



2025年9月期 決算短信〔日本基準〕(連結)

2025年11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

定時株主総会開催予定日 2025年12月25日

配当支払開始予定日

—

有価証券報告書提出予定日 2025年12月26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月期の連結業績 (2024年10月1日～2025年9月30日)

(1) 連結経営成績

(%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	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2025年9月期	1,001	△13.9	△796	—	△817	—	△853	—
2024年9月期	1,163	△19.8	△846	—	△846	—	△1,202	—

(注) 包括利益 2025年9月期 △853百万円 (—%) 2024年9月期 △1,202百万円 (—%)

	1株当たり 当期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 当期純利益	自己資本 当期純利益率	総資産 経常利益率	売上高 営業利益率
	円 銭	円 銭	%	%	%
2025年9月期	△13.53	—	△163.7	△93.7	△79.5
2024年9月期	△64.35	—	△331.3	△105.9	△72.8

(参考) 持分法投資損益 2025年9月期 △6百万円 2024年9月期 6百万円

(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、「1株当たり当期純利益」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	1株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
2025年9月期	1,126	845	75.0	8.25
2024年9月期	619	200	32.1	7.26

(参考) 自己資本 2025年9月期 844百万円 2024年9月期 198百万円

(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、「1株当たり純資産」を算定しております

(3) 連結キャッシュ・フローの状況

	営業活動による キャッシュ・フロー	投資活動による キャッシュ・フロー	財務活動による キャッシュ・フロー	現金及び現金同等物 期末残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
2025年9月期	△997	2	1,474	575
2024年9月期	△655	△43	750	94

2. 配当の状況

	年間配当金					配当金総額 (合計)	配当性向 (連結)	純資産 配当率 (連結)
	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	百万円	%	%
2024年9月期	—	0.00	—	0.00	0.00	—	—	—
2025年9月期	—	0.00	—	0.00	0.00	—	—	—
2026年9月期(予想)	—	0.00	—	0.00	0.00	—	—	—

3. 2026年9月期の連結業績予想 (2025年10月1日～2026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	—	—	—	—	—	—	—	—

2026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。

詳細は、添付資料6ページ「今後の見通し」をご参照ください。

※ 注記事項

(1) 期中における連結範囲の重要な変更 : 無

(2) 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

(3) 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	102,415,276株	2024年9月期	27,415,276株
2025年9月期	39,011株	2024年9月期	31,221株
2025年9月期	63,124,884株	2024年9月期	18,682,653株

② 期末自己株式数

③ 期中平均株式数

（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」を算定しております。

（参考） 個別業績の概要

1. 2025年9月期の個別業績（2024年10月1日～2025年9月30日）

(1) 個別経営成績 (%表示は対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2025年9月期	528	△26.7	△583	—	△599	—	△604	—
2024年9月期	721	△5.7	△501	—	△512	—	△1,208	—
	1株当たり 当期純利益		潜在株式調整後 1株当たり当期純利益					
	円 銭		円 銭					
2025年9月期	△9.57		—					
2024年9月期	△64.70		—					

（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。前事業年度の期首に当該株式併合が行われたと仮定し、「1株当たり当期純利益」を算定しております。

(2) 個別財政状態

	総資産		純資産		自己資本比率		1株当たり純資産	
	百万円		百万円		%		円 銭	
2025年9月期	1,340		1,096		81.7		10.70	
2024年9月期	586		201		34.1		7.31	

（参考）自己資本 2025年9月期 1,095百万円 2024年9月期 200百万円

（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。前事業年度の期首に当該株式併合が行われたと仮定し、「1株当たり純資産」を算定しております。

※ 決算短信は公認会計士又は監査法人の監査の対象外です

※ 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) 当期の経営成績の概況	2
(2) 当期の財政状態の概況	4
(3) 当期のキャッシュ・フローの概況	5
(4) 今後の見通し	6
(5) 継続企業の前提に関する重要事象等	7
2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方	8
3. 連結財務諸表及び主な注記	9
(1) 連結貸借対照表	9
(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書	11
連結損益計算書	11
連結包括利益計算書	12
(3) 連結株主資本等変動計算書	13
(4) 連結キャッシュ・フロー計算書	15
(5) 連結財務諸表に関する注記事項	17
(継続企業の前提に関する注記)	17
(セグメント情報)	19
(1株当たり情報)	23
(重要な後発事象)	24

1. 経営成績等の概況

(1) 当期の経営成績の概況

当社グループの2025年9月期連結会計年度においては、2023年より当社グループで2度に渡る大規模な構造改革を推し進めた結果、事業の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、いち早い新事業への転換を図ってまいりました。

当社グループでの業務の統合やスリム化を図り、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。

また当社グループは、2027年までにウェルネス&ライフスタイルブランド「Re・De(リデ)」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、積極的な海外グローバル展開を着実に進めて行き、海外ブランドとしての認知を高めてまいります。

当社グループは、これら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にあっても、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、新規事業としてのポイ活サービス・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。

当社グループは、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。

これらの結果、売上高は10億1百万円(前期比13.9%減)、営業損失は7億96百万円(前期は8億46百万円の営業損失)、経常損失は8億17百万円(前期は8億46百万円の経常損失)、親会社株主に帰属する当期純損失は8億53百万円(前期は12億2百万円の親会社株主に帰属する当期純損失)となりました。

セグメント別の経営成績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が終了し、そのロイヤリティの売上高が1百万円(前期比97.6%減)となりました。Xit-AirBoxの売上高は1億50百万円(前期比23.3%減)、Xit-Stickの売上高は8百万円(前期比61.5%減)と前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一部は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、8百万円（前期比166.2%増）となりました。その他として新製品であるRe・Deランタンスピーカーの投入およびソフトウェアの有償保守費用等で21百万円（前期比74.2%増）の売上高があり、その結果、売上高は1億91百万円（前期比36.8%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43百万円（前期比53.0%減）となり、4GLTEルーターの売上高は44百万円（前期比60.9%減）となりました。その他、修理費などで売上高は20百万円（前期比33.2%減）となりました。その結果、売上高は1億8百万円（前期比54.2%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1億57百万円（前期比1.6%増）となりました。

そのほかに、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46百万円（前期比667.8%増）となりました。

