



2026年9月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕（連結）

2026年8月4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 CFO （氏名）田島 安希彦 TEL 052-307-7890
配当支払開始予定日 —
決算補足説明資料作成の有無：有
決算説明会開催の有無：有

（百万円未満切捨て）

1. 2026年9月期第3四半期の連結業績（2025年10月1日～2026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	％
2026年9月期第3四半期	102,486	46.3	12,667	35.8	12,577	34.0	9,739	67.7
2025年9月期第3四半期	70,057	38.6	9,328	583.5	9,386	388.1	5,807	358.4

（注）包括利益 2026年9月期第3四半期 10,289百万円（64.6％） 2025年9月期第3四半期 6,250百万円（711.9％）

	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
2026年9月期第3四半期	247.66	243.78
2025年9月期第3四半期	147.54	146.42

（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	％
2026年9月期第3四半期	104,018	60,409	58.1
2025年9月期	75,199	50,999	67.8

（参考）自己資本 2026年9月期第3四半期 60,403百万円 2025年9月期 50,995百万円

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
2025年9月期	—	0.00	—	25.00	25.00
2026年9月期	—	0.00	—		
2026年9月期（予想）				37.00	37.00

（注）直近に公表されている配当予想からの修正の有無：有

3. 2026年9月期の連結業績予想（2025年10月1日～2026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	142,000	43.7	16,000	50.0	16,000	49.1	11,000	38.6	279.66

（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連結範囲の重要な変更：有

新規 2社 (社名) 株式会社Kiralá、株式会社MTG VITABLE

除外 2社 (社名) McLEAR LIMITED、株式会社M'sエージェンシー

(注) 詳細は、添付資料11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 (連結範囲の重要な変更に関する注記)」をご覧ください。

(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11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に関する注記)」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） |
| ② 期末自己株式数 |
| ③ 期中平均株式数（四半期累計） |

2026年9月期3Q	40,202,888株	2025年9月期	40,131,428株
2026年9月期3Q	846,547株	2025年9月期	851,249株
2026年9月期3Q	39,325,544株	2025年9月期3Q	39,364,547株

※ 添付される四半期連結財務諸表に対する公認会計士又は監査法人によるレビュー：無

※ 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6ページ「1. 経営成績等の概況 (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. 経営成績等の概況	2
(1) 当四半期の経営成績の概況	2
(2) 当四半期の財政状態の概況	6
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明	6
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記	7
(1) 四半期連結貸借対照表	7
(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	9
(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項	11
(連結範囲の重要な変更に関する注記)	11
(四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理に関する注記)	11
(セグメント情報等の注記)	11
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	12
(継続企業の前提に関する注記)	12
(四半期連結キャッシュ・フロー計算書に関する注記)	12

1. 経営成績等の概況

（1）当四半期の経営成績の概況

当第3四半期連結会計期間は、経済政策や賃金の上昇を背景とした個人消費の増加等、景気は引き続き緩やかな回復が継続した一方、世界的な資源価格の高騰、急速な為替相場の変動や物価の上昇、地政学的にも不安定な状況等、経済の先行きは依然として不透明な状況が続いております。

このような状況のもと、当社グループは事業環境の変化に対応し、さらなる事業の拡大と業績向上に向けて、消費者ニーズに対応した新商品を創出するとともに、引き続き各チャネルにおける販売強化を行ってまいりました。

セグメントの経営成績は、次のとおりであります。

なお、第1四半期連結会計期間及び第2四半期連結会計期間において、報告セグメントの区分を変更しており、以下の前年同期比較については、前年同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分析しております。

①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38,006百万円（前年同期比39.0%増）、経常利益は10,523百万円（前年同期比27.8%増）となりました。

