



現場を支えるネットストア
モノタロウ

株式会社**MonotaRO**

■ 東証1部 証券コード3064 ■

会社説明会

2018年3月24日

目次

I. 会社概要

II. 事業紹介

- (1) 事業者向ネット通販事業
- (2) 購買管理システム事業
- (3) 海外事業

III. 業績推移

IV. さらなる成長に向けて

V. 株主還元について

参考資料

I. 会社概要① 事業内容等

- 社名：株式会社**MonotaRO**（モノタロウ）
- 主な事業内容
 - ・インターネット等を利用して、事業者向工場・工事用、自動車整備用等の間接資材の通信販売（商品点数：1,500万点・内、当日出荷対象商品50万点、在庫点数30.2万点）
- 事業拠点
 - ・本社：兵庫県尼崎市
 - ・物流センター：①兵庫県尼崎市
②茨城県笠間市（2017年4月本格稼働）
③北海道札幌市（2017年12月本格稼働）
- 従業員数
 - ・【連結・2017年12月31日現在】正社員 377名、アルバイト・派遣社員 1,262名

	正社員	アルバイト・派遣	計
本社等（内、MonotaRO）	322	(237)	239
物流センター（同）	55	(41)	1,023
計（同）	377	(278)	1,262

- 設立：2000年10月
- 決算月：12月
- 大株主：W. W. Grainger, Inc.（米国間接資材販売最大手）持株比率：50.37%
- 子会社
 - ・NAVIMRO（韓国・ソウル）
 - ・MONOTARO INDONESIA（インドネシア・ジャカルタ）
 - ・ZORO SHANGHAI（中国・上海）

I. 会社概要② 取扱商品カテゴリー

- 安全保護具・作業服・安全靴
- 物流・梱包用品/安全用品・標識
- オフィス・テープ・清掃用品
- 切削工具・研磨材
- 測定・測量用品
- 作業工具/電動・空圧工具
- スプレー・オイル・グリス・塗料/接着・補修/溶接
- 空圧機器/油圧機器/ホース
- ベアリング/機械部品/キャスター
- 電気材料/制御機器/はんだ・静電気対策用品
- 建築金物・建材・塗装内装用品
- 空調・電設/ポンプ/配管・水廻り設備用品
- ねじ・ボルト・釘・ビス/素材
- 自動車・トラック用品
- バイク・自転車用品
- 科学研究・開発用品/クリーンルーム用品
- 廚房機器・キッチン/店舗用品
- 農業資材・園芸用品
- 医療・介護用品



I. 会社概要③ 社名・顧客構成

株式会社MonotaRO(モノタロウ)

■ 社名の由来

① MRO販売

間接資材はMRO(Maintenance/保守、Repair/修繕、Operation/操業)とも言われ、社名にM・R・Oを大文字で配しています。

② モノが足りる

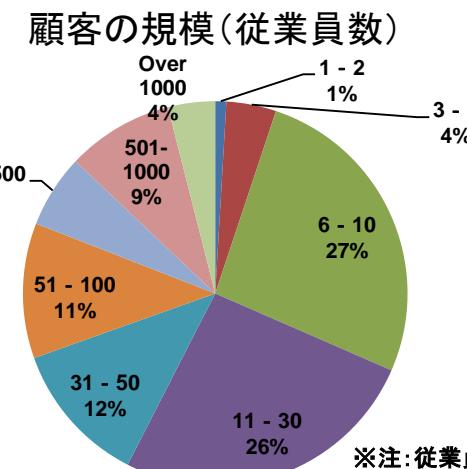
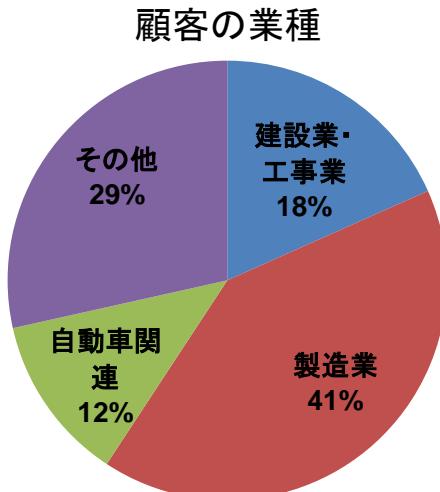
必要なものが何でも揃うサービスを提供します。

③ 流通の鬼退治

間接資材流通における不透明、非効率といった問題を、桃太郎の鬼退治にかけて解決します。

■ 顧客構成(2017年売上高による構成比)(※大企業向/購買管理システム事業の売上を除く)

- ・ 製造業を中心とした中小規模事業者に多くご利用いただいている。



※注:従業員数は登録時の任意申告であるため、上記グラフは一部情報に基づくもの

I. 会社概要④ 購買ソリューション

After(モノタロウ)



Before(既存小売事業者)

