

未来イノベーションCOMPANY

MIC

2025年3月期 第3四半期決算説明資料

MIC株式会社 | 2025年2月13日

01

01 | ハイライト

02 | 会社概要

03 | 事業特徴と成長戦略

04 | 2025年3月期 第3四半期決算概要

05 | 2025年3月期 通期業績見通し

06 | 株主還元

3Q累計
売上高

前年同期比
+24.2%

既存・新規顧客ともに売上高は順調に推移。

【3Q累計】9,204百万円（前年同期比+24.2%）

3Q累計
経常利益

前年同期比
+99.5%

売上原価率の改善により大きく利益率が改善。

【3Q累計】772百万円（前年同期比+99.5%）

2025年3月期
経常利益

上方修正率
+35.4%

順調な業績推移により、着地予想を上方修正。

【2024年11月21日発表】売上高11,399百万円/経常利益648百万円

【2025年 2月13日発表】売上高12,000百万円/経常利益878百万円

02

01 | ハイライト

02 | 会社概要

03 | 事業特徴と成長戦略

04 | 2025年3月期 第3四半期決算概要

05 | 2025年3月期 通期業績見通し

06 | 株主還元

VISION

デジタル×フィジカルで “企業の未来にイノベーションを起こす”

企業の非効率を解消し、挑戦に向き合う時間を創造する。

MISSION

可視化、つなげる、実現。

企業の課題を見える化し、
あらゆる分断を360°フルサービスでつなぎ、
時間創造により企業の可能性を最大限に引き出す。

会社紹介

会社名	MIC株式会社
創業	1946年7月1日
所在地	東京都新宿区西新宿5-14-3
代表者	代表取締役会長 水上 光啓 代表取締役社長 河合 克也
資本金	4億9,840万円
上場取引所	東証スタンダード市場（証券コード：300A）
正社員の従業員数	321名（2024年12月末時点）

事業領域	リテール販促支援	
	・コンサルティング	・クリエイティブ
	・システム開発	・BPO
	・ものづくり（印刷・製造）	・フィールドサポート
	・フルフィルメント	

拠点	新宿本社
	はちフィル（延べ床面積7,050坪）
	るのパレット（延べ床面積3,000坪）
	多摩工場（印刷加工工場）
	サンゲート（延べ床面積1,000坪）

新宿本社



はちフィル



るのパレット



多摩工場

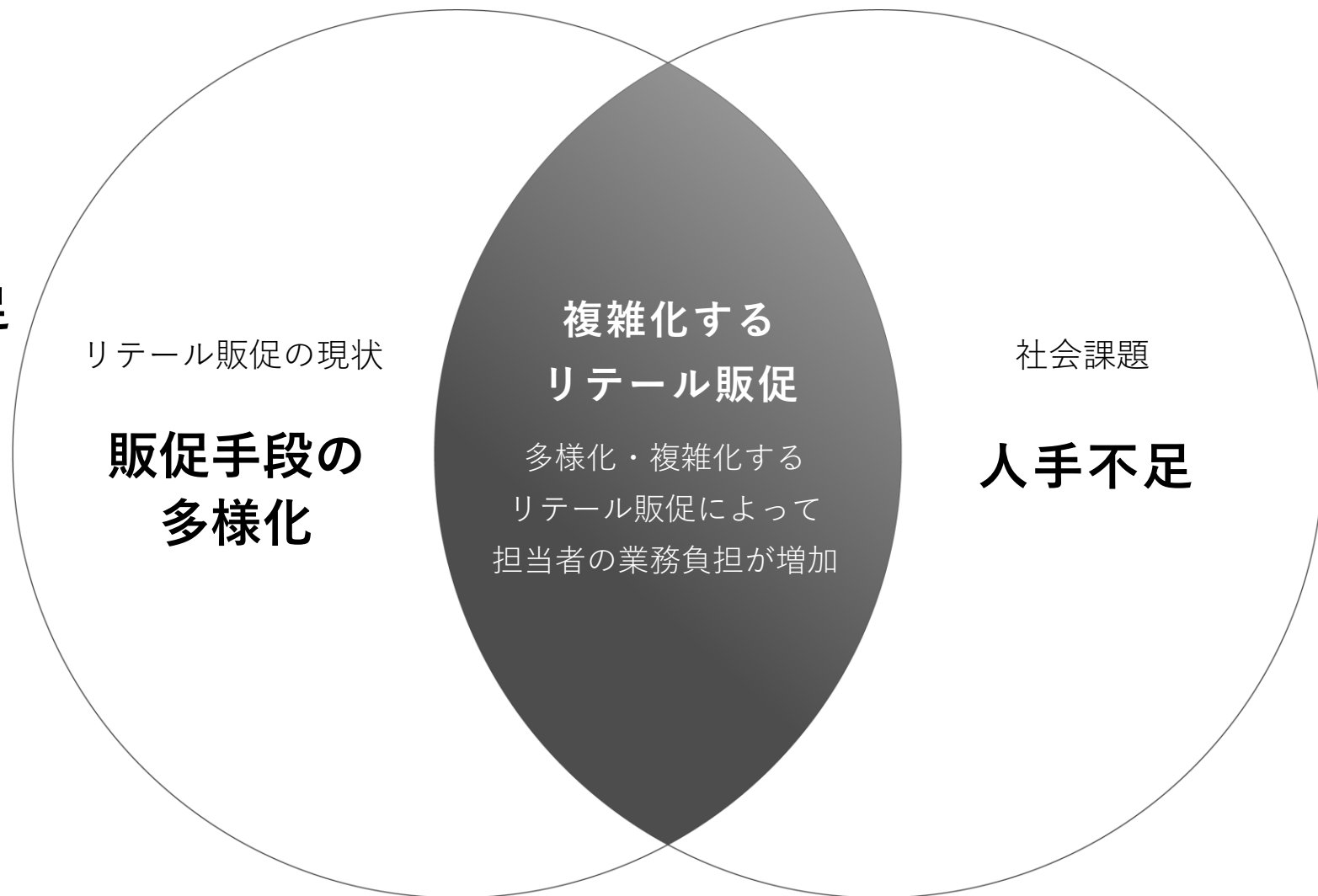


サンゲート



販促手段の多様化と人手不足
により、販促担当者の

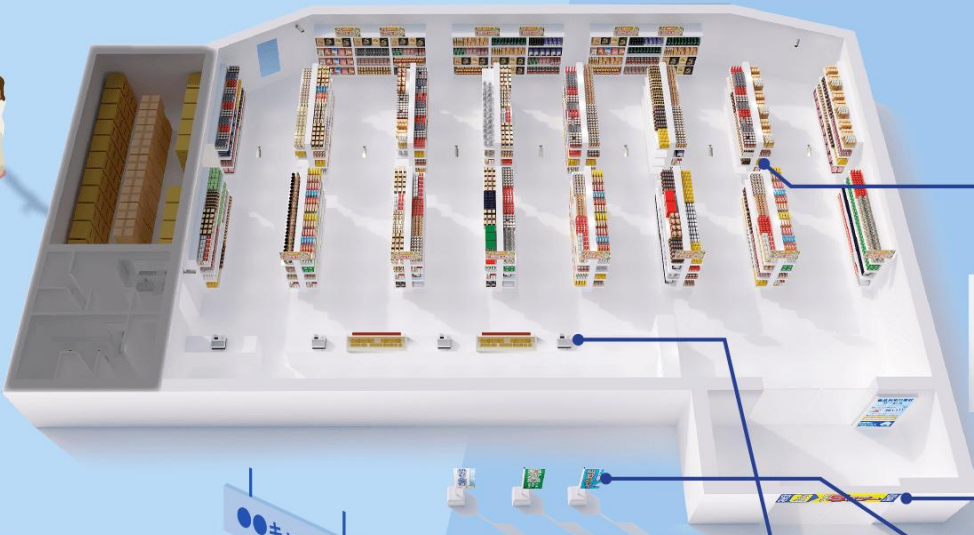
業務負担が増加



【参考】リテール販促業務の現状

多様化・複雑化するリテール販促業務

当社ではそれらすべてを360°フルサービスで提供



アプリ内広告
(PR会社)



エンド什器・POP
(什器製造会社)



ラウンダー
(ラウンダー会社)

Digital

Physical



デジタルサイネージ
(サイネージ配信会社)



SNS・WEBページ
(SNS会社/WEB制作会社)



キャンペーン事務局
(事務局運営会社)



決済端末・QRコードPOP
(キッティング会社)



のぼり
(SP会社)

