miratap

FY2026

決算説明資料

2026年11月13日
株式会社ミラタップ（証券コード：3187）

株主通信はこちら
miratap report

INDEX

目次

01 決算概要

02 TOPICS

03 FY2027 業績予想

04 APPENDIX

・会社概要
・サステナビリティ
・人的資本戦略
・参考資料

【非連結決算への移行について】 当社は、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。
- 過年度の実績につきましても、比較可能性を確保する目的で単体数値に組み替えて表示しております。

©2026 miratap inc.

INDEX

目次

01
決算概要

02
TOPICS

03
FY2027
業績予想

04
APPENDIX

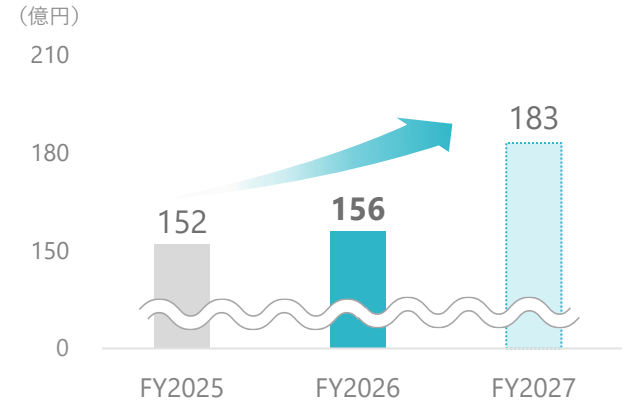
・会社概要
・サステナビリティ
・人的資本戦略
・参考資料

miratap

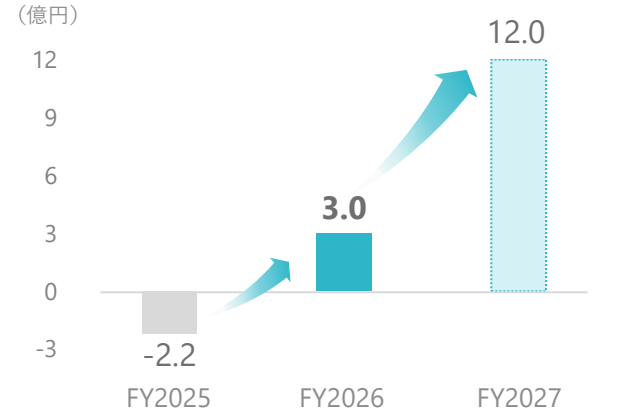
エグゼクティブサマリー

FY2026 決算概要	◻ 売上高は前期から4.1億円増加し、前期比で+2.7%の増収の156.3億円。 ◻ 費用対効果を精査しながら効率的な費用執行に努めた結果、営業利益は前期より5.3億円増加。 ◻ 当期純利益は営業利益の改善等に伴い前期から5.9億円増加し、1.6億円と黒字転換を達成。
FY2027 業績予想	◻ 売上高は前期より増収となる183億円を計画。 ◻ 成長投資を積極的に実行しつつ、大幅な増収により営業利益は8.9億円増の12億円を見込む。

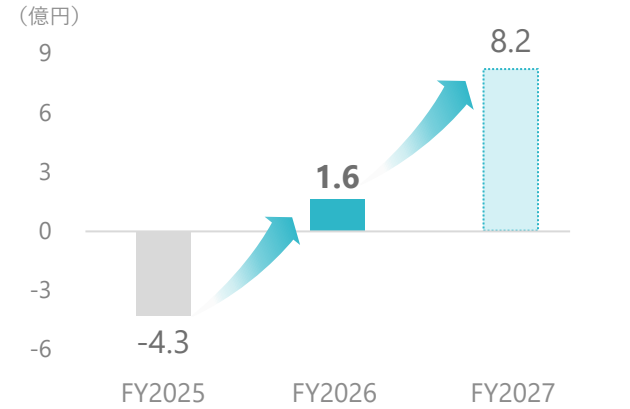
売上高



営業利益



当期純利益



©2026 miratap inc.

業績ハイライト

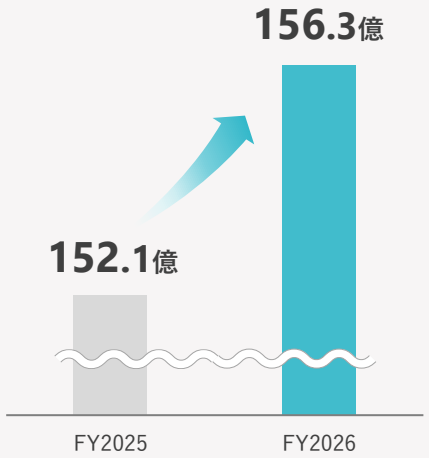
単体ベースの売上高は過去最高を更新し黒字転換を達成。需要動向の影響等により通期計画は未達。

成長投資を継続しつつ、費用対効果を精査した効率的な費用執行に努めた結果、前期比で増益を達成し黒字転換。単体売上高は過去最高を更新したが、需要動向の影響や新規顧客獲得の伸び悩み等により、売上高及び各利益項目ともに通期計画を下回る結果となった。

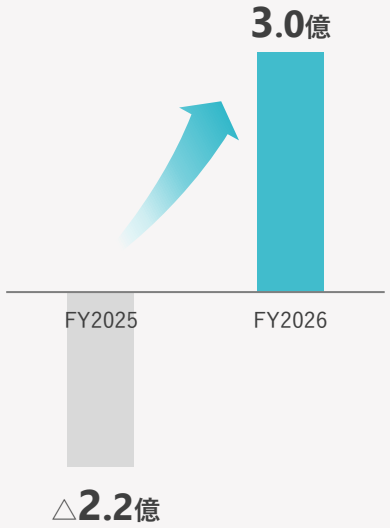
（単位：百万円）	FY2026 実績	FY2026 計画 計画	FY2026 計画 達成率	FY2025 実績	FY2025 増減率
売上高	15,631	17,035	91.8%	15,216	+2.7%
売上総利益	5,838 37.3%	6,430 37.7%	90.8%	5,776 38.0%	+1.1%
営業利益（損失）	306 2.0%	352 2.1%	86.9%	-223 -1.5%	-
経常利益（損失）	257 1.6%	324 1.9%	79.5%	-225 -1.5%	-
当期純利益（損失）	160 1.0%	227 1.3%	70.7%	-438 -2.9%	-
１株当たり当期純利益（損失）	8.99	12.53	71.8%	-24.04	-
EBITDA※	542	591	91.7%	-18	-

※EBITDAは、営業利益+減価償却費で算出

売上高



営業利益（損失）

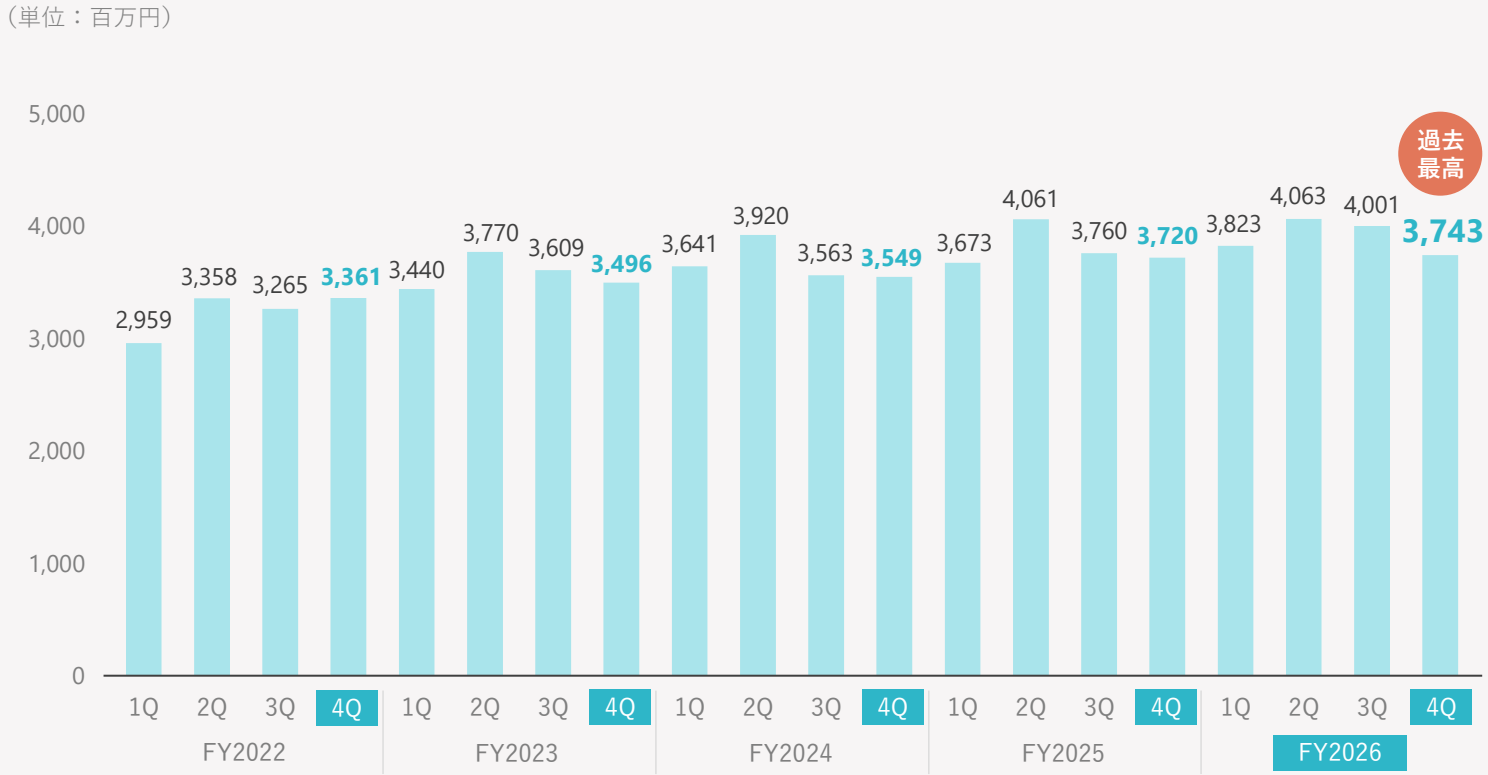


©2026 miratap inc.