以上の結果、当事業の売上高は5億4百万円（前期比28.2%減）、セグメント損失（営業損失）は1億55百万円（前期はセグメント損失35百万円）となりました。

〔家電事業〕

家電事業の当連結会計年度におきましては、「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」、「理美容家電市場への参入強化」、「海外市場の開拓」「お客様とのタッチポイントの強化」を強力に遂行し、収益構造の抜本的改革を着実に推し進めてまいりました。その結果、売上高が4億96百万円（前期比7.8%増）、セグメント損失（営業損失）は2億3百万円（前期はセグメント損失3億42百万円）と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についてご報告いたします。

1. 事業のハイライト

当連結会計年度の成長を力強く牽引したのは、プレミアムブランド「Re・De」シリーズ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する構成比が58.9%（前期40.7%）と、引き続き高い成長を維持いたしました。

なかでも、理美容家電のドライヤー「Re・De Hairdry」が顕著に伸長し、売上高1億26百万円（前期比79.8%増）と事業全体を力強く牽引しています。大風量と圧倒的な軽さという一見矛盾する二つの機能を同時に実現した革新的な製品であると、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。

また、開発を進めていた「いつでもどこでも本格的なケアを可能にする」フェイスクア美容機器「Re・De Suhada スティック美顔器」を2025年7月より一般販売を開始し、販売初期から売上高8百万円を計上いたしました。Re・De Suhadaは、革新的なスキンケア体験で日常に新しい美習慣を提案いたします。

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しております。そして、2020年に発売してからのべ11万台を販売した、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し、2025年7月に先行発売、年内に一般販売を予定しております。Re・De Potの売上高は1億4百万円（前期比10.8%増）と堅調に推移しており、シリーズ全体では依然高い支持を獲得しています。

2. カテゴリ別業績

当連結会計年度における業績としては、前期比で売上高・粗利益額（率）ともに増加、特に調理家電・理美容家電カテゴリの高成長が事業全体を牽引いたしました。

理美容家電分野においては、圧倒的な軽さと風量でご好評いただいているドライヤー「Re・De Hairdry」、Re・De Suhada スティック美顔器が牽引し、リベイクを差し引いた売上高は1億17百万円（前期比56.6%増）と顕著に売上高、粗利益額（率）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」、縦型トースター「爆速リベイクトースター」が加わり、ロングラン商品の電気圧力鍋「Re・De Pot」も好調なことから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1億80百万円（前期比33.9%増）と堅調に伸び、売上、粗利益額（率）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、前期比55.3%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、38百万円（前期比24.1%増）と貢献しました。

一方、白物家電については、食材宅配サービス運営会社との連携キャンペーンが奏功し、冷凍庫の販売が拡大しましたが、白物家電全体については、売上高1億56百万円（前期比18.9%減）となりました。

3. 海外成長戦略：台湾市場への本格参入

2027年までにウェルネス&ライフスタイルブランド「Re・De（リデ）」をアジア主要5地域へ展開する目標を掲げ、第一弾として2025年7月、台湾の有力代理店であるLASKO International Limited, Inc.と独占販売代理店契

約を締結いたしました。これにより、2026年9月期より台湾の主要家電量販店およびECサイトでの展開を開始し、グローバル戦略を加速させてまいります。

4. 営業・メディア戦略：ブランド認知度と顧客接点の強化

商品力に加え、お客様とのタッチポイントを最重要視し、以下の戦略を展開いたしました。

体験機会の拡大：新製品発売に合わせ、全国主要都市で体感イベントを開催し、商品の魅力を直接お伝えする機会を拡大しました。

販路拡大：商品の魅力が直観的に伝わる展示ディスプレイを導入し、実店舗での販売網を着実に拡大しました。

メディア露出：各種雑誌、Webサイト、地上波テレビ等で幅広く取り上げられ、「Re・De」「A-Stage」両ブランドの認知度が飛躍的に向上し、市場での高い評価を確立いたしました。

5. 開発戦略

新製品開発では、理美容分野における「Re・De Suhada」の開発、調理家電分野における「Re・De Range」や「Re・De Pot」のフルリニューアルなど、お客様のニーズに応える製品開発を推進しました。今後もプレミアム&ウェルネス領域での新製品開発を続々と進めてまいります。

6. 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 海外成長戦略—ウェルネス&ライフスタイルブランド「Re・De（リデ）」のアジア展開

④ 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

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。

以上の結果、当事業の売上高は4億96百万円（前期比7.8%増）、セグメント損失（営業損失）は2億3百万円（前期はセグメント損失3億42百万円）となりました。

（注）各セグメントのセグメント損失（営業損失）は、各セグメントに配分していない全社費用4億36百万円（前期比6.8%減）を配分する前の金額であります。

（2）当期の財政状態の概況

（流動資産）

当連結会計年度末における流動資産の残高は10億91百万円で、前連結会計年度末に比べ5億12百万円増加いたしました。これは主に、未収入金が55百万円、売掛金が28百万円、原材料及び貯蔵品が15百万円減少したものの、現金及び預金が4億80百万円、商品及び製品が1億11百万円、流動資産その他が17百万円増加したことなどによるものであります。

（固定資産）

当連結会計年度末における固定資産の残高は23百万円で、前連結会計年度末に比べ7百万円減少いたしました。これは主に、投資その他の資産が7百万円減少したことなどによるものであります。

（繰延資産）

当連結会計年度末における繰延資産の残高は11百万円で、前連結会計年度末に比べ2百万円増加いたしました。これは主に、株式交付費が3百万円増加したことなどによるものであります。

（流動負債）

当連結会計年度末における流動負債の残高は2億38百万円で、前連結会計年度末に比べ1億6百万円減少いたしました。これは主に、支払手形及び買掛金が46百万円、未払費用が19百万円、契約負債が18百万円、契約損失引当金が17百万円、未払金が12百万円減少したことなどによるものであります。

（固定負債）

当連結会計年度末における固定負債の残高は42百万円で、前連結会計年度末に比べ31百万円減少いたしました。これは主に、契約損失引当金が31百万円減少したことなどによるものであります。

（純資産）

当連結会計年度末における純資産の残高は8億45百万円で、前連結会計年度末に比べ6億45百万円増加いたしました。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7億50百万円増加したものの、親会社株主に帰

