

平成 23 年 12 月 16 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 ・ IR ・ 広 報 統 括 部 長 玉 井 継 尋 TEL 03-4330-5130

「2012 年 5 月 期 第 2 四 半 期 連 結 業 績 概 要」 の お 知 ら せ

「平成 24 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 「2012 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

2012年5月期 第2四半期連結業績概要



アルファパーチェス買収・コスト削減効果により  
震災の影響を乗り越え、増収増益を達成  
～取扱商材数16万SKUを突破、今後の成長基盤は着実に進化～

2011年12月16日  
アスクル株式会社



(ご注意)

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。

本資料における新規事業とは、「SOLOELエンタープライズ」「アスマル」「愛速客楽(上海)」を指します。既存事業とは新規事業以外を指します。

## はじめに



震災により、原点に立ち返りコア・コンピタンスを再確認  
⇒Face to Faceでお客様と繋がっているエージェントの営業力  
⇒創業から培ってきたサプライヤとの信頼関係に基づく調達力  
⇒明日必ずお届けするというお客様との約束を守るための現場力

加えて、お客様からいただいた様々な声から企業のインフラであることを確信できたことは大きな収穫

12/5期 第2四半期業績で増収増益を達成  
コア・コンピタンスのさらなる磨き込みにより  
着実な成長を目指す

2


## I 現在の立ち位置

## II 第2四半期実績

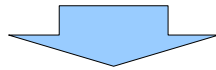
## III 通期の見通し

## IV 各事業の状況

3

目指すべき姿(10/5期4Q開示)に着実に前進 

電子流通業のNo.1  
アジアを起点に、グローバル企業になる  
環境経営のリーディングカンパニー



Web強化・商材拡大の知見が蓄積  
流通プラットフォームは確実に進化  
新規事業はPDCAで営業損益改善

4




### 商材の拡大



お客様のニーズに応え新たな市場へ挑戦

5

## 商材の拡大






理化学用品

2011年12月、Webショップの  
**取扱商材数が16万SKU超へ**  
 ~工場や建設現場、医療施設のプロ向け商品の品揃えが、続々拡大~

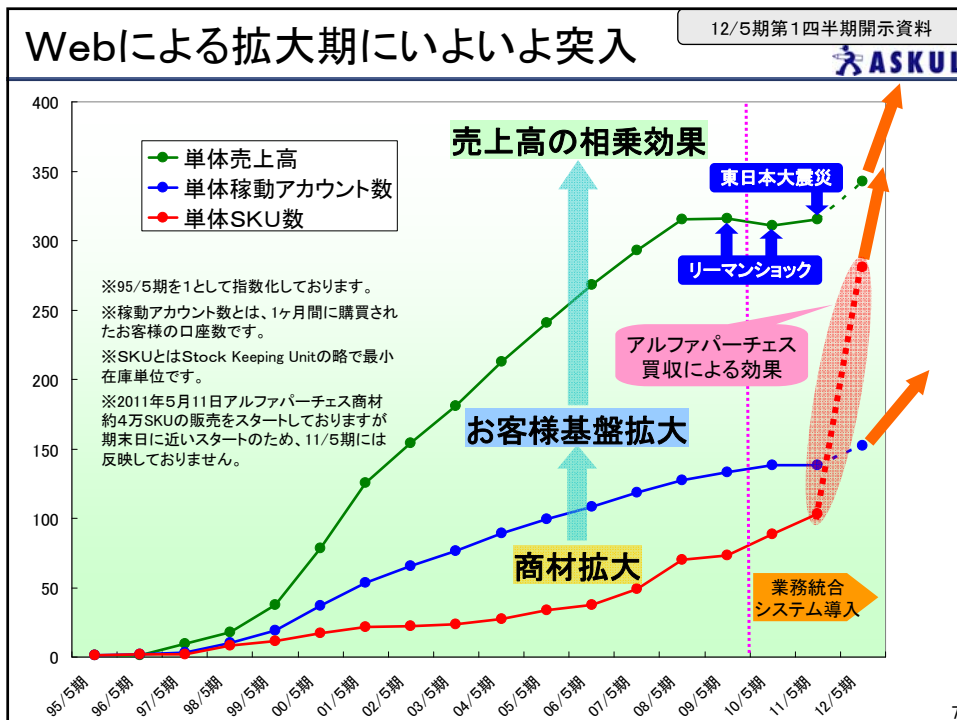
今後、**毎月1万SKU**を新規投入

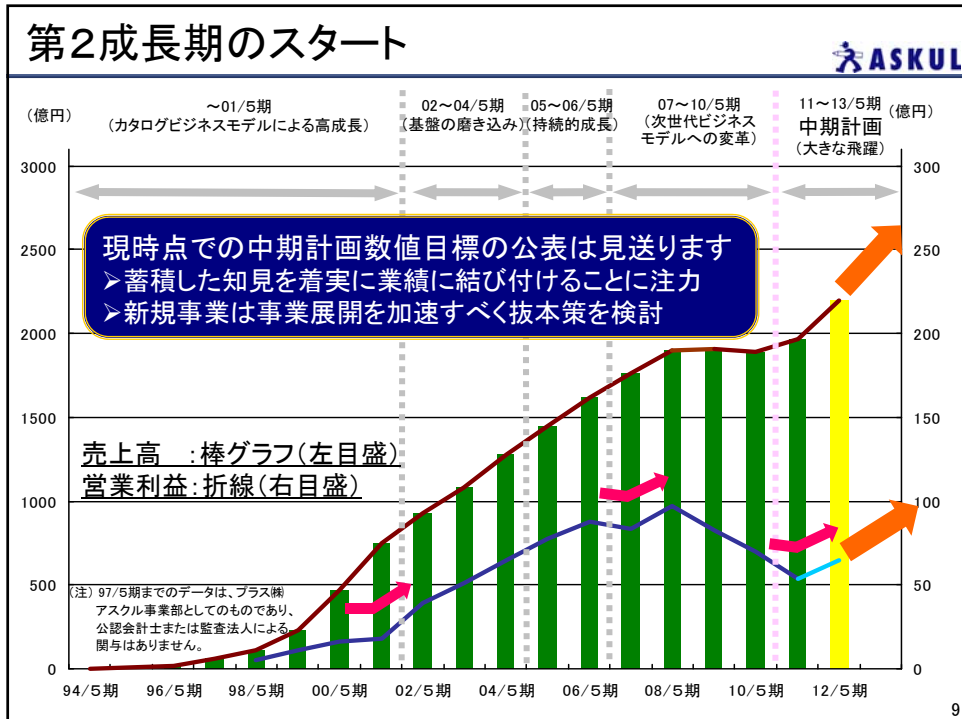
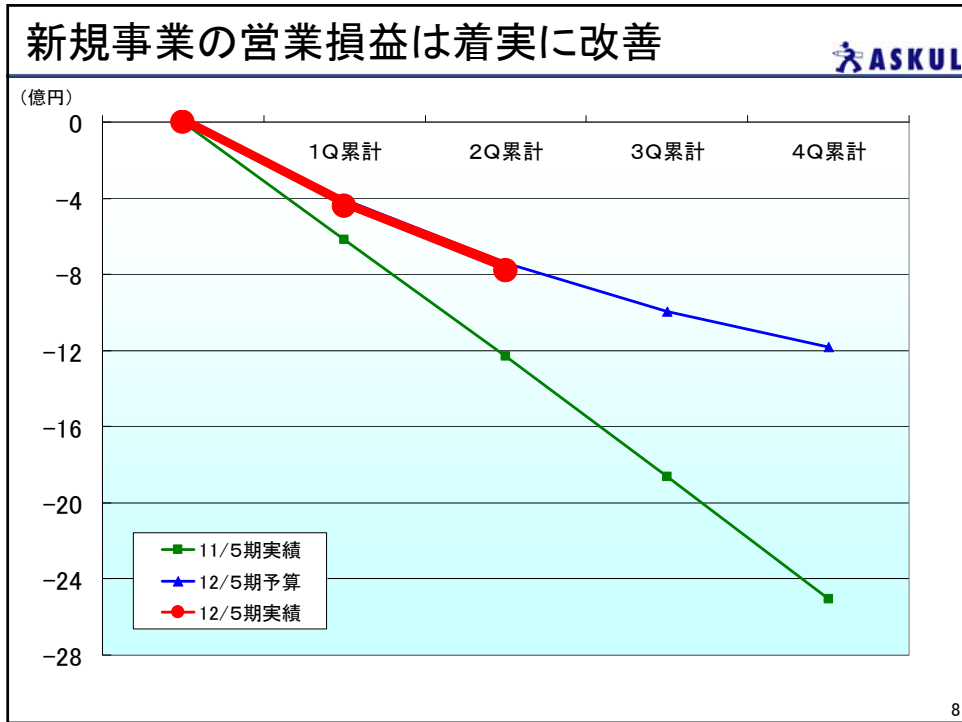
事務用品