四半期売上高の推移

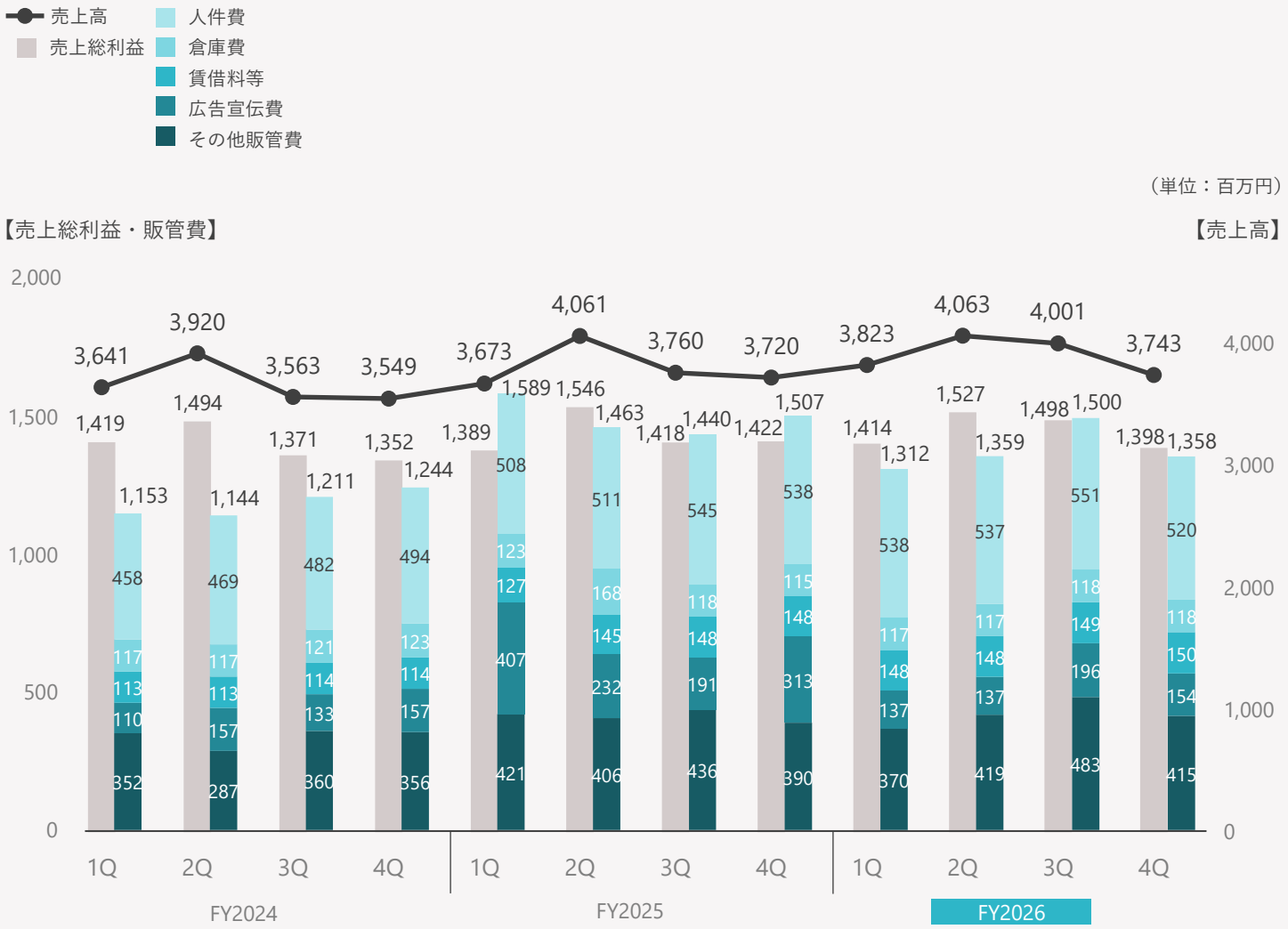
４Ｑとして過去最高の売上高を達成

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、４Ｑとして過去最高の売上高を達成。顧客数の伸びに課題は残るものの、テレビ出演をはじめとする積極的なメディア露出により、ブランド認知の拡大と新たな需要の取り込みを推進。
SNS発信やコンテンツ強化による接点創出も継続し、リードの拡大とともに、継続的な売上高成長への転換を図る。



©2026 miratap inc.

売上高・売上総利益・販管費の推移

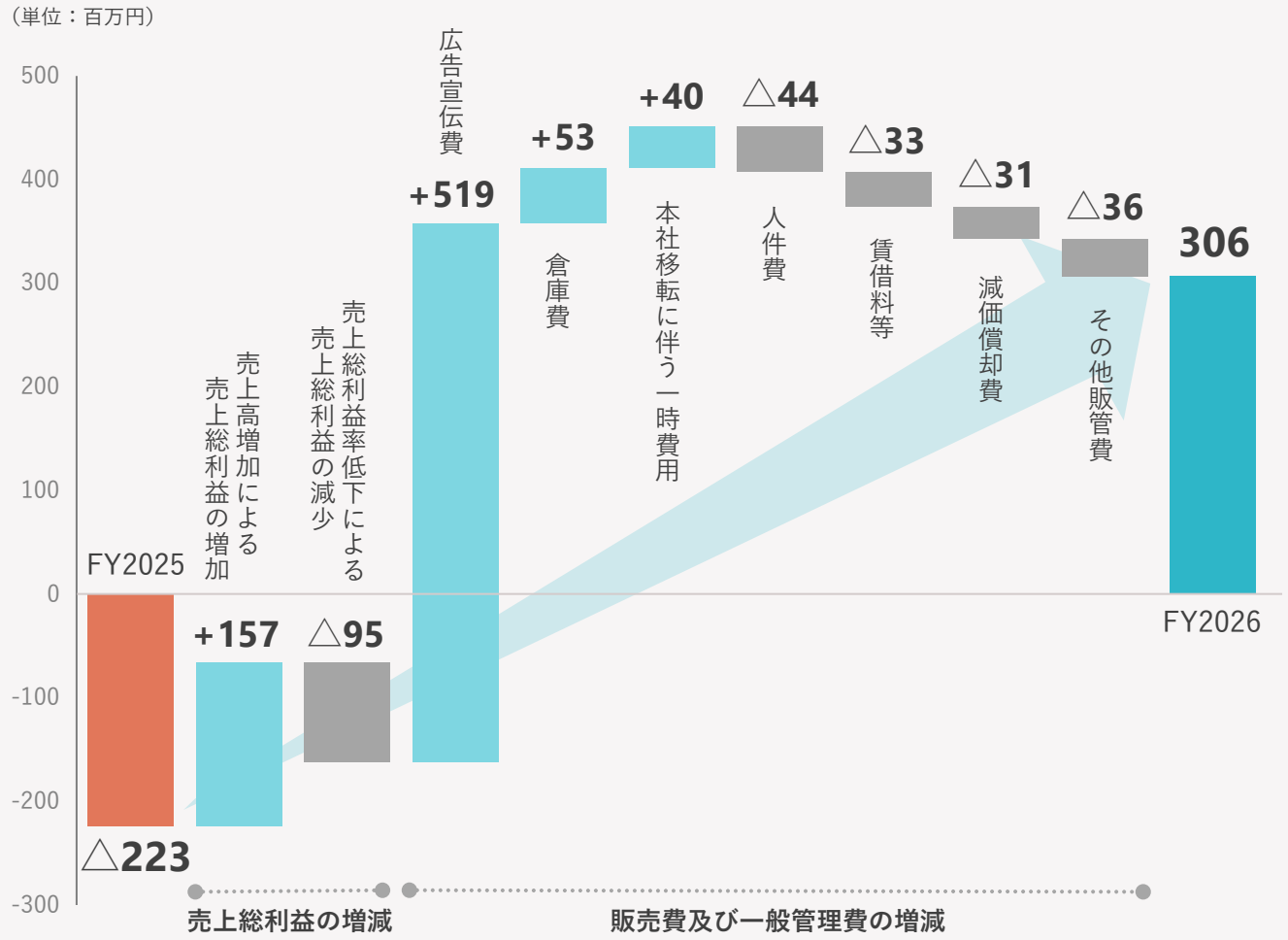


成長投資を継続しつつ、利益回復を実現

- 前年同期の社名変更に伴う大規模な広告宣伝投資が一巡したことで、当期の広告宣伝費は例年並みに推移
- AI活用やITインフラ強化等のシステム投資を拡充
- 事業成長の加速に向けた戦略的な投資は継続するものの、引き続き費用対効果を精査した効率的な費用執行に努める

©2026 miratap inc.

営業利益の増減要因（対前期）



営業利益の増加要因

- 売上高増加により売上総利益が増加
- 前期は社名変更に伴う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
- 前期は倉庫・本社移転に伴い移転費用や一時的な保管料・賃料の二重払いが発生したが、当期は発生せず

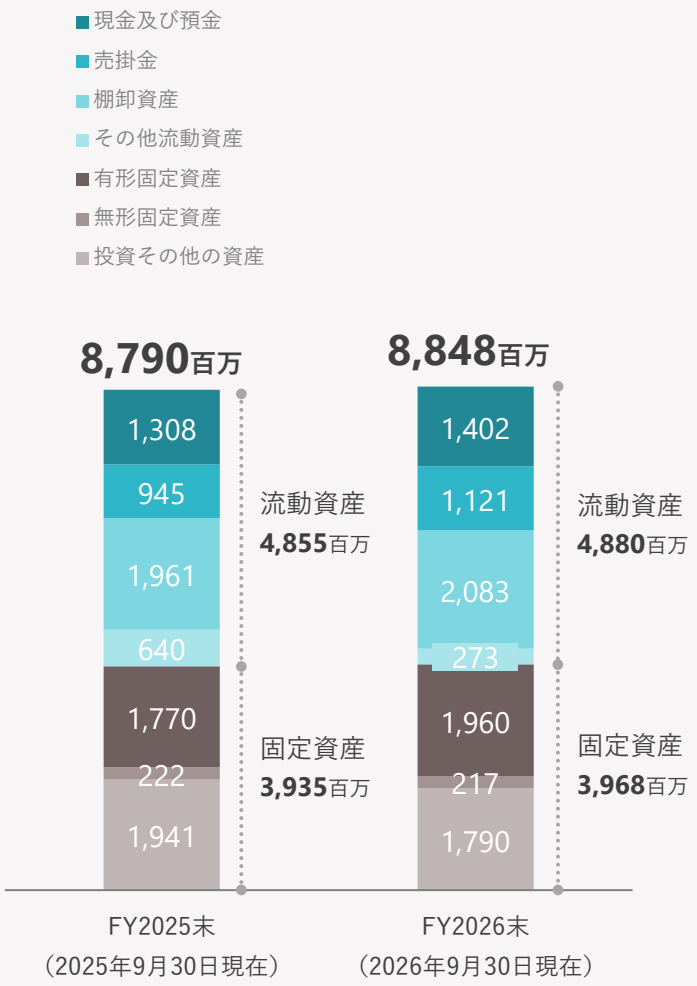
営業利益の減少要因

- 売上総利益率低下により売上総利益が減少
- 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

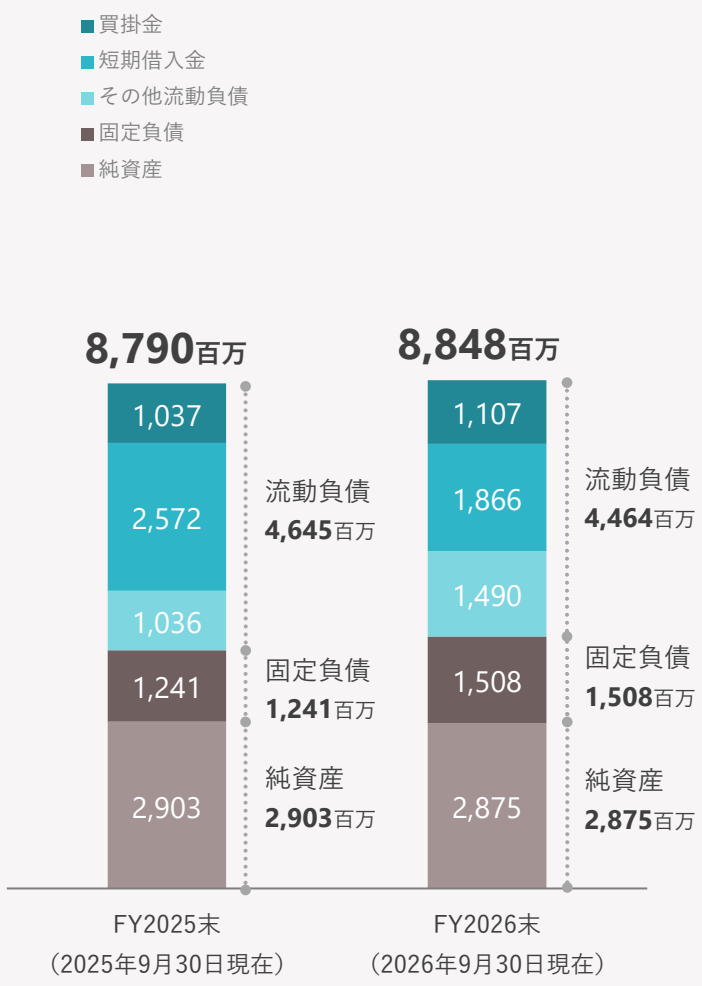
©2026 miratap inc.

