

MTG

2023年9月期 第1四半期決算説明資料

2023 / 2 / 8

本日の内容

1. 2023年9月期第1四半期
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

2023年9月期 第1四半期／実績

売上・利益共に**期初計画を上振れ** ReFaが大幅増収し、国内売上は過去最高を更新

MTG連結 単位：億円	2022年9月期 1Q	2023年9月期 1Q	前年比
売上高 (売上構成比)	127.6 (100%)	148.3 (100%)	+16%
差引売上総利益 (売上構成比)	84.2 (66%)	88.7 (60%)	+5%
販管費 (売上構成比)	62.9 (49%)	75.0 (51%)	+19%
営業利益 (売上構成比)	21.2 (17%)	13.7 (9%)	△35%
経常利益 (売上構成比)	21.9 (17%)	10.9 (7%)	△50%
親会社株主に 帰属する 当期純利益 (売上構成比)	13.6 (11%)	4.2 (3%)	△69%

売上は価格改定後のReFaがヘアケア、シャワーはじめ好調で大幅増収、国内売上過去最高を更新。**前年比+16%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6ポイント減少**粗利率60%**。

※参考 平均為替 前期1Q：113.7円 今期1Q：141.6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の積極投資により、**前年比+19%**。

結果、営業利益13億、経常利益10億と**期初計画は上回る**も円安・原価高の影響で減益。当期純利益は連結での税負担率上昇の影響もあり4億。

2023年9月期 第1四半期／販管費実績

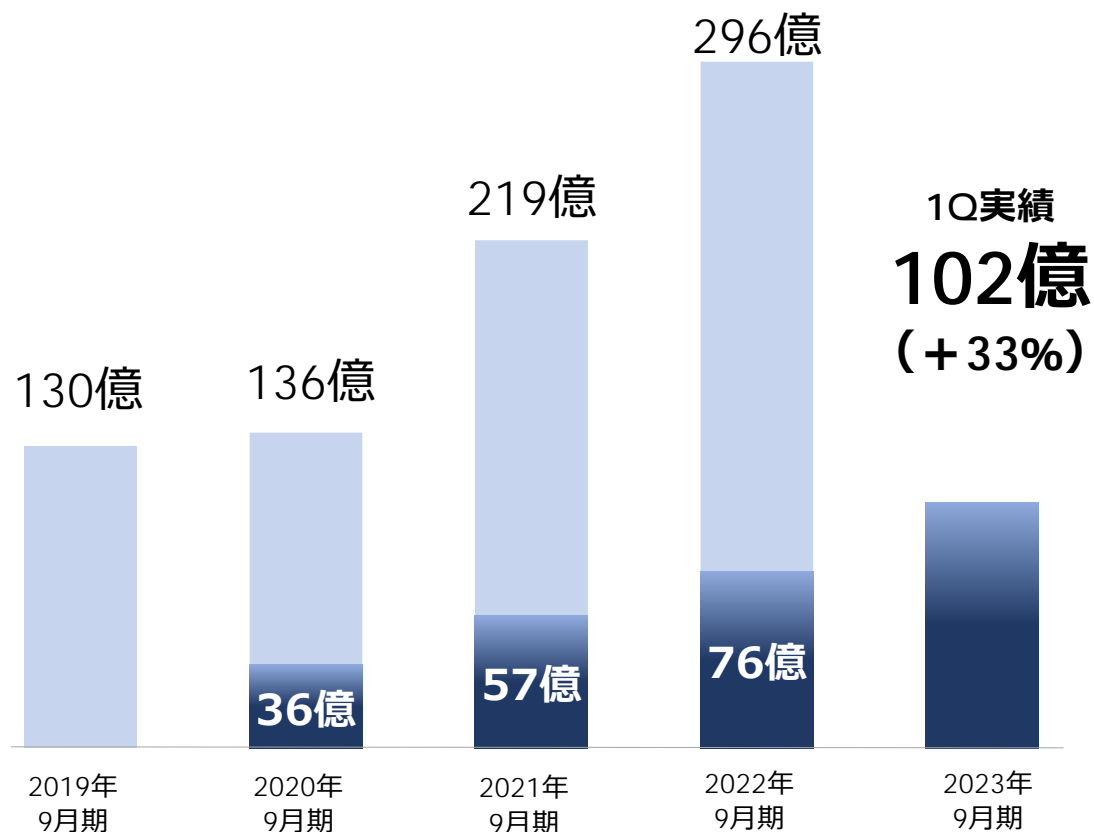
今後の成長に向け、今期は研究開発とマーケティング投資を積極的に行い、
新商品を大幅に拡充する方針 1Q販管費は前年比19%の増加