事務用品

お客様のニーズに応え新たな市場へ挑戦





# I 現在の立ち位置

## II 第2四半期実績

### III 通期の見通し

#### IV 各事業の状況

10

## 第2四半期連結累計業績のサマリー



### アルファパーチェス買収・コスト削減効果により 震災の影響を乗り越え、増収増益を達成

- 売上高は、アルファパーチェスの買収効果やWeb専用商材の拡充により、第2四半期累計期間において初の1000億円を突破
- サプライチェーンの早期正常化により震災の影響を最小限に抑制、売上総利益率は計画比で改善、売上総利益額は過去最高益
- 多岐に亘るコスト削減活動の成果等により売上高販管費比率も計画比で改善、結果、営業利益は前年同期比32.8%の増益
- 減損損失等の特別損失8億円を計上、一方災害損失戻入益等の特別利益8億円を計上、当期純利益は前年同期の2.7倍を確保
- 新規事業はPDCAにより着実に営業損益改善

※計画とは、9月16日発表の修正計画を指します

11

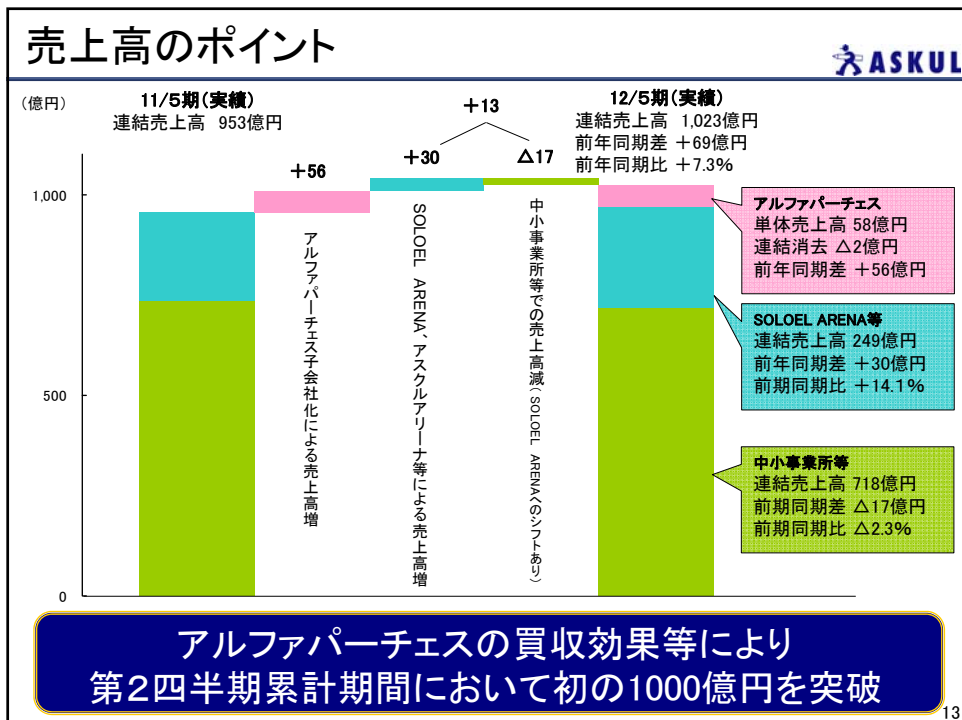
### 第2四半期連結累計業績の概要

ASKUL

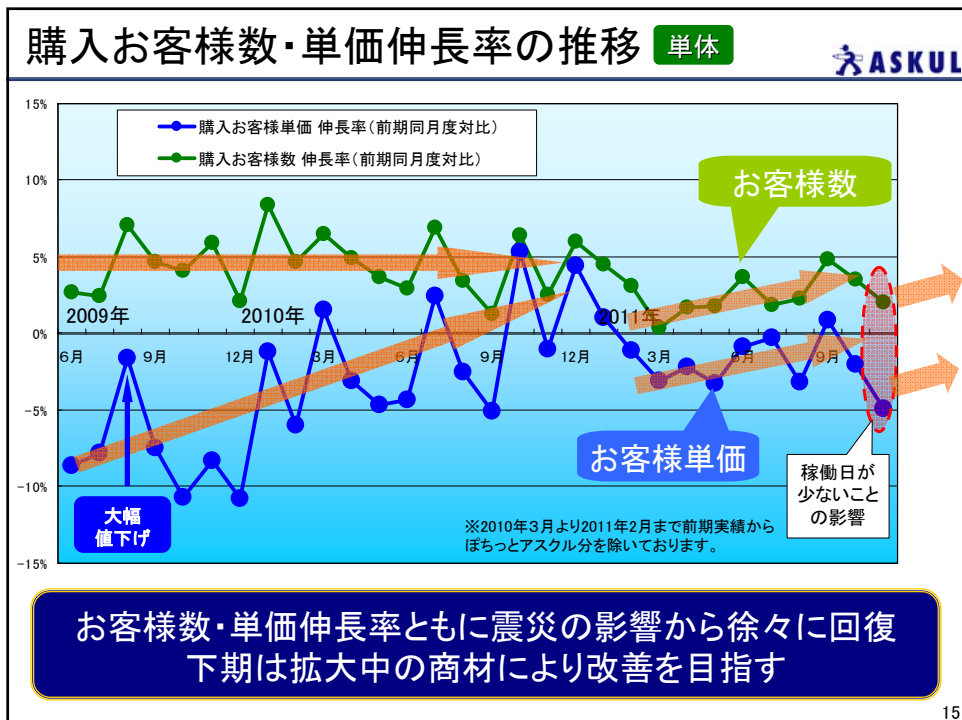
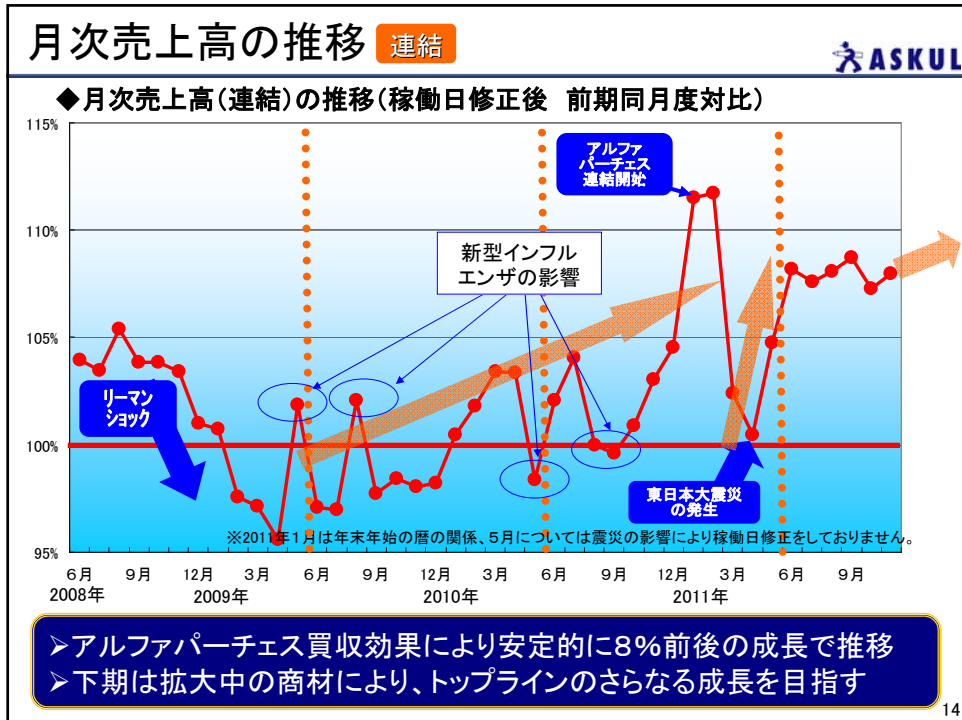
	11/5期		12/5期				
	第2四半期		第2四半期				
	金額	売上比率	金額	売上比率	前年同期比	9/16発表修正計画	計画比
	百万円	%	百万円	%	%	百万円	%
売上高	95,380	100	102,349	100	+ 7.3	104,700	△2.2
売上総利益	21,521	22.6	22,907	22.4	+ 6.4	23,270	△1.6
販管費	19,253	20.2	19,896	19.4	+ 3.3	21,470	△7.3
営業利益	2,267	2.4	3,011	2.9	+ 32.8	1,800	+ 67.3
経常利益	2,225	2.3	2,974	2.9	+ 33.7	1,760	+ 69.0
当期純利益	385	0.4	1,052	1.0	+ 173.1	900	+ 16.9

資産除去債務計上の影響  
→8億円特別損失計上

12