貸借対照表

資産



負債・純資産

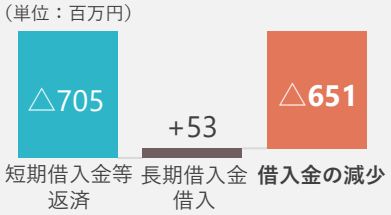


資産

- 営業活動によるキャッシュの創出により、短期借入金の返済等を行いながらも、現金及び預金は前期末から増加
- 売上高の増加や売掛先への販売増加に伴い、売掛金が増加

負債・純資産

- 短期借入金の返済により、流動負債が減少
- 前受金の増加や、黒字化に伴う未払消費税・未払法人税等の計上により、その他流動負債が増加
- 借入の長期シフトと、原状回復費の見積り金額増加に伴い、固定負債が増加
- 自己株式取得等により、純資産が減少

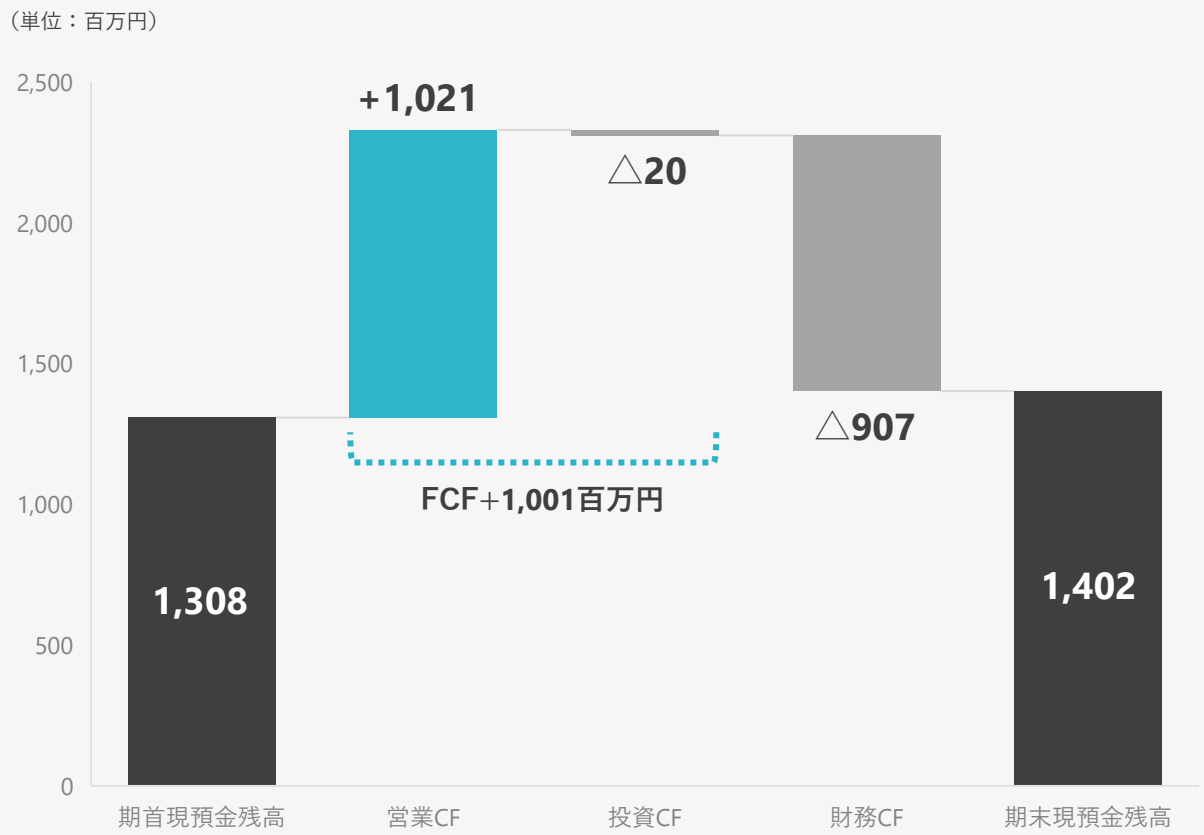


借入金減少により財務体質が改善

短期借入金等705百万円を返済する一方、長期借入金53百万円を借入。差引で借入金は651百万円減少し、財務体質が改善。

©2026 miratap inc.

キャッシュ・フロー計算書



本業での稼ぐ力、税金の還付、貸付金の回収などにより、+1,001百万円のフリー・キャッシュ・フローを創出。財務健全性を確保しつつ、成長に向けた戦略投資を継続的に実施する。

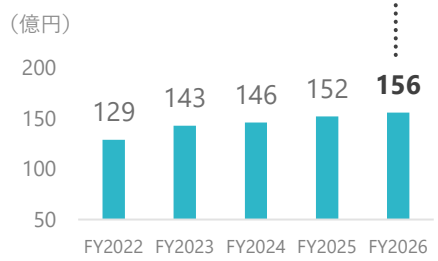
- 当期純利益の黒字転換及び税金の還付等が寄与し、営業CFは+1,021百万円となった。
- 貸付金の回収による収入等があった一方、新商品の金型やシステム改修等への積極的な投資を行った結果、投資CFは△20百万円となった。
- 借入金の返済及び配当金の支払い等により、財務CFは△907百万円となった。

©2026 miratap inc.

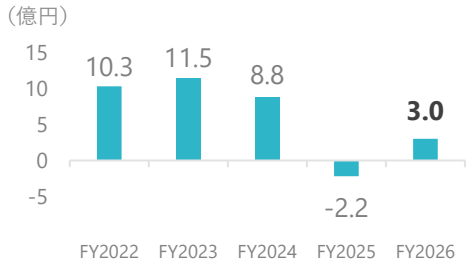
財務指標の推移

過去最高を達成

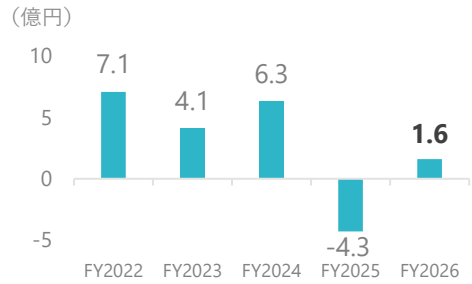
売上高



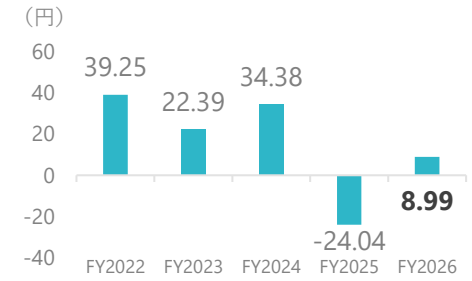
営業利益



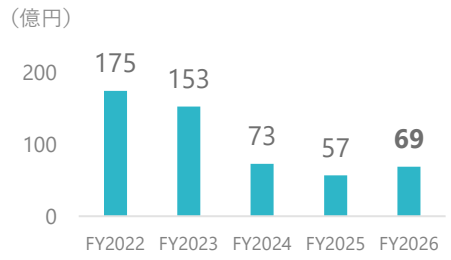
当期純利益



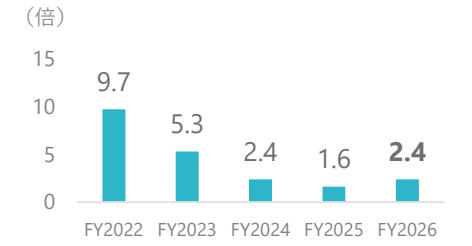
EPS



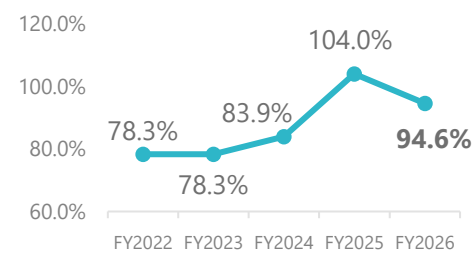
時価総額



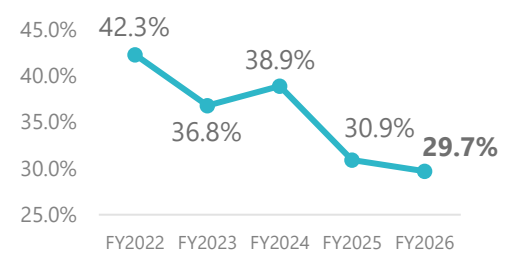
PBR



損益分岐点比率



自己資本比率



©2026 miratap inc.

