

平成 21 年 3 月 17 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 第 3 四 半 期 連 結 業 績 概 要」 の お 知 ら せ

「平成 21 年 5 月 期 第 3 四 半 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 第 3 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 ま た は 監 査 法 人 の 関 与 は ご ざ い ま せ ン。

以 上

2009年5月期 第3四半期 連結業績概要



09/5期は、継続的なコスト構造改革により 利益計画達成が視野に

～順調なソロエルビジネスに加え、10/5期からはWeb販売を強化～

2009年3月17日
アスクル株式会社

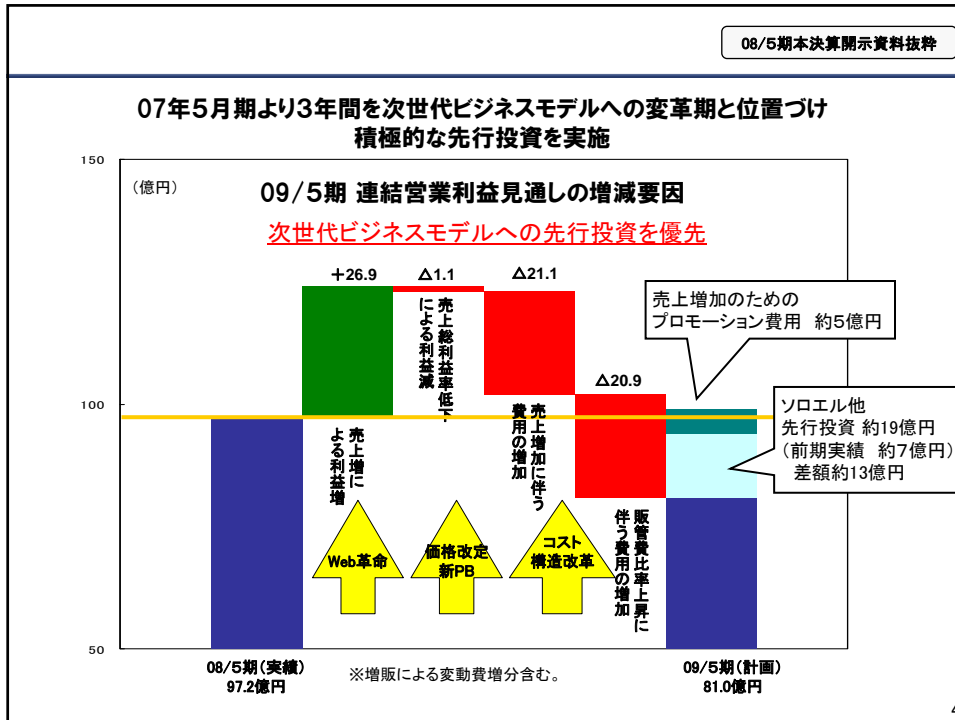
第3四半期連結業績 概要



1. 昨今の急激な景気悪化により消費が縮小する中、当第3四半期(累計)においては、期首予想を上回る利益を実現することができました。
2. 「ソロエル」の導入企業グループ数においても、すでに期首目標を達成し、順調に推移しております。また、「ソロエル」の成長と並行して今後の売上を支える「Web販売」も、中小事業所向けインターネットショップの進化(09年2月21日オープン)により、今後の大きな成長に繋がる基礎ができました。
3. 09年4月に予定されているBizex(株)の完全子会社化は、次世代ビジネスモデルを完成させるために必要なもので、今後の配送サービスの向上及びコスト低減を可能とします。

また、次世代ビジネスモデルへの変革期の最終年度を迎えるにあたり、株主の皆様への総合的な利益還元及び資本効率の向上を目的に、公開買付けによる自己株式の取得を実施し、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いたしました。なお、公開買付けにより取得した自己株式については、株主の皆様への利益還元及び資本効率の向上をより明確にするため、その株式の半数を消却いたします。 ※「次世代ビジネスモデル」につきましては、2007年5月期以降開示の連結業績概要をご参照下さい。

1



- I. アスクル 現在のステージ
- II. 第3四半期業績の概要
- III. 通期業績の見通し
- IV. 今後の施策

5

Ⅱ. 第3四半期業績の概要(3ヶ月累計)

