



株式会社MonotaRO

■ 東証1部 証券コード3064 ■

会社説明会

2019年3月17日

I. 会社概要

II. 事業紹介

(1) 事業者向けネット通販事業

(2) 購買管理システム事業

(3) 海外事業

III. さらなる成長に向けて

IV. 株主還元

V. 参考資料

I. 会社概要 - 1/6

■ 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:1,800万点・内、当日出荷対象商品53.1万点、在庫点数41.8万点)

■ 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・2018年12月31日現在】正社員 480名、アルバイト・派遣社員 1,584名

	正社員		アルバイト・派遣		合計	
本社等(内、MonotaRO)	414	(286)	330	(265)	744	(551)
物流センター(同)	66	(48)	1,254	(1,212)	1,320	(1,260)
合計(同)	480	(334)	1,584	(1,477)	2,064	(1,811)

■ 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: 50.36%(2018年12月31日現在)

■ 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 - 2/6

■ 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

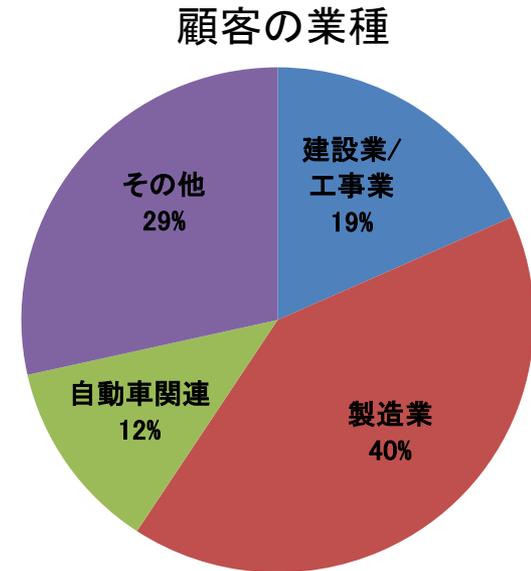
必要なものが何でも揃うサービスを提供します。

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

製造業を中心とした中小規模事業者を中心に
330万超の顧客にご利用いただいています。



※注 2018年度の売上高より
大企業向け購買管理システムは除く

I. 会社概要 - 3/6

■ 取扱商品カテゴリ

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



I. 会社概要 - 4/6

■ ビジネスモデル比較

従来の販売方法

顧客ごとに違う、不透明な価格

労働集約的、商圈が小さい

営業マンの知見に頼ったセールス

品揃えが限定的、選択肢が少ない

価格の高いトップブランドが中心



MonotaROが提供する価値

一物一価主義(ワンプライス・ポリシー)

- 少額購買に浪費される顧客の手間(人件費)を削減

標準化とITを基礎とした低コストオペレーション

- ネット販売により顧客ごと、商品ごとに分散する需要を全国規模で効率良くカバー
- 内製による低コストかつ機動的なシステム開発、規模を活かした効率的なオペレーション

データベースマーケティング

- 膨大なデータを活用した先進的なデータベースマーケティングで営業マンを代替

豊富な品揃え/ワンストップショップ・当日出荷拡大

- 取扱商品点数 1,800万点超
- 当日出荷対象商品 53.1万点
- 在庫商品 41.8万点

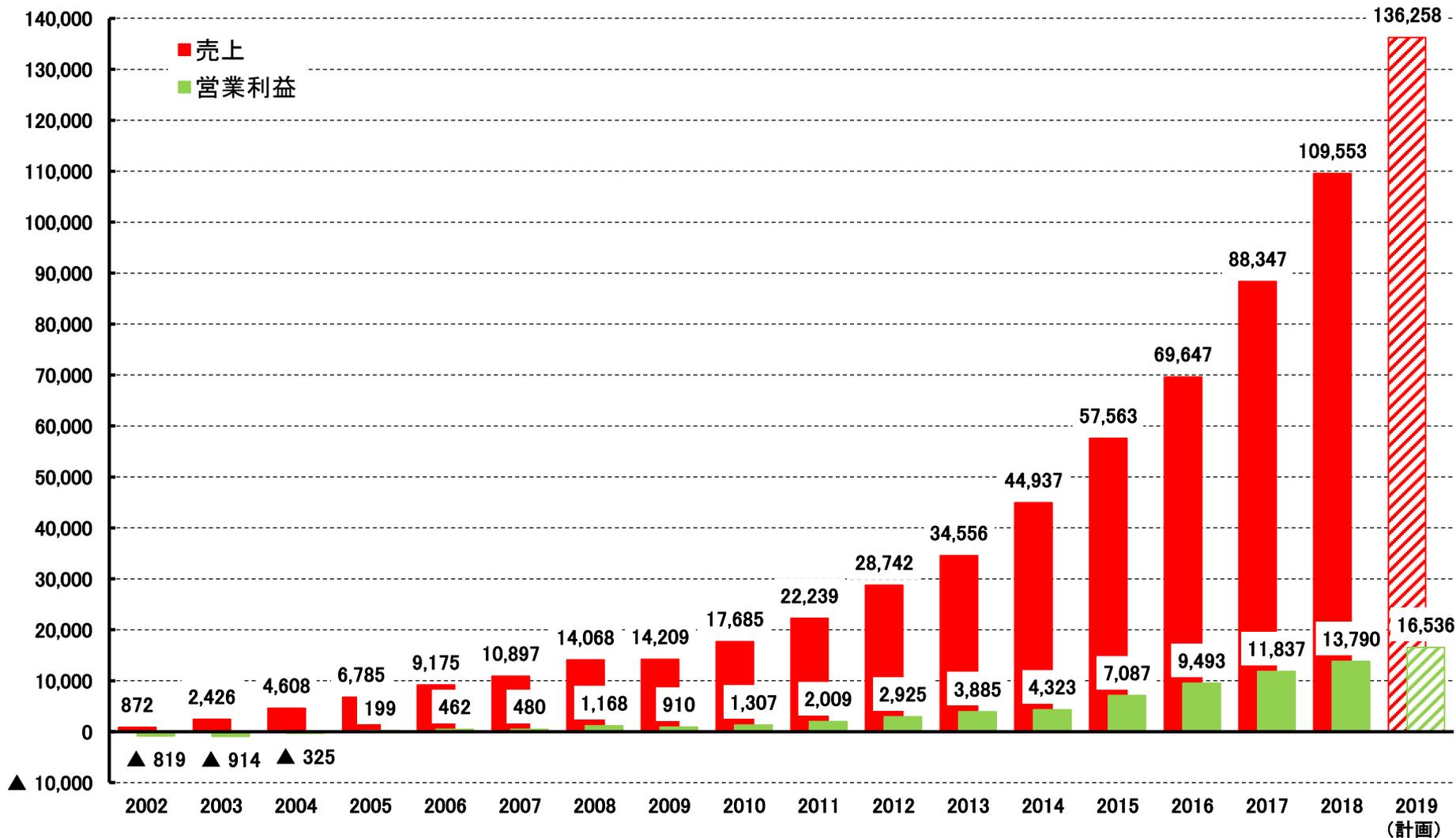
価値あるプライベートブランド(PB)

