MTG

2022年 9月期
第2四半期決算説明資料

2022 / 5 /11

本日の内容

1. 2022年9月期上期
実績・業績見通し

専務取締役CFO　吉髙 信

2. 2022年9月期経営方針

代表取締役社長　松下 剛

1

2022年9月期上期
実績・業績見通し

- 上期実績
- ブランド別実績
- セグメント別実績
- 貸借対照表
- キャッシュフロー
- 業績見通し

専務取締役CFO　吉髙 信

2022年9月期 上期／実績

売上は+13%の2桁増収を達成　利益は想定通りに進捗

- **MTG LIFEPLAN**会員数の増加と新商品効果により、EC事業の好調が継続
- **B happy**加盟店数が計画を上回る進捗、美容サロンは過去最高売上（上期ベース）を更新

MTG連結 単位：億円	2021年9月期 上期	**2022年9月期 上期**	前年比
売上高 （売上構成比）	201.7 (100%)	**227.4 (100%)**	+13%
差引売上総利益 （売上構成比）	151.7 (75%)	**147.8 (65%)**	△3%
販管費 （売上構成比）	121.3 (60%)	**124.8 (55%)**	+3%
営業利益 （売上構成比）	30.3 (15%)	**23.0 (10%)**	△24%
経常利益 （売上構成比）	33.7 (17%)	**25.0 (11%)**	△26%
親会社株主に 帰属する 当期純利益 （売上構成比）	29.9 (15%)	**19.3 (8%)**	△36%

MTG LIFEPLAN会員、B happy加盟店数の増加及び新商品効果で売上は2桁成長。EC、美容サロンを中心に、国内事業が引き続き好調。**前年比+13%の増収**。

売上総利益は、売上2桁成長も前期一時的に計上した棚卸評価益の減少等により**△3%減少 粗利率65%**。

販管費は、マーケティング費を抑制する一方、下期新商品導入に向けて研究開発等が増加、**前年比+3%**。

結果、**営業利益23億、経常利益25億、当期純利益19億**と想定通りの進捗。

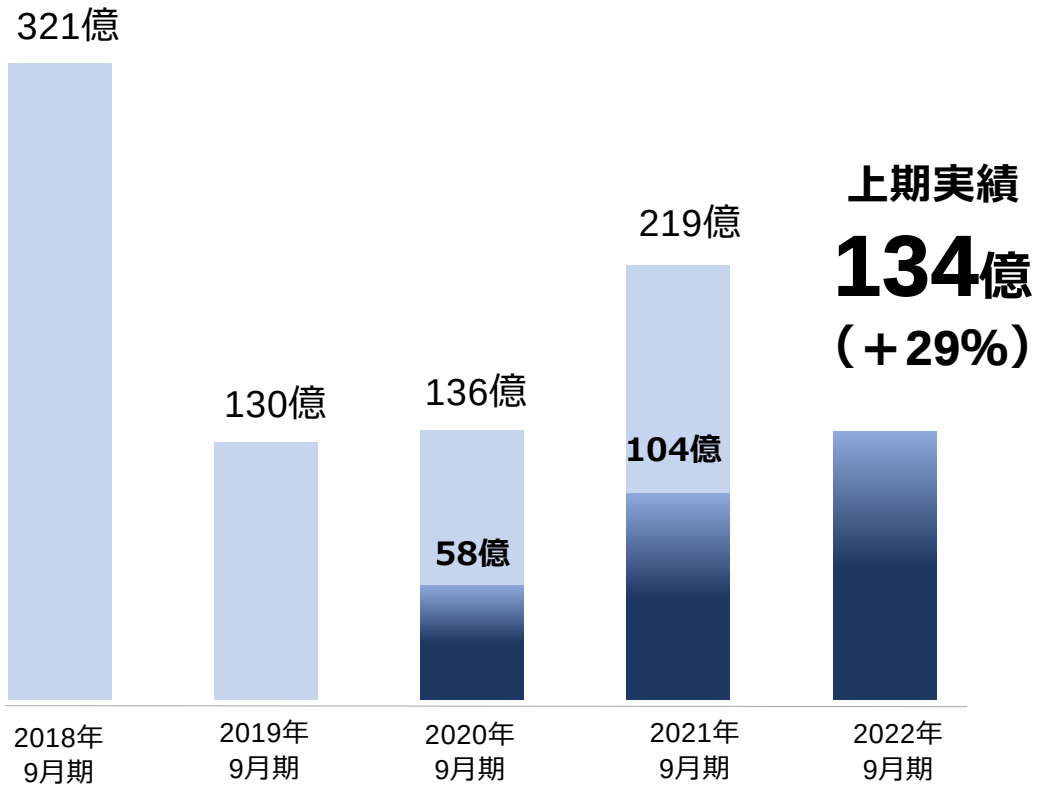
2022年9月期 上期／販管費実績

新商品の研究開発や人材に積極的に投資する一方、効率的なマーケティング活動による費用の抑制により、前年比**3%**の増加

単位：百万円	2021年9月期 上期	2022年9月期 上期	前年差	前年比
販管費　合計	12,139	**12,483**	+344	+3%
マーケティング費	3,893	**2,988**	△904	△23%
人件費	3,245	**3,481**	+236	+7%
研究開発費	490	**620**	+130	+27%
荷造運賃	602	**649**	+47	+8%
その他	3,908	**4,742**	+834	+21%

2022年9月期 上期／ReFaブランド実績

MTG LIFEPLAN会員数、B happy加盟店数の増加 やシャワー等の新商品効果により
EC事業をはじめ国内売上が好調　**前年比29%増加、2桁成長を継続**



