

未来イノベーションCOMPANY

MIC

2027年3月期

第1四半期決算説明資料

MIC株式会社（証券コード：300A） | 2026年8月6日

1Q

未来イノベーション
COMPANY

INDEX

未来イノベーション
COMPANY

01

01 | ハイライト

02 | 2027年3月期 1Q業績

03 | 成長戦略への投資

04 | 会社概要と事業特徴

Appendix

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%）

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%）

通期計画

MESSAGE

2027年3月期1Qの経営メッセージ

攻め

と

還元

将来に向けた攻めの施策と、株主優待による還元拡充を決定！

株主還元の充実を目的とし、**配当性向40%に加え**

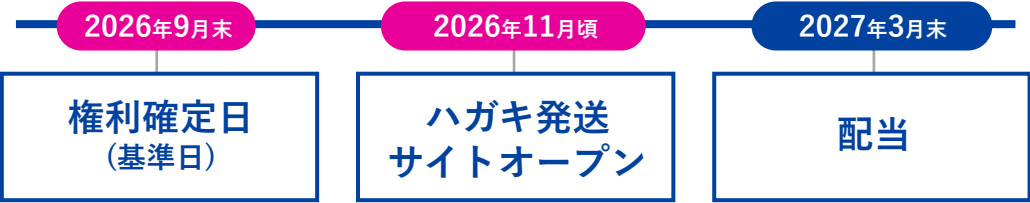
最大総合利回り※

+ 株主優待を開始

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

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

02

01 | ハイライト

02 | 2027年3月期 1Q業績

03 | 成長戦略への投資

04 | 会社概要と事業特徴

Appendix

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

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

通期計画

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%

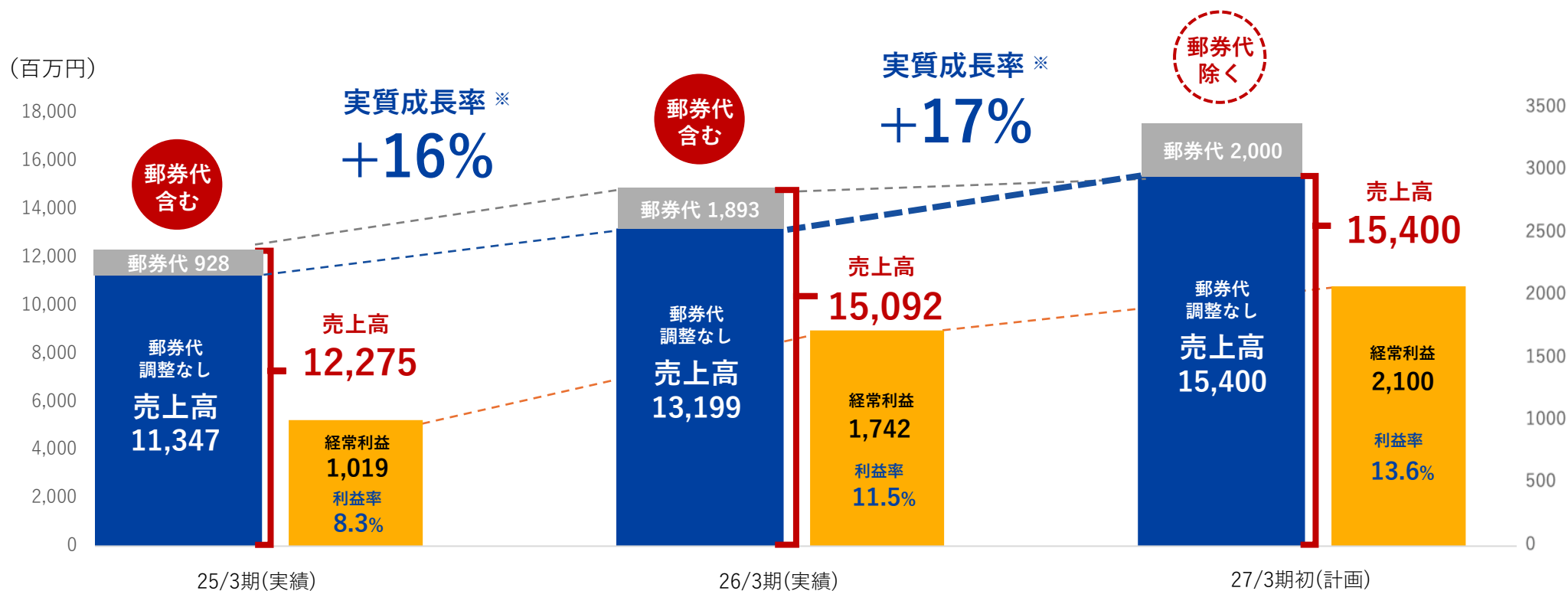
2,390百万円 (売上比15.5%)

※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

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

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

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

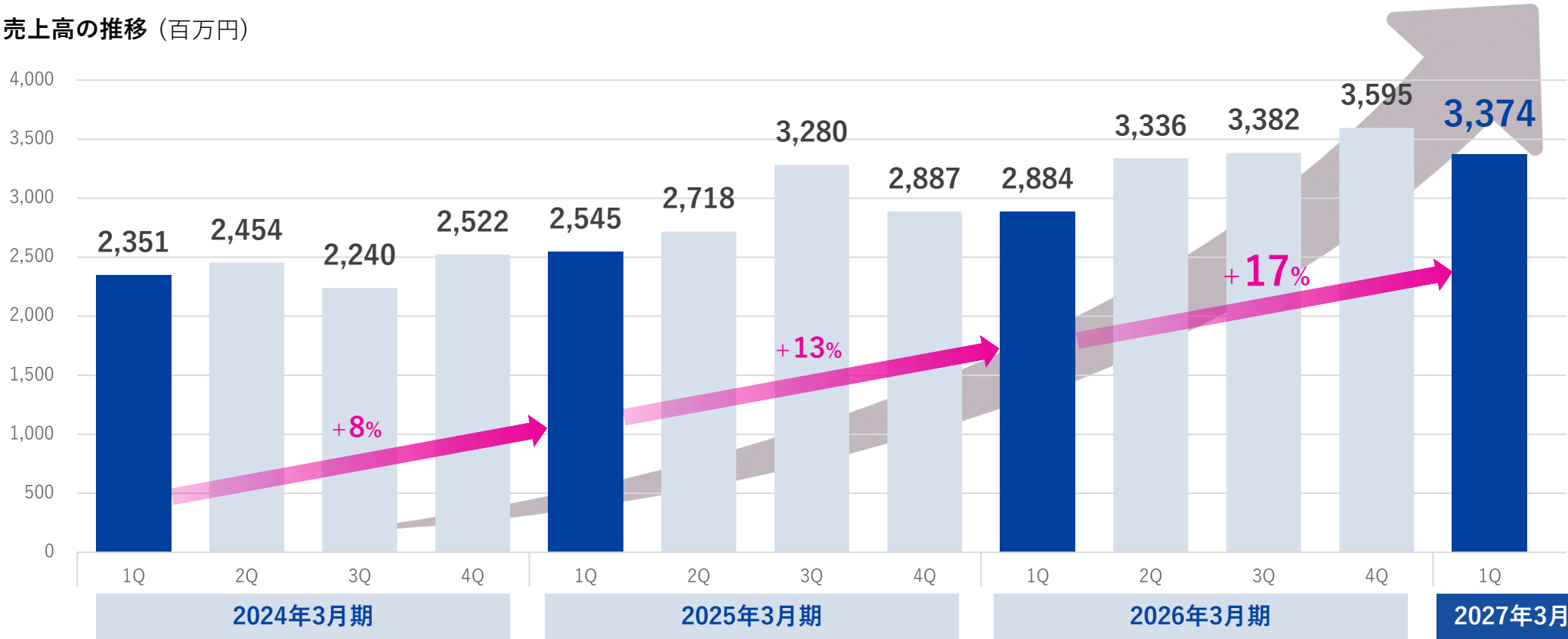
(百万円)	2026年3月末		2027年6月末		
	実績	構成比	実績	構成比	増減
流動資産	7,009	56.3%	6,370	50.3%	-639
現金及び預金	3,107	25.0%	2,812	22.2%	-295
売掛金	3,194	25.7%	2,219	17.5%	-975
その他	708	5.7%	1,339	10.6%	631
固定資産	5,430	43.6%	6,303	49.7%	873
有形固定資産	5,006	40.2%	5,733	45.2%	727
建物及び設備	2,646	21.3%	3,373	26.6%	727
土地	2,360	19.0%	2,360	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

