

# MTG

2022年9月期  
第3四半期決算説明資料

2022 / 8 / 9

# 本日の内容

1. 2022年9月期第3四半期  
実績・業績見通し
2. 2022年9月期経営方針

# 1 2022年9月期第3四半期 実績・業績見通し

- 第3四半期実績
- 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3四半期／実績

上期想定通り 3QはECとグローバル事業の下振れや原材料価格高騰の影響で 累計增收減益

- 3Qの外出需要増加や欠品影響でEC事業が下振れ、中国ロックダウン影響でグローバル事業が苦戦
- 3Qに発生した為替レートの円安進行等に伴う原材料価格高騰によるコストの増加

| MTG連結<br>単位：億円                     | 2021年9月期<br>3Q累計 | 2022年9月期<br>3Q累計 | 前年比  |
|------------------------------------|------------------|------------------|------|
| 売上高<br>(売上構成比)                     | 317.3<br>(100%)  | 347.0<br>(100%)  | +9%  |
| 差引売上総利益<br>(売上構成比)                 | 225.7<br>(71%)   | 222.5<br>(64%)   | △1%  |
| 販管費<br>(売上構成比)                     | 188.9<br>(60%)   | 203.1<br>(59%)   | +8%  |
| 営業利益<br>(売上構成比)                    | 36.7<br>(12%)    | 19.4<br>(6%)     | △47% |
| 経常利益<br>(売上構成比)                    | 40.7<br>(13%)    | 23.9<br>(7%)     | △41% |
| 親会社株主に<br>帰属する<br>当期純利益<br>(売上構成比) | 37.5<br>(12%)    | 19.2<br>(6%)     | △49% |

MTG LIFEPLAN会員、B happy加盟店増加や新商品効果で売上増の一一方、3Q外出需要増加や欠品影響でEC事業が想定を下振れ、グローバル事業は中国ロックダウンの影響で売上減 **前年比+9%**。

売上総利益は、前期一時的に計上した棚卸評価益等の減少や原材料価格高騰によるコスト増加の影響により粗利率が7ポイント減少 **粗利率64%**。

販管費は、新商品導入に伴う積極的なマーケティング・研究開発投資や採用活動再開に伴う人件費増により**前年比+8%**。

結果、**営業利益19億、経常利益23億、当期純利益19億**と期初想定を下回る進捗。

# 2022年9月期 第3四半期／販管費実績

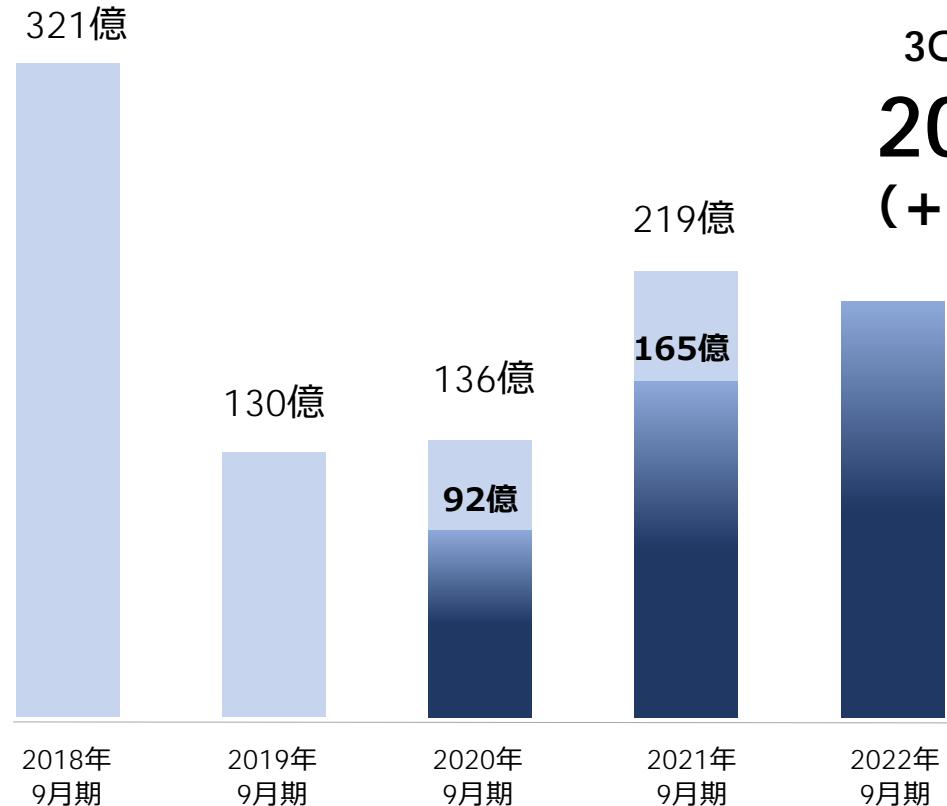
3Qの新商品導入に伴うマーケティング及び研究開発へ積極的に投資を実施、また今後の成長に向け採用活動も再開するなど販管費は前年比8%の増加

| 単位：百万円   | 2021年9月期<br>3Q累計 | 2022年9月期<br>3Q累計 | 前年差    | 前年比  |
|----------|------------------|------------------|--------|------|
| 販管費 合計   | 18,898           | <b>20,316</b>    | +1,418 | +8%  |
| マーケティング費 | 6,197            | <b>5,681</b>     | △516   | △8%  |
| 人件費      | 4,937            | <b>5,399</b>     | +461   | +9%  |
| 研究開発費    | 766              | <b>978</b>       | +212   | +28% |
| 荷造運賃     | 969              | <b>1,023</b>     | +54    | +6%  |
| その他      | 6,027            | <b>7,234</b>     | +1206  | +20% |

