



## 2026年9月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕(連結)

2026年2月13日

上場会社名 株式会社ピクセラ 上場取引所 東  
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  
配当支払開始予定日 —  
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. 2026年9月期第1四半期の連結業績 (2025年10月1日～2025年12月31日)

#### (1) 連結経営成績(累計)

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する四半期純利益	
2026年9月期第1四半期	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
346	47.9	△208	—	△208	—	△246	—	
(注) 包括利益 2026年9月期第1四半期 △246百万円 (—%) 2025年9月期第1四半期 △207百万円 (—%)								
	1株当たり 四半期純利益		潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益					
2026年9月期第1四半期	円	銭	円	銭				
2025年9月期第1四半期	△2.41		—					
△6.92			—					

#### (2) 連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
2026年9月期第1四半期	百万円	百万円	%
1,160	599	51.5	
2025年9月期	1,126	845	75.0
(参考) 自己資本 2026年9月期第1四半期	597百万円	2025年9月期	844百万円

### 2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
2025年9月期	円	銭	円	銭	円
—	0.00	—	0.00	0.00	0.00
2026年9月期(予想)	—	0.00	—	0.00	0.00

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無 : 無

### 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
通期	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	円銭

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 無

2026年9月期の連結業務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。

※ 注記事項

- (1) 当四半期連結累計期間における連結範囲の重要な変更 : 無
- (2) 四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用 : 無
- (3) 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
- (4) 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） | 2026年9月期 1Q | 102,415,276株 | 2025年9月期    | 102,415,276株 |
| ② 期末自己株式数           | 2026年9月期 1Q | 41,042株      | 2025年9月期    | 39,011株      |
| ③ 期中平均株式数（四半期累計）    | 2026年9月期 1Q | 102,375,059株 | 2025年9月期 1Q | 30,058,511株  |

※ 添付される四半期連結財務諸表に対する公認会計士又は : 無  
監査法人によるレビュー

※ 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) 当四半期連結累計期間の経営成績の概況	2
(2) 当四半期連結累計期間の財政状態の概況	6
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明	6
(4) 継続企業の前提に関する重要事象等	6
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記	9
(1) 四半期連結貸借対照表	9
(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書	11
四半期連結損益計算書	11
第1四半期連結累計期間	11
四半期連結包括利益計算書	12
第1四半期連結累計期間	12
(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項	13
(セグメント情報等の注記)	13
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	15
(継続企業の前提に関する注記)	15
(キャッシュ・フロー計算書に関する注記)	17
(重要な後発事象)	17

## 1. 経営成績等の概況

### (1) 当四半期連結累計期間の経営成績の概況

当第1四半期連結累計期間においても、世界経済は、ウクライナ情勢の長期化や各国の金融政策の影響などを背景に、先行きが読みづらい状況が続きました。エネルギー価格や各種原材料価格は依然として高水準で推移しており、物価動向が企業活動や家計に影響を与える場面も見られました。また、半導体を含む電子部品や各種材料の調達については、需給の偏りや輸送・納期の長期化が起こりやすい状況が続いており、製造・調達面では引き続き注意が必要な環境にあります。

一方、国内では政治情勢の変化等により先行きが不透明となる局面もありましたが、2025年の年末あたりにかけては、政府による物価高対策や今後の政策運営への期待感が意識され、消費者心理には持ち直しの兆しも見られました。こうした環境変化も踏まえつつ、当社グループは事業構造の転換を進め、新たな成長戦略に基づく取り組みを推進してまいりました。

このような経営環境の中、当社グループは、2023年より2度にわたる大規模な構造改革を推し進めると共に、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。具体的には、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、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、事業構造の大膽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新規製品の開発および、既存製品に対する保守・機能アップデートに取り組んでおります。スマートリング等のウェアラブルデバイスや、視聴行動を価値に変えるポイ活連携テレビ「PoiTele」については、単なるハードウェアとしてではなく、顧客接点の拡大やデータ取得を通じたサービス高度化に資する基盤として位置づけ、機能改善を進めております。

また、昨年新規事業としてスタートした、ポイ活サービス・アプリと、既存製品(Re・De Ring、PoiTele)とを連携対応することにより、サービス向上に注力しております。具体的には、連携機能の拡充に加え、ユーザーエンゲージメントの改善、安定性の向上、データ連携を踏まえた付加価値機能の検討等を進めております。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。

以上の結果、当第1四半期連結累計期間の売上高は3億46百万円（前年同期比47.9%増）、営業損失2億8百万円（前年同期は営業損失1億87百万円）、経常損失2億8百万円（前年同期は経常損失2億3百万円）、親会社株主に帰属する四半期純損失は2億46百万円（前年同期は親会社株主に帰属する四半期純損失2億7百万円）となりました。

セグメント別の業績の概況は次のとおりであります。

#### 〔AV関連事業〕

AV関連事業の当第1四半期連結累計期間におきましては、コンシューマー向け製品市場の成熟や買い替えサイクルの長期化、ならびに前期に計上した一部スポット案件の反動減の影響が見られたものの、その他製品の伸長により、売上高は1億32百万円（前年同期比4.9%増）と前年同期を上回りました。

ホームAV関連製品に関しましては、Xit-AirBoxの売上高は61百万円（前年同期比81.5%増）と大きく増加しました。一方、Xit-Stickの売上高は1百万円（前年同期比57.2%減）と前年同期と比べ低調な結果となりました。また、業務ブランド「BIZmode」およびサイネージ事業ブランド「pipico」における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、0百万円（前年同期比81.5%減）となりました。その他、Re・Deランタンスピーカーやソフトウェアの有償保守費用等により11百万円（前年同期比116.1%増）の売上高を計上しました。その結果、売上高は74百万円（前年同期比65.1%増）となりました。この増収は、主にXit-AirBoxの売上拡大によるものであり、シーリング型プロジェクター製品とのセット販売が好調に推移したことに加え、GoogleTVやiOSをはじめとしたマルチOS対応によるテレビ視聴デバイスとしての認知向上が寄与しました。

