

2024年9月26日

各 位

会 社 名 株式会社エム・エイチ・グループ
本社所在地 東京都渋谷区千駄ヶ谷一丁目11-1
代 表 者 代表取締役兼執行役員社長 半澤 勝己
(コード:9439 東証スタンダード)
問い合わせ先 取締役兼執行役員経営企画担当 家島 広行
(TEL) 03-5411-7222

中期経営計画（2025年6月期～2027年6月期）策定に関するお知らせ

当社は、2025年6月期から2027年6月期までを対象とした中期経営計画を策定しましたので下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 中期経営計画の概要

当社は、2030年4月に設立40周年を迎えます。2030年6月期に向かうこの期間を第二創業期として、前半の2025年6月期から2027年6月期の3年間を「助走」、後半の2028年6月期から2030年6月期の3年間を「飛躍」とそれぞれ位置付けております。本中期経営計画にあたる2025年6月期から2027年6月期においては、「助走」として第一に人的資本経営の強化、そして、目まぐるしく変化する経営環境に適応しつつ、添付資料に記載の各取り組みを着実に実現することで経営基盤の基礎をしっかりと固めてまいります。

2. 計数目標（2027年6月期【連結】）

(1) 売上高	25億円
(2) 経常利益	1億円
(3) ROE（自己資本当期純利益率）	10%

【添付資料】

中期経営計画（第36期：2025年6月期～第38期：2027年6月期）

以上



中期経営計画

第36期：2025年6月期～第38期：2027年6月期

株式会社エム・エイチ・グループ
2024年9月

はじめに

はじめに 設立40周年に向けて

当社は、2029年12月に上場30周年、
2030年4月に設立40周年を迎えます。

コロナ禍を経て、人々の価値観はより多様化し、
経営環境は大きく変化しております。

そして、目まぐるしく変化する経営環境への適応と、
この先の一手が重要となってまいります。



mod's hair COLLECTION S/S 2024



第二創業期

2030年6月期に向かうこの期間を第二創業期と位置付け、
変化に柔軟に適応できる経営体制を確立するとともに、
事業ポートフォリオの再構築等を図り、
全てのステークホルダー、社会から求められる
企業グループとして企業価値の向上に努めてまいります。

経営理念

「お客様に寄り添う ライフスタイルパートナーで あり続ける」

「ライフスタイル」は、広い意味で「生活の様式や営み方」を指し、一般的には「人生観・価値観・習慣などを含めた個人の生き方」という意味で使われることが多く、その人の人生観なども含め「生き方そのもの」とも言えます。

近年「ライフスタイル」は多様に変化しており、一般的な価値観にとらわれずに理想の生き方を追求する人が増えています。

私たちは、商品やサービスの提供、あるいは、ビジネスや社会貢献活動等を通じて、お客様をはじめ全てのステークホルダーに寄り添い、QOL（クオリティ・オブ・ライフ）の向上や心の豊かさを充実させるパートナーであり続けたいと考えております。

株式会社エム・エイチ・グループ
代表取締役兼執行役員社長 半澤 勝己



1 はじめに ～ 成長の礎となる『人財』 ～

成長の礎となる『人財』

【 人的資本経営の強化 】

私たちの事業は、スタッフ一人一人の活躍に支えられています。優秀な人材の採用、育成、定着は重要な課題であり、同じ方向性のもと、会社とスタッフが共に支え合い「共生」できる環境を整備し、お客様に最高のサービスを提供し続けることに注力しております。

組織・人材の強化に向け、事業と人材の側面から人事戦略を立案・遂行



事業の成長
組織力強化、企業価値向上

人材の成長
採用・配置・処遇・育成・定着

『人財』 = 資産

時価総額に占める無形資産の割合

- 米国市場（S&P500）の時価総額に占める無形資産の割合は年々増加しており、2020年は時価総額の90%を無形資産が占める。即ち、企業価値評価において非財務情報に基づく評価が大宗を占めている。
- 日本市場（日経225）は、有形資産が占める割合が大きい。

時価総額に占める無形資産の割合



(注) 時価総額(market cap)から純有形資産(net tangible asset value)を引いたものを純無形資産 (net intangible asset value)とする。その純無形資産を時価総額で割ることでのインデックスに占める無形資産を割り出している。

(出所) OCEAN TOMO 「INTANGIBLE ASSET MARKET VALUE STUDY」(2020年)を基に作成。



- ・ 圧倒的当事者意識の醸成
- ・ Will-Can-Mustの明確化

1 はじめに ～ 中長期的に目指す姿 ～

中長期的に目指す姿（方向性）

【 M・H GROUP Vision 2030 】

私たちが属する美容業界は、個人事業主が数多く存在する業界です。他の業界に比べ、環境経営に対して後れを取っていることは否めません。また、理容師・美容師を志す学生も減少傾向にあり、人材不足は業界全体の課題となっています。私たちは、単に自社の利益を追求することに留まらず、様々な取り組みを通じて、理美容業界全体のプレゼンス向上に貢献する企業グループであり続けたいと考えております。

「理美容業界全体の プレゼンス向上に貢献する 企業グループであり続ける」

- 理美容業界で上場している数少ない企業グループとして業界全体の魅力ある価値づくりに貢献する
- 理美容業界のリーディングカンパニーとして持続可能な環境経営を推進する
- 理美容業界の経営の質向上に貢献する

