

平成 27 年 12 月 15 日

各 位

会 社 名	ア ス ク ル 株 式 会 社
代 表 者 名	代 表 取 締 役 社 長 岩 田 彰 一 郎 (コード番号:2678 東証一部)
問 合 せ 先 役 職 ・ 氏 名	財 務 ・ 広 報 室 本 部 執 行 役 員 本 部 長 玉 井 継 尋 TEL 03-4330-5130

「2016 年 5 月 期 第 2 四 半 期 連 結 業 績 概 要」 の お 知 ら せ

「平成 28 年 5 月 期 第 2 四 半 期 決 算 短 信〔日 本 基 準〕(連 結)」に 関 する 補 足 説 明 の 資 料 と し て、
添 付 の 「2016 年 5 月 期 第 2 四 半 期 連 結 業 績 概 要」を お 知 ら せ い た し ま す。

な お、本 資 料 に は、当 社 の 現 在 の 計 画 や 業 績 の 見 通 し な ど が 含 ま れ て お り ま す。こ れ ら 将 来 の
計 画 や 予 想 数 値 な ど は、現 在 入 手 可 能 な 情 報 を も と に、当 社 が 計 画 ・ 予 想 し た も の で あ り ま す。
実 際 の 業 績 な ど は、今 後 の 様 々 な 条 件 ・ 要 素 に よ り こ の 計 画 な ど と は 異 な る 場 合 が あ り、本 資 料
は そ の 実 現 を 確 約、保 証 す る も の で は ご ざ い ま せ ン。

ま た、本 資 料 へ の 公 認 会 計 士、監 査 法 人 の 関 与 は ご ざ い ま せ ン。

以 上



2Q累計 過去最大180億円の増収達成

～LOHACO売上高は、TVCM効果等によりステップアップ～

～BtoBは収穫逡増、成長コストは積極投下、全社純利益は過去最高～

2015年12月15日
アスクル株式会社

(ご注意)

本資料には、当社グループの現在の計画や業績の見通しなどが含まれております。これら将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに当社が計画・予想したものであります。実際の業績などは、今後の様々な条件・要素により、この計画・予想などとは異なる場合があります、この資料はその実現を確約したり、保証するものではありません。

なお、この資料への公認会計士、監査法人の関与はございません。

本資料における「LOHACO」とは、ヤフー株式会社との提携により2012年10月にスタートした一般消費者向けのオンライン通信販売事業のサービス名称です。

「BtoB」とは、企業(Business)と企業(Business)との間で行われる取引を指します。

「MRO」とは、Maintenance, Repair and Operationの略であり、この資料では主に企業が現場で消費する間接材を指します。

本資料の全部またはその一部(商標・画像等を含む)について、加工の有無を問わず当社の許可なく複製および転載することを禁じます。

I 第2四半期実績

II 物流力の強化

III BtoB事業の状況

IV LOHACO事業の状況

16/5期 2Q決算のポイント

1. 売上高成長率アップ(前年同期比113.6%)

⇒過去最大180億円の増収達成

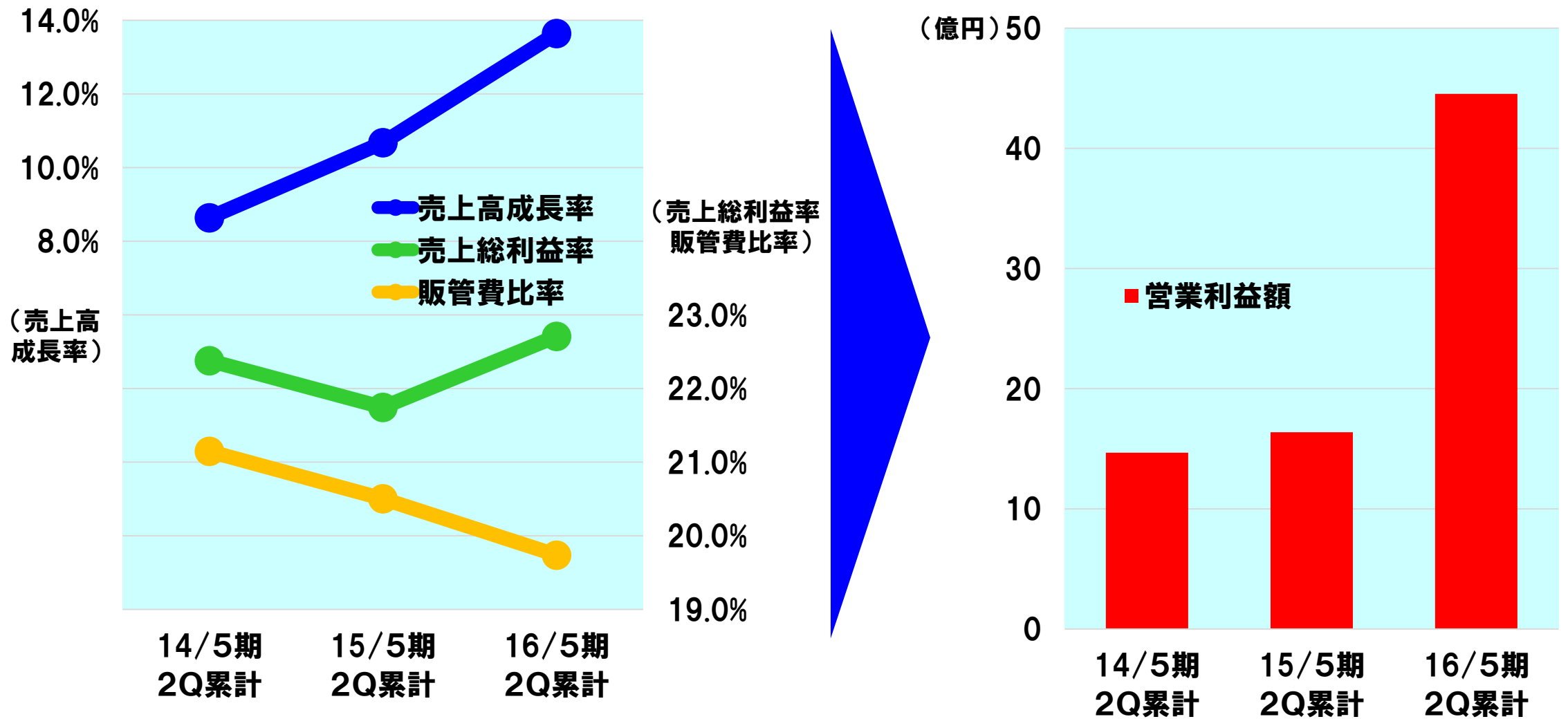
2. 売上総利益率アップ(前年同期差+1.0pt)

⇒増収効果・原価低減・価格改定

3. 販管費比率改善(前年同期差△0.8pt)

⇒増収効果・徹底的なコスト効率の追求

**中長期視点の戦略コストを積極投下
収獲遞増により純利益過去最高**



売上高成長率アップ + 売上総利益率アップ + 販管費比率改善

利益創出力の好循環が始まる

16/5期 2Q累計 連結業績概要

	15/5期 2Q累計		16/5期 2Q累計				
	実績 百万円	売上高 比率 %	期初計画 百万円	実績 百万円	売上高 比率 %	期初 計画比 %	前年 同期比 %
売上高	131,944	100.0	145,300	149,944	100.0	103.2	113.6
売上総利益	28,690	21.7	32,900	34,049	22.7	103.5	118.7
販売費および 一般管理費	27,053	20.5	29,300	29,595	19.7	101.0	109.4
営業利益	1,637	1.2	3,600	4,453	3.0	123.7	271.9
経常利益	1,705	1.3	3,600	4,432	3.0	123.1	259.8
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	885	0.7	2,000	2,775	1.9	138.8	313.3

- 売上高は2桁成長達成
前年同期比113.6%
- 売上総利益率改善
前年同期差+1.0pt
- 販管費比率改善
前年同期差△0.8pt
- 利益計画を達成し
大幅増益
四半期純利益は
前年同期比3倍超
過去最高益更新

※企業結合会計基準、連結財務諸表の用語、様式及び作成方法に関する規則等の改正を踏まえ表記しております。なお15/5期実績においては、四半期純利益となります。

16/5期 2Q累計連結業績【事業別】

		15/5期	16/5期	
		実績 億円	実績 億円	前年同期比 %
売上高	BtoB事業等	1,230	1,348	109.6
	LOHACO	89	151	169.8
	連結合計	1,319	1,499	113.6
営業利益	BtoB事業等	36	75	205.6
		3.0%	5.6%	
	LOHACO(積極販促除く)	△ 17	△ 15	—
	さらなる積極販促	—	△ 6	—
	LOHACO	△ 17	△ 22	—
	小計	19	53	278.5
	子会社一過性損失	△ 2	—	—
	物流センター移転費用	—	△ 3	—
	物量増加対応費用	—	△ 5	—
連結合計	16	44	271.9	