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

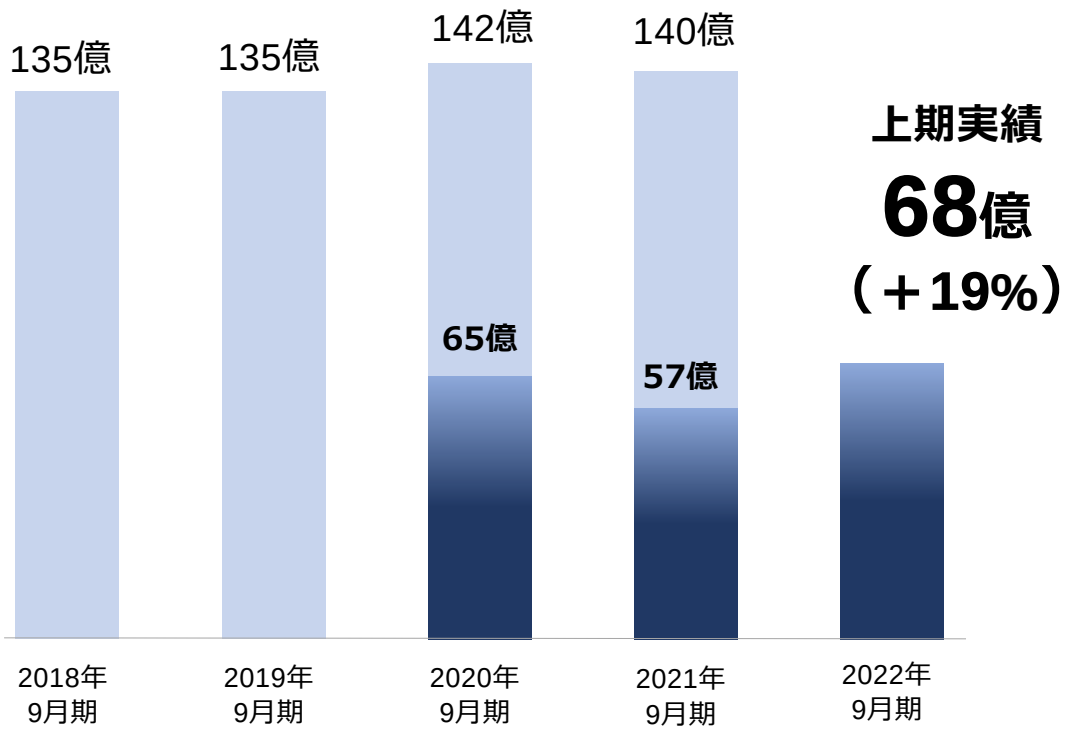
B happy加盟店数の伸び、及び美容サロン事業で先行発売を実施したヘアケアの新商品**ReFa BEAUTECH DRYER PRO**及び**FINGER IRON**が好調。

国内リテール事業はヘアケア特化型店舗に改装、ヘアケア商品が好調に推移。相乗効果によりシャワー販売も増加。

※単位：円　※括弧内は前年同期比　※2018年9月期以降は連結数値

2022年9月期 上期／SIXPADブランド実績

MTG LIFEPLAN会員数の増加によりFootシリーズ及び新商品PowersuitがEC事業を中心に堅調に推移　前年比**19%**増加、**2**桁成長軌道に回復



上期実績
68億
（＋19%）

MTG LIFEPLAN会員数の増加により、**Foot**シリーズや新商品**Powersuit**の販売が堅調に推移。

リテール事業は、家電量販店を中心に新商品**Powersuit**の販売が堅調。

美容サロン事業で新商品**Powergun**を用いたケアの評判がよく、順調なスタート。

オンラインジム事業**HOME GYM**の会員数増加。ショッピングセンターやスポーツジムで対面販売が引き続き順調。

※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及びHOME GYMの売上高含む

2022年9月期 上期／セグメント別実績

MTG連結 単位：億円		2021年9月期 上期	2022年9月期 上期	2022年9月期 前年比	2022年9月期 主な増減要因
ダイレクト マーケティング	売上高	81.4	**95.5**	**+17%**	**MTG LIFEPLAN会員数が増加**によりReFaローラーや新商品シャワー、ヘアケアの販売が好調。SIXPADも新商品PowersuitやFoot Fitシリーズの販売が堅調に推移。
	セグメント利益	31.2	**26.9**	**△14%**	
プロフェッショナル	売上高	45.6	**55.8**	**+22%**	**B happy加盟店数が増加**。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店舗販売が好調に推移。
	セグメント利益	14.9	**13.2**	**△12%**	
リテールストア	売上高	43.7	**52.6**	**+20%**	ヘアケア特化型店舗へ改装し、ヘアケア及び関連商品のシャワーが好調に推移。家電量販店を中心に、SIXPADの新商品**Powersuit**の販売も堅調。
	セグメント利益	7.0	**6.2**	**△11%**	
グローバル	売上高	18.4	**10.9**	**△41%**	中国におけるロックダウンの影響により販売が苦戦する一方、構造改革を継続しセグメント利益は改善。代理店を活用した新規市場開拓（ベトナム、タイ、フィリピン）を実施。
	セグメント利益	△1.5	**0.3**	**—**	
スポーツジム （オンラインジム）	売上高	2.9	**6.2**	**+110%**	オンラインジム会員数が増加、黒字化を達成。対面販売強化による売上の伸びが堅調。また効率的なマーケティング投資によりセグメント利益を改善。
	セグメント利益	△5.9	**0.09**	**—**	
スマートリング	売上高	0.1	**1.2**	**+925%**	2021年10月より自社ECサイトにおける販売を開始。引き続き立ち上げ期による先行投資の実施。
	セグメント利益	△2.3	**△5.3**	**—**	
その他	売上高	9.3	**5.0**	**△46%**	主な事業であるブレイズのEV事業は堅調に推移し増収増益。
	セグメント利益	1.1	**1.2**	**+5%**	

貸借対照表（連結）

自己資本比率は83%と引き続き強固な財務基盤

単位：百万円	2021年9月末	2022年3月末	増減	主な増減要因
現金・預金	15,651	**16,463**	+812	利益増加の影響による現預金の増加
受取手形・売掛金	4,294	**3,560**	△734	
棚卸資産	9,827	**9,820**	△7	
その他	2,333	**2,835**	+502	
流動資産合計	32,108	**32,679**	+571	
有形固定資産	9,852	**9,885**	+33	社内システム強化等による無形固定資産の増加
無形固定資産	362	**518**	+156	
投資その他の資産	4,616	**4,674**	+58	
固定資産合計	14,831	**15,078**	+247	
資産合計	46,939	**47,757**	+818	
買掛金・未払金・支払手形	4,127	**3,145**	△982	2021年9月対比での経費減少による未払金の減少
その他	4,099	**4,311**	+211	
流動負債合計	8,230	**7,458**	△772	
固定負債	554	**499**	△55	
負債合計	8,784	**7,957**	△827	
資本金	16,615	**16,619**	+4	自己資本比率　83% 利益計上による利益剰余金の増加。
資本剰余金	15,418	**15,705**	+287	
利益剰余金	6,859	**8,363**	+1504	
その他	△738	**△887**	△149	
純資産合計	38,154	**39,800**	+1646	
負債純資産合計	46,939	**47,757**	+818	

キャッシュフロー（連結）

フリーキャッシュフローがプラス、現預金は継続的に増加、健全な経営環境へ。

単位：百万円	2021年9月期 上期	**2022年9月期 上期**	前年差	主な増減要因
営業活動による キャッシュフロー	804	**1,592**	+787	利益による増加
投資活動による キャッシュフロー	△470	**△886**	△416	投資有価証券の取得 ソフトウェアの取得
財務活動による キャッシュフロー	78	**111**	+33	
現金及び現金同等物の 期末残高	13,780	**16,463**	+2,683	

2022年9月期 業績見通し

2022年9月期上期の業績は、売上・利益ともに想定通り進捗

単位：億円	2021年9月期 通期実績	2022年9月期			
		上期実績	進捗率	通期予想	前年比
売上	427	**227**	**45%**	500	+17％
営業利益	38	**23**	**51%**	45	+16％
経常利益	42	**25**	**56%**	45	+7％
親会社株主に帰属する当期純利益	55	**19**	**61%**	31	△45%

2

2022年9月期経営方針

代表取締役社長　松下 剛

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

光フィロソフィー



事業ビジョン

VITAL LIFE

世界中の人々の健康で美しく
生き生きとした人生を実現します



グループ経営



事業ビジョン



コーポレートメッセージ

GO VITAL.

