



各位

会社名 A i ロ ボ テ ィ ク ス 株 式 会 社
代表者名 代表取締役社長 龍 川 誠
(コード番号：247A 東証グロース市場)
問合せ先 取締役管理本部長 坂 元 優 太
(TEL. 03-6809-0142)

2026年3月期第2四半期決算説明会 Q&A公開に関するお知らせ

当社は、2025年11月17日付で、以下の通り、2026年3月期第2四半期決算説明会を実施いたしましたのでお知らせいたします。詳細については別紙をご覧ください。

【冒頭説明パート】

売上高、営業利益ともに、計画通りに問題なく進捗しています。

売上高は、105億円、営業利益は7億円、Yunthの定期会員数も順調に増加しています。

株主の皆様にご心配をおかけしてしまっていますが、計画値はもともと明確に開示をしておらず、上期は先行投資行っていくと事前に説明をさせて頂いております。

上半期の営業利益は、最低6億円は確保する方針で社内での数値管理を行っていましたが、それ以上の7億、8億、9億円かは、状況を見てレンジを持って考えておりました。いずれにしても、通期での営業利益48億円の目標は変わりませんので、特段何も心配することはないというのが当社の見解です。

唐突に営業利益は「7億」という数値だけが示されると不安を与えてしまうため、本来であれば期初の決算説明資料にも補足すべき点でした。上半期の実力値としては、より高い利益を出せる状況にありましたが、当期よりも翌期に売上高560億円、営業利益96億円を見据えているため、当期は、翌期に向けて先行投資を行う等、優先すべき取り組みを進めています。

その結果として、一部の投資家の方に不安を与えてしまったことは、大変申し訳なかったと思っておりますが、社内では、計画通り順調に進捗しています。

当上半期は前年同期と比べてもちろん成長はしておりますが、ビジネスの性質上、下期偏重型です。前期まででは、1Q～3Qで売上利益が伸び過ぎると、大幅に2倍を超える状況になるのを避けるため、4Qでブレーキをかけていました。今回は、上半期を先行投資フェーズと位置づけ、長期的な視点で事業を進めております。

ブランド別売上については、全ブランドとも順調に伸びております。
Straineは2Q時点で8億円強の売上を計上しており、想定以上に売れた結果、8月には一時的に欠品が発生しましたが、計画どおりに推移しています。

Yunthの定期会員数は順調に伸びており、当初計画で示している17.2万名は3Qで到達できる見込みです。

今後は、将来を見据えて海外展開や卸販売の強化に取り組むフェーズに入りますが、ここでも当社の強みである「SELL」を最大限に活かしていきます。

その取り組みの一環として、「BTS」のV氏を起用しました。

グローバル市場でブランドを認知して頂き、「使ってみたい」と思ってもらうためには、これほどの影響力を有するV氏の起用が適切と考えております。

V氏は、インフルエンサーランキングで世界1位の存在です。
フォロワー数のランキングではスポーツ選手など、より多くのフォロワーを持つ方もいますが、インフルエンサーとしての価値はフォロワー数だけでなく、どれだけ影響力を持ち、実際に行動や購買に繋げられるかが重要です。

こうした過去の実績や影響力を総合的に評価し、今回の起用に至りました。

今後は、商品開発にも一層力を入れていきたいと考えております。

これまではEC領域でのダイレクトマーケティングに注力してきましたが、今後は商品開発そのものや開発スピードの向上にも重点を置いて取り組んでいきます。

その結果として、世界中での卸販売や、各国のECモールでも広く販売されるブランドを目指してまいります。

今年中に、Brighteで次のコア商品の発表を予定しております。

また、StraineやYunthについても、新商品の準備を進めているところです。

卸販売においても、当社の「SELL」をいかに論理的かつ再現性のある形で実行できるかを取り組んでいます。その結果として、良い成果が出始めており、店舗での商品の動きが加速しております。

前期末時点での海外売上比率は2.7%でしたが、当上半期末時点では約4%となっています。社内では、これを20%どころか、50%以上を海外売上にすることを目標としています。

美容関連商品を中心に展開しているブランドでは、売上高のうち、7～8割を海外で占める方が一般的であり、当社にもまだまだ成長のポテンシャルがあります。

今後も積極的に海外展開を進めてまいります。

【説明資料・計画説明・グラフ関連】

Q1. 「計画達成」と書かれているが、基準値が不明で判断しづらいのでは？

A. その通りで、説明不足でした。ガイダンス時により細かく社内計画を示すべきでした。今後はガイダンスの在り方などについても検討してまいります。

Q2. グラフが“下振れ”に見えるのはなぜ？

A. 棒グラフは、あくまでイメージ図で具体的な金額を表す意図はありませんでしたが、誤読を招いてしまい反省しております。

【上半期の先行投資内容】

Q3. 先行投資とは具体的には何なのですか？

A. 新商品及び新ブランドのローンチに係る認知拡大プロモーション費用及びCM関連費用のことであり、来期以降の売上拡大に必要な不可欠な投資と位置付けております。

Q4. 上半期の先行投資は何に使われたのですか？

A. 新商品・新ブランドの認知獲得のためのプロモーション費用です。具体的な内容としては、StraineのTV-CM・山下智久氏の起用、「SHOWER DRYER」の認知形成です。これは、来期以降の売上拡大に必要な不可欠な投資であると考えております。

