



アスクル株式会社

2023年5月期 第2四半期決算説明会

2022年12月15日

イベント概要

[企業名] アスクル株式会社

[企業 ID] 2678

[イベント言語] JPN

[イベント種類] 決算説明会

[イベント名] 2023 年 5 月期 第 2 四半期決算説明会

[決算期] 2023 年度 第 2 四半期

[日程] 2022 年 12 月 15 日

[ページ数] 30

[時間] 16:15 – 16:47
(登壇：32 分)

[開催場所] インターネット配信

[会場面積] 353 m²

[出席人数] 30 名

[登壇者] 3 名

代表取締役社長 CEO 吉岡 晃 (以下、吉岡)

取締役 CFO 玉井 継尋 (以下、玉井)

取締役 COO 川村 勝宏 (以下、川村)

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375

フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



[アナリスト名]*	シティグループ証券	鶴尾 充伸
	野村證券	山岡 久紘
	ジェフリーズ証券	佐藤 博子
	ゴールドマン・サックス証券	河野 祥
	みずほ証券	岸本 晃知

*質疑応答の中で発言をしたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



登壇

玉井：こんにちは。CFOの玉井でございます。今回の説明会はリアルとWebのハイブリッド開催ということで、実に3年ぶりに皆様の前で、ライブで直接お話しさせていただくことができ、光栄に思っております。

前半、私から2Q決算のポイントを説明させていただいて、後半は社長の吉岡から、各事業の戦略の進捗状況を説明させていただきます。

エグゼクティブサマリー



2Q連結 売上高および営業利益ともに過去最高更新

BtoB

- ・ 今期最大のミッション「成長カーブを変える」を実現
- ・ ソロエルアリーナサイトのオープン化×Web販促強化×商材拡大が成長に寄与
- ・ 計画どおり成長コストを投下し減益となるも、一箱あたりの売上単価向上による物流費比率低減等により利益は計画を上回る実績

LOHACO

- ・ 収益構造を大幅改善、直近11月度の限界利益率は目標としていた二桁を達成
- ・ 売上はキャンペーン変更等の影響があるも、Zホールディングスと共同での配送サービス向上、自社販促強化による再成長により通期黒字化を目指す

中期経営計画の達成に向けて戦略を強化

- ・ 新アスクルWebサイトは開発工数の超過を主要因とし38～46億円追加投資となるも、開発フェーズは概ね完了しテストフェーズが進行中
- ・ 各施策の強化によりBtoBの成長カーブ向上を利益創出力に変える
- ・ ASKUL東京DCは予定どおり11月21日に稼働、一層の物流効率化を目指す

Copyright © ASKUL Corporation. All Rights Reserved.

3

スライド3ページ、2Qのサマリーになります。

2Qの連結業績は、売上高および営業利益ともに過去最高を更新しております。

計画対比においては、BtoBは売上高、営業利益ともに計画を上回っておりますが、BtoCにおいては、売上高は計画比でビハインドしており、営業利益も2Qでは大きく改善しておりますけれども、1Qの未達をまだリカバリーできていない状況でございます。

連結全体の計画対比では、売上高はBtoCの影響がありビハインドしておりますけれども、利益については計画通りの進捗となっております。事業の概要につきましては、のちほど、吉岡のパートで詳しく説明させていただきます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



まず、BtoB につきましては、今期の最大のミッションとして掲げております、成長カーブを変え
ることが実現できております。今年 7 月にリリースいたしましたソロエルアリーナサイトの
オープン化。それに今期強化しております Web 販促、それとベースの商材拡大が成長に寄与して
おります。利益につきましては、計画通り成長コストを投下しておりますので、減益となっており
ますけれども、一箱あたりの売上単価向上による物流費比率の改善等により、計画を上回る実績と
なっております。

LOHACO につきましては、2Q 期間で収益構造が大幅に改善しております。直近 11 月度において
は、限界利益率が目標としていた 2 桁を達成しております。売上高につきましては、キャンペーン
変更等の影響を受けておりますけれども、Z ホールディングスと共同での配送サービスの向上、そ
れから自社販促の強化による再成長によって、引き続き通期黒字化を目指してまいります。

新アスクル Web サイトにつきましては、開発工数の超過を主要因として、38 億から 46 億円の追
加投資ということになりますけれども、開発フェーズはおおむね完了しております、テストフェ
ーズが進行中であり、全体としましては全体工程の 80%まで進捗しており、今後さらに投資金額
が膨らむリスクというのは大幅に低減されていると考えております。