IoT関連製品に関しましては、LTE対応USBドングル製品のBtoB向け実績が大きく減少しLTEドングルMT100シリーズは、売上高が8百万円（前年同期比45.7%減）となり、LTE対応SIMフリーホームルーターの売上高は11百万円（前年同期比12.3%減）となりました。その他、修理費などで売上高は2百万円（前年同期比55.9%減）となりました。その結果、売上高は21百万円（前年同期比34.1%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、Xit Stickの終息完売後、USB接続テレビチューナーXitSquareシリーズ製品のコンシューマ市場での認知向上により、全体で売上高は26百万円（前年同期比10.3%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4百万円（前年同期比82.2%減）となりました。

また、新規事業として開始したポイ活アプリ「エブリポイント」については、5.3万ダウンロードを突破しました。今後もポイ活とプロダクトを融合する独自のサービス設計を通じて、ユーザー基盤の拡大とサービス向上に取り組んでまいります。

AV関連事業のリテール販売においては、量販小売店チャネルの拡大に加え、DtoCビジネス（自社EC、ライブコマース、Amazon等）の拡大を進めております。これにより利益率の改善に取り組むとともに、付加価値を直接伝達する販売体制の構築を通じてブランド力の強化を図っております。また、DtoCを通じて得られる顧客フィードバックや購買データを活用し、SNS等による効率的な広告施策および商品開発への反映を進めております。

AV関連事業の法人販売においては、PoiTeleで培った次世代チューナー技術を大手家電メーカー向けにOEM展開することを目指し、複数社との商談を開始しております。また、EWBS対応の海外向けSTBについては継続的な引き合いがあるものの、当第1四半期においては契約前段階にとどまり、売上計上はありませんでした。今後も自社開発製品で培った技術やプラットフォームの法人向け展開を進め、開発効率の向上と収益機会の拡大に取り組んでまいります。

こうした足元の販売動向を踏まえつつ、当社グループは中長期的な収益構造の転換にも取り組んでおります。当社グループはハードウェア単体販売への依存度が高い事業構造から、業務用・海外向けを中心としたBtoBソリュー

ション、ソフトウェアロイヤリティ、保守・運用収益へと収益構造の転換を進めています。その中核として、エブリポイントおよびWellthVerseを通じたポイント・インセンティブ事業の強化に注力しています。

現在、テレビのIP化・データ化により視聴行動データの活用が可能となり、IoT分野では通信機能を備えたデバイスを通じて日常行動データを継続的に取得できる基盤が整いつつあります。さらに、ウェルネス分野では健康意識の高まりを背景に、行動変容を促す仕組みへの需要が拡大しています。これら三つの領域の進展を背景に、当社はインセンティブ事業の本格展開を進めております。

その具体例として、当社グループが展開するスマートリング「Re・De Ring」では、日常の活動量やコンディションデータを取得し、エブリポイントおよびWellthVerseと連携することで、ユーザーの行動をポイントとして可視化・還元する仕組みを構築しております。これにより、単なるデバイス販売にとどまらず、利用継続や行動定着を促進し、データ活用を前提としたサービス収益やインセンティブ連動型の収益機会の創出を目指しております。

当社は、テレビ、IoT、ウェルネス領域で培ってきた技術資産を横断的に活用し、インセンティブを単なる販促費ではなく継続的なLTVを生み出す収益基盤として位置づけています。現在は一時的な減収を伴う局面にありますが、ポイント流通量および参加企業の拡大を通じてインセンティブ経済圏の構築を進め、短期的な売上変動に左右されにくいストック型・プラットフォーム型収益基盤の確立を目指してまいります。

これらの結果、売上高は1億32百万円（前年同期比4.9%増）、セグメント損失（営業損失）は35百万円（前年同期はセグメント損失34百万円）となりました。

#### 〔家電事業〕

当第1四半期連結累計期間の家電事業におきましては、「ブランド価値の向上」「お客様に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（顧客接点）の強化」を重点テーマとして、収益構造の改善に向けた取り組みを推進してまいりました。その結果、売上高は2億13百万円（前年同期比98.6%増）と大幅に伸長し、売上規模は大きく回復いたしました。

一方、セグメント利益につきましては、月次ベースでは販管費をカバーできる水準まで改善が進展したものの、当第1四半期連結累計期間においては、戦略的なマーケティングプロモーション費用の投入に加え、実店舗で商品の魅力を直感的に訴求する大型展示ディスプレイの導入等、セールスプロモーション費用を計上したことから、セグメント損失（営業損失）は51百万円（前年同期はセグメント損失35百万円）となりました。ただし、これらの投資により、店頭でのお客様の体験機会の創出と認知拡大、ならびに実店舗での販売網の拡大が進み、今後の売上拡大に向けた基盤強化が着実に進展しております。

