



2019年9月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕（連結）

2019年8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 経営推進本部長 (氏名) 川嶋 光貴 TEL 052-307-7890
 四半期報告書提出予定日 2019年8月14日 配当支払開始予定日 ー
 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. 2019年9月期第3四半期の連結業績（2018年10月1日～2019年6月30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	%
2019年9月期第3四半期	27,718	△36.3	△7,313	—	△7,421	—	△9,625	—
2018年9月期第3四半期	43,499	—	7,051	—	7,389	—	4,779	—

(注) 包括利益 2019年9月期第3四半期 △9,679百万円 (—%) 2018年9月期第3四半期 4,767百万円 (—%)

	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
2019年9月期第3四半期	△242.40	—
2018年9月期第3四半期	145.95	—

(注) 1. 2018年9月期第3四半期の「潜在株式調整後1株当たり四半期純利益」については、新株予約権の残高は存在するものの、当社株式は非上場であったため、期中平均株価が把握できないため記載しておりません。
 2. 2019年9月期第3四半期の潜在株式調整後1株当たり四半期純利益については、潜在株式が存在するものの、1株当たり四半期純損失であるため記載しておりません。

(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	%
2019年9月期第3四半期	64,187	48,454	75.3
2018年9月期	72,223	58,045	80.4

(参考) 自己資本 2019年9月期第3四半期 48,347百万円 2018年9月期 58,040百万円

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
2018年9月期	—	0.00	—	1.61	1.61
2019年9月期	—	0.00	—	—	—
2019年9月期（予想）	—	—	—	0.00	0.00

(注) 1. 直近に公表されている配当予想からの修正の有無：無

3. 2019年9月期の連結業績予想（2018年10月1日～2019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	39,500	△32.3	△7,500	—	△7,600	—	△8,500	—	△214.11

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無：無

※ 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 ー社 (社名) ー

除外 ー社 (社名) ー

(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）	2019年9月期3Q	39,729,908株	2018年9月期	39,680,000株
② 期末自己株式数	2019年9月期3Q	23株	2018年9月期	ー株
③ 期中平均株式数（四半期累計）	2019年9月期3Q	39,708,344株	2018年9月期3Q	32,745,000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およ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3四半期連結累計期間	8
四半期連結包括利益計算書	
第3四半期連結累計期間	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
(追加情報)	10
(セグメント情報等)	11

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3四半期連結累計期間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、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、アジア・欧米市場におけるブランドストアの展開及び海外の販売代理事業者、海外の美容専門店並びに海外の百貨店運営事業者への卸売販売となります。また、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への卸売販売にも力を入れ、展開国における市場特性にあわせた事業展開を行っております。

当第3四半期連結累計期間に、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)、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」(1店舗)を出店致しました。アメリカにおいて「BERGDORF GODDMAN」(1店舗)、越境ECにおいてTmall国際ReFa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影響により、売上及び利益は減少致しました。

当第3四半期連結累計期間の売上高は6,062百万円(前年同期比59.6%減)、経常損失は4,905百万円(前年同期は2,714百万円の経常利益)となりました。

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。

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、当第3四半期連結累計期間にSIXPADブランドより5店舗、ReFaブランドより4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ており、売上及び利益は減少致しました。

当第3四半期連結累計期間の売上高は5,885百万円(前年同期比34.7%減)、経常利益は753百万円(前年同期比72.9%減)となりました。

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。

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。

しかしながら、国内SIXPAD市場でエントリーEMS商品(Abs 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。

当第3四半期連結累計期間の売上高は6,606百万円(前年同期比15.9%減)、経常利益は1,966百万円(前年同期比39.0%減)となりました。

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。

当第3四半期連結累計期間では、直営専門店14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、シーズン需要のマッチングと新商品のリリースのタイミングも相俟って、更なる認知拡大に成功しました。

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の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。

当第3四半期連結累計期間の売上高は3,986百万円(前年同期比33.2%減)、経常損失は493百万円(前年同期は1,523百万円の経常利益)となりました。

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。

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」に出展し、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。また、ReFaのトレンド需要の減少も影響し、売上及び利益が減少致しました。