中期計画の達成に向けては、各施策の強化により BtoB の成長カーブをさらに向上させて、それを
利益創出力に変えて達成に向かっていきたいと、そのように考えております。

ASKUL 東京 DC につきましては、予定通り 11 月 21 日に稼働を開始しております、今後一層の
物流効率化を目指してまいります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com





	22/5期 2Q累計		23/5期 2Q累計		
	実績	売上高 比率 %	実績	売上高 比率 %	前年同期比 %
(百万円)					
売上高	209,038	100.0	220,251	100.0	105.4
売上総利益	50,924	24.4	53,572	24.3	105.2
販売費及び 一般管理費	44,228	21.2	46,827	21.3	105.9
営業利益	6,696	3.2	6,745	3.1	100.7
経常利益	6,716	3.2	6,709	3.0	99.9
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,546	2.2	4,481	2.0	98.6

- 売上高
前年同期比 105.4%
過去最高更新
- 売上総利益率
前年同期差 Δ 0.1pt
1Q対比では改善
- 営業利益
成長コストを吸収し
過去最高益更新

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

5

スライド 5 ページ、2Q の連結業績になります。

売上高につきましては、前年同期比 105.4%、2,202 億円となり、こちらもちろん過去最高となっております。

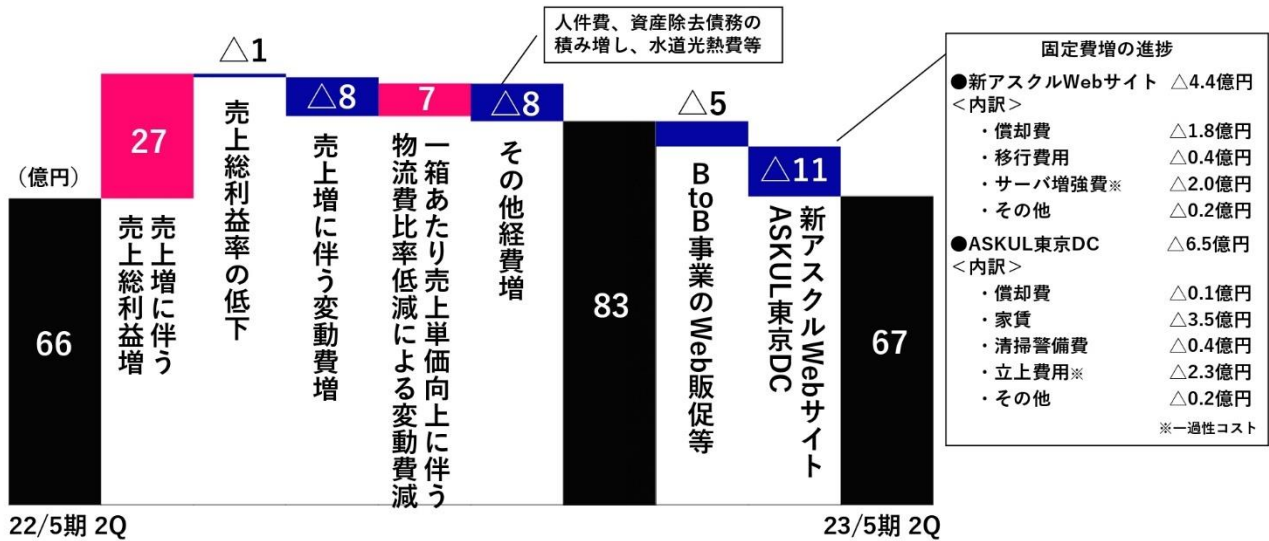
売上総利益率につきましては、売価改定の効果もあり、前期並みを確保しており、1Q 対比では改善となっております。

営業利益につきましては、前年同期比 100.7%の 67 億円となり、このあと説明させていただきますけれども、成長コストを吸収し、過去最高益を更新しております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

成長コストを吸収し過去最高益更新



スライド 6 ページ、営業利益のウォーターフォールになります。

期初より説明させていただいておりますけれども、グラフの右二つに示しております BtoB の Web 販促の増強、それから新アスクル Web サイト、ならびにアスクル東京 DC の立ち上げコストを予定通り投下しております。

