



2019年9月期 決算短信〔日本基準〕（連結）

2019年12月9日

上場会社名 株式会社MTG 上場取引所 東
 コード番号 7806 URL <https://www.mtg.gr.jp/>
 代表者 (役職名) 代表取締役社長 (氏名) 松下 剛
 問合せ先責任者 (役職名) 取締役 経営推進本部長 (氏名) 川嶋 光貴 TEL 052-307-7890
 定時株主総会開催予定日 2019年12月25日 配当支払開始予定日 —
 有価証券報告書提出予定日 2019年12月25日
 決算補足説明資料作成の有無：有
 決算説明会開催の有無：有（機関投資家・アナリスト向け）

（百万円未満切捨て）

1. 2019年9月期の連結業績（2018年10月1日～2019年9月30日）

（1）連結経営成績

（%表示は、対前期増減率）

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2019年9月期	36,046	△38.3	△14,421	—	△14,698	—	△26,207	—
2018年9月期	58,377	28.8	6,925	19.7	6,936	13.3	4,002	△7.1

（注）包括利益 2019年9月期△26,415百万円（-%） 2018年9月期 4,027百万円（△7.9%）

	1株当たり 当期純利益	潜在株式調整後 1株当たり当期純利益	自己資本 当期純利益率	総資産 経常利益率	売上高 営業利益率
	円 銭	円 銭	%	%	%
2019年9月期	△659.91	—	△58.5	△26.0	△40.0
2018年9月期	116.90	112.72	10.7	13.1	11.9

（参考）持分法投資損益 2019年9月期 -百万円 2018年9月期 △200百万円

（注）1. 2019年9月期の潜在株式調整後1株当たり当期純利益については、潜在株式は存在するものの、1株当たり当期純損失であるため記載しておりません。

2. 当社は、2018年2月17日付で普通株式1株につき12株の割合で株式分割を行っております。前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、「1株当たり当期純利益」及び「潜在株式調整後1株当たり当期純利益」を算定しております。

（2）連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率	1株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
2019年9月期	40,955	31,721	77.2	795.76
2018年9月期	72,223	58,045	80.4	1,462.72

（参考）自己資本 2019年9月期 31,617百万円 2018年9月期 58,040百万円

（3）連結キャッシュ・フローの状況

	営業活動による キャッシュ・フロー	投資活動による キャッシュ・フロー	財務活動による キャッシュ・フロー	現金及び現金同等物 期末残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
2019年9月期	△11,594	△4,547	△55	13,886
2018年9月期	△1,219	△5,512	31,546	30,055

2. 配当の状況

	年間配当金					配当金総額 (合計)	配当性向 (連結)	純資産配当 率(連結)
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計			
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	百万円	%	%
2018年9月期	—	0.00	—	1.61	1.61	63	1.0	0.2
2019年9月期	—	0.00	—	0.00	0.00	—	—	—
2020年9月期(予想)	—	0.00	—	0.00	0.00	—	—	—

3. 2020年9月期の連結業績予想（2019年10月1日～2020年9月30日）

（%表示は、対前期増減率）

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	38,000	5.4	△2,000	—	△2,000	—	△2,000	—	△50.36

※ 注記事項

(1) 期中における重要な子会社の異動（連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動）：無

新規 ー社 (社名) ー
除外 ー社 (社名) ー

(2) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

- ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更：無
② ①以外の会計方針の変更：無
③ 会計上の見積りの変更：無
④ 修正再表示：無

(3) 発行済株式数（普通株式）

① 期末発行済株式数（自己株式を含む）	2019年9月期	39,732,788株	2018年9月期	39,680,000株
② 期末自己株式数	2019年9月期	23株	2018年9月期	ー株
③ 期中平均株式数	2019年9月期	39,714,091株	2018年9月期	34,239,767株

(注) 当社は、2018年2月17日付で普通株式1株につき12株の割合で株式分割を行っております。前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、発行済株式数（普通株式）を算定しております。

(参考) 個別業績の概要

1. 2019年9月期の個別業績（2018年10月1日～2019年9月30日）

(1) 個別経営成績 (％表示は対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2019年9月期	36,595	△33.1	△8,781	ー	△8,909	ー	△27,172	ー
2018年9月期	54,683	26.0	7,668	46.3	7,622	37.4	4,782	16.0

	1株当たり 当期純利益	潜在株式調整後 1株当たり当期純利益
	円 銭	円 銭
2019年9月期	△684.21	ー
2018年9月期	139.68	134.69

(注) 1. 2019年9月期の潜在株式調整後1株当たり当期純利益については、潜在株式は存在するものの、1株当たり当期純損失であるため記載しておりません。

2. 当社は、2018年2月17日付で普通株式1株につき12株の割合で株式分割を行っております。前事業年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、「1株当たり当期純利益」及び「潜在株式調整後1株当たり当期純利益」を算定しております。

(2) 個別財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率	1株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
2019年9月期	38,297	31,498	82.2	792.64
2018年9月期	69,469	58,690	84.5	1,478.98

(参考) 自己資本 2019年9月期 31,493百万円 2018年9月期 58,685百万円

<個別業績の前期実績値との差異理由>

当社は当事業年度において、主にインバウンド需要の低下による売上高の減少や固定資産の減損損失、連結子会社に対する株式評価損及び貸倒引当金の計上等の要因により前事業年度の実績値と当事業年度の実績値との間に差異が生じております。

※ 決算短信は公認会計士又は監査法人の監査の対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。業績予想の前提となる条件及び業績予想のご利用にあたっての注意事項等については、添付資料6ページ「1. 経営成績等の概況 (4) 今後の見通し」をご覧ください。

○添付資料の目次

1. 経営成績等の概況	2
(1) 当期の経営成績の概況	2
(2) 当期の財政状態の概況	6
(3) 当期のキャッシュ・フローの概況	6
(4) 今後の見通し	6
(5) 継続企業の前提に関する重要事象等	6
2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方	7
3. 連結財務諸表及び主な注記	8
(1) 連結貸借対照表	8
(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書	10
連結損益計算書	10
連結包括利益計算書	11
(3) 連結株主資本等変動計算書	12
(4) 連結キャッシュ・フロー計算書	14
(5) 連結財務諸表に関する注記事項	15
(継続企業の前提に関する注記)	15
(表示方法の変更)	15
(セグメント情報等)	16
(1株当たり情報)	18
(重要な後発事象)	18
4. その他	19
2020年9月期連結業績予想補足資料	19

1. 経営成績等の概況

(1) 当期の経営成績の概況

当連結会計年度における我が国経済は、政府の景気対策等の効果もあり緩やかな景気回復基調で推移したものの、海外では地政学的リスクが顕在化するなどの影響が見られました。

このような状況の中で、当社グループは「ブランド開発カンパニー」として「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」の4つの軸を融合した事業ビジョンに基づき、世界中の人々の人生をより美しく、より健康的に輝かせるためのBEAUTY・WELLNESSをテーマにしたブランド及び商品の開発を行っており、積極的な新商品開発、マーケティング、当社技術の研究発表、市場開拓、海外展開及び事業提携を進めてまいりました。

