



## 2025年9月期 第2四半期（中間期）決算短信〔日本基準〕（連結）

2025年5月15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  
 半期報告書提出予定日 2025年5月15日 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2四半期（中間期）の連結業績（2024年10月1日～2025年3月31日）

## （1）連結経営成績（累計）

（%表示は、対前年中間期増減率）

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する中間純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2025年9月期中間期	494	△14.4	△406	—	△429	—	△435	—
2024年9月期中間期	577	△32.6	△431	—	△432	—	△471	—

（注）包括利益 2025年9月期中間期 △435百万円（—%） 2024年9月期中間期 △471百万円（—%）

	1株当たり 中間純利益	潜在株式調整後 1株当たり 中間純利益
	円 銭	円 銭
2025年9月期中間期	△10.90	—
2024年9月期中間期	△44.10	—

（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株当たり中間純利益」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月期中間期	870	550	63.1
2024年9月期	619	200	32.1

（参考）自己資本 2025年9月期中間期 548百万円 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) 当中間期における連結範囲の重要な変更 : 無
- (2) 中間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月期中間期	66,715,276株	2024年9月期	27,415,276株
② 期末自己株式数	2025年9月期中間期	34,965株	2024年9月期	31,221株
③ 期中平均株式数（中間期）	2025年9月期中間期	39,974,566株	2024年9月期中間期	10,682,387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（中間期）」を算定しております。

※ 第2四半期（中間期）決算短信は公認会計士又は監査法人のレビューの対象外です

※ 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) 当中間期の経営成績の概況 .....	2
(2) 当中間期の財政状態の概況 .....	4
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明 .....	5
2. 中間連結財務諸表及び主な注記 .....	6
(1) 中間連結貸借対照表 .....	6
(2) 中間連結損益計算書及び中間連結包括利益計算書 .....	8
中間連結損益計算書 .....	8
中間連結包括利益計算書 .....	9
(3) 中間連結キャッシュ・フロー計算書 .....	10
(4) 中間連結財務諸表に関する注記事項 .....	12
(継続企業の前提に関する注記) .....	12
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記) .....	14
(セグメント情報) .....	15
(重要な後発事象) .....	17
3. その他 .....	18
継続企業の前提に関する重要事象等 .....	18

## 1. 経営成績等の概況

### (1) 当中間期の経営成績の概況

当中間連結会計期間においても、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や円安の継続、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。

これらの課題に対応すべく、当社グループでは引き続き構造改革を推進しております。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、固定費の削減を実施いたしました。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おります。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の構築を志向しています。

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新製品開発に本格的に取り組んでおり、これまでにウェアラブルIoTデバイスやスマートリングをリリースいたしました。引き続きこれに続くサービス、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、当中間連結会計期間の売上高は4億94百万円(前年同期比14.4%減)、営業損失4億6百万円(前年同期は営業損失4億31百万円)、経常損失4億29百万円(前年同期は経常損失4億32百万円)、親会社株主に帰属する中間純損失は4億35百万円(前年同期は親会社株主に帰属する中間純損失4億71百万円)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、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96.1%減)となりました。Xit-AirBoxの売上高は82百万円(前年同期比18.8%減)、Xit-Stickの売上高は4百万円(前年同期比69.7%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るものの受注前の段階であり、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、5百万円(前期比185%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5百万円(前年同期比28.2%減)の売上高があり、その結果、売上高は99百万円(前年同期比41.1%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19百万円(前年同期比66.6%減)となり、4GLTEルーターの売上高は37百万円(前年同期比14.3%減)となりました。その他、修理費などで売上高は12百万円(前年同期比5.7%増)となりました。その結果、売上高は69百万円(前年同期比39.3%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49百万円(前年同期比8.6%減)となりました。

そのほか、新規事業のスマートリングカメラバンドルソフトの保守等のその他売上高が29百万円(前期比831%増)となりました。

これらの結果、売上高は2億47百万円(前年同期比27.1%減)、セグメント損失(営業損失)は86百万円(前年同期はセグメント利益12百万円)となりました。

#### 〔家電事業〕

家電事業におきましては、地上波テレビや雑誌等の各種メディアにおいて大きく取り上げられたことにより、Re・DeブランドおよびA-Stageブランドの認知度が向上し、いずれも市場で高い評価を獲得しております。これにより、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。