2Q においては、アスクル東京 DC の立ち上げコストが若干抑制できていると考えております。これらの成長コストを、BtoB の成長加速と、一箱あたりの売上単価向上に伴う物流費比率の低減、それから LOHACO の収益改善により吸収し、過去最高益を更新しております。

利益は計画通りの進捗であり、今後も BtoB の成長カーブを収益向上に繋げていきたいと考えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

23/5期 第2四半期業績【四半期別・事業別】

連結



(億円)		22/5期				23/5期			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	前年同期差	前年同期比 %
売上高	BtoB事業	834	861	886	897	894	919	57	106.7
	LOHACO	126	139	136	140	139	114	△ 25	82.0
	BtoC事業 (チャーム含む)	167	180	178	180	182	158	△ 22	87.6
	eコマース事業	1,001	1,042	1,065	1,077	1,076	1,078	35	103.4
	ロジスティクス事業・その他	23	23	24	27	23	23	0	100.8
	連結合計	1,024	1,065	1,089	1,105	1,100	1,101	35	103.3
営業利益	BtoB事業	42	41	43	43	35	39	△ 1	97.2
	LOHACO	△ 9	△ 8	△ 5	△ 5	△ 6	△ 2	5	—
	BtoC事業 (チャーム含む)	△ 8	△ 6	△ 4	△ 4	△ 5	△ 1	5	—
	決算賞与 (引当含む) 等	△ 0	0	△ 0	△ 1	△ 0	△ 0	0	—
	eコマース事業	33	34	39	36	30	38	3	110.8
	ロジスティクス事業・その他	△ 0	△ 0	0	△ 0	△ 0	△ 0	△ 0	—
	連結合計	32	34	39	36	29	37	3	110.7

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

7

スライド 7 ページ、四半期別事業別の業績になります。

こちら、BtoB の成長率が 1Q 対比で鈍化しているように見えますけれども、稼働日が少なかったことの影響でして、実質的に BtoB は成長が加速していると考えております。

それから、第 2 四半期において、LOHACO の収益性が大幅に改善をしております。赤字額が前期の 8 億円から、今期は 2 億円まで縮小できております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

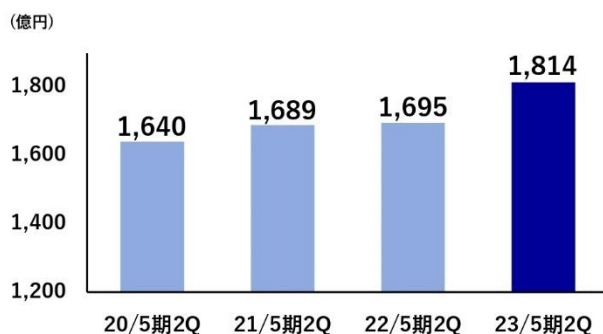


7



売上高

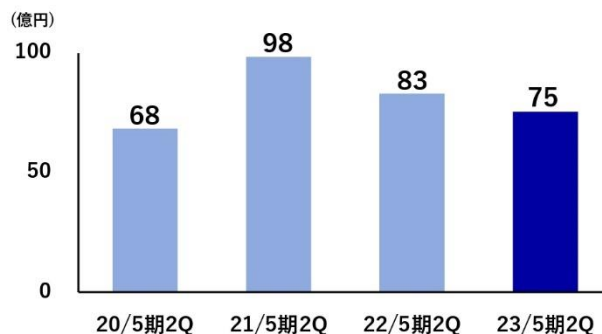
前年同期比 107.0%

今期最大のミッションである
「成長カーブを変える」を実現

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

営業利益

前年同期比 90.8%

固定費の増加により減益となるも
計画を上回る進捗

8

スライド 8 ページ、BtoB の 2Q 累計の業績になります。

売上高は、繰り返しにはなりますけれども、来期以降の利益成長に向けて、今期最大のミッションとして取り組んでおり、成長カーブを変えるということが実現できております。

営業利益は、成長コストの投下による固定費の増加により減益となっておりますが、計画を上回っております。BtoB においても、限界利益率は改善してきており、来期以降の利益成長に繋げてまいりたいと考えております。