インターネット通販

- 規模の経済を活かすインターネットを通じた販売。
- ITやデータベース・マーケティングを活用した効率的プロモーション。

ワンプライス・ポリシー

- 全顧客に同価格で商品を販売。
- 顧客はオープン・公平で適正な価格を信頼できるため、都度の見積請求や価格比較から解放。

幅広い取扱商品点数

- 1,500万点超の幅広い商品を取扱う。
内、50万点は注文当日発送対象商品。
- 注文当日発送対象商品の内、30万2千点は在庫商品。

プライベートブランド/直接輸入商品販売

- 顧客にとって選択肢が拡がるプライベート/輸入商品の販売。

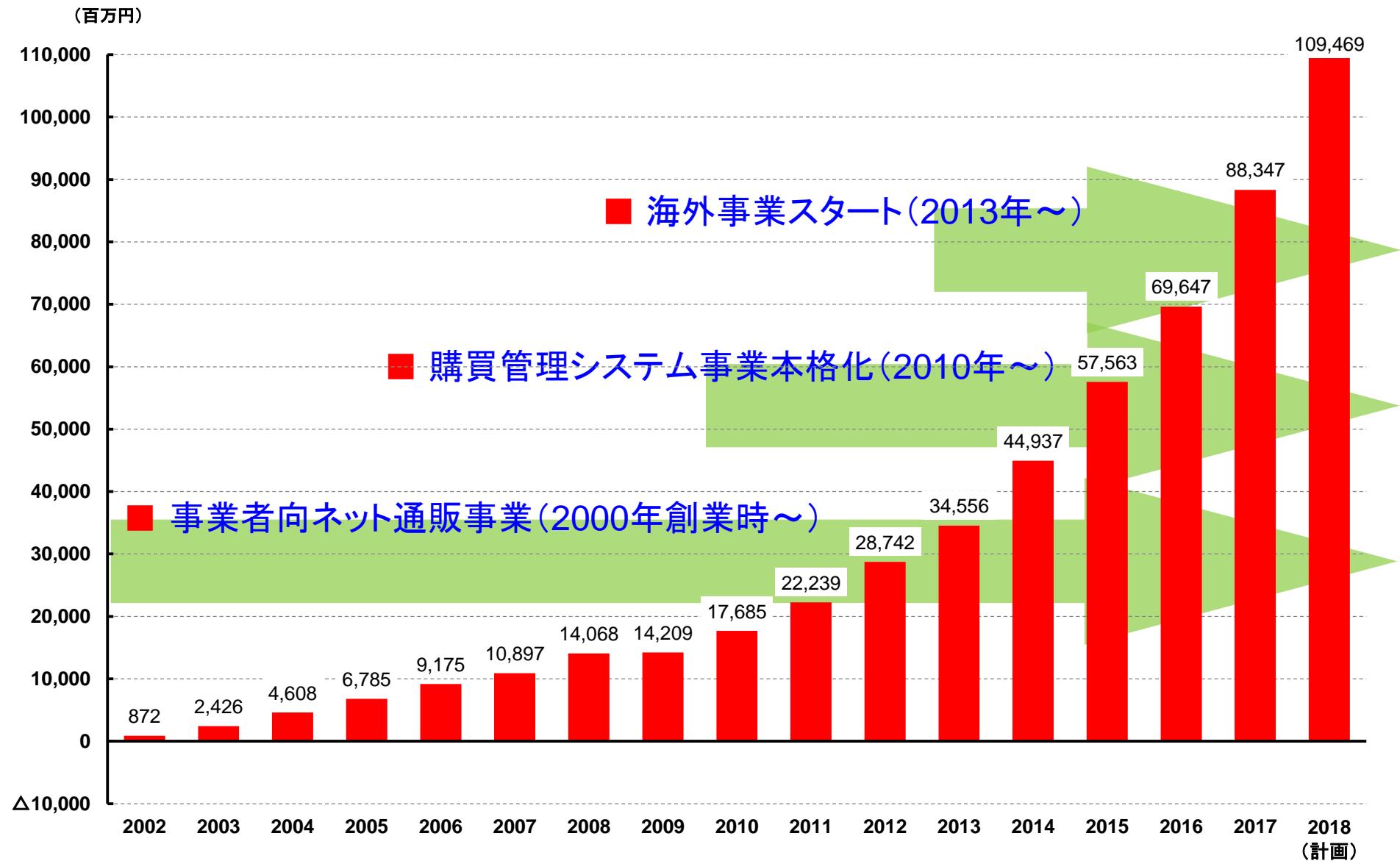
- 労働集約型で小規模

- 顧客別に不透明な価格設定

- 限定的な取扱商品点数

- ナショナルブランドのみ販売

I. 会社概要⑤ 売上推移【連結】



【解説】会社概要⑤ 売上推移【連結】

- 当社は2000年の創業以来、中小事業者顧客を中心に電話、ファックス等を活用した間接資材の通信販売を行ってきました。インターネット速度の向上に伴い、ご利用は当社ホームページを通じたものが主となり、現在は売上の約95%を占めています。
- 2010年に専門チームを発足させ、大企業を中心顧客の購買管理システム事業に本格的に取組み始めました。2017年度は当事業の売上が単体売上の約10%に達しています。
- 2013年以降、韓国子会社NAVIMROの事業や親会社Grainger社へのネット販売ノウハウを提供する海外コンサルティング事業をスタートさせています。
- 国内中小事業者から大企業、そして海外ビジネスを展開させ、2018年度は連結売上1,094億円を計画しています。

II. 事業紹介① 事業者向ネット通販事業(1)

■ 累計登録口座数、新規獲得口座数

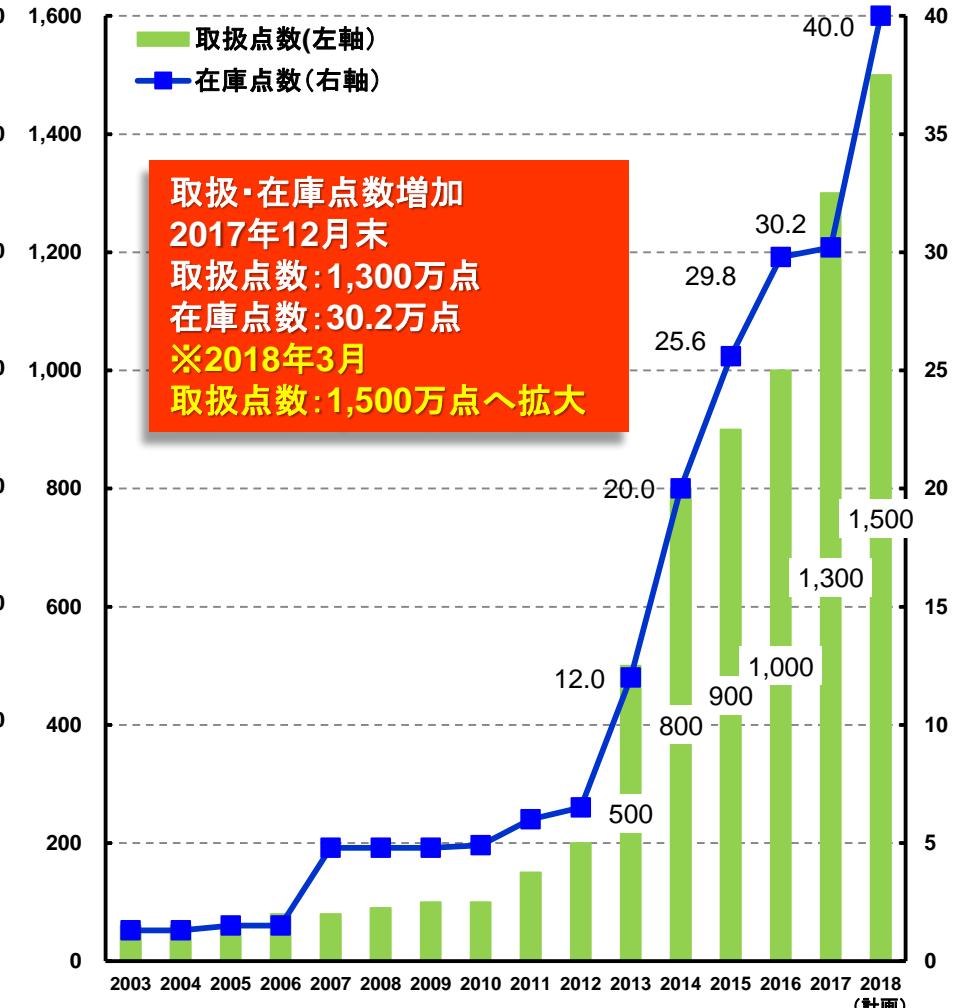
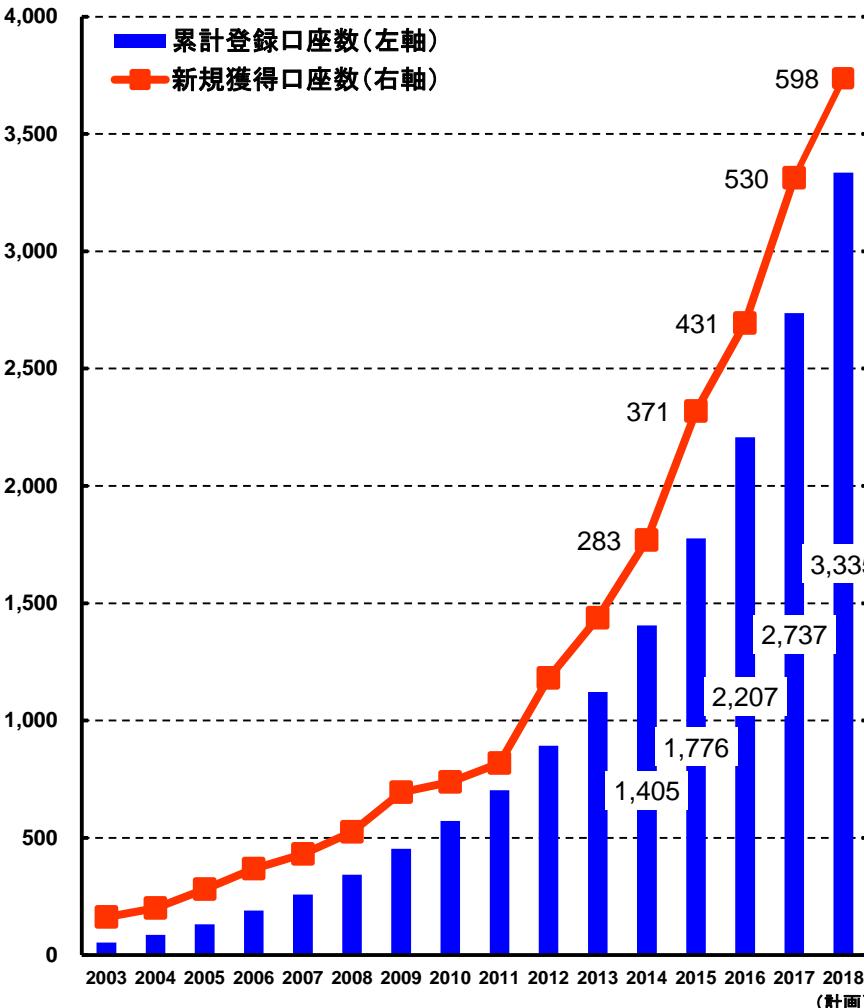
累計登録口座数
単位:千口座

