

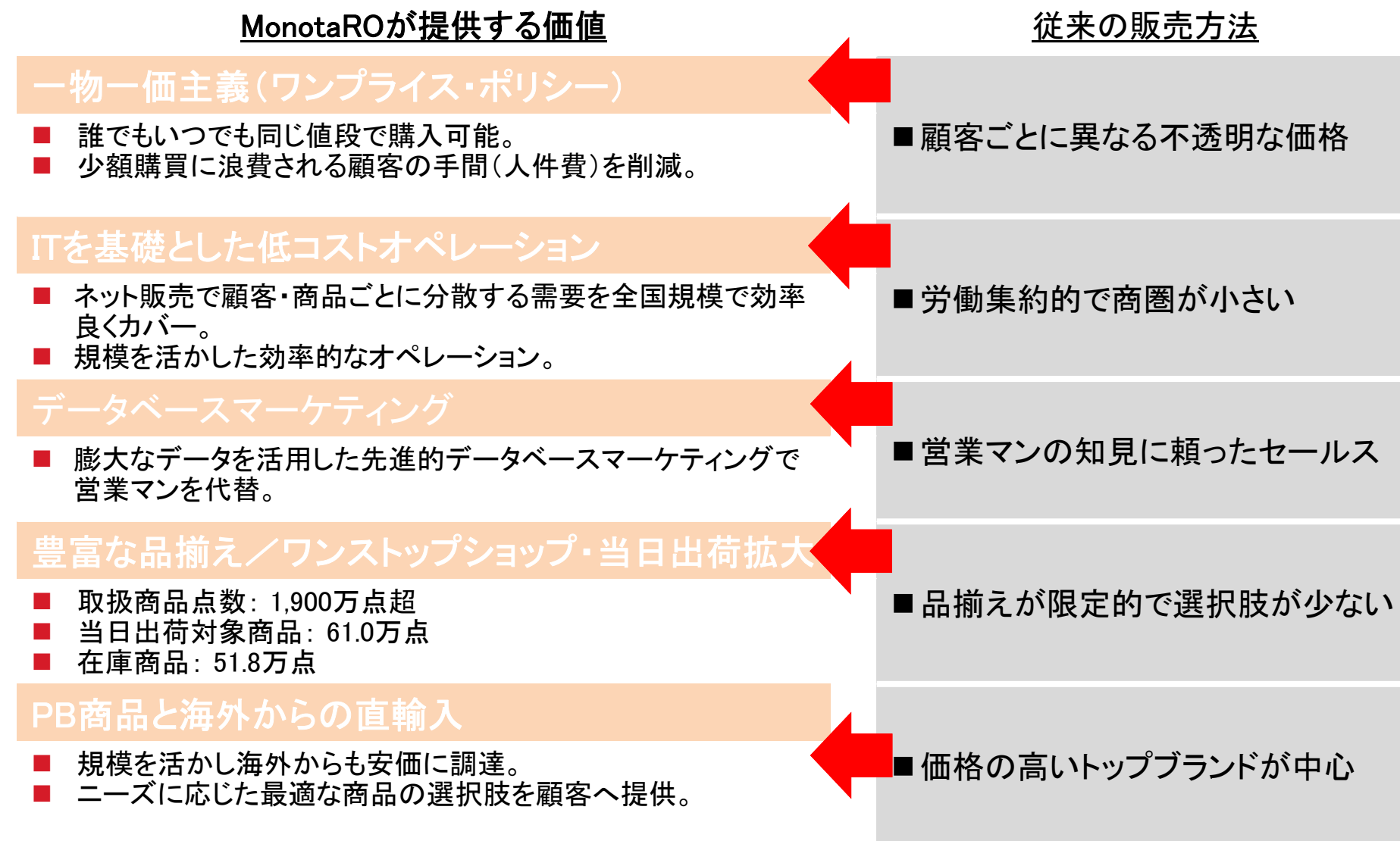
MonotaRO 事業概要

株式会社MonotaRO
www.monotaro.com

1. 会社概要

社名の由来	- 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	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。	
取り扱い商品	切削工具、安全保護具、ベアリング、オフィス用品、産業機器 (2023年12月末時点で1,900万商品の取り扱い)	
登録顧客数	約8.0百万ユーザー	
資本金	20億3千9百万円	
従業員数	3,259人（内、正社員1,275人） (2022年12月末時点)	
本社	兵庫県尼崎市	
主要物流拠点	- 笠間DC（茨城県） - 茨城中央SC（茨城県） - 猪名川DC（兵庫県）	