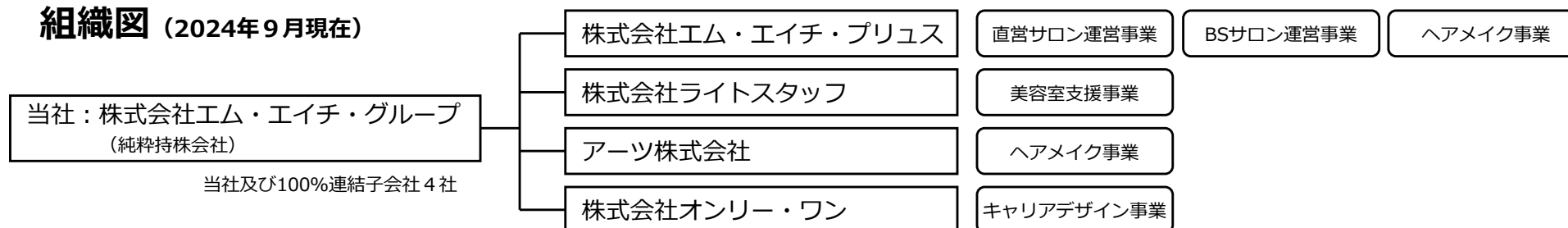
事業戦略

2 事業戦略 ～ 振り返りと分析 ～

沿革（要約）

1990年 4月	当社設立（旧商号：株式会社ビーアイジーグループ、本社：島根県松江市）以降、長距離電話代理店事業、携帯電話代理店事業で大きく成長
1999年 12月	日本証券業協会に株式を店頭登録（証券市場の再編等を経て、現在は東京証券取引所 スタンダード市場）以降、新規事業の立ち上げ、M&A等により多角的な事業展開も実施
2003年 9月	本社を島根県松江市から東京都中央区へ移転（現在は東京都渋谷区）
2005年 8月	M&Aによりmod's hair事業を取得、連結グループ会社化
2009年 10月	当社の商号を株式会社ビーアイジーグループから株式会社エム・エイチ・グループへ変更 グループの事業構成をmod's hairを中心とした美容事業に集約
2010年 10月	組織再編により当社を事業持株会社へ移行
2016年 4月	M&Aによりアーツ株式会社を取得、連結グループ会社化
2020年 7月	M&Aにより株式会社オンリー・ワンを取得、連結グループ会社化
2024年 1月	組織再編により当社を純粋持株会社へ移行、mod's hair事業を株式会社エム・エイチ・プリュスへ集約

組織図（2024年9月現在）



組織再編により役割と責任を明確化

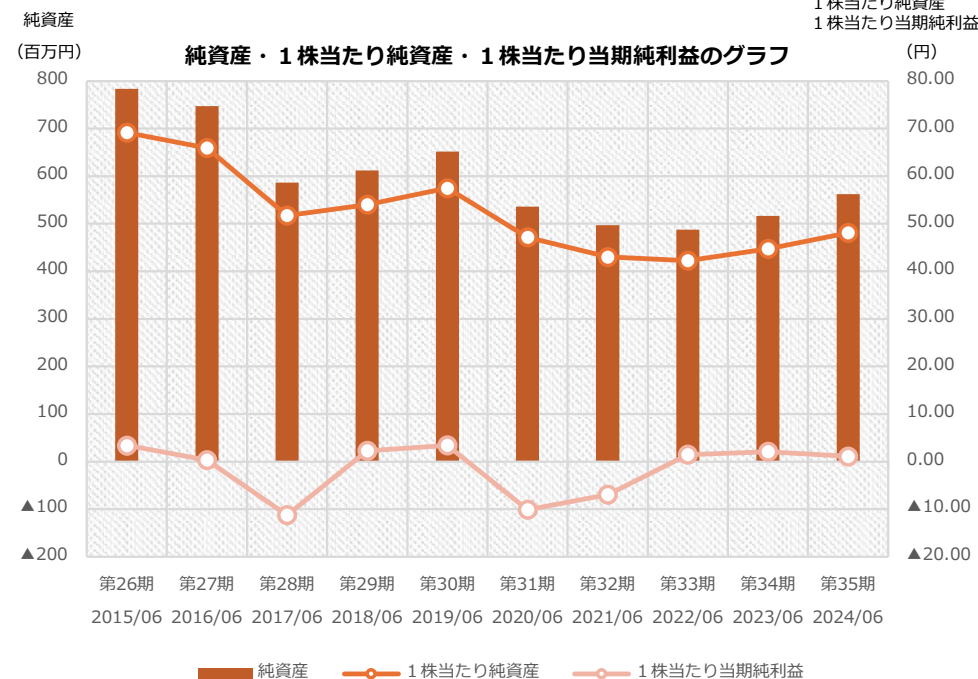
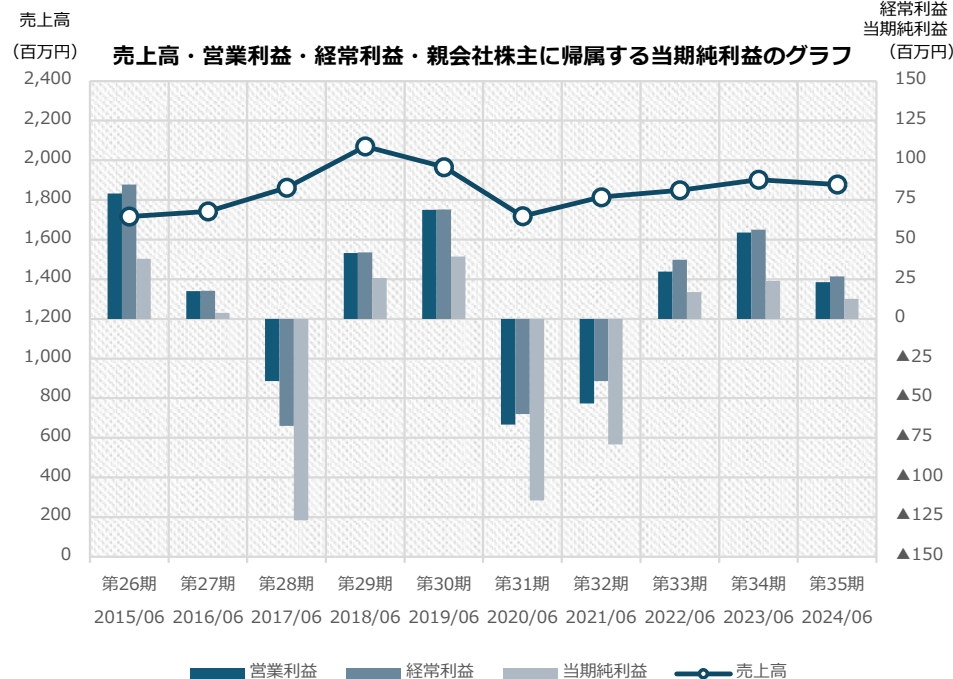
2 事業戦略 ～ 振り返りと分析 ～

