



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社Mマート

証券コード 4380
(東証 グロース市場)
2022年4月18日

本資料における将来予想は、資料発表日現在において、入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は様々な要因により大幅に異なる可能性がありますことをご承知おき下さい。
なお、本資料は毎年4月下旬に作成する予定です。

1.会社概要・ビジネスモデル

2.市場規模・競争優位性

3.成長戦略

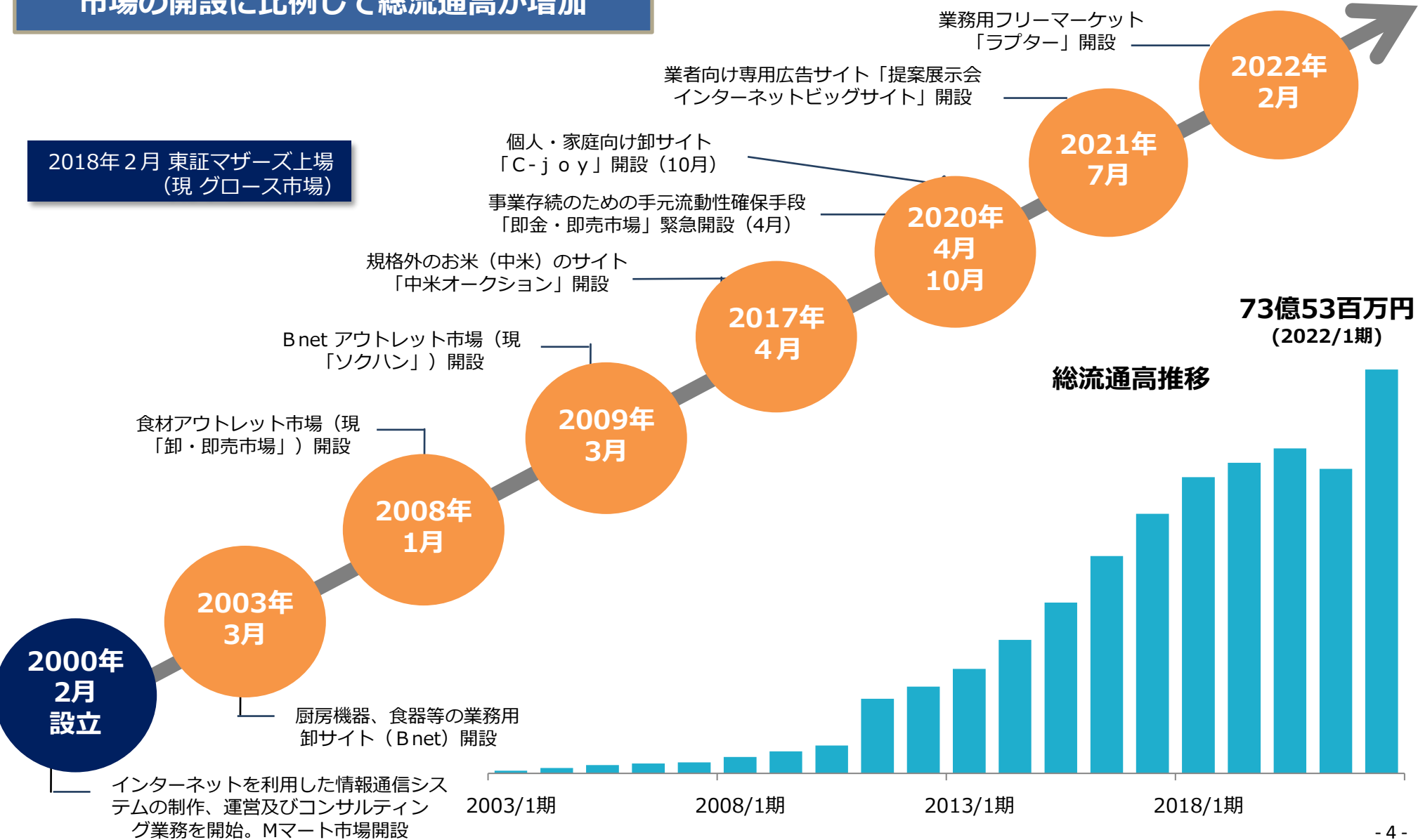
4.業績計画・KPI

5.主要なリスクと対応策

会社名	株式会社Mマート	
代表者	代表取締役 村橋 純雄	
設立	2000年2月25日	<2018年2月 東証マザーズ（現 グロース市場） 上場>
資本金	318,619千円	
住所	東京都新宿区西新宿六丁目5番1号	
事業内容	eマーケットプレイスの運営 ※ B to B 型事業 業務用食材の業者間電子商取引サイト 厨房機器等、業務用機械や備品・用品のサイト	
関連ホームページ	『Mマート市場』 『Bnet市場』 『卸・即売市場』 『ソクハン市場』 『C-j o y』 『ラプター』 『インターネットビッグサイト』	https://www.m-mart.co.jp/ https://www.bnet.gr.jp/ https://www.m-mart.co.jp/outlet/ https://www.b2b-outlet.jp/ https://www.c-joy.jp/ https://www.m-raptor.com/ https://www.m-mart.co.jp/bigsite/
従業員数	55名 2022年1月31日時点	

