

2010/12月期

**第3四半期 決算概要**

証券コード3064

**株式会社MonotaRO**

MonotaRO

[www.monotaro.com](http://www.monotaro.com)

# 会社概要

---



## - 1 会社概要

### 主な事業内容

インターネット等を利用した工場・工事用間接資材、自動車アフターマーケット商品の通信販売  
(商品点数：100万点・うち4万9千点が在庫商品)

### 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・金物屋・自動車部品商等

### 主な顧客層

製造業・工事業・自動車整備業等(中小企業が中心顧客)

### 市場規模

5～10兆円

### 2009年度売上

142億円

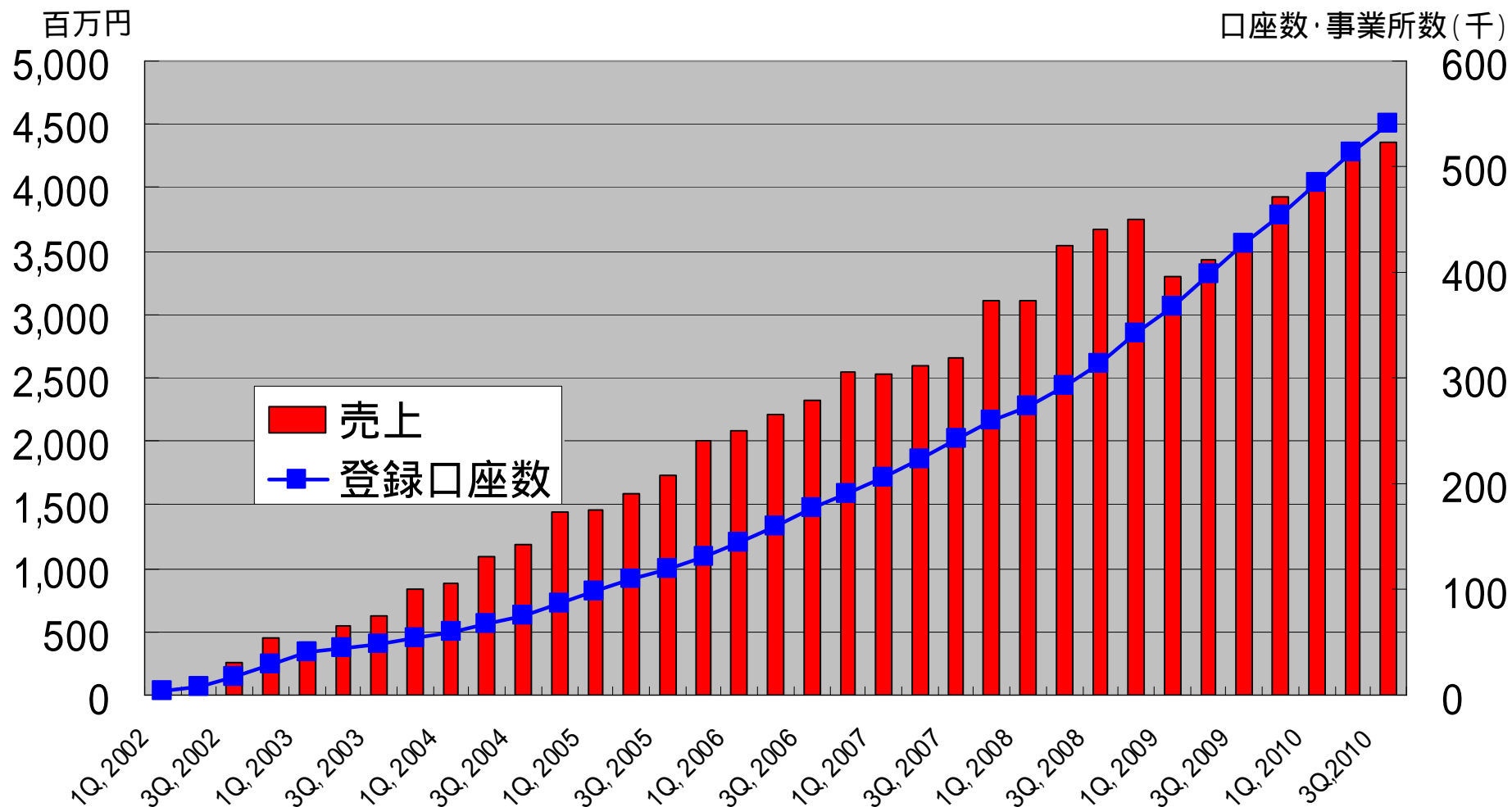
### 経営戦略

- (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

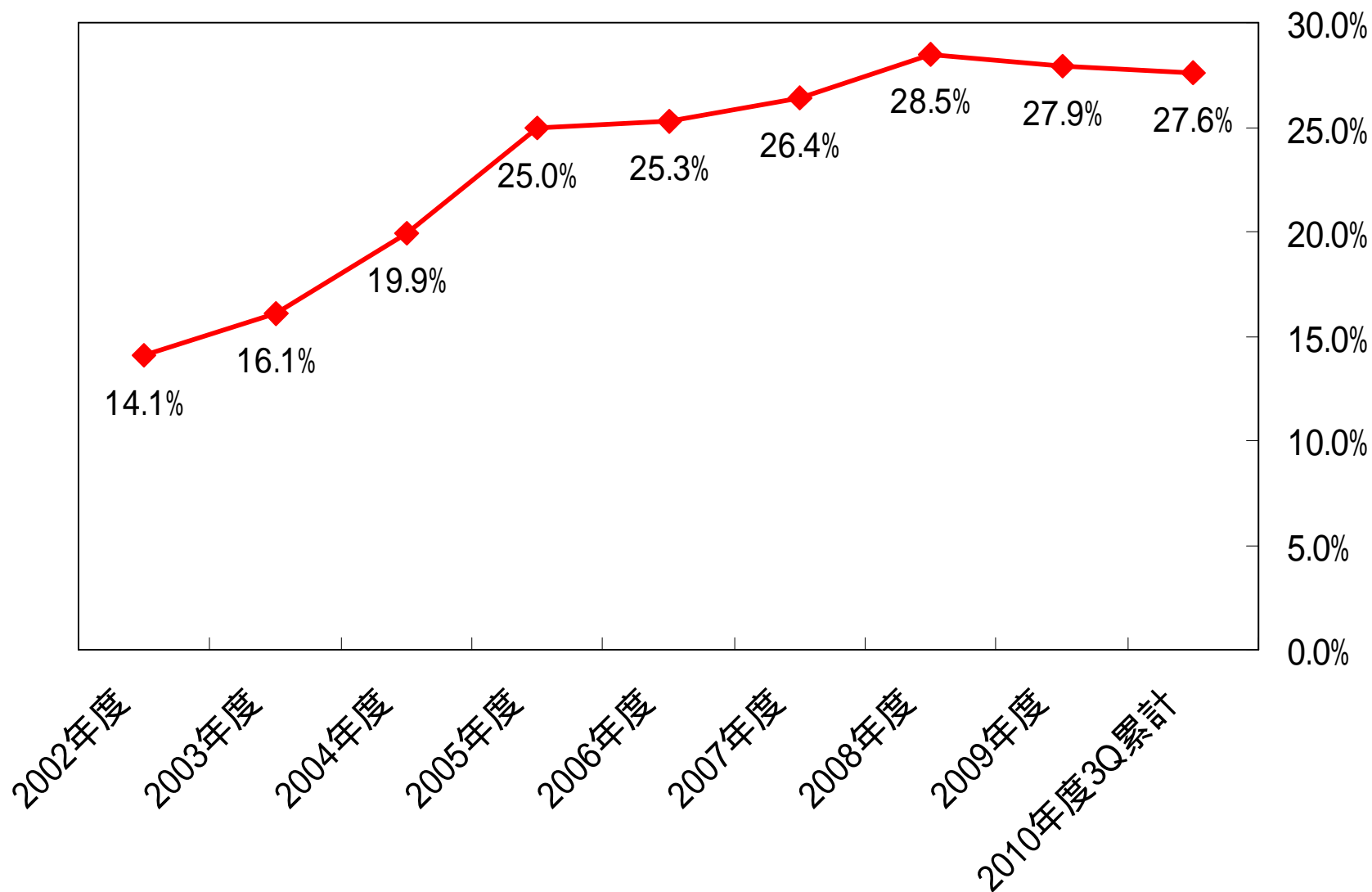
顧客にとって興味の少ない市場で知名度をあげ、市場に浸透すること。  
成長にあわせたインフラストラクチャーを構築すること。

