

成長可能性に関する説明資料



2020年3月

株式会社ミクリード

証券コード：7687



MICREED

事業概要

- 個人経営の中小飲食店の困っていることを解決するための商品・サービスの提供が事業コンセプト
- 飲食店への食材の通信販売のパイオニアとして、アクティブユーザーが1万店を超える
- 自社システムの稼働により、サービスの充実を推進。IPOをさらなる飛躍の機会とする

当社の強み・特長

①商品特性・品揃え

- 食品卸やC&Cにはない通販ならではのロングテールな品揃えで、**中小飲食店のセントラルキッチン**を目指す

②商品価格・商品提案

- カタログで商品検索の一覧性を提供。販売期間中は価格を維持し、すべての顧客に平等
- WEBの検索性を最大限生かし、商品の詳細情報やアレンジ方法・比較商品など様々な情報を提供

③注文・配送

- 欲しい時に欲しいものを1パックからお届け。365日受注・出荷体制

成長戦略

EC化率のアップにより、より価値ある商品・情報・サービスを提供する

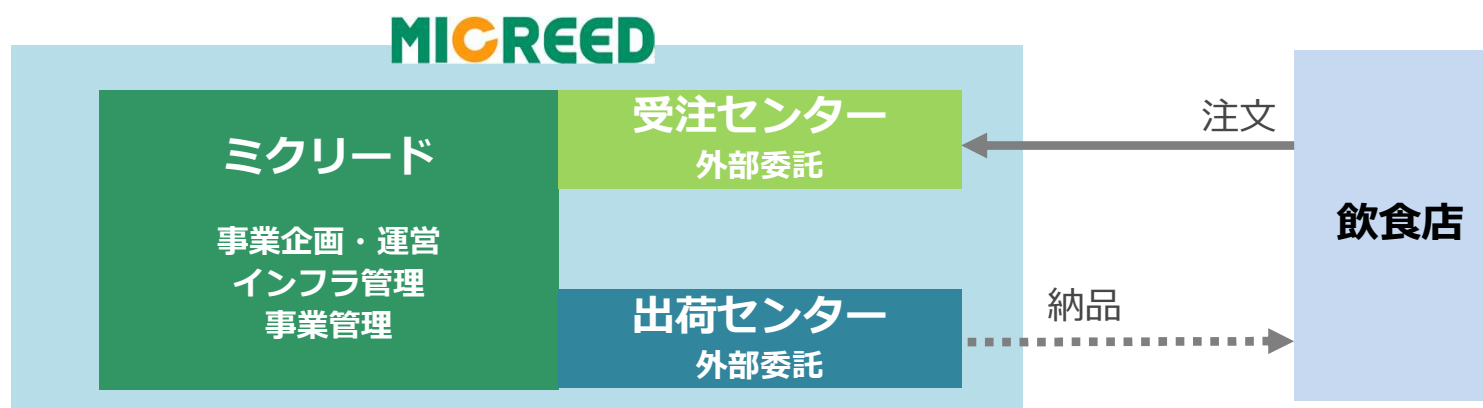
- 段階的なWEBサイトのリニューアルによりWEB受注率が大幅にアップ。登録⇒注文の動線を改善し、有益な情報の充実させることで、新規顧客の拡大を図る
- 取扱商品の拡大・新サービスの開発などにより、顧客単価のアップ・居酒屋以外の業態の顧客層へのアプローチを進める

1.事業概要

2.当社の強み

3.成長戦略

会 社 名	株式会社ミクリード (MICREED Co.,Ltd)
設 立	2012年11月 (創業は1995年10月)
所 在 地	東京都中央区日本橋二丁目16番13号 - 出荷センター (千葉県習志野市) - 受注センター (佐賀市)
資 本 金	5,000万円 (2019年12月末現在)
代 表 者	片山 礼子
役 職 員 数	役職員数22名 (常勤19名、非常勤役員3名)
事 業 内 容	通信販売による飲食店向け業務用食材等の企画・販売



3つの厨（くりや）をリードする
MICREED

【経営理念】

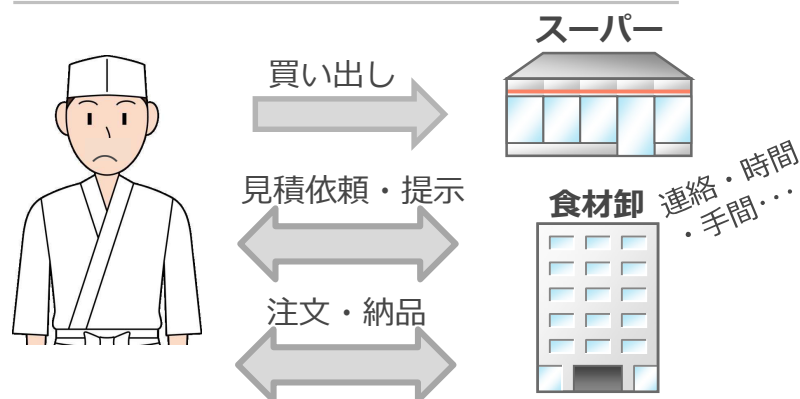
日常生活の笑顔溢れる食事シーンに貢献する

【行動指針】

- 私たちは、期待を超える提案で、お客様を笑顔にします
- 私たちは、安心・安全な商品やサービスを、安定的に供給します
- 私たちは、小規模経営や個人経営者の事業発展に貢献します
- 私たちは、仲間と夢とビジョンを共有し、絶えず革新し続けます
- 私たちは、食べ物など、物を無駄にすることなく、社会に還元します

- 当社は、居酒屋をメインとした中小飲食店が、困っていることを解決するための商品やサービスを提供することを目指しています
- 外部環境の変化によりニーズも変化しますが、その変化を的確に把握し、軌道修正したり、新しいことに取り組んでいます

