

未来イノベーションCOMPANY

MIC

logmi Finance

個人投資家向けIRセミナー

MIC株式会社 | 2026年8月29日

未来イノベーション COMPANY

INDEX

未来イノベーション
COMPANY

01

01 | はじめに

02 | 上場に至った背景

03 | 現在の株式状況

04 | 事業紹介

05 | 2027年3月期 1Q業績



代表取締役社長 **河合 克也** Kawai Katsuya

早稲田大学卒業後、（株）キーエンスにて勤務。
当社入社後は経済産業省への出向などを経て、
360°フルサービスモデルの進展に伴う急成長を主導。
2014年に代表取締役社長に就任。

- 2002年
早稲田大学卒業後
株式会社キーエンスに入社
- 2007年
旧)水上印刷株式会社に入社
- 2008年
経済産業省出向
- 2014年
代表取締役社長に就任
- 360°フルサービスモデルの構築と進展
- 2024年12月
東証スタンダード市場に上場企業

MESSAGE

私たちの経営方針

持続的成長

高収益

還元

INDEX

未来イノベーション
COMPANY

02

01 | はじめに

02 | 上場に至った背景

03 | 現在の株式状況

04 | 事業紹介

05 | 2027年3月期 1Q業績

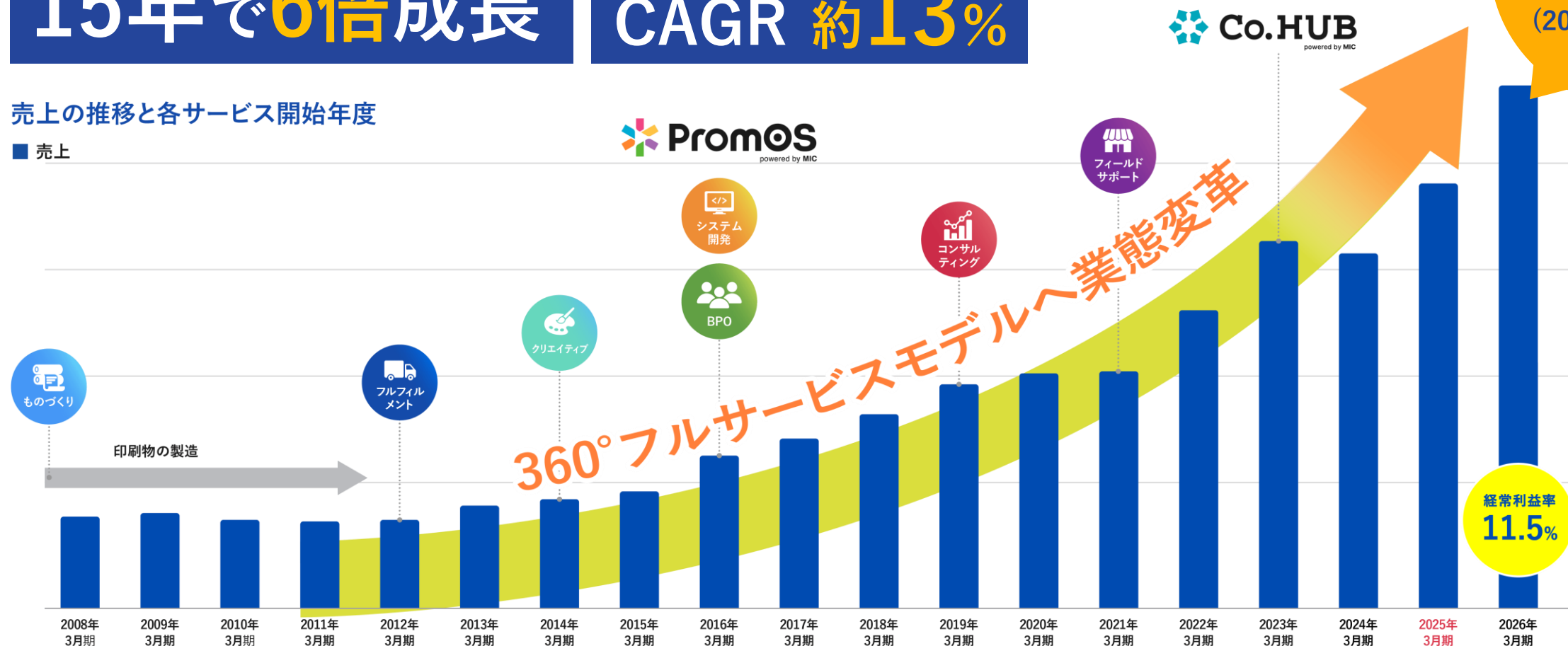
業態変革による持続的な企業価値の向上

360°フルサービスモデルにより

15年で**6倍**成長15年売上高
CAGR 約**13%**

売上の推移と各サービス開始年度

■ 売上

経常利益率
11.5%150億円
(2026年3月期)

2024年12月25日

東証スタンダード市場 上場

社会課題解決カンパニーを

目指して

MIC

©2025 MIC CO., LTD. All Rights Reserved.



2024年12月25日

東証スタンダード市場に上場

INDEX

未来イノベーション
COMPANY

03

01 | はじめに

02 | 上場に至った背景

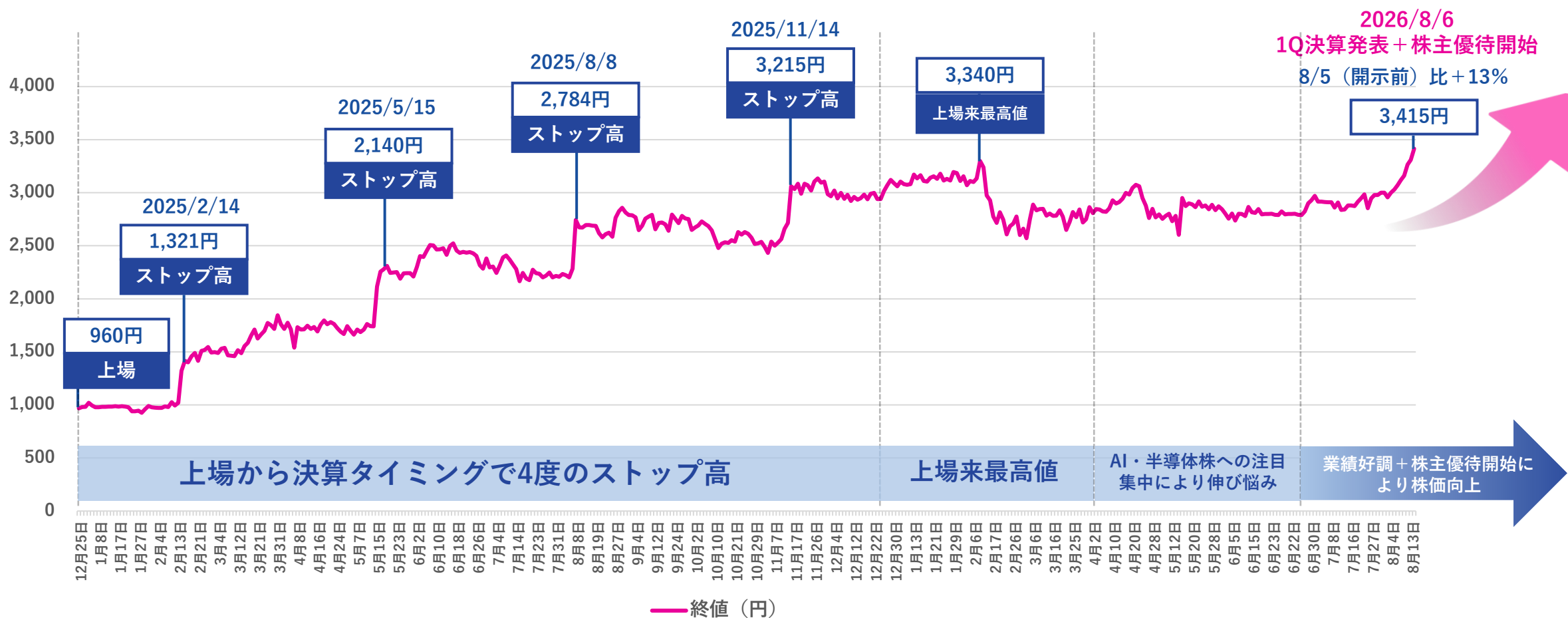
03 | 現在の株式状況

04 | 事業紹介

05 | 2027年3月期 1Q業績

上場後の株価推移

上場時960円から現在3,300円と**上場来3.4倍** 着実な業績拡大が株価を牽引



主要財務指標

収益性と資本効率の向上により、
高い安定性を維持しつつ市場評価と株主還元を拡充。

成長性

売上高CAGR 約**12%**

(2022年3月期→2026年3月期)

収益性

営業利益率 8.1% ▶ **11.2%**

(前々期2025年3月期) (前期2026年3月期)

安定性

自己資本比率

77.4% ▶ **74.8%**

(前々期2025年3月期) (前期2026年3月期)

資本効率

ROE 8.7% ▶ **14.0%**

(前々期2025年3月期) (前期2026年3月期)

市場評価

PER 約**16**倍 ▶ 約**17**倍

(上場時2024/12/25時点) (2026/8/20時点)

