

2020年9月期 第2四半期
決算説明資料

MTG
We have many dreams

本日の内容

1. 2020年9月期 上期実績と通期業績見通し

専務取締役CFO 吉高 信

2. 2020年9月期 下期経営方針

代表取締役社長 松下 剛



2020年9月期 上期実績と通期業績見通し

専務取締役CFO 吉高 信

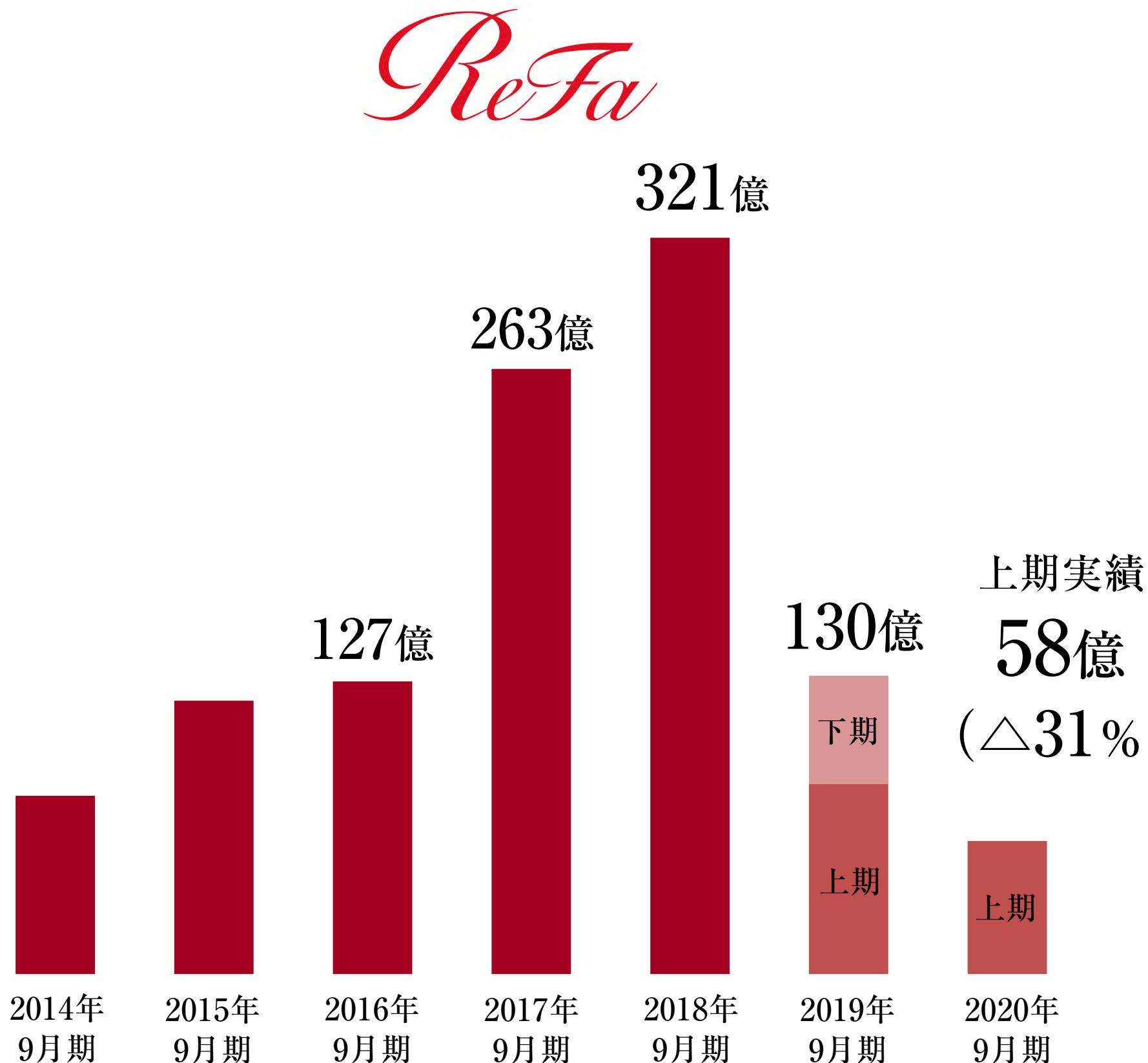
2020年9月期 上期実績

| MTG連結 単位：億円 (前年比) | 2020年9月期 上期 | 2019年9月期 上期 | 2020年9月期 業績見通し |
|-------------------------|-----------------|----------------|-------------------|
| 売上 | 154.7 (△15%) | 182.1 | 320 |
| 営業利益 | △20.6 | △45.0 | △25 |
| 経常利益 | △18.6 | △44.0 | △25 |
| 当期純利益 | △8.3 | △57.6 | △25 |