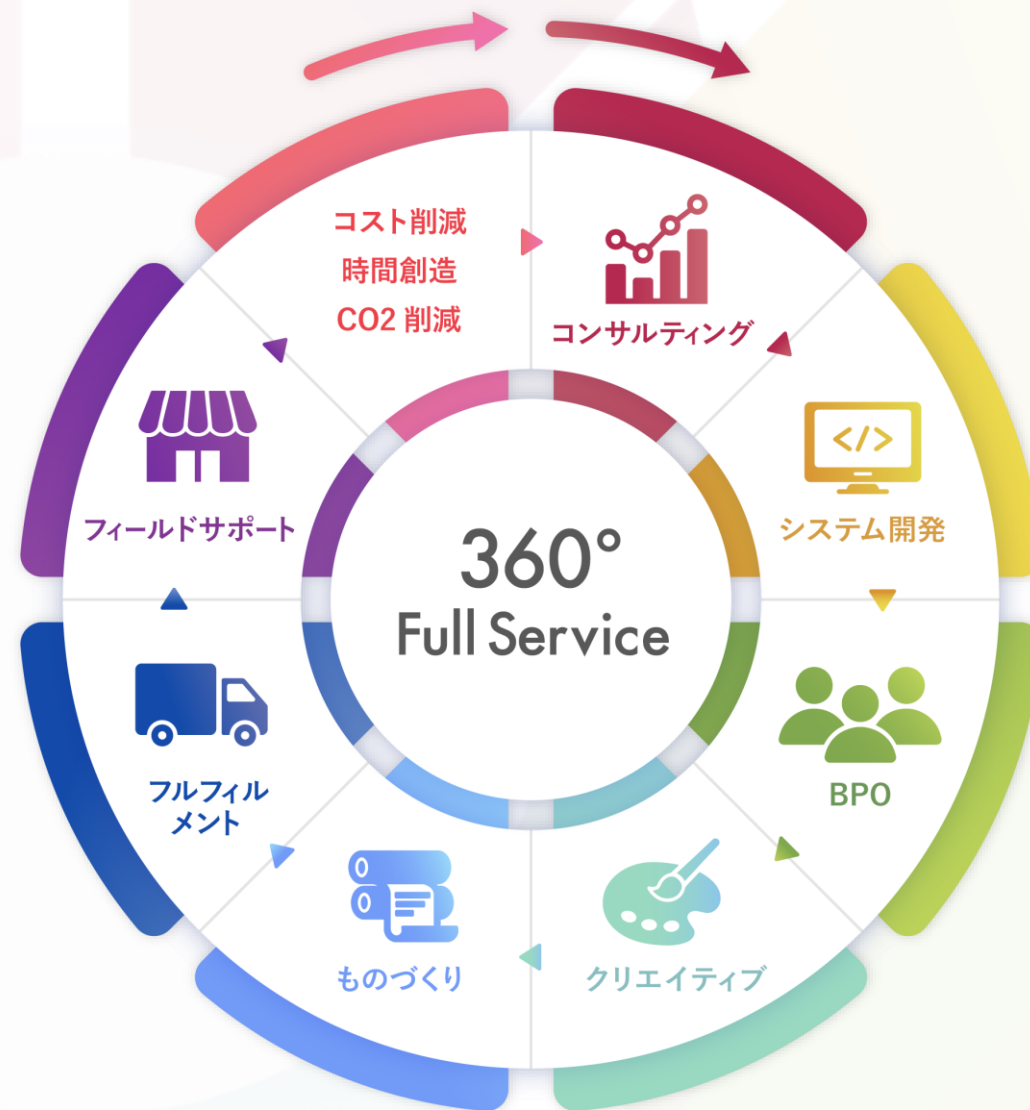


トップボード・ポスター
(印刷会社)