Re・Deブランドの第六弾新製品、調理家電の「Re・De Range」を、2024年11月に先行販売、2025年2月より一般販売を開始いたしました。Re・De Rangeは、おいしさ心地よさを同時に実現した、プレミアムコンパクトなオープンレンジです。20Lとコンパクトながら、複雑な料理ごとのモードを大胆に削ぎ落とし、自由なコントロールや料理を楽しむ機能を搭載。毎日使えて、上質で満足感の高い使い心地を追求した製品となっております。本格派のレンジ・オープン・グリル機能が特徴で、赤外線センサーを搭載し、食材の温度をダイレクトにセンシングし、均一で高精細なあたためを実現した「レンジ」機能、最大250℃まで上がり、1.2kgの塊肉でもムラなく火を通せる「オープン」機能、高火力なヒーターの力で、プロ並みの料理を叶える「グリル」機能を搭載し、あらゆる調理をカバーしております。料理の真髄にフォーカスした製品となっており、販売直後から各種メディア、雑誌等で取り上げられ、売上高は堅調に推移しております。Re・Deシリーズ家電、Re・De Kettle、Re・De Pot、Re・De Hairdry、Re・De Binといった製品群とともに、順調に認知を拡大し売上を伸ばしております。

現在、Re・Deブランドの製品群においては、家電事業全体の売上高に対する売上構成比が69.8%(前年同期43.6%)となり、顕著な成長を遂げました。シリーズ別の売上としては、ヘアドライヤー「Re・De Hairdry」では、実店舗での導入拡大を図り、展示スペースを大きく確保する施策を実施、販売を大きく伸ばし、売上高は58百万円(前年同期比43.2%増)となりました。電気圧力鍋の「Re・De Pot」では実店舗での販売拡大を図り、売上高は66百万円(前年同期比35.4%増)と増加し、スマートダストBOXの「Re・De Bin」の売上高は12百万円(前年同期ゼロ)となりました。オープンレンジの「Re・De Range」は、販売直後から実店舗での展示、体感イベントを東京、大阪で実施し、売上高は25百万円(前年同期ゼロ)と大きく伸ばしました。一方、電気ケトルの売上高は8百万円(前年同期比33.1%減)となりました。

A-Stageブランドの製品群につきましては、調理家電である縦型トースター「爆速リベイクトースター」を2025年1月に先行販売、2025年3月より一般販売を開始いたしました。3本のカーボンヒーターによる上下方向からの遠赤外線加熱で、トースト1枚なら約90秒と素早く焼き上げながら、水分の蒸発を抑えることで、表面はサクッと、中はふわっとした食感を実現し、温度調節機を搭載し、リベイクからグリル調理まで、毎日の食事をおいしくサポ

ートできるのが特徴で、販売開始直後から、各種メディア、雑誌等で取り上げられ、売上高が堅調に推移しております。また、生活家電の洗濯機においても新生活需要が高まり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63百万円(前年同期比33.3%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1億5百万円(前年同期比47.8%増)、液晶TV等の黒物家電は売上高1百万円(前年同期比88.4%減)、Re・Deブランド、A-Stageブランドを合わせた生活家電は売上高22百万円(前年同期比93.3%増)、理美容家電等その他売上高52百万円(前年同期比21.6%増)となりました。

全体として、前年同期比で売上高および粗利益が増加し、特にRe・Deブランドの売上構成比も大きく増加、その中でも理美容家電分野、調理家電分野のカテゴリが大きく成長いたしました。今後は以下の戦略に注力し、業績回復と持続的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向上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2億46百万円(前年同期比3.9%増)、セグメント損失(営業損失)は、新製品の投入やヒット製品のラインナップの充実を図り、大きく改善し87百万円(前年同期はセグメント損失1億70百万円)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2億32百万円(前年同期比15.2%減)を配分する前の金額であります。