上期実績 主な要因

- 新型コロナウィルスの影響で、2~3月に海外売上と国内店舗売上が大きく減少し、前年比△15%の減収。経費削減を行うが営業損失となった。
- 国内売上は前年とほぼ同等となった。美容室・サロンで先行発売したReFaドライヤー・アイロンと、EC・通販でのSIXPAD Footシリーズの販売が好調。一方で、新型コロナウィルスの影響によるインバウンド客減、外出規制・店舗休業で店舗売上が大幅に減少した。
- 海外売上は、中国での「ReFa」の減速、韓国の不買運動と香港デモ、新型コロナウィルスの影響での外出規制、店舗休業及び渡航規制により減収。
- 販管費を前年比△17%に抑える経費削減を行うが、減収により△20.6億の営業損失。
- ウォーターサーバー事業の譲渡による特別利益11億円を計上し、純損失は△8.3億となった。

ブランド別売上高実績 - ReFa



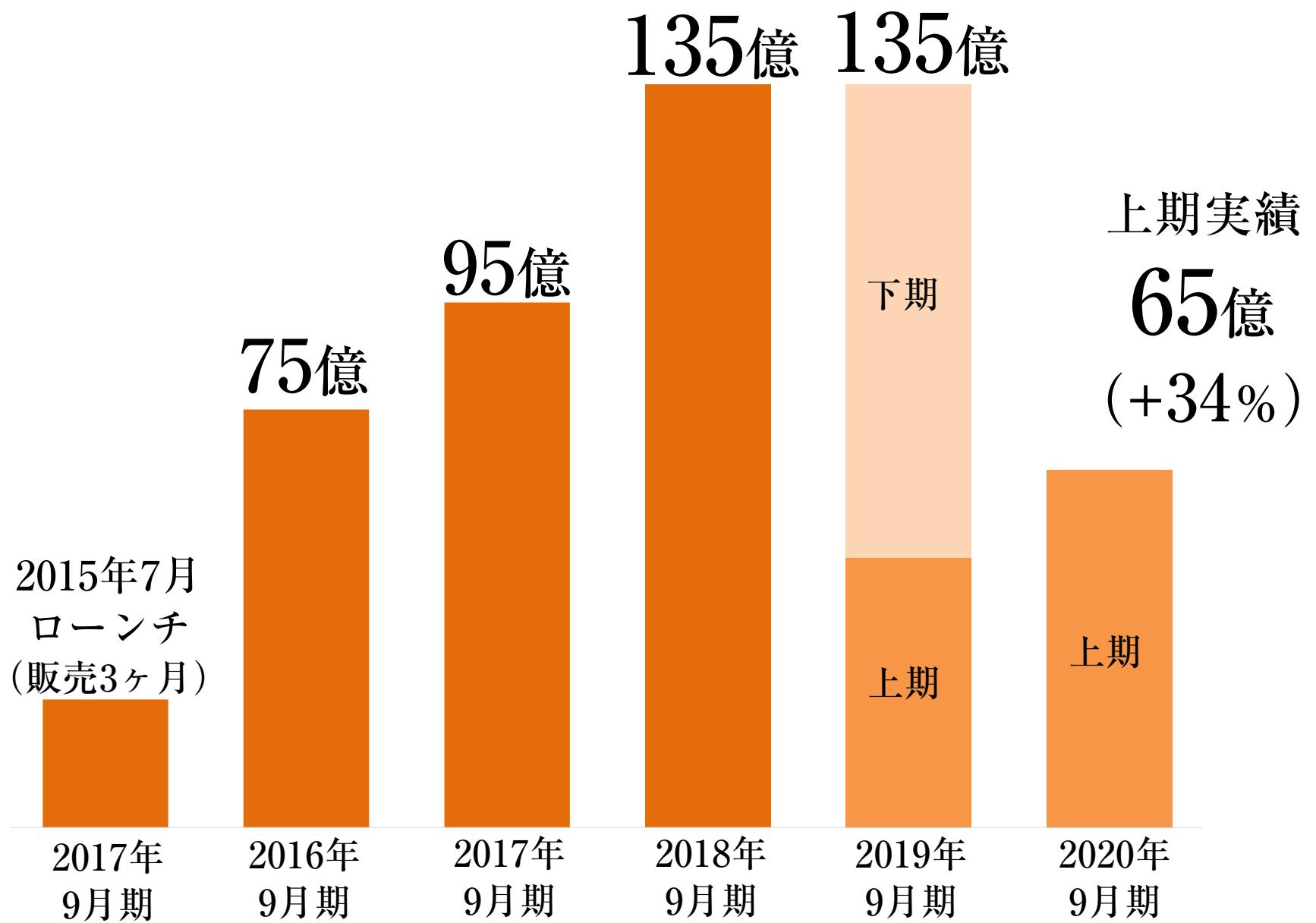
上期実績 主な要因

- ReFaは上期において前年比△31%の減収となった。
- 10~12月は、国内で中国新EC法の影響によりインバウンド・バイヤー売上が減少。海外は、中国の減速、韓国の不買運動と香港デモにより減収。
- 1~3月は、新型コロナの影響で、国内はインバウンド客低下と外出自粛・店舗営業時間短縮により、百貨店、免税店、自社店舗で減収。海外は外出規制、店舗休業及び渡航規制により、中国、免税店等で減収となった。
- 一方で、2019年10月より美容室・サロンで先行販売したReFaドライヤー・アイロンは計画を上回る売上を達成。
- また、国内オンライン及びテレビ通販チャネルにおいては、ReFaローラーの販売が好調に推移した。

※単位：円 ※括弧内は前年同期比 ※2018年9月期以降は連結数値

ブランド別売上高実績 - SIXPAD

MTG
We have many dreams



※単位：円 ※括弧内は前年同期比 ※2018年9月期以降は連結数値

※「SIXPAD」はSIXPAD STATIONの売上高含む

上期実績 主な要因

- SIXPADは、上期で前年比+34%の增收を達成。
- Footシリーズの売上が、主にECと新聞通販チャネルにおいて大きく増加した。
