

# 2024年3月期第2四半期決算説明資料



2023年10月31日

株式会社ミクリード

証券コード：7687



**MICREED**

# 1.決算概要

## 2.業績見通し及び成長戦略

## 第2四半期（累計）業績概要

- 売上高は、顧客数（アクティブユーザー数）の増加に加えて、昨年度からの値上げ影響もあり、昨年度から大幅にアップ。今年度より価格改定時期を変更したことにともない売上総利益率が0.9pt向上（昨年度までは9月に仕入値改定・10月に販売価格改定だったものを、今年度からはどちらも9月に）
- 顧客数は、1Q苦戦の新規顧客数も7月以降に巻き返し前年比プラスに。既存顧客は1Qに引き続き好調を維持し、2桁増

(百万円、%)

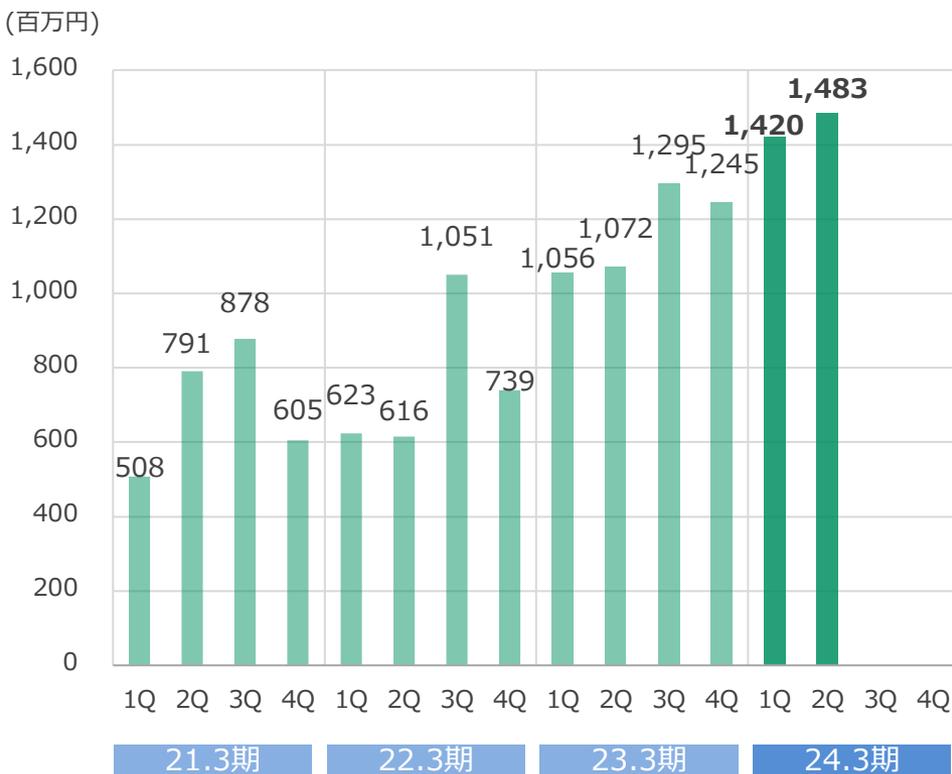
	23.3期2Q (実績)	24.3期2Q (実績)	(前年同期比)
売上高	2,128	<b>2,903</b>	+36.4
売上総利益 (総利益率)	716 (33.7)	<b>1,003</b> (34.6)	+40.1 (+0.9pt)
営業利益 (営業利益率)	71 (3.4)	<b>168</b> (5.8)	+136.4
経常利益	73	<b>169</b>	+130.1
四半期純利益	48	<b>110</b>	+130.1
顧客数 (※)	10,384	<b>11,597</b>	+11.7
既存顧客数	9,258	<b>10,449</b>	+12.9
新規顧客数	1,126	<b>1,148</b>	+2.0

※ 顧客数は、各月の平均値を取っているため、四捨五入の関係で既存・新規の合計と一致しない場合があります

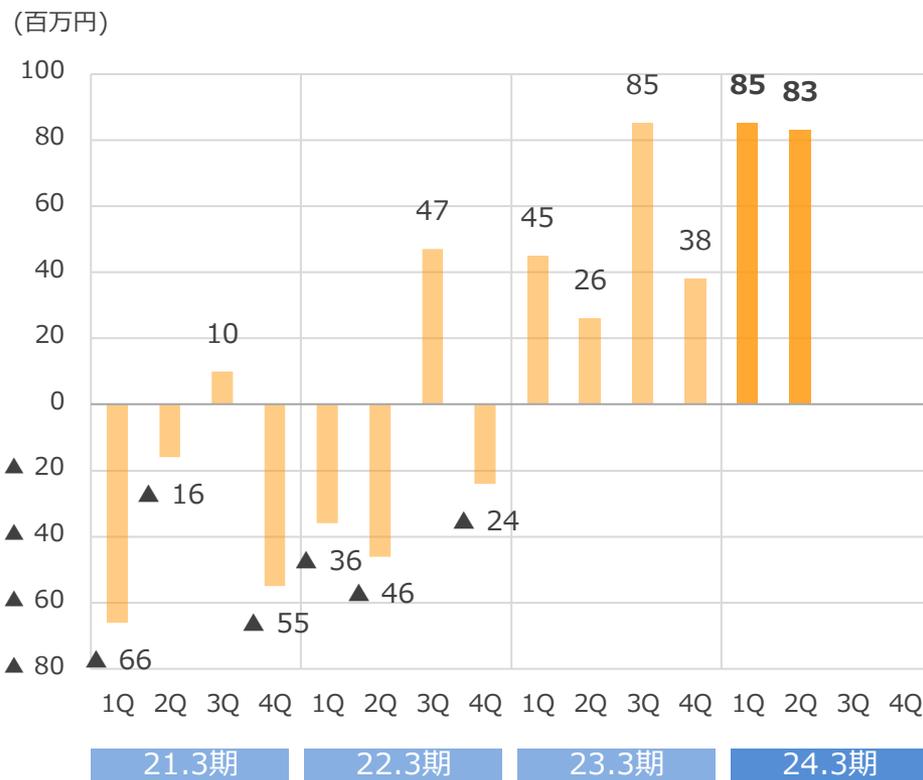
※ 代理店経由の顧客数は含みません

- 1Q・2Qとも四半期ベースでの売上高は過去最高を更新
- 営業利益も前年同Q比で大幅増益が続く。カタログ製作費用や販促費用等により2Qは1Qより利益が減少する傾向があるが、1Qにおいてはインボイス関連費用の一括計上を実施したこと、2Qにおいては価格改定時期の変更により売上総利益率がUPしたこと等により、1Q比でのマイナスは例年より小さい

