2026年９月期　決算短信〔日本基準〕（連結）

2026年11月11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

定時株主総会開催予定日　2026年12月23日　　配当支払開始予定日　2026年12月24日
有価証券報告書提出予定日　2026年12月21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（機関投資家・アナリスト向け）

（百万円未満切捨て）

１．2026年９月期の連結業績（2025年10月１日～2026年９月30日）

（１）連結経営成績

（%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	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2026年９月期	143,560	45.3	16,181	51.7	16,122	50.2	11,134	40.3
2025年９月期	98,810	37.5	10,665	225.4	10,731	191.9	7,934	248.0

（注）包括利益　2026年９月期　11,686百万円（40.6%）　2025年９月期　8,310百万円（310.3%）

	１株当たり当期純利益	潜在株式調整後１株当たり当期純利益	自己資本当期純利益率	総資産経常利益率	売上高営業利益率
	円 銭	円 銭	%	%	%
2026年９月期	282.93	280.79	19.7	17.1	11.3
2025年９月期	201.68	199.97	16.6	16.1	10.8

（参考）持分法投資損益　2026年９月期　－百万円　2025年９月期　－百万円

（２）連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率	１株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
2026年９月期	112,884	61,873	54.8	1,569.37
2025年９月期	75,199	50,999	67.8	1,298.25

（参考）自己資本　2026年９月期　61,867百万円　2025年９月期　50,995百万円

（３）連結キャッシュ・フローの状況

	営業活動によるキャッシュ・フロー	投資活動によるキャッシュ・フロー	財務活動によるキャッシュ・フロー	現金及び現金同等物期末残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
2026年９月期	△3,269	△17,961	18,212	8,286
2025年９月期	7,833	△11,337	1,898	11,297

２．配当の状況

	年間配当金					配当金総額（合計）	配当性向（連結）	純資産配当率（連結）
	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	百万円	%	%
2025年９月期	－	0.00	－	25.00	25.00	982	12.4	2.1
2026年９月期	－	0.00	－	37.00	37.00	1,458	13.1	2.6
2027年９月期（予想）	－	0.00	－	42.00	42.00		13.2	

３．2027年９月期の連結業績予想（2026年10月１日～2027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	172,500	20.2	20,000	23.6	19,500	21.0	12,500	12.3	317.08

※　注記事項

（１）期中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Kirala、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17ページ「３．連結財務諸表及び主な注記　（５）連結財務諸表に関する注記事項（期中における連結範囲の重要な変更）」をご覧下さい。

（２）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

（３）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）	2026年９月期	40,268,360株	2025年９月期	40,131,428株
②　期末自己株式数	2026年９月期	846,570株	2025年９月期	851,249株
③　期中平均株式数	2026年９月期	39,355,805株	2025年９月期	39,341,671株

（参考）個別業績の概要

2026年９月期の個別業績（2025年10月１日～2026年９月30日）

（１）個別経営成績　　（%表示は対前期増減率）

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2026年９月期	136,556	43.7	16,523	49.0	17,225	60.1	12,650	51.2
2025年９月期	95,012	37.4	11,090	110.9	10,759	101.3	8,365	208.5

	１株当たり当期純利益	潜在株式調整後１株当たり当期純利益
	円 銭	円 銭
2026年９月期	321.44	319.01
2025年９月期	212.64	210.85

（２）個別財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率	１株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
2026年９月期	110,326	60,315	54.7	1,529.92
2025年９月期	72,308	48,776	67.5	1,241.76

（参考）自己資本　　2026年９月期　　60,312百万円　　2025年９月期　　48,776百万円

＜個別業績の前期実績値との差異理由＞

当社は当事業年度において、ReFaブランドのヘアケアカテゴリー、SIXPADブランドのフィットネスカテゴリー及びメディカルカテゴリー、ReDブランドのスリープカテゴリーをはじめ、主力ブランドにおける売上が増加したことにより、前事業年度の実績値と当事業年度の実績値との間に差異が生じております。

※　決算短信は公認会計士又は監査法人の監査の対象外です

※　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８ページ「１．経営成績等の概況　（４）今後の見通し」をご覧下さい。

○添付資料の目次

１．経営成績等の概況 …… 2
（１）当期の経営成績の概況 …… 2
（２）当期の財政状態の概況 …… 7
（３）当期のキャッシュ・フローの概況 …… 7
（４）今後の見通し …… 8
２．会計基準の選択に関する基本的な考え方 …… 8
３．連結財務諸表及び主な注記 …… 9
（１）連結貸借対照表 …… 9
（２）連結損益計算書及び連結包括利益計算書 …… 11
連結損益計算書 …… 11
連結包括利益計算書 …… 12
（３）連結株主資本等変動計算書 …… 13
（４）連結キャッシュ・フロー計算書 …… 15
（５）連結財務諸表に関する注記事項 …… 17
（継続企業の前提に関する注記） …… 17
（期中における連結範囲の重要な変更） …… 17
（セグメント情報等の注記） …… 17
（１株当たり情報の注記） …… 19
（重要な後発事象の注記） …… 20

１．経営成績等の概況

（１）当期の経営成績の概況

当連結会計年度は、雇用・所得環境の改善や各種政策の効果を背景に、景気は緩やかな回復基調で推移いたしました。一方、物価上昇による個人消費への影響に加え、為替相場の変動や海外経済の動向、地政学的リスク等もあり、先行きについて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。

連結業績

	前連結会計年度（百万円）	当連結会計年度（百万円）	前期比増減額（百万円）	前期比増減率（%）
売上高	98,810	143,560	44,749	45.3
営業利益	10,665	16,181	5,515	51.7
経常利益	10,731	16,122	5,390	50.2
親会社株主に帰属する当期純利益	7,934	11,134	3,200	40.3

