



第26期（2026年1月期2Q）

上半期決算 及び 会社説明資料

2025年10月06日

株式会社 Mマート

証券コード 4380
(東証グロース)

目 次

I. エグゼクティブサマリー

- (1) 当上半期の実績 (2026年1月期 2 Q)
- (2) 通期の着地見込 (2026年1月期)

II. Mマートのご紹介

- (1) 企業概要
- (2) 企業理念 (Mマートが大切にしていること)
- (3) 沿革
- (4) 運営サイトの特徴
- (5) ビジネスの特徴

III. 当上半期の実績 (2026年1月期 2 Q)

- (1) 上半期P/L
- (2) 四半期業績の推移
- (3) 営業収益(売上高)の推移・内訳
- (4) 営業費用(販管費)の特徴と推移
- (5) 財政状態 (B/S, C/Fの特徴と推移)
- (6) 財務方針と配当

IV. 成長戦略について

- (1) 基本的な考え方
- (2) 成長戦略 (具体的施策)
- (3) 通期の着地見通し

V. 社会貢献活動 - ESG、SDGsの取り組み

I. エグゼクティブサマリー

(1) 当上半期の実績（2026年1月期 2Q累計）

業 績

【売上高・利益ともに過去最高】

- ✓ 売上高 6億73百万円（前年同期比+8%）
- ✓ 営業利益 3億 4百万円（前年同期比+36% 利益率45%）
- ✓ 中間純利益 1億95百万円（前年同期比+35% 利益率29%）
- ✓ E P S（1株当たり純利益）40.0円/株（前年同期比+10.3円）

トピック

- ✓ 新コーナー・新機能の立ち上げ継続 <顧客ニーズ深掘り：既存市場と相乗効果>
「複数ロット販売」、継続ワンクリック発注の浸透
- ✓ 「Mマート」「B n e t」のUX/UI改善継続 <利便性を追求>
- ✓ 「お米オークション」の継続
- ✓ 将来を見据えた人材投資の実行

(2) 通期の着地見込（2026年1月期）

業 績

【業績予想に変更なし⇒過去最高をさらに更新】

- ✓ 売上高 14億44百万円（前期比+12%）
- ✓ 営業利益 6億14百万円（前期比+18% 利益率43%）
- ✓ 当期純利益 3億99百万円（前期比+15% 利益率28%）
- ✓ E P S（1株当たり純利益）81.6円/株（前期比+10.9円）
- ✓ 期末配当 25.0円/株<予定>（4円増配、配当性向31%）

トピック

- ✓ 新コーナー、新機能の立ち上げ継続 <データ・ドリブン経営を推進>
- ✓ AI活用の深化を含めたUX/UIの改善を継続
- ✓ 人材・システム投資推進 <販売支援・コンサル機能の強化とスピードアップ>

Ⅱ. Mマートのご紹介

(1) 企業概要

会社名	株式会社 Mマート
代表者	代表取締役社長 村橋 孝嶺
所在地	東京都新宿区西新宿六丁目5番1号 新宿アイランドタワー26階
設 立	2000年2月25日 ※2018年2月に東証マザーズ(現 グロース)上場 証券コード4380
資本金	318百万円
事業内容	業務用（BtoB）e マーケットプレイスの運営 ・「Mマート」 業務用食材・食品の電子商取引サイト ・「B n e t」 業務用食器、厨房機器、備品用品等の総合取引サイト ・その他にも、特色あるサイトを運営 - 「卸・即売」 業務用アウトレット市場（食材） - 「ソクハン」 業務用アウトレット市場（食材以外） - 「ラプター」 業務用フリーマーケットサイト（日本初） - 「インターネットビッグサイト」 業者向け専用の広告サイト - 「仕入れたい」 買い手の商品リクエストに対し、売り手が入札するサイト
決算月	1 月
人員数	69名（2025年7月末現在, 役員含）

(2) 企業理念 (Mマートが大切にしていること)

『 流通変革のインフラを創る 』 (Mマートの「パーパス」)

- ・ 飲食店 (買い手) が仕入先の確保に苦勞する状況を解決すべく創業
- ・ 早い時期からネットの可能性に注目、**混乱する日本の流通のプラットフォームとなることを目指す**
- ・ 流通を無人化・効率化する (ネットならば昼夜問わず、販売員が居なくても売れる)

『 謙虚・素直・感謝 』 (Mマート社員の行動指針「バリュー」)

- ・ 社員教育では、**礼儀を重んじています**
- ・ 「**学ぶ組織**」を目指します
⇒過去の知識・経験にとらわれず、柔軟な発想と素直な心で毎日学ぶ人材を積極採用し育成
- ・ 働く環境は「**残業なし、休出なし**」徹底 ⇒ 毎日8時間を集中し、効率的に業務を遂行

『 アジャイル 』 (Mマートの経営の基本方針)

- ・ 流通業+IT技術=世の中の変化を先取りし、**スピードある経営**を実践
- ・ Mマート社員は、行動、言葉、結果において、**アジャイル**であるべき

(3) 沿革(年表)

