



株式会社MonotaRO 会社概況

2008年2月14日
株式会社MonotaRO



目 次

当社概要

2007年12月期決算の概要

2008年12月期見通し及び2008年度の課題と対応

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。

- 1 当社概要

主な事業内容

インターネット等を利用した工場用間接資材の通信販売
(商品点数：80万点・うち6万5千点が在庫商品)

販売商品の特徴

種類は多岐にわたり、顧客にとっては価格よりも利便性が重要

主な競合

訪問工具商

主な顧客層

製造業を中心とする中小企業

市場規模

3～5兆円

経営戦略

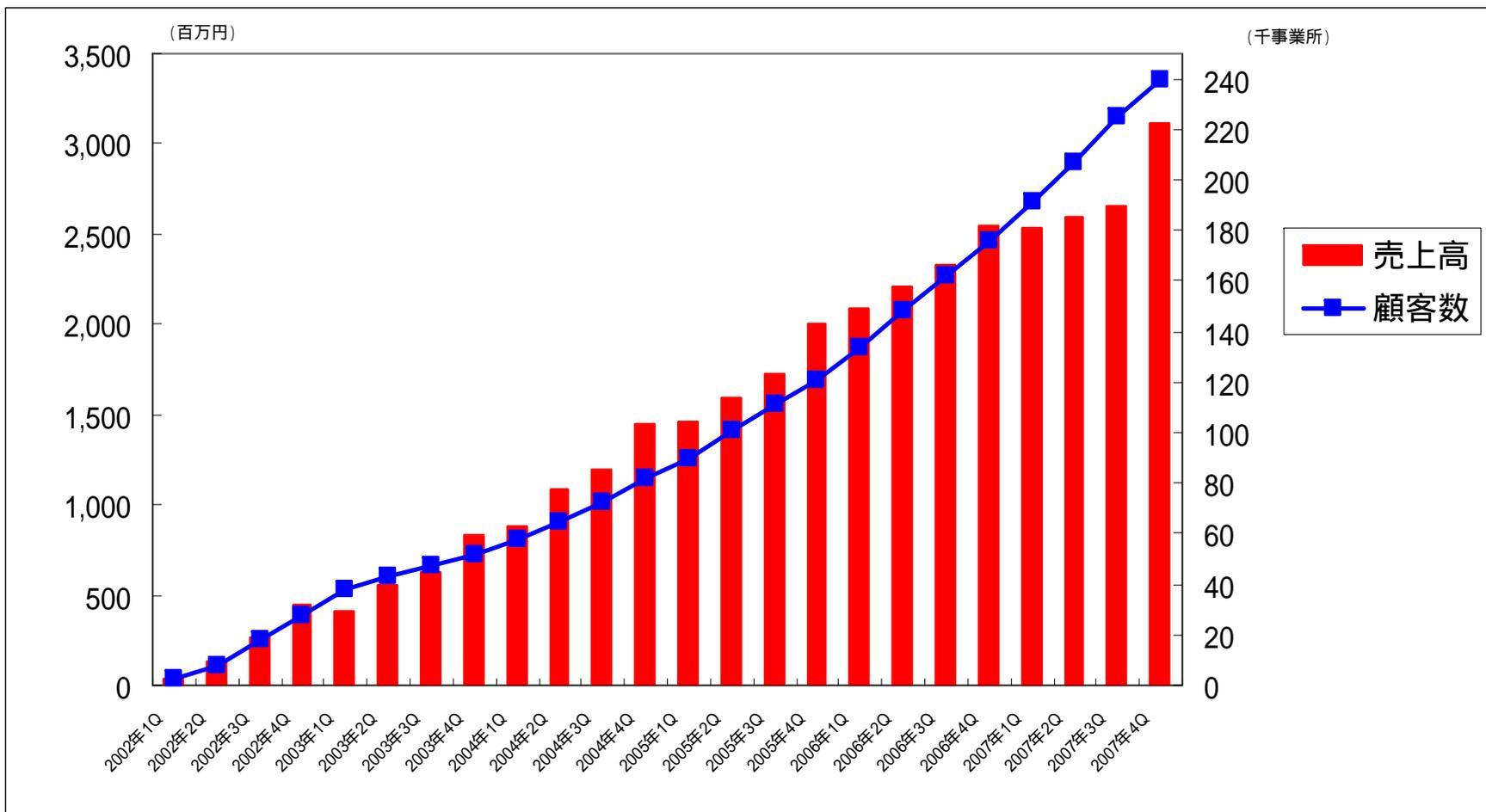
- (1) インターネットを利用した通信販売で規模の経済を実現し、幅広い商材と高い検索性で差別化を図る。
- (2) 累積する受注・顧客データベースを整備分析したマーケティングで顧客の囲い込みを図る。
- (3) 自社にてのソフト開発からコンテンツ制作までを行うことで高い生産性をあげる。

