

MTG

2022年9月期
第1四半期決算説明資料

2022 / 02 / 10

本日の内容

1. 2022年9月期第1四半期
実績・業績見通し
2. 2022年9月期経営方針

1

2022年9月期第1四半期 実績・業績見通し

- 第1四半期実績
- ブランド別実績
- セグメント別実績
- 貸借対照表
- 業績見通し

2022年9月期 第1四半期／実績

営業利益 51%の大幅増 2桁の增收増益を達成

- MTG LIFEPLAN会員数の増加と新商品効果で、EC事業の好調が継続
- B happy加盟店数が順調に増加、美容サロン事業は最高益（四半期ベース）を更新

MTG連結 単位：億円	2021年9月期 1Q	2022年9月期 1Q	前年比
売上高 (売上構成比)	109.4 (100%)	127.6 (100%)	+17%
差引売上総利益 (売上構成比)	82.0 (75%)	84.2 (66%)	+3%
販管費 (売上構成比)	68.0 (62%)	62.9 (49%)	△7%
営業利益 (売上構成比)	14.0 (13%)	21.2 (17%)	+51%
経常利益 (売上構成比)	14.3 (13%)	21.9 (17%)	+53%
親会社株主に 帰属する 当期純利益 (売上構成比)	13.0 (12%)	13.6 (11%)	+4%

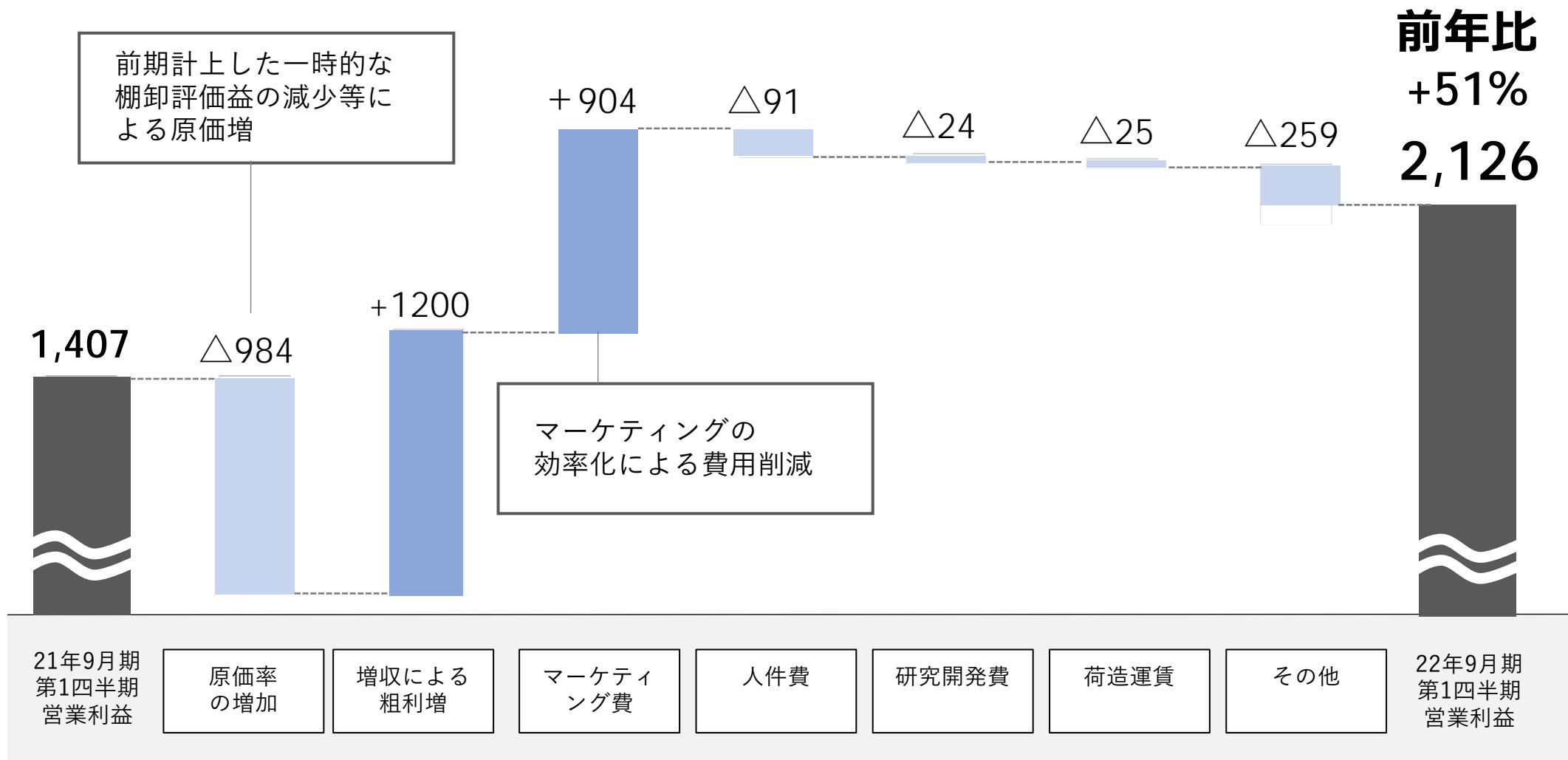
MTG LIFEPLAN会員数、B happy加盟店数の増加及び新商品効果で売上は当初計画を上回る。EC、美容サロンを中心に、国内が好調。**前年比+17%の增收。**

