

2024年12月期 決算概要

2025年1月

株式会社 MonotaRO

www.monotaro.com

東証プライム市場：3064

事業概要と特徴・差別化戦略

- 主な事業内容
 - ・インターネット等を利用した、事業者向け工場・工事用、自動車整備用等の間接資材の通信販売
(商品点数：2,475万点超・うち当日出荷対象商品71.4万点、在庫点数62.6万点)
- 販売商品の特長
 - ・種類は多岐にわたり、顧客にとっては価格よりも利便性が重要
- 従業員数（連結・2024年12月末）

	正社員		アルバイト・派遣		計	
本社等（内、MonotaRO）	1,194	(678)	435	(391)	1,629	(1,069)
物流センター（同）	238	(173)	1,620	(1,491)	1,858	(1,664)
計（同）	1,432	(851)	2,055	(1,882)	3,487	(2,733)

- 主な競合
 - ・訪問工具商、金物屋、自動車部品商、インターネット通販サイト等
- 主な顧客層
 - ・製造業、建設・工事業、自動車関連等（中小企業が中心顧客）
- 市場規模
 - ・8～10兆円
- 経営戦略
 - ・品揃え・マーケティング/セールス・サプライチェーン・オペレーション・ソフトウェア・データ/アルゴリズムの競争優位性を高度化し、顧客利便性を追求することでシェアゲインを進める

2024年12月期 【連結】決算概要

損益計算書サマリー

	2023年度 実績		2024年度 計画		2024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	計画比
売上高	254,286		286,570		288,119		+13.3%	+0.5%
売上総利益	75,964	29.9%	84,990	29.7%	84,420	29.3%	+11.1%	△0.7%
販売管理費	44,654	17.6%	49,169	17.2%	47,353	16.4%	+6.0%	△3.7%
営業利益	31,309	12.3%	35,820	12.5%	37,066	12.9%	+18.4%	+3.5%
経常利益	31,538	12.4%	35,835	12.5%	37,320	13.0%	+18.3%	+4.1%
当期純利益 <small>(※1)</small> (法人税等税率)	21,264 (30.9%)	8.4%	24,565 (31.4%)	8.6%	25,726 (30.8%)	8.9%	+21.0%	+4.7%
親会社株主に帰属 する当期純利益	21,813	8.6%	25,096	8.8%	26,338	9.1%	+20.7%	+4.9%

※1：2023年度実績において、インド子会社に関して、連結でのれんの減損として665百万円を計上。

貸借対照表サマリー

		2023年 12月	2024年 12月	
		金額 (百万円)	金額 (百万円)	構成比
資産の部				
流動 資産	現預金	18,644	30,727	21.2%
	売掛金	29,349	33,569	23.1%
	棚卸資産	18,875	20,661	14.2%
	その他	8,417	9,158	6.3%
流動資産合計		75,286	94,116	64.9%
固定 資産	有形固定資産	39,561	37,305	25.7%
	無形固定資産	6,359	6,516	4.5%
	投資その他資産	7,144	7,090	4.9%
固定資産合計		53,065	50,911	35.1%
資産合計		128,352	145,028	

		2023年 12月	2024年 12月	
		金額 (百万円)	金額 (百万円)	構成比
負債の部				
流動 負債	買掛金	17,052	19,825	13.7%
	短期借入金等 ^(※1)	4,942	430	0.3%
	その他	14,995	16,205	11.2%
流動負債合計		36,989	36,461	25.1%
固定負債		4,380	4,300	3.0%
負債合計		41,369	40,761	28.1%
純資産の部				
株主資本合計		86,028	103,260	71.2%
その他		954	1,006	0.7%
純資産合計		86,982	104,267	71.9%
負債・純資産合計		128,352	145,028	

※1：短期借入金および1年以内返済長期借入金。

キャッシュフローサマリー

	2023年度 実績	2024年度 実績
	金額 (百万円)	金額 (百万円)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前当期純利益	30,770	37,173
減価償却費	4,876	5,760
売上債権の増減額 (△は増加)	△2,808	△4,214
棚卸資産の増減額 (△は増加)	781	△1,768
仕入債務の増減額 (△は減少)	1,345	2,780
法人税等の支払額	△8,049	△10,530
未払消費税等の増減額 (△は減少)	1,747	△50
その他 (※1)	1,270	△489
計	29,932	28,662
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産取得による支出	△5,852	△1,320
無形固定資産取得による支出	△2,107	△2,178
その他	△441	△83
計	△8,401	△3,582
財務活動によるキャッシュ・フロー		
長期借入金の返済による支出	△4,715	△4,722
配当金の支払額	△7,451	△8,444
その他	461	△172
計	△11,705	△13,339
現金および現金同等物に係る換算差額	42	176
現金および現金同等物の増減額 (△は減少)	9,867	11,916
現金および現金同等物の期首残高	8,586	18,454
現金および現金同等物の期末残高	18,454	30,370

※1：2023年度実績において、インド子会社に関して、連結でのれんの減損として665百万円を計上。

2024年12月期 【单体】決算概要

損益計算書サマリー 1/3

	2023年度 実績		2024年度 計画		2024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	計画比
売上高	243,352		273,549		276,100		+13.5%	+0.9%
内 大企業連携	67,327	27.7%	86,382	31.6%	86,083	31.2%	+27.9%	△0.3%
売上総利益	73,759	30.3%	82,231	30.1%	82,141	29.8%	+11.4%	△0.1%
販売管理費	41,084	16.9%	45,273	16.6%	43,591	15.8%	+6.1%	△3.7%
営業利益	32,675	13.4%	36,957	13.5%	38,550	14.0%	+18.0%	+4.3%
経常利益	32,891	13.5%	36,984	13.5%	38,805	14.1%	+18.0%	+4.9%
当期純利益 (法人税等税率)	22,072 (28.9%)	9.1%	25,714 (30.4%)	9.4%	25,984 (29.6%)	9.4%	+17.7%	+1.1%

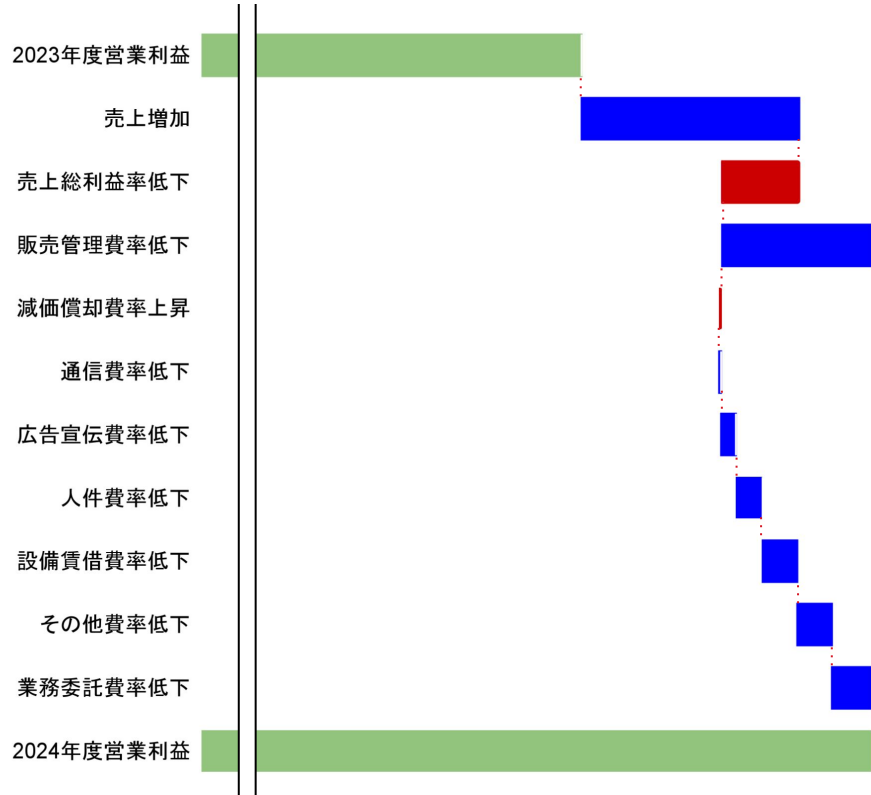
損益計算書サマリー 2/3 対前年実績

	2023年度 実績 (A)		2024年度 実績 (B)		増減 (B-A)		
	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比			
売上高	243,352	—	276,100	—	増減金額 (百万円)	+32,748	<ul style="list-style-type: none"> ■ 事業者向けネット通販事業：注文件数、注文単価共に上昇。 ■ 購買管理システム事業（大企業連携）：注文顧客数増を主因に高成長（対前年同期：+27.9%）。 ■ ロイヤリティ受領額対前年比増。
					増減率	+13.5%	
					売上比増減	—	
売上総利益	73,759	30.3%	82,141	29.8%	増減金額 (百万円)	+8,381	<ul style="list-style-type: none"> ■ 商品粗利率減（△0.7pt.：商品ミックスによる粗利率減、円安による輸入商品粗利率減等）。 ■ ロイヤリティ受領額対前年比増。 ■ 代引手数料・諸掛率改善（+0.1pt.）
					増減率	+11.4%	
					売上比増減	△0.5%	
販売管理費	41,084	16.9%	43,591	15.8%	増減金額 (百万円)	+2,506	<ul style="list-style-type: none"> ■ 業務委託費率減（△0.3pt.：出荷箱当り売上増、生産性向上等）。 ■ その他費用率減（△0.3pt.：前年の本社移転や猪名川DC第2期稼働準備に伴う備品・消耗品費の反動減、出荷箱当り売上増に伴う梱包費率減等）。 ■ 設備賃借料率減（△0.2pt.：尼崎DC賃借契約終了、売上増による売上比率減等）。 ■ 人件費率減（△0.2pt.：出荷箱当り売上増、生産性向上等）。 ■ 広告宣伝費率減（△0.1pt.：売上増に伴うチラシ・リスティング費率減等）。 ■ 減価償却費率増（+0.1pt.：2023年4月猪名川DC第2期稼働等）。
					増減率	+6.1%	
					売上比増減	△1.1%	
営業利益	32,675	13.4%	38,550	14.0%	増減金額 (百万円)	+5,875	<ul style="list-style-type: none"> ■ 粗利率が低下（△0.5pt.）したものの、販管費率改善（△1.1pt.）により、営業利益率は改善（+0.6pt.）。
					増減率	+18.0%	
					売上比増減	+0.6%	
当期純利益 (法人税等税率)	22,072 (28.9%)	9.1%	25,984 (29.6%)	9.4%	増減金額 (百万円)	+3,912	<ul style="list-style-type: none"> ■ 営業利益が対前年+18.0%。 ■ 海外連結子会社株式減損（△1,763百万円）を単体損益において特別損失として計上（連結損益においては海外連結子会社損失計上時に計上済）したため、当期純利益は対前年+17.7%。
					増減率	+17.7%	
					売上比増減	+0.3%	

