



株式会社MonotaRO 会社概況

2007年8月
株式会社MonotaRO



目 次

- I 当社概要
- II 2007年6月期中間期決算の概況
- III 2007年12月期通期予想と今後の戦略・課題

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。

I-1 当社概要

■主な事業内容

インターネット等を利用した工場用間接資材の通信販売
(商品点数：80万点・うち6万5千点が在庫商品)

■販売商品の特徴

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

■主な競合

訪問工具商

■主な顧客層

製造業を中心とする中小企業

■市場規模

3～5兆円

■経営戦略

- (1) インターネットを利用した通信販売で規模の経済を実現し、幅広い商材と高い検索性で差別化を図る。
- (2) 累積する受注・顧客データベースを整備分析したマーケティングで顧客の囲い込みを図る。
- (3) 自社にてのソフト開発からコンテンツ制作までを行うことで高い生産性をあげる。

■課題

顧客にとって興味の少ない市場で知名度をあげ、市場に浸透すること。

1-2 物流センター移転に関して

■ 昨年までの物流センター：東大阪にて約2,200坪の広さで13,000SKUを在庫

■ 本年より2011年までの物流センター：尼崎にて約7,500坪の広さで65,000SKUを在庫

■ 移転時に起きた問題：

本年1月は旧物流センターからの出荷を主とし、新物流センターではシステムの稼動実験と尼崎で新規雇用された作業員の訓練をする予定であった。ところが、旧物流センターの作業員が物流センターの閉鎖を前に契約前に急遽退職することが相次ぎ、実質的な運営が不可能となった。このため、十分な稼動実験ができず、訓練もできていない尼崎の作業員が1月からの出荷を担当したため、大きな混乱が相次いだ。これに加え、商品の旧物流センターから新物流センターへの移送にも支障が出たため、出荷遅れ・在庫切れ・誤出荷等の問題が続出した。

