

MTG

株式会社 MTG

2023 年 9 月期 通期決算説明会

2023 年 11 月 9 日

2023年9月期 通期 実績

2桁の増収増益 ReFaがけん引 連結売上は過去最高。

単位：億円 (売上増減比 %)	2022年9月期 通期	2023年9月期 通期	前年比	主な増減要因
売上高	489.8 (100%)	601.5 (100%)	+23%	ReFaの大幅増収により全社売上高は+20%以上の高成長
差引 売上総利益	314.3 (64%)	368.5 (61%)	+17%	売上増による粗利益の増加 大幅な円安・原価高により粗利率が低下 (△3 pts)
販管費	281.9 (58%)	332.6 (55%)	+18%	新商品増加に伴う研究開発費・マーケティング費の増加 経費コントロールにより販管費比率を抑制 (△3 pts)
営業利益	32.3 (7%)	35.9 (6%)	+11%	円安・原価高も、前年並みの収益率を維持し、増益
経常利益	37.2 (8%)	41.6 (7%)	+12%	通期予想に対して上振れ (為替差益+5.5億円による)
親会社株主に 帰属する 当期純利益	26.8 (5%)	19.8 (3%)	△26%	製品保証引当金の繰入による影響
参考: 平均為替レート (1米ドル)	124.4円	138.9円	+14.5円	

2023/11/9 4

売上高は 23%増の 601.5 億、経常利益の 12%増まで、増収増益の決算を発表することができました。ReFa が非常に好調で、売上高をけん引いたしました。

為替の環境は、22 年 9 月期と比べて 14.5 円ほど円安の、当社の数字にとっては非常に不利な状況で推移をしたのですが、様々な工夫、コストのコントロールをすることによって、経常利益まで増益を達成することができました。

為替の影響が一番表れているのは、この売上総利益率 61%で、22 年の 9 月期対比で約 3 ポイントの減ですが、大きな要因は為替でございます。

販管費は、売上高の伸び率 23%に対して 5 ポイント低い、18%の増加にとどめることができました。当社は新製品の増加に伴い研究開発費、マーケティング費は増加いたしますが、その中で経費のコントロールも進めることができました。その結果、営業利益はプラス 11%という結果となりました。

この営業利益と経常利益の差でございますが、これは逆に円安が為替差益に働いたことで、5.5 億の差が発生した結果でございます。

最終利益、親会社株主に帰属する純利益でございますが、ドライバー関連の交換に関わる費用を特別損失で引当てをさせていただきましたので、このような結果となっております。

2023年9月期 第4四半期 実績

単位：億円 (売上増成比 %)	2022年9月期 4Q	2023年9月期 4Q	前年比	主な増減要因
売上高	142.8 (64%)	170.4 (100%)	+19%	ReFaの大幅増収により、過去最高の四半期売上
差引 売上総利益	91.7 (64%)	106.1 (62%)	+16%	円安等による原価高で粗利率低下
販管費	78.7 (55%)	95.7 (55%)	+22%	マーケティング費の増加と来期以降の新商品研究開発費への投資
営業利益	12.9 (9%)	10.4 (6%)	△20%	円安・原価高による粗利率低下が影響
経常利益	13.3 (9%)	12.9 (7%)	△3%	為替差益+2.5億円を計上
親会社株主に 帰属する 当期純利益	7.6 (5%)	5.2 (3%)	△32%	製品保証引当金の繰入による影響
参考：平均為替レート (1米ドル)	138.3円	144.5円	+6.2円	

2023/11/9 5

第4四半期の実績はここで単独でお示ししておりますご覧のような結果でございますが、基本的には通期実績で説明した内容と同じような要素が働いた結果と言えると思います。

2023年9月期 通期／販管費実績

単位：百万円	2022年9月期 通期	2023年9月期 通期	前年比	主な増減要因
販管費 合計	28,193	33,261	+18%	新商品数増加に伴う研究開発費及びマーケティング費の増加
マーケティング費	7,955	9,776	+23%	売上連動する宣伝広告費の増加と新商品の広告制作費の増加
人件費	7,359	8,285	+13%	新規採用等、会社成長に伴う人件費増
研究開発費	1,436	1,784	+24%	新商品数増加に伴う研究開発費の増加
荷造運賃	1,435	1,658	+15%	売上増に伴う配送数の増加
その他	10,006	11,757	+18%	売上増加に伴う販売手数料等の増加

2023/11/9 6

販管費の実績、トータルで18%増でございます。販管費の大きな要素として、4つお示ししているとおり、マーケティング費、人件費、研究開発費、荷造運賃費です。

その中でマーケティング費と研究開発費はまさに当社の事業の根幹に対する投資でございます。この費用を絞ることはできません。マーケティング費に関しては、売上に連動する宣伝広告費の増加と、新商品の広告制作費の増加でございます研究開発費は、当社の売上の中で新商品の占める割合が今後も増えてまいります、それに伴う増加でございます。

人材の獲得競争が激化しております。それから、日本企業の人件費がこれからも上がっていく要因としては、個々人の報酬をさらに手厚くしていかななくてはならないということもございます。当社もそのトレンドに遅れることなく、人に対する投資は続けており、その結果が人件費13%増という結果となっております。新規採用、そして会社も成長しておりますので、それに対する人件費の増加でございます。

荷造運賃は変動費でございます。売上が増えれば配送数も増加しますので、増えております。

その他費用で昨年100億、それから一昨年100億、前期は117億という形になっておりますが、この大きな費用の中には、売上に連動する販売手数料、そして店舗で働いているスタッフの方々への支払手数料や賃料、情報システム等の維持をする維持管理費、旅費交通費であり、当社の事業に欠かすことのできない費用がこちら含まれております。この増分の主要因は、売上が23%増加しておりますので、それに伴う販売手数料の増加となります。

2023年9月期 通期／セグメント別実績

MTG連結 単位：百万円	売上高			経常利益		
	2022年9月期 通期	2023年9月期 通期	前年比	2022年9月期 通期	2023年9月期 通期	前年比
ダイレクト マーケティング	22,846	26,997	+18%	6,089	7,184	+18%
プロフェッショナル	11,666	15,421	+32%	1,889	1,682	△11%
リテールストア	11,086	14,665	+32%	751	1,488	+98%
グローバル	1,887	1,290	△32%	△604	△1,050	—
スマートリング	186	197	+6%	△1,224	△1,009	—
その他	1,311	1,581	+21%	△58	△95	—

※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」の延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。

2023/11/9 7

セグメント別実績です。ダイレクト、プロフェッショナル、リテールストアとも、順調に売上高を伸ばすことができております。

プロフェッショナルに関しましては、プロフェッショナルの事業の性質上、サロンやエステ等のお客様を増やすことで、お客様のネットワークを形成し、これからの売上を形づくっていくのがビジネスモデルでございます。

それは前期に限ったことではなく、前期に行ったことも今後のプロフェッショナル事業の売上成長に寄与いたします。ネットワークの拡充、アカウントの増加、顧客の開拓に経営資源を投入した、宣伝、開発費も含めです。結果として前期に関しましては、経常利益の減という形になっておりますが、この投資が今期も含めたプロフェッショナルの売上をさらに成長させていく原動力になってまいります。

リテールストアに関しましては売上高が同様に32%伸びて、利益も大幅に伸びております。およそ倍になっておりますが、これは端的に、コロナ禍が収束し、リアル店舗にお客様が戻ってきて、店舗で商品を買っていただく機会が増えたことが大きな要因でございます。

こちらは今年度を通じてお示ししている数字ですが、グローバルとスマートリング事業に関しては、これからでございます。対策は取っておりますので、今後改善の本番になるとお考えいただきたいと思います。