新規獲得口座数
単位:千口座

■ 取扱・在庫点数

取扱点数
単位:万点

在庫点数
単位:万点



【解説】事業紹介① 事業者向ネット通販事業（1）

- 事業者にとって様々な種類の商品を少量ずつ購入する必要がある間接資材購買は、大変な手間(人件費)がかかります。
- 当社は、
 - ・ 高い検索機能と50万点の当日出荷対象商品(内、当社在庫商品は約30万点)で、
 - お探しの商品を短時間で見つけることが可能です。
 - 平日午後3時までに対象商品をご注文の場合、原則、翌日お受取りが可能です。
 - 検索開始からお受取りまでのリードタイムを短縮し利便性向上に貢献します。
 - ・ 1,500万点超の膨大な品揃えで、
 - 地域ごとの需要では小さすぎて取扱いにくい商品も含め「何でも揃います」。
 - プライベートブランド・輸入商品など規模を活かした仕入で価格メリットを提供します。
 - ・ 登録口座数が273万口座を突破
 - 様々な業種、規模の顧客を対象に市場シェアを拡大中です。
 - ・ 顧客ごとの需要を的確に掴むデータベースマーケティングを展開
 - 膨大な顧客情報、注文データを精緻に分析しています。
- 取扱点数と登録顧客数が相乗的に拡大し、それにより販売サイトラフィックのデータ集積・拡大が顧客利便性を向上させ、当社売上拡大に繋がります。

II. 事業紹介① 事業者向ネット通販事業(2)

■ 事業者向ネット通販事業成長サイクル

- ・インターネット検索
キーワード数拡大

取扱商品
点数拡大

- ・周辺商品の取扱拡大

顧客数
拡大

スケール ↑ = 利便性 ↑

売上成長

- ・高頻度注文商品数拡大

在庫点数
拡大

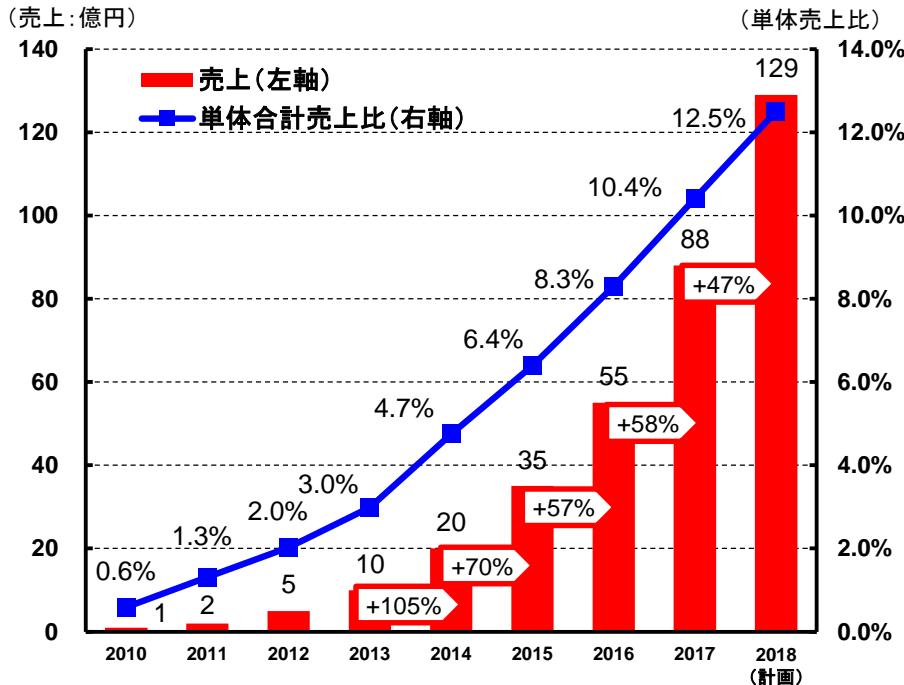
- ・在庫商品点数拡大による
リードタイム短縮
- ・PB商品の投入による
利益率の改善

【解説】事業紹介① 事業者向ネット通販事業（2）

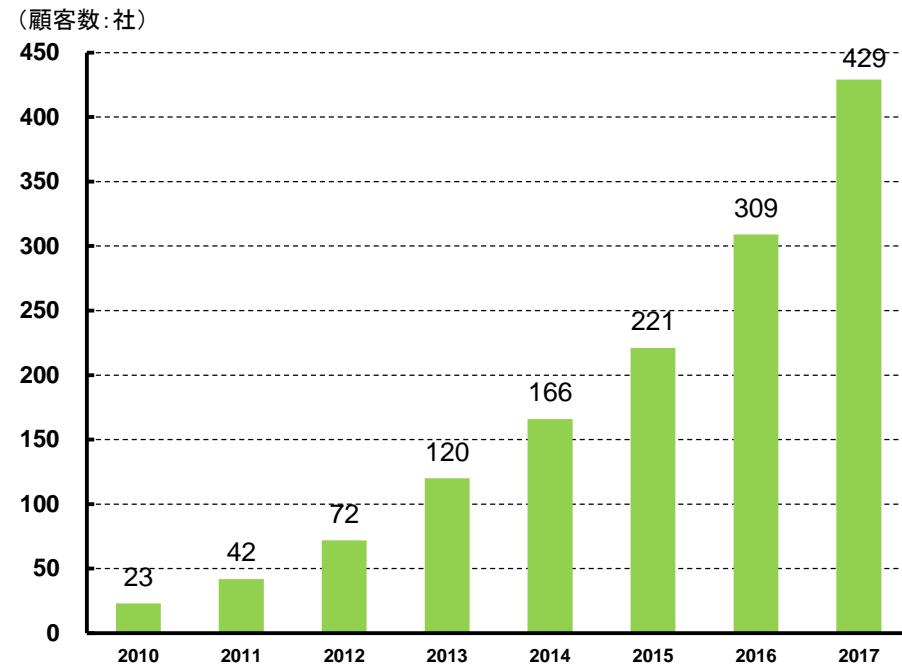
- 取扱商品点数の拡大に伴いインターネット検索キーワード数が拡大します。80%～90%の新規顧客はインターネット検索エンジン経由で当社サイトを訪問しており、検索キーワードの拡大は顧客数拡大に繋がります。
- 当社は継続して販売を見込むことができる商品を在庫化します。顧客数の拡大に伴い商品の販売頻度が向上してくるため、顧客数の拡大は当社の在庫商品点数の拡大に繋がります。
- 午後3時までにご注文頂いた商品が在庫品である場合、原則、注文当日に出荷し翌日に顧客へお届けします。お届けに要する時間/リードタイムが短くなると、顧客側の利便性が向上し、結果、その商品の売上が伸びます。在庫点数拡大は当社の売上成長に繋がります。また、売上が伸びる商品の中で可能なものについてはプライベート・ブランド/PB商品を開発して投入し利益率を改善します。
- 売上の成長に伴い周辺商品の取扱点数拡大に繋がります。
- 当社は取扱商品・在庫商品点数を拡大/スケールすることにより顧客利便性を向上させ、当社の売上成長へ繋げています。この成長サイクルの加速を常に図っています。

II. 事業紹介② 購買管理システム事業(1)

■ 購買管理システム事業売上・単体売上比



■ 大企業連携数




1,500万点
商品データ

連携

大企業が利用する
購買管理システム

人件費を含め
顧客側購買プロセス効率化

■ 購買管理システムとして当社独自の
One Source・One Source Liteも提供。

	2016年度	2017年度	
連携企業	309社	429社	+120社
One Source	9社	12社	+3社
One Source Lite	—	63社	—
売上 (単体売上割合)	55億円 (8.3%)	88億円 (10.4%)	+58%