課題

顧客にとって興味の少ない市場で知名度をあげ、市場に浸透すること。

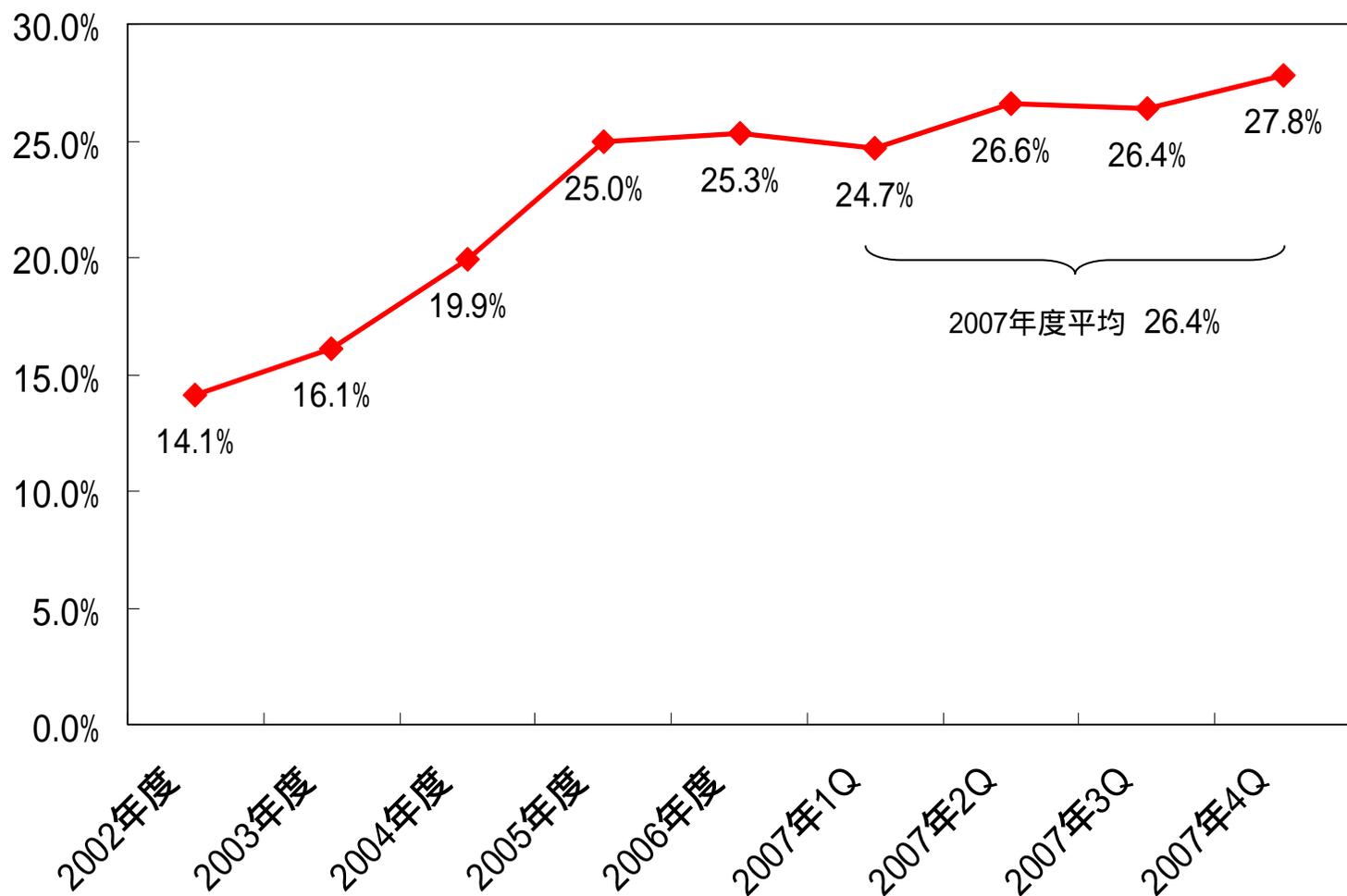
- 2 過年度の業績推移 - 1

売上高と顧客数の推移

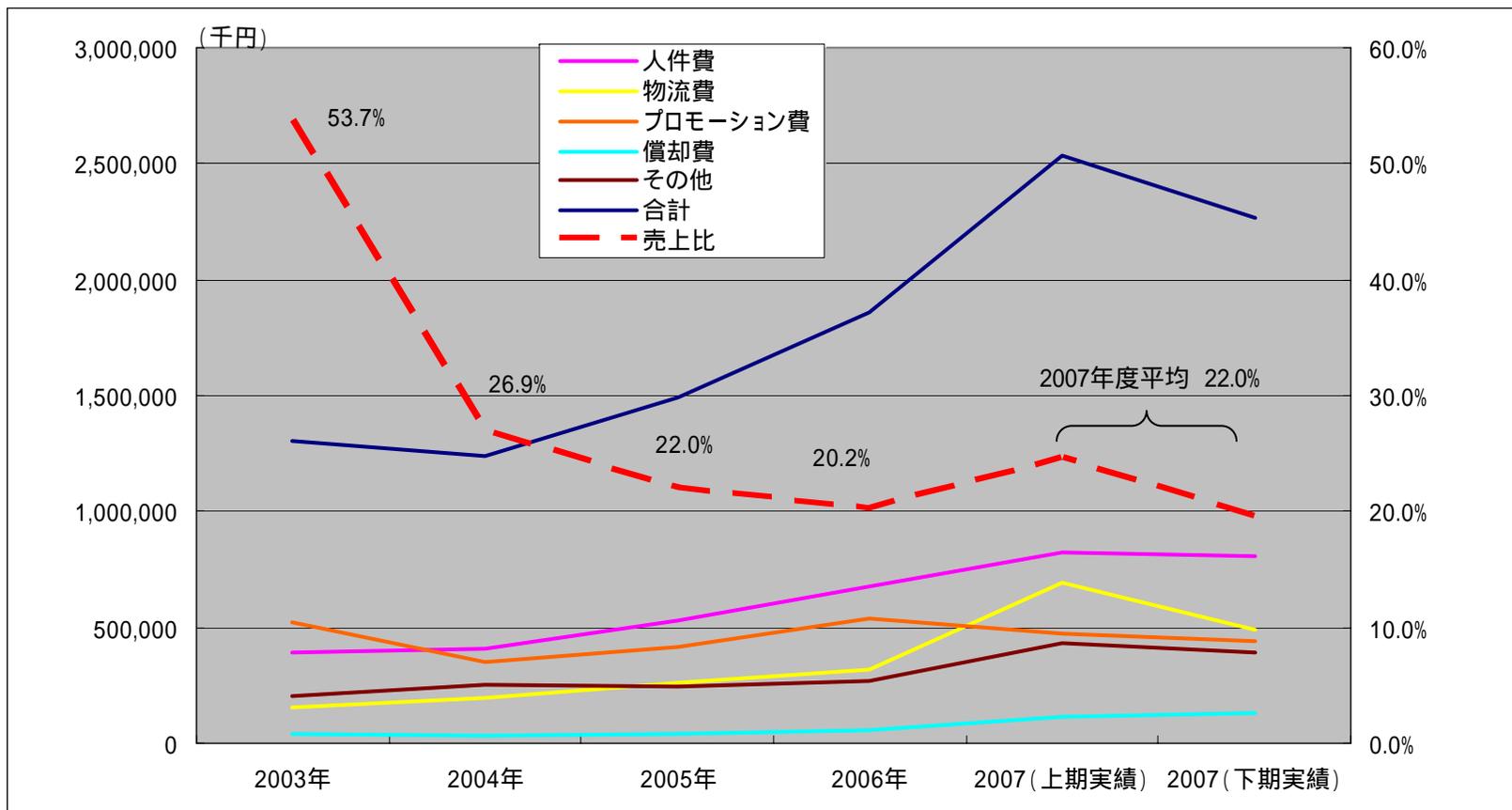


- 2 過年度の業績推移 - 2

売上総利益率の推移



- 2 過年度の業績推移 - 3 販売管理費の推移



2007年12月期決算の概要

- 1 業績サマリー

売上高 **対前年比：18.8%増** **対当初予算比：7.4%未達**

2007年度は前年度末の17万5千事業所の顧客数が24万事業所と6万5千事業所も新たに顧客に加わった。顧客数の増加は、2003年度が2万4千事業所、2004年度が3万事業所、2005年度が3万9千事業所、2006年度が5万4千事業所と年を追うごとにペースが増しているが、一方、第1四半期の物流センター移転時のトラブルの影響で、売上成長が一時的に止まってしまった。ただ、2007年度第4四半期には、元の成長軌道に戻ることができた。

売上総利益 **対前年比：24.2%増** **対当初予算比：7.7%未達**