以下、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

当第1四半期連結累計期間の成長を牽引したのは、プレミアムブランド「Re・De」シリーズの拡販および新製品の投入であります。Re・Deブランド製品群は、家電事業全体の売上高に対する構成比が74.4%（前年同期73.0%）となり、引き続き高い水準を維持いたしました。中でも、理美容家電のドライヤー「Re・De Hairdry」は、売上高46百万円（前年同期比36.4%増）と顕著に伸長し、事業全体を力強く牽引いたしました。大風量と軽量性という相反する価値を高い水準で両立した点が評価され、主力商品として販売拡大に貢献しております。また、「いつでもどこでも本格的なケアを可能にする」新しいスキンケア体験を提案するフェイスケア美容機器「Re・De Suhada スティック美顔器」につきましては、2025年12月にバラエティーショップのベストコスメに選出されたこと等も追い風となり、売上高29百万円（前年同期はゼロ）と、売上・粗利益の両面で貢献いたしました。加えて、ストレートヘアアイロン「Re・De Hair Straight」の一般販売を2025年11月から開始し、売上高17百万円（前年同期はゼロ）と、売上高および粗利益額の増加に寄与いたしました。調理家電分野におきましても新製品の販売が進展いたしました。Re・Deブランドでは、プレミアムオーブンレンジ「Re・De Range」が売上高16百万円（前年同期はゼロ）を計上いたしました。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」が売上を伸ばしております。さらに、2020年発売以来、累計販売台数約11万台のロングセラー商品である電気圧力鍋「Re・De Pot」につきまして、フルリニューアルを行い、2025年7月に先行発売、2025年11月から一般販売を開始しました。「Re・De Pot」の売上高は44百万円（前年同期比15.2%増）と堅調に推移しており、シリーズ全体として引き続き高い支持を獲得しております。

#### 2. カテゴリ別業績

当第1四半期連結累計期間における業績は、前年同期比で売上高および粗利益額（率）が増加し、特に調理家

電・理美容家電カテゴリの成長が事業全体を牽引いたしました。理美容家電分野では、ドライヤー「Re・De Hairdry」および「Re・De Suhada スティック美顔器」を中心に、バラエティーショップや理美容関連ショップでの販路拡大が進み、リベート控除後の売上高は88百万円（前年同期比189.3%増）と大幅に増加し、売上高・粗利益額（率）ともに成長を達成いたしました。調理家電分野では、新製品「Re・De Range」および縦型トースター「爆速リバicktースター」の寄与に加え、ロングセラー商品「Re・De Pot」が引き続き好調であったことから、Re・DeブランドとA-Stageブランドの合計売上高は62百万円（前年同期比42.9%増）と堅調に推移し、売上・粗利益額（率）に貢献いたしました。生活家電分野では、洗濯機の売上増加等により、売上高3百万円（前年同期比11.5%増）となりました。白物家電分野では、食材宅配サービス運営会社との連携キャンペーン等が奏功し冷凍庫の販売が拡大した結果、売上高58百万円（前年同期比104.9%増）となりました。

### 3. 海外成長戦略：台湾市場への本格参入

当社は、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。当初は、台湾の主要家電量販店およびECサイトにて、Re・De Hairdry（2025年12月）、Re・De Pot（2026年1月）、Re・De Range（2026年3月）を順次販売開始する計画としておりました。一方で、台湾における製品認証（BSMI）の申請窓口の混雑により、認証取得に想定以上の期間を要していることから、Re・De HairdryおよびRe・De Potの販売開始時期を2026年6月頃へ見直しております。また、Re・De Rangeにつきましては、現地ニーズを踏まえた仕様（筐体等）の見直しをLASKO社と協議しており、販売開始時期を見直しております。販売開始時期が決定次第、公表する予定です。当社は、認証取得および販売開始に向けLASKO社と連携して対応を進めるとともに、販売開始後の拡販に向けた販路・マーケティング施策の準備を推進しております。加えて、Re・De Kettle、Re・De Hair Straight、Re・De Suhada等の追加ラインアップの展開提案も進め、台湾市場における事業基盤の拡充を図ってまいります。（※販売開始時期等は現時点の見通しであり、今後変更となる可能性があります。）

### 4. 営業・メディア戦略：ブランド認知度と顧客接点の強化

当社は商品力に加え、お客様とのタッチポイント（顧客接点）を重視し、以下の施策を推進いたしました。

- ・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、商品の価値を直接体験いただく機会を拡大しました。

- ・販路拡大：商品の魅力が直感的に伝わる展示ディスプレイを導入し、実店舗での訴求力を高めることで販売網を拡大しました。

- ・メディア露出：雑誌、Web、地上波テレビ等での露出を通じて、「Re・De」「A-Stage」両ブランドの認知拡大を図りました。

### 5. 開発戦略

新製品開発では、理美容分野における「Re・De Suhada」の展開や、調理家電分野における「Re・De Pot」のフレリニューアル等、お客様のニーズに応える製品開発を推進いたしました。今後もプレミアム＆ウェルネス領域での商品開発を継続し、ラインアップ拡充を進めてまいります。

### 6. 今後の成長戦略

今後は以下の戦略に注力し、収益性の改善と持続的な成長の実現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：高成長カテゴリへの重点投資
- 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）」のアジア展開の推進
- ④ SNS／デジタルマーケティング強化：費用対効果の高い施策でファン層を拡大

これらの施策により、市場環境の変化に柔軟に対応しつつ、損益分岐点を確実に捉え、収益性の改善と持続的な成長を実現してまいります。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。

これらの結果、売上高は2億13百万円（前年同期比98.6%増）、セグメント損失（営業損失）は51百万円（前年同期はセグメント損失35百万円）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、「セグメント情報」に記載のとおり、各セグメントに配分していない全社費用1億21百万円（前年同期比4.2%増）を配分する前の金額であります。

