



2020年9月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕（連結）

2020年8月7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) 専務取締役 CFO (氏名) 吉高 信 TEL 052-307-7890
 四半期報告書提出予定日 2020年8月7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3四半期の連結業績 (2019年10月1日～2020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	%
2020年9月期第3四半期	24,893	△10.2	△940	—	△625	—	210	—
2019年9月期第3四半期	27,718	△36.3	△7,313	—	△7,421	—	△9,625	—

(注) 包括利益 2020年9月期第3四半期 356百万円 (—%) 2019年9月期第3四半期 △9,679百万円 (—%)

	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3四半期	5.30	—
2019年9月期第3四半期	△242.40	—

(注) 1. 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. 2020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、希薄化効果を有している潜在株式が存在しない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	%
2020年9月期第3四半期	39,347	32,173	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3四半期 32,074百万円 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	—	0.00	—	—	—
2020年9月期 (予想)	—	—	—	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、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	34,000	△5.7	△1,000	—	△600	—	0	—	0.00

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無：有

※ 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）

2020年9月期3Q	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3Q	190,094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3Q	39,718,385株	2019年9月期3Q	39,708,344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
(セグメント情報等)	10
3. その他	12
継続企業の前提に関する重要事項等	12

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、米中貿易摩擦の長期化にともなう国際情勢の不安定さに加え、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)拡大の影響による世界的な経済活動の停滞など、国内外の経済動向は依然として先行き不透明な状況が続いております。

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に取り組んでまいりました。

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、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3四半期連結累計期間の売上高は2,595百万円(前年同期比57.2%減)、経常損失は684百万円(前年同期は4,905百万円の経常損失)となりました。

当第3四半期連結累計期間に、中国においては、中国人気俳優 朱一龍をReFaブランドアンバサダーに迎え、引き続き新商品プロモーションを中心に認知度向上と売上拡大に努めました。特にECを中心にした618イベントでは中国先行発売にて「ReFa BEAUTECH RAISE」の販売をスタートし前年同月度を大きく上回る結果となりました。またUSAにおいては新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響が継続する中でも、ReFaのEC販売が大きく成長し、USA市場での成長を牽引しております。台湾においては、Styleブランドが引き続き堅調に推移しました。また、引き続き新たな国への展開に向けた市場開発も進めております。

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響による、全世界的な販売の減速により売上が大幅に減少いたしました。しかし、経費削減効果により海外事業の損益面においては、改善することができました。

②リテールストア事業

主な事業内容は、量販店・専門店・百貨店・免税店・ショッピングセンターを中心とした運営事業者様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の売上高は5,449百万円(前年同期比31.0%減)、経常損失は436百万円(前年同期は764百万円の経常損失)となりました。

全担当チャネルにおいて、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の拡大を受け、入国制限等の継続によるインバウンド需要低迷や国内の外出自粛等による来客数の減少、消費マインドの低下が依然として深刻の度を増しており、予測していた売上を下回る結果となりました。緊急事態宣言後、2020年6月については、売上にも回復基調が見られておりますが、引き続き感染者情報が絶えないため、予断を許さない状況が続いております。

量販店市場においては、一部の家電量販店においてECサイトの掲出強化、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。

免税店市場においては、国際線・国内線共に便数激減による休業や来客数の減少もあり、売上が大幅に低下しております。

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、新聞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3四半期連結累計期間の売上高は10,420百万円(前年同期比21.4%増)、経常利益は2,932百万円(前年同期比2.0%減)となりました。

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の拡大を受け、外出自粛による巣ごもり消費及び自宅ケア需要の増加に伴いセッション数、コンバージョン率共に大きく上昇し、予測を上回る結果となりました。

自宅トレーニング需要の高まりにより、EMSトレーニング機器の売上も大きく増加し、SIXPADブランド「SIXPAD Foot Fit」の新聞広告も引き続き好調で、その波及効果によりECサイトを含め、同商品の受注増に繋がっています。また、トレーニングギアの「SIXPAD Power Roller S」がTV通販を中心に大きく販売台数を伸ばしています。また、テレワークの増加により、在宅での仕事環境を整えるため「Styleスタンダード」をはじめとする姿勢矯正製品の販売も好調に推移いたしました。