継続的な成長の仕組み

加盟店・会員の積み上げ

B happy

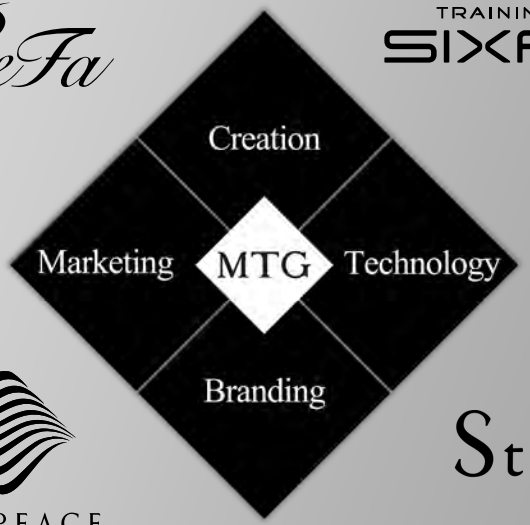
MTG LIFE PLAN

成長サイクル

新ブランドを生み続ける開発システム

ReFa

TRAINING GEAR SIXPAD



NEWPEACE

Style

B happy（美容サロン事業）

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

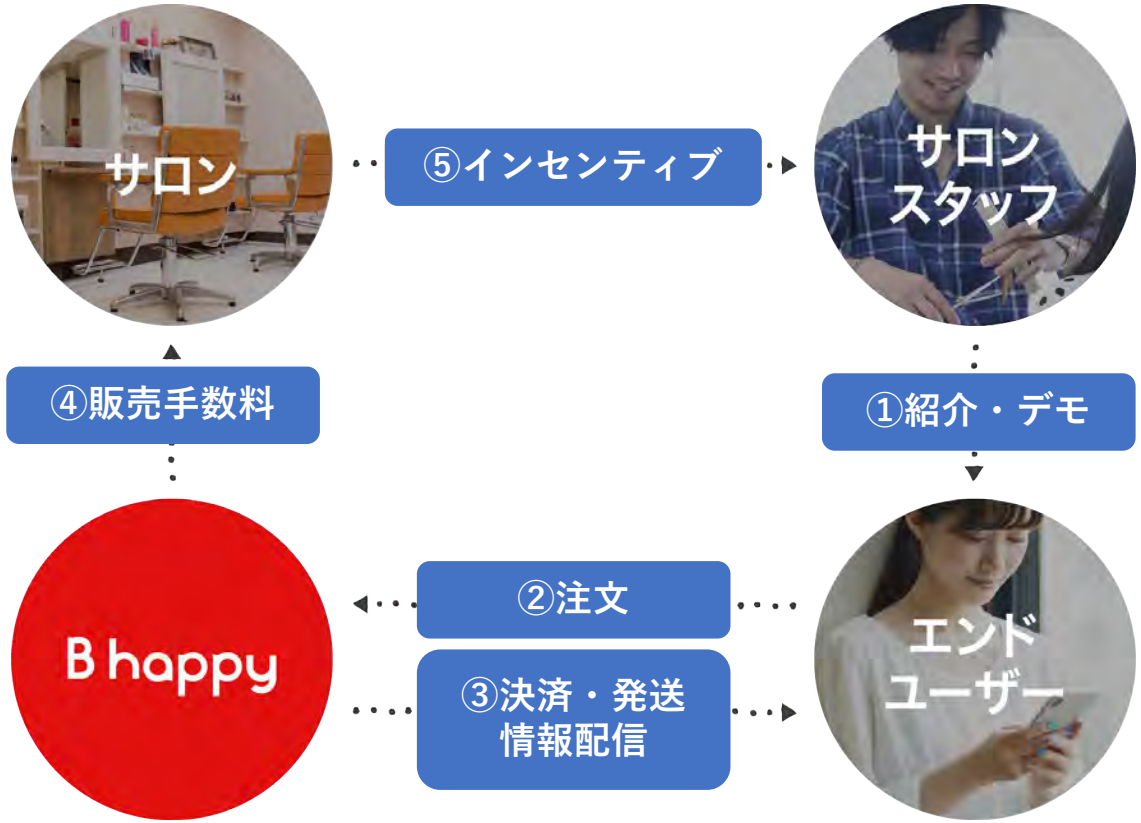


整骨・鍼灸マッサージ（2018年）
売上：9,440億円※3
14万店舗

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i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

