

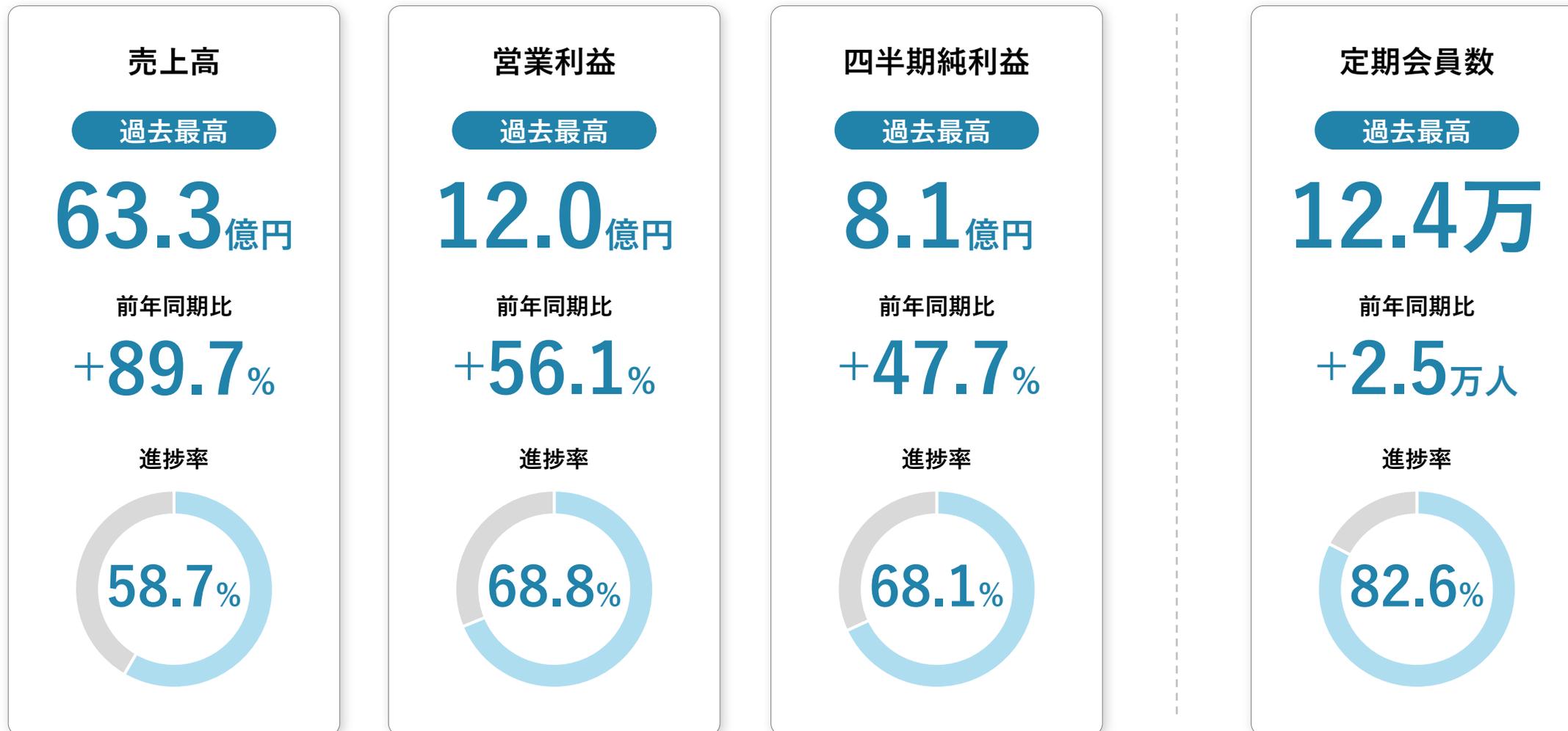
# 2025年3月期 第2四半期 決算説明資料

---

Aiロボティクス株式会社  
2024年11月  
証券コード：247A

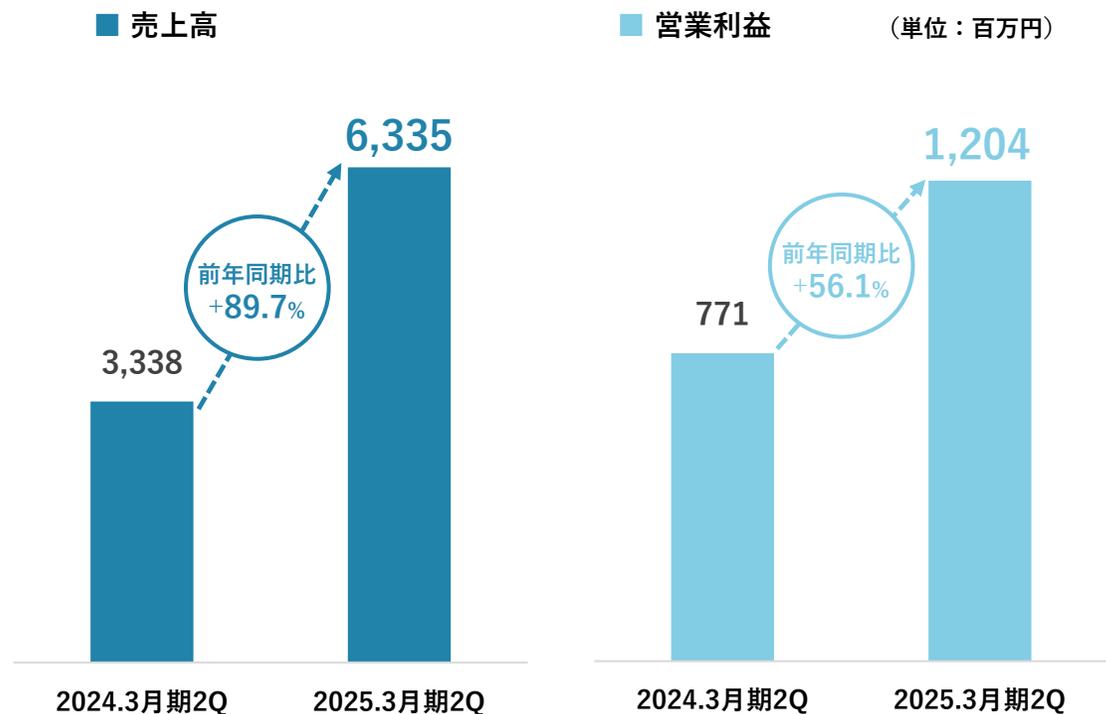
- **2025年3月期 第2四半期決算概要**
- 競争力の源泉
- 成長戦略
- APPENDIX