属する当期純損失を8億53百万円計上したことなどによるものであります。

(3) 当期のキャッシュ・フローの概況

当連結会計年度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4億80百万円増加し、5億75百万円となりました。

（営業活動によるキャッシュ・フロー）

当連結会計年度において営業活動の結果使用した資金は、9億97百万円（前期は6億55百万円の使用）となりました。これは、主に、棚卸資産評価損34百万円の計上、減損損失30百万円、売上債権の減少29百万円があったものの、税金等調整前当期純損失8億48百万円の計上、棚卸資産の増加1億31百万円、契約損失引当金の減少48百万円、仕入債務の減少46百万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）

当連結会計年度において投資活動の結果獲得した資金は、2百万円（前期は43百万円の使用）となりました。これは主に、有形固定資産の取得による支出31百万円、資産除去債務の履行による支出27百万円があったものの、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）

当連結会計年度において財務活動の結果獲得した資金は、14億74百万円（前期は7億50百万円の獲得）となりました。これは主に、社債の償還による支出10億50百万円があったものの、新株予約権の行使による株式の発行による収入14億91百万円、社債の発行による収入10億42百万円があったことなどによるものであります。

（参考） キャッシュ・フロー関連指標の推移

	2021年9月期	2022年9月期	2023年9月期	2024年9月期	2025年9月期
自己資本比率	79.0	74.9	53.8	32.1	75.0
時価ベースの自己資本比率	141.2	122.8	135.0	340.6	399.9
キャッシュ・フロー対有利子負債比率	—	—	—	—	—
インタレスト・カバレッジ・レシオ	—	—	—	—	—

（注）自己資本比率：自己資本／総資産

時価ベースの自己資本比率：株式時価総額／総資産

キャッシュ・フロー対有利子負債比率：有利子負債／キャッシュ・フロー

インタレスト・カバレッジ・レシオ：キャッシュ・フロー／利払い

※1. 株式時価総額は、期末株価終値×期末発行済株式数（自己株式控除後）により算出しております。

※2. キャッシュ・フローは、キャッシュ・フロー計算書の営業活動によるキャッシュ・フローを使用しております。

※3. 有利子負債は、連結貸借対照表に計上されている負債のうち利子を支払っている全ての負債を対象としております。

(4) 今後の見通し

当社グループは、2023年より2度に渡る大規模な構造改革を推し進めた結果、事業の構造を抜本的に転換し、新成長戦略に基づき、新事業への転換を図ってまいりました。

① 現在の経営戦略

現在、当社グループは以下の施策を重点的に推進しております。

1. グループ全体での経営安定化
2. 事業の再構築
3. 成長路線への転換

具体的には、新事業分野への進出・展開、新製品開発、製品ラインナップの拡充、販売チャネルの拡大に注力し、事業の立て直しを図っております。

② 2026年9月期以降の事業展開

既存事業につきましては、引き続き効率化に向けて、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等を進めてまいります。

新規事業につきましては、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。

また2027年までにウェルネス&ライフスタイルブランド「Re・De（リデ）」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、積極的な海外グローバル展開を着実に進めて行き、海外ブランドとしての認知を高めてまいります。

③ 業績予想について

当社グループは、上記のような戦略を通じて、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が、新規事業につきましては、未確定要素も多く具体的な収益見通しが未定であります。そのため現時点で通期の連結業績予想を合理的に算定することは困難であると判断し、2026年9月期の業績予想につきましては未定としております。今後、業績予想の合理的な算定が可能となった段階で、速やかに公表いたします。

(5) 継続企業の前提に関する重要事象等

当社グループは、当連結会計年度において、8期連続で営業損失を計上していること及び12期連続で営業活動によるキャッシュ・フローがマイナスとなっていることから、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。

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事業の転換

長年の柱だった“TVチューナー会社”からの脱皮を、構造改革と新規事業の両輪で進めてきました。テレビ視聴の配信シフトと市場縮小で、当社のコアだったチューナー周辺開発の需要が細り、従来の延長線では収益性が保てない状況にありました。チューナー周辺技術開発の大幅縮小と固定費圧縮、新領域として「ウェルネス／ヘルスケア×Web3」へのシフトを行ってまいります。

第1段階として2023年に構造改革を実施し、チューナー関連の開発は“選択と集中”に改めました。本社移転などの固定費対策も同時に進め、月次で約1,000万円のコスト削減効果を狙うなど、収益構造の立て直しに着手してきました。

第2段階の2024年には合理化をさらに深掘りし、グループ全体で約26%の人員削減を完了しました。加えて固定費は年約2億21百万円の削減効果を見込むなど、損益分岐点の引き下げを具体化してきました。これら事業の“身軽化”を通じて、新規領域に経営資源を振り向けるための地固めを行ってきました。

そのうえで、事業ポートフォリオをウェルネス／ヘルスケア中心に行ってまいります。2025年は、健康行動を“価値（報酬）”に変換するWeb3プロジェクト「WellthVerse」を発表し（コンセプトは“健康が新しい通貨になる”／健康データの自己主権とリワード設計をうたう）、同テーマでゲーム・エンタメ領域及びWeb3領域のコミュニティ運営やマーケティングに強みを持つ企業、またWeb3・ブロックチェーン技術において強みを持ち、NFT（非代替性トークン）技術やプラットフォーム開発を手掛ける開発企業との提携を結んで、ユーザー獲得と定着の二軸でグロースを狙う体制を整えました。

同時に、高還元率の“ポイ活”アプリ「エブリポイント」を2025年4月にローンチいたしました。“業界最高水準の還元率”と多様な交換先を掲げ、9月には起動時広告の撤廃など使い勝手を高める「新モード」へ改良し、プロダクト主導で継続率を高める設計に踏み込みました。これにより、広告・アフィリエイト・会員課金などのデジタル収益を積み上げる“ソフト”の柱を築いてまいります。

インセンティブ設計と当社のソフト開発力を存分に活かしたサービスを組み合わせることで、これまでのTVチューナー中心の事業戦略から大幅に転換し、継続性があり、かつ成長性があるビジネスモデルへの転換を大胆に図ってまいります。

