2020年5月18日
会社名　株式会社ミクリード
（コード7687：マザーズ）

住　所　東京都中央区日本橋二丁目16番13号
代表者　代表取締役社長　片山　礼子
問合先　担当者　取締役　石井　文範
電話番号　03（6262）5176（代表）

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下の通り、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○　開催状況

開催日時　　2020年5月18日
開催方法　　動画配信による開催
説明会資料名　2020年3月期決算説明資料

【添付資料】
１．投資説明会において使用した資料

※　この書面（添付資料を含む。）は、有価証券上場規程施行規則第４２７条に基づき、公衆縦覧に供されます。

2020年3月期決算説明資料



2020年5月18日

株式会社ミクリード

証券コード：7687

1.事業概要

2.決算概要

3.業績見通しおよび成長戦略

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

会社概要

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（佐賀県佐賀市）
資　本　金	77,865千円（2020年３月末現在）
代　表　者	片山　礼子
役　職　員　数	役職員数23名（常勤20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

■ ミスミ時代より“持たざる経営”を信奉しており、現在でも事業の中枢機能以外は、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。

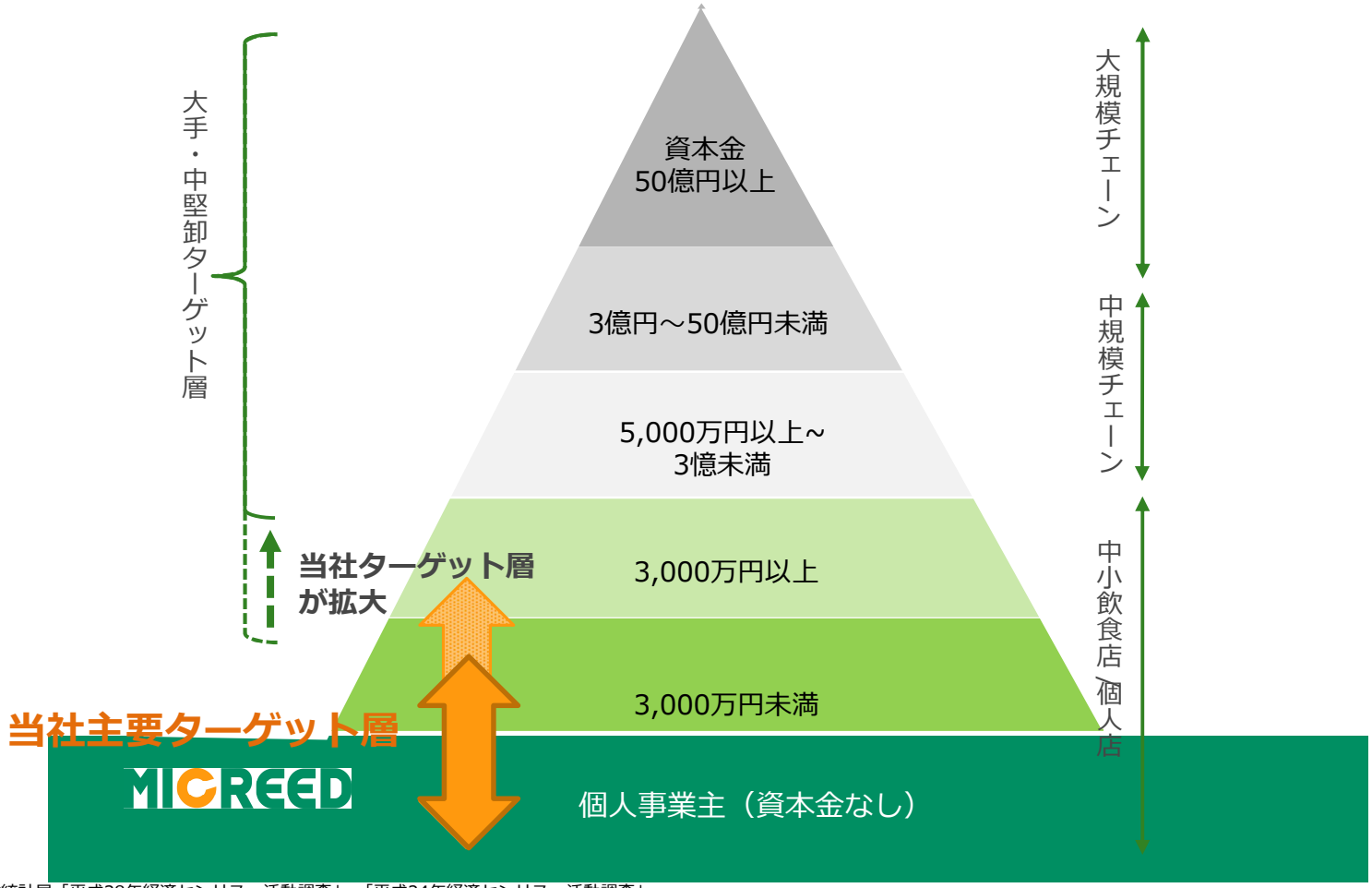


©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

最も店舗数の多く、競合が少ないゾーンが主要顧客

- 当社は、業務用食品卸にとって営業効率が良くないため、ターゲットにしたくない中小飲食店を主要顧客層としており、仕入弱者にご支持頂いている
- 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

資本金規模別飲食店数のイメージ図



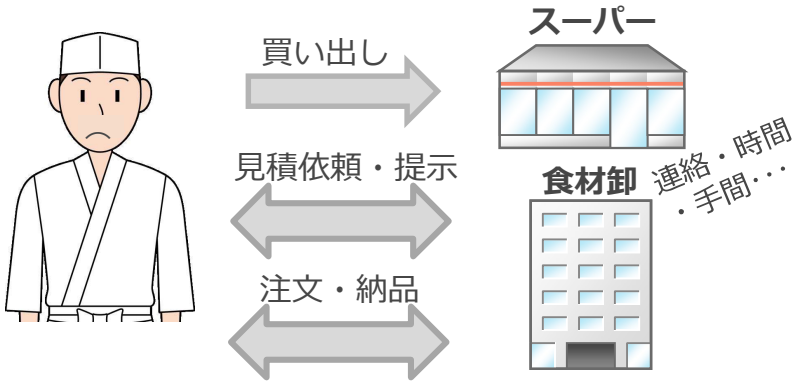
出所：総務省統計局「平成28年経済センサス－活動調査」 「平成24年経済センサス－活動調査」

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

ビジネスコンセプト

- 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（※APPENDIX①参照）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