サポート

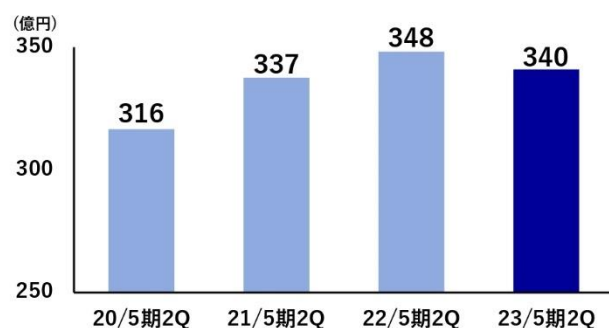
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



売上高

前年同期比 97.9%

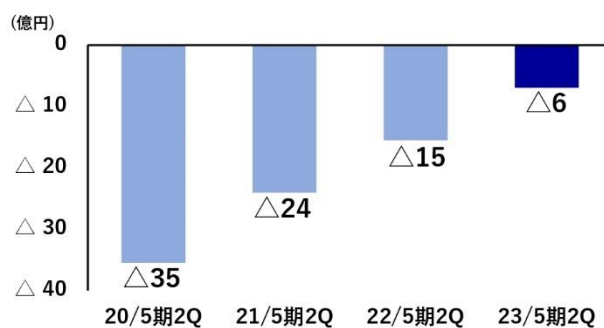
海外需要の減少とキャンペーン変更等の影響により減収



営業利益

前年同期差 +8億円

2Q期間で収益構造が大幅改善引き続き通期黒字化を目指す



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

9

スライド 9 ページ、BtoC の 2Q 累計の業績になります。

売上高は、海外需要の減少およびキャンペーン変更の影響などによって、減収となっております。海外需要向けの売上については、2Q 期間で約 9 億円の減少という影響を受けております。

下期におきましては、自社販促を強化し再成長を目指してまいりたいと考えております。営業利益は、2Q 期間で収益構造が大幅に改善しており、冒頭サマリーでもご説明させていただいた通り、限界利益率は 2 桁を超えてきており、再成長により引き続き通期の黒字化を目指してまいります。

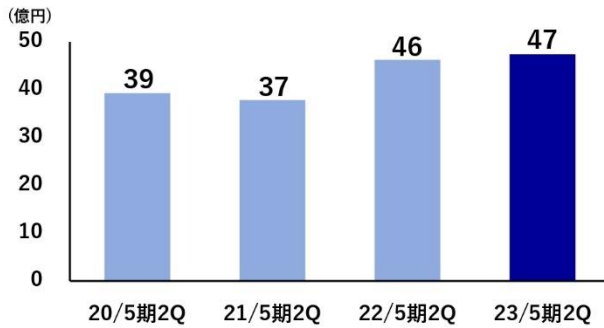
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

売上高

前年同期比 102.5%

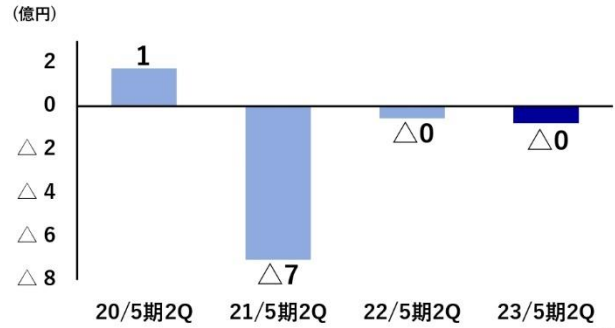
新規案件稼働により増収を達成



営業利益

前年同期差 △0億円

1Q対比で収益構造は改善
通期は黒字化を見込む



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

10

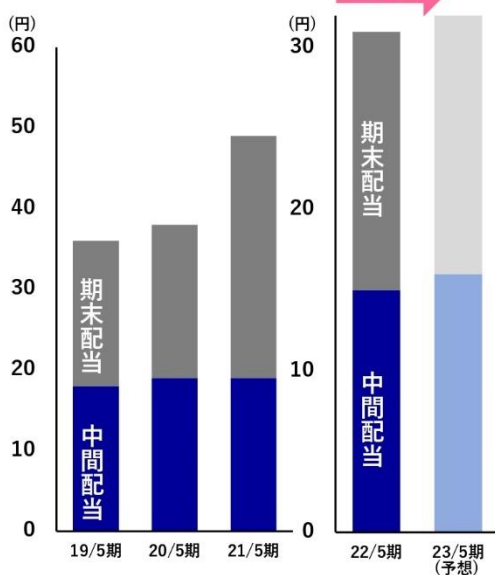
スライド 10 ページ、ロジスティクス事業・その他の 2Q 累計の業績になります。