## - 2 売上高と顧客数の推移

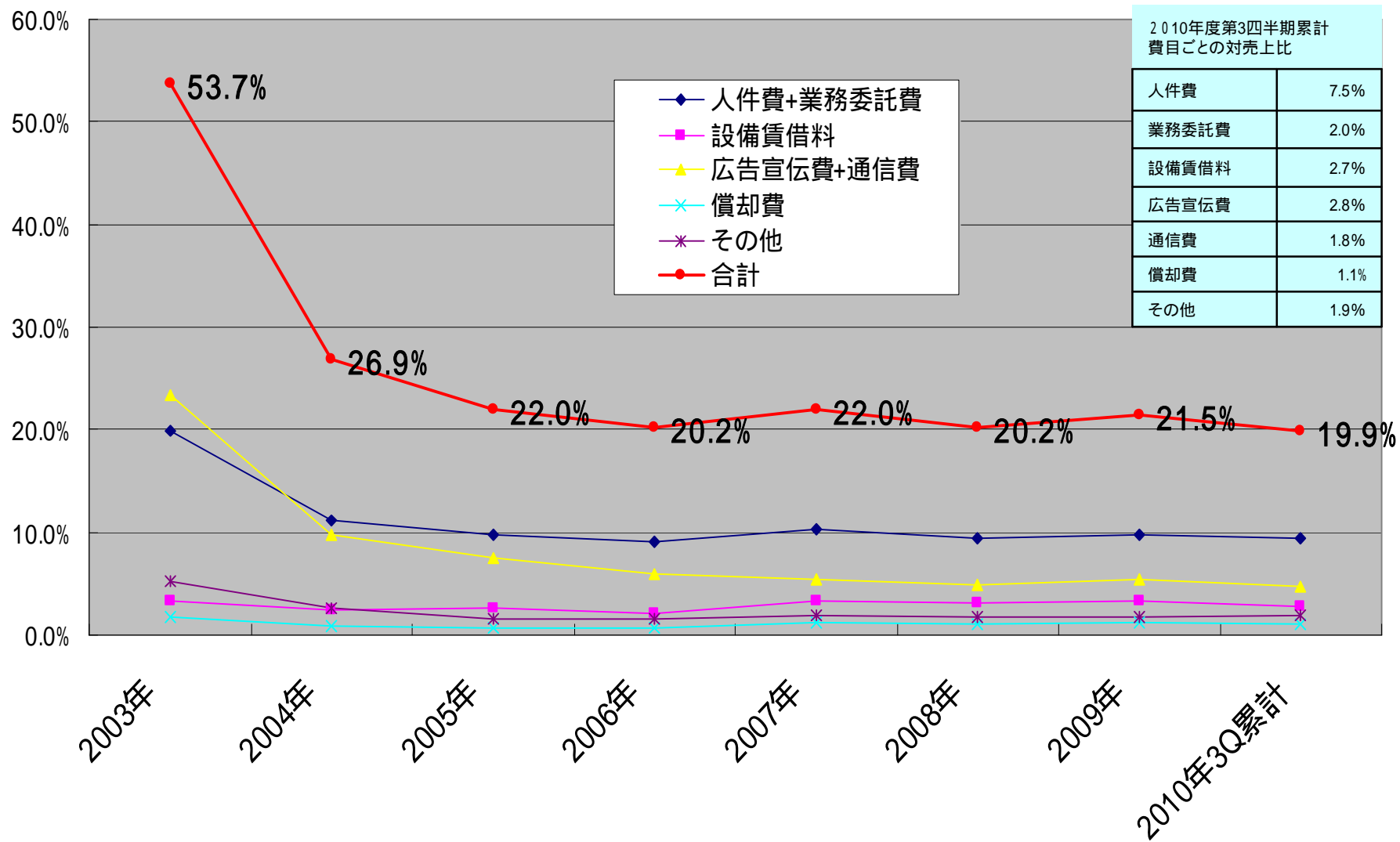


2009年12月 口座数 454,359    ⇒    2010年9月 口座数 541,678 (87,319増加)