母の日及び父の日におけるギフト需要の高まりを背景に、ReFaブランドのブラシカテゴリーやSIXPADブランドのFoot Fitシリーズ、ReDブランドのスリープウェアを中心に販売が伸びました。また、楽天スーパーSALEをはじめとする各ECモールでの大型イベントにおいては、十分な在庫の確保や公式店表示の活用等により販売機会を最大化し、前年同期を上回る実績となりました。こうした取り組みにより、各販売チャネルにおける顧客接点が広がり、売上成長に繋がりました。

ReFaブランドでは、ドライヤー及びヘアアイロンカテゴリーが引き続き安定的に推移し、売上の基盤として業績を支えました。加えて、ヘアコスメ及びブラシカテゴリーで販売が拡大したほか、新商品「ReFa TREATMENT IRON」は発売後に想定を大きく上回る販売実績となり、一時的な在庫不足への対応として一部チャネルへの販売を限定する等、高い需要を背景に販売が好調に推移いたしました。また、グローバルで活躍しているアイドルユニット「MISAMO」をヘアケアカテゴリーの「ReFa MUSE」に起用した各種プロモーション施策の展開により顧客接点の拡大が進み、Club Aira会員数の増加に寄与いたしました。

SIXPADブランドでは、「Core Belt 2」が2026年6月に単月で過去最高の販売台数を記録する等、伸びました。また、「Medical Core」とあわせて通年で需要を獲得する主要商品として定着が進み、ブランドの収益基盤強化に繋がりました。さらに、新商品「Core Hip」は楽天市場において複数のランキングで上位を獲得し、新たな需要層の開拓に貢献いたしました。このほか、「SIXPAD Foot Fit 3 Compact」についても新聞広告を中心に販売実績を積み上げる等、幅広い商品群が売上の拡大を牽引いたしました。ReDブランドでは、母の日及び父の日のギフト需要を背景に販売が拡大し、2026年6月に単月売上高として過去最高を更新いたしました。特に、「ReD ぐっすりパジャマ スリープ プルオーバー」を中心としたスリープカテゴリーが大きく伸び、Yahoo!ショッピングのファッションランキングで1位を獲得したほか、楽天市場の総合ランキングにおいても上位にランクインする等、市場での存在感を高めました。また、主要ECモールにおけるリカバリーウェアカテゴリーでのプレゼンス向上が進み、ブランド認知及び販売規模の拡大に貢献いたしました。

②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、整骨院、鍼灸院、整体院への卸売及びメンバーズオンラインショップB happyでの取次販売、宿泊施設への設備販売、ショッピングセンター等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20,392百万円（前年同期比12.1%増）、経常利益は4,117百万円（前年同期比18.2%増）となりました。

2026年4月に発売したヘアケア新商品「ReFa STRAIGHT BLOW IRON」及び「ReFa CURL BLOW IRON」は、新開発の「カーボンシールドピン」を搭載し、従来、アイロンを使用していなかった新たな顧客層からも支持を獲得したことで、発売初月より販売が好調に推移いたしました。また、同時発売の「ReFa TREATMENT IRON」についても、“梳かすだけで髪質改善”という独自の新たな美髪習慣の提案として評価されました。東名阪九で開催した新商品プレミアム体験会では、開発協力サロンを代表するスタイリストによるデモンストラレーションや販売ノウハウの共有を行い、その効果や口コミがSNS等を通じて拡散されたことで高いプロモーション効果を創出いたしました。その結果、全市場で発売初月より計画を大幅に上回る販売実績となり、ブランド体験の拡大に寄与いたし

ました。

また、アイシン社と共同開発した「ReFa HYDRAID」については、2026年4月より東名阪九の4エリアにおいて限定約300社のサロン様を対象としたプレミアム商談会を開催いたしました。テスト導入して頂いた開発協力サロンによる施術効果や導入成果の発信を通じて、製品理解と収益性への評価が高まり、多数の受注獲得に繋がりました。2026年7月以降は全国での導入が本格化し、美容室市場における新たな収益機会として浸透が進んでおります。さらに、当社独自の従量課金型ビジネスモデルに新たなプラン「スマートプランプロ」を導入したことで、高付加価値業務用機器の導入ハードルを低減し、美容室市場における導入拡大を推進いたしました。これらの取り組みにより、新規契約サロン数は直近3ヶ月で1,229店舗増加し、累計49,023店舗に達しました。

