

平成 28 年 12 月 14 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 兼 C F O 玉 井 継 尋 T E L 0 3 - 4 3 3 0 - 5 1 3 0

「2017 年 5 月 期 第 2 四 半 期 連 結 業 績 概 要」 の お 知 ら せ

「平成 29 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 「2017 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期間 増収増益を達成 累計でも利益計画を上回る

～LOHACOは品揃え拡充とお客様数拡大に注力、成長カーブを変える～
～BtoB事業は安定成長を継続、収穫逡増へ～

2016年12月14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)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。

当社は、2016年5月期連結業績概要より、新たに「eコマース事業」、「ロジスティクス事業」「その他」にセグメントを分けております。「eコマース事業」はOA・PC用品、事務用品、オフィス生活用品、オフィス家具、食料品、酒類、医薬品、化粧品等の販売事業を行っており、「ロジスティクス事業」は企業向け物流・小口貨物輸送サービスを指します。

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・配送の状況

III BtoB事業の状況

IV LOHACO事業の状況

17/5期 2Q決算のポイント

1. 売上高 計画差△9億円

⇒LOHACOが若干未達

2. 営業利益 計画差+4億円

⇒成長に向けたコストは積極投下
一方でコスト効率を追求

3. 2Q期間で増収増益達成

⇒前年同期比:売上高109.6% 営業利益157.8%

**トップラインに注力するとともに
通期の増収増益実現へ**

17/5期 2Q累計 連結業績概要

	16/5期 2Q累計		17/5期 2Q累計					
	実績 百万円	売上高 比率 %	期初計画 百万円	売上高 比率 %	実績 百万円	売上高 比率 %	期初 計画比 %	前年 同期比 %
売上高	149,944	100.0	166,000	100.0	165,090	100.0	99.5	110.1
売上総利益	34,049	22.7	37,610	22.7	37,181	22.5	98.9	109.2
販売費および 一般管理費	29,595	19.7	34,410	20.7	33,539	20.3	97.5	113.3
営業利益	4,453	3.0	3,200	1.9	3,641	2.2	113.8	81.8
経常利益	4,432	3.0	3,200	1.9	3,585	2.2	112.0	80.9
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	2,775	1.9	1,800	1.1	2,105	1.3	117.0	75.9

➤ 売上高

2桁成長、過去最高
ほぼ計画通り

➤ 売上総利益率

若干未達
期初計画差 $\Delta 0.1$ pt

➤ 販管費比率

コスト効率を追求
期初計画差 $\Delta 0.4$ pt

➤ 利益は計画を上回る

営業利益 +4億円
四半期純利益 +3億円

17/5期 2Q期間 連結業績概要

	16/5期 2Q期間		17/5期 2Q期間		
	実績 百万円	売上高 比率 %	実績 百万円	売上高 比率 %	前年 同期比 %
売上高	77,149	100.0	84,529	100.0	109.6
売上総利益	17,465	22.6	19,237	22.8	110.1
販売費および 一般管理費	15,928	20.6	16,812	19.9	105.5
営業利益	1,536	2.0	2,424	2.9	157.8
経常利益	1,523	2.0	2,408	2.8	158.1
親会社株主に帰属する 四半期純利益	921	1.2	1,460	1.7	158.5

➤ 売上高

前年同期比 **109.6%**

➤ 売上総利益率

前年同期差 **+0.1pt**

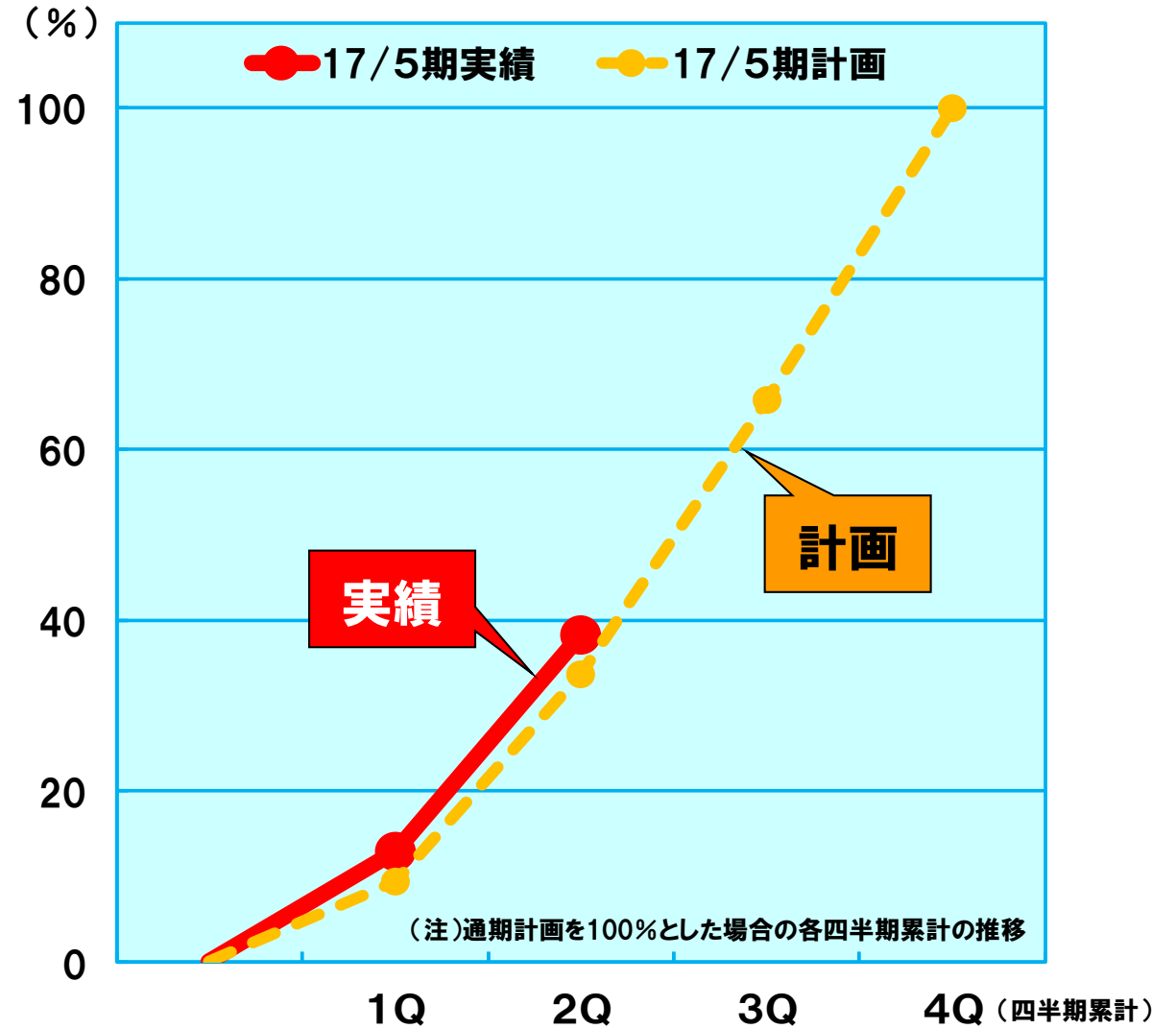
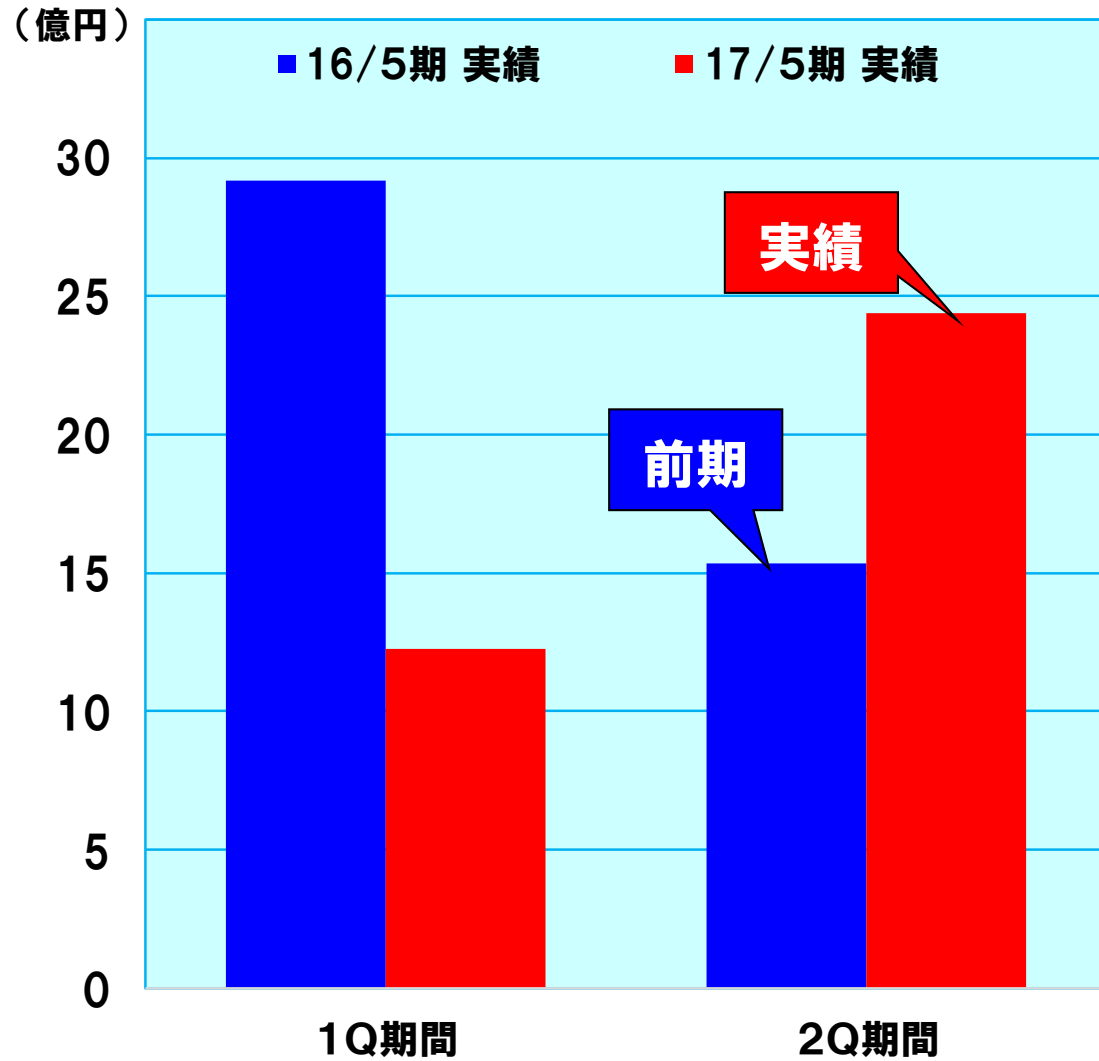
➤ 販管費比率