株主還元

配当性向

40%

(2026年3/31時点)

総合ピーク利回り

7.02%※

(2026/6/30時点)

※株主優待ありかつ株価2,929円 700株保有の場合

株主還元の充実を目的とし、

2026年9月30日 権利確定

配当性向
40%

株主優待
開始

最大総合利回り※

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

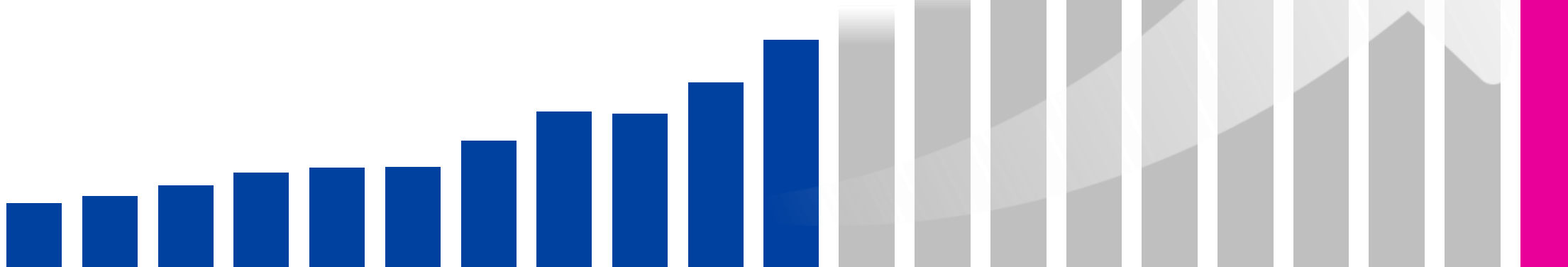
※700株以上は一律90,000ポイント付与

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

04

01 | はじめに

02 | 上場に至った背景

03 | 現在の株式状況

04 | 事業紹介

05 | 2027年3月期 1Q業績

Q
質問

なぜMICは成長
してきたのですか？

MICが成長してきた理由

社会課題にマッチした ビジネスモデル

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

リテール販促業界を取り巻く環境

止まらない

人手不足

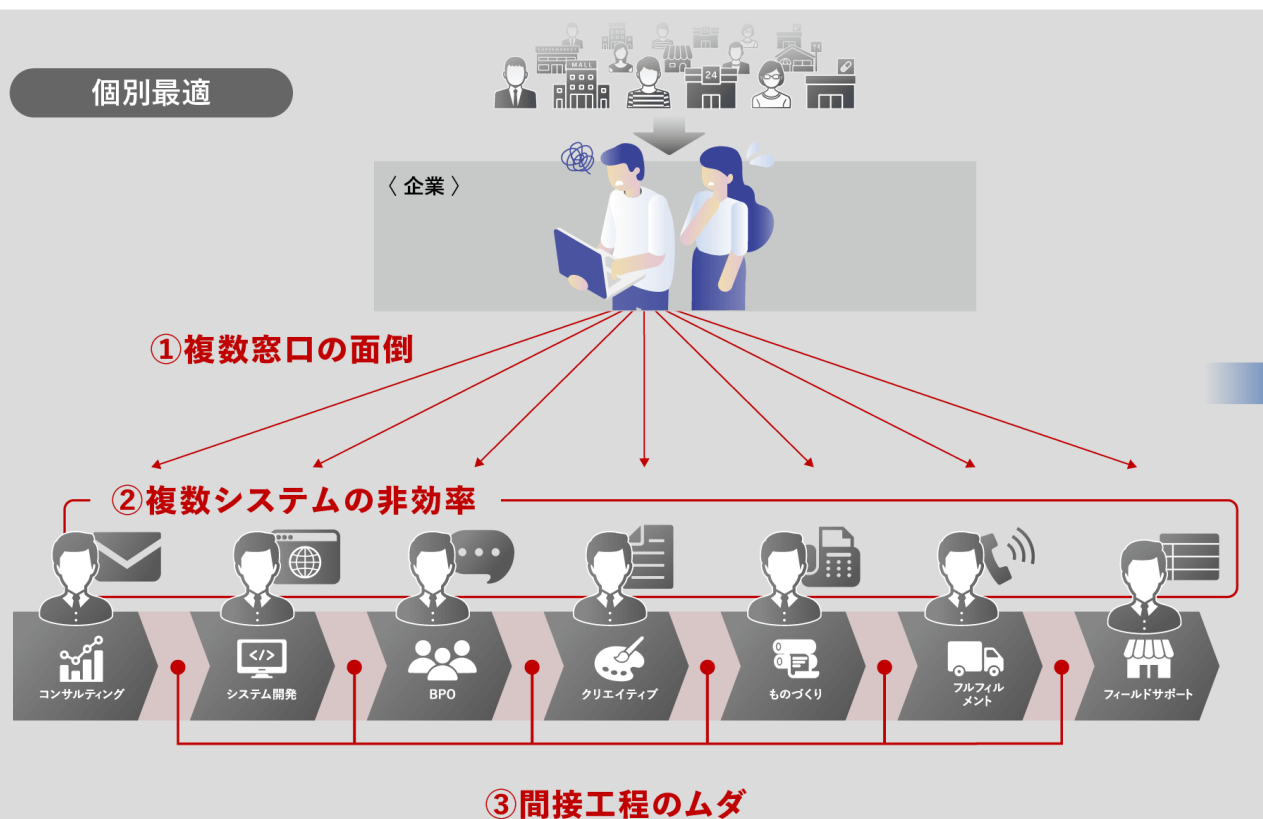
原価高騰

人手不足と資材費・物流費などの高騰により
あらゆるものの価格が上昇しており、
リテール販促の領域においても同様の事象が起きている



お客様の販促業務をもっと楽にする

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