宿泊市場においても、「ReFaルーム」の導入施設数が増加し、単品設置を含む設備導入ホテルは累計4,249施設、総導入室数は117,317室となり、2026年6月の月間想定体感者数も240万人に達しました。また、ReFaヘアケアコスメについても、設置ホテル数は累計382施設、総導入室数は9,778室へ導入が進み、月間想定体感者数は20万人となりました。さらに一部施設では宿泊体験後の商品購入導線の整備が進み、ブランド体験を購買へ転換する取り組みが本格化しております。宿泊施設での体験価値向上を通じたブランド理解の深化が、ECや店舗での購入に繋がる好循環を創出し、市場全体の販売拡大に寄与いたしました。美容サロン及びホテルへの設備導入は、顧客接点の拡大と購買転換を実現する重要な成長ドライバーであり、プロフェッショナル市場における体験機会の積み上げが、中長期的なブランド価値向上と収益基盤の強化に寄与しております。

③リテールストア事業

主な事業内容は、百貨店・ショッピングセンター・免税店・量販店・専門店を中心とした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の売上高は37,631百万円（前年同期比82.5%増）、経常利益は5,695百万円（前年同期比68.6%増）となりました。

ReFaブランドでは、2025年11月15日にブランド最大の旗艦店としてオープンした「ReFa GINZA」において、オープンから7ヶ月半で累計来場者数32万人を突破いたしました。ブランド発信拠点として、世界158カ国のお客様にReFa製品をご購入頂き、国内だけでなく、グローバルなブランド認知の拡大にも貢献しております。百貨店・ショッピングセンターにおいて大型連休や母の日ギフト需要を背景に入店客数が増加し、売上が大きく伸びました。2026年4月より「ReFa TREATMENT IRON」を発売し、予約期間から大変ご好評を頂き、発売後も販売が好調に推移いたしました。新規出店も積極的に行い、当第3四半期においては百貨店に4店舗、ショッピングセンターに3店舗、アウトレットに2店舗を出店したほか、ReFaの世界観をより豊かに表現するための新業態店舗を4店舗運営開始いたしました。家電量販店では、ドライヤー及びヘアアイロンのデザインディスプレイの導入店舗を拡大し、さらなるブランド認知向上に取り組みしました。販売員の拡充等による販売体制の強化も奏功し、ドライヤー及びヘアアイロンのカテゴリーを中心に販売が好調に推移いたしました。専門店では引き続き「ReFa HEART COMB Aira」をはじめとするブラシカテゴリーが売上を牽引するとともに、「ReFa MILK PROTEIN HAIR CARE SERIES」や「ReFa LOCK OIL」等のシャンプー・トリートメント、ヘアケアコスメにおいても順調に売上が伸びました。ドラッグストアでは展開店舗数を1,700店舗へ拡大し、新規顧客の獲得を図るとともに、リピート顧客も着実に増加し、売上が好調に推移いたしました。

SIXPADブランドでは、当第3四半期においてショッピングセンターに2店舗、家電量販店に2店舗、アウトレットに3店舗を出店したほか、2026年4月には「SIXPAD Foot Fit 3 Compact」を発売し、母の日及び父の日のギフト需要も奏功し、売上が大きく伸びました。また、同月には北海道日本ハムファイターズとのコラボレーション企画としてリカバリーウェアや冷感フードボンチョ、冷感タオル等のコラボレーション商品も発売し、より幅広い層へのブランド認知向上を図りました。

ReDブランドでは、引き続きドラッグストアを中心に家電量販店、専門店、GMSを含めて展開店舗数を約2,700店舗へ拡大いたしました。また、常設外のスペースでの母の日及び父の日プロモーションやギフトバッグ施策が奏功し、売上が好調に推移いたしました。

