未来イノベーションCOMPANY

MIC

新規投資家向け資料

MIC株式会社｜2026年8月29日　更新

未来イノベーション COMPANY

INDEX

未来イノベーション COMPANY

01

01 | はじめに

02 | 上場に至った背景

03 | 現在の株式状況

04 | 事業紹介

05 | 2027年3月期 1Q業績

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

自己紹介



代表取締役社長 **河合 克也** Kawai Katsuya

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。

- **2002年**
  早稲田大学卒業後
  株式会社キーエンスに入社
- **2007年**
  旧)水上印刷株式会社に入社
- **2008年**
  経済産業省出向
- **2014年**
  代表取締役社長に就任
- **360° フルサービスモデルの構築と進展**
- **2024年12月**
  東証スタンダード市場に上場企業

©2025 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

MESSAGE

私たちの経営方針

持続的成長

高収益

還元

INDEX

未来イノベーション
COMPANY

02

01 | はじめに

02 | 上場に至った背景

03 | 現在の株式状況

04 | 事業紹介

05 | 2027年3月期 1Q業績

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

業態変革による持続的な企業価値の向上

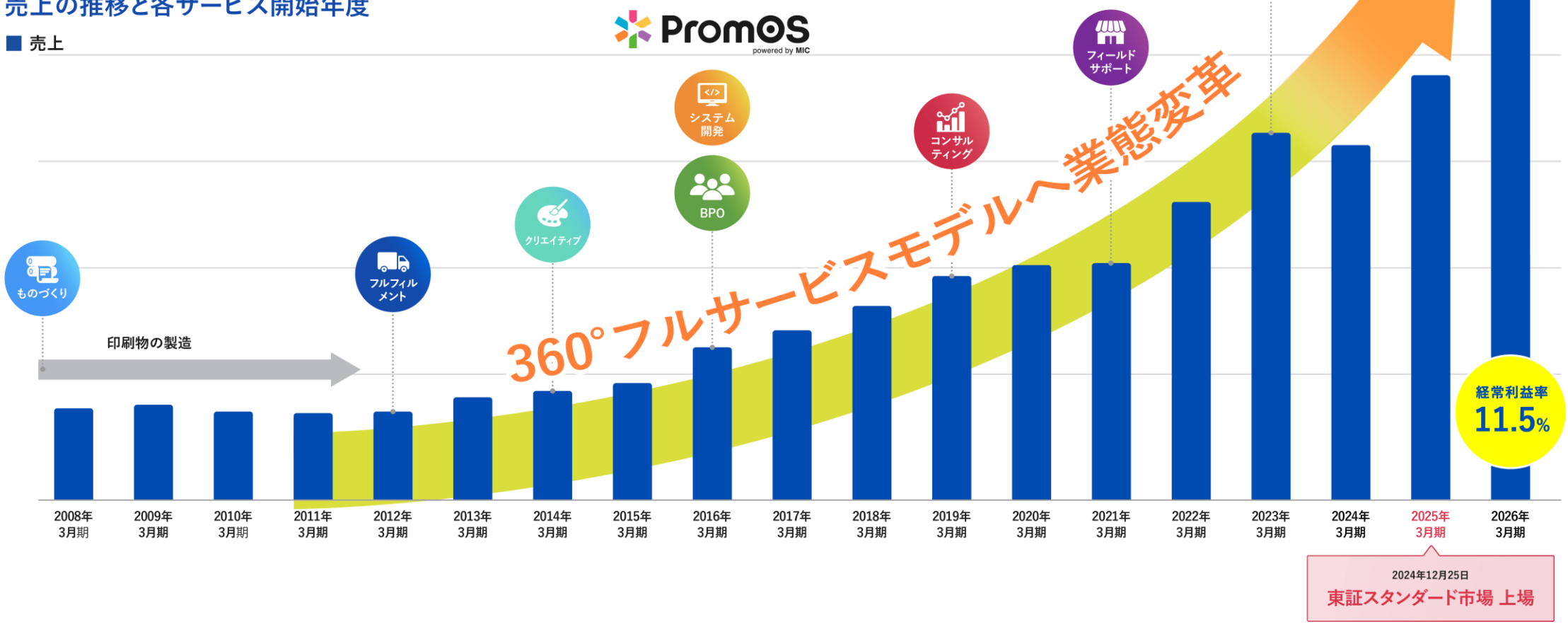
360° フルサービスモデルにより

15年で6倍成長

15年売上高 CAGR 約13%

150億円
(2026年3月期)

売上の推移と各サービス開始年度



©2025 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

社会課題解決カンパニーを目指して





2024年12月25日

東証スタンダード市場に上場

©2025 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

INDEX

未来イノベーション
COMPANY

03

01 | はじめに

02 | 上場に至った背景

03 | 現在の株式状況

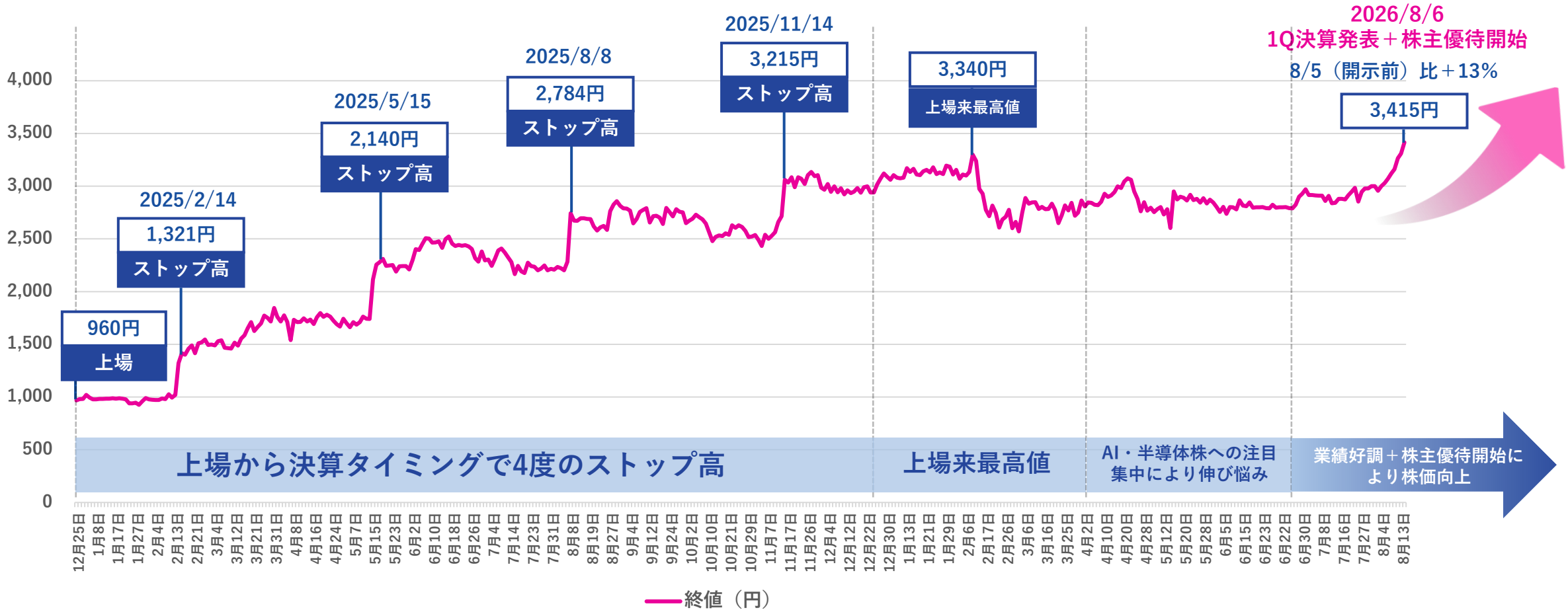
04 | 事業紹介

05 | 2027年3月期 1Q業績

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

上場後の株価推移

上場時960円から現在3,300円と上場来3.4倍 着実な業績拡大が株価を牽引



©2025 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

主要財務指標

収益性と資本効率の向上により、高い安定性を維持しつつ市場評価と株主還元を拡充。

成長性

売上高CAGR

約12%

（2022年3月期→2026年3月期）

収益性

営業利益率

8.1%（前々期2025年3月期）▶11.2%（前期2026年3月期）

安定性

自己資本比率

77.4%（前々期2025年3月期）▶74.8%（前期2026年3月期）

資本効率

ROE

8.7%（前々期2025年3月期）▶14.0%（前期2026年3月期）

市場評価

PER

約16倍（上場時2024/12/25時点）▶約17倍（2026/8/20時点）

株主還元

配当性向

40%

（2026年3/31時点）

総合ピーク利回り

7.02%※

（2026/6/30時点）

※株主優待ありかつ株価2,929円 700株保有の場合

©2025 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

株主還元の充実を目的とし、2026年9月30日 権利確定

配当性向 40%

株主優待 開始

最大総合利回り※ 7.02%

※2026年6月30日時点の株価終値(2,929円)かつ700株取得時の場合

基準日	対象優待内容
2026年9月末日	Amazon電子マネー 物品(5,000種類以上)

保有株式数	株主優待ポイント数
200株~299株	2,000ポイント
300株~399株	6,000ポイント
400株~499株	10,000ポイント
500株~599株	30,000ポイント
600株~699株	50,000ポイント
700株以上	**90,000ポイント**

※700株以上は一律90,000ポイント付与

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

現在の株式状況

MICの成長ガイドライン

持続的成長と高収益を掲げ

売上高年平均成長率10%超

経常利益率10%超 を目標とする

早期にプライム上場基準達成を目指す！



INDEX

未来イノベーション COMPANY

04

01 | はじめに

02 | 上場に至った背景

03 | 現在の株式状況

04 | 事業紹介

05 | 2027年3月期 1Q業績

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

Q

質問

なぜMICは成長してきたのですか？

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

MICが成長してきた理由

社会課題にマッチしたビジネスモデル

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

多様化 複雑化 するリテール販促業務



アプリ内広告





トップボード・ポスター



デジタルサイネージ



SNS・WEBページ



決済端末・QRコードPOP



エンド什器・POP

デジタル領域 × フィジカル領域

リテール販促業界を取り巻く環境

止まらない

人手不足
原価高騰

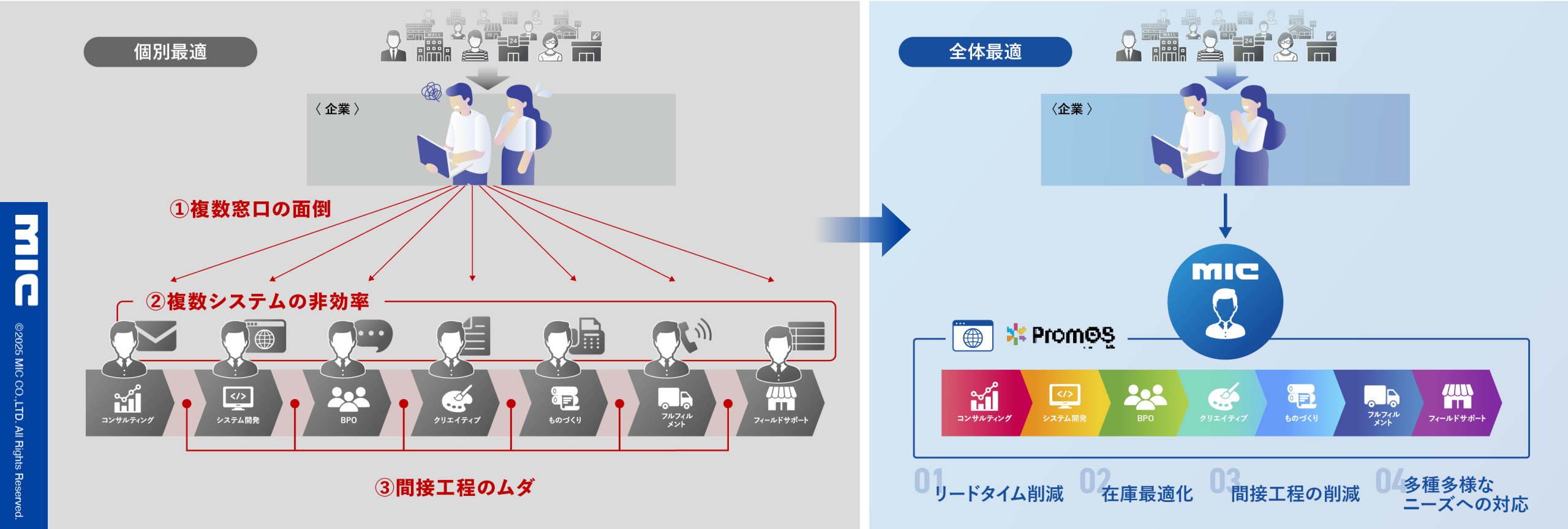
人手不足と資材費・物流費などの高騰により
あらゆるものの価格が上昇しており、
リテール販促の領域においても同様の事象が起きている