➤ 売上高

BtoB事業等は**高成長維持**

LOHACOは

前年同期比169.8%の151億円

➤ 営業利益

BtoB事業等は

前年同期比205.6%の75億円

営業利益率5.6%

LOHACOは**収益性改善**

積極販促6億円を投下し成長加速

物量増加対応費用5億円

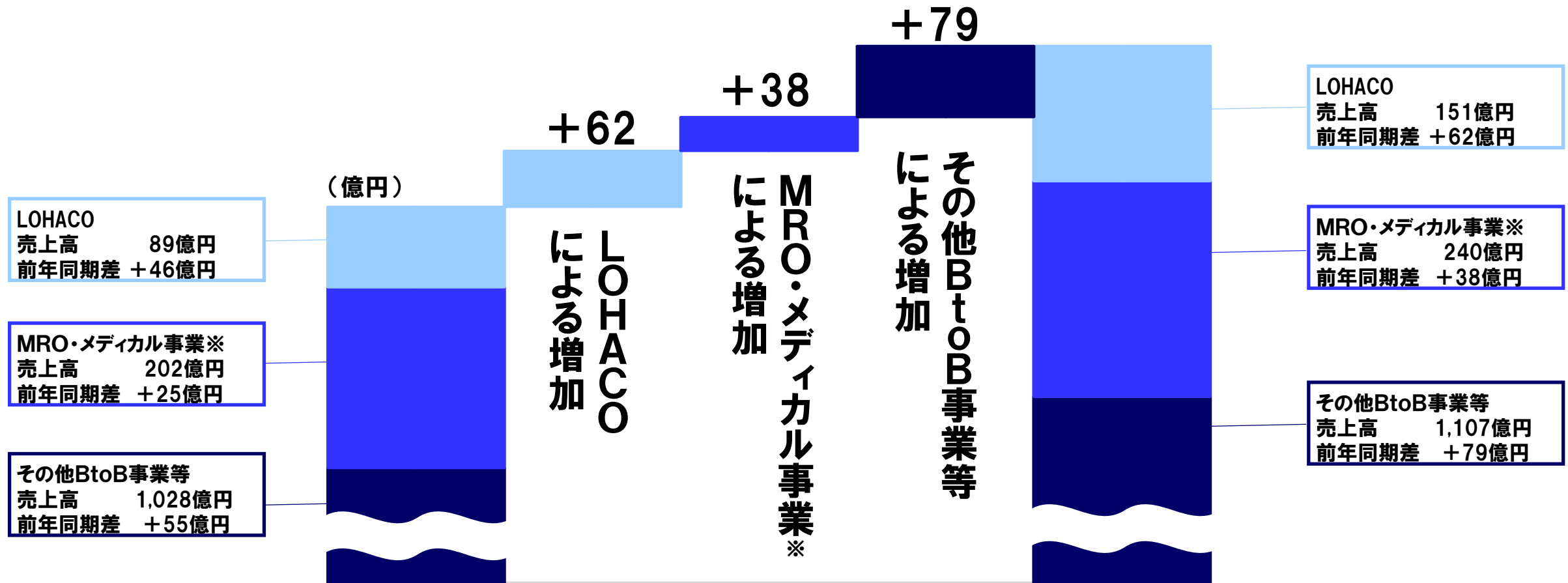
一時的なキャパシティ超過分を

人員増・夜間稼働で対応

16/5期 第2四半期連結売上高の増加要因

15/5期2Q累計(実績)
 売上高 1,319億円
 前年同期差 +127億円
 前年同期比 110.7%

16/5期2Q累計(実績)
 売上高 1,499億円
 前年同期差 +180億円
 前年同期比 113.6%



※MRO・メディカル事業はLOHACO分を除いております。

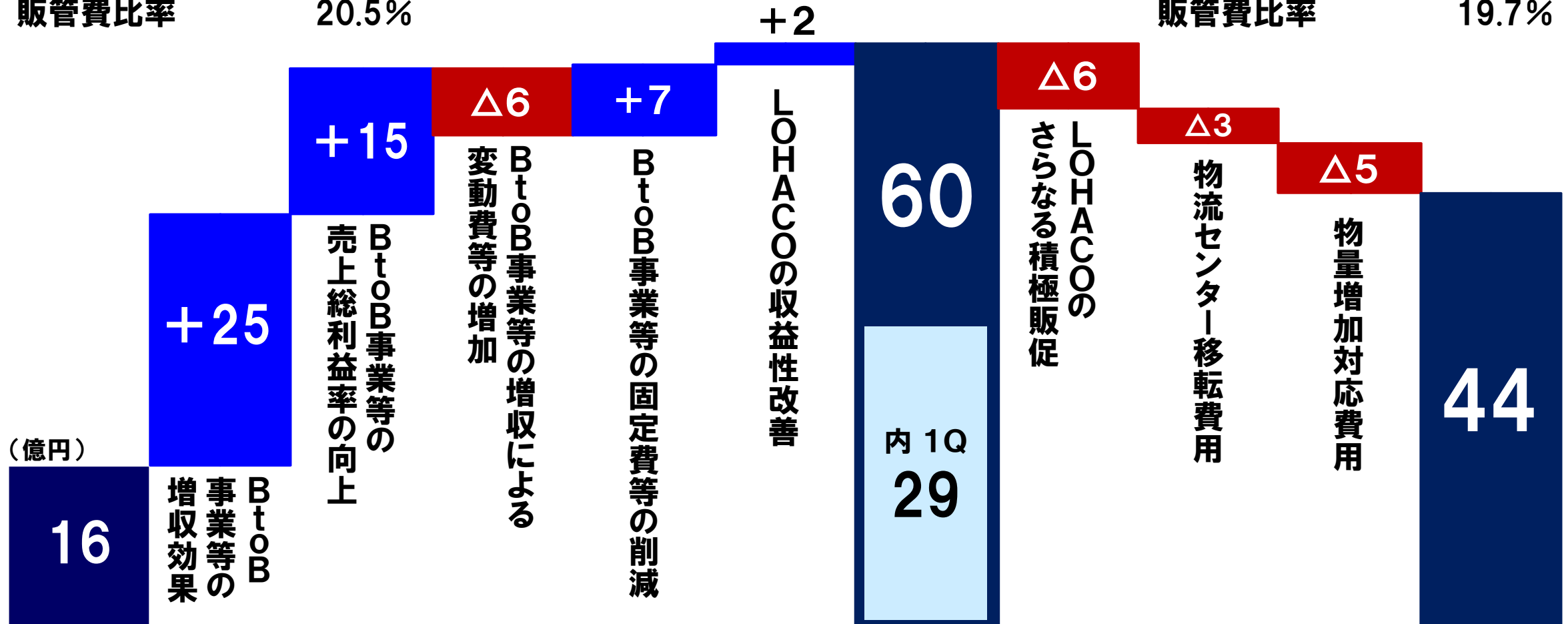
16/5期 第2四半期 連結営業利益の増減要因

15/5期 2Q累計(実績)

売上高前年同期比 110.7%
 売上総利益率 21.7%
 販管費比率 20.5%

16/5期 2Q累計(実績)

売上高前年同期比 113.6%
 売上総利益率 22.7%
 販管費比率 19.7%



15/5期 2Q累計営業利益
 (実績) 16億円

16/5期 2Q累計営業利益
 (実績) 44億円

全社横断型であくなきコスト削減活動を展開

07/5期より無駄バスターズ・コストバスターズを継続
全社員が参加・提案し活動実施

進行中の案件 合計**598**件(11/20時点)

16/5期上期実績 **約3.2億円**削減

16/5期 通期計画 連結業績

	15/5期		16/5期		
	実績 億円	売上高 比率 %	計画 億円	売上高 比率 %	前期比 %
売上高	2,767	100.0	3,045	100.0	110.0
売上総利益	608	22.0	682	22.4	112.2
販売費および 一般管理費	539	19.5	602	19.8	111.6
営業利益	68	2.5	80	2.6	116.8
経常利益	69	2.5	80	2.6	115.0
親会社株主に帰属する 当期純利益 ※	40	1.5	44	1.4	109.1

**現時点では
計画据え置き**

I 第2四半期実績

II 物流力の強化

III BtoB事業の状況

IV LOHACO事業の状況



● 福岡センター
(2015年12月30日)
リプレイス本格稼動予定

当日・翌日
配送商品
2倍
に増加

最大出荷能力
既存センターの
2倍
に増強

★ 大阪DMC
(2013年5月リニューアル)

★ ASKUL Logi PARK 首都圏
(2013年7月)

● 仙台DMC
(2007年8月)

● DCMセンター
(2002年4月)



★ 横浜センター
(2016年5月)
リプレイス本格稼動予定

当日・翌日
配送商品
2倍
に増加

最大出荷能力
既存センターの
2倍
に増強

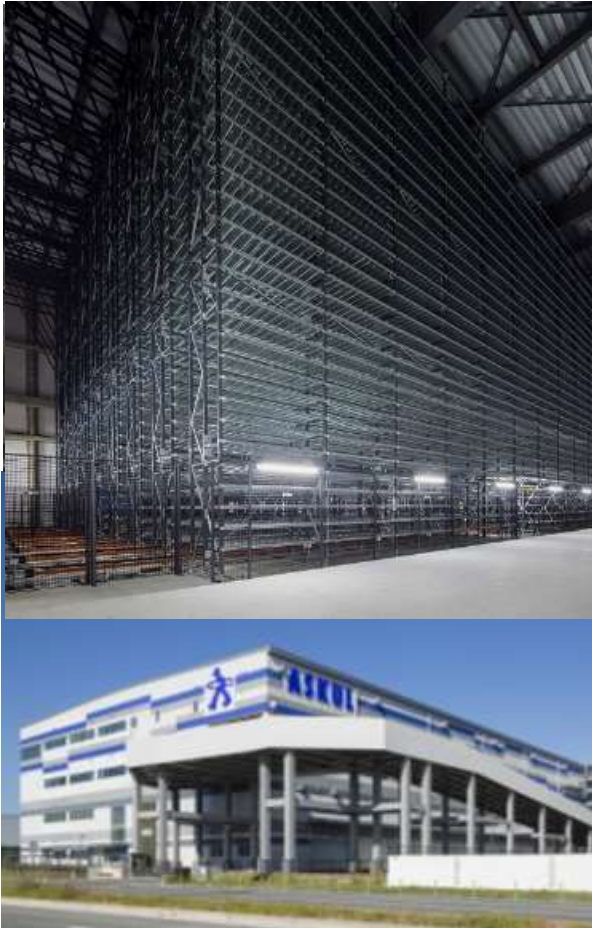
● 名古屋センター
(2004年9月)

物流能力の増強は対応済み

★ BtoB事業 + LOHACO
● BtoB事業のみ

ASKUL Logi PARK 福岡

2013年4月 計画立案スタート
2015年12月30日 本格稼働予定

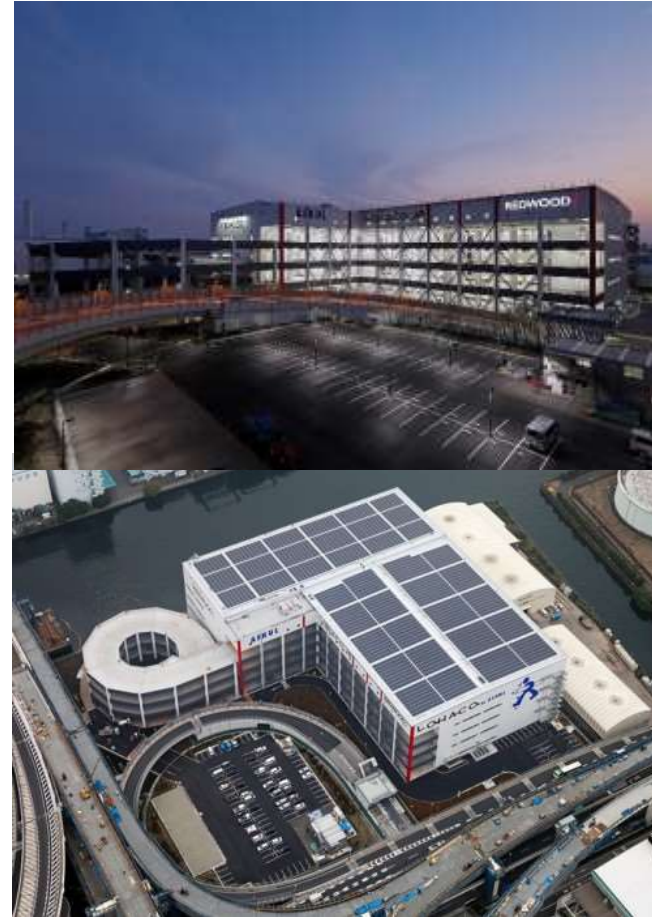


【概要】

所在地：
福岡県福岡市東区
延床面積：
54,842平方メートル
総投資額：
約100億円
(交付金約14億円)
(土地、建物、設備等)

