



2026年9月期 第2四半期（中間期）決算短信〔日本基準〕（連結）

2026年5月12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
 半期報告書提出予定日 2026年5月13日 配当支払開始予定日 ー
 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2四半期（中間期）の連結業績（2025年10月1日～2026年3月31日）

(1) 連結経営成績（累計） (%表示は、対前年中間期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する 中間純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2026年9月期中間期	66,523	42.5	10,022	36.0	9,963	33.4	7,825	68.1
2025年9月期中間期	46,695	42.6	7,370	345.5	7,469	306.9	4,655	296.8

(注) 包括利益 2026年9月期中間期 8,401百万円 (76.8%) 2025年9月期中間期 4,750百万円 (369.4%)

	1株当たり 中間純利益	潜在株式調整後 1株当たり 中間純利益
	円 銭	円 銭
2026年9月期中間期	199.05	195.97
2025年9月期中間期	118.10	117.35

(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月期中間期	92,340	58,498	63.3
2025年9月期	75,199	50,999	67.8

(参考) 自己資本 2026年9月期中間期 58,492百万円 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）	—	—	—	33.00	33.00

(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	135,000	36.6	15,000	40.6	15,000	39.8	10,000	26.0	254.30

(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) 当中間期における連結範囲の重要な変更：有

新規 1社 (社名) 株式会社Kirala

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12ページ「2. 中間連結財務諸表及び主な注記 (4) 中間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) 中間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12ページ「2. 中間連結財務諸表及び主な注記 (4) 中間連結財務諸表に関する注記事項 (中間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 (中間期)

2026年9月期中間期	40,180,892株	2025年9月期	40,131,428株
2026年9月期中間期	846,410株	2025年9月期	851,249株
2026年9月期中間期	39,313,747株	2025年9月期中間期	39,417,605株

※ 第2四半期 (中間期) 決算短信は公認会計士又は監査法人の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) 当中間期の経営成績の概況	2
(2) 当中間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. 中間連結財務諸表及び主な注記	7
(1) 中間連結貸借対照表	7
(2) 中間連結損益計算書及び中間連結包括利益計算書	9
中間連結損益計算書	9
中間連結包括利益計算書	10
(3) 中間連結キャッシュ・フロー計算書	11
(4) 中間連結財務諸表に関する注記事項	12
(連結範囲の重要な変更に関する注記)	12
(中間連結財務諸表の作成に特有の会計処理に関する注記)	12
(セグメント情報等の注記)	12
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	13
(継続企業の前提に関する注記)	13
(企業結合等に関する注記)	14

1. 経営成績等の概況

（1）当中間期の経営成績の概況

当中間連結会計期間は、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、更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、当中間連結会計期間より、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。

当中間連結会計期間の売上高は24,265百万円（前年同期比34.9%増）、経常利益は7,065百万円（前年同期比23.6%増）となりました。

当中間連結会計期間は、新生活需要の高まりを背景に、各ECモールにおける当社イベント施策が奏功し、全体として堅実な販売実績となりました。ECモールの各種イベントにおいても計画を上回る成果が見られ、全体の販売実績を押し上げました。また、ECモール運営における取組が評価され、「Yahooベストストアアワード2025」において年間ベストストア大賞を受賞したほか、「楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー2025」では家電ジャンル賞及び最強翌日配達賞、「Amazonマーケットプレイスアワード2025」では健康・美容家電部門カテゴリー賞を受賞する等、複数の外部表彰を獲得しております。

ReFaブランドでは新商品「ReFa HONEY QUEEN HAIR CARE SERIES」の導入や「ReFa MILK PROTEIN STRAIGHT LINE」の追加により、ヘアコスメカテゴリーが引き続き好調に推移し、売上基盤の強化に繋がりました。また、ドライヤーやブラシカテゴリーにおいても高い水準の成長を維持しており、新商品「ReFa BEAUTECH DRYER SE」は楽天市場の美容・健康家電ランキングにおいて週間1位を獲得する等、市場での評価を高めております。