貸借対照表（連結）

単位：百万円	2022年9月末	2023年9月末	増減	主な増減要因
現金・預金	16,529	16,137	△392	
受取手形・売掛金	4,838	6,017	+1,178	売上増加に伴う売掛金等の増加
棚卸資産	11,068	11,355	+287	新商品導入に伴う製品在庫の増加 棚卸資産回転率は改善
その他	2,162	2,980	+818	
流動資産合計	34,600	36,491	+1,891	
有形固定資産	9,788	10,335	+547	金型・店舗什器等の新規購入による増加
無形固定資産	476	630	+154	
投資その他の資産	5,076	6,991	+1,915	CVC（MTG Ventures）の投資ポートフォリオの拡大
固定資産合計	15,341	17,958	+2,617	
資産合計	49,942	54,449	+4,507	
買掛金・未払金・支払手形	3,383	3,843	+460	
その他	4,891	7,484	+2,593	未払法人税等及び製品保証引当金による増加
流動負債合計	8,279	11,330	+3,051	
固定負債	377	406	+29	
負債合計	8,656	11,737	+3,081	
資本金	16,772	16,778	+6	
資本剰余金	16,153	16,160	+7	
利益剰余金	9,116	10,706	+1,590	当期利益計上による増加 前期の配当金支払いによる減少
その他	△756	△932	△176	
純資産合計	41,285	42,712	+1,426	※ 自己資本比率 77.0%
負債純資産合計	49,942	54,449	+4,507	

2023/11/9

8

バランスシートでございますが、総資産が544億と前期に比べ45億増加しております。その内訳は個々に見ていただきたいのですが、例えば受取手形・売掛金が11億増えているものに対しては、回転日数を計算していただくと、増えてはおりません。売上高が増えれば当然、お客様からいただくべきお金がここに滞留するため、受取手形・売掛金の金額も自然と増えてまいります。

在庫増は売上高に対してかなり効率化しておりまして、2億8,700万程度の増にとどまっております。

あとは固定資産の中で特筆すべきは、投資その他の資産の中で、当社のコーポレートベンチャーキャピタルの投資により、19億増加しているところです。こちらも将来に渡りリターンを生んでくるものでございますが、その投資額が増えていったことによるものでございます。

キャッシュフロー（連結）

単位：百万円	2022年9月期 通期	2023年9月期 通期	前年差	主な増減要因
営業活動による キャッシュフロー	1,879	2,686	+807	当期利益計上による増加 在庫増加及び法人税支払による減少
投資活動による キャッシュフロー	△1,876	△2,788	△912	CVC（MTG Ventures）の投資有価証券取得
財務活動による キャッシュフロー	1,052	195	△857	前期はグループ会社（EVERING）の第三者割 当増資に伴い増加
現金及び現金同等物の 期末残高	16,529	16,137	△392	

2023/11/9 9

キャッシュフローとしてぜひご注目いただきたいのは、本業から出てくるキャッシュフロー、営業キャッシュフローが26億8,600万と、22年9月期に比べて大幅に増えており、在庫の効率化、そして利益も上がっております。そのため、事業活動によるキャッシュフローを増やす要因となっております。

当社はそのお金を使って投資をしてまいりますので、先ほど申し上げたような、CVCの投資有価証券の投資や、リアル店舗にお客様が戻ってきたことによる店舗のカウンターに対する設備投資、そのような施策を非常に積極的に行ってまいりました。

財務活動はご覧のとおりでございます。

2024年9月期通期予想

単位：億円 (売上増成比%)	2023年9月期 通期	2024年9月期 通期	前年比	業績予想の前提
売上高	601.5 (100%)	670.0 (100%)	+11%	ReFaの高成長が継続し、売上の2桁成長の持続を予想
営業利益	35.9 (6%)	34.0 (5%)	△5%	円安による原価高の影響で粗利率が低下
経常利益	41.6 (7%)	34.0 (5%)	△18%	前期の営業外利益（為替差益）剥落の影響
親会社株主に 帰属する 当期純利益	19.8 (3%)	20.0 (3%)	+1%	実効税率は前期並みを想定

2023/11/9 10

2024年9月期通期の予測でございますが、前期比プラス11%、2桁成長の持続を予想し、670億円への売上増を見込んでおります。引き続き円安基調となっておりますので、その他の要素も含め総合的に勘案した結果、利益率としては5%を置いております。この数値が今期我々出していく数字であるということで、5%の利益率をもとに営業・経常を計上しております。

実績で含まれている為替差益は、予測には入れておりませんので、経常利益も同じ金額でございます。親会社利益の20億、こちらは23年9月期に対して1%増という形で予測をさせていただきました。

配当予想

株主還元については、企業価値向上による株価上昇と剰余金の配当により総合的に実現する方針。2023年9月期は年間10円とし、2024年9月期は年間10円配当を予定。

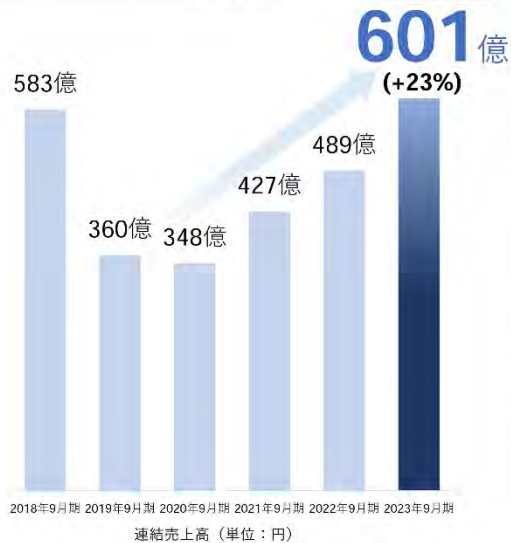
	2023年9月期	2024年9月期（予想）
配当金 (1株あたり)	10円	10円
当期純利益 (百万円)	1,984	2,000
配当性向	19.9%	19.7%

2023/11/9 11

配当予想としては10円を継続させていただきます。

2023年9月期 総括

売上実績



3つのポイント

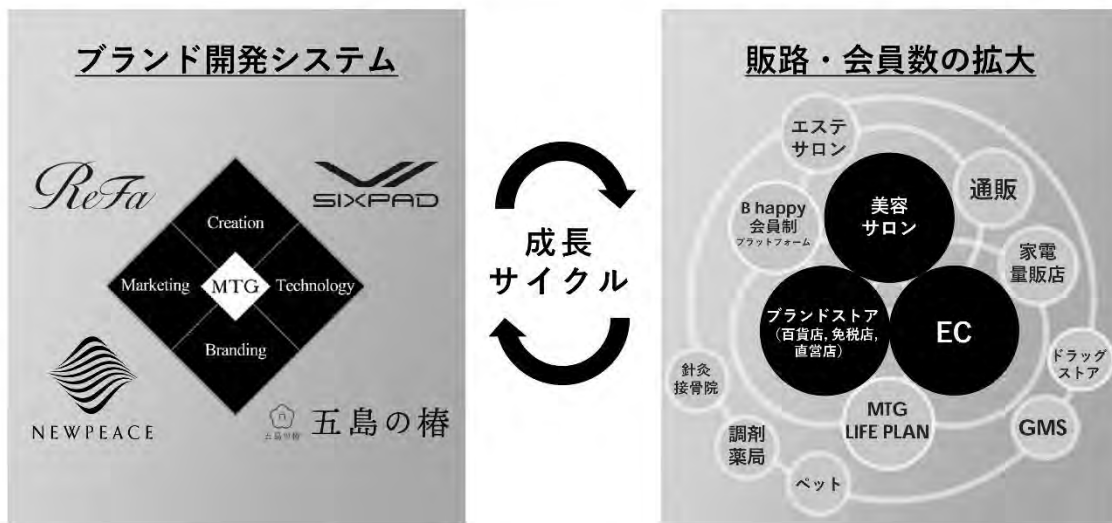
1. **+23%の高成長で**
連結売上過去最高を更新し
増収増益を達成
2. ReFaが新商品を中心に好調
前年比**+43%の大幅増収**
3. SIXPADの再起に向け**開発強化、**
ロナウド氏との連携も強化