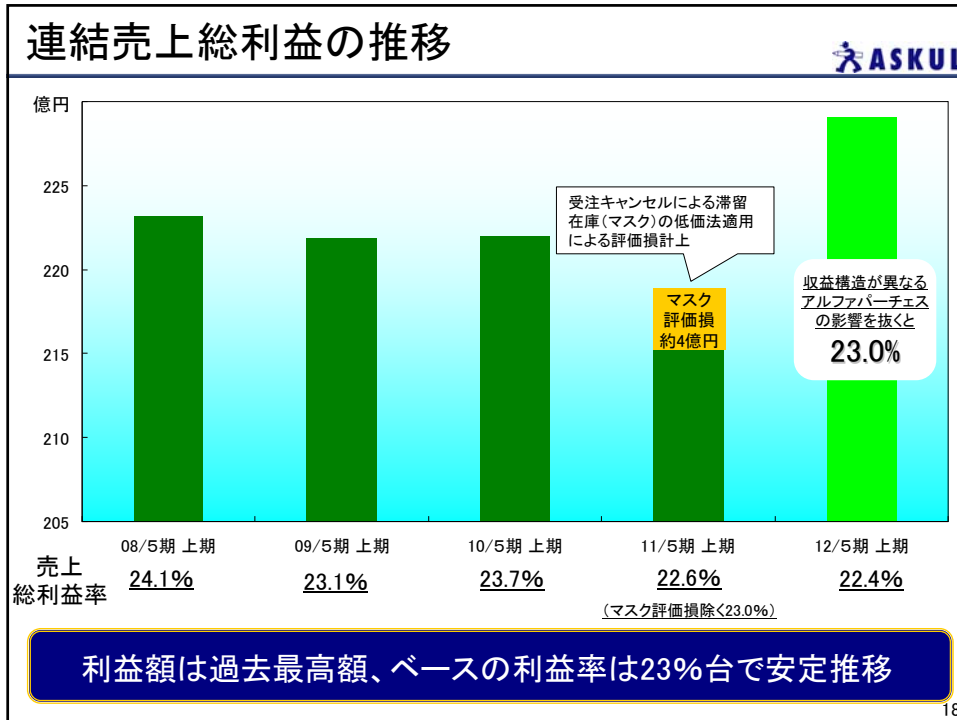
品目別売上高 <span style="background-color: #008000; color: white; padding: 2px;">単体</span>						
	11/5期第2四半期累計		12/5期第2四半期累計		11/5期通期	
	金額 (百万円)	前年同期比 (%)	金額 (百万円)	前年同期比 (%)	金額 (百万円)	前年同期比 (%)
OA・PC用品	39,420	+0.3	38,705	△1.8	79,028	△0.8
事務用品	21,347	+3.1	21,877	+2.5	43,675	+1.7
オフィス生活用品	19,757	+5.2	20,408	+3.3	38,700	+4.8
オフィス家具	7,378	+10.7	7,868	+6.6	15,661	+9.1
その他	5,931	△8.0	6,229	+5.0	12,078	△2.6
<b>合計</b>	<b>93,835</b>	<b>+1.6</b>	<b>95,090</b>	<b>+1.3</b>	<b>189,144</b>	<b>+1.5</b>

- OA・PC用品はコピー用紙等の値下げの影響が残る(数量ベースでは伸長)
- Web専用商材が事務用品・オフィス家具・その他(メディカル)の売上に貢献
- 今後加速化していく商材拡大の効果もあり全体ではプラス成長を確保

16

売上総利益のポイント	
<b>売上総利益額 229億円</b>	
計画差△3.6億円 前年同期差 +13.8億円	
売上総利益率 22.4% 計画差 +0.2ポイント 前年同期差 △0.2ポイント (収益構造の異なるアルファパーチェスの影響を除くと23.0%)	
<p>&lt;四半期ごとの売上総利益率の推移&gt;</p> <p>1Q:22.3% 2Q:22.4%</p>	
<p>&lt;売上総利益率の計画差理由&gt;</p> <p>サプライヤとの強い繋がりをベースとしたサプライチェーンの早期正常化等による粗利ミックス改善で震災による影響を最小限に抑制し、売上総利益率は計画比で改善</p>	
<b>第2四半期累計で売上総利益額過去最高益を達成</b>	
※計画とは、9月16日発表の修正計画を指します	

