



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 C F O 坂 元 優 太
 (TEL. 03-6809-0142)

2027年3月期 第1四半期決算説明会の質疑応答要約及びアーカイブ動画配信のお知らせ

当社は、2026年8月14日（金）18時に開催いたしました「2027年3月期 第1四半期決算説明会」について、質疑応答要約及びアーカイブ動画を配信いたしましたので、お知らせいたします。

1. 実施日： 2026年8月14日（金）18時～20時00分
2. スピーカー： 代表取締役社長 龍川 誠
3. 動画視聴方法： 以下URLより視聴いただけます。
<https://www.youtube.com/live/M4-Qei0unMQ>
4. 要約について： 別紙をご参照ください。

以上

2026 年 8 月 18 日

Ai ロボティクス株式会社

証券コード：247A

2027 年 3 月 期 第 1 四 半 期 決 算 説 明 会
質 疑 応 答 全 文

株主・投資家の皆様におかれましては、平素より格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

2027 年 3 月 期 第 1 四 半 期 決 算 説 明 会（YouTube ライブ配信）におきまして、多数のご質問を頂戴いたしました。当日お答えした内容につきまして、その趣旨を損なわない範囲で表現を整え、**いただいたご質問を分野別にすべて収録し**、以下のとおり公開いたします。配信のアーカイブも引き続き公開しておりますので、あわせてご覧いただけますと幸いです。

登壇者	代表取締役社長 龍川 誠 / 取締役 CFO 坂元 優太
開催形式	YouTube ライブ配信（視聴者コメントによるリアルタイム質疑）
関連資料	2027 年 3 月 期 第 1 四 半 期 決 算 説 明 資 料 / 2027 年 3 月 期 第 1 四 半 期 決 算 短 信

目次

1. 決算概要（説明パート要旨）	7. 役員報酬・人件費
2. 通期業績予想・下期偏重の収益構造	8. 海外展開
3. 卸への構造転換・SELL（AI マーケティング）	9. ブランド・製品
4. BJC・PMI・M&A	10. ロボティクス（SELL 君・ヒューマノイド）
5. 財務・資本政策	11. ガバナンス・経営姿勢・ビジョン
6. 株主還元・株価・IR	12. 最後に（代表 龍川より）

本書の取扱いについて

- ・本書は当日の質疑応答を編集・整理したものであり、逐語の記録ではありません。ご質問はいただいた趣旨を保ちつつ、同旨のものを統合している場合がございます。
- ・記載の数値は、決算短信および決算説明資料の公表数値に基づいております。
- ・本書に記載の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づくものであり、その達成を当社としてお約束する趣旨のものではございません。実際の業績等は様々な要因により大きく異なる場合がございます。
- ・当日のご質問のうち、以下の事項につきましては回答を差し控えさせていただきました。あらかじめご了承ください。

差し控えた事項	理由
第2四半期以降の具体的な業績数値	未開示のため
第三者（証券会社等）の業績予想へのコメント	当社としてコメントする立場にないため
のれん償却の年数および年間償却額	買収後の連結処理につき監査法人と協議中のため
新ブランドの具体的な内容・投入時期	公表前のため
アンバサダー起用に係る費用	契約上開示できないため
ブランド単体の営業利益	開示区分外のため（売上高・売上総利益は開示）