ASKUL Logi PARK 横浜

2014年5月 計画立案スタート
2016年5月 本格稼働予定



【概要】

所在地：
神奈川県横浜市
鶴見区
延床面積：
62,300平方メートル
総投資額：
約40億円
(マテハン設備等)

2センターのリプレイスは予定通り進捗

連結売上高

前年同期比増収額(半期毎)推移

(億円)

180

150

120

90

60

30

0

△ 30

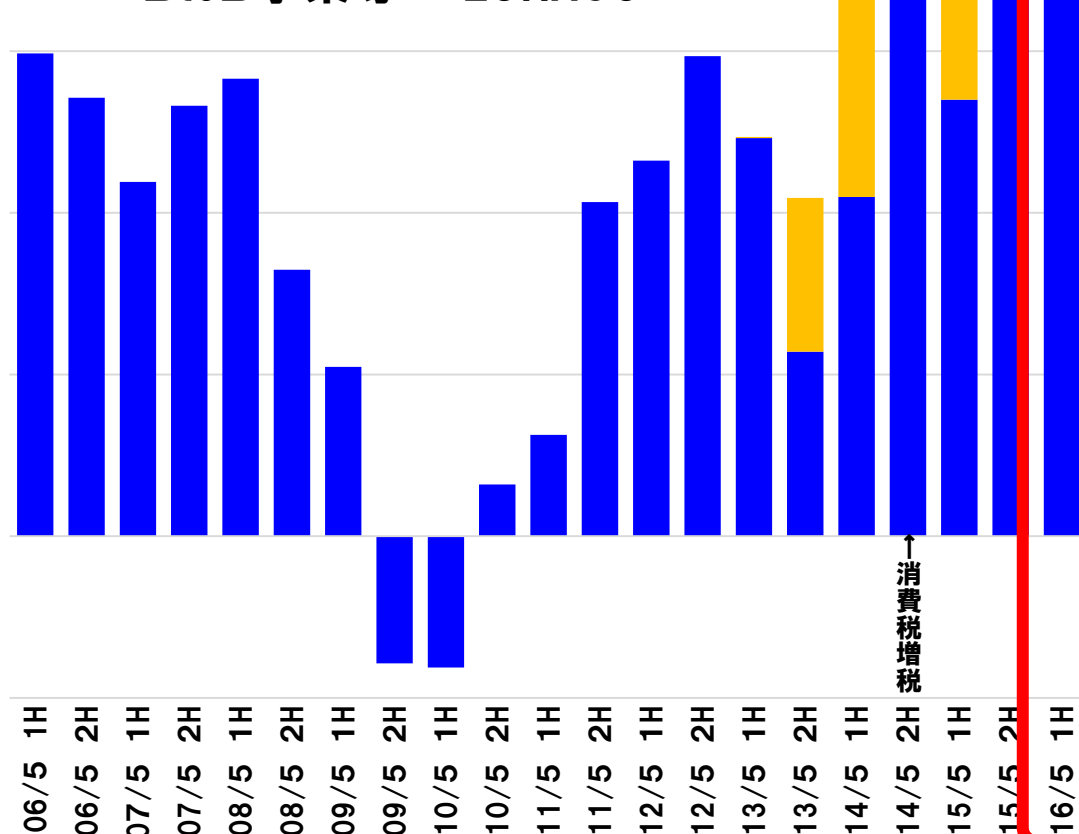


ASKUL Logi PARK 福岡



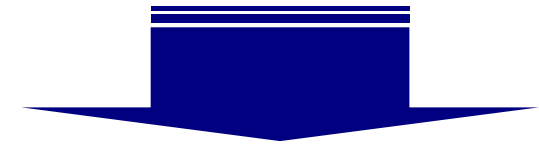
ASKUL Logi PARK 横浜

■ BtoB事業等 ■ LOHACO



リプレイスは
2~3年前から計画

**2Q累計 過去最大
180億円の増収**



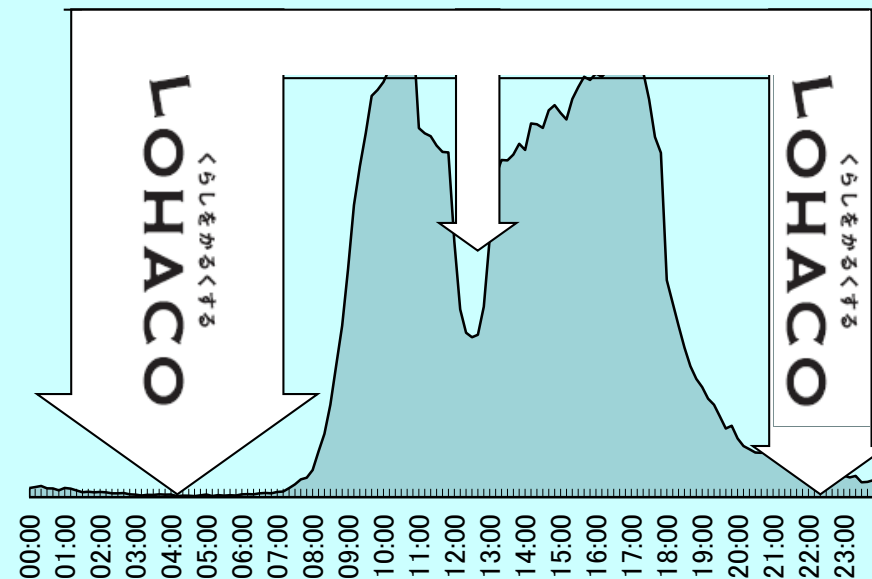
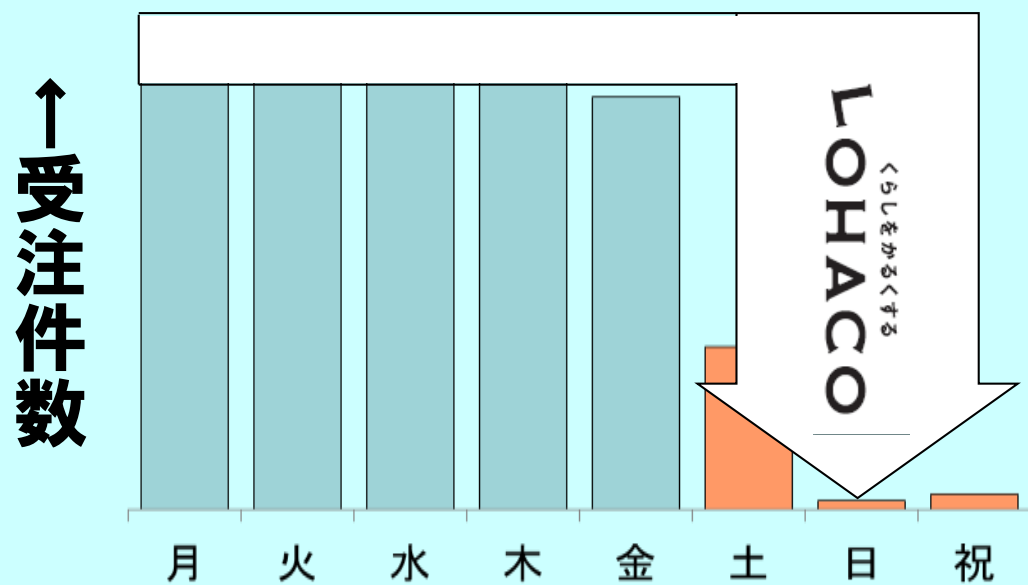
**物流能力増強は着手済
一時的なキャパシティ超過分を
人員増・夜間稼働で対応**



**物量増加対応費用
をかけたながらも
2Q(3ヶ月)営業利益は
計画どおり達成**

物流センターの効率的な活用を実現

物流センターの稼動に関する考え方(13/5期 2Q 決算説明資料より)

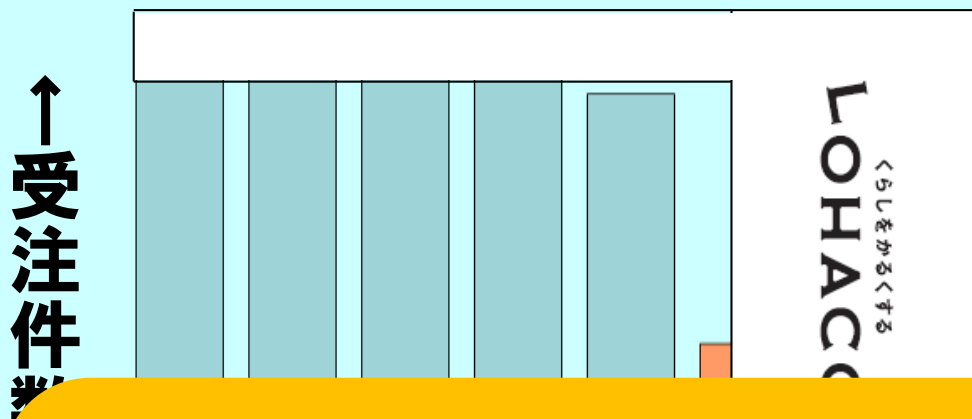


**Tポイント上乗せで
LOHACO出荷を
週末に誘導**

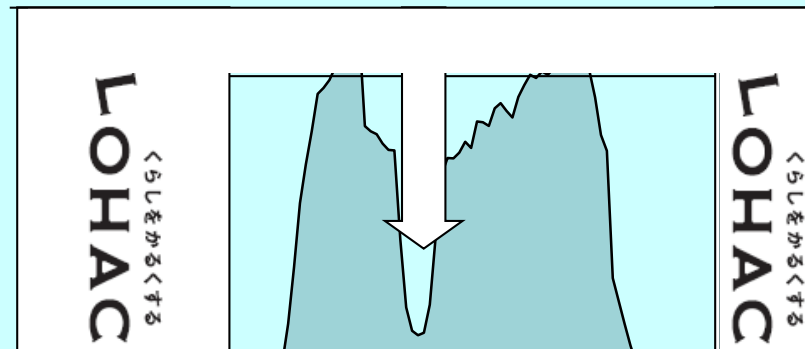
**必要により
夜間稼動実施**

物流センターの効率的な活用を実現

物流センターの稼動に関する考え方(13/5期 2Q 決算説明資料より)