売上総利益率は移転時トラブルでのお詫び割引クーポンもあり、第1四半期は24.7%と予定より落ち込んだが、価格の値上げもあり第2四半期には26.6%、第3四半期には26.4%、第4四半期には27.8%に回復している。

販売管理費 **対前年比：29.3%増** **対当初予算比：4.0%減**

移転費用、倉庫拡大による賃料の上昇、移転時の混乱もあり、2006年度の売上高比率20%が22%にまで上昇したが、年度後半は2006年度並みの比率に戻った。

営業利益 **対前年比：4.0%増** **対当初予算比：22.8%未達**

経常利益 **対前年比：7.8%増** **対当初予算比：21.9%未達**

当期純利益 **対前年比：1.6%増** **対当初予算比：25.9%未達**

移転時の混乱によるコスト増と売上予算未達の結果、利益面では昨年度をようやく上回るどころに終わり、大きく予算未達となった。

- 2 実績比較表

科 目	2006年12月期 実績		2007年12月期 当初予想		2007年12月期 修正予想		2007年12月期 実績			当初 予算 比
	金 額 (千円)	売上高 比率	金 額 (千円)	売上高 比率	金 額 (千円)	売上高 比率	金 額 (千円)	売上高 比率	対前年 比	
売上高	9,175,451	100.0%	11,771,510	100.0%	10,900,000	100.0%	10,897,575	100.0%	118.8%	92.6%
売上総利益	2,317,875	25.3%	3,120,576	26.5%	2,856,000	26.2%	2,879,156	26.4%	124.2%	92.3%
販売管理費	1,855,726	20.2%	2,498,382	21.2%	2,376,000	21.8%	2,398,692	22.0%	129.3%	96.0%
営業利益	462,149	5.0%	622,194	5.3%	480,000	4.4%	480,463	4.4%	104.0%	77.2%
経常利益	450,562	4.9%	622,194	5.3%	480,000	4.4%	485,890	4.5%	107.8%	78.1%
当期純利益	453,631	4.9%	622,194	5.3%	460,000	4.2%	461,009	4.2%	101.6%	74.1%
1株当たり当期 純利益(円)	10,016.39	-	13,525.66	-	9,999.78	-	10,021.72	-	-	-

