

2019年9月期 業績修正 説明資料

通期業績見通しの下方修正

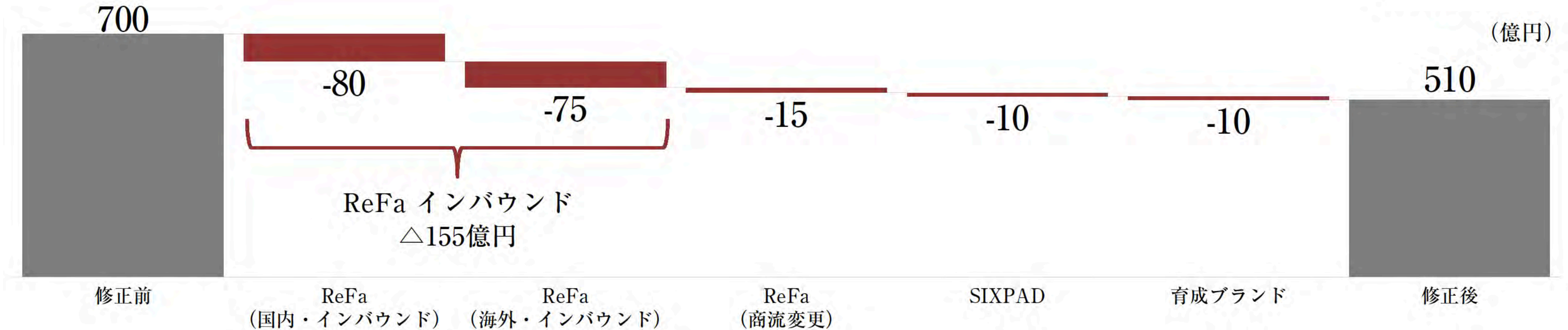
単位：億円	2019年9月期 (修正前)	2019年9月期 (修正後)	前年比	2019年9月期 1Q 実績
売上	700	510	△16%	140
営業利益	98	10	△89%	12.7
経常利益	100	12	△87%	13.2
当期純利益	63	6.2	△89%	7.1

- 下方修正の主な要因は「ReFa」におけるインバウンド売上の減少。
- 売上計画の190億円修正のうち、155億円がインバウンド売上減少分。
- 「ReFa」の通期売上は248億円となり、前期比△27%となる見通し。



業績修正の詳細

修正前後の売上分析（計画比）



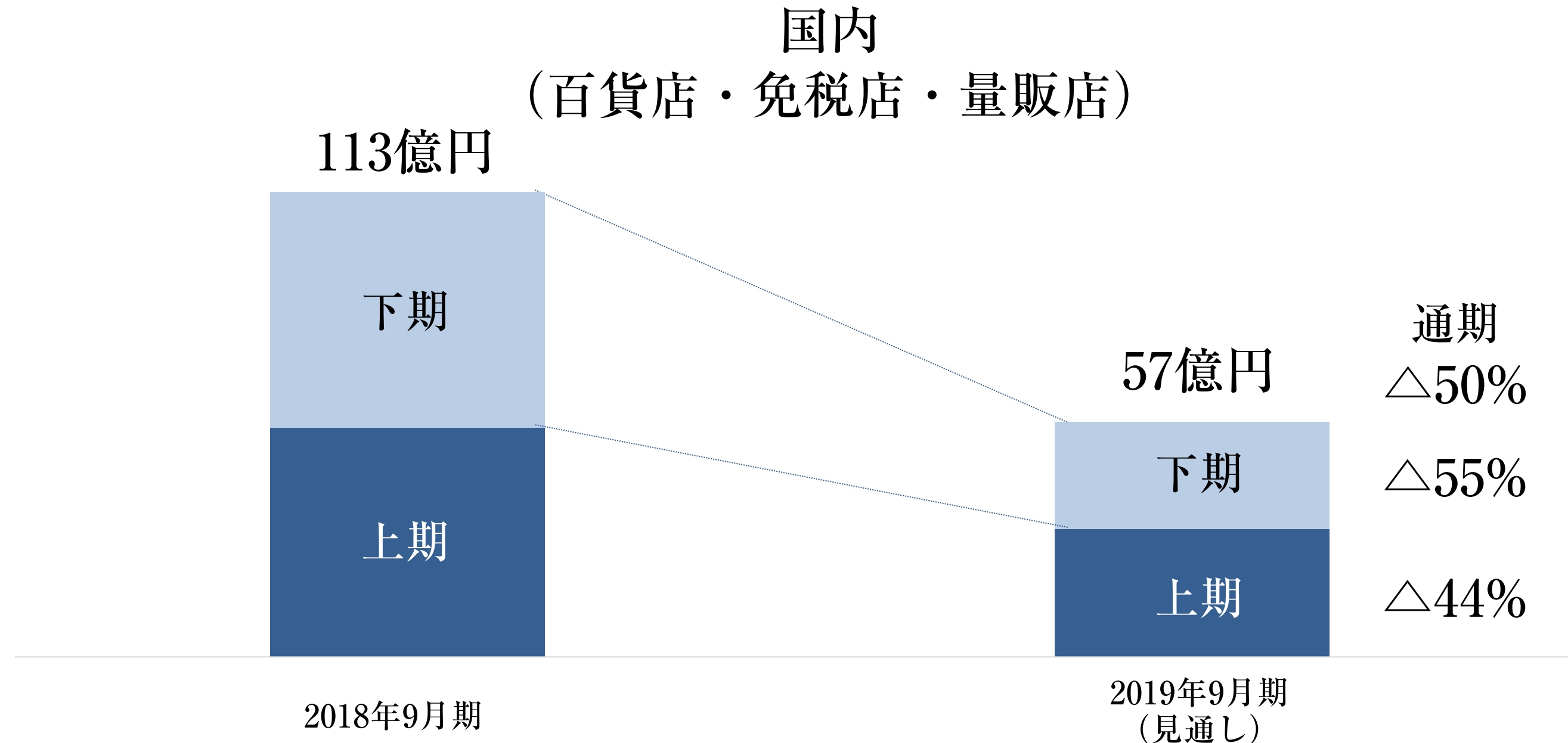
ReFa インバウンド売上の減少

- 「ReFa」の売上の約40%を占める中国人インバウンドの売上が、新EC法（中国電子商取引法）の影響を受け、韓国・国内・香港で大きく減少。特に、まとめ買いにより売上規模の大きい「バイヤー（代購）」が、新EC法の施行前から購買をストップし、現在でも戻る兆しがない。結果、バイヤーの売上を通期でゼロとし、国内外のインバウンド売上を△155億円と見込んだ。
- 具体的には、海外において、韓国免税店で計画に対し△70億円、香港で△5億円の計△75億円を予想。国内では、家電量販店で計画比△50億円、国内百貨店・免税店で△30億円の計△80億円を予想。

