



2021年9月期 第3四半期

決算補足資料

株式会社**コラントツテ** (7792)

1

第3四半期業績ハイライト

2

2021年9月期業績見通し

3

参考資料



1

第3四半期業績ハイライト

業績ハイライト

■ 新型コロナの影響下でも売上高は前年同期比 26.9%増の伸長を達成

リテール部門及びホールセール部門については、緊急事態宣言が首都圏及び関西3府県に発出された影響もあり、店舗の休業や時短営業等があったものの、前年同期比で売上増を達成。

■ 特にイーコマース部門の売上高が前年同期比 48.0%増の大幅伸長

テレビCM,SNSを通じたマーケティング活動の強化により大幅伸長を達成。

■ 新製品の積極的な市場投入

既存の売れ筋商品に加え、新たに市場投入した3種類のネックレスが好調に推移。

業績ハイライト（3Q累計）

売上高の状況

✓ 全部門で二桁成長、特にイーコマース部門が高い成長率を達成

（単位：百万円）

	金額	前年同期比	売上高 構成比
売上高	2,716	+26.9%	100.0%
ホールセール部門	2,163	+25.2%	79.6%
リテール部門	207	+16.3%	7.7%
イーコマース部門	345	+48.0%	12.7%

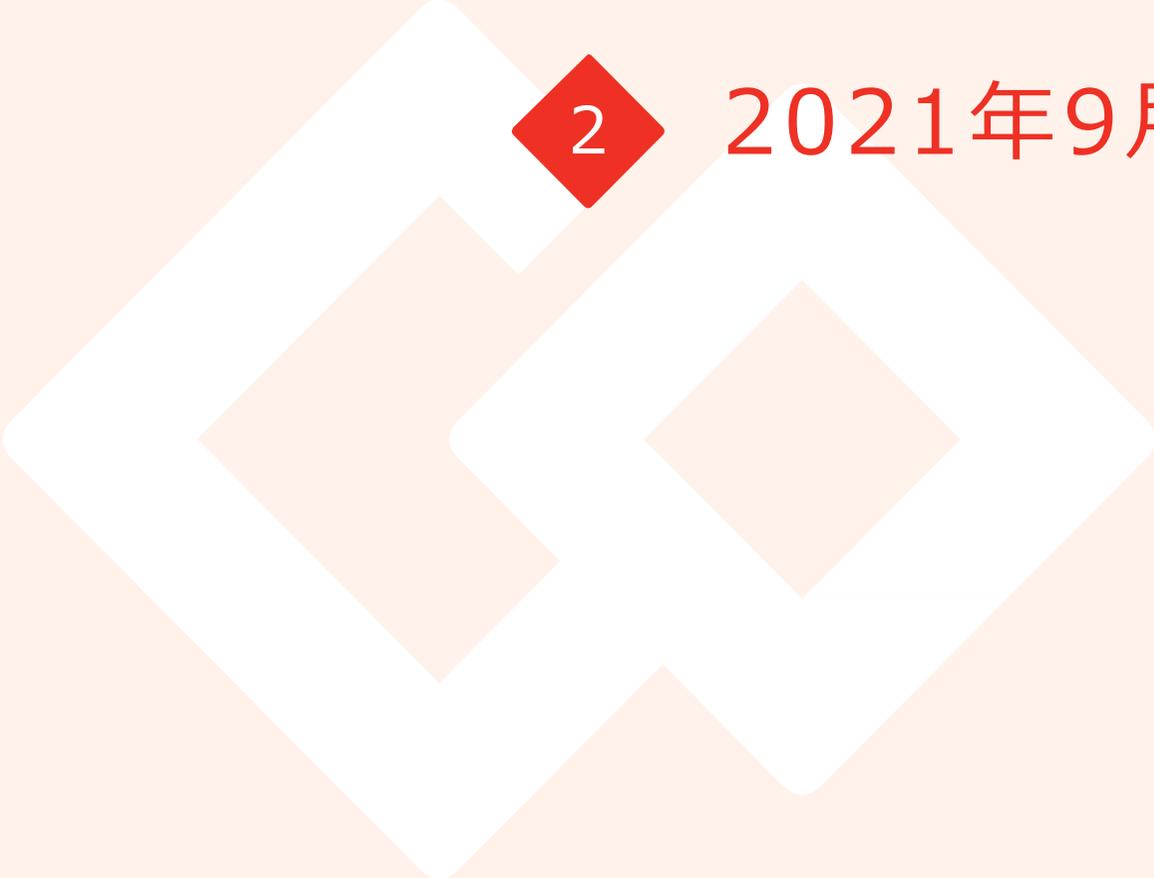
業績ハイライト（3Q累計）

主要業績項目

✓ 全利益項目において、二桁の利益率を達成

（単位：百万円）

	金額	売上高 利益率	前年同期比
売上高	2,716	—	+26.9%
営業利益	568	20.9%	+29.8%
経常利益	558	20.6%	+31.1%
四半期純利益	376	13.9%	+23.4%



2

2021年9月期業績見通し

2021年9月期の業績見通し

主要業績項目

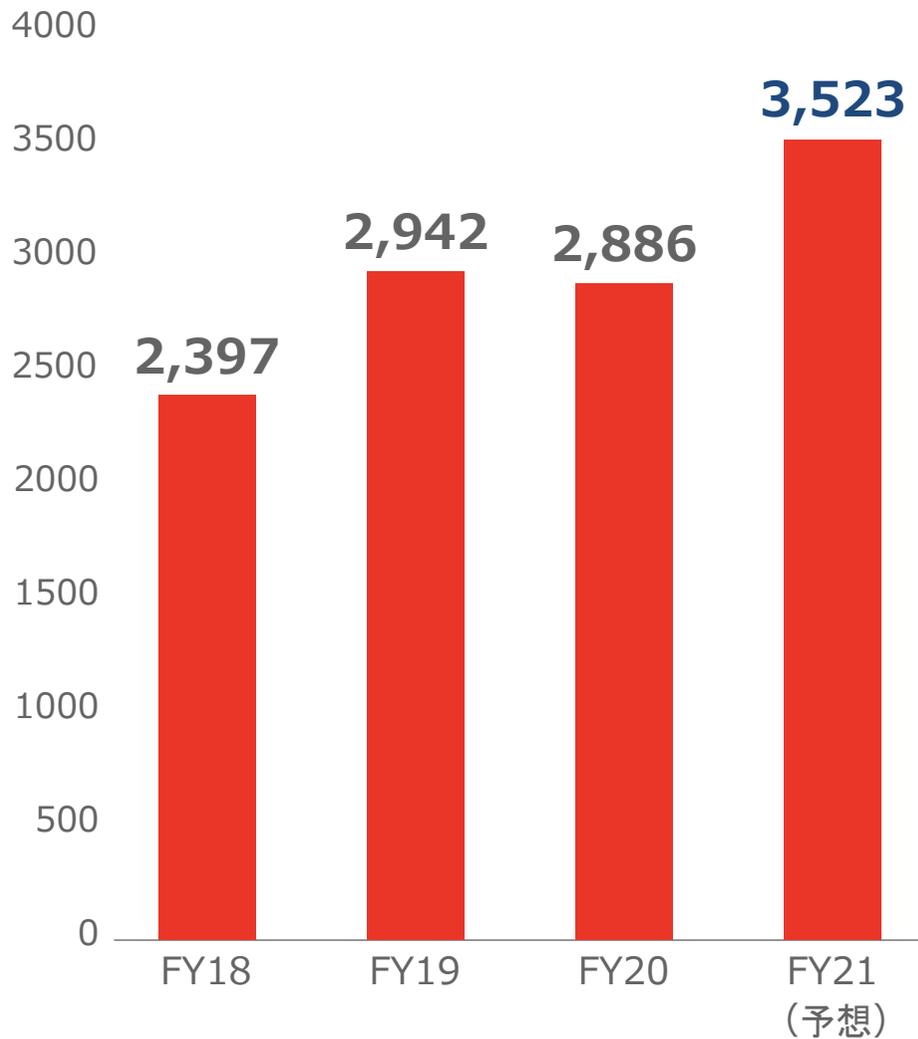
(単位：百万円)