前年同期差 **△0.8pt**

➤ 営業利益

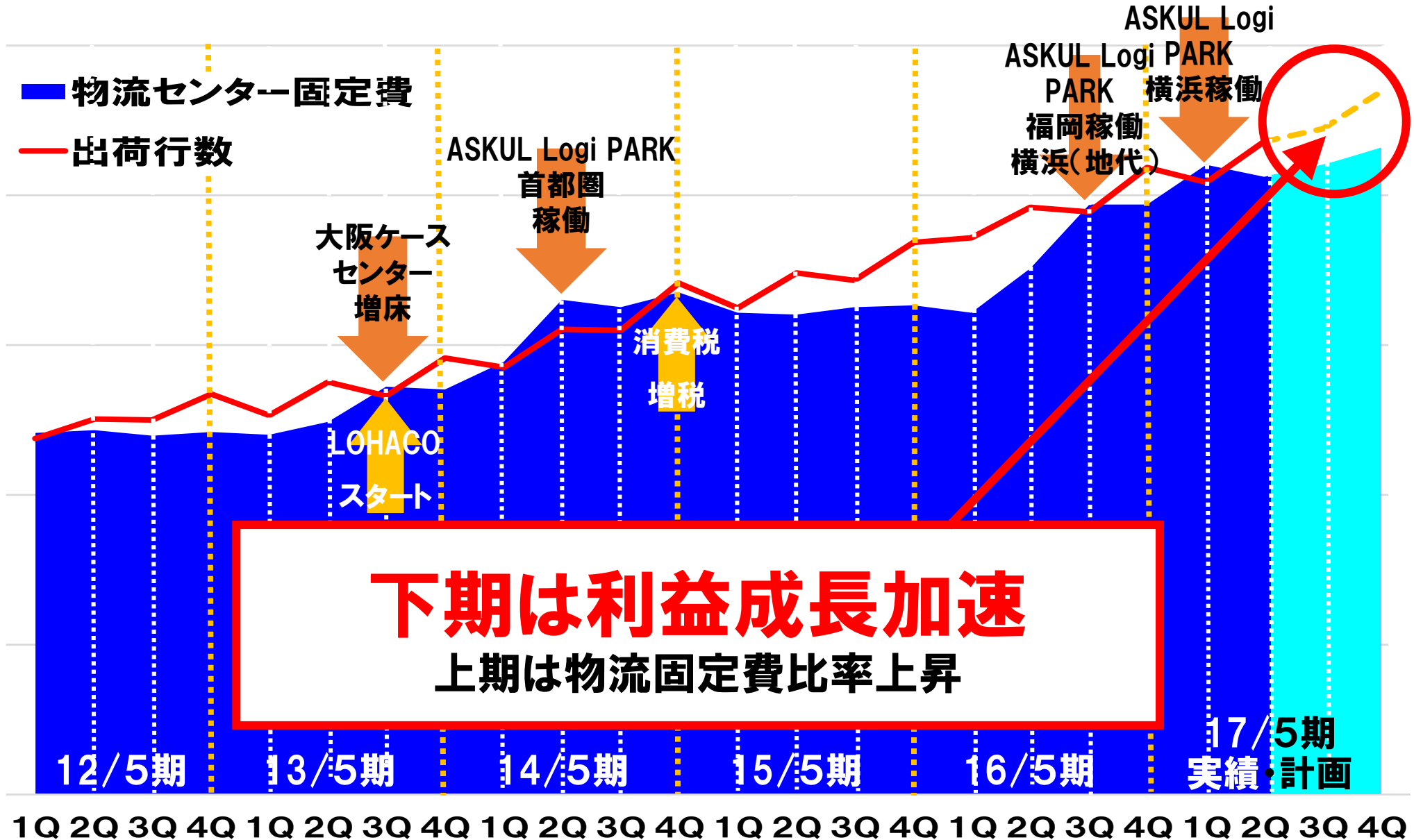
前年同期比 **157.8%**

17/5期 連結営業利益の状況



2Q期間 増収増益を達成 利益計画を上回る

物流センター固定費・出荷行数推移 (2016年5月期 決算説明資料 掲載)



物流センター固定費＝地代、清掃警備費(共益費、水道光熱費、警備費等)＋償却費

17/5期 2Q累計 連結業績【事業別】

		16/5期 2Q累計	17/5期	2Q累計
		億円	億円	前年同期比 %
売上高	BtoB事業	1,338	1,419	106.0
	LOHACO	151	207	137.2
	eコマース事業	1,490	1,626	109.2
	ロジスティクス事業・その他	9	24	255.4
	連結合計	1,499	1,650	110.1
営業利益	BtoB事業	66	71	107.0
	LOHACO(下記を除く)	△15	△15	—
	さらなる積極販促	△6	△7	—
	配送サービス進化	—	△2	—
	LOHACO	△22	△25	—
	eコマース事業	44	46	103.5
	ロジスティクス事業・その他	—	△2	—
	中計	44	43	—
	物流センター固定費増	—	△7	—
	連結合計	44	36	81.8

➤ 売上高

BtoB事業は前年同期比106.0%
LOHACOは207億円、前年同期比137.2%

➤ 営業利益

BtoB事業は71億円 前年同期比107.0%
LOHACOは損益を維持しつつ売上高成長
さらなる積極販促
TVCM+Tポイント追加販促等△7億円
LOHACO新受取りサービス
先行費用を投下△2億円
物流センター固定費増△7億円 計画通り

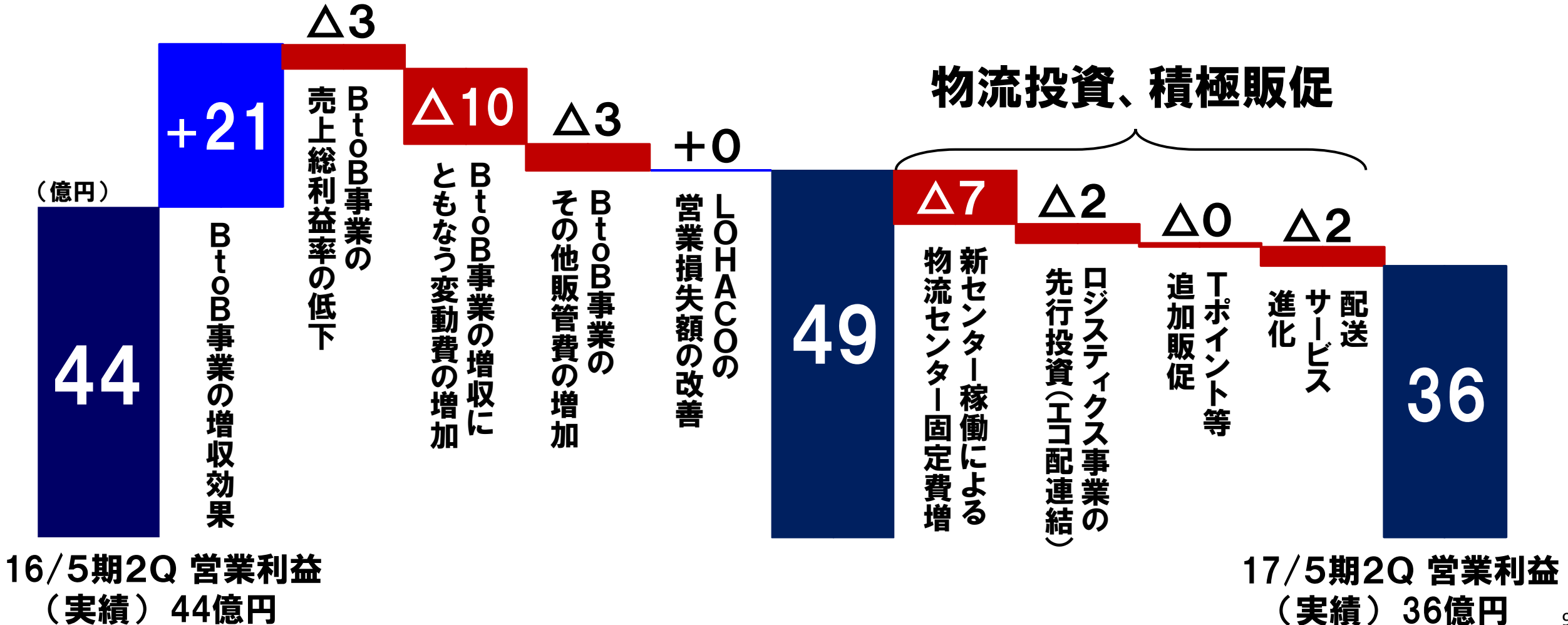
17/5期 第2四半期 連結営業利益の増減要因

16/5期 第2四半期(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%

17/5期 第2四半期(実績)

売上高前年同期比 110.1%
 売上総利益率 22.5%
 販管費比率 20.3%



17/5期 連結業績の見通し

	16/5期		17/5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	3,150	100.0	3,480	100.0	110.5
売上総利益	703	22.3	789	22.7	112.3
販売費および 一般管理費	618	19.6	694	20.0	112.4
営業利益	85	2.7	95	2.7	111.5
経常利益	85	2.7	95	2.7	110.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	52	1.7	55	1.6	104.6

通期業績予想は据え置く

17/5期の全社方針

**イノベーション(新受取りサービス+ロボット導入)により
サービス進化と物流効率化を実現**

**BtoB事業はECテクノロジーと商材拡大により
すべての仕事場で圧倒的No.1へ**

**LOHACOはメーカーとの共創と認知度向上で
第2世代eコマースNo.1へ**

I 第2四半期実績

II 物流・配送の状況

III BtoB事業の状況

IV LOHACO事業の状況

17/5期 第2四半期累計 物流関連費用

1. 物流センター固定費 計画通り

前年同期差 +7億円(地代 +2億円、償却費等 +4億円等)

2. 新センターの効率性向上 計画上回る

(オーダー1行あたりの労務単価の推移)