Q5. 上半期の先行投資は既存商品の広告増ではない？

A. 既存商品ではなく、新商品および新ブランド(Straine)中心です。Straineは翌期100億規模を目指すため、前倒しで投資を実施しました。

Q6. 先行投資という表現が誤解されやすいのでは？

A. その点は理解しています。ただ、上半期は利益が出ないということは様々なところで事前に説明済みです。

【V氏関連（起用理由・効果・費用）】

Q7. V氏の起用はYunth以外のブランドにも広がりますか？費用計上はいつですか？

A. 起用はYunth限定で、他ブランド展開はありません。契約費用は3Q以降に計上され、1Q・2Qには含まれていません。

Q8. V氏の起用は“先行投資”に当たるのですか？利益への影響は？

A. 先行投資ではありません。Yunthは既に一定の認知度があり、期中で十分回収可能と判断したためです。利益を圧迫するような内容ではありません。

Q9. なぜ今期計画に織り込まなかったのですか？

A. 正式決定が第2四半期のタイミングとなり、期初計画時には織り込みませんでした。

Q10. V氏起用は本当に売上に繋がるのですか？

A. 繋がります。BTS関連の多数の事例を踏まえて分析しており、投資額は当期中に回収可能と判断しています。

Q11. 当初計画外の起用で回収できるなら、計画よりも売上・利益は上振れするのでは？

A. 通期計画に合わせて、売上・利益は調整する予定です。万が一、上振れする場合は別途開示いたします。

Q12. V 氏起用は中期的な売上（翌期、翌々期）にどう影響しますか？

A. 翌期、翌々期の達成確度は確実に上昇しています。

Q13. 起用のデメリットは議論しましたか？

A. 取締役会で十分議論しましたが、売上効果・ブランド価値向上・株価形成の観点からメリットが圧倒的に大きいと判断し起用しました。

Q14. V 氏の広告コストはどう計上されますか？

A. 3Q 以降に段階的（按分）に計上されます。一括での計上ではありません。

【卸販売・海外展開】

Q15. 卸販売比率は以前 10%程度で抑えたとご発言がありましたが、今回 20%を超えております。方針の変換があったのでしょうか？

A. 今回の卸販売比率の増加は、主に Straine の売上拡大によるものであります。ただし、今後については、決算説明資料にも記載の通り、卸販路の拡大を検討しております。方針変更をした理由としては、計画時には織り込んでいなかった V 氏の起用により、店頭での購買ニーズが増加すること及び海外展開に伴うインバウンド需要の取り込みを行うためです。

Q16. 海外の初動や反響はどうですか？

A. 非常に強く、世界中から SNS 投稿や反応が上がっています。

Q17. 海外進出において、最重要市場はどこですか？

A. 中国およびアメリカです。市場規模が大きく、アメリカでは多様な肌トーンへの美容需要があります。

Q18. 海外展開はどのルートで行いますか？

A. まずは Amazon など EC モールを用いたオンライン販売を中心に展開予定です。

Q19. Meta との協業状況は？

A. 北米・欧州で自社 AI システム「SELL」が使えるよう、Meta のサポートを受け、体制整備が進んでいます。

【株価・期待値・1兆円への道筋】

Q20. サプライズ施策で期待を維持する方針ですか？

A. いいえ。期待値ではなく、純利益の積み上げを重視しています。

Q21. 時価総額 1 兆円への具体的ロジックは？

A. 当初から開示しております通り、売上：2,200 億、営業利益：400 億、純利益：280 億、PER：35 倍→ 1 兆円が成立します。

Q22. 1 兆円達成時期は？

A. 2029 年 3 月期を想定しています。

Q23. 経営者自身は株を売る予定は？

A. ありません。借金してでも買っている状況で、長期的価値に自信があります。

【個人投資家とのコミュニケーション】

Q24. SNS や YouTube で発信しない理由は？

A. 短期的な一喜一憂を避けるためです。本質的でない IR は行っていません。

Q25. 今後は発信を強化しますか？

A. 今回の反応を踏まえ、情報発信方法の改善を検討しています。

【M&A・財務・PMI】

Q26. M&A はどの程度進んでいますか？

A. この1年、毎週どこかの企業と面談し、準備を進めています。

Q27. PMI への懸念（エリート文化との相性）は？

A. 難易度は高いですが、フィットする候補企業は数社ございます。

Q28. 財務面・資金繰りに問題はありますか？

A. 問題ありません。売掛金については、売上の増加に伴い増加しており、1～2か月以内に回収されるものです。棚卸資産については、前期比で2倍の成長のために必要な在庫となります。また年末商戦や Yunth の V 氏の起用により売上増加が見込まれるため、在庫を一定確保しています。資金繰りについても、金融機関とも常に連携しており、当社の成長支援体制をサポートいただいております。

Q29. 投資家へ伝えたいことは？

A. 純利益成長で価値を創り、株主の全員が必ず報われる企業になるという一点です。

以上