



2019年11月14日

各位

会社名 株式会社ピクセラ
 代表者名 代表取締役社長 藤岡 浩
 (コード番号 6731)
 問合せ先 取締役 池本 敬太
 (TEL 06-6633-3500)

2019年9月期 業績予想数値と実績値との差異に関するお知らせ

2019年8月11日に公表した2019年9月期連結累計期間(2018年10月1日~2019年9月30日)の業績予想数値と本日公表の実績値において差異が生じたので、お知らせいたします。

記

1. 2019年9月期 連結業績予想数値と実績値との差異
 (2018年10月1日~2019年9月30日)

	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
前回発表予想 (A)	5,124	△1,123	△1,283	△1,372	△21.37
今回修正予想 (B)	5,073	△1,322	△1,465	△1,564	△26.61
増 減 額 (B-A)	△51	△199	△182	△192	
増 減 率 (%)	△0.99	—	—	—	
ご参考：前期実績 (平成30年9月期)	2,551	△1,005	△1,030	△1,048	△20.66

2. 差異が生じた理由

売上高につきましては、前回公表値よりAV関連事業がやや未達となった一方、家電事業の販売が伸びた結果、51百万円の減少となりました。セグメント別では、AV関連事業で31億12百万円、家電事業で20億12百万円を見込んでおりましたが、それぞれ29億80百万円、20億93百万円となりました。

AV関連事業につきましては、4K関連製品(4K衛星放送を受信できるAndroidTV™を搭載したセットトップボックス〔大手家電メーカー向けOEM製品及び自社ブランド製品〕および自社ブランドテレビの合計)で、約21億円、既存製品で10億円を見込んでおりましたが、それぞれ19億70百万円、10億10百万円となりました。

これは、4K関連製品の市場ニーズの盛り上がりが見込めず、期末に消費税の駆け込み需要を取り込むべくキャンペーンなども行いましたが、販売数量、販売額ともに苦戦したためであります。

また、家電事業につきましては、子会社のA-Stageにおいて、景気の先行き不透明感から一人暮らし用家電が伸び悩み、夏以降も黒物家電が低調となりましたが、OEM製品、A-Stageブランドの白物家電(冷蔵庫)の販売が伸び、20億93百万円となりました。

一方、利益面につきましては、営業損失13億22百万円、経常損失14億65百万円、親会社株主に帰属する当期純利益15億65百万円となりました。

これは、ピクセラ単体（AV 関連事業）において、4K 放送チューナーの販売が当初の見込みより大幅に下回ったため、その開発に係るソフトウェア資産の償却費 1 億 50 百万円を計上したためであります。昨年 12 月より開始された BS 4K 放送番組への関心が予想を大きく下回っていること、また、大手家電メーカーより 4K チューナー内蔵テレビの販売がすでに開始されたことから、4K チューナーの販売計画台数について改めて見直しを行った結果、資産の償却を増額いたしました。

また、子会社の A-Stage についても前回の予想で営業損失 74 百万円と見込んでおりましたが、CD、DVD プレーヤーや布団乾燥機などの販売セールを実施し、また、滞留在庫であった商品の評価減を実施したため、1 億 16 百万円のセグメント損失となりました。

営業外費用として、民泊事業を行う関連会社の biz・Creave 株式会社（以下 biz・Creave 社という）の持分法による投資損失 120 百万円を見込んでおりましたが、精査の結果 112 百万円を計上いたしました。

これは主に、当第 3 四半期連結会計期間において biz・Creave 社が新設分割を行い、民泊オペレーション事業を譲渡したことから、同社に計上されていたのれんを減損したこと及び分割前の民泊オペレーション事業の損失が膨らんだためであります。

また、特別損失として、減損損失 80 百万円を見込んでおりましたが、再精査の結果、87 百万円を計上いたしました。これは、現状の当社グループの 2019 年 9 月期通期業績予想において 2 期連続の営業損失となったためであります。

以 上