当社グループは、ブランド開発と販売チャネルの拡大・強化を成長戦略の両輪として、ブランド価値の向上、新商品・新カテゴリーの創出及び顧客接点の拡大に取り組んでまいりました。

以下では、主要ブランドの動向及び販売チャネルを基礎とした報告セグメント別の業績について説明いたします。

［ブランド別の概況］

（ReFaブランド）

＜HAIR CARE＞

使うたびに気分が高まる愛らしいドライヤー「ReFa HEART DRYER Aira」を2026年７月22日に全国の百貨店、ReFa SHOP、オンラインショップにて発売を開始いたしました。光るエンブレムやスイッチ、チャーム等細部にまでハートモチーフを施した愛らしいデザインが特徴となっております。また、2026年９月16日には大人気の手のひらサイズのドライヤー「ReFa BEAUTECH DRYER SE」から、世界中で使えるマルチボルテージ仕様の「ReFa BEAUTECH DRYER SE W」を全国の美容室、百貨店等で発売いたしました。国内市場でメーカーシェア１位※のヘアアイロンについてもラインナップを拡充しており、顔周りのスタイリングへのニーズを叶える「ReFa HEART COMB IRON」、コームの手軽さで熱によるスタイリングを叶える「ReFa HEART COMB IRON Aira」を2026年９月16日より全国の美容室等で発売いたしました。また、2026年８月には「よりコンパクトサイズのヘアアイロンが欲しい」とのお客様の声から生まれた「ReFa STRAIGHT IRON CS」を、オンラインショップを中心に発売いたしました。プロモーションにおいては、2026年４月８日に「ReFa MUSE」に就任したMISAMOが来日し、2026年７月に開催した「ReFa BRAND CEREMONY」にゲストとして登壇頂き、ReFaの魅力と未来へのビジョンを共有する場となりました。本イベントでは広告換算額５億円以上と過去最大のメディア露出を獲得し、ブランド認知の向上に寄与いたしました。また、MISAMOを起用したブランドプロモーションと並行して、ドライヤーではコンパクトでスマートなSモデル、アイロンではストレートアイロンとトリートメントアイロンを中心とした機能訴求プロモーションを実施し、売場への送客から購入に繋げるマーケティングを展開いたしました。

ブラシ・コームでは、主力シリーズのラインナップ拡充と、新たな使用シーンの提案を進めてまいりました。2026年７月には、ヘアブラシカテゴリーの新たな象徴として位置づける「ReFa AURA」を発売いたしました。使うたびに頭皮と髪の美しさを引き上げる、新たなブラッシング体験を提案しております。また、多くのお客様から支持を頂いている「ReFa HEART COMB Aira」の新たな展開として、外出時の使用に便利なミラー機能を備えた「ReFa Aira MIRROR COMB」を2026年７月に発売いたしました。2026年８月には、なめらかなコーミングとツボ押しによる心地よい刺激を一つにした「ReFa HEART NEW LOOK」も発売し、使用シーンやニーズに応じたラインナップの拡充を進めております。さらに、「ReFa HEART COMB Aira」をバッグに付けて持ち運べる専用ケース「ReFa Aira CASE Jewel」をClub Airaにて先行発売する等、ブラシ・コームそのものにとどまらず、持ち歩きやファッションとの親和性を高める提案も拡充いたしました。加えて、クリスタルの輝きとハートモチーフを融合した「ReFa HEART CRYSTAL」を発売する等、ReFaならではのデザイン性を活かした新たな商品展開にも取り組んでおります。

※出典：富士経済「美肌・美髪ケア家電トレンドデータ 2026」ヘアアイロンの2025年国内メーカーシェア実績

＜SHAMPOO/TREATMENT/その他リピート商品＞

リピート商品は、各カテゴリーともに商品ラインナップの拡充を継続しております。インナーケアカテゴリーでは、2026年７月に、200年の伝統が育んだ丸玄米黒酢に着目し、日常生活で生じる運動程度の一時的な疲労感の軽減や、肥満気味の方の内臓脂肪の減少をサポートする機能性表示食品「ReFa RECOVERY KUROZU」を発売いたしました。シャンプーカテゴリーでは、2026年８月に「ReFa HONEY QUEEN HAIR CARE SERIES」から、髪のうねりに着目した「ReFa HONEY QUEEN ROSE LINE」の販売を開始いたしました。また、同月には「ReFa MILK PROTEIN HAIR CARE SERIES」から、睡眠中の摩擦や乾燥等による髪のダメージに着目した「ReFa MILK PROTEIN SLEEP LINE」を発売し、既存シリーズに新たな髪悩みや使用シーンに応えるラインを追加しております。既存シリーズのライン拡張と新たな価値提案を通じ、消耗品カテゴリーのさらなる成長に向けた商品ポートフォリオの拡充を進めております。

コスメでは、「ReFa HEART」の世界観をヘアコスメへ広げ、ラインナップの拡充を進めてまいりました。2026年７月には、前髪やおくれ毛をひと塗りで整える「ReFa Aira POINT KEEP」、2026年８月には、うるおいとツヤを与えながらスタイリングをキープする「ReFa HEART MIST GLOW」を発売いたしました。2026年９月には、ReFaを代表する「ReFa LOCK OIL」シリーズに「ReFa HEART LOCK OIL MOIST」が加わり、HEARTならではのツヤ感やデザインを活かした新たな選択肢を提案いたしました。同月には、「ReFa HEART FRAGRANCE」の香りを取り入れたヘアケアシリーズも展開を開始いたしました。シャンプー・トリートメントに加え、ヘアマスクやアウトバストリートメントへと広げ、香りを楽しむ新たなヘアケア体験を提案しております。また、「ReFa HEART SCALP」も発売し、スタイリングからヘアケア、頭皮ケアまで、ReFa HEARTの提案領域を拡大いたしました。今後も、感性価値と機能価値を掛け合わせながら、コスメの商品ポートフォリオを拡充してまいります。