連結業績の推移（第26期～第35期）

		第26期 2015/06期	第27期 2016/06期	第28期 2017/06期	第29期 2018/06期	第30期 2019/06期	第31期 2020/06期	第32期 2021/06期	第33期 2022/06期	第34期 2023/06期	第35期 2024/06期
売上高	(千円)	1,716,523	1,742,424	1,862,249	2,071,050	1,965,898	1,718,479	1,814,578	1,848,736	1,902,314	1,877,674
営業利益	(千円)	78,970	17,487	△39,255	41,508	68,667	△66,633	△53,302	29,910	54,487	23,151
経常利益	(千円)	84,672	17,698	△67,472	42,014	68,951	△60,109	△39,161	37,289	56,304	26,772
親会社株主に帰属する 当期純利益	(千円)	37,785	3,803	△126,959	25,864	39,227	△114,589	△79,146	16,882	24,002	12,632
総資産	(千円)	1,466,376	1,582,387	1,363,565	1,538,929	1,602,803	1,637,655	1,733,589	1,805,224	1,841,939	1,857,352
純資産	(千円)	783,657	747,277	586,322	612,160	651,915	536,128	496,678	487,473	516,122	562,092
1株当たり純資産	(円)	69.15	65.94	51.74	54.02	57.47	47.15	43.03	42.25	44.74	48.11
1株当たり当期純利益	(円)	3.38	0.34	△11.25	2.28	3.46	△10.11	△6.95	1.47	2.09	1.10

不採算部門清算

コロナ禍が大きく影響



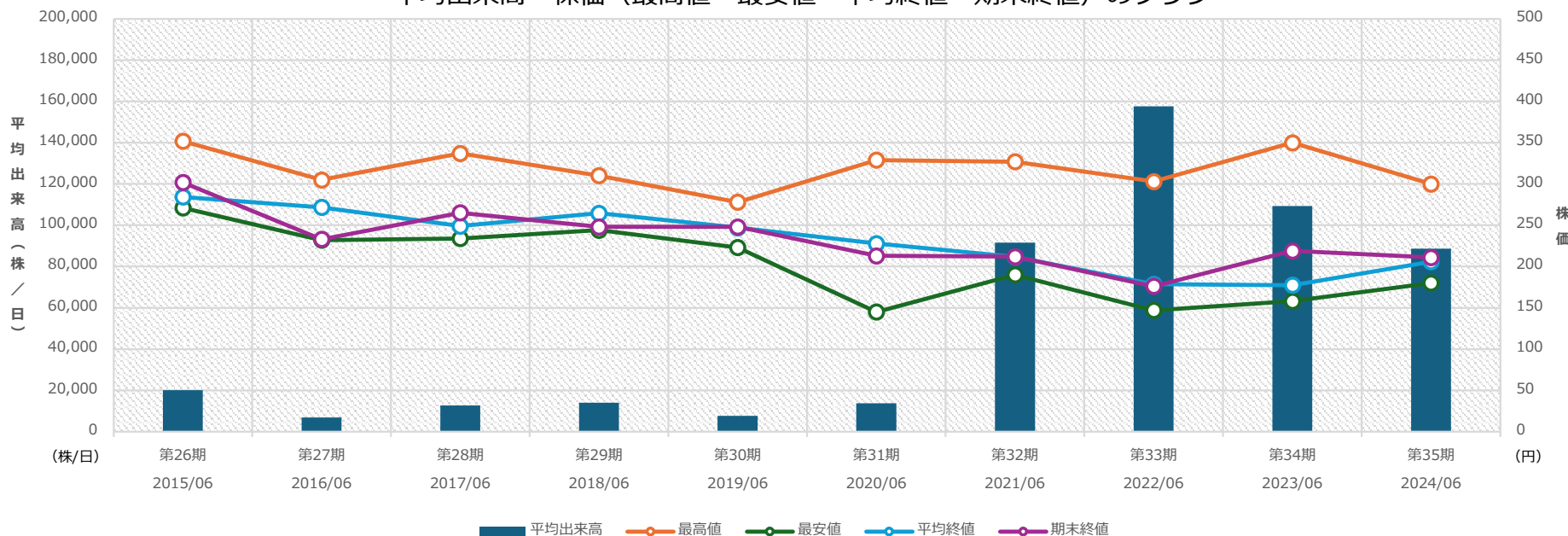
2 事業戦略 ～ 振り返りと分析 ～

株価等の推移（第26期～第35期）

	第26期 2015/06期	第27期 2016/06期	第28期 2017/06期	第29期 2018/06期	第30期 2019/06期	第31期 2020/06期	第32期 2021/06期	第33期 2022/06期	第34期 2023/06期	第35期 2024/06期
累計出来高（千株/年）	4,921	1,674	3,110	3,472	1,856	3,351	22,346	38,445	26,895	21,625
平均出来高（株/日）	20,086.5	6,836.5	12,643.9	13,989.4	7,703.3	13,790.9	91,582.8	157,562.3	109,329.3	88,628.3
最高値（円）	352.0	305.0	337.0	310.0	278.0	329.0	327.0	303.0	350.0	300.0
最安値（円）	271.0	232.0	234.0	244.0	223.0	145.0	190.0	147.0	158.0	180.0
平均終値（円）	284.5	271.7	249.1	264.6	247.0	227.8	211.7	178.6	177.4	205.8
期末終値（円）	302.0	233.0	265.0	248.0	248.0	213.0	212.0	176.0	219.0	211.0

TOB 筆頭株主異動

平均出来高・株価（最高値・最安値・平均終値・期末終値）のグラフ



振り返り（直近10期 第26期：2015年6月期～第35期：2024年6月期）

現状打破、飛躍への改革期

売上

構成比を変えつつ約20億円前後で推移

- 直営サロン運営事業 コロナ禍を脱して回復したものの直前期はサロン数の減少に伴い微減
- BSサロン運営事業 減収傾向が続くもメンズサロンは拡大
- ヘアメイク事業 2016年4月のM&Aでのアーツ(株)取得後は360～380百万円前後のレンジで推移
- 美容室支援事業 キャッシュレスの普及が増収を後押し
- キャリアデザイン事業 2020年7月のM&Aでの(株)オンリー・ワン取得以降、3期連続増収が続く

利益

グループ経常利益1億円の創出が課題

- 第28期（2017年6月期）に不採算部門の清算等により一時的に営業損失・経常損失・親会社株主に帰属する当期純損失を計上
- コロナ禍の影響を大きく受け、第31期～第32期は2期連続の営業損失・経常損失・親会社株主に帰属する当期純損失
- 直近10期では経常利益1億円に届かない状況が続く
- 吸収分割等の組織再編により経営の効率化を図る