1. 決算概要（説明パート要旨）

項目	内容
前提	BJC 買収により初の連結四半期決算です。前年同期は単体のため比較の連続性はございません
売上高	連結 110.75 億円（前年同期 45.00 億円、+146.1%）
売上総利益	69.91 億円（前年同期 34.68 億円、約 2 倍）
売上総利益率	低下傾向にありますが、卸への構造転換に伴うもので問題ございません
販管費率	76.7% → 67.9%（▲8.8pt、効率的運用）
営業損益	▲5.31 億円。前期決算説明資料で赤字想定を開示済みであり、想定内の着地です
経常損益	▲7.37 億円。差額は BJC 取得に係る支払利息・融資手数料です（▲2.06 億円）
増減要因	前年同期 1 Q 営業利益 18 百万円に対し、粗利 +3,522／広告宣伝費・販売促進費 ▲2,237／その他販管費 ▲682／のれん償却費等 ▲360／支払手数料 ▲275／人件費等 ▲273／M&A 関連費用 ▲244（単位：百万円）
月次営業損益	4 月 ▲12.05 億円 → 5 月 ▲3.14 億円 → 6 月 +9.87 億円（黒字転換）。構造転換コストが一巡いたしました
下期偏重	前期も営業利益の 81.5%が下期です。当期も事前に下期偏重を開示しております
販路構成比	店頭卸が 14.8% → 50.2%（卸売上は前年同期比 約 8 倍）
財政状態	総資産 481.84 億円／純資産 56.01 億円／自己資本比率 11.6%／現預金 72.87 億円／のれん 212.74 億円／有利子負債 388.24 億円
通期予想	2026 年 5 月 13 日公表の売上高 560～600 億円／営業利益 75～100 億円。修正の余地は現時点でございません

2. 通期業績予想・下期偏重の収益構造

Q2-1 6月の営業黒字が継続しても通期予想には届かないのではないのでしょうか？

A 赤字の要因は、1月から続く卸向け販売への転換に伴い、SELLを卸チャネルに適用させるための投資であり、1Qで完了しております。2Q以降は赤字を出さない前提で進めております（100%の保証はできかねますが、世界情勢の激変等がない限り赤字にはならない想定です）。営業利益75億円なら残り約80億円、100億円なら約105億円が必要となります。6月の9.87億円を単純に10ヶ月分掛けても100億円に届かないというご趣旨かと存じますが、月次には変動がございますし、当社は下限ではなく上限の100億円を目指しております。

Q2-2 前4Q単体108億円に対し、当1QはBJCを除くと74億円です。見劣りするのではないのでしょうか？

A 数字の上ではそのように見えるかもしれませんが、これが560～600億円に到達する確度の最も高いシナリオである下期偏重の計画でございます。本音を申し上げれば、2Q・3Qはいったん見ずに、来年5月の4Qで答え合わせをしていただきたいくらいです。

Q2-3 なぜ下期偏重なのでしょう？

A 季節要因（美容品は春より夏、夏より秋、秋より冬が売りやすく、年末にはイベント需要もございます）もございましたが、本質は売上・利益を2倍に成長させる必要があるためです。10～30%の成長であれば1Qから均等に積みますが、2倍成長のためには準備すべきことが膨大となり、1Q・2Qで準備をして3Q・4Qで取りに行く方が合理的で、予算達成の確度も高くなります。またEC販売をやめたわけでも、前年比で広告量を落としたわけでもございません。1Qで獲得したお客様が利益化するのは3Q以降となりますので、1Q・2Qは構造的に利益が下がりやすい傾向がございます。

Q2-4 証券会社（SBI・楽天）のEPS予想では、上期売上230億円・営業利益15億円となっていますが？

A 第三者である証券会社様の予想につきましては、当社としてコメントを差し控えさせていただきます。また2Q以降の個別の見通しにも触れられません。下期偏重の構造についてはご説明したとおりで、売上・利益はどうしても3Q・4Qに寄ってまいります。

Q2-5 Straine の進捗が想定外に低いのではないのでしょうか？通期への影響は？

A 当 1 Q の Straine は、元々の着地水準として想定内でございます。前 4 Q に新ライン（ピンク／シルバー）の初期出荷が集中し、1 Q はその消化フェーズと当初から認識しておりましたので、進捗率が低く見えるのは想定どおりです。利益貢献という意味では大きくございませんので、通期営業利益 75～100 億円に与えるインパクトも大きくありません。通期は Yunth と Brighte が中心となります。

3. 卸への構造転換・SELL（AI マーケティング）

Q3-1 Yunth の卸売移行に伴うトップラインへの影響はありますか？

A 影響はございません。元々の予算に卸強化を織り込み済みです。卸値の掛率は概ね 50% のため、1 商品あたりの売上高は半分になりますが、数量でカバーして 200 億円以上の売上着地となるよう計画し、順調に進捗しております。

