

2025年3月期 第3四半期 決算説明資料

Aiロボティクス株式会社
2025年2月
証券コード：247A

- 2025年3月期 第3四半期決算概要
- 成長戦略
- APPENDIX

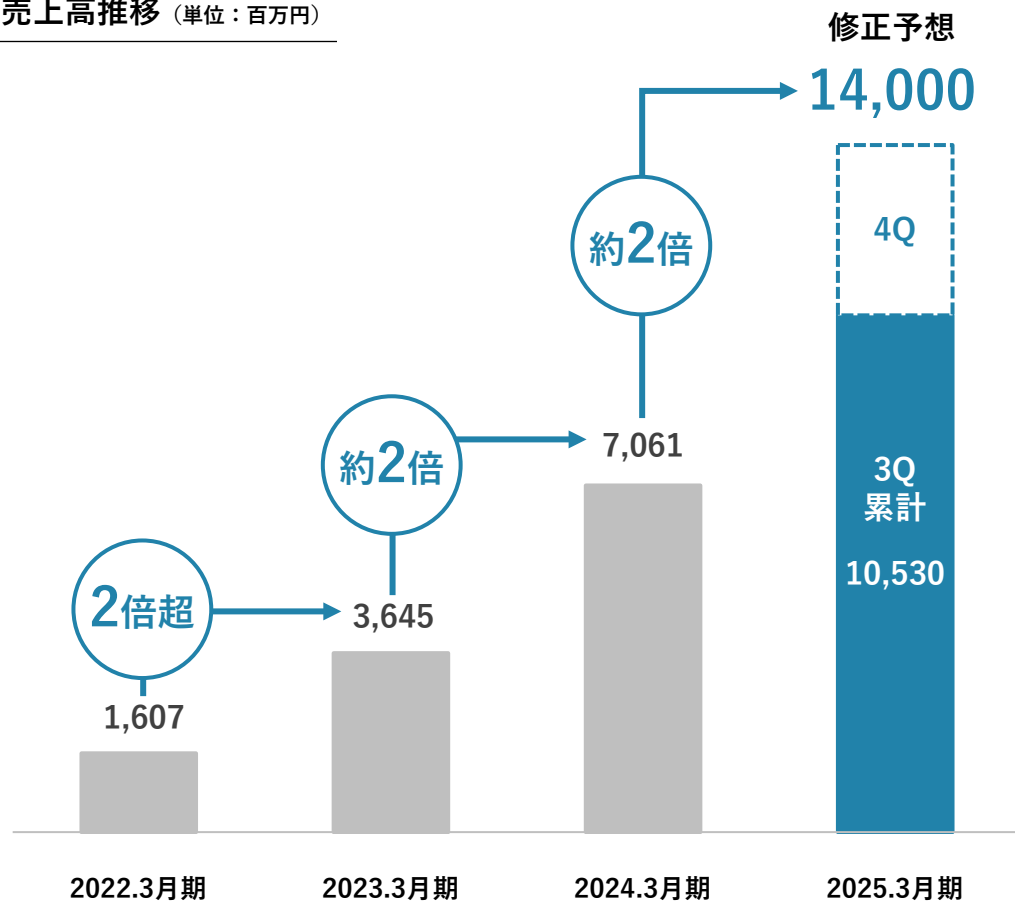
通期計画に対して順調に推移したため、足元の実績を考慮し、業績予想を修正
前年同期比 2倍 を見込む

	2024.3月期 (単位：百万円)	前期対修正予想 増減率	2025.3月期 修正予想	ご参考 当初予想
売上高	7,061	+98.3%	14,000	10,800
営業利益	1,256	+90.9%	2,400	1,751
経常利益	1,234	+90.4%	2,350	1,700
当期純利益	825	+100%	1,650	1,200
一人当たり 売上高※	307	+62.9%	500	372

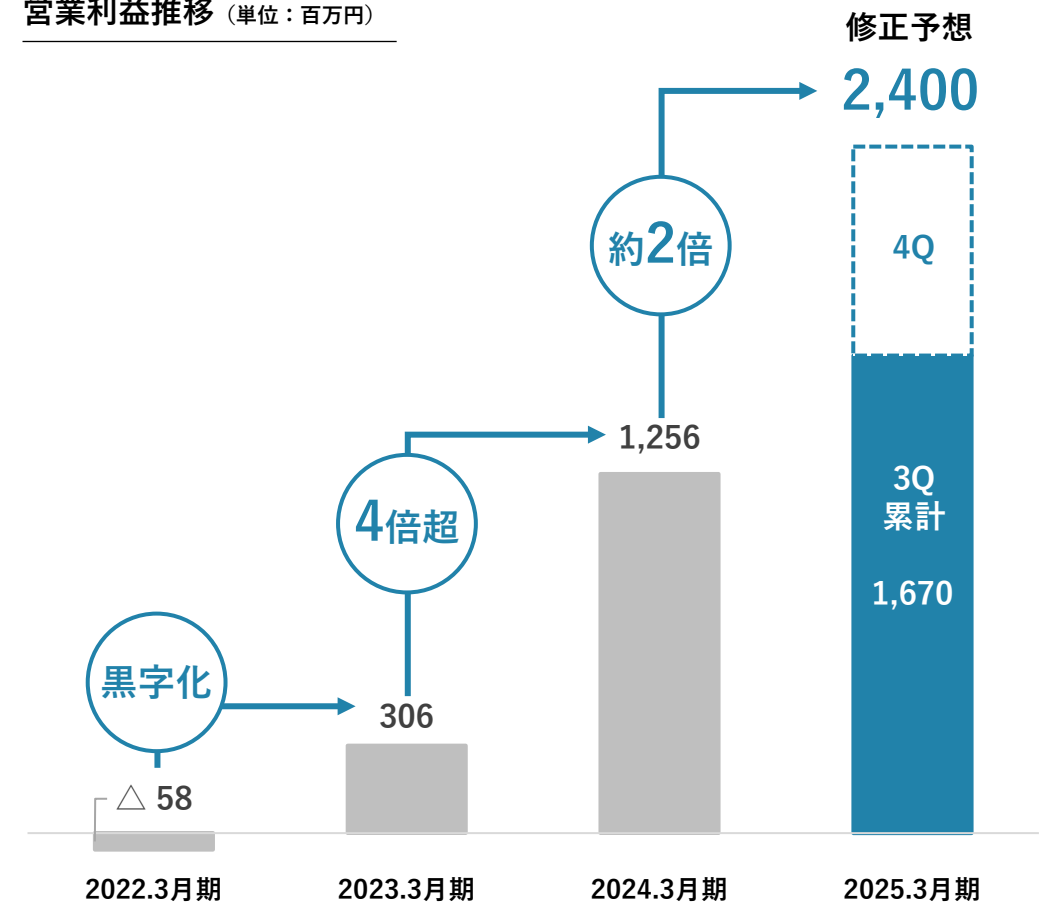
※：2024年3月期は期末人員、2025年3月期は2025年3月末予想従業員数より

社内目標である「売上高、営業利益共に2倍成長」達成を目指し、今期修正予算を設定
 4Qは来期以降の成長率及び社内目標達成を重視し、売上及び利益をコントロール予定

売上高推移 (単位: 百万円)



営業利益推移 (単位: 百万円)



持続的な安定成長により企業価値向上を目指すことを基本方針としつつも、当社株式の投資魅力を高め、より多くの皆様に当社株式を保有していただくことを目的として、2025年3月より株主優待制度を導入