セグメントの経営成績は、次のとおりです。

なお、当連結会計年度より、報告セグメントの区分を変更しており、以下の前期比較については、前連結会計年度の数値を変更後のセグメント区分に組み替えた数値で比較しております。

①グローバル事業

主な事業内容は、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となります。

当連結会計年度の売上高は6,136百万円(前期比69.1%減)、経常損失は5,796百万円(前連結会計年度は2,515百万円の経常利益)となりました。

当連結会計年度に、マカオにおいては「Macau Venetian Hotel Duty Free」(1店舗)、香港においては「Harbour North」(1店舗)及び「K11 MUSEA」にSIXPAD STATION海外1号店、中国においては「Sanya International Duty Free Shopping Complex」(1店舗)、「北京首都国際空港 第2ターミナル」(2店舗)及び「北京首都国際空港 第3ターミナル」(4店舗)、「青島海信広場」(2店舗)を出店致しました。アメリカにおいて「BERGDORF GOODMAN」(1店舗)、越境ECにおいてTmall国際ReFa海外旗艦店及びMTG海外旗艦店、VIP.COM(唯品会)、JD(京東)を出店致しました。

また、2018年11月に第1回中国国際輸入博覧会、2019年5月に第24回上海美容博覧会にそれぞれ初出展致しました。2019年3月にReFaブランドの「ReFa CARAT RAY」が「T-MALL BEAUTY AWARDS」(T-MALLはアリババ社のECプラットフォーム)を受賞、アジア地域での当社商品の認知度拡大と売上高の増加を図りました。

韓国においても、CAXAUPのテレビホームショッピングを開始するなど、新チャンネルの開発にも積極的に取り組みました。

しかしながら、新EC法(中国電子商取引法)の施行による韓国、香港のインバウンド需要が大きく減少したこと、香港における継続したデモ活動、日韓関係悪化に伴う韓国国内の日本製品不買運動の影響及び中国での販売減速等により売上及び利益は大幅に減少致しました。

②リテールマーケティング事業

主な事業内容は、量販店運営事業者への卸売販売及び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となります。

当連結会計年度の売上高は8,162百万円(前期比32.7%減)、経常損失は355百万円(前連結会計年度は3,703百万円の経常利益)となりました。

IN SHOP事業(店舗の売場に、自社で独立した店舗形態の売場を設置し販売する形態)においては、当連結会計年度にSIXPADブランドより6店舗、ReFaブランドより6店舗の新店舗を出店致しました。また、一部の家電量販店において什器刷新、既存店舗の運営及び接客を改善し、顧客満足度の向上並びに店舗売上高の増加を図りました。さらにカタログ販売やテレビ通販事業においては、多くの紙面枠及び放送枠の獲得に注力致しました。

しかしながら、新EC法(中国電子商取引法)の影響によるインバウンド需要が大きく減少しており、ReFaを中心としたBEAUTYブランドが影響を受けております。

量販店市場全体においても来店客数が大きく減少したことにより売上が減少致しました。また、IN SHOP事業の出店展開に伴う出店費用及び販売人員の増加、さらに不採算店舗の撤退により費用が増加したため、利益も減少致しました。

③ダイレクトマーケティング事業

主な事業内容は、当社及び国内他社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事業者への卸売販売となります。

当連結会計年度の売上高は9,488百万円(前期比8.4%減)、経常利益は1,147百万円(前期比74.8%減)となりました。

SIXPADブランドの新商品「SIXPAD Foot Fit」が、楽天市場において「総合ランキング(リアルタイムランキング)」及び「ダイエット部門(デイリーランキング)」の2部門でランキング1位を獲得するとともに、アマゾンにおいては、新着ランキング(EMS・腹筋ベルト・本体)でランキング1位を獲得致しました。また、2018年12月より新聞広告の取り組みを開始したことにより、認知度拡大と売上高の増加を図りました。

2019年7月には同ブランドの新商品「ChestFit」でも、楽天市場において「総合ランキング(リアルタイムランキング)」を獲得致しました。

しかしながら、国内SIXPAD市場でエントリーEMS商品(Abs Fit2・Body Fit2)の売上が減少し、それに伴う消耗品の売上も減少致しました。

④ブランドストア事業

主な事業内容は、百貨店運営事業者並びに免税店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となります。

当連結会計年度の売上高は5,040百万円(前期比39.1%減)、経常損失は2,046百万円(前連結会計年度は1,644百万円の経常利益)となりました。

当連結会計年度に、直営専門店28店舗を新規オープンし、当社商品のブランド価値を直接お客様にお伝えし、認知度の向上を図りました。

WELLNESSカテゴリの「SIXPAD」「Style」については百貨店市場でのイベント販売の拡大、Foot Fitシリーズの発売を皮切りに、EMSの市場需要をさらに活性化させ、シーズン需要と合わせた店頭装飾/訴求を実施し、お客様にお喜びいただけた結果、さらなる認知拡大を実現する事が出来ました。

しかしながら、新EC法(中国電子商取引法)の影響によるインバウンド需要の急激な減少が継続しており、特にBEAUTYカテゴリに位置する「ReFa」「MDNA SKIN」を中心に売上が減少しております。

また、中国におけるReFaのトレンド需要の減少及び一般の旅行客の需要の減少が影響し、売上及び利益が減少致しました。

⑤プロフェッショナル事業

主な事業内容は、美容サロン運営事業者への卸売販売、エステティックサロン運営事業者への卸売販売及びフィットネスクラブ運営事業者と提携している販売代理事業者への卸売販売、提携企業での職域販売(社員への直接販売)並びにフィットネスクラブでの一般消費者への直接販売となります。

当連結会計年度の売上高は5,223百万円(前期比17.0%減)、経常損失は881百万円(前連結会計年度は943百万円の経常利益)となりました。

2018年10月開催の「ビューティーワールド ジャパン ウェスト」及び2019年5月開催の「ビューティーワールド ジャパン イースト」へ出展、新規サロン開拓(契約)と当社の認知度のさらなる向上を図りました。職域販売においては、提携企業にて健康経営をサポートする「MTG WELLNESSセミナー」の紹介が、2018年12月より各種メディアに掲載されました。また、2019年3月にフィットネスクラブの販売代理事業者に対し、一般社団法人日本ホームヘルス協会の「ホームヘルス機械販売員資格」取得セミナーを実施致しました。

国内美容サロン市場での商流を卸販売から取次販売に変更した影響により、売上高が減少しましたが、2019年8月より来期発売の新商品「ReFa BEAUTECH DRYER」「ReFa BEAUTECH STRAIGHT IRON」の全国商談会を26回開催し、来期の売上回復のベースを作りました。

