MTG

2024年9月期
第2四半期決算説明資料

2024 / 5 / 10

1. 2024年9月期 上期 実績
   2024年9月期 通期 業績見通し

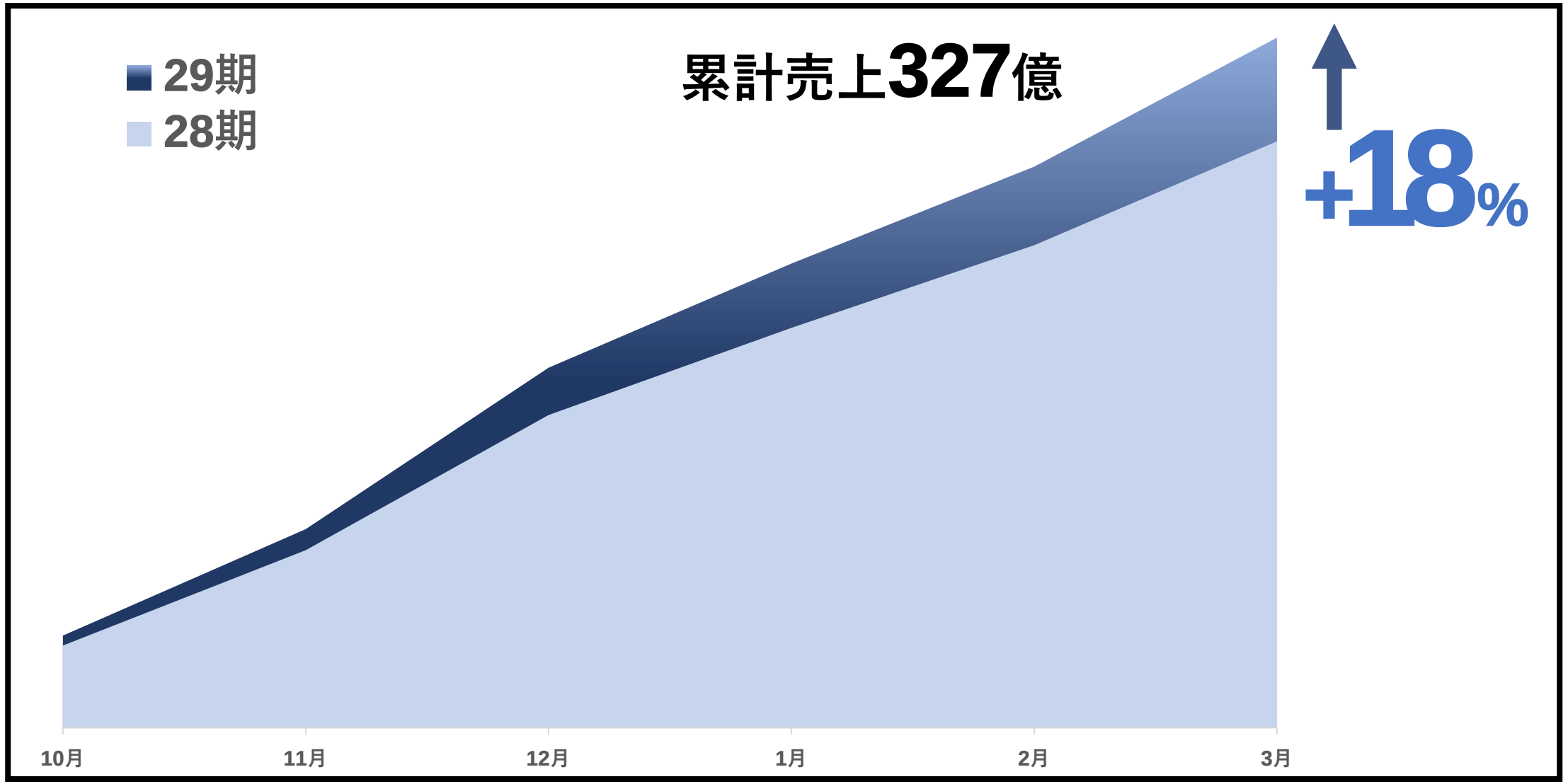
2. 2024年9月期 下期 経営方針

1

2024年9月期
上期 実績
通期 業績見通し

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

2024年9月期　上期／売上月次推移（累計）



2024年9月期　上期／実績

・2桁増収継続。連結、ReFaともに過去最高の半期売上を更新。

単位：億円 （売上構成比 %）	2023年9月期 上期	2024年9月期 上期	前年比	主な増減要因
売上高	**278.2** **(100%)**	**327.3** **(100%)**	+18%	ReFaの増収により全社売上高は2桁の高成長
差引 売上総利益	**168.6** **(61%)**	**197.4** **(60%)**	+17%	円安の進行も高粗利の新商品売上比率拡大により横ばい
販管費	**144.4** **(52%)**	**177.8** **(54%)**	+23%	売上増に伴う販管費全体の増加 新商品及び育成事業へのマーケ費・研究開発費の増加
営業利益	**24.1** **(9%)**	**19.5** **(6%)**	△19%	販管費増の影響により減益
経常利益	**22.9** **(8%)**	**21.3** **(7%)**	△7%	為替差益の計上
親会社株主に 帰属する 当期純利益	**11.5** **(4%)**	**14.6** **(4%)**	+27%	法人税率の低い会社の割合が増加

2024年9月期　第２四半期／実績

単位：億円 （売上構成比 %）	2023年9月期 2Q	2024年9月期 2Q	前年比	主な増減要因
売上高	**129.8** **(100%)**	**156.6** **(100%)**	+21%	ReFaの大幅増収により全社売上高は2桁の高成長
差引 売上総利益	**79.8** **(61%)**	**93.1** **(59%)**	+17%	円安の進行も高粗利の新商品売上比率拡大により微減
販管費	**69.4** **(53%)**	**86.0** **(55%)**	+24%	売上増に伴う販管費全体の増加 新商品及び育成事業へのマーケ費・研究開発費の増加
営業利益	**10.4** **(8%)**	**7.1** **(5%)**	△32%	販管費増の影響により減益
経常利益	**11.9** **(9%)**	**11.3** **(7%)**	△5%	為替差益の計上
親会社株主に 帰属する 当期純利益	**7.2** **(5%)**	**9.5** **(6%)**	+31%	法人税率の低い会社の割合が増加

2024年9月期　上期／販管費実績

新商品及び育成ブランドへの積極的な投資を実施。

単位：百万円	2023年9月期 上期	2024年9月期 上期	前年比	主な増減要因
販管費　合計	14,445	**17,786**	+23%	
マーケティング費	3,536	**4,771**	+35%	売上連動する広告宣伝費の増加と育成ブランドへの積極的なマーケティングの実施
人件費	3,975	**4,307**	+8%	新規採用等、会社成長に伴う人件費増
研究開発費	765	**1,005**	+31%	新商品数増加に伴う研究開発費の増加 （前期45アイテム⇒今期90アイテム）
荷造運賃	778	**910**	+17%	売上増に伴う配送数の増加
その他	5,389	**6,791**	+26%	売上増に伴う販売手数料の増加等

2024年9月期　上期／セグメント別実績

国内主要セグメントの売上は2桁増収を継続し、好調を維持。

MTG連結 単位：億円	売上高			経常利益		
	2023年9月期 上期	2024年9月期 上期	前年比	2023年9月期 上期	2024年9月期 上期	前年比
ダイレクト マーケティング	11,723	**12,867**	+10%	3,512	**2,891**	△18%
プロフェッショナル	7,933	**9,654**	+22%	1,118	**1,732**	+55%
リテールストア	6,606	**8,511**	+29%	782	**819**	+5%
グローバル	744	**711**	△4%	△398	△**325**	―
スマートリング	82	**111**	+36%	△628	△**508**	―
その他	734	**879**	+20%	△51	△**163**	―

貸借対照表（連結）

単位：百万円	2023年9月末	2024年3月末	増減	主な増減要因
現金・預金	16,137	14,735	△1,402	配当及び税納付による現預金の減少
受取手形・売掛金	6,017	5,897	△120	
棚卸資産	11,355	11,166	△189	
その他	2,980	3,400	+420	
流動資産合計	36,491	35,200	△1,291	
有形固定資産	10,335	11,345	+1,010	金型・店舗什器等の新規購入による増加
無形固定資産	630	898	+268	
投資その他の資産	6,991	6,652	△339	
固定資産合計	17,958	18,897	+939	
資産合計	54,449	54,097	△352	
買掛金・未払金・支払手形	3,843	4,336	+493	売上増に伴う商品仕入れの増加
その他	7,484	5,605	△1,880	未払税の減少とReFaドライヤー製品保証引当金の減少
流動負債合計	11,330	9,943	△1,387	
固定負債	406	547	+141	
負債合計	11,737	10,491	△1,246	
資本金	16,778	16,780	+2	当期純利益計上に伴う利益剰余金の増加
資本剰余金	16,160	16,056	△104	
利益剰余金	10,706	11,718	+1,012	
その他	△932	△948	△16	
純資産合計	42,712	43,606	+894	※ 自己資本比率　79.2%
負債純資産合計	54,449	54,097	△352	

キャッシュフロー（連結）

単位：百万円	2023年9月期 上期	2024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	**2,388**	**1,108**	△1,280	前年度に計上したReFaドライヤーの製品保証引当金の減少による
投資活動によるキャッシュフロー	**△1,284**	**△2,104**	△820	有形固定資産（金型・店舗什器等）取得による支出に伴う減少
財務活動によるキャッシュフロー	**△88**	**△283**	△194	
現金及び現金同等物の四半期末残高	**17,564**	**14,735**	△2,829	

2024年9月期 通期 業績見通し

売上・利益は概ね計画通りの進捗。

単位：億円	2024年9月期		
	通期予想	上期実績	進捗率
売上 （前年比）	**670.0** **(+11%)**	**327.3** **(+18%)**	**49%**
営業利益 （前年比）	**34.0** **(△5%)**	**19.5** **(△19%)**	**57%**
経常利益 （前年比）	**34.0** **(△18%)**	**21.3** **(△7%)**	**63%**
親会社株主に 帰属する 当期純利益 （前年比）	**20.0** **(+1%)**	**14.6** **(+27%)**	**73%**

