

MTG

2023年9月期
第3四半期決算説明資料

2023 / 8 / 4

本日の内容

1. 2023年9月期第3四半期
実績・業績見通し
2. 2023年9月期経営方針

1

2023年9月期第3四半期 実績・業績見通し

- 第3四半期実績
- セグメント別実績
- 貸借対照表
- 業績見通し

2023年9月期 第3四半期／実績

2桁の大幅増収増益 ReFaの前年比+49%の伸びが全体をけん引

MTG連結 単位：億円	2022年9月期 3Q累計	2023年9月期 3Q累計	前年比
売上高 (売上構成比)	347.0 (100%)	431.0 (100%)	+24%
差引売上総利益 (売上構成比)	222.5 (64%)	262.4 (61%)	+18%
販管費 (売上構成比)	203.1 (59%)	236.8 (55%)	+17%
営業利益 (売上構成比)	19.4 (6%)	25.5 (6%)	+32%
経常利益 (売上構成比)	23.9 (7%)	28.7 (7%)	+20%
親会社株主に 帰属する 当期純利益 (売上構成比)	19.2 (6%)	14.6 (3%)	△24%

ReFaヘアケア、シャワーが好調で前年比+49%増収した影響により全社売上も前年比+24%の2桁成長。

売上総利益は、円安等による原材料価格高騰の影響により粗利率が3ポイント減少粗利率61%。

※参考 平均為替 前期1-3Q：119.8円 今期1-3Q：137.1円

販管費は、大幅な新商品増加に伴う研究開発費とマーケティング費等の増加により前年比+17%。

結果、営業利益は25億、経常利益28億の増益。当期純利益は連結での税負担率上昇の影響もあり14億。

2023年9月期 第3四半期／販管費実績

新商品投入に伴う研究開発費とマーケティング費の増加等により 前年比+17%の増加

単位：百万円	2022年9月期 3Q累計	2023年9月期 3Q累計	前年差	前年比
販管費 合計	20,316	23,689	+3,372	+17%
マーケティング費	5,681	6,644	+963	+17%
人件費	5,399	6,116	+717	+13%
研究開発費	978	1,219	+241	+25%
荷造運賃	1,023	1,215	+191	+19%
その他	7,234	8,493	+1,259	+17%

2023年9月期 第3四半期／セグメント別実績

MTG連結 単位：億円		2022年9月期 3Q累計	2023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	157.0	189.4	+21%	MTG LIFEPLAN会員数は引き続き増加。ReFaのシャワーとヘアケア商品の販売が好調。SIXPADは母の日、父の日のギフト需要もありSIXPAD Foot Fit Liteの販売数が堅調に推移。
	セグメント利益	39.8	50.9	+28%	
プロフェッショナル	売上高	85.0	114.9	+35%	B happy加盟店数が順調に増加し、通期目標11,000店舗を達成。美容サロンにおいてヘアケア商品やシャワーを中心に店舗販売が引き続き好調に推移。
	セグメント利益	14.4	12.4	△14%	
リテールストア	売上高	79.5	103.1	+30%	店舗客数が急回復、ReFaのヘアケア商品を中心に好調、3Q売上は+50%と大幅増収。
	セグメント利益	4.0	9.4	+137%	
グローバル	売上高	14.8	10.4	△29%	中国リオープニング後の販売不振及び一時的な在庫処理を行った影響により減収減益。
	セグメント利益	△3.7	△7.1	—	
スマートリング	売上高	1.4	1.4	+1%	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	△9.2	△8.5	—	
その他	売上高	9.0	11.5	+28%	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	△0.4	△0.4	—	

※セグメント利益については経常利益にて算出しております。

※2022年10月より従来「スポーツジム事業」に含まれていたHOME GYM事業の売上高を販売チャネル別のセグメント分類に変更し、「プロフェッショナル事業」及び「リテールストア事業」の区分に変更しております。当該変更に伴い、「スポーツジム事業」の量的な重要性が低下したことから、「その他事業」の区分に変更しております。2022年9月期の数値につきましても、変更後のセグメントに組み換えをして表示しております。

貸借対照表（連結）

引き続き強固な財務基盤

単位：百万円	2022年9月末	2023年6月末	増減	主な増減要因
現金・預金	16,529	14,761	△1,768	
受取手形・売掛金	4,838	5,639	+801	
棚卸資産	11,068	12,229	+1,161	
その他	2,162	2,709	+547	在庫回転率は前年より改善傾向。
流動資産合計	34,600	35,340	+740	
有形固定資産	9,788	10,189	+401	
無形固定資産	476	555	+79	MTG Ventures投資ポートフォリオの拡大
投資その他の資産	5,076	6,105	+1,029	
固定資産合計	15,341	16,851	+1,510	
資産合計	49,942	52,191	+2,249	
買掛金・未払金・支払手形	3,383	4,493	+1,110	
その他	4,891	4,984	+93	
流動負債合計	8,279	9,479	+1,200	
固定負債	377	384	+7	
負債合計	8,656	9,864	+1,208	
資本金	16,772	16,776	+4	
資本剰余金	16,153	16,158	+5	自己資本比率 79.6%
利益剰余金	9,116	10,183	+1,067	利益計上による利益剰余金の増加。
その他	△756	△790	△34	
純資産合計	41,285	42,327	+1,042	
負債純資産合計	49,942	52,191	+2,249	

2023年9月期 業績見通し

ReFa国内事業好調、通期見通し達成へ順調に推移

単位：億円	3Q累計実績	2023年9月期	
		5/10 修正 通期予想	進捗率
売上 (前年比)	431 (+24%)	580 (+18%)	74%
営業利益 (前年比)	25 (+32%)	34 (+5%)	75%
経常利益 (前年比)	28 (+20%)	33 (△11%)	87%
親会社株主に 帰属する 当期純利益 (前年比)	14 (△24%)	16 (△40%)	91%