土日誘導に
効果があり
負荷分散に成功



3センター※で
夜間稼動

※ASKUL Logi PARK 首都圏、大阪DMC
DCMセンターの3センター

大幅増収に柔軟に対応

株式会社エコ配の概要

企業理念

ありがとうございますの精神でお客様の大切な「心」と「心」をつなぎ、地球に優しい物流社会の実現に貢献します。

資本金 : 2,563百万円(当社連結子会社、持株比率68.48%)

従業員 : 400名 (アルバイト・派遣137名含む)

主な事業内容: 軽貨物運送事業/利用貨物運送事業



エコロジー
CO₂を排出しない
自転車での配送

エコノミー
都市部限定のサービス
荷物サイズを限定



アスクルとエコ配のシナジー

**アスクルの配送を
エコ配が受託※**

大都市圏の配送能力強化

12月2日から開始

※担当エリアは東名阪の一部

**アスクルのお客様へ
エコ配の宅配便サービス提供※**

リーズナブルな価格で展開

12月14日から開始

※営業展開エリアは東名阪の一部のお客様

グループ総合力を活かし配送サービスの進化にチャレンジ

16/5期の全社方針

**BtoB事業は収獲遞増を加速
全ての仕事場で圧倒的No.1を目指す**

**LOHACOはさらなる積極販促の展開と
収益構造改革にチャレンジ**

I 第2四半期実績

II 物流力の強化

III BtoB事業の状況

IV LOHACO事業の状況

ASKUL
ASKUL INTERNET SHOP

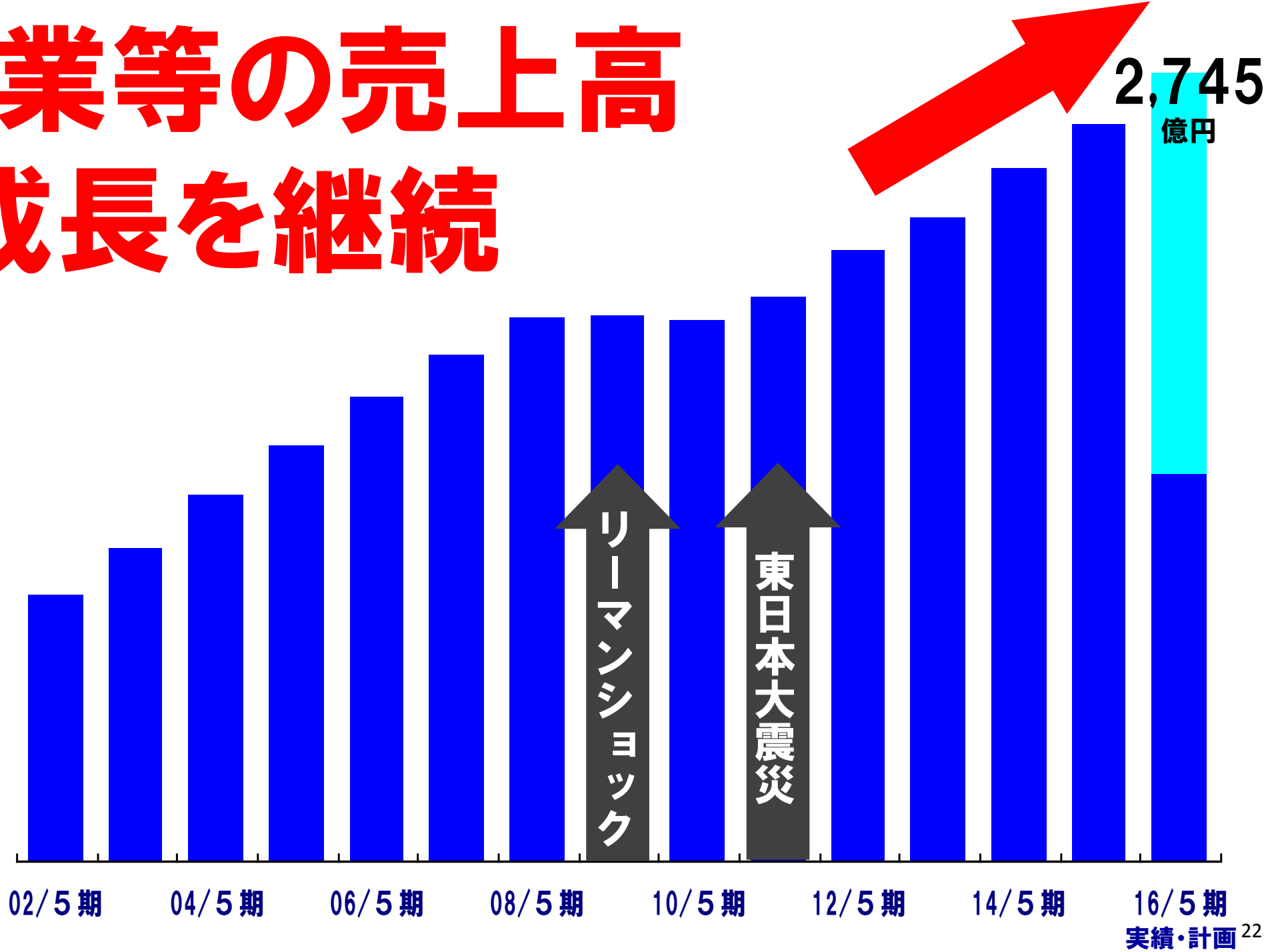
SOLOEL ARENA
Powered
by ASKUL

BtoB 事業所向け

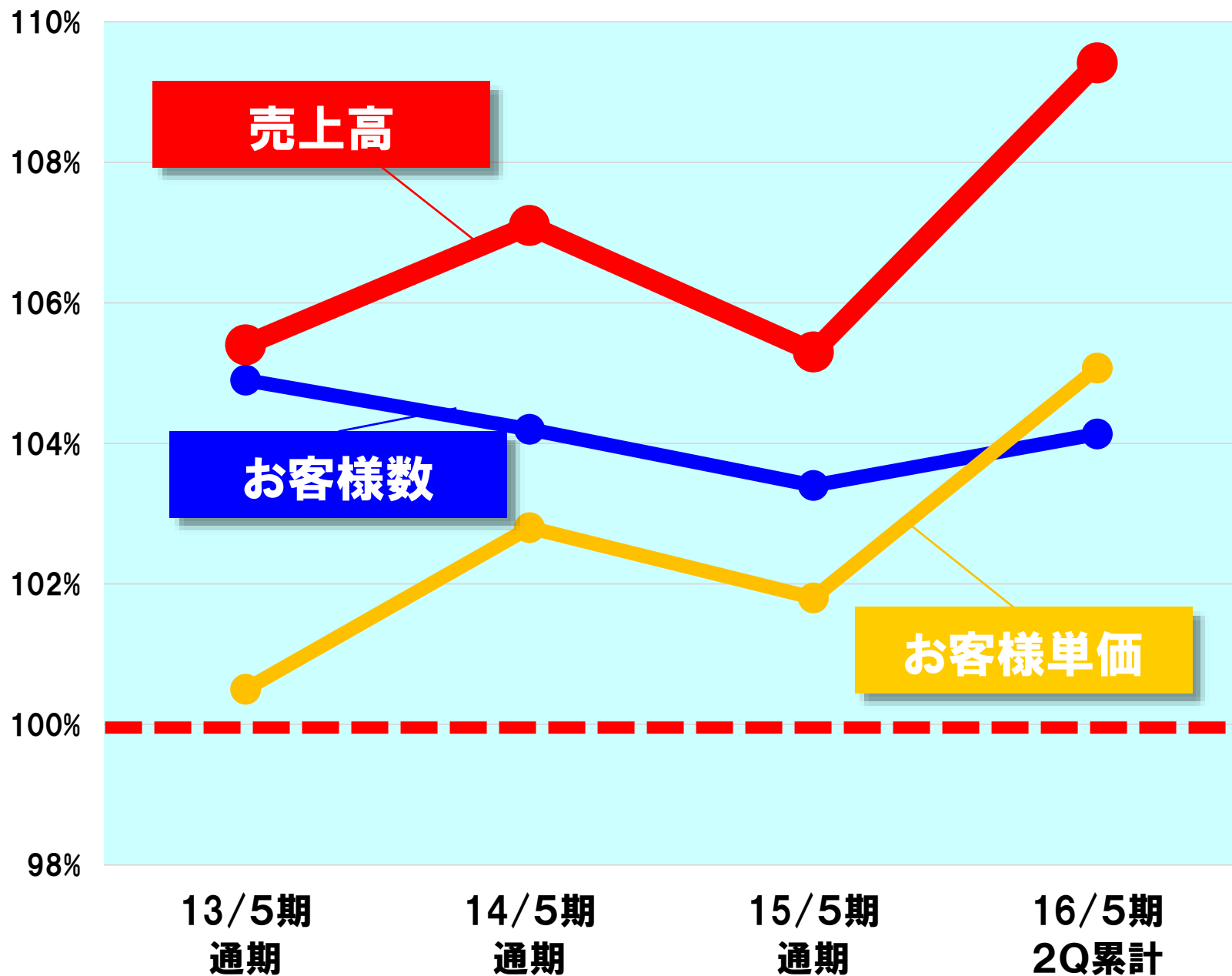


BtoB事業等の売上高

磐石な成長を継続



BtoB事業 売上高・お客様数・お客様単価 前年同期比推移 単体



お客様数増



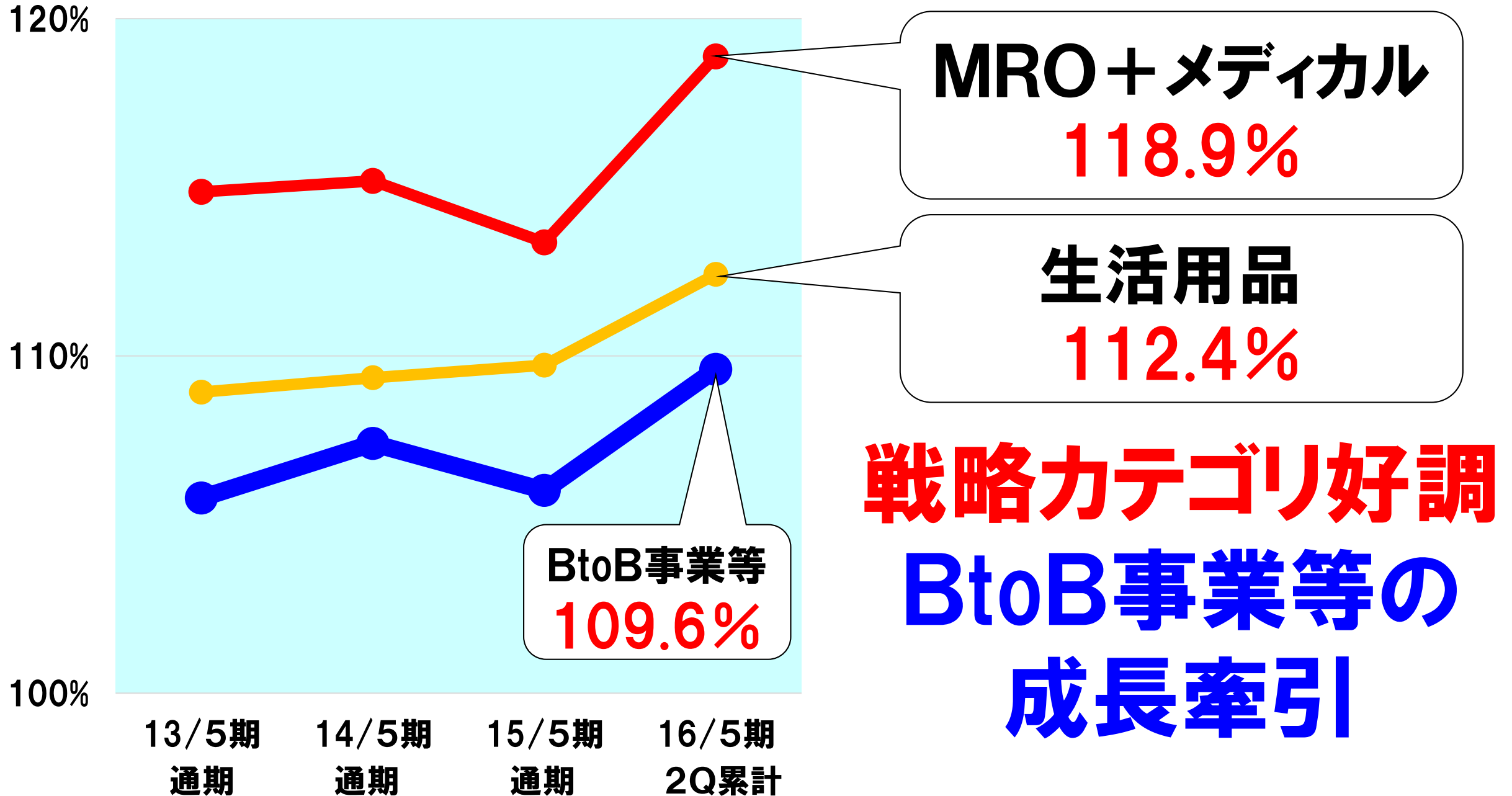
買い上げ点数増

**1点あたりの
買い上げ単価上昇**



**売上高
成長加速**

BtoB事業等 品目別売上高 前年同期比推移