## (2) 当四半期連結累計期間の財政状態の概況

### (総資産)

当第1四半期連結会計期間末の総資産は、前連結会計年度末に比べ34百万円増加し、11億60百万円となりました。

これは主に、現金及び預金が76百万円、商品及び製品が21百万円それぞれ減少したものの、売掛金が80百万円、前渡金が53百万円それぞれ増加したこと等によるものであります。

### (負債)

当第1四半期連結会計期間末の負債は、前連結会計年度末に比べ2億81万円増加し、5億61百万円となりました。

これは主に、契約損失引当金が32百万円減少したものの、1年内償還予定の社債が3億円、流動負債その他が20百万円増加したこと等によるものであります。

### (純資産)

当第1四半期連結会計期間末の純資産は、前連結会計年度末に比べ2億46万円減少し、5億99百万円となりました。これは親会社株主に帰属する四半期純損失を2億46百万円計上したこと等によるものであります。

## (3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明

2026年9月期の連結業績予想につきましては、現時点で合理的な業績予想の算定が困難な状況である事から未定としております。

今後、連結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。

## (4) 継続企業の前提に関する重要事象等

当社グループは、前連結会計年度において8期連続の営業損失を計上しており、また、営業活動によるキャッシュ・フローは前連結会計年度まで12期連続のマイナスとなっております。

当第1四半期連結累計期間においても、依然として営業損失2億8百万円及び親会社株主に帰属する四半期純損失2億46百万円を計上しました。

これらのことから、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。

このため、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

当社は、長年の事業基盤であった「TVチューナー会社」からの転換を図るべく、構造改革と新規事業の両輪で取り組んでまいりました。テレビ視聴の配信シフトや市場縮小を背景に、当社のコアであったチューナー周辺技術開発の需要は縮小し、従来の延長線上では収益性を維持することが困難な事業環境となっていました。このため、チューナー周辺技術開発の大幅な縮小および固定費の圧縮を進めるとともに、新たな成長領域として「ウェルネス／ヘルスケア×Web 3」への事業シフトを進めております。

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については「選択と集中」へと方針を転換しました。あわせて本社移転等の固定費対策を進め、月次で約1,000万円のコスト削減効果を見込むなど、収益構造の立て直しに着手してまいりました。

第2段階となる2024年には、合理化施策をさらに進め、グループ全体で約26%の人員削減を完了しました。これにより、固定費については年間約221百万円の削減効果を見込んでおり、損益分岐点の引き下げを具体化してまいりました。これらの取り組みにより、事業構造の「身軽化」を進め、新規領域へ経営資源を振り向けるための基盤整備を進めてまいりました。

さらに、当社は新たな成長戦略として「ウェルネス・ヘルスケア×Web 3」を掲げ、ウェルネス・ヘルスケア市場への参入を進めております。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を重点分野と位置づけ、AIやIoTを活用した製品・サービスの開発を推進しております。また、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を通じたユーザーエンゲージメントの向上、分散

型自律組織（DAO）によるコミュニティ主導型エコシステムの構築を検討しております。

これらの取り組みの結果、2025年9月期連結会計年度における親会社株主に帰属する当期純損失は、前連結会計年度から改善したものの、依然として赤字の状況が継続しております。このような状況を踏まえ、今後は、革新的な健康管理プラットフォームの構築、グローバル市場における顧客基盤の拡大、ならびにデータ駆動型の新規ビジネスモデルの確立に注力してまいります。

当社は、「プロダクトを提供する会社」から、「顧客の日常接点と決済を軸に、データとインセンティブを活用して継続的な収益を創出する会社」への進化を目指しております。あわせて、従来の「ハードウェア単体の売切り型モデル」から脱却し、「高付加価値プロダクト」「継続的な顧客接点」「データ／インセンティブ」「決済・ファインテック基盤」を一体で運営する事業モデルへ転換することで、売上成長の加速と収益の再現性（予見性）の向上を同時に実現することを目的としております。

## 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”的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セレクション）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”的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

当第1四半期連結累計期間においてEVO FUNDを割当予定先とする第13回無担保普通社債を発行し、3億円を調達しております。

また、「2. 四半期連結財務諸表及び主な注記（3）四半期連結財務諸表に関する注記事項（重要な後発事

象)」に記載のとおり、2026年1月20日に第14回無担保普通社債を発行し、5億50百万円を調達しました。

さらに、「2. 四半期連結財務諸表及び主な注記 (3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項 (重要な後発事象)」に記載のとおり、2026年3月に第15回無担保普通社債7億50百万円の発行を予定しております。

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. 四半期連結財務諸表及び主な注記

## (1) 四半期連結貸借対照表

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2025年9月30日)	当第1四半期連結会計期間 (2025年12月31日)
<b>資産の部</b>		
流动資産		
現金及び預金	575,476	499,436
売掛金	90,583	170,727
電子記録債権	134	389
商品及び製品	259,237	238,016
原材料及び貯蔵品	6,932	5,139
前渡金	91,791	145,193
その他	67,506	67,635
貸倒引当金	△182	△184
流动資産合計	1,091,481	1,126,355
固定資産		
有形固定資産	0	0
無形固定資産	0	0
投資その他の資産		
敷金	15,561	15,561
その他	16,203	15,913
貸倒引当金	△8,100	△8,100
投資その他の資産合計	23,664	23,373
固定資産合計	23,664	23,374
繰延資産		
株式交付費	11,276	9,732
社債発行費	-	1,295
繰延資産合計	11,276	11,028
資産合計	1,126,422	1,160,757