2

2024年9月期
下期 経営方針

2024年9月期上期 総括

1

ReFaが+21%の大幅増収を継続

MTG独自の「継続的な成長の仕組み」の成果

2

SIXPADの2Q売上は+10%増収、回復基調へ

1Q末発売のヘルスケア新商品「Foot Fit3」が好調

3

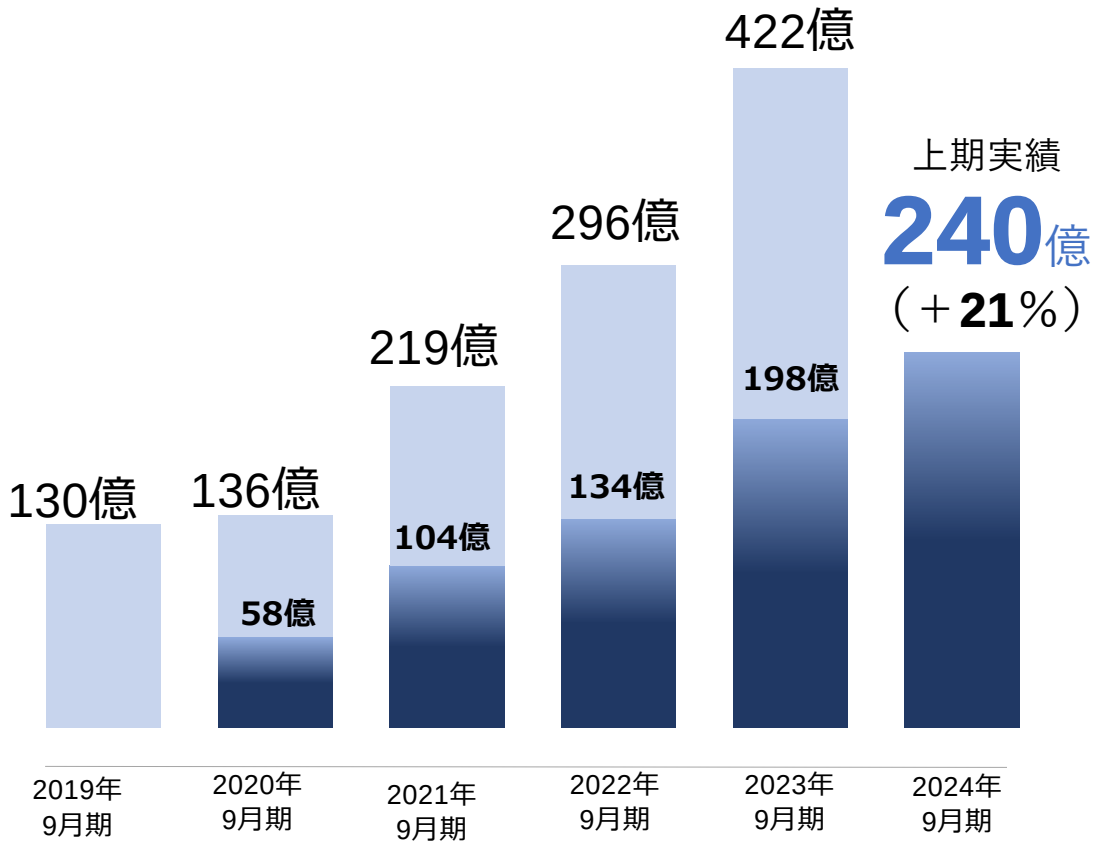
先行投資事業は順調に推移

「五島の椿」が広告効果により新規顧客が増加


ReFa

ReFaブランド　上期実績

売上実績



※単位：円　※括弧内は前年同期比

増収要因

ヘアケアを中心に国内売上好調により、
前年比＋**21**％の大幅増収。

ヘアケア売上が**+37%**の大幅増収を継続。

国内の美容サロン、百貨店の店舗販売が引き続き好調、**30**％を超える大幅成長。

課題のリピート商品は、ロックオイル・シャンプートリートメントが好調。

実績 ー 国内メーカーシェアNo.1※

ReFa

「ヘアアイロン」「ファインバブルシャワーヘッド」 「ローラー美顔器」の3品目で国内メーカーシェア1位※を獲得。

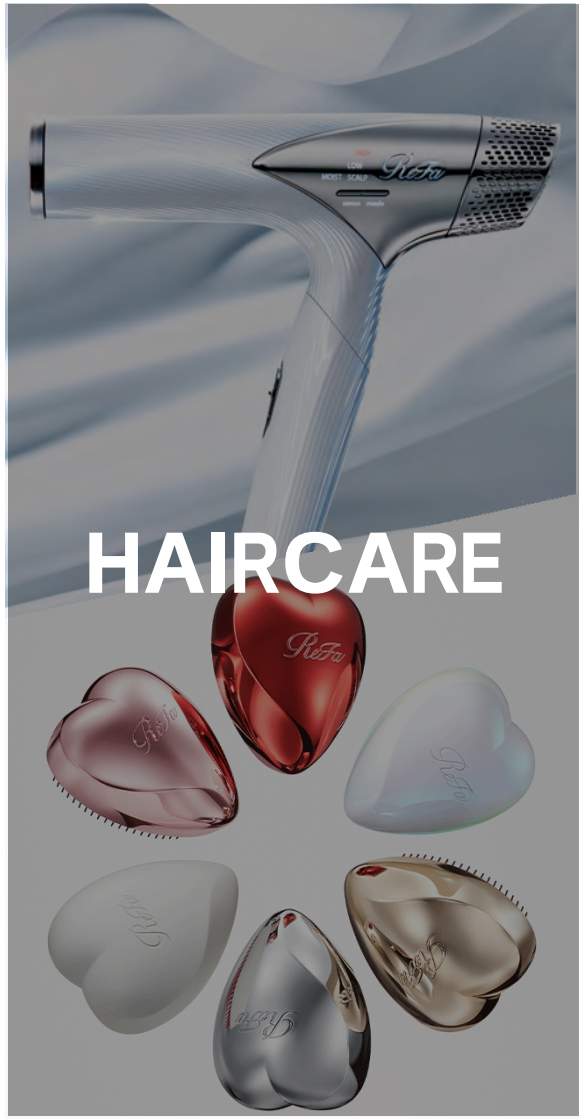


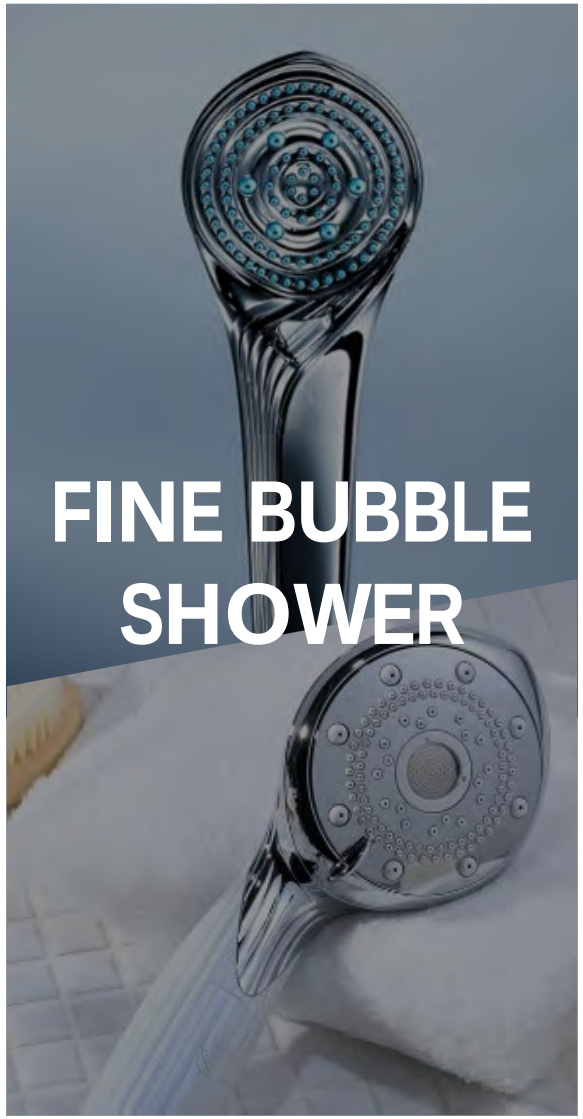


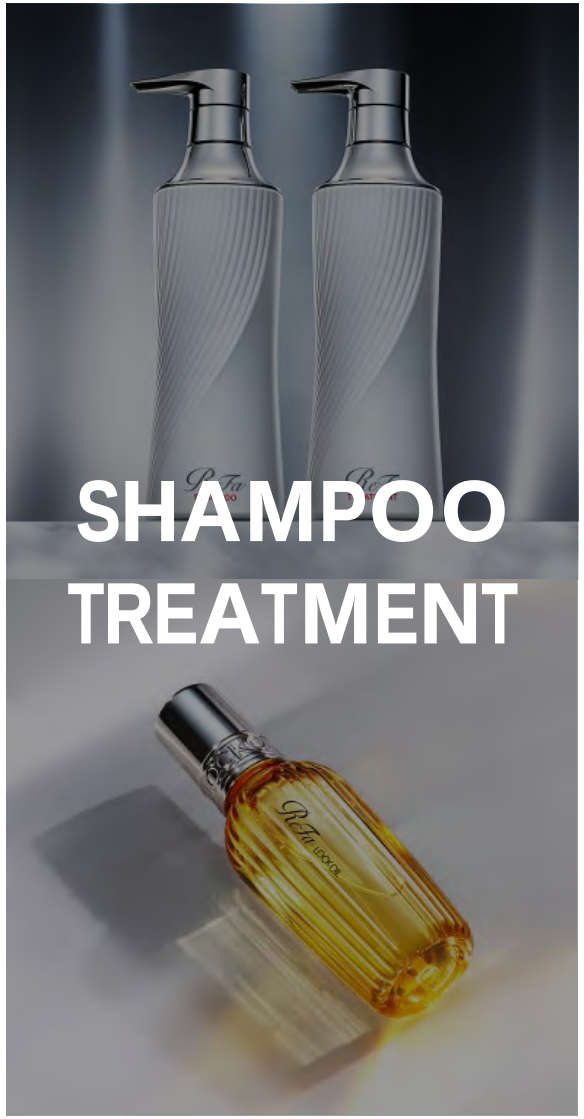


※ 出典：富士経済「美容＆健康家電市場・関連サービストレンドデータ2023-2024」 ファインバブルシャワーヘッド、ヘアアイロン、ローラー美顔器3品目の 2022年国内マーケットシェア

ReFa主要カテゴリー　上期実績





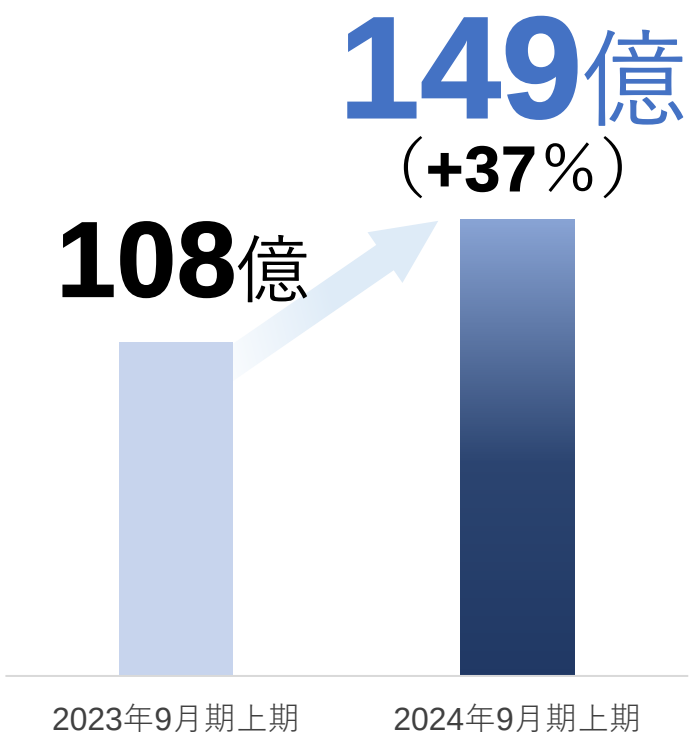




カテゴリ別実績 － HAIRCARE

売上実績

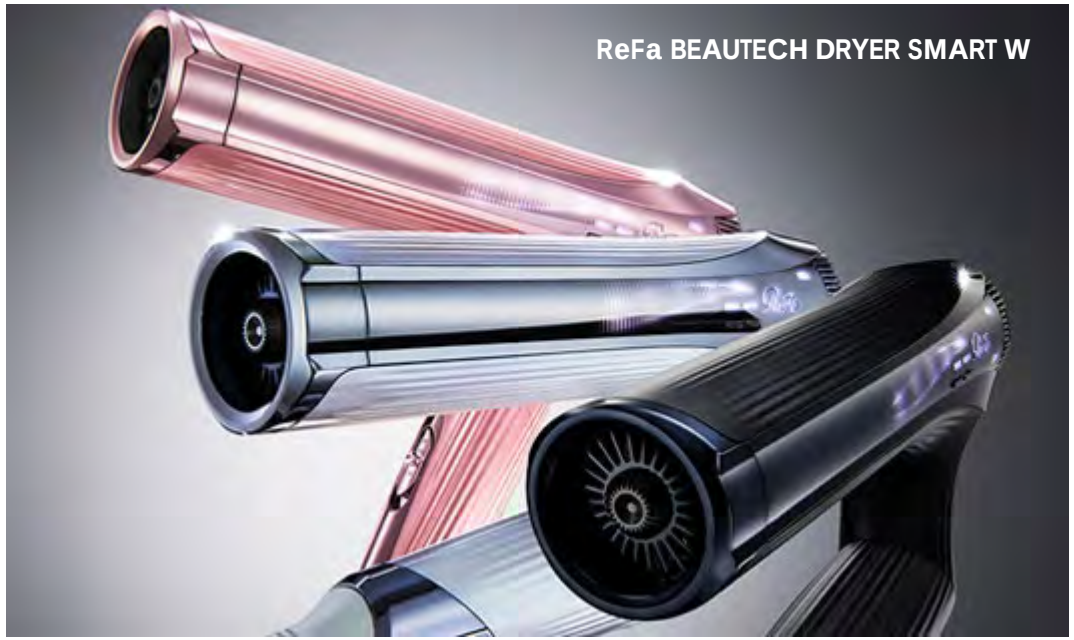
美容サロンにおいて先行発売を実施した新商品ヘアアイロンは、1月より百貨店・ECへ販路を拡大、好調に推移。
前年比 **+37**%の高成長を継続。



※単位：円　※HAIRCAREカテゴリはドライヤー、アイロン、ブラシを含む
※1 2019年10月～2022年12月ReFaのヘアアイロン累計出荷本数
※2 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100万本※1突破したReFaヘアアイロン、また同50万本※2を突破したドライヤーシリーズの販売強化。
海外マーケットも視野に入れ、マルチボルテージ仕様の「ReFa BEAUTECH DRYER SMART W」を2月に発売開始。国内のインバウンドでも好評を博し、今後に期待。



カテゴリ別実績 － HAIRCARE（ブラシ）

ブラシ販売数推移

ReFaブラシシリーズは累計出荷数 **300**万本※突破。ReFa HEART BRUSHは引き続き好調。ホワイトデーキャンペーンとして数量限定で販売したReFa HEART SELECTION 01はわずか半日で完売。またギフト需要が好調で、ギフト売上比率は右肩上がり。



※単位：円
※『ReFa』ブラシシリーズ累計出荷数（2021年4月～2024年3月末実績）

新商品

ReFa HEART BRUSHは、百貨店やECに加え、専門店・量販店及び美容サロンでの販売も好調。
PLAZA、LOFT限定で、お客様からの声やトレンドを取り入れた新カラー“ユニコーンパープル”は購入層の拡大に貢献。

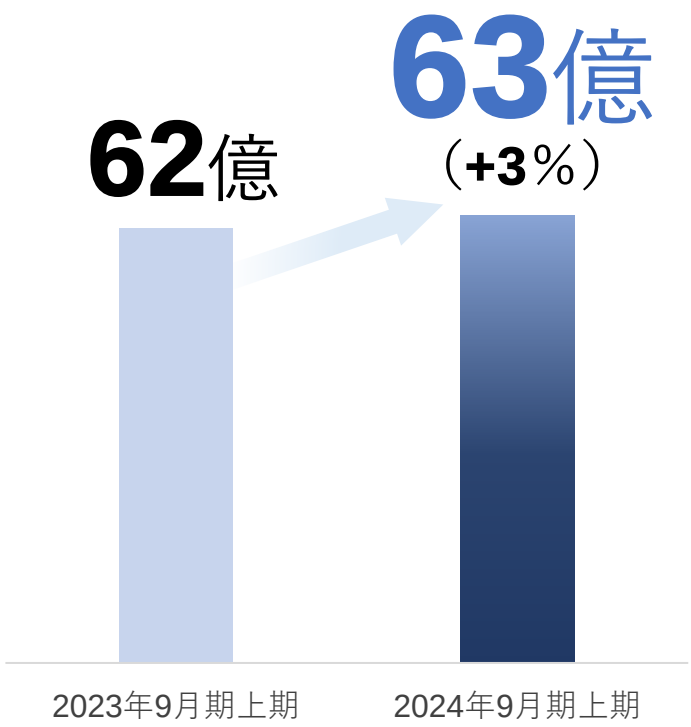


ReFa HEART BRUSH
UNICORN PURPLE

カテゴリ別実績 － FINE BUBBLE SHOWER

売上実績

ECにおけるFINE BUBBLE S及び、浄水機能を搭載し、独自の二層カートリッジで水中の残留塩素や汚れにアプローチする**FINE BUBBLE PURE**が堅調に推移、シェアを維持。前年比＋3%。