## 売上高

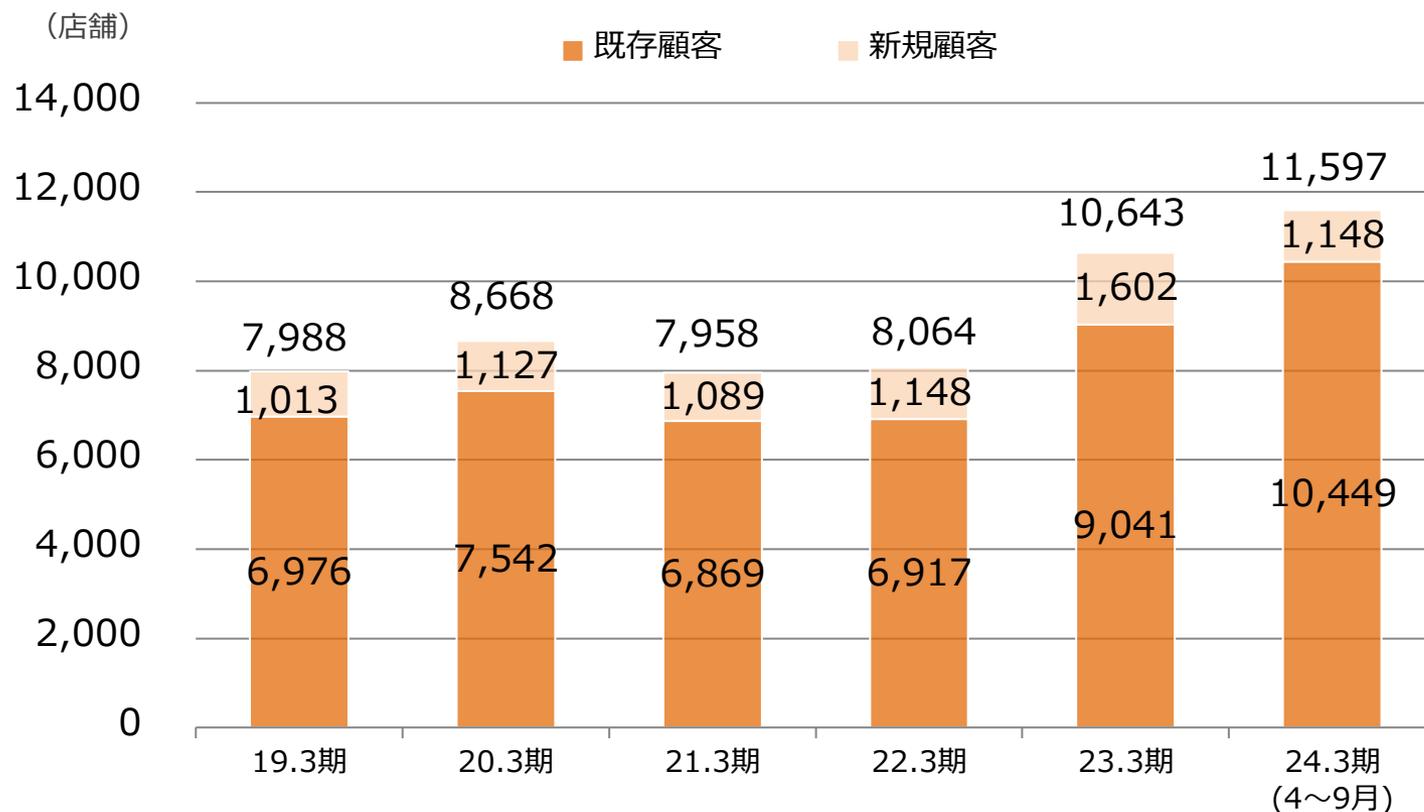


## 営業利益



- 23.3期以降顧客数は大きく増加。**過去最高顧客数の更新が続く**
- コロナ禍で取り組んできた各種施策により**顧客基盤の維持・拡大に成功**

## 月間平均顧客数の既存・新規顧客内訳（当社単体）



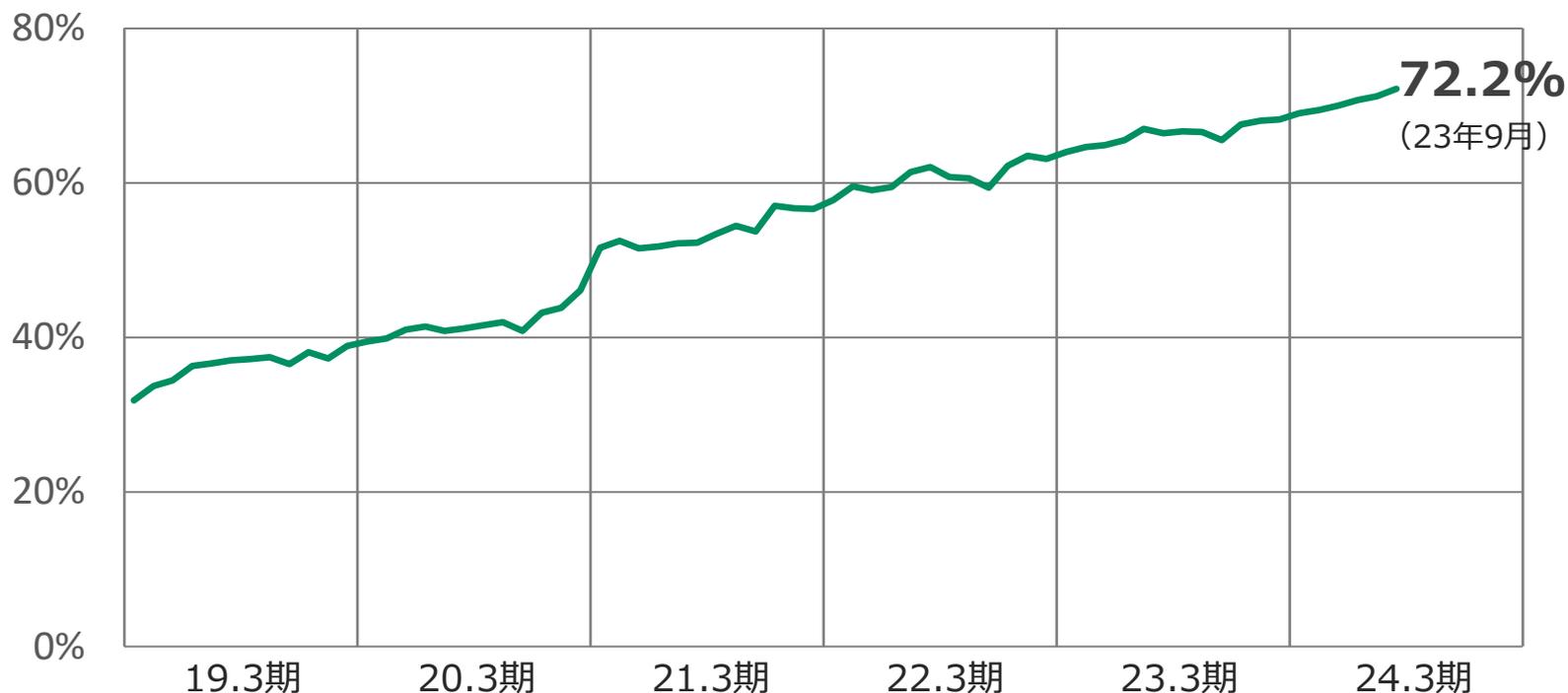
※顧客数は毎月の1回でもご購入頂いた顧客数の平均。新規顧客は、当該期中に初めてご購入のあった顧客の月平均のため、期末に向けて増加していきます。四捨五入の関係で既存顧客数と新規顧客数の合計が一致しない場合があります