その他の修正

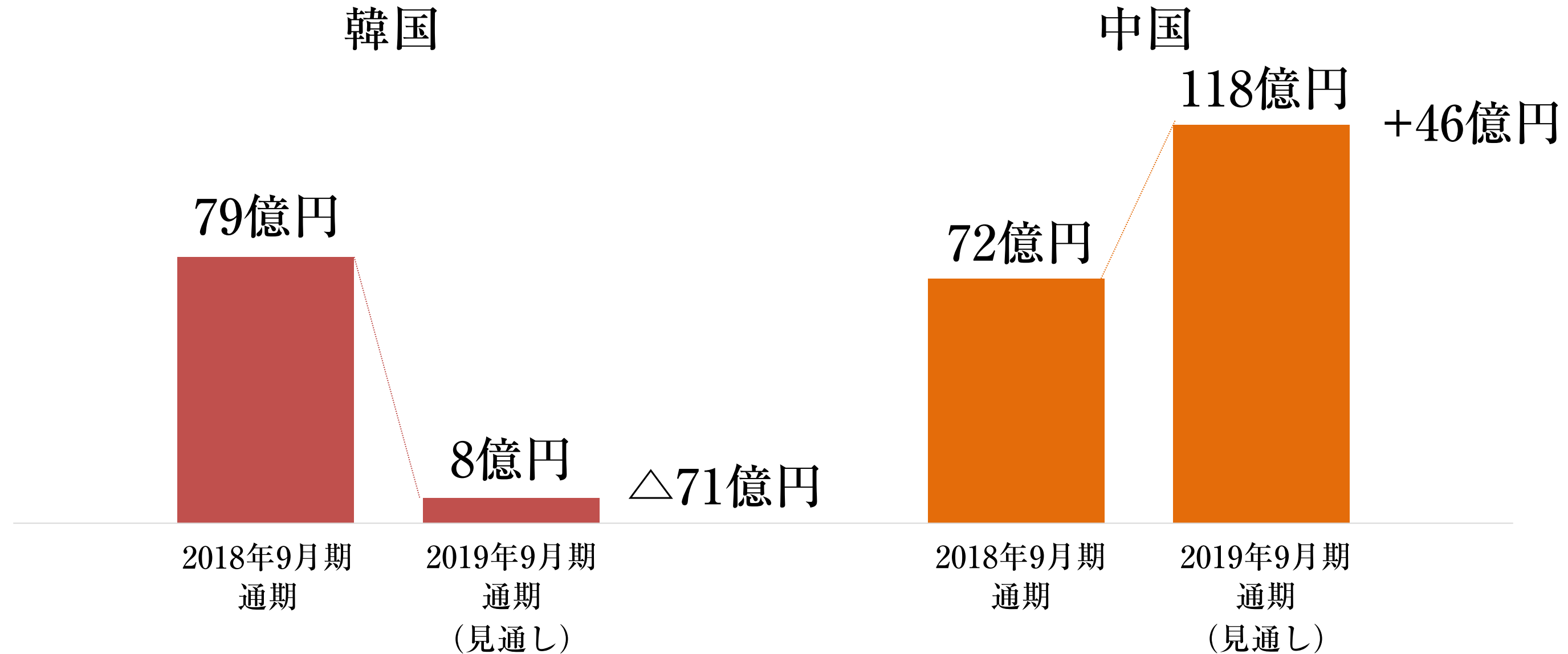
- 国内美容サロン市場で「ReFa」の商流を卸販売から取次販売に変更。想定以上に売上に影響が出ており、△15億円を予想。
- 1Qにおいて国内「SIXPAD」のエントリーEMS商品（Abs Fit 2）の売上が減少。3Q以降はマーケティング強化により回復する見込みではあるが、通期で計画より△10億円となる見通し。
- 育成ブランドでは、韓国における「PAO」「CAXA UP」の売上が減少。また、国内百貨店で「MDNA SKIN」の中国人インバウンドの売上が減少。結果、全体で計画より△10億円となる見通し。

「ReFa」 国内売上の見通し（前期比）



- 「ReFa」の国内売上は、インバウンド比率の高い百貨店・免税店・家電量販店チャンネルにおいて、前年度から△50%減少する見通し。
- 国内の全チャンネルにおける、「ReFa」のインバウンド比率は前期40%であったが、新EC法の影響により今期は10%まで低下する見込み。特にインバウンド売上が大きかった百貨店・免税店・量販店では、インバウンド比率が前年度の60%から20%に下がることが予想される。
- 引き続きインバウンド売上の低下は続くと想定し、上期の売上は△44%、下期の売上は△55%となる見通し。結果、通期では57億円（前期比△50%）を見込む。