17



18

### 販管費のポイント

**販管費 198億円**

計画差△15.7億円 前年同期差 +6.4億円

売上高販管費比率 19.4% 計画差 △1.1ポイント 前年同期差 △0.8ポイント  
(収益構造の異なるアルファパーチェスの影響を除くと19.9%)

<四半期ごとの売上高販管費比率の推移>  
1Q:19.7% 2Q:19.2%

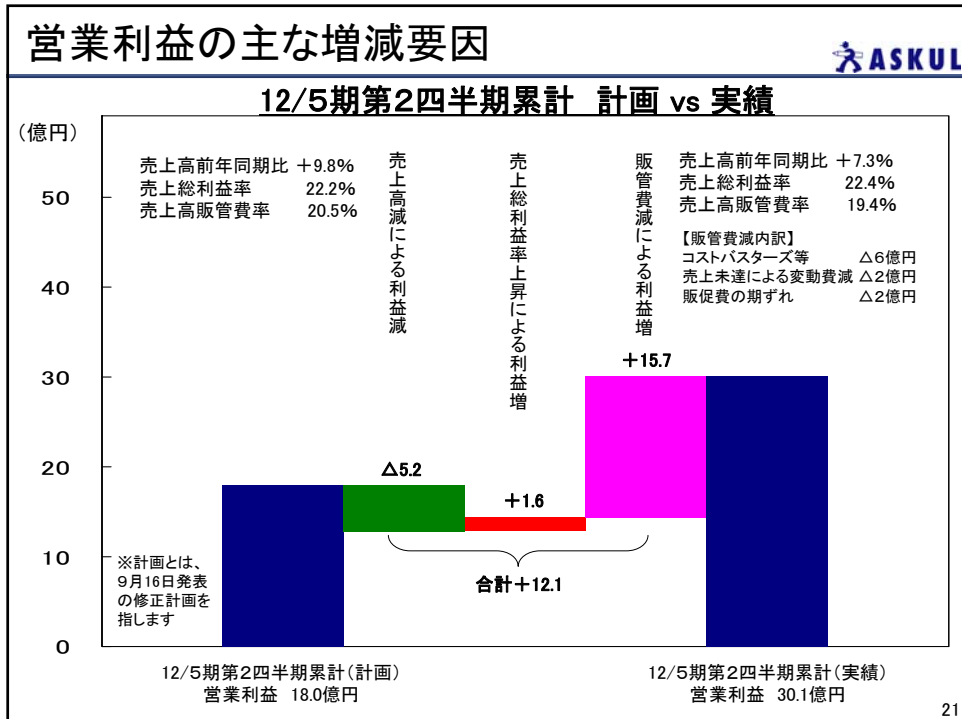
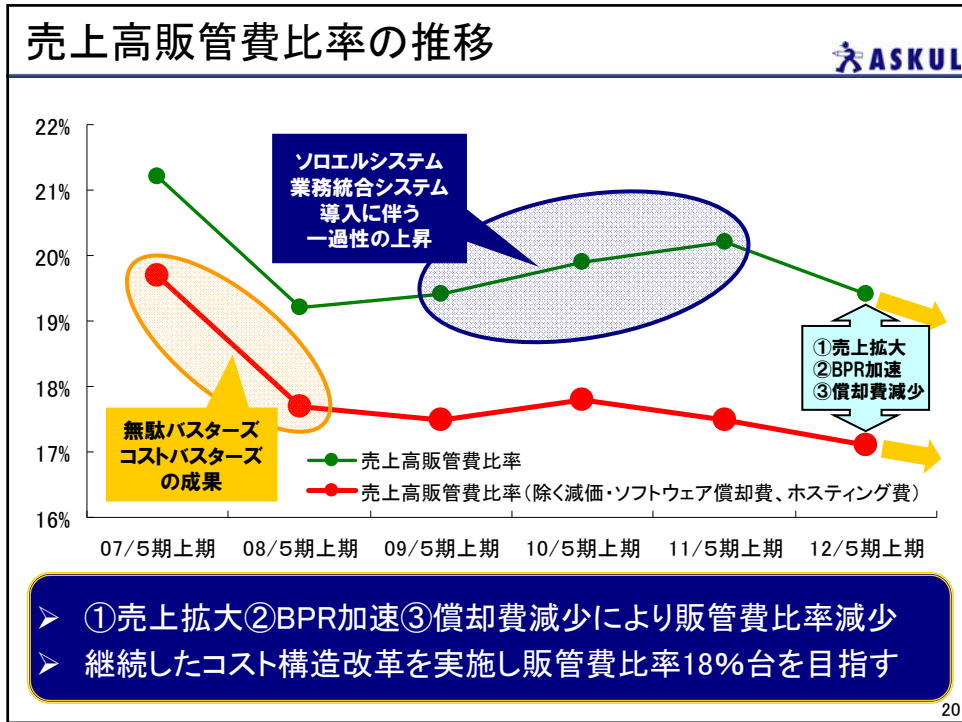
<販管費の計画差の主な内訳>

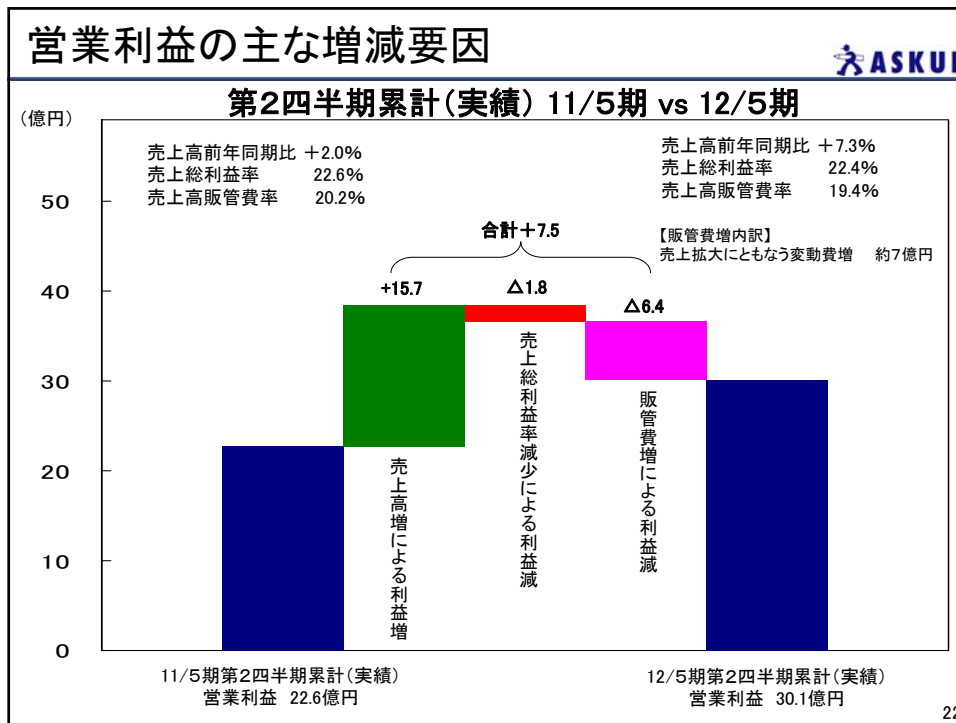
- ・無駄/バスターズ・コストバスターズ定着による効果 約6億円
- ・売上未達による変動費減 約2億円
- ・販売促進費の期ずれ(エージェント向インセンティブ) 約2億円