単位：百万円	2022年9月期 1Q	2023年9月期 1Q	前年差	前年比
販管費 合計	6,296	7,504	+1,208	+19%
マーケティング費	1,572	2,100	+527	+34%
人件費	1,726	1,962	+236	+14%
研究開発費	282	358	+75	+27%
荷造運賃	351	402	+50	+15%
その他	2,363	2,680	+317	+13%

2023年9月期 第1四半期／ReFaブランド実績



新商品効果により売上が好調に推移、MTG LIFEPLAN会員数、B happy加盟店の増加により、
前年比+33%の大幅増収 四半期初の100億円超え



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

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ドライヤースマートも売上に貢献

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。2022年12月は百貨店化粧品ブランドランキング*第6位にランクインと順位を大幅アップ。

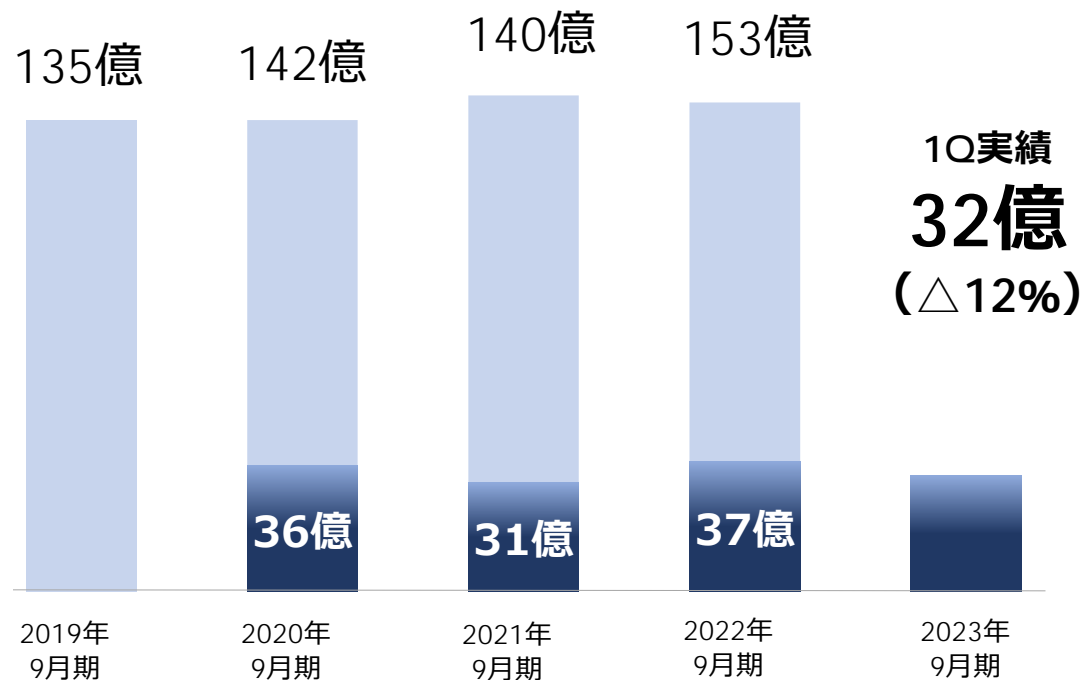
※当社が出店している百貨店の店舗の合計数値

※単位：円 ※括弧内は前年同期比

2023年9月期 第1四半期／SIXPADブランド実績



新商品Core BeltやPowergunの販売が好調、一方外出需要の増加によりFootシリーズの販売は想定を下回り **△12%の減収**



長渕氏を起用したキャンペーン効果により、**新商品Powersuit Core Belt**の販売が好調に推移。

美容サロン事業でPowergunを用いたデモの効果が高く、**新商品Powergun Pocket**の販売も好調。

全国旅行支援等に伴う外出需要の増加により、**Footシリーズ**販売は想定を下回る。

2023年9月期 第1四半期／セグメント別実績

MTG連結 単位：億円		2022年9月期 1Q	2023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	50.3	61.2	+22%	MTG LIFEPLAN会員数の増加によりReFa新商品ヘアケア、シャワールの販売が好調。キャンペーン効果によりSIXPAD Powersuit Core Beltの販売も堅調に推移し、大幅増収を達成。
	セグメント利益	15.1	16.0	+6%	
プロフェッショナル	売上高	36.3	44.7	+23%	B happy加盟店数は順調に増加。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販売が好調に推移し、大幅増収。
	セグメント利益	9.1	4.8	△47%	
リテールストア	売上高	29.6	34.7	+17%	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。また家電量販店でSIXPADの新商品Powersuit Core Beltの販売も好調に推移。
	セグメント利益	5.9	5.2	△12%	
グローバル	売上高	7.1	4.1	△43%	中国のゼロコロナ政策の悪影響及び販管費抑制による中国EC売上の低下。
	セグメント利益	1.0	△0.4	—	
スマートリング	売上高	0.8	0.3	△56%	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	△1.2	△4.3	—	
その他	売上高	3.2	3.2	+0%	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	0.2	△0.0	—	