# 2022年9月期 第3四半期／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、ドライヤー等新商品効果により  
EC、美容サロン事業をはじめ国内事業が好調 前年比23%増加 2桁成長継続



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、及び美容サロン事業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。

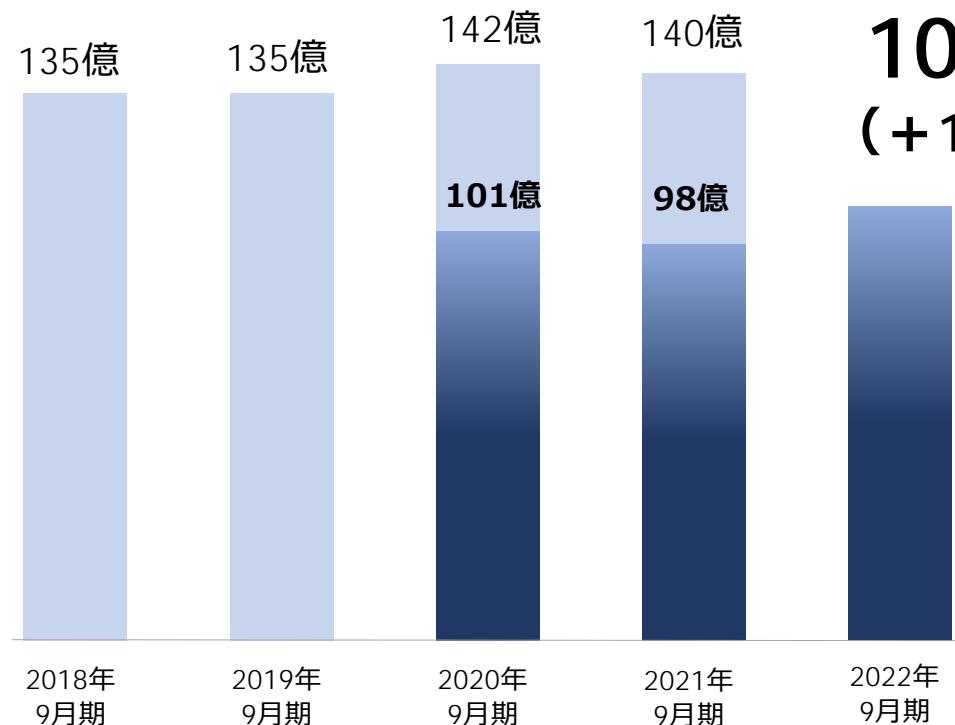
国内リテール事業はヘアケア特化型カウンターに改装、ヘアケア商品が好調に推移。

# 2022年9月期 第3四半期／SIXPADブランド実績



MTG LIFEPLAN会員数増加により新商品Powersuit Core Beltが堅調に推移

一方3Qは外出需要増も影響しEC事業が想定を下回る進捗 前年比12%増加



MTG LIFEPLAN会員数の増加により、新商品Powersuitの販売が堅調に推移。

美容サロン事業で新商品Powergunを用いたケアの評判がよく、順調な販売。

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。

一方でEC事業におけるFootシリーズは外出需要の増加に伴い、3Q販売が苦戦。

# 2022年9月期 第3四半期／セグメント別実績

| MTG連結<br>単位：億円      |         | 2021年9月期<br>3Q累計 | 2022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     | 140.1            | 157.0    | +12%  | <b>MTG LIFEPLAN会員数が増加</b> によりReFa新商品シャワー、ヘアケア販売が好調し、上期は想定通りの進捗。一方3Qは旅行等外出需要の一時的な増加によりSIXPAD Foot Fitシリーズの販売は想定を下振れ。 |
|                     | セグメント利益 | 47.2             | 39.8     | △16%  |   |
| プロフェッショナル           | 売上高     | 67.9             | 80.1     | +18%  | <b>B happy加盟店数は順調に増加</b> 。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し、想定通りの進捗。                                      |
|                     | セグメント利益 | 15.4             | 13.5     | △12%  |   |
| リテールストア             | 売上高     | 66.2             | 76.5     | +16%  | 百貨店を中心にヘアケア特化型カウンターへ改装、ReFaのヘアケア商品を中心に好調に推移。また家電量販店ではSIXPADの新商品 <b>Powersuit Core Belt</b> の販売も堅調に推移、想定通りの進捗。       |
|                     | セグメント利益 | 9.6              | 3.3      | △66%  |   |
| グローバル               | 売上高     | 25.1             | 14.8     | △41%  | 中国におけるロックダウンの影響により販売が苦戦し、想定を下回る。  |
|                     | セグメント利益 | △5.7             | △3.7     | —     |   |
| スポーツジム<br>(オンラインジム) | 売上高     | 5.8              | 9.4      | +61%  | <b>オンラインジム会員数が増加し、黒字化を達成</b> 。対面販売強化による売上の伸びが堅調、想定通りの進捗。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 | △6.5             | 0.09     | —     |   |
| スマートリング             | 売上高     | 0.1              | 1.4      | +745% | 国内及び欧州にてリング型決済デバイスを販売。立ち上げ期におけるマーケティング・研究開発等の先行投資を実施。   |
|                     | セグメント利益 | △3.9             | △9.2     | —     |   |
| その他                 | 売上高     | 11.8             | 7.4      | △37%  | 主な事業であるブレイズのEV事業は堅調に推移。   |
|                     | セグメント利益 | 2.2              | 1.0      | △54%  |   |