	金額	売上高 利益率	前年同期比
売上高	3,523	—	+22.1%
営業利益	622	17.7%	+23.4%
経常利益	602	17.1%	+22.9%
四半期純利益	408	11.6%	+25.6%

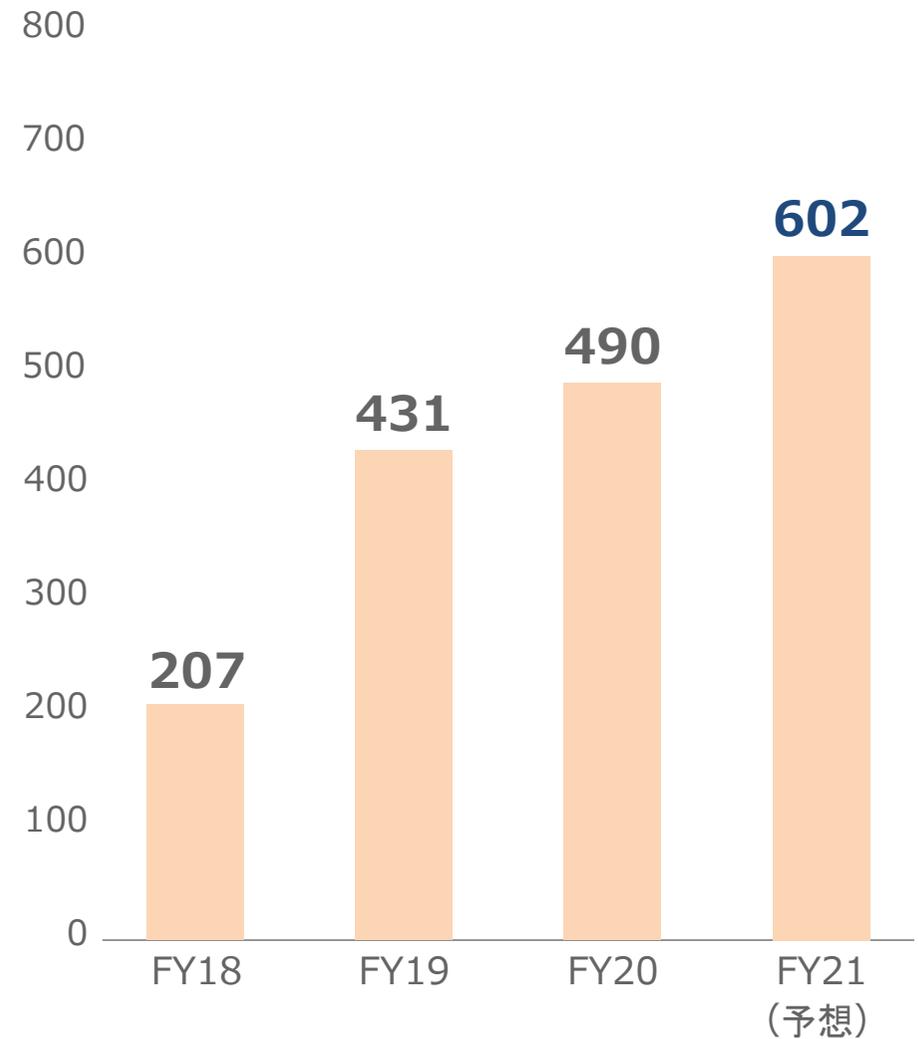
通期業績推移



売上高 (単位 : 百万円)



経常利益 (単位 : 百万円)



2021年9月期の業績予想に対する進捗

✓公表通期予想に対し、順調な進捗率で推移

(単位：百万円)

