



## 2020年9月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕（連結）

2020年2月14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) 取締役専務 CFO (氏名) 吉高 信 TEL 052-307-7890  
 四半期報告書提出予定日 2020年2月14日 配当支払開始予定日 —  
 四半期決算補足説明資料作成の有無：有  
 四半期決算説明会開催の有無：無

(百万円未満切捨て)

### 1. 2020年9月期第1四半期の連結業績（2019年10月1日～2019年12月31日）

#### (1) 連結経営成績（累計）

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する 四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2020年9月期第1四半期	9,313	△9.7	△225	—	44	—	△39	—
2019年9月期第1四半期	10,312	—	△1,334	—	△1,283	—	△1,959	—

(注) 包括利益 2020年9月期第1四半期 116百万円 (—%) 2019年9月期第1四半期 △2,024百万円 (—%)

	1株当たり 四半期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益
	円 銭	円 銭
2020年9月期第1四半期	△0.99	—
2019年9月期第1四半期	△49.36	—

(注) 潜在株式調整後1株当たり四半期純利益については、潜在株式は存在するものの、1株当たり四半期純損失であるため記載していません。

#### (2) 連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
	百万円	百万円	%
2020年9月期第1四半期	38,980	31,927	81.5
2019年9月期	40,955	31,721	77.2

(参考) 自己資本 2020年9月期第1四半期 31,784百万円 2019年9月期 31,617百万円

### 2. 配当の状況

	年間配当金				
	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
2019年9月期	—	0.00	—	0.00	0.00
2020年9月期	—	—	—	—	—
2020年9月期（予想）	—	0.00	—	0.00	0.00

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無：無

### 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、通期は対前期)

	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) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無：無

現在精査中である新型コロナウイルスの業績への影響及び今後確定予定のウォーターサーバー事業の譲渡益等は、上記の業績予想には織り込んでおりません。

※ 注記事項

(1) 当四半期連結累計期間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 一社 （社名）－  
除外 一社 （社名）－

(2) 四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用：有

(注) 詳細は、添付資料10ページ「2. 四半期連結財務諸表及び主な注記 (3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項 四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用」をご覧ください。

(3) 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

(4) 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）	2020年9月期1Q	39,733,028株	2019年9月期	39,732,788株
② 期末自己株式数	2020年9月期1Q	23株	2019年9月期	23株
③ 期中平均株式数（四半期累計）	2020年9月期1Q	39,732,898株	2019年9月期1Q	39,687,459株

※ 四半期決算短信は公認会計士又は監査法人の四半期レビューの対象外です

※ 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5ページ「1. 当四半期決算に関する定性的情報 (3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明」をご覧ください。

## ○添付資料の目次

1. 当四半期決算に関する定性的情報	2
(1) 経営成績に関する説明	2
(2) 財政状態に関する説明	5
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明	5
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記	6
(1) 四半期連結貸借対照表	6
(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書	8
四半期連結損益計算書	
第1四半期連結累計期間	8
四半期連結包括利益計算書	
第1四半期連結累計期間	9
(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項	10
(継続企業の前提に関する注記)	10
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	10
(四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用)	10
(セグメント情報等)	10
(重要な後発事象)	12
3. その他	13
継続企業の前提に関する重要事項等	13

## 1. 当四半期決算に関する定性的情報

### (1) 経営成績に関する説明

当第1四半期連結累計期間における我が国の経済は、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に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、当第1四半期連結会計期間より、報告セグメントの区分を変更しており、以下の前年同四半期比較については、前年同四半期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。

当第1四半期連結累計期間の売上高は1,263百万円(前年同期比52.8%減)、経常損失は49百万円(前年同期は765百万円の経常損失)となりました。

当第1四半期連結累計期間に、中国においては、2019年11月中国国際輸入博覧会に出展し、MTGブランドの認知向上に取り組みました。2019年11月11日に行われた中国最大のECセールW11においては、中国人気女優チーウェイをブランドアンバサダーとして起用し、認知度向上と売上拡大に努めました。台湾においては、Style事業の強化にむけて新たなパートナーとの事業を2019年10月より開始し、順調に推移しております。また、新たな国への展開に向けた市場開発も進めております。