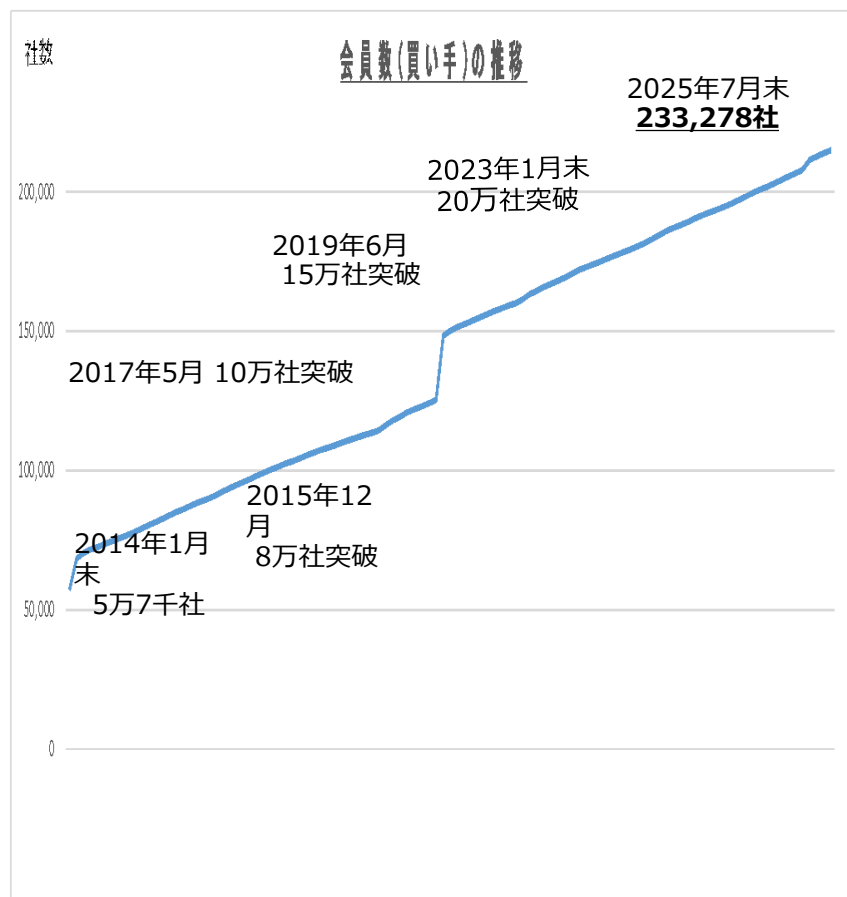
- ・「上質な商品を安く買える」業務用サイトとしての評価を確立、MマートとBnetを中核として「買手企業が集まる⇒売手企業が出店する」という、好循環の仕組みを構築。
- ・派生市場(アウトレット市場/大口取引市場/業務用フリーマーケット,etc.)を次々に開設し、顧客ニーズを深掘り。



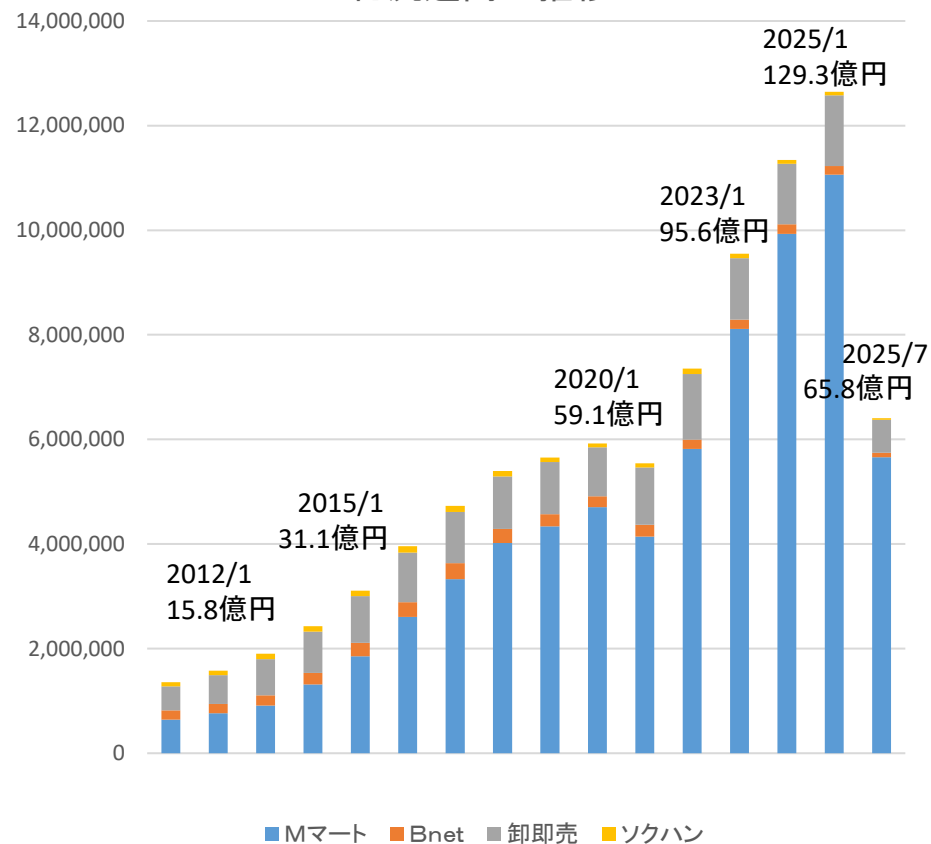
(3) 沿革（業績推移）

2000年設立以来、登録会員数、総流通高*ともに増加中

(*総流通高：当社サイトの買い物カゴでの購入高)



総流通高の推移



(4) 運営サイトの特徴① - サイトには、売れるヒントと工夫が詰まっている - Bnet : 食器などの総合サイト

- ・「**上質な商品を安く買える**」と流通・卸業界における認知度は高い。
- ・「Mマート」は、**飲食店、スーパー、小売店、ホテル・旅館、弁当・給食業者、食品商社、通販業者等々から圧倒的な支持。**
- ・買い手がサイトに自動的に集まる仕組みが10年前から機能、**毎月約1千社の新会員登録。**

Mマート：業務用食材・食品サイト

The screenshot shows the M-mart website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like '食品' (Food), '日用品' (Daily Goods), '業務用' (Business Use), and 'その他' (Others). Below this, there are several promotional banners for different food items, including '特選' (Special Selection), '人気商品' (Popular Items), and '新商品' (New Items). The main content area is divided into sections for different types of food, such as '肉類' (Meat), '魚介' (Seafood), '野菜' (Vegetables), and '調味料' (Seasonings). Each section features images of the products and brief descriptions. The bottom of the page has a footer with contact information and a search bar.

This screenshot shows a detailed product listing on the M-mart website. The header includes the M-mart logo and navigation links. The main section is titled '業務用' (Business Use) and features a grid of product images and descriptions. Each product entry includes a name, a price, and a brief description. The products are organized into categories, and there are filters available to refine the search. The bottom of the page has a footer with contact information and a search bar.

