

会社概要 (2015年6月30日現在)

社名 株式会社 MonotaRO (英文名 MonotaRO Co.,Ltd.)
 本社 兵庫県尼崎市竹谷町2-183 リベル3F
 物流センター 尼崎DC: 兵庫県尼崎市西向島町75-1
 多賀城DC: 宮城県多賀城市栄2-1-1
 プロロジスパーク多賀城3F・4F
 設立 2000年10月
 資本金 18億9,283万円
 従業員数 1,053名(アルバイト・派遣社員を含む)
 子会社 株式会社 NAVIMRO (韓国ソウル市)
 主な事業内容 インターネットを利用した間接資材の販売

役員 (2015年8月31日現在)

取締役兼代表執行役社長 鈴木 雅 哉
 取締役会長 瀬戸 欣 哉
 取締役 宮島 正 敬
 取締役 山形 康 郎
 取締役 喜多村 晴雄
 取締役 岸田 雅 裕
 取締役 David L. Rawlinson II (デヴィッド・エル・ローリンソンII)
 執行役 柴垣 香 平
 執行役 吉野 宏 樹
 執行役 甲田 哲 也
 執行役 安井 卓
 執行役 橋原 正 明

株式の状況 (2015年6月30日現在)

発行可能株式総数 84,480,000株
 発行済株式の総数 62,141,000株
 株主数 5,087名

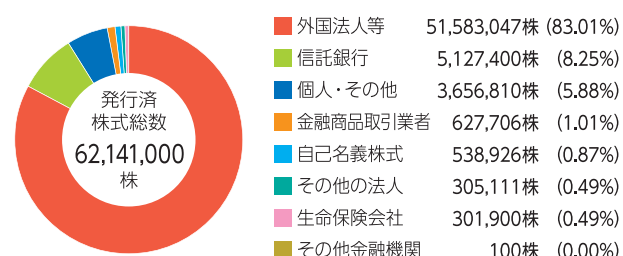
大株主

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
GRAINGER INTERNATIONAL INC	28,224,000	45.42
GRAINGER JAPAN INC.	3,040,000	4.89
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY	2,732,510	4.40
THE BANK OF NEW YORK, NON-TREATY JASDEC ACCOUNT	1,694,872	2.73
CITIBANK, N.A.-NY, AS DEPOSITARY BANK FOR DEPOSITARY SHARE HOLDERS	1,660,912	2.67
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,159,700	1.87
NORTHERN TRUST CO. (AVFC) SUB A/C AMERICAN CLIENTS	1,117,100	1.80
JPMC OPPENHEIMER JASDEC LENDING ACCOUNT	1,101,400	1.77
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	832,100	1.34
GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL	796,239	1.28

所有者別株主数分布



所有者別株式数分布



株主メモ

事業年度 1月1日から12月31日まで
 定時株主総会 3月中
 基準日 定時株主総会 12月31日
 中間配当 6月30日
 期末配当 12月31日
 株主名簿管理人 三菱UFJ信託銀行株式会社
 特別口座の口座管理機関 三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部
 同連絡先 〒541-8502 大阪市中央区伏見町三丁目6番3号
 Tel. 0120-094-777 (通話料無料)
 上場証券取引所 東京証券取引所市場第1部

公告方法 電子公告
 当社ホームページURL <http://www.monotaro.com/main/ir>
 ただし事故その他やむを得ない事由によって電子公告することができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。

【ご注意】①株券電子化に伴い、株主様の住所変更、その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。②特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国本支店でもお取次ぎいたします。③未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

New item!

