

平成 21 年 7 月 2 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	総 務 統 括 部 長 小 口 巖 TEL 03-3522-8608

「2009 年 5 月 期 連 結 業 績 概 要」 の お 知 ら せ

「平成 21 年 5 月 期 決 算 短 信」 に 関 する 補 足 説 明 の 資 料 と し て、 添 付 の 「2009 年 5 月 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 ま た は 監 査 法 人 の 関 与 は ご ざ い ま せ ン。

以 上

2009年5月期 連結業績概要



「ソロエル」をはじめとする次世代ビジネスモデルは計画通り進捗
成長初期段階へ移行

～11/5期以降は、「ソロエル」の黒字化により、売上高、利益共に大きな成長段階へ～

2009年7月2日
アスクル株式会社

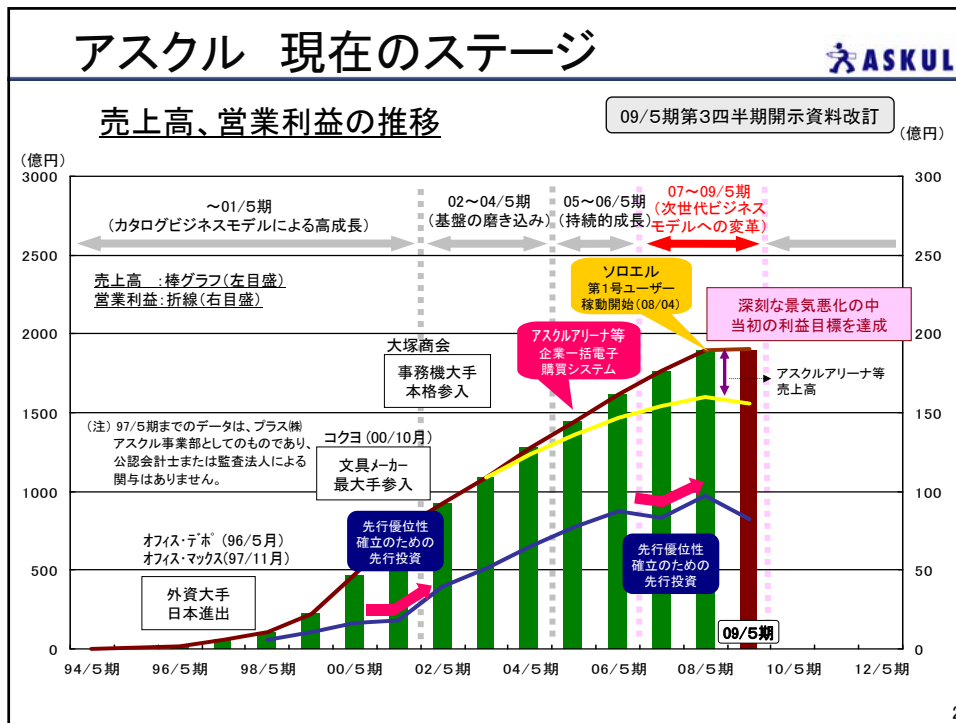


I 09/5期の実績と 10/5期以降の見通し

II 10/5期施策と業績見通し

III 09/5期業績概要

1

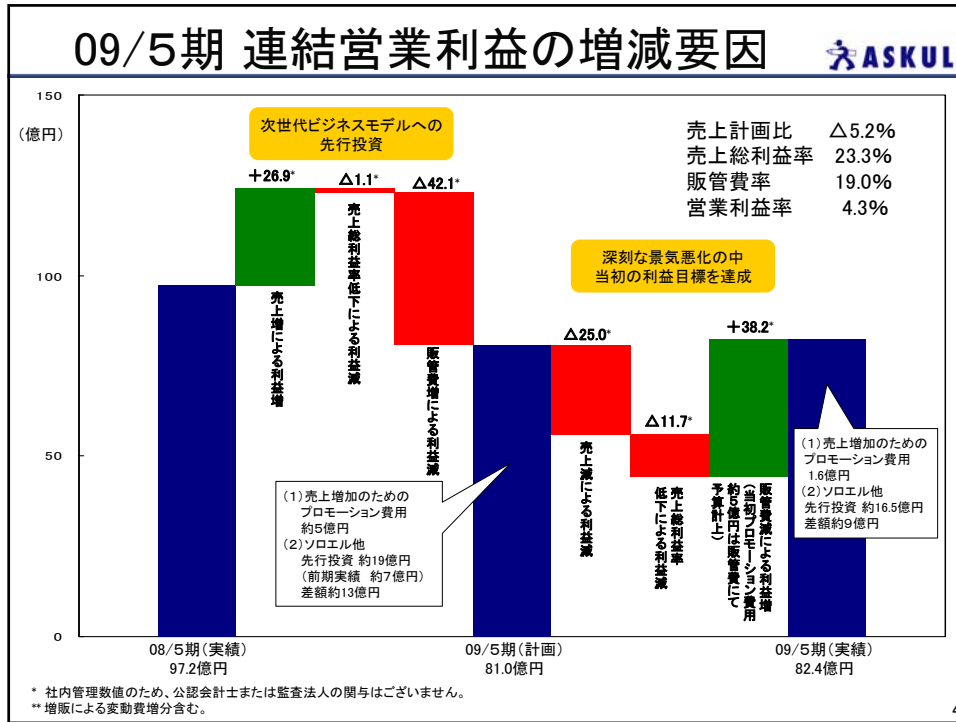


ASKUL 09/5期 連結業績のポイント

深刻な景気悪化局面においても 当初の利益計画を達成

- ・ 次世代ビジネスモデル「ソロエル」については、当初予定以上のお客様数を獲得し、営業損益は計画を上回る
- ・ 継続的なコスト構造改革の成果によりローコストオペレーションの定着
- ・ 将来的な競争力強化を目的にBizexの株式取得(100%子会社化)

3



09/5期 連結業績の概要



	2008年5月期		2009年5月期				
	実績(a) (百万円)	売上比 (%)	実績(b) (百万円)	売上比 (%)	前期比 (b)/(a)-1 (%)	計画(c) (百万円)	計画比 (b)/(c)-1 (%)
売上高	189,686	100.0	190,469	100.0	+0.4	200,913	△5.2
売上総利益	45,486	24.0	44,415	23.3	△2.4	48,066	△7.6
販管費	35,757	18.9	36,175	19.0	+1.2	39,966	△9.5
営業利益	9,729	5.1	8,240	4.3	△15.3	8,100	+1.7
経常利益	9,810	5.2	8,246	4.3	△15.9	8,200	+0.6
当期純利益	4,987	2.6	4,528	2.4	△9.2	4,000	+13.2