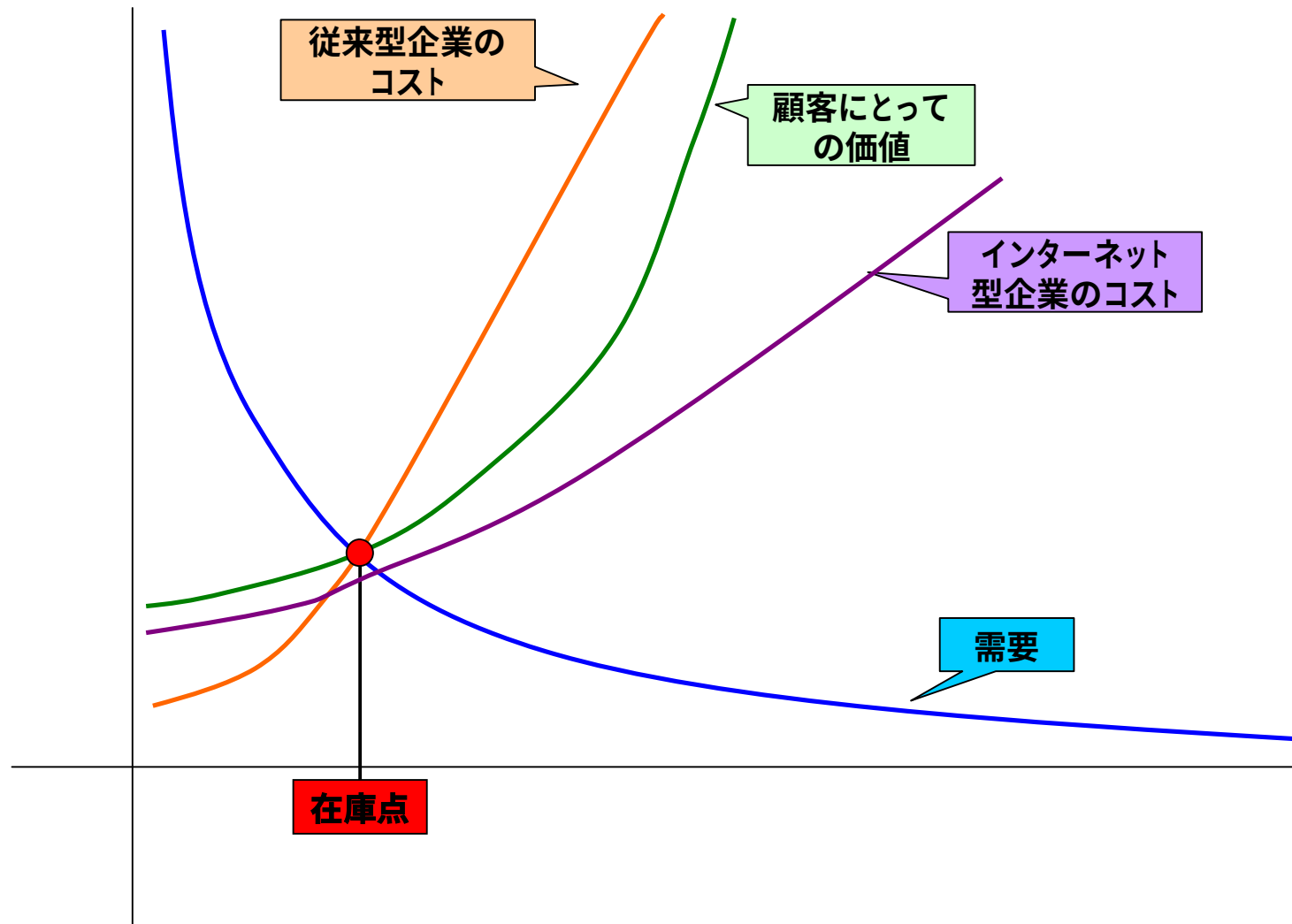
■ 上記問題の影響：

- (1) 正確な出荷ができない期間が1ヶ月近く続いたことは深刻な事態であり、特に顧客には大きな迷惑をかけたため、お詫び割引クーポンを第一四半期は多く出すことになった。この結果、第一四半期は利益率を下げてしまった。
- (2) 売上面では第一四半期は上記の割引クーポンもあり売上減を防ぐことができたが、割引クーポンの反動でクーポン期間終了後の5～6月は予定よりも売上を下げてしまった。
- (3) 完全に正常な成長軌道に戻るのは9月からと想定されているが、一時的にせよ売上成長を減速させただけでなく、顧客の信頼を裏切ったことでの影響が出る可能性はありえるであろう。
- (4) 一方、未経験な作業員を前提でのワークフローに変えざるを得なかったため、長期的なオペレーションコストの低減ができたことや、システムの統合が図れたことは副産物としてはプラスであり、さらなる固定費の低減の地ならしができた。

