

# MTG

事業計画及び  
成長可能性に関する  
説明資料

# INDEX

1. 概要
2. 成長戦略
3. 業績見通し・リスク
4. 参考資料

# 1 概要

- ・ 会社概要
- ・ 沿革
- ・ MTG理念体系
- ・ 業績推移
- ・ 事業領域
- ・ ターゲット市場規模
- ・ 主な商流
- ・ 競合環境
- ・ 競合優位性
- ・ 収益構造

# 会社概要

会社名	株式会社MTG (MTG Co., Ltd.)
上場市場	東京証券取引所グロース市場 (証券コード:7806)
資本金	166億円
設立	1996年1月
代表者	代表取締役社長 松下 剛
従業員数	1,331名 (連結) (2022年9月末現在)
本社	愛知県名古屋市
主な グループ会社	<p>【国内】 MTGプロフェッショナル、MTG Ventures、ブレイズ、五島の椿、EVERING、 M'sエージェンシー、MTG FORMAVITA</p> <p>【海外】 MTG 上海、MTG 深圳、MTGパシフィック、MTG台湾、MTG KOREA、 MTG USA、MTG UK、MTG EUROPE、マクレアUK</p>

# 沿革

創業	1996	中古車販売事業を開始
	1999	「株式会社エムティージャー」設立
ブランド開発	2009	新たな美容価値を追求する「ReFa」を発売開始
	2013	グローバル展開開始
共同開発 海外進出	2014	マドンナとの共同開発ブランド「MDNA SKIN」開始
	2015	世界的トップアスリートとの共同開発ブランド「SIXPAD」を開始
上場/ ブランドの 拡充	2018	東京証券取引所マザーズ市場（現グロース市場）に上場
	2019	美の情報発信拠点ブランド「Beauty Connection」を開始
新領域/ 新事業	2020	スリープテックブランド「NEWPEACE」を開始
		HYGIENE（衛生）商品「e-3x」を発売開始
		EMSオンラインジム事業「SIXPAD HOME GYM」を開始
	2021	O2Oサロンプラットフォームサービス「B happy」開始

# MTG理念体系

一人ひかる 皆ひかる 何もかもひかる

One shines, We shine, All shines

## 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

Creation × Technology × Branding × Marketing

4つのファクターを融合し、革新的なブランドを開発

経営者意識を持ったリーダーを育成し、  
全社員が経営に参画する「全員経営」を実現

企業理念

事業ビジョン

MTGの強み

ブランド開発  
システム

経営管理の仕組み

グループ経営方式

# 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

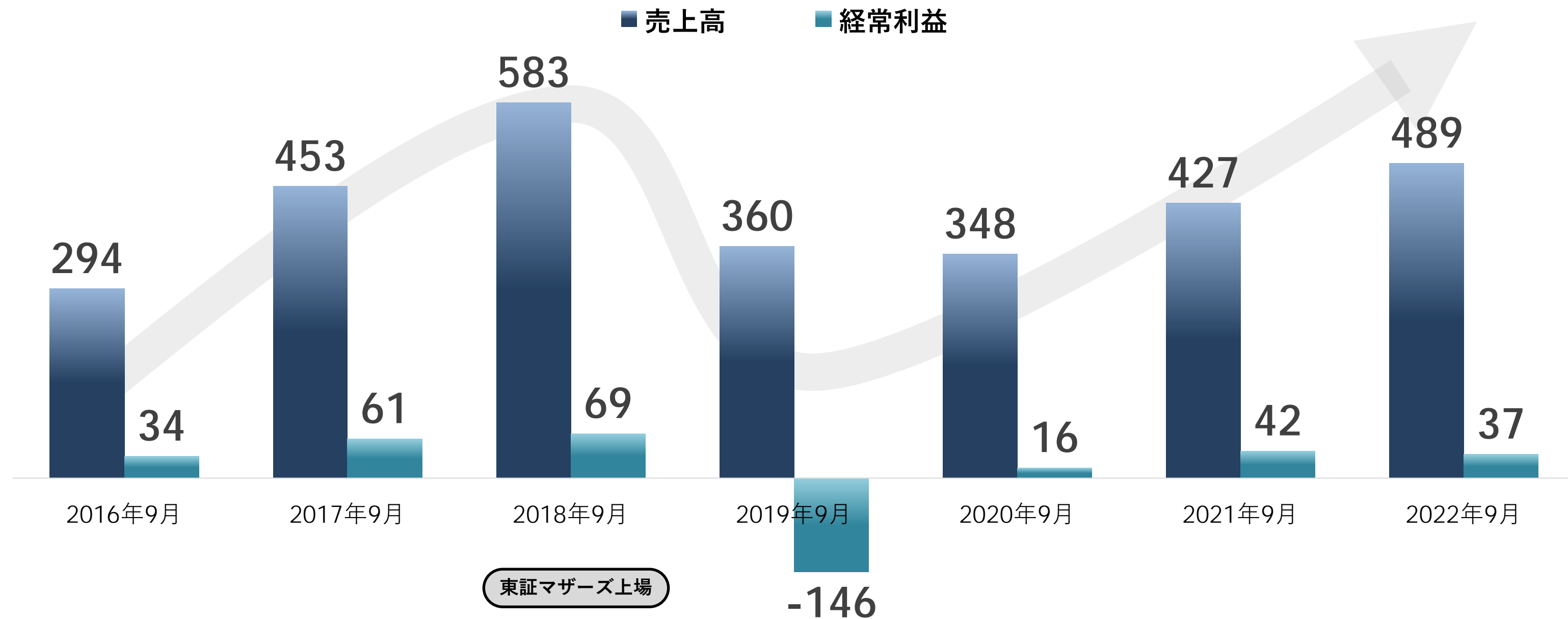


## グループ経営



# 業績推移

- ・ 2018年7月に東証マザーズ市場（現グロース市場）へ上場
- ・ 2020年9月期は、構造改革を実施、コロナ禍の中、全社経費の削減により黒字転換
- ・ 2022年9月期は、国内過去最高売上を達成、収益性も回復するが直近は円安による原価高騰により減益



単位：億円



# 事業領域

- ・事業ビジョン「VITAL LIFE」のもと、美容、健康、衛生の3つの分野でブランド・商品を展開

## BEAUTY (美容)

ReFa

ON&DO

 五島の椿



## HEALTH (健康)

  
SIXPAD

 NEWPEACE

 Style



## HYGIENE (衛生)

e-3X

 With Mask

DO KIREI



# ターゲット市場規模

- ・ 継続的に成長拡大する美容・健康市場へ新たな価値を提供する

## 【美容市場】 全世界46.5兆円※1

国内3.8兆円※1

スキンケア市場  
約2兆円※1

ヘアケア市場  
約6,500億円※1

中国6.2兆円※1

スキンケア市場  
4兆円※1

ヘアケア市場  
8,900億円※1

## 【健康市場】 国内10兆円※2

### ヘルスケア

足の衰えを  
感じている  
2600万人※3

ひざ痛に悩む  
3000万人※4

腰痛に悩む  
3000万人※5

### スポーツ・フィットネス

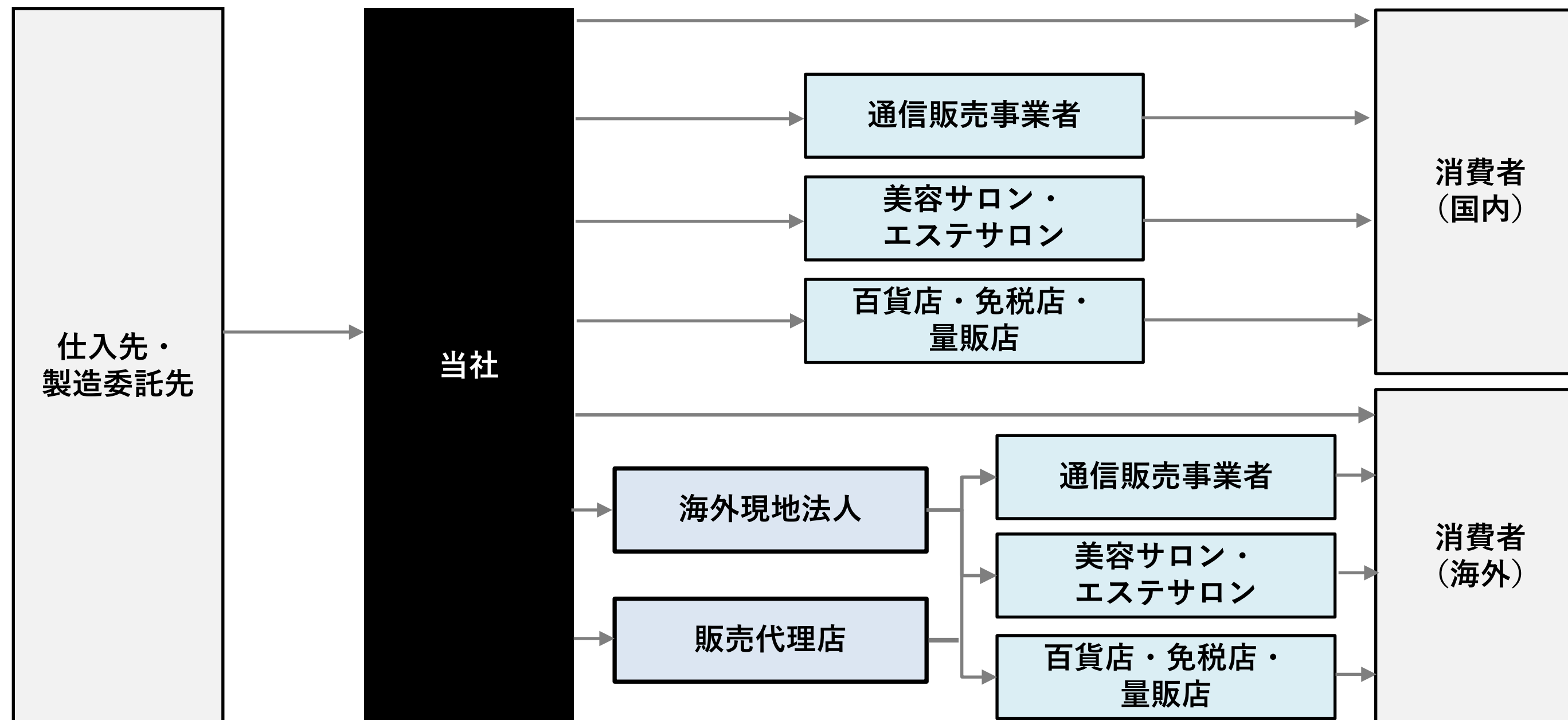
ランニング  
1000万人※6

ウォーキング  
3700万人※7

ガチトレ  
1600万人※8

# 主な商流（ビジネスモデル）

- ・ファブレス企業として自社開発・設計した商品の製造委託・仕入れを実施
- ・国内は商品をEC・通販、美容・エステサロン及び百貨店・免税店等の各チャネルを通じて、消費者へ販売
- ・海外は商品を現地法人または販売代理店を介し、EC・通販、美容・エステサロン及び百貨店・免税店等の各チャネルを通じて、消費者へ販売



# 競合環境（ポジショニング）

- ・美容・健康分野においてエビデンスをもとに高付加価値商品を展開するユニークなポジショニング
- ・当初は特定カテゴリからスタート、その後ブランド毎に幅広い商品ポートフォリオを構築  
また新たなビジネスモデル、MTG LIFEPLAN、B happyの導入により、購入層、購入チャネルを拡げ市場を拡大中

