

平成 26 年 12 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	財 務 ・ 広 報 室 本 部 執 行 役 員 本 部 長 玉 井 継 尋 TEL 03-4330-5130

「2015 年 5 月 期 第 2 四 半 期 連 結 業 績 概 要」 の お 知 ら せ

「平成 27 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 「2015 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



成長スピードを加速し、さらなる収穫逡増へ

～第2四半期は2桁成長、増収増益～

2014年12月17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。「最大」「最適」「最速」「最高」「最強」等については、イメージ表現であり、その事実や実現を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。

本資料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

～2桁成長、増収増益～

II 物流力の強化

～さらなる効率化を追求～

III LOHACO事業の状況

～第2世代EコマースNo.1に向けギアチェンジ～

IV BtoB事業の状況

～成長スピードが加速、さらなる収穫遞増へ～

15/5期 2Q累計 連結業績

	14/5期 2Q累計		15/5期 2Q累計				
	実績 百万円	売上 比率 %	実績 百万円	売上 比率 %	計画 百万円	計画比 %	前年 同期比 %
売上高	119,215	100	131,944	100	132,500	99.6	110.7
売上総利益	26,678	22.4	28,690	21.7	29,100	98.6	107.5
販売費および 一般管理費	25,211	21.1	27,053	20.5	27,100	99.8	107.3
営業利益	1,467	1.2	1,637	1.2	2,000	81.9	111.6
経常利益	1,523	1.3	1,705	1.3	1,980	86.1	112.0
当期純利益	558	0.5	885	0.7	1,000	88.5	158.7

➤ 消費税増税後の影響を乗り越え2桁成長

➤ 子会社での一過性損失による営業利益への影響△2.7億円

➤ 営業利益・経常利益・当期純利益ともに2桁増益

15/5期 2Q累計 連結業績【事業別】

		14/5期 2Q累計実績	15/5期 2Q累計実績	前年同期比 %
		億円	億円	
売上高	BtoB事業等	1,149	1,230	107.0
	LOHACO	42	89	208.1
	合計	1,192	1,319	110.7
営業利益	BtoB事業等	28	36	128.9
	LOHACO	△13	△17	-
	小計	14	19	130.1
	子会社 一過性損失	-	△2	-
	合計	14	16	111.6

➤ 売上高

BtoB事業等は**成長加速**

LOHACOは**2倍超に成長**

➤ 営業利益

BtoB事業等は前年同期比

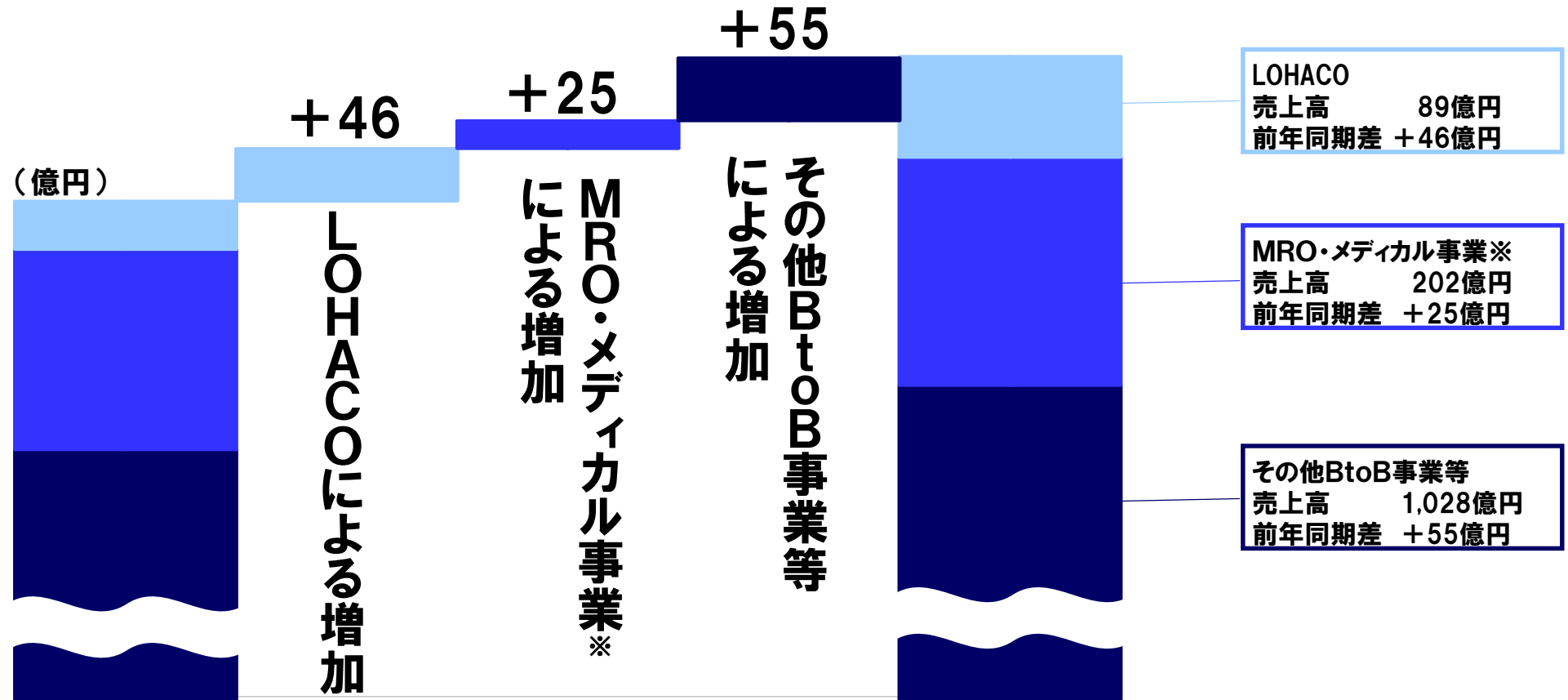
128.9%で収穫逡増

LOHACOは成長施策を積極展開

15/5期 第2四半期連結売上高の増加要因

14/5期2Q累計(実績)
 売上高 1,192億円
 前年同期差 +94億円
 前年同期比 108.6%

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%

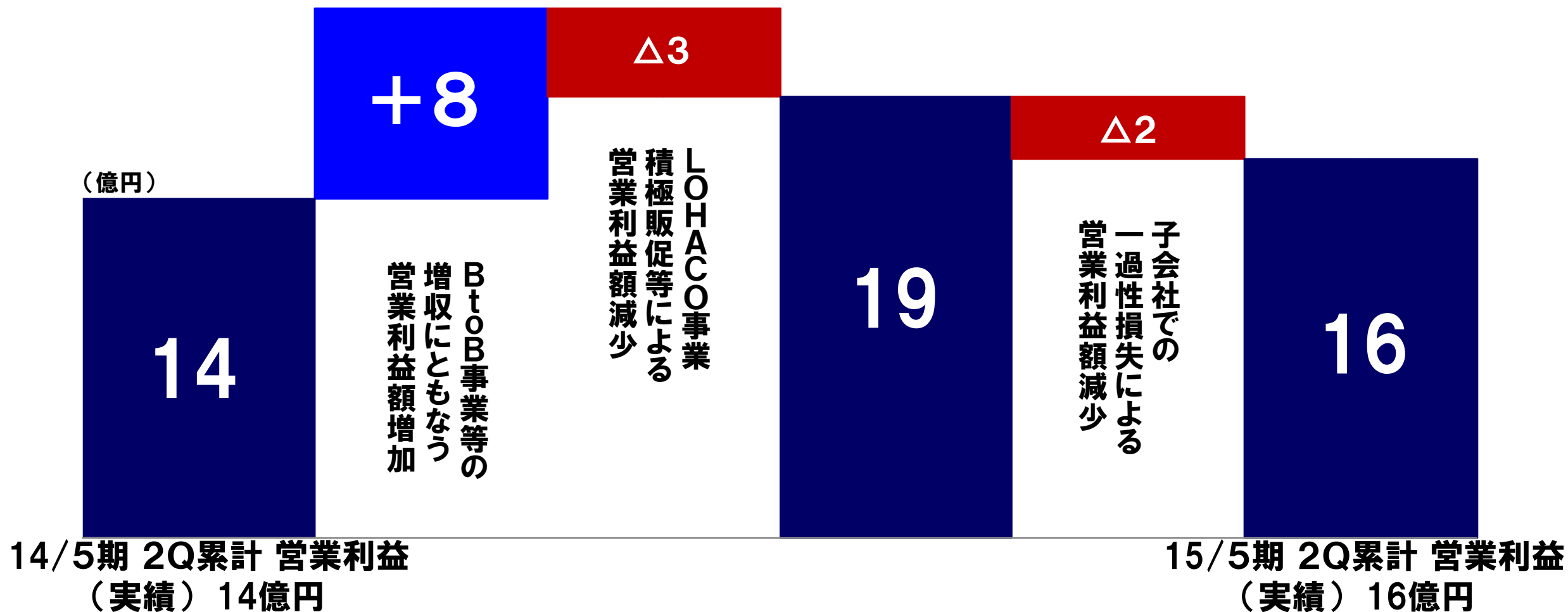


※MRO・メディカル事業はLOHACO分を除いております。

15/5期 第2四半期連結営業利益の増減要因

14/5期2Q累計(実績)
売上高前年同期比 108.6%
売上総利益率 22.4%
販管費率 21.1%

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%
販管費率 20.5%



15/5期 1Q・2Q期間 連結業績【事業別】

		15/5期 1Q期間実績	15/5期 2Q期間実績	前四半期比 %
		億円	億円	
売上高	BtoB事業等	590	640	108.7
	LOHACO	40	48	117.9
	合計	630	689	109.3
営業利益	BtoB事業等	12	23	185.6
	LOHACO	△9	△8	—
	小計	3	15	401.0
	子会社 一過性損失	—	△2	—
	合計	3	12	329.6