# 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 | 2022年6月末 | 増減     | 主な増減要因                   |
|--------------|----------|----------|--------|--------------------------|
| 現金・預金        | 15,651   | 14,577   | △1,074 |                          |
| 受取手形・売掛金     | 4,294    | 4,792    | 498    |                          |
| 棚卸資産         | 9,827    | 11,006   | 1,179  | 新商品導入に伴う在庫増により現預金が減少     |
| その他          | 2,333    | 3,160    | 827    |                          |
| 流動資産合計       | 32,108   | 33,536   | 1,428  |                          |
| 有形固定資産       | 9,852    | 9,849    | △3     |                          |
| 無形固定資産       | 362      | 553      | 191    | MTG Ventures投資ポートフォリオの拡大 |
| 投資その他の資産     | 4,616    | 5,084    | 468    |                          |
| 固定資産合計       | 14,831   | 15,488   | 657    |                          |
| 資産合計         | 46,939   | 49,024   | 2,085  |                          |
| 買掛金・未払金・支払手形 | 4,127    | 3,929    | △198   |                          |
| その他          | 4,099    | 4,202    | 103    |                          |
| 流動負債合計       | 8,230    | 8,135    | △95    |                          |
| 固定負債         | 554      | 473      | △81    |                          |
| 負債合計         | 8,784    | 8,608    | △176   |                          |
| 資本金          | 16,615   | 16,769   | 154    |                          |
| 資本剰余金        | 15,418   | 16,151   | 733    | 自己資本比率 82%               |
| 利益剰余金        | 6,859    | 8,352    | 1,493  | 利益計上による利益剰余金の増加。         |
| その他          | △738     | △856     | △118   |                          |
| 純資産合計        | 38,154   | 40,416   | 2,262  |                          |
| 負債純資産合計      | 46,939   | 49,024   | 2,085  |                          |

# 2022年9月期 業績見通し

売上面は3Qの下振れ要因が一時的で4Qは回復を見込む  
 利益面は円安進行等による原材料価格高騰の影響で4Qも粗利益が想定を下回ることを予想  
 これらを勘案し2022年9月期業績見通しを修正

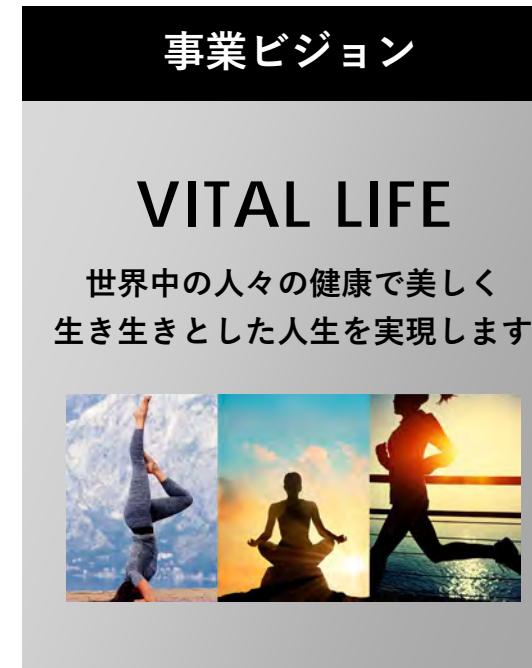
| 単位：億円                            | 2021年9月期<br>通期実績 | 2022年9月期     |               |                |               |
|----------------------------------|------------------|--------------|---------------|----------------|---------------|
|                                  |                  | 3Q累計実績       | 4Q予想          | 8/9 修正<br>通期予想 | 期初<br>通期予想    |
| 売上<br>(前年比)                      | 427<br>(+23%)    | 347<br>(+9%) | 142<br>(+29%) | 490<br>(+14%)  | 500<br>(+17%) |
| 営業利益<br>(前年比)                    | 38<br>(+219%)    | 19<br>(△47%) | 10<br>(+393%) | 30<br>(△23%)   | 45<br>(+16%)  |
| 経常利益<br>(前年比)                    | 42<br>(+152%)    | 23<br>(△41%) | 10<br>(+659%) | 34<br>(△19%)   | 45<br>(+7%)   |
| 親会社株主に<br>帰属する<br>当期純利益<br>(前年比) | 55<br>(+267%)    | 19<br>(△49%) | 5<br>(△69%)   | 25<br>(△55%)   | 31<br>(△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.**