取扱アイテム点数
 (2015年4月1日現在)
 9,000,000
 over items



お客様が求めるサービスのさらなる拡充と次代を見据えた事業活動の拡大を推進し着実な成長を目指してまいります。

代表執行役社長 鈴木 雅哉

株主・投資家の皆様におかれましては、益々ご清栄のこととお喜び申し上げます。ここに、第16期第2四半期(平成27年1月1日～平成27年6月30日)の事業概況を代表執行役社長 鈴木よりご報告させていただきます。



Q 第16期(2015年12月期)第2四半期の決算概況とその背景を教えてください。

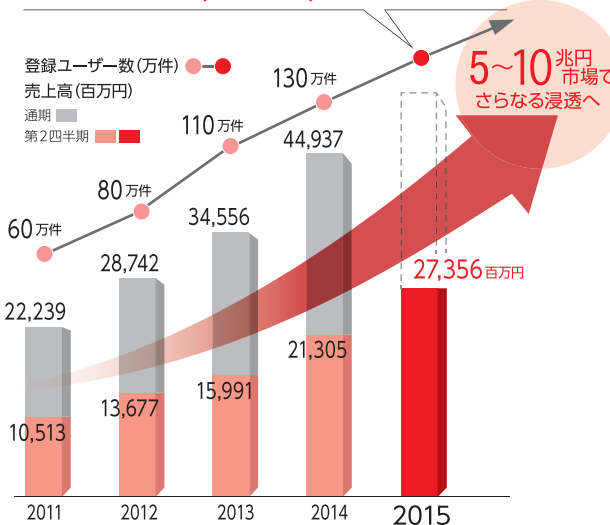
A 登録ユーザー数150万件の達成などにより、増収増益となりました。

経済政策及び金融政策の下支えや原油安による企業負担の軽減等により、当社の主要顧客である中小製造業においても景気回復基調で推移しました。このような状況の中、インターネット広告と検索エンジン最適化(SEO)の取組みを主軸とした積極的な顧客獲得活動に取り組んだ結果、売上高27,356百万円、営業利益3,433百万円、四半期純利益2,178百万円となり、増収増益を達成しました。

増収増益の背景にある要因として、認知度向上のためのオンラインとオフライン双方からの施策が相乗的に作用したと考えています。オンラインについては申し上げたとおりですが、オフラインにおいてはTVCMの放映量を大きく増やしたことがあげられます。2月下旬から3月初旬にかけて関東広域圏、近畿広域圏、中京広域圏、長野県域、広島県域、岡山・香川県域の7区域で実施。6月末には対象区域を拡大し、6県を除く日本全国においてTVCMを放映しました。商品検索をする際、TVCMで記憶した「モノタロウ」をオンラインのリ스팅広告や検索エンジンで目にするにより、モノタロウへのアクセス数が高まり、より多くのお客様を新規登録へ誘導することができたと考えています。これらの認知度向上施策により、新規の顧客獲得ペースは月平均30,900件となり、登録ユーザー数は150万件を達成することができました。

また、お客様の利便性を高める施策にも注力しています。そのひとつとして、これまで年1回だった「間接資材総合カタログ」の発行を、春期と秋期の2回としました。特に春から夏にかけて需要が増す農業や園芸関連の商品情報を充実させるなど、より多くのお客様

第2四半期 売上高	273億円	前年同期比 28.4% UP
経常利益	34億円	前年同期比 53.5% UP
四半期純利益	21億円	前年同期比 62.8% UP
取扱アイテム数	9,000,000点以上	
登録ユーザー数	1,500,000件達成	



により多くの商品情報をご提供できるツールとなっています。あわせて商品カテゴリーとして昨年度の「農業・園芸用品」「厨房・キッチン用品」に加え、今年5月に「医療・介護用品」を新設することで、商品の幅とおお客様の幅をさらに広げることができました。

また、昨年度本格稼働を始めた尼崎ディストリビューションセンターでは、当日出荷を可能とする在庫商品点数として22万点を取り揃え、より多くの商品を翌日お届けする体制を構築しています。これらによって、お客様の利便性が総合的に高まり、いっそうの利用拡大につながっていると考えています。