➤ BtoB事業等

収益性大幅向上

(営業利益率1.5pt向上)

➤ LOHACO

営業損失が改善

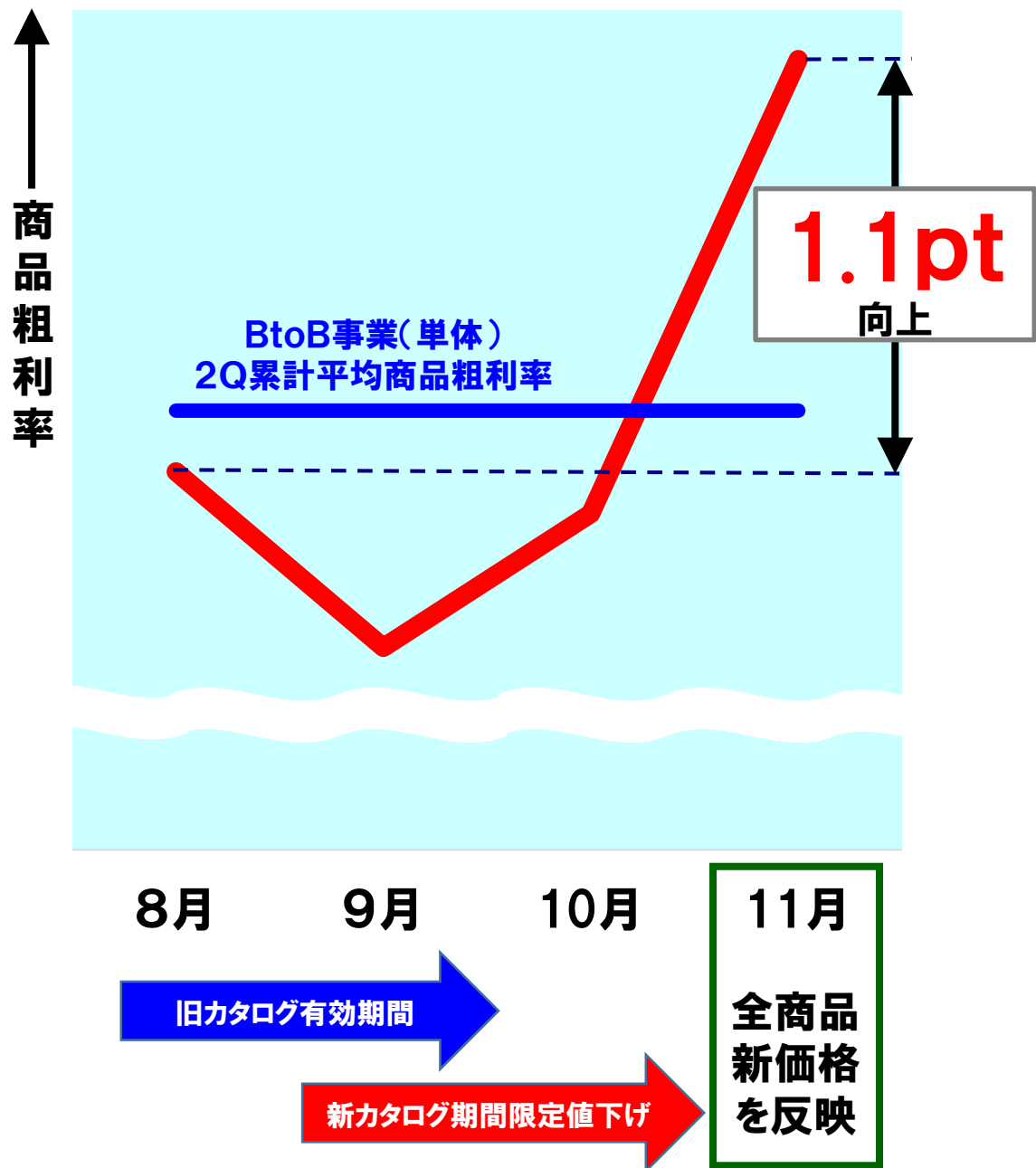
(トップラインは順調)

➤ 全体

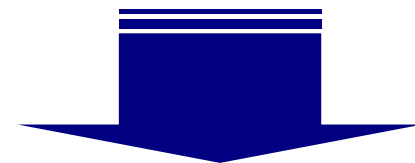
営業利益(一過性要因除く)は

前四半期比4倍

BtoB事業(単体)商品粗利率※の推移



**価格競争力を維持し
価格改定を実施**



- **足元収益性は大幅向上**
- **お客様数は引き続き増加**
- **単価上昇で売上高増加**

15/5期 通期計画 連結業績

	14/5期 通期実績		15/5期 通期計画		
	金額 億円	売上高 比率 %	金額 億円	売上高 比率 %	前期 同期比 %
売上高	2,534	100	2,770	100	109.3
売上総利益	557	22.0	615	22.2	110.4
販売費および 一般管理費	514	20.3	550	19.9	107.0
営業利益	42	1.7	65	2.3	152.0
経常利益	44	1.8	64	2.3	145.2
当期純利益	21	0.9	34	1.2	157.0

**足元は
収益性向上**

**通期計画を
据え置く**

15/5期 下期計画 連結業績【事業別】

		14/5期 下期実績	15/5期 下期計画	前年同期比 %
		億円	億円	
売上高	BtoB事業等	1,263	1,319	104.4
	LOHACO	78	130	167.1
	合計	1,341	1,450	108.1
営業利益	BtoB事業等	43	61	139.3
	LOHACO	△15	△12	—
	合計	27	48	174.0