※エージェント向けインセンティブ10億円は販管費で予算計上しています  
実績は売上割戻で計上します(第2四半期累計実績約1億円)

※計画とは、9月16日発表の修正計画を指します


19





22


### 特別利益・特別損失のポイント



<b>特別利益</b>	<b>8.2億円</b>
災害損失戻入益	5.9億円
新株予約権戻入益	2.2億円
<b>特別損失</b>	<b>8.5億円</b>
アスマル株式会社の減損損失	6.0億円
愛速客楽(上海)貿易有限公司の減損損失	1.8億円

⇒両連結子会社の営業損益については、当期の実行計画を着実に推進し、その実績もほぼ計画通り改善しており、現時点では事業の将来性についても引き続き有望と考えているが、両社の売上状況等を鑑み事業計画を保守的に見直した結果、残存する償却期間内では投資金額を回収することは困難と判断したため、会計上の減損処理を実施

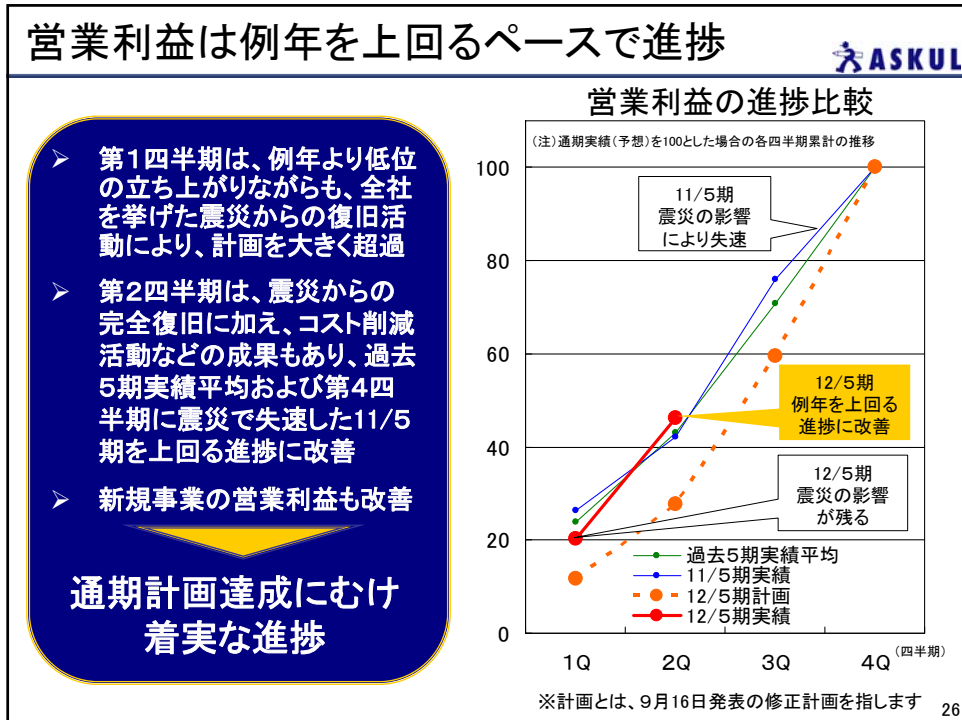
23

設備投資のポイント		
設備投資		11.0億円
		(年間計画 33億円)
次世代Web開発		2.6億円
豊洲新本社関連		2.0億円
<p>(参考)減価・ソフトウェア償却費 16億円 (年間計画 34億円)</p>		

24

I 現在の立ち位置
II 第2四半期実績
III 通期の見通し
IV 各事業の状況

25



26

### 通期連結業績の見通し

	11/5期 通期実績		12/5期 通期計画		
	金額	売上高比率	金額	売上高比率	前期比
	百万円	%			
売上高	197,070	100	220,000	100	+ 11.6
売上総利益	44,663	22.7	50,000	22.7	+ 11.9
販管費	39,306	19.9	43,500	19.8	+ 10.7
営業利益	5,357	2.7	6,500	3.0	+ 21.3
経常利益	5,275	2.7	6,400	2.9	+ 21.3
当期純利益	△1,015	△0.5	2,700	1.2	—

➢ 上期収益は好調に推移したが経済環境の先行きは不透明

➢ 上期に期ずれした販売促進費(2億円)は下期に有効活用

⇒現時点では従来計画を据え置く

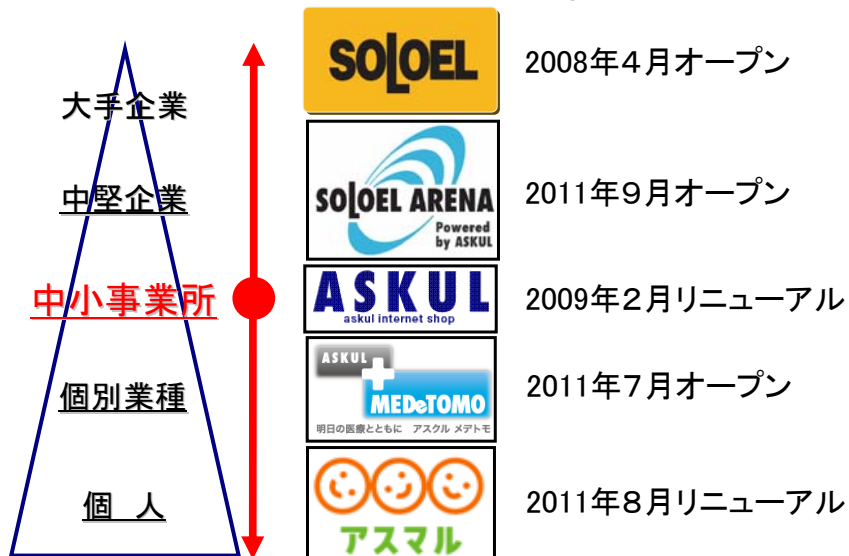
※法人税率変更に伴うマイナス要因(法人税等調整額約4億円)は、計画に織り込み済

27

- I 現在の立ち位置
- II 第2四半期実績
- III 通期の見通し
- IV 各事業の状況**

28

お客様の属性に合わせたサイト構成



お客様との関係を「均一」から「個」に進化

29



短期重点施策 中期戦略に向かって

11/5期第4四半期開示資料



【既存事業】

- I. 商材の圧倒的な拡大
- II. 拡大した商材の販売力強化

【SOLOELエンタープライズ】

⇒超大企業に特化し、個々の購買最適化から企業の枠組みを超えた横断的なソリューション提供による収益力強化

【SOLOEL ARENA】

⇒確実なシステムリリースとアスクルアリーナのお客様の移管およびテール商材の拡大

【アスマル】

⇒取扱商材の選択と集中および物流構造改革の断行

【愛速客楽(上海)】

⇒コスト構造改革の継続とサービスレベルの向上およびサプライヤとの連携強化による売上高拡大

30



既存事業

31

商材の拡大

理化学用品

2011年12月、Webショップの  
取扱商材数が**16万SKU超へ**  
～工場や建設現場、医療施設のプロ向け商品の品揃えが、続々拡大～

今後、**毎月1万SKU**を新規投入

事務用品

事務用品

お客様のニーズに応え新たな市場へ挑戦

32

商材の拡大戦略について

12/5期第1四半期開示資料

ASKUL

【これまで】  
オフィス定番品  
カタログ掲載  
フル在庫

+

【これから】  
あらゆる間接材  
Web専用  
サプライヤ直送

在庫負担・配送コストをかけず商材を拡大  
企業活動の様々なシーンをサポート

33

## 商材の拡大に伴い検索利便性も追求



種類・用途で探せるからほしいものがすぐ買える! Web専門店

測る・計る・量る・はかる。モノの性質・栄養成分から  
電気や温度まで「はかる」ことならなんでもおまかせ!

