は減少、損失も減少し、Re・Deブランドの売上構成比増加や、ヘアドライヤー、理美容家電カテゴリの成長など、一部製品群では好調な結果を示しております。今後は以下の戦略に注力し、業績回復と成長を目指してまいります。

1. Re・Deブランドのさらなる強化と新製品開発
2. 高成長を示している理美容家電カテゴリの拡充
3. SNSマーケティングの強化による費用対効果の高い販促活動
4. 低調カテゴリの製品ラインナップ見直しと効率化

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、売上高は1億7百万円（前年同期比3.2%減）、セグメント損失（営業損失）は35百万円（前年同期はセグメント損失80百万円）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損失(営業損失)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1億16百万円(前年同期比13.0%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1四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4億95百万円増加し、11億14百万円となりました。

これは主に、流動資産その他が41百万円減少したものの、現金及び預金が4億22百万円、商品及び製品が71百万円、前渡金が47百万円それぞれ増加したこと等によるものであります。

(負債)

当第1四半期連結会計期間末の負債は、前連結会計年度末に比べ5億1百万円増加し、9億20百万円となりました。

これは主に、支払手形及び買掛金が22百万円、流動負債その他が14百万円それぞれ減少したものの、1年内償還予定の社債が5億50百万円増加したこと等によるものであります。

(純資産)

当第1四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5百万円減少し、1億94百万円となりました。これは新株予約権の行使により資本金及び資本剰余金がそれぞれ1億1百万円増加したものの、親会社株主に帰属する四半期純損失を2億7百万円計上したこと等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、現時点で合理的な業績予想の算定が困難な状況である事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1四半期連結累計期間においても、依然として営業損失1億87百万円及び親会社株主に帰属する四半期純損失2億7百万円を計上しました。

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

当第1四半期連結累計期間において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1四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2億2百万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1月1日から2025年2月14日までに行われた権利行使により1億50百万円の資金調達が行われました。

残りの第20回新株予約権が権利行使された場合には、11億47百万円の資金調達が可能であります。

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1四半期連結会計期間 (2024年12月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	94,828	517,331
売掛金	119,581	115,832
電子記録債権	650	316
商品及び製品	147,995	219,050
原材料及び貯蔵品	22,657	18,951
前渡金	87,976	135,745
その他	105,465	63,879
貸倒引当金	△198	△199
流動資産合計	578,957	1,070,908
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	19,649
貸倒引当金	△8,115	△8,115
投資その他の資産合計	31,512	27,094
固定資産合計	31,513	27,095
繰延資産		
株式交付費	7,517	7,314
社債発行費	-	2,642
新株予約権発行費	1,172	6,881
繰延資産合計	8,690	16,838
資産合計	619,161	1,114,842

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2024年9月30日)	当第1四半期連結会計期間 (2024年12月31日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	56,949	34,646
1年内償還予定の社債	-	550,000
未払法人税等	8,046	4,807
契約損失引当金	95,009	86,335
資産除去債務	468	-
その他	184,966	170,888
流動負債合計	345,440	846,677
固定負債		
契約損失引当金	59,856	59,856
資産除去債務	13,643	13,685
固定負債合計	73,500	73,542
負債合計	418,941	920,220
純資産の部		
株主資本		
資本金	451,942	553,193
資本剰余金	1,091,994	1,193,245
利益剰余金	△1,211,753	△1,419,722
自己株式	△133,380	△133,516
株主資本合計	198,804	193,199
新株予約権	1,416	1,422
純資産合計	200,220	194,621
負債純資産合計	619,161	1,114,842

(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1四半期連結累計期間

(単位：千円)

	前第1四半期連結累計期間 (自2023年10月1日 至2023年12月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自2024年10月1日 至2024年12月31日)
売上高	261,766	234,140
売上原価	198,583	170,908
売上総利益	63,183	63,231
販売費及び一般管理費	283,759	250,643
営業損失(△)	△220,575	△187,411
営業外収益		
為替差益	1,517	-
その他	38	11
営業外収益合計	1,556	11
営業外費用		
支払利息	306	203
持分法による投資損失	139	4,417
新株予約権発行費償却	3,702	1,690
株式交付費償却	1,528	1,316
社債発行費償却	-	4,756
為替差損	-	3,544
その他	0	0
営業外費用合計	5,676	15,930
経常損失(△)	△224,695	△203,331
特別損失		
減損損失	2,287	2,892
特別損失合計	2,287	2,892
税金等調整前四半期純損失(△)	△226,982	△206,224
法人税、住民税及び事業税	1,085	1,745
法人税等合計	1,085	1,745
四半期純損失(△)	△228,067	△207,969
親会社株主に帰属する四半期純損失(△)	△228,067	△207,969

