

**2021年9月期 第3四半期
決算説明資料**

MTG
We have many dreams



通期実績・業績見通し

- 実績
- 販管費実績
- ReFa・SIXPADブランド実績
- セグメント別実績
- 貸借対照表（連結）
- 2021年9月期 業績見通し

2021年9月期 第3四半期／実績

コロナ禍にかかわらず、新商品が計画を上回り、増収増益。通期売上を上方修正。

MTG連結 単位：億円	2020年9月期 3Q累計	2021年9月期 3Q累計	前年比
売上 (売上構成比)	248.9 (100%)	317.3 (100%)	+27%
差引売上総利益 (売上構成比)	167.9 (67%)	225.7 (71%)	+34%
販管費 (売上構成比)	177.3 (71%)	188.9 (60%)	+7%
営業利益 (売上構成比)	△ 9.4 (--)	36.7 (12%)	—
経常利益 (売上構成比)	△ 6.2 (--)	40.7 (13%)	—
親会社株主に 帰属する 当期純利益 (売上構成比)	2.1 (0.8%)	37.5 (12%)	+1,688%

- ✓ 売上は新商品効果で当初計画を上回る進捗。EC・通販事業を中心に、国内が好調。前年比+27%の増収。
- ✓ 売上総利益は、粗利率の高いEC・通販事業の売上比率が高まった結果及び棚卸資産評価基準の変更に伴う戻り益により+34%増加、粗利率71%。
- ✓ 販管費は、新商品に積極的にマーケティング投資を行う一方、固定費の増加を抑制。売上成長を下回る+7%の増加に抑える。
- ✓ 結果、営業利益36.7億、営業利益率12%、当期純利益37.5億と前回予想を上回る推移。

2021年9月期 第3四半期／販管費実績

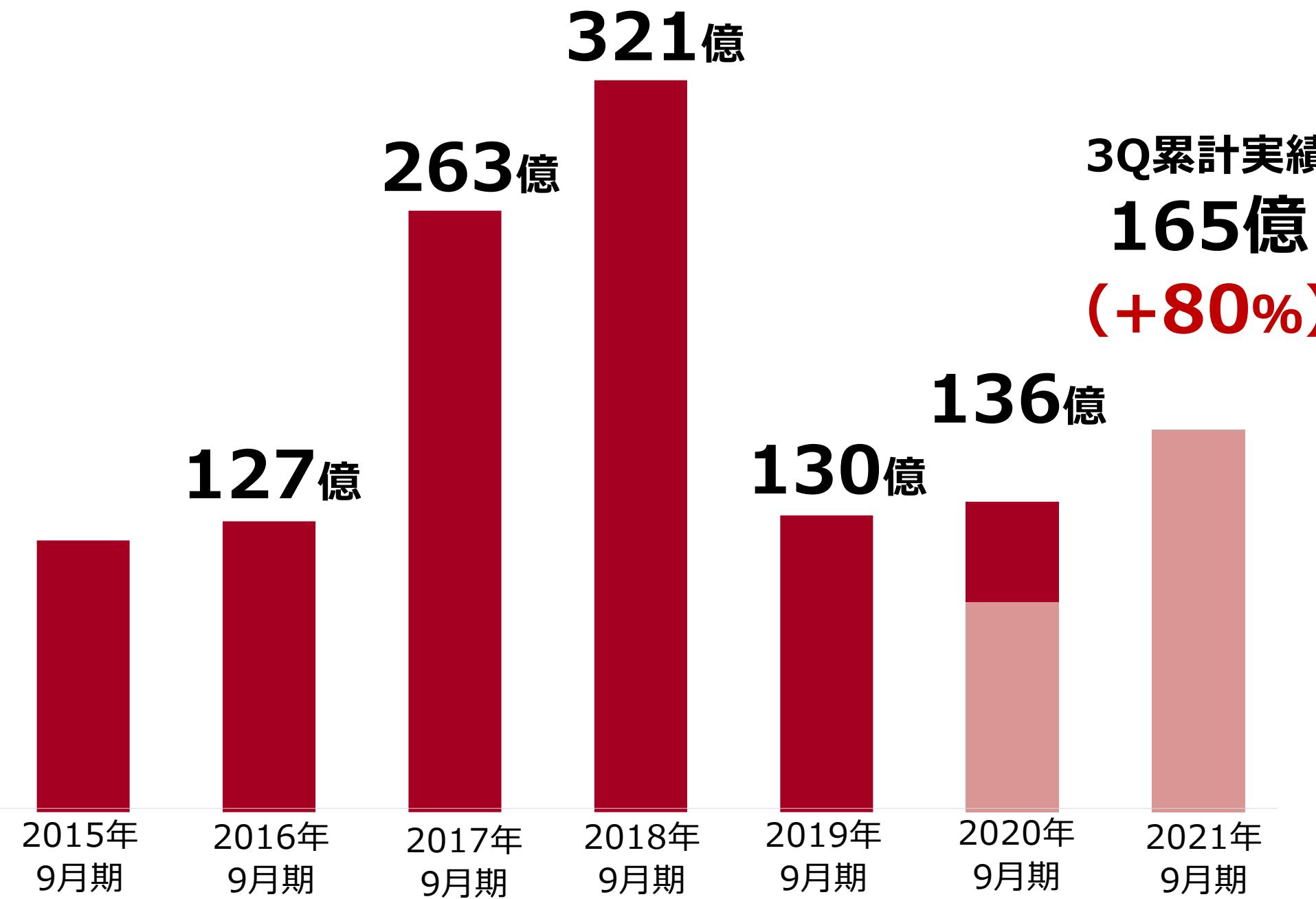
新商品への積極的なマーケティング投資を行う一方、固定費の増加を抑制。

単位：百万円	2020年9月期 3Q累計	2021年9月期 3Q累計	前年差	前年比
販管費 合計	17,731	18,898	+1,166	+7%
マーケティング費	4,181	6,197	+2,015	+48%
広告宣伝費	2,340	4,544	+2,203	+94%
販売促進費	1,841	1,653	△187	△10%
人件費	4,996	4,937	△59	△1%
研究開発費	1,125	766	△358	△32%
荷造運賃	905	969	+63	+7%
その他	6,522	6,027	△494	△8%

2021年9月期 第3四半期／ReFaブランド実績

ReFa

新商品の売上貢献とEC・通販、プロフェッショナル事業の好調により
大幅増収（前年比+80%）



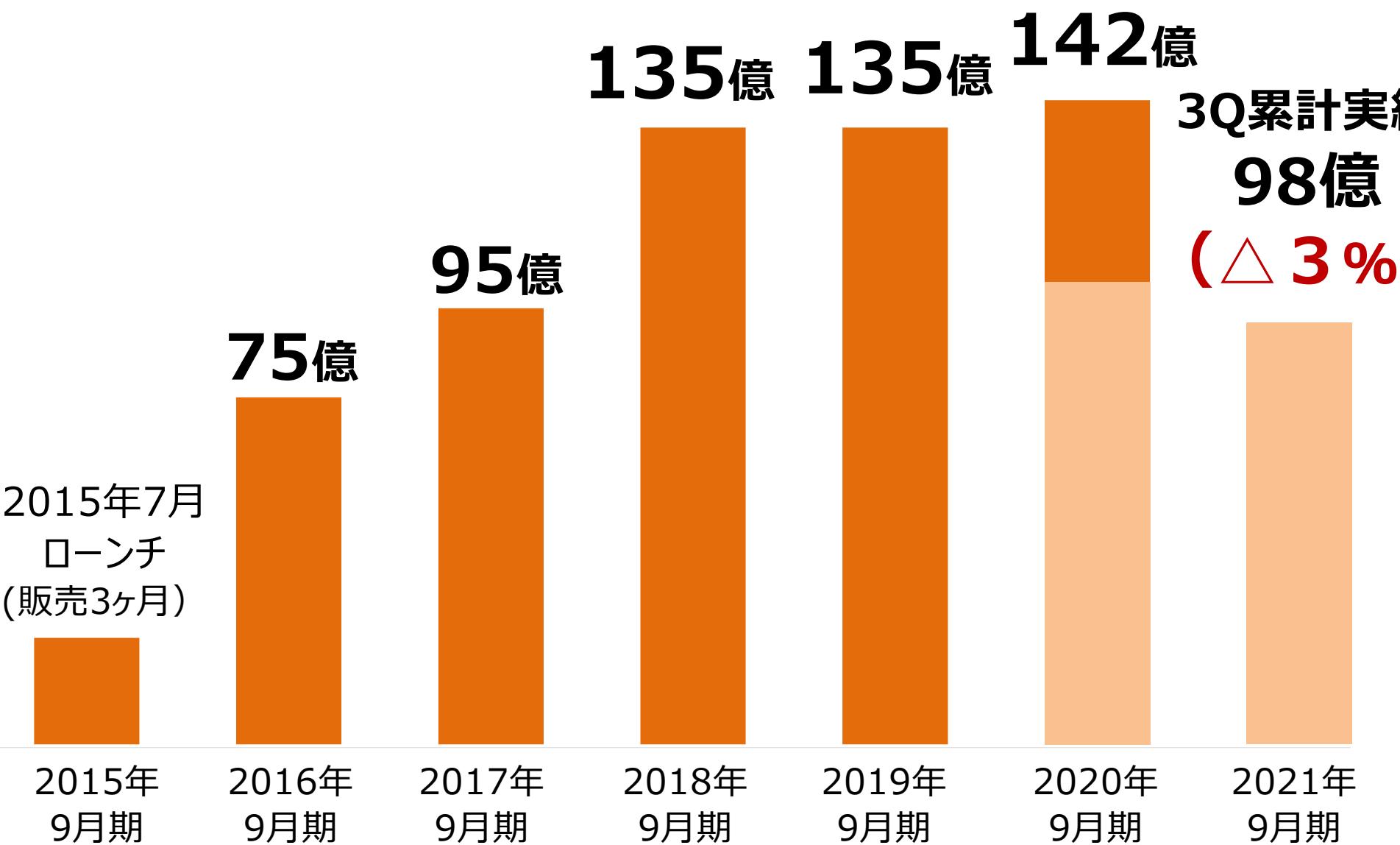
- ✓ 国内事業において新商品のシャワー及びドライヤー・アイロンが好調に推移。
- ✓ EC・通販及びプロフェッショナル事業を中心美容ローラーの国内売上が堅調に推移。
- ✓ 国内リテール事業では、新商品のシャワー、ドライヤー・アイロンをはじめ販売が増加し、売上が回復。

2021年9月期 第3四半期／SIXPADブランド実績



3Qにローンチした新商品が計画を上回り、3Q売上は前年比+13%に反転。

3Q累計も△3%とほぼ前年並みに改善。



- ✓ 2021年6月発売のジェルシート不要の新商品 Powersuit Liteが計画を上回る進捗。
- ✓ Footシリーズも3月ローンチの新商品を中心に引き続き堅調に推移。
- ✓ オンラインフィットネス事業のHOME GYMは、ショッピングセンター・スポーツジムでの対面販売が好調。