※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）

自己資本比率は**81%**と引き続き強固な財務基盤

単位：百万円	2022年9月末	2022年12月末	増減	主な増減要因
現金・預金	16,529	14,684	△1845	配当や納税による現預金の減少。 売上増による売掛金の増加。 在庫回転率は改善傾向。
受取手形・売掛金	4,838	6,580	+1742	
棚卸資産	11,068	10,991	△77	
その他	2,162	2,455	+293	
流動資産合計	34,600	34,713	+113	
有形固定資産	9,788	9,915	+127	MTG Ventures投資ポートフォリオの拡大。
無形固定資産	476	484	+8	
投資その他の資産	5,076	5,489	+413	
固定資産合計	15,341	15,888	+547	
資産合計	49,942	50,601	+659	
買掛金・未払金・支払手形	3,383	3,865	+482	仕入増による買掛金の増加。
その他	4,891	4,718	△177	
流動負債合計	8,279	8,585	+306	
固定負債	377	403	+26	
負債合計	8,656	8,988	+332	
資本金	16,772	16,772	0	自己資本比率 81%
資本剰余金	16,153	16,153	0	
利益剰余金	9,116	9,149	+33	
その他	△756	△461	+295	
純資産合計	41,285	41,613	+328	
負債純資産合計	49,942	50,601	+659	

2023年9月期業績見通し

ReFaの新商品効果により国内事業が好調に推移、売上・営業利益・経常利益を上方修正
当期純利益は連結での税負担率上昇の影響を鑑み、前回予想を据え置き

単位：億円	2022年9月期 通期実績	2023年9月期			
		11/10期初 通期予想	2/8修正 通期予想	増減率	前年比
売上	489	550	570	+4%	+16%
営業利益	32	20	26	+30%	△20%
経常利益	37	20	23	+15%	△38%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	26	14	14	—	△48%

2

2023年9月期経営方針

継続的な成長の仕組み

ブランド開発システム



加盟店・会員の積み上げ

B happy



MTG

The logo for ReFa, featuring the brand name in a red, elegant cursive script.The logo for SIXPAD, consisting of a stylized black and orange 'V' shape above the word 'SIXPAD' in a bold, black, sans-serif font.The logo for NEWPEACE, featuring a small, stylized wave icon to the left of the word 'NEWPEACE' in a black, sans-serif font.The logo for Style, featuring a stylized blue and green 'S' icon to the left of the word 'Style' in a black, sans-serif font.The logo for e-3X, featuring the text 'e-3X' in a bold, black, sans-serif font.The logo for ON&DO, featuring the brand name in a black, sans-serif font.The logo for MEGLY, featuring the brand name in a bold, black, sans-serif font.The logo for Mdna SKIN, featuring the brand name 'Mdna' in a large, black, serif font, with 'SKIN' in a smaller, black, sans-serif font below it.The logo for Gomoshima no Kigi, featuring a red flower icon to the left of the Japanese text '五島の椿' (Gomoshima no Kigi) in a black, sans-serif font.

Beauty Connection

史上最多の新商品導入

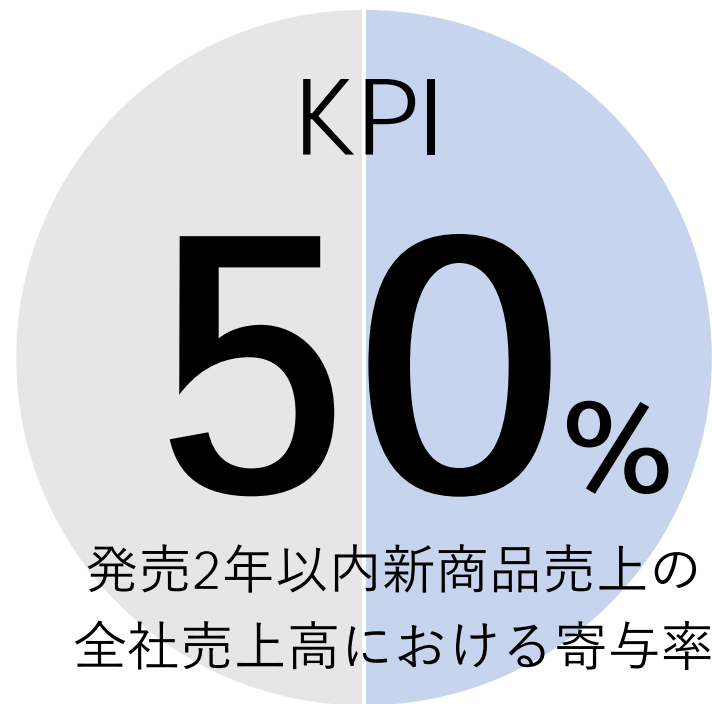
今後の成長に向け、新商品数を大幅に増加（目標102アイテム 前期比2倍超）
順調に進捗