リテール販促領域の

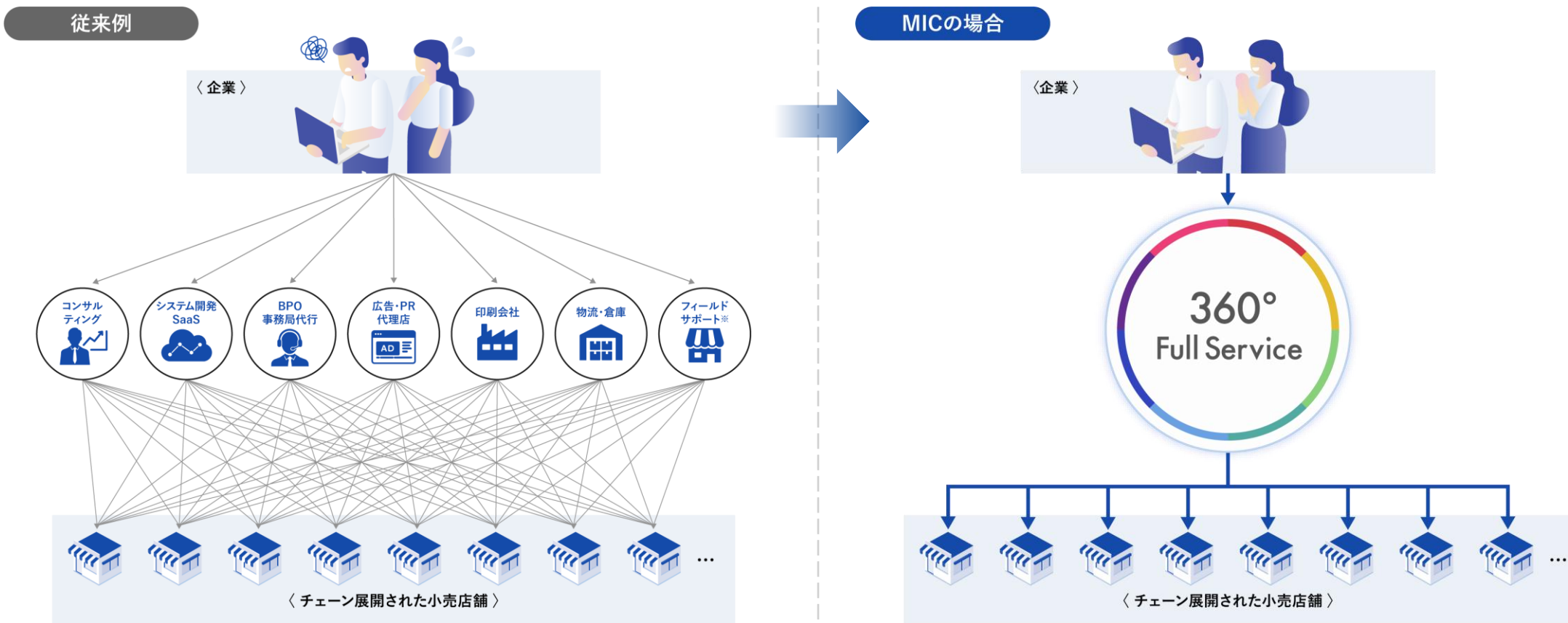
360°フルサービス

デジタル×フィジカルで販促活動を
統合的に支援。
お客様の販促活動の最適化により、
売上成長へとつなげる改善サイクルを提供。



MICが選ばれる理由

分散・分断する販促業務を集約することで、**コスト削減・業務負荷軽減**を実現



※店頭における販促物の組立・設置等の代行サービス

顧客層

MIC

3つの顧客属性に応じて、リテール販促活動を統合的に支援

サービス顧客層

売上構成比※

27.5%

主な顧客企業

店頭で決済やポイントサービスを展開する企業や通信キャリア等。

リテール顧客層

売上構成比※

39.2%

主な顧客企業

コンビニストアチェーンや外食チェーン、ドラッグストア等。

メーカー顧客層

売上構成比※

33.3%

主な顧客企業

小売店舗での商品取り扱いメーカー（消費財、美容コスメ、製薬、食品）

サービス提供

商品提供

03

01 | ハイライト

02 | 会社概要

03 | 事業特徴と成長戦略

04 | 2025年3月期 第3四半期決算概要

05 | 2025年3月期 通期業績見通し

06 | 株主還元

成長戦略

平均年間売上高 12億円※1である360°フルサービスの導入社数を増やすことで1社あたりの売上最大化を目指す



360°フルサービスの
モデル導入実績※1

12億円

100社

200社

潜在的売上規模※2
300社
約3,600億円

300社への
360°フルサービス導入率※3

100%

※1 360°フルサービスの導入モデルケースとして、5種以上のサービスを利用中のクライアント4社の2024年3月期における平均年間売上額。

※2 当社が想定する潜在的な売上規模を意味しており、当社が2024年12月現在で営む事業に係る客観的な売上高を示す目的で算出されたものではありません。

※3 導入率は、「360°フルサービス導入モデルケース」の水準に至るまでの導入のステップを表したものです。

戦略的サービス①

顧客数の拡大

ドラッグストアチェーン向け販促物共同配送サービス



Co.HUB

powered by MIC



戦略的サービス②

売上拡大のエンジン

リテール販促業務のDXクラウドサービス

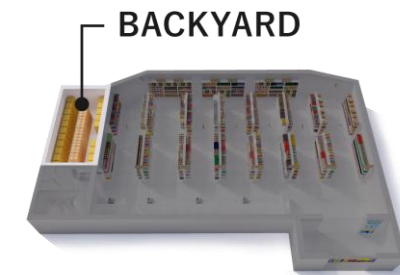


PromOS

powered by MIC

ドラッグストアチェーン向け
販促物共同配送サービス





リテール店舗のバックヤードでは大量に届く販促物が廃棄されている

梱包容積率

約半数が
40%以下

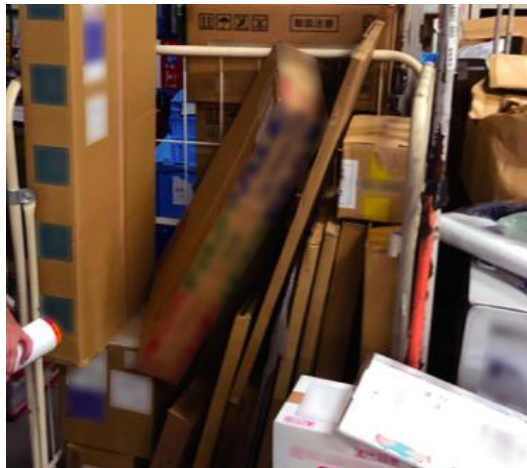
店舗での受取箱数※

1ヶ月当たり
100~130箱

販促物使用率※

わずか
30~40%

▼大量に廃棄される販促物



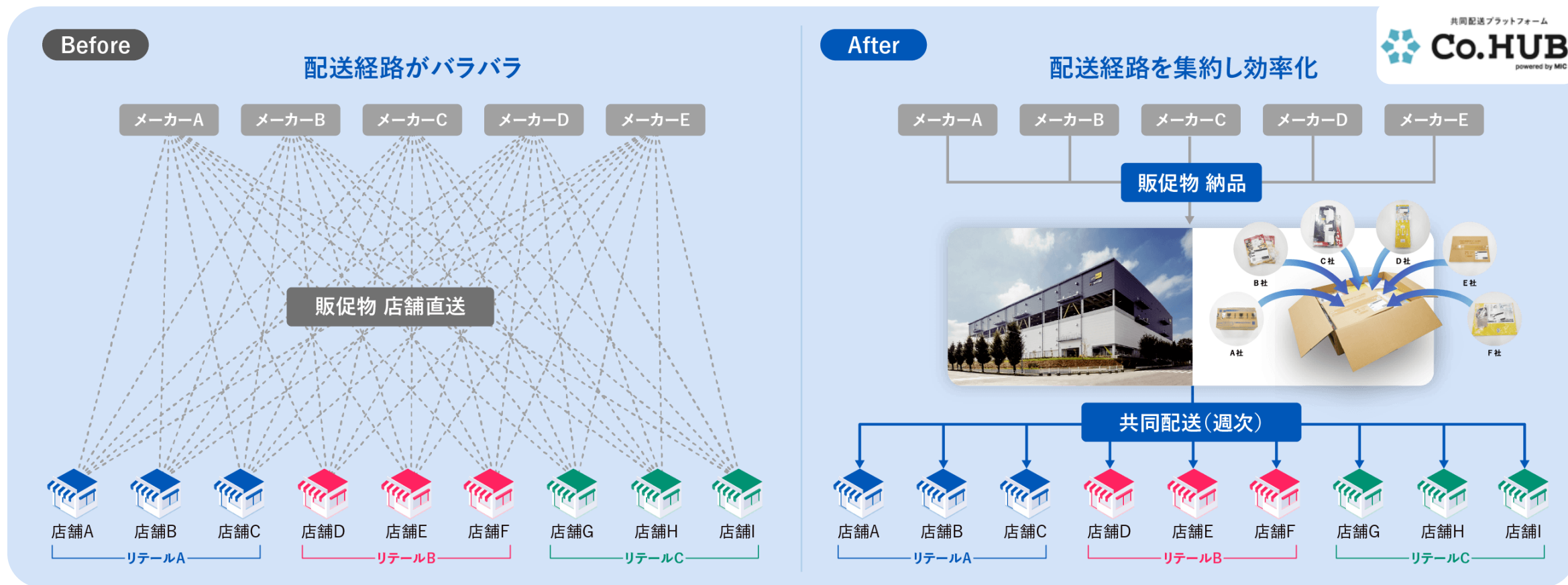
▼梱包効率が悪い販促物



共同配送サービス (Co.HUB)

300社以上のメーカーを集約し、各店舗に応じた販促物を共同配送するサービス

CO2を**50%削減**※1、段ボールを**70%削減**※2 (ビジネスモデル特許取得済)



※1 大手ドラッグストアにて、共同配送導入前のCO2排出量と、共同配送導入後の排出量を比較。距離は共同配送の利用が多い上位30社の発送元地域とその地域に該当する県庁所在地を店舗所在地として試算。排出量の算出式は輸送距離/燃費(3km/l)/1000*単位発熱量*排出係数*44/12。

※2 大手ドラッグストアにて、これまで週平均8.7メーカーが販促物を店舗に配送された場合の集約効果を試算。Co.HUBサービス導入前と導入後に共同配送された場合の段ボールの量を比較。

Co.HUBの実績

サービス立ち上げから**3年で新規アカウント319社**獲得

全ドラッグストア店舗の**54%**が導入するプラットフォームに

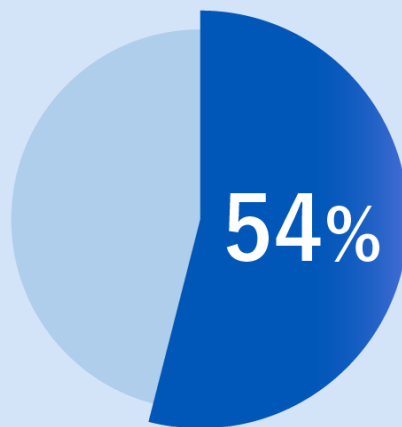
319社



導入ドラッグストア社数^{※1}

20チェーン

ドラッグストアでの導入率

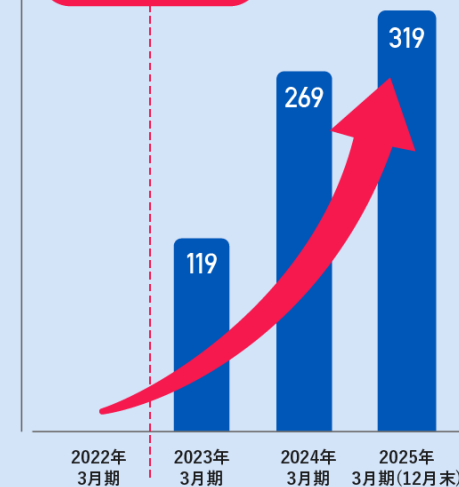


ドラッグストアの全国19,440店舗のうち
10,572店舗をカバー^{※2}

■ 新規アカウント数

アカウント数

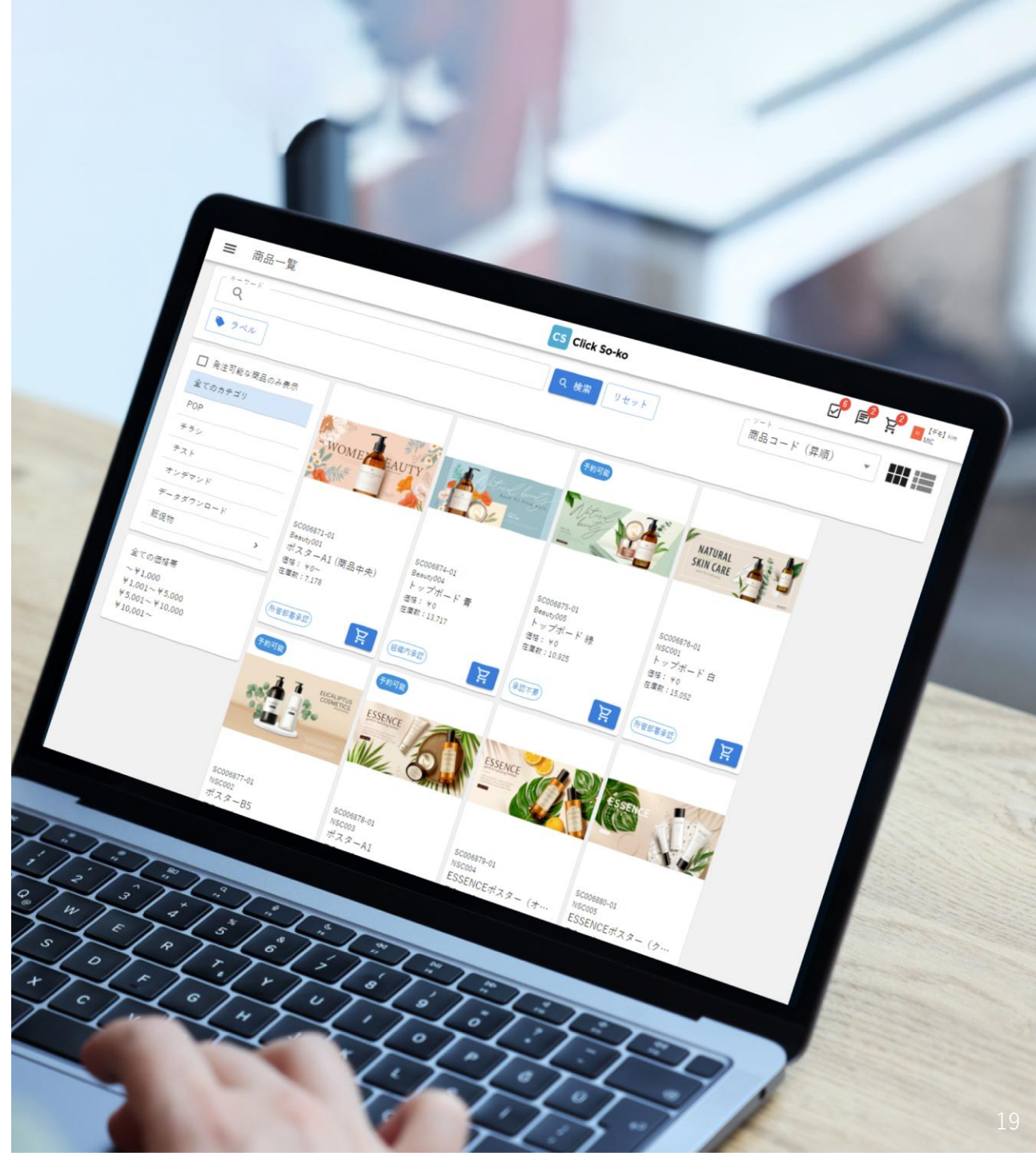
共同配送の開始
(はちフィルの稼働開始)



※1 2024年12月31日時点でCo.HUBを導入済のドラッグストアチェーン数。

※2 全国のドラッグストアの店舗数については経済産業省「商業動態統計調査」より引用。カバーしている店舗数は2024年12月31日時点で販促物の共同配送プラットフォームサービスを通じて配送可能な店舗数。