SIXPADブランドでは、「Core Belt 2」及び「Medical Core」を中心に、冬場においても計画を上回る販売実績となり、季節要因による需要変動が緩和されつつあるため、通年でブランドを支える主要商品としての位置づけが一層明確になりました。また、フェムテックカテゴリーへ新たに投入した「SIXPAD Perine Fit」についても、当初計画を上回る販売実績となり、ラインアップ拡充による新規需要の獲得が進展しております。

ReDブランドでは、特にスリーブカテゴリーの伸長が見られ、楽天、Yahoo、Amazonといった主要ECモールにおけるシェア拡大が進んでおります。なかでも、「ReD バイタルテック スリーブ プルオーバー長袖&ジョガーパンツセット」は、Yahooショッピングのファッションランキングで1位を獲得する等、ブランド認知向上及び販売実績の拡大に寄与いたしました。

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。

当中間連結会計期間の売上高は14,479百万円（前年同期比9.8%増）、経常利益は3,801百万円（前年同期比25.6%増）となりました。

2026年3月に実施したオンライン新商品発表会は、多数のサロン様に視聴頂き、美容室市場において高い関心を集めました。加えて、東京にてプロフェッショナル向けプレミアム体験会を対面で開催し、284社480名のサロン関係者様にご参加頂きました。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レーションや販売ポイントのレクチャーが行われ、業界を牽引するトップスタイリストとの交流を通じて、製品理解と活用提案が深まり、ブランドに対する信頼や共感の形成に寄与しました。さらに、参加スタイリストの方々による即日のSNSでの情報発信も相まって、高いプロモーション効果を創出しました。

また、アイシン社と共同開発した「ReFa HYDRAID」は世界最小の水粒子を生成・放出する世界初の技術を美容機器に採用したプロフェッショナル向け製品であり、美容業界において約30年ぶりとなる「毛髪浸透サポート機器」領域の技術革新を実現いたしました。この高付加価値の機器を多くのサロン様に導入頂けるよう、本製品は当社独自の従量課金型ビジネスモデル「スマートプラン」の第3弾としてリリースいたしました。

これらの取り組みにより、美容室市場では既存取引先を中心に着実に導入が拡大し、新規契約サロン数は直近

3ヶ月で920店舗増加し、累計47,710店舗に達しました。

宿泊市場においても、美容体験を付加価値とした「ReFaルーム」の導入施設数が順調に増加し、単品設置を含む設備導入ホテルは累計4,137施設、総導入室数は110,356室となり、2026年3月の月間想定体感者数も230万人に達しました。また、ReFaヘアケアコスメの導入も着実に進展しており、設置ホテル数は累計348施設、総導入室数は9,052室、月間想定体感者数は19万人となり、継続的なリピート収益創出に貢献しております。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や店舗での購入へと繋がる好循環を生み、市場全体の販売拡大に寄与いたしました。

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。

当中間連結会計期間の売上高は23,758百万円（前年同期比83.7%増）、経常利益は4,379百万円（前年同期比85.2%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、多くの先行・限定アイテムを展開する中、オープンから4か月で累計来場者数16万人を突破し、世界中124カ国のお客様にブランドを発信しております。百貨店・ショッピングセンターにおいては、新商品発売やホワイトデーの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3月には初のフレグランスラインである「ReFa THE PERFUME HAIR MIST」を発売し、新たな顧客層の獲得に取り組みました。新規出店も積極的に行い、当中間連結会計期間においては百貨店に5店舗、ショッピングセンターに3店舗、アウトレットに3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開発を進め、2026年3月末までに既存店改装を含め3店舗で新業態での運営を開始いたしました。