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1Q実績：49%

ReFa

ReFa成長戦略（カテゴリ戦略）

ReFa

FINE BUBBLE SHOWER



HAIRCARE



BEAUTY TECH/ROLLER



SHAMPOO/TREATMENT

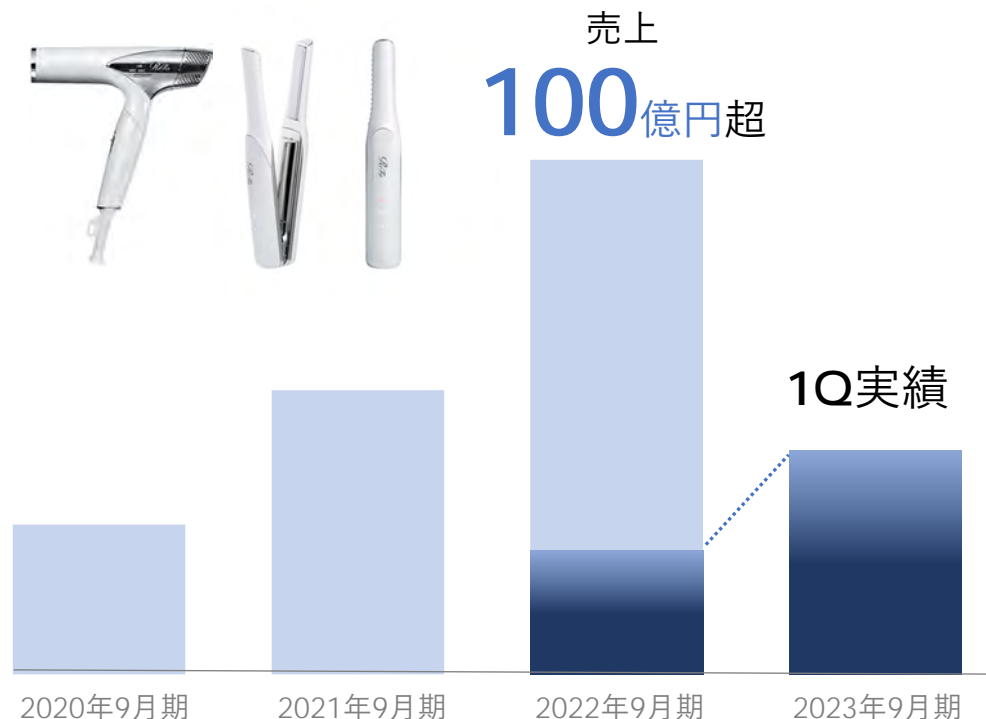


HAIRCARE(1)

ReFa

ドライヤー・アイロン販売状況

美容サロンやヘアケアに特化した百貨店カウンターにてヘアドライヤー・アイロンを中心に好調に推移、発売わずか3年2022年9月期の売上100億円超えを達成、**2023年1Qも好調**