ASKUL Logi PARK 横浜・・・計画上回る (旧センター比) **12%改善**

ASKUL Logi PARK 福岡・・・計画上回る (旧センター比) **16%改善**

3. Happy On Time先行費用 計画比削減

2Q累計で2億円計上 コストはコントロールしながら順調にサービス拡大

効率性トップクラスの2センターが順調に稼働

ASKUL Logi PARK 福岡

2015年12月 稼働



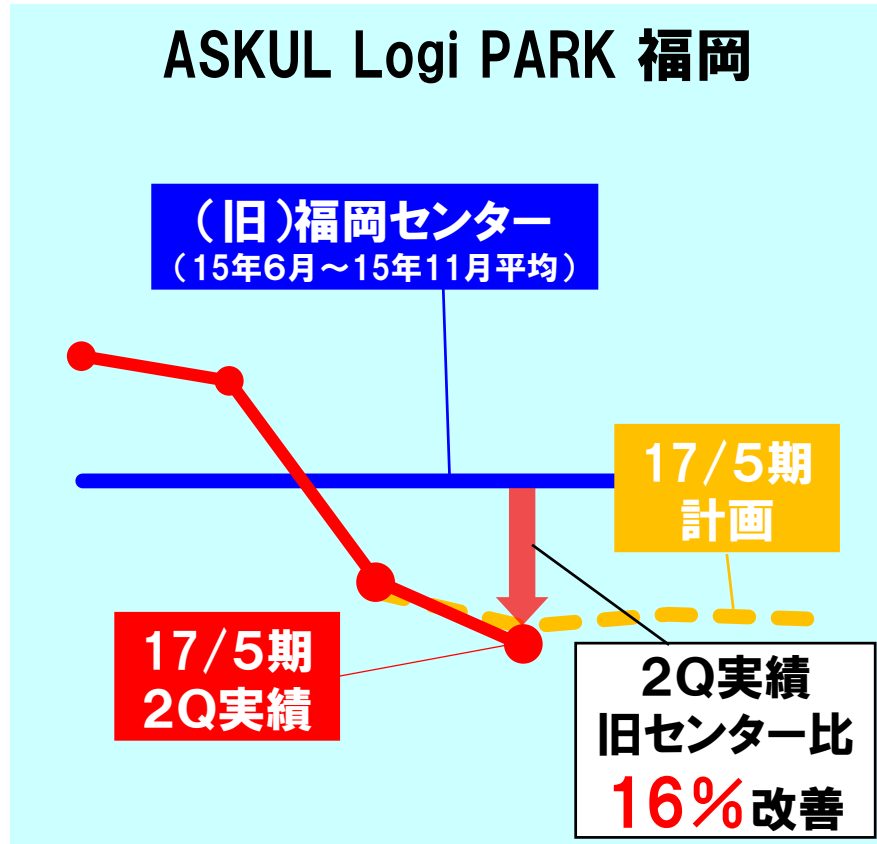
ASKUL Logi PARK 横浜

2016年5月 稼働

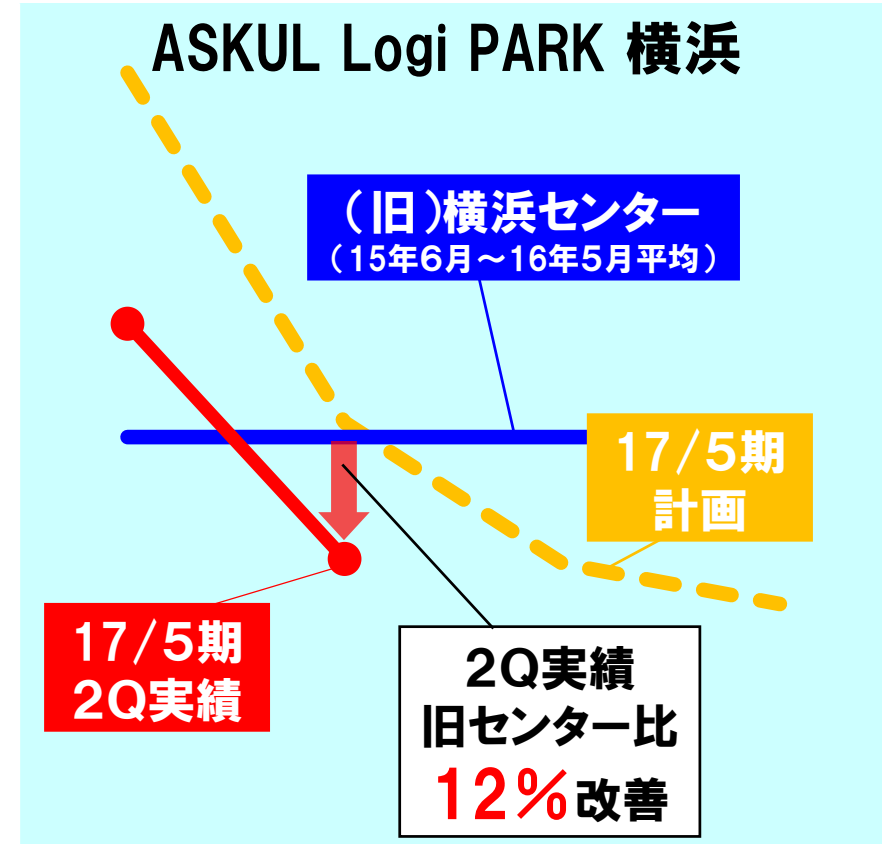


新センターの効率性は計画を上回る改善

オーダー1行あたりの労務単価の推移



3Q 4Q 1Q 2Q 3Q 4Q
16/5期 17/5期



1Q 2Q 3Q 4Q
17/5期

優秀な物流スタッフの定着率向上で効率性が改善



- ASKUL Logi PARK福岡・横浜での昼食の無料提供
- パート社員から無期の月給社員へ（約1,000名）

**安心して働ける
職場の提供**

革新的な小刻み時間帯指定サービスを自社配送で実現

待たないしあわせ。

Happy On Time

2016年8月31日
スタート

LOHACO

お届け日時

2016/12/11 (日)
時間指定なし

1時間単位、深夜早朝のご指定

手数料(¥350)が無料

- 12/10 (土) 18-19時 OnTime便
- 12/10 (土) 19-20時 OnTime便
- 12/10 (土) 20-21時 OnTime便
- 12/10 (土) 21-22時 OnTime便
- 12/10 (土) 22-23時
- 12/10 (土) 23-24時
- 12/11 (日) 6-7時
- 12/11 (日) 7-8時

2時間単位のご指定

- 12/10 (土) 18-20時 OnTime便

1時間単位の
指定

LOHACO

配送状況 商品の現在地 ご注文内容

2016年12月10日(土)
20:00-20:30
頃にお届けします

12/9 18:30 ご注文を承りました

最寄りの配達店を出発しました

20:00-20:30 お届け先到着予定

担当ドライバー
木村 貴光

LOHACO Happy On Time サービスデスク
0120-714-701
受付：8時～22時

30分単位の
お届け予定

LOHACO

配送状況 商品の現在地 ご注文内容

2016年12月10日(土)
まもなく
お届けします!

12/9 18:30 ご注文を承りました

最寄りの配達店を出発しました

20:00-20:30 お届け先到着予定

担当ドライバー
木村 貴光

OnTime便サービスデスク
0120-235-205
受付：8時～22時

10分前の
直前お知らせ

「3つの時間」を約束、3,000円以上購入で1時間単位の指定料無料



東京:千代田区、中央区、港区
江東区、世田谷区
大阪:北区、福島区、此花区

**8月31日
サービス開始**

10月16日「世田谷デポ」稼働

環境に配慮しつつお客様ニーズに応える

Happy OnTime



ダンボールを使わない
エコな簡易パックによるお届け



EV(電気自動車)導入

LOHACO新受取りサービス導入の目的

① 配送サービス進化でお客様の支持を拡大
LOHACOの売上高拡大をめざす

② ビッグデータとAI活用による配送の最適化
(生産性向上と収入の安定化によるドライバー人材の確保)
+ BtoB混載によるコストメリット創出

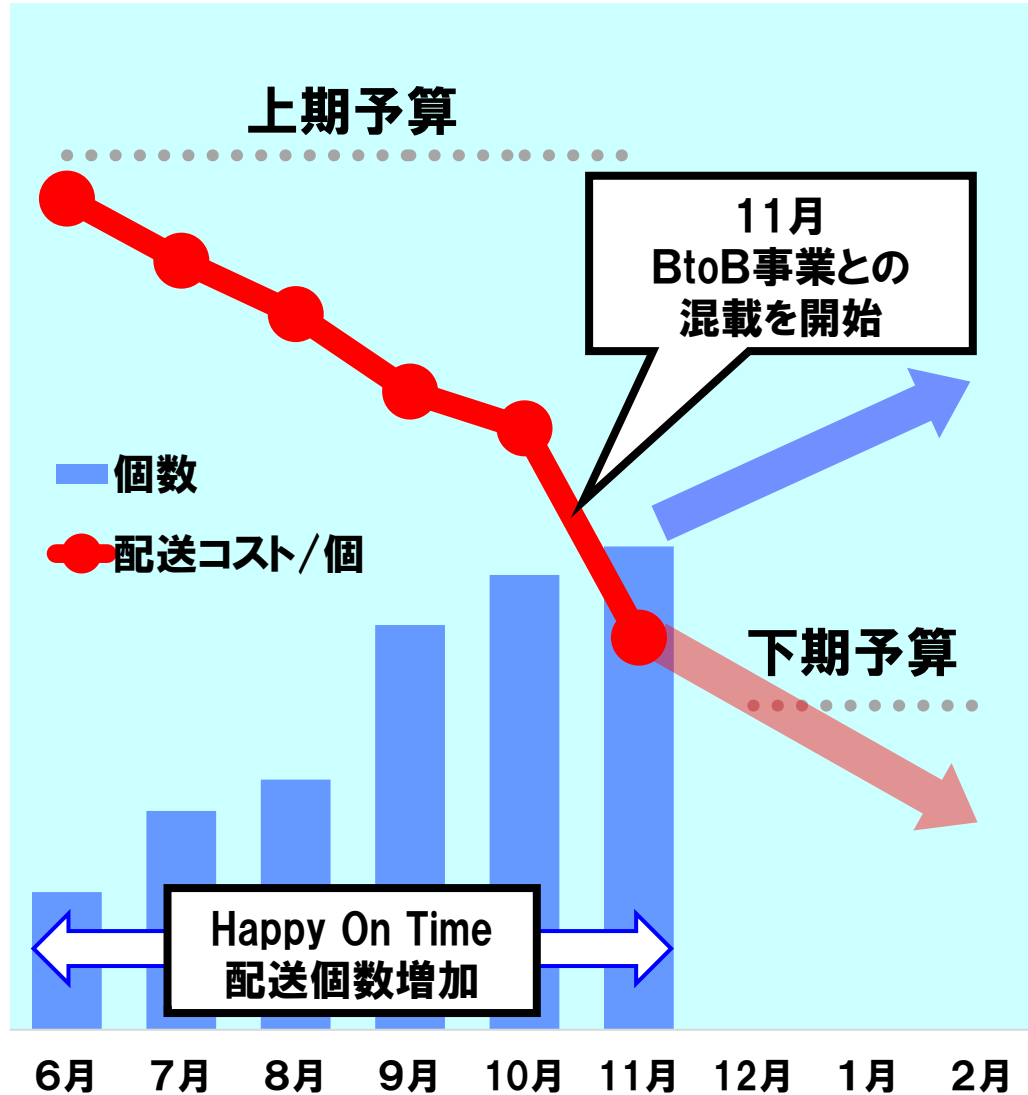
お客様の高評価を売上高拡大につなげる

【お客様の声の一例】

- ✓ 1時間帯指定 & お届け通知があるので家事・育児の時間調整がしやすい
- ✓ 遅い時間まで対応しているので働いている身には有り難い
- ✓ 配達ドライバーの対応がとても丁寧
- ✓ エコな簡易パックが片付け手間いらずで便利