株主優待制度の内容

対象となる株主様

毎年3月31日及び9月30日時点の株主名簿に記載または記録された1単元（100株）以上の当社株式を保有されている株主様を対象といたします。

株主優待の内容

株式1単元（100株）以上を保有する株主様に自社商品約9,000円（税込）相当を進呈いたします。

進呈予定時期

基準日から3か月以内を目途に発送いたします。なお、3月31日を基準日とする株主優待の発送は、定時株主総会終了後の発送を予定しております。



初回は、「生VC美白※1美容液」と「生VAダーマ美容液」をセットにしてお届け予定です。

※1：メラニンの生成を抑え、しみ、そばかすを防ぐ

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
定期会員数は修正前の予想を達成

売上高

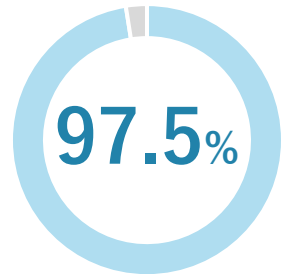
過去最高

105.3億円

前年同期比

+103.2%

進捗率（修正前）



営業利益

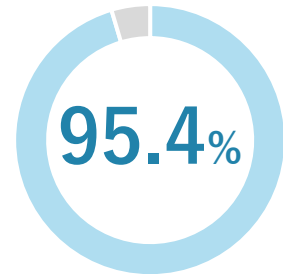
過去最高

16.7億円

前年同期比

+32.4%

進捗率（修正前）



四半期純利益

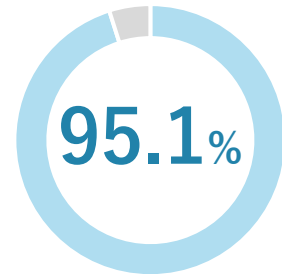
過去最高

11.4億円

前年同期比

+26.2%

進捗率（修正前）



定期会員数

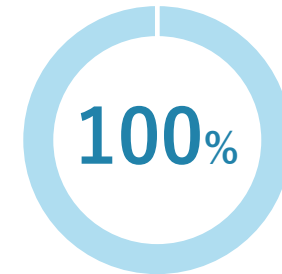
過去最高

13.6万

前年同期比

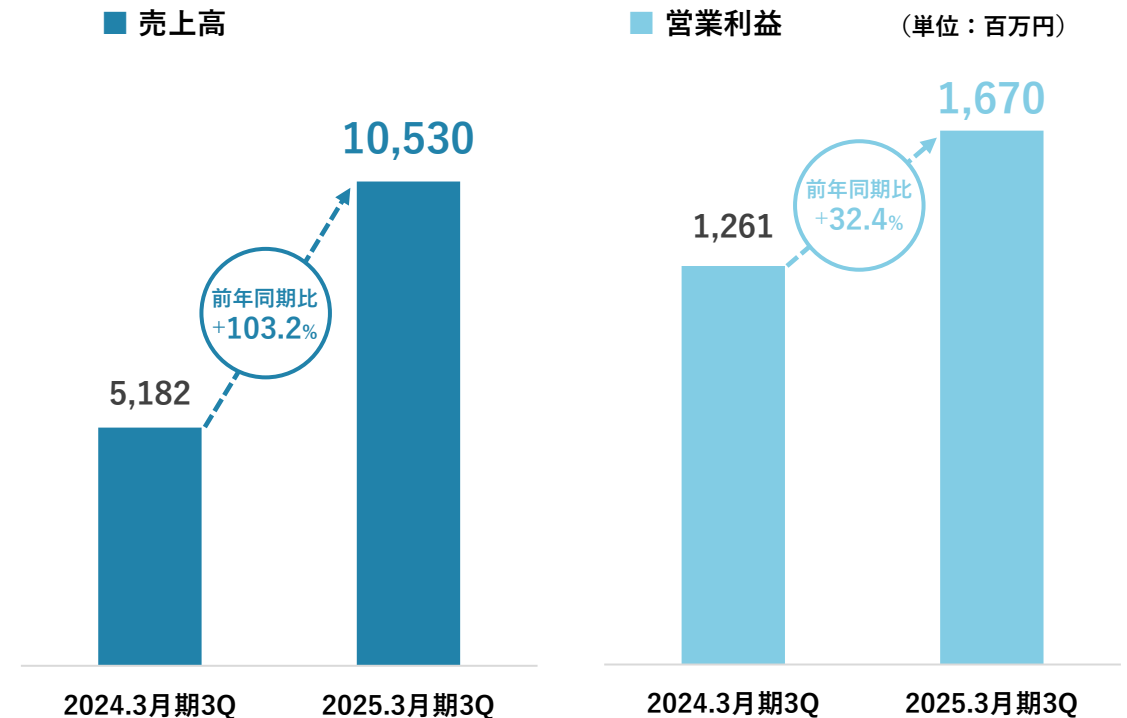
+3.0万人

進捗率（修正前）



前年同期比で、売上高+103.2%、営業利益+32.4%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+73.1%と大幅に向上

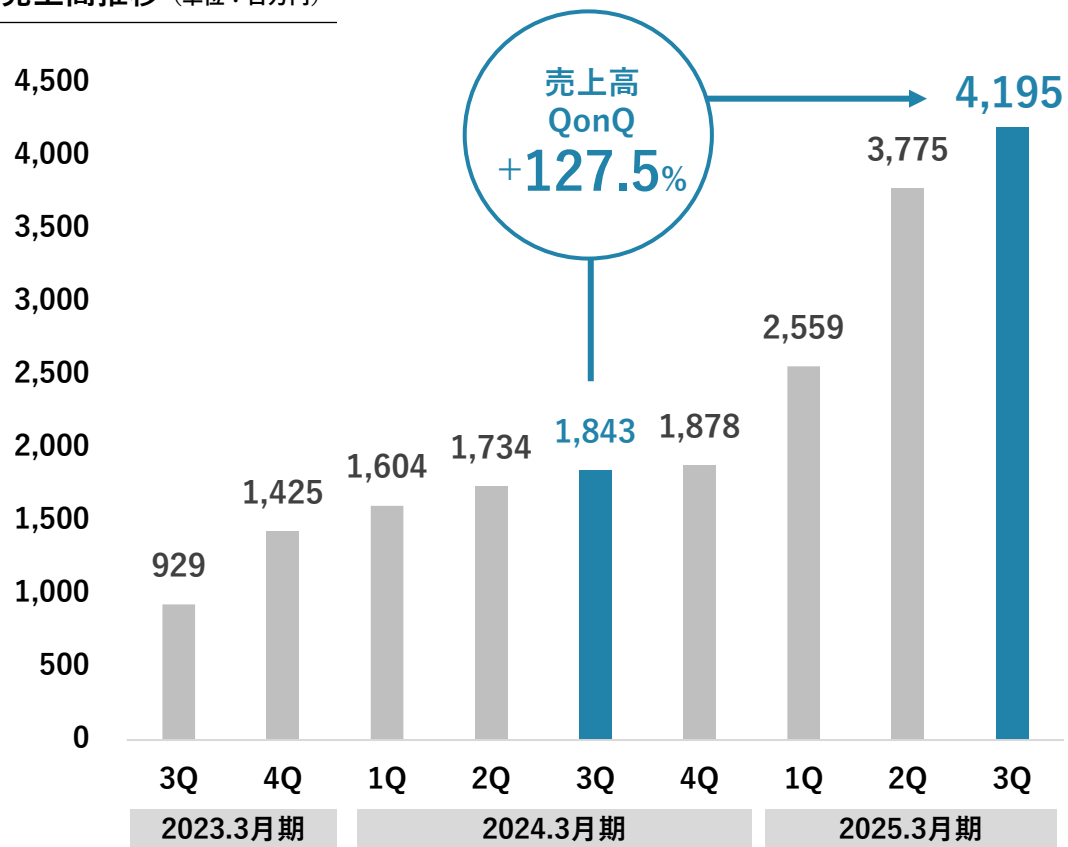
累計期間実績	(単位：百万円)		
	2024.3月期3Q	2025.3月期3Q	前年同期比
売上高	5,182	10,530	+103.2%
売上総利益	4,019	8,276	+105.9%
営業利益	1,261	1,670	+32.4%
営業利益率	24.3%	15.9%	-
経常利益	1,246	1,621	+30.1%
四半期純利益	904	1,141	+26.2%
KPI及びその他指標			
一人当たり売上高	225 百万円	390 百万円	+73.1%
従業員数※	23 名	27 名	+4 名
定期会員数	105,847 名	136,301 名	+30,454 名



