

2025年12月期 第3四半期 決算概要

2025年10月

株式会社 MonotaRO

www.monotaro.com

東証プライム市場：3064

- 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：2,830万点超・うち当日出荷対象商品約74.7万点、在庫点数約68.4万点)
- 販売商品の特長
 - ・ 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
- 従業員数（連結・2025年9月末）

	正社員		アルバイト・派遣		計	
本社等（内、MonotaRO）	1,242	(740)	462	(414)	1,704	(1,154)
物流センター（同）	245	(180)	1,563	(1,444)	1,808	(1,624)
計（同）	1,487	(920)	2,025	(1,858)	3,512	(2,778)

- 主な競合
 - ・ 訪問工具商、金物屋、自動車部品商、インターネット通販サイト等
- 主な顧客層
 - ・ 製造業、建設・工事業、自動車関連等（中小企業が中心顧客）
- 市場規模
 - ・ 8～10兆円
- 経営戦略
 - ・ 品揃え・マーケティング/セールス・サプライチェーン・オペレーション・ソフトウェア・
データ/アルゴリズムの競争優位性を高度化し、顧客利便性を追求することでシェアゲインを進める

2025年12月期 第3四半期 累計 【連結】決算概要

損益計算書サマリー

	2024年度Q3 累計 実績		2025年度Q3 累計 計画		2025年度Q3 累計 実績			
	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	前年比	計画比
売上高	211,509		242,634		241,400		+14.1%	△0.5%
売上総利益	61,991	29.3%	71,440	29.4%	71,833	29.8%	+15.9%	+0.6%
販売管理費	34,950	16.5%	40,296	16.6%	38,558	16.0%	+10.3%	△4.3%
営業利益	27,040	12.8%	31,143	12.8%	33,274	13.8%	+23.1%	+6.8%
経常利益	27,134	12.8%	31,154	12.8%	33,300	13.8%	+22.7%	+6.9%
当期純利益 (法人税等税率)	18,399 (31.8%)	8.7%	21,369 (31.4%)	8.8%	23,136 (30.5%)	9.6%	+25.7%	+8.3%
親会社株主に帰属 する当期純利益	18,886	8.9%	21,719	9.0%	23,485	9.7%	+24.4%	+8.1%

貸借対照表サマリー

		2024年 9月	2024年 12月	2025年 9月	
		金額 (百万円)	金額 (百万円)	金額 (百万円)	構成比
資産の部					
流動資産	現預金	22,144	30,727	35,501	21.2%
	売掛金	30,558	33,569	36,316	21.7%
	棚卸資産	19,730	20,661	22,906	13.7%
	その他	8,478	9,158	9,182	5.5%
流動資産合計		80,911	94,116	103,908	62.0%
固定資産	有形固定資産	37,812	37,305	47,794	28.5%
	無形固定資産	6,434	6,516	7,746	4.6%
	投資その他資産	7,089	7,090	8,190	4.9%
固定資産合計		51,336	50,911	63,731	38.0%
資産合計		132,248	145,028	167,639	

		2024年 9月	2024年 12月	2025年 9月	
		金額 (百万円)	金額 (百万円)	金額 (百万円)	構成比
負債の部					
流動負債	買掛金	18,452	19,825	22,041	13.1%
	短期借入金等	257	430	182	0.1%
	その他	12,197	16,205	13,905	8.3%
流動負債合計		30,907	36,461	36,129	21.6%
固定負債	長期借入金	218	0	13,000	7.8%
	その他	4,285	4,300	3,773	2.3%
固定負債合計		4,503	4,300	16,773	10.0%
負債合計		35,411	40,761	52,903	31.6%
純資産の部					
株主資本合計		95,809	103,260	113,948	68.0%
その他		1,027	1,006	788	0.5%
純資産合計		96,837	104,267	114,736	68.4%
負債・純資産合計		132,248	145,028	167,639	

注：短期借入金等：短期借入金および一年以内返済長期借入金。

キャッシュフローサマリー

	2024年度Q3累計 実績	2025年度Q3累計 実績
	金額（百万円）	金額（百万円）
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前当期純利益	26,987	33,300
減価償却費	4,278	5,132
売上債権の増減額（△は増加）	△1,207	△2,772
棚卸資産の増減額（△は増加）	△867	△2,305
仕入債務の増減額（△は減少）	1,406	2,241
法人税等の支払額	△10,415	△12,631
未払消費税等の増減額（△は減少）	△497	△716
その他	△224	△346
計	19,461	21,901
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	△1,207	△12,532
無形固定資産取得による支出	△1,545	△3,543
その他	△148	△1,264
計	△2,901	△17,340
財務活動によるキャッシュ・フロー		
長期借入による収入	—	13,000
長期借入金の返済による支出	△4,500	△210
配当金の支払額	△8,433	△12,413
その他	△356	△272
計	△13,290	103
現金および現金同等物に係る換算差額	5	7
現金および現金同等物の増減額（△は減少）	3,274	4,671
現金および現金同等物の期首残高	18,454	30,370
現金および現金同等物の期末残高	21,729	35,042

2025年12月期 第3四半期 累計 【単体】決算概要

損益計算書サマリー 1/3

	2024年度Q3 累計 実績		2025年度Q3 累計 計画		2025年度Q3 累計 実績			
	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	前年比	計画比
売上高	202,635		232,841		233,276		+15.1%	+0.2%
うち、購買管理 システム事業	62,651	30.9%	79,189	34.0%	77,599	33.3%	+23.9%	△2.0%
売上総利益	60,329	29.8%	69,271	29.8%	70,081	30.0%	+16.2%	+1.2%
販売管理費	32,148	15.9%	37,306	16.0%	35,926	15.4%	+11.8%	△3.7%
営業利益	28,181	13.9%	31,965	13.7%	34,154	14.6%	+21.2%	+6.8%
経常利益	28,305	14.0%	31,995	13.7%	34,170	14.6%	+20.7%	+6.8%
当期純利益 (法人税等税率)	19,568 (30.5%)	9.7%	22,211 (30.6%)	9.5%	24,001 (29.7%)	10.3%	+22.7%	+8.1%

損益計算書サマリー 2/3 対前年実績

	2024年度Q3累計 実績 (A)		2025年度Q3累計 実績 (B)		増減 (B-A)		
	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比			
売上高	202,635	—	233,276	—	増減金額 (百万円)	+30,640	■ 事業者向けネット通販事業：注文件数・単価共に上昇。 ■ 購買管理システム事業（大企業連携）：注文顧客数増を主因に成長（対前年同期：+23.9%）。 ■ ロイヤリティ受領額対前年比増。
					増減率	+15.1%	
					売上比増減	—	
売上総利益	60,329	29.8%	70,081	30.0%	増減金額 (百万円)	+9,751	■ 商品粗利率減（△0.2pt.：商品ミックスによる粗利率減、購買管理システム事業売上比率増による粗利率減等）。 ■ ロイヤリティ受領額対前年比増。 ■ 配送料率改善（+0.2pt.：箱当たり注文金額増等）。
					増減率	+16.2%	
					売上比増減	+0.2%	
販売管理費	32,148	15.9%	35,926	15.4%	増減金額 (百万円)	+3,777	■ 人件費率減（△0.2pt.：出荷箱当たり売上増および生産性改善等）。 ■ その他費率減（△0.2pt.：ソフトウェア内製費用資産振替増、システム利用率減等）。 ■ 広告宣伝費率減（△0.1pt.：チラシ費用率減等）。 ■ 業務委託費率減（△0.1pt.：出荷箱あたり売上増および生産性改善等）。 ■ 減価償却費率増（+0.1pt.：受発注管理システム/OMS早期償却等）。
					増減率	+11.8%	
					売上比増減	△0.5%	
営業利益	28,181	13.9%	34,154	14.6%	増減金額 (百万円)	+5,973	■ 粗利率が上昇（+0.2pt）し、販管費率が改善（△0.5pt.）したため、営業利益率は改善（+0.7pt.）。
					増減率	+21.2%	
					売上比増減	+0.7%	
当期純利益 (法人税等税率)	19,568 (30.5%)	9.7%	24,001 (29.7%)	10.3%	増減金額 (百万円)	+4,432	■ 当期純利益は対前年+22.7%。 ■ 今年度から税額控除の見込額を各四半期の税額から控除することとしたため、法人税等税率が減少。
					増減率	+22.7%	
					売上比増減	+0.6%	

損益計算書サマリー 3/3 対計画

	2025年度Q3累計 計画 (A)		2025年度Q3累計 実績 (B)		増減 (B-A)	
	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比		
売上高	232,841	—	233,276	—	増減金額 (百万円)	+434
					増減率	+0.2%
					売上比増減	—
売上総利益	69,271	29.8%	70,081	30.0%	増減金額 (百万円)	+809
					増減率	+1.2%
					売上比増減	+0.2%
販売管理費	37,306	16.0%	35,926	15.4%	増減金額 (百万円)	△1,379
					増減率	△3.7%
					売上比増減	△0.6%
営業利益	31,965	13.7%	34,154	14.6%	増減金額 (百万円)	+2,189
					増減率	+6.8%
					売上比増減	+0.9%
当期純利益 (法人税等税率)	22,211 (30.6%)	9.5%	24,001 (29.7%)	10.3%	増減金額 (百万円)	+1,789
					増減率	+8.1%
					売上比増減	+0.8%