2

2023年9月期経営方針

継続的な成長の仕組み

MTG独自のブランド開発システムにより、中核・育成ブランドから史上最多の新商品を発売し、加盟店と会員を積み上げることで、継続的な成長を実現

ブランド開発システム

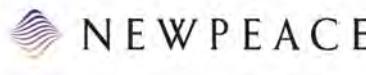


加盟店・会員の積み上げ

B happy



MTG



ReFa



ON&DO

MEGLY

M DNA
SKIN



五島の椿

史上最多の新商品導入

今後の成長に向け、新商品数を大幅に増加（目標102アイテム 前期比2倍超）

3Q累計の新商品導入数は72アイテムと順調に進捗

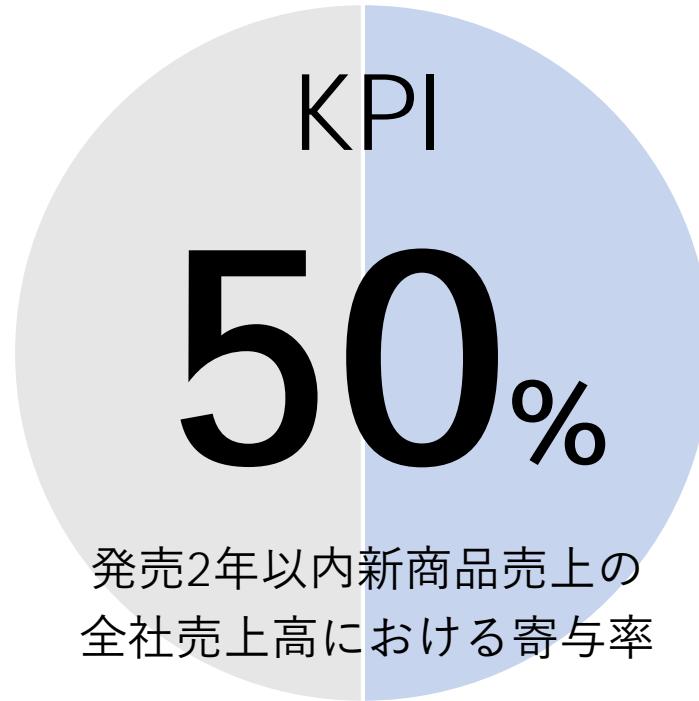


進捗70%

2023年9月期目標

新商品売上比率

新商品売上比率50%以上をKPIとして目指す

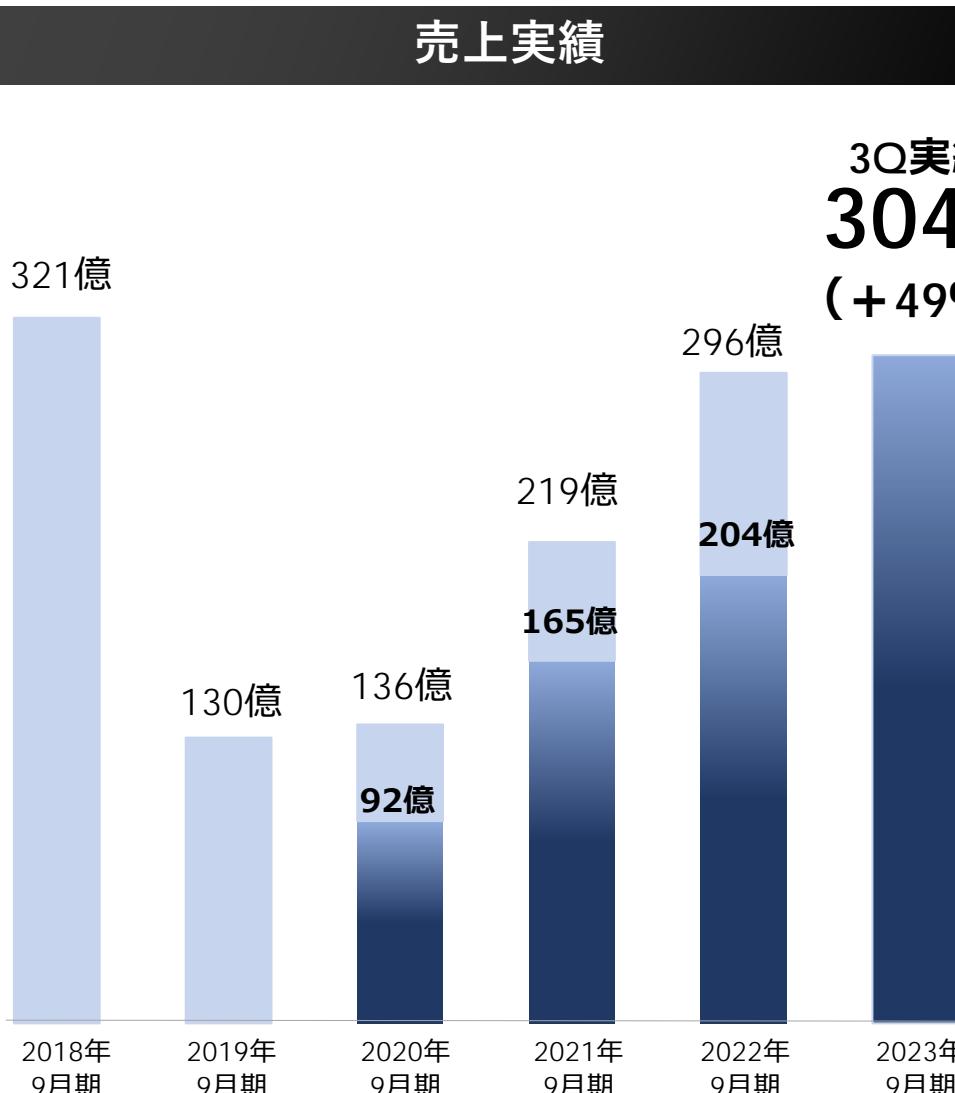


前期実績：60% 今期3Q累計実績：44%

ReFa

ReFaブランド実績

ReFa



主要因

新商品効果と国内売上好調により、[前年比+49%](#)の増収 通期で過去最高売上を目指す

[MTG LIFEPLAN](#)会員数の増加、ヘアケアやシャワーの好調な販売が継続し、EC事業は引き続き好調に推移。

[B happy](#)加盟店の増加もあり、美容サロン事業が好調に推移。ヘアケアシリーズの新商品[ReFa BEAUTECH DRYER SMART](#)も売上に貢献。

ヘアケア特化型カウンター改装後の[百貨店](#)は好調を継続。ReFa HEART BRUSHや新商品ReFa AILE BRUSHも新たなお客様の獲得に寄与。

ReFa成長戦略

ReFa

主要4カテゴリに新商品を導入し、ブランド成長を加速

FINE BUBBLE SHOWER



HAIRCARE



BEAUTY TECH/ROLLER



SHAMPOO/TREATMENT



カテゴリ別実績 – HAIRCARE (1/2)

ReFa

売上実績

新商品ReFa BEAUTECH DRYER SMARTは美容サロンにおける先行販売の宣伝効果もあり、特に百貨店、ECでの販売が好調に推移 前年比 約2倍に伸長



166億
(+99%)