高い成長性を維持し、売上・利益ともに前年同期比大幅増収、過去最高を更新  
Yunth、Brighteともに好調であり、進捗率としても予算を上回る勢い



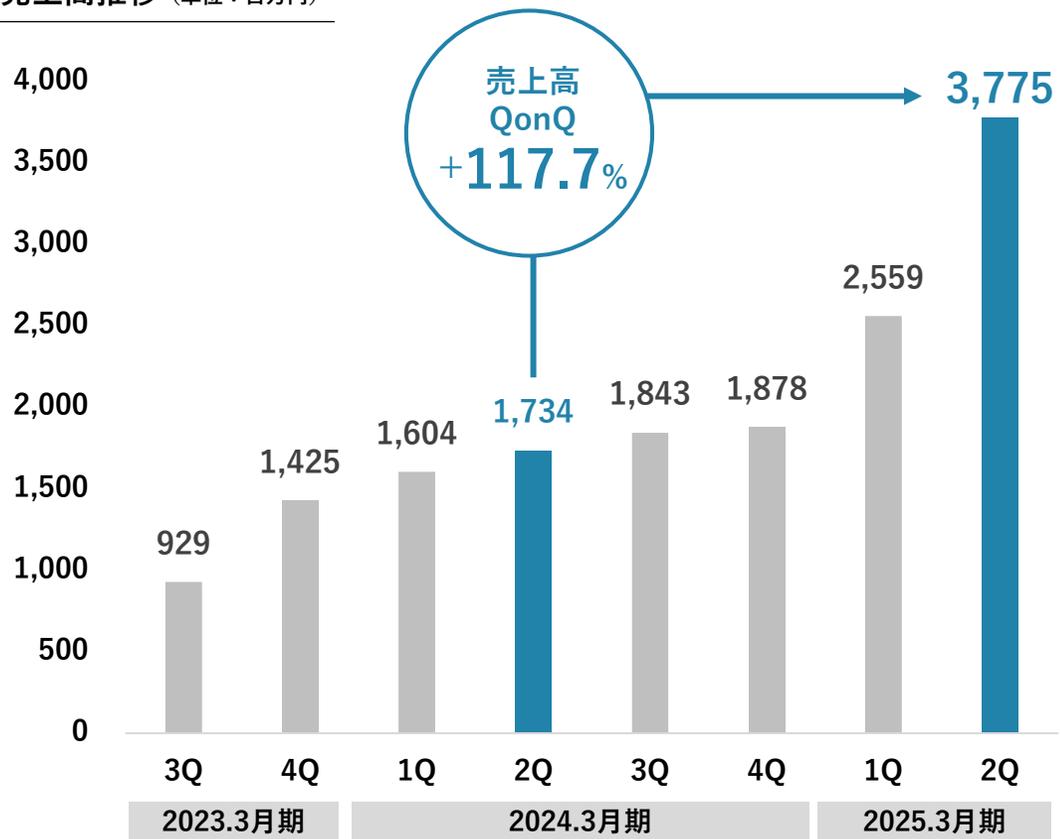
前年同期比で、売上高+89.7%、営業利益+56.1%と大幅成長  
生産性を示す指標である一人当たり売上高は+46.3%と大幅に向上

累計期間実績	(単位：百万円)		
	2024.3月期2Q	2025.3月期2Q	前年同期比
売上高	3,338	6,335	+89.7%
売上総利益	2,574	5,013	+94.8%
営業利益	771	1,204	+56.1%
営業利益率	23.1%	19.0%	-
経常利益	762	1,161	+52.2%
四半期純利益	553	817	+47.7%
KPI及びその他指標			
一人当たり売上高	166 百万円	243 百万円	+46.3%
期末従業員数	20 名	26 名	-
定期会員数	98,387 名	124,280 名	+25,893 名

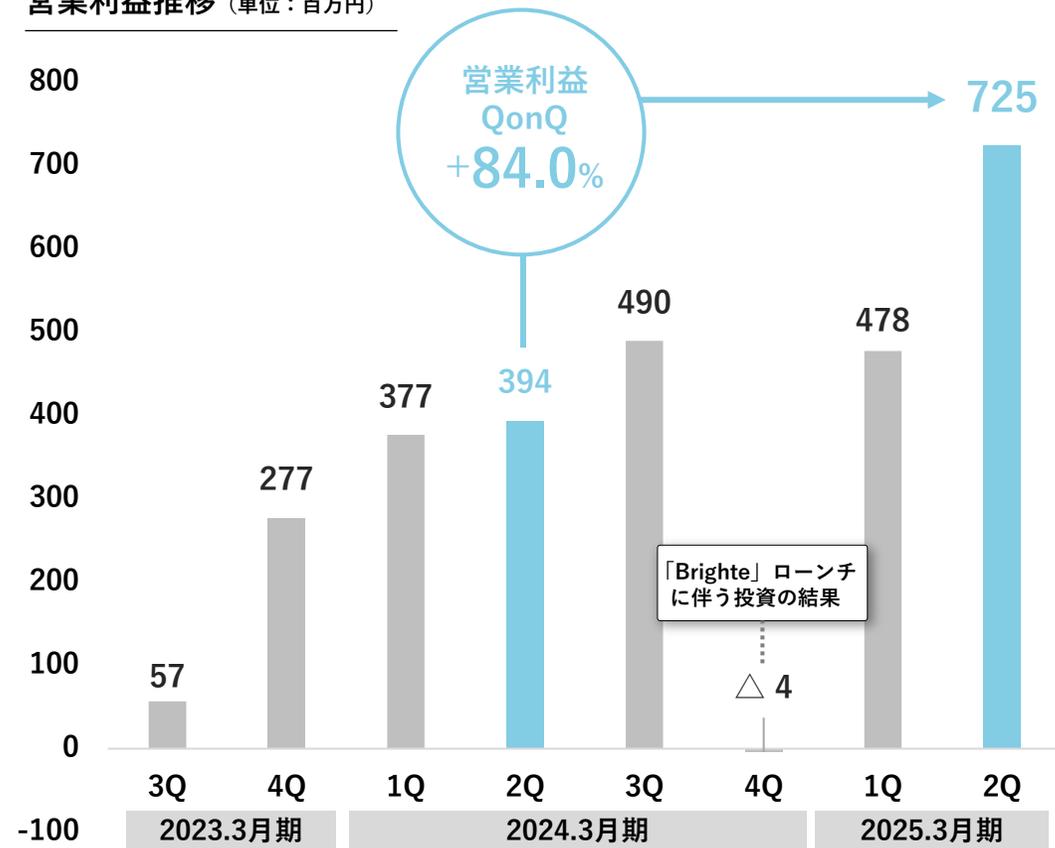


第2四半期売上高は前年同期比2倍超の成長を達成  
営業利益は84.0%増となり、過去最高を大幅に更新

売上高推移 (単位: 百万円)

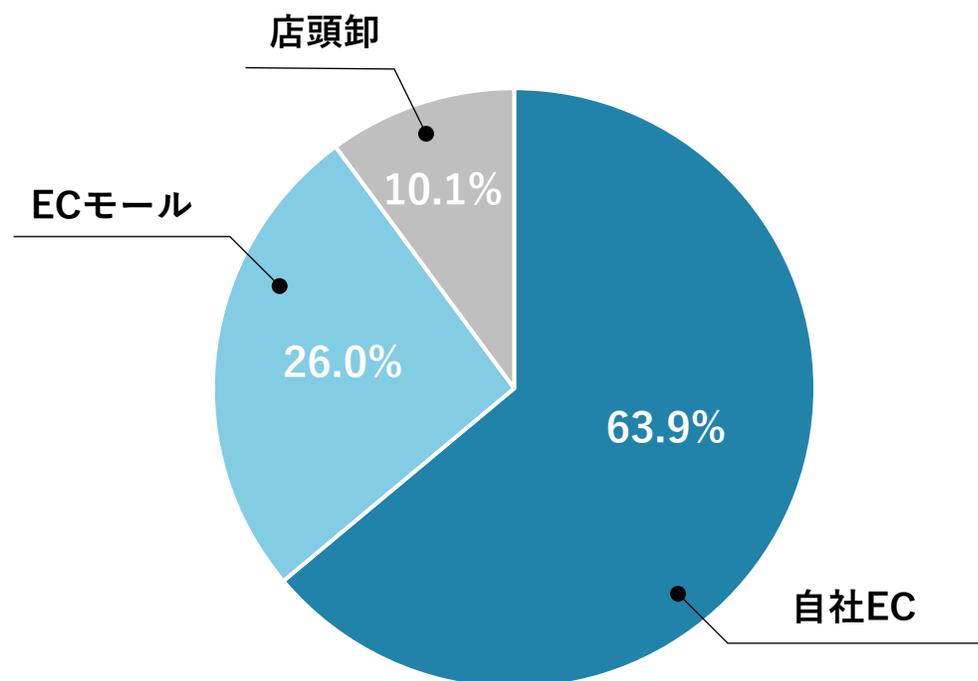


営業利益推移 (単位: 百万円)

