

2025年12月18日

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)

個人投資家向けIRミーティング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、2025年12月17日（水）17時に開催いたしました「個人投資家向けIRミーティング」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： 2025年12月17日（水）17時～19時
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/watch?v=40ac8T1DMx0>
4. 要約について： 別紙をご参照ください。

以上

個人投資家向けIRミーティング要約

皆さんこんにちは。本日はお集まりいただき、誠にありがとうございます。
AIロボティクス株式会社 代表の龍川です。本日はよろしくお願いいたします。

本日は個人投資家の皆様向けに、IRミーティングを行います。まず、11月に半期決算を発表して以降、株価が下落し、皆様に多大なご心配とご迷惑をおかけしたことを深くお詫び申し上げます。今回は、私の口から個人投資家の皆様へお伝えしたいと思い、この場を設けました。

機関投資家の皆様とは日頃からミーティングの機会がありますが、個人の皆様向けにこうしてYouTubeでお話するのは初めての試みです。事前にGoogleフォームで質問を受け付けていましたが、想定以上に多くなったため、今回はYouTubeのコメント欄を開放し、いただいた質問を私の方でピックアップして回答していきます。

業績と株価下落について

皆様が最も気にされているのは当社の業績だと思います。まず、1Q・2Qについては、前回の決算発表でもお伝えした通り、利益の大半を先行投資として使わせていただく方針でした。ですので、今回の株価下落については、正直、当社としても驚いています。

ただ、事業自体はまったく問題ありません。計画通りに進んでおり、商品が売れていない、何か大きな課題がある、といった状況ではありません。

これまで当社は、通期で前年の2倍以上にならないように調整しつつ、4Qで整える形を取ってきました。しかし、事業の発展を本質的に考えた時、特に「Yunth」は定期購入があるため、1Q・2Qの段階で調整をかけておいた方が、通期達成の確度を高められると判断しました。

利益面についても、「通期48億に対して、半年で7億しかない」「単純に倍にしても14億、2Qを残し2回繰り返しても計画に届かないのでは」という懸念が出ることは理解しています。ただ、次の決算（3Q）は2月中旬に発表しますが、そこで「やはりこの会社はやる」とご安心いただける内容をお出しできと思っています。現時点で明確な数字は言えませんが、足元は好調ですし、3Qはすでに2か月半が消化されており、見えている部分も多いです。4Qについても、この勢いのままだと、むしろ何らかの調整が必要になるのでは、というくらい問題なく見えています。

もちろん株価は日々変動しますし、評価いただいて初めて形成されるものですので、「買ってください」「売ってください」と申し上げるつもりはありません。判断は皆様ご自身で行っていただければと思います。ただ、日頃から多くの方に応援いただいている事実を重く受け止めていますし、皆様の資産形成に責任を負っているという使命感もあります。

私自身は業績の状況がわかっているので、この先どうなるか、ある程度見えている部分もあります。しかし個人の皆様が途中で売却や損切りをされた場合、その損失を取り戻すことはできません。そこが悔しく、今回この場を設けた理由でもあります。

いずれにせよ、AIロボティクスは力強く成長しています。そこはぜひご安心いただき、今後も引き続き長い目でご期待いただければと思います。

まず、応援のお言葉をたくさんいただき、本当にありがとうございます。厳しい質問も想定していましたが、温かい言葉が多く、感動しています。株価が下がっている中でも信じてくださって、本当にありがとうございます。

当期営業利益計画について

「(営業利益) 48億円に届く条件、届かない条件がわかりづらい」というご指摘については、今後、利益計画の前提をより丁寧にお伝えしていく必要があると感じています。上場1年目であるにもかかわらず、投資の振れ幅が大きくなり、今回の下落の引き金になった面もあると思っています。まず今期(3Q・4Qを含む通期予算)をしっかり当てるのが信頼回復の第一歩です。そのうえで、来期以降はもう少し「だいたいこのくらいでいきます」という心の準備をお伝えできる形を検討します。また投資の計上も、特定の四半期に偏らないように、できるだけ平準化していきたいと考えています。