©2025 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

お客様の販促業務をもっと楽にする

ヒト・モノ・情報の集約による販促業務のサプライチェーン改革



©2025 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

MICが提供するソリューション

販促業務の
サプライチェーン改革

販促業務のDX

販促領域をトータルオペレーション

PromOS powered by MIC × 360°フルサービス

販売競争力の強化

- 需要変動への対応
- リードタイム短縮
- クリエイティブ品質の向上

＋

コスト最適化

- 製造費削減
- 在庫最適化
- 間接工数の削減



©2025 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

Q

質問

なぜ高い収益力があるのですか？

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

収益力が高い理由

自社一貫製造＋直販型のビジネスモデルだから

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

自社で各機能を保有

コンサルティングから、
システム、クリエティブ、
製造、フルフィルメントまで
自社一貫体制



©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

Our Business Model

デジタル×リアル
上流から実現・効果測定まで
360° 伴走型マーケティングカンパニー

物流×データで店頭を軸とした売り場を制し、

デジタル×リアルで上流から下流まで

統合的に全方位のプロモーションを支援。

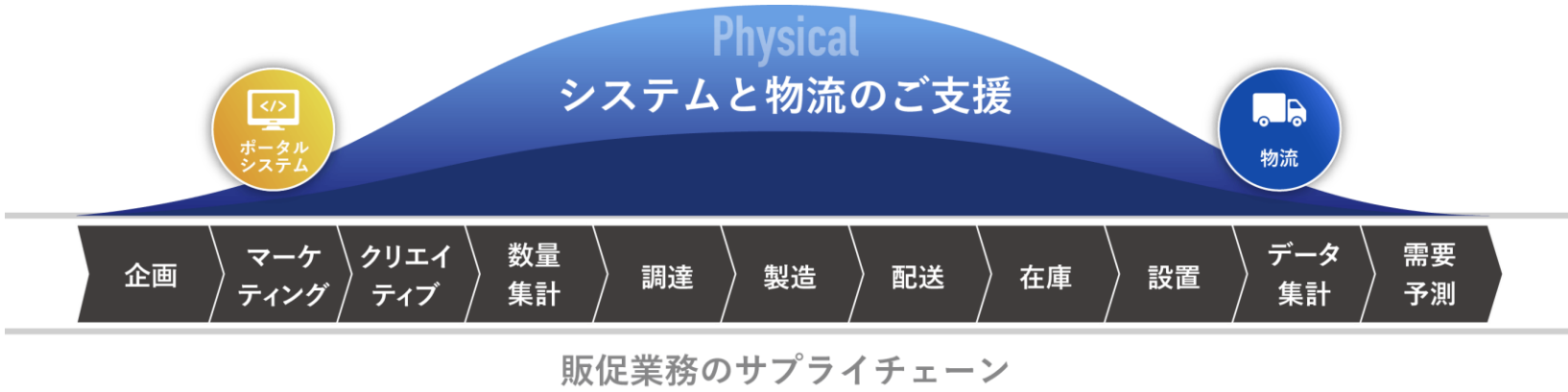
改善を起点としてビジネスモデルを創造する。

伴走型コンサルティングカンパニー

©2025 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

収益力が高い理由
MICのビジネスモデル｜Step1

販促業務の
サプライチェーンの
最適化を支援



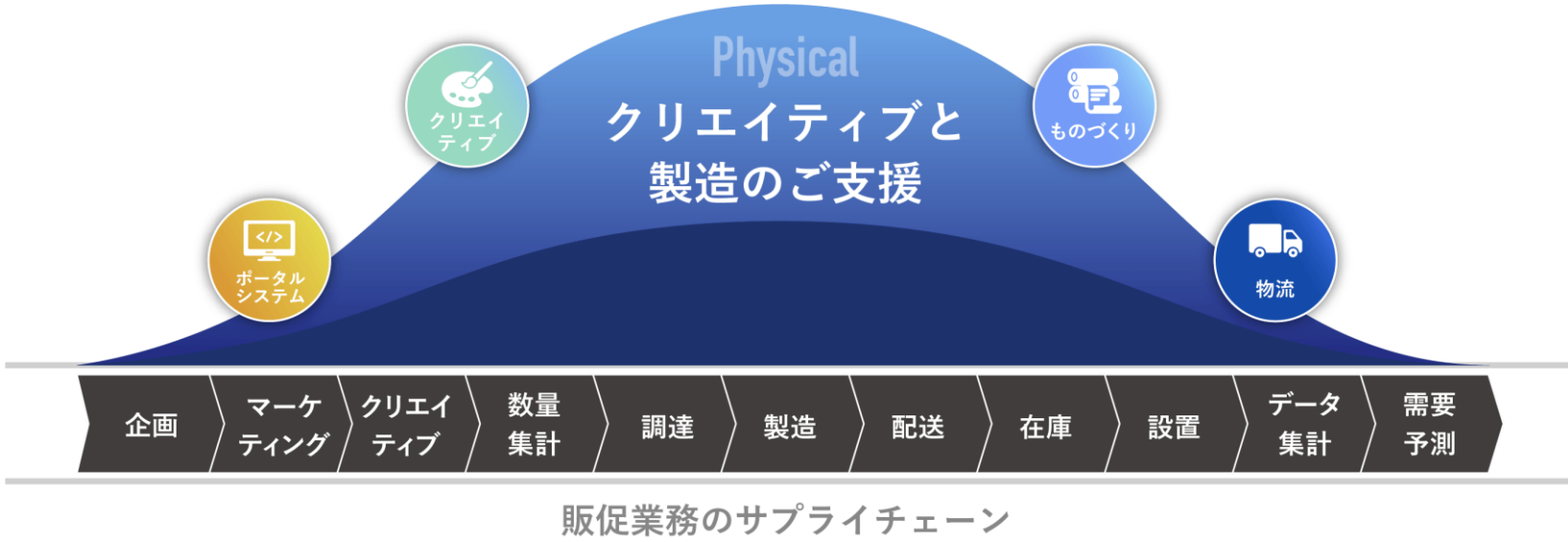
販促業務のサプライチェーン

STEP1

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

収益力が高い理由
MICのビジネスモデル｜Step2

クリエイティブ・製造領域を横断的に一括支援



販促業務のサプライチェーン

STEP2

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

プロモーション領域を
統合的に支援



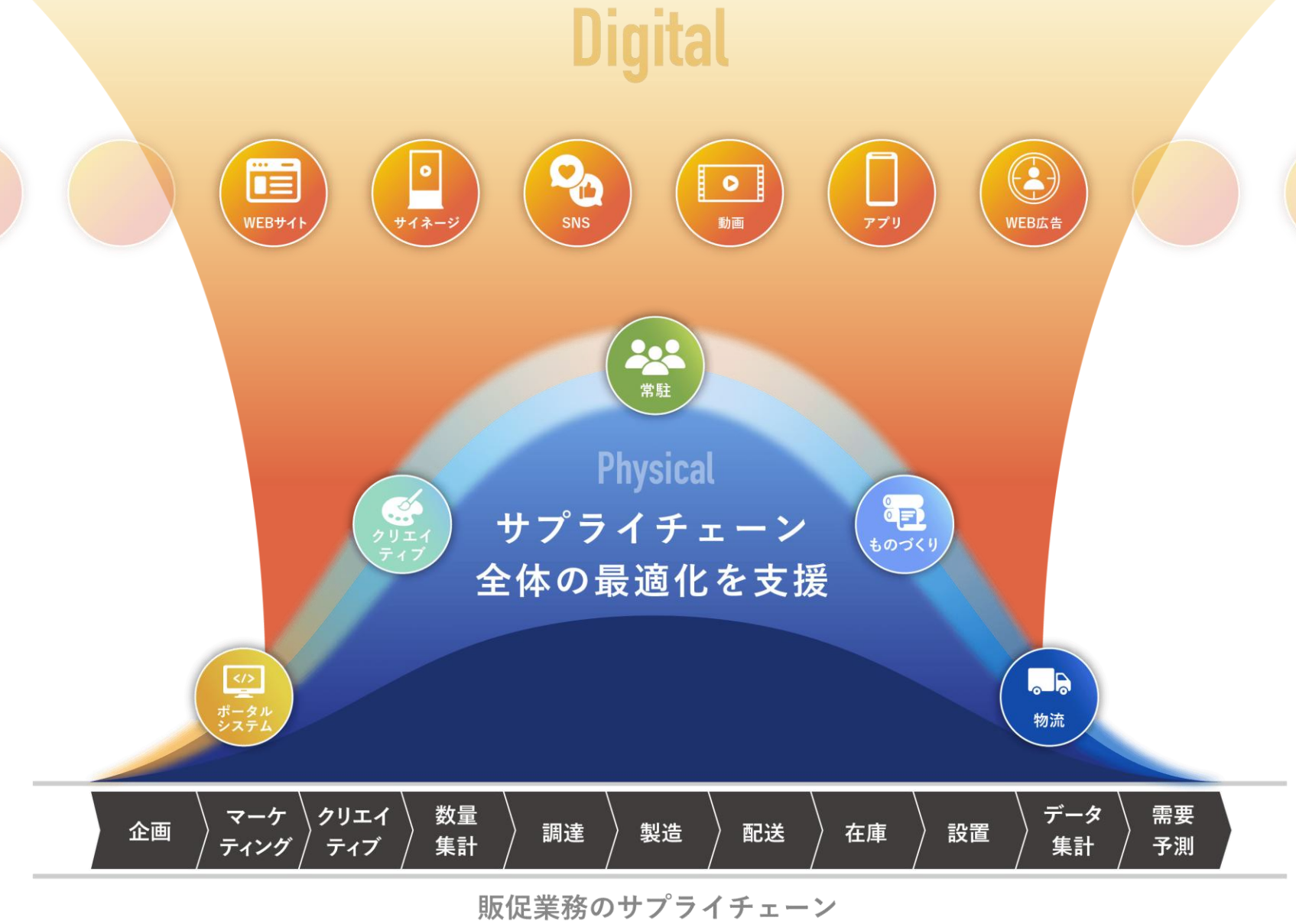
販促業務のサプライチェーン

STEP3

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

収益力が高い理由
MICのビジネスモデル｜Step4

顧客の持続的な成長に向けて サプライチェーン全体の 最適化を支援



販促業務のサプライチェーン

STEP4

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

Q

質問

成長は今後も続きますか？

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

今後も成長していける理由

再現性のある成長

圧倒的な顧客基盤
×
360°フルサービスのクロスセル

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

圧倒的な顧客基盤の拡大

共同配送の物流基盤を軸に リテール・メーカー企業の両輪へ支援を拡大していく

大手企業様を中心に700社以上の顧客基盤

日用品業界	化粧品業界	医薬品業界	飲食（食品）業界	家電業界
国内市場規模（推計）※1	国内市場規模（推計）※2	国内市場規模（推計）※3	国内市場規模（推計）※4	国内市場規模（推計）※5
約2.5兆円（トイレタリー）	約2.5兆円	約11.5兆円	約25~30兆円	約7.5~8兆円
企業数（目安）	企業数（目安）	企業数（目安）	企業数（目安）	企業数（目安）
約700~800社	約1,100社	約300社	約28,000社	約400~500社