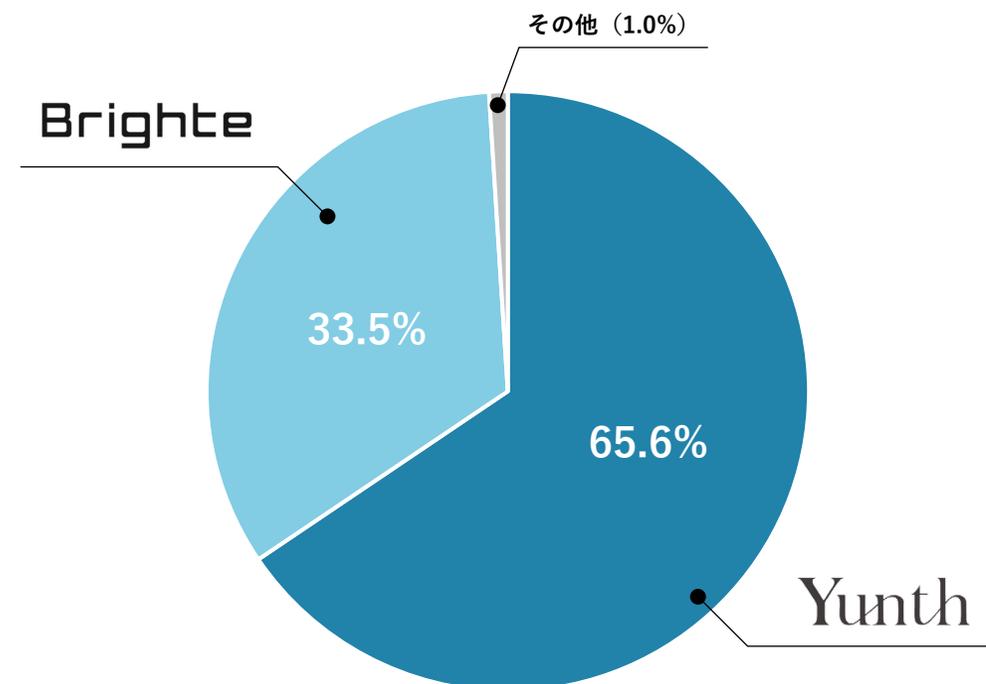


定期購入が中心の自社サイトとECモールでの売上高が約9割を占める  
2024年2月ローンチの「Brighte」の立ち上がりが順調であり、既に売上構成が3割強で着地

販路別売上構成比

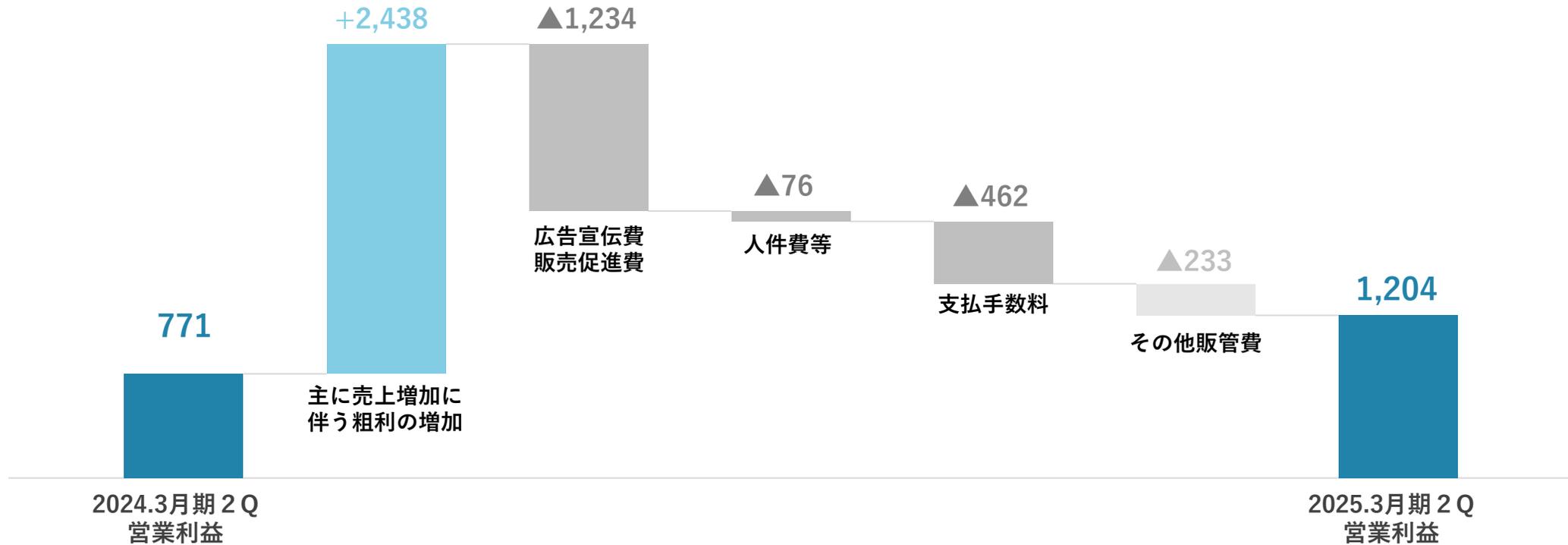


ブランド別売上構成比



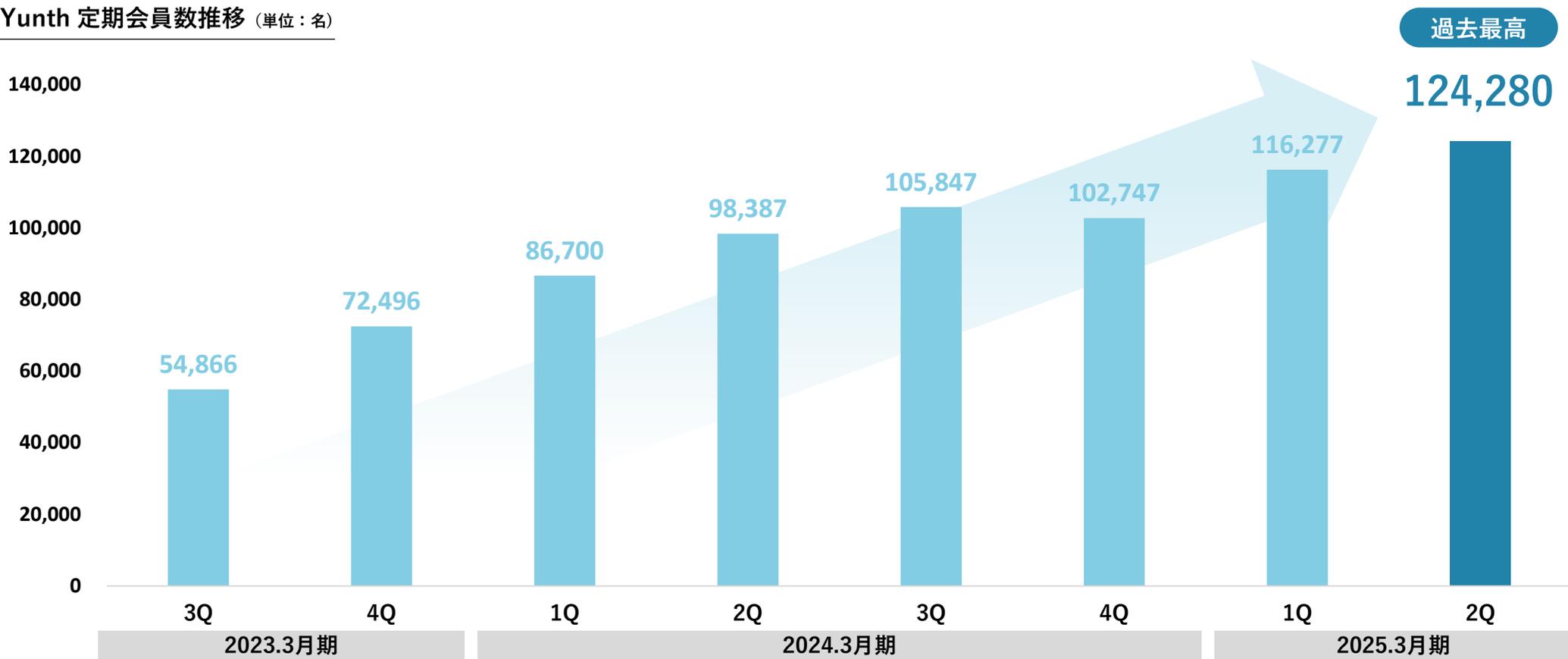
主に広告宣伝費等の先行投資により販管費は前年同期比2,006百万円増加したものの、  
売上を大きく伸ばした結果、営業利益は前年同期比+56.1%の1,204百万円で着地