⑥ウォーターサーバー事業

主な事業内容は、天然水の宅配並びに専用ウォーターサーバーの販売及びレンタル事業となります。

当連結会計年度の売上高は1,147百万円(前期比25.9%増)、経常損失は930百万円(前連結会計年度は1,018百万円の経常損失)となりました。

ウォーターサーバー事業においては、2018年11月に「MARK IS 福岡ももち」にKiralalaブランドの直営専門店をオープン致しました。また「第11回 ペアレンティングアワード」において「モノ部門」を受賞致しました。

首都圏及び関西への販売エリア拡大に伴いユーザー数も増加し、売上増加の要因となりました。

2019年3月よりペットボトル飲料事業を展開し、DREAMS COME TRUEのコンサートツアーにて、限定オリジナルラベルのミネラルウォーターを販売致しました。

⑦その他事業

主な事業内容は、EV事業、中古自動車販売事業、SIXPAD STATION事業及びスマートリング（近距離無線通信を搭載した指に装着するリング）の製造販売を行うIoT事業となります。

当連結会計年度の売上高は847百万円（前期比53.3%増）、経常損失は1,005百万円（前連結会計年度は1,010百万円の経常損失）となりました。

当連結会計年度は、EV事業及びSIXPAD STATION事業が本格化したため、売上増加の要因となりました。しかしながらスマートリング事業においては費用が増加したため、利益が減少致しました。

これらのセグメントで取り扱っている主なブランド及び商品は、次のとおりです。

(ReFaブランド)

2018年10月にReFaブランドから初となるベースメイク「ReFa FIZZ FOUNDATION」、「ReFa PROTECT POWDER」を発売致しました。2018年11月には乾燥小ジワケア「ReFa LINE LIFT & ReFa WRINKLE CREAM」、「ReFa CAXA (Pink/White)」、「ReFa CAXA RAY (Red) & ReFa EXPRESSION GROSSY CREAM」を発売致しました。2019年2月にブランド誕生10周年を記念し、「ReFa CARAT RAY (Red/Blue/Violet)」を発売致しました。さらに2019年6月には「ReFa DOUBLE RAY/ReFa DOUBLE」、「ReFa 4 CAXA RAY/4 CAXA (Black)」を発売致しました。2019年8月にはコラーゲンのゼリータイプとなる「ReFa COLLAGEN ENRICH JERRY」を発売致しました。2019年9月には、前後に動くローラーが特徴的な「ReFa MOTION CARAT/ReFa MOTION PRO」を一部先行店舗にて発売を開始しました。プロモーションとしても、2018年12月にはReFa国内初の美容習慣提案イベント「Discover Brilliant Maison by ReFa」の開催や、2019年5月に女性誌とタイアップし、SNSを中心としたCAXAキャンペーンを展開し、ユーザーからの投稿参加型で認知拡大を図りました。国内の店舗においては、2019年2月松坂屋上野にReFaカウンター、2019年5月にギンザビビにReFaショップ、2019年6月に沖縄初のパルコシティカウンターをオープン致しました。さらに2019年8月にはGINZA SIXにReFaショップを、新千歳空港免税店にReFaカウンターを、2019年9月には大丸心齋橋新本館にReFaショップをオープン致しました。また2019年2月には、家電量販店に初のIN SHOP（店舗の売場に、自社で独立した店舗形態の売場を設置し販売する形態）となるビックカメラ有楽町店を、2019年3月にはビックカメラなんば店、2019年6月にはエディオンなんば店、ビックカメラ ビックロ新宿東口店、2019年9月にはビックカメラ名古屋JRゲートタワー店のオープンと新事業の展開も拡大致しました。

海外の店舗展開においては、2018年12月に代理商のEternal Asiaと戦略的パートナーを締結し、2019年5月に杭州城西銀泰、杭州西湖銀泰、2019年6月に蘭州国芳百貨にReFaカウンターをオープン致しました。WEBでも2019年4月に、中国大手ECプラットフォーム京東商城（JD.com）におけるReFa旗艦店や、大手ECプラットフォームを中心に店舗をオープン致しました。また、アメリカにおける百貨店ECでの新店舗や高級百貨店への展開など、グローバルにブランド拡大を図りました。

(MDNA SKINブランド)

2018年11月に数量限定新商品「THE TREATMENT OIL」、2019年2月にブランド5周年記念とした限定商品「CLAY MASK Limited Kit」、2019年5月に「BODY CARE SET (SHIMMERING BODY OIL POWDER & FINISHING BODY CREAM)」を発売致しました。また2019年1月には、5周年のご愛顧に感謝し、ONYX BLACKの価格改定を行いました。

アメリカにおいてはUSA限定商品として2019年8月に「THE BODY GROW」、2019年9月に「THE BEAUTY ROLLER FOR EYES」を発売致しました。

国内においては、新商品発売と合わせてキャンペーンを行い、新商品の販売強化及び認知を拡大し、中国においても2019年1月から2月にかけて、SNSプロモーションにてインバウンド強化を図りました。

2019年6月には、モンテカティエニとピサ大学との共同研究を世界皮膚科学会議にて発表するなどエビデンスの価値を高めています。

(SIXPADブランド)

2018年10月に新商品「SIXPAD Water Weight」「SIXPAD Foot Fit」、2018年11月に新商品「SIXPAD Bottom Belt」、2019年3月に新商品「SIXPAD Power Roller」、「SIXPAD Power Roller S」、「SIXPAD Body Roller」、「SIXPAD Stretch Ring」、「SIXPAD Body Pole」及び「SIXPAD Kettle Bell (4kg/8kg)」、2019年4月に新商品「SIXPAD Push Up Bar」、「SIXPAD Training Band」、「SIXPAD Ankle Weight (1kg/2kg/3kg)」、「SIXPAD Foot Roller」、「SIXPAD Stretch Rod」、「SIXPAD Exercise Band」、2019年7月に新商品「SIXPAD Chest Fit」、「SIXPAD Soy Isoflavones」、「SIXPAD Foot Fit Plus」、2019年8月に新商品「SIXPAD Facial Roller」、2019年9月に新商品「SIXPAD Balance Ball」及び「SIXPAD Training Mat」を発売致しました。

CMについてはクリスティアーノ・ロナウド選手を起用し、Chest FitとFoot Fitのブランドムービーの放映を8月19日より開始致しました。

新規店舗の出店については、2018年10月に「MARK IS みなとみらい」及び「越谷レイクタウン」、2018年11月に「MARK IS 福岡もち」、2019年3月に「遠鉄百貨店」及び「ららぽーとTOKYO-BAY」で、直営専門点をオープン致しました。

2019年3月に、SIXPAD STATIONを含め「健康未来EXPO 2019」に出展致しました。また、日本スポーツ用品実行委員会が主催する「日本スポーツ用品大賞2018」においては3部門にわたって受賞し、最も革新的な商品部門においては2年連続で受賞致しました。

2019年4月にSIXPAD STATION二号店となる六本木店をオープン致しました。

海外においては、2018年11月に第1回中国国際輸入博覧会に出展、2019年3月よりTmallに加え、JD（京東）での販売を開始致しました。2019年6月には、青島海信広場にて新規店舗をオープンし、アジア地域での認知度拡大と売上高の増加を図りました。