今回反省したのは、「先行投資」という言葉の説明が不足していたことです。当社の認識では、先行投資とは「通期では回収しきれない投資」です。たとえば11月からVさんを起用してプロモーションをしていますが、これは今期中に回収できる、むしろ非常に順調に売れているため、当社としては“先行投資”というより「期中で回収できる投資」と捉えています。一方、1Q・2Qで、本来なら約20億の営業利益を出せたところに対し、約13億の投資を行いました。これは今期中ではなく、来期以降に効いてくる重要な投資として位置付けています。今後はこのあたりも、より分かりやすく説明できるように改善します。

48億という利益計画については、売上に連動して決まります。売上から原価を引き、広告費・人件費などの販管費を引いて営業利益になります。トップライン(売上)についても当社はコミットしています。現時点で売れ行きと計画のズレはなく、崩れるような条件は基本的に存在しないと見ています。極端に言えば「急に売れなくなる」ことがあれば影響はありますが、現状その兆候はありません。

実際、楽天ランキングでもYunthはスキンケア1位、Brighteの美顔器も1位・2位を独占、ドライヤー部門でも1位、Straineのシャンプーも1位という状況です。もちろん楽天だけの指標ではありますが、トップラインが停滞する要因は今のところ見当たりません。

Brighte美顔器とドライヤーの販売比率について

上半期は意図的に美顔器の比率を高めていました。理由は、ドライヤーは美顔器より構造が複雑で、ロットを重ねながら改善していきかかったからです。ドライヤーは非常にポテンシャルが高い商品で、日経新聞のヒット商品番付に選んでいただいたこともありがたく思っています。風量が強く、早く乾くのに軽い。さらにカートリッジにミストセラムを入れて乾かしながら潤いを与えられるという、今までにない商品です。一方で複雑構造ゆえ、不具合を徹底排除するため丁寧に進めました。今は品質の担保もでき、販売も好調です。新色は完売に近い状況で、今後も期待いただければと思います。

Yunthの将来売上(200億→400億の可能性)について

「Yunth来期200億円」という話がありますが、社内では複数パターンを検討しており、Yunth単体で400億円ほど狙えるのでは、という仮説もあります(海外分も含む)。一方で、Yunth200億円、Straine100億円、残りをBrighteと新規ブランドで構成する案もあります。個人投資家と機関投資家で情報の非対称性があるのは事実ですが、できれば同じレベルでお伝えしたいという思いがあり、この場で話せて良かったです。

タレント起用費用と計上(按分)について

Vさんの契約は1年契約です。費用は一括で計上されるのではなく、1年で按分されます。金額についてはNDAの関係で明確に言えませんが、当社の理解の範囲内で、むしろ今は非常にはまっており「やって良かった」と感じています。キャスティング費用も、今期中に回収できる見込みなので、利益を圧迫することはありません。

なぜ売上・利益をコントロールするのか

たとえば今期売上280億を掲げている中で300億いけたとしても、翌期計画が560億ではなく600億になり、上積み40億は簡単ではありません。当社は2倍成長をコミットしている以上、1期1期を地道に達成し、信頼を積み上げることを重視しています。株価も商品の売れ行きも、自分で上げるのではなく「上がるもの」だと考えています。そのために本質的に良い商品を作る。結果として会社が良ければ、株価も上がっていくという考えです。

M&Aと資金調達（増資）について

資金調達（増資）について「絶対ない」とは言い切れませんが、M&Aは継続して検討しており、まずは銀行借入などデットでどこまで賄えるかを考えています。大手金融機関から支援の言葉もいただいており、ある程度いけるのではと考えています。M&Aも、売上を積み上げるだけでなく、組むならその会社自体が翌年も単体で2倍成長できるようなスキームが取れる会社を想定しています。

Brighteの値引きについて

Brighteの値引きは「売れていないから」ではなく戦略です。適正価格の検証や、リソース配分の最適化の一環です。昨年はBrighteでELEKI LIFTとELEKI BRUSHを同時に出しましたが、反応が良かったのはELEKI BRUSHで、リソースを集中し、1年で約50億の売上を作りました。ELEKI LIFTは売上が過度に上振れしないように抑え、今期に回した側面もあります。最近は新たな販売手法がはまり、海外展開も含め自信があります。値引きは計画内なので心配不要です。