自宅美容においては、ReFaローラーの販売がインターネット通販、テレビ通販ともに好調で、楽天市場のイベントにおいても「ReFa CARAT」でデイリー総合ランキングの1位を獲得し、ReFaブランド全体で前年を上回る売上となりました。また、2020年4月よりECでの取り扱いを開始した「ReFa BEAUTECH DRYER」「ReFa BEAUTECH STRAIGHT IRON」もSNS等の口コミ効果により好調に販売台数を伸ばしました。

④プロフェッショナル事業

主な事業内容は、美容室運営事業者、エステティックサロン運営事業者、フィットネスクラブ運営事業者への卸売及び取次販売、ドラッグストア等への卸売販売、並びにショッピングセンターでの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の売上高は5,262百万円(前年同期比40.1%増)、経常利益は648百万円(前年同期は110百万円の経常損失)となりました。

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響により、美容室、エステサロン、フィットネスクラブが一時閉店となり、売上の大幅減少となりましたが、緊急事態宣言解除後は、美容室、エステサロンの売上は復調してきております。また、ドラッグストア、スーパーマーケット、コンビニエンスストアへの衛生関連商品の販売により減少した売上进行を補填する事が出来ました。

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3四半期連結累計期間の売上高は495百万円(前年同期比39.4%減)、経常損失は61百万円(前年同期は613百万円の経常損失)となりました。

なお、第2四半期連結会計期間において、株式会社Kiralal及び株式会社サカモトクリエイトの株式を売却したため、連結の範囲から除外しウォーターサーバー事業から撤退しております。

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3四半期連結累計期間の売上高は23百万円(前年同期比73.0%減)、経常損失は512百万円(前年同期は492百万円の経常損失)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3四半期連結累計期間の売上高は646百万円(前年同期比24.9%増)、経常損失は290百万円(前年同期は290百万円の経常損失)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)

2019年10月より美容室サロンで先行専売を行っていた「ReFa BEAUTECH DRYER」「ReFa BEAUTECH STRAIGHT IRON」について、2020年4月よりEC及び百貨店にて販売を開始いたしました。これを受け、全市場での売上最大化に向けたWEB広告(ネットワークバナー/キューレーションメディア広告など)の配信を開始しました。また、引き続き美容室サロンでの売上最大化も並行して実現するため、SNSアカウントの運用やサロンスタッフ向けの投稿キャンペーン等も実施しております。

百貨店、ショッピングセンターにおいてもヘア体験キャンペーンを行うなど、これまでにない新たな顧客層の獲得に努めました。緊急事態宣言解除後の5月には肌の衛生向上を目的に「ReFa CLEAR」を対象としたサマーキャンペーンを実施いたしました。「夏の清らか肌」をテーマに限定キットを用意し、「ReFa CLEAR」の拡販、今後のリピート強化に結びました。

ローラーカテゴリーについては、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)による外出自粛を受けて高まるおうち美容需要に合わせてメディアPRを強化いたしました。さらに挙式を控え美容意識・美容投資が高まる花嫁をターゲットにしたプロモーションなどオナーズ毎の新たなプロモーションも展開し、結果、6月の楽天DEALにおいては大きな売上構築へとつながりました。6月には国内で8月発売予定となる「ReFa BEAUTECH RAISE」の認知拡大に向け、ReFaブランドとしては初の試みとなるオンラインでのメディア発表会を実施いたしました。

中国においては、6月に「ReFa BEAUTECH RAISE」を国内に先駆けて発売しており、ブランドアンバサダー朱一龍を起用し、中国のECセール618での販売拡大に努めました。またコロナ禍でのマスク着用による洗顔需要の高まりに対して、各国で「ReFa CLEAR」の販売強化に取り組みました。

(SIXPADブランド)

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響により顕在化した自宅トレーニングニーズに対し、2020年4月から6月末まで『ホームトレーニングキャンペーン』を実施し、ECでのキャンペーン訴求を強化し、発売以来、シニアを中心に好調に推移する「SIXPAD Foot Fit」をはじめ、EMS全体の売上に貢献しました。

同時に、自身の健康だけでなく、両親の健康を気遣うニーズが顕在化していることから、『母の日』、『父の日』のプレゼント需要を見越したFoot Fitシリーズのプロモーションも展開いたしました。シニア層における健康志向の高まりを背景に『歩く未来をプレゼントしよう』というコピーとともに、TVCM、新聞広告、WEBを中心に、実際に使用するシニア層だけでなく、その子世代への訴求を行いました。

5月には、ボクシング世界三団体統一世界王者、井上尚弥選手とパートナーシップ契約を締結しました。SIXPADが現在開発中のサウナスーツも実際のトレーニングに取り入れていただいております、世界戦に向け、様々なかたちで井上選手のトレーニングをトータルにサポートしてまいります。