※代理店経由の顧客は含みません

- ネット受注率は引き続き上昇傾向。**新規顧客獲得はほとんどがWEB経由**
- 今期も、前期に引き続きシステム投資を継続し、**UI改善や表示速度アップ**を行うと共に、アレンジメニューや黑板メニューなどの**定期コンテンツの拡充**や集客支援・インボイス導入支援などの**店舗運営のフォロー**などにも取り組んでいる

## ネット受注率（全取引）

※受注件数ベース

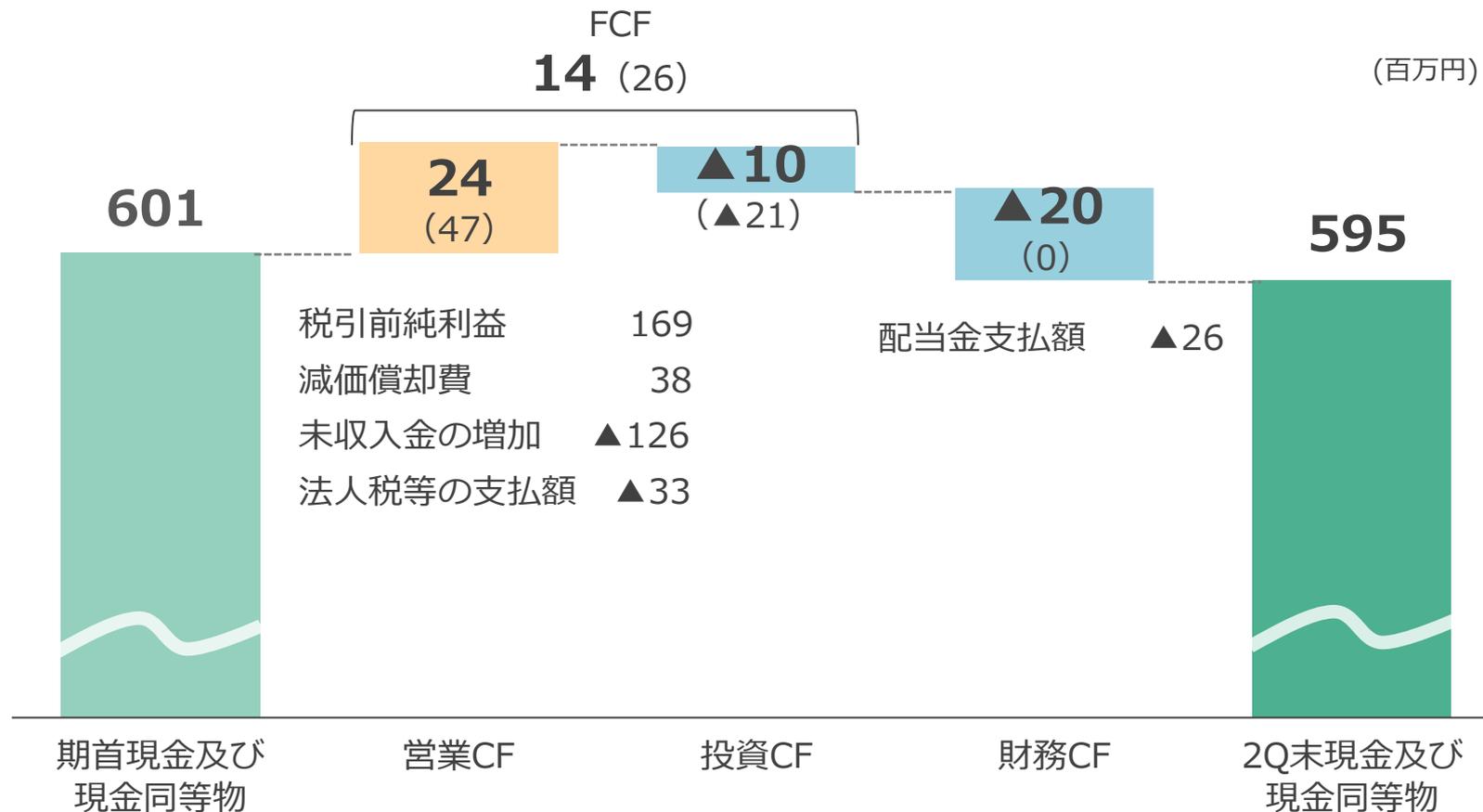


- 自己資本比率61.2%（前期末比+1.7pt）。健全かつシンプルな財務内容を維持

(百万円)

	23.3期末	24.3期 2Q末	増減	補足
流動資産	1,488	<b>1,626</b>	+138	期末銀行休業日のため未収入金が増加
現預金	601	<b>595</b>	▲6	
売掛金	691	<b>692</b>	+1	
固定資産	197	<b>160</b>	▲37	
資産合計	1,685	<b>1,786</b>	+100	
流動負債	662	<b>671</b>	+8	
買掛金	490	<b>480</b>	▲9	
固定負債	20	<b>22</b>	+1	
負債合計	682	<b>693</b>	+10	
資本金	90	<b>93</b>	+3	
純資産合計	1,002	<b>1,092</b>	+89	純利益計上による増加
負債純資産合計	1,685	<b>1,786</b>	+100	

- 営業キャッシュフローは前年同期から減少。大幅増益となったが、9月末が銀行休業日であったため未収入金が増加したことによる



※カッコ内は23.3期2Q

### コロナでの**消費者の行動変容**に対応

「外食の回数を減らす分、行くときは自宅では味わえない特別なメニューを楽しみたい！」

「二次会に行かない分、一次会を長めに豪勢に！」

に応える商品やサービスを展開し、お客様に継続的に支持いただける基盤を作り上げる

また、顧客開拓を加速すべく**顧客層が重なる企業との提携**を幅広く模索する

#### ■商品の拡充

- **特別なメニュー！一次会を長めに豪勢に！**に対応する商品
- 水産庁主導の東日本大震災復興支援事業「UMIUMA」と**タイアップ第三弾**
- アフターコロナにおいて、求められる**“ロス対策”・“人手不足対策”**商品の拡充
- **SDGs**な商品の取り扱い

#### ■サービスの拡充

- **ECサイトのUI改善・導線の見直し・速度アップ**
- **産地直送サービスの拡大**
- クーポン強化による**商品のお試し促進**
- ECサイトの**他業種展開**