売上総利益は、棚卸評価益の減少があった一方**国内売上好調により+3%増加、粗利率66%。**

販管費は、前期SIXPAD HOMEGYMローンチのマーケティング費等が削減、增收の一方販管費は**前年比△7%の減少。**

結果、**営業利益21億、経常利益21億、当期純利益13億**と計画を上回る進捗。

営業利益の増減分析



2022年9月期 第1四半期／販管費 実績

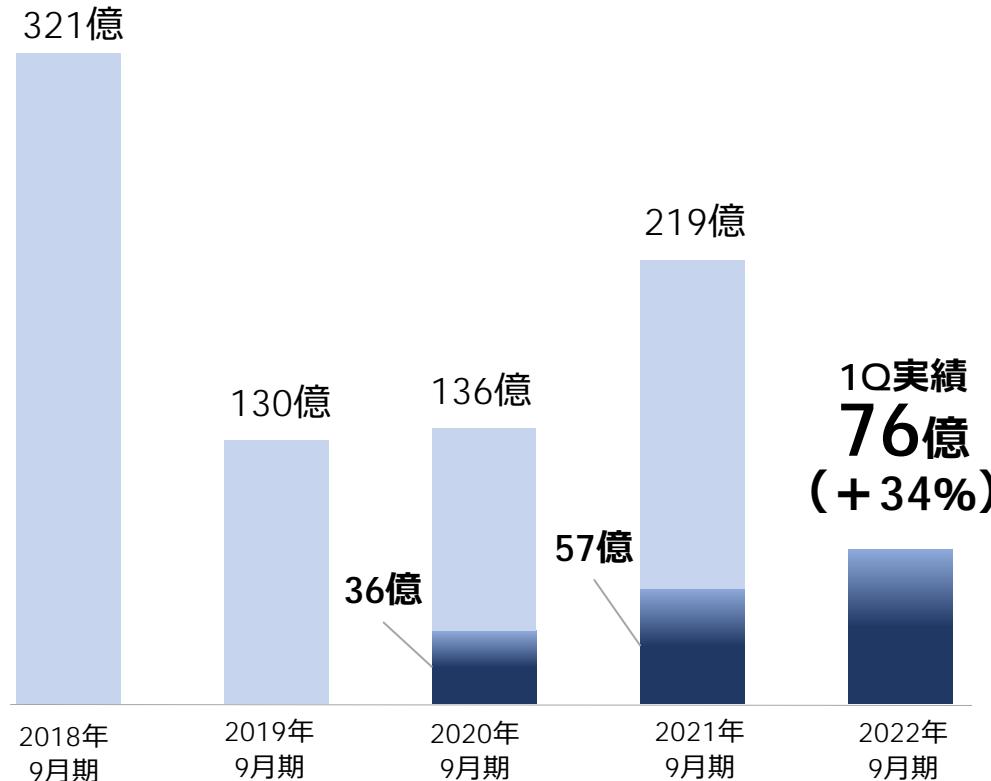
新商品の研究開発と人材に積極的に投資する一方、効率的なマーケティング活動による費用の抑制により、**前年比7%の減少**

単位：百万円	2021年9月期 1Q	2022年9月期 1Q	前年差	前年比
販管費 合計	6,800	6,296	△503	△7%
マーケティング費	2,477	1,572	△904	△37%
人件費	1,634	1,726	91	+6%
研究開発費	258	282	24	+9%
荷造運賃	325	351	25	+8%
その他	2,103	2,363	259	+12%

2022年9月期 第1四半期／ReFaブランド実績

ReFa

MTG LIFEPLAN会員数、B happy加盟店数の増加 やシャワー等の新商品効果により
EC事業をはじめ国内売上が好調 前年比34%増加、2桁成長を継続



MTG LIFEPLAN会員数の増加によりEC事業が好調。新商品シャワーやヘアケアシリーズの好調な推移が売上に寄与。

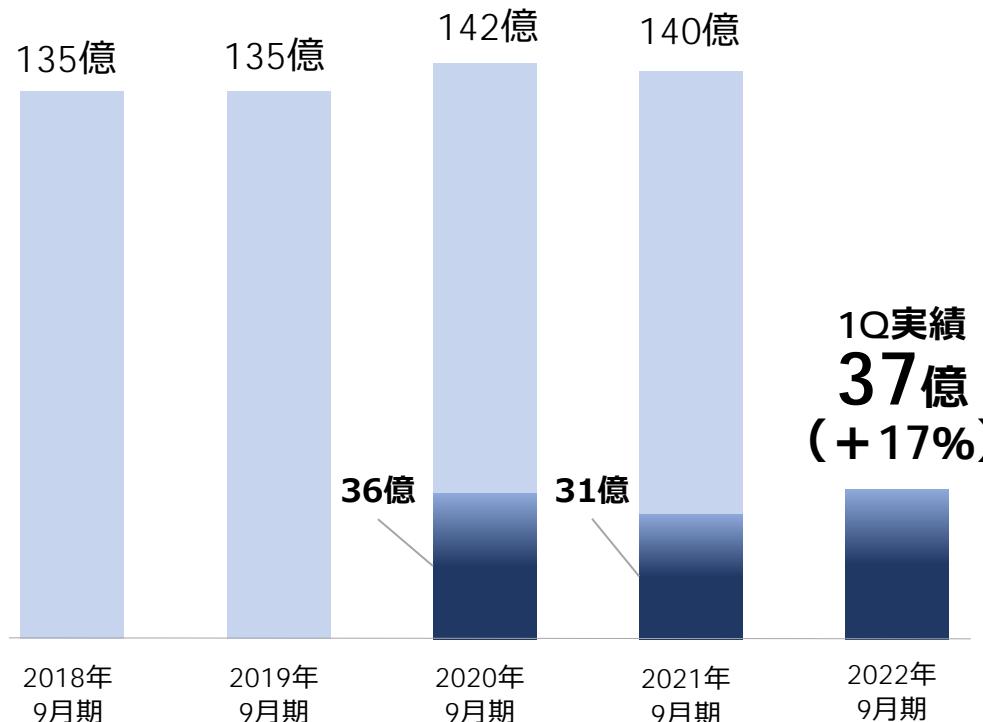
B happy加盟店数の伸び、及び美容サロンで先行発売を実施したヘアケアの新商品ReFa BEAUTECH DRYER PRO及びFINGER IRONが好調。