- 規模を活かし海外から安価に調達
- ニーズに応じた最適な商品の選択肢を提供

I. 会社概要 - 5/6

■ 売上・営業利益推移【連結】

(単位:百万円)



【解説】 売上・営業利益推移【連結】

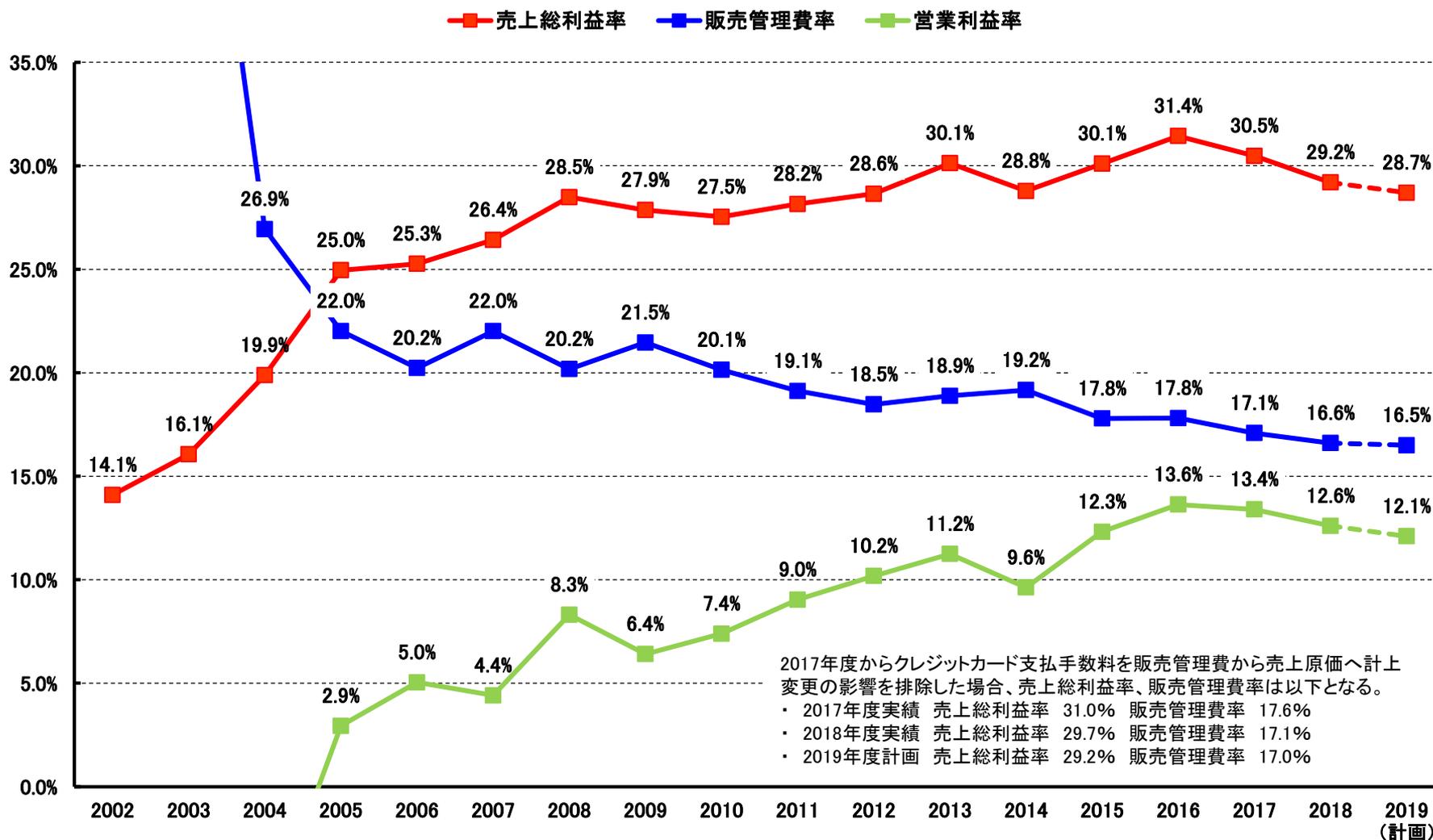
- 創業以来、当社は売上成長を継続してきました。
- 2005年度の営業利益黒字化以来、金融危機時の2009年度を除き、営業利益も成長を継続してきました。
- 2019年度は以下を計画しています。

【連結】 売上1,362億円 営業利益165億円

【単体】 売上1,305億円 営業利益172億円

I. 会社概要 - 6/6

■ 各売上比率推移【連結】



注：2010年度までは連結対象となる子会社が存在しないため単体実績。2011年度以降はグループ連結の実績。

【解説】 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、下記状況により直近の売上総利益率は下落基調にあります。
 - 商品ミックス変化、及びボリュームディスカウントを行っている大企業連携売上率増
 - 配送料値上（当社は配送事業者への支払を原価計上）および利用頻度向上キャンペーン利用拡大による配送料率増
 - 海外ロイヤリティ受取額減
- 販売管理費率
 - 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・長期的に同費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、営業利益率の向上を図っていきます。
 - 当社サイトの訪問者にご登録・ご購入へ進んで頂く比率改善（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2019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。

Ⅱ. 事業紹介 (1) 事業者向けネット通販事業 - 1/5

■ ネット通販事業成長サイクル

- 検索ワード数拡大
- ワンストップショッピングの幅拡大(取扱商品点数1,800万点)