損益計算書サマリー 3/3 対計画

	2024年度 計画 (A)		2024年度 実績 (B)		増減 (B-A)			
	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	増減金額 (百万円)	増減率	売上比増減	
売上高	273,549	—	276,100	—	+2,551	+0.9%	—	<ul style="list-style-type: none"> 事業者向けネット通販事業：計画を上回る。 購買管理システム事業（大企業連携）：計画を0.3%下回る。 ロイヤリティ受領額対計画比増。
売上総利益	82,231	30.1%	82,141	29.8%	△89	△0.1%	△0.3%	<ul style="list-style-type: none"> 商品粗利率減（△0.4pt：商品ミックスによる粗利率減、PB商品比率減等）。 ロイヤリティ受領額対計画比増。
販売管理費	45,273	16.6%	43,591	15.8%	△1,682	△3.7%	△0.8%	<ul style="list-style-type: none"> その他費用率減（△0.3pt：システム利用料減、租税見積差異等）。 広告宣伝费率減（△0.2pt：休眠顧客向けチラシ費用減等）。 人件费率減（△0.1pt：従業員数の計画差異等）。 設備賃借料率減（△0.1pt：外部倉庫賃借の計画差異等）。
営業利益	36,957	13.5%	38,550	14.0%	+1,592	+4.3%	+0.5%	<ul style="list-style-type: none"> 粗利率が低下（△0.3pt.）したものの、販管費率が減少したため、営業利益額増（+4.3%）。
当期純利益 (法人税等税率)	25,714 (30.4%)	9.4%	25,984 (29.6%)	9.4%	+270	+1.1%	+0.0%	<ul style="list-style-type: none"> 営業利益は計画から1,592百万円増となったが、連結海外子会社株式減損を特別損失に計上（△1,763百万円）したため、当期純利益は270百万円増（計画比+1.1%）。

営業利益の増減要因分析



2023年度営業利益：32,675百万円

+4,397百万円	<ul style="list-style-type: none"> ■ monotaro.com：注文人数・注文単価増により売上増。 ■ 大企業連携：高成長維持。 ■ ロイヤリティ：2023年から増。
△1,544百万円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 商品ミックスによる粗利率減、円安による輸入商品粗利率減等。
+3,022百万円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 下記により販売管理比率は2023年より改善。
△66百万円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2023年4月猪名川DC第2期稼働開始等。
+46百万円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 紙書類送付の減少等。
+285百万円	<ul style="list-style-type: none"> ・ チラシ、リスティング費用の売上比率減等。
+546百万円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 出荷箱当たり売上増、生産性向上等。
+691百万円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 尼崎DC賃借契約終了・売上増による売上比率減等。
+719百万円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 出荷箱当り売上増に伴う梱包費率減、前年の本社移転に伴うパソコン関係費用増の反動減等。
+801百万円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 出荷箱当り売上増、生産性向上等。

2024年度営業利益：38,550百万円（前年比：+5,875百万円、+18.0%）

※：増減金額は要因ごとの比率変動等による営業利益の変動額であり、要因項目の実変動金額ではない。

- 物流関連コスト 2024年度売上比実績：6.7%
 - ・ 対前年：△0.7pt.
 - 人件費・業務委託費率：△0.4pt.（賃上げ実施の一方、出荷箱当り売上増、猪名川DCの生産性向上等）
 - 設備賃借料率：△0.2pt.（尼崎DC賃貸借契約終了、売上増による売上比率減等）
 - その他費用率：△0.1pt.（出荷箱当り売上増に伴う梱包費率減等）
 - ・ 対計画：△0.2pt.
 - 設備賃借料率：△0.1pt.（外部倉庫賃借の計画差異等）
 - その他費用率：△0.1pt.（DC設備の水道光熱費見積差異等）

	2023年度 実績		2024年度 計画		2024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	計画比
売上高(単体)	243,352		273,549		276,100		+13.5%	+0.9%
減価償却費	3,098	1.3%	3,590	1.3%	3,499	1.3%	+13.0%	△2.5%
人件費・業務委託費	8,019	3.3%	8,056	2.9%	8,026	2.9%	+0.1%	△0.4%
設備賃借料	3,665	1.5%	3,694	1.4%	3,479	1.3%	△5.1%	△5.8%
その他費用	3,242	1.3%	3,580	1.3%	3,430	1.2%	+5.8%	△4.2%
合計	18,026	7.4%	18,922	6.9%	18,435	6.7%	+2.3%	△2.6%

貸借対照表サマリー

		2023年 12月	2024年 12月	
		金額 (百万円)	金額 (百万円)	構成比
資産の部				
流動 資産	現預金	17,995	29,981	20.8%
	売掛金	28,802	32,981	22.9%
	棚卸資産	17,513	19,298	13.4%
	その他	8,089	8,704	6.0%
流動資産合計		72,400	90,966	63.0%
固定 資産	有形固定資産	38,335	36,250	25.1%
	無形固定資産	6,263	6,419	4.4%
	投資その他資産	10,332	10,668	7.4%
固定資産合計		54,931	53,337	37.0%
資産合計		127,332	144,304	

		2023年 12月	2024年 12月	
		金額 (百万円)	金額 (百万円)	構成比
負債の部				
流動 負債	買掛金	16,304	19,016	13.2%
	短期借入金等 ^(※1)	4,500	—	0.0%
	その他	14,267	15,367	10.6%
流動負債合計		35,072	34,383	23.8%
固定負債		4,006	4,129	2.9%
負債合計		39,079	38,513	26.7%
純資産の部				
株主資本合計		88,225	105,762	73.3%
新株予約権		28	28	0.0%
純資産合計		88,253	105,790	73.3%
負債・純資産合計		127,332	144,304	

※1：短期借入金および1年以内返済長期借入金。

2024年12月期 【海外子会社】決算概要

■ NAVIMRO（韓国）

- ・成長余地の大きい大企業向けビジネスが伸長。
- ・後払いの信用力を有し、生涯価値の高い法人顧客の獲得に注力するも、中小法人顧客向けについては売上計画未達。
- ・営業利益はマイナスだが、2023年に導入した物流施設の減価償却費を除いた営業CFはプラス。

	2023年度 実績			2024年度 計画			2024年度 実績				
	金額 (億円)	前年同期比	現地通貨 前年同期比	金額 (億円)	前年同期比	現地通貨 前年同期比	金額 (億円)	前年同期比	計画比	現地通貨 前年同期比	現地通貨 計画比
売上	93.0	+15.8%	+9.4%	108.0	+16.1%	+16.1%	99.5	+7.1%	△7.8%	+3.7%	△10.7%
営業利益	△1.1	-	-	△0.1	-	-	△1.2	-	-	-	-
当期純利益×持分（※1）	△1.2	-	-	△0.3	-	-	△1.5	-	-	-	-

■ MONOTARO INDONESIA（インドネシア）

- ・定期的に購入していただける法人顧客が増加。
- ・ワンストップショッピングを実現するため、取扱商品点数の拡大、仕入先との在庫連携を推進。

	2023年度 実績			2024年度 計画			2024年度 実績				
	金額 (億円)	前年同期比	現地通貨 前年同期比	金額 (億円)	前年同期比	現地通貨 前年同期比	金額 (億円)	前年同期比	計画比	現地通貨 前年同期比	現地通貨 計画比
売上	9.7	+34.2%	+28.4%	12.8	+30.7%	+30.7%	12.6	+29.1%	△1.2%	+25.0%	△4.3%
営業利益	△3.3	-	-	△3.2	-	-	△3.0	-	-	-	-
当期純利益×持分（※1）	△1.6	-	-	△1.6	-	-	△1.5	-	-	-	-

※1：当期純利益に各年度末時点の持分比率を乗じた参考値。

■ IB MonotaRO (インド)

- ・売上は計画を下回ったが、消耗品の販売に注力したことにより、リピート率は改善。
- ・高生涯価値の商業・工業地域の法人顧客獲得を進めた結果、事業規模の大きい法人顧客の割合が増加。
- ・リードタイム短縮へ向け、2024年に3箇所物流関連拠点を新設（現在、合計5箇所稼働中）。

	2023年度 実績			2024年度 計画			2024年度 実績				
	金額 (億円)	前年同期比	現地通貨 前年同期比	金額 (億円)	前年同期比	現地通貨 前年同期比	金額 (億円)	前年同期比	計画比	現地通貨 前年同期比	現地通貨 計画比
(※2) 流通総額 (GMV)	12.4	+19.6%	+17.5%	14.2	+14.3%	+14.3%	13.0	+4.1%	△8.9%	△2.1%	△14.4%
(※2) 売上	7.9	+15.4%	+13.3%	9.3	+17.2%	+17.2%	9.3	+17.3%	+0.1%	+10.2%	△5.9%
営業利益	△7.9	-	-	△8.0	-	-	△10.1	-	-	-	-
当期純利益×持分 (※1)	△4.1	-	-	△4.1	-	-	△5.5	-	-	-	-

※1：当期純利益に各年度末時点の持分比率を乗じた参考値。

※2：マーケットプレースでの出品者による販売は手数料部分のみを売上として計上。

2025年12月期 事業計画・戦略

	2024年度実績		2025年度計画		
	金額（百万円）	売上比	金額（百万円）	売上比	前年比
売上高	288,119		328,173		13.9%
売上総利益	84,420	29.3%	96,841	29.5%	14.7%
販売管理費	47,353	16.4%	53,841	16.4%	13.7%
営業利益	37,066	12.9%	43,000	13.1%	16.0%
経常利益	37,320	13.0%	43,026	13.1%	15.3%
当期純利益 (法人税等税率)	25,726 (30.8%)	8.9%	29,832 (30.6%)	9.1%	16.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	26,338	9.1%	30,284	9.2%	15.0%

	2025年度上期計画（1月～6月）			2025年度下期計画（7月～12月）		
	金額（百万円）	売上比	前年比	金額（百万円）	売上比	前年比
売上高	159,579		14.5%	168,594		13.4%
売上総利益	46,806	29.3%	14.8%	50,034	29.7%	14.7%
販売管理費	26,874	16.8%	16.5%	26,967	16.0%	11.0%
営業利益	19,932	12.5%	12.4%	23,067	13.7%	19.3%
経常利益	19,937	12.5%	11.6%	23,089	13.7%	18.7%
当期純利益 (法人税等税率)	13,652 (31.5%)	8.6%	12.3%	16,179 (29.9%)	9.6%	19.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	13,899	8.7%	11.2%	16,385	9.7%	18.4%

※：公表済の連結業績予想に対して期中最新の連結業績予想が下記変動幅のいずれかを超過した場合、修正開示を行う。
 連結売上高：±5%、連結営業利益：±10%、連結経常利益：±10%、親会社株主に帰属する当期純利益：±10%

単体計画 1/2

	2024年度実績		2025年度計画		
	金額（百万円）	売上比	金額（百万円）	売上比	前年比
売上高（※1）	276,100		314,876		14.0%
内 大企業連携（※1）	86,083	31.2%	107,761	34.2%	25.2%
売上総利益	82,141	29.8%	93,873	29.8%	14.3%
販売管理費	43,591	15.8%	49,792	15.8%	14.2%
営業利益	38,550	14.0%	44,080	14.0%	14.3%
経常利益	38,805	14.1%	44,120	14.0%	13.7%
当期純利益 （法人税等税率）	25,984 (29.6%)	9.4%	30,926 (29.9%)	9.8%	19.0%