国内リテール事業はヘアケア特化型店舗に改装、ヘアケア商品が好調に推移。相乗効果によりシャワー販売も増加。

2022年9月期 第1四半期／SIXPADブランド実績



MTG LIFEPLAN会員数の増加によりFootシリーズ及び新商品PowersuitがEC事業を中心堅調に推移 前年比17%増加、2桁成長軌道に回復



MTG LIFEPLAN会員数の増加によりEC事業は好調。自宅トレーニングニーズが継続しFootシリーズや新商品Powersuitの販売が堅調に推移。

リテール事業は、家電量販店のイベント販売を実施するなど新商品Powersuitの販売が堅調

オンラインジム事業HOME GYMの会員数増加。ショッピングセンターやスポーツジムで対面販売が引き続き順調。

2022年9月期 第1四半期／セグメント別実績

MTG連結 単位：億円		2021年9月期 1Q	2022年9月期		
			1Q	前年比	主な増減要因
ダイレクトマーケティング	売上高	43.7	50.3	+15%	MTG LIFEPLAN会員数が増加。 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、ヘアケアの販売が好調。SIXPADも新商品PowersuitやFoot Fitシリーズの販売が堅調に推移。
	セグメント利益	13.7	15.1	+10%	
プロフェッショナル	売上高	25.8	34.8	+35%	B happy加盟店数が増加。 美容サロンにおいて先行発売したヘアケアの新商品やシャワーを中心に店舗販売が好調に推移。
	セグメント利益	8.1	8.8	+9%	
リテールストア	売上高	26.1	28.3	+9%	ヘアケア特化型店舗へ改装し、ヘアケア及び関連商品のシャワーが好調に推移。家電量販店を中心に、SIXPADの新商品Powersuitの販売も好調。
	セグメント利益	5.1	5.6	+10%	
グローバル	売上高	7.8	7.1	△8%	構造改革を継続しセグメント利益が改善する一方、代理店を活用した新規市場開拓（ベトナム、タイ、フィリピン）を実施。
	セグメント利益	△1.3	1.0	—	
スポーツジム (オンラインジム)	売上高	1.4	3.2	+133%	オンラインジム会員数が増加、初の黒字化を達成。 対面販売強化による売上の伸びが堅調。また効率的なマーケティング投資によりセグメント利益を改善。
	セグメント利益	△4.6	0.09	—	
スマートリング	売上高	0.08	0.8	+963%	2021年10月より自社ECサイトにおける販売を開始。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	△1.2	△1.2	—	
その他	売上高	4.3	2.6	△38%	主な事業であるブレイズのEV事業は堅調に推移し増収増益。
	セグメント利益	0.9	0.6	△25%	

貸借対照表（連結）

自己資本比率は**82%**と引き続き強固な財務基盤

単位：百万円	2021年9月末	2021年12月末	増減	主な増減要因
現金・預金	15,651	14,819	△832	
受取手形・売掛金	4,294	5,203	+909	
棚卸資産	9,827	9,829	2	売掛金の増加及び配当による影響等。
その他	2,333	2,674	+341	
流動資産合計	32,108	32,527	+419	
有形固定資産	9,852	9,885	+33	
無形固定資産	362	386	+24	
投資その他の資産	4,616	4,542	△74	
固定資産合計	14,831	14,814	△17	
資産合計	46,939	47,342	+403	
買掛金・未払金・支払手形	4,127	3,767	△360	
その他	4,099	4,169	+70	
流動負債合計	8,230	7,939	△291	
固定負債	554	518	△36	
負債合計	8,784	8,457	△327	
資本金	16,615	16,615	0	
資本剰余金	15,418	15,364	△54	自己資本比率 82%
利益剰余金	6,859	7,792	+933	当期純利益計上による利益剰余金の増加。
その他	△738	△887	△149	
純資産合計	38,154	38,884	+730	
負債純資産合計	46,939	47,342	+403	

2022年9月期業績見通し

1Q進捗率は売上は想定通り、利益は想定を上回り順調に推移
一方でオミクロン株の影響で先行きが不透明であることから、業績見通しは据え置いた

単位：億円	2021年9月期 通期実績	2022年9月期			
		1Q実績	進捗率	通期予想	前年比
売上	427	127	26%	500	+17%
営業利益	38	21	47%	45	+16%
経常利益	42	21	49%	45	+7%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	55	13	44%	31	△45%

2

2022年9月期経営方針

経営の三本柱

一人ひかる 皆ひかる 何もかもひかる
One shines, We shine, All shines



事業ビジョン



コーポレートメッセージ

GO VITAL.

継続的な成長の仕組み

会員・加盟店の
積み上げ



B happy



新ブランドを生み続ける
開発システム



MTG LIFEPLAN (EC事業)



お客様のVITAL LIFEに寄り添う新しい購入プラン「MTG LIFEPLAN」
お客様と長期の関係構築で安定した収益の実現へ



MTG LIFEPLANの3つの特徴



MTG LIFEPLAN (EC事業) 概要



お客様の購入ハードルを低減させることによりターゲットを拡大すると同時に、
MTG LIFEPLAN会員としてお客様と長期の関係を構築

月々定額



SIXPAD
Powersuit Abs

月々 **600円**※1

下取りサービス



SIXPAD
Abs Belt

下取り最大 **5,000円**※2

きちんと保証

メーカー
保証期間

保証期間 **4年間**

1年目 | 2年目 | 3年目 | 4年目 | 5年目

メーカー保証期間とあわせて
5年間

※1 JACCSショッピングローンによる分割払いをご選択の場合〔分割手数料0円（当社負担）〕一括払いでもご購入いただけます。

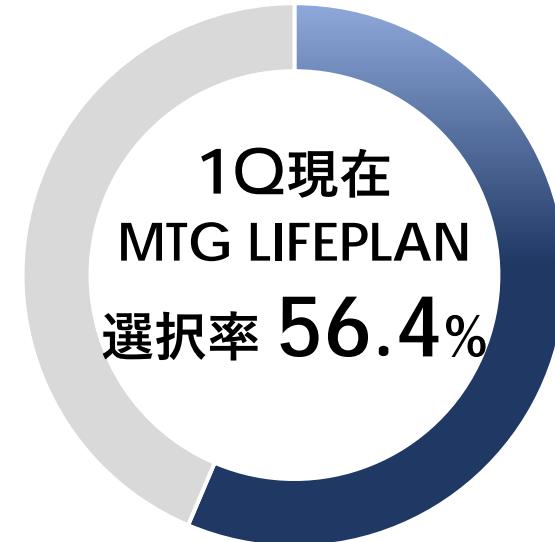
※2 下取り対象商品は、購入商品によって異なります。※ 下取り金額は、下取り対象商品によって異なります。

MTG LIFEPLAN (EC事業) 進捗



MTG LIFEPLAN会員数が増加しており対応商品を拡充することにより更なる売上の拡大を見込む

MTG LIFEPLAN会員数の増加



FINE BUBBLE Sにおいて、MTG ONLINESHOP
経由購入者の半数以上がMTG LIFEPLANを選択

MTG LIFEPLAN対応商品の拡大

通期目標アイテム数35（累計）

1Q現在
13アイテム
(累計)