	3Q累計		通期予想に 対する進捗 率	2021年9月期 業績予想	
	金額	前年同期比		金額	前年同期比
売上高	2,716	+26.9%	77.1%	3,523	+22.1%
営業利益	568	+29.8%	91.3%	622	+23.4%
経常利益	558	+31.1%	92.6%	602	+22.9%
四半期 純利益	376	+23.4%	92.2%	408	+25.6%

3

参考資料

① 会社概要



「管理医療機器認証」を受けた磁気健康ギアを核とした健康関連事業を展開

社 名 株式会社コラントツテ

設 立 1997年10月

資 本 金 4億7,678万円（2021年8月6日現在）

代表者名 小松克己

事業内容 健康関連製品事業
（家庭用永久磁石磁気治療器*、ヘルスケアグッズなどの製造・販売）

所 在 地 大阪府大阪市中央区南船場2-10-26 コラントツテビル

従業員数 88名（2021年6月現在）

U R L <https://www.colantotte.co.jp>

*家庭用永久磁石磁気治療器:厚生労働省が指定した第三者認証機関 から認証を受けた「管理医療機器」

② 創業の経緯



代表取締役社長 小松克己

③ 経営理念

<経営理念>

本気の実現

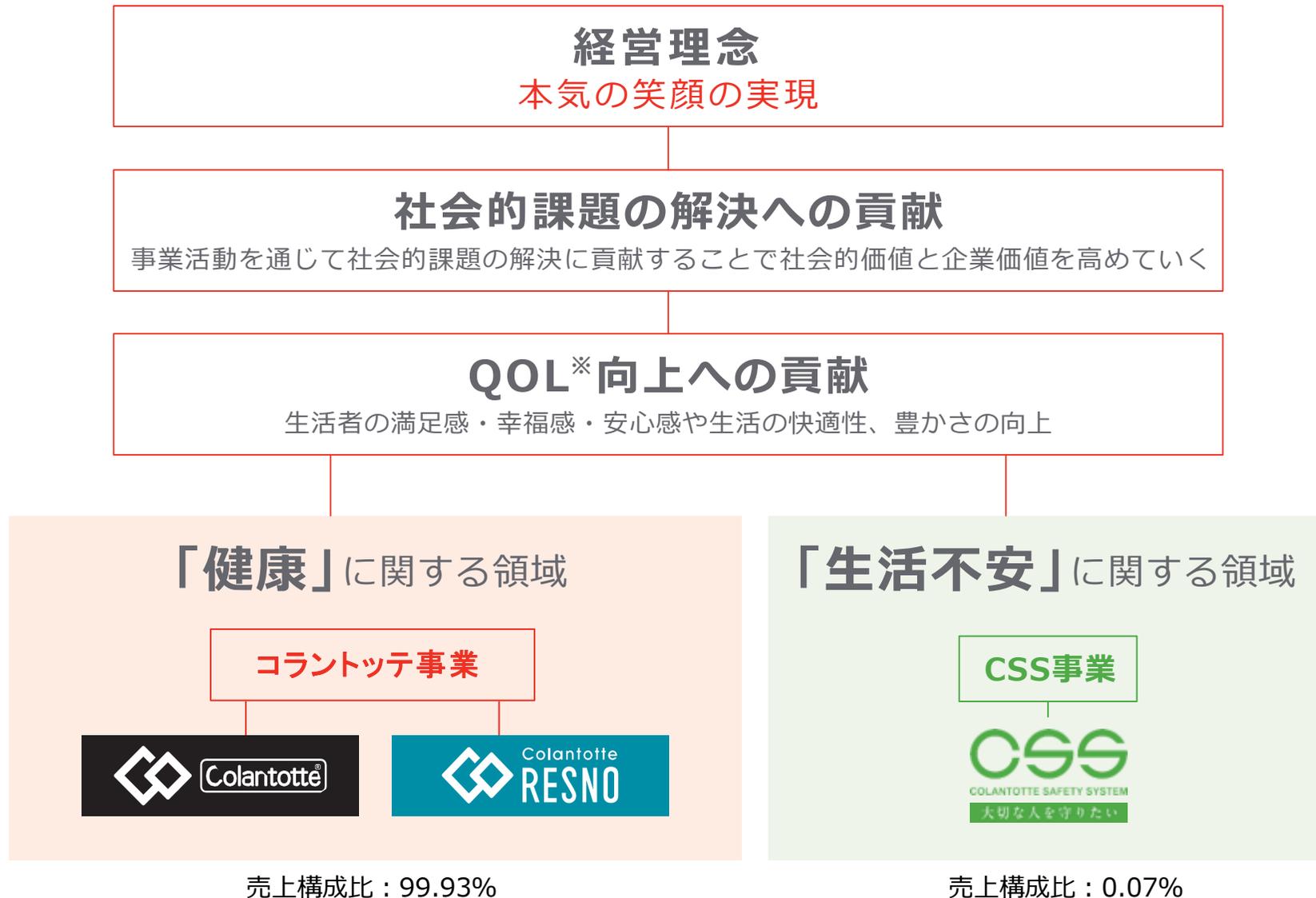
人を幸福にする一番身近な方法、それは本気の実現です。



今日も、笑顔のそばにいる。

<スローガン>

④ 事業ストラクチャー



※QOL : Quality Of Lifeの頭文字 生活の質を意味する

⑤ コラントツテ事業 Colantotte® 主要製品



信頼のブランドに支えられたColantotteの製品群



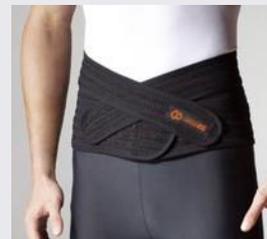
希望小売価格

¥ 20,000以上



希望小売価格

¥ 10,000~
¥ 19,900



希望小売価格

¥ 9,900以下