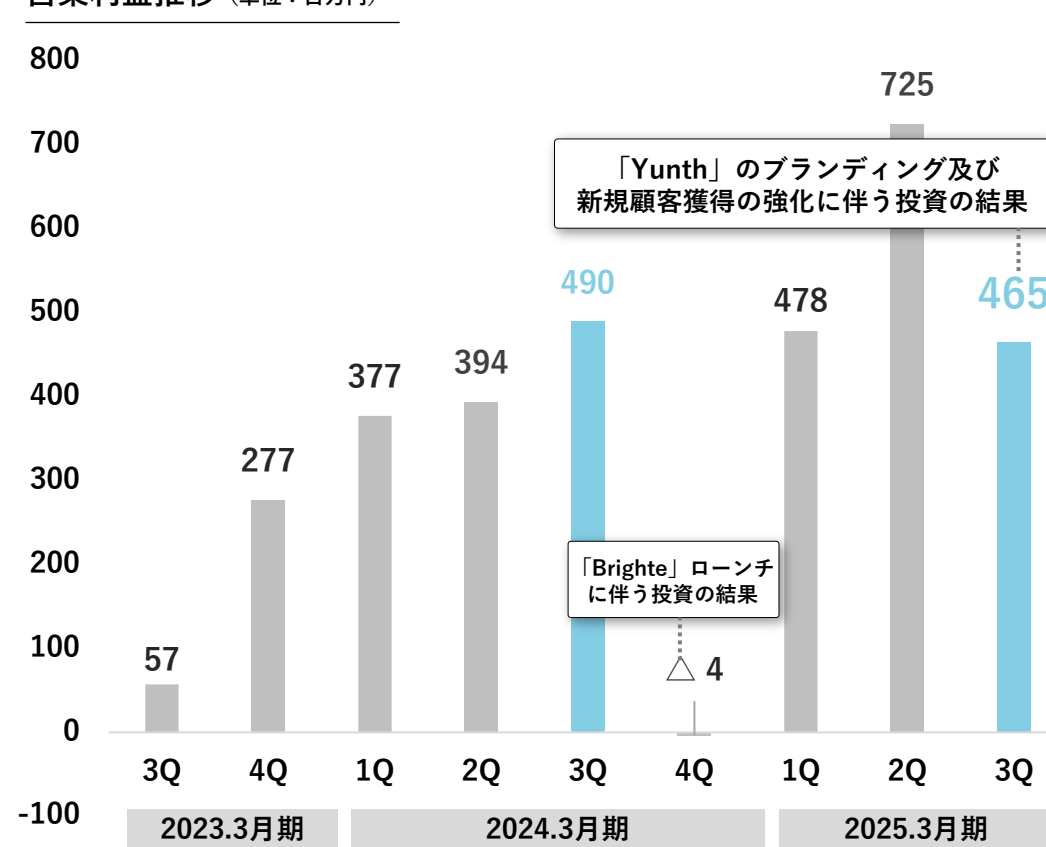
※：各年12月末時点の従業員数

3Q売上高は前年同期比+127.5%となり、2Q売上高に引き続き、前年同期比2倍超の成長を達成
 営業利益は年間目標達成に向けた投資を含む戦略的な利益コントロールの結果、計画通りに推移

売上高推移 (単位: 百万円)

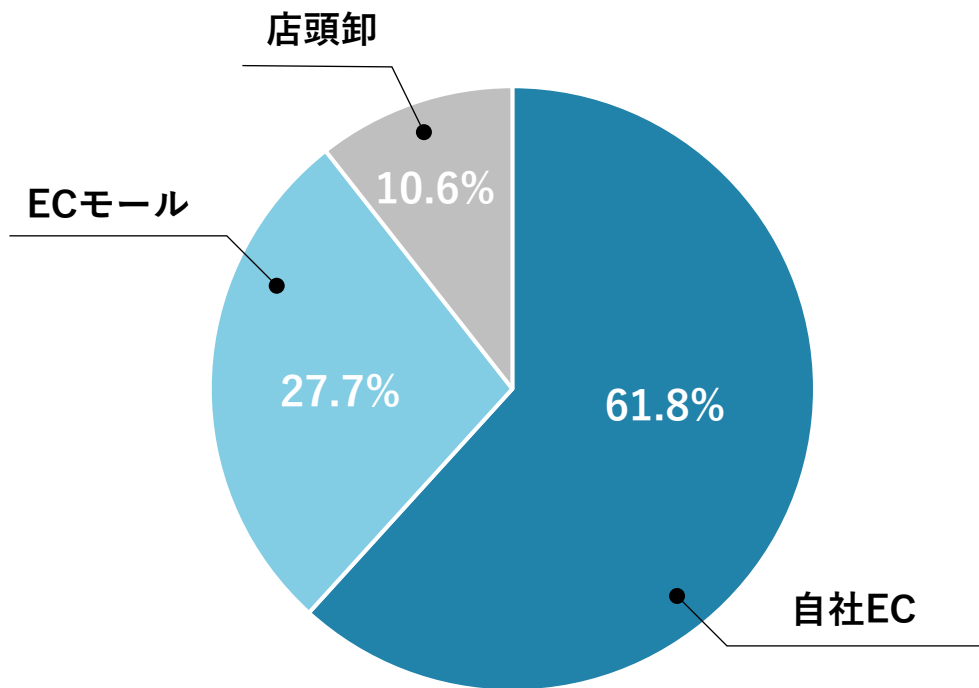


営業利益推移 (単位: 百万円)