市場の開設に比例して総流通高が増加

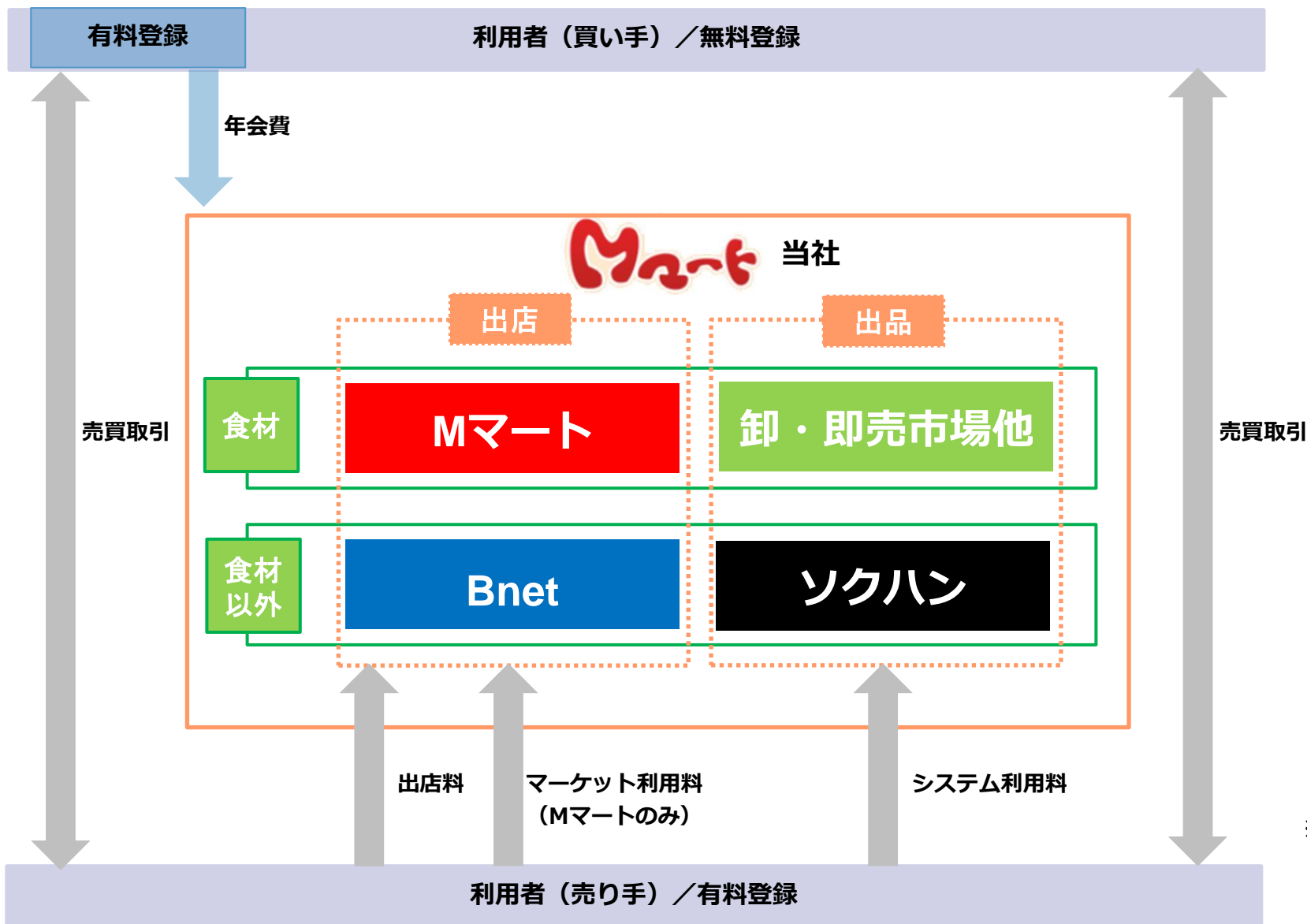
2018年2月 東証マザーズ上場
(現 グロース市場)



総流通高推移

73億53百万円
(2022/1期)