Q3-2 粗利率が低下している理由を教えてください。

A 卸転換の進展によるものです（卸価格は定価より単価が下がるため）。当社の売上計上は概ね売価の 50% となります。

Q3-3 Straine だけ粗利率が低い（40.7%）のはなぜでしょうか？

A 従来の白いシャンプー／トリートメントのラインから、新しいピンク・シルバーのラインへ順次置き換えを進めておりまして、既存の白ラインを一部価格調整している影響でございます。ライン移行の進展に伴い、2 Q 以降は改善する見込みです。

Q3-4 なぜ 7 月以降に利益が出ると言えるのでしょうか？

A 赤字は商品が売れていないからではございません（前期売上は 142 億円から 293 億円へと、公約どおり 2 倍以上に伸ばしております）。要因は利益側にございます。従来 SELL は EC の新規顧客獲得を AI で自動最適化しておりましたが、これを一般小売・卸チャネルにも適用させる開発投資を本年 1 月から実施し、当 1 Q をもって完了しております。システムは整い、6 月単月は営業利益 987 百万円と黒字に転換いたしました。詳細は「MarkeZine」に掲載された当社の解説記事をご参照ください。

Q3-5 大手も AI マーケティングをやっているのではないのでしょうか？SELL の強みは？

A むしろ、AI マーケティングを実行しているメーカーは聞いたことがありません。ChatGPT を業務利用する企業は多いのですが、対話利用と、自社データを学習させて自動最適化する仕組みとは全く別物です。他社に同様の強みがあれば何らかの発表や施策が見られるはずですが、現状見受けられません。また立ち上げ期に大きな赤字を掘る必要がございますので、踏み切れる企業は少ないと考えております。

Q3-6 (参考) SELL 立ち上げ期の CPA 推移

A EC 版 SELL の立ち上げ当初は CPA が 20 万円程度でしたが、15 万円、10 万円、5 万円、1 万円、そして 1 万円未満へと低下してまいりました。当時のマーケティング支援における成果報酬単価が概ね 1 万円である中、自動化・高精度化を実現するために 2018 年頃から赤字を掘り続けて投資してまいりました。今回の卸向け展開は、その再現でございます。

4. BJC・PMI・M&A

Q4-1 BJC の PMI の状況はいかがでしょう？

A 非常に順調でございます。4 月にグループインしたばかりで大きな成果はこれからですが、物流・商品開発・当社のマーケティング手法など、様々な分野で連携が進んでおります。特に BJC の EC モール販売は認知拡大のため強化し、6 月の EC モール売上は同年 4 月比 2.66 倍となりました。

Q4-2 サロン専売品と EC モール販売のカニバリ・軋轢はございませんか？

A 問題が生じないよう、間に入るディーラー（代理店）と随時ご相談しながら、価格・タイミングを調整しております。そもそもモールで売れないのは商品の認知やニーズが不足しているケースであり、サロン側が求めておられるのはサロンでの BJC 商品の販売量・販売金額です。モールも伸び、サロンも伸びるのであれば双方にデメリットは無いと考えております。実際に BJC の予算は問題なく進捗しております。セルイン（ディーラーへの販売）・セルアウト（店頭での顧客購入）の双方が実現できており、モール展開は認知向上を通じて成長機会になると考えております。

Q4-3 BJC 買収はネガティブに見られていますか？

A 冷静に見ていただきたく存じます。今期 BJC の着地利益は約 43.6 億円、のれん償却の年数が 15 年と仮定した場合、当社に取り込みますのは約 30 億円です。単体で EBITDA 調整をいたしますと、今期水準で既に 50 億円超と見込まれます。この会社を 255 億円で取得しておりますので、利益水準の約 5 倍以下での取得は相当にリーズナブルであると考えております。

Q4-4 通期 75～100 億円の確度はいかがでしょうか？

A BJC は相当に硬いと考えております。前期利益 30 億円から今期 43.6 億円（BJC の決算期は 10 月のため期間調整後）であり、大きくチャレンジングな数字ではございません。43.6 億円達成後、のれん等償却費を考慮した後に約 30 億円が連結利益として取り込まれる見通しです（償却年数・年間償却額は監査法人と協議中のため、本書では明言いたしません）。つまり営業利益 75 億円のうち約 30 億円が BJC 分で、A i ロボティクス単体では 45 億円となります。前期は予算 48 億円に対し 38 億円の着地でしたが、38 億円から見ましても約 18% の伸びにとどまります。売上も前期 293 億円に対し今期の当社単体計画は 410 億円で、差分は約 117 億円です。難しい計算ではないと考えております。