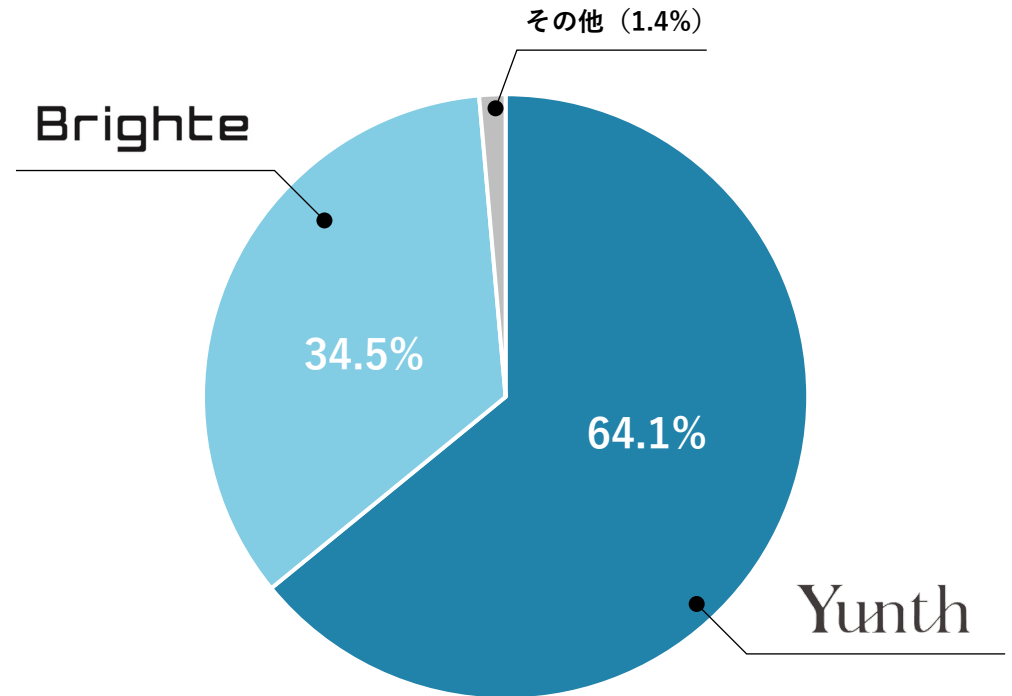


定期購入が中心の自社ECサイトとECモールで、売上高の約9割を占める「Brighte」が着実に成長し、1Q、2Qに引き続き売上構成は3割強で着地

販路別売上構成比

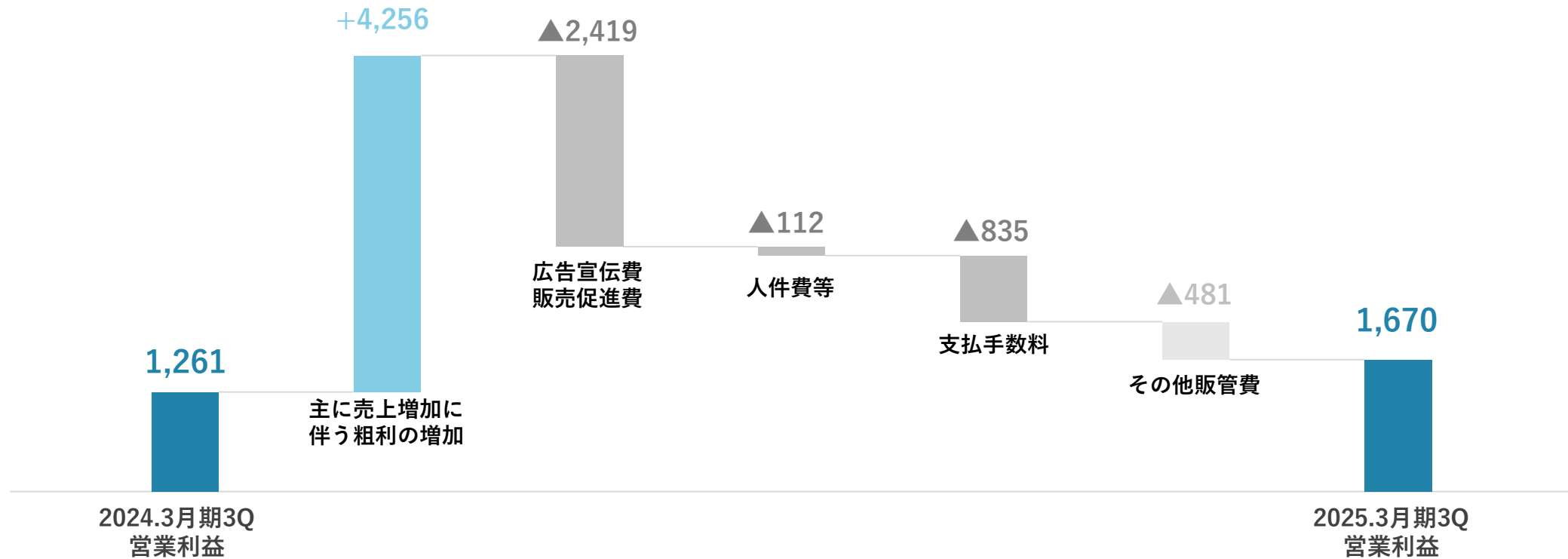


ブランド別売上構成比



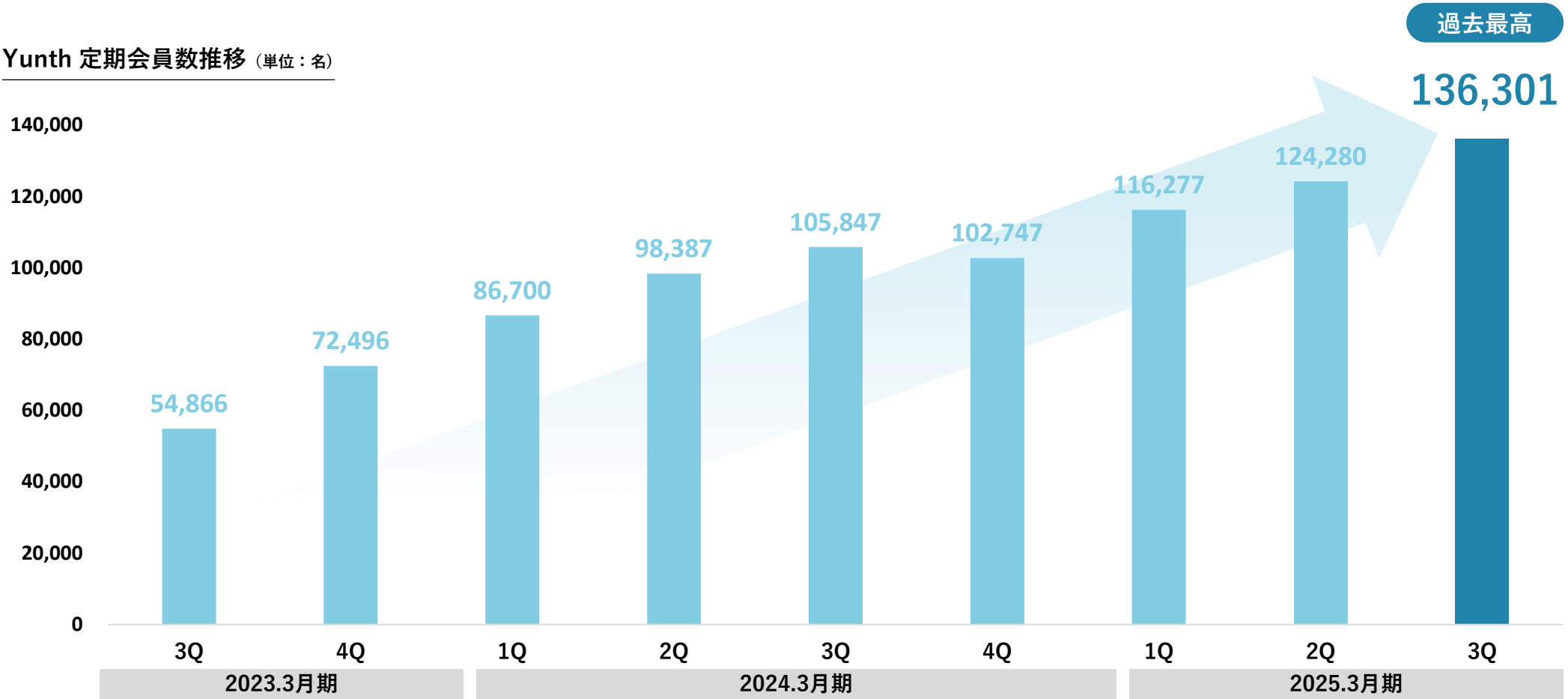
売上に連動する費用の増加により販管費は前年同期比3,848百万円増加したものの、
売上を大きく伸ばした結果、営業利益は前年同期比+32.4%の1,670百万円で着地

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

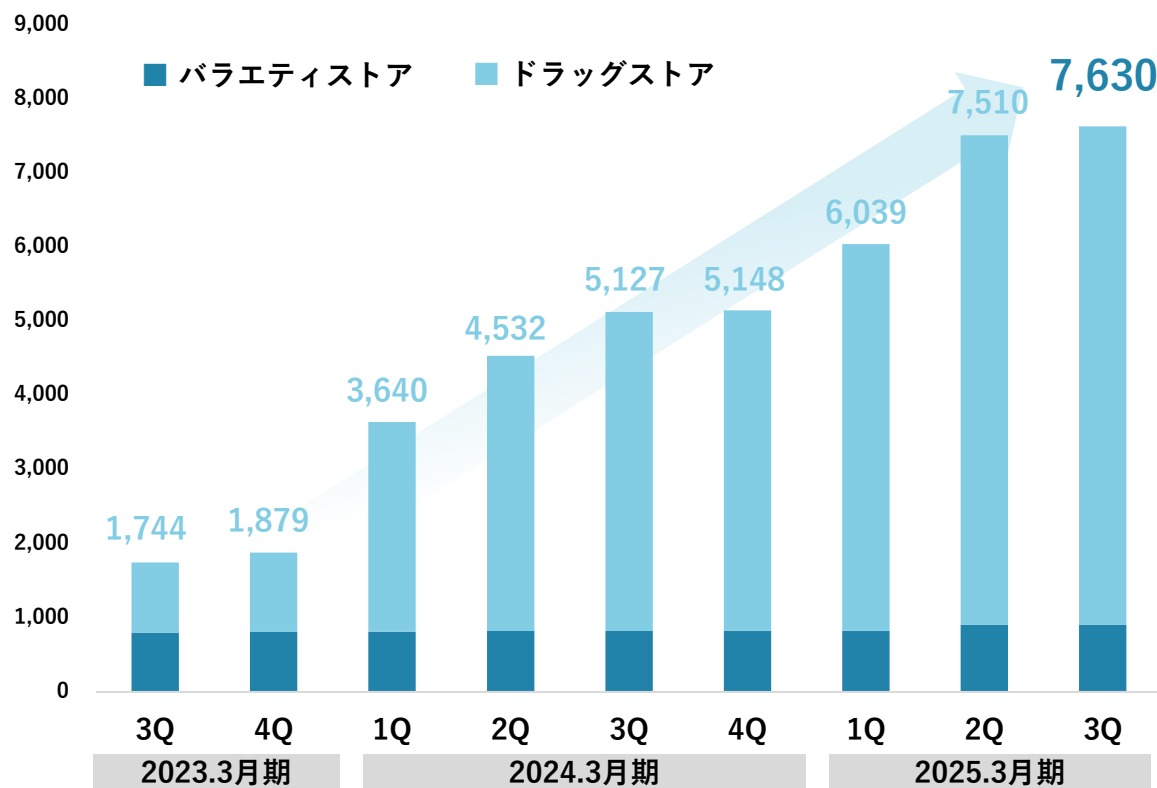
Yunth 定期会員数推移 (単位：名)



※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、配荷率は3割程度
1Q、2Qに引き続き、ドラッグストアでの導入店舗数が伸長

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



2,942店舗^{※1}

(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



18,951店舗^{※2}

(ドラッグストア店舗数上位15位の総数)