- 一方で、新型コロナウィルスの影響で、SIXPAD STATION事業が営業自粛・店舗休業等により、売上が低下した。

セグメント別 売上高構成

国内のEC・通販事業は堅調、美容室・サロン事業は大きく増収する一方で、新型コロナウィルスの影響により、国内の店舗事業と海外事業の売上が大きく減収した。

| MTG連結 単位：億円 | | 2020年9月期 上期 | 2019年9月期 上期 | 前年比 | 主な増減要因 |
|--------------------|--------------|----------------|----------------|------|---|
| 国内 | ダイレクトマーケティング | 54.6 | 52.8 | +3% | SIXPAD FootシリーズとReFaローラー、シャワーの販売が好調に推移。 |
| | リテールストア | 37.8 | 51.4 | △26% | 10～12月は、中国新EC法の影響によるインバウンドとバイヤー減、消費税増税、天候不順により「ReFa」の売上が減少。1～3月は、新型コロナウィルスの影響でインバウンド客低下と外出自粛・店舗営業時間短縮により売上減。 |
| | プロフェッショナル | 36.0 | 24.7 | +46% | ReFa ドライヤー・アイロンの販売が好調に推移し増収。 |
| | ウォーターサーバー | 4.9 | 5.2 | △6% | 2020年3月に事業譲渡。2月までの売上を計上。 |
| | その他 | 3.9 | 3.1 | +26% | SIXPAD STATIONが前年より伸長。 |
| 国内合計 | | 137.3 | 137.4 | 0% | |
| 海外 | グローバル | 17.2 | 43.8 | △61% | 10～12月は中国での新EC法施行により、韓国のインバウンド・バイヤーが減少。中国における「ReFa」の販売減速が継続。韓国における日本製品不買運動、香港デモの影響による販売減少。2～3月は新型コロナウィルスの影響により、中国と免税店などで減収。 |
| 海外合計 ※スマートリング含む | | 17.4 | 44.6 | △61% | |