Q4-5 BJC 取得資金 255 億円の返済スケジュールを教えてください。

A （坂元 CFO）6 月末の短期借入金残高は 345.8 億円、有利子負債合計は 388.2 億円でございます。このうち 255 億円が BJC 取得に係るものです。その他は継続的な運転資金としての借入で、特段の返済スケジュールというより、返済期間 3～5 年の長期借入への見直しに向けて金融機関と継続的に協議しております。現時点で返済は未実施ですが、滞納ではなくスケジュール上のものです。

5. 財務・資本政策

Q5-1 増資はしないという方針に変更はございませんか？

A 変更ございません。リファイナンスを行い、会社が生み出す利益から返済していく方針です。現在、各金融機関と長期での借入を交渉中でございます。時価総額 500 億円規模で数十億～100 億円の増資を行いますのは、現実的でないとも考えております。

Q5-2 自己資本比率が 11%台、現預金の減少が心配ですが？

A 問題ございません。6 月末時点の自己資本比率は 11.6%（自己資本 56.00 億円／総資産 481.84 億円）、現預金は 72.87 億円でございます。BJC 取得に伴うのれん 212.74 億円および借入の計上により、前期末の 32.8%から低下しておりますが、今後は利益計上に伴って自己資本・手元資金ともに増加してまいります。今期は既に予算がございましたので大きな新規投資も想定しておらず、現金は積み上がってまいります。BJC 取得分だけでなく運転資金も含め、金融機関から多大なご支援をいただいております。

Q5-3 銀行はなぜそこまで支援できるのでしょうか？

A 銀行に対しましては、月次ベースで、綿密にコミュニケーションを行っております。借入当時、前期売上 142 億円・利益 24 億円規模の会社に対し、単独行で 255 億円をご融資いただきましたのは、経営数字への信頼の証であると考えております。

Q5-4 キャッシュフローと商品在庫について教えてください。

A キャッシュフローは問題ございません。基本的にここから現金が減る想定はございません（利益が上がってまいりますので）。在庫は増加しておりますが、売上を 293 億円から 600 億円へ倍増させるためには必然でございます。売上を倍にするということは全てが倍になるということで、先行して仕入れる分、在庫が積み上がります。

Q5-5 自社株買いは行わないのでしょうか？

A 諦めてはおりません。ただし自己資本比率の低下や現預金へのご懸念をご指摘いただく中での実施は、難しい面もございます。タイミングと資金的余裕を見出せば、常に模索してまいりたいと考えております。

Q5-6 EPS の開示はいつになりますか？

A （坂元 CFO）2027 年 3 月期 1 Q 決算短信におきましては、1 株当たり四半期純損失 7 円 63 銭、調整後 1 株当たり四半期純利益 1 円 68 銭を既に開示しております。通期につきましては買収後の連結処理を現在監査法人と協議中でございますので、状況が確定次第、開示できるようになる見込みです。2 Q 以降とお考えください。

Q5-7 プライム市場への移行についてはいかがでしょうか？

A 適合条件はオールクリアしており、スタートラインには立っております。ただし移行により M&A がしにくくなること、審査が再度始まり半年以上を要する性質がございますことから、慎重に検討しております。タイミングを見てお知らせいたします。

6. 株主還元・株価・IR

Q6-1 株主優待に Brighte の家電（ドライヤー・美顔器）を加えてはいかがでしょうか？

A お気持ちは理解しております。3月時点・5月の決算発表時に社長から強く提案いたしました。が、製品原価を踏まえ、優待対象となる株主様の増加に伴い当社業績へ与えるコストインパクトが極めて大きくなる懸念があり、見送りとなりました。なお現行の提供内容でも、100株 8万6千円程度の株価水準を前提といたしますと、優待利回りは25%を超えているものと社内では判断しております。株主の皆様への還元は引き続き重要課題と位置づけており、業績推移や株主数の変化等を総合的に考慮しながら、今後の優待内容について慎重に検討を継続してまいります。

