

平成 16 年 7 月 1 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 取締役 社長室室長 織茂芳行

TEL 03-3522-8608

「2004 年 5 月期連結決算概要」のお知らせ

「平成 16 年 5 月期 決算短信（連結）」に関する補足説明のための資料として、添付の「2004 年 5 月期連結決算概要」をお知らせいたします。

なお、本補足説明資料は公認会計士または監査法人の関与はありません。
また、現時点での入手データを基に作成しております。

以 上

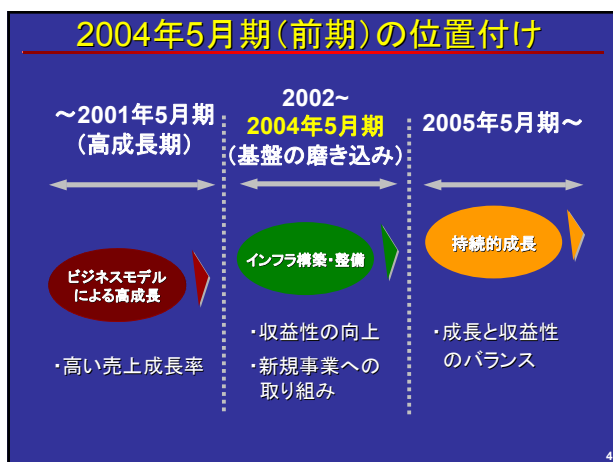


2004年5月期連結決算概要

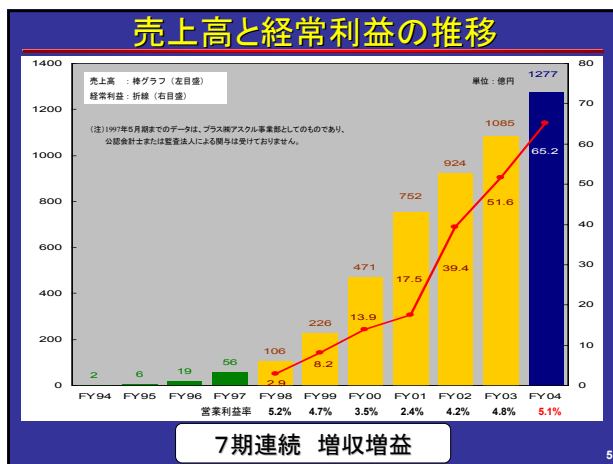
2004年7月1日
アスクル株式会社

-
- I 2004年5月期連結業績の総括
 - II 2005年5月期連結業績の見通し
 - III 持続的な成長に向けて
- 3

2004年5月期(前期)の位置付け



売上高と経常利益の推移



2004年5月期 連結業績

	2003年5月期		2004年5月期		前期比	対前期改善
	金額	比率	金額	比率		
売上高	108,550	100.0%	127,772	100.0%	+17.7%	—
売上総利益	27,213	25.1%	32,109	25.1%	+18.0%	+0.0P
販管費	22,060	20.3%	25,610	20.0%	+16.1%	+0.3P
営業利益	5,153	4.8%	6,499	5.1%	+26.1%	+0.3P
経常利益	5,160	4.8%	6,528	5.1%	+26.5%	+0.3P
当期純利益	2,499	2.3%	3,330	2.6%	+33.2%	+0.3P

ROE : 20.9% (前期比 +2.0%) (期首・期末平均株主資本ベース)

業績予想との差異について(中間期公表)

1. 限界利益の増加 **+4.2億**

- ・ 増収、粗利益率による利益増

2. 固定費の減 **+2.7億**

- ・ 医療・介護施設向け販促費用等 **▲1.0億**
- ・ 消費税総額対応のシステム改修費用の特損への振替 **+1.9億**
- ・ その他 **+1.8億**

対予想 経常利益差額 合計 **+6.9億**

7

1. 2004年5月期連結業績の主なポイント

(1) 売上高について (前期比 +17.7%)

