

**miratap**

FY2026/1Q

# 決算説明資料

---

2026年2月13日

株式会社ミラタップ（証券コード：3187）

# INDEX

目次

## 01

決算概要

## 02

TOPICS

## 03

APPENDIX

- 会社概要
- サステナビリティ
- 参考資料

miratap

# INDEX

目次

## 01

決算概要

## 02

TOPICS

## 03

APPENDIX

- 会社概要
- サステナビリティ
- 参考資料

miratap

当社は、2025年9月29日付で連結子会社であった株式会社ベストブライトの全株式を売却いたしました。これに伴い、連結子会社が存在しなくなったため、2026年9月期より非連結決算へ移行しております。

## ■ 注意事項

- 本資料の財務諸表（損益計算書・貸借対照表）はすべて単体数値に基づき作成しております。
- 決算短信では前期実績との比較は行っておりませんが、本資料においては比較可能性を確保する目的で、過去実績を単体数値に組み替えて表示しております。

# 【単体】業績ハイライト

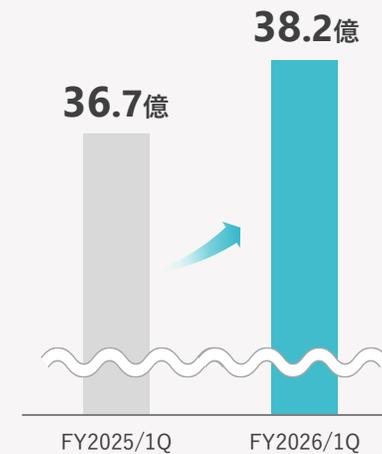
単体ベースの前年同期比で増収増益。売上高は概ね計画通りに進捗。

前年同期は社名変更に伴い、社名認知向上を目的とした広告宣伝に大規模な投資を行い、営業損失を計上していたが、前期実績を踏まえて施策の見直しを図り、投資と収益性のバランスを意識した事業運営を行った結果、大幅な増益となった。

(単位：百万円)	FY2026/1Q	FY2026 通期		FY2025/1Q	
	実績	実績	進捗率	実績	増減率
売上高	3,823	17,035	22.4%	3,673	+4.1%
売上総利益	1,414 37.0%	6,430 37.7%	22.0%	1,389 37.8%	+1.8%
営業利益（損失）	101 2.7%	352 2.1%	28.9%	-199 -5.4%	-
経常利益（損失）	96 2.5%	324 1.9%	29.7%	-184 -5.0%	-
四半期純利益（損失）	57 1.5%	227 1.3%	25.5%	-174 -4.8%	-
1株当たり四半期純利益	3.20	12.53	25.5%	-9.52	-
EBITDA※	154	591	26.1%	-159	-

※EBITDAは、営業利益+減価償却費で算出しております

売上高



営業利益（損失）

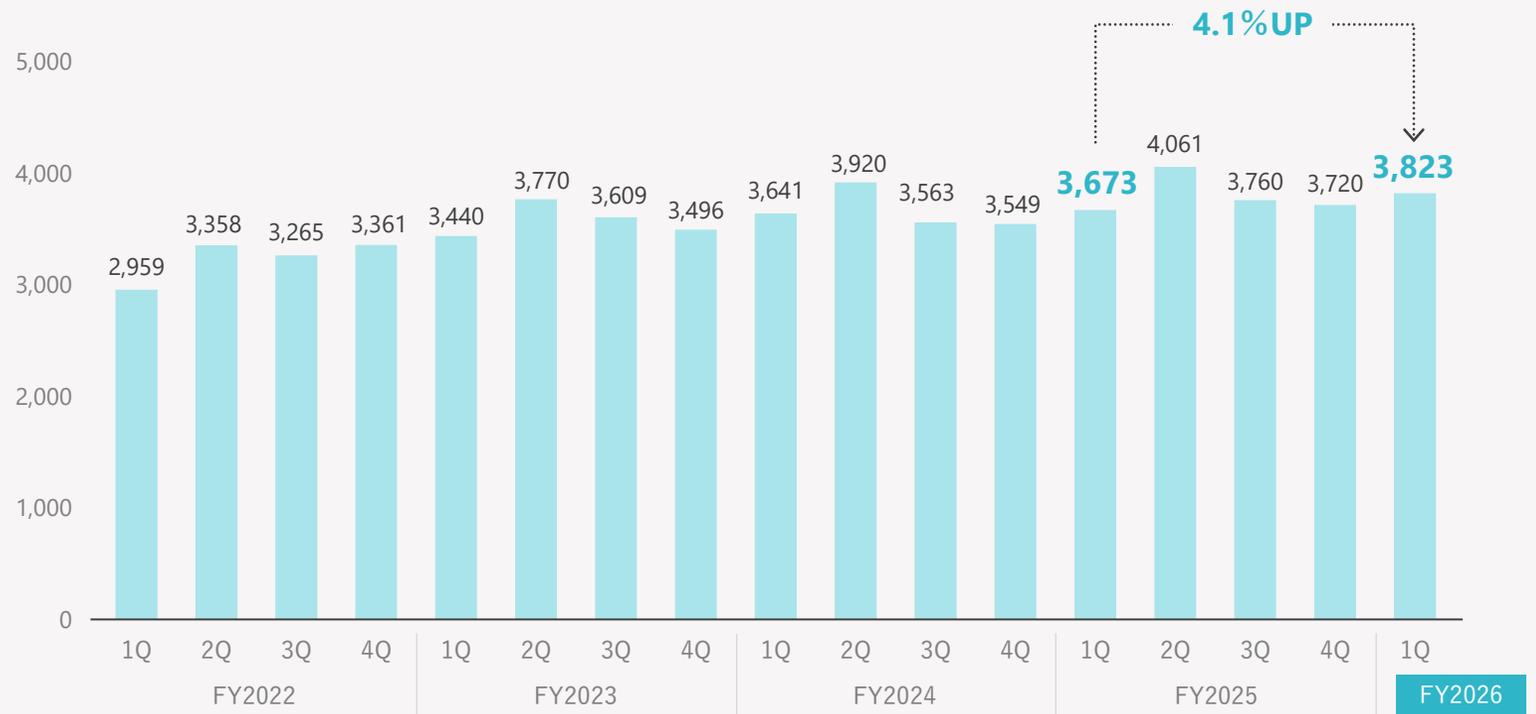


# 【単体】 四半期売上高の推移

## 1Qとして過去最高の売上高を達成

ロイヤルカスタマーを中心に注文単価・注文回数が増加し、売上高が増加。一方、顧客数の伸びに課題があるため、SNSでの情報発信、お客様に役立つコンテンツ強化などにより新規顧客との接点創出を図る。

(単位：百万円)