## (2) 当中間期の財政状態の概況

### ①資産、負債、純資産の状況

#### (総資産)

当中間連結会計期間末の総資産は、前連結会計年度末に比べ2億50百万円増加し、8億70百万円となりました。

これは主に、その他流動資産が34百万円、原材料及び貯蔵品が10百万円がそれぞれ減少したものの、現金及び預金が1億57百万円、商品及び製品が1億6百万円、前渡金が39百万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)

当中間連結会計期間末の負債は、前連結会計年度末に比べ99百万円減少し、3億19百万円となりました。

これは主に、支払手形及び買掛金が43百万円、その他流動負債が41百万円、契約損失引当金が16百万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)

当中間連結会計期間末の純資産は、前連結会計年度末に比べ3億50百万円増加し、5億50百万円となりました。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3億93百万円増加したものの、親会社株主に帰属する中間純損失を4億35百万円計上したことによるものであります。

### ②キャッシュ・フローの状況

当中間連結会計期間末における現金及び現金同等物(以下「資金」という。)は、前連結会計年度末に比べ1億57百万円増加し、2億52百万円となりました。

各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は以下のとおりであります。

#### (営業活動によるキャッシュ・フロー)

当中間連結会計期間において営業活動の結果使用した資金は、6億37百万円(前年同期は3億37百万円の使用)となりました。これは主に、棚卸資産評価損24百万円、持分法による投資損益9百万円の計上があったものの、税金等

調整前中間純損失4億32百万円、棚卸資産の増加1億21百万円、仕入債務の減少43百万円があったことなどによるものであります。

(投資活動によるキャッシュ・フロー)

当中間連結会計期間において投資活動の結果獲得した資金は、27百万円(前年同期は4百万円の使用)となりました。これは主に、資産除去債務の履行による支出が27百万円あったものの、敷金及び保証金の回収による収入58百万円があったことなどによるものであります。

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

当中間連結会計期間において財務活動の結果獲得した資金は、7億65百万円(前年同期は6億35百万円の獲得)となりました。これは主に、社債の償還による支出7億50百万円があったものの、社債の発行による収入7億42百万円、新株予約権の行使による株式の発行による収入7億81百万円があっ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、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。

## 2. 中間連結財務諸表及び主な注記

## (1) 中間連結貸借対照表

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2024年9月30日)	当中間連結会計期間 (2025年3月31日)
<b>資産の部</b>		
流動資産		
現金及び預金	94,828	252,145
売掛金	119,581	116,198
電子記録債権	650	-
商品及び製品	147,995	254,443
原材料及び貯蔵品	22,657	12,396
前渡金	87,976	127,210
その他	105,465	70,756
貸倒引当金	△198	△110
流動資産合計	578,957	833,040
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	15,046
貸倒引当金	△8,115	△8,115
投資その他の資産合計	31,512	22,491
固定資産合計	31,513	22,492
繰延資産		
株式交付費	7,517	9,718
新株予約権発行費	1,172	4,844
繰延資産合計	8,690	14,562
資産合計	619,161	870,095

(単位:千円)

	前連結会計年度 (2024年9月30日)	当中間連結会計期間 (2025年3月31日)
<b>負債の部</b>		
流動負債		
支払手形及び買掛金	56,949	12,992
未払法人税等	8,046	10,196
契約損失引当金	95,009	90,128
資産除去債務	468	-
その他	184,966	143,684
流動負債合計	345,440	257,001
固定負債		
契約損失引当金	59,856	48,249
資産除去債務	13,643	13,728
その他	-	836
固定負債合計	73,500	62,814
負債合計	418,941	319,816
<b>純資産の部</b>		
株主資本		
資本金	451,942	844,944
資本剰余金	1,091,994	1,484,996
利益剰余金	△1,211,753	△1,647,612
自己株式	△133,380	△133,464
株主資本合計	198,804	548,864
新株予約権	1,416	1,415
純資産合計	200,220	550,279
負債純資産合計	619,161	870,095

## (2) 中間連結損益計算書及び中間連結包括利益計算書

## 中間連結損益計算書

(単位:千円)