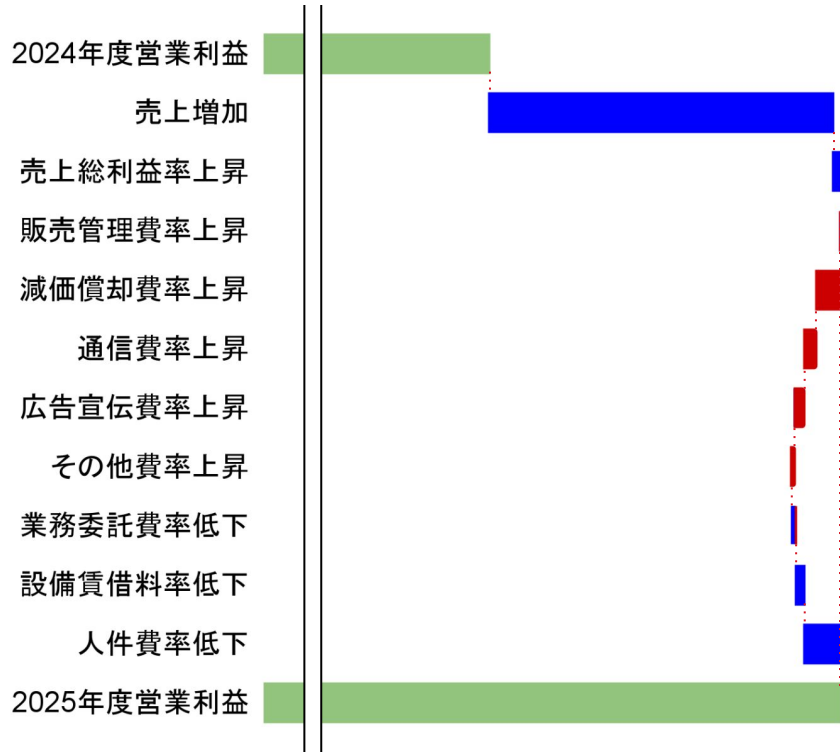
	2025年度上期計画（1月～6月）			2025年度下期計画（7月～12月）		
	金額（百万円）	売上比	前年比	金額（百万円）	売上比	前年比
売上高（※1）	153,296		14.8%	161,579		13.3%
内 大企業連携（※1）	51,950	33.9%	26.3%	55,810	34.5%	24.2%
売上総利益	45,418	29.6%	14.4%	48,454	30.0%	14.2%
販売管理費	24,887	16.2%	17.4%	24,905	15.4%	11.2%
営業利益	20,531	13.4%	10.9%	23,549	14.6%	17.5%
経常利益	20,551	13.4%	10.2%	23,569	14.6%	17.0%
当期純利益 （法人税等税率）	14,266 (30.6%)	9.3%	10.2%	16,659 (29.3%)	10.3%	27.8%

※1：営業日数（2024年上期/下期：120日/124日、2025年上期/下期：119日/122日）を考慮。

単体計画 2/2 対前年実績

	2024年度 実績 (A)		2025年度 計画 (B)		増減 (B-A)		
	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比			
売上高	276,100	—	314,876	—	増減金額 (百万円)	+38,775	<ul style="list-style-type: none"> ■ 事業者向けネット通販事業：引き続き、新規顧客獲得と顧客当たり売上の増加を目指す。 ■ 購買管理システム事業（大企業連携）：購買管理システム連携企業の新規接続先拡大を推進し、顧客獲得の拡大を目指す。営業人員を増強し、浸透度の低い拠点への営業活動を強化する（+25.2%）。
					増減率	+14.0%	
					売上比増減	—	
売上総利益	82,141	29.8%	93,873	29.8%	増減金額 (百万円)	+11,731	<ul style="list-style-type: none"> ■ 商品粗利率減（△0.2pt.：商品ミックスによる粗利率低下傾向が残る。下期は販売価格精緻化等により対応）。 ■ 配送料・諸掛率改善（+0.1pt.：箱当売上増加による配送料率改善）。 ■ ROIヤリティ受領額増。
					増減率	+14.3%	
					売上比増減	+0.0%	
販売管理費	43,591	15.8%	49,792	15.8%	増減金額 (百万円)	+6,201	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人件费率減（△0.2pt.：出荷箱当たり売上増により物流部門で改善等）。 ■ 設備賃借料率減（△0.1pt.：売上増により、物流関連費用の売上比率減等）。 ■ 減価償却费率増（+0.1pt.：受発注管理システム/OMSの早期償却費用等） <ul style="list-style-type: none"> ・ OMS運用開始後の状況変化を受け、システムの内製化が今後の事業展開及びコスト削減につながると判断し、早期償却を決定。 ■ 広告宣伝费率増（+0.1pt.：カタログ発行費用）。
					増減率	+14.2%	
					売上比増減	+0.0%	
営業利益	38,550	14.0%	44,080	14.0%	増減金額 (百万円)	+5,530	<ul style="list-style-type: none"> ■ 売上が+14.0%、売上総利益率・販管费率は共に前年並み、その結果、営業利益率は+14.3%。
					増減率	+14.3%	
					売上比増減	+0.0%	
当期純利益 (法人税等税率)	25,984 (29.6%)	9.4%	30,926 (29.9%)	9.8%	増減金額 (百万円)	+4,941	<ul style="list-style-type: none"> ■ 前年は海外子会社株式評価損（1,763百万円）を計上していたため、当期純利益率改善（+0.4pt.）。
					増減率	+19.0%	
					売上比増減	+0.4%	

単体 営業利益の増減要因分析



2024年度営業利益：38,550百万円

+5,414百万円	<ul style="list-style-type: none"> monotaro.com：注文単価・注文回数増により売上増。 大企業連携：高成長維持。
+196百万円	<ul style="list-style-type: none"> 商品ミックスによる粗利率減。 箱当り売上増加による配送料率改善。 ロイヤリティ増。
△80百万円	<ul style="list-style-type: none"> 下記により販売管理費率上昇。
△445百万円	<ul style="list-style-type: none"> OMS早期償却による減価償却費率増。
△198百万円	<ul style="list-style-type: none"> カタログ送付による通信費率増。
△155百万円	<ul style="list-style-type: none"> カタログ発行による広告宣伝費率増。
△41百万円	<ul style="list-style-type: none"> 梱包費用増等。
+69百万円	<ul style="list-style-type: none"> 派遣費用増となるも、売上増により業務委託費率改善。
+126百万円	<ul style="list-style-type: none"> 売上増による売上比率減等（本社賃借料は段階的増契約により売上比増となるも、倉庫賃料率は売上増により減）。
+563百万円	<ul style="list-style-type: none"> 出荷箱当り売上増等。

2025年度営業利益：44,080百万円（前年比：+5,530百万円、+14.3%）

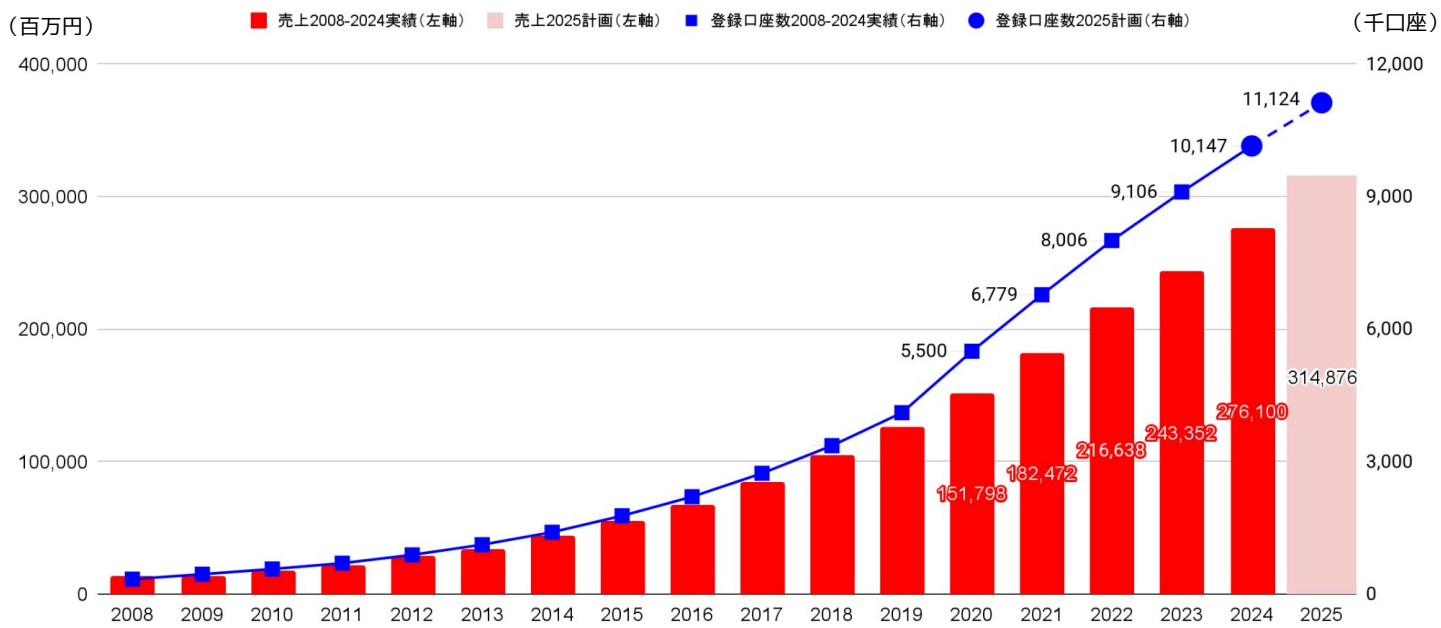
※ 増減金額は要因ごとの比率変動等による営業利益の変動額であり、要因項目の実変動金額ではない。

単体 物流関連コスト

- 物流関連コスト2025年度売上比計画：6.3%
 - ・ 対前年：△0.4pt.
 - 減価償却費率：△0.2pt.（売上増に伴う売上比率減等）
 - 設備賃借料率：△0.2pt.（売上増に伴う売上比率減等）
 - 人件費・業務委託費率：△0.1pt.（箱当り売上増による売上当り出荷箱数減等）