1. 取扱商品点数
拡大

- 周辺商品の取扱拡大

2. 顧客数
拡大

スケール ↑ = 利便性 ↑

4. 売上・利益
拡大

- 新規顧客獲得増
新規62.5万・累計336万
(2018年度実績)
- ロングテール商品の
購入頻度向上

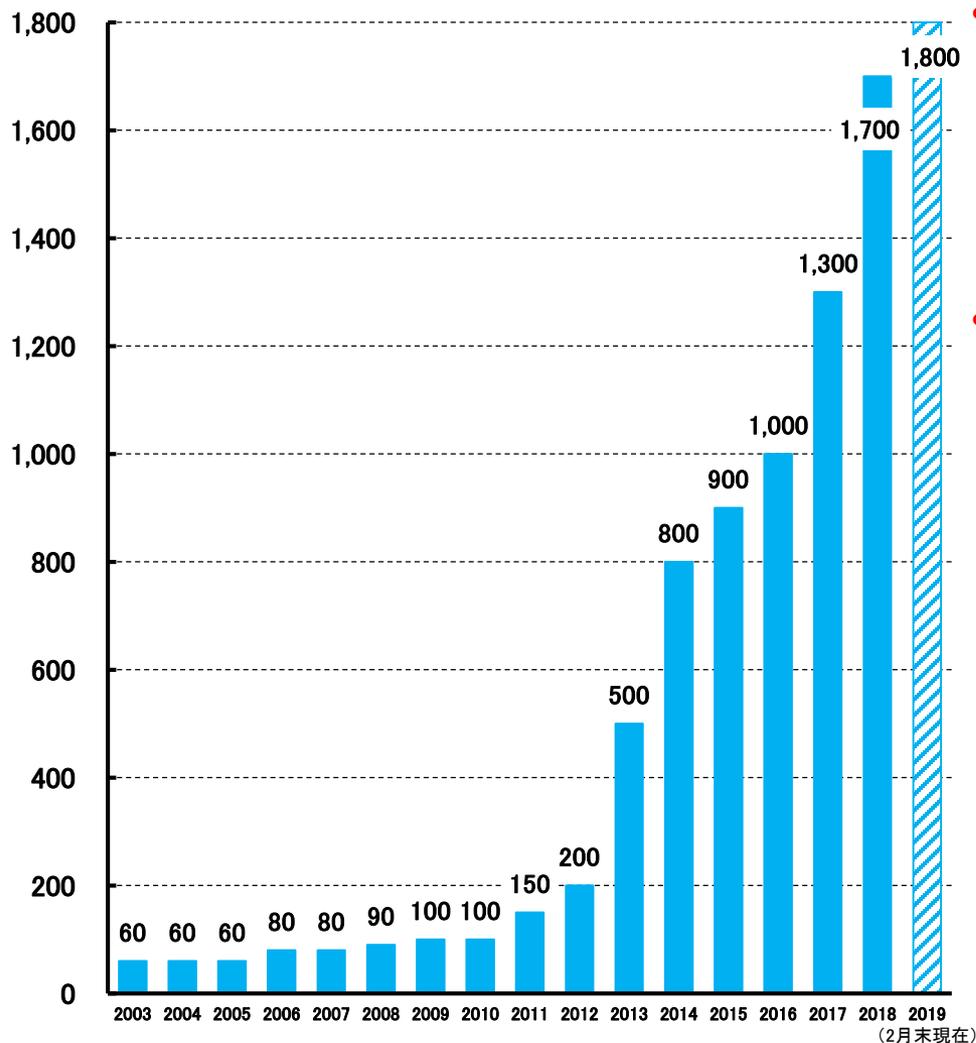
3. 在庫点数
拡大

- 商品の在庫化が進むこと
によって納期短縮、利便性向上
- プライベートブランド化も推進し
利益率向上

Ⅱ. 事業紹介 (1) 事業者向けネット通販事業 - 2/5

■ 1. 取扱商品点数拡大

(単位: 万点)

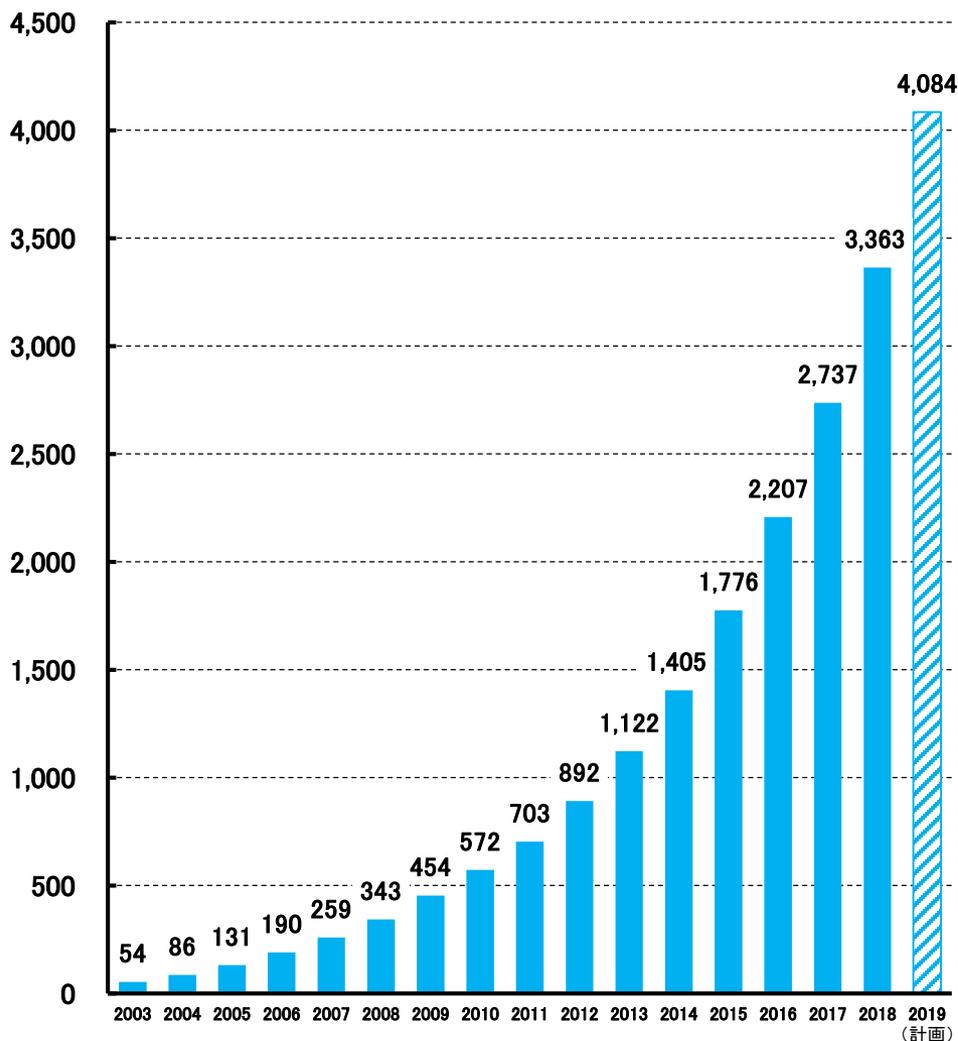


- 商品点数拡大はインターネット検索時の検索ワード数増加にも繋がることとなり、検索エンジン(Google、Yahoo等)経由で当社サイトを訪れる潜在顧客が増え、新規登録の可能性が上がる。
- また、取扱商品点数拡大はワンストップショッピング(商品調達をひとつの調達先で済ませることができる)の幅を広げ、顧客は多くの調達先への見積請求や在庫有無確認等の手間を削減でき、顧客に時間資源を提供する。