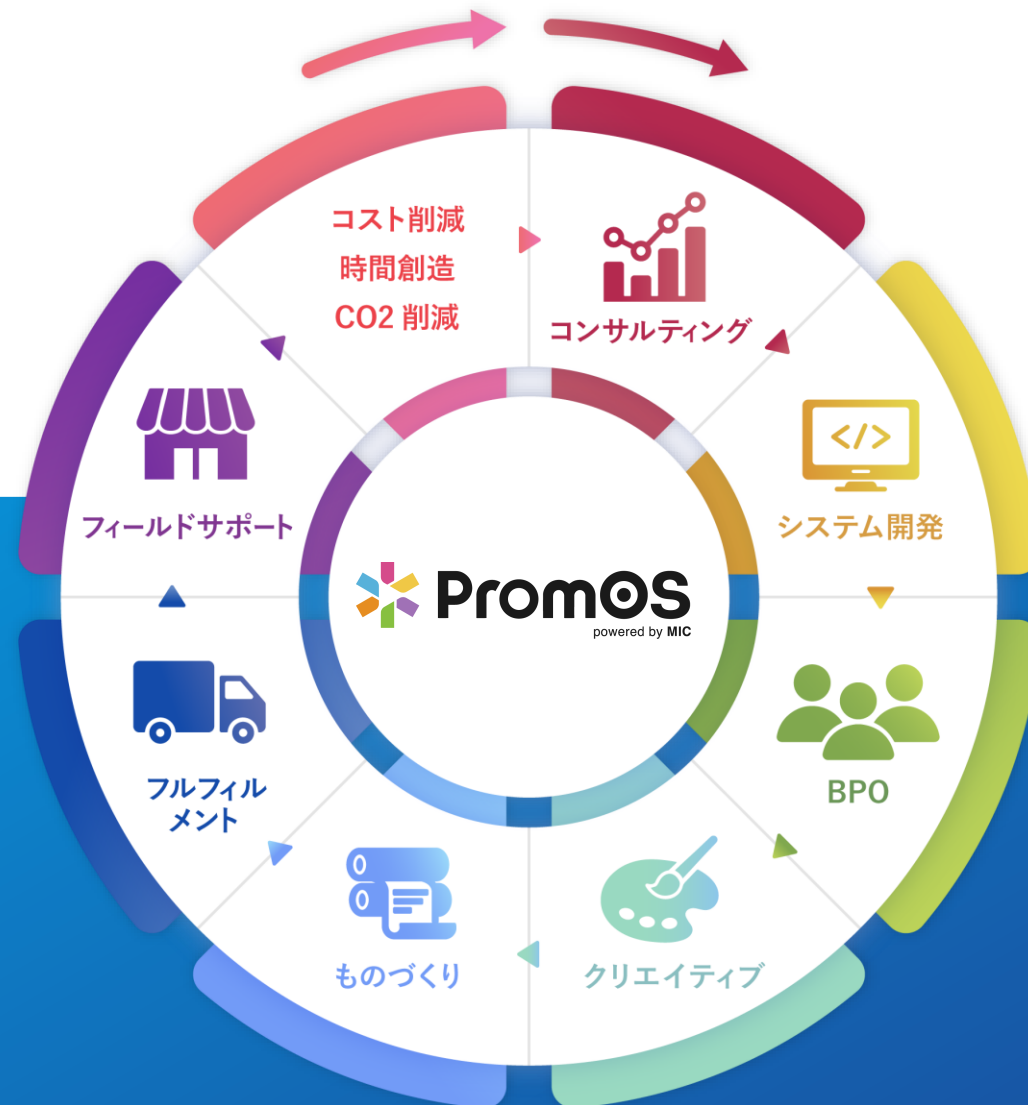


コスト最適化

製造費削減

在庫最適化

間接工数の削減



Q
質問

なぜ高い収益力があるのですか？

収益力が高い理由

自社一貫製造 + 直販型の
ビジネスモデルだから

自社で各機能を保有

コンサルティングから、
システム、クリエイティブ、
製造、フルフィルメントまで
自社一貫体制



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

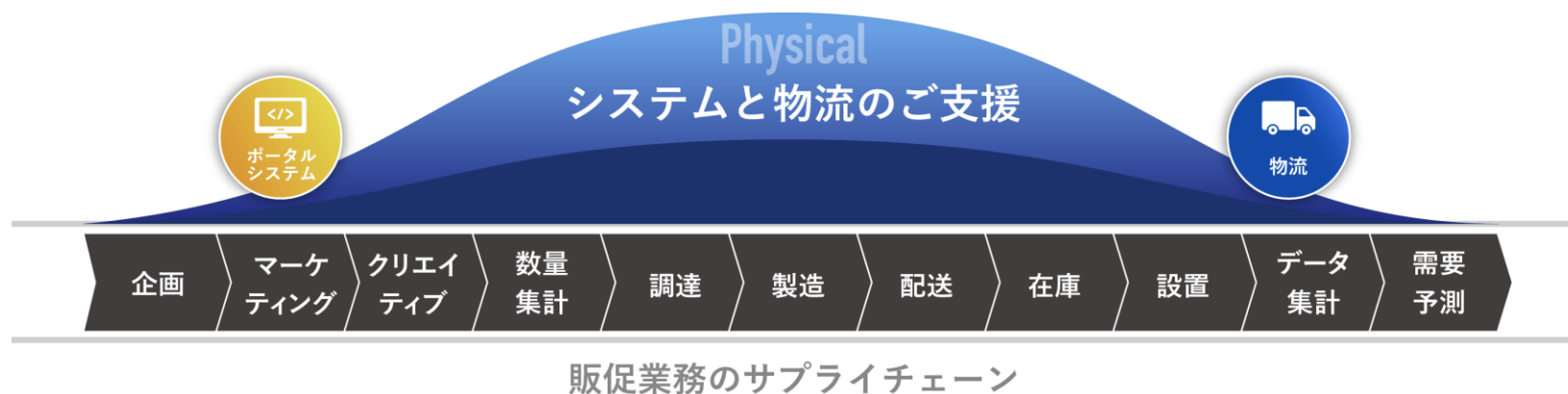
統合的に全方位のプロモーションを支援。

改善を起点としてビジネスモデルを創造する。

伴走型コンサルティングカンパニー

収益力が高い理由
MICのビジネスモデル | Step1

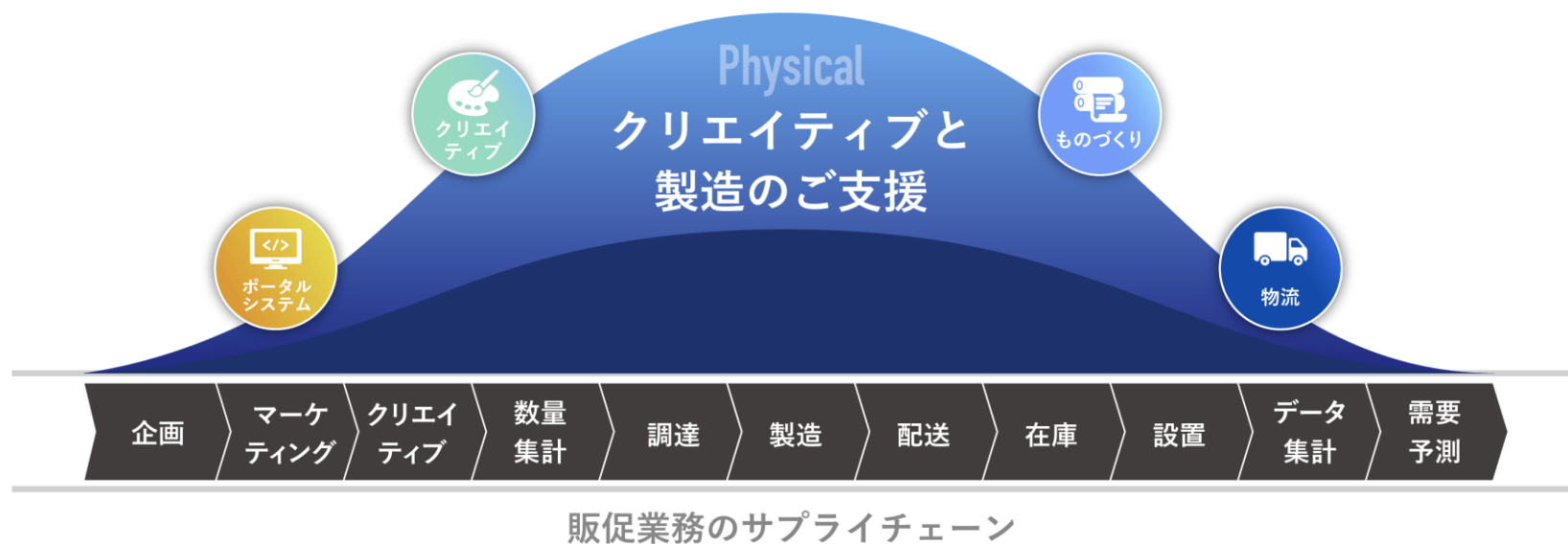
販促業務の
サプライチェーンの
最適化を支援



収益力が高い理由

MICのビジネスモデル | Step2

クリエイティブ・製造領域を
横断的に一括支援



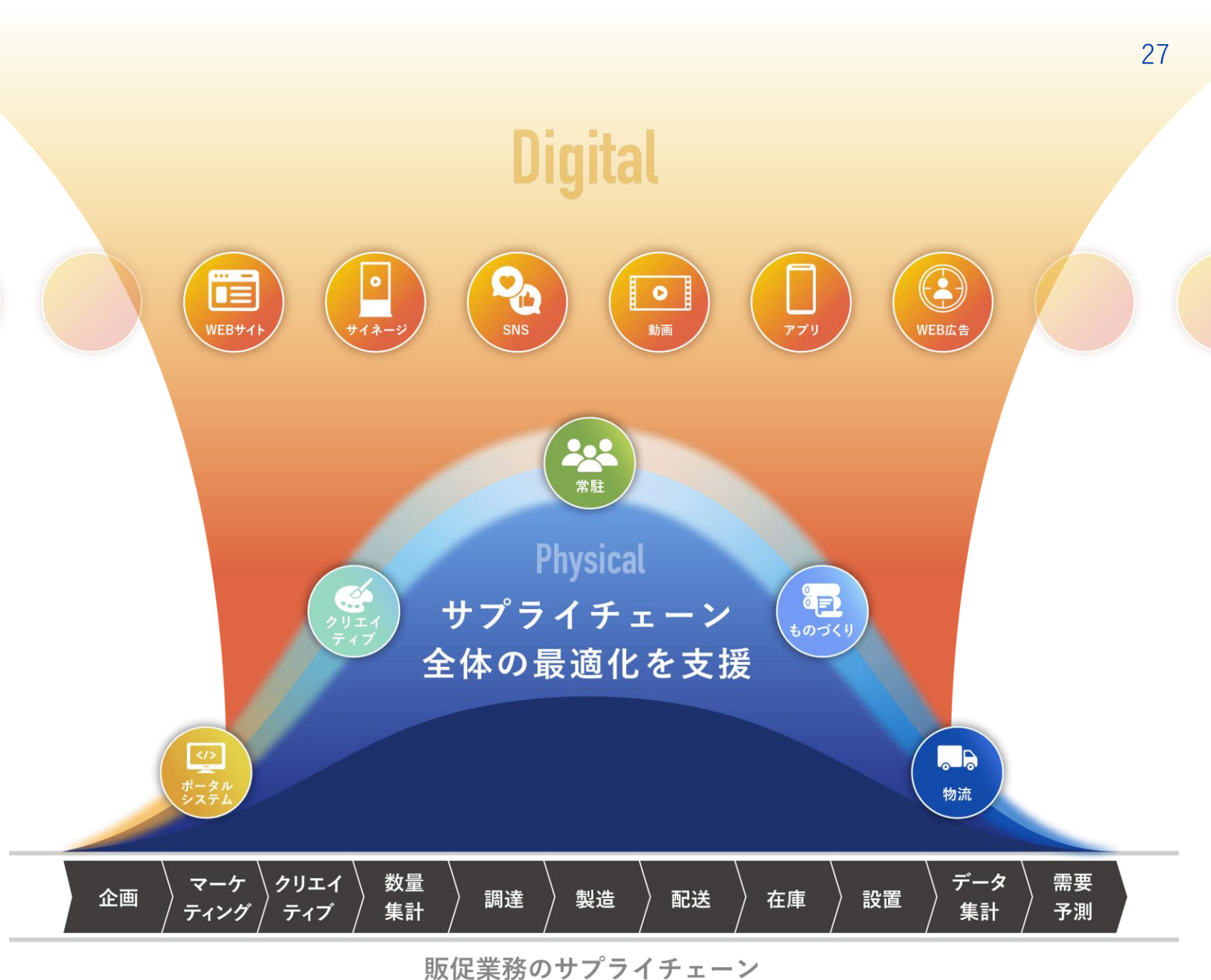
収益力が高い理由
MICのビジネスモデル | Step3

プロモーション領域を
統合的に支援



収益力が高い理由
MICのビジネスモデル | Step4

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



Q 質問

成長は今後も続きますか？

今後も成長していける理由