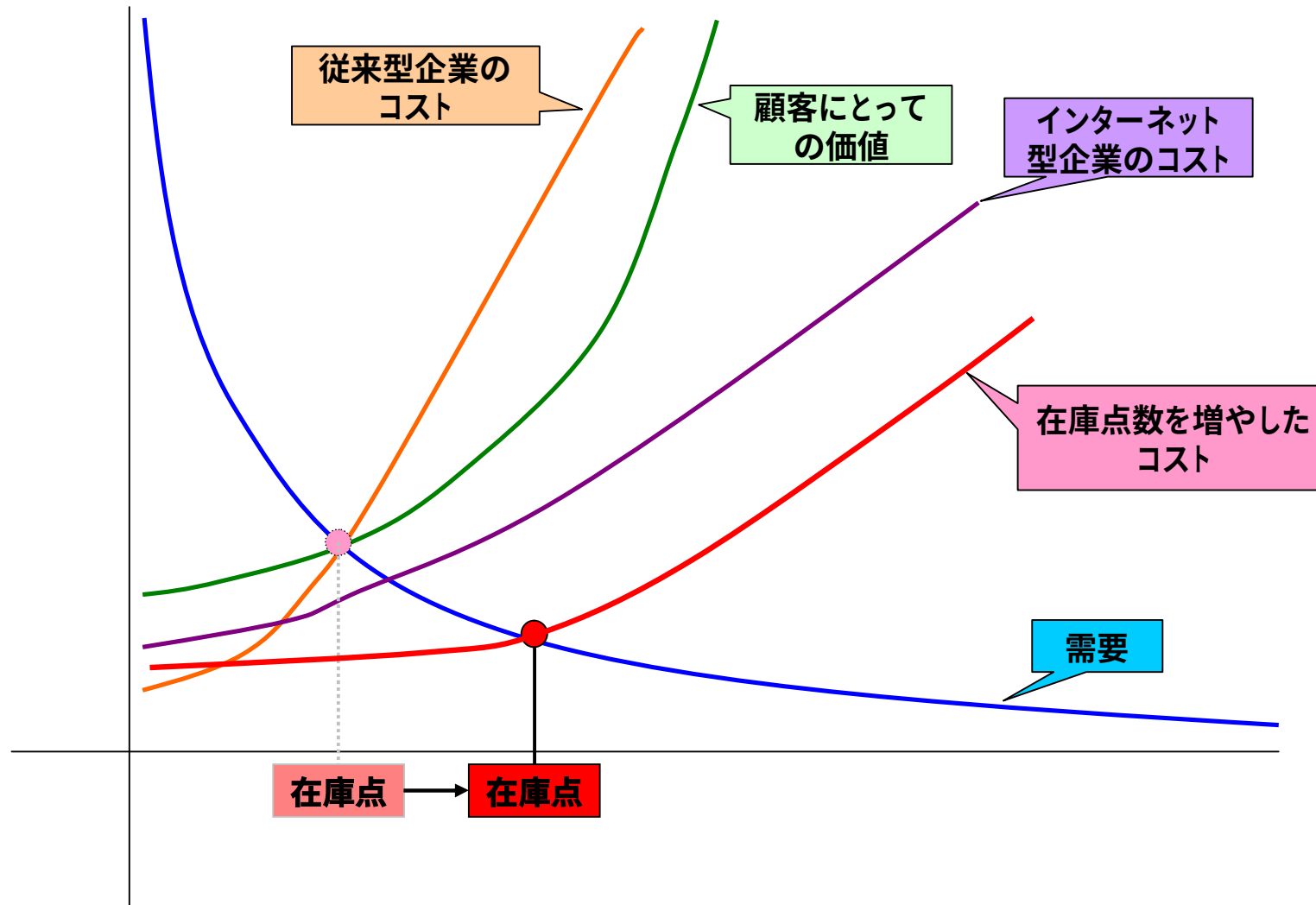
■ 今後に関して：

- (1) 現在、正社員全員が週に20社の顧客に電話して、問題点を聞きだし対応するプログラムを実施しており、顧客の信頼回復を図っている。
- (2) 新たに在庫したアイテムを中心にした1,200ページのカatalogを顧客に頒布することで、当社への信頼感を高める努力をする。