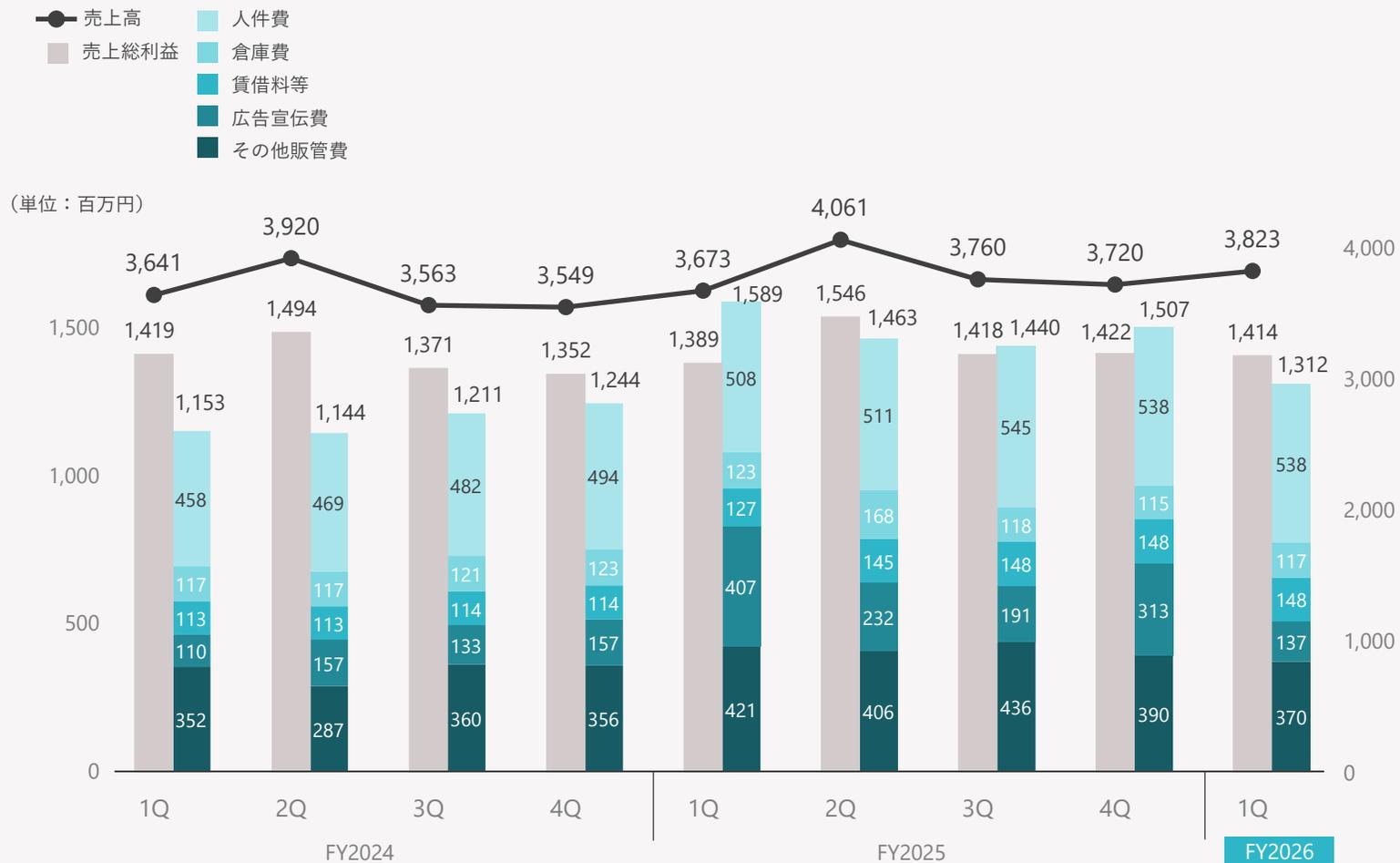


## 適切なコストコントロールにより 利益を回復

前年同期は社名変更直後であったことから、社名認知度の向上を目的に広告宣伝に大規模な投資を実施し、販管費が増加。

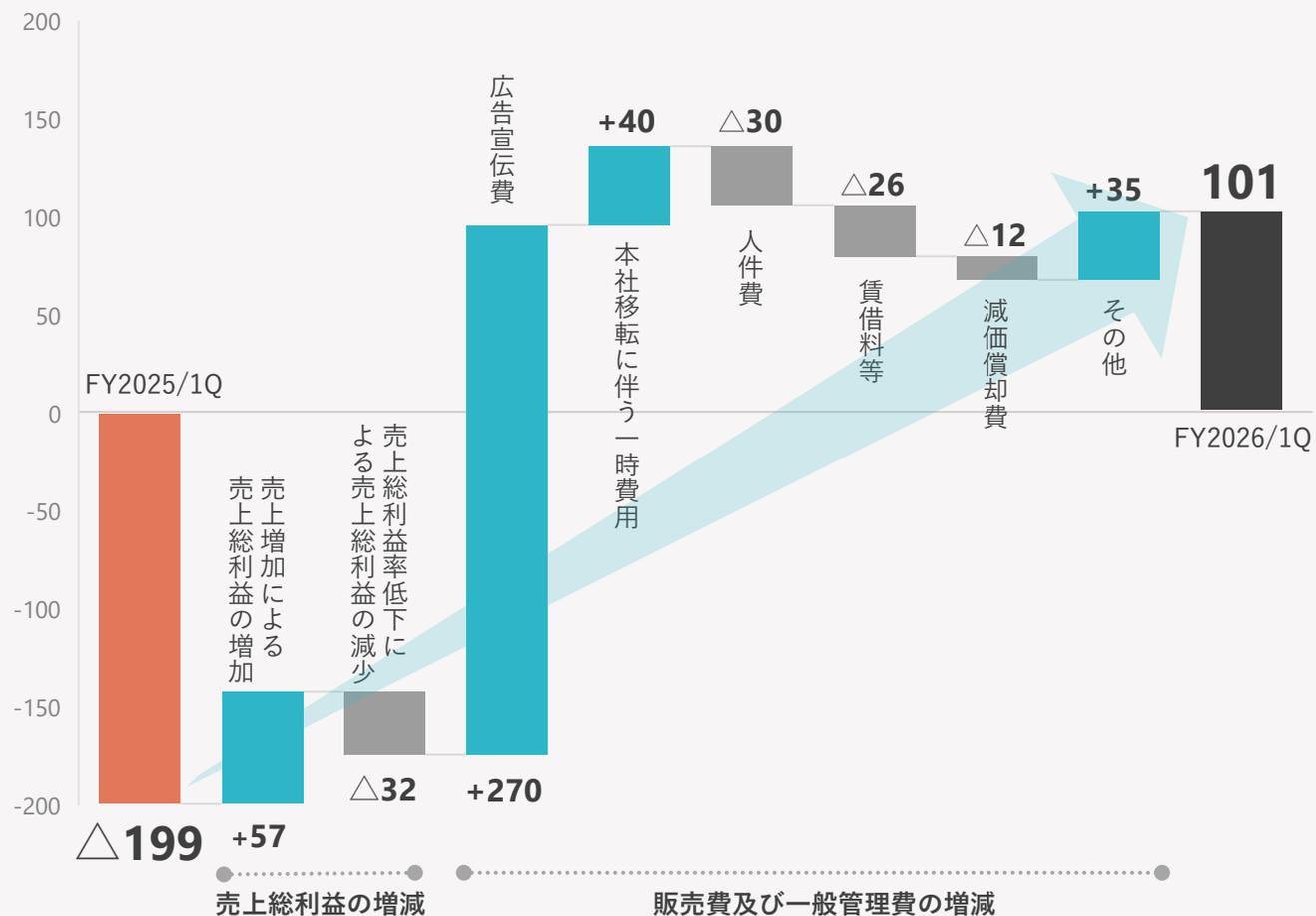
一方、当期は前期の実績を踏まえ、施策の見直しを進めることで投資と収益性のバランスを図り、利益を回復。

人件費や賃借料など、先行投資による固定費が増加しているが、今後は売上の拡大に加え、引き続きコストコントロールを徹底することで、さらなる収益性の向上に取り組む。



# 【単体】営業利益の増減要因（対前年同期）

(単位：百万円)



## 営業利益の増加要因

- 前年同期は社名変更直後の認知拡大施策に大規模投資を実施したが、当期は投資と収益性のバランスを図り、広告宣伝費が減少
- 前年同期は本社移転に伴い備品の取得や一時的な賃料二重払いが発生したが、当期は当該費用の発生無し