#### ■提携・代理店開拓

- **新たな代理店開拓**
- テンポスバスターズ・**東京ガス**との取り組み強化

## 水産庁主導の東日本大震災復興支援事業「UMIUMA」とタイアップ第三弾

- 22.3期よりスタートした本企画を24.3期においても**第三弾**として**2023年9月より5カ月**に渡り実施予定
- 東北ならではの**地の利を活かし、鮮度抜群の素材やそれらを使った加工品**を企画販売。**メニュー名に原産地表記**されていると、**特別感が醸成**され、**高単価**で提供でき、かつ**オーダー数も伸びる**



【三陸産アカモクきざみ】



## メニュー出現率の高い“ポテトフライ”を使ってアレンジメニュー提案

- 米国ポテト協会との共同開催にてポテトのワークショップを開催。人手不足下で新しいメニュー開発に困っているお客様を支援
- ポテトの原産国別の特徴やフライドポテトを使った付加価値メニューの成功例の共有・メニューコンテストなどを実施



### プラントベース商品の拡充

- 動物由来の原材料を配合せず、植物由来の原材料を使用したプラントベース商品の取扱いを昨年より開始
- **環境に配慮したプラントベース商品の取り扱いを、今後も拡充していく**



【パスタソース 国産ビーツと野菜のロゼソース】  
野菜の色のみで仕上げた、鮮やかな色のパスタソース



【粗挽き大豆ミートのキーマカレー】  
植物性素材だけで作った、スパイスキーマカレー



【大豆ミートのほうれん草カレー】  
野菜だしで煮込んだ、野菜の甘みや旨みのカレー



【冷凍豆腐干麺】  
干し豆腐を麺状にした、旨みのある中華素材

## ショッピングカートから注文確定までの導線を大幅削減（2023年7月）

- BtoBのサイトならではの、“いつもの商品”・“いつもの納品先”・“いつもの配送便”・“最短納期”・“いつもの支払い方法”を簡易で注文できるように画面遷移を見直し、**注文にかかる時間を削減**
- いつも使うメニューを常時表示することで、**操作性をアップ**

### 新しい画面遷移 2画面

従来の画面遷移 5画面



**お届け先情報** **お届け先** **合計金額エリア**

**配送便** **配送便**

**支払方法** **お支払方法**

**ご注文内容** **ご注文内容**

送料や手数料を含む合計金額の確認や送料無料ポイントの使用設定ができます。

【PC画面】



【スマホ画面】



## クーポン機能を強化することで商品のお試しを強化（2023年10月）

- **クーポンの利用制限を大幅緩和**  
以前：1回の注文でいずれかのクーポン1枚のみ利用可  
⇒今後：1回の注文で値引きクーポン1枚+商品クーポン何枚でも利用可
- 商品クーポンをカートに自動追加することで**利用率向上を図る**
- 機能リリースに合わせて、4週間に渡り利用促進キャンペーンを実施し、認知を高める