家電量販店では、前期に導入したデザインディスプレイの認知向上効果に加え、販売員の拡充等による販売体制の強化が奏功し、ヘアアイロン、ドライヤーのカテゴリーを中心に販売が好調に推移いたしました。また、新たにブラシシリーズのデザインディスプレイを導入する等、さらなるブランド認知向上に取り組みました。専門店では引き続きブラシカテゴリーが売上に牽引するとともに、ブラシ、ヘアケアコスメ、ヘアフレグランスと幅広いカテゴリーにおいて新商品を発売いたしました。特にシャンプー・トリートメントでは「ReFa HONEY QUEEN HAIR CARE SERIES」を発売し、既存シリーズに加え新たな顧客層の獲得にも寄与し、売上が伸びました。ドラッグストアでは展開店舗数を1,500店舗へ拡大し、新規顧客の獲得に加え、リピート顧客も着実に増加したことで、売上が好調に推移いたしました。

SIXPADブランドでは、当中間連結会計期間において、新規店舗の出店によるブランド認知向上と売上拡大に取り組みました。また、「Medical Core」のTVCM放映や新生活キャンペーンの相乗効果により、売上は大きく伸びました。

ReDブランドでは、ドラッグストアを中心に家電量販店、専門店、GMS含めて展開店舗数を約2,300店舗へ拡大いたしました。導入店舗拡大に向けた安定的な在庫供給体制の強化に加え、常設店舗スペースに限定しない試着体験イベント実施が奏功し、販売は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、樺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。

当中間連結会計期間の売上高は4,019百万円（前年同期比55.6%増）、経常損失は600百万円（前年同期は504百万円の経常損失）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>

2025年10月から一部市場にて先行発売しておりましたヘアドライヤー「ReFa BEAUTECH DRYER SE」を、全国の百貨店や家電量販店、オンラインショップへ販売を拡大いたしました。同じく「ReFa BEAUTECH DRYER BX W」、「ReFa STRAIGHT IRON PRO+」、「ReFa CURL IRON+」についても販路を拡大した結果、ご好評を得ております。ReFaのブランド力を格上げしていくために、プロモーションにおいてもブランディング向上を目的とした施策強化に取り組み、各動画メディアにおいてアンバサダーの榮倉奈々さんにご出演頂いた最上位機種「ReFa BEAUTECH DRYER BX W」のプロモーションムービーの放映開始や、ラグジュアリー媒体へのタイアップ出稿を行いました。また、「ReFa BEAUTECH DRYER SE」はオンライン施策を強化し、販売市場の拡大時には「楽天デイリーランキング4冠」「楽天週間ランキング3冠」を獲得する等、ご好評を頂いております。また、ReFaロックシリーズでは、当社独自開発の“ツバキラクトン”を配合した「ReFa LOCK OIL LUXE」を2026年1月28日よりReFa GINZAにて先行発売いたしました。“ツバキラクトン”は毛髪のキューティクルを改善し、髪うねりを抑制する独自成分であり、第2回化粧品技術者学術大会で発表されております。ブラシシリーズにおいては、新たなカラーバリエーション展開を強化し、2026年3月2日より「ReFa HEART BRUSH」の新色“サンライズ”をZOZOTOWNにて限定発売したほか、翌3月3日からは「ReFa HEART BRUSH mini」「ReFa HEART COMB Aira」「ReFa HEART MIRROR」に“ネオンカラー”2色を追加し、選択肢の拡充を図りました。