2019年9月にはSIXPADブランドの累計出荷台数が200万台を突破致しました。

（Styleブランド）

2019年4月にStyle BXシリーズとして新商品「Style BX（ホワイト）」「Style BX Kids」「Style BX Plus」「Style BX Loop」の4アイテムを発売致しました。

2018年10月に「ららぽーと湘南平塚」、2019年3月に「松坂屋名古屋店」及び「ららぽーとTOKYO-BAY」、2019年4月に「遠鉄百貨店」及び「イオンモール名取」、2019年9月に「大丸心齋橋店」で直営専門点がオープン致しました。また、2018年11月に「第1回中国国際輸入博覧会」、2019年3月には「健康未来EXPO 2019」に出展し、国内外ともに認知度拡大と売上高の増加を図りました。

（PAOブランド）

継続したTVCMの放映や国内のTV番組に取り上げられたことにより、ブランドの露出回数が増加し、認知度拡大につながりました。この結果、2018年12月に顔の筋肉を鍛えるトレーニングアイテム「FACIAL FITNESS PAO」が、累計出荷数100万本を突破致しました。また認知の持続と市場活性による新規顧客の開拓のために、2018年12月、2019年3月と、関東、関西、名古屋エリアにてTVCMを実施致しました。さらに、2019年8月からは内容を一新したTVCMを実施致しました。

2019年3月に「健康未来EXPO 2019」に出展致しました。新たな訴求軸のコミュニケーション開発も視野に、ブランド拡大を図っています。

（Kiralabrand）

2018年11月に「MARK IS 福岡もち」にKiralabrandの直営専門点をオープン致しました。また「第11回 ペアレンティングアワード」において「モノ部門」を受賞致しました。新たな顧客接点及び市場開拓を目的として、展示会（2019年3月「健康未来EXPO 2019」、2019年8月「YOGA JAPAN 2019」、2019年9月「東京インターナショナルギフト・ショー 秋2019」その他健康、スポーツ関連）へ積極出展致しました。

さらに、2019年3月よりペットボトル飲料事業を展開し、DREAMS COME TRUEのコンサートツアーを始めとする各種イベント、企業様向けオリジナルラベルのミネラルウォーターを販売致しました。

（その他）

2018年10月に連結子会社として、株式会社MTG Venturesを設立致しました。当連結子会社は、当社のBEAUTY&WELLNESS事業分野の拡大に向け設立したコーポレートベンチャーキャピタルとなります。

2018年11月に連結子会社として、五島の椿株式会社を設立致しました。当連結子会社では、長崎県五島列島に古来から自生する五島椿を活用した事業展開を行うことで、新規事業創発及び地域活性化への貢献を目指しております。

また、2019年2月にMTGV投資事業有限責任組合を設立致しました。本組合は株式会社MTG Venturesが運用し、総額約50億円をBEAUTY&WELLNESS TECHを持つスタートアップ企業を中心に投資を行うファンドとなります。

以上の結果、当連結会計年度の売上高は36,046百万円（前期比38.3%減）となりました。また、営業損失は14,421百万円（前連結会計年度は営業利益6,925百万円）、経常損失は14,698百万円（前連結会計年度は経常利益6,936百万円）、親会社株主に帰属する当期純損失は26,207百万円（前連結会計年度は親会社株主に帰属する当期純利益4,002百万円）となりました。

(2) 当期の財政状態の概況

(資産)

当連結会計年度末の資産につきましては、40,955百万円となり、前連結会計年度末に比べ31,267百万円減少しました。これは主に現金及び預金の減少16,168百万円、受取手形及び売掛金の減少5,422百万円、商品及び製品の減少4,141百万円及び土地の減少3,166百万円によるものであります。

(負債)

当連結会計年度末の負債につきましては、9,233百万円となり、前連結会計年度末に比べ4,944百万円減少しました。これは主に支払手形及び買掛金の減少5,235百万円及び未払法人税等の減少2,616百万円によるものであります。

(純資産)

当連結会計年度末の純資産につきましては、31,721百万円となり、前連結会計年度末に比べ26,323百万円減少しました。これは主に親会社株主に帰属する当期純損失26,207百万円による利益剰余金の減少26,271百万円によるものであります。

(3) 当期のキャッシュ・フローの概況

当連結会計年度末の現金及び現金同等物(以下「資金」という)につきましては、13,886百万円(前期比53.8%減)となりました。

各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は次のとおりであります。

(営業活動によるキャッシュ・フロー)

営業活動の結果、使用した資金は、11,594百万円(前期比850.9%増)となりました。これは主に、税金等調整前当期純損失24,752百万円、減損損失9,128百万円、売上債権の減少額6,002百万円、たな卸資産の減少額5,002百万円、仕入債務の減少額5,199百万円及び法人税等の支払額4,691百万円によるものであります。

(投資活動によるキャッシュ・フロー)

投資活動の結果、使用した資金は、4,547百万円(前期比17.5%減)となりました。これは主に有形固定資産の取得による支出1,916百万円、無形固定資産の取得による支出915百万円及び投資有価証券の取得による支出1,793百万円によるものであります。

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

財務活動の結果、使用した資金は、55百万円(前連結会計年度は31,546百万円の獲得)となりました。これは主に短期借入れによる収入2,892百万円、短期借入金の返済による支出2,940百万円、株式の発行による収入48百万円及び配当金の支払額63百万円によるものであります。

(4) 今後の見通し

翌連結会計年度(2020年9月期)の連結業績予想につきましては、売上高38,000百万円(前期比5.4%増)、営業損失2,000百万円、経常損失2,000百万円、親会社に帰属する当期純損失2,000百万円を見込んでおります。

また、上記の業績予想は本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は、今後様々な要因によって予想数値と異なる結果となる可能性があります。

(5) 継続企業の前提に関する重要事象等

当社グループは、当連結会計年度において、売上高が著しく減少しており、重要な営業損失、経常損失、親会社株主に帰属する当期純損失及びマイナスの営業キャッシュ・フローを計上したことから、現時点においては継続企業の前提に重要な疑義を生じさせるような事象または状況が存在しております。

現状の当社グループの現金及び預金の残高にて、当面の間の運転資金が十分に賄える状況であることから、重要な資金繰りの懸念はありません。

また、当社グループは、新商品発売や徹底した経費の削減などの業績改善施策を段階的に実行していくことによって、当該事象の解消ができるものと考えていることから、継続企業の前提に関する重要な不確実性は認められないものと判断し、連結財務諸表の「継続企業の前提に関する注記」には記載しておりません。

2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方

当社グループは、連結財務諸表の期間及び企業間の比較可能性を考慮し、当面は日本基準で連結財務諸表を作成する方針であります。なお、国際財務報告基準（IFRS）の適用につきましては、国内外の諸情勢を検討の上、適切に対応していく方針であります。