ラプター：業務用フリーマーケット

The screenshot shows the Raptor website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like '食品' (Food), '日用品' (Daily Goods), '業務用' (Business Use), and 'その他' (Others). Below this, there are several promotional banners for different food items, including '特選' (Special Selection), '人気商品' (Popular Items), and '新商品' (New Items). The main content area is divided into sections for different types of food, such as '肉類' (Meat), '魚介' (Seafood), '野菜' (Vegetables), and '調味料' (Seasonings). Each section features images of the products and brief descriptions. The bottom of the page has a footer with contact information and a search bar.

卸・即売：食材アウトレット

This screenshot shows a detailed product listing on the Spot Market website. The header includes the Spot Market logo and navigation links. The main section is titled '卸・即売' (Wholesale/Immediate Sale) and features a grid of product images and descriptions. Each product entry includes a name, a price, and a brief description. The products are organized into categories, and there are filters available to refine the search. The bottom of the page has a footer with contact information and a search bar.

ソクハン：食材以外のアウトレット

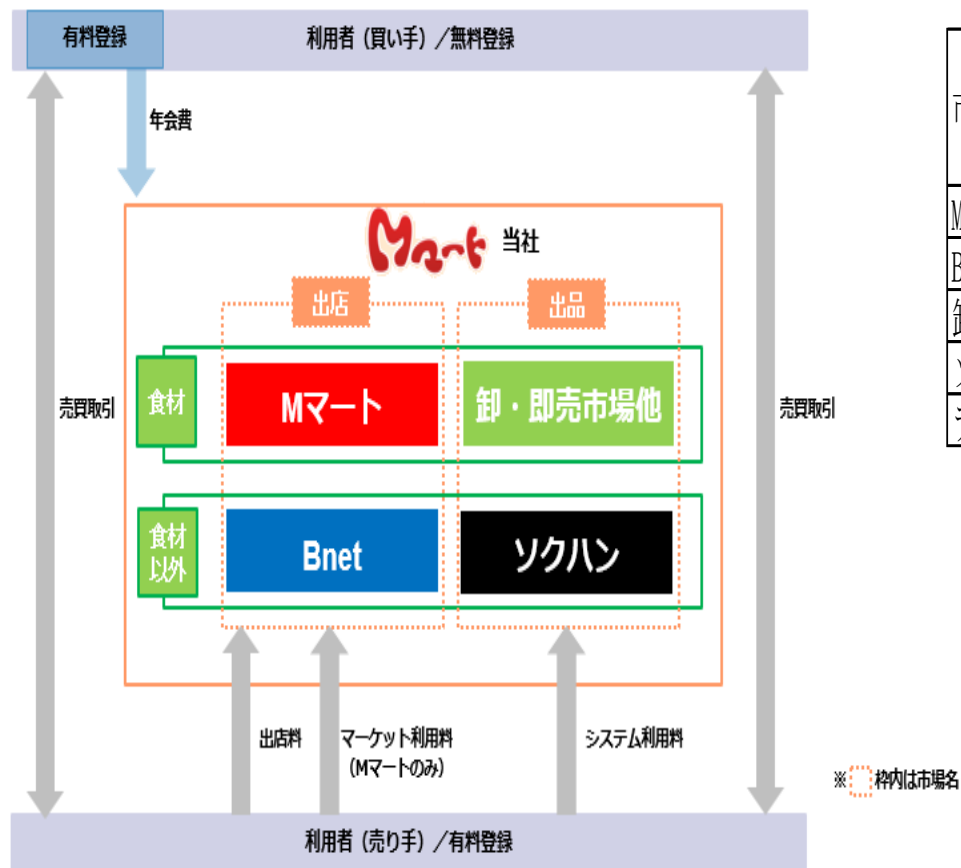
The screenshot shows the Sokkan website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like '食品' (Food), '日用品' (Daily Goods), '業務用' (Business Use), and 'その他' (Others). Below this, there are several promotional banners for different food items, including '特選' (Special Selection), '人気商品' (Popular Items), and '新商品' (New Items). The main content area is divided into sections for different types of food, such as '肉類' (Meat), '魚介' (Seafood), '野菜' (Vegetables), and '調味料' (Seasonings). Each section features images of the products and brief descriptions. The bottom of the page has a footer with contact information and a search bar.

「仕入りたい」入札システム

This screenshot shows a detailed product listing on the M-mart website. The header includes the M-mart logo and navigation links. The main section is titled '仕入りたい' (Want to Buy) and features a grid of product images and descriptions. Each product entry includes a name, a price, and a brief description. The products are organized into categories, and there are filters available to refine the search. The bottom of the page has a footer with contact information and a search bar.

(4) 運営サイトの特徴②

<1> 事業系統図



<2> 主な市場の課金方針 ○ 課金 × 無料

市場	売り手				買い手	
	販売形態	出店料 (固定額)	マーケット/システム 利用料	料率	利用料 (*)	送料
Mマート	出店	○	○	2%	×	○
Bnet			×	×		
卸・即売	出品					○
ソクハン	(匿名)	×	○	12%		(取引価格 に含める)
ラプター						

(*) プレミアム会員 (1万円/年、有料会員 (3千円/年) の制度もあり

売り手の出店料 (月額：税別)

		出店料	出品可能数
基本プラン	Mマート	35,000	100品以内
	Bnet		300品以内
最大のプラン	Mマート	310,000	2千品以内
	Bnet	130,000	1万品以内

(5) ビジネスの特徴

デジタル・プラットフォーム

- ・取引の「場」提供に特化、かつ、**業務用(BtoB)に特化**
- ・「ストックビジネス」 **23万社分の情報ストック**(顧客情報・取引データ, ネットワーク)を活用
- ・「**はずみ車**」効果： 買い手が自然に集まってくる仕組み(サイクル)確立 ⇒ 買い手会員23万社 ⇒ 売り手が集まる

「三方よし」の発想：「**売り手よし、買い手よし、世間よし**」「**相手に得を与えて得を得る**」を实践

買い手は無料で利用(送料負担のみ)、売り手も少額の出費で出店が可能

売り手：実店舗(リアル)の販売人件費や管理コストを削減しつつ、ネットで販路拡大と売上・利益を拡大可能
サイトに24時間掲載：広告宣伝効果＋営業時間外でも売れる＋受注・在庫管理に優れたUX/UI
⇒自社ホームページ的な利用も広がる