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2025年9月30日)	当第1四半期連結会計期間 (2025年12月31日)
<b>負債の部</b>		
<b>流動負債</b>		
支払手形及び買掛金	10,377	13,701
1年内償還予定の社債	-	300,000
未払法人税等	16,276	6,509
契約損失引当金	77,806	51,671
ユーザー還元引当金	6,275	5,925
その他	127,763	148,250
<b>流動負債合計</b>	<b>238,499</b>	<b>526,058</b>
<b>固定負債</b>		
契約損失引当金	28,237	21,666
資産除去債務	13,813	13,856
<b>固定負債合計</b>	<b>42,051</b>	<b>35,523</b>
<b>負債合計</b>	<b>280,550</b>	<b>561,582</b>
<b>純資産の部</b>		
<b>株主資本</b>		
<b>資本金</b>	<b>1,201,946</b>	<b>1,201,946</b>
<b>資本剰余金</b>	<b>1,841,998</b>	<b>1,841,998</b>
<b>利益剰余金</b>	<b>△2,065,771</b>	<b>△2,312,691</b>
<b>自己株式</b>	<b>△133,705</b>	<b>△133,482</b>
<b>株主資本合計</b>	<b>844,467</b>	<b>597,771</b>
<b>新株予約権</b>	<b>1,404</b>	<b>1,404</b>
<b>純資産合計</b>	<b>845,871</b>	<b>599,175</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>1,126,422</b>	<b>1,160,757</b>

## (2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書

## 四半期連結損益計算書

## 第1四半期連結累計期間

	(単位:千円)	
	前第1四半期連結累計期間 (自 2024年10月1日 至 2024年12月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2025年10月1日 至 2025年12月31日)
売上高	234,140	346,266
売上原価	170,908	215,232
売上総利益	63,231	131,033
販売費及び一般管理費	250,643	339,293
営業損失 (△)	△187,411	△208,260
営業外収益		
為替差益	-	1,989
その他	11	61
営業外収益合計	11	2,050
営業外費用		
支払利息	203	-
持分法による投資損失	4,417	290
新株予約権発行費償却	1,690	-
株式交付費償却	1,316	1,543
社債発行費償却	4,756	172
為替差損	3,544	-
その他	0	0
営業外費用合計	15,930	2,007
経常損失 (△)	△203,331	△208,216
特別損失		
減損損失	2,892	37,314
特別損失合計	2,892	37,314
税金等調整前四半期純損失 (△)	△206,224	△245,531
法人税、住民税及び事業税	1,745	1,085
法人税等合計	1,745	1,085
四半期純損失 (△)	△207,969	△246,616
親会社株主に帰属する四半期純損失 (△)	△207,969	△246,616

## 四半期連結包括利益計算書

## 第1四半期連結累計期間

(単位：千円)

	前第1四半期連結累計期間 (自 2024年10月1日 至 2024年12月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2025年10月1日 至 2025年12月31日)
四半期純損失(△)	△207,969	△246,616
その他の包括利益	—	—
その他の包括利益合計	—	—
四半期包括利益	△207,969	△246,616
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	△207,969	△246,616
非支配株主に係る四半期包括利益	—	—

## (3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項

(セグメント情報等の注記)

## 【セグメント情報】

I 前第1四半期連結累計期間(自 2024年10月1日 至 2024年12月31日)

1 報告セグメントごとの売上高、利益又は損失の金額に関する情報並びに収益の分解情報

(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	120,278	107,412	227,690	—	227,690
一定の期間にわたり移転される財	6,449	—	6,449	—	6,449
顧客との契約から生じる収益	126,727	107,412	234,140	—	234,140
外部顧客への売上高	126,727	107,412	234,140	—	234,140
セグメント間の内部売上高 又は振替高	—	—	—	—	—
計	126,727	107,412	234,140	—	234,140
セグメント損失(△)	△34,855	△35,852	△70,708	—	△70,708

2 報告セグメントの利益又は損失の金額の合計額と四半期連結損益計算書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)

損失	金額
報告セグメント計	△70,708
「その他」の区分の利益	—
セグメント間取引消去	—
全社費用(注)	△116,703
棚卸資産の調整額	—
四半期連結損益計算書の営業損失(△)	△187,411

(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。

3 報告セグメントごとの固定資産の減損損失又はのれん等に関する情報

当第1四半期連結累計期間に、「AV関連事業」セグメントにおいて2,361千円、「家電事業」セグメントにおいて531千円の減損損失を計上しております。

## II 当第1四半期連結累計期間(自 2025年10月1日 至 2025年12月31日)

## 1 報告セグメントごとの売上高、利益又は損失の金額に関する情報並びに収益の分解情報

(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	132,955	213,310	346,266	—	346,266
一定の期間にわたり移転される財	—	—	—	—	—
顧客との契約から生じる収益	132,955	213,310	346,266	—	346,266
外部顧客への売上高	132,955	213,310	346,266	—	346,266
セグメント間の内部売上高 又は振替高	8,080	—	8,080	—	8,080
計	141,036	213,310	354,346	—	354,346
セグメント損失(△)	△35,491	△51,123	△86,614	—	△86,614

## 2 報告セグメントの利益又は損失の金額の合計額と四半期連結損益計算書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)

損失	金額
報告セグメント計	△86,614
「その他」の区分の利益	—
セグメント間取引消去	—
全社費用(注)	△121,645
棚卸資産の調整額	—
四半期連結損益計算書の営業損失(△)	△208,260

(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。

## 3 報告セグメントごとの固定資産の減損損失又はのれん等に関する情報

当第1四半期連結累計期間に、「AV関連事業」セグメントにおいて5,175千円、「家電事業」セグメントにおいて32,139千円の減損損失を計上しております。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