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





B happy（美容サロン事業）進捗

B happy加盟店数は今期目標5,000店舗※1に対して、5月10日現在 **5,242店舗**
当初想定より**4か月以上前倒し**で達成

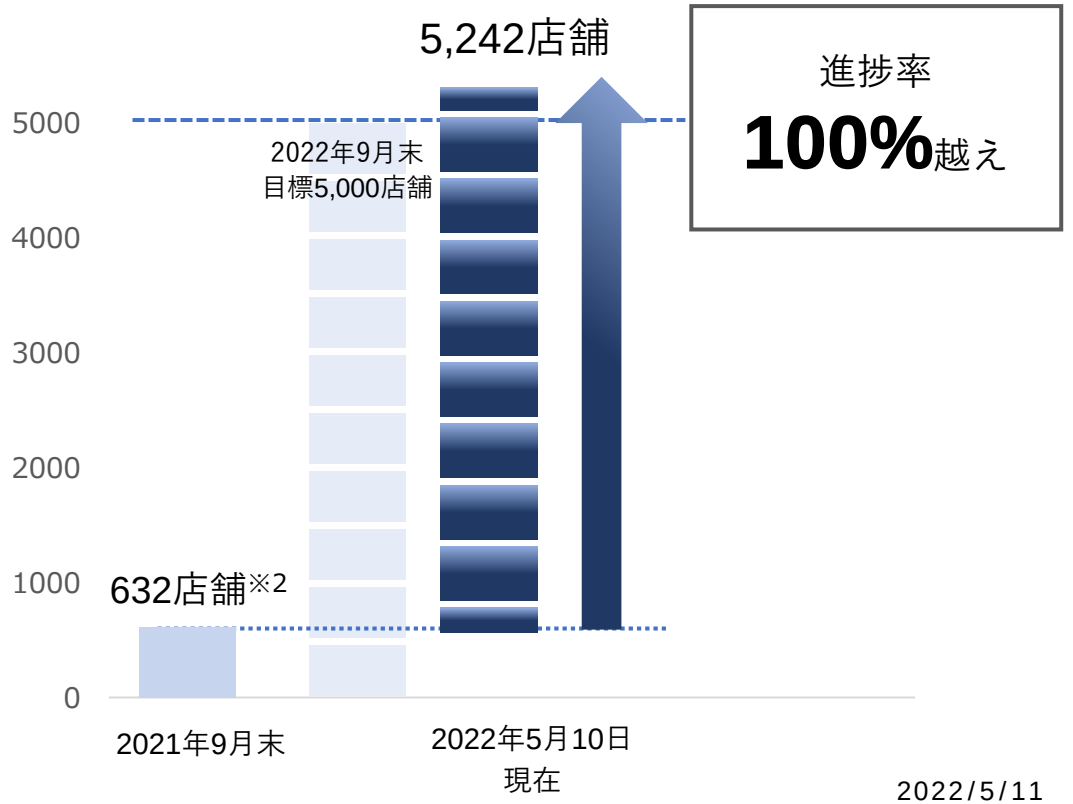
B happy加盟店数

約4か月で3,500店舗超の増加

5,242店舗

（5月10日現在）

進捗



※1 2022年9月末目標　※2 2021年4月～2021年9月末現在まで

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



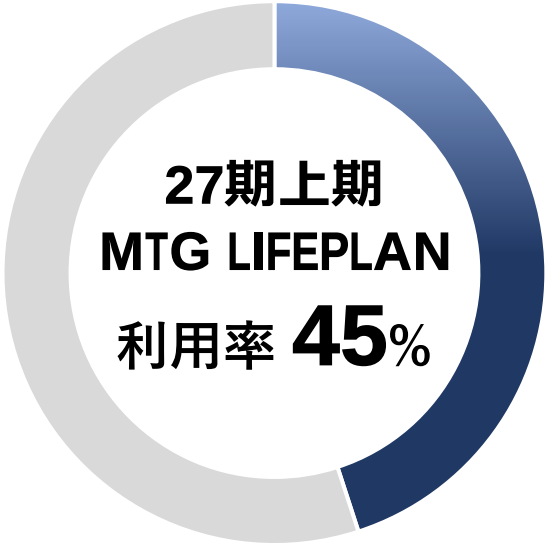
安心の**5**年間
延長保証サービス

※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。

MTG LIFEPLAN （EC事業）進捗

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

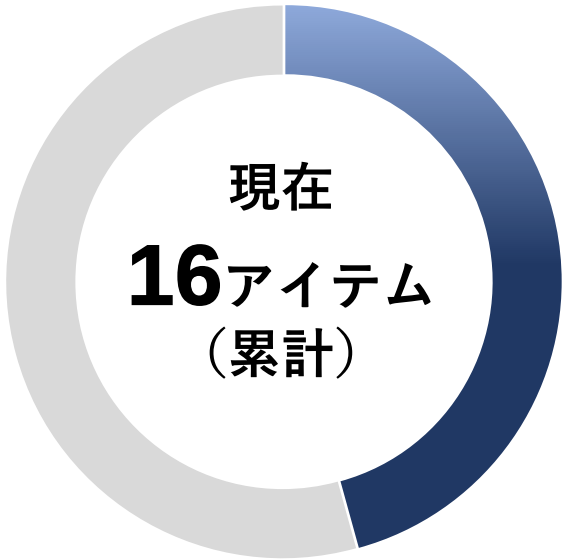
MTG LIFEPLAN会員数の増加



MTG LIFEPLAN全対象商品においてMTG ONLINESHOP経由購入者の45％がMTG LIFEPLANを利用

MTG LIFEPLAN対応商品の拡大

通期目標アイテム数**35**（累計）



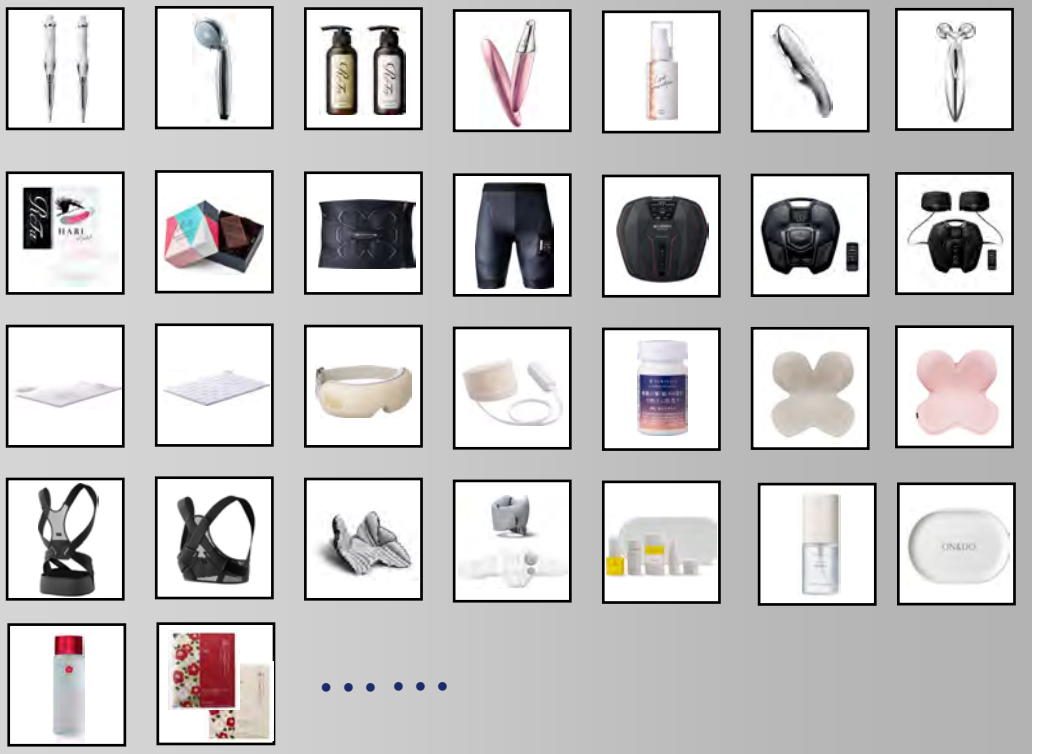
2022年9月期4月の新商品展開に伴い、MTG LIFEPLAN対応商品が**3**アイテム追加

ブランド開発システムによる新商品の展開

2022年9月期は、新たに**60**アイテム（過去最多の商品数）をリリース・商品展開へ

2021年9月期

8ブランド 38アイテム



……

2022年9月期

8ブランド

60アイテム

GO VITAL.