四半期連結包括利益計算書

第1四半期連結累計期間

(単位：千円)

	前第1四半期連結累計期間 (自 2023年10月1日 至 2023年12月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2024年10月1日 至 2024年12月31日)
四半期純損失(△)	△228,067	△207,969
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	△228,067	△207,969
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	△228,067	△207,969
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1四半期連結累計期間(自 2023年10月1日 至 2023年12月31日)

1 報告セグメントごとの売上高、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	115,394	110,937	226,331	—	226,331
一定の期間にわたり移転される財	35,435	—	35,435	—	35,435
顧客との契約から生じる収益	150,829	110,937	261,766	—	261,766
外部顧客への売上高	150,829	110,937	261,766	—	261,766
セグメント間の内部売上高 又は振替高	—	—	—	—	—
計	150,829	110,937	261,766	—	261,766
セグメント損失(△)	△6,203	△80,235	△86,439	—	△86,439

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	△86,439
「その他」の区分の利益	—
セグメント間取引消去	—
全社費用(注)	△134,135
棚卸資産の調整額	—
四半期連結損益計算書の営業損失(△)	△220,575

(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1四半期連結累計期間に、「家電事業」セグメントにおいて2,287千円の減損損失を計上しております。

II 当第1四半期連結累計期間(自 2024年10月1日 至 2024年12月31日)

1 報告セグメントごとの売上高、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	120,278	107,412	227,690	—	227,690
一定の期間にわたり移転される財	6,449	—	6,449	—	6,449
顧客との契約から生じる収益	126,727	107,412	234,140	—	234,140
外部顧客への売上高	126,727	107,412	234,140	—	234,140
セグメント間の内部売上高 又は振替高	—	—	—	—	—
計	126,727	107,412	234,140	—	234,140
セグメント損失(△)	△34,855	△35,852	△70,708	—	△70,708

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	△70,708
「その他」の区分の利益	—
セグメント間取引消去	—
全社費用(注)	△116,703
棚卸資産の調整額	—
四半期連結損益計算書の営業損失(△)	△187,411

(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1四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531千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1四半期連結累計期間(自 2023年10月1日 至 2023年12月31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1四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、資本金が32,501千円及び資本準備金が32,501千円増加し、当第1四半期連結会計期間末において資本金が5,775,574千円、資本剰余金が4,674,283千円となっております。

II 当第1四半期連結累計期間(自 2024年10月1日 至 2024年12月31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1四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、資本金が101,250千円及び資本準備金が101,250千円増加し、当第1四半期連結会計期間末において資本金が553,193千円、資本剰余金が1,193,245千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1四半期連結累計期間においても、依然として営業損失187,411千円及び親会社株主に帰属する四半期純損失207,969千円を計上しました。

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

当第1四半期連結結果計期間において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1四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202,500千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1月1日から2025年2月14日までに行われた権利行使により150,000千円の資金調達が行われました。

残りの第20回新株予約権が権利行使された場合には、1,147,500千円の資金調達が可能であります。

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、新株予約権の行使状況及び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1四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1四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1四半期連結累計期間 (自 2023年10月1日 至 2023年12月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2024年10月1日 至 2024年12月31日)
減価償却費	1,535千円	168千円

(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1月1日から2025年2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	75,000個
2. 発行した株式の種類及び株式数	普通株式 7,500,000株 (2024年12月31日現在の発行済株式総数の20.0%)
3. 資本金の増加額	75,000千円
4. 資本準備金の増加額	75,000千円

(第11回無担保普通社債の繰上償還)

当社は、2024年11月25日付で発行した第11回無担保普通社債について、社債権者より繰上償還請求に係る事前通知を受領し、2025年1月23日、2025年1月31日、2025年2月4日及び2025年2月13日に繰上償還いたしました。

1. 繰上償還額	150,000千円
2. 償還後残存額面総額	400,000千円
3. 償還資金の調達方法	第20回新株予約権の権利行使分を充当