また、すでにSIXPADブランドがアスリートサポートを行っているプロアスリートにおいても、コロナ禍の練習自粛期間中の日常のトレーニングとして、多くの選手がSIXPADを活用した『家トレ』を実施しており、プロサッカーチームの浦和レッズ所属の榎野智章選手、名古屋グランパス所属の太田宏介選手、長谷川アーリアジャスール選手、丸山祐市選手などが、SIXPADブランドのEMS製品を実際に愛用している様子をSNSで発信していただき、製品への注目度が向上いたしました。

さらに、『筋肉×健康』をテーマに、筋肉の重要性とEMSの有効性を各メディアに配信し、筋肉が衰えることでリスクが高まる意外な病気や、ファイナンシャルプランの観点から予想される経済リスクなど、様々な視点から、筋肉を鍛える(適正に動かす)ことの意義を発信いたしました。

(NEWPEACEブランド)

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)拡大の影響により、2020年4月より直営店全店で休業いたしました。緊急事態宣言の解除以降、各施設の方針に合わせて各店営業を再開し、現在は全店営業しております。また、銀座にある体験スペース「NEWPEACE Concept Studio」は、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の感染防止対策を施したうえで6月1日より営業を再開いたしました。

(MDNA SKINブランド)

国内の百貨店、免税店は新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響で2020年4月、5月は営業を休止しており、その間、エステ市場において、物販促進のためのセット品提案を行っております。エステサロンにおいても店舗営業を休止している中、物販においての販売促進を行いました。

(Styleブランド)

2020年5月に「テレワーク支援策」として株式会社バックテックとの連携を実施いたしました。

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響で、テレワークを実施する企業が急増している一方、自宅の慣れないデスク環境で仕事をする事、外出機会の低下に伴う運動不足やストレス等から、腰痛などをはじめ、カラダの不調を訴える声が増え続けています。

Styleを通した商品本来の価値提供だけでなく、株式会社バックテックが提供する「ポケットセラピスト®」、オンライン健康相談会など、双方の強みを生かすことで、カラダの悩みから波及するメンタルヘルスに対しての支援、最適なテレワーク環境にするためアドバイスに至るまで、多方面の課題解決を目指して取り組んでまいります。

(PAOブランド)

近年の継続したTVCMや、国内のTV番組の放映により認知度拡大に繋がってまいりましたが、今期は直接のCM投下は行わず、2020年4月にTBS系列での通販番組にて3回、6月に2回取り上げられるなどTV露出による販売促進と、引き続き全国の家電量販店・専門店・GMS・オンラインショップ等での販売促進に努めました。

(ドゥキレイブランド)

2020年5月に、健康・衛生ブランドの一つとして新たに立ち上げ、消毒ジェル、薬用石鹸、除菌アルコールの販売を開始いたしました。

(With Maskブランド)

2020年5月に、健康・衛生ブランドの一つとして新たに立ち上げ、OneDayシリーズより使い捨てマスク「MASK 201」「MASK 202」、Medicalシリーズより医療機関向けマスク「KN95 M1」及びフェイスシールド「Face Shield 301」の販売を開始いたしました。

（PIKO Wash!ブランド）

2020年5月に、健康・衛生ブランドの一つとして新たに立ち上げ、「楽しく、正しい手洗い」の啓蒙を目的に、「ピコウォッシュ！薬用石鹸」及び「ピコウォッシュ！薬用ハンドジェル」の販売を開始いたしました。

以上の結果、当第3四半期連結累計期間の売上高は24,893百万円（前年同期比10.2%減）となりました。また、営業損失は940百万円（前年同期は営業損失7,313百万円）、経常損失は625百万円（前年同期は経常損失7,421百万円）、親会社株主に帰属する四半期純利益は210百万円（前年同期は親会社株主に帰属する四半期純損失9,625百万円）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39,347百万円となり、前連結会計年度末に比べ1,608百万円減少しました。これは主に現金及び預金の減少2,524百万円及び前払費用の増加1,063百万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7,174百万円となり、前連結会計年度末に比べ2,059百万円減少しました。これは主に未払金の減少1,417百万円、賞与引当金の減少161百万円及び返品調整引当金の減少133百万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32,173百万円となり、前連結会計年度末に比べ451百万円増加しました。これは主に親会社株主に帰属する四半期純利益210百万円による利益剰余金の増加209百万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