(百万円)	2026年3月末		2027年6月末		
	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

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

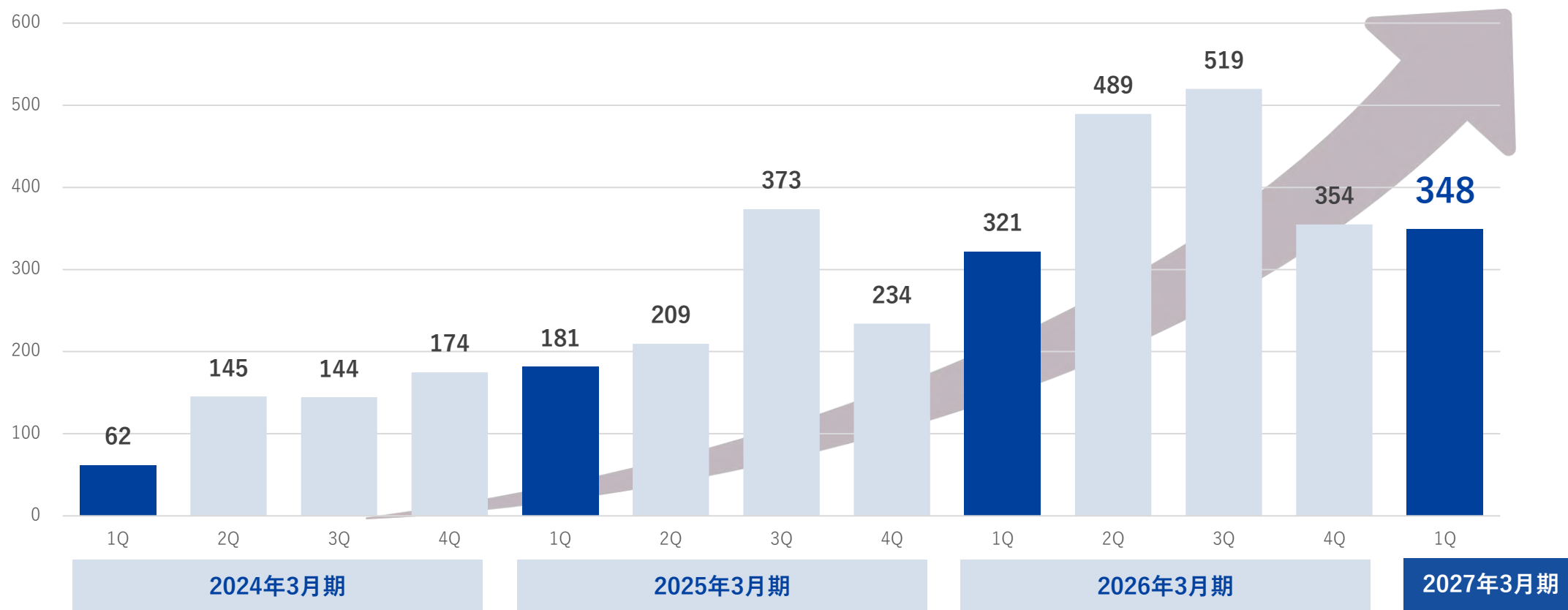
売上高の推移（百万円）



※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

2027年3月期1Qの営業利益は**348百万円**（前年同期比+8.4%）

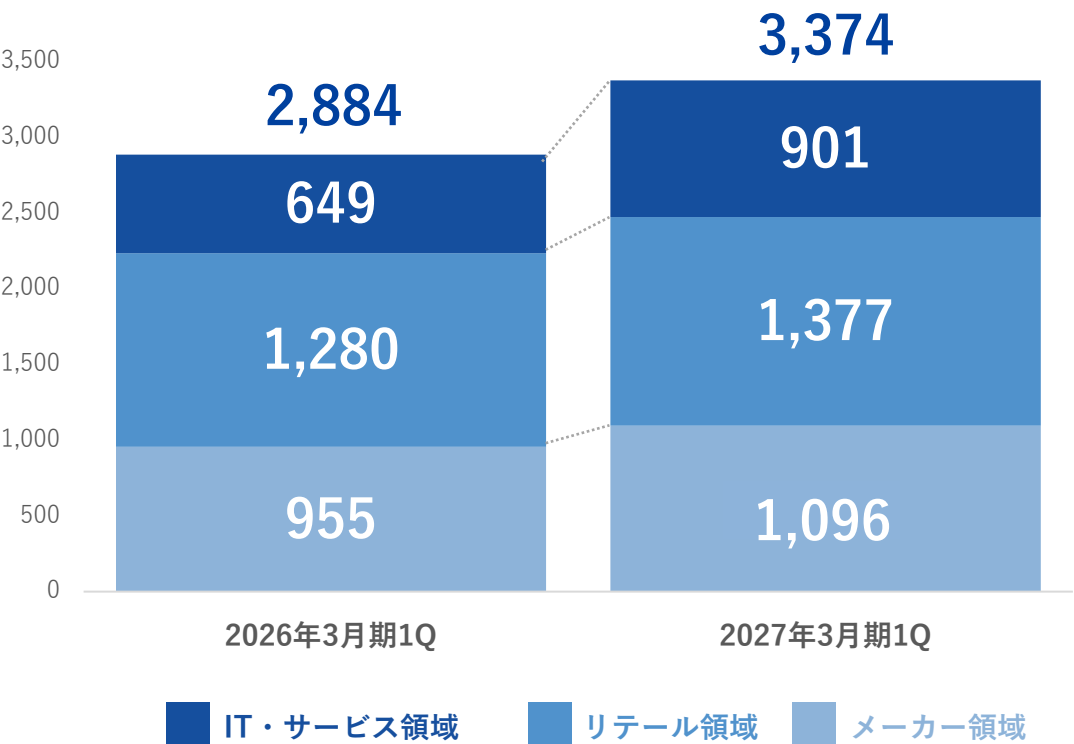
営業利益の推移（百万円）



※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

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）



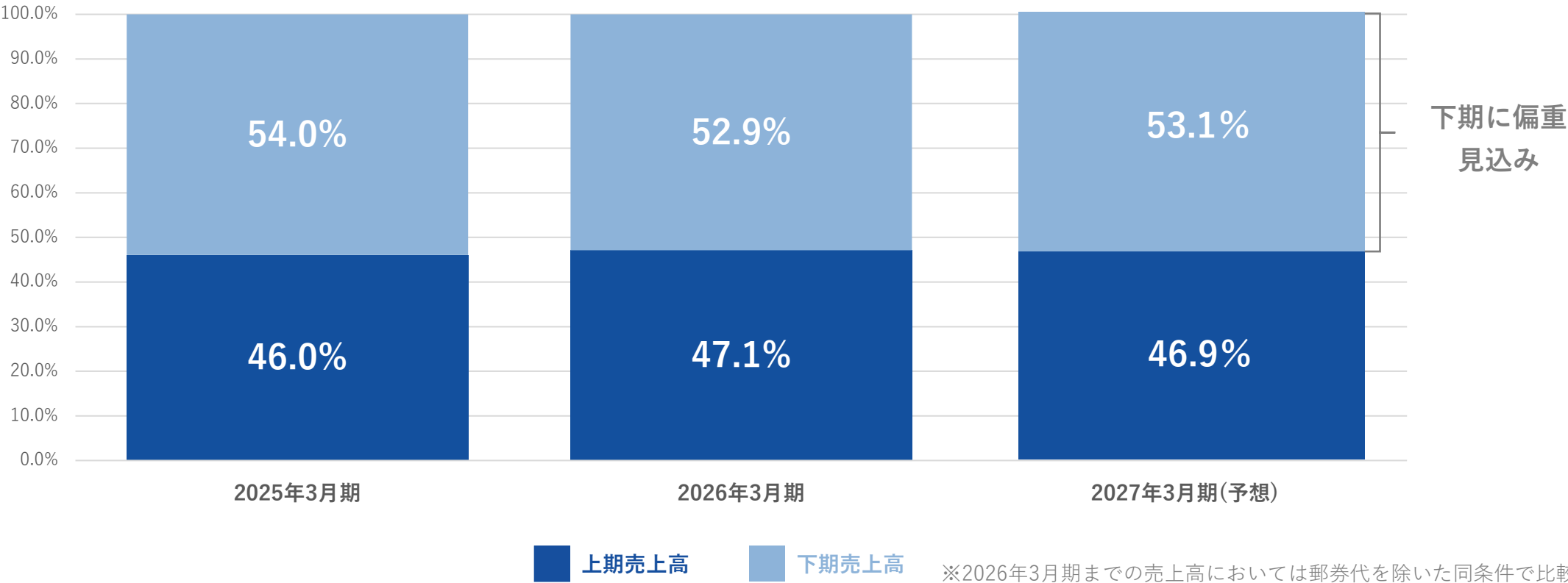
2027年3月期 1Q領域別売上増減額（百万円）

	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

売上高はこれまで同様、2027年度も下期に偏重する見込み

売上高の季節性



INDEX

未来イノベーション
COMPANY

03

01 | ハイライト

02 | 2027年3月期 1Q業績

03 | 成長に向けた攻めの施策

04 | 会社概要と事業特徴

Appendix

MICの成長を可視化する独自指標

自社360°フルサービス機能を顧客ごとに最適化して提供する

3つの領域

売上・付加価値

リテール領域

メーカー領域

IT・サービス領域



5つの製造・サービス

費用

コンサル
BPO

IT
SaaS

デジタル
クリエイティブ

製造

フルフィル
メント



MICの利益創造モデル

 $V/(BI + SR)$ 値の最大化

V

Value

MICの定義する付加価値

売上 - (仕入・外注・運賃)

リテール
領域

+

メーカー
領域

+

IT・サービス
領域

BI

Business
Infrastructure
Cost

製造・サービスの基盤に対する投資・運営費

各機能ごとの労務費・経費（拠点＋設備運営費）

コンサル
BPOIT
SaaSデジタル
クリエイティブ

製造

フルフィル
メント

+

SR

Strategic
Resource
Cost

利益成長を支える戦略的人件費

営業拡大・生産革新関連の人件費＋経費

営業・生産革新関連人件費

経費

未来
1.30現在
1.19

Vの拡大

SRを中心に
利益拡大を推進

SR

費用の適正化

