

未来イノベーションCOMPANY

MIC

2025年3月期 通期決算説明資料

MIC株式会社 | 2025年5月14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 通期業績

05 | 2026年3月期 業績予想

2025年3月期通期決算

2025年3月期通期
売上高

増収

前年同期比

+21%

既存・新規顧客ともに売上高は順調に推移

【売上高】 12,275百万円（前年同期比+21.3%）

2025年3月期通期
経常利益

増益

前年同期比

+78%

業績予想達成率

116%

売上原価率の改善により、前年から大きく増益

【経常利益】 1,019百万円（前年同期比+78.2%）

【経常利益率】 8.3%（前年同期比+2.6%）

2025年2月発表の業績予想に対して達成率116%

【業績予想】 経常利益の計画値：878百万円

2025年3月通期
配当金額

増配

1株当たり配当金

27円50銭

増益に伴い、配当金額を引き上げ

【配当】 27円50銭（前年比+7円50銭）

2026年3月期業績予想

2026年3月期通期
売上高

増収

前年同期比

+12%

各顧客に応じたサービス提供により12%成長を予定

【売上高】 13,800百万円（前年同期比+12.4%）

2026年3月通期
経常利益

増益

前年同期比

+31%

生産性向上により、さらなる利益率の改善を予定

【経常利益】 1,340百万円（前年同期比+31.4%）

【経常利益率】 9.7%（前年同期比+1.4%）

2026年3月期通期
配当金額

増配

1株当たり配当金

37円00銭

配当性向30%を目安に配当還元を想定

【2026年3月期の配当】 37円00銭（前期+9円50銭）

【2025年3月期の配当】 27円50銭

今後の成長ガイドライン

売上高の平均年間成長率10%超

売上高経常利益率10%超への早期実現、さらなる改善を目指します

売上高（平均年間成長率）

10%超 

売上高経常利益率

10%超 

早期に

**プライム
上場基準達成**

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 通期業績

05 | 2026年3月期 業績予想

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）
従業員数	354名（2025年3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
	八王子フルフィルメントセンター（延べ床面積7,050坪）
	あきる野フルフィルメントセンター（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