➤ 売上高

消費税増税前の
駆け込み需要の反動を考慮

➤ 営業利益

物流生産性が着実に改善
価格改定等により収益性向上

15/5期 全社方針

**EコマースNo.1にむけたさらなる物流効率化
イノベーションによる物流サービスの進化**

**磐石のBtoB事業は成長分野に注力
安定的な増収増益を創出**

**LOHACO事業は引き続きトップライン重視
お客様起点のECマーケティングを成長エンジンへ**

I 第2四半期実績

～2桁成長、増収増益～

II 物流力の強化


～さらなる効率化を追求～

III LOHACO事業の状況

～第2世代EコマースNo.1に向けギアチェンジ～

IV BtoB事業の状況

～成長スピードが加速、さらなる収穫遞増へ～



物流を制する者が
Eコマースを制する

LOHACOの成長を
支える物流力

物流効率化にむけた15/5期の取り組み

庫内業務

取り組み事項

上期での進捗状況

①センターオペレーション
(現場視点) : 1Q

計画通り
安定稼動

②マテハン設備・システム
(エンジニア視点) : 2Q

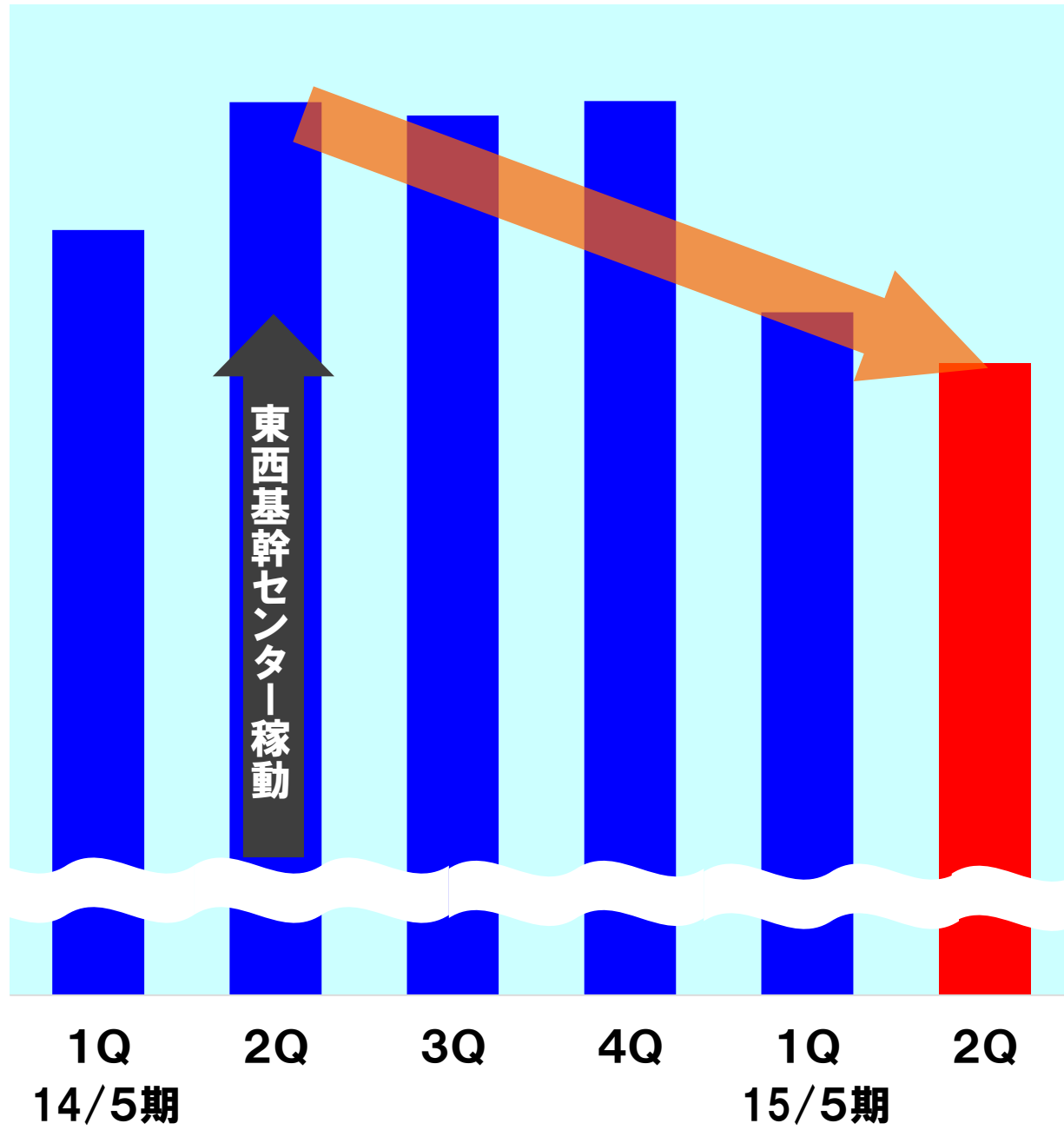
投資実施済
効果は3Q~

③ビジネスプロセス・モデル
(ビジネス視点) : 2Q~3Q

今後注力

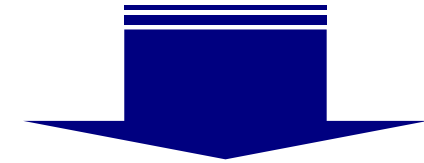
庫内作業単価(全センター平均)

庫内業務



現場視点での改善

- ・在庫商品の最適配置
- ・梱包・補充作業の平準化
- ・人時管理の最適化



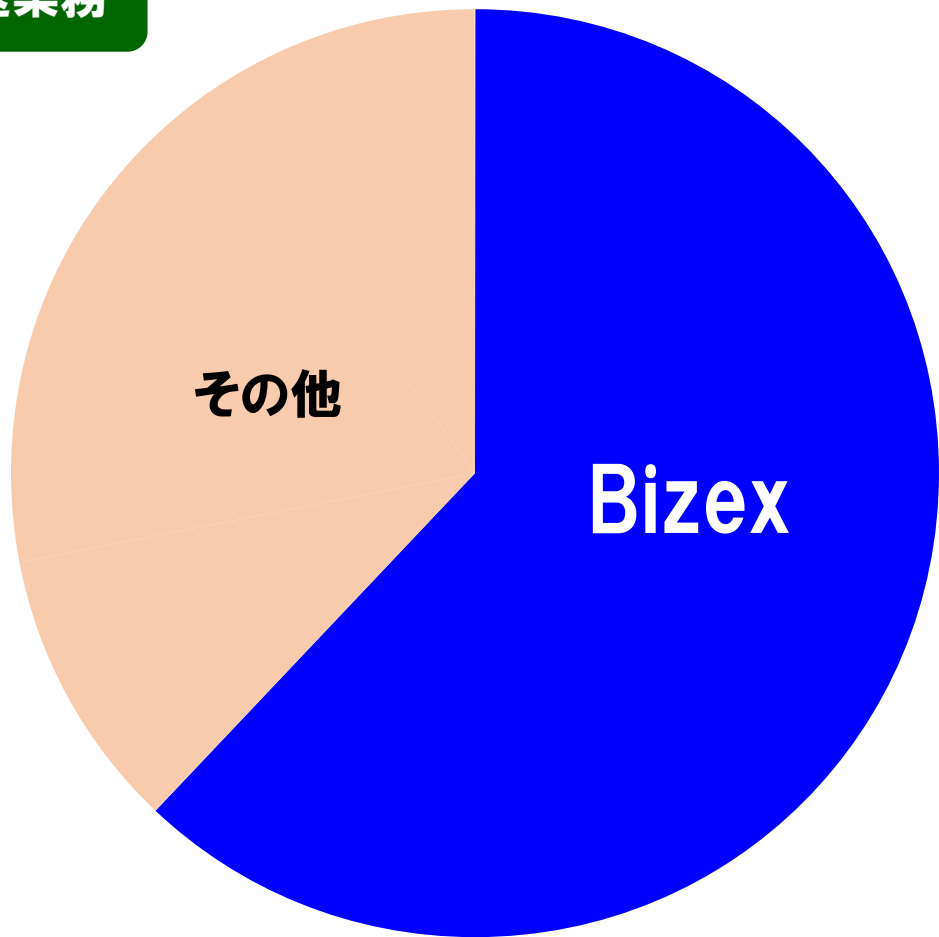
生産性は
大幅に改善

自社グループ配送シェア

約60%

高密度エリアをカバー

BtoB事業ではECO-TURN配送※等の
付加価値サービスをご提供



2014年6～11月度実績(個数ベース)



全社配送コストをコントロール

※ECO-TURN配送とは、梱包資源、廃棄物の削減を目的に、折りたたみコンテナ(箱)を利用する環境に配慮した配送サービスです。
リターナルバッグ(袋)につきましては、2013年8月下旬より紙袋での配送に切り替えております。



圧倒的な物流力をさらに強化

物流サービスの進化とともに
事業成長スピードを加速し
第2世代EコマースNo.1をめざす

I 第2四半期実績

～2桁成長、増収増益～

II 物流力の強化

～さらなる効率化を追求～

III LOHACO事業の状況

～第2世代EコマースNo.1に向けギアチェンジ～

IV BtoB事業の状況

～成長スピードが加速、さらなる収穫遞増へ～

ASKUL



YAHOO! JAPAN

LOHACO で生活が変わる。

便利になった。
幸せになろう。



LOHACO



LOHACOの目指す 第2世代Eコマースとは

くらしを明るくする
LOHACO

対象エリアなら
最短当日お届け
1,900円(税込)で
送料無料!

Tポイントが貯まる、使える。
ログイン
Yahoo! JAPAN IDでもっと便利に [新規取得]

?
ロハコとは

YAHOO! JAPAN × ASKUL

» カテゴリーから探す » セール » ロハコモール » 特集

検索 カゴを見る

お客様累計 **150万人** 感謝祭

ありがとうございますの気持ちいっぱい、4つの感謝企画をご用意しました。

SAMPLE セレクション

3,000セット限定!
ベビースター妖怪ラーメン 2個
¥100 (税抜き)
カゴに入れる

3,000セット限定!
リアルブラウニービッグ 2個
¥100 (税抜き)
カゴに入れる

食品・お菓子

新提案! "和"のカレーメン

まとめ割最大20%OFF
だしのきいたカレー丼! 日清そば屋のカレーメシ3食入

水・飲料・お酒

先行発売
アンケートに答えの方へサンプリングをプレゼント中!

