2026年11月24日

各　位

会 社 名　株式会社ミラタップ
代表者名　代表取締役社長　山根 太郎
（コード番号：3187　東証グロース）
問合せ先　取締役副社長　津﨑 宏一
（TEL. 06-6359-6721）

2026年９月期 決算説明動画公開及び書き起こし記事掲載に関するお知らせ

当社は、2026年９月期 決算説明動画を公開し、その書き起こし記事が掲載されましたので、以下のとおりお知らせいたします。

記

１．決算説明動画URL
https://api01-platform.stream.co.jp/apiservice/plt3/NjcxNQ%3d%3d%23NDMz%23500%232d0%230%233FE6A059E400%23MDoyOjc6YTpmOzEwOzEwOzEw%23

２．決算説明動画の書き起こし記事掲載先
https://finance.logmi.jp/articles/386457
※ログミーファイナンスの記事配信ページにリンクいたします

３．決算説明動画資料
本資料に添付いたします

以　上

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

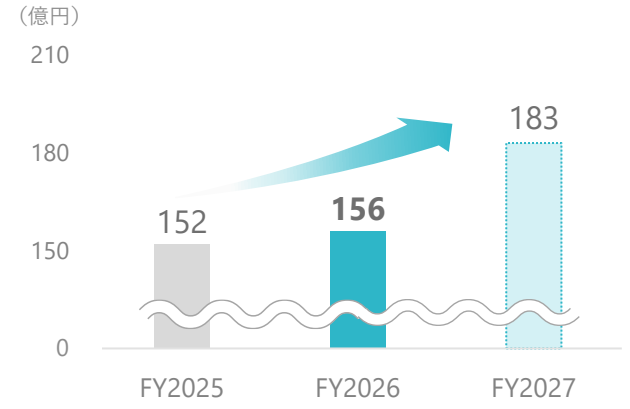
- 本資料の財務諸表（損益計算書・貸借対照表）はすべて単体数値に基づき作成しております。
- 過年度の実績につきましても、比較可能性を確保する目的で単体数値に組み替えて表示しております。

©2026 miratap inc.

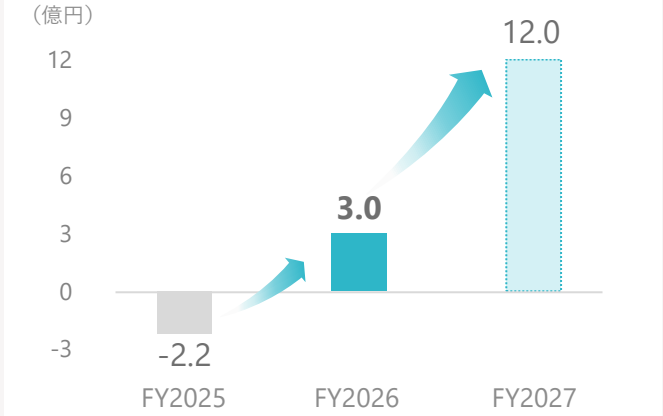
エグゼクティブサマリー

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。

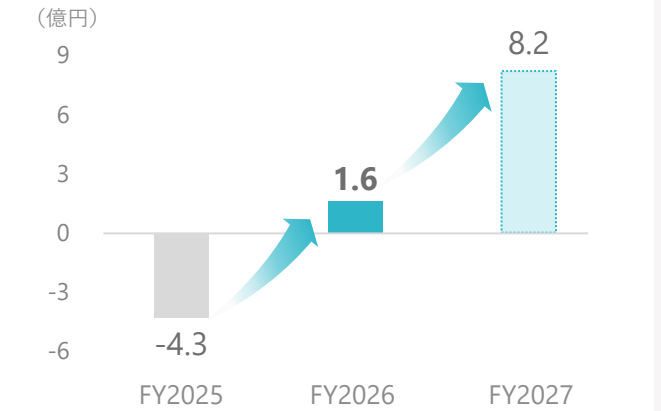
売上高



営業利益



当期純利益



©2026 miratap inc.

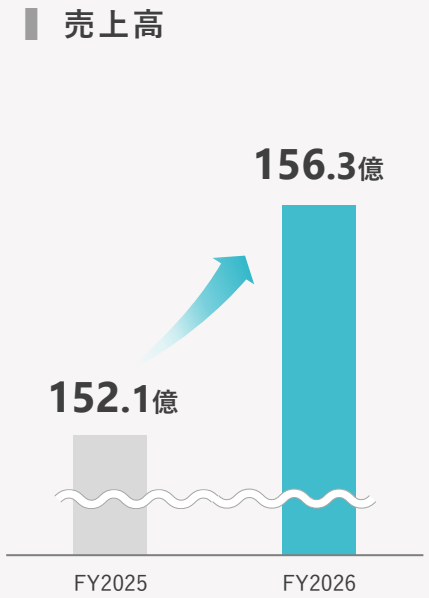
業績ハイライト

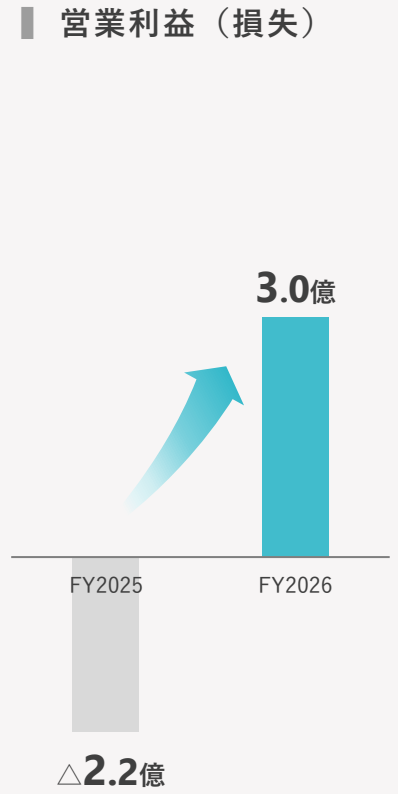
単体ベースの売上高は過去最高を更新し黒字転換を達成。需要動向の影響等により通期計画は未達。