2021年9月期 第3四半期／セグメント別実績

MTG連結 単位：億円		2020年9月期 3Q 累計	2021年9月期		
			3Q累計	前年比	主な増減要因
ダイレクト マーケティング	売上高	104.2	140.1	34%	自宅美容習慣の継続によりReFaローラーや新商品シャワー、ドライヤー・アイロンの販売が好調。SIXPADも新商品Powersuit Liteの販売が好調、Foot Fitシリーズも堅調に推移。EC・通販事業は過去最高売上を維持。
	セグメント利益	29.3	47.2	61%	
プロフェッショナル	売上高	52.6	67.9	29%	自宅における美容ニーズは引き続き高く、美容室・エステサロンにおいてReFaローラー、そして新商品シャワー、ドライヤー・アイロンを中心に店舗販売が好調に推移。
	セグメント利益	6.4	15.4	138%	
リテールストア	売上高	54.4	66.2	22%	コロナ禍で集客減にもかかわらず、ReFaの新商品効果により増収。不採算店舗の撤退で固定費削減し黒字化。
	セグメント利益	△4.3	9.6	—	
グローバル	売上高	25.9	25.1	△3%	構造改革に伴う経費抑制によりセグメント利益改善。
	セグメント利益	△6.8	△5.7	—	
スポーツジム (ホームジム)	売上高	1.4	5.8	302%	SIXPAD HOME GYM立ち上げに伴う先行投資を実施。
	セグメント利益	△2.7	△6.5	—	
スマートリング	売上高	0.2	0.1	△26%	引き続き立ち上げ期による先行投資の実施。
	セグメント利益	△5.1	△3.9	—	
その他	売上高	5.0	11.8	136%	主な事業であるBlazeによるEV事業が堅調に推移。
	セグメント利益	△0.1	2.2	—	

貸借対照表（連結）

単位：百万円	2020年9月末	2021年6月末	増減	主な増減要因
現金・預金	13,470	15,402	1,932	
受取手形・売掛金	3,908	4,088	180	利益影響による現預金の増加及び棚卸評価の反映
棚卸資産	8,896	10,040	1,144	による棚卸資産の増加。
その他	3,017	1,951	△1,066	
流動資産合計	29,292	31,483	2,191	
有形固定資産	9,841	9,804	△37	
無形固定資産	225	318	93	新規事業及び社内システムへソフトウェア投資の実施。
投資その他の資産	2,263	2,703	440	MTG Venture投資ポートフォリオの拡大等。
固定資産合計	12,329	12,827	498	
資産合計	41,622	44,311	2,689	
買掛金・未払金・支払手形	3,837	2,945	△892	マーケティング費等の買掛金・未払金の支払いによる
その他	3,724	3,489	△235	流動負債の減少
流動負債合計	7,564	6,437	△1,127	
固定負債	589	698	109	
負債合計	8,153	7,136	△1,017	
資本金	16,610	16,614	4	
資本剰余金	23,193	15,417	△7,776	資本剰余金を利益剰余金へ2月振替えを実施。
利益剰余金	△6,551	5,021	11,572	自己資本比率 84%。
その他	216	120	△96	
純資産合計	33,469	37,174	3,705	
負債純資産合計	41,622	44,311	2,689	

2021年9月期 業績見通し

売上は、新商品好調により420億 (+20億) へ上方修正。利益は、来期成長基盤の構築に向け4Qに新商品・新事業に積極的に先行投資するため、前回予想を維持。

単位：億円	2020年9月期 通期実績	3Q累計実績	2021年9月期	8/10修正通期予想	前年比
売上高 (売上構成比)	348 (100%)	317 (100%)	420 (100%)		+21%
営業利益 (売上構成比)	12 (3%)	36 (12%)	30 (8%)		+146%
経常利益 (売上構成比)	16 (5%)	40 (13%)	33 (8%)		+97%
親会社株主に 帰属する 当期純利益 (売上構成比)	15 (4%)	37 (12%)	29 (7%)		+90%