従来の食材仕入れ



注文できるまで、時間も手間もかかる
もっと手軽に食材を注文したい

商品はあるか？いくらか？見積が必須

定価がなく、食材卸の言い値

注文は月～土曜の9～18時まで

欠品は日常茶飯事

納品は毎週2回決まった曜日

ミクレードを活用した食材仕入れ



余計な連絡は不要！いつでも誰にでもどの商品でも
公平な価格で1個から注文できる

WEBやカタログ・小冊子で商品案内

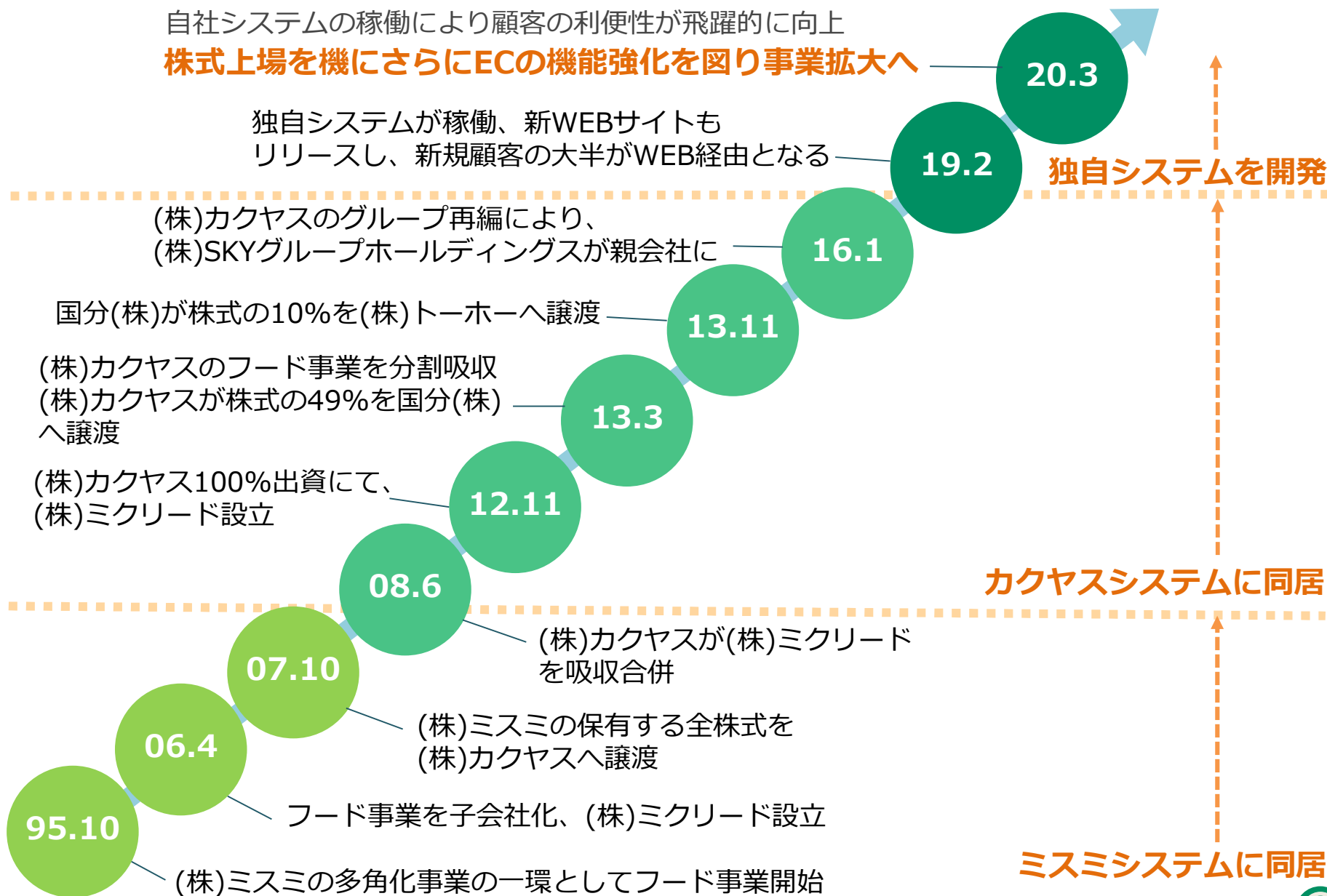
平等な表示価格・有効期間中は価格保証

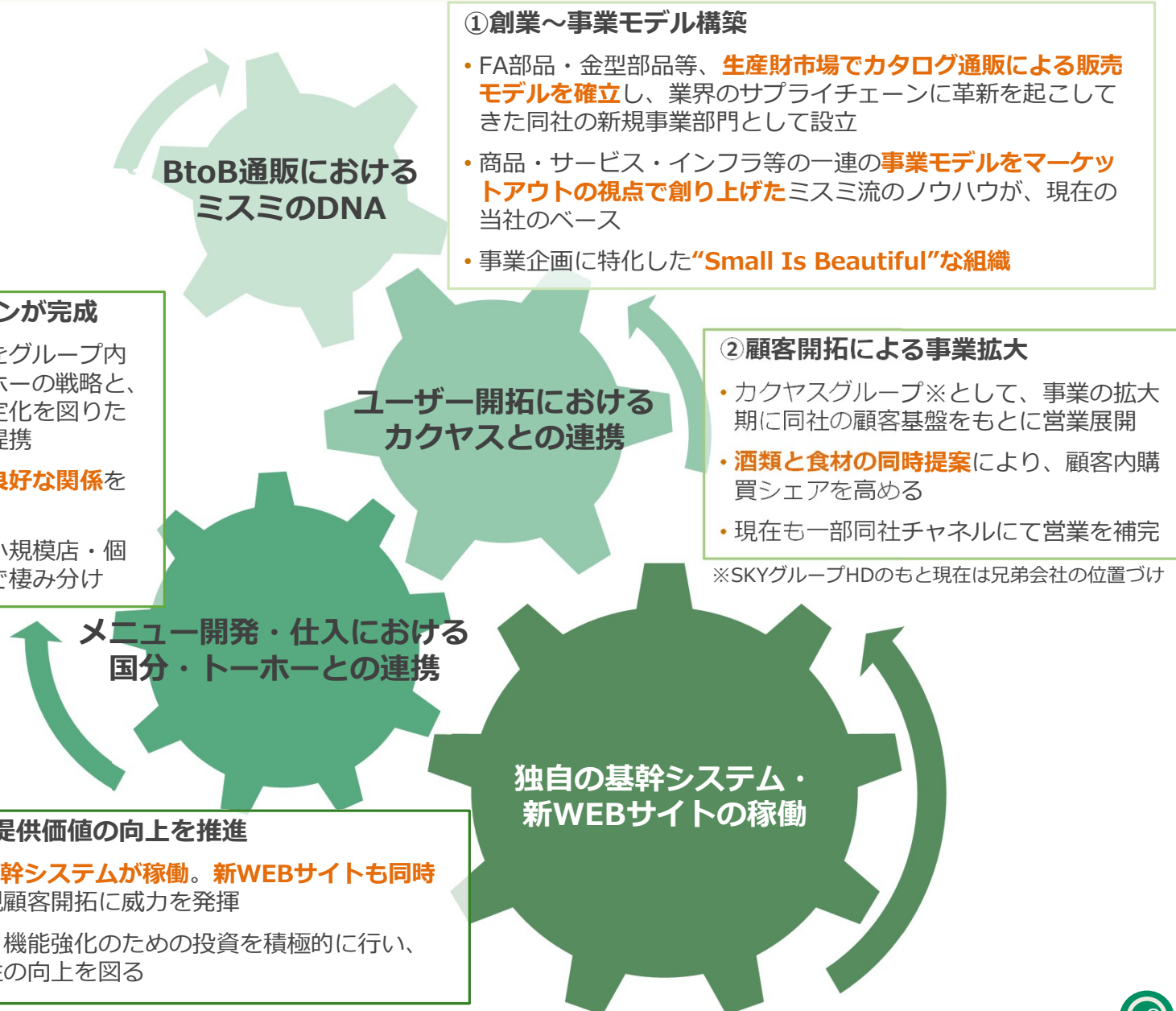
注文は365日の9～26時まで (WEBは24時間)

