

2022年3月期第2四半期決算説明資料



2021年11月4日

株式会社ミクリード

証券コード：7687



MICREED

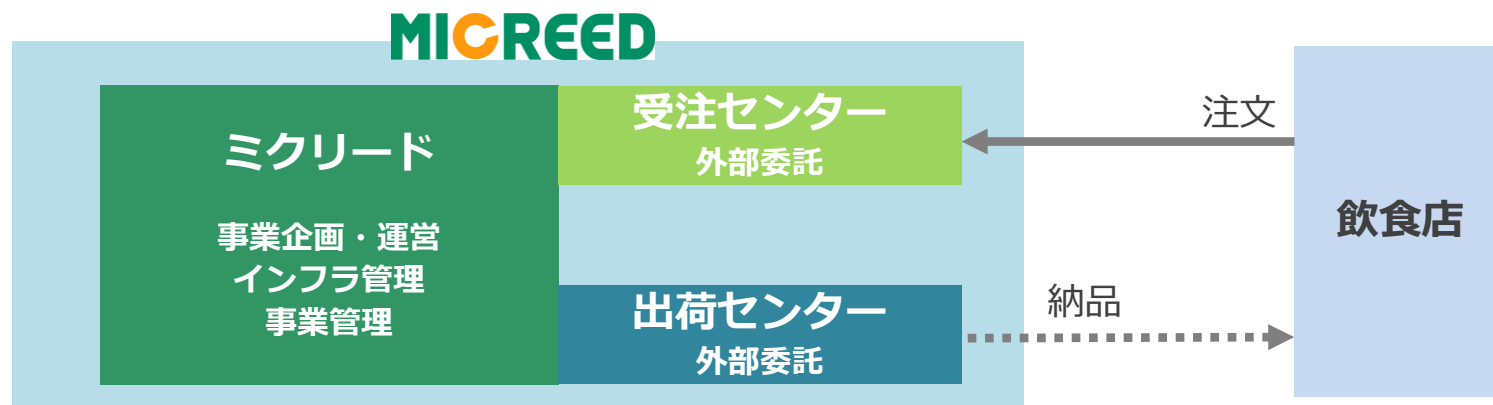
1.事業概要

2.決算概要

3.今期の取り組み内容と成長戦略

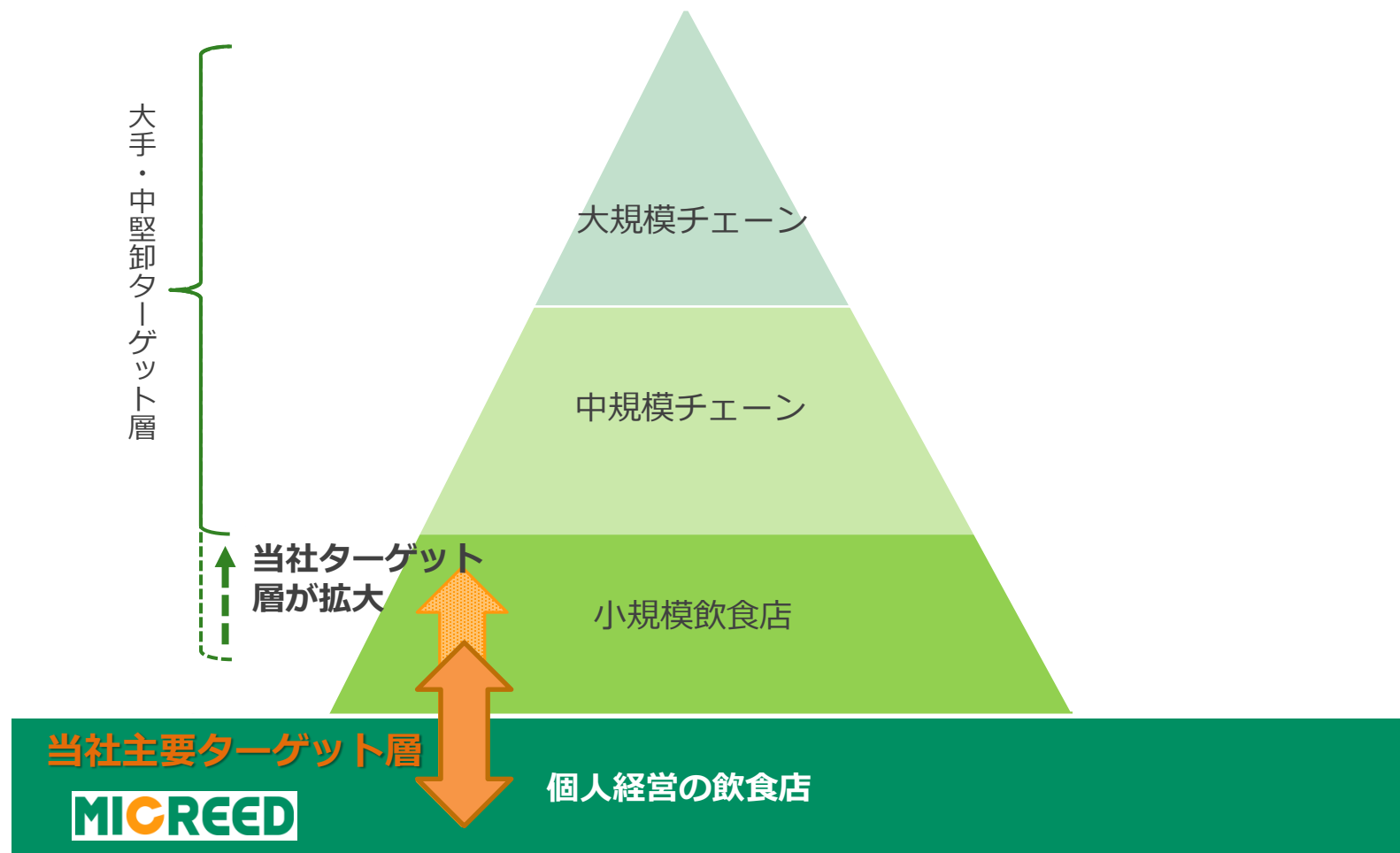
会 社 名	株式会社ミクリード（MICREED Co.,Ltd）
設 立	2012年11月（創業は1995年10月）
所 在 地	東京都中央区日本橋二丁目16番13号 －出荷センター（千葉県習志野市） －受注センター（佐賀市）
資 本 金	89百万円（2021年3月末日現在）
代 表 者	片山 礼子
役 職 員 数	役職員数23名（常勤20名、非常勤役員3名）（2021年9月末日現在）
事 業 内 容	通信販売による飲食店向け業務用食材等の企画・販売