純資産

コロナ禍以降、5億円前後で推移

- コロナ禍の影響が顕著であり、純資産も大きく減少
- 2021年3月、2024年6月にSCAT株式会社と資本業務提携及び同提携強化を目的として第三者割当増資を実施
- 2023年11月、減資による欠損填補を実施し資本政策の柔軟性及び機動性を確保

株価等

流通株式時価総額・流通株式比率維持

- 第32期（2021年6月期）以降、1日当たりの平均出来高は増加
- 株価については、最高値、最安値、平均終値、期末終値、いずれも一定のレンジ内での推移に留まっている
- 流通時価総額、流通株式比率は東証スタンダード市場の上場維持基準をクリア
- 詳細データは10ページ記載の表及びグラフをご参照下さい

組織再編  当社グループの中核となるモッズ・ヘア事業を集約

事業戦略

既存事業の再構築

mod's hair事業をグループのシンボルとして

「mod's hair」事業は、2005年8月にM&Aにより同事業を取得以降、グループの事業の中核を担っております。理美容業界をはじめ、私たちを取り巻く経営環境は大きく変化していますが、今一度、「mod's hair」事業をグループのシンボルとして位置付け、ブランドのコアとなる直営サロン・BSサロンを含めた美容室運営事業、そして、ヘアメイク事業、美容室支援事業、キャリアデザイン事業、各事業の成長を図ってまいります。

当社グループの存在価値

理美容業、唯一無二の存在として

世界基準であり日本品質を体現する理美容業界における唯一無二の存在として、mod's hairグループにしかできないこと、業界の垣根を超えた新たな取り組みにチャレンジし続ける事で業界の発展に貢献してまいります。

M&Aによる事業拡大の追求

引き続き、M&Aの可能性を追求

2016年4月にアーツ株式会社、2020年7月にM&Aにより株式会社オンリー・ワンを取得し、連結グループ会社化することでグループ経営のポートフォリオを強化してまいりました。

当社グループが掲げる「理美容業界の不自由・不便をDX/GXを活用したソリューションで解決する」を実現するため、引き続き既存事業とのシナジー効果が高い相手先をターゲットとして追い求めてまいります。



起源はパリで雑誌などの撮影を行うヘアメイクチーム

1968 ▶ パリでの誕生から56年

1978 ▶ 日本上陸から46年

そして、
100年続くブランドへ

世界でも例の少ない、100年続くヘアブランドを目指してまいります。



2 事業戦略 ～ 直営サロン運営事業 ～

直営サロン運営事業

株式会社エム・エイチ・プリュス

国内でmod's hairを中心に直営サロン10店舗を展開



mod's hair 青山プリヴィレージュ店
(東京都港区)



mod's hair 銀座店
(東京都中央区)



mod's hair 新宿サウス店
(東京都新宿区)



mod's hair みなとみらい店
(神奈川県横浜市)



mod's hair 二子玉川店
(東京都世田谷区)



美容室セラヴィ
(千葉県柏市)

mod's hair 7店舗	mod's hair MEN 2店舗	美容室セラヴィ 1店舗
-------------------	-----------------------	----------------

mod's hair サロンが掲げる

Mission & Vision & Value

Mission

私たちの最大の使命は、
高い技術と心のこもったサービスを通
じてすべてのお客様に最高の喜びと
やすらぎを提供し続けることです。

Vision

私たちは、すべてのお客様が
モッズ・ヘアを
生涯利用していただくことを
最高の目的とします。

Value

私たちは、Misson Vision 実現のため、
プロフェッショナル、革新、感謝を
大切な価値観として抱き続けます。

2 事業戦略 ～ 直営サロン運営事業 ～

直営サロン運営事業

2025年6月期～2027年6月期 成長戦略

理美容業界はオーバーストア状態であり、且つ、恒常的に美容師の人材不足が続いており、集客や採用においても競争は激化しています。このような状況の下、単に目先の利益を追求するだけでなく、顧客満足度・従業員満足度の充実に図り、お客様が生涯利用したいと思えるサロンづくり、従業員が安心して働くことができる環境づくりに注力し、お客様・従業員・会社のトリプルウィン（三方よし）を実現することで、持続的な成長・発展を目指してまいります。

サロンの付加価値を向上

▶ お客様が生涯通いたいと思えるサロンへ

- ・ トップスタイリストが集結したプリヴィレージュサロンのブランド化
 - ・ ニーズの高まるメンズサロンの出店強化
 - ・ 業界のベンチマークサロンとしての存在の確立
 - ・ ホスピタリティ、サロン環境の向上
 - ・ 優秀なスタッフの定着
-
- ✓ 従業員満足度の向上
 - ✓ 就労環境の改善
 - ✓ 技術教育の充実
 - ✓ アルムナイ制度（退職者の再雇用）の導入

2027年6月期目標

直近5期の実績推移

(単位：千円)

	第31期 2020年6月期	第32期 2021年6月期	第33期 2022年6月期	第34期 2023年6月期	第35期 2024年6月期
売上高	1,028,367	926,565	879,227	952,061	944,224
セグメント利益	△35,253	△62,793	20,096	66,575	70,496

第38期 2027年6月期 目標

売上高	1,200,000 千円
セグメント利益	90,000 千円

2 事業戦略 ～ BSサロン運営事業 ～

BSサロン運営事業 株式会社エム・エイチ・プリュス

BSサロンとは…「mod's hair」では、本部・加盟店という従来のフランチャイズ関係ではなく、共に一つのブランドをシェアするという意味で、「ブランドシェアサロン」、「BSサロン」と呼んでおります。

BSサロン運営事業では、日本国内及び海外（韓国、中国、台湾をはじめ伸長著しいアジア市場）で展開するBSサロンの運営支援や店舗開拓、「mod's hair サロンスペシャル」を冠したプライベートブランド商品（PB商品）を展開、また、「mod's hair」独自のカリキュラムによるディプロマ制度を採用しており、直営サロン・BSサロンの美容師の技術習得のためにアカデミーを常設するなど、多岐にわたりブランド価値の向上に尽力しております。