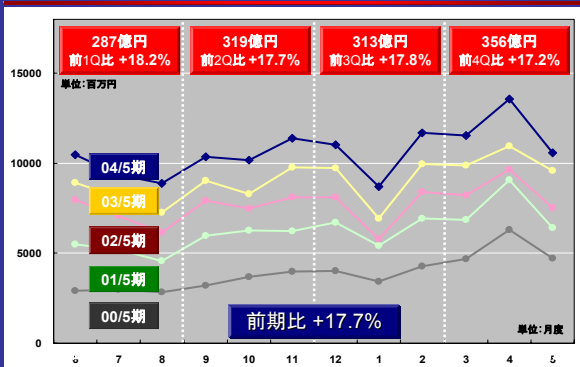
- ・ お客様稼働件数の向上
顧客セグメントに応じた稼働促進活動の実施
(RFM分析の有効活用)

(2) 販管費について

- ・ 販売推進引当金(サンクスポイント)の残高増加
サンクスポイントの制度変更を行ない、
現時点で想定される引当金の積み増しを上期に実施

8

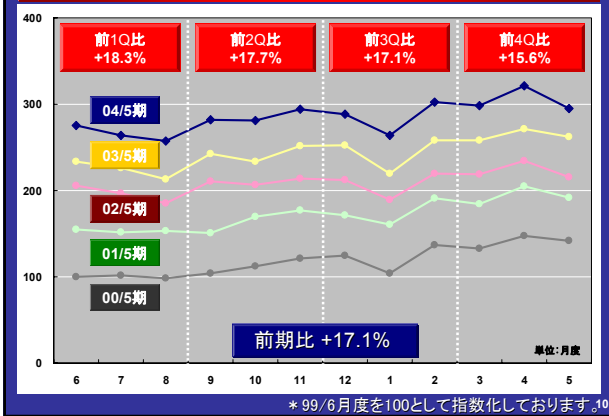
(1) 売上高の伸長は継続(前期比 +17.7%)



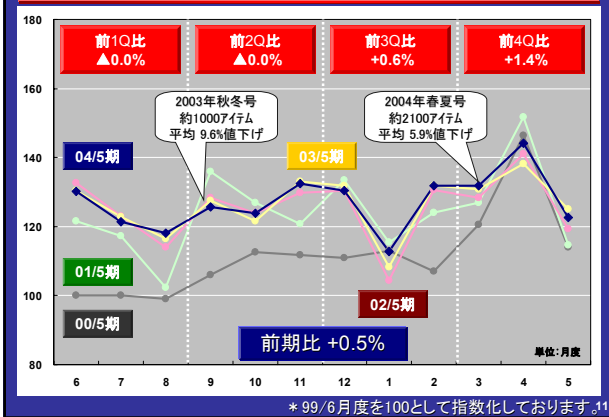
売上高 = 購入お客様数 × 購入お客様単価

9

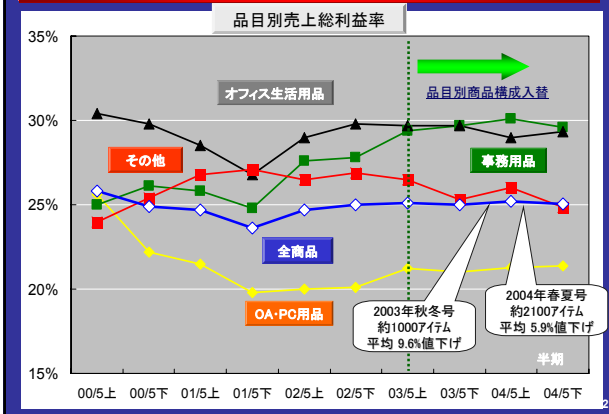
(A) 購入お客様数の推移(20日仮締め)



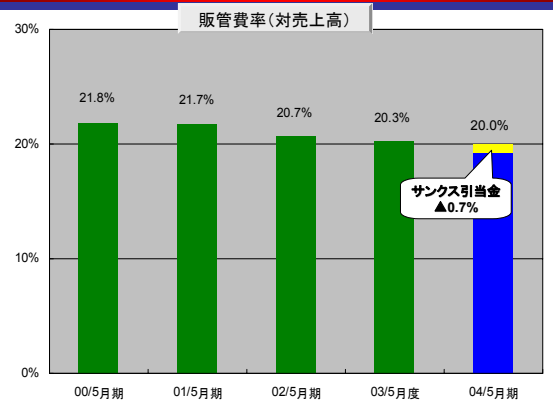
購入お客様単価の推移(20日仮締め)