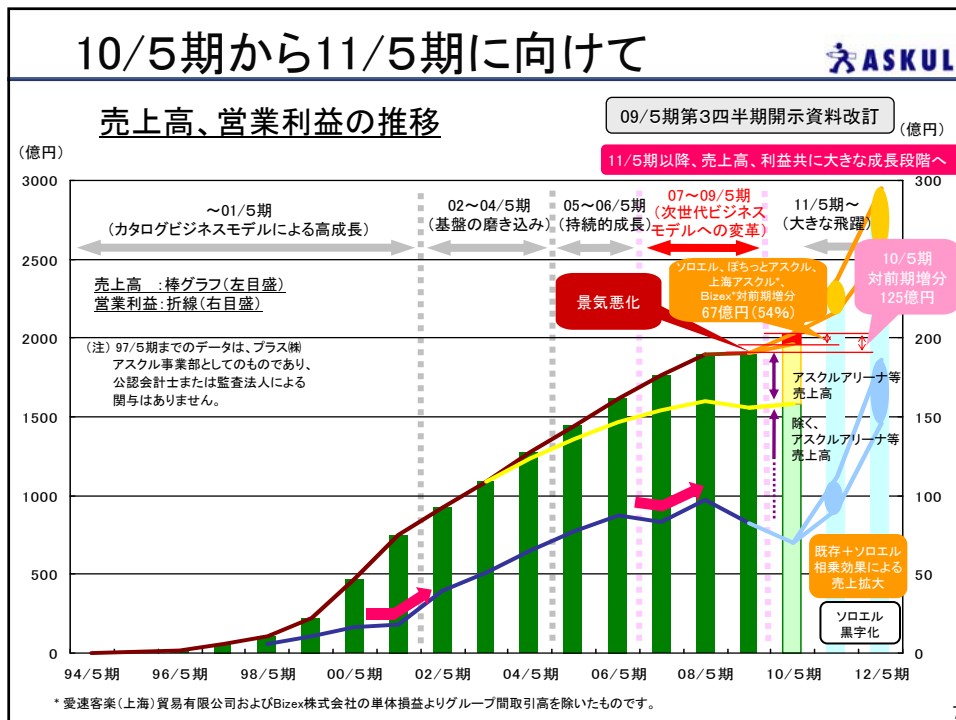
(参考)09/5期 連結業績の概要

ASKUL

単位:百万円

	08/5期 実績(a)	09/5期 計画(b)	差 (b)-(a)	09/5期 実績(c)	前期差 (c)-(a)	計画差 (c)-(b)
売上高	189,686	200,913	+11,226	190,469	+782	△10,444
売上総利益	45,486	48,066	+2,580	44,415	△1,071	△3,651
販管費	35,757	39,966	+4,209	36,175	+418	△3,791
営業利益	9,729	8,100	△1,629	8,240	△1,489	+140
経常利益	9,810	8,200	△1,610	8,246	△1,564	+46
当期純利益	4,987	4,000	△987	4,528	△458	+528

6

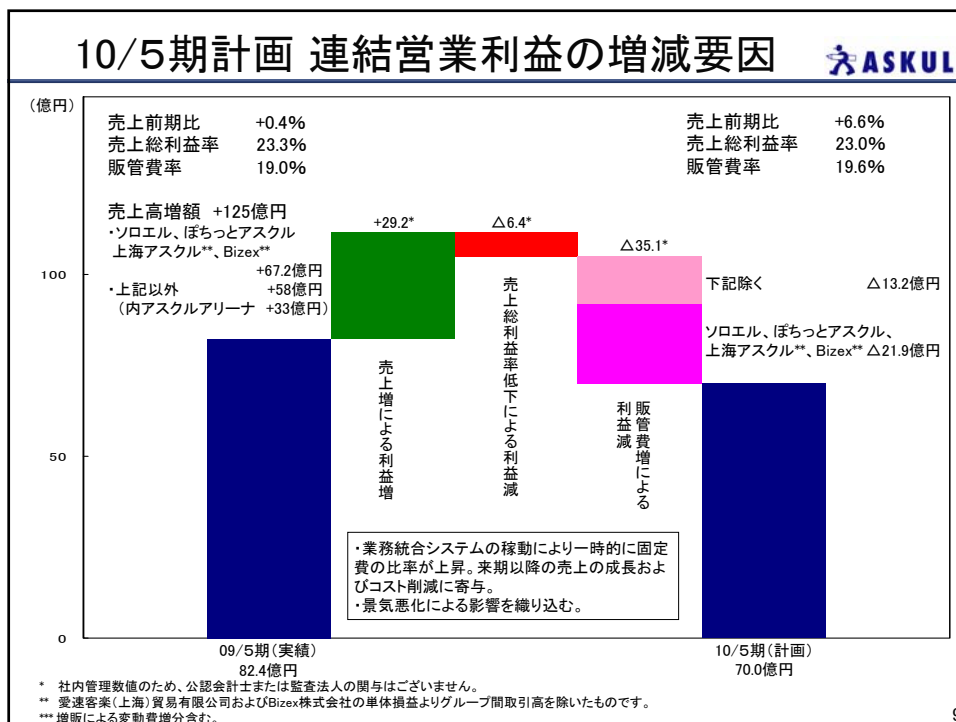


10/5期から11/5期に向けてのポイント ASKUL

次世代ビジネスにより大きな成長期に入る

- ・ 10/5期は、お客様の節約志向の高まり等による購買行動の変化に対応しつつ、次世代ビジネスモデルを積極推進。
11/5期は、次世代ビジネスモデル構築を完了させ、売上高、利益と共に大きな成長段階を迎える予定。
- ・ ソロエル
10/5期はモデル構築を完了させ、厳しい経済環境を追い風に成長を目指す。
11/5期に年度黒字を目標とし、トップラインの成長に大きく寄与。
- ・ 上海アスクル
10/5期は、グローバル展開への基礎の構築を目指し中国での販売活動を本格化。11/5期に単月黒字を目標とし、アジアへのグローバル展開のベースとなる事業モデルが完成予定。
- ・ ぽちっとアスクル
個人向け購買サイト「ぽちっとアスクル」は、商材の拡充を図り着実に成長予定。

8



10/5期 連結業績の見通し



	2009年5月期		2010年5月期		
	金額 (百万円)	売上比 (%)	金額 (百万円)	売上比 (%)	前期比 (%)
売上高	190,469	100.0	203,000	100.0	+6.6
売上総利益	44,415	23.3	46,690	23.0	+5.1
販管費	36,175	19.0	39,690	19.6	+9.7
営業利益	8,240	4.3	7,000	3.4	△15.0
経常利益	8,246	4.3	6,800	3.3	△17.5
当期純利益	4,528	2.4	3,300	1.6	△27.1

10

10/5期 連結業績の上・下期見通し



	2010年5月期 上期			2010年5月期 下期		
	金額 (百万円)	売上比 (%)	前年同期比 (%)	金額 (百万円)	売上比 (%)	前年同期比 (%)
売上高	98,400	100.0	+2.6	104,600	100.0	+10.6
売上総利益	22,735	23.1	+2.4	23,955	22.9	+7.8
販管費	20,135	20.5	+8.3	19,555	18.7	+11.2
営業利益	2,600	2.6	△27.8	4,400	4.2	△5.1
経常利益	2,500	2.5	△32.0	4,299	4.1	△5.9
当期純利益	1,200	1.2	△38.6	2,100	2.0	△18.4

11

I 09/5期の実績と
10/5期以降の見通し

II 10/5期施策と業績見通し

III 09/5期業績概要

12

間接材一括購買システムは順調に稼動開始

“企業の間接材電子購買におけるデファクトスタンダードとなり
お客様の競争力強化に貢献する”



お客様購買代理人の立場で全て「そろえる」
一括購買・共同購買・購買管理をリードする

13

「ソロエル」の進捗状況 ASKUL

当初計画を上回る
累計5企業グループ98社のお客様に導入
お客様への導入は順調、厳しい経済環境が追い風にご導入企業様

- ・アサヒビールグループ様 ・オムロングループ様
- ・資生堂グループ様 ・ソニーグループ様*
- ・ジェイアール東日本商事様(09年6月9日当社プレスリリースご参照ください。)
ジェイアール東日本スポーツ様