八王子フルフィルメントセンター
通称「はちフィル」



あきる野フルフィルメントセンター
通称「るのパレット」



多摩工場

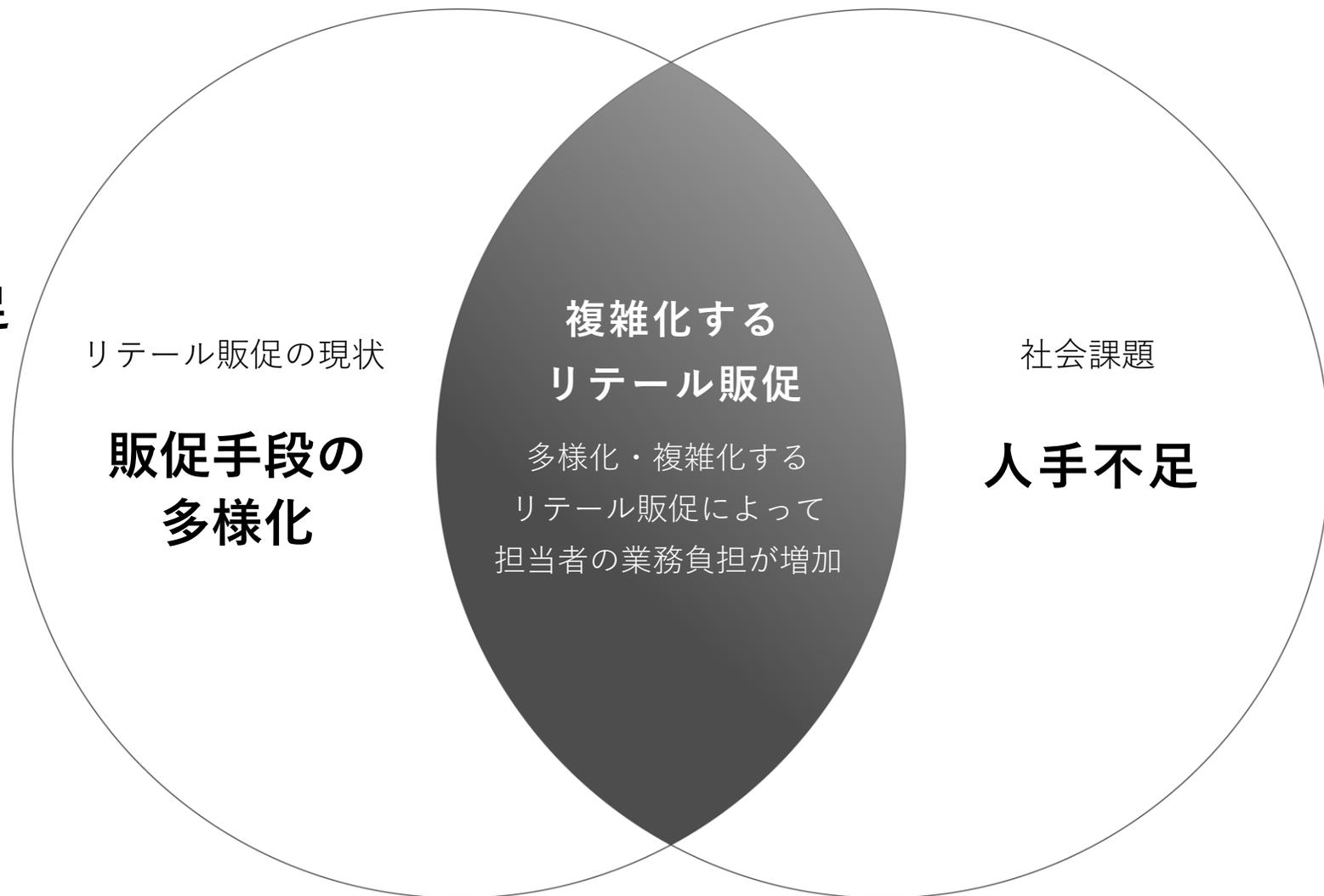


サンゲート



販促手段の多様化と人手不足
により、販促担当者の

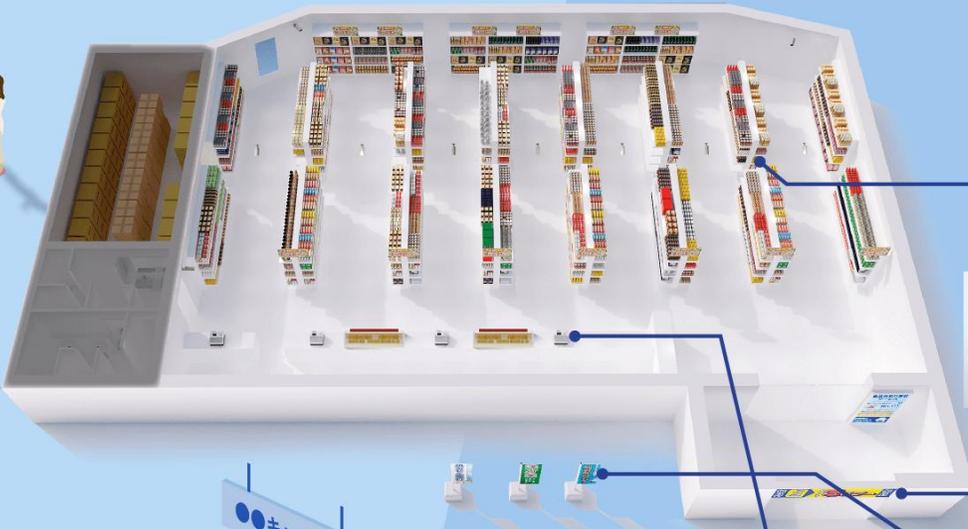
業務負担が増加



【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

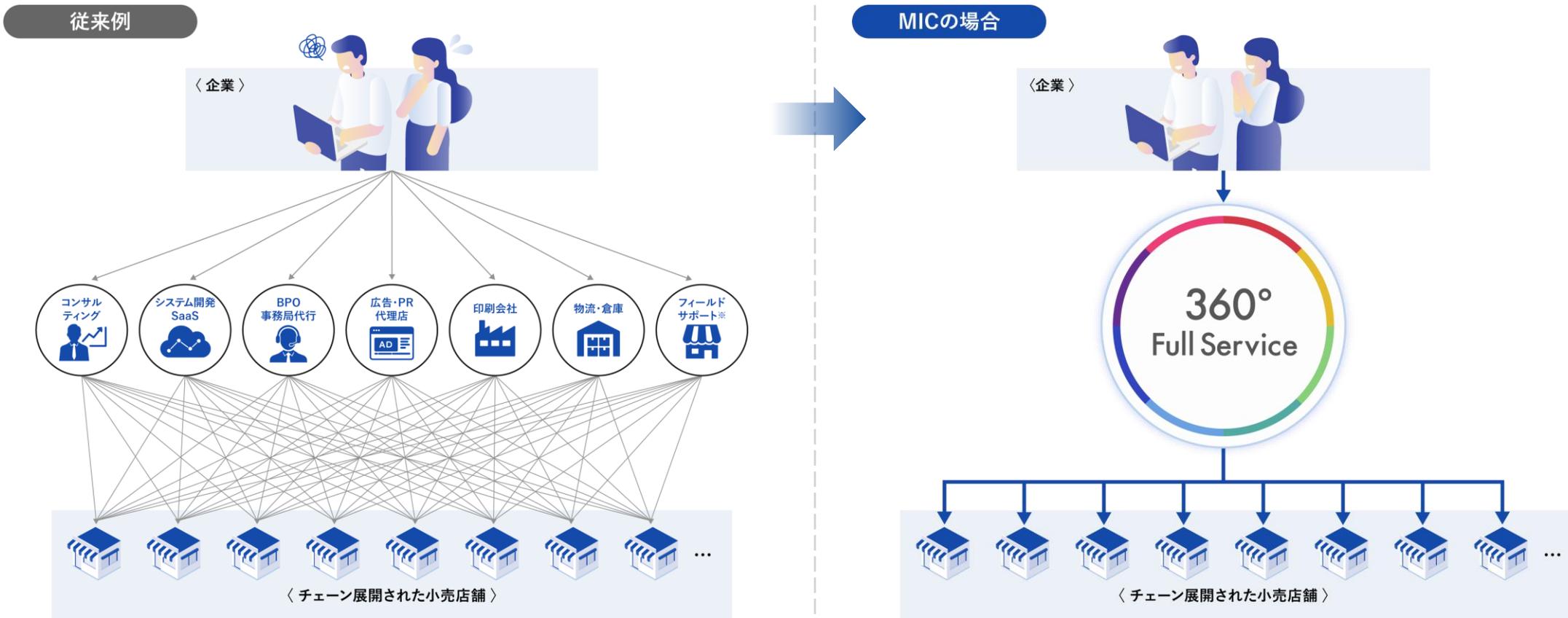
デジタル×フィジカルで販促活動を
統合的に支援

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

分断する販促業務を**集約**し、**コスト削減・時間創出**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



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

IT・サービス領域

売上構成比※

32.5%

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

リテール領域

売上構成比※

36.7%

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

メーカー領域

売上構成比※

30.7%

主な顧客企業

小売店舗での商品取り扱いメーカー（食品、消費財、製薬、化粧品）

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 通期業績

05 | 2026年3月期 業績予想

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

顧客単価の拡大

リテール販促業務のDXクラウドサービス

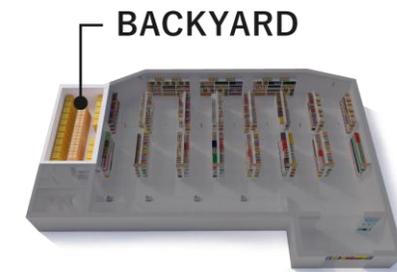


PromOS

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

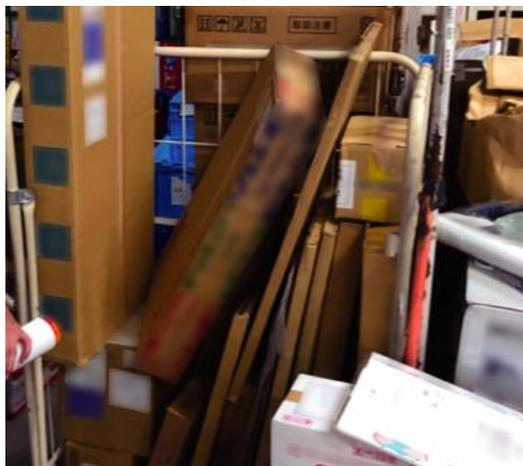
店舗での受取箱数※

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



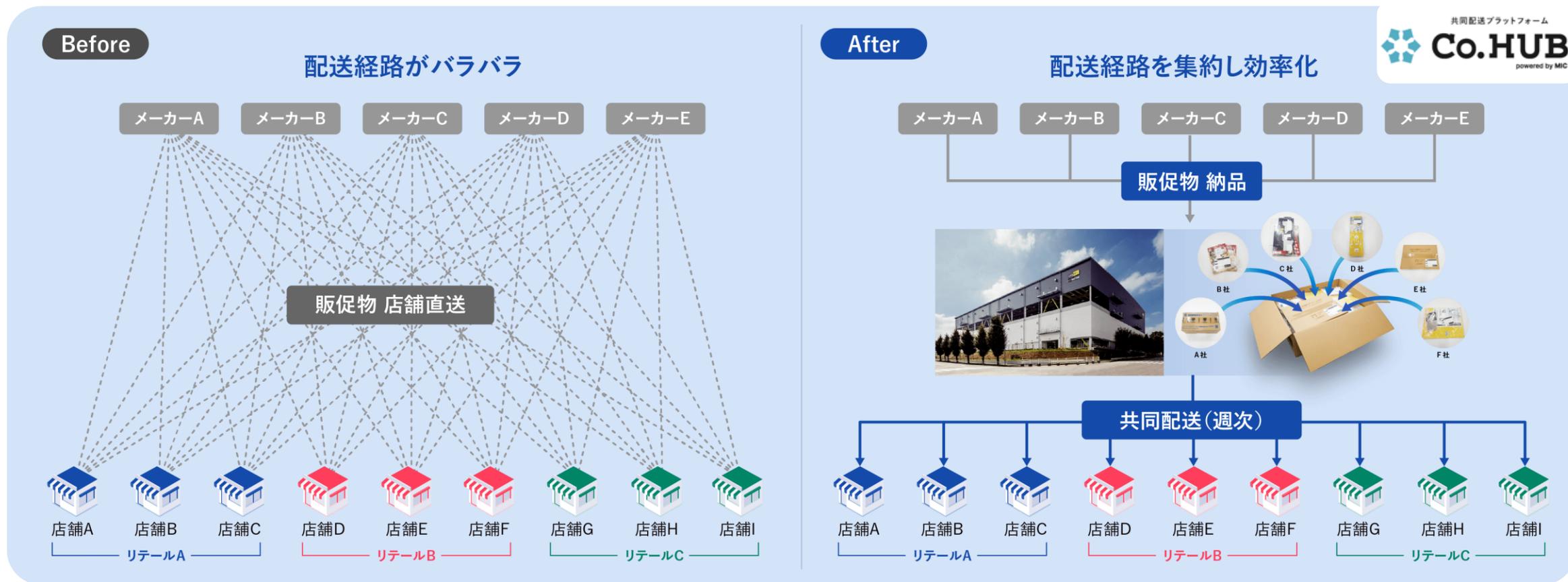
▼梱包効率が悪い販促物



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341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