■ 全体：夏季商品の高需要が寄与。

■ 事業者向けネット通販事業：計画比増。SEM改善による新規顧客の売上増が継続。

■ 購買管理システム事業（大企業連携）：一部新規及び既存企業の注文件数が計画比減。

■ ロイヤリティ受領額計画比増。

■ 商品粗利率増（+0.1pt：仕入改善による粗利率増等）。

■ ロイヤリティ受領額計画比増。

■ その他経費率減（△0.2pt：ソフトウェア内製費用資産振替増、物流営繕費見積差異、貸倒率改善、システム利用料減等）。

■ 広告宣伝費率減（△0.2pt：チラシ費用見積差異、カタログ発刊費用減等）。

■ 業務委託費率減（△0.1pt：出荷箱当たり売上増および生産性改善等）。

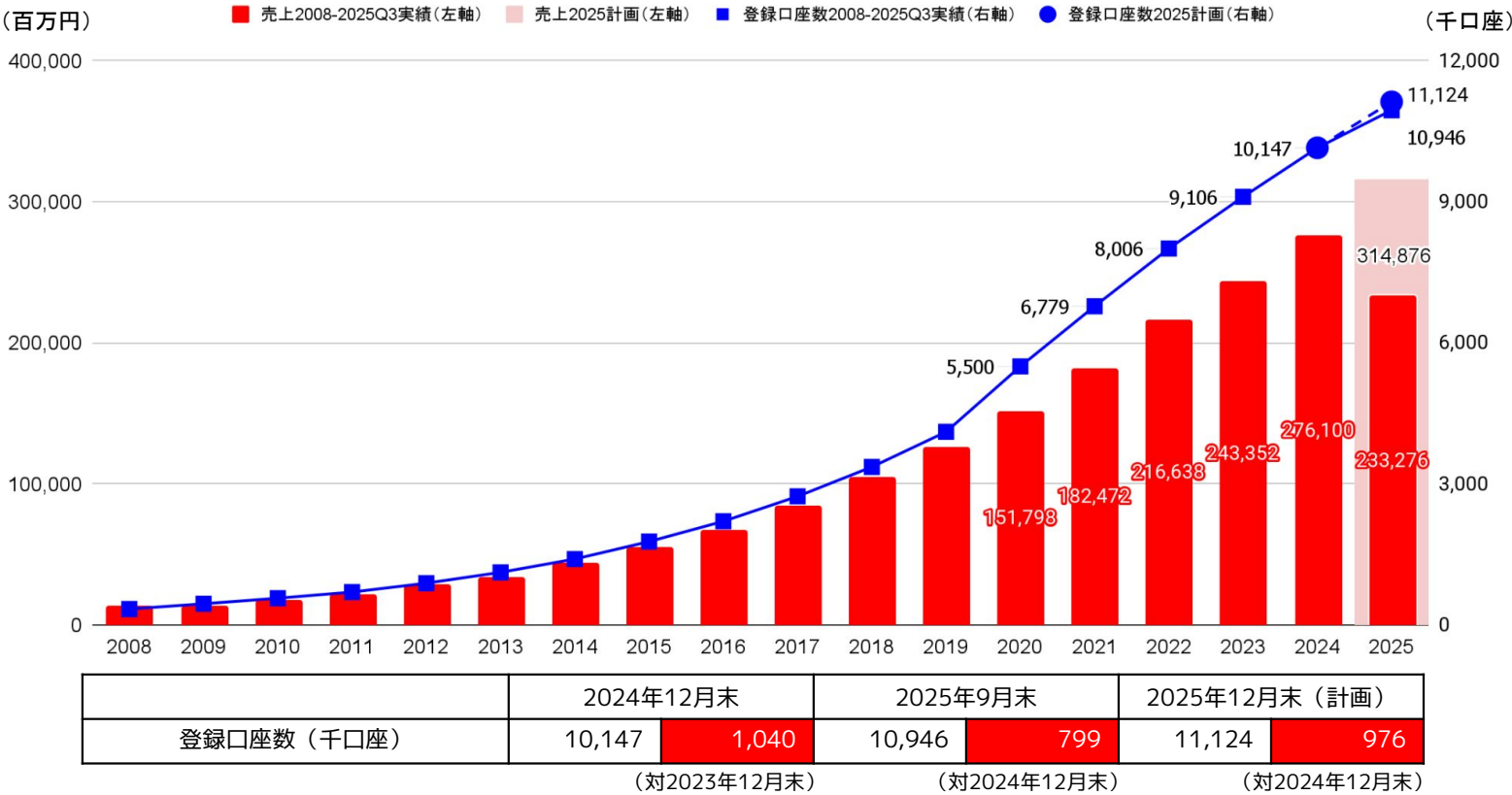
■ 減価償却費率減（△0.1pt：受発注管理システム/OMS償却費用見積もり差異等）。

■ 粗利率が上昇（+0.2pt.）し、販管費率が減少（△0.6pt.）したため、営業利益率増（+0.9pt.）。

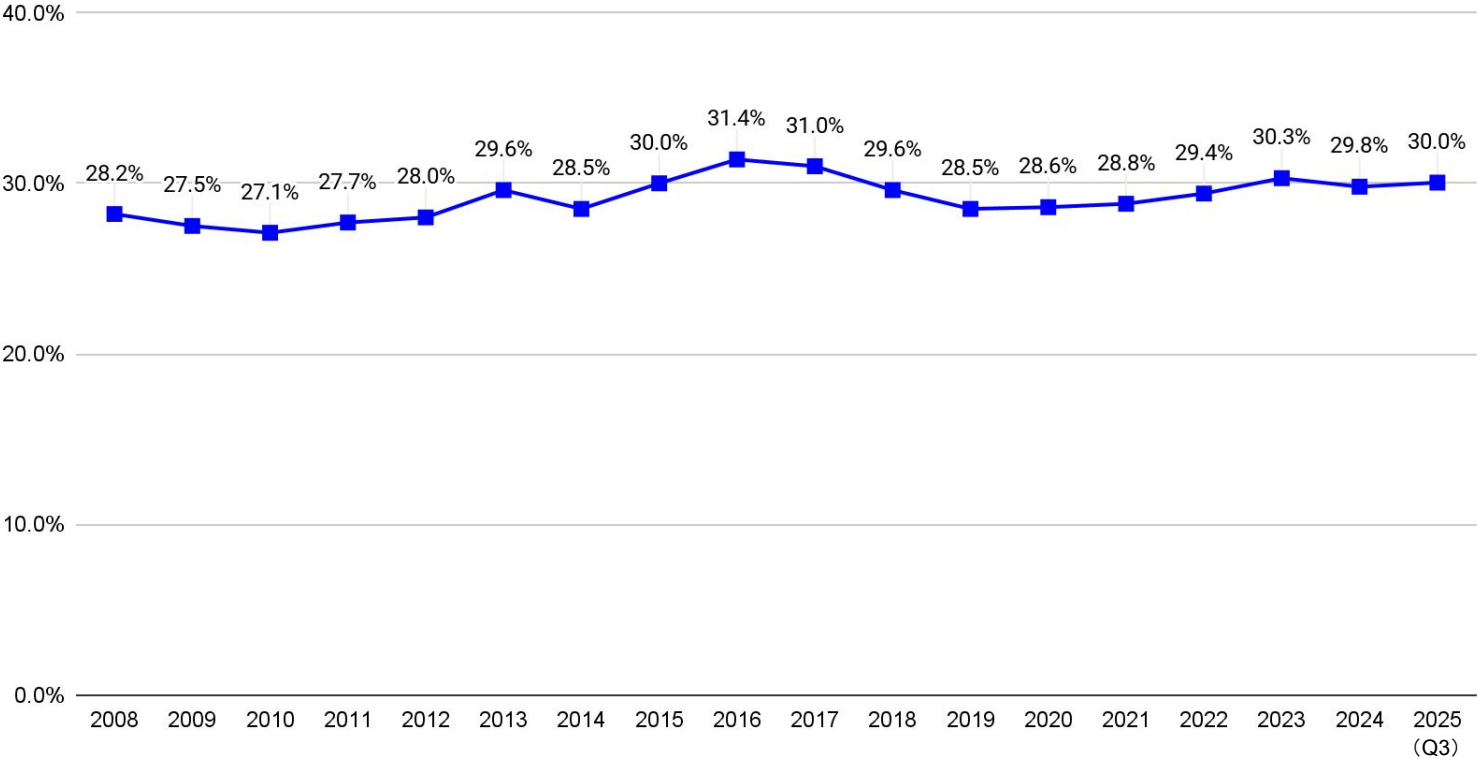
■ 営業利益が計画から2,189百万円増となり、当期純利益は1,789百万円増（計画比+8.1%）。

■ 今年度から税額控除の見込額を各四半期の税額から控除するよう変更したため、法人税等税率が減少。

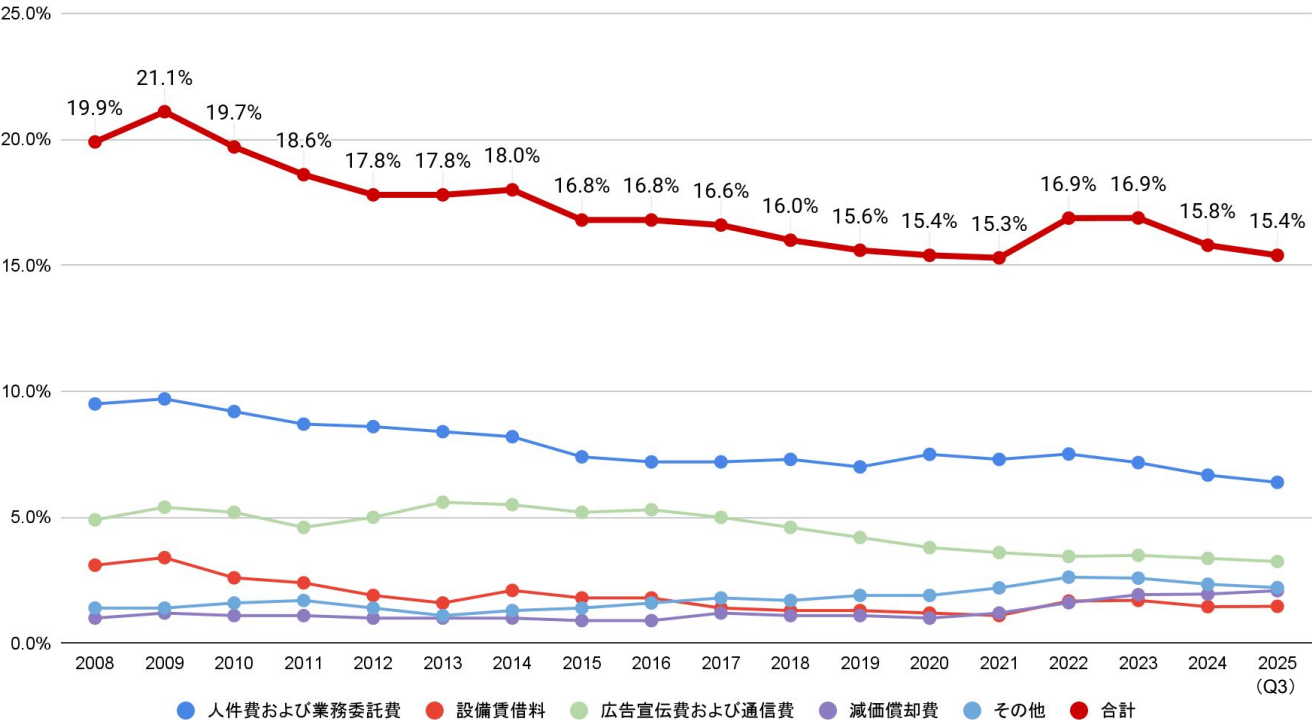
売上・登録口座数推移



売上総利益率推移



販売管理費率推移



費目ごとの売上比		
	2024Q3 累計実績	2025Q3 累計実績
人件費	4.4%	4.2%
業務委託費	2.3%	2.2%
設備賃借料	1.5%	1.5%
広告宣伝費	3.2%	3.1%
通信費	0.1%	0.2%
減価償却費	2.0%	2.1%
その他	2.4%	2.2%
計	15.9%	15.4%