商品カテゴリ別売上高

（単位：百万円）

	FY2026			FY2025	
	実績	構成比	増減率	実績	構成比
洗面・水廻り	**7,069**	45.2%	4.3%	6,778	44.5%
キッチン	**2,818**	18.0%	1.6%	2,773	18.2%
建具	**1,116**	7.1%	-5.5%	1,181	7.8%
エクステリア	**733**	4.7%	-4.7%	770	5.1%
バス	**649**	4.2%	13.4%	572	3.8%
タイル	**640**	4.1%	-2.4%	655	4.3%
収納	**629**	4.0%	6.0%	593	3.9%
壁材	**306**	2.0%	-6.7%	328	2.2%
施工関連	**166**	1.1%	4.2%	159	1.1%
その他※	**1,501**	9.6%	7.0%	1,403	9.2%
合計	**15,631**	100%	2.7%	15,216	100%

※ 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、運賃等を含む

洗面・水廻り



キッチン



建具



エクステリア



タイル



バス



収納



壁材



その他

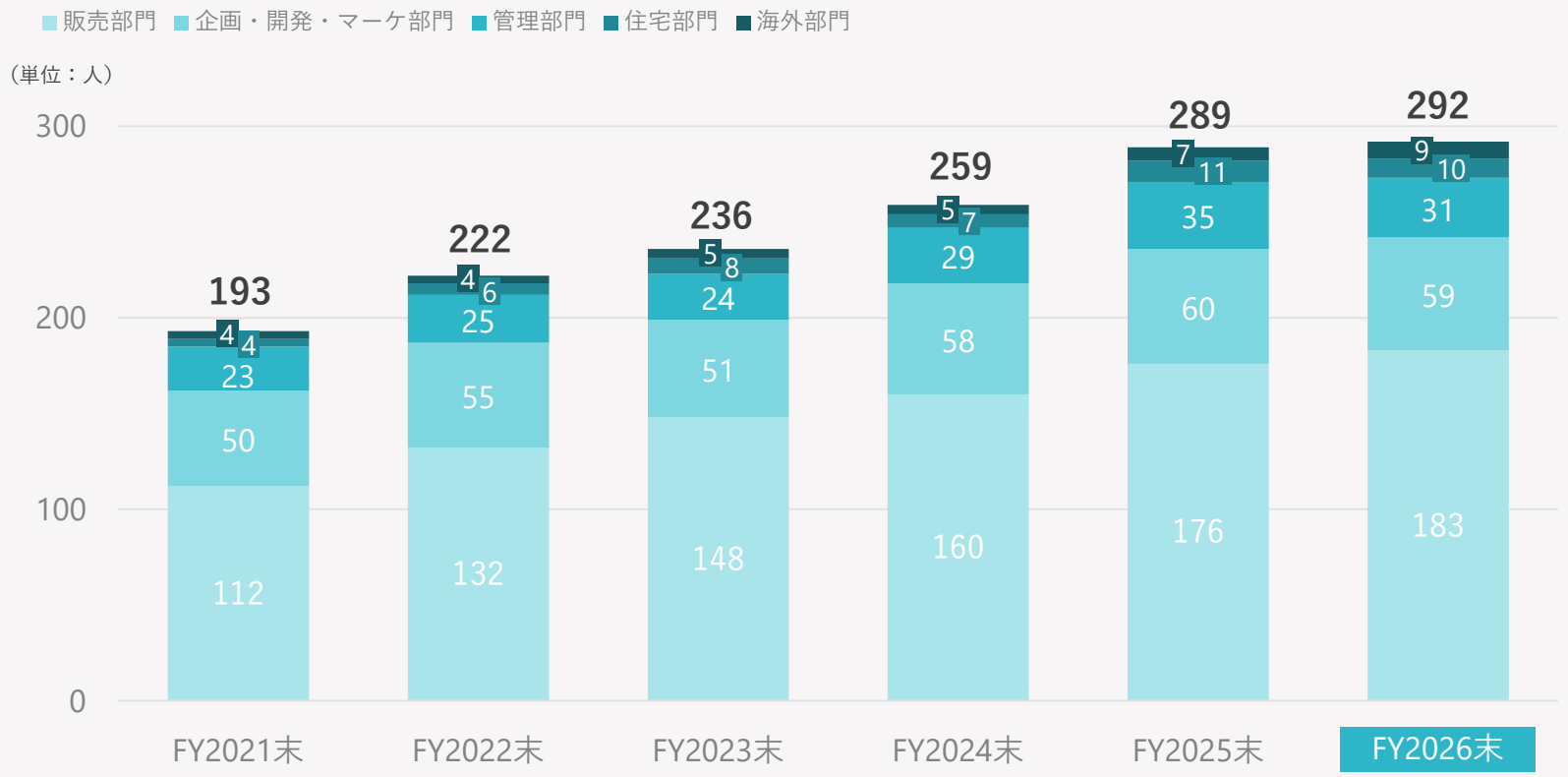


©2026 miratap inc.

従業員数 推移

成長投資としての人員拡充と、AI活用による生産性向上へ

事業成長に伴い、販売部門を中心に人員体制を強化。接客の自動化・無人化を進めることで、人的資源をより収益性の高いBtoB（法人）領域へとシフト。今後は人材不足の課題解消へAI活用を推進し、さらなる業務効率化や生産性の向上に取り組む。



FY2026末 従業員数

292人

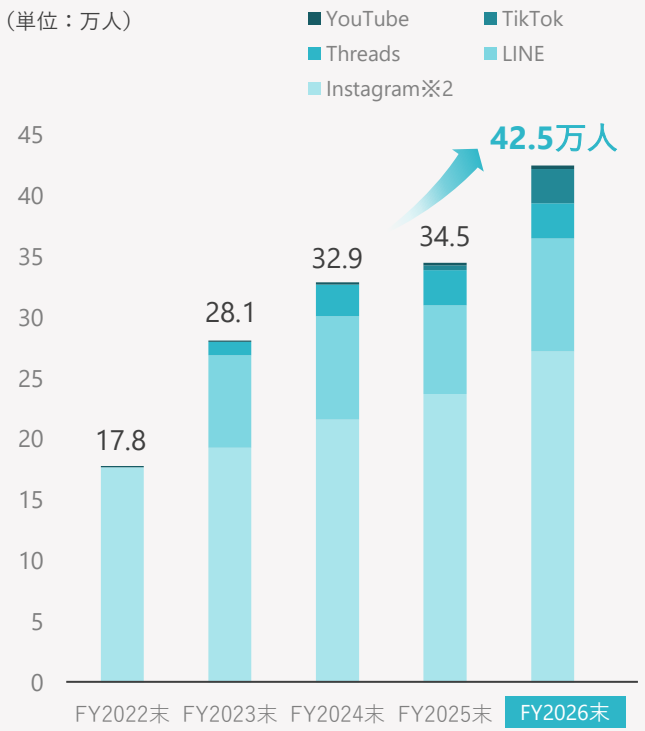
（ほか、契約社員47人、派遣社員12人）

前期末からの増減 +3人 +1.04%

©2026 miratap inc.

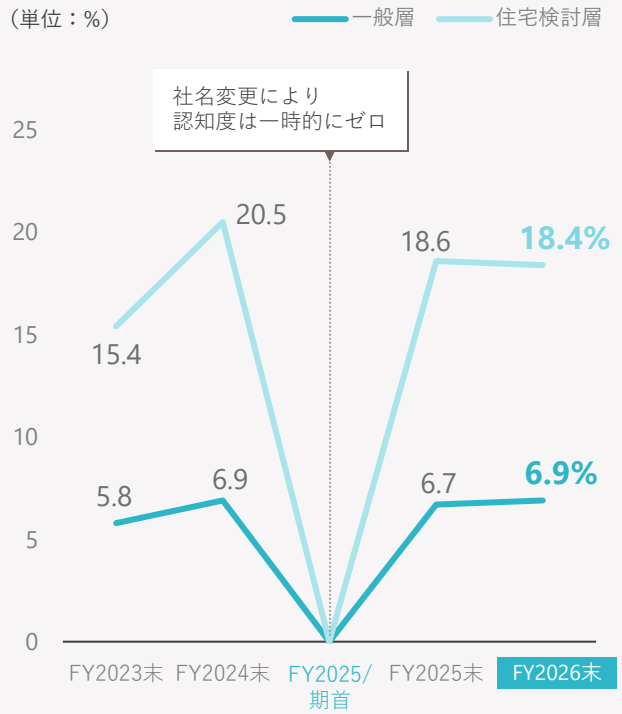
主要KPIの推移

主要な公式SNS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



主要な公式SNSフォロワー数の推移

- テレビ出演等のメディア露出強化により認知が拡大し、Instagramをはじめとする各種SNSのフォロワー数が大幅に増加
- Instagramのフォロワー数は23万人を突破、前期より運用を開始したTikTokも2.8万人を突破
- 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

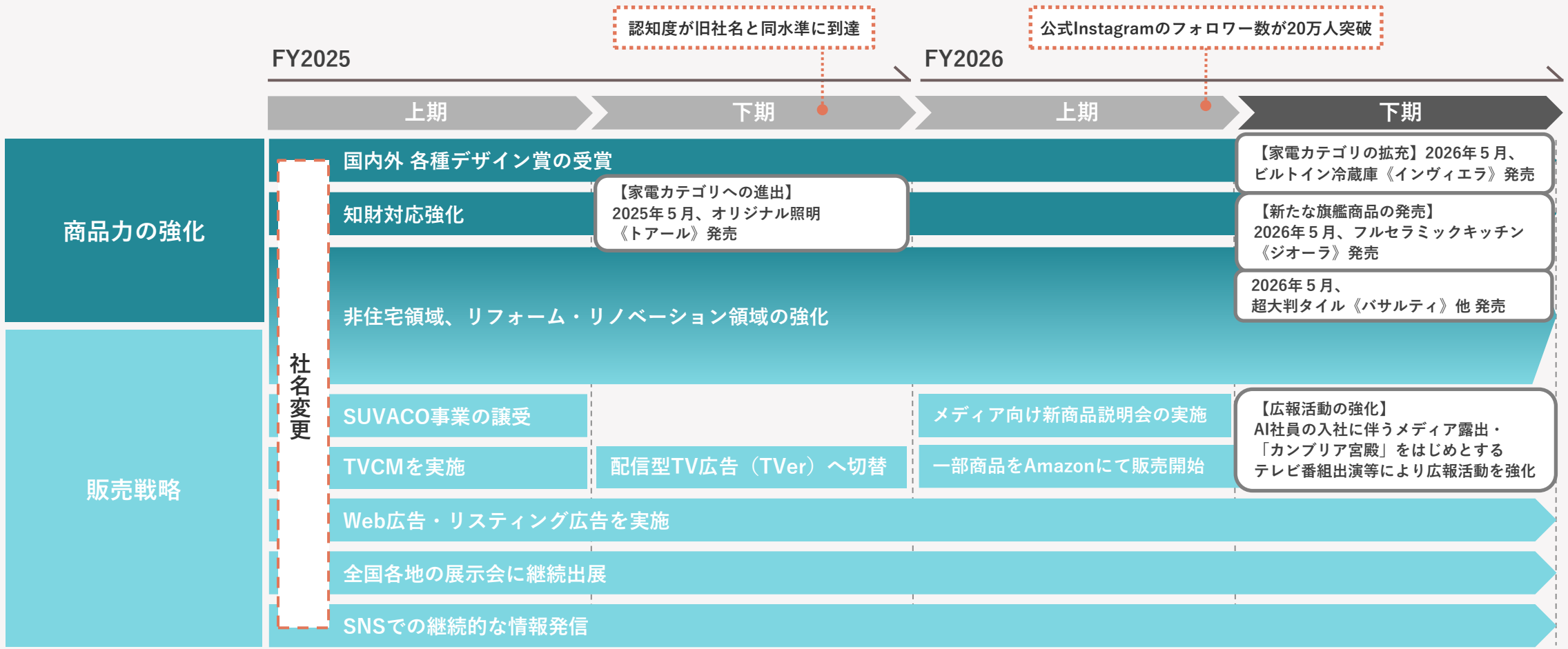
認知度の推移

- 社名変更によって一時的にゼロとなったが、前期の集中的な認知拡大施策の実施により、旧社名と同水準に到達
- 今後は、新商品やカタログ等の顧客接点を通じて採用意向を高め、実際の購買行動へとつなげる施策に注力する

©2026 miratap inc.

当社の成長戦略

社名変更を起点に、商品・販売の両軸における戦略的投資を通じて、中長期的な企業価値の最大化と持続的成長を加速させる。



©2026 miratap inc.