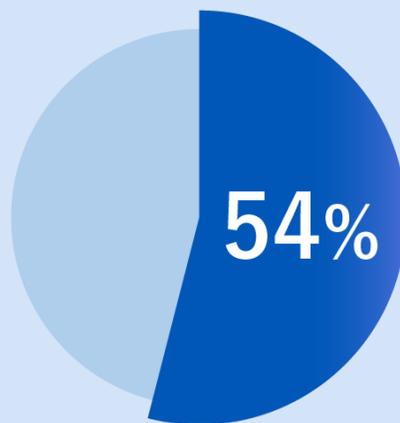
341社



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
10,589店舗をカバー^{※2}

■ 新規アカウント数

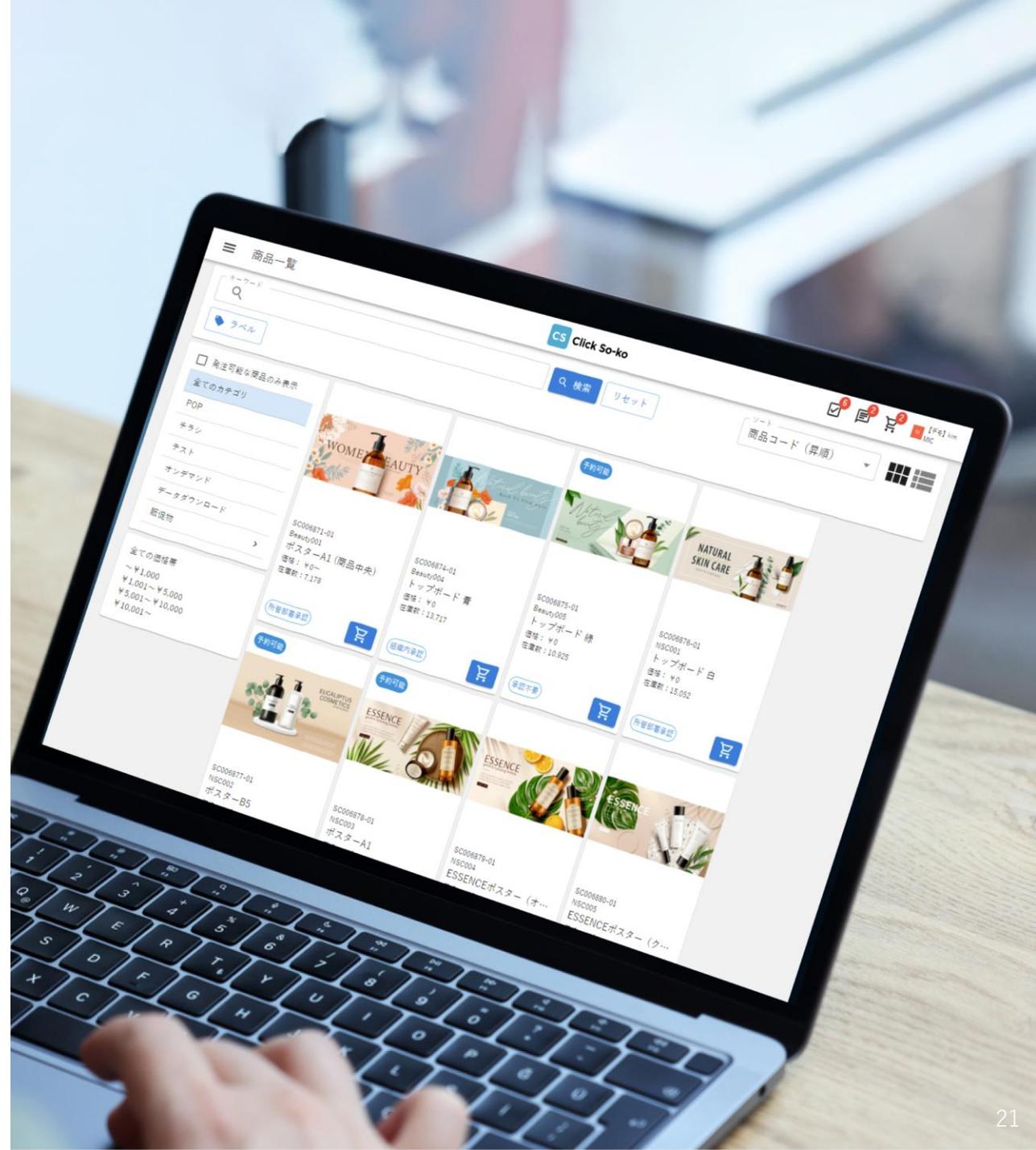
アカウント数



※1 2025年3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2025年3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

メーカー企業の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

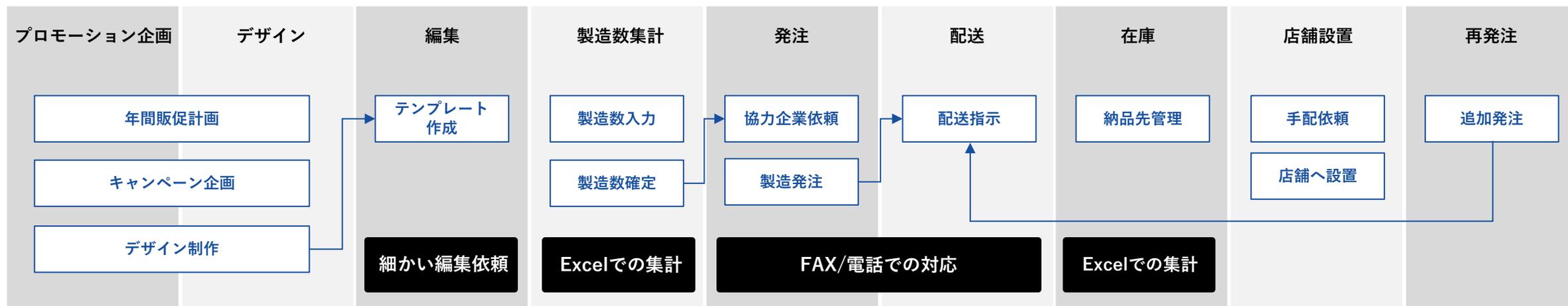
在庫管理ができず過不足がわからない

3

梱包作業による業務の逼迫

PromOS導入による販促業務の全体最適化イメージ

PromOS導入により、販促費用・手配業務時間を**削減**



販促業務の**全体最適**を実現

PromOS
powered by MIC

- 販促データの一元管理 (DL Digital Library)
- 大量製造の数量集計 (TC Tool Counter)
- 販促物の在庫・発注管理 (CS Click So-ko)
- 販促物のオンライン編集 (EN Edition Now)
- 販促物の追加発注への対応 (Promo Store)