国内・海外BSサロン (2024年9月現在)



プロダクト (PB商品)



サロン技術者のサポート役として、また、お客様のアフターケアツールとして、シャンプーをはじめ、ヘアケア剤及びスタイリング剤など、「mod's hair」の提案するスタイルをより創り易くするためのツールとして150種類を超える製品を開発しております。

全国の「mod's hair」サロン及び公式オンラインストア「MHGウェブストア」で購入可能です。



アカデミー

直営サロン・BSサロンの美容師に限らず、国内外の美容師に改めて美容技術の本質を学び直す場を提供しております。

また、これからの美容業界を目指す・背負っていく前途有望な美容学生に対しても、モッズ・ヘアのオリジナルテクニックを学校の授業・ヘアショー等を通じて体感する場を提供しております。これにより美容業界をより好きになり志望してくれる若年層を一人でも増やすことで業界の発展に貢献してまいります。



2 事業戦略 ～ BSサロン運営事業 ～

BSサロン運営事業

2025年6月期～2027年6月期 成長戦略

1968年、フランス・パリで誕生した「mod's hair」、現在では世界16ヶ国、171店舗まで拡大。私たちは伸長著しいアジア市場でサロン展開の権利も有しております。また日本国内における圧倒的な知名度を生かし、PB商品を「D2C」市場での開拓も視野に入れております。

Re-BRANDING

- ・ ホスピタリティ・技術教育・サロン環境の強化
- ・ DX/GX活用強化
- ・ 幅広いエリアでの出店強化 (BS店)
- ・ PB商品開発強化・販路拡大

mod's hair collection 開催

コロナ禍以降、開催の見合わせが続いていた
mod's hair collection を約5年ぶりに開催

様々なステージで mod's hair の魅力を伝え、
クリエイティビティを発信



「mod's hair」単独ヘアショー 2024 mod's hair collection 開催



コロナ禍で開催の見合わせが続いたものの
2019年以來、約5年ぶりの開催

2027年6月期目標

直近5期の実績推移

(単位：千円)

	第31期 2020年6月期	第32期 2021年6月期	第33期 2022年6月期	第34期 2023年6月期	第35期 2024年6月期
売上高	342,792	319,809	322,032	268,685	238,600
セグメント利益	131,572	140,419	122,548	113,197	82,540

第38期 2027年6月期

売上高 300,000 千円

セグメント利益 100,000 千円

2 事業戦略 ～ ヘアメイク事業 ～

ヘアメイク事業

株式会社エム・エイチ・プリュス（スタジオ部門、ブライダル部門）
アーツ株式会社（メディア部門）

「mod's hair」は、フランス・パリでスタジオワーク専門ヘアメイクチームとしてスタートしました。そのプロフェッショナル精神を引き継いだ「mod's hair」ヘアメイクチームを中心としたヘアメイク事業を展開しております。ヘアメイク事業は、ファッション誌、ショーやイベント、CM等の広告のヘアメイクを主に手掛けるスタジオ部門、結婚式や披露宴等のヘアメイクを手掛けるブライダル部門、テレビ局での報道番組やドラマ等のヘアメイクを手掛けるメディア部門で構成されています。

スタジオ部門

日本国内で最大級のヘアメイクアーティストのエージェンシーとして、「東京コレクション」などへの参加や、広告・ファッション雑誌など年間2,000ページ以上を手掛けており、所属アーティストは国内外で幅広く活躍しております。彼らの作品は「モッズ・ヘア」をブランディングするうえでクリエイションの柱であり、サロンスタイルなどでのアイデアソースとしても重要な役目を担っております。



ブライダル部門

東京都港区 虎ノ門ヒルズ51Fにウェディングを中心としたトータルビューティーサロン「mod's hair on ANDAZ TOKYO」を展開、ヘアサロンとしてサービスを提供するとともに、ANDAZ東京での結婚式や披露宴等のヘアメイクを手掛けております。



メディア部門

報道、ドラマやバラエティをはじめ、テレビ番組全般・映画・CMなどで数々の俳優やタレントのヘアメイクを専門で担当するチームとして、安定した技術・サービスを提供しております。俳優やタレントのヘアメイクを手掛けるためにヘアメイクの現場で使用しているプロ仕様の「ARTS」ブランドの化粧品や雑貨類も開発し、オンラインストアでも販売しております。



2 事業戦略 ～ヘアメイク事業～

ヘアメイク事業

2025年6月期～2027年6月期 成長戦略

日本政府が掲げる2030年に訪日外国人旅行者6千万人・消費額15兆円達成の目標に基づき、これからも数多くの開業が見込まれる国際ブランドホテルにおいて、ANDAZ東京で培ったブライダルサロンの知見を活かしたサロン出店を目指してまいります。

▶ 今後も多数の開業が見込まれる国際ブランドホテルへ、モッズ・ヘアならではのブライダルサロン出店を目指す

ブランドの最大限の活用

スタジオ

- ・ブランド創設56年のレガシーの活用・ヘアメイク技術の告知強化
- ・ヘアメイクの現場からファッション業界の発展へ貢献

ブライダル

- ・ブランド創設56年の歴史で培ってきた「世界基準・日本品質」の提供
- ・モッズ・ヘアでしか体感できない圧倒的な技術力・おもてなしを提供

メディア

- ・モッズ・ヘアグループである強みを最大限生かした市場開拓
- ・ヘアメイクの現場から担当する映像コンテンツを中心とした作品の質向上に貢献



2027年6月期目標

直近5期の実績推移

(単位：千円)

	第31期 2020年6月期	第32期 2021年6月期	第33期 2022年6月期	第34期 2023年6月期	第35期 2024年6月期
売上高	359,666	367,623	384,410	370,978	361,454
セグメント利益	23,444	15,953	20,662	3,360	1,380

第38期 2027年6月期

売上高 450,000 千円

セグメント利益 40,000 千円

美容室支援事業 株式会社ライトスタッフ

mod's hairサロンの事業展開を通じて様々なスケールメリットが創出されます。美容室支援事業は、それをサービス化したクレジット決済代行サービス、SCAT株式会社との提携による美容サロン向けPOSレジ顧客管理システムなどを一般のサロンに販売するなど、理美容業界の不自由・不便を解決するサービスの提供、理美容業界における持続可能な環境経営支援を行っております。