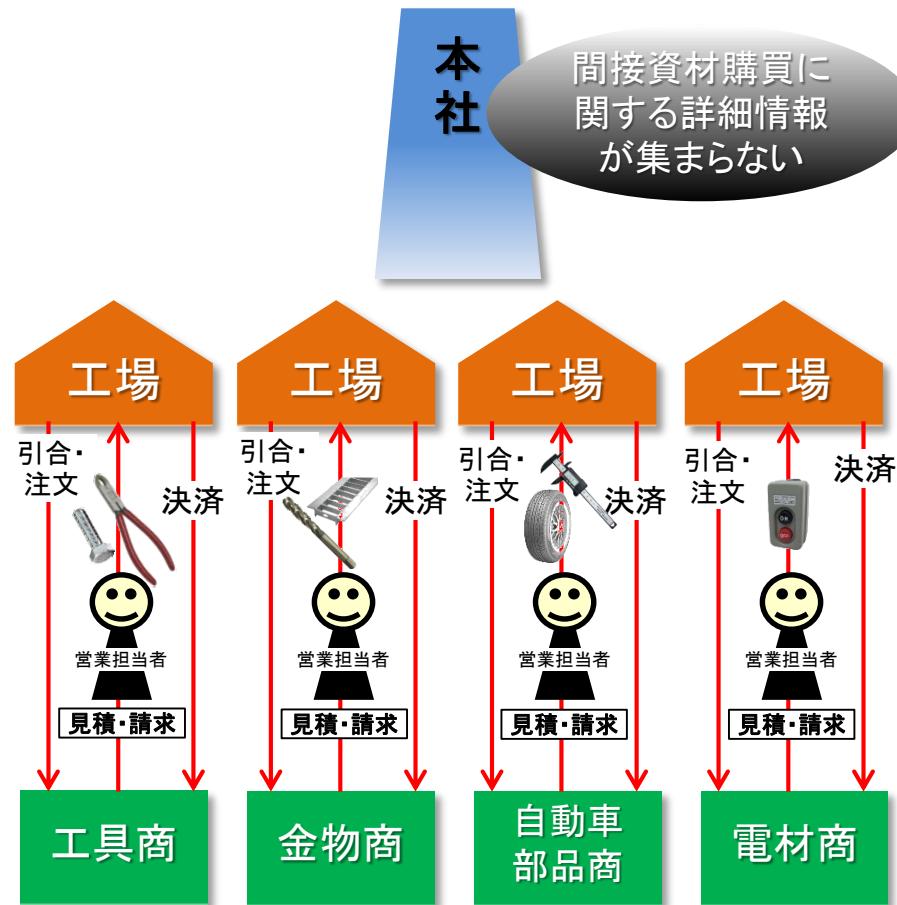
【解説】事業紹介② 購買管理システム事業（1）

- 従来、購入商品の範囲が広く、商品ごとの購入頻度が低い間接資材は、購買管理に必要な商品データベースを装備・メンテナンスすることができずシステム上の購買管理が困難でした。
- 各社が利用する購買管理システムと当社の1,500万点を超える商品データベースを連携することで件数が膨大で細々とした購買がデータ化され管理が可能になります。
- こうした利便性が着目され、
 - ・連携社数は2017年12月期末に120社増の累計429社となり、売上は88億円に達し、単体売上に占める比率も10%を超えました。
 - ・2018年度は売上129億円（前期比+47%）を計画し、単体売上に占める比率も拡大（12.5%）します。
 - ・当社の商品データベースを活用し利便性を向上させた当社独自の購買管理システム「モノタロウOne Source（ワン・ソース）」の導入拡大も進めています。
 - ・システムをシンプルにし導入のハードルを下げて2017年3月にリリースした「モノタロウOne Source Lite（ワン・ソース・ライト）」の導入企業も増加しています。

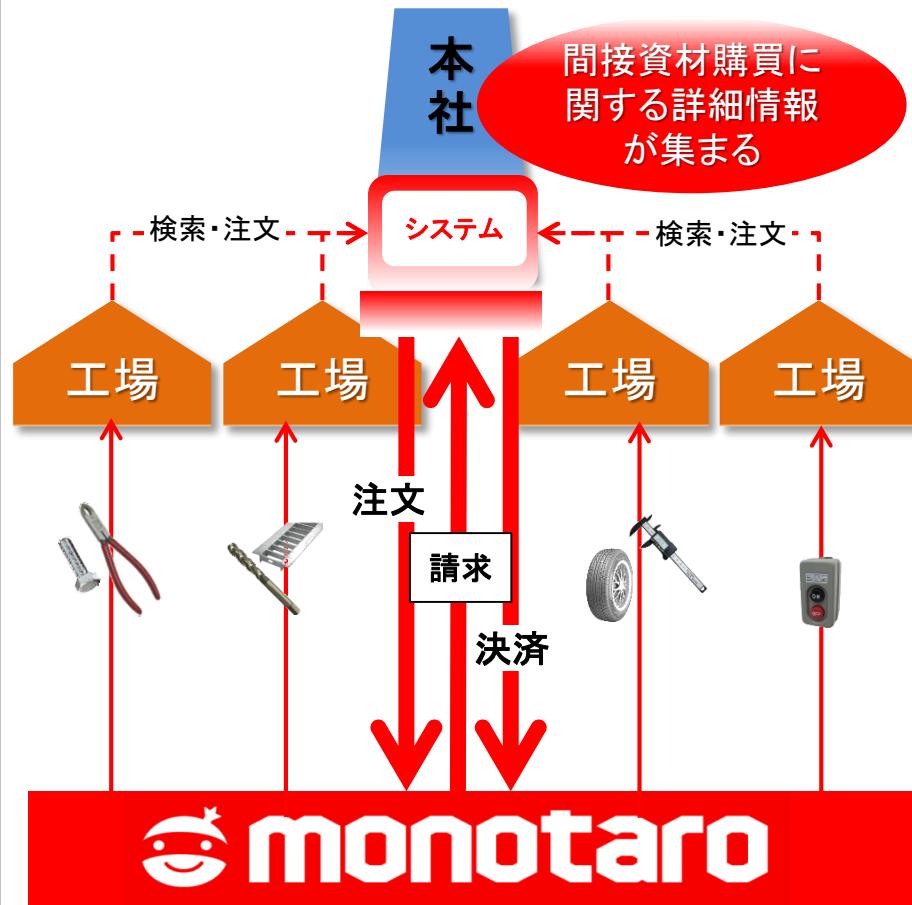
II. 事業紹介② 購買管理システム事業(2)

■ 購買管理システム事業を通じて提供する利便性(イメージ)