Ⅱ. 事業紹介 (1) 事業者向けネット通販事業 - 3/5

■ 2. 顧客数拡大

(単位:千口座)

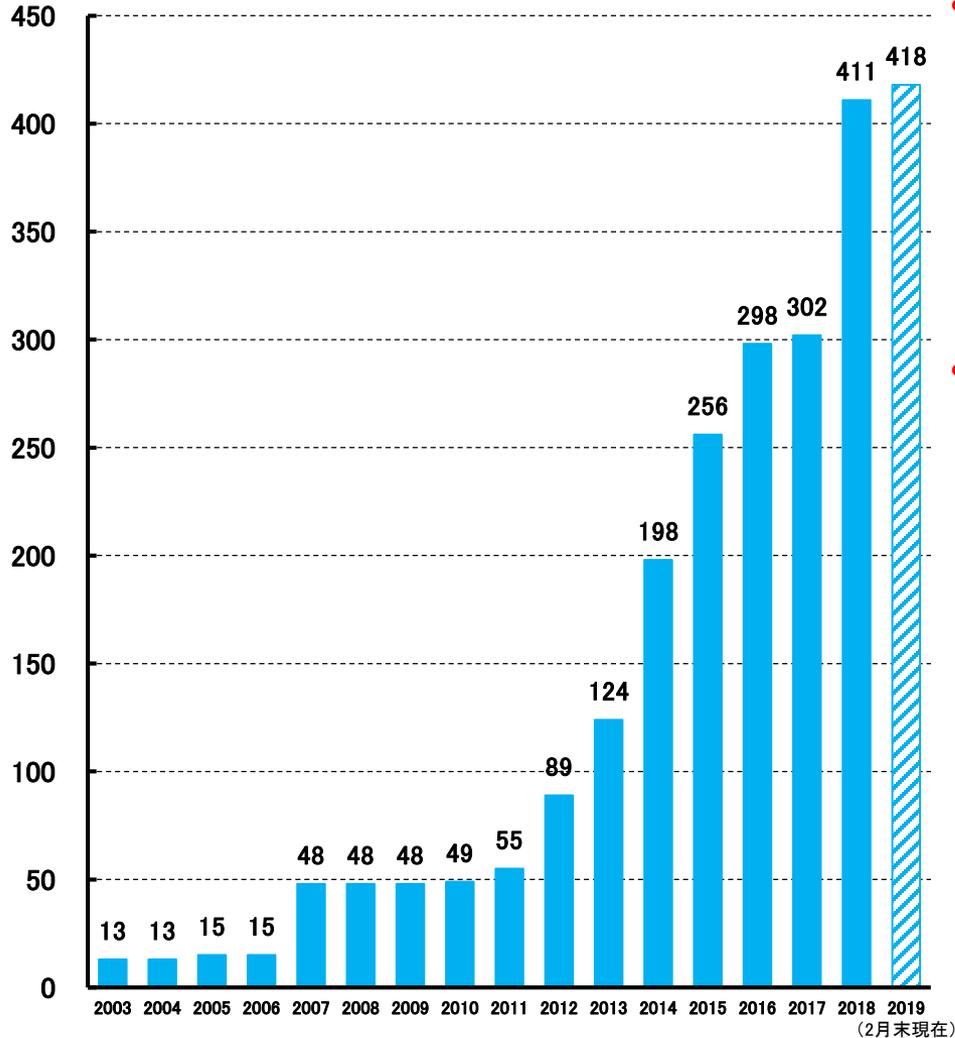


- 顧客の購買行動データを活用した当社サイトの検索機能および商品推薦プロモーション精度を向上。これにより、顧客にとって必要な商品調達が容易になる(探す労力の削減)。
- 顧客ベース拡大と商品検索性向上により、ロングテール商品(低頻度で少量購買されていた商品)も見つかりやすくなるため、販売可能な点数が増えるとともに単品の販売頻度が向上する。
- このようにして、顧客ベース拡大とともにロングテール商品の販売頻度も向上し、売れ筋商品として育っていき、在庫化の対象となる。

Ⅱ. 事業紹介 (1) 事業者向けネット通販事業 - 4/5

■ 3. 在庫点数拡大

(単位:千点)