- 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。



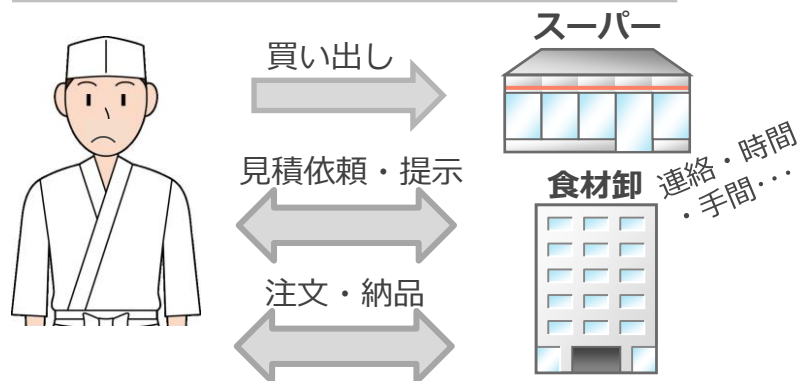
- 当社は、飲食店にとって古くからの仕入先である業務用食品卸が、営業効率が悪いため、ターゲットにしたい中小飲食店を主要顧客層としております。
- コロナ禍において、チェーンの居酒屋からの撤退や小規模業務用食品卸の廃業などが進んでおり、ターゲット層が広がりつつあります。

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

【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



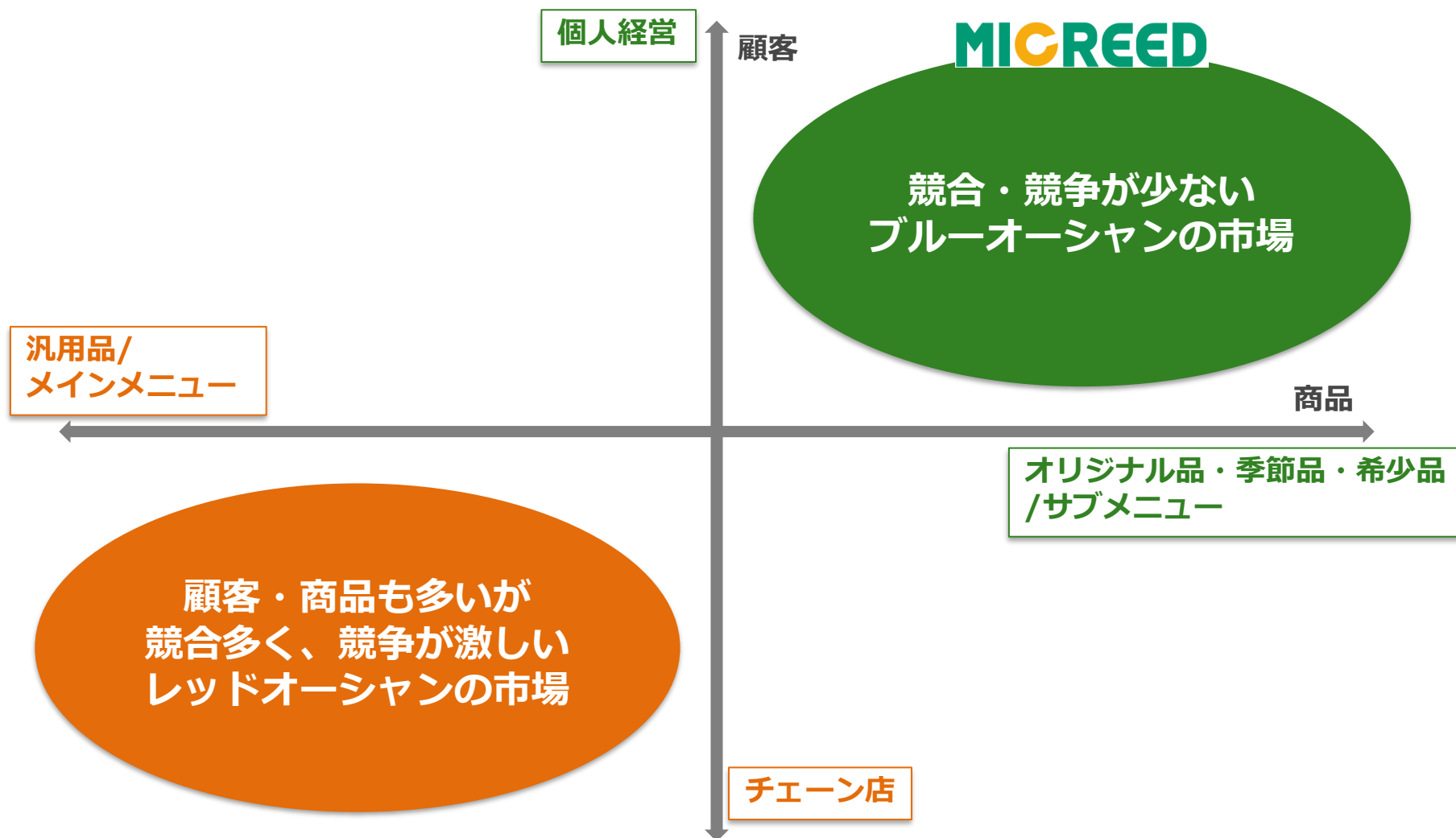
【商品価格・商品販促】

- 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やアレンジ方法や関連商品や比較商品をご紹介します、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**がミクレードの主戦場
- 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



1.事業概要

2.決算概要

3.今期の取り組み内容と成長戦略

第2四半期（累計）業績概要

- 新型コロナウイルス第5波の感染急拡大にともなう緊急事態宣言下の第2四半期。酒類の提供禁止など、昨年度以上に厳しい事業環境となり、前期に引き続き営業赤字に。
- 足もとでは、緊急事態宣言解除を受け回復傾向。2021年9月30日にはコロナ禍以前の繁忙期19年12月並みの顧客稼働。