配荷率

30.9%

QonQ +2.9pts

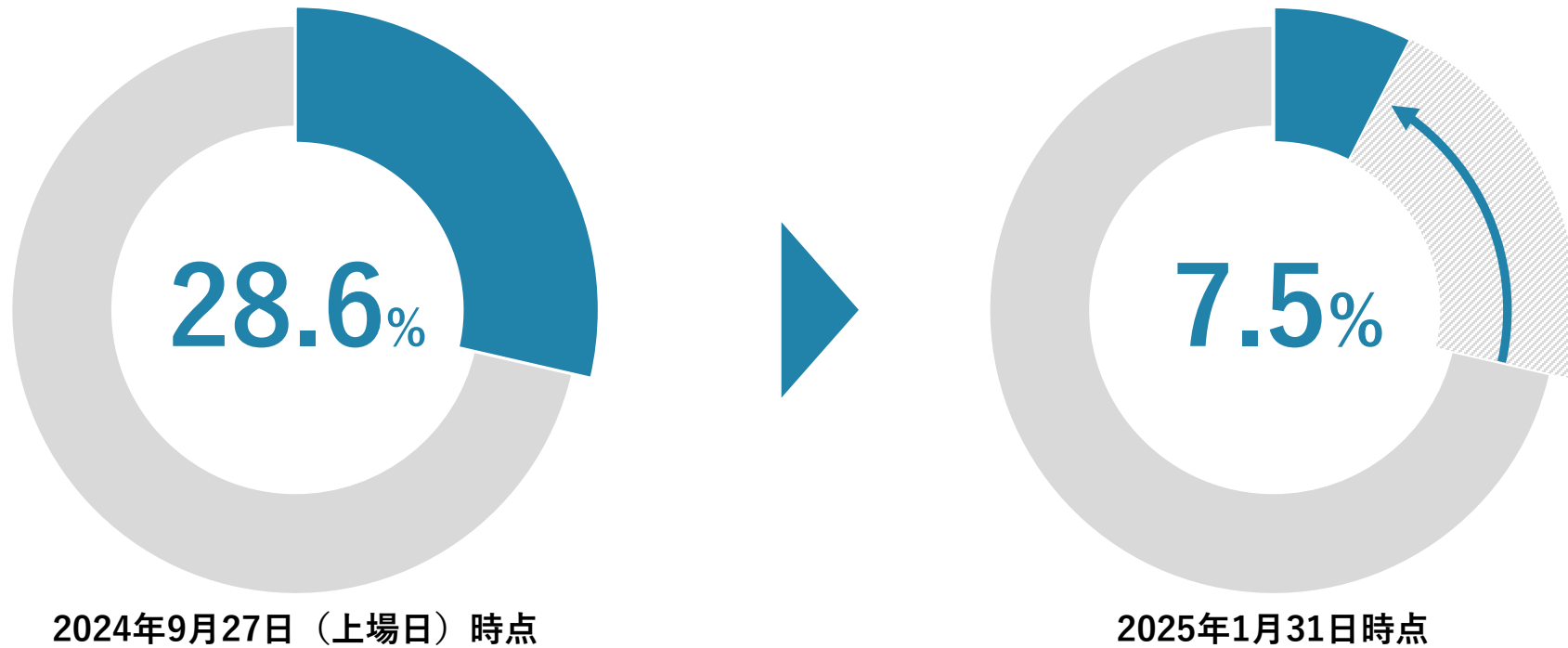
35.5%

QonQ +7.8pts

※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」2024年6月末時点 「ディスカウントストア 店舗数ランキング」2024年9月17日時点
 ※2：株式会社 研成社「ドラッグストア店舗数ランキング」2024年8月末時点

上場時に当社株主だったVC※¹に対して当社株式保有に関するヒアリングを実施した結果、VCの当社株式保有分が28.6%から7.5%に減少し、当社の流通株式比率が向上したことを確認

ベンチャーキャピタル保有割合



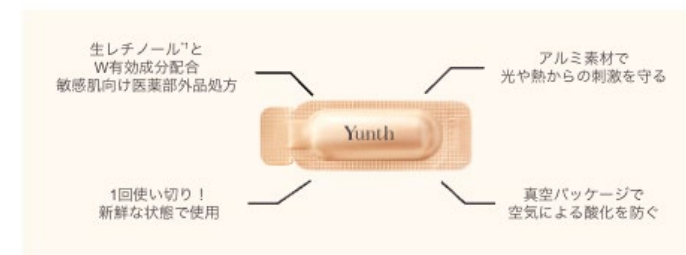
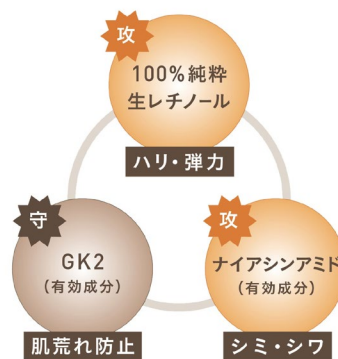
※1：SBIインキュベーション株式会社、NVC9号投資事業有限責任組合、ニッセイ・キャピタル12号投資事業有限責任組合、ニッセイ・キャピタル10号投資事業有限責任組合、朝日メディアグループ1号投資事業有限責任組合、リード・グロース3号投資事業有限責任組合

次世代型生レチノール×Wの有効成分配合「生レチノール美容液」2024年12月2日(月)に発売



当社が展開するスキンケアブランドYunth（ユンス）は、次世代型生レチノール※1×Wの有効成分※2を配合した濃密美容液「生VAダーマ美容液」を、2024年12月2日(月)より、全国のバラエティストア、ショッピングモール、公式サイトにて新発売いたしました。

劣化すると刺激物化しやすい不安定な成分であるレチノールをYunth独自の製剤化技術により100%純粋な形で閉じ込め、商品化を実現しました。



※1: レチノール油液 (ビタミンA 166,667IU/g)、整肌

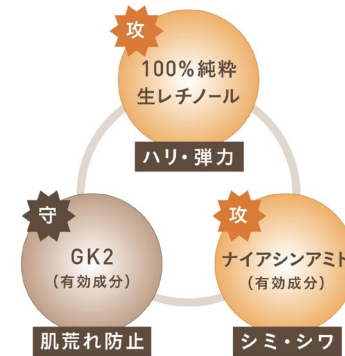
※2: ナイアシンアミド・グリチルリチン酸ジカリウム

Yunth 「生レチノール目元美容液」を2025年3月に新発売



Yunth (ユンス) は、次世代型 生レチノール※1×Wの有効成分※2を配合した目元美容液「生VAリンクルアイセラム」を、2025年3月11日(火)に新発売いたします。

ナイアシンアミドとグリチルリチン酸ジカリウムのW有効成分がしぼんだ目元や口元に浸透※3し、気分が湧き上がるようなハリとキメを与えます。独自技術のエアレス容器を用いることで本体は酸化・劣化しやすい生レチノール※1の安定配合に成功皮膚が薄いところにも優しく包みこみ、弾むようにふっくら仕上げます。



※1：レチノール油液（ビタミンA 166,667IU/g）：整肌
※2：ナイアシンアミド・グリチルリチン酸ジカリウム
※3：角質層まで

Yunth から春に向けた2つの新商品、高保湿乳液と美白ハンドクリームをリリース

生ビタミンC配合高保湿乳液「生VCホワイト乳液」



温度や環境の変化が重なり揺らぎやすい春のお肌に、「ヒト型セラミド※1」と「生ビタミンC※2」を配合した高保湿乳液を公式オンラインサイト、ショッピングモール限定で2月26日(水)から販売いたします。

※1: セラミドAP、セラミドNG、セラミドNP、セラミドEOP(整肌)

※2: アスコルビン酸(整肌)

※3: メラニンの生成を抑え、しみ、そばかすを防ぐ

「美白ハンドセラム」チェリーブロッサムの香り



手肌の乾燥ダメージをケアする保湿機能に加え、有効成分ナイアシンアミドによる美白※3&シワ改善のWの効果を実現した「美白ハンドセラム」から、華やかなチェリーブロッサムの香りが新登場。3月11日(火)から数量限定で販売いたします。

Yunth 生VC美白美容液がディズニー『おしゃれキャット』マリーの特別デザインで登場



累計470万個以上の販売実績(2025年1月末時点)を誇る、Yunthブランドを代表する人気商品「生VC美白※1美容液」が、ディズニー・アニメーション映画『おしゃれキャット』のキャラクター「マリー」のデザインで登場。

愛らしい白猫「マリー」のイラストを施したパッケージ、さらに7種類の異なる表情が描かれた個包装パウチも魅力です。

数量限定で、2025年3月3日(月)からECモールにて先行販売、3月19日(水)よりバラエティストアにて販売いたします。

※1: メラニンの生成を抑え、しみ、そばかすを防ぐ

Whitening Care



生VC美白※1美容液
医薬部外品

1ml × 28包 (28日分)
3,600円 (税込3,960円)



美白※1シートマスク
医薬部外品

6枚 (1枚21ml)
1,800円 (税込1,980円)



生VC美白※1クリーム
医薬部外品

30g
3,600円 (税込3,960円)



生VC美白※1化粧水
医薬部外品

120ml
3,600円 (税込3,960円)



生VCホワイト
クリアフォーム

120g
3,600円 (税込3,960円)



生VCクレンジング
クリーム

120g
2,990円 (税込3,289円)

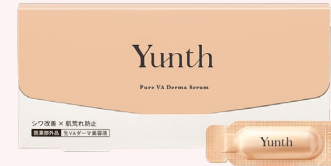


生VCホワイト乳液

75ml
3,600円 (税込3,960円)

2/26 発売

Pre Aging Care



生VAダーマ美容液
医薬部外品

1g × 28包 (28日分)
4,500円 (税込4,950円)

NEW



アイラッシュセラム EX
5ml
3,600円 (税込3,960円)