②ブランド戦略の遂行

Re・De（リデ）は、ピクセラグループの家電メーカーA-Stageが展開する“心地をリデザインする”を掲げたウェルネスブランドです。キッチン、ビューティ、ライフスタイル、ウェアラブルまでを横断し、日常の「触り心地・使い心地・居心地」といった体験価値を起点にプロダクトを設計するのが中核コンセプトです。ブランドビジョンでは、機能に寄り添うフィーリングや“からだの一部のように自然と動かなくなるデザイン”といった思想が明言され、Re・De＝“心地をリデザインするウェルネスブランド”と定義されています。

プロダクト戦略は、電気圧力鍋「Re・De Pot」やケトルの調理家電から出発し、オープンレンジ「Re・De Range」、灯りと音の体験機器「Re・De Light & Sound」、美顔器「Re・De Suhada」、スマートリング「Re・De Ring」、スマートダストボックス「Re・De Bin」などへ広がっています。単一カテゴリの“家電ブランド”にとどまらず、暮らし全体の快適さに関わる領域へポートフォリオを拡張することで、ブランド世界観を生活シーンの幅広い“接点”で体感できるようにしているのが狙いとなっています。

Go-to-Marketでは、直営の公式オンラインショップをハブに据え、限定カラー（例：モーヴピンク）やギフト施策などD2C的な運用を強化しつつ、自社メディア「ReDESIGN」やアンビエントミュージック企画「Re・De Sound」で世界観を継続的に発信する“コンテンツ起点”のブランド運営を行っています。さらに、新製品の先行販売ではMakuakeを活用し、「Re・De Range」の応援金が1,000万円を突破するなど、クラウドファンディングで初期需要の検証とコアファンの形成を両立させています。リアルでは国内大手の体験型ライフスタイル家電セレクトショップやb8ta（新製品の体験型ストア）といった体験型リテールでの展示を通じて“触れてわかる”体験設計を重ね、初

期からデザイン評価（JIDAセクション）も獲得いたしました。デザイン審美と体験価値を同時に磨き込む戦略をとっています。

グローバル戦略の初手としては、2025年に台湾のLASKO International Limited, Inc.と独占販売代理店契約を締結し、まず台湾での量販・EC展開を開始いたします。2027年までに台湾・韓国・中国・シンガポール・香港のアジア主要5地域へ広げる目標を掲げています。これは“プレミアム家電”ニーズの伸長が見込まれる市場を狙い、Re・Deのプロダクトと世界観を現地の強い流通網に載せて拡大する計画です。

グループ戦略との接続では、ピクセラが推進するウェルネス×Web3プロジェクト「WellthVerse」において、指輪型IoTデバイス「Re・De Ring」をコアデバイスに据え、睡眠や活動データを可視化しつつインセンティブ設計（ポイント／トークン）と結びつける“ソフト×ハード”一体の体験を組み込んでいます。Re・Deの“心地”を測り、整え、続けるという体験を、プロダクト単体からエコシステムへ拡張する戦略をとっています。

Re・Deのブランド戦略は①「心地」を核にした明快なポジショニング、②暮らし全体へ拡張する多カテゴリ展開、③D2Cと体験型リテール・クラファンを組み合わせた市場投入、④アジアを見据えた現地パートナー連携による越境、⑤ウェアラブル×Web3による体験の“継続化”という5本柱で構成することを企図しています。Re・DeはA-Stage（ピクセラグループ）のブランドとして、デザイン審美と体験価値、そしてデジタルエコシステムを束ねることで、従来の“家電”の枠を越えた唯一無二のウェルネスブランドへと進化を目指します。

③経営戦略資金の確保

当連結会計年度においてEVO FUNDを割当予定先とする第20回新株予約権を発行し、当連結会計年度末までに全ての新株予約権が行使され15億円を調達しております。

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。

2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方

当社グループでは、経年での比較可能性確保等を考慮し、会計基準については日本基準を採用しております。「連結財務諸表の用語、様式及び作成方法に関する規則」（昭和51年大蔵省令第28号）に基づいて作成しております。

3. 連結財務諸表及び主な注記

(1) 連結貸借対照表

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2024年9月30日)	当連結会計年度 (2025年9月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	94,828	575,476
売掛金	119,581	90,583
電子記録債権	650	134
商品及び製品	147,995	259,237
原材料及び貯蔵品	22,657	6,932
前渡金	87,976	91,791
未収入金	61,468	5,669
その他	43,997	61,837
貸倒引当金	△198	△182
流動資産合計	578,957	1,091,481
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	112,574	18,204
減価償却累計額	△112,574	△18,204
建物及び構築物（純額）	0	0
機械装置及び運搬具	10,188	10,188
減価償却累計額	△10,188	△10,188
機械装置及び運搬具（純額）	0	0
工具、器具及び備品	770,444	543,723
減価償却累計額	△770,443	△543,722
工具、器具及び備品（純額）	0	0
有形固定資産合計	0	0
無形固定資産		
ソフトウェア	0	0
無形固定資産合計	0	0
投資その他の資産		
敷金	15,561	15,561
その他	24,067	16,203
貸倒引当金	△8,115	△8,100
投資その他の資産合計	31,512	23,664
固定資産合計	31,513	23,664
繰延資産		
株式交付費	7,517	11,276
新株予約権発行費	1,172	-
繰延資産合計	8,690	11,276
資産合計	619,161	1,126,422

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2024年 9 月 30 日)	当連結会計年度 (2025年 9 月 30 日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	56,949	10,377
未払金	70,591	58,499
未払費用	77,159	57,937
未払法人税等	8,046	16,276
契約負債	24,027	5,810
契約損失引当金	95,009	77,806
ユーザー還元引当金	-	6,275
資産除去債務	468	-
その他	13,188	5,515
流動負債合計	345,440	238,499
固定負債		
契約損失引当金	59,856	28,237
資産除去債務	13,643	13,813
固定負債合計	73,500	42,051
負債合計	418,941	280,550
純資産の部		
株主資本		
資本金	451,942	1,201,946
資本剰余金	1,091,994	1,841,998
利益剰余金	△1,211,753	△2,065,771
自己株式	△133,380	△133,705
株主資本合計	198,804	844,467
新株予約権	1,416	1,404
純資産合計	200,220	845,871
負債純資産合計	619,161	1,126,422