<SHAMPOO/TREATMENT/その他リピート商品>

インナーケアカテゴリでは、2026年2月6日、肌の弾力性を維持する機能性表示食品のコラーゲンドリンク「ReFa HARI KEEP COLLAGEN」を、携帯性に優れたゼリータイプとした「ReFa HARI KEEP COLLAGEN JELLY」を発売いたしました。外出先や日常生活の中でも手軽にコラーゲン習慣を取り入れられる商品としてご好評を得ております。また、シャンプー・トリートメントカテゴリーでは2026年2月14日に「ReFa HONEY QUEEN HAIR CARE SERIES」をReFa GINZAにて先行発売いたしました。女王蜂のローヤルゼリー成分とはちみつ成分を配合し、保水美容によるダメージケアを実現する新ヘアケアシリーズで、同時発売の頭皮ケアアイテム「ReFa HONEY QUEEN SCALP」と組み合わせることで、ヘアケアにおける使用体験の幅を広げる提案をいたしました。2026年1月のリリース以降、SNSや各メディアでも取り上げられ、発売初日より多くのお客様にご購入頂きました。さらに、2026年3月3日より販売市場を拡大し、コスメ・美容サービス「LIPS」の月間トレンド賞ヘアケア部門において1位を受賞いたしました。加えて、2026年3月2日には、美容液成分を配合し華やかで甘い香りが持続するハンドウォッシュ「ReFa BLOOMING HAND WASH」を、メンバーズオンラインショップB happyにて先行発売いたしました。さらに2026年3月3日には、幅広い顧客から支持を得ているヘアケアシリーズ「ReFa MILK PROTEIN HAIR CARE SERIES」より、4ライン目となる「ReFa MILK PROTEIN STRAIGHT LINE」を発売いたしました。「美しいストレートヘアスタイルをつくりたい」というお客様のニーズに対応するヘアケアラインとしてご好評を得ております。

<FINE BUBBLE>

公開情報に基づく調査の結果、『ファインバブル』を発生させるシャワーヘッドにおいて、ReFaがシリーズ累計売上で世界No. 1であることを、2026年2月27日にPRリリースにて公表いたしました。さらに、主力商品である「ReFa FINE BUBBLE U+」については、新カラーとしてピンクとブルーの2色を2026年3月18日に販売開始しております。また、浴室全体をファインバブルで満たす新しい設備提案として、浴室水栓「ReFa FINE BUBBLE FAUCET BATH」を発売し、シルバーを2026年3月4日より販売開始しております。今後はブラックも含めた2色展開となる予定です。これにより、浴室水栓「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いきます。プロモーションにおいては、引き続き新商品「ReFa FINEBUBBLE U+」の認知拡大及びヘアケア訴求を強化し、売り場と連携した拡販施策を取り組んでまいります。

<BEAUTY TECH>

2026年3月4日より、高速連射×冷却機能でムダ毛をケアする光美容器「ReFa EPI GO COOL」を販売開始いたしました。ブランディング強化を軸とした戦略に基づき、ロードショーの販売支援や、製品体感を通じた情報発信施策、並びにロードショー集客と連動した地方インフォーマーシャル型TVCMの制作等を実施しました。これらの施策を通じて、製品特性に関する理解促進を図り、需要期における販売機会の拡大に向けて取り組んでまいります。

<VITAL TECH>

2025年11月15日よりReFa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、第一号店かつ唯一の直営店であるReFa GINZAのオープンと共に販売がスタートいたしました。全商品に椿オイルを含浸することで上質な肌触りを実現し、リカバリーウェアの機能性に美しさとファッション性を兼ね備えた「美しくリカバリー」がコンセプトです。発売後はキャスティングを起用した広告展開で認知拡大を図り、2025年11月21日より全国に向けてEC販売を開始いたしました。今後もブランディングを重視しつつ、リカバリー市場での認知をさらに広げるべく、プロモーション活動を強化してまいります。また同時期に販売を開始した「ReFa VITALPILLOW」について、「ReFa VITALWEAR」と合わせて、グランドハイアット東京やヒルトン横浜等の高級ホテルとのコラボレーションを実施し、タッチポイントの設置かつ、インフルエンサーに製品体感してもらう等のプロモーションを行いました。厳選された素材や、上質な商品を訴求すべく、今後もホテル市場を中心に展開を広げてまいります。

(SIXPADブランド)

<FITNESS>

腹筋・脇腹・背筋下部を同時に鍛える「Core Belt 2」が引き続き堅調に推移しております。

特に、1月の初売り及び新年における運動需要の高まり、並びに2026年3月の新生活シーズンにおいて需要の確に捉え、売上が伸びました。

また、ジェルシートや水を必要としない手軽さから「続けやすい」と評価を多くのお客様より頂いており、専用アプリ「SIXPAD CLUB」を用いてトレーニング記録を行っているお客様のうち、約8割が3ヶ月間のトレーニング継続に至っております。