### - 3 売上総利益率の推移



## - 4 販売管理費の売上比率推移



## 2010/12月期 第3四半期決算の概要

---



## -1 業績サマリー

**売上高** 12,677百万円 前年同期比 23.2%増

注文顧客数の増加により前年同期比23.2%の増となった。7-9月期の平均注文単価は9,600円で顧客ごとの需要回復は足踏み状態。

**売上総利益** 3,501百万円 前年同期比 20.9%増

売上総利益率は27.6%で、倒産在庫品販売の影響が小さくなり前年同期の28.1%より0.5ポイントダウン。積極的なプロモーションで顧客の購買意欲を刺激しつつ想定利益率を確保した。

**販売管理費** 2,522百万円 前年同期比 14.0%増

売上増に伴う変動費の増加はあるものの、販管費率前年同期の21.5%から19.9%へと改善。

設備賃借料における倒産在庫品の販売が進んだことによる住之江DCの縮小および売上規模拡大による効率向上や販促の広告宣伝費における販促の効率化が貢献。

**営業利益** 979百万円 前年同期比 43.3%増

売上規模の拡大、上記各コストの改善による効率化により営業利益率は前年同期比1.1ポイント改善し、7.7%となった。



## -2 実績比較表

	2009年第3四半期実績		2010年第3四半期実績			2009年第3四半期累計		2010年第3四半期累計		
	金額 (百万円)	売上高 比率	金額 (百万円)	売上高 比率	前年比	金額 (百万円)	売上高 比率	金額 (百万円)	売上高 比率	前年比
売上高	3,566		4,357		122.2%	10,290		12,677		123.2%
売上総利益	1,000	28.0%	1,203	27.6%	120.3%	2,896	28.1%	3,501	27.6%	120.9%
販売管理費	759	21.3%	860	19.7%	113.3%	2,213	21.5%	2,522	19.9%	114.0%
営業利益	240	6.7%	342	7.8%	142.5%	683	6.6%	979	7.7%	143.3%
経常利益	248	7.0%	352	8.1%	141.9%	691	6.7%	995	7.8%	144.0%
当期純利益	140	3.9%	197	4.5%	140.7%	392	3.8%	564	4.4%	143.9%

### -3 貸借対照表サマリー

		2009年12月		2010年9月	
		(百万円)	構成比	(百万円)	構成比
<b>資産の部</b>					
流動資産	現預金	1,532	25.8%	847	13.9%
	売掛金	1,684	28.4%	1,945	32.0%
	棚卸資産	1,322	22.3%	1,862	30.6%
	貸倒引当金	17	0.3%	21	0.3%
	その他	597	10.10%	587	9.7%
<b>流動資産合計</b>		<b>5,119</b>	<b>86.3%</b>	<b>5,222</b>	<b>85.9%</b>
固定資産	有形固定資産	169	2.9%	165	2.7%
	無形固定資産	466	7.9%	508	8.4%
	投資その他資産	174	2.9%	184	3.0%
<b>固定資産合計</b>		<b>809</b>	<b>13.6%</b>	<b>859</b>	<b>14.1%</b>
<b>資産合計</b>		<b>5,929</b>	<b>100.0%</b>	<b>6,082</b>	<b>100.0%</b>

		2009年12月		2010年9月	
		(百万円)	構成比	(百万円)	構成比
<b>負債の部</b>					
流動負債	買掛金	1,467	24.70%	1,372	22.6%
	短期借入金	800	13.50%	800	13.2%
	その他	783	13.20%	838	13.8%
<b>流動負債合計</b>		<b>3,051</b>	<b>51.50%</b>	<b>3,011</b>	<b>49.5%</b>
<b>固定負債</b>		-	-	20	0.3%
<b>負債合計</b>		<b>3,051</b>	<b>51.50%</b>	<b>3,032</b>	<b>49.9%</b>
<b>純資産の部</b>					
株主資本	資本金	1,681	28.40%	1,686	27.7%
	資本剰余金	486	8.20%	490	8.1%
	利益剰余金	700	11.80%	932	15.3%
	自己株式			83	1.4%
<b>株主資本合計</b>		<b>2,868</b>	<b>48.40%</b>	<b>3,026</b>	<b>49.8%</b>
<b>新株予約権</b>		9	0.20%	23	0.4%
<b>純資産合計</b>		<b>2,878</b>	<b>48.50%</b>	<b>3,049</b>	<b>50.1%</b>
<b>負債・純資産合計</b>		<b>5,929</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,082</b>	<b>100.0%</b>

