

## 2018年1月29日 決算説明会 質疑応答（抜粋）

Q：2018年度の売上計画のベースは？挑戦的な要素や保守的な要素はあるか？

A：新規で獲得するお客様の数、既存のお客様のご利用頻度、経済環境の想定等をベースに売上計画を策定している。意図的に高くしたり低くしたりすることはなく、達成可能な計画を策定し公表している。

Q：2018年度の売上総利益率（GP%）計画が前年度を下回る要因となっている配送料値上げの計画への織り込みは？

A：現状で想定できるものを織り込んで計画を策定している。2018年度も物流を含む各取組みを最適なかたちで遂行し、お客様の利便性向上を当社の成長へ繋げる。

Q：データサイエンスに基づくマーケティング強化とシステム開発とは何か？また、そのための大阪・東京拠点開設による収支への影響は？

A：モノタロウサイト運用と物流等のバックエンド運用のシステム開発についてデータサイエンスに基づいた取組みを強化していく。新規拠点を開設し人員等の強化を数年かけて行う計画。  
拠点開設、人員増、システム開発費用等は販売管理費増となるが、収支への影響は軽微。効率的経営の推進や売上増等により、2018年度計画の販売管理費率は前年度より改善する。

Q：昨年、間接資材通販市場に新規参入を発表した事業者があったが、対策は？

A：お客様の利便性向上に貢献することに引き続き取り組んでいく。幅広い商品の中からニーズに沿った商品をお客様に短時間で見つけていただき早くお手元にお届けするとともに、プライベートブランド商品の開発も進め、より心地よく使っていただけるサービスへの改善努力を通じ差別化を図っていく。

以上