EC取扱商品数を一気に拡大

(万アイテム)

100

80

60

40

20

0

ロングテール
商品

ヘッド
商品

2016年1月に
100万アイテム突破
さらに拡大

—取扱商品数

95/5期 97/5期 99/5期 01/5期 03/5期 05/5期 07/5期 09/5期 11/5期 13/5期 15/5期



強いヘッド商品はさらに強く

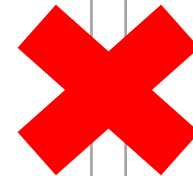
MRO



現場のアスкул
2015年10月発刊

340ページ
約10,000アイテム

カタログの進化



PB強化



製造業、医療・介護現場の定番品

メディカル

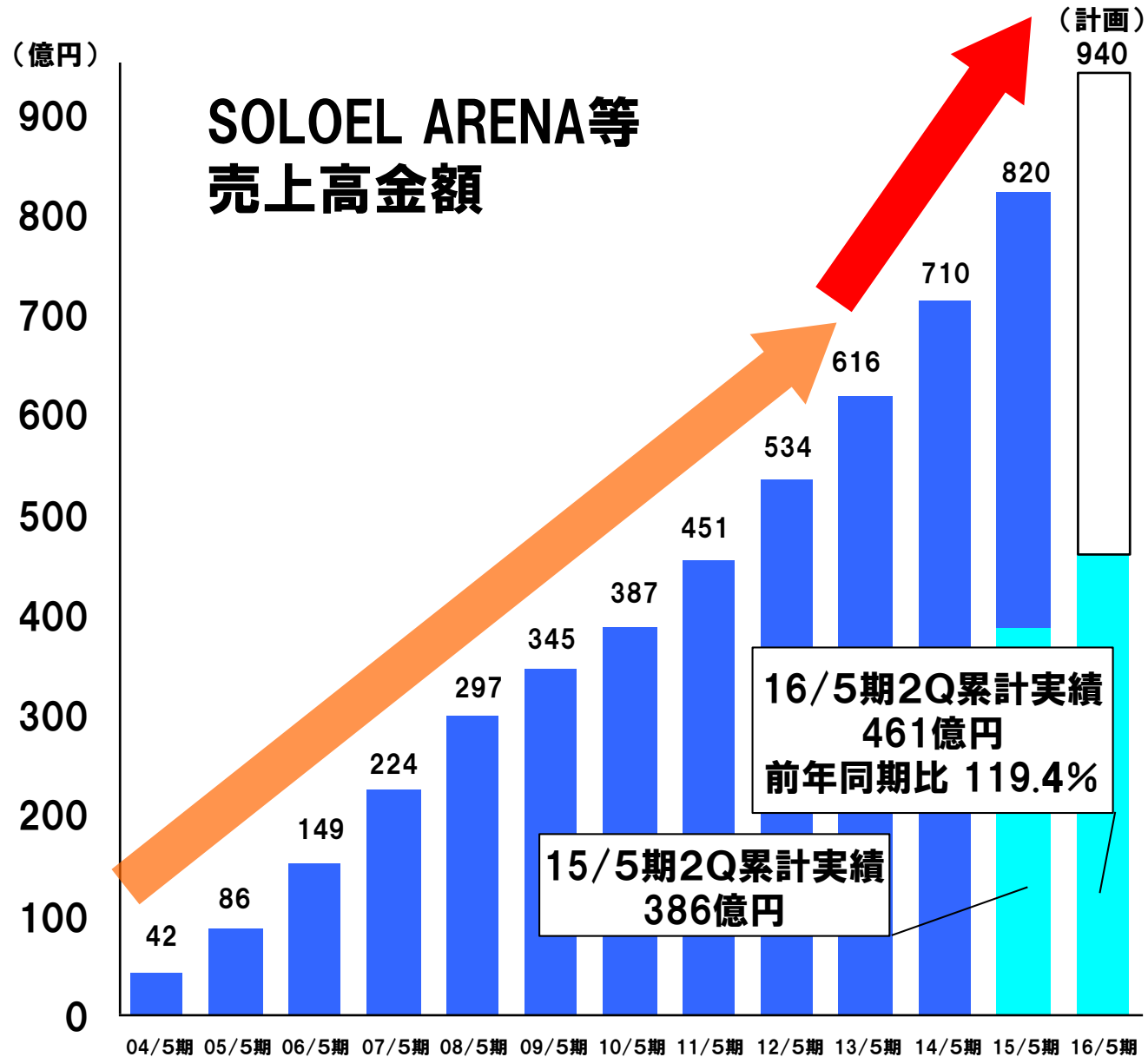


メディカル & ケア
2015年8月発刊

需要の高い
生活用品も加わり
約600アイテム増



電子購買サイト SOLOEL ARENA の進化



One to One
マーケティングを強化
お客様視点で
購買機能をさらに拡充

前年同期比119.4%
通期計画
114.5%を上回る

A hand is shown pointing upwards with the index finger, set against a clear blue sky with some light clouds. The hand is positioned in the upper right quadrant of the frame.

**BtoB事業は収穫遞増を加速
全ての仕事場で圧倒的No.1を目指す**

I 第2四半期実績

II 物流力の強化

III BtoB事業の状況

IV LOHACO事業の状況



🔍 ロハコ



Apple と Apple ロゴは米国および他の国々で登録された Apple Inc. の商標です。App Store は Apple Inc. のサービスマークです。Google Play、Google Play ロゴは、Google Inc. の商標です。パケット通信料はお客様の自己負担です。一部対応していないスマートフォンがあります。