④その他事業

主な事業内容は、海外への直接販売及び卸売販売、スマートリングの製造販売及び資金決済業務事業、椿を原料とした製品の製造及び販売事業、EV車両を中心としたモビリティ販売事業、海外を中心とした旅行事業、飲料水等の製造及び販売事業となります。

当第3四半期連結累計期間の売上高は6,455百万円（前年同期比64.6%増）、経常損失は112百万円（前年同期は541百万円の経常損失）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、次のとおりであります。

（ReFaブランド）

<HAIR CARE>

独自テクノロジーとヘアコスメの融合から生まれた新トリートメント体験「ReFa TREATMENT IRON」を2026年4月15日から、全国的美容室や百貨店、家電量販店、オンラインショップ等で発売いたしました。発売直後から大きな反響を得たほか、美容誌においても「美的」「VOCE」にてベストコスメ1位を受賞する等、引き続き話題拡散が期待できる状態となっております。同日より、「ReFa STRAIGHT BLOW IRON」及び「ReFa CURL BLOW IRON」も発売し、カテゴリーのさらなる強化を図っております。また、人気のヘアケアシリーズ「ReFa FINGER IRON ST」「ReFa POWER STRAIGHT IRON PRO」「ReFa POWER STRAIGHT IRON」「ReFa BEAUTECH DRYER SE」ではアイボリーカラーが登場いたしました。多くのお客様から好評を得ている人気のカラーで選ぶ楽しみも高めております。プロモーションにおいては、2026年4月8日よりグローバルで活躍しているアイドルユニット「MISAMO」を「ReFa MUSE」として起用いたしました。「ReFa BEAUTY SHOWCASE」プロジェクトのもと、「ReFa GINZA」でのポップアップ展開やSNSを起点とした動画拡散等、ヘアケアの新規ユーザー獲得のためのブランド横断プロモーションを開始いたしました。「ReFa BEAUTY SHOWCASE」第1弾としては、「ReFa TREATMENT IRON」に、エムピンク、エムミントグリーン、エムパープルの3色を展開いたしました。今後もプロダクトプロモーションとキャスティングプロモーションを並行して展開し、さらなるブランド力向上を目指してまいります。ブラシシリーズにおいても「ReFa BEAUTY SHOWCASE」にて、同様の3色を展開し、第1弾では「ReFa HEART BRUSH」「ReFa HEART COMB Aira」「ReFa MARQUISE WITH」等6アイテム、第2弾では「ReFa Aira WITH」「ReFa HEART BRUSH charm」の2アイテム、第3弾では「ReFa DRY ME」「ReFa MARQUISE COMPACT」「ReFa HEART MIRROR TWIN」の3アイテムを展開しております。人気のハートブラシシリーズから、バッグにチャームとして取り付けられる「ReFa HEART BRUSH charm」を2026年5月下旬より「Club Aira」にて発売いたしました。ReFa MARQUISEシリーズからも「ReFa MARQUISE SINGLE」を2026年5月20日に発売し、コームラインの選択肢を拡充しております。さらに、2026年5月中旬より旗艦店「ReFa GINZA」で先行展示を開始した「ReFa AURA」は、「ReFa HEART BRUSH」に続くヘアブラシカテゴリーの新たな象徴として位置づける商品であり、これまで培ってきたヘアブラシの価値をさらに広げる提案として2026年7月から市場展開を開始いたしました。加えて、2025年12月に誕生した新ブランドライン「ReFa MONTECATINI」からも、「ReFa MONTECATINI TREATMENT BRUSH」「ReFa MONTECATINI BLOW BRUSH」「ReFa MONTECATINI COMB」を展開する等、ブラシカテゴリー全体の拡大が力強く進んでおります。