＜FINE BUBBLE＞

全身を揺らす泡トレーニングでボディシェイプを叶える「ReFa SLIMMEE」を2026年７月に発売いたしました。ReFa SLIMMEEは、ファインバブル技術を活用した美容アイテムで、入浴環境に着目した独自の運動メソッド「泡トレーニング」を提案しております。全身を揺らすバブルの刺激、温浴環境、簡単な運動を組み合わせた泡トレーニングで、入浴時間を全身のボディシェイプタイムへと導きます。シャワーカテゴリーでは、「ReFa FINE BUBBLE U+」の新カラーとして、エムピンク・エムミントグリーン・エムパープルの３色を2026年７月22日に発売いたしました。新色の追加により選択肢を拡充しております。さらに、2026年９月16日には、「ReFa MONTECATINI」より、浴びるだけで髪と肌を美しく整えるシャワーヘッドの販売を開始いたしました。ファインバブルシャワーのラインナップ拡充を進めております。また、「ReFa ULTRA FINE BUBBLE SUIGEN」において、集合住宅向けサイズの40mm用・50mm用の展開を2026年９月23日に開始いたしました。集合住宅において従来は各戸に設置が必要でしたが、この１台で建物全体の給水設備にウルトラファインバブル水を供給することが可能になります。居住者一人ひとりの美しさと心地よさを支え、マンションの新たな付加価値を創出してまいります。プロモーションにおいては、2026年９月よりブランドアンバサダー榮倉奈々さん出演の「ReFa SLIMMEE」のTVCMの放映を開始いたしました。放映後は、オンラインのみならず百貨店等の売場にもお問い合わせを頂く等、認知施策の成果が表れ始めております。

＜BEAUTY TECH＞

2026年８月19日から、オーラルケアカテゴリーに新たに参入し、電動歯ブラシの「ReFa PLATINUM RF SONIC」、ウォーターフロスの「ReFa FINE BUBBLE FLOSS」を専用の歯磨きジェル等とともに発売いたしました。まずは歯科医院で先行発売し、歯科医療従事者からの信頼をじっくりと構築してまいります。プロモーションにおいては、2026年６月末に実施した商談会・プレス発表会を皮切りに、美容３誌にてタイアップ出稿を実施し、新規カテゴリーの登場感を創出しつつ、「歯科業界No.１」を目指して歯科専門展示会への出展を強化しております。また、光美容器においては、ロードショー市場を起点としたロコミの創発をテーマに、OMOプロモーションを推進いたしました。ロードショーの面展開を支援するとともに、イベント送客のためのインフォマーシャルの放映やTVパブリシティ等を強化いたしました。さらに、TikTokコマースでは、「ReFa EPI W COOL」が単月の売上目標を達成する等、新たなポテンシャルを開拓しております。

＜その他カテゴリー＞
「ReFa VITALWEAR」は、ReFaから登場したリカバリーウェアブランドとして「美しくリカバリー」のコンセプトのもと26AWの新商品を発表いたしました。2026年９月１日以降、順次発売しております。A6ランクの最高級シルクを高混率（73%）で使用した「リッチシルクサテン」と、ふわふわの「フラッフィー」という２つの新素材をシリーズとして新展開しております。2026年９月にはポップアップストアとして、阪急うめだ本店（大阪）及びジェイアール名古屋タカシマヤ（名古屋）の２店舗を出店し、タッチポイントを増やしてまいりました。また、VITALTECH®を使用した「ReFa」ブランド初の美容枕「SILKY PULULU PILLOW」を発売いたしました。独自開発の新素材ウレタンを使用し、ピローカバーには片面にA6ランクのシルクを採用しております。髪と肌への摩擦を抑えたReFaの美容枕は、発売日に楽天デイリーランキングにおいて４部門第１位を獲得いたしました。さらに、2026年７月にはReFa LINENカテゴリーから、ハートモチーフをあしらった「ReFa HEART HAND TOWEL Aira」を発売いたしました。代表商品「ReFa BEAUTY TOWEL」から広がる新たなラインナップとして、日常に小さなときめきを添える商品提案を進めてまいりました。

また、2026年８月には、新たなブランドライン「ReFa BABY」が誕生いたしました。赤ちゃんの繊細な毎日に寄り添い、「はじめての世界を、やさしく整える。」をテーマに、ブラシ３種とウェア２種を展開しております。ブラシには、繊細な赤ちゃんのために選び抜いた100％天然山羊毛を採用しております。やわらかな感触と静かな使い心地で、眠りにつく前の穏やかな時間を育むことを目指しております。ウェアには、独自開発の特殊加工繊維「VITALTECH®」の生地を上質なオーガニックコットンで包み込んだ素材を採用しております。美容ブランドとして培ってきた知見を、赤ちゃんとその家族の暮らしへと広げる、新たな領域への展開となります。

（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TVCMを展開いたしました。日常の“ながら”時間でトレーニングできる手軽さを訴求し、認知拡大と購買促進を図った結果、売上は好調に推移いたしました。また、2026年４月に発売した「冷感アイテム」シリーズ３商品も、真夏の気温上昇に伴い売上を伸ばし、夏の定番商品として幅広い年代のお客様からご好評を頂きました。

＜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。「Medical Core」については、TVCM及びWEBを中心としたプロモーションを継続的に実施した結果、販売が好調に推移し、単月販売台数は過去最高を更新する等、売上拡大に寄与いたしました。
また、「Foot Fit 3 Compact」については、2026年９月の敬老の日商戦に合わせてTVCM及びWEBプロモーションを展開し、販売が伸長いたしました。
さらに、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、日本外科代謝栄養学会第63回学術集会にブース出展するとともに、第45回日本臨床運動療法学会学術集会において「運動実施困難者に対する新たな運動支援の可能性」をテーマに講演を実施し、周術期及び高齢者等におけるEMSを活用した運動支援の可能性を医療関係者に発信いたしました。