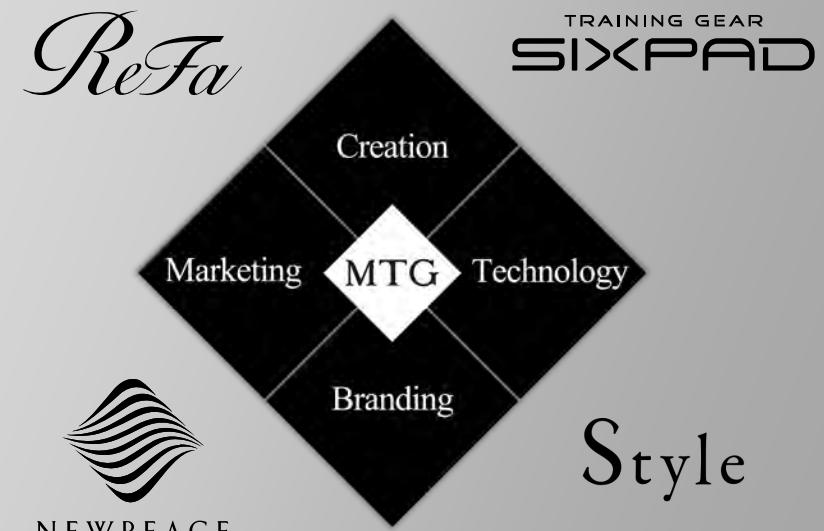
# 継続的な成長の仕組み

加盟店・会員の  
積み上げ

B happy



新ブランドを生み続ける  
開発システム



# 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



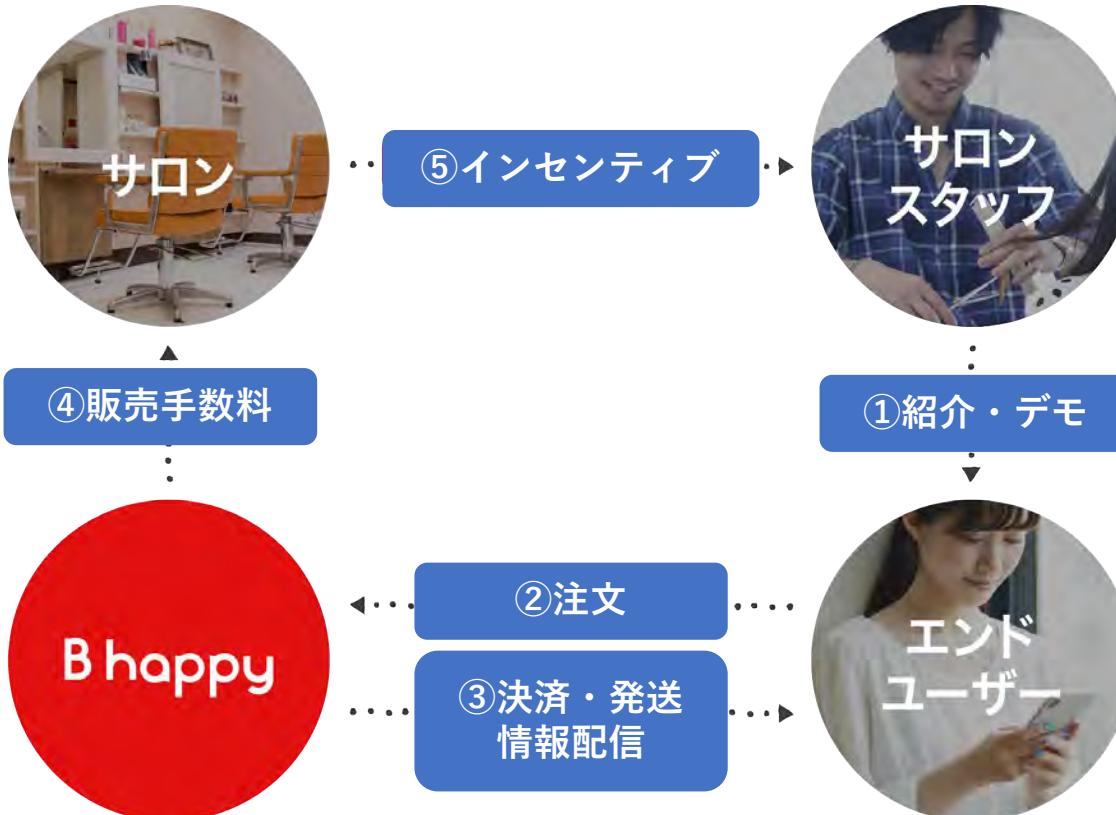
整骨・鍼灸マッサージ (2018年)  
売上：9,440億円※3  
14万店舗

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](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](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](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=2790>、帝国データバンク（ネイル白書調べ）当該URL：<https://prtims.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](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2460)アトラアカデミー当該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](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担い、  
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加盟店数は今期目標5,000店舗※1に対して、6月30日現在 **6,328店舗**と順調に増加



B happy加盟店数

**6,328店舗**

(2022年6月30日現在)