第1世代

嗜好品を単品買にする
ロングテールのEC



第2世代

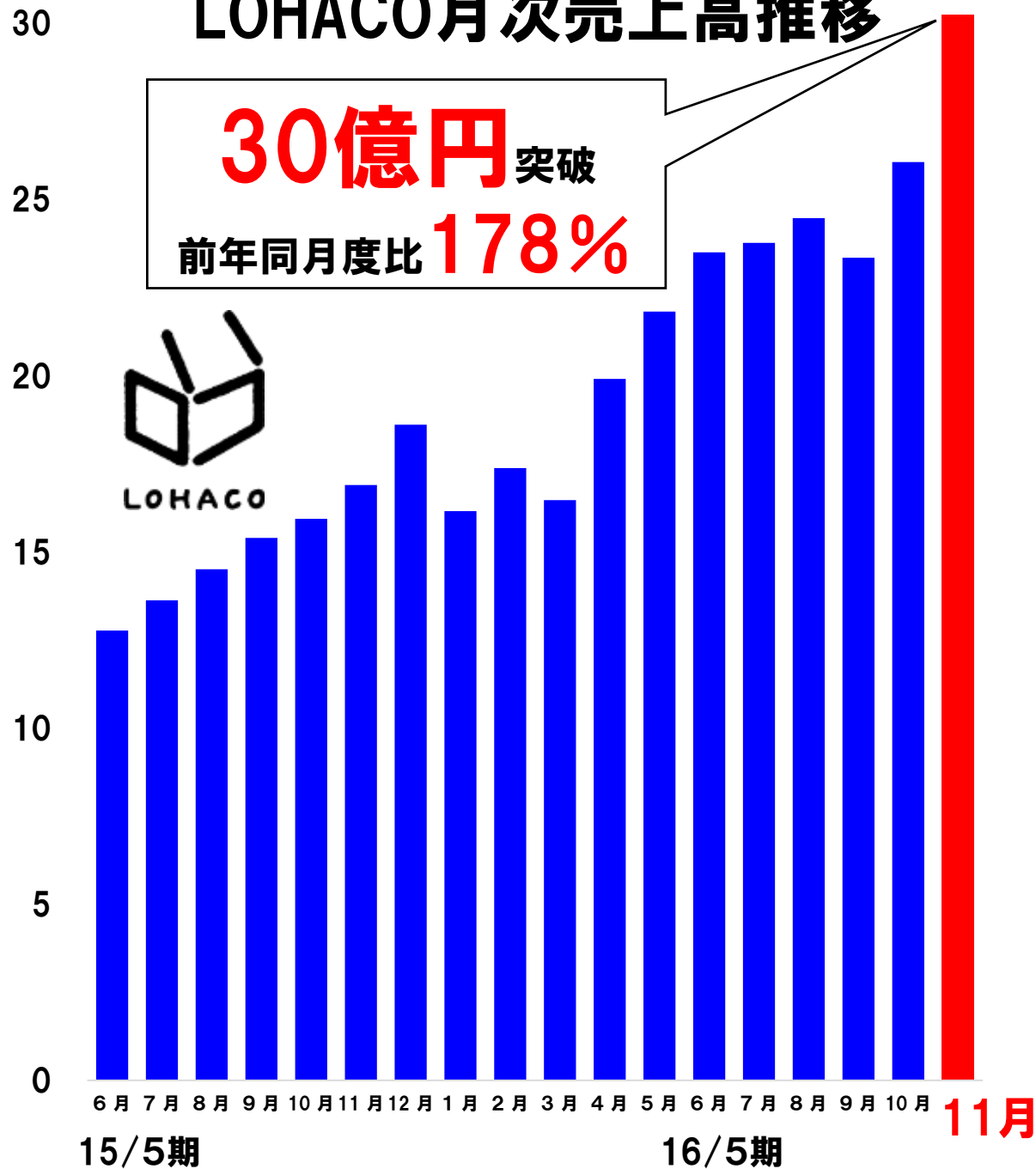
いつでも、どこでも、
日常使いのEC



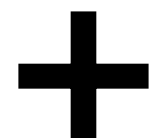
(億円)

LOHACO月次売上高推移

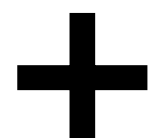
30億円突破
前年同月度比 **178%**



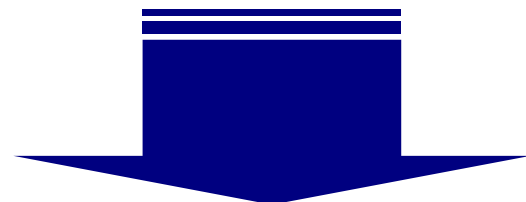
TVCM等による認知度アップ



メーカー連携による販促強化



**Yahoo! JAPANとの連携による
Tポイント活用**



**集客アップによる
増収加速**

LOHACO認知度向上策の実施

TVCM

大都市圏を中心に放映
認知度アップ→お客様基盤の拡大



トレインジャック

京浜東北線、中央線快速
TVCMと連動し口コミ訴求



大型販促実施による効果

✓ **ブランド認知度(助成想起※)**

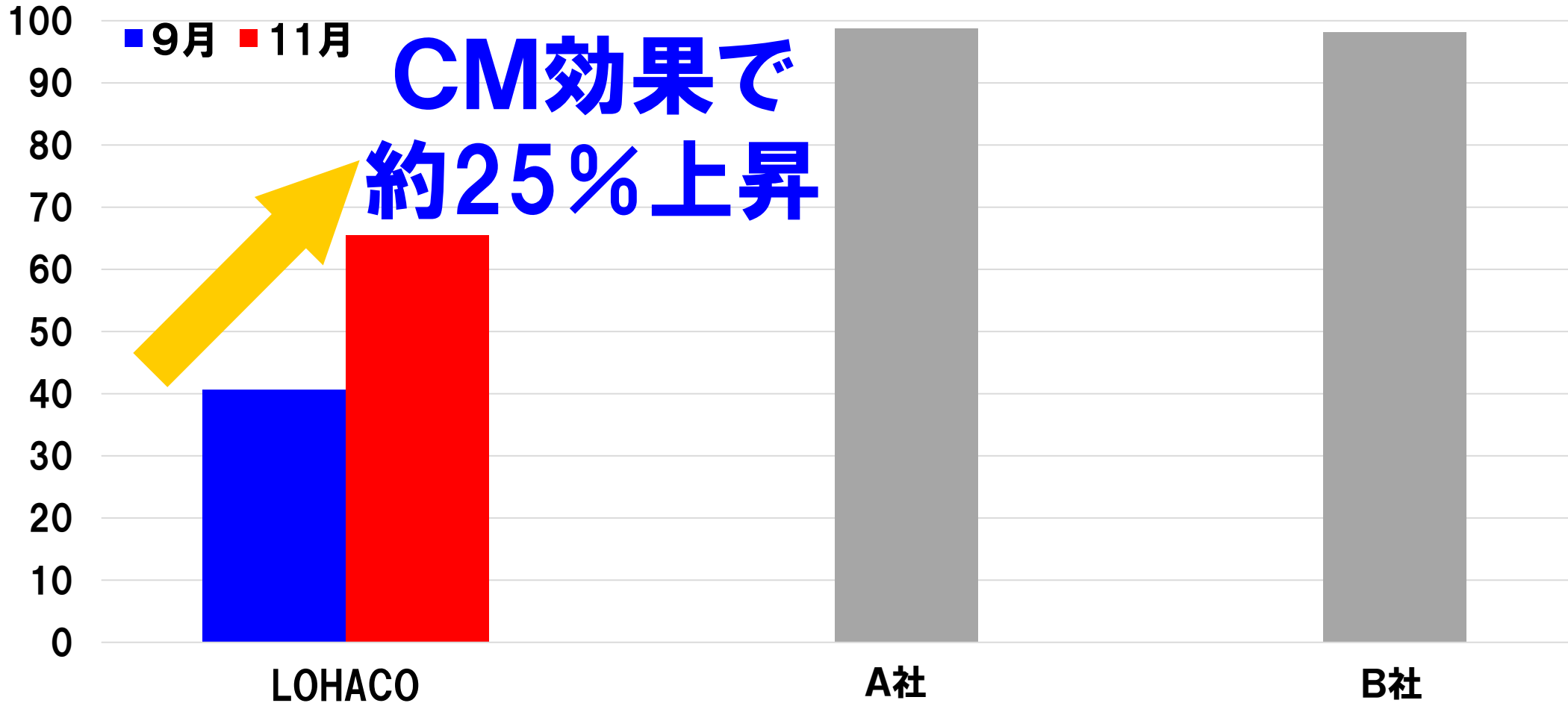
40% ⇒ **65%** (9月vs11月)

✓ **アプリを初めて利用したお客様数** **約 1.5倍**
(9月度vs11月度対比)

※LOHACOのブランド認知度:助成想起、当社ブランド調査による。
助成想起:あるブランド名を手がかりとして与えられた時、そのブランドへの認知を確認できること。

LOHACOのブランド認知度※大幅アップ

(%)



ブランド認知度85~90%をめざす

※ LOHACOのブランド認知度:助成想起、当社ブランド調査による。

コモディティ商品の強化



価格2kg ¥930(税込)
北海道産 ゆめぴりか 使用

**契約農家から直接仕入
物流センターで精米
サービス進化と
収益改善をめざす**



北海道の中でも最も稲作が盛んな
美唄・岩見沢エリアの生産者と契約



アスクル ライスセンター
(ASKUL Logi PARK首都圏内)
で丁寧に精米

精米したての美味しいお米をお客様にお届け

コモディティ商品の強化

孺恋銘水株式会社
当社グループへ

奥軽井沢の
天然水 2L



¥68.7 / 本(税込)
(¥206 / 3本)

垂直的統合で
粗利・配送費
改善見込む



バラギ湖畔の豊富な湧水群に立つ工場



「自社成型ボトルの使用」と「非加熱無菌充填」によりおいしい水を製造

圧倒的な価格でリピーター拡大に貢献

中国の消費者向け越境電子商取引サイト 「Tmall Global(天猫国際)」に11月本格出店

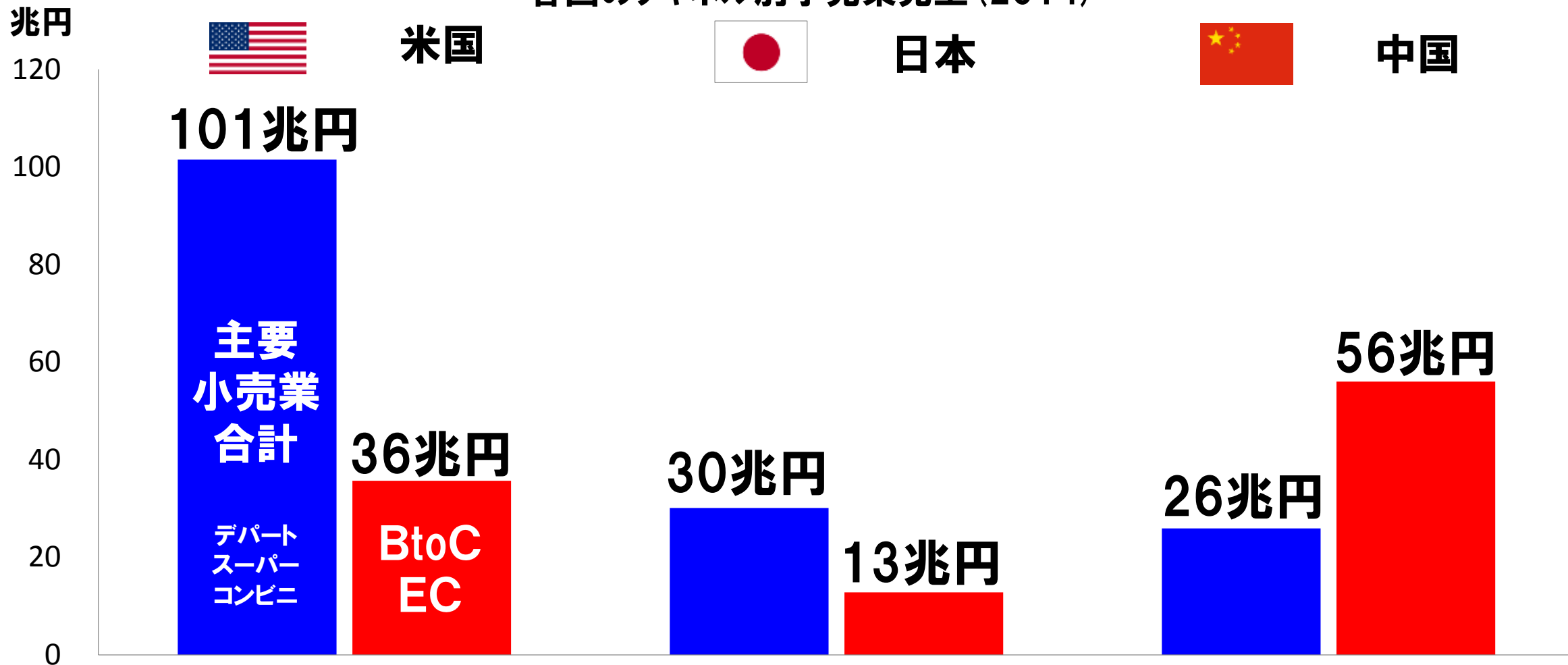
<https://lohaco.tmall.hk/>



訪日客に人気の高い約200品目販売

中国のECは魅力的な巨大なマーケット

各国のチャネル別小売業売上(2014)