3. 連結財務諸表及び主な注記

(1) 連結貸借対照表

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2018年9月30日)	当連結会計年度 (2019年9月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	30,055	13,886
受取手形及び売掛金	9,133	3,710
商品及び製品	10,367	6,226
原材料及び貯蔵品	2,552	1,559
前払費用	1,353	196
その他	940	4,053
貸倒引当金	△7	△7
流動資産合計	54,396	29,625
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	1,805	1,209
減価償却累計額	△520	△744
建物及び構築物(純額)	1,285	465
機械装置及び運搬具	207	123
減価償却累計額	△90	△123
機械装置及び運搬具(純額)	116	0
工具、器具及び備品	3,292	3,229
減価償却累計額	△2,546	△3,217
工具、器具及び備品(純額)	746	11
土地	12,224	9,058
建設仮勘定	58	2
有形固定資産合計	14,432	9,537
無形固定資産		
ソフトウェア	347	0
のれん	271	—
その他	172	21
無形固定資産合計	792	21
投資その他の資産		
投資有価証券	442	1,191
繰延税金資産	1,360	7
その他	803	597
貸倒引当金	△2	△25
投資その他の資産合計	2,603	1,770
固定資産合計	17,827	11,330
資産合計	72,223	40,955

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2018年9月30日)	当連結会計年度 (2019年9月30日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	6,270	1,034
未払金	2,310	2,892
未払法人税等	2,783	167
賞与引当金	297	386
役員賞与引当金	16	0
ポイント引当金	31	31
返品調整引当金	237	561
製品保証引当金	122	139
その他	2,090	2,825
流動負債合計	14,160	8,039
固定負債		
その他	17	1,194
固定負債合計	17	1,194
負債合計	14,178	9,233
純資産の部		
株主資本		
資本金	16,585	16,610
資本剰余金	23,210	23,236
利益剰余金	18,194	△8,076
自己株式	—	△0
株主資本合計	57,991	31,770
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	70	66
為替換算調整勘定	△21	△218
その他の包括利益累計額合計	48	△152
新株予約権	4	4
非支配株主持分	—	99
純資産合計	58,045	31,721
負債純資産合計	72,223	40,955

(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書
(連結損益計算書)

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自 2017年10月1日 至 2018年9月30日)	当連結会計年度 (自 2018年10月1日 至 2019年9月30日)
売上高	58,377	36,046
売上原価	21,724	19,679
売上総利益	36,652	16,367
返品調整引当金戻入額	126	237
返品調整引当金繰入額	237	561
差引売上総利益	36,541	16,044
販売費及び一般管理費	29,615	30,465
営業利益又は営業損失(△)	6,925	△14,421
営業外収益		
受取利息及び配当金	3	12
受取地代家賃	194	196
権利金収入	180	—
関係会社株式売却益	—	50
受取損害賠償金	—	56
訴訟損失引当金戻入額	100	—
その他	64	88
営業外収益合計	543	404
営業外費用		
支払利息	19	28
為替差損	8	569
株式交付費	256	—
持分法による投資損失	200	—
その他	47	84
営業外費用合計	532	681
経常利益又は経常損失(△)	6,936	△14,698
特別損失		
固定資産除却損	41	—
投資有価証券評価損	—	925
減損損失	79	9,128
特別損失合計	121	10,054
税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失(△)	6,815	△24,752
法人税、住民税及び事業税	3,370	75
法人税等調整額	△557	1,386
法人税等合計	2,813	1,461
当期純利益又は当期純損失(△)	4,002	△26,214
非支配株主に帰属する当期純損失(△)	—	△6
親会社株主に帰属する当期純利益又は親会社株主に帰属する当期純損失(△)	4,002	△26,207

(連結包括利益計算書)

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自 2017年10月1日 至 2018年9月30日)	当連結会計年度 (自 2018年10月1日 至 2019年9月30日)
当期純利益又は当期純損失(△)	4,002	△26,214
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	39	△4
為替換算調整勘定	△14	△196
その他の包括利益合計	24	△201
包括利益	4,027	△26,415
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	4,027	△26,408
非支配株主に係る包括利益	—	△6

(3) 連結株主資本等変動計算書

前連結会計年度(自 2017年10月1日 至 2018年9月30日)

(単位:百万円)

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	100	2,128	14,213	△40	16,402
当期変動額					
新株の発行	16,485	16,485			32,971
剰余金の配当			△21		△21
親会社株主に帰属する当期純利益			4,002		4,002
自己株式の処分		4,596		40	4,636
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)					
当期変動額合計	16,485	21,082	3,980	40	41,589
当期末残高	16,585	23,210	18,194	—	57,991

	その他の包括利益累計額			新株予約権	純資産合計
	その他有価証券 評価差額金	為替換算調整勘定	その他の包括利益 累計額合計		
当期首残高	31	△6	24	4	16,431
当期変動額					
新株の発行					32,971
剰余金の配当					△21
親会社株主に帰属する当期純利益					4,002
自己株式の処分					4,636
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	39	△14	24	—	24
当期変動額合計	39	△14	24	—	41,613
当期末残高	70	△21	48	4	58,045

当連結会計年度(自 2018年10月1日 至 2019年9月30日)

(単位:百万円)

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	16,585	23,210	18,194	—	57,991
当期変動額					
新株の発行	24	24			48
剰余金の配当			△63		△63
親会社株主に帰属する当期純損失(△)			△26,207		△26,207
自己株式の取得				△0	△0
連結子会社株式の売却による持分の増減		1			1
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)					
当期変動額合計	24	25	△26,271	△0	△26,221
当期末残高	16,610	23,236	△8,076	△0	31,770

	その他の包括利益累計額			新株予約権	非支配株主持分	純資産合計
	その他有価証券 評価差額金	為替換算 調整勘定	その他の 包括利益累計額 合計			
当期首残高	70	△21	48	4	—	58,045
当期変動額						
新株の発行						48
剰余金の配当						△63
親会社株主に帰属する当期純損失(△)						△26,207
自己株式の取得						△0
連結子会社株式の売却による持分の増減						1
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△4	△196	△201	0	99	△102
当期変動額合計	△4	△196	△201	0	99	△26,323
当期末残高	66	△218	△152	4	99	31,721