ミクリ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

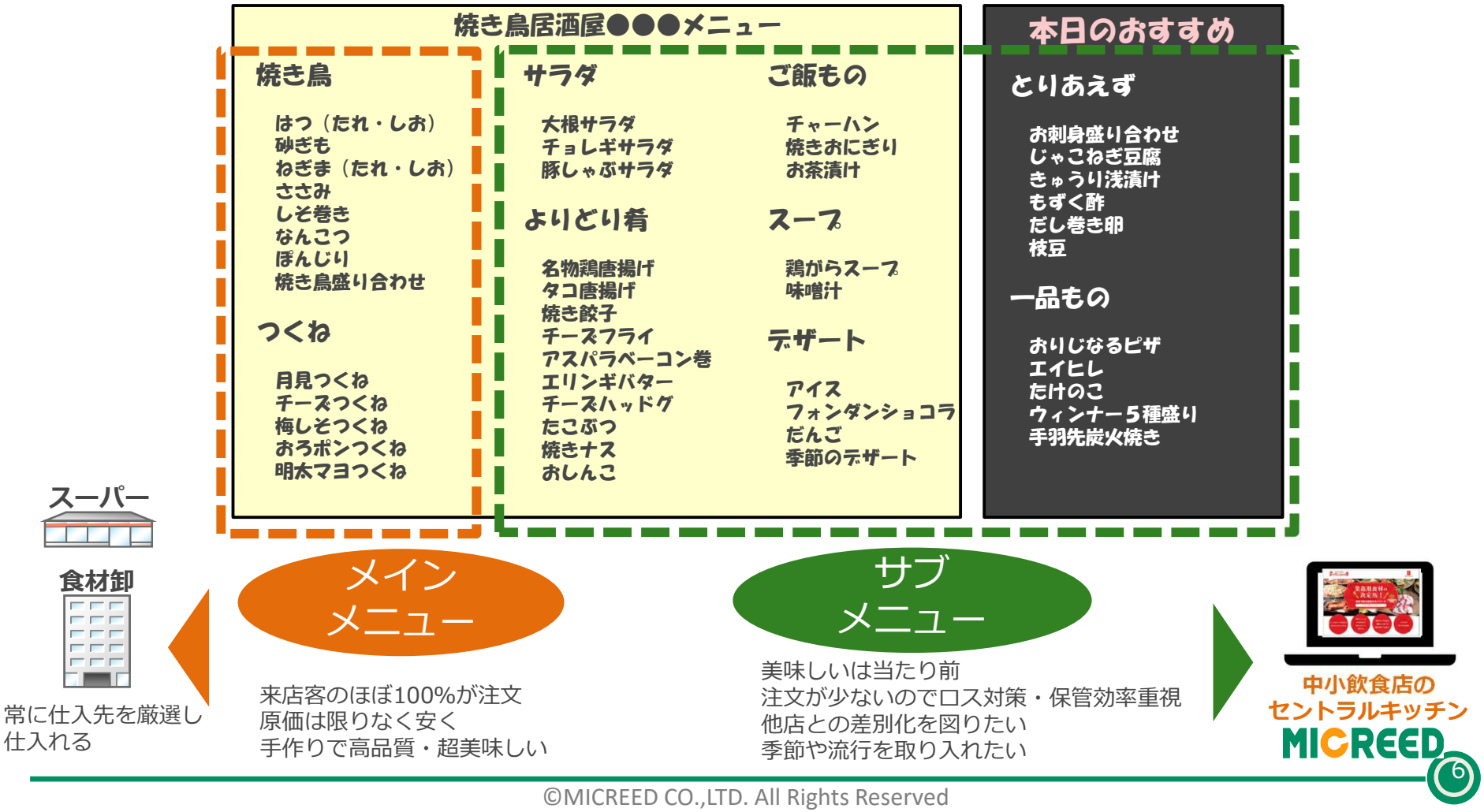
- WEBやカタログ・小冊子で商品案内
- 平等な表示価格・有効期間中は価格保証
- 注文は365日の9～26時まで（WEBは24時間）
- お届け保証率99.8%*
- 納品は365日ご指定日に！

*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

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

種類が多く、競争の少ないサブメニューが主要商品

- 中小飲食店は顧客の支持を得るため、自店のお薦めメニューは厳選食材を安く仕入れ、自身で調理することで原価率を抑え、ほとんどの顧客に注文してもらい、収益の大部分を稼ぐ
- サブメニューもお店のレベルに見合うメニューを提供したいが、出来るだけ**仕入・調理等に手間をかけれれないため、独自性や季節性・希少性などを重視し、**お店の格を落とさないような仕入れを心がける
- 当社は**スーパーサブを目指し、**サブメニュー用の手間なし商品等を中心に提供する

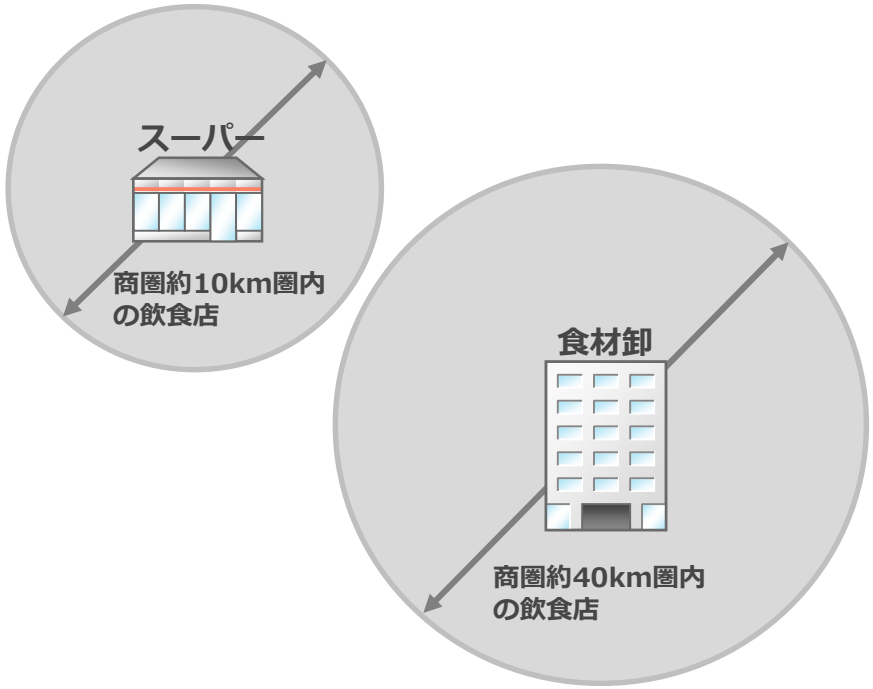


©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

ターゲット顧客の絞り込み条件の違い

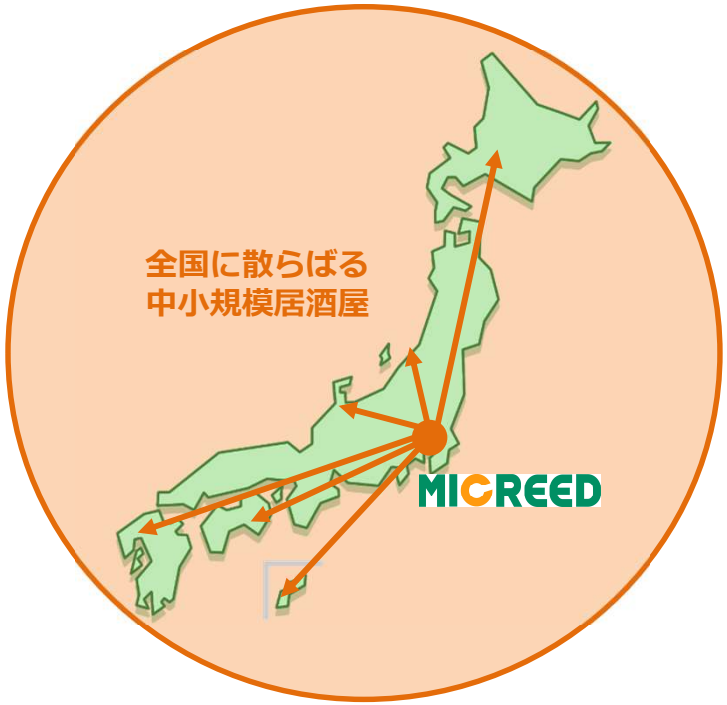
- 競合のスーパーや業務用スーパー・食材卸などが、店舗や倉庫から一定の範囲を商圏とするのに対し、当社は、通販モデルのため**日本全国を商圏**としている
- 商圏を日本全国とすることにより、**居酒屋をメインとした中小飲食店に特化**した商品やサービスを提供することを目指す