2022年9月期1Q、MTG LIFEPLAN対応商品
を5アイテム追加

B happy（美容サロン事業）

B happy

B happyは、**55万店舗 売上3.3兆円**の市場をターゲットとする新事業

美容サロン市場

55万店舗 売上：3.3兆円



理美容室 (2020年度)
売上：約1.9兆円※1
37万店舗※4



ネイルサロン (2018年)
売上：1,710億円
2.8万店舗



エステサロン (2019年度)
売上：3,630億円※2
2.3万店舗



整骨・鍼灸マッサージ (2018年)
売上：9,440億円※3
14万店舗

出典：※1 株式会社矢野経済研究所「理美容市場に関する調査（2021年）」（2021年4月15日発表）当該URL：https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2690、厚生労働省「衛生行政報告」当該URL：https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/eisei_houkoku/19/dl/toukei.pdf、※2 株式会社矢野経済研究所「エステティックサロン市場に関する調査（2020年）」（2021/01/12発表）当該URL：https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2627、インターネットタウンページ：<https://itp.ne.jp/keyword/?keyword=%E3%82%A8%E3%82%B9%E3%83%86&sort=01&sbmap=false>、理美容ニュース（ネイル白書調べ）<https://ribivo-news.jp/?p=27990>、帝国データバンク（ネイル白書調べ）当該URL：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/00000208.000043465.html>、※3 株式会社矢野経済研究所「柔道整復・鍼灸・マッサージ市場に関する調査（2020年）」（2020/06/16発表）当該URL：https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2460 アトラacademy 当該URL：<https://www.hone-u.com/industry-info/statistics/det8b1zb.php> ※4 「令和元年度全国理美容店舗数・従業者数実勢調査（2019年）」当該URL：http://stylist-info.net/keiei_bs_bb-data2019.html

B happy（美容サロン事業）概要

B happy

美容サロンの体験を起点とした「O2Oサロンプラットフォーム」を構築

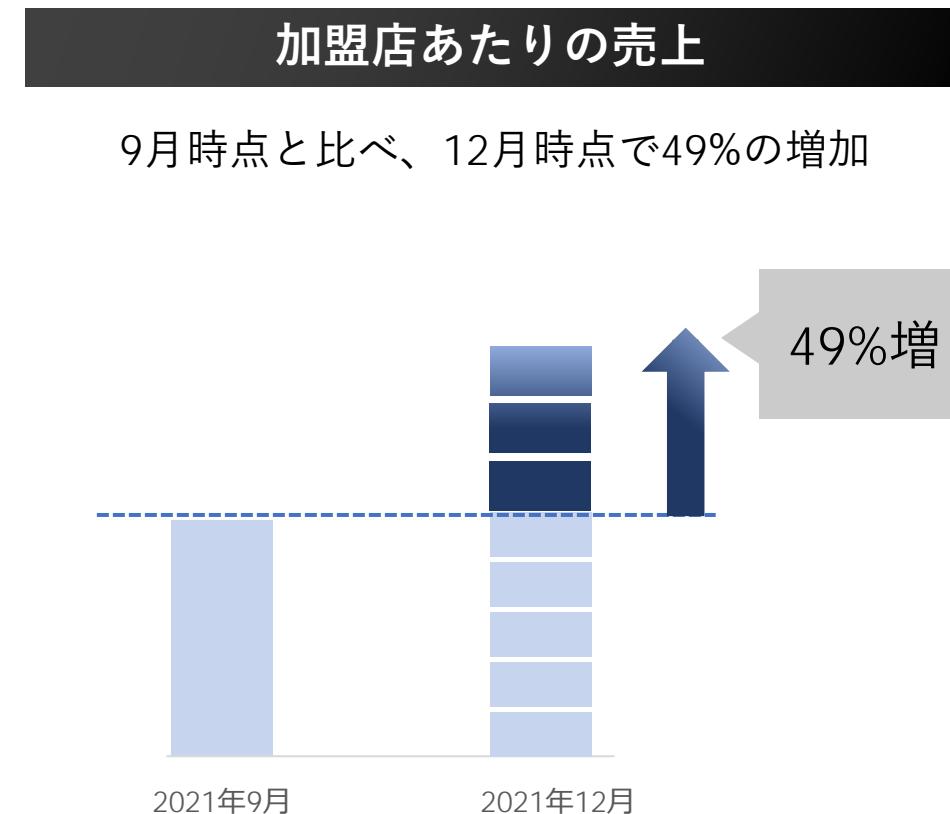
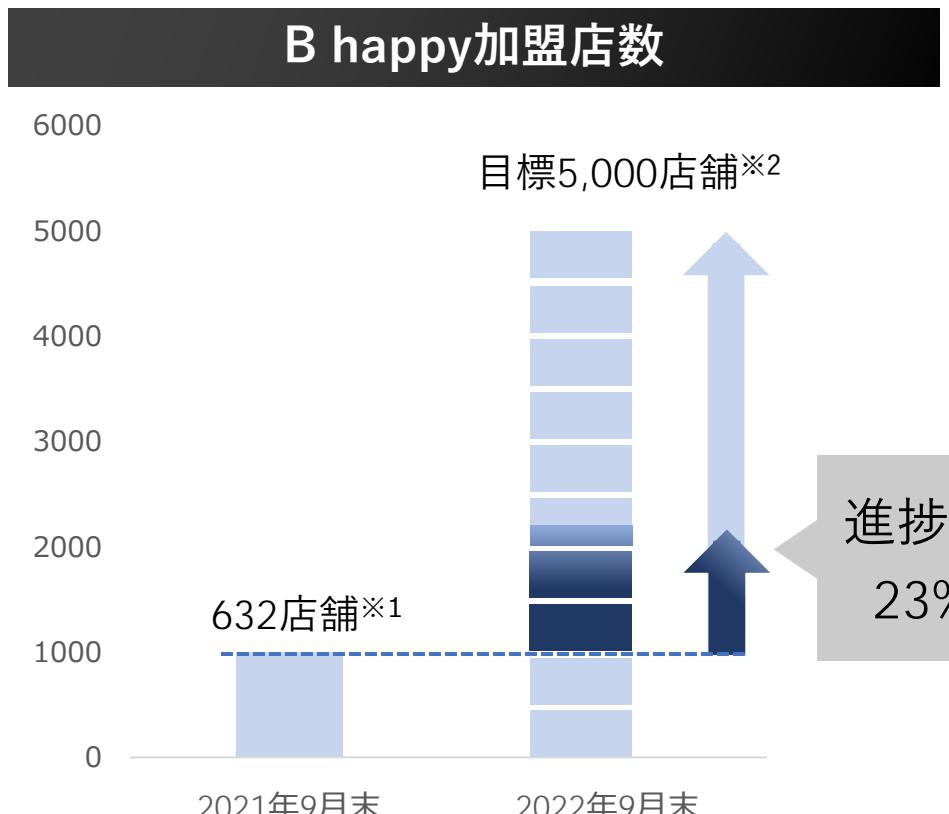
MTGがプラットフォーム開発、オンラインショップ運営、取扱い商品の開発を行い、加盟店はシステム開発、マーケティング投資を行わず、新たな収益機会を創出し、関係を強化