お届け保証率99.8%*

納品は365日ご指定日に！

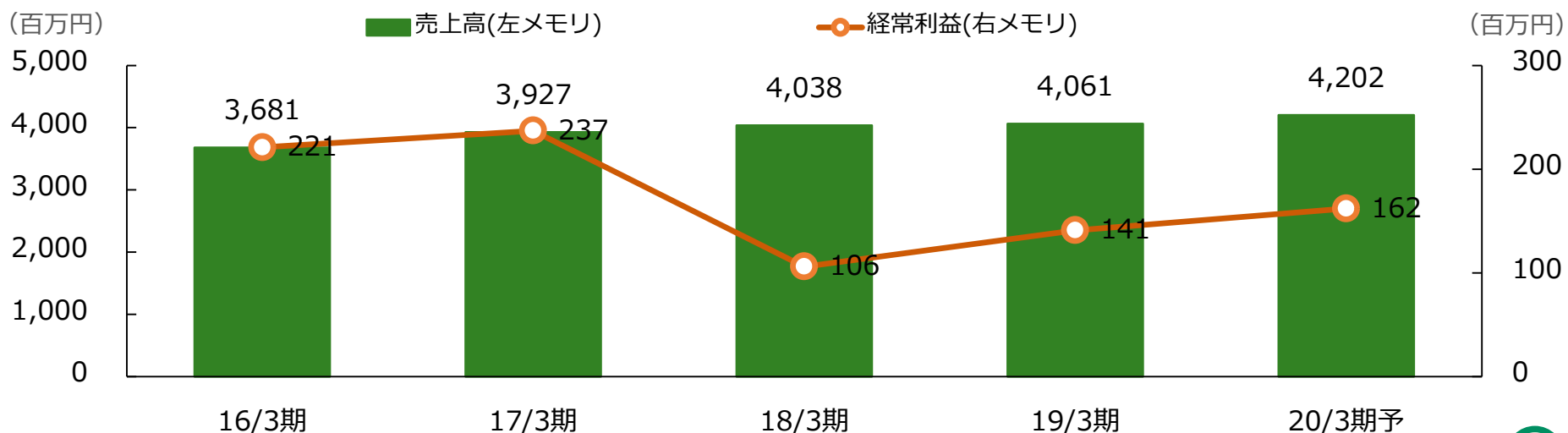
*お届け保証率とは、注文時のお届け予定日にお届けした率





- 17.3期中にIPOを目指すことを決め、体制作り着手
- 18.3期以降、関連会社間取引の整理を実施すると共に、IPO準備に向け販管費が増加
- 19.3期にはシステムのリプレイスも終了し、EC強化により、売上・営業利益の伸びが加速

	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	CAGR (FY17-FY19)	利益率平均 (FY17-FY19)
	FY15 (実績)	FY16 (実績)	FY17 (実績)	FY18 (実績)	FY19 (見込)		
売上高	3,681	3,927	4,038	4,061	4,202	2.0%	—
YoY	-	6.7%	2.8%	0.6%	3.5%		
経常利益	221	237	106	141	162	23.1%	3.3%
YoY	-	7.0%	-54.9%	32.4%	14.9%		
経常利益率	6.0%	6.0%	2.6%	3.5%	3.9%		
当期純利益	138	141	34	110	118	83.6%	2.1%
YoY	-	2.2%	-75.3%	215.6%	7.3%		
当期純利益率	3.8%	3.6%	0.9%	2.7%	2.8%		



