



第23期（2023年1月期）

通期決算 及び 会社説明資料

株式会社 Mマート

証券コード 4380

（東証グロース）

2023年3月24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、金額は百万円未満切り捨てで表示しております。

目次

I. エグゼクティブサマリー

- (1) 当期実績 (2023年1月期)
- (2) 来期計画 (2024年1月期)

II. Mマートのご紹介

- (1) 企業概要
- (2) 企業理念 (Mマートが大切にしていること)
- (3) 沿革
- (4) 運営サイトの特徴
- (5) ビジネスの特徴
- (6) 最近のメディア取材、広報活動

III. 当期実績 2023年1月期

- (1) 通期P/L
- (2) 四半期業績の推移
- (3) 営業収益(売上高)の推移・内訳
- (4) 営業費用(販管費)の特徴と推移
- (5) 財政状態 (B/S, C/Fの特徴と推移)
- (6) 財務方針と配当

IV. 成長戦略について

- (1) 基本的な考え方
- (2) 来期計画

V. 社会貢献活動 - ESG、SDGsの取り組み

I. エグゼクティブサマリー

(1) 当期実績 (2023年1月期)

業 績	<p>【過去最高を更新】</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 売上高 9億86百万円 (前期比+9%)✓ 営業利益 3億49百万円 (前期比+29% 利益率35%)✓ 当期純利益 2億35百万円 (前期比+28% 利益率23%)✓ E P S (1株当たり純利益) 48.1円/株 (前期比+10.7円)✓ 期末配当 13.0円/株 (前期から3円増配、配当性向27%)
トピック	<ul style="list-style-type: none">✓ 新市場を次々に立ち上げ <顧客ニーズ深掘り：既存市場との相乗効果>✓ 「Mマーケット」利用料変更(1%→2%) <当期(4Q)と来期以降の業績に寄与>✓ 「Mマーケット」UX/UI改善 <来期業績への寄与に期待>✓ 運営サーバーをクラウド化 <サイトがより安定・強靱化、拡張性も確保>

(2) 来期計画 (2024年1月期)

業績

【過去最高をさらに更新】

- ✓ 売上高 11億16百万円 (前期比+13%)
- ✓ 営業利益 4億13百万円 (前期比+18% 利益率37%)
- ✓ 当期純利益 2億78百万円 (前期比+19% 利益率25%)
- ✓ E P S (1株当たり純利益) 57.0円/株 (前期比+8.9円)
- ✓ 期末配当 16.0円/株<予定> (3円増配、配当性向28%)

トピック

- ✓ ストックビジネスの強みを徹底：データ・ドリブン経営を推進
- ✓ 「三方よし」を突き詰める：「Mマート三方会」発足(2023/3)
⇒ 出店社(売り手)と協働して共に成長することを目指す
- ✓ 人材・システム投資：販売支援・コンサル強化、BnetなどUX/UI改善
- ✓ 「Mマート」利用料変更(1%→2%)がフルに寄与

Ⅱ. Mマートのご紹介

(1) 企業概要

会社名	株式会社 Mマート
代表者	代表取締役社長 村橋 孝嶺
所在地	東京都新宿区西新宿六丁目5番1号 新宿アイランドタワー26階
設立	2000年2月25日 ※2018年2月に東証マザーズ(現 グロース)上場 証券コード4380
資本金	318百万円
事業内容	業務用 (BtoB) eマーケットプレイスの運営 ・「Mマート」 業務用食材・食品の電子商取引サイト ・「B n e t」 業務用食器、厨房機器、備品用品等の総合取引サイト ・その他にも、特色あるサイトを運営 - 「卸・即売」 業務用アウトレット市場 (食材) - 「ソクハン」 業務用アウトレット市場 (食材以外) - 「ラプター」 業務用フリーマーケットサイト (日本初) - 「インターネットビッグサイト」 業者向け専用の広告サイト - 「仕入れたい」 買い手の商品リクエストに対し、売り手が入札するサイト
決算月	1月
人員数	67名 (2023年1月末現在)

(2) 企業理念 (Mマートが大切にしていること)

『 流通変革のインフラを創る 』 (Mマートの「パーパス」)

- ・ 飲食店 (買い手) が仕入先の確保に苦勞する状況を解決すべく創業
- ・ 早い時期からネットの可能性に注目、日本の流通のプラットフォームとなることを目指す
- ・ 流通を無人化・効率化する (ネットならば昼夜問わず、販売員が居なくても売れる)

『 謙虚 素直 感謝 』 (Mマート社員の行動指針「バリュー」)

- ・ 社員教育では、礼儀をたいへん重んじています
- ・ 「学ぶ組織」を目指します
⇒過去の知識・経験にとらわれず、柔軟な発想と素直な心で毎日学ぶ人材を採用し育成
- ・ 働く環境は「残業なし、休出なし」徹底 ⇒ 毎日8時間を集中し、効率的に業務を遂行

『 アジャイル 』 (Mマートの経営の基本方針)