2023/11/9 13

まず、23年9月期の総括をさせていただきますが、ただ今発表がございましたとおり、今回我々の売上実績は601億円ということで、連結売上、過去最高を更新することができました。23%の対前年成長を果たすことができました。

特に、ReFaが43%と大きく成長することができました。またSIXPADにつきましては、次なる再起に向けて新商品の開発を強化、また、クリスティアーノ・ロナウド選手との連携も強化してまいりました。

継続的な成長の仕組み



2023/11/9 14

我々は継続的に成長ができる仕組みを、この数年間、力を入れて構築してまいりましたが、まずはブランド開発のシステム、こちらは新しい技術、新しい商品を生み出していく仕組みでございます。クリエイション、テクノロジー、ブランディング、マーケティング、この四つを軸に新商品を生み出していく仕組みが出来上がってきたと思います。

そして、常に新商品が開発できる前に安定的な販路があること、こちらが我々の強みでございます。まずは美容室サロンで商品を先行発売させていただいて、多くの方に体感をしていただき、それがSNSの口コミとなり、その後ECの売上、またブランドストアでの販売に繋がります。その他エステサロンをはじめ、マルチチャネルでたくさんの販路がございます。

MTG

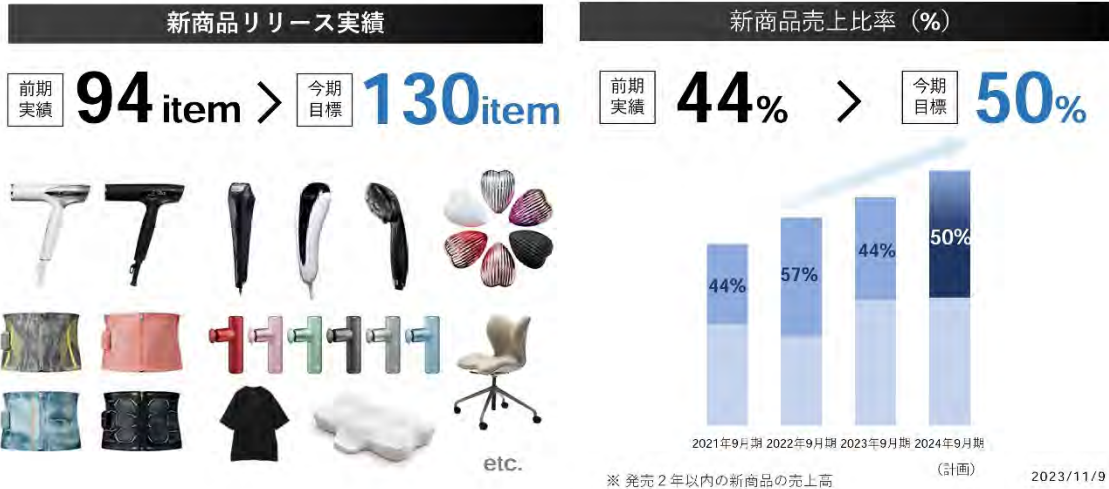


2023/11/9 15

今まで、我々MTG は多くのブランドを開発してまいりましたが、これからはこのブランドを掘って確立していく、一つ一つのブランドを仕上げていく時期に到達したと思っております。今日はこの中で代表的なブランドを幾つか説明させていただきます。

史上最多の新商品導入

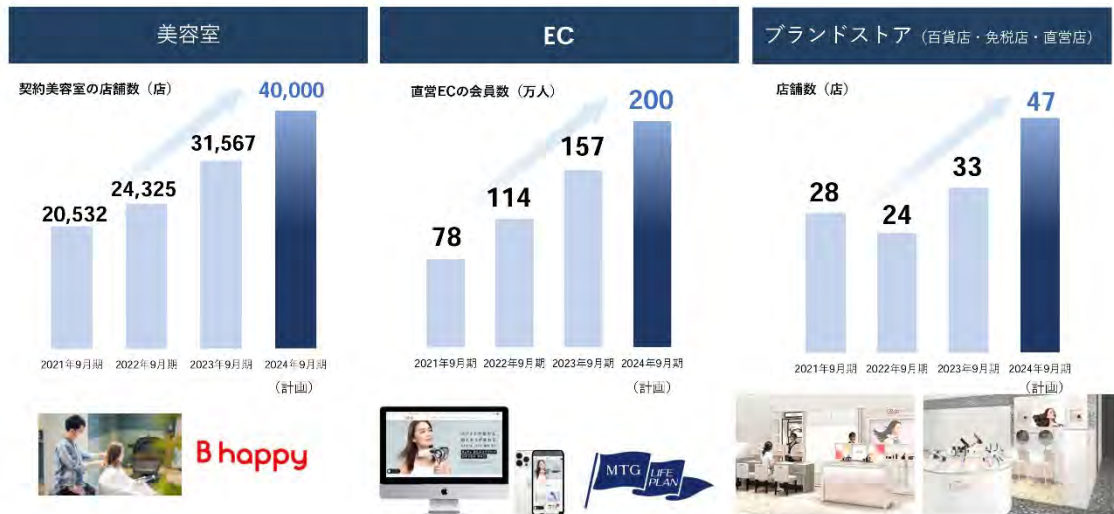
2023年9月期は史上最多の新商品導入と高い売上寄与率、2024年9月期も史上最多の新商品導入数を更新し、130アイテム導入と新商品売上比率50%を目指す。



2023年は、新商品導入目標100アイテムに対し、残念ながら94アイテムという形になりましたが、結果として史上最多の新商品を導入することができました。新商品の売上比率は44%でございます。また今期は、過去史上最多になります130アイテムをリリースしたいと思っております。こちらの売上は、今期目標50%を見込んでおります。このように毎年、新商品の質と量ともに、この数年間、確実に上がってきたと思っております。これは先ほどの継続的な成長の仕組みが出来てきた要因とも思っております。

主要チャネルにおける店舗数・会員数

各チャネル、店舗数・会員数共に右肩上がりで増加。



主要チャネルでございますが、まず主力の美容室サロンについて、2022年9月期から2023年で2万4,325店舗から3万1,567店舗に大きく飛躍いたしました。また、今期は4万店舗を突破する計画でございます。我々の商品は体感していただくと納得していただける商品が多くございますので、この美容室サロンが4万店舗に広がることにより、ECの売上も安定的に増えていく、このようなビジネスモデルとなります。

また、ECの会員数、B happy ならびにライフプランの会員数が、2022年の9月期から2023年前期は114万人から157万人と、こちらも大きく飛躍いたしました。今期は200万人を突破していく計画でございます。また、こちらはリピーターのお客さまも増えてきておりますので、リピートしていただけるお客さまをさらにケアして、長いお付き合いができる体制を構築していきたいと思っております。

続いて、ブランドストアです。24店舗から前期は33店舗へ増えました。また、この33店舗全店黒字で、今期は14店舗増やし、47店舗へとまいります。こちらも直接、美容室サロンで体感をして、そのまま購入するお客さまと、ストアで購入したいというお客さまがいらっしゃいます。こちらが全国に安定的に広がることで、お客さまに直接手に取って体感してもらえる場が増えていきます。