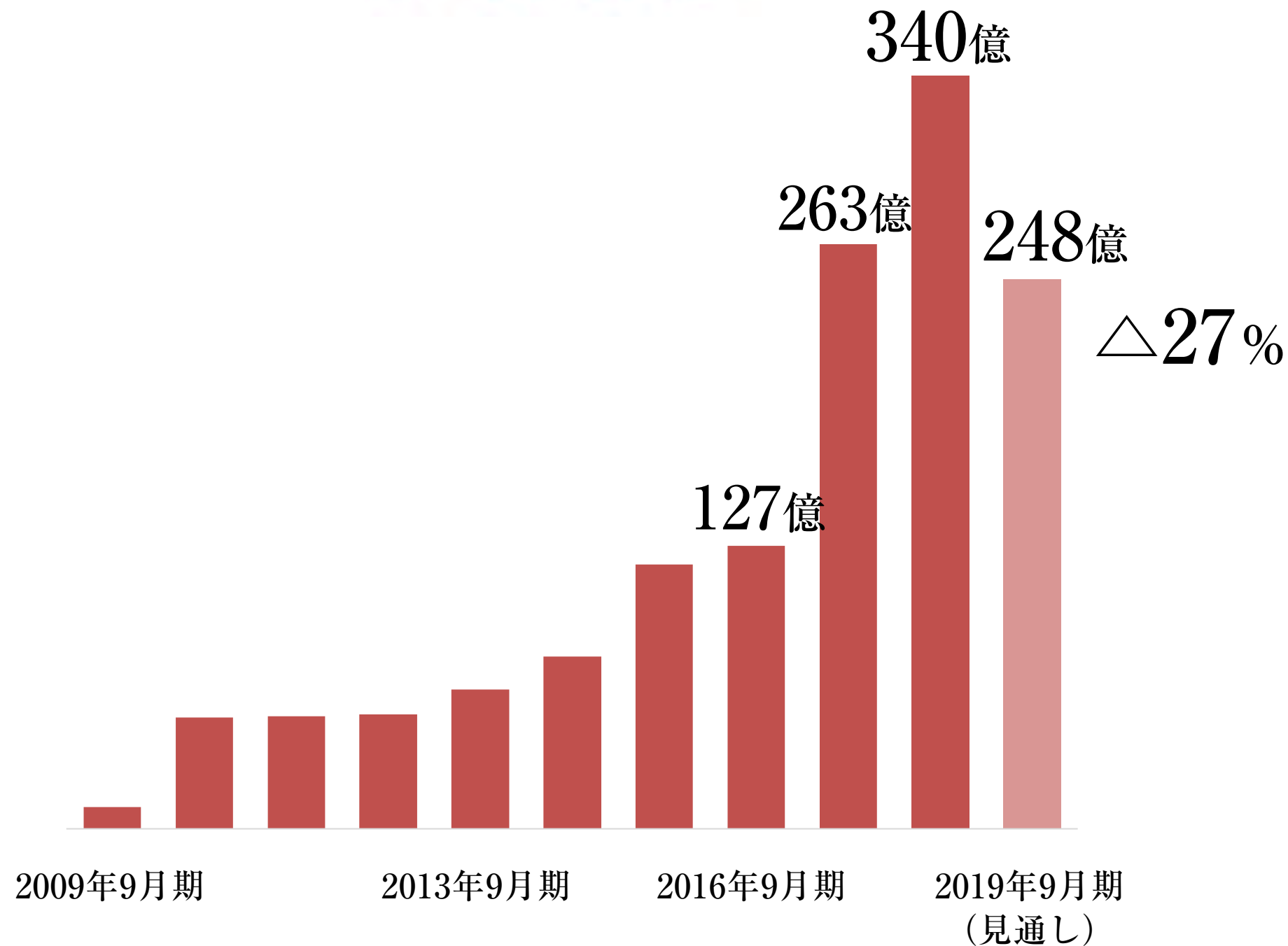
「ReFa」 海外売上の見通し（前期比）



- 今期は、韓国の売上減少分（71億円）を、中国の売上増加分（46億円）では補完することは難しいと想定。
- 韓国は「ReFa」の売上の大部分を占める免税店においてバイヤー（代購）を中心に中国人インバウンドの売上が大幅に減少。その影響が今後も続く予想し、通期の売上は8億円（前期比△71億円）の見通し。
- 中国における成長は維持し、ECを中心に販売が好調に推移。通期で118億円（前期比+46億円）を見込む。
- 韓国と日本での中国人インバウンド売上の減少分は、将来的に中国国内の正規店での売上に転換されると想定するが、現在はまだその兆しが見られないため、今期の見通しにはその増加分を加味していない。

ReFa 通期見通し (売上)

ReFa

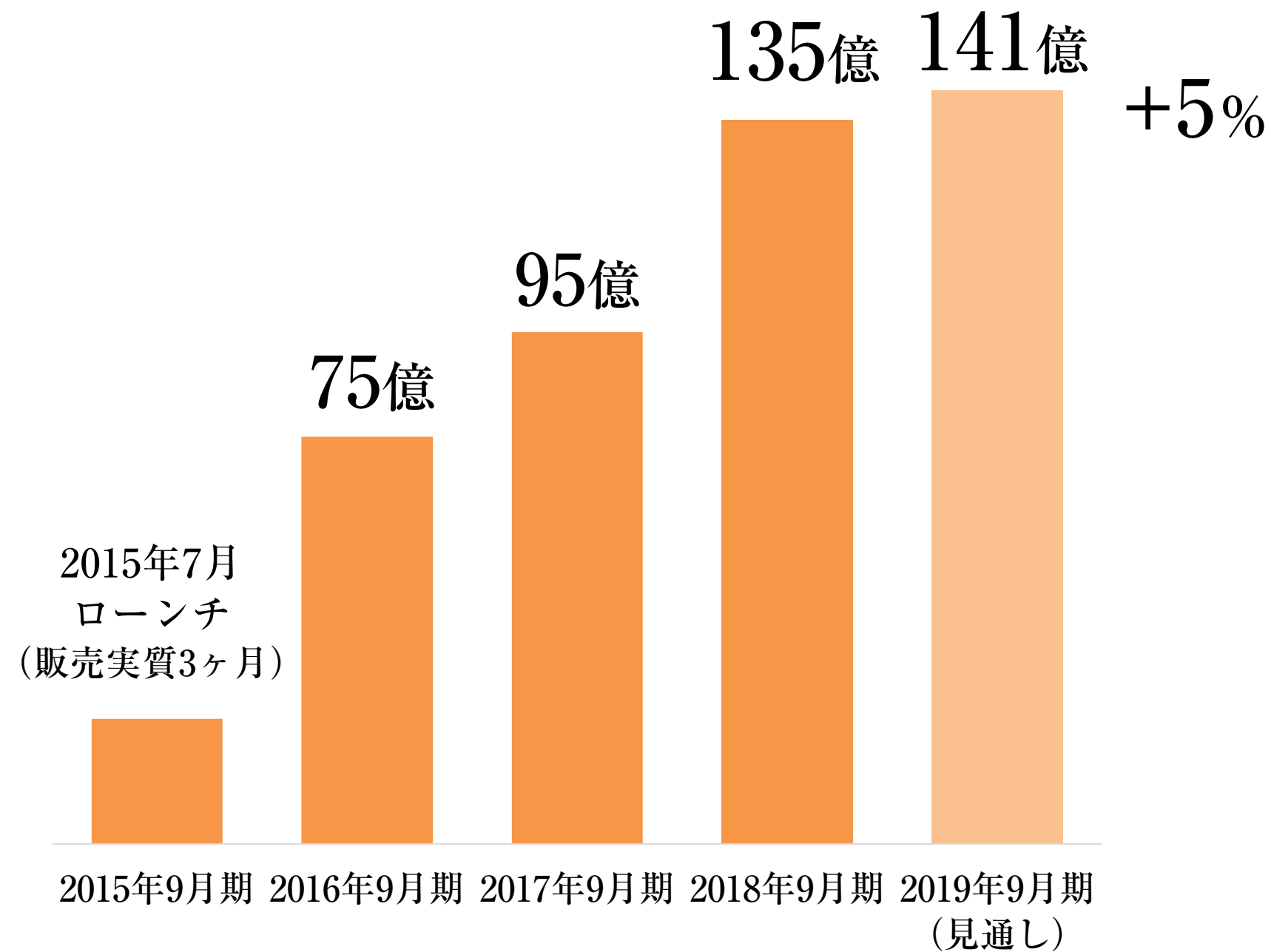


- 通期売上は248億円、前期比△27%の見通し。
- 中国では+63%の計画通りの成長を見込む一方、韓国と国内での新EC法の影響によるインバウンド売上の減少を補完することは難しい。
- 今後も韓国・日本におけるバイヤー（代購）の売上は回復せず、「ReFa」の中国国内の購入先が正規店にシフトし、中国国内売上に転換するのは来期以降と保守的に予想。

※ 単位：円 ※ 2018年9月期以降は連結数値
※ 「ReFa ACTIVE」の売上含む

SIXPAD 通期見通し (売上)