クレジット決済代行サービス（BtoC領域）

mod's hairサロンの事業展開を通じて様々なスケールメリットが創出されるなか、とりわけメリットの大きいクレジット決済についてサービス化し、一般の理美容サロン向けに提供しております。キャッシュレスの高まりも相まって取扱高は年々伸びており、美容室支援事業の主力サービスとなっております。



POSレジ顧客管理システム販売

資本業務提携先であり、理美容業界DX化のリーディングカンパニーを目指すSCAT株式会社と同社が提供する美容サロン向けソリューション商品の販売における相互協力関係を築いております。業界最大手である同社のPOSレジ顧客管理システム販売を行うとともに、DX化の促進にも注力しております。



SCAT



環境経営推進

理美容業界は多くの個人事業主が存在し、業界全体として環境経営は後手に回る傾向が非常に高いです。

私たちは、一般社団法人理美容SDGs推進協会を立ち上げ、サロンオーナーの環境経営推進、業界全体のDX化・GX化推進を図っております。

理美容業界 × SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

理美容SDGs推進協会



2 事業戦略 ～ 美容室支援事業 ～

美容室支援事業

クレジット決済代行サービス (BtoC領域)

理美容サロン数の推移

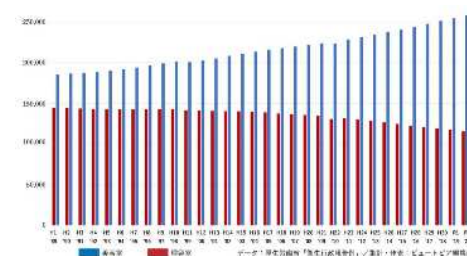
店舗数	美容室・理容室	美容室	26万4,223店舗
	37万8,626店舗	理容室	11万4,403店舗

- ✓ 令和3年(2021年)の美容室の店舗数は、前年度から6,333軒増の26万4,223軒(前年度比 2.5%増)年々増加を続けており、今回も過去最高を更新
- ✓ 理容室は前年度から減少し1,053軒減の11万4,403軒(前年度比0.9%減)

美容室支援事業の主力であるクレジット決済代行サービスのトレンド

- 理美容サロン数は増加傾向(美容室:増、理容室:減)
- キャッシュレス決済の浸透によりクレジット取扱高は増加傾向
- 手数料率の競争激化

理美容サロン数の推移



美容室支援事業のターゲット市場

理美容サロン売上の推移



- ✓ 2023年度の理美容サロン市場
- ✓ 前年比101%伸長の2兆900億円

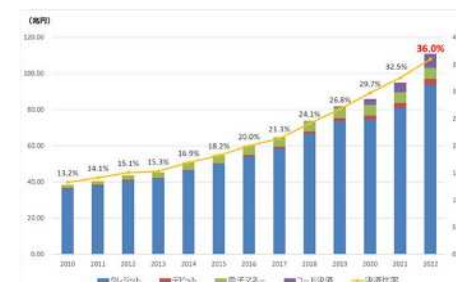
クレジット取扱高の推移



注1: 各社別売上(当社グループのクレジット取扱高)を合計した数値
注2: 2027年度は予測値、2023年度以降半端値

- ✓ 2021年度のクレジットカード市場規模は、約78兆円と拡大
- ✓ 2022年度以降もクレジットカード市場規模は拡大基調で推移しており、2027年度には約144兆円に達すると予測されている

キャッシュレス支払及び決済比率の推移



- ✓ 経済産業省は、キャッシュレス決済比率を2025年までに4割程度にするという目標を掲げている
- ✓ 2022年のキャッシュレス比率は堅調に上昇し、36.0%(111兆円)となり、決済額は初の100兆円超えに拡大

クレジット決済代行取扱高

当社グループクレジット決済代行取扱高
2024年6月期 190億円
200億円超えも目前

2021年6月期	145 億円
2022年6月期	160 億円
2023年6月期	170 億円
2024年6月期	190 億円

美容室支援事業

2025年6月期～2027年6月期 成長戦略

美容室支援事業の主力であるクレジット決済代行サービスは、一般の理美容サロンにご来店されたお客様がクレジットカードで決済された金額について決済代行を行う、いわゆるBtoCクレジット決済代行サービスを主としています。昨今のキャッシュレスの普及とともに取扱高は増える一方、競争も激しさを増しております。業績面においてBtoCクレジット決済代行サービスに過度な依存をしないよう、新たにBtoBクレジット決済代行サービスもスタートしております。

クレジット決済代行サービス（BtoB領域）

一般の理美容サロンでの仕入代金等の諸経費の支払いの多くは、銀行振込や口座振替等で決済されています。サロンオーナーの多くは、諸経費のクレジットカードでの決済と共に「インボイス・電帳法」への対応を希望しており、BtoBクレジット決済代行サービスは、このような理美容業界の不自由・不便を解決する一つのソリューションです。

- DX・GXを活用したシステムを提案
- 経営の効率化・質の向上に貢献
- 売上・利益を高め、理美容師の就業環境と社会的・将来的な価値向上に貢献



▶ 市場規模3千億円の理美容業界のBtoB決済市場において30%のシェア獲得を目指す

2027年6月期目標

直近5期の実績推移

(単位：千円)

	第31期 2020年6月期	第32期 2021年6月期	第33期 2022年6月期	第34期 2023年6月期	第35期 2024年6月期
売上高	90,964	107,349	118,750	122,474	121,708
セグメント利益	44,864	63,509	71,752	70,618	66,744

	第38期 2027年6月期
売上高	230,000 千円
セグメント利益	130,000 千円

2 事業戦略 ～ キャリアデザイン事業 ～

キャリアデザイン事業

株式会社オンリー・ワン

2020年7月より人材派遣事業、人材紹介事業を営む株式会社オンリー・ワンを連結子会社化いたしました。当社グループでは、単に人材派遣事業、人材紹介事業と捉えず、キャリアデザイン事業として新たな成長戦略の柱として位置付けております。キャリアデザイン事業を通じて多くの人材とつながることにより、優秀な人材の発掘など、今後の既存事業とのシナジーを図ってまいります。