VAリンクルアイセラム
医薬部外品

10ml
4,500円 (税込4,950円)

3/11 発売

Others



生VCトーンアップUV
クリア/ベージュ

30g
2,700円 (税込2,970円)



3/11 発売

美白※1ハンドセラム
マグノリア/チェリーブロッサム
医薬部外品

35g
1,800円 (税込1,980円)



生VCリップ美容液
医薬部外品

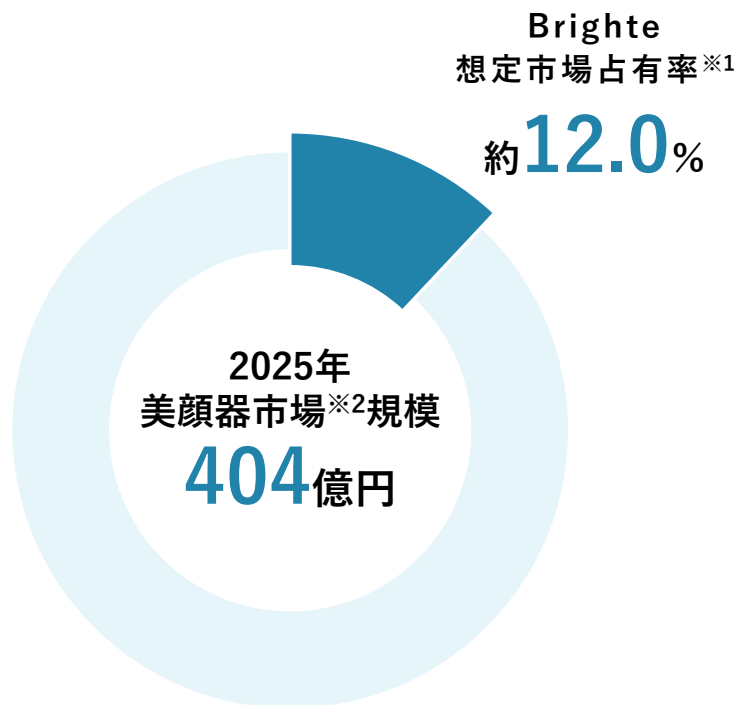
8g
1,500円 (税込1,650円)

NEW

※1: メラニンの生成を抑え、しみ、そばかすを防ぐ

美容家電ブランド「Brighte」は、ローンチから約1年で美顔器市場で一定のポジションを獲得
 今後は2025年3月に予定しているドライヤー市場への参入をさらなる成長ドライバーとして位置付ける

Brighte 想定市場占有率



Brighte 市場規模推移 (単位: 億円)



出典：富士経済グループ「美容&健康家電市場・関連サービストレンドデータ 2023-2024」

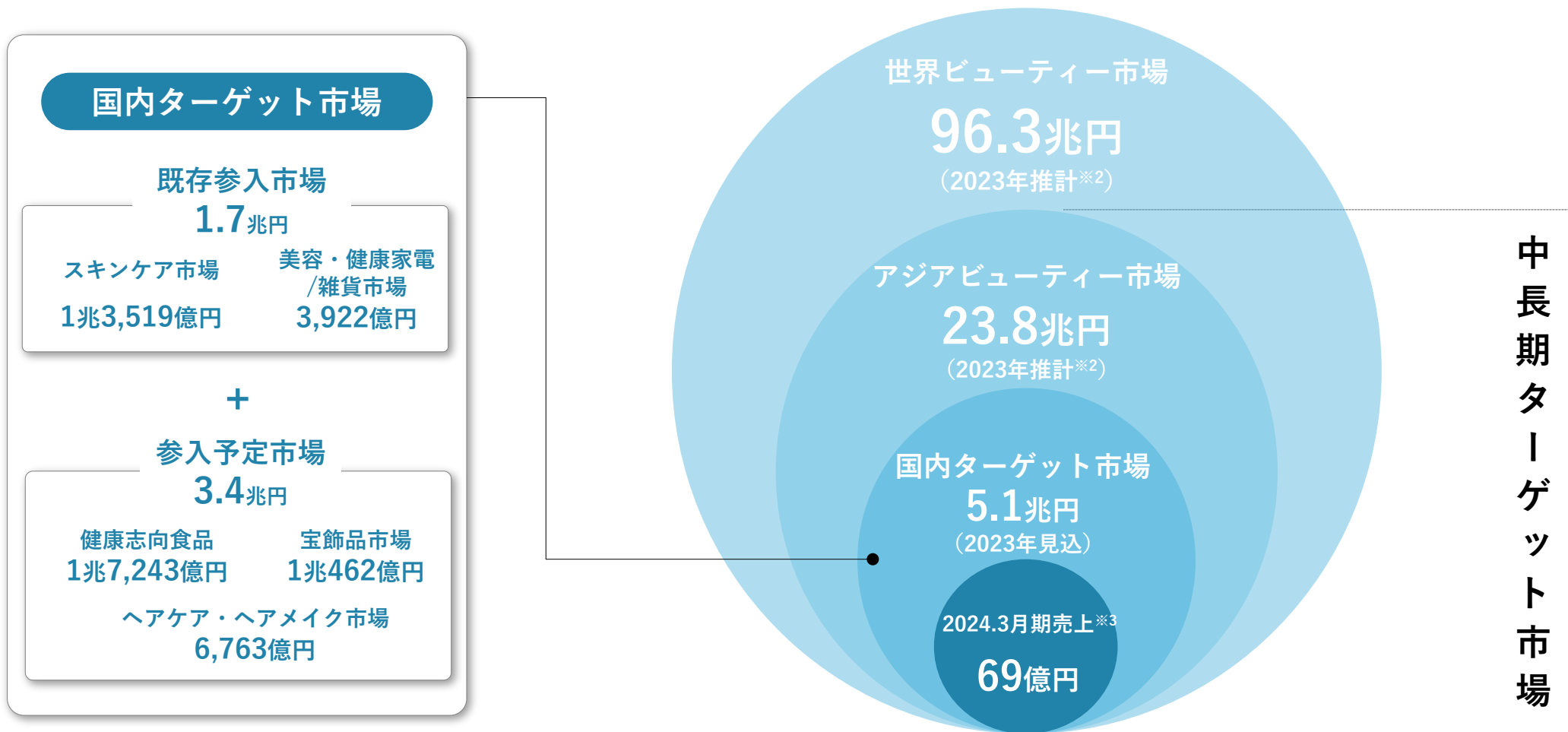
※1：(2025年3月期修正予算売上) × (2025年3月期3Q累計Brighte 売上比率) ÷ (2025年「フェイスクア/ボディケア」カテゴリ市場規模) で算出。

※2：「フェイスクア/ボディケア」カテゴリ

※3：「ヘアケア」カテゴリ

- 2025年3月期 第3四半期決算概要
- **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



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

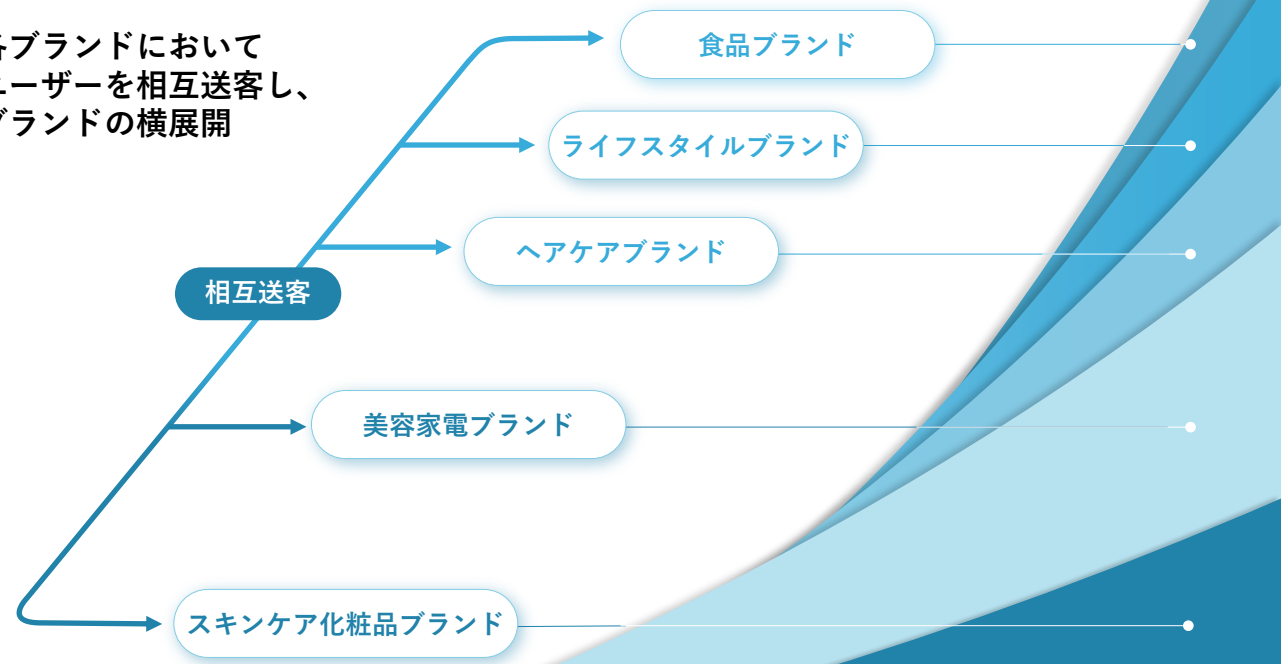
新規ブランドの創出

- ✓ 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」「乳液」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