2021年9月期 下期経営方針

1. ReFa・SIXPAD 2大ブランドの成長促進
2. ストック型収益基盤の構築
3. 新たなビジネス基盤の構築

1-1. ReFaブランドの成長促進／商品カテゴリー戦略

ReFa

ドライヤー・アイロン、シャワー、美顔器へカテゴリーを拡張。

HAIR



シャワー



美顔器・Tech



ローラー/カッサ



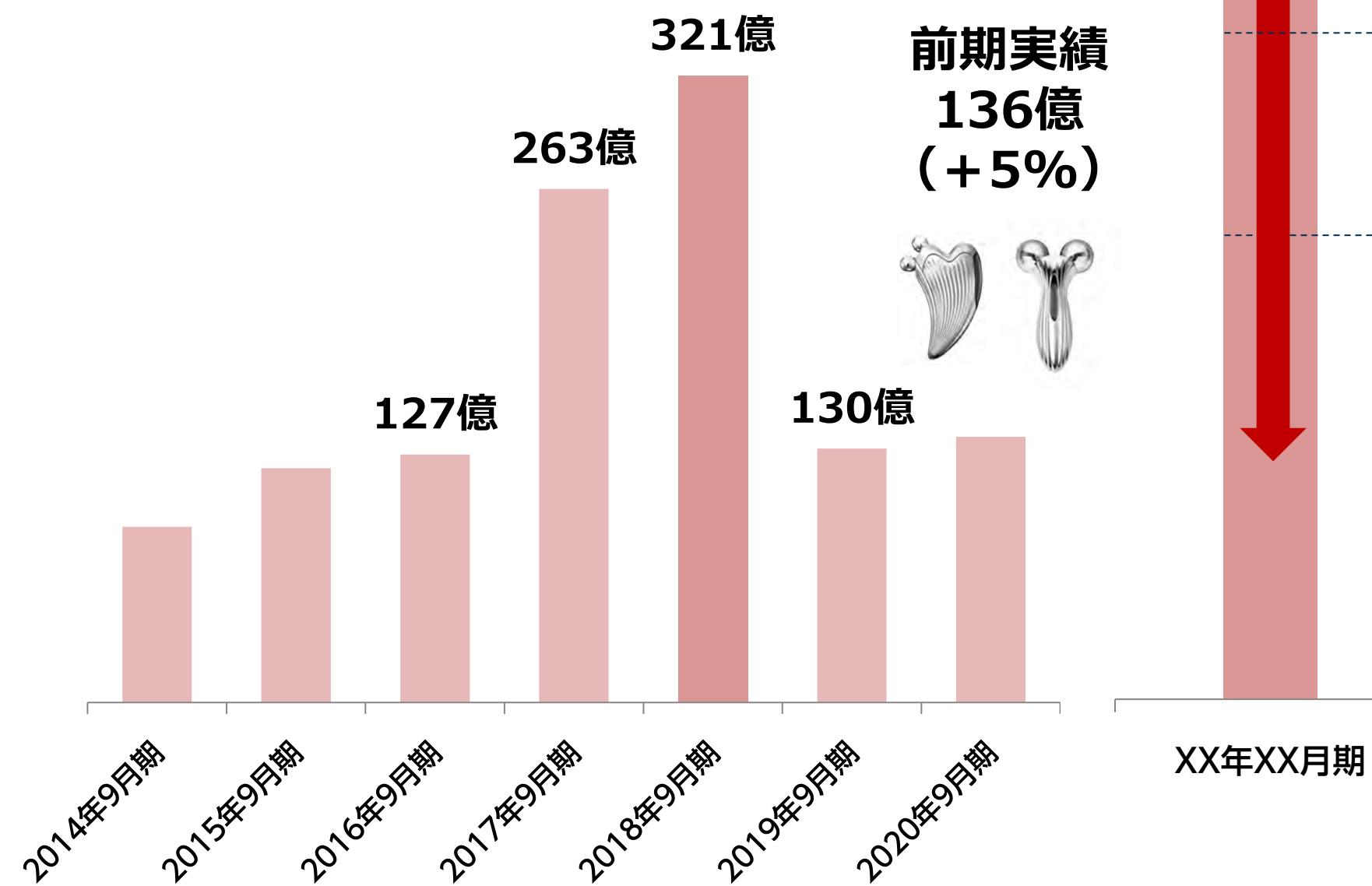
コスメ
ドリンク
その他



1-1. ReFaブランド売上推移と成長戦略

ReFa

新たな柱（ドライヤー・アイロン、シャワー、美顔器）を育成し、安定した売上ポートフォリオを構築。



1-2. SIXPADブランドの成長促進／商品カテゴリー戦略



「ヘルスケア・メディカル」と「フィットネス・スポーツ」の2軸を強化。

Healthcare/Medical

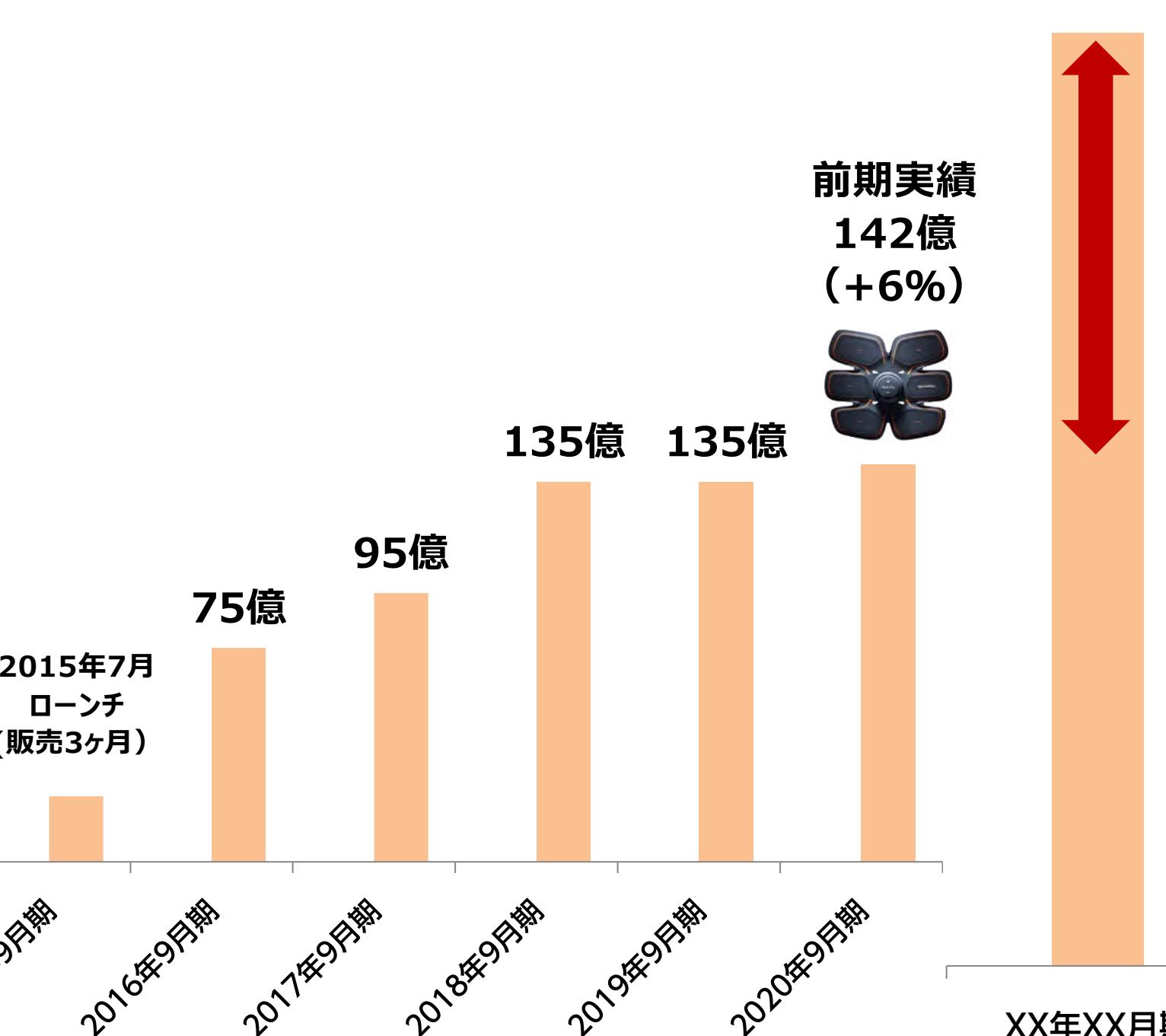


Fitness/Sports



1-2. SIXPADブランド売上推移と成長戦略

- ヘルスケア・メディカルと、フィットネス・スポーツのカテゴリーで、VITAL LIFE/VITAL FITNESSの実現。
- Foot Fitシリーズによるシニア向けメディカル事業の強化。



1-2. 主なトピックス

Healthcare/Medical

Foot Fitシリーズ50万台突破



- ✓ SIXPAD Foot Fit シリーズが、2年4か月で累計出荷台数50万台^{※1}突破。
- ✓ 日本ホームヘルス機器協会の定める、人の健康・美容の増進、QOL（生活の質）の向上を目的とする機械器具として「健康増進機器」に認定。

Foot Fitシリーズ拡充



Foot Fit Lite
税込38,800円



Foot Fit 2
税込42,000円

薄型・軽量・コンパクト
の通販限定

機能充実

- ✓ お客様の声を反映し、使いやすさを追求した薄型・軽量・コンパクトタイプの通販限定モデル「SIXPAD Foot Fit Lite（シックスパッド フットフィットライト）」2021年3月に発売開始。
- ✓ 機能を充実させ、操作性も向上したニューモデル「SIXPAD Foot Fit 2（シックスパッド フットフィット2）」、「SIXPAD Foot Fit Plus 2（シックスパッド フットフィットプラス2）」それぞれ2021年4月、2021年6月に発売開始。

1-2. 主なトピックス

Fitness/Sports



布製電極「エレダイン」ジェルシートが不要なEMSスーツ



自宅でのハイブリットトレーニングを可能にする
SIXPAD HOME GYM



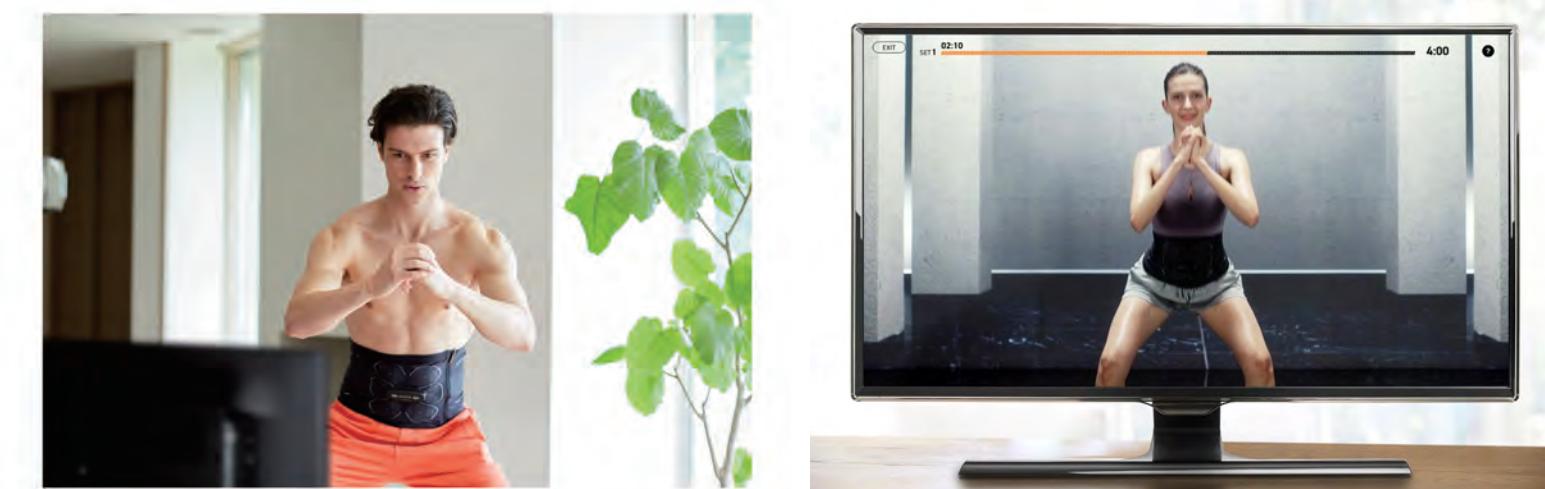
月額※1

- ①Powersuit+月額プラン／
6,080円（税込）～
- ②Powersuit&The BIKE+月額プラン／
8,280円（税込）～
- ③Powersuit&The BIKE EX+月額プラン／
14,380円（税込）～

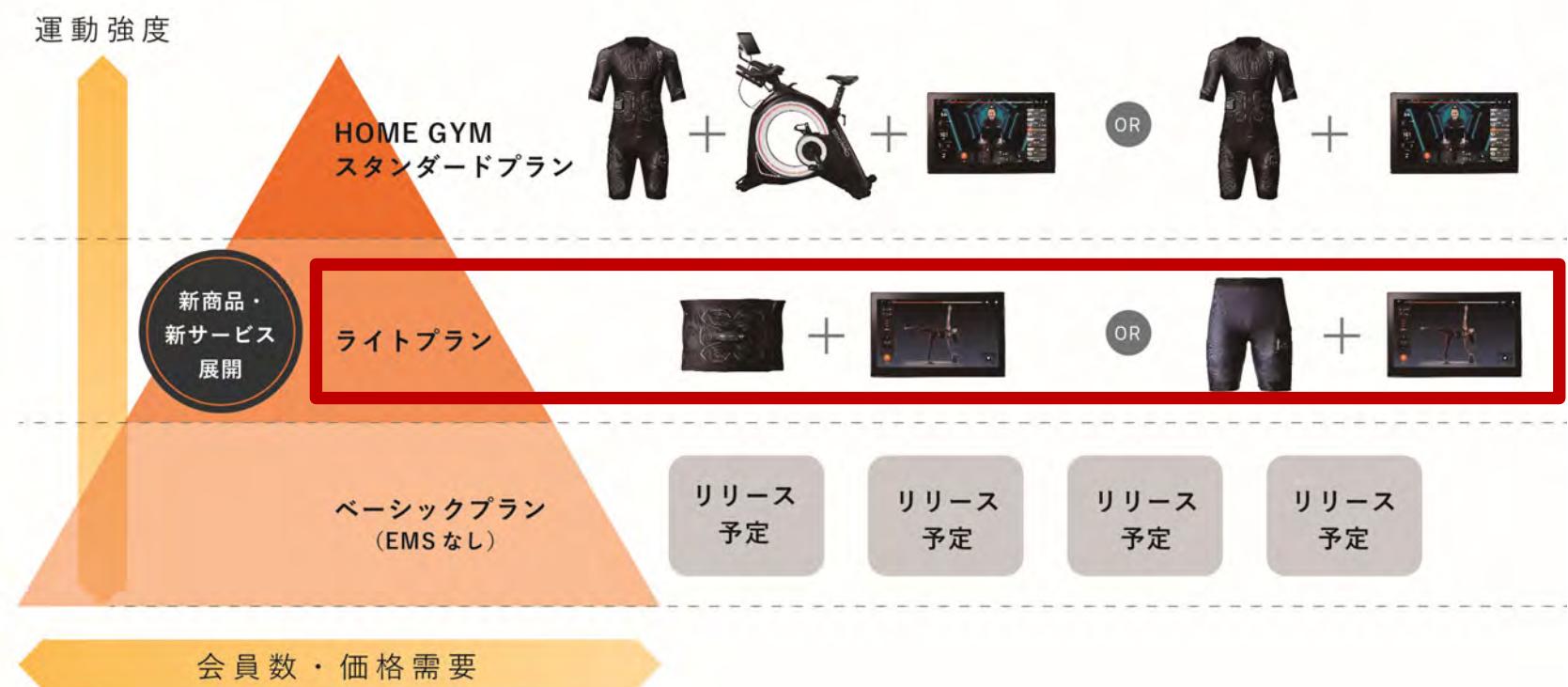


月々定額の新アプリ

「HOME GYMライトプラン」を皮切りに
様々なニーズに応える新サービス展開



最新のトレーニング動画を定期的に配信 月額980円（税込）※2～



※1各コース、初月の支払いのみ金額が変動します。①¥10,880 ②¥13,080 ③¥16,180。5年定額（60回払い）の金額です。
※2アプリの月額使用料金で、商品購入金額は含まれておりません。

1-2. 主なトピックス

「VITAL100」最高齢トレーナーにタキミカさん就任。



- ✓ 日本最高齢フィットネス・インストラクター “タキミカさん（90歳）” とパートナーシップを締結、
100歳まで健康で美しく、安心して前向きに暮らせる国を目指す「VITAL100」モデルを世界へ発信。
- ✓ 「SIXPAD HOME GYM」のインストラクターに就任し、健康寿命の延伸に向けたトレーニングを強化。
- ✓ デビュー作として、自重トレーニングとバイクトレーニングの2種類のトレーニングコンテンツを配信。

2-1. ストック型収益基盤の構築／MTG LIFEPLAN



ストックビジネス（B2C）

お客様のVITAL LIFEに寄り添う、新しい購入プラン「MTG LIFEPLAN（ライフプラン）」。



MTG LIFEPLANの3つの特徴

- 日々定額
- 下取りサービス
- きちんと保証

お客様と長期の関係を構築し、安定した収益の実現へ

- ・誰もが最新MTG商品をすぐに使い始められるよう月々500円からというお求めやすい定額購入価格を設定。
- ・これまでご愛用頂いたMTGブランドの商品から最新商品へのお買い替えと、また下取りした商品のリサイクルを行うことにより、環境にやさしいお買い替えを同時にサポート。