売上高につきましては、新規のお客様の稼働により増収を達成しております。営業利益につきましては、1Qに発生した一時的な生産性悪化が2Qに入って改善してきており、通期においては黒字化を見込んでおります。

株主還元



1株あたり年間配当金



23/5期 中間配当

⇒1株あたり配当金16円

(中間16円、期末16円)

期初計画どおり

中間配当1円増配

利益成長に応じて増配

※2021年5月21日に1株を2株に分割

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

11

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

スライド 11 ページ、株主還元についてです。

中間配当につきましては、期初計画通り 1 円増配の 16 円とさせていただきます。来期以降は、利益成長によるさらなる増配で、株主様のご期待に応えてまいりたいと考えております。

統合報告書



アスクル初の統合報告書を発行

創業から30年、「オフィス通販からのトランスフォーメーション」を掲げるアスクルのこれからの持続的な成長と価値創造のストーリーを発信



アスクル統合報告書「ASKUL Report 2022」は下記URLよりご覧いただけます。
https://www.askul.co.jp/kaisya/ir/library/integrated_report/pdf/ir_2022j.pdf

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

12

スライド 12 ページです。

当社は、来年 3 月に創業 30 周年を迎えることとなります。今後の持続的な成長に向けて、11 月 14 日に、アスクルとして初めての統合報告書を発行しております。

左側の画像につきましては、統合報告書の表紙となっております。当社のパーパスである「仕事場とくらしと地球の明日に『うれしい』を届け続ける。」を表現しております。

現在進行しております中期経営計画の概要ですとか、ESG への取り組みはもちろんのこと、中長期的な価値創造ストーリーをできるだけわかりやすく編集しております。機会があれば、ぜひご覧いただければと思います。

私からの説明は、以上となります。

吉岡：社長の吉岡でございます。ここからは私から、各事業の状況についてご説明いたします。

まず、BtoB からまいります。

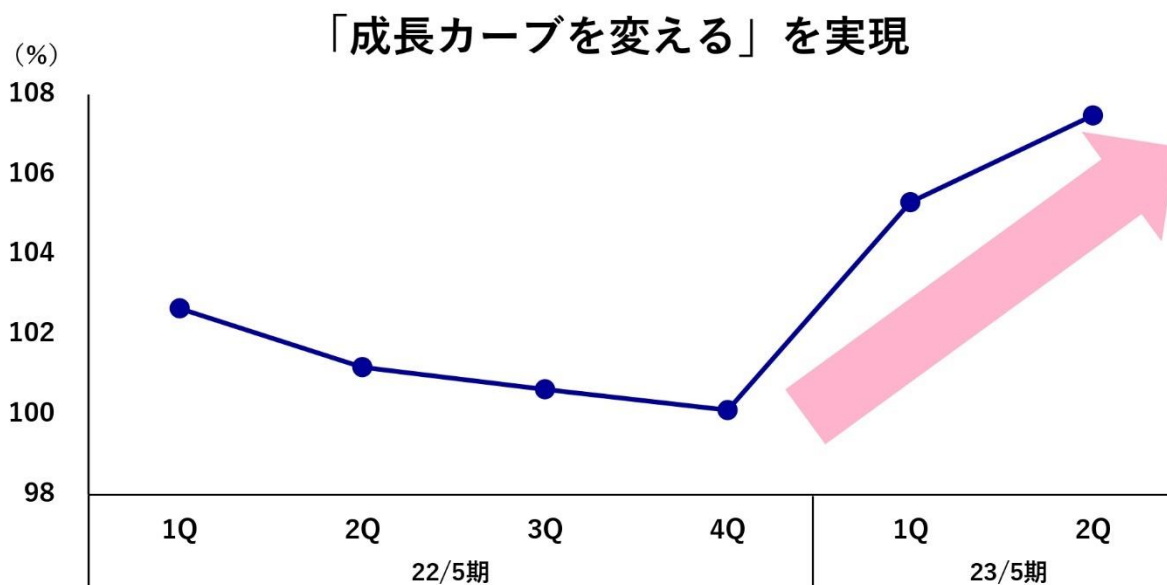
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