<SHAMPOO/TREATMENT/その他リピート商品>

インナーケアカテゴリーでは、2026年5月に善玉菌の栄養源となる食物繊維に着目した腸活酵素ドリンク「ReFa LIGHT UP BIOTICS」を発売いたしました。また、同月に「糖化・酸化・バリア機能の低下」の肌ストレスに着目したインナードリンク「ReFa SKIN ACTIVE PL」を発売いたしました。この2アイテムの発売により、ReFaのインナーケアドリンクは全5種類となり、お客様の様々なお悩みにお応えできるシリーズへと進化を遂げております。また、「ReFa LIGHT UP BIOTICS」は、集英社の美容総合メディア「MAQUIA」の「MAQUIA美活グランプリ2026」にて美腸部門1位を獲得いたしました。「ReFa LOCK OIL」をはじめとするスタイリング剤では、富士経済が発行する「化粧品マーケティング要覧2026 No.2」ヘアスタイリング剤その他（オイル他）カテゴリーにて、2025年国内ブランドシェアNo.1※を獲得いたしました。消耗品の売上も着実に拡大しております。シャンプーカテゴリーでは、2026年1月に発売した「ReFa HONEY QUEEN SERIES」が、小学館発行「美的GRAND」の「2026上半期 読者のリアルベスコス」において、インバスヘアケア部門「ツヤ不足悩み」1位を獲得いたしました。ローヤルゼリーやハチミツによる濃密なうるおいケアで、内側からうるおいの詰まった艶やかでなめらかな髪へ導くヘアケアシリーズとして、市場から高い支持を獲得し、ReFaヘアコスメのカテゴリー拡大に寄与しております。

※出典：富士経済「化粧品マーケティング要覧2026 No.2」ヘアスタイリング剤その他（オイル他）の2025年国内ブランドシェア実績

<FINE BUBBLE>

2026年3月4日より販売を開始した浴室水栓「ReFa FINE BUBBLE FAUCET BATH」からブラックを2026年4月1日より新たに発売いたしました。「ReFa FINE BUBBLE FAUCET BATH」、シャワーヘッド「ReFa FINE BUBBLE DIA 90 HM」、シャワーホース「ReFa SHOWER HOSE HM N」を、シルバーとブラックの2色で統一したコーディネートが可能となり、住宅市場を中心に浴室空間全体の設備提案を拡充しております。プロモーションにおいては、業界No. 1 ポジションを活かした体感プロモーションを推進しております。製品設置済みの温浴施設・ホテルのタッチポイントを起点に、イベント・PR・インフルエンサーを複合的に活用したプロモーションを展開しております。また、美容室市場で展開を開始した「ReFa HYDRAID」はアイシン社との提携発表会、各エリアでのサロン発表会を皮切りに先行サロンからご評価頂くとともに、SNSでの拡散も見られ、ブランディングを活かした展開が業界内で注目を集めております。

<BEAUTY TECH>

2026年6月17日より、立体的なローラーの動きと弾力性のある圧力で、複雑でダイナミックな動きを実現した「ReFa 3D MOTION」の国内販売を「ReFa GINZA」にて開始いたしました。全身のムダ毛ケアをやさしく実現する「ReFa MULTI SHAVER B」「ReFa MULTI SHAVER S」「ReFa SKIM SHAVER」の新カラーも同日に発売いたしました。光美容器においては、前年に引き続き、榮倉奈々さん・山田裕貴さんを起用したTVCMの放映を実施し、体感市場の拡充に加え、SNSを起点としたライブコマースや動画拡散を強化しております。