Q 第16期通期および今後の事業戦略をお聞かせください。

A 引き続き新規顧客獲得と利便性向上を図り、いっそうの成長を目指していきます。

まず、引き続き秋にかけてTVCMを放映し、「モノタロウ」の認知をいっそう高めたいと考えています。現状では主要顧客層である製造業・工業業・自動車整備業等のお客様の約40～50%に認知いただいておりますが、より多くの方の認知度が上がるよう注力しています。

取り扱いアイテムも、お客様が必要とされる新カテゴリー・新商品を随時追加していきます。その過程で現在30万点のPB商品をさらに強化し、利益率の向上にもつなげていきます。

大企業への取り組みについては、現在200社近い企業と購買システム連携を行っており、売上げが前年同期比77%の伸びを示しました。また、当社データベースの活用により複数の仕入れ先情報を一元管理し、商品検索・比較・発注をワンストップで行う購買管理システム「モノタロウ ONE SOURCE」は現在2社において稼働しており、引き続き、積極的なご提案を行い導入件数を広げていきます。

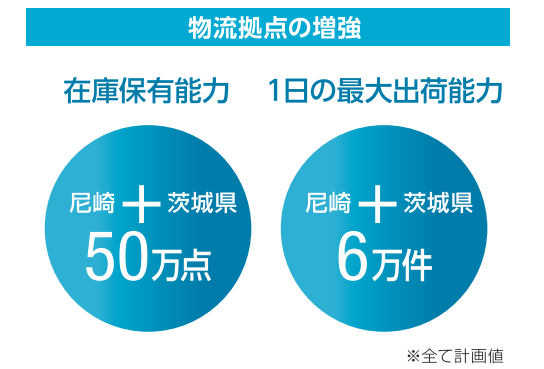
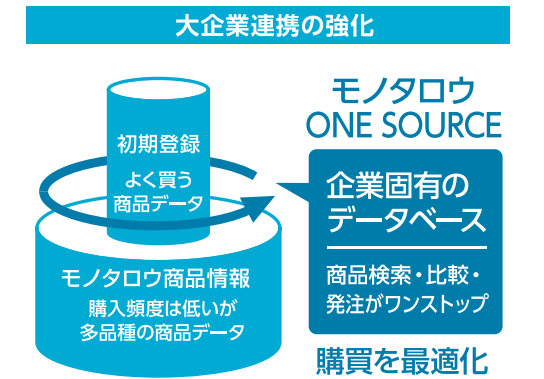
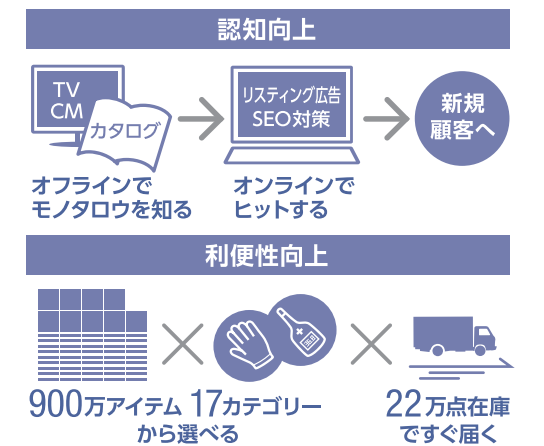
そして将来に向けた事業の安定的成長のためには物流インフラの整備が必須と考え、関東圏の茨城県に新たなディストリビューションセンターの建設(2017年春竣工予定)を進めています。関西圏の尼崎とともに、2拠点の在庫保有能力と1日の最大出荷能力を増強し、より多くのお客様に、より多くの商品をスピーディに提供していくことで利便性の向上を図っていきます。

このように、新規顧客獲得と利便性の向上に努め、購買プラットフォームとしての事業基盤をさらに拡大強化してまいります。

Q 株主の皆様メッセージをお願いいたします。

A 創業15周年を迎えたことに感謝し、引き続き高い目標に向かって邁進していきます。

中間配当の配当金としましては、1株当たり10円とさせていただきます。また、株式の流動性を高めながら投資家の皆様により投資しやすい環境を整えていくために、平成27年10月1日からの株式分割を予定しており、当期末の予想配当金は1株につき7円とさせていただきます。これは株式分割前の1株当たり予想期末配当金に換算しますと14円に相当し、前回予想と比べて1株当たり実質4円の増配となります。創業15周年を迎え、これからもさらなる努力を重ねてまいりますので、よりいっそうのご支援をいただきますようお願い申し上げます。