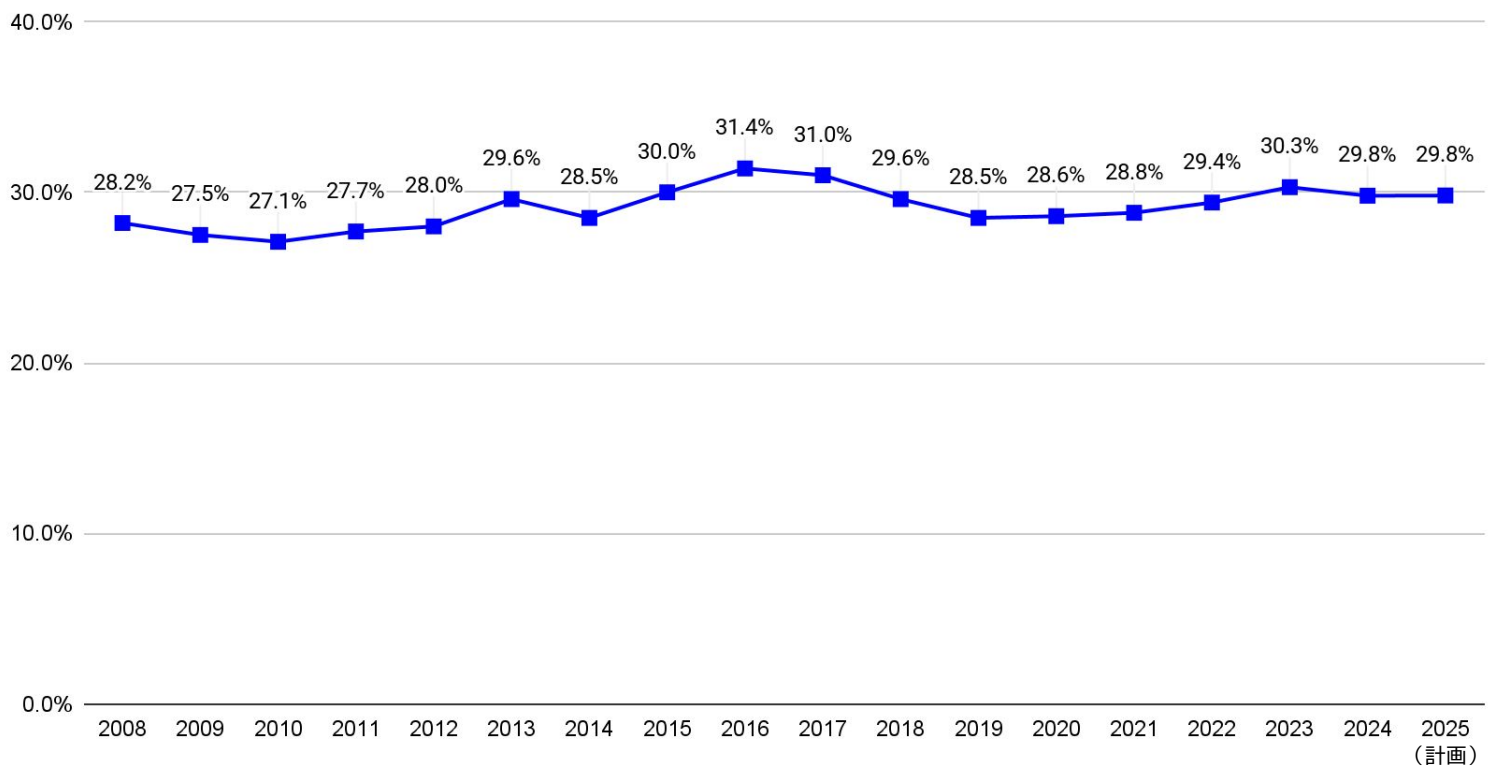
	2023年度		2024年度						2025年度					
	年度実績		上期実績		下期実績		年度実績		上期計画		下期計画		年度計画	
	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比
売上高（単体）	243,352		133,531		142,569		276,100		153,296		161,579		314,876	
減価償却費	3,098	1.3%	1,738	1.3%	1,761	1.2%	3,499	1.3%	1,781	1.2%	1,819	1.1%	3,601	1.1%
人件費・業務委託費	8,019	3.3%	3,924	2.9%	4,101	2.9%	8,026	2.9%	4,380	2.9%	4,486	2.8%	8,866	2.8%
設備賃借料	3,665	1.5%	1,732	1.3%	1,746	1.2%	3,479	1.3%	1,792	1.2%	1,788	1.1%	3,581	1.1%
その他費用	3,242	1.3%	1,648	1.2%	1,781	1.2%	3,430	1.2%	1,965	1.3%	1,964	1.2%	3,930	1.2%
合計	18,026	7.4%	9,044	6.8%	9,391	6.6%	18,435	6.7%	9,919	6.5%	10,059	6.2%	19,979	6.3%

売上・登録口座数推移

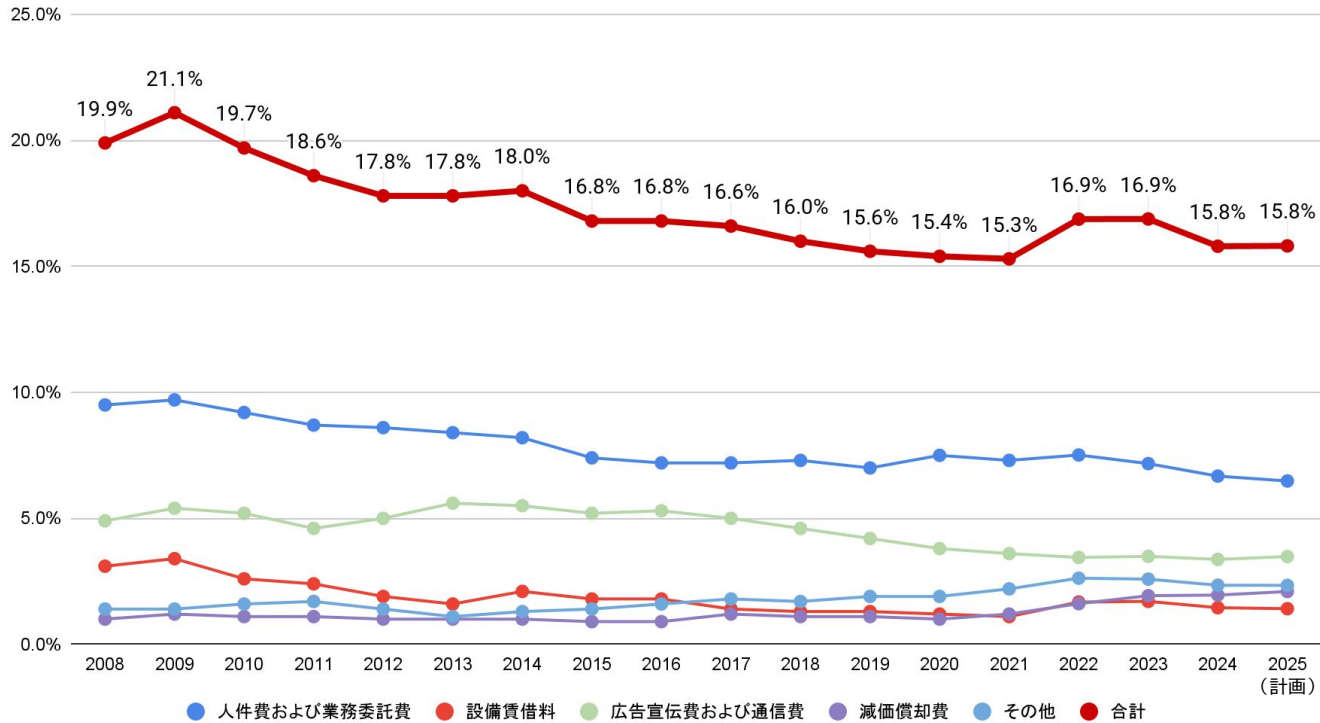


	2023年12月末		2024年12月末		2025年12月末 (計画)	
登録口座数 (千口座)	9,106.5	+1,100.1	10,147.2	+1,040.7	11,124.0	+976.8
		(対2022年12月末)		(対2023年12月末)		(対2024年12月末)

単体 売上総利益率推移



単体 販売管理費率推移



	2024実績	2025計画
人件費	4.4%	4.2%
業務委託費	2.3%	2.3%
設備賃借料	1.5%	1.4%
広告宣伝費	3.2%	3.3%
通信費	0.2%	0.2%
減価償却費	2.0%	2.1%
その他	2.3%	2.3%
計	15.8%	15.8%

■ 当社顧客事業規模別 市場分析と当社現状のアップデート

アプローチ：

- ・Micro～Mid：期待生涯顧客価値（LTV）の計算に基づいて、新規顧客の獲得、獲得顧客の定着化、定着後顧客のLTV拡大を最大化する
- ・Mid～Large：購買システム連携企業の新規連携先の拡大、拠点浸透によるエンドユーザー獲得/エンドユーザー単価増

	顧客売上規模（※1） （市場規模：約8-10兆円）	当社の2024年末状況 （）は2023年末からの変化	2024年の振り返り	2025年の方向
事業者向けネット通販事業	Micro （個人事業主、一般消費者、その他）	<ul style="list-style-type: none"> ・2024年売上構成比：10%（△1pt.） ・2024年売上成長率：1%（+3pt.） 	<ul style="list-style-type: none"> ・南海トラフ地震臨時情報などの影響に伴い、防災関連などの需要が一時的に増加。 	<ul style="list-style-type: none"> ・期待LTVを加味した上でダイレクトマーケティングを最適化。
	Small （売上20億円未満の法人等、約450万社）	<ul style="list-style-type: none"> ・2024年売上構成比：39%（△1pt.） ・2024年売上成長率：10%（±0pt.） ・法人企業登録率（※2）は約25% 	<ul style="list-style-type: none"> ・休眠復活施策による稼働顧客増。 ・顧客リスト刷新と期待LTVに基づいて新規顧客獲得と定着化策の強化（例：チラシ：8月～）。 ・より高度な統合マーケティング/パーソナライズを実現する販促基盤システムをリリース（5月）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・各チャネル、販促基盤システムの強化による新規獲得・定着策の強化。 ・2023年以降成長率が低下している、既存顧客にとつての初購入商品からの売上成長再加速を目指した売り場作り（例：カタログ）。
	Mid （売上300億円未満の法人等、約6万社）	<ul style="list-style-type: none"> ・2024年売上構成比：22%（±0pt.） ・2024年売上成長率：15%（+1pt.） ・購買システム経由売上比：約30% ・法人企業登録率（※2）は約85%と高い中、拠点浸透率（※3）は約20% 	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客リスト刷新と期待LTVに基づき新規拠点・顧客獲得と定着化策の強化（例：チラシ/インサイドセールス：8月～）。 ・新規システム連携拡大のためのMid向け営業を再始動（12月～）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・各チャネル、販促基盤システム強化による新規獲得・定着策の強化。 ・新規システム連携のためのMid向け営業活動の強化。
	Large （売上300億円以上の法人等、約6,500社）	<ul style="list-style-type: none"> ・2024年売上構成比：29%（+3pt.） ・2024年売上成長率：25%（△1pt.） ・購買システム経由売上比：約90% ・法人企業登録率（※2）は約90%以上だが、拠点浸透率（※3）は約10% ・約1,000社と購買システム連携済。 	<ul style="list-style-type: none"> ・企業・拠点単位のポテンシャル精緻化。 ・営業体制強化により、売上1,000億円以上の50社と新規連携（対計画プラス）。 ・現場営業活動トライアルの開始。 	<ul style="list-style-type: none"> ・新規連携先獲得活動の継続。 ・高ポテンシャル拠点をターゲットに現場営業活動の強化。 ・大企業向けサービス開発強化（例：配送日指定等）。