- ・ 流通業 + IT技術 = 世の中の変化を先取りし、スピードある経営を実践
- ・ Mマート社員は、行動、言葉、結果において、アジャイルであるべき

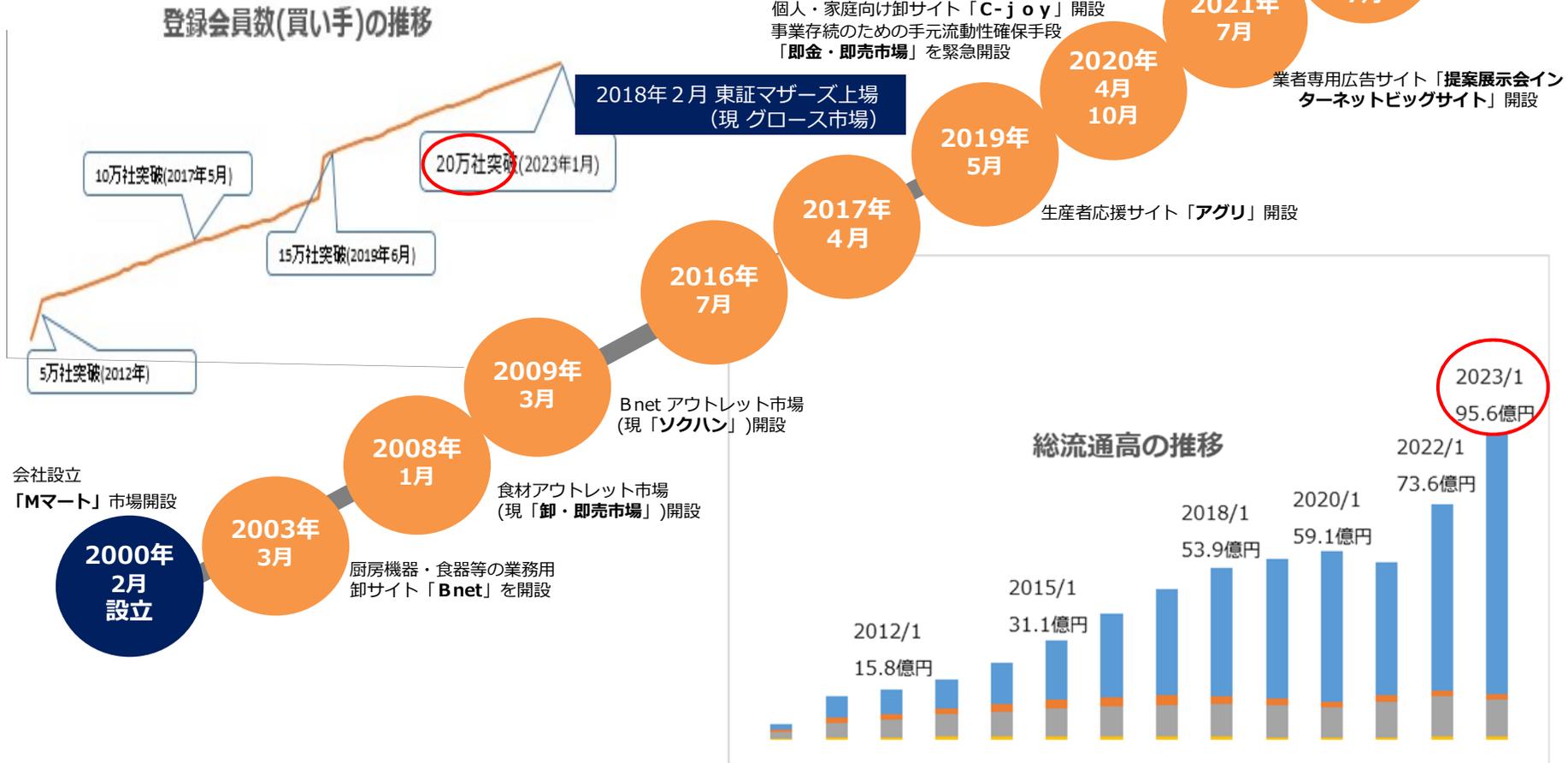
(3) 沿革

2020年の設立以来、登録会員数、総流通高*ともに増加中

- ・「上質な商品を安く買える」業務用サイトとしての評価を確立、MマートとBnetを中核として「買手企業が集まる⇒売手企業が出店する」という、好循環の仕組みを構築。
- ・派生市場(アウトレット市場/大口取引市場/業務用フリーマーケット, etc.)を次々に開設し、顧客ニーズを深掘り。

(*総流通高：当社サイトの買い物カゴでの購入高)

「仕入れたい」入札システム開設
 「ネット大卸オークション」開設
 業務用フリーマーケット「ラプター」開設
 2022年4月 サーバをクラウド化



(4) 運営サイトの特徴① -サイトには、売れるヒントと工夫が詰まっている- Bnet : 食器などの総合サイト

- ・「上質な商品を安く買える」と流通・卸業界における認知度は高い。
- ・「Mマート」は、飲食店、スーパー、小売店、ホテル・旅館、弁当・給食業者、食品商社、通販業者等々から圧倒的な支持。
- ・買い手がサイトに自動的に集まる仕組みが10年前から機能、毎月1千社以上の新会員登録。