(注) 2006.8.21付で1株を3株に分割

- 3 貸借対照表サマリー

07年12月期 貸借対照表サマリー

決算期		第7期(06年12月期)		第8期(07年12月期)	
		(千円)	構成比	(千円)	構成比
資産の部	流動資産	4,138,359	89.3%	4,085,672	87.2%
	現預金	1,548,537	33.4%	979,955	20.9%
	受取手形・売掛金	1,133,787	24.5%	1,389,901	29.7%
	棚卸資産	1,015,352	21.9%	1,244,876	26.6%
	その他	440,681	9.5%	470,938	10.0%
	固定資産	493,505	10.7%	600,793	12.8%
	有形固定資産	116,397	2.5%	202,785	4.3%
	無形固定資産	217,562	4.7%	275,581	5.9%
	投資その他資産	159,545	3.4%	122,426	2.6%
資産合計		4,631,864	100.0%	4,686,466	100.0%
負債の部	流動負債	2,023,045	43.7%	1,616,638	34.5%
	固定負債	-	-	-	-
	負債合計	2,023,045	43.7%	1,616,638	34.5%
純資産の部	資本金	1,675,324	36.2%	1,675,324	35.7%
	資本剰余金	479,862	10.4%	479,862	10.2%
	利益剰余金	453,631	9.8%	914,640	19.5%
	純資産合計	2,608,818	56.3%	3,069,827	65.5%
負債・純資産合計		4,631,864	100.0%	4,686,466	100.0%

歩引きによる利益増を図るために、一部大手国内問屋への支払いを150日後現金より、30日後現金に変更したことで、買掛金(流動負債)が減った。

倉庫拡大に伴う在庫増で棚卸資産が増えた。

固定資産増は、主に新倉庫に伴うコンベア等への投資とソフトウェアへの投資である。

- 4 キャッシュフローサマリー

07年12月期 キャッシュ・フローサマリー

区分		第7期(06年12月期) (千円)	第8期(07年12月期) (千円)
営業活動によるキャッシュ・フロー			
	税引前当期純利益	450,562	473,217
	売上債権の増加額	265,837	256,113
	棚卸資産の増加額	199,464	229,524
	仕入債務の増減額(減少)	218,936	362,514
	その他	19,728	127,405
	計	184,468	247,529
投資活動によるキャッシュ・フロー			
	有形固定資産取得による支出	5,648	228,946
	無形固定資産取得による支出	126,529	127,125
	その他取得による支出	100,720	35,019
	計	232,898	321,052
財務活動によるキャッシュ・フロー		1,228,757	0
現金及び現金同等物の増減額(減少)		1,180,326	568,582
現金及び現金同等物の期首残高		368,211	1,548,537
現金及び現金同等物の期末残高		1,548,537	979,955

買掛金の減少、棚卸資産の増加、固定資産の増加とも一過性のものであり、2007年8月より現金は増加傾向に転じている。

- 5 セグメント別売上

07年12月期 セグメント別売上サマリー

(千円)

	2006年売上	構成比	2007年売上	構成比
工場消耗品	5,004,968	54.5%	5,817,081	53.4%
工場交換部品	2,759,364	30.1%	3,316,077	30.4%
その他	1,411,119	15.4%	1,764,415	16.2%
Total	9,175,451	100.0%	10,897,575	100.0%

2008年12月期見通し及び2008年度の課題と対応

- 1 2008年度予算に関して

売上高 2007年度比：21億円増 19.4%増

2007年度は年初の移転トラブルの影響で、それ以前の2年間の売上の伸びが年間22億円増だったのが、17億円増と減速してしまった。しかしながら、第3四半期から第4四半期への売上増は4億6千万円と成長軌道は回復しており、また顧客獲得数も月間5,000社の水準を維持しているため、これまでの売上の伸びの水準に近い21億円増は妥当と判断する。

売上総利益 2007年度比：6億円増 20.9%増

売上総利益率を0.4%改善し26.8%とする予定。2007年度第4四半期の売上総利益率は27.8%であり、26.8%は保守的な予測だが、原材料・仕入コスト増と為替動向の不透明さを考慮して26.8%とした。

販売管理費 2007年度比：2億3千万円増 9.7%増

売上高比率で販管費は、2007年度の22.0%が20.2%にまで下げられると判断している。2007年度後半の販管費率は19.6%であり、20.2%は保守的な予測だが、成長軌道への復帰をさらに力強いものにするためのプロモーションの強化とシステム投資は不可欠と考えており、妥当な判断と考える。