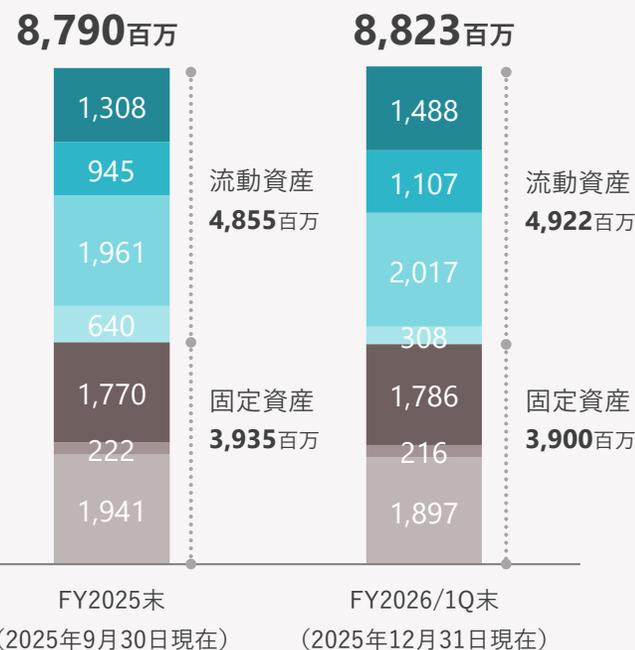
## 営業利益の減少要因

- 今後の事業拡大に備えた人件費の増加
- 本社移転、東京新事務所開設による賃料増加
- 本社移転、東京新事務所開設に伴う資産増加や倉庫管理システム、顧客管理システムなどのソフトウェア取得による減価償却費の増加

# 【単体】貸借対照表

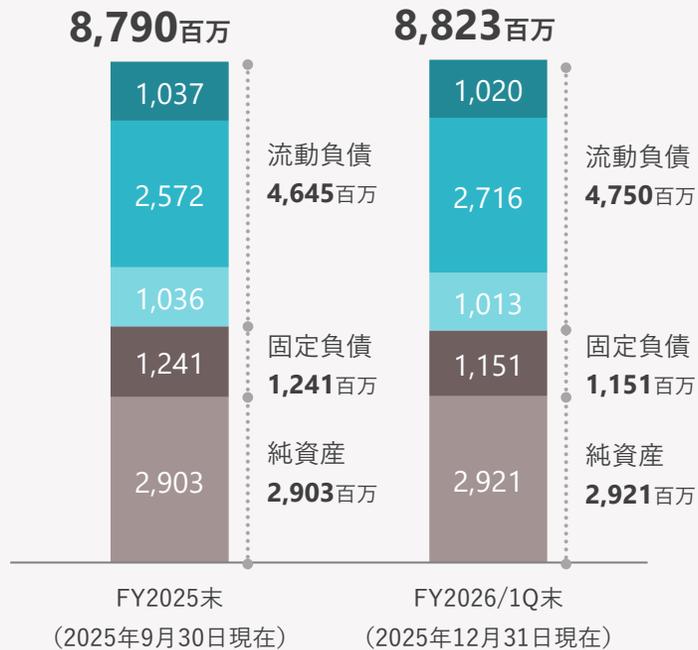
## 資産

- 現金及び預金
- 売掛金
- 棚卸資産
- その他流動資産
- 有形固定資産
- 無形固定資産
- 投資その他の資産



## 負債・純資産

- 買掛金
- 短期借入金
- その他流動負債
- 固定負債
- 純資産



## 資産

- 未収還付法人税等の入金及び子会社売却に伴い生じた短期貸付金の回収等により、その他流動資産が減少し現金及び預金が増加
- 第1四半期末は金融機関休日の影響により、売掛金が増加

## 負債・純資産

- 短期借入金が借入実行により増加
- 長期借入金（固定負債）が約定返済等により減少
- 四半期純利益の計上による増加要因が配当の支払いによる減少要因を上回り、剰余金（純資産）は微増

# 商品カテゴリ別売上高

(単位：百万円)

	FY2025/1Q		FY2026/1Q		
	実績	構成比	実績	構成比	増減率
洗面・水廻り	1,643	44.7%	<b>1,746</b>	45.7%	6.3%
キッチン	644	17.5%	<b>711</b>	18.6%	10.4%
建具	277	7.6%	<b>283</b>	7.4%	2.0%
エクステリア	185	5.1%	<b>171</b>	4.5%	-7.7%
タイル	163	4.5%	<b>161</b>	4.2%	-1.1%
収納	146	4.0%	<b>149</b>	3.9%	2.0%
バス	151	4.1%	<b>130</b>	3.4%	-13.9%
壁材	93	2.5%	<b>77</b>	2.0%	-16.5%
施工関連	40	1.1%	<b>36</b>	1.0%	-10.0%
その他※	326	8.9%	<b>355</b>	9.3%	8.7%
合計	3,673	100%	<b>3,823</b>	100%	4.1%

※ その他には、ウッドデッキ、階段・手摺、フローリング、内外装材、照明、運賃等が含まれます

## 洗面



## キッチン



## 建具



## エクステリア



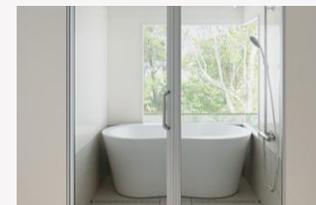
## タイル



## 収納



## バス



## 壁材

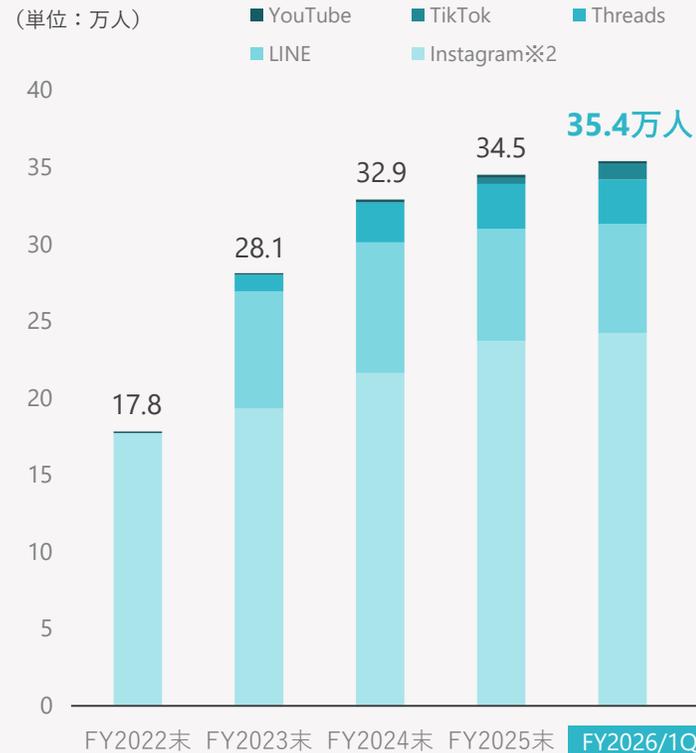


## その他



公式Instagramのフォロワー数は20万人を突破し、発信力は着実に向上。また、昨年より運用を開始したTikTokにおいてもフォロワー数が9千人を超えるなど、主要公式SNSにおける接点規模は着実に拡大。SNSフォロワー数の増加は、当社ブランドと潜在顧客層との接点拡大を示すものであり、認知度向上に寄与していると考えられる。これらSNSを通じて、将来の顧客となり得る層へ継続的にアプローチし、中長期的なブランド価値向上に取り組む。