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



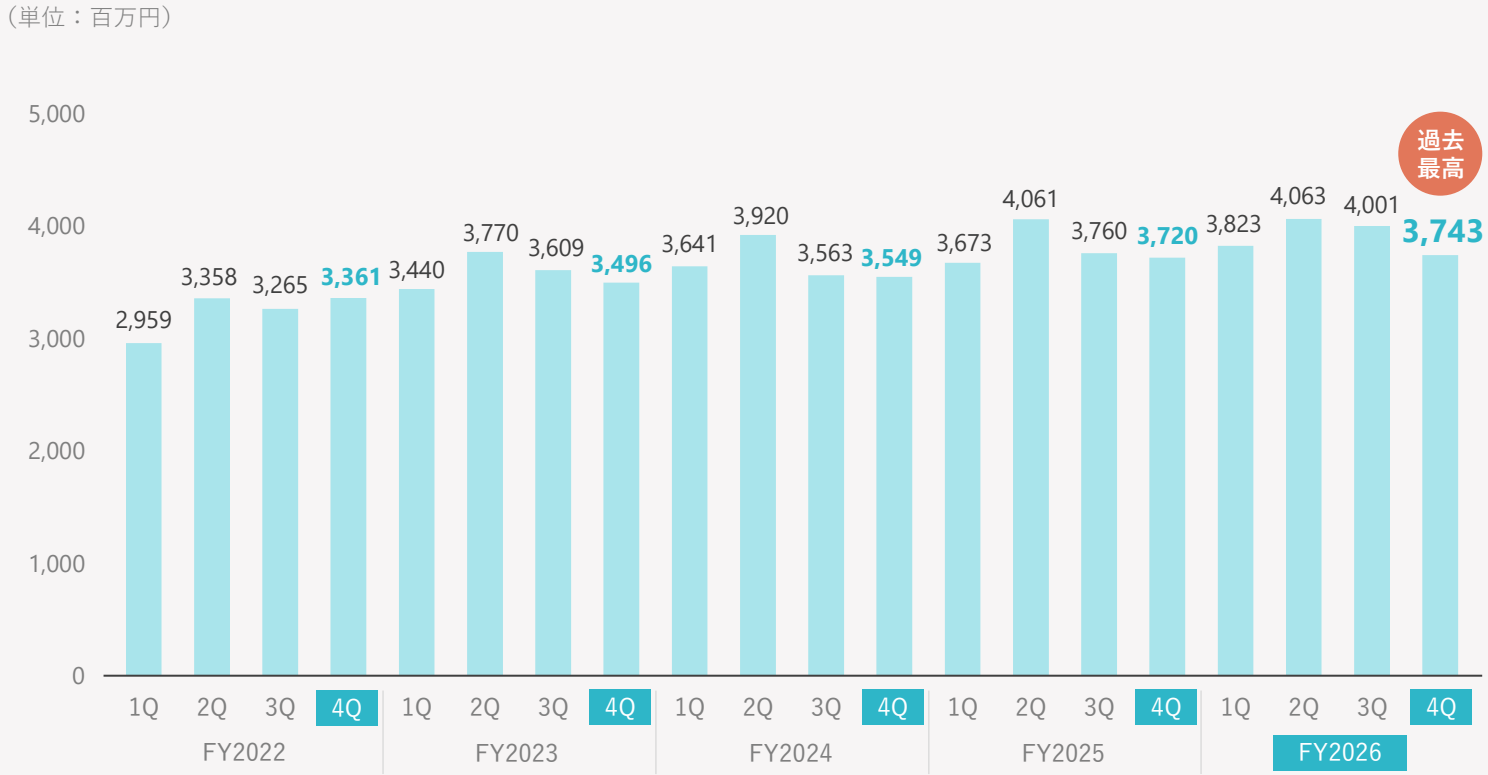


©2026 miratap inc.