V/(BI + SR)各項目の定義

V

付加価値

Value

売上 - (仕入・外注・運賃)

Vとは、「付加価値」であり、売上から仕入外注運賃を引いた独自の価値である。

MICはソリューション業として、単品の販売ではなく、顧客にとって最適解となるモノとサービスの組み合わせによる総合提供によって支持される存在である。リテール、メーカー、IT・サービスの領域の持続的成長に貢献にすることで価値創造を果たす。

SR

戦略的
部門運営費用

Strategic Resource Cost

営業拡大・生産革新関連の人的費+経費

SRとは、成長のための戦略的部門と位置付ける「営業・生産技術革新関連部門に投じる費用」である。

MICはコンサルティング集団として、業界特化・顧客最適の営業チーム及び自社ビジネス基盤の改善・改革を常時実践する生産技術革新チームを編成し、顧客期待を超えるソリューションとビジネスモデルで唯一無二な存在を目指していく。

販売促進に関する労務費・経費 | 事業改善に関する労務費・経費

BI

ビジネス基盤費用

Business Infrastructure Cost

各機能ごとの労務費+拠点運営費+設備運営費

BIとは、「自社の製造・サービス機能に投じる費用」である。

MICはリテールプロモーション領域のSPAモデルであり、顧客へ圧倒的な製造・サービスのQCDを届けるため、自社で垂直統合型のビジネスインフラを構築する。この基盤を競争力とした360°フルサービスによって顧客の持続的事業改善を実現する。

製造労務費・経費 | 設備・建物等に関する償却 | 拠点賃料・経費 | 全社の運営管理費

V/(BI+SR)=1.19を将来的に1.30を目指していく

●全社合計

V
SR
BI

(百万円)	全社計	売上比	前年比
売上	3,374	100.0%	117.0%
付加価値額	2,142	63.5%	115.6%
戦略的 部門運営費	292	8.7%	124.6%
製造サービス 運営費計	1,126	33.4%	119.5%
全社管理費用	374	11.1%	105.7%
営業利益	348	10.3%	108.4%

●領域別数値

【V】 MICの定義する付加価値(領域別)

(百万円)	リテール領域	メーカー領域	IT・サービス領域
売上	1,377	1,095	901
付加価値額	884	711	547
付加価値率	64.2%	64.9%	60.7%
前年比	104.9%	124.7%	124.2%

【BI】 製造・サービスの基盤に対する投資・運営費用(機能別)

(百万円)	コンサル BPO	IT SaaS	デジタル クリエイティブ	製造	フルフィルメント
運営費用	149	97	126	164	587
売上比率	4.4%	2.9%	3.7%	4.9%	17.4%
前年比	121.6%	106.9%	92.3%	98.0%	139.1%