(百万円、%)

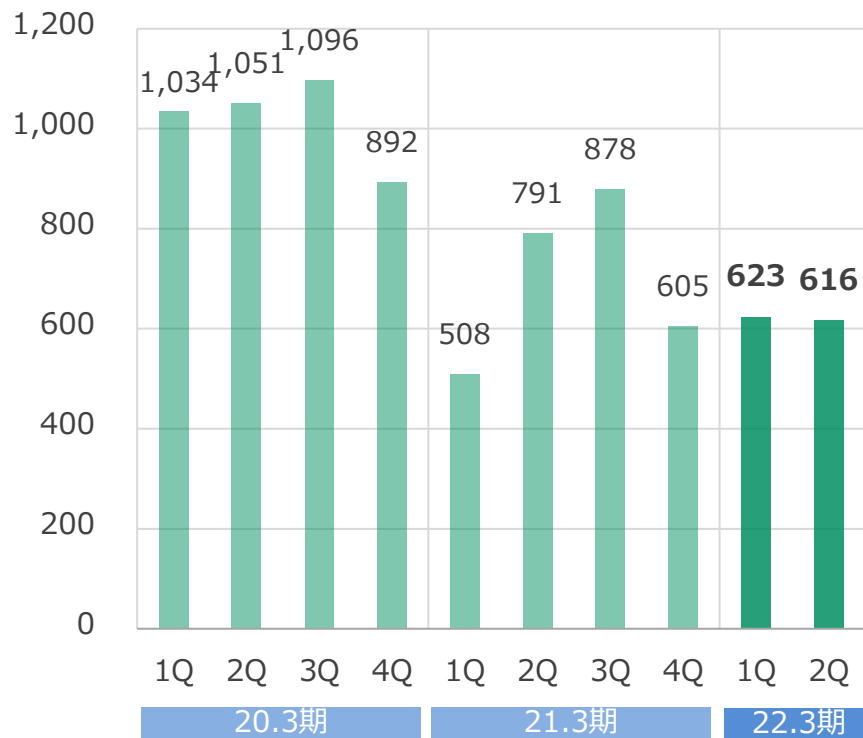
	21.3期2Q (実績)	22.3期2Q (実績)	(前年同期比)
売上高	1,299	1,239	▲4.7
売上総利益 (総利益率)	440 (33.9)	417 (33.7)	▲5.3 (▲0.2pt)
営業利益 (営業利益率)	▲82 (▲6.3)	▲82 (▲6.7)	—
経常利益	▲76	▲80	—
四半期純利益	▲49	▲52	—
顧客数 (※)	7,756	7,088	▲8.6
既存顧客数	6,980	6,429	▲7.9
新規顧客数	775	659	▲15.0

※ 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

- 売上高は、前期4Q以降6億円強で推移
- コロナ禍における料飲店への支援や将来に向けた投資を継続

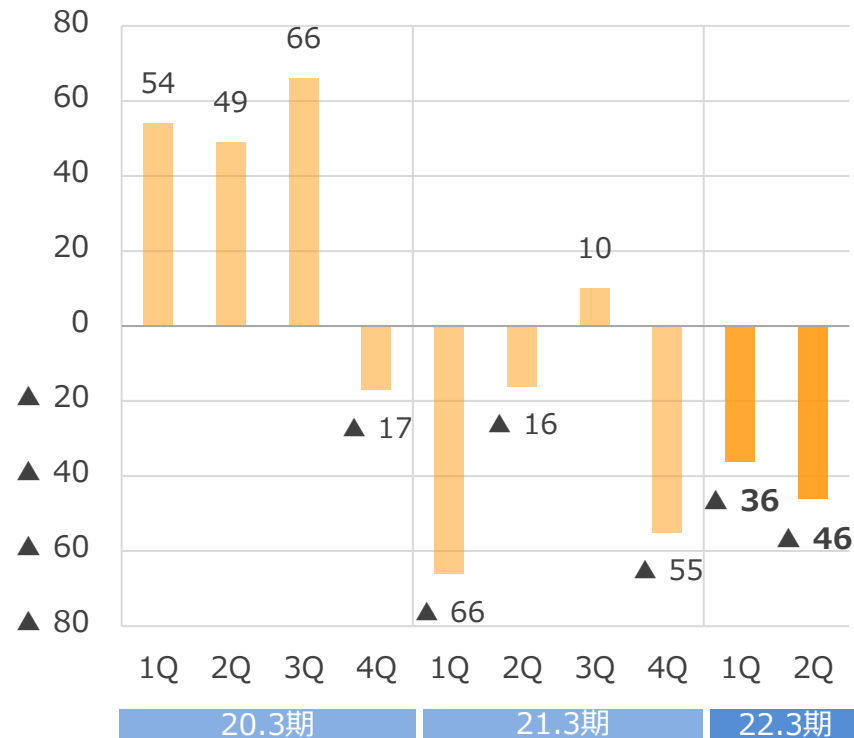
売上高

(百万円)



営業利益

(百万円)