新たな事業領域の開拓

従来、販売・サービス系の人材派遣事業及び人材紹介事業を中心に展開していましたが、主要取引先である外資ラグジュアリーブランド・コスメ業界で培ったホスピタリティを活かし、大手不動産各社の高級マンション向けコンシェルジュ派遣事業を確立しております。

『シニア人財』活躍の場の提供

『シニア人財』に対してより質の高い就業機会と適正報酬、ライフスタイルの両立を提供するリーディングカンパニーを目指します。

タワーマンションを中心としたコンシェルジュ派遣事業においては、居住者のQOL向上に寄与することにより、『シニア人財』・管理会社のトリプルウィン（三方良し）を実現し、持続的な成長・発展を目指してまいります。

シニア向け人材サービス市場では、定年退職後の人材による利用が多い人材派遣業や、50代～60代前半の人材を中心に利用されている人材紹介業で順調に需要が高まっております。また、コロナ禍以降は再就職支援サービスも利用が活発であり市場が拡大しております。



キャリアデザイン事業

2025年6月期～2027年6月期 成長戦略

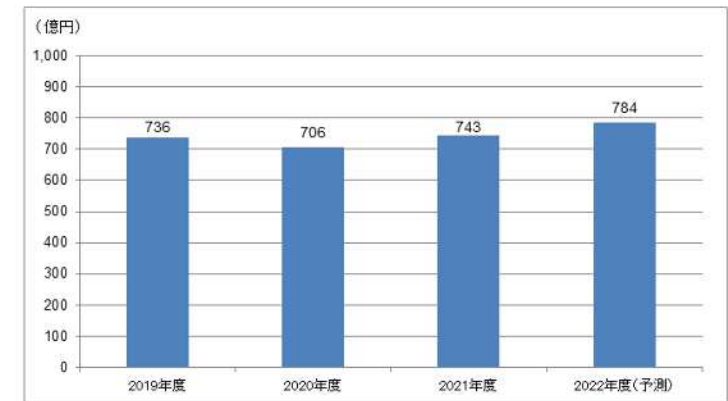
シニア市場における働く価値の創造

- ▶ 主要取引先である外資ラグジュアリーブランド・コスメ業界で培ったホスピタリティを活用
- ▶ 事業構築のプロセスで習得した『シニア人財』雇用のノウハウを活用

『シニア人財』活躍の場の提供

- ・ 大手不動産各社の高級マンション向けコンシェルジュ派遣事業を拡大
- ・ シニア市場において働く価値の創造と『シニア人財』活躍の場を提供
- ・ 質の高い就業機会と適正報酬、ライフスタイルの両立を提供
- ・ マンションコンシェルジュ業界での認知度の向上
- ・ 居住者のQOL向上に寄与
- ・ 『シニア人財』・管理会社のトリプルウィン（三方よし）を実現

シニア・女性向け人材サービス市場推移・予測



注1 提供事業者売上高ベース
注2 2022年度は予測値

矢野経済研究所調べ

▶ 『シニア人財』市場に質の高い就業機会と適正報酬を実現
ライフスタイルの両立を提供するリーディングカンパニーへ

2027年6月期目標

直近5期の実績推移

(単位：千円)

	第31期 2020年6月期	第32期 2021年6月期	第33期 2022年6月期	第34期 2023年6月期	第35期 2024年6月期
売上高	-	179,524	226,669	274,856	294,908
セグメント利益	-	△9,624	9,214	17,802	16,765