※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

営業利益の増減要因

主な増減要因

2026年
3月期1Q

営業利益 3.21億円

売上拡大に伴う利益増

- ①新ロジスティクスセンター契約費用
- ②札幌開発拠点開設費用
- ③人材増員・給与増強費用
- ④AI＋生産性向上に向けた設備投資

2027年
3月期1Q

営業利益 3.48億円

利益増
1.13億円

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

①新ロジスティクスセンター契約費用
約**2,600**万円

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

Before



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



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

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



03 | 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

2026年7月より導入開始

大手製薬メーカー



導入社数の推移



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

約1,200万円

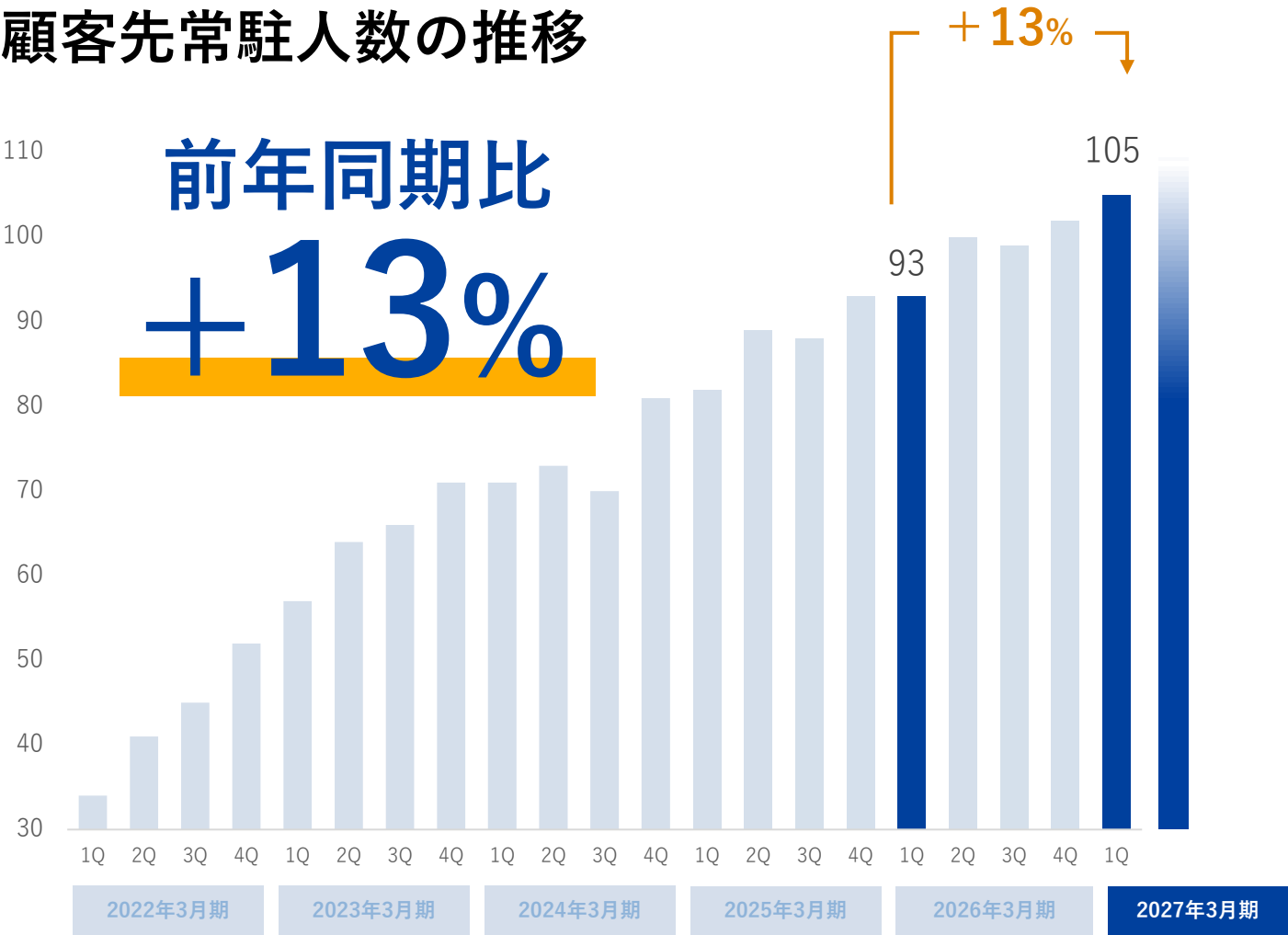
新卒・キャリアの増員分

約2,900万円

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

Business Process Outsourcing

顧客先常駐人数の推移



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

生産拠点の自動化
による生産性向上

AI 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



03 | 成長に向けた攻めの施策 労務費

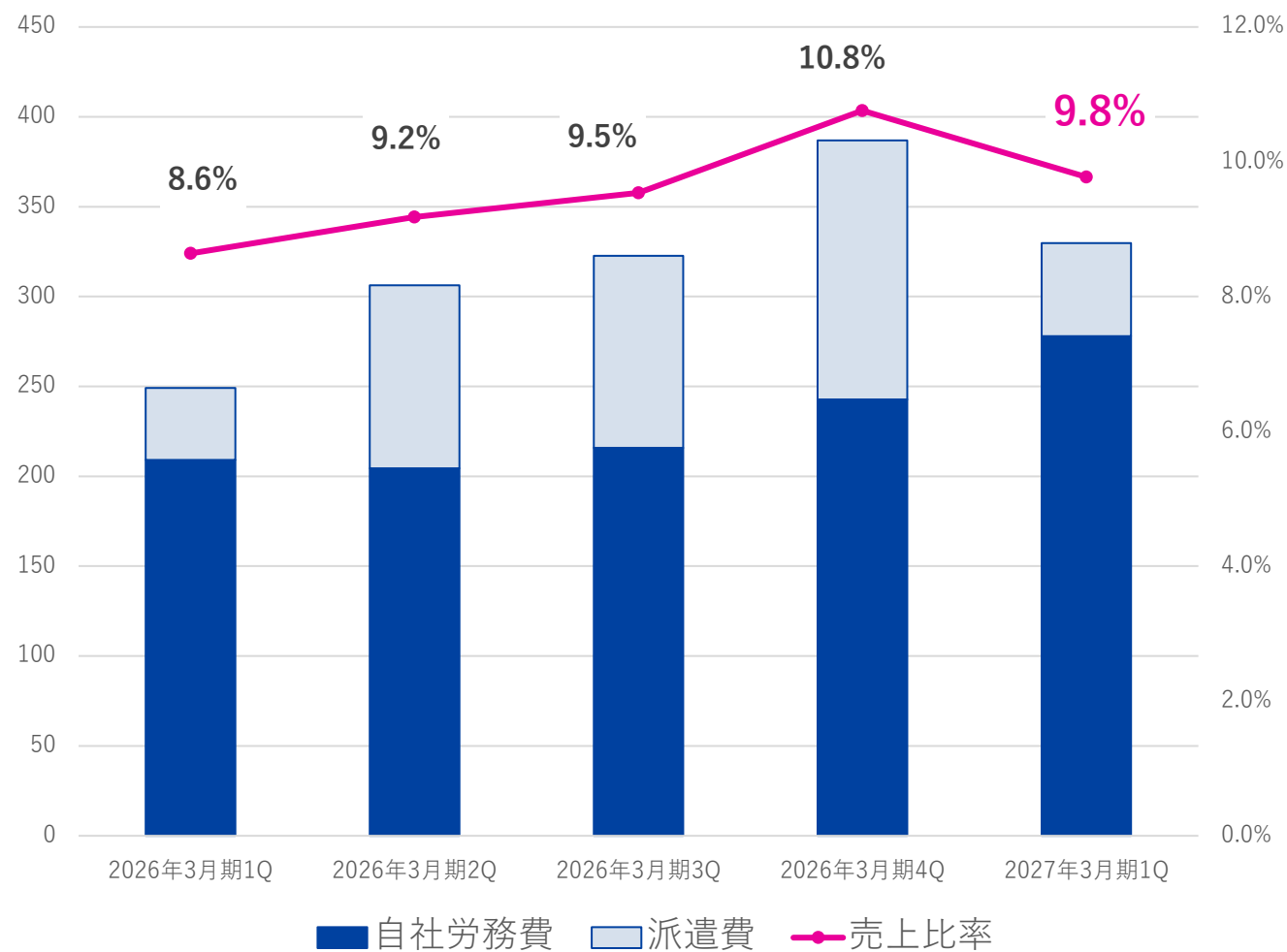
業務量拡大に伴い

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



MICの利益創造モデル

V/(BI + SR)値の最大化

V
Value

MICの定義する付加価値

売上 - (仕入・外注・運賃)