3ヶ月累計	08/5期 第3四半期		09/5期 第3四半期			
	金額 (A)	売上比	金額 (B)	売上比	前年同期比 (B)/(A)-1	差額 (B)-(A)
売上高	百万円 46,098	% 100.0	百万円 45,919	% 100.0	% △0.4	百万円 △178
売上総利益	11,105	24.1	10,683	23.3	△3.8	△422
販管費	8,445	18.3	8,382	18.3	△0.8	△63
営業利益	2,659	5.8	2,300	5.0	△13.5	△358
経常利益	2,677	5.8	2,245	4.9	△16.2	△432
四半期純利益	1,416	3.1	1,403	3.1	△0.9	△13

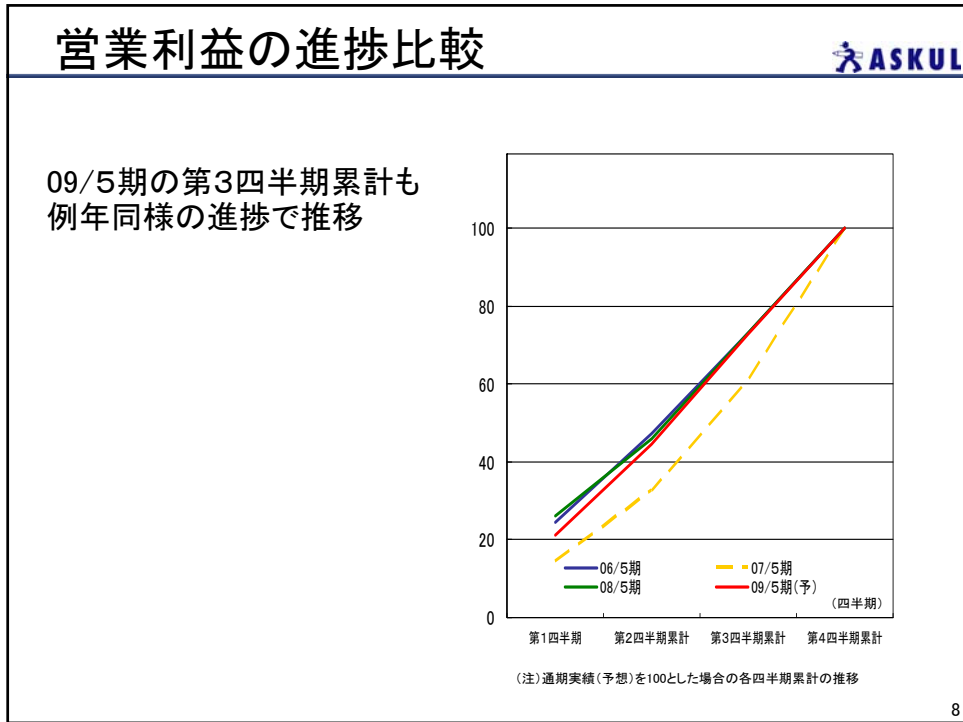
6

第3四半期業績の概要(9ヶ月累計)