営業利益増減分析 (単位：百万円)



安定的な新規獲得及び継続率の向上により、定期会員数は増加し、  
過去最高の定期会員数を更新

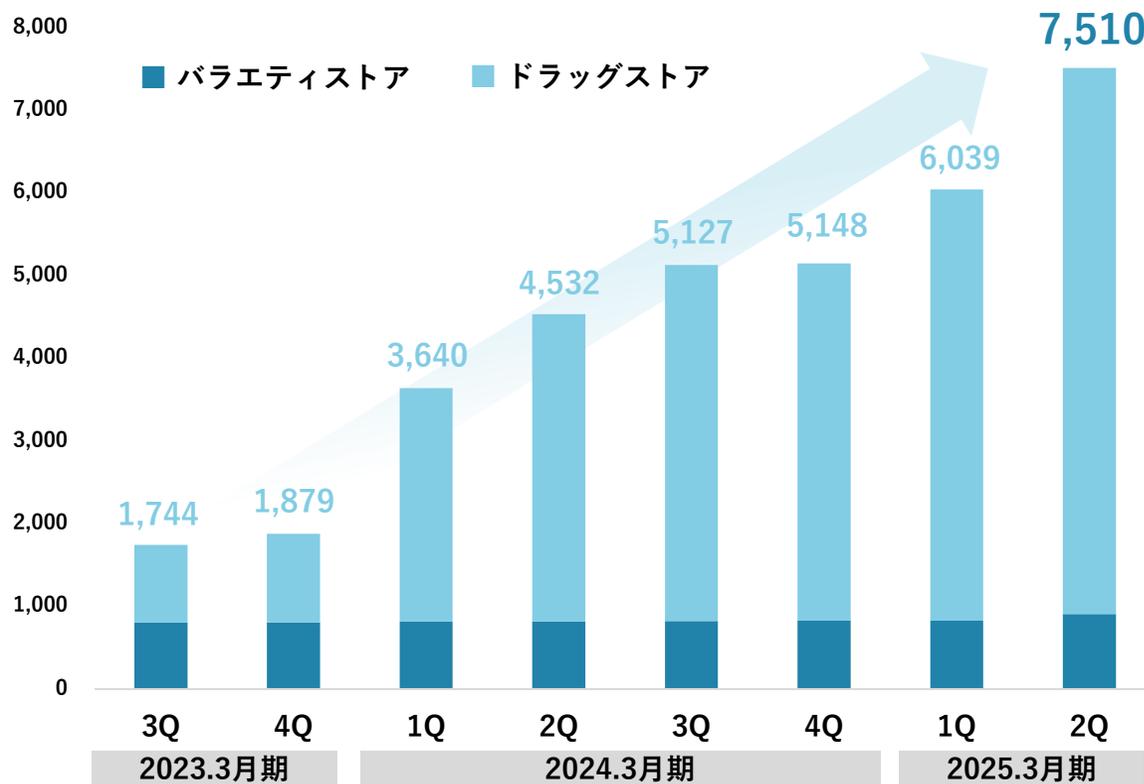
Yunth 定期会員数推移 (単位:名)



※1：定期コースを選択している会員。各期間の期末時点での数値を記載。

ドラッグストアやバラエティストア等の国内総店舗数に対しての配荷率は25%程度のため、  
店頭卸においても大きな拡大余地を残す

Yunth 導入店舗数推移 (単位: 店舗)



拡大余地

国内総店舗数

バラエティ・コスメ  
・ディスカウントストア



3,175店舗<sup>※1</sup>

(バラエティ・コスメショップ店舗数上位7位、ディスカウントストア上位15位の総数)

ドラッグストア



26,462店舗<sup>※2</sup>

配荷率

28.6%

QonQ +6.5pt

24.9%

QonQ +10.9pt

※1: 株式会社 研成社「バラエティ・コスメショップ 店舗数ランキング」「ディスカウントストア 店舗数ランキング」2024年6月時点  
 ※2: 日本ソフト販売株式会社「【2024年版】ドラッグストアの店舗数ランキング」2024年1月時点

## 武井咲さんがスキンケアブランド「Yunth」初のブランドアンバサダーに就任



この度、Yunthブランド誕生3周年を記念し、初のブランドアンバサダーとして、武井咲さんが就任。

デビュー以来、モデルや女優として第一線で活躍する武井さん。多くの女性の憧れの存在である武井さんの上品で凛とした空気感、そして透明感のある美しさは、まさにYunthのイメージにぴったりです。

そうした武井さんの魅力がYunthの「毎日のスキンケアを私らしく楽しく幸せな時間に。いくつになっても自分を愛して自分の気持ちに素直に」というコンセプトと重なり、アンバサダー起用につながりました。

今後、「Yunth」の様々なプロモーションを展開していきます。

Yunthが「楽天ベストコスメ2024」総合大賞第1位および美容液部門にて第1位を受賞  
さらに同時に、年間リピート賞、年間レビュー賞、年間お気に入り賞の計3部門を受賞

「楽天ベストコスメ」は、総合ショッピングモール「楽天市場」の「美容・コスメ・香水」ジャンルのアイテムを、  
売り上げなどから総合的に評価し、ランキング形式で発表されるアワード



年間お気に入り賞

お気に入り登録が  
最も多かったアイテム  
に送られる賞



年間レビュー賞

レビュー数が多く、  
★の平均値が高かったアイテム  
に送られる賞



年間リピート賞

2回以上の注文が  
最も多かったアイテム  
に送られる賞

## Yunthが中国にて『優秀新興ブランド2024』を受賞

日本バイヤー連盟主催イベントにて、多くの販売実績を記録し飛躍的に成長したブランドとして表彰

「日中バイヤーグループブランドセレモニー」は、日本バイヤー連盟が主催する国際的な展示会で2024年8月25日・26日に開催  
中国市場に新規参入したブランドで、多くの販売実績を記録し飛躍的に成長したブランドとして「新興ブランド優秀賞」を受賞