この3つを、今後も力を入れてまいります。そして売上を安定的に増やしていく店舗数、会員数へと伸ばしていけるよう、力を入れてまいります。

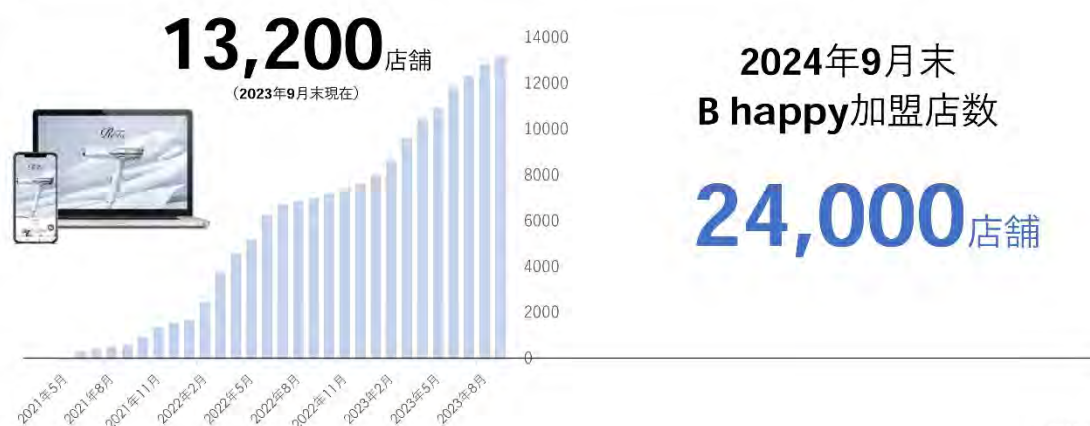
B happy（美容サロン事業）



加盟店数は前期は13,200店舗と期初目標を超過。今期は24,000店舗、2030年度は10万店舗を目指す。

加盟店数 推移

今期目標



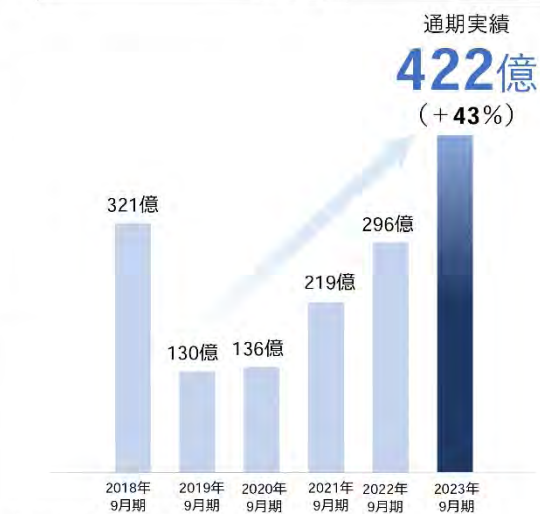
2023/11/9 18

続きまして、B happy 事業です。こちらの実績が目標を大きく上回る 1 万 3,200 店舗となり、前期は目標達成することができました。今期は 2 万 4,000 店舗、また我々の目標は、2030 年に 10 万店舗としております。こちらも日々、多くのお問い合わせをいただいております、新規の加盟店が確実に積み上がっております。

ReFaブランド実績



売上実績



増収要因

新商品効果と国内売上好調により、前年比+43%の大幅増収、過去最高売上を達成。

ヘアケアやシャワー等の売上が大幅増収。
2018年度と比べ、より安定したポートフォリオへの構造的変化を実現。

国内の美容サロン、EC、ブランドストアの全チャネルで大幅な売上増を達成。

課題のリピート商品は、ロックオイル等のヘアケア商品の好調により売上が倍増。

2023/11/9 20

まず前期、296 億円から 422 億円、プラス 43%の成長をすることができました。この過去最高の ReFa の売上はもちろんですが、2018 年の 321 億円、過去一番売上が高かった際より大きく飛躍しておりますが、売上の質も大きく変わっております。

過去は大ヒットの BEAUTY TECH ROLLER が売上の大半でしたが、今回の 422 億の売上構成は多くの柱で成り立っていると思っております。

ReFa 主要 4 カテゴリー



2023/11/9 21

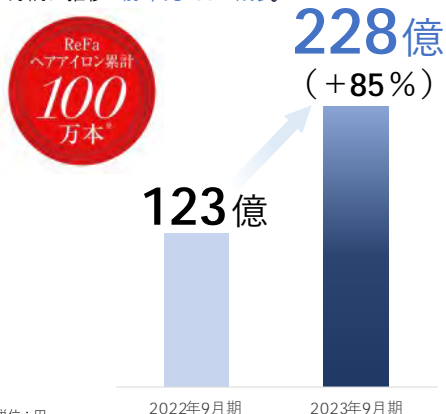
今、ReFa のカテゴリーは4つございます。HAIRCARE、FINE BUBBLE SHOWER、SHAMPOO/OIL TREATMENT、BEAUTECH/ROLLER、このように柱が4 カテゴリーとなりました。

カテゴリ別実績 — HAIRCARE (ドライヤー / アイロン)



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+85%成長**



※単位：円
 ※1 効果は、使用環境・髪質により異なります。 ※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**00万本**^{※2}突破したReFaヘアアイロン、また**同50万本**^{※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



サロンオリティの仕上がりで速乾性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円(税込)
 発売日：2022年11月

ReFa BEAUTECH FINGER IRON (ブラック・ピンク)



スタイリストが仕上げに行う、繊細なニュアンスづくりを、自宅で簡単に再現する。

カラー：ピンク/ブラック
 価 格：14,500円(税込)
 発売日：2022年8月(ブラック)
 2022年9月(ピンク)

2023/11/9 22

まず HAIRCARE ですが、123 億円から 228 億と、プラス 85%と大きく飛躍することができました。アイロンにつきましては、累計出荷も 100 万本を突破することができました。また、NIDEC さんと一緒に開発した BEAUTECH DRYER SMART も順調に伸びてまいりました。さらに、この年末にリリースします新商品のアイロンも、非常に多くの事前予約をいただいて、順調に推移しております。

カテゴリ別実績 – HAIRCARE (ブラシ)



ブラシ販売数推移

ReFa ブラシシリーズ累計出荷数 **200万本**※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。



戦略商品

ReFa HEART BRUSHは引き続き百貨店やECで好調
専門店・量販店及び美容サロンへ販売チャネルを拡大、今後も
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)



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。

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。

ReFa HEART BRUSH COLLECTION (リファハートブラシコレクション) **[NEW]**



定番カラーの6色セットがリッチなボックスに。お手
土産やギフトにもおすすめ。

価 格：19,800円（税込） 発売日：2023年8月
販 売：MTGオンラインショップ、全国の百貨店、
ReFaショップを中心に順次各市場で展開

2023/11/9 23

この HAIRCARE の中に新しい柱として、我々はブラシを短期間で立ち上げてまいりました。この
ブラシシリーズで既に 200 万本を突破することができました。ちなみにこの HEART BRUSH という
商品は、現在大ヒットしている商品ですが、お客様の層も 10 代、中学生の方から愛用していただ
いており、中には親子 3 代でこの商品を使っていたりしている方も増えてまいりました。