セグメント別 利益構成

| | | MTG連結 単位：億円 | 2020年9月期 上期 | 2019年9月期 上期 |
|------|--------------|----------------|----------------|----------------|
| 国内 | ダイレクトマーケティング | | 11.8 | 19.6 |
| | リテールストア | | △6.9 | △7.3 |
| | プロフェッショナル | | 1.2 | △0.6 |
| | ウォーターサーバー | | △0.7 | △4.0 |
| | その他 | | △1.7 | △1.8 |
| 海外 | グローバル | | △4.7 | △30.7 |
| | スマートリング | | △3.4 | △3.4 |
| 調整額 | | | △14.5 | △16.2 |
| 経常利益 | | | △18.6 | △44.1 |

- 国内のEC・通販事業と美容室・サロン事業で利益を創出。
- 一方で、新型コロナウィルスの影響により国内の店舗事業と海外事業が経常損失となつた。

損益計算書 主要科目（連結）

| 単位：百万円 | 2020年9月期 上期 | | 2019年9月期 上期 | |
|--------------|-------------|--------|-------------|--------|
| | 金額 | 売上比 | 金額 | 売上比 |
| 売上高 | 15,479 | 100.0% | 18,212 | 100.0% |
| 売上原価 | 5,583 | 36.1% | 7,688 | 42.2% |
| 売上総利益 ※返品調整後 | 9,967 | 64.4% | 9,930 | 54.5% |
| 販売費及び一般管理費 | 12,025 | 77.7% | 14,432 | 79.2% |
| マーケティング費 | 2,660 | 17.2% | 3,719 | 20.4% |
| 広告宣伝費 | 1,573 | 10.2% | 2,444 | 13.4% |
| 販売促進費 | 1,086 | 7.0% | 1,275 | 7.0% |
| 人件費 | 3,356 | 21.7% | 3,768 | 20.7% |
| 研究開発費 | 732 | 4.7% | 692 | 3.8% |
| 荷造運賃 | 605 | 3.9% | 761 | 4.2% |
| その他 | 4,670 | 30.2% | 5,492 | 30.2% |
| 営業利益 | △2,057 | - | △4,502 | - |
| 経常利益 | △1,852 | - | △4,406 | - |
| 税金等調整前純利益 | △741 | - | △4,775 | - |
| 法人税等 | 179 | 1.2% | 986 | 5.4% |
| 当期純利益 | △822 | - | △5,761 | - |

<売上総利益>

粗利率の高いダイレクトマーケティング事業の売上比率が高まった結果、売上総利益率が向上。

<販管費>

全社活動により、研究開発費を除くすべての項目の経費削減を実施し、前年比△24億の低減。

<人件費>

採用抑制と社内異動による欠員補充を継続し、人件費を前年比△4億削減。

<研究開発費>

NEWPEACE等の先行投資事業への投資により、前年比増加。

貸借対照表（連結）

単位：百万円

| | 2020年9月期 上期 | 2019年9月期 通期 |
|--------------|----------------|----------------|
| 現金・預金 | 13,108 | 13,886 |
| 受取手形・売掛金 | 2,194 | 3,710 |
| 棚卸資産 | 6,087 | 7,785 |
| その他 | 2,741 | 4,244 |
| 流動資産合計 | 24,130 | 29,625 |
| 有形固定資産 | 10,110 | 9,537 |
| 無形固定資産 | 306 | 21 |
| 投資その他の資産 | 2,614 | 1,770 |
| 固定資産合計 | 13,032 | 11,330 |
| 資産合計 | 37,162 | 40,955 |
| 買掛金・未払金・支払手形 | 2,058 | 3,926 |
| 短期借入金 | 0 | 0 |
| その他 | 3,350 | 4,113 |
| 流動負債合計 | 5,410 | 8,039 |
| 固定負債 | 703 | 1,194 |
| 負債合計 | 6,113 | 9,233 |
| 資本金 | 16,610 | 16,610 |
| 資本剰余金 | 23,236 | 23,236 |
| 利益剰余金 | △8,886 | △8,076 |
| その他 | 86 | △49 |
| 純資産合計 | 31,048 | 31,721 |
| 負債純資産合計 | 37,162 | 40,955 |