購買活動が分散し本社管理が困難



柔軟な購買活動と本社管理の両立

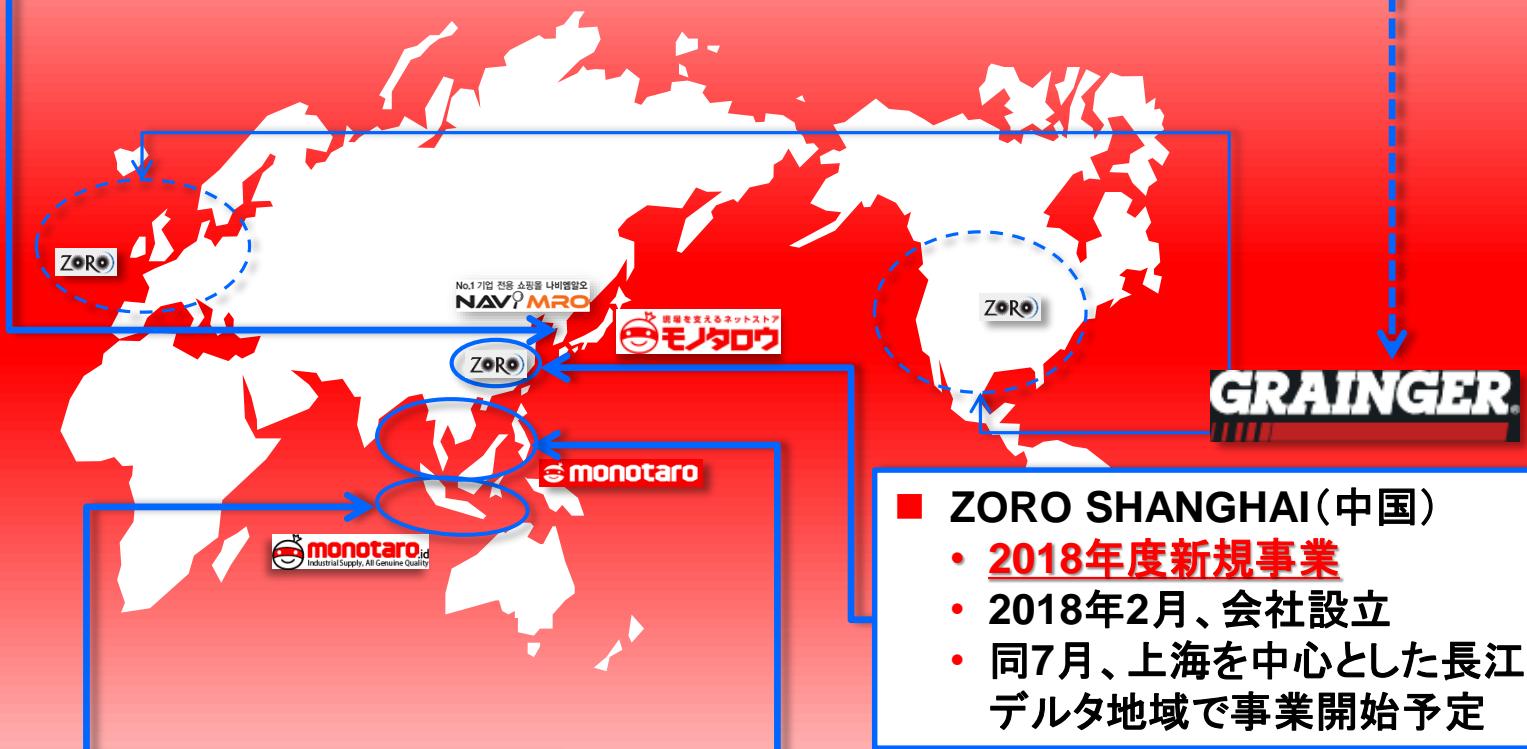


【解説】事業紹介② 購買管理システム事業（2）

- 購買管理システム事業は、大企業における全国に点在する拠点ごとの細々とした購買を管理・見える化したいというご要望にお応えするものです。
- 全国に点在する工場等が用途に沿った間接資材をそれぞれのルートで購買し、その過程では見積や注文等のやり取りを間接資材小売店の営業担当者と行います。本社は全国に散らばって行われている購買に関する詳細情報を人件費等の費用・負荷をかけて収集しています。
- 当社1,500万点超の商品データベースを企業の購買システムへ連携させることにより、また「モノタロウOne Source」・「モノタロウOne Source Lite」の導入により、各工場等はこれまでの柔軟な購買を維持することができるとともに、本社での管理が容易となり、購買プロセス全体での効率化が可能になります。

II. 事業紹介③ 海外事業

■ NAVIMRO(韓国)



■ MONOTARO INDONESIA(インドネシア)

■ 海外コンサルティング事業

- ZORO SHANGHAI(中国)
 - 2018年度新規事業
 - 2018年2月、会社設立
 - 同7月、上海を中心とした長江デルタ地域で事業開始予定

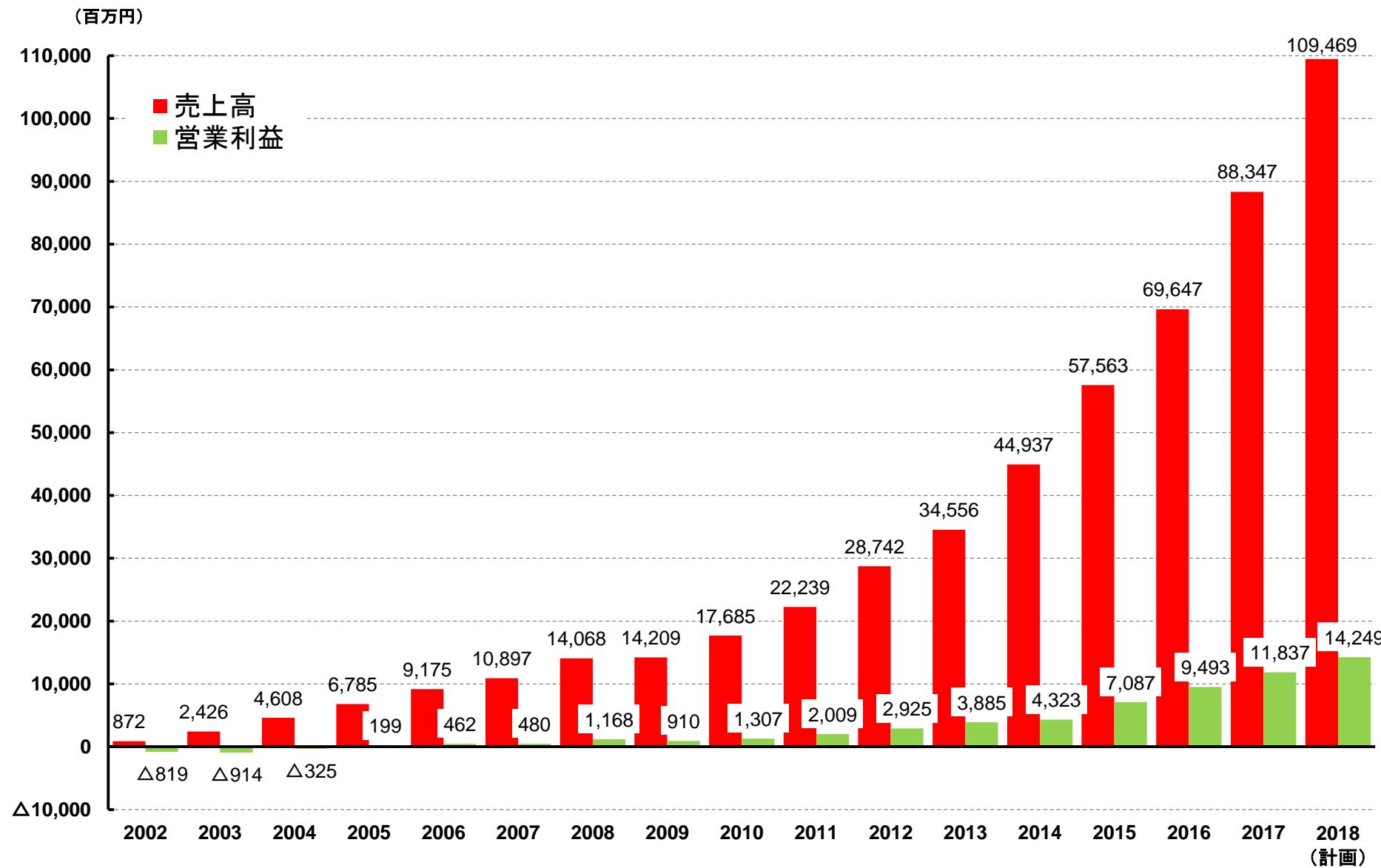
■ 東南アジア向輸出事業

【解説】事業紹介③ 海外事業

■ 海外でも間接資材の流通には日本と同様の課題が存在する国・地域があり、当社事業モデルが価値を提供できる機会があります。当社は、各国・地域の環境等に応じた戦略により、リスクを低減しつつ海外事業を展開しています。

- NAVIMRO(韓国・ソウル)
 - 2017年度は売上35.1億円、営業利益△1.3億円でした(7月・11月単独黒字達成)。
 - 2018年度は売上48.9億円、営業利益0.2億円を計画しています(通期黒字達成)。
- MONOTARO INDONESIA(インドネシア・ジャカルタ)
 - 2016年10月にBtoBサイトを開設し、当社連結(51%出資子会社)となりました。
 - 2017年度は売上1.9億円、営業利益△2.0億円でした。
 - 2018年度は売上4.4億円、営業利益△2.5億円を計画しています。
- ZORO SHANGHAI(中国・上海)
 - 2018年7月に事業を開始する計画です。
 - 2018年度は売上0.6億円、営業利益△1.7億円を計画しています。
- 海外コンサルティング事業
 - Grainger社(親会社)が米、独、英国で展開するEコマース事業に当社ノウハウを提供し、それに対しロイヤリティ収入を得ています。
- 東南アジア向輸出事業
 - 現地で調達が困難なロングテール商品や日本製品に対する需要にお応えし、販売を拡大していきます。