I 前第1四半期連結累計期間(自 2024年10月1日 至 2024年12月31日)

1. 配当に関する事項

該当事項はありません。

2. 株主資本の著しい変動

当第1四半期連結累計期間において、新株予約権の権利行使により、資本金が101,250千円及び資本準備金が101,250千円増加し、当第1四半期連結会計期間末において資本金が553,193千円、資本剰余金が1,193,245千円となっております。

II 当第1四半期連結累計期間(自 2025年10月1日 至 2025年12月31日)

1. 配当に関する事項

該当事項はありません。

2. 株主資本の著しい変動

該当事項はありません。

(継続企業の前提に関する注記)

当社グループは、前連結会計年度において8期連続の営業損失を計上しており、また、営業活動によるキャッシュ・フローは前連結会計年度まで12期連続のマイナスとなっております。

当第1四半期連結累計期間においても、依然として営業損失208,260千円及び親会社株主に帰属する四半期純損失246,616千円を計上しました。

これらのことから、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。

このため、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

当社は、長年の事業基盤であった「TVチューナー会社」からの転換を図るべく、構造改革と新規事業の両輪で取り組んでまいりました。テレビ視聴の配信シフトや市場縮小を背景に、当社のコアであったチューナー周辺技術開発の需要は縮小し、従来の延長線上では収益性を維持することが困難な事業環境となっていました。このため、チューナー周辺技術開発の大幅な縮小および固定費の圧縮を進めるとともに、新たな成長領域として「ウェルネス／ヘルスケア×Web 3」への事業シフトを進めております。

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については「選択と集中」へと方針を転換しました。あわせて本社移転等の固定費対策を進め、月次で約1,000万円のコスト削減効果を見込むなど、収益構造の立て直しに着手してまいりました。

第2段階となる2024年には、合理化施策をさらに進め、グループ全体で約26%の人員削減を完了しました。これにより、固定費については年間約221百万円の削減効果を見込んでおり、損益分岐点の引き下げを具体化してまいりました。これらの取り組みにより、事業構造の「身軽化」を進め、新規領域へ経営資源を振り向けるための基盤整備を進めてまいりました。

さらに、当社は新たな成長戦略として「ウェルネス・ヘルスケア×Web 3」を掲げ、ウェルネス・ヘルスケア市場への参入を進めております。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を重点分野と位置づけ、AIやIoTを活用した製品・サービスの開発を推進しております。また、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やトーケンエコノミーを通じたユーザーエンゲージメントの向上、分散型自律組織(DAO)によるコミュニティ主導型エコシステムの構築を検討しております。

これらの取り組みの結果、2025年9月期連結会計年度における親会社株主に帰属する当期純損失は、前連結会計年度から改善したものの、依然として赤字の状況が継続しております。このような状況を踏まえ、今後は、革新的な健康管理プラットフォームの構築、グローバル市場における顧客基盤の拡大、ならびにデータ駆動型の新規ビジネスモデルの確立に注力してまいります。

当社は、「プロダクトを提供する会社」から、「顧客の日常接点と決済を軸に、データとインセンティブを活用して継続的な収益を創出する会社」への進化を目指しております。あわせて、従来の「ハードウェア単体の売切り

型モデル」から脱却し、「高付加価値プロダクト」「継続的な顧客接点」「データ／インセンティブ」「決済・フィンテック基盤」を一体で運営する事業モデルへ転換することで、売上成長の加速と収益の再現性（予見性）の向上を同時に実現することを目的としております。

### 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、オーブンレンジ「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”的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セレクション）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”的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

当第1四半期連結累計期間においてEVO FUNDを割当予定先とする第13回無担保普通社債を発行し、3億円を調達しております。

また、「2. 四半期連結財務諸表及び主な注記（3）四半期連結財務諸表に関する注記事項（重要な後発事象）」に記載のとおり、2026年1月20日に第14回無担保普通社債を発行し、550,000千円を調達しました。

さらに、「2. 四半期連結財務諸表及び主な注記（3）四半期連結財務諸表に関する注記事項（重要な後発事象）」に記載のとおり、2026年3月に第15回無担保普通社債750,000千円の発行を予定しております。

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、四半期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四半期連結財務諸表に反映しておりません。

(キャッシュ・フロー計算書に関する注記)

当第1四半期連結累計期間に係る四半期連結キャッシュ・フロー計算書は作成しておりません。なお、第1四半期連結累計期間に係る減価償却費(無形固定資産に係る償却費を含む。)は、次のとおりであります。

	前第1四半期連結累計期間 (自 2024年10月1日 至 2024年12月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2025年10月1日 至 2025年12月31日)
減価償却費	168千円	1,842千円

(重要な後発事象)

(第14回無担保普通社債の発行)

当社は、2026年1月15日開催の取締役会の決議に基づき、以下の条件にて社債を発行いたしました。

<本社債の概要>

1. 社債の名称	株式会社ピクセラ第14回無担保普通社債
2. 社債の総額	金550,000千円
3. 各社債の金額	金13,750千円
4. 利率	年率0.0%
5. 発行価額	本社債の金額100円につき金100円
6. 償還金額	本社債の金額100円につき金100円
7. 払込期日	2026年1月20日
8. 償還期日	2027年3月16日