再現性のある成長

圧倒的な顧客基盤

×

360°フルサービスのクロスセル

圧倒的な顧客基盤の拡大

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

大手企業様を中心に**700社以上**の顧客基盤



360° フルサービスカンパニー **MIC**

共同配送実績

店舗別配送網



Co.HUB
powered by MIC
新たな業界への
拡大



店舗別配送
新たな企業への
拡大

※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）」

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）

今後も成長していける理由

販促物の共同配送

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
powered by MIC

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！



GOOD DESIGN AWARD 2025

BEST 100



GOOD DESIGN AWARD 2025

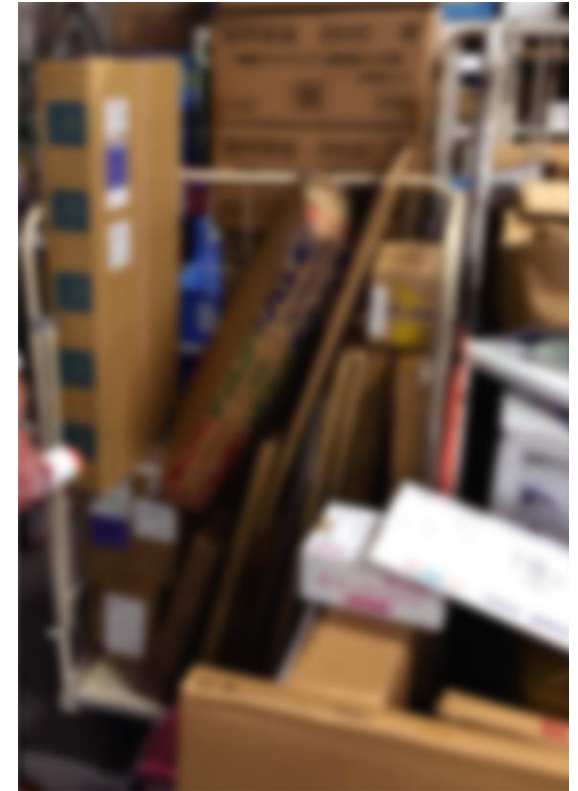
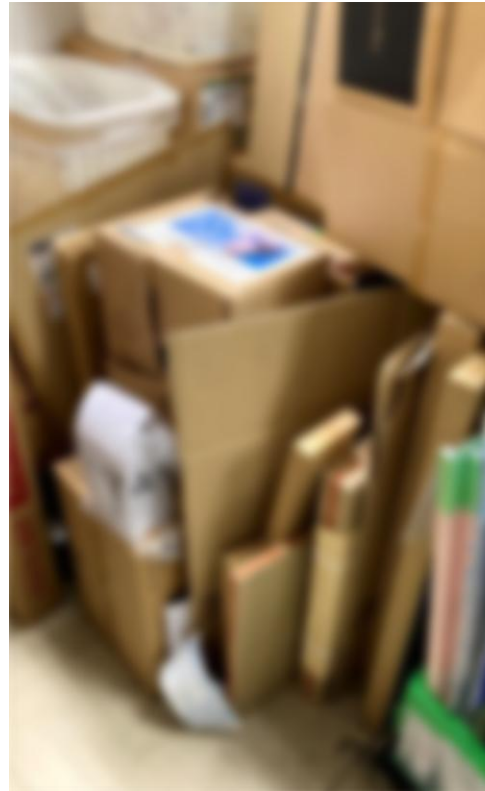
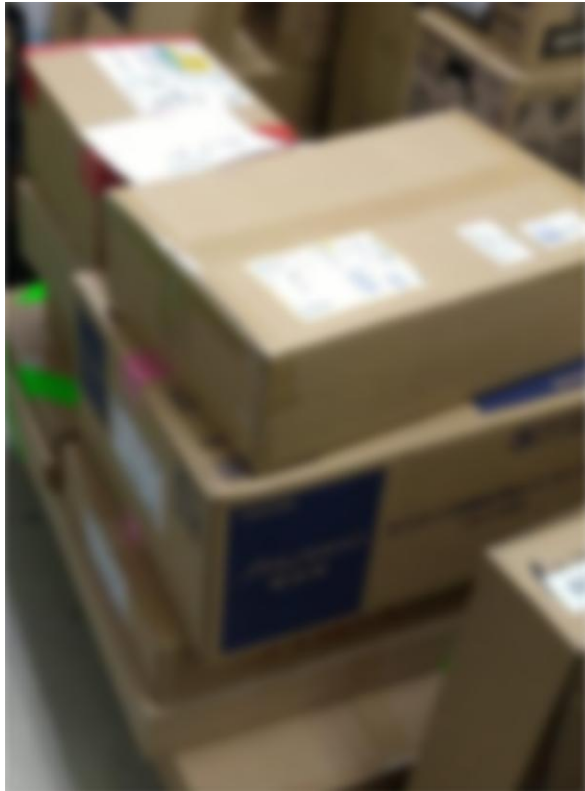
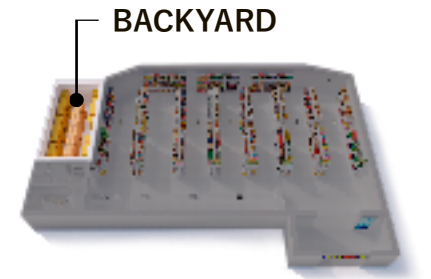
BEST 100