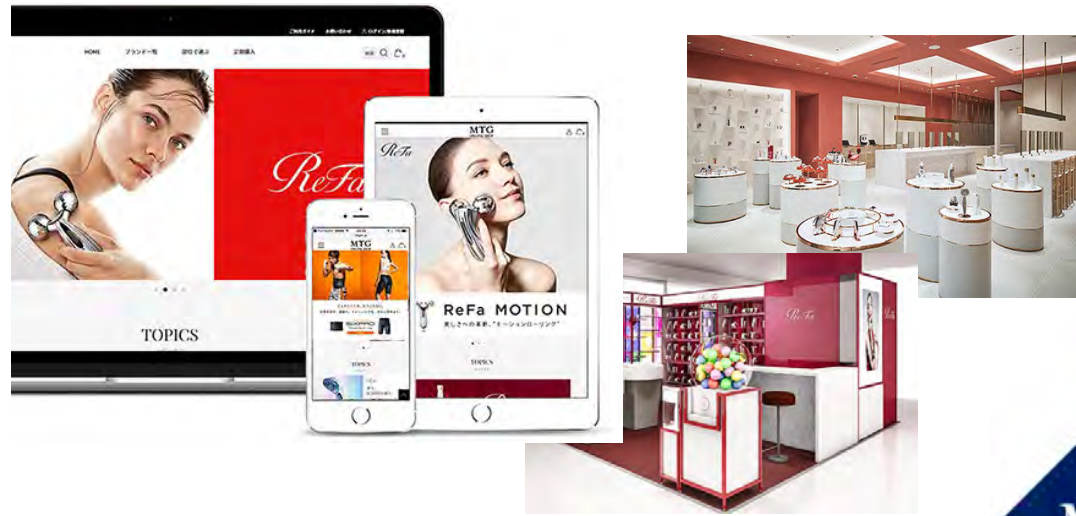


# 競合優位性（ブランド開発システム）

・ Creation, Technology, Branding, Marketing の4つのファクターを融合、革新的なブランドを開発

## 【Marketing】

3つの市場（オンライン、プロフェッショナル、ブランドストア）を中心に、BtoC、BtoB別に徹底的にマーケティングを行い、ブランドごとに異なる最適な販売戦略を立て、世の中に感動を届ける。



## 【Creation】

「美しいデザインであること」をプロダクトの根幹に、世の中にはないものを創造し、これまでになかった発想で、新事業から新文化まで創出。

- ・ アイデア
- ・ プロダクトデザイン
- ・ 新規事業
- ・ 新文化創出



## 【Branding】

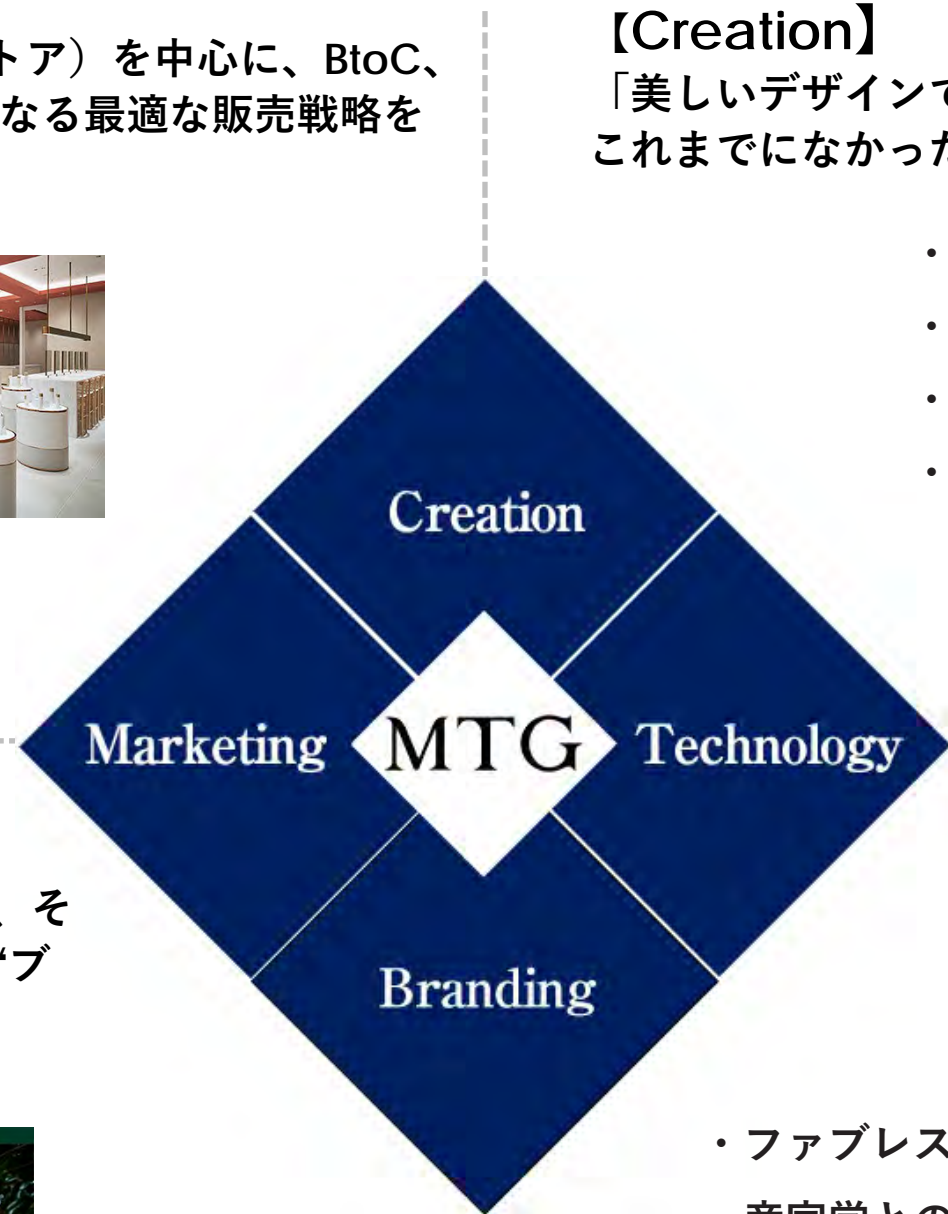
ブランドのフィロソフィ、ミッション、ストーリー、カラー、それらを独自の「世界観」として構築し、単なる商品を超えた“ブランド”として世の中に伝える。



## 【Technology】

「自社開発」「知的財産戦略」「エビデンス」「インキュベーション」に力を入れ、産官学と協力し、積極的にエビデンスをとり続け、研究を重ねたプロダクトを世の中に生み出す。

- ・ ファブレス（自社開発、設計、エビデンス）
- ・ 産官学との協業
- ・ 知的財産戦略
- ・ 学会発表
- ・ 有識者による顧問会



# 競合優位性（数字※1で見る研究開発）

---

- ・ 現在まで100億円を超える研究開発投資を行い、ブランド・商品開発を実施
- ・ 国内外との研究機関と連携し、エビデンスの取得、知的財産権を獲得

## 知的財産権 出願数

**3,146件**

（内、権利化2600件）

## 研究開発 投資金額

**117億円**

（16期～22期は人件費を除く）

## 評価レポート数※2

**411件**

（内、学術発表50件）

## 研究機関 提携数

**75機関**

（大学、病院、行政、測定機関）

※1 2022年9月末現在

※2 エビデンス取得の為の評価

# 競合優位性（多彩な販路）

- ・国内は、Eコマースを中心とするEC・通販事業、美容室・エステを介したB2B2C販売のプロフェッショナル事業、百貨店・免税店や量販店のリテール事業と様々なチャンネルで、それぞれの特性に合わせた販売を展開
- ・中国をはじめ海外へも現地法人や代理店を介しての販売を実施
- ・今後もより多くの消費者に体感、体験、購入頂ける体制を構築

## EC・通販

- ・ Eコマース
- ・ 通販
- ・ SNS
- ・ インフォーマーシャル

## プロフェッショナル市場

- ・ 美容室サロン
- ・ エステサロン
- ・ スポーツジム
- ・ ネイルサロン
- ・ ロードショー

## リテール

- ・ 百貨店
- ・ 量販店
- ・ ショッピングセンター
- ・ ドラッグストア
- ・ 免税店
- ・ GMS

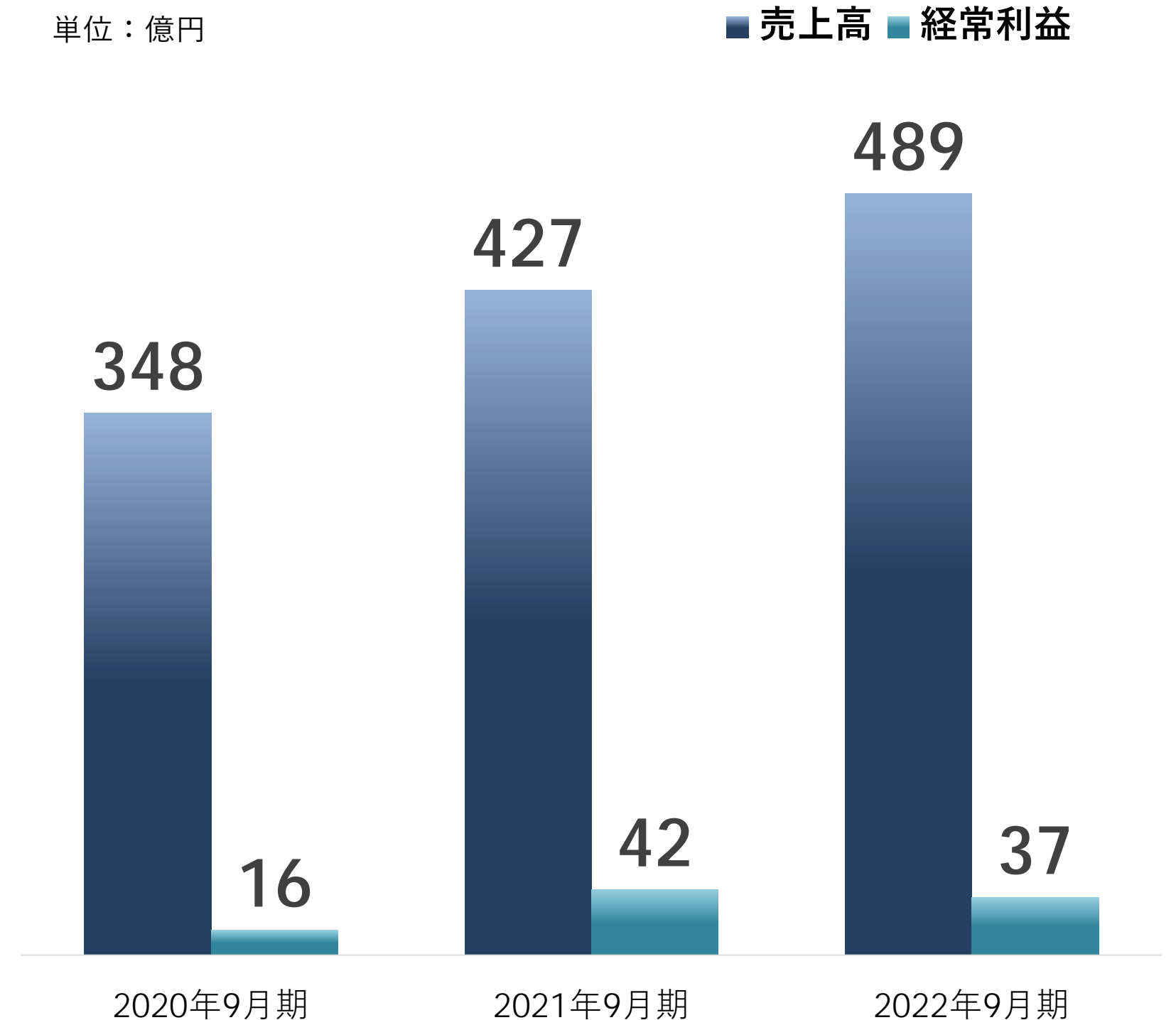
## グローバル / アジア 5拠点・欧米 3拠点

- ・ MTG上海
- ・ MTG深圳
- ・ MTGパシフィック
- ・ MTG KOREA
- ・ MTG台湾
- ・ MTG UK
- ・ MTG EUROPE
- ・ MTG USA

# 収益構造① 全社売上・利益

- ・ 2022年9月期は新商品がけん引し、国内売上過去最高。しかし急激な円安による原価高騰のため、減益
- ・ 今後も売上成長とともに、増収増益を目標に、成長戦略を構築

MTG連結 単位：億円	2021年9月期 通期	2022年9月期 通期	前年比
売上高 (売上構成比)	427.9 (100%)	489.8 (100%)	+14%
差引売上総利益 (売上構成比)	300.8 (70%)	314.3 (64%)	+4%
販管費 (売上構成比)	261.9 (61%)	281.9 (58%)	+8%
営業利益 (売上構成比)	38.8 (9%)	32.3 (7%)	△17%
経常利益 (売上構成比)	42.1 (10%)	37.2 (8%)	△12%
親会社株主に 帰属する 当期純利益 (売上構成比)	55.9 (13%)	26.8 (5%)	△52%