当第3四半期連結累計期間の売上高は3,757百万円(前年同期比19.5%減)、経常損失は110百万円(前年同期は470百万円の経常利益)となりました。

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。

ウォーターサーバー事業においては、2018年11月に「MARK IS 福岡もち」にKiralab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。

当第3四半期連結累計期間の売上高816百万円は(前年同期比28.4%増)、経常損失は613百万円(前年同期は705百万円の経常損失)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、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。

当第3四半期連結累計期間は、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。

当第3四半期連結累計期間の売上高は604百万円(前年同期比77.2%増)、経常損失は782百万円(前年同期は515百万円の経常損失)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)

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」を始め「ReFa CAXA (PINK/White)」「ReFa CAXA RAY(Red)&ReFa EXPRESSION GROSSY CREAM」とラインナップを拡充致しました。

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。

新商品発売に合わせてキャンペーンを行い、新商品の販売強化及び、機器と化粧品によるUNITED BEAUTYの訴求を各市場で横断的に行いました。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ンティカウンター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と、IN SHOP展開も拡大しました。

さらに、海外の店舗展開においては、2018年12月に代理店の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。

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、新商品の販売強化および認知を拡大し、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。

また2019年6月には、モンティ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続けています。

(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」「SIXPAD Foot Roller」、「SIXPAD Stretch Rod」及び「SIXPAD Exercise Band」を発売致しました。

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、直営専門店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」を2年連続受賞致しました。

2019年4月にSIXPAD STATION二号店となる六本木本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。

(Styleブランド)

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」で、直営専門店を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に出展し、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3月に「健康未来EXPO 2019」に出展致しました。

2019年4月には、「Style BX」を4シリーズに拡充致しました。

(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。

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。

（Kiralaブランド）

2018年11月に「MARK IS 福岡もち」にKirala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。2019年3月に「健康未来EXPO 2019」に出展致しました。

（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、当第3四半期連結累計期間の売上高は27,718百万円（前年同期比36.3%減）となりました。また、営業損失は7,313百万円（前年同期は営業利益7,051百万円）、経常損失は7,421百万円（前年同期は経常利益7,389百万円）、親会社株主に帰属する四半期純損失は9,625百万円（前年同期は親会社株主に帰属する四半期純利益4,779百万円）となりました。

（2）財政状態に関する説明

（資産）

当第3四半期連結会計期間末の資産につきましては64,187百万円となり、前連結会計年度末に比べ8,036百万円減少しました。これは主に現金及び預金の減少5,960百万円、受取手形及び売掛金減少4,770百万円及びその他流動資産の増加2,381百万円によるものであります。

（負債）

当第3四半期連結会計期間末の負債につきましては15,732百万円となり、前連結会計年度末に比べ1,554百万円増加しました。これは主に支払手形及び買掛金の減少2,818百万円、未払法人税等の減少2,783百万円及びその他流動負債の増加5,366百万円によるものであります。

（純資産）

当第3四半期連結会計期間末の純資産につきましては48,454百万円となり、前連結会計年度末に比べ9,590百万円減少しました。これは主に親会社株主に帰属する四半期純損失9,625百万円による利益剰余金の減少9,689百万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7月12日の「通期業績予想の修正に関するお知らせ」で公表しました業績予想に変更はありません。

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 (2018年9月30日)	当第3四半期連結会計期間 (2019年6月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	30,055	24,094
受取手形及び売掛金	9,133	4,363
商品及び製品	10,367	10,649
原材料及び貯蔵品	2,552	1,930
前払費用	1,353	1,523
その他	940	3,321
貸倒引当金	△7	△6
流動資産合計	54,396	45,876
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物(純額)	1,285	1,297
土地	12,224	12,258
その他(純額)	922	1,173
有形固定資産合計	14,432	14,729
無形固定資産		
のれん	271	—
その他	520	925
無形固定資産合計	792	925
投資その他の資産		
投資有価証券	442	894
長期前払費用	245	368
繰延税金資産	1,360	720
その他	557	696
貸倒引当金	△2	△25
投資その他の資産合計	2,603	2,655
固定資産合計	17,827	18,310
資産合計	72,223	64,187