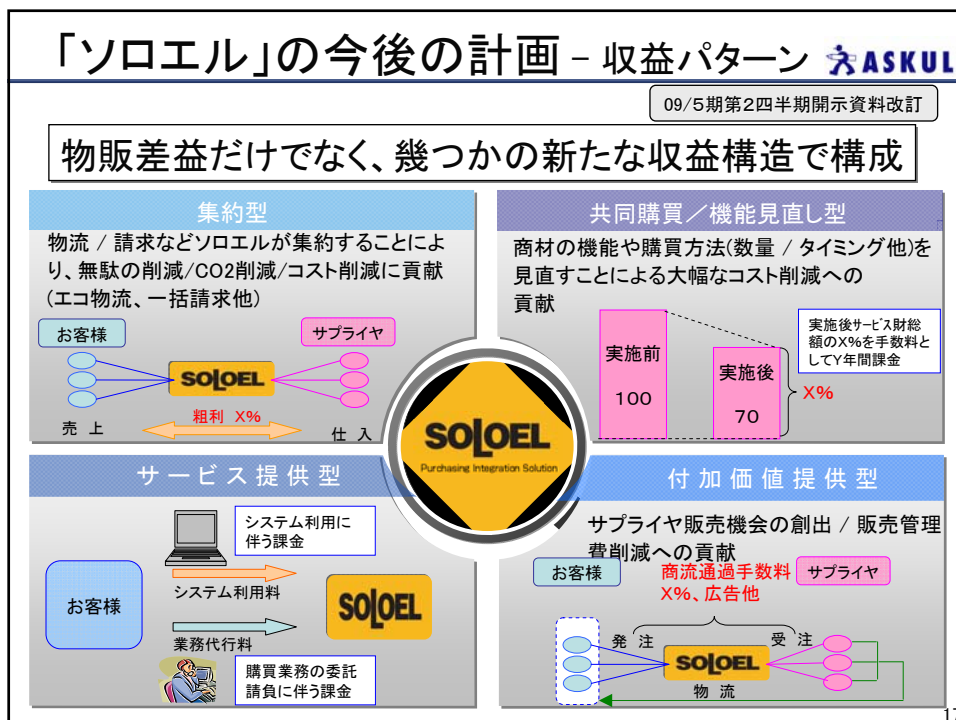
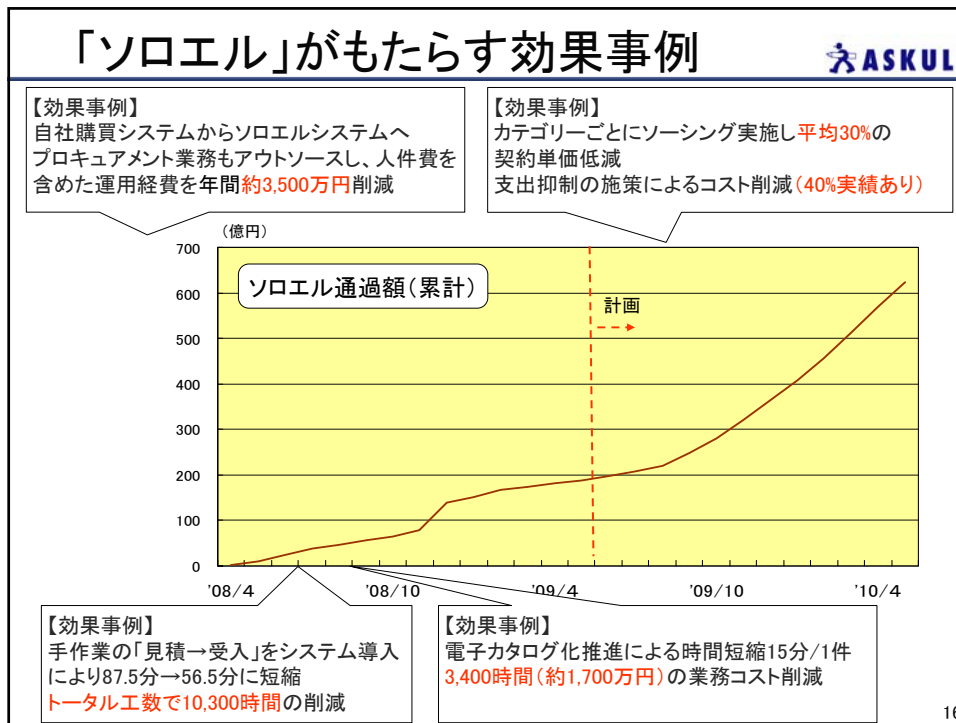
*ソニーグループ様では、間接材購買業務のみ「ソロエル」が代行。

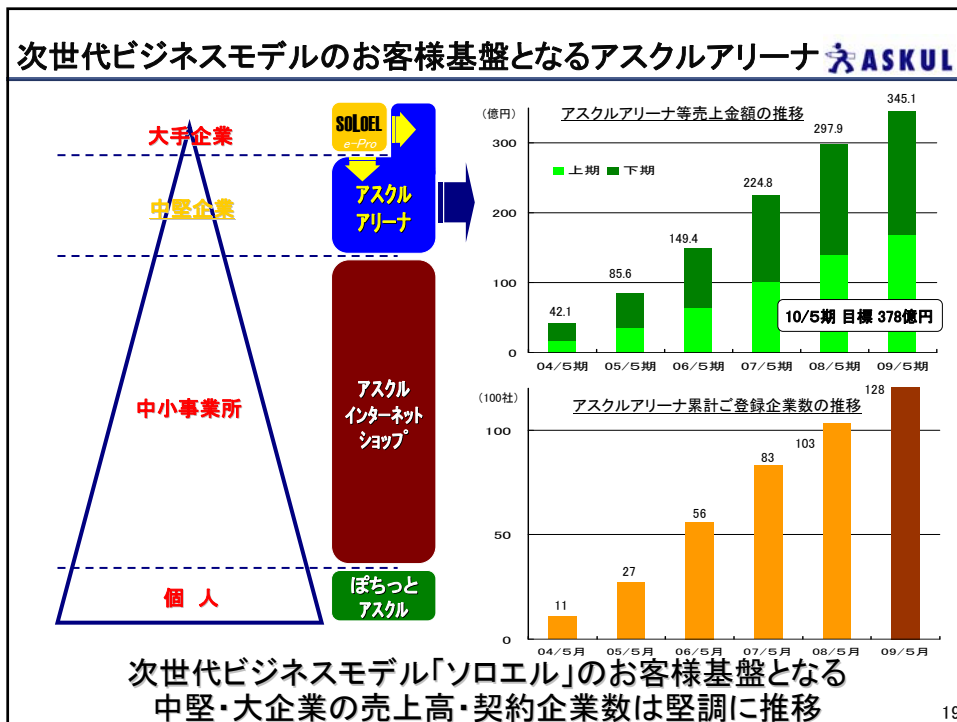
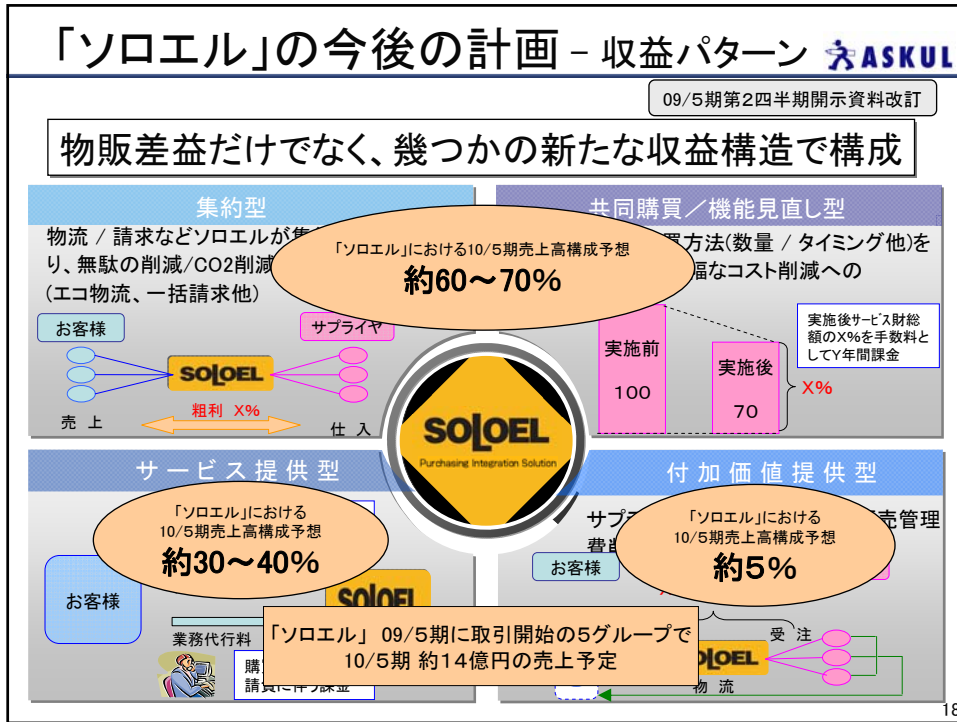
14