Happy On Time 東京地区

(単位:個、円/個) 1個あたりの配送費推移



- ① 配送個数の増加
- ② AIによる最適配送実現
- ③ BtoB事業との混載

配送コスト
着実に改善

「Happy On Time」
配送による不在率※1 約 **2.7%**

一般的な宅配
による不在率※2 約 **20%**

※1 本サービス導入による実績(2016年10月21日～同年11月20日、1時間枠指定の場合)

※2 出所:平成27年8月25日国土交通省「宅配の再配達の発生による社会的損失の試算について」内の以下の2点をもとに記載

- ・環境省「平成26年度低炭素地域づくり集中支援モデル事業」調査における不在率(一日の不在再配達個数/一日の持出個数) 23.5%
- ・2014年12月に国土交通省が実施した調査における不在率(不在訪問回数/全訪問回数) 19.1%

2016年9月21日
日本経済新聞
朝刊掲載
「通販に省エネ義務」

最先端テクノロジーを導入し物流の高度自動化を促進



自動倉庫型GTP

(GTP: Goods To Person)

商品をピッキングする人まで運ぶ

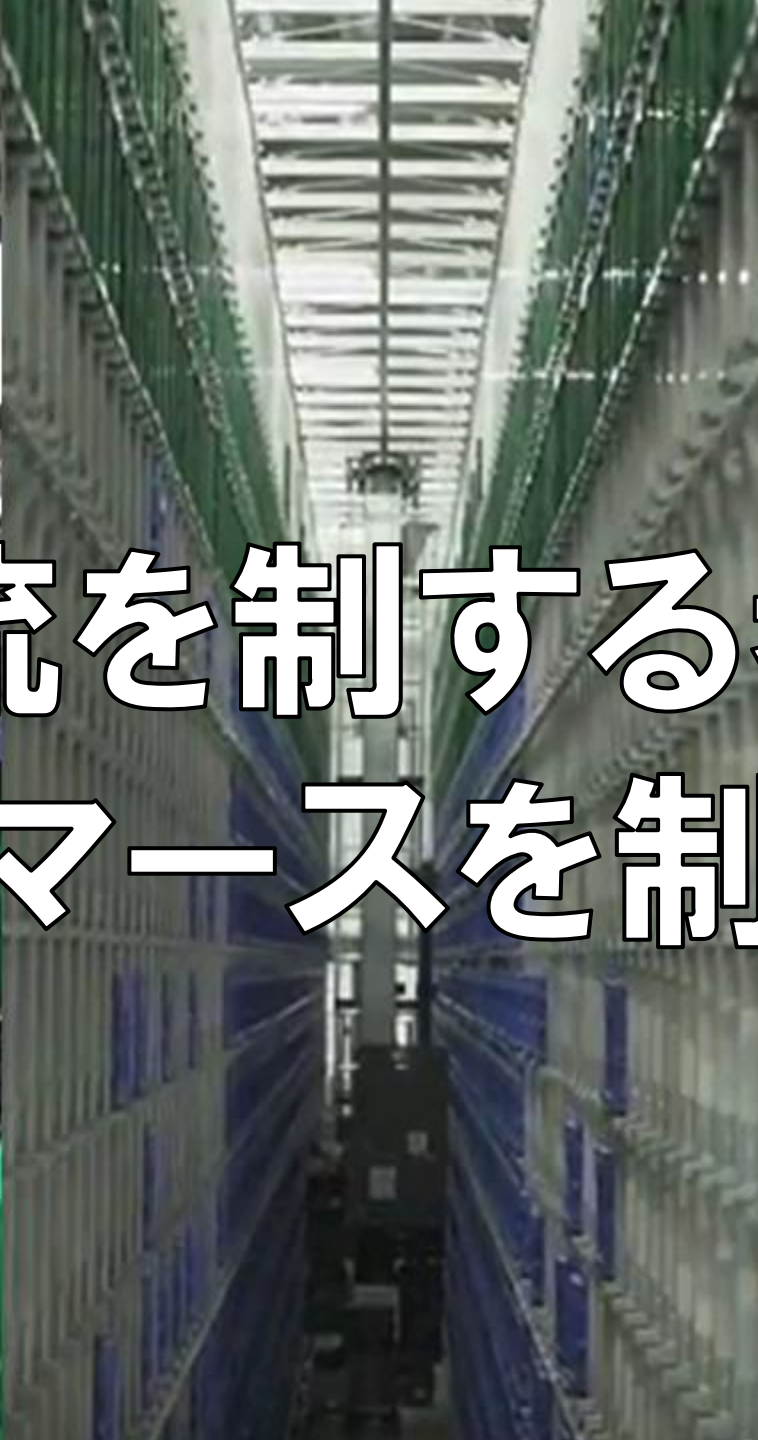
+

ピッキング ロボット

ASKUL Logi PARK横浜で本番稼働開始



物流を制する者が
eコマースを制する



ビッグデータ
AI(人工知能) × マーケティング
ロボット メーカーとの
共創

成長スピードを加速

- I 第2四半期実績
- II 物流・配送の状況
- III **BtoB事業の状況**
- IV LOHACO事業の状況

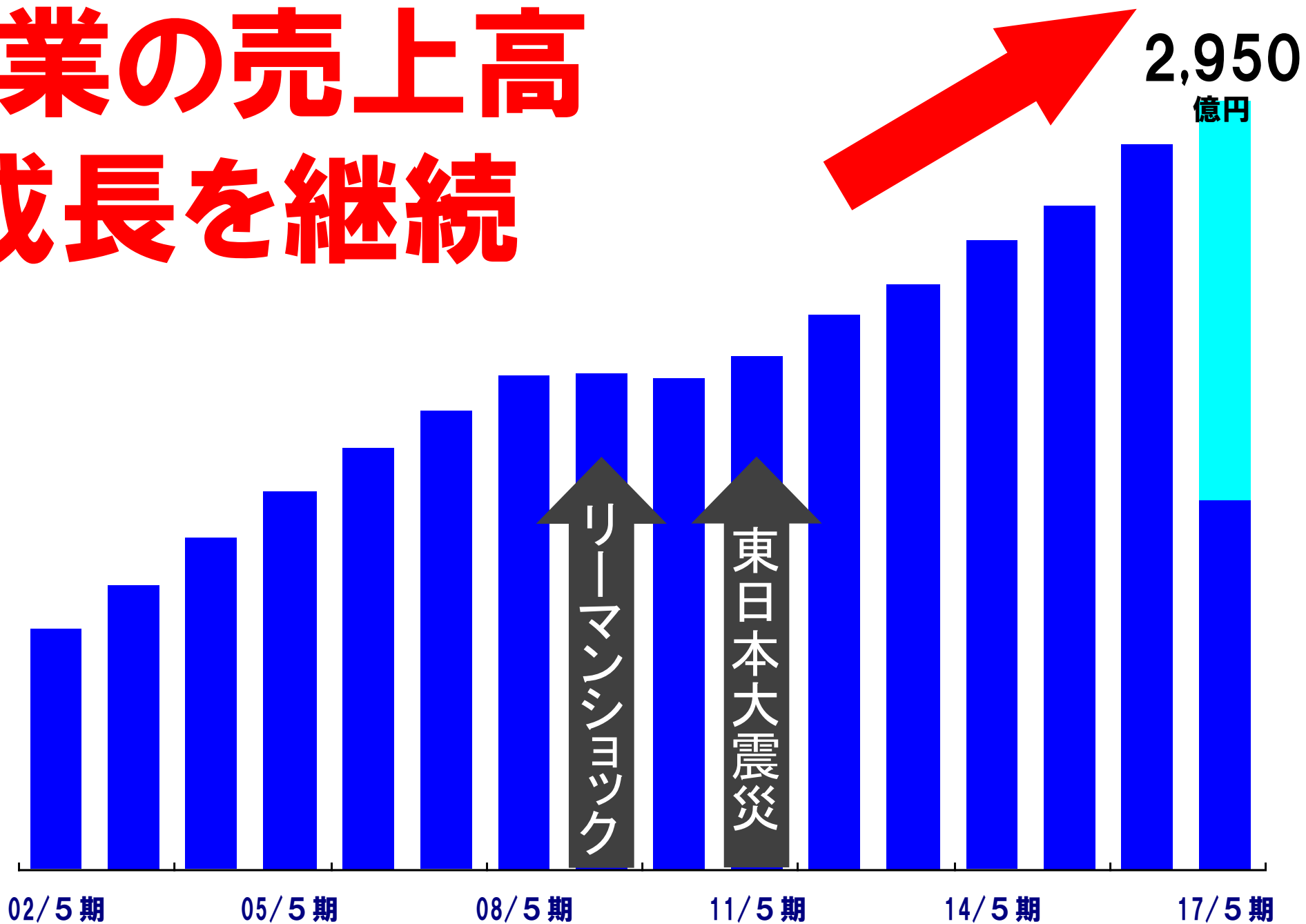
BtoB 事業所向け



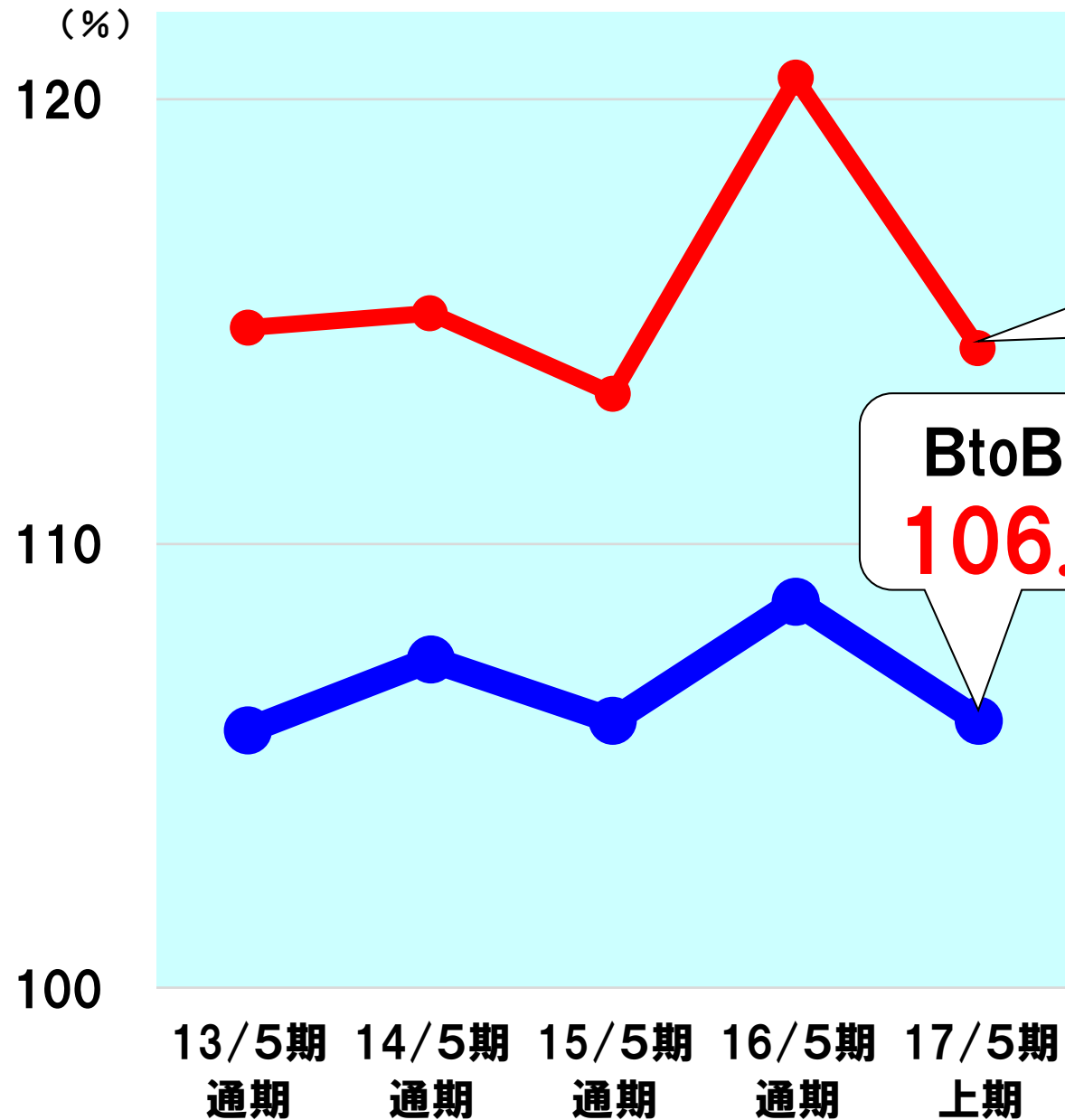
ASKUL