1.事業概要

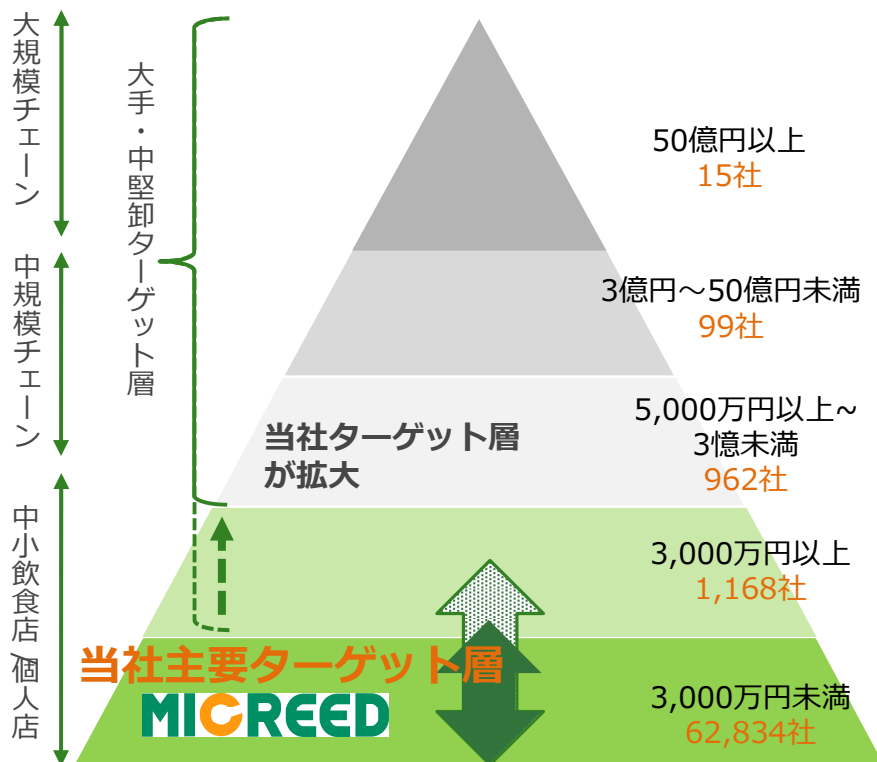
2.当社の強み

3.成長戦略

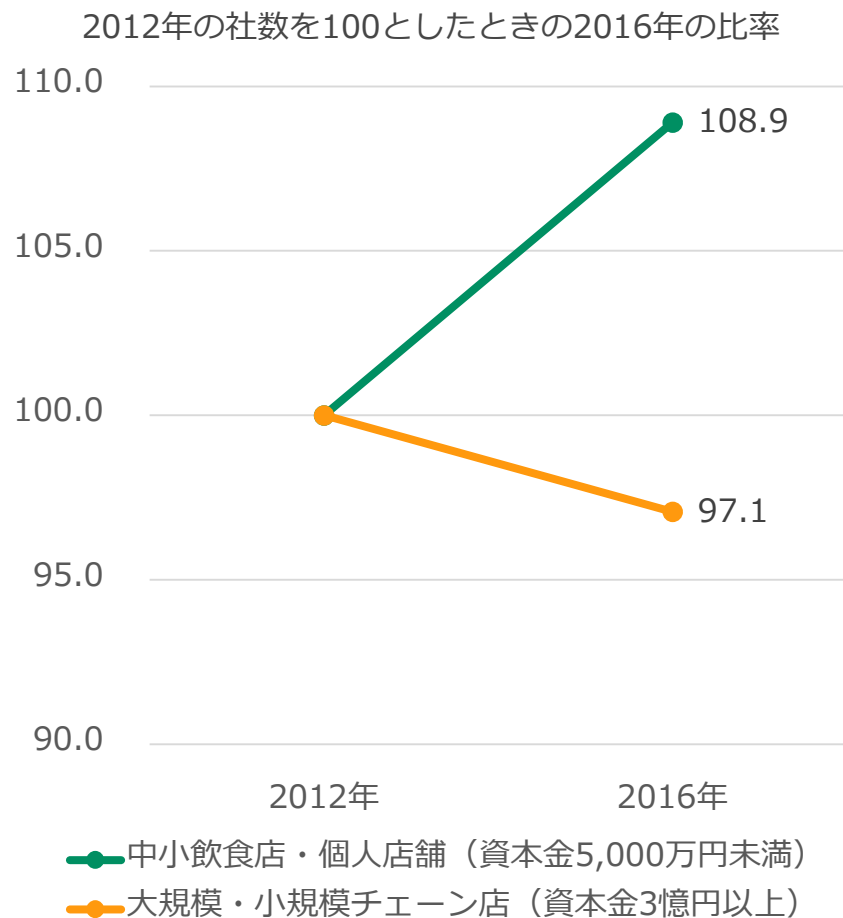
最も店舗数の多いゾーンが主要顧客

- 当社は、業務用食品卸がターゲットにしない中小飲食店が主要顧客層
- 近年、志向の多様化によるチェーン離れや働き方改革の進展による業務用食品卸の顧客絞り込みから、利用顧客数は拡大傾向