<VITAL TECH>

2025年11月15日にReFaブランド初のリカバリーウェアのブランドラインとして誕生した「ReFa VITALWEAR」は、2026年4月1日より公式ECサイト及びキービジュアルをリニューアルいたしました。「美しくリカバリー」のコンセプトのもと、光り輝く鉱石を散りばめた世界観にて、「BEAUTY×TECHNOLOGY」を表現いたしました。2026年3月から開始したJAL国際線機内誌販売の売上が好調で、当第3四半期において販売を行い、今後も取り扱いの延長が決定しております。2026年5月に東京ビッグサイトにて開催された「ビューティーワールドジャパン2026」に初出展し、ブースを通してブランドの認知や販路の拡大を図り、VITALTECH®を使用したエステ市場専売商品の「スリミングソックス」の先行販売、今後発売となる「スリミングレギンス」の先行展示を行い、発売に向けて期待のお声を頂いております。また、2026年6月には阪急うめだ本店の外商サロンにて期間限定のポップアップ出店等、新たな取り組みを実施いたしました。今後、さらにタッチポイントを増やし、実際に商品に触れて頂ける場を展開してまいります。

(SIXPADブランド)

<FITNESS>

「Core Belt 2」は腹筋・脇腹・背筋下部を同時に鍛えられる商品として堅調に推移し、2026年5月発売の新色「アッシュブルー」は性別・年齢を問わず手に取りやすく、トレーニングを始めるきっかけとして健康習慣づくりを後押ししております。また、2026年4月には、濡らして絞って振るだけで繰り返し冷感が得られる「冷感フードポンチョ」「冷感タオル」「冷感アームカバー」の3商品を発売し、幅広い年代に支持されております。

<MEDICAL>

メディカルカテゴリーの業績は堅調に推移いたしました。2026年4月22日に発売した「Foot Fit 3 Compact」は、従来モデルの基本機能を維持しながら軽量・コンパクト化を実現し、母の日及び父の日商戦に合わせたTVCMを中心としたプロモーションを展開した結果、販売は好調に推移いたしました。また、「Medical Core」については、腰の不調が増加する季節に合わせて2026年6月上旬よりTVCM及びWEBプロモーションを実施し、腰部に不調を抱える顧客層から高い支持を獲得し、月間販売台数は過去最高水準となる等、売上拡大に寄与いたしました。さらに、医療分野における認知向上とエビデンスに基づく価値訴求を目的として、第126回日本外科学会定期学術集会及び第69回日本糖尿病学会年次学術集会・第18回アジア糖尿病学会学術集会においてブース出展・共催セミナーを実施し、周術期リハビリテーションや糖尿病・高齢者領域におけるEMS活用の有用性を医療関係者へ発信いたしました。

<RECOVERY>

SIXPAD Recovery Wearシリーズでは、「着るだけで疲労回復」という価値を訴求し、アンバサダーである長友夫妻を起用した母の日及び父の日向けギフトプロモーションが好調に推移いたしました。さらに、北海道日本ハムファイターズとのコラボレーション商品の発売や冠試合の実施により、スポーツ領域での新規顧客層への認知拡大にも寄与しております。

<FEMTECH>

2026年1月発売の骨盤底筋へアプローチするEMS「Perine Fit」は、新聞通販市場において60～80代のシニア層から支持を獲得し、販売は堅調に推移いたしました。2026年6月発売のお腹及びお尻を同時に鍛えるEMS「Core Hip」は、更年期世代の女性を中心にEC市場で好調に推移いたしました。

SIXPADは今後もお客様のニーズにお応えし、皆様の健康で生き生きとした人生をサポートしてまいります。

以上の結果、当第3四半期連結累計期間の売上高は102,486百万円（前年同期比46.3%増）となりました。また、営業利益は12,667百万円（前年同期比35.8%増）、経常利益は12,577百万円（前年同期比34.0%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益は9,739百万円（前年同期比67.7%増）となりました。