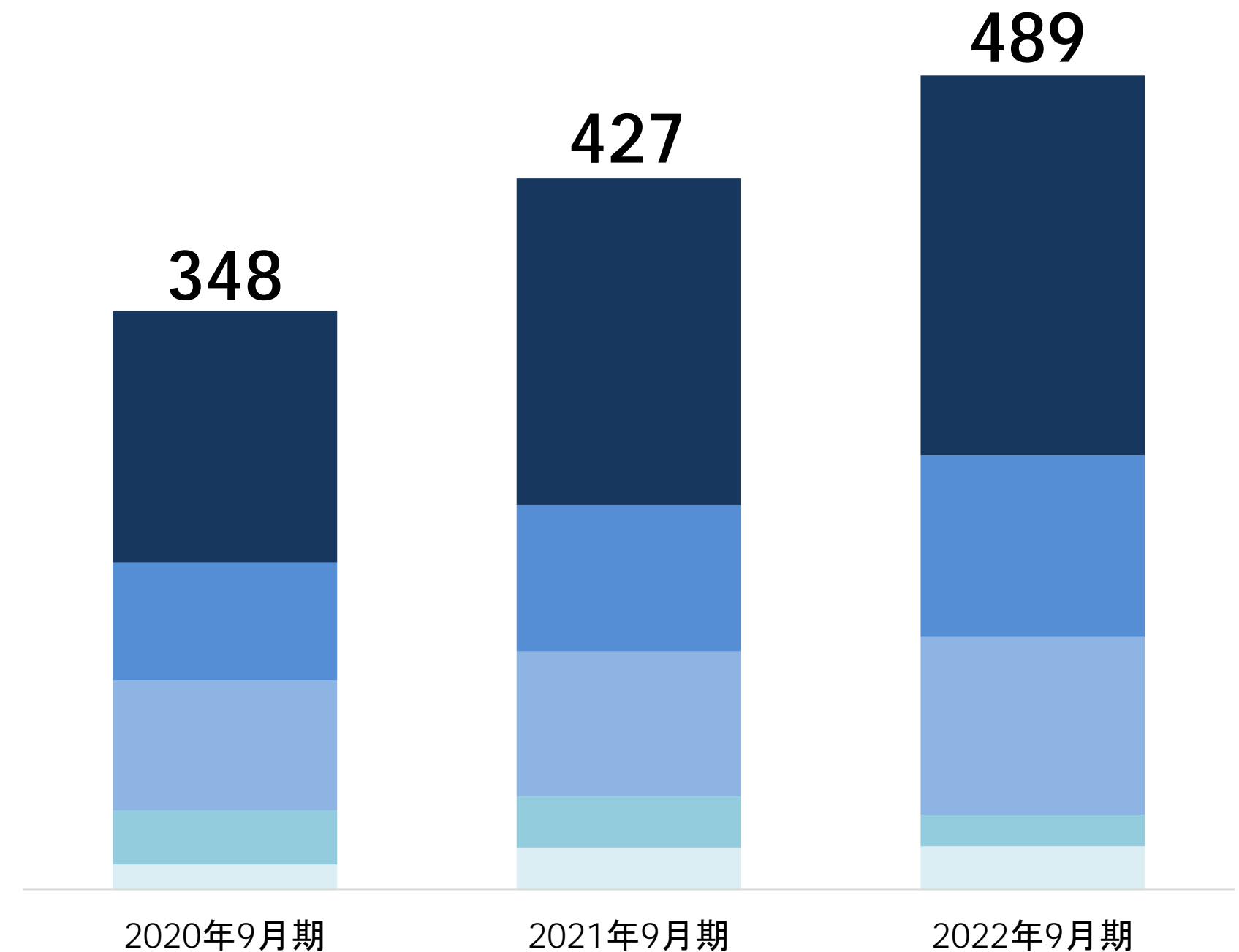
# 収益構造②セグメント別売上

- ・ダイレクトマーケティング、プロフェッショナル、リテールストアの国内事業は好調に推移、2桁成長
- ・グローバル事業は、中国におけるロックダウンの影響及び損益改善のためのマーケティング投資の抑制により減収

MTG連結 単位：億円	2021年9月期 通期	2022年9月期 通期	前年比
全体	427.9	<b>489.8</b>	+14%
ダイレクト マーケティング	196.4	<b>228.4</b>	+16%
プロフェッショナル	88.3	<b>109.4</b>	+24%
リテールストア	87.2	<b>107.0</b>	+23%
グローバル	30.7	<b>18.8</b>	△39%
その他*	25.2	<b>26.0</b>	+3%

単位：億円

- ダイレクトマーケティング
- プロフェッショナル
- リテールストア
- グローバル
- その他

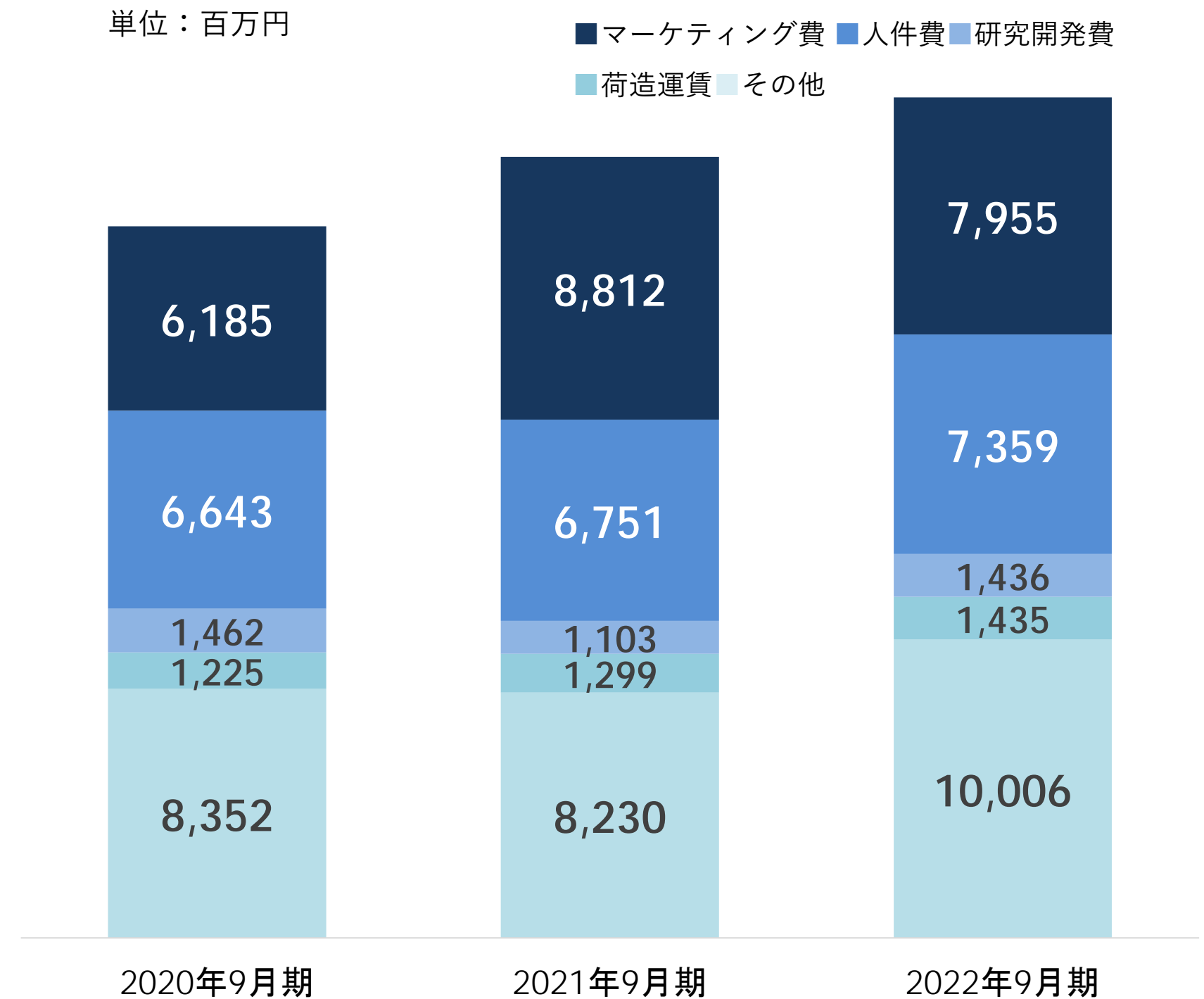


※ その他はスポーツジム、スマートリングとその他事業の合算

# 収益構造③ 販管費

- ・マーケティング費は投資効率を改善、一方で今後の成長に向けて新商品の研究開発投資と人的資本投資を実施

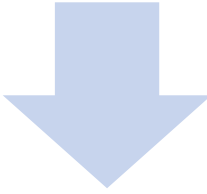
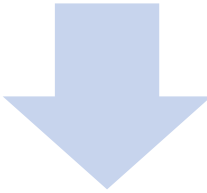
単位：百万円	2021年9月期 通期	2022年9月期 通期	前年差	前年比
販管費 合計	26,197	<b>28,193</b>	+1,996	+8%
マーケティング費	8,812	<b>7,955</b>	△856	△10%
人件費	6,751	<b>7,359</b>	+607	+9%
研究開発費	1,103	<b>1,436</b>	+333	+30%
荷造運賃	1,299	<b>1,435</b>	+136	+10%
その他	8,230	<b>10,006</b>	+1,776	+22%