まだまだあります、MTG。

8連続、NEW リリース

注目の新ブランド・新商品

ReFa

BEAUTECH EPI





SIXPAD

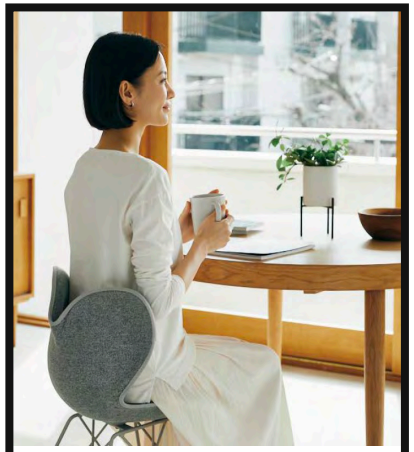
Core Belt





Style

健康Chair





Style

BX Lumbar





MEGLY

MEGLY






ReFa

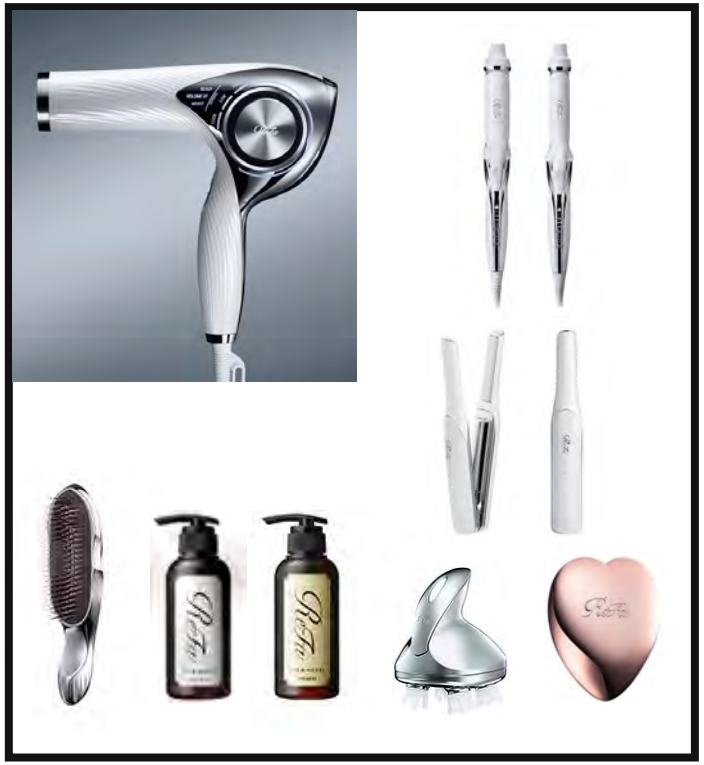
ReFa成長戦略（カテゴリ戦略）

ReFa

ファインバブルシャワー



ヘアケア



BEAUTY TECH・ローラー



ReFa

BEAUTECH EPI



BEAUTECH EPI

新商品

簡単操作で本格的なムダ毛ケアを叶えるIPL光美容器、
脱毛初心者に必要な機能のみに特化したシンプル設計



特徴

①サロンでも導入される刺激を
感じにくいIPL方式を採用。

②MTGLIFEPLANで月々500円から
と経済的。

③使いやすいシンプルな操作性。

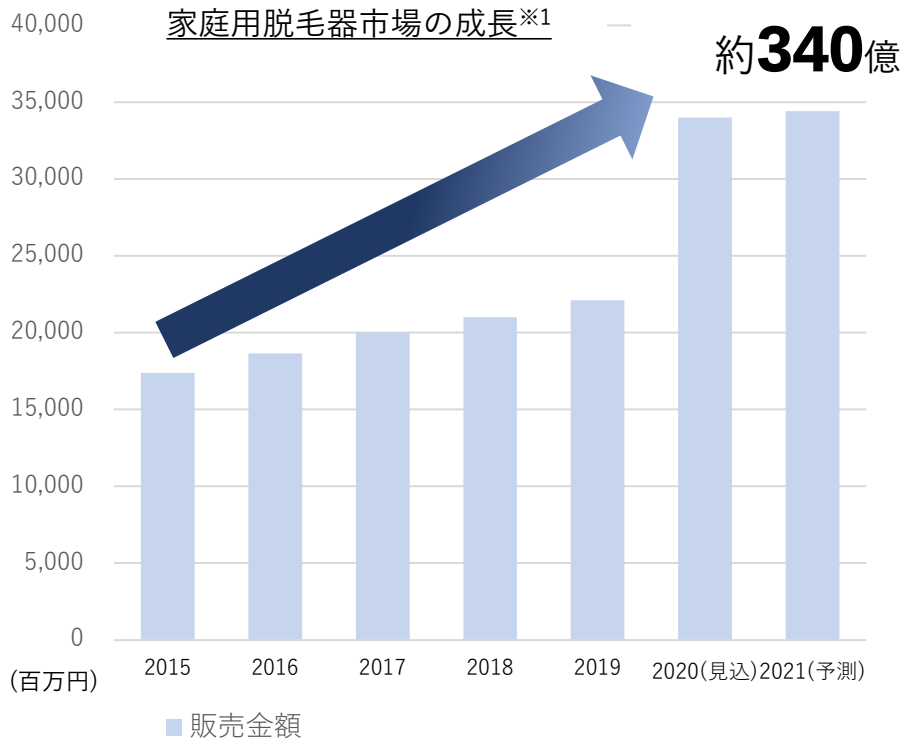
「BEAUTECH EPI」
税込30,000円（2022年4月発売）

B happy 加盟店が順調に増加している「B happy」で積極販売

MTG LIFE PLAN MTG LIFEPLANの月々定額で手軽に始められる

市場環境

家庭用脱毛器市場は2015年より市場が**2**倍超
約**340**億円に成長



※1富士経済―B-Ⅰ.グルーミングケアカテゴリーの市場動向 2.品目別マーケットスケール推移


SIXPAD

SIXPAD成長戦略（カテゴリ戦略）

HOMEGYM



Powersuit



Healthcare/Medical



Recovery/Sports



SIXPAD

Powersuit Core Belt



Powersuit Core Belt

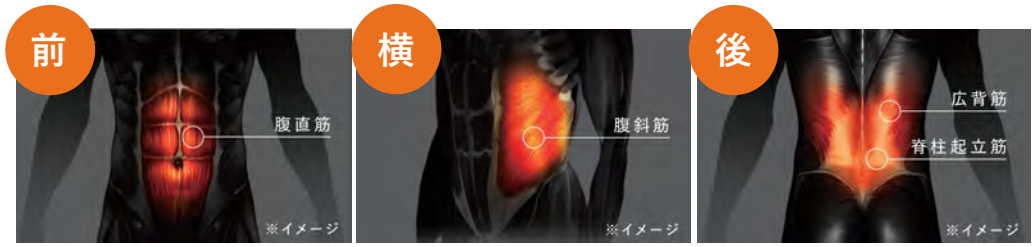
新商品

家庭用初の腹直筋・腹斜筋だけでなく、背筋※まで
鍛えられる。



MTG LIFEPLANの
月々定額で
手軽に始められる

「Powersuit Core Belt」 税込49,800円（2022年4月発売）



フィットネス市場環境

運動習慣のある方へのハイブリッドトレーニング
（有酸素運動×筋トレ）を提案



※背筋は下部のみとなります。

引用元：笹川スポーツ財団 ※1https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports_life/data/jogging_running.html
※2https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports_life/data/walking.html#:~:text=2020%E5%B9%B4%E8%AA%BF%E6%9F%BB%E3%81%A7%E3%81%AF%E3%80%81%E9%80%B1,%E3%81%A8%E3%81%84%E3%81%86%E7%B5%90%E6%9E%9C%E3%81%A8%E3%81%AA%E3%81%A3%E3%81%9F%E3%80%82※3https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports_life/column/20190123.html#:~:text=%E7%AD%8B%E5%8A%9B%E3%83%88%E3%83%AC%E3