新商品

3月に美容シャワーの主力商品として新たに**ReFa FINE BUBBLE U**を発売。CMやWeb広告を積極的に行い、短期間での認知度アップと売上拡大を狙う。



※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

TOPICS – 日経ビジネスイノベーションフォーラム「犬の皮膚にも“スキンケア発想”を」開催

アジア獣医皮膚科専門医 伊從慶太氏 監修のもと、犬アトピー性皮膚炎に対する最新エビデンスとして
ファインバブルを使った洗浄の有用性を確認いたしました。
【第26回日本獣医皮膚科学会学術大会にて発表「犬アトピー性皮膚炎に対するウルトラファインバブルの効果検証」（2023年3月12日）】



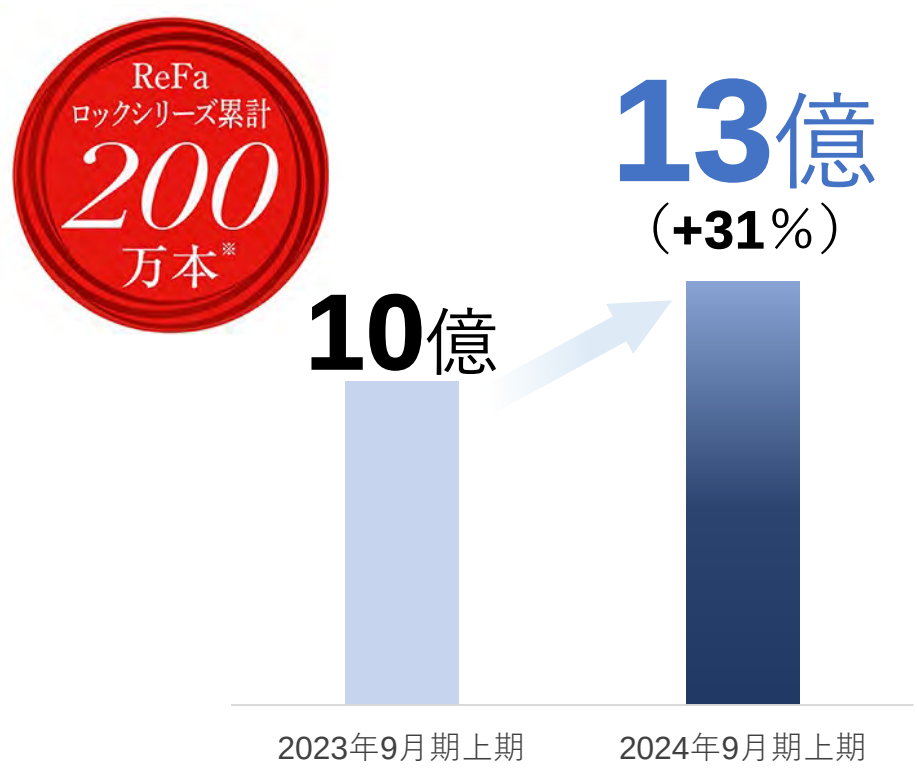


【登壇者】（左から）
東京女子医科大学 名誉教授／東京薬科大学 客員教授／医療法人社団ウェルエイジング 名誉院長　川島 眞氏
アジア獣医皮膚科専門医／アジア獣医皮膚科学会会長　伊從 慶太氏
日本獣医皮膚科学会認定医／日本コスメティック協会認定指導員　江角 真梨子氏

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**200**万本※突破以降も引き続き好調に推移。 SHAMPOO/TREATMENTを含むカテゴリ売上は前年比**+31%**と大幅増収を継続。



※単位：円
※2020年10月～2024年3月末実績、リファロックシリーズ累計出荷本数

戦略商品

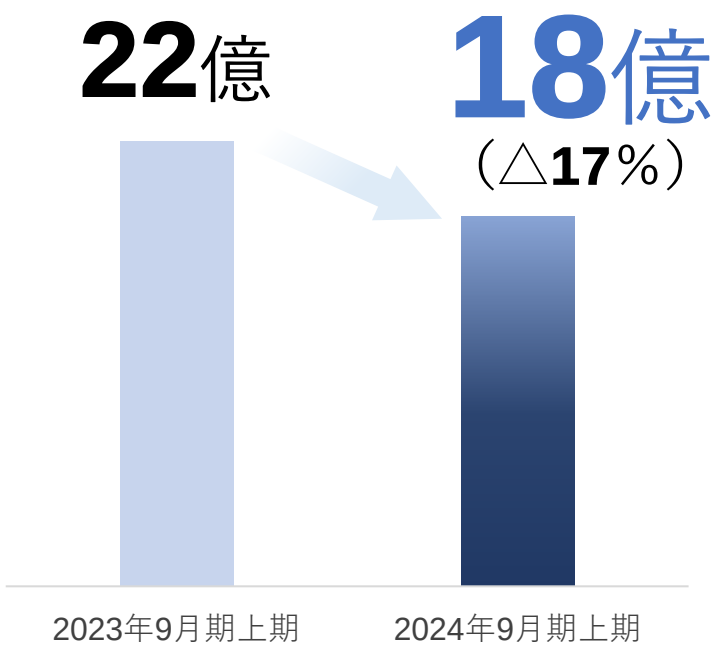
パッケージデザインを一新したロックオイルシリーズは国内事業において引き続き好調、SHAMPOO/TREATMENTカテゴリで、新たにヘアマスクも発売開始し、リピート商品の売上拡大を目指す。



カテゴリ別実績 － BEAUTECH/ROLLER

売上実績

光美容器は堅調に伸びている一方、美容ローラーの在庫適正化を実施した結果、売上は△17%減収。



※単位：円
※2023年12月　統計研究所調べ（最高出力レベルでの測定による）

新商品

最高峰レベル※のハイパワーを実現した光美容器「**ReFa EPI W**（リファエピダブル）」をはじめ、「**ReFa EPI**（リファエピ）」、「**ReFa EPI COOL**（リファエピ クール）」の3商品と、光美容器の使用前のケアにも使える全身用電気シェーバー「ReFa MULTI SHAVER（リファマルチシェーバー）」を2024年3月に発売。積極的にラインナップを拡充。