ITを活用した 高度なマーケティング戦略について

執行役マーケティング部門長
橋原 正明



Q 新規顧客を獲得するうえでの、広告展開について教えてください。

A ここ数年間で当社の商品点数は数百万単位で拡大をしてきました。この施策の産物として、Yahoo!やGoogle等の検索サイトから多様なキーワードでのサイト流入が起こり、結果として新規顧客の獲得の拡大につながりました。つまり、ニーズが顕在化した見込み客を効率よく獲得していったこととなります。一方で、会社で使う資材をインターネットで発注できるという認識がない方や、認識があってもこれまでの商習慣を断ち切れないという方がまだまだ多く、業界のEC化率は低い水準にあると考えていました。この方々をうまくインターネットに呼び込み、市場を拡大することが当社の事業拡大につながると判断し、2013年からテレビ広告を開始いたしました。エリアを限定した小規模なテストを経て、2015年には一部の地域を除く日本全国においてテレビ広告を行っています。その結果、当社の認知度は大幅

に上昇し、新規顧客の拡大ペースを速めることができました。今後の展開として、ネットとテレビの広告費の配分の最適化を進め、広告投資の効率化を目指します。また、新たな成長の機会として、増加が続くスマートフォン経由のトラフィックに対し、サイトやアプリの改善をスピードよく行い、需要を取り込んでいきます。



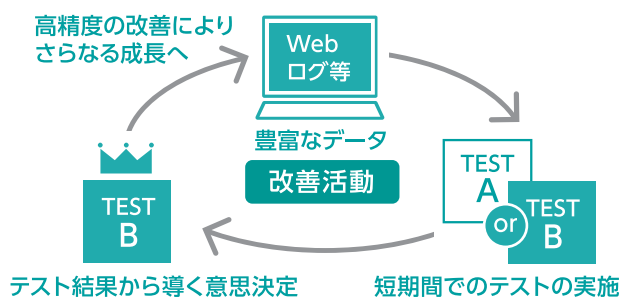
モニター用テレビCM(製造業編)

Q 膨大なデータを活用した、モニタロウのマーケティングについて教えてください。

A 事業規模が拡大しデータが増えることで、事象間の関係性が明確になり、意思決定の精度が上がることがあります。例えば、サイトのデザインを2パターンテストするときも、データが少なければテスト期間を長くする必要がありますが、規模が大きくなると、短期間でテストを完了し、早いサイクルで改善活動を行うことが可能になります。つまり、豊富なデータ量が意思決定の精度を高め、さらなる成長につながり、結果としてまたデータは増えるという循環に入ることができます。当社が保有する様々なデータは、間接資材の購買に特化したものとしては日本で最大規模であり、そこから得られる知見を誰よりも早く入手可能な立場にあります。これを競争優位性の一つと捉え、データの積極的な活用を推進しています。一例をあげますと、レコメンデーションの精度改善に取り組んでいます。端的に言えば、何を勧めようかという命題ですが、サイト上で商品をお勧めしたり、必要なカタログをお送りしたりと、テーマは多岐にわたります。さらには、サイト上のお勧めに関しても、閲覧中のページの種類や客