<MEDICAL>

メディカルカテゴリーの業績は堅調に推移しており、特に販売が好調な「Medical Core」については、季節の変わり目における腰部不調の発生が増加する時期に合わせ、2026年3月上旬よりTVCM及びWEBを中心としたプロモーション施策を実施いたしました。その結果、腰部の不調に課題を有する顧客層を中心に支持を獲得し、「Medical Core」は当期における月間販売台数の最高水準を更新する等、売上拡大に寄与いたしました。

医療分野における認知向上及びエビデンスに基づく価値訴求を目的として、2026年2月27日、28日にグランフロント大阪にて開催された日本フットケア・足病医学会年次学術集会へ参加いたしました。本学会ではブース出展に加え、共催セミナーを実施し、座長に愛知淑徳大学 健康医療科学部 教授 林久恵先生を迎え、医療法人偕行会 名古屋共立病院 リハビリテーション部の森山善文先生、並びに医療法人徳洲会 八尾徳洲会総合病院の綾部忍先生より、「SIXPADによる透析リハビリの可能性」をテーマに、透析患者に対するSIXPADを用いたリハビリ介入に関するエビデンスをご発表頂きました。これらの取り組みを通じて、医療従事者に対する製品理解の深化及び臨床現場における活用可能性の訴求を図りました。

<RECOVERY>

SIXPAD Recovery Wearシリーズでは、「着るだけで疲労回復する」という便益を軸に、2026年1月31日の「愛妻の日」や3月には「新生活」といったギフト需要を見据えたプロモーションを展開いたしました。

また、北海道日本ハムファイターズとのパートナーシップ契約を締結し、コラボレーションアイテムの発売発表とコラボキャンペーンを展開し商品認知の拡大に寄与しております。

<FEMTECH>

2025年9月に新たに立ち上げた、女性の健康課題にフォーカスしたカテゴリー「フェムテック」においては、2025年10月発売の第一弾商品「骨盤底筋ケアガードル」に続き、2026年1月に第二弾商品として骨盤底筋専用EMS「Perine Fit（ペリネフィット）」を発売いたしました。自分では鍛えにくい骨盤底筋を、EMSで効率よく座ったまま手軽にトレーニングできることにより、産後の女性から、シニアまで大変ご好評を頂いております。また、多くの雑誌メディアにも取り上げられ、認知度のさらなる向上を期待しております。

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、当中間連結会計期間の売上高は66,523百万円（前年同期比42.5%増）となりました。また、営業利益は10,022百万円（前年同期比36.0%増）、経常利益は9,963百万円（前年同期比33.4%増）、親会社株主に帰属する中間純利益は7,825百万円（前年同期比68.1%増）となりました。

(2) 当中間期の財政状態の概況

①資産、負債及び純資産の状況

(資産)

当中間連結会計期間末の資産につきましては92,340百万円となり、前連結会計年度末に比べ17,140百万円増加しました。これは主に現金及び預金の減少2,352百万円があったものの、受取手形及び売掛金の増加2,454百万円、商品及び製品の増加6,339百万円並びに建設仮勘定の増加3,078百万円によるものであります。

(負債)

当中間連結会計期間末の負債につきましては33,842百万円となり、前連結会計年度末に比べ9,641百万円増加しました。これは主に支払手形及び買掛金の増加1,473百万円、未払法人税等の増加1,825百万円及び長期借入金の増加7,172百万円によるものであります。

(純資産)

当中間連結会計期間末の純資産につきましては58,498百万円となり、前連結会計年度末に比べ7,499百万円増加しました。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中間純利益7,825百万円による利益剰余金の増加によるものであります。

②キャッシュ・フローの状況

当中間連結会計期間末における現金及び現金同等物（以下「資金」という。）につきましては、8,945百万円となり、前連結会計年度末に比べ2,352百万円減少しました。

各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は、次のとおりであります。

(営業活動によるキャッシュ・フロー)