TOPICS - 榮倉奈々さん、山田裕貴さんがブランドのアンバサダーに就任

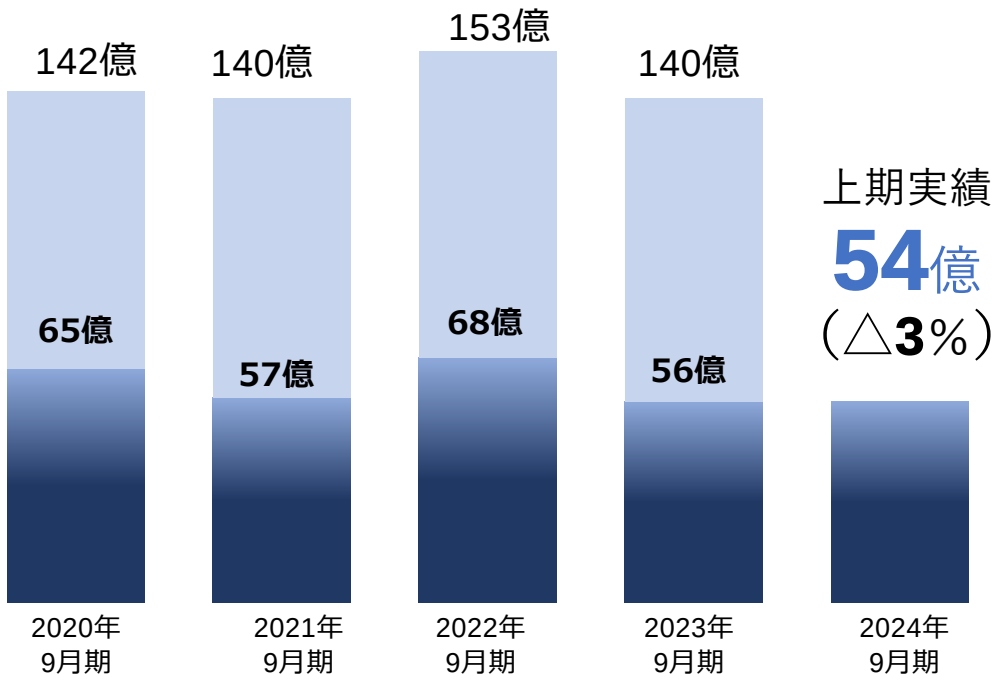


_


SIXPAD

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

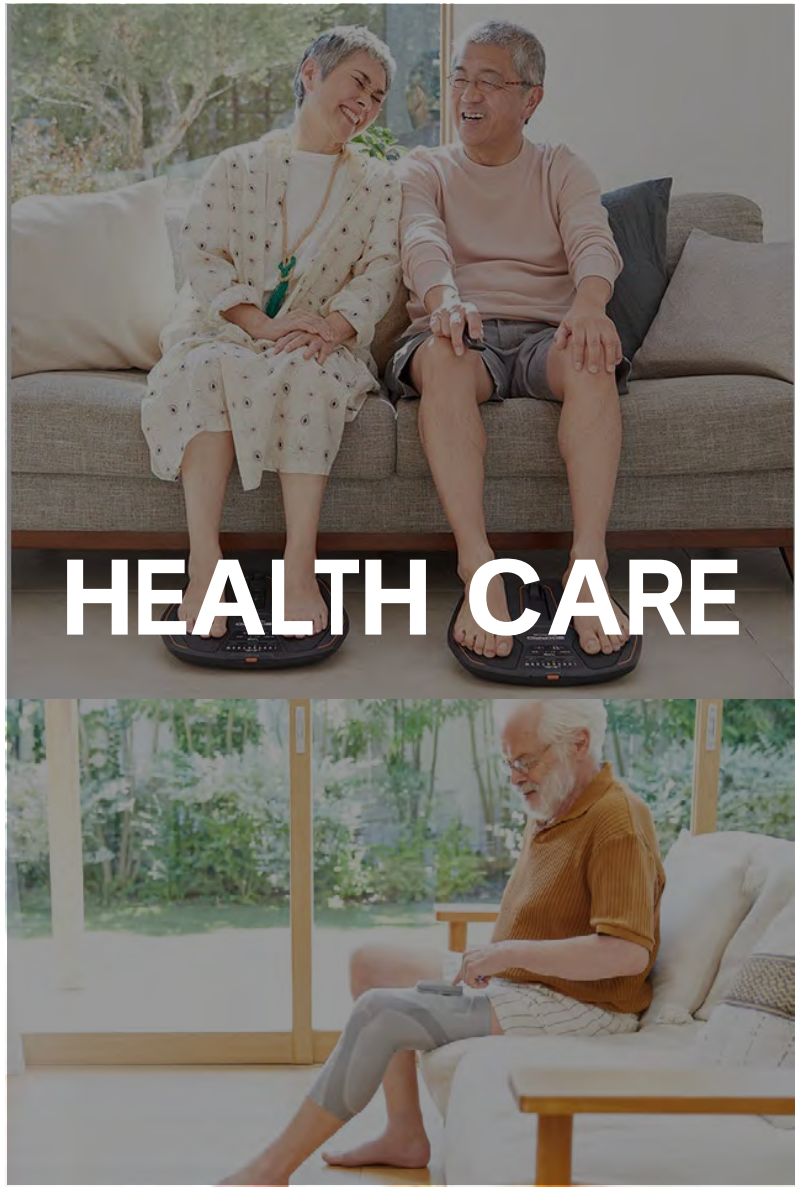
主要因

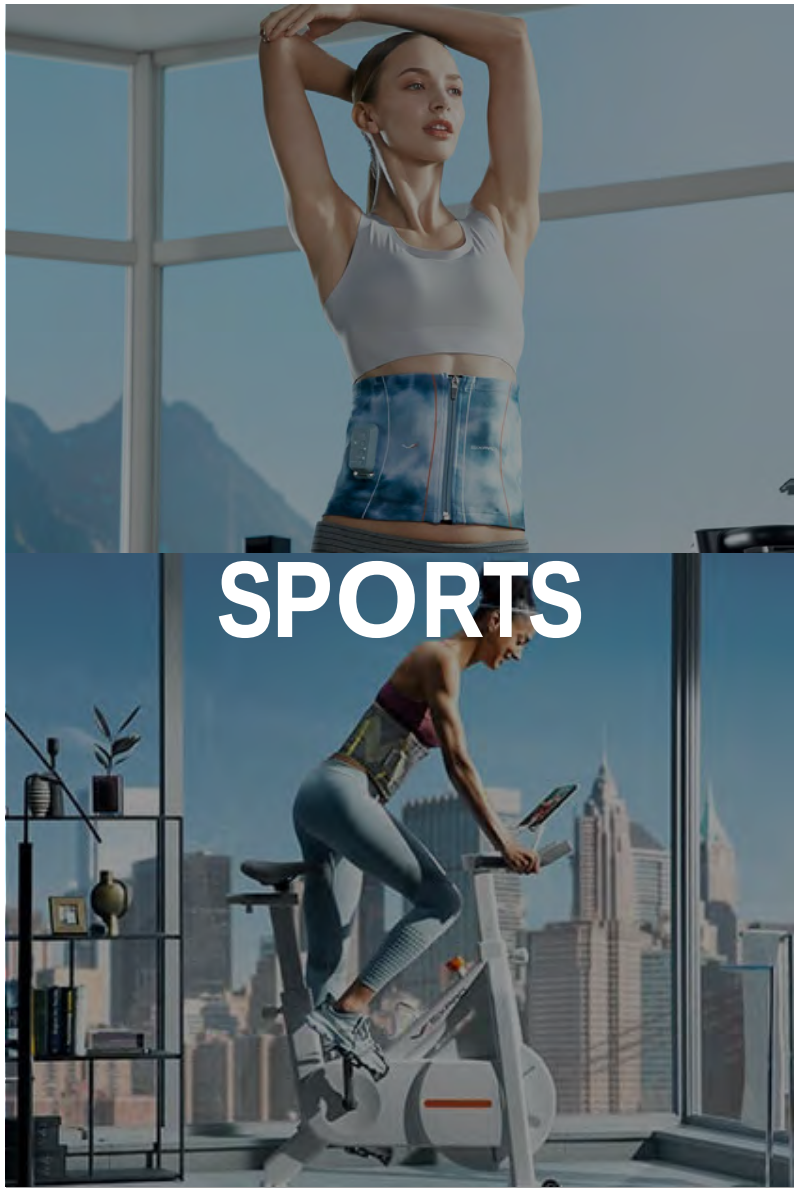
SIXPADの2Q売上は、**前年比＋10%と回復**基調へ

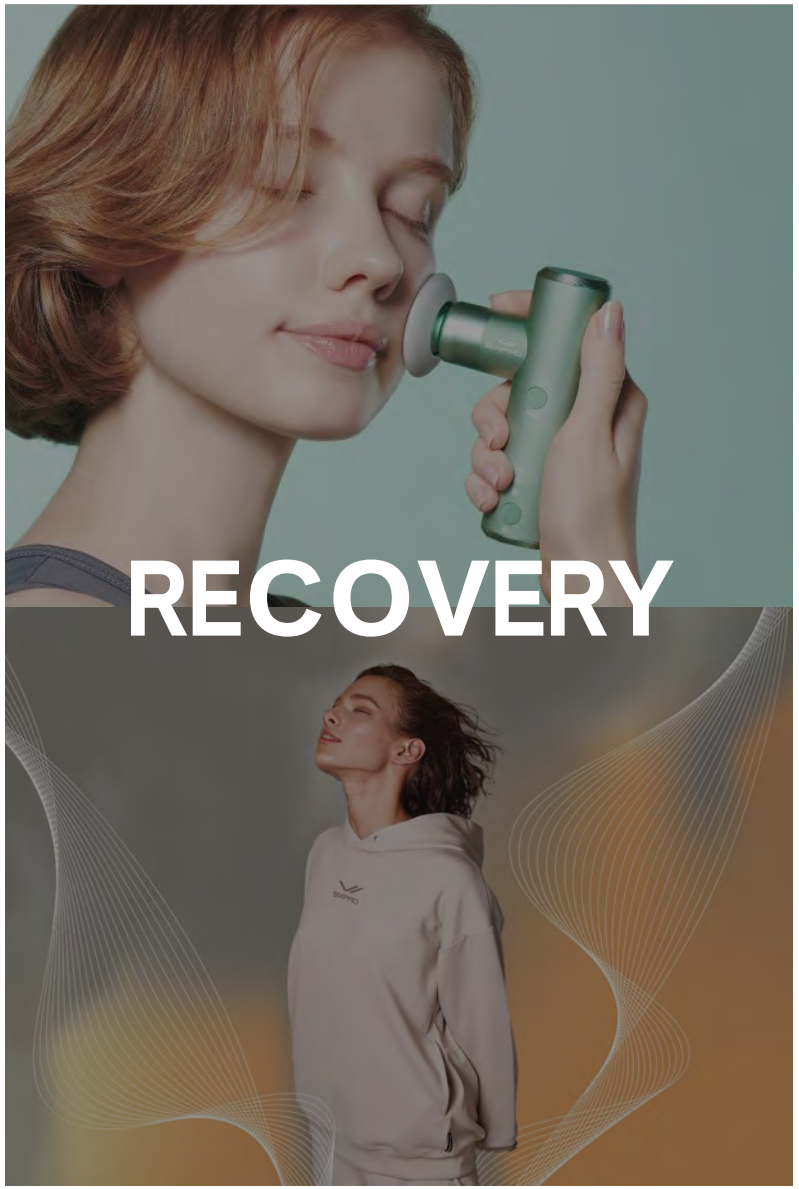
1Q末に発売した**新商品Foot Fit 3が好調**に推移。また2月に先行発売した**Hip Fitはエステサロンでの女性向け販売**が好評。

リカバリーカテゴリーは**Power Gunシリーズの商品展開**を加速。さらに**リカバリーウェア**も4月に発売、シリーズ展開を進める

SIXPAD主要カテゴリー



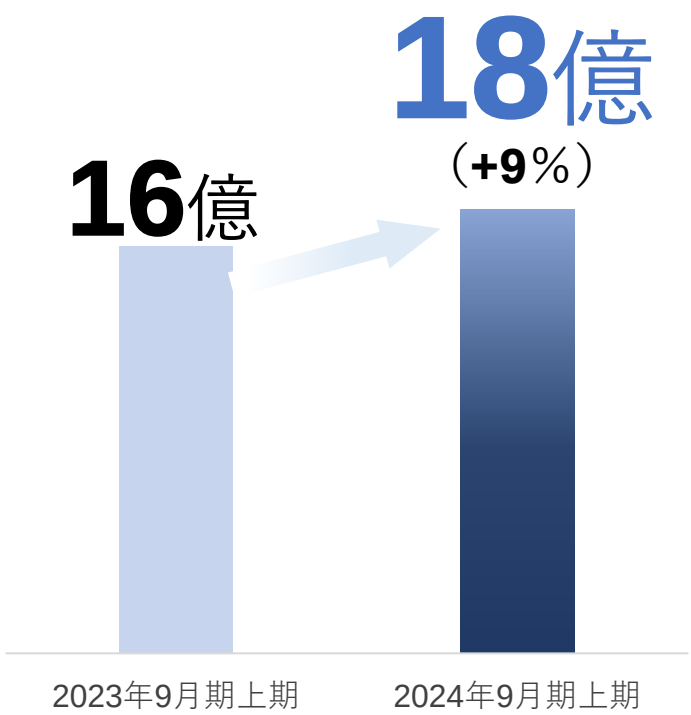




カテゴリ別実績 － HEALTH CARE

売上実績

コロナ後の外出需要増加の影響を受け、Footシリーズの販売は苦戦していたが11月末から販売開始をした**Foot Fit**３の販売が**2Q**好調に推移　前年比＋**9%**。



※単位：円

戦略商品

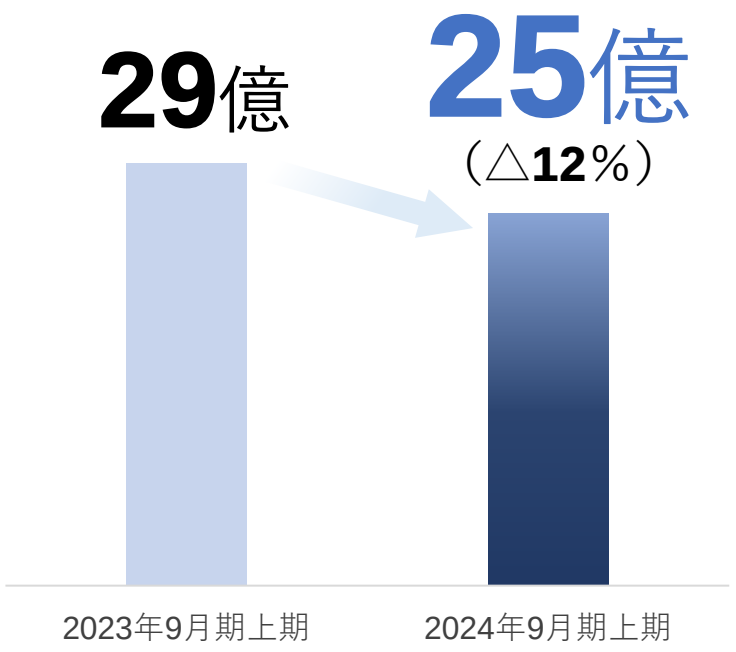
「SIXPAD Foot Fit3」は、母の日や父の日におけるキャンペーンを通したプレゼント需要の取り込みをはじめ更なる拡販を目指す。
家族でつながる専用スマホアプリ「SIXPAD Health Coach」との連携で、Foot Fit ユーザーと、応援サポーター家族とのつながりを実感することができる。


SIXPAD Foot Fit 3

カテゴリ別実績 － SPORTS

売上実績

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する中、Hip Fitが立ち上がり好調に推移し、減収ペースは緩やかに 前年比△12%。



※単位：円

新商品 （SIXPAD Hip Fit）

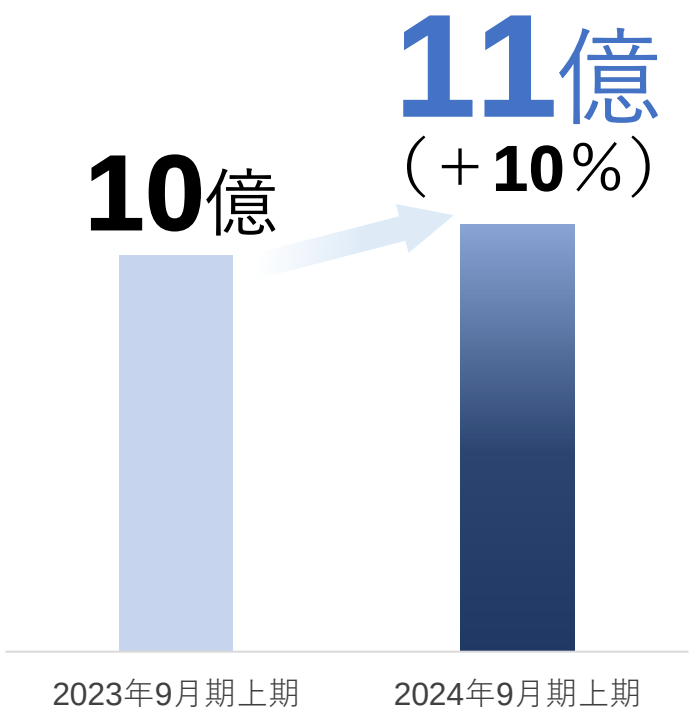
はくヒップトレーニングで大臀筋に集中アプローチする新商品「SIXPAD Hip Fit」を2024年2月に先行発売。エステサロン市場で、実際にお試し着用頂くことが、好評を博し、認知向上・売上アップにつながる。



カテゴリ別実績 － RECOVERY

売上実績

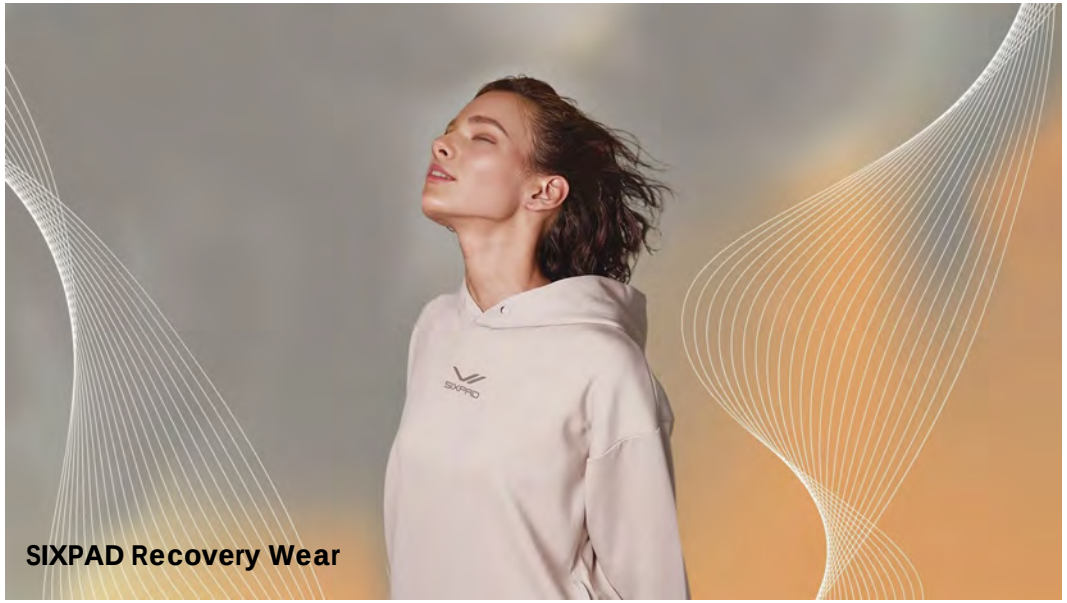
急成長のリカバリー市場で、SIXPADの知名度を活かした
Power Gunシリーズも国内市場で引き続き堅調に推移。
Recovery Wearも、売上規模は小さいが前年から大きく成長。
前年比 10%増。



※単位：円

戦略商品

Power Gunシリーズは用途に合わせ、様々なバリエーションを展開し、美容サロンや量販店における商品展開を加速。
更に着るだけで血行を促進し、質の高い疲労回復を実現するリカバリーウェアシリーズも春夏モデルウェアを2024年4月に発売し、シリーズ展開を進める。