Mマート：業務用食材・食品サイト



ラプター：業務用フリーマーケット



Mマート 売買取情

品名	単価	数量	金額	備考
04-04 鶏肉(冷凍)	7,200円	100kg	720,000円	
04-11 豚肉(冷凍)	8,500円	100kg	850,000円	
04-20 牛肉(冷凍)	12,000円	100kg	1,200,000円	

ソクハン：食材以外のアウトレット



卸・即売：食材アウトレット

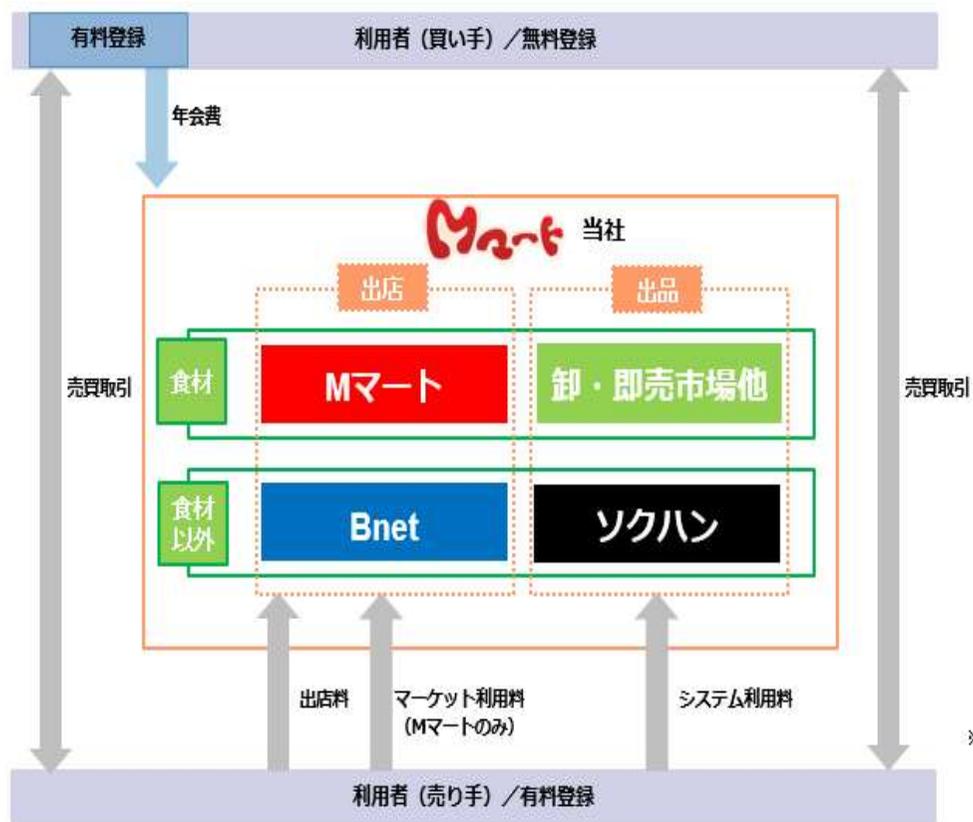


「仕入りたい」入札システム



(4) 運営サイトの特徴②

<1> 事業系統図



<2> 主な市場の課金方針

○ 課金 × 無料

市場	売り手			買い手		
	販売形態	出店料 (固定額)	マーケット/システム 利用料 料率	利用料 (*)	送料	
Mマート	出店	○	○	○	○	
Bnet			×			×
卸・即売	出品 (匿名)	×	○	×	○ (取引価格 に含める)	
ソクハン						12%
ラプター						

(*)プレミアム会員(1万円/年)、有料会員(3千円/年)の制度もあり

売り手の出店料(月額)

		初年度	2年目~	出品可能数
基本 プラン	Mマート	25,000円	35,000円	100品以内
	Bnet			300品以内
最大の プラン	Mマート	300,000円	310,000円	2千品以内
	Bnet	100,000円	110,000円	8千品以内

※ 枠内は市場名

(5) ビジネスの特徴

デジタル・プラットフォーム

- ・取引の「場」提供に特化、かつ、業務用(BtoB)に特化
- ・「ストックビジネス」 20万社分の情報ストック(顧客情報・取引データ, ネットワーク)を活用
- ・「集客力が高い」 買い手が自然に集まってくる仕組み(サイクル)確立 ⇒ 買い手会員20万社 ⇒ 売り手が集まる

「三方よし」の発想 : 「売り手よし、買い手よし、世間よし」 「相手に得を与えて得を得る」を実践

買い手は無料で利用(送料負担のみ)、売り手も少額の出費で出店が可能

売り手 : 実店舗(リアル)の販売人件費や管理コストを削減しつつ、ネットで販路拡大と売上・利益を拡大可能
サイトに24時間掲載 : 広告宣伝効果 + 営業時間外でも売れる + 受注・在庫管理に優れたUX/UI
⇒ 自社ホームページ的な利用も広がる