スーパー・食品卸



- 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

ミクリード



- 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

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

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



シート入り：するめいか刺身



バラ凍結：カットレモン



セット商品：焼き鳥盛り合わせ



カット済み：
プチカットケーキ（抹茶）





流行品・個食パック：
タピオカドリンクの素

下処理済み食材：豚バラの柔らか煮



下処理済み食材：焼きナス



流行品：チーズハッドグ



季節食材：
さくら生麩スライス



©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

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



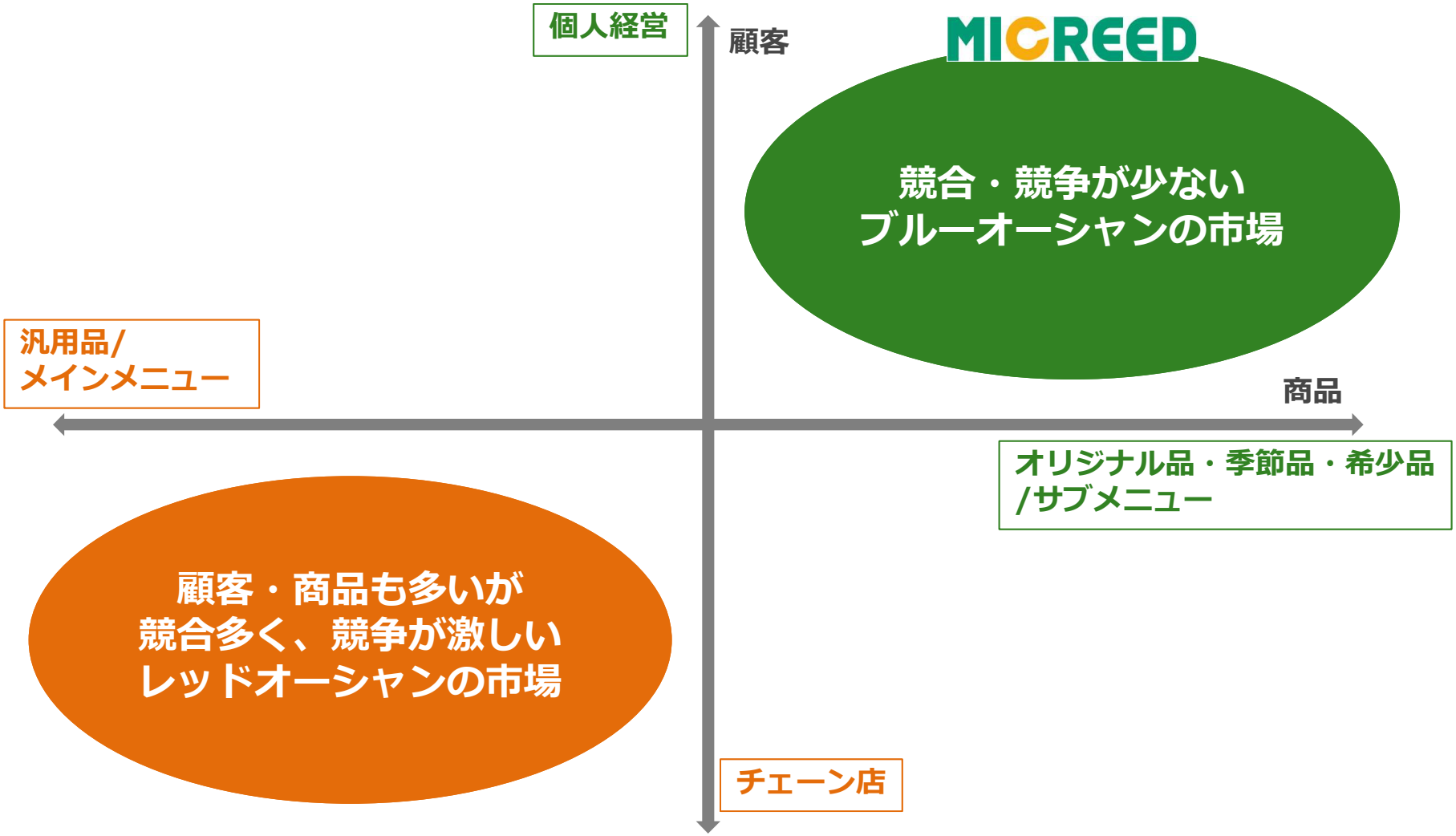
EC
トップページ



©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

競争の少ない領域が主戦場

- 顧客・商品ともに競合が少ないブルーオーシャンがミクリードの主戦場
- 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



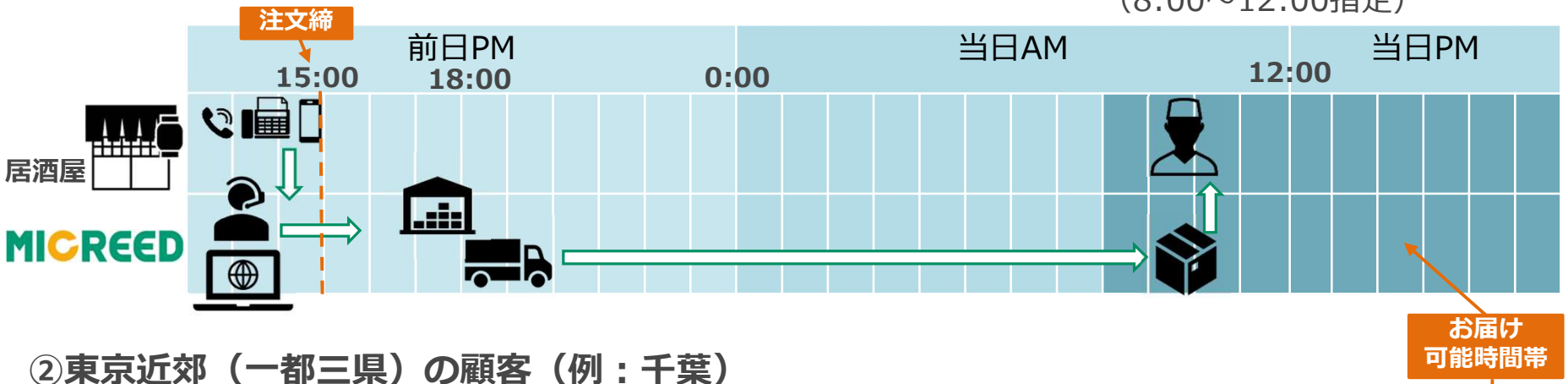
©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