- 2020年3月末時点で131億円の現預金、約5ヶ月分の流動性を保持。
- 長期借入金はゼロで自己資本比率は83%。

キャッシュフローの状況（連結）

| 単位：百万円 | 2020年9月期 上期 | 2019年9月期 上期 | 前年同期比 | 増減分析 |
|----------------------|----------------|----------------|---------|---|
| 営業活動による キャッシュ・フロー | 492 | 87 | + 405 | <ul style="list-style-type: none"> 運転資本効率の向上 予納法人税の還付 |
| 投資活動による キャッシュ・フロー | △977 | △895 | △82 | <ul style="list-style-type: none"> BCG及びSIXPAD STATION投資 MTG Venturesにおける投資ポートフォリオの拡大 他 |
| 財務活動による キャッシュ・フロー | △214 | 1,436 | △1,650 | |
| 現金及び現金同等物の 期末残高 | 13,108 | 30,639 | △17,531 | |

構造改革 1 全社的な経費削減

研究開発費を除く主要経費項目において全社的な経費削減を実施。
今後、更なる経費の削減を実施予定。

| 単位：百万円 | 2020年9月期 通期見通し | 2019年9月期 通期実績 | 前年比 |
|----------|-------------------|------------------|-------|
| 販管費 合計 | 24,800 | 30,465 | △19% |
| マーケティング費 | 6,200 | 7,779 | △20% |
| 人件費 | 6,600 | 7,217 | △9% |
| 研究開発費 | 1,700 | 1,611 | + 6 % |
| 荷造運賃 | 1,200 | 1,589 | △24% |
| その他 | 9,100 | 12,269 | △26% |

構造改革2 国内・海外の不採算店舗の閉鎖

新型コロナウィルスの影響により集客減が予想される百貨店・免税店を中心に、国内・海外で全体の約5割（65店舗）を閉鎖（予定含む）。

| | 2019年9月期末 店舗数 | 2020年9月期末 店舗数（予定） | 閉鎖（予定）数 |
|----|------------------|----------------------|---------------|
| 国内 | 93 | 64 | △29 |
| 海外 | 42 | 6 | △36 |
| 合計 | 135 | 70 | △65 (△48%) |

- 赤字状態が続くグローバル事業とリテールストア事業の早期黒字化を図る

2020年9月期 業績見通し

| 単位：億円 | 2020年9月期 (4/7 修正見通し) | 2019年9月期 (実績) |
|----------------|-------------------------|------------------|
| 売上高 (前年比) | 320 (△11%) | 360 |
| 売上総利益率 | 69.6% | 45.4% |
| 販売費及び 一般管理費 | 248 | 304 |
| 営業利益 | △25 | △145 |
| 経常利益 | △25 | △147 |
| 当期純利益 | △25 | △263 |

- 新型コロナウィルスの影響で△11% の減収の見通し。
- 構造改革による経費削減により、販管費は前年より約2割（△56億円）抑える。
- しかし売上減により、25億円の営業損失を見込む。