## -4 キャッシュフローサマリー

区分	2009年9月期(百万円)	2010年9月期(百万円)
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>		
税引前当期純利益	690	995
売上債権の増減額	45	261
棚卸資産の増減額	152	540
仕入債務の増減額(減少)	135	78
その他	12	231
計	764	116
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>		
有形固定資産取得による支出	18	33
無形固定資産取得による支出	147	134
その他	16	1
計	149	166
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>		
短期借入金の純増額		
ストックオプションの行使による収入	11	8
自己株式取得による支出	1,599	83
配当金の支払い額	229	327
計	1,016	402
現金及び現金同等物の増減額(減少)	401	684
現金及び現金同等物の期首残高	1,724	1,532
現金及び現金同等物の期末残高	1,322	847

# 2010/12月期 通期事業計画



## -1 2010年度通期業績予想

科 目	2009年12月期 実績		2010年12月期 当初通期予想			2010年12月期 修正通期予想		
	金 額	売上高 比率	金 額	売上高 比率	対前年 増減率	金 額	売上高比率	対前年 増減率
	(百万円)		(百万円)			(百万円)		
売上高	14,209		16,607		16.9%	17,364		22.2%
売上総利益	3,959	27.9%	4,554	27.4%	15.0%	4,795	27.6%	21.1%
販売管理費	3,048	21.5%	3,403	20.5%	11.6%	3,548	20.4%	16.4%
営業利益	910	6.4%	1,150	6.9%	26.4%	1,246	7.2%	36.9%
経常利益	878	6.2%	1,150	6.9%	31.0%	1,267	7.3%	44.3%
当期純利益	495	3.5%	650	3.9%	31.3%	720	4.1%	45.5%
1株当たり当 期純利益 (円)	67		44( )			48		

2010年当初予想および修正予想の1株あたり当期純利益は、2010年8月25日付の株式分割(1株を2株に)を考慮しています。修正予想の分割前の1株あたり当期純利益は96円です。

### 1. 新規顧客の獲得

引き続きコスト意識が高まる景況感による追い風と積極的なプロモーションにより月間新規獲得1万口座を目指す。

### 2. PB商品、輸入商品の強化

顧客のコスト削減・ロイヤリティの向上、当社利益率の向上に有効なPB商品、輸入商品を強化する。

2010年4月の中国向けより海外向け輸出を開始。順次他地域への展開に取り組中。当社PB商品の販路拡大を目指す。

### 3. 工事業向け商品拡充

昨年、専用カタログを発刊した工事業向け商品の拡充を推進し、顧客数の増大を目指す。

### 4. 1to1マーケティングの深化

データマイニングにより顧客注文データをより精緻に分析し、お客様ごとに必要な商品の情報を必要なタイミングでお届するプロモーションのパーソナライゼーションの推進により、顧客満足度の向上を図る。

### 5. クラウドコンピューティングおよびクラウドソーシングの活用

クラウドコンピューティングやクラウドソーシングなどの革新的開発ソリューションを利用して、低コストでスピーディな開発体制を構築し、1to1マーケティングの推進・WEB利便性の向上に取り組む。

### 6. 大企業購買管理システムとの連携

2010年5月よりカウネットが運営する購買管理システム「べんりねっと」、同7月よりアスクルの「SOLOEL」との連携を開始。また企業独自の購買管理システムとの連携も進めている。

### 7. カタログVol.6発刊

2010年10月に昨年同様の5冊に「科学研究・開発用品編」を加え、全6種類のカタログを発刊した。昨年創刊し2年目となる「工事用品編」も掲載商品点数をおよそ10,000点増やして、さらなる顧客層の拡大を目指す。

また、データマイニングによる効果測定、効果予測を行いコスト効率の改善を図った。

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おりません。

## お問合せ先

管理部 山崎

Tel:06-4869-7111

Fax:06-4869-7178

Mail:yamazaki@monotaro.com