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

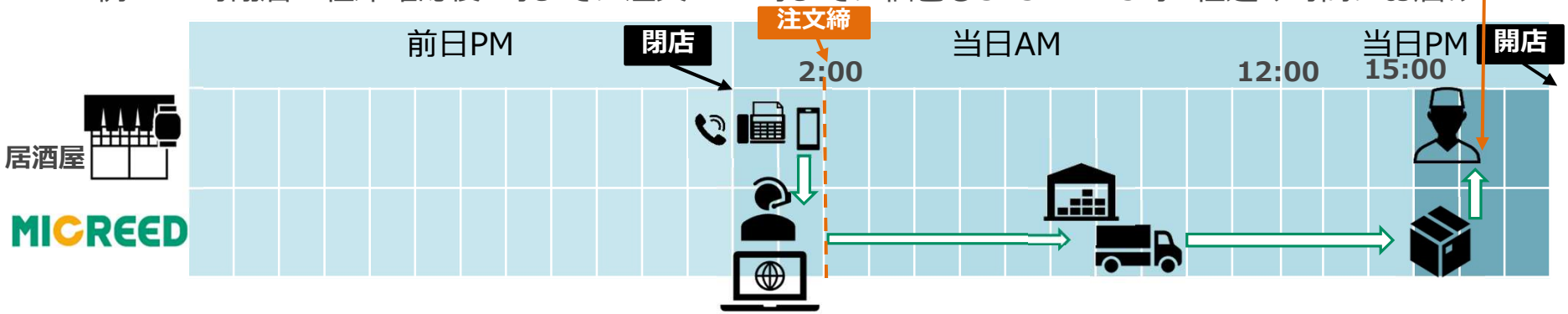
①地方（一都三県以外）の顧客（例：広島）

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



©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

1.事業概要

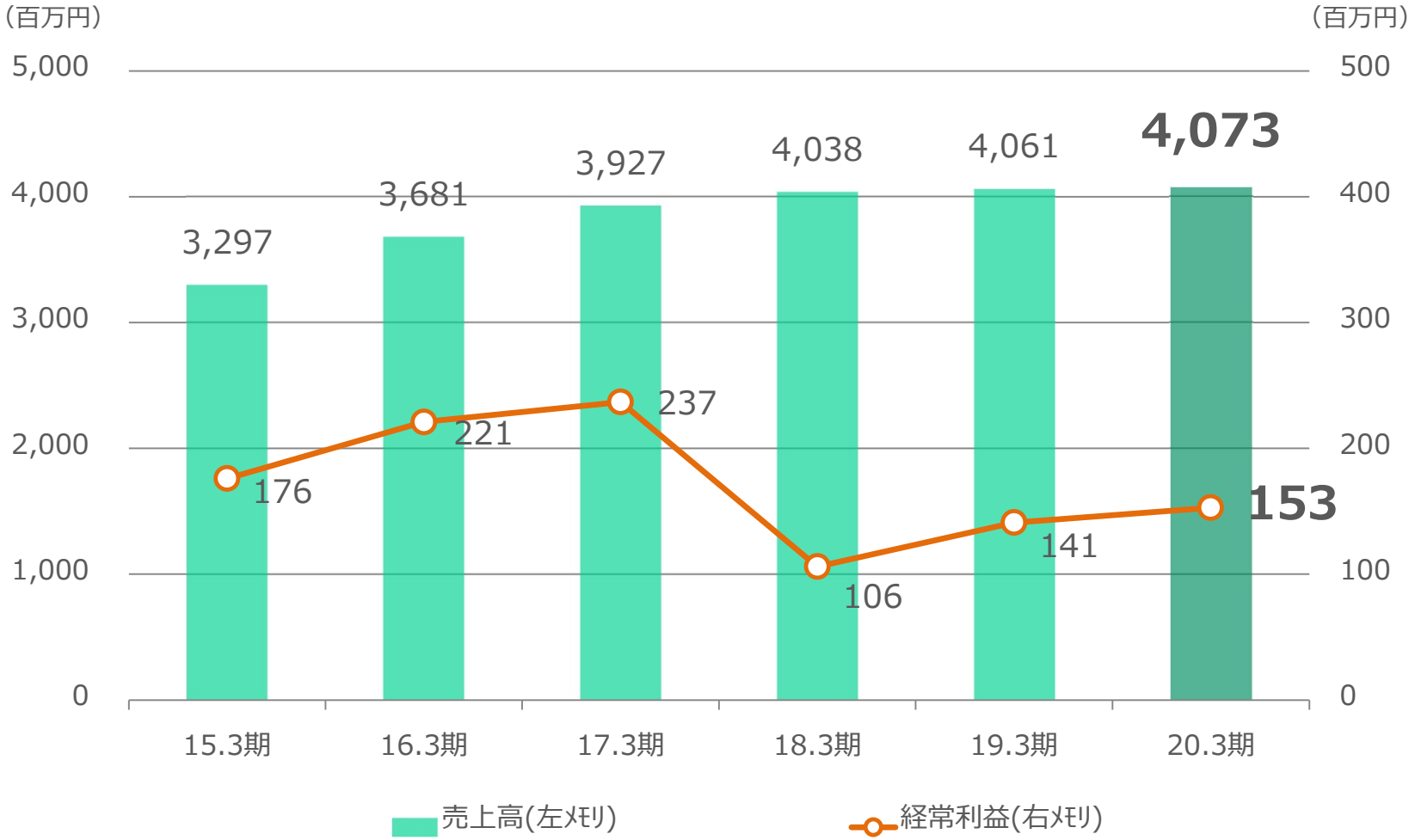
2.決算概要

3.業績見通しおよび成長戦略

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

業績推移

- 2020年3月期は、辛うじて増収・増益
- 2020年2月後半より新型肺炎（COVID-19）感染の影響が出始め、時間を追うごとに厳しい状況となる。



©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

2020年3月期決算サマリー

■ 売上高は、期初計画に対し若干のショート。2月まで順調に推移したものの、3月上旬より新型肺炎（COVID-19）の影響が顕著に表れたため。

(百万円、件、%)

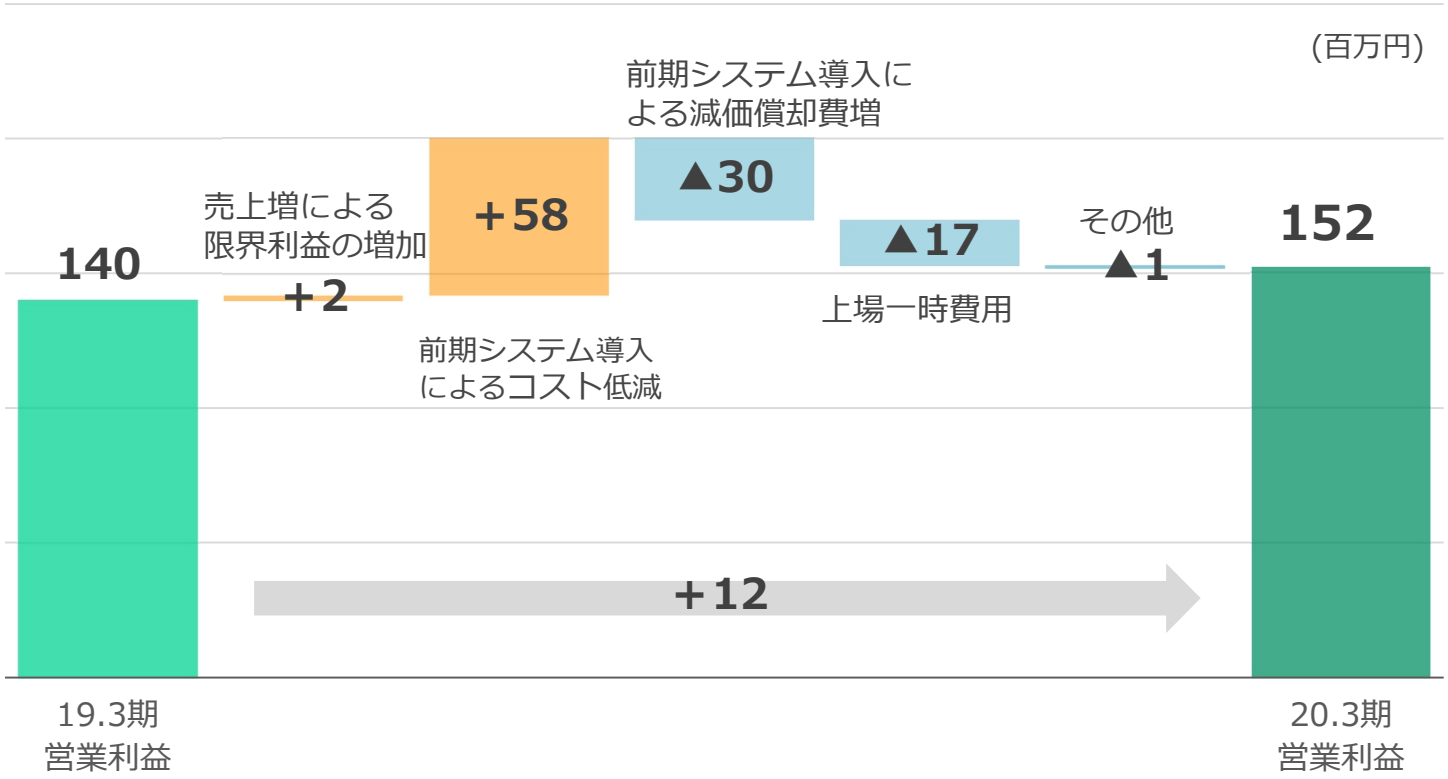
	19.3期 (実績)	20.3期 (当初計画)	**20.3期 (実績)**	(前期比)
売上高	4,061	4,202	**4,073**	+0.3
売上総利益 (総利益率)	1,364 (33.6)	－	**1,372 (33.7)**	+0.6 (+0.1pt)
営業利益 (営業利益率)	140 (3.5)	161 (3.8)	**152 (3.7)**	+8.6 (+0.2pt)
経常利益	141	162	**153**	+8.5
当期純利益	110	118	**105**	▲4.5
顧客数 (※)	7,988	－	**8,668**	+8.5
既存顧客数 新規顧客数	6,976 1,013	－ －	**7,542 1,127**	+8.1 +11.3