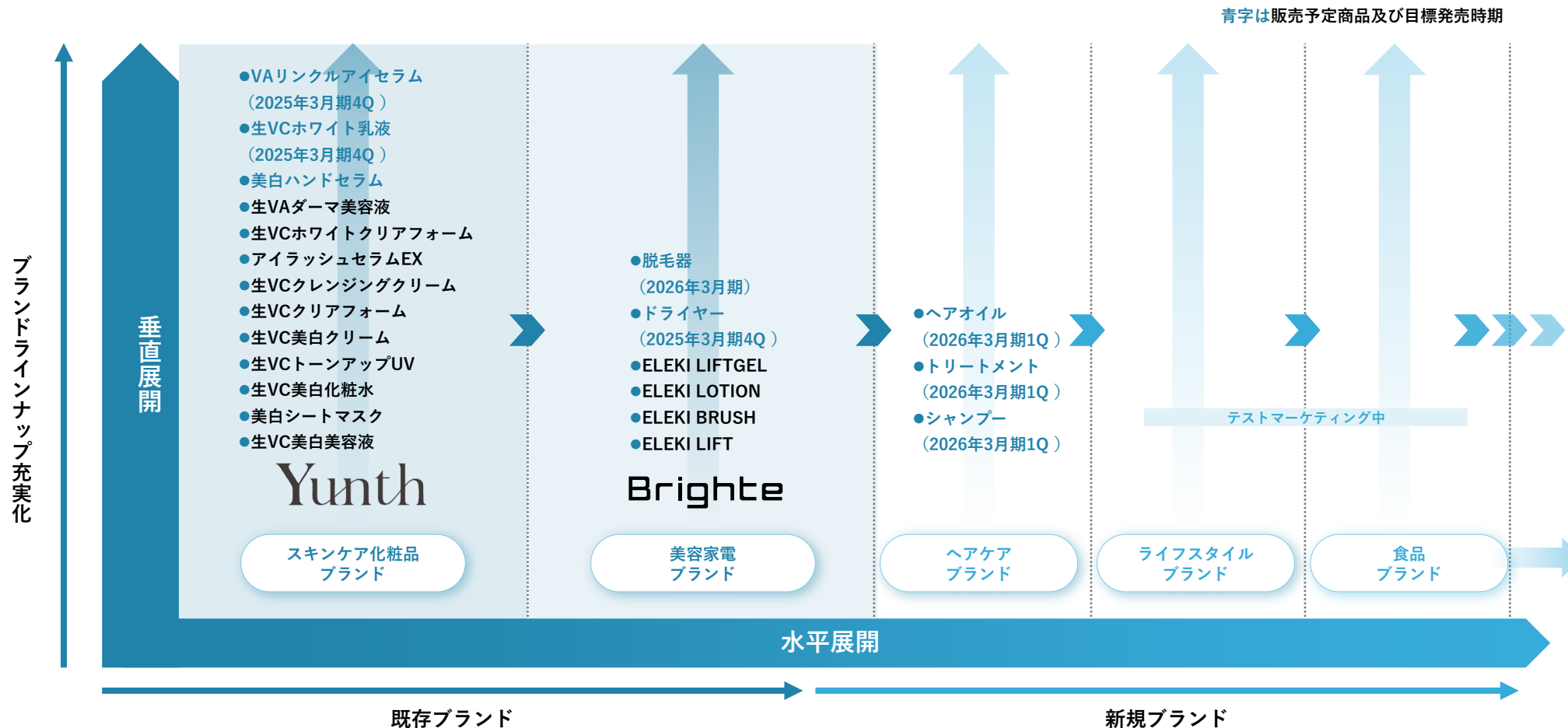
淘宝网
Taobao.com

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3四半期決算概要
- 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	16億2,786万円 (資本準備金含む)
従業員数	27人 (2024年12月末時点)
事業内容	AI活用したD2C※開発・運営