2. ビジネスモデル



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

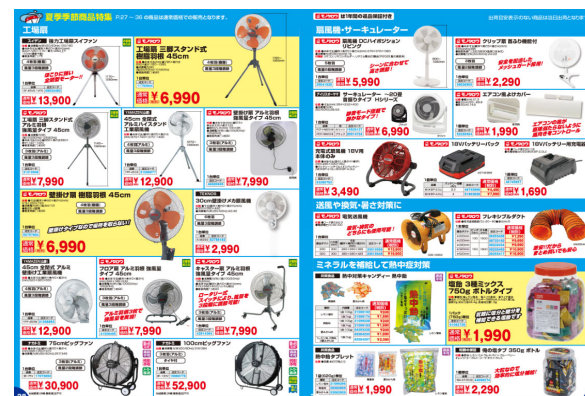
- ・ 小ロットのオンデマンドチラシ。

5. カタログ発刊

- ・ 23カテゴリの商品カタログ。

6. データ分析とキャンペーン

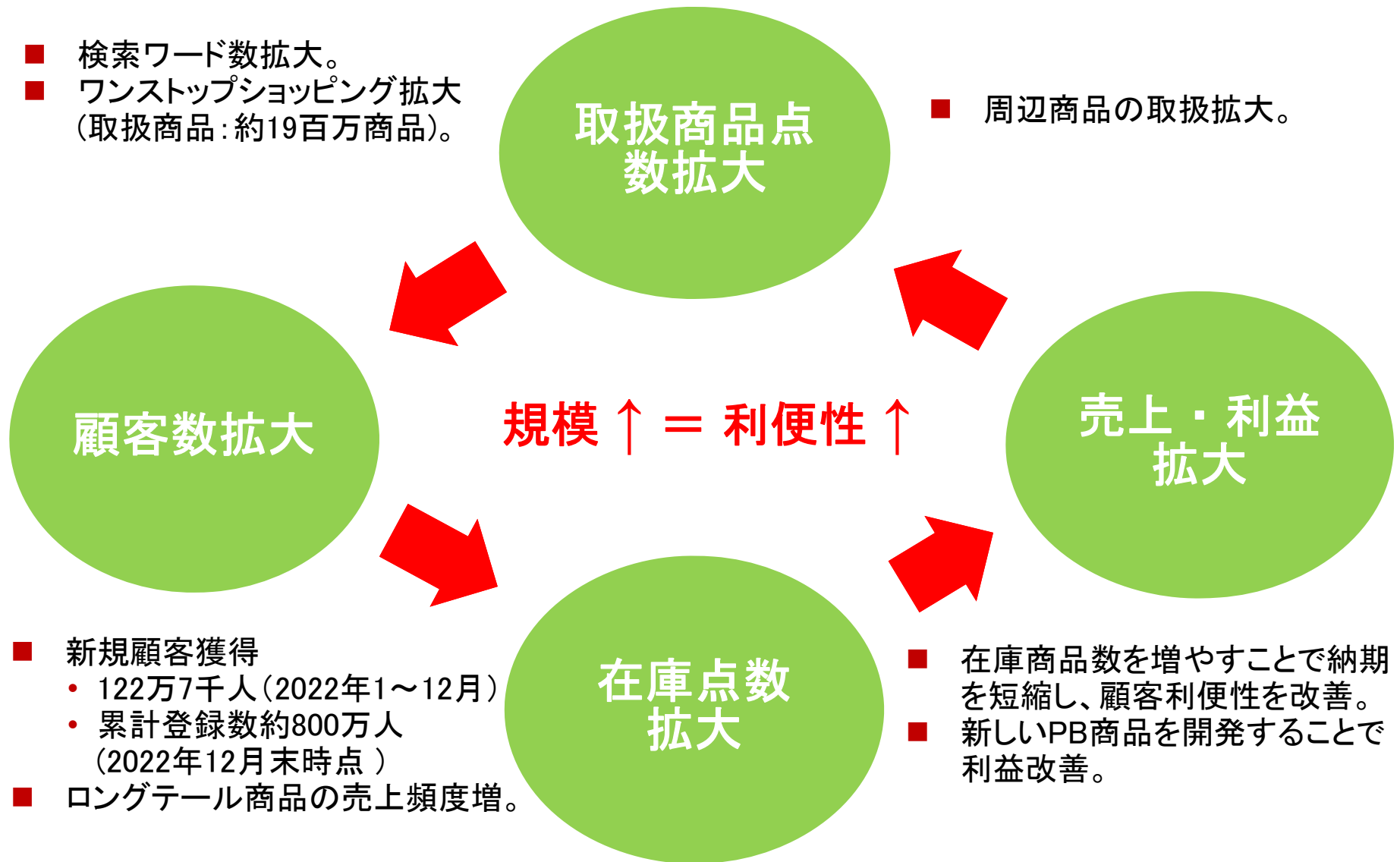
- ・ 販売促進をより効率的に・効果的にするために業種別に最適化。



4. 商品調達

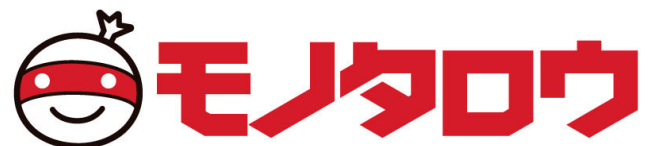
- 取り扱い商品の拡大
 - 様々な販路から新しい仕入先、新しい商品を開発。
- 直接輸入とPB商品の開発
 - ナショナルブランドの品質を維持したまま高い利益率を実現。
 - 独自の競争優位性。

5-1. 成長モデル



5-2. 沿革

2002	・ 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	・ 自動車整備業のお客様向けにサービス拡大。
2009	・ 請負業のお客様向けにサービス拡大。
2010	・ 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	・ 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	・ NAVIMROを設立し韓国で事業開始。
2014	・ 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	・ 医療・介護用品関連商品取扱開始。
2016	・ 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	・ 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	・ 佐賀県佐賀市にモノタロウAIストアオープン(～2021年7月)。 ・ 取扱商品が1,700万超。
2019	・ 取扱商品が1,800万過。 ・ 笠間ディストリビューションセンター2期工事終了。
2020	・ 大企業連携事業の登録社数が1,000社超。
2021	・ 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。 ・ 登録アカウント数が600万超。
2022	・ 猪名川ディストリビューションセンター(第1期)開設。



連絡先

TEL: 06-4869-7190

FAX: 06-4869-7178

E-mail: pr@monotaro.com

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