戦略商品

世界的モーターメーカーとトップサロンとの共同開発で実現した新商品 軽量コンパクトドライヤーの拡販を行い、ヘアケアカテゴリの更なる成長を目指す

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



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

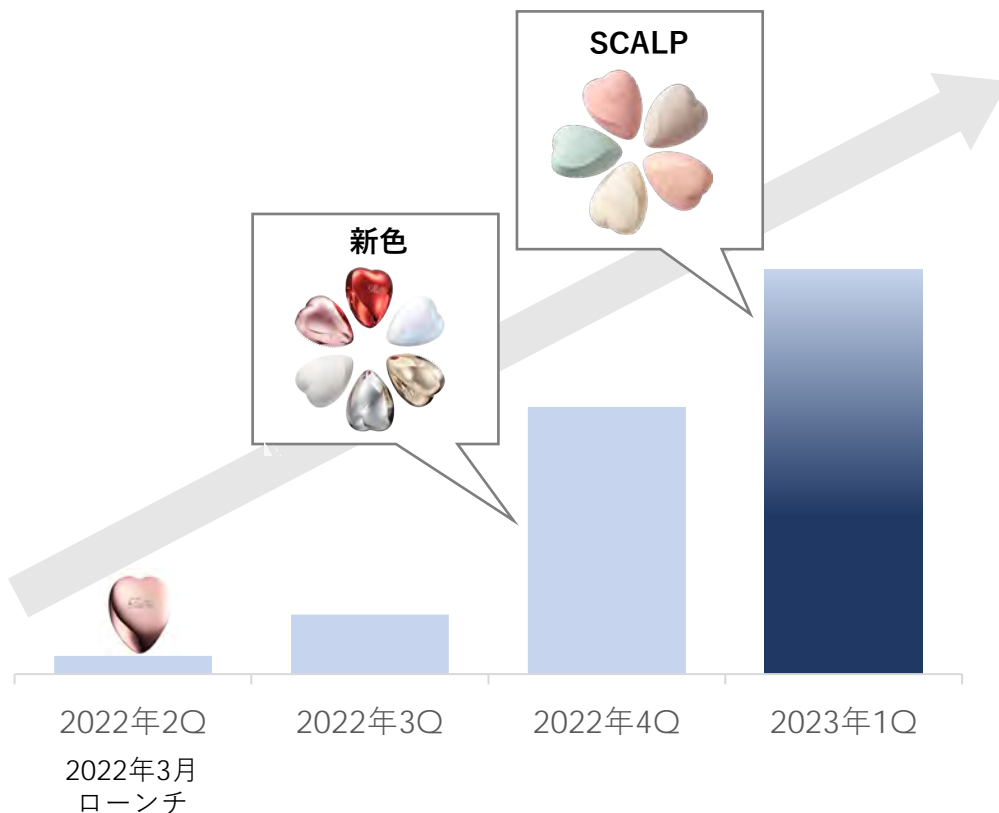
※2 2019年10月～2022年12月ReFaのヘアアイロン累計出荷本数

※3 2019年10月～2023年1月ReFaのヘアドライヤー累計出荷台数

HAIRCARE(2)

ReFaブラシシリーズ累計出荷数**50万本※突破**。特に2022年3月発売のリファハートブラシが好評で、8月には色展開、12月には指圧代用器の機能を持つ「ReFa HEART BRUSH for SCALP」そして今年2月には「ReFa HEART BRUSH RAY」と新商品を展開

ハートブラシ販売数推移



【 NEW 】 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。ピンの折れや曲がりを守るカバーにミラーを搭載した新商品

価 格：5,500円（税込）
 発売日：2023年2月22日（予定）
 販 売：MTGオンラインショップ、Beauty Connection Ginzaにて先行発売。その後、3月以降全国の百貨店、ReFaショップを中心に各市場で展開予定

【 NEW 】 ReFa HEART BRUSH for SCALP



“指圧”のような新体感を、ドライヘアにもシャンプーにも。頭皮のコリにやみつき刺激

価 格：2,970円（税込）
 発売日：2022年12月22日（木）
 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予定

※『ReFa』ブラシシリーズ累計出荷数（2021年4月～2022年11月末実績）

FINE BUBBLE SHOWER

ReFa

販売状況

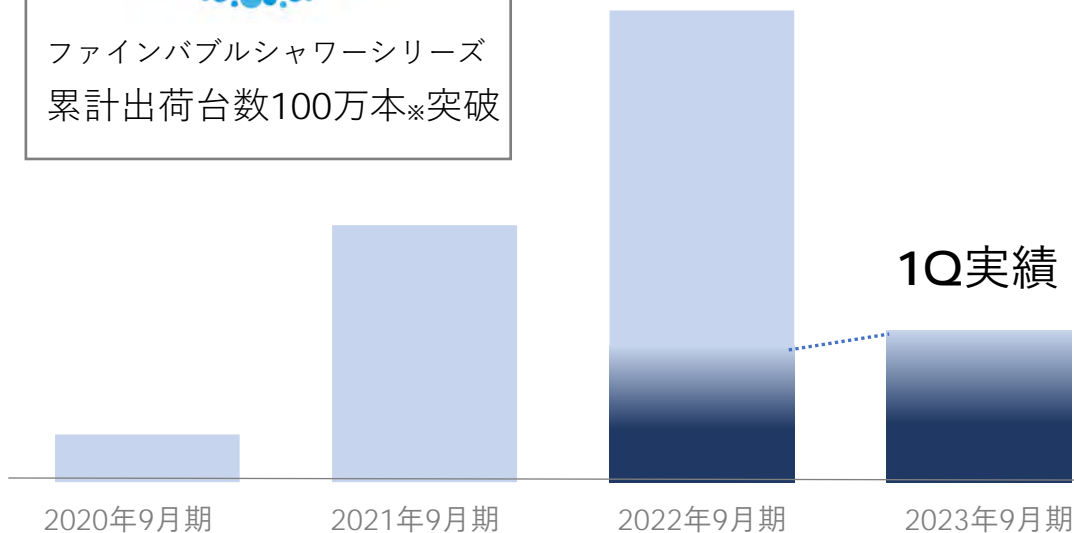
ファインバブルシャワーシリーズ累計100万本を突破
発売わずか2年、2022年9月期の売上100億円超えを達成
1Qも好調に推移