ロボット・宇宙への取り組み

ロボットについては、今後発表を予定していますが、業績にインパクトが出ないように調整しています。美容ブランドとして時価総額1兆を達成した先、10兆・100兆を目指すには、宇宙領域での貢献が必要だと考えています。ただ、今の事業を疎かにするつもりは一切なく、まずは1兆まで絶対にやり切る覚悟があります。株価を煽る目的ではなく、上場企業として1兆規模まではやり切る義務があると考えています。

先行投資の具体例（Straine）

先行投資の中心はStraineです。来期Straineで売上100億を必達するため、販売店を広げる必要があります。今年のうちに大きなプロモーションを実施しましたが、今年の単体売上はSKUの関係もあり30億程度で見えています。これは今期回収されない投資＝先行投資です。

株価下落の要因（需給）

調査の範囲では、売りの中心は外資系ヘッジファンドの売りが多いという説明を受けました。個人投資家の皆様は想像以上に売っていないことが分かり、本当に感動しました。だからこそ、結果で見返したいと思っています。

商品について（株主の方へ）

もし「株は持っているが商品は使ったことがない」という方がいれば、ぜひ試してほしいです。本当はお届けしたいくらいですが、難しいので、機会があればぜひ購入して体感してほしい。化粧品や美顔器、ドライヤーは「どれも同じ」と思われがちですが、当社はそもそも違う領域・違うジャンルのものを作っている認識です。Straineのシャンプーも、Brighteの美顔器も一度試していただければ違いが分かると思います。

商品作りとOEMの強み

AI（SELL）だけでなく、当社にはAI以外の強みも多いです。製造は世界トップレベルの工場のノウハウや技術が日々蓄積されており、自社工場だけで再現するのは難しいと考えています。重要なのはOEM先でのプライオリティで、当社は販売量と信頼関係により、優先順位を高く確保できていると自負しています。中国の工場とも密に連携し、工場長や技術スタッフと直接、仕様を詰めて開発しています。だからこそ、期間が短く、優先的に生産してもらえる体制が取れています。

海外展開

海外については、韓国企業の事例も研究しており、来期さらに伸びる手応えがあります。すでに北米・欧州でも販売を開始しており、一定規模の取引が発生し始めています。どこかのタイミングで大きく伸ばします。インドは少し後になる可能性があります。

海外売上比率は今期4～5%弱ですが、3～4年で20%へ高める方針です。将来的には海外比率が大きく変わる可能性もあります。韓国の美容企業は海外比率が8割という例も多く、日本代表として戦っていきたい。海外で実績を作るとは、海外投資家の目に触れ、結果的に株価形成にも良い影響があると考えています。

配当について

私自身も株主で、1株も売っていません。配当があれば私個人としては嬉しい気持ちもありますが、現状は事業への投資に回した方が、株価上昇を通じて皆様にとっても良い結果になると考えています。状況を見ながら判断します。

定期会員数よりも重要なKPI（LTV）について

Yunthについて「定期会員数のKPI」を気にされる方が多いのですが、社内では最重要指標ではありません。最も重要なのはLTVです。2021年11月にローンチしてから、このLTVが下がった月は一度もありません。1人当たりの収益が毎月伸びている状態で、商品力がそれを支えています。

定期会員の新規獲得は、獲得単価（仮に1万円程度）とLTVの回収期間を考える必要があります。期末に近い時期は、今期中に回収できないため、あえて新規を強く取りに行くメリットが薄い。だから3Q・4Qで新規の増加率が1Q・2Qより低いのは、コントロールの範囲内であり、心配不要です。

NIJI PROTEINの終了理由

NIJI PROTEINが「ダメだった」わけではありません。複数商品・複数ブランドを同時に用意し、反応が良い方にリソースを集中するという戦略の一環です。Brighteも美顔器を2種類出し、反応が良かった方に集中してきました。

最後に

長時間になってしまいましたが、今後も定期的にこうした対話の場を持てれば嬉しいです。次回も実施できるよう、環境づくり、そして何より業績づくりを徹底してまいります。今後ともご期待と応援をよろしくお願いいたします。ありがとうございました。