買い手 : 豊富な商品群から、商圏や商権等の制約無く、上質な商品を安価に・必要な時に・必要なだけ仕入れ

顧客を囲い込まず、マッチング後は直接取引もOK ⇒ サイト取引の背後に約15~20倍の直接取引が存在

業界と共に発展するという信念から、また継続仕入れという業者取引の性格にも配慮
売り手は、新たな買い手を開拓するために、出店を継続

⇒ 少額の利用料かつ直接取引OKでも、会員の継続的な増加と高いリピート率で、当社は成長を継続

強みの源泉

- (経営・営業面) 創業社長の長く確かな業界経験と知見 ⇒ 経営陣・社員、取引先の啓蒙・教育を継続している
 - ・ 売り手と買い手の様々なニーズを適時・的確に見定め、きめ細かくマッチング
 - ⇒ 新市場・新サービスを機動的に開設 ⇒ 販売アドバイザーが販促支援とコンサルティング
- (開発面) サイトの自社開発を貫徹 ⇒ サイトの改修や新市場開設を、低コストかつ「アジャイル」に実行
- (財務面) 「持たざる」と「前金主義」 ⇒ 高収益率と好財務体質
 - ・ ストックは社外に ⇒ 「持たざる」徹底 : 在庫なし, 設備なし, サーバーはクラウド化, 借入なし
 - ・ 買い手は、商品発送前に当社へ送金(Mコイン, クレカ, 振込)、配送後に売り手へ当社が送金
 - ⇒ 買い手の信用力を補完する効果、当社財務にも寄与(資金繰り, 貸倒リスク)

(6) 最近のメディア取材、広報活動

①日経ビジネス 電子版 (2022年9月2日)

仕事とわたし 新しい働き方のカタチ

<<https://business.nikkei.com/atcl/gen/19/00342/082600050/>>

②テレビ番組放映 (2023年1月28日)

BS-TBS「御社でインターンよろしいでしょうか？」Mマート編



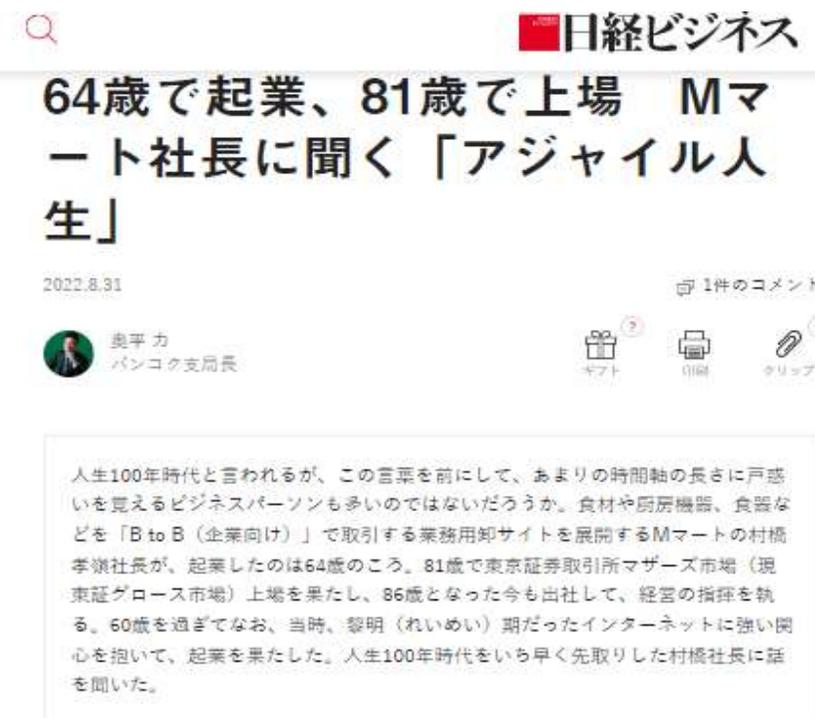
<<https://www.youtube.com/watch?v=zht7Y5jyXGQ>>

③TV-CM (2局) 放映中

BS-TBS『Bizスクエア』毎週土曜日 朝11:00

<https://www.m-mart.co.jp/tvcm/pre_index.html>

④新聞3紙に毎月広告



Ⅲ. 当期実績 2023年1月期

(1) 通期P/L 【過去最高の売上・利益】

- ・ 前期比：売上+9%増、営業利益+29%増、純利益+28%増
- ・ 予想比：売上3%減も、各段階利益すべてで増益

(単位：百万円)	2022年1月期 (FY2021)		2023年1月期 (FY2022)		増減	
	実績	業績予想	実績	前期比	予想比	
営業収益(売上高)	902	1,017	986	84	-31	
人件費	415		415	0		
経費	216		220	4		
営業費用(販管費)	631		636	5		
営業利益	270	341	349	79	8	
(%)	30%	34%	35%	5%	2%	
営業外損益	1		0	-1		
経常利益	272	341	350	78	9	
特別損益	0		0	0		
法人税等	86		115	29		
当期純利益	186	234	235	49	1	
(%)	21%	23%	24%	3%	1%	
EPS (1株利益)	37.3	47.9	48.1	10.7	0.2	

【営業利益増減分析】(前期比)