物流関連コスト

■ 物流関連コスト2025Q3累計売上比実績：6.3%

- ・ 対前年同期：△0.5pt.
 - 人件費・業務委託費率：△0.2pt.（箱当り売上増による売上当たり出荷箱数減、業務生産性改善等）
 - 減価償却費率：△0.2pt.（売上増による売上比率減等）
 - 設備賃借料率：△0.1pt.（売上増による売上比率減等）
- ・ 対計画：△0.1pt.
 - その他費用率：△0.1pt.（箱当り売上増による売上当たり出荷箱数減、営繕発生時期の見込み差異等）
 - 人件費・業務委託費率：△0.1pt.（箱当り売上増による売上当たり出荷箱数減等）

	2024年度Q3累計 実績		2025年度Q3累計 計画		2025年度Q3累計 実績			
	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	金額 (百万円)	売上比	前年比	計画比
売上高（単体）	202,635		232,841		233,276		+15.1%	+0.2%
減価償却費	2,617	1.3%	2,686	1.2%	2,642	1.1%	+0.9%	△1.6%
人件費・業務委託費	5,952	2.9%	6,600	2.8%	6,393	2.7%	+7.4%	△3.1%
設備賃借料	2,607	1.3%	2,686	1.2%	2,764	1.2%	+6.0%	+2.9%
その他費用	2,510	1.2%	2,965	1.3%	2,791	1.2%	+11.2%	△5.9%
合計	13,688	6.8%	14,938	6.4%	14,593	6.3%	+6.6%	△2.3%

貸借対照表サマリー

		2024年 9月	2024年 12月	2025年 9月	
		金額 (百万円)	金額 (百万円)	金額 (百万円)	構成比
資産の部					
流動 資産	現預金	21,267	29,981	34,808	20.7%
	売掛金	29,991	32,981	35,695	21.2%
	棚卸資産	18,379	19,298	21,618	12.8%
	その他	8,057	8,704	8,741	5.2%
流動資産合計		77,696	90,966	100,864	59.9%
固定 資産	有形固定資産	36,712	36,250	46,910	27.9%
	無形固定資産	6,338	6,419	7,674	4.6%
	投資その他資産	11,885	10,668	12,807	7.6%
固定資産合計		54,936	53,337	67,392	40.1%
資産合計		132,632	144,304	168,257	

		2024年 9月	2024年 12月	2025年 9月	
		金額 (百万円)	金額 (百万円)	金額 (百万円)	構成比
負債の部					
流動 負債	買掛金	17,742	19,016	21,258	12.6%
	短期借入金等	—	—	—	0.0%
	その他	11,418	15,367	13,100	7.8%
流動負債合計		29,160	34,383	34,358	20.4%
固定 負債	長期借入金	—	—	13,000	7.7%
	その他	4,097	4,129	3,534	2.1%
固定負債合計		4,097	4,129	16,534	9.8%
負債合計		33,258	38,513	50,893	30.2%
純資産の部					
株主資本合計		99,345	105,762	117,336	69.7%
新株予約権		28	28	28	0.0%
純資産合計		99,374	105,790	117,364	69.8%
負債・純資産合計		132,632	144,304	168,257	

注：短期借入金等：短期借入金および一年以内返済長期借入金。

2025年12月期 第3四半期 累計 【海外子会社】決算概要

損益計算書サマリー 1/2

■ NAVIMRO（韓国）

- ・マーケティング施策の最適化により新規顧客獲得・リピート率が改善したものの、Q3累計売上は前年実績・計画から減。
- ・粗利率改善によりQ3累計で営業黒字化。

	2024Q3累計 実績			2025Q3累計 計画			2025Q3累計 実績				
	金額 (億円)	前年同期比	現地通貨 前年同期比	金額 (億円)	前年同期比	現地通貨 前年同期比	金額 (億円)	前年同期比	計画比	現地通貨 前年同期比	現地通貨 計画比
売上	73.9	+11.3%	+5.6%	79.0	+6.9%	+7.5%	68.2	△7.7%	△13.6%	△1.6%	△8.5%
営業利益	△1.1	—	—	0.1	—	—	0.1	—	+48.7%	—	+57.5%
当期純利益×持分（※注1）	△1.3	—	—	0.0	—	—	0.0	—	—	—	—

■ MONOTARO INDONESIA（インドネシア）

- ・ラマダン（断食）時期前後の祝日（政府による有給取得奨励日）の増加、高単価注文の減少などにより計画未達。
- ・サプライチェーン強化の継続により引き続き事業成長を図る。

	2024Q3累計 実績			2025Q3累計 計画			2025Q3累計 実績				
	金額 (億円)	前年同期比	現地通貨 前年同期比	金額 (億円)	前年同期比	現地通貨 前年同期比	金額 (億円)	前年同期比	計画比	現地通貨 前年同期比	現地通貨 計画比
売上	9.2	+32.5%	+27.0%	12.6	+37.5%	+37.5%	10.0	+9.1%	△20.6%	+15.1%	△16.3%
営業利益	△2.3	—	—	△2.1	—	—	△2.3	—	—	—	—
当期純利益×持分（※注1）	△1.2	—	—	△1.2	—	—	△1.3	—	—	—	—

注1：当期純利益に各年度末時点の持分比率を乗じた参考値。

■ IB MonotaRO（インド）

- ・売上高は対前年および対計画で減少。注力セグメントである中小企業に事業をシフト。
- ・サービス品質改善により返品率低下。利益率のコントロールにより、貢献利益率は前年比改善。
- ・引き続き各種サービスレベルの向上・注力セグメント向けの施策推進により事業拡大を図る。

	2024Q3累計 実績			2025Q3累計 計画			2025Q3累計 実績				
	金額 (億円)	前年同期比	現地通貨 前年同期比	金額 (億円)	前年同期比	現地通貨 前年同期比	金額 (億円)	前年同期比	計画比	現地通貨 前年同期比	現地通貨 計画比
流通総額（GMV）（※注2）	9.8	+5.1%	△2.9%	9.0	△8.3%	△7.8%	6.0	△38.6%	△33.1%	△34.7%	△29.2%
売上（※注2）	7.0	+16.6%	+7.6%	6.7	△4.8%	△4.3%	4.6	△34.1%	△30.8%	△29.9%	△26.8%
営業利益	△7.6	—	—	△6.2	—	—	△6.5	—	—	—	—
当期純利益×持分（※注1）	△4.1	—	—	△3.5	—	—	△3.8	—	—	—	—

注1：当期純利益に各年度末時点の持分比率を乗じた参考値。

注2：マーケットプレイスでの出品者による販売は手数料部分のみを売上として計上。

2025年12月期 第3四半期 累計 事業計画・戦略

連結計画

	2024年度実績		2025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	288,119		328,173		13.9%
売上総利益	84,420	29.3%	96,841	29.5%	14.7%
販売管理費	47,353	16.4%	53,841	16.4%	13.7%
営業利益	37,066	12.9%	43,000	13.1%	16.0%
経常利益	37,320	13.0%	43,026	13.1%	15.3%
当期純利益 （法人税等税率）	25,726 (30.8%)	8.9%	29,832 (30.6%)	9.1%	16.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	26,338	9.1%	30,284	9.2%	15.0%

	2025年度上期計画（1月～6月）			2025年度下期計画（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	159,579		14.5%	168,594		13.4%
売上総利益	46,806	29.3%	14.8%	50,034	29.7%	14.7%
販売管理費	26,874	16.8%	16.5%	26,967	16.0%	11.0%
営業利益	19,932	12.5%	12.4%	23,067	13.7%	19.3%
経常利益	19,937	12.5%	11.6%	23,089	13.7%	18.7%
当期純利益 （法人税等税率）	13,652 (31.5%)	8.6%	12.3%	16,179 (29.9%)	9.6%	19.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	13,899	8.7%	11.2%	16,385	9.7%	18.4%

※：公表済の連結業績予想に対して期中最新の連結業績予想が下記変動幅のいずれかを超過した場合、修正開示を行う。
連結売上高：±5%、連結営業利益：±10%、連結経常利益：±10%、親会社株主に帰属する当期純利益：±10%

単体計画

	2024年度実績		2025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（※1）	276,100		314,876		14.0%
うち、購買管理システム事業（※1）	86,083	31.2%	107,761	34.2%	25.2%
売上総利益	82,141	29.8%	93,873	29.8%	14.3%
販売管理費	43,591	15.8%	49,792	15.8%	14.2%
営業利益	38,550	14.0%	44,080	14.0%	14.3%
経常利益	38,805	14.1%	44,120	14.0%	13.7%
当期純利益 （法人税等税率）	25,984 (29.6%)	9.4%	30,926 (29.9%)	9.8%	19.0%

	2025年度上期計画（1月～6月）			2025年度下期計画（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（※1）	153,296		14.8%	161,579		13.3%
うち、購買管理システム事業（※1）	51,950	33.9%	26.3%	55,810	34.5%	24.2%
売上総利益	45,418	29.6%	14.4%	48,454	30.0%	14.2%
販売管理費	24,887	16.2%	17.4%	24,905	15.4%	11.2%
営業利益	20,531	13.4%	10.9%	23,549	14.6%	17.5%
経常利益	20,551	13.4%	10.2%	23,569	14.6%	17.0%
当期純利益 （法人税等税率）	14,266 (30.6%)	9.3%	10.2%	16,659 (29.3%)	10.3%	27.8%