資本金別飲食店社数



規模別飲食店社数：推移

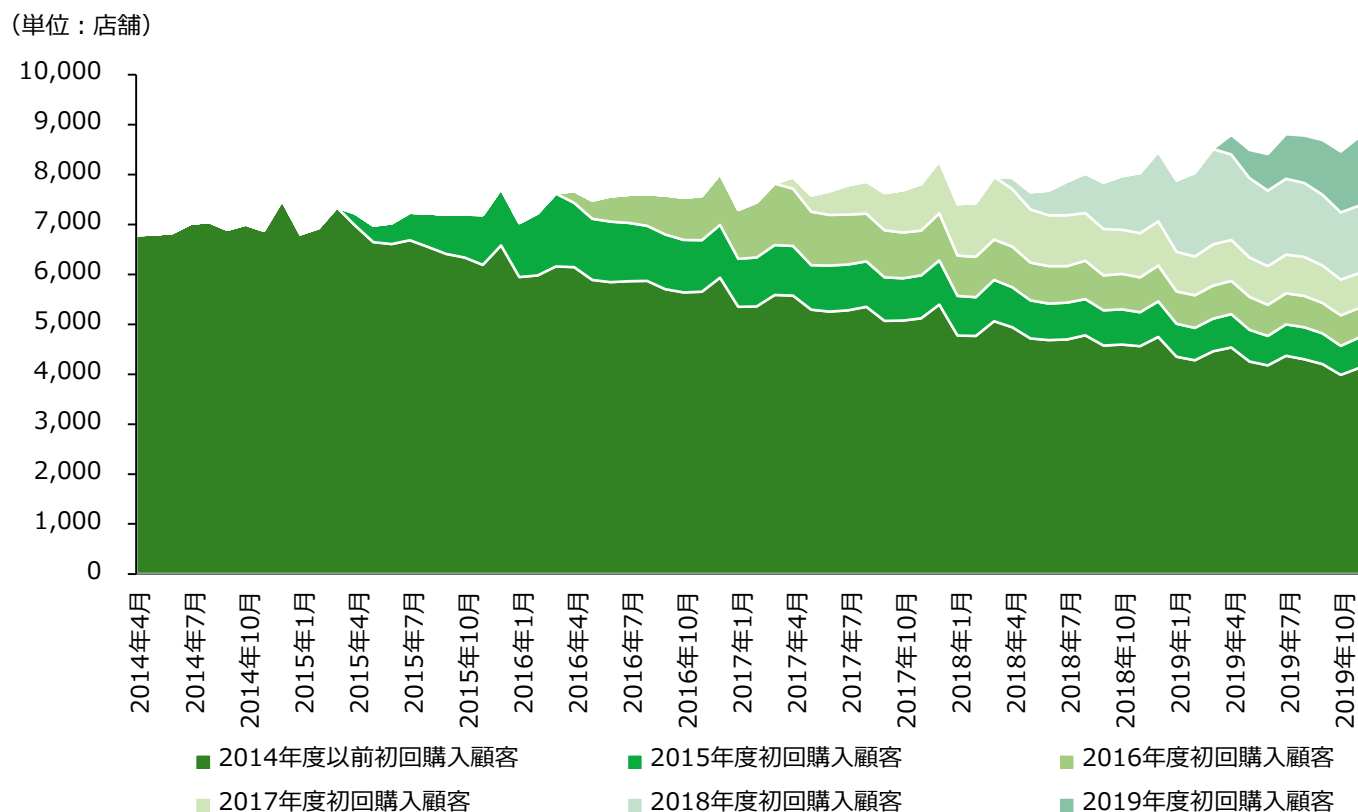


出所：総務省統計局「平成28年経済センサス-活動調査」「平成24年経済センサス-活動調査」

- 毎月、日本全国の1万店舗（販売代理店経由含む）を超える顧客が利用
- 高い利便性から、顧客の初回購入後5年以内離反率は約40%となっており、業界の開業後5年以内閉店率81.4%（※）の約半分。当社の利便性をうまく活用している経営者から高い支持を受け、彼らの店舗の継続運営に寄与している
- 2018・2019年度の新規顧客獲得は新WEBサイトの効果で過去の**オフライン対応と比較し倍増**
- 新規店舗数の積上げと高い継続率から、月次業績は安定的に向上。**業績蓋然性は高い**

※(株)シンクロ・フード調査

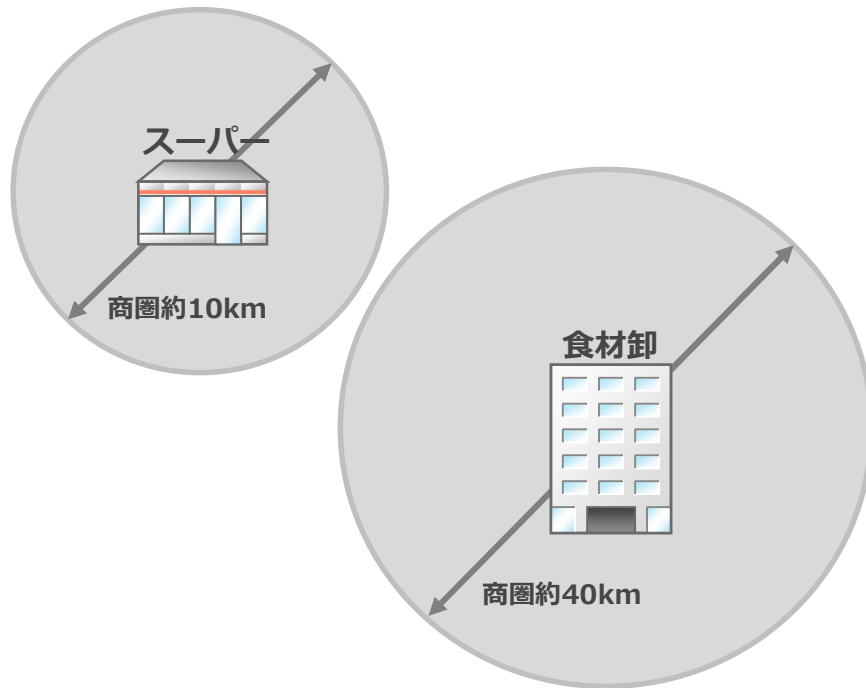
新規獲得期別顧客店舗数（販売代理店経由除く）



ターゲット顧客

- 競合のスーパーや業務用スーパー・食材卸などが、店舗や倉庫から一定の範囲を商圏とするのに対し、当社は、通販モデルのため**日本全国を商圏**としている
- 商圏を日本全国とすることにより、**居酒屋をメインとした中小飲食店に特化**した商品やサービスを提供することを目指す