日本买手联盟  
JAPAN BUYERS COMMUNITY



- 2025年3月期 第2四半期決算概要
- **競争力の源泉**
- 成長戦略
- APPENDIX

当社を表すキーワードは3つ

AI×マーケティング×商品力の掛け合わせでデータドリブン型の事業展開を行う

# AiROBOTICS

AI

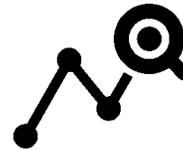
SELL



膨大なデータを活用する  
自社AIシステム



マーケティング



AIマーケティング事業で培った  
データドリブンマーケティング

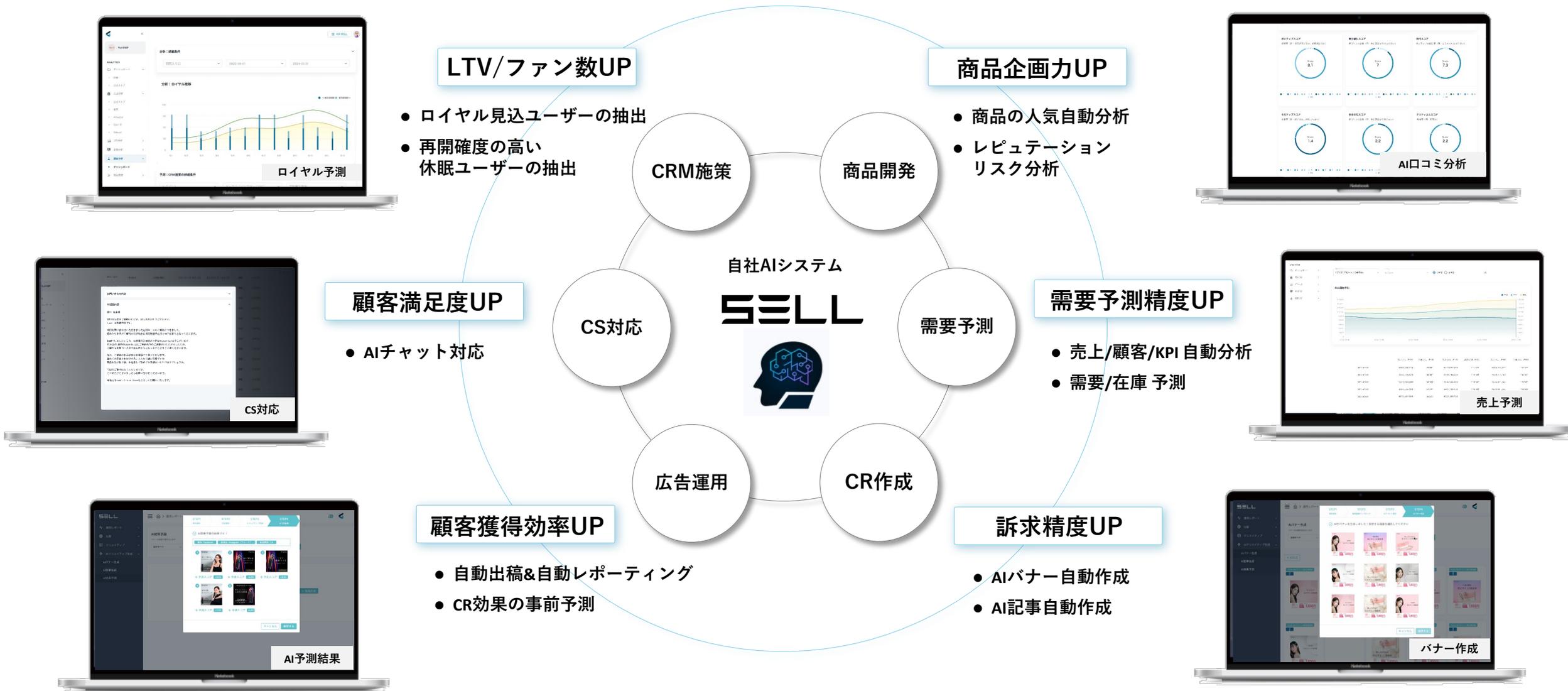


商品力



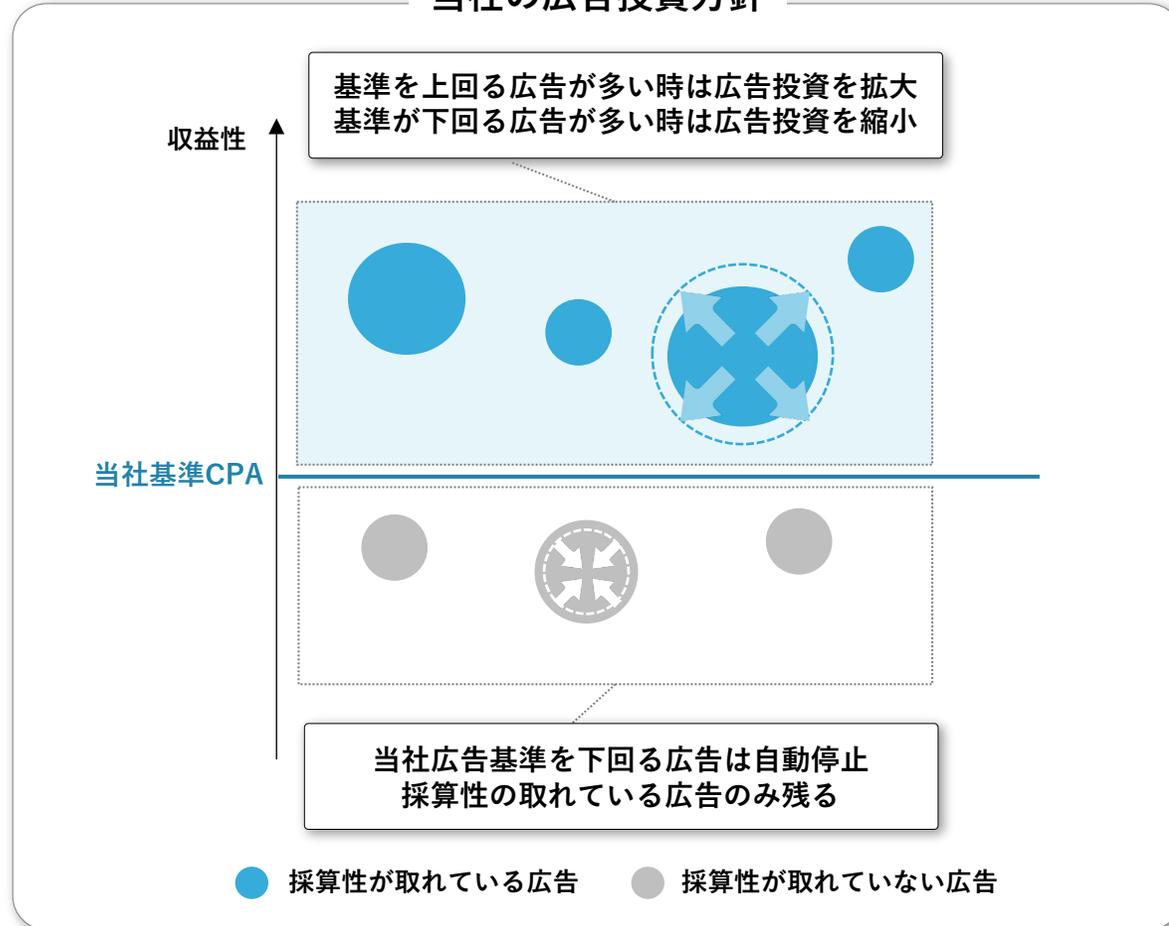
データ×ノウハウの  
ハイブリッド型開発

## D2Cブランド事業を一貫してサポートする自社AIシステム『SELL』

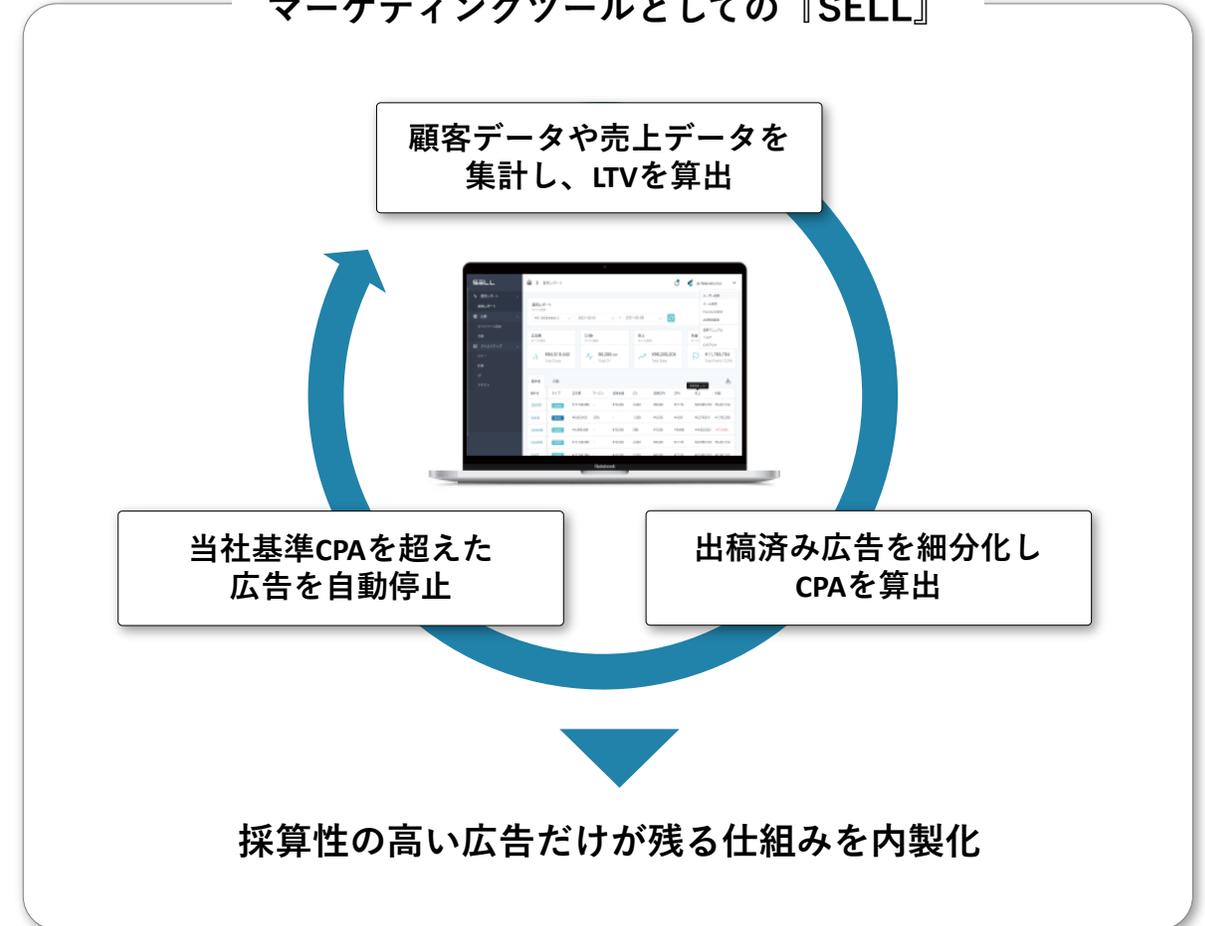


常にPDCAを繰り返し、広告投資をコントロールすることで採算性の高いマーケティングを行う  