【営業収益(売上高)】

- ・ Mマーケット(食材・食品)が、業績を牽引
- ・ 新しい市場の開設も、売上増加に寄与
- ・ Mマーケットのマーケット利用料見直し(1%→2%)が、4Qに寄与

【営業費用】

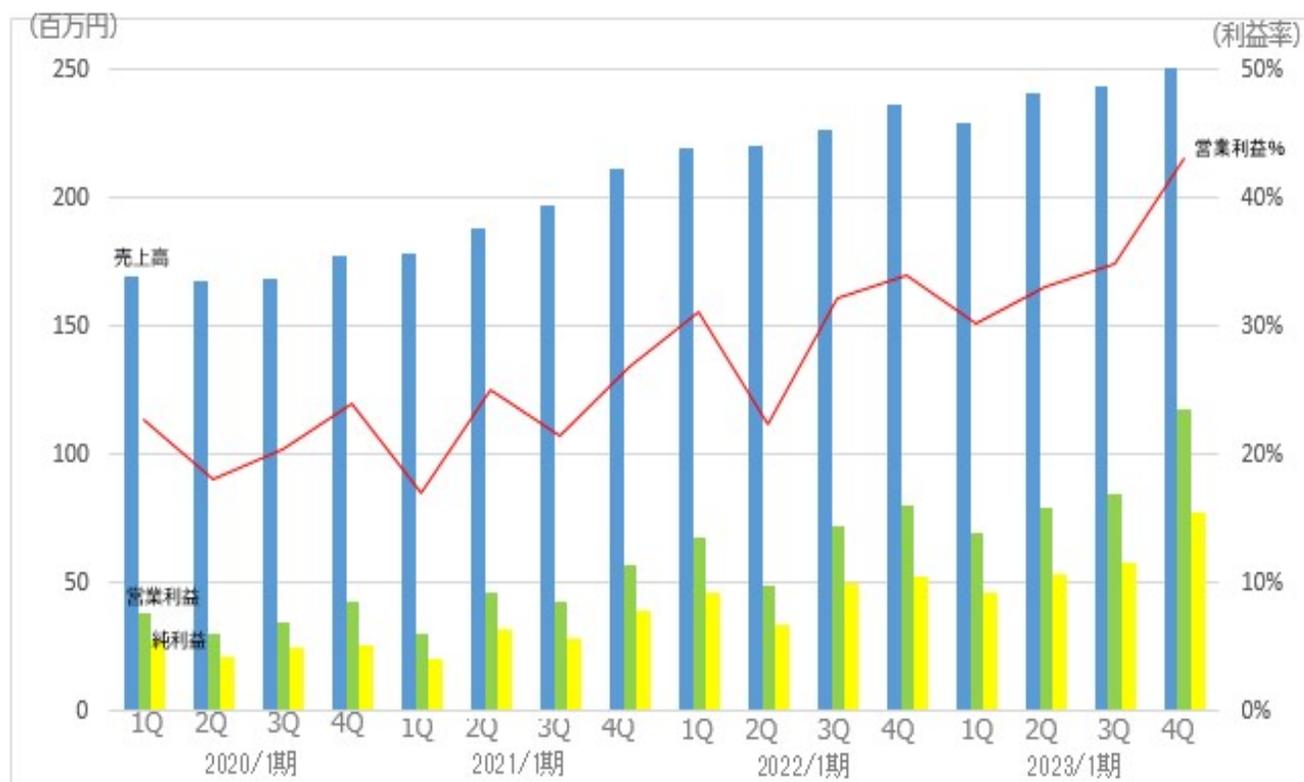
- ・ 人件費は横ばい(= 一人当たり売上は+10%増加)
- ・ システム費用が増加(サーバクラウド化投資の償却費と一時費用)
- ・ 広告宣伝費が増加(TVCMなど：新しい市場等の広告宣伝)

※売上・利益成長の背景に、

- ・ 買い手会員数は20万社を突破(前期末比+1.3万社, 7%増)
 - ・ 総流通高95億円(前期比30%増) *総流通高：当社サイト買い物カゴでの購入高
- ⇒ いずれも**過去最高**