# 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<sup>※1</sup>

下取り  
**下取りサービス**



SIXPAD  
Abs Belt

下取り最大 5,000円<sup>※2</sup>

きちんと保証

〈保証範囲〉

自然故障 + 物損故障

こんな場合でも  
安心です



安心の5年間  
延長保証サービス

※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利用は順調に推移、対応商品も新商品展開により拡大

## MTG LIFEPLAN利用率

利用率 **44%**  
(累計)



## MTG LIFEPLAN対応商品の拡大

**21**アイテム  
(累計)



MTG LIFEPLAN全対象商品においてMTG ONLINESHOP  
経由購入者の**44%**がMTG LIFEPLANを利用  
※2022年9月期実績

新商品展開に伴いMTG LIFEPLAN対応商品を  
新たに追加、**21アイテム**へ

*ReFa*

# ReFa成長戦略（カテゴリ戦略）

*ReFa*

ファインバブルシャワー



ヘアケア



BEAUTY TECH・ローラー



# BEAUTECH EPI

*ReFa*

## 4Q重点商品

簡単操作で本格的なムダ毛ケアを叶えるIPL光美容器、脱毛初心者に必要な機能のみに特化したシンプル設計



### 特徴

- ①サロンでも導入される刺激を感じにくいIPL方式を採用。
- ②MTGLIFEPLANで月々500円からと経済的。
- ③使いやすいシンプルな操作性。

「BEAUTECH EPI」

税込30,000円（2022年4月発売）



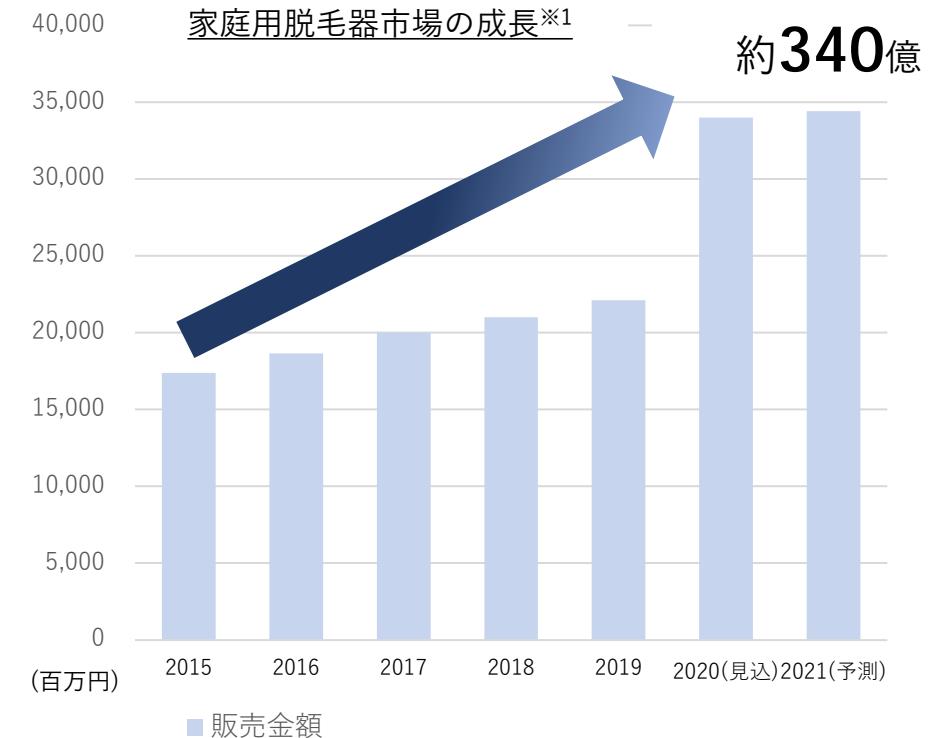
加盟店が順調に増加している  
「B happy」で積極販売



MTG LIFEPLANの  
月々定額で  
手軽に始められる

## 市場環境

家庭用脱毛器市場は2015年より市場が2倍超  
約340億円に成長



# 今後のヘアケア展開

ReFa

## 3社協業

グローバル展開を見据え、日本電産株式会社、Flex、MTGの3社による、ReFa BEAUTECHヘアドライヤー新製品の開発に関する協業についての会見を実施。



## 新商品



商品名：ReFa BEAUTECH DRYER SMART  
(リファビューテック ドライヤー<sup>スマート</sup>)

カラー：ホワイト／ブラック

価 格：¥38,000（税込）

発売日：2022年11月予定

日本電産株式会社：

新型ドライヤー用に最適化した超高速・小型・低騒音モータを新たに開発

Flex：

高い製造力とグローバルなサプライチェーンの力グローバル展開のサポート

MTG：

日本のプロフェッショナルの技を独自のテクノロジーで再現する「ReFa BEAUTECH」シリーズから新商品を開発



# SIXPAD成長戦略（カテゴリ戦略）



HOMEGYM



Powersuit



Healthcare/Medical



Training Recovery



# Powersuit Core Belt



## 4Q重点商品

家庭用初の腹直筋・腹斜筋だけでなく、背筋※まで鍛えられる。



「Powersuit Core Belt」 税込49,800円（2022年4月発売）



※背筋は下部のみとなります。

引用元：笹川スポーツ財団 ※1[https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports\\_life/data/jogging\\_running.html](https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports_life/data/jogging_running.html)