買い手：豊富な商品群から、商圏や商権等の制約無く、上質な商品を安価に・必要な時に・必要なだけ仕入れ

顧客を囲い込まず、マッチング後は直接取引もOK ⇒ サイト取引の背後に約15～20倍の直接取引が存在

業界と共に発展するという信念から、また継続仕入れという業者取引の性格にも配慮

売り手は、新たな買い手を開拓するために、出店を継続

⇒ 少額の利用料かつ直接取引OKでも、会員の継続的な増加と高いリピート率で、当社は成長を継続
強みの源泉

(経営・**創業社長の長く確かな業界経験と知見** ⇒ 経営陣・社員、取引先の啓蒙・教育を継続している
営業面) ・売り手と買い手の様々なニーズを適時・的確に見定め、きめ細かくマッチング
⇒ 新市場・新サービスを機動的に開設 ⇒ 販売アドバイザーが販促支援とコンサルティング

(開発面) **サイトの自社開発を貫徹** ⇒ サイトの改修や新市場開設を、低コストかつ「アジャイル」に実行

(財務面) **「持たざる」と「前金主義」** ⇒ 高収益率と好財務体質

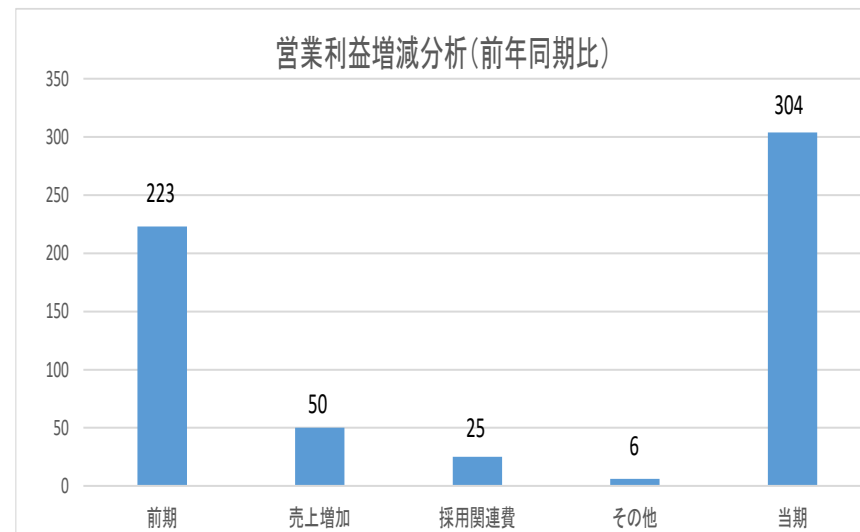
- ・ストックは社外に ⇒ 「持たざる」徹底：在庫なし, 設備なし, サーバーはクラウド化, 借入なし
- ・買い手は、商品発送前に当社へ送金(Mコイン, クレカ, 振込)、配送後に売り手へ当社が送金
⇒ 買い手の信用力を補完する効果、当社財務にも寄与(資金繰り, 貸倒リスク)

Ⅲ. 当上半期実績 2026年 1 月期 2 Q

(1) 上半期P/L

- ・ 前上期比：売上+8%増、営業利益は+36%増
- ・ 利 益 率：営業利益36%⇒45%、純利益23%⇒29%
- ・ 計画進捗：売上 47%、営業利益 50%

(単位：百万円)	2025年 1 月期	2026年 1 月期		前期比 (増減)	予想比 (進捗%)
	前上期	業績予想	上期実績		
営業収益(売上高)	623	1,444	673	50	47%
人件費	247		243	-4	
経費	152		126	-26	
営業費用(販管費)	399		369	-30	
営業利益	223	614	304	81	50%
(%)	36%	43%	45%	10%	
営業外損益	0		0	0	
経常利益	223	614	304	81	50%
特別損益	0		0	0	
法人税等	78		109	31	
当期純利益	145	399	195	50	49%
(%)	23%	28%	29%	6%	
EPS (1株利益)	29.7	81.6	40.0	10.3	