SIXPAD Recovery Wear



五島の椿


五島の椿
五島の椿

育成ブランド －五島の椿

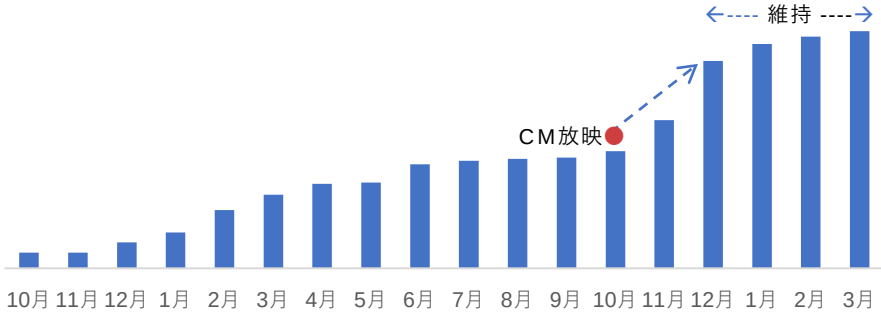
五島の椿プロジェクトに賛同いただき、豊かな自然と共存する地域活性化を共に目指し、ご愛用中のスキンケア商品「五島の椿」の魅力を伝えて応援して下さっている吉永小百合さん。36年ぶりにスキンケア商品のプロモーション活動に携わっていただいた「椿の葉　保湿水」CM放映の影響で、11月、12月新規顧客数が大幅に増加。「椿の葉　保湿水」はリピート率も高く、CM放映後も顧客数を維持。リピーターのお客さまの声にお応えし、たっぷり使える「椿の葉 保湿水 500mL」大容量ボトルを2月に発売開始。

新規顧客を再度得るべく「椿酵母せっけん　吉永さん篇」を2024年４月から放映開始。

五島の椿せっけん 吉永さん篇CMイメージ



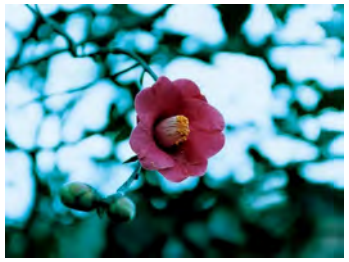
累積顧客数推移



五島の椿プロジェクトとは

長崎県を中心とする産学官民の力を集結し、五島列島に自生する椿を核に、商品開発から消費までを循環させることで、持続可能な産業と雇用を創出し、新たな地域活性のモデルケースを目指すプロジェクト。俳優の吉永小百合さんが、椿サポーターとして応援。

https://gotonotsubaki-pj.or.jp



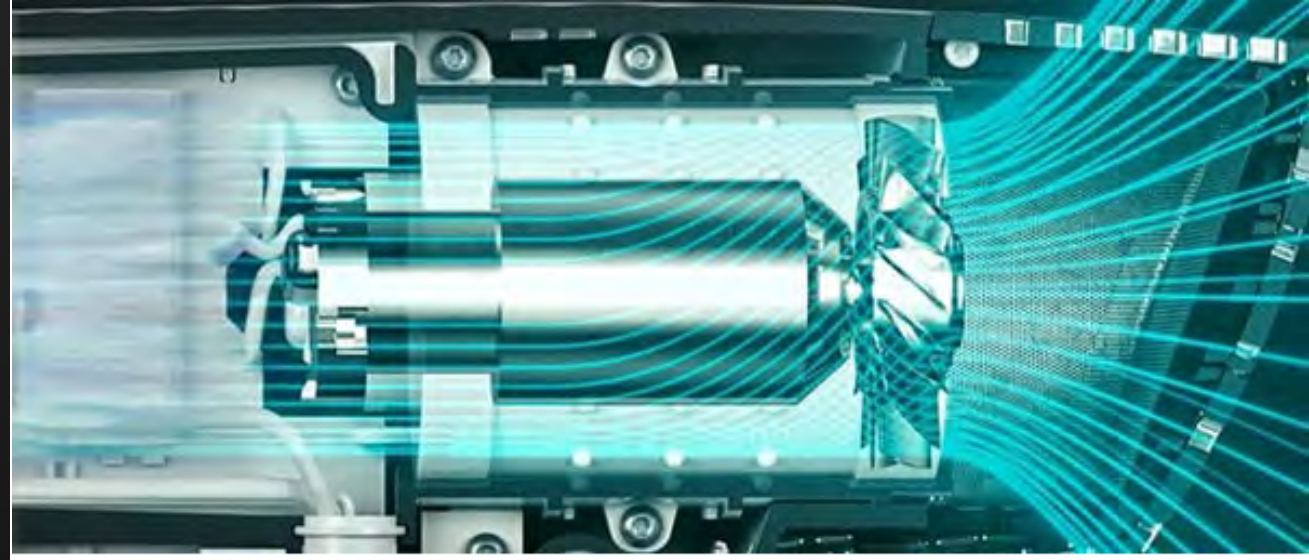
下期の重点項目

1 「継続的な成長の仕組み」の強化

2 「ReFa」ブランド価値のさらなる向上

3 「グローバル」「スマートリング」の収益改善

「継続的な成長の仕組み」
の強化





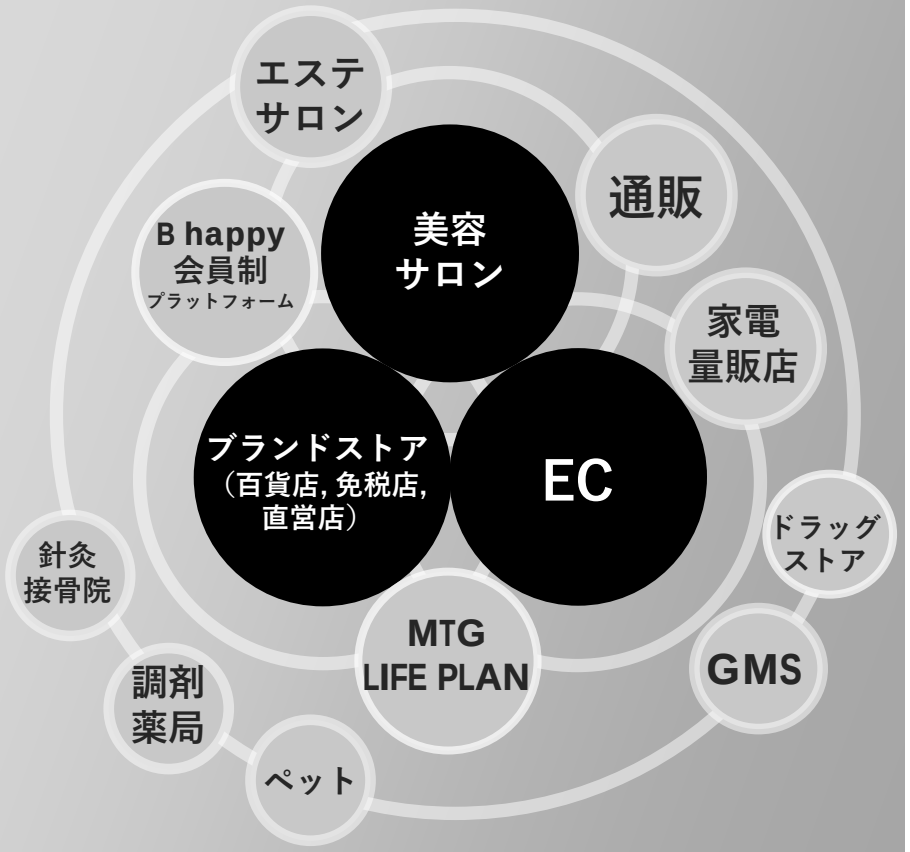
継続的な成長の仕組み

ブランド開発システム



成長サイクル

販路・会員数の拡大



史上最多の新商品導入 ― 今期目標130アイテム

2024年9月期は130アイテム導入と新商品売上比率50%を目指すが、アイテム導入数の進捗は**69%**と大きく前倒し。新商品売上比率も、現状**55%**で目標値を上回り好調。