ビジネスモデル～事業系統図

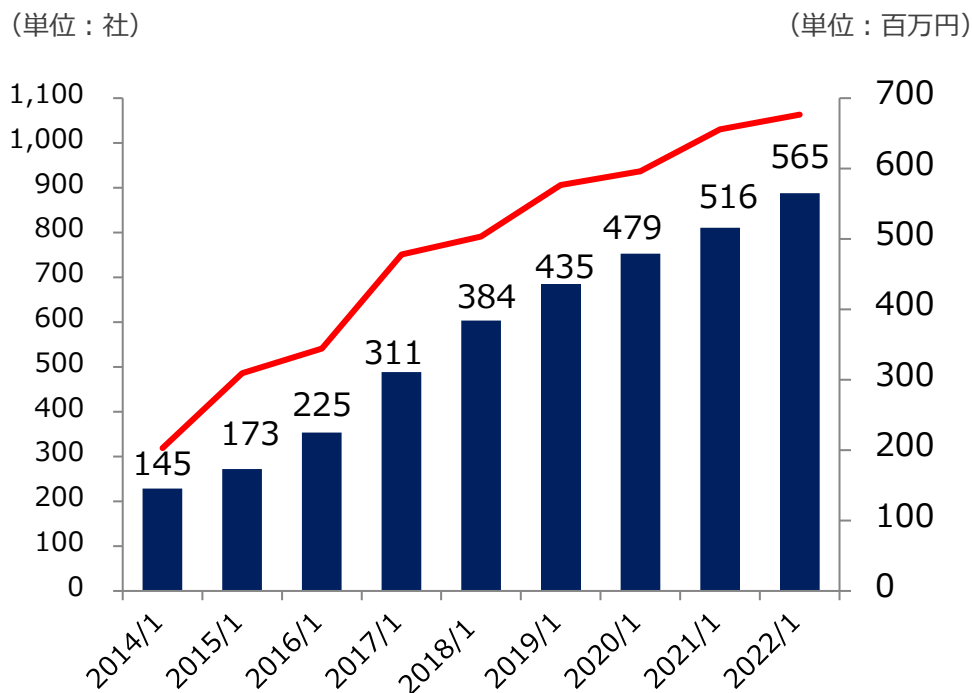


※ 枠内は市場名

Mマート市場（出店）について



■Mマート 売上高&出店数推移



※棒グラフ：売上高（右軸）、折れ線：出店社数（左軸）

■Mマート トップページ



【出品されている代表的な商品の紹介】



特 徴

食材商品を取扱う市場。
売り手企業は当社に出店料を支払って商品をサイトに掲載の上販売。
買い手企業との、**直接取引が可能**。

当社システムを利用した売買の際は、**販売代金に応じたマーケット利用料**を当社に支払う。

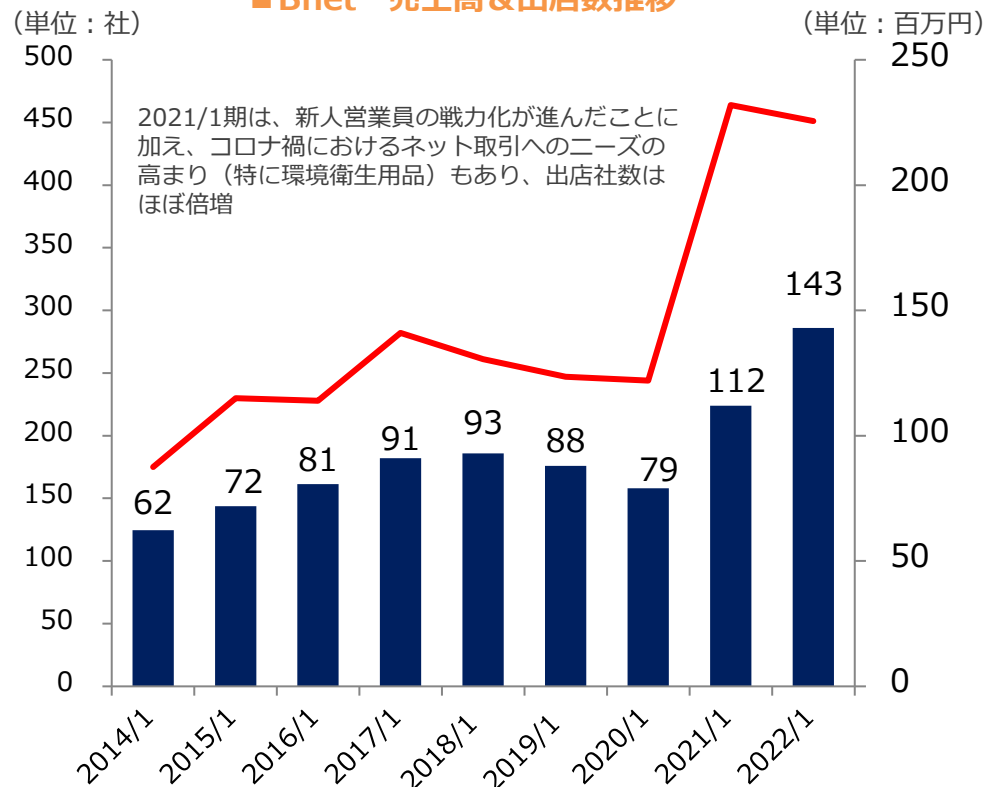
出店料 マーケット利用料

定額制 (月額：商品数別)	初年度		2～3年目	4年目以降
	100点	25,000円	35,000円	45,000円
400点	40,000円	50,000円	60,000円	
800点	50,000円	60,000円	70,000円	
2,000点	100,000円	110,000円	120,000円	
出来高制	当社システム利用時 販売代金の1%			

Bnet市場（出店）について



■ Bnet 売上高&出店数推移



■ Bnet トップページ



【出品されている代表的な商品の紹介】



※棒グラフ：売上高（右軸）、折れ線：出店社数（左軸）

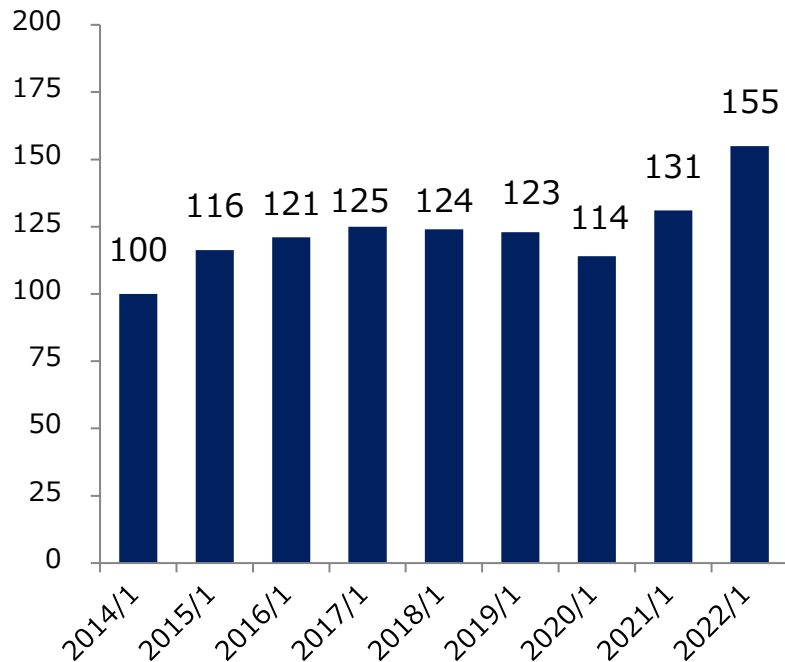
特 徴	出店料		
	定額制 (月額：商品数別)	初年度	2年目以降
食材以外の商品を取扱う市場。 売り手企業は当社に出店料を支払って商品をサイトに掲載の上販売。 買い手企業との、 直接取引が可能 。	300点	25,000円	35,000円
	1,000点	40,000円	50,000円
	3,000点	50,000円	60,000円
	5,000点	70,000円	80,000円
	8,000点	100,000円	110,000円

卸・即売市場他、ソクハン市場（出品）について



■卸・即売市場他+ソクハン市場 売上高推移

(単位：百万円)