ファインバブルシャワーシリーズ
累計出荷台数100万本※突破

売上
100億円超

1Q実績



※ 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

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

浄化された水と泡で美しさに磨きがかかる
ファインバブルシャワー初となる浄水機能搭載。

価格 : 本体30,000円 (税込)

カートリッジ別売り2,500円 (税込)

発売日 : 2022年6月



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





SIXPAD成長戦略（カテゴリ戦略）



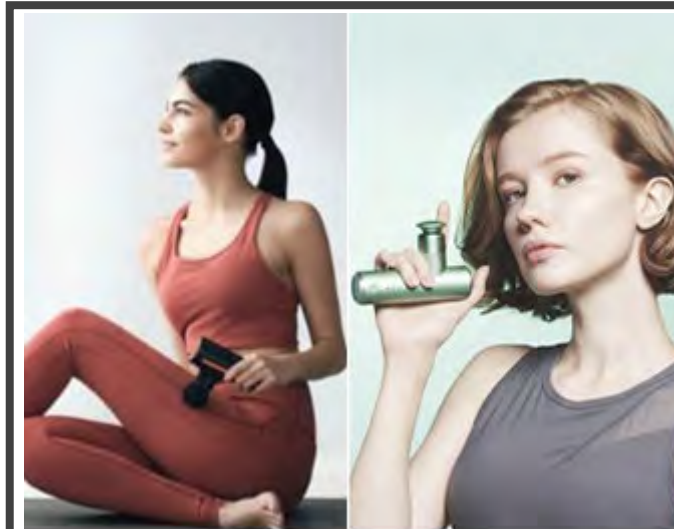
SPORTS



HEALTH CARE



TRAINING RECOVERY



SPORTS



戦略商品

家庭用初※1の腹直筋・腹斜筋だけでなく、背筋※2まで鍛えられるCore Beltを中心に、認知向上、売上拡大を目指す



SIXPAD Powersuit Core Belt

家庭用初※1、お腹周りと背筋を同時に鍛えられる

価格 : 52,800円(税込)

発売日 : 2022年4月



EMSシリーズで
300万台突破

※1 SIXPAD取扱い商品、サービスにおいて ※2 下部のみ



一般社団法人
日本ランニング協会



Core Beltを着用しランニングする「ハイブリッドランニング」をベースに、EMSで腹筋、脇腹、背筋（下部のみ）を同時に刺激しながら走ることで効率的に体幹を鍛える「SIXPAD RUNNING METHOD」をSIXPADと日本ランニング協会が共同開発。



HEALTH CARE



ターゲット層	市場環境	戦略商品
<p>脚の筋肉の衰えを感じている</p>	<p>60-80代 / 男女</p> <p>約 2,600万人※1</p>	<div> <div>SIXPAD Foot Fit 2</div>  <p>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</p> <div> <div> <div>Foot Fit</div> <div>50</div> <div>万台突破</div> </div> <div> <div>B happy</div> <div>MTG LIFE PLAN</div> </div> </div> <p>Foot Fitシリーズは シリーズ累計50万台突破※3</p> </div>
<p>「ひざ痛」に悩む</p>	<p>40-80代 / 男女</p> <p>約 3,000万人※2</p>	<div> <div>  <div> <div>THE JAPAN HOME HEALTH APPARATUS INDUSTRIAL ASSOCIATION</div> <div>健康増進機器 認定製品</div> </div> </div> <div> <div>【NEW】SIXPAD Knee Fit</div> <p>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サポーター形状のEMSトレーニング機器 価格 : 38,800円 (税込) 発売日: 2022年10月</p> <div> <div>B happy</div> <div>MTG LIFE PLAN</div> </div> </div> </div>

※1 ロコモティブシンドローム予防啓発公式サイトより <https://locomo-joa.jp/qa/q0000591.html> 比率に政府統計 (<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200524&tstat=000000090001&cycle=7&year=20190&month=0&tclass1=000001011679&tclass2val=0>) の世代人口をかけあわせ算出

※2 健康長寿ネットより <https://www.tyoju.or.jp/net/byouki/henkeiseikansetsushou/about.html>

※3 2018年10月～2021年2月SIXPAD Foot Fitシリーズ実績

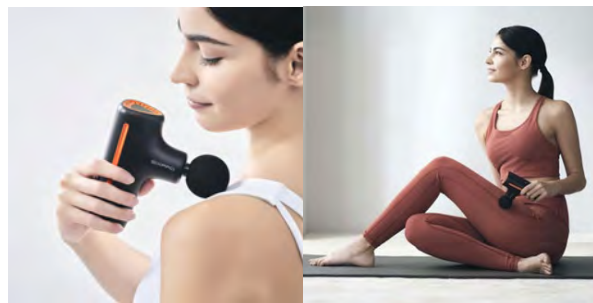
TRAINING RECOVERY



身体をケアしコンディションを整えるトレーニングリカバリーのカテゴリ拡充へ

SIXPAD Power Gun

パワフルな振動とピンポイントの刺激で、本格的な全身ケアを実現。



商品名：SIXPAD Power Gun

価格：19,800円（税込）

発売日：2022年1月

Bhappy

【NEW】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

Bhappy

【NEW】SIXPAD Recovery Wear

着ることで、疲労を回復。初の一般医療機器のリカバリーウェア



商品名：SIXPAD Recovery Wear パーカー、
SIXPAD Recovery Wear クルーネック、
SIXPAD Recovery Wear ジョガーパンツ