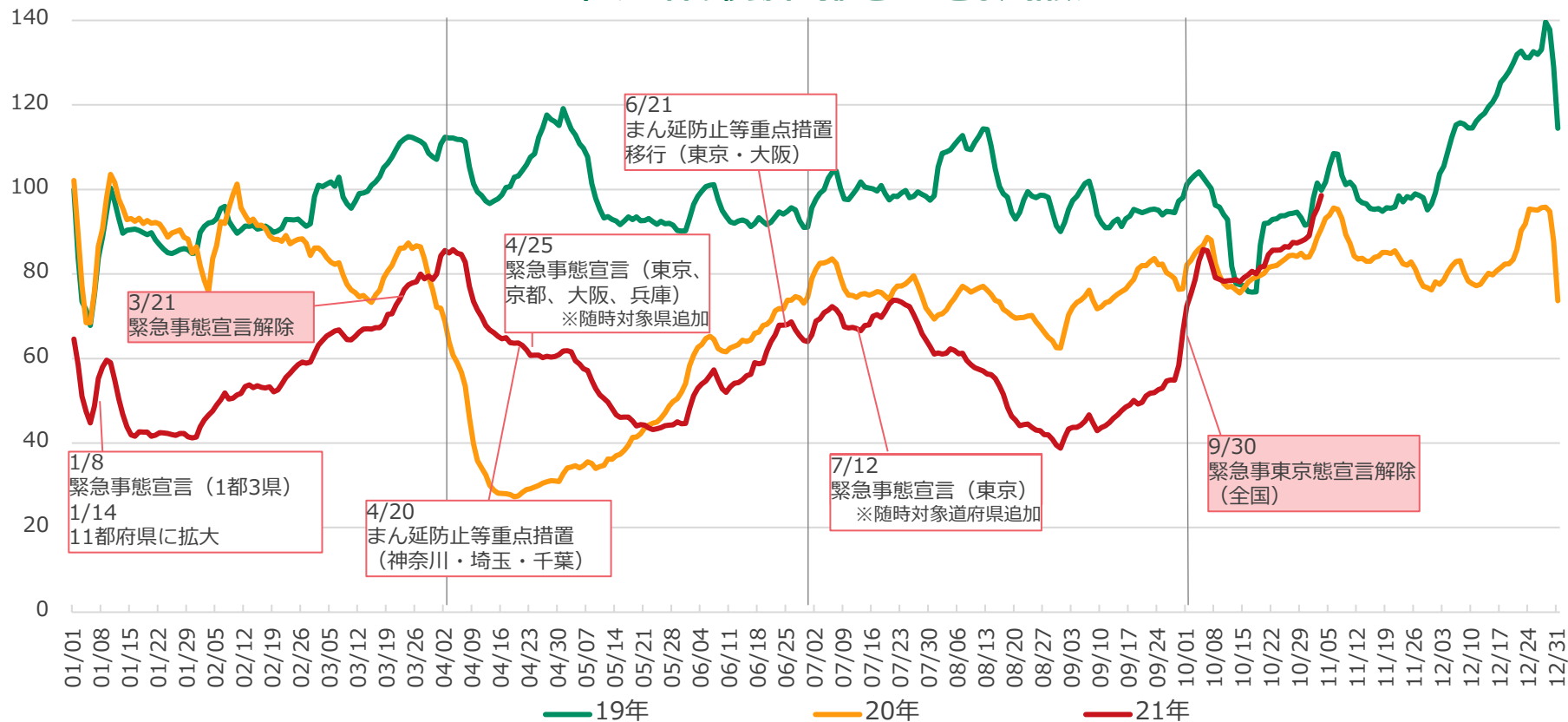


※ 2020年3月期の各四半期は金融商品取引法に基づく財務諸表は作成しておりません

- 東京では3回目の緊急事態宣言以降、酒類の提供に対しては厳しい制限が課され、居酒屋の経営を圧迫。更には、全国規模の緊急事態宣言発出となり、当社にとって非常に厳しい事業環境となった
- 9月後半には感染者数が減少傾向となり、9月30日に全国の緊急事態宣言が解除されたことで、足もとの日次売上高は改善傾向。コロナ前の水準に迫る