※棒グラフ：売上高（左軸）

■卸・即売市場他 トップページ



■ソクハン トップページ



【出品されている代表的な商品の紹介】

【卸・即売市場他】

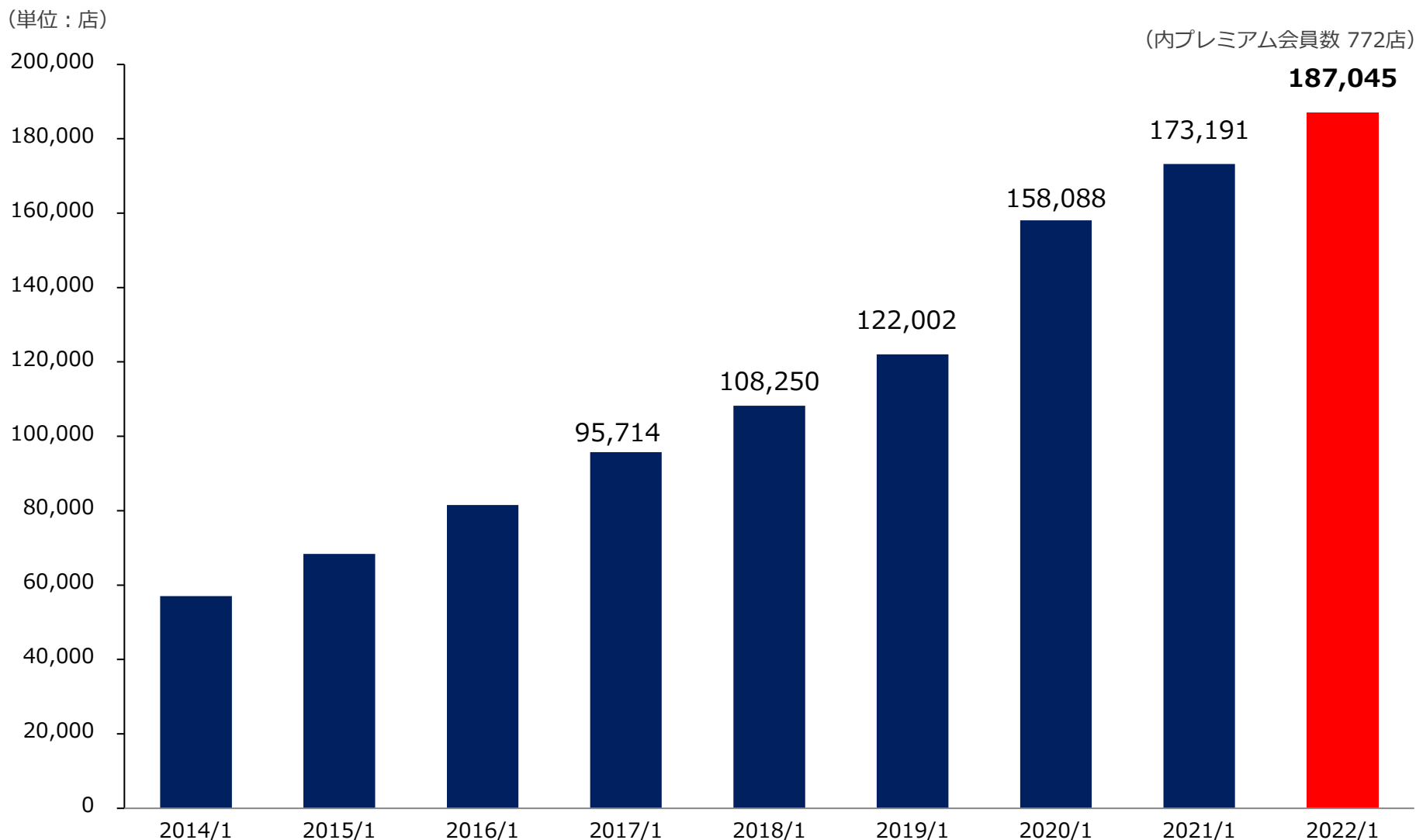


【ソクハン】



サイト	特 徴	システム利用料	
【卸・即売市場】 大口、アグリ 中米オークション	食材商品を取扱う市場。 販売したい商品を当社に申請の上、無料でサイトに掲載。 買い手企業との、 直接取引は禁止 としている。	出来高制	販売代金の12% (但しアグリ、中米オークション は販売代金の8%)
【卸・即売市場】	500kg～10tまでの商品を一括販売可能。 買い手企業が配送を手配する。	出来高制	販売代金の8%
【ソクハン市場】	食材以外の商品を取扱う市場。 販売したい商品を当社に申請の上、無料でサイトに掲載。 買い手企業との、 直接取引は禁止 としている。	出来高制	販売代金の12%

買い手会員数の推移



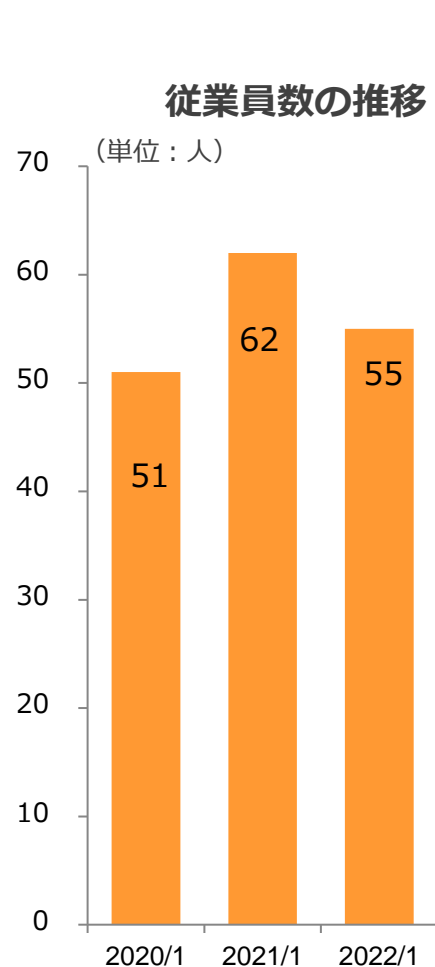
(注) ①買い手会員数は、従来はM-Mart会員のみを表示していましたが、2019年5月末よりBnetなどM-Mart以外の会員も統合すると共に、倒産・廃業など実質的な取引がなくなった会員を整理し、より正確な会員数に改めました。(2019年5月末 新表記148,387社、旧表記126,548社)

②年会費(10,000円)を支払いプレミアム会員になりますと、会員限定のプレミアムコーナーを利用することができます。

コスト構造 (営業費用の内訳)



- 当社の営業費用の7割弱は人件費（システムも全て自社開発しており、巨額な設備投資も無い）。
- 当社は、DXの推進と従業員一人一人の資質と教育に注力し、人手をかけずに利益を増加できる会社を目指している。ただ一方で一段の売上増に貢献できる優秀な営業要員や、買い手の使いやすいサイトを構築できる優秀なシステム要員は積極的に採用する。
- このため、人件費と採用手数料等（支払報酬）は、今後も増加する見込み。



(単位:百万円)

	2021年	2022年	前年比	
	1月期	1月期	(割合)	増減額
	実績	実績		
人 件 費	400	415	(66%)	+15
地 代 家 賃	82	82	(13%)	0
支 払 報 酬	53	62	(10%)	+9
広告宣伝・販促費	8	15	(2%)	+7
通 信 費	13	13	(2%)	0
そ の 他	43	45	(7%)	+2
合 計	599	632	(100%)	+33