※1：営業日数（2024年上期/下期：120日/124日、2025年上期/下期：119日/122日）を考慮。

海外子会社計画

■ NAVIMRO（韓国）

	2024年度 実績			2025年度 計画		
	金額(億円)	前年比	現地通貨前年比	金額（億円）	前年比	現地通貨前年比
売上	99.5	+7.1%	+3.7%	105.7	+6.2%	+6.2%
営業利益	△1.2	－	－	△0.0	－	－
当期純利益×持分（※1）	△1.5	－	－	△0.1	－	－

■ MONOTARO INDONESIA（インドネシア）

	2024年度 実績			2025年度 計画		
	金額（億円）	前年比	現地通貨前年比	金額（億円）	前年比	現地通貨前年比
売上	12.6	+29.1%	+25.0%	17.7	+40.6%	+40.6%
営業利益	△3.0	－	－	△2.6	－	－
当期純利益×持分（※1）	△1.5	－	－	△1.5	－	－

■ IB MONOTARO（インド）

	2024年度 実績			2025年度 計画		
	金額（億円）	前年比	現地通貨前年比	金額（億円）	前年比	現地通貨前年比
流通総額（GMV）（※2）	13.0	+4.1%	△2.1%	12.6	△2.3%	△2.3%
売上（※2）	9.3	+17.3%	+10.2%	9.4	+0.7%	+0.7%
営業利益	△10.1	－	－	△8.1	－	－
当期純利益×持分（※1）	△5.5	－	－	△4.7	－	－

※1：当期純利益に各年度末時点の持分比率を乗じた参考値。
※2：マーケットプレイスでの出品者による販売は手数料部分のみを売上として計上。

- 購買管理システム事業計画乖離要因と対応
 - ・ 3Q単体（7～9月）計画比△5.0%

事業	顧客 セグメント	顧客セグメント別計画乖離要因	要因の背景	要因への対応
購買管理 システム 事業	既存企業	一部の大口顧客の売上実績が計画から乖離	・ 購買管理システム事業の拡大に伴い、大口顧客の売上変動が全社売上に与える感応度が上昇	・ 大口顧客へのアカウント営業体制の強化
		企業内エンドユーザー数の稼働成長率が鈍化	・ エンドユーザー新規獲得・稼働向上に関する営業活動の効果発現が想定に届かず	・ 高ポテンシャル拠点のターゲティング精度向上 ・ 営業の育成・KPI管理体制の整備 ・ フィールドセールスの型化とエリア体制強化など、生産性向上施策の展開
	新規連携 ～連携後2年目	規模1,000億円以上企業において新規連携後の売上実績が計画から乖離	・ 2024年から本格開始した能動営業施策で獲得した企業の拠点浸透スピードが想定を下回る	・ オンボードチーム体制強化による拠点浸透加速

■ 当社顧客事業規模別 市場分析と当社現状のアップデート

- ・Micro～Mid：期待生涯顧客価値（LTV）の計算に基づいて、新規顧客の獲得、獲得顧客の定着化、定着後顧客のLTV拡大を最大化する
- ・Mid～Large：購買システム連携企業の新規連携先の拡大、拠点浸透によるエンドユーザー獲得/エンドユーザー単価増

事業	顧客売上規模（※1） （市場規模：約8-10兆円）	当社の2024年末状況 （）は2023年末からの変化	2025年の方向	進捗状況（3Q）
事業者向けネット通販事業 購買管理システム事業	Micro （個人事業主、一般消費者、その他）	・2024年売上構成比：10%(△1pt.) ・2024年売上成長率：1%(+3pt.)	・期待LTVを加味し、ダイレクトマーケティングを最適化	・期待LTVを加味した上でダイレクトマーケティングを最適化。 ・2024年8・9月の南海トラフ臨時情報による防災関連商品の需要反動が出現
	Small （売上20億円未満の法人等、約450万社）	・2024年売上構成比：39%(△1pt.) ・2024年売上成長率：10%(±0pt.) ・法人企業登録率（※2）は約25%	・各チャネル、販促基盤システムの強化による新規獲得・定着策の強化 ・2023年以降成長率が低下している、既存顧客にとっての初購入カテゴリからの売上成長再加速を目指した売り場作り（例：カタログ）	・インターネット広告、チラシ、架電、販促基盤の活用により新規獲得・定着率が改善 ・販促基盤のさらなる開発強化に向けてインドにIT開発拠点を設置（9月～） ・「物流/保管/梱包用品/テープ」カタログ発刊により既存顧客の初購入カテゴリを増を確認。10月以降に増刷
	Mid （売上300億円未満の法人等、約6万社）	・2024年売上構成比：22%(±0pt.) ・2024年売上成長率：15%(+1pt.) ・購買システム経由売上比：約30% ・法人企業登録率（※2）は約85%と高い中、拠点浸透率（※3）は約20%	・各チャネル、販促基盤システム強化による新規獲得・定着策の強化 ・新規システム連携のためのMid向け営業活動の強化	・当社購買管理システム（ONE SOURCE Lite）向け、ダイレクトマーケティング（キャンペーン、チラシ）展開（6月～） ・Mid向け新規獲得インサイドセールスの型化完了。10月より営業人員増でスケール化
	Large （売上300億円以上の法人等、約6,500社）	・2024年売上構成比：29%(+3pt.) ・2024年売上成長率：25%(△1pt.) ・購買システム経由売上比：約90% ・法人企業登録率（※2）は約90%以上だが、拠点浸透率（※3）は約10% ・約1,000社と購買システム連携済	・規模1,000億円以上だけでなく、規模300-1,000億円企業でも新規獲得活動を強化 ・既存企業の高ポテンシャル拠点をターゲットに現場営業活動の強化 ・大企業向けサービス開発強化（例：納期日指定等）	・規模1,000億円以上企業の新規獲得数は計画通り進捗も売上が未達。オンボード体制を強化（10月～） ・規模300-1,000億円企業の新規獲得営業の型化探索（10月～） ・既存企業向け営業活動（拠点浸透によるエンドユーザー獲得）は計画未達。獲得効率・生産性向上施策を強化（10月～） ・大企業向けサービス開発は購買支援機能、大企業向けPB開発体制強化。納期日指定は計画に対して遅れ

※：2024年開示版からデータソースの拡大・定義を精緻化しアップデート（廃業定義、法人番号定義、法人以外の事業団体データの精査）

※1：顧客売上規模は2024年末時点の顧客のもの

※2：法人企業登録率＝企業内で1人でも当社アカウントを保有している法人企業の率

※3：拠点浸透率＝企業の事業所・拠点の中で1人でも当社アカウントを保有している事業所・拠点の率

■ 購買管理システム事業（大企業連携）

2024年Q3累計 実績			2025年Q3累計 計画			2025年Q3累計 実績			
金額（百万円）	前年同期比	売上合計比	金額（百万円）	前年同期比	売上合計比	金額（百万円）	前年同期比	計画比	売上合計比
62,651	+28.6%	30.9%	79,189	+26.4%	34.0%	77,599	+23.9%	△2.0%	33.3%
			2024年度Q4末 実績			2025年度Q3末 実績			
			企業数			企業数		前年度末比	
連携企業数（うち、ONE SOURCE Lite）			（※注） 3,845 （2,994）			（※注） 4,245 （3,243）		+400 （+249）	

※注：2024年12月・2025年9月のアクティブ企業数

■ ロイヤリティ事業

	2025年度Q3累計
対象事業（Grainger社 米・英Zoroビジネス）	・ 売上・営業利益とも前年同期から成長。
ロイヤリティ受領額	・ ロイヤリティ受取額実績は前年同期・計画を上回る。

■ 販売管理費（2025年度Q3累計）対計画

	販売管理費減内訳	金額
事務所関連費用減 （延期分を除く）	・ IT開発費（外注コスト、内製資産化率）減、貸倒率の改善、業務委託費の減等	約△4.9億円
物流費用減 （延期分を除く）	・ 業務委託費・人件費、梱包費、営繕費の見積り差異等	約△2.7億円
広告宣伝費減 （延期分を除く）	・ カタログ発刊費用減、チラシ費用の見積り差異等	約△5.4億円
Q4以降へ延期 （発生時期ずれ）	・ 物流備品・保守費用、システム利用料、業務委託費等	約△0.6億円
合計		約△13.7億円

利便性向上施策

■ 当日出荷の締切時間延長（15時→17時）

- ・ 配送段ボールへの記載による認知拡大を実施
- ・ ECサイトトップページバナーの文言を顧客視点のものに変更
- ・ 15～17時における注文行動は増加傾向。利便性向上に寄与
- ・ 特定商品モールにおいて売上増効果を確認

顧客視点のトップページバナー



■ 大企業向けお届け日表示

- ・ monotaro.comとONE SOURCE Liteで行っていたお届け日表示を、スマホサイト/スマホアプリ、パンチアウト連携にも展開
- ・ お客様のニーズに応じて表示対象商品を拡大予定

10/21(火)にお届け (本日17時までにご承認の場合)	
商品画像 注文コード	商品
 09445134	モノタロウ/6002ZZ 深溝玉軸受 6000番台 ZZ 内容量: 1個 幅B(mm): 9 外径D(Φmm): 32 内径d(Φmm): 15 面取寸法r(mm): 0.30 シールド形状: 両側鋼板シールド形 軌道輪形状: 深溝玉軸受 外輪タイプ: フラット 軌道輪列数: 単列 許容回転数(min ⁻¹ [r.p.m]) グリース潤滑: 25000 材質(本体): 高炭素クロム軸受鋼

販促施策の高度化（事業者向けネット通販事業）

■ カタログ

- 既存顧客の成長において、新規カテゴリー購入がLTV向上に寄与するという分析に基づき、新たな商品接点として2022年以来となるカタログを再発刊（7月）
- 新規カテゴリー商品購入数が上昇
- 4Qに増刷予定、2026年は対象商品カテゴリーを拡大

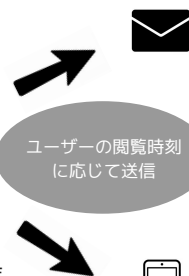


■ 販促基盤とインドIT開発拠点設置

- 期待LTVに基づき新規カテゴリー商品を推薦したいユーザーの行動を起点とし、複数チャネルで横断的なプロモーションをしかけ、購買行動へ
- 自社システムの開発体制強化とエンジニアの確保、知見の蓄積により、効果的なダイレクトマーケティングを目指し、MonotaRO Technologies India Private Limitedとして9月から稼働開始