Q6-2 多く保有している株主が報われる設計にしてほしいのですが。

A 前回の美容液3種につきましては「顔は1つなのに3ついただいても」というご意見を株主総会でも頂戴いただきましたが、朝はVC、夜はVA、アゼライン酸美容液は導入美容液として（VC/VA使用後、化粧水・シートマスク、乳液の後に使用）という1日3種併用を前提にお送りしております。次回以降さらに工夫・改善してまいります。

Q6-3 株価は戻るのでしょうか。株主は報われるのでしょうか。

A 前期は2Q発表時に株価が大きく下落し、株価を考慮して対処すべきという方針を模索した結果、前期の利益着地となりました。今にして思えば、四半期ごとの株価に振り回されるより通期の達成を優先すべきであったと反省しております。バリュエーションにつきましては、通期の調整後当期純利益予想59～74億円を期末発行済株式数64,999千株で除しますと調整後EPSは約90.8～113.9円となり、株価850円前後を前提といたしますと**実質PERは概ね7～9倍**の水準となります。化粧品・美容メーカーを比較対象といたしますと1桁PERの企業はほとんどなく、低くても10倍台が一般的です。通期を公表レンジどおりに着地できれば、株価は正しい水準に戻り、信頼回復が進むものと期待しております。

Q6-4 3Qで「通期が見えている」と発言されたのに未達だったのはなぜでしょうか。利益ではなく売上のことだったのでしょ

A 利益のことです。12月時点で3Q・4Qの利益は見えておりました。ただし利益が到達しなかったのではなく、4Qに店頭POSデータマーケティング費として18.0億円の戦略的投資を実行したためです。売上超過による粗利貢献が8.0億円ございましたので、差引き10億円が当初計画48億円との差異となり、38億円での着地となりました（前期通期決算説明資料に記載のとおりです）。もっとも、12月時点で3月期末の利益額が確定的に分かるわけではございませんので、「4Qでこの金額に行く」と断言したように伝わっていたのであれば、誤解を与えてしまい申し訳ございません。

Q6-5 前期、先行投資を早める旨を事前開示していれば、パニック売りを避けられたのではないのでしょうか？

A 本当に後悔しております。決断した2月時点では方針としてはございましたが、大きく踏み出したのはその後だったという事情もございました。次回からは何かある際は全て事前に申し上げる方針といたします。

Q6-6 「押し込み販売」の疑惑はございませんか。6月に詰めて7月に返品ということはありませんか？

A 押し込みはございません。当社の契約は基本的にすべて買取でございます。返品ありの取引条件であれば掛率は60%程度になるはずですが、実際は約50%で推移しております。押し込みがあれば、そもそも利益が出ておりません。

Q6-7 IRへのメールが返ってこないのですが。

A 特定の方だけではなく、よほどのトラブルでない限り原則お返ししておりません。上場対応は社長・CFOを含め4名体制（前期末の従業員数36名）でして、メールは多数頂戴しております。またご質問には現段階で開示できない内容が多数含まれ、全てにご回答することは困難でございます。ご返答を差し上げた方とそうでない方が生まれますのは不公平でもございます。そのため決算説明・本日の答弁を含め、Q&Aは一覧の形で皆様に共有する方針といたしたく存じます。

7. 役員報酬・人件費

Q7-1 社長・役員の年収が1億円以上と聞いておりますが、経営者としての責任の取り方として減額はされないのでしょうか？

A まず生産性の水準をご確認いただきたく存じます。前期の売上高293.6億円を期末従業員数36名で除しますと、一人当たり売上高は約8.2億円となります。当社グループの人件費比率は約3%台で推移しており、同業大手企業の一般的な水準（10～22%）と比較いたしましても、極めて高い生産性を維持した組織体制でございます。また「1億円」とされておりますが、実際の平均年収は単体ベースで1,600万円です。1人当たり8億円を売る人材の1,600万円が高いとは考えておりません。この水準を下げれば、優秀な人材は離れてまいります。