営業活動の結果、獲得した資金は、2,218百万円（前年同期比57.8%減）となりました。これは主に税金等調整前中間純利益10,298百万円、減価償却費1,857百万円、売上債権の増加額1,906百万円、棚卸資産の増加額6,012百万円及び法人税等の支払額1,267百万円によるものであります。

(投資活動によるキャッシュ・フロー)

投資活動の結果、使用した資金は、10,848百万円（前年同期比207.7%増）となりました。これは主に有形固定資産の取得による支出7,218百万円及び連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出3,294百万円によるものであります。

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

財務活動の結果、獲得した資金は、6,247百万円（前年同期は1,747百万円の資金の使用）となりました。これは主に長期借入れによる収入7,432百万円、長期借入金の返済による支出259百万円及び配当金の支払額981百万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（2026年5月12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. 中間連結財務諸表及び主な注記

(1) 中間連結貸借対照表

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2025年9月30日)	当中間連結会計期間 (2026年3月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	11,297	8,945
受取手形及び売掛金	10,070	12,525
商品及び製品	19,141	25,481
原材料及び貯蔵品	1,122	1,768
その他	3,213	5,096
貸倒引当金	△42	△45
流動資産合計	44,804	53,771
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物（純額）	1,443	3,494
土地	9,070	9,254
建設仮勘定	6,256	9,334
その他（純額）	3,425	4,068
有形固定資産合計	20,195	26,152
無形固定資産		
のれん	35	1,444
その他	2,789	3,555
無形固定資産合計	2,825	4,999
投資その他の資産		
投資有価証券	3,662	3,303
繰延税金資産	2,699	2,938
その他	1,100	1,212
貸倒引当金	△87	△37
投資その他の資産合計	7,374	7,417
固定資産合計	30,395	38,569
資産合計	75,199	92,340

（単位：百万円）

	前連結会計年度 (2025年9月30日)	当中間連結会計期間 (2026年3月31日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	3,909	5,383
未払金	4,811	4,288
未払法人税等	1,527	3,352
賞与引当金	859	1,006
製品保証引当金	1,022	1,336
子会社清算損失引当金	950	—
その他の引当金	278	131
その他	6,368	6,448
流動負債合計	19,728	21,946
固定負債		
長期借入金	3,714	10,886
その他	758	1,009
固定負債合計	4,472	11,895
負債合計	24,200	33,842
純資産の部		
株主資本		
資本金	16,796	16,823
資本剰余金	15,805	15,848
利益剰余金	19,947	26,791
自己株式	△1,335	△1,327
株主資本合計	51,214	58,135
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	532	137
為替換算調整勘定	△752	219
その他の包括利益累計額合計	△219	356
新株予約権	0	3
非支配株主持分	3	3
純資産合計	50,999	58,498
負債純資産合計	75,199	92,340

(2) 中間連結損益計算書及び中間連結包括利益計算書
(中間連結損益計算書)

(単位：百万円)

	前中間連結会計期間 (自 2024年10月1日 至 2025年3月31日)	当中間連結会計期間 (自 2025年10月1日 至 2026年3月31日)
売上高	46,695	66,523
売上原価	17,715	23,284
売上総利益	28,980	43,238
販売費及び一般管理費	21,609	33,216
営業利益	7,370	10,022
営業外収益		
受取利息及び配当金	8	7
為替差益	49	—
貸倒引当金戻入額	4	27
その他	47	49
営業外収益合計	109	85
営業外費用		
支払利息	0	59
為替差損	—	18
和解金	3	—
子会社清算損	—	38
その他	5	27
営業外費用合計	9	144
経常利益	7,469	9,963
特別利益		
固定資産売却益	1	0
投資有価証券売却益	127	344
特別利益合計	128	344
特別損失		
投資有価証券評価損	178	10
特別損失合計	178	10
税金等調整前中間純利益	7,419	10,298
法人税等	2,834	2,472
中間純利益	4,584	7,825
非支配株主に帰属する中間純利益又は非支配株主に 帰属する中間純損失(△)	△70	0
親会社株主に帰属する中間純利益	4,655	7,825