顧客の販促活動の全体最適を実現する
販促DXクラウドサービス



メーカー企業における販促物の実態と課題

リテール店舗だけではなく、メーカー企業においても**販促物の無駄**が発生
販促物を扱う担当者の業務負荷も増加

営業所で管理される販促物（例）



メーカー企業における販促業務の課題

- 1 作りすぎによる無駄
- 2 在庫管理ができず過不足がわからない
- 3 梱包作業による業務の逼迫

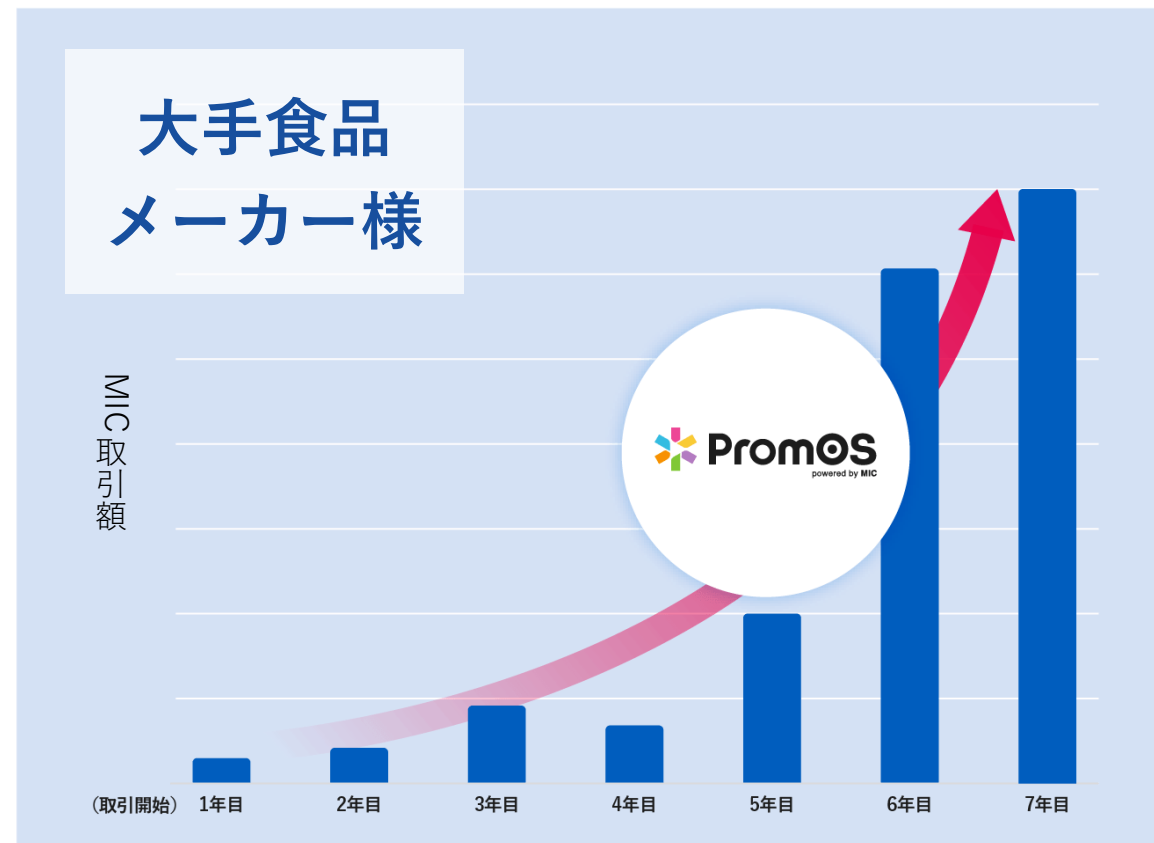
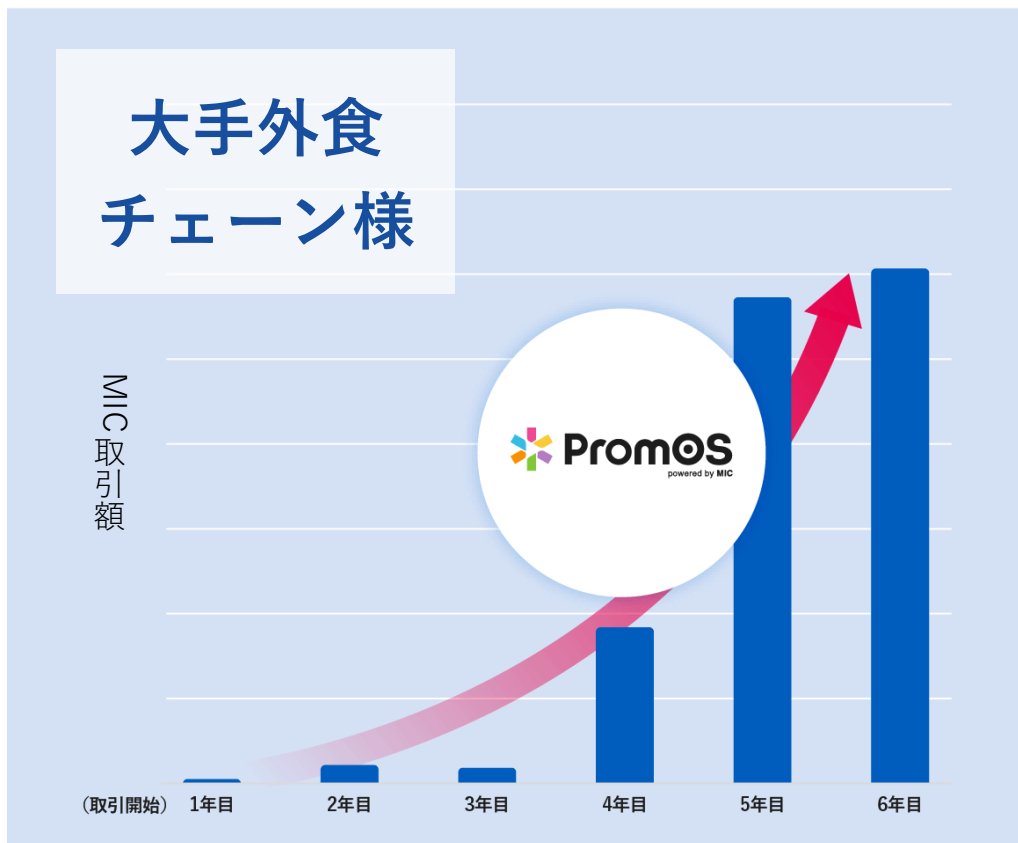
PromOSによる販促業務の最適化