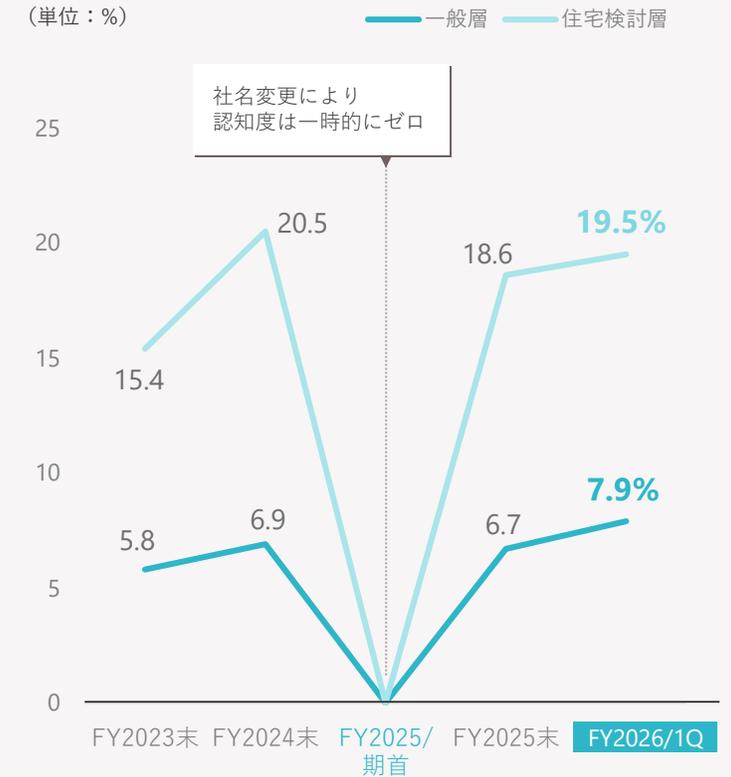
## ■ 主要な公式SNS総フォロワー数※1の推移



※1 国内のInstagram、Threads、TikTokのフォロワー数、LINEの有効リーチ数、YouTubeの登録者数の合計

※2 Instagramには、ミラタップ、ASOLIE、SUVACOの公式アカウントを含む

## ■ 認知度の推移



社名変更により  
認知度は一時的にゼロ

項目	Question	Answer
業績について	<p>1Q業績の進捗は計画どおりと認識してよいですか？前年同期と比較して利益が大幅に増加している理由について教えてください。</p>	<p>売上高は下期にかけて伸び率が大きくなる計画としているため、1Q業績の進捗は概ね計画どおりです。2024年10月に社名変更し、前年同期は社名変更直後であったことから、社名認知向上を目的とした広告宣伝に大規模な投資を行い、営業損失を計上しておりました。一方、当期は前期に実施した大規模な認知投資を踏まえて施策の見直しを図り、投資と収益性のバランスを意識した事業運営を行った結果、利益が大幅に増加いたしました。</p>
	<p>売上高は下期にかけて伸び率が大きくなる計画とのことですが、その理由について教えてください。</p>	<p>前期に社名変更を行った影響で、ドメイン評価が一時的に下がりました。ドメイン評価は経時で回復してきておりますが、サイト流入から購買へ至るまでには検討期間等の一定の期間が必要となってくること、また、現在開拓中の販売チャネルや新商品発売による売上高への貢献も下期に現れてくると想定しているため、そのような計画としております。</p>
	<p>前年同期や計画と比較して粗利率が低下している理由について教えてください。</p>	<p>粗利率低下は、商品原価の上昇、直送売上の減少等によるものです。当社では、メーカーからお客様へ商品を直接送る「直送」と、自社で在庫を持って販売する在庫販売を併用しています。「直送」の場合、商品全体の金額ではなく、当社の取り分に相当する金額のみが売上高として計上されるため、売上高は小さく表示され、粗利率は高く見える傾向があります。一方、自社在庫での販売では販売額全体が売上高として計上されるため、利益額が同程度であっても、粗利率は低く見えるという特徴があります。</p>

項目	Question	Answer
主要KPIについて	<p>これまで主要KPIとして開示していたサイト流入数の開示をやめたのはなぜですか。</p>	<p>近年のAIの普及による検索環境の変化により、ECサイトの流入数が当社のブランド関心度や将来需要を十分に反映しなくなってきたことから、同指標の開示を見直すことといたしました。今後は、ECサイト流入のAI対策を行うと共に、主要な公式SNSのフォロワー数の推移で潜在的な顧客基盤の可視化を図ってまいります。</p>
非連結決算への移行について	<p>当期より非連結決算に移行したとのことですが、その経緯について教えてください。利益にはどのような影響がありますか。</p>	<p>当社は2022年9月期に株式会社ベストブライトの全株式を取得し、同第3四半期より連結決算に移行していましたが、2025年9月に同社の全株式を売却し、連結子会社が存在しなくなったため、当期より非連結決算へ移行いたしました。</p> <p>また、前期において連結子会社であった株式会社ベストブライトは、営業利益以下、経常利益及び当期純利益において損失を計上しておりました。そのため、当期より非連結決算に移行したことにより、当社の利益水準にはプラスの影響が生じております。</p>
	<p>連結子会社が存在しなくなったとのことですが、今後のM&amp;A方針について教えてください。</p>	<p>今後の成長戦略のひとつとして、M&amp;Aは有効な手段であると考えております。今後は、「シェア」「知財」「人材」の3軸でシナジーが見込める領域に絞り、積極的に案件を探索していく方針で、単なる買収ではなく、グループ化による成長の加速を目的として、既存事業との相乗効果を重視したM&amp;Aを推進してまいります。</p>
株主還元について	<p>当期の配当予想が未定となっておりますが、株主還元について教えてください。</p>	<p>配当予想は未定とさせていただいておりますが、株主還元の基本方針としましては、経営成績の進展等を勘案しながら利益還元に努めるとしてまいります。事業成長による中長期的な株価上昇を含め、将来にわたる株主の皆様の利益向上に努めてまいります。</p>

# INDEX

目次

**01**

決算概要

**02**

TOPICS

**03**

APPENDIX

- 会社概要
- サステナビリティ
- 参考資料

miratap

## グッドデザイン賞を5商品が受賞

2025年10月、当社初のオリジナル照明「トアール」を含む5商品において、「2025年度グッドデザイン賞」を受賞いたしました。グッドデザイン賞における当社商品の受賞は今年で16年連続となり、高いデザイン力が認められています。今後もお客様の感性を刺激し続ける空間を提供できるよう、商品開発に注力してまいります。



16年連続

受賞累計  
55商品



■ ペンダント照明  
《トアール》



■ 庇  
《マスカレイーブス》



■ EV充電器キャビネット  
《カブレノ》



■ ランドリー収納  
《ラモニー》



■ 洗面ボウル  
《ディプト》

## 延長保証サービス「あんしん延長保証」を開始

2025年10月、キッチン機器に特化した延長保証サービス「あんしん延長保証」を開始いたしました。今後は、キッチン以外の製品にも本サービスの対象を順次拡大し、より多くのお客様に長期的な安心が届けられるよう取り組んでまいります。

### ■ 詳細はこちら

URL

[https://www.miratap.co.jp/shop/app/support/extended\\_warranty/](https://www.miratap.co.jp/shop/app/support/extended_warranty/)



### ■ あんしん延長保証の特長

1

修理回数  
無制限

2

年中無休で  
修理受付

3

保証期間中  
修理代0円

## 採用事例及びルームツアー動画のご紹介

千葉県南房総市に建てられた宿泊施設「HARUKA KANATA」にて、キッチン、洗面、バスなど、多数の当社商品をご採用いただきました。今後も幅広い空間に貢献するブランドへと進化を目指してまいります。