＜RECOVERY＞
SIXPAD Recovery Wearシリーズでは、夏の疲れの回復を訴求した期間限定セールを2026年８月18日から９月17日、全商品を対象に実施いたしました。また、就寝時のみならず、日中も着用できる商品ラインナップを通じて、幅広い生活シーンでの体験機会の拡大に努めました。

＜FEMTECH＞
2026年６月発売のお腹及びお尻を同時に鍛えるEMS「Core Hip」は、2026年７月のTVCM出稿により認知が拡大し、更年期世代の女性を中心にEC市場及びSIXPAD STOREで好調に推移いたしました。また、骨盤底筋ショーツはエントリーモデルとして新たな顧客層を獲得し、販売は堅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。

［セグメント別の概況］

セグメントの経営成績は、次のとおりであります。

なお、当連結会計年度より、報告セグメントの区分を変更しており、以下の前期比較については、前連結会計年度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。

セグメント業績

（売上高）

	前連結会計年度（百万円）	当連結会計年度（百万円）	前期比増減額（百万円）	前期比増減率（%）
ダイレクトマーケティング事業	37,791	52,397	14,606	38.6
プロフェッショナル事業	24,757	28,317	3,560	14.4
リテールストア事業	30,387	53,333	22,946	75.5
その他事業	5,875	9,511	3,636	61.9

（経常利益）

	前連結会計年度（百万円）	当連結会計年度（百万円）	前期比増減額（百万円）	前期比増減率（%）
ダイレクトマーケティング事業	10,625	14,189	3,564	33.5
プロフェッショナル事業	4,407	5,556	1,148	26.0
リテールストア事業	3,608	7,901	4,292	119.0
その他事業	△463	△57	406	―

（注）「その他事業」の前期比増減率は、経常損失を計上しているため記載しておりません。

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。

当連結会計年度の売上高は52,397百万円（前期比38.6%増）、経常利益は14,189百万円（前期比33.5%増）となりました。

当第４四半期は、楽天スーパーSALEをはじめとする各ECモールの大型イベントが好調に推移し、全体として堅調な販売実績となりました。また、自社ドメインである「MTG ONLINESHOP」の累計会員数が300万人を突破する等、顧客基盤の拡大が進展いたしました。

ReFaブランドでは、ヘアコスメカテゴリーが引き続き高い成長を維持し、新商品「ReFa HONEY QUEEN ROSE LINE」及び「ReFa MILK PROTEIN SLEEP LINE」の投入により商品ラインナップの拡充が進みました。また、ドライヤー及びヘアアイロンカテゴリーが安定的に推移し、売上の基盤として業績を支えたほか、「ReFa BEAUTECH DRYER S+」は楽天市場のヘアドライヤーランキングにおいて週間１位を複数回獲得いたしました。加えて、新商品「ReFa HEART COMB IRON」はClub Airaでの先行発売開始後、想定を大きく上回る販売実績が継続する等、高い需要を背景に販売が好調に推移いたしました。さらに、「ReFa BABY」シリーズについても新たな需要を取り込み、販売拡大に寄与いたしました。

SIXPADブランドでは、最需要期を迎え、各種プロモーション施策の効果も相まって、「Core Belt 2」及び「Medical Core」を中心に販売が大きく拡大し、高い成長率を維持いたしました。また、フェムテックカテゴリーについても計画を上回る販売実績となり、新たな需要の取り込みが進展いたしました。

ReDブランドでは、「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の販売が堅調に推移いたしました。加えて、Yahoo!ショッピングにおいてメンズファッション及びインナー・ルームウエア部門の月間ベストストアを受賞する等、ECモールにおけるプレゼンス向上が進みました。さらに、秋冬向けの新色及び新商品の販売を開始する等、商品ラインナップの拡充を進めております。

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。

当連結会計年度の売上高は28,317百万円（前期比14.4％増）、経常利益は5,556百万円（前期比26.0％増）となりました。

2026年７月、横浜ぴあアリーナMMにて、ReFaヘアケアカテゴリーの「ReFa MUSE」を務めるMISAMOをスペシャルゲストに迎え、ReFaが次代に向けて掲げる新ブランドビジョン「JAPAN BEAUTY」を発表いたしました。国内外へ向けた新たなブランド戦略と商品展開の方向性を示し、多数のサロン関係者へReFaの目指す価値やビジョンを発信いたしました。

また、2026年９月に実施したオンライン新商品発表会やグランドハイアット東京及びヒルトン大阪で開催したプレミアム体験会には431社795名のサロン関係者にご参加頂きました。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ノウハウの共有を通じて製品理解の促進を図るとともに、参加者によるSNS発信等を通じて市場での認知拡大を推進いたしました。

株式会社アイシンと共同開発した「ReFa HYDRAID」は、サロン施術の付加価値向上を実現する製品として発売当初から高い評価を頂いております。導入店舗数も着実に増加しており、新商品提案に加え、発表会や体験会の実施、サロン支援施策の拡充等を通じて市場開拓を進めたことにより、新規契約サロン数は累計49,871店舗に達しました。

さらに、当第４四半期においては、プロフェッショナル市場向けの新たな取り組みとして、ReFaオーラルケア製品の展開を開始いたしました。美容機器、ヘアケア、シャワー領域で培ってきた技術力とブランド力を活かし、歯科医院向けにオーラルケア市場へ参入しております。2026年７月に開催した新商品発表会には50医院124名の歯科関係者が来場し、高い関心と導入意向が示される等、今後の事業展開に向けた手応えを得ております。