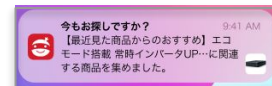
ユーザーが商品ページを閲覧



Eメール



アプリPush



■ 購買管理システム利用エンドユーザー向けチラシ

- ・ 当社購買管理システム（ONE SOURCE Lite）利用企業への定常送付を開始（6月～）
- ・ エンドユーザー単位でのパーソナライズ推薦商品を掲載
- ・ キャンペーンと連動したチラシにより掲載商品の売上が増加
- ・ パンチアウト連携企業にもテスト送付を実施中



大企業におけるユーザーのイメージ



■ クイックオーダー機能

- ・ 商品検索やデータ入力の手間を削減し、大量発注を行う担当者の利便性向上に寄与
 - “同じ商品セットを繰り返し購入したい”
 - “一覧を取り込んで一括で購入したい”

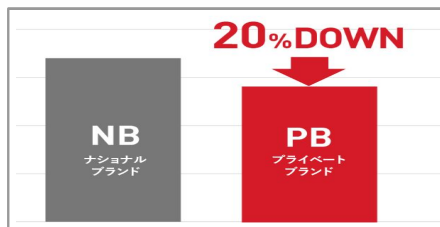
エクセルからコピー＆ペースト可能

価値あるプライベートブランド商品の強化

■ 当社でしか買えない商品の展開により顧客の定着化に貢献

・ プライベートブランド商品の特長

- ・ ナショナルブランドに対して2割程度のコストダウン



- ・ 約2万点の豊富な品揃え



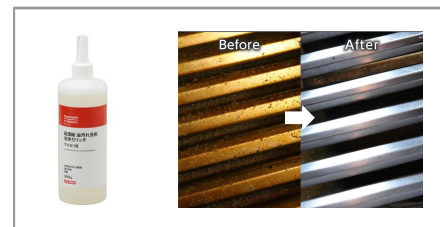
- ・ すぐ届く
(9割以上が当日出荷対象)



・ 価値あるプライベートブランド商品の開発

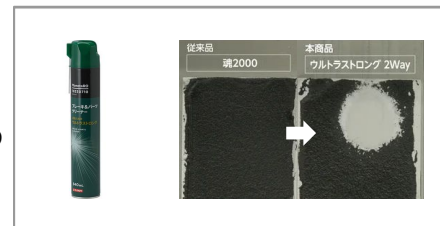
・ 超濃縮 油汚れ洗剤 洗浄力 リッチ

- ・ 汚れに効く有効成分を大幅に増やし50%以上配合した、当社が組成から開発したオリジナル洗剤
- ・ 主な使用業種：製造業、飲食業



・ ブレーキ&パーツクリーナー ウルトラストロング 2Way

- ・ 噴射性能の改良による従来品を上回る洗浄力、従来比約1.3倍の原液量
- ・ 主な使用業種：自動車関連業、製造業



・ 防毒マスク

- ・ 当社子会社が三光化学工業製のマスク製品の開発・製造を引継ぎ、当社がPBとして販売
- ・ 主な使用業種：製造業、建設業、自動車関連業

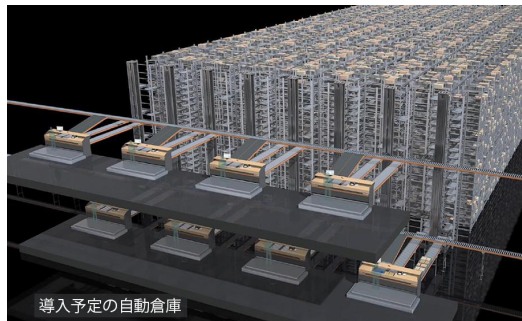


■ 水戸DC概要

フロア	地上4階
延床面積	約74,000m ²
在庫点数	50万SKU
出荷能力	30万行/日
建物着工時期	2025年5月
建物竣工時期	2027年5月（予定）
DC稼働時期	2028年5月（予定）
投資額	504億円
所有資産	DC全体（土地、建物、マテハン等）を当社資産として所有

■ 水戸DC進捗状況

- ・ 2025年5月に起工式を実施し、着工
- ・ 9月末時点で、全ての免振装置の据え付けが終了、1階床の施工を開始



サステナビリティ

			2025年3Q進捗
サステナビリティ優先取り組み分野	環境	気候変動対策としてのCO2排出量の削減	- 物流センターの省エネルギーの取り組みを継続（空調稼働エリアの適正化・エアー配管連結による効率化・棚搬送ロボット充電待機電力削減など） - 茨城中央SC屋根に太陽光パネルを載せることによる再エネ導入を計画中
		環境配慮型商品の開発と提案	- ONE SOURCE LiteでRoHSアイコンの表示を開始 - SDGsサイトに各認証マークとその効果等の豆知識を追加
		資源循環型モデルの実現	- 不要物を分別し、リサイクルできるものを増やす取り組みを継続。廃プラスチックパレットの有価化を拡大 - 取扱商品の庫内破損・配送時破損の削減に取組む
	社会	サステナブル調達の実行	- 約2,500社に調達ガイドラインを配布。約8割より調達ガイドライン賛同確認書・自己点検アンケートを回収 - 調達ガイドライン遵守に向けたモニタリング評価の監査基準・対象・手法を調査、検討中 - 複数取引先の製造拠点にて当社立ち合いのもとサステナビリティ監査を実施。結果を取引先に共有し、改善依頼を実施 - 新規サプライヤーとの取引開始時の監査情報入手に向けた手法を検討中
		ダイバーシティ & インクルージョン	- 本社・物流センターにて障がい者の実習受け入れ。複数名採用 - プラチナくるみん認定を取得し、プレスリリースを発表 - アンコンシャス・バイアス・ワークショップを継続実施。社員の過半数が受講済

主な外部評価（グローバル）



A

FTSE

3.7



B-Rating

Sustainalytics

Low Risk

主な指数組み入れ

【MSCI】

2025 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)

- ・ MSCI日本株女性活躍指数 (セレクト)
- ・ ACWI指数
- ・ ACWI IMI指数
- ・ ACWI Select Screened Index
- ・ ACWI Low Carbon Leaders Index
- ・ ACWI Universal Index

【FTSE】

- ・ FTSE Blossom Japan Index
- ・ FTSE Blossom Japan Sector Relative Index
- ・ FTSE4Good Index Series

主な外部評価（国内）



2025
健康経営優良法人
KENKO Investment for Health
大規模法人部門



えるぼし 三つ星（最高位）認定



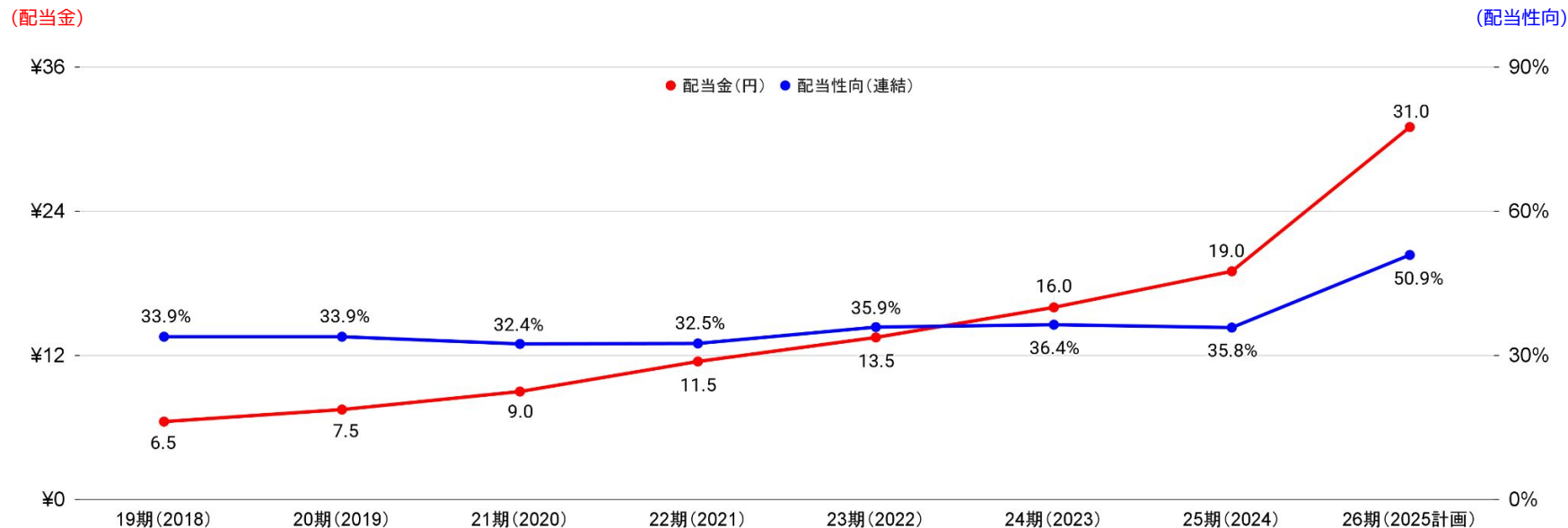
プラチナくるみん認定

注：MSCIインデックスへの株式会社MonotaROの掲載、およびMSCIロゴ、トレードマーク、サービスマーク、インデックス名の使用は、MSCIまたはその関連会社による株式会社MonotaROのスポンサーシップ、推奨、宣伝を意味するものではありません。MSCI インデックスは MSCI の独占的財産です。MSCI ならびに MSCI インデックスの名称およびロゴは MSCI またはその関連会社の商標またはサービスマークです。