第1弾 対象商品

- ジエルシートが不要なEMSスーツ
・SIXPAD Powersuit Lite

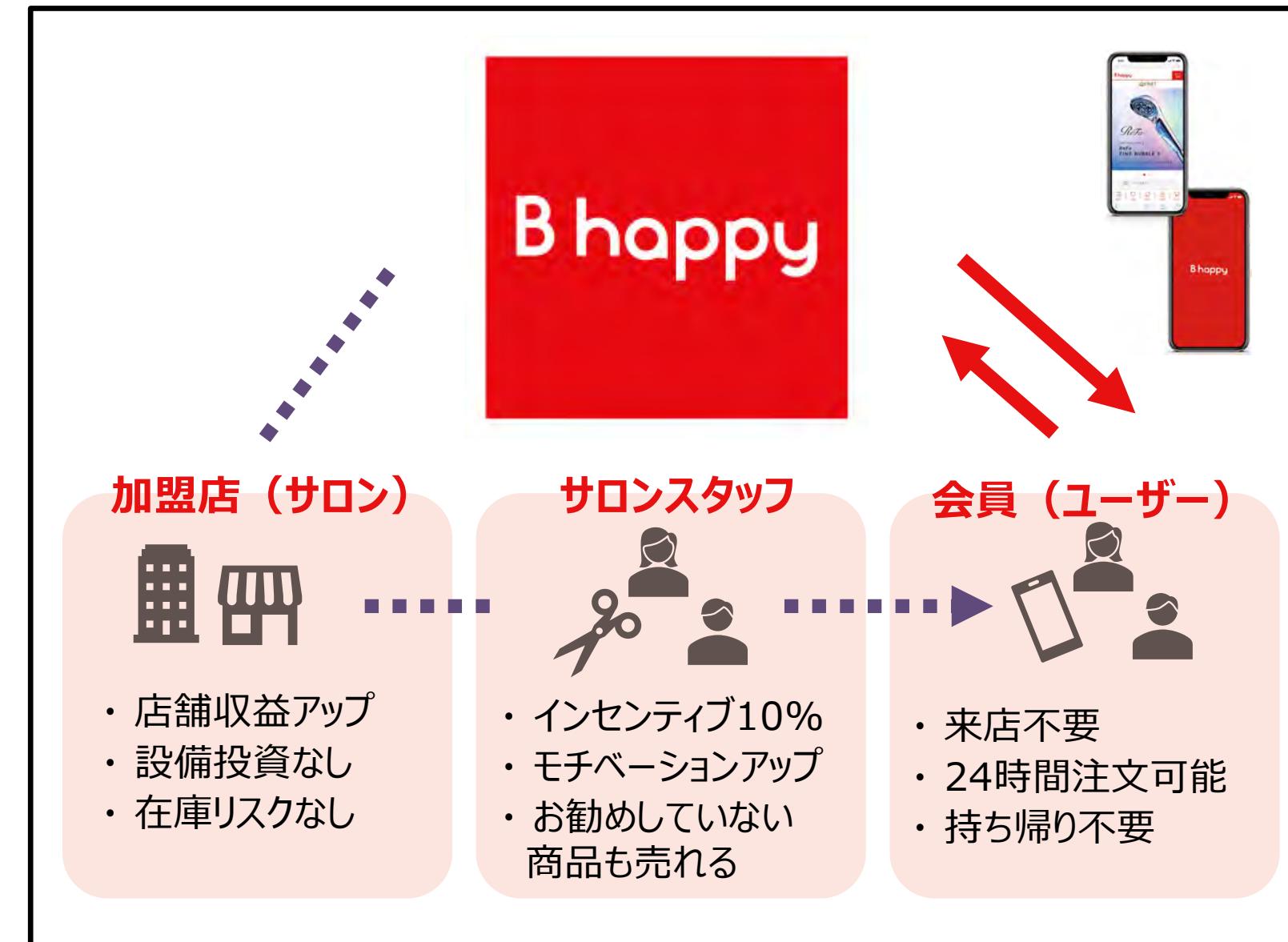


2-2. ストック型収益基盤の構築／B happy（ビ・ハッピー）

B happy

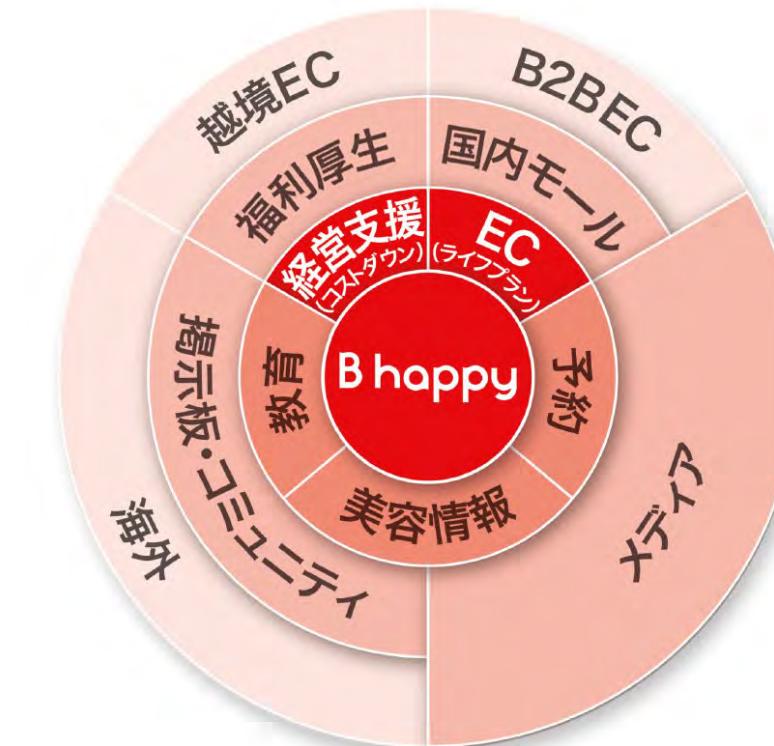
ストックビジネス（B2B）

「サロンと共にすべての人をHAPPYに」をモットーに
サロンプラットフォームを立ち上げ。



加盟店との関係を深化し
安定した収益の実現へ

- ・サロン体験を起点とした
O2Oサロンプラットフォームサービス開始。
- ・お客様には利便性、サロンには新たな収益源
(OEM商品、Web販売の場)を提供。
- ・将来的にはEC、経営支援にとどまらず
サロン体験を基調とした
「三方よし」実現に向け、機能拡張を検討。



3-1. 新たなビジネス基盤の構築／NEWPEACE



スリープテック

睡眠の幅広いニーズに応えるため、お求めやすい価格帯の「モーションマットレスライト」と医療機器認証で、不眠症の緩和を促す「メディカルシート」新発売。

AI Motion Mattress
(エーアイモーションマットレス)



「動きで眠る」AIモーションマットレス
NEWPEACE

Motion Mattress Light
(モーションマットレスライト)



NEW PEACE
Light
<ニューピース ライト>

Medical Sheet
(メディカルシート)



NEW PEACE
Medical Sheet

- ✓ 「動き×温度×AI」
AIテクノロジーとヒートナビゲーターで
動きと温度をコントロール

月額※1

【シングル】 4,900円（税込）
【セミダブル】 5,800円（税込）

- ✓ 独自のストレッチの動きで身体をほぐし
リラックスさせるモーション機能
- ✓ 手軽で使いやすい

月額※2

【シングル】 900円（税込）
【セミダブル】 1,200円（税込）

- ✓ 医療機器認証取得
世界初「電位×体温変化サポート」の
スリープテックで不眠症の緩和

月額※3

900円（税込）

※1【シングル】所要資金：297,000円（税込）／初回支払月額：7,900円／2回目以降支払い月額（×59回）：4,900円／支払期間：5年／支払回数：60回／分割払手数料：0円【セミダブル】所要資金：352,000円（税込）／初回支払月額：9,800円／2回目以降支払い月額（×59回）：5,800円／支払期間：5年／支払回数：60回／分割払手数料：0円 ※2【シングル】所要資金：54,000円（税込）／支払い月額：初月900円／次月以降：900円／支払期間：5年／支払回数：60回／実質年率：0%（当社負担）／分割払手数料：0円【セミダブル】所要資金：72,000円（税込）／支払い月額：初月1,200円／次月以降：1,200円／支払期間：5年／支払回数：60回／実質年率：0%（当社負担）／分割払手数料：0円、※3 所要資金：54,000円（税込）／初回支払月額：900円／2回目以降支払い月額（×59回）：900円／支払期間：5年／支払回数：60回／分割払手数料：0円（弊社負担）