(注)1.地代家賃には共益費を含んでおります。
2.支払報酬には、支払手数料および業務委託費を含んでおります。

1. 会社概要・ビジネスモデル

2. 市場規模・競争優位性

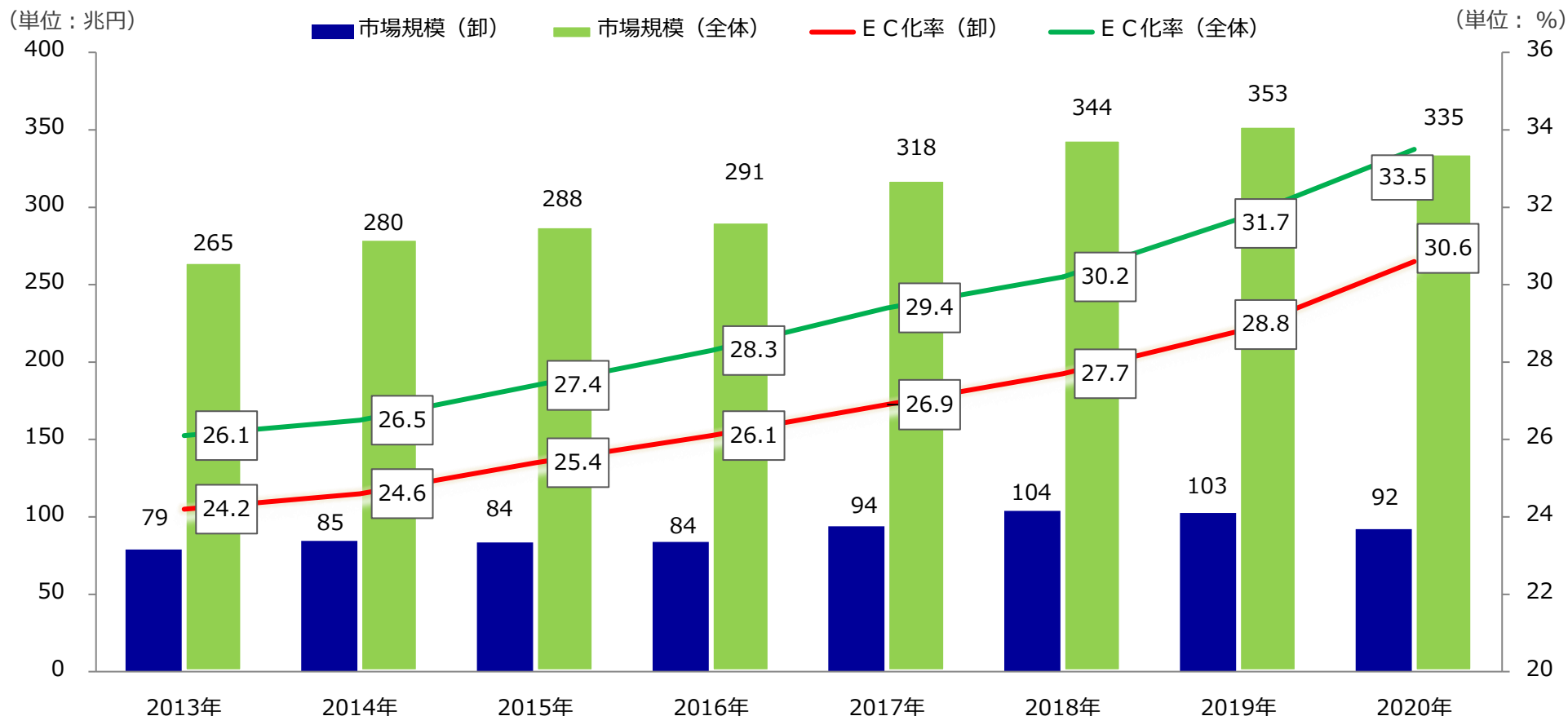
3. 成長戦略

4. 業績計画・KPI

5. 主要なリスクと対応策

BtoB-EC市場規模は 335兆円、EC化率は33.5%

**この内、当社のターゲットである卸売業の規模は 92兆円、EC化率は30.6%と増加中
(当社の市場占有率は微々たるもので、拡大余地は十分にあり)**



他社との財務指標比較



(現時点では、個々の卸売業者などが個別にサイトを立ち上げ運用している状況であり、当社のように食材を中心とするオープンな BtoBサイトを大々的に運営する競合他社は見当たらないが、仲介型EC事業を展開する類似会社4社を選定し、財務指標比較を実施)

当社は事業規模はひと回り小さいものの、収益性・成長性・安全性等の指標で、他社と同水準、もしくは秀でている。

		(単位: 百万円、%)				
コード	4380	2492	3031	3963	2493	
会社名	Mマート	インフォマート	ラクーンホールディングス	シンクロ・フード	イーサポートリンク	
事業内容	飲食、中食業界向け企業間取引サイト運営	外食向け受発注等のシステム運営	衣料、雑貨の企業間電子取引運営	飲食店向け特化型情報サイト運営	生鮮青果物業界向けシステム開発	
直近決算期	2022/1期	2021/12期	2021/4期	2021/3期	2021/11期	
事業規模 ⁽¹⁾	売上高	902	9,835	4,364	1,188	5,187
	経常利益	270	1,021	1,196	-156	-126
	総資産	1,618	13,743	12,452	2,731	6,123
収益性	ROE	17.5%	4.8%	17.2%	-6.8%	-25.6%
	ROA	12.1%	4.0%	6.1%	-6.1%	-16.2%
	営業利益率	29.9%	10.5%	27.4%	-14.2%	-1.8%
成長性 ⁽²⁾	売上高	12.7%	11.7%	21.4%	予想非開示	-5.0%
	経常利益	26.2%	-96.0%	21.7%	予想非開示	黒字転換
	総資産	15.4%	5.6%	-8.4%	-11.8%	10.6%
安全性	自己資本比率	68.5%	82.5%	42.6%	91.7%	52.4%
	流動比率	302.5%	401.7%	168.5%	1255.2%	339.0%
	固定長期適合率	6.8%	40.1%	39.3%	6.9%	32.2%

注: (1) 直近決算の数値を記載

(2) 売上高・経常利益は今期予想(会社予想)と前期実績の比較、総資産は前期実績と前々期実績の比較で算出

(出所) 各社の決算短信よりMマート作成

競争優位性（他社との差異）



- 仕入れ企業に価値ある高品質・安価で豊富な商品を揃えた e マーケットプレイスの運営
 - 営業しなくても、毎月、買い手企業が全国から 1 千社超の登録・参入
- 大企業から中小企業まで、売り手・買い手が多数参入し取引が行われている
 - 1 回の買い物カゴの金額が、数千円から数十・数百・数千万円、最大 1 億 5 千万円までの幅広い取引が実施（多数帯は 1 万円～20 万円程度）
- インターネットの特性は「上位 2 社にお客様が集中すること」であるため、努力を怠らなければ、取引は増加していく
 - 上場前の会計方針変更時以外は、増収・増益を継続中