また最近発売した AILE BRUSH、こちらも順調に推移をしております。こちらは既存の美容師さ
んをはじめ、専門店、量販店、また今までになかったチャネルでも拡大していく見込みでございま
す。このブラシも今後、HEART BRUSH、ION CARE BRUSH、AILE BRUSH に次ぐ、新型のブラ
シを今期中に十数アイテムリリースしまして、ブラシ事業でまずは売上 100 億を目指していきたく
いと思っております。

カテゴリ別実績 – FINE BUBBLE SHOWER

ReFa

売上実績

国内市場で好調推移、特にECにおいては新商品 **ReFa FINE BUBBLE PURE** の販売が伸長、単価アップも売上増に貢献。



※単位：円
※1 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

新商品 **ReFa FINE BUBBLE PURE** の更なる拡販を行い、カートリッジのリピート販売で顧客単価のアップを狙う。



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。

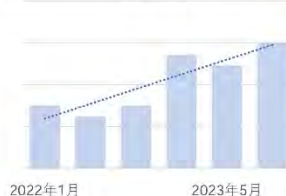
カラー：ブラック

価 格：33,000円 (税込)

発売日：2023年7月

販 売：MTG公式オンラインショップ、以降順次市場拡大

平均単価推移・貢献割合



売上+25%に対して、
単価価格の増加寄与分が
5.6%。

24

続きまして、FINE BUBBLE SHOWER でございます。

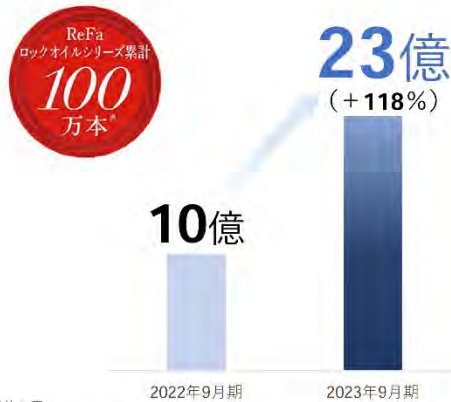
こちら前期比プラス 33%、過去最高の 135 億円の売上を作ることができました。中でも新商品の ReFa FINE BUBBLE PURE、こちらはカートリッジ付きのタイプで、平均 5.6% のカートリッジの売上を積み上げること、またリピートにつながる売上ということで、こちらが大きく貢献した結果、135 億円を達成することができました。

カテゴリ別実績 – SHAMPOO / TREATMENT



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。



※単位：円
※2020年10月～2023年5月 累計出荷数

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カテゴリでリピート商品の売上拡大を目指す。



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円（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ヘアへ。

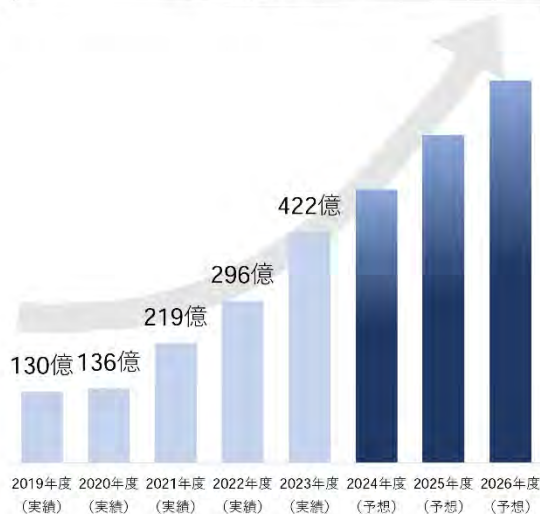
価 格：シャンプー 2,420円（税込）
トリートメント 2,640円（税込）
容 量：シャンプー300mL / トリートメント290g
発売日：2020年10月

2023/11/9 25

続きまして、消耗品の SHAMPOO、LOCK OIL でございます。こちらも LOCK OIL のシリーズが累計出荷数で 100 万本を突破することができました。結果、前期比プラス 118%の 10 億から 23 億円、また今期も大きな成長が期待できるとしております。

ReFa 今後の重点項目

売上成長イメージ



3つのポイント

1. 高価格帯商品と体験価値の拡大で
ブランドを次のステージへ
2. リピート商品を次なる柱へ
3. 中国・韓国を中心とした
グローバル展開の再挑戦

2023/11/9 26

今後の ReFa の重点項目を 3 つ挙げました。

1 つ目は、ReFa のブランド価値をさらに高めていくこと。また体験できる場所、こちらを拡大していくこと。ReFa ブランドを次のステージに持っていきたいと思います。

2 つ目が、リピート商品を次なる柱にしていきたいと思います。

3 つ目が、課題になっておりますグローバルの再挑戦でございます。

HAIRCARE

ReFa



2023/11/9 28

まず、ReFaのHAIRCAREからは、新型のストレートアイロン、またカールアイロンも、タイプやサイズが違うことによって新しいヘアスタイリングができます。このような商品を年末にリリース予定です。ハンディタイプのフィンガーアイロンも新型をリリースさせていただきます。こちらは今、美容室サロンより先行販売でスタートしていき、その後、EC販売、ブランドストアという形で展開をしてまいります。大変期待できる商品です。

ReFa BRISTLE

ReFa



2023/11/9 29

また、ブラシも ReFa から高級ブラシをリリースしてまいります。こちらは百貨店とブランドストアを中心に展開をスタートしてまいります。こちらは今、テスト販売し始めましたが、非常に順調に進んでおります。単価が上がっていく商品として期待をしております。

FINE BUBBLE DIA

ReFa



30

FINE BUBBLE SHOWER の DIA タイプ、こちらもサイズ違いで 4 アイテム、リリースをしてまいります。ホテルをはじめとする施設、スポーツジムの施設、温浴施設からも多くの注文をいただいております。今後海外も力を入れてまいります。

ReFa[illegible]

体験価値の拡大 - ReFa ROOM



導入実績

Wホテル大阪 様

マリオット系最高級クラス。

「スイート」50室に ReFa BEAUTECH DRYER PRO を導入。



2023/11/9 32

またこちらは最近、W ホテル大阪様から、スイートの全 50 室に BEAUTECH DRYER PRO を導入していただいております。

このように高級ホテルの導入を増やしていき、体感できる場を拡大してまいります。国内だけではなく、今後は海外にもこのモデルを展開していきたいと思っております。

ReFa GINZA

2023/11/9 33

次に、この ReFa のブランド価値を高めるために、銀座に ReFa GINZA、旗艦店を出していく準備を今期整えてまいります。ますます海外の方にも日本に来ていただいて、ReFa の世界観、また、ここに行くと全ての商品が体感できるような空間を作っていきたいと思います。

リピート商品の進化

ReFa



2023/11/9 37

次に、リピート商品になりますが、先ほど話をしました LOCK OIL をリニューアル、またシリーズ展開をしていきまして、今累計出荷数が 100 万台を突破いたしました。非常にリピート率が高い商品でございます。200 万本そして 300 万本、たくさんのユーザーを獲得していきたいと思っております。

続きまして、ReFa BEAUTECH SHAMPOO と TREATMENT をリリースさせていただきます。

こちらはこの 11 月、12 月から、まずは美容室を中心に、またホテルの ReFa ROOM を中心に展開していきます。こちらの商品は、我々が得意とする機器、独自のヘアケア機器のテクノロジー、例えばハイドロイオン・プロセッシング、カーボンレイヤープレート、このような技術に相性の良い成分、こちらを組み合わせることによって、普通のシャンプーだけでは出ない効果を、ユニテッドビューティで効果を確認してもらうという、非常に効果と実感を高める技術を完成させることができました。

この商品は、使えば使うほど効果を実感してもらえるということで、100 万人以上いる国内の ReFa のアイロンユーザー、ドライヤーユーザーの方々に、まずはこのシャンプー、トリートメントを使っていただきたいと思っております。このように ReFa でしかできないシャンプー、ReFa でしかできないトリートメントを、展開していきたいと思っております。