※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

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

営業利益増減要因

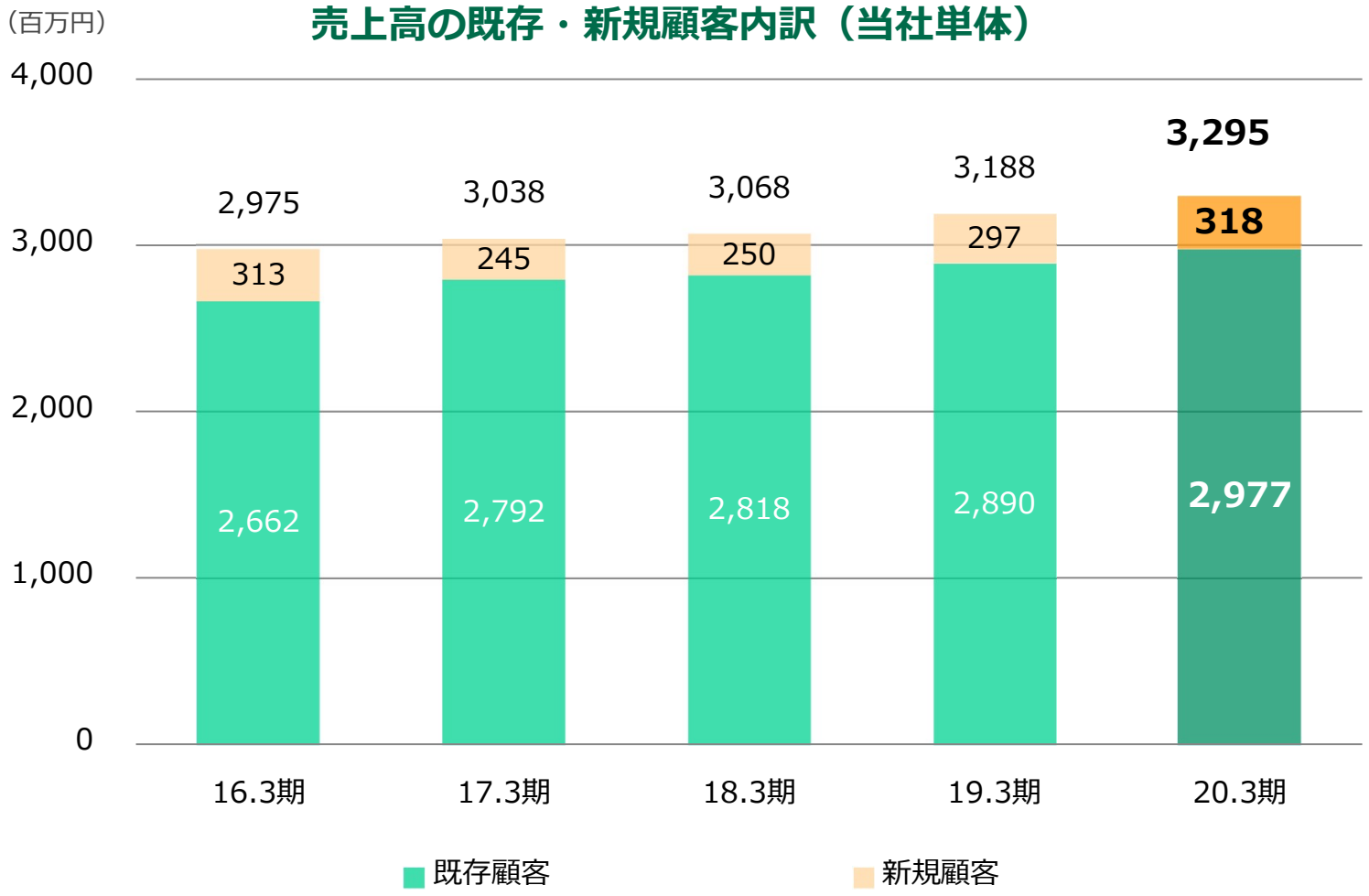
- 前期の新システム導入による償却費増を大きく上回るコスト削減効果
- マザーズ上場による一時費用を吸収し営業増益