株主還元

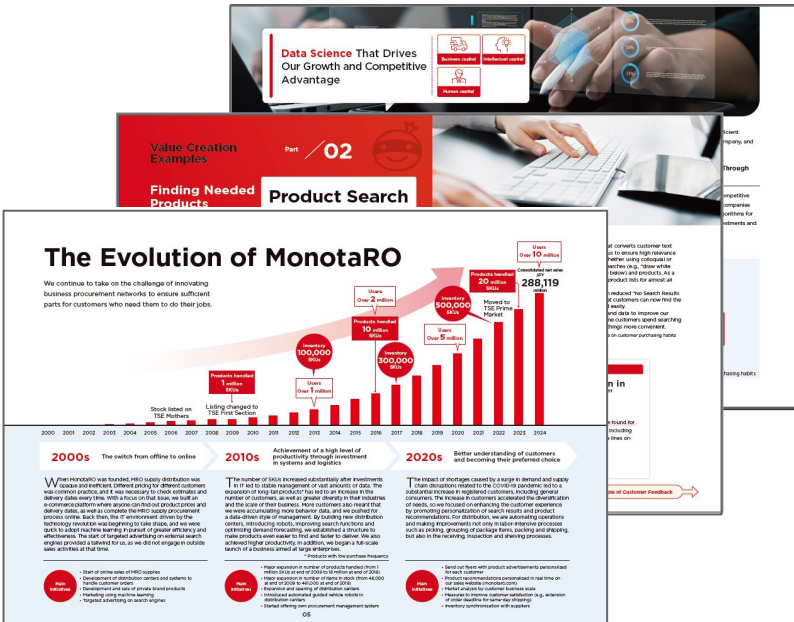
■ 配当の状況

- ・ 配当方針：親会社株主に帰属する当期純利益に対する配当性向50%以上を目安に実施。
- ・ 第25期（2024年度）配当実績：1株当たり19.0円（中間配当実績 9.0円、期末配当実績 10.0円）。
- ・ 第26期（2025年度）配当計画：1株当たり31.0円（中間配当実績 15.0円、期末配当計画 16.0円）。



參考資料

- 2025年8月28日、英語版「統合報告書2025」を開示。
 - https://corp.monotaro.com/en/ir/upload_file/m005-m005_05/MonotaRO_IntegratedReport_2025_en.pdf
 - 日本語版は7月23日に開示済。



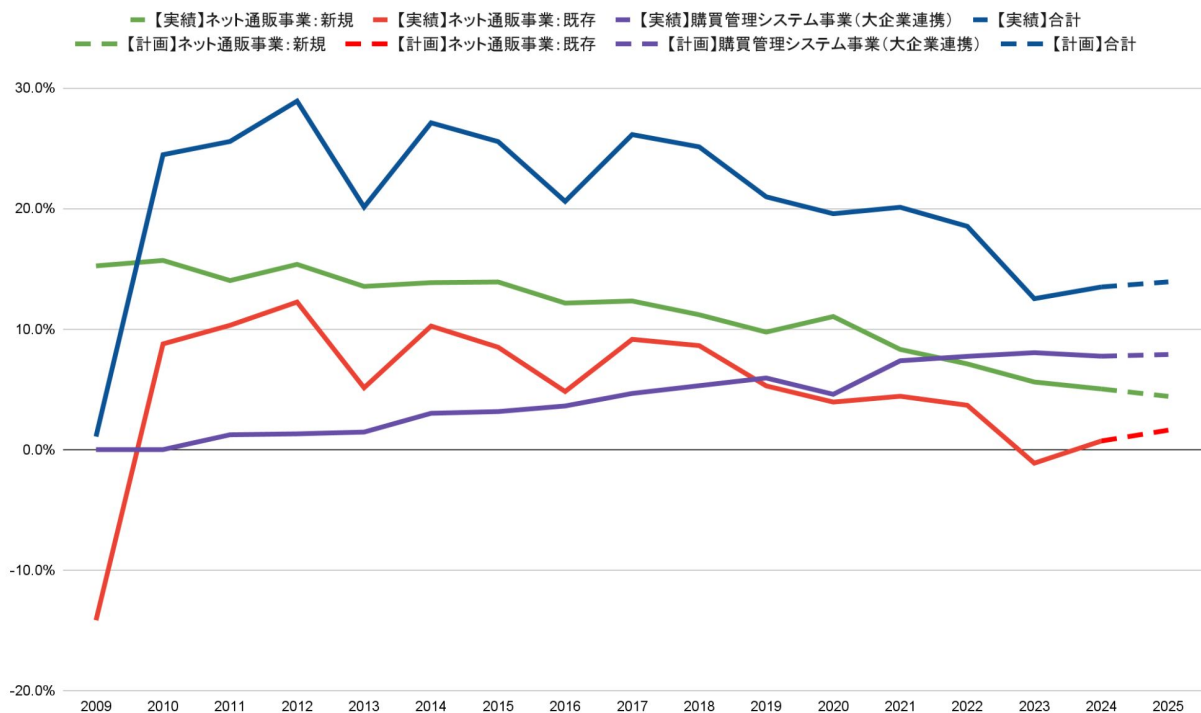
MonotaRO

Integrated Report 2025

Year ended December 31, 2024

monotaro

単体 売上成長率（事業/新規・既存顧客別貢献度）



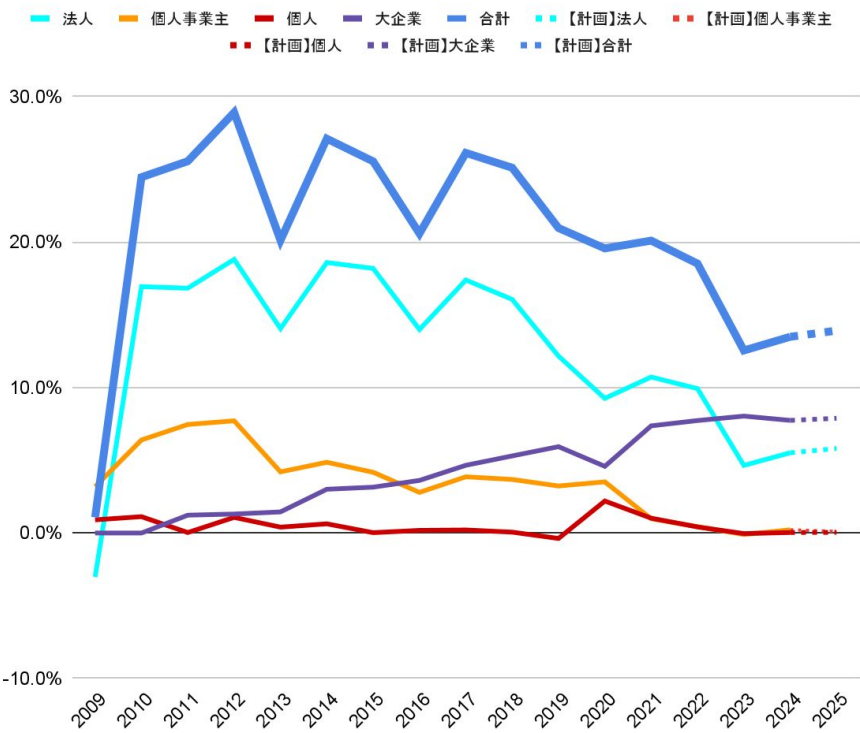
※：2024年度末時点のステータスで遡り、年度毎に対前年の売上全体の成長に占める各チャネルの内訳（貢献度）を整理したもの。

※：「ネット通販事業：新規」は、各年度に獲得した顧客からの売上による貢献度、「ネット通販事業：既存」は、前年度以前に獲得した顧客からの売上による貢献度を示す。

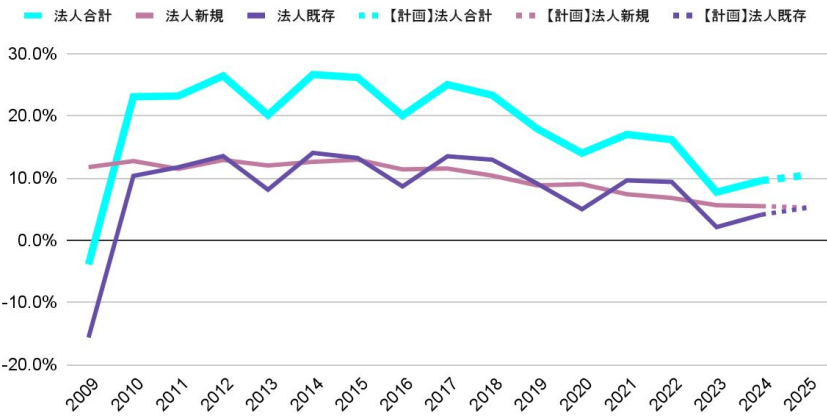
※：2024年度開示資料から、以前はmonotaro.com経由での注文ではあるものの「購買管理システム事業（大企業連携事業）」と区分されていた売上（過去の営業管理上の区分によるもの）について、2023年度に行った会計システムのリプレイスを機に「monotaro.com」の売上に再整理した（成長率への影響は軽微）。

単体 売上成長率（法人/法人新規・既存別貢献度）

売上合計成長率
(monotaro.com法人、大企業、個人事業主、個人消費者 貢献度)



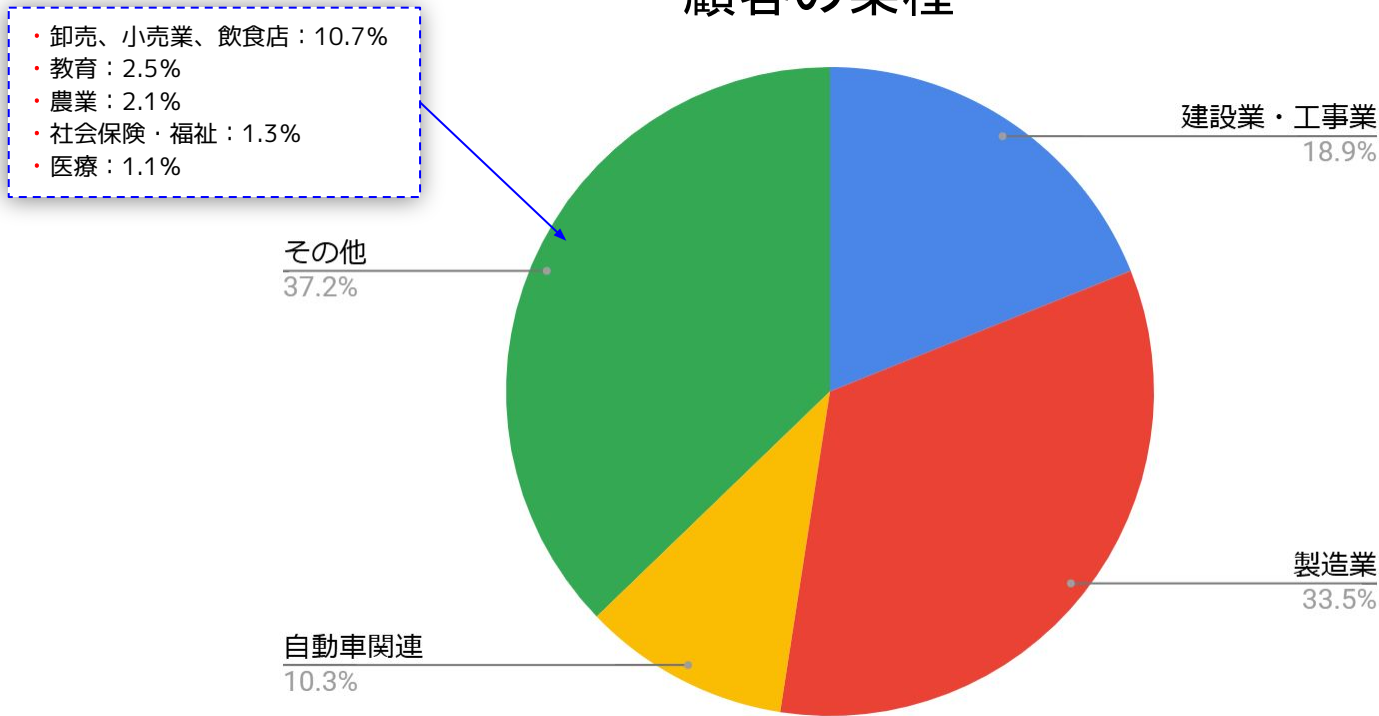
monotaro.com法人売上成長率
(新規・既存 貢献度)