# 収益構造③販管費（マーケティング費）

・積極的な新商品導入とともにマーケティング投資を効率化することで、2022年9月期マーケティング費用は減少

	2021年9月期	2022年9月期
マーケティング費	88億円	79億円
マーケティング費／全社売上高	20.6%	16.2%



# マーケティング投資の効率化 事例①「ReFa HAIRCARE」

- ・美容サロンへの信頼と口コミ効果で、高い認知度と売上100億円以上を達成

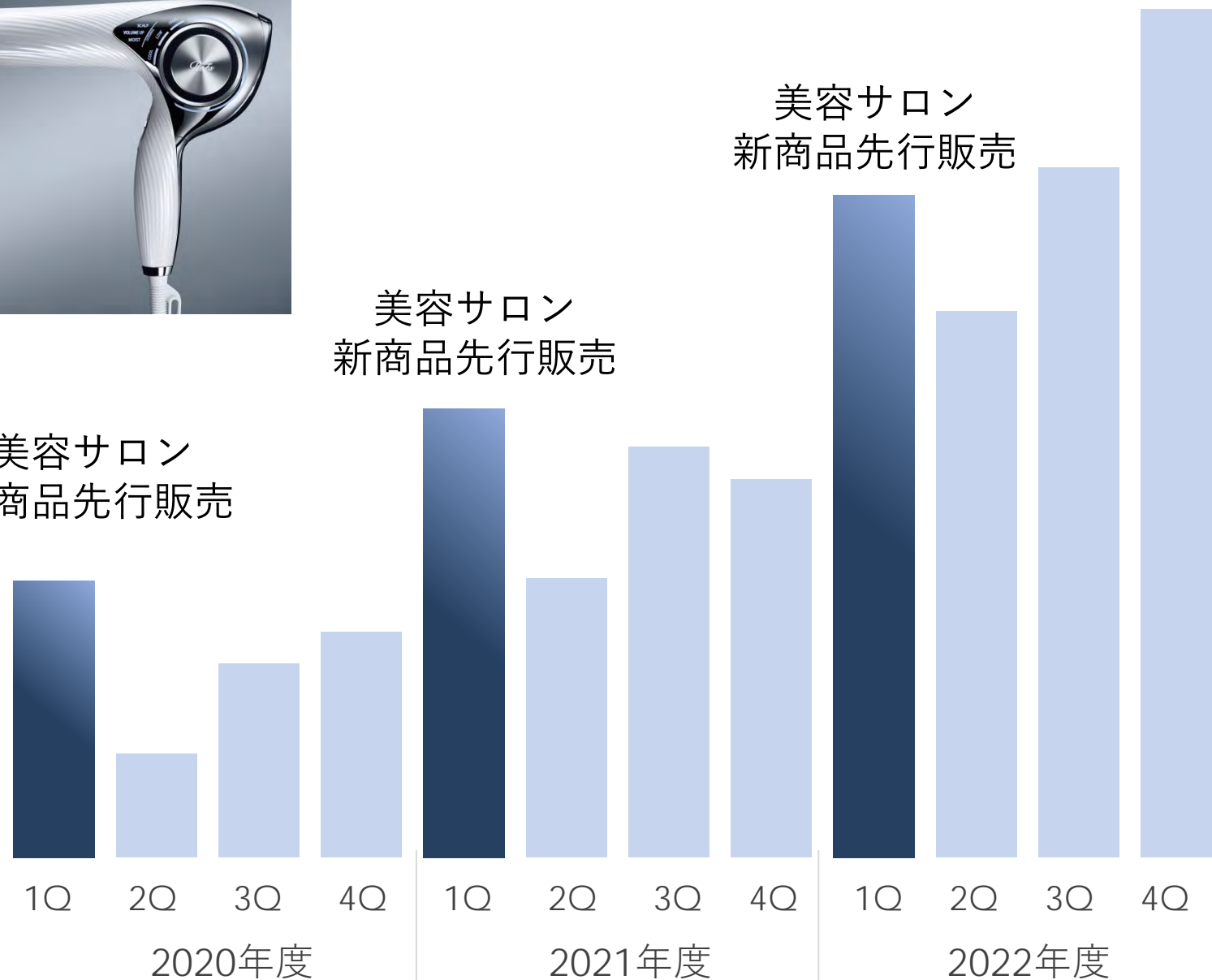
## ヘアケア商品売上推移



美容サロン  
新商品先行販売

美容サロン  
新商品先行販売

美容サロン  
新商品先行販売



美容サロンと相性のよいヘアケアの新商品を美容サロンの繁忙期である1Qに先行発売することで新商品を早期立ち上げ。

美容サロンは店舗での先行発売商品の売上を最大化するため、ヘアスタイリストが持つ顧客に向けSNSで発信・拡散。

口コミが醸成され認知度向上に貢献、ECを中心に拡大した販路における売上拡大に寄与し、ヘアケア売上全体を底上げ。

# マーケティング投資の効率化 事例② 「ReFa HEART BRUSH」

- ・ SNSマーケティング第1弾として実施、販売の垂直立上げを実現

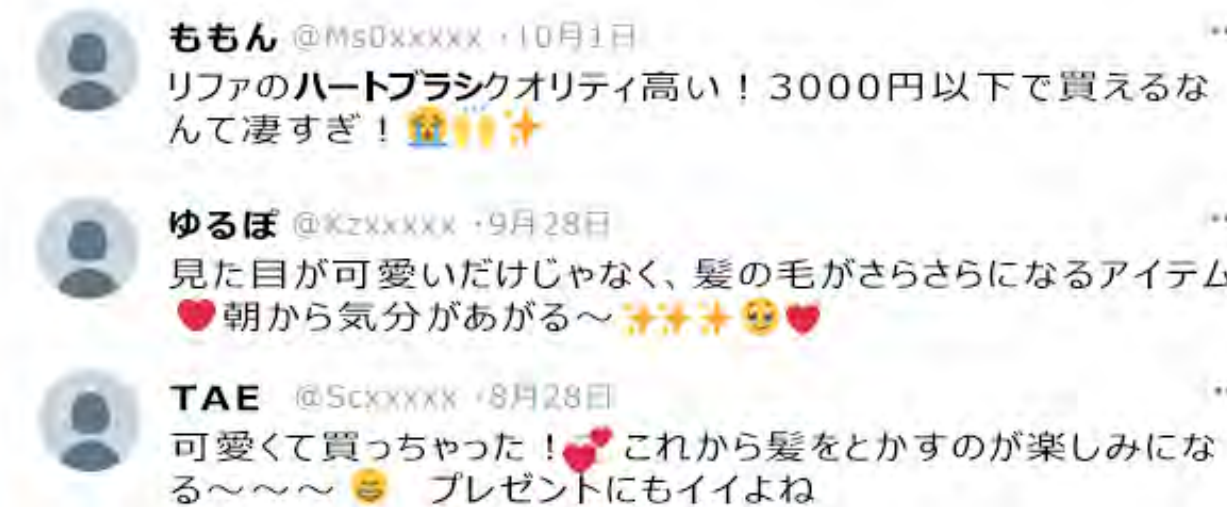
## ハートブラシ販売数推移

累計**20万台超**  
(2022年10月末現在)



販売当初より見た目と髪がつややかになるという機能性から話題になり、**口コミがSNSで急増**、百貨店などで品切れ続出。

更なる口コミ効果を狙い、新しい5色を早期に展開すると同時に、**ファンコミュニティ内での認知度アップキャンペーン**を実施する等、販売数が急増。



※イメージです

# 2

## 成長戦略

- 成長戦略
- ブランド開発システム
- 加盟店・会員の積み上げ

# 成長戦略（継続的な成長の仕組み）

## ブランド開発システム



## 加盟店・会員の積み上げ

B happy



# MTG

*ReFa*

  
SIXPAD

 NEWPEACE

 Style

**e-3X**

ON&DO

MEGLY

**MDNA**  
SKIN

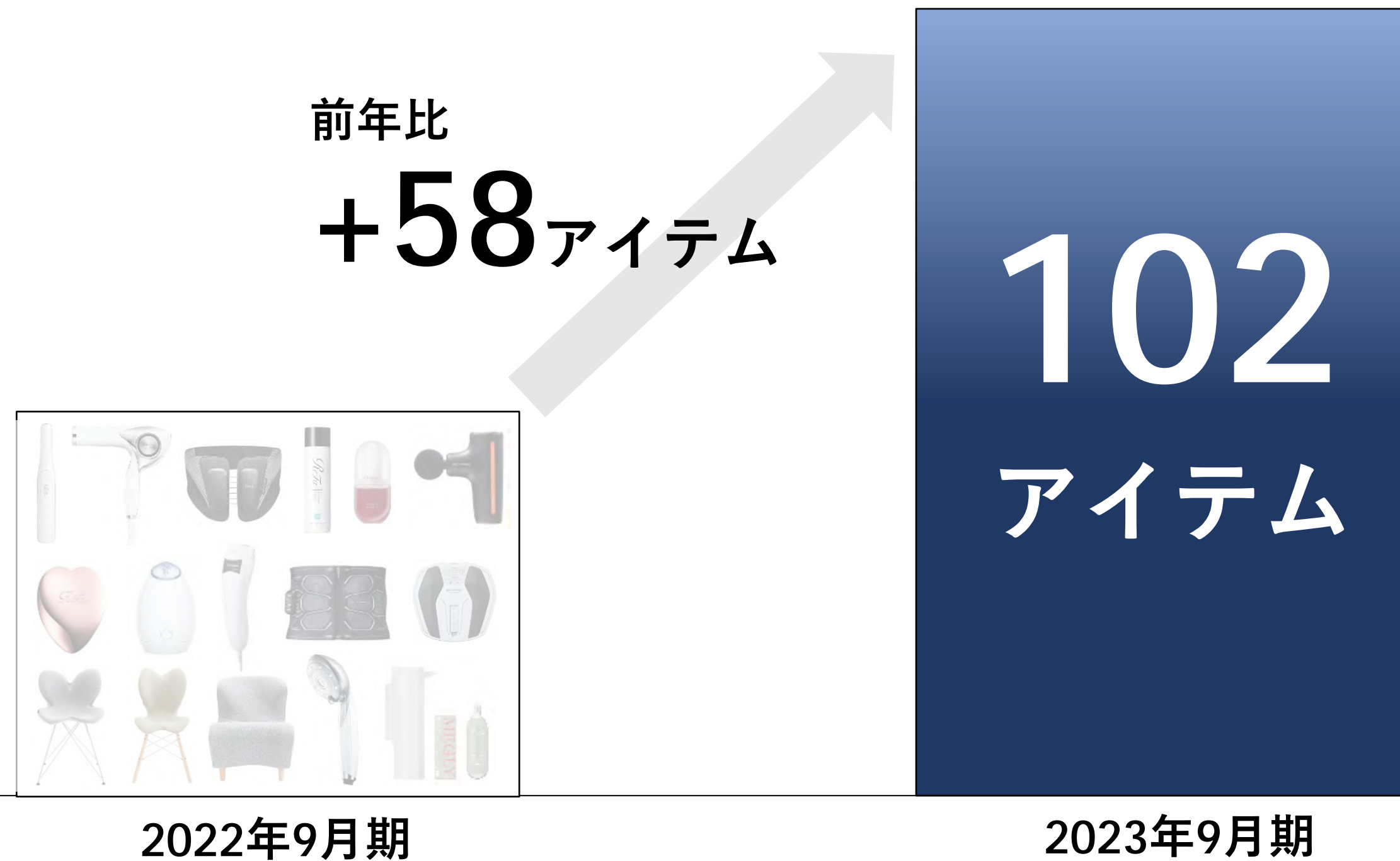
 五島の椿

  
Beauty Connection



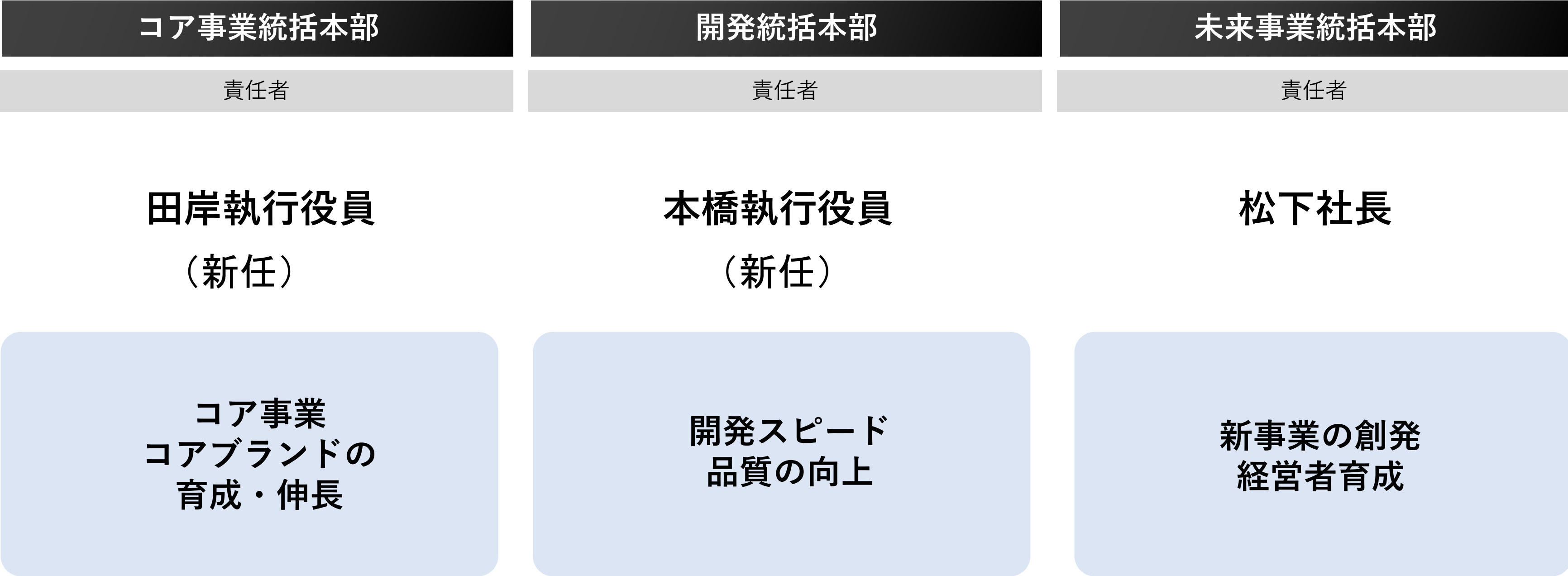
# 史上最多の新商品導入

- ・ 2022年9月期は60アイテムを目指すも3Qの一時的な減収を受け、一部新商品の導入を延期し44アイテムを導入
- ・ 2023年9月期は新商品開発を促進する新たな開発体制のもと、前期比2倍超の102アイテムの市場投入を目指す