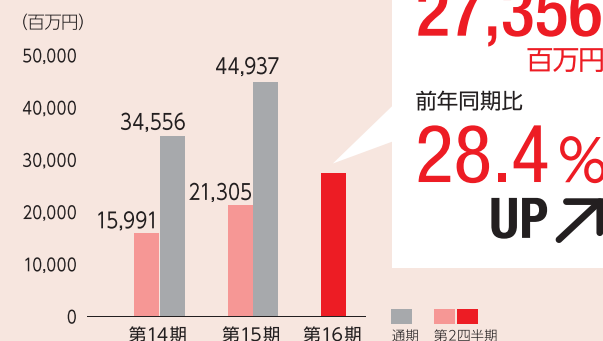
様の業種などによって、推薦ロジックを変えることで、精度の改善を行っています。つまり、お客様のシチュエーションに応じた最適なコミュニケーションを目指しています。これは、商品選定から購買までの膨大なデータを当社が保有しているからこそ実現可能なのです。

また、データの活用範囲はマーケティング分野に限定されるものではありません。物流の業務効率化や後払い与信額の最適化など、コスト効率を改善する取り組みにおいても威力を発揮すると期待しています。

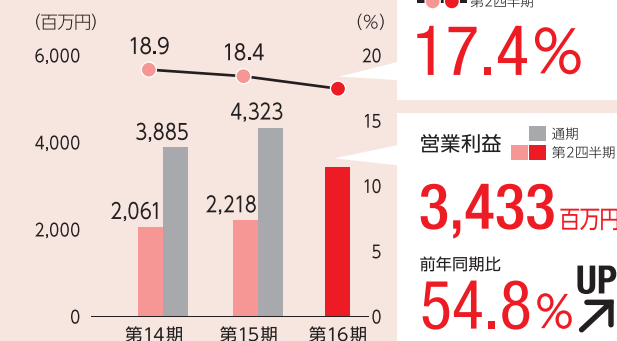


財務データ

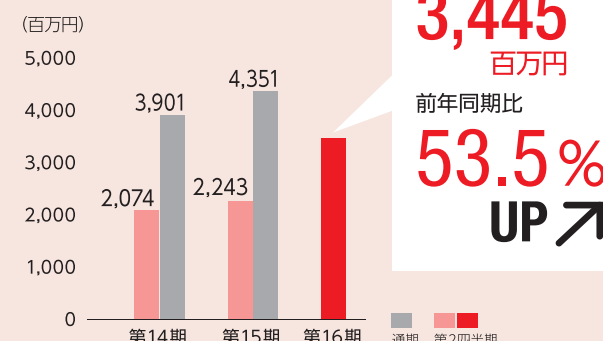
売上高



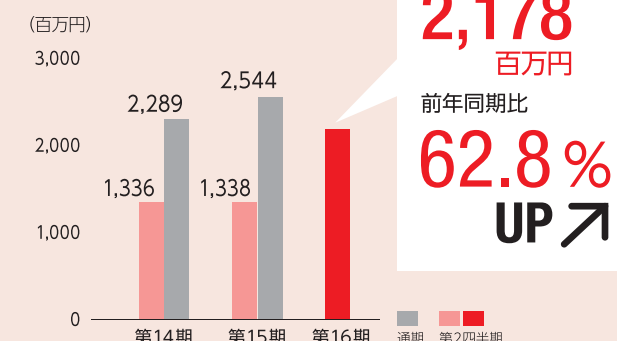
営業利益と販管費比率



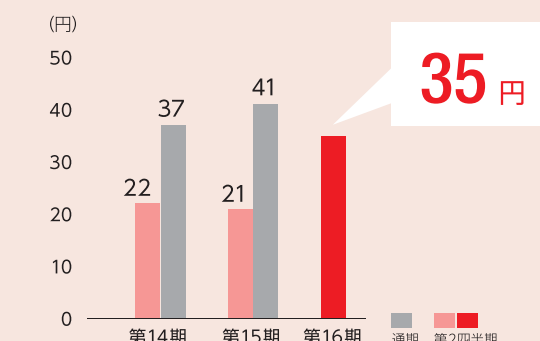
経常利益



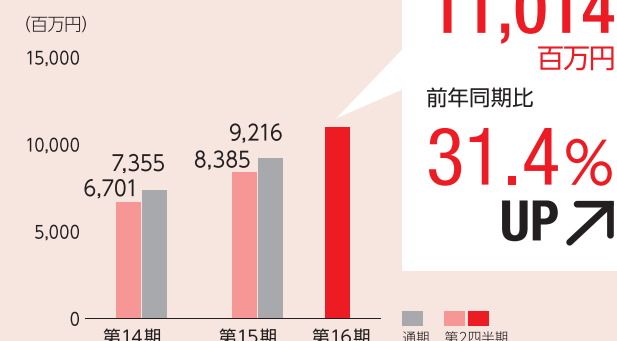
当期純利益



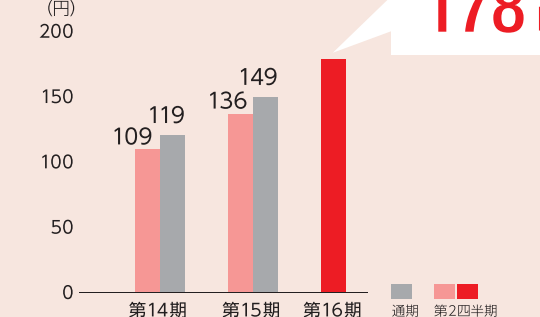
1株当たり当期純利益



純資産



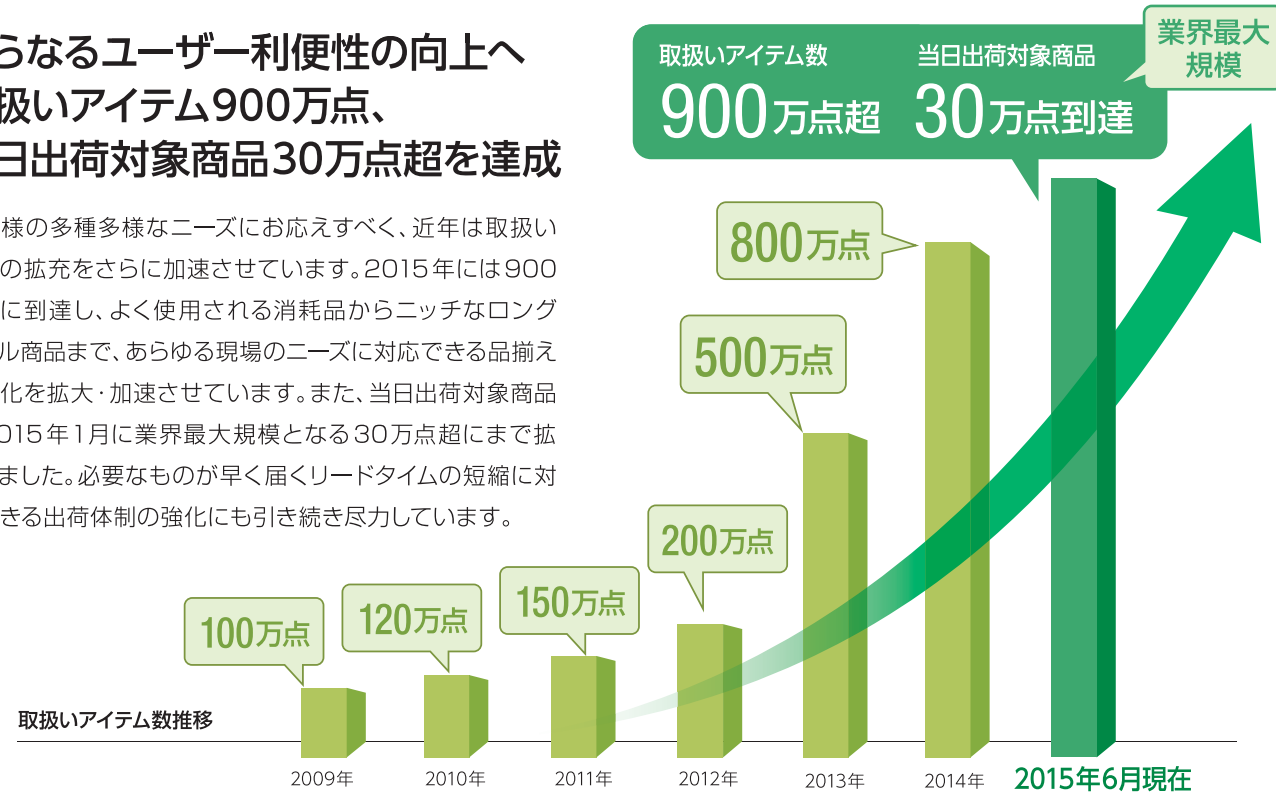
1株当たり純資産





さらなるユーザー利便性の向上へ 取扱いアイテム900万点、 当日出荷対象商品30万点超を達成