### 【クーポン複数同時利用】

1回の注文で**複数種類**  
使用できるクーポン

1回の注文で**1枚まで**  
使用できるクーポン



1回の注文で複数の”商品クーポン”と、  
1枚の”値引きクーポン”が併用できます。

### ◆注文例

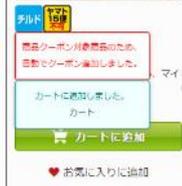
注文例① 商品クーポン①

注文例② 値引きクーポン

注文例③ 商品クーポン① 商品クーポン② 値引きクーポン

注文例④ 商品クーポン① 商品クーポン② 商品クーポン③

### 【クーポン自動カート追加】



ログイン時に、  
クーポン対象商品をカートに追加すると  
自動でクーポンもカートに追加されます。



クーポンが自動で  
カートに追加されます。

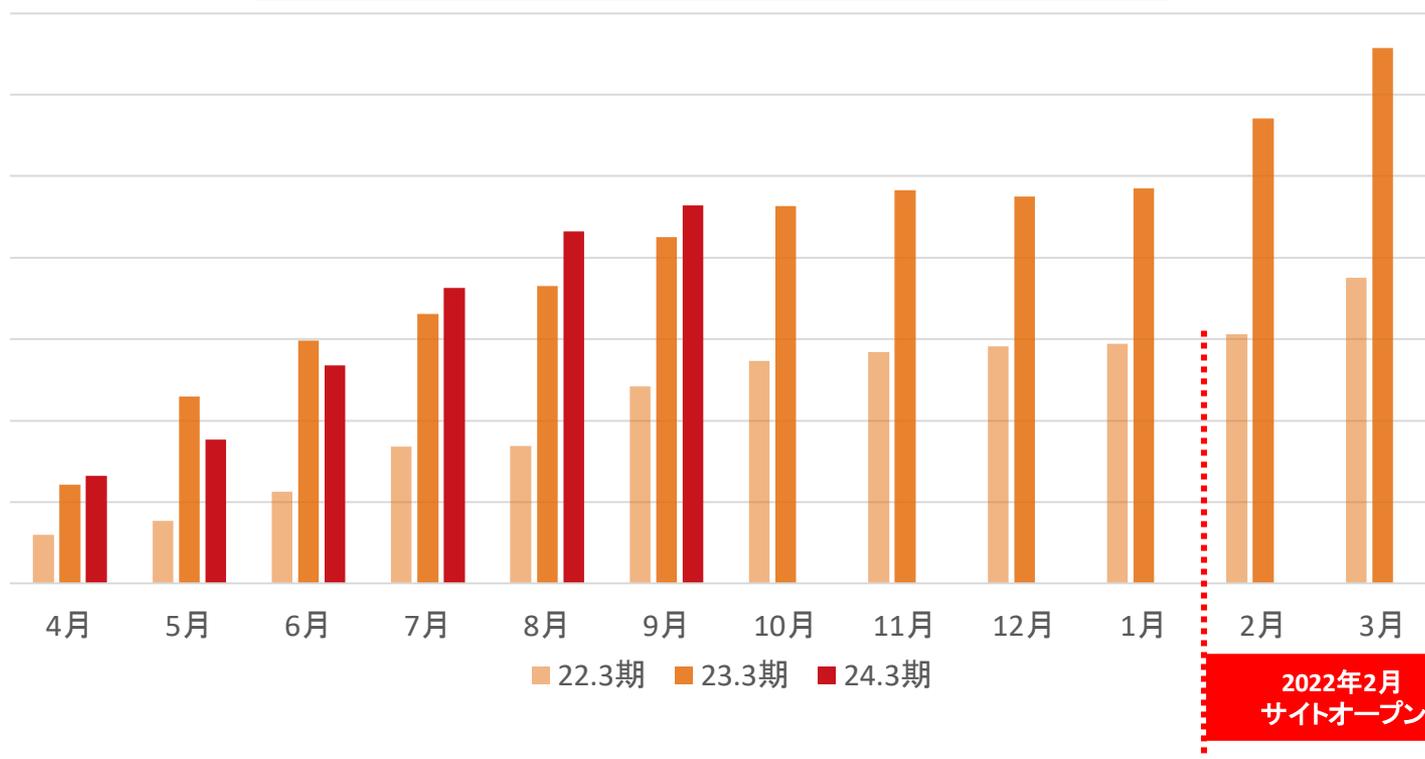
### 【クーポン利用促進CP】



## カフェ業種顧客の獲得は順調、次の業種展開へ検討継続

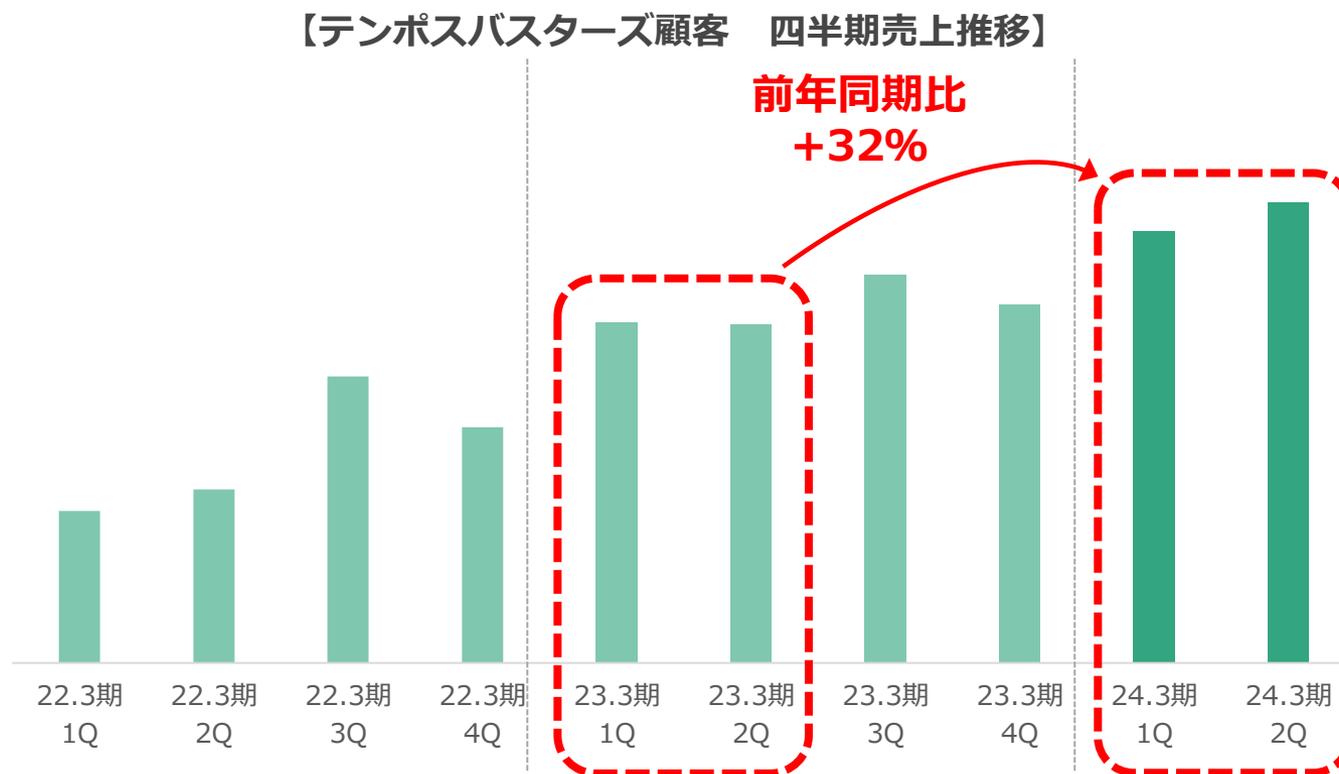
- 2022年2月下旬にカフェメニューのご提案に特化したサイト「MICstore-カフェ-」をオープン
- 「MICstore-カフェ-」オープン以降、カフェ業種の**新規購入顧客数は好調を維持**。今期の5月・6月は競争激化により前年を下回ったものの、7月以降は前年を上回り推移
- 業態やシーンに合わせたECサイトの展開を引き続き検討していく

### 期別カフェ新規購入顧客数の推移



## テンポスバスターズは堅調に推移

- 22.3期はコロナ禍でテンポスバスターズの店舗での展示会が開催できなかったものの、まん延防止等重点措置が全面解除となった2022年3月21日以降は、**全国各地の店舗にて展示会を積極的に開催**
- 店舗からの新規顧客紹介が順調。**前年同期比+32%の伸び**



## free株式会社・株式会社スマレジとの連携で飲食店のインボイス対応をサポート

- 中小飲食店には専任の経理担当者がいることも少なく、多数の飲食店が**インボイス制度への対応に不安**がある状況であることから本取組みをスタート
- インボイス登録事業者ではない場合には法人の宴会利用が減少してしまうリスク等を改めてお客様にお伝えすると共に、お客様の状況に応じて対応すべき事項を案内し、**インボイス制度への対応準備に必要な情報を提供**
- **レシート・領収書・請求書の対応については株式会社スマレジ**と**経費管理システムの対応についてはfree株式会社**と提携し、お客様のインボイス対応サポートを充実



予約したいのですが、このお店はインボイス対応していますか？

当店では対応していません。



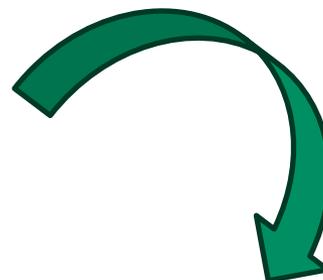
会議のお弁当をお願いしたいのですが、インボイス対応していますか？

当店では対応していません。



会社の規則で、インボイス対応していないお店の領収書は経費で落とせないので、使えないんですね……。すみません、今回は見送ります。

.....



こんな困ったを  
サポート

2023年10月開始  
**インボイス  
制度**

インボイス対応をしていないと  
お客様が減るって本当？

**あなたのお店は大丈夫？**

**インボイス対応について**

## 東京ガス株式会社との連携で飲食店の集客を支援

- 東京ガス株式会社が提供する「**よりみちパスポート**」(※)を紹介する取り組みをスタート
- 「集客に困っている」飲食店の皆様を支援するための取り組み
- **初期費用無し・成功報酬型**でワンドリンクの原価だけで他力本願で集客

“こんなシーン”にもってこい!



これから飲みに行かない?

おっ、いいねー! 店探そうか?



どっかい店知ってる?

これ見てよ。「よりみちパスポート」ってアプリなんだけど、掲載してるお店でドリンク1杯無料で飲めるんだよ!