# 新体制により商品開発力を強化

・ 3つの統括本部を設立し、役割を明確化



# 新たな目標として新商品売上比率を設定

- ・ 今後も新商品売上比率**50%以上**をKPIとして目指す

2022年9月期 実績

発売2年以内新商品売上の  
全社売上高における寄与率

**60%**

主な新商品



*ReFa*

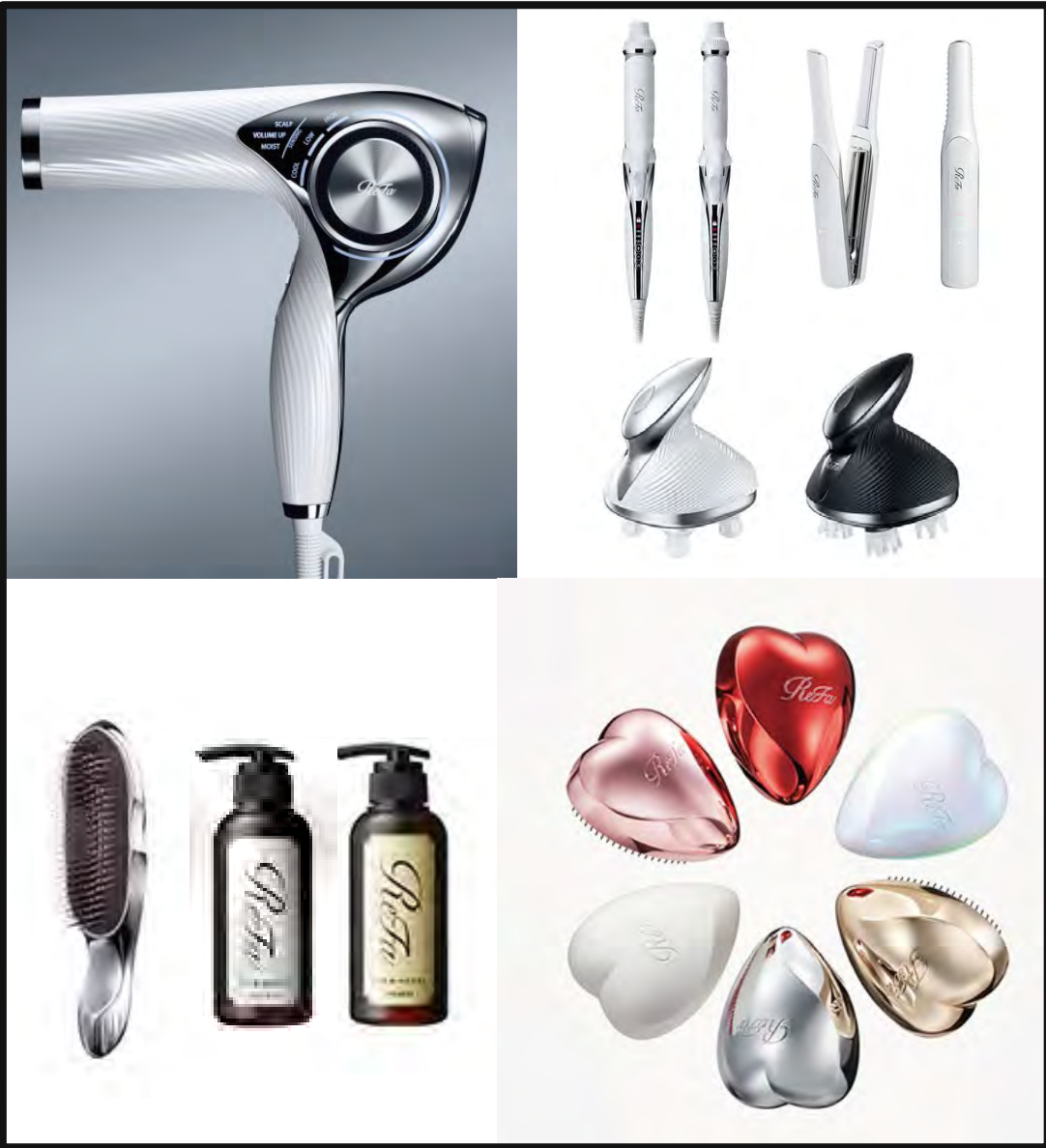
# ReFa成長戦略（カテゴリ戦略）



## FINE BUBBLE SHOWER



## HAIRCARE



## BEAUTY TECH/ROLLER



# ReFa 受賞歴



第1位受賞

## ReFaファインバブルS

楽天ウィークリーランキング シャワーヘッド部門（集計日2022/9/12~9/18）更新日：2022/9/21

第1位受賞

## ReFaビューテック カールアイロン

楽天デイリーランキング カールアイロン部門（集計日2022/9/25）更新日：2022/9/26

第1位受賞

## ReFaハートブラシ

楽天ウィークリーランキング ヘアケア・スタイリング部門（集計日2022/9/19~9/25）更新日：2022/9/28

第1位受賞

## ReFaビューテック ドライヤー PRO

楽天デイリーランキング 家電部門（集計日2022/3/29）更新日：2022/3/30

第1位受賞

## ReFaビューテック フィンガーアイロン

楽天デイリーランキング 家電部門（集計日2022/3/28）更新日：2022/3/29

第1位受賞

## ReFaビューテック EPI

楽天デイリーランキング 家電部門（集計日2022/4/8）更新日：2022/4/9

ベストバイ

## ReFaファインバブルS

最強のベストヒット2022 / BEST BUY シャワーヘッド（MONOQLO8月号：晋遊舎）発売日：2022/6/17

第1位受賞

## ReFaビューテック カールアイロン26

【2022年8月】コテ・カールアイロンのおすすめ人気ランキング15選【徹底比較】（mybest：mybest）発売日：2022/8/31

第1位受賞

## ReFaハートブラシ

2022年上半期ベストコスメ / 百貨店・セミセルフ編 美容機器・ツール 新製品（WWD JAPAN 6/27号）発売日：2022/6/27

第1位受賞

## ReFaビューテック ドライヤー

2022 ヘアサロン版ヘアサロン版ベストコスメ / 美容機器部門（WWD BEAUTY 8/29号）発売日：2022/8/29

@cosmeベストコスメアワード / ベスト美容家電（@cosme：アイスタイル）発売日：2021/12/9

第1位受賞

## ReFaビューテック ストレートアイロン

2022最新 美髪家電ベストランキング / ストレートアイロン（LDK the Beauty9月号：晋遊舎）発売日：2022/7/22 その他多数



# FINE BUBBLE SHOWER



## 販売状況

ファインバブルシャワーシリーズ累計100万本を突破  
発売わずか2年、2022年9月期の売上100億円超えを達成

## 戦略商品

ファインバブルSとファインバブルピュアの更なる拡販を行い、  
成長する市場においてトップシェア獲得を目指す



### ReFa FINE BUBBLE PURE 【NEW】

浄化された水と泡で美しさに磨きがかかる  
ファインバブルシャワー初となる浄水機能搭載。

価格 : 本体30,000円 (税込)  
カートリッジ別売り2,500円 (税込)



### ReFa FINE BUBBLE S

浴びるだけで肌を美しくするシャワーヘッド。2つ  
の泡を驚異的に発生させる独自のテクノロジー

価格 : 30,000円 (税込)