©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

顧客属性別売上高の推移

■ 3月の売上高が減少したものの、通年で既存顧客・新規顧客ともに売上高は増加

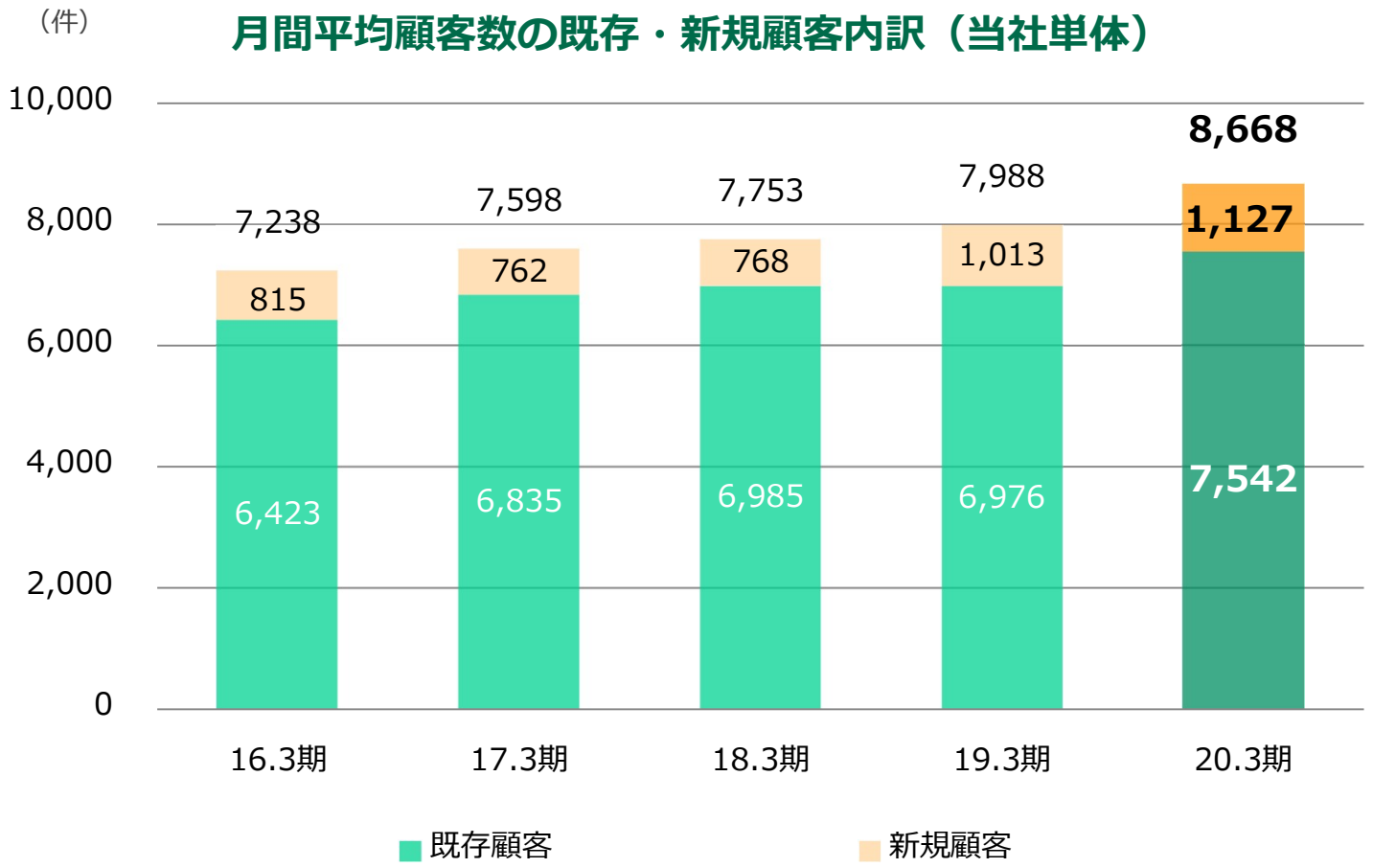


※既存顧客は、前期以前に売上計上のある顧客。新規顧客は、当期はじめて売上計上があった顧客

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

既存・新規別顧客数の推移

- WEBサイトのリニューアルにより、集客力が高まり新規顧客が増加
- またサイトの利便性が向上したことで、既存顧客も継続率高まり増加



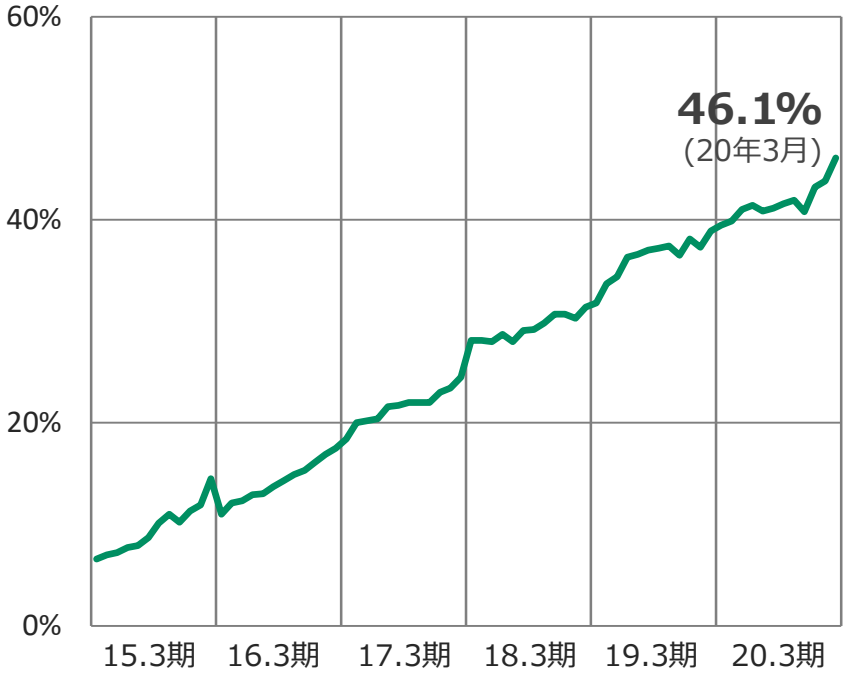
※顧客数は毎月の１回でもご購入頂いた顧客数の平均。新規顧客は、当該期中に初めてご購入のあった顧客数の月平均。
四捨五入の関係で既存顧客数と新規顧客数の合計が一致しない場合があります

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

EC取引の増加

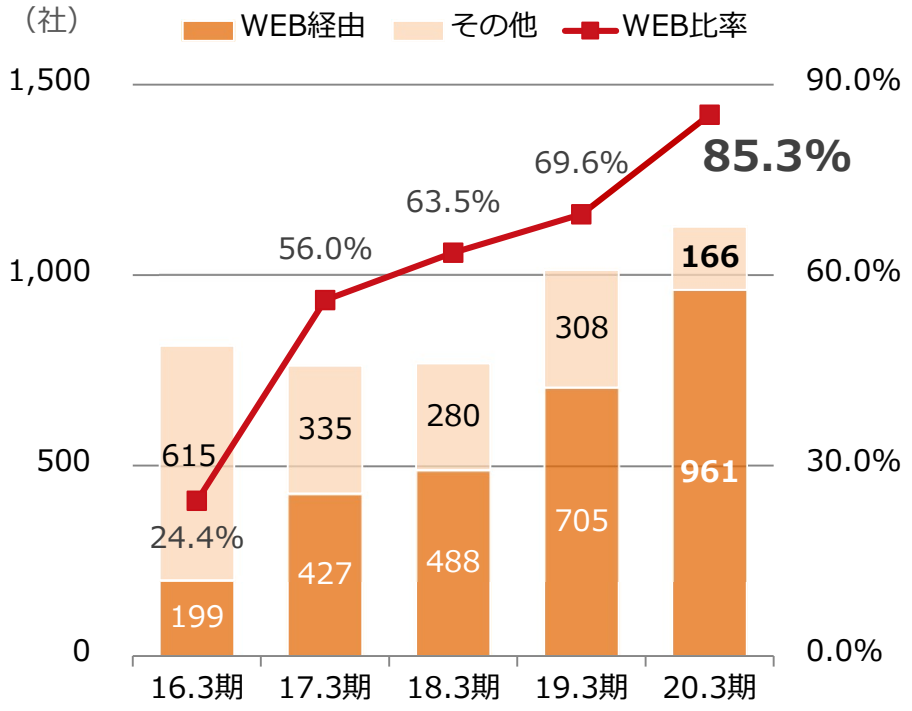
- 19.3月期以降、段階的なWEBサイトのリニューアルにより、**ネット受注率・新規顧客WEB比率が共に大幅増**
- 更なるシステム投資により、登録⇒注文の導線を改善したり、有益な情報を検索・提供できる環境を整備し、**新規顧客獲得数の増加・見込み顧客層へのリーチ度を高める**

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



©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

バランスシート

- **自己資本比率68.7%**（+7.8pt）。事業運営に必要な最低限のシンプルなバランスシート。新株発行による資金調達にともない、さらに強固な財務体質に

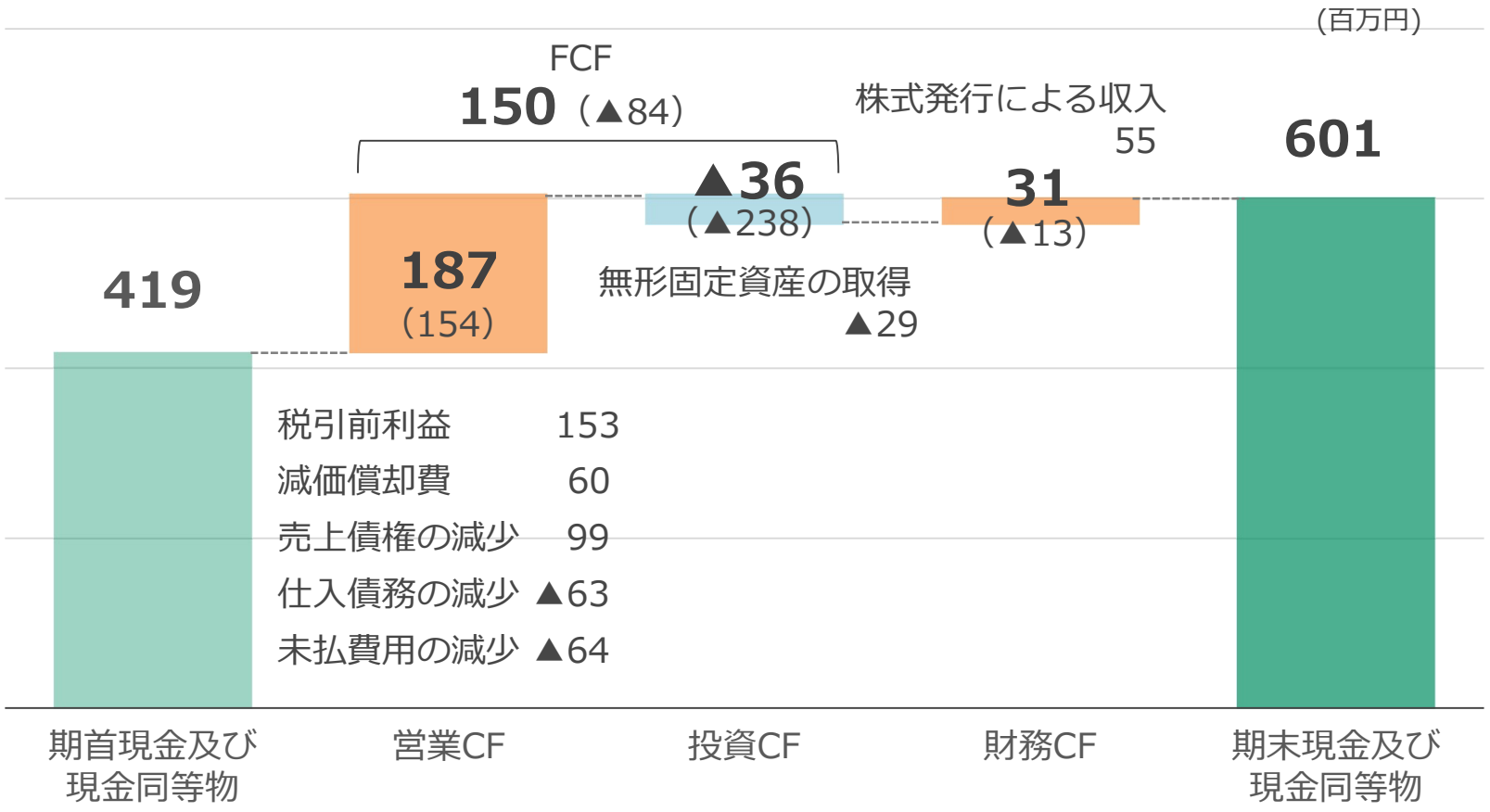
(百万円)