「今日の疲れをケアして、ベストな明日をつくる」をコンセプトに、家庭用磁気治療器にこだわらず、「運動」「休養」「栄養」の側面から日常のヘルスケアをサポートするための製品を展開



「大切な人を守りたい」

緊急医療行為に際し家族の承諾が必要、認知症や独居高齢者の身元確認等が必要、そんな時に、**ご家族と繋ぐ緊急時連絡サービス（月額定額制）**

- CSSで使われる
各種アイテム



緊急時連絡カード



緊急時連絡カード（カードスリーブ型）



CSSペンダント&キーホルダー

- 緊急時連絡サービス「CSS」の仕組み※



CSS使用者



救急・警察



CSS管理センター
24時間365日体制で
繰り返し連絡を続ける



家族など
最大5件の連絡先に連絡

※2016年1月日本、2018年6月米国にて「救援方法、救援システム、徘徊者保護方法及び徘徊者保護システム」特許を取得

⑧ 当社の強み

(1) 「見せる& 魅せる」磁気治療器の新たな市場を創造



※当社における「ブランド」の定義は、企業姿勢、品質、デザイン、イメージ、機能、価格、売場、売り方、メッセージなど全てが集約された象徴であります。

⑧当社の強み

(2) 医療機器としてのエビデンス -①独自の技術-

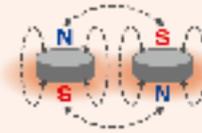
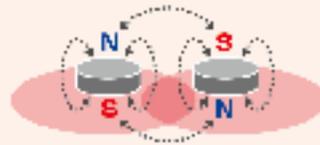
独自技術である永久磁石の「N極S極交互配列」

広範囲に広がる磁力で、血行改善を促し、コリを緩和

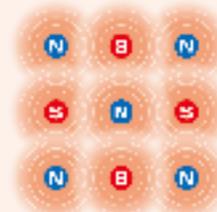


コラントツテの「N極S極交互配列」

- ・面で効く
- ・磁力が広範囲に



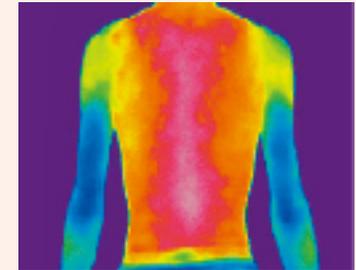
広範囲に磁力が影響する



▲上から見た図



▲横から見た図



コラントツテ タンクトップ着用時
(個人差があります。)