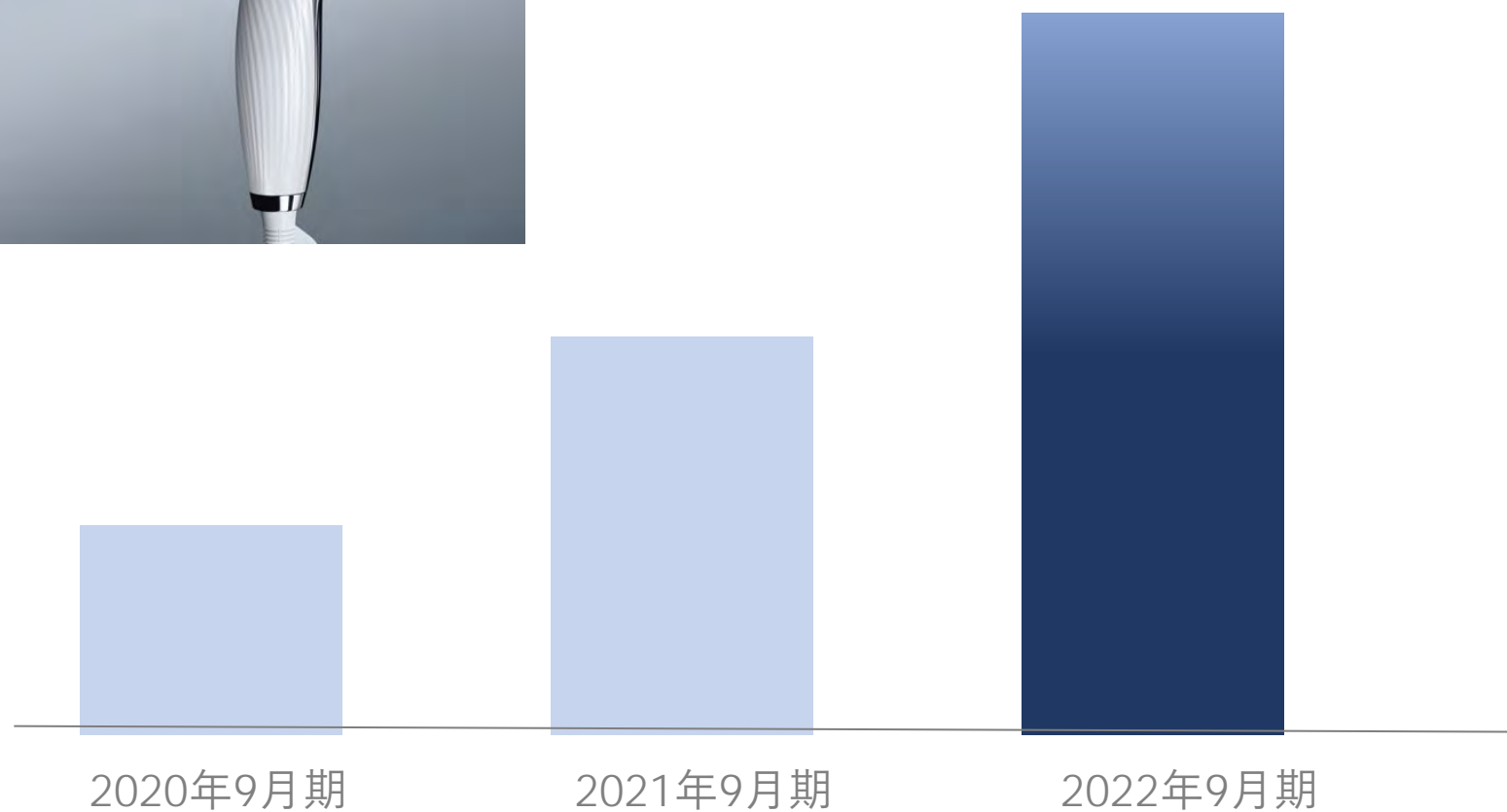


## 販売状況

美容サロンやヘアケアに特化した百貨店カウンターにてヘアドライヤー・アイロンを中心に好調に推移、発売わずか3年2022年9月期の売上**100億円超え**を達成



売上  
**100億円超**



## 戦略商品

世界的モーターメーカーとトップサロンとの共同開発で実現した新商品 **軽量コンパクトドライヤー**の拡販を行い、ヘアケアカテゴリの更なる成長を目指す

### ReFa BEAUTECH DRYER SMART 【NEW】

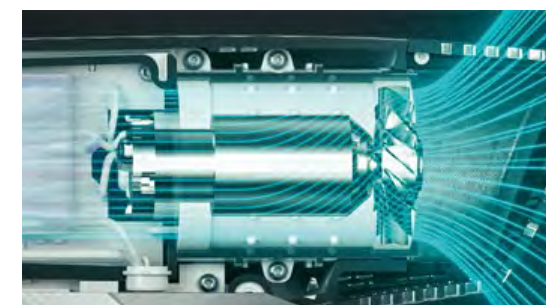


サロンクオリティの仕上がり<sup>\*</sup>と速乾性<sup>\*</sup>  
コンパクトなデザインと使いやすさを追求した新モデル

カラー：ホワイト/ブラック  
価格：¥38,000 (税込)  
発売日：2022年11月



HPDモーター



センシングプログラム



高速高圧エアロシステム



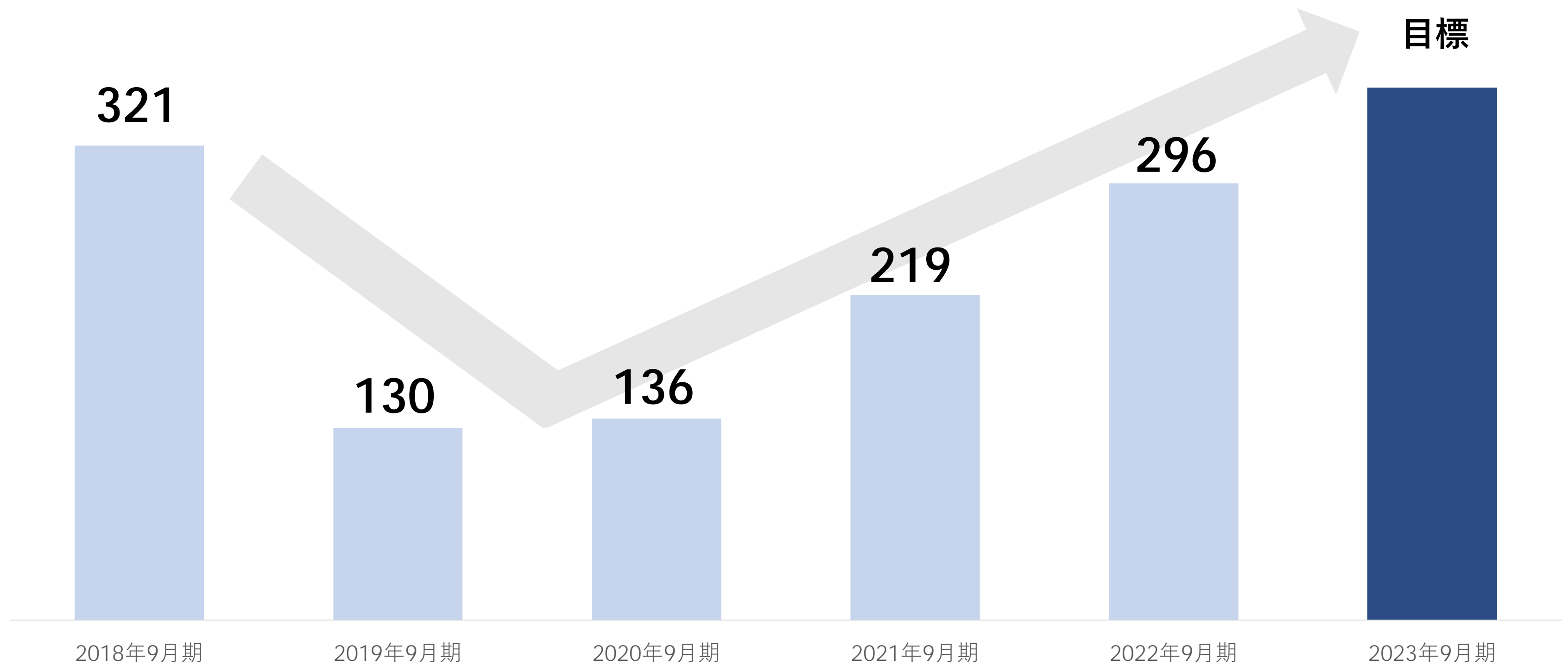
※ 当社従来品2021年発売 ReFa BEAUTECH DRYER PROとの比較



# 成長イメージ



- ・今期ReFa売上、過去最高を目指す





# SIXPAD成長戦略（カテゴリ戦略）



HOME GYM



Powersuit



Health Care/Medical



Training Recovery



第1位受賞

## SIXPAD Powersuit Core Belt

楽天デイリーランキング ダイエット器具部門（集計日2022/5/26）更新日：2022/5/27



第1位受賞

## SIXPAD Powersuit Abs

楽天デイリーランキング ダイエット器具部門（集計日2022/9/29）更新日：2022/9/30



第1位受賞

## SIXPAD Foot Fit Lite

楽天デイリーランキング ダイエット器具部門（集計日2022/9/15）更新日：2022/9/16



第1位受賞

## SIXPAD Power Gun

MAQUIAベストコスメ 2022上半期「ビューティギア部門」1位を受賞



## 市場環境

【フィットネス】

国内3943億円※1

フィットネスジム会員数  
約400万人※2

## 戦略商品

ジェルシート不要のPowersuitで短時間・高効率を実現する「ハイブリッドトレーニング」が受けられる先進のEMSオンラインジム。

TRAINING

EMS

HYBRID TRAINING



• THE Bike



• Powersuit



• Application

※1 FITNESS MARKET 出典元：月間NEXT「世界のフィットネス業界国別ランキングTOP10（2019IHRSAグローバルレポートより）」

※2 「日・米・英の民間フィットネスクラブ市場規模データ（2016年～2021年）」 <https://business.fitnessclub.jp/articles/-/28>

## 市場環境



## 戦略商品

家庭用初の腹直筋・腹斜筋だけでなく、背筋※4まで鍛えられるCore Beltを中心に、認知向上、売上拡大を目指す



### SIXPAD Powersuit Core Belt

家庭用初※5、お腹周りとお腹周りと背筋を同時に鍛えられる  
 価格 : 52,800円 (税込)  
 発売日 : 2022年4月



### SIXPAD Powersuit Abs

ジェルシートなしでEMSトレーニングができるSIXPAD Powersuitシリーズの腹筋用  
 価格 : 41,800円 (税込)  
 発売日 : 2021年6月



# EMSシリーズで 300万台突破

引用元: 笹川スポーツ財団 ※1[https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports\\_life/data/jogging\\_running.html](https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports_life/data/jogging_running.html)

※2[https://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](https://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)

※3[https://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](https://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) ※4 下部のみ ※5 SIXPAD取扱い商品、サービスにおいて

ターゲット層	市場環境	戦略商品
<p>足の筋肉の衰えを感じている</p>	<p>60-80代 / 男女 約 <b>2,600</b>万人※1</p>	<div data-bbox="2259 474 3068 564" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <b>SIXPAD Foot Fit 2</b> </div> <p>機能を充実させ、操作性も向上したモデル            価格 : 43,780円 (税込)            発売日 : 2021年4月</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">  <div style="text-align: center;">  <p>※2018年10月～2021年2月 SIXPAD Foot Fitシリーズ累計出荷台数</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Foot Fitシリーズは シリーズ累計<b>50</b>万台突破</p> </div> </div>
<p>「<sup>つう</sup>ひざ痛」に悩む</p>	<p>40-80代 / 男女 約 <b>3,000</b>万人※2</p>	<div data-bbox="2259 1140 3068 1230" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <b>【NEW】SIXPAD Knee Fit</b> </div> <p>独自の布製電極「エレダイン」を採用            座ったままひざにつながる太もも（大腿四頭筋 だいたいしとうきん）の筋肉を鍛えることができる            サポーター形状のEMSトレーニング機器            価格 : 38,800円 (税込)            発売日 : 2022年10月</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">  <div style="text-align: center;">  </div> </div>

※1 ロコモティブシンドローム予防啓発公式サイトより <https://locomo-joa.jp/ga/q0000591.html> 比率に政府統計 (<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200524&tstat=000000090001&cycle=7&year=20190&month=0&tclass1=000001011679&tclass2val=0>) の世代人口を掛けあわせ算出

※2 健康長寿ネットより <https://www.tyojyu.or.jp/net/byouki/henkeiseikansetsushou/about.html>

※ 2018年10月～2021年2月SIXPAD Foot Fitシリーズ実績

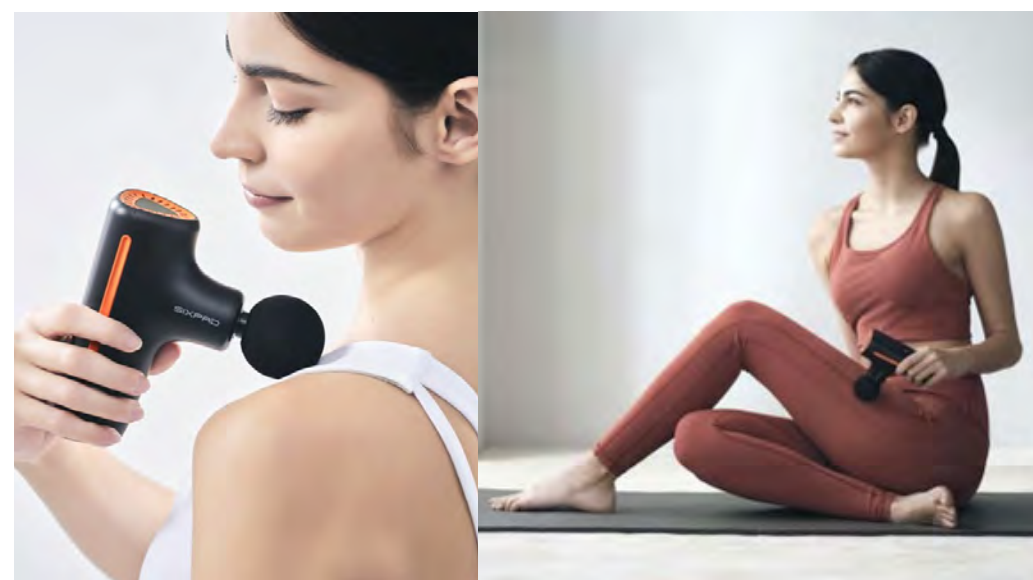
# Training Recovery



・身体をケアしコンディションを整えるトレーニングリカバリーのカテゴリ拡充へ

## SIXPAD Power Gun

パワフルな振動とピンポイントの刺激で、本格的な全身ケアを実現。



商品名 : SIXPAD Power Gun  
価格 : 19,800円 (税込)  
発売日 : 2022年1月

B happy

## 【NEW】SIXPAD Power Gun Pocket



わずか約195gの手のひらサイズとなって6色で登場。

商品名 : SIXPAD Power Gun Pocket (シックスパッドパワーガンポケット)  
価格 : 13,750円 (税込)  
発売日 : 2022年12月