(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書

連結損益計算書

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2023年10月 1 日 至 2024年 9 月30日)	当連結会計年度 (自 2024年10月 1 日 至 2025年 9 月30日)
売上高	1,163,136	1,001,129
売上原価	932,771	724,214
売上総利益	230,365	276,914
販売費及び一般管理費	1,077,039	1,072,937
営業損失(△)	△846,674	△796,022
営業外収益		
受取利息	65	573
投資有価証券売却益	460	3,548
持分法による投資利益	6,007	-
賞与引当金戻入額	5,339	-
受取賠償金	-	1,998
為替差益	747	126
その他	650	570
営業外収益合計	13,270	6,817
営業外費用		
支払利息	939	407
持分法による投資損失	-	6,260
新株予約権発行費償却	6,809	8,572
株式交付費償却	5,788	6,117
社債発行費償却	-	7,399
その他	24	0
営業外費用合計	13,562	28,759
経常損失(△)	△846,965	△817,963
特別利益		
新株予約権戻入益	76	12
特別利益合計	76	12
特別損失		
減損損失	68,820	30,928
棚卸資産評価損	110,167	-
構造改革費用	17,815	-
契約損失引当金繰入額	154,866	-
特別損失合計	351,670	30,928
税金等調整前当期純損失(△)	△1,198,559	△848,880
法人税、住民税及び事業税	3,680	5,019
法人税等合計	3,680	5,019
当期純損失(△)	△1,202,239	△853,899
親会社株主に帰属する当期純損失(△)	△1,202,239	△853,899

連結包括利益計算書

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2023年10月1日 至 2024年9月30日)	当連結会計年度 (自 2024年10月1日 至 2025年9月30日)
当期純損失(△)	△1,202,239	△853,899
その他の包括利益		
その他の包括利益合計	-	-
包括利益	△1,202,239	△853,899
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	△1,202,239	△853,899

(3) 連結株主資本等変動計算書

前連結会計年度(自 2023年10月1日 至 2024年9月30日)

(単位:千円)

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	5,743,072	4,641,781	△9,732,815	△125,038	527,000
当期変動額					
新株の発行 (新株予約権の行使)	441,942	441,942			883,885
減資	△5,733,072	5,733,072			-
欠損填補		△9,724,801	9,724,801		-
親会社株主に帰属する 当期純損失(△)			△1,202,239		△1,202,239
自己株式の取得				△9,901	△9,901
自己株式の処分		△1,499		1,559	60
自己株式処分差損の 振替		1,499	△1,499		-
株主資本以外の項目の 当期変動額 (純額)					-
当期変動額合計	△5,291,130	△3,549,786	8,521,062	△8,341	△328,195
当期末残高	451,942	1,091,994	△1,211,753	△133,380	198,804

	新株予約権	純資産合計
当期首残高	1,480	528,480
当期変動額		
新株の発行 (新株予約権の行使)		883,885
減資		-
欠損填補		-
親会社株主に帰属する 当期純損失(△)		△1,202,239
自己株式の取得		△9,901
自己株式の処分		60
自己株式処分差損の 振替		-
株主資本以外の項目の 当期変動額 (純額)	△64	△64
当期変動額合計	△64	△328,260
当期末残高	1,416	200,220

当連結会計年度(自 2024年10月1日 至 2025年9月30日)

(単位:千円)

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	451,942	1,091,994	△1,211,753	△133,380	198,804
当期変動額					
新株の発行 (新株予約権の行使)	750,003	750,003			1,500,007
親会社株主に帰属する 当期純損失(△)			△853,899		△853,899
自己株式の取得				△445	△445
自己株式の処分		△118		119	1
自己株式処分差損の 振替		118	△118		-
株主資本以外の項目の 当期変動額 (純額)					-
当期変動額合計	750,003	750,003	△854,018	△325	645,663
当期末残高	1,201,946	1,841,998	△2,065,771	△133,705	844,467

	新株予約権	純資産合計
当期首残高	1,416	200,220
当期変動額		
新株の発行 (新株予約権の行使)		1,500,007
親会社株主に帰属する 当期純損失(△)		△853,899
自己株式の取得		△445
自己株式の処分		1
自己株式処分差損の 振替		-
株主資本以外の項目の 当期変動額 (純額)	△12	△12
当期変動額合計	△12	645,651
当期末残高	1,404	845,871

(4) 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2023年10月1日 至 2024年9月30日)	当連結会計年度 (自 2024年10月1日 至 2025年9月30日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純損失 (△)	△1,198,559	△848,880
減価償却費	12,227	1,023
減損損失	68,820	30,928
構造改革費用	17,815	-
新株予約権発行費償却	6,809	8,572
株式交付費償却	5,788	6,117
社債発行費償却	-	7,399
棚卸資産評価損	232,989	34,950
貸倒引当金の増減額 (△は減少)	△171	△30
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)	154,866	△48,821
ユーザー還元引当金の増減額 (△は減少)	-	6,275
受取利息及び受取配当金	△65	△573
支払利息	939	407
持分法による投資損益 (△は益)	△6,007	6,260
新株予約権戻入益	△76	△12
投資有価証券売却益	△460	△3,548
為替差損益 (△は益)	1,083	△773
売上債権の増減額 (△は増加)	76,835	29,528
棚卸資産の増減額 (△は増加)	126,219	△131,318
仕入債務の増減額 (△は減少)	△85,457	△46,572
未払金の増減額 (△は減少)	△1,175	16,848
未払費用の増減額 (△は減少)	△192	△19,221
未収入金の増減額 (△は増加)	1,058	△2,399
その他	△39,246	△40,040
小計	△631,297	△993,879
利息及び配当金の受取額	65	573
利息の支払額	△1,097	-
構造改革費用の支払額	△17,815	-
法人税等の支払額	△5,089	△4,422
営業活動によるキャッシュ・フロー	△655,234	△997,728
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△46,169	△31,952
資産除去債務の履行による支出	-	△27,165
投資有価証券の売却による収入	700	3,636
敷金及び保証金の差入による支出	△11,107	-
敷金及び保証金の回収による収入	1,000	58,198
その他	12,123	-
投資活動によるキャッシュ・フロー	△43,453	2,716