■ 洗面ボウル《SUSカリッサ》  
タオルバー《ソリッド》  
システムバス《ノウム》



■ キッチン《ウィット》  
レンジフード《ラフィット》

## YouTubeにてルームツアー動画を公開

当該施設事例について、公式YouTubeチャンネルにてルームツアー動画を公開いたしました。YouTubeではその他にも様々な採用事例をルームツアーでご紹介しております。ぜひご覧ください。

✓ ご視聴はこちら：[https://www.youtube.com/@miratap\\_official](https://www.youtube.com/@miratap_official)



【ルームツアー】森とシームレスに繋がる癒しのプライベートヴィレッジ（株式会社ワイエムビー）

## フィリピン・マニラにショールームを開設

2025年11月、フィリピン国内で初となるショールームを、マニラ首都圏の中心部に開設いたしました。日本とフィリピンのモダンなデザインの融合をテーマに、ステンレス製のキッチンや洗面など約50点を展示しております。

本ショールームは当社のブランドイメージを反映した形で展開しており、開設・運営費用は現地代理店が主に負担するなど、限定的なコスト負担のもとで資本効率の高い事業展開を実現しております。

2026年前半には2店舗目及びモデルルームの開設を予定しており、フィリピンを起点に海外事業展開を本格化させてまいります。



■ オープニングセレモニーの様子

※右から1番目：女優Belle Marianoさん、3番目：Dexterton社 CEO Audrey Go氏、4番目：ミラタップ代表取締役社長 山根太郎、5番目：同取締役副社長 津崎宏一



■ ショールームの内観

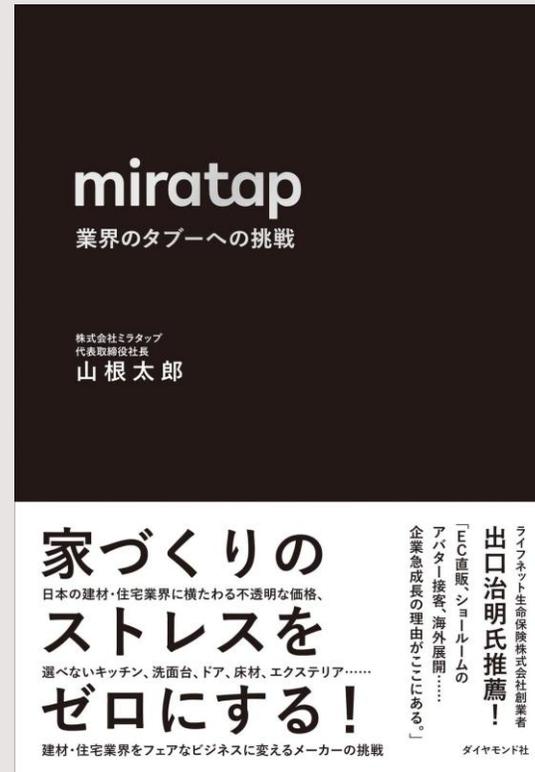
※所在地：  
マニラの中心部サン・ファン市  
商業施設「グリーンヒルズモール」内

## 代表取締役社長・山根太郎が著書『miratap 業界のタブーへの挑戦』を出版

2025年12月、当社代表取締役社長・山根太郎が著書『miratap 業界のタブーへの挑戦』（ダイヤモンド社）を出版いたしました。

本書では、日本の建材・住宅業界における課題の解決に向けた当社の軌跡をまとめており、

「家づくりのストレスをゼロにする」ことを目指す、当社独自のビジネスモデルと経営哲学をご紹介します。



東京・紀伊國屋書店新宿本店での陳列の様子

## 社外取締役に株式会社Grand Central代表取締役CEOの北口拓実氏が就任

2025年12月に開催された定時株主総会において、株式会社Grand Central代表取締役CEOである北口拓実氏が社外取締役として選任され、2026年1月より就任しております。

同氏の法人営業経験に基づく戦略的視点と実行力を生かし、当社の持続的な成長及び企業価値の向上に資する助言を期待しております。併せて、当社の主たるターゲット年齢層と親和性の高い立場から、顧客視点での示唆や提言もいただけるものと考えております。



### 北口拓実 (きたぐち たくみ) 氏

2018年3月 立命館大学経営学部卒業

2018年4月 株式会社キーエンス入社

2021年9月 株式会社Grand Central設立 代表取締役CEO (現任)

2024年2月 iU情報経営イノベーション専門職大学客員教授 (現任)

2025年9月 「Forbes JAPAN 30 UNDER 30」 ビジネス部門受賞

# INDEX

目次

## 01

決算概要

## 02

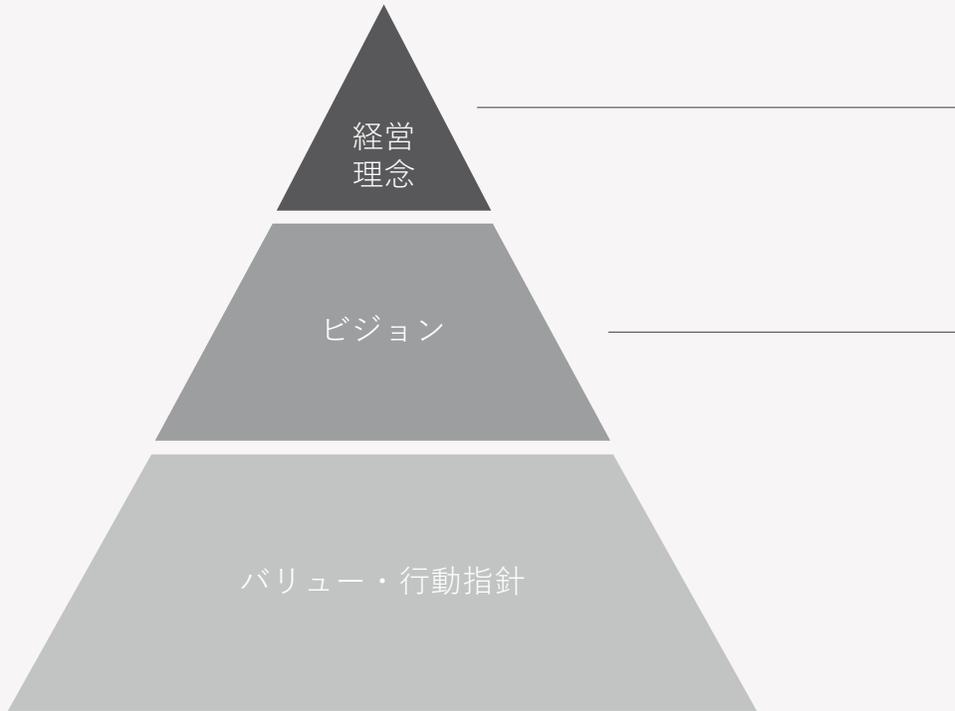
TOPICS

## 03

APPENDIX

- 会社概要
- サステナビリティ
- 参考資料

miratap



## くらしを楽しく、美しく。

**世界の人々の「くらし」で  
最も必要とされる企業集団を目指します**

- 私たちが提供するものはモノではなく空間です
- お客様との対話を通じてイノベーションを起こし続けることで、全てのステークホルダーに新しい価値を提供します
- 私たちは事業活動を通じて、社会・環境の持続可能性を追求し、子供たちの明るい未来を創ります

**Brand Promise**

ミラタップは、「感性を刺激し続ける空間を提供すること」を約束します。

## 1979

### 株式会社三輪 創業

当時20代だった創業者：山根幸治が、大阪市内のマンションの1室を借り、一人で創業。



## 2000

### インターネット通販を開始

多めに発注した商品の余りを処分するために、自社のウェブサイトの商品を販売したことがきっかけでインターネット通販を開始。ここから「誰でも買えて、誰が買っても同じ価格」のワンプライスを建材業界に導入。