9. 償還方法	<p>(1) 本社債は、上記第8号に記載の償還期日に、その総額を上記第6号に記載の償還金額で償還する。但し、社債権者は、2026年4月17日以降の繰上償還を希望する日の5営業日前又は当社と社債権者が別途合意する日までに当社に書面で通知することにより、当該時点において未償還の本社債の全部又は一部を、繰上償還を希望する日において、各社債の金額100円につき金100円で繰上償還することを請求することができる。</p> <p>(2) 当社が、今後、社債権者を割当先とする普通社債以外の方法による資金調達を別途実施する場合、当該資金調達に伴い社債権者から当社に払い込まれた金銭の額の本社債の発行日以降の累計額（但し、以前に当社が本第9号に基づき繰上償還した本社債の合計額に相当する金額を除く。）が本社債の金額（13,750,000円）の整数倍以上となったとき、当社は、当該整数分の本社債を、当該整数倍に達するだけの金銭が払い込まれた日の翌取引日（当日を含む。）又は当社と社債権者が別途合意する日において、各社債の金額100円につき金100円で繰上償還する。</p> <p>(3) 当社が、社債権者以外の者に対し、当社株式又は当社株式に転換若しくは交換できる証券の勧誘、担保提供、発行、売付け、売却契約、購入オプションの付与、購入権の付与、引受権の付与、貸付けその他の移転又は処分を、直接又は間接に行う場合、若しくはデット・エクイティ・スワップ等の実行による当社株式の発行又は当社株式の所有についての経済的結果の全部又は一部を社債権者以外の第三者に移転するスワップその他の取決めを行う場合、社債権者は、繰上償還を希望する日の5営業日前又は当社と社債権者が別途合意する日までに当社に書面で通知することにより、当該時点において未償還の本社債の全部又は一部を、繰上償還を希望する日において、各社債の金額100円につき金100円で繰上償還することを請求することができる。但し、本請求は、当社が当社のストックオプション制度又は譲渡制限付株式報酬制度に基づき当社の新株予約権若しくは普通株式を当社の役職員に発行若しくは交付する場合及びその他適用法令により必要となる場合についてはこれをすることができない。</p> <p>(4) 当社は、当社が消滅会社となる合併、吸収分割若しくは新設分割、又は当社が完全子会社となる株式交換、株式移転若しくは株式交付につき当社株主総会で承認決議した場合又は当該計画を公表した場合、社債権者の書面による請求があったときには、当該請求日の翌営業日以降で当社と社債権者が合意する日において、残存する本社債の全部又は一部を各社債の金額100円につき金100円で償還する。</p> <p>(5) 当社は、当社が発行する株式が取引所により監理銘柄、特別注意銘柄若しくは整理銘柄に指定された場合又は上場廃止となった場合、当該銘柄に指定された日又は上場廃止が決定した日以降、社債権者から書面による請求があったときには、当該請求日の翌営業日に残存する本社債の全部又は一部を各社債の金額100円につき金100円で償還する。</p>
---------	---

	<p>(6) 当社において、50%を超える議決権を単独で又は共同保有者（金融商品取引法第27条の23第5項及び第6項に規定するものを意味する。）とともに直接若しくは間接的に保有する株主が新たに出現した場合、社債権者から書面による請求があったときには、当該請求日の翌営業日に残存する本社債の全部又は一部を各社債の金額100円につき金100円で償還する。</p> <p>(7) 当社において、当社普通株式を全部取得条項付種類株式にする定款の変更の後、当社普通株式の全てを取得する旨の当社の株主総会の決議がなされた場合、当社の特別支配株主（会社法第179条第1項に定義される。）による当社の他の株主に対する株式等売渡請求を承認する旨の当社の取締役会の決議がなされた場合又は上場廃止を伴う当社普通株式の併合を承認する旨の当社の株主総会の決議がなされた場合、社債権者は、償還を希望する日の10営業日前までに当社に書面で通知することにより、当該時点において未償還の本社債の全部又は一部を、繰上償還を希望する日において、各社債の金額100円につき金100円で繰上償還することを請求することができる。</p>
10. 保証の内容	該当事項なし。
11. 担保の内容	該当事項なし。
12. 募集の方法	EVO FUNDに全額を割り当てる。
13. 社債管理者	本社債は、会社法第702条但書及び会社法施行規則第169条の要件を満たすものであり、社債管理者は設置しない。
14. 資金使途	当社製品のブランド認知向上を目的とした戦略的なマーケティングプロモーション費用、AV関連事業及び家電事業における生産資金及び新製品開発費用、AV関連事業におけるポイント連携サービス等の機能拡充に係る開発費用、Web 3関連プロジェクトの開発費用

## (第15回無担保普通社債の発行)

当社は、2026年2月2日開催の取締役会の決議に基づき、以下の条件にて社債を発行いたしました。

## &lt;本社債の概要&gt;

1. 社債の名称	株式会社ピクセラ第15回無担保普通社債
2. 社債の総額	金750,000千円
3. 各社債の金額	金18,750千円
4. 利率	年率0.0%
5. 発行価額	本社債の金額100円につき金100円
6. 債還金額	本社債の金額100円につき金100円
7. 払込期日	2026年3月16日
8. 債還期日	2027年3月17日
9. 債還方法	<p>満期一括償還</p> <p>(1) 社債権者は、2026年9月16日以降の繰上償還を希望する日の5営業日前又は当社と社債権者が別途合意する日までに当社に書面で通知することにより、当該時点において未償還の本社債の全部又は一部を、繰上償還を希望する日において、各社債の金額100円につき金100円で繰上償還することを請求することができます。</p> <p>(2) 2026年3月16日（当日を含みます。）以降、当社普通株式の株式会社東京証券取引所（以下「取引所」といいます。）における普通取引の終値が、基準金額（以下に定義します。）以下となった場合、社債権者は、当該日以降いつでも、繰上償還を希望する日の2週間前までに当社に書面で通知することにより、当該時点において未償還の本社債の全部又は一部を、繰上償還を希望する日において、各社債の金額100円につき金100円で繰上償還することを請求することができます。</p> <p>「基準金額」は15円とします。但し、当社が当社普通株式の分割、無償割当又は併合を行う場合その他当社の発行済普通株式数の変更が生じる事由の発生により、当該営業日における基準金額の調整を必要とするときには、当社は基準金額について必要な調整を行います。</p>