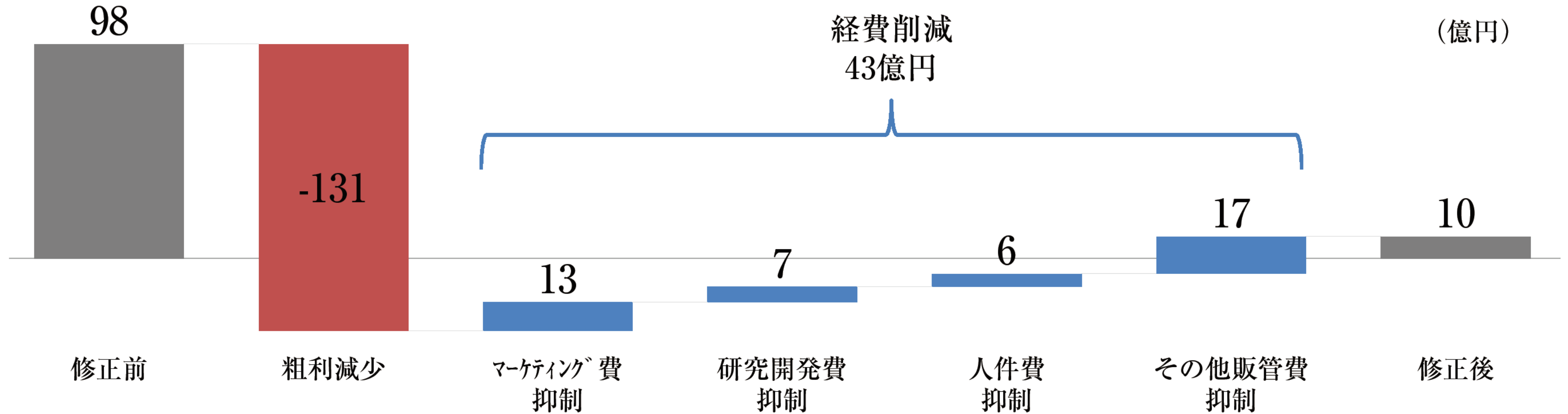
TRAINING GEAR
SIXPAD



- 通期売上は141億円、前期比+5%の5期連続成長の見通し。
- 売上が好調な「Foot Fit」が成長を牽引。
- 高需要期の春夏 (3Q・4Q) では、マーケティング投資と新商品のリリースにより新規客を獲得し、ユーザー層を拡大。
- 海外では、3Q以降に中国と韓国での販売を強化。「Foot Fit」を海外展開することで、アジアでの売上をアップ。

※ 単位：円 ※ 2018年9月期以降は連結数値

修正前後の営業利益分析



- 販管費の期初計画12%に当たる、43億円の経費削減を実施。
- 既存のマーケティング費を13億円、研究開発費を7億円、人件費を6億円、その他販管費を17億円、削減。その結果、営業利益は10億円となる見通し。
- 本発表以降も販管費は随時精査を行うことで、経費計画の見直しと経費削減を積極的に実施していく。持続的成長のための投資は維持しつつも、無駄な経費の削減に尽力。