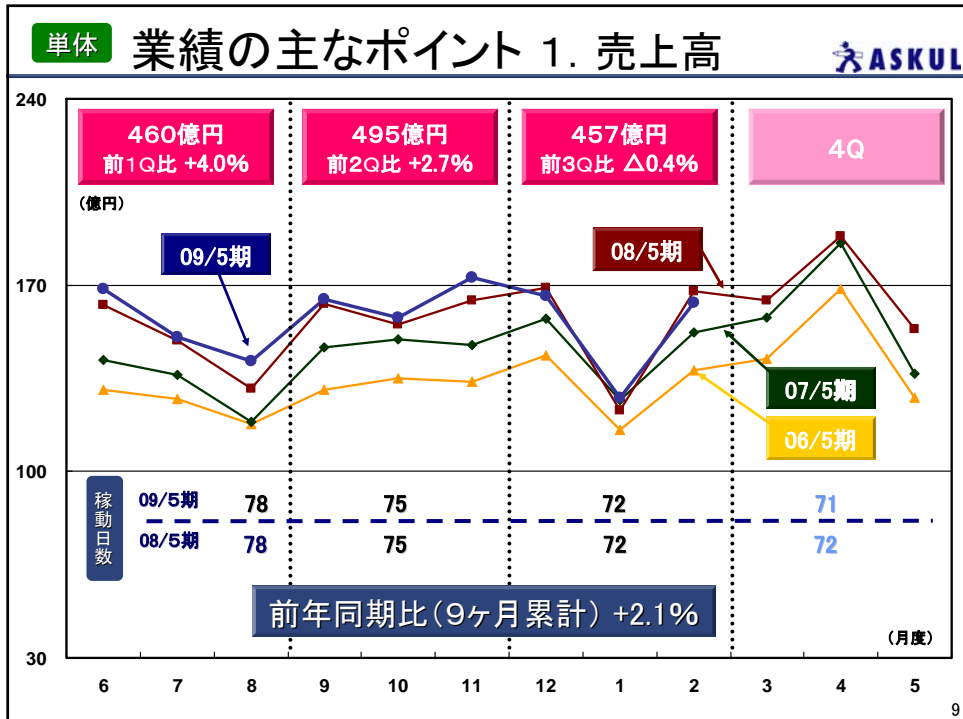
9ヶ月累計	08/5期 第3四半期		09/5期 第3四半期				通期予想 進捗率
	金額 (A)	売上比	金額 (B)	売上比	前年同期比 (B)/(A)-1	差額 (B)-(A)	
売上高	百万円 138,891	% 100.0	百万円 141,856	% 100.0	% +2.1	百万円 +2,964	% 70.6
売上総利益	33,424	24.1	32,875	23.2	△1.6	△549	68.4
販管費	26,300	19.0	26,971	19.0	+2.6	+671	67.5
営業利益	7,124	5.1	5,904	4.2	△17.1	△1,220	72.9
経常利益	7,173	5.2	5,923	4.2	△17.4	△1,249	72.2
四半期純利益	3,831	2.8	3,358	2.4	△12.3	△473	84.0