83億



※単位：円

※1 当社従来品2021年発売 ReFa BEAUTECH DRYER PROとの比較

※2 2019年10月～2022年12月ReFaのヘアアイロン累計出荷本数 ※3 2019年10月～2023年1月ReFaのヘアドライヤー累計出荷台数

戦略商品

累計出荷数100万本※2突破したReFaヘアアイロン、また同50万台※3を突破したドライヤーシリーズを国内市場で販売強化、更なる売上拡大を目指す

ReFa BEAUTECH DRYER SMART 【NEW】



サロンクオリティの仕上がりと速乾性※1
コンパクトなデザインと使いやすさを追求
した新モデル

カラー：ホワイト／ブラック

価格：¥38,000（税込）

発売日：2022年11月

ReFaのヘアアイロンが、累計出荷数100万本※2突破。ヘアドライヤーも、
累計出荷数50万台突破※3、ヘアケア商品は好調に推移



カテゴリ別実績 – HAIRCARE (2/2)

ReFa

ブラシ販売数推移

ReFaブラシシリーズ累計出荷数**100万本**※突破。ReFa HEART BRUSHは引き続き好調、また6月に発売したReFa AILE BRUSHも発売当初から好調に推移



※『ReFa』ブラシシリーズ累計出荷数（2021年4月～2023年3月末実績）

戦略商品

ReFa HEART BRUSHは引き続き百貨店やECで好調、今後専門店・量販店及び美容サロンへ販売チャネルを拡大、ReFa AILE BRUSHをはじめ新商品を投入し更なる販売強化を図る

ReFa AILE BRUSH (リファエールブラシ) **[NEW]**



価格：3,800円（税込）
発売日：2023年6月
販売：MTGオンラインショップ、ReFaショップ、専門店を中心に順次展開。



ワイドに深く髪をとらえ、一気にツヤめくスタイリングを叶えるハンドル付きのツヤメイクブラシ。

ReFa HEART BRUSH RAY



プレゼントに最適なパッケージやディスプレイ可能な置台を追加。ピンの折れを保護するカバーにミラーを搭載。



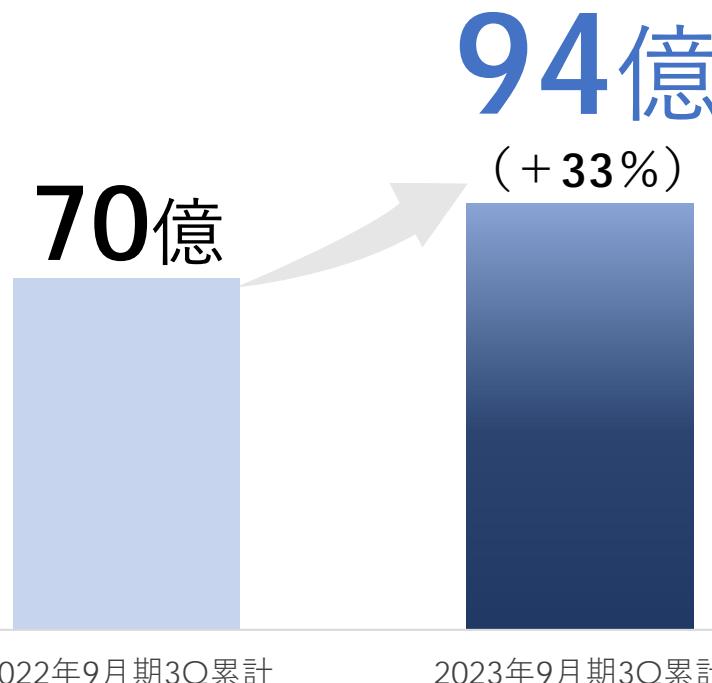
価格：5,500円（税込）
販売：MTGオンラインショップ、Beauty Connection Ginzaにて先行発売。その後、全国の百貨店、ReFaショップを中心に各市場で展開

カテゴリ別実績 – FINE BUBBLE SHOWER

ReFa

売上実績

国内市場で好調、特にECにおいては新商品 **ReFa FINE BUBBLE PURE** の販売が好調、美容サロンでも サロン専用ファインバブルシャワーヘッド導入が進捗、サービスでファインバブルを体感する事により 販売が伸長 前年比+33%



戦略商品

ファインバブルSとファインバブルピュアの更なる拡販を行い、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 PURE (ブラック) **[NEW]**



浄化された水と泡で美しさに磨きがかかる、「ReFa FINE BUBBLE PURE (リファファインバブルピュア)」の新色を発表

カラー：ブラック

価格：33,000円（税込）

発売日：2023年7月10日（月）

販売：MTG公式オンライン



ショップ先行発売 順次市場拡大



ReFa FINE BUBBLE S

浴びるだけで肌を美しくするシャワーヘッド。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）

発売日：2020年8月



2023/8/4

※単位：円

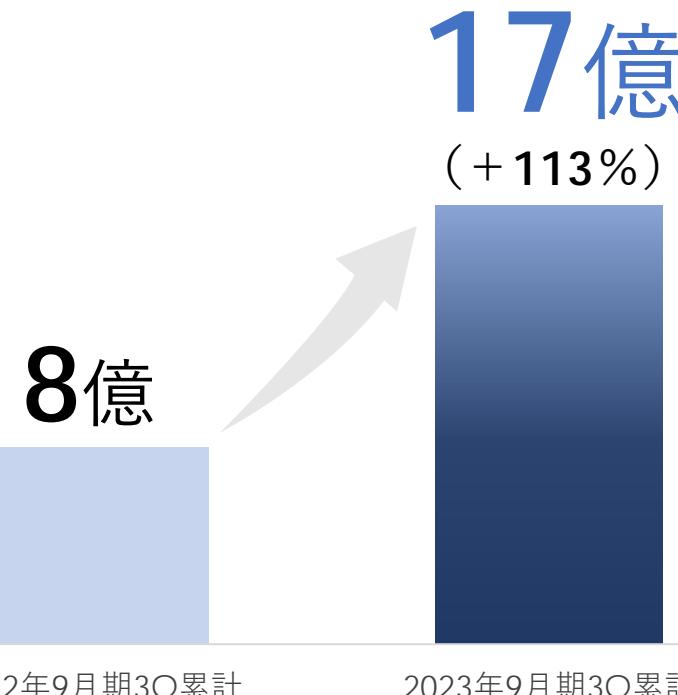
※ 2013年4月～2022年4月 ファインバブル発生機構搭載シャワーシリーズ累計出荷本数