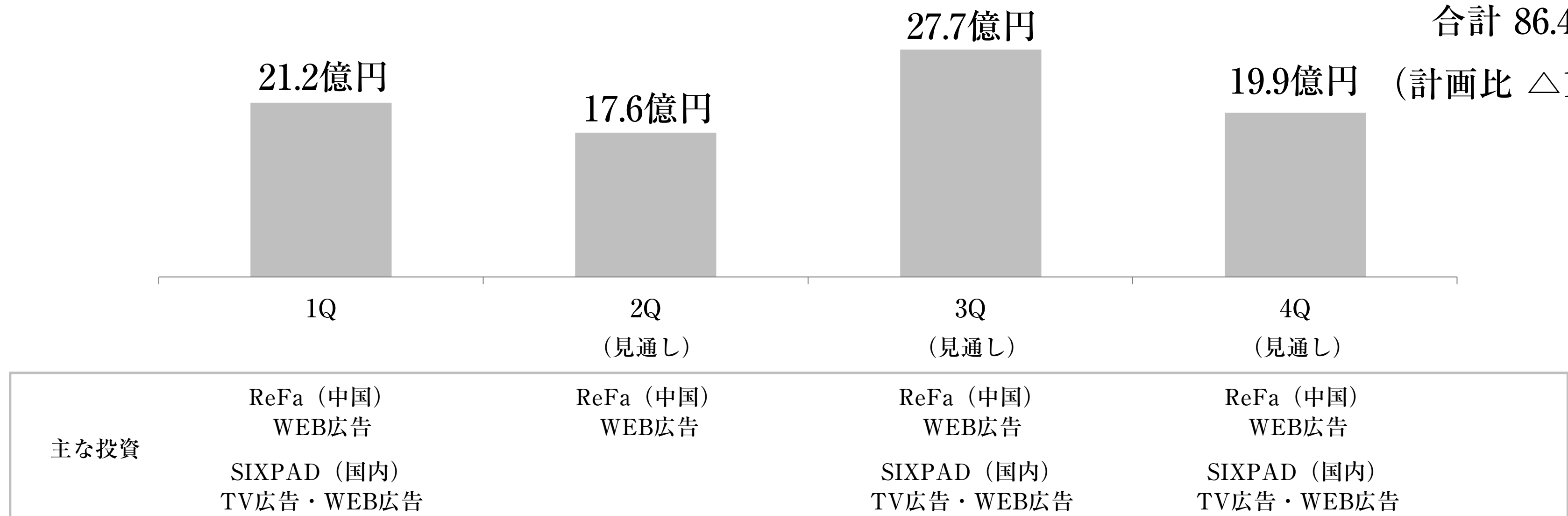
マーケティング費

<2019年9月期>

※ マーケティング費 = 広告宣伝費 + 販売促進費

合計 86.4億円

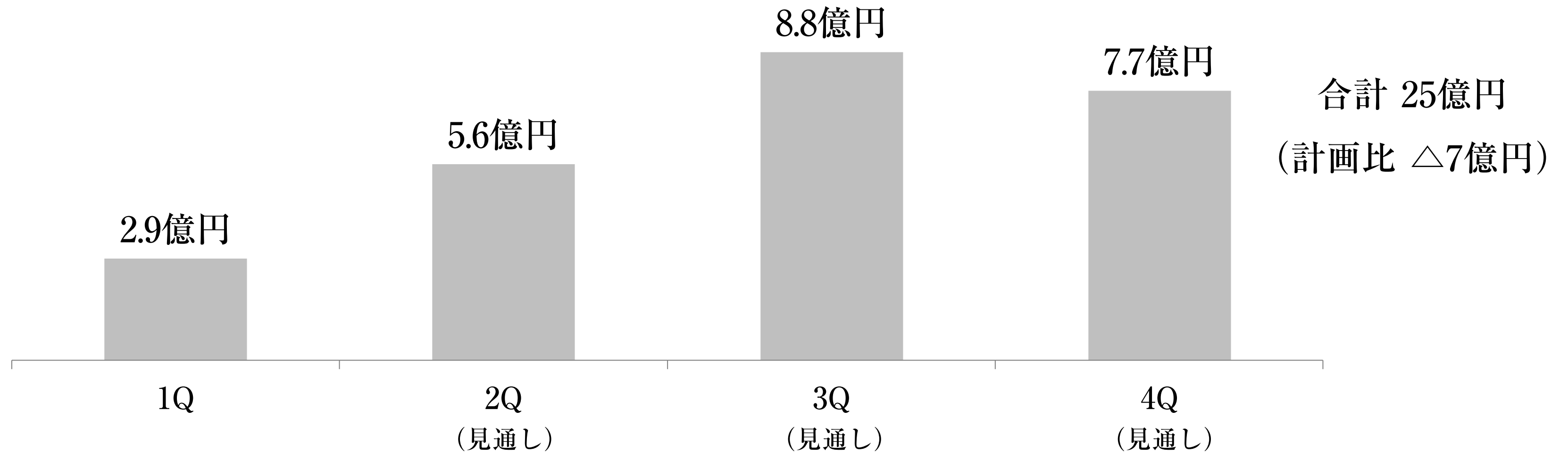
(計画比 △13億円)



- 通期でマーケティング費は86.4億円（計画比 △13億円）となり、売上高比率が16.9%（前年比 +2.3pt）となる見通し。
- 今後の成長を継続するために、売上成長の中核である中国の「ReFa」と国内の「SIXPAD」へのマーケティング投資を継続して実施。

研究開発費

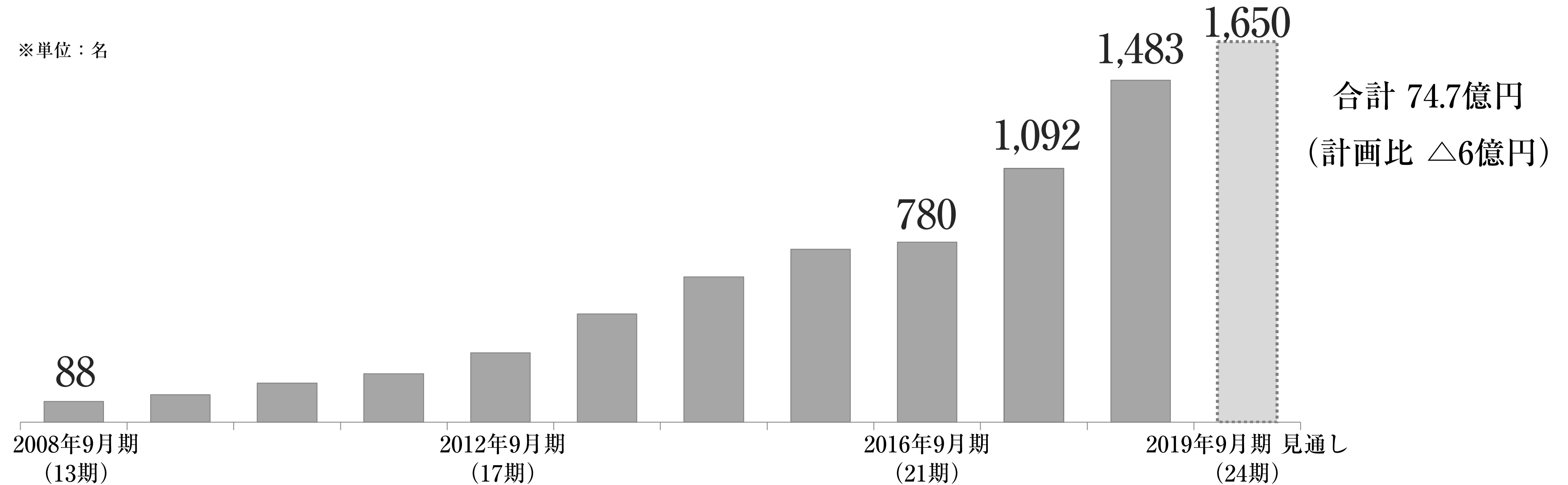
<2019年9月期>



- 新商品・新ブランドのリリースは計画通りに実施の上、研究開発費を抑制。
- 通期で研究開発費は25億円（計画比 △7億円）となり、売上高比率が4.9%（前年比 +1.6pt）となる見通し。
- 投資計画の再検討を実施。1Qと2Qは研究開発費を一部計画より抑制・後ろ倒し。3Qと4Qは今期末から来期にかけての新ブランド・新商品のリリースに向けて投資を強化。

人件費（従業員数）

※単位：名



- 通期で人件費は74.7億円（計画比 △6億円）となり、売上高比率は14.6%（前年比 +3.3pt）となる見通し。
- 成長分野には社内異動により人員を補強し、中途採用を必要最低限に抑制。期初の採用計画から170名削減し、今期末の従業員数は約1,650名となる見通し。
- 前年から増加する約150名のうち72名は新卒入社であり、中長期的な戦力としての人材は確保。

損益計算書 主要科目見通し（前期比）

単位：百万円	2019年9月期 (見通し)		2018年9月期	
	金額	売上比	金額	売上比
売上高	51,000	100.0%	60,465	100.0%
売上原価	17,550	34.4%	21,768	36.0%
差引売上総利益	33,450	65.6%	38,566	63.8%
販売費及び一般管理費	32,450	63.6%	29,678	49.1%
マーケティング費	8,644	16.9%	8,814	14.6%
人件費	7,469	14.6%	6,807	11.3%
研究開発費	2,500	4.9%	1,977	3.3%
荷造運賃	1,686	3.3%	1,672	2.8%
その他	12,151	23.8%	10,408	17.2%
営業利益	1,000	2.0%	8,887	14.7%
経常利益	1,200	2.4%	8,882	14.7%
税金等調整前四半期(当期)純利益	1,200	2.4%	8,827	14.6%
当期純利益	620	1.2%	5,513	9.1%

- 国内運送費用の上昇により、荷造運賃の売上高比率が増加。
- その他の費用は前期の従業員数増加・店舗数増加に伴う、賃借料の増加・減価償却費の増加などにより増加。

MTG
We have many dreams

重点战略

- ① 「ReFa」の中国人インバウンドへの依存
→中国国内の販売強化、新カテゴリーの創出
- ② 「SIXPAD」の国内売上への依存
→アジアを中心とした海外展開の強化
- ③ MTG全体における売り切り型モデルへの依存
→サブスクリプション型ビジネスの構築