・急激な景気悪化の状況においても9ヶ月累計で増収を確保
 ・安定的なローコストオペレーションの実現により、計画を上回る利益を確保

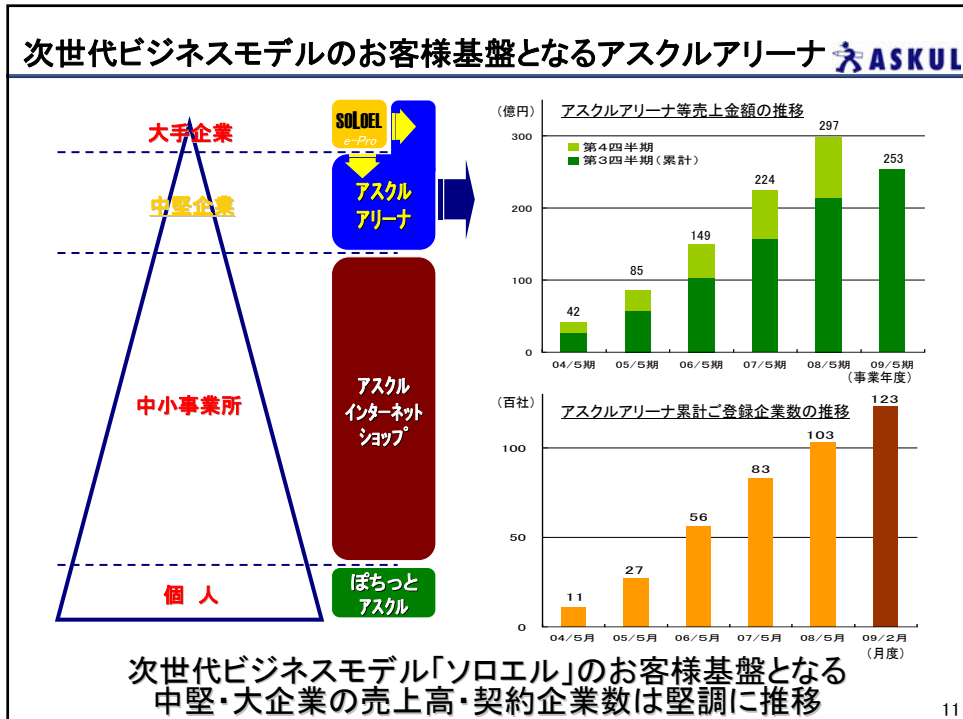
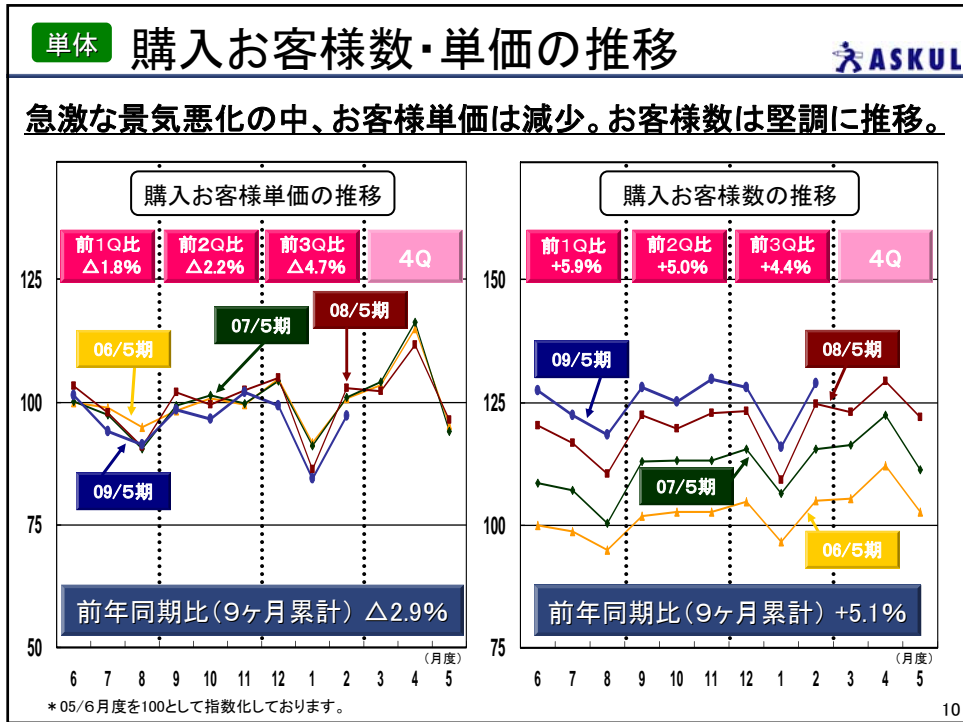
7



8



9



業績の主なポイント



2. 売上総利益率 23.2%(9ヶ月累計)

前年同期比較 △0.9%ポイント

＜四半期ごとの売上総利益率の推移＞

1Q:22.9% 2Q:23.3% 3Q:23.3%

＜第3四半期(3ヶ月累計)の主なポイント＞

急激な景気悪化に伴うお客様の購買行動の変化により
下期目標水準には至らなかったものの、08年10月の価格改定実施により一定の効果は見られる。

12

品目別売上高、粗利率



区分	09/5期							08/5期第3四半期 (9ヶ月累計)	
	上期累計		第3四半期(3ヶ月累計)		9ヶ月累計			金額 (百万円)	粗利率 (%)
	金額 (百万円)	粗利率 (%)	金額 (百万円)	粗利率 (%)	金額 (百万円)	粗利率 (%)	前年同期比 (%)		
OA・PC 用品	41,806	19.1	20,494	19.8	62,301	19.3	+2.9	60,533	19.7
事務用品	22,394	25.8	10,655	25.6	33,049	25.7	+1.6	32,523	27.0
オフィス 生活用品	18,173	27.3	8,592	27.7	26,765	27.4	+9.8	24,382	29.1
その他	4,791	18.0	2,854	18.5	7,646	18.2	+16.0	6,590	23.7
小計	87,166	22.5	42,596	22.8	129,762	22.6	+4.6	124,030	23.7
オフィス 家具	8,770	29.5	3,323	29.8	12,093	29.6	△18.6	14,861	27.3
合計	95,936	23.1	45,919	23.3	141,856	23.2	+2.1	138,891	24.1