SOLOEL

BtoB事業の売上高 磐石な成長を継続



BtoB事業 品目別売上高 前年同期比推移



MRO+メディカル

114.4%

稼働日前年同期差: 平日△2日、土曜日+1日

BtoB事業
106.0%

**戦略カテゴリが
引き続き成長率引**

オフィス用品と医療材料の ワンストップショッピングがさらに進化

アスクルWebサイト



アスクルメドトモ
(医療材料専用サイト)

アスクル
Webサイト

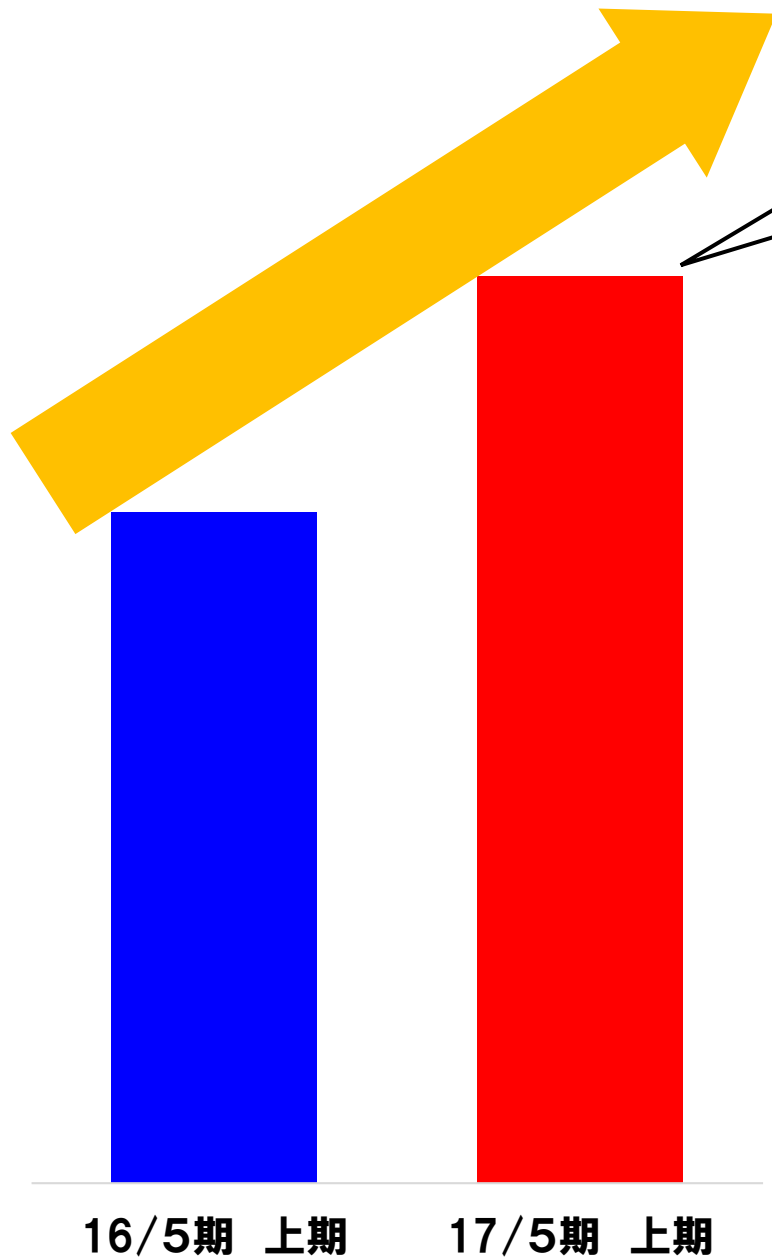
7月1日統合

12月1日統合

ソロエル
アリーナ



メディカル(許認可商材)お客様数



前年同期比

135%

統合効果により
医薬品、医療機器
(許認可商材)の
お客様拡大



EC取扱商品数を下期に一気に拡大

(万アイテム)
1,000

商品数
拡大

17/5期

300万アイテムへ

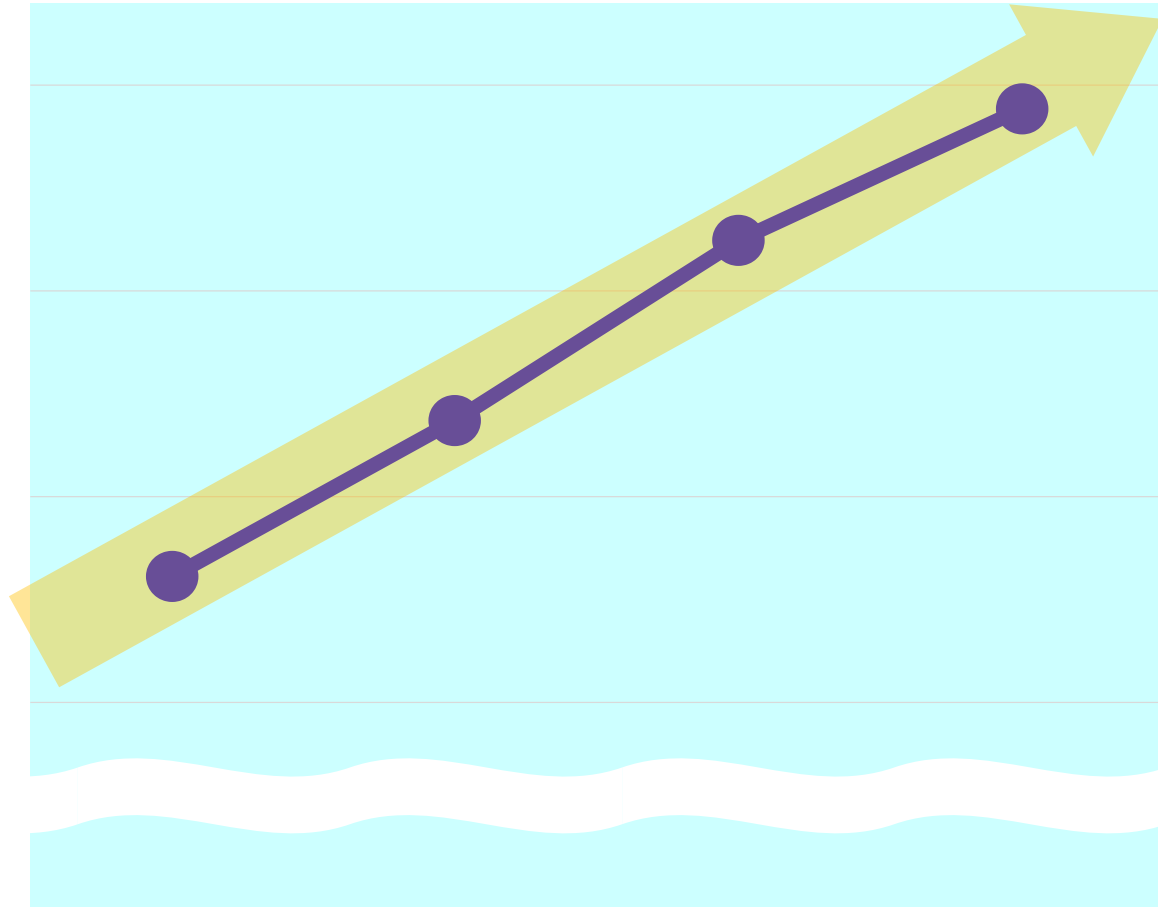
12/14時点 実績
150万アイテム

300
200
100
0

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 17/5期 (計画)

BtoB事業 売上総利益率推移

単体



14/5期
通期

15/5期
通期

16/5期
通期

17/5期
上期

引き続き
改善に注力

A hand is shown from the wrist up, pointing the index finger upwards. The hand is light-skinned and is set against a bright blue sky with some light, wispy clouds. The lighting is bright, suggesting a sunny day.