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2018年9月30日)	当第3四半期連結会計期間 (2019年6月30日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	6,270	3,451
短期借入金	—	1,457
未払金	2,310	2,146
未払法人税等	2,783	—
賞与引当金	297	252
返品調整引当金	237	811
その他の引当金	170	151
その他	2,090	7,456
流動負債合計	14,160	15,727
固定負債		
その他	17	4
固定負債合計	17	4
負債合計	14,178	15,732
純資産の部		
株主資本		
資本金	16,585	16,609
資本剰余金	23,210	23,235
利益剰余金	18,194	8,505
自己株式	—	△0
株主資本合計	57,991	48,349
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	70	93
為替換算調整勘定	△21	△96
その他の包括利益累計額合計	48	△2
新株予約権	4	4
非支配株主持分	—	102
純資産合計	58,045	48,454
負債純資産合計	72,223	64,187

(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3四半期連結累計期間)

(単位:百万円)

	前第3四半期連結累計期間 (自 2017年10月1日 至 2018年6月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2018年10月1日 至 2019年6月30日)
売上高	43,499	27,718
売上原価	15,725	12,244
売上総利益	27,773	15,474
返品調整引当金戻入額	126	237
返品調整引当金繰入額	137	811
差引売上総利益	27,762	14,901
販売費及び一般管理費	20,711	22,215
営業利益又は営業損失(△)	7,051	△7,313
営業外収益		
受取利息及び配当金	2	11
受取地代家賃	145	147
関係会社株式売却益	—	50
受取損害賠償金	—	32
権利金収入	180	—
訴訟損失引当金戻入額	101	—
その他	35	80
営業外収益合計	466	322
営業外費用		
支払利息	17	24
為替差損	70	372
持分法による投資損失	38	—
貸倒引当金繰入額	—	25
その他	2	8
営業外費用合計	128	430
経常利益又は経常損失(△)	7,389	△7,421
特別損失		
固定資産除却損	28	—
投資有価証券評価損	—	921
減損損失	—	369
特別損失合計	28	1,290
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(△)	7,361	△8,712
法人税等	2,581	915
四半期純利益又は四半期純損失(△)	4,779	△9,628
非支配株主に帰属する四半期純損失(△)	—	△3
親会社株主に帰属する四半期純利益又は親会社株主に帰属する四半期純損失(△)	4,779	△9,625

(四半期連結包括利益計算書)

(第3四半期連結累計期間)

(単位:百万円)

	前第3四半期連結累計期間 (自 2017年10月1日 至 2018年6月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2018年10月1日 至 2019年6月30日)
四半期純利益又は四半期純損失(△)	4,779	△9,628
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	16	23
為替換算調整勘定	△27	△74
その他の包括利益合計	△11	△51
四半期包括利益	4,767	△9,679
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	4,767	△9,676
非支配株主に係る四半期包括利益	—	△3

(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3四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。

(追加情報)

(「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」等の適用)

「『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)等を第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、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しております。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

I 前第3四半期連結累計期間(自2017年10月1日至2018年6月30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	ウオー 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	15,016	9,014	7,856	5,965	4,669	635	341	43,499	—	43,499
セグメント間 の内部売上高 又は振替高	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	15,016	9,014	7,856	5,965	4,669	635	341	43,499	—	43,499
セグメント利益 又は損失(△)	2,714	2,776	3,224	1,523	470	△705	△515	9,489	△2,100	7,389

(注)1. 「その他事業」は、OEM事業及びスマートリングの製造販売を行うIoT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△2,100百万円には、各報告セグメントに配分していない全社費用△2,100百万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。

II 当第3四半期連結累計期間(自2018年10月1日至2019年6月30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	ウオー 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	6,062	5,885	6,606	3,986	3,757	816	604	27,718	—	27,718
セグメント間 の内部売上高 又は振替高	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	6,062	5,885	6,606	3,986	3,757	816	604	27,718	—	27,718
セグメント利益 又は損失(△)	△4,905	753	1,966	△493	△110	△613	△782	△4,184	△3,236	△7,421

(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△3,236百万円には、各報告セグメントに配分していない全社費用△3,236百万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。

2. 報告セグメントの変更等に関する事項

第1四半期連結会計期間より、「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、前第3四半期連結累計期間のセグメント情報は、当第3四半期連結累計期間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。