

2020年9月期 第1四半期  
決算説明資料

MTG  
We have many dreams



2020年9月期 第1四半期 実績

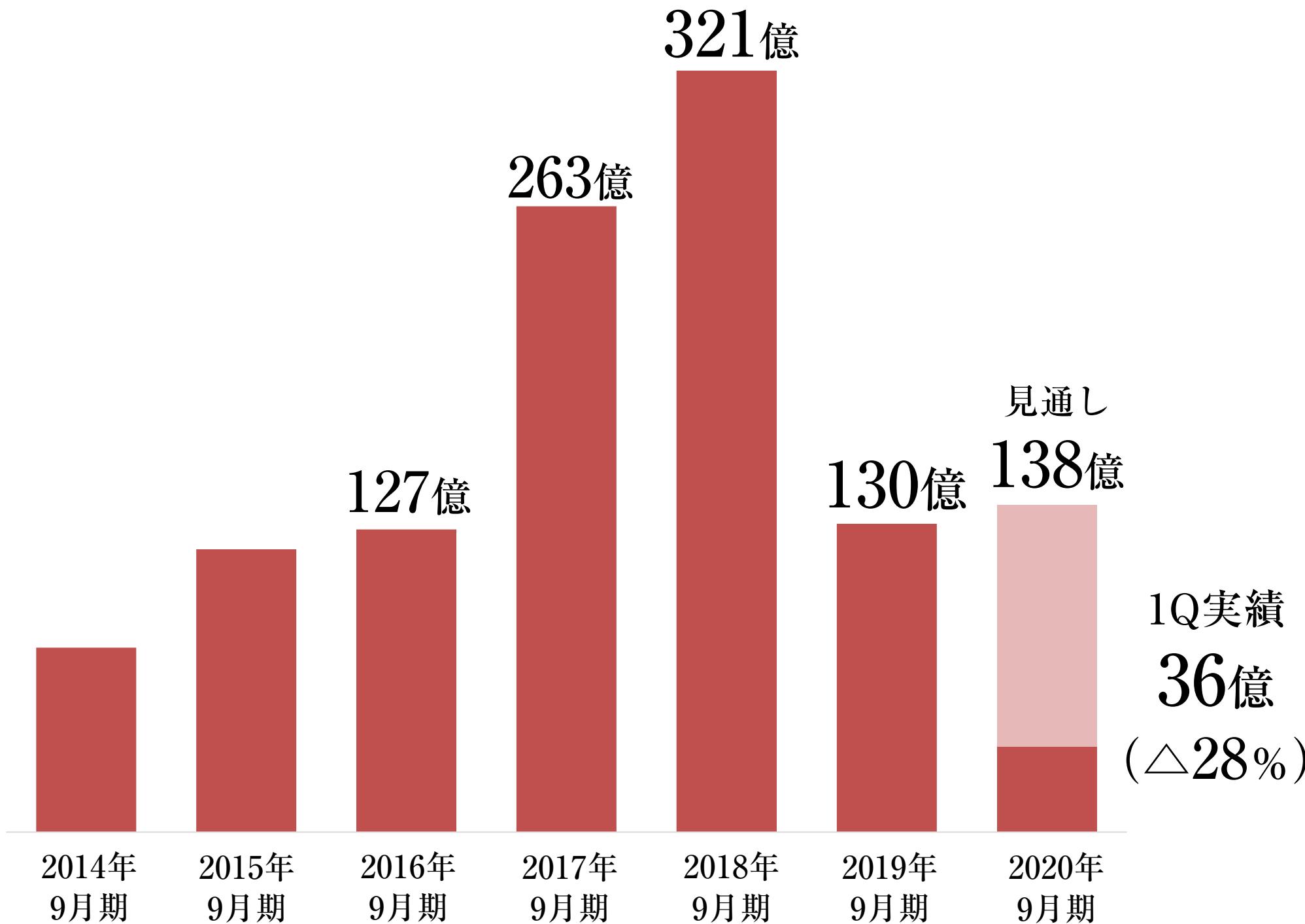
# 2020年9月期 第1四半期実績

単位：億円	2020年9月期 1Q	2019年9月期 1Q
売上高 (前年比)	93.1 (△9.7%)	103.1
売上総利益率	65.8%	60.4%
販売費及び 一般管理費	64.6	75.8
営業利益	△2.3	△13.4
経常利益	0.4	△12.9
当期純利益	△0.4	△19.6