11

BtoB 四半期別 前年同期比推移



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

※稼働日修正後の前年同期比 14

先ほど玉井からもございましたが、BtoB 事業、スライド 14 ページです。

四半期別の前年同期比の推移です。成長カーブを変えることを実現しております。

BtoB 四半期別 品目別売上高



需要回復に加え、注力カテゴリが売上を牽引

(億円)	20/5期		21/5期		22/5期						23/5期					
	2Q		2Q		2Q		3Q		4Q		1Q		2Q		前年同期差	前年同期比%
	売上高	構成比%	売上高	構成比%	売上高	構成比%	売上高	構成比%	売上高	構成比%	売上高	構成比%	売上高	構成比%		
OA・PC	253	32.7	239	29.8	234	29.7	241	30.3	241	29.5	228	28.1	242	29.2	8	103.5
文具	111	14.4	101	12.7	99	12.6	100	12.6	112	13.7	95	11.7	101	12.2	1	101.9
生活用品	203	26.2	205	25.6	217	27.5	210	26.4	217	26.6	252	31.1	245	29.5	28	113.0
ファニチャー	51	6.6	51	6.4	51	6.5	50	6.4	64	7.9	45	5.6	45	5.5	△ 5	88.6
MRO	89	11.5	90	11.3	94	11.9	94	11.9	96	11.8	97	12.0	104	12.5	9	110.3
メディカル	46	6.0	93	11.7	74	9.4	80	10.1	69	8.5	78	9.6	73	8.8	△ 0	98.9
その他	20	2.6	20	2.5	19	2.5	18	2.3	17	2.1	14	1.8	19	2.3	△ 0	97.3
合計	776	100.0	803	100.0	790	100.0	797	100.0	818	100.0	811	100.0	831	100.0	40	105.2

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

15

こちらは 15 ページ、品目別の四半期ごとの売上高です。

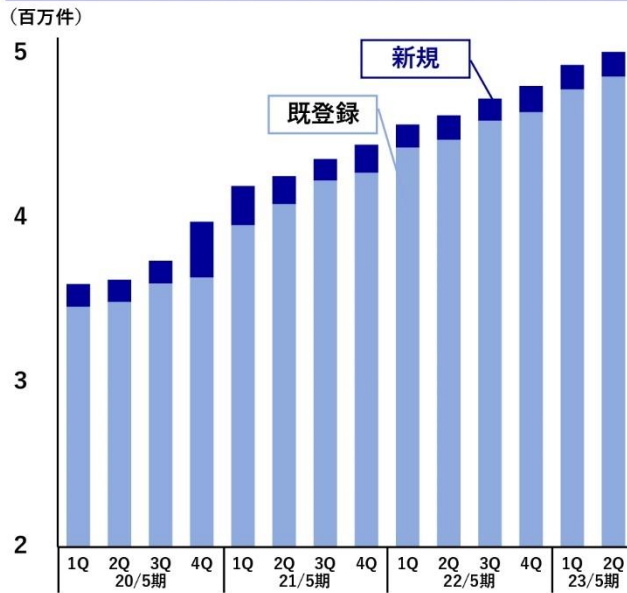
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



まず、リオープニングが進んでまいりまして、需要の回復が見られると感じております。そういった中で、とくに生活用品、そしてMROといった、われわれの注力しているカテゴリにつきましては、非常に高い伸長をして、全体カテゴリを牽引しているという流れが出来上がってきております。