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4,317施設、総導入室数は123,616室となり、2026年９月の月間想定体感者数も259万人に達しました。また、ReFaヘアケアコスメについても、設置ホテル数は累計447施設、総導入室数は10,831室へ導入が進み、月間想定体感者数は22.5万人となりました。特に銀座エリアでの導入拡大により、「ホテルで体感し、ReFa GINZAで購入する」という体験起点の購買導線の構築が進展しており、ブランド体験を販売へ転換する取り組みが本格化しております。宿泊施設における体験価値の提供は、ブランド認知の向上や新たな顧客接点の創出に繋がっており、ReFaブランドの成長を支える顧客基盤の拡大に寄与しております。美容サロン、歯科医院、ホテルといったプロフェッショナルチャネルにおける体験機会の拡充は、ReFaブランドの認知向上にとどまらず、顧客接点の拡大と購買機会の創出を実現する成長戦略となります。今後も体験価値を起点としたブランドエコシステムの構築を推進し、ブランド価値の向上と収益基盤の強化を通じて、中長期的な企業価値向上を目指してまいります。

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。

当連結会計年度の売上高は53,333百万円（前期比75.5％増）、経常利益は7,901百万円（前期比119.0％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10ヶ月半で累計来場者数44万人を突破いたしました。世界164カ国のお客様にReFa製品をご購入頂くとともに、先行・限定アイテムの販売やMISAMOイベント等のブランド施策の展開を通じて、国内外におけるブランド認知の向上に貢献しております。百貨店・ショッピングセンターにおいては、大型連休を中心に入店客数が増加し、高価格帯から低価格帯の商品まで幅広いカテゴリーで売上が堅調に伸長いたしました。新規出店も積極的に行い、当第４四半期においては百貨店に４店舗、アウトレットに１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３店舗出店いたしました。また、「ReFa BEAUTY SHOWCASE with MISAMO」のポップアップイベントを15店舗で開催し、お客様との新たなタッチポイントの創出にも注力いたしました。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拡大に加え、「ReFa BEAUTY SHOWCASE with MISAMO」のデザインディスプレイ導入を行い、さらなるブランド認知向上に取り組みました。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。専門店ではブラシ、シャンプー・トリートメントカテゴリーにおいて、商品ラインナップの拡充と売場展開の強化を推進いたしました。33SKUを導入し、新たな商品を通じて顧客層の拡大に努めました。ドラッグストアでは展開店舗数を2,000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、売上の向上に繋がりました。

SIXPADブランドでは、2026年８月７日にSIXPADとStyleを融合した新業態店舗「Wellness Store」をオープンし、初月から高い売上水準で推移したことも奏功し、第４四半期として過去最高売上を達成いたしました。さらに、敬老の日のギフト需要において「Foot Fit 3 Compact」に加え、「Medical Core」の販売が大きく伸長し、新たな売上の柱として業績拡大を力強く牽引いたしました。

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3,480店舗へ拡大するとともに、新たにコンビニエンスストアへの実験展開を開始いたしました。また、デザインディスプレイ什器ではないコーナー区画化を３店舗でスタートし、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。

当連結会計年度の売上高は9,511百万円（前期比61.9％増）、経常損失は57百万円（前連結会計年度は463百万円の経常損失）となりました。

（２）当期の財政状態の概況

（資産）

当連結会計年度末の資産につきましては、112,884百万円となり、前連結会計年度末に比べ37,684百万円増加しました。これは主に受取手形及び売掛金の増加5,637百万円、商品及び製品の増加20,078百万円、建設仮勘定の増加5,585百万円によるものであります。

（負債）

当連結会計年度末の負債につきましては、51,011百万円となり、前連結会計年度末に比べ26,810百万円増加しました。これは主に短期借入金の増加10,789百万円、未払法人税等の増加2,932百万円、長期借入金の増加8,272百万円によるものであります。

（純資産）

当連結会計年度末の純資産につきましては、61,873百万円となり、前連結会計年度末に比べ10,873百万円増加しました。これは主に親会社株主に帰属する当期純利益11,134百万円による利益剰余金の増加によるものであります。

（３）当期のキャッシュ・フローの概況

当連結会計年度末の現金及び現金同等物(以下「資金」という。)につきましては、8,286百万円（前期比26.7％減）となりました。

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、使用した資金は、3,269百万円（前連結会計年度は7,833百万円の獲得）となりました。これは主に、税金等調整前当期純利益15,623百万円、減価償却費4,501百万円、売上債権の増加額5,239百万円、棚卸資産の増加額20,255百万円、未払金の増加額880百万円及び法人税等の支払額2,205百万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、17,961百万円（前期比58.4％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13,536百万円、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、18,212百万円（前期比859.5％増）となりました。これは主に短期借入れによる収入10,000百万円、長期借入れによる収入16,961百万円及び長期借入金の返済による支出7,899百万円によるものであります。

なお、長期借入れによる収入及び長期借入金の返済による支出には、既存借入金の借換えに伴う7,246百万円がそれぞれ含まれており、これを除いた長期借入金の実質的な純増加額は9,061百万円であります。

（４）今後の見通し

翌連結会計年度（2027年９月期）は、雇用・所得環境の改善や各種政策の効果により、景気は引き続き緩やかに回復すると見込まれております。一方、中東情勢等の地政学的リスク、原材料・エネルギー価格や為替相場の変動、物価上昇による個人消費への影響、金融資本市場の変動等、経済の先行きは依然として不透明な状況が続くものと想定されます。

このような状況のもと、当社グループは、「VITAL LIFE ～美と健康で世界中の人々を幸せにする～」というビジョンの実現に向け、既存ブランド・商品のさらなる成長に加え、消費者ニーズを捉えた新商品・新カテゴリーの創出、各販売チャネルの強化の拡大に取り組んでまいります。

また、2027年１月に予定する新本社への移転を契機として、部門間の連携強化や業務効率の向上、人材交流の活性化を図るなど、持続的な成長を支える経営基盤の強化を進めてまいります。引き続き、ブランド、商品、販売チャネルへの成長投資を積極的に行い、中長期的な企業価値の向上を目指してまいります。