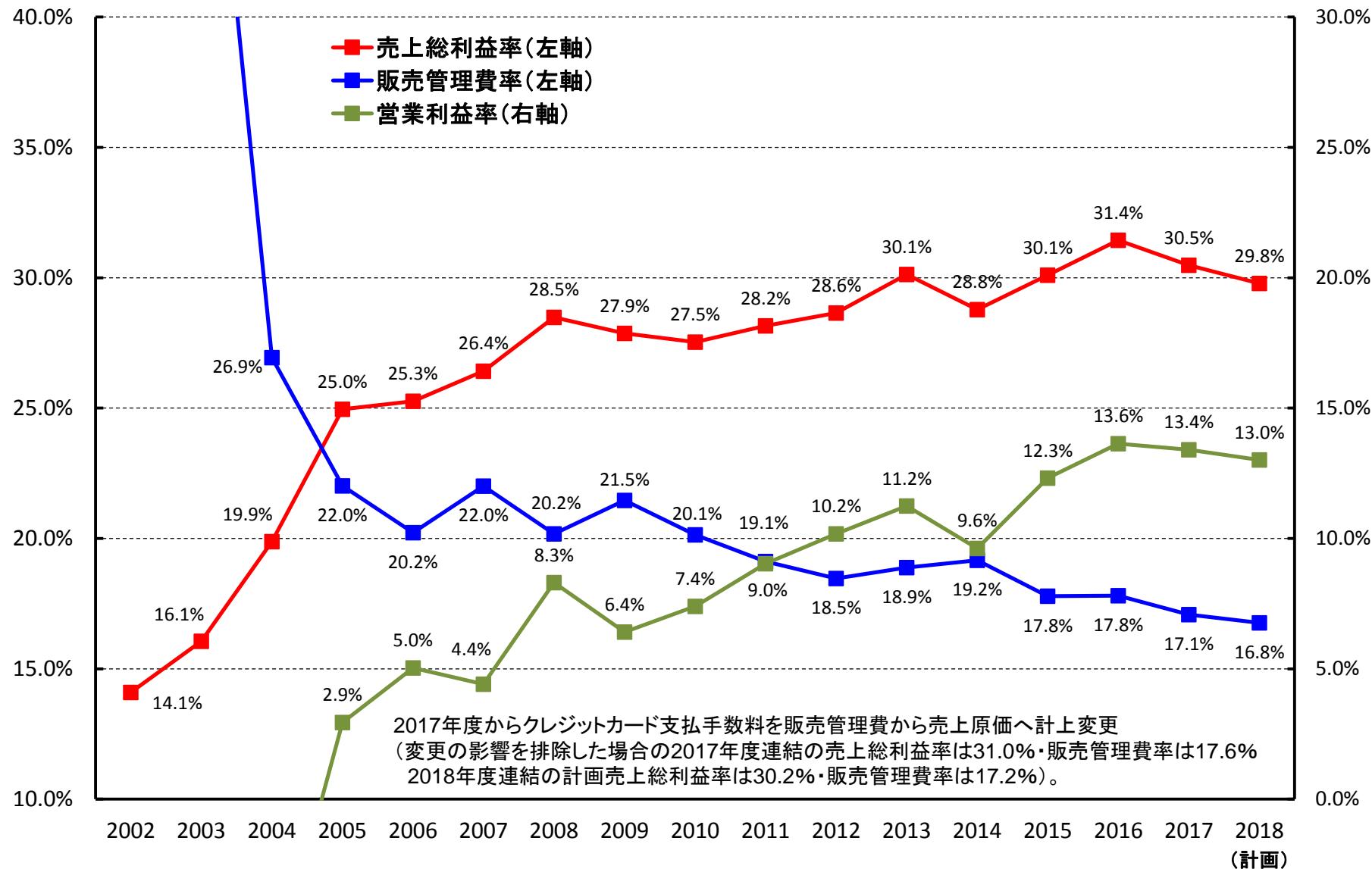
III. 業績推移① 売上・営業利益推移【連結】



【解説】業績推移① 売上・営業利益推移【連結】

- 創業以来、当社は売上成長を継続してきました。
- 2005年度の営業利益黒字化以来、金融危機時の2009年度を除き、営業利益も成長を継続してきました。
- 2018年度は売上1,094億円・営業利益142億円を計画しています。

III. 業績推移② 各売上比率推移【連結】



【解説】業績推移② 各売上比率推移【連結】

■ 当社は、顧客ベース拡大・売上成長を最優先としながらも、規模拡大に伴い効率性を向上させ利益率アップに努力しています。

■ 売上総利益率

- ・ 売上の最大化を優先しつつ、下記施策により売上総利益率の改善を図っています。
 - 競争力・収益性においてバランスのとれた価格設定
 - 取扱数量増加に見合う仕入条件の改善、プライベートブランド商品の開発
- ・ ただし、下記状況により至近の売上総利益率は下落基調にあります。
 - PB/輸入商品売上比率減およびエネルギー価格上昇に伴う仕入原価率増
 - 配送ネットワーク充実および配送事業者の値上(当社は配送事業者への支払を原価として計上しています)による配送料率増

■ 販売管理費比率

- ・ 販売管理費は規模の経済を活かした効率的オペレーションへの改善を通じ、中・長期的に同比率を低下させていきます。下記により費用の伸長率を売上の伸長率以下に管理し、営業利益率の維持・向上を中期的に図っていきます。
 - 当社サイトの訪問者にご登録・ご購入へ進んで頂く比率(コンバージョンレートアップ)を意識した広告出稿を含む効率的な宣伝広告費の運用
 - 生産性が高い笠間DCからの出荷率アップによる物流関連コストの低減

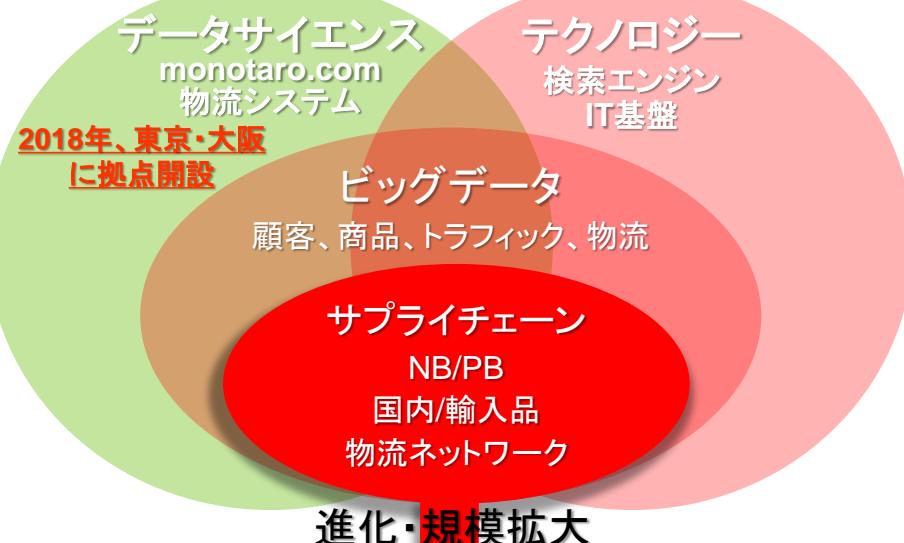
■ 営業利益率

- ・ 上記取組みにより2018年度は増益を計画していますが、売上総利益率下落に伴い営業利益率は低下する見込みです。

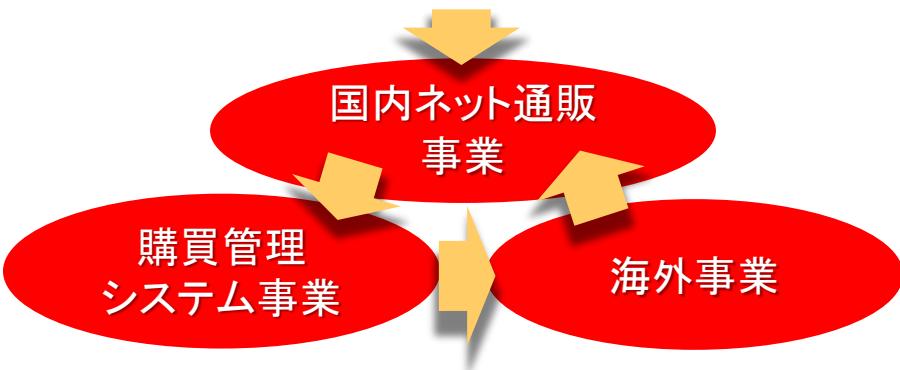
※グラフ注記: 2002年～2010年は連結対象となる子会社が存在しないため、グラフ数値は単体実績です。
2011年以降についてはグループ連結の実績です。