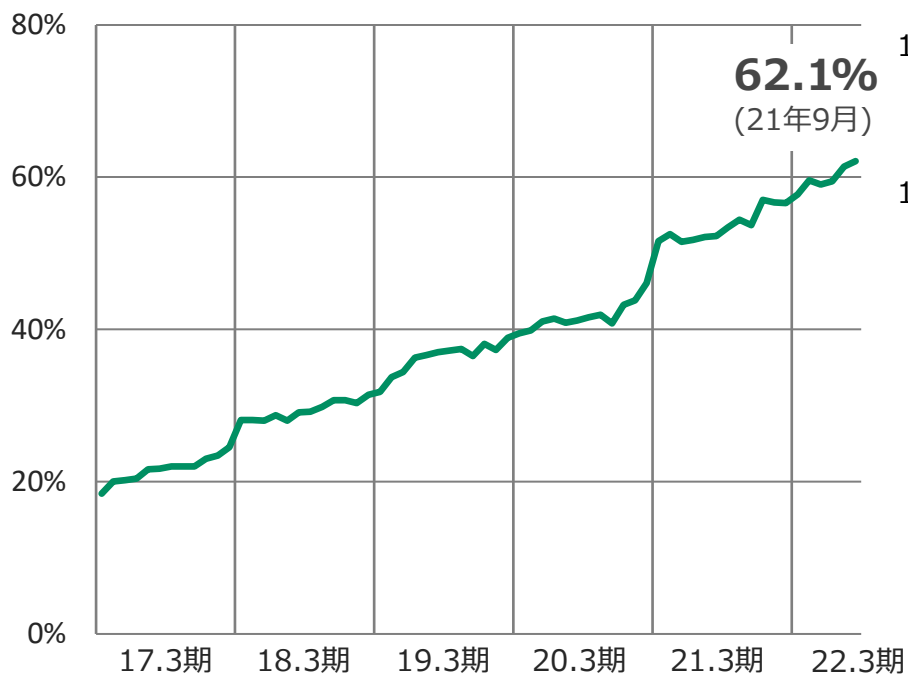
ご参考：日次売上高の推移（7日移動平均）

2019年1月1日の移動平均値を100とした指数



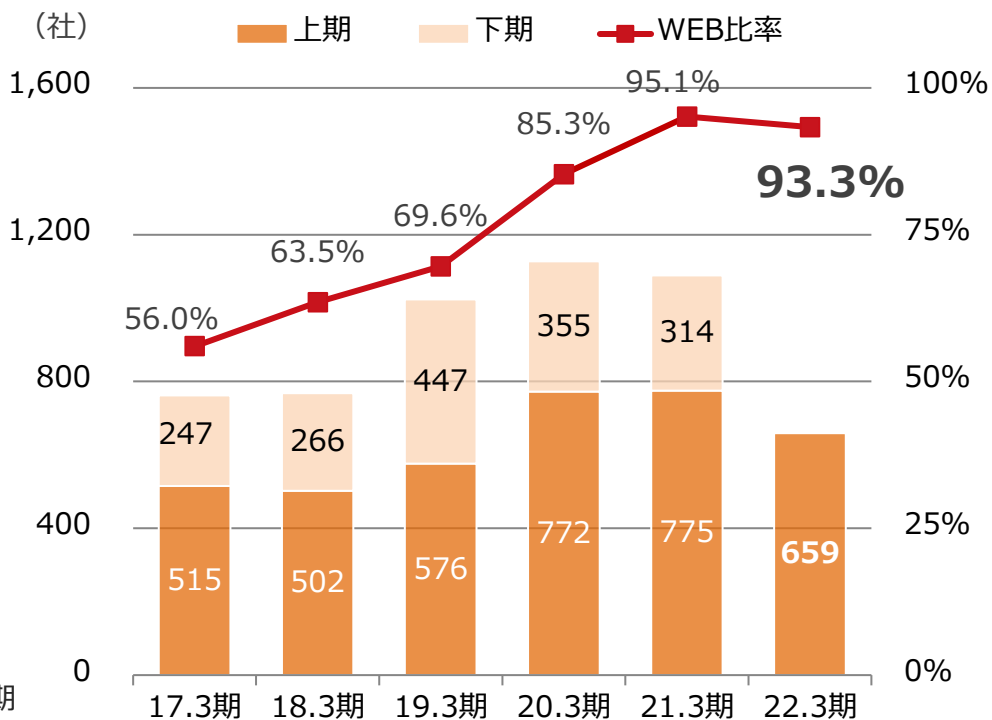
- コロナ禍において、ネット受注率がさらに上昇。新規顧客のWEB経由比率も高水準で安定
- 今期も、前期に引き続きシステム投資を実施し、新たな顧客特典の追加やCRM機能の磨きこみなど、新規顧客獲得・育成の強化、既存顧客満足度の向上を図る

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



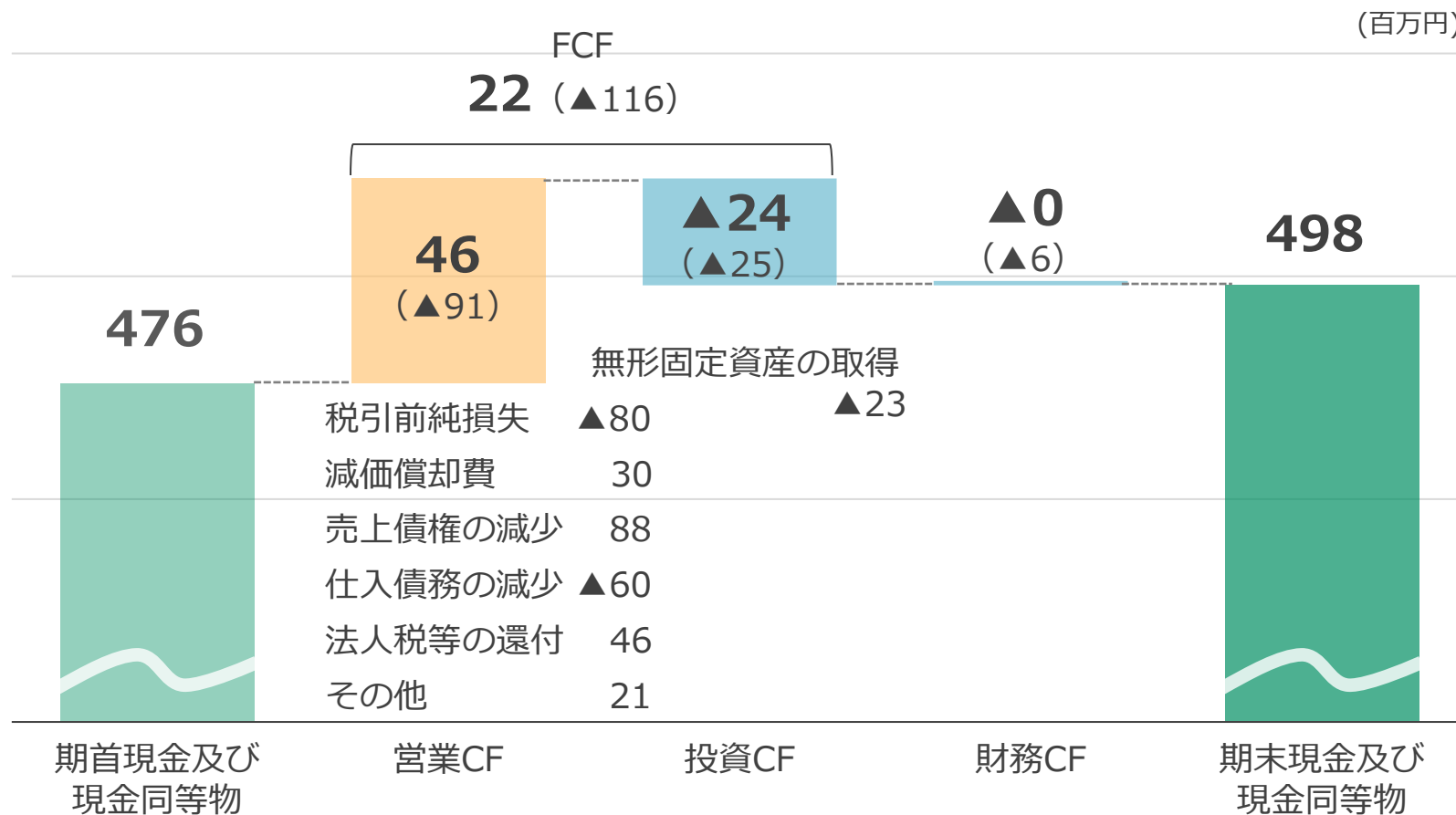
※新規顧客は、期中に初購入のあった店舗の月平均

- 自己資本比率74.6%（前期末比+2.1pt）。事業運営に必要な最低限のシンプルなバランスシートで、純損失計上も健全性は維持されている

(百万円)