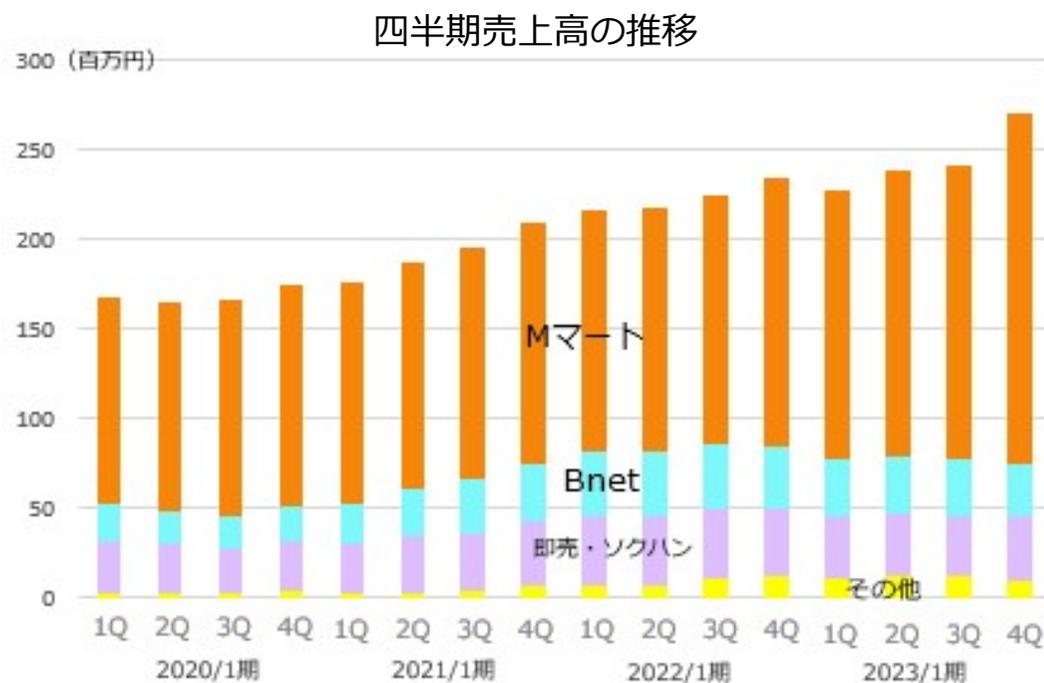
(2) 四半期業績の推移

- ・ 成長トレンドは明確、かつ、利益率も明確なアップトレンド（営業利益率17%→43%）
- ・ 5年平均成長率(CAGR)は、売上高11%、営業利益24%、純利益29%

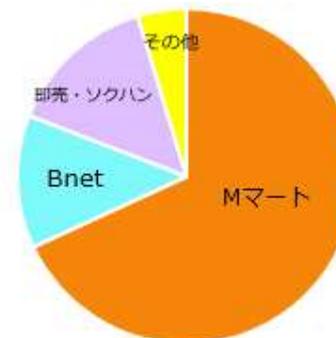


(3) 営業収益(売上高)の推移・内訳

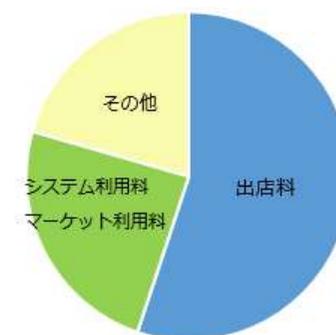
- ・最大市場「Mマーケット」が、順調に売上を伸ばしている。
- ・新設市場(ラプター等)も、寄与しつつある。
- ・「Bnet」「卸・即売」「ソクハン」：成長加速の為テコ入れ中。



市場別売上高
(2023年1月期)



形態別売上高
(2023年1月期)

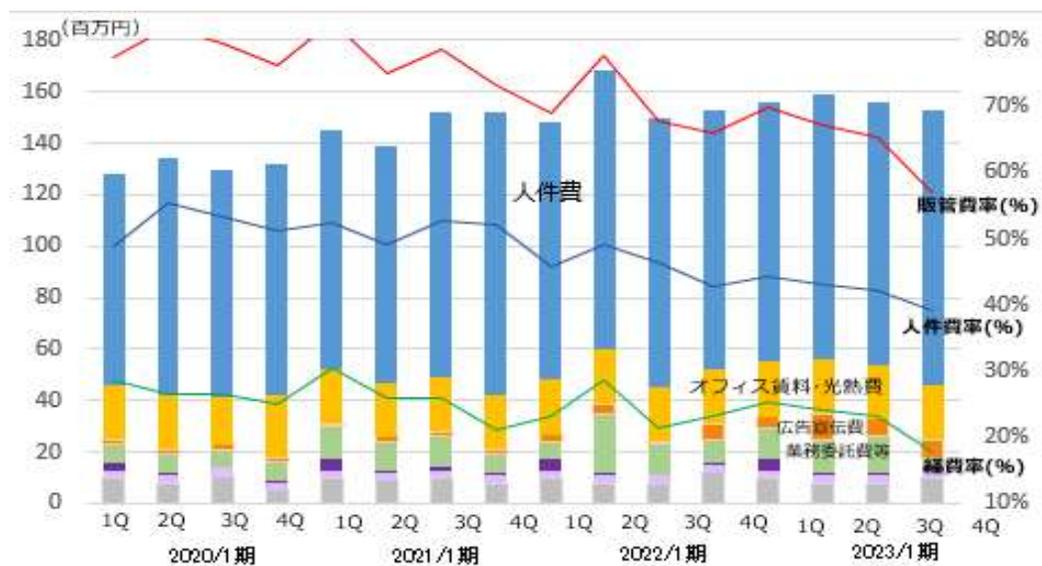


(4) 営業費用(販管費)の特徴と推移

① 営業費用の特徴

- ・ 在庫(棚卸資産)保有なし：変動費(売上比例費)は僅少 ⇒ 高い利益率を維持
- ・ 人件費(営業、システム技術等)が営業費用の65%を占め、経費は固定費(オフィス賃料等)が中心
- ・ 成長に伴い営業費用は増えたが、対売上高比率では、人件費率・経費率とも減少トレンド