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は大幅に減少し、経常損失となりました。

#### ②リテールストア事業

主な事業内容は、量販店運営事業者及び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。

当第1四半期連結累計期間の売上高は2,407百万円(前年同期比17.7%減)、経常損失は137百万円(前年同期は307百万円の経常損失)となりました。

量販店市場においては、当第1四半期連結累計期間にReFaブランドより1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は什器刷新、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。年末商戦では、SIXPADブランド、ReFaブランドを中心に需要が高まったことで、売上増に繋がっております。

百貨店市場においては、年末商戦でWELLNESSカテゴリーのSIXPADブランドを中心にイベント販売の拡大、「SIXPAD Foot Fit」の更なる拡販施策により、お客様にお喜びいただいた結果、認知拡大を実現することができました。

2019年11月にはBeauty Connection Ginzaをオープンし、多くのお客様にご来館いただいております。同月にはReFaブランドから新商品「ReFa MOTION CARAT」「ReFa MOTION PRO」を発売し、販売実績が徐々に伸びております。

しかしながら、2019年10月に施工された消費税増税による需要減と天災及び天候不順による販売店来店客数減の影響により、各ブランドが影響を受けております。

百貨店市場においては、市場に対する店舗数の適正化を目的に、ReFaブランドより2店舗、SIXPADブランドより1店舗の退店を実施致しましたが、店舗全体の来客数が大幅に減少したことにより、全体的に売り上げが低迷する結果となりました。

また、BEAUTYカテゴリーに位置するReFaブランド、MDNA SKINブランドにおいては、海外の一般旅行客様の需要も継続して低下しました。

#### 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・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。

当第1四半期連結累計期間の売上高は2,701百万円(前年同期比1.2%減)、経常利益は710百万円(前年同期比27.7%減)となりました。

SIXPADブランド「SIXPAD Foot Fit」の新開広告が好調で、波及効果によりECサイトを含めた同商品の受注増に繋がっています。また、ReFaブランドの「ReFa FINE BUBBLE」が販売台数を順調に伸ばしており、2019年12月に月次販売台数過去最高を突破致しました。

しかしながら、増税の影響により直接販売の売上が減少致しました。

#### ④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。

当第1四半期連結累計期間の売上高は2,425百万円(前年同期比66.2%増)、経常利益は368百万円(前年同期比1,150.2%増)となりました。

2019年8月より「ReFa BEAUTECH DRYER」「ReFa BEAUTECH STRAIGHT IRON」の全国商談会を多数回実施したことにより、美容サロン市場においてブランド価値を十分に伝えることができ、当社の認知度向上にも繋がりました。商談会参加サロンからの情報拡散もあり、2019年10月開催の「ビューティーワールド ジャパン ウェスト」へ出展した際には、上記商品の取引を希望されるサロンが多く、例年以上の新規開拓(契約)数となりました。その結果、2019年の年末商戦への当社商品採用サロン数が、例年に比べ大幅に増加致しました。

#### ⑤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。

当第1四半期連結累計期間の売上高は302百万円(前年同期比14.9%増)、経常損失は76百万円(前年同期は214百万円の経常損失)となりました。

新たな顧客接点及び市場開拓を目的とした展示会(2019年11月「CYCLE MODE international 2019」、2019年12月「FIELDSTYLE」)への出展、また、高効率な獲得を目的としたメディア連動企画(テレビ局、ラジオ局)の実施により、ユーザー数が増加し、売上増加の要因となりました。

#### ⑥スマートリング事業

主な事業内容は、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事業となります。

当第1四半期連結累計期間の売上高は5百万円(前年同期比92.7%減)、経常損失は119百万円(前年同期は116百万円の経常損失)となりました。

#### 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及びSIXPAD STATION事業となります。

当第1四半期連結累計期間の売上高は207百万円、経常損失は61百万円となりました。

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)