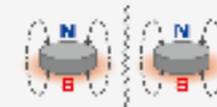
血行改善、
コリを緩和

一般的によく使われる磁石

例1:
深く磁力が影響しない



例2:
同極同士で反発



同極どうして反発しあう



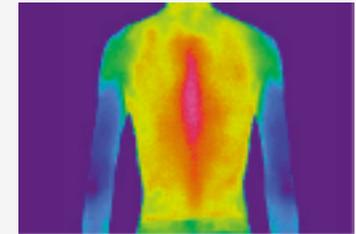
▲上から見た図



磁気の影響が少ない



▲横から見た図



一般磁気商品着用時
(個人差があります。)

磁力が点でしか動かない

注：砂鉄を使った磁力検証

注：血流促進による体表面温度変化イメージ

⑧ 当社の強み

(2) 医療機器としてのエビデンス

-② 医療機器としての認証・特許-

医療機器としての確かな認証・独自技術の特許

日本（厚生労働省）	管理医療機器認証取得
韓国	医療機器認証取得
EU	医療機器CEマーキング取得
ISO 13485	（医療機器の品質マネジメントシステムに関する国際規格）取得

名称	登録年月日/登録番号	内容・特徴
磁気治療具	2007年10月26日/特許第4029144号	身体に巻き掛けられるバンドと、前記バンドにスライド自在に取り付けられた複数の磁石ケースと、前記磁石ケース内に収められたN極S極交互に配列された永久磁石とを備えていることを特徴とする磁気治療器具
磁気治療具の製造方法	2007年6月1日/特許第3964372号	隣り合う永久磁石の身体に添わせる面の極性がN極S極交互配列となる磁気治療具を、能率良く製造することができる磁気治療具の製造方法
紐状磁石	2014年5月16日/特許第5544082号	広範囲に亘ってN極S極交互配列を磁力線で発生させることができる紐状磁石
クッション	2015年4月17日/特許第5729848号	使用者が自分の腰部において好適な領域に位置決めすることができ、また腰部に加わる押圧力を調整することができるクッション
磁気治療具及び磁気治療具の製造方法	2017年1月20日/特許第6075919号	磁石が直接皮膚に接触することを防止し、任意の位置にN極S極交互配列の樹脂カプセルが配置でき、比較的広範囲に磁気効果を与えるテーピング部材を使用した貼り型の磁気治療具
紐状磁石	2019年10月9日/2589411（英・仏） 602010056521.1（独）	広範囲に亘ってN極S極交互配列を磁力線で発生させることができる紐状磁石

取得特許の一部を抜粋

⑧ 当社の強み

(3) デザイン性にこだわった商品



豊富なデザインやカラー展開により、性別・年齢を問わないラインナップ



熟練の職人技による至高の逸品を目指したモノづくり



⑧ 当社の強み

(4) 多彩な契約アスリート

医療機器としての効能・効果と、こだわったデザイン性で多くのアスリートが着用



宇野昌磨選手
(トヨタ自動車)



伊藤美誠選手
(スターツ)



小祝さくら選手



葛西紀明選手
(土屋ホーム スキー部所属)



菊池涼介選手
(広島東洋カープ)



© Soft bank HAWKS

甲斐拓也選手
(福岡ソフトバンクホークス)



小池祐貴選手
(住友電工)



© Getsuriku

青山学院陸上競技部
(長距離ブロック)

⑨成長戦略

(1) EC販売の強化

WEBマーケティングの強化

フルフィルメントサービス活用
によるEC体制強化 (受注～出荷、管理)