好循環をもたらす「はずみ車」の効果が継続。

- ・ 買い手会員数233,278社（前期末比+2.6%）
- ・ 総流通高66億円（前年同期比+8.2%）

【営業収益(売上高)】

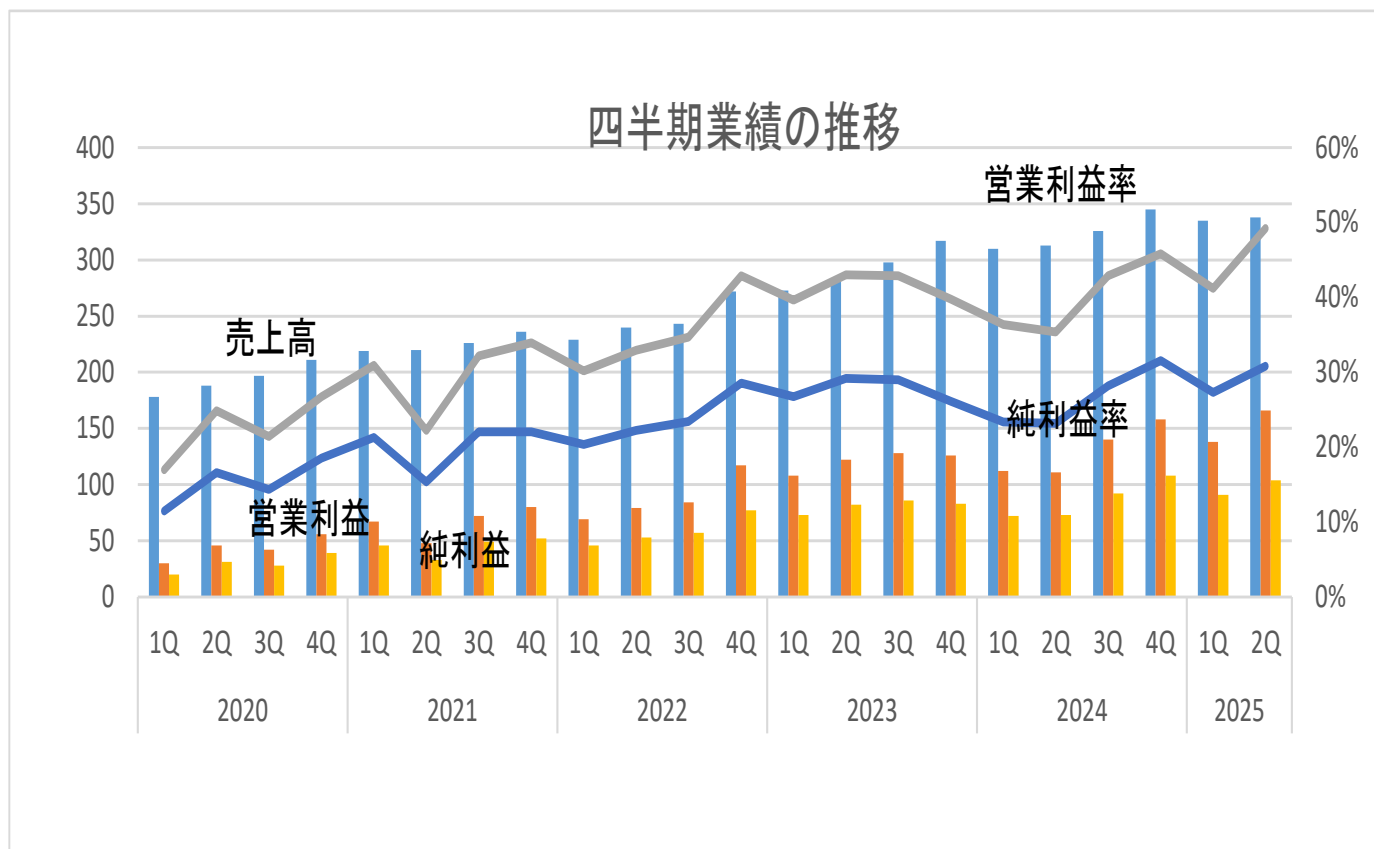
- ・ Mマート市場(食材・食品)が、業績を牽引

【営業費用(販管費)】

- ・ 採用関連費が減少

(2) 四半期業績の推移

- ・ 成長トレンドが終始一貫、利益率も明確なアップトレンド（営業利益率17%→49%）
- ・ 5年平均成長率(CAGR)は、売上高13%、営業利益31%、純利益30%

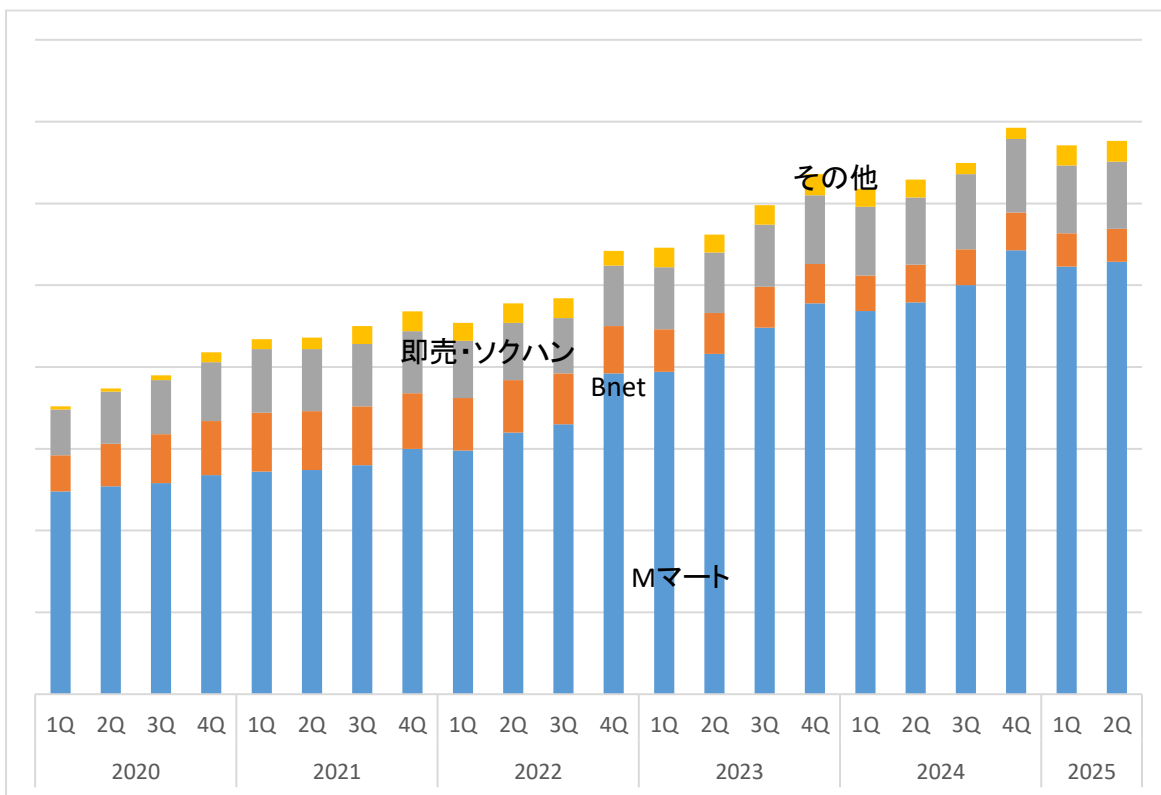


(3) 営業収益(売上高)の推移・内訳

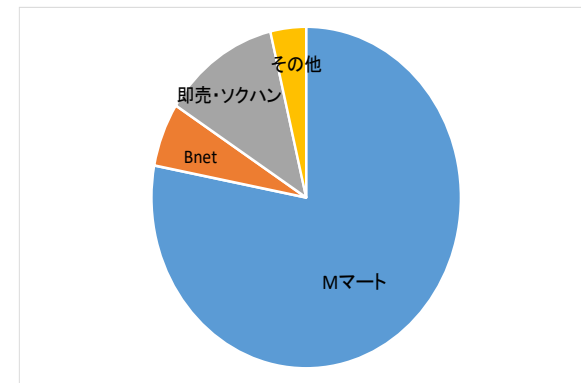
- ・ 最大市場「Mマート」が、順調に売上を伸ばしている。

四半期売上高の推移

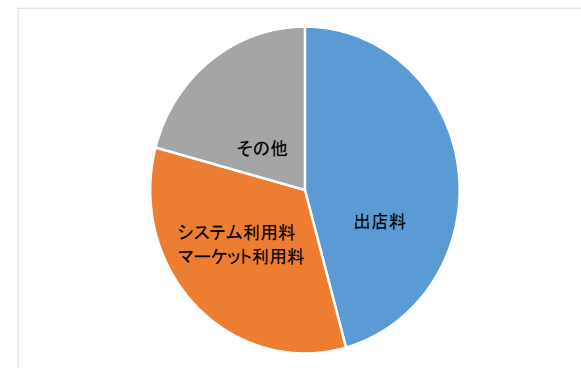
(単位：百万円)