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2023年10月 1 日 至 2024年 9 月30日)	当連結会計年度 (自 2024年10月 1 日 至 2025年 9 月30日)
財務活動によるキャッシュ・フロー		
社債の発行による収入	150,000	1,042,600
社債の償還による支出	△265,000	△1,050,000
自己株式の取得による支出	△9,901	△445
新株予約権の行使による株式の発行による収入	878,396	1,491,750
新株予約権の発行による支出	△3,000	△7,392
その他	34	△1,626
財務活動によるキャッシュ・フロー	750,529	1,474,886
現金及び現金同等物に係る換算差額	△1,083	773
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	50,757	480,648
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期末残高	94,828	575,476

(5) 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、当連結会計年度において、8期連続で営業損失を計上していること及び12期連続で営業活動によるキャッシュ・フローがマイナスとなっていることから、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。

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事業の転換

長年の柱だった“TVチューナー会社”からの脱皮を、構造改革と新規事業の両輪で進めてきました。テレビ視聴の配信シフトと市場縮小で、当社のコアだったチューナー周辺開発の需要が細り、従来の延長線では収益性が保てない状況にありました。チューナー周辺技術開発の大幅縮小と固定費圧縮、新領域として「ウェルネス／ヘルスケア×Web3」へのシフトを行ってまいります。

第1段階として2023年に構造改革を実施し、チューナー関連の開発は“選択と集中”に改めました。本社移転などの固定費対策も同時に進め、月次で約1,000万円のコスト削減効果を狙うなど、収益構造の立て直しに着手してきました。

第2段階の2024年には合理化をさらに深掘りし、グループ全体で約26%の人員削減を完了しました。加えて固定費は年約2億2100万円の削減効果を見込むなど、損益分岐点の引き下げを具体化してきました。これら事業の“身軽化”を通じて、新規領域に経営資源を振り向けるための地固めを行ってきました。

そのうえで、事業ポートフォリオをウェルネス／ヘルスケア中心に行ってまいります。2025年は、健康行動を“価値（報酬）”に変換するWeb3プロジェクト「WellthVerse」を発表し（コンセプトは“健康が新しい通貨になる”／健康データの自己主権とリワード設計をうたう）、同テーマでゲーム・エンタメ領域及びWeb3領域のコミュニティ運営やマーケティングに強みを持つ企業、またWeb3・ブロックチェーン技術において強みを持ち、NFT（非代替性トークン）技術やプラットフォーム開発を手掛ける開発企業との提携を結んで、ユーザー獲得と定着の二軸でグロースを狙う体制を整えました。

同時に、高還元の“ポイ活”アプリ「エブリポイント」を2025年4月にローンチいたしました。“業界最高水準の還元率”と多様な交換先を掲げ、9月には起動時広告の撤廃など使い勝手を高める「新モード」へ改良し、プロダクト主導で継続率を高める設計に踏み込みました。これにより、広告・アフィリエイト・会員課金などのデジタル収益を積み上げる“ソフト”の柱を築いてまいります。

インセンティブ設計と当社のソフト開発力を存分に活かしたサービスを組み合わせることで、これまでのTVチューナー中心の事業戦略から大幅に転換し、継続性があり、かつ成長性があるビジネスモデルへの転換を大胆に図ってまいります。

②ブランド戦略の遂行

Re・De（リデ）は、ピクセラグループの家電メーカーA-Stageが展開する“心地をリデザインする”を掲げたウェルネスブランドです。キッチン、ビューティ、ライフスタイル、ウェアラブルまでを横断し、日常の「触り心地・使い心地・居心地」といった体験価値を起点にプロダクトを設計するのが中核コンセプトです。ブランドビジョンでは、機能に寄り添うフィーリングや“からだの一部のように自然と動きたくなるデザイン”といった思想が明言され、Re・De＝“心地をリデザインするウェルネスブランド”と定義されています。

プロダクト戦略は、電気圧力鍋「Re・De Pot」やケトルの調理家電から出発し、オープンレンジ「Re・De Range」、灯りと音の体験機器「Re・De Light & Sound」、美顔器「Re・De Suhada」、スマートリング「Re・De Ring」、スマートダストボックス「Re・De Bin」などへ広がっています。単一カテゴリの“家電ブランド”にとどまらず、暮らし全体の快適さに関わる領域へポートフォリオを拡張することで、ブランド世界観を生活シーンの幅広い“接点”で体感できるようにしているのが狙いとなっています。

Go-to-Marketでは、直営の公式オンラインショップをハブに据え、限定カラー（例：モーヴピンク）やギフト施策などD2C的な運用を強化しつつ、自社メディア「ReDESIGN」やアンビエントミュージック企画「Re・De Sound」で世界観を継続的に発信する“コンテンツ起点”のブランド運営を行っています。さらに、新製品の先行販売ではMakuakeを活用し、「Re・De Range」の応援金が1,000万円を突破するなど、クラウドファンディングで初期需要の検証とコアファンの形成を両立させています。リアルでは国内大手の体験型ライフスタイル家電セレクトショップ

やb8ta（新製品の体験型ストア）といった体験型リテールでの展示を通じて“触れてわかる”体験設計を重ね、初期からデザイン評価（JIDAセクション）も獲得いたしました。デザイン審美と体験価値を同時に磨き込む戦略をとっています。

グローバル戦略の初手としては、2025年に台湾のLASKO International Limited, Inc.と独占販売代理店契約を締結し、まず台湾での量販・EC展開を開始いたします。2027年までに台湾・韓国・中国・シンガポール・香港のアジア主要5地域へ広げる目標を掲げています。これは“プレミアム家電”ニーズの伸長が見込まれる市場を狙い、Re・Deのプロダクトと世界観を現地の強い流通網に載せて拡大する計画です。

グループ戦略との接続では、ピクセラが推進するウェルネス×Web3プロジェクト「WellthVerse」において、指輪型IoTデバイス「Re・De Ring」をコアデバイスに据え、睡眠や活動データを可視化しつつインセンティブ設計（ポイント／トークン）と結びつける“ソフト×ハード”一体の体験を組み込んでいます。Re・Deの“心地”を測り、整え、続けるという体験を、プロダクト単体からエコシステムへ拡張する戦略をとっています。