出典:US census、NACS、経済産業省、総務省統計局、中国国家統計局、中国電子商務研究中心、iResearch
1USD=120円 1RMB=20円換算

日中直結のECプラットフォーム構築



天猫国际
TMALL.HK



メーカー
メーカー
メーカー
メーカー
メーカー


中国のお客様のメリット

安心して日本の正規品を
まとめて購入可能

日本のメーカーのメリット

独自で物流網がなくても
中国のお客様に販売可能

メーカーとともに収益拡大めざしグローバル展開



**LOHACOは
さらなる積極販促の展開と
収益構造改革にチャレンジ**

アスクルの使命

いつでも、どこでも、誰にでも。
欲しいものを欲しいときにお届けする
革新的生活インフラを
最もエコロジーなかたちで実現する。

(2010年5月期 決算説明資料)

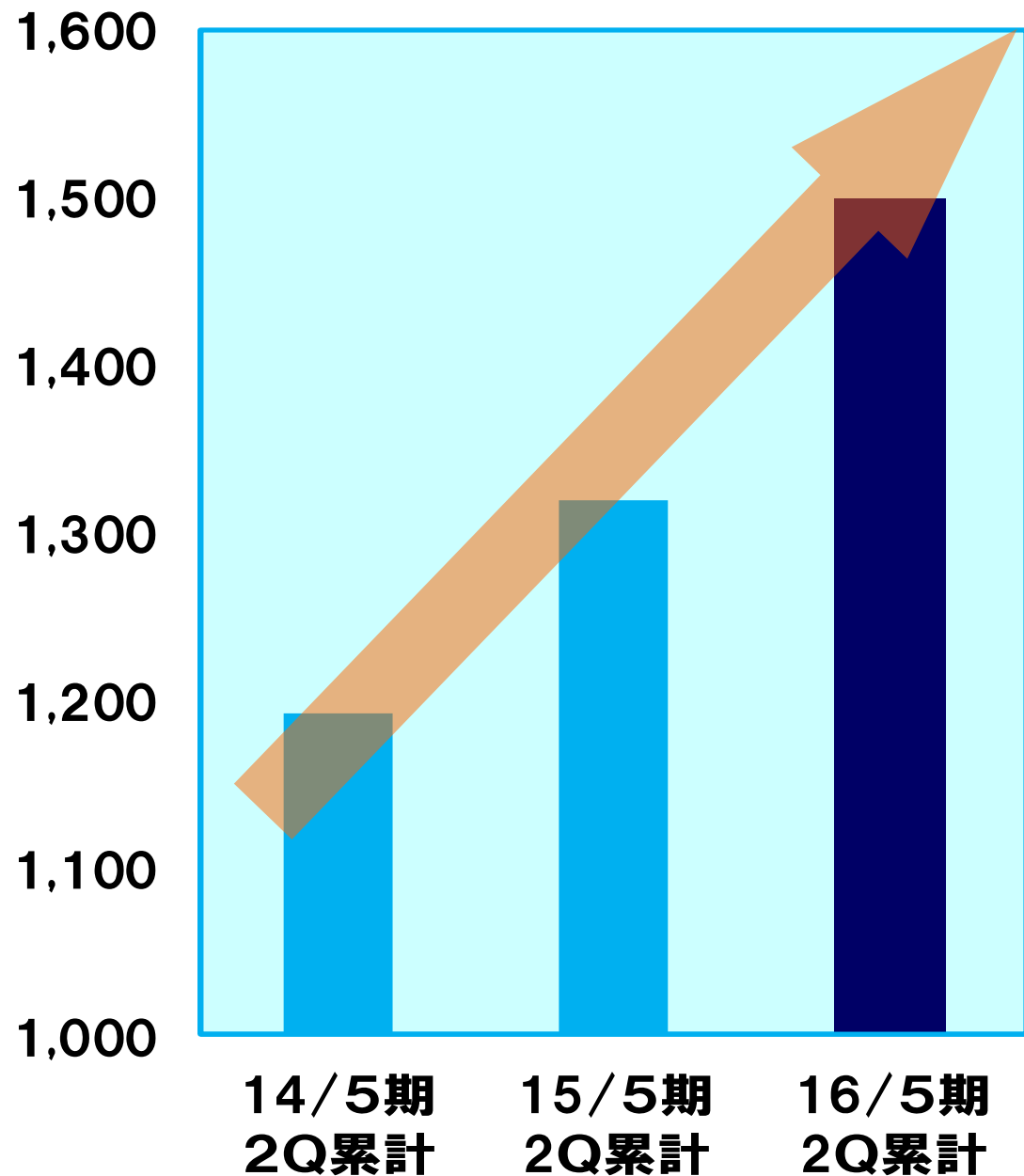
第2世代 E C No. 1 に向け さらにスピードを上げる

1111001011000100110110110111011011
011011011011011011011011011011011011
011011001111001011000100110110111011011001010010011100

付 録

16/5期 2Q累計 連結売上高の推移

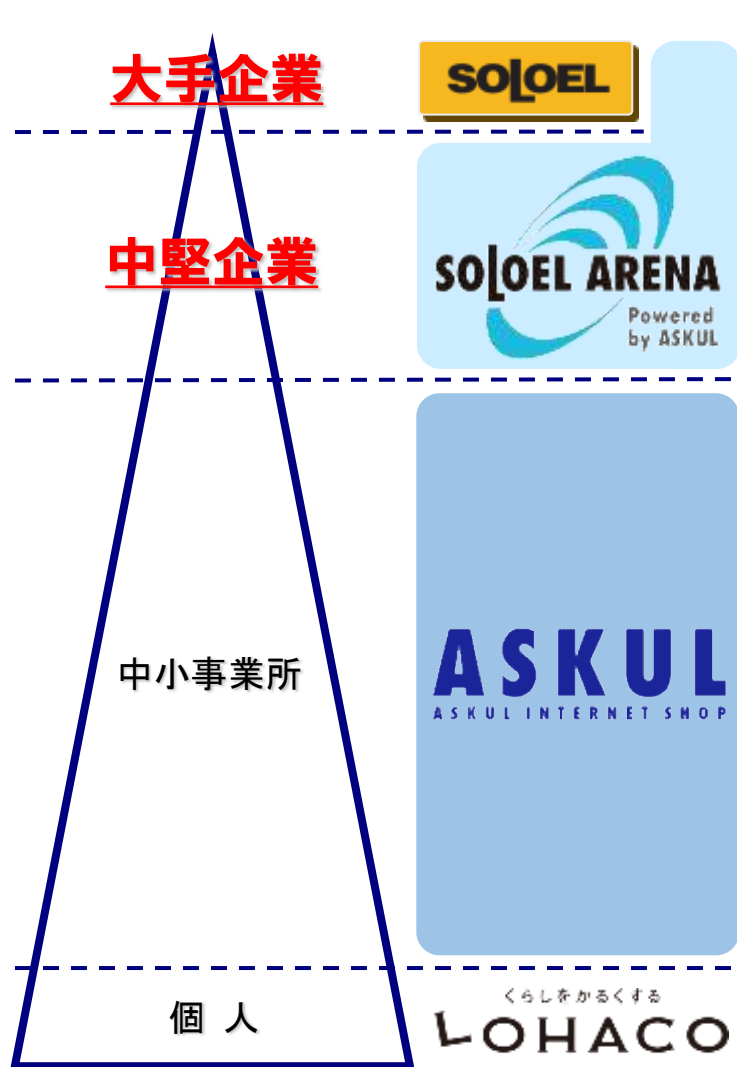
(億円)