営業利益 2007年度比：3億7千万円増 77.0%増

- 2 2008年12月期業績予想

科 目	2007年12月期 実績		2008年12月期 通期予想		
	金 額 (千円)	売上高比率	金 額 (千円)	売上高比率	対前年比
売上高	10,897,575	100.0%	13,016,209	100.0%	119.4%
売上総利益	2,879,156	26.4%	3,481,836	26.8%	120.9%
販売管理費	2,398,692	22.0%	2,631,469	20.2%	109.7%
営業利益	480,463	4.4%	850,367	6.5%	177.0%
経常利益	485,890	4.5%	840,704	6.5%	173.0%
当期純利益	461,009	4.2%	829,000	6.4%	179.8%
1株当たり当期純利益(円)	10,021.72	-	18,021.35	-	-

- 3 2007年上・下半期実績及び予想

科 目	2007年 実績				2008年 予想			
	上 期		下 期		上 期		下 期	
	金 額 (千円)	売上高 比率						
売上高	5,132,888	100.0%	5,764,687	100.0%	6,201,952	100.0%	6,814,257	100.0%
売上総利益	1,317,207	25.7%	1,561,948	27.1%	1,659,022	26.8%	1,822,814	26.8%
販売管理費	1,267,226	24.7%	1,131,466	19.6%	1,269,123	20.5%	1,362,346	20.0%
営業利益	49,981	1.0%	430,482	7.5%	389,899	6.3%	460,467	6.8%
経常利益	48,400	0.9%	437,490	7.6%	384,995	6.2%	455,708	6.7%
当期純利益	27,666	0.5%	433,342	7.5%	376,639	6.1%	452,360	6.6%
1株当たり当期純利益(円)	601.44	-	9,420.28	-	8,187.63	-	9,833.70	-

2008年度の経営環境と戦術的な対応

不況

製造業は不況時に新規設備投資を控える一方、従来の設備をより長期に使用するため、部品の交換需要や消耗品需要は増加する。このため、不況は当社にとって必ずしもマイナスの与件ではないが、交換消耗品需要を正しくとらえるためには、既存の電子カタログの整備がより必要になる。

円高

当社の輸入商品の価格競争力の強化を意味するが、一方で、輸入商品のほぼ1/3を占める中国商品は、中国元高等マイナス要因も高いので、輸入ソースの多角化をさらに進める。

インフレ

インフレは、ナショナルブランド指向の高い間接資材業界での購買習慣の見直しのチャンスであり、プライベートブランドをはじめとするナショナルブランド代替商品の強化及びプロモーションに努める。

また原料価格は、石油製品に代表されるように上昇を続けているものもあれば、タングステン、ステンレスのように潮目の変わってきている商品もあり、当社のようなカタログ通販は、利益率への影響に十分注意する必要がある、よりきめ細かな対応が必要となる。

当社長期戦略への戦術的な施策

商品展開

工業金物、科学研究実験器具に加え、素材を2008年では新カテゴリに投入する。素材はこれまでの鉄製品だけでなく、ステンレス、アルミ、伸銅品も展開していく。また、各カテゴリの商品展開も粛々と進める。特に、事務用品、機械部品、溶接、スプレー、静電気、トラック用品等のカテゴリーで大幅な商品増を計画している。2008年度発刊予定のカタログは1,200ページから1,500ページに増量して、商品展開の充実をアピールする。

商品カタログの充実

商品を誰にとっても検索しやすくするだけでなく、商品スペック以外の情報を顧客の生の声としてレビューに投稿を一層促していく。

顧客毎のマーケティング強化

HP上で顧客毎に過去の購入回数、購入商品や顧客の業種等による経験的なシナリオを付け加え、より適切なプロモーションを展開する。

フィルタリング強化

商品を誰にとっても検索しやすくするだけではなく、各顧客がフィルタリングしやすいように、まず顧客をフィルタリングするプラットフォームを構築する。

B2Bモバイルサイトの開設

お問い合わせ

< 本資料ならびにIRに関するお問合せ >

管理部 担当 竹内

TEL 06-4869-7111

FAX 06-4869-7178

E-mail: takeuchi@monotaro.com