%83%BC%E3%83%8B%E3%83%B3%E3%82%B0%20%E6%8E%A8%E8%A8%88%E5%AE%9F%E6%96%BD%E4%BA%BA%E5%8F%A3,%E3%81%A6%E5%A2%97%E5%8A%A0%E3%81%97%E3%81%A6%E3%81%84%E3%82%8B%E3%80%82&text=2002%E5%B9%B4%E3%81%AE483%E4%B8%87,%E3%81%A8%E5%A2%97%E5%8A%A0%E5%82%BE%E5%90%91%E3%81%AB%E3%81%82%E3%82%8B%E3%80%82

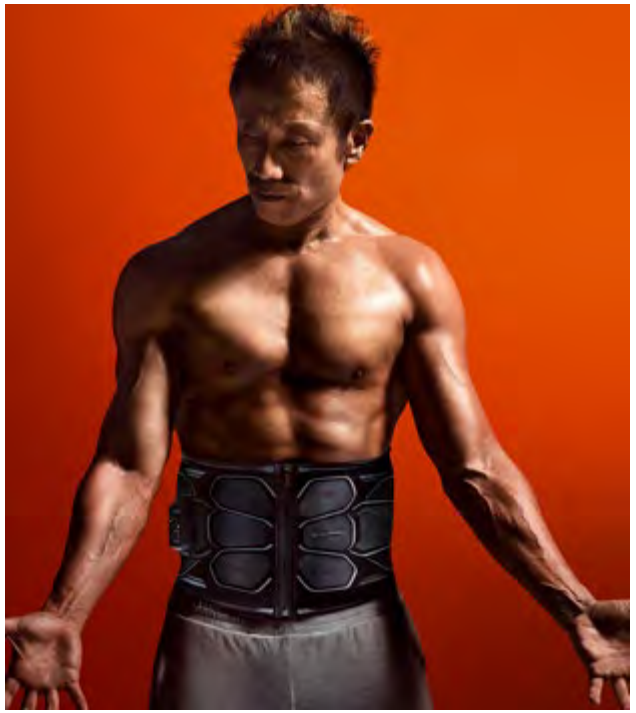
更なる顧客層の拡大

新ブランドパートナーも決定し、更に幅広い顧客層にアプローチ



井上尚弥選手

アスリート



長渕剛氏

アーティスト



ランニング・ウォーキング

スポーツ愛好家

Style

Style成長戦略

Style

「Seat」、「BX」に次ぐ3本目の柱「健康チェア」を構築

Seat	BX	健康Chair
		

Style

健康Chair



健康Chair

Style

新商品

腰回りの負担を減らすことで、長時間座っても疲れにくい快適な座り心地を実現



特徴
①長時間座り姿勢でも疲れにくいことをエビデンスで実証。
②快適な座り心地。
③Styleブランドならではの美しいデザイン。

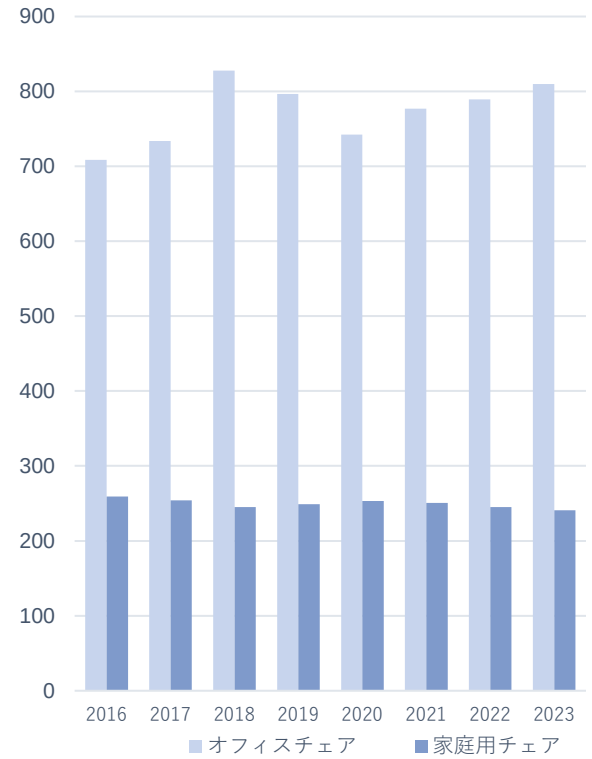
MTG LIFE PLAN
MTG LIFEPLANの月々定額で手軽に始められる

「Style Chair DC」 税込49,000円（2022年5月発売）
「Style Chair PM」税込43,000円（2022年5月発売）
「Style Chair ST」 税込27,000円（2022年5月発売）※1
「Style Chair EL」 税込37,000円（2022年5月発売）

市場環境

チェアの市場規模は**1000**億円※2とポテンシャルは大きい

国内市場規模
1,000億円



※1 Style Chair STは「MTG LIFE PLAN」対象外
※2 経済産業省「生産動態統計」より矢野経済研究所作成。2021年以降の数値は市場全体数値から算出した予測値

Style

BX Lumbar



BX Lumbar

Style

新商品

滑車の原理を活用して、腰まわりをしっかりサポート





「BX Lumbar」 税込8,800円（ 2021年11月発売）

特徴

①滑車の原理で小さい力でギュッと締まる。

②独自の滑車設計でサイズをコンパクトに。

③滑車が外せて洗える。

④さまざまな体型や装着位置に対応可能。



市場環境

日本で腰痛に悩む人は3,000 万人、年間経済損失は3兆円にのぼる。腰痛、腰のケアに対するニーズは高い

世界の腰痛人口
約 **6**億人※1

“腰痛”に悩む
日本人は
約 **3,000**万人※2

“腰痛”が及ぼす
経済損失は
年間 **3**兆円※3

※1 厚生省国民生活基礎調査

※2 腰痛に関する全国調査 日本整形外科学会

※3 東京大学（松平浩特任教授）と日本臓器製薬の調査

MEGLY

新ブランド



新ブランド MEGLY

MEGLY

ブランド概要

「めぐり」をコンセプトにした炭酸セルフケアブランド



・ウルトラ炭酸※1ミストのセルフケアデバイス。
・独自技術「炭酸デリバリーテクノロジー」。
・炭酸を使用するブランドとして環境への配慮、地球にも人々にも優しく長期間安心してご愛用いただけるサービスを導入。