	前中間連結会計期間 (自 2023年10月1日 至 2024年3月31日)	当中間連結会計期間 (自 2024年10月1日 至 2025年3月31日)
売上高	577,056	494,173
売上原価	435,715	376,961
売上総利益	141,341	117,211
販売費及び一般管理費	572,453	523,839
営業損失(△)	△431,112	△406,628
営業外収益		
受取利息	37	158
持分法による投資利益	1,763	-
為替差益	-	740
賞与引当金戻入額	5,339	-
その他	255	115
営業外収益合計	7,395	1,014
営業外費用		
支払利息	531	407
持分法による投資損失	-	9,857
新株予約権発行費償却	4,589	3,728
株式交付費償却	3,041	2,909
社債発行費償却	-	7,399
為替差損	992	-
その他	0	0
営業外費用合計	9,155	24,302
経常損失(△)	△432,872	△429,915
特別利益		
新株予約権戻入益	16	4
特別利益合計	16	4
特別損失		
減損損失	18,214	2,995
構造改革引当金繰入額	17,815	-
特別損失合計	36,030	2,995
税金等調整前中間純損失(△)	△468,887	△432,907
法人税、住民税及び事業税	2,170	2,836
法人税等合計	2,170	2,836
中間純損失(△)	△471,057	△435,743
親会社株主に帰属する中間純損失(△)	△471,057	△435,743

## 中間連結包括利益計算書

(単位:千円)

	前中間連結会計期間 (自 2023年10月1日 至 2024年3月31日)	当中間連結会計期間 (自 2024年10月1日 至 2025年3月31日)
中間純損失(△)	△471,057	△435,743
その他の包括利益		
その他の包括利益合計	-	-
中間包括利益	△471,057	△435,743
(内訳)		
親会社株主に係る中間包括利益	△471,057	△435,743
非支配株主に係る中間包括利益	-	-

## (3) 中間連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:千円)

	前中間連結会計期間 (自 2023年10月1日 至 2024年3月31日)	当中間連結会計期間 (自 2024年10月1日 至 2025年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前中間純損失(△)	△468,887	△432,907
減価償却費	3,377	173
減損損失	18,214	2,995
新株予約権発行費償却	4,589	3,728
株式交付費償却	3,041	2,909
社債発行費償却	-	7,399
棚卸資産評価損	72,260	24,823
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△68	△87
賞与引当金の増減額(△は減少)	△5,339	-
契約損失引当金の増減額(△は減少)	-	△16,488
構造改革引当金の増減額(△は減少)	17,815	-
受取利息及び受取配当金	△37	△158
支払利息	531	407
持分法による投資損益(△は益)	△1,763	9,857
為替差損益(△は益)	△706	△749
売上債権の増減額(△は増加)	44,761	4,033
棚卸資産の増減額(△は増加)	37,408	△121,860
未収入金の増減額(△は増加)	2,443	△3,312
仕入債務の増減額(△は減少)	5,060	△43,957
未払金の増減額(△は減少)	2,110	6,267
未払費用の増減額(△は減少)	△1,647	9,838
その他	△66,472	△87,805
小計	△333,306	△634,893
利息及び配当金の受取額	37	158
利息の支払額	△621	-
法人税等の支払額	△3,185	△2,459
営業活動によるキャッシュ・フロー	△337,075	△637,194

(単位:千円)

	前中間連結会計期間 (自 2023年10月1日 至 2024年3月31日)	当中間連結会計期間 (自 2024年10月1日 至 2025年3月31日)
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>		
有形固定資産の取得による支出	△16,673	△3,168
敷金及び保証金の回収による収入	-	58,198
資産除去債務の履行による支出	-	△27,165
その他	12,123	-
投資活動によるキャッシュ・フロー	△4,549	27,864
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>		
社債の発行による収入	150,000	742,600
社債の償還による支出	△265,000	△750,000
自己株式の取得による支出	△9,478	△201
新株予約権の発行による支出	△3,000	△7,392
新株予約権の行使による株式の発行による収入	762,921	781,677
その他	8	△786
財務活動によるキャッシュ・フロー	635,451	765,897
現金及び現金同等物に係る換算差額	706	749
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	294,532	157,317
現金及び現金同等物の期首残高	44,071	94,828
現金及び現金同等物の中間期末残高	338,603	252,145