2020年9月期 下期経営方針

代表取締役社長 松下 剛

1

構造改革の実施

- ・ 全社的な経費削減
- ・ 国内・海外の不採算店舗の閉鎖

2

成長の三本柱の構築

ReFa

- ・ ドライヤー・アイロンの販路拡大とシャワーの改良
- ・ 消費回復が見られる中国ECで新商品を世界先行発売

SIXPAD

- ・ Footシリーズの拡販と免疫強化プログラムの開発

NEWPEACE

- ・ 導入後の反応と今後の計画

3

健康・衛生ブランドの早期立上げ

- ・ 健康・衛生ブランド立ち上げの背景
- ・ 新ブランドのご紹介

成長の三本柱

MTG
We have many dreams



ReFa

ReFa

好調なReFaドライヤー・アイロンを販路拡大



10月～3月
計画比（台数）
+36%超

- 2019年10月から美容室・サロンで先行販売。
- 2020年4月からオンラインと百貨店・直営店で拡販。
- 今後2020年3Q中国に展開予定。

ReFa



朱一龍
シュウ イチリュウ

中国ECにてReFa新商品を世界先行発売



ReFa BEAUTECH RAISE

消費回復が見られる中国・ECの大型キャンペーン（6月18日）にて著名人アンバサダーを起用しReFa新商品である美顔器を世界先行発売。

ReFa

新商品 ReFa FINE BUBBLE シャワー



既存モデルに加えて、
ミスト機能を搭載した
新商品を2020年夏発売予定。

TRAINING GEAR

SIXPAD

Footシリーズの拡販



10月～3月
前年対比（台数）

2.8倍

繁忙期の春夏にむけて
マーケティング投資を実施予定。

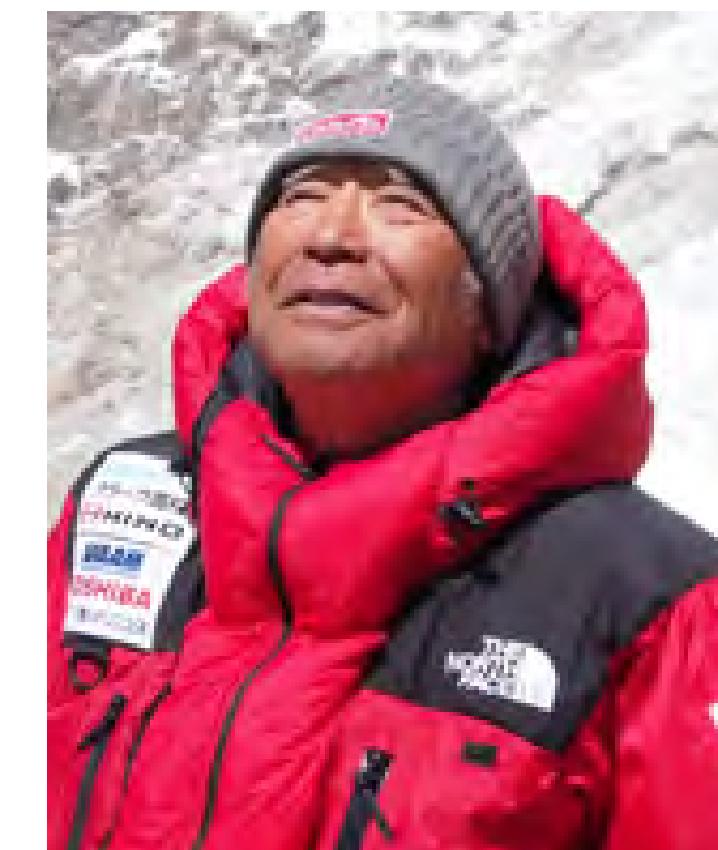
ホームトレーニングによる免疫力強化の推奨

家トレしよう

ホームトレーニングキャンペーン



Foot Fitを使って自宅でできる
免疫力強化 運動プログラムDVD



出演：登山家
三浦雄一郎さん



監修：
京都大学名誉教授
森谷先生



健康運動指導士
梅田先生

- 外出自粛に伴う運動不足解消へ、SIXPADを活用したホームトレーニングを推進。
- さらに森谷教授とともにFootシリーズを利用した免疫強化プログラムを開発、DVD化。



NEW PEACE



NEW PEACE

新しい“理想の睡眠”へ、3つのアプローチ。

動き 温度 AI



世界初「動きで眠る」AIモーションマットレス



NEW PEACE

© MTG Co.,Ltd. All Rights Reserved.