第38期 2027年6月期

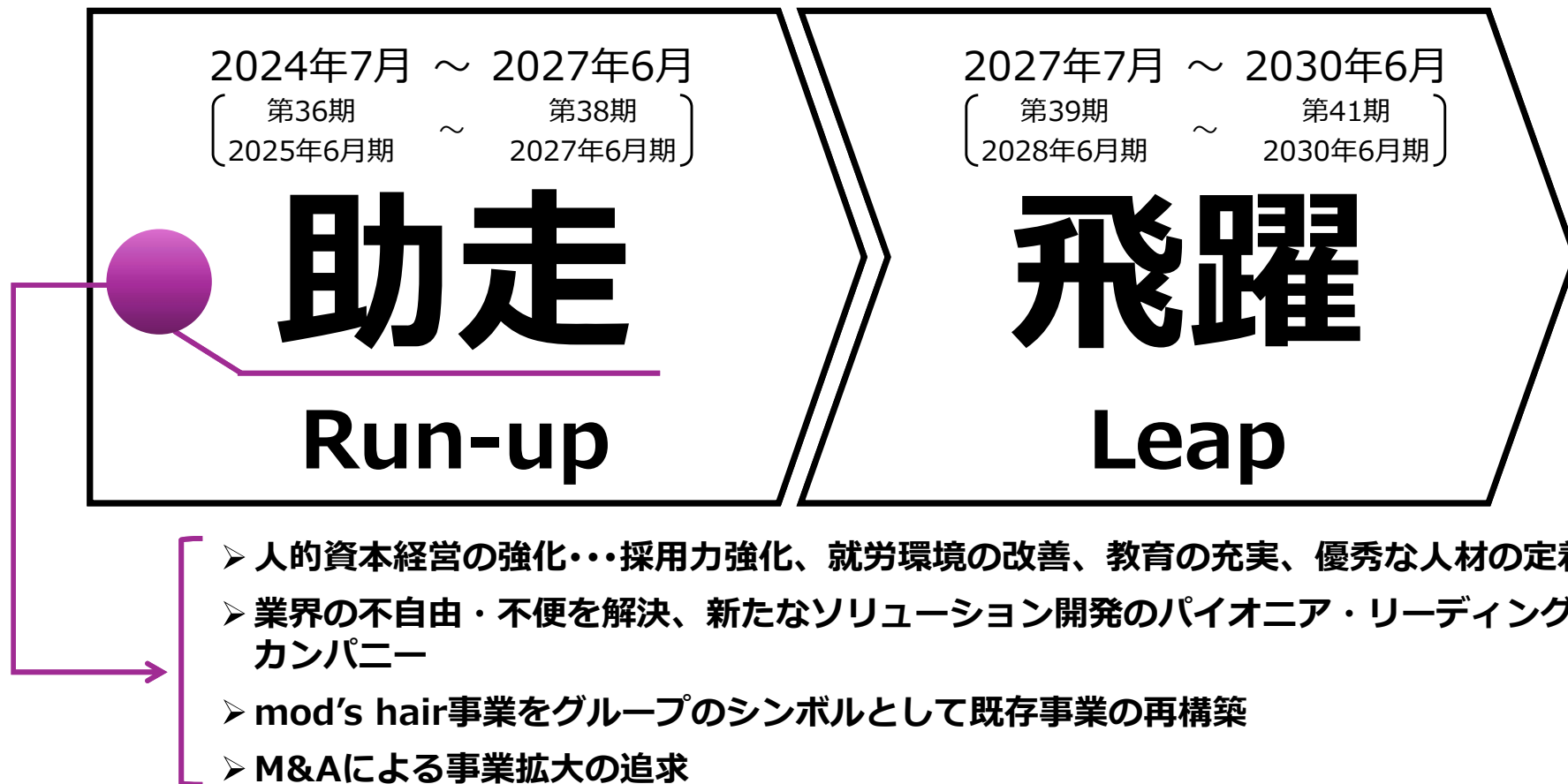
売上高	500,000 千円
セグメント利益	50,000 千円

中期経営計画のまとめ

経営戦略

当社設立40周年を迎える第41期（2030年6月期）に向けて、前半の2024年7月～2027年6月の3年間を「助走（Run-up）」、後半の2027年7月～2030年6月の3年間を「飛躍（Leap）」とそれぞれ位置付けております。

本中期経営計画にあたる2024年7月～2027年6月においては、「助走」として第一に人的資本経営の強化、そして、目まぐるしく変化する経営環境に適応しつつ、各取り組みを実現することで経営基盤の基礎をしっかりと固めてまいります。



3 中期経営計画のまとめ ～ 計数目標 ～

計数目標 (第38期：2027年6月期)

直近の10期においては、コロナ禍の影響が大きかったものの、売上高は概ね20億円前後での推移、経常利益は1億円に未達の状況が続きました。私たちは、助走と位置付けたこの期間においては、飛躍に向けて経営基盤の基礎をしっかりと固めてまいります。そのうえで、資本効率の向上・純資産の回復に重点を置き、次のとおり、計数目標を掲げ、達成を目指してまいります。

売上高 **25** 億円

※内部取引相殺消去後

各事業のポテンシャルは高く、既成概念にとらわれることなく、グループ内のシナジー効果や外部リソースの活用など可能性を追求してまいります。

直近10期の売上高の推移

第26期 2015/06期	第27期 2016/06期	第28期 2017/06期	第29期 2018/06期	第30期 2019/06期	第31期 2020/06期	第32期 2021/06期	第33期 2022/06期	第34期 2023/06期	第35期 2024/06期
1,716百万円	1,742百万円	1,862百万円	2,071百万円	1,965百万円	1,718百万円	1,814百万円	1,848百万円	1,902百万円	1,877百万円

経常利益 **1** 億円

※内部取引相殺消去後

増収による増益を実現するとともに、DX化・GX化をより積極的に推進し、経営の効率化を図ってまいります。

直近10期の経常利益の推移

第26期 2015/06期	第27期 2016/06期	第28期 2017/06期	第29期 2018/06期	第30期 2019/06期	第31期 2020/06期	第32期 2021/06期	第33期 2022/06期	第34期 2023/06期	第35期 2024/06期
37百万円	3百万円	△126百万円	25百万円	39百万円	△114百万円	△79百万円	16百万円	24百万円	12百万円

ROE **10** %

自己資本当期純利益率

ROE (Return on Equityの略称)

当期純利益÷自己資本(前期末及び当期末の平均値)

自己資本 = 純資産 - 新株予約権 - 少数株主持分

「ROE」を重要視する経営指標として、純資産の回復、資本効率の向上に注力してまいります。

直近10期のROEの推移

第26期 2015/06期	第27期 2016/06期	第28期 2017/06期	第29期 2018/06期	第30期 2019/06期	第31期 2020/06期	第32期 2021/06期	第33期 2022/06期	第34期 2023/06期	第35期 2024/06期
5.00%	0.50%	△19.11%	4.32%	6.21%	△19.33%	△15.39%	3.45%	4.80%	2.35%

3 中期経営計画のまとめ ～ 株主還元・社会貢献 ～

株主還元

➤ 配当

コロナ禍の影響により第31期（2020年6月期）から4期連続の無配が続きましたが、業績の回復、並びに、減資による欠損填補を実施し資本政策の柔軟性及び機動性を確保することで第35期（2024年6月）より復配を実現致しました。今後も安定した配当の実現に向け、役職員一丸となって取り組んでまいります。

基本
方針

当社は、株主の皆様に対する利益還元につきましては、経営上の重要政策であると認識しており、将来のグループ事業展開に必要な内部留保の充実に留意しつつ、適正な年1回の期末配当を基本方針としております。なお、配当の決定機関は取締役会であります。

配当
性向

30% を目安とする

➤ 株主優待

当社は、株主様の日頃のご支援にお応えするとともに、より多くの株主様に当社の事業に対するご理解を深めて頂くことを目的として株主優待制度を導入しており、現在は、当社オンラインストア「M・H・GROUP WEB STORE」でご利用頂けるオンラインストア優待券を贈呈しております。

引き続き、株主優待の意義と事業の強化ポイントがよりマッチする仕組みを構築できるよう最適化を図ってまいります。今後も株主優待制度を通じて、株主の皆様ファンとして支えて頂けると幸いです。



社会貢献

私たちは、「理美容業界はSDGs加速の牽引役になれる。

これからの社会を、ここからもっと素敵に。」の想いのもと、一般社団法人理美容SDGs推進協会を立ち上げ、サロンオーナーの環境経営推進、業界全体のDX化・GX化推進を図っております。

理美容業界 × SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

理美容SDGs推進協会



理美容業界の活動に必要な電力や水といった資源利用の節約とCO2排出や廃棄物の削減。この両軸で企業やサロンの取組を後押しすることで、理美容業界による環境貢献を推進しております。



<本資料に関する注意>

本資料に記載された内容は、一般的に認識されている経済・社会等の情勢及び当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。

本資料において提供される情報は、見通し情報を含みます。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。

今後新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本資料に含まれる見通し情報の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

<本資料に関するお問い合わせ先>

株式会社エム・エイチ・グループ

取締役兼執行役員管理本部長 家島 広行 (TEL:03-5411-7222)