I -3 MonotaROビジネスモデル - 1

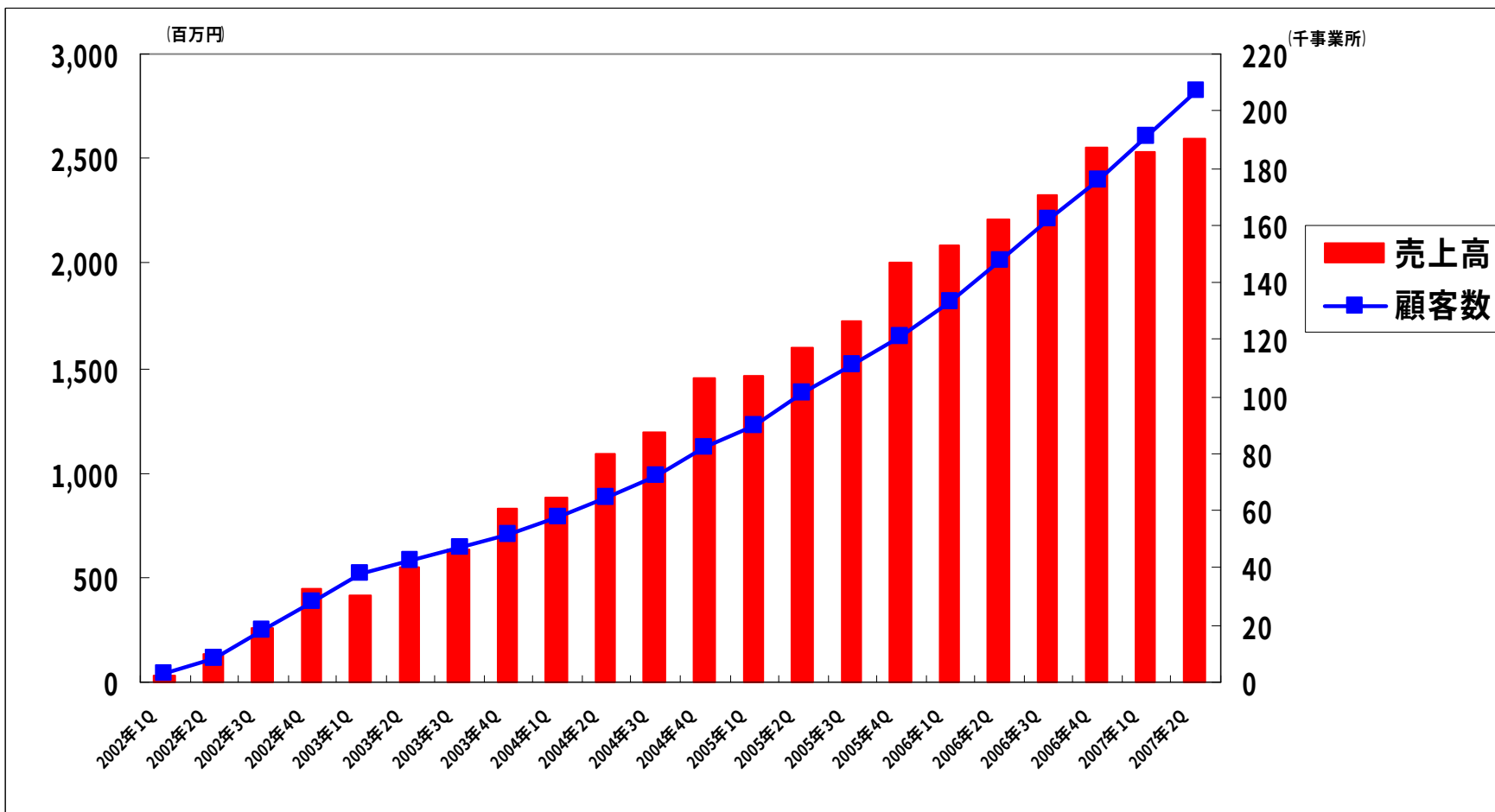


I-3 MonotaROビジネスモデル - 2



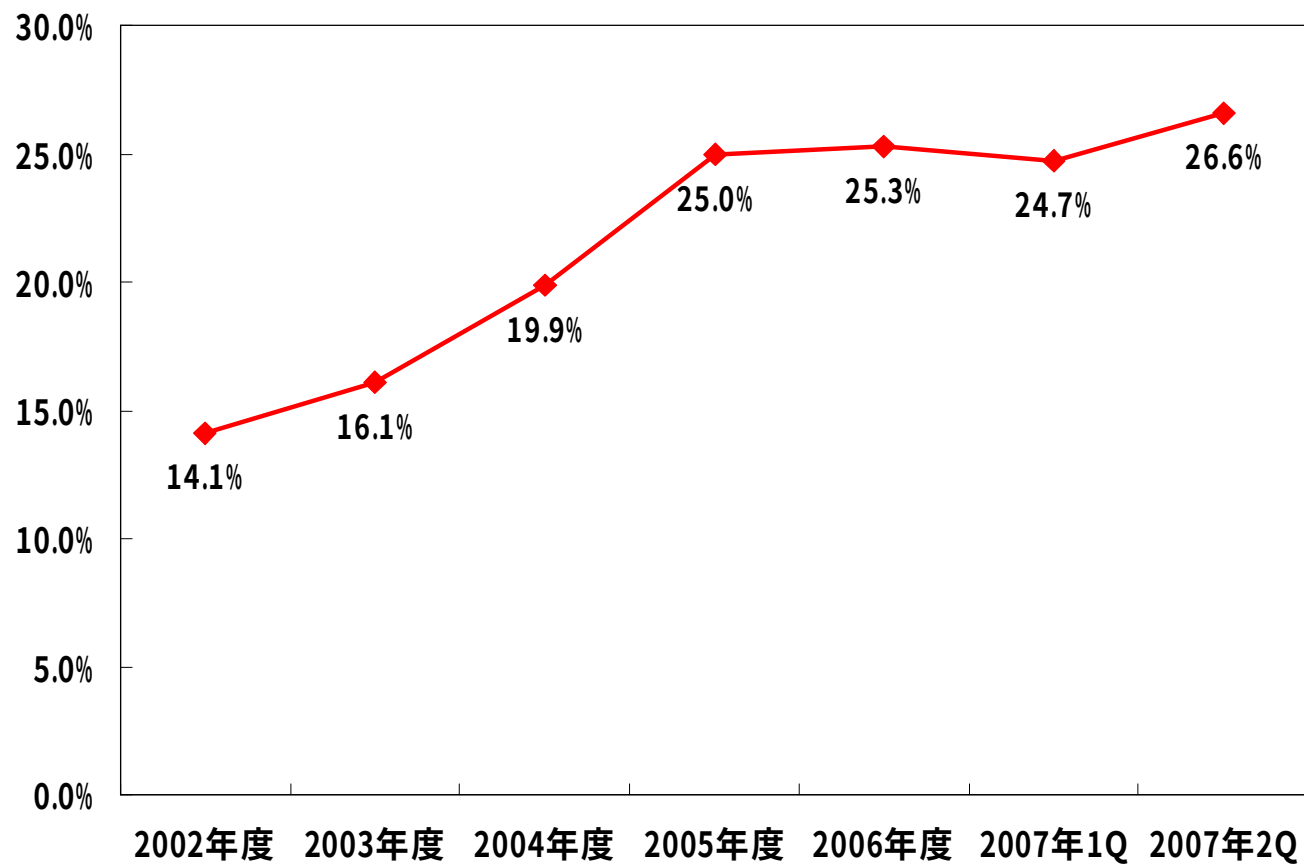
I -4 過年度の業績推移 - 1

売上高と顧客数の推移

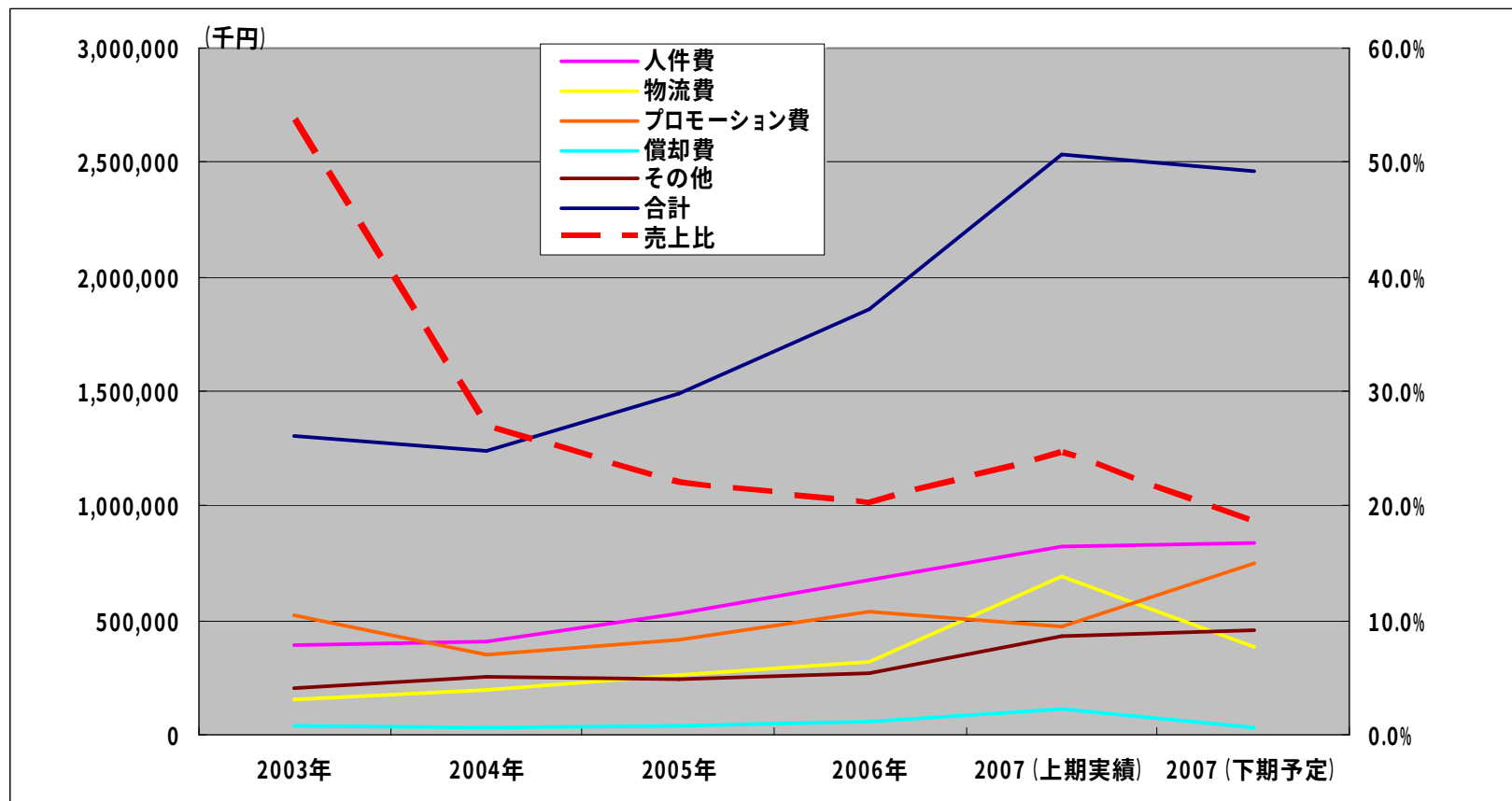


I -4 過年度の業績推移 - 2

売上総利益率の推移



I-4 過年度の業績推移 - 3 販売管理費の推移



Ⅱ 2007年6月期中間期決算の概況

II-1 2007年6月中間期業績サマリー

科 目	2006年6月中間期 実績		2007年6月中間期 実績	
	金 額 (千円)	売上高 比率	金 額 (千円)	売上高 比率
売上高	4,299,199	100.0%	5,132,888	100.0%
売上総利益	1,114,304	25.9%	1,317,207	25.7%
販売管理費	886,718	20.6%	1,267,226	24.7%
営業利益	227,586	5.3%	49,981	1.0%
経常利益	228,215	5.3%	48,400	0.9%
当期純利益	227,080	5.3%	27,666	0.5%
1株当たり当期純利益 (円)	15,138.68	—	601.44	—

■売上高