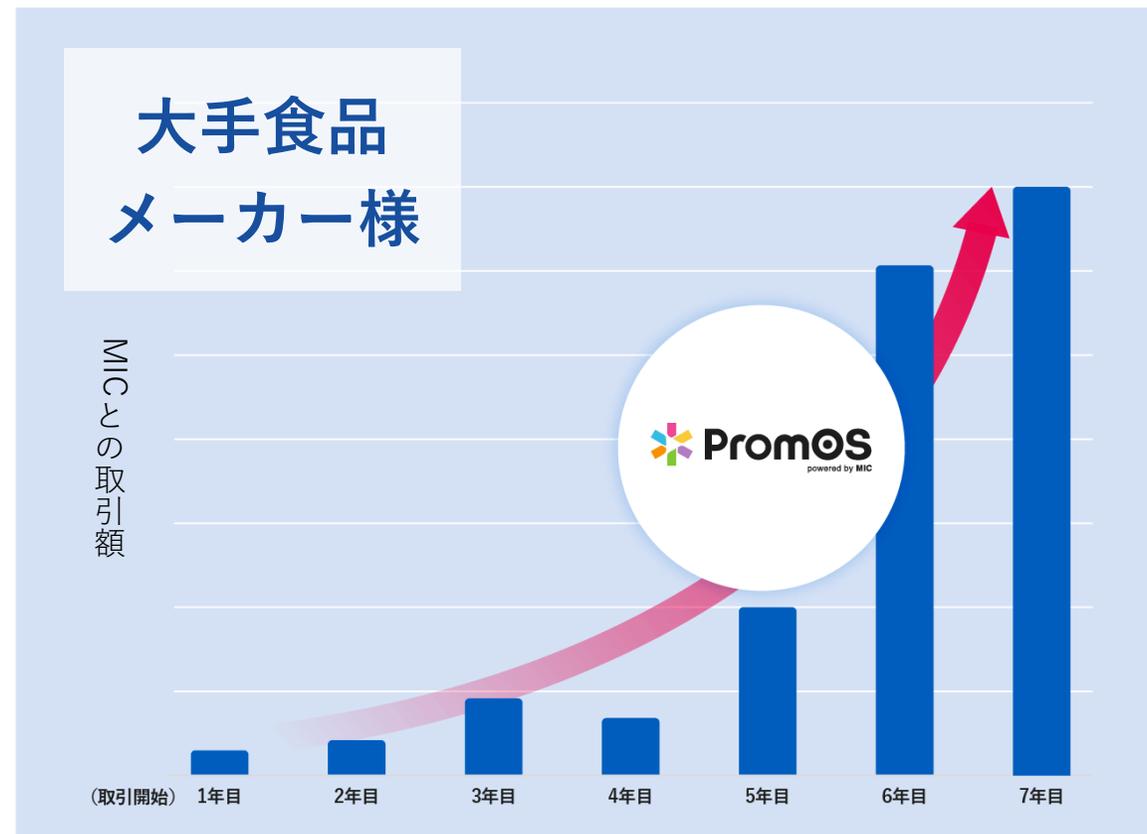
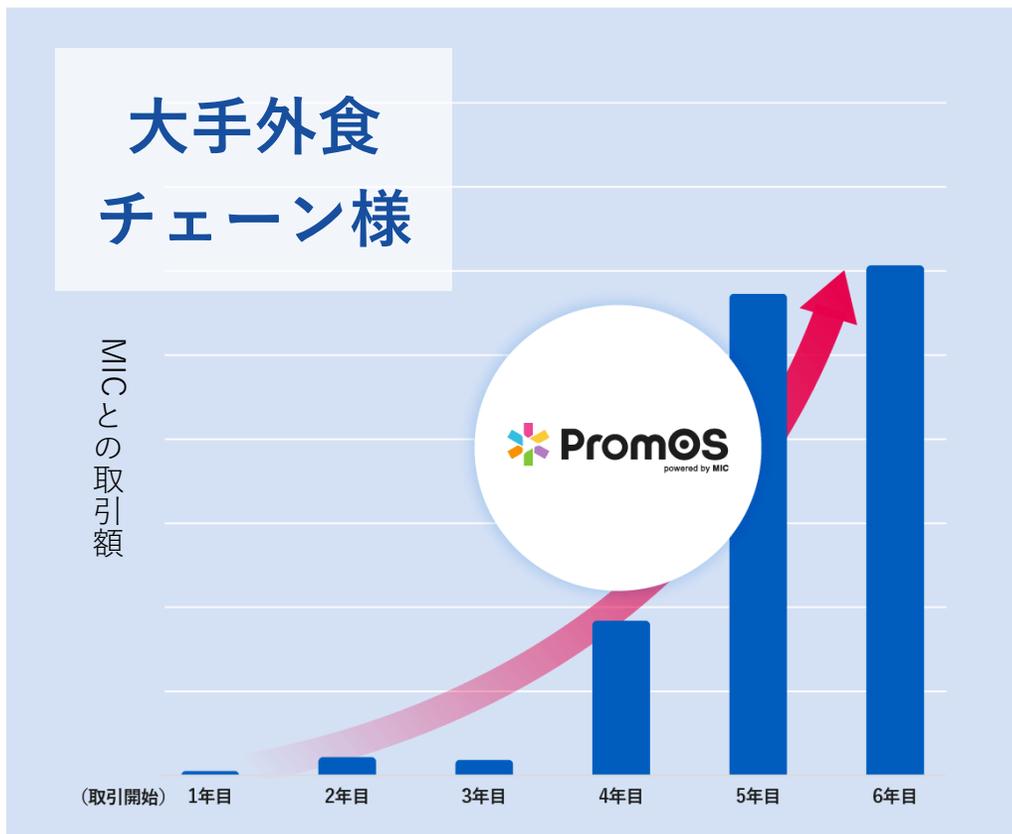
PromOSによる販促業務の最適化

PromOSを中心に
最適な販促活動を統合的に支援



(参考) 大手外食チェーン様、大手食品メーカー様との取引額推移

PromOS導入をきっかけに、360°フルサービスの**クロスセル**の実現



360°
Full Service

顧客数※3

約400社

PromOS
powered by MIC



Co.HUB

powered by MIC

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

平均年間取引額※1

約15億円

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

平均年間取引額※2

平均年間売上高※2

約1.4億円

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

平均年間取引額※4

約1,000万円

※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2025年3月期における平均年間取引額

※2 PromOS利用中の顧客（※1の顧客を除く）の2025年3月期における平均年間取引額

※3 2025年3月期における当社全取引顧客数

※4 2025年3月期における顧客（※1※2の顧客を除く）の2025年3月期における平均年間取引額

組織体制

各顧客層への
深耕営業の強化と
PromOS導入特化型組織の設置

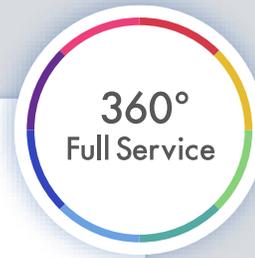


PromOSの導入に向け、
特化型組織の設立

PromOS導入特化型組織



事業開発部



各顧客層への
深耕営業の強化

管掌役員を設置



メーカー顧客層
上級執行役員
石黒 陽平



リテール顧客層
執行役員
堤 翔太郎



IT・サービス顧客層
執行役員
久保 健太

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 通期業績

05 | 2026年3月期 業績予想

損益計算書

売上高は前年同期比で**21.3%増**、売上総利益は同**31.6%増**と高い成長率

売上成長に対し売上総利益率が2.2pt改善、販管費率は維持となり、経常利益は前年同期比**78.2%増**に

2024年4月1日～ 2025年3月31日 (百万円)	2024年3月期		2025年3月期				
	実績	売上構成比	実績	売上構成比	前期増減	前期比	対業績予想 達成率
売上高	10,115	100.0%	12,275	100.0%	+2,160	121.3%	102.3%
売上原価	7,456	73.7%	8,776	71.5%	+1,320	117.7%	-
売上総利益	2,659	26.3%	3,498	28.5%	+839	131.6%	-
販売費及び一般管理費	2,129	21.0%	2,499	20.4%	+370	117.4%	-
営業利益	529	5.2%	998	8.1%	+469	188.6%	116.0%
経常利益	572	5.7%	1,019	8.3%	+447	178.2%	116.1%
当期純利益	365	3.6%	650	5.3%	+285	177.8%	114.4%