前後に動くローラーが特徴的な「ReFa MOTION CARAT/ReFa MOTION PRO」を2019年10月に一部先行店舗にて、2019年11月からは全国百貨店等の各市場にて発売を開始致しました。プロモーションでは、2019年11月から2019年12月にかけて「ReFa MOTION CARAT/ ReFa MOTION PRO」の体感イベントAmazing New ReFaを開催するとともに、イベント開催時期に合わせて関西エリアにてTVCMを放映し、女性誌とのタイアップ記事も掲載して店頭送客へと繋げました。またSNSを中心とした投稿キャンペーンも展開し、ユーザー参加型で認知拡大を図りました。

2019年11月に、日本のプロフェッショナルの技をテクノロジーで再現し、サロンとの共同開発商品である「ReFa BEAUTECH DRYER」「ReFa BEAUTECH STRAIGHT IRON」を全国のサロンにて先行発売致しました。サロン専売期間を盛り上げるために、SNSアカウントの運用や2019年10月から2019年12月にかけての女性誌、業界紙とのタイアップ、サロンスタッフ向けにヘアアレンジコンテストを開催するなど、サロンとの関係強化を図りました。

国内の店舗においては、2019年11月に渋谷スクランブルにReFaカウンターをオープン致しました。さらに、銀座に当社初の複合商業施設としてBeauty Connection Ginzaをオープンし、1階のInspiration SalonにてReFaの販売を開始致しました。海外の店舗展開においては、代理商の西安百利において2019年10月に西安王府井购物中心、2019年12月に丹尼斯百貨にReFaカウンターをオープン致しました。また2019年11月には、第2回中国国際輸入博覧会に出店し、ReFaブランドの認知拡大を図りました。

## (MDNA SKINブランド)

2019年11月に数量限定、ウインターキャンペーンの一つとして「THE TREATMENT OIL」を販売致しました。

国内においては、2019年10月23日から2019年12月27日にウインターキャンペーンを百貨店中心に展開し、販売強化及びPR認知の拡大を図りました。国内SNSプロモーションでは、インスタグラムの活用を中心とした顧客とのエンゲージメント構築を図りました。

国内店舗においては、2019年11月、銀座に当社初の複合商業施設としてBeauty Connection Ginzaをオープンし、1階のInspiration SalonにてMDNA SKINの商品販売を開始致しました。また同館2階にはTreatment Roomを備え、エステティックサービスを展開致します。

中国では、代理商の西安百利に2019年10月に西安王府井购物中心、2019年12月に丹尼斯百貨にカウンターをオープン致しました。シンガポールでは、Tang Plazaにカウンターをオープン致しました。

## (SIXPADブランド)

2019年10月に「SIXPAD Foot Fit」が日本ホームヘルス機器協会の体調改善機器に認定されました。また同月、SIXPAD STORE NUMAZUをオープン致しました。

2019年11月にSIXPAD STATION国内3号店の赤坂店をオープン致しました。また、「SIXPAD Chest Fit」がVOCEベスト美容家電&ベストギア美筋瘦身ギア部門1位を受賞致しました。海外においては、昨年に続き中国国際輸入博覧会に出展致しました。

## (Styleブランド)

東急(旧・東京急行電鉄)と町田市の共同による、南町田拠点創出まちづくりプロジェクトの一環として、旧グランベリーモールや鶴岡公園、住宅や駅前広場などを一体的に再開発する計画が進められ、その中の商業施設であるグランベリーパーク町田に2019年11月、都内初となるStyleの直営専門店をオープン致しました。

また、横たわる、美姿勢ストレッチ「Style Recovery Pole」と、体幹を意識する姿勢サポートシート「Style Athlete II」の2商品を2019年12月に当社コーポレートサイトにてリリースを発表致しました。

スマートフォンやパソコンを長時間使用する現代のライフスタイルにおいて、スマホ猫背という言葉ができるほど、姿勢に対する注目度は集まっています。姿勢サポートブランドStyleは、仕事、プライベートを始め、あらゆるシーンに溶け込む商品を通して、健やかな暮らしづくりに貢献致します。