新商品

MEGLYの独自技術「炭酸デリバリーテクノロジー」により、ウルトラ炭酸ミストを肌に届けめぐらせる





「MEGLY Starter kit」 税込30,000円（2022年4月発売）

特徴

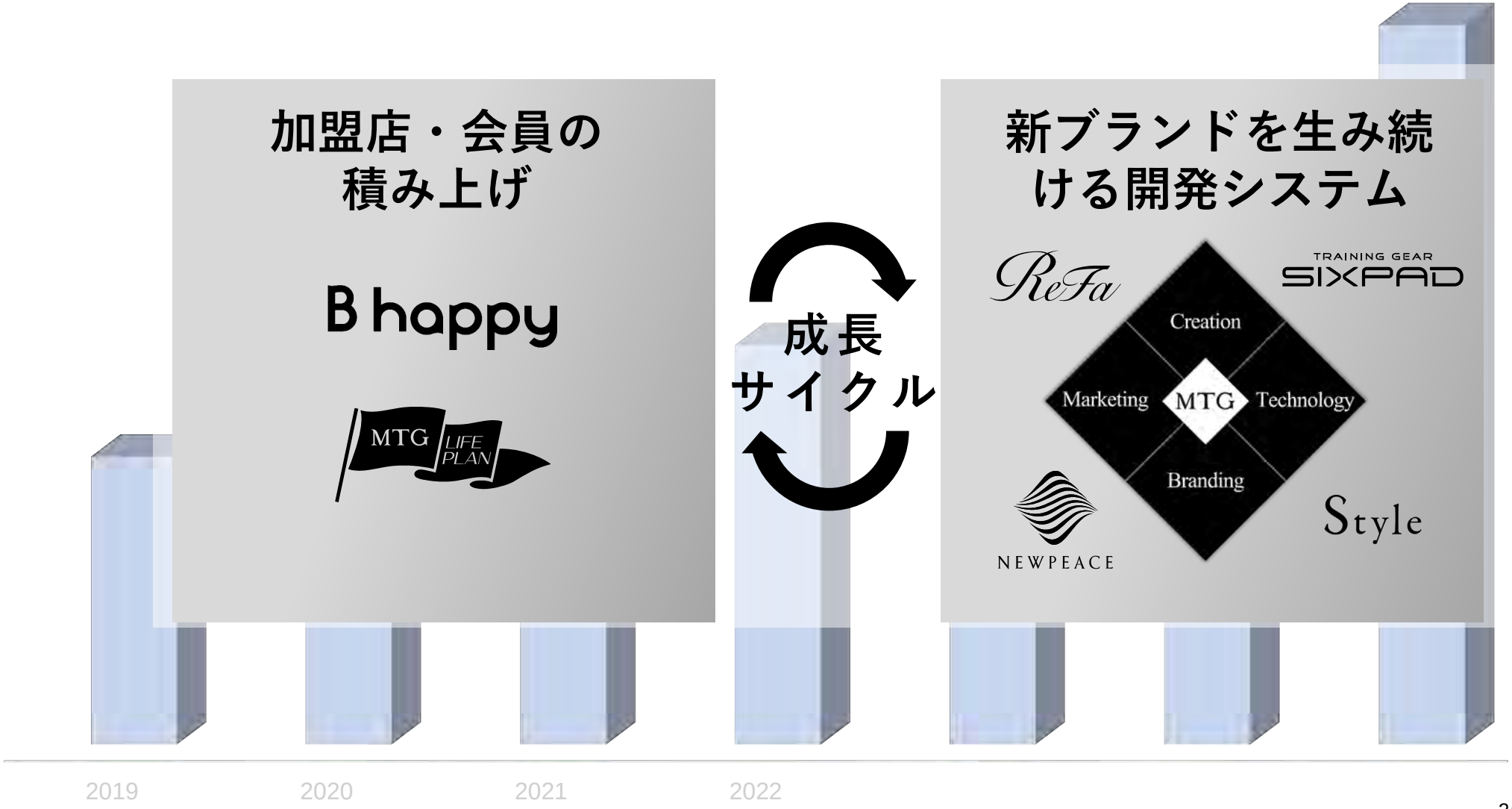
① 純度99.5%※2の高濃度炭酸ガスボトルを使用。
② 炭酸アクティブ処方により炭酸ガスを逃さず肌に届ける。
③ 微細ミスト化システムによりまんべんなく、効率よく炭酸を肌に届ける。

B happy 加盟店が順調に増加している「B happy」で積極販売

MTG LIFEPLAN の月々定額で手軽に始められる

※1 独自技術により実現される高濃度な炭酸・炭酸ミストのこと　※2 ガスボトル内に含まれる二酸化炭素の含有量

継続的な成長の仕組み


加盟店・会員の
積み上げ
B happy
MTG LIFE PLAN
成長
サイクル
新ブランドを生み続
ける開発システム
ReFa
TRAINING GEAR
SIXPAD
Creation
Marketing
MTG
Technology
Branding
NEWPEACE
Style
2019
2020
2021
2022

参考資料

経営指標推移（連結）

単位：百万円 括弧内は 前年同期比	2020年9月期					2021年9月期					2022年9月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
売上	9,313 (△10%)	6,166 (△22%)	9,414 (△1%)	9,952 (+20%)	34,845 (△3%)	10,941 (+17%)	9,235 (+50%)	11,556 (+23%)	11,065 (+11%)	42,799 (+23%)	12,760 (+17%)	9,987 (+8%)
差引売上 総利益	6,240 (△3%)	3,727 (+1%)	6,823 (+37%)	8,297 (+627%)	25,089 (+56%)	8,207 (+32%)	6,966 (+87%)	7,399 (+8%)	7,513 (△9%)	30,087 (+20%)	8,423 (+3%)	6,364 (△9%)
販売費及び 一般管理費	6,465 (△15%)	5,560 (△19%)	5,705 (△27%)	6,138 (△26%)	23,869 (△22%)	6,800 (+5%)	5,339 (△4%)	6,758 (+18%)	7,299 (+19%)	26,197 (+10%)	6,296 (△7%)	6,186 (+16%)
営業利益	△225 (-)	△1,832 (-)	1,117 (-)	2,159 (-)	1,219 (-)	1,407 (-)	1,627 (-)	640 (△43%)	214 (△90%)	3,889 (+219%)	2,126 (+51%)	177 (△89%)
経常利益	44 (-)	△1,896 (-)	1,226 (-)	2,298 (-)	1,672 (-)	1,432 (+3155%)	1,941 (-)	705 (△42%)	133 (△94%)	4,213 (+152%)	2,198 (+54%)	301 (△85%)
純利益	△39 (-)	△783 (-)	1,033 (-)	1,314 (-)	1,525 (-)	1,304 (-)	1,689 (-)	760 (△26%)	1,837 (+40%)	5,592 (+267%)	1,361 (+4%)	571 (△66%)