※2[https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports\\_life/data/walking.html#:~:text=2020%E5%B9%B4%E8%AA%BF%E6%9F%BB%E3%81%A7%E3%81%AF%E3%80%81%E9%80%B1,%E3%81%AF%E3%80%81%E7%90%9E%9C%E3%81%A8%E3%81%AA%E3%81%A3%E3%81%9F%E3%80%82](https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports_life/data/walking.html#:~:text=2020%E5%B9%B4%E8%AA%BF%E6%9F%BB%E3%81%A7%E3%81%AF%E3%80%81%E9%80%B1,%E3%81%AF%E3%80%81%E7%90%9E%9C%E3%81%A8%E3%81%AA%E3%81%A3%E3%81%9F%E3%80%82)※3[https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports\\_life/column/20190123.html#:~:text=%E7%AD%8B%E5%8A%9B%E3%83%88%E3%83%AC%E3%83%BC%E3%83%8B%E3%83%82%E3%81%97%E3%81%A6%E3%81%84%E3%82%8B%E3%80%82&text=2002%E5%B9%B4%E3%81%AE483%E4%B8%87,E3%81%A8%E5%A2%97%E5%8A%A0%E5%82%BE%E5%90%91%E3%81%AB%E3%81%82%E3%82%8B%E3%80%82](https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports_life/column/20190123.html#:~:text=%E7%AD%8B%E5%8A%9B%E3%83%88%E3%83%AC%E3%83%BC%E3%83%8B%E3%83%82%E3%81%97%E3%81%A6%E3%81%84%E3%82%8B%E3%80%82&text=2002%E5%B9%B4%E3%81%AE483%E4%B8%87,E3%81%A8%E5%A2%97%E5%8A%A0%E5%82%BE%E5%90%91%E3%81%AB%E3%81%82%E3%82%8B%E3%80%82)

## フィットネス市場環境

運動習慣のある方へのハイブリッドトレーニング（有酸素運動×筋トレ）を提案

### ランニング



国内  
1,000万人※1

### ウォーキング



国内  
3,700万人※2

### ガチトレ



国内  
1,600万人※3

計 6,300万人

Style

# Style成長戦略（カテゴリ戦略）

Style

「Seat」、「BX」に次ぐ3本目の柱「健康チェア」を構築

Seat



BX



健康Chair



# BX Lumbar

Style

## 4Q重点商品

滑車の原理を活用して、腰まわりをしっかりサポート



「BX Lumbar」 税込8,800円（2021年11月発売）



積極的な媒体露出で、幅広い世代への商品認知向上。



## 市場環境

日本で腰痛に悩む人は3,000万人、年間経済損失は3兆円にのぼる。腰痛、腰のケアに対するニーズは高い



※1 厚生省国民生活基礎調査

※2 腰痛に関する全国調査 日本整形外科学会

※3 東京大学（松平浩特任教授）と日本臓器製薬の調査

# 參考資料

# 経営指標推移（連結）

| 単位：百万円<br>括弧内は<br>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               | 2Q              | 3Q              |
| 売上                      | 9,313<br>(△10%) | 6,166<br>(△22%) | 9,414<br>(△1%)  | 9,952<br>(+20%)  | 34,845<br>(△3%)  | 10,941<br>(+17%)   | 9,235<br>(+50%) | 11,556<br>(+23%) | 11,065<br>(+11%) | 42,799<br>(+23%) | 12,760<br>(+17%) | 9,987<br>(+8%)  | 11,957<br>(+3%) |
| 差引売上<br>総利益             | 6,240<br>(+0%)  | 3,727<br>(+1%)  | 6,823<br>(+37%) | 8,297<br>(+626%) | 25,089<br>(+56%) | 8,207<br>(+32%)    | 6,966<br>(+87%) | 7,399<br>(+8%)   | 7,513<br>(△9%)   | 30,087<br>(+20%) | 8,423<br>(+3%)   | 6,364<br>(△9%)  | 7,471<br>(+1%)  |
| 販売費及び<br>一般管理費          | 6,465<br>(△15%) | 5,560<br>(△19%) | 5,705<br>(△27%) | 6,138<br>(△26%)  | 23,869<br>(△22%) | 6,800<br>(+5%)     | 5,339<br>(△4%)  | 6,758<br>(+18%)  | 7,299<br>(+19%)  | 26,197<br>(+10%) | 6,296<br>(△7%)   | 6,186<br>(+16%) | 7,832<br>(+16%) |
| 営業利益                    | △225<br>(-)     | △1,832<br>(-)   | 1,117<br>(-)    | 2,159<br>(-)     | 1,219<br>(-)     | 1,407<br>(-)       | 1,627<br>(-)    | 640<br>(△43%)    | 214<br>(△90%)    | 3,889<br>(+219%) | 2,126<br>(+51%)  | 177<br>(△89%)   | △361<br>(-)     |
| 経常利益                    | 44<br>(-)       | △1,896<br>(-)   | 1,226<br>(-)    | 2,298<br>(-)     | 1,672<br>(-)     | 1,432<br>(+3,134%) | 1,941<br>(-)    | 705<br>(△42%)    | 133<br>(△94%)    | 4,213<br>(+152%) | 2,198<br>(+53%)  | 301<br>(△84%)   | △109<br>(-)     |
| 純利益                     | △39<br>(-)      | △783<br>(-)     | 1,033<br>(-)    | 1,314<br>(-)     | 1,525<br>(-)     | 1,304<br>(-)       | 1,689<br>(-)    | 760<br>(△26%)    | 1,837<br>(+40%)  | 5,592<br>(+267%) | 1,361<br>(+4%)   | 571<br>(△66%)   | △10<br>(-)      |