## 主な要因

- 売上は、SIXPAD FootシリーズとReFaドライヤー・アイロンが好調で、国内売上が前年比+6%となった。
- 一方で、中国新EC法の影響により「ReFa」のインバウンド売上が減少、また韓国の不買運動も影響し、海外売上が低下。結果、全社売上が減収となった。
- 販管費は、全社活動により計画以上の削減を実施し、前年比△11億の低減。
- 粗利率向上と経費削減により、営業利益は前年比+11億、経常利益は+12億、純利益は+19億の改善となった。

*ReFa*



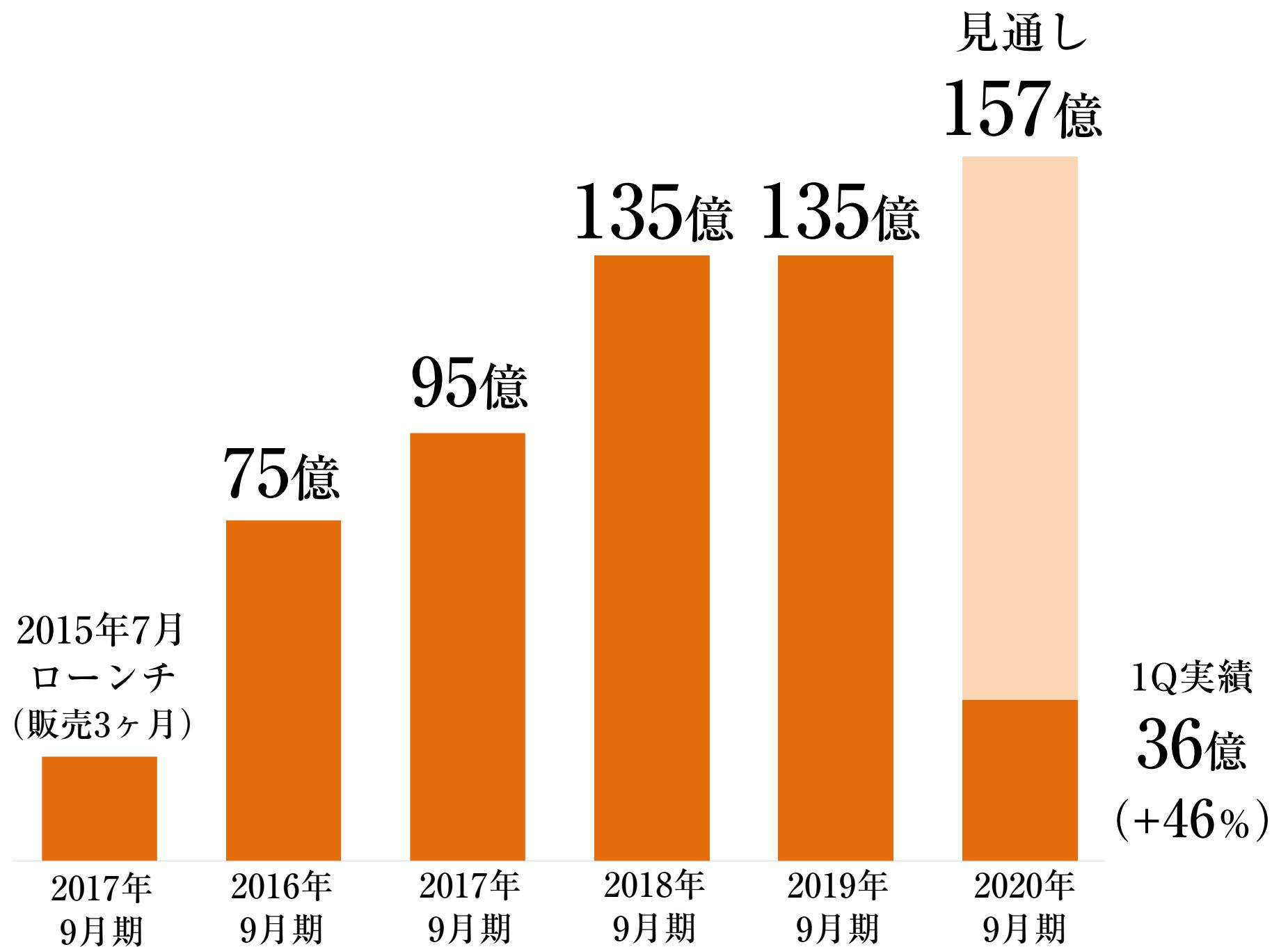
## 主な要因

- 減収の原因是、新EC法の影響による日本と韓国でのインバウンド（代購）の大幅な減少、及び韓国の不買運動と香港のデモの影響、中国国内での減速による、ReFaローラー売上の低下。
- 一方で、ローラーに次ぐ「新たな柱」を育成するブランド再構築戦略が、順調に推移。