(4) 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自 2017年10月1日 至 2018年9月30日)	当連結会計年度 (自 2018年10月1日 至 2019年9月30日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失(△)	6,815	△24,752
減価償却費	1,032	1,207
減損損失	79	9,128
賞与引当金の増減額(△は減少)	△90	89
訴訟損失引当金の増減額(△は減少)	△306	—
為替差損益(△は益)	△6	173
投資有価証券評価損益(△は益)	—	925
株式交付費	256	—
売上債権の増減額(△は増加)	△2,565	6,002
たな卸資産の増減額(△は増加)	△5,448	5,002
仕入債務の増減額(△は減少)	1,705	△5,199
未払金の増減額(△は減少)	△1,348	655
その他	253	△121
小計	376	△6,888
利息及び配当金の受取額	3	12
利息の支払額	△21	△26
法人税等の支払額	△1,578	△4,691
営業活動によるキャッシュ・フロー	△1,219	△11,594
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△4,767	△1,916
無形固定資産の取得による支出	△145	△915
投資有価証券の取得による支出	△34	△1,793
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入	0	—
関係会社株式の取得による支出	△300	—
関係会社株式の売却による収入	—	200
その他	△265	△121
投資活動によるキャッシュ・フロー	△5,512	△4,547
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額(△は減少)	△5,303	—
短期借入れによる収入	—	2,892
短期借入金の返済による支出	—	△2,940
長期借入れによる収入	3,240	—
長期借入金の返済による支出	△3,720	—
株式の発行による収入	32,715	48
自己株式の売却による収入	4,636	—
配当金の支払額	△21	△63
その他	—	7
財務活動によるキャッシュ・フロー	31,546	△55
現金及び現金同等物に係る換算差額	24	28
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	24,839	△16,168
現金及び現金同等物の期首残高	5,215	30,055
現金及び現金同等物の期末残高	30,055	13,886

(5) 連結財務諸表に関する注記事項

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(表示方法の変更)

(「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」の適用に伴う変更)

「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」(企業会計基準第28号 平成30年2月16日)を当連結会計年度の期首から適用し、繰延税金資産は投資その他の資産の区分に表示し、繰延税金負債は固定負債の区分に表示する方法に変更しております。

この結果、前連結会計年度の連結貸借対照表において、「流動資産」の「繰延税金資産」1,295百万円は、「投資その他の資産」の「繰延税金資産」1,360百万円に含めて表示しております。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

1. 報告セグメントの概要

当社グループの報告セグメントは、当社グループの構成単位のうち分離された財務情報が入手可能であり、取締役会が、経営資源の配分の決定及び業績を評価するために、定期的に検討を行う対象となっているものであります。

当社グループは、販売チャネルを基礎としたセグメントから構成されており、「グローバル事業」、「リテールマーケティング事業」、「ダイレクトマーケティング事業」、「ブランドストア事業」、「プロフェッショナル事業」、「ウォーターサーバー事業」、「その他事業」の7つに分類しております。

当連結会計年度より、「その他事業」に含まれていた「ウォーターサーバー事業」について、量的な重要性が増したため報告セグメントとして記載する方法に変更しております。

なお、前連結会計年度のセグメント情報は、当連結会計年度の報告セグメントの区分に基づき作成したものを開示しております。

2. 報告セグメントごとの売上高、利益又は損失、資産、負債その他の項目の金額の算定方法

報告されている事業セグメントの会計処理の方法は、連結財務諸表を作成するために採用される会計方針に準拠した方法であります。

報告セグメントの利益又は損失は、経常利益又は経常損失であります。

3. 報告セグメントごとの売上高、利益又は損失、資産、負債その他の項目の金額に関する情報

前連結会計年度（自 2017年10月1日 至 2018年9月30日）

(単位：百万円)

	報告セグメント								調整額 (注) 2	連結損益 計算書 計上額 (注) 3
	グロー バル 事業	リテ ール マ ー ケ ー テ ィ ン グ 事 業	ダイ レ ク ト マ ー ケ ー テ ィ ン グ 事 業	ブラ ン ド ス ト ア 事 業	プロ フ ェ ッ シ ヨ ナ ル 事 業	ウ ォ ー タ ー サ ー バ ー 事 業	その 他 事 業 (注) 1	計		
売上高										
外部顧客への 売上高	19,839	12,132	10,361	8,282	6,296	911	552	58,377	—	58,377
セグメント間 の内部売上高 又は振替高	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	19,839	12,132	10,361	8,282	6,296	911	552	58,377	—	58,377
セグメント利益 又は損失(△)	2,515	3,703	4,554	1,644	943	△1,018	△1,010	11,332	△4,395	6,936
その他の項目										
減価償却費	241	207	109	196	68	116	21	959	72	1,032

(注) 1. 「その他事業」は、EV事業、中古自動車販売事業、SIXPAD STATION事業、スマートリングの製造販売を行うIoT事業及びOEM事業等を含んでおります。

2. セグメント利益又は損失(△)の調整額△4,395百万円には、各報告セグメントに配分していない全社費用△4,395百万円が含まれております。全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない販売費及び一般管理費であります。

3. セグメント利益又は損失(△)は、連結損益計算書の経常利益と調整を行っております。

4. 当社グループは、報告セグメントに資産を配分していないため、「セグメント資産」及び「有形固定資産及び無形固定資産の増加額」の記載を省略しております。

但し、関連する費用については合理的な基準に基づき、各報告セグメントに配分しております。

当連結会計年度(自 2018年10月1日 至 2019年9月30日)

(単位:百万円)

	報告セグメント								調整額 (注) 2	連結損益 計算書 計上額 (注) 3
	グロー バル 事業	リテ ール マー ケ テイ ング 事 業	ダイ レク ト マー ケ テイ ング 事 業	ブラン ド ス ト ア 事 業	プロ フ ェ ッ シ ョ ナ ル 事 業	ウ ォ ー タ ー サ ー バ ー 事 業	その 他 事 業 (注) 1	計		
売上高										
外部顧客への 売上高	6,136	8,162	9,488	5,040	5,223	1,147	847	36,046	—	36,046
セグメント間 の内部売上高 又は振替高	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	6,136	8,162	9,488	5,040	5,223	1,147	847	36,046	—	36,046
セグメント利益 又は損失(△)	△5,796	△355	1,147	△2,046	△881	△930	△1,005	△9,870	△4,828	△14,698
その他の項目										
減価償却費	276	257	168	173	92	95	85	1,150	57	1,207

- (注) 1. 「その他事業」は、EV事業、中古自動車販売事業、SIXPAD STATION事業及びスマートリングの製造販売を行うIoT事業を含んでおります。
2. セグメント利益又は損失(△)の調整額△4,828百万円には、各報告セグメントに配分していない全社費用△4,828百万円が含まれております。全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない販売費及び一般管理費であります。
3. セグメント利益又は損失(△)は、連結損益計算書の経常損失と調整を行っております。
4. 当社グループは、報告セグメントに資産を配分していないため、「セグメント資産」及び「有形固定資産及び無形固定資産の増加額」の記載を省略しております。
但し、関連する費用については合理的な基準に基づき、各報告セグメントに配分しております。

(1株当たり情報)

	前連結会計年度 (自 2017年10月1日 至 2018年9月30日)	当連結会計年度 (自 2018年10月1日 至 2019年9月30日)
1株当たり純資産額	1,462.72円	795.76円
1株当たり当期純利益又は 1株当たり当期純損失(△)	116.90円	△659.91円
潜在株式調整後1株当たり当期純利益	112.72円	—

- (注) 1. 当連結会計年度の潜在株式調整後1株当たり当期純利益については、潜在株式は存在するものの、1株当たり当期純損失であるため記載しておりません。
2. 当社は、2018年2月17日付で普通株式1株につき12株の株式分割を行っております。前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して1株当たり当期純利益又は1株当たり当期純損失及び潜在株式調整後1株当たり当期純利益を算定しております。
3. 1株当たり当期純利益又は1株当たり当期純損失及び潜在株式調整後1株当たり当期純利益の算定上の基礎は、以下のとおりであります。