- ・急激な景気悪化により、お客様の購買行動に不要不急なものを買控える等の変化。
- ・オフィス家具等の耐久財が低調。また、事務用品においてもお客様にコスト削減の傾向が見られる。
- ・一方、消耗財項目はオフィス生活用品を中心に競争力を維持し高成長。
- ・その他の区分では、メディカル&ケアが堅調に推移。

13

業績の主なポイント



3. 販管費 売上高販管費比率 19.0% (9ヶ月累計)
前年同期比較 +0.0%ポイント

＜四半期ごとの売上高販管費比率の推移＞
 1Q:19.2% 2Q:19.5% 3Q:18.3%

＜第3四半期(3ヶ月累計)の主なポイント＞
 前期差 △0.6億円

ソロエル等、次世代ビジネスモデルへの投資を継続しており、人件費、ソフトウェア償却費で前年同期比2億円増加いたしました。一方でコスト構造改革を継続したことにより業務外注費を始めとする多くの費用を低下させることに成功。販管費を前年同期より抑えることができました。

14

コスト構造改革の推進



07年5月期より次世代ビジネスモデル構築と同時に開始したコスト構造改革の効果は、今後も継続して業績向上に貢献

08/5期中間決算開示資料抜粋

コスト構造改革事例

帳票電子化ソリューションの推進

請求書、納品書等の帳票の保管だけでもこんなに・・・

08/5期首保管数量 577パレット(約290トン)

次世代ビジネスモデルに向けての継続的なコスト構造改革

お問い合わせセンター(コールセンター)、受注センター拠点分散化の実施

- 事業継続性(BCP)を向上
- 優秀な人材確保による品質向上
- コスト削減

お問い合わせセンター	東京(1ヶ所)	約100千円
	08/6月 東北(1ヶ所)	
	東京(1ヶ所)	
受注センター	東京(1ヶ所)	約54千円
	08/7月 東北(1ヶ所)	
	08/7月 茨城(1ヶ所)	
	合計	約154千円

08/5期中間決算開示資料抜粋

継続的なコスト構造改革

コスト構造改革および全社員による日常経費の削減(無駄バスターズ)

2007年5月期より次世代ビジネス構築とあわせてスタート

【現在まで進めてきたコスト構造改革の主な条件】※(単位)コスト削減(売上高)に対する削減率(%)

- 請求書・納品書電子化
- 配送業務、業務部比費等削減
- 物流の活動・配送小口の改善
- 通信・社管理費用
- カタログ(カタログ制作関連費用等)
- その他無駄バスターズに係る全数項目

PDCAを通して、これら案件のさらなる効果を目指すと共に、返品関連等を始めとする新たな案件への取り組みを推進しております。

08/5期中間決算開示資料抜粋

15

Copyright(c) 2009 ASKUL Corporation. All rights reserved.

8

コスト構造改革取組み事例



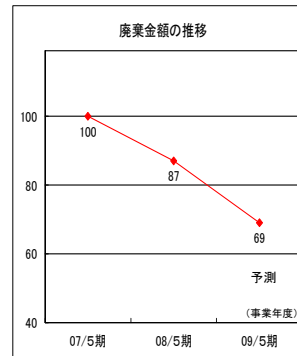
環境負荷の低減とコスト削減 返品及びそれに伴う廃棄の削減

■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」となっておりました。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、08/5期においては、返品率を07/5期比で約10%削減することができました。

■返品センターにおける良品化商品廃棄削減の取組み

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、08/5期においては、廃棄額を07/5期比で約13%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。

16

業績の主なポイント



4. 設備投資 25億円(9ヶ月累計)
(年間計画 63億円)
8億円(3ヶ月累計)

<第3四半期(3ヶ月累計)の主な内訳>

業務統合システム 5億円

(参考)