② 営業費用(販管費)の推移



③ 人員推移

	2020年 1月末	2021年 1月末	2022年 1月末	2023年 1月末
役員	9	9	7	7
従業員(*)	51	62	55	60
人員計	60	71	62	67
(*)従業員には契約社員を含む				
一人当たり売上高 (百万円/人)	14.3	13.7	15.5	17.1

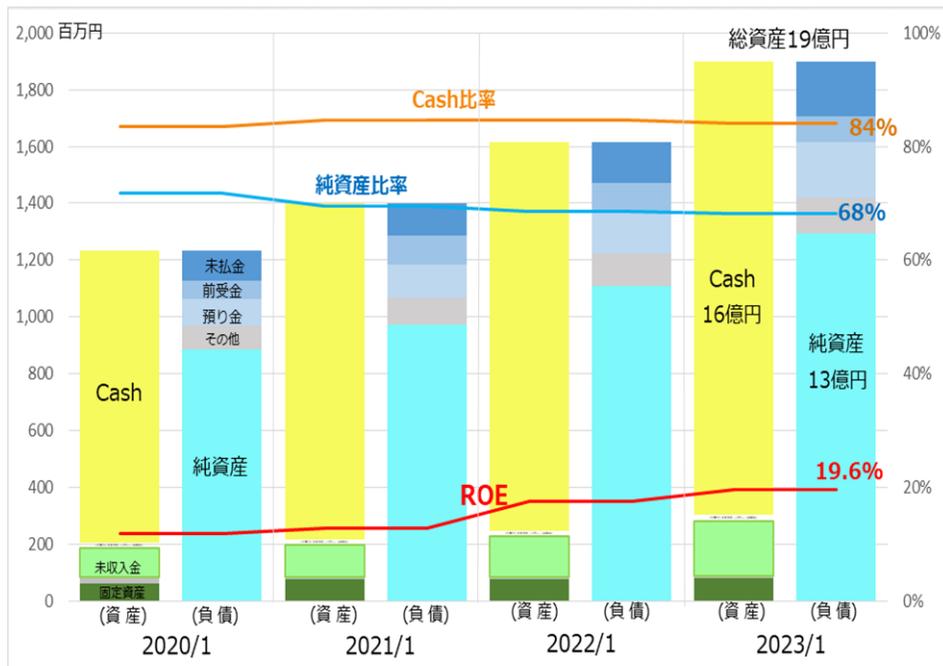
(5) 財政状態 (B/S, C/Fの特徴と推移)

1. B/Sの特徴

- 純資産比率は約70%
- 無借金、資産の8割超がキャッシュ
- 在庫(棚卸資産)保有は無し、固定資産もわずか
- 負債は、営業上の前金(前受金, 預り金)が過半を占める

2. B/S推移

※厚い純資産を維持しつつ、ROEは20%に迫る



3. C/Fの特徴

- 営業C/F：利益成長に従い年々増加
 運転資金は流入(プラス)方向 (←前金主義)
- 投資C/F：定期預金への資金移動と、当期はシステム投資(サーバのクラウド化)7.8百万円を実施
- 財務C/F：主に配当金の支払、借入金は無し

4. C/F推移

(百万円)	2020/1期	2021/1期	2022/1期	2023/1期
営業C/F	139	200	232	285
税前利益	147	178	270	350
減価償却費	1	1	1	2
運転資金	33	58	28	33
法人税等支払	-63	-53	-66	-106
その他	20	15	-1	5
投資C/F	-32	-35	-29	-38
定期預金預入	-30	-30	-30	-30
その他	-2	-5	0	-8
財務C/F	-30	-24	-48	-48
配当金支払	0	-24	-48	-48
その他	-30	0	0	0
キャッシュ増加	77	140	153	198

(6) 財務方針と配当

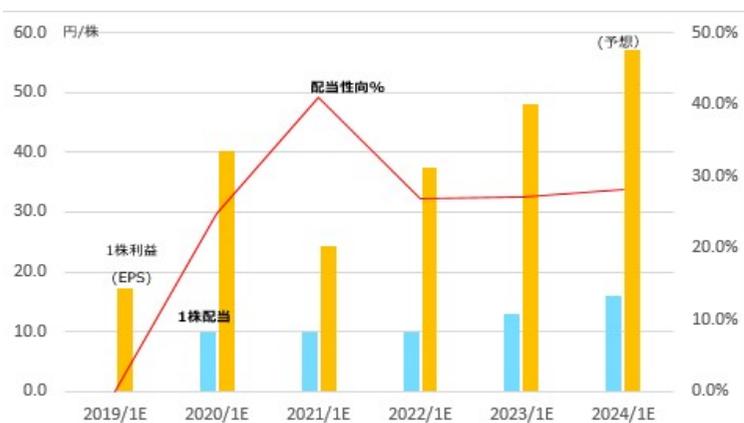
1. 財務方針

- ・当社は成長過程にありますので、内部留保を充実させ財務体質強化を図ることと、企業規模を拡大し、更なるサービスの開発、新規事業の立ち上げを行うことが重要です。
- ・同時に、株主に対する利益還元を、重要な経営課題と認識しております。