#### (4) 中間連結財務諸表に関する注記事項

(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。

当中間連結会計期間においても、依然として営業損失406,628千円及び親会社株主に帰属する中間純損失435,743千円を計上しております。

また、営業活動によるキャッシュ・フローにおいて、当中間連結会計期間においても637,194千円のマイナスとなっております。

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。

### ③経営戦略資金の確保

当中間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、当中間連結会計期間末までの新株予約権の権利行使により786,000千円を調達しております。

また、「2 中間連結財務諸表及び主な注記 (4) 中間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4月1日から2025年5月15日までに行われた権利行使により42,000千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、672,000千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的前提に関する重要な不確実性が認められます。

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

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

I 前中間連結会計期間(自 2023年10月1日 至 2024年3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

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383,536千円増加しております。

これらの結果、当中間連結会計期間末において資本金が393,536千円、資本剰余金が1,032,572千円となっております。

II 当中間連結会計期間(自 2024年10月1日 至 2025年3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

当中間連結会計期間において、新株予約権の権利行使により、資本金が393,001千円及び資本準備金が393,001千円増加し、当中間連結会計期間末において資本金が844,944千円、資本剰余金が1,484,996千円となっております。

(セグメント情報)

## 【セグメント情報】

I 前中間連結会計期間(自 2023年10月1日 至 2024年3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	279,940	237,093	517,034	—	517,034
一定の期間にわたり移転される財	60,022	—	60,022	—	60,022
顧客との契約から生じる収益	339,962	237,093	577,056	—	577,056
外部顧客への売上高	339,962	237,093	577,056	—	577,056
セグメント間の内部売上高 又は振替高	△14	—	△14	—	△14
計	339,948	237,093	577,042	—	577,042
セグメント利益又は セグメント損失(△)	12,969	△170,352	△157,383	—	△157,383

2 報告セグメントの利益又は損失の金額の合計額と中間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	△157,383
「その他」の区分の利益	—
セグメント間取引消去	—
全社費用(注)	△273,728
棚卸資産の調整額	—
中間連結損益計算書の営業損失(△)	△431,112

(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

当中間連結会計期間に、「AV関連事業」セグメントにおいて1,653千円、「家電事業」セグメントにおいて16,561千円の減損損失を計上しております。

## II 当中間連結会計期間(自 2024年10月1日 至 2025年3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	236,660	246,431	483,092	—	483,092
一定の期間にわたり移転される財	11,080	—	11,080	—	11,080
顧客との契約から生じる収益	247,741	246,431	494,173	—	494,173
外部顧客への売上高	247,741	246,431	494,173	—	494,173
セグメント間の内部売上高 又は振替高	△454	—	△454	—	△454
計	247,287	246,431	493,718	—	493,718
セグメント損失(△)	△86,639	△87,925	△174,565	—	△174,565

## 2 報告セグメントの利益又は損失の金額の合計額と中間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	△174,565
「その他」の区分の利益	—
セグメント間取引消去	—
全社費用(注)	△232,063
棚卸資産の調整額	—
中間連結損益計算書の営業損失(△)	△406,628

(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

当中間連結会計期間に、「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634千円の減損損失を計上しております。

## (重要な後発事象)

当社が発行した「第20回新株予約権」について、2025年4月1日から2025年5月15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		21,000個
2. 発行した株式の種類及び株式数	普通株式	2,100,000株
	(2025年3月31日現在の発行済株式総数の3.1%)	
3. 資本金の増加額		21,000千円
4. 資本準備金の増加額		21,000千円

### 3. その他

#### 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。

当中間連結会計期間においても、依然として営業損失406,628千円及び親会社株主に帰属する中間純損失435,743千円を計上しております。

また、営業活動によるキャッシュ・フローにおいて、当中間連結会計期間においても637,194千円のマイナスとなっております。

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

当中間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、当中間連結会計期間末までの新株予約権の権利行使により786,000千円を調達しております。

また、「2 中間連結財務諸表及び主な注記 (4) 中間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4月1日から2025年5月15日までに行われた権利行使により42,000千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、672,000千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。