リテール領域

+

メーカー領域

+

IT・サービス領域

BI
Business Infrastructure Cost

製造・サービスの基盤に対する投資・運営費

各機能ごとの労務費・経費（拠点＋設備運営費）

コンサルBPO

IT SaaS

デジタルクリエイティブ

製造

フルフィルメント

+

SR
Strategic Resource Cost

利益成長を支える戦略的人件費

営業拡大・生産革新関連の人件費＋経費

営業・生産革新関連人件費

経費

現在
1.19

未来
1.30

Vの拡大

SRを中心に
利益拡大を推進

SR

費用の適正化

INDEX

未来イノベーション
COMPANY

04

01 | ハイライト

02 | 2027年3月期 1Q業績

03 | 成長戦略への投資

04 | 会社概要と事業特徴

Appendix

MISSION

未来イノベーションCOMPANY

より良い未来に向けて、仲間と共にイノベーションを起こす

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

多様化

複雑化

するリテール販促業務



アプリ内広告



デジタルサイネージ



SNS・WEBページ



決済端末・QRコードPOP



トップボード・ポスター



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

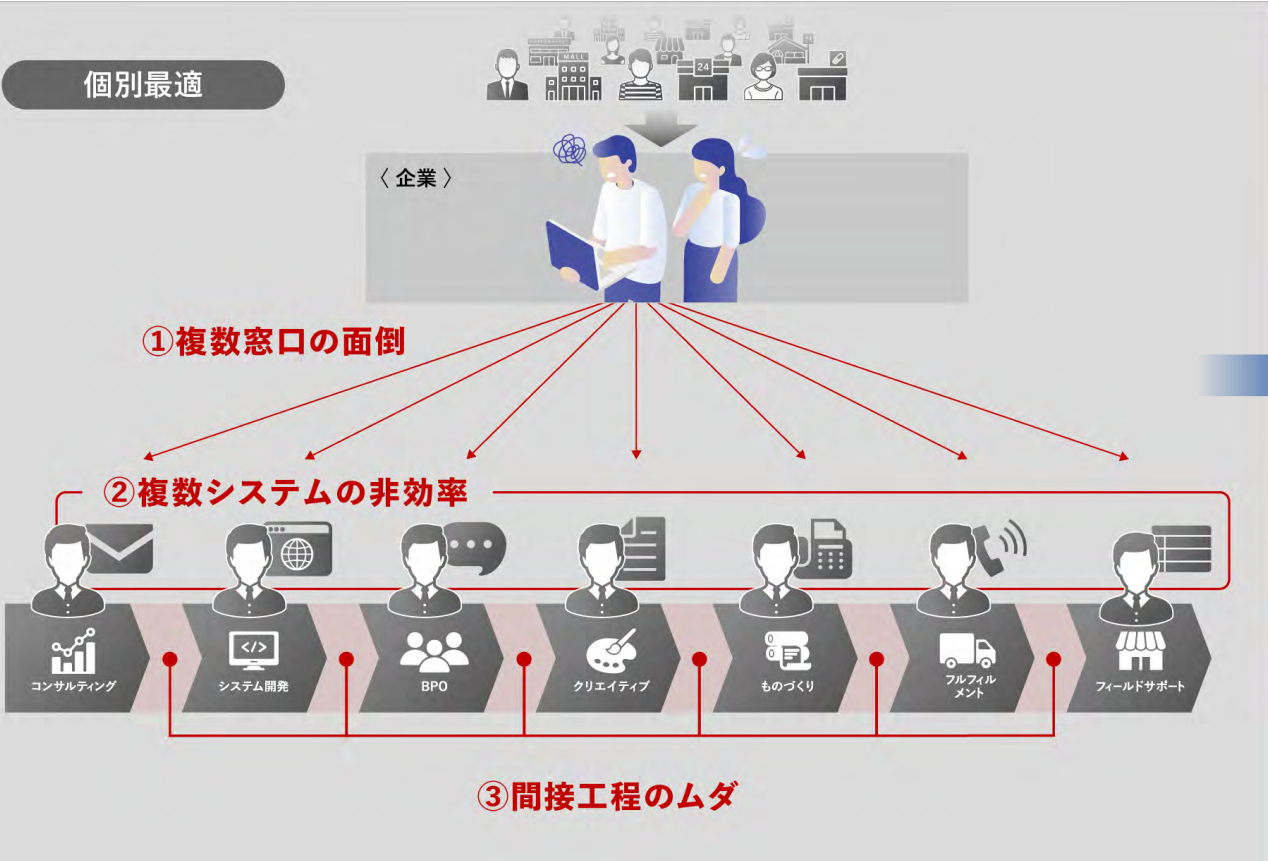


販促業務の超最適化

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

販売競争力の強化 と コスト最適化