カテゴリ別実績 – SHAMPOO / TREATMENT

ReFa

売上実績

ロックオイルシリーズ累計出荷数100万本突破をはじめ、SHAMPOO/TREATMENTを含むカテゴリ売上は前年比2倍超の高成長



戦略商品

ロックオイルシリーズは国内事業において引き続き好調、今後SHAMPOO/TREATMENTカテゴリで消耗品の売上拡大を目指す

100万本*
突破

ReFa LOCK OIL



アイロンの熱から髪を守りダメージ補修、さらにトレンドのウェットな束感とツヤ感メイクも叶える、スタイリングオイル。

価格：¥2,640（税込）
内容量：100mL
発売日：2020年10月



ReFa ION CARE SHAMPOO/TREATMENT

独自のバランスでイオンを配合した高濃度イオンヘアケアで、根元はふんわり、毛先はまとまる、しっとりやわらかいレア髪へ。

価格：シャンプー 2,420円（税込）
トリートメント 2,640円（税込）
容量：シャンプー300mL / トリートメント290g
発売日：2020年10月



※単位：円

※ 2020年10月～2023年5月 累計出荷数

ReFa ROOMにより商品体験の場を拡大

ReFa

くつろぎの空間でReFaのアイテムを体験頂ける、ワンランク上の宿泊プラン“ReFaルーム”
総導入室数**18,368室※1** 想定年間体感数**約450万人※2**

導入実績

三井不動産ホテルマネジメント様

「三井ガーデンホテル」の上級クラス「プレミア」全9ホテルの全室（2,728室）にReFa商品※3を導入。

ReFa FINE BUBBLE S合計2,567室、
ReFa BEAUTECH DRYER (PRO/SMART) 合計980室に導入。
また全9ホテルにてReFaルーム×2室ずつ導入。



和倉温泉 加賀屋様

特別室（浜離宮）10室にReFaルーム導入。グループその他の拠点にも導入検討。



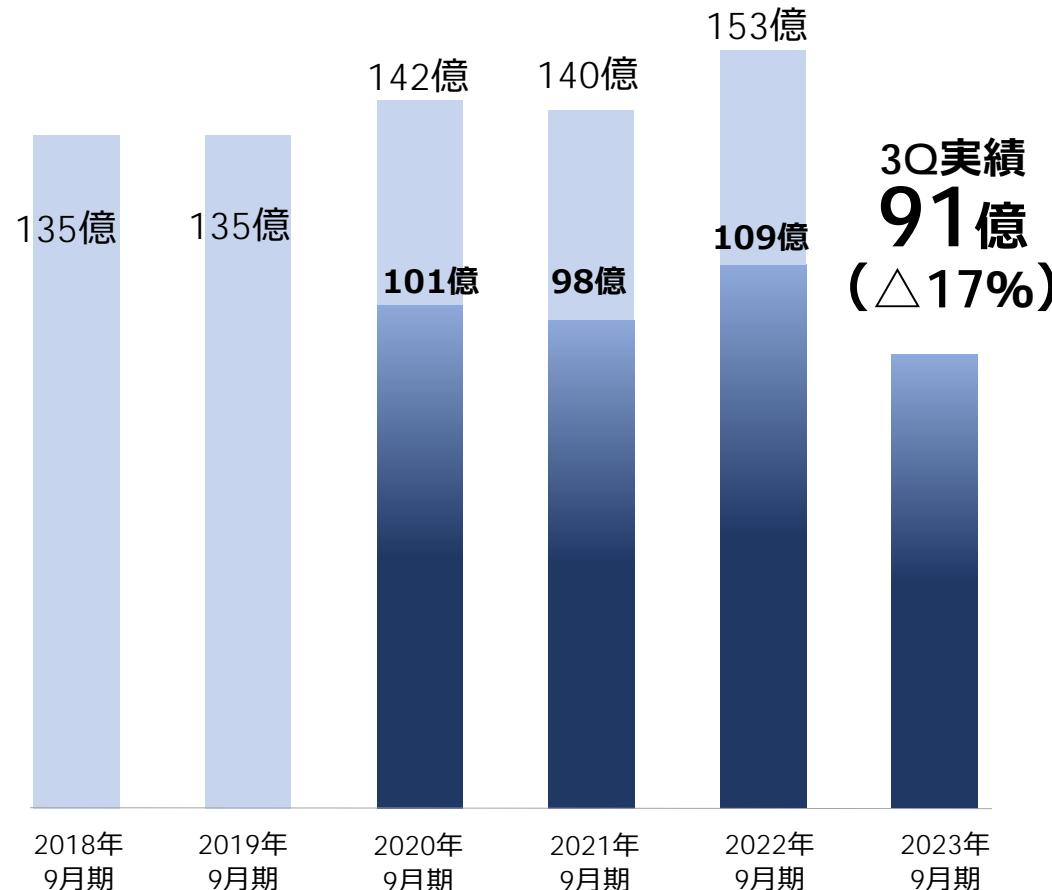
※1 2023年6月現在 単品導入も含む ※2 18,368室（6月末までの累計導入室数）×1.5名（平均宿泊者数/室）※ニッセイ研究所調べ（<https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=60899?pno=3&site=nli#:~:text=%E3%81%BE%E3%81%9F%E3%80%811%E9%83%A8%E5%B1%8B%E5%BD%93%E3%81%9F%E3%82%8A%E3%81%AE.%E3%81%A7%E6%8E%A8%E7%A7%BB%E3%81%97%E3%81%A6%E3%81%84%E3%82%8B%E3%80%82>）÷1.75泊（平均宿泊日数/室）※じゃらん調べ（<https://jrc.jalan.net/wp-content/uploads/2021/07/3d4d4785511ef636342d74531449a4b2.pdf>）×80% 2023/8/4
(23年3月客室平均稼働率) <https://hotelbank.jp/hoteldata/Tokyo-business-hotel-deta-202303/> x365日 ※導入商品は各ホテル・プランによって異なります。