	21.3期末	22.3期 2Q末	増減	補足
流動資産	1,018	890	▲127	
現預金	476	498	+21	法人税等の還付
売掛金	354	266	▲88	緊急事態宣言下における9月売上の減
固定資産	229	251	+21	繰延税金資産の増
資産合計	1,248	1,142	▲106	
流動負債	328	274	▲54	
買掛金	250	189	▲60	緊急事態宣言下の売上減に伴う仕入の減
固定負債	14	15	+1	
負債合計	343	289	▲53	
資本金	89	89	+0	
純資産合計	905	852	▲52	
負債純資産合計	1,248	1,142	▲106	

- 売上債権の減少等により営業キャッシュフローは改善



※カッコ内は21.3期2Q

1.事業概要

2.決算概要

3.今期の取り組み内容と成長戦略

コロナ禍においても、**お客様のニーズに可能な限り対応**し、継続的に支持いただける基盤を作り上げ、アフターコロナに備える。更には、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

- 家庭では食べられない、外食ならではの**特別感がある商品**
- コロナ禍において、求められる**“ロス対策”・“人手不足対策”商品の拡充**

■サービスの拡充

- チルド販売エリア拡張（2021年6月14日～）
- **特典ステージ制の導入（2021年9月1日～）**
- **ECの検索性・ガイド機能の向上（2021年9月21日～）**
- **送料無料ポイントの導入（2021年10月1日～）**
- 出荷品質の向上（随時実施中）
- ECサイトの業種別展開

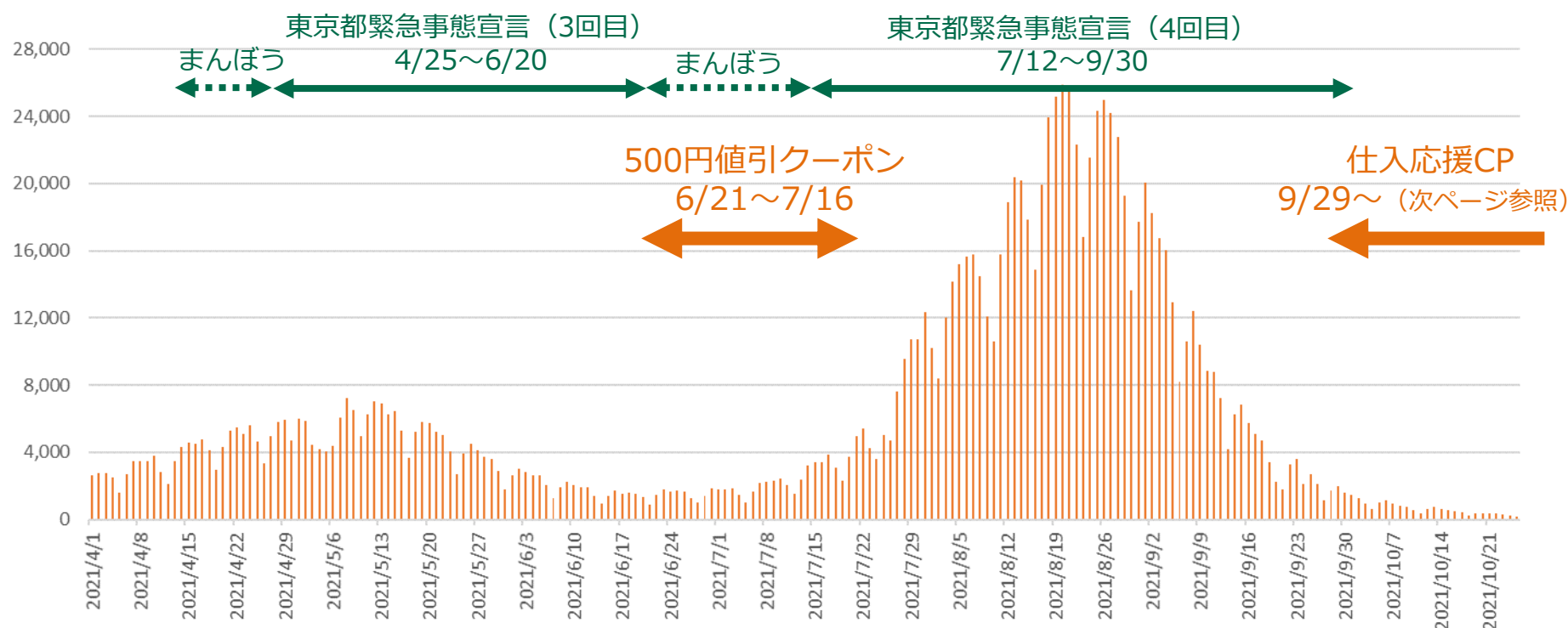
■提携・代理店開拓

- テンポスバスターズとの取り組み強化
- 株式会社出前館が運営する“仕入館”への出店

緊急事態宣言明けに合わせて、様々なフォローキャンペーンを展開

- 昨年度と比較し、今年度の緊急事態宣言は営業時間の短縮や人数制限だけでなく、**酒類の提供禁止措置**が取られたことにより、営業自粛店舗が多数発生した。
- 時短営業時に採用した「少しでも仕入りたい…」というご要望にお応えする**“送料バー半額キャンペーン”**だけでなく、営業再開に合わせた仕入時にご利用いただける**“値引系キャンペーン”**も含めて様々なキャンペーンを展開

【2021年4月1日～新規コロナ感染者数推移（全国・日次）】



仕入応援キャンペーン第1弾（9/29～10/12）

- **送料無料バー半額キャンペーン**：お客様の来店状況が見えない中で、少量でも送料無料で仕入できるようフォロー



仕入応援キャンペーン第2弾（10/5～11/2）

- **15%値引きセール**：対象商品は週替わりで当社の人気商品2品。多数のお客様にご支持いただいている商品を格安で提供することで原価率低減となるようフォロー



仕入応援キャンペーン第3弾（10/25～11/15）

- **1,000円値引きクーポン**：首都圏や関西圏の飲食店に対する酒類並びに営業時間制限解除に合わせて発行し、顧客増に合わせた仕入をフォロー



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

- 東日本大震災で被災した被災地の水産加工業は、復旧は進みつつあるものの、販路がなくなり商品を広く知っていただけない、食べていただけないという話から企画がスタート。
- 東北各地の地の利を活かし、**原産地を謳える商品**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**。また、各メーカーの歴史や立地・工場設備などもご紹介し、メニュー提供時に**うんちくを語る**ことができるお手伝いも…
- **10月1日から第1弾販売開始。12月まで新商品を毎月投入予定（第3弾まで）**