Q7-2 社長ご自身の報酬はいかがでしょう？

A これまで公表しておりませんでした。株価下落に伴う経営責任を明確にするため、代表自身の当期役員報酬を自主的に 40%減額しております（当初は全額の自主返上を検討・申請いたしましたが、諸手続上の理由により減額での対応となりました）。株主総会月の 6 月から適用しております。一方で社長以外の役員および社員は基本的に全員増額いたしました。理由は、売上はきっちり 2 倍、利益も 1.6 倍ほど成長しておりますためです（単体・当期純利益ベース。2025 年 3 月期 17.03 億円→2026 年 3 月期 26.54 億円で 1.56 倍。営業利益ベースでは 24.80 億円→38.02 億円で 1.53 倍）。期待値を上げてしまったのは社長個人の責任であり、それがなければ良い決算でございました。成果を出した仲間に報いないという選択肢はございません。役員報酬の変動は有価証券報告書で開示されます（全体は増加、社長は減額）。

Q7-3 給料を下げるべきではないでしょうか？

A 企業は簡単に給与を下げられるものではございません。特に社員の給与は 10%が 1 つのハードルとなります。2 倍成長を実現している中で減額いたしますと、優秀なメンバーが離職してしまいます。人件費比率 3%という生産性の中で給料を下げるのは、適切でないと考えております。

8. 海外展開

Q8-1 時価総額を上げるには海外展開が必要ではないでしょうか？

A 順調に進んでおります。ただし各国での商標確保、成分開示など準備が複雑かつ、未販売地域からの立ち上げには投資が必要となります。四半期ごとの利益水準を注視いただいている中で大きく投資いたしますと通期に影響いたしますので、慎重に進めてまいりたいと考えております。まずは公表レンジの売上・利益達成に全力を注ぎます。

Q8-2 具体的な海外の状況を教えてください。

A 既に中国・台湾・香港・韓国・米国・東南アジア（タイ、マレーシア、シンガポール）などで販売しており、新たにオーストラリアへの配荷も決定いたしました。Straine も中華圏に加え、米国・シンガポール・マレーシア・インドネシアへの配荷が決定しております。海外売上比率は 2025 年 3 月期の 2.7%から 2026 年 3 月期は 7.4%へ上昇しており、公表目標である 2029 年 3 月期の 20.0%超に向けて進捗しております。今後の本命市場は米国（北米）と位置づけており、海外売上のうち約 8 割は Amazon をはじめとする EC モール経由になる想定です。卸も各所と協議中ですが、まずは日本で辿ったのと同じ EC 中心の展開を想定しております。

Q8-3 参考事例としてみられている企業はございますか？

A 韓国の化粧品・美顔器企業でございます。前々期の売上高が約 700 億円（今期の当社規模に近い水準）、利益約 100 億円の段階で時価総額 1 兆円を達成されました。毎年 2 倍以上の成長を実現されており、直近では売上高の 92%を海外市場が占め、その約半数が米国市場で構成されております。米国は人口が日本の約 3 倍ですが、購買力が桁違いであると認識しております。同様の成長モデルを描くことは明確な論理に基づき可能であると考えております。

Q8-4 Meta との関係について教えてください。

A 米国での展開を全面的にバックアップ・協力いただくことをコミットいただいております。当社は広告費をお支払いする立場であり、今後もパートナーシップを組んでまいります。初期の認知獲得には KOL・インフルエンサーも密接に絡んでまいりますので、費用対効果を見ながら投資バランスを判断してまいります。

9. ブランド・製品

Q9-1 Yunth が伸びていないのではないのでしょうか？

A 非常に好調でございます。特に新発売のシートマスクのラインが 4 月・5 月・6 月と好調に推移しております。昨年に比べましても、1 Q としてはかなり良かったと考えております。

Q9-2 Yunth の新デバイスのポテンシャルはいかがでしょうか？

A ポテンシャルしかございません。Yunth の主力商品は美容液、Brighte の主力商品は美顔器でして、この夏、Yunth 初の浸透美顔器「Deep Boost」を 8 月 24 日から先行発売いたします。Yunth のシートマスク・美容液と組み合わせてお使いいただく設計です。