（中間連結包括利益計算書）

（単位：百万円）

	前中間連結会計期間 （自 2024年10月1日 至 2025年3月31日）	当中間連結会計期間 （自 2025年10月1日 至 2026年3月31日）
中間純利益	4,584	7,825
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	195	△395
為替換算調整勘定	△29	971
その他の包括利益合計	165	575
中間包括利益	4,750	8,401
（内訳）		
親会社株主に係る中間包括利益	4,821	8,401
非支配株主に係る中間包括利益	△70	0

(3) 中間連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	前中間連結会計期間 (自 2024年10月1日 至 2025年3月31日)	当中間連結会計期間 (自 2025年10月1日 至 2026年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前中間純利益	7,419	10,298
減価償却費	911	1,857
のれん償却額	4	34
製品保証引当金の増減額(△は減少)	65	198
為替差損益(△は益)	△16	△8
受取保険金	△14	—
和解金	3	—
売上債権の増減額(△は増加)	△853	△1,906
棚卸資産の増減額(△は増加)	△2,534	△6,012
仕入債務の増減額(△は減少)	△633	596
前払費用の増減額(△は増加)	△73	△1,056
未払金の増減額(△は減少)	629	△725
その他	911	249
小計	5,818	3,524
利息及び配当金の受取額	8	7
利息の支払額	△0	△54
保険金の受取額	14	—
和解金の支払額	△3	—
法人税等の支払額	△578	△1,267
その他	4	8
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,261	2,218
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△2,027	△7,218
無形固定資産の取得による支出	△872	△510
投資有価証券の取得による支出	△236	△70
関係会社株式の取得による支出	△205	—
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	—	△3,294
その他	△184	244
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,526	△10,848
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入れによる収入	—	4,000
短期借入金の返済による支出	—	△4,000
長期借入れによる収入	—	7,432
長期借入金の返済による支出	△70	△259
株式の発行による収入	0	54
非支配株主からの払込みによる収入	50	—
配当金の支払額	△519	△981
自己株式の取得による支出	△1,205	△0
その他	△3	2
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,747	6,247
現金及び現金同等物に係る換算差額	△16	29
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△28	△2,352
現金及び現金同等物の期首残高	12,960	11,297
現金及び現金同等物の中間期末残高	12,932	8,945

(4) 中間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)

当中間連結会計期間において、株式会社Kiral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、当中間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完了したため、同社を連結の範囲から除外しております。

(中間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、当中間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、税引前中間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 前中間連結会計期間（自 2024年10月1日 至 2025年3月31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	中間連結 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	17,993	13,183	12,935	2,584	46,695	—	46,695
セグメント間の内部 売上高又は振替高	—	—	—	—	—	—	—
計	17,993	13,183	12,935	2,584	46,695	—	46,695
セグメント利益又は損 失(△)	5,716	3,026	2,364	△504	10,602	△3,132	7,469

(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△3,132百万円には、各報告セグメントに配分していない全社費用△3,132百万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、中間連結損益計算書の経常利益と調整を行っております。

II 当中間連結会計期間（自 2025年10月1日 至 2026年3月31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	中間連結 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	24,265	14,479	23,758	4,019	66,523	—	66,523
セグメント間の内部 売上高又は振替高	—	—	—	—	—	—	—
計	24,265	14,479	23,758	4,019	66,523	—	66,523
セグメント利益又は損 失(△)	7,065	3,801	4,379	△600	14,646	△4,682	9,963

- (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△4,682百万円には、各報告セグメントに配分していない全社費用△4,682百万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、中間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

当中間連結会計期間から、「グローバル事業」及び「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、報告セグメントから「その他」として記載する方法に変更しております。

なお、前中間連結会計期間のセグメント情報は、当中間連結会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)

当中間連結会計期間において、株式会社Kiralala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、1,443百万円であります。

(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。

（企業結合等に関する注記）

（株式取得による会社等の買収）

当社は、2025年10月7日付で株式会社Kiralal（以下「Kiralal」という。）の発行済株式の全部を取得（以下「本株式取得」という。）し子会社化しました。