『SELL』はマーケティングツールとしての側面も持ち、マーケティングの再現性の向上・効率化に貢献

### 当社の広告投資方針



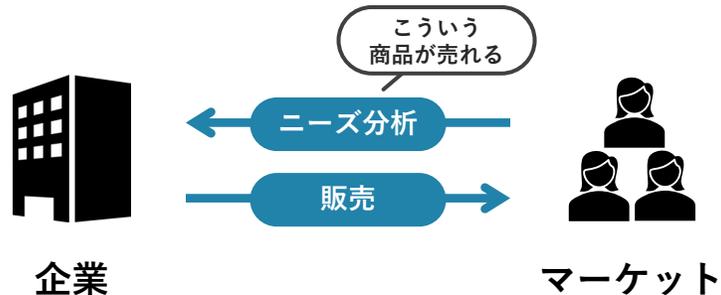
### マーケティングツールとしての『SELL』



マーケットイン及びプロダクトアウトの二つのアプローチ手法を融合させることにより、  
新たな市場の創出や既存市場の独占が期待できるような商品のデータドリブン型開発が可能

マーケットイン

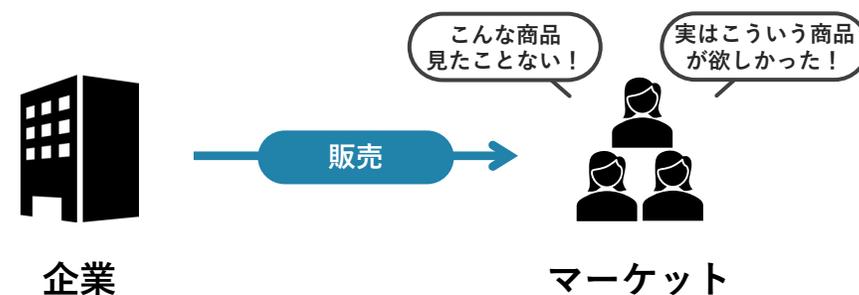
マーケットデータを分析して、  
“顕在ニーズ”に対応するアプローチ方法



市場に存在するニーズに合わせた商品を作るため、  
ある程度のヒットが見込まれる商品の開発が可能

プロダクトアウト

企業の強みを最大限に活用して、  
“潜在ニーズ”を発掘するアプローチ方法



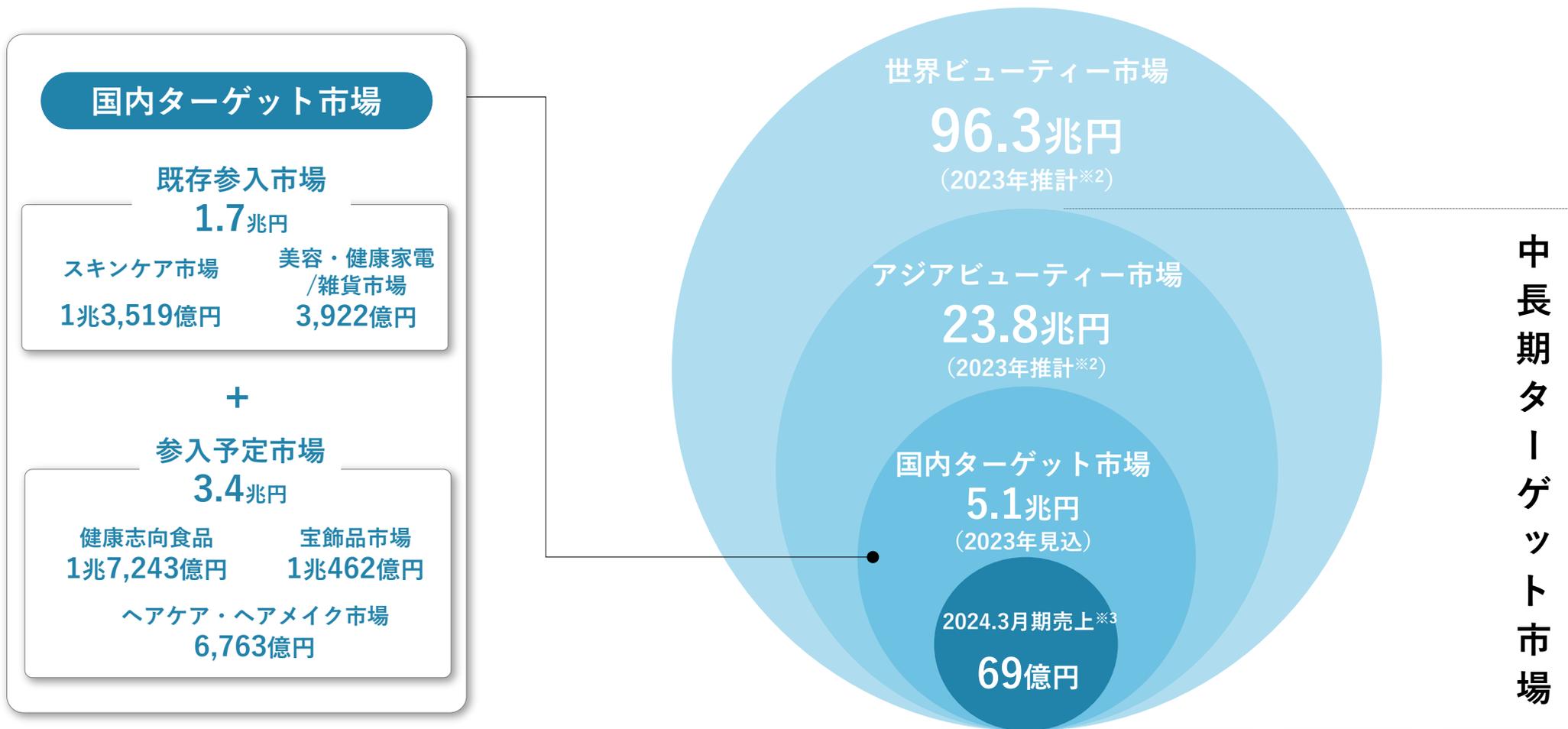
ユーザーがまだ気づいてない課題解決を提案し、  
他社商品に対する差別化と競争優位性を実現