「ソロエル」の展開計画 ASKUL

目標(前回08年7月開示)	実績目標(今回09年7月開示)
<p>09/5期目標 09/5期中に累計4企業グループ 約80社のお客様に導入予定 営業利益 △14.4億円見込み</p>	<p>09/5期実績 09/5期中に累計5企業グループ 98社のお客様に導入、導入社数では期首予想を上回る(09/7月現在は5企業グループ100社) 営業利益 △11.7億円</p>
<p>10/5期目標 「ソロエル」の本格展開開始 累計約300社への導入計画(中堅企業向けモデル含む) 営業利益 △11.7億円見込み</p>	<p>10/5期目標 「ソロエル」の本格展開開始 累計約300社への導入計画(業務統合システムの開発遅れにより、中堅企業向けモデルは遅れる) 共同購買推進 営業利益 △10.6億円見込み</p>
<p>11/5期目標 「ソロエル」累計約1,000社への導入計画 黒字化見込み</p>	<p>11/5期目標 (当初開示より変更なし) 「ソロエル」累計約1,000社への導入計画 営業利益 黒字化見込み</p>
<p>13/5期目標 通過額: 1兆円超 売上高: 1,000億円超 累計5,000社超の稼働を計画 営業利益率: 会社の中期的目標の7%以上</p>	<p>13/5期目標 (当初開示より変更なし) 通過額: 1兆円超 売上高: 1,000億円超 累計5,000社超の稼働を計画 営業利益率: 会社の中期的目標の7%以上</p>

15





「上海アスクル」 愛速客楽(上海)貿易有限公司 

09年7月より 上海にて販売ビジネス本格展開

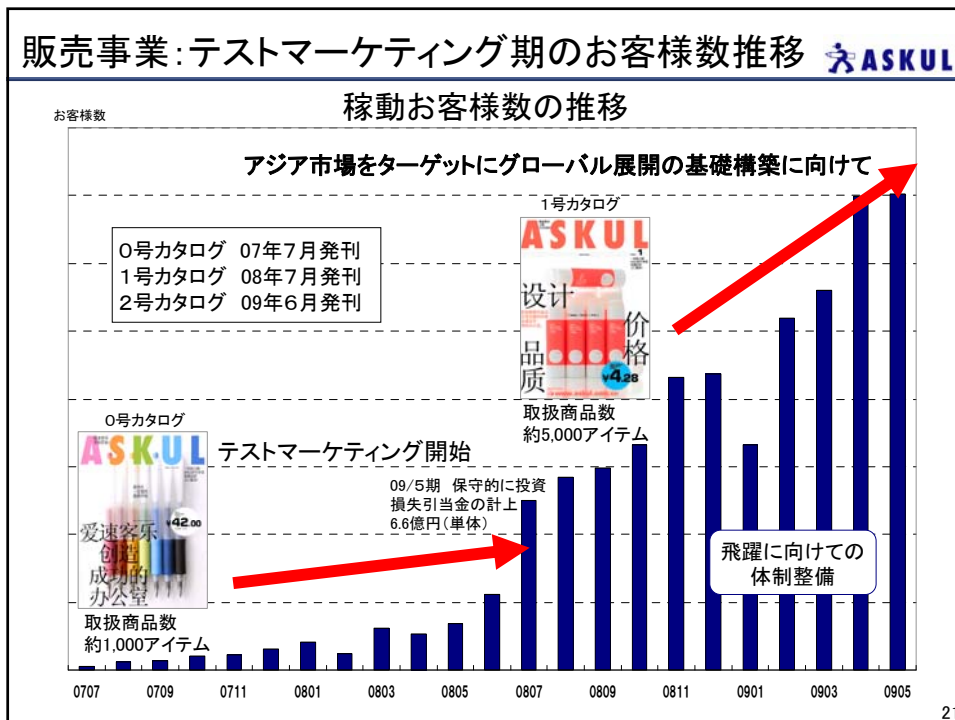
愛速客楽(上海)貿易有限公司で販売のテストマーケティングを実施
当初の予定より時間を要したが、アジア展開型ビジネスモデルの構築開始




愛速客楽(上海)貿易有限公司の概要
 設立時期: 06年12月
 本社所在地: 上海市徐匯区
 資本金: 11,300,000 USD
 社員数: 101名(09年3月現在)
 事業内容
 ①日本向け調達購買支援事業
 ②中国国内向け卸・小売販売事業



20



09年本格展開開始 2号カタログ発刊




掲載商品
7,355SKU(OA/PC、文具、生活用品、家具)
(Web販売:10,417SKU)

販売方法
店舗 : 2店舗展開
カタログ : 492頁
(上海でのオフィス通販カタログ業界No.1*のボリューム)
Webサイト: 7月全面リニューアル予定

サービスレベル配送:
上海市内全域翌日配達(100元以上送料無料)
返品 : 15日以内返品可能
決済 : 代引(原則)、信用度合により月締め
営業時間 : 9:00~17:30 土日祝休み


*当社調べ



09年6月29日発刊

22

「上海アスクル」2号カタログ



愛速客乐, 值得您信赖的品牌

日本製造 日本100% 值得信赖

爱速客乐的5个承诺

1. 品种丰富
2. 品质可靠
3. 价格优惠
4. 贴心配送
5. 注重环保

日本製造 日本100% 值得信赖

ASKUL 26,300-種目数

特辑 / 支持经费节减 自信的价格、骄傲的品质

更多品牌合作必需品, 尽在ASKUL. 自信的价格、骄傲的品质 是ASKUL的立之本. 您最大努力帮助节约经费 是ASKUL的一贯追求!

原价 ~~¥16.98~~

70g 标准型 10箱(1000张) **¥1,698.00**

¥1,298.00

2009年6月25日(星期五)至7月17日(星期五)

购买 真实惠!

品质提高! 价格下降!

最常用 A4尺寸, 有效节省经费!

爱速客乐, 值得您信赖的品牌

复制纸在爱速客乐

品质提高! 价格下降!

爱速客乐, 值得您信赖的品牌

复制纸在爱速客乐

品质提高! 价格下降!

爱速客乐, 值得您信赖的品牌

复制纸在爱速客乐

品质提高! 价格下降!

23

「上海アスクル」2号カタログ

ASKUL

创新办公空间常备品, 期待已久的时尚纸巾新发现!

柔和圆角纸盒设计, 充满童趣的可爱图案!

new! ¥3.78

new! ¥7.98

办公室10大必备品

ASKUL 独家销售 环保再生二页文件套

¥0.298

环保半透明 米白色 外观舒适 低价新登场!

0.18 Clear holder A4

188 Clear holder A4

¥0.79

¥198.00

24

「上海アスクル」2号カタログ

ASKUL

2009年夏季 爱速客乐网站

新功能一点俱全! 新活动精彩不断!

2009年夏季, 爱速客乐网站全新登场, 更多的功能给您! 更多丰富的商品给您! 更直观、快捷的购物体验! 赶快登录看看吧!

全面改版

想要的东西 精确找

必备的商品 快速购

找商品 方便、快捷

热销商品 每周更新

专家店 专业专业

性价比 比较就知道

搜索快捷

热卖商品 每周更新

专家店

商品比较器

必备商品 不用寻找

查看商品目录, 实现快速订购!