※2019年12月20日時点。JACTA調べ。睡眠状態をセンサで検知し、自動制御でエアセルが膨縮するマットレスにおいて

体感されたお客様からは高い評価を頂き、また新商品開発も順調に推移。
新商品の導入時期については新型コロナウィルスの状況を見ながら慎重に検討。

NEW BRAND

健康・衛生ブランド 立ち上げの背景

市場環境の変化

医療機関をはじめ
マスク、消毒液等の不足

ファブレスモデルを活用

高い品質に信頼のおける
製造パートナー企業と協働

MTGのブランド開発力

当社のコア領域である
「ウェルネス」を拡張し、
健康・衛生ブランドを創出

With Mask

With Mask



Function



イオン入り



Washable



ハンドメイド



プリント



素材の展開

コットン
シルク
ウール
デニム



コラボグッズ
コンサートグッズ
観戦グッズ

One Day



MASK 201



MASK 202

Medical



KN95 M1



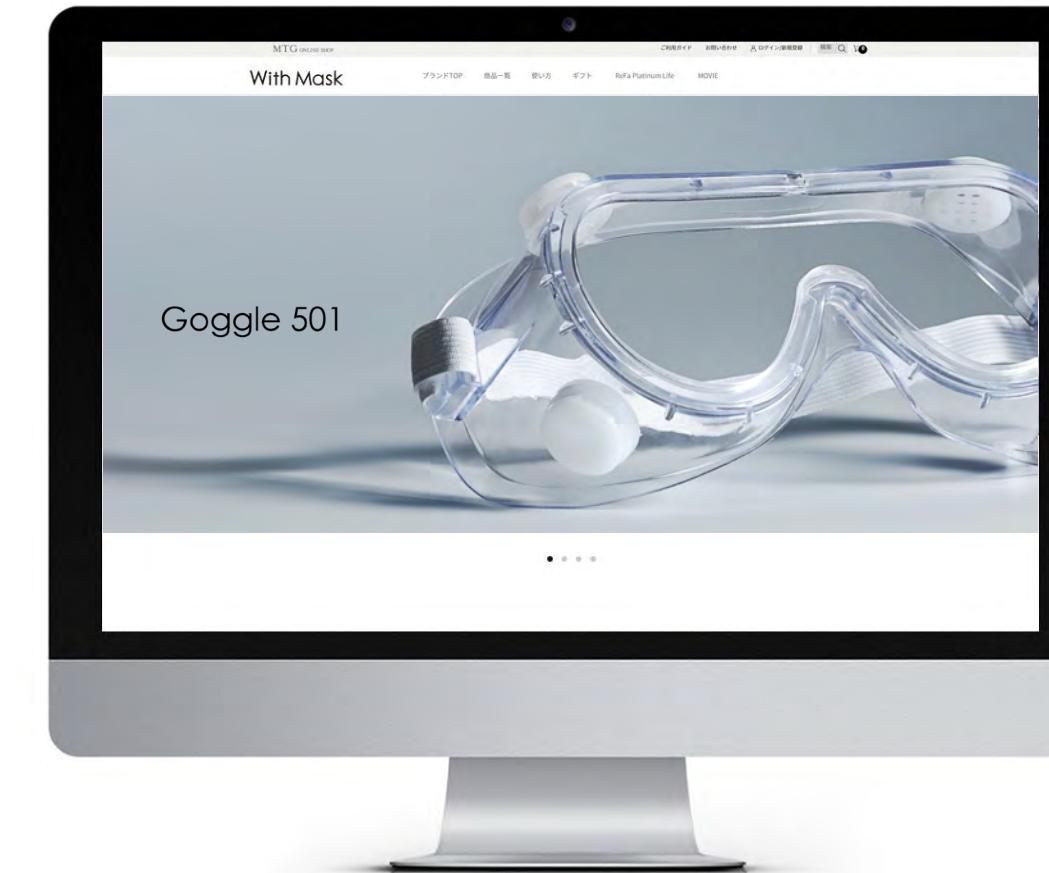
Face Shield 301



Goggle 501

With Mask

X



With Mask

XX



With Mask

[One Day]

XX

MASK 201



MASK 202



発売(予定)日

医療機関向け 4月
一般向け 5月下旬

一般向け 6月上旬

With Mask

[Medical]

XX

KN95 M1



Face Shield 301



Goggle 501



発売予定日

6月中旬

6月中旬

6月中旬

With Mask

[Washable]

XX

<ニットタイプ>

MASK 601



<ウレタンタイプ>

MASK 701/ MASK 801



発売予定日

6月中旬

6月中旬

With Mask

[Washable]

XX

熱中症対策

MASK 901 <クールタイプ>



発売予定日

6月下旬

With Mask



Function



イオン入り



Washable



ハンドメイド



プリント



素材の展開

コットン
シルク
ウール
デニム



コラボグッズ
コンサートグッズ
観戦グッズ

One Day



MASK 201



MASK 202

Medical



KN95 M1



Face Shield 301



Goggle 501

ドウキレイ

ドウキレイ

[一般向け] 消毒液・除菌ジェル・薬用石鹼

NEW



指定医薬部外品
消毒ジェル
100ml



除菌アルコール
ジェル
500ml

NEW



薬用石鹼
(医薬部外品)
85g



ドウキレイ

[一般向け] 消毒液・除菌ジェル・薬用石鹼

指定医薬部外品
消毒ジェル
100ml



NEW
除菌アルコール
ジェル 500ml



NEW
薬用石鹼
(医薬部外品)
85g



発売(予定)日

4/23(木)