**はかり計測器機**

専門店

はかり方から探す ↓

**はかりマイスター**

商品一覧から探す →

仕事場で必要な  
はかりが  
15,000アイテム超!

メーカー名から探す →

はかり方から探す			商品一覧から探す			メーカー名から探す		
<p>重さ</p> 	<p>長さ・距離</p> 	<p>温度・湿度</p> 	<p>重さを量る</p>	<p>長さ・距離を測る</p>	<p>温度</p>	<p>重さを量る</p>	<p>長さ・距離</p>	<p>メーカー名</p>
<p>液量</p> 	<p>高さ・深さ・角度</p> 	<p>空気・環境</p> 	<p>高さ・深さ・角度を測る</p>	<p>液量を量る</p>	<p>高さ・深さ・角</p>			

種類・用途で探せるからほしいものがすぐ買える! Web専門店

このメーカー一品からお手持ち品まで仕事場で役立つ粘着テープがもっと見つかる!

**作業用テープ**

専門店

種類から探す ↓

**テープマイスター**

用途から探す →

メーカー名から探す →

種類・用途で探せるからほしいものがすぐ買える! Web専門店

作業現場での作業効率を上げるために、作業現場に最適なグローブがもっと見つかる!

**車手・手袋**

専門店


手袋の種類で探す ↓

**グローブマイスター**

使用シーン・業種別で探す →

メーカーをブランド名で探す →

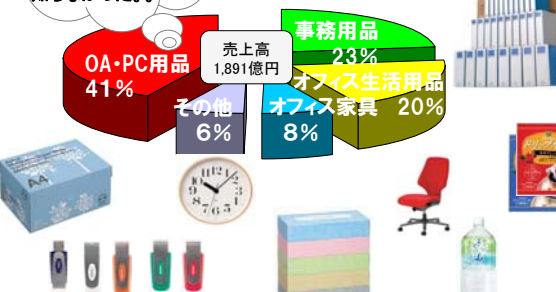
## 取扱商材の認知度向上施策



11/5期第4四半期開示資料

アスクルは文具販売のイメージだけどこんなにいろいろなものが買えるとは知らなかった。

オフィス用品を売っていることは知っていたが、**メディカル商品・工具・理化学用品**も買えると思っていなかった。



※2011年5月期単体実績

OA・PC用品	41%
事務用品	23%
オフィス生活用品	20%
オフィス家具	8%
その他	6%

売上高 1,891億円

あらゆる活動方針に認知度向上策を落とし込み全社ベクトルを統合

広告・SNS・メール・請求書裏面・段ボール...あらゆる媒体を活用

認知度向上による売上高拡大を目指す

### 認知度向上策の最近の事例

**[手提げ袋]**



**[請求書封筒]**



**[Bizextトラック]**



**[宅配袋]**



**[ダンボール]**

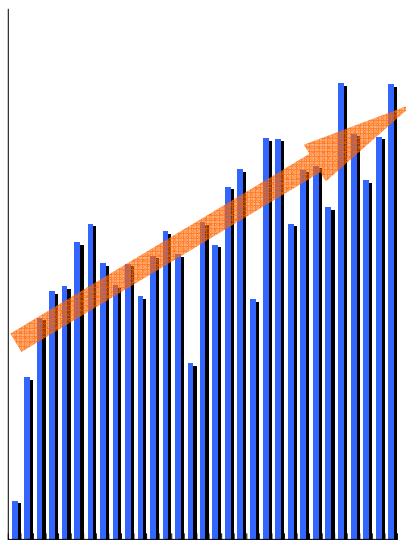


**[通い箱の中ふた]**



36

### アルファパーチェス商材の週販売上高推移



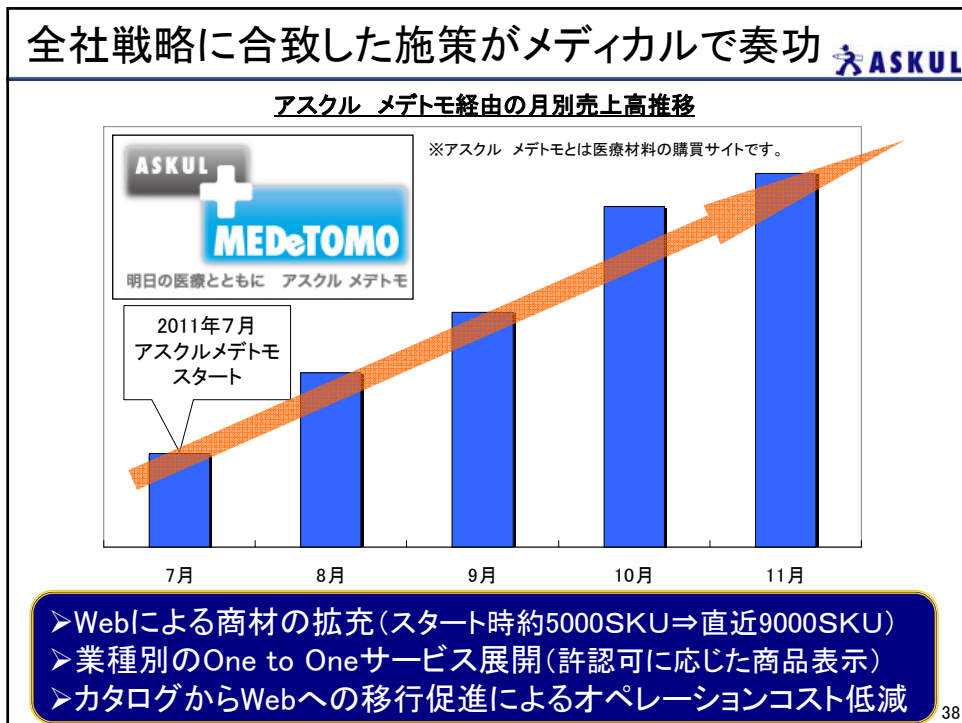
(週)

さらなる商材拡大  
+  
認知度向上策  
+  
エージェント活性化

▼

売上拡大を目指す

37



### SOLOEL ARENA システムリリース 12/5期第1四半期開示資料

間接材一括購買サービス(中堅・大企業向け汎用モデル)