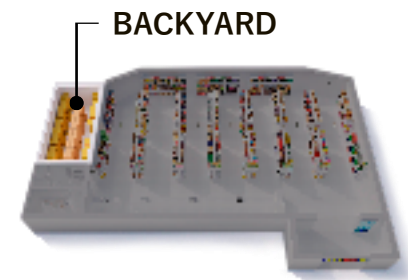


今後も成長していける理由

小売店舗における店頭販促物の実態

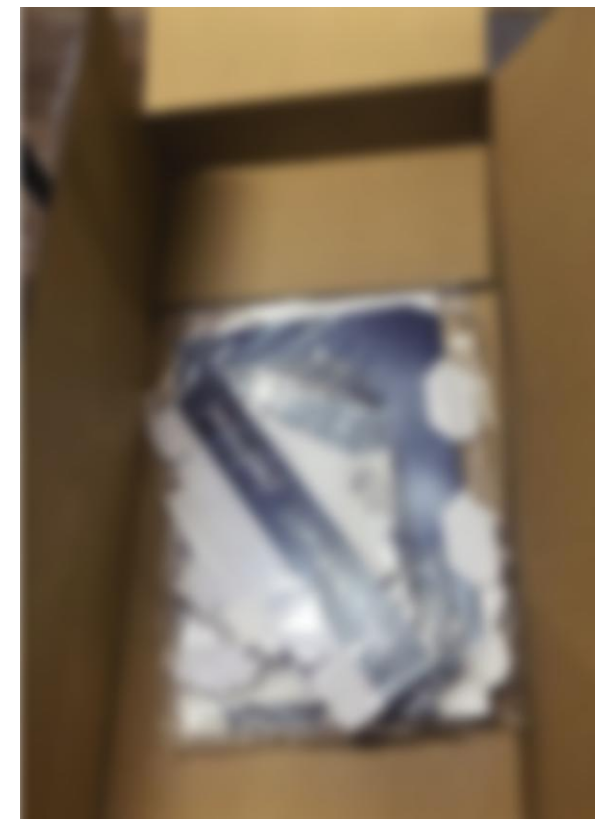
大量に届き、使われずに廃棄される販促物





散見される低容積率の梱包、空気を運ぶ物流CO2の無駄

▼ 販促物の梱包状態の例



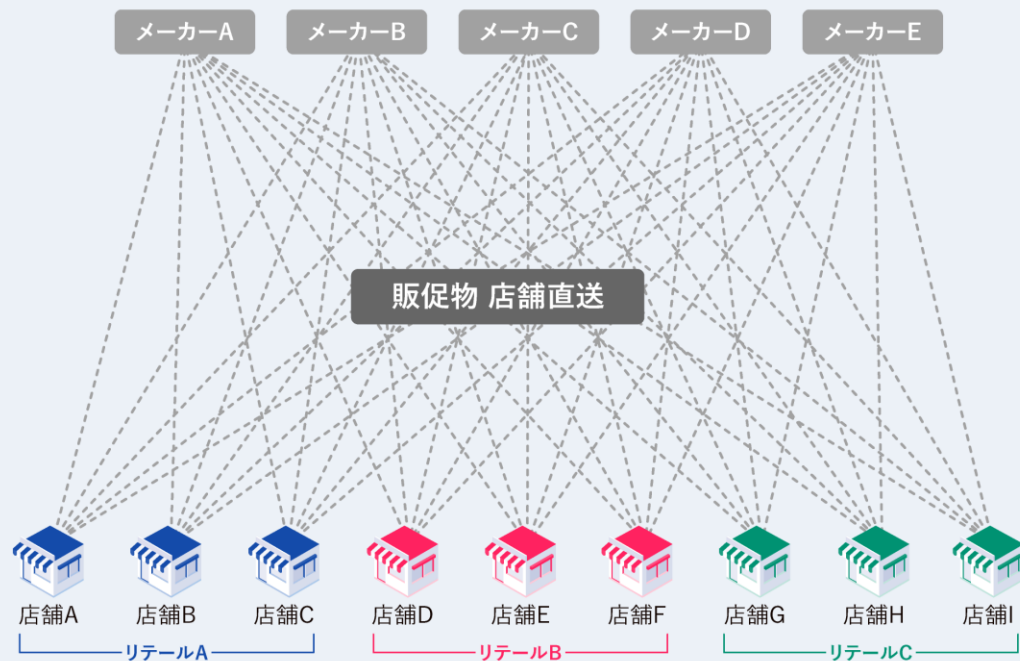
販促物共同配送サービス



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。

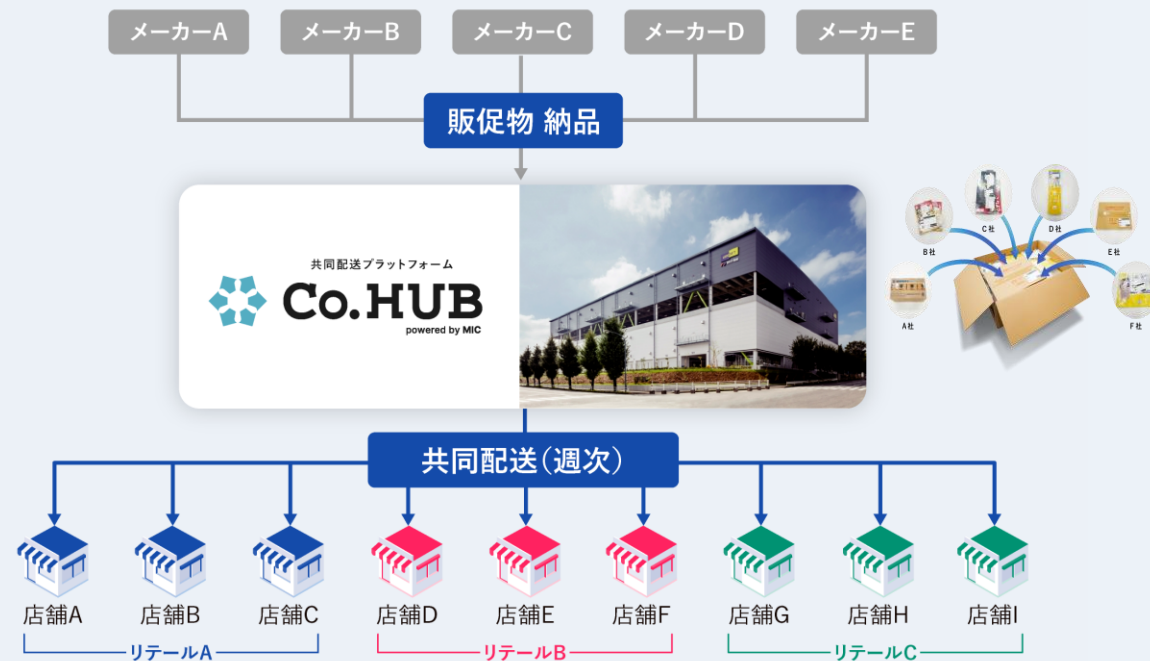
Before

配送経路がバラバラ



After

配送経路を集約し効率化

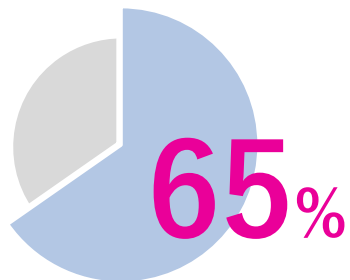


ドラッグストア国内店舗数ランキング

順位	チェーン企業	
1位	マツキヨココカラ & カンパニー	Co.HUB 導入済
2位	ウエルシアホールディングス	Co.HUB 導入済
3位	ツルハホールディングス	Co.HUB 導入済
4位	スギホールディングス	Co.HUB 導入済
5位	コスモス薬品	

(引用元：月刊マーチャндаイジング【ドラッグストア白書2025】)

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※2 34チェーン※1

契約メーカー企業数※3



(うち利用メーカー企業数：446社)

家電量販店業界の店舗数ランキング

*フランチャイズ店舗除く

順位	チェーン企業	店舗数	
1位	ヤマダ電機	761店舗	
2位	ケーズデンキ	558店舗	
3位	エディオン	454店舗*	Co.HUB 導入済
4位	ノジマ	278店舗	
5位	ジョーシン	207店舗	
6位	コジマ×ビックカメラ	138店舗	

(引用元 https://kenseisha.com/20231218_kadenshoprank/)

業界ごとの市場規模

業界名	市場規模	店舗数	
スーパーマーケット業界	約17兆円	約6,100店舗	導入 推進中
コンビニ業界	約13兆円	約57,000店舗	Co.HUB 導入済
家電小売業界	約7兆円	約2,660店舗	Co.HUB 導入済
ドラッグストア業界	約9兆円	約20,400店舗	Co.HUB 導入済
ホームセンター業界	約3兆円	約4,600店舗	

(引用元 経済産業省「商業動態統計速報」 / GfK Japan「家電小売市場の動向」)

※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き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

販促業務をもっと**楽**に



PromOS

powered by MIC

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

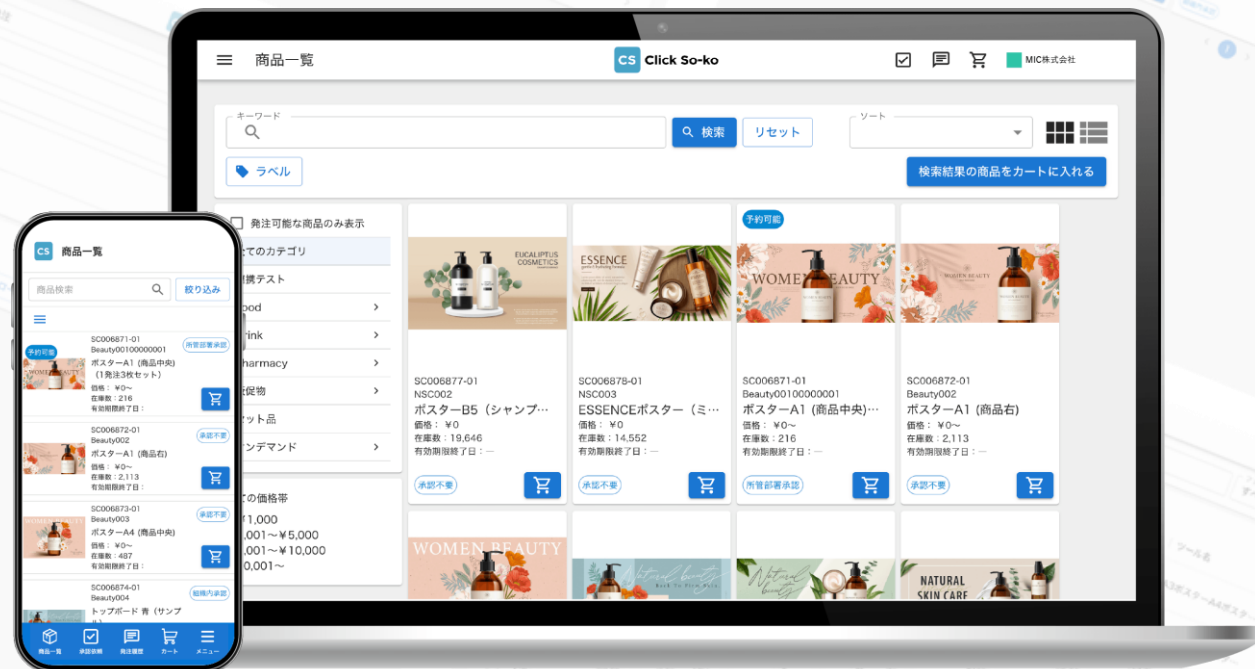
オンラインでの
デザイン校正

SF Store Fit

店舗属性ごとの
送付数と製造数を集計

利用アカウント数

約**27,000**



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。

PromOS

ヒト・モノ・情報をPromOSに集約し、
販促物に関わる複雑な製造・発注・管理業務をDX化し、
さらなるコストダウンを実現



導入実績

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

2027年3月期 1Q業績

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

導入企業

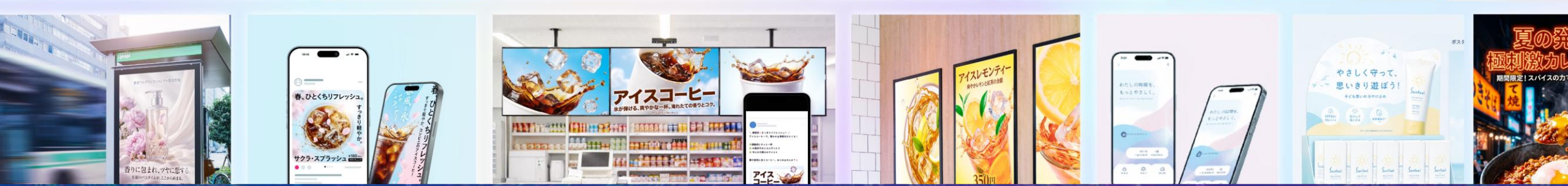
食品
メーカー製薬
メーカー日用品
メーカー

PromOS

powered by MIC

導入社数の推移





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.