これらの状況を踏まえ、翌連結会計年度（2027年９月期）の連結業績予想につきましては、売上高172,500百万円（前期比20.2%増）、営業利益20,000百万円（前期比23.6%増）、経常利益19,500百万円（前期比21.0%増）、親会社株主に帰属する当期純利益12,500百万円（前期比12.3%増）を見込んでおります。

また、上記の業績予想は本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は、今後様々な要因によって予想数値と異なる結果となる可能性があります。

２．会計基準の選択に関する基本的な考え方

当社グループは、連結財務諸表の期間及び企業間の比較可能性を考慮し、当面は日本基準で連結財務諸表を作成する方針であります。なお、国際財務報告基準（ＩＦＲＳ）の適用につきましては、国内外の諸情勢を検討の上、適切に対応していく方針であります。

３．連結財務諸表及び主な注記

（１）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）	当連結会計年度 （2026年９月30日）
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	11,297	8,286
受取手形及び売掛金	10,070	15,707
商品及び製品	19,141	39,220
原材料及び貯蔵品	1,122	2,285
前払費用	910	1,651
その他	2,302	3,594
貸倒引当金	△42	△52
流動資産合計	44,804	70,694
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	2,309	5,730
減価償却累計額	△866	△1,507
建物及び構築物（純額）	1,443	4,223
機械装置及び運搬具	78	260
減価償却累計額	△55	△108
機械装置及び運搬具（純額）	22	152
工具、器具及び備品	9,083	12,642
減価償却累計額	△5,680	△8,409
工具、器具及び備品（純額）	3,403	4,232
土地	9,070	9,519
建設仮勘定	6,256	11,841
その他	－	376
減価償却累計額	－	△19
その他（純額）	－	356
有形固定資産合計	20,195	30,326
無形固定資産		
のれん	35	1,403
ソフトウエア	704	2,260
その他	2,085	1,236
無形固定資産合計	2,825	4,899
投資その他の資産		
投資有価証券	3,662	2,423
繰延税金資産	2,699	2,976
その他	1,100	1,598
貸倒引当金	△87	△35
投資その他の資産合計	7,374	6,963
固定資産合計	30,395	42,189
資産合計	75,199	112,884

（単位：百万円）

	前連結会計年度 （2025年９月30日）	当連結会計年度 （2026年９月30日）
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	3,909	6,818
短期借入金	―	10,789
未払金	4,811	5,994
未払法人税等	1,527	4,459
賞与引当金	859	1,158
製品保証引当金	1,022	1,585
株主優待引当金	278	293
子会社清算損失引当金	950	―
その他	6,368	6,654
流動負債合計	19,728	37,753
固定負債		
長期借入金	3,714	11,986
その他	758	1,271
固定負債合計	4,472	13,257
負債合計	24,200	51,011
純資産の部		
株主資本		
資本金	16,796	16,868
資本剰余金	15,805	15,893
利益剰余金	19,947	30,100
自己株式	△1,335	△1,328
株主資本合計	51,214	61,534
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	532	110
為替換算調整勘定	△752	222
その他の包括利益累計額合計	△219	333
新株予約権	0	3
非支配株主持分	3	2
純資産合計	50,999	61,873
負債純資産合計	75,199	112,884

（２）連結損益計算書及び連結包括利益計算書

（連結損益計算書）

（単位：百万円）

	前連結会計年度 （自　2024年10月１日 至　2025年９月30日）	当連結会計年度 （自　2025年10月１日 至　2026年９月30日）
売上高	98,810	143,560
売上原価	36,806	51,617
売上総利益	62,004	91,942
販売費及び一般管理費	51,338	75,761
営業利益	10,665	16,181
営業外収益		
受取利息及び配当金	15	15
為替差益	21	129
受取保険金	24	0
受取損害賠償金	19	17
その他	88	163
営業外収益合計	169	326
営業外費用		
支払利息	26	197
固定資産除却損	60	104
和解金	3	－
子会社清算損	－	39
その他	13	43
営業外費用合計	103	385
経常利益	10,731	16,122
特別利益		
固定資産売却益	1	－
投資有価証券売却益	162	399
債務消滅益	21	－
受取補償金	137	－
新株予約権戻入益	－	0
特別利益合計	322	399
特別損失		
減損損失	209	104
投資有価証券評価損	297	794
投資有価証券売却損	1	－
子会社清算損	123	－
子会社清算損失引当金繰入額	925	－
未収増値税取崩損	97	－
特別損失合計	1,654	898
税金等調整前当期純利益	9,399	15,623
法人税、住民税及び事業税	2,043	5,141
法人税等調整額	△415	△652
法人税等合計	1,628	4,488
当期純利益	7,771	11,134
非支配株主に帰属する当期純損失（△）	△163	△0
親会社株主に帰属する当期純利益	7,934	11,134

（連結包括利益計算書）

（単位：百万円）

	前連結会計年度 （自　2024年10月１日 至　2025年９月30日）	当連結会計年度 （自　2025年10月１日 至　2026年９月30日）
当期純利益	7,771	11,134
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	464	△421
為替換算調整勘定	74	974
その他の包括利益合計	539	552
包括利益	8,310	11,686
（内訳）		
親会社株主に係る包括利益	8,473	11,687
非支配株主に係る包括利益	△163	△0

（３）連結株主資本等変動計算書

前連結会計年度（自　2024年10月１日　至　2025年９月30日）

（単位：百万円）

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	16,781	16,045	12,533	△143	45,217
当期変動額					
新株の発行	14	14			29
剰余金の配当			△519		△519
親会社株主に帰属する当期純利益			7,934		7,934
自己株式の取得				△1,204	△1,204
自己株式の処分		9		12	21
資本移動に伴う持分の変動		△264			△264
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）					
当期変動額合計	14	△240	7,414	△1,191	5,996
当期末残高	16,796	15,805	19,947	△1,335	51,214