## 【NEW】SIXPAD Recovery Wear

着ることで、疲労を回復。初の一般医療機器のリカバリーウェア



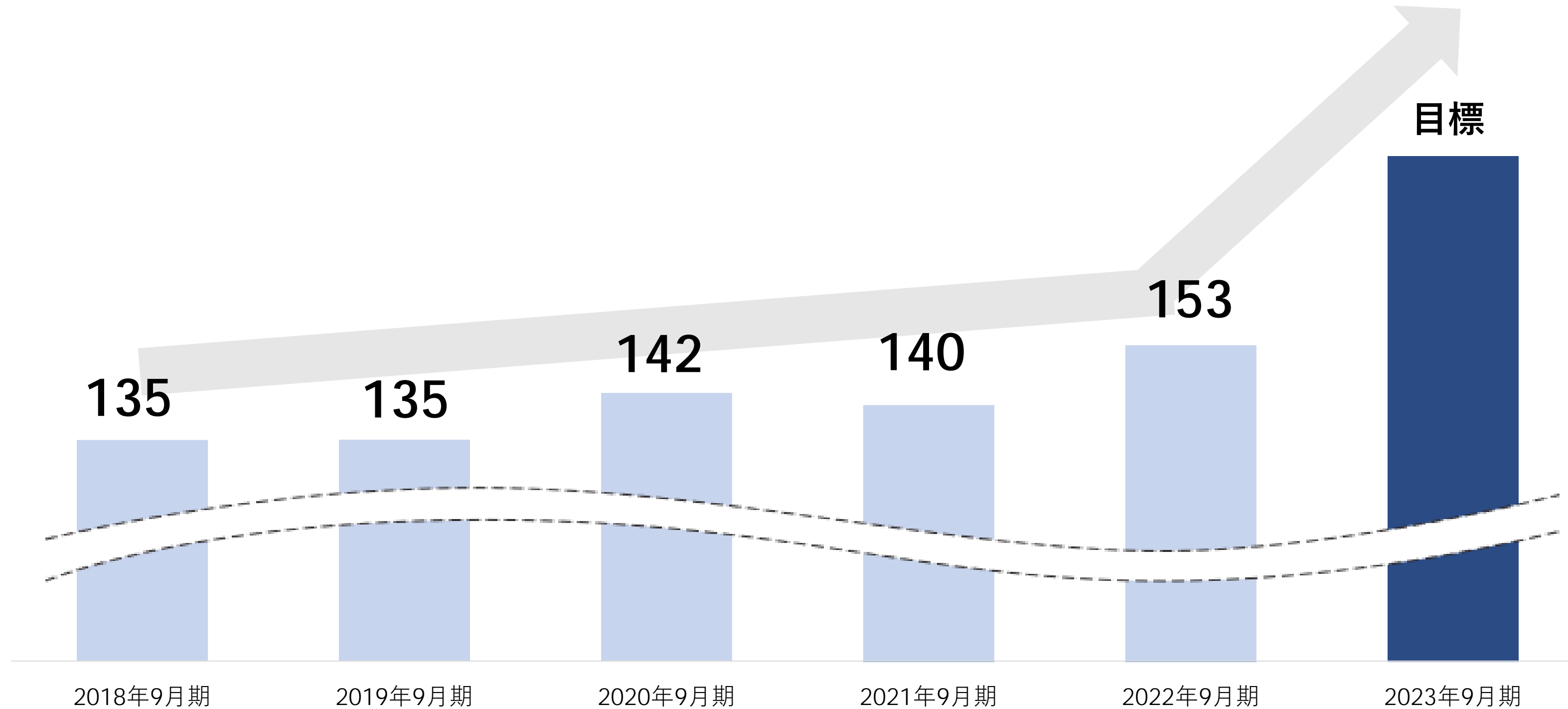
商品名 : SIXPAD Recovery Wear パーカー、SIXPAD Recovery Wear クルーネック、SIXPAD Recovery Wear ジョガーパンツ  
価格 : 13,200円 (税込)、12,100円 (税込)、12,100円 (税込)  
発売日 : 2022年11月



# 成長イメージ



- ・今期SIXPAD売上、過去最高を目指す



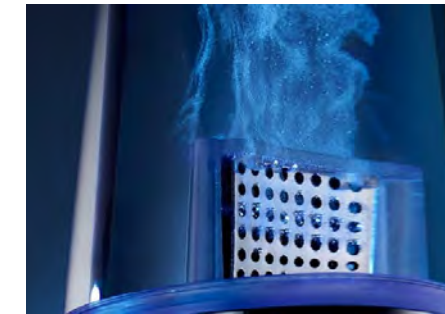
**e-3X**

- ・市場ニーズの劇的な変化にファブレスならではの柔軟性で対応
- ・長年培ってきたブランド開発力と多くの研究機関の知見を結集し、コロナ禍で必要とされる新商品を開発



- ・コロナ禍における健康・衛生関連商品へのニーズの高まりに迅速に呼応し、緊急事態宣言後翌月には、e-3Xの取り扱いを開始。
- ・コモディティ商品の販売開始に伴い、新たな販路を開拓（ペットショップ・サロン・ギフト・量販店・BtoB）。

e-3X



・原料が“水道水”という画期的な除菌水を研究機関と共同開発（EOCIS技術）。

・第一弾商品「e-3x」を発売  
発売半年で10万台突破。

### e-3X plus (イースリーエックスプラス) 【NEW】

お客様の声を反映し、リピート生成機能※とアクティブランプ機能アップデート。

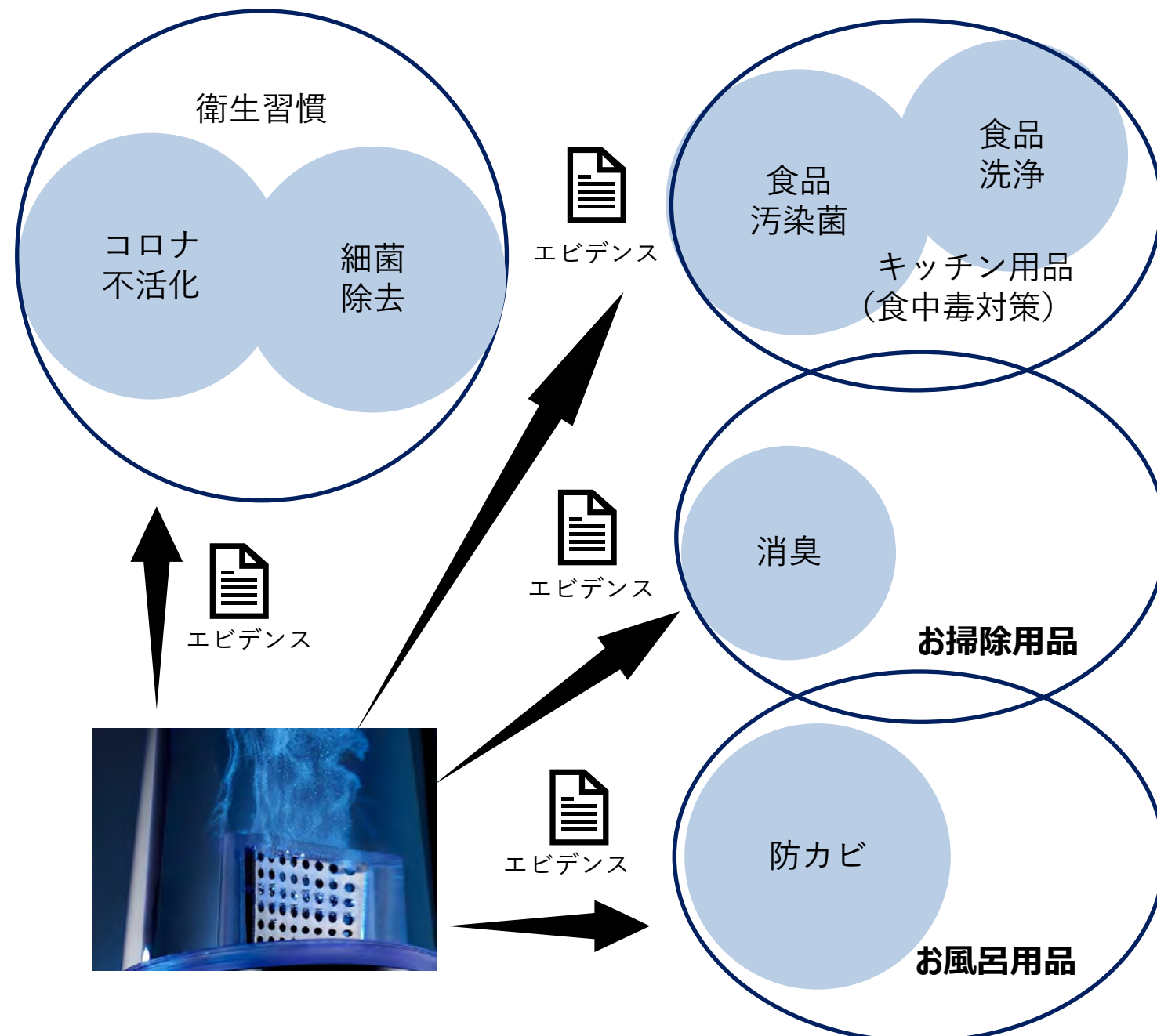
価格 : 18,480円 (税込) 2022/9/27発売

※5分モード1回のみリピート生成



# e-3X 成長戦略

- ・ コロナ禍で新たに立ち上げた衛生事業ブランドで、水道水を除菌水に変換するEOCIS（イオシス）技術を搭載した“高機能除菌水”生成器を開発
- ・ 水の可能性を追求し、除菌・抗ウイルス・消臭・防カビ・抗アレルギー(花粉・ダニ)など幅広いエビデンスを取得。大学研究機関と共に野菜の洗浄など新たな研究結果を発表。新市場への足掛かりを構築



2020年9月	除菌液製造器に搭載した独自開発の「EOCIS（イオシス）」技術により水道水から生成した除菌液の新型コロナウイルス不活化実証
2021年3月	EOCIS（イオシス）技術を搭載した除菌液製造機「e-3X(イースリーエックス)」の累計販売台数10万台を突破
2021年7月	独自コアテクノロジー「EOCIS(イオシス)」99%以上の除菌効果に加え、消臭と防カビ効果を実現ニオイ対策、掃除にもEOCISを活用
2021年11月	EOCIS（イオシス）技術搭載の電解水生成装置による研究成果を日本機能水学会第19回学術大会にて発表
2021年12月	EOCIS技術で生成された電解水が中国政府が定める中国国家基準に合格し、正式に消毒機器として登録された。
2022年4月	EOCIS技術で生成された電解水が花粉・ダニアレルゲンの低減効果を確認
2022年10月	EOCIS(イオシス)技術搭載の電解水生成装置による研究成果（野菜洗浄における除菌効果）を日本機能水学会第20回学術大会にて発表

**B happy**



- 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

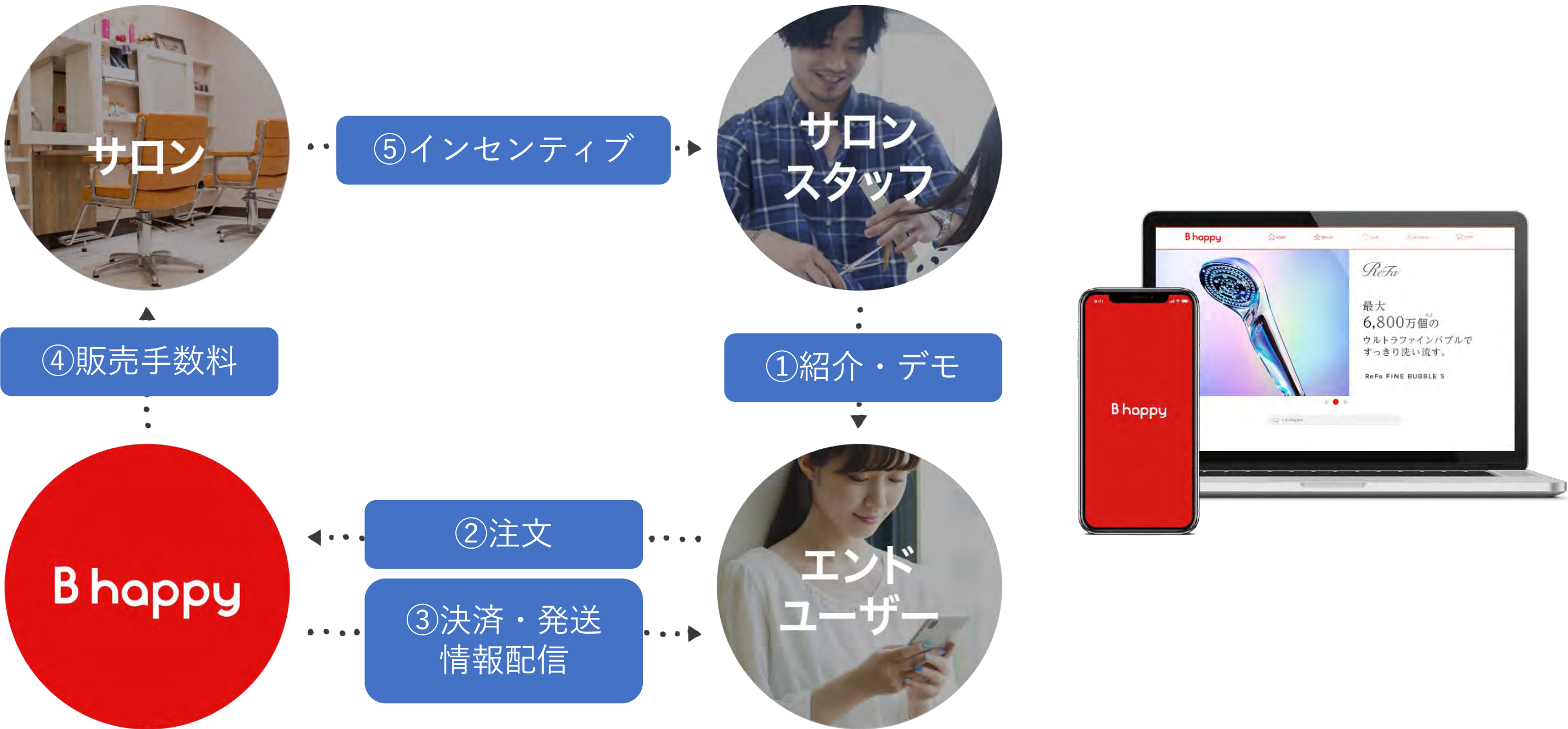


整骨・鍼灸マッサージ (2018年)  
売上: 9,440億円※3  
14万店舗

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](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](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](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2627)、インターネット・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](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](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)