	前連結会計年度 (自 2017年10月1日 至 2018年9月30日)	当連結会計年度 (自 2018年10月1日 至 2019年9月30日)
1株当たり当期純利益又は1株当たり当期 純損失		
親会社株主に帰属する当期純利益又は親 会社株主に帰属する当期純損失(△) (百万円)	4,002	△26,207
普通株主に帰属しない金額(百万円)	—	—
普通株式に係る親会社株主に帰属する 当期純利益又は親会社株主に帰属する 当期純損失(△)(百万円)	4,002	△26,207
普通株式の期中平均株式数(株)	34,239,767	39,714,091
潜在株式調整後1株当たり当期純利益		
親会社株主に帰属する当期純利益調整額 (百万円)	—	—
普通株式増加数(株)	1,269,653	—
(うち新株予約権(株))	(1,269,653)	(—)
希薄化効果を有しないため、潜在株式調 整後1株当たり当期純利益の算定に含め なかった潜在株式の概要	—	—

(重要な後発事象)

該当事項はありません。

4. その他

2020年9月期連結業績予想補足資料

2020年9月期(2019年10月1日~2020年9月30日)における当社グループの連結業績予想は、次のとおりであります。

【連結】

(単位:百万円・%)

	2020年9月期 (予想)		2019年9月期 第2四半期連結累計期間 (実績)		2019年9月期 (実績)		
	対売上 高比率	対前期 増減率	対売上 高比率	対売上 高比率	対売上 高比率		
売上高	38,000	100.0	5.4	18,212	100.0	36,046	100.0
営業損失(△)	△2,000	—	—	△4,502	—	△14,421	—
経常損失(△)	△2,000	—	—	△4,406	—	△14,698	—
親会社株主に帰属する 当期(四半期)純損失(△)	△2,000	—	—	△5,761	—	△26,207	—
1株当たり当期(四半期) 純損失(△)	△50円36銭		△145円14銭		△659円91銭		
1株当たり配当金	0円00銭		0円00銭		0円00銭		

(注) 1. 2019年9月期(実績)及び2019年9月期第2四半期連結累計期間(実績)の1株当たり当期(四半期)純損失は期中平均発行済株式数により算出しております。

2. 2020年9月期(予想)の1株当たり当期純損失は期中平均発行済株式数により算出しております。

【2020年9月期連結業績予想の前提条件】

1. 当社グループ全体の見直し

当社グループは「ブランド開発カンパニー」として「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」の4つの軸を融合した事業ビジョンに基づき、世界中の人々の人生をより美しく、より健康的に輝かせるためのBEAUTY・WELLNESSをテーマにしたブランド及び商品の開発を行っており、積極的な新商品開発、マーケティング、当社技術の研究発表、市場開拓、海外展開及び事業提携を進めてまいります。2020年9月期では、各ブランドの価値を高めるプロモーションや研究開発を実施しながらも、投資の選択と集中を実施し、当社グループ全体の成長を実現してまいります。

(ReFaブランド)

2020年9月期は、美容ローラーに次ぐ、新たな柱の構築を目指してまいります。その第一弾として2019年10月16日より、ReFaブランドから「ReFa BEAUTECH DRYER」と「ReFa BEAUTECH STRAIGHT IRON」がプロフェッショナル事業専売で発売開始しており、大変良いスタートを切っております。また、「BEAUTY SHOWER」カテゴリの強化に注力しており、現行モデルに加えて、新機能を搭載した新商品を2020年夏に発売することを計画しております。リスク要因として、消費税増税の影響、韓国での不買運動、香港デモの影響、2019年1月に施行された中国新EC法による日本国内と韓国免税店での代行業者の買い控えの発生などを計画内に加味しております。

以上より、2020年9月期においては、売上高は13,800百万円(前期比6%増)を見込んでおります。

(SIXPADブランド)

2020年9月期は、2019年9月期の発売以来、順調に販売数を伸ばしている「SIXPAD Foot Fit」シリーズの拡販に注力してまいります。D2C(Direct to Consumer)を強化し、新規販売チャネルも開拓してまいります。現状の販売実績と今後の販売見込みを受けて、生産体制の増強にも取り組みます。また、2018年7月に開始した、SIXPADブランド初の会員制サービスとなるEMS(筋電気刺激)トレーニング・ジム「SIXPAD STATION」が事業開始以来、順調に会員数を伸ばしております。2019年11月に赤坂に国内3号店、2020年春に八王子に国内4号店、2020年夏に東京都内に国内5号店のオープンを計画しており、今後の店舗数拡大に向けた基盤作りを行ってまいります。リスク要因として、消費税増税の影響、韓国での不買運動、香港デモの影響、2020年夏の東京オリンピック開催中のマーケティング費高騰の想定などを計画内に加味しております。

以上より、2020年9月期においては、売上高は15,700百万円(前期比16%増)を見込んでおります。

(その他)

その他の「MDNA SKIN」「Style」「Kiralala」「PAO」などのブランドは、経営資源の選択と集中により、投資対効果が高い投資のみを限定して実施するため、堅実な計画を策定しております。一方で、新ブランドとして、2019年11月8日に「Beauty Connection」の銀座1号店をオープンいたしました。4つのフロアから構成された美の施設を通して、Vital Beautyを発信し、商品発表会などの会場としても活用してまいります。また、2020年9月期はAIモーションマットレスの新ブランド「NEWPEACE」を2020年1月にリリースし、2月から発売開始予定となっております。

2. 連結業績予想の前提条件

連結業績予想については、セグメント別に予測をすることにより算出しております。

(1) 売上高

① グローバル事業

主な事業内容は、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となります。

各国の販売トレンドを直近3ヶ月の売上高と過去1年間の季節変動要因を基に分析し、加えて取引先パートナーとの商談状況を踏まえて、国別、取引先パートナー別及びブランド別に売上高を計画しております。2020年9月期は、前年及び直近の売上趨勢、シーズン、中国インバウンド客の来店動向等を考慮し、各ブランド、各国、各市場において不採算店舗の削減を計画しており、海外現地法人の収益改善に取り組みます。また、韓国での不買運動や香港デモのリスクを最大限加味した計画策定を行っております。

以上の前提条件のもと、2020年9月期においては、当事業の売上高は5,800百万円(前期比5%減)を見込んでおります。

② リテールマーケティング事業

主な事業内容は、量販店運営事業者への卸売販売及び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となります。