B happy（美容サロン事業）進捗

B happy

B happy加盟店数は2022年9月末に前期5倍の5,000店舗を目指し、現在1,616店舗達成
進捗率は**23%**で想定どおり、店舗あたりの売上は年末効果で**49%増**



MTG

ReFa



ON&DO

M DNA
SKIN

Style

e-3X

五島の椿
五島の椿

PLOSION
de Salon

FACIAL FITNESS
PAO

EVERING

BLAZE

新ブランドを生み続ける開発システム

Creation, Technology, Branding, Marketing の4つを融合、革新的なブランド・商品を開発

【Marketing】

3つの市場（EC、美容サロン、リテールストア）を中心に、BtoC、BtoB別に徹底的にマーケティングを行い、ブランドごとに異なる最適な販売戦略を立て、世の中に感動を届ける。



【Branding】

ブランドのフィロソフィ、ミッション、ストーリー、カラー、それを独自の「世界観」として構築し、単なる商品を超えた“ブランド”として世の中に伝える。



【Creation】

「美しいデザインであること」をプロダクトの根幹に、世の中にはないものを創造し、これまでになかった発想で、新事業から新文化まで創出。

- ・アイデア
- ・プロダクトデザイン
- ・新規事業
- ・新文化創出



【Technology】

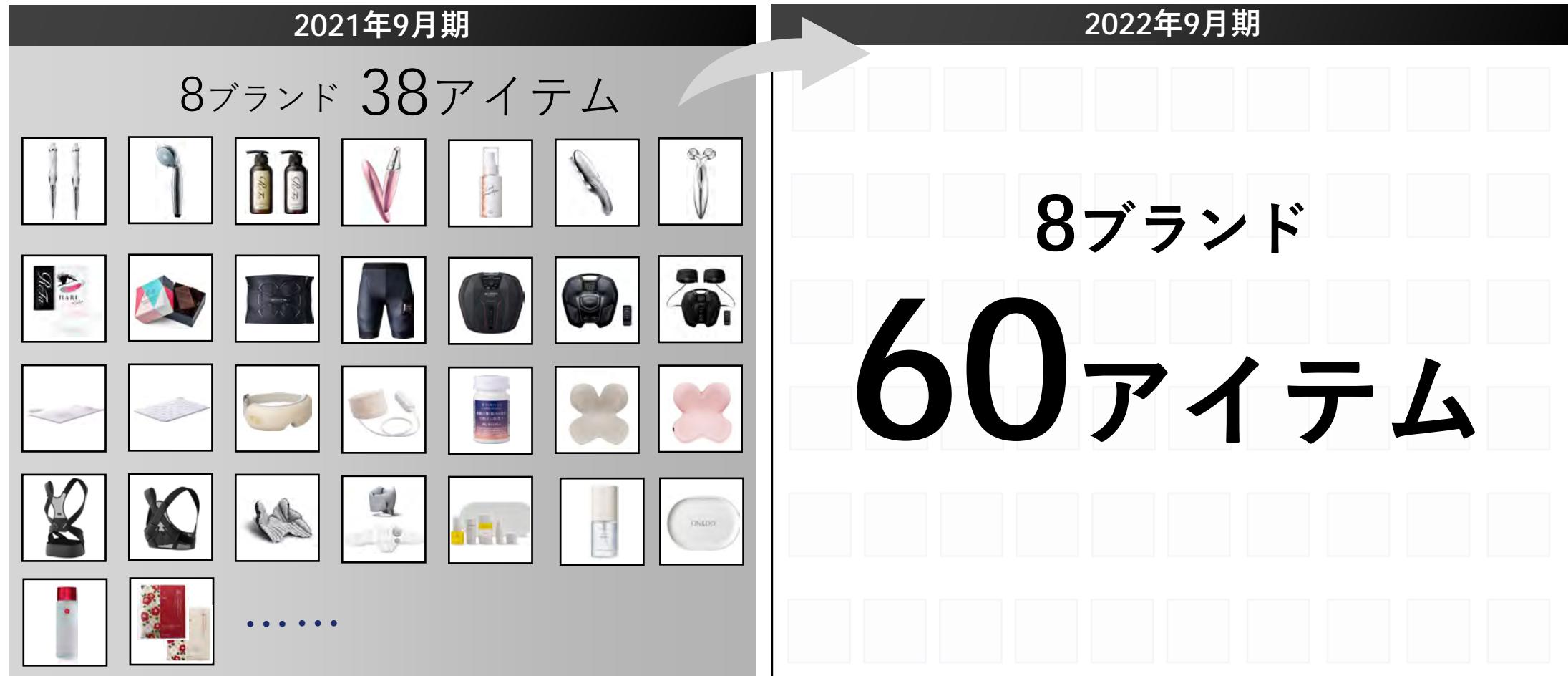
「自社開発」「知的財産戦略」「エビデンス」「インキュベーション」に力を入れ、産官学と協力し、積極的にエビデンスをとり続け、研究を重ねたプロダクトを世の中に生み出す。