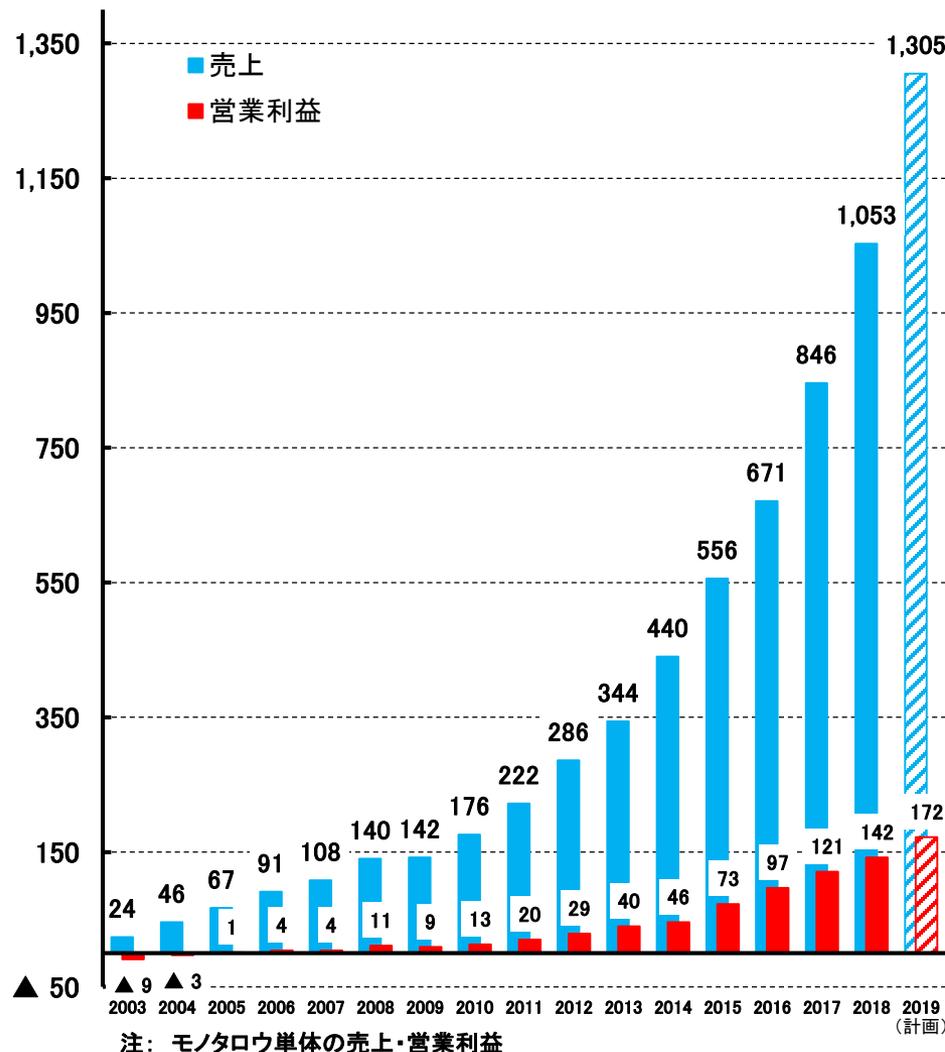


- 当日出荷対象となる在庫商品点数の増加は短納期で出荷できる商品が増えるということであり、顧客の商品受取を待つ時間が削減される。この利便性が顧客に認知されると、その反応として在庫商品の売上がさらに増える。
- 売れ筋商品の需要分析を通して、プライベートブランド商品(PB商品)の開発が可能となり、価格競争力のある新たな選択肢を顧客に提供できるようになるとともに、利益率の高いPB商品の売上増は当社の利益拡大にも貢献する。

Ⅱ. 事業紹介 (1) 事業者向けネット通販事業 - 5/5

■ 4. 売上・利益拡大

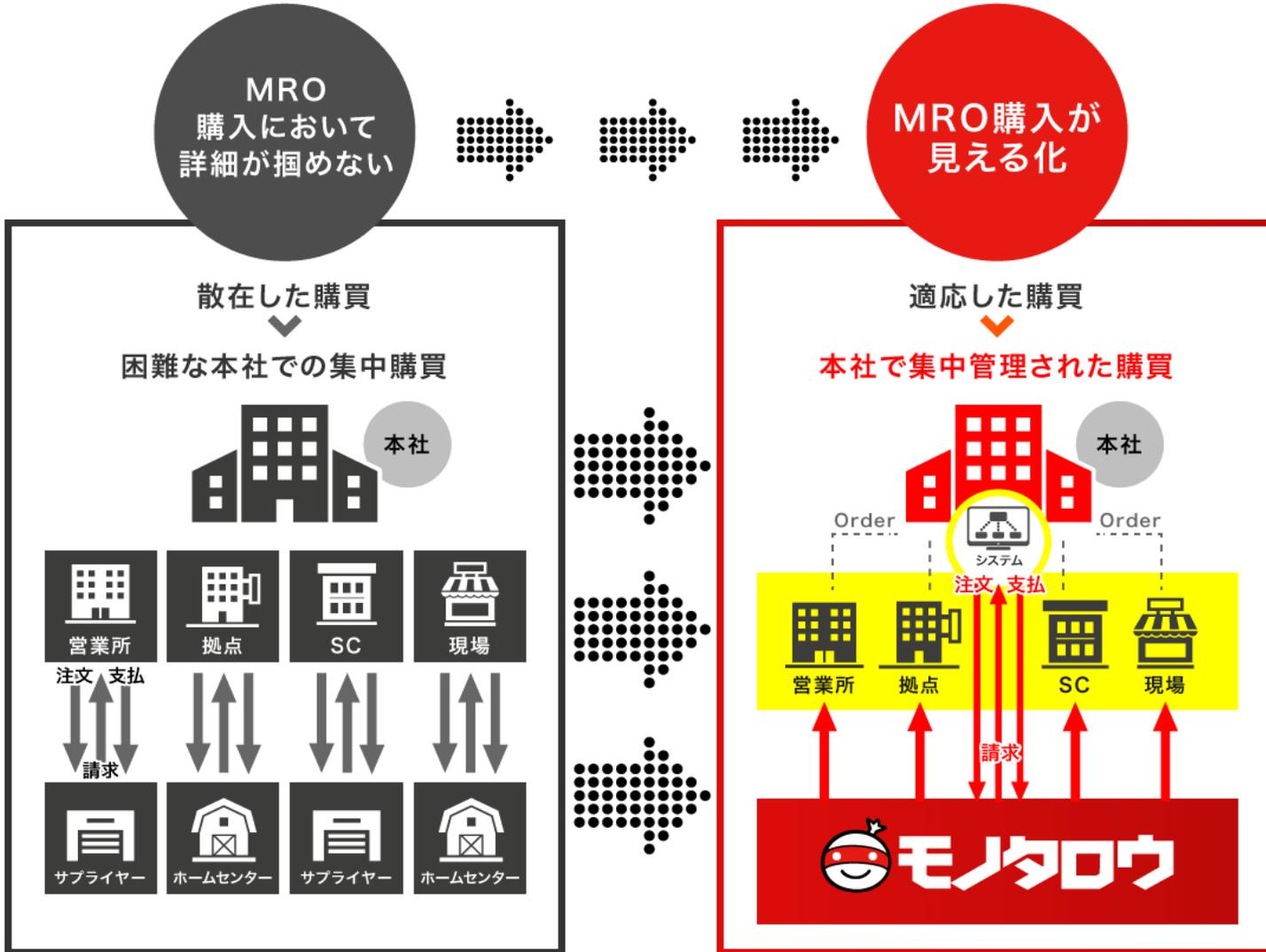
(単位: 億円)



- 売上拡大に伴い、需要のある商品のカテゴリが予測可能となり、その周辺分野の商品からの取扱拡大が可能になる(取扱商品拡大に繋がる)。
- また、売上拡大は物流を含む様々なオペレーションにおけるスケールメリットを得やすくするため、利益拡大にも繋がる。
- 「4.売上・利益拡大」から成長サイクルの「1.取扱商品点数拡大」へ戻る。当社はこのサイクルを通じてスケールと利便性の両方を向上させるとともに、サイクルの回転を加速させている。

II. 事業紹介 (2) 購買管理システム事業 - 1/2

■ 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)