パッケージや商品企画を工夫して、コロナ禍のロスや手間削減をサポート

- お通しに使われる珍味などは、どうしても残りがち。多少原価高にはなるが、注文が入ったら解凍して提供できる**1人前パック**でロス撲滅
- 原料から仕込みをしたら**歩留まり**が悪く、ロスも出がちな商品を拡充
- 旬の食材を**原料から加工品**まで一挙ラインナップ、好みの商品を選択可能



【歩留まり100%】



【原料→加工品】 《原料》 → 《蒸し加工済み》

→ 《加工品（仕込み済み）》

《剥き身》



《殻付き》



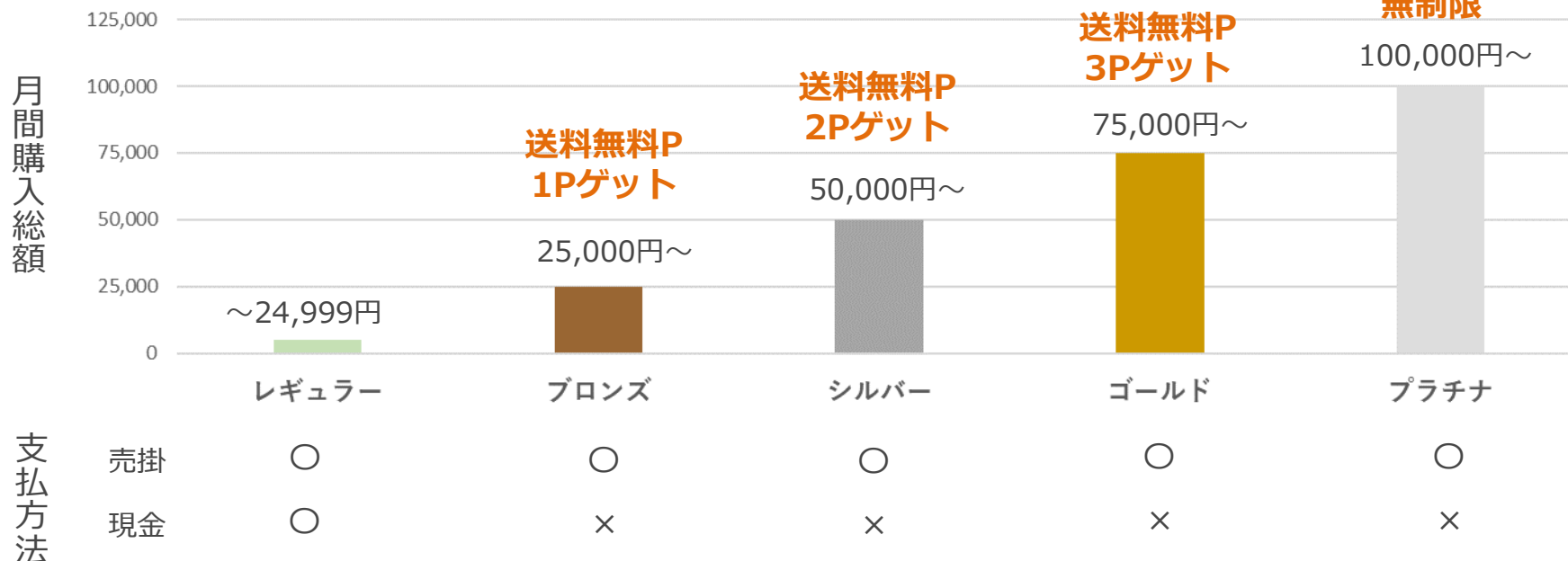
※蒸し加工すると、事前に中まで加熱されているため、食中毒の恐れがなくなります。

特典ステージ制・送料無料ポイントを導入（9/1～・10/1～）

- **顧客購入単価と継続購入率の向上**を目指し、毎月の購入総額により、翌月の特典ステージを設定する制度を導入。
- 特典としては、「**送料を気にせず、ちょっとだけ買いたい**」というニーズにお応えし、送料無料バー以下の購入金額の場合に、1回1ポイントで送料が無料となるポイントを付与
- せっかく手に入れた特典を有効活用するため、もっと多くの特典を手に入れるため、と言った**お客様の買い癖を誘う**心理に訴えた施策

【特典ステージ制とは・・・】

当月の月間購入総額と支払い方法で翌月の特典ステージが決まる



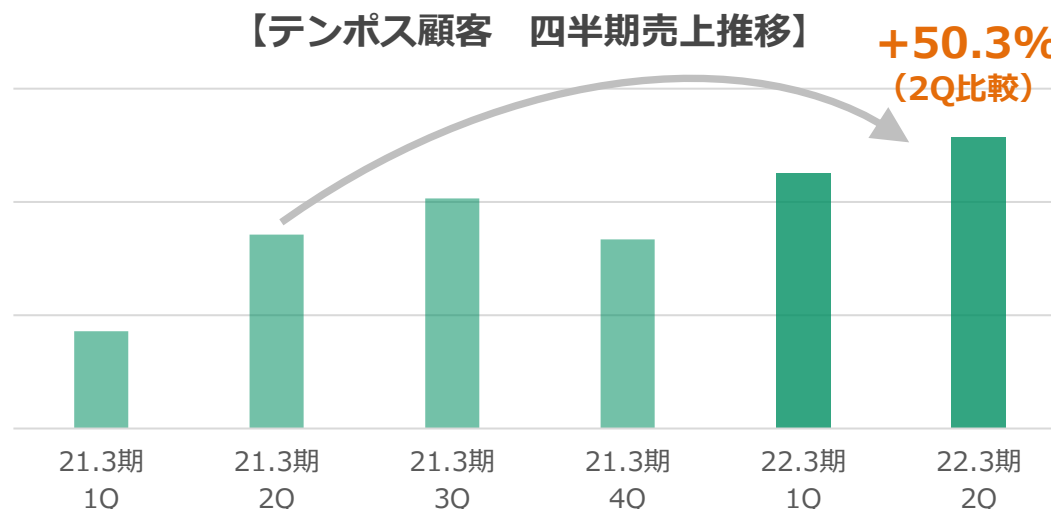
ECの検索性・ガイド機能向上（9/21～）

- MICstore TOP画面の**ヘッダーをリニューアル①**。気になる情報に常にリーチできるようにヘッダーバーからリクエストの多いメニューへ展開
- 新規導入した“特典ステージ制”の当月ステージや目指すべきステージまでの条件や保有**特典を容易に確認②**
- セールや新商品・ランキングなどの商品情報やメニュー開発に役立つ情報ページへ直結
- 商品ページでは詳細情報を拡充し、商品選定をフォロー