- monotaro.com法人顧客の成長貢献度・成長
 - ・売上全体の成長（2024実績は13.5%・2025計画は14.0%）の内、monotaro.comの合計売上成長への貢献度は2024実績は約6%・2025計画も約6%（左グラフ）。
 - ・monotaro.com法人顧客の売上成長は2024実績は約10%、2025計画は約10%を計画（上グラフ）。

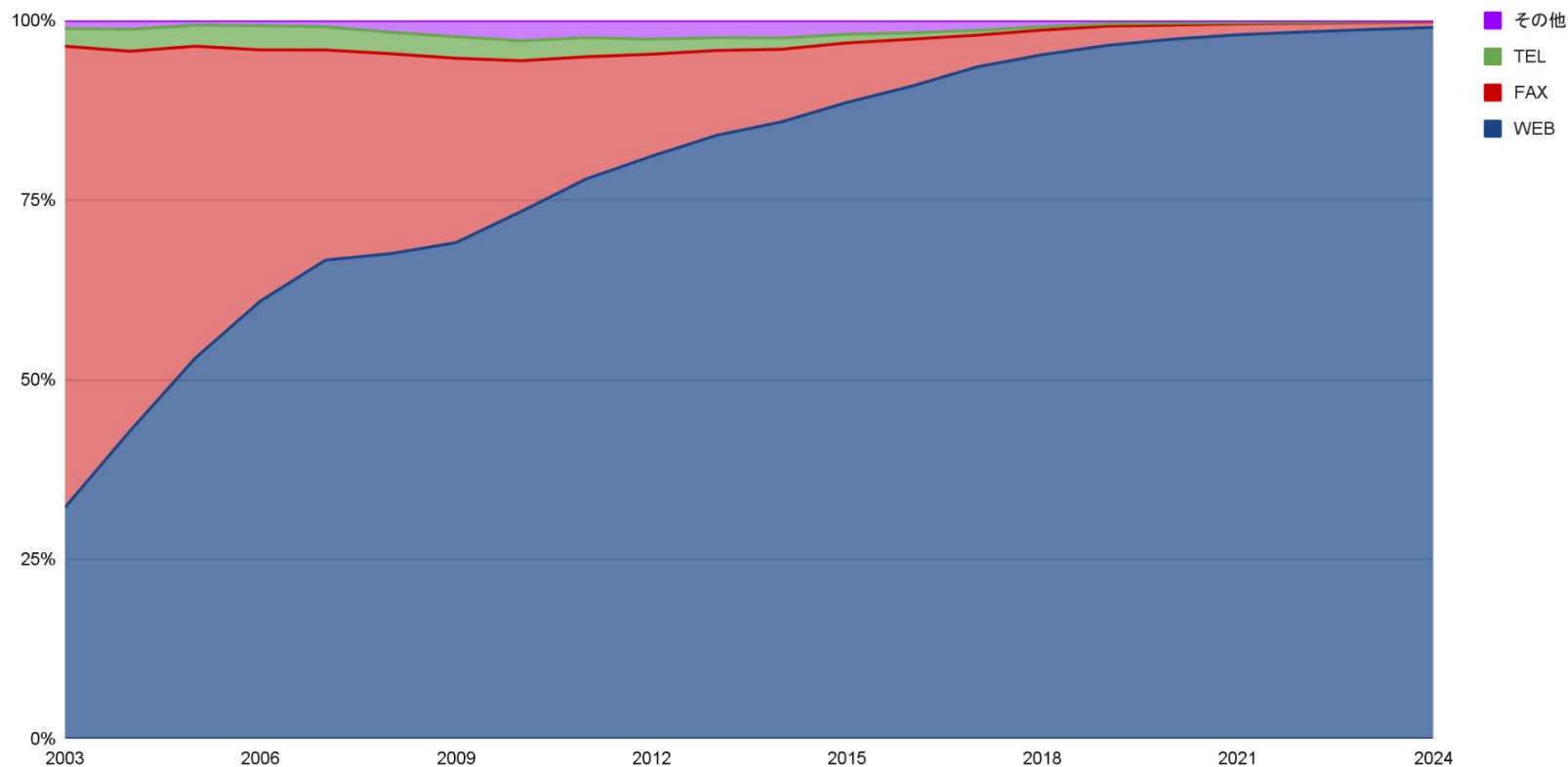
単体 顧客属性

顧客の業種

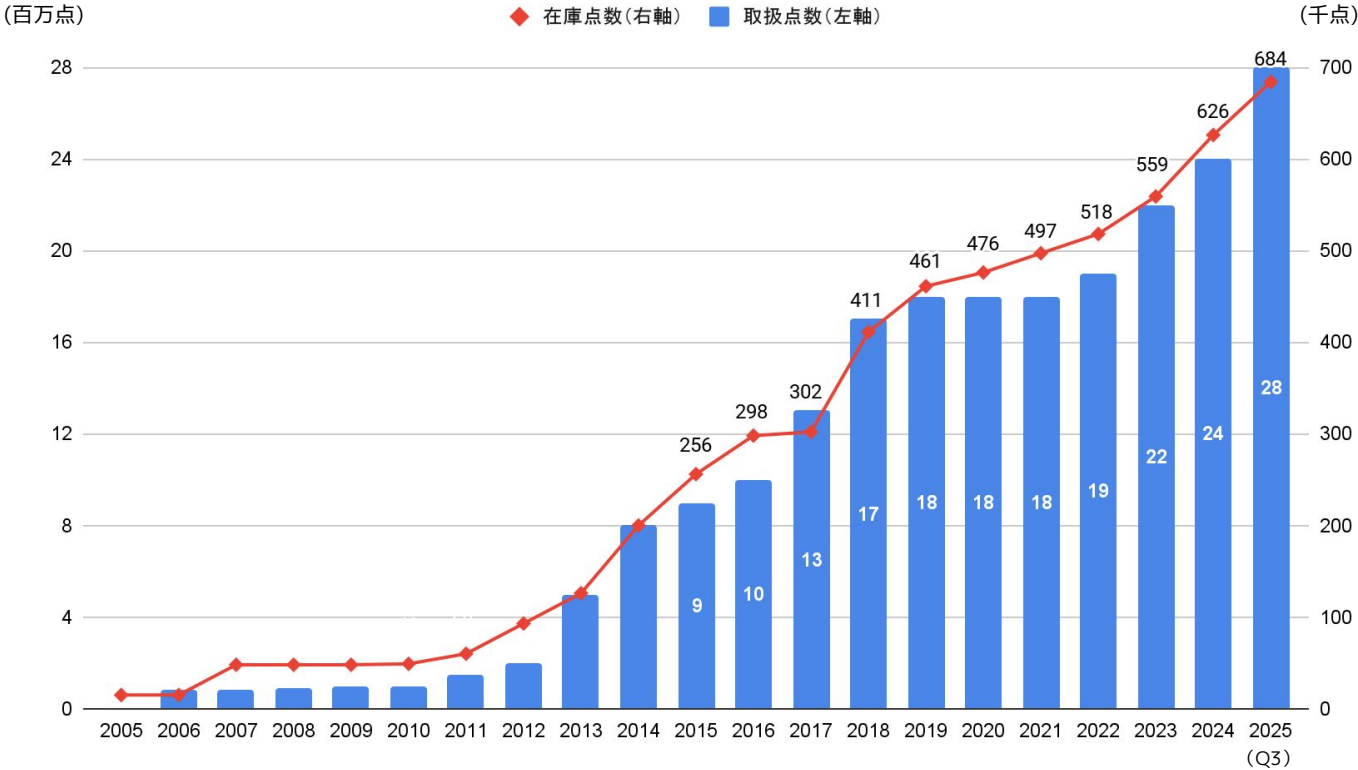


2024年売上ベース
monotaro.com受注のみ(大企業連携を除く)

単体 受注方法比率



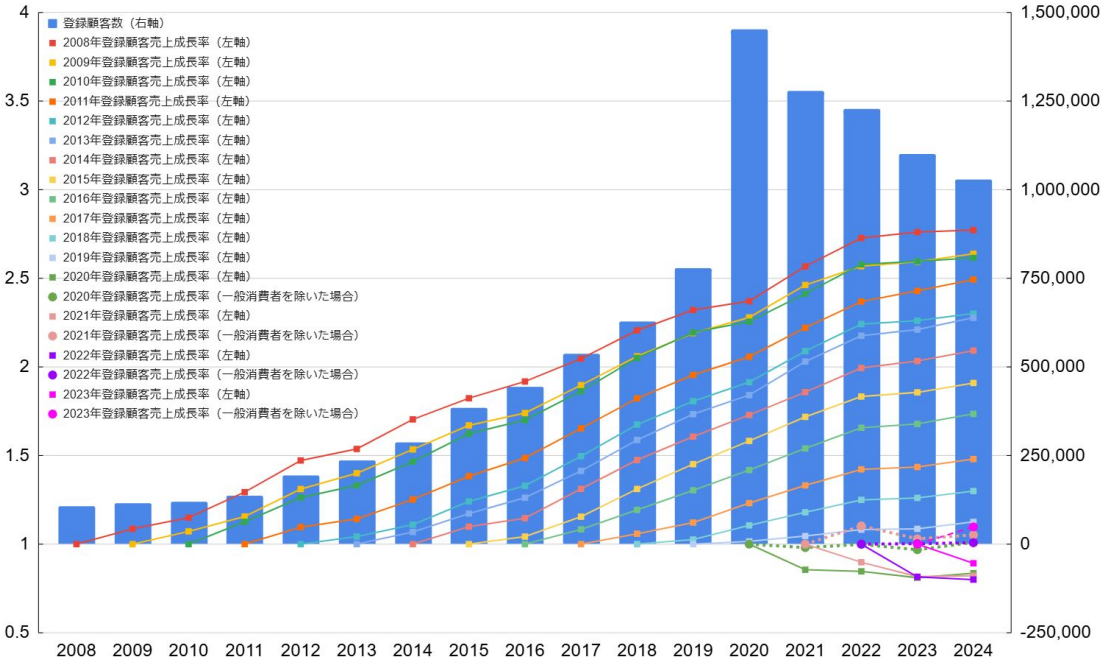
単体 取扱・在庫点数



単体 登録年度別売上成長

(購入金額成長)