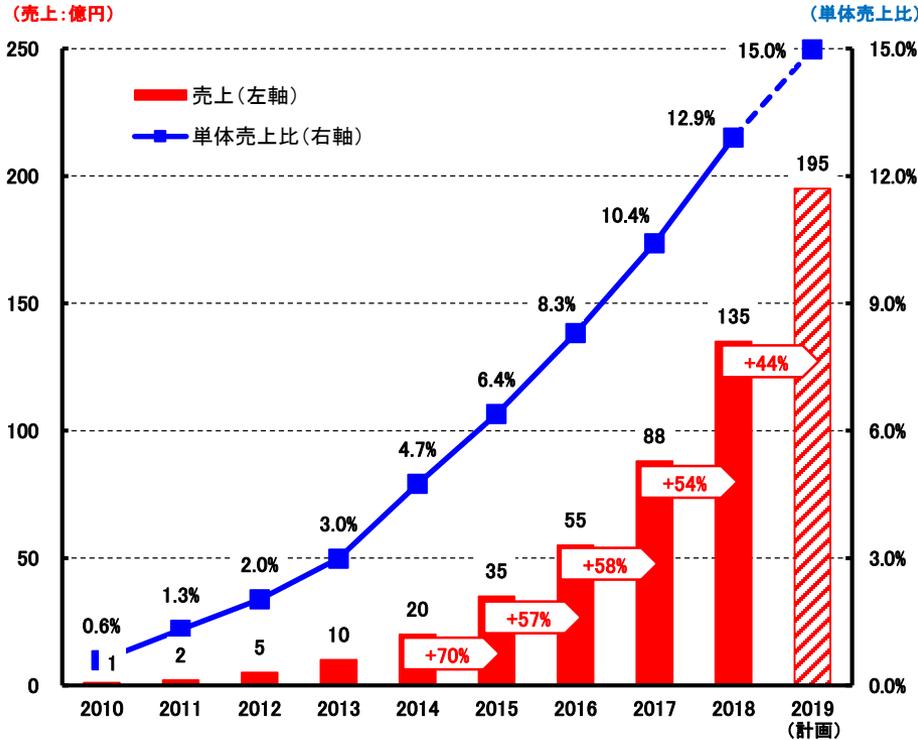


【解説】 事業紹介 (2) 購買管理システム事業 - 1/2

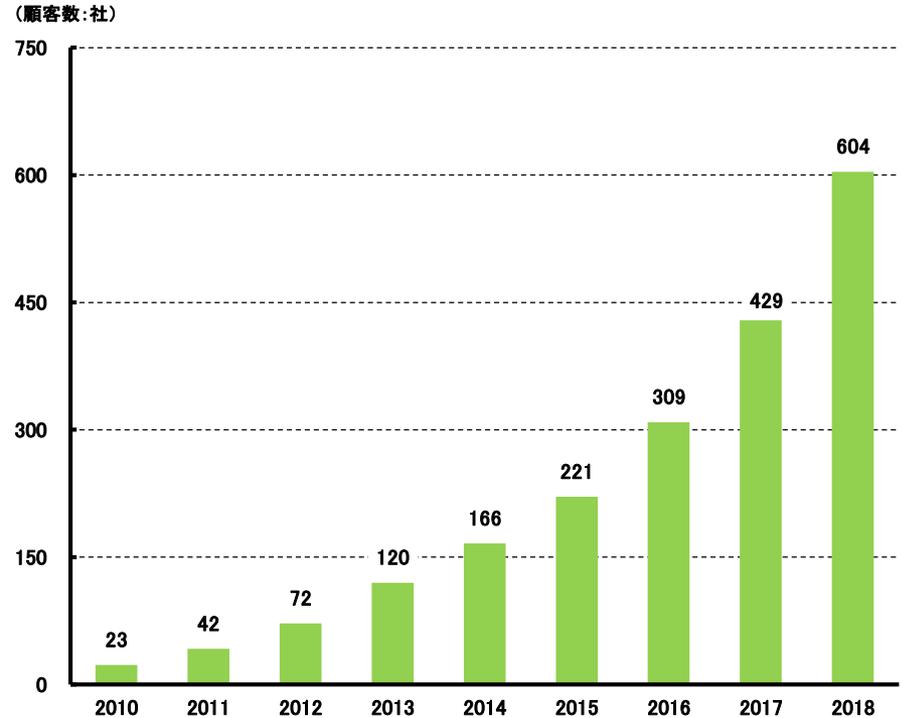
- 購買管理システム事業は、大企業における全国に点在する拠点ごとの細々とした購買を管理・見える化したいというご要望にお応えするものです。
- 全国に点在する拠点等が用途に沿った間接資材をそれぞれのルートで購買し、その過程では見積りや注文等のやり取りを間接資材小売店の営業担当者で行います。本社は全国に散らばって行われている購買に関する詳細情報を人件費等の費用・負荷をかけて収集しています。
- 当社1,800万点超の商品データベースを企業の購買管理システムへ連携させることにより、各拠点等はこれまでの柔軟な購買を維持することができるとともに、本社管理が容易となり購買プロセス全体での効率化が可能になります。

Ⅱ. 事業紹介 (2) 購買管理システム事業 - 2/2

■ 売上・単体売上比



■ 連携企業数



	2017年度		2018年度		2019年度	
	実績	差	実績	差	計画	差
連携企業数	429	+120	604	+175	-	-
One Source	12	+3	12	-	-	-
One Source Lite	66	+66	172	+106	-	-
売上(億円)	88	+58%	135	+54%	195	+44%
単体売上比	10.4%		12.9%		15.0%	

- 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での管理が困難でした。
- 各社が利用する購買管理システムと当社の1,800万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分散した購買がデータ化され管理が容易になります。
- こうした利便性が着目され、
 - 連携企業数は2018年12月末に累計604社(2017年12月末から175社増)、売上は135億円(前年比+54%)に達し、単体売上比も12.9%となりました。
 - 2019年度は売上195億円(前年比+44%)を計画、単体売上に占める比率も15.0%に拡大する予定です。
- 購買管理システム事業(大企業連携)は下記プロセスで売上が伸びます。
 - まず連携企業数が増え、次に企業内の利用サイト数が増え、その後サイト内利用者数が増え、そして利用者当たり利用金額が増えていきます。

II. 事業紹介 (3) 海外事業

■ 海外コンサルティング事業(米国・欧州)

- 2010年より開始。
- Grainger社(親会社)が米・欧で展開するEコマース事業に当社ノウハウを提供、それに対しロイヤリティ収入を得る。

GRAINGER

■ 中国(Zoro Shanghai)

- 2018年2月設立。
- 同年6月より上海を中心とした長江デルタ地域で事業開始。
- 当社出資比率66.0%。

■ インドネシア(Monotaro Indonesia)