売上・利益の質を変える。

成長の3本柱

TRAINING GEAR
SIXPAD

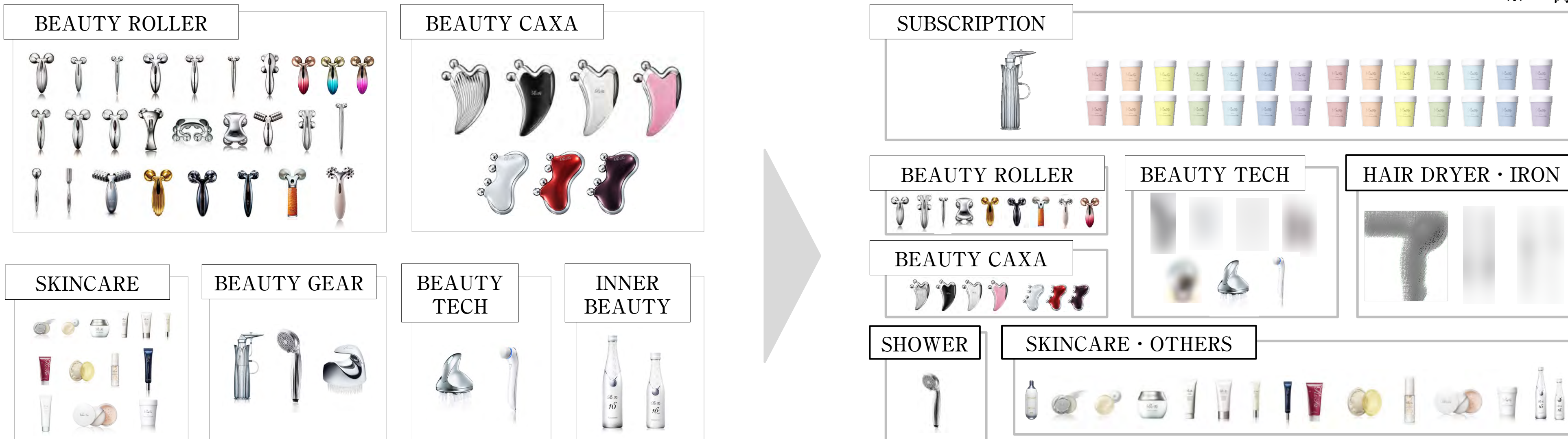
ReFa



NEWPEACE

Re Fa

※ 一例



- コアカテゴリーの「美容ローラー・カッサ」は新商品投入によるシリーズ化を強化。
- サブスクリプション型モデルを導入し、ストックビジネスの構築に注力。
- 「BEAUTY TECH」「ヘアドライヤー・アイロン」の新カテゴリーへブランドを拡張。

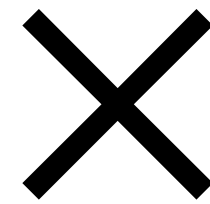


- 「ReFa MIST」でサブスクリプション型モデルを導入予定。
- 10年に渡り磨き上げたMTGの『炭酸美容技術』により商品を差別化。
- 定期継続利用率の長さは既に実証済み。安定的な売上・利益拡大を目指す。



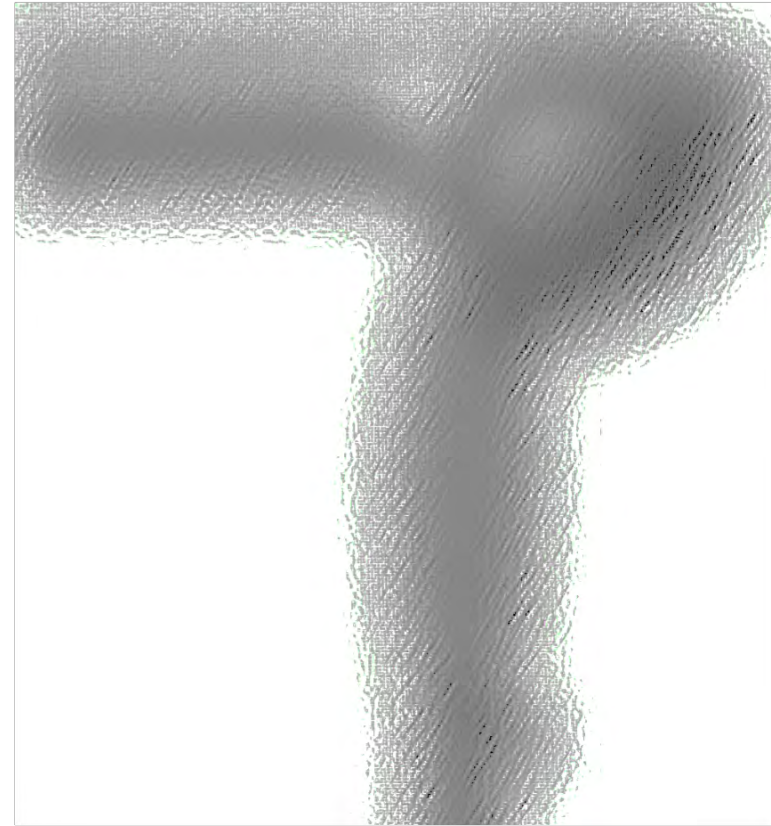
※ イメージ

- 「BEAUTY TECH」商品を2019年秋以降に順次リリース予定。
- 美容機器市場が拡大している中国にも早期の展開を計画中。



※ イメージ

- 「美容ローラー」を使用することで得た肌データをアプリを通して管理。
- データを蓄積し、新商品の開発や新サービスの開発に活用。

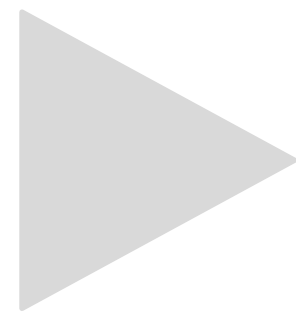


※ イメージ

- ヘアドライヤー・アイロンを2019年秋にリリース予定。
- ReFaのブランド・デザインとMTG独自の技術により商品を差別化。
- 国内市場と中国ECを重点販路として注力。
- ドライヤーの平均寿命は3年～4年と言われており、買い替え需要も想定。



- ReFaがTMALL（アリババ）での優れた実績により、『TMALL Beauty Device Award of the Year 2018』を受賞。
- さらに『TMALL Beauty JBP（Joint Business Plan Partner）』に選出。戦略パートナーとして認識され、アリババとの戦略提携を強化。



- 最重要チャネルのECでは、従来のTMALLに加えて、JD（京東）、KAOLA、VIP、REDとの戦略提携を2019年春から開始。
- 大手代理商「EA」との提携で、内陸部都市での取扱店舗数を大幅に拡大。
- 成長著しい中国国内免税店では、最大手「CDFG」と提携し、空港・市中免税店でのカウンター展開を拡大。