市場別売上高
(2026年1月期上期)



形態別売上高
(2026年1月期上期)

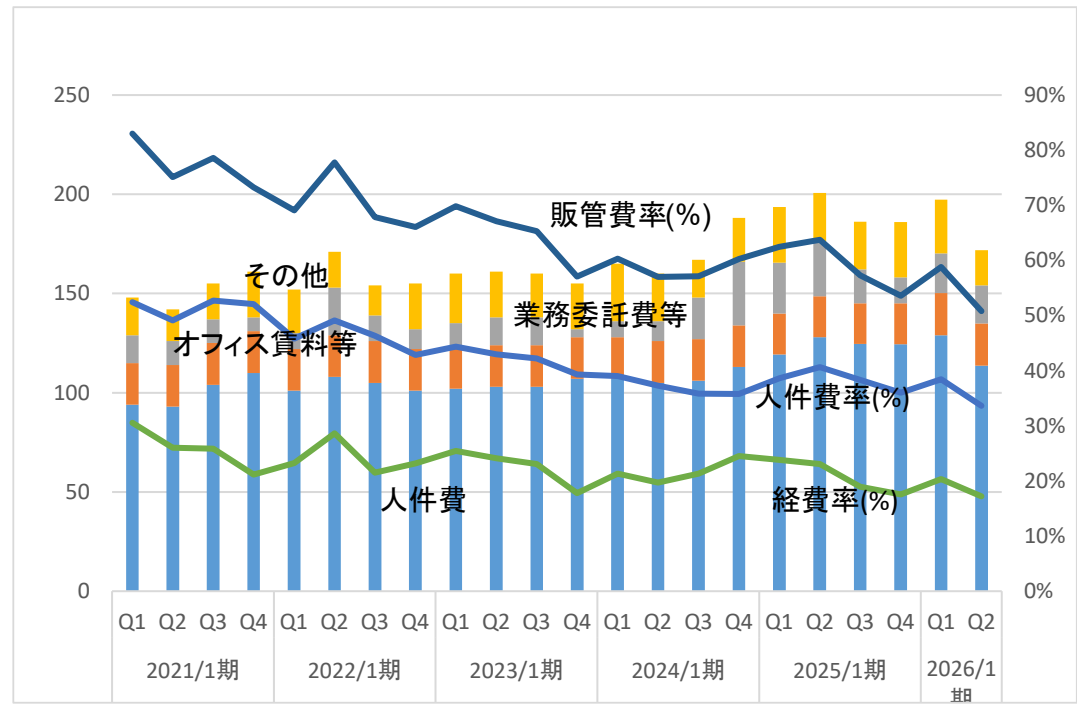


(4) 営業費用(販管費)の特徴と推移

① 営業費用の特徴

- ・ 在庫(棚卸資産)保有なし：変動費(売上比例費)は僅少 ⇒ 高い利益率を維持
- ・ 人件費(営業、システム技術等)が営業費用の66%を占め、経費は固定費(オフィス賃料等)が中心
- ・ 対売上高比率では、販管費率・人件費率とも減少トレンド

② 営業費用(販管費)の推移



③ 人員推移

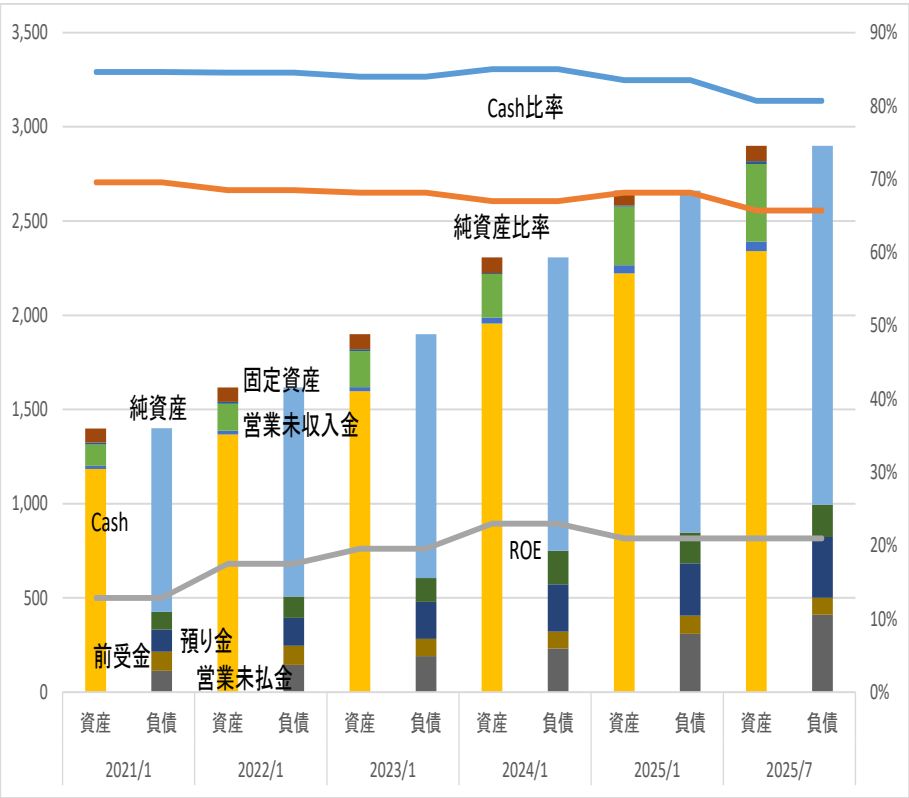
	2021年 1月末	2022年 1月末	2023年 1月末	2024年 1月末	2025年 1月末	2025年 7月末
役員	9	7	7	7	7	7
従業員 (*)	62	55	60	61	66	62
人員 計	71	62	67	68	73	69
(*)従業員には契約社員を含む					年換算	
一人当たり売上 (百万円/人)	13.7	15.5	17.1	20.3	20.3	21.1
年平均人員	56.7	58.1	57.7	57.8	63.9	63.8