スーパー・食材卸

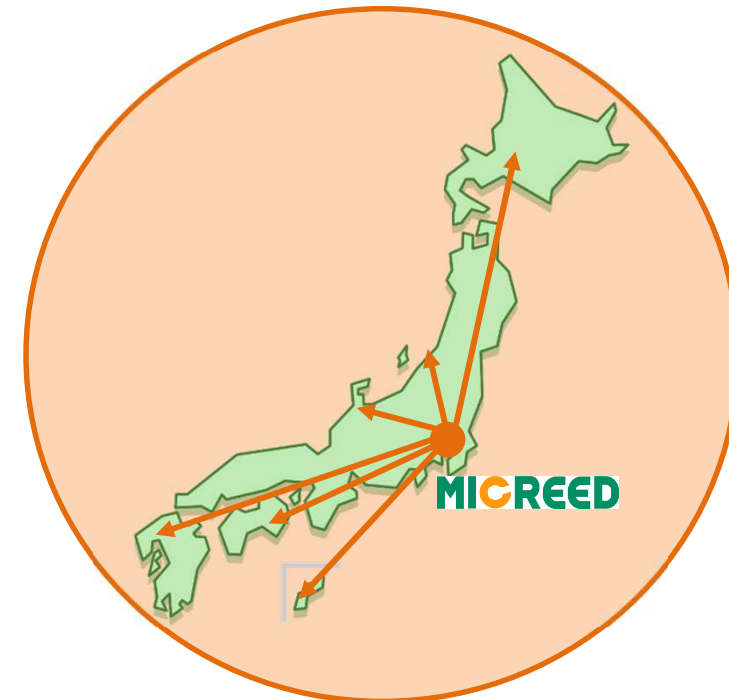


商圏が限定されている

ターゲット顧客を絞り切れない

汎用的な商品の品揃え

ミクレード



商圏は日本全国

居酒屋をメインとした中小飲食店

中小飲食店をサポートする品揃え

当社の特長①：商品特性・品揃え

- 中小飲食店に特化した通販ならではのロングテールな品揃え（食品卸にない、業務用C&Cにも並んでいない商品像）“**中小飲食店のセントラルキッチン**”を目指す
- 中小飲食店の**保管効率・ロス率**などを勘案した、バラ凍結・シート入り・個食・小パック商品
- 中小飲食店の**独自色を発揮**するための“**下処理済み食材**”・“**流行品**”・“**季節品**”

個食パック：たこぶつ



下処理済み食材：豚バラの柔らか煮



セット商品：焼き鳥盛り合わせ



下処理済み食材：焼きナス



シート入り：するめいか刺身



流行品：チーズハッドグ



カット済み：
プチカットケーキ（抹茶）



バラ凍結：カットレモン



流行品・個食パック：
タピオカドリンクの素



季節食材：
さくら生麩スライス



当社の特長②：商品価格・商品提案



- カタログ期間中ならいつでも・誰でも**平等な価格**を提示・キープ
- 様々な媒体で商品を紹介。**カタログ**ではその一覧性を！**WEB**ではその検索性を提供！
- WEBでは、さらに商品詳細情報やアレンジ方法や関連商品や比較商品をご紹介し、その選択要件を整理してお伝えするなど、様々な情報を提供！

カタログ VOL.35



小冊子



WEBサイト
商品情報



EC
トップページ

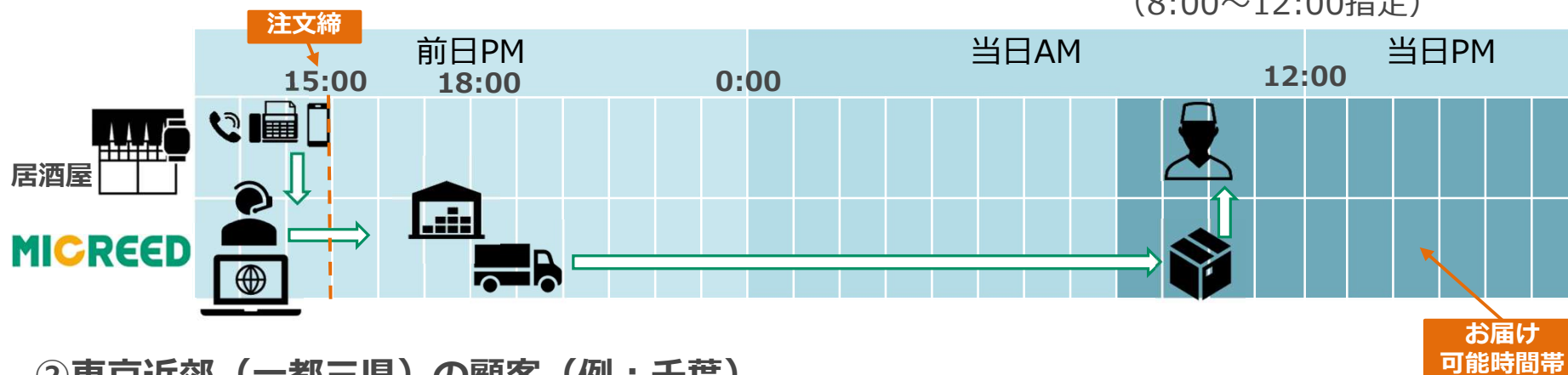


当社の特長③：注文・配送

- 中小飲食店の日々の業務を棚卸し、最適なインフラを構築
- **欲しい時に欲しいものを1パックから注文・お届け可能！**
- **365日受注・出荷可能**。閉店後に在庫を確認して注文できるよう**26時（AM2時）まで**オペレーターが受注対応