1979年創業

インターネット  
通販開始

## 2008

### 社名を変更

社名を株式会社三輪から株式会社サンワカンパニーに変更。

●●● sanwacompany

## 2013

### 東証マザーズ上場

東京証券取引所マザーズ（現：グロース）に株式を上場。2012年に急逝した創業者の長年の夢が叶った。

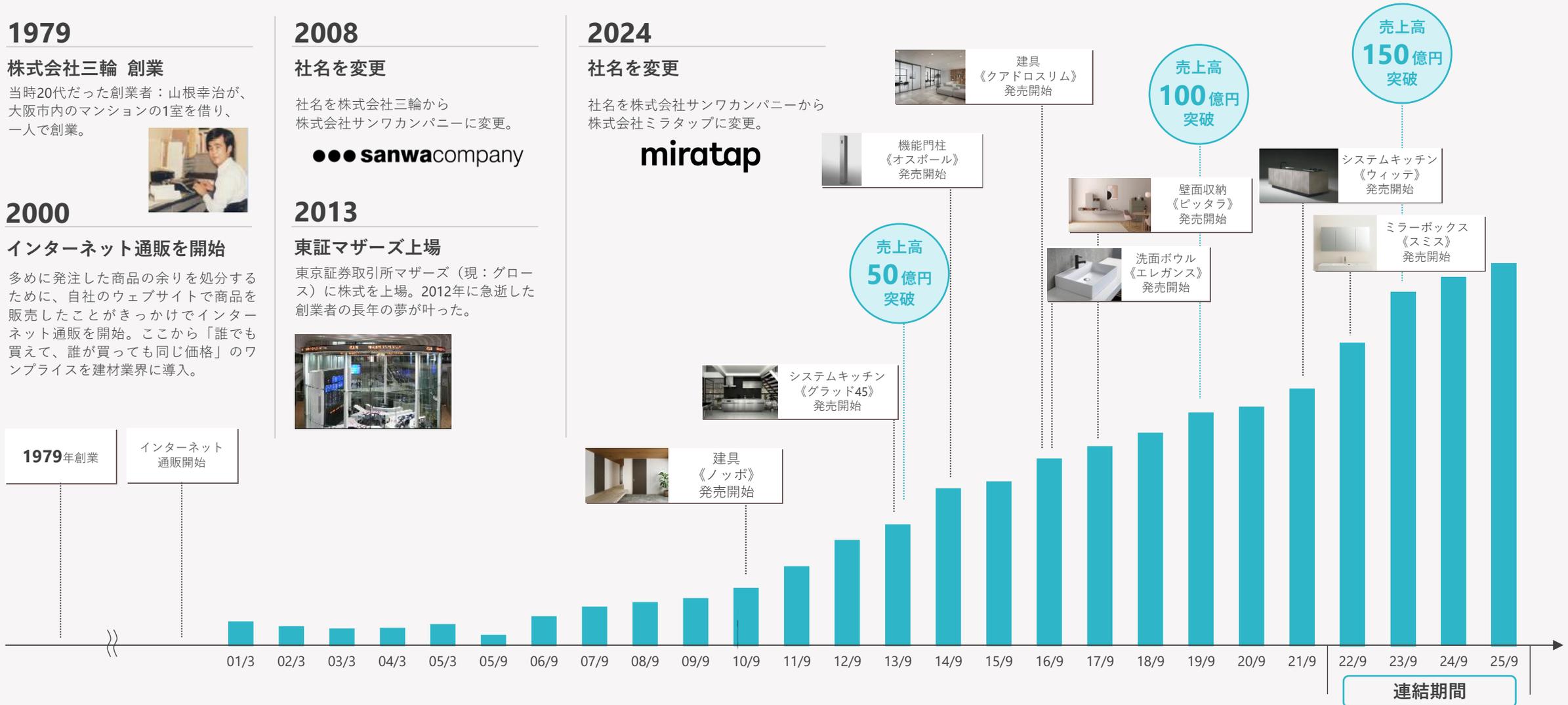


## 2024

### 社名を変更

社名を株式会社サンワカンパニーから株式会社ミラタップに変更。

miratap



構造変革期、成長加速期を経て、  
FY2025より飛躍期に突入  
飛躍期では**これまでの成長率を上回る  
高成長**を目指す

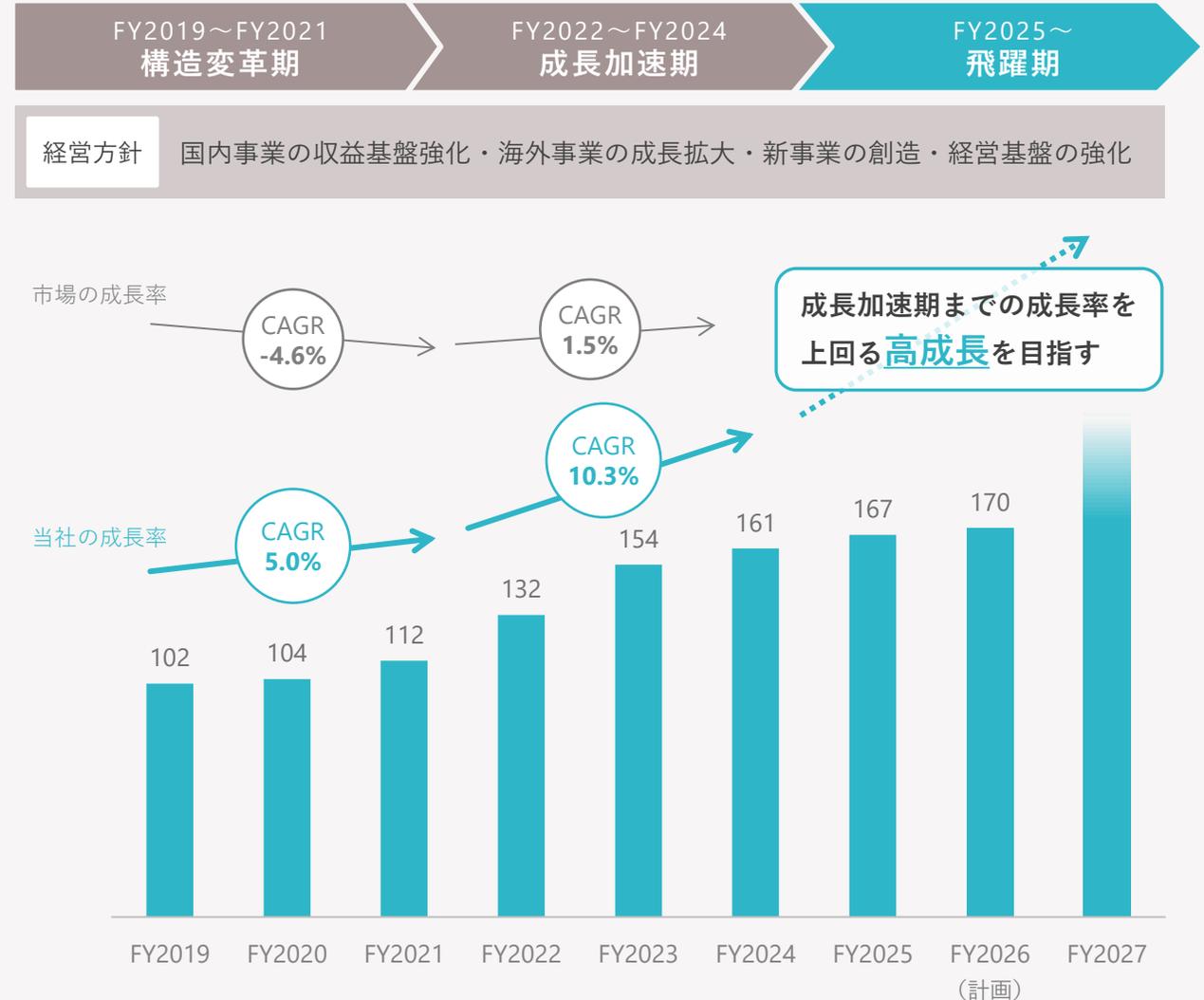
## 高い成長率

これまで市場の成長率※を大きく上回る高い成長率を達成。飛躍期においてもシェア拡大により高い成長率を維持する。

## 認知度の拡大

社名変更を契機に一気に認知度を拡大するため広告宣伝を集中投下。FY2026以降は利益を確保しつつ、認知拡大施策を継続。

※ 市場の成長率は、国土交通省「建築着工統計調査」より、当社事業と関連性の高い住宅、事務所、店舗の工事費予定額を当社にて集計



当社は設計事務所・ゼネコン・工務店といった建築のプロと、施主である一般消費者に対し、インターネットでのダイレクト販売により、誰でも同一条件同一価格で購入できる「ワンプライス」でビジネスを展開しております。