(5) 財政状態 (B/S, C/Fの特徴と推移)

1. B/Sの特徴

- ・純資産比率は66%
- ・無借金、資産の81%がキャッシュ
- ・在庫(棚卸資産)保有は無し、固定資産は僅少
- ・負債は、営業上の前金(前受金, 預り金等)が主要な割合を占める

2. B/S推移 ※厚い純資産を維持しつつ、ROEは20%を超える



3. C/Fの特徴

- ・営業C/F：利益を着実に営業キャッシュフローへ反映
運転資金は流入(プラス)方向 (←前金主義)
- ・投資C/F：定期預金への資金移動と、システム投資
- ・財務C/F：主に配当金の支払、借入金は無し

4. C/F推移

(百万円)	2023/1期	2024/1期	2025/1期		2026/1期
	通期	通期	上期	通期	上期
営業C/F	285	426	146	354	227
税前利益	350	482	223	505	304
減価償却費	2	2	1	3	2
運転資金	33	50	39	20	28
法人税等支払	-106	-131	-101	-177	-89
その他	5	23	-16	3	-18
投資C/F	-38	-33	-15	-30	-22
定期預金預入	-30	-30	-15	-30	-15
その他	-8	-3	0	0	-7
財務C/F	-48	-63	-87	-88	-102
配当金支払	-48	-63	-87	-87	-102
その他	0	0	0	0	0
キャッシュ増加	198	329	43	235	102

(6) 財務方針と配当

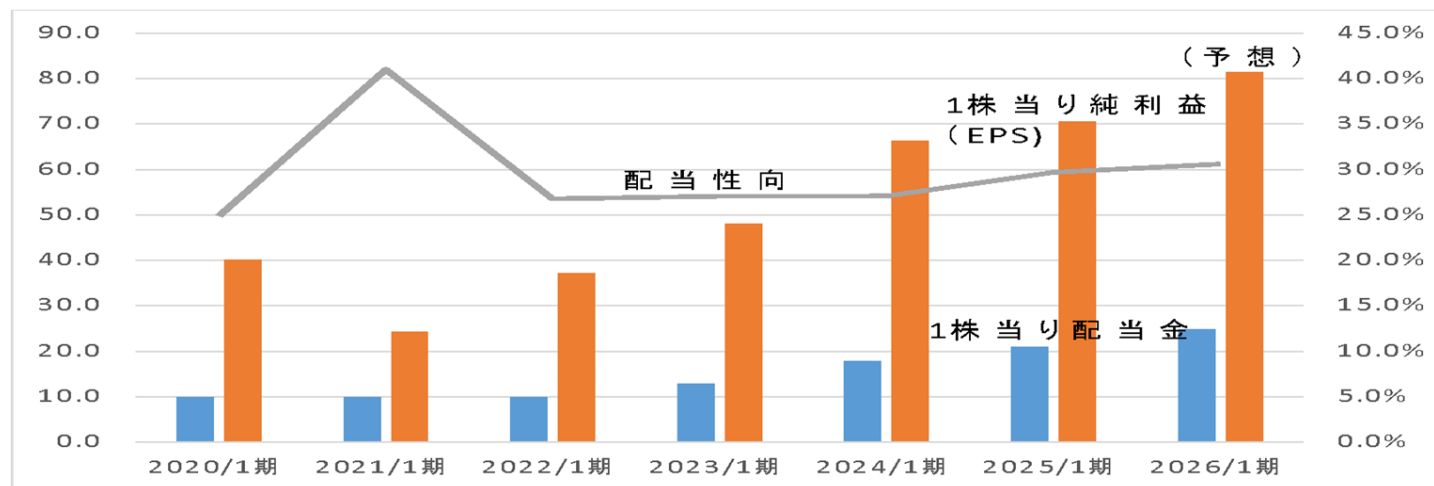
1. 財務方針

- ・当社は成長過程にありますので、内部留保を充実させ財務体質強化を図ること及び企業規模を拡大し、更なるサービスの開発、新規事業の立ち上げを行うことが重要です。
- ・同時に、株主に対する利益還元を、重要な経営課題と認識しております。

2. 配当金額（当期、来期）

- ・ 2025年1月期：期末配当**21.0円/株**（前期比**3円増配**）配当性向**29.7%**
- ・ 2026年1月期：期末配当**25.0円/株**（**4円増配を計画**）配当性向**30.6%(見込)**