SIXPADブランド実績



売上実績



主要因

Power Gunの販売が好調に推移も、PowersuitやFootシリーズの販売が苦戦 △17%の減収

前年までの巣篭もり消費の余波で、ECのダイエット・健康市場の売上規模が縮小し、Powersuitの販売に影響。

外出需要の増加によりFootシリーズ販売は苦戦していたが、母の日、父の日のギフト需要により3Q売上は改善。

美容サロン事業でPower Gunを活用したサービスを取り入れることで、新商品Power Gun Pocketの販売が好調に推移。

SIXPAD成長戦略



主要3カテゴリに新商品を導入し、ブランド成長を加速

SPORTS



HEALTH CARE



TRAINING RECOVERY

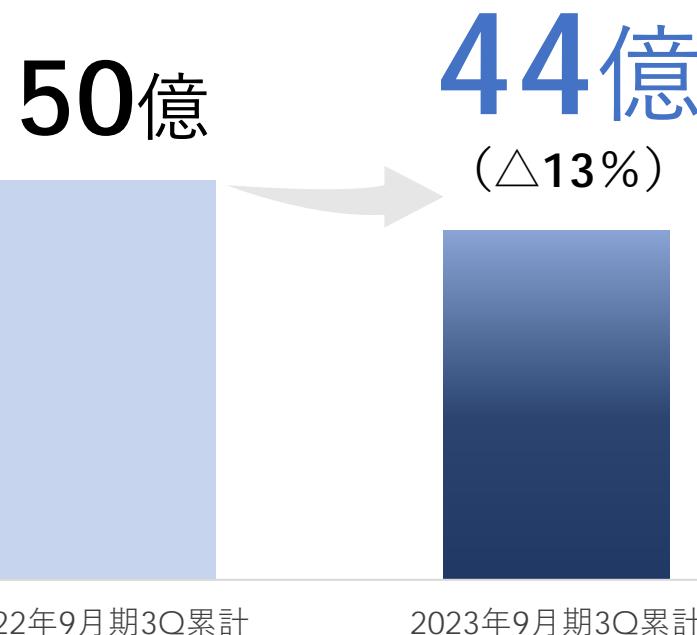


カテゴリ別実績 – SPORTS



売上実績

前年までの巣籠もり消費の余波で、ECのダイエット・健康市場の売上規模が縮小し、Powersuitの販売に影響したことやジェル有旧商品の販売が減少したことが要因



戦略商品

新商品 [Core Belt HOMEGYM対応モデル](#) 及び [新バイク](#) を投入、カラー展開とともに、認知度向上を図り新たな需要層を獲得

SIXPAD Powersuit Core Belt HOMEGYM 対応モデル



価格：税込53,900円
色：ブラック、グレー、ピンク、ブルー[▲]
発売日：2023年4月末以降予定（グレー、
ピンク、ブルーは2023年5月下旬以降予定）
サイズ：S、M、L、LL（男女兼用）



SIXPAD Bike Smart



価格：税込53,900円 色：ブラック、ホワイト
発売日：2023年4月末以降予定
(ホワイトは2023年5月下旬以降予定)
サイズ：約W925 × D515 × H1225 mm
重さ：約30kg



※単位：円

※「SIXPAD HOME GYM」のレッスンを受けるには、別途お申し込みと専用アプリの
ダウンロードが必要です。既に入会されている方は、登録済みのアカウントでご使用いただけます。

SIXPAD × Cristiano Ronaldo



ジエルシートを使わないPowersuitシリーズから、さらに進化したウェアラブルでファッショナブルな「SIXPAD Powersuit Core Belt 【HOME GYM対応モデル】」をロナウド氏とともににお届け



SIXPAD × Cristiano Ronaldo 来日イベント



イベントでは、ロナウド選手と代表の松下が対談。SIXPADと歩んだ10年の軌跡を振り返る。

ロナウド選手「SIXPADとのパートナーシップに深い絆を感じています。ファミリーとしてのつながりを、MTGの全社員に感じていて、それがこのパートナーシップの根底にあります。[10年近くも続く関係は本当に素晴らしい関係だと思っています](#)」

松下「世界ナンバーワンのアスリートの方と一緒にブランドを作るのだから、エビデンスからデザインに関してもナンバーワンを目指してきました。これからもロナウド選手のパートナーにふさわしいブランドとして、[努力をしていきたい](#)」



カテゴリ別実績 – HEALTH CARE (1/2)



売上実績

コロナ後の外出需要増加の影響を受け、FootシリーズのEC販売が苦戦。しかし3Qは母の日と父の日のキャンペーン実施により減収ペースは緩やかに（前年比 上期△45% → 3Q △20%）

46億



2022年9月期3Q累計

29億
(△36%)

2023年9月期3Q累計

※単位：円

戦略商品

足裏やふくらはぎを鍛えるFootシリーズは、今後新商品を開発し更なる売上拡大を目指す、また新たに大腿四頭筋にアプローチし効率的に太ももを鍛えるKnee Fitを訴求、シニア層へのアプローチ強化を図る



SIXPAD Foot Fit 2

機能を充実させ、操作性も向上したモデル
価格：43,780円（税込）
発売日：2021年4月



SIXPAD Knee Fit

独自の布製電極「エレダイン」を採用
座ったままひざにつながる太もも（大腿四頭筋）の筋肉を鍛えることができるソーター形状のEMSトレーニング機器
価格：38,800円（税込）
発売日：2022年10月



カテゴリ別実績 – HEALTH CARE (2/2)



協業



株式会社村田製作所と協業し、両手で血圧対策の「ねじり運動」ができる「SIXPAD Health Grip（シックスパッド ヘルスグリップ）」を2023年6月に発売。



水中で運動したときの血圧変化を研究されてきた国士館大学の須藤教授の提唱する運動のメソッドについて、村田製作所の独自技術「Picoleaf™」を用い商品化する企画から「両手で血圧対策のねじり運動をする」といった本商品のコンセプトが誕生。

デザイン、ブランディングをSIXPADが担当し、ポジティブに健康対策をしたいというニーズにマッチする商品として市場へ投入。

新商品



商品名：SIXPAD Health Grip
(シックスパッド ヘルスグリップ)
価格：税込18,700円
発売日：2023年6月9日（金）
サイズ：約35mm × 370mm
本体重量：約230g（乾電池除く）

中央部分にねじりを検知する村田製作所の透明圧電フィルムセンサ「Picoleaf™（ピコリーフ）」を搭載し、ねじる力の強さによってLEDの光が変化する設計。

1日1回約3分のねじり運動で、健やかな身体づくりをサポート。



カテゴリ別実績 – TRAINING RECOVERY

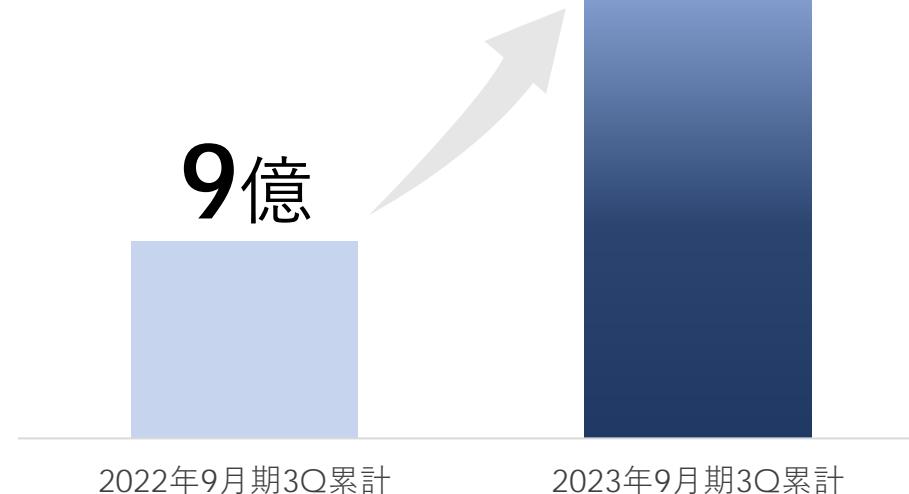


売上実績

急成長のリカバリー市場で、SIXPADの知名度を活かしたPower Gunシリーズで売上を高め、**前年比93%増**。ECや店販だけでなく、MTGの強みとする美容室サロンでの販売も拡大