- ・ファブレス（自社開発、設計、エビデンス）
- ・産官学との協業
- ・知的財産戦略
- ・学会発表
- ・有識者による顧問会



2022年9月期 商品アイテム数

2022年9月期は、新たに**60**アイテム（過去最多の商品数）をリリース・商品展開へ



海外戦略の再構築

日本における成功事例を海外に展開、代理店を活用することによりマーケティング投資を抑制しながら、販路・売上拡大を2022年9月期実施予定

アジア市場

ファインバブルシャワー



代理店販売

ヘアケア



代理店販売

e-3X



代理店販売

NEWPEACE



代理店販売

欧州市場

SIXPAD・ハイブリッドトレーニング

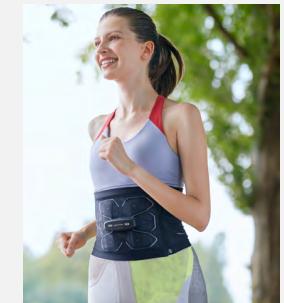


代理店販売

BIKE x EMS



RUN x EMS



WALK x EMS

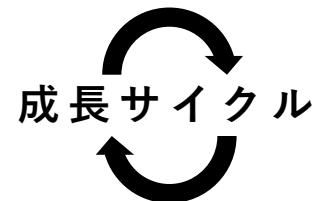


重点投資領域

会員・加盟店の積み上げ



B happy



新ブランドを生み続ける
開発システム

ReFa



TRAINING GEAR
SIXPAD

Style

1. 新商品（過去最高の60アイテム）への研究開発投資

2. MTG LIFEPLAN、B happy及び新商品へのマーケティング投資

3. 今後の成長に向けた、デジタル人材をはじめとした人材投資

ブランド別事業方針

ReFa成長戦略

ReFa

ファインバブルシャワー、ヘアケア、美顔器・ローラーと三本柱の構築

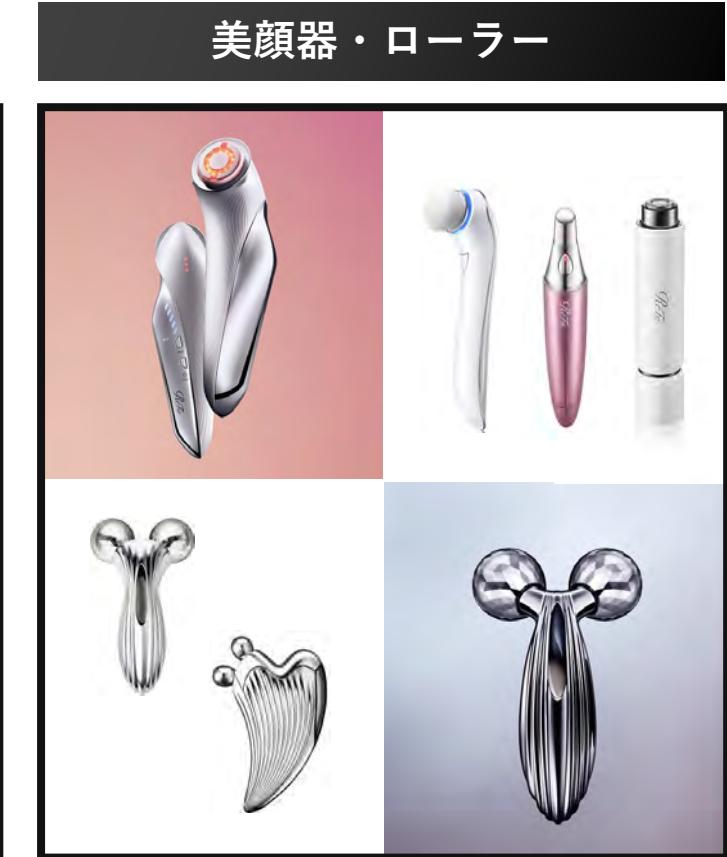
ファインバブルシャワー



ヘアケア



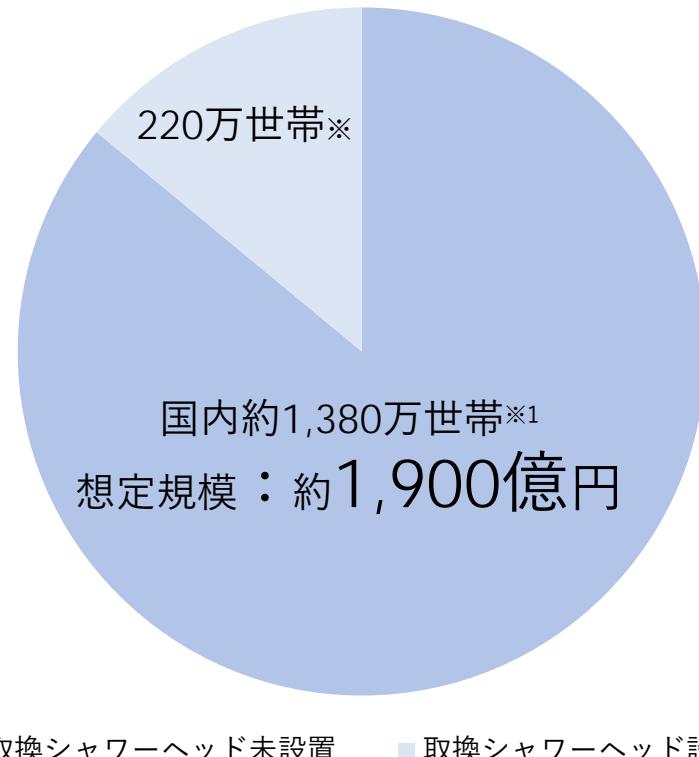
美顔器・ローラー



重点戦略①／ファインバブルシャワー

国内／シャワー市場環境

取り換えシャワーへッドの市場ポテンシャルは、約1,380万世帯^{※1}、想定規模は約1,900億円と、非常に大きい



戦略商品

ファインバブルSとファインバブルワンの拡販を行い、成長する市場においてトップシェア獲得を目指す



ReFa FINE BUBBLE S

浴びるだけで肌を美しくするシャワーへッド。
2つの泡を驚異的に発生させる独自のテクノロジー
価格：30,000円（税込）



ReFa FINE BUBBLE ONE

「ReFa FINE BUBBLE」のアップデートモデル。
取り付けも簡単で、節水効果あり。
価格：18,480円（税込）

※1 国内居住世帯数：5,300万世帯。市販品の後付けタイプのシャワー所持者：約30%（関東圏20～60代女性意識調査／自社調べ）＝1600万世帯。うちシャワーへッド販売数220万が既に設置済とみて、未設置の世帯は1380万と想定。 BEAUTYシャワー平均市場価格：13,760円（富士経済「美容家電&健康家電マーケティングトレンドデータ2020」）より、シャワー数量（設置場所）＝世帯数として換算
※2 JACCSショッピングローンによる分割払いをご選択の場合【分割手数料0円（当社負担）】一括払いでもご購入いただけます。

重点戦略②／ヘアケア

ReFa

ヘアケア事業の現状

美容サロン市場においてドライヤー・アイロンの売上が順調に増加、[業界シェアNo1を目指す](#)

ドライヤー・アイロンなど、ヘアケア商品中心のラインナップに[店舗リニューアル](#)、全店舗黒字化へ



戦略商品

強みである美容サロンチャネルを活用し、ドライヤー・アイロン新商品を独占導入、美容サロンにおけるシェア拡大、口コミ釀成を図り、[EC及び百貨店・SCでの一般販売](#)に繋げる