**BtoB事業は安定成長を継続
収獲遞増へ**

I 第2四半期実績

II 物流・配送の状況

III BtoB事業の状況

IV LOHACO事業の状況



今日も、
ロハコで
買ってます。

「あ、買わなくちゃ」も、「これ、欲しいんだよね」も、通勤時間にすませています。

ロハコ 検索 <http://lohaco.jp>



第1世代

嗜好品を単品買いする
ロングテールのEC



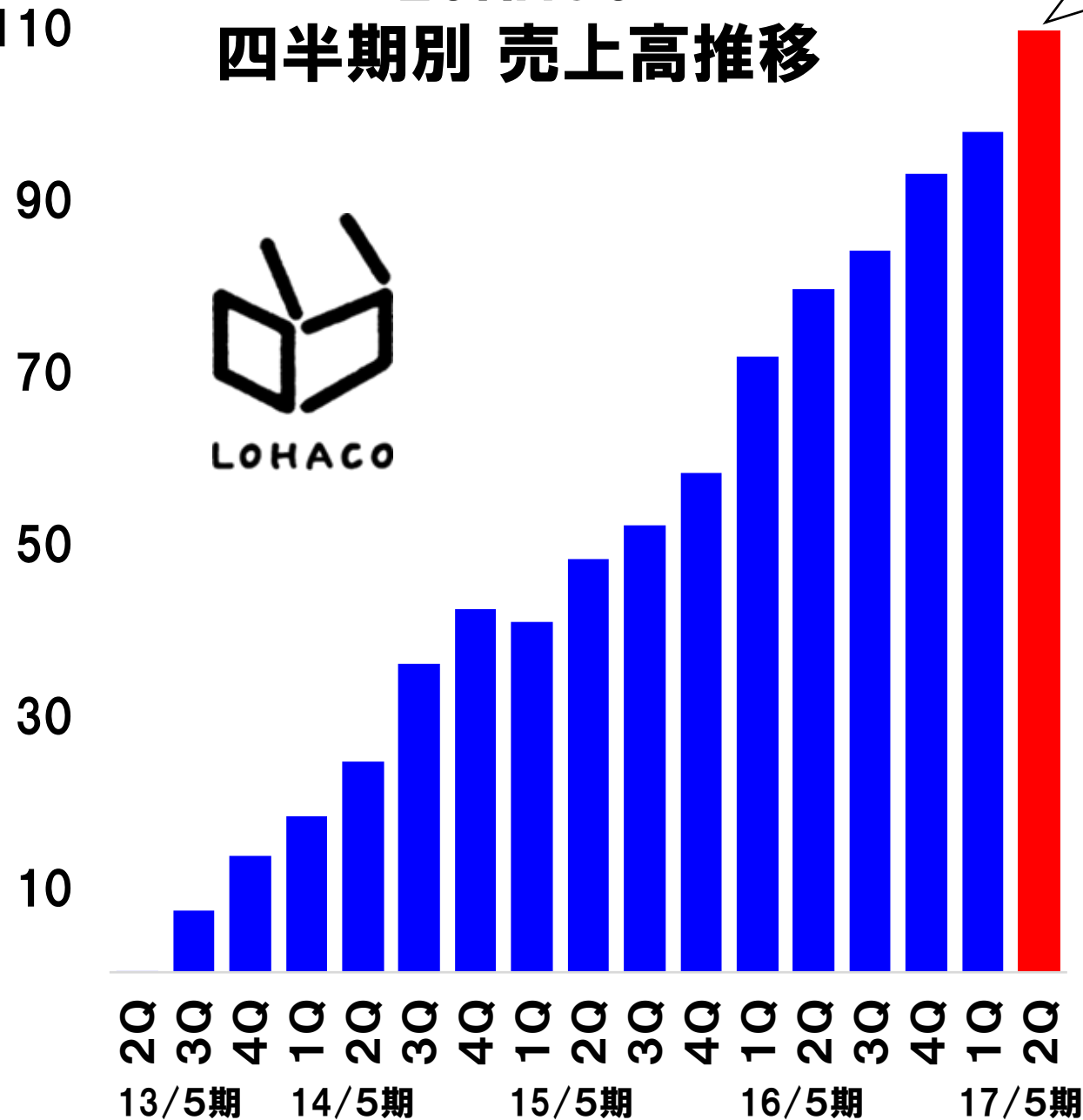
第2世代

いつでも、どこでも、
日常使いのEC



(億円)

LOHACO 四半期別 売上高推移

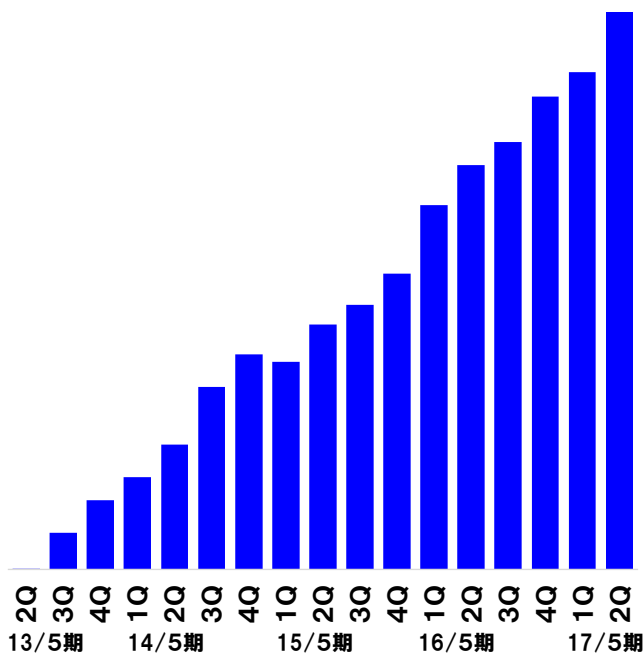


前年同期比
137.8%

第2世代eコマースNo.1に向けて

**売上高は
堅調に推移**

LOHACO
四半期別 売上高推移



メーカー連携強化

品揃え拡充
お客様数拡大

成長カーブを変える

フレンドシップパートナーの協力のもと AI・ビッグデータを活用したマーケティングをさらに加速

LOHACO ECマーケティングラボ 参加企業

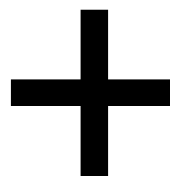
102社

※2016年10月20日時点

フレンドシップパートナー

【第3期参加企業】

アサヒ飲料株式会社、旭化成ホームプロダクツ株式会社、アサヒグループ食品株式会社 アサヒヘルスケア事業本部、アサヒグループ食品株式会社 和光堂事業本部、アサヒビール株式会社、味の素株式会社、味の素セネラルフーズ株式会社、Anheuser-Busch InBev Japan株式会社、石光商事株式会社、伊藤忠食品株式会社、株式会社伊藤園、宇治の露製茶株式会社、江崎グリコ株式会社、SSKセールス株式会社、エスエス製菓株式会社、エステートレーディング株式会社、エスピー食品株式会社、NSファーマ・ジャパン株式会社、王子ネピア株式会社、大塚製菓株式会社、オルビス株式会社、花王グループカスタマーマーケティング株式会社、カゴメ株式会社、片岡物産株式会社、亀田製菓株式会社、カルビー株式会社、キーコーヒー株式会社、キッコーマン飲料株式会社、キッコーマン食品株式会社、キユーピー株式会社、麒麟ビール株式会社、麒麟ビバレッジ株式会社、株式会社キングジム、月桂冠株式会社、株式会社湖池屋、コカ・コーラカスタマーマーケティング株式会社、コクヨ株式会社、小林製菓株式会社、サーモス株式会社、サッポロビール株式会社、サンスターグループ オーラルケアカンパニー、サントリー酒類株式会社、サントリーフーズ株式会社、株式会社J-オイルミルズ、資生堂ジャパン株式会社、シヤチハタ株式会社、ジョンソン株式会社、ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 コンシューマーカンパニー、スリーエムジャパン株式会社、セブラ株式会社、第一三共ヘルスケア株式会社、大王製紙株式会社、大正製薬株式会社、大日本除虫菊株式会社、大鵬薬品工業株式会社、常盤薬品工業株式会社、株式会社トンボ鉛筆、株式会社永谷園、ニチバン株式会社、日清シスコ株式会社、日清食品株式会社、日本ケロッグ合同会社、日本製紙クレシア株式会社、日本ヒルズ・コルゲート株式会社、日本ロレアル株式会社、株式会社ネイチャーズウェイ、ネスレ日本株式会社、株式会社ネイチャーラボ、株式会社ハーバー研究所、ハウスウェルネスフーズ株式会社、ハウス食品株式会社、ハラダ製茶株式会社、ひかり味噌株式会社、株式会社ファンケル、富士フィルム株式会社、プラス株式会社ステーションリーカンパニー、プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社、へんてる株式会社、ボッシュロム・ジャパン株式会社、ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社、マースジャパンリミテッド、マルコメ株式会社、マルハニチロ株式会社、株式会社Mizkan、株式会社三越伊勢丹ホールディングス、三菱鉛筆東京販売株式会社、株式会社明治、メロディアン株式会社、森永製菓株式会社、山崎産業株式会社、UCC上島珈琲株式会社、ユニ・チャーム株式会社、ユニバーサル・ペーパー株式会社、ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社、ライオン株式会社、ライオン商事株式会社、株式会社良品計画、レキットベンキナー・ジャパン株式会社、レック株式会社、ロート製薬株式会社、株式会社ロッテ、株式会社ワコール (敬称略、50音順)



Google Japan Inc.
フェイスブックジャパン株式会社
株式会社日立製作所
ヤフー株式会社

**2016年10月21日
日本経済新聞
朝刊掲載
「AIでネット販売支援
アスクル、メーカー100社に」**



**LOHACO Webマーケティングコンソーシアム
10月21日開催 メーカー204社、481名参加**



くらしに馴染む LOHACO展



TOKYO MIDTOWN DESIGN TOUCH 2016
2016年10月28日（金）～11月6日（日）

参加メーカー数 36社

味の素株式会社、味の素ゼネラルフーズ株式会社、株式会社伊藤園、
UCC上島珈琲株式会社、エステー株式会社、江崎グリコ株式会社、
王子ネピア株式会社、大塚製薬株式会社、オルビス株式会社、
花王株式会社、カゴメ株式会社、亀田製菓株式会社、カルビー株式会社、
キーコーヒー株式会社、麒麟ビール株式会社、麒麟ビバレッジ株式会社、
コカ・コーラカスタマーマーケティング株式会社、サッポロビール株式会社、
サントリー酒類株式会社、資生堂ジャパン株式会社、大王製紙株式会社、
日清食品株式会社、日本製紙クレシア株式会社、ネスレ日本株式会社、
株式会社ハーバー研究所、ひかり味噌株式会社、プラス株式会社、
マルコメ株式会社、マルハニチロ株式会社、株式会社ミツカン、
メロディアン株式会社、ユニ・チャーム株式会社、
ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社、レンゴー株式会社、
株式会社ロッテ、ロート製薬株式会社
(敬称略、50音順)