17億
(+93%)

9億



※単位：円

戦略商品

美容サロンや量販店における**Power Gun**展開を加速し、更なる拡販、シェア拡大を目指す

SIXPAD Power Gun Pocket



わずか約195gの手のひらサイズとなって6色で登場。



商品名：SIXPAD Power Gun Pocket
(シックスパッド パワーガンポケット)

価 格：13,750円（税込）
発売日：2022年12月



SIXPAD Recovery Wear



着て寝るだけで、血行を促進し、疲労を回復する一般医療機器のリカバリー ウェア。

商品名：SIXPAD Recovery Wear スリープトップ

商品名：SIXPAD Recovery Wear スリープパンツ

サイズ：S, M, L, LL (男女兼用)

価 格：税込13,200円

発売日：2023年8月4日（金）

色展開：ブラック

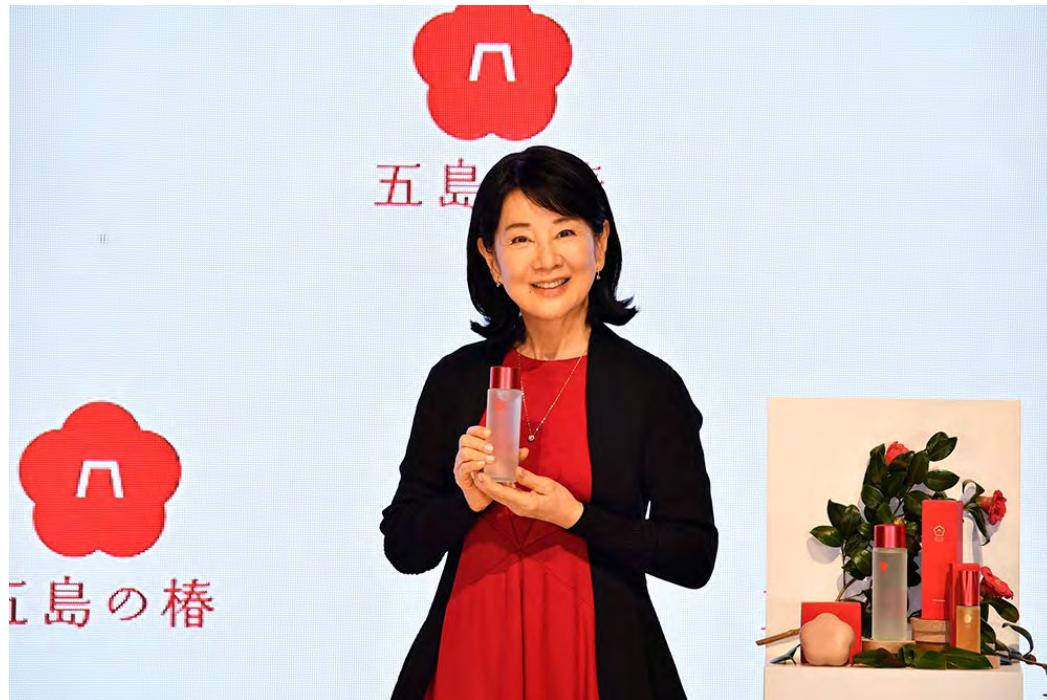




五島の椿

育成ブランド－五島の椿

五島列島の椿をまるごと生かした、自然由来のスキンケアブランド「五島の椿」ご愛用中の吉永小百合さんと共に、豊かな自然と共に存する地域活性化を目指し、スキンケア商品「五島の椿」の魅力を伝えるプロモーション活動を全国へ展開する運びとなり、「吉永小百合×五島の椿 スキンケア商品発表会」を開催、36年ぶりにスキンケア商品のプロモーション活動に携わっていただき、新たにCMを制作。



五島の椿 椿の葉 保湿水



グローバル戦略

日本における成功事例を海外市場に横展開、国・商品に最適な代理店と協力、経費を抑制

美顔器



Foot fit



脱毛器



Style



ブラシ



ローラー



B happy（美容サロン事業）

B happy

B happyは、**57万店舗 売上約3.5兆円**の市場をターゲットとする新事業



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（2023年6月）」（2023年6月27日発表）当該URL：https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3287、厚生労働省 衛生行政報告 当該URL：https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=dataList&toukei=00450027&tstat=000001031469&cycle=8&tclass1=000001200300&tclass2=000001200301&tclass3=000001200302&stat_infid=000040002845&cycle_facet=tclass1&tclass4val=0

、※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（2023年2月）」（2023/02/14発表）当該URL：https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3197、インターネットタウンページ（2023年7月）：

<https://itp.ne.jp/keyword/%E3%82%A8%E3%82%B9%E3%83%86&sort=01&sbmap=false>、埋美容ニュース（ネイル白書調べ）<https://nibyo-news.jp/?p=27990>、帝国データバンク（ネイル白書調べ）

当該URL：<https://ptimes.jp/main/html/rd/p/000000208.000043465.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（2022年）」（2022/08/23発表）

当該URL：https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3062 厚生労働省「就業あん摩マッサージ指圧師・はり師・きゅう師・柔道整復師及び施術所」<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/eisei/20/dl/kekka3.pdf>

※4 日本ネイリスト協会（ネイル白書2023年1月発刊）https://www.nail.or.jp/publish/nail_report.html（売上規模・施設数）<https://www.nail.or.jp/media/pdf/press/20230113.pdf>

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）

B happy

B happy加盟店数は、2023年6月末現在 11,800店舗と順調に増加

2030年度目標10万店に向けた今期目標加盟店数11,000店を達成。1店舗あたり売上増加への注力は継続。



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
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

〈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)



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 **35%**
(2023年9月末目標)