連結業績予想については、本日（2020年8月7日）公表の「通期業績予想修正に関するお知らせ」をご参照ください。

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3四半期連結会計期間 (2020年6月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	13,886	11,362
受取手形及び売掛金	3,710	4,321
商品及び製品	6,226	5,735
原材料及び貯蔵品	1,559	1,580
前払費用	196	1,259
その他	4,053	2,050
貸倒引当金	△7	△2
流動資産合計	29,625	26,307
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物(純額)	465	745
土地	9,058	8,893
その他(純額)	13	643
有形固定資産合計	9,537	10,282
無形固定資産		
のれん	—	160
その他	21	182
無形固定資産合計	21	343
投資その他の資産		
投資有価証券	1,191	1,681
繰延税金資産	7	26
その他	597	731
貸倒引当金	△25	△24
投資その他の資産合計	1,770	2,414
固定資産合計	11,330	13,039
資産合計	40,955	39,347

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2019年9月30日)	当第3四半期連結会計期間 (2020年6月30日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	1,034	1,306
未払金	2,892	1,475
未払法人税等	167	340
賞与引当金	386	225
返品調整引当金	561	427
その他の引当金	171	228
その他	2,825	2,486
流動負債合計	8,039	6,489
固定負債		
その他	1,194	684
固定負債合計	1,194	684
負債合計	9,233	7,174
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	△7,867
自己株式	△0	△0
株主資本合計	31,770	31,979
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	66	25
為替換算調整勘定	△218	69
その他の包括利益累計額合計	△152	95
新株予約権	4	4
非支配株主持分	99	93
純資産合計	31,721	32,173
負債純資産合計	40,955	39,347

(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 2018年10月1日 至 2019年6月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2019年10月1日 至 2020年6月30日)
売上高	27,718	24,893
売上原価	12,244	8,236
売上総利益	15,474	16,657
返品調整引当金戻入額	237	561
返品調整引当金繰入額	811	427
差引売上総利益	14,901	16,791
販売費及び一般管理費	22,215	17,731
営業損失(△)	△7,313	△940
営業外収益		
受取利息及び配当金	11	11
為替差益	—	46
受取地代家賃	147	16
前受金取崩益	—	114
関係会社株式売却益	50	—
受取損害賠償金	32	27
その他	80	143
営業外収益合計	322	359
営業外費用		
支払利息	24	0
為替差損	372	—
コミットメントフィー	—	5
貸倒引当金繰入額	25	—
固定資産除却損	—	31
その他	8	7
営業外費用合計	430	45
経常損失(△)	△7,421	△625
特別利益		
関係会社株式売却益	—	1,174
特別利益合計	—	1,174
特別損失		
投資有価証券評価損	921	66
減損損失	369	—
店舗撤退損失	—	23
事業構造改善費用	—	64
特別損失合計	1,290	154
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(△)	△8,712	394
法人税等	915	284
四半期純利益又は四半期純損失(△)	△9,628	109
非支配株主に帰属する四半期純損失(△)	△3	△101
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(△)	△9,625	210

(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 2018年10月1日 至 2019年6月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2019年10月1日 至 2020年6月30日)
四半期純利益又は四半期純損失(△)	△9,628	109
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	23	△40
為替換算調整勘定	△74	287
その他の包括利益合計	△51	247
四半期包括利益	△9,679	356
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	△9,676	458
非支配株主に係る四半期包括利益	△3	△101

(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。

(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2018年10月1日至2019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	6,062	7,894	8,583	3,757	816	86	517	27,718	—	27,718
セグメント間 の内部売上高 又は振替高	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	6,062	7,894	8,583	3,757	816	86	517	27,718	—	27,718
セグメント利益 又は損失(△)	△4,905	△764	2,991	△110	△613	△492	△290	△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△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。

II 当第3四半期連結累計期間(自2019年10月1日至2020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	2,595	5,449	10,420	5,262	495	23	646	24,893	—	24,893
セグメント間の内部売上高又は振替高	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	2,595	5,449	10,420	5,262	495	23	646	24,893	—	24,893
セグメント利益又は損失(△)	△684	△436	2,932	648	△61	△512	△290	1,596	△2,221	△625

- (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△2,221百万円には、各報告セグメントに配分していない全社費用△2,221百万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

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、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、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。

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3四半期連結累計期間においても営業損失及び経常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又は状況が継続して存在しております。

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。