(2) 当四半期の財政状態の概況

(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104,018百万円となり、前連結会計年度末に比べ28,818百万円増加しました。これは主に受取手形及び売掛金の増加2,147百万円、商品及び製品の増加14,228百万円、流動資産その他の増加2,357百万円、建物及び構築物（純額）の増加2,673百万円並びに建設仮勘定の増加3,836百万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43,609百万円となり、前連結会計年度末に比べ19,408百万円増加しました。これは主に支払手形及び買掛金の増加2,230百万円、短期借入金の増加8,779百万円、未払法人税等の増加1,772百万円、長期借入金の増加6,246百万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60,409百万円となり、前連結会計年度末に比べ9,410百万円増加しました。これは主に配当金の支払があったものの、親会社株主に帰属する四半期純利益9,739百万円による利益剰余金の増加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（2026年8月4日）公表の「通期業績予想及び配当予想の修正（上方修正）」に関するお知らせをご参照下さい。

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 (2025年9月30日)	当第3四半期連結会計期間 (2026年6月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	11,297	9,830
受取手形及び売掛金	10,070	12,217
商品及び製品	19,141	33,370
原材料及び貯蔵品	1,122	2,103
その他	3,213	5,571
貸倒引当金	△42	△87
流動資産合計	44,804	63,006
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物（純額）	1,443	4,116
土地	9,070	9,519
建設仮勘定	6,256	10,093
その他（純額）	3,425	4,496
有形固定資産合計	20,195	28,225
無形固定資産		
のれん	35	1,423
その他	2,789	3,495
無形固定資産合計	2,825	4,919
投資その他の資産		
投資有価証券	3,662	3,183
繰延税金資産	2,699	3,151
その他	1,100	1,563
貸倒引当金	△87	△32
投資その他の資産合計	7,374	7,866
固定資産合計	30,395	41,012
資産合計	75,199	104,018

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2025年9月30日)	当第3四半期連結会計期間 (2026年6月30日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	3,909	6,140
短期借入金	—	8,779
未払金	4,811	5,222
未払法人税等	1,527	3,300
賞与引当金	859	577
製品保証引当金	1,022	1,345
子会社清算損失引当金	950	—
その他の引当金	278	98
その他	6,368	7,069
流動負債合計	19,728	32,533
固定負債		
長期借入金	3,714	9,960
その他	758	1,115
固定負債合計	4,472	11,075
負債合計	24,200	43,609
純資産の部		
株主資本		
資本金	16,796	16,835
資本剰余金	15,805	15,859
利益剰余金	19,947	28,705
自己株式	△1,335	△1,328
株主資本合計	51,214	60,072
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	532	104
為替換算調整勘定	△752	226
その他の包括利益累計額合計	△219	330
新株予約権	0	3
非支配株主持分	3	3
純資産合計	50,999	60,409
負債純資産合計	75,199	104,018

（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）

（単位：百万円）

	前第3四半期連結累計期間 （自 2024年10月1日 至 2025年6月30日）	当第3四半期連結累計期間 （自 2025年10月1日 至 2026年6月30日）
売上高	70,057	102,486
売上原価	26,359	36,131
売上総利益	43,698	66,354
販売費及び一般管理費	34,369	53,686
営業利益	9,328	12,667
営業外収益		
受取利息及び配当金	9	8
受取保険金	24	0
その他	71	118
営業外収益合計	105	127
営業外費用		
支払利息	10	113
固定資産除却損	29	49
その他	7	54
営業外費用合計	47	217
経常利益	9,386	12,577
特別利益		
固定資産売却益	1	0
投資有価証券売却益	161	399
特別利益合計	162	399
特別損失		
投資有価証券評価損	178	23
子会社清算損	123	—
特別損失合計	302	23
税金等調整前四半期純利益	9,247	12,953
法人税等	3,509	3,214
四半期純利益	5,737	9,739
非支配株主に帰属する四半期純利益又は非支配株主に帰属する四半期純損失（△）	△70	0
親会社株主に帰属する四半期純利益	5,807	9,739