	その他の包括利益累計額			新株予約権	非支配株主持分	純資産合計
	その他有価証券評価差額金	為替換算調整勘定	その他の包括利益累計額合計			
当期首残高	68	△826	△758	0	65	44,524
当期変動額						
新株の発行						29
剰余金の配当						△519
親会社株主に帰属する当期純利益						7,934
自己株式の取得						△1,204
自己株式の処分						21
資本移動に伴う持分の変動						△264
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	464	74	539	－	△61	477
当期変動額合計	464	74	539	－	△61	6,474
当期末残高	532	△752	△219	0	3	50,999

当連結会計年度（自　2025年10月１日　至　2026年９月30日）

（単位：百万円）

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	16,796	15,805	19,947	△1,335	51,214
当期変動額					
新株の発行	72	72			144
剰余金の配当			△982		△982
親会社株主に帰属する当期純利益			11,134		11,134
自己株式の取得				△1	△1
自己株式の処分		15		7	23
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）					
当期変動額合計	72	88	10,152	6	10,319
当期末残高	16,868	15,893	30,100	△1,328	61,534

	その他の包括利益累計額			新株予約権	非支配株主持分	純資産合計
	その他有価証券評価差額金	為替換算調整勘定	その他の包括利益累計額合計			
当期首残高	532	△752	△219	0	3	50,999
当期変動額						
新株の発行						144
剰余金の配当						△982
親会社株主に帰属する当期純利益						11,134
自己株式の取得						△1
自己株式の処分						23
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	△421	974	552	3	△1	554
当期変動額合計	△421	974	552	3	△1	10,873
当期末残高	110	222	333	3	2	61,873

（４）連結キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）

	前連結会計年度 （自　2024年10月１日 至　2025年９月30日）	当連結会計年度 （自　2025年10月１日 至　2026年９月30日）
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	9,399	15,623
減価償却費	2,400	4,501
減損損失	209	104
子会社清算損失	123	－
のれん償却額	9	75
賞与引当金の増減額（△は減少）	190	270
火災損失引当金の増減額（△は減少）	△0	－
製品保証引当金の増減額（△は減少）	206	447
事業整理損失引当金の増減額（△は減少）	△215	－
子会社清算損失引当金の増減額（△は減少）	950	－
受取補償金	△137	－
為替差損益（△は益）	△2	△4
受取保険金	△24	△0
和解金	3	－
投資有価証券評価損益（△は益）	297	794
売上債権の増減額（△は増加）	△3,060	△5,239
棚卸資産の増減額（△は増加）	△5,890	△20,255
仕入債務の増減額（△は減少）	△295	2,728
前払費用の増減額（△は増加）	△98	△697
未払金の増減額（△は減少）	2,559	880
その他	2,119	△168
小計	8,743	△939
利息及び配当金の受取額	26	25
利息の支払額	△35	△165
保険金の受取額	24	0
賠償金の受取額	19	15
補償金の受取額	137	－
和解金の支払額	△3	－
法人税等の支払額	△1,079	△2,205
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,833	△3,269
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	△8,654	△13,536
無形固定資産の取得による支出	△1,842	△970
投資有価証券の取得による支出	△312	△70
投資有価証券の売却による収入	202	479
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	△525	△569
投資活動によるキャッシュ・フロー	△11,337	△17,961

（単位：百万円）

	前連結会計年度 （自　2024年10月１日 至　2025年９月30日）	当連結会計年度 （自　2025年10月１日 至　2026年９月30日）
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	1,000	10,000
短期借入金の返済による支出	△1,000	－
長期借入れによる収入	3,714	16,961
長期借入金の返済による支出	△170	△7,899
株式の発行による収入	29	144
非支配株主からの払込みによる収入	50	－
自己株式の取得による支出	△1,205	△1
配当金の支払額	△519	△981
その他	△0	△10
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,898	18,212
現金及び現金同等物に係る換算差額	△57	7
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	△1,663	△3,010
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期末残高	11,297	8,286

（５）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。

（期中における連結範囲の重要な変更）

当連結会計年度において、株式会社Kirala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、当連結会計年度に新たに設立した株式会社MTG VITABLEを連結の範囲に含めております。

当連結会計年度において、McLEAR LIMITED及び株式会社M'sエージェンシーは清算手続が結了したため、同社を連結の範囲から除外しております。

（セグメント情報等の注記）

１．報告セグメントの概要

当社グループの報告セグメントは、当社グループの構成単位のうち分離された財務情報が入手可能であり、取締役会が、経営資源の配分の決定及び業績を評価するために、定期的に検討を行う対象となっているものであります。

当社グループは、販売チャネルを基礎としたセグメントから構成されており、ECサイト等による一般消費者への直接販売、テレビ通信販売事業者への卸売販売等を行う「ダイレクトマーケティング事業」、オンラインショップでの取次販売、美容室運営事業者等への卸売販売、ショッピングセンター等での一般消費者への直接販売を行う「プロフェッショナル事業」、百貨店等への卸売販売、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を行う「リテールストア事業」、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、椿を原料とした製品の製造及び販売、EV車両を中心としたモビリティ販売、海外を中心とした旅行事業、飲料水等の製造及び販売を行う「その他事業」の４つに分類しております。

（報告セグメントの変更）

当連結会計年度から、「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、「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、前連結会計年度のセグメント情報は、当連結会計年度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。

２．報告セグメントごとの売上高、利益又は損失、資産、負債その他の項目の金額の算定方法

報告されている事業セグメントの会計処理の方法は、連結財務諸表を作成するために採用される会計方針に準拠した方法であります。

報告セグメントの利益又は損失は、経常利益又は経常損失であります。

３．報告セグメントごとの売上高、利益又は損失、資産、負債その他の項目の金額に関する情報

前連結会計年度（自　2024年10月１日　至　2025年９月30日）

（単位：百万円）

	報告セグメント					調整額（注）１	連結損益計算書計上額（注）２
	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	計		
売上高							
外部顧客への売上高	37,791	24,757	30,387	5,875	98,810	－	98,810
セグメント間の内部売上高又は振替高	－	－	－	－	－	－	－
計	37,791	24,757	30,387	5,875	98,810	－	98,810
セグメント利益又は損失（△）	10,625	4,407	3,608	△463	18,177	△7,446	10,731
その他の項目							
減価償却費	490	337	1,375	95	2,298	101	2,400
のれんの償却額	－	－	－	9	9	－	9