グローバル展開（韓国）



ReFa HEART BRUSH

現地代理店KOREATECHとReFa HEART BRUSHのグローバル展開を開始。韓国で人気の“K-POP オールラウンダーガールズグループ” NMIXXなど、ターゲット層に合わせたマーケティングを実施し、好調なスタート。

販売実績

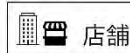
7月より予約販売を受付開始し、8月より出荷開始。
1か月で10万本を販売。

3ヶ月累計出荷数

約**28万本**



主な販売チャネル



店舗

- ・ OLIVE YOUNG（約1,200店舗）
- ・ 免税店（SHILLA、HYUNDAI、LOTTE）



EC

- ・ NAVER SMART STORE
- ・ KAKAO GIFT



2023/11/9 39

続きまして3つ目、グローバルの再挑戦です。

我々は、まず韓国から、もう一度再挑戦していきたいと思います。韓国においては、非常に販売力とマーケティング力の強い、我々の代理店パートナーKOREATECH様と、まずこのHEART BRUSHから今、スタートを切りました。現在、OLIVE YOUNGで約1,200店舗、また免税店で販売をスタートいたしました。スタートから3カ月で、なんと28万本という出荷を実現しております。これは我々の想像以上の好調なスタートを切っております。

こちらは韓国で人気のK-POPのグループ、NMIXXというタレントをキャスティングして、ターゲット層に合ったマーケティングが上手くいっていると、非常にこの展開を今、期待しております。

また、韓国で今ヒットしているこのブラシを見て、アメリカからの問い合わせも増えてきていると聞いておりますし、海外は焦らず一步一步、まずは韓国で確実に成果を出していき、成功させたいと思っております。

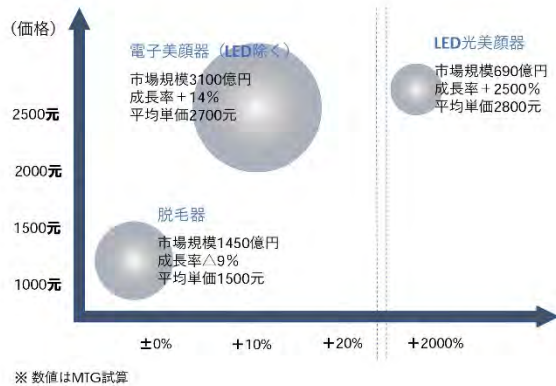
また、いよいよこのブラシシリーズの後に、来年から新型のローラーと、日本でヒットしているシャワーも、韓国より火を付けていきたいと思っております。

グローバル展開（中国）



美顔器・脱毛器

中国中心に専業販売代理店と協働し、中国法改正にも対応した電子美顔器・脱毛器を発売し、成長軌道に。



2023/11/9 40

続きまして中国ですが、中国におきましては、我々がマーケティング費を投資して直接販売をするのではなくて、現地の専業販売代理店様とパートナーシップを結び、中国で美容機器、医療機器の認可等も含め法改正がございましたが、そのような法律に対応できる機器の開発を今、共同で行っております。

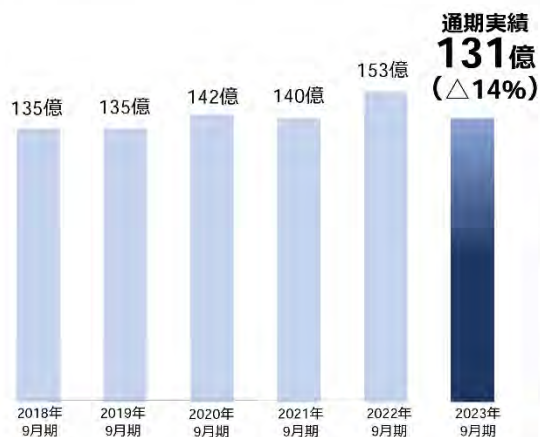
そちらを今期中に、この新規パートナー様と3アイテムのリリースを目標にしております。美容機器・脱毛器で約5,200億という大きなマーケットがございます。現地のパートナーの力を借りて、今期確実にスタートが切れるようにしていきたいと思っております。

このようにグローバルはまず韓国から力を入れて、その後中国という形で、もう1度再挑戦をしていきたいと思っております。特にグローバルにつきましては、売上を追うのではなくて利益にこだわる、まずは黒字化できる体制を作っていきたいと、そのように思っております。

SIXPADブランド実績



売上実績



※単位：円 ※括弧内は前年同期比
※「SIXPAD」はSIXPAD STATION及びHOME GYMの売上高含む

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 △14%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、敬老の日のギフト需要により売上は改善。

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。

2023/11/9 42

続きまして、SIXPAD でございます。

こちらは対前年で残念ながらマイナス14%で、153億円から131億円に数字を落としてしまいました。これは外出需要が増加したことによって、特にFoot Fitという商品、こちらが苦戦をした結果でございます。ただし、この商品も今後、ギフト需要や足元の状況を改善してきており、今後復活させていきたいと思っております。また、Power Gunにおきましては順調に推移しております。

SIXPAD 主要 3 カテゴリー



2023/11/9 43

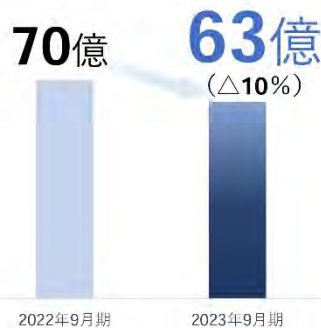
SIXPAD は今、SPORTS、HEALTH CARE、RECOVERY という、3つのカテゴリーで構成されています。

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の販売に影響した一方、4Q減収幅は△3%（3Q △25%）と改善。



※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。

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：53,900円（税込）
色：ブラック、グレー、ピンク、ブルー
発売日：2023年4月
（グレー、ピンク、ブルーは2023年5月）
サイズ：S、M、L、LL（男女兼用）

SIXPAD The Bike Smart



価格：53,900円（税込）
色：ブラック、ホワイト
発売日：2023年4月（ホワイトは2023年5月）
サイズ：約W925×D515×H1225mm
重さ：約30kg

2023/11/9 44

まず、SPORTS におきましては、対前年で 70 億から 63 億、マイナス 10%です。こちらも先ほどと同様、巣ごもりから外出が増えたことにより EC の売上が下がってしまったことが大きな要因でございます。

ただこの商品は、使っていただいているお客様の反応も非常に良くて、筋トレをしながら有酸素運動ができると好評をいただいております。例えば、この商品を使いながらバイクをこぐことができますし、こちらを使いながらジョギング、マラソン、ウォーキングすることが可能です。まさに今までにないハイブリッドトレーニング、こちらを今後日本から世界に発信していきたいと思えます。

最近では日本マラソン協会とのコラボレーションをやっておりますが、マラソンランナーの方が愛用してくださるマラソンランナーの方々が大変増えてまいりました。体幹を鍛える商品として、今まで行ってきた運動にプラスアルファ、効率的な運動ができるということで、今後この商品の飛躍に期待をしていただきたいと思います。