我的收藏夹

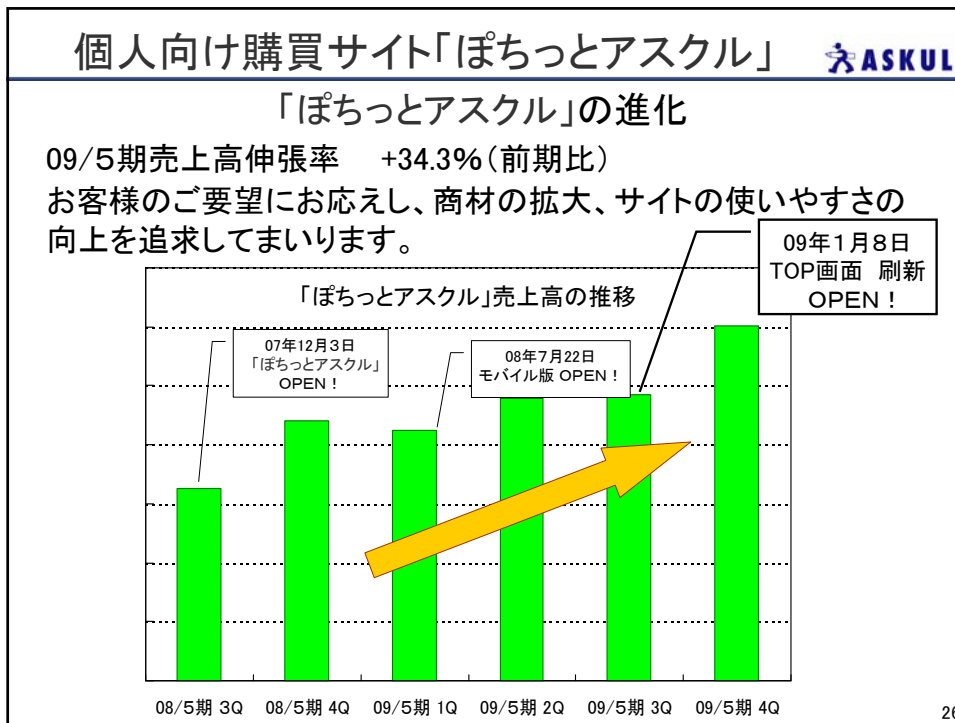
快捷订单

ASUKUL 立即登录

www.askul.com.cn

492

25



10/5期 連結業績の見通し



1. 売上高 2,030億円(前期差 +125億円 前期比 +6.6%)
2. 売上総利益率 23.0%(前期差 △0.3%ポイント)
- (1) ソロエル、ぽちっとアスクル、上海アスクル*、Bizex*による売上増
次世代ビジネスの成果の現れ (前期差 +67.2億円)
- *愛速客楽(上海)貿易有限公司およびBizex株式会社の単体損益よりグループ間取引高を除いたものです。
- (2) 上記以外による売上増
- ・中堅・大企業向けアスクルアリーナ等の売上拡大
アスクルアリーナ等売上高目標 378億円(前期差 +33億円)
 - ・深刻な景気悪化による、お客様の節約志向の高まり等、購買行動の変化に対応。価格に対するお客様の要望が強まる中、競合優位性を維持しお客様基盤を拡大、増収をめざす。
 - ・インターネットでの売上、新規のお客さま開拓強化継続
インターネット売上高比率 10/5期末目標(単月・単体) 60.5%
(09/5期5月度 単月・単体実績 57.7%)

28

10/5期連結業績の見通し



3. 販管費比率 19.6%(前期差 +0.6%ポイント) +35億円
- 【主な増加要因】
- (1) ソロエル、ぽちっとアスクル、上海アスクル*、Bizex* +21億円
- ・事業拡大に伴う、人件費、ソフトウェア償却費、業務外注費用が増加
(Bizexの連結において人件費が増加する一方、配送運賃は低下いたします)
- *愛速客楽(上海)貿易有限公司およびBizex株式会社の単体損益よりグループ間取引高を除いたものです。
- (2) 上記を除く販管費増 +13億円
- ・次世代ビジネスモデルの基幹ともなる
業務統合システムの償却費、ホスティング費他 6.9億円
 - ・販売促進費用 3.7億円
 - ・売上増加に伴う変動的費用の増加
4. 設備投資 27億円
- 【主な内訳】
- ・業務統合システム 13億円
 - ・環境配送およびまとめ配送、各物流センターメンテナンス他 6億円
 - ・ソロエル(間接材一括購買システム) 中堅企業向けモデルの開発他 3億円
- (参考) 減価・ソフトウェア償却費 34億円(前期差 +7.2億円)

29

コスト構造改革



コスト構造改革3年目の09/5期は当初の計画通り、業務改革推進(部門)にて、他部門との協働による横断的業務改善(BPR*)による効率化を図る一方、全社(全社員)をあげての「無駄バスターズ」活動を通して業務改善を推進。

(主な活動)

業務改革推進と他部門との協働によるBPR*

- 09/5期購入パソコン(ノート、デスクトップ、モニター)等の購買方法変更
- 期限管理対象商品(有期商品)の管理手法改善
09/5期 上記で約0.8億円のコスト削減効果
その他、16案件の実施

* Business Process Reengineering の略。企業活動に関するある目標を設定し、それを達成するために業務内容や業務の流れ、組織構造を分析、最適化すること。

上記の改善数値は、会計上の数値とは異なり、社内管理会計上のシュミレーションによるものです。

30

コスト構造改革取組み事例



環境負荷の低減とコスト削減 返品及びそれに伴う廃棄の削減

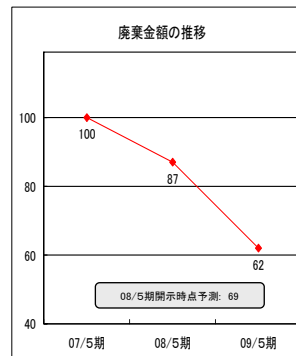
— 継続的活動がコスト構造に変革をもたらす —

3. カタログ表記改善

お客様からの返品の約半数は、「お客様のカタログの見間違い・買い間違い」となっております。アスクルでは、よく返品が発生する商品のカタログページを分析し、お客様が買い間違いを起こしにくく、商品を選びやすいカタログ表記に努めております。その結果、**09/5期においては、返品率を07/5期比で約24%削減**することができました。

4. 返品センターにおける良品化商品廃棄削減の取り組み

お客様から返品された商品の約半数は、廃棄処分となっております。アスクル返品センターでは、各サプライヤと協働で商品の良品化を推進しております。また、良品化困難な商品は『わけあり品』としてWebサイトを活用し、お客様にご了解をいただき、お買得価格でご提供しております。その結果、**09/5期においては、廃棄額を07/5期比で約38%削減**することができました。今後も廃棄削減を促進します。



07/5期の廃棄金額を100とした場合の推移。毎年着実に廃棄削減を進めております。

商品廃棄損の削減等 09/5期 総額 約1.5億円コスト削減効果

上記の改善数値は、会計上の数値とは異なり、社内管理会計上のシュミレーションによるものです。

31

コスト構造改革取組み事例

全社をあげての「無駄バスターズ」活動 330案件、286件実施

1. 提案活動: 每期首ごとに全部門より「身の回りの無駄」「見えない無駄」等を抽出
2. 月例会議: 全部門の提案に対する進捗を確認、活動内容のプレゼンも実施
3. 見える化: 活動結果の「可視化」、「数値化」を促進