ReFa

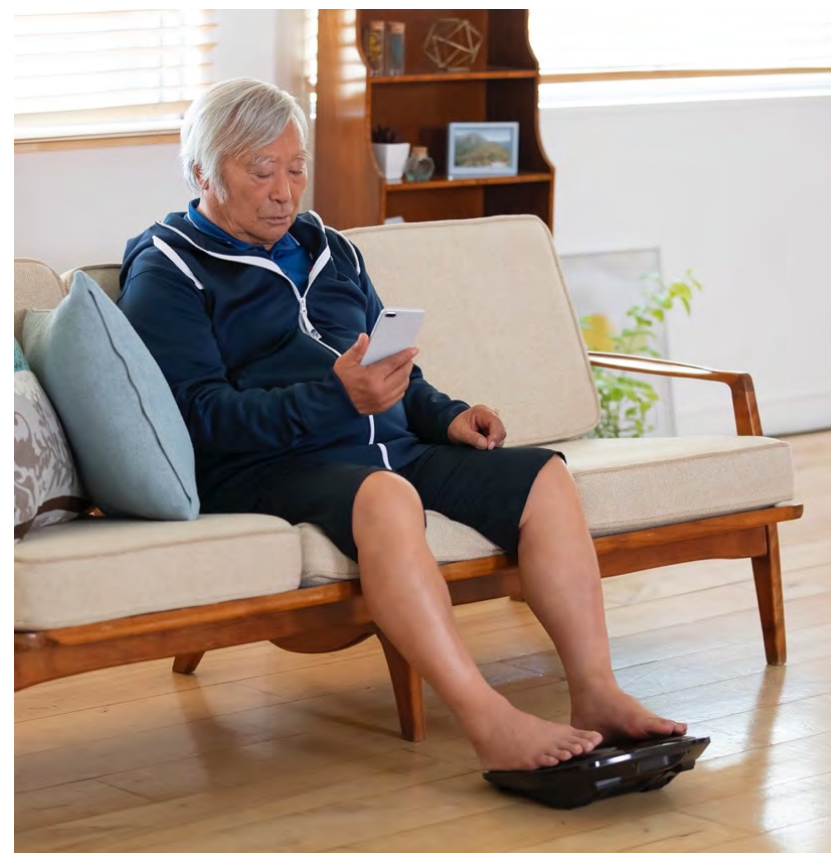
- アメリカでは、高級百貨店・セフォラ・空港免税店に取扱店舗を急速に拡大。
- 中東では大手「シャルブグループ」と提携し、今夏にドバイで展開を開始。
- 日本発の新しい美容コンセプトをグローバルに発信。

TRAINING GEAR
SIXPAD



- EMS機器の商戦期である春夏に国内マーケティングを強化。
- クリステイアーノ・ロナウドの新CM・ビジュアルによるブランド認知アップ。
- 上記の施策により、コアユーザーである30~40代男性の需要を喚起。

Foot Fit



- 販売絶好調の「Foot Fit」。60代以上のユーザー比率が5%から15%に増加。
- 4月に生産を倍増。百貨店販路を30店から200店に拡大。海外展開も中国を中心にスタート。
- さらに今夏に新商品を導入し、Foot Fitをシリーズ化。シニア層をさらに開拓。



Bottom Belt



- 胸筋用のEMS機器「Chest Fit」を2019年7月に発売予定。
- 「Bottom Belt」と共に、女性の顧客開拓を加速。
- 他のEMS機器とのセット販売による客単価アップ。



- 代官山1号店が2018年12月に、オープン半年で店舗単月黒字化。
- 2019年4月1日に六本木に2号店がオープン。
- 2019年夏に海外FC初出店。中国（4店舗）と香港（1店舗）で順次オープン予定。
- 世界 5,000店舗構想の実現に向けて、前進。

<イメージ>



- 革新的な家庭用「EMSウェア」の開発が進行中。
- ウェアを着用することでトレーニングが可能。
洗濯もでき、繰り返し着用が可能。
- 2020年夏のリリースを計画中。
- スポーツギア商品との併用により、
「HOME GYM」の提案を構想中。



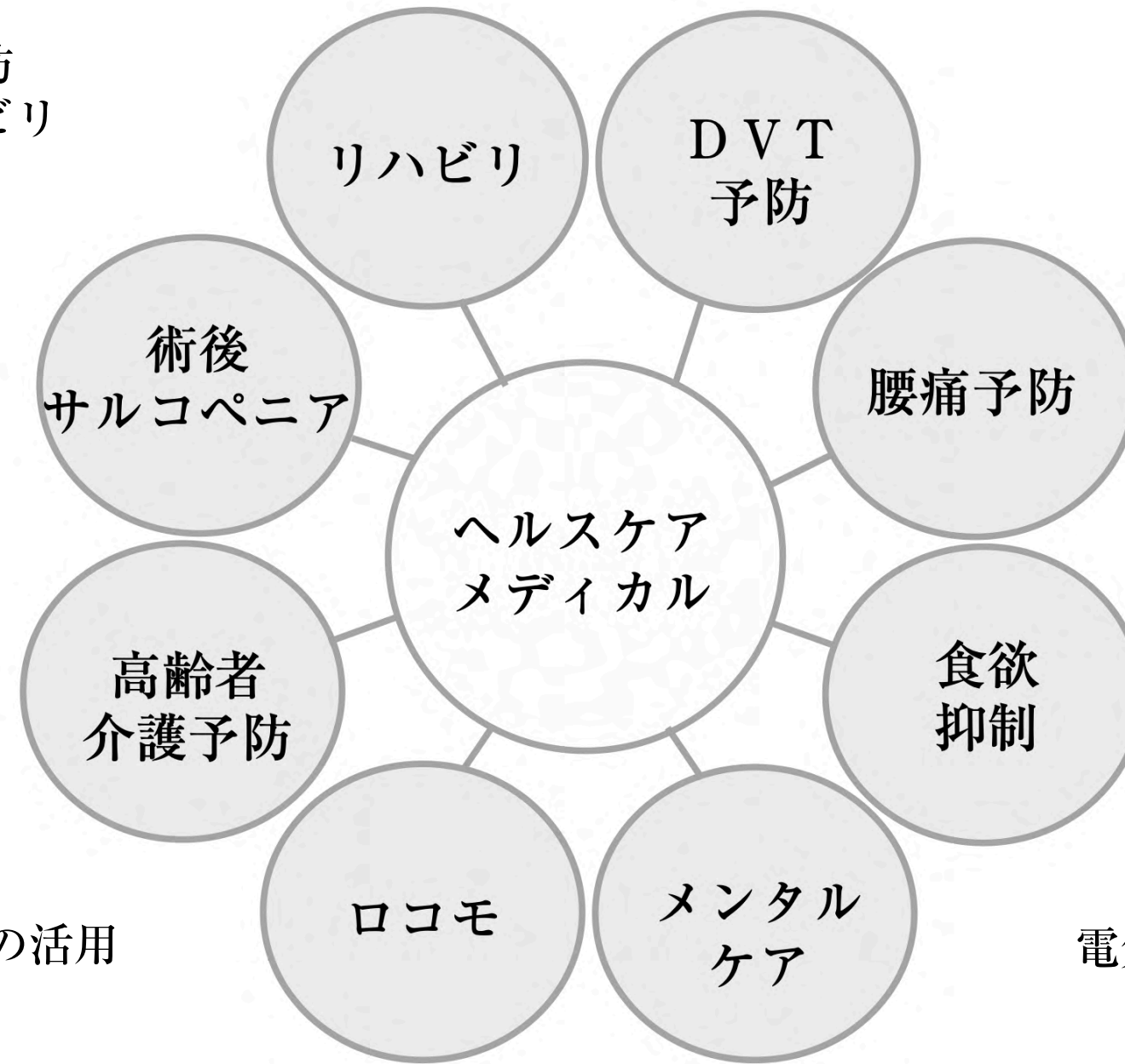
- 「SIXPAD STATION」のトレーナーが専用のWEBサイトもしくはアプリを通してトレーニングを遠隔指導。
- ユーザーは家庭用「EMSウェア」を着用し、トレーニングに参加可能。
- 「SIXPAD」フィットネスシリーズの商品を「EMSウェア」と同時に活用することで、より効率的なトレーニングを実現。
- 「HOME GYM」でもサブスクリプション型の料金体制を検討中。