360° フルサービスカンパニー MIC

共同配送実績

- ドラッグストア 約13,500店舗（全国店舗の65%）
- 家電量販店 約500店舗（2026年4月開始）

Co.HUB powered by MIC
新たな業界への拡大

店舗別配送網

- 外食チェーン 約5,600店舗
- コンビニ 約16,000店舗
- モバイルショップ 約1,600店舗

店舗別配送
新たな企業への拡大

※1出典：一般社団法人日本石鹸洗剤工業会「石鹸・洗剤・洗浄剤等の製品別出荷実績」/出典：総務省・経済産業省「令和３年経済センサス‐活動調査」 ※２出典：経済産業省「経済産業省生産動態統計」/出典：厚生労働省「医薬品・医薬部外品製造販売業者数」、総務省・経済産業省「令和３年経済センサス‐活動調査」※３出典：厚生労働省「薬事工業生産動態統計調査」/出典：厚生労働省「医薬品・医薬部外品製造販売業者数」、総務省・経済産業省「令和３年経済センサス‐活動調査」※４出典：農林水産省「食品産業動態調査」または「食品産業の現状」/総務省・経済産業省「令和３年経済センサス‐活動調査（食料品製造業・飲料製造業）」※５出典：一般社団法人電子情報技術産業協会（JEITA）「国内出荷統計」、一般社団法人日本電機工業会（JEMA）「民生用電気機器国内出荷実績」/総務省・経済産業省「令和３年経済センサス‐活動調査（電気機械器具製造業）」

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

成長戦略実現のカギ

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（コハブ）

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（プロモス）

PromOS powered by MIC

©2025 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

販促物の共同配送

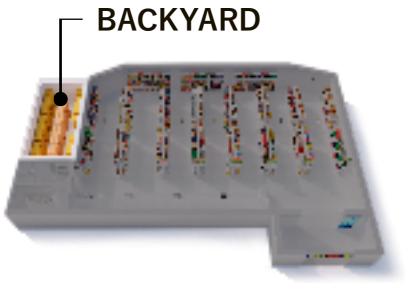
ドラッグストアチェーン向け
販促物共同配送サービス

Co.HUB
powered by MIC

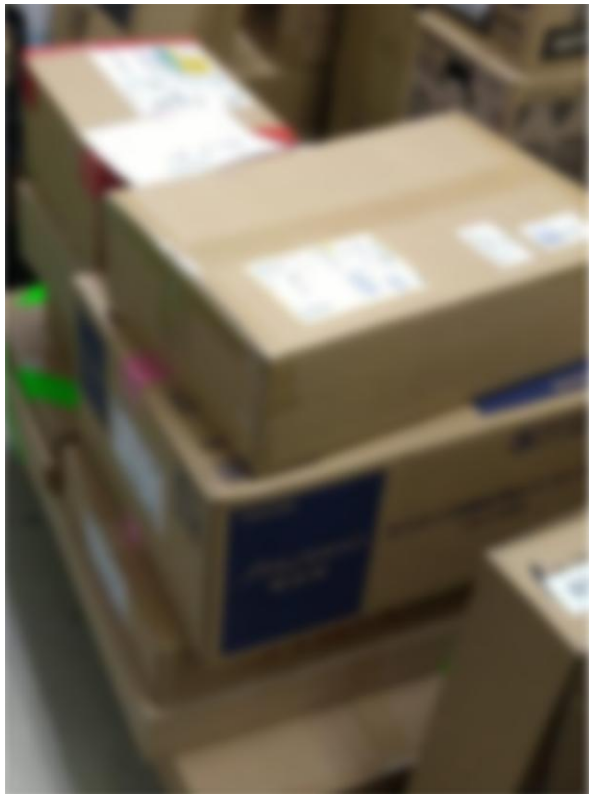
グッドデザイン賞受賞	ビジネスモデル特許取得
グッドデザイン ベスト100を受賞！ GOOD DESIGN AWARD 2025 BEST 100	