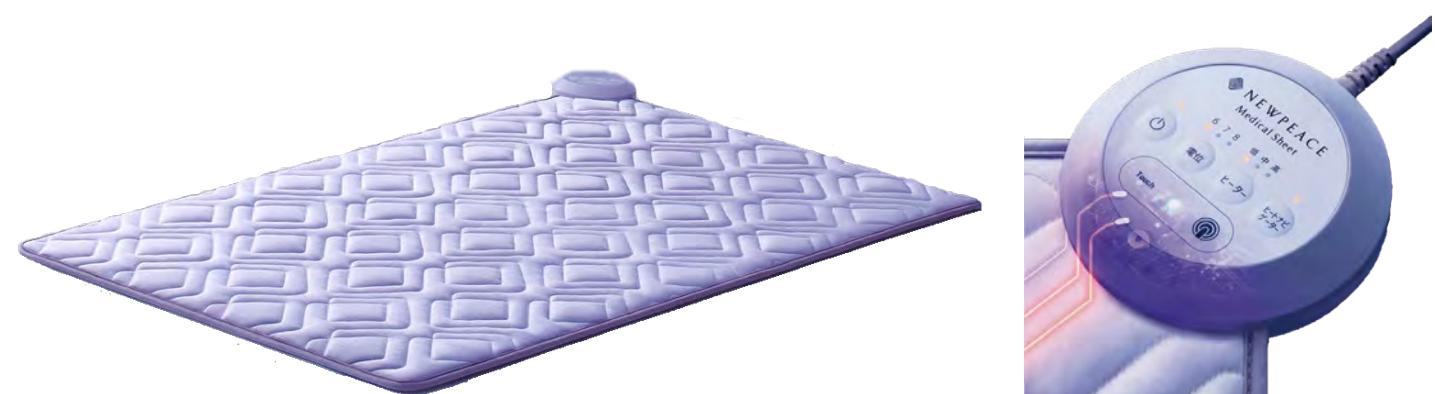
3-1. 新たなビジネス基盤の構築／NEWPEACEメディカル



スリープテック

医療機器認証の取得

医療機器認証番号：302AGBZX00090000



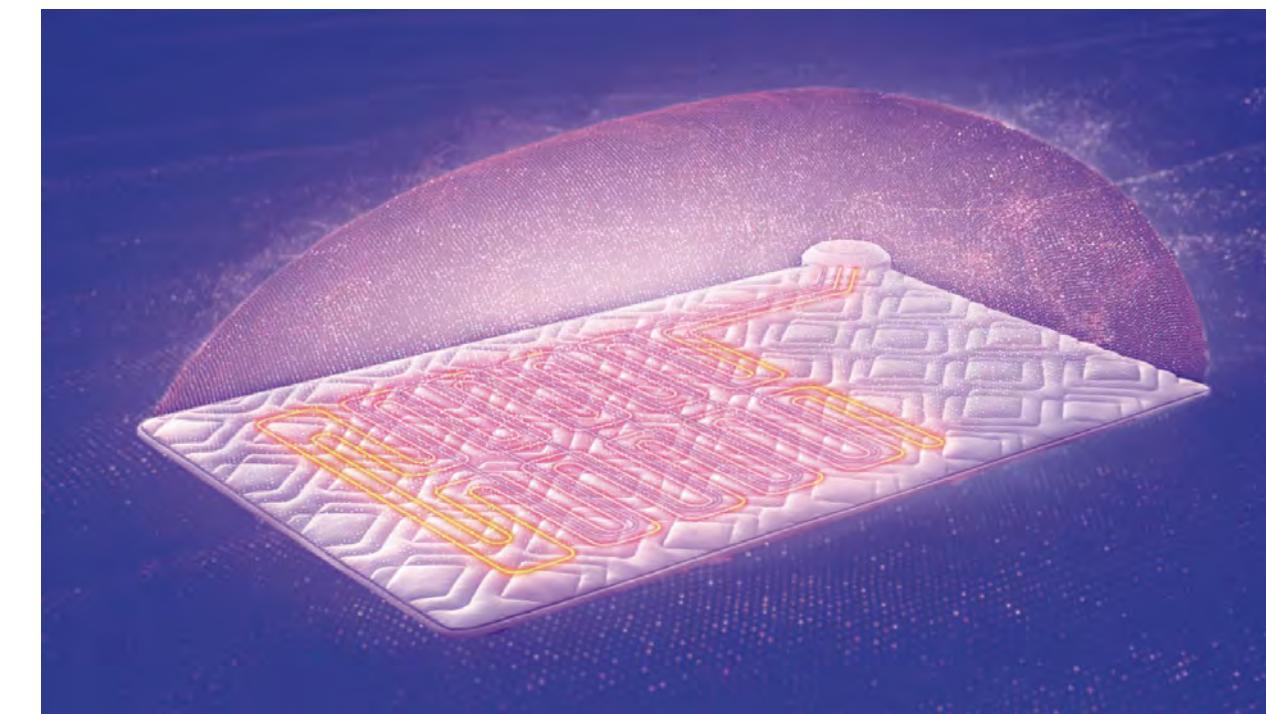
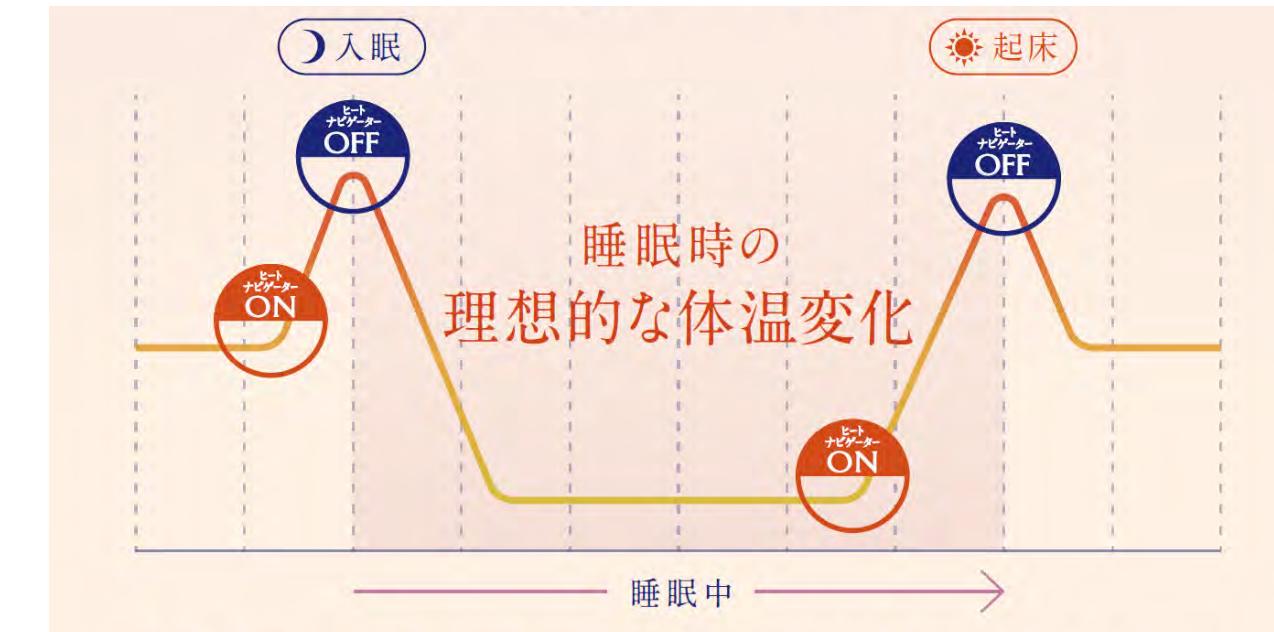
NEWPEACE
Medical Sheet



効果：不眠症の緩解

世界初※

「電位×体温変化サポート」のスリープテック



※ 電位を備えた医療機器で、マット型寝具かつ体動センサにより入眠時にヒート機能がOFFになる技術を有するもの。2020年9月 JACTA調べ

3-2. 新たなビジネス基盤の構築／EVERING（エブリング）

Q EVERING

フィンテック

英国発祥の技術を搭載した「非接触スマートリング」
時代のニーズに即した、決済ツールで生活を豊かに。



新たな顧客層の獲得。金融業界との初連携。

- ・「日経トレンドイ2021ヒット予測」の第7位に選出。
 - ・2021年5月。予約販売3000個を即日完売。
 - ・製品価格は、19,800円（税込）。
- 全国の店舗・飲食店、タクシーなどVisaタッチ対応店で
非接触＆キャッシュレス支払いが可能に。



APPENDIX

1. 数値
2. 会社概要



1. 数値

経営指標推移（連結）

単位：百万円 括弧内は 売上高比率	2019年9月期					2020年9月期					2021年9月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q
売上高	10,312	7,900	9,506	8,328	36,046	9,313	6,166	9,414	9,952	34,845	10,941	9,235	11,556
売上総利益	6,225 (60.4%)	4,299 (54.4%)	4,950 (52.1%)	893 (10.7%)	16,367 (45.4%)	6,124 (65.8%)	3,771 (61.2%)	6,761 (71.8%)	8,305 (83.5%)	24,963 (71.6%)	8,228 (75.2%)	7,021 (76.0%)	7,485 (64.8%)
販売費及び 一般管理費	7,580 (73.5%)	6,852 (86.7%)	7,783 (81.9%)	8,250 (99.1%)	30,465 (84.5%)	6,465 (69.4%)	5,560 (90.2%)	5,705 (60.6%)	6,138 (61.7%)	23,869 (68.5%)	6,800 (62.2%)	5,339 (57.8%)	6,758 (58.5%)
営業利益	△1,334 (-)	△3,168 (-)	△2,811 (-)	△7,108 (-)	△14,421 (-)	△225 (-)	△1,832 (-)	1,117 (11.9%)	2,159 (21.7%)	1,219 (3.5%)	1,407 (12.9%)	1,627 (17.6%)	640 (5.5%)
経常利益	△1,283 (-)	△3,123 (-)	△3,015 (-)	△7,277 (-)	△14,698 (-)	44 (0.0%)	△1,896 (-)	1,226 (13.0%)	2,298 (23.1%)	1,672 (4.8%)	1,432 (13.1%)	1,941 (21.0%)	705 (6.1%)
純利益	△1,959 (-)	△3,803 (-)	△3,863 (-)	△16,582 (-)	△26,207 (-)	△39 (-)	△783 (-)	1,033 (11.0%)	1,314 (13.2%)	1,525 (4.4%)	1,304 (11.9%)	1,689 (18.3%)	760 (6.6%)

販売費および一般管理費（連結）

単位：百万円 括弧内は 売上高比率	2019年9月期					2020年9月期					2021年9月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q
販管費 合計	7,580 (73.5%)	6,852 (86.7%)	7,783 (81.9%)	8,250 (99.1%)	30,465 (84.5%)	6,465 (69.4%)	5,560 (90.2%)	5,705 (60.6%)	6,138 (61.7%)	23,869 (68.5%)	6,800 (62.2%)	5,339 (57.8%)	6,758 (58.5%)
マーケティング費	2,118 (20.5%)	1,601 (20.3%)	1,879 (19.8%)	2,181 (26.2%)	7,779 (21.6%)	1,550 (16.6%)	1,110 (18.0%)	1,521 (16.1%)	2,003 (20.1%)	6,185 (17.8%)	2,477 (22.6%)	1,416 (15.3%)	2,303 (19.9%)
人件費	1,885 (18.3%)	1,883 (23.8%)	1,867 (19.6%)	1,582 (19.0%)	7,217 (20.0%)	1,628 (17.5%)	1,728 (28.0%)	1,640 (17.4%)	1,646 (16.5%)	6,643 (19.1%)	1,634 (14.9%)	1,610 (17.4%)	1,692 (14.6%)
研究開発費	296 (2.9%)	396 (5.0%)	463 (4.9%)	456 (5.5%)	1,611 (4.5%)	347 (3.7%)	385 (6.2%)	392 (4.2%)	337 (3.4%)	1,462 (4.2%)	258 (2.4%)	231 (2.5%)	276 (2.4%)
荷造運賃	416 (4.0%)	345 (4.4%)	369 (3.9%)	459 (5.5%)	1,589 (4.4%)	351 (3.8%)	254 (4.1%)	300 (3.2%)	320 (3.2%)	1,225 (3.5%)	325 (3.0%)	276 (3.0%)	367 (3.2%)
その他	2,865 (27.8%)	2,627 (33.3%)	3,205 (33.7%)	3,572 (42.9%)	12,269 (34.0%)	2,588 (27.8%)	2,082 (33.8%)	1,851 (19.7%)	1,830 (18.4%)	8,352 (24.0%)	2,103 (19.2%)	1,804 (19.5%)	2,119 (18.3%)