- 第二の柱となるReFaドライヤー・アイロンは、2019年10月に美容室・サロンチャネルで先行発売し、計画を大幅に上振れ。2020年3Qには、国内百貨店と海外（中国）に拡販予定。
- 第三の柱となるReFaシャワーは、オンライン通販チャネルで好調に推移し、2019年12月に過去最高販売を記録。2020年3Qには、新モデルを発売予定。

※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



## 主な要因

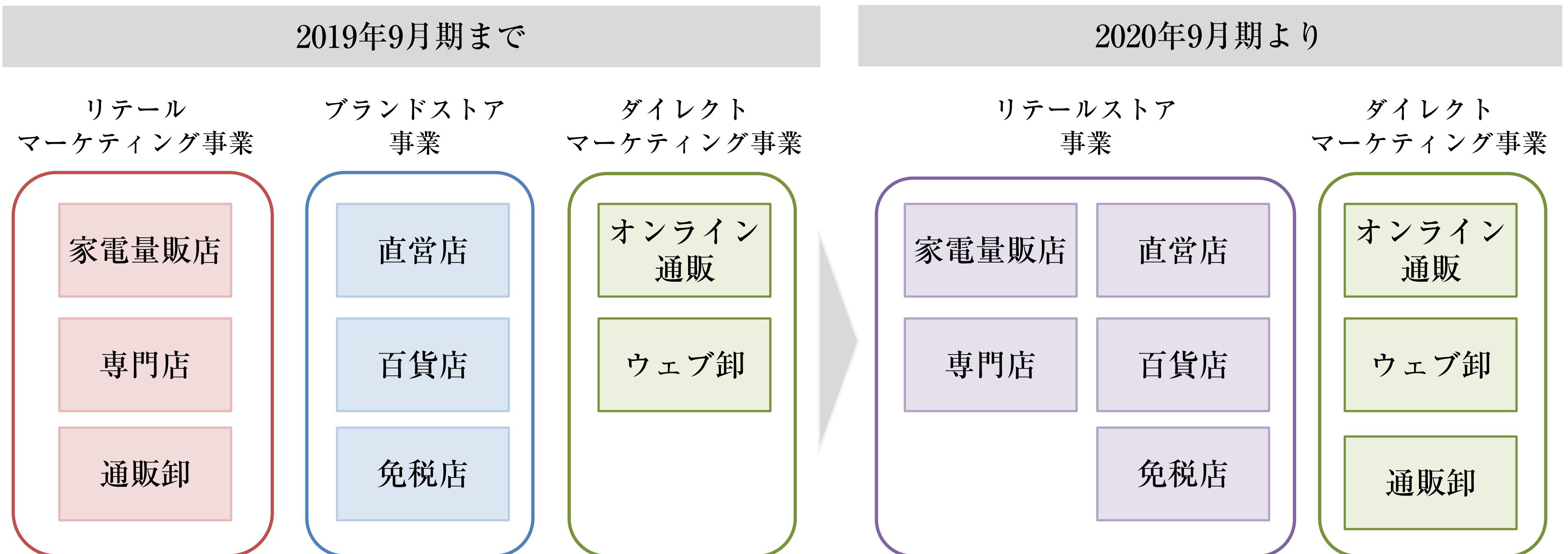
- SIXPADは、1Qにおいて前年比+46%の高成長を達成。
- 増収の要因は、SIXPAD Footシリーズが、とくに通販チャネルにおいて売上が大きく増加したこと。
- SIXPAD STATION事業も引き続き堅調に推移。