へー、そうなの!? いいじゃん。そこ行ってみよう。



**今、ワンドリンクサブスクでお店を探す人が増えています。**

このようなシーンで、新規顧客獲得に使えるサービス「よりみちパスポート」を使ってみませんか? お客様はサービスに毎月定額を払い、アプリ上に表示されるお店から選んで訪問。

飲食店様はアプリ上に表示されるよう登録され、新規顧客獲得のチャンス!

**東京ガスさんが運営している「よりみちパスポート」のサービスは、登録費用無料。**

**登録後の運用オペレーションも簡単**です。  
この機会に登録してみませんか?



### 関東地区の方必見!

(東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・茨城県・栃木県)

新規顧客獲得のチャンス  
**よりみちパスポート**  
登録無料・簡単オペレーション

produced by TOKYO GAS

飲食店側の準備は  
たったこれだけ!

#### 1. 提供するドリンクを決める

660円(税込)以下のドリンクを提供対象としていただき、その他として飲食店様が指定するドリンクも対象になります。



#### 2. よりみちパスポートサイトから申込む

店舗情報など必要な項目をWEBから入力し、加盟店としてお申込みください。



**ご準備はたったこれだけ!**

#### 3. お申込み後は、クーポン確認とドリンク提供のみ

「よりみちパスポート」アプリ内のMAP検索画面で貴店が紹介されます。「お客様がご来店されたら、アプリでクーポンを確認の上、ドリンクを1杯無料で提供します。QRコードリーダー等の設備も特に必要ありません。



## 1. 決算概要

## 2. 業績見通し及び成長戦略

- 23.3期は新型コロナウイルス感染症の影響が小さくなったことにより、業績は大きく回復し、足元でも業績は堅調に推移
- 24.3期の業績予想については、期初予想時の想定を上回り売上高が推移していることから、下記のとおり**上方修正**。今後も新型コロナウイルスによる規制等が発令されないという前提条件の下、**足元の実績をベースに算定**
- 利益面は、インフレによる物価高・配送料値上げ・人件費高等の**コストアップ要因を織り込み**つつ、**社員増員・本社オフィス（テストキッチン・撮影スタジオ設置）移転費用**などを盛り込んで算定  
(百万円、%)

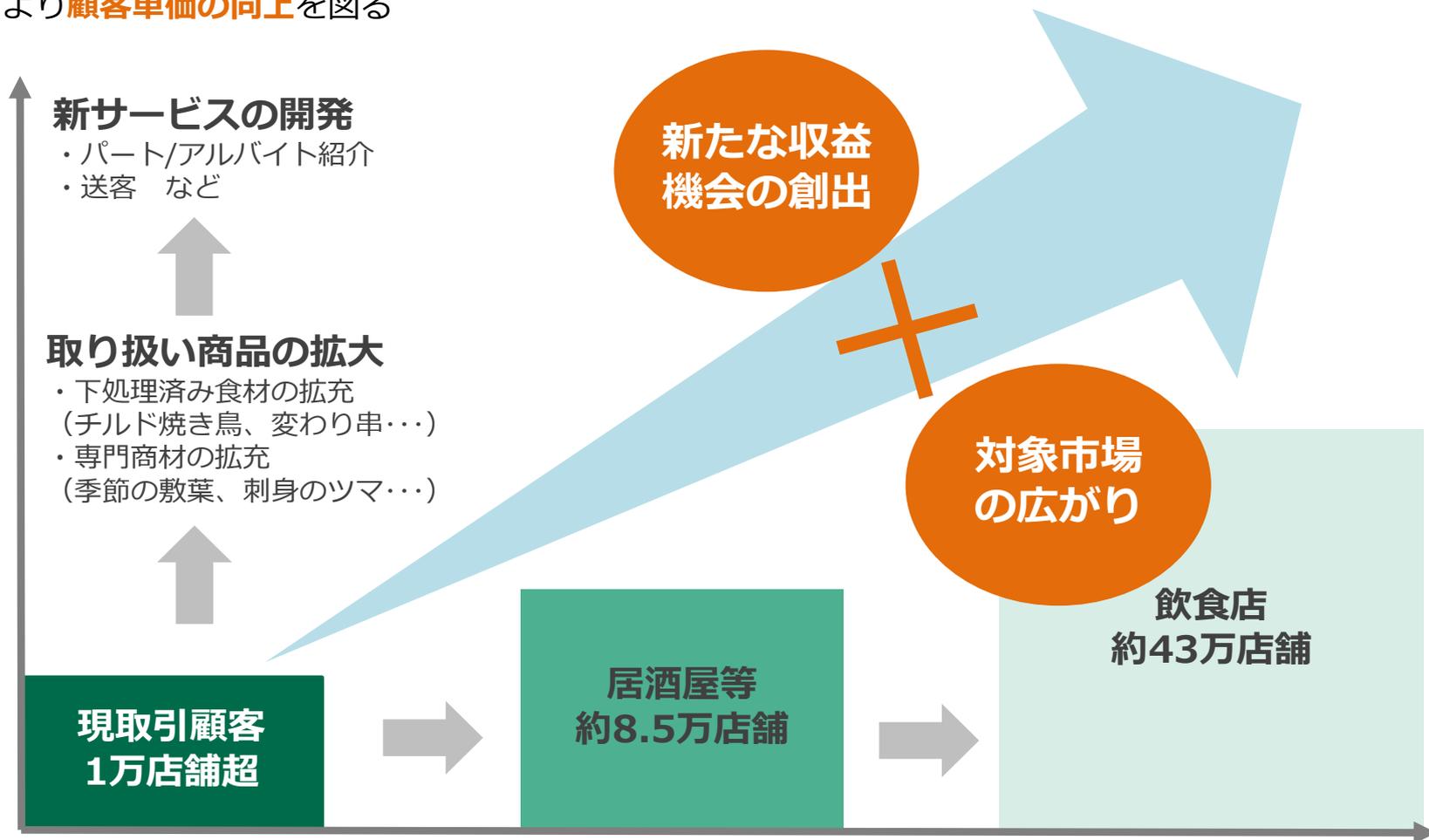
	23.3期 (実績)	24.3期 (期初予想)	24.3期 (修正予想)	(前期比)
売上高	4,668	5,600	<b>5,900</b>	+26.4
売上総利益 (総利益率)	1,587 (34.0)	1,900 (33.9)	<b>2,030</b> (34.4)	+27.9 (+0.4pt)
営業利益 (営業利益率)	194 (4.2)	250 (4.5)	<b>300</b> (5.1)	+54.6 (+0.9pt)
経常利益	196	250	<b>300</b>	+52.6
当期純利益	134	160	<b>200</b>	+48.5

- 配当の基本方針としては、今後を見据えて必要な内部留保を確保しつつ、安定した**配当性向20%**の配当を実施することとしている
- 新型コロナウイルスの影響による赤字決算を考慮し上場後無配としていたものの、事業環境が改善したため前23.3期末より配当を実施（復配）
- 24.3期の予想についても、上記方針に基づき算定。業績予想の上方修正にともない配当についても当初予定の14円70銭から**18円30銭**に修正