※：2024年開示版からデータソースの拡大・定義を精緻化しアップデート（廃業定義、法人番号定義、法人以外の事業団体データの精査）

※1：顧客売上規模は2024年末時点の顧客のもの。

※2：法人企業登録率＝企業内で1人でも当社アカウントを保有している法人企業の率

※3：拠点浸透率＝企業の事業所・拠点の中で1人でも当社アカウントを保有している事業所・拠点の率

■ 事業者向けネット通販事業（monotaro.com）

新規顧客獲得	既存顧客利用増
<ul style="list-style-type: none"> 顧客リスト刷新とそれを活用した期待LTVの高い新規顧客の獲得。 新販促基盤活用による顧客獲得推進。 	<ul style="list-style-type: none"> 新販促基盤活用による定着率向上。 初購入商品から売上成長再加速を目指した売り場作り（カタログ等）による既存顧客売上成長強化。

■ 購買管理システム事業（大企業連携）

新規連携企業獲得	契約先営業活動
<ul style="list-style-type: none"> Mid/Large層に対して営業活動を強化し、新規システム連携先獲得活動を推進。 大規模事業者との接点の場であるセミナー等を継続実施。 	<ul style="list-style-type: none"> 利用ポテンシャルの高い拠点の利用促進へ向けた現場営業の強化。 大企業向けサービスの開発（納期日指定等の配送サービス強化への取り組み等）。

2023年 実績			2024年 実績				2025年 計画		
金額（百万円）	前年同期比	売上合計比	金額（百万円）	前年同期比	計画比	売上合計比	金額（百万円）	前年同期比	売上合計比
67,327	+34.6%	27.7%	86,083	+27.9%	△0.3%	31.2%	107,761	+25.2%	34.2%

	2023年度 Q4末		2024年度 Q4末	
	企業数		企業数	
連携企業数（内、ONE SOURCE / ONE SOURCE Lite）	（※1）3,578（2,827）		（※1）3,845（2,994）	
			前年度末比	
			+267（+167）	

※1：2023年12月・2024年12月のアクティブ企業数。

■ ロイヤリティ事業

	2024年度実績	2025年度計画
対象事業 （Grainger社 米・英 Zoroビジネス）	<ul style="list-style-type: none"> 売上（米国）は前年から増加。 営業利益は前年から増加。 	<ul style="list-style-type: none"> 2桁（営業日ベース）の売上成長を計画。
ロイヤリティ受領額	<ul style="list-style-type: none"> 2024年累計受領額は前年・計画から増。 	<ul style="list-style-type: none"> 2024年の受領額よりも増加する見通し。

■ 顧客フルフィルメント向上施策

	当日出荷商品の注文締切時間の延長 (15時 ⇒ 17時)	配送日時の指定
取組内容	<div data-bbox="527 372 954 634" data-label="Image"> </div> <ul style="list-style-type: none"> 以下地域で開始（エリアカバー率約5割）。 <ul style="list-style-type: none"> 2024年 9月：南関東 2024年12月：関西 2024年11月より顧客認知活動開始。 <ul style="list-style-type: none"> TVCMは1月より関西地域で放送開始。 	<div data-bbox="1232 372 1655 634" data-label="Image"> </div> <ul style="list-style-type: none"> monotaro.comのご利用顧客に対し、2024年7月、倉庫から商品出荷後にヤマト運輸のサイト上で、配送日時の指定が可能に。
今後の施策	<ul style="list-style-type: none"> 一部地域を除く全国で、当日出荷商品の注文締切時間を延長（2025年中実施予定）。 メディア（テレビ/ラジオ/ネット）への広告を通じてユーザーの認知を拡大。 	<ul style="list-style-type: none"> 当社monotaro.comサイト上で注文時に配送日時指定を可能にする。 配送日指定ニーズの高い、大企業購買システム連携顧客向けのサービス開発。

■ NAVIMRO（韓国）

- ・事業者向け通販事業の売上伸長を図る。
- ・売上伸長を通じて物量増に繋げ新DCの稼働増を図る。

	2024年度 実績			2025年度 計画		
	金額(億円)	前年比	現地通貨前年比	金額(億円)	前年比	現地通貨前年比
売上	99.5	+7.1%	+3.7%	105.7	+6.2%	+6.2%
営業利益	△1.2	—	—	△0.0	—	—
当期純利益×持分(※1)	△1.5	—	—	△0.1	—	—

■ MONOTARO INDONESIA（インドネシア）

- ・ダイレクトセールス強化による新規顧客拡大と2024年度より本格展開している大規模顧客拡大が進捗するため、売上は前年から40%成長。
- ・新たにカリマンタン島に物流拠点を設け、商圏の拡大を図る。

	2024年度 実績			2025年度 計画		
	金額(億円)	前年比	現地通貨前年比	金額(億円)	前年比	現地通貨前年比
売上	12.6	+29.1%	+25.0%	17.7	+40.6%	+40.6%
営業利益	△3.0	—	—	△2.6	—	—
当期純利益×持分(※1)	△1.5	—	—	△1.5	—	—

■ IB MONOTARO（インド）

- ・注力セグメントへの事業シフトを上期に完了し、下期以降は事業の本格拡大開始を図るが、年間売上は横這いを見込む。
- ・登録したものの未購入の顧客に対するインサイドセールスを強化する。
- ・自社配送を開始し、他社との差別化を進める。

	2024年度 実績			2025年度 計画		
	金額(億円)	前年比	現地通貨前年比	金額(億円)	前年比	現地通貨前年比
(※2) 流通総額 (GMV)	13.0	+4.1%	△2.1%	12.6	△2.3%	△2.3%
(※2) 売上	9.3	+17.3%	+10.2%	9.4	+0.7%	+0.7%
営業利益	△10.1	—	—	△8.1	—	—
当期純利益×持分(※1)	△5.5	—	—	△4.7	—	—

※1：当期純利益に各年度末時点の持分比率を乗じた参考値。

※2：マーケットプレースでの出品者による販売は手数料部分のみを売上として計上。

サステナビリティ

			2024年進捗
サステナビリティ優先取り組み分野	環境	気候変動対策としてのCO2排出量の削減	<ul style="list-style-type: none"> 2023年のCO2排出量算定（マーケット基準・ロケーション基準併記）の第三者保証報告書受領。 GHG算定ツールの導入（算定の効率化）。 輸入品コンテナのラウンドユースを開始。
		環境配慮型商品の開発と提案	<ul style="list-style-type: none"> 10項目の環境ラベルを開示。 クローズドリサイクルの段ボールをモノタロウブランドで販売開始。 メーカー4社にご協力いただき、環境配慮型商品の社内展示会を2024年5月に開催。
		資源循環型モデルの実現	<ul style="list-style-type: none"> 進捗の開示に向け、不要物（廃棄物を含む）のリサイクル定義を策定。 取引のある廃棄物処理業者へリサイクル処理の実績についてアンケートを実施。
	社会	サステナブル調達の実行	<ul style="list-style-type: none"> 2024年時点で約2,500社に調達ガイドラインを配布。約8割より調達ガイドライン賛同確認書・自己点検アンケートを回収。 調達ガイドライン遵守に向けたモニタリング評価の監査基準・対象・手法を調査、検討中。 複数取引先の製造拠点にて当社立ち合いのもとサステナビリティ監査を実施。 監査結果を取引先に共有し、改善依頼を実施。
		ダイバーシティ & インクルージョン	<ul style="list-style-type: none"> 本社での障がい者雇用促進施策の実施。合理的配慮相談窓口の設置。 従業員エンゲージメント調査、D&I社内意識調査アンケートの定例実施、分析と結果報告。 D&I推進Week、メンタルヘルスセミナー、ベビーシッター利用補助制度説明会、定例子育て座談会の実施。
ガバナンス、方針			<ul style="list-style-type: none"> 贈収賄・腐敗の防止に関するデータを開示。 サステナビリティ方針と人権方針の開示。
災害対応			<ul style="list-style-type: none"> 9月能登半島豪雨において、石川県・経済産業省と連携し、災害支援物資の供給を実施。

資本コストや株価を意識した 経営の実現に向けた対応について

■ 中長期の売上及び利益成長目標

当社は、インターネットを通じた国内外の間接資材の販売におけるビジネスモデルの進化とそれを進化させるうえで必要となるサービスの展開を実施していくことにより、中長期的に

- ・ 売上成長率：15%超
- ・ 売上増加率を超える利益成長の実現

を目指して、事業を推進します。

そのため、国内外での事業拡大に向け、技術革新とオペレーション進化への投資を行います。

■ 株主資本コストを踏まえたROEの中長期的な目標

当社は、株主資本コストについて、「CAPM方式」と株式市場が期待する当社への利回りを反映した「株式益回り方式」で算定しました。「CAPM方式」では約7%、

「株式益回り方式」では、株式市場が当社に期待する中長期的な利益成長率を15%と想定し、現下の株価とPERの水準から約17%と推計しました。この認識のもと、当社は

- ・ ROE30%以上の水準の実現

を目指します。

■ 成長投資と株主還元方針

成長投資に関し、当社は、①既存ドメイン領域のキャパシティ増強、②既存ドメイン領域の機能強化等によるシェアゲイン、③新技術の獲得、④当社ビジネスモデルの海外展開の加速、⑤購買プロセスにかかる提供価値拡大による新たな競争優位性の獲得、⑥技術革新等による潜在的な競争力低下への対応といった類型を想定しています。

このうち、物流拠点への設備投資に代表される「①既存ドメイン領域のキャパシティ増強」への投資は、将来の投資回収が比較的確実であることから、これに必要な投資は有利子負債で調達することを基本とします。

その上で、配当については、

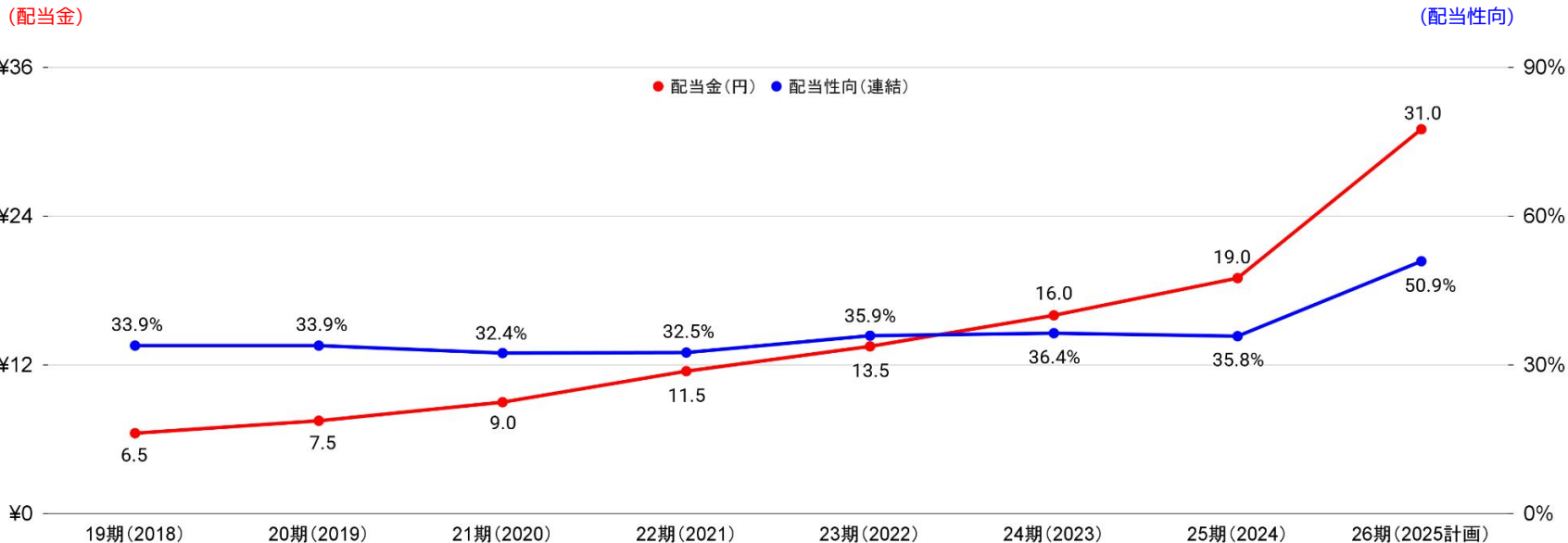
- ・ 親会社に帰属する連結当期純利益に対する配当性向50%以上

を目安に実施します。その余のキャッシュにつきましては、ROE30%以上の水準を維持しつつ、15%を超える売上成長（利益成長はそれを超えるもの）を実現していくための成長投資、または投資を行わない場合には自己株式取得による株主還元にご利用します。