※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

# セグメント変更について

損益改善に向けた構造改革の一環として、店舗型販路を担うリテールマーケティング事業と、ブランドストア事業を統合し、リテールストア事業として2019年10月発足。それに伴い、TV・新聞通販を行う通販卸事業はオンライン通販を担うダイレクトマーケティング事業に統合。



# セグメント別 売上高構成

国内売上が4四半期ぶりに増収となる一方で、海外売上は減収

MTG連結 単位：億円		2020年9月期 1Q	2019年9月期 1Q	前年比	主な増減要因
国内	ダイレクト マーケティング	27.0	27.3	△1%	SIXPAD FootシリーズとReFaシャワーの販売が増収。一方で、増税によりその他の商品の売上が減少し、増収分を相殺。
	リテールストア	24.0	29.2	△18%	中国での新EC法の影響で、百貨店・免税店、家電量販店での「ReFa」のインバウンドのバイヤー（代購）が減少、また10月からの消費税増税による需要減、天候不順による販売店来客数減の影響により売上が減少。
	プロフェッショナル	24.2	14.5	+66%	ReFaドライヤー・アイロンの販売が計画を上回った。
	ウォーターサーバー	3.0	2.6	+15%	展示会への出展やメディア連動企画の実施により、ユーザー数増による売上の増加。
	その他	2.0	1.7	+18%	
国内合計		80.4	75.5	+6%	
海外	グローバル	12.6	26.7	△53%	中国での新EC法施行により、韓国のインバウンドのバイヤー（代購）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。
	スマートリング	0.05	0.8	△94%	
海外合計		12.6	27.5	△54%	

# セグメント別 利益構成

MTG連結 単位：億円		2020年9月期 1Q	2019年9月期 1Q	前年比
国内	ダイレクト マーケティング	7.1	9.8	△28%
	リテールストア	△1.4	△3.1	—
	プロフェッショナル	3.6	0.2	+1700%
	ウォーターサーバー	△0.8	△2.2	—
	その他	△0.7	△1.2	—
海外	グローバル	△0.5	△7.7	—
	スマートリング	△1.2	△1.2	—
調整額		△6.0	△7.8	—
経常利益		0.4	△12.9	—

# 損益計算書 主要科目（連結）

単位：百万円	2020年9月期 1Q		2019年9月期 1Q	
	金額	売上比	金額	売上比
売上高	9,313	100.0%	10,312	100.0%
売上原価	3,189	34.2%	4,087	39.6%
売上総利益	6,124	65.8%	6,225	60.4%
販売費及び一般管理費	6,465	69.4%	7,580	73.5%
マーケティング費	1,550	16.6%	2,118	20.5%
広告宣伝費	971	10.4%	1,353	13.1%
販売促進費	578	6.2%	764	7.4%
人件費	1,628	17.5%	1,885	18.3%
研究開発費	347	3.7%	296	2.9%
荷造運賃	351	3.8%	416	4.0%
その他	2,588	27.8%	2,865	27.8%
営業利益	△225	-	△1,334	-
経常利益	44	-	△1,283	-
税金等調整前純利益	44	-	△1,283	-
法人税等	135	1.4%	675	6.5%
当期純利益	△39	-	△1,959	-

## <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65.8%に向上。

## <販管費>

全社活動により、研究開発費を除く全ての主要項目の経費削減を実施し、前年比△11億の低減。

## <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△2.6億削減。

## <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 1Q	2019年9月期 通期
現金・預金	11,544	13,886
受取手形・売掛金	3,824	3,710
棚卸資産	7,297	7,785
その他	3,675	4,244
流動資産合計	26,340	29,625
有形固定資産	10,378	9,537
無形固定資産	85	21
投資その他の資産	2,176	1,770
固定資産合計	12,640	11,330
資産合計	38,980	40,955
買掛金・未払金・支払手形	2,561	3,926
短期借入金	0	0
その他	3,292	4,113
流動負債合計	5,853	8,039
固定負債	1,199	1,194
負債合計	7,053	9,233
資本金	16,610	16,610
資本剰余金	23,236	23,236
利益剰余金	△8,117	△8,076
その他	198	△49
純資産合計	31,927	31,721
負債純資産合計	38,980	40,955

# 2020年9月期 業績見通し

単位：億円	2020年9月期 (見通し)	2019年9月期 (実績)
売上高 (前年比)	380 (+5%)	360
売上総利益率	69.6%	45.4%
販売費及び 一般管理費	284	304
営業利益	△20	△145
経常利益	△20	△147
当期純利益	△20	△263