販促に関するシステムや情報を一元管理し、
販促業務のDX化による効率化・コスト削減を実現



(参考) 大手外食チェーン様、大手食品メーカー様の売上変遷

PromOS導入に伴う販促業務のDX化によって売上成長を実現



PromOSによる販促業務の最適化

PromOSを中心に
最適な販促活動を統合的に支援



成長シナリオ

STEP3

360°フルサービスによる、売上最大化

顧客メリット③ 販促業務の全体最適化

平均年間売上高※1

約**12**億円

STEP2

売上拡大のエンジン「PromOS」を導入

顧客メリット② 販促業務のDX化

平均年間売上高※2

約**1.2**億円

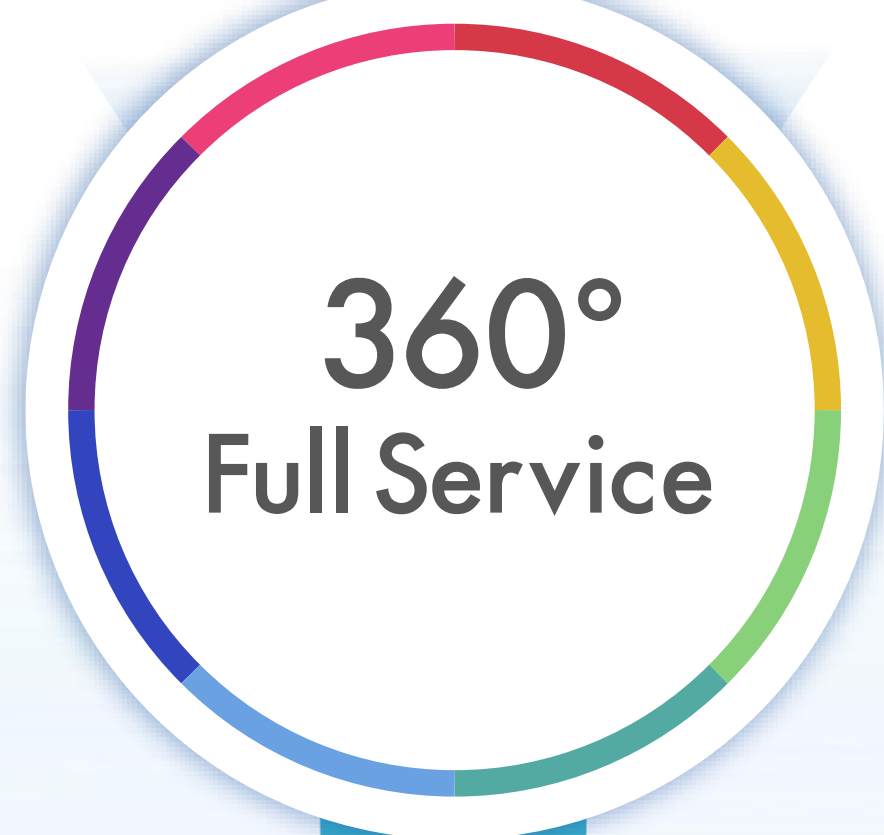
STEP1

Co.HUBを中心とした顧客数の拡大

顧客メリット① 物流費のコスト削減

顧客数※3

約**400**社



※1 360°フルサービスの導入モデルケースとして、5種以上のサービスを利用中の顧客4社の2024年3月期における平均年間売上額。

※2 PromOS利用中の顧客（※1の顧客を除く）の2024年3月期における平均年間売上額。

※3 2024年3月期における当社全取引顧客数。

04

01 | ハイライト

02 | 会社概要

03 | 事業特徴と成長戦略

04 | 2025年3月期 第3四半期決算概要

05 | 2025年3月期 通期業績見通し

06 | 株主還元

損益計算書（2025年3月期 第3四半期累計）

売上高は前年同期比で**24.2%増**、売上総利益は同**36.8%増**と高い成長率。

また、売上総利益率が2.6Pt、販管費率が0.9Pt改善し、経常利益は前年同期比**99.5%増**に。

2024年4月1日～ 2024年12月31日（9カ月） （百万円）	2024年3月期（3Q累計）		2025年3月期（3Q累計）			
	実績	売上構成比	実績	売上構成比	前期増減	前期比
売上高	7,408	100.0%	9,204	100.0%	+ 1,796	124.2%
売上原価	5,512	74.4%	6,610	71.8%	+ 1,098	119.9%
売上総利益	1,895	25.6%	2,593	28.2%	+ 698	136.8%
販売費及び一般管理費	1,541	20.8%	1,829	19.9%	+ 288	118.7%
営業利益	354	4.8%	764	8.3%	+ 410	215.8%
経常利益	387	5.2%	772	8.4%	+ 385	199.5%
当期純利益	269	3.6%	503	5.5%	+ 234	187.0%

貸借対照表（2025年3月期 第3四半期時点）

IPOによる新株式発行により、現預金高は3,588百万円（前期末から+1,428百万円）。

純資産も8,114百万円（前期末から+1,367百万円）となり自己資本比率は**79.6%**に上昇。

(百万円)	2024年3月末		2024年12月末		
	実績	構成比	実績	構成比	増減
流動資産	4,031	46.1%	5,591	54.8%	+1,560
現金及び預金	2,160	24.7%	3,588	35.2%	+1,428
売掛金	1,472	16.8%	1,563	15.3%	+91
固定資産	4,713	53.9%	4,609	45.2%	-104
有形固定資産	4,220	48.3%	4,158	40.8%	-62
建物及び設備	1,625	18.6%	1,582	15.5%	-43
土地	2,360	27.0%	2,360	23.1%	0
無形固定資産	126	1.4%	115	1.1%	-11
投資その他の資産	366	4.2%	334	3.3%	-32
資産合計	8,744	100.0%	10,200	100.0%	+1,456

(百万円)	2024年3月末		2024年12月末		
	実績	構成比	実績	構成比	増減
流動負債	1,877	21.5%	2,004	19.7%	+127
買掛金	608	7.0%	666	6.5%	+58
短期借入金	300	3.4%	303	3.0%	+3
1年以内返済長期借入金	9	0.1%	0	0.0%	-9
未払法人税等	95	1.1%	160	1.6%	+65
固定負債	120	1.4%	80	0.8%	-40
純資産	6,747	77.2%	8,114	79.6%	+1,367
株主資本	6,758	77.3%	8,118	79.6%	+1,360
評価・換算差額等	-11	-0.1%	-3	0.0%	+8
負債純資産合計	8,744	100.0%	10,200	100.0%	+1,456



販促物の共同配送サービス

「Co.HUB」の店舗カバー率が54%へ。

全国の半分以上のドラッグストアに

導入されるプラットフォームに成長

「Co.HUB」がドラッグストア店舗カバー率54%に

<導入ドラッグストアチェーン例>



富士薬品グループ



マツキヨココカラ&カンパニーグループ 2024年11月開始

※ドラッグストアチェーンの掲載順は五十音順



導入チェーン 20チェーン ※1

店舗数 10,572店舗 ※1

利用メーカー数 300社超 ※1



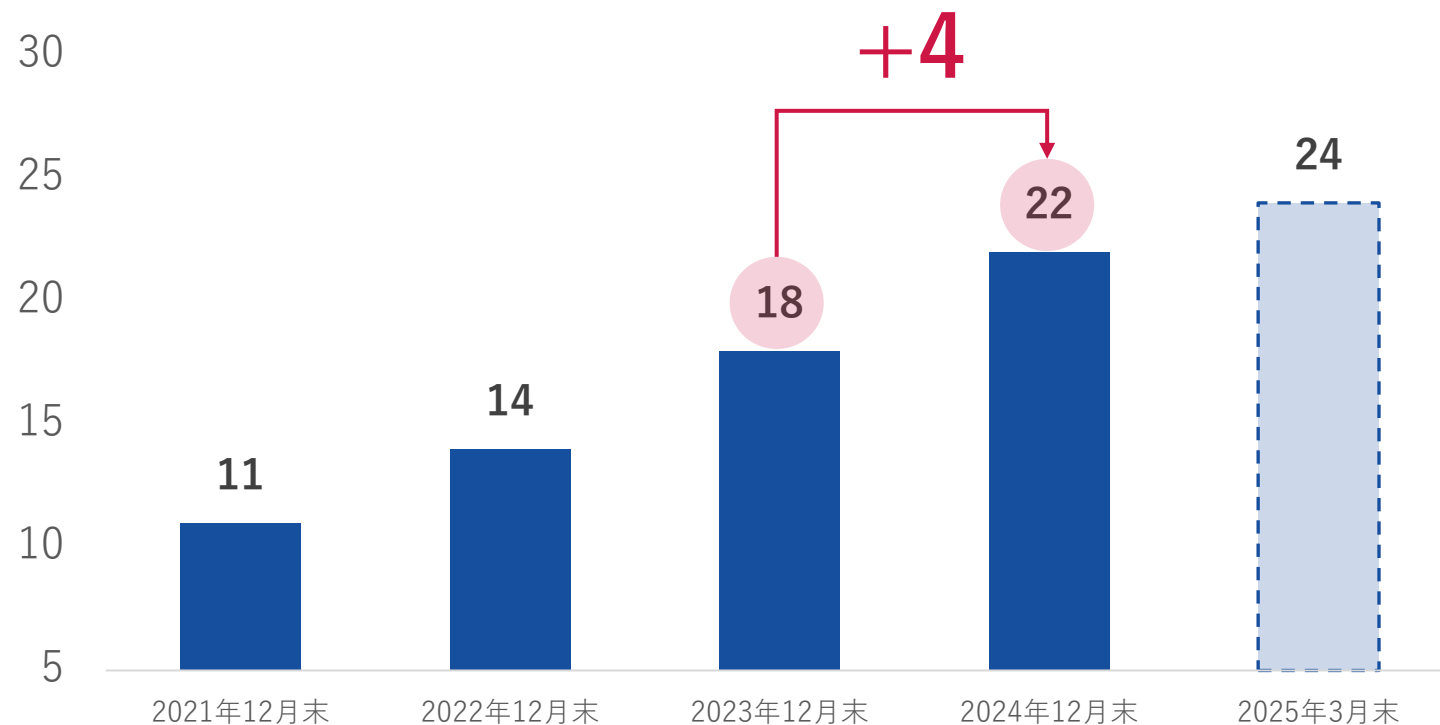
販促活動の全体最適DXを実現する

PromOSを直近1年で

4アカウントに新規導入

PromOS導入アカウント数の推移

4アカウントに新規導入



DXを活用したシステム導入により
製造労務費の改善が進み、
売上原価の抑制に貢献。

製造労務費を3.6%改善

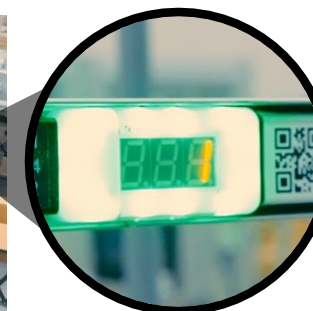
	2024年3月期(3Q累計)	2025年3月期(3Q累計)
製造労務費	1,567百万円	1,605百万円
製造労務费率 (対売上高)	21.0%	17.4%

▲3.6 pt改善

販促物ピッキングの
新システム
「MonOS」



複雑な販促物ピッキングの組み合わせを、
オリジナルシステムで作業者に指示



一目で作業内容が
判断できるビジュアル

生産性
約30%向上

05

01 | ハイライト

02 | 会社概要

03 | 事業特徴と成長戦略

04 | 2025年3月期 第3四半期決算概要


05 | 2025年3月期 通期業績見通し

06 | 株主還元

2025年3月期 通期業績見通し

当期純利益を**568百万円**（増減率+35.7%）に上方修正。

売上高当期純利益率は1Pt改善し4.7%へ。

(百万円)	2025年3月期 (2024/11/21発表)		2025年3月期 (2025/2/13発表)		増減額	増減率
	見込	売上構成比	見込	売上構成比		
売上高	11,399	100.0%	 12,000	100.0%	+ 600	+ 5.3%
営業利益	619	5.4%	 860	7.2%	+ 241	+ 38.9%
経常利益	648	5.7%	 878	7.3%	+ 229	+ 35.4%
当期純利益	418	3.7%	 568	4.7%	+ 149	+ 35.7%
1株当たり 当期純利益	66円54銭		 90円32銭			+ 23円78銭