AI活用による業務変革への取り組み

対外的な取り組みと社内での取り組みの両面から、AIの積極的な活用と社員のAIスキル向上を推進。今後は、業務特性に応じて、AIによる置き換え効果が高い部署から業務の棚卸しとAI適用領域の設計を実施し、全社的な業務効率の最大化を図る。

FY2026

対外的な取り組み

2026年４月

当社初となるAI社員が入社

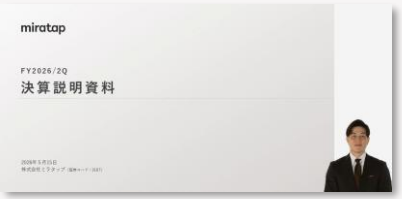
AI社員「美楽 ニーナ（みら にーな）」が入社し、「ウェルビーみのお HDC BOX」展示スペースにて接客業務を開始。



2026年５月

当社初となるAIアバターによる決算説明動画を配信

代表取締役社長 山根太郎のAIアバターが第２四半期の決算概要を解説する決算説明動画を配信。



社内での取り組み

2026年１月

生成AIツールを全社員へ付与

生成AIツールを全社員へ付与し、文書作成、情報収集、定型業務の自動化などを積極的に支援。

2026年５月

AIスキル可視化指標「mirAIs（ミライズ）」を導入

全社員のAI活用能力を６段階で可視化し、育成するための独自の指標「mirAIs（ミライズ）」の運用を開始。

〈詳細はこちら〉

2026年７月

全社員向けにAI研修を実施

全社的なAI推進の中で、社員一人ひとりの基礎知識・スキルの土台を統一する目的でAI研修を実施。

©2026 miratap inc.

INDEX

目次

01
決算概要

02
TOPICS

03
FY2027
業績予想

04
APPENDIX
・会社概要
・サステナビリティ
・人的資本戦略
・参考資料

©2026 miratap inc.

代表取締役社長・山根太郎が テレビ東京系列「日経スペシャル カンブリア宮殿」に出演

2026年9月、当社代表取締役社長・山根太郎がテレビ東京系列「日経スペシャル カンブリア宮殿」に出演いたしました。
番組内では、創業から現在に至る歩みや、個人のお客様がネット通販で直接購入できる画期的なビジネスモデル、そして経営改革の全貌が特集されました。あわせて、当社を代表する商品や開発へのこだわりについても紹介されています。

放送後は大きな反響をいただき、Webサイト流入数が増加したほか、Instagramフォロワー数は３Q時点の21万人から、**期末時点で23万人へ増加**いたしました。

番組内で登場した一部商品


システムキッチン《グラッド45》


ビルトイン冷蔵庫《インヴィエラ》


ミラーボックス《スミス》



放送記念特集ページ

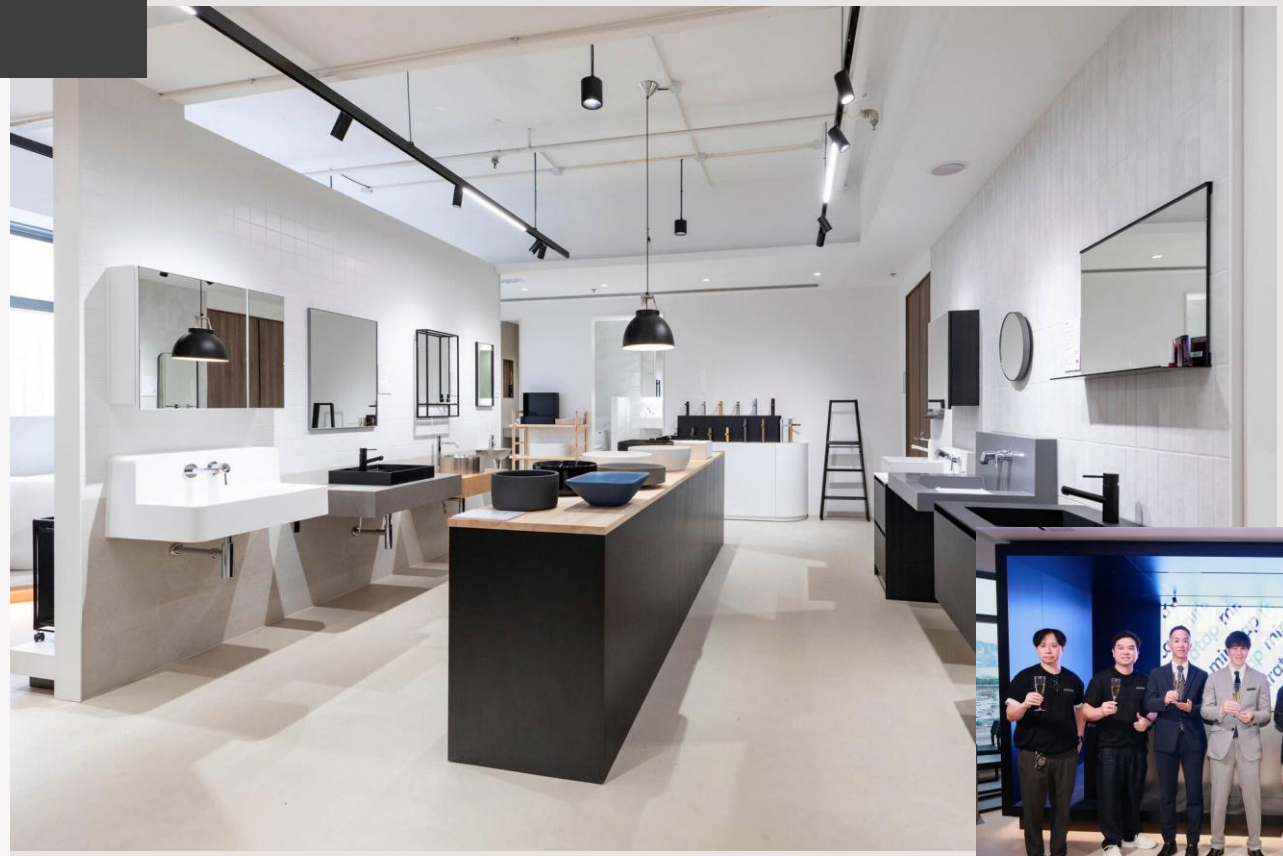
番組サイト

©2026 miratap inc.

香港で初のショールームを開設

2026年7月、香港で初となるショールームを観塘（クントン）地区に開設いたしました。本ショールームでは、キッチンやシャワーブースを中心に約200点を展示し、香港の住宅事情に適した、限られた居住空間でも導入しやすい商品を提案しております。

引き続き、香港市場におけるブランド認知拡大を図るとともに、海外事業のさらなる成長につなげてまいります。



ショールーム内観

オープニングセレモニーの様子

※右から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 津﨑宏一

©2026 miratap inc.

フルセラミックキッチン《ジオーラ》に「Ⅱ型」をラインナップ追加

2026年9月、当社の主力商品であるフルセラミックキッチン《ジオーラ》の新レイアウトとして「Ⅱ型」を発売いたしました。
シンクとコンロを２列に分けたⅡ型の標準仕様への採用は当社初となります。素材が一貫したノイズレスな意匠性はそのままに、短い家事動線と広い作業スペースを両立し、共働き世帯や限られた住空間のニーズに対応しております。

《ジオーラ》特設サイトはこちら



©2026 miratap inc.

INDEX

目次

01
決算概要

02
TOPICS

03
FY2027
業績予想

04
APPENDIX
・会社概要
・サステナビリティ
・人的資本戦略
・参考資料

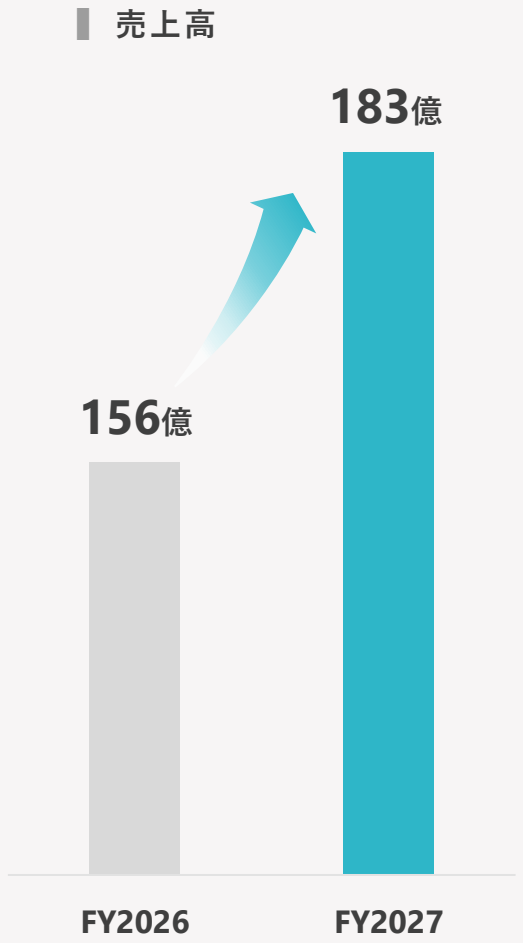
©2026 miratap inc.

FY2027 業績予想

新商品発売や価格改定等が寄与し、売上高・各利益項目は過去最高の更新を見込む

新商品の発売や販路の拡大などに加え、2026年９月期に実施した価格改定も寄与し、大幅な売上高拡大を見込む。
売上高増加により粗利が増加、また、投資と収益性のバランスを意識した事業運営を継続することで、売上高・各利益項目は過去最高の更新を見込む。

（単位：百万円）	FY2027 計画	FY2026 実績	FY2026 増減率
売上高	18,360	15,631	+17.5%
売上総利益	7,778 42.4%	5,838 37.3%	+33.2%
営業利益	1,200 6.5%	306 2.0%	+291.2%
経常利益	1,181 6.4%	257 1.6%	+358.1%
当期純利益	826 4.5%	160 1.0%	+414.5%