貸借対照表

IPOによる新株式発行および業績好調に伴い、現預金高は3,661百万円（前期末から+1,501百万円）
純資産も8,265百万円（前期末から+1,518百万円）となり自己資本比率も**77.4%**と高い水準を維持

(百万円)	2024年3月末		2025年3月末		
	実績	構成比	実績	構成比	増減
流動資産	4,031	46.1%	6,080	56.9%	2,049
現金及び預金	2,160	24.7%	3,661	34.3%	1,501
売掛金	1,472	16.8%	1,896	17.8%	424
固定資産	4,713	53.9%	4,603	43.1%	-110
有形固定資産	4,220	48.3%	4,166	39.0%	-54
建物及び設備	1,625	18.6%	1,558	14.6%	-67
土地	2,360	27.0%	2,360	22.1%	0
無形固定資産	126	1.4%	106	1.0%	-20
投資その他の資産	366	4.2%	329	3.1%	-37
資産合計	8,744	100.0%	10,683	100.0%	1,939

(百万円)	2024年3月末		2025年3月末		
	実績	構成比	実績	構成比	増減
流動負債	1,874	21.5%	2,346	22.0%	472
買掛金	608	7.0%	729	6.8%	121
短期借入金	300	3.4%	301	2.8%	1
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%	317	3.0%	222
固定負債	123	1.4%	71	0.7%	-52
純資産	6,747	77.2%	8,265	77.4%	1,518
株主資本	6,758	77.3%	8,265	77.4%	1,507
評価・換算差額等	-11	-0.1%	0	0.0%	11
負債純資産合計	8,744	100.0%	10,683	100.0%	1,939

1株当たりの配当

1株当たりの配当は **27円50銭** に引き上げ

1株当たり配当金（2025年3月期）

2025/2/13発表

24円00銭



本日発表

27円50銭

(+3円50銭)

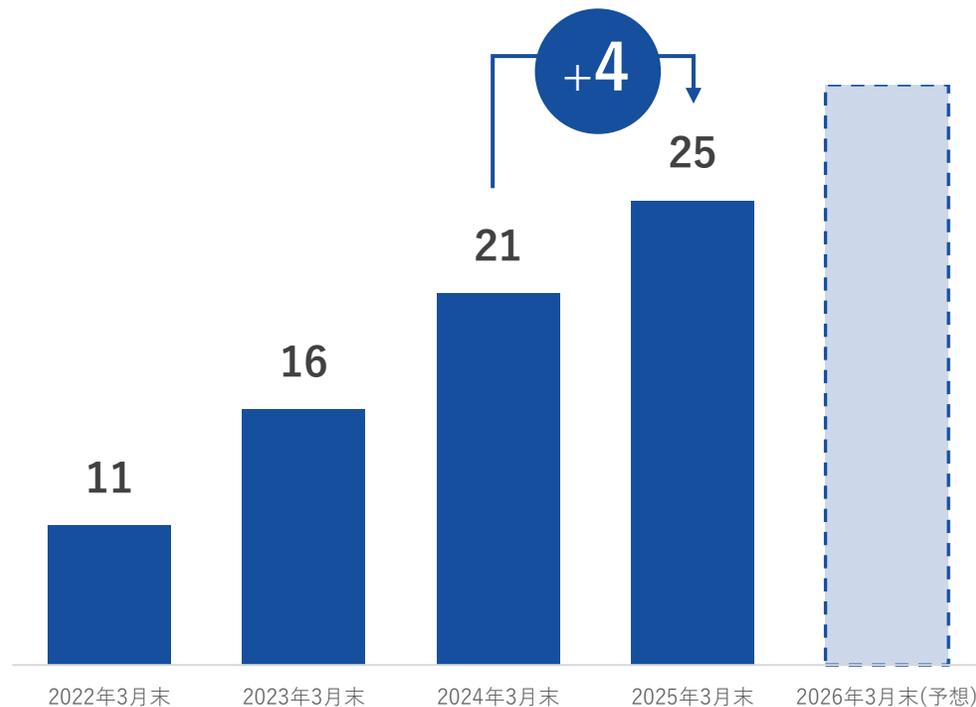
販促活動の全体最適DXを実現する
PromOSを直近1年で

4アカウントに新規導入

PromOS 導入アカウント数の推移

powered by MIC

4アカウントに新規導入



新規導入アカウント事例



大手外食
チェーン



大手食品
メーカー

※新規導入アカウントの一例となります
※掲載順は五十音順

取組トピックス（売上拡大②）

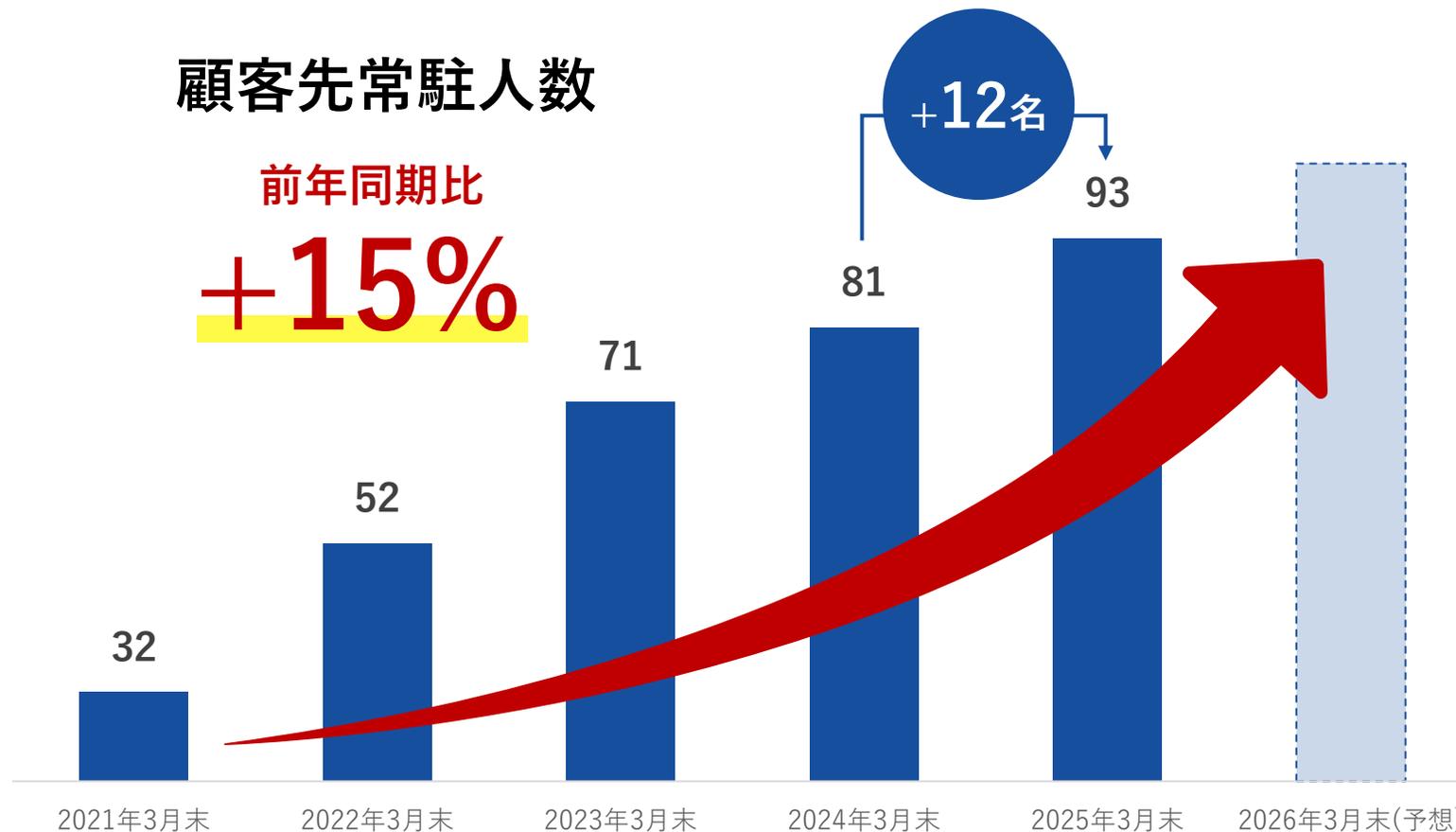
BPO事業の順調な伸長により、
顧客先常駐人数が増加
既存顧客との取引額拡大に寄与