ReFa BEAUTECH DRYER PRO

「ReFa BEAUTECH DRYER」のアップグレードモデル。

価格 : 39,600円（税込）

発売日 : 2021年10月



ReFa BEAUTECH FINGER IRON

プロフェッショナルの指先がつくるニュアンスを再現。

価格 : 13,200円（税込）

発売日 : 2021年10月



ReFa LOCK OIL

価格 : 2,640円（税込）

発売日 : 2020年10月

SIXPAD成長戦略



「フィットネス・スポーツ」と「ヘルスケア・メディカル」の2軸を強化

Fitness/Sports



Healthcare/Medical



重点戦略①／フィットネス・スポーツ



筋トレと有酸素運動の効果が同時に得られるハイブリッドトレーニング、短時間・高効率を叶える先進のオンラインジム「SIXPAD HOMEGYM」から、新商品ジェルシートが不要なEMSスーツ「Powersuit」を展開、より幅広く会員・ユーザーの獲得を目指す



Powersuit



ハイブリッドトレーニングを可能にするジェルシート不要で短時間・高効率 「Powersuit」



Powersuit
EMSという技術を、着るだけで。

短時間・高効率を実現する、
全身7部位14箇所の
筋肉に同時にアプローチ

FRONT BACK

“ジェルシートはもういらない”
効率的なトレーニングを叶える、
布製電極「Eledyne(エレダイン)」。



水を吹きかけることで通電可能。



更なる会員・ユーザーの拡大



筋トレと有酸素運動が同時にできるハイブリッドトレーニングの普及・拡大に向けたマーケティングの実施

BIKE × EMS



RUN × EMS



WALK × EMS



重点戦略②／ヘルスケア・メディカル



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。

月々600円※2で始められる「MTG LIFEPLAN」が好調

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



SIXPAD Foot Fit Lite

使いやすさを追求した
薄型・軽量・コンパクトタイプ

価格：38,800円（税込）
発売日：2021年3月



SIXPAD Foot Fit 2

機能を充実させ、操作性も向上したニューモデル

価格：42,000円（税込）
発売日：2021年4月

※1 2018年10月～2021年2月SIXPAD Foot Fitシリーズ実績

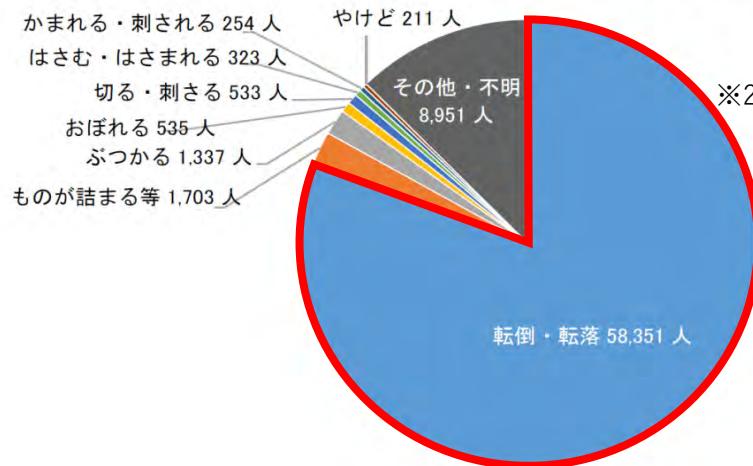
※2 お支払い方法でJACCSショッピングローン60回払いを選択の場合 初回3,400円、翌月以降毎月600円となります。一括払いでもご購入いただけます。

介護予防領域への新たな取り組み



社会課題

事故種別ごとの高齢者の救急搬送者数の
80.8%が「転倒・転落」※1



介護予防（ヘルスケア）への取り組みを開始

- ① 豊田市のSIBソーシャル・インパクト・ボンドを活用した介護予防事業に中部電力と参画
(2021年9月)



豊田市の高齢者100名に対して
自宅でのFoot Fitのトレーニング
を提供、介護予防に貢献する

- ② 鹿児島県旭生会のデイサービスにて
介護保険（個別機能訓練加算）に採択
(2021年9月)



SIXPAD Foot Fit Lite

使いやすく、薄型・軽量・コンパクトタイプ
価格：税込 38,800円
発売日：2021年4月2日

グループ会社事業

BLAZE
ブレイズ



- 日本経済新聞「Close-up 中部 2021～最新のプロダクト&サービス～」、NHK「おはよう日本」内「EVバイク最前線」特集など多数のメディアに露出。
- 2021年11月／「2021環境フェスティバル」に出展。
- 2021年10月／「SDGs AICHI EXPO 2021」に出展。ブレイズEVトライク「LIMITED EDITION 一パーマネントシルバー」予約販売開始

EVERING



- 2021年12月／全国12か所に特設ポップアップスペースを拡大
- 2021年11月／新色「ホワイト」発売開始
- 2021年10月／自社ECサイトで販売を開始
- 2021年9月／東京、大阪、福岡の3都市で特設ポップアップスペースを開設

五島の椿



- 2021年10月／「五島の椿」ブランドとして初の百貨店取扱い開始
- 2021年9月末／「椿の葉 保湿水」の発売開始

參考資料

経営指標推移（連結）

単位：百万円 括弧内は 前年同期比	2020年9月期					2021年9月期					2022年9月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
売上	9,313 (△10%)	6,166 (△22%)	9,414 (△1%)	9,952 (+20%)	34,845 (△3%)	10,941 (+17%)	9,235 (+50%)	11,556 (+23%)	11,065 (+11%)	42,799 (+23%)	12,760 (+17%)
差引売上 総利益	6,240 (△3%)	3,727 (+1%)	6,823 (+37%)	8,297 (+627%)	25,089 (+56%)	8,207 (+32%)	6,966 (+87%)	7,399 (+8%)	7,513 (△9%)	30,087 (+20%)	8,423 (+3%)
販売費及び 一般管理費	6,465 (△15%)	5,560 (△19%)	5,705 (△27%)	6,138 (△26%)	23,869 (△22%)	6,800 (+5%)	5,339 (△4%)	6,758 (+18%)	7,299 (+19%)	26,197 (+10%)	6,296 (△7%)
営業利益	△225 (-)	△1,832 (-)	1,117 (-)	2,159 (-)	1,219 (-)	1,407 (-)	1,627 (-)	640 (△43%)	214 (△90%)	3,889 (+219%)	2,126 (+51%)
経常利益	44 (-)	△1,896 (-)	1,226 (-)	2,298 (-)	1,672 (-)	1,432 (+3155%)	1,941 (-)	705 (△42%)	133 (△94%)	4,213 (+152%)	2,198 (+53%)
純利益	△39 (-)	△783 (-)	1,033 (-)	1,314 (-)	1,525 (-)	1,304 (-)	1,689 (-)	760 (△26%)	1,837 (+40%)	5,592 (+267%)	1,361 (+4%)