過去最高を更新

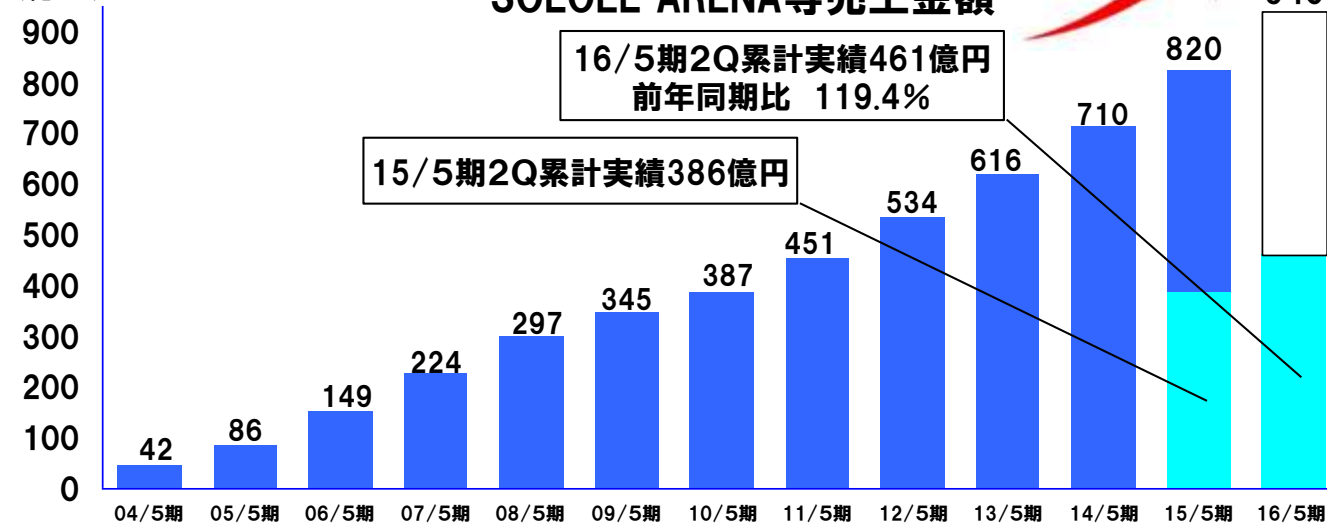
2Q累計 過去最大 180億円の 増収達成

SOLOEL ARENAは順調に拡大



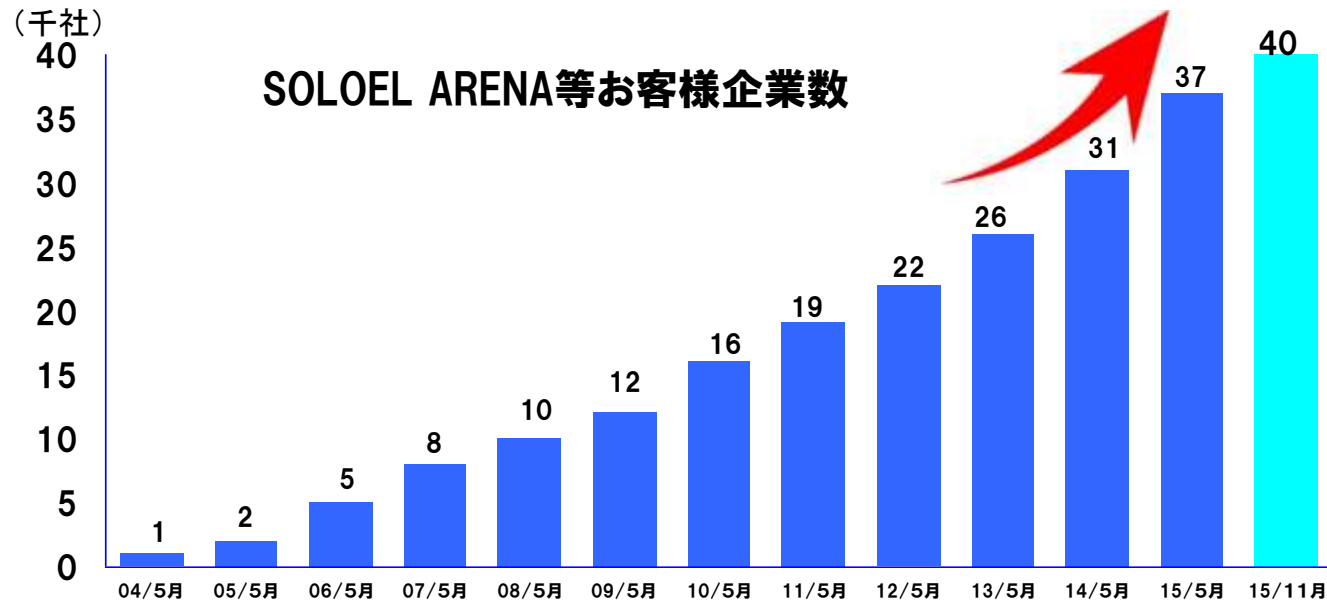
(億円)

SOLOEL ARENA等売上金額



(千社)

SOLOEL ARENA等お客様企業数



前年同期比119.4%、通期計画114.5%を上回る

16/5期 2Q累計 品目別売上高

単体

	15/5期 2Q累計		16/5期 2Q累計	
	億円	前年同期比 %	億円	前年同期比 %
OA・PC	428	103.3	452	105.6
文具	184	104.8	198	107.4
生活用品	332	123.2	427	128.6
ファニチャー	95	108.3	101	106.5
MRO	103	116.9	121	117.0
その他 (メディカル等)	77	106.6	89	115.6
合計	1,222	110.1	1,391	113.8

単体売上高も
過去最高

注力品目は
2桁成長継続

※16/5期よりMROを区分掲記しております。

16/5期 2Q累計 連結売上総利益の推移

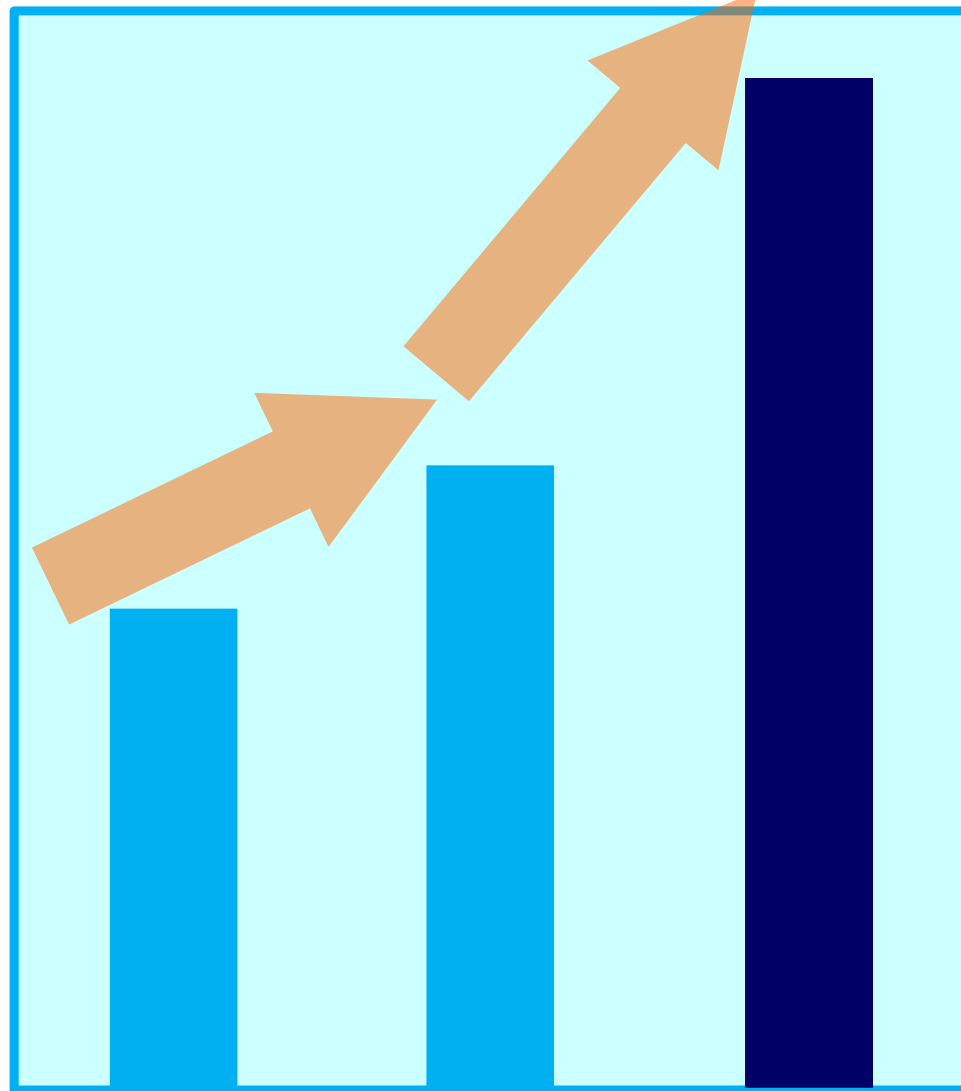
(億円)

350

300

250

200



14/5期
2Q累計

15/5期
2Q累計

16/5期
2Q累計

過去最高を更新

増収効果

+

粗利率改善

16/5期 2Q 連結 売上総利益、販売費および一般管理費

売上総利益額 340 億円 前年同期差 +53億円

売上総利益率 22.7% 前年同期差 +1.0ポイント 計画差 +0.1ポイント

➤ 継続的な原価低減活動、価格改定(競争優位は堅持)

販管費 295億円 前年同期差 +25億円

売上高販管費比率 19.7% 前年同期差 $\Delta 0.8$ ポイント 計画差 $\Delta 0.4$ ポイント

➤ 今後の成長に向け、LOHACOのさらなる販促費用、物流センター移転費用、物量増加対応費用を投下したが、売上高販管費比率は固定費圧縮により大幅改善

<固定費圧縮の主な内訳>

- ・ソフトウェア償却費 $\Delta 4$ 億円
- ・業務外注費 $\Delta 2$ 億円

16/5期 2Q 連結 設備投資

設備投資額 66億円(年間計画 132億円)

ASKUL Logi PARK 福岡 42億円

ASKUL Logi PARK 横浜 12億円

投資詳細

(参考)減価・ソフトウェア償却費 16億円 (年間計画 38億円)

(単位:百万円)

科目名	15/5期 第2四半期	16/5期 第2四半期	
	金額	金額	前年同期比
【設備投資額】	1,652	6,607	+299.8%
有形固定資産	977	5,841	+497.5%
無形固定資産	674	765	+13.4%
建設仮勘定(注2)	733	2,193	+199.1%
ソフトウェア仮勘定(注2)	276	539	+95.0%

(注1) 設備投資額は発生ベース額にて記載しております、減少分は反映しておりません。

(注2) 建設仮勘定およびソフトウェア仮勘定は一部消費税等を含んでおります。

16/5期 2Q インターネット売上高比率、オリジナル商品

インターネット売上高比率

	15/5期 第2四半期累計	16/5期 第2四半期累計	前年同期差
インターネット経由	76.1%	78.3%	+2.2ポイント
上記以外	23.9%	21.7%	△2.2ポイント

(注1) 売上高比率は、受注ベースで記載しております。

オリジナル商品

(単位:アイテム)

	15/5期 11月度	16/5期 11月度	前年同月度差
オリジナル商品数	5,863	7,293	+1,430
単体売上高構成比	17.6%	17.6%	+0.1ポイント
(うちBtoB事業)	(18.6%)	(19.5%)	(+0.8ポイント)

(注1) 各期11月度の単月実績を記載しております。

(注2) 売上高構成比率算出に用いるオリジナル商品売上高(分子)には、オリジナル・コピーペーパーは含まれておりません。

(注3) 各数値には、メディカル&ケアカタログ、メディカルプロカタログを含みます。