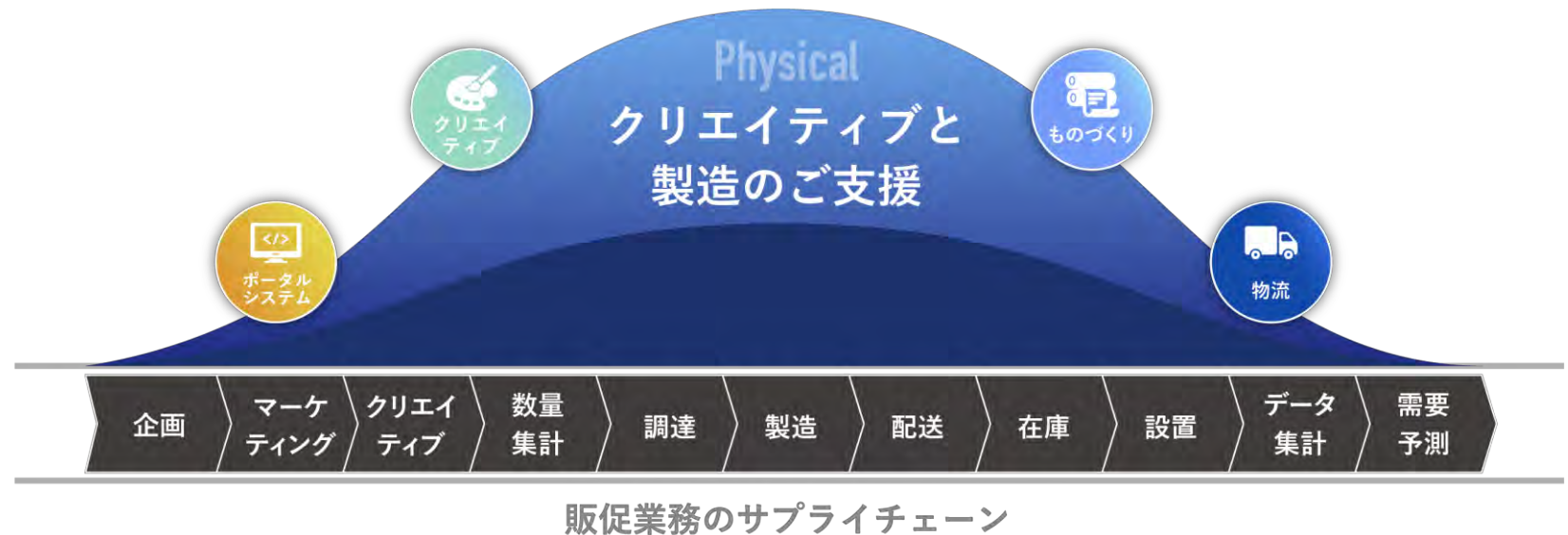
の両立を実現



販促業務の
サプライチェーンの
最適化を支援



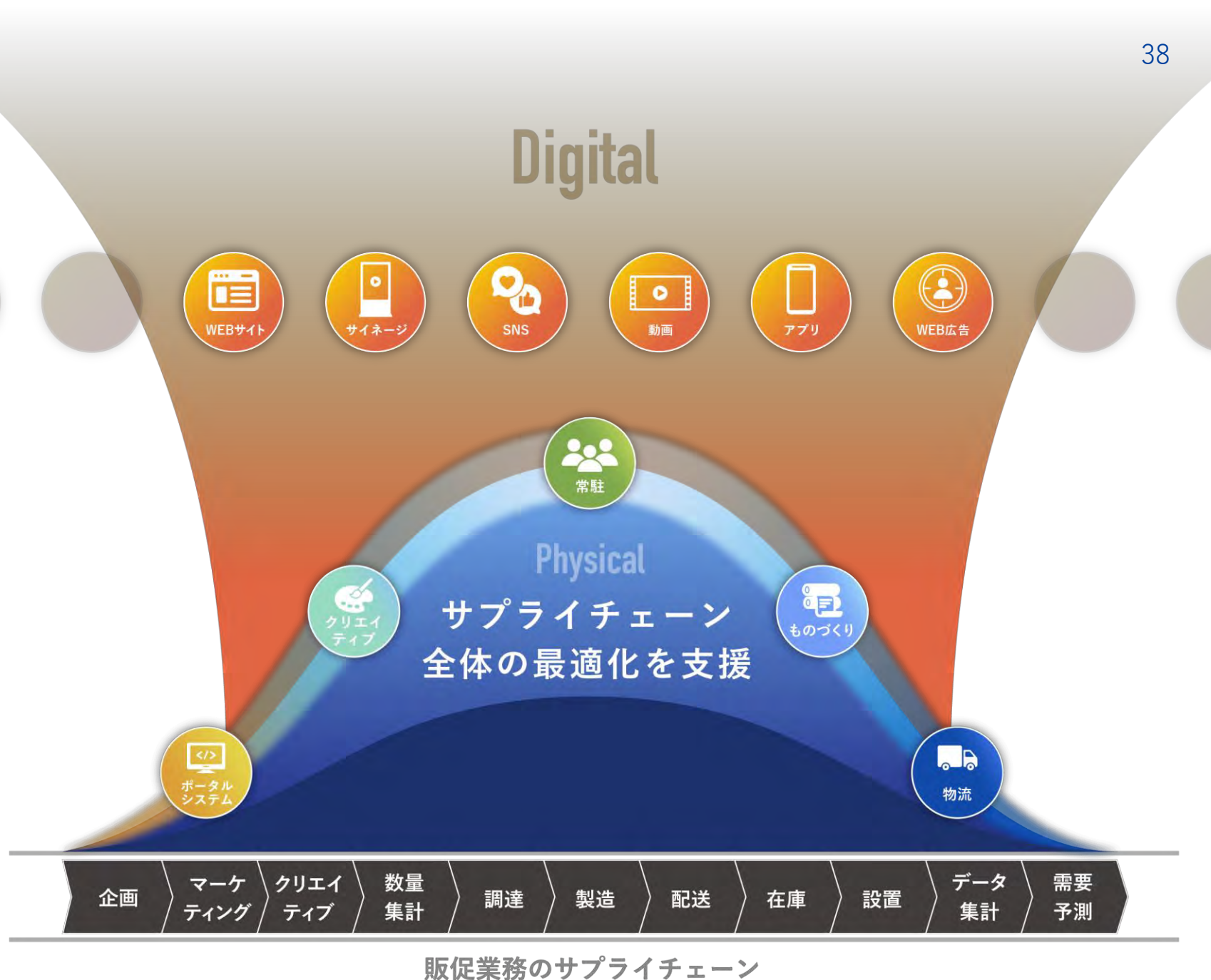
クリエイティブ・製造領域を
横断的に一括支援



プロモーション領域を
統合的に支援



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

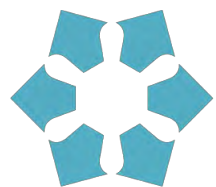


戦略的サービス①

顧客数の拡大

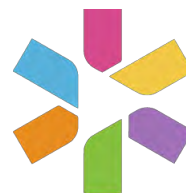
ドラッグストアチェーン向け販促物共同配送サービス

Co.HUB（コハブ）



Co.HUB

powered by MIC



PromOS

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）

ドラッグストアチェーン向け
販促物共同配送サービス



グッドデザイン賞受賞

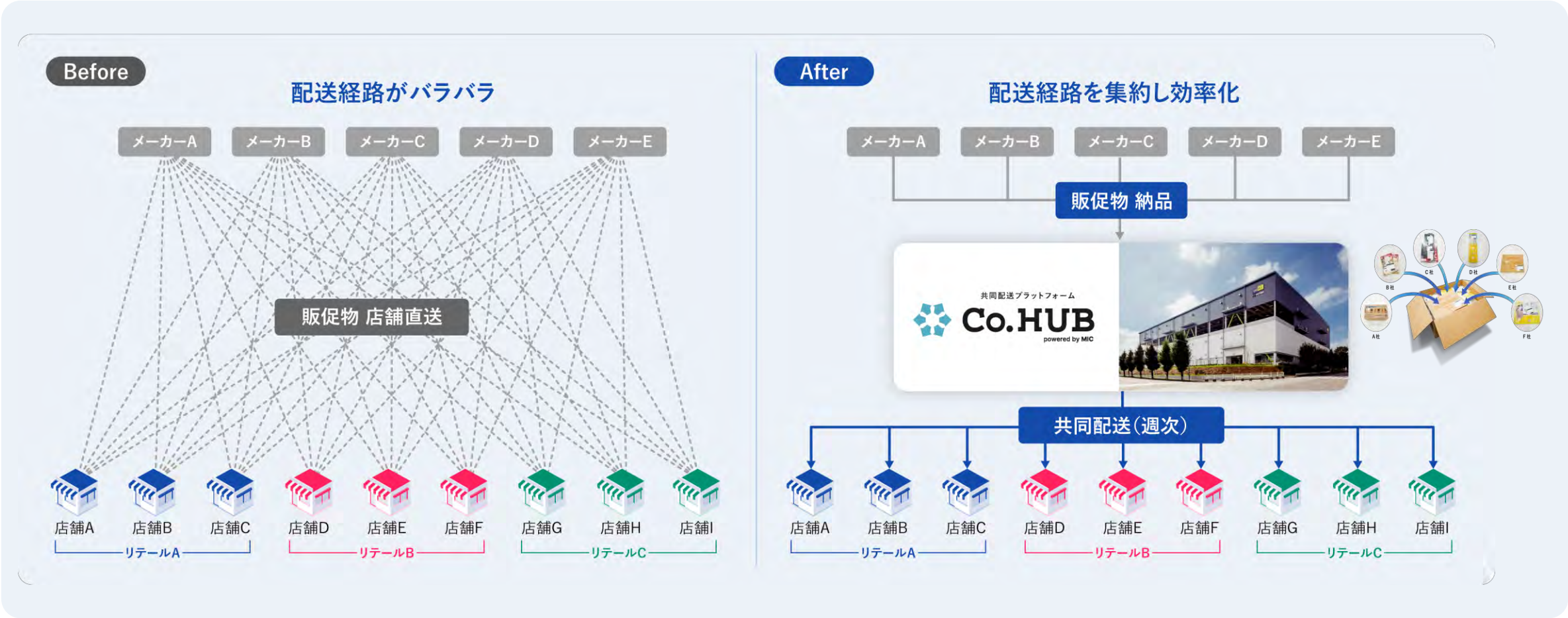
ビジネスモデル特許取得

グッドデザイン
ベスト100を受賞！





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。



ドラッグストア業界で シェア率65%の共同配送を実現する 唯一の存在

全国のドラッグストア
店舗の導入率

65%

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
2位	ウエルシアホールディングス
3位	ツルハホールディングス
4位	スギホールディングス
5位	コスモス薬品