既存事業との融合により、商流・金流を担うモデルへ進化  
アスクルエージェント機能(営業・債権回収)をフル活用

**お客様が定番として求める品揃えを実現し  
今年9月21日にシステムリリース**

39

## SOLOEL ARENA エージェント向け勉強会



第1モジュール⇒7月下旬、第2⇒9月上旬、第3⇒10月下旬に実施  
課題や対策を明確にしながら展開、第4⇒12月下旬に予定

**【主な目的】**


- ①SOLOEL ARENAの事業概要・機能概要の理解
- ②営業活動の武器となるMROドアオープナー商材等の学習

**【説明会回数】** 29回

**【説明会参加エージェント】** のべ581社1,084名

40

## SOLOEL ARENA 商材の拡大



**現在**

事務用品	IT	パッケージ	ワークベンチ
文房具 事務用品 事務用品 事務用品 事務用品 事務用品 事務用品	ソフトウェア ハードウェア 周辺機器 プリンター ネットワーク サーバー ストレージ	ソフトウェア ハードウェア 周辺機器 プリンター ネットワーク サーバー ストレージ	販売ツール 販売ツール 販売ツール 販売ツール 販売ツール 販売ツール 販売ツール
その他	印刷物	販売器材	MRO
その他 その他 その他 その他 その他 その他 その他	印刷物 印刷物 印刷物 印刷物 印刷物 印刷物 印刷物	販売器材 販売器材 販売器材 販売器材 販売器材 販売器材 販売器材	MRO MRO MRO MRO MRO MRO MRO

**3年後**

【SOLOEL ARENA】  
試薬、許認可品など

【SOLOEL ARENA】  
書籍、ソフトウェア、印刷、サービス材など

【SOLOEL ARENA】  
IT、文具、生活用品など 100万SKU~

【SOLOEL ARENA】  
理化学品、機械工具、安全衛生用品など 100万SKU~

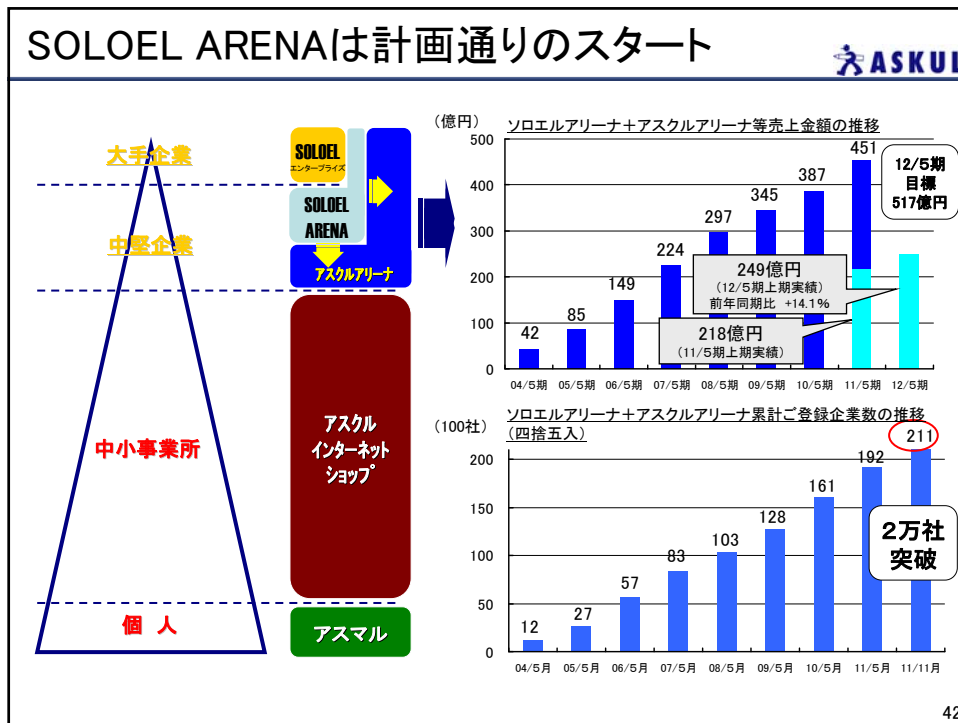
アルファパーチェス商材

アスクルWeb商材

アスクル在庫商材

**来春より専用商材の投入を開始予定**

41



42

### SOLOEL ARENAの立ち位置

**実施済み**

- 9月にシステムリリース
- エージェントによる新規開拓開始
- 既に664社のお客様が登録(11/11/20現在)

**進行中**

- お客様の声により課題を抽出
- PDCAを通じた改善実施
- エージェントのノウハウ共有・活性化を目的とした勉強会実施

**目指すべき姿**

- 2万社を超えるお客様に利用される共通の購買プラットフォームを提供
- 専用商材の拡大

**ASKUL AGENT**

**SOLOEL ARENA**  
Powered by ASKUL

**来春予定の専用商材の投入開始・ASKULアリーナのお客様の移行により飛躍を目指す**

43

流通プラットフォーム(調達・在庫・配送)の進化 



お客様

お客様への直接コンタクト  
(ラスト・ワン・マイル)

Bizex!

サプライヤとの連携強化  
(流通機構改革)

サプライヤ

当社物流部門を移管統合し、構造改革を実施中

- ①ドライバーによるラスト・ワン・マイルのサービス強化
- ②サプライヤとの連携による流通機構の一段の効率化

44



新規事業

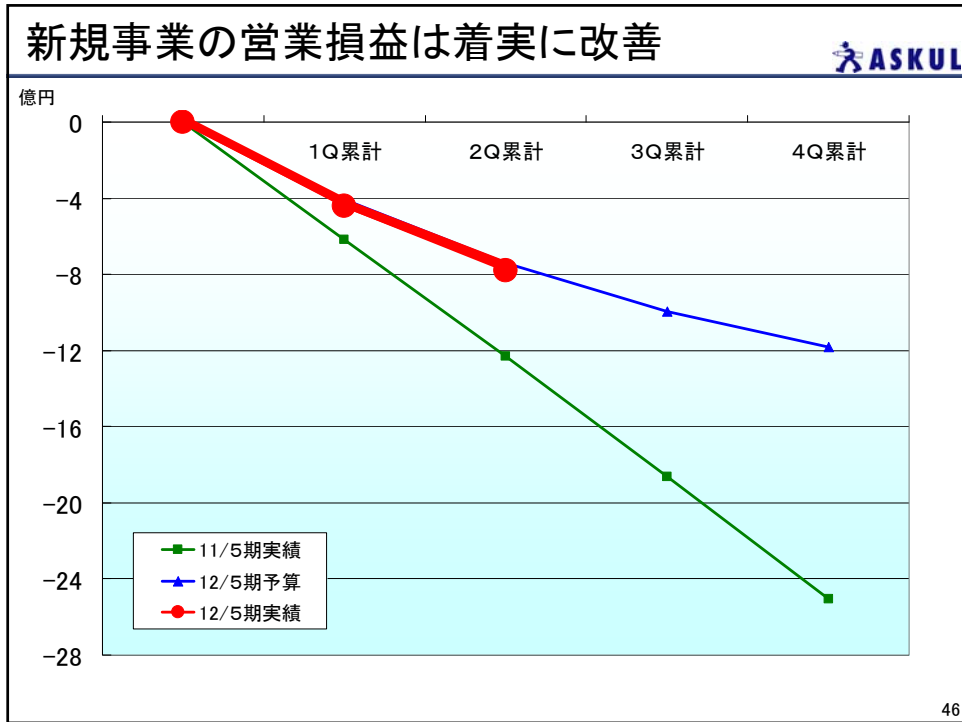
愛速客楽(上海)