	19.3期末	**20.3期末**	増減	補足
流動資産	1,102	**1,172**	+69	
現預金	419	**601**	+181	営業ＣＦと株式上場による資金調達
売掛金	533	**433**	▲99	3月の売上高減少
固定資産	272	**245**	▲26	
資産合計	1,375	**1,418**	+42	
流動負債	527	**431**	▲96	
買掛金	364	**300**	▲63	3月の売上高減少
固定負債	10	**12**	+1	
負債合計	537	**443**	▲94	
資本金	50	**77**	+27	新株発行による増加
純資産合計	837	**975**	+137	利益増及び新株発行による増加
負債純資産合計	1,375	**1,418**	+42	

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

キャッシュフロー

- 営業活動に伴う資金収入を主要因として、現預金は4億円から6億円まで増加。
- 財務ＣＦにおいては上場に伴う株式発行収入が発生。



※カッコ内は19.3期

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

1.事業概要

2.決算概要

3.業績見通しおよび成長戦略

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

2021年3月期業績予想について

- 新型肺炎(COVID-19)の感染拡大の影響で経済活動の停滞は避けられない見通し
- 当社の顧客である居酒屋等の飲食店に関しては、感染予防のための営業自粛や営業時間短縮、来店客の減少により厳しい状況に置かれており、食材を提供する当社の事業環境にも影響

新型肺炎(COVID-19)の感染拡大の当社業績に与える影響について、現時点では合理的な予測が困難であるため、**2021年３月期業績予想および配当予想は未定**とし、今後、開示が可能となった時点で速やかに公表いたします

新型肺炎（COVID-19）の今後の推移を見極め、投資等は柔軟に対応してまいります。仮に、4月下旬の売上状況が期末まで続いても、前期末6億円強の現預金のうち4億円程度は維持できると試算しており、**当社財務基盤は盤石**なものと考えております

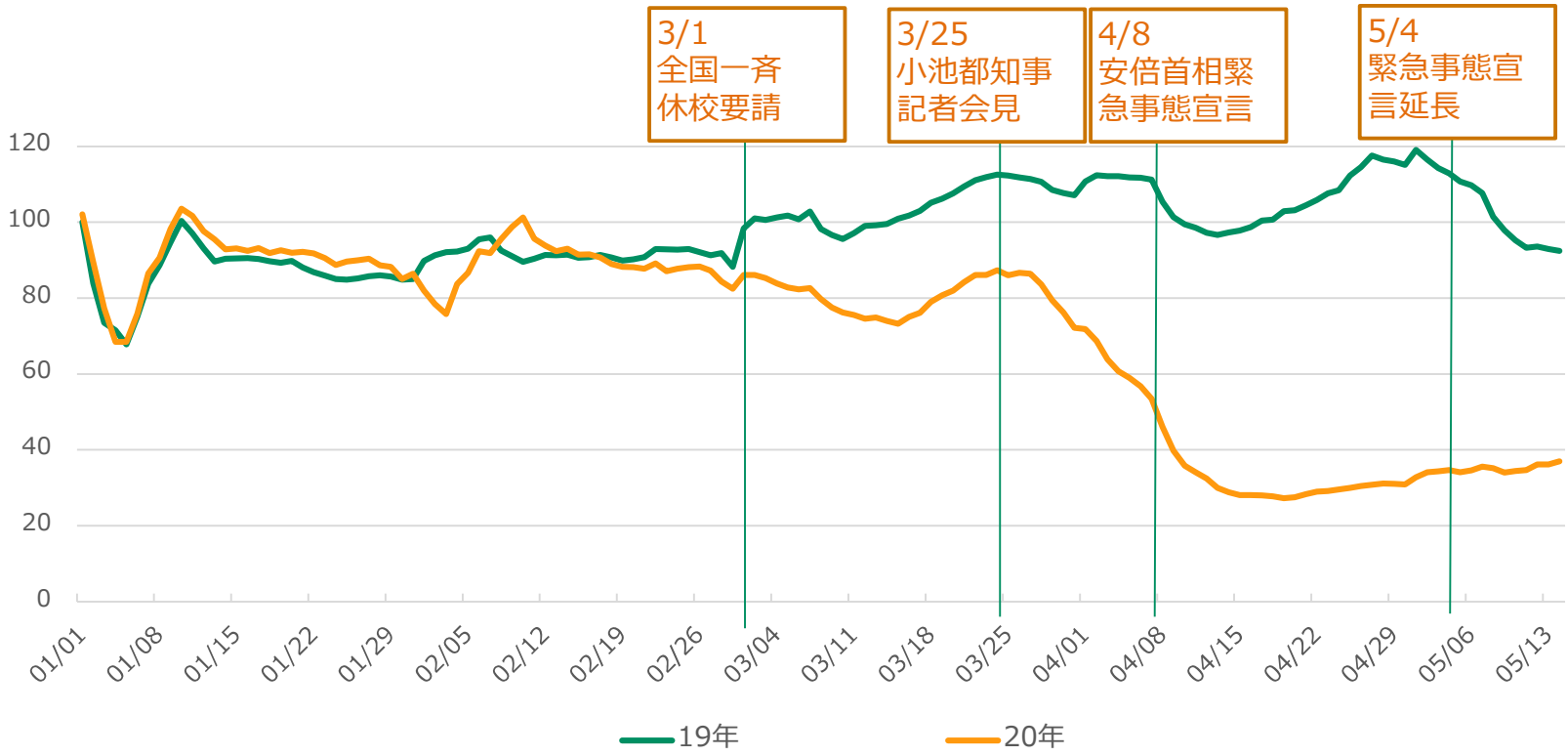
©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

足もとの状況について

- 下図の通り、3月に入り売上の減少が続く。特に3/1の安倍首相による休校要請、3/25の東京都知事の記者会見、4/8の緊急事態宣言発令と、それぞれの節目を境にマイナス幅が拡大
- 現在、緊急事態宣言が全国47都道県に広がる中、4月は前年比30%程度の売上高水準

ご参考：売上高の推移（7日移動平均）

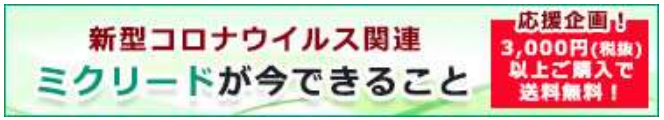
2019年1月1日の移動平均値を100とした指数



©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

新型肺炎（COVID-19）対策 ⇒ 当社サイトに特設コーナー設置

- 送料無料バーの金額引き下げ（6,000円→3,000円）
- WEBによる各種情報発信
  - 新型肺炎に関する情報（感染予防に関する情報　等）
  - コロナ下での営業支援情報
  - 店舗継続のための情報（補助金・助成金、資金繰支援等）



【2020年5月15日現在の掲載内容】

ミクリードが今できること

いつもミクリードをご利用いただきまして、誠にありがとうございます。
新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、政府から緊急事態宣言が発令されました。
このような時期だからこそ、ほんのわずかかもしれませんが、お客様のお力になれるよう努めて参ります。