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

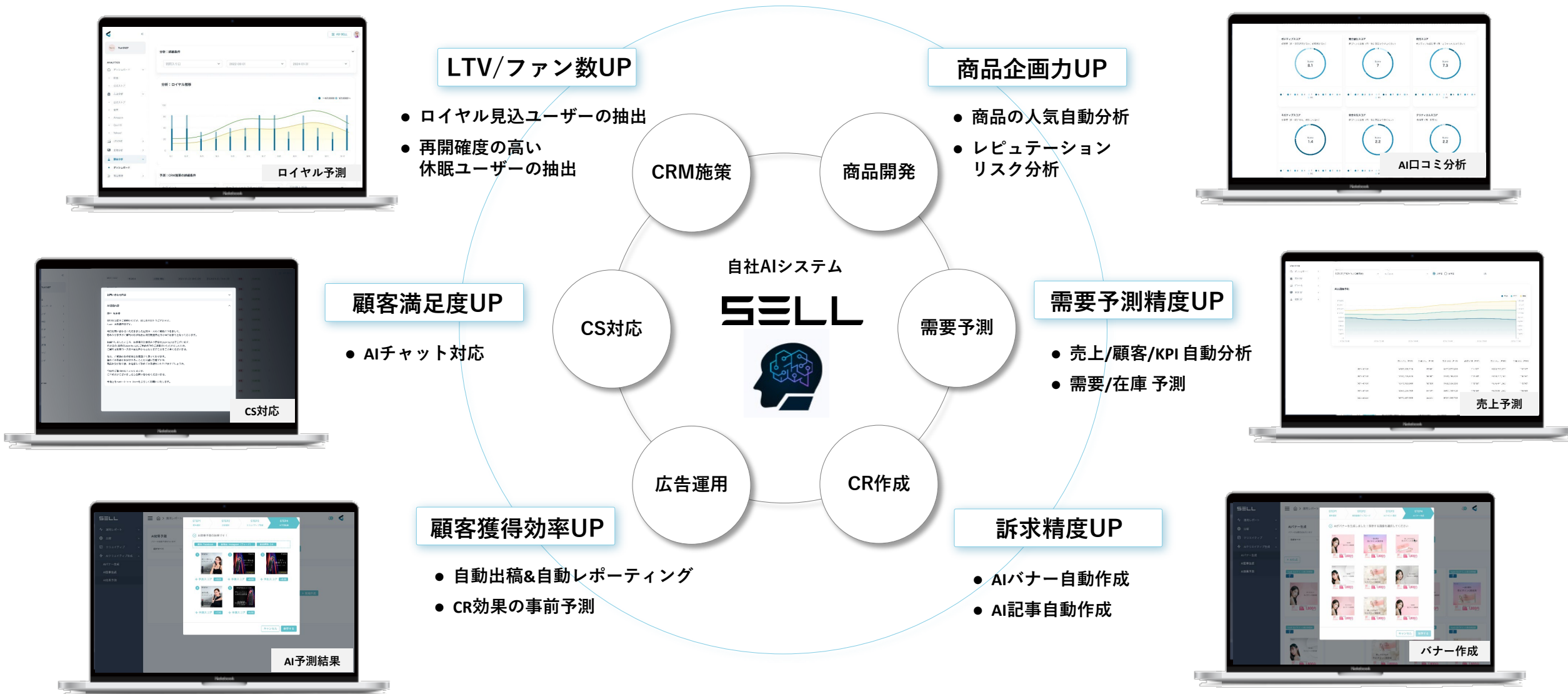
×

商品力



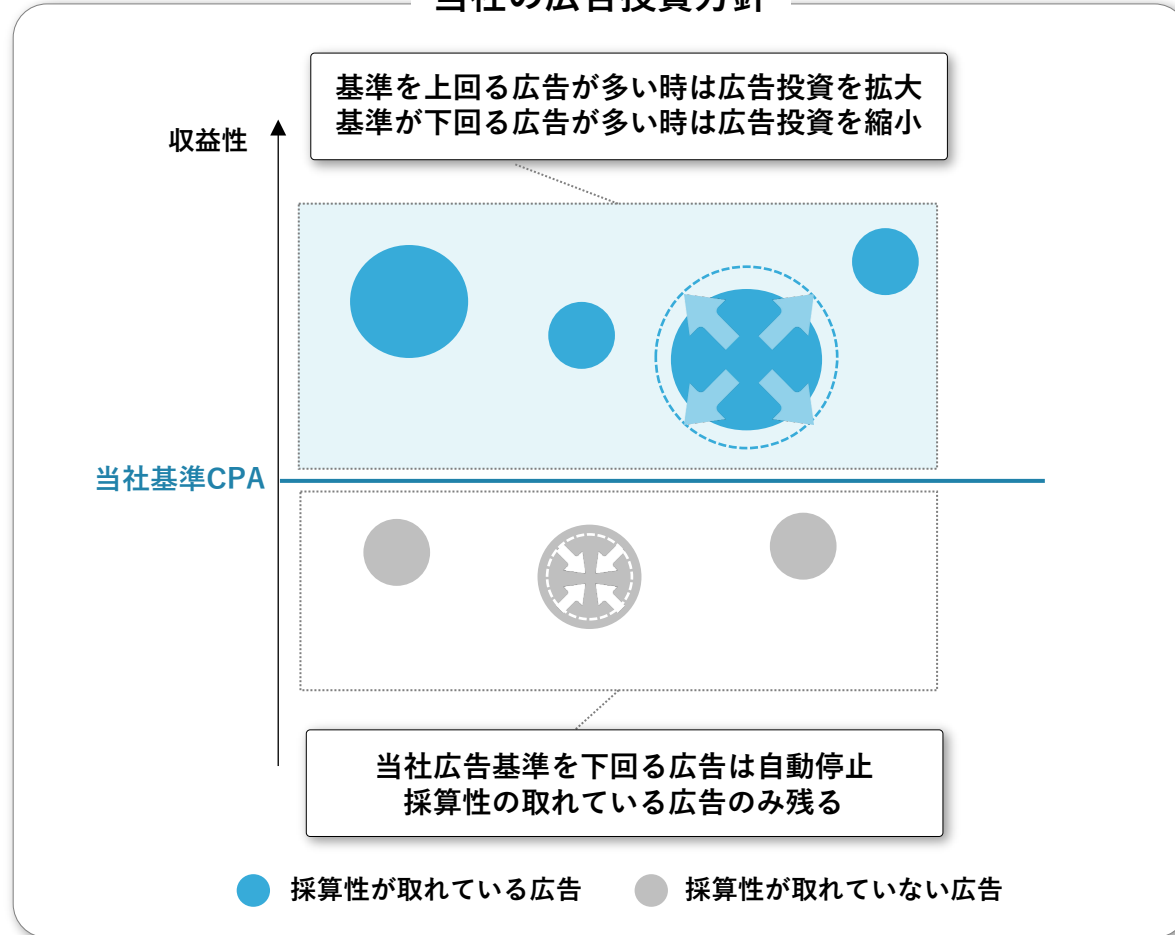
データ×ノウハウの
ハイブリッド型開発

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』

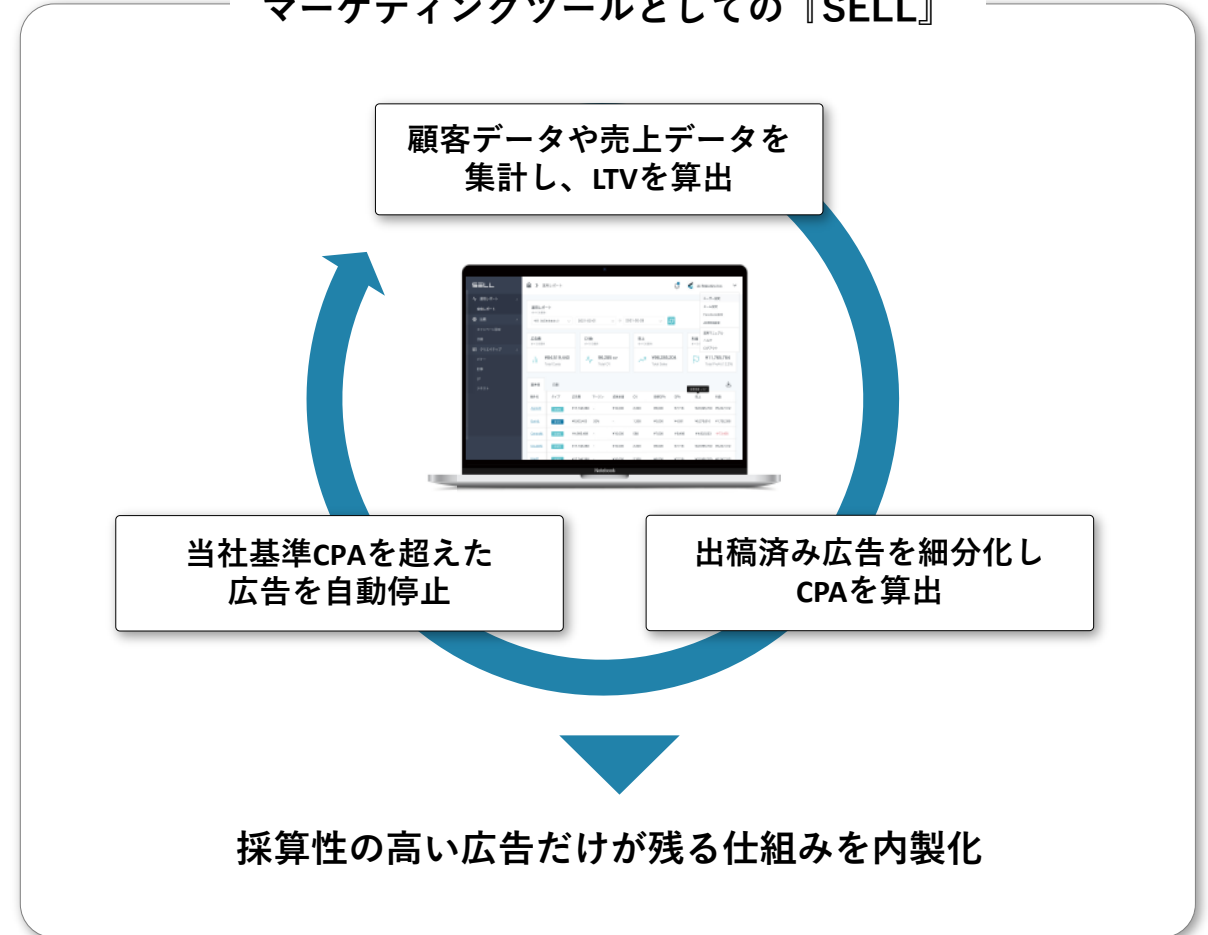


常にPDCAを繰り返し、広告投資をコントロールすることで採算性の高いマーケティングを行う
『SELL』はマーケティングツールとしての側面も持ち、マーケティングの再現性の向上・効率化に貢献

当社の広告投資方針



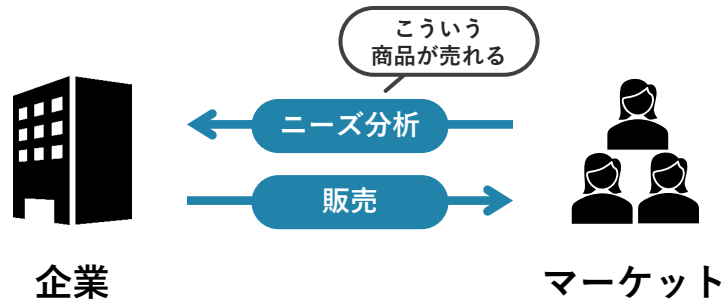
マーケティングツールとしての『SELL』



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

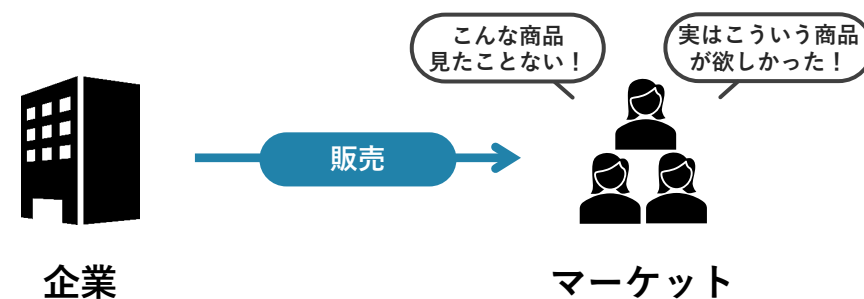
マーケットデータを分析して、
“顕在ニーズ”に対応するアプローチ方法



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

- 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。