顧客先常駐人数の推移

顧客先常駐人数

前年同期比

+15%



取組トピックス（コスト削減）

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

売上高に対する製造労務費率

18.7pt → 16.5pt

2.2pt
改善

2024年4月～2024年9月

2024年10月～2025年3月



すべてのフルフィルメント拠点の効率化

「**るのパレットへMonOS導入**」



無人搬送の新システム

「**AGV**(Automated Guided Vehicle)」



荷物のサイズ、重さを全自動計測する

「**出荷3辺測定機**」

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 通期業績

05 | 2026年3月期 業績予想

売上高**12.4%**成長、**経常利益率9.7%**の増収増益を計画

各顧客層への深耕営業の強化およびPromOS導入促進を通じて、達成を目指す

(百万円)	2025年3月期		2026年3月期		前年増加額	前年比率
	着地	売上構成比	見込	売上構成比		
売上高	12,275	100.0%	 13,800	100.0%	+1,525	112.4%
営業利益	998	8.1%	 1,300	9.4%	+302	130.2%
経常利益	1,019	8.3%	 1,340	9.7%	+321	131.4%
当期純利益	650	5.3%	 870	6.3%	+220	133.8%
1株当たり配当金	27円50銭		 37円00銭		+9円50銭	

トピックス（るのパレット増設）

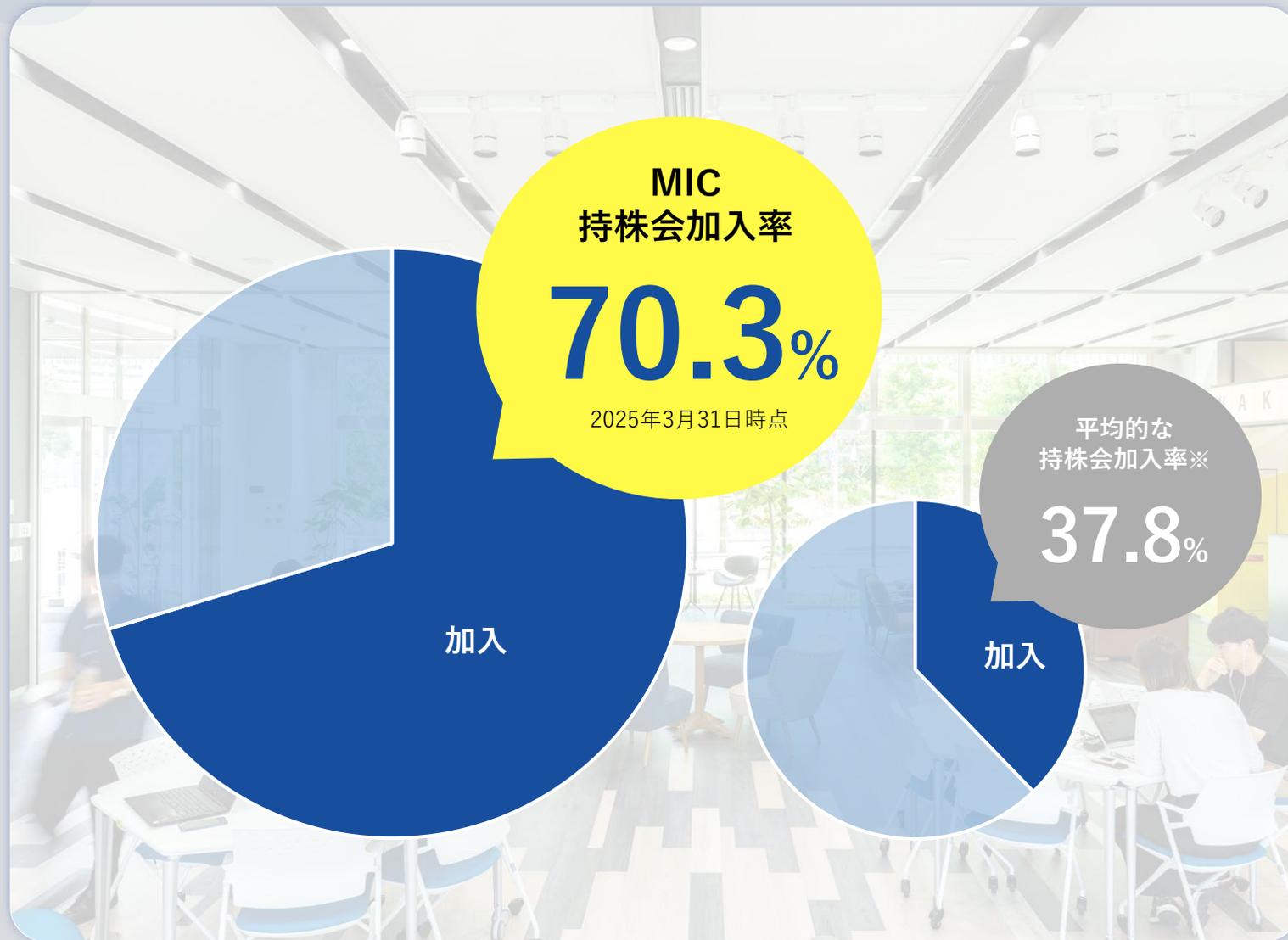
るのパレットに隣接する当社保有の土地に
フルフィルメントセンターを増設

事業拡大と業務効率化により

収益力向上を図る(2028年3月期決算に寄与)