# 販売費および一般管理費（連結）

| 単位：百万円<br>括弧内は<br>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              | 2Q              | 3Q              |
| 販管費 合計                  | 6,465<br>(△15%) | 5,560<br>(△19%) | 5,705<br>(△27%) | 6,138<br>(△26%) | 23,869<br>(△22%) | 6,800<br>(+5%)  | 5,339<br>(△4%)  | 6,758<br>(+18%) | 7,299<br>(+19%) | 26,197<br>(+10%) | 6,296<br>(△7%)  | 6,186<br>(+16%) | 7,832<br>(+16%) |
| マーケティング費                | 1,550<br>(△27%) | 1,110<br>(△31%) | 1,521<br>(△19%) | 2,003<br>(△8%)  | 6,185<br>(△20%)  | 2,477<br>(+60%) | 1,416<br>(+28%) | 2,303<br>(+51%) | 2,615<br>(+31%) | 8,812<br>(+42%)  | 1,572<br>(△37%) | 1,416<br>(+0%)  | 2,692<br>(+17%) |
| 人件費                     | 1,628<br>(△14%) | 1,727<br>(△8%)  | 1,640<br>(△12%) | 1,646<br>(+4%)  | 6,643<br>(△8%)   | 1,634<br>(+0%)  | 1,610<br>(△7%)  | 1,692<br>(+3%)  | 1,814<br>(+10%) | 6,751<br>(+2%)   | 1,726<br>(+6%)  | 1,755<br>(+9%)  | 1,917<br>(+13%) |
| 研究開発費                   | 347<br>(+17%)   | 384<br>(△3%)    | 392<br>(△15%)   | 337<br>(△26%)   | 1,462<br>(△9%)   | 258<br>(△26%)   | 231<br>(△40%)   | 276<br>(△30%)   | 337<br>(+0%)    | 1,103<br>(△25%)  | 282<br>(+9%)    | 337<br>(+46%)   | 357<br>(+30%)   |
| 荷造運賃                    | 351<br>(△16%)   | 254<br>(△26%)   | 300<br>(△19%)   | 320<br>(△30%)   | 1,225<br>(△23%)  | 325<br>(△7%)    | 276<br>(+9%)    | 367<br>(+22%)   | 330<br>(+3%)    | 1,299<br>(+6%)   | 351<br>(+8%)    | 298<br>(+8%)    | 374<br>(+2%)    |
| その他                     | 2,588<br>(△10%) | 2,082<br>(△21%) | 1,851<br>(△42%) | 1,830<br>(△49%) | 8,352<br>(△32%)  | 2,103<br>(△19%) | 1,804<br>(△13%) | 2,119<br>(+14%) | 2,202<br>(+20%) | 8,230<br>(△1%)   | 2,363<br>(+12%) | 2,379<br>(+32%) | 2,491<br>(+18%) |

# セグメント別売上（連結）

| 単位：百万円<br>括弧内は<br>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               | 2Q              | 3Q              |
| 全体                      | 9,313<br>(△10%) | 6,166<br>(△22%) | 9,414<br>(△1%)  | 9,952<br>(+20%) | 34,845<br>(△3%)  | 10,941<br>(+17%) | 9,235<br>(+50%)  | 11,556<br>(+23%) | 11,065<br>(+11%) | 42,799<br>(+23%) | 12,760<br>(+17%) | 9,987<br>(+8%)  | 11,957<br>(+3%) |
| ダイレクトマーケティング            | 2,701<br>(△1%)  | 2,760<br>(+8%)  | 4,958<br>(+50%) | 4,734<br>(+23%) | 15,155<br>(+22%) | 4,376<br>(+62%)  | 3,766<br>(+36%)  | 5,871<br>(+18%)  | 5,626<br>(+19%)  | 19,641<br>(+30%) | 5,037<br>(+15%)  | 4,513<br>(+20%) | 6,157<br>(+5%)  |
| プロフェッショナル               | 2,425<br>(+66%) | 1,181<br>(+16%) | 1,655<br>(+29%) | 1,827<br>(+25%) | 7,090<br>(+36%)  | 2,585<br>(+7%)   | 1,980<br>(+68%)  | 2,228<br>(+35%)  | 2,038<br>(+12%)  | 8,833<br>(+25%)  | 3,483<br>(+35%)  | 2,100<br>(+6%)  | 2,430<br>(+9%)  |
| リテールストア                 | 2,407<br>(△18%) | 1,375<br>(△38%) | 1,666<br>(△39%) | 2,382<br>(+1%)  | 7,831<br>(△24%)  | 2,613<br>(+9%)   | 1,764<br>(+28%)  | 2,244<br>(+35%)  | 2,098<br>(△12%)  | 8,721<br>(+11%)  | 2,839<br>(+9%)   | 2,425<br>(+37%) | 2,393<br>(+7%)  |
| グローバル                   | 1,263<br>(△53%) | 465<br>(△73%)   | 867<br>(△48%)   | 660<br>(+793%)  | 3,256<br>(△47%)  | 785<br>(△38%)    | 1,058<br>(+128%) | 670<br>(△23%)    | 561<br>(△15%)    | 3,076<br>(△6%)   | 719<br>(△8%)     | 376<br>(△64%)   | 384<br>(△43%)   |
| その他*                    | 515<br>(△1%)    | 383<br>(△5%)    | 266<br>(△46%)   | 346<br>(△40%)   | 1,511<br>(△24%)  | 580<br>(+13%)    | 665<br>(+74%)    | 540<br>(+103%)   | 739<br>(+114%)   | 2,526<br>(+67%)  | 681<br>(+17%)    | 572<br>(△14%)   | 590<br>(+9%)    |