お客様の多種多様なニーズにお応えすべく、近年は取扱い商品の拡充をさらに加速させています。2015年には900万点に到達し、よく使用される消耗品からニッチなロングテール商品まで、あらゆる現場のニーズに対応できる品揃えの強化を拡大・加速させています。また、当日出荷対象商品も2015年1月に業界最大規模となる30万点超にまで拡充しました。必要なものが早く届くリードタイムの短縮に対応できる出荷体制の強化にも引き続き尽力しています。



間接資材総合カタログ REDBOOK vol.11春号 発刊

農業資材や自動車関連商品など、
春の季節需要に応える8ジャンルが登場

2015年2月22日(日)、間接資材総合カタログ RED BOOK vol.11春号を発刊しました。当社の取り扱う全17ジャンル900万点を超える取扱商品の中から、春先に需要が高い8ジャンル約13万点のアイテムを厳選して掲載しています。

間接資材総合カタログ REDBOOK vol.11春号 概要

発行部数	総ページ数	掲載商品点数
100万部以上	4,200ページ	13.7万点



医療・介護用品の通信販売事業に 本格参入

商品ジャンル拡大 ワンストップショッピングがさらに進化
2015年5月から、医療・介護用品の通信販売事業に本格参入いたしました。体温計や診察時に使用する診察台などの検査関連用品、サポーターやテーピング、介護用品など、より専門的な商品約6,400点をラインアップしています。製造業、工事業等向けの資材・消耗品900万点に加えて、医療・介護用品もまとめてご購入いただけるようになり、これまで以上に“なんでもそろそろワンストップショッピングサービス”を進化させています。