BtoB 登録お客様数※



お客様基盤の 拡大継続

※新規は、各四半期間で新規登録したお客様数。既登録は、四半期末時点ASKUL、SOLOEL ARENA等の受注可能なお客様数の合計から新規を除外したお客様数

16

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

お客様登録数、16 ページです。

こちらも着実に増えまして、基盤の拡大が継続している状況です。

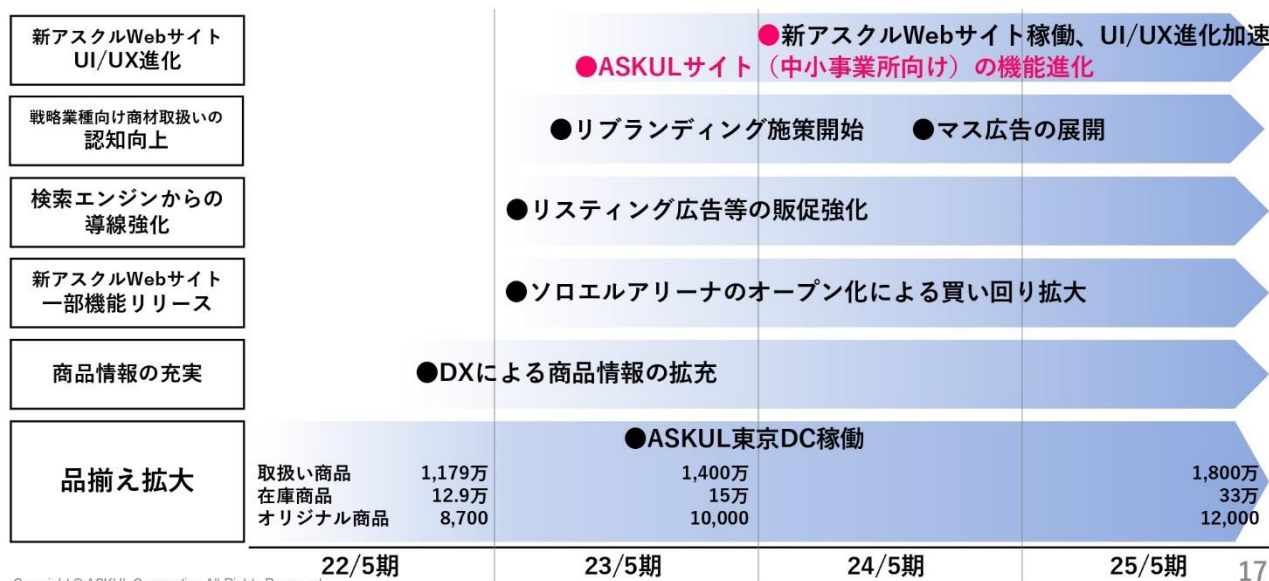
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com





施策の相乗効果により最終年度で二桁成長を実現



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

17 ページ、こちらは 22 年 5 月期の通期の決算発表で説明させていただきました、BtoB の中期経営計画の成長戦略についての内訳のスライドです。

今回、新アスクル Web サイトについて、一部スケジュールならびに施策の変更をいたします。のちほど、ご説明させていただきます。

BtoB 品揃え拡大(取扱い商品、在庫商品)

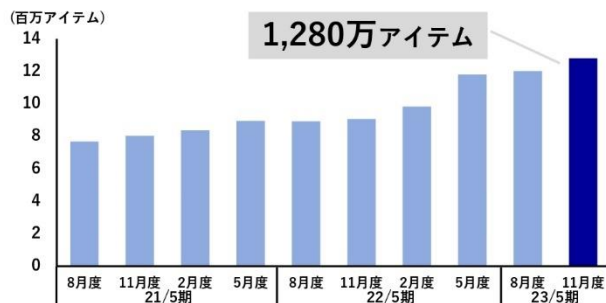


取扱い商品

(中期目標1,800万アイテム)

✓ 2Q期間 +78.5万アイテム超
新規投入数は105.5万アイテム超

通期目標1,400万アイテムに向けて
新規アイテム投入は計画前倒しで進捗

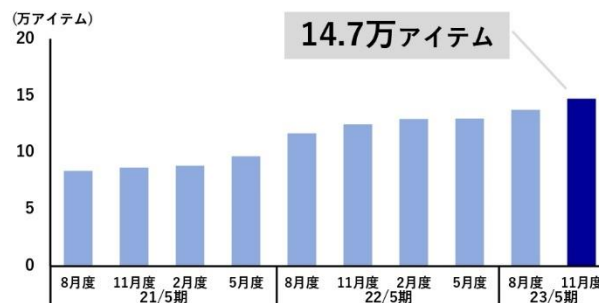


在庫商品

(中期目標33万アイテム)