四半期売上高の推移

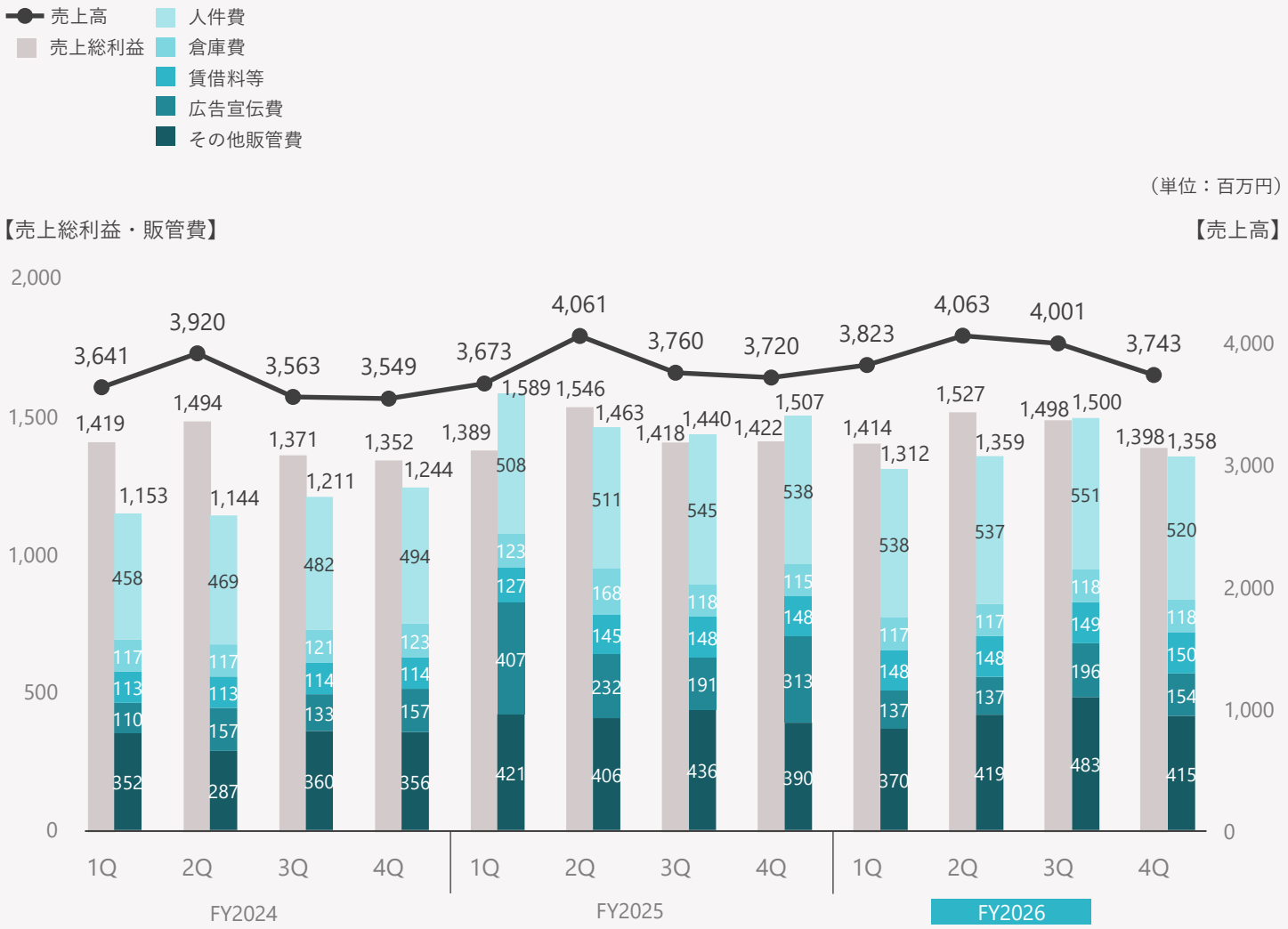
４Ｑとして過去最高の売上高を達成

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

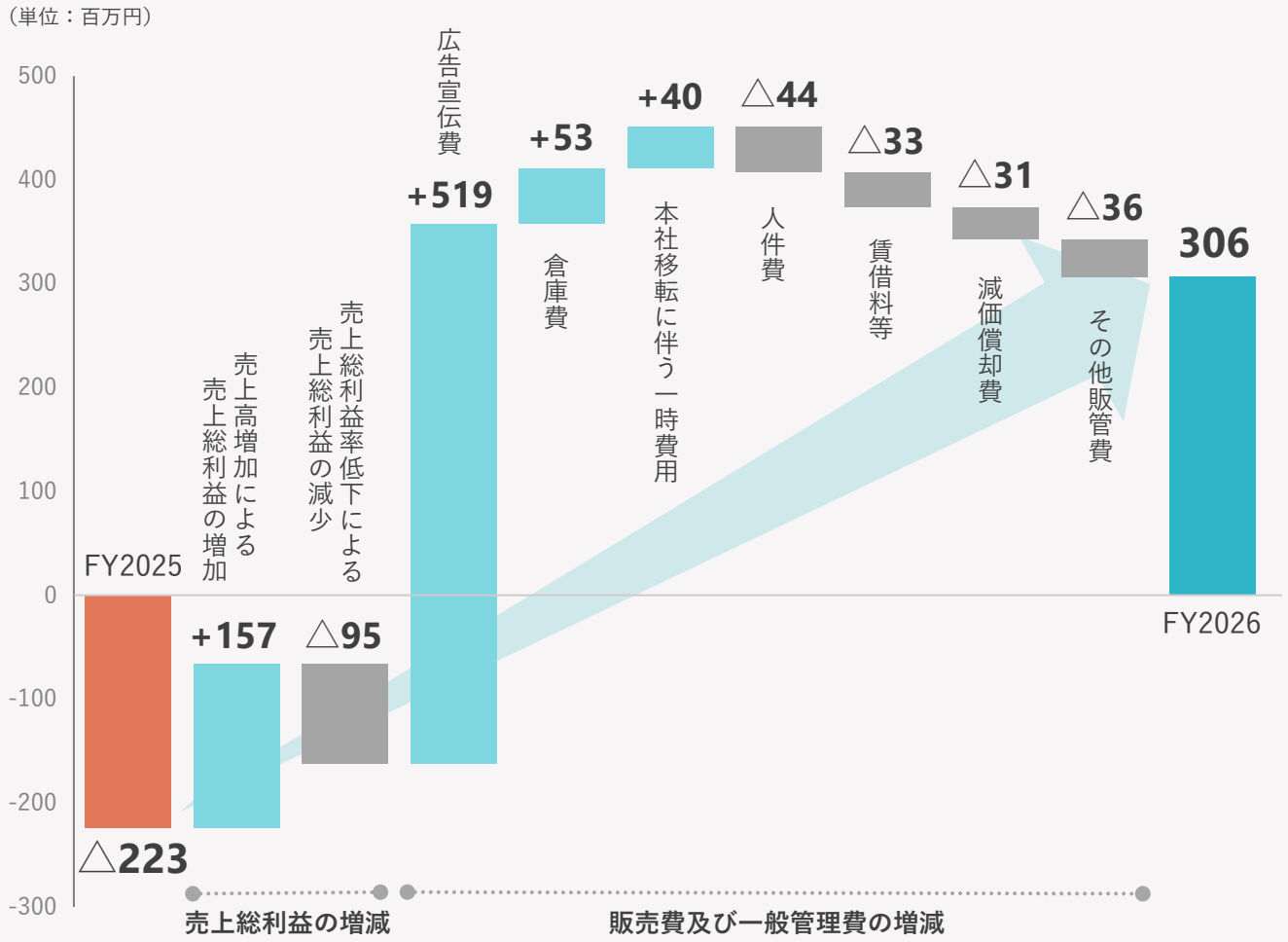


成長投資を継続しつつ、利益回復を実現

- 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

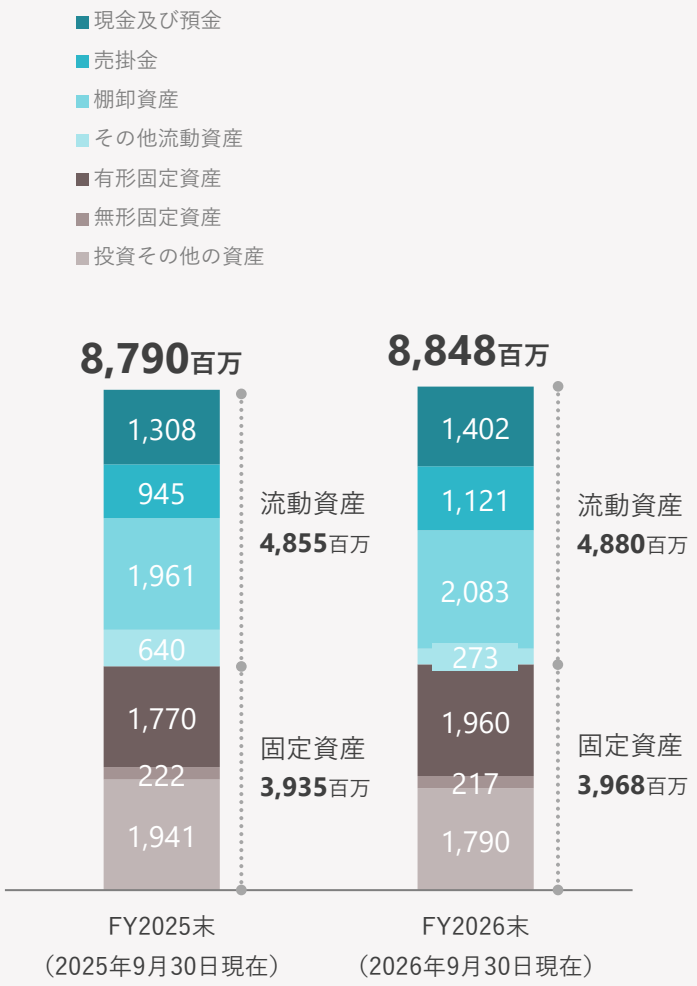
営業利益の減少要因

- 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

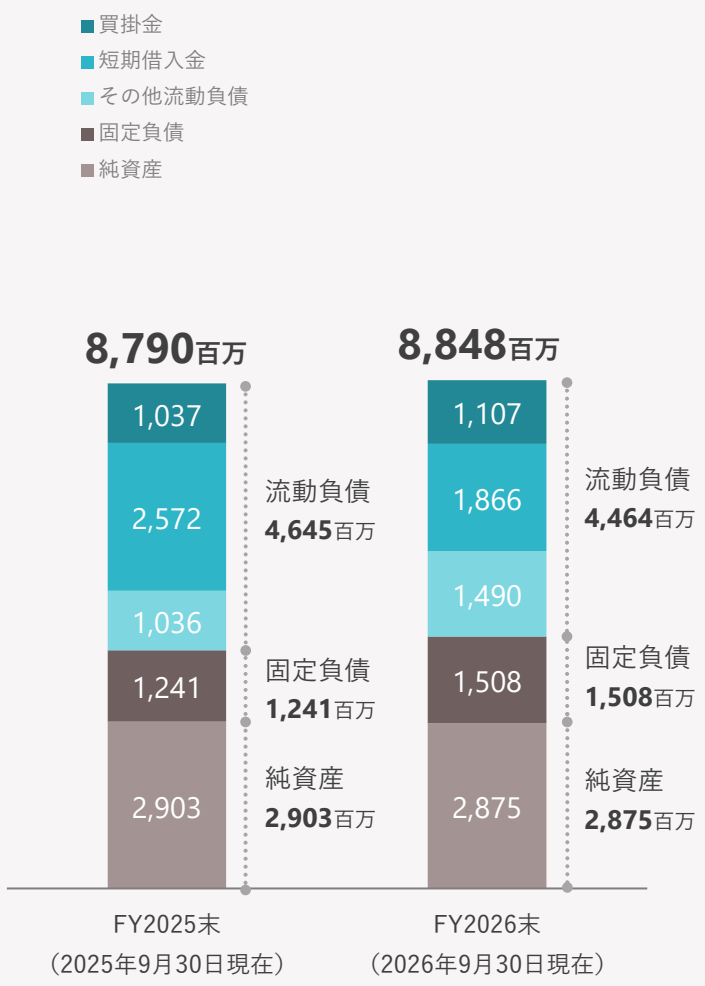
©2026 miratap inc.