減価償却費+ソフトウェア償却費 6億円

9ヶ月累計 19億円(ほぼ計画通り)/年間計画 29億円

17



I. アスクル 現在のステージ

II. 第3四半期業績の概要

III. 通期業績の見通し

IV. 今後の施策

18

III. 通期業績の見通し



9ヶ月累計	08/5期 第3四半期		09/5期 第3四半期				通期見通し	
	金額 (A)	売上比	金額 (B)	売上比	前年同期比 (B)/(A)-1	進捗度 (B)/(C)	金額 (C)	売上比
	百万円	%	百万円	%	%	%	百万円	%
売上高	138,891	100.0	141,856	100.0	+2.1	70.6	200,913	100.0
売上総利益	33,424	24.1	32,875	23.2	△1.6	68.4	48,066	23.9
販管費	26,300	19.0	26,971	19.0	+2.6	67.5	39,966	19.9
営業利益	7,124	5.1	5,904	4.2	△17.1	72.9	8,100	4.0
経常利益	7,173	5.2	5,923	4.2	△17.4	72.2	8,200	4.1
当期(四半期) 純利益	3,831	2.8	3,358	2.4	△12.3	84.0	4,000	2.0

急激な景気悪化によるお客様の購買行動の変化に対応するため、以下の施策を展開するとともに、これらを実行するため組織の変更をいたしました。

- ・中小事業所向けインターネットショップの進化によるWeb販売の強化
- ・競争に負けない販売価格を実現する調達力の強化

また、次世代ビジネスモデルへの投資は引き続き行いつつ、コスト構造改革を推し進め、利益の確保を図ってまいります。通期の見通しは、08年7月2日公表の連結業績予想から変更いたしておりません。

19

ASKUL
<p>I. アスクル 現在のステージ</p> <p>II. 第3四半期業績の概要</p> <p>III. 通期業績の見通し</p> <p>IV. 今後の施策</p>
20

<p>ASKUL</p> <p>ASKUL</p> <p>年間インターネット売上高 1,000億円突破 <u>中小事業所向けインターネットショップの進化で</u> さらなる成長を加速</p> <p>新たなお客様層を拡大しつつ、商品の売り方を更に進化させ Web経由の売上高拡大を目指してまいります。</p>													
<p>全社インターネット売上高比率の推移 09/2月度の単体実績は、57.8%</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>月</th> <th>比率 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>05/2月</td> <td>43%</td> </tr> <tr> <td>06/2月</td> <td>48%</td> </tr> <tr> <td>07/2月</td> <td>52%</td> </tr> <tr> <td>08/2月</td> <td>55%</td> </tr> <tr> <td>09/2月</td> <td>57.8%</td> </tr> </tbody> </table>	月	比率 (%)	05/2月	43%	06/2月	48%	07/2月	52%	08/2月	55%	09/2月	57.8%	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全社で取組んでいるWeb販売が、順調に拡大しています。 2. Web販売を強化することで、新たなお客様層への拡大と新たな商品の売り方を、更に進化させていきます。 3. Web型オペレーションを構築し、更なる効率化を目指します。
月	比率 (%)												
05/2月	43%												
06/2月	48%												
07/2月	52%												
08/2月	55%												
09/2月	57.8%												
21													

中小事業所向けインターネットショップの進化①




20倍の販促スペースを新設(旧同サイト比)

カタログ情報、新着商品、アウトレット、わけあり品などの情報をタイムリーにご案内。お客様流入数と注文率を向上させ、売上拡大を目指す。



22


中小事業所向けインターネットショップの進化②




レコメンド機能の強化

お客様の属性・行動履歴をスコア化し、規模、所在地、業種、業態、取引実績などにより、個々のお客様にとって「最適」な商品や特集を、「最適」なタイミングにて、自動的にレコメンドする機能をビルトイン。販促エリアを有効活用し注文率と単価アップを目指す。

一緒に買われています！



こんな商品も見えています！



23

中小事業所向けインターネットショップの進化③ ASKUL

09年2月21日スタート

1. カテゴリトップの設置
マルチエントランス化

2. 販促スペースは20倍に
フラッシュなどで動的に

3. 検索機能も向上
10通りの検索方法へ

4. 画面サイズの拡大
YahooやGoogle並び

5. 各種機能強化
-レコメンド機能
-ユーザー評価
-カレンダー機能
-マイカタログ機能
など

流入数

1. カテゴリトップの設置
マルチエントランス化

流入数・注文率

2. 販促スペースは20倍に
フラッシュなどで動的に

注文率・単価

3. 検索機能も向上
10通りの検索方法へ

全要素

4. 画面サイズの拡大
YahooやGoogle並び

注文率・単価

5. 各種機能強化
-レコメンド機能
-ユーザー評価
-カレンダー機能
-マイカタログ機能
など

24

今後の施策 2. 新カタログ発刊 ASKUL

アスクルカタログ2009春・夏号 (Vol.17 No.1)