360°
Full Service

顧客数※1

約714社

PromOS
powered by MIC



Co.HUB
powered by MIC

STEP1

平均年間取引額※2

約1,000万円

販促物の共同配送

STEP2

平均年間取引額※3

約1.4億円

PromOS

販促物の在庫管理や
配送など販促業務をDX化

STEP3

平均年間取引額※4

約15億円

360°フルサービス
全ての販促領域を支援

※1 2026年6月30日時点でのCo.HUB利用の契約済みメーカー数

※2 2025年3月期における顧客（※3※4の顧客を除く）の2025年3月期における平均年間取引額

※3 PromOS利用中の顧客（※4の顧客を除く）の2025年3月期における平均年間取引額

※4 360°フルサービスの導入モデルケースとして、5種以上のサービスを利用中の顧客4社の2025年3月期における平均年間取引額

Q 質問

どんな未来像を目指していますか？

どんな未来像を目指していますか？

未来をイノベーションする会社

リテールプロモーション分野における
DXプラットフォーム

どんな未来を目指しているか
リテールプロモーション
DXプラットフォーム

空中戦

ブランド価値の
認知拡大

360°

リテールプロモーション
DXプラットフォーム

未来イノベーションCOMPANY

MIC

デジタル戦

ファンの創出

地上戦

売場実現

MIC

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

INDEX

未来イノベーション
COMPANY

05

01 | はじめに

02 | 上場に至った背景

03 | 現在の株式状況

04 | 事業紹介

05 | 2027年3月期 1Q業績

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

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

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%

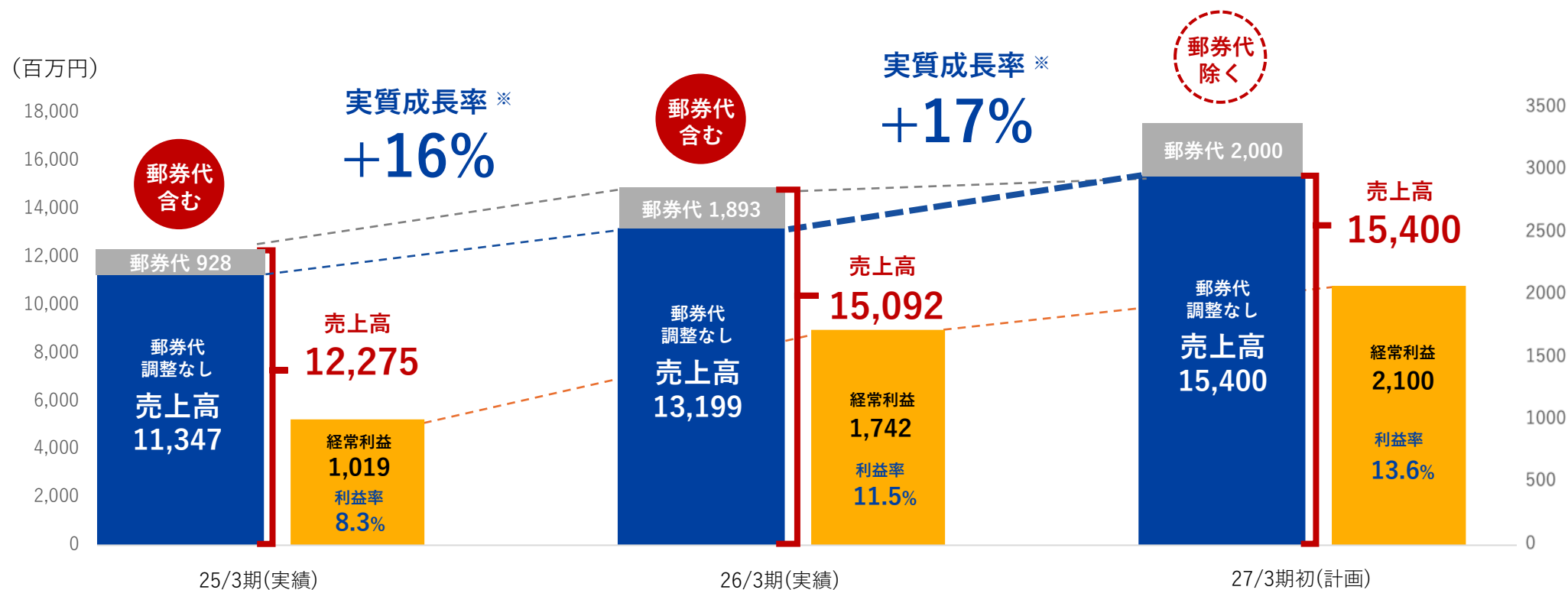
2,390百万円（売上比15.5%）

通期計画

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

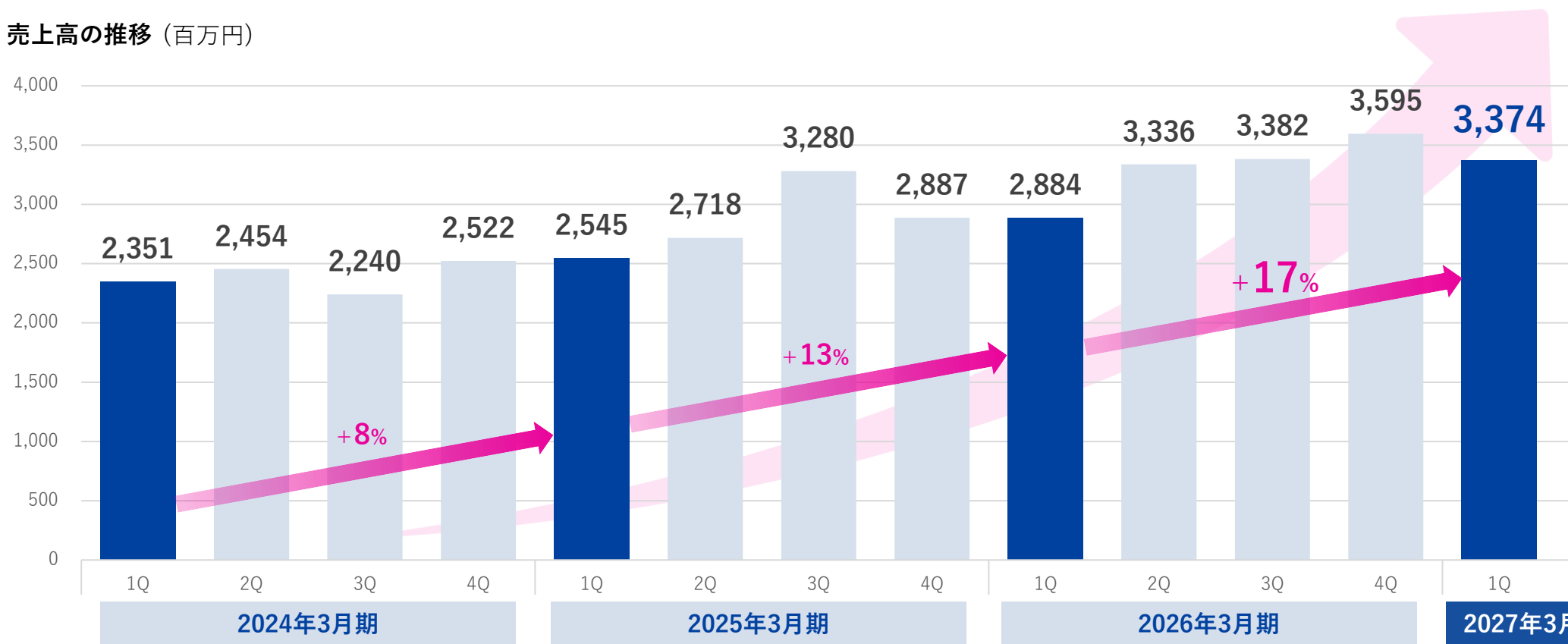
(百万円)	2026年3月末		2027年6月末		
	実績	構成比	実績	構成比	増減
流動負債	3,103	24.9%	3,568	28.2%	465
買掛金	942	7.6%	509	4.0%	-433
短期借入金	710	5.7%	1,700	13.4%	990
1年以内返済長期借入金	0	0.0%	0	0.0%	0
その他	1,451	11.7%	1,359	10.7%	-92
固定負債	18	0.1%	2	0.0%	-16
純資産	9,318	74.9%	9,103	71.8%	-215
株主資本	9,309	74.8%	9,091	71.7%	-218
新株予約権	9	0.1%	12	0.1%	3
負債純資産合計	12,440	100.0%	12,674	100.0%	234