(円、%)

	23.3期 (実績)	24.3期 (期初予想)	24.3期 (修正予想)
中間配当	0.00	7.00	<b>10.20</b>
期末配当	12.40	7.70	<b>8.10</b>
合計 (配当性向)	12.40 (20.0)	14.70 (20.0)	<b>18.30</b> (20.0)

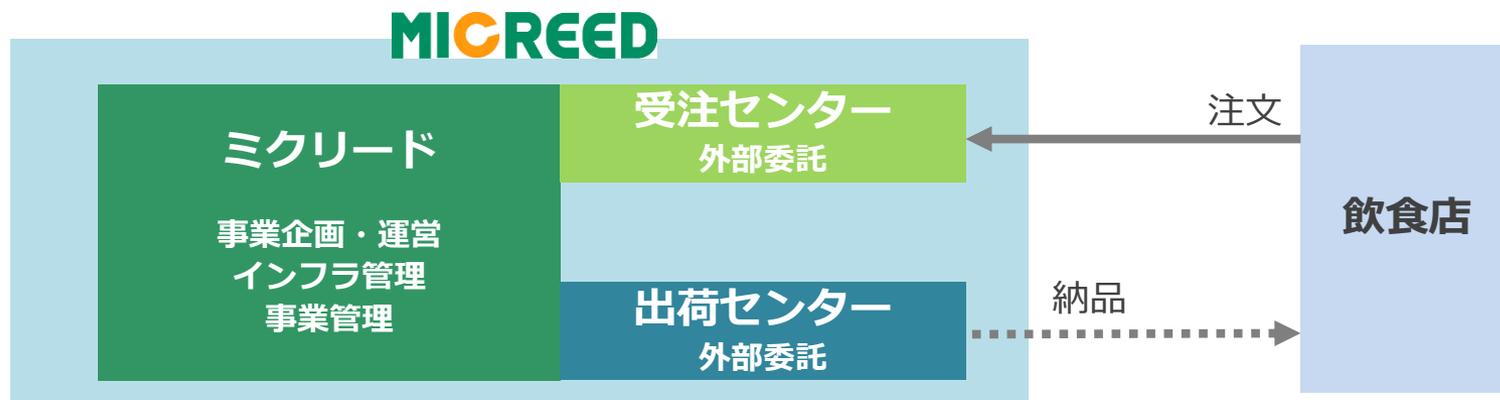
- 新規顧客獲得のWEB活用により、メイン業種の居酒屋だけでなく、**他業種へも見込み客層を広げ、顧客数の拡大**を図る
- また、**代理店の開拓や業務提携を積極的に進め、一気呵成な顧客数拡大**を図る
- 一方、既存顧客へは、未取り扱い商品による拡販や人材紹介・送客などの新たなサービス展開などにより**顧客単価の向上**を図る



# Appendix

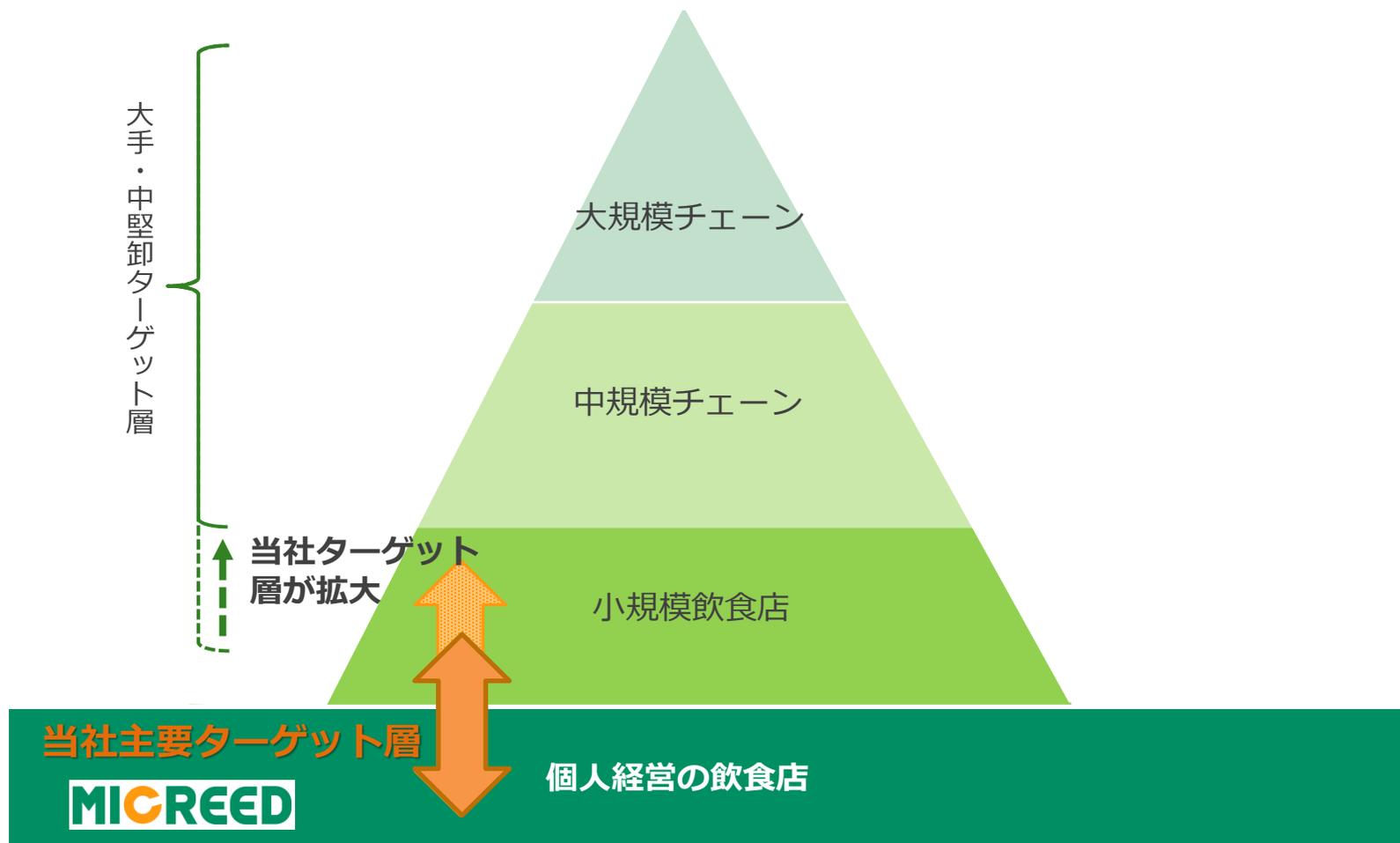
会社名	株式会社ミクリード (MICREED Co.,Ltd)
設立	2012年11月 (創業は1995年10月)
所在地	東京都中央区日本橋二丁目16番13号 - 出荷センター (千葉県習志野市) - 受注センター (佐賀市)
資本金	93百万円 (2023年9月末日現在)
代表者	片山 礼子
役員数	役員数29名 (常勤26名、非常勤役員3名) (2023年9月末日現在)
事業内容	通信販売による飲食店向け業務用食材等の企画・販売