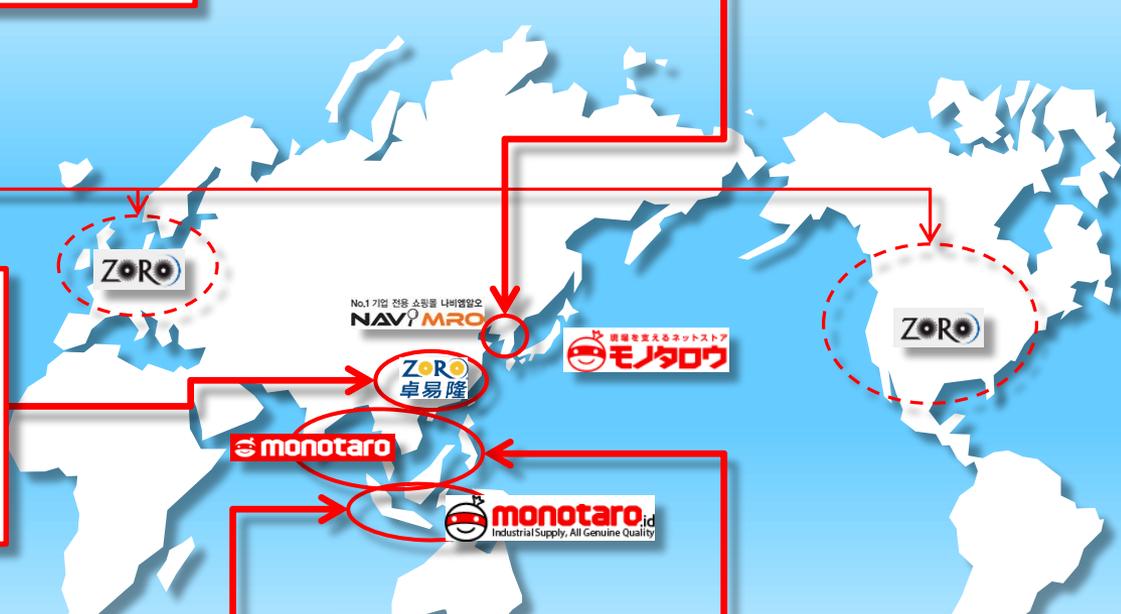
- 現地Eコマース会社に出資。
- 2016年度第4四半期から連結対象(51.0%出資)。

■ 韓国(NaviMRO)

- 2013年1月設立(100%出資)。
- 2018年度計画の黒字化未達成。
- 2019年度通期で黒字達成を計画。

■ 輸出事業(東南アジア向け)

- 2013年より開始。
- 現地で調達困難なロングテール商品や日本製品への需要に対応。
- 販売を拡大中。



【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2018年6月に海外事業部門を新設し、当事業の強化を図っています。
 - 海外コンサルティング事業
 - － Grainger社(親会社)が米、独、英で展開するEコマース事業に当社ノウハウを提供、それに対しロイヤリティ収入を得ています。
 - 東南アジア向け輸出事業
 - － 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、販売を拡大しています。
 - NaviMRO(韓国・ソウル)
 - － 2013年1月に事業を開始しました(100%出資子会社)。
 - － 2018年度は売上39.7億円、営業利益△0.6億円でした。
 - － 2019年度は売上50.0億円、営業利益7百万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)
 - － 当社連結(51%出資子会社)となり、2016年10月に事業を開始しました。
 - － 2018年度は売上2.6億円、営業利益△2.4億円でした。
 - － 2019年度は売上4.3億円、営業利益△2.5億円を計画しています。
 - Zoro Shanghai(中国・上海)
 - － 2018年6月に事業を開始しました(66%出資子会社)。
 - － 2018年度は売上0.1億円、営業利益△1.8億円でした。
 - － 2019年度は売上2.2億円、営業利益△4.2億円を計画しています。

Ⅲ. さらなる成長に向けて

- システム開発とマーケティング力の強化
 - データサイエンティスト、ITエンジニアの採用継続（尼崎本社・東京オフィスで数名採用済み、2～3年で約30名採用予定）。
 - マーケティングとシステム開発（Webサイト・基幹システム）に取り組む。
- 笠間ディストリビューションセンター（DC）設備拡張
 - 約30億円を投資した笠間DCの拡張工事が進行中。3月下旬より稼働開始（ピッキングステーション28ヶ所増設、自律搬送型ロボット114台追加、他）。
 - 拡張完了後の対応可能な売上規模は約1,600億円。
 - プロジェクションマッピング技術を応用し、配送品質の向上も図る（個数・次の棚を表示）。
- さらなる成長に向けて
 - 2021年度へ向け、更なる能力拡大を現在計画中。
 - 拡張方法（尼崎DCの移転・拡張もしくは新規DC設立）は検討中。



東京オフィス



笠間DCで使用する自律搬送型ロボット(AGV)

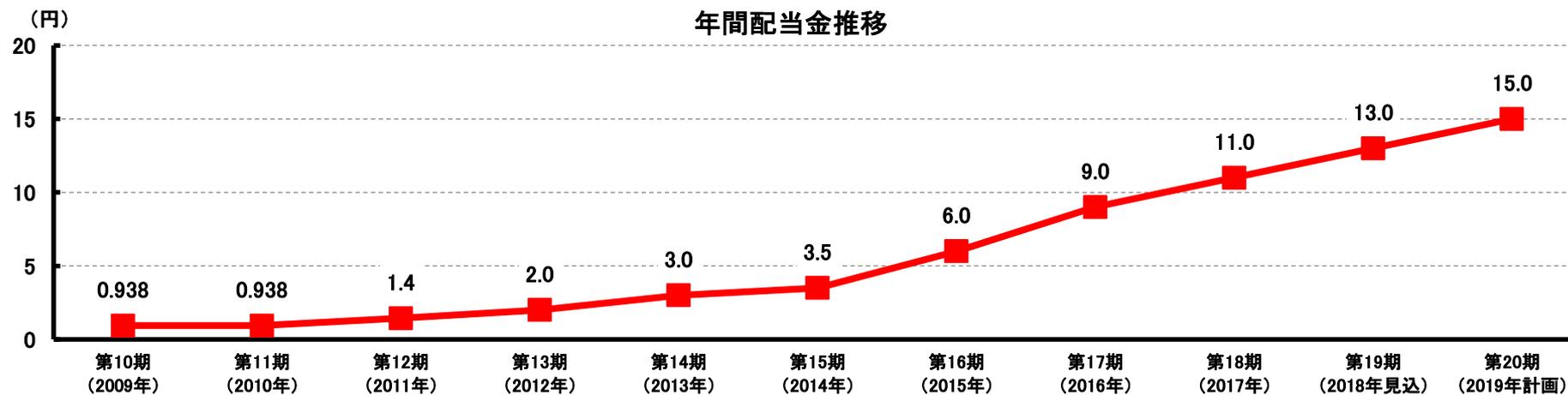


プロジェクションマッピング技術応用のピッキング

IV. 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。
- 第19期(2018年度)配当: 1株当り13円(中間配当6.5円、期末配当/付議予定6.5円)。
- 第20期(2019年度)配当: 1株当り15円計画。