整形外科的疾患患者の筋萎縮予防
骨折患者、靭帯損傷患者のリハビリ
青森慈恵会病院

術後サルコペニアの予防効果
NC 名古屋市立大学病院
NAGOYA CITY UNIVERSITY HOSPITAL

高齢者の介護予防事例
広島大学病院 **中京大学**
神奈川県葉山町役場

運動器症候群予防での電気刺激の活用
広島大学病院



深部静脈血栓症 (DVT)
予防としての電気刺激活用

食前の電気刺激による食欲抑制
兵庫県立大学
UNIVERSITY OF HYOGO

電気刺激が及ぼす心身ストレス緩和
東洋大学

- 全国の大学・病院・役場と共同研究を実施。
- 医療向け商品の開発が進行中。



- 中国でのEC展開では、従来のTMALL（アリババ）に加えて、JD（京東）、KAOLA、VIP、REDとの戦略提携を2019年春から開始。
- さらにトップ代理商「EA」との提携で、中国内陸部での取扱店舗数を大幅に拡大。
- 韓国では2019年6月からテレビ通販による販売強化を実施。

TRAINING GEAR
SIXPAD

X

TRAINING GEAR
SIXPAD
Station

各国の消費者嗜好・文化・風土を考慮し、
家庭用EMS機器とEMSジム業態、それぞれの事業ポテンシャルを勘案した
海外展開の戦略を検討中。

(アメリカでのFDA認可は2020年内の取得に向けて進行中)



NEWPEACE

新ブランド ～NEWPEACE～



NEWPEACE

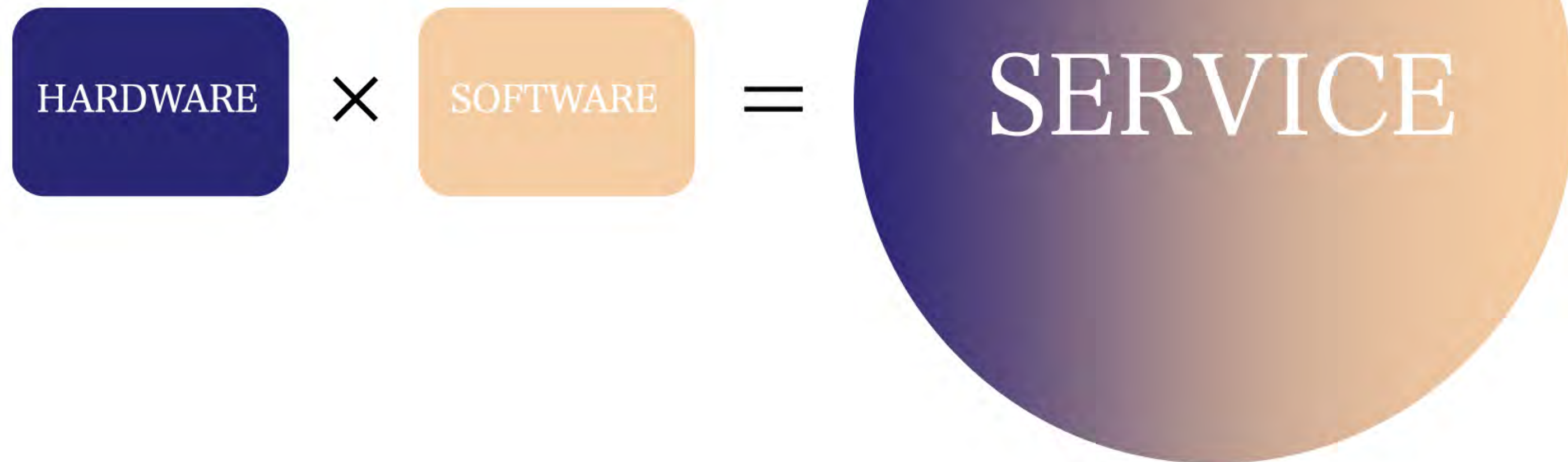
- AIモーションマットレス。
- 2019年秋リリース予定。
- サブスク립ション型の販売を検討中。



NEWPEACE

特徴

MTG
We have many dreams



商品特徴とAI機能やデータ活用を組み合わせたサービスを展開予定



NEWPEACE

マットレス市場のポテンシャル



	マットレス市場規模
日本	2,600億円
中国	1兆1,500億円
韓国	1,200億円
アメリカ	1兆5,700億円
イギリス	4,200億円
ドイツ	2,700億円
フランス	2,400億円

日本に限らず、中国や欧米においても大きな市場が存在。

参照元：マットレス市場規模 (①<https://www.statista.com/outlook/17020200/102/mattresses/europe> ②<http://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/album/2/globalBbsDataAllView.do?dataIdx=165625&searchNationCd=101046>)
 各国人口 (<http://worldpopulationreview.com/>)
 1人当たり市場規模はマットレス市場規模を各国人口で割り算して計算
 マットレス市場規模は10億の位以下、1人当たり市場規模は10の位以下の数字を切り捨て

その他 新ブランド



五島の椿

NEW BRAND

NEW BRAND

NEW BRAND

ストック型ビジネスのブランド開発が4ブランド進行中

TRAINING GEAR
SIXPAD

ReFa



NEWPEACE

MDNA
SKIN

 Kirala
WATER + SERVER

Style



五島の椿

NEW BRAND

NEW BRAND

NEW BRAND

目指す姿

ハード



システム



サブスクリプ
ション

TRAINING GEAR
SIXPAD

ReFa



NEWPEACE



グローバル

一人ひかる 皆ひかる 何もかもひかる

One shine, We shine, All shine

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。