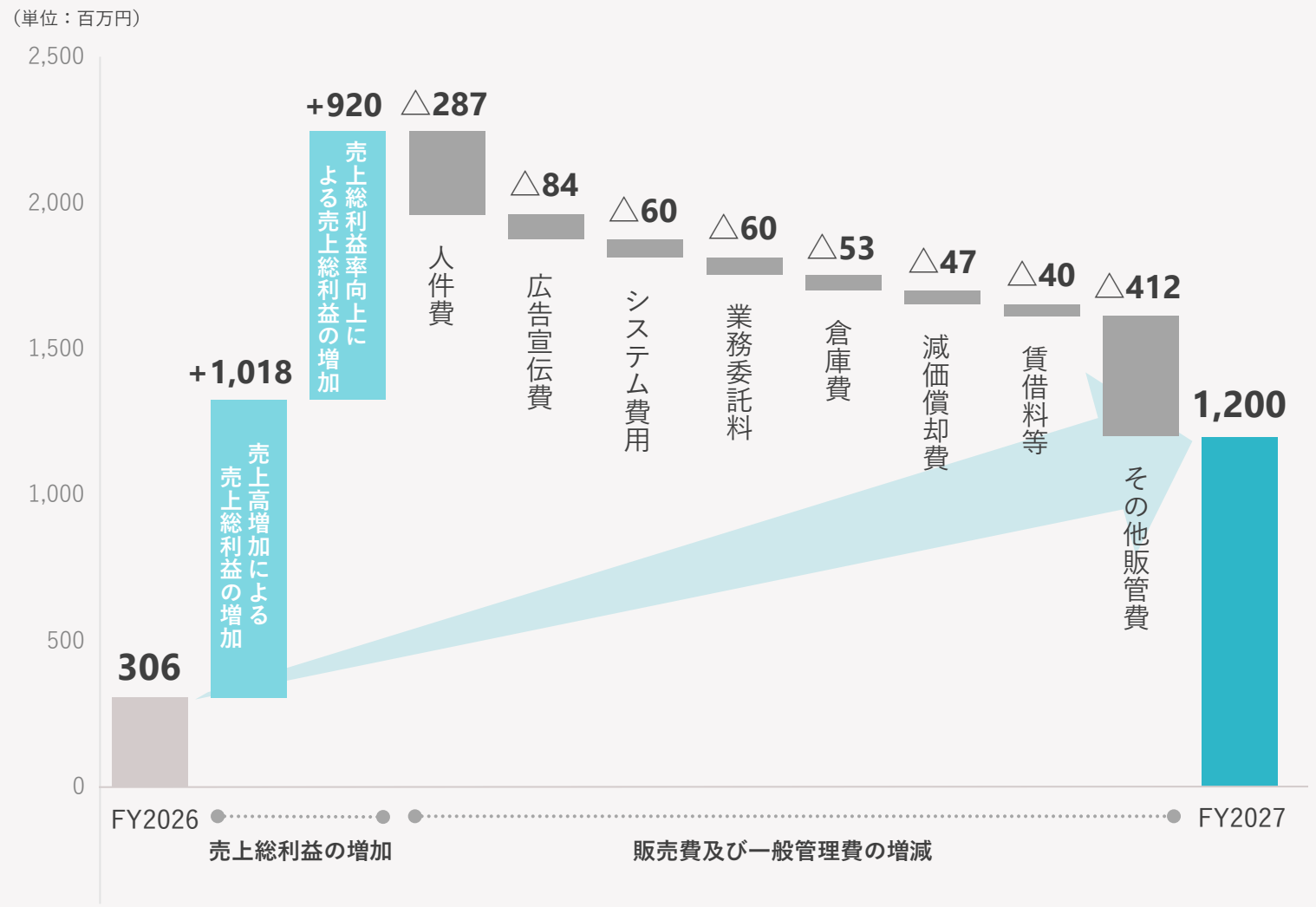


©2026 miratap inc.

FY2027 営業利益の増減要因

成長投資を積極的に実行しつつ、増収により営業利益は8.9億円増の12億円を見込む

売上高拡大に伴い売上総利益が19.3億円増加する見込み。組織強化に伴う人件費や広告宣伝費、システム費用などの成長に向けた投資による販管費の増加はあるものの、売上総利益の伸びが大きく上回り、営業利益は8.9億円増の12億円での着地を見込む。



©2026 miratap inc.

FY2027 経営目標

当社は「事業規模の指標としての売上高」「収益性の指標としての売上高営業利益率」「投下資本の効率的運用の指標としての投下資本利益率（ROIC）」を重要指標と位置付けており、FY2027は下記指標の達成を目指します。

売上高

183億円



営業利益率

6.5%



ROIC

16.0%



©2026 miratap inc.

想定Q&A

項目	Question	Answer
FY2026について	売上高、各利益項目ともに年初計画未達でしたが、その要因は何ですか。	新規顧客の獲得が想定通りに進まなかったことが主な要因です。一方で、既存顧客の購入単価・購入回数は伸長しております。2027年９月期につきましては、既存顧客の売上高向上を継続しつつ、新商品の発売やパブリシティの獲得、SNS等を通じた潜在顧客層との接点拡大を行うことで、新規顧客の獲得にも注力してまいります。
	前期の営業損失から黒字転換した要因は何ですか。	売上高増加により粗利が増加したことに加え、前期に行った認知拡大施策への広告宣伝投資を大幅に削減したことが主な要因です。当期は投資と収益性のバランスを意識した事業運営を行い、利益が大幅に増加いたしました。
	前期や年初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。	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。
	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。	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ていることから、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対策を行うとともに、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。

©2026 miratap inc.

想定Q＆A

項目	Question	Answer
FY2026について	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。	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おりましたが、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。 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。
FY2027について	当期業績と比較して+17.5％と二桁増収を見込んでいますが、売上高が増加する要因は何ですか。	継続的な取扱カテゴリの拡充や新商品のリリースに加え、ハウスメーカーにおける標準採用・オプション採用といった新たな販路の拡大による事業成長が主な要因です。また、2026年９月期に実施した価格改定により、コスト上昇を吸収しながら売上高及び売上総利益を確保する計画としております。
	2026年９月期はこれまでよりも大きな価格改定を行いましたが、今後の価格改定に関する方針を教えてください。	今後も価格改定を実施する予定です。商品原価の上昇や物流費などのコスト動向、市場環境、お客様の購入動向等を総合的に判断しながら、適切な時期・内容を検討し実施する方針です。

©2026 miratap inc.

INDEX

目次

01
決算概要

02
TOPICS

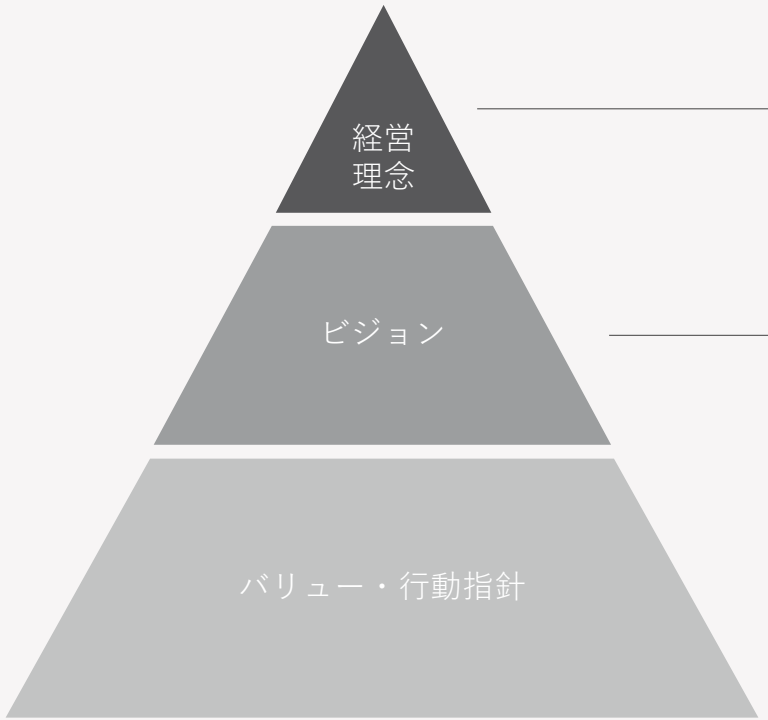
03
FY2027
業績予想

04
APPENDIX

・会社概要
・サステナビリティ
・人的資本戦略
・参考資料

©2026 miratap inc.

経営理念



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。

©2026 miratap inc.

沿革

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で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。

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。

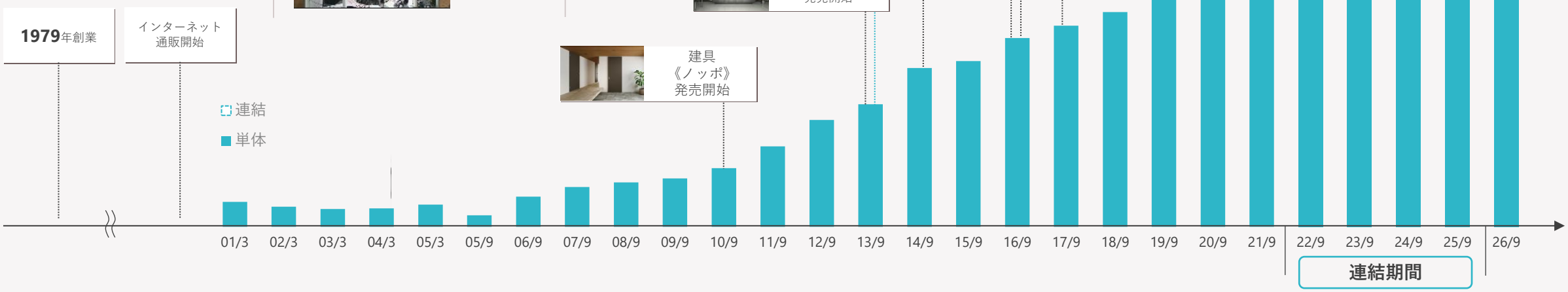


2024

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



©2026 miratap inc.