※ マーケティング費 = 広告宣伝費 + 販売促進費

セグメント売上（連結）

単位：百万円 括弧内は 前年同期比	2019年9月期					2020年9月期					2021年9月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q
全体	10,312 (△35%)	7,900 (△37%)	9,506 (△37%)	8,328 (△44%)	36,046 (△38%)	9,313 (△10%)	6,166 (△22%)	9,414 (△1%)	9,952 (+20%)	34,845 (△3%)	10,941 (+17%)	9,235 (+50%)	11,556 (+23%)
ダイレクトマーケティング*	2,733 (△22%)	2,653 (+3%)	3,140 (△3%)	3,898 (+20%)	12,426 (△1%)	2,701 (△1%)	2,760 (+4%)	4,958 (+58%)	4,734 (+21%)	15,155 (+22%)	4,376 (+62%)	3,766 (+36%)	5,871 (+18%)
プロフェッショナル	1,458 (△17%)	1,014 (△23%)	1,283 (△20%)	1,466 (△10%)	5,223 (△17%)	2,425 (+67%)	1,181 (+16%)	1,655 (+29%)	1,827 (+25%)	7,090 (+36%)	2,585 (+7%)	1,980 (+68%)	2,228 (+35%)
リテールストア*	2,925 (△39%)	2,116 (△38%)	2,907 (△45%)	2,314 (△51%)	10,264 (△44%)	2,407 (△18%)	1,376 (△35%)	1,666 (△43%)	2,382 (+3%)	7,831 (△24%)	2,613 (+9%)	1,764 (+28%)	2,244 (+35%)
グローバル	2,673 (△51%)	1,709 (△66%)	1,679 (△63%)	74 (△98%)	6,136 (△69%)	1,263 (△53%)	465 (△73%)	867 (△48%)	660 (+792%)	3,256 (△47%)	785 (△38%)	1,058 (+128%)	670 (△23%)
その他	520 (+11%)	405 (+119%)	494 (+52%)	574 (+18%)	1,995 (+36%)	514 (△1%)	384 (△5%)	266 (△46%)	346 (△40%)	1,511 (△24%)	580 (+13%)	665 (+73%)	540 (+103%)

* その他はウォーターサーバー、スポーツジム、スマートリングとその他事業の合算（ウォーターサーバー事業は2020年3月に事業譲渡済）

* 組織改変にあわせて、ダイレクトマーケティング及びリテールストアのセグメント売上を調整しています。

* 2019年10月1日よりセグメント変更を行った為、それ以前の数値につきましては、変更後のセグメントとして算出したものであり、監査法人の監査を受けたものではありません。

セグメント利益（連結）

単位：百万円 括弧内は 前年同期比	2019年9月期					2020年9月期					2021年9月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q
全体	△1,283	△3,123	△3,015	△7,277	△14,698	44 (-)	△1,896 (-)	1,227 (-)	401 (-)	1,672 (-)	1,432 (+3,155%)	1,941 (-)	705 (△43%)
ダイレクトマーケティング*	660	675	631	△819	1,147	710 (-)	470 (△30%)	1,752 (+177%)	2,163 (-)	5,095 (+340%)	1,376 (+94%)	1,745 (+271%)	1,605 (△8%)
プロフェッショナル	29	△81	△58	△771	△881	368 (+1,169%)	△239 (-)	519 (-)	718 (-)	1,366 (-)	814 (+121%)	678 (-)	50 (△90%)
リテールストア*	17	△115	358	△2,661	△2,401	△137 (-)	△549 (-)	250 (△30%)	397 (-)	△39 (-)	519 (-)	188 (-)	261 (+4%)
グローバル	△765	△2,299	△1,841	△891	△5,796	△49 (-)	△415 (-)	△220 (-)	△125 (-)	△809 (-)	△136 (-)	△20 (-)	△421 (-)
その他	△434	△479	△482	△540	△1,935	△256 (-)	△310 (-)	△297 (-)	17 (-)	△846 (-)	△504 (-)	△207 (-)	△120 (-)

※ その他はウォーターサーバー、スポーツジム、スマートリングとその他事業の合算（ウォーターサーバー事業は2020年3月に事業譲渡済）

※ 組織改変にあわせて、ダイレクトマーケティング事業及びリテールストア事業のセグメント利益を調整しております。

※ 2019年10月1日よりセグメント変更を行った為、それ以前の数値につきましては、変更後のセグメントとして算出したものであり、監査法人の監査を受けたものではありません。

セグメント概要

事業セグメント	主な事業内容
ダイレクトマーケティング事業	当社及び国内他社ECサイト、新聞を通じた一般消費者への直接販売及びインターネット通信販売・カタログ販売並びにテレビ通信販売事業者への卸売販売。
プロフェッショナル事業	美容室運営事業者、エステティックサロン運営事業者、フィットネスクラブ運営事業者への卸売及び取次販売、ドラッグストア等への卸売販売、並びにショッピングセンターでの一般消費者への直接販売。
リテールストア事業	量販店・専門店・百貨店・免税店・ショッピングセンターを中心とした運営事業者への卸売販売及び当社運営の小売店舗での対面販売を通じた一般消費者への直接販売。
グローバル事業	海外グループ会社ECサイト及び海外のインターネット通信販売事業者の運営するECサイトを通じた一般消費者への直接販売、並びに海外のインターネット通信販売事業者、海外の販売代理事業者、海外の美容専門店及び海外の百貨店運営事業者への卸売販売。
スポーツジム事業	SIXPAD STATION事業及びSIXPAD HOME GYM事業
スマートリング事業	ショッピングや飲食時の決済を可能とする、非接触式のスマートリング（近距離無線通信を搭載した指輪）の製造販売を行うIoT事業。
ウォーターサーバー事業	天然水の宅配並びに専用ウォーターサーバーの販売及びレンタル事業。
その他事業	EV事業、中古自動車販売事業及びSIXPAD STATION事業。

※ ウォーターサーバー事業は2020年3月に事業譲渡済



2. 会社概要

2-1. 会社概要

会社名	株式会社MTG (MTG Co., Ltd.)
上場市場	東京証券取引所マザーズ市場 (証券コード:7806)
資本金	166億円
設立	1996年1月
代表者	代表取締役社長 松下 剛
従業員数	1,299名 (連結) (2021年3月末現在)
本社	愛知県名古屋市
主な グループ会社	<p>【国内】 MTGプロフェッショナル、MTG Ventures、ブレイズ、五島の椿、EVERING、 M'sエージェンシー、MTG FORMAVITA</p> <p>【海外】 McLEAR、MTG SHANGHAI、MTG SHENZHEN、MTG PACIFIC、 MTG TAIWAN、MTG KOREA、MTG USA、MTG UK、MTG EUROPE</p>