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を配分（2024年度以前）。
親会社株主に帰属する当期純利益に対する配当性向50%以上を目安に実施（2025年度以降）。
- ・ 第25期（2024年度）配当見込：1株当り19.0円（中間配当実績 9.0円、期末配当見込 10.0円）。
- ・ 第26期（2025年度）配当計画：1株当り31.0円（中間配当計画 15.0円、期末配当計画 16.0円）。

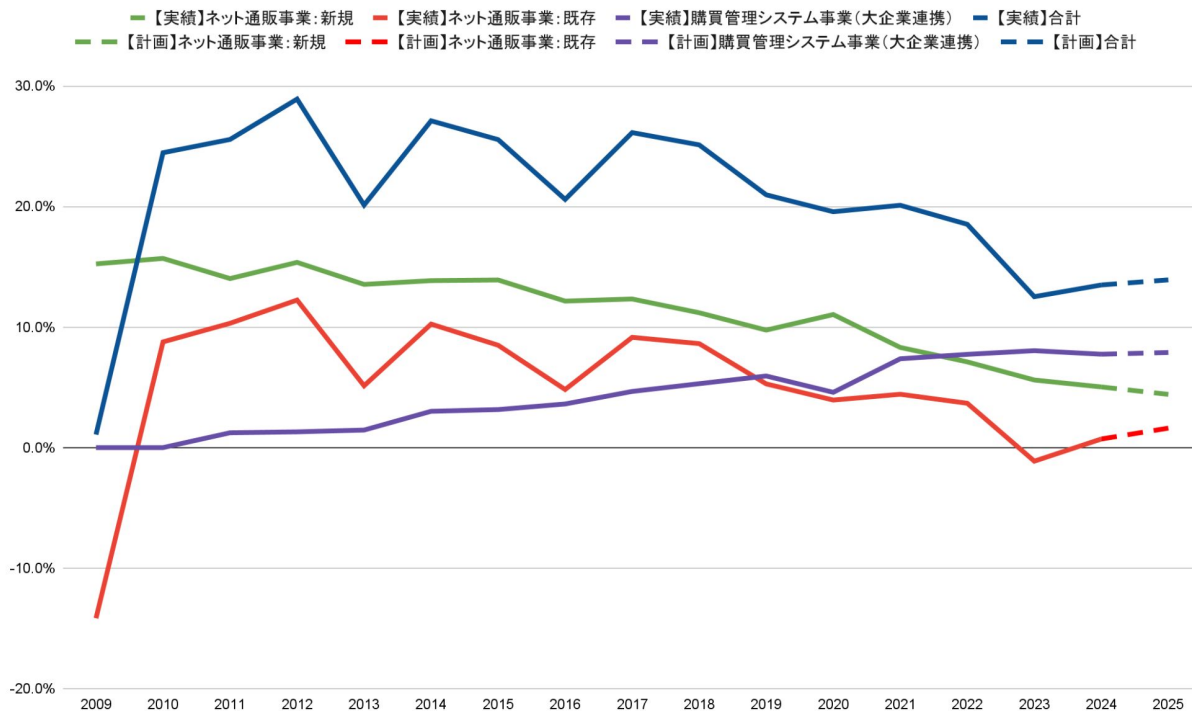


株主優待制度の廃止について

- 株主優待制度の廃止
 - この度、株主の皆様への公平な利益還元のあり方という観点から、配当による利益還元に集約することが適切であると判断し、配当性向の向上に併せ、株主優待制度を廃止します。
- 株主優待制度の廃止時期
 - 2024年12月31日を基準日とした当社株主名簿に記載された1単元（100株）以上を半年以上継続保有された株主様へ贈呈する株主優待をもって廃止します。
 - 2025年12月31日を基準日とする株主優待は実施いたしませんのでご注意ください。

參考資料

単体 売上成長率（事業/新規・既存顧客別貢献度）



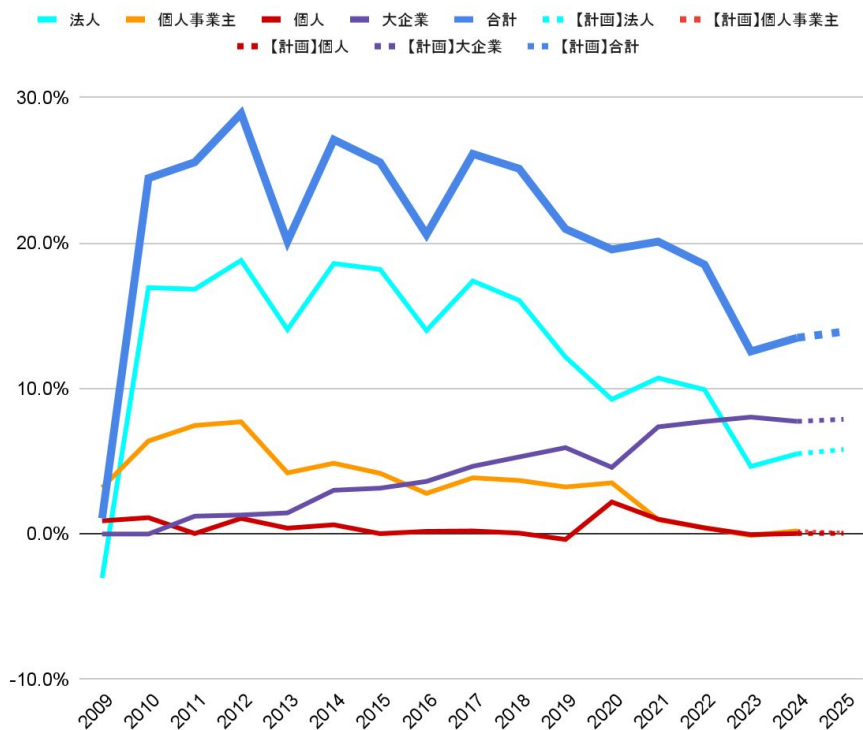
※：2024年度末時点のステータスで遡り、年度毎に対前年の売上全体の成長に占める各チャネルの内訳（貢献度）を整理したもの。

※：「ネット通販事業：新規」は、各年度に獲得した顧客からの売上による貢献度、「ネット通販事業：既存」は、前年度以前に獲得した顧客からの売上による貢献度を示す。

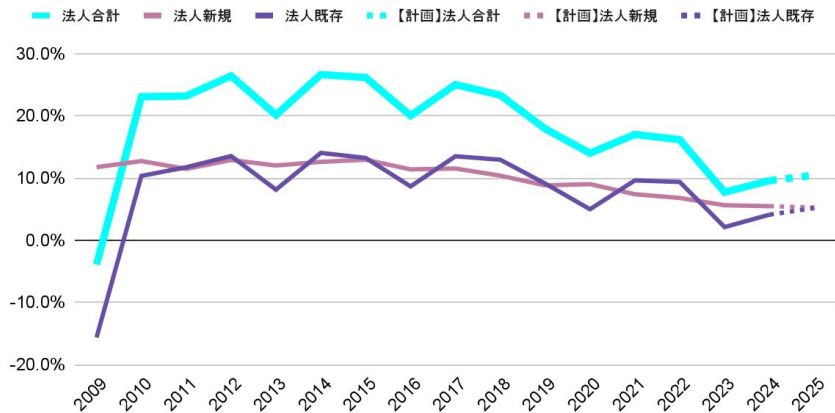
※：2024年度開示資料から、以前はmonotaro.com経由での注文ではあるものの「購買管理システム事業（大企業連携事業）」と区分されていた売上（過去の営業管理上の区分によるもの）について、2023年度に行った会計システムのリプレイスを機に「monotaro.com」の売上に再整理した（成長率への影響は軽微）。

単体 売上成長率 (法人/法人新規・既存別貢献度)

売上合計成長率
(monotaro.com法人、大企業、個人事業主、個人消費者 貢献度)



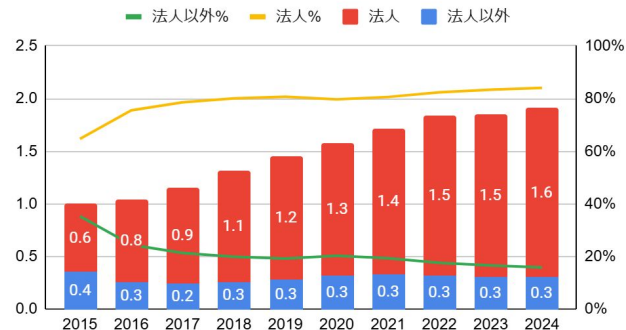
monotaro.com法人売上成長率
(新規・既存 貢献度)



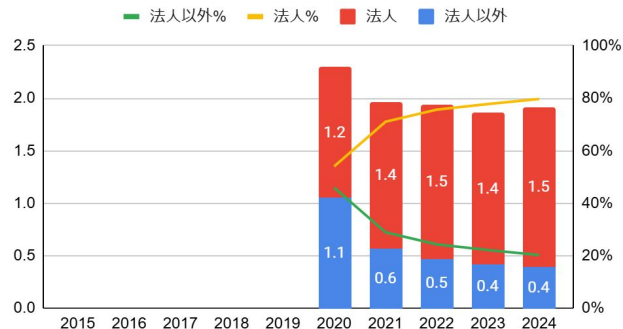
- monotaro.com法人顧客の成長貢献度・成長
 - ・売上全体の成長（2024実績は13.5%・2025計画は14.0%）の内、monotaro.comの合計売上成長への貢献度は2024実績は約6%・2025計画も約6%（左グラフ）。
 - ・monotaro.com法人顧客の売上成長は2024実績は約10%、2025計画は約10%を計画（上グラフ）。