## (PAOブランド)

近年の継続した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、認知度拡大に繋がりました。また、新たな層への認知拡大と顔を鍛えるという文化の波及のため、新たなブランドインフォマ素材を制作し、2019年12月1日から22日に、全国エリアにてTVCMを実施致しました。

## (Kiralabrand)

新たな顧客接点及び市場開拓を目的として、展示会(2019年11月 CYCLE MODE international 2019、2019年12月 FIELDSTYLE)へ出展致しました。

高効率な顧客獲得を目的として、メディア連動企画(テレビ局、ラジオ局)を実施致しました。また、地域貢献への取り組みとして、フランス・エビアン市と山中湖村との国際交流視察ツアーの開催に伴い、山中湖村内の主要観光施設と産業施設の視察として、キララ富士山工場を見学して頂きました。

以上の結果、当第1四半期連結累計期間の売上高は9,313百万円となりました。また、営業損失は225百万円、経常利益は44百万円、親会社株主に帰属する四半期純損失は39百万円となりました。

(2) 財政状態に関する説明

(資産)

当第1四半期連結会計期間末の資産につきましては38,980百万円となり、前連結会計年度末に比べ1,974百万円減少しました。これは主に現金及び預金の減少2,342百万円、受取手形及び売掛金の増加113百万円及び建物及び構築物(純額)の増加496百万円によるものであります。

(負債)

当第1四半期連結会計期間末の負債につきましては7,053百万円となり、前連結会計年度末に比べ2,180百万円減少しました。これは主に未払金の減少982百万円、未払法人税等の増加57百万円及び支払手形及び買掛金の減少382百万円によるものであります。

(純資産)

当第1四半期連結会計期間末の純資産につきましては31,927百万円となり、前連結会計年度末に比べ205百万円増加しました。これは主に親会社株主に帰属する四半期純損失39百万円による利益剰余金の減少40百万円及び為替換算調整勘定の増加214百万円によるものであります。

(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明

2019年12月9日の「2019年9月期 決算短信」で公表いたしました通期の連結業績予想に変更はありません。

現在精査中である新型コロナウイルスの業績への影響及び今後確定予定のウォーターサーバー事業の譲渡益等は、上記の業績予想には織り込んでおりません。

## 2. 四半期連結財務諸表及び主な注記

## (1) 四半期連結貸借対照表

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2019年9月30日)	当第1四半期連結会計期間 (2019年12月31日)
<b>資産の部</b>		
流動資産		
現金及び預金	13,886	11,544
受取手形及び売掛金	3,710	3,824
商品及び製品	6,226	5,854
原材料及び貯蔵品	1,559	1,443
前払費用	196	454
その他	4,053	3,224
貸倒引当金	△7	△5
流動資産合計	29,625	26,340
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物(純額)	465	962
土地	9,058	9,058
その他(純額)	13	357
有形固定資産合計	9,537	10,378
無形固定資産		
投資有価証券	1,191	1,252
繰延税金資産	7	6
その他	597	942
貸倒引当金	△25	△25
投資その他の資産合計	1,770	2,176
固定資産合計	11,330	12,640
資産合計	40,955	38,980



(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2019年9月30日)	当第1四半期連結会計期間 (2019年12月31日)
<b>負債の部</b>		
流動負債		
支払手形及び買掛金	1,034	651
未払金	2,892	1,910
未払法人税等	167	224
賞与引当金	386	200
その他の引当金	732	614
その他	2,825	2,251
流動負債合計	8,039	5,853
固定負債		
その他	1,194	1,199
固定負債合計	1,194	1,199
負債合計	9,233	7,053
純資産の部		
株主資本		
資本金	16,610	16,610
資本剰余金	23,236	23,236
利益剰余金	△8,076	△8,117
自己株式	△0	△0
株主資本合計	31,770	31,729
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	66	58
為替換算調整勘定	△218	△3
その他の包括利益累計額合計	△152	55
新株予約権	4	4
非支配株主持分	99	137
純資産合計	31,721	31,927
負債純資産合計	40,955	38,980