応援1.5月末まで期間延長！送料無料バー半額キャンペーン

応援2.新型コロナウイルスに関する情報サイトリンク集

応援3.デリバリーを始める前に知っておきたいこと

応援4.調理人1人でもランチ提供可能。ランチを始めよう！

応援5.必読！お店を継続させるために！こんな時、何を見ればいいの？

応援6.必読！お弁当やテイクアウトの安全のために確認すべきこと

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

将来を見据えた布石を着実に打つ

上場時に調達した資金は、約束通り将来を見据えた投資に使う

- EC機能強化に向けた投資の継続
- 人材強化　⇒　ITの専門人材採用済み

当社の強みであるサブメニュー/独自性の高い商品開発の強化

新サービス（EC経由/非物販）の開発推進

- テンポスバスターズとの提携の深化
- 顧客層が共通する様々な業態と幅広い提携を模索
- 顧客の共有化を図りながら相互の商品・サービスの提供を進める

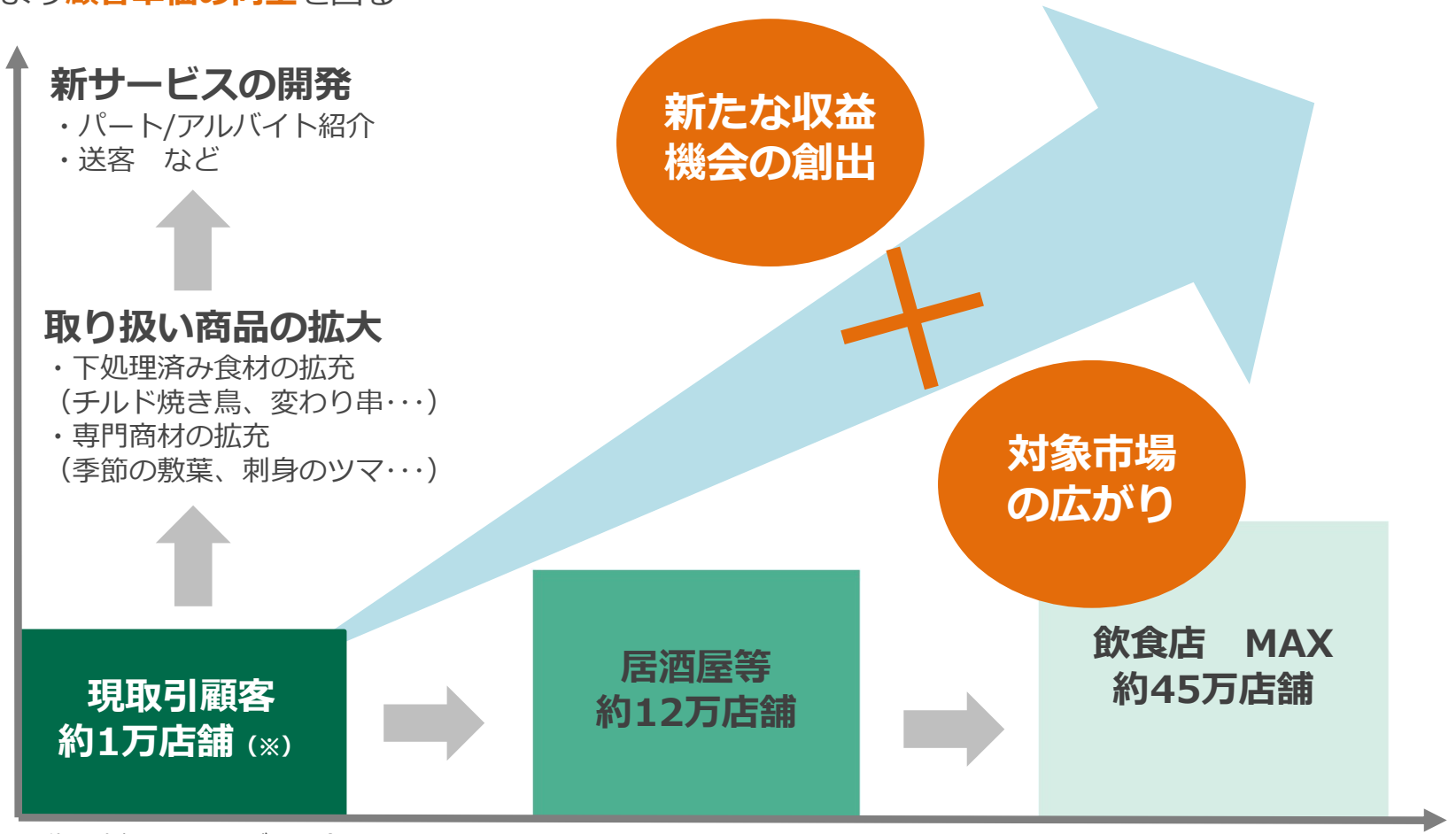


足もと、当社も顧客も、コロナで苦しいが、
居酒屋経営の意欲を持ち続けるオーナーを全力でサポートし、
アフターコロナを見据えた打ち手を決して止めない

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

事業の拡大

- 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



※代理店経由のユーザーを含む

出所：総務省統計局「平成28年経済センサス－活動調査」

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

基本方針

- 配当については、今後を見据えて必要な内部留保を確保しつつ、安定した20%配当を継続してまいりたいと思っております
- 中間配当と期末配当の年2回の剰余金配当を予定
- 内部留保に関しては、今後経営環境の変化に対応すべく、今以上にコスト競争力を高め、市場のニーズに応える商品・サービスを開発・展開し、事業発展させるための原資とさせて頂きます



配当予想

今期の配当予想につきましては、開示が可能となった時点で速やかに公表いたします

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

ディスクレーマ

- 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

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

補足資料

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved

APPENDIX－当社事業の発展



①創業～事業モデル構築

- FA部品・金型部品等、**生産財市場でカタログ通販による販売モデルを確立**し、業界のサプライチェーンに革新を起こしてきた同社の新規事業部門として設立
- 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**ミスミ流のノウハウが、現在の当社のベース
- 事業企画に特化した**“Small Is Beautiful”な組織**



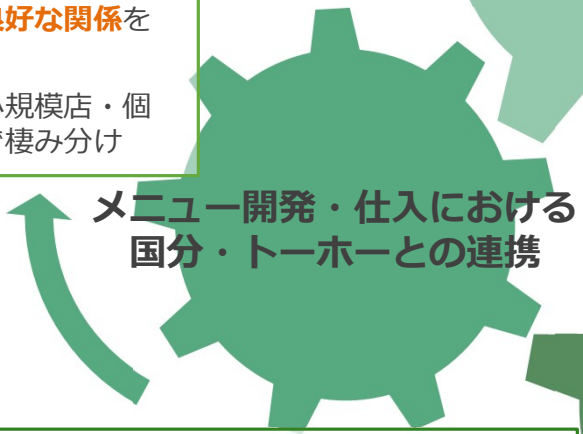
②顧客開拓による事業拡大

- カクヤスグループ※として、事業の拡大期に同社の顧客基盤をもとに営業展開
- **酒類と食材の同時提案**により、顧客内購買シェアを高める
- 現在も一部同社チャネルにて営業を補完

※SKYグループHDのもと現在は兄弟会社の位置づけ

③安定したサプライチェーンが完成

- 通販事業のノウハウや機能をグループ内に取り込みたい国分やトーホーの戦略と、食材調達ルートの充実・安定化を図りたい当社の意向が一致し資本提携
- **商品開発・仕入れにおいて良好な関係**を維持
- 取引先に関しては、当社は小規模店・個人経営店に特化しているので棲み分け





④EC化を加速し、提供価値の向上を推進

- 19年2月に**独自の基幹システムが稼働。新WEBサイトも同時にリリース**し、新規顧客開拓に威力を発揮
- 上場を足掛かりに、機能強化のための投資を積極的に行い、機能の充実と利便性の向上を図る

©MICREED CO.,LTD. All Rights Reserved