単体 登録年度別売上成長・顧客内訳

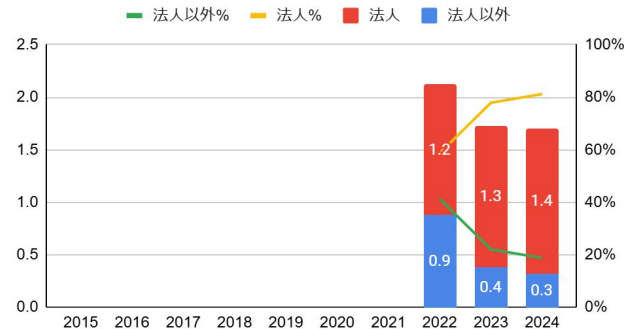
2015年度登録顧客



2020年度登録顧客



2022年度登録顧客



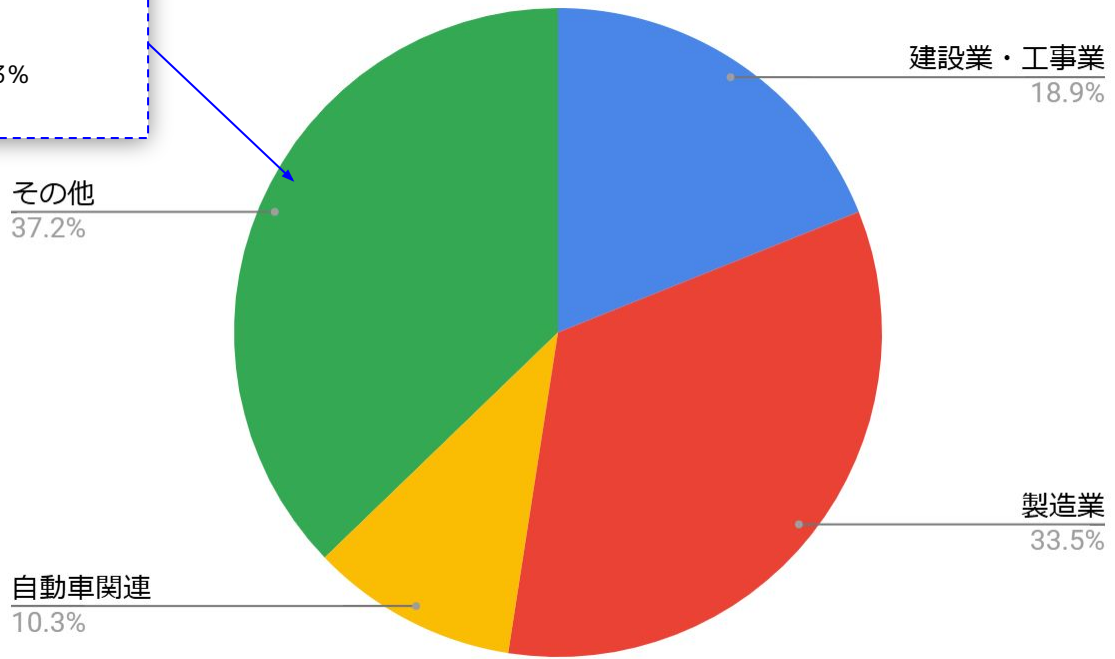
※：棒グラフ（左軸）は2015年度（登録後10年経過時点）・2020年度（登録後5年経過時点）・2022年度（登録後3年経過時点）に登録した顧客の2015年度における同年度登録顧客の売上を「1」とした場合の各登録年度顧客の売上成長。棒グラフの内訳は法人・法人以外。線グラフ（右軸）は法人・法人以外の売上割合。

※：売上は2024年度末時点で事業者向けネット通販事業（monotaro.com）顧客のものを各登録年度まで遡って整理したもの（購買管理システム事業/大企業連携へ移行した顧客の売上データは含まれない）。

単体 顧客属性

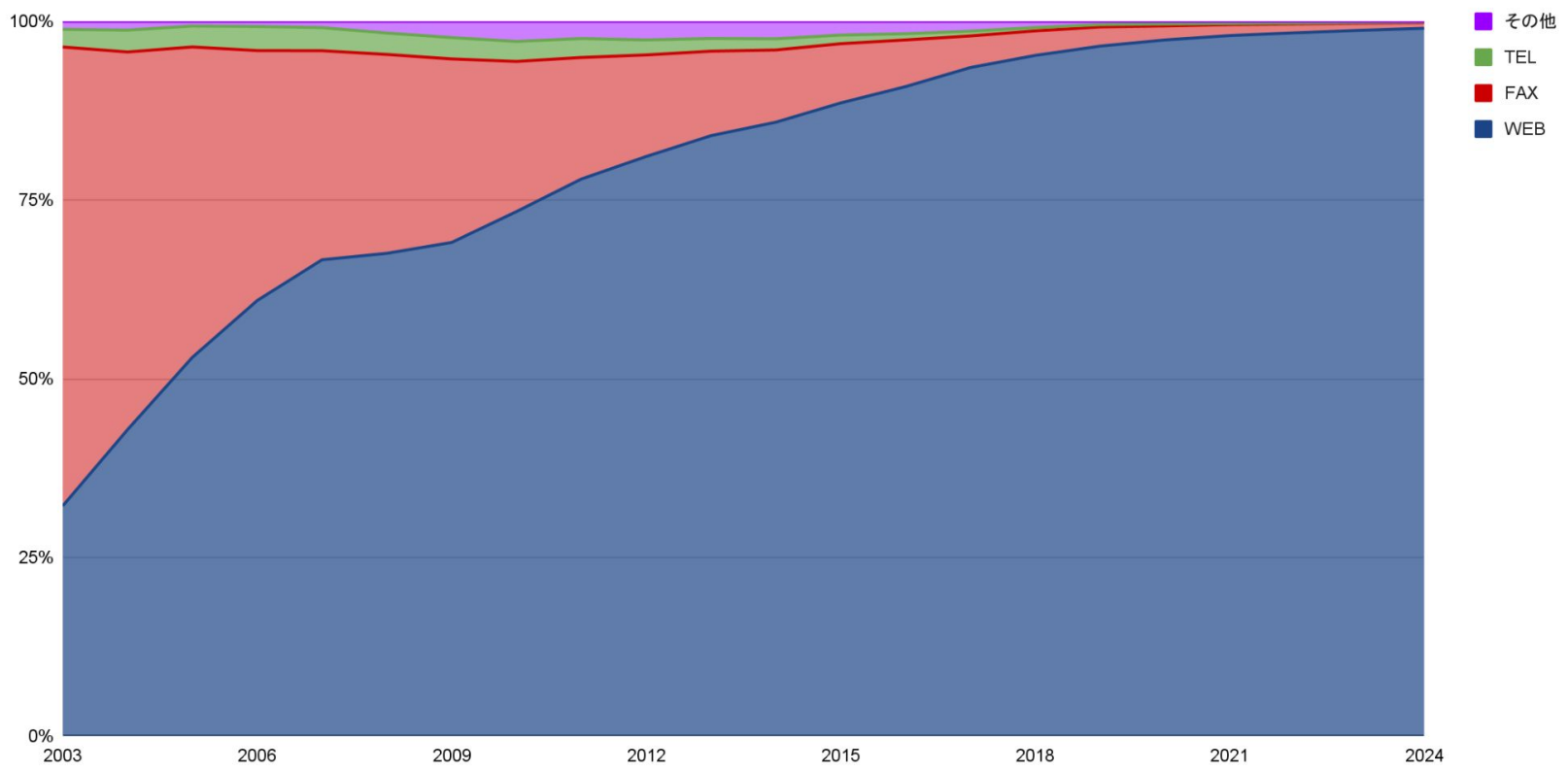
顧客の業種

- ・卸売、小売業、飲食店：10.7%
- ・教育：2.5%
- ・農業：2.1%
- ・社会保険・福祉：1.3%
- ・医療：1.1%

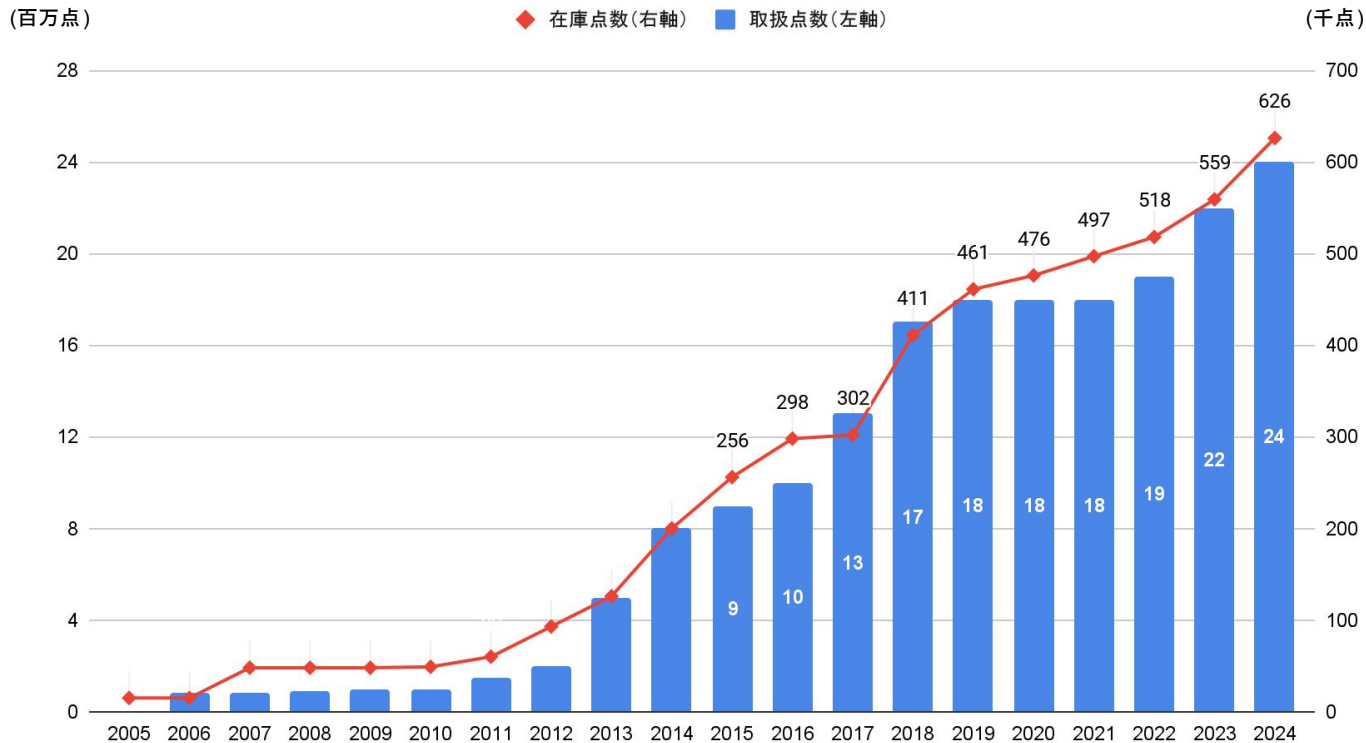


2024年売上ベース
monotaro.com受注のみ(大企業連携を除く)