販売費および一般管理費（連結）

単位：百万円 括弧内は 売上高比率	2020年9月期					2021年9月期					2022年9月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
販管費 合計	6,465 (△15%)	5,560 (△19%)	5,705 (△27%)	6,138 (△26%)	23,869 (△22%)	6,800 (+5%)	5,339 (△4%)	6,758 (+18%)	7,299 (+19%)	26,197 (+10%)	6,296 (△7%)	6,186 (+16%)
マーケティング費	1,550 (△27%)	1,110 (△31%)	1,521 (△19%)	2,003 (△8%)	6,185 (△20%)	2,477 (+60%)	1,416 (+28%)	2,303 (+51%)	2,615 (+31%)	8,812 (+42%)	1,572 (△37%)	1,416 (+0%)
人件費	1,628 (△14%)	1,728 (△8%)	1,640 (△12%)	1,646 (+4%)	6,643 (△8%)	1,634 (+0%)	1,610 (△7%)	1,692 (+3%)	1,814 (+10%)	6,751 (+2%)	1,726 (+6%)	1,755 (+9%)
研究開発費	347 (+17%)	385 (△3%)	392 (△15%)	337 (△26%)	1,462 (△9%)	258 (△26%)	231 (△40%)	276 (△30%)	337 (+0%)	1,103 (△25%)	282 (+9%)	337 (+46%)
荷造運賃	351 (△16%)	254 (△26%)	300 (△19%)	320 (△30%)	1,225 (△23%)	325 (△7%)	276 (+9%)	367 (+22%)	330 (+3%)	1,299 (+6%)	351 (+8%)	298 (+8%)
その他	2,588 (△10%)	2,082 (△21%)	1,851 (△42%)	1,830 (△49%)	8,352 (△32%)	2,103 (△19%)	1,804 (△13%)	2,119 (+14%)	2,202 (+20%)	8,230 (△1%)	2,363 (+12%)	2,379 (+32%)

セグメント別売上（連結）

単位：百万円 括弧内は 前年同期比	2020年9月期					2021年9月期					2022年9月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
全体	9,313 (△10%)	6,166 (△22%)	9,414 (△1%)	9,952 (+20%)	34,845 (△3%)	10,941 (+17%)	9,235 (+50%)	11,556 (+23%)	11,065 (+11%)	42,799 (+23%)	12,760 (+17%)	9,987 (+8%)
ダイレクト マーケティング*	2,701 (△1%)	2,760 (+4%)	4,958 (+58%)	4,734 (+21%)	15,155 (+22%)	4,376 (+62%)	3,766 (+36%)	5,871 (+18%)	5,626 (+19%)	19,641 (+30%)	5,037 (+15%)	4,513 (+20%)
プロフェッショナル	2,425 (+67%)	1,181 (+16%)	1,655 (+29%)	1,827 (+25%)	7,090 (+36%)	2,585 (+7%)	1,980 (+68%)	2,228 (+35%)	2,038 (+12%)	8,833 (+25%)	3,483 (+35%)	2,100 (+6%)
リテールストア*	2,407 (△18%)	1,376 (△35%)	1,666 (△43%)	2,382 (+3%)	7,831 (△24%)	2,613 (+9%)	1,764 (+28%)	2,244 (+35%)	2,098 (△12%)	8,721 (+11%)	2,839 (+9%)	2,425 (+37%)
グローバル	1,263 (△53%)	465 (△73%)	867 (△48%)	660 (+792%)	3,256 (△47%)	785 (△38%)	1,058 (+128%)	670 (△23%)	561 (△15%)	3,076 (△6%)	719 (△8%)	376 (△64%)
その他	514 (△1%)	384 (△5%)	266 (△46%)	346 (△40%)	1,511 (△24%)	580 (+13%)	665 (+73%)	540 (+103%)	739 (+114%)	2,526 (+67%)	681 (+17%)	572 (△14%)

※ その他はスポーツジム、スマートリングとその他事業の合算

セグメント別利益（連結）

単位：百万円 括弧内は 前年同期比	2020年9月期					2021年9月期					2022年9月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
全体	44 (-)	△1,896 (-)	1,227 (-)	401 (-)	1,672 (-)	1,432 (+3,155%)	1,941 (-)	705 (△43%)	133 (△67%)	4,213 (+152%)	2,198 (+53%)	301 (△84%)
ダイレクト マーケティング*	710 (-)	470 (△30%)	1,752 (+177%)	2,163 (-)	5,095 (+340%)	1,376 (+94%)	1,745 (+271%)	1,605 (△8%)	1,278 (△41%)	6,006 (+18%)	1,510 (+10%)	1,183 (△32%)
プロフェッショナル	368 (+1,169%)	△239 (-)	519 (-)	718 (-)	1,366 (-)	814 (+121%)	678 (-)	50 (△90%)	21 (△97%)	1,565 (+15%)	889 (+9%)	431 (△36%)
リテールストア*	△137 (-)	△549 (-)	250 (△30%)	397 (-)	△39 (-)	519 (-)	188 (-)	261 (+4%)	△6 (-)	962 (-)	569 (+10%)	56 (△70%)
グローバル	△49 (-)	△415 (-)	△220 (-)	△125 (-)	△809 (-)	△136 (-)	△20 (-)	△421 (-)	20 (-)	△558 (-)	103 (-)	△72 (-)
その他	△256 (-)	△310 (-)	△297 (-)	17 (-)	△846 (-)	△504 (-)	△207 (-)	△120 (-)	△101 (-)	△933 (-)	△49 (-)	△352 (-)

※ その他はスポーツジム、スマートリングとその他事業の合算

ブランド別売上（連結）

単位：百万円 括弧内は 前年同期比	2020年9月期					2021年9月期					2022年9月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
ReFa	3,623 (△28%)	2,178 (△34%)	3,424 (+26%)	4,403 (+126%)	13,628 (+5%)	5,742 (+59%)	4,692 (+116%)	6,141 (+79%)	5,424 (+23%)	21,999 (+61%)	7,694 (+34%)	5,745 (+22%)
SIXPAD	3,630 (+46%)	2,902 (+21%)	3,592 (△9%)	4,120 (△12%)	14,245 (+5%)	3,185 (△12%)	2,563 (△12%)	4,071 (+13%)	4,237 (+3%)	14,055 (△1%)	3,729 (+17%)	3,104 (+21%)

※ 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	
		1Q	2Q
ReFa	ダイレクト マーケティング	2,645	2,606
	プロフェッショナル	2,944	1,495
	リテールストア	1,707	1,577
	グローバル	395	65
SIXPAD	ダイレクト マーケティング	2,187	1,571
	プロフェッショナル	344	446
	リテールストア	831	704
	グローバル	37	82
	スポーツジム （ホームジム）	328	299

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。
スポーツジム事業	EMSフルボディスーツを着用し、EMSと動作を融合させたトレーニングプログラムを行うSIXPAD STATION事業及び、EMSトレーニングスーツを着用し、専用アプリによって自宅でトレーニングするSIXPAD HOME GYM事業
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

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