(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書  
 (四半期連結損益計算書)  
 (第1四半期連結累計期間)

(単位:百万円)

	前第1四半期連結累計期間 (自 2018年10月1日 至 2018年12月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2019年10月1日 至 2019年12月31日)
売上高	10,312	9,313
売上原価	4,087	3,189
売上総利益	6,225	6,124
返品調整引当金戻入額	237	561
返品調整引当金繰入額	216	445
差引売上総利益	6,246	6,240
販売費及び一般管理費	7,580	6,465
営業損失(△)	△1,334	△225
営業外収益		
受取利息及び配当金	1	1
受取地代家賃	49	16
関係会社株式売却益	50	—
為替差益	—	180
その他	31	73
営業外収益合計	132	272
営業外費用		
支払利息	3	2
為替差損	46	—
貸倒引当金繰入額	25	—
その他	6	0
営業外費用合計	81	2
経常利益又は経常損失(△)	△1,283	44
税金等調整前四半期純利益又は税金等調整前四半期純損失(△)	△1,283	44
法人税等	675	135
四半期純損失(△)	△1,959	△90
非支配株主に帰属する四半期純損失(△)	△0	△51
親会社株主に帰属する四半期純損失(△)	△1,959	△39

(四半期連結包括利益計算書)  
(第1四半期連結累計期間)

(単位:百万円)

	前第1四半期連結累計期間 (自 2018年10月1日 至 2018年12月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2019年10月1日 至 2019年12月31日)
四半期純損失(△)	△1,959	△90
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△10	△7
為替換算調整勘定	△55	214
その他の包括利益合計	△65	207
四半期包括利益	△2,024	116
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	△2,024	167
非支配株主に係る四半期包括利益	△0	△51

## (3) 四半期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。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。

(四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用)

(税金費用の計算)

当社の税金費用については、当第1四半期連結会計期間を含む連結会計年度の税引前当期純利益に対する税効果会計適用後の実効税率を合理的に見積り、税引前四半期純利益に当該見積実効税率を乗じて計算しております。

なお、法人税等調整額は、「法人税等」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】

I 前第1四半期連結累計期間(自2018年10月1日至2018年12月31日)

報告セグメントごとの売上高及び利益又は損失の金額に関する情報

(単位:百万円)

	報告セグメント								調整額 (注)2	四半期連結損益計算書計上額 (注)3
	グローバル事業	リテールストア事業	ダイレクトマーケティング事業	プロフェッショナル事業	ウォータースーパー事業	スマートリング事業	その他事業 (注)1	計		
売上高										
外部顧客への売上高	2,673	2,925	2,733	1,458	263	81	176	10,312	—	10,312
セグメント間の内部売上高又は振替高	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	2,673	2,925	2,733	1,458	263	81	176	10,312	—	10,312
セグメント利益又は損失(△)	△765	△307	983	29	△214	△116	△114	△503	△779	△1,283

(注) 1. 「その他事業」は、EV事業、中古自動車販売事業及びSIXPAD STATION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△779百万円には、各報告セグメントに配分していない全社費用△779百万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、四半期連結損益計算書の経常損失と調整を行っております。

## II 当第1四半期連結累計期間(自2019年10月1日至2019年12月31日)

## 1. 報告セグメントごとの売上高及び利益又は損失の金額に関する情報

(単位:百万円)

	報告セグメント								調整額 (注) 2	四半期連 結損益計 算書計上 額 (注) 3
	グロー バル事 業	リテ ールス トア事 業	ダイレ クトマ ーケ ティ ング 事業	プロ フェ ッシ ョナ ル 事業	ウ ォー ター サー バ ー 事 業	スマ ート リン グ事 業	その 他事 業 (注) 1	計		
売上高										
外部顧客への 売上高	1,263	2,407	2,701	2,425	302	5	207	9,313	—	9,313
セグメント間 の内部売上高 又は振替高	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	1,263	2,407	2,701	2,425	302	5	207	9,313	—	9,313
セグメント利益 又は損失(△)	△49	△137	710	368	△76	△119	△61	635	△591	44