Co.HUB
導入済

7月

共同配送
スタート

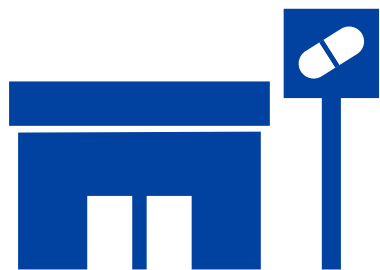
家電量販店への拡大

家電量販店業界の リテール・メーカー企業へ拡大

※（引用元：月刊マーチャндаイジング【ドラッグストア白書2025】）

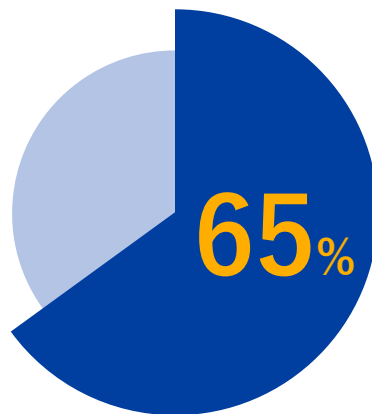
サービス立ち上げから4年でメーカー企業 714社と契約 全ドラッグストア店舗の65%が導入するプラットフォームに

導入ドラッグストアチェーン数 ※1



34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20,373店舗のうち
13,208店舗をカバー※2

契約メーカー企業数 ※3



714社

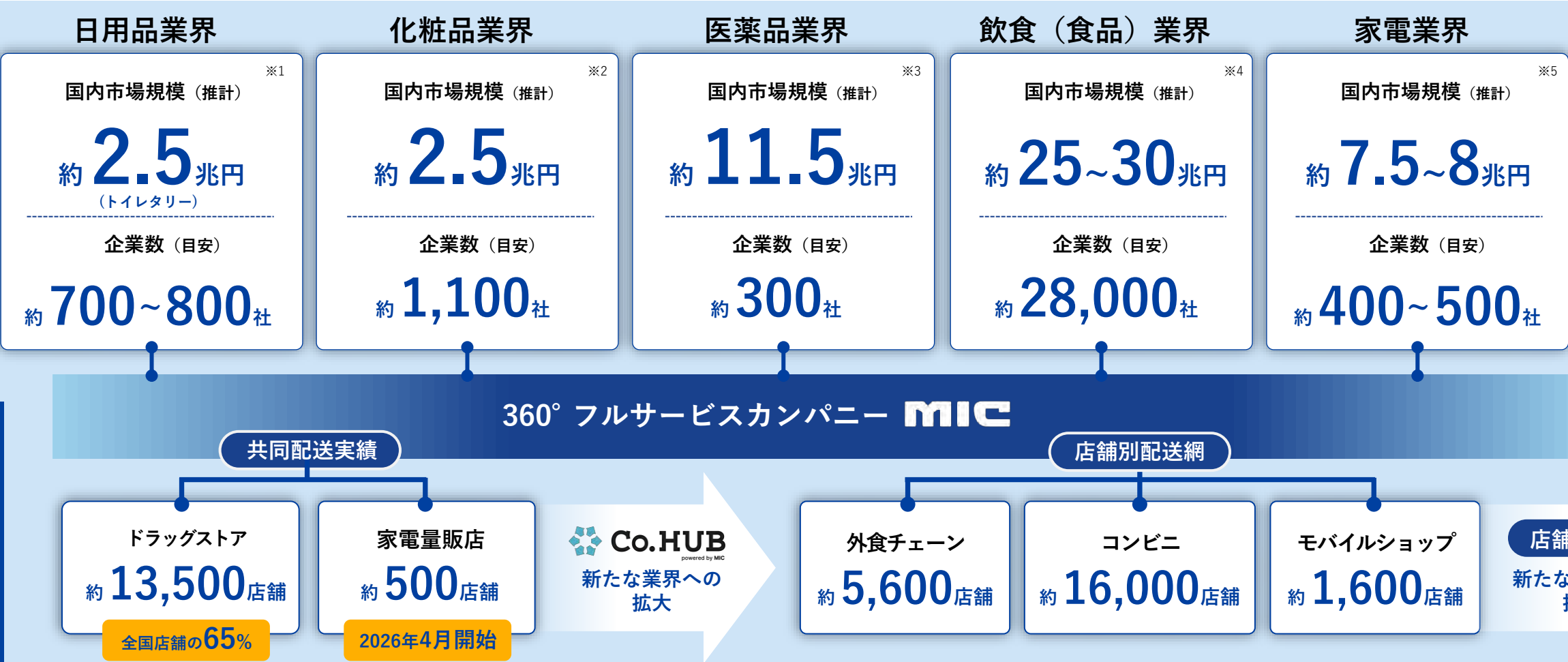
(うち利用メーカー企業数：446社)

※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

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



※1出典：一般社団法人日本石鹼洗剤工業会「石鹼・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）」

利用アカウント数
約 **27,000**

販促業務をもっと**楽**に



CS Click So-ko

販促物などの
在庫管理・発注

TC Tool Counter

販促物の製造数量
ヒアリング

EN Edition Now

オンラインでの
編集機能と発注

Promo Store
powered by MIC

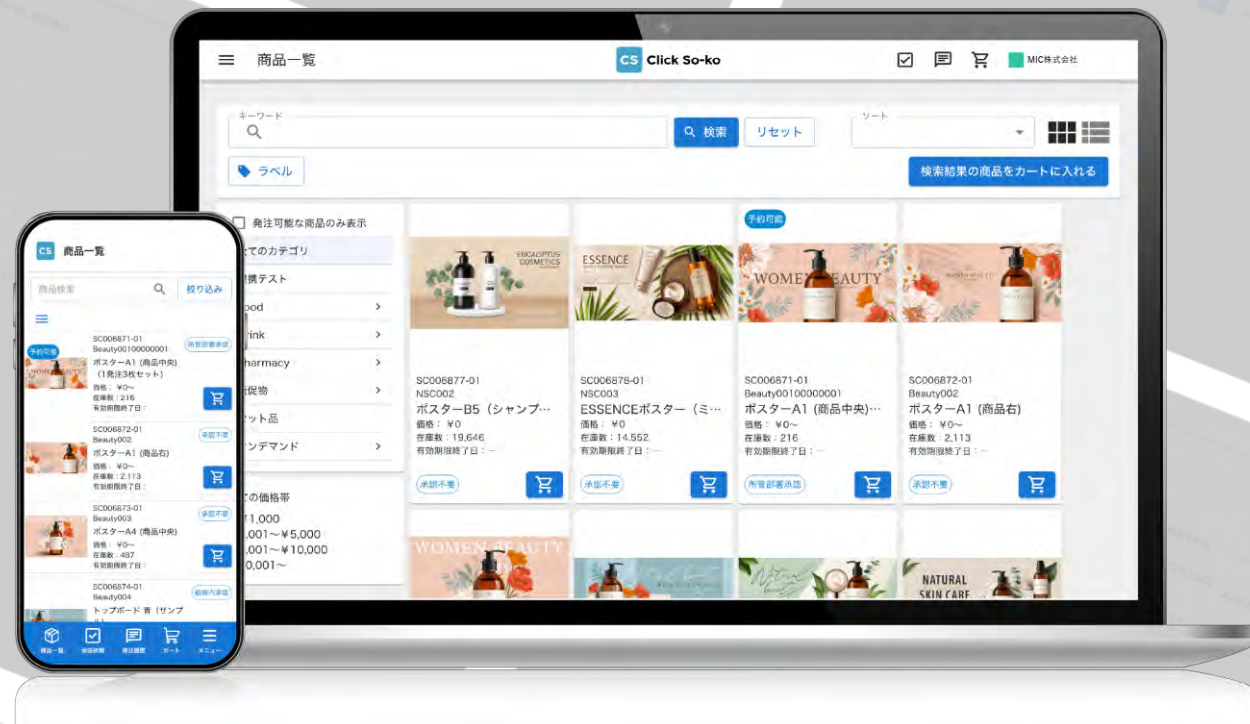
店舗からの
販促物追加オーダー

WONDER LINK
powered by MIC

オンラインでの
デザイン校正

SF 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。

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** × 360°フルサービス
powered by MIC