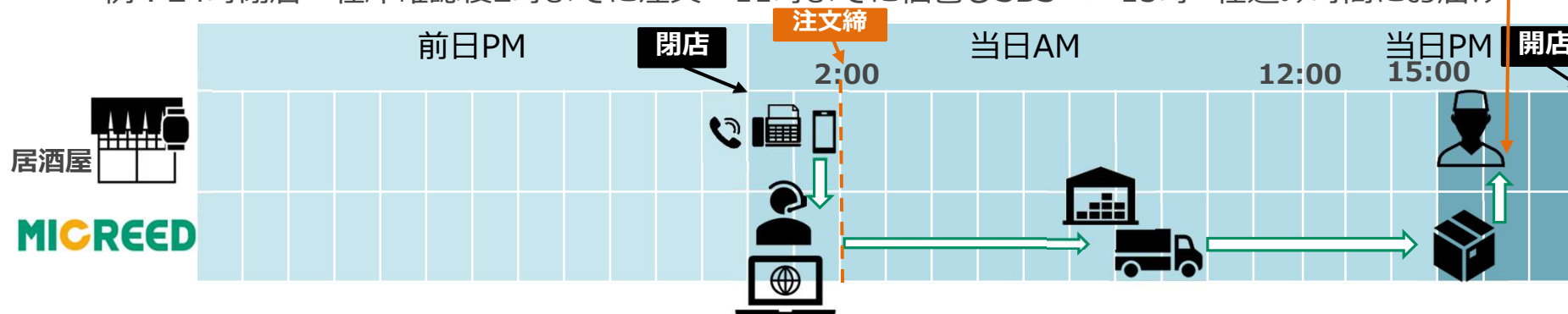
①地方（一都三県以外）の顧客（例：広島）

例：ランチ後、前日15時までに注文⇒18時までに梱包しヤマト運輸へ⇒翌AM以降指定時間にお届け（8:00～12:00指定）



②東京近郊（一都三県）の顧客（例：千葉）

例：24時閉店・在庫確認後2時までに注文⇒11時までに梱包しSBSへ⇒15時～仕込み時間にお届け



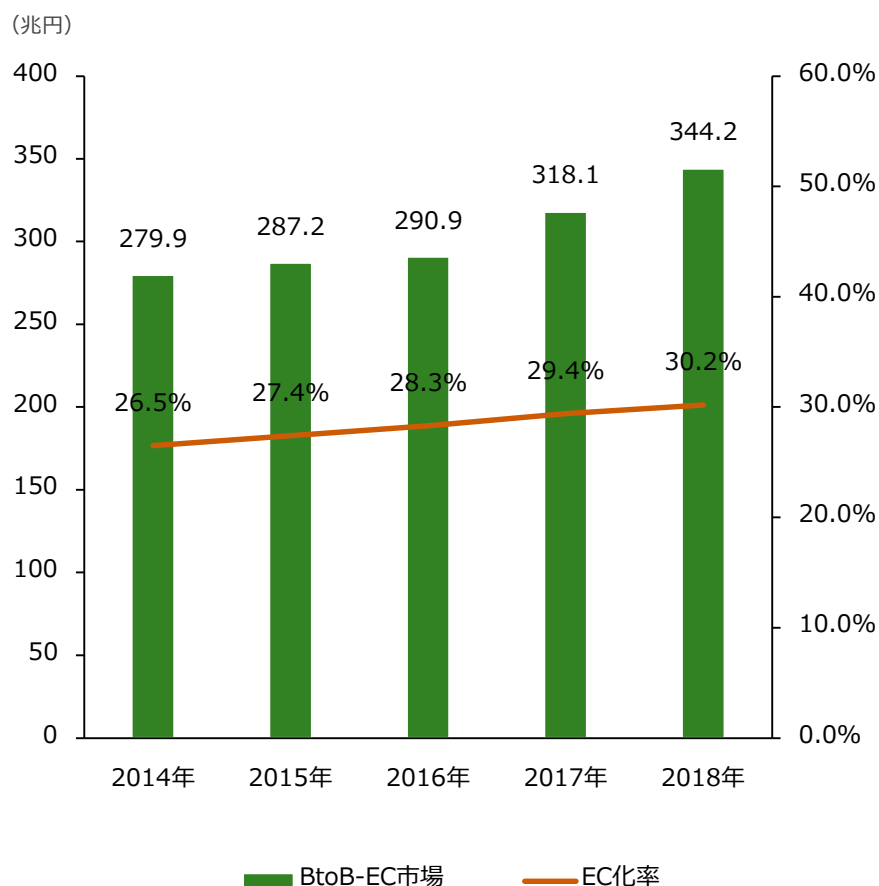
1.事業概要

2.当社の強み

3.成長戦略

- BtoB-EC市場は、巨大且つハイペースでEC化が進展
- BtoB-EC市場の中でも、当社が属する卸売業種は、最も市場規模が大きいにも関わらず、EC化率は平均を下回り、今後の成長に期待

BtoB-EC市場規模推移



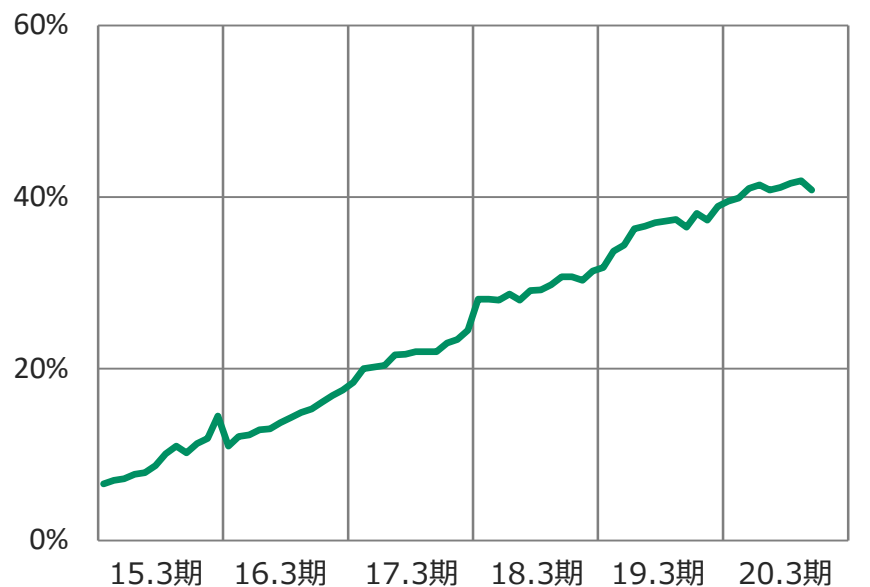
BtoB-EC市場規模の業種別内訳

		EC市場規模 (億円)	対前年比	EC化率
建設	建設・不動産	166,510	10.4%	11.0%
製造	食品	244,040	6.2%	55.6%
	繊維・日用品・化学	341,950	7.9%	40.6%
	鉄・非鉄金属	214,900	8.9%	35.8%
	産業関連機器・精密機器	156,640	11.0%	33.1%
	電気・情報関連機器	358,000	6.3%	53.5%
	輸送用機械	500,560	5.8%	63.2%
情報通信	情報通信	133,990	5.6%	18.8%
運輸	運輸	97,550	4.7%	15.9%
卸売	卸売	1,039,510	10.5%	27.7%
金融	金融	128,620	6.1%	20.9%
サービス	広告・物品賃貸	38,210	4.7%	12.8%
その他	小売	17,860	19.8%	-
	その他サービス業	3,960	27.7%	-
合計		3,442,300	8.2%	30.2%