（四半期連結包括利益計算書）

（単位：百万円）

	前第3四半期連結累計期間 （自 2024年10月1日 至 2025年6月30日）	当第3四半期連結累計期間 （自 2025年10月1日 至 2026年6月30日）
四半期純利益	5,737	9,739
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	467	△428
為替換算調整勘定	45	978
その他の包括利益合計	513	550
四半期包括利益	6,250	10,289
（内訳）		
親会社株主に係る四半期包括利益	6,321	10,289
非支配株主に係る四半期包括利益	△70	0

(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項

(連結範囲の重要な変更に関する注記)

第1四半期連結会計期間において、株式会社Kiralalaの発行済株式の全部を取得したため、同社を連結の範囲に含めております。また、第2四半期連結会計期間において、McLEAR LIMITED及び株式会社M'sエージェンシーは清算手続きが終了したため、同社を連結の範囲から除外しております。加えて、当第3四半期連結会計期間において、株式会社MTG VITABLEを新規に設立したため、同社を連結の範囲に含めております。

(四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理に関する注記)

(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。

(セグメント情報等の注記)

I 前第3四半期連結累計期間（自 2024年10月1日 至 2025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
	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	リテ ール ストア 事業	その他 事業 (注) 1	計		
売上高							
外部顧客への売上高	27,335	18,185	20,615	3,921	70,057	—	70,057
セグメント間の内部 売上高又は振替高	—	—	—	—	—	—	—
計	27,335	18,185	20,615	3,921	70,057	—	70,057
セグメント利益 又は損失(△)	8,232	3,482	3,377	△541	14,551	△5,164	9,386

(注) 1. 「その他事業」は、海外への直接販売及び卸売販売、スマートリングの製造販売及び資金決済業務事業、椿を原料とした製品の製造及び販売事業、EV車両を中心としたモビリティ販売事業、海外を中心とした旅行事業となります。

2. セグメント利益又は損失(△)の調整額△5,164百万円には、各報告セグメントに配分していない全社費用△5,164百万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 2025年10月1日 至 2026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
	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	リテ ール ストア 事業	その他 事業 (注) 1	計		
売上高							
外部顧客への売上高	38,006	20,392	37,631	6,455	102,486	—	102,486
セグメント間の内部 売上高又は振替高	—	—	—	—	—	—	—
計	38,006	20,392	37,631	6,455	102,486	—	102,486
セグメント利益 又は損失(△)	10,523	4,117	5,695	△112	20,224	△7,646	12,577

(注) 1. 「その他事業」は、海外への直接販売及び卸売販売、スマートリングの製造販売及び資金決済業務事業、椿を原料とした製品の製造及び販売事業、EV車両を中心としたモビリティ販売事業、海外を中心とした旅行事業、飲料水等の製造及び販売事業となります。

2. セグメント利益又は損失(△)の調整額△7,646百万円には、各報告セグメントに配分していない全社費用△7,646百万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

第1四半期連結会計期間から「グローバル事業」について、また、第2四半期連結会計期間から「スマートリング事業」について量的な重要性が乏しくなったため、「その他事業」に含め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. 報告セグメントごとの固定資産の減損損失又はのれん等に関する情報

（のれんの金額の重要な変動）

第1四半期連結会計期間において、株式会社Kiralalの全株式を取得し、連結の範囲に含めたことに伴い、「その他事業」セグメントにおいてのれんが発生しております。なお、当該事象によるのれんの増加額は、当第3四半期連結累計期間においては1,395百万円であります。

（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。

（継続企業の前提に関する注記）

該当事項はありません。

（四半期連結キャッシュ・フロー計算書に関する注記）

当第3四半期連結累計期間に係る四半期連結キャッシュ・フロー計算書は作成しておりません。なお、第3四半期連結累計期間に係る減価償却費（のれんを除く無形固定資産に係る償却費を含む。）及びのれんの償却額は、次のとおりであります。

	前第3四半期連結累計期間 (自 2024年10月1日 至 2025年6月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2025年10月1日 至 2026年6月30日)
減価償却費	1,559百万円	3,065百万円
のれんの償却額	6百万円	54百万円