アスマル

SOLOELエンタープライズ

45





### 新規事業の大きな飛躍に向けて

- ・今まで様々な事業課題をPDCAを通じ克服
- ・今期の営業損益は計画通り着実に改善
- ・事業計画を見直した結果、減損処理を実施

↓


事業展開のスピードアップを図るため  
抜本的な施策検討に着手

47






## 愛速客樂(上海)

48




### 愛速客樂(上海)の立ち位置

実施済み	進行中	目指すべき姿
	 <b>業務提携強化による売上拡大へ</b> ヤマト運輸グループとの提携を皮切りに お客様基盤拡大・商品系のサービス進化 においても連携を強化し売上拡大を狙う 現地社員の幹部への登用による現地化推進	 <b>上海を起点としたアジア展開</b> グローバル展開のベースとなるモデルの確立

**コスト構造改革実施**

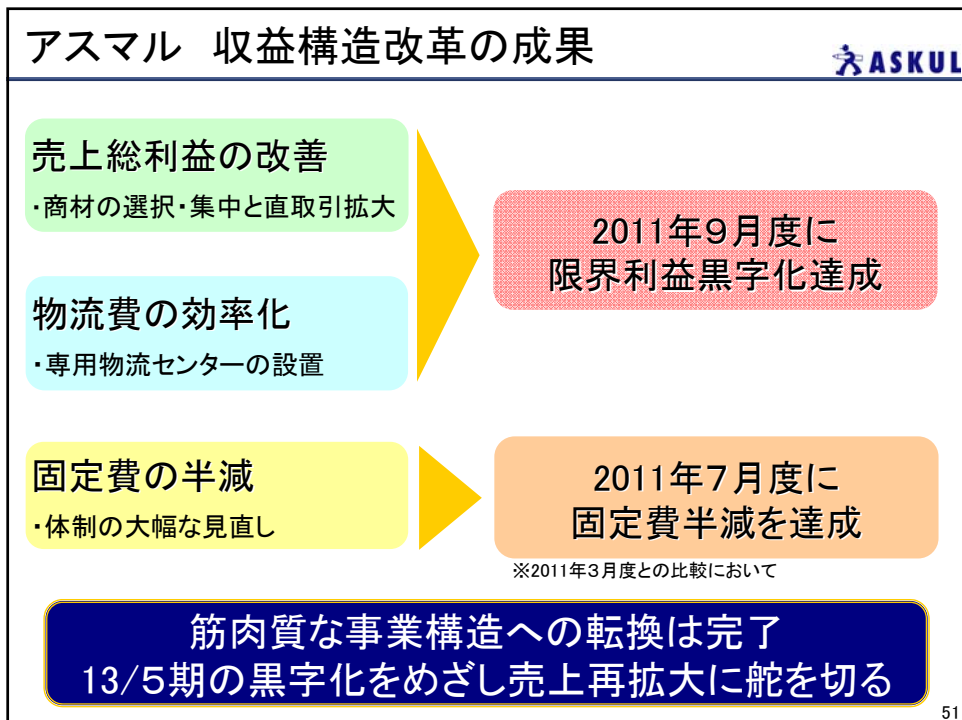
- ①メーカー直取引・PB商品導入による粗利改善
- ②物流・配送コスト削減
- ③徹底的なWeb化による効率化

⇒11/5期で限界利益黒字化実現



**関係先との連携強化および現地化を進め  
事業展開のスピードアップを目指す**

49





**アスマル 新たなファン層に応えた商品提供**

**新定番 ファミリーサイズ  
⇒マス戦略**



SUNTORY FOODS  
SUNTORY

おいしい、そして、いのちへ。  
Eat Well, Live Well.  
AJINOMOTO.

アスマル  
先行販売

**注目商品 タイムリーな提供  
⇒単価アップ戦略**



Cuisinart  
ハンドブレンダー  
カンタンレシピ

柳宗理 鉄フライパン  
プロが教える  
カンタンレシピ付

手作りパン &  
お菓子


**働く女性の「大切な毎日」を革命的に応援する**  
忙しくても、豊かな生活をしたい働く女性の「あきらめない」をサポート！

52

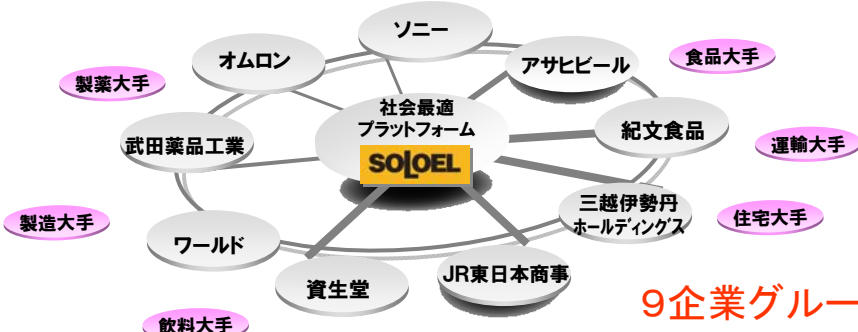


SOLOELエンタープライズ

53

**SOLOELエンタープライズ** 

社会最適な間接材購買プラットフォームを構築する




**9企業グループ**  
**166社**

**共有** システム/取組みノウハウの共有  
**共創** 標準化/共同化  
**共生** 社会最適

\* ソニーグループは購買業務のみSOLOELが代行  
\*\*ワールドは購買業務のみSOLOELが代行

**新たに武田薬品工業様がSOLOELの利用を開始**

54

**お客様と共にSOLOELは進化** 

新たな取り組みによる進化

- 物販に加え、サービス商材の拡充が促進
- お客様の連携が高まり、商品・サービスの標準化・共通化・共同購買化がさらに加速
- 効率的かつ環境負荷を低減する社会最適志向の間接材購買に向け前進

**13/5期の黒字化に向け着実に進捗**

55

お客様のために  
進化するアスクル

56



57

# 付 録

58

## 《付録》



### ① インターネット売上高比率

	12/5期第2四半期 (6ヶ月累計)	前期差	11/5期第2四半期 (6ヶ月累計)
インターネット経由	67.3%	+5.4%ポイント	61.9%
上 記 以 外	32.7%	△5.4%ポイント	38.1%

(注) 売上高比率は、単体の受注ベースにて算出しております。

### ② オリジナル商品

(単位:SKU)

	12/5期 11月度	前期差	11/5期 11月度
オリジナル商品数	3,394	△10	3,404
グリーン商品比率 ※SKUベース	98.7%	+16.6ポイント	82.1%
売上高構成比	13.4%	+0.2ポイント	13.2%

(注1) 各期11月度の単月実績を記載しております。

(注2) グリーン商品比率は、①グリーン商品以外の当社環境視点に対応したオリジナル商品に②ナショナルブランドのASKUL限定販売商品以外のオリジナル商品中のグリーン商品を加えたSKU数(分子)を、オリジナル商品SKU数(分母)で除して算出しております。

(注3) 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4) 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掲載商品が含まれております。

59

## 《付録》



## ③設備投資

(単位:百万円)

科目名	12/5期 第2四半期		11/5期 第2四半期
	金額	前期比	金額
【設備投資額】	1,104	+3.7%	1,064
有形固定資産	470	+248.3%	135
無形固定資産	634	△31.8%	929
建設仮勘定(注2)	55	+4124.2%	1
ソフトウェア仮勘定(注2)	388	+59.9%	242

## (参考)

(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。

(注3)2012年5月期第2四半期における主な設備投資は以下の通りであります。

次世代WEB開発	2.6億円
豊洲新本社関連	2.0億円