2-2. 経営陣



大田 嘉仁
取締役
会長



松下 剛
代表取締役
社長



吉高 信
専務取締役
CFO



高橋 昭夫
社外取締役



大畠 豊
社外取締役
監査等委員



井上 祐介
取締役
プロフェッショナル事業



本島 一
取締役
ダイレクトマーケティング事業



米澤 和芳
取締役
グローバル事業

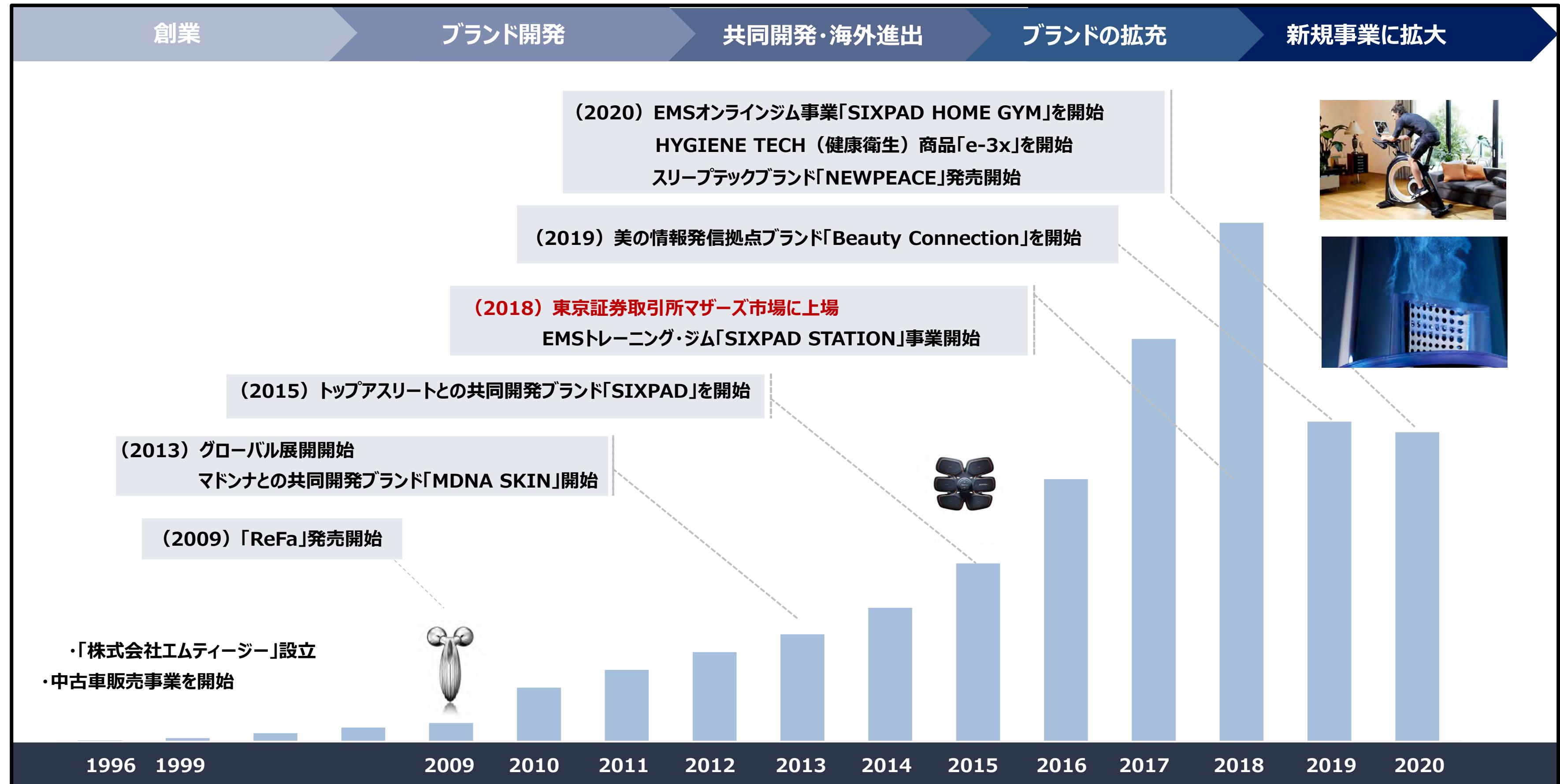


井関 新吾
社外取締役
監査等委員



清水 綾子
社外取締役
監査等委員

2-3. 沿革

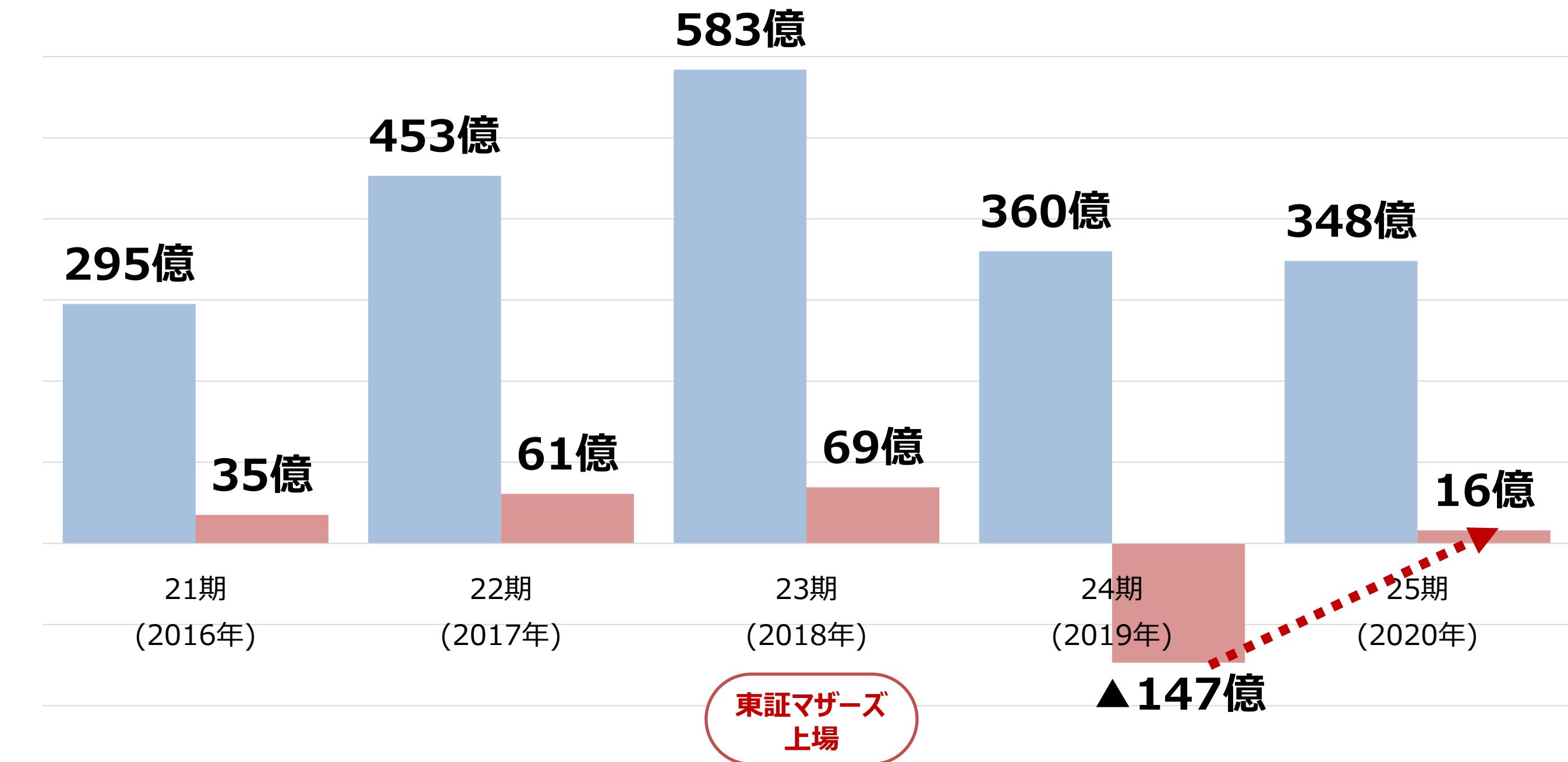


2-4. MTG理念



2-5. 業績推移（前年度まで5ヶ年の実績）

■ 売上
■ 経常利益
※ 単位：円



- ✓ 2018年7月に東証マザーズへ上場。
- ✓ 2020年9月期は、構造改革を実施、コロナ禍の中、全社経費の削減により黒字転換。

2-6. 事業領域

HEALTH(健康)

TRAINING GEAR
SIXPAD

 NEW PEACE

Style



BEAUTY (美容)

ReFa

ON&DO

 五島の椿



HYGIENE (衛生)

 With Mask

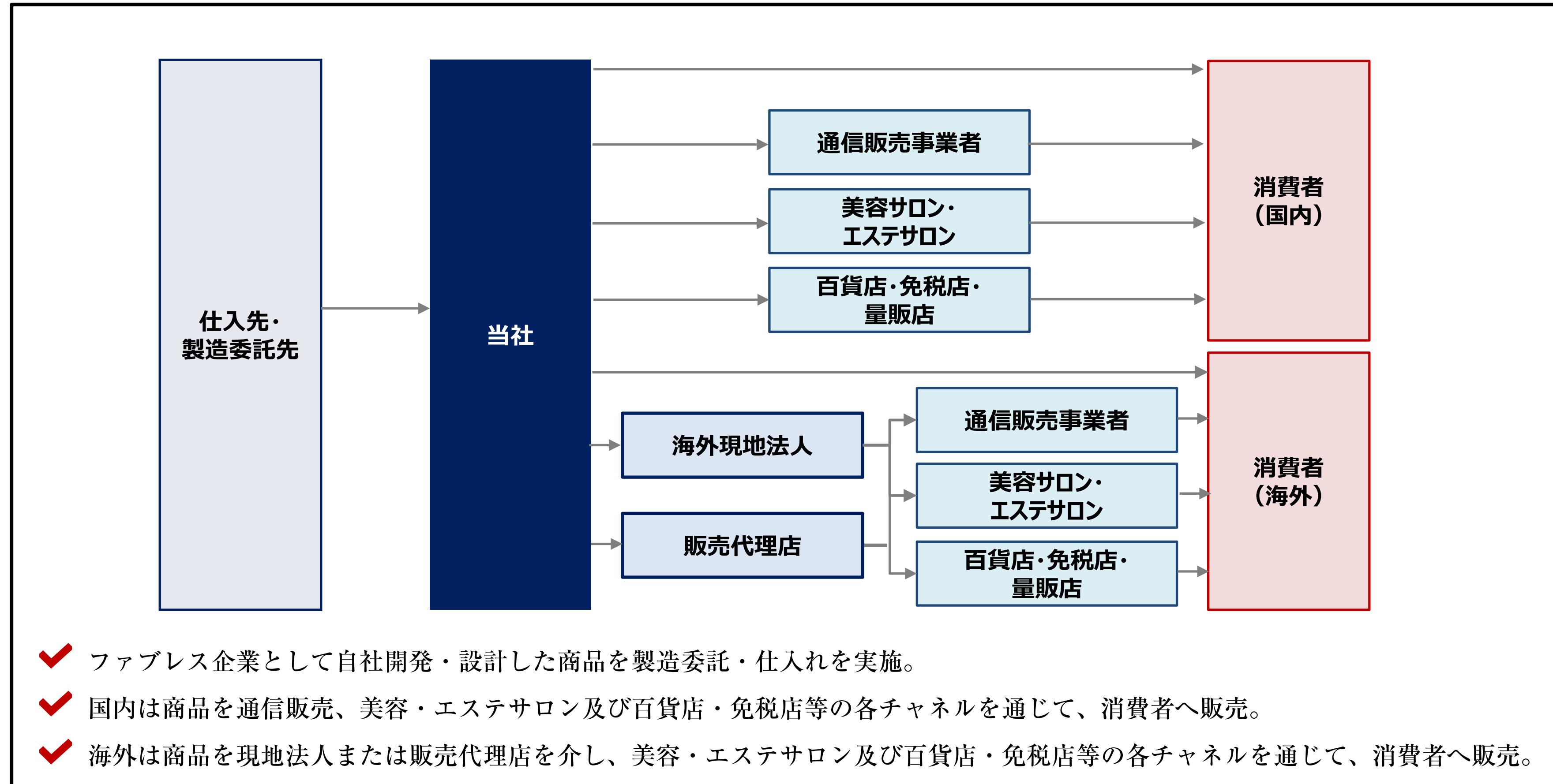
DO KIREI

e-3X



✓ 事業ビジョン「Vital Life」のもと、健康、美容、衛生の3つの分野でブランド・商品を展開。

2-7. ビジネスマodel（主な商流）



2-8. 経営指標推移（連結）（前年度まで3か年の実績）

単位：百万円 括弧内は売上高比率	2018年9月期					2019年9月期					2020年9月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
売上高	15,911	12,505	15,083	14,878	58,377	10,312	7,900	9,506	8,328	36,046	9,313	6,166	9,414	9,952	34,845
売上総利益	10,096 (63.5%)	7,857 (62.8%)	9,820 (65.1%)	8,879 (59.7%)	36,652 (62.8%)	6,225 (60.4%)	4,299 (54.4%)	4,950 (52.1%)	893 (10.7%)	16,367 (45.4%)	6,124 (65.8%)	3,771 (61.2%)	6,761 (71.8%)	8,305 (83.5%)	24,963 (71.6%)
販売費及び一般管理費	6,161 (38.7%)	6,411 (51.3%)	8,139 (54.0%)	8,904 (59.8%)	29,615 (50.7%)	7,580 (73.5%)	6,852 (86.7%)	7,783 (81.9%)	8,250 (99.1%)	30,465 (84.5%)	6,465 (69.4%)	5,560 (90.2%)	5,705 (60.6%)	6,138 (61.7%)	23,869 (68.5%)
営業利益	3,914 (24.6%)	1,375 (11.0%)	1,762 (11.7%)	△126 (-)	6,925 (11.9%)	△1,334 (-)	△3,168 (-)	△2,811 (-)	△7,108 (-)	△14,421 (-)	△225 (-)	△1,832 (-)	1,117 (11.9%)	2,159 (21.7%)	1,219 (3.5%)
経常利益	4,111 (25.8%)	1,550 (12.4%)	1,728 (11.5%)	△426 (-)	6,936 (11.9%)	△1,283 (-)	△3,123 (-)	△3,015 (-)	△7,277 (-)	△14,698 (-)	44 (0.0%)	△1,896 (-)	1,226 (13.0%)	2,298 (23.1%)	1,672 (4.8%)
純利益	2,773 (17.4%)	975 (7.8%)	1,031 (6.8%)	△777 (-)	4,002 (6.9%)	△1,959 (-)	△3,803 (-)	△3,863 (-)	△16,582 (-)	△26,207 (-)	△39 (-)	△783 (-)	1,033 (11.0%)	1,314 (13.2%)	1,525 (4.4%)