【売り手企業のメリット】

(出店)

- 当社サイトへの出店により、実店舗での人件費を含む販管費の大幅削減が可能となる点
- 当社サイトに商品が 24 時間掲載される広告宣伝効果、新規顧客開拓による販路拡大が可能となる点

(卸・即売等)

- 当社サイトの過去の売買データ等を参考にすることで、**最終処分価格**で販売することが可能であり、商品の廃棄ロスを低減することが可能となる点

【買い手企業のメリット】

(出店)

- 安価な商品を仕入れることができる、必要な商品を必要な時に比較的安価に仕入れることが可能となる利便性
- 多数の売り手の豊富な商品群から、仕入れ目的に合った商品を効率的に選択が可能となる利便性

(卸・即売等)

- 仕入価格を安価に抑えることにより、利益を増大させることが可能となる等

1. 会社概要・ビジネスモデル

2. 市場規模・競争優位性

3. 成長戦略

4. 業績計画・KPI

5. 主要なリスクと対応策

売り手、買い手双方の増加に伴い、市場拡大の好循環サイクルへ突入

Mマート・Bnet

「卸・即売他」「ソクハン」市場

- ・ 低価格、大量販売、購入が可能
- ・ 賞味期限が短くなった商品の処分市場が複数あり、売り手は大量の余剰在庫の処分が可能
⇒商品・資金回転率がアップ
⇒思い切った大量仕入が可能
- ・ 買い手は通常卸売価格より大幅に安価で大量仕入れが可能
- ・ 高品質・低価格な市場として認知され買い手企業数のストックの増加に寄与
- ・ 大量に売れる市場であることを経験して売り手企業は出店し、ストックの増加につながる
- ・ 停滞・目詰まりしがちな流通の食品廃棄問題解消に貢献

- ・ 高品質
- ・ 販管費不要のため、通常卸売価格より安い
- ・ 多品種・豊富な選択肢
- ・ 商品情報多く、新メニューの考案がし易い

買い手

- ・ 仕入れコスト、平均15%程度低下
- ・ 仕入れ業務経費の軽減
- ・ 厨房の人手不足の解消により、多数調理への対応が可能
- ・ 継続的に全国より買い手会員が増加（月間1000社超のペース）

売り手

- ・ 高いコストパフォーマンス
- ・ 現金取引のため貸し倒れリスクが無い
- ・ 配送料は、買い手負担
- ・ 省力化により販管費の大幅削減が可能
- ・ 買い手会員の増加に伴い売り手社数も増加

循環サイクルを更に加速、拡大

ストック

- プラットホームの要件である参加者（売り手・買い手企業）の継続的な増加を仕組みで実現

拡張

- 同じストック（売り手・買い手企業）を利用したリスクのない新市場の拡張によるストックの更なる増加
- 「大口一括」「中米オークション」「ソクハン大口」「ラプター」「インターネットビッグサイト」といった特徴あるコーナーの開設

深耕化

- B2Bの多種多様な取引、規模の大小等、あらゆるステージ・レベルにも仕組みを提供し、流通の量的・質的活性化を図る

最適化

- データドリブンによる販売促進の完全自動化システムを各市場に追加実施する
- デジタルマーケティングを駆使した新たな売り手・買い手企業の獲得
- 営業・システム全般・経理フロー等のRPA化推進

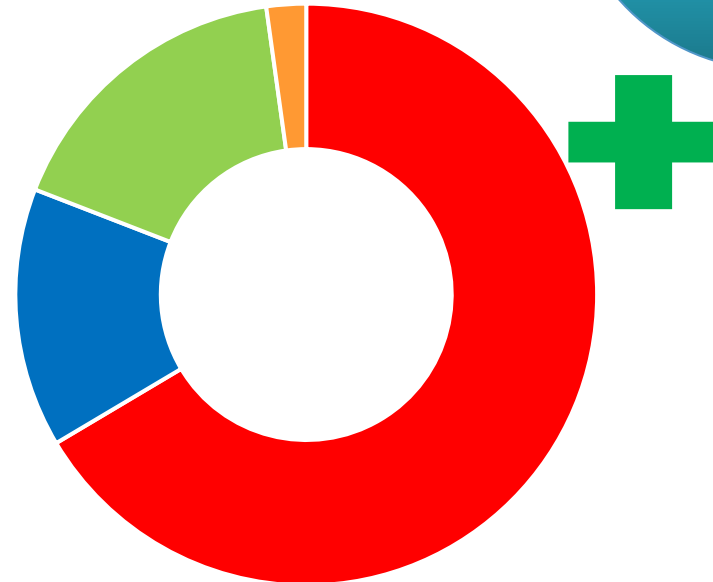
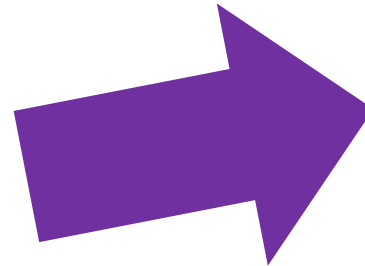
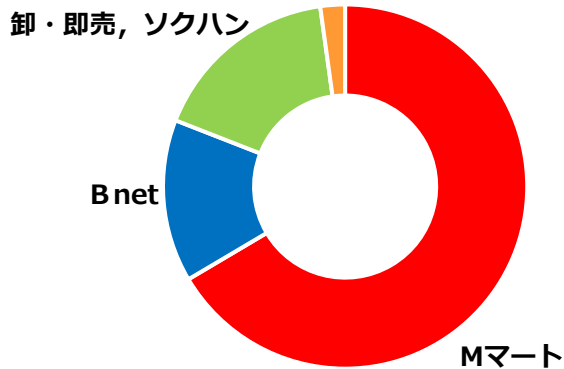
新たな市場の開拓

➤ 既存市場をベースに、新たな切り口でサイトを開設し、取引先の拡大を図ります。

- (2020.10.27 個人・家庭向け卸サイト「C-joy」開設)
- (2021.7.1 国内初の業者向け専用広告サイト「提案展示会 インターネットビッグサイト」開設)
- (2022.2.28 国内初の業務用フリーマーケット「ラプター」開設)