- 1Qは経費削減により収益改善が計画を上回ったが、海外における不透明な経済環境を考慮し、通期の見通しは据え置いた。
- 現在、新型肺炎による中国人インバウンドと中国国内の売上の影響、及び生産への影響を精査中。
- そのため、新型肺炎の影響は、現時点での見通しに未反映。
- また、ウォーターサーバー事業の譲渡益も、確定後に見通しに反映予定。

# 2020年9月期 業績見通し（セグメント別売上高）

MTG連結 単位：億円	2020年9月期 通期	2019年9月期 通期	前年同期比
グローバル	58.0	61.3	△5%
ダイレクト マーケティング*	117.6	124.3	△5%
リテールストア*	111.0	102.6	+8%
プロフェッショナル	65.0	52.2	+24%
ウォーターサーバー	11.5	11.4	± 0%
その他	16.9	8.4	+101%

\*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見通しを調整しています



## 経営方針

# 成長の3本柱

MTG  
We have many dreams



- 「ReFa」「SIXPAD」「NEWPEACE」の3ブランドで、全社成長を牽引。

*ReFa*

*ReFa*

## BEAUTY ROLLER



新たな柱の構築

## BEAUTECH ドライヤー・アイロン



## BEAUTY SHOWER



**MTG**  
We have many dreams

*ReFa*

BEAUTECH ~ドライヤー・アイロン~

MTG  
We have many dreams



第一四半期  
社内計画比（台数）

+45%

- 2019年10月から美容サロン市場で先行販売。
- 2020年春以降に百貨店及び海外（中国）へ販路拡大。
- シリーズ化の開発も2020年秋発売に向けて進行中。

ReFa

# BEAUTY SHOWER

MTG  
We have many dreams

## ReFa FINE BUBBLE



一般社団法人ファインバブル産業会  
Fine Bubble Industries Association

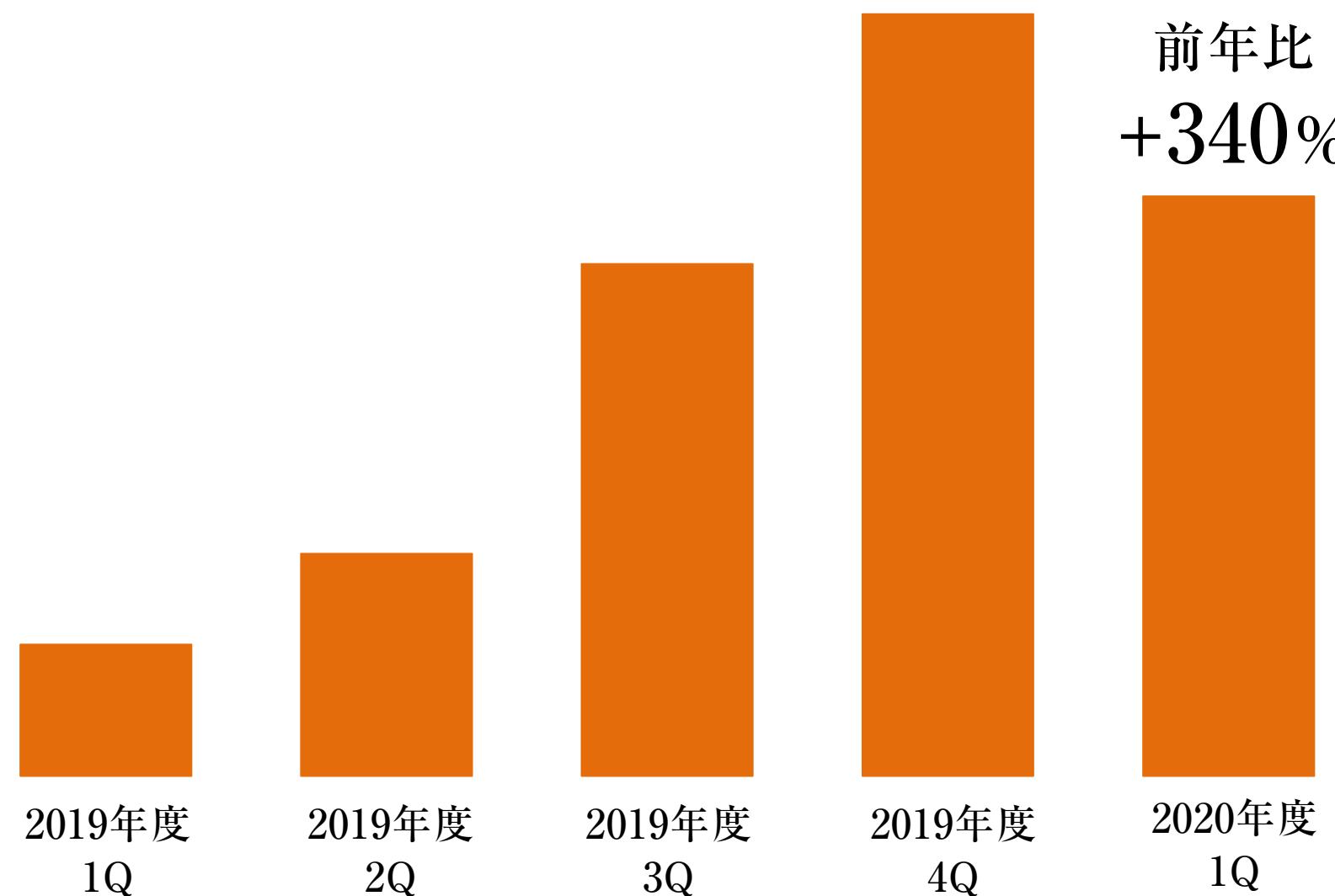
- シャワータイムをビューティータイムへ。
- 第三の柱となるReFaシャワーは、オンライン通販チャネルで好調に推移し、2019年12月に過去最高販売を記録。
- 2020年3Qには、新モデルを発売予定。