1. 企業結合の概要

(1) 被取得企業の名称及びその事業内容

被取得企業の名称 株式会社Kiralal
事業内容 トータルライフサービス プラットフォーム事業

(2) 企業結合を行った主な理由

当社は、1996年1月に設立され、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の領域においてブランド、商品、サービスの開発に取り組み、新規事業の立ち上げ、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、企業価値向上に取り組んでおります。

一方、Kiralalは、当社のウォーターサーバー事業を祖業とし、2020年3月、新設分割・株式譲渡により、株式会社Kiralalとして当社から独立したものです。Kiralalは「ずっとつづく、暮らしの輝きを。」をコンセプトに、暮らしの衣・食・住に関わる多彩なサービスを提供しております。

Kiralalの美容機器ブランド“STELLA BEAUTE”は、当社の既存商品の売上を侵食しない商品群であり、かつ販売チャネルが異なることから、当社の既存事業とのディスシナジーは想定し難い一方、クロスセル等によるアップサイドのシナジーが期待できると考えております。また、Kiralalの開発・提供する希少な天然水（70年の富士山伏流水）を使用した飲料水ブランドの「砥希（とき）」は、世界初のルイ・ヴィトン（LOUIS VUITTON）併設レストランである「SUGALABO V」にて2025年4月から採用されるなど、今後も需要の拡大が見込まれるハイエンド層向けの商品として高い評価を得ており、当社としては、当社のホテル事業（ReFaルーム）におけるバンドル商品ないしギフト市場向け商品としてReFaブランドと融合させての展開や、「砥希」を用いた基礎化粧品、ヘアケア用品及び香水といった新商品の開発など、「水」が持つ汎用性や応用性の高さを活かした多様な施策を検討しており、これらを通じたシナジーが期待できると考えております。

Kiralalは、2020年に当社から独立して以降、経営体制、資本構成、及び事業構成において大きく変容し、業績面においても大きく改善しております。上述の事業シナジーは事業譲渡時に当社には見いだせなかった価値であり、かつ、Kiralalの強みを自社内で育成する場合に要する時間や金銭的負担、人的リソースへの制約等と比較すると、本株式取得によって物的・人的リソースを取り込み、両社の開発力やブランドマーケティングを融合させることは、既存製品の高付加価値化や新サービスの開発を加速させ、当社グループの持続的な成長を実現する上で極めて有益であると考えております。

上記のとおり、今後のシナジーの創出や当社グループのさらなる成長への寄与が見込めると判断し、当社は、本株式取得によりKiralalを完全子会社化することといたしました。

(3) 企業結合日

2025年10月7日（みなし取得日は2025年11月1日）

(4) 企業結合の法的形式

現金を対価とする株式取得

(5) 結合後企業の名称

変更はありません。

(6) 取得した株式の数

3,600,100株

(7) 取得した議決権比率

100%

(8) 取得企業を決定するに至った主な根拠

当社が現金を対価として株式を取得したことによるものです。

2. 中間連結損益計算書に含まれる被取得企業の業績の期間

2025年11月1日から2026年3月31日まで

（注）2025年11月1日をみなし取得日としているため、当中間連結会計期間に係る中間連結損益計算書には2025年11月1日から2026年3月31日までの被取得企業の業績を含んでおります。

3. 被取得企業の取得原価及び対価の種類ごとの内訳

取得の対価	現金	3,912百万円
取得原価		3,912

4. 主要な取得関連費用の内容及び金額

アドバイザリー報酬等 34百万円

5. 発生したのれんの金額、発生原因、償却方法及び償却期間

(1) 発生したのれん

1,443百万円

(2) 発生原因

将来期待される超過収益力から発生したものであります。

(3) 償却方法及び償却期間

均等償却 20年

6. 企業結合日に受け入れた資産及び引き受けた負債の額並びにその主な内訳

流動資産	2,120百万円
固定資産	1,261
資産合計	3,381
流動負債	434
固定負債	478
負債合計	913