Q9-3 LOEM TOKYO の位置づけを教えてください。

A 社内でテストを継続しているブランドでございます。当社が求める売上規模（数十億から 100 億円程度が見えること）に到達するには、拡大にもう少し時間が必要です。ただしブランド単体では既に黒字化しており、赤字を垂れ流して展開している事業ブランドではございません。慎重に検証を続けてまいります。

Q9-4 新ブランドについてはいかがでしょうか？

A 前期の通期決算説明資料におきまして、新ブランド 2 ブランドで売上高 40 億円・売上総利益 28 億円を業績予想上限の構成要素としてお示ししております。具体的なブランド名や投入時期など、それ以上の内容は発表までお待ちいただければと存じます。

Q9-5 BTS の V さん起用の費用対効果はいかがでしょう？

A コストはご回答できかねます。費用対効果につきましては、当初期待した効果を大きく上回る良い取り組みでございました。プロモーションは基本的に国内で実施しておりますが、その影響力は世界に波及してまいります。起用後のご活躍を踏まえたと、ご理解いただけるのではないかと存じます。

10. ロボティクス (SELL 君・ヒューマノイド)

Q10-1 SELL 君 (ロボット) の進捗はいかがでしょう。今回は登場しないのでしょうか？

A 日々アップデートしておりまして、開発・検証・実証実験は順調でございます。今回は通信・Wi-Fi 環境等の事前調整が必要なため見送りとさせていただきました。

Q10-2 ロボットの機能について教えてください。

A コストをかけずに社内で検証を継続しております。カメラ・レーダーを多数搭載し、接客時に相手の肌状態やおおよその年齢等の特性を瞬時に把握して適切な商品をご提案するほか、店舗の入店者数、どなたがどの商品を手に取られたかなど、購買につながるデータを取得できるよう設計しております。今期業績へのインパクトはございませんのでご安心いただきつつ、ご期待いただければと存じます。AI を搭載したロボティクスとして、ソフトウェア型からフィジカルなヒューマノイドへ展開してまいります。

Q10-3 ロボットは中国製でしょうか。情報リスクはございませんか？

A 世界のロボット市場の 9 割以上は中国製とみております。米国製ロボットはほとんど見かけず、DJI のドローンと同じ構図でございます。なお当社はサーバーを日本経由としております。数千億から数兆円規模の中国ロボット企業が、日本の美容企業のデータを必要とするとは考えにくいところです。ただし直近、米国で中国製ロボットの輸入制限に関する発言・意見が出ておりますので、当社としても敏感に精査してまいります。

Q10-4 SELL 君のデザインが良くないと思います。

A 改善いたします。ただし他社のヒューマノイドは既製品を購入されているケースが多い一方、当社は専用設計であり、他社にはないと考えております。

11. ガバナンス・経営姿勢・ビジョン

Q11-1 2〜3年後、どのような企業になりたいとお考えでしょうか？

A ビジョンは不変でして、当社は化粧品会社・美容品メーカーではなく、自社のAIシステムを使って何でも売れるプラットフォームと位置づけております。だからこそ多様な商品をブランドとしてテスト・検証してまいりたいと考えております。ただし上場企業として四半期ごとに数字を出す必要がございますので、新規投資と四半期業績の両立は常に議論がございます。目標は2029年3月期に売上高2,200億円、利益400億円、そして時価総額1兆円でございます（売上高2,200億円は成長戦略として開示済み、時価総額1兆円は前期通期決算説明会でも同旨をお示ししております）。極端に申し上げれば、Yunth 一本に投資を集約して世界展開の方が投資効率・確度が高い可能性もございますので、状況を見ながら随時開示してまいります。最大の目的は利益400億円を実現することでございます。

Q11-2 「正しい情報を提供してほしい」「IRを徹底してほしい」というご要望について

A 言えないことばかりというのが実情でございます。開示すべきか迷う内容は社内で慎重に検討しており、多くは開示を見送っております。毎日リリースを出される企業もあり凄いなと思いますが、それが本質とも思えないところがございます。上場企業としての体制上の制約をご理解いただけますと幸いです。今回のように直接コミュニケーションを取ることが最も本質的と考え、YouTube ライブの機会を設けさせていただきました。