新サイト
開設

既存事業の拡大



1. 会社概要・ビジネスモデル

2. 市場規模・競争優位性

3. 成長戦略

4. 業績計画・KPI

5. 主要なリスクと対応策

2022年1月期 計画の達成状況



(単位:百万円)	2022年1月期 通期 計画	2022年1月期 通期 実績	計画比	
			増減率	増減額
営業収益	901	902	+0.2%	+ 1
営業費用	714	632	▲11.4%	▲ 82
営業利益	186	270	+44.6%	+ 83
経常利益	186	270	+45.0%	+ 84
当期純利益	123	182	+48.1%	+ 59

＜会員数＞ 買い手会員数は、コロナ禍でリアルの取引が困難となる中、インターネット取引へのニーズが高まったこともあり毎月1千社を超える増加が続き、年度末の買い手会員数は187千社（計画比2千社増）と順調に増加した。一方、年度末の出店数は、休店状態にあった出店社を退店処理したこともあり、Mマート 1,063店（計画比77店減）、Bnet 451店（同119店減）にとどまった。

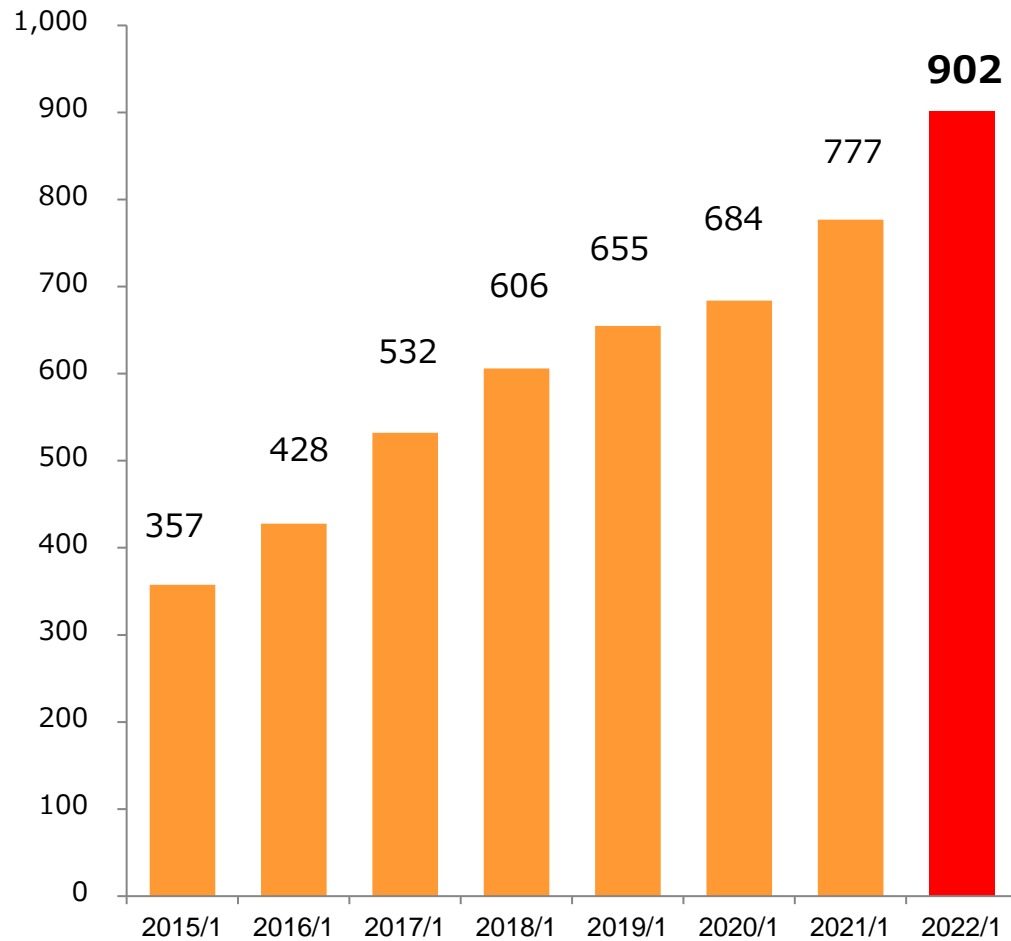
＜営業収益＞ 出店料の計画未達を、システム利用料やオプション・各種手数料等の増加で補い、営業収益は計画比0.2%増を達成した。

＜営業費用＞ 当社は、DXの推進と従業員一人一人の資質と教育に注力し、人手をかけずに利益を増加できる会社を構築中であり、年度末の従業員数は55人（計画比22人減）にとどまった。人件費やその他の販管費の見直しで、営業費用を計画比▲11.4%にとどめた。