前者の卸売販売には、ReFa、SIXPADのIN SHOP事業(店舗の売場に、自社で独立した店舗形態の売場を設置販売する形態)が含まれており、店舗数と店舗1店舗当たりの売上高計画にて算出しております。2020年9月期は、前年及び直近の売上趨勢、シーズン、インバウンド客の来店動向等を考慮し、不採算店舗の削減を計画しております。IN SHOP事業以外は、2019年9月期販売実績により販売トレンドを分析し、主要取引先を中心に1店舗当たり売上高計画を想定しております。取引先企業は据え置きで見込んでおりますが、選択と集中をより明確にするため、取引店舗数はIN SHOP事業同様に削減を計画するとともに、1店舗当たり売上高計画を基に、売上高計画を策定しております。後者の卸売販売については、取引先企業数は据え置きで見込んでおり、2019年9月期の販売実績により販売トレンドを分析し、企業別売上高計画(オンエア/紙面掲載の回数と1回の売上高)を基に、売上高計画を策定しております。

以上の前提条件のもと、2020年9月期においては、当事業の売上高は7,138百万円(前期比13%減)を見込んでおります。

③ ダイレクトマーケティング事業

主な事業内容は、当社及び国内他社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事業者への卸売販売となります。

直接販売(自社サイトや楽天市場などのショッピングモールでの販売)については、過去2~3年のブランド別・アイテム別の販売トレンドを分析し、アイテム別販売台数を合計することにより算出しております。

算出した売上高計画の妥当性を検証確保するために、当社ECサイトの会員数並びにECサイトへの訪問数、受注件数、成約率、受注単価、CPA(広告施策によって1件の最終的な成約を獲得するのにかかった費用を示す指標)、ROAS(投資した広告費に対して、どれだけ広告経由の売上が発生したかを測る指標)に基づき、必要な補正を行っております。卸売販売については、過去2~3年のブランド別・アイテム別の販売トレンド商談状況及び新商品の導入方針を基に、主要取引先別の売上高計画及び新規取引先の開拓計画より算出しております。また、2019年9月期より開始した「SIXPAD Foot Fit」の新聞広告の取り組みを強化してまいります。

以上の前提条件のもと、2020年9月期においては、当事業の売上高は9,959百万円(前期比5%増)を見込んでおります。

④ブランドストア事業

主な事業内容は、百貨店運営事業者並びに免税店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となります。

当事業は、1店舗当たりの販売計画及び店舗数に基づき、売上高計画を策定しております。2020年9月期は、前年及び直近の売上趨勢、シーズン、インバウンド客の来店動向等を考慮し、各ブランド、各市場において不採算店舗の削減を計画しております。一方で、2020年9月期は、2019年11月8日に新ブランド「Beauty Connection」の銀座1号店をオープンいたしました。4つのフロアから構成された美の施設を通して、Vital Beautyを発信し、商品発表会などの会場としても活用してまいります。

以上の前提条件のもと、2020年9月期においては、当事業の売上高は5,762百万円(前期比14%増)を見込んでおります。

⑤プロフェッショナル事業

主な事業内容は、美容サロン運営事業者への卸売販売、エステティックサロン運営事業者への卸売販売及びフィットネスクラブ運営事業者と提携している販売代理事業者への卸売販売、提携企業での職域販売(社員への直接販売)並びにフィットネスクラブでの一般消費者への直接販売などとなります。

当事業については、主に1人当たりの営業担当者の売上高計画と営業担当者の人員数により、売上高計画を策定しております。1人当たりの営業担当者の売上高計画については、対象とする事業者区分別に各業界・各事業環境の現状と2019年9月期の実績に基づき設定しております。販売代理事業者への卸売販売は、売上高が販売代理店事業者の販売員数に依存する構造になっているため、販売代理事業者に所属する販売員数の予測を基に売上高計画を算出しております。2020年9月期は2019年10月16日より、ReFaブランドから「ReFa BEAUTECH DRYER」と「ReFa BEAUTECH STRAIGHT IRON」がプロフェッショナル事業専売で発売開始しており、大変良いスタートを切っております。

以上の前提条件のもと、2020年9月期においては、当事業の売上高は6,500百万円(前期比24%増)を見込んでおります。

⑥ウォーターサーバー事業

主な事業内容は、天然水の宅配並びに専用ウォーターサーバーの販売及びレンタル事業となります。

ウォーターサーバーのレンタル売上高計画については、契約者数にレンタル料を掛け合わせて算出しております。天然水の売上高計画については、契約者数に1人当たり単価(過去1年間の月別平均利用実績をもとに算出)を乗じて算出しております。契約者数は、期首の契約者数に想定新規契約者数を加算し、想定解約者数(過去1年間の解約率(解約者数/前月の現存契約者数)の実績をもとに算出)を控除することにより、算出しております。想定新規契約者数は、営業人員と1人当たり契約人数を基に、算出しております。炭酸ガスカートリッジの売上高計画については、炭酸ガスカートリッジを顧客が購入する確率を2019年9月期のリピート商品の販売実績と炭酸需要の予測より求め、契約者数に当該確率を乗じて算出しております。

以上の前提条件のもと、2020年9月期においては、当事業の売上高は1,151百万円(前期比0%増)を見込んでおります。

⑦その他事業

主な事業内容は、EV事業、中古自動車販売事業、SIXPAD STATION事業及びスマートリング(近距離無線通信を搭載した指に装着するリング)の製造販売を行うIoT事業となります。

当事業については、各事業内容ごとに売上高計画を策定しております。SIXPAD STATION事業については、2019年11月に赤坂に国内3号店、2020年春に八王子に国内4号店、2020年夏に東京都内に国内5号店のオープンを計画しております。

以上の前提条件のもと、2020年9月期においては、当事業の売上高は1,690百万円(前期比100%増)を見込んでおります。

以上の結果、売上高は38,000百万円(前期比5%増)を見込んでおります。

(2) 売上原価、売上総利益

売上原価は、セグメント別売上高に対してセグメント別売上原価率を乗じることにより算出しております。セグメント別売上原価は、2019年9月期の実績と2020年9月期のアイテム別の販売計画を基に設定しております。

以上の結果、売上原価は11,560百万円(前期比41%減)、売上総利益は26,440百万円(前期比62%増)を見込んでおります。

(3) 販売費及び一般管理費、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益

販売費及び一般管理費は、マーケティング費(広告宣伝費及び販売促進費)、人件費、研究開発費、荷造運賃、その他の経費で構成されております。人件費は、採用計画及び人員計画に基づき算出しております。マーケティング費は、ブランド別のマーケティング計画に基づき算出しております。研究開発費は、ブランド別アイテム別の研究開発計画に基づき算出しております。また、その他の経費につきましては、2019年9月期の実績をもとに、具体的な増加、減少が見込まれる項目について勘定科目別に積み上げて算出しております。マーケティング費の選択と集中、採用抑制による人件費の低下、勘定科目別に経費削減の徹底的な実施が主な減少要因となります。

以上の結果、販売費及び一般管理費は28,440百万円(前期比7%減)、営業利益は△2,000百万円、経常利益は△2,000百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は△2,000百万円を見込んでおります。

【連結業績予想に関するご留意事項】

本資料に記載されている当社グループの業績見通しについては、本資料の作成時点において入手可能な情報による判断及び仮定を前提にしており、実際の業績は様々な要因によって異なる場合があります。