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」



2023/11/9 45

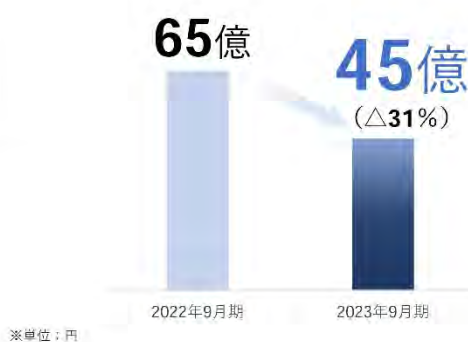
また、このブランドはご存知のとおり、クリスティアーノ・ロナウド選手とゼロから立ち上げたブランドでございます。今年7月に大阪に来られた際、Core Belt の発表を一緒にすることができました。クリスティアーノ・ロナウド選手も、本人の体幹を鍛えるトレーニングでCore Belt を活用していただいております。また、彼と今一緒に5アイテムほど新商品の開発を行っております。このように、ゼロからブランドを一緒に作り上げた彼と共に、これからも新商品、新アイテムを発表していきたいと思っております。

カテゴリ別実績 – HEALTH CARE



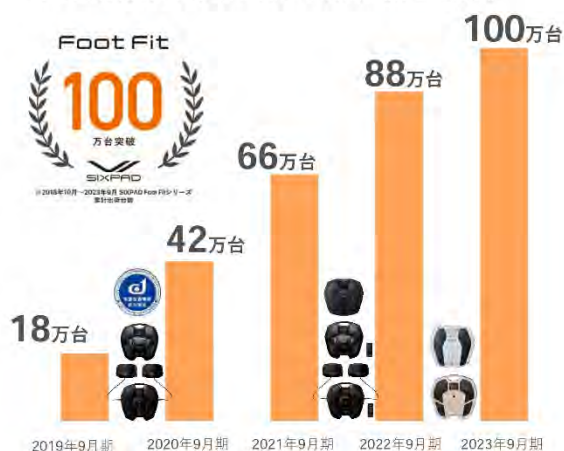
売上実績

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。しかし下期は母の日、父の日や敬老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% → 下期△19%）。



トピックス

2018年発売以来、5年間で累計販売数100万台を突破。



2023/11/9 46

先ほど話をしました HEALTH CARE の Foot Fit ですが、売上実績が 65 億円から 45 億円と、ここがマイナス 31%になりましたが、台数は 5 年間で累計 100 万台を突破することができました。100 万台と多くの方々にこの Foot Fit ご愛用していただいておりますが、使っていただいたお客様からは喜びの声が非常に多くございます。また、なんと 30%以上の方々が、父の日、母の日、敬老の日で、プレゼントとして我々の Foot Fit を選んでいただいているということも聞いております。

新商品Foot Fit 3（11月24日発売）



戦略商品



座ったままで足裏～ふくらはぎを鍛えるFoot Fit3。
ヒーター機能と天然木を採用したプレミアムモデルも登場。
シニア層へのアプローチ強化を更に図っていく。

SIXPAD Foot Fit 3 **【NEW】**（シックスパッド フットフィット 3）



価 格：39,800円（税抜）
43,780円（税込）
発売日：2023年11月24日（金）
カラー：ホワイト



SIXPAD Foot Fit 3 Heat **【NEW】**（シックスパッド フットフィット 3 ヒート）



価 格：68,000円（税抜）
74,800円（税込）
発売日：2023年11月24日（金）
カラー：ホワイト

2023/11/9 49

今回我々は、新しくフルモデルチェンジでFoot Fit 3を11月24日に発売をいたします。この商品は、デザインも本当に画期的で、また今までになかった機能を加えており、大きなSIXPADの飛躍の起爆剤になっていくと信じております。

こちらは足の裏、すね、ふくらはぎを鍛える商品ですが、このようにふくらはぎを直接乗せながら鍛えることもできるタイプです。それと今回、ヒーター機能と天然木を採用したプレミアムラインも同時にリリースいたします。税抜きで3万9,800円のモデルと6万8,000円のモデルになります。

新商品Foot Fit 3（11月24日発売）



家族でつながる専用アプリ「SIXPAD Health Coach」



※イメージ

- ・スマホで応援できる専用アプリ
Foot Fitユーザーと、その応援サポーターに、トレーニングをすると自動で通知が届いてお知らせ。
- ・「応援スタンプ」で継続使用を促進
応援サポーターはスタンプでアクションを贈ることができ、離れていても家族との絆を実感できます。



3種類の中から好きなスタンプが贈れます。



2023/11/9 50

それと、先ほど話をしました、例えば娘様がお父様に父の日でプレゼント、また誕生日にこのFoot Fitをプレゼントされた後、お父様がこの商品を使うと、贈った娘様にお知らせが届くようになっております。ちゃんとお父様が使ってくれているねということで、お父様に対して応援メッセージのスタンプが送れます。それを見たお父様は、また継続しようということで、2人のアプリケーションによる絆が生まれ、コミュニケーションができます。

こちらはSIXPAD Health Coachというアプリを開発しました。これにより、今プレゼントで贈られている多くの方々が親子のコミュニケーションができ、また継続的に使ってもらうことで足の筋肉量が増えたと実感していただけるお客様が増えていくということで、日本中の筋肉量を増やしていける、まさに貢献できる商品であると思います。

また、残念ながら中には、今関節や膝を痛め、なかなかウォーキングができない、外にもあまり出ることができないという方々は、テレビを見ながらや読書をしながら、この商品を使うことによって筋肉量を上げることができると、そのような喜びの声もたくさんいただいております。

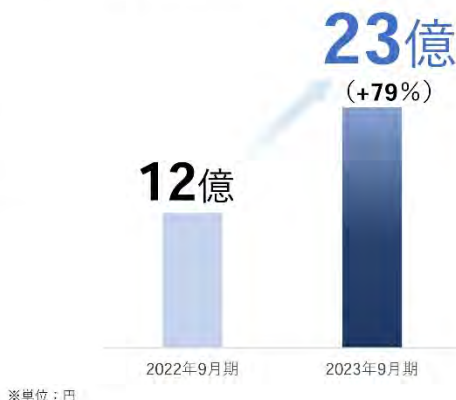
まさにこの技術は、我々のHEALTH CAREを代表する、本当に多くの方々に貢献できる商品だと自信を持っております。このFoot Fit3により、もう一度ブランドを大きく飛躍させていきたいと思っております。こちらの商品も、今まではほぼ売上は日本でございましたが、いよいよ今期から韓国で、このFoot Fitに特化してスタートしていきたいと思っております。韓国でもプレゼントの需要が見込めるのではないかと非常に期待をしております。まずは、Foot Fitから大きくSIXPADを再起していきたいと思っております。

カテゴリ別実績 – 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 **79%** 増。ECや店販だけでなく、MITGの強みとする美容サロンでの販売も拡大。



戦略商品

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

SIXPAD Power Gun Slim **[NEW]**



スリムなボディに振動機能を搭載し、全身の気になる部位をピンポイントにケア。マットカラー6色展開。

商品名：SIXPAD Power Gun Slim
(シックスパッド パワーガンスリム)
価 格：11,000円 (税込)
発売日：2023年9月

SIXPAD Recovery Wear Sleep



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：13,200円 (税込)
発売日：2023年8月4日 (金)
色展開：ブラック

(医療機器製造販売届出番号：13B1X10360000024)

2023/11/9 51

RECOVERY におきましては、現在市場自体が大きく、国内そして世界で RECOVERY の市場が成長している中、我々も売上実績 12 億から 23 億円と、プラス 79%という成長をすることができました。

大きく2つのカテゴリー、こちらは筋肉を鍛えた後にほぐす、リラクゼーションしてくれる Power Gun シリーズ、また着るだけで血流促進、疲労回復をしてくれる Recovery Wear が大きな成長の要因です。今期もシリーズ化していき、RECOVERY 市場を大きく成長させていきたいと思っています。