2-9. 販売費および一般管理費（連結）（前年度まで3か年の実績）

単位：百万円 括弧内は売上高比率	2018年9月期					2019年9月期					2020年9月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
販管費 合計	6,161 (38.7%)	6,411 (51.3%)	8,139 (54.0%)	8,904 (59.8%)	29,615 (50.7%)	7,580 (73.5%)	6,852 (86.7%)	7,783 (81.9%)	8,250 (99.1%)	30,465 (84.5%)	6,465 (69.4%)	5,560 (90.2%)	5,705 (60.6%)	6,138 (61.7%)	23,869 (68.5%)
マーケティング費	1,808 (11.4%)	1,692 (13.5%)	2,823 (18.7%)	2,491 (16.7%)	8,814 (15.1%)	2,118 (20.5%)	1,601 (20.3%)	1,879 (19.8%)	2,181 (26.2%)	7,779 (21.6%)	1,550 (16.6%)	1,110 (18.0%)	1,521 (16.1%)	2,003 (20.1%)	6,185 (17.8%)
人件費	1,554 (9.8%)	1,653 (13.2%)	1,737 (11.5%)	1,863 (12.5%)	6,807 (11.7%)	1,885 (18.3%)	1,883 (23.8%)	1,867 (19.6%)	1,582 (19.0%)	7,217 (20.0%)	1,628 (17.5%)	1,728 (28.0%)	1,640 (17.4%)	1,646 (16.5%)	6,643 (19.1%)
研究開発費	285 (1.8%)	450 (3.6%)	566 (3.8%)	690 (4.6%)	1,991 (3.4%)	296 (2.9%)	396 (5.0%)	463 (4.9%)	456 (5.5%)	1,611 (4.5%)	347 (3.7%)	385 (6.2%)	392 (4.2%)	337 (3.4%)	1,462 (4.2%)
荷造運賃	416 (2.6%)	380 (3.0%)	426 (2.8%)	450 (3.0%)	1,672 (2.9%)	416 (4.0%)	345 (4.4%)	369 (3.9%)	459 (5.5%)	1,589 (4.4%)	351 (3.8%)	254 (4.1%)	300 (3.2%)	320 (3.2%)	1,225 (3.5%)
その他	2,098 (13.2%)	2,236 (17.9%)	2,587 (17.2%)	3,410 (22.9%)	10,331 (17.7%)	2,865 (27.8%)	2,627 (33.3%)	3,205 (33.7%)	3,572 (42.9%)	12,269 (34.0%)	2,588 (27.8%)	2,082 (33.8%)	1,851 (19.7%)	1,830 (18.4%)	8,352 (24.0%)

※ マーケティング費＝広告宣伝費+販売促進費

2-10. セグメント売上（連結）（前年度まで3か年の実績）

単位：百万円 括弧内は前年同期比	2018年9月期					2019年9月期					2020年9月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
全体	15,911	12,505	15,082	14,877	58,377 (+29%)	10,312 (△35%)	7,900 (△37%)	9,506 (△37%)	8,328 (△44%)	36,046 (△38%)	9,313 (△10%)	6,166 (△22%)	9,414 (△1%)	9,952 (+20%)	34,845 (△3%)
ダイレクトマーケティング*	3,491	2,588	3,247	3,241	12,568	2,733 (△22%)	2,653 (+3%)	3,140 (△3%)	3,898 (+20%)	12,426 (△1%)	2,701 (△1%)	2,760 (+4%)	4,958 (+58%)	4,734 (+21%)	15,155 (+22%)
プロフェッショナル	1,748	1,310	1,610	1,627	6,296	1,458 (△17%)	1,014 (△23%)	1,283 (△20%)	1,466 (△10%)	5,223 (△17%)	2,425 (+67%)	1,181 (+16%)	1,655 (+29%)	1,827 (+25%)	7,090 (+36%)
リテールストア*	4,768	3,430	5,210	4,698	18,207	2,925 (△39%)	2,116 (△38%)	2,907 (△45%)	2,314 (△51%)	10,264 (△44%)	2,407 (△18%)	1,376 (△35%)	1,666 (△43%)	2,382 (+3%)	7,831 (△24%)
グローバル	5,435	4,990	4,590	4,822	19,839	2,673 (△51%)	1,709 (△66%)	1,679 (△63%)	74 (△98%)	6,136 (△69%)	1,263 (△53%)	465 (△73%)	867 (△48%)	660 (+792%)	3,256 (△47%)
その他	467	185	324	487	1,464	520 (+11%)	405 (+119%)	494 (+52%)	574 (+18%)	1,995 (+36%)	514 (△1%)	384 (△5%)	266 (△46%)	346 (△40%)	1,511 (△24%)

* その他はウォーターサーバー、スマートリングとその他事業の合算（ウォーターサーバー事業は2020年3月に事業譲渡済）

* 組織改変にあわせて、ダイレクトマーケティング及びリテールストアのセグメント売上を調整しています。

* 2019年10月1日よりセグメント変更を行った為、それ以前の数値につきましては、変更後のセグメントとして算出したものであり、監査法人の監査を受けたものではありません。

2-11. セグメント利益（連結）（前年度まで3か年の実績）

単位：百万円 括弧内は前年同期比	2019年9月期					2020年9月期					通期
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q		
全体	△1,283	△3,123	△3,015	△7,277	△14,698	44 (-)	△1,896 (-)	1,227 (-)	401 (-)	1,672 (-)	
ダイレクトマーケティング	660	675	631	△819	1,147	710 (-)	470 (△30%)	1,752 (+177%)	2,163 (-)	5,095 (+340%)	
プロフェッショナル	29	△81	△58	△771	△881	368 (+1,169%)	△239 (-)	519 (-)	718 (-)	1,366 (-)	
リテールストア	17	△115	358	△2,661	△2,401	△137 (-)	△549 (-)	250 (△30%)	397 (-)	△39 (-)	
グローバル	△765	△2,299	△1,841	△891	△5,796	△49 (-)	△415 (-)	△220 (-)	△125 (-)	△809 (-)	
その他	△434	△479	△482	△540	△1,935	△256 (-)	△310 (-)	△297 (-)	17 (-)	△846 (-)	
全社共通経費	△779	△834	△1,623	△1,592	△4,828	△591 (-)	△852 (-)	△778 (-)	△871 (-)	△3,092 (-)	

※ その他はウォーターサーバー事業、スマートリング事業とその他事業の合算（ウォーターサーバー事業は2020年3月に事業譲渡済）

※ 組織改変にあわせて、ダイレクトマーケティング事業及びリテールストア事業のセグメント利益を調整しております。

2-12. セグメント概要

事業セグメント	主な事業内容
ダイレクトマーケティング事業	当社及び国内他社ECサイト、新聞を通じた一般消費者への直接販売及びインターネット通信販売・カタログ販売並びにテレビ通信販売事業者への卸売販売。
プロフェッショナル事業	美容室運営事業者、エステティックサロン運営事業者、フィットネスクラブ運営事業者への卸売及び取次販売、ドラッグストア等への卸売販売、並びにショッピングセンターでの一般消費者への直接販売。
リテールストア事業	量販店・専門店・百貨店・免税店・ショッピングセンターを中心とした運営事業者への卸売販売及び当社運営の小売店舗での対面販売を通じた一般消費者への直接販売。
グローバル事業	海外グループ会社ECサイト及び海外のインターネット通信販売事業者の運営するECサイトを通じた一般消費者への直接販売、並びに海外のインターネット通信販売事業者、海外の販売代理事業者、海外の美容専門店及び海外の百貨店運営事業者への卸売販売。
スマートリング事業	ショッピングや飲食時の決済を可能とする、非接触式のスマートリング（近距離無線通信を搭載した指輪）の製造販売を行うIoT事業。
ウォーターサーバー事業	天然水の宅配並びに専用ウォーターサーバーの販売及びレンタル事業。
その他事業	EV事業、中古自動車販売事業及びSIXPAD STATION事業。

※ ウォーターサーバー事業は2020年3月に事業譲渡済

2-13. 貸借対照表（連結）

単位：百万円	2019年9月期 通期	2020年9月期 通期	補足
現金・預金	13,886	13,470	
受取手形・売掛金	3,710	3,908	
棚卸資産	7,785	8,896	
その他	4,244	3,017	<ul style="list-style-type: none"> ● 販売好調による商品在庫等の増加 ● 新事業等に伴う前払い費用の増加
流動資産合計	29,625	29,292	
有形固定資産	9,537	9,841	
無形固定資産	21	225	<ul style="list-style-type: none"> ● 新事業立ち上げに伴う施設及びソフトウェアへの投資
投資その他の資産	1,770	2,263	<ul style="list-style-type: none"> ● リモートワーク推進等に伴う社内インフラ強化の実施
固定資産合計	11,330	12,329	
資産合計	40,955	41,622	
買掛金・未払金・支払手形	3,926	3,837	
短期借入金	0	0	
その他	4,113	3,727	<ul style="list-style-type: none"> ● ウォーターサーバー事業譲渡等に伴うリース資産等の減少
流動負債合計	8,039	7,564	
固定負債	1,194	589	
負債合計	9,233	8,153	
資本金	16,610	16,610	
資本剰余金	23,236	23,193	
利益剰余金	△8,076	△6,551	<ul style="list-style-type: none"> ● 自己資本比率は80%
その他	△49	△217	
純資産合計	31,721	33,469	
負債純資産合計	40,955	41,622	

2-14. キャッシュフローの状況（連結）

単位：百万円	2019年9月期通期	2020年9月期通期	前年同期比	増減分析
営業活動による キャッシュフロー	△11,594	1,536	+13,130	<ul style="list-style-type: none"> ● 純利益の計上 ● ウォーターサーバ事業売却益 ● 法人税等の還付
投資活動による キャッシュフロー	△4,547	△1,700	+2,847	<ul style="list-style-type: none"> ● 新事業に伴う有形・無形固定資産の取得 ● 投資有価証券の取得
財務活動による キャッシュフロー	△55	△183	△128	
現金及び現金同等物の 期末残高	13,886	13,470	△416	

本資料に記載されている計画、見通し、戦略及びその他の歴史的事実でないものは、作成時点において入手可能な情報に基づく将来に関する見通しであり、さまざまなものおリスクおよび不確実性が内在しています。経済情勢の変動等により、予測が実際の業績と異なる可能性があります。また、本資料に記載されている情報は公開情報等から引用したものであり、情報の正確性等について保証するものではありません。また、公認会計士又は監査法人の監査の対象外です。

本資料は、投資判断の参考として、当社の財務・経営戦略等の情報提供を目的としたものであり、投資の勧誘を目的としたものではありません。実際に投資を行う際は、本資料の情報に全面的に依拠して投資判断を下すことはお控えいただき、投資に関するご決定は皆様自身のご判断で行うようお願いいたします。