価格：13,200円（税込）、12,100円（税込）、
12,100円（税込）

発売日：2022年11月

その他トピックス

EVERING

- ・日本経済新聞社が主催する「2022年日経優秀製品・サービス賞」において、最高位となる「最優秀賞」を受賞
- ・カラーバリエーションや販路経路の拡充も積極的に実施



BLAZE

- ・創業初のサテライト拠点として、東京・千代田区内幸町（霞が関）に東京ショールームを開設。ライフEVへの期待が伺える、各界からのご参加者で賑わう開所式になった。ライフEVをコンセプトに生活・ホビーの領域から、さらにビジネス領域へと本格的に事業拡大を展開していく。



その他トピックス

五島の椿

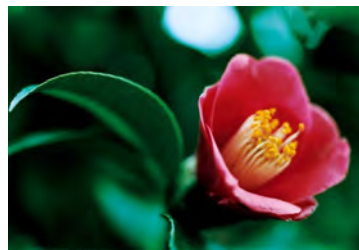
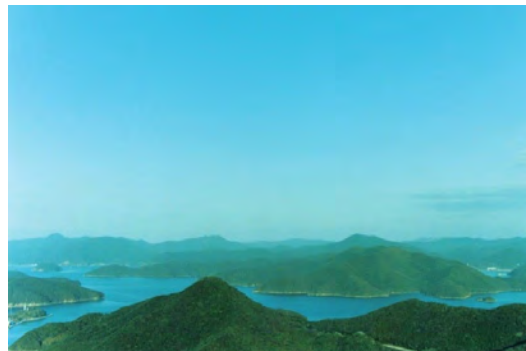
五島列島の椿をまるごと生かした、
自然由来のスキンケアブランド「五島の椿」
ご愛用中の吉永小百合さんと共にその魅力を全国へ発信



五島の椿

五島の椿株式会社は
五島の椿プロジェクトを通じて
椿の力で地域活性に取り組めます。

自然由来にこだわった「椿の葉 保湿水」がサステイナブルコスメアワード※
2022 審査員賞 地方創生部門を受賞。地方創生への貢献が認められた。



※環境省の森里川海アンバサダーでもあるアクティビストチーム MOTHER EARTHが主催する「人にも地球にもやさしいコスメ」を表彰するアワード。(公財)日本環境協会エコマーク事務局の協力の下で策定されたSDGs視点をベースとした評価基準をもとに、成分をはじめ原料生産・製造・販売・流通・消費・廃棄といったあらゆるプロセスを含めた製品のライフサイクル全体を通じて評価・審査・表彰することで、コスメのサステナビリティを推進

B happy（美容サロン事業）

B happy

B happy加盟店数は、2023年1月31日現在 8,060店舗と順調に増加
2030年度目標10万店に向けて、今期は加盟店数を11,000店を目指し、1店舗あたり売上増加に注力

加盟店数 推移

8,060店舗
(2023年1月末現在)