全員経営を目指し、
社内持株会加入率 **70%** を突破



未来イノベーションCOMPANY

MIC

Q & A

Q1. 2025年2月の上方修正後、さらに業績が上回った要因を詳しく知りたい

A1. 第4四半期において、大きく2つの要因から業績予想を上回る着地となりました

売上高 : 既存顧客の取引額が順調に伸びたことに加え、Co.HUB等をきっかけに取引開始した新規顧客への各種サービスの導入が加速

コスト削減: ピッキング自動化(MonOS)が、はちフィルだけでなくのパレットにも拡大し、製造労務費の抑制に伴い売上原価率が低下 (2024年3月期4Q: **71.8%**→ 2025年3月期4Q: **70.6%**)

Q2. 2026年3月期の業績見通しの根拠を教えてください

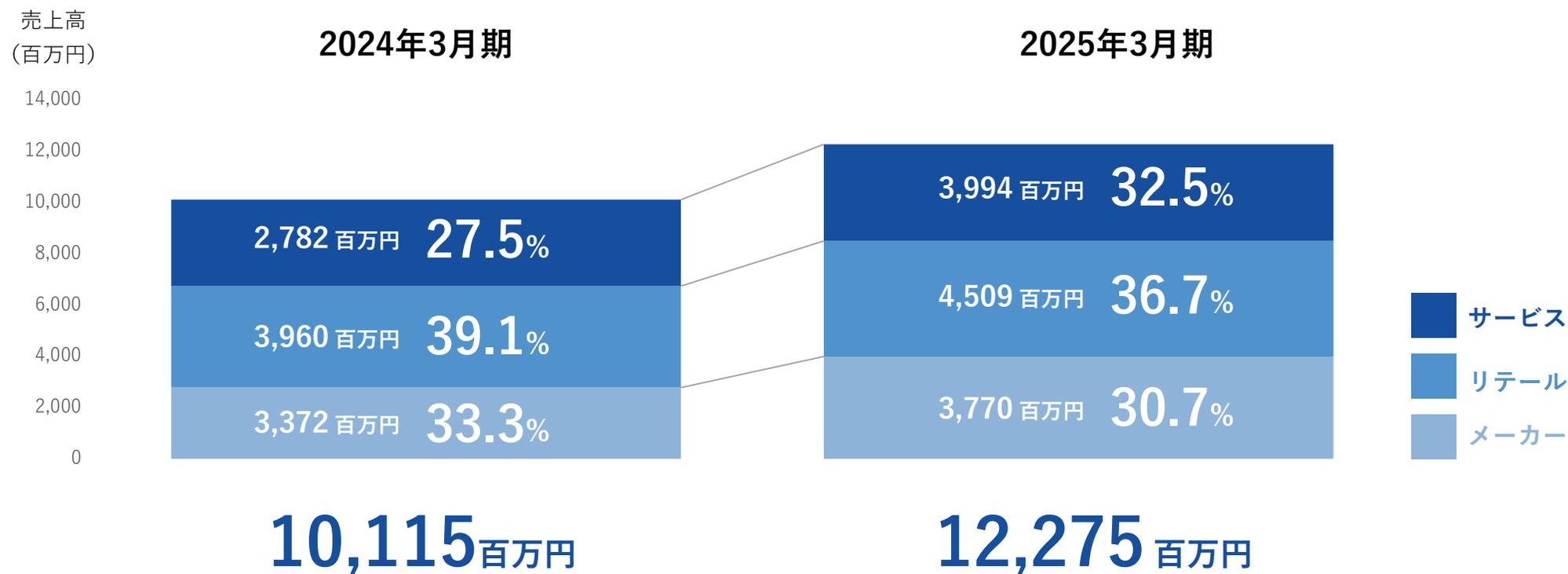
A2. 次の2つに取り組み、業績予想の実現を目指します

売上高 : 新設された事業開発部を中心にPromOS導入を加速していくとともに、メーカー、リテール、IT・サービスの各管掌執行役員のもと、360°フルサービスの導入を推進

コスト削減: ピッキング以外の製造工程においてもシステム化を進めるとともに、営業支援ツールの導入により営業活動の生産性向上を図ることで、労務費の適正化を実施

Appendix

全ての顧客属性において、**前期から売上が大きく伸長**



損益計算書（2025年3月期 第4四半期）

全ての顧客層で取引が拡大し、売上高は前年同期比**13.4%増**と大きく伸長

経常利益率も**8.0%**に回復し、経常利益額は前年同期比**34.2%増**に

2025年1月1日～ 2025年3月31日（3カ月） （百万円）	2024年3月期（4Q）		2025年3月期（4Q）			
	実績	売上構成比	実績	売上構成比	前期増減	前期比
売上高	2,707	100.0%	3,070	100.0%	+363	113.4%
売上原価	1,944	71.8%	2,166	70.6%	+222	111.4%
売上総利益	763	28.2%	904	29.4%	+141	118.5%
販売費及び一般管理費	587	21.7%	670	21.8%	+83	114.1%
営業利益	175	6.5%	234	7.6%	+59	133.7%
経常利益	184	6.8%	247	8.0%	+63	134.2%
当期純利益	96	3.5%	146	4.8%	+50	152.1%