売上高の推移

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）

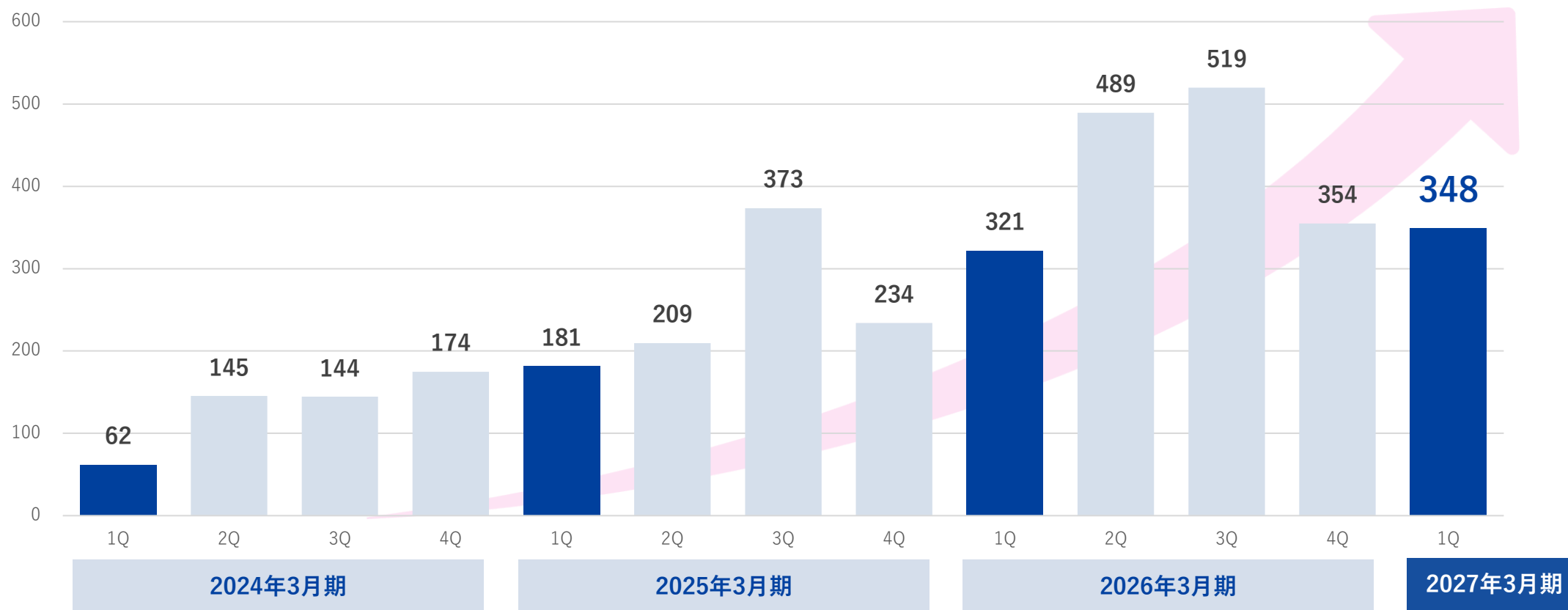


※2024年3月期（第4四半期会計期間）は、監査法人による監査及び監査レビューを受けておりません
※2026年3月期までの売上高においては郵券代を除いた同条件で比較

営業利益の推移

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）



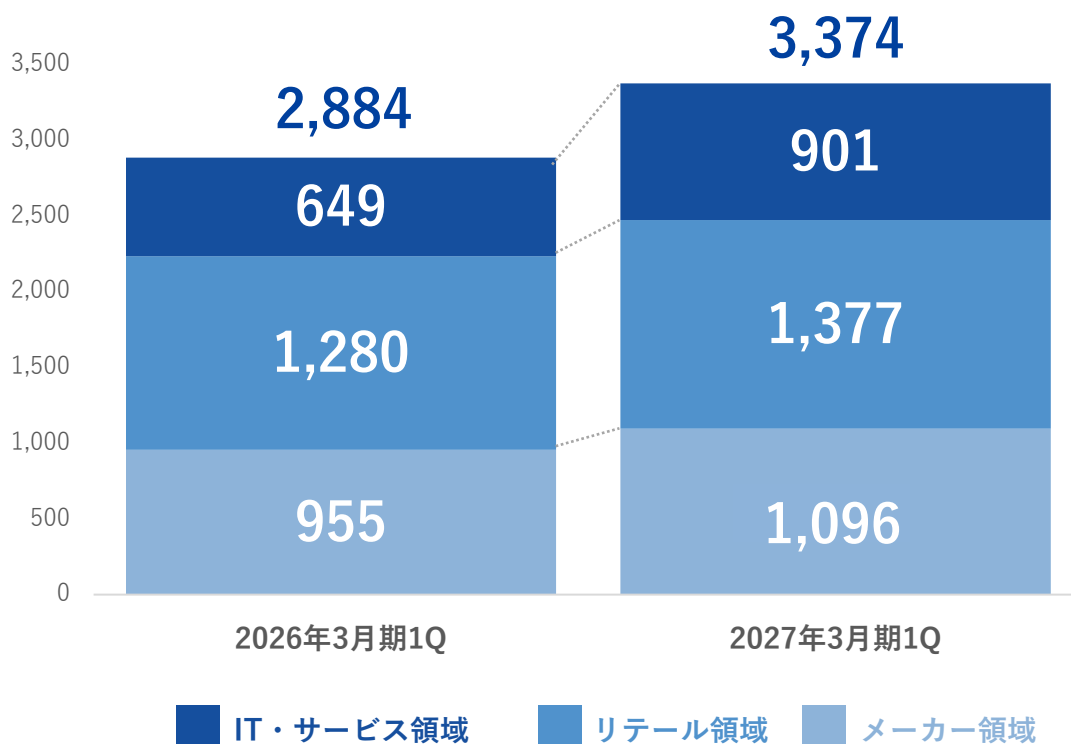
※2024年3月期（第4四半期会計期間）は、監査法人による監査及び監査レビューを受けておりません

領域別売上高

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）



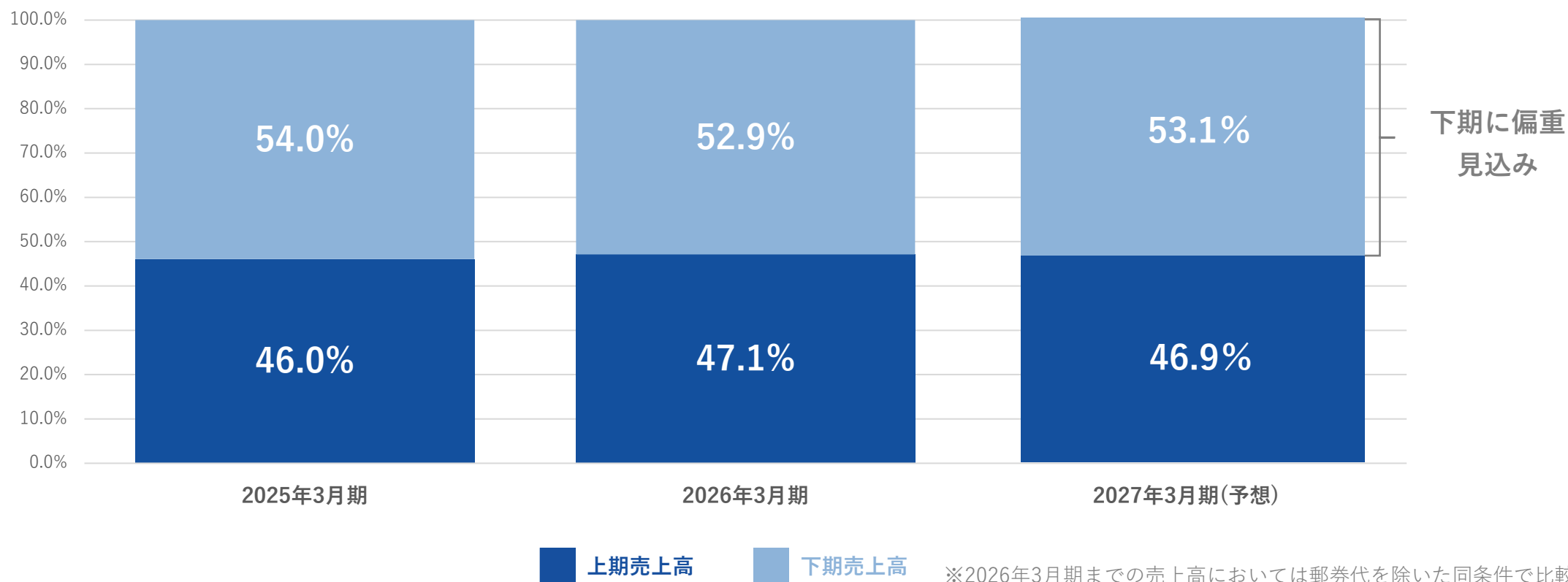
2027年3月期 1Q領域別売上増減額（百万円）

	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



成長に向けた攻めの施策

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

成長に向けた攻めの施策 拠点の拡張

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

①新ロジスティクスセンター契約費用

約2,600万円

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 MIC2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