MTG LIFEPLAN全対象商品においてMTG ONLINESHOP
経由購入者のMTG LIFEPLAN利用割合

MTG LIFEPLAN対応商品の拡大

累積
45アイテム
(2023年9月末目標)



新商品展開に伴いMTG LIFEPLAN対応商品を
新たに追加

MTG

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	2021年9月期					2022年9月期					2023年9月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q
売上	10,941 (+17%)	9,235 (+50%)	11,556 (+23%)	11,065 (+11%)	42,799 (+23%)	12,760 (+17%)	9,987 (+8%)	11,957 (+3%)	14,278 (+29%)	48,984 (+14%)	14,837 (+16%)	12,986 (+30%)	15,281 (+28%)
差引売上 総利益	8,207 (+32%)	6,966 (+87%)	7,399 (+8%)	7,513 (△9%)	30,087 (+20%)	8,423 (+3%)	6,364 (△9%)	7,471 (+1%)	9,172 (+22%)	31,431 (+4%)	8,878 (+5%)	7,983 (+25%)	9,383 (+26%)
販売費及び 一般管理費	6,800 (+5%)	5,339 (△4%)	6,758 (+18%)	7,299 (+19%)	26,197 (+10%)	6,296 (△7%)	6,186 (+16%)	7,832 (+16%)	7,877 (+8%)	28,193 (+8%)	7,504 (+19%)	6,940 (+12%)	9,243 (+18%)
営業利益	1,407 (-)	1,627 (-)	640 (△43%)	214 (△90%)	3,889 (+219%)	2,126 (+51%)	177 (△89%)	△361 (-)	1,294 (+504%)	3,238 (△17%)	1,373 (△35%)	1,043 (+486%)	140 (-)
経常利益	1,432 (+3,134 %)	1,941 (-)	705 (△42%)	133 (△94%)	4,213 (+152%)	2,198 (+53%)	301 (△84%)	△109 (-)	1,333 (+902%)	3,724 (△12%)	1,096 (△50%)	1,194 (+296%)	586 (-)
当期純利益	1,304 (-)	1,689 (-)	760 (△26%)	1,837 (+40%)	5,592 (+267%)	1,361 (+4%)	571 (△66%)	△10 (-)	763 (△58%)	2,685 (△52%)	427 (△69%)	728 (+28%)	305 (-)

販売費および一般管理費（連結）

単位：百万円 括弧内は 前年同期比	2021年9月期					2022年9月期					2023年9月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q
販管費 合計	6,800 (+5%)	5,339 (△4%)	6,758 (+18%)	7,299 (+19%)	26,197 (+10%)	6,296 (△7%)	6,186 (+16%)	7,832 (+16%)	7,877 (+8%)	28,193 (+8%)	7,504 (+19%)	6,940 (+12%)	9,243 (+18%)
マーケティング費	2,477 (+60%)	1,416 (+28%)	2,303 (+51%)	2,615 (+31%)	8,812 (+42%)	1,572 (△37%)	1,416 (+0%)	2,692 (+17%)	2,274 (△13%)	7,955 (△10%)	2,100 (+34%)	1,435 (+1%)	3,108 (+15%)
人件費	1,634 (+0%)	1,610 (△7%)	1,692 (+3%)	1,814 (+10%)	6,751 (+2%)	1,726 (+6%)	1,755 (+9%)	1,917 (+13%)	1,960 (+8%)	7,359 (+9%)	1,962 (+14%)	2,013 (+15%)	2,140 (+12%)
研究開発費	258 (△26%)	231 (△40%)	276 (△30%)	337 (+0%)	1,103 (△25%)	282 (+9%)	337 (+46%)	357 (+30%)	458 (+36%)	1,436 (+30%)	358 (+27%)	407 (+20%)	454 (+27%)
荷造運賃	325 (△7%)	276 (+9%)	367 (+22%)	330 (+3%)	1,299 (+6%)	351 (+8%)	298 (+8%)	374 (+2%)	412 (+25%)	1,435 (+10%)	402 (+15%)	376 (+26%)	436 (+17%)
その他	2,103 (△19%)	1,804 (△13%)	2,119 (+14%)	2,202 (+20%)	8,230 (△1%)	2,363 (+12%)	2,379 (+32%)	2,491 (+18%)	2,772 (+26%)	10,006 (+22%)	2,680 (+13%)	2,708 (+14%)	3,104 (+25%)

セグメント別売上（連結）

単位：百万円 括弧内は 前年同期比	2021年9月期					2022年9月期					2023年9月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q
全体	10,941 (+17%)	9,235 (+50%)	11,556 (+23%)	11,065 (+11%)	42,799 (+23%)	12,760 (+17%)	9,987 (+8%)	11,957 (+3%)	14,278 (+29%)	48,984 (+14%)	14,837 (+16%)	12,986 (+30%)	15,281 (+28%)
ダイレクトマーケティング	4,376 (+62%)	3,766 (+36%)	5,871 (+18%)	5,626 (+19%)	19,641 (+30%)	5,037 (+15%)	4,513 (+20%)	6,157 (+5%)	7,137 (+27%)	22,846 (+16%)	6,121 (+22%)	5,601 (+24%)	7,216 (+17%)
プロフェッショナル	2,585 (+7%)	1,980 (+68%)	2,228 (+35%)	2,038 (+12%)	8,833 (+25%)	3,635 (+41%)	2,245 (+13%)	2,628 (+18%)	3,156 (+55%)	11,666 (+32%)	4,470 (+23%)	3,462 (+54%)	3,566 (+36%)
リテールストア	2,613 (+9%)	1,764 (+28%)	2,244 (+35%)	2,098 (△12%)	8,721 (+11%)	2,961 (+13%)	2,521 (+43%)	2,475 (+10%)	3,127 (+49%)	11,086 (+27%)	3,476 (+17%)	3,130 (+24%)	3,710 (+50%)
グローバル	785 (△38%)	1,058 (+128%)	670 (△23%)	561 (△15%)	3,076 (△6%)	719 (△8%)	376 (△64%)	384 (△43%)	407 (△27%)	1,887 (△39%)	410 (△43%)	334 (△11%)	301 (△22%)
その他*	580 (+13%)	665 (+74%)	540 (+103%)	739 (+114%)	2,526 (+67%)	407 (△30%)	330 (△50%)	311 (△42%)	448 (△39%)	1,498 (△41%)	358 (△12%)	457 (+38%)	485 (+56%)