- ミスミ時代より“持たざる経営”を信奉しており、現在でも事業の中核機能以外は、それぞれの専門事業社へ業務委託し、事業環境の変化にスピーディに対応できるような組織体制を維持しております



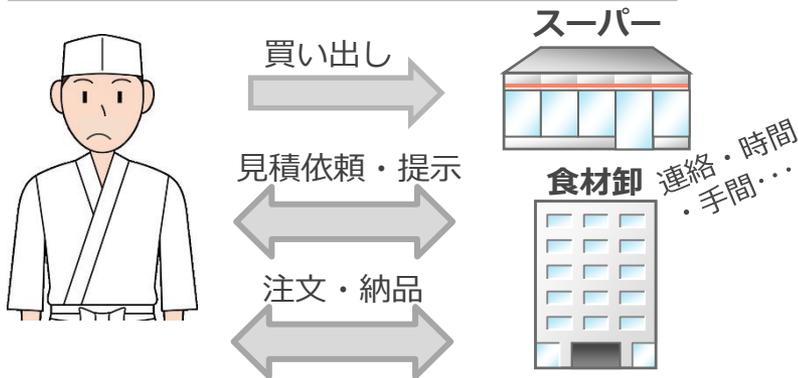
- 当社は、飲食店にとって古くからの仕入先である業務用食品卸が、営業効率が悪いため、ターゲットにしたい中小飲食店を主要顧客層としております
- コロナ禍において、チェーンの居酒屋からの撤退や小規模業務用食品卸の廃業などが進んでおり、ターゲット層が広がりつつあります

## 規模別飲食店数のイメージ図



- 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。商品・サービス・インフラ等の一連の事業モデルを“マーケットアウト”の視点で創り上げたミスミのDNAが当社に根付いています
- 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

## 【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（業務用食品卸に取り扱いのない、業務用C&Cの店頭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

シート入り：するめいか刺身



セット商品：焼き鳥盛り合わせ

下処理済み食材：豚バラの柔らか煮



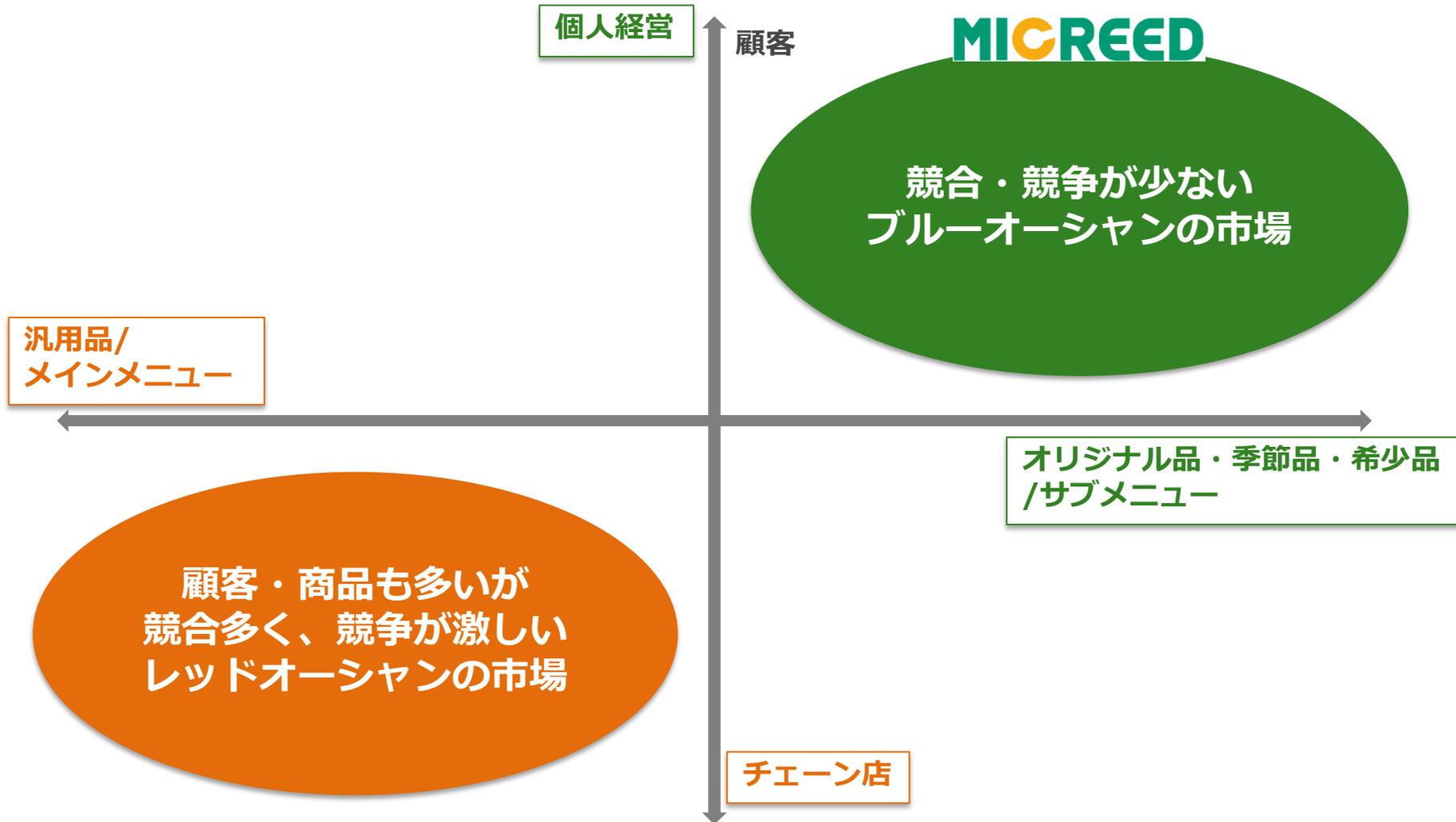
## 【商品価格・商品販促】

- 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！
- 流行品や季節の商品は**月次の小冊子でタイムリー**にご案内。WEBでは**電子カタログ**でも対応
- WEBでは、さらに商品詳細情報・アレンジ方法・関連商品・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！

## 【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都3県内（東京・神奈川・千葉・埼玉）なら3種類の配送便から選択可能！
- 1都3県外でも15時までに注文したら翌日午前中からお届け可能！（エリアにより異なります）

- 顧客・商品ともに競争が少ないブルーオーシャンがマイクロリードの主戦場
- 消費者の嗜好の多様化、業務用食材卸の人手不足から、当社主戦場は広がり続けている



- 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