高コストの原因となる代理店等の中間業者を経由せず、複雑な流通プロセスを簡素化。また、メーカーや協力工場から直接仕入を行うことで高品質な商品を適正価格で提供することが可能となっております。

## 従来の流通



## 当社の流通



価格差

## STRENGTH 01

### 世界で認められたデザイン

「ミニマリズム」というデザインコンセプトに則った自社開発商品は、多数のデザイン賞を受賞しており、そのデザイン力は世界から高い評価を得ています。



reddot award 2018  
winner



JIDA  
DESIGN  
MUSEUM



## STRENGTH 02

### 空間のトータルコーディネートを実現する豊富な取り扱いカテゴリ

業界トップクラスの商品カテゴリ数を誇り、自社開発商品と海外メーカーからセレクトした独占販売商品が、売上高の約8割を占めています。



## STRENGTH 03

### ネット通販モデルで業界初のワンプライスを実現

複雑な流通プロセスを簡素化し、販売価格の不明瞭さを撤廃。誰が買っても同一条件同一価格の「ワンプライス」で、高品質な商品を提供しています。



# miratap

会社名	株式会社ミラタップ (miratap inc.)
URL	<a href="https://info.miratap.co.jp/">https://info.miratap.co.jp/</a>
所在地	大阪市北区大深町5番54号 グラングリーン大阪南館ゲートタワー13F
設立	1979年8月
経営陣	代表取締役社長 山根 太郎 取締役副社長 津崎 宏一 取締役(社外) 出口 治明 取締役(社外) 財部 友希 取締役(社外) 北口 拓実 常勤監査役(社外) 坂本 泰典 監査役(社外) 服部 景子 監査役(社外) 三村 雅一
従業員数	290名 (2025年12月31日現在)
事業内容	住宅設備機器・建築資材の企画開発・輸入・販売 住まいづくりの総合支援
ショールーム	東京・大阪・仙台・名古屋・京都・福岡
スマートショールーム®	札幌・横浜
グループ会社	miratap USA Inc. (アメリカ) 上海美拉拓建材装饰有限公司 (中国)

当社では、経営上の重点課題に基づき、ESG上のマテリアリティに対し、事業活動を行う中で実現可能な取り組みを行っております。

重点課題	区分	ESG上のマテリアリティ	具体的取り組み	関連するSDGs
国内事業の 収益基盤強化	E 環境	資源のリサイクル	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ショールームで使用するショッピングバッグを紙袋とし、ビニールの使用を削減</li> <li>✓ 廃棄予定のサンプルをノベルティとして再利用</li> <li>✓ オフィス・ショールームの内装に地元素材や廃材・再生材を利用した素材を積極的に活用</li> <li>✓ 廃棄商品のリユース実施</li> </ul>	
		廃棄物の低減	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 販売終了商品をセールで販売することで商品の廃棄を削減</li> <li>✓ 各種システム導入によるペーパーレス化</li> <li>✓ SNS利用促進でチラシ作成による紙利用総数の削減</li> </ul>	
		環境への配慮	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 森林保護に配慮した木材の使用</li> <li>✓ モーダルシフト導入</li> <li>✓ 森林由来のJ-クレジット購入によるCO2排出量の削減</li> </ul>	
	S 社会	顧客満足の追求	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ カスタマーサービスセンターの運用定着</li> <li>✓ アフターサービスの向上</li> <li>✓ パートナーシップ構築宣言を公表</li> </ul>	
		建築業界への貢献	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ミラタップデザインアワードの実施</li> </ul>	

重点課題	区分	ESG上のマテリアリティ	具体的取り組み	関連するSDGs
経営基盤の強化	S 社会	地域活動への貢献	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ スポーツチームへの協賛支援（神戸ストークス、FC今治、ヴィッセル神戸）</li> <li>✓ 地方自治体の取組、認定NPO法人、福祉団体等へ寄付</li> <li>✓ 各団体のボランティア活動</li> <li>✓ 地方自治体の取り組み支援</li> </ul>	    
		労働環境の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ プレミアムフライデー、在宅勤務制度、フリーアドレス、フレックスタイム制度、副業の認可、LGBTQに配慮した各種規程を制定、産後パパ育休(出生時育児休業)制度</li> </ul>	 
		健康経営	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 人間ドック・予防接種費用補助</li> <li>✓ 就業時間中の喫煙禁止</li> <li>✓ 自転車通勤の認可</li> <li>✓ 社内クラブ活動費用の補助</li> </ul>	
	G 企業統治	人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 次世代リーダー研修、越境研修、e-ラーニングなど社内教育制度の充実、キャリアセミナー</li> <li>✓ 資格取得支援制度</li> </ul>	
		コンプライアンスの徹底	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 内部通報制度の拡充</li> <li>✓ リスク・コンプライアンス委員会、コンプライアンス研修の実施</li> </ul>	
		経営のダイバーシティ	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 女性の役員比率25%（8名中2名）</li> </ul>	



## 「未来のトビラをひらく『こども万博』」に出展

### ■ S（社会）



2025年10月、EXPO2025大阪・関西万博にて開催された、「未来のトビラをひらく『こども万博』」に出展いたしました。

当日は当初の想定以上のお客様にご来場いただき、大盛況となりました。今後も、地域とのつながりを深めながら社会課題の解決に繋がられるよう取り組んでまいります。



当社ブースでは、ショールームスタッフになった子どもたちがインテリアアドバイザーのお仕事を体験

## S（社会）



### 神戸ストークス本拠地にて当社冠試合を開催

2025年10月、当社が共同オーナーを務めるB.LEAGUE所属のプロバスケットボールチーム「神戸ストークス」の支援の一環として、当社名を冠した冠試合を行いました。今後も、スポーツを通じて地域の活性化に貢献してまいります。