(注) 1. 「その他事業」は、EV事業、中古自動車販売事業及びSIXPAD STATION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△591百万円には、各報告セグメントに配分していない全社費用△591百万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、四半期連結損益計算書の経常利益と調整を行っております。

## 2. 報告セグメントの変更等に関する事項

当社グループは、店舗運営の効率化及び人員効率の向上を図るため、経営管理区分の見直しを行ったことに伴い、当第1四半期連結会計期間より以下のとおり報告セグメントの統合及び名称変更並びに組織再編を行っております。

従来の「リテールマーケティング事業」と「ブランドストア事業」を統合し、「リテールストア事業」に名称変更するとともに、「ダイレクトマーケティング事業」との間において、一部組織を再編しております。

また、当第1四半期連結会計期間より、従来の「その他事業」に含まれていた「スマートリング事業」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、前第1四半期連結累計期間のセグメント情報は、変更後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。

## (重要な後発事象)

## 会社分割及び新設会社の株式譲渡

当社は、2020年1月23日開催の取締役会において、当社のウォーターサーバー事業を会社分割（新設分割）により新設会社に承継し、新設会社の全株式を譲渡する契約を、株式会社萬楽庵（以下「萬楽庵」といいます）と締結することを決議いたしました。

## 1. 会社分割の理由

当社は、2019年12月9日に開示しました「2020年9月期業績見通し及び経営方針」に基づき、収支改善に向けた構造改革を進めています。主力事業の『ReFa』、『SIXPAD』及び『NEWPEACE』を中心に、今後更なる成長が見込まれる分野に経営資源を集中し、2020年9月期の収益改善およびその後の持続的成長につなげていく方針です。その過程において、萬楽庵より、当社のウォーターサーバーブランド『Kirala』を取得したい旨の提案があり、具体的な検討を進めてまいりました。当社としては、前述の構造改革をさらに推進し、早期の収益改善を実現するため、本会社分割及び株式譲渡を実施することを決議いたしました。

## 2. 会社分割の事業内容、規模

事業内容：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  
規模：2019年9月期 売上高 1,147百万円

## 3. 会社分割の形態

当社を分割会社とし、当社のウォーターサーバー事業を新設会社に承継する会社分割（新設分割）方式です。

## 4. 会社分割に係る分割会社の名称又は承継会社の名称、当該会社の資産及び負債

分割会社の名称：株式会社MTG  
承継会社の名称：株式会社Kirala  
承継する資産の額：未定  
承継する負債の額：未定

## 5. 分割する事業が含まれている報告セグメントの名称

ウォーターサーバー事業

## 6. 会社分割の時期

2020年3月2日を予定しております。

## 7. 株式譲渡の概要

2020年3月2日（予定）をもって、新設会社の全株式を萬楽庵に譲渡する予定です。

## 8. 新設会社株式の譲渡先の名称及び概要

名称：株式会社萬楽庵  
所在地：愛知県名古屋市中区松原二丁目10番7号  
代表者：代表取締役会長 中村 規脩 代表取締役社長 畠山 祐聖  
事業内容：企業投資及び不動産事業  
資本金：10百万円

## 9. 株式譲渡価額

株式会社Kiralaの普通株式 約1,200百万円（予定）

(注) 最終的には、2020年2月末の貸借対照表に基づくとともに、最終分割方法の変更等により、普通株式の譲渡価額は調整される可能性があります。

## 3. その他

## 継続企業の前提に関する重要事象等

当社グループは、前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・フローを計上しました。

当第1四半期連結累計期間においても営業損失及び親会社株主に帰属する四半期純損失を計上しており、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、四半期連結財務諸表の「継続企業の前提に関する注記」には記載しておりません。