メーカー連携による 差別化商品の拡大

48アイテム中
34アイテムを商品化

(12月13日現在)




メディア露出、SNS拡散により LOHACO認知度向上にも貢献





いつもの買い物が、さらに楽に。

ご指定の商品をご指定の日時、場所に
毎月お届けします。

 活用しよう！ロハコの定期便



定期便でお得！



便利でおトク！定番商品が定期便で割引に



P&G
パンパース おむつ
定期便で
10%割引



ユニ・チャーム
マミーポコ おむつ
定期便で
5%割引



ユニ・チャーム
ムーニー おむつ
定期便で
5%割引



AGF
コーヒー各種
定期便で
5%割引



ネスレ
コーヒー・ペット用品
定期便で
ポイント最大15倍

※表示は2016年12月13日現在

メーカー連携を強化し

「定期便」 品揃え拡充

お客様の要望が強いブランド 取扱開始

ロクシタンギフトショップ 11月9日オープン

2016.11.16 今年のクリスマスギフトはこれで決まり！もらって嬉しい、渡したいギフトがいっぱい！
2016.11.9 ギフトの定番！L'OCCITANEがついにロハコにオープン！

季節限定ギフト

- ロハコ限定 11月限定
- ロハコ限定
- ロハコ限定
- ロハコ限定

ランキング

1	2	3	4	5
ロクシタン ローズ メルシーセット	ロクシタン ホリデー ハンドクリーム	ハグ&キス プチマルシェコレクション	ロクシタン シア ナンパーワックセット	ロクシタン ベストセラーセット
22ポイント 販売価格 ¥2,268	30ポイント 販売価格 ¥3,024	28ポイント 販売価格 ¥2,916	18ポイント 販売価格 ¥1,944	38ポイント 販売価格 ¥3,888

ヘアケア ボタニスト 11月17日取扱開始

ロハコ限定特別セット
ボタニストSP&TRスムースセット
NEW Tポイント5倍
¥3,024

シャンプー
ボタニスト ボタニカルSPスムース
Tポイント5倍
¥1,512

トリートメント
ボタニスト ボタニカルTRスムース
Tポイント5倍
¥1,512

ロハコ限定特別セット
ボタニストSP&TRモイストセット
NEW Tポイント5倍
¥3,024

シャンプー
ボタニスト ボタニカルSP490ml
Tポイント5倍
¥1,512

バサつくダメージヘアに
バサつくダメージヘアに
バサつくダメージヘアに
細い髪にハリ・コシを与える
細い髪にハリ・コシを与える

トリートメント
ボタニスト ボタニカルTR490g
Tポイント5倍

ロハコ限定特別セット
ボタニストSP&TRカルブセット
NEW Tポイント5倍

シャンプー
ボタニスト ボタニカルスカルプシャンプー
Tポイント5倍

トリートメント
ボタニスト ボタニカルスカルプ
Tポイント5倍

ヘアオイル
ボタニスト ボタニカルヘアオイルスムース
Tポイント5倍

※表示価格等は2016年12月13日現在

マーケットプレイスに出店続々

WORLD ONLINE STORE

aquagirl UNTITLED INDIVI OZOC

TAKAO KIKUCHI tk. THE SHOP TK BASECONTROL

grove THE EMPORIUM HUSHUSH anatiér

...and more

FASHIONWALKER

snidel pique Lily Brown FRAY I.D Apuweiser-riche

JUSGLITTY titty&Co. IN GNI Supreme In La Noela

DRWCYS R&E LODISPOTTO one spo Million Carats

RAN DA gulet paper Kids O Baby MISCH MASCH MAJESTIC LEGON FURFUR

and more...



COLONY2139

12月現在
43万アイテム突破
今後ますます拡大へ

BELLE MAISON

ようこそベルメゾンへ!

MILLEPORTE

Great Products | Great Brands | Great Prices

ENJOY SPORTS & OUTDOOR

SPORTS AUTHORITY

BLEU COMME BLEU

LACOSTE

Nostalgic Modern.

LeTAO

#Hardier #Sweet #Japan



ロハコ for SoftBank ※1

ソフトバンクの長期継続特典 ※2

12月1日スタート

長期継続特典

ソフトバンクを長くご利用いただいているお客様へ
感謝をこめて

ポイント付与タイミング

特典2でTポイント(※)を選択・2年契約の場合

ご加入より 2年 1カ月目～ 更新期間(1回目)

お手続き	特典付与 ※1	翌請求月	翌々請求月
★	3,000ポイント	500ポイント	500ポイント

※1 お手続きから10日前後

※1 ロハコ for SoftBankは、アスクル株式会社が提供するeコマースサイトです。

※2 長期継続特典は、ソフトバンク株式会社がソフトバンク利用者向けに提供するサービスです。 49

天猫国際 メーカー連携による成長加速

独身の日イベント受注額※

前年比 **10**倍伸長

(日本企業7位)

※売上高は12月度に計上

Black Friday※受注額

日本企業 **1**位 (世界では第4位)

※小売店などで大規模な大安売りが実施される11月の第4金曜日のこと



16/5期

17/5期

**LOHACOは品揃え拡充とお客様数拡大に注力
成長カーブを変える**

付 録

自己株式取得について

- **取得対象株式の種類** 当社普通株式
- **取得しうる株式の総数** 100万株（上限）
- **株式の取得価額の総額** 50億円（上限）
- **取得期間** 2016年10月6日～2017年3月31日
- **取得する方法** 投資一任方式による市場買付
- **2016年11月末日現在 取得状況**
65.7万株(28.3億円)

17/5期 2Q累計 品目別売上高

単体

	16/5期 2Q累計		17/5期 2Q累計	
	億円	前年同期比 %	億円	前年同期比 %
OA・PC	452	105.6	461	102.0
文具	198	107.4	205	103.5
生活用品	427	128.6	500	117.0
ファニチャー	101	106.5	101	100.2
MRO	121	117.0	138	113.5
その他 (メディカル等)	89	115.6	98	110.2
合計	1,391	113.8	1,505	108.2