(顧客獲得数)



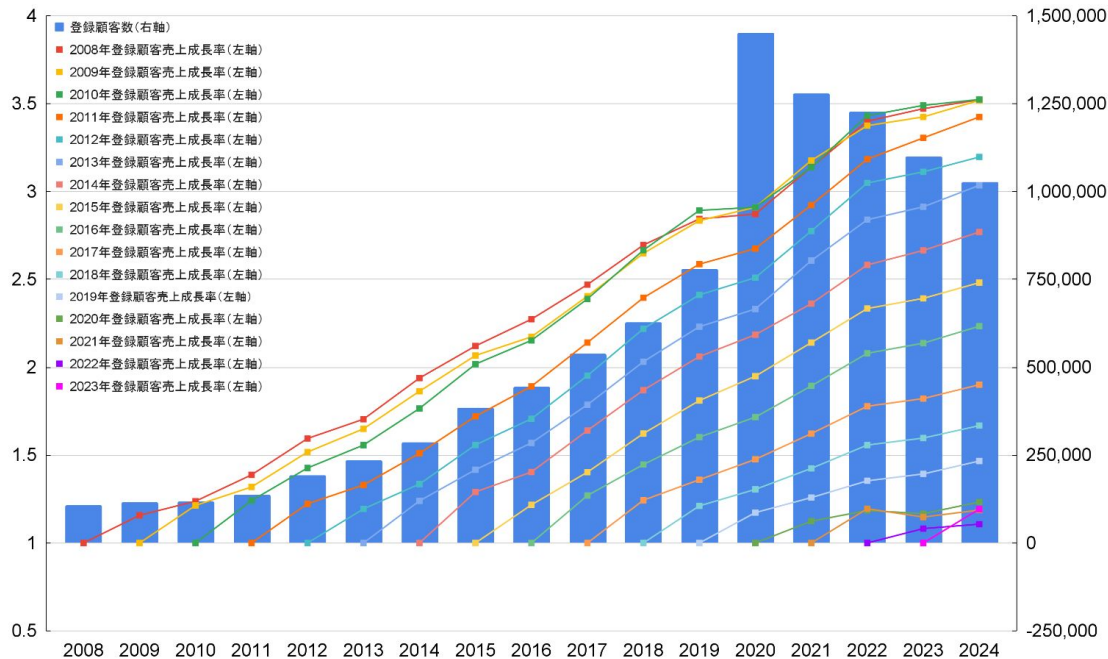
※：登録顧客数・売上とも2024年度末時点で事業者向けネット通販事業（monotaro.com）顧客のものを各登録年度まで遡って整理したもの（購買管理システム事業/大企業連携へ移行した顧客の売上データは含まれない）。

※：折れ線グラフ（左軸）は該当年度登録顧客の売上成長率。登録年度の売上を1とした場合の倍率。

単体 登録年度別売上成長（法人）

（購入金額成長）

（顧客獲得数）

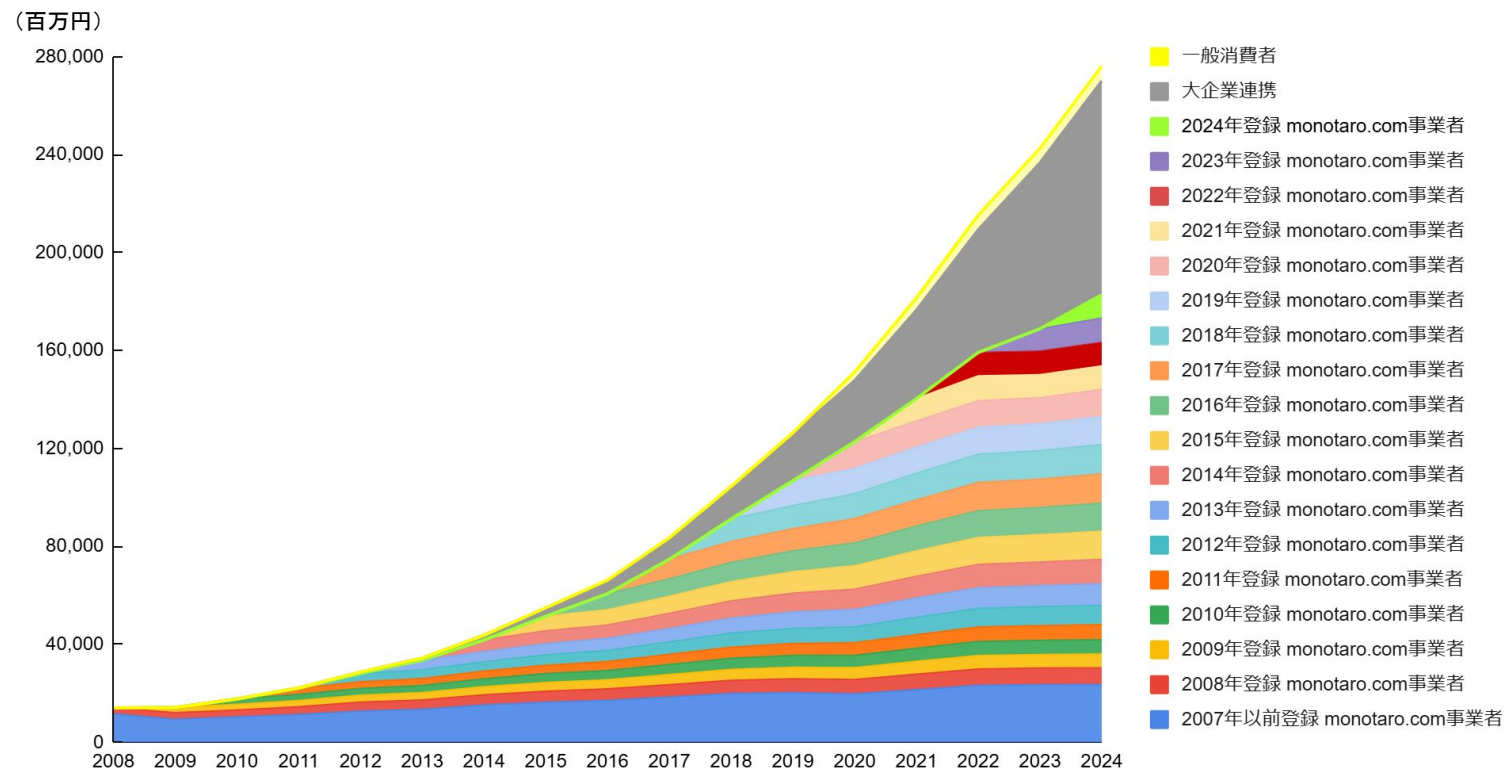


※：登録顧客数・売上とも2024年度末時点で事業者向けネット通販事業（monotaro.com）顧客のものを各登録年度まで遡って整理したもの（購買管理システム事業/大企業連携へ移行した顧客の売上データは含まれない）。

※：折れ線グラフ（左軸）は該当年度登録顧客の売上成長率。登録年度の売上を1とした場合の倍率。

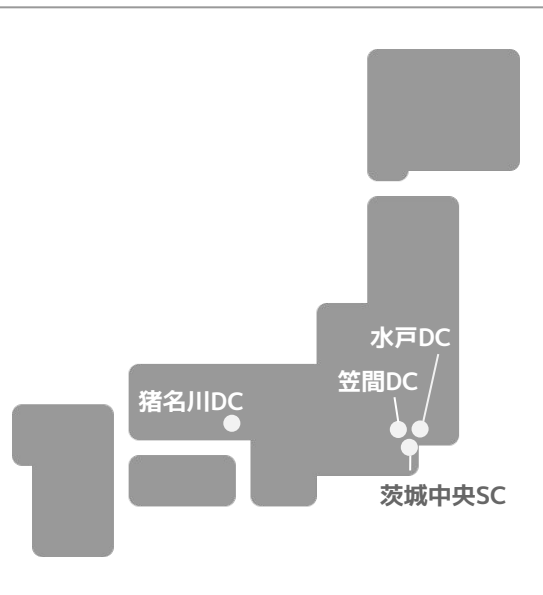
※：棒グラフは法人も含めた各年度における新規登録者。

単体 登録年度別売上推移



※：monotaro.com事業者売上は2024年度末時点のステータスで各登録年度毎に遡って整理したもの。
※：大企業連携売上は2024年度末時点のステータスで遡って合算したもの。
※：一般消費者売上はmonotaro.com一般消費者の2024年度末時点のステータスで遡った売上とIHCモノタロウ売上を合算したもの（IHCは閉鎖・monotaro.comへ統合済）。

物流拠点



	笠間DC	茨城中央SC	猪名川DC	水戸DC
外観				
フロア	地上1階平屋建	地上1階平屋建	地上6階建（賃借）	地上4階建
延床面積	約56,000 m ²	約49,000 m ²	約194,000 m ²	約74,000 m ²
在庫点数	33万SKU	3万SKU	55万SKU	50万SKU
出荷能力 行数/日	10万行	3万行	18万行	30万行
出荷稼働時期	2017年4月	2021年4月	2022年4月	2028年5月予定

本資料には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。又、本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としていません。

お問い合わせ先

経営管理部門 IR・広報グループ

Tel: 06-4869-7190

Fax: 06-4869-7178

Mail: pr@monotaro.com

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