テンポスは堅調に推移

- コロナ禍でテンポスバスターズの店舗での展示会は開催できなかったものの、店舗からの新規顧客紹介が順調で**前年比150%の伸び**となる
- 下期は緊急事態宣言も明け、早々に**全国各地の店舗にて展示会を積極的に開催**予定。



“仕入館”からは撤退

- “出前館”への出店店舗は既に仕入れルートが確立されていることと、おつまみ需要より、家族での食事需要が多いことが判明
- 一定以上の売上拡大が望めないため、一旦撤退。“出前館”との新たな組み手を模索中

新たな代理店開拓を加速

- 緊急事態宣言下において、料飲店関連業種はなかなか動きづらい環境にあったが、宣言解除を受け、下期はアクセルを踏んで開拓して行きたい

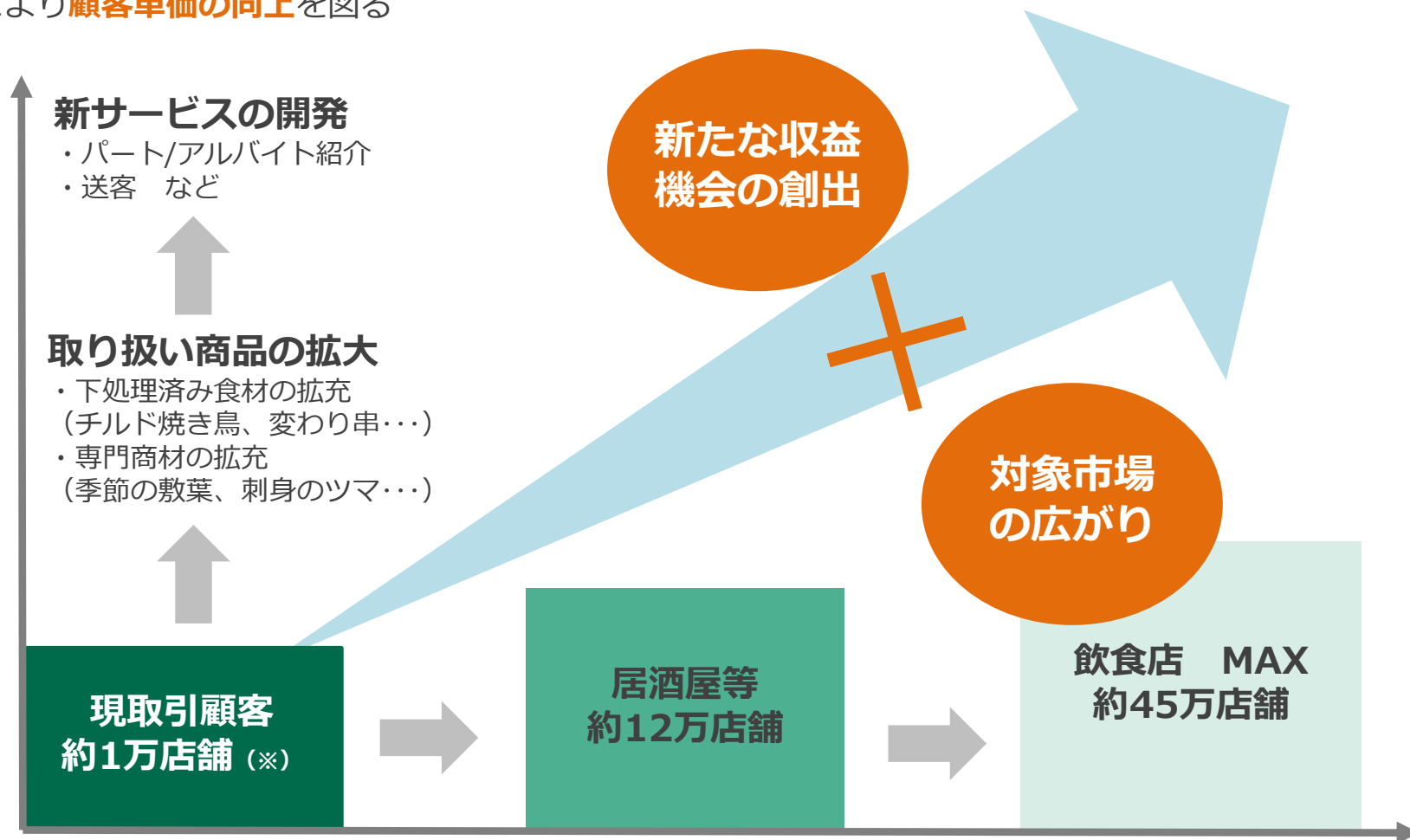
- 新型コロナウイルスの感染者の減少にともなう、緊急事態宣言の解除、飲食店の時短営業や酒類等提供の制限の緩和により、足もとの販売状況は上向いている
- 一方で第6波への懸念等もあり、現在の業況の継続性については依然不透明

以上から、現時点においても合理的な予測が困難であるため、**2022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

新型コロナウイルスの今後の動向を注視し、顧客支援を継続しつつも、将来を見据えた各種施策には積極的に取り組んでまいります

- 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20%配当の実施することとしております
- しかしながら、前21.3期決算においては新型コロナウイルス（COVID-19）の感染拡大による影響を大きく受け、最終赤字を計上する結果となりました
- こうした状況を鑑みて、財務の健全性維持を優先させていただきたく、前期配当においては**無配**とさせていただきました
- コスト競争力を高め、成長に必要な投資を継続することで収益回復を図り、**早期の復配を目指す**所存です

- 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に進め、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」

- 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