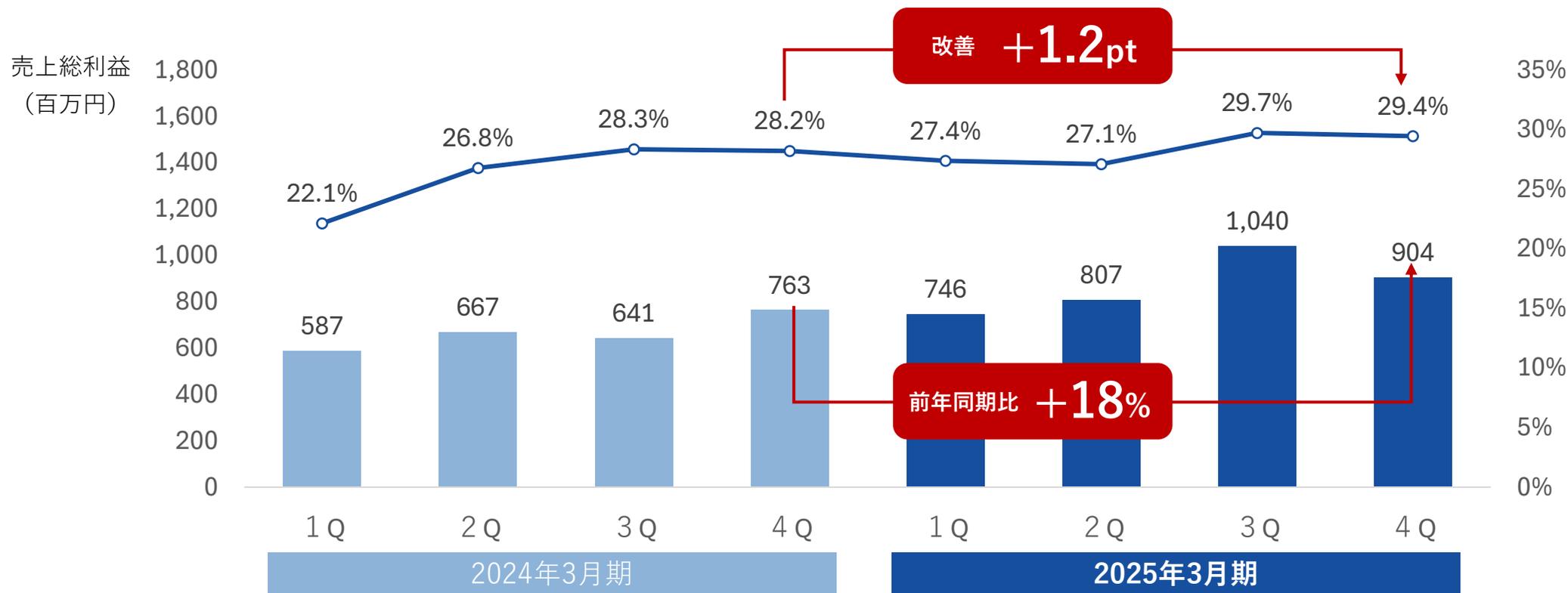
四半期売上高の推移

2025年3月期4Qの売上高は3,070百万円（前年同期比+13.4%）
全ての顧客層で取引が拡大、中でもPromOS新規導入数増加した結果、売上増



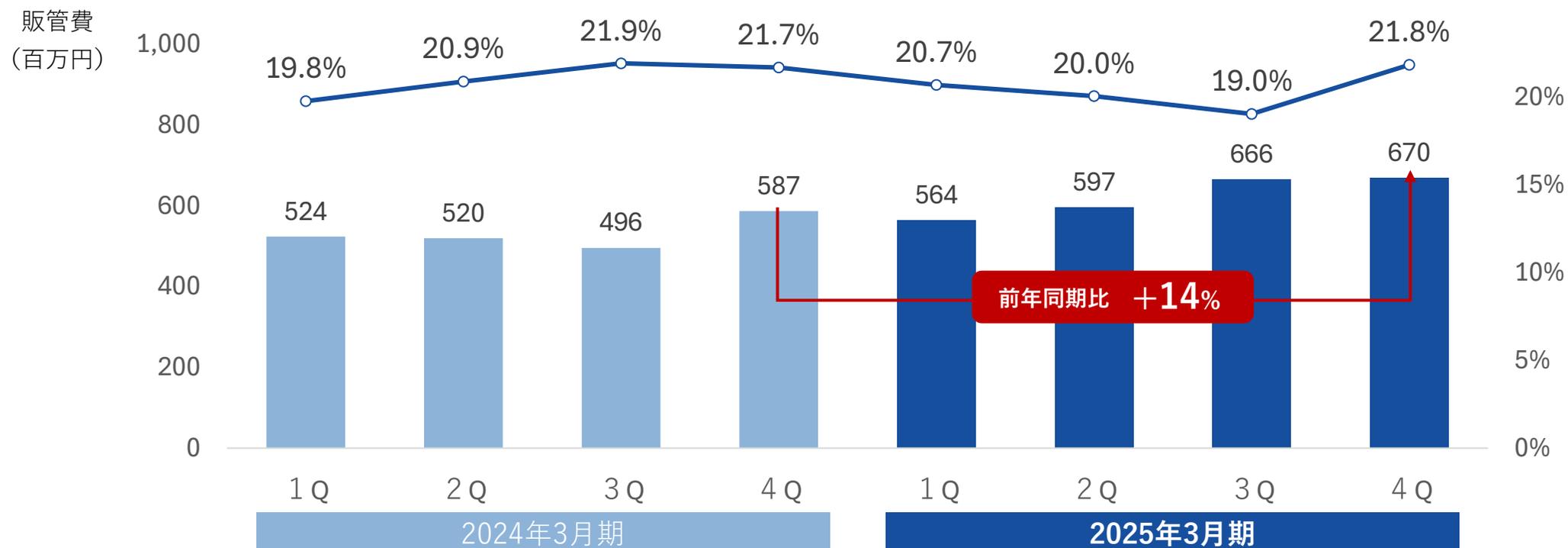
四半期売上総利益の推移

生産性の継続的改善により、製造労務費を抑制できた結果、売上総利益率が1.2pt改善し、
2025年3月期4Qの売上総利益は904百万円（前年同期比+18%）



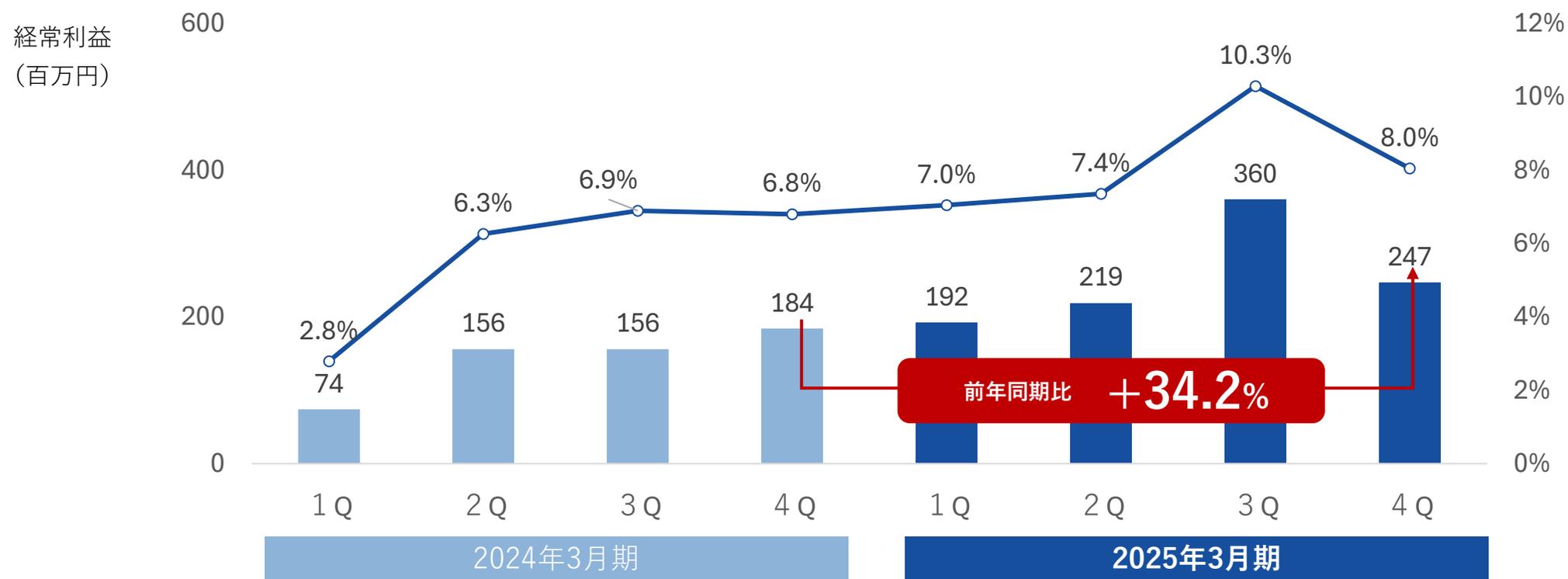
四半期販売費及び一般管理費の推移

人件費増加および営業生産性向上に向けたシステム導入により、
2025年3月期4Qの販管費は670百万円（対前年同期比+14%）に増加



四半期経常利益の推移

2025年3月期4Qの経常利益は247百万円（前年同期比+34.2%）と順調に利益改善



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。



上級執行役員 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 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 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。



執行役員 事業本部 リテール領域管掌

堤 翔太郎

青山学院大学卒業。当社入社後は、リテール領
域の売上拡大を牽引し、共同配送プラット
フォーム「Co.HUB」の事業責任者を務める。



執行役員 事業本部 IT・サービス領域管掌

久保 健太

法政大学卒業。多様な領域の売上拡大に従事
し、国内大手インターネットサービス企業の
営業担当責任者を務める。

未来イノベーションCOMPANY

MIC