- ・ B happy加盟店数は前期目標5,000店舗に対して、9月30日現在 7,042店舗と順調に増加
- ・ 2030年度 目標10万店に向けて、今年度は加盟店数を11,000店を目指し、1店舗あたり売上増加に注力

2023年9月末  
B happy加盟店数 目標  
**11,000**店舗





- 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



# 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  
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



破損 落下 水濡れ

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)



- ・ 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利用率

MTG LIFEPLAN全対象商品においてMTG ONLINESHOP経由購入者のMTG LIFEPLAN利用割合

2022年9月末  
利用率 **39%** → **利用率 35%**  
(目標)



## MTG LIFEPLAN対応商品の拡大

新商品展開に伴いMTG LIFEPLAN対応商品を新たに追加

2022年9月末  
**36**アイテム →

**45** アイテム  
累積 (目標)



- ・パブリシティの獲得や、量販店・ECモールへ販売チャネルの拡大を行い、決済デバイスとしての認知度向上を図る。



全国の店舗・飲食店、タクシーなどVisaタッチ対応店  
(除く公共交通) で非接触&キャッシュレス支払いが可能に。

販売価格：ブラック、ホワイト 19,800 円 (税込)  
シルバー 21,450 円 (税込)

- ・2021年5月：予約販売3000個を即日完売
- ・2022年3月：指輪をかざすだけで“ドアの解錠”も可能になる  
新機能を追加
- ・2022年8月：手軽に始めやすい「定額プラン」開始
- ・2022年10月：シルバーリング発売開始



※株式会社ビットキーのスマートロック「bitlock MINI」「bitreader+」に対応

# 3

## 業績見通し・リスク

- ・業績見通し
- ・リスク

# 2023年9月期 業績見通し

新商品効果により、売上2桁成長を継続する一方で、円安進行の影響により原材料価格が引き続き高騰することを想定し、増収減益を予想

単位：億円	2022年9月期 通期実績	2023年9月期	
		通期予想	前年比
売上	489	<b>550</b>	<b>+12%</b>
営業利益	32	<b>20</b>	<b>△38%</b>
経常利益	37	<b>20</b>	<b>△46%</b>
親会社株主に 帰属する 当期純利益	26	<b>14</b>	<b>△48%</b>

※2023年9月期想定レート（1ドル145円）

# 重点投資領域（2023年9月度）

---

1

## 新商品の研究開発・マーケティング投資

新商品増加に伴う技術・金型開発費、体制強化による人員増強とともに、新商品導入による一時的な製作費、売上成長に連動した広告費の増加

---

2

## 企業成長をけん引する人材投資

研究開発、店舗販売人員やデジタル人材を中心とした人材の採用を積極的に実施

---

3

## システム・インフラ増強に伴うDX投資

事業運営の更なる効率化及びセキュリティ強化に向けた投資を実施

---

# リスク

項目	主要なリスク	顕在化の可能性 ／時期	顕在化した 場合の影響度	リスク対応策
消費者ニーズへの適合	消費者ニーズに適合しなかった場合、売上及び利益に大きな影響をもたらし、財政状況及び経営成績等に悪影響を及ぼす可能性あり。	低／中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>魅力的な新規ブランド・商品の開発や育成及び既存ブランド・商品の強化を実施する。</li> <li>消費者ニーズにこたえられなくなった既存ブランド及び商品の撤廃を行う。</li> </ul>
特定のブランド及び商品への依存リスク	売上の大部分をReFa及びSIXPADが占める中で、ブランドや商品の柱を増やす活動が成果を得られなかった場合、財政状況及び経営成績等に悪影響を及ぼす可能性あり。	低／中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランド及び商品の柱を増やし、特定のブランド及び商品への依存の低減を図る。</li> </ul>
海外販売に関するリスク	予測しえない現地の経済情勢の変化、日本との政治的な関係性の悪化、海外子会社の内部管理体制の不備等が新たに発生した場合、財政状況及び経営成績等に悪影響を及ぼす可能性あり。	低／中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外子会社の内部管理体制及び本社側での情報収集体制を強化を行う。</li> </ul>
広告宣伝に関するリスク	スポーツ選手や芸能人を活用した商品プロモーションでブランドイメージの維持及び向上に努めるが、大きな割合の広告宣伝費で効果が発現しなかった場合、契約更新ができなかった場合、相手のレピュテーションが低下した場合等、財政状態及び経営成績等に悪影響を及ぼす可能性あり。	低／中長期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>ストックビジネスによる安定した収益基盤の獲得とブランド・商品の研究開発の強化による継続した企業成長を実現する。</li> </ul>
競争の激化に関するリスク (ブランドイメージ棄損)	予測しえない競争他社の動向により、財政状況及び経営成績等に悪影響を及ぼす可能性あり。	低／中長期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規ブランド・商品の開発と同時に、知的財産権確保に積極的に投資し、競争他社に類似品の展開させないことでブランド価値の確立を図る。</li> </ul>



当該資料の進捗状況を含む最新の内容については、2023年12月に開示することを予定しております。  
また、経営指標の進捗状況については、四半期決算発表における補足説明資料（当社ホームページに掲載）において開示することを予定しております。

# 4

## 参考資料

- 経営指標推移
- 販売費及び一般管理費
- セグメント売上
- セグメント利益
- セグメント概要
- 貸借対照表
- キャッシュフロー

# 経営指標推移 (連結) (前年度まで3か年の実績)

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	3Q	4Q	通期
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%)	11,957 (+3%)	14,278 (+29%)	48,984 (+14%)
差引売上 総利益	6,240 (+0%)	3,727 (+1%)	6,823 (+37%)	8,297 (+626%)	25,089 (+56%)	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%)
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%)	7,832 (+16%)	7,877 (+8%)	28,193 (+8%)
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%)	△361 (-)	1,294 (+504%)	3,238 (△17%)
経常利益	44 (-)	△1,896 (-)	1,226 (-)	2,298 (-)	1,672 (-)	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%)
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%)	△10 (-)	763 (△58%)	2,685 (△52%)

# 販売費および一般管理費（連結）

（前年度まで3か年の実績）

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	3Q	4Q	通期
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%)	7,832 (+16%)	7,877 (+8%)	28,193 (+8%)
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%)	2,692 (+17%)	2,274 (△13%)	7,955 (△10%)
人件費	1,628 (△14%)	1,727 (△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%)	1,917 (+13%)	1,960 (+8%)	7,359 (+9%)
研究開発費	347 (+17%)	384 (△3%)	392 (△15%)	337 (△26%)	1,462 (△9%)	258 (△26%)	231 (△40%)	276 (△30%)	337 (+0%)	1,103 (△25%)	282 (+9%)	337 (+46%)	357 (+30%)	458 (+36%)	1,436 (+30%)
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%)	374 (+2%)	412 (+25%)	1,435 (+10%)
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%)	2,491 (+18%)	2,772 (+26%)	10,006 (+22%)

※ マーケティング費 = 広告宣伝費 + 販売促進費

# 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	3Q	4Q	通期
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%)	11,957 (+3%)	14,278 (+29%)	48,984 (+14%)
ダイレクト マーケティング	2,701 (△1%)	2,760 (+8%)	4,958 (+50%)	4,734 (+23%)	15,155 (+22%)	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%)
プロフェッショナル	2,425 (+66%)	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%)	2,430 (+9%)	2,927 (+44%)	10,941 (+24%)
リテールストア	2,407 (△18%)	1,375 (△38%)	1,666 (△39%)	2,382 (+1%)	7,831 (△24%)	2,613 (+9%)	1,764 (+28%)	2,244 (+35%)	2,098 (△12%)	8,721 (+11%)	2,839 (+9%)	2,425 (+37%)	2,393 (+7%)	3,043 (+45%)	10,702 (+23%)
グローバル	1,263 (△53%)	465 (△73%)	867 (△48%)	660 (+793%)	3,256 (△47%)	785 (△38%)	1,058 (+128%)	670 (△23%)	561 (△15%)	3,076 (△6%)	719 (△8%)	376 (△64%)	384 (△43%)	407 (△27%)	1,887 (△39%)
その他*	515 (△1%)	383 (△5%)	266 (△46%)	346 (△40%)	1,511 (△24%)	580 (+13%)	665 (+74%)	540 (+103%)	739 (+114%)	2,526 (+67%)	681 (+17%)	572 (△14%)	590 (+9%)	762 (+3%)	2,607 (+3%)

※ 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	3Q	4Q	通期
全体	44 (-)	△1,896 (-)	1,226 (-)	2,298 (-)	1,672 (-)	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%)
ダイレクト マーケティング	710 (△28%)	469 (△52%)	1,751 (+71%)	2,163 (-)	5,095 (+129%)	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%)
プロフェッショナル	368 (+1,150%)	△238 (-)	519 (-)	717 (-)	1,366 (-)	814 (+121%)	678 (-)	50 (△90%)	21 (△97%)	1,565 (+15%)	889 (+9%)	431 (△36%)	33 (△33%)	399 (+1,776%)	1,753 (+12%)
リテールストア	△137 (-)	△549 (-)	249 (-)	397 (-)	△39 (-)	519 (-)	188 (-)	261 (+5%)	△6 (-)	962 (-)	569 (+10%)	56 (△70%)	△294 (-)	330 (-)	661 (△31%)
グローバル	△49 (-)	△415 (-)	△219 (-)	△125 (-)	△809 (-)	△136 (-)	△20 (-)	△421 (-)	20 (-)	△558 (-)	103 (-)	△72 (-)	△408 (-)	△226 (-)	△604 (-)
その他*	△257 (-)	△310 (-)	△297 (-)	16 (-)	△848 (-)	△504 (-)	△207 (-)	△120 (-)	△101 (-)	△933 (-)	△49 (-)	△352 (-)	△408 (-)	△247 (-)	△1,057 (-)

※ 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フルボディースーツを着用し、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

# 貸借対照表（連結）

単位：百万円	2021年9月末	2022年9月末	増減	主な増減要因
現金・預金	15,651	16,529	+878	利益計上及びEVERING増資による現預金増加 新商品導入に伴う在庫増、在庫回転率は改善傾向
受取手形・売掛金	4,294	4,838	+544	
棚卸資産	9,827	11,068	+1,241	
その他	2,333	2,162	△171	
流動資産合計	32,108	34,600	+2,492	
有形固定資産	9,852	9,788	△64	社内システム強化等による無形固定資産の増加 MTG Ventures投資ポートフォリオの拡大
無形固定資産	362	476	+114	
投資その他の資産	4,616	5,076	+460	
固定資産合計	14,831	15,341	+510	
資産合計	46,939	49,942	+3,003	
買掛金・未払金・支払手形	4,127	3,383	△744	
その他	4,099	4,891	+792	
流動負債合計	8,230	8,279	+49	
固定負債	554	377	△177	
負債合計	8,784	8,656	△128	
資本金	16,615	16,772	+157	自己資本比率 82% 利益計上による利益剰余金の増加
資本剰余金	15,418	16,153	+735	
利益剰余金	6,859	9,116	+2,257	
その他	△738	△756	△18	
純資産合計	38,154	41,285	+3,131	
負債純資産合計	46,939	49,942	+3,003	



# キャッシュフロー（連結）

単位：百万円	2021年9月期 通期	2022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	3,927	<b>1,879</b>	△2,048	利益計上による増加 在庫増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	△750	△ <b>1,876</b>	△1,126	MTG Venturesの投資有価証券取得 ソフトウェアの取得
財務活動による キャッシュフロー	△779	<b>1,052</b>	+1,831	EVERINGの第3者割当増資に伴う増加
現金及び現金同等物の 期末残高	15,651	<b>16,529</b>	+878	

# 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