09年2月23日発刊

オフィス用品ナンバー1デリバリーサービス*の アスクルだからこそできる調達

大量仕入、生産効率の向上・材質等の創意工夫並びにサプライヤとの協働による仕入価格の低減に努め、ローコストオペレーションを実現し競合に優位な販売価格を維持。また、環境にも経費削減にも配慮した「詰め替え商品」を充実いたしました。

急激な景気悪化の中でも、**新規のお客様獲得と売上確保**を目指します。

*オフィス用品通販売上高 株式会社経済研究所調べ(2008年7月現在)

25

消耗品を中心に値下げを実施

ASKUL

お客様に一番多く使われているコピー用紙「ASKUL マルチペーパー スーパーエコノミー A4」価格優位性を確保。急激な景気悪化の中でも、新規のお客様獲得と売上確保を目指します。

26

お手ごろ価格を長期間提供

ASKUL

オフィス用品ナンバー1デリバリーサービスのアスクル
だからこそ可能となった企画です。急激な景気悪化の中でも
新規お客様の獲得と売上確保を目指します。

お客様のご要望にお応えして複数サプライヤのペットボトル飲料を、3ヶ月間限定価格で計6ヶ月間、2回連続でご提供

27

*オフィス用品通販売上高 株式会社野村総合研究所調べ(2008年7月現在)

環境配慮と経費削減の提案

ASKUL

経費も、ゴミも詰め替えて減らす!

特集2

オフィスの経費削減とともに環境への配慮も大きな課題のひとつです。ASKULではこの両立を図るために、たくさんのお客さま商品をご用意しました。環境に配慮しながら、経費削減にも取り組ましましょう!

事務用品 → ¥354

PC → ¥220

PC → ¥399.2

詰め替え商品 約1300点!

洗剤 → ¥787

珈琲 → ¥978

生活 →

詰め替えができる商品には、右のマークがついています!

- 詰め替え可能な本体・詰め用の中身
- 付替可能な本体・付替用の中身
- 替芯がある筆記具本体・替芯
- 補充可能な本体・中身
- 交換可能な本体・中身
- 交換可能な本体・中身
- 交換可能な本体・中身
- 交換可能な本体・中身

環境にも配慮した商品を多数ご用意しています。→

今後の施策 3. 家具戦略

ASKUL

販売コストを削減し、
オフィス画像投稿型コミュニティサイト「みんなの職場」
の展開を加速

別冊家具カタログ

別冊家具カタログ(年1回・秋に発刊に変更)
09年2月の発刊はありません

新しい施策の提案カタログ

別冊家具カタログ

↓

別冊家具カタログへのお客様の声を収集・分析

↑

別冊家具カタログへのお客様の声を反映させた掲載商品の選定・提供

アスクルカタログ(オフィス用品)

アスクルカタログ 家具ページ(春・夏号に掲載)

別冊家具カタログのお客様の声を反映した販促


オフィス画像投稿型コミュニティサイト「みんなの職場」 



09年3月5日現在
合計240事例を掲載

08年12月の公開より好評をいただいている、オフィス画像の投稿やオフィス事例の紹介を行うオフィス画像投稿型コミュニティサイト「みんなの職場」が、「第4回 JWDA WEBデザインアワード」でグランプリを受賞。

※「JWDA WEBデザインアワード」は、WEBデザイナーの市場価値の向上を図ることにより、WEBデザイン産業の育成、振興、発展を目的に設立された日本WEBデザイナーズ協会が、毎年、優れたWEBサイトを表彰するものです。WEBサイトの、グラフィックデザイン、インタラクションデザイン、インターフェイスデザインから審査し、さらにJWDAの視点を加味して各賞を決定しています。

今後の施策 4. ソロエル① 

**お客様への導入は順調に推移
厳しい企業環境も追い風となり引き合いも多数**

アサヒビールグループ様・オムロングループ様に続き
資生堂グループ様も「ソロエル」を導入。
ソニーグループ様では間接材購買業務を「ソロエル」が代行。
(09年5月期当初計画4企業グループ導入達成)