新商品リリース実績

前期実績 **94item** > 今期目標 **130item**

進捗69%

上期実績 **90アイテム**

新商品売上比率（%）

前期実績 **44%** > 今期目標 **50%**

上期実績 **55%**

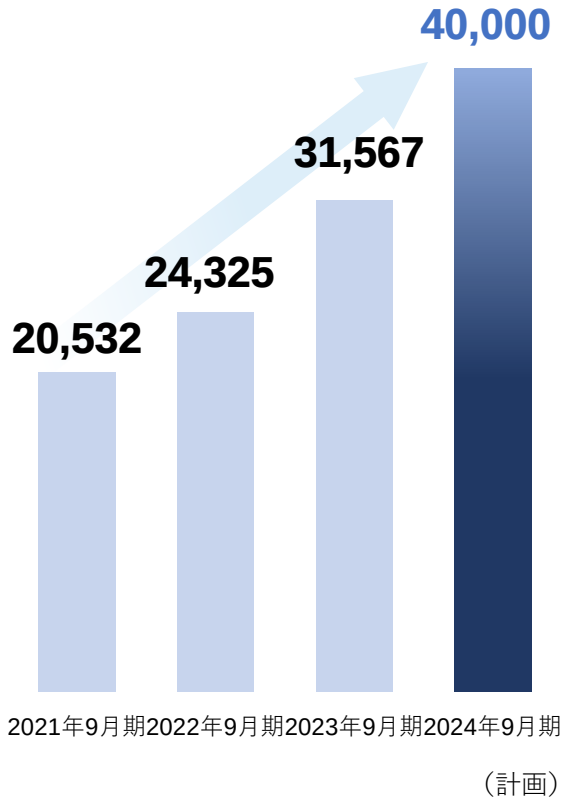
※ 発売２年以内の新商品の売上高

主要チャネルにおける店舗数・会員数の拡大

各チャネル、店舗数・会員数共に右肩上がりで増加。目標に向け、順調な進捗。

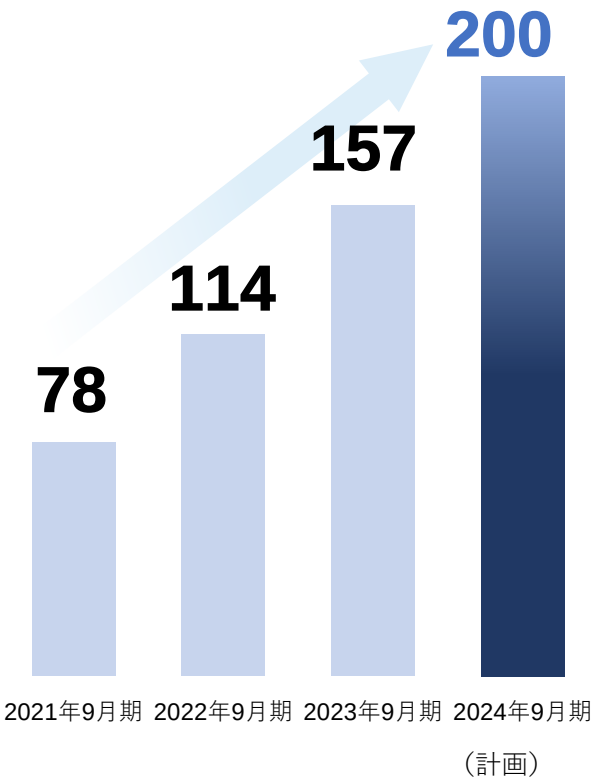
美容室

契約美容室の店舗数（店）



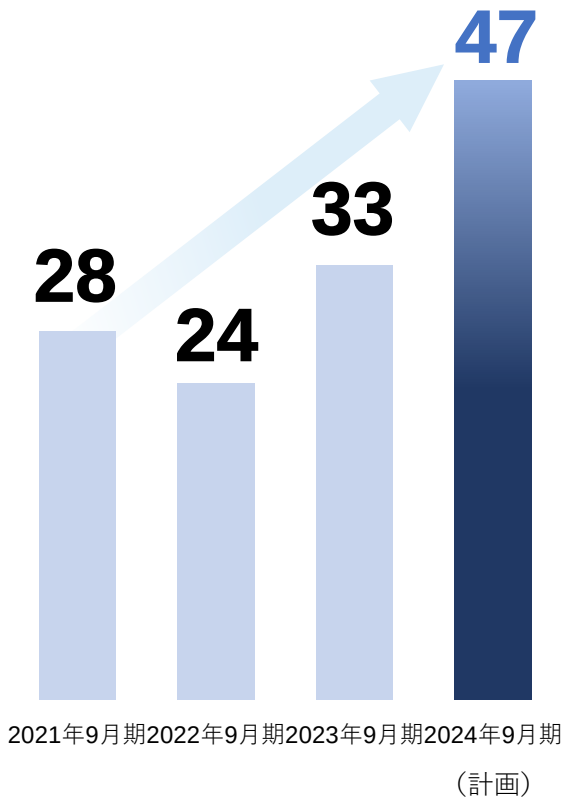
EC

直営ECの会員数（万人）



ブランドストア（百貨店・免税店・直営店）

店舗数（店）



B happy（美容サロン事業）

加盟店数は、順調に増加、現在17,000店舗。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

17,000店舗
（**2024**年**3**月末現在）



今期目標

2024年9月末
B happy加盟店数

24,000店舗

「ReFa」ブランド価値の
更なる向上




ReFa HAIR IRON SERIES



ReFa BRISTLE



ReFa HEART BRUSH OAK


ReFa FINE BUBBLE DIA



ReFa FINE BUBBLE U

ReFa BEAUTECH HAIR CARE SERIES



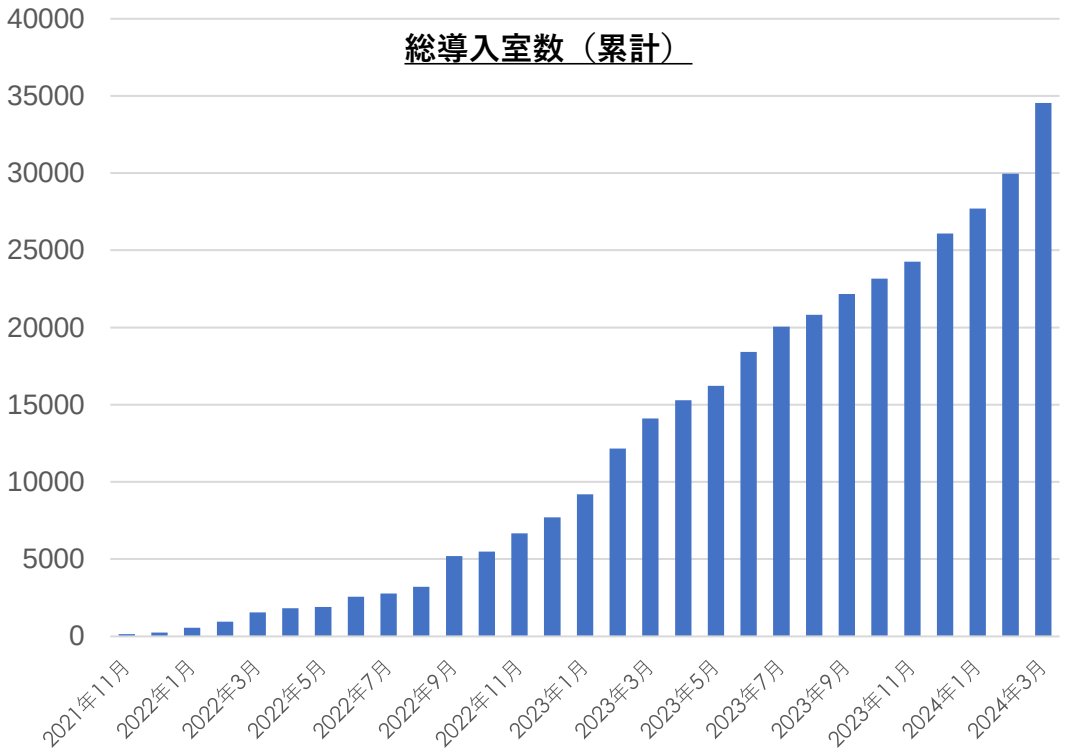
ReFa LOCK OIL



ReFa ROOM

くつろぎの空間でReFaのアイテムを体験頂ける、ワンランク上の宿泊プラン “ReFaルーム”
ホテル数累計は**2,050施設※1**、総導入室数 **34,548室※1**　想定年間体感数 **約729万人※2**。

導入実績





※1 2024年3月現在（単品導入も含む）※2 34,548室（3月末までの累計導入室数）×1.5名（平均宿泊者数/室）※ニッセイ研究所調べ（https://www.nliresearch.co.jp/report/detail/id=60899?pno=3&site=nli#:~:text=%E3%81%BE%E3%81%9F%E3%80%811%E9%83%A8%E5%B1%8B%E5%BD%93%E3%81%9F%E3%82%8A%E3%81%AE,%E3%81%A7%E6%8E%A8%E7%A7%BB%E3%81%97%E3%81%A6%E3%81%84%E3%82%8B%E3%80%82）÷1.75泊（平均宿泊日数/室）※じゃらん調べ（https://jrc.jalan.net/wp-content/uploads/2021/07/3d4d4785511ef636342d74531449a4b2.pdf）×80%（23年3月客室平均稼働率https://hotelbank.jp/hoteldata/Tokyo-business-hotel-deta-202303/ x365日　※導入商品は各ホテル・プランによって異なります。

ReFa ROOM

国際的なラグジュアリーホテルブランドの日本初進出でのオープン導入

導入実績

シックスセンシズ 京都様

ReFa BEAUTECH DRYER SMART（黒）

81室全室導入（スイート含む）









旗艦店



※街並みはイメージ

旗艦店 – グエナエル・ニコラ / （株）キュリオシティ

GRAFFやFENDI、 MONCLERなどプレステージブランドのストアデザインを多く手がける他、
GINZA SIXや今夏オープン予定のFOUR SEASONS大阪も担当。
モダン、かつタイムレスなデザインにより国内外で活躍している。

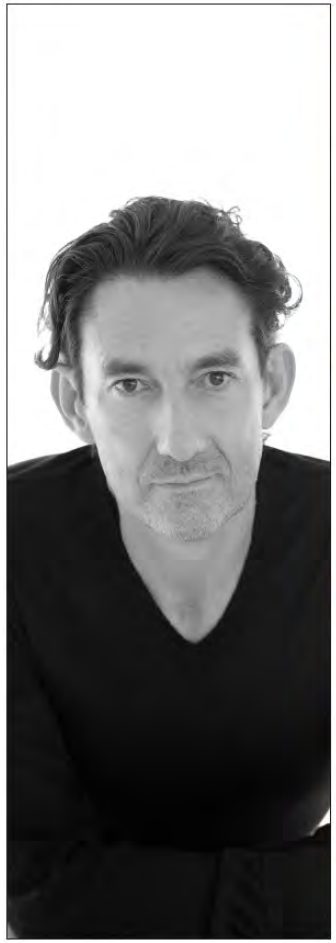
CURIOSITY

GWENAEL NICOLAS

PRESIDENT
CREATIVE DIRECTOR
FOUNDER OF CURIOSITY

CURIOSITY STUDIO

ICONIC DESIGN







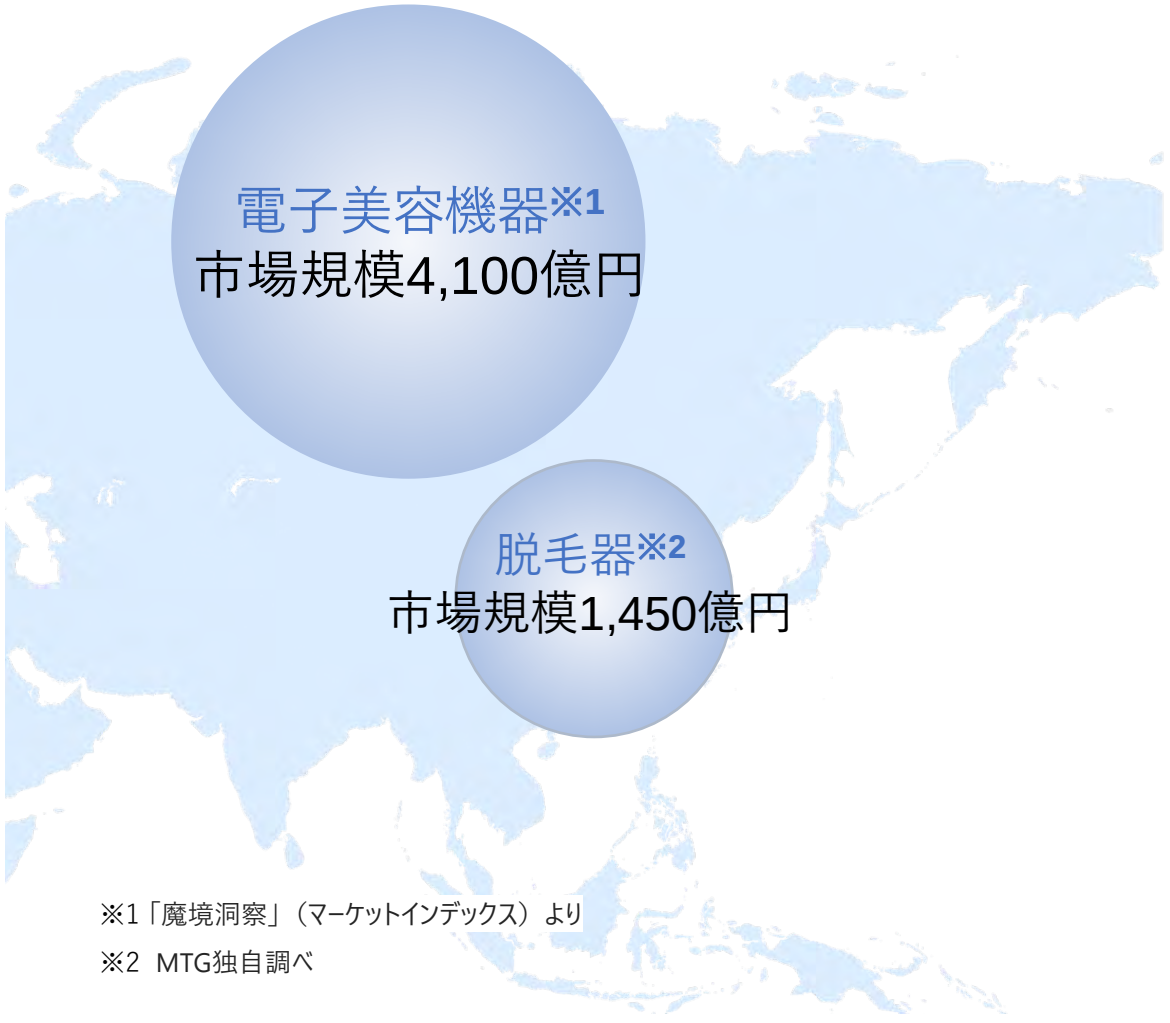
DESIGN BY GWENAEL NICOLAS CURIOSITY ©TOKYO

「グローバル」
「スマートリング」
の収益改善



グローバル事業の収益改善：中国市場

市場規模



※1「魔境洞察」（マーケットインデックス）より
※2 MTG独自調べ

法規制

美容機器に関する中国での法規制※の変化。

認可を受けた製品のみが中国市場で販売可能に。

- IPL美顔器・脱毛器が第Ⅱ類医療機器に指定
- RF波（ラジオ波）美顔器も第Ⅲ類医療機器に指定。

第I類：低リスク、通常の管理によって、その安全性、有効性を保証できる医療機器
第II類：中リスク、その安全性、有効性を保証するためには厳格な管理が必要とされる医療機器
第III類：高リスク、その安全性、有効性を保証するために特別な措置を通じて厳格な管理が必要とされる医療機器

※中国で生産、販売（取扱い）および使用される医療機器は「医療機器監督管理条例」により、その安全性や有効性に対する管理の程度によって、次の3種類に分類される。これをベースに、国家薬品監督管理局（NMPA）または省級・区を設けている市級食品薬品監督管理部門への届出を経ていなければ（下記の第I類医療機器）、または審査を経て、「医療機器登録証」を取得しなければ（下記の第II類、第III類医療機器）、生産、販売および使用はできません。
※JETROよりhttps://www.jetro.go.jp/world/qa/04A-051123.html

グローバル事業の収益改善：中国向け新商品開発

- 日本製品を中国に向け輸出するのではなく、**中国マーケットのニーズにあった新商品を開発**し、**先行販売**することで、中国市場に適した商品の浸透をはかる。

第1弾	第2弾	第3弾	第4弾
2024年5月予定	2024年下期予定		
マスク型LED美顔器	LED美顔器	IPL美顔器	IPL脱毛器









グローバル事業の収益改善：中国の販路戦略

- 現地の代理店と協働することで、中国市場での浸透をはかる。戦略的に伸ばしたい販路にそれぞれ得意分野を持つ代理店と複数契約し、販路拡大を目指す。

美顔器販売

- 美顔器のマーケティングに強みを持つ専業販売代理店SUYAN社（スーヤン） と協働し、中国法改正に伴う医療機器認可を申請中。取得後に中国先行販売を予定。



EC販売

- Eコマースに特化した威亮集团（ウェイリャン）との業務提携を開始。オンライン販売の強化を図り、販路の拡大と収益改善を目指す。

WEILIANG
威亮集团


EVERING

EVERING – NTT docomoとの業務提携

株式会社NTTドコモと株式会社EVERINGは、スマートリングを活用したスマートライフ事業の推進に関する業務提携契約を2024年3月29日（金）に締結し、共創の第一弾として、Visaのタッチ決済対応スマートリング「EVERING（エブリング）」を2024年 5月10日よりドコモショップ※で発売することを決定。