06

01 | ハイライト

02 | 会社概要

03 | 事業特徴と成長戦略

04 | 2025年3月期 第3四半期決算概要

05 | 2025年3月期 通期業績見通し

06 | 株主還元

業績予想の上方修正に伴い、配当性向30%を目安に1株当たりの配当は24円00銭に引き上げ予定。

1株当たり配当金（2025年3月期）

2024/11/21発表

17円60銭



2025/2/13発表

24円00銭

(+6円40銭)

Q & A

Q1. 業績予想修正の要因を詳しく知りたい。

A1. 大きく3つの要因から上方修正を行っております。

- 売上高 : Co.HUBきっかけに各社との360°フルサービス拡大が増加したため。
- 売上原価 : ピッキング自動化(MonOS導入)による製造労務費の抑制で売上原価率が低下 (73.0%→72.4%)
なお今後MonOS導入拠点を拡大し、さらなる原価改善を推進予定。
- 販管費 : 生産性向上により、販管費は当初計画の24.5億円を予定し売上販管費率が低下 (21.6%→20.4%)

Q2. 4Qの業績見通し根拠を具体的に教えてほしい。

A2. 4Q売上は季節要因を加味し約28億円を予定しております。

また費用面では来期の売上拡大に向けた採用費増とIR/広告宣伝費等を織り込んでいるため、営業利益は約1億円の見通しとなります。

業績予想の上方修正

2024年4月1日～ 2025年3月31日 (百万円)	2025年3月期 (2024年11月21日発表)		2025年3月期 (2025年2月13日発表)		増減額	増減率
	見込	売上構成比	見込	売上構成比		
売上高	11,399	100.0%	12,000	100.0%	600	↑ +5.3%
売上原価	8,319	73.0%	8,685	72.4%	366	↑ +4.4%
売上総利益	3,080	27.0%	3,314	27.6%	234	↑ +7.6%
販売費及び 一般管理費	2,460	21.6%	2,453	20.4%	-7	-0.3%
営業利益	619	5.4%	860	7.2%	241	↑ +38.9%
経常利益	648	5.7%	878	7.3%	230	↑ +35.5%
当期純利益	418	3.7%	568	4.7%	150	↑ +35.9%

補足説明

Co.HUBきっかけに各社との
360°フルサービス拡大が増加

ピッキング自動化(MonOS導入)
により**生産性が向上**

営業の生産性向上により、
販管費は当初計画の24.5億円
据え置き

2025年3月期の業績予想（四半期推移）

2024年4月1日～ 2025年3月31日 (百万円)	2025年3月期				2024年 3月期	補足説明
	1Q 実績	2Q 実績	3Q 実績	4Q 見込		
売上高	12,000	2,726	2,978	3,499	2,795	2,707
売上原価	8,685	1,979	2,171	2,459	2,075	1,944
売上総利益	3,314	746	807	1,040	720	763
販売費及び 一般管理費	2,453	564	597	666	624	587
営業利益	860	181	209	373	96	175
経常利益	878	192	219	360	106	184
当期純利益	568	125	139	238	65	95