トイレ・バス・日用品

アリエール
Tポイント10倍

家電・PC・周辺機器

Tポイント15倍
最新モデル入荷! フィリップス ノンフライヤープラス
税抜き¥28,700

ベビー・キッズ

Pampers
SALE

ロハコモール

トピック Topics

【まとめ割】フルグラ、安曇野の天然水など人気商品がセットでお得♪

【冬ボーナス2014】日替わりSALE開催! 話題の家電などが破格

OPEN

いつでも、どこでも
日常使い

日用品のEC

くらしをかるくする

LOHACO

構造的な強み

ASKUL

最大の品揃え
最適の価格
最速の物流システム
最高の顧客サポート

×

YAHOO!
JAPAN

最強の集客
最高の決済

集客

品揃え

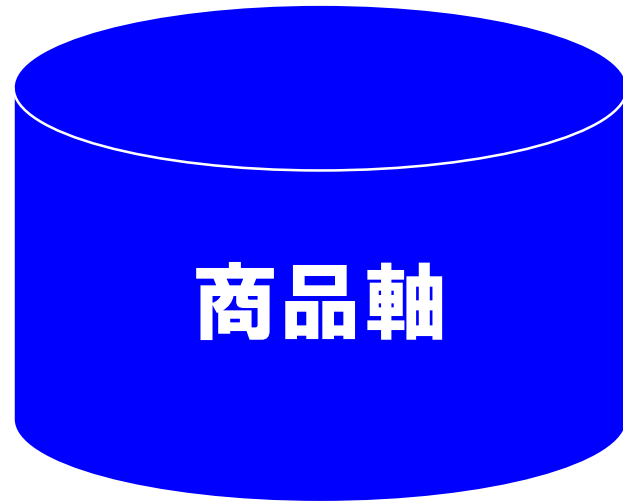
価格

決済

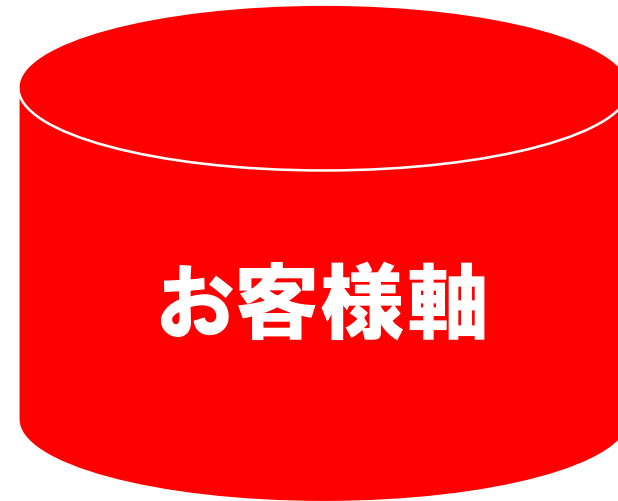
物流

顧客
サポート

第2世代のEコマース No.1 に向けギアチェンジ



商品軸

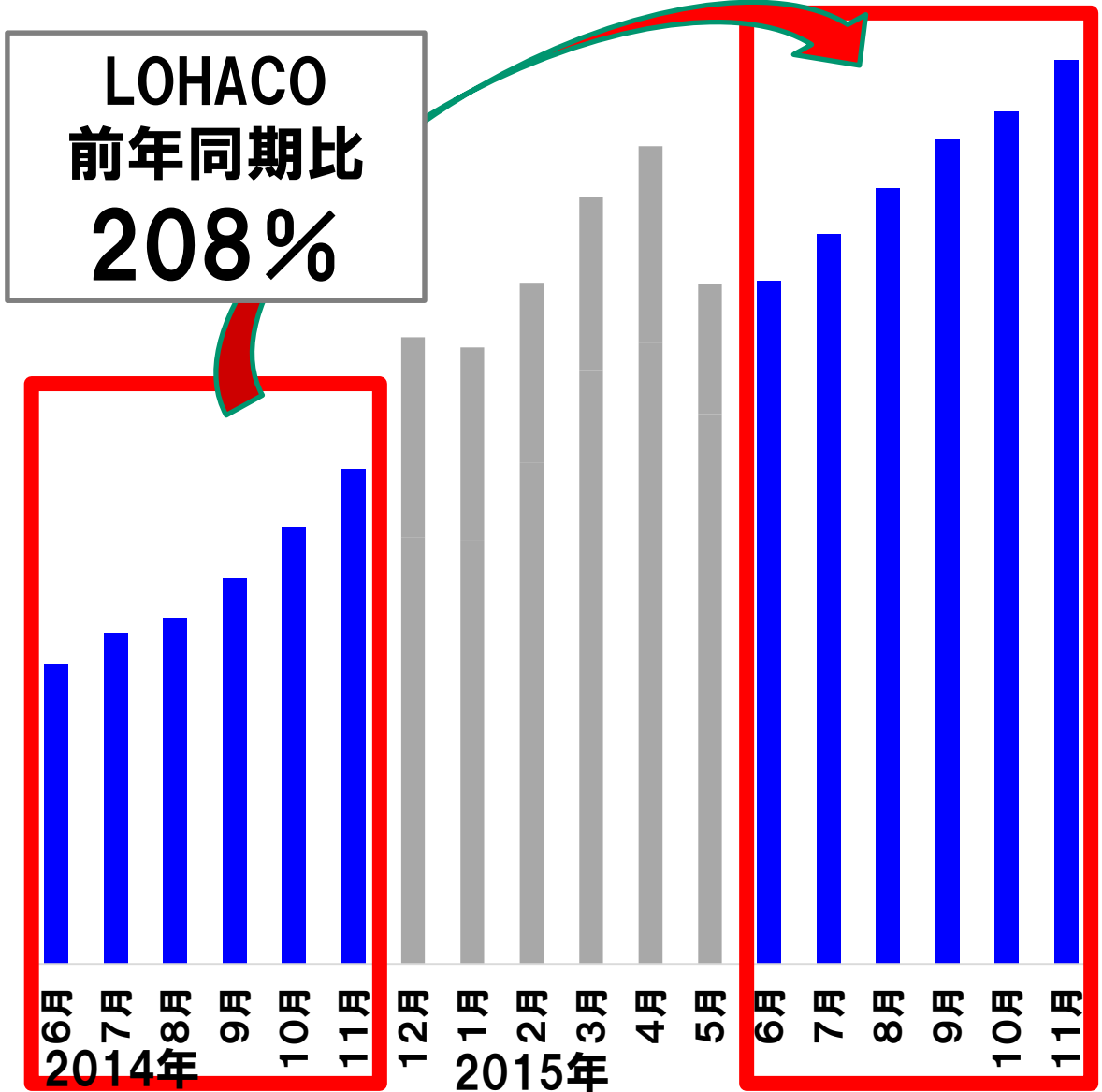


お客様軸

2つの軸のビッグデータ分析により
施策が明確に

売上高拡大と収益性向上をめざす

LOHACO事業 売上高推移



**第2世代のEコマース
No.1に向けて
売上高は大きく伸張**

第2世代のEコマースは確実に浸透

次のマイルストーン

100万人

約2年で
15万人

ロハコさん数

ロハコさん※の推移

(単位:人)