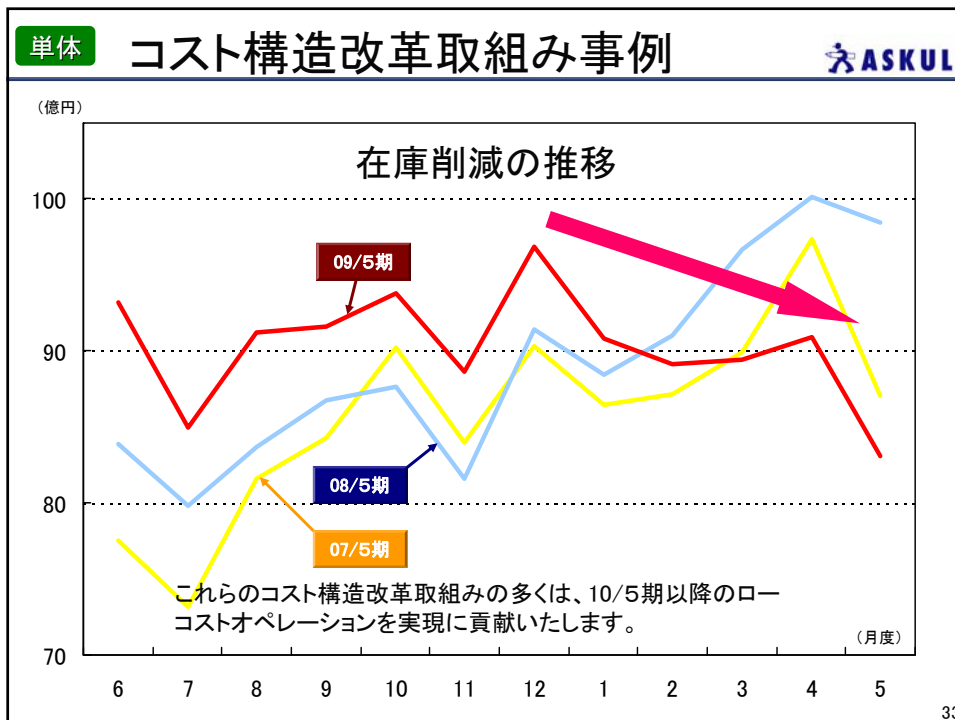
(主な活動) 無駄バスターズ

- ・「アスクルスイート」賞品の物流改善
- ・問い合わせセンター業務改善
- ・カスタマーマーケティング部門 お掃除活動他

09/5期総額 約1.2億円のコスト削減効果

上記の改善数値は、会計上の数値とは異なり、社内管理会計上のシミュレーションによるものです。

32



Bizex 株式取得(100%子会社化) ASKUL

Bizex株式会社の概要 (09年5月20日現在)

資本金	: 90百万円
従業員	: 約170名 (倉庫内パート・アルバイトを除く)
主な事業内容	: 物流業 (倉庫運営、在庫管理、小口配送)
主な事業所	: 東京、神奈川、仙台、名古屋、大阪、福岡
取得価額	: 80億円(付帯費用含む)

株式取得の目的

1. ソロエルサービスの本格展開に際し、環境配慮を視野に入れた物流サービス提供(環境配送)と物流効率の一段の向上を目指す。
2. お客様への直接リーチ(ラスト・ワン・マイル)を担う機能を持ち、お客様満足度の向上を図る。

10/5期 営業利益目標 5.2億円

34

Bizex将来に向けて ASKUL

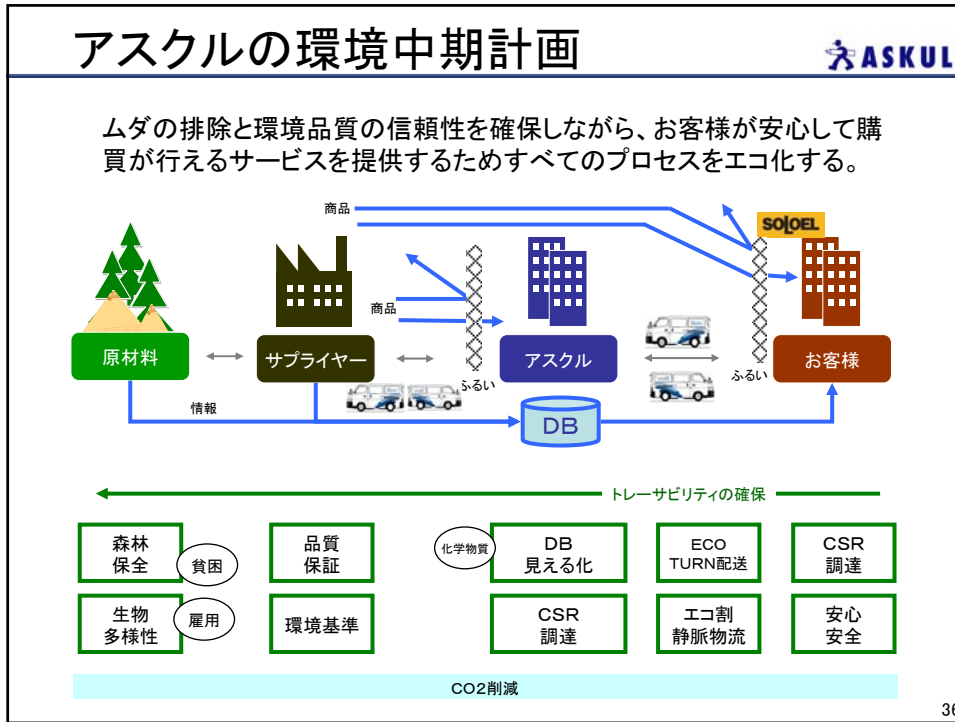
**次世代循環型プラットフォームの構築の中核となり
競争優位を実現**

お客様

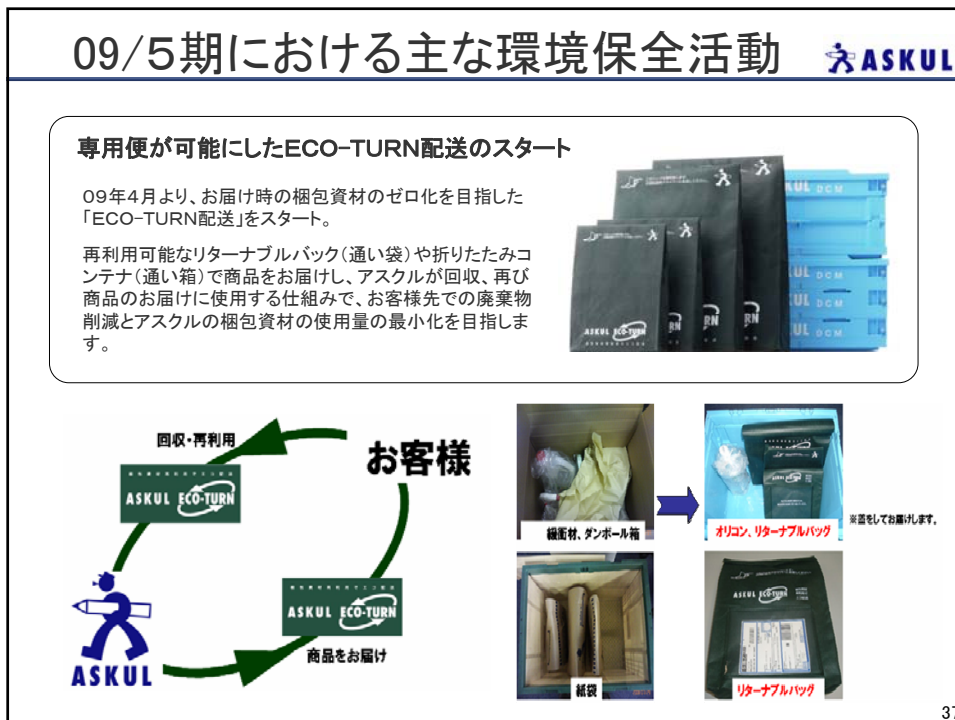
サプライヤー

物流コスト効率化
環境配送の実現
配送サービス向上

35



36



37

アスクル環境方針の改定 ASKUL

09/5期において、これまでの環境活動を、より強力に推進させるため、「アスクル環境方針」の改定を行いました。

本方針では、アスクルの事業活動の基盤である流通プラットフォームを、お客様、社会、地球環境にとって、「最適」で「ローコスト」な「エコプラットフォーム」に進化させていくことを宣言しています。

今後も、この環境方針のもと、事業活動の各領域において具体的な環境保全活動を展開していきます。

アスクル環境方針

わたしたちは、「お客様のために進化する」という企業理念のもと、持続可能な社会の実現に向け、お客様、社会、地球環境にとって、「最適」で「ローコスト」なエコプラットフォームを構築していきます。

わたしたちは、事業活動に伴う環境への影響を把握し、以下の項目について中長期的な目標を定め、目標達成に向け全社一丸となって活動していきます。

- 環境情報の見える化を通じて、お客様に環境負荷の少ない購買システムをご提供します。
- 環境に配慮した商品やサービスを通じて、エコロジカルなワークスタイルをご提案します。
- 環境負荷の低減とお客様サービスの向上を目指したロジスティクスサービスを実現します。
- 情報の共有化と有効活用により、低炭素型のデマンド・チェーン[®]を実現します。
- わたしたち一人ひとりが企業市民としての自覚をもち、広く社会貢献活動を推進します。