*スマートリングとその他事業の合算

*2022年10月より従来「スポーツジム事業」に含まれていたHOME GYM事業の売上高を販売チャネル別のセグメント分類に変更し、「プロフェッショナル事業」及び「リテールストア事業」の区分に変更しております。当該変更に伴い、「スポーツジム事業」の量的な重要性が低下したことから、「その他事業」の区分に変更しております。2022年9月期の数値につきましても、変更後のセグメントに組み換えをして表示しております。なお、2021年9月期以前の数値については、当該変更後の算定方法によることが困難であることから、変更前のセグメントでの表示となります。

セグメント別利益（連結）

単位：百万円 括弧内は 前年同期比	2021年9月期					2022年9月期					2023年9月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q
全体	1,432 (+3,134%)	1,941 (-)	705 (△42%)	133 (△94%)	4,213 (+152%)	2,198 (+53%)	301 (△84%)	△109 (-)	1,333 (+902%)	3,724 (△12%)	1,096 (△50%)	1,194 (+296%)	586 (-)
ダイレクトマーケティング	1,376 (+94%)	1,745 (+272%)	1,605 (△8%)	1,278 (△41%)	6,006 (+18%)	1,510 (+10%)	1,183 (△32%)	1,290 (△20%)	2,105 (+65%)	6,089 (+1%)	1,602 (+6%)	1,910 (+61%)	1,585 (+23%)
プロフェッショナル	814 (+121%)	678 (-)	50 (△90%)	21 (△97%)	1,565 (+15%)	918 (+13%)	459 (△32%)	66 (+30%)	444 (+1,989%)	1,889 (+21%)	488 (△47%)	630 (+37%)	122 (+85%)
リテールストア	519 (-)	188 (-)	261 (+5%)	△6 (-)	962 (-)	598 (+15%)	80 (△57%)	△277 (-)	351 (-)	751 (△22%)	524 (△12%)	258 (+222%)	166 (-)
グローバル	△136 (-)	△20 (-)	△421 (-)	20 (-)	△558 (-)	103 (-)	△72 (-)	△408 (-)	△226 (-)	△604 (-)	△42 (-)	△356 (-)	△317 (-)
その他*	△504 (-)	△207 (-)	△120 (-)	△101 (-)	△933 (-)	△107 (-)	△403 (-)	△457 (-)	△314 (-)	△1,283 (-)	△433 (-)	△246 (-)	△220 (-)

* スマートリングとその他事業の合算

* 2022年10月より従来「スポーツジム事業」に含まれていたHOME GYM事業の売上高を販売チャネル別のセグメント分類に変更し、「プロフェッショナル事業」及び「リテールストア事業」の区分に変更しております。当該変更に伴い、「スポーツジム事業」の量的な重要性が低下したことから、「その他事業」の区分に変更しております。2022年9月期の数値につきましても、変更後のセグメントに組み換えをして表示しております。なお、2021年9月期以前の数値については、当該変更後の算定方法によることが困難であることから、変更前のセグメントでの表示となります。

*セグメント利益については経常利益にて算出しております

ブランド別売上（連結）

単位： 百万円 括弧内は 前年 同期比	2021年9月期					2022年9月期					2023年9月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q
ReFa	5,741 (+58%)	4,691 (+115%)	6,141 (+79%)	5,424 (+23%)	21,999 (+61%)	7,694 (+34%)	5,745 (+22%)	6,994 (+14%)	9,186 (+69%)	29,621 (+35%)	10,267 (+33%)	9,563 (+66%)	10,595 (+51%)
SIXPAD	3,185 (△12%)	2,562 (△12%)	4,070 (+13%)	4,237 (+3%)	14,055 (△1%)	3,729 (+17%)	3,104 (+21%)	4,166 (+2%)	4,349 (+3%)	15,348 (+9%)	3,287 (△12%)	2,400 (△23%)	3,461 (△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 括弧内は前年同期比		2022年9月期					2023年9月期		
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q
ReFa	ダイレクトマーケティング	2,645	2,606	3,488	4,548	13,288	4,317 (+63%)	4,396 (+69%)	5,229 (+50%)
	プロフェッショナル	2,944	1,495	1,753	2,157	8,351	3,249 (+10%)	2,387 (+60%)	2,554 (+46%)
	リテールストア	1,707	1,577	1,561	2,232	7,079	2,548 (+49%)	2,457 (+56%)	2,737 (+75%)
	グローバル	395	65	188	247	897	145 (△63%)	303 (+362%)	71 (△62%)
SIXPAD	ダイレクトマーケティング	2,187	1,571	2,568	2,541	8,869	1,649 (△25%)	1,128 (△28%)	1,908 (△26%)
	プロフェッショナル	496	592	706	744	2,539	847 (+71%)	800 (+35%)	722 (+2%)
	リテールストア	956	801	841	1,035	3,634	699 (△27%)	408 (△49%)	713 (△15%)
	グローバル	37	82	10	△26	103	24 (△35%)	2 (△97%)	26 (+159%)

※ 2022年10月より従来「スポーツジム事業」に含まれていたHOME GYM事業の売上高を販売チャネル別のセグメント分類に変更し、「プロフェッショナル事業」及び「リテールストア事業」の区分に変更しております。当該変更に伴い、「スポーツジム事業」の量的な重要性が低下したことから、「その他事業」の区分に変更しております。2022年9月期の数値につきましても、変更後のセグメントに組み換えて表示しております。

ブランド・カテゴリ別売上（連結）

MTG連結 単位：百万円 括弧内は前年同期比		2022年9月期					2023年9月期		
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q
ReFa	ヘアケア	2,857	2,386	3,115	3,994	12,354	5,697 (+99%)	5,173 (+117%)	5,771 (+85%)
	ファインバブル シャワー	2,950	2,163	1,976	3,094	10,186	3,271 (+11%)	2,936 (+36%)	3,203 (+62%)
	ビューテック／ ローラー	1,490	1,091	1,608	1,702	5,892	1,197 (△20%)	1,072 (△2%)	1,252 (△22%)
	シャンプー／トリート メント／その他消耗品	241	250	313	289	1,094	492 (+104%)	563 (+125%)	661 (+111%)
SIXPAD	スポーツ	1,729	1,344	1,980	2,004	7,059	1,677 (△3%)	1,262 (△6%)	1,476 (△25%)
	ヘルスケア	1,978	1,046	1,634	1,904	6,563	1,093 (△45%)	567 (△46%)	1,308 (△20%)
	リカバリー	30	430	444	392	1,298	508 (+1,559%)	564 (+31%)	675 (+52%)

※監査法人の監査を受けたものではありません。

※管理会計基準の売上を記載しており、財務会計基準の売上との差異が生じております。

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、SIXPAD STATION事業及びSIXPAD HOMEGYM事業

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