	<p>(3) 当社が、社債権者以外の者に対し、当社株式又は当社株式に転換若しくは交換できる証券の勧誘、担保提供、発行、売付け、売却契約、購入オプションの付与、購入権の付与、引受権の付与、貸付けその他の移転又は処分を、直接又は間接に行う場合、若しくはデット・エクイティ・スワップ等の実行による当社株式の発行又は当社株式の所有についての経済的結果の全部又は一部を社債権者以外の第三者に移転するスワップその他の取決めを行う場合、社債権者は、繰上償還を希望する日の5営業日前又は当社と社債権者が別途合意する日までに当社に書面で通知することにより、当該時点において未償還の本社債の全部又は一部を、繰上償還を希望する日において、各社債の金額100円につき金100円で繰上償還することを請求することができます。但し、本請求は、当社が当社のストックオプション制度又は譲渡制限付株式報酬制度に基づき当社の新株予約権若しくは普通株式を当社の役職員に発行若しくは交付する場合及びその他適用法令により必要となる場合についてはこれをすることができます。</p> <p>(4) 当社は、当社が消滅会社となる合併、吸収分割若しくは新設分割、又は当社が完全子会社となる株式交換、株式移転若しくは株式交付につき当社株主総会で承認決議した場合又は当該計画を公表した場合、社債権者の書面による請求があったときには、当該請求日の翌営業日以降で当社と社債権者が合意する日において、残存する本社債の全部又は一部を各社債の金額100円につき金100円で償還します。</p> <p>(5) 当社は、当社が発行する株式が取引所により監理銘柄、特別注意銘柄若しくは整理銘柄に指定された場合又は上場廃止となった場合、当該銘柄に指定された日又は上場廃止が決定した日以降、社債権者から書面による請求があったときには、当該請求日の翌営業日に残存する本社債の全部又は一部を各社債の金額100円につき金100円で償還します。</p> <p>(6) 当社において、50%を超える議決権を単独又は共同保有者（金融商品取引法第27条の23第5項及び第6項に規定するものを意味する。）とともに直接若しくは間接的に保有する株主が新たに出現した場合、社債権者から書面による請求があったときには、当該請求日の翌営業日に残存する本社債の全部又は一部を各社債の金額100円につき金100円で償還します。</p> <p>(7) 当社は2026年3月16日に本新株予約権が発行されない場合、社債権者から書面による請求があったときには、当該請求日の翌営業日に残存する本社債の全部又は一部を各社債の金額100円につき金100円で償還します。</p> <p>(8) 当社において、当社普通株式を全部取得条項付種類株式にする定款の変更の後、当社普通株式の全てを取得する旨の当社の株主総会の決議がなされた場合、当社の特別支配株主（会社法第179条第1項に定義される。）による当社の他の株主に対する株式等売渡請求を承認する旨の当社の取締役会の決議がなされた場合又は上場廃止を伴う当社普通株式の併合を承認する旨の当社の株主総会の決議がなされた場合、社債権者は、償還を希望する日の10営業日前までに当社に書面で通知することにより、当該時点において未償還の本社債の全部又は一部を、繰上償還を希望する日において、各社債の金額100円につき金100円で繰上償還することを請求することができます。</p> <p>(9) 本新株予約権の全部又は一部が行使され、当該行使に伴い当社に払い込まれた金銭の額の本新株予約権の発行日以降の累計額から当該時点において当社が本号に基づき繰上償還した本社債の額面額の累計額を控除した額が、本社債の金額（18,750,000円）の整数倍以上となった場合、当社は、当該整数分の本社債を、本新株予約権の行使に伴い当該整数倍に達するだけの金銭が払い込まれた日の翌取引日（当日を含みます。）又は当社と社債権者が別途合意する日において、各社債の金額100円につき金100円で繰上償還します。</p>
10. 保証の内容	該当事項なし。
11. 担保の内容	該当事項なし。
12. 募集の方法	EVO FUNDに全額を割り当てる。
13. 社債管理者	本社債は、会社法第702条但書及び会社法施行規則第169条の要件を満たすものであり、社債管理者は設置しない。
14. 資金使途	理美容関連製品・同領域強化、インセンティブデータ/Fintech/Web3、マーケティング強化、ウェルネスハブ事業、M&A/戦略投資及びトレジャリー、株式併合費用

(第三者割当による第21回新株予約権の発行及び新株予約権の割当契約の締結並びに株式併合)

当社は、2026年2月2日開催の取締役会において、EVO FUNDを割当予定先とする第三者割当による第21回新株予約権の発行及び第21回新株予約権の割当契約をEVO FUNDとの間で締結することを決議いたしました。

また、当社は2026年2月2日開催の取締役会において、EVO FUNDに対して第21回新株予約権を発行したいと考えており、新株予約権の行使の蓋然性を高めるため、2026年3月13日開催予定の当社臨時株主総会において株主の皆様からのご承認を得ることを前提として、株式併合を実施することといたしました。

詳細につきましては、2026年2月2日公表の「第三者割当による第21回新株予約権の発行及び新株予約権の割当契約の締結、無担保社債（私募債）の発行、株式の併合並びに定款の一部変更に関するお知らせ」をご参照ください。