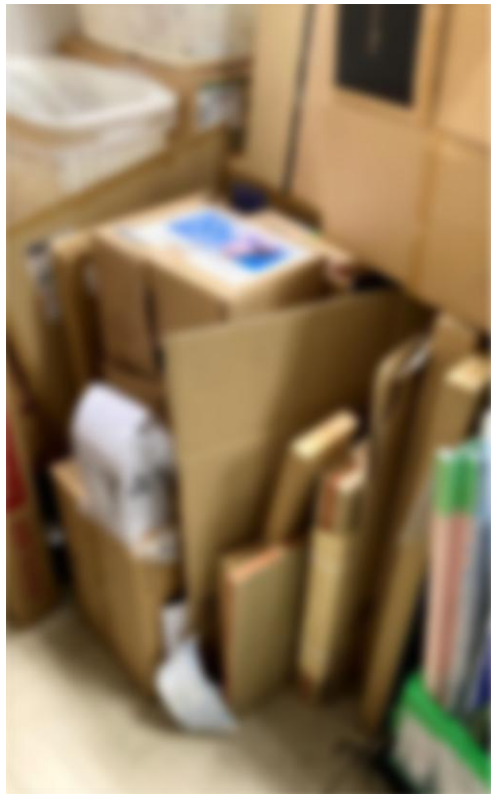


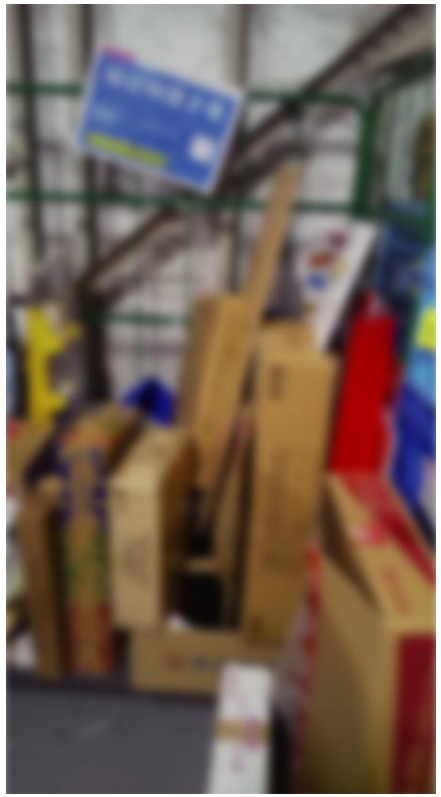
小売店舗における店頭販促物の実態

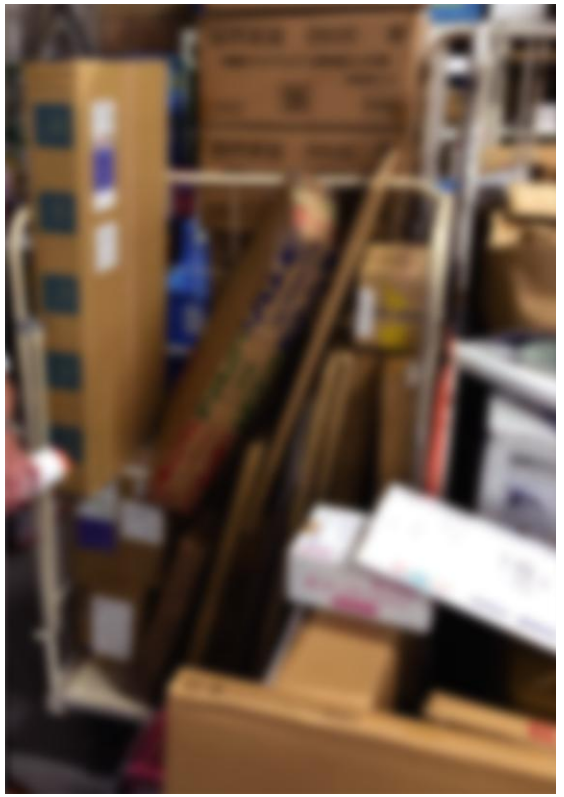


大量に届き、使われずに廃棄される販促物



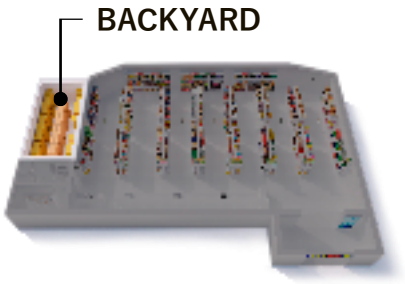






©2023 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

小売店舗における店頭販促物の実態

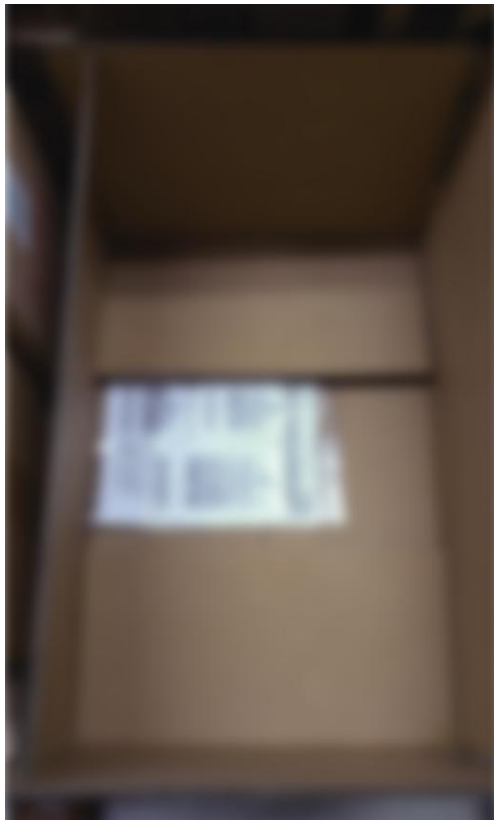


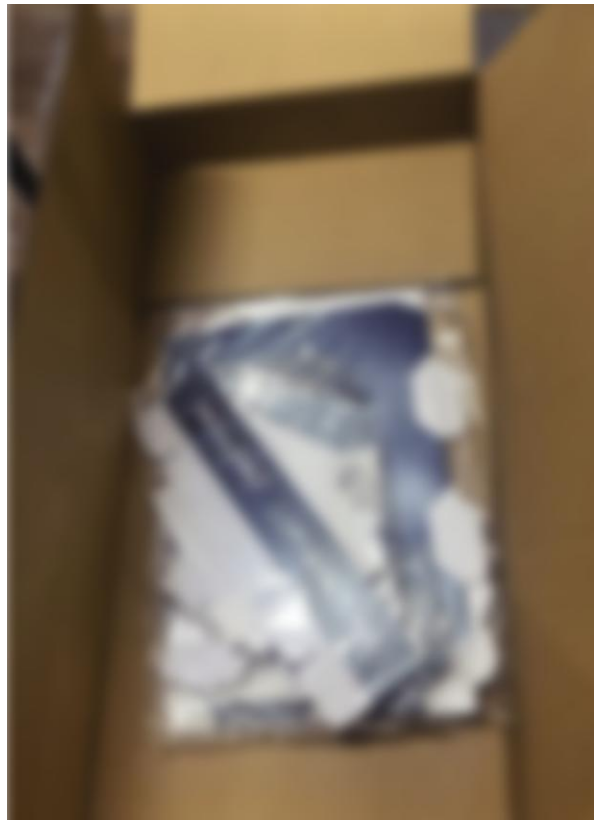
散見される低容積率の梱包、空気を運ぶ物流CO2の無駄

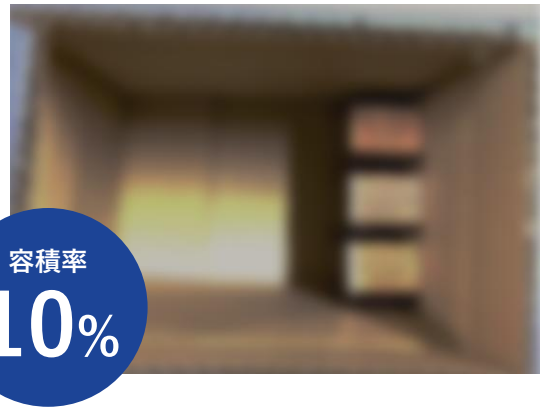
▼ 販促物の梱包状態の例













©2023 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

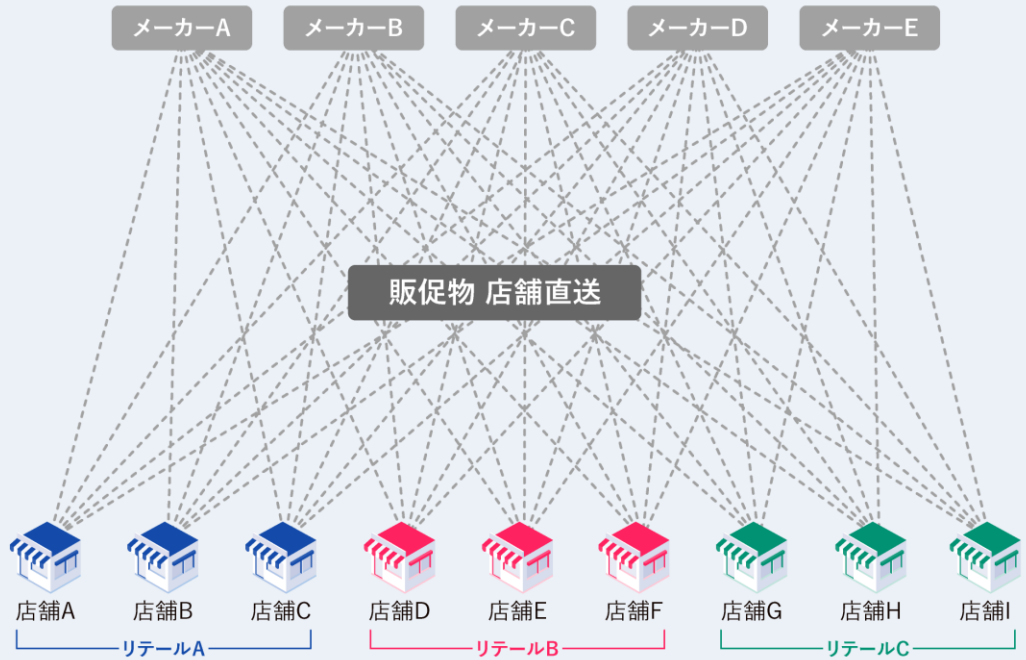
販促物共同配送サービス

Co.HUB powered by MIC

変種・変量の販促物に対応し、リテールとメーカーをつなぐ共同配送網。
大幅なCO2削減に加え、人的工数・配送料・資材費の削減が可能。

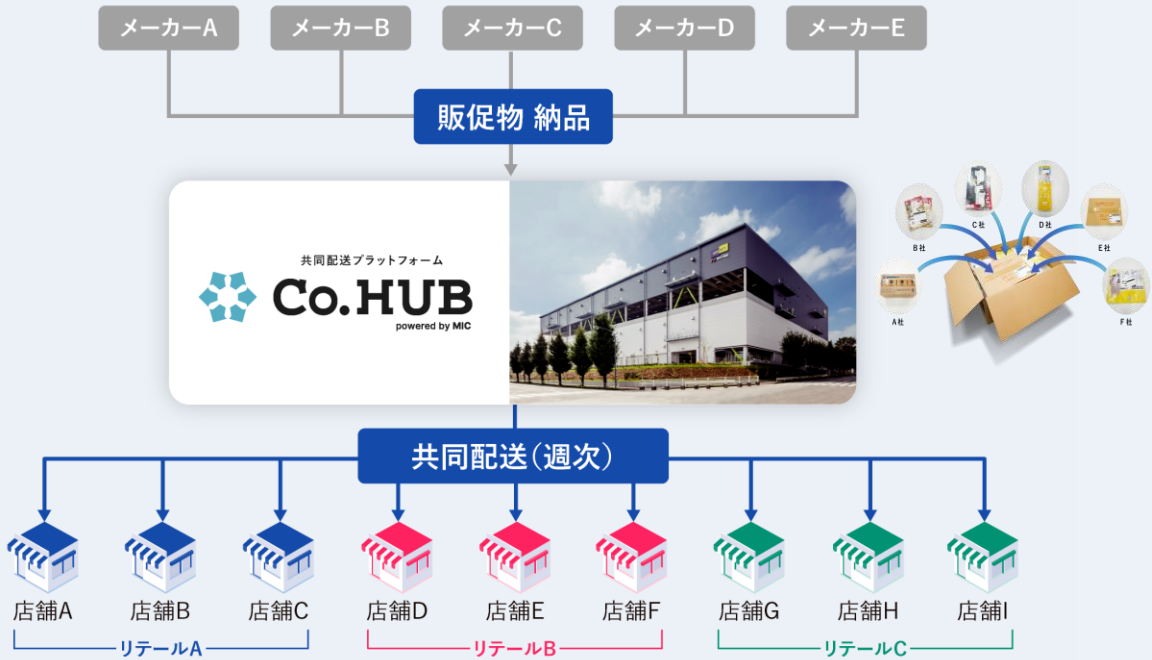
Before

配送経路がバラバラ



After

配送経路を集約し効率化



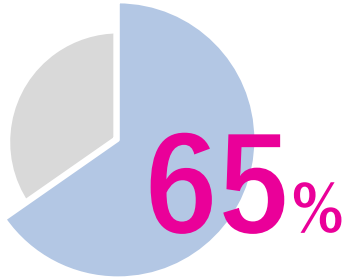
販促物共同配送サービス

ドラッグストア国内店舗数ランキング

順位	チェーン企業	
1位	マツキヨココカラ＆カンパニー	Co.HUB 導入済
2位	ウエルシアホールディングス	Co.HUB 導入済
3位	ツルハホールディングス	Co.HUB 導入済
4位	スギホールディングス	Co.HUB 導入済
5位	コスモス薬品	

（引用元：月刊マーチャンダイジング 【ドラッグストア白書2025】）

ドラッグストアでの導入率



ドラッグストアの全国20,373店舗のうち

13,208店舗※2　34チェーン※1

契約メーカー企業数 ※3



714社

（うち利用メーカー企業数：446社）

家電量販店業界の店舗数ランキング

*フランチャイズ店舗除く

順位	チェーン企業	店舗数	
1位	ヤマダ電機	761店舗	
2位	ケーズデンキ	558店舗	
3位	エディオン	454店舗*	Co.HUB 導入済
4位	ノジマ	278店舗	
5位	ジョーシン	207店舗	
6位	コジマ×ビックカメラ	138店舗	

（引用元 https://kenseisha.com/20231218_kadenshoprank/）

業界ごとの市場規模

業界名	市場規模	店舗数	
スーパーマーケット業界	約17兆円	約6,100店舗	導入推進中
コンビニ業界	約13兆円	約57,000店舗	Co.HUB 導入済
家電小売業界	約７兆円	約2,660店舗	Co.HUB 導入済
ドラッグストア業界	約9兆円	約20,400店舗	Co.HUB 導入済
ホームセンター業界	約3兆円	約4,600店舗	

（引用元 経済産業省 「商業動態統計速報」 / Gfk Japan 「架電小売市場の動向」）

※1　2026年3月31日時点でCo.HUBを導入予定のドラッグストアチェーン数。当事業年度より、社数カウント方法を一部変更。変更後のカウント方法に基づく2026年3月31日時点の導入決定ドラッグストア社数は34チェーン
※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」（2026年5月）より引用。カバー数は、2026年3月31日時点で配送が決定しているドラッグストア店舗数
※3　2026年6月30日時点でのCo.HUB利用の契約済みメーカー数