※ グラフ内の配当金額は2018年10月1日付およびそれ以前の株式分割を考慮したもの。

■ 株主優待制度

- 12月31日時点で当社株式1单元(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。
- 継続保有期間(右表)に応じ当社プライベートブランド商品からお選び頂き贈呈。

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

■ 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が対象です。

■ 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入いただけます。



・ 「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

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



インターネットもしくははがきにてお申込みください。
 ハガキでの応募の場合、ご希望のセットにチェックを入れてお申込みください。
 セット内の商品が一部欠品となった場合、同等商品に差し替えてお届けする場合がございます。あらかじめご了承ください。

日用品セット	事務用品セット
3,000円 (3年以上) 5,000円 (5年以上) 7,000円 (10年以上)	3,000円 (3年以上) 5,000円 (5年以上) 7,000円 (10年以上)

V. 参考資料

- ① 当社事業関連用語の解説
- ② 2018年度 実績と2019年度 計画(連結)
- ③ 2018年度 損益計算書サマリ(連結)
- ④ 2018年12月末 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 最近のプレスリリース

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ため、価格よりも手間をかけずに購入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

- GoogleやYahoo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毎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 ②2018年度 実績と2019年度 計画(連結)

	2018年度 実績		2019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	109,553		136,258		+24.4%
売上総利益	32,027	29.2%	39,065	28.7%	+22.0%
販売管理費	18,236	16.6%	22,529	16.5%	+23.5%
営業利益	13,790	12.6%	16,536	12.1%	+19.9%
経常利益	13,788	12.6%	16,530	12.1%	+19.9%
当期純利益	9,366	8.6%	11,457	8.4%	+22.3%
(法人税等税率)	(32.0%)		(30.7%)		
親会社株主に帰属 する当期純利益	9,515	8.7%	11,715	8.6%	+23.1%

	2019年度 上期 (1月~6月)			2019年度 下期 (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	63,780		+23.4%	72,478		+25.3%
売上総利益	18,284	28.7%	+18.8%	20,780	28.7%	+24.9%
販売管理費	10,816	17.0%	+24.7%	11,712	16.2%	+22.5%
営業利益	7,468	11.7%	+11.3%	9,068	12.5%	+28.1%
経常利益	7,462	11.7%	+11.6%	9,068	12.5%	+27.7%
当期純利益	5,069	7.9%	+11.4%	6,388	8.8%	+32.7%
(法人税等税率)	(32.1%)			(29.5%)		
親会社株主に帰属 する当期純利益	5,191	8.1%	+12.7%	6,523	9.0%	+32.9%

参考資料 ③2018年度 損益計算書サマリ(連結)

	2017年度 実績		2018年度 実績		
	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	前年比
売上高	88,347		109,553		+24.0%
売上総利益	26,929	30.5%	32,027	29.2%	+18.9%
販売管理費	15,091	17.1%	18,236	16.6%	+20.8%
営業利益	11,837	13.4%	13,790	12.6%	+16.5%
経常利益	11,858	13.4%	13,788	12.6%	+16.3%
当期純利益	8,378	9.5%	9,366	8.6%	+11.8%
(法人税等税率)	(29.3%)		※注 (32.0%)		
親会社株主に帰属 する当期純利益	8,464	9.6%	9,515	8.7%	+12.4%

※ 注：2018年度の前年度からの法人税等税率増は税制優遇(生産性向上設備投資促進税制)廃止によるもの。

参考資料 ④2018年12月末 貸借対照表サマリ(連結)

		2017年 12月	2018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	8,688	12,381	24.4%
	売掛金	10,039	11,546	22.8%
	棚卸資産	8,081	9,987	19.7%
	その他	3,926	4,465	8.8%
流動資産合計		30,736	38,380	75.7%
固定資産	有形固定資産	9,881	9,620	19.0%
	無形固定資産	1,347	1,483	2.9%
	投資その他資産	896	1,220	2.4%
固定資産合計		12,125	12,325	24.3%
資産合計		42,861	50,706	

		2017年 12月	2018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	6,829	8,318	16.4%
	短期借入金等	2,125	2,000	3.9%
	その他	5,249	7,642	15.1%
流動負債合計		14,203	17,961	35.4%
固定負債合計		5,441	2,906	5.7%
負債合計		19,644	20,867	41.2%
純資産の部				
株主資本合計		23,004	29,544	58.3%
その他		212	293	0.6%
純資産合計		23,216	29,838	58.8%
負債・純資産合計		42,861	50,706	

※短期借入金等・・・短期借入金および一年内返済長期借入金

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日が土日祝日の場合、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。
- 2018年度の月次開示は下表の通りです。

1. 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	7,198	7,698	9,151	8,251	8,441	8,965	9,221	8,452	8,605	10,297	9,796	9,249
前期	5,905	6,334	7,484	6,574	6,459	7,300	7,106	6,745	7,478	7,761	7,693	7,813
対前年同月比	121.9%	121.5%	122.3%	125.5%	130.7%	122.8%	129.8%	125.3%	115.1%	132.7%	127.3%	118.4%

2. 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	46.5	43.2	53.1	55.8	54.0	52.1	55.7	51.0	54.2	61.2	56.1	55.8

※ 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1,800万点突破

- 空圧機器カテゴリで約43万点、制御機器カテゴリで約30万点を新規採用し、ファクトリーオートメーションの現場で役立つロングテール商品の品揃えを強化しました。また、塗料カテゴリで約9.5万点を新たに取扱い開始しました。
- その他、電気材料、作業服、切削工具、店舗什器・備品、実験器具・研究開発用品など、2019年1月を含む6ヶ月で130万点超の商品ラインアップを拡充しました。

■ 配送料無料の対象となる注文金額を3,500円(税別)に変更

- 当社は効率的な物流オペレーションおよび配送ネットワークの構築に注力する一方、7,000円以上購入時同月注文や同日中追加注文において配送料が無料となるサービスを提供してきました。
- しかしながら、配送料値上げやお客様の利用回数増に伴う配送箱数増加により、売上に占める配送料の割合(配送料率)が上昇しています。
- 上記無料サービスを含め、お客様の柔軟な購買を一層推進しつつ、配送箱数削減による物流オペレーションおよび配送の更なる効率化を図るため、配送料無料の対象となる注文金額を2019年2月24日にこれまでの3,000円から3,500円へ変更しました。



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