※対象のドコモショップについてはドコモホームページを参照。対象ドコモショップ数は順次拡大予定。

EVERING – 事業概要

EVERINGについて





沿革

2020年

2月　会社設立



2021年

4月　関東財務局・前払式支払手段（第三者型）発行者登録

10月 EVERING BLACK・WHITEローンチ

2022年



3月　スマートロック連携開始

6月　シリーズA10億円調達

8月　定額プラン開始

11月 EVERING SILVERローンチ



2023年

1月　2022年日経優秀製品・サービス賞 最優秀賞受賞

5月　EVERING紹介プログラム開始

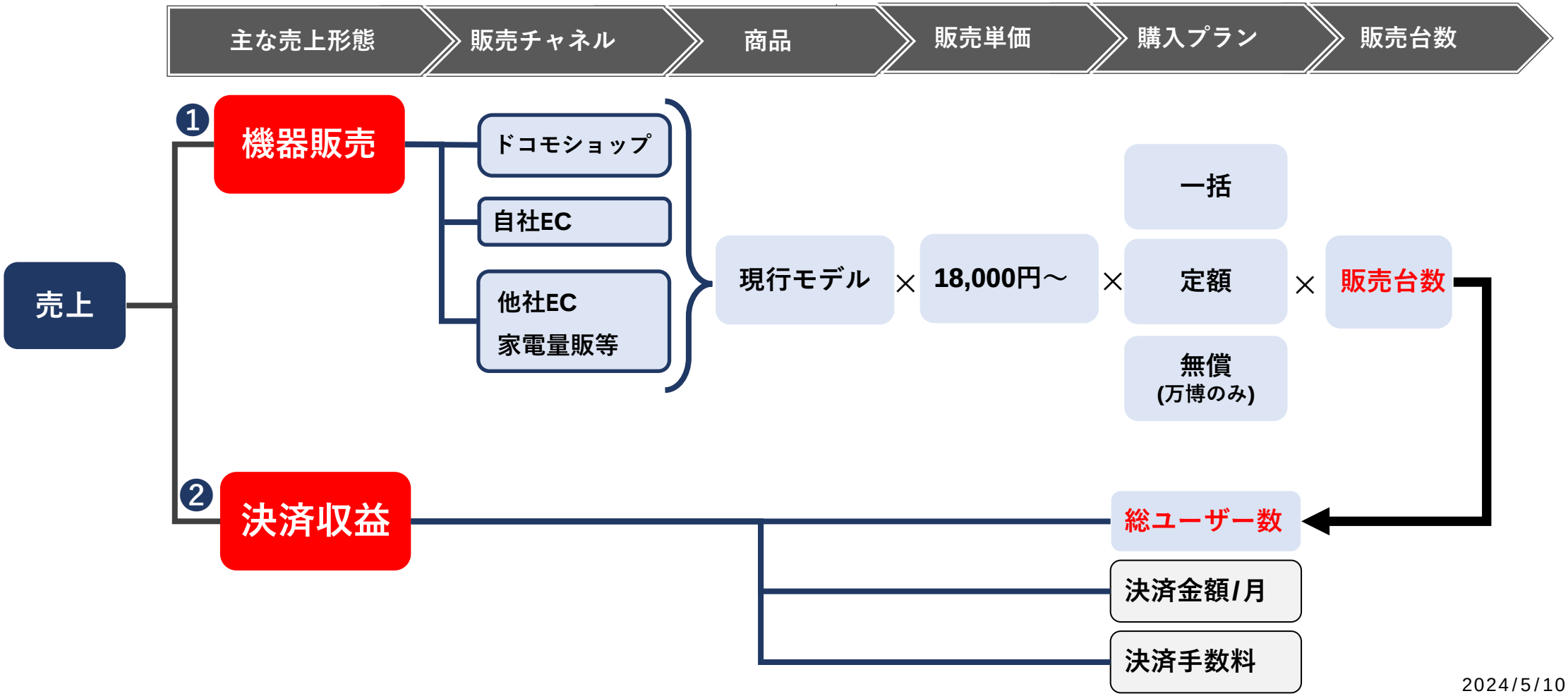
7月　WHITE PURPLE・WHITE PINK・ORANGEローンチ

スマートロック「SESAME」との連携を開始

10月 大阪・関西万博ゴールドパートナーとして協賛

EVERING – 事業モデル

収益源は①機器販売と②決済収益（ストック型）であり、まずは機器販売による販売台数増を目指す。



EVERING – 販売チャネル及び利用可能エリアの拡大

ドコモショップへの**販売チャネルの拡大**と、**VISAタッチ端末の普及**や大阪を中心とした**交通機関における VISAタッチ利用可能エリア拡大**を通して、スマートリングの更なる普及を目指す。

販売チャネルの拡大

既存

- 自社EC
- 他社EC
  家電量販等

新規

- ドコモショップ

利用可能エリアの拡大

① **VISA**タッチ端末の普及：

230万台（2023年12月末現在）

- スーパーマーケット
- コンビニエンスストア
- ドラッグストア
- 飲食
- デパート・ショッピングセンター
- 小売り・サービス
- 交通旅行



② **VISA**タッチ使用可能な交通機関での利用拡大：

大阪を中心とした地域の利用可能エリア拡大

- Osaka Metro（2024年度中 全駅導入）
- 近鉄・阪急・阪神（2024年度中 全駅導入）
- 神戸市営地下鉄（全駅導入済）
- 南海電鉄（一部導入済み）



EVERING –大阪万博の協賛を通してのユーザーの拡大

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**。また、**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**万名に**「welcome ring」を無償で提供**。

キャッシュレス決済・EXPO2025デジタルウォレット発表会にて



提供：２０２５年日本国際博覧会協会

EXPO2025デジタルウォレット特別仕様 welcome ring



・対象期間：2023年10月23日(月)～2023年11月30日（木）
・対象条件：対象期間中、「EXPO2025デジタルウォレットアプリ」をダウンロード頂いた方

下期の重点項目

1 「継続的な成長の仕組み」の強化

2 「ReFa」ブランド価値のさらなる向上

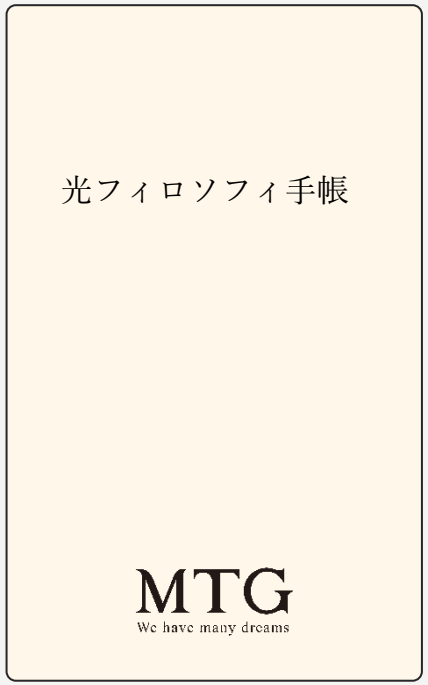
3 「グローバル」「スマートリング」の収益改善

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

光フィロソフィ



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



MTG

APPENDIX

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					2024年9月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
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%)	12,986 (+30%)	15,281 (+28%)	17,049 (+19%)	60,154 (+23%)	17,075 (+15%)	15,661 (+21%)
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%)	7,983 (+25%)	9,383 (+26%)	10,613 (+16%)	36,859 (+17%)	10,424 (+17%)	9,315 (+17%)
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%)	6,940 (+12%)	9,243 (+18%)	9,572 (+22%)	33,261 (+18%)	9,181 (+22%)	8,604 (+24%)
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%)	1,043 (+486%)	140 (-)	1,040 (△20%)	3,597 (+11%)	1,243 (△9%)	710 (△32%)
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%)	1,194 (+296%)	586 (-)	1,291 (△3%)	4,168 (+12%)	1,000 (△-9%)	1,134 (△5%)
当期純利益	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%)	728 (+28%)	305 (-)	522 (△32%)	1,984 (△26%)	509 (+19%)	954 (+31%)

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					2024年9月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
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%)	6,940 (+12%)	9,243 (+18%)	9,572 (+22%)	33,261 (+18%)	9,181 (+22%)	8,604 (+24%)
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%)	1,435 (+1%)	3,108 (+15%)	3,132 (+38%)	9,776 (+23%)	2,664 (+27%)	2,107 (+47%)
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%)	2,013 (+15%)	2,140 (+12%)	2,168 (+11%)	8,285 (+13%)	2,172 (+11%)	2,135 (+6%)
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%)	407 (+20%)	454 (+27%)	564 (+23%)	1,784 (+24%)	506 (+41%)	498 (+23%)
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%)	376 (+26%)	436 (+17%)	443 (+7%)	1,658 (+15%)	466 (+16%)	444 (+18%)
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%)	2,708 (+14%)	3,104 (+25%)	3,263 (+18%)	11,757 (+18%)	3,371 (+26%)	3,419 (+26%)

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					2024年9月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
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%)	12,986 (+30%)	15,281 (+28%)	17,049 (+19%)	60,154 (+23%)	17,075 (+15%)	15,661 (+21%)
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%)	5,601 (+24%)	7,216 (+17%)	8,057 (+13%)	26,997 (+18%)	6,457 (+5%)	6,410 (+14%)
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%)	3,462 (+54%)	3,566 (+36%)	3,921 (+24%)	15,421 (+32%)	5,247 (+17%)	4,407 (+27%)
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%)	3,130 (+24%)	3,710 (+50%)	4,348 (+39%)	14,665 (+32%)	4,470 (+29%)	4,041 (+29%)
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%)	334 (△11%)	301 (△22%)	244 (△40%)	1,290 (△32%)	350 (△14%)	361 (+8%)
スマートリング	8 (+44%)	4 (△31%)	4 (△59%)	74 (-)	91 (+388%)	85 (+910%)	37 (+760%)	24 (+428%)	39 (△47%)	186 (+103%)	37 (△56%)	44 (+19%)	66 (+174%)	48 (+25%)	197 (+6%)	56 (+51%)	54 (+22%)
その他*	571 (+12%)	661 (+76%)	535 (+111%)	665 (+89%)	2,434 (+63%)	321 (△44%)	292 (△56%)	287 (△46%)	409 (△38%)	1,311 (△46%)	320 (0%)	413 (+41%)	419 (+46%)	428 (+5%)	1,581 (+21%)	492 (+54%)	386 (△7%)

※ 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					2024年9月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
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%)	1,194 (+296%)	586 (-)	1,291 (△3%)	4,168 (+12%)	1,000 (△9%)	1,134 (△5%)
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%)	1,910 (+61%)	1,585 (+23%)	2,086 (△1%)	7,184 (+18%)	1,390 (△13%)	1,501 (△21%)
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%)	630 (+37%)	122 (+85%)	440 (△1%)	1,682 (△11%)	1,108 (+127%)	623 (△1%)
リテールストア	519 (-)	188 (-)	261 (+5%)	△6 (-)	962 (-)	598 (+15%)	80 (△57%)	△277 (-)	351 (-)	751 (△22%)	524 (△12%)	258 (+222%)	166 (-)	540 (+54%)	1,488 (+98%)	571 (+9%)	248 (△4%)
グローバル	△136 (-)	△20 (-)	△421 (-)	20 (-)	△558 (-)	103 (-)	△72 (-)	△408 (-)	△226 (-)	△604 (-)	△42 (-)	△356 (-)	△317 (-)	△334 (-)	△1,050 (-)	△188 (-)	△137 (-)
スマートリング	△129 (-)	△108 (-)	△161 (-)	△63 (-)	△462 (-)	△128 (-)	△405 (-)	△388 (-)	△301 (-)	△1,224 (-)	△432 (-)	△196 (-)	△229 (-)	△150 (-)	△1,009 (-)	△370 (-)	△138 (-)
その他*	△374 (-)	△98 (-)	40 (-)	△38 (-)	△470 (-)	20 (-)	1 (-)	△68 (-)	△12 (-)	△58 (-)	△1 (-)	△50 (-)	9 (-)	△52 (-)	△95 (-)	△200 (-)	37 (-)

※ 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。

※セグメント利益については経常利益にて算出しております

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					2024年9月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
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%)	9,563 (+66%)	10,595 (+51%)	11,784 (+28%)	42,211 (+43%)	12,573 (+22%)	11,478 (+20%)
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%)	2,400 (△23%)	3,461 (△17%)	4,023 (△7%)	13,173 (△14%)	2,844 (△13%)	2,651 (+10%)

※ 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 括弧内は前年同期比		2022年9月期					2023年9月期					2024年9月期	
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
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%)	4,396 (+69%)	5,229 (+50%)	5,568 (+22%)	19,512 (+47%)	4,779 (+11%)	4,615 (+5%)
	プロフェッショナル	2,944	1,495	1,753	2,157	8,351	3,249 (+10%)	2,387 (+60%)	2,554 (+46%)	2,796 (+30%)	10,988 (+32%)	4,128 (+27%)	3,333 (+40%)
	リテールストア	1,707	1,577	1,561	2,232	7,079	2,548 (+49%)	2,457 (+56%)	2,737 (+75%)	3,351 (+50%)	11,094 (+57%)	3,543 (+39%)	3,399 (+38%)
	グローバル	395	65	188	247	897	145 (△63%)	303 (+362%)	71 (△62%)	61 (△75%)	582 (△35%)	115 (△20%)	134 (△56%)
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%)	1,128 (△28%)	1,908 (△26%)	2,315 (△9%)	7,002 (△21%)	1,482 (△10%)	1,516 (+34%)
	プロフェッショナル	496	592	706	744	2,539	847 (+71%)	800 (+35%)	722 (+2%)	821 (+10%)	3,191 (+26%)	727 (△14%)	646 (△19%)
	リテールストア	956	801	841	1,035	3,634	699 (△27%)	408 (△49%)	713 (△15%)	775 (△25%)	2,597 (△29%)	603 (△14%)	444 (+9%)
	グローバル	37	82	10	△26	103	24 (△35%)	2 (△97%)	26 (+159%)	73 (-)	127 (+23%)	2 (△91%)	1 (△36%)

※ 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。

ブランド・カテゴリ別売上（連結）

MTG連結 単位：百万円 括弧内は前年同期比		2022年9月期					2023年9月期					2024年9月期	
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
ReFa	ヘアケア	2,857	2,386	3,115	3,994	12,354	5,697 (+99%)	5,173 (+117%)	5,771 (+85%)	6,189 (+55%)	22,832 (+85%)	7,474 (+31%)	7,443 (+44%)
	ファインバブル シャワー	2,950	2,163	1,976	3,094	10,186	3,271 (+11%)	2,936 (+36%)	3,203 (+62%)	4,084 (+32%)	13,497 (+33%)	3,761 (+15%)	2,634 (△10%)
	ビューテック／ ローラー	1,490	1,091	1,608	1,702	5,892	1,197 (△20%)	1,072 (△2%)	1,252 (△22%)	1,261 (△26%)	4,783 (△19%)	1,067 (△11%)	821 (△23%)
	シャンプー／トリートメント／その他リピート商品	241	250	313	289	1,094	492 (+104%)	563 (+125%)	661 (+111%)	586 (+103%)	2,303 (+110%)	706 (+43%)	678 (+20%)
SIXPAD	スポーツ	1,729	1,344	1,980	2,004	7,059	1,677 (△3%)	1,262 (△6%)	1,476 (△25%)	1,948 (△3%)	6,364 (△10%)	1,269 (△24%)	1,314 (+4%)
	ヘルスケア	1,978	1,046	1,634	1,904	6,563	1,093 (△45%)	567 (△46%)	1,308 (△20%)	1,563 (△18%)	4,532 (△31%)	979 (△10%)	832 (+47%)
	リカバリー	30	430	444	392	1,298	508 (+1,559%)	564 (+31%)	675 (+52%)	572 (＋46%)	2,321 (+79%)	657 (＋29%)	523 (△7%)