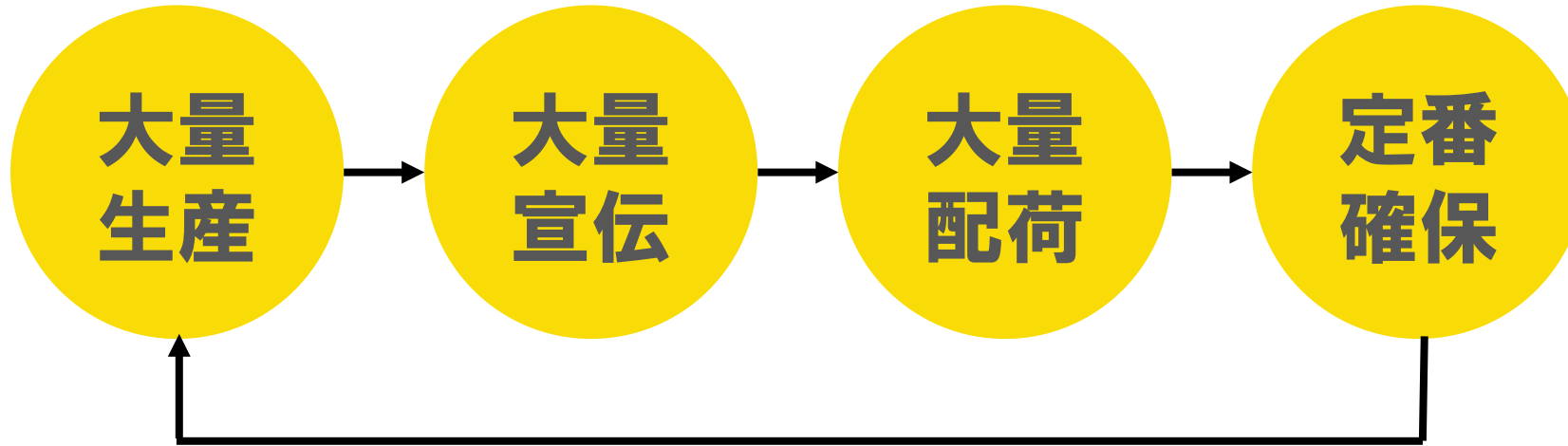
ロハコさん
順調に拡大

※ロハコさん:
リピーターのうち一定基準を
満たしたロイヤルカスタマー

7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 9月 10月 11月
2013年 2014年

お客様視点の流通プロセスへの挑戦

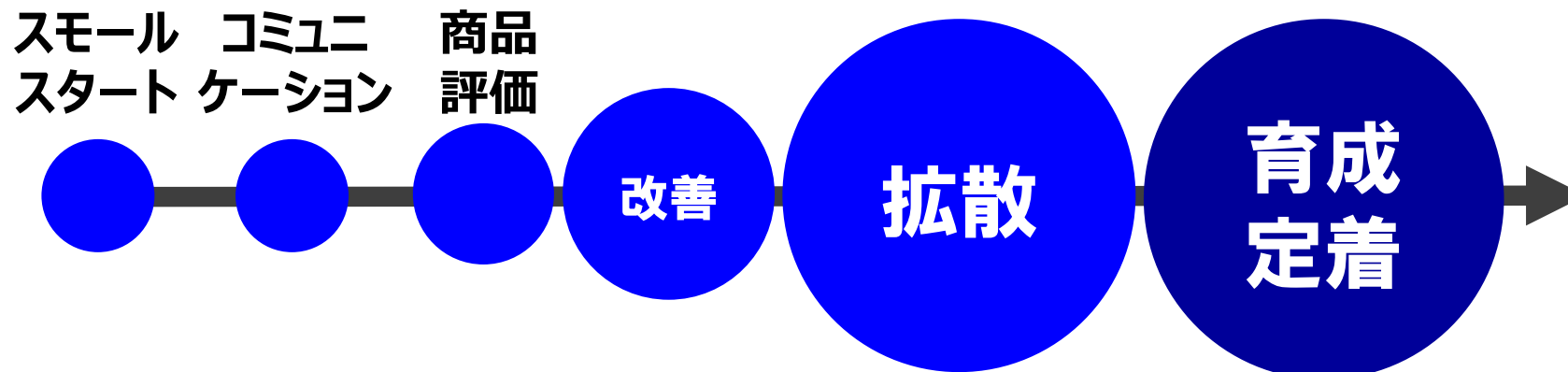
従来のプロセス



課題

- ① 一気に立上げ
- ② 先行投資
- ③ 定番交渉
- ④ **定番カット、在庫処分、PB化**

LOHACOのプロセス



イノベーション

- ① スモールスタート
- ② 高速PDCA
- ③ 評価の見える化
- ④ ローコストで拡大

ロハコモール



New Open!	
1 Q	2 Q
Flying Saucer	SPECIAL.T by Nestlé
daylesford	朝岡スライス
全羊	坂元のくろぎ
method CLEAN HAPPY	THE BODY SHOP
	AWAKE
	FRESCA
	KONCENT
	reisenhel.
	ROOTOTE

今後は既存店の
更なる活性化
に注力

付加価値で
収益を追求

オープン時
8 店舗
(2013年8月)

→ 35 店舗
(2014年12月17日現在)

LOHACO Webマーケティングコンソーシアム



LOts of HAppy COmmunities
ECで幸せな時間を

開催日: 2014年11月19日(水)
開催場所: グランドハイアット東京
参加者: 145社、307名



LOHACCOはギアチェンジ
さらなる拡大をめざす

I 第2四半期実績

～2桁成長、増収増益～

II 物流力の強化

～さらなる効率化を追求～

III LOHACO事業の状況

～第2世代EコマースNo.1に向けギアチェンジ～

IV BtoB事業の状況

～成長スピードが加速、さらなる収穫遞増へ～

ASKUL
ASKUL INTERNET SHOP

SOLOEL ARENA
Powered
by ASKUL

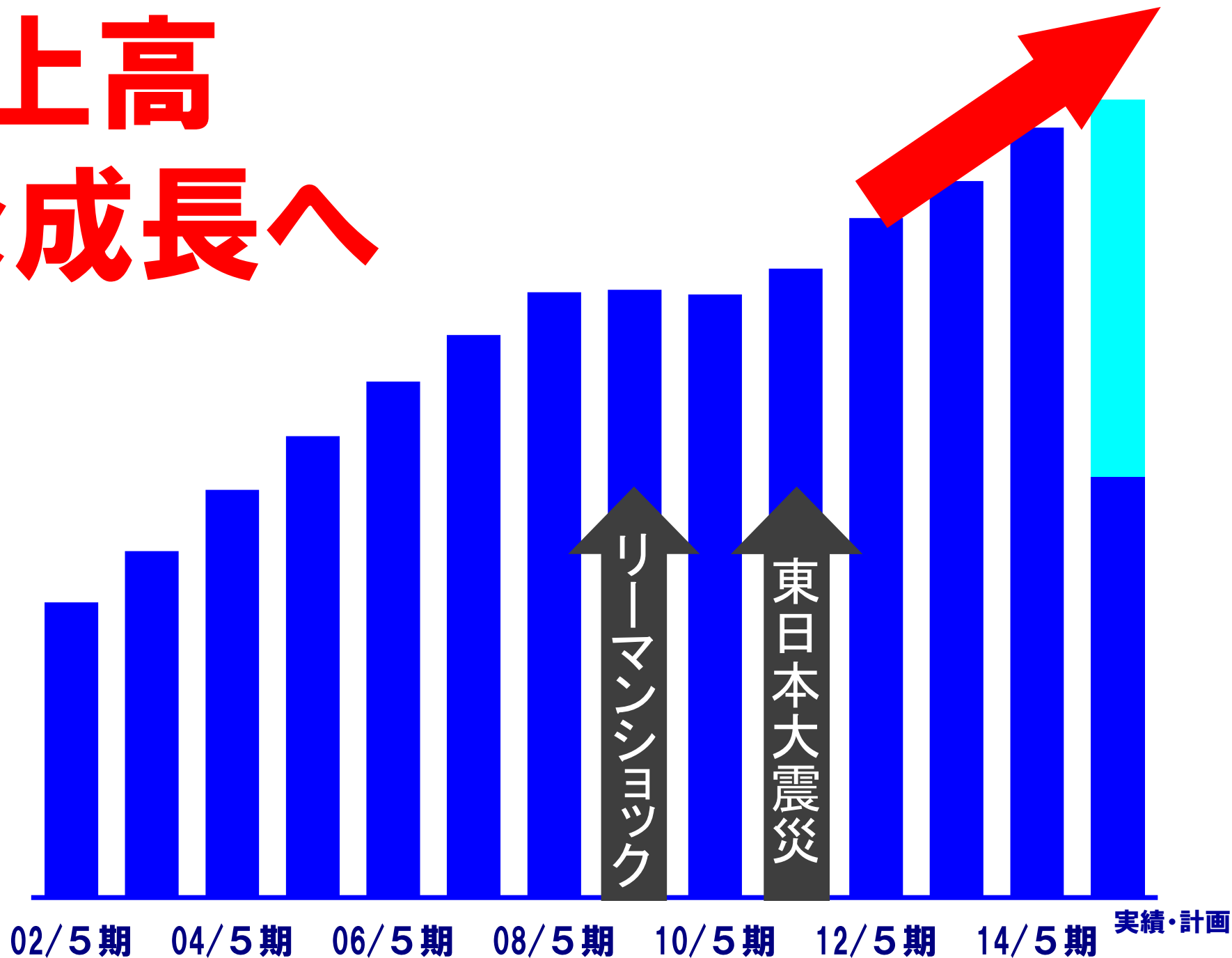
BtoB 事業所向け



BtoB売上高 継続的な成長へ



※BtoB事業(単体)の売上高推移



BtoB事業等 売上高前年同期比の推移

(%)