＜利益＞ 営業収益の増加と営業費用の抑制に努めた結果、営業利益は計画比44.6%増、経常利益は計画比45.0%増、当期純利益は計画比48.1%増を達成した。

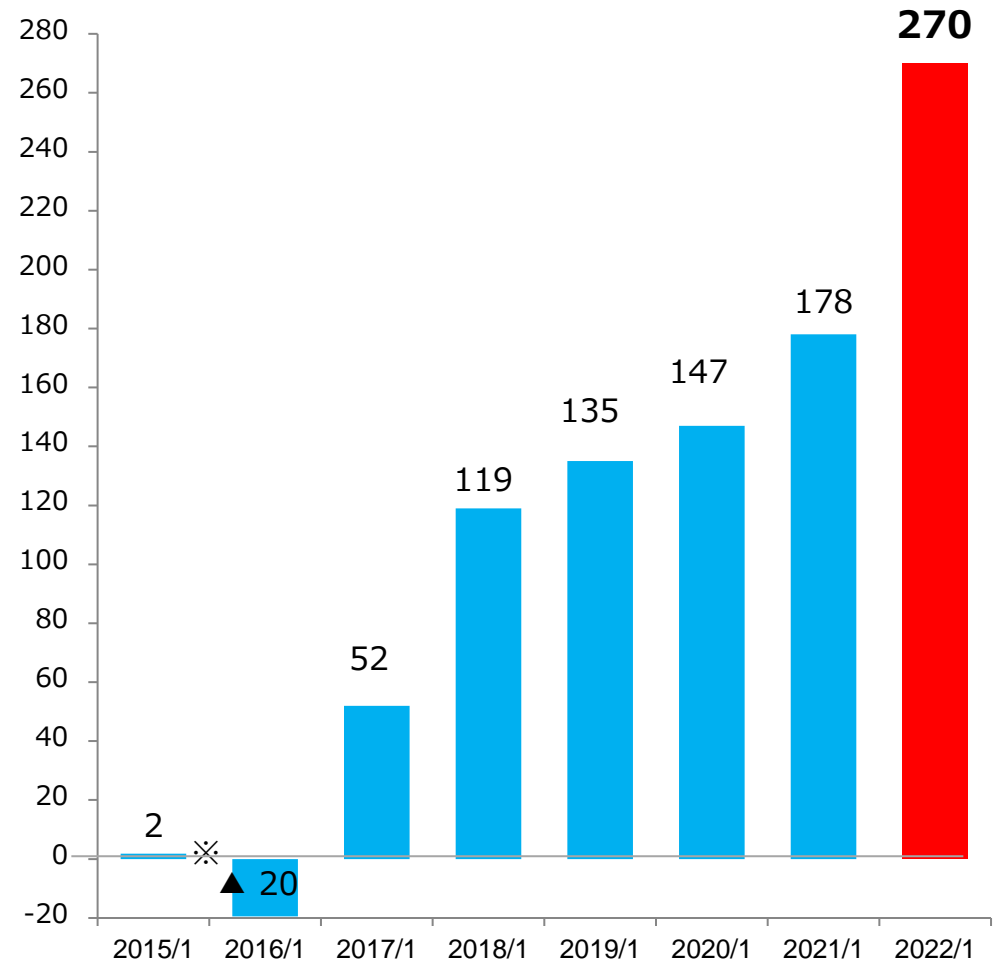
営業収益

(単位：百万円)



経常利益

(単位：百万円)



※ 会計方針の変更、事務所の拡張による影響です。

2023年1月期 通期業績計画



(単位:百万円)	2022年1月期	2023年1月期	前年同期比	
	実績	計画	増減率	増減額
営業収益	902	1,017	+12.7%	+114
営業費用	632	675	+6.8%	+43
営業利益	270	341	+26.6%	+71
経常利益	270	341	+26.2%	+71
当期純利益	182	234	+28.3%	+51

2023年1月期 通期 営業収益（内訳） 計画



(単位:百万円)		2022年1月期	2023年1月期	前年同期比	
		実績	計画	増減率	増減額
M	マート	565	609	+7.8%	+ 44
B	ネット	143	163	+14.0%	+ 20
	卸・即売他、ソクハン	155	179	+15.5%	+ 24
	その他	38	64	—	+ 26
	合計	902	1,017	+12.7%	+ 114

2023年1月期 通期業績計画 K P I



- 当社の営業収益の拡大には、ストック（売り手社数、買い手会員数など）の積み上げが最重要となる。
- 当社の収益の柱は、毎月固定の出店料であり、出店社数が重要K P Iとなる（当社は、当社の「買い物カゴ」を通さない「直接取引」を認めており、その直接取引額は、買い物カゴの10倍程度ある見込みであり、総流通高は最重要K P Iとならない）。
- 当社は、D Xの推進と従業員一人一人の資質と教育に注力し、人手をかけずに利益を増加できる会社を目指している。ただ一方で一段の売上増に貢献できる優秀な営業要員や、買い手の使いやすいサイトを構築できる優秀なシステム要員は積極的に採用する。
- このため、下記の項目を重要KPIとして採用し、進捗状況は四半期決算短信等で開示していく予定。

出店社数

	(単位:店)	2023/1 (計画)		前年同期比	
		期初	期末	増減率	増減
M マ ー ト		1,063	1,147	+7.9%	+84
B n e t		451	535	+18.6%	+84
合 計		1,514	1,682	+11.1%	+168

買い手会員数

	(単位:千店)	2023/1 (計画)		前年同期比	
		期初	期末	増減率	増減額
合 計		187	199	+6.4%	+12

従業員数

	(単位:人)	2023/1 (計画)		前年同期比	
		期初	期末	増減率	増減
合 計		55	65	+18.2%	+10

1. 会社概要・ビジネスモデル
2. 市場規模・競争優位性
3. 成長戦略
4. 業績計画・KPI
- 5. 主要なリスクと対応策**

主要なリスクと対応策



＜事業等の主要なリスク＞	発生可能性	＜リスクへの対応状況＞
	発生時期	
① eマーケットプレイス事業について 電子商取引全体の市場は、今後も拡大していくと見られるが、今後、取引先各社が独自にサイトを立ち上げ、当社の売り手・買い手が激減し、経営成績や財政状態に影響を及ぼす可能性	小	<ul style="list-style-type: none"> ・ 買い手の規模により異なる様々なニーズに応えるために、サービスの改善強化をはかり、買い手会員数を一段と増やす ・ 価格や取引品目等における差別化をはかる ・ デジタルマーケティング部の創設
	常時	
② 競合について 食材を中心とするB to Bのeマーケットプレイス事業に、今後、画期的なサービスを提供する新たな競合会社等が参入し、当社の売り手・買い手が激減し、経営成績や財政状態に影響を及ぼす可能性	小	<ul style="list-style-type: none"> ・ 技術革新に強いシステム要員の増員・増強 ・ デジタルマーケティング部の創設 ・ 様々なニーズに対応するサービスの改善強化 ・ 価格や取引品目等における差別化
	常時	
③ セキュリティに関するリスク ITの技術革新による不正アクセスを完全に排除することは出来ないため、第三者からの攻撃によるシステム障害・情報漏えい等の問題が発生する可能性	小	<ul style="list-style-type: none"> ・ システム全体に施されているセキュリティ対策の一段の強化 ・ システム要員（特にセキュリティ専門家）の一段の増員・増強
	常時	
④ 代表取締役への依存に関するリスク 後継者問題に加え、業務運営及び業務執行において代表取締役への過度の依存が、今後の業績に影響が出る可能性	中	<ul style="list-style-type: none"> ・ 組織の強化、権限の委譲による代表取締役への依存度の軽減 ・ 優秀な人材の確保・育成への取組み強化
	随時	

（注）その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照して下さい。

- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。

【IRに関するお問い合わせ先】

株式会社Mマート IR担当

TEL : 03-6811-0124
FAX : 03-6811-0139
Mail : ir@m-mart.co.jp