売上総利益率の推移



販売費及び一般管理費の推移



I 2004年5月期連結業績の総括

II 2005年5月期連結業績の見通し

III 持続的な成長に向けて

II 2005年5月期 連結業績見通し

	2004年5月期実績		2005年5月期見通し		前期比
	金額	比率	金額	比率	
売上高	127,772	100.0%	142,000	100.0%	+11.1%
売上総利益	32,109	25.1%	35,503	25.0%	+10.6%
販管費	25,610	20.0%	28,400	20.0%	+10.9%
営業利益	6,499	5.1%	7,103	5.0%	+9.3%
経常利益	6,528	5.1%	7,121	5.0%	+9.1%
当期純利益	3,330	2.6%	3,980	2.8%	+19.5%

(単位:百万円)

2005年5月期の投資費用
 1)名古屋センター固定費増 7億円
 2)システム投資償却費増 2億円
 3)MD等専門職の人員増 3億円

2005年5月期 連結業績見通しのポイント

(1) e-プラットフォームの進化

- ・名古屋センター 2004年9月稼動開始
- ・プロダクティビティ・マネジメントの展開

(2) メディカル&ケア事業の推進強化

- ・商材の深掘
- 許認可の必要な医療用具等の取り扱い予定

16

I 2004年5月期連結業績の総括

II 2005年5月期連結業績の見通し

III 持続的な成長に向けて

17

III 持続的な成長に向けて

『仮説・検証』に基づく成長戦略

- (1) お客様の広がりへの対応
- (2) 商品とサービスとの融合
- (3) フルフィルメントを伴った
電子商取引プラットフォームへの変革

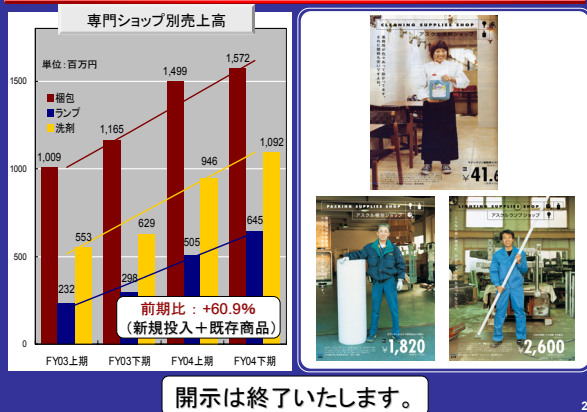
18

(1)お客様の広がりへの対応

- (A)カテゴリーの深掘
- (B)業種別商品の深掘
- (C)e-プロキュアメントの広がり

19

(A)カテゴリーの深掘 - 専門ショップをオープン



20

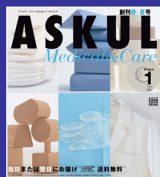
(B)業種別商品の深掘(メディカル&ケア市場へ参入)

売上目標 3年後に330億円
(一般消耗品含む)