貸借対照表

資産



負債・純資産

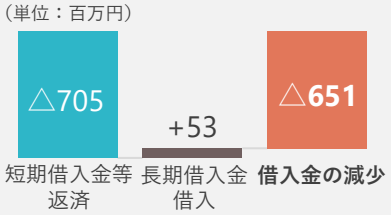


資産

- 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

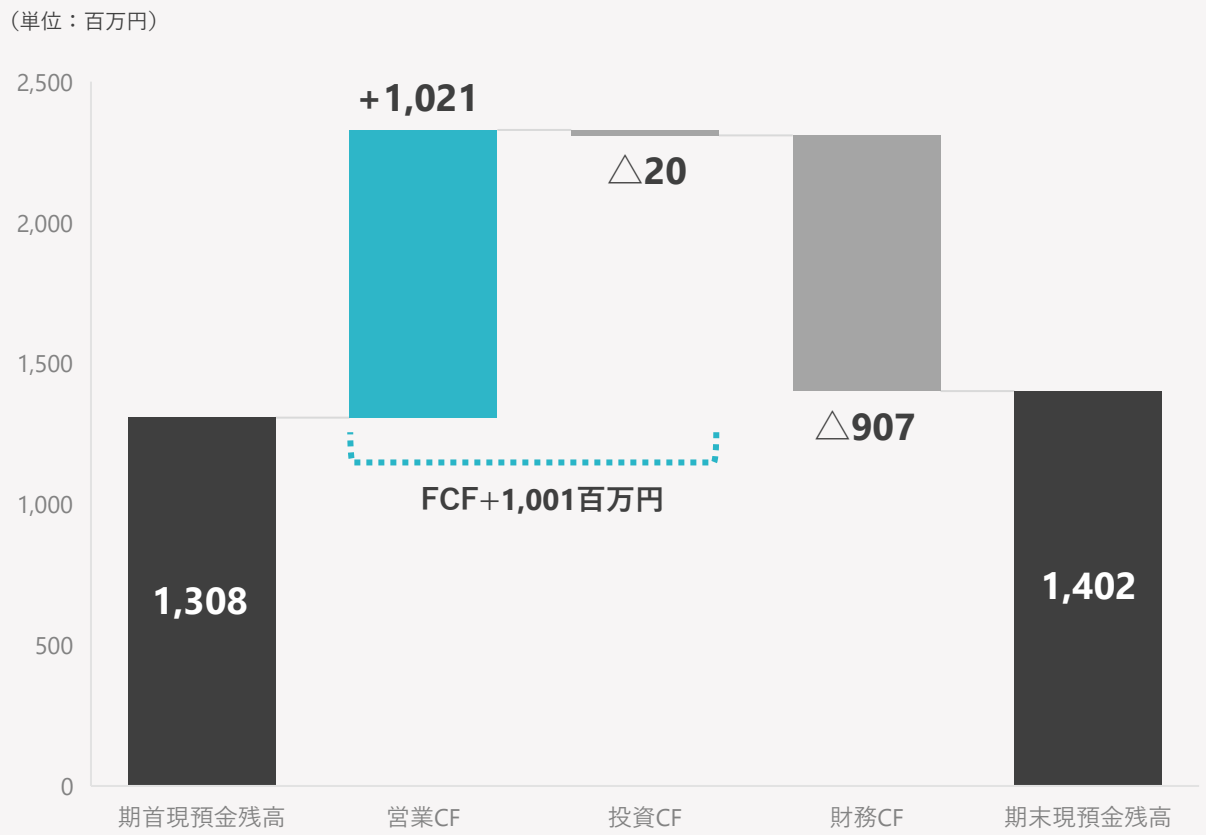


借入金減少により財務体質が改善

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。

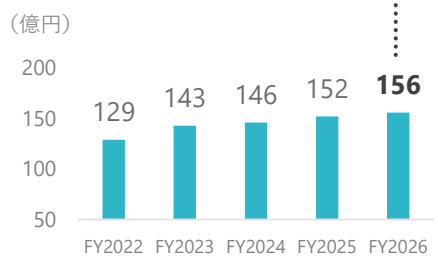
- 当期純利益の黒字転換及び税金の還付等が寄与し、営業CFは+1,021百万円となった。
- 貸付金の回収による収入等があった一方、新商品の金型やシステム改修等への積極的な投資を行った結果、投資CFは△20百万円となった。
- 借入金の返済及び配当金の支払い等により、財務CFは△907百万円となった。

©2026 miratap inc.