両アプローチを組み合わせた商品開発方針のもと『SELL』による分析を活用して商品を開発  
今まで市場に存在しない新しい価値を持つ商品をユーザーへ提案し、新たな市場を創出していく

- 2025年3月期 第2四半期決算概要
- 競争力の源泉
- **成長戦略**
- APPENDIX

美容分野での成功事例を皮切りに他分野への展開並びに中長期的なグローバルマーケットへの展開により、  
TAM※1拡大の可能性が期待される



中長期ターゲット市場

出典：富士経済グループ「化粧品マーケティング要覧 2024 No.1」「化粧品マーケティング要覧 2024 No.2」「美容&健康家電市場・関連サービストレンドデータ 2023-2024」「H・Bフーズマーケティング便覧 2024 No.2 健康志向食品編」

矢野経済研究所「宝飾品（ジュエリー）市場に関する調査（2024年速報）」、山田コンサルティンググループ株式会社「米国のビューティー・パーソナルケア業界の概要とトレンド」

※1：TAM=「Total Addressable Market」の略であり、ある事業が獲得できる可能性のある全体の市場規模を示している。

※2：世界ビューティー市場（2023年推計）は、2023年推計6,256億ドル、為替は1ドル=154円で計算。アジアビューティー市場（2023年推計）は、アジア市場規模トップ4か国（中国、日本、インド、韓国）の2022年市場規模合計1,498億ドルに年平均成長率3.33%を乗じて、1ドル=154円で換算し、当社にて推計。