売上高は第一四半期は予定通り推移したものの、第二四半期に予定を2億円下回った。これは物流センター移転の混乱が原因だが、混乱による納期遅れのお詫びとして、3～4月に割引クーポンを発行したため第一四半期は予定をクリアしたが、5～6月はクーポン・プロモーションの反動による売上落込みのため第二四半期は予定を下回る結果となった。

■販売管理費

移転に関する費用増加は、当初移転費用が1億5千万円、賃料増が月1,250万円で見えていたが、実際には移転時の混乱が原因で移転関連費用は2億4千万円まで膨らんだ。

■売上利益率

売上総利益率は上記お詫び割引クーポンもあり、第一四半期は24.7%と予定より落ち込んだが、価格の値上げもあり第二四半期には26.6%に回復している。

(注) 2006.8.21付で1株を3株に分割

Ⅱ－２ 2007年6月中間期実績と予算との比較表

科 目	2007年6月中間期 当初予算		2007年6月中間期 修正予算		2007年6月中間期 実績	
	金 額 (千円)	売上高比率	金 額 (千円)	売上高比率	金 額 (千円)	売上高比率
売上高	5,353,562	100.0%	5,339,436	100.0%	5,132,888	100.0%
売上総利益	1,403,766	26.2%	1,357,829	25.4%	1,317,207	25.7%
販売管理費	1,285,834	24.0%	1,316,345	24.7%	1,267,226	24.7%
営業利益	117,932	2.2%	41,484	0.8%	49,981	1.0%
経常利益	117,932	2.2%	41,484	0.8%	48,400	0.9%
当期純利益	117,932	2.2%	27,571	0.5%	27,666	0.5%
1株当たり当期純利益 (円)	2,563.68	—	599.36	—	601.44	—

III 2007年12月期通期予想と今後の戦略・課題

III-1 業績比較表

科 目	2005年12月期 実績		2006年12月期 実績		2007年12月期 予想		
	金 額 (千円)	売上高 比率	金 額 (千円)	売上高 比率	金 額 (千円)	売上高 比率	対前年同 期比
売上高	6,785,330	100.0%	9,175,451	100.0%	11,771,510	100.0%	128.3%
売上総利益	1,693,079	25.0%	2,317,875	25.3%	3,120,576	26.5%	134.6%
販売管理費	1,493,702	22.0%	1,855,726	20.3%	2,498,382	21.2%	134.6%
営業利益	199,377	2.9%	462,149	5.0%	622,194	5.3%	134.6%
経常利益	200,469	3.0%	450,562	4.9%	622,194	5.3%	134.6%
当期純利益	219,876	3.2%	450,562	4.9%	622,194	5.3%	134.6%
1株当たり当期純利益 (円)	18,633.62	—	11,635.92	—	10,016.39	—	—