\* 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<br>括弧内は<br>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              | 2Q              | 3Q              |
| 全体                      | 44<br>(-)        | △1,896<br>(-) | 1,226<br>(-)    | 2,298<br>(-) | 1,672<br>(-)     | 1,432<br>(+3,134%) | 1,941<br>(-)     | 705<br>(△42%)  | 133<br>(△94%)   | 4,213<br>(+152%) | 2,198<br>(+53%) | 301<br>(△84%)   | △109<br>(-)     |
| ダイレクトマーケティング            | 710<br>(△28%)    | 469<br>(△52%) | 1,751<br>(+71%) | 2,163<br>(-) | 5,095<br>(+129%) | 1,376<br>(+94%)    | 1,745<br>(+272%) | 1,605<br>(△8%) | 1,278<br>(△41%) | 6,006<br>(+18%)  | 1,510<br>(+10%) | 1,183<br>(△32%) | 1,290<br>(△20%) |
| プロフェッショナル               | 368<br>(+1,150%) | △238<br>(-)   | 519<br>(-)      | 717<br>(-)   | 1,366<br>(-)     | 814<br>(+121%)     | 678<br>(-)       | 50<br>(△90%)   | 21<br>(△97%)    | 1,565<br>(+15%)  | 889<br>(+9%)    | 431<br>(△36%)   | 33<br>(△33%)    |
| リテールストア                 | △137<br>(-)      | △549<br>(-)   | 249<br>(-)      | 397<br>(-)   | △39<br>(-)       | 519<br>(-)         | 188<br>(-)       | 261<br>(+5%)   | △6<br>(-)       | 962<br>(-)       | 569<br>(+10%)   | 56<br>(△70%)    | △294<br>(-)     |
| グローバル                   | △49<br>(-)       | △415<br>(-)   | △219<br>(-)     | △125<br>(-)  | △809<br>(-)      | △136<br>(-)        | △20<br>(-)       | △421<br>(-)    | 20<br>(-)       | △558<br>(-)      | 103<br>(-)      | △72<br>(-)      | △408<br>(-)     |
| その他*                    | △257<br>(-)      | △310<br>(-)   | △297<br>(-)     | 16<br>(-)    | △848<br>(-)      | △504<br>(-)        | △207<br>(-)      | △120<br>(-)    | △101<br>(-)     | △933<br>(-)      | △49<br>(-)      | △352<br>(-)     | △408<br>(-)     |

\* 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<br>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              | 2Q              | 3Q              |
| ReFa                | 3,622<br>(△28%) | 2,177<br>(△34%) | 3,424<br>(+26%) | 4,403<br>(+126%) | 13,628<br>(+5%) | 5,741<br>(+58%) | 4,691<br>(+115%) | 6,141<br>(+79%) | 5,424<br>(+23%) | 21,999<br>(+61%) | 7,694<br>(+34%) | 5,745<br>(+22%) | 6,994<br>(+14%) |
| SIXPAD              | 3,630<br>(+45%) | 2,902<br>(+21%) | 3,592<br>(△9%)  | 4,120<br>(△12%)  | 14,245<br>(+5%) | 3,185<br>(△12%) | 2,562<br>(△12%)  | 4,070<br>(+13%) | 4,237<br>(+3%)  | 14,055<br>(△1%)  | 3,729<br>(+17%) | 3,104<br>(+21%) | 4,166<br>(+2%)  |

※ 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<br>単位：百万円 |                   | 2022年9月期 |       |       |
|-----------------|-------------------|----------|-------|-------|
|                 |                   | 1Q       | 2Q    | 3Q    |
| ReFa            | ダイレクトマーケティング      | 2,645    | 2,606 | 3,488 |
|                 | プロフェッショナル         | 2,944    | 1,495 | 1,753 |
|                 | リテールストア           | 1,707    | 1,577 | 1,561 |
|                 | グローバル             | 395      | 65    | 188   |
| SIXPAD          | ダイレクトマーケティング      | 2,187    | 1,571 | 2,568 |
|                 | プロフェッショナル         | 344      | 446   | 508   |
|                 | リテールストア           | 831      | 704   | 757   |
|                 | グローバル             | 37       | 82    | 10    |
|                 | スポーツジム<br>(ホームジム) | 328      | 299   | 320   |

# 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