（出典：山田コンサルティンググループ「米国のビューティー・パーソナルケア業界の概要とトレンド」）

※3：当社D2Cブランド事業における売上

### 再現性の高い『AIテクノロジー』を活用し高成長を目指す

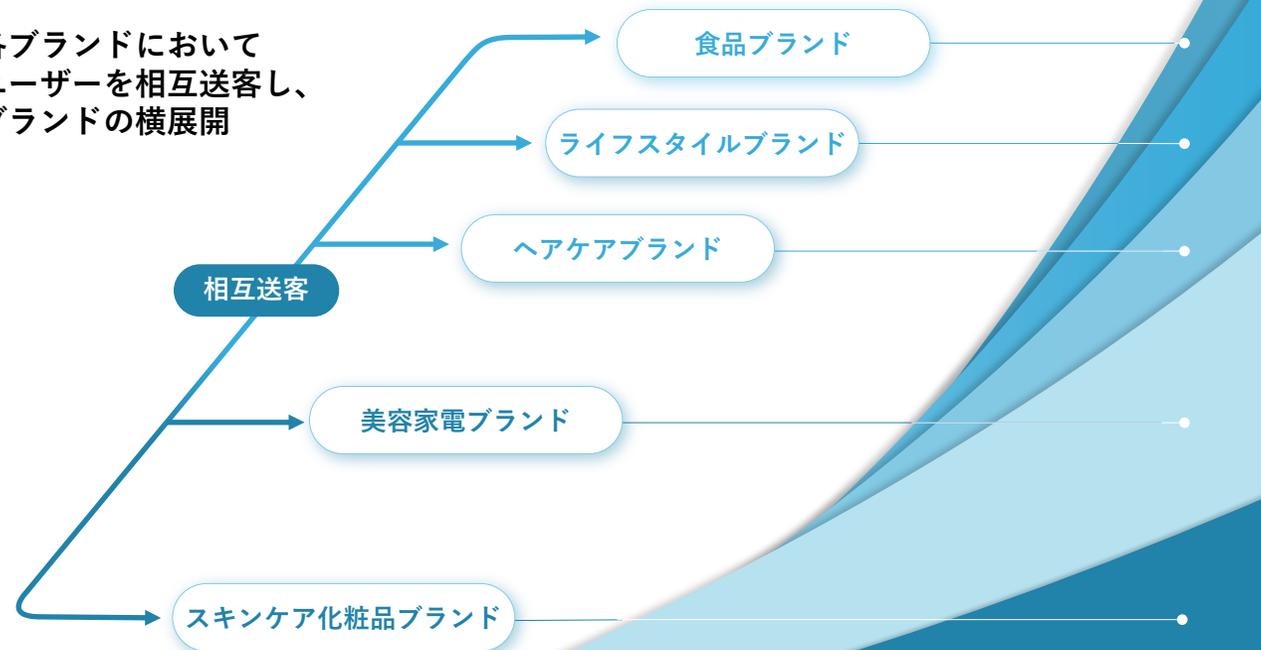
#### 新規ブランドの創出

- ✓ 複数ブランドをローンチ
- ✓ D2Cブランド事業の展開を加速

#### 既存ブランドの拡大

- ✓ 新商品を連続的に投入し、新たな需要を喚起
- ✓ 海外（中国など）展開

各ブランドにおいてユーザーを相互送客し、ブランドの横展開



新規ブランドの創出

既存ブランドの拡大

2021年

2022年

2023年

2024年

商品の拡充及び海外地域での事業展開を通じて、既存ブランドの拡大を図る

新商品の追加

ブランドラインナップを拡充

Yunth

新商品

「アイセラム」「レチノール美容液」  
を発売予定

Brighte

新商品

「ドライヤー」「脱毛器」を発売予定



海外展開

中国を皮切りに、台湾、東南アジアへの  
進出を目指す

快手

Tmall  
理想生活上天猫



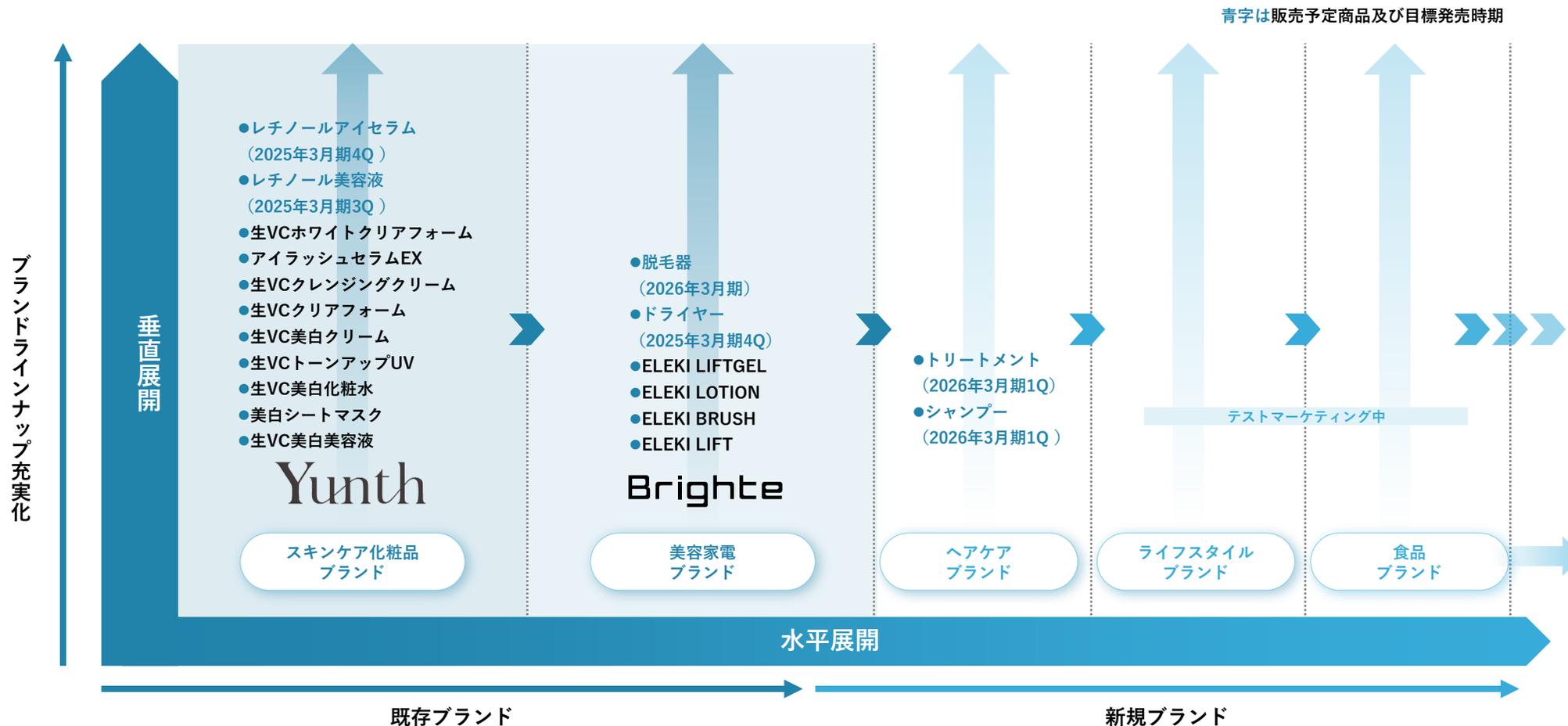
淘宝网  
Taobao.com

小红书

抖音

※上記は既にテストマーケティングを行っている販売先を記載

今後も再現性高くヒット商品・新規ブランドを創出していくことにより、  
売上の層を厚くすることを目指す



- 2025年3月期 第2四半期決算概要
- 競争力の源泉
- 成長戦略
- **APPENDIX**

Aiロボティクスという社名は、AIとRPA(ロボティック・プロセス・オートメーション)を搭載したマーケティングシステム『SELL(セル)』により業務を自動化していることに由来

会社名	Aiロボティクス株式会社
設立	2016年4月
上場日	2024年9月27日 (東証グロース市場)
代表者	代表取締役社長 龍川 誠
所在地	東京都港区六本木六丁目10番1号
資本金等	16億2,428万円 (資本準備金含む)
従業員数	26人 (2024年9月末時点)
事業内容	AI活用したD2C※開発・運営



# Yunthの主力商品である「生VC美白美容液」は、生ビタミンC（アスコルビン酸）を有効成分とした美白美容液 20～30代女性をメインターゲットとして展開

生VC美白美容液 [2021年11月発売商品]



定価：3,600円（税込3,960円）

## 美白<sup>※1</sup> & シミ<sup>※1</sup>ケア

生ビタミンC<sup>※2</sup>を配合した医薬部外品  
お肌になじみ、美白と同時にシミを対策



※1 メラニンの生成を抑え、しみ・そばかすを防ぐ  
※2 アスコルビン酸

## 高純度ビタミンC

ビタミンCの良さを最大限発揮するために、  
水を一滴も含まず、純度が高いまま浸透<sup>※3</sup>



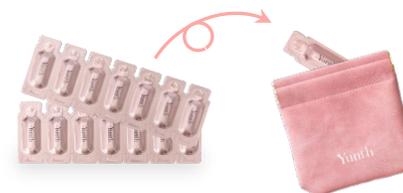
※3 角質層まで

## ・受賞歴（50以上獲得）



## 個包装

小分けにされているため、衛生的であり、  
旅行等の外出時の持ち運びにも便利



## 7つのフリー成分

配合成分は美容成分2つのみで  
お肌にとって余計なものは入れておらず、  
敏感肌の方でも使用可能



※：こちらのページの情報は2024年10月31日時点のもの  
※：受賞歴はブランド全体での受賞実績

## Brighteの「ELEKI BRUSH」は、動作はシンプルでありながら、1台10役をこなすブラシ型美顔器 20～40代女性をメインターゲットとして展開

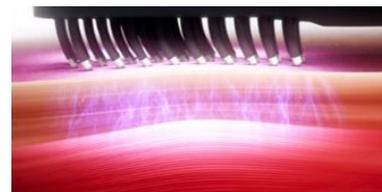
ELEKI BRUSH [2024年2月発売商品]



発売時から  
各種受賞実績や  
各メディアでの  
掲載実績

### デュアルモード EMS

EMS による2つの刺激で  
筋肉と表情筋に直接アプローチ※1

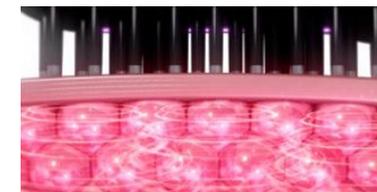


38本の電極から放つ心地良い刺激で  
筋肉に働きかけ、ほぐしながら肌を引き締め

※1 電気刺激を筋肉に伝え、筋肉を収縮させること。角質層まで。

### インテリジェント RF

自動調整RFを搭載  
皮膚を温め、もたつきをケア※2



3部位ごとに適した RF の温度を自動で調整  
温感が均一に行き渡ること、ムラなくケア

※2 肌を引き締めること。角質層まで。

### 赤青LED

16 個の二列 LED が赤と青の光を同時に放射

赤色LED

ハリ感+温熱ケア

赤色 LED が直接お肌全体を温めることでハリにもアプローチ。  
ピンツとした印象へ。

青色LED

引き締め+整肌

青色 LEDには肌を引き締める作用があります。  
お肌の全体をキメを整え、なめらかな肌質へ導きます。



#### ・受賞歴

「MEN'S CLUB ベストコスメ2024春夏」、「MORE ベストコスメ大賞 2024上半期」、  
「MAQUIA ベストコスメ2024上半期」、「VOCE ベストコスメ2024上半期」、  
「美的 ベストコスメ2024」、「日経トレンドィ 美容家電&メンズ美容大賞2024」、  
「smart ベストコスメ2024上半期」、「SPRING ベストヘアプロダクト大賞」 …

#### ・掲載歴（約50誌に掲載）

美的、マキア、VOCE、GoodPress、anan、ウーマンエキサイト、日経トレンドィ、  
美人百花、MORE、TRILL、otonaMUSE、cancam …

- 本プレゼンテーション資料は、関連情報の開示のみを目的として当社が作成したものであり、米国、日本国またはそれ以外の一切の法域における有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。米国、日本国またはそれ以外の一切の法域において、適用法令に基づく登録もしくは届出またはこれらの免除を受けずに、当社の有価証券の募集または販売を行うことはできません。
- 本プレゼンテーション資料の作成にあたり、当社は当社が入手可能なあらゆる情報の真実性、正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その真実性、正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- 本プレゼンテーション資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。
- 本プレゼンテーション資料及びその記載内容について、当社の書面による事前の同意なしに、第三者が、その他の目的で公開または利用することはできません。将来の業績に関して本プレゼンテーション資料に記載された記述は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、これに限りませんが「信じる」、「予期する」、「計画」、「戦略」、「期待する」、「予想する」、「予測する」または「可能性」や将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他類似した表現を含みます。将来予想に関する記述は、現在入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいています。そのため、これらの将来に関する記述は、様々なりスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。