(注) 2006.8.21付で1株を3株に分割

III-2 2007年度予算に関して

■売上高 2006年度比 26億円増 28.3%増

現在の顧客獲得ペースからすれば本来は問題のない数字だが、年初に起こした移転関連での出荷の混乱の影響で、第二四半期の売上が予定を下回っているため、後半特に需要期の9月以降は一層の営業努力が必要である。

■売上総利益 2006年度比 8億円増 34.6%増

売上総利益率は割引クーポンの影響もあり第一四半期は24.7%と低迷したが、第二四半期には26.6%にまで回復しており、さらに改善の傾向が出ている。

■販売管理費 2006年度比 6億4千万円増 34.6%増

増加分のうち当初1億2千万円とみていた移転に関わる一時費用が実際は移転時の混乱により2億4千万円まで膨らみ、さらに1億5千万円は倉庫賃料の上昇分である。これまで販売管理費は売上高に比較して非常に緩やかな伸びだったが、今回は初めて売上総利益と同じ伸び率で売上高を上回る伸びとなっている。これは、主に物流センターの拡張に影響されている。物流センターは旧センターの3倍以上の広さとなり、賃料を含めた物流費増と移転にかかわる一時費用が大きな負担となった。また、人件費面でも物流センターの効率化が達成されるまでは売上当たりの人件費は割高となる。しかしながら、この固定費構造は少なくとも次回予定される2011年の拡張移転までは基本的に維持される。

■営業利益 2006年度比 1億6千万円増 34.6%増

売上及び売上利益増での増分のほとんどが物流センター拡張に伴う固定費増で相殺されているため、従来の伸びに比べて穏やかな伸びとなってしまったが、2008年度以降は売上高及び売上総利益の伸びの多くの部分がこれに反映される。

III-3 2007年上・下半期実績及び予想

科 目	2006年 実績		2007年 予想	
	上 期	下 期	上期実績	下期予想
	金 額 (千円)	金 額 (千円)	金 額 (千円)	金 額 (千円)
売上高	4,299,199	4,876,252	5,132,888	6,638,622
売上総利益	1,114,304	1,203,571	1,317,207	1,803,369
販売管理費	886,718	969,008	1,267,226	1,231,156
営業利益	227,586	234,563	49,981	572,213
経常利益	228,216	222,346	48,400	573,794
当期純利益	227,080	226,551	27,666	594,528
1株当たり当期純利益(円)	5,046.37	4,971.02	601.44	12,924.24

(注)1. 2006.8.21付で1株を3株に分割。

2. 1株当たり当期純利益は期首に分割が行われたものとして計算。

- ① 支払条件の変更(歩引き)と2007年10月1日価格改訂予定のため、2007年下半期の利益率は上半期よりも高くなる。
売上総利益率は上半期25.7%、下半期27.2%。
- ② 移転関連費用は2007年1～2月で2億4千万円程度の影響あり。
- ③ 移転による賃料増は年間約1億5千万円。

III-4 2007年度の戦略及び今後の課題

■2008年以降の収益を飛躍的に拡大するための物流拠点拡大とオペレーションの確立

■知名度向上

- (1) MonotaROブランドショップ／新アフィリエイト戦略（2007年1月）
- (2) 切削工具ベアリングサイト（2007年7月）
- (3) ラジオ及びテレビCM（2007年7～8月）

■データベースマーケティング

- (1) アップセル・ダウンセル・クロスセル
- (2) アフィニティ
- (3) 顧客離脱防止プログラム

■サイトの利便性向上

- (1) 新検索エンジンの導入（2007年5月）
- (2) クッキーの永続化によるWEB上個別マーケティングの開始（2007年7月）

■営業戦略

- (1) 購買頻度が落ちた顧客へのアウトバウンド
- (2) 従来、重要顧客にしか頒布しなかった大型紙カタログの頒布範囲の拡大
- (3) メール・FAXを多用した様々なキャンペーンによる新規在庫商品の売込み

お問い合わせ

＜本資料ならびにIRに関するお問合せ＞

管理部 担当 竹内

TEL 06-6262-3530

FAX 06-6265-2118

E-mail: takeuchi@monotaro.com