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

PromOS

利用アカウント数

約27,000

販促業務をもっと楽に

PromOS powered by MIC

Click So-ko

販促物などの
在庫管理・発注

Tool Counter

販促物の製造数量
ヒアリング

Edition Now

オンラインでの
編集機能と発注

Promo Store

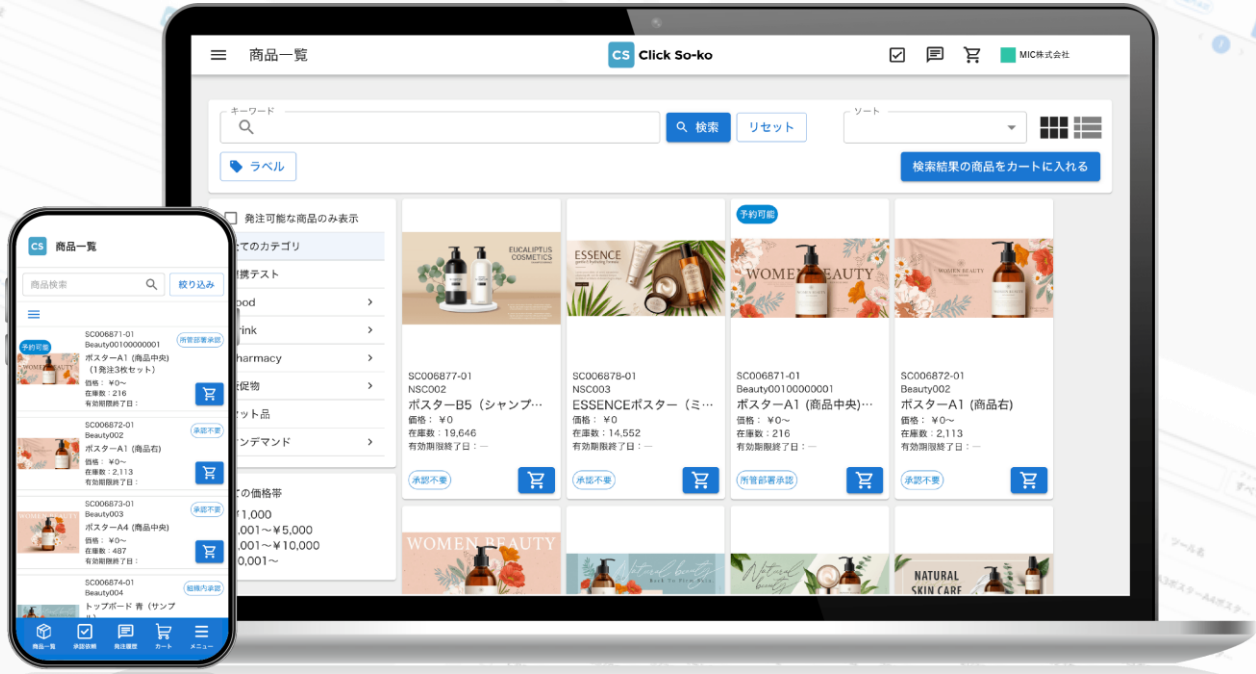
店舗からの
販促物追加オーダー

WONDER LINK

オンラインでの
デザイン校正

Store Fit

店舗属性ごとの
送付数と製造数を集計



販促物に関わる製造・発注・管理をDX化

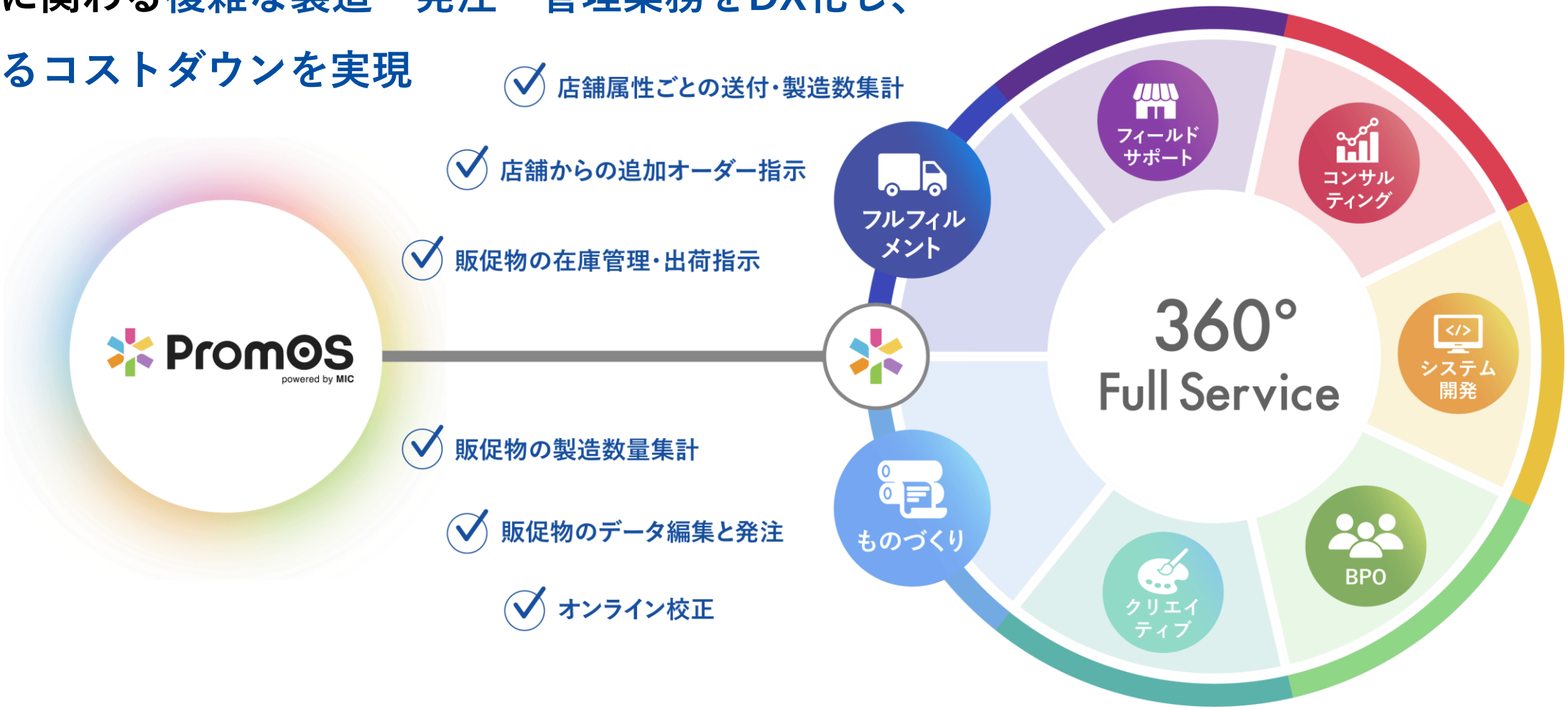
ヒト・モノ・データの情報を集約することで
物理的移動や重複業務を効率化し、コスト削減。

今後も成長していける理由

PromOS

ヒト・モノ・情報をPromOSに集約し、

販促物に関わる複雑な製造・発注・管理業務をDX化し、さらなるコストダウンを実現



導入実績

日本を代表する食品メーカー企業

大手食品メーカー企業様

PromOS導入による支店管理の販促物を削減

年間利益	月間営業稼働時間
1,300万円の創出	270時間の創出

国内店舗数No.1

大手外食チェーン企業様

PromOS導入による販促物門の管理業務を改善

年間利益	年間業務工数
850万円の創出	2,180時間の創出

食を通じた社会課題解決企業

大手食品メーカー企業様

システムと拠点の統合により販促業務改善

販促物制作・管理コスト	販促物業務時間
1,600万円の削減	50%の削減

アジア出店店舗数最大のグローバル企業

大手外食チェーン企業様

PromOS導入により各種管理業務を改善

年間利益	年間業務工数
3,000万円の創出	1,360時間の創出

国内16,000店舗以上

大手コンビニエンスストア様

販促企画から製造・配送まで一気通貫で対応

労務費	販促制作コスト改善
4.5億円の削減	8,000万円の削減

従業員数30,000名以上

大手化粧品メーカー企業様

販促物の共同配送によるコスト改善

配送費用	現場一部作業工数
最大30%削減	60%削減

©2025 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

成長に向けた攻めの施策　PromOS導入社数

販促活動の全体最適DXを実現するPromOSの

2026年6月末時点における導入社数

35社

2027年3月期末までの契約確定

38社

導入企業

- 食品メーカー
- 製薬メーカー
- 日用品メーカー

PromOS powered by MIC 導入社数の推移



©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

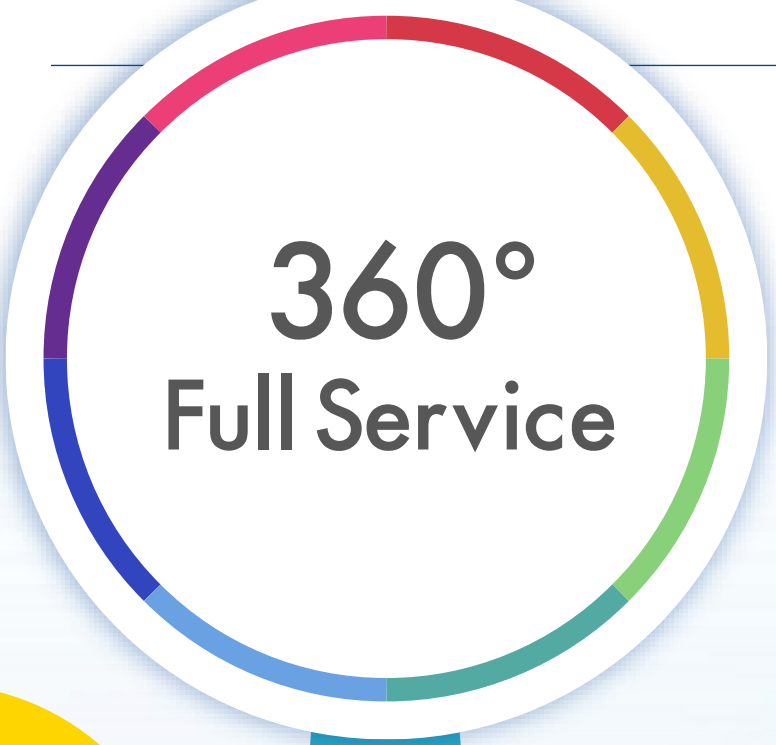
2027年3月期 1Q業績

成長に向けた攻めの施策　クリエイティブ支援

デジタル×フィジカル領域のクリエイティブ支援

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

成長戦略



顧客数※1

約714社

PromOS powered by MIC

Co.HUB powered by MIC

STEP1

平均年間取引額※2

約1,000万円

販促物の共同配送

STEP2

平均年間取引額※3

約1.4億円

PromOS

販促物の在庫管理や
配送など販促業務をDX化

STEP3

平均年間取引額※4

約15億円

360°フルサービス

全ての販促領域を支援

※1 2026年6月30日時点でのCo.HUB利用の契約済みメーカー数
※2 2025年3月期における顧客（※3※4の顧客を除く）の2025年3月期における平均年間取引額
※3 PromOS利用中の顧客（※4の顧客を除く）の2025年3月期における平均年間取引額
※4 360° 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