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



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

1,300万円の創出

月間営業稼働時間

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

850万円の創出

年間業務工数

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

1,600万円の削減

販促物業務時間

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

3,000万円の創出

年間業務工数

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

4.5億円の削減

販促制作コスト改善

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

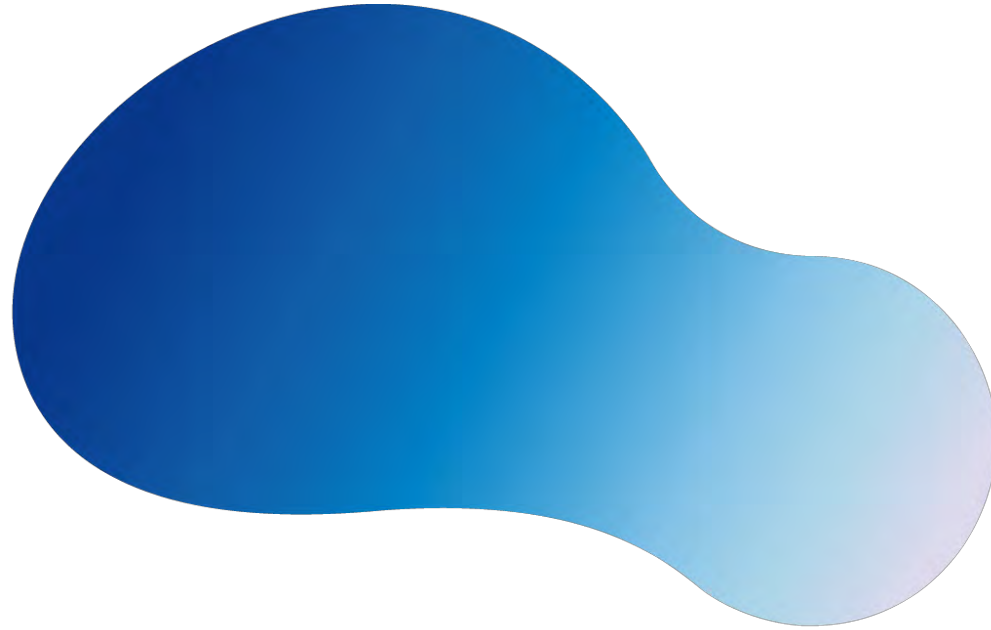
販促物の共同配送によるコスト改善

配送費用

最大**30%**削減

現場一部作業工数

60%削減



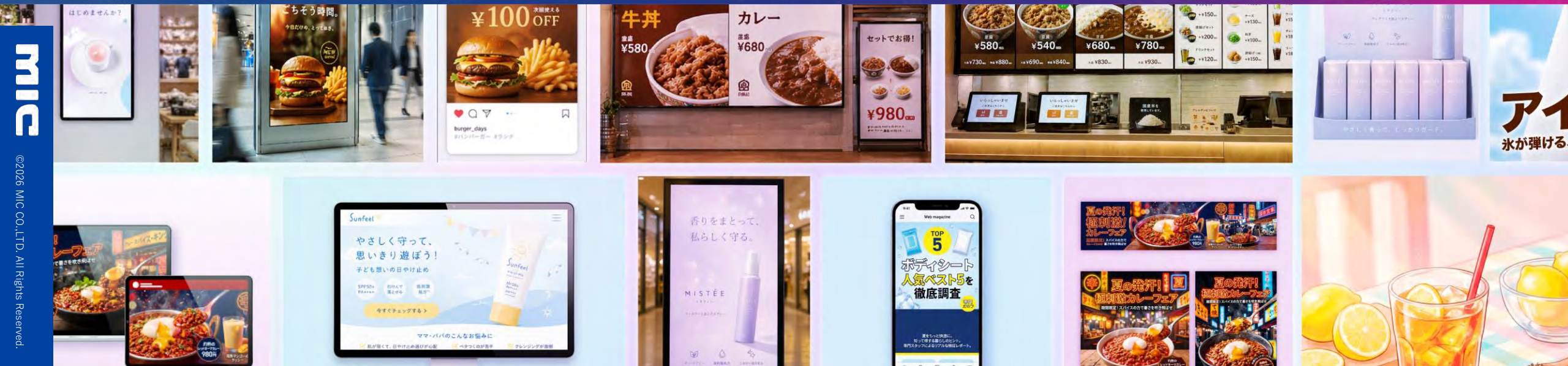
WONDER BLUE

a division of MIC

04 | 会社概要と事業特徴 WBのクリエイティブ



デジタル×フィジカル領域のクリエイティブ支援



MIC

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

100人超の
多彩なクリエイター



WONDER BLUE
a division of MIC

無限の
クリエイティブを
クライアントに提供

AI
の活用

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。

未来イノベーションCOMPANY

MIC

Appendix

未来イノベーション
COMPANY

01 | ハイライト

02 | 2027年3月期 1Q業績

03 | 成長戦略への投資

04 | 会社概要と事業特徴

Appendix

■ Q1. 株主優待をスタートした理由を教えてください

A1. 次の2つの理由から株主優待導入を決定いたしました。

- 配当に加えた株主還元策として、株主の皆さまに当社株式を保有する魅力を実感していただくため
- 当社への理解や認知を深めていただき、中長期的に当社を応援してくださる株主・ファンを増やしていくため

■ Q2. 売上高が順調に伸びている理由を教えてください

A2. 売上高が順調に伸びている理由は下記2つとなります。

- 共同配送を軸とした新規・既存メーカーへのクロスセルが深耕したこと
(売上拡大のエンジンとなるPromOSの導入社数は前期比+30%)
- サービス領域ではデジタル・マーケティング関連における受注が増加したこと

■ Q3. 利益率が売上高ほど伸びなかった理由を教えてください

A3. 今後の持続的成長に向けて、利益確保と併せて攻めの投資も実施いたしました。
具体的な内容は21p~28pをご覧ください。

■ Q4. 会計処理を変更した理由を教えてください

A4. 従来、DM郵券代は売上高に計上し、同額を売上原価として計上していたため、利益への影響はありませんでした。一方で、当社の提供する付加価値サービスによる売上高をより適切に示す観点から、当期より会計処理方法を変更しております。
なお、本変更による利益への影響はありません。

■ Q5. 主要KPIを選んだ理由を教えてください

A5. 主要KPIの選定理由は下記となります。

PromOS導入社数：顧客との接点拡大や継続的な取引の基盤となるほか、360°フルサービスのクロスセルにつながるため

常駐人数：常駐によって顧客課題への理解が深まり、よりスピード感を持った提案が実現するため

■ Q6. 人材（給与アップ）への費用を決めた理由を教えてください

A6. より競争力が激しくなる中で、当社の競争力の源泉は「人材」であると考えています。

優秀な人材の採用・定着を強化するとともに、従業員のモチベーション向上やエンゲージメント向上を図るため、給与水準の見直しを実施しました。人材への投資は、中長期的な売上成長や収益性の向上につながる重要な経営投資と位置付けています。

※上記以外のご質問につきましては、
当社IRサイトのよくあるご質問（FAQ）をご参照ください

<https://www.mic-p.com/ir/faqs>

未来イノベーションCOMPANY

MIC