（注）１．セグメント利益又は損失（△）の調整額△7,446百万円には、各報告セグメントに配分していない全社費用△7,446百万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。

２．セグメント利益又は損失（△）は、連結損益計算書の経常利益と調整を行っております。

３．当社グループは、報告セグメントに資産を配分していないため、「セグメント資産」及び「有形固定資産及び無形固定資産の増加額」の記載を省略しております。
但し、関連する費用については合理的な基準に基づき、各報告セグメントに配分しております。

当連結会計年度（自　2025年10月１日　至　2026年９月30日）

（単位：百万円）

	報告セグメント					調整額（注）１	連結損益計算書計上額（注）２
	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	計		
売上高							
外部顧客への売上高	52,397	28,317	53,333	9,511	143,560	－	143,560
セグメント間の内部売上高又は振替高	－	－	－	－	－	－	－
計	52,397	28,317	53,333	9,511	143,560	－	143,560
セグメント利益又は損失（△）	14,189	5,556	7,901	△57	27,589	△11,467	16,122
その他の項目							
減価償却費	779	454	2,561	219	4,014	487	4,501
のれんの償却額	－	－	－	75	75	－	75

（注）１．セグメント利益又は損失（△）の調整額△11,467百万円には、各報告セグメントに配分していない全社費用△11,467百万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。

２．セグメント利益又は損失（△）は、連結損益計算書の経常利益と調整を行っております。

３．当社グループは、報告セグメントに資産を配分していないため、「セグメント資産」及び「有形固定資産及び無形固定資産の増加額」の記載を省略しております。
但し、関連する費用については合理的な基準に基づき、各報告セグメントに配分しております。

（１株当たり情報の注記）

	前連結会計年度 （自　2024年10月１日 至　2025年９月30日）	当連結会計年度 （自　2025年10月１日 至　2026年９月30日）
１株当たり純資産額	1,298.25円	1,569.37円
１株当たり当期純利益	201.68円	282.93円
潜在株式調整後１株当たり当期純利益	199.97円	280.79円

（注）１株当たり当期純利益及び潜在株式調整後１株当たり当期純利益の算定上の基礎は、以下のとおりであります。

	前連結会計年度 （自　2024年10月１日 至　2025年９月30日）	当連結会計年度 （自　2025年10月１日 至　2026年９月30日）
１株当たり当期純利益		
親会社株主に帰属する当期純利益（百万円）	7,934	11,134
普通株主に帰属しない金額（百万円）	－	－
普通株式に係る親会社株主に帰属する当期純利益（百万円）	7,934	11,134
普通株式の期中平均株式数（株）	39,341,671	39,355,805
潜在株式調整後１株当たり当期純利益		
親会社株主に帰属する当期純利益調整額（百万円）	－	－
普通株式増加数（株）	334,905	299,169
（うち新株予約権（株））	(334,905)	(299,169)
希薄化効果を有しないため、潜在株式調整後１株当たり当期純利益の算定に含めなかった潜在株式の概要	第９回新株予約権 新株予約権の数 30個 （普通株式 3,000株）	第９回新株予約権 新株予約権の数 30個 （普通株式 3,000株）

（重要な後発事象の注記）

（株式取得による会社等の買収）

当社は、2026年11月４日開催の取締役会において、ユーザーライク株式会社（以下「ユーザーライク」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、同社を完全子会社化することを決議するとともに、同日付で同社株主との間で株式譲渡契約を締結し、2026年11月10日付で発行済株式の全部を取得しました。

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　ユーザーライク株式会社

事業内容　ギフト事業、サブスクリプション事業、WEBサービス事業

（２）企業結合を行った主な理由

当社グループは、事業ビジョンに「VITAL LIFE ～美と健康で世界中の人々を幸せにする～」を掲げ、BEAUTY、WELLNESSの領域において、ReFa、SIXPAD、ReDをはじめとするブランド、商品及びサービスの開発に取り組んでおります。また、商品開発を核としたブランド開発と、フラッグシップストア、美容サロン、ホテル、店舗、EC等の多様な顧客接点を通じたブランド体験の創出に取り組み、さらなる事業成長及び企業価値の向上を目指しております。

一方、ユーザーライクは、生花のD2C型サブスクリプションサービス「ブルーミー」を中核に、フラワーギフトやコラボレーション商品の企画販売、小売事業者と連携した店頭販売など、お花を軸とした事業を展開しています。同社が培ってきた顧客基盤と、サブスクリプション・ギフト領域のサービス企画力、デジタル上の顧客接点は、同社の強みであると考えております。

本株式取得により、当社グループが有するブランド開発力、商品開発力、ブランドマーケティング及び多様なマーケティングチャネルと、ユーザーライクが有する顧客基盤、サービス企画力並びにギフト・サブスクリプション領域における事業ノウハウを組み合わせることで、両社の既存事業の成長を加速するとともに、新たな商品、サービス及び顧客体験の創出につながるものと考えております。

上記のとおり、今後のシナジーの創出及び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、本株式取得によりユーザーライクを完全子会社化することといたしました。

（３）企業結合日

2026年11月10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

673,300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．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	750百万円
取得原価		750百万円

３．主要な取得関連費用の内容及び金額

現時点では確定しておりません。

４．発生したのれんの金額、発生原因、償却方法及び償却期間
現時点では確定しておりません。

５．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
現時点では確定しておりません。