来期の売上拡大に向けた採用費
を4Qに計上

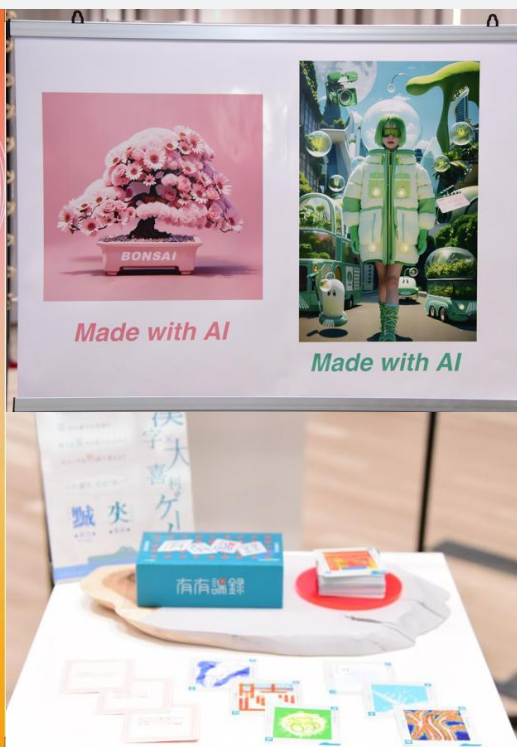
企業価値向上に向けた
IR/広告宣伝費を4Qに計上

Appendix

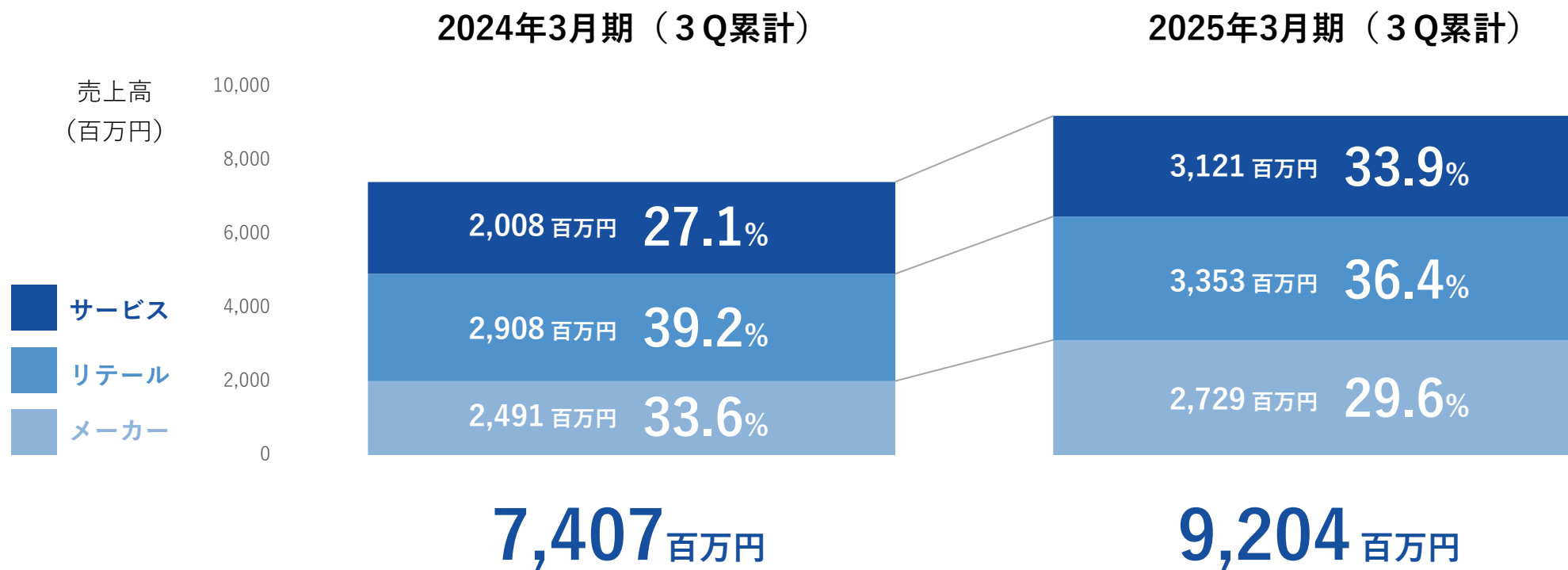
WONDER展

130名を超えるクリエイティブ集団「WONDER BLUE」（ワンダーブルー）が主催し、2025年1月に企画展「WONDER展」を初開催。

AIを駆使した映像作品やグラフィック作品、アナログの良さを大切にした作品など20点を展示



全ての顧客属性において、前年同期から売上が大きく伸長



損益計算書（2025年3月期 第3四半期）

全ての顧客層で取引が拡大し、売上高は前年同期比**54.6%増**と大きく伸長。

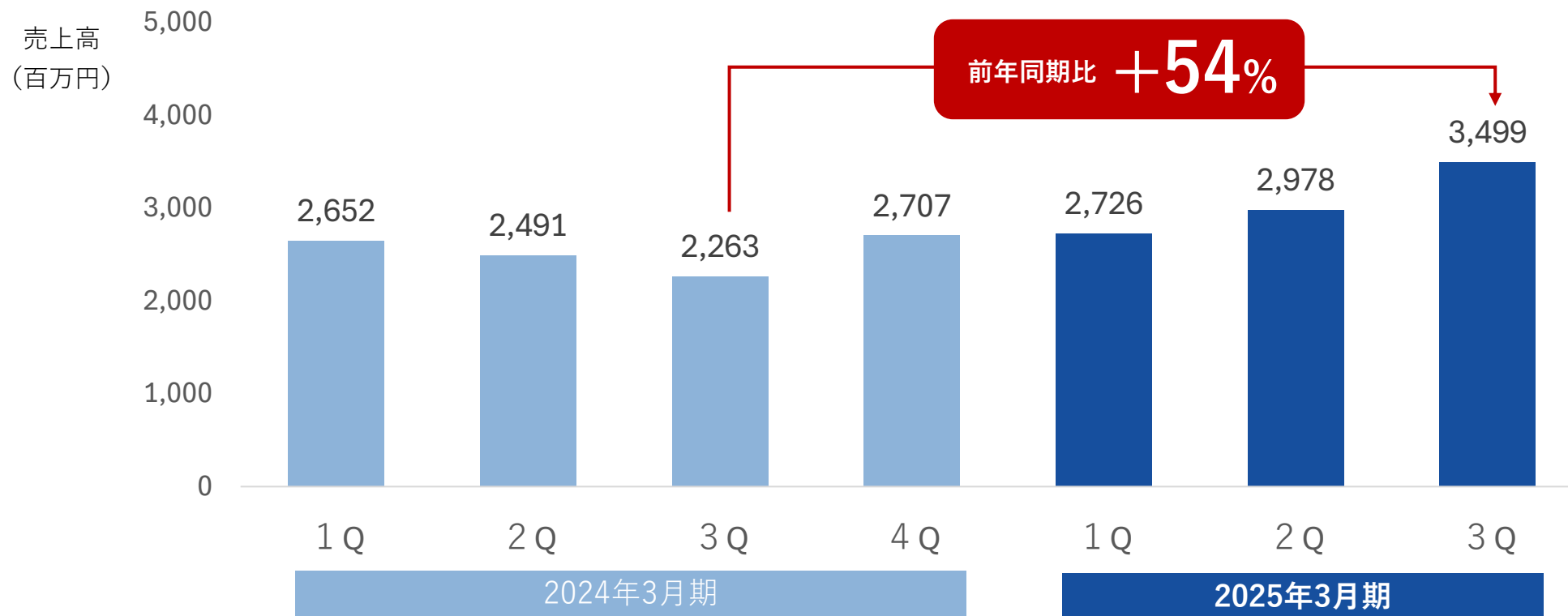
経常利益は**360百万円(前年同期比130.8%増)**に。

2024年10月1日～ 2024年12月31日（3カ月） （百万円）	2024年3月期（3Q）		2025年3月期（3Q）			
	実績	売上構成比	実績	売上構成比	前期増減	前期比
売上高	2,263	100.0%	3,499	100.0%	+1,236	154.6%
売上原価	1,622	71.7%	2,459	70.3%	+837	151.6%
売上総利益	641	28.3%	1,040	29.7%	+399	162.2%
販売費及び一般管理費	496	21.9%	666	19.0%	+170	134.3%
営業利益	145	6.4%	666	19.0%	+521	459.3%
経常利益	156	6.9%	360	10.3%	+204	230.8%
当期純利益	189	8.4%	238	6.8%	+49	125.9%