Q11-3 前期決算説明会の対応について

A 事実のままにご説明をいたしました。必要以上に余計なご心配を生むような結果となり、大変深く反省しております。

Q11-4 株価下落は想定していらっしゃらなかったのでしょうか？

A 織り込んでおりましたが、想定よりかなり下落いたしました。代表個人といたしましても、保有する当社株式を担保に借入を行い、その資金で当社株式をさらに買い増す、いわゆる二階建ての形を取っております。当社株式に一段と踏み込んだポジションを取っているということでございます。その結果、5月の株価下落局面では追証（マージンコール）が4回発生しました。

Q11-5 社外取締役の川名氏とソフトバンクの関係、TOBの可能性についてお聞かせください。

A ご家族や関係企業とのシナジーを見込んで招聘したのではなく、川名氏ご本人のキャリア・ご経験・事業理解度を評価してのものです。元々Yunth のユーザーでもあり、取締役会で唯一の女性として消費者代表の声も頂戴しております。ソフトバンクによる TOB はございません。ご本人にもご家族にもご迷惑をおかけしたくないため、切り分けてお考えいただけますと幸いです。

Q11-6 採用方針について（東大偏重ではないでしょうか。早稲田や慶応は？）

A 基本的には新卒採用は東大生に限定しております。今年は数年ぶりに東京大学以外の学生インターン（慶応義塾大学）を正社員としてお迎えする可能性があります。

Q11-7 海外比率の開示頻度について教えてください。

A 期末（半期）での開示を継続する方針でございます。四半期毎の開示は行っておりません。

12. 最後に（代表 龍川より）

- － 通期 75～100 億円の確度につきまして、BJC は相当に硬いと考えております（前期 30 億円から今期 43.6 億円）。実際にご一緒しまして、BJC の人材は想定以上に優秀で、当社以上に予算達成の精度が高いと感じております。六本木オフィスに多くのメンバーをお迎えし、グループ価値の最大化に向けて一緒に業務を進めております。
- － 75 億円のうち約 30 億円が BJC 取り込み分であれば、A i ロボティクス単体は 45 億円です。前期 38 億円着地からの伸びは約 18%であり、達成困難な水準ではございません。
- － 四半期ではなく通期で見ていただきたく存じます。残り約 9 ヶ月です。四半期ごとに株価が大きく変動いたしますと経営が対処に迫われ、結果的にネガティブに作用しかねません。通期の数字に経営を集中させたいと考えております。
- － 保有し続けていただければ利益還元・株価上昇で報いることができるかもしれませんが、途中で手放された方の損失は取り戻すことができません。一体感を持てましたら嬉しく存じます。

IR へのお問い合わせについて

いただいたお問い合わせの多くには現時点で開示できない事項が含まれること、また回答の有無による公平性の観点から、個別のご返信は原則として差し控えさせていただいております。ご質問への回答は、本書のようなかたちで皆様に一括してお示ししてまいります。

2026 年 3 月末日を基準日とする株主優待について

2026 年 3 月末日を基準日とする株主優待について、多数のお問い合わせをいただいております。

お問い合わせの際は、下記の要件を再度お確かめのうえをお願いいたします。

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">・対象となる株主様：2025 年 9 月末日の株主名簿において 100 株以上の保有が確認でき、かつ 2026 年 3 月末日の株主名簿においても 100 株以上の保有が確認できる株主様でございます。・名簿への記載時期：株主名簿への記載には、一般にご自身の証券会社口座で約定してから 2 営業日を要します。「権利付最終日」「権利確定日」をあわせてお調べいただけます幸いです。・株式分割との関係：分割の効力は 2025 年 10 月 1 日に生じておりますため、分割前より 100 株（分割後 500 株）を保有いただいている方が対象となります。 |
|--|

本書に記載の将来に関する記述につきましては、冒頭「本書の取扱いについて」をご参照ください。