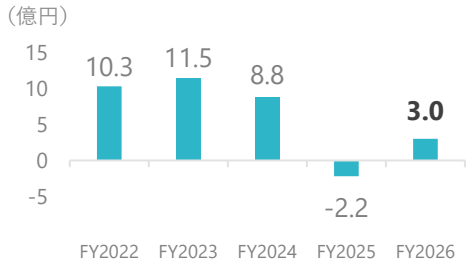
財務指標の推移

過去最高を達成

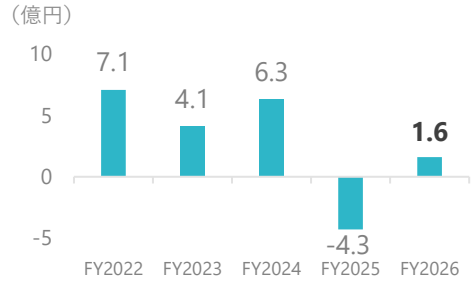
売上高



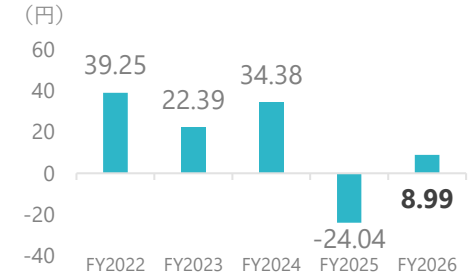
営業利益



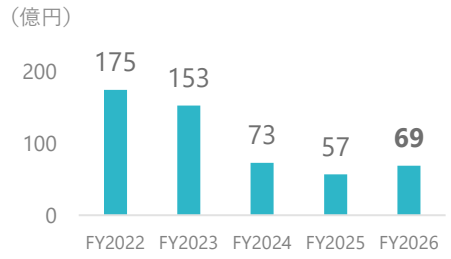
当期純利益



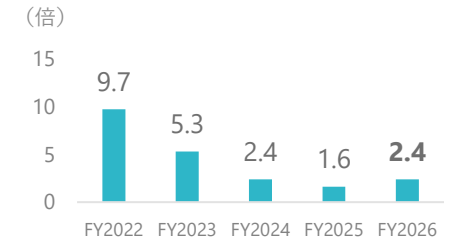
EPS



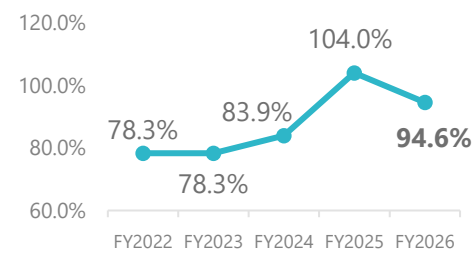
時価総額



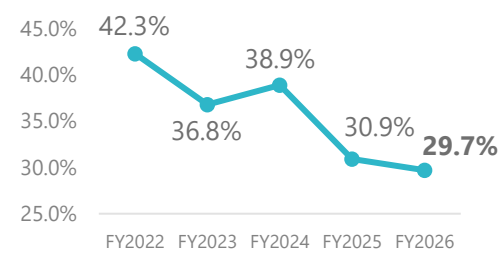
PBR



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

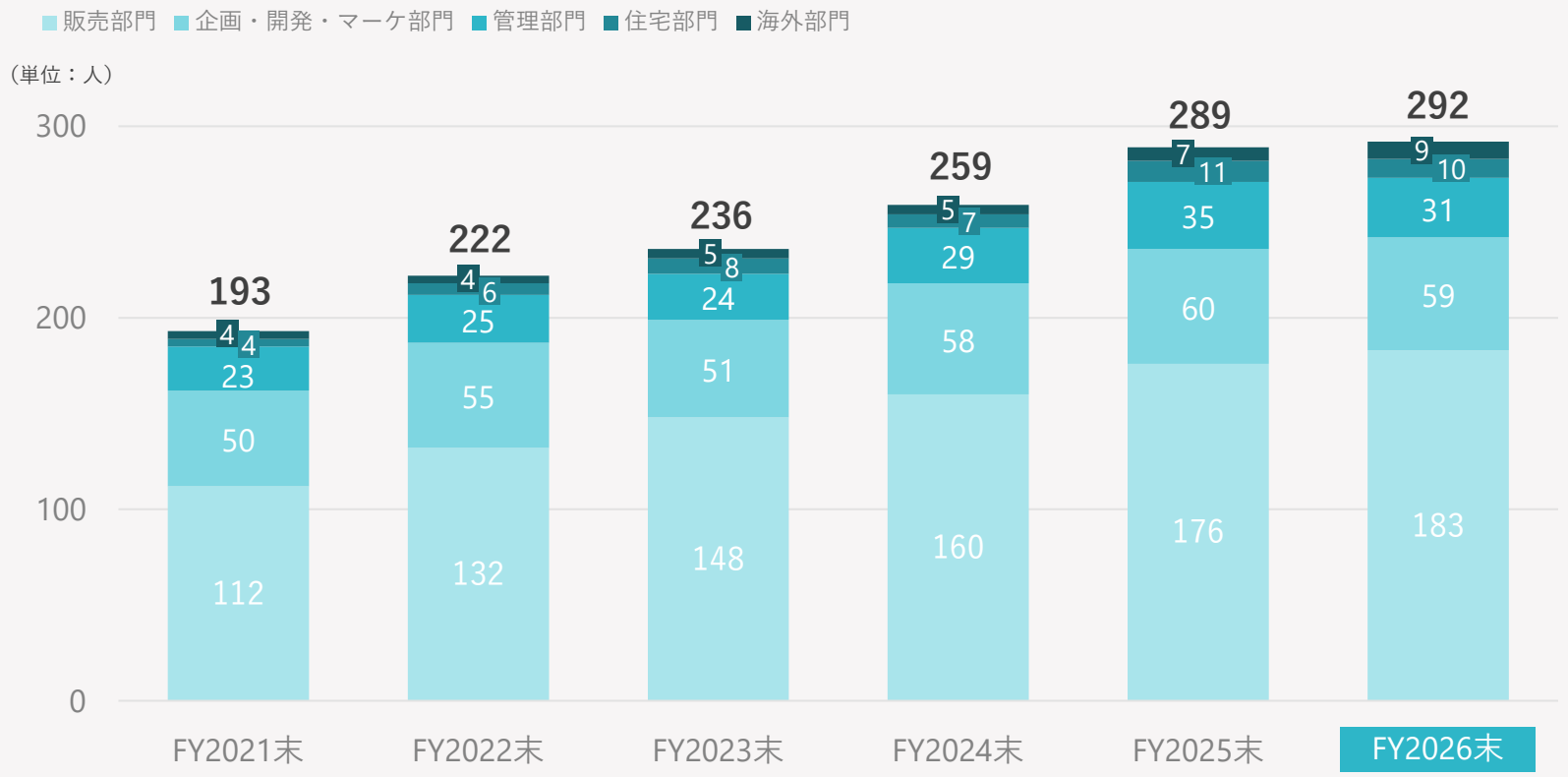


©2026 miratap inc.

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

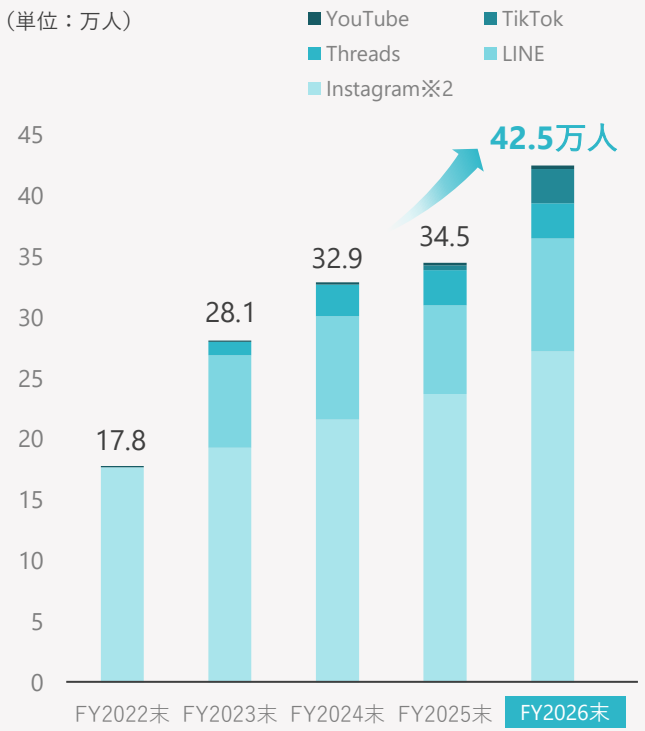
（ほか、契約社員47人、派遣社員12人）

前期末からの増減 +3人 +1.04%

©2026 miratap inc.