出所：経済産業省「平成30年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」より

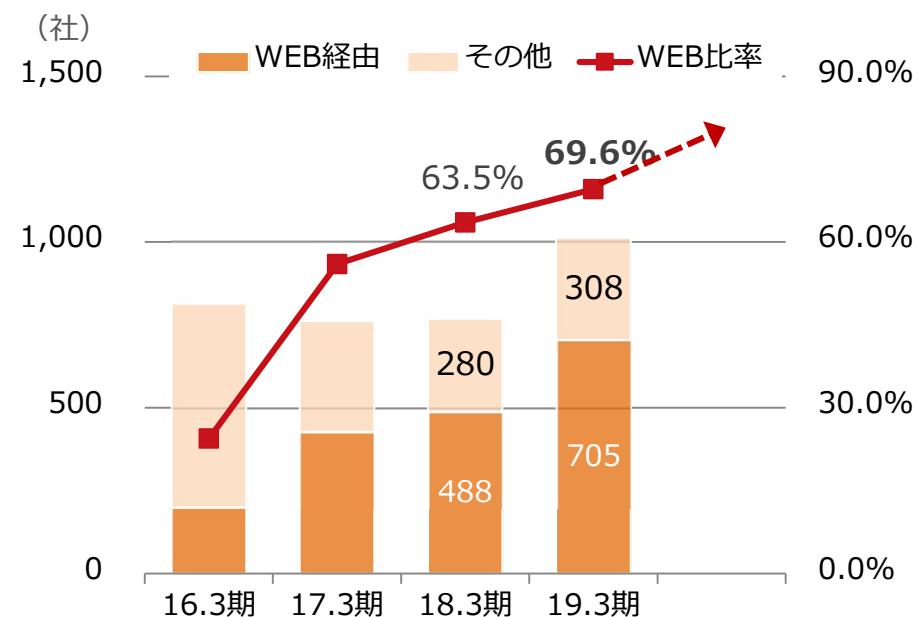
- 19.3月期の段階的なWEBサイトのリニューアルにより、**ネット受注率・新規顧客WEB比率が共に大幅増**
- 更なるシステム投資により、登録⇒注文の導線を改善したり、有益な情報を検索・提供できる環境を整備し、**新規顧客獲得数の増加・見込み顧客層へのリーチ度を高める**

ネット受注率（全取引）



※受注件数ベース

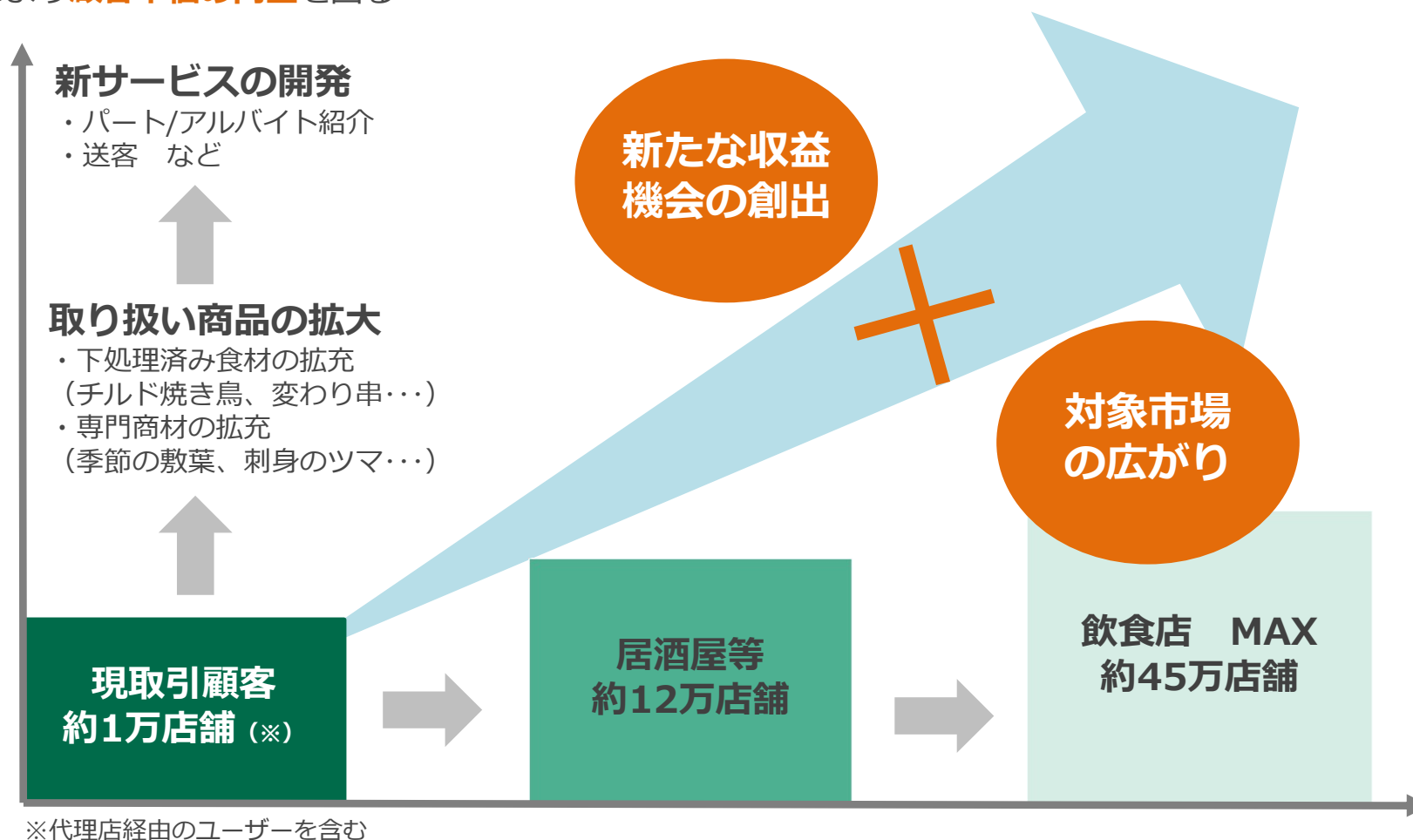
新規顧客のWEB経由比率



84%

※19年4月から12月までの累計

- 新規顧客獲得のWEB活用により、メイン業種の居酒屋だけでなく、**他業種へも見込み客層を広げ、顧客数の拡大**を図る
- また、**代理店の開拓を積極的進め、一気呵成な顧客数拡大に活用**する
- 一方、既存顧客へは、未取り扱い商品による拡販や人材紹介・送客などの新たなサービス展開などにより**顧客単価の向上**を図る



- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。