SIXPAD も SPORTS で 100 億のカテゴリーに、HEALTH CARE も 100 億、RECOVERY も 100 億そして 300 億を目指していけるようにまずは持っていきたいと思っております。

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「五島の椿 新CM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 新CM発表会	五島の椿 椿の葉 保湿水
	 <p>四季を問わず青々と瑞々しい五島の椿の葉を低温で蒸留。さっぱりとした水のような気持ちのいい使い心地で、椿の葉のアロマ成分「ヤブツバキテルペン^{※2}」の効果によりスピーディに肌へ馴染み、使い続けると肌がうるおうだけでなく、はりが出て、乾燥による小ジワまで目立たなく^{※1}。</p> <p>※1 幼能評価試験済み ※2 ツバキ葉水（保湿剤）</p>  <p>容 量：150ml 価 格：3,800円（税込） 発売日：2021年9月28日</p>

2023/11/9 56

続きまして、育成ブランドを幾つか紹介させていただきます。

まず、五島の椿になります。こちらは洗顔、保湿水、酵母が入ったオイル、この3つが主体になります。シンプルスキンケアということで、この3つで全てができるというブランドの商品でございます。

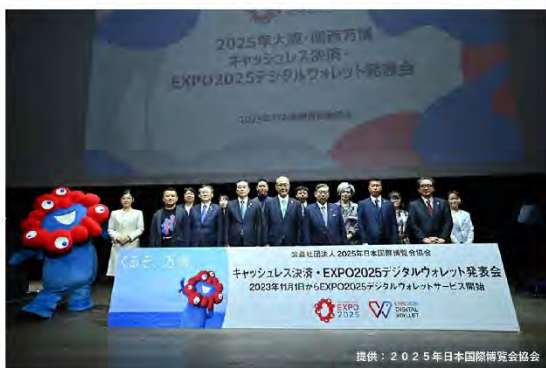
こちらは36年ぶりに日本を代表する吉永小百合様に愛用者代表になっていただくという、大変奇跡的なことが実現いたしました。吉永様も実際、この商品を愛用いただいております。10月25日に大阪・阪急梅田様で、吉永様に来ていただき新商品のCMの発表会を行いました。今は11月から全国でCM、また新聞の広告をさせていただいております。受注も予定どおりに順調に推移しております。

この商品は、長崎県五島列島に約1,000万本、日本で一番生産量が多い離島でございますが、ここで椿オイルだけではなく、冬も夏も秋も春も咲く葉、こちらを活用した保湿成分、またツバキの実の果皮を使った成分、花から出る椿酵母、このように椿の機能全てを活用して商品化していく研究を長年行ってきまして、ようやく、まずはスキンケアからリリースを本格的にしていけることができました。この商品が売れることにより島の雇用が生まれ、地域の活性化にも貢献できると嬉しく思いますし、このモデルが日本の地域活性のモデルになるように、全国の皆様へこの商品を多く使っていただきたいと思います。また将来は、ジャパンビューティーということで、海外の皆様にも日本の自然の力、椿からできたこのスキンケアを多く使っていただきたいと思っております。これからも吉永小百合様の力を借りながら、1件1件顧客そしてファンを増やしてまいります。

育成ブランド – EVERING

日本発のフィンテックとして、2025年大阪・関西国際博覧会（以下「大阪・関西万博」）で初となるキャッシュレス決済を本格導入。大阪・関西万博における運営参加（EXPO2025 デジタルウォレット）にゴールドパートナーとして協賛。万博開催期間前及び開催期間中は、会場内外で利用可能に。今後の日本におけるリング型決済の浸透に期待。

キャッシュレス決済・EXPO2025デジタルウォレット発表会



welcome ring



EXPO2025デジタルウォレットアプリをダウンロード頂いた方の中から、抽選で4万名様にEXPO2025デジタルウォレット特別仕様のwelcome ringをプレゼント。

2023/11/9 58

続きまして、EVERING でございます。こちらは2025年に行われます大阪万博に、日本初のフィンテックそしてキャッシュレス決済を実現するリングとして、採用していただくことが決定いたしました。これを機に日本から世界へ、このリングで決済ができる、またこのリングで部屋の鍵としても使うことができると、普及していくことを期待しております。また、近い将来こちらが交通機関でも使えるようになることを期待しております。

足元はまだ投資が続いておりますが、今後様々なブランドとのコラボも期待できますし、使っていただいた方が大変便利だということで、使用料から発生するフィーも我々のストックビジネスへ大きく貢献していく事業になっていくと期待をしております。ぜひ今後、期待をしていただければと思います。

企業理念と経営の三本柱

一人ひかる 皆ひかる 何もかもひかる One shines, We shine, All shines



2023/11/9 59

最後に、「一人ひかる 皆ひかる 何もかもひかる」、これが我々MTG 全グループの企業理念でございます。この企業理念を実現していくために、経営の3本柱がございます。

1つが、光フィロソフィ、2つ目が事業ビジョンでありますバイタルライフ、3つ目が全員経営、たくさんの経営者を育成していくグループ経営。この3つをもって、企業理念を実現していきたいと思っております。

「一人ひかる」の「一人」は社員を指しております。まずは社員が生き生きと活躍できるような会社をつくっていききたい。社員が本当にMTGに入って良かったと思ってもらえる会社をつくっていききたいと思っております。その結果、多くのお客様にも、株主の皆様にも、パートナーの皆様にも喜んでいただける。これが「皆ひかる」でございます。最後の「何もかもひかる」は、業界、地域、世の中に貢献できる会社を目指したいと、そのように思っております。

企業理念の浸透と人材育成の取り組み

経営方針発表会	グループ経営 決起大会	リーダー勉強会	光フィロソフィ共育会
<p>目的：経営方針を伝え、 全社員のベクトルを一致</p> <p>対象：MTGグループ全社員</p> <p>時期：年2回</p>	<p>目的：今期経営目標の 有言実行を宣言する</p> <p>対象：PCリーダー（全248 PC）</p>	<p>目的：経営結果の向上に向けた リーダー育成、結束力強化</p> <p>対象：役員・本部長、部長、課長</p> <p>時期：毎月 ※2023年度全31回実施</p>	<p>目的：光フィロソフィを共に学び 実践する</p> <p>対象：全社員（派遣スタッフ含む）</p> <p>時期：四半期 ※2023年度全125回実施</p>
			
			2023/11/9 60

「一人ひかる 皆ひかる 何もかもひかる」を実現するために多くの活動を行ってまいりました。まず、経営方針発表会におきましては、年に2回、全社員集まり、これらの経営方針を伝え、また目標を共有して、皆でベクトルを合わせることにしています。これは年に2回行っております。

また、グループ経営の決起大会。こちらはプロフィットセンターのリーダーが今、248PC ございます。前期も約 40PC が生まれました。今期も 50 近いプロフィットセンターが生まれる予定です。ここは各プロフィットセンターが各部門の年間の発表、前期の発表を行っていき、有言実行を宣言する場がございます。

次に、リーダー勉強会。こちらはリーダーの育成になりますが、私を含め役員、また本部長、部長、課長に向け、毎月、年間 31 回実施いたしました。また、光フィロソフィの共育会、これは全社員、派遣スタッフ様も含め、教育を行ってまいりました。こちらは年になんと 125 回、我々は実施いたしました。

このように、人材育成に多くの時間も掛けてまいりました。結果、非常に前向きな社員、若手の 20 代、また新しい女性のリーダーも増え、今後ますます期待できると感じております。

我々 MTG の強みは、ブランド開発ができるとともに、人が強みでございます。人が強みで、人で勝つ。こちらを今後も MTG グループの強みとして、引き続き努めていきたいと思っております。

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。