有力ECモールへの積極出店・越境ECの強化

YAHOO!
JAPAN ショッピング

2020年12月～

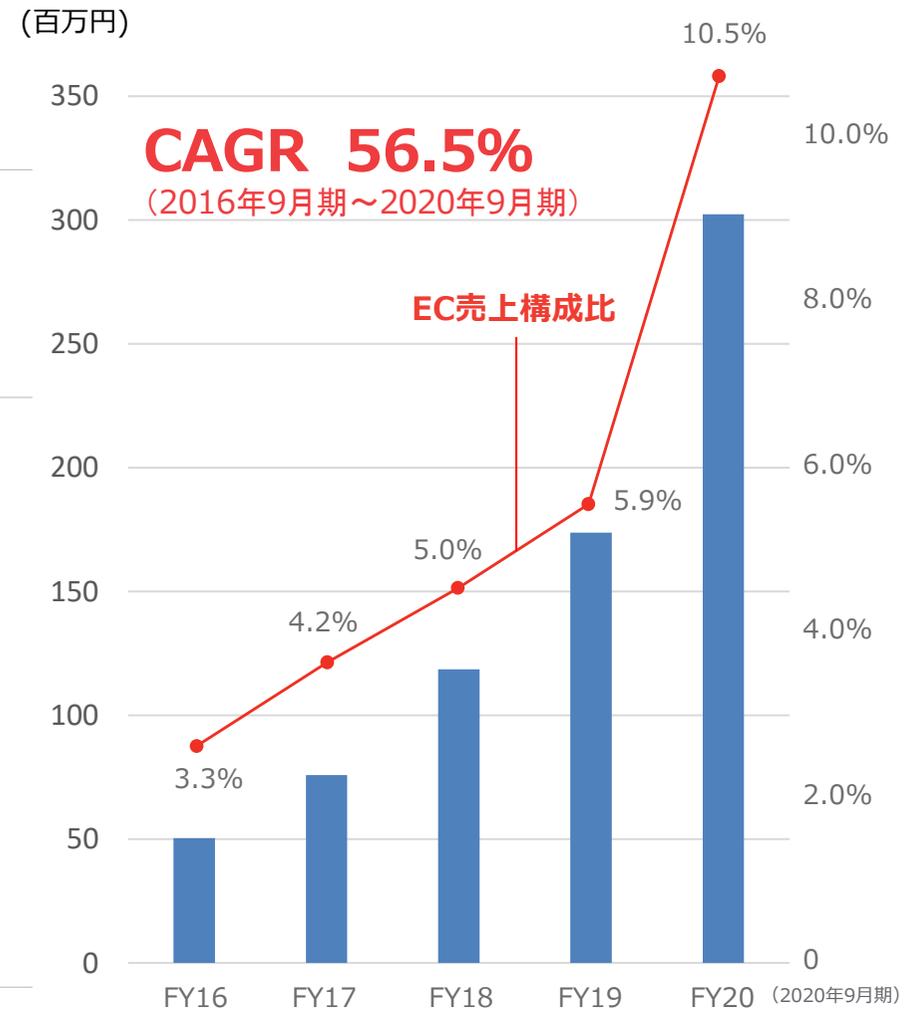
天猫 Tmall.com

2021年1月～

Rakuten

2021年7月～

<EC売上高>



⑨成長戦略

(2) 女性向け製品開発、マーケティング強化

- **女性向け製品開発 マーケティング強化を目指す**
 - 現状のユニセックスデザインからより女性に絞った商品デザインへ
 - おしゃれも効果もあきらめたくない女性のニーズに応える磁気治療器やヘルスケア製品の開発
 - コア・ターゲットは40代働く女性。コミュニティ作りを通じたファン（顧客）拡大を図る
 - 主たる販売チャネルはECを想定
- **製品企画&開発の体制強化の促進**
 - 女性スタッフの増強 + 組織横断的女性市場開拓チームの発足・活動



⑨成長戦略

(3) CSS事業の進化





【本資料の取扱いについて】

- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保障するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化等により、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。
- 上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向が含まれますが、これらに限られるものではありません。
- 今後新しい情報・将来の出来事等があった場合において、当社は本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても更新・改訂を行う義務を負うものではありません。