2023年9月末
B happy加盟店数 目標

11,000店舗



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



新商品展開に伴いMTG LIFEPLAN対応商品を
新たに追加

継続的な成長の仕組み

ブランド開発システム

102新商品



加盟店・会員の積み上げ

11,000店舗
B happy

累計45商品



重点投資領域

1 新商品の研究開発・マーケティング投資

2 企業成長をけん引する人材投資

3 システム・インフラ増強に伴うDX投資

MTG

参考スライド

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



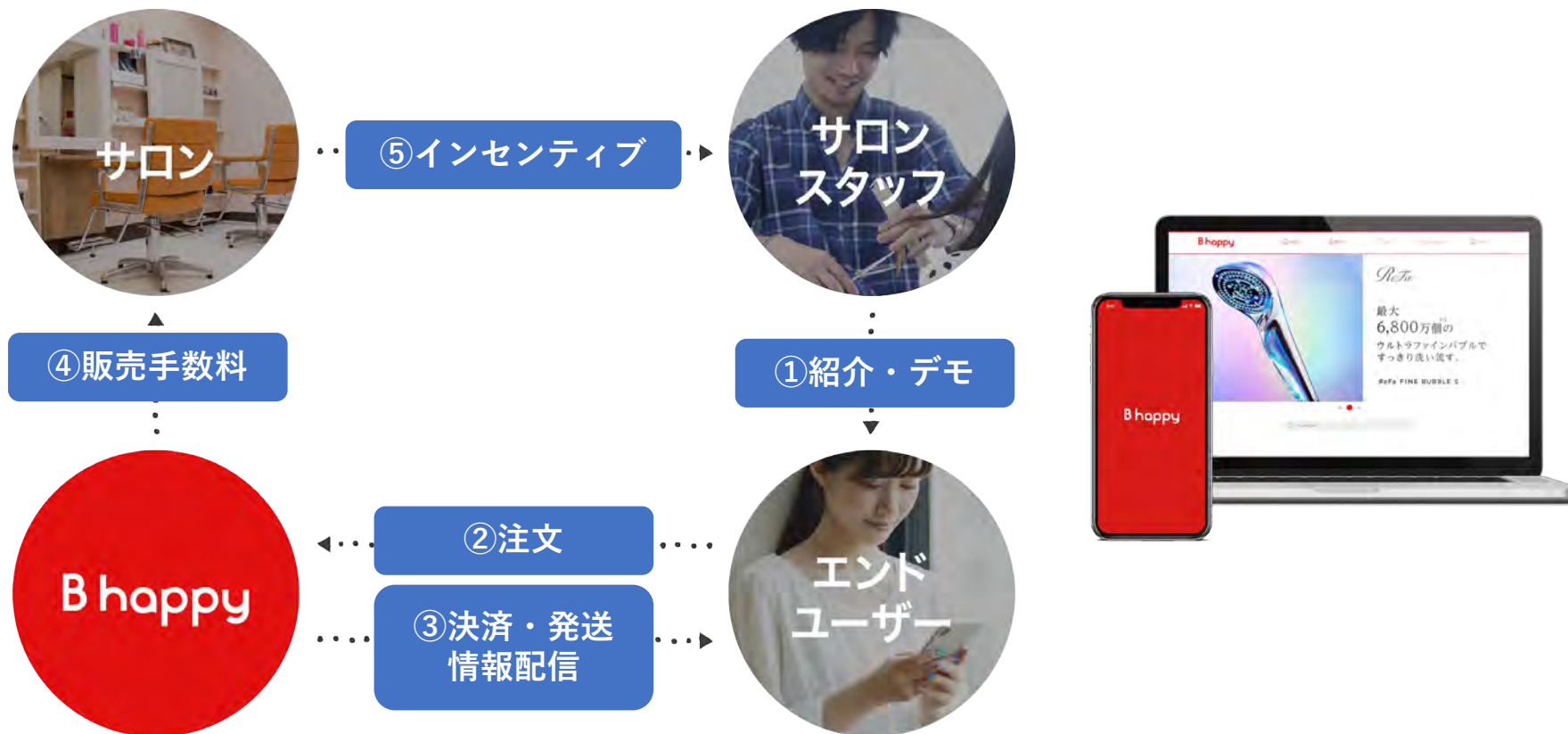
整骨・鍼灸マッサージ（2018年）
売上：9,440億円※3
14万店舗

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://ribiyo-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/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（2020年）」（2020/06/16 発表）当該URL：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

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



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



月々定額



下取りサービス



きちんと保証

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

〈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。

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
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%)
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%)
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%)
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%)
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%)
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%)

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
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%)
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%)
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%)
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%)
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%)
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%)

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
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%)
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%)
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%)
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%)
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%)
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%)

※ 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
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%)
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%)
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%)
リテールストア	519 (-)	188 (-)	261 (+5%)	△6 (-)	962 (-)	598 (+15%)	80 (△57%)	△277 (-)	351 (-)	751 (△22%)	524 (△12%)
グローバル	△136 (-)	△20 (-)	△421 (-)	20 (-)	△558 (-)	103 (-)	△72 (-)	△408 (-)	△226 (-)	△604 (-)	△42 (-)
その他*	△504 (-)	△207 (-)	△120 (-)	△101 (-)	△933 (-)	△107 (-)	△403 (-)	△457 (-)	△314 (-)	△1,283 (-)	△433 (-)

※ 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。

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
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%)
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%)

※ 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					2023年9月期
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
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%)
	プロフェッショナル	2,944	1,495	1,753	2,157	8,351	3,249 (+10%)
	リテールストア	1,707	1,577	1,561	2,232	7,079	2,548 (+49%)
	グローバル	395	65	188	247	897	145 (△63%)
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%)
	プロフェッショナル	496	592	706	744	2,539	847 (+71%)
	リテールストア	956	801	841	1,035	3,634	699 (△27%)
	グローバル	37	82	10	△26	103	24 (△35%)

※ 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。

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