単体 受注方法比率



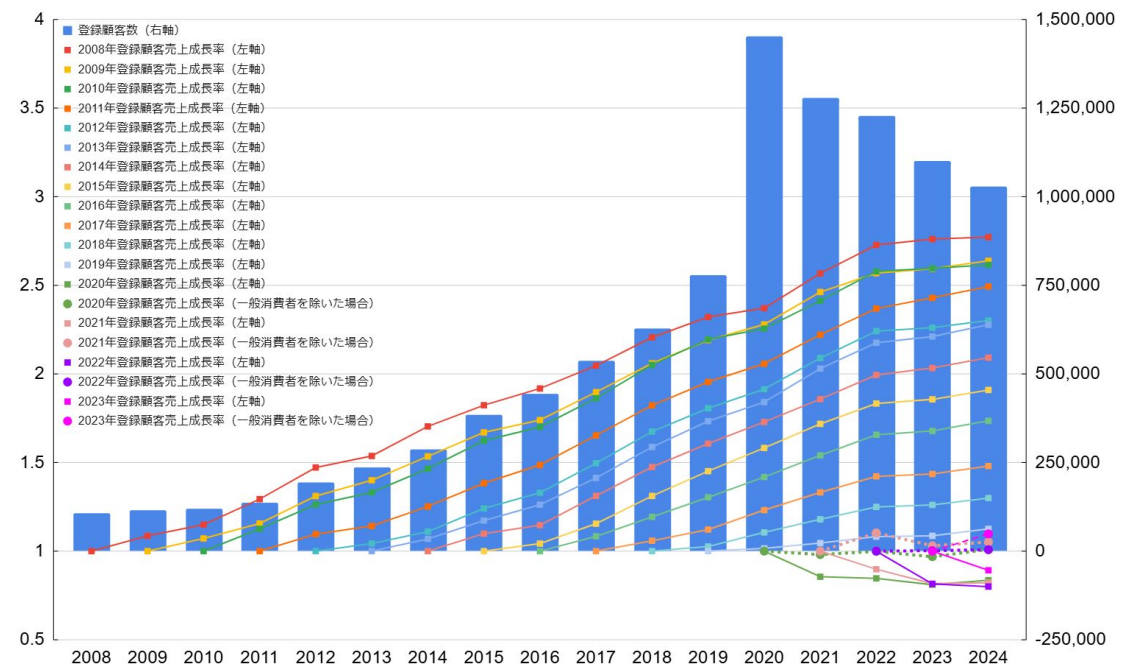
単体 取扱・在庫点数



単体 登録年度別売上成長

(購入金額成長)

(顧客獲得数)

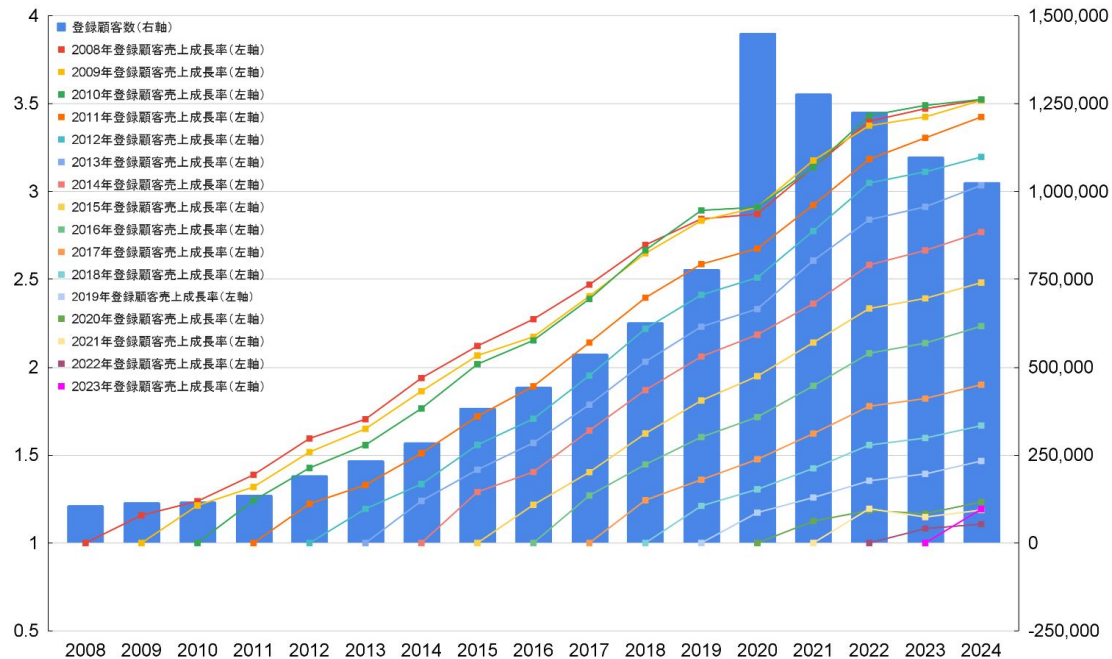


※：登録顧客数・売上とも2024年度末時点で事業者向けネット通販事業（monotaro.com）顧客のものを各登録年度まで遡って整理したものの（購買管理システム事業/大企業連携へ移行した顧客の売上データは含まれない）。
 ※：折れ線グラフ（左軸）は該当年度登録顧客の売上成長率。登録年度の売上を1とした場合の倍率。

単体 登録年度別売上成長（法人）

（購入金額成長）

（顧客獲得数）

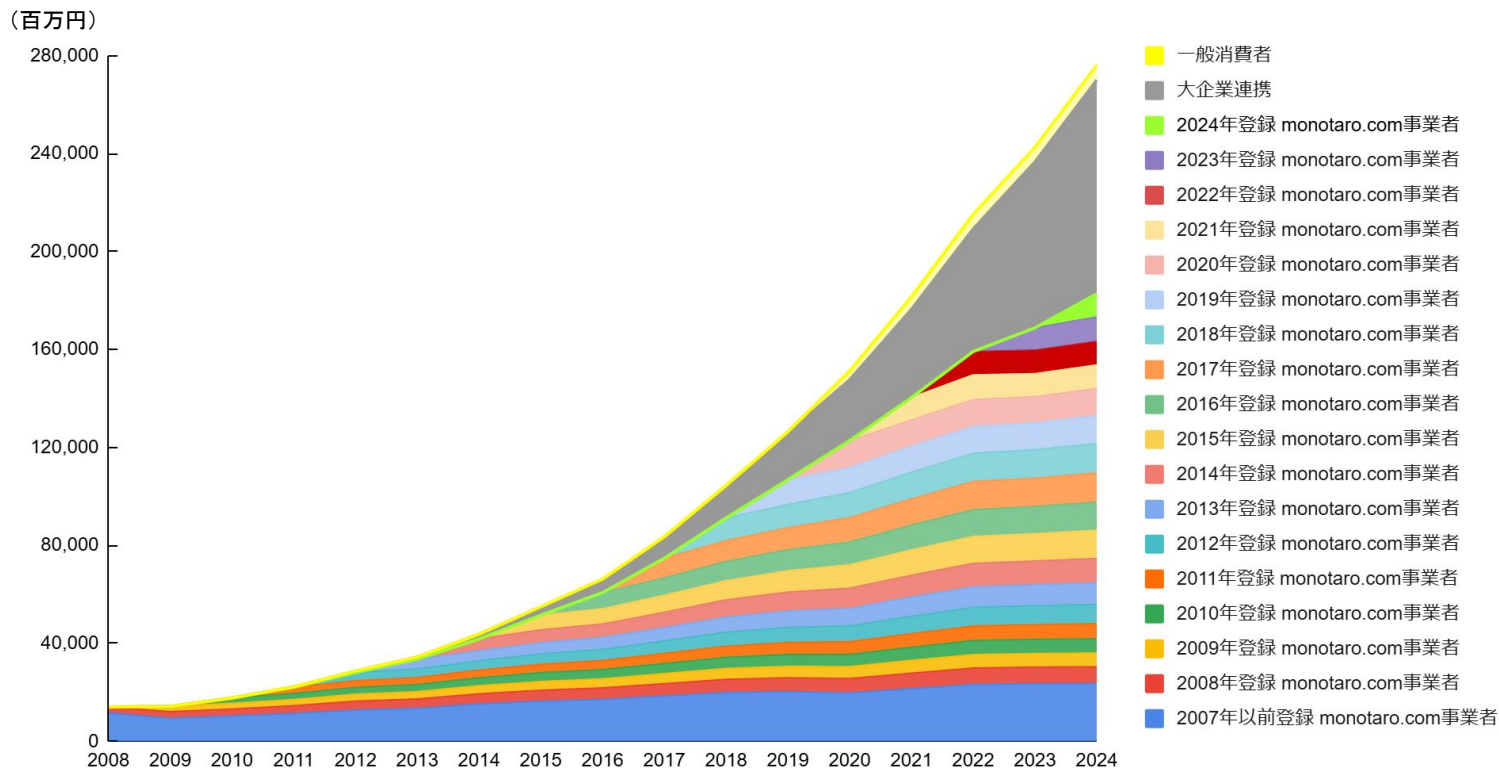


※：登録顧客数・売上とも2024年度末時点で事業者向けネット通販事業（monotaro.com）顧客のものを各登録年度まで遡って整理したもの（購買管理システム事業/大企業連携へ移行した顧客の売上データは含まれない）。

※：折れ線グラフ（左軸）は該当年度登録顧客の売上成長率。登録年度の売上を1とした場合の倍率。

※：棒グラフは法人も含めた各年度における新規登録者。

単体 登録年度別売上推移



※：monotaro.com事業者売上は2024年度末時点のステータスで各登録年度毎に遡って整理したもの。

※：大企業連携売上は2024年度末時点のステータスで遡って合算したもの。

※：一般消費者売上はmonotaro.com一般消費者の2024年度末時点のステータスで遡った売上とIHCモノタロウ売上を合算したもの（IHCは閉鎖・monotaro.comへ統合済）。

物流拠点

	笠間DC	茨城中央SC	猪名川DC	水戸DC (※注)
外観				
フロア	地上1階平屋建	地上1階平屋建	地上6階建（賃借）	地上4階建
延床面積	約56,000 m ²	約49,000 m ²	約194,000 m ²	約75,000 m ²
センター稼働時間	月～金 24時間稼働 (土日 9:00～18:00)	月～金 9:00～22:00 (土 9:00～18:00)	月～金 24時間稼働 (土日 9:00～18:00)	検討中
在庫点数	33万SKU	3万SKU	55万SKU	50万SKU
出荷能力 行数/日	10万行	3万行	18万行	30万行
出荷稼働時期	2017年4月	2021年4月	第1期22年4月 第2期23年4月	2028年5月予定

※：これまで2028年稼働予定の物流センター名を「新関東DC」と表記してきたが、今後は「水戸DC」と表記。

本資料には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。又、本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としていません。

お問い合わせ先

経営管理部門 IR・広報グループ

Tel: 06-4869-7190

Fax: 06-4869-7178

Mail: pr@monotaro.com

IR情報: <https://corp.monotaro.com/ir/index.html>