3. 1株当たり配当金、配当性向の推移



Ⅳ. 成長戦略について

(1) 基本的な考え方

【1】国内ファンダメンタルズ

人口減少が加速、企業の廃業・倒産が増加傾向

- ・流通業界のパイは減少の一途、中小業者にしわ寄せ
⇒ 売上の維持すら、ますます難しく
- ・人材不足が深刻化：省人化・生産性向上は重要課題

⇒集客力あるネットビジネスにとっては、むしろ追い風

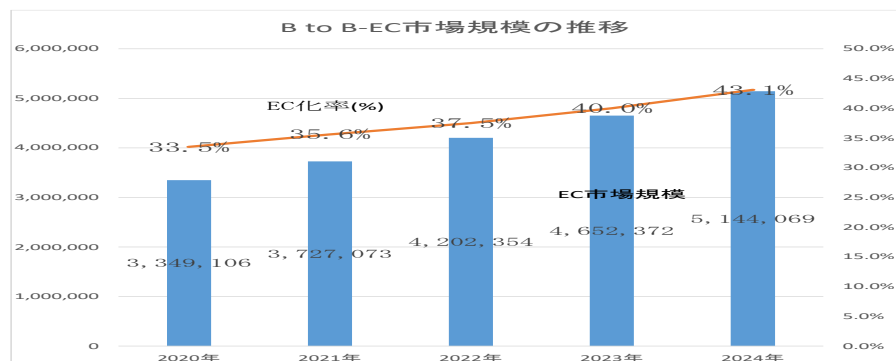
【2】流通・卸業界の現状

※経産省の2024年調査では、卸売業界(BtoB)のネット取引高128兆円、EC化率は40.3%

⇒これには大手GMS等のEDI取引が含まれ、そのウェイトが高い

- ・当社の主戦場である中小卸では、ネット移行はまだまだ進んでいない
- ・他方で、業界の流通の仕組みが滞る中で、ネット取引に活路を見出す企業も増加

⇒Mマートで販路拡大に成功し、感謝される事例が多数



【出所】 令和6年度 電子商取引に関する市場調査報告書（経産省）

【3】当社の現状

- ・ オーガニック成長の余地まだまだあり(業界の現状から見て)
- ・ 顧客ストックの蓄積が進み(23万社)、新規会員登録の勢いも止まらず 『はずみ車』効果
⇒ 好循環サイクルが加速し、成長加速のチャンス到来

【4】成長戦略

当社の特徴・強みを「磨き、突き詰める」

①「データ・ドリブン経営」を磨き上げる

- ・創業以来蓄積した顧客ストックとデータを徹底活用
(品揃え、売り方、価格、etc.)
- ・データを生かした出店社の支援・コンサル活動強化
- ・「取引から情報へ」:取引に加えて情報を販売
⇒有用な情報を、アドバイスを添えて提供
- ・データを生かしたマーケティング活動も強化

② 特徴ある市場を育成

- ・市場「使い分け」を支援、効率的に取引マッチングを図る

③新たな市場・販売形態の導入

- ・買い手の積極的な需要に応える新市場・販売形態を検討

④人材・システム投資を推進

- ・専門人材採用と社員の再教育(営業・デジタルマーケティング・IT)
- ・UX/UI改善を継続：売りやすく、買いやすい「場」に
⇒これらの投資により、取引拡大を狙う

（２）成長戦略（具体的施策） - 強みを「磨き、突き詰める」 -

① 「データ・ドリブン経営」を磨き上げる

- ・ UX/UI改善：Mマーケットにおける継続的改善
- ・ 「複数ロット販売」機能の追加（2024年2月～）
- ・ AI（ChatGPT）の実用化（2023年4月～、食材系サイトの出品・販促を支援）
⇒AIが商品説明と盛り付け写真、おすすめレシピ、国別レシピを提案
- ・ 「継続ワンクリック発注」機能⇒利便性を高め、継続取引の需要を取り込み

② 特徴ある市場を育成

- ・ 催事「クラッシュ・プライス」を定期的に継続開催
- ・ 「Mマーケットセクション」を新設（2024年2月～）
- ・ 「漁協・農協組合市場」を新設（2024年7月～）
- ・ 「お米オークション」を新設（2025年1月～）

③ 新たな市場・販売形態の導入

- ・ 「バルレル（販売と集金の代行）」：準大手以上の会社（資本金30百万円以上、2億円以下）を対象として本格的に取り組んでいる。強みである販売力と集金力（前金制）を活かし、委託元・弊社ともにノーリスクの新規拡販事業の開始

④ 人材・システム投資を推進

- ・ 営業・システム部門等で中途採用により強化・拡充
⇒営業力・開発力の強化、業務効率化を推進

(3) 通期の着地見通し

【過去最高の売上・利益更新を計画（通期業績予想に変更なし）】

(単位：百万円)	2025年1月期	2026年1月期	増減
	(FY2024)	(FY2025)	
	実績	計画	
営業収益(売上高)	1,294	1,444	150
人件費	496	558	62
経費	276	272	-4
営業費用(販管費)	772	830	58
営業利益	521	614	93
(%)	40%	43%	2%
営業外損益	-16	0	16
経常利益	505	614	109
特別損益	0	0	0
法人税等	159	215	56
当期純利益	345	399	54
(%)	28%	28%	0%
EPS (1株利益)	70.7	81.6	10.9

売上高14.4億円：12%増収

- ・「Mマーケット」市場(食材・食品)が、引き続き成長を牽引
⇒複数ロット販売、継続ワンクリック発注の機能活用
- ・特徴ある市場の育成
- ・新市場や新機能の創設による取引拡大（バルレルなど）

営業費用(販管費)8.3億円：7%増加を織り込み

- ・人材投資（営業/マーケティング/IT人材）を継続：人件費に織込み
- ・経費：採用費を織込みつつ、経費全体は抑制

営業利益6.1億円：18%増益、営業利益率43%(+3ポイント)

営業外損益、特別損益に大きな項目なし

当期純利益3.9億円：15%増益、純利益率28%(+0ポイント)

- ・EPS(1株当たり純利益)：81.6円/株(+10.9円/株)
- ・期末配当：25.0円/株を予定(前期比4円増配、配当性向31%)

V. 社会貢献活動 - ESG/SDGsの取り組み

当社の事業自体、社会貢献度が高い。特筆すべき活動としては、

(1) 「卸・即売」市場を開設・運営（2008年～）

食品ロス削減に寄与：余剰在庫や賞味期限の近い食材・食品を「売り切る」サイト

(2) 農水省が推進する「食品ロス削減国民運動」を応援

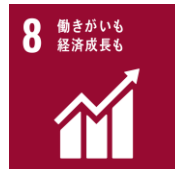


(3) 新宿区にお米 3.6トン／年を寄付（2023年3月より、毎月300kgずつ12ヶ月間お送りする）

社会福祉協議会とも連携し、子供食堂などを通じてお米が必要な方々に毎月配布

子ども食堂などから「お米の評判がとても良いです」との声が多数届いています

今後とも、社会貢献を意識しつつ本業に邁進してまいります。





流通変革のインフラを創る

－仕入はリアルからネットへ－

【お問合せ先】

株式会社Mマート I R担当

TEL : 03-6811-0124

FAX : 03-6811-0139

Mail : ir@m-mart.co.jp

免責事項

本資料における将来予想に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した見通しであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、実際の業績は様々な要因の変化により、これらの将来予想と異なることがあることをご承知おきください。