四半期売上高の推移

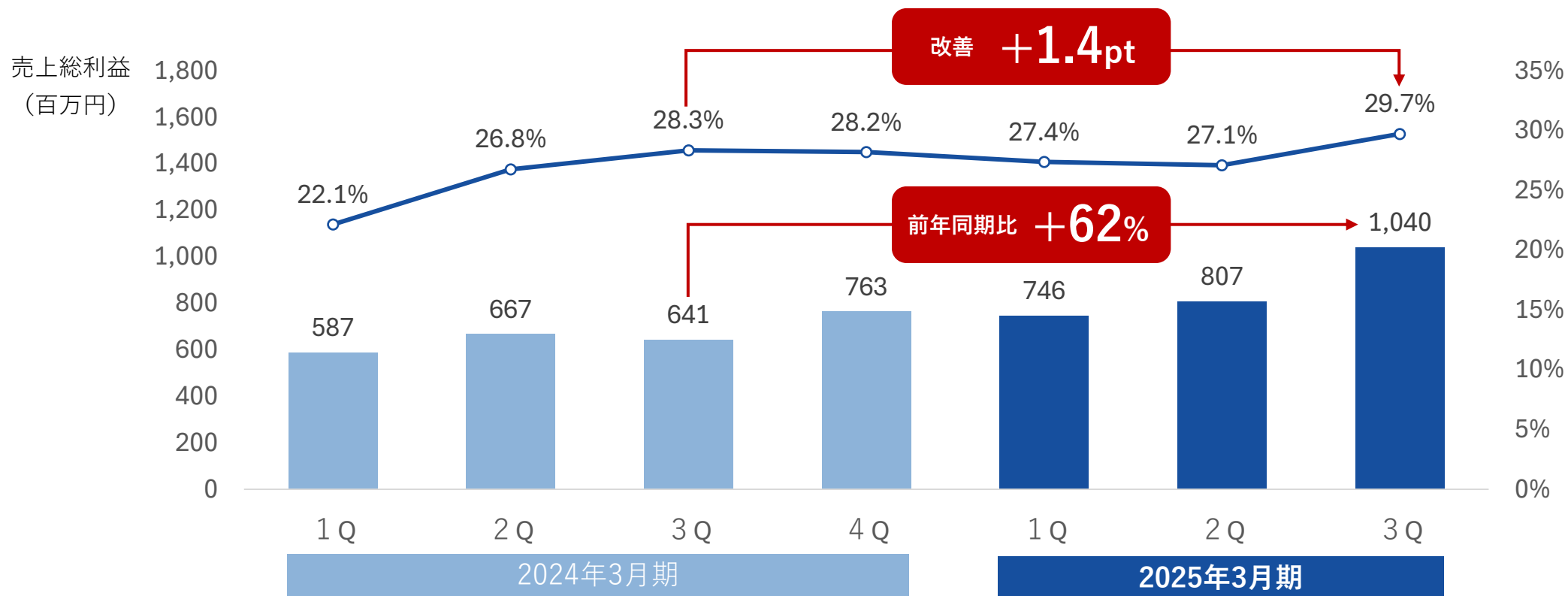
2025年3月期 3 Qの売上高は3,499百万円（前年同期比 + 54%）

Co.HUB導入チェーン拡大を中心に、全ての顧客層で取引が拡大した結果、大幅な売上増



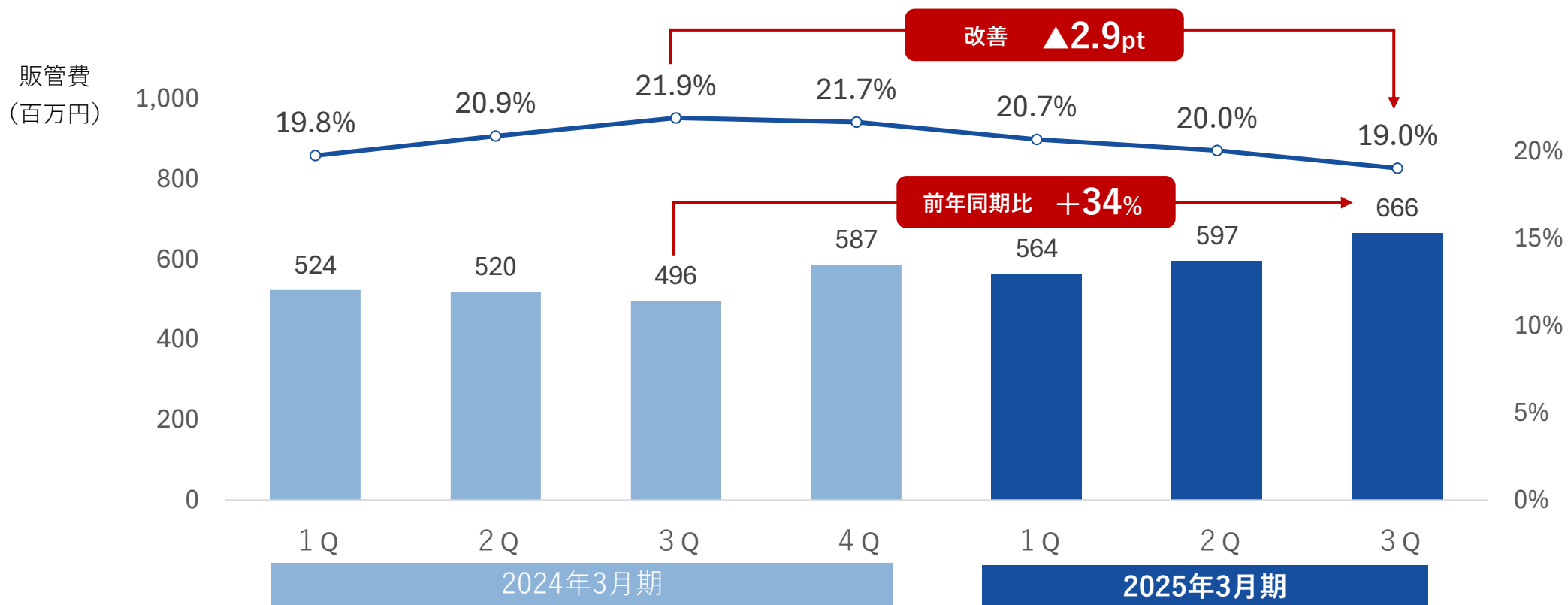
四半期売上総利益の推移

生産性の向上により、製造労務費を抑制できた結果、売上総利益率が1.4Pt改善し、
2025年3月期 3 Qの売上総利益は1,040百万円（前年同期比 +62%）



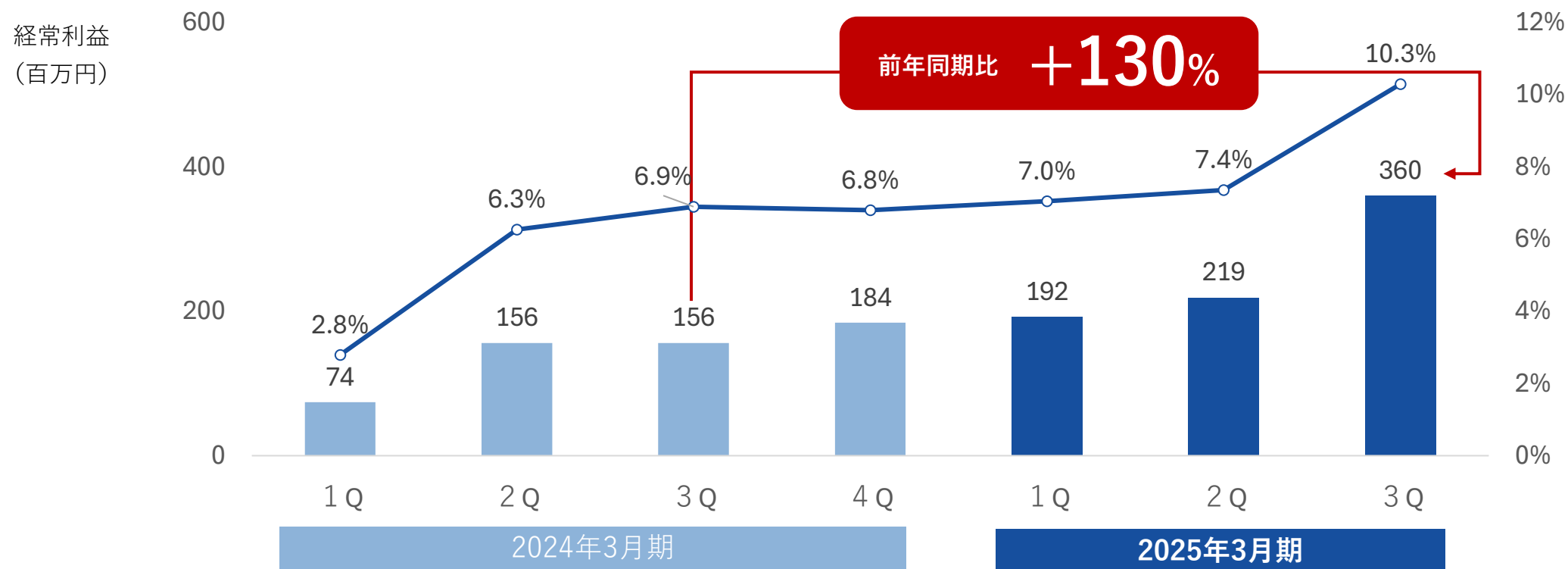
販売費及び一般管理費の推移

主に人件費と租税公課の増加により、2025年3月期3Qの販管費は666百万円（対前年同期比+34%）
 売上好調に伴い、売上販管費率は19.0%と前期比で▲2.9Ptの改善



四半期経常利益の推移

2025年3月期 3 Qの経常利益は360百万円（前年同期比+130%）と大きく利益改善。



経営陣紹介



代表取締役会長

水上 光啓

早稲田大学卒業。
1988年当社代表取締役社長に就任後は業態
変革を推進し、現在の360°フルサービスモ
デルを確立。2022年に旭日中綬章を受章。



代表取締役社長

河合 克也

早稲田大学卒業後、(株)キーエンスにて
勤務。当社入社後は経済産業省への出向な
どを経て、360°フルサービスモデルの進展
に伴う急成長を主導。2014年に代表取締役
社長に就任。



取締役常務執行役員
事業本部長

谷口 大輔

日本大学卒業。新規事業開
発・顧客開拓を一貫して
リードし、顧客常駐モデル
を確立。2021年に取締役
事業本部長に就任。



取締役執行役員
総務・ひとづくり本部長

村山 幹子

早稲田大学卒業。「日本一
勉強する会社」の実現に向
け、社内外の教育・研修を
牽引。2024年より現職に
就任。



社外取締役

腰塚 國博

東京工業大学大学院修了。
コニカミノルタ(株)にて、
製品・事業開発、M&A等に
従事。2016年同社常務執行
役(CTO)兼取締役に就任。



社外取締役

中沢 道久

東京外国語大学卒業。山田
コンサルティンググループ
(株)にて、事業再生、内
部統制の導入支援、事業承
継、M&Aコンサル等に従事。



執行役員
生産本部長

松崎 良樹

生産本部にて長年、生産性
向上活動を主導するととも
に、労務環境の改善活動を
牽引。2023年執行役員生
産本部長に就任。



執行役員
事業副本部長

石黒 陽平

高崎経済大学卒業。当社入社
後は主に小売向けサービスの
拡大に従事し、共同配送プ
ラットフォーム「Co.HUB」
の立ち上げを主導。



執行役員
経営推進本部長

松尾 力

京都大学卒業。経済産業省
にて勤務後、当社入社。新
規事業・顧客開拓に従事後、
基幹拠点である「はちフィ
ル」の収益化を主導。

大手企業を中心とした顧客基盤

各社の販促課題に応じた形で360° フルサービスを提供

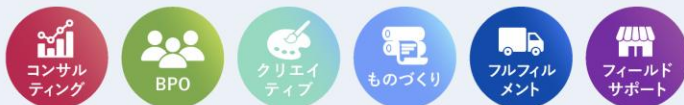
360° フルサービスが導入された場合、顧客のARPAは約12億円※1となる

大手コンビニエンスストア 様



企画から店頭店内の販促物を一貫して制作。全国約11,000店舗※2へ週次配送を実施。

店舗毎の設置場所に合わせたサイズや個数をキittingし、週次配送。他、SNSの企画・運用や顧客先常駐型支援、実験店舗運営など、幅広くサービスを提供。



大手決済サービス企業 様



決済端末導入加盟店へ送るスタートキットのセットアップ効率化と稼働率を改善。

スタートキットの箱の形状から、内容物やデザインの見直しを行い、店舗への配送まで一貫して対応。店頭での設置率が大きく向上した。



大手食品メーカー 様



販促DXクラウドサービスの導入により、各営業拠点の業務負担を大幅に削減。

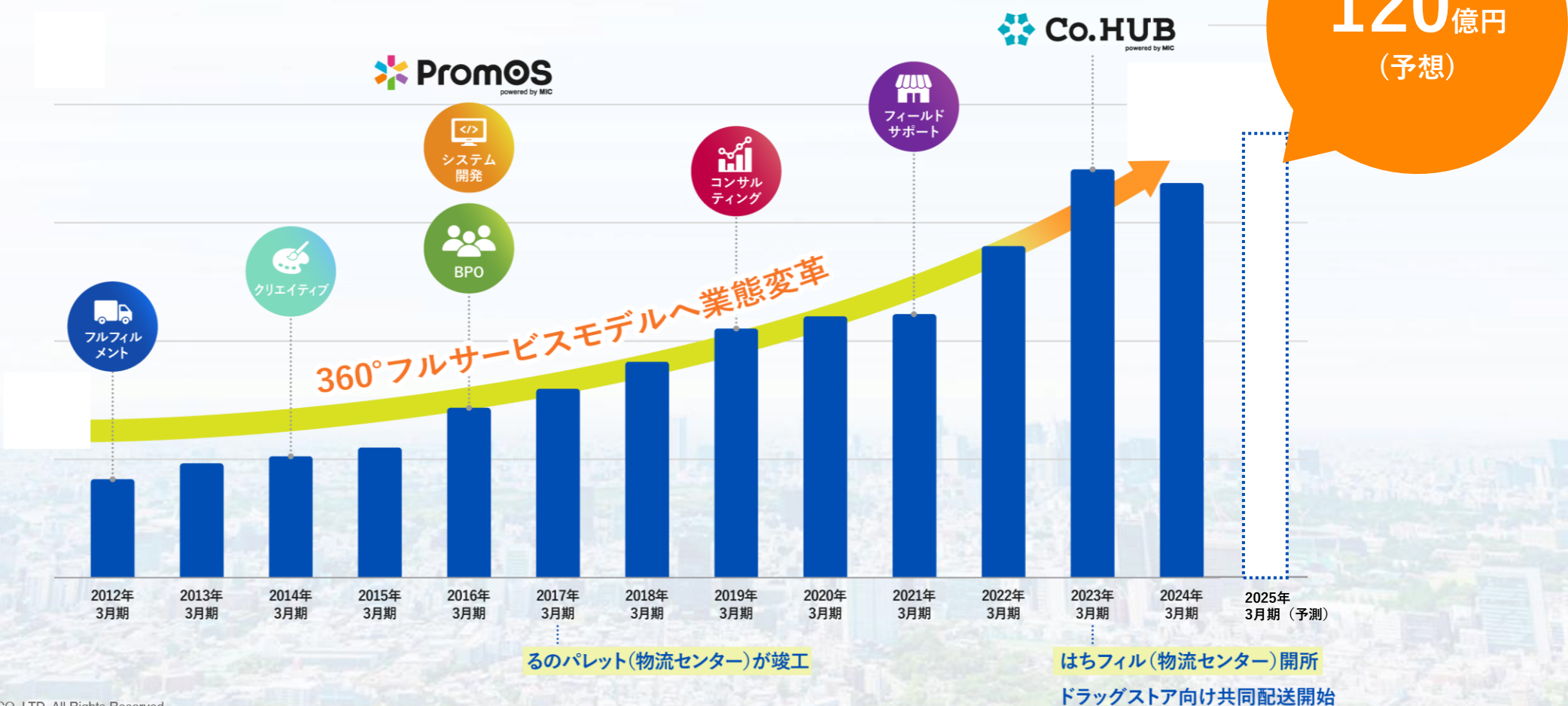
「Tool Counter」や「Click So-ko」により、各営業拠点での販促企画発案時のとりまとめ業務や、販促物の在庫・出荷業務の負担を削減し、顧客の時間創造に寄与。



※1 360° フルサービスの導入モデルケースとして、5種以上のサービスを利用中のクライアント4社の2024年3月期における平均年間売上額。 ※2 2024年3月末時点。

業態変革による売上の推移

2012年よりサービスの多様化(=360°フルサービスモデル)を開始
直近約10年で売上約**3倍**成長を実現



未来イノベーションCOMPANY

MIC