2015年5月時点
取扱いアイテム数 約6,400点



間接資材の流通を革新し、様々な現場で満足いただける 納期・価格・利便性を提供いたします。

MonotaROはインターネット通信販売で工場などの現場で使用される間接資材を販売しています。作業工具、切削工具、研磨材などの工業用資材、梱包・清掃・安全用品などの消耗品、自動車整備業、建設・工事業向けの商品など、様々な現場で必要とされる約900万点にのぼる商品を、全国150万を超える事業者のお客様にご利用いただいています。

国内外の卸業者・メーカー



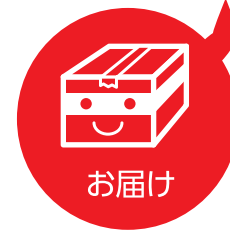
900万超の品揃えと価格訴求力

- ・直接輸入、卸業者からの仕入などによる、仕入ルートの最適化
- ・価格訴求力のあるプライベートブランド商品の開発
- ・ロングテール商品でお客様のニーズに対応



お客様の購買を省力化

- ・高いリピート率を実現するデータベースマーケティング
- ・必要なものを手間なく探せる高度な検索性を備えたウェブサイト、ニーズに合わせたカタログなどの様々な販売メディア



低コストなオペレーション

データ分析を駆使し効率化されたオペレーションで受注から商品発送までを低コストに運用



全国150万超の事業者のお客様

製造業、自動車整備業、建設・工事業
を中心としたあらゆる現場に貢献

サービス向上への 迅速な体制

カスタマーサポート・物流センターを
自社運営することによる、サービス
向上への迅速なフィードバック体制