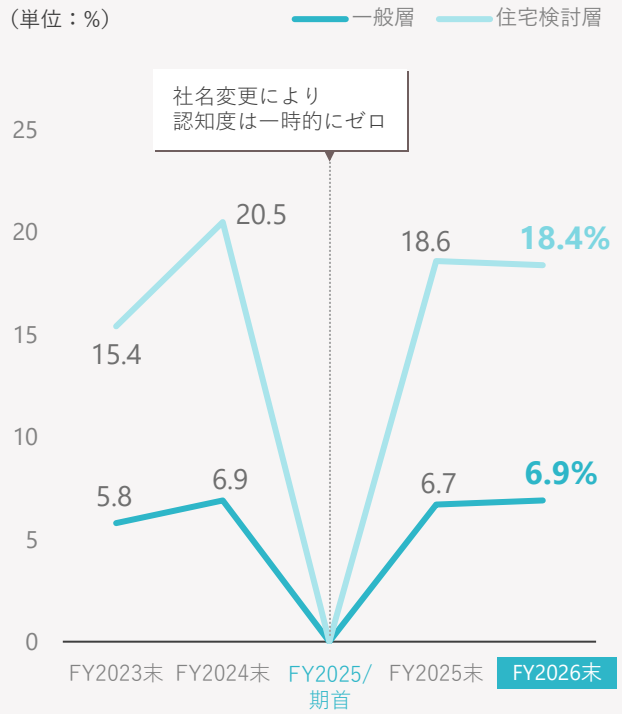
主要KPIの推移

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

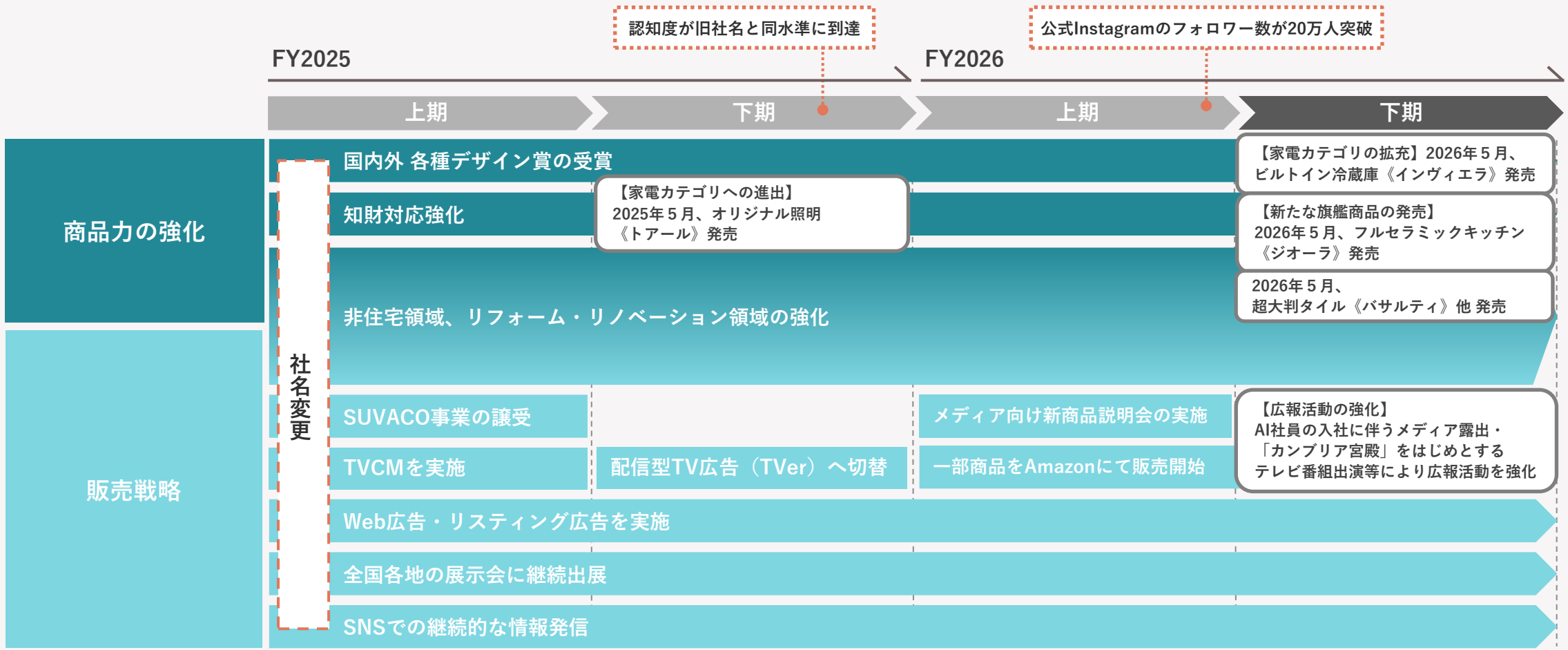
認知度の推移

- 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

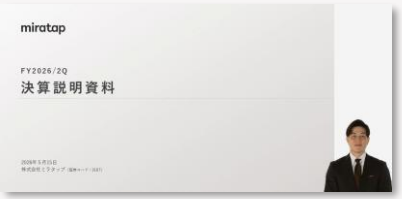
AI社員「美楽 ニーナ（みら にーな）」が入社し、「ウェルビーみのお HDC BOX」展示スペースにて接客業務を開始。



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.

各種デザイン賞で６商品が入賞

国内外の主要デザイン賞において複数の商品が入賞いたしました。
これらの受賞は、当社のデザインコンセプトである「ミニマリズム」の美しさが高く評価された結果です。
今後も「ミニマリズム」を核とした商品開発を推進し、世界中の人々のくらしに新しい価値を提供してまいります。

GOOD DESIGN　DESIGN AWARD 2026



庇《マスカライーブス》



洗面ボウル《ディプト》

DESIGN AWARD 2026



システムキッチン《グラッド45》

GOOD DESIGN



ペンダント照明
《トアール》



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》

©2026 miratap inc.

事業領域を広げる主力商品を新発売

2026年５月、事業領域を広げる主力商品として初のオリジナル家電《インヴィエラ ビルトイン冷蔵庫》とフルセラミックキッチン《ジオーラ》を新発売いたしました。発売に先立ち商品情報を先行リリースして以来、お客様からは想定を上回る大きな反響をいただいております。

新発売の２商品により、素材とデザインが一貫した「ノイズレス」な空間全体のトータルコーディネートを実現いたします。
今後も上質な空間づくりに向けた商品開発を進めてまいります。

初のオリジナル家電
《インヴィエラ ビルトイン冷蔵庫》

“見えない家電の新時代へ”をコンセプトに誕生した、当社初のオリジナル家電。空間との調和を追求したフラットデザインを採用。



特設サイトはこちら

フルセラミックキッチン
《ジオーラ》

ワークトップだけでなく、扉や側面までセラミック素材で仕上げたフルセラミックキッチン。重厚感のある素材美を活かし、キッチン空間全体に統一感と高級感を演出。



特設サイトはこちら

©2026 miratap inc.

海外事業の取り組み

2025年11月にフィリピンのマニラ首都圏の中心部で、2026年７月には香港の観塘（クントン）地区で、それぞれ初となるショールームを開設いたしました。
フィリピンでは約50点、香港では約200点の商品を展示しております。いずれも、現地のお客様に当社の商品を実際にご覧いただき、ブランドを体感していただける場となっております。

今後も海外各国でのブランド認知の拡大を図り、海外事業のさらなる成長につなげてまいります。

フィリピンショールーム

香港ショールーム

オープニングセレモニーの様子





ショールーム内観





©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


建具《クアドロスリム》


収納《ピッタラ TVボード》


ミラーボックス《スミス》



放送記念特集ページ

番組サイト

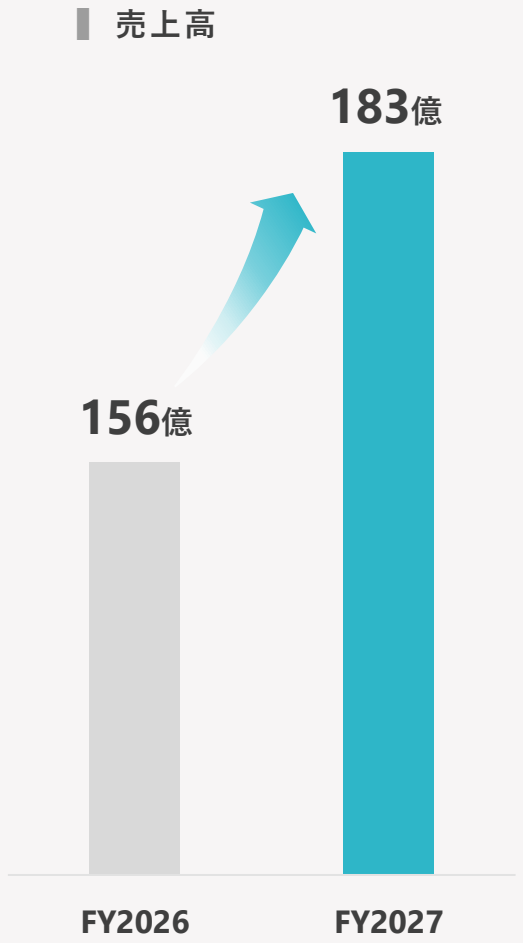
©2026 miratap inc.