中期経営計画

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

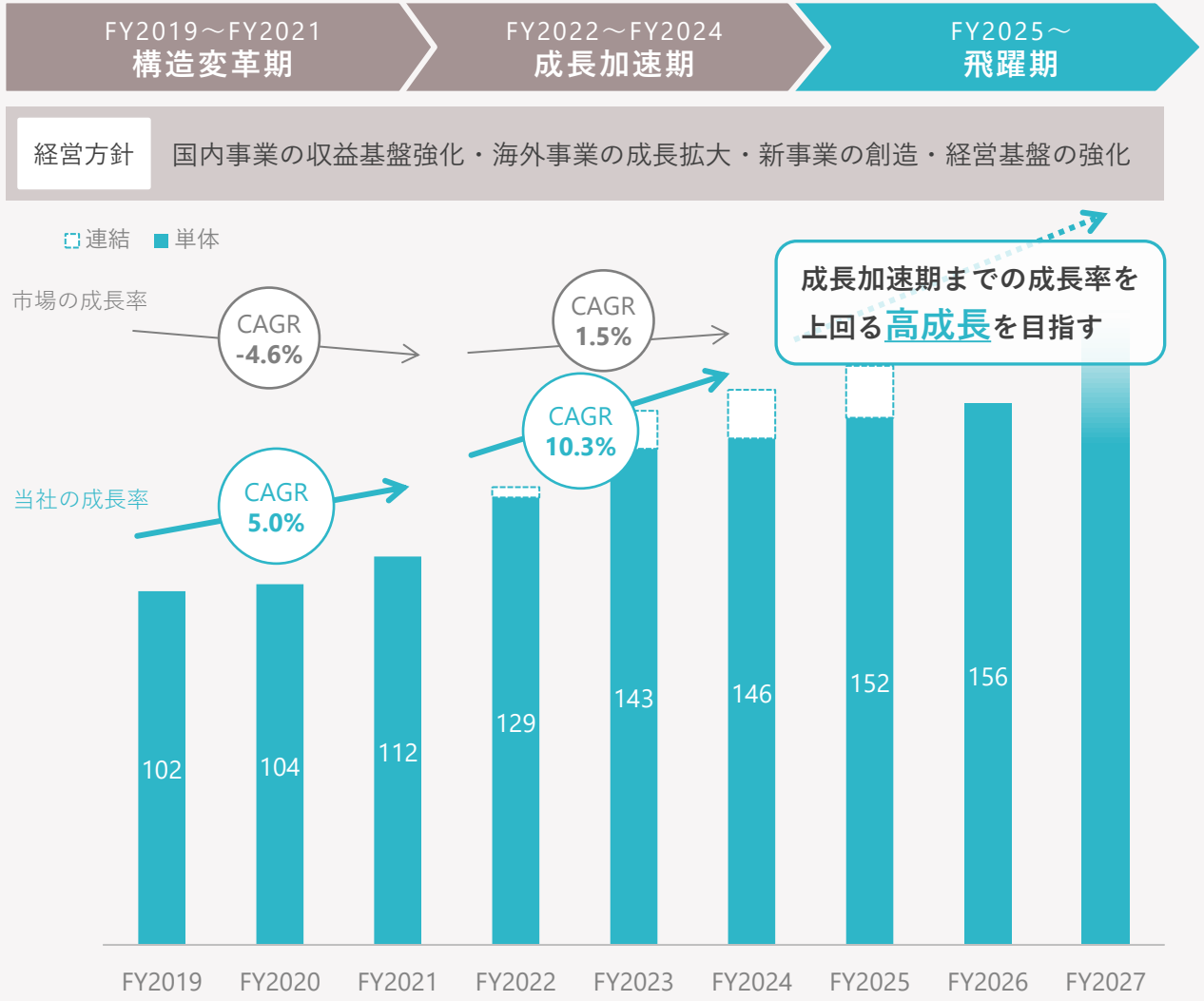
高い成長率

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。

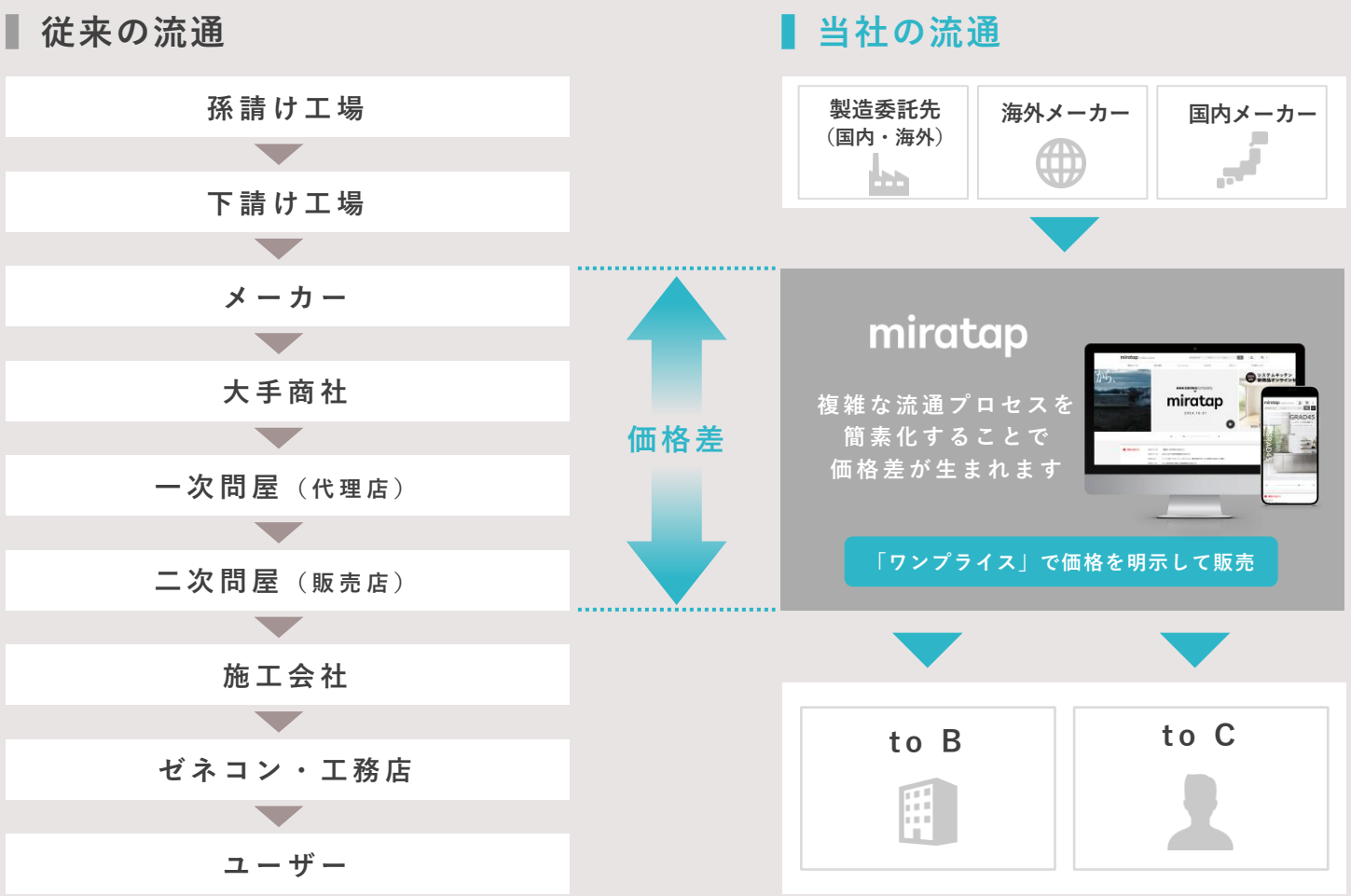
※ 市場の成長率は、国土交通省「建築着工統計調査」より、当社事業と関連性の高い住宅、事務所、店舗の工事費予定額を当社にて集計



ビジネスモデルの特長

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。



当社の強み

STRENGTH 01

世界で認められたデザイン

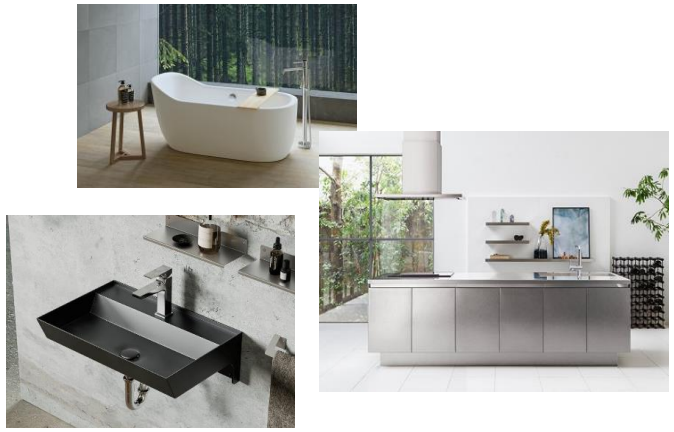
「ミニマリズム」というデザインコンセプトに則った自社開発商品は、多数のデザイン賞を受賞しており、そのデザイン力は世界から高い評価を得ています。

GOOD DESIGN
DESIGN AWARD 2025
JCD 18th Annual Award PRODUCT OF THE YEAR 2024
reddot award 2018 winner
GERMAN DESIGN AWARD NOMINEE 2017
ELLE DECO INTERNATIONAL DESIGN AWARDS
JIDA DESIGN MUSEUM
archiproducts DESIGN AWARDS WINNER 2018
A'DESIGN AWARD WINNER 2014 SILVER

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。



©2026 miratap inc.

会社概要

miratap

会社名	株式会社ミラタップ（miratap inc.）
URL	https://info.miratap.co.jp/
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　津﨑　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	292名（2026年9月30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）

©2026 miratap inc.

INDEX

目次

01
決算概要

02
TOPICS

03
FY2027
業績予想

04
APPENDIX

・会社概要
・サステナビリティ
・人的資本戦略
・参考資料

©2026 miratap inc.

サステナビリティ

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	・ショールームで使用するショップバッグを紙袋とし、ビニールの使用を削減 ・廃棄予定のサンプルをノベルティとして再利用 ・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 ・廃棄商品のリユース実施	
		廃棄物の低減	・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 ・各種システム導入によるペーパーレス化 ・SNS利用促進でチラシ作成による紙利用総数の削減	
		環境への配慮	・森林保護に配慮した木材の使用 ・モーダルシフト導入 ・森林由来のJ-クレジット購入によるCO2排出量の削減	
	S 社会	顧客満足の追求	・カスタマーサービスセンターの運用定着 ・最長15年の有償保証サービスをはじめとする、アフターサービスの向上 ・パートナーシップ構築宣言を公表	
		建築業界への貢献	・ミラタップデザインアワードの実施	

©2026 miratap inc.

サステナビリティ

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	・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） ・認定NPO法人、福祉団体等へ寄付 ・各団体のボランティア活動 ・地方自治体の取り組み支援	
		労働環境の改善	・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	
		健康経営	・人間ドック・予防接種費用補助 ・就業時間中の喫煙禁止 ・自転車通勤の認可 ・社内クラブ活動費用の補助	
	G 企業統治	人材育成	・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 ・資格取得支援制度	
		コンプライアンスの徹底	・内部通報制度の拡充 ・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	
		経営のダイバーシティ	・女性の役員比率25%（８名中２名）	

©2026 miratap inc.

INDEX

目次

01
決算概要

02
TOPICS

03
FY2027
業績予想

04
APPENDIX

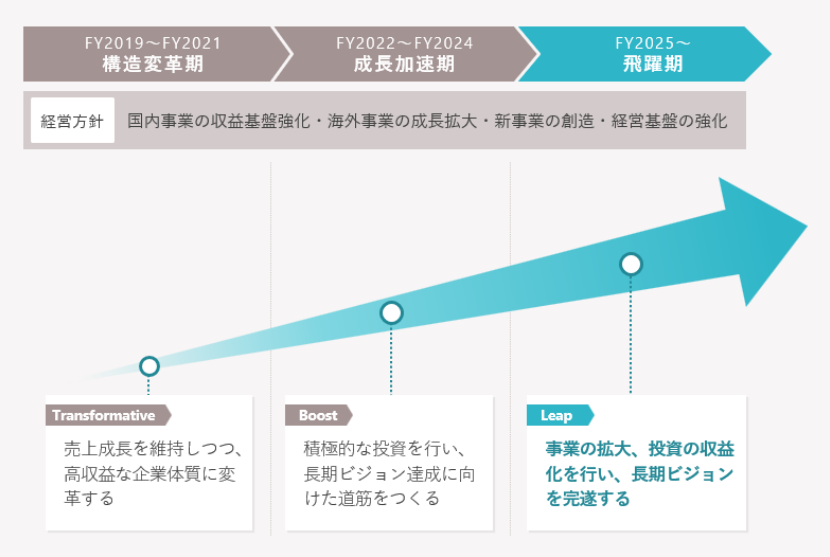
・会社概要
・サステナビリティ
・人的資本戦略
・参考資料

©2026 miratap inc.

人的資本戦略のテーマ設定

目指すべき姿の実現に向け、課題と課題解決のためのテーマを設定

目指すべき姿



さらなる成長へ向け、社内における文化・風土の醸成と協働関係の構築、優秀な人材の確保・育成が必要。

課題

- 目指す企業文化・組織風土の定義と確立
- セクショナリズムの廃止と協働関係の構築、社内のバリューチェーンの結びつき強化
- 高い事業成長率を実現するための優秀な人材の獲得・育成

テーマ

1. 理念浸透
2. 風土文化
3. 採用
4. 配置 / 異動
5. 育成
6. 報酬
7. その他

©2026 miratap inc.