TRAINING GEAR

SIXPAD

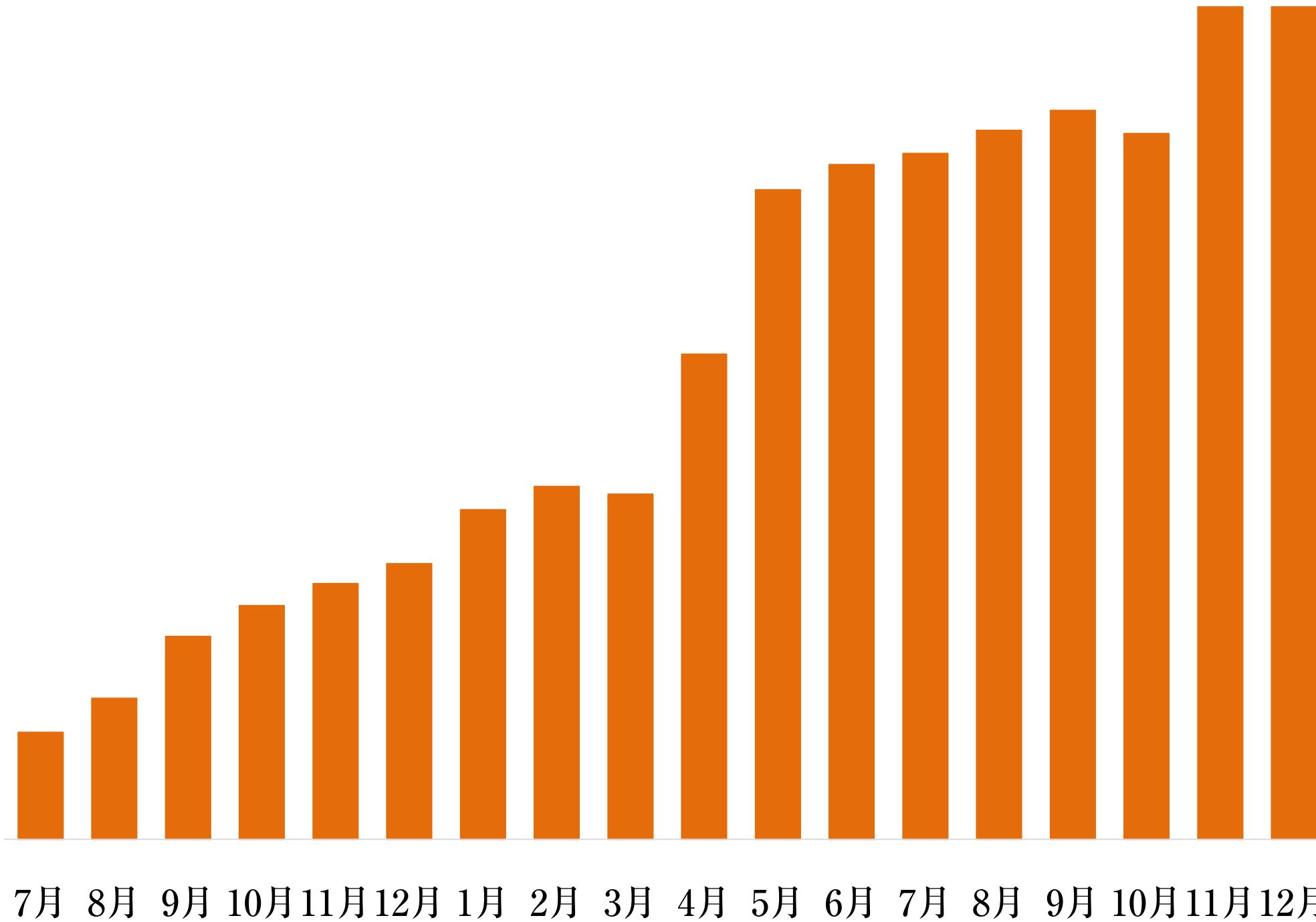
# Footシリーズ

## Footシリーズ セルスルー台数 実績推移



- ネット・新聞通販及び新規チャネル開拓により2020年第一決算は前年比 +340%と好調に推移。
- 繁忙期の春夏にむけてマーケティング投資を実施予定。

## 会員数推移



1号店：代官山（2018年7月）

2号店：六本木（2019年4月）

3号店：香港（2019年9月）

4号店：赤坂（2019年11月）

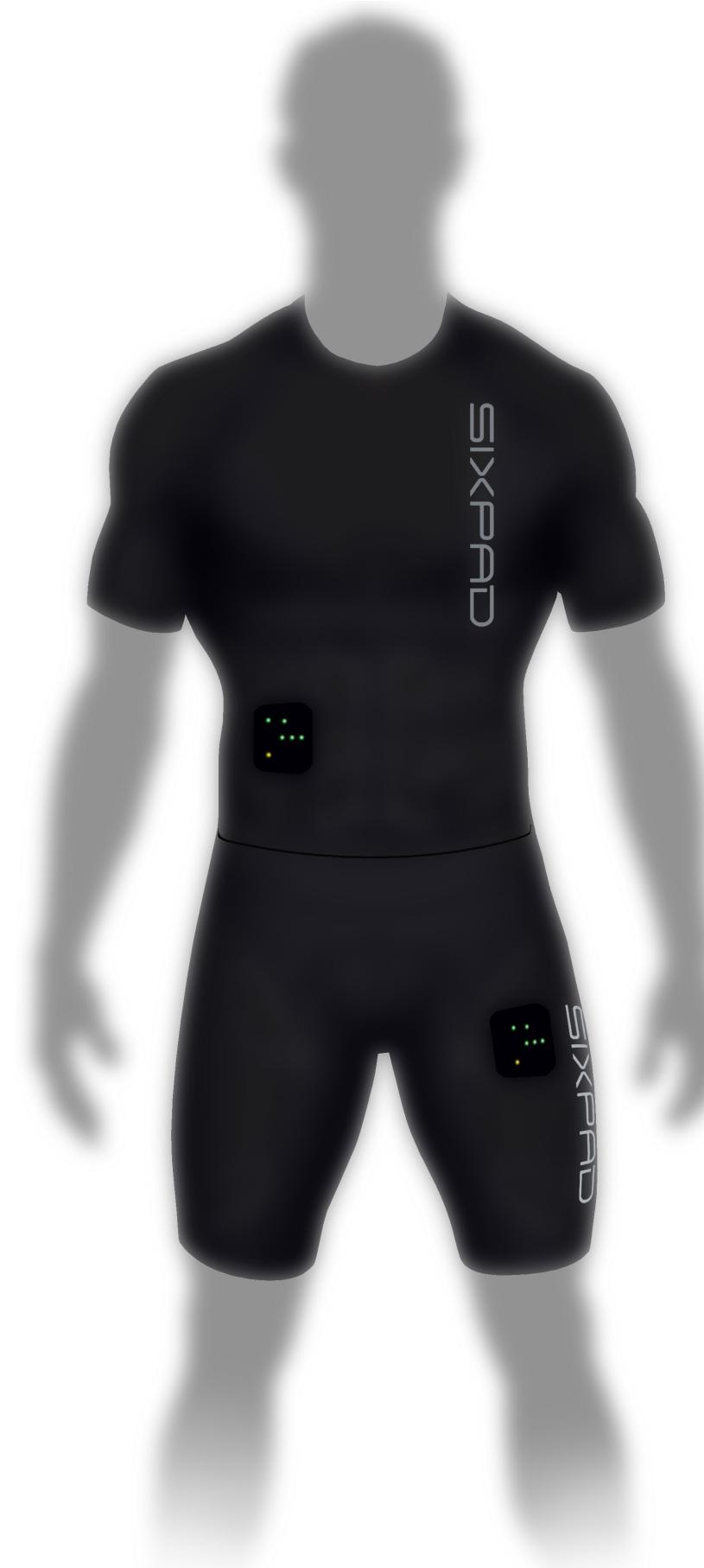
5号店：八王子（2020年春）

6号店：東京都内（2020年夏 予定）

7号店：東京都内（2020年秋 予定）

➤ 2019年10月から12月は会員数は好調に推移。

## EMSウェアの開発



- 革新的な家庭用EMSウェアを開発中。
- EMSウェアを着用することでトレーニングが可能。
- EMSウェアと同時使用できるトレーニングバイクも開発中。
- EMSウェアを活用したサブスクリプション型のサービスを検討中。
- 2020年内のリリースに向けて進行中。



NEW PEACE



NEW PEACE

# 新ブランド ~NEWPEACE~

MTG  
We have many dreams

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

© 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

**NEW PEACE**

➤ 2020年2月に百貨店を中心に販売開始。



# 新ブランド ~NEWPEACE~

MTG  
We have many dreams

NEWPEACE

## DREAM PLAN ドリームプランのご案内

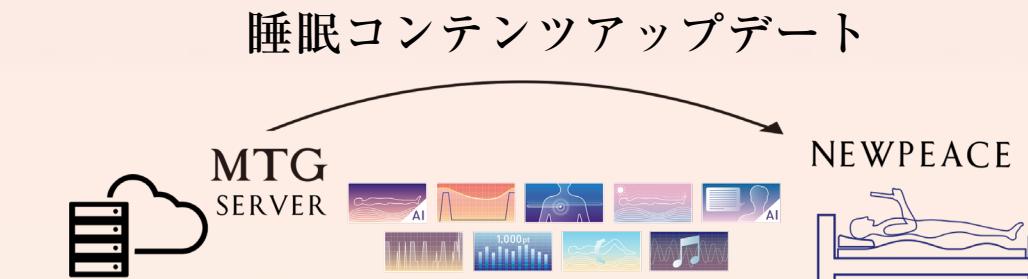