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%

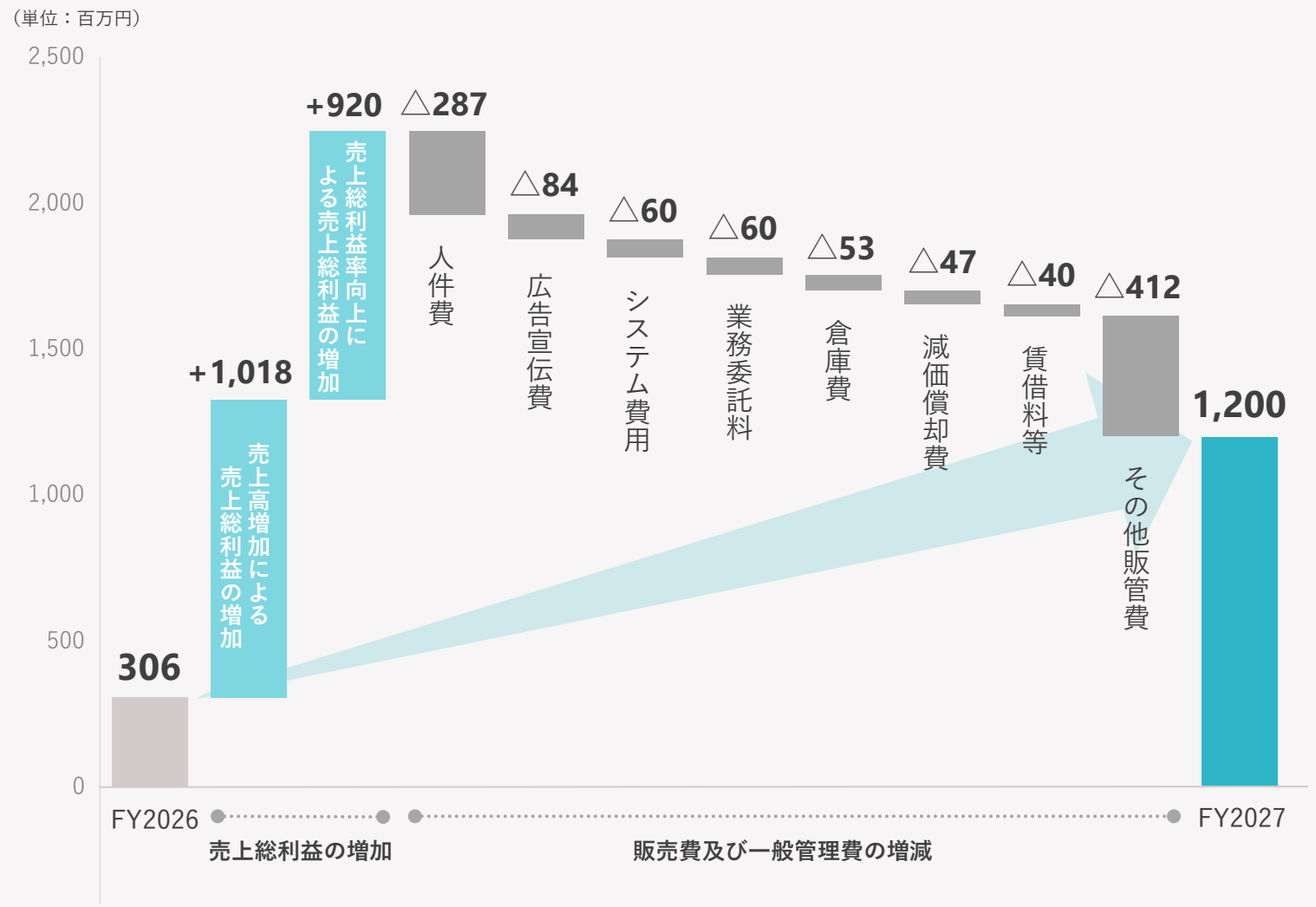


©2026 miratap inc.

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。

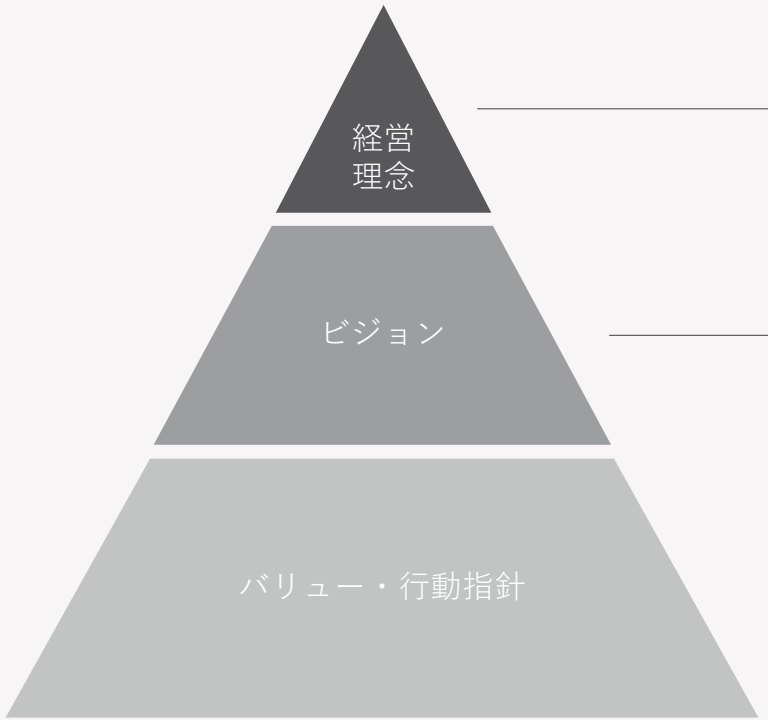
©2026 miratap inc.

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.