114

112

110

108

106

104

102

14/5期 2Q 3Q 4Q 15/5期 1Q 2Q

消費税増税の
駆け込み需要

消費税増税の
駆け込み需要の
反動を乗り越え

2Q期間で
前年同期比108.3%

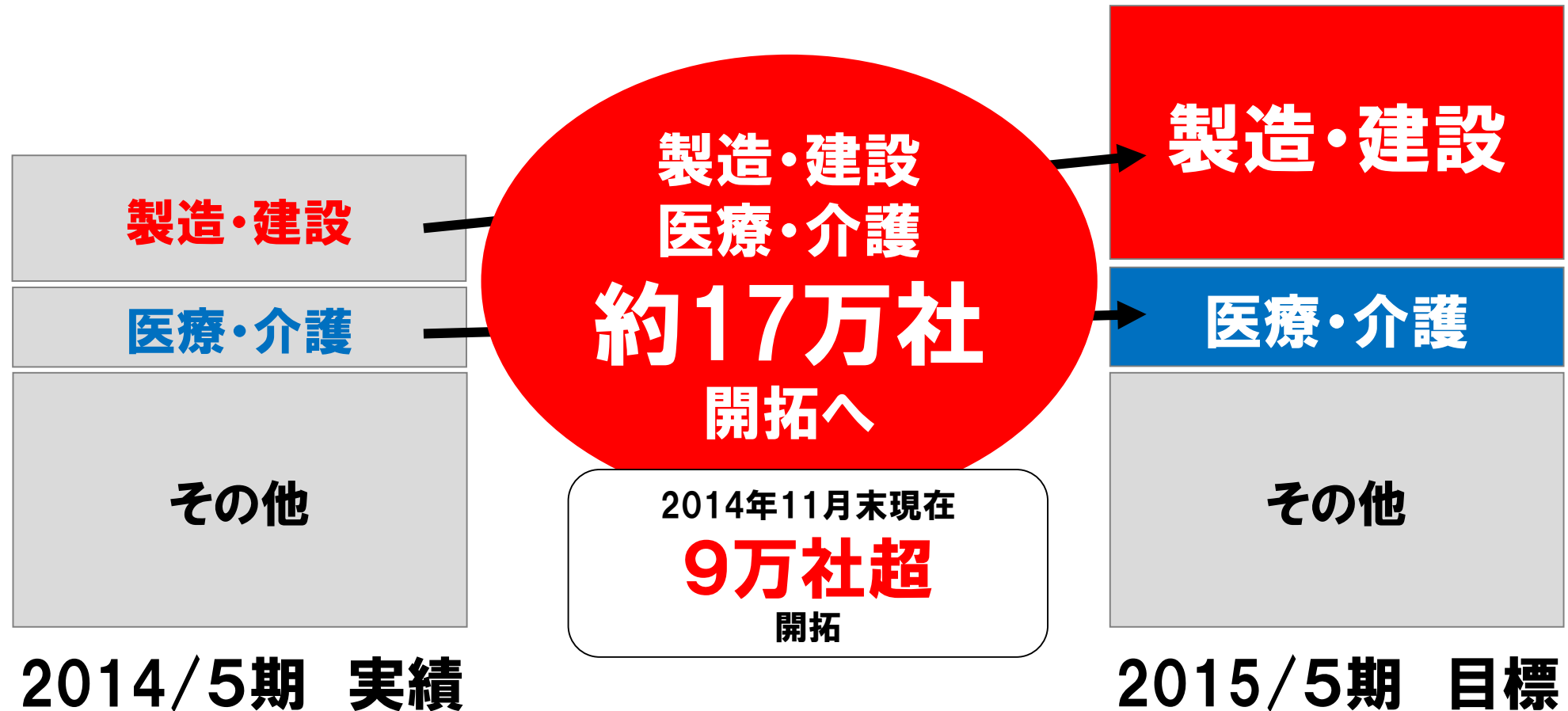
BtoB事業の成長を支える3つの施策

お客様数(製造業・医療介護中心)の拡大

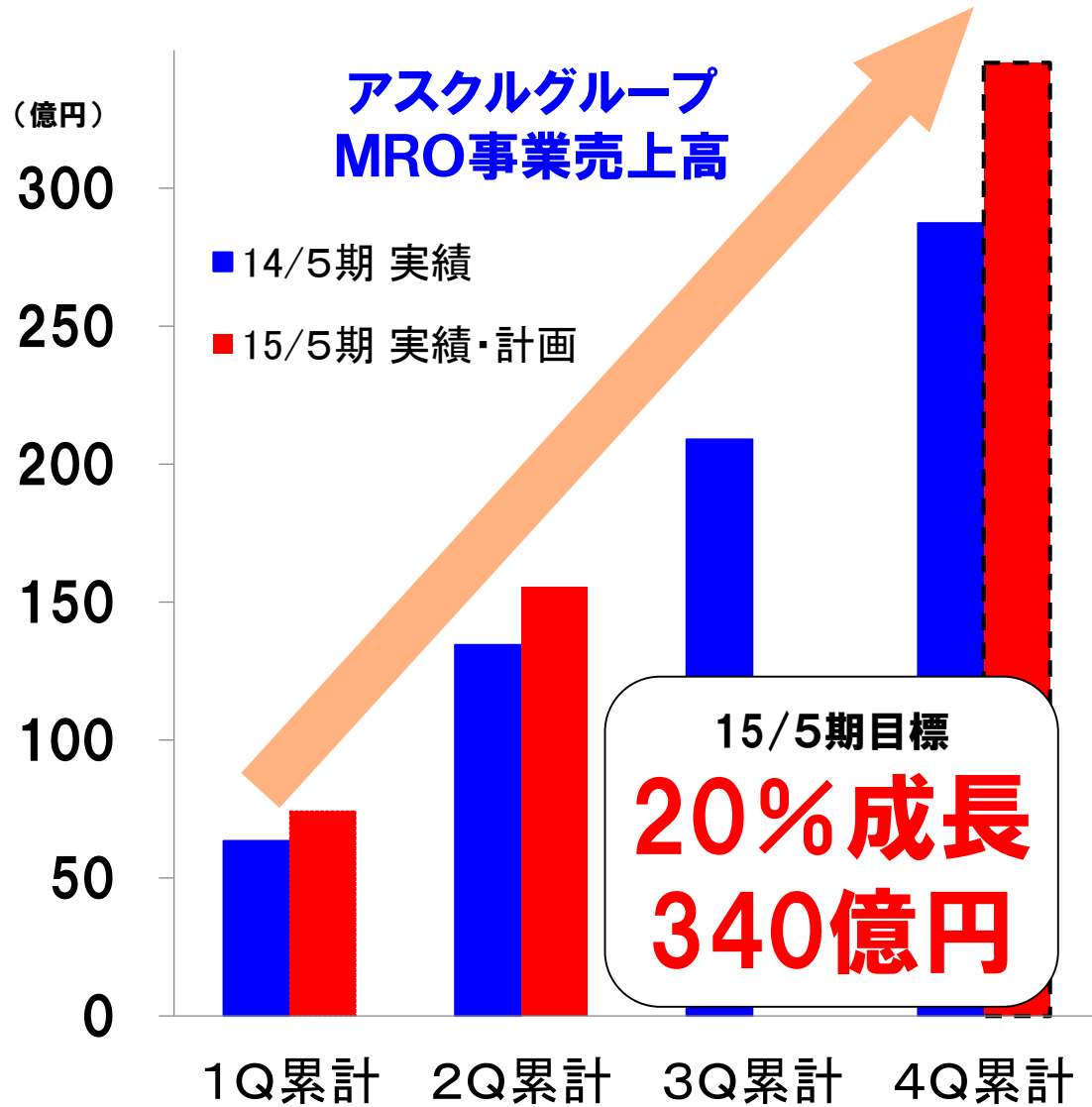
新たなヘッド商品(MRO・メディカル)の投入

お客様稼動を高めるEC購買サイトの進化

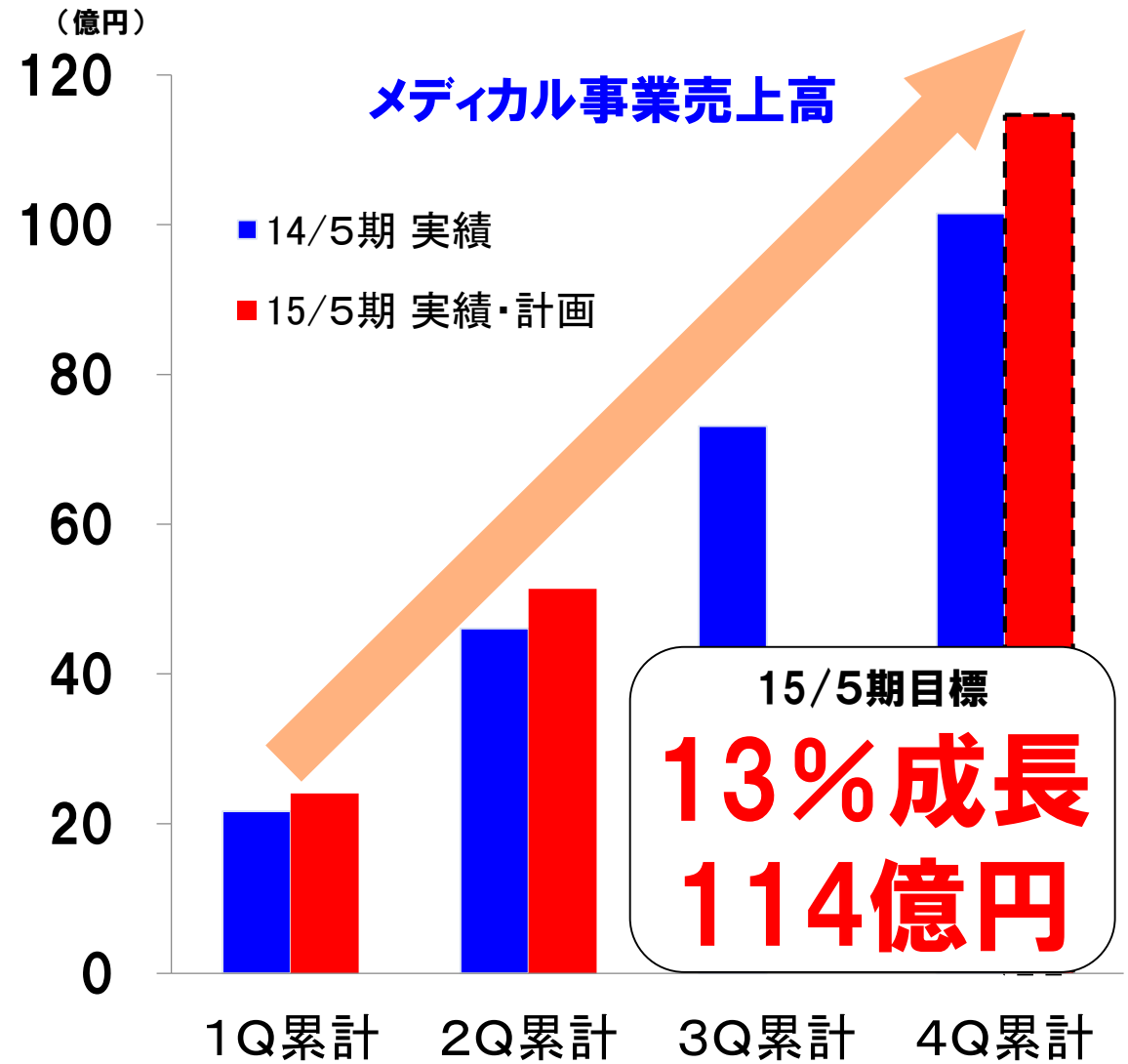
お客様数(製造業・医療介護中心)の拡大



成長分野は引き続き売上高拡大



※LOHACOの販売分も含めております。



※LOHACO(ロハコドラッグ医薬品など)も含めております。

(億円)