©2025 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

Q

質問

どんな未来像を目指していますか？

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

どんな未来像を目指していますか？

未来をイノベーションする会社

リテールプロモーション分野における
DXプラットフォーマー

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

どんな未来を目指しているか

リテールプロモーション
DXプラットフォーマー

空中戦
ブランド価値の
認知拡大

デジタル戦
ファンの創出

360°
リテールプロモーション
DXプラットフォーマー

未来イノベーションCOMPANY
MIC

地上戦
売場実現

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

INDEX

未来イノベーション
COMPANY

05

01 | はじめに

02 | 上場に至った背景

03 | 現在の株式状況

04 | 事業紹介

05 | 2027年3月期 1Q業績

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

ハイライト

HIGHLIGHT

2027年3月期

1Q実績

2027年3月通期 売上高

郵券代調整なし※1	実質成長※2
	増収
前年同期比	実質増収率
−1.8%	+17.0%

3,374百万円

2027年3月通期 営業利益

増益

前年同期比

+8.4%

348百万円（売上比10.3%）

2027年3月通期 EBITDA※2

増益

前年同期比

+9.7%

415百万円（売上比12.3%）

通期計画

2027年3月通期 売上高

郵券代調整なし※1	実質成長※2
増収	増収
前年同期比	実質増収率
+2.0%	+16.7%

15,400百万円

2027年3月通期 営業利益

増益

前年同期比

+21.0%

2,040百万円（売上比13.2%）

2027年3月通期 EBITDA※2

増益

前年同期比

+22.8%

2,390百万円（売上比15.5%）

※1 2027年3月期よりDM郵券代を売上から立替金計上に変更　※2 前期/今期の比較においてDM郵券代を売上から除いた場合の成長率

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

重要な会計処理変更の影響範囲

HIGHLIGHT

会計処理変更が影響する数値

2027年3月期 1Q実績

2027年3月通期 売上高

郵券代調整なし※1	実質成長※2
	増収
前年同期比	実質増収率
−1.8%	+17.0%

3,374百万円

2027年3月通期 営業利益

増益

前年同期比

+8.4%

348百万円

2027年3月通期 EBITDA※2

増益

前年同期比

+9.7%

比12.3%）

利益への影響は無し

2027年3月期 通期計画

2027年3月通期 売上高

郵券代調整なし※1	実質成長※2
増収	増収
前年同期比	実質増収率
+2.0%	+16.7%

15,400百万円

2027年3月通期 営業利益

増益

前年同期比

+21.0%

2,040百万円（売上比13.2%）

2027年3月通期 EBITDA※2

増益

前年同期比

+22.8%

2,390百万円（売上比15.5%）

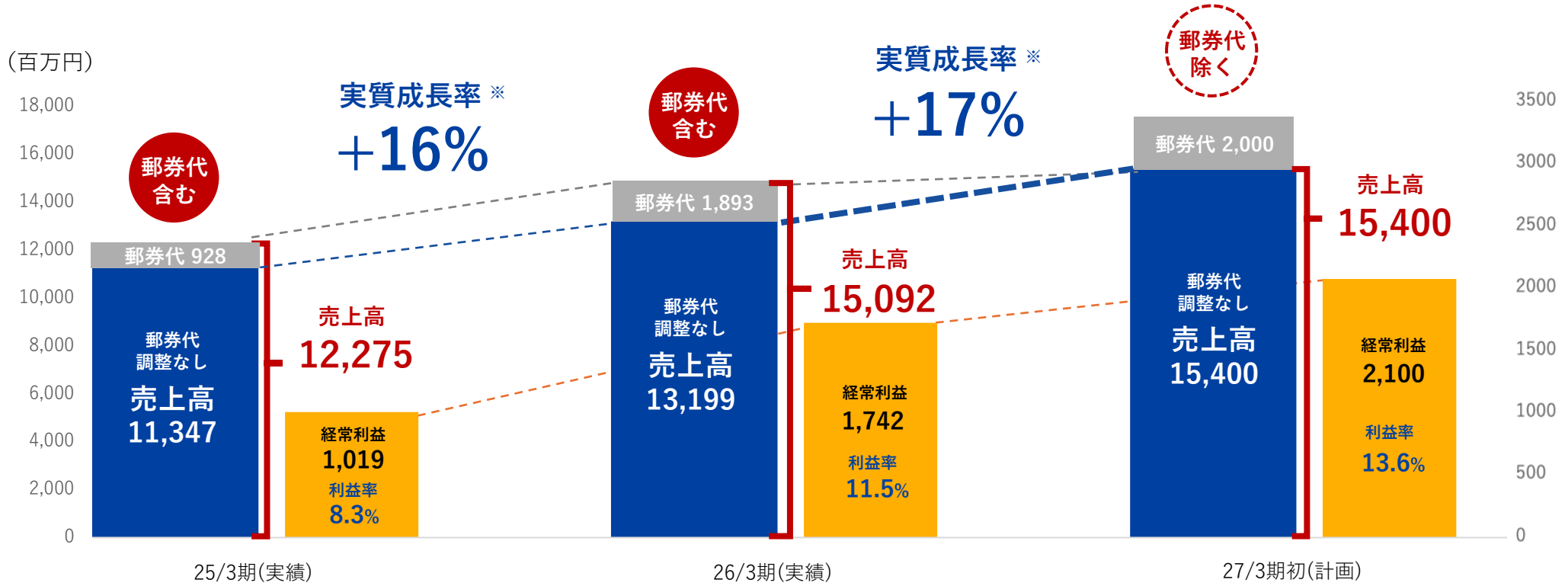
※1 2027年3月期よりDM郵券代を売上から立替金計上に変更　※2 前期/今期の比較においてDM郵券代を売上から除いた場合の成長率

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

重要な会計処理変更

2027年3月期より約20億円の郵券代を売上から立替金計上に変更（利益額には影響なし）

郵券代を除いた比較の場合、実質成長率17%



※ DM郵券代を売上から除いた場合の成長率

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

損益計算書

既存・新規ともに取引拡大により売上高17%増と好調の一方、売上原価も19.7%増となる
ただし、戦略的投資を伴うため、今後の成長への手応えあり

（百万円）	2026年3月期（1Q）郵券代なし※		2027年3月期（1Q）			
	実績	売上構成比	実績	売上構成比	前年同期増減	前年同期比
売上高	**2,884**	**100.0%**	**3,374**	**100.0%**	**490**	**117.0%**
仕入・外注・運賃	1,030	35.7%	1,231	36.5%	201	119.5%
付加価値	**1,853**	**64.3%**	**2,142**	**63.5%**	**288**	**115.6%**
製造労務費・製造経費	821	28.5%	987	29.3%	165	120.2%
売上総利益	**1,031**	**35.8%**	**1,155**	**34.2%**	**123**	**112.0%**
販売費及び一般管理費	709	24.6%	806	23.9%	96	113.6%
営業利益	**321**	**11.2%**	**348**	**10.3%**	**27**	**108.4%**
減価償却	56	2.0%	66	2.0%	9	117.3%
EBITDA	378	13.1%	415	12.3%	36	109.7%

※2026年3月期までの売上高においては郵券代を除いた同条件で比較

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

自社フルフィルメントセンター増設に伴う借入金約10億を計上
郵券代の計上科目を売掛金からその他(立替金)へ計上変更

	2026年3月末		2027年6月末		
（百万円）	実績	構成比	実績	構成比	増減
流動資産	7,009	56.3%	6,370	50.3%	-639
現金及び預金	3,107	25.0%	2,812	22.2%	-295
売掛金	3,194	25.7%	2,219	17.5%	-975
その他	708	5.7%	1,339	10.6%	631
固定資産	5,430	43.6%	6,303	49.7%	873
有形固定資産	5,006	40.2%	5,733	45.2%	727
建物及び設備	2,646	21.3%	3,373	26.6%	727
土地	2,360	19.0%	2,360	18.6%	0
無形固定資産	86	0.7%	77	0.6%	-9
投資その他の資産	336	2.7%	492	3.9%	156
資産合計	12,440	100.0%	12,674	100.0%	234

	2026年3月末		2027年6月末		
（百万円）	実績	構成比	実績	構成比	増減
流動負債	3,103	24.9%	3,568	28.2%	465
買掛金	942	7.6%	509	4.0%	-433
短期借入金	710	5.7%	1,700	13.4%	990
1年以内返済長期借入金	0	0.0%	0	0.0%	0
その他	1,451	11.7%	1,359	10.7%	-92
固定負債	18	0.1%	2	0.0%	-16
純資産	9,318	74.9%	9,103	71.8%	-215
株主資本	9,309	74.8%	9,091	71.7%	-218
新株予約権	9	0.1%	12	0.1%	3
負債純資産合計	12,440	100.0%	12,674	100.0%	234

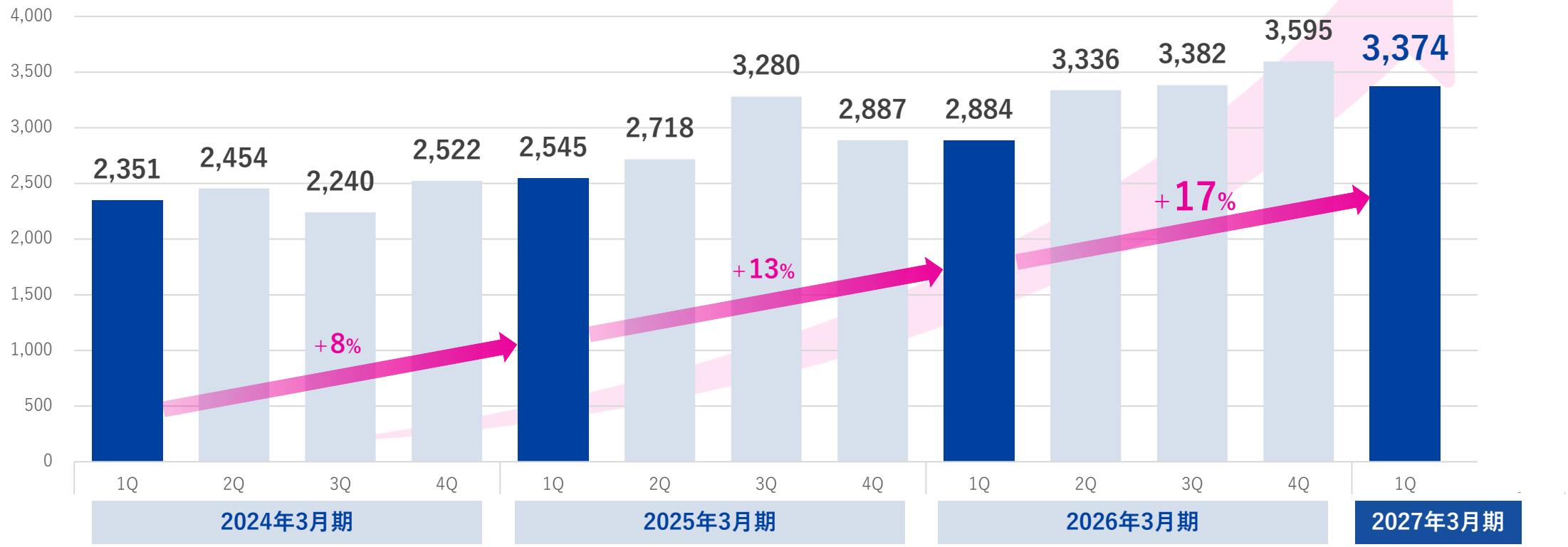
©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

売上高の推移

2027年3月期1Qの売上高は3,374百万円（前年同期比+17.0%）

Co.HUBの拡大に伴い、新規既存顧客へのアップセル・クロスセルが増収に貢献

売上高の推移（百万円）



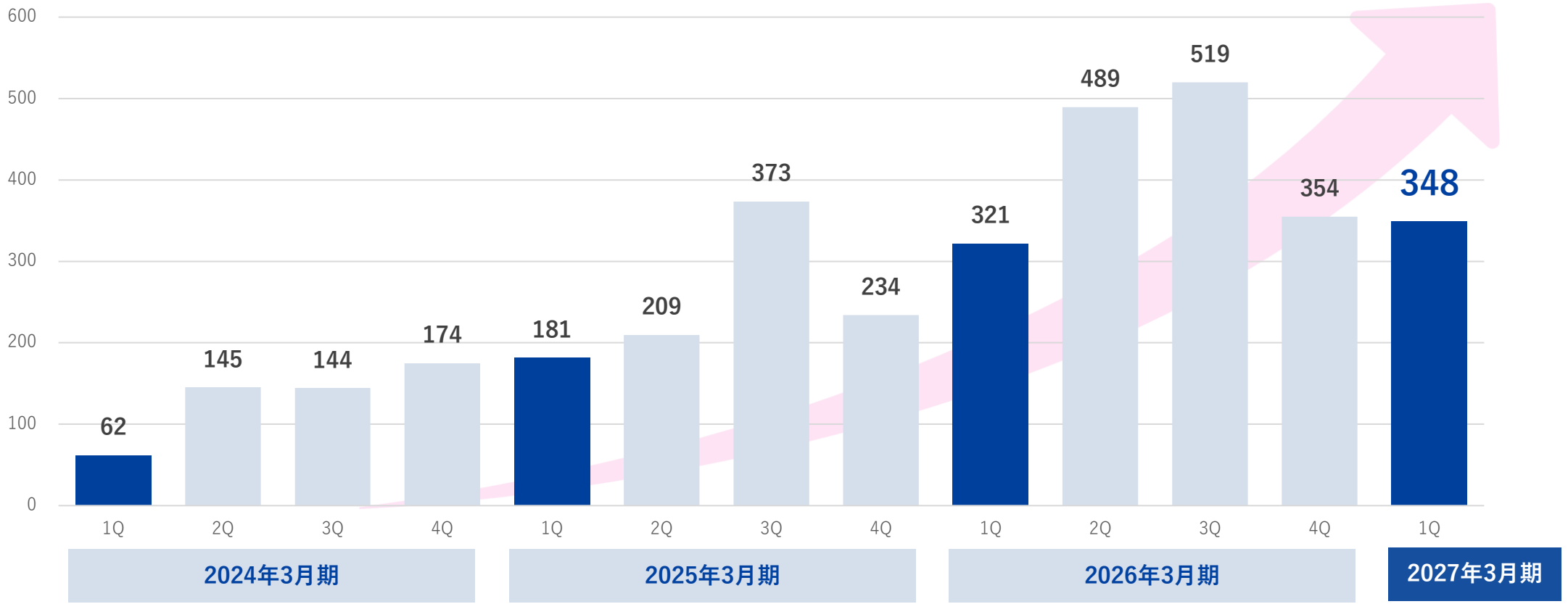
※2024年3月期（第4四半期会計期間）は、監査法人による監査及び監査レビューを受けておりません
※2026年3月期までの売上高においては郵券代を除いた同条件で比較