人的資本戦略による成長に向けた取り組み

テーマごとに取り組むべきアクションとKPIを設定
今後、KPIの目標値を定め、さらなる成長と継続的な企業価値の向上を目指す

テーマ	アクション	KPI
1.理念浸透	・ピアボーナス制度の導入 ・経営理念ワークショップの実施 ・サーベイの導入	・Unipos投稿をもらったメンバー率 ・経営理念ワークショップ実施回数 ・サーベイのポイント
2.風土文化		
3.採用	・採用活動の早期化 ・リファラル採用の強化	・労働生産性 ・一人当たり売上高 ・中途採用にかかる期間 ・新卒従業員比率
4.配置 / 異動	・ジョブローテーションの実施	・複数部署経験者比率
5.育成	・越境学習の導入 ・資格取得支援 ・研修の実施	・マネージャー内部昇格率 ・一人当たり研修費・時間
6.報酬	・給与体系の見直し	
7.その他	・ダイバーシティへの対応	・女性管理職比率

さらなる成長へ

- 国内事業の収益基盤強化
- 海外事業の成長拡大
- 新事業の創造
- 経営基盤の強化

©2026 miratap inc.

人材マネジメント方針

人材マネジメント方針

1. 人材育成と、全社で団結できるチームワーク醸成に強い関心を払う
2. チャレンジを推奨する（失敗は学びに変える）
3. フィードバックを大切にする
4. 実績（結果）と行動によってのみ評価する
5. 愛社精神を持ち、懸命に業務に取り組む人に敬意を払う
6. 視座の高いリーダー人材を育成する
7. 多様な価値観を認める



POSITIVE MIND
どんな時もポジティブに
周囲を巻き込める人

CHALLENGE SPIRIT
目標に向かって
自らチャレンジできる人

RECEPTIVE PERSON
周りの意見を素直に
取り入れることができる人

©2026 miratap inc.

組織・人員の状況

組織は拡大傾向で平均勤続年数も緩やかな伸長傾向。新卒をはじめとする若手比率を維持しながら、組織の活性化と柔軟な発想を活かした体制づくり、ならびにAI活用等による生産性向上を推進。

従業員数

292人

（ほか、契約社員47人、派遣社員12人）

平均年収

487万円

平均勤続年数

5.9年

平均年齢

37.5歳

新卒従業員比率

（新卒従業員数 / 従業員数）

17.5%

従業員１人あたり売上高

（売上高 / 従業員数）

53百万円

※ 各指標の計算には本ページで開示している従業員数（292人）を用いております。
※従業員１人あたり売上高の計算のみ、「従業員数＝（前期末従業員数+当期末従業員数）÷2」としております。

©2026 miratap inc.

組織・人員の状況

有給休暇取得率は71.4%、育休取得率は100%となっており、
ワークライフバランスを重視した、男女ともに働きやすい職場環境の整備を推進

男女比

男性	女性
31.5%	68.5%

育休取得率

男性	女性		全体
100%（5名/5名）	100%（11名/11名）	»	100%（16名/16名）

有給休暇取得率

（使用日数 / 付与日数）

71.4%

平均残業時間

20.8時間

在宅勤務比率

（在宅勤務選択者の在宅勤務実施比率）

41.6%

離職率

（離職者数 / 期首従業員数）

11.4%

©2026 miratap inc.

INDEX

目次

01
決算概要

02
TOPICS

03
FY2027
業績予想

04
APPENDIX

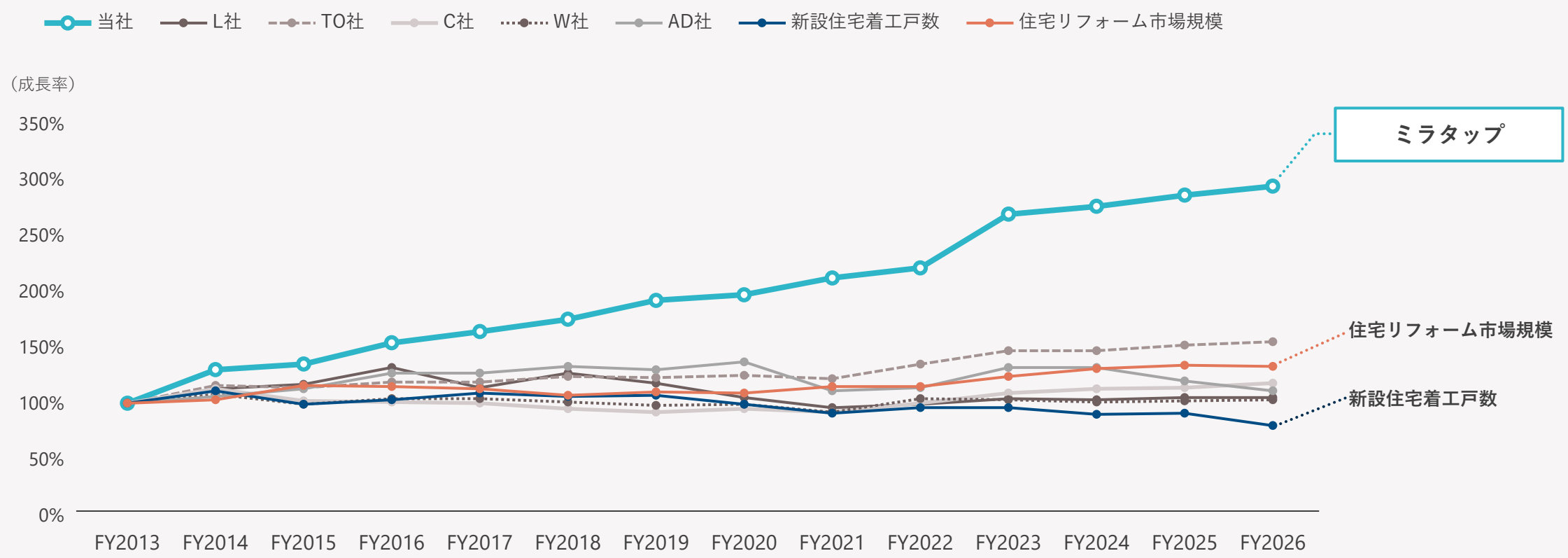
・会社概要
・サステナビリティ
・人的資本戦略
・参考資料

©2026 miratap inc.

当社の業界ポジショニング①

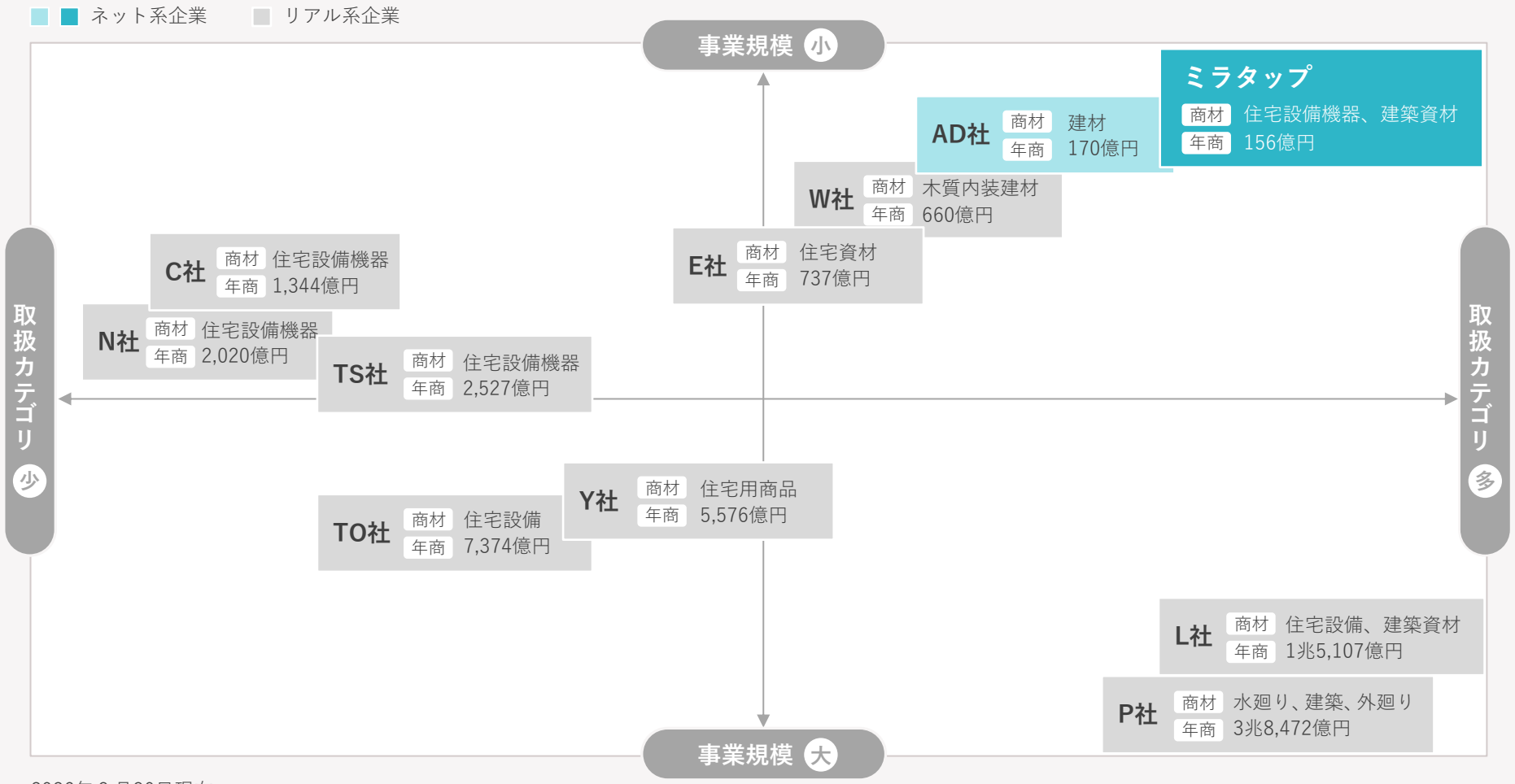
業界の市場規模と成長率

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



※ 市場規模は当社決算期の直近年度、他社は当社決算期の直近決算期で比較
※ 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７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



2026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

株主・投資家向け情報サイトのご紹介

IRサイト 10月1日リニューアル
決算関連資料やIR情報を掲載

Web株主通信
株主通信をWeb形式で配信

事業計画
「事業計画及び成長可能性に関する事項」を開示

公式X
ミラタップに関する様々なニュースを発信

NEW TOPICS

- AIアバターによる
  決算説明動画を11月中旬に
  配信予定



- 「事業計画及び成長可能性に関する事項」を
  12月中旬に開示予定
- フィスコ企業調査レポートを各種金融メディア・
  プラットフォームにて、12月下旬に配信予定
  （配信先：Yahoo!ファイナンス、ザイ・オンライン、楽天証券 他）
- Web株主通信の最新号を12月下旬に配信予定

©2026 miratap inc.

本資料お取り扱いのご注意

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、確約や保証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、完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、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

©2026 miratap inc.