生活用品の売上高推移(BtoB事業)

270

260

250

240

230

220

210

200

+21億円

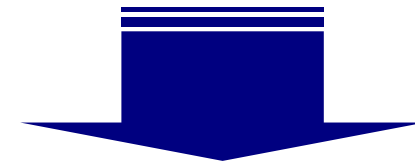


14/5期上期

15/5期上期

※LOHACO販売分を除いております。

- 製造・建設、医療・介護のお客様数が拡大
- 全カテゴリで上記お客様向け新商品の提供に注力



生活用品を中心に
既存カテゴリの
成長スピードが加速

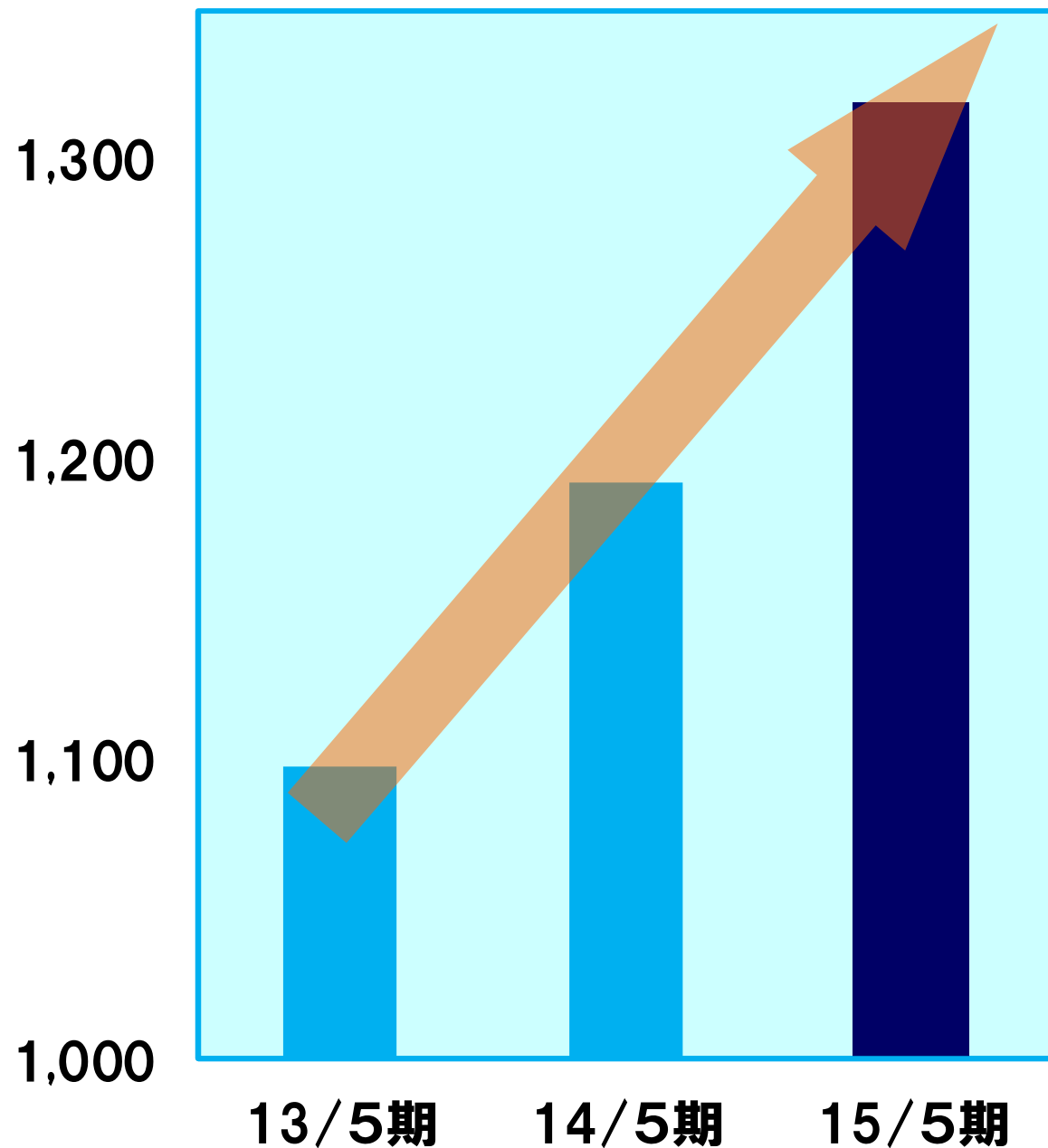
A hand is shown pointing upwards with the index finger, set against a clear blue sky with some light clouds. The hand is positioned in the upper right quadrant of the frame.

**BtoBは新たな市場の開拓と
さらなる収益力強化にまい進**

付 録

(億円)

15/5期 第2四半期 連結売上高の推移



過去最高を更新

**1300億円超の
売上高を達成**

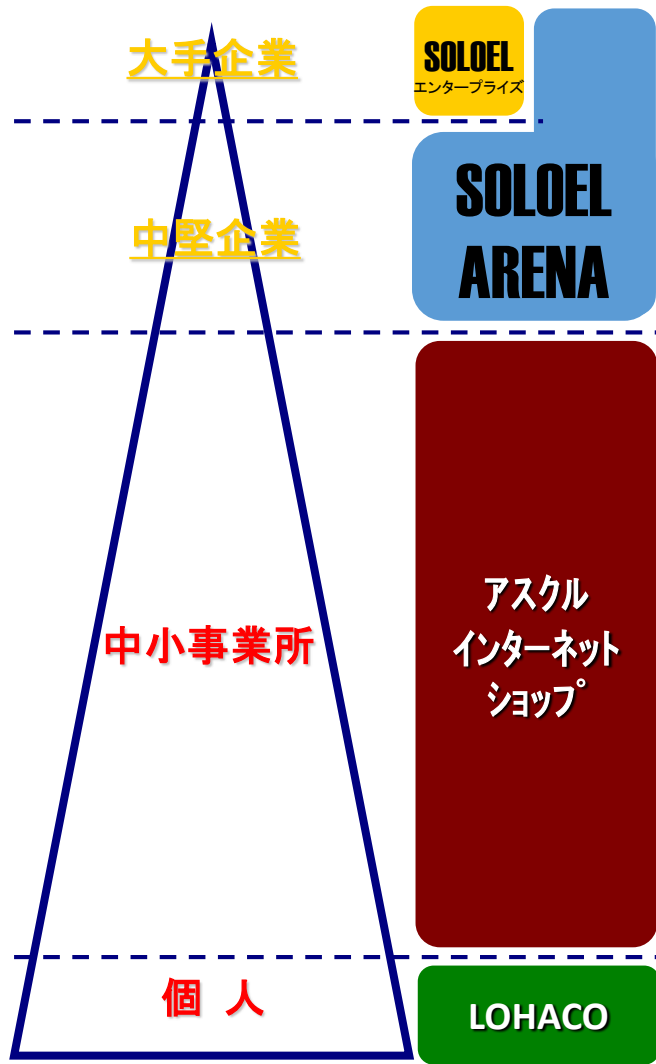
15/5期 第2四半期累計 品目別売上高

単体

	14/5期第2四半期累計		15/5期第2四半期累計	
	金額 億円	前年同期比 %	金額 億円	前年同期比 %
OA・PC	414	103.8	428	103.3
文具	254	107.3	273	107.8
生活用品	272	120.4	332	122.2
ファニチャー	87	103.2	95	108.3
その他 (メディカル等)	81	112.7	92	113.2
合計	1,110	108.9	1,222	110.1