当社取締役副社長津崎と神戸ストークス寺園選手の記念写真

## S（社会）



### ミラタップ×ヴィッセル神戸「サッカークリニック」を開催

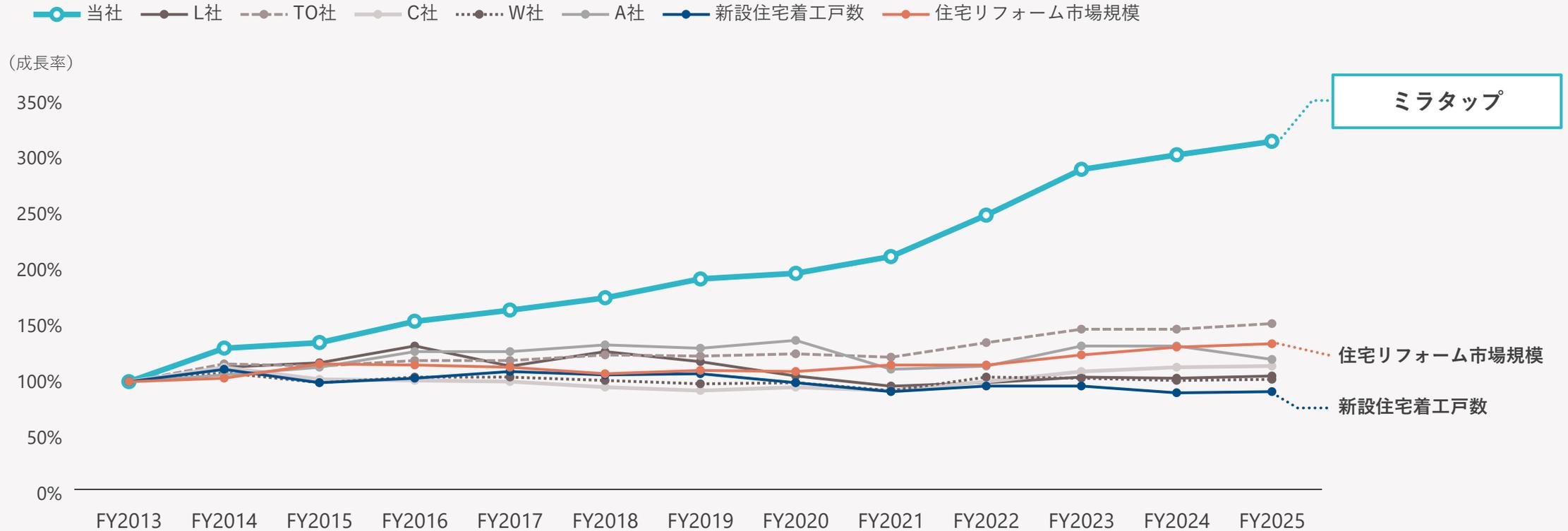
2025年11月、日本プロサッカーリーグに加盟する「ヴィッセル神戸」との共同の取り組みとして、サッカークリニックを開催いたしました。スポーツを通じて地域の子供たちが交流し、仲間と協力する楽しさを体験してもらうことを目的としています。



ご参加いただいた皆様との記念写真

## 業界の市場規模と成長率

当社が上場したFY2013の売上高を100%とした場合の成長率を市場及び競合他社の成長率と比較



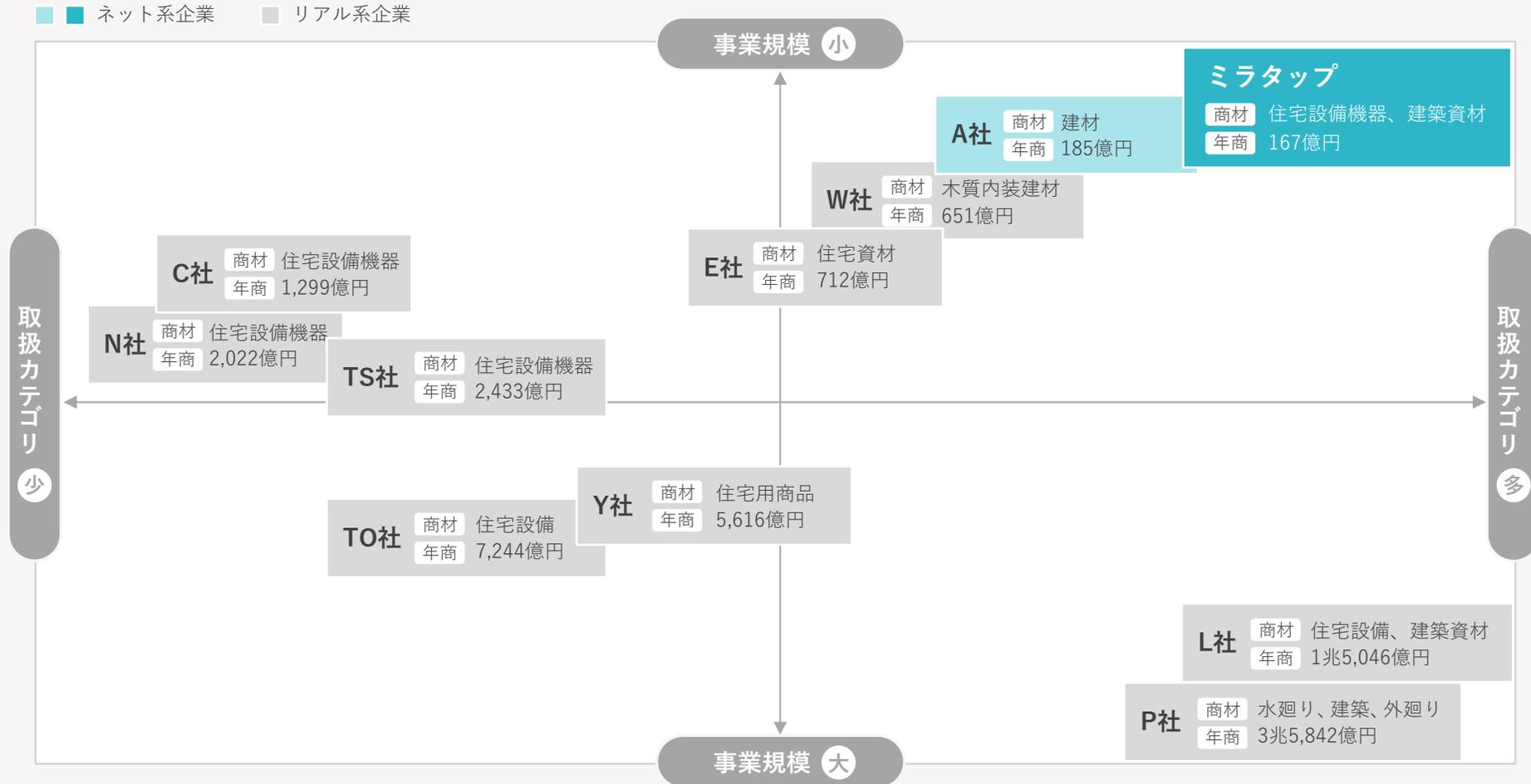
ミラタップ

住宅リフォーム市場規模

新設住宅着工戸数

※ 市場規模は当社決算期の直前年度、他社は当社決算期の直前決算期と比較  
 ※ 出所：新設住宅着工戸数 / 住宅着工統計（国土交通省）  
 住宅リフォーム市場規模 / 令和6年度住宅経済関連データ（国土交通省）

# 当社の業界ポジショニング②



2025年9月30日現在

出所：各社開示データ、外部データをもとに当社にて作成

## IRサイト

決算関連資料やIR情報を掲載



## Web株主通信

株主通信をWeb形式で掲載



## 事業計画

「事業計画及び成長可能性に関する事項」を掲載



## 公式X

ミラタップに関する様々なニュースを発信



## NEW TOPICS

- ✓ Yahoo!ファイナンスにて  
当社説明動画を公開

<https://finance.yahoo.co.jp/feature/special/interview-miratap.html>



- ✓ 代表取締役社長・山根太郎が  
著書を出版

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/0000196.000016209.html>



- ✓ 「ログミーFinance」にて2025年9月期  
決算説明動画書き起こし記事を公開

<https://finance.logmi.jp/articles/383353>

本資料は当社をご理解いただくために作成されたものであり、当社への投資勧誘を目的としたものではありません。本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保障を与えるものではありません。

また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。業績等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、安全性を保証するものではありません。本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。

## ■ 本資料に関するお問い合わせ

株式会社ミラタップ

管理部 経営企画課

E-mail : [ir@miratap.co.jp](mailto:ir@miratap.co.jp)