Re・Deのブランド戦略は①「心地」を核にした明快なポジショニング、②暮らし全体へ拡張する多カテゴリ展開、③D2Cと体験型リテール・クラファンを組み合わせた市場投入、④アジアを見据えた現地パートナー連携による越境、⑤ウェアラブル×Web3による体験の“継続化”という5本柱で構成することを企図しています。Re・DeはA-Stage（ピクセラグループ）のブランドとして、デザイン審美と体験価値、そしてデジタルエコシステムを束ねることで、従来の“家電”の枠を越えた唯一無二のウェルネスブランドへと進化を目指します。

③経営戦略資金の確保

当連結会計年度においてEVO FUNDを割当予定先とする第20回新株予約権を発行し、当連結会計年度末までに全ての新株予約権が行使され1,500,000千円を調達しております。

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。

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、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連結財務諸表に反映しておりません。

(セグメント情報)

【セグメント情報】

1. 報告セグメントの概要

(1) 報告セグメントの決定方法

当社の報告セグメントは、当社の構成単位のうち分離された財務情報が入手可能であり、取締役会が、経営資源の配分の決定及び業績を評価するために、定期的に検討を行う対象となっているものであります。

当社は、製品及びサービスの種類別に事業を展開しており、「AV関連事業」及び「家電事業」の2つの報告セグメントとしております。

(2) 各報告セグメントに属する製品及びサービスの種類

「AV関連事業」は、主に地上デジタル液晶テレビ、地上デジタルチューナー及び地上デジタル放送受信モジュール等の開發生産、パソコン向けのテレビキャプチャー等の開發生産、デジタルカメラ及びデジタルビデオカメラに同梱されるソフトウェア等の開発等を行っております。また、「家電事業」は、主にオリジナルデザイン白物・黒物家電の開發生産を行っております。

2. 報告セグメントごとの売上高、利益又は損失、資産、負債その他の項目の金額の算定方法

報告されている事業セグメントの会計処理の方法は、連結財務諸表作成において採用されている会計処理の方法と概ね同一であります。報告セグメントの利益は営業利益ベースの数値であります。

セグメント間の内部収益及び振替高は市場実勢価格に基づいております。

3. 報告セグメントごとの売上高、利益又は損失、資産、負債その他の項目の金額に関する情報及び収益の分解情報
前連結会計年度(自 2023年10月1日 至 2024年9月30日)

(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	602,422	460,865	1,063,288	—	1,063,288
一定の期間にわたり移転される財	99,848	—	99,848	—	99,848
顧客との契約から生じる収益	702,270	460,865	1,163,136	—	1,163,136
外部顧客への売上高	702,270	460,865	1,163,136	—	1,163,136
セグメント間の内部売上高又は振替高	△156	—	△156	—	△156
計	702,114	460,865	1,162,980	—	1,162,980
セグメント損失(△)	△35,864	△342,047	△377,911	—	△377,911
その他の項目					
減価償却費	10,388	1,527	11,916	—	11,916

(注) 1 「その他」の区分は、報告セグメントに含まれない事業セグメントであります。

2 セグメント資産は、事業セグメントに資産を配分していないため、記載しておりません。

当連結会計年度(自 2024年10月 1 日 至 2025年 9 月30日)

(単位：千円)

	報告セグメント			その他	合計
	A V関連 事業	家電事業	計		
売上高					
一時点で移転される財	480,439	496,743	977,182	—	977,182
一定の期間にわたり移転される財	23,946	—	23,946	—	23,946
顧客との契約から生じる収益	504,385	496,743	1,001,129	—	1,001,129
外部顧客への売上高	504,385	496,743	1,001,129	—	1,001,129
セグメント間の内部売上高 又は振替高	7,199	—	7,199	—	7,199
計	511,585	496,743	1,008,328	—	1,008,328
セグメント損失(△)	△155,875	△203,471	△359,346	—	△359,346
その他の項目					
減価償却費	—	855	855	—	855

(注) 1 「その他」の区分は、報告セグメントに含まれない事業セグメントであります。

2 セグメント資産は、事業セグメントに資産を配分していないため、記載しておりません。

4. 報告セグメント合計額と連結財務諸表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)

売上高	前連結会計年度	当連結会計年度
報告セグメント計	1,162,980	1,008,328
「その他」の区分の売上高	—	—
セグメント間取引消去	156	△7,199
連結財務諸表の売上高	1,163,136	1,001,129

(単位：千円)

損失(△)	前連結会計年度	当連結会計年度
報告セグメント計	△377,911	△359,346
「その他」の区分の利益又は損失(△)	—	—
セグメント間取引消去	—	—
全社費用 (注)	△468,762	△436,675
棚卸資産の調整額	—	—
子会社株式の取得関連費用	—	—
連結財務諸表の営業損失(△)	△846,674	△796,022

(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。

(単位：千円)

その他の項目	報告セグメント計		その他		調整額		連結財務諸表計上額	
	前連結会計年度	当連結会計年度	前連結会計年度	当連結会計年度	前連結会計年度	当連結会計年度	前連結会計年度	当連結会計年度
減価償却費	11,916	855	—	—	310	168	12,227	1,023

【関連情報】

前連結会計年度(自 2023年10月1日 至 2024年9月30日)

1. 製品及びサービスごとの情報

セグメント情報の中に同様の情報を開示しているため、記載を省略しております。

2. 地域ごとの情報

(1) 売上高

本邦の外部顧客への売上高が連結損益計算書の売上高の90%を超えているため、記載を省略しております。

(2) 有形固定資産

本邦以外に所在している有形固定資産がないため、該当事項はありません。

3. 主要な顧客ごとの情報

(単位：千円)

顧客の名称又は氏名	売上高	関連するセグメント名
TD SYNEX(株)	257,126	A V関連事業

当連結会計年度(自 2024年10月1日 至 2025年9月30日)

1. 製品及びサービスごとの情報

セグメント情報の中に同様の情報を開示しているため、記載を省略しております。

2. 地域ごとの情報

(1) 売上高

本邦の外部顧客への売上高が連結損益計算書の売上高の90%を超えているため、記載を省略しております。

(2) 有形固定資産

本邦以外に所在している有形固定資産がないため、該当事項はありません。

3. 主要な顧客ごとの情報

(単位：千円)