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。

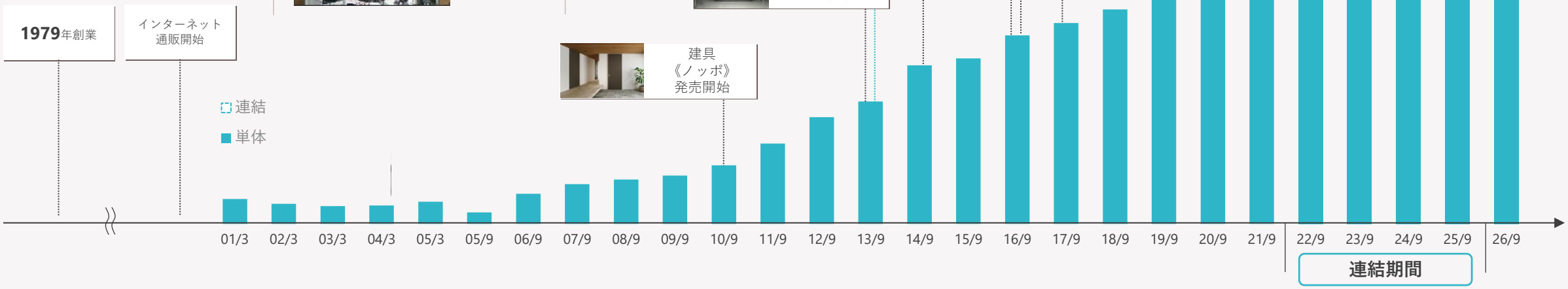


2024

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

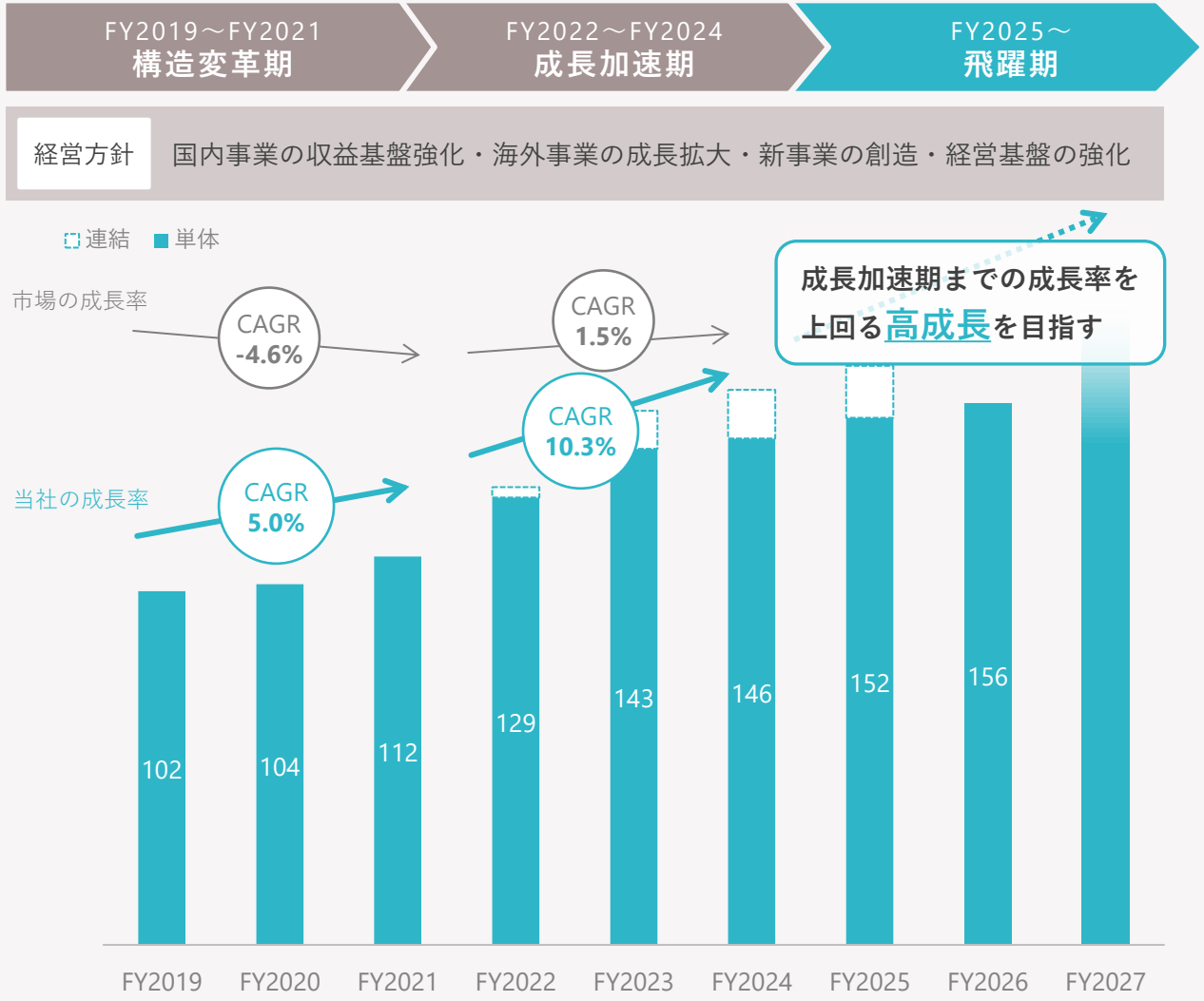
高い成長率

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。

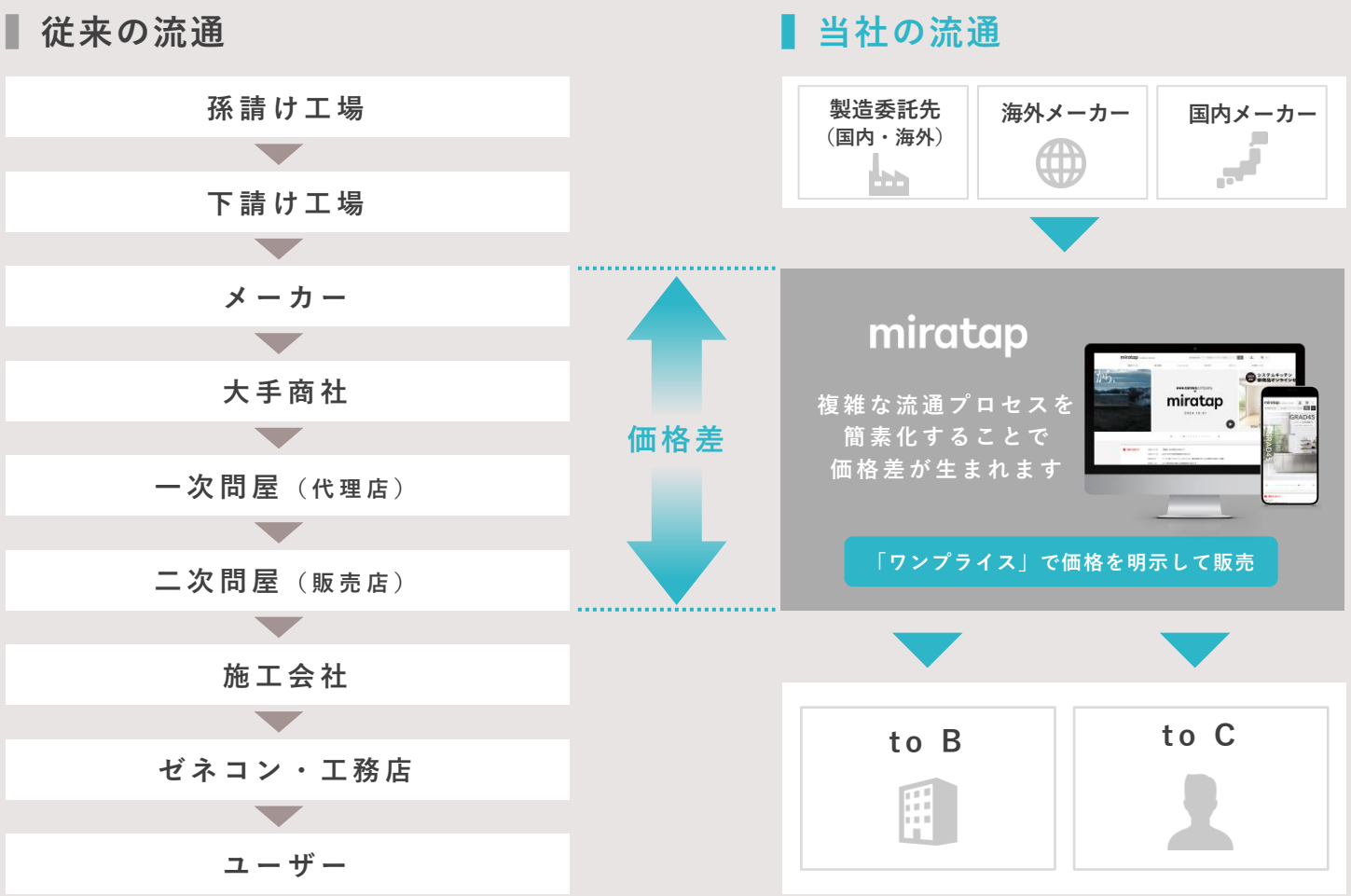
※ 市場の成長率は、国土交通省「建築着工統計調査」より、当社事業と関連性の高い住宅、事務所、店舗の工事費予定額を当社にて集計



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。



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.

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.