※上記4企業グループのお客様の声を基に、今後お客様と共同で間接材の標準化・共同購買を推進し、社会全体の環境負荷低減と間接材購買の無駄を削減するサービスに進化させていきます。

09年5月期目標修正
09年5月期中に累計5企業グループ(当初計画4企業グループ)、95社(当初計画80社)のお客様に導入予定。
営業利益 △14.4億円見込み

今後の施策 4. ソロエル②

09/5期第2四半期決算
開示資料抜粋

10年5月期目標
「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）
共同購買推進
営業利益 △11.7億円見込み

11年5月期目標
「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

13年5月期目標
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

アサヒビールグループ様
グループ内の見える化から最適化

アサヒビールグループ様
企業内購買の見える化

アサヒビールグループ様
オムロングループ様
共同購買/標準化

アサヒビールグループ様
オムロングループ様
企業グループをまたがる

アサヒビールグループ様
オムロングループ様
5,000社以上のネットワークによるベンチマーク

企業にとってもっとも
信頼される間接材購買
「ソロエル(SOLEL)」

32

施策実現のための体制整備

ASKUL

【09/1/1日付 組織変更(一部)】
Web販売の強化
お客様の求めるWebならではの旬でお買い得な売場を、適切かつタイムリーに提案することを目的とし、Web推進体制をさらに強化・確立するために組織変更をします。

【09/2/23日付 組織変更(一部)】
調達力の強化
日本を含むアジアを中心としたローコストかつ優良なサプライヤとの関係を強化し、「攻めの調達」を実現することで 持続可能な価格訴求型商品を開拓し調達の機能を強化いたします。

33

Copyright(c) 2009 ASKUL Corporation. All rights reserved.

17

第12回環境コミュニケーション大賞
環境報告書部門「環境報告優秀賞
(地球・人間環境フォーラム理事長賞)」を受賞

アスクルは、02年に初めて環境報告書を発刊して以来今号が7冊目となります。

アスクルは今後も、EMS(Environmental Management System)活動を継続すると共に、現在策定中の環境中期計画により、一層の環境活動の強化を推進してまいります。

【環境コミュニケーション大賞】

「環境コミュニケーション大賞」は、優れた環境報告書(CSRレポートを含む)や環境活動レポート、及びテレビ環境CMを表彰することにより、事業者等の環境コミュニケーションへの取り組みを促進するとともに、その質の向上を図ることを目的とする表彰制度です。

主 催:環境省、財団法人地球・人間環境フォーラム



アスクル環境報告書
2008年5月期

付 録

《付録》



① インターネット売上高比率

	2009/5期 第3四半期	前期差	2008/5期 第3四半期
インターネット経由	57.2%	+2.3%ポイント	54.9%
上記以外	42.8%	△2.3%ポイント	45.1%

(注1) 売上高比率は、受注ベースで記載しております。
 (注2) 各期第3四半期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 2月度	前期差	2008/5期 2月度
オリジナル商品数	3,219	+303	2,916
カタログ掲載商品数	33,343	+1,843	31,500
売上高構成比	12.1%	0.1%ポイント	12.0%

(注1) 各期2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) 各数値には、メディカル&ケアカタログ、メディカルプロカタログ、家具カタログ掲載品を含みます。

36

《付録》



③ 従業員数

	2009/5期 第3四半期末	2008/5期 第3四半期末
従業員数 外(倉庫内パート・アルバイト)	558名 (105名)	429名 (108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。

37

《付録》



④ 設備投資

(単位:百万円)

科目名	2009/5期 第3四半期(3ヶ月累計)		2008/5期 第3四半期(3ヶ月累計)
	金額	前期比	金額
【設備投資額】	804	+31.3%	613
有形固定資産	71	△29.2%	101
無形固定資産	733	+43.2%	512

(参考)

リース契約金額	—	—%	27
建設仮勘定(注2)	13	+47.0%	9
ソフトウェア仮勘定(注2)	1,992	△26.8%	2,721

(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)建設仮勘定及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)2009/5期 第3四半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 518百万円

38



(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。

39