わたしたちは、この環境方針に沿って、法令および自主的に受入れを決めた要求事項を順守すると共に、マネジメントシステムの運用・強化を継続的に行い、その進捗と成果を公開していきます。

38

紙製品の責任ある調達と環境保全のための寄付 ASKUL



- ・08年初旬に発生した「古紙偽装問題」に伴い、弊社内で発生した業務対応費用等について、該当仕入先ならびに製紙会社に対し請求を実施。
- ・上記請求の結果、該当仕入先ならびに製紙会社より、2年間で約7,100万円の拠出金の支払いを合意。
- ・古紙パルプ配合商品の環境価値を考慮してご購入いただいた多くのお客様のご意思を考え、その全額をWWF(世界自然保護基金)ジャパンに寄付。

【寄付概要】

1. 寄付金の使途: WWFジャパン
「アジア森林保全支援プロジェクト」
2. 寄付使途期間: 09年7月1日～11年6月末日
3. 寄 付 金 額: 09年4月 52百万円
10年1月 19百万円(予定)

WWFジャパンへのこれまでの寄付実績

03/5期よりの累計寄付金額 1億円
寄付を每期継続しております。

39

株主に対する利益還元-1



資本効率の向上と総合的な利益還元 自己株式の公開買付けによる取得と消却を実施

本自己株式の公開買付けによってプラス株式会社の当社株式の所有割合が低下した事により、当社の経営の自主性及び独立性、並びに購買代理としての中立性をより一層強化し、「ソロエルサービス」を始めとした次世代ビジネスモデルの展開を促進させ、当社事業の成長を加速させるものと考えております。また、本公開買付けにより、留保金課税が適用除外された結果、従来より法人税の税負担額は軽減されました。(09年1月23日当社IRリリース一部変更)

自己株式の公開買付けによる取得	
◆取得日	09年2月24日
◆取得株式数	11,000,000株
自己株式の消却	
◆消却日	09年3月31日
◆消却株式数	5,500,000株
(09年5月20日現在)	
◆発行済株式総数	38,189,400株
◆自己株式	7,200,856株

40

株主に対する利益還元-2 配当について



利益配分に関する基本方針

当社の利益配分に関しましては、健全なキャッシュ・フローと安定した財務体質を維持しつつ、「中長期的な企業価値向上のための設備投資資金としての内部留保の確保」と「株主の皆様のご要望にお応えするための株主還元としての配当政策」をバランスさせながら、総合的に判断して実施致します。

1. 09/5期配当

07/5期より計画的に取り組んで参りました大型設備投資が一巡いたしました。

◆1株あたり年間配当金30円を実施(10円増配)

2. 10/5期配当(予想)

中期的には次世代ビジネスモデルの中核となる「ソロエル」の損益好転や物流子会社であるBizexの買収効果などが見込まれるため、株主の皆様への安定的な配当を実施いたします。

◆1株あたり年間配当金30円を予定

41



I 09/5期の実績と 10/5期以降の見通し

II 10/5期施策と業績見通し

III 09/5期業績概要

42

09/5期連結業績の主なポイント



1. 売上高 1,904億円

計画差 $\Delta 5.2\%$ 前期差 $+0.4\%$

<半期ごとの売上高の推移>

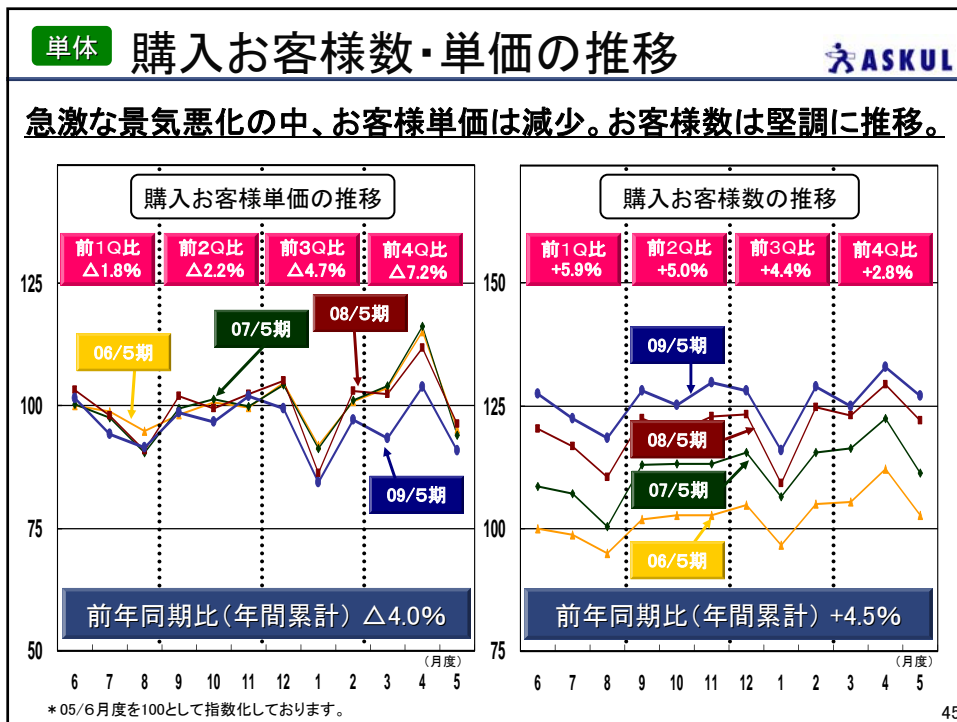
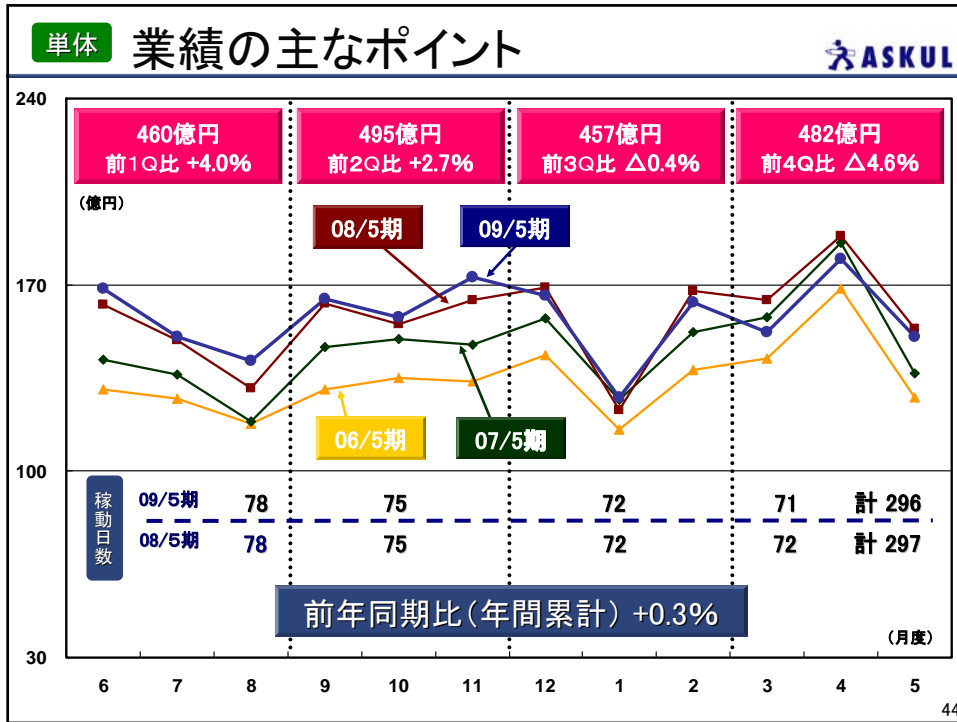
上期:959億円(計画差 $\Delta 2.0\%$ 前期差 $+3.4\%$)