2. 配当金額（当期、来期）

- ・2023年1月期：期末配当13.0円/株（3円増配）配当性向27.1%
- ・2024年1月期：期末配当16.0円/株（3円増配予定）配当性向28.1%(見込)

3. 1株当たり配当金、配当性向の推移



IV. 成長戦略について

(1) 基本的な考え方

【1】国内ファンダメンタルズ

人口減少が加速、企業の廃業・倒産が増加傾向

- ・流通業界のパイは減少の一途、中小業者にしわ寄せ
⇒ 売上の維持すら、ますます難しく
- ・人材不足が深刻化：省人化・生産性向上は重要課題

⇒集客力あるネットビジネスにとっては、むしろ追い風

【2】流通・卸業界の現状

※経産省の2021年調査では、卸売業界(BtoB)のネット取引高100兆円、EC化率は32%
⇒これには大手GMS等のEDI取引が含まれ、そのウェイトが高い

- ・当社の主戦場である中小卸では、ネット移行はまだまだ進んでいない
- ・他方で、業界の流通の仕組みが滞る中で、ネット取引に活路を見出す企業も増加
⇒Mマートで販路拡大に成功し、感謝される事例が多数

図表 1-7: BtoB-EC市場規模の推移



令和3年度 電子商取引に関する市場調査報告書 (経産省)

【3】当社の現状

- ・オーガニック成長の余地まだまだあり(←業界の現状)
- ・顧客ストックの蓄積が進み(20万社超)、新規会員登録の勢いも止まらず
⇒ 好循環サイクルが加速し、成長加速のチャンス到来

【4】成長戦略

当社の特徴・強みを「磨き、突き詰める」

- ① 「データ・ドリブン経営」を磨き上げる
 - 創業以来蓄積した顧客ストックとデータを徹底活用 (品揃え、売り方、価格、etc.)
 - データを生かした出店社の支援・コンサル活動強化
 - 「取引から情報へ」:取引に加えて情報を販売
⇒有用な情報を、アドバイスを添えて提供
 - データを生かしたマーケティング活動も強化
- ② 「三方よし」を突き詰める
 - 「三方会」発足(2023/3):出店社と協働し、共に成長する
 - 顧客の啓蒙活動も(生き残るにはネット取引必須)
- ③ 特徴ある新しい市場を育成(ラプターなど)
 - 市場「使い分け」を支援、効率的に取引マッチングを図る
- ④ 人材・システム投資を推進
 - 専門人材採用と社員の再教育(営業・デジタルマーケティング・IT)
 - UX/UI改善を継続:売りやすく、買いやすい「場」に
⇒これらの投資により、取引拡大を狙う

(2) 来期計画

【過去最高の売上・利益をさらに更新】

(単位：百万円)	2023年1月期 (FY2022)	2024年1月期 (FY2023)	増減
	実績	計画	
営業収益(売上高)	986	1,116	130
人件費	415	458	43
経費	220	244	24
営業費用(販管費)	636	702	66
営業利益	349	413	64
(%)	35%	37%	2%
営業外損益	0	0	0
経常利益	350	413	63
特別損益	0	0	0
法人税等	115	134	19
当期純利益	235	278	43
(%)	24%	25%	1%
EPS (1株利益)	48.1	57.0	8.9

売上高11.1億円：13%増収、10億円を大きく超える見通し

- ・「Mマート」市場(食材・食品)が、引き続き成長を牽引
eg. 「三方会」発足：会員収入と三方会員の取引高の増加
- ・Bnet市場の成長加速を図る(販促支援強化, サイトUX/UI刷新)
- ・新市場での取引拡大を図る(ラプターなど)
- ・前期の利用料変更(1%→2%)も、フルに寄与

営業費用(販管費)7億円：10%増加を織り込み

- ・人件費：営業/マーケティング/IT人材の採用織り込み
- ・経費：採用費等の増加を織り込む

営業利益4.1億円：18%増益、営業利益率37%(+2ポイント)

営業外損益、特別損益に大きな項目なし

当期純利益2.7億円：16%増益、純利益率25%(+1ポイント)

- ・EPS(1株当たり純利益)：57.0円/株(+8.9円/株)
- ・期末配当：16.0円/株予定(3円増配、配当性向28%)

V. 社会貢献活動 - ESG/SDGsの取り組み

当社の事業自体、社会貢献度が高い。特筆すべき活動としては、

(1) 「卸・即売」市場を開設・運営 (2008年～)

⇒食品ロス削減に寄与：余剰在庫や賞味期限の近い食材・食品でも「売り切る」サイト

(2) 農水省が推進する「食品ロス削減国民運動」を応援



(3) 新宿区にお米 3.6トン进行寄付 (2023年3月より、毎月300kgずつ12ヶ月間お送りする)

⇒社会福祉協議会とも連携、子供食堂等を支援し、お米が必要な方々に毎月配布

今後とも社会貢献を意識しつつ、本事業に邁進してまいります。





流通変革のインフラを創る

－仕入はリアルからネットへ－

【お問合せ先】

株式会社Mマート I R担当

TEL : 03-6811-0124

FAX : 03-6811-0139

Mail : ir@m-mart.co.jp