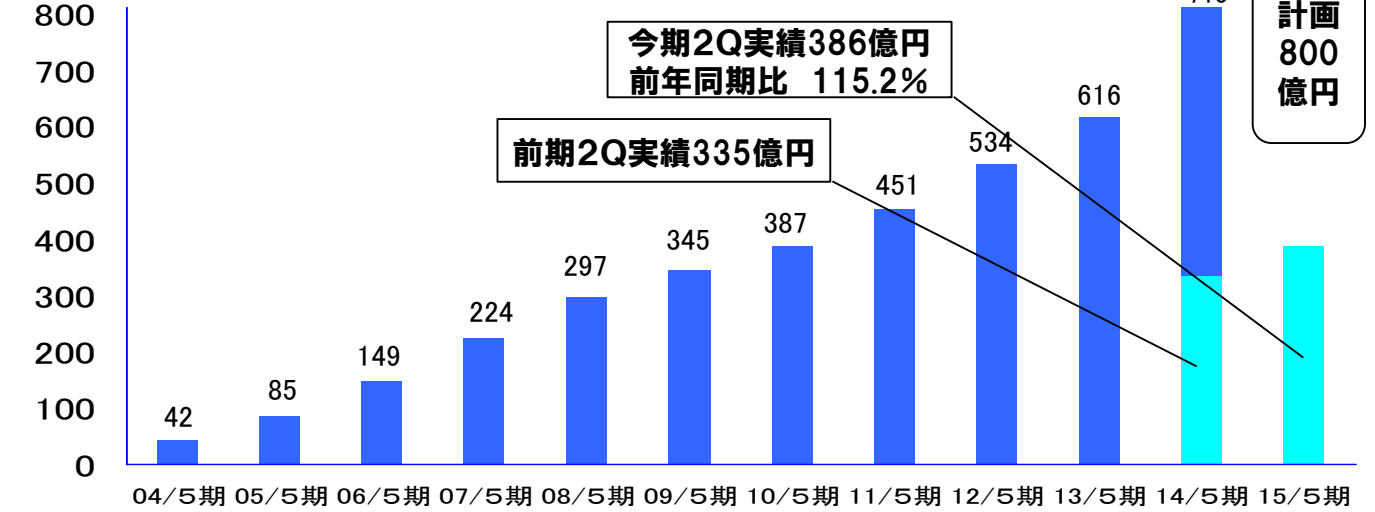
**単体も
過去最高
全カテゴリで
プラス成長**

SOLOEL ARENAは順調に拡大



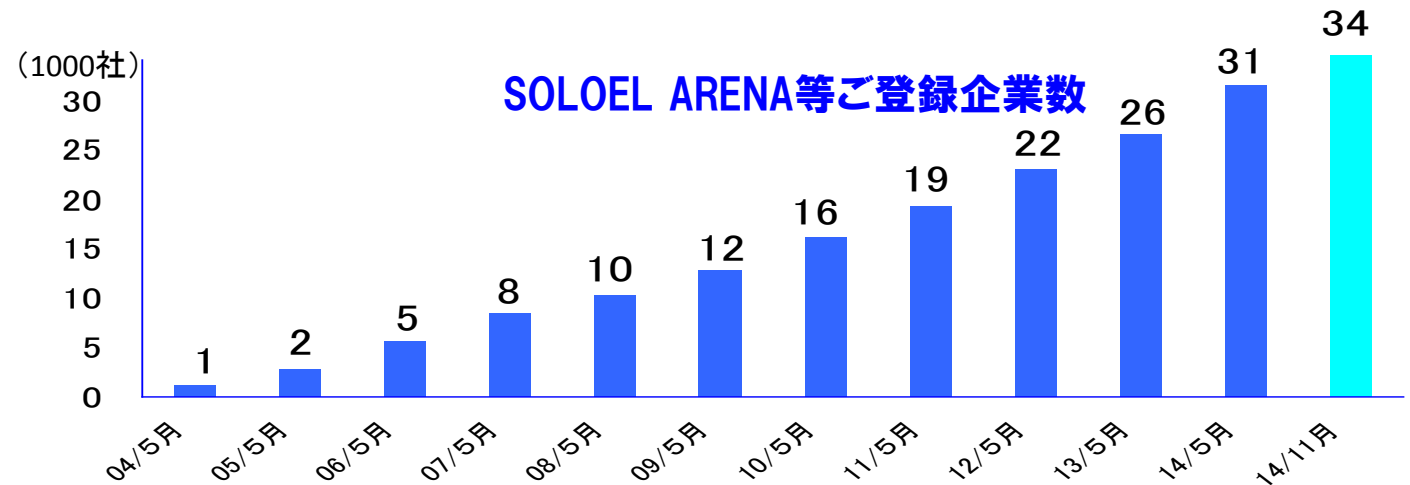
(億円)

SOLOEL ARENA等売上金額



(1000社)

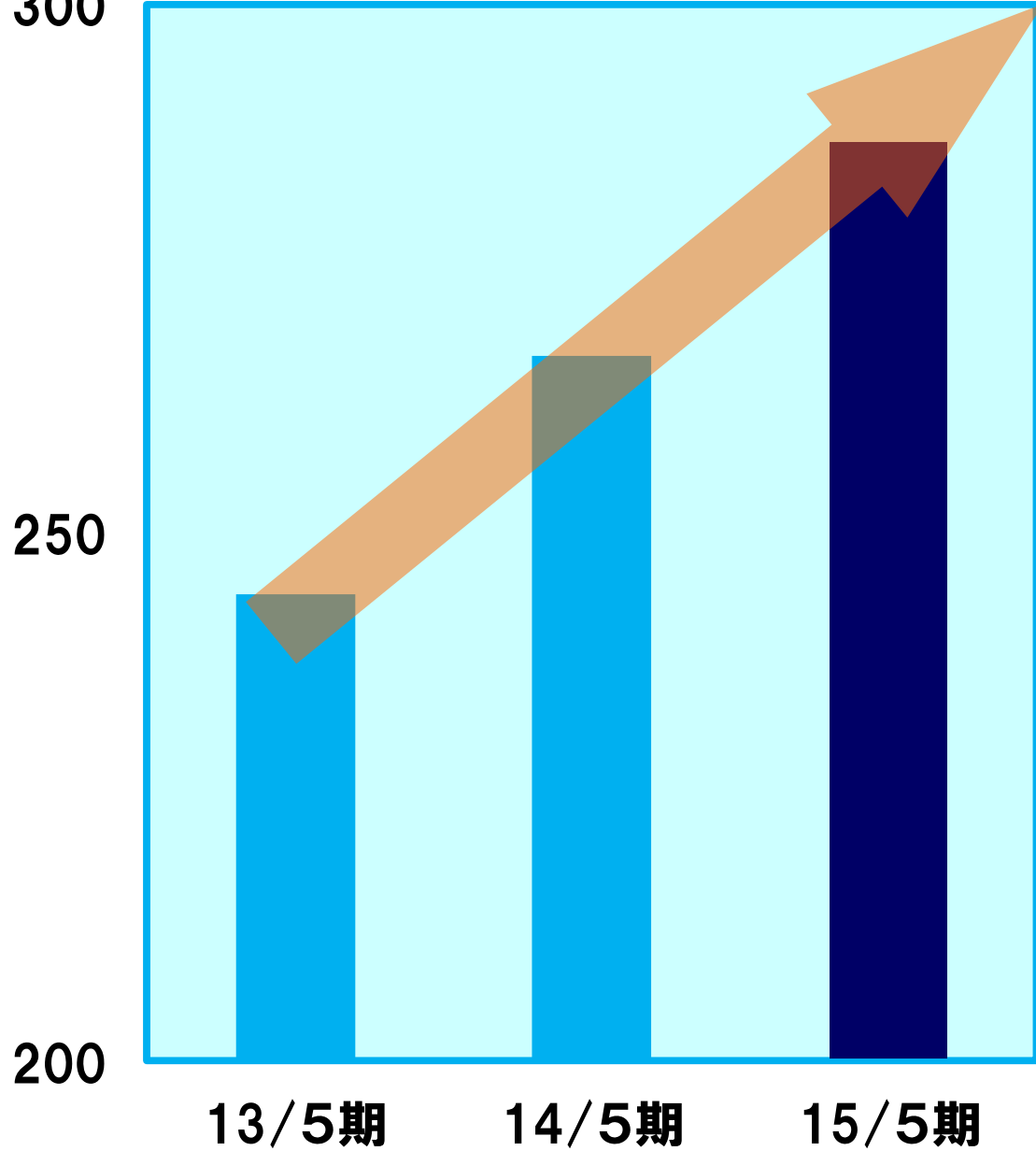
SOLOEL ARENA等ご登録企業数



前年同期比115.2%、通期計画112.7%を上回る

15/5期 第2四半期 連結売上総利益の推移

(億円)
300



過去最高を更新

**増収により着実に
利益を積み上げ**

《付録》連結売上総利益・販管費・設備投資について

売上総利益額 286億円

前年同期差 +20億円

売上総利益率 21.7% 前年同期差 $\Delta 0.6$ ポイント 計画差 $\Delta 0.2$ ポイント

➤ 円安・原材料高による売上原価上昇とLOHACOの価格戦略により一時的に低下→足元は大幅改善

販管費 270億円 前年同期差 +18億円

売上高販管費比率 20.5% 前年同期差 $\Delta 0.6$ ポイント 計画差 $\Delta 0.2$ ポイント

➤ 経費削減や増収効果による固定費比率低下の好影響と、一時的に悪化していた物流生産性が改善されて正常化し良化

(参考)広告宣伝費・販売促進費 9.5億円

設備投資 16億円(年間計画 63億円)

(主な投資)ASKUL Logi PARK 福岡 物流基盤増強 5億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 20億円(年間計画 41億円)

《付録》

① インターネット売上高比率

	14/5期 第2四半期累計	15/5期 第2四半期累計	前年同期差
インターネット経由	73.1%	76.1%	+3.0ポイント
上記以外	26.9%	23.9%	△3.0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。

② オリジナル商品

(単位:アイテム)

	14/5期 11月度	15/5期 11月度	前年同月度差
オリジナル商品数	5,113	5,863	+750
売上高構成比	16.3%	18.6%	+2.3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) オリジナル商品数は、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せん。

《付録》

③ 設備投資

(単位:百万円)

科目名	14/5期 第2四半期累計	15/5期 第2四半期累計	
	金額	金額	前年同期比
【設備投資額】	20,648	1,652	8.0%
有形固定資産	19,573	977	5.0%
無形固定資産	1,075	674	62.8%
建設仮勘定(注2)	252	733	290.6%
ソフトウェア仮勘定(注2)	68	276	406.6%

(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。