1日165円、\*1月々4,900円\*2の支払いでNEWPEACEを利用できる販売プラン



\*1 シングルの場合。セミダブルは1日約195円（支払総額÷支払回数60回÷1ヶ月30日換算で算出）\*2 シングルの場合。【シングル】所要資金：297,000円（税込）／初回支払月額：7,900円／2回目以降支払月額（×59回）：4,900円／支払期間：5年／支払回数：60回／分割払手数料：0円 【セミダブル】所要資金：352,000円（税込）／初回支払月額：9,800円／2回目以降支払月額（×59回）：5,800円／支払期間：5年／支払回数：60回／分割払手数料：0円／実質年率0%



© MTG Co.,Ltd. All Rights Reserved.





## 新ブランド ~NEWPEACE~

NEW PEACE

MTG  
We have many dreams



- 「Beauty Connection Ginza」の地下一階を体感施設として活用。



## 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
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
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%)
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%)
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 (-)
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%)
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 (-)

# 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
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%)
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%)
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%)
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%)
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%)
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%)

※ 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
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%)
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%)
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%)
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%)
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%)
その他	467	185	324	487	1,464	520 (+11%)	405 (+119%)	494 (+52%)	574 (+18%)	1,995 (+36%)	514 (△1%)

\* 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。

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。