下期:945億円(計画差 $\Delta 8.3\%$ 前期差 $\Delta 2.4\%$)

<主なポイント>

- ・急速な景気悪化が続く厳しい状況の中、お客様の節約志向の高まりにより 家具等の耐久財や文具を中心に需要が低下。お客様単価も低下傾向。
- ・価格感応度の高い消耗品を主体に、価格優位性を維持した結果、お客様数は堅調に推移。
- ・インターネットを利用した広告、販売促進活動および次世代ビジネスモデルのお客様基盤となるアスクルアリーナにより、お客さま基盤は拡大。

43



09/5期連結業績の主なポイント



2. 売上総利益率 23.3%

計画差 $\Delta 0.6\%$ ポイント 前期差 $\Delta 0.7\%$ ポイント

<半期ごとの売上総利益率の推移>

上期:23.1%(計画差 $\Delta 0.8\%$ ポイント 前期差 $\Delta 1.0\%$ ポイント)下期:23.5%(計画差 $\Delta 0.5\%$ ポイント 前期差 $\Delta 0.5\%$ ポイント)

<主なポイント>

- ・上期は、原材料価格の高騰を主因とする仕入価格上昇のため、一時的に悪化傾向を見せましたが、10月の価格改定により一定の改善が見られる。
- ・下期は、仕入価格の抑制に努め仕入価格の改善を進めましたが、お客様の価格に対するご要望が強まる中で競争優位性を確保するため、消耗財を中心に価格を引き下げ、新たなお客様の増販による総利益額の確保に努める。また、オフィス家具を中心に粗利率の高い商品の売上高が低下したこともあり計画値には至らず。
- ・プロモーション費用は、当初販管費にて5億円予定しておりましたが、売上値引処理しております。(1.6億円)

46

品目別売上高、粗利率



区分	09/5期									08/5期	
	上期			下期			通期			通期	
	金額 (百万円)	粗利率 (%)	売上前年 同期比 (%)	金額 (百万円)	粗利率 (%)	売上前年 同期比 (%)	金額 (百万円)	粗利率 (%)	売上前年 同期比 (%)	金額 (百万円)	粗利率 (%)
OA・PC 用品	41,806	19.1	+4.3	41,079	20.2	$\Delta 1.8$	82,886	19.6	+1.2	81,912	19.6
事務用品	22,394	25.8	+2.8	22,223	25.8	$\Delta 3.9$	44,617	25.8	$\Delta 0.6$	44,901	26.9
オフィス 生活用品	18,173	27.3	+10.5	17,632	27.7	+6.9	35,805	27.5	+8.7	32,945	28.9
その他	4,791	18.0	+16.3	5,933	18.6	+21.9	10,724	18.3	+19.4	8,985	22.6
小計	87,166	22.5	+5.7	86,868	23.0	$+0.6$	174,034	22.8	$+3.1$	168,744	23.5
オフィス 家具	8,770	29.5	$\Delta 15.3$	7,664	28.8	$\Delta 27.6$	16,435	29.2	$\Delta 21.5$	20,942	27.7
合計	95,936	23.1	+3.4	94,532	23.5	$\Delta 2.4$	190,469	23.3	+0.4	189,686	24.0

- ・景況感の悪化による、お客様の購買行動の変化により、オフィス家具、事務用品が低調。
- ・消耗財項目では、コピー用紙、生活用品が堅調に推移。
- ・その他区分では、メディカル&ケアが伸長。

47

09/5期連結業績の主なポイント



3. 販管費 売上高販管費比率 19.0%

計画差 Δ 38億円 Δ 0.9%ポイント

前期差 0.1%ポイント

<半期ごとの売上高販管費率の推移>

上期:19.4%(計画差 Δ 0.9%ポイント 前期差 +0.1%ポイント)下期:18.6%(計画差 Δ 1.0%ポイント 前期差 +0.1%ポイント)

<主なポイント>

- ・「ソロエル」等への投資が続く中、継続的なコスト構造改革の推進によるローコストオペレーションを実現
業務委託費・業務外注費(計画差 Δ 9億円)その他多くの科目で計画を下回る。
- ・プロモーション費用は、当初販管費にて5億円を予定しておりましたが、売上値引処理(1.6億円)
- ・売上計画未達による減少

48

09/5期連結業績の主なポイント

4. 特別損失 2.8億円(前年差 Δ 4.6億円)

【主な内訳】

- ・既存の基幹システムに関する臨時償却費 1.7億円

5. 設備投資 45億円(計画 63億円)

(長期前払費用 5.8億円を含め51億円)

【主な内訳】

- ・業務統合システム 21億円(長期前払費用を含め26億円)
計画 32億円(08/5期実績3.3億円含む)
- ・ソロエル中堅モデル開発 8億円
(長期前払費用を含め8.6億円、計画 10億円)

【計画差(合計)】 Δ 18億円(長期前払費用を含め Δ 12億円)

(主な要因)

業務統合システムの遅れによる。なお、同システムは09/11月完成予定で、10/5期の設備投資額13億円(投資総額42億円)を予定。

(参考)減価・ソフトウェア償却費 26億円(計画 29億円)

49

付 録

50

《付録》

① インターネット売上高比率

	2009/5期	前期差	2008/5期
インターネット経由	56.9%	+2.6%ポイント	54.3%
上 記 以 外	43.1%	△2.6%ポイント	45.7%

(注1) 売上高比率は、受注ベースで記載しております。

(注2) 各期年間の単体実績を記載しております。

② オリジナル商品

(単位:SKU)

	2009/5期 5月度	前期差	2008/5期 5月度
オリジナル商品数	3,356	+262	3,094
カタログ掲載商品数 (含む、併載商品数)	34,153	△1,084	35,237
売上高構成比	12.0%	0.3%ポイント	11.7%

(注1) 各期5月度の単月・単体実績を記載しております。

(注2) 売上高構成比には、オリジナル・コピーペーパーは含まれておりません。

(注3) 各数値は、メディカル&ケアカタログ、メディカルプロカタログ、家具カタログ等掲載品を含みます。

51

《付録》



③ 従業員数

	2009/5期末	2008/5期末
従業員数	736名	498名
外(倉庫内パート・アルバイト)	(173名)	(107名)

(注) 従業員数は就業人数(当社グループ外への出向者を除き、当社グループ内への出向者を含めております。)であり、倉庫内パート・アルバイトは、期間の平均人員を()外数で記載しております。

52

《付録》



④ 設備投資

(単位:百万円)

科目名	2009/5期		2008/5期
	金額	前期比	金額
【設備投資額】	4,525	+22.7%	3,688
有形固定資産	306	△51.3%	629
無形固定資産	4,219	+37.9%	3,059

(参考)

リース契約金額	26	△20.2%	32
建設仮勘定(注2)	13	+185.0%	4
ソフトウェア仮勘定(注2)	3,719	+445.2%	682

(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消費税等を含んでおります。

(注3)09/5期における主な設備投資は以下の通りであります。

業務統合システム	2,102百万円
ソロエル中堅モデルの開発	814百万円

53



(ご注意)

この資料には、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。また、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。なお、金額は原則、億円未満切捨てにて記載しております。

54

09/5期連結業績の主なポイント



1. 売上高 1,904億円

計画差 $\Delta 5.2\%$ ポイント 前期差 $+0.4\%$ ポイント

<半期ごとの売上高の推移>

上期:959億円(計画差 $\Delta 2.0\%$ ポイント 前期差 $+3.4\%$ ポイント)

下期:945億円(計画差 $\Delta 8.3\%$ ポイント 前期差 $\Delta 2.4\%$ ポイント)

<主なポイント>

- ・急速な景気悪化が続く厳しい状況の中、お客様の節約志向の高まりにより 家具等の耐久財や文具を中心に需要が低下。お客様単価も低下傾向。
- ・価格感応度の高い消耗品を主体に、価格優位性を維持した結果、お客様数は堅調に推移。
- ・インターネットを利用した広告、販売促進活動および次世代ビジネスモデルのお客様基盤となるアスクルアリーナにより、お客さま基盤は拡大。

55