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

営業利益の推移

2027年3月期1Qの営業利益は348百万円（前年同期比+8.4%）

営業利益の推移（百万円）

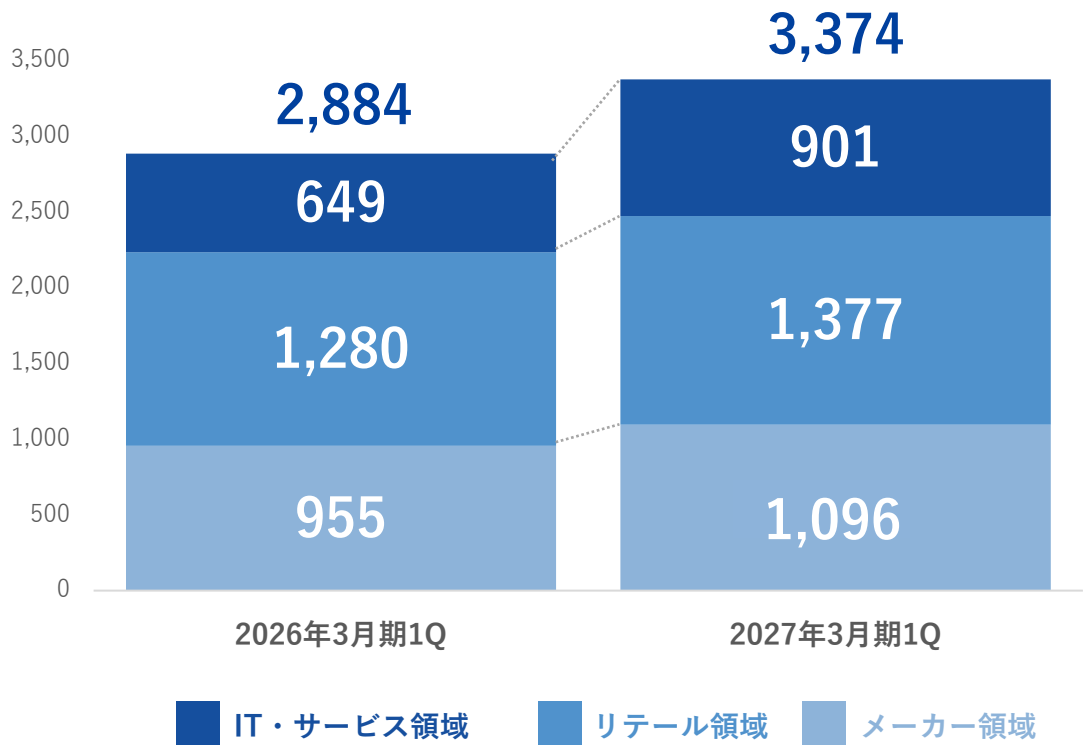


※2024年3月期（第4四半期会計期間）は、監査法人による監査及び監査レビューを受けておりません

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

全顧客群において増収
Co.HUBを軸としたクロスセルにより、リテール領域、メーカー領域が増収
デジタルメディア関連のサービス拡大に伴い、IT・サービス領域、メーカー領域が増収