5月下旬

5月下旬

ドウキレイ [業務用] アルコールディスペンサー(非接触)



ドウキレイ [業務用] アルコールディスペンサー(非接触)



ドウキレイ [業務用] アルコールディスペンサー(非接触)

(スタンドタイプ)



(卓上タイプ)



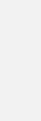
詰め替え用
アルコールジェル
1000mL × 4本



発売予定日

7月より順次

MTG



ReFa

TRAINING GEAR
SIXPAD

 NEW PEACE

 五島の椿
五島の椿

 Beauty Connection

M DNA
SKIN

 Plosion
de Salon

Style

With Mask

DO KIREI



Appendix

経営指標推移（連結）

MTG
We have many dreams

| 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 |
| 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 |
| 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%) |
| 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%) |
| 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 (-) |
| 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 (-) |
| 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 (-) |

販売費及び一般管理費（連結）

MTG
We have many dreams

| 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 |
| 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%) |
| 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%) |
| 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%) |
| 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%) |
| 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%) |
| 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%) |

※ 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）

MTG
We have many dreams

| 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 |
| 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 (△9.7%) | 6,166 (△22%) |
| 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%) |
| 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%) |
| 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%) |
| 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%) |
| その他 | 467 | 185 | 324 | 487 | 1,464 | 520 (+11%) | 405 (+119%) | 494 (+52%) | 574 (+18%) | 1,995 (+36%) | 514 (△1%) | 384 (△5%) |

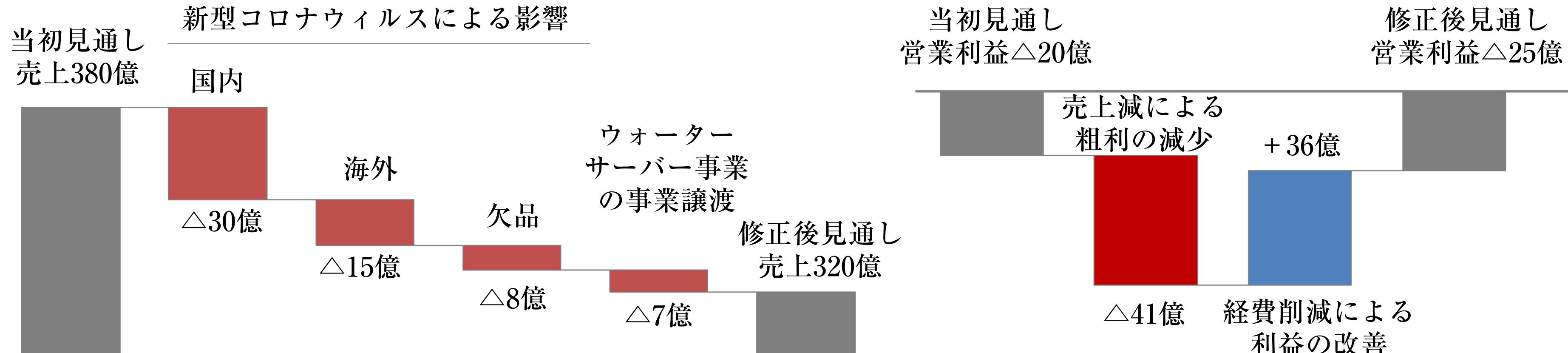
* その他はウォーターサーバー事業とその他事業の合算

*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。

* 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。

(補足資料) 新型コロナの業績影響と通期業績見通しについて

- 新型コロナの売上への影響は△53億円を想定。事業譲渡の影響も含め、売上予想を320億(△60億)に修正した。
- 営業利益予想は、経費削減(36億円)の一方で、売上減による粗利益減(△41億)により、△25億円(△5億)に修正。



新型コロナ影響の前提条件

- チャネルは、国内店舗（百貨店、免税店、直営店）と海外店舗（中国、免税店、欧米、シンガポール）に影響
- ブランドは、主にReFaの売上に影響（ただし、欠品の影響は、ReFaとSIXPADにおいて3~6月に発生）
- 期間は、1~6月をボトムとし、その後緩やかに回復。ただしインバウンド客の回復は通期で見込みます。

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。