※監査法人の監査を受けたものではありません。
※管理会計基準の売上を記載しており、財務会計基準の売上との差異が生じております。

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 サロン向けECプラットフォームでの取次販売、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販売、宿泊施設への設備販売、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	百貨店・ショッピングセンター・免税店・量販店・専門店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	椿を原料とした製品の製造及び販売事業、EV車両を中心としたモビリティ販売事業。

ESG方針

当社グループでは、企業理念として「一人ひかる 皆ひかる 何もかもひかる」を掲げています。「何もかもひかる」の「何もかも」とは、社会全体を指し、持続可能な地球環境への配慮はもちろん、人類社会の進歩発展に貢献し、
世界中の人々の生活を健康で豊かにしていくことを目指しています。

また、パンデミックによる急激な生活様式の変化など、暮らしや価値観そのものも大きく変化する時代に、一人ひとりのお客様に寄り添い、バイタルに溢れた人生の実現に向け、常に最適なブランド・商品を開発し続けること 、**“VITAL LIFE”** 世界中の人々の健康で美しく生き生きとした人生の実現、を事業ビジョンとして掲げています。

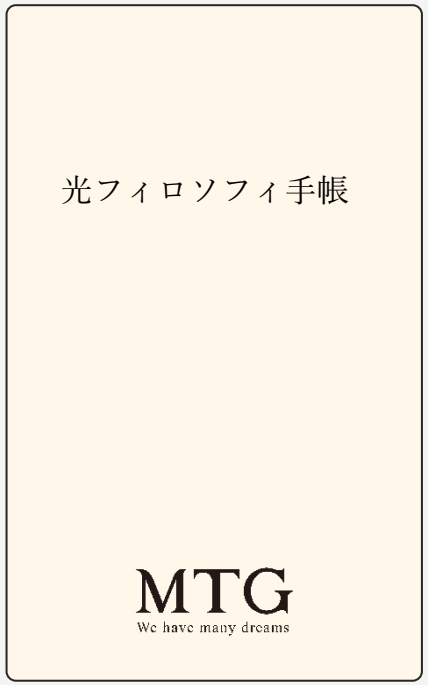
企業理念と事業ビジョンを実現することで、継続可能な地球環境の実現と、世界中の人々の生活を健康で豊かにしていくことに貢献するため、環境・社会・ガバナンスに考慮した企業活動を進めてまいります。

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

光フィロソフィ



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

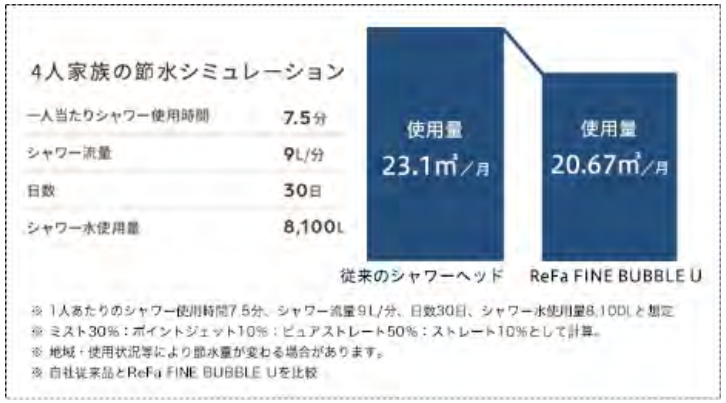


ESG / Environment / 環境

当社グループでは、持続可能な地球環境への配慮から、各ブランド、グループ会社が事業活動を通じて、環境・社会課題解決に向けたアクションに取り組んでいます。

水資源 節水効果（ファインバブルシャワー）

ファインバブルを発生させる機能を搭載したシャワーヘッドを取り付けることで、最大約49%の節水効果※につながり、製品の使用を通じて、水資源の保全に貢献することが出来ます。
また一般社団法人ファインバブル産業会（FBIA）設立時よりの正会員（理事会社）として、積極的に情報を発信し、ファインバブル技術の認知に貢献してきました。FBIA加盟の企業として、ファインバブルの力をより多くのステークホルダーに知って頂き、人々のよりいきいきとした人生の実現に貢献したいという想いから、ファインバブル技術の可能性、魅力を発信するサイトも設立。その技術を活用した製品の開発だけではなく、同サイトを通じ、積極的に情報を発信しています。
※ReFa FINE BUBBLE U ミストモード使用時



水資源 アップサイクル（ON&DO）

「環境負荷を減らし、本当の意味で豊かさを感じられる製品を届けたい」という想いで、環境への配慮を心掛けた製品開発を実施し、化粧箱にはFSC認定※紙を使用。一部化粧箱は、糊を使わずに組み立てられるよう設計しています。アイテム数が多いですが、型や部品を共有することで、少しでも無駄を削る工夫をしています。容器は、一部ボトル構造（リフィル）を採用し、何度も繰り返し使う事を前提に設計しています。また、容器回収とアップサイクルも実施。使用済み容器を資源として循環させることで環境への負担を少しでも軽くしつつ、新たな価値を付加した別の製品へとアップサイクルし、これからの時代の「モノのつくり方・つかい方」をお客さまと共に考えていきます。

※ 木材を生産する世界の森林と、その森林から切り出された木材の流通や加工のプロセスを認証する国際機関「Forest Stewardship Council＝森林管理協議会」からの認証を受けた森林から伐採した木材、またそれを使用した木材製品を認証するもの





水資源 自然を守るための商品開発（五島の椿）

長崎県 五島市内の鮮魚仲卸業を営む生産者の「五島の海を守りたい」という願いから、磯焼けの原因の一つといわれているアイゴ、イスズミ、ニザダイといった食害魚や、規格が合わない等の理由で、市場で値が付かない未利用魚を利用した「五島の醤」を開発しました。
五島列島は豊かな漁場として全国でも名を馳せる一方、「磯焼け」を背景とした漁獲高の減少、漁師の後継者不足などの課題も抱えており、それらの課題解決の一助となることを目指しています。







ESG / Social / 社会

健康寿命を延ばすことに貢献するためのブランド開発、商品開発、商品改善を日々続けています。また、人的資本については、全従業員の「一人ひかるの実現」ならびに物心両面の豊かさを実現するために、活気溢れる風通しの良い組織と、創造的かつ成長が促進される環境の創出に向けて、取り組んでいます。

健康経営　健康寿命の延伸

EMS技術を用いたホームユースのトレーニング機器としてスタートし、30代、40代男性が主なユーザーだったSIXPAD商品を「人生100年時代」に健康であり続けるために、一から設計を見直し、健康寿命の延伸に向けた商品の企画を行っています。
より豊かで健やかな人生100年時代を実現するためには、筋肉のトレーニングと習慣化が大切であると考え、トレーニングが継続しやすく、多くの方に使ってみたいと思っていただける健康機器として、座ったままで、歩くときに使う足の筋肉を鍛えるFoot Fitシリーズや、約30%の力でねじることで血圧対策の運動ができるHealth Gripなどを開発。自治体のソーシャル・インパクト・ボンドを活用した高齢者介護予防事業として健康増進に貢献する社会参加サービスにも展開。人々の健康・美容の増進、QOL(生活の質)の向上を目的とする機械器具として認定されています。
（一部商品）





地域活性　五島の椿事業による地域活性化

五島の椿事業による地域活性化グループ会社「五島の椿株式会社」においては、長崎県五島列島に古来、自生する五島椿を活用した事業展開を行っています。花や種といった、年に一度の収穫時期に限られたものだけでなく、葉、枝、果皮、そして椿の花から取り出した「五島つばき酵母」を使用した製品開発を行っています。また、五島列島の歴史、文化に至るまで、あらゆる側面から調査・研究を実施し、知られざる力を発見することで、新たな事業創発を目指しています。
過疎化と高齢化が進む五島列島において、五島の椿の価値を高め、広く知っていただくことで、ＵＩターン者の誘致と、雇用を増やし、列島全体の活性化を継続的に支援していきます。




人的資本　人材育成方針

持続的な高成長・高収益の実現に向けて、研修と実践の場を成長促進の両輪と考えて、従業員一人ひとりの成長を後押ししています。特に、経営人材の育成、マネジメント力の向上、そして全従業員の実力の底上げを重視し、各種施策を実施しました。

■真のリーダーに向け研鑽を積む「リーダー勉強会」
23年9月期においては３階層にわたり実施。リーダーとしての見識を向上させる機会を設ける。23年9月期は31回開催。

■リーダーとしての実力が問われる「決起大会」「業績検討会」
年に一度、リーダー自らの事業・組織の運営方針を発表する決起大会、さらに実践の成果として、事業採算等を問われる月１回の検討会を開催。

■組織の一体感と精神、文化を醸成する
「光フィロソフィ共育会」「経営方針発表会」
「光フィロソフィ共有会」では従業員一人ひとりがより良い人生を送ることを目指して、行動規範となる、当社グループフィロソフィを語り合う機会を定期的に設け、雇用形態を問わず、社内全員の交流を通じて、互いの考え方を高め合う文化を醸成。
23年9月期は125回開催。
組織の一体感醸成や、全社員のベクトルを一致させることを目的とした「経営方針発表会」は年2回開催。

ESG / Governance / ガバナンス

当社においては、企業理念「一人ひかる 皆ひかる 何もかもひかる」に基づき、持続的な成長及び中長期的な企業価値の向上を図る観点から、意思決定の透明性・公正性を確保するとともに、コーポレート・ガバナンスの強化を企業経営の重要課題の一つと位置づけ、取り組んでいます。

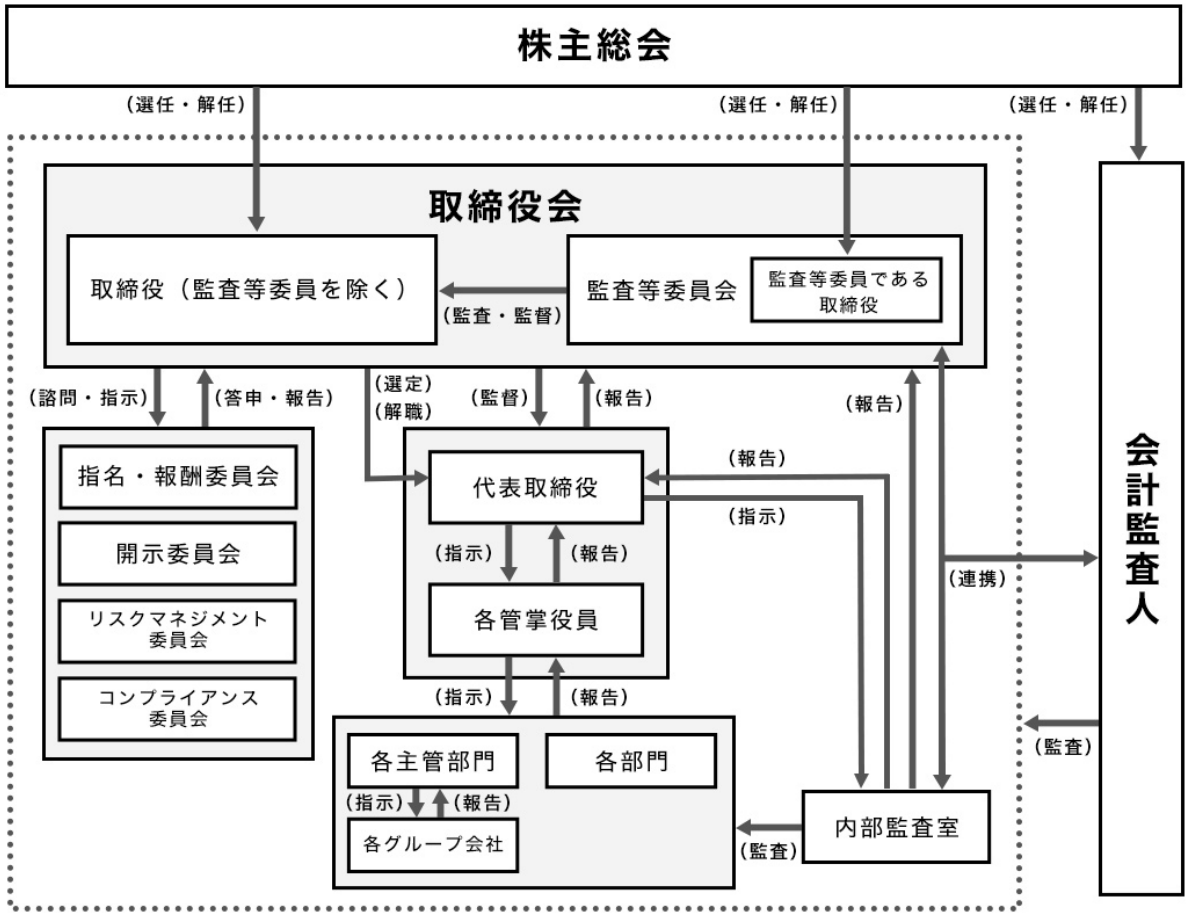
コーポレート・ガバナンスコードへの対応

当社は、コーポレートガバナンス・コードの基本原則を全て実施しております。
詳細につきましては、コーポレート・ガバナンス報告書（https://ssl4.eir-parts.net/doc/7806/ir_material/105541/00.pdf）をご参照ください。

コーポレートガバナンス体制

独立社外取締役の比率を過半数の57%（7名中4名）とし、上場企業の役員経験者を招聘。更なるガバナンス力の強化を図っています。

コーポレート・ガバナンス詳細については、コーポレートサイト（https://www.mtg.gr.jp/ir/management/governance.html）をご参照ください。



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