IV. さらなる成長に向けて

■ 競争力・差別化強化(データサイエンスに基づくマーケティング強化・システム開発)



効率的間接資材購買プラットホーム



■ 物流ネットワークの充実

- 笠間DCは2017年度4月に本格稼働を開始し、オペレーションはスムーズにスタートしました。
- 笠間DCでは自律搬送型ロボットを採用し、尼崎DCよりも高い生産性を実現しています。
- 2018年度は笠間DCの出荷率向上により、物流関連コストの低下を見込んでいます。



笠間DC(2017年開設)



尼崎DC(2014年開設)

【解説】さらなる成長に向けて

■ 競争力・差別化強化(データサイエンスに基づくマーケティング強化・システム開発)

- ・ 従来より、ITを用いて日々蓄積される顧客、商品、トラフィック、物流等に係るビッグデータの分析を行い、サプライチェーンの進化と規模拡大を進めてきました。
- ・ 2018年に大阪市・東京に新たに拠点を開設し、20~30名のエンジニアを数年で採用してデータサイエンスに基づくマーケティング力や物流システム開発の強化を図っていきます。この強化と従来の取組みを併せ、更なるサプライチェーンの進化・規模拡大を推進し、競争力向上を図っていきます。

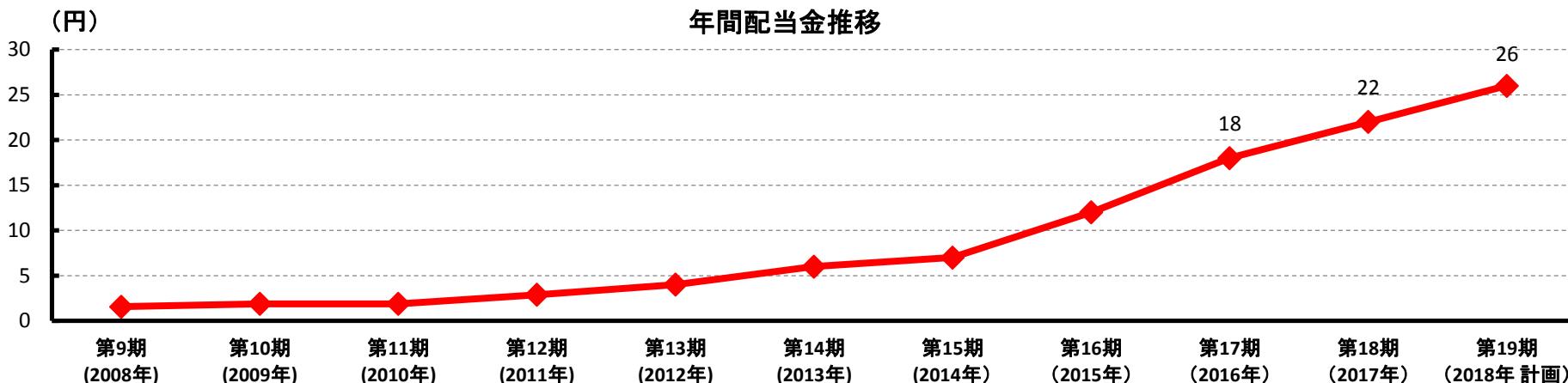
■ 物流ネットワークの充実

- ・ 当社では昨年2017年に新物流センターを顧客の集積率が高い関東地域にあって交通至便もよい茨城県笠間市に開設しました。4月の本格的オペレーション開始以降、スムーズにオペレーションレベルを上げています。
- ・ 笠間DCの開設により、尼崎DCとともに、1,500億円/年の売上に対応できるまでに出荷能力が拡大し、自然災害等による事業継続リスクも分散させることができました。
- ・ 笠間DCでは自律搬送型ロボットをピッキングオペレーションに採用し生産性は尼崎DCの約2倍です。
- ・ 2018年度は笠間DCの出荷率向上を通じて生産性・効率性を向上させ、物流関連コストの低減を図っていきます。

V. 株主還元

■ 配当の状況

- ・配当方針: 安定的かつ継続的な業績成長に見合った成果の配分
- ・第18期(2017年度)配当: 1株当たり 22円(中間配当 11円、期末配当/付議予定11円)



※ グラフ上の配当金額は、2015年10月1日付およびそれ以前の株式分割を考慮して現在の株式単位にて換算した年間配当金額です。

■ 株主優待制度

- ・期末日(12月31日現在)、当社株式1単元(100株)を半年以上継続保有されている株主様を対象に実施いたします。
- ・継続保有期間(右表)に応じ、プロ仕様の工具や生活用品など様々な商品を取揃えた当社プライベートブランド商品からお選びいただいたて贈呈します。

継続保有期間	優待額
半年以上	3,000円(税抜)
3年以上	5,000円(税抜)
5年以上	7,000円(税抜)

【解説】株主還元 株主優待

■ 対象となる株主様

- ・毎年12月31日現在の株主名簿に記載または記録され同日時点で、1単元(100株)以上を半年以上継続して保有されている株主様を対象に一律実施いたします。

■ 贈呈内容

- ・当社プライベートブランド商品を贈呈いたします。
- ・優待額は株式保有期間に応じ、3,000円、5,000円、7,000円(税抜)相当分です。

■ モノタロウプライベートブランド



- ・コスト低減に努め、国内の有名メーカーの品質を維持した商品です。
安定品質の商品がお得価格で購買いただけます。



- ・「モノタロウ」ブランドよりもワンランク上の品質を重視した商品です。
機能面・コスト面ともご満足いただける商品です。



- ・「モノタロウ」ブランドよりいっそう低価格帯の商品です。
コスト削減に貢献いたします。

■ 申込方法

- ・はがき、もしくは当社ホームページ内「株主優待サイト」で申込みいただけます。

※ 当社HP内「株主優待サイト」イメージ

カテゴリーから商品を選定(左)もしくは少しお得なセットから選定(右)が可能です。



参考資料

- ① 当社事業関連用語の解説
- ② 2017年度実績と2018年度計画
- ③ 2017年度損益計算書サマリ(連結)
- ④ 2017年度貸借対照表サマリ(連結)
- ⑤ 月次開示情報
- ⑥ 「JPX日経インデックス400」採用について
- ⑦ 最近のニュースリリース

参考資料① 当社事業関連用語の解説

■ 間接資材

- ・原材料などの直接資材以外で、製造・工事等の現場で使用される備品や設備の消耗品です。個々の購入数量は少なく種類は多岐に渡る為、価格よりも手間をかけずに購買することが効率化に繋がります。

■ ロングテール商品

- ・低需要商品(販売者・購入者ともに少ない)のことです。実店舗ではこうした商品まで揃えることはコスト高となり困難ですが、インターネット店舗では商品陳列は無限で検索も容易であることから、実店舗では扱っていない商品の取扱いが可能です。

■ リスティング広告

- ・グーグルやヤフーなど検索エンジンの検索結果として表示される広告です。このような広告の表示順位は検索キーワードへ入札金額によって決定されます。リスティング広告のリンクによりインターネット利用者をホームページへ誘導します。

■ SEO(検索エンジン対策)

- ・検索エンジンの仕組みに合わせて、検索結果でできるだけ高い順位で自社が表示されるようウェブページを最適化することです。

■ データ・マイニングとデータベース・マーケティング

- ・当社が行うデータ・マイニングとは、顧客の購買データや検索ログを集計し、購買商品の相関やプロモーションと購買の相関を分析することです。
- ・購買モデルを識別し、ニーズを予測することで、分析結果に基づいた顧客モデルごとの有効なプロモーションを実施することがデータベース・マーケティングです。