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

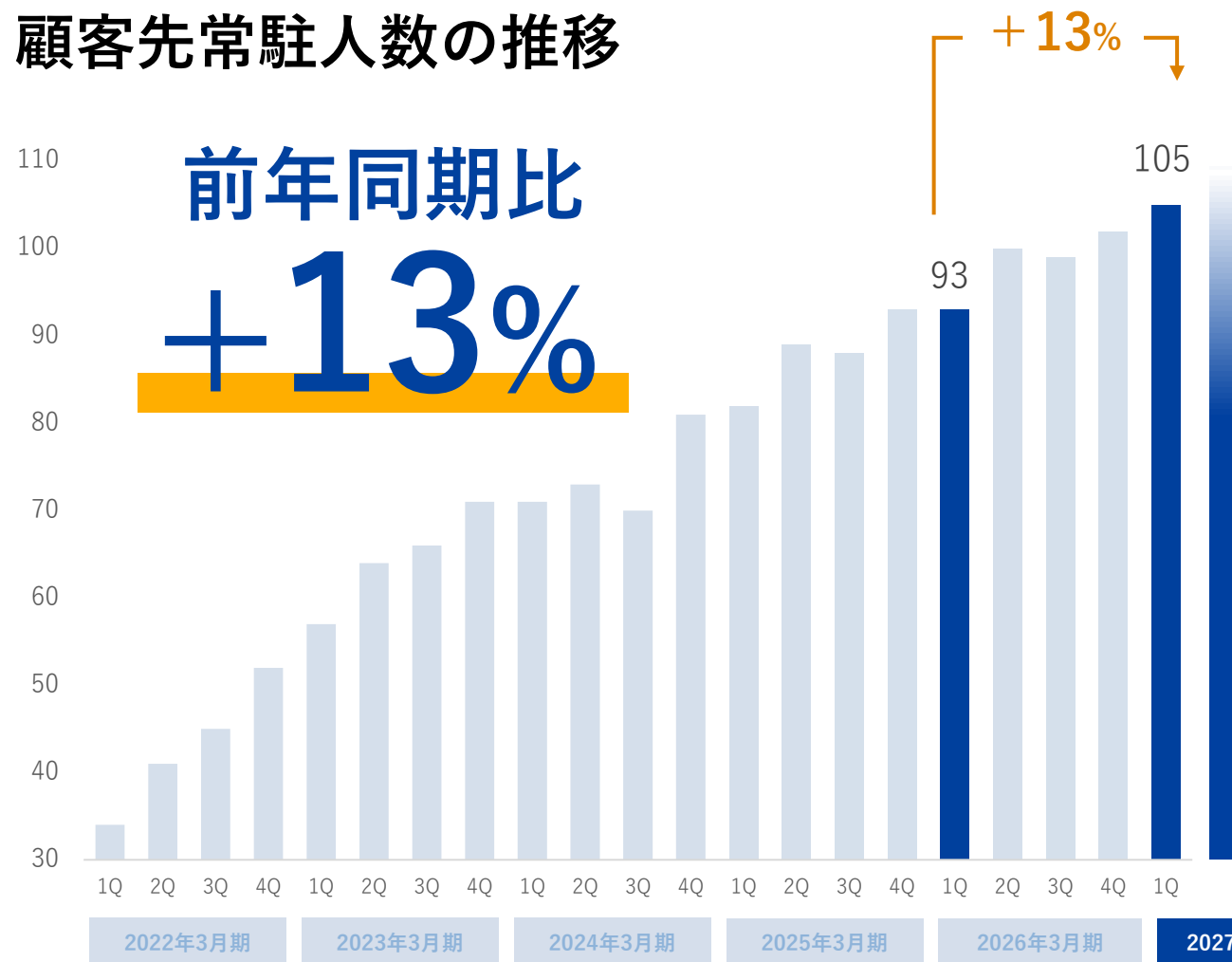
新卒・キャリアの増員分

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



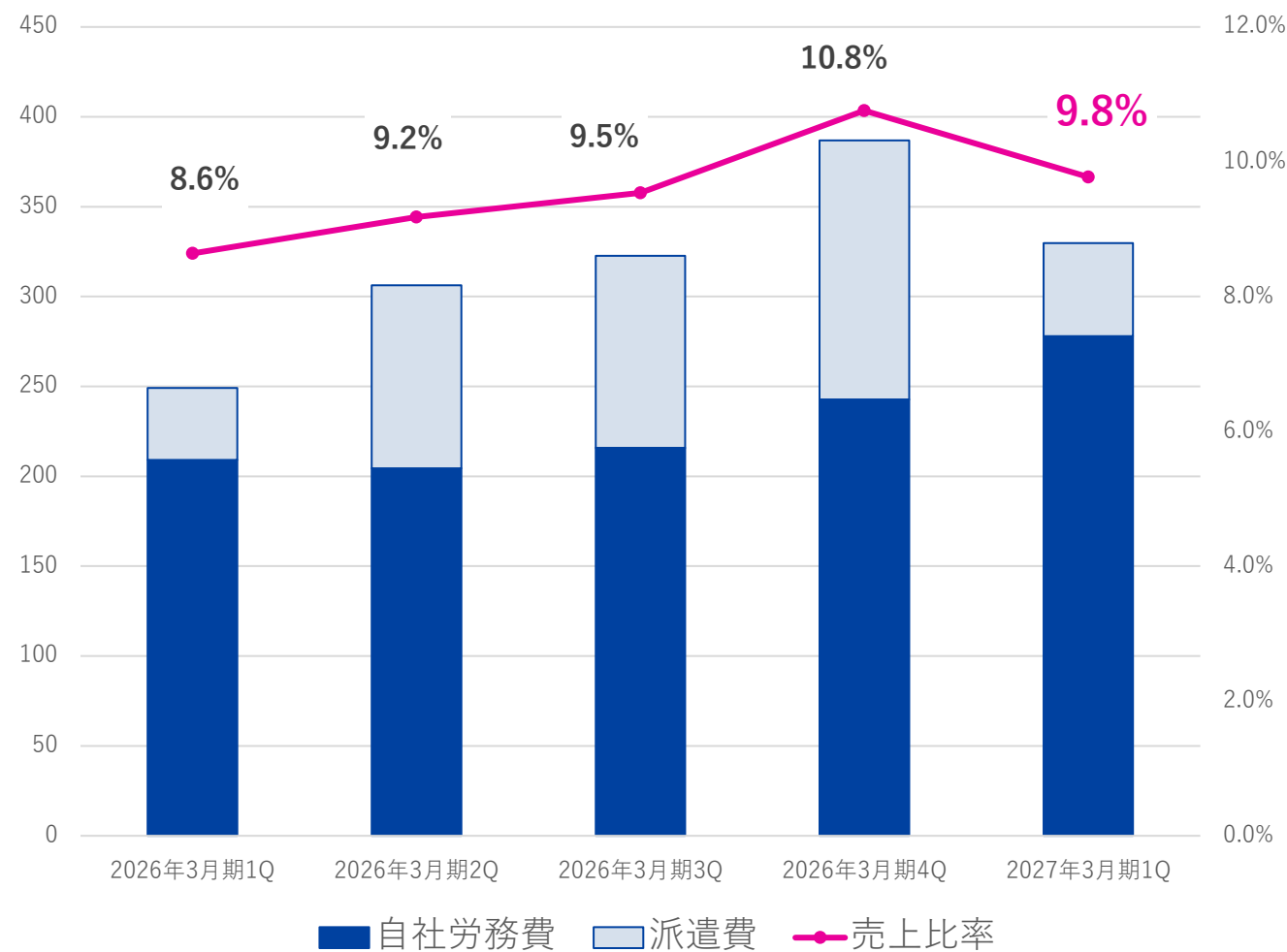
業務量拡大に伴い

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



INDEX

未来イノベーション
COMPANY

TOPICS

PromOSを中心に、CO.HUB・360° フルサービスの拡販を目指し、 JAPANドラッグストアショー2026へ出展



共同配送のスーパーマーケット業界への拡販を目指し、展示会に出展 日清食品株式会社の執行役員マーケティング部長と登壇

未来の鍵 小売の未来への鍵を知る、4日間の特別無料イベント

Presented by  一般社団法人
全国スーパーマーケット協会

講演抜粋

空中戦から地上戦へつなぐ、
日清食品の
マーケティング戦略

日清食品株式会社
執行役員 マーケティング部長
白澤 勉

MIC株式会社
代表取締役社長
河合克也

無料特別イベント 後日無料アーカイブ配信あり

リアルDay : 8/25 大崎ブライトコアホール
オンラインDays : 9/9-11 途中参加OK・入退室自由

参加特典 デジタルギフト最大1,500円分プレゼント
無料特別イベント・詳しくはこちら >>



関西エリア開拓 のスピードを上げるために、ハブとなる大阪に新拠点を新設

OSAKA BASE

家電業界リテール &
大手メーカー開拓

ドラック業界メーカー開拓