顧客の名称又は氏名	売上高	関連するセグメント名
TD SYNEX(株)	190,297	A V関連事業

【報告セグメントごとの固定資産の減損損失に関する情報】

前連結会計年度(自 2023年10月1日 至 2024年9月30日)

(単位：千円)

	報告セグメント			その他	全社・消去	合計
	A V 関連事業	家電事業	計			
減損損失	38,308	30,511	68,820	—	—	68,820

当連結会計年度（自 2024年10月 1 日 至 2025年 9 月30日）

(単位：千円)

	報告セグメント			その他	全社・消去	合計
	AV 関連事業	家電事業	計			
減損損失	2,361	28,567	30,928	—	—	30,928

【報告セグメントごとののれんの償却額及び未償却残高に関する情報】

該当事項はありません。

【報告セグメントごとの負ののれん発生益に関する情報】

該当事項はありません。

(1株当たり情報)

前連結会計年度 (自 2023年10月1日 至 2024年9月30日)	当連結会計年度 (自 2024年10月1日 至 2025年9月30日)
1株当たり純資産額 7円26銭	1株当たり純資産額 8円25銭
1株当たり当期純損失(△) △64円35銭	1株当たり当期純損失(△) △13円53銭

- (注) 1. 潜在株式調整後1株当たり当期純利益については、潜在株式が存在するものの、1株当たり当期純損失であるため記載しておりません。
2. 1株当たり純資産額の算定上の基礎は、以下のとおりであります。

	前連結会計年度 (2024年9月30日)	当連結会計年度 (2025年9月30日)
純資産の部の合計額(千円)	200,220	845,871
純資産の部の合計額から控除する金額(千円)	1,416	1,404
(うち新株予約権(千円))	(1,416)	(1,404)
普通株式に係る期末の純資産額(千円)	198,804	844,467
普通株式の発行済株式数(株)	27,415,276	102,415,276
普通株式の自己株式数(株)	31,221	39,011
1株当たり純資産額の算定に用いられた期末の普通株式の数(株)	27,384,055	102,376,265

3. 1株当たり当期純損失の算定上の基礎は、以下のとおりであります。

	前連結会計年度 (自 2023年10月1日 至 2024年9月30日)	当連結会計年度 (自 2024年10月1日 至 2025年9月30日)
1株当たり当期純損失		
親会社株主に帰属する当期純損失(△)(千円)	△1,202,239	△853,899
普通株主に帰属しない金額(千円)	—	—
普通株式に係る親会社株主に帰属する当期純損失(△)(千円)	△1,202,239	△853,899
普通株式の期中平均株式数(株)	18,682,653	63,124,884
希薄化効果を有しないため、潜在株式調整後1株当たり当期純利益の算定に含めなかった潜在株式の概要	第13回新株予約権 新株予約権の数 44,000個 普通株式 44,000株 第14回新株予約権 新株予約権の数 200,000個 普通株式 200,000株 第19回新株予約権 新株予約権の数 40,000個 B種種類株式 40,000株	第13回新株予約権 新株予約権の数 41,000個 普通株式 41,000株 第14回新株予約権 新株予約権の数 200,000個 普通株式 200,000株 第19回新株予約権 新株予約権の数 40,000個 B種種類株式 40,000株

4. 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、1株当たり純資産額及び1株当たり当期純損失を算定しております。

(重要な後発事象)

(自己株式の消却)

2025年10月31日開催の取締役会において、会社法第178条の規定に基づき自己株式の消却を行うことを決議し、自己株式の消却を実施しました。

1. 自己株式の消却を行う理由

資本構成の簡素化、管理効率の向上、将来の資本政策の柔軟性確保等のため

2. 自己株式の消却の内容

消却する株式の種類	当社A種種類株式
消却する株式の総数	81,880株（発行済みのA種種類株式の全て）
消却日	2025年10月31日

(資本金及び資本準備金の額の減少並びに剰余金の処分)

当社は、2025年11月14日開催の取締役会において、2025年12月25日開催予定の第44期定時株主総会に資本金及び資本準備金の額の減少並びに剰余金の処分について付議することを決議しております。

1. 資本金及び資本準備金の額の減少並びに剰余金の処分の目的

繰越欠損を解消するとともに今後の資本政策の柔軟性及び機動性を確保することを目的としております。

2. 資本金の額の減少の内容

- (1) 減少する資本金の額 1,191,946,318円
- (2) 資本金の額の減少が効力を生ずる日 2026年2月27日（予定）

これにより、減少後の資本金の額は10,000,000円になります。

なお、当社が発行している新株予約権が、減資の効力発生日までに行使された場合、資本金の額及び減少後の資本金の額が変動いたします。

3. 資本準備金の額の減少の内容

- (1) 減少する資本準備金の額 622,852,845円
- (2) 資本準備金の額の減少が効力を生ずる日 2026年2月27日（予定）

これにより、減少後の資本準備金の額は、1,219,145,848円となります。

なお、当社が発行している新株予約権が、資本準備金の額の減少の効力発生日までに行使された場合、資本準備金の額及び減少後の資本準備金の額が変動いたします。

4. 剰余金の処分の内容

下記のとおり、会社法第452条の規定に基づき、上記資本金及び資本準備金の額の減少の効力発生を条件に、その他資本剰余金を繰越利益剰余金に振り替えることで、欠損填補に充当いたします。これにより、振替後の繰越利益剰余金の額は0円となります。

- (1) 減少する剰余金の項目及びその額
 その他資本剰余金 1,814,799,163円
- (2) 増加する剰余金の項目及びその額
 繰越利益剰余金 1,814,799,163円
- (3) 剰余金の処分がその効力を生ずる日
 2026年2月27日（予定）

5. 資本金及び資本準備金の額の減少並びに剰余金の処分の日程

- (1) 取締役会決議日 2025年11月14日
- (2) 株主総会決議日 2025年12月25日（予定）
- (3) 債権者異議申述公告日 2026年1月13日（予定）
- (4) 債権者異議申述最終期日 2026年2月17日（予定）
- (5) 効力発生日 2026年2月27日（予定）