1Q領域別売上高比較（百万円）



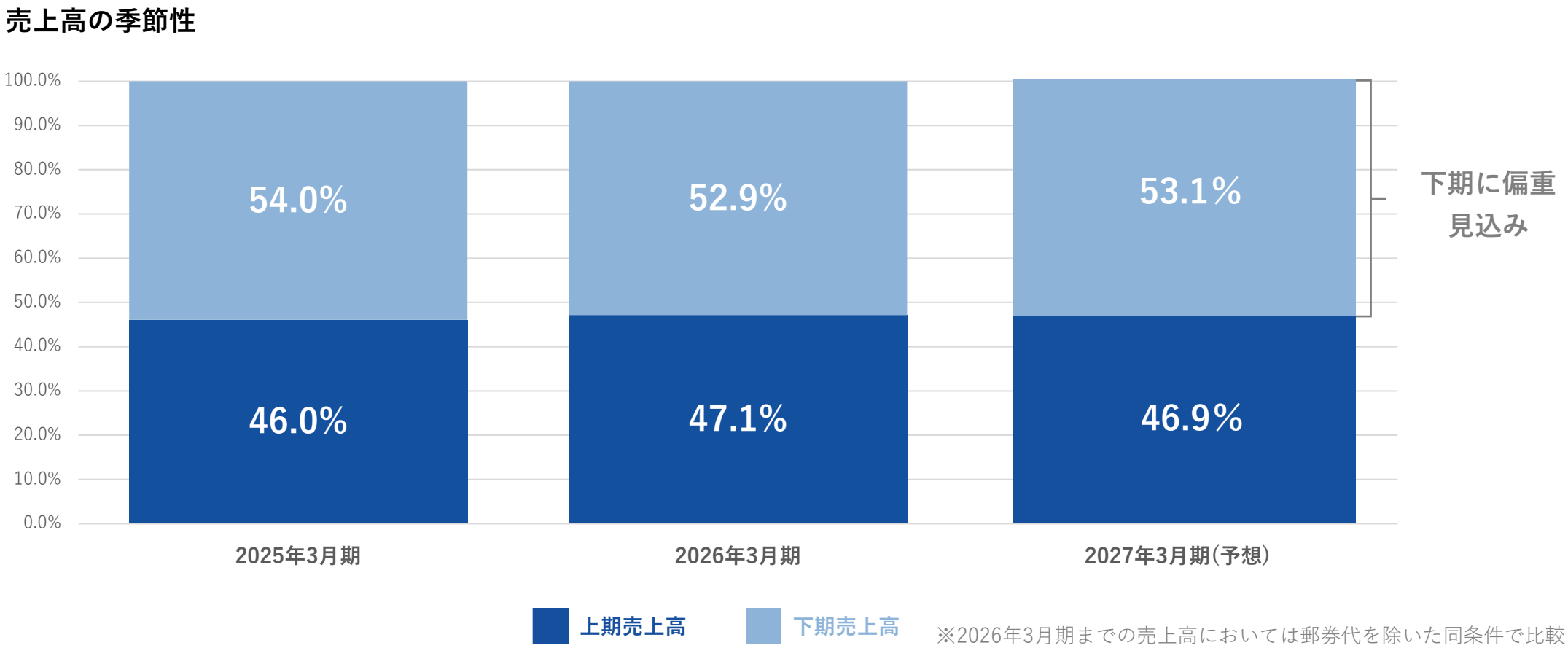
2027年3月期 1Q領域別売上増減額　（百万円）

	売上高増減額	売上高増減率
IT・サービス領域	＋252	139%
リテール領域	＋97	108%
メーカー領域	＋141	115%

※2026年3月期までの売上高においては郵券代を除いた同条件で比較

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

売上高はこれまで同様、2027年度も下期に偏重する見込み

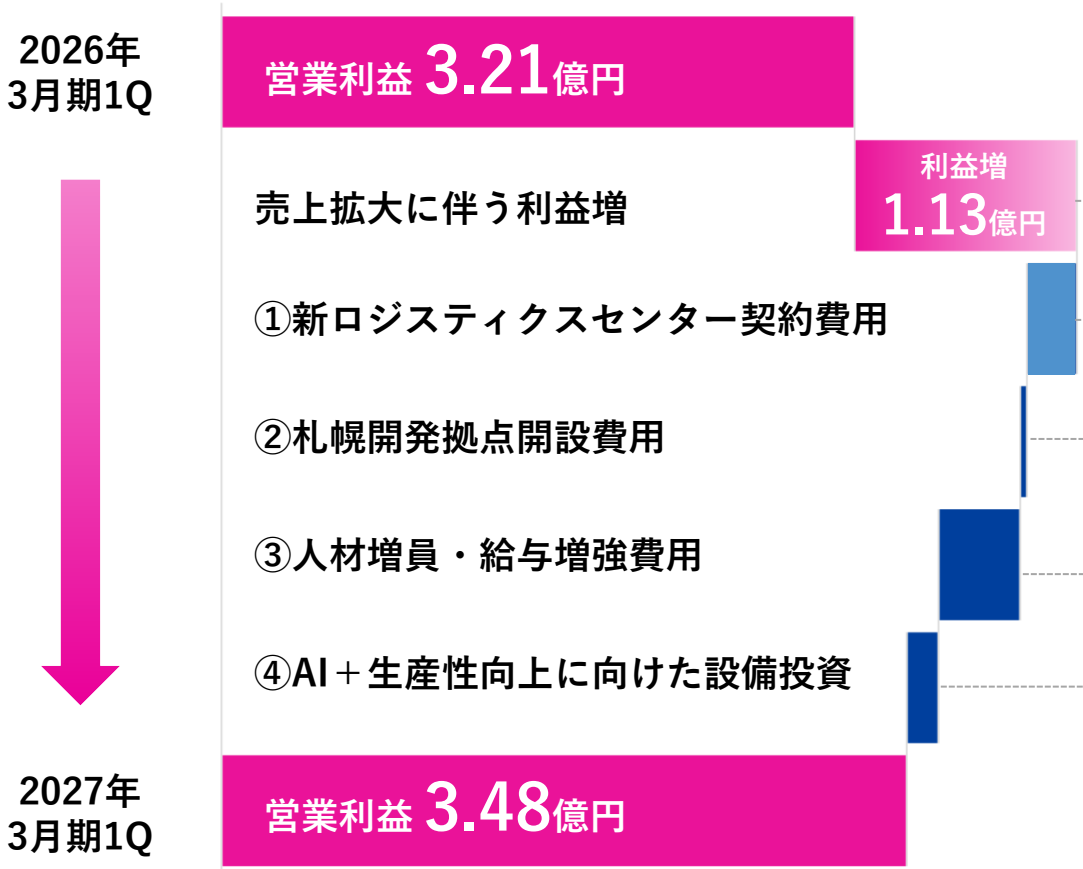


※2026年3月期までの売上高においては郵券代を除いた同条件で比較

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

成長に向けた攻めの施策

営業利益の増減要因



主な増減要因

利益増加要因	
既存顧客との取引拡大や新規案件の獲得	約1.13億円

費用増加要因(1Qのみ)	費用
① 新ロジスティクスセンター契約費用	約2,600万円 ※契約仲介手数料

費用増加要因	費用
② 札幌開発拠点開設費用	約300万円
③ 人材増員・給与増強費用	約4,100万円
④ AI＋生産性向上に向けた設備投資	約1,600万円

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

自社旗艦拠点の拡張と、新物流センターの契約により コストダウンとキャパシティの拡大を実現

①新ロジスティクスセンター契約費用
約2,600万円

Before

合計10,500坪



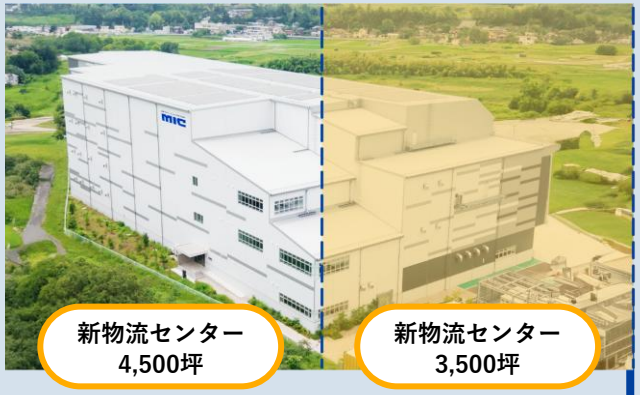


拠点運営費**約1億**のコストダウン

約30%超の延床面積拡大

After





合計14,000坪

PromOS powered by MIC

Co.HUB powered by MIC

2大サービスの
拠点の合理化
＋
成長余力の拡張

新倉庫契約に伴う
2,600万円の一次費用発生

PromOS powered by MIC

② 札幌開発拠点開設費用
約300万円

札幌へ拠点を拡張し、
主要KPIの1つであるPromOSの開発力強化を目指す！



プロダクトの開発力強化



③ 人材増員・給与増強費用
約4,100万円

新卒・キャリア採用の強化

戦略的な給与改定

成長に伴う優秀な人材確保のため、
採用強化と給与改定を実施

給与改定	新卒・キャリアの増員分
約1,200万円	約2,900万円

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

成長に向けた攻めの施策　常駐人数の推移

Business Process Outsourcing

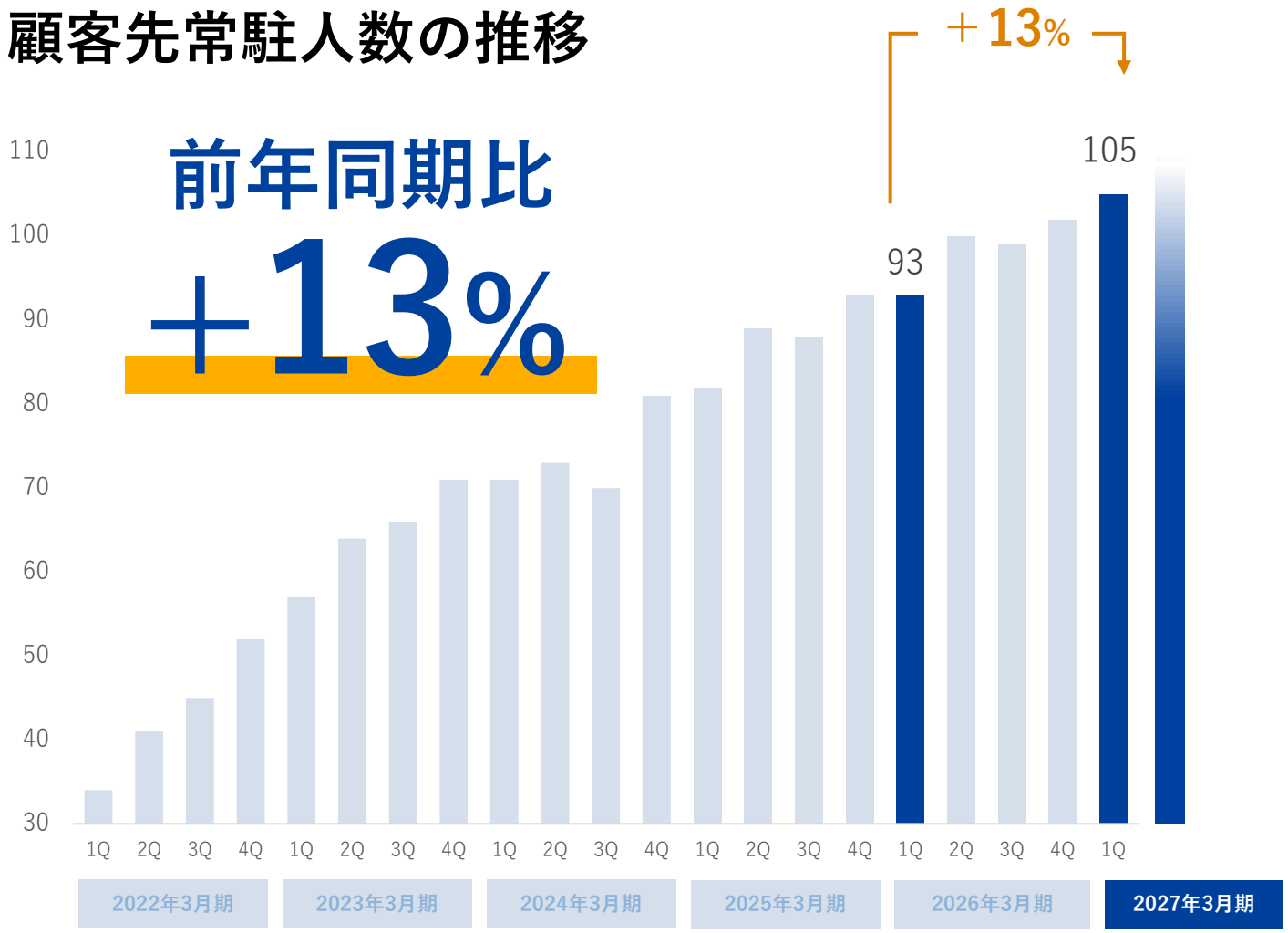
顧客課題をスピーディに

ともに解決する顧客常駐数は、

前年同期比＋13%と

増加傾向

顧客先常駐人数の推移



©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

成長に向けた攻めの施策　AIとDX

④ AI＋生産性向上に向けた設備投資
約1,600万円

AIによる
領域拡大・生産性向上

AI

生産拠点の自動化
による生産性向上

DX

動画領域などへの
クリエイティブの

領域拡大



生成AIの活用による
クリエイティブ制作工数

50%削減

※特定案件での実績



自社開発の
自動化システムで

生産性向上



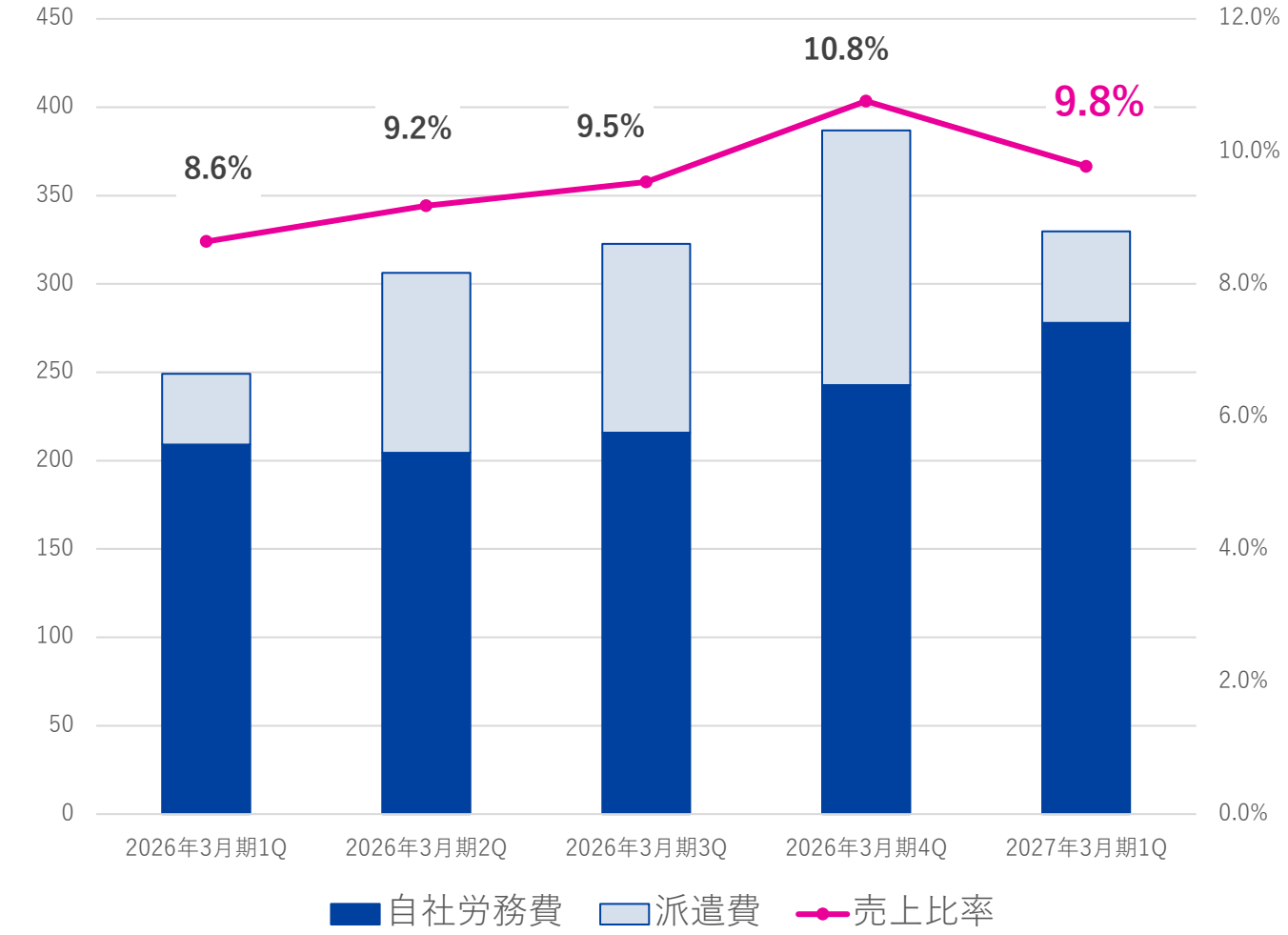
成長に向けた攻めの施策　労務費

業務量拡大に伴い
フルフィルメント労務費は、
増加傾向にあったが、

前期4Qから▲1ptと**改善傾向**



フルフィルメント労務費の推移



INDEX

未来イノベーション
COMPANY

TOPICS

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

その他トピック　ドラッグストアショー2026への出展

PromOSを中心に、CO.HUB・360°フルサービスの拡販を目指し、JAPANドラッグストアショー2026へ出展





©2025 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

その他トピック　小売未来Days2026への出展

共同配送のスーパーマーケット業界への拡販を目指し、展示会に出展

日清食品株式会社の執行役員マーケティング部長と登壇



©2025 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.

その他トピック　大阪拠点の新設

関西エリア開拓 のスピードを上げるために、ハブとなる大阪に新拠点を新設

OSAKA BASE



家電業界リテール＆
大手メーカー開拓

ドラック業界メーカー開拓

©2026 MIC CO.,LTD. All Rights Reserved.