市場規模: 約3,300億円

- ・医療機関使用の一般消耗品 約2,000億円
- ・許認可対象の医療用消耗品 約1,300億円

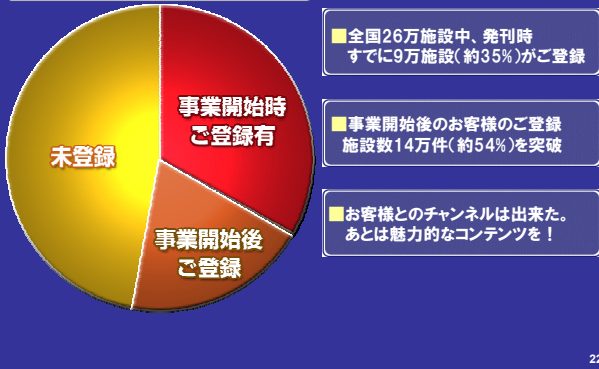
出所:アスクル調査



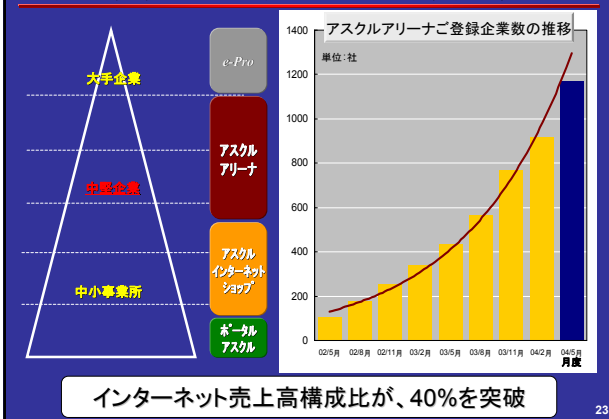
21

メディカル&ケア市場の事業環境

医療・介護施設のアスクル登録状況

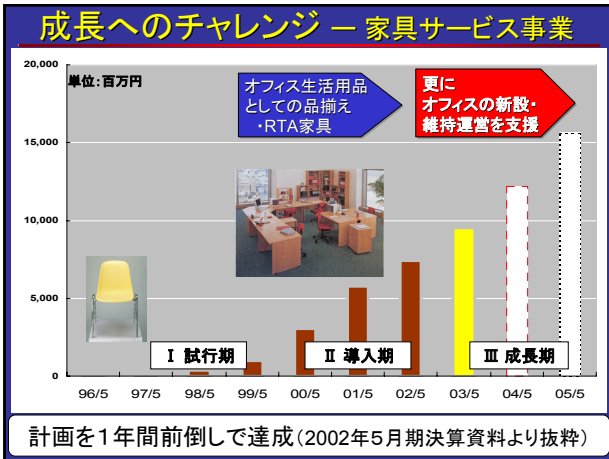


(C) e-プロキュアメントの広がり

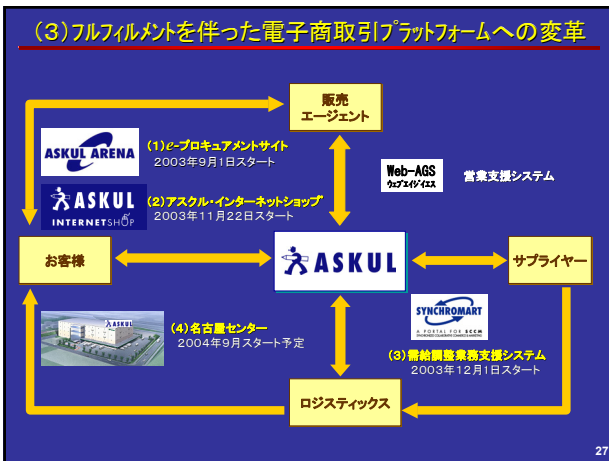


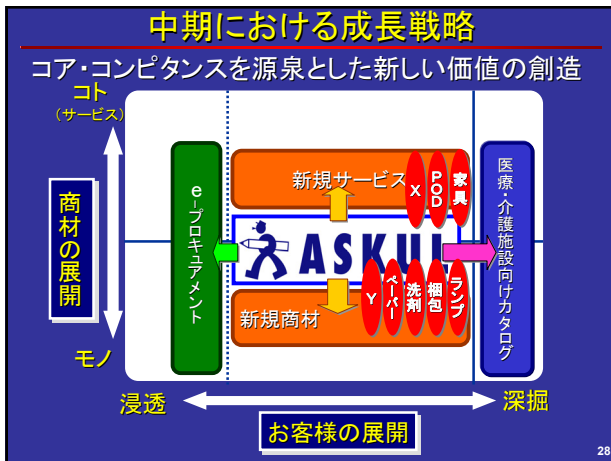
(2) 商品とサービスとの融合











企業理念

お客様のために
進化するアスクル

29