参考資料② 2017年度実績と2018年度計画（連結）

	2017年度 実績		2018年度 計画		
	金額（百万円）	売上比	金額（百万円）	売上比	前年度比
売上高	88,347		109,469		+23.9%
売上総利益	26,929	30.5%	32,604	29.8%	+21.1%
販売管理費	15,091	17.1%	18,355	16.8%	+21.6%
営業利益	11,837	13.4%	14,249	13.0%	+20.4%
経常利益	11,858	13.4%	14,191	13.0%	+19.7%
当期純利益 (法人税等税率)	8,378 (29.3%)	9.5%	9,894 (30.2%)	9.0%	+18.1%
親会社株主に帰属 する当期純利益	8,464	9.6%	10,044	9.2%	+18.7%

	2018年度 上期（1月～6月）			2018年度 下期（7月～12月）		
	金額（百万円）	売上比	前年同期比	金額（百万円）	売上比	前年同期比
売上高	51,311		+22.8%	58,158		+24.9%
売上総利益	15,284	29.8%	+18.2%	17,319	29.8%	+23.8%
販売管理費	8,808	17.2%	+19.6%	9,547	16.4%	+23.6%
営業利益	6,476	12.6%	+16.3%	7,772	13.4%	+24.0%
経常利益	6,441	12.6%	+14.8%	7,750	13.3%	+24.1%
当期純利益 (法人税等税率)	4,465 (30.7%)	8.7%	+13.7%	5,428 (29.9%)	9.3%	+22.0%
親会社株主に帰属 する当期純利益	4,522	8.8%	+14.0%	5,522	9.5%	+22.7%

参考資料③ 2017年度損益計算書サマリ（連結）

	2016年度 実績		2017年度 修正計画		2017年度 実績			
	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	前年比	修正 計画比
売上高	69,647		88,006		88,347		+26.9%	+0.4%
売上総利益	21,895	31.4%	26,905	30.6%	26,929	30.5%	+23.0%	+0.1%
販売管理費	12,401	17.8%	15,110	17.2%	15,091	17.1%	+21.7%	△0.1%
営業利益	9,493	13.6%	11,795	13.4%	11,837	13.4%	+24.7%	+0.4%
経常利益	9,514	13.7%	11,798	13.4%	11,858	13.4%	+24.6%	+0.5%
当期純利益 (法人税等税率)	6,349 (33.3%)	9.1%	8,295 (29.7%)	9.4%	8,378 (29.3%)	9.5%	+31.9%	+1.0%
親会社株主に帰属 する当期純利益	6,368	9.1%	8,376	9.5%	8,464	9.6%	+32.9%	+1.1%

※ 注 2017年度からクレジットカード支払手数料を販売管理費から売上原価へ計上変更。

(変更の影響を排除した場合の2017年度連結の売上総利益率は31.0%・販売管理費率は17.6%)

参考資料④ 2017年度 貸借対照表サマリ（連結）

	2016年 12月	2017年 12月		構成比		2016年 12月	2017年 12月		
	金額(百万円)	金額(百万円)	金額(百万円)			金額(百万円)	金額(百万円)	構成比	
資産の部									
流動資産	現預金	7,229	8,688	20.3%	流動負債	買掛金	5,302	6,829	15.9%
	売掛金	7,569	10,039	23.4%		短期借入金等	225	2,125	5.0%
	棚卸資産	5,993	8,081	18.9%		その他	6,780	5,249	12.2%
	その他	3,089	3,926	9.2%		流動負債合計	12,308	14,203	33.1%
流動資産合計		23,881	30,736	71.7%	固定負債合計		6,781	5,441	12.7%
固定資産	有形固定資産	10,331	9,881	23.1%	負債合計		19,089	19,644	45.8%
	無形固定資産	1,204	1,347	3.1%	純資産の部				
	投資その他資産	936	896	2.1%	株主資本合計	16,983	23,004	53.7%	
固定資産合計		12,471	12,125	28.3%	その他	279	212	0.5%	
資産合計		36,353	42,861		純資産合計	17,263	23,216	54.2%	
					負債・純資産合計	36,353	42,861		

参考資料⑤ 月次開示情報

- 当社では、単体の売上高と新規獲得口座数を月次で開示しています。
- 開示日時は原則翌月10日です(10日が休業日の場合、翌営業日)。
- 月次開示の情報は東証適時開示情報伝達システム(TDnet)および当社IRニュースページ(<http://www.monotaro.com/main/ir/news.shtml>)でご確認いただくことができます。
- 2017年度の月次開示は下表の通りです。

1. 2017年度 売上高推移(単位:百万円)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
当期	5,905	6,334	7,484	6,574	6,459	7,300	7,106	6,745	7,478	7,761	7,693	7,813
前期	4,782	5,196	6,062	5,305	4,998	5,801	5,538	5,291	5,836	5,981	6,156	6,155
対前年同月比	123.5%	121.9%	123.5%	123.9%	129.2%	125.8%	128.3%	127.5%	128.1%	129.8%	125.0%	126.9%

2. 2017年度 新規顧客獲得数(単位:千口座)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
当期	43.8	40.8	45.5	45.3	45.4	46.3	47.5	44.8	49.3	52.3	47.5	45.0

※ 月次開示の業績は速報値であり、修正の可能性があります。

参考資料⑥ 「JPX日経インデックス400」採用について

- 当社は「JPX日経インデックス400」に採用されております。
- 「JPX日経インデックス400」とは

(東京証券取引所「JPX日経インデックス400の狙い」より引用)

資本の効率的活用や投資者を意識した経営観点など、グローバルな投資基準に求められる諸要件を満たした、「投資者にとって投資魅力の高い会社」で構成される新しい株価指数を創生します。これにより、日本企業の魅力を内外にアピールするとともに、その持続的な企業価値向上を促し、株式市場の活性化を図ります。

■ 「JPX日経インデックス400」選定基準

(1) 定量的指標によるスコアリング

- ・3年平均ROE
- ・3年累積営業利益
- ・選定基準日時点における時価総額

(2) 定性的要素による加点

- ・独立した社外取締役の選任(2人以上)
- ・決算情報英文資料のTDnet(英文資料配信サービス)を通じた開示
- ・IFRS採用(ピュアIFRSを想定)または採用を決定。

参考資料⑦ 最近のプレスリリース

■ 取扱アイテム数 1,500 万点突破

- ・当社は2018年3月9日(金)に取扱アイテム数を1,500 万点に拡充しました。今回の拡充では空圧機器や農業機械部品などを中心にロングテール商品を採用しました。空圧機器カテゴリは約25 万アイテム、農業機械カテゴリ約4万点を追加しました。
- ・そのほか、ベアリング・伝導機器、自動車/バイクの純正部品、作業服、店舗什器・備品など、全19カテゴリ170万アイテムを新たに加え、直近6か月間で約200万アイテムを採用しました。

■ リアル店舗初出店「モノタロウAIストア powered by OPTiM」オープン

- ・4月2日(月)に開店する当店舗は、国立大学法人佐賀大学の本庄キャンパス内に出店する当社初の事業者ユーザー向け無人店舗です。当店では、約2,000アイテムを販売いたします。ご来店されたお客様は専用アプリ「モノタロウ店舗」を使用して入店し、カメラで商品バーコードを読み取るだけでご購入・決済が可能です。
- ・AI・IoT・ビッグデータプラットフォームのマーケットリーダーであるオプティムと共に、ネット通販における注文からお届けまでのリードタイムの存在と店舗販売における人件費高騰・長時間労働といった両者の課題を解決するビジネスの実証実験を実施し、ネットとリアルを融合した当社初の無人店舗による間接資材の新しい調達方法をご提案いたします。



本資料に記載の業績見通しは、現時点で入手可能な情報に基づいた見通しであり、リスクや不確実性を含んでいます。実際の業績は、記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。

【お問合せ先】
株式会社MonotaRO
IR・広報グループ
Tel:06-4869-7190
Fax:06-4869-7178
Mail:pr@monotaro.com