単体売上高も
過去最高

注力品目は
2桁成長継続

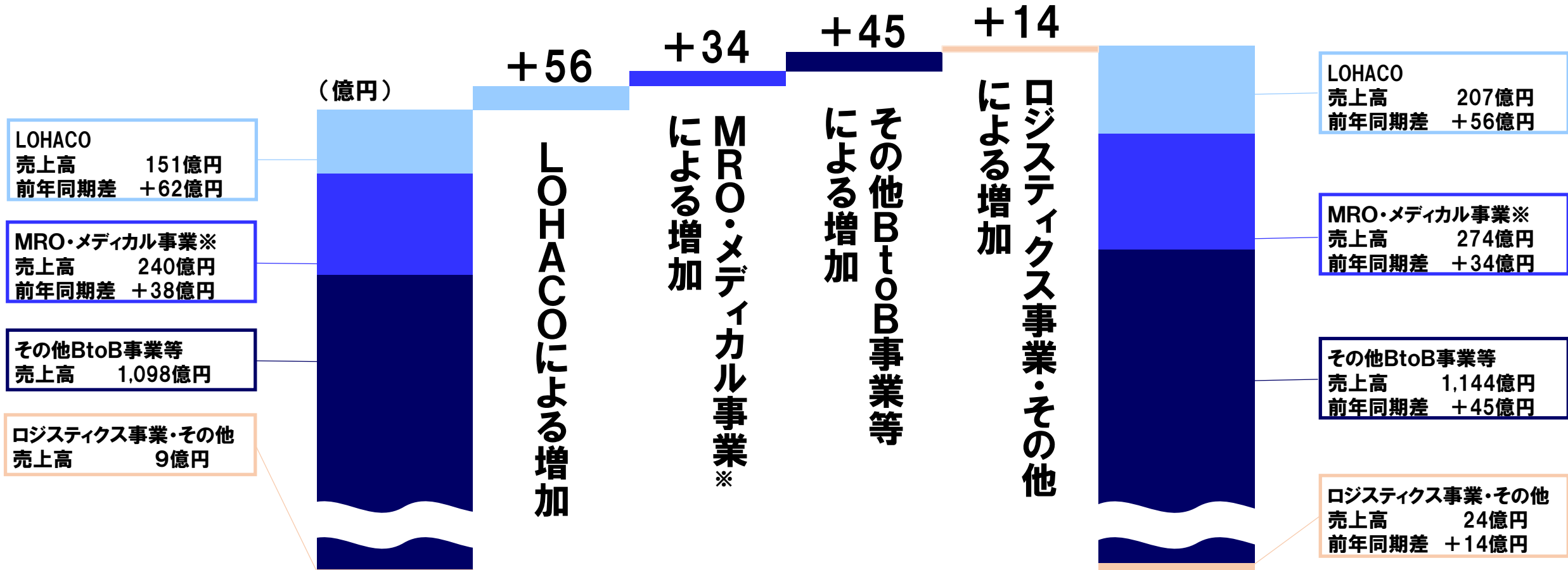
17/5期 第2四半期 連結売上高の増加要因

16/5期 第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%

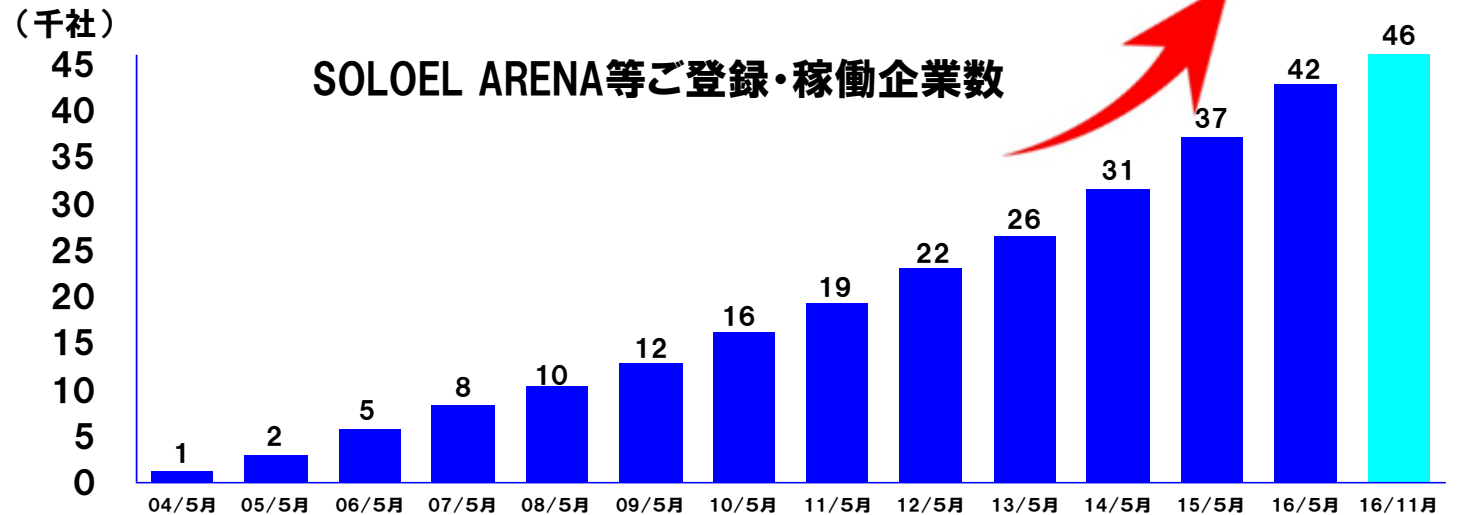
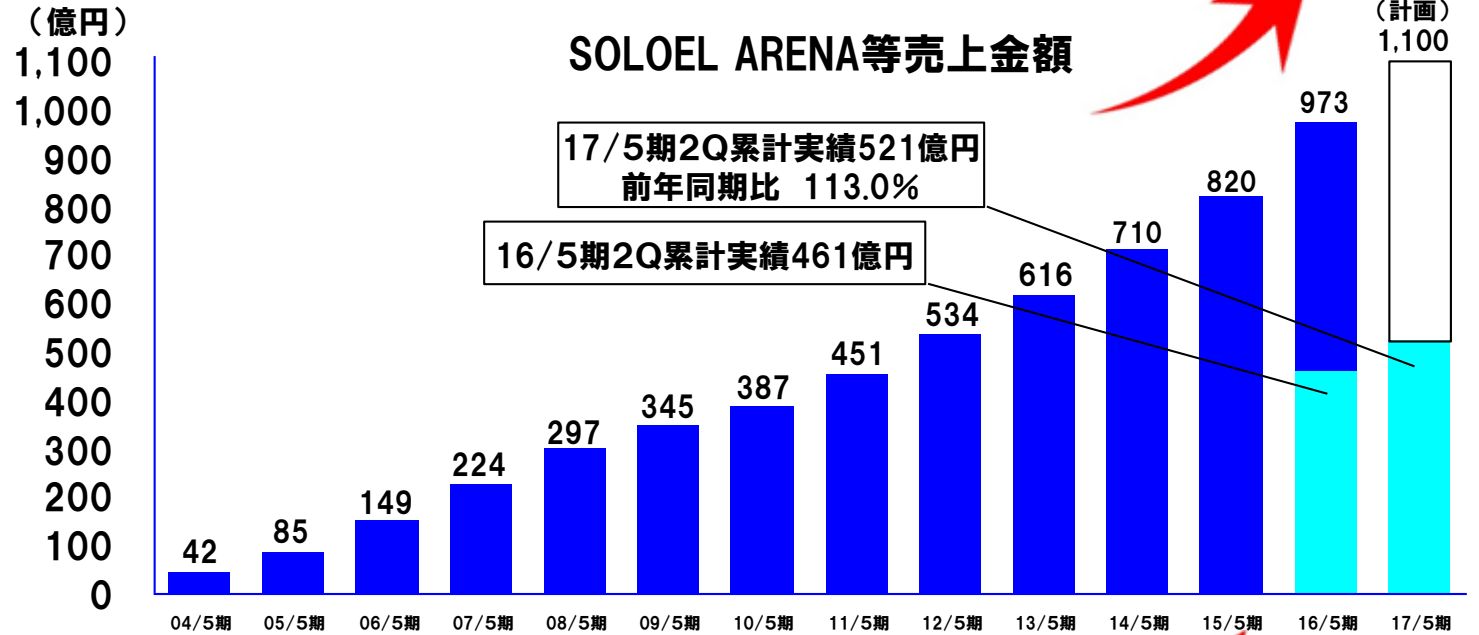
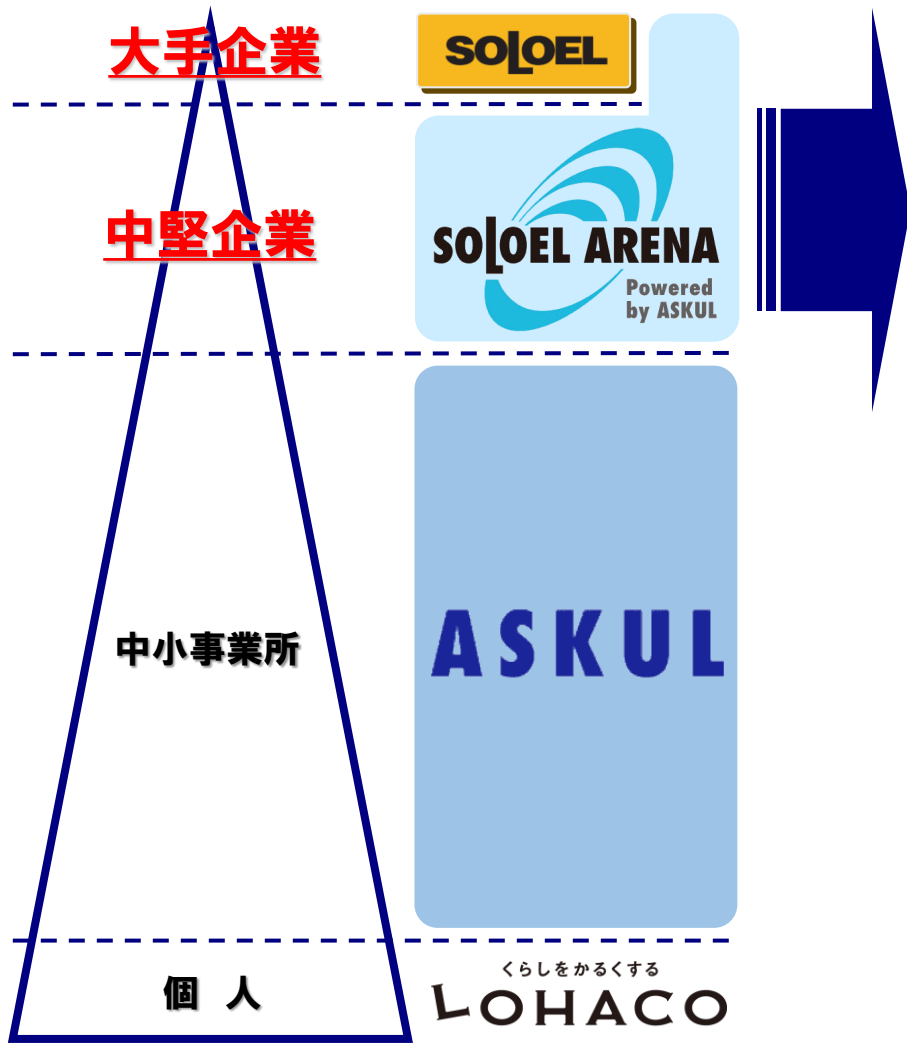
17/5期 第2Q累計(実績)

売上高 1,650億円
 前年同期差 +151億円
 前年同期比 110.1%



※MRO・メディカル事業はLOHACO分を除いております。

SOLOEL ARENAは順調に拡大



前年同期比113.0%、通期計画通り

17/5期 2Q 連結 売上総利益、販売費及び一般管理費

売上総利益額 371億円 前年同期差 +31億円

売上総利益率 22.5% 前年同期差 $\Delta 0.2$ ポイント 計画差 $\Delta 0.1$ ポイント

<四半期ごとの売上高総利益率の推移>

第1四半期:22.3% 第2四半期:22.8%

➤ **1Qは為替ポジション等の影響があったものの、2Qは着実に改善**

販管費 335億円 前年同期差 +39億円

売上高販管費比率 20.3% 前年同期差 $+0.6$ ポイント 計画差 $\Delta 0.4$ ポイント

<四半期ごとの販管費比率の推移>

第1四半期:20.8% 第2四半期:19.9%

➤ **1QはTVCM等の積極的な販促費の投下により上昇したものの**

2Qは堅調な売上高推移に加え、新センターの順調な稼働等もあり着実に改善

全社横断型であくなきコスト削減活動が奏功

07/5期より継続してきた固定費削減活動を
16/5期に「KAIZEN活動プロジェクト」に改め、さらに注力
全社員が参加・提案し活動実施

17/5期上期 実績

取組案件数 **661** 件 約 **6** 億円削減

下期もコスト削減活動を継続

17/5期 2Q 連結 設備投資

設備投資額 26億円(年間計画 64億円)

LOHACOサイト改修 5億円

物流センター能力増強 3億円

メディカルサイト統合 1億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 21億円(年間計画 46億円)

投資詳細

(単位:百万円)

科目名	16/5期 第2四半期	17/5期 第2四半期	
	金額	金額	前年同期比
【設備投資額】(注2)	6,607	2,616	△60.4%
有形固定資産(注2)	5,841	1,376	△76.4%
無形固定資産	765	1,240	+62.0%
建設仮勘定(注3)	2,193	270	△87.7%
ソフトウェア仮勘定(注3)	539	703	+30.4%

(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) 16/5期の投資額が大きくなっているのは、ASKUL Logi PARK福岡、ASKUL Logi PARK横浜の投資が計上されているためです。

(注3) 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。

17/5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

	16/5期 第2四半期累計	17/5期 第2四半期累計	前年同期差
インターネット経由	78.3%	80.0%	+1.7ポイント
上記以外	21.7%	20.0%	△1.7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)

	16/5期 11月度	17/5期 11月度	前年同月度差
オリジナル商品数 (注4)	6,925	7,665	+740
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	17.6% (19.5%)	17.7% (20.0%)	+0.1ポイント (+0.5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。

(注4) 17/5期2Qよりカタログ掲載だけでなくインターネット掲載も含めて販売実績のあるオリジナル商品数を掲載しております。