



MonotaRO 事業概要

株式会社MonotaRO
www.monotaro.com

1. 会社概要

社名の由来	<ul style="list-style-type: none">英語でMRO(Maintenance, Repair, and Operation)は消耗品などの間接資材を意味する。MonotaROで全て揃うようにする（「モノが足りる」という意味）。桃太郎が鬼退治を行ったように、非効率だった間接資材の調達モデルを変革する。	
ビジネスモデル	<ul style="list-style-type: none">国内の中小企業のお客様をターゲットに、従来は手間のかかっていた間接資材の購入を、インターネットを通して効率化する。	
取扱商品点数	<ul style="list-style-type: none">切削工具、安全保護具、ベアリング、オフィス用品、産業機器（約2,885万商品の取り扱い）	
登録顧客数	<ul style="list-style-type: none">約11.3百万ユーザー	
資本金	<ul style="list-style-type: none">20億4千8百万円	
従業員数	<ul style="list-style-type: none">3,612人（内、正社員1,525人） （2025年12月末時点）	
本社	<ul style="list-style-type: none">大阪市北区	
主要物流拠点	<ul style="list-style-type: none">笠間DC（茨城県）茨城中央SC（茨城県）猪名川IDC（兵庫県）	

2. ビジネスモデル

MonotaROが提供する価値	従来の販売方法
一物一価主義（ワンプライス・ポリシー） <ul style="list-style-type: none">■ 誰でもいつでも同じ値段で購入可能。■ 少額購買に浪費される顧客の手間（人件費）を削減。	<ul style="list-style-type: none">■ 顧客ごとに異なる不透明な価格
ITを基礎とした低コストオペレーション <ul style="list-style-type: none">■ ネット販売で顧客・商品ごとに分散する需要を全国規模で効率良くカバー。■ 規模を活かした効率的なオペレーション。	<ul style="list-style-type: none">■ 労働集約的で商圈が小さい
データベースマーケティング <ul style="list-style-type: none">■ 膨大なデータを活用した先進的データベースマーケティングで営業マンを代替。	<ul style="list-style-type: none">■ 営業マンの知見に頼ったセールス
豊富な品揃え／ワンストップショップ・当日出荷拡大 <ul style="list-style-type: none">■ 取扱商品点数：約2,885万点■ 当日出荷対象商品：約75.5万点■ 在庫商品：約68.8万点	<ul style="list-style-type: none">■ 品揃えが限定的で選択肢が少ない
PB商品と海外からの直輸入 <ul style="list-style-type: none">■ 規模を活かし海外からも安価に調達。■ ニーズに応じた最適な商品の選択肢を顧客へ提供。	<ul style="list-style-type: none">■ 価格の高いトップブランドが中心

3. マーケティング

1. 顧客獲得

- サーチエンジンマーケティング(SEO・検索連動型広告)。
- メール、FAX、チラシなどを見込客に送付。
- テレビ・ラジオCM。

2. Website

- お客様の属性に応じた商品推薦。

3. メール・FAXの送付

- お客様に応じた内容で送付。

4. チラシの発送

- 小ロットのオンデマンドチラシ。

5. データ分析とキャンペーン

- 販売促進をより効率的に・効果的にするために業種別に最適化。



4. 商品調達

- 取り扱い商品の拡大
 - 様々な販路から新しい仕入先、新しい商品を開発。
- 直接輸入とPB商品の開発
 - ナショナルブランドの品質を維持したまま高い利益率を実現。
 - 独自の競争優位性。

5-1. 成長モデル

- 検索ワード数拡大。
- ワンストップショッピング拡大
(取扱商品：約2,885万商品)。

取扱商品点数
拡大

- 周辺商品の取扱拡大。

顧客数拡大

規模 ↑ = 利便性 ↑

売上・利益
拡大

- 新規顧客獲得
 - ・ 1,114千 (2025年1~12月)
 - ・ 累計登録数約1,126万
(2025年12月末時点)
- ロングテール商品の売上頻度増。

在庫点数
拡大

- 在庫商品数を増やすことで納期を短縮し、顧客利便性を改善。
- 新しいPB商品を開発することで利益改善。

5-2. 沿革

2002	<ul style="list-style-type: none">・ 製造業・製鉄業・金属加工業・機械組み立て業の中小企業のお客様向けにサービス開始。
2008	<ul style="list-style-type: none">・ 自動車整備業のお客様向けにサービス拡大。
2009	<ul style="list-style-type: none">・ 請負業のお客様向けにサービス拡大。
2010	<ul style="list-style-type: none">・ 研究関連商品取扱開始。・ 米国Zoro Tools社へのコンサルティング開始。・ 大企業向け事業開始。
2011	<ul style="list-style-type: none">・ 宮城県に多賀城ディストリビューションセンターを開設。
2013	<ul style="list-style-type: none">・ NAVIMROを設立し、韓国で事業開始。
2014	<ul style="list-style-type: none">・ 兵庫県に尼崎ディストリビューションセンター開設。・ 農業資材・厨房用品カテゴリ開始。・ 大企業向けに購買管理システム「MonotaRO One Source」を提供開始。
2015	<ul style="list-style-type: none">・ 医療・介護用品関連商品取扱開始。
2016	<ul style="list-style-type: none">・ インドネシア事業開始（PT MONOTARO INDONESIAの51%の株式取得・2016年第4四半期より連結）。
2017	<ul style="list-style-type: none">・ 茨城県に笠間ディストリビューションセンター開設。・ 大企業向けに導入が簡単な購買管理システム「MonotaRO ONE SOURCE Lite」を提供開始。・ 多賀城ディストリビューションセンター閉鎖。
2018	<ul style="list-style-type: none">・ 佐賀県佐賀市にモノタロウAIストアオープン（～2021年7月）。
2019	<ul style="list-style-type: none">・ 笠間ディストリビューションセンター2期工事終了。
2020	<ul style="list-style-type: none">・ エンタープライズ事業における登録社数が1,000社超。
2021	<ul style="list-style-type: none">・ 2021年1月インドで事業開始（IB MONOTARO社連結対象）。・ 茨城中央サテライトセンター開設。
2022	<ul style="list-style-type: none">・ 猪名川ディストリビューションセンター（第1期）開設。・ 尼崎ディストリビューションセンター閉鎖。
2023	<ul style="list-style-type: none">・ 猪名川ディストリビューションセンター（第2期）開設。・ 取扱商品が2,000万超。
2024	<ul style="list-style-type: none">・ 田村 咲耶 取締役代表執行役社長就任。鈴木 雅哉 取締役代表執行役会長就任（現 取締役会長代表執行役）
2025	<ul style="list-style-type: none">・ MonotaRO TECHNOLOGIES INDIA PRIVATE LIMITED 設立・ 物太郎（上海）貿易有限公司を新設・ 新三光マスク株式会社を新設



連絡先

TEL: 06-4869-7190

E-mail: pr@monotaro.com

IR information: <https://corp.monotaro.com/en/ir/index.html>