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	2020年9月期					2021年9月期					2022年9月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
販管費 合計	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%)	7,299 (66.0%)	26,197 (61.2%)	6,296 (49.3%)
マーケティング費	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%)	2,615 (23.6%)	8,812 (20.6%)	1,572 (12.3%)
人件費	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%)	1,814 (16.4%)	6,751 (15.8%)	1,726 (13.5%)
研究開発費	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%)	337 (3.0%)	1,103 (2.6%)	282 (2.2%)
荷造運賃	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%)	330 (3.0%)	1,299 (3.0%)	351 (2.8%)
その他	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%)	2,202 (19.9%)	8,230 (19.2%)	2,363 (18.5%)

セグメント別売上（連結）

単位：百万円 括弧内は 前年同期比	2020年9月期					2021年9月期					2022年9月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
全体	9,313 (△10%)	6,166 (△22%)	9,414 (△1%)	9,952 (+20%)	34,845 (△3%)	10,941 (+17%)	9,235 (+50%)	11,556 (+23%)	11,065 (+11%)	42,799 (+23%)	12,760 (+17%)
ダイレクトマーケティング*	2,701 (△1%)	2,760 (+4%)	4,958 (+58%)	4,734 (+21%)	15,155 (+22%)	4,376 (+62%)	3,766 (+36%)	5,871 (+18%)	5,626 (+19%)	19,641 (+30%)	5,037 (+15%)
プロフェッショナル	2,425 (+67%)	1,181 (+16%)	1,655 (+29%)	1,827 (+25%)	7,090 (+36%)	2,585 (+7%)	1,980 (+68%)	2,228 (+35%)	2,038 (+12%)	8,833 (+25%)	3,483 (+35%)
リテールストア*	2,407 (△18%)	1,376 (△35%)	1,666 (△43%)	2,382 (+3%)	7,831 (△24%)	2,613 (+9%)	1,764 (+28%)	2,244 (+35%)	2,098 (△12%)	8,721 (+11%)	2,839 (+9%)
グローバル	1,263 (△53%)	465 (△73%)	867 (△48%)	660 (+792%)	3,256 (△47%)	785 (△38%)	1,058 (+128%)	670 (△23%)	561 (△15%)	3,076 (△6%)	719 (△8%)
その他	514 (△1%)	384 (△5%)	266 (△46%)	346 (△40%)	1,511 (△24%)	580 (+13%)	665 (+73%)	540 (+103%)	739 (+114%)	2,526 (+67%)	681 (+17%)

* その他はスポーツジム、スマートリングとその他事業の合算

セグメント別利益（連結）

単位：百万円 括弧内は 前年同期比	2020年9月期					2021年9月期					2022年9月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
全体	44 (-)	△1,896 (-)	1,227 (-)	401 (-)	1,672 (-)	1,432 (+3,155%)	1,941 (-)	705 (△43%)	133 (△67%)	4,213 (+152%)	2,198 (+53%)
ダイレクト マーケティング*	710 (-)	470 (△30%)	1,752 (+177%)	2,163 (-)	5,095 (+340%)	1,376 (+94%)	1,745 (+271%)	1,605 (△8%)	1,278 (△41%)	6,006 (+18%)	1,510 (+10%)
プロフェッショナル	368 (+1,169%)	△239 (-)	519 (-)	718 (-)	1,366 (-)	814 (+121%)	678 (-)	50 (△90%)	21 (△97%)	1,565 (+15%)	889 (+9%)
リテールストア*	△137 (-)	△549 (-)	250 (△30%)	397 (-)	△39 (-)	519 (-)	188 (-)	261 (+4%)	△6 (-)	962 (-)	569 (+10%)
グローバル	△49 (-)	△415 (-)	△220 (-)	△125 (-)	△809 (-)	△136 (-)	△20 (-)	△421 (-)	20 (-)	△558 (-)	103 (-)
その他	△256 (-)	△310 (-)	△297 (-)	17 (-)	△846 (-)	△504 (-)	△207 (-)	△120 (-)	△101 (-)	△933 (-)	△49 (-)

* その他はスポーツジム、スマートリングとその他事業の合算

ブランド別売上（連結）

単位：百万円 括弧内は 前年同期比	2020年9月期					2021年9月期					2022年9月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
ReFa	3,623 (△28%)	2,178 (△34%)	3,424 (+26%)	4,403 (+126%)	13,628 (+5%)	5,742 (+59%)	4,692 (+116%)	6,141 (+79%)	5,424 (+23%)	21,999 (+61%)	7,694 (+34%)
SIXPAD	3,630 (+46%)	2,902 (+21%)	3,592 (△9%)	4,120 (△12%)	14,245 (+5%)	3,185 (△12%)	2,563 (△12%)	4,071 (+13%)	4,237 (+3%)	14,055 (△1%)	3,729 (+17%)

※ 2021年9月期以前の数値については、監査法人の監査を受けたものではありません。

※ 「SIXPAD」はSIXPAD STATION及びHOME GYMの売上高含む

ブランド・セグメント別売上（連結）

MTG連結 単位：百万円		2022年9月期
		1Q
ReFa	ダイレクト マーケティング	2,645
	プロフェッショナル	2,944
	リテールストア	1,707
	グローバル	395
	ダイレクト マーケティング	2,187
	プロフェッショナル	344
SIXPAD	リテールストア	831
	グローバル	37
	スポーツジム (ホームジム)	328

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	MTG LIFEPLANを軸とする当社ECサイト、新聞を通じた一般消費者への直接販売と国内他社ECサイト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	B happy サロン専用ECプラットフォームでの販売、美容室運営事業者、エステティックサロン運営事業者への卸売及び取次販売、ショッピングセンター等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	EMSフルボディースーツを着用し、EMSと動作を融合させたトレーニングプログラムを行うSIXPAD STATION事業及び、EMSトレーニングスーツを着用し、専用アプリによって自宅でトレーニングする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。
その他事業	EV車両を中心とした自動車販売

免責事項

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。

MTG