✓ 2Q期間 +9,800アイテム超
全カテゴリにおいて増加

通期目標15万アイテム超は達成へ
さらなる明日来る商品の拡大を目指す



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

18 ページは重点目標であります品揃え拡大です。

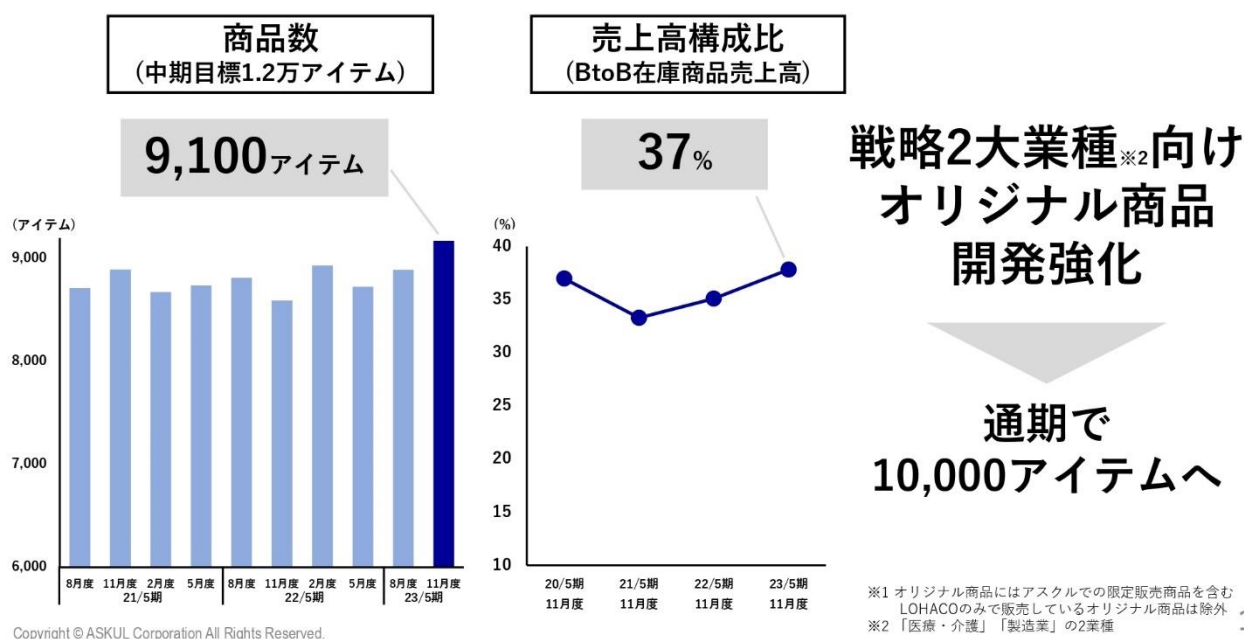
まず、品揃えの拡大につきましては、進捗は順調に推移しております。

左側が取扱商品数、全ての商品数です。2Q 終了時点で 1,280 万アイテムであり、こちらも通期目標の 1,400 万に対して順調に進捗しております。

次に、スピーディーにお届けできる在庫をしている商品につきましても、2Q の終了時点で 14 万 7,000 アイテムとなっており、通期目標 15 万に向けて、計画の達成、さらなる拡大を目指して、順調に進捗しております。

BtoB 品揃え拡大(オリジナル商品^{※1})

単体



オリジナル商品、19 ページです。

こちらは前四半期よりも 300 アイテム増加しまして、現在 9,100 アイテムとなっております。通期は 1 万アイテムの達成を目標としておりまして、主に戦略二大業種であります製造業、医療・介護といった業種のお客様向けの商品開発を強化していく予定です。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com





BtoB事業の成長を支える東日本最先端フラッグシップセンター
ASKUL東京DC 本年11月21日稼働開始

高生産性



荷合わせ兼方面別出荷シャトル

同一方面の荷物の重さ・大きさ順に連続で出庫する「シャトルシステム」を活用。荷物をパレットに積み付ける際の配送方面別仕分け作業負担を軽減することで高生産性に貢献

高密度設計



自動倉庫（高さ9.9m）

限られた庫内の空間を最大限に活用するため、4階・5階部分を貫き最大の高さまでの自動倉庫を導入。また、庫内搬送にアスクル物流センターでは初となる「スパイラルコンベア」を導入するなど空間の使い方を工夫し、高密度設計を実現



スパイラルコンベア

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

スライドの 20 ページ、こちらは ASKUL 東京 DC についてです。

11月21日に、無事に稼働を開始いたしました。こちらの写真にもございますように、東日本の最先端のフラッグシップセンターとして、高い生産性、そして当社のこれまでのノウハウを活用した、非常に高密度な設計と自動化を特長とした物流センターで、今後の BtoB の成長を支える準備が着実に進んでいる状況です。



最終年度の二桁成長へ向け、順調に進捗

商品情報の充実

- ✓ バリエーションキャッチコピーの自動生成による SEO流入拡大

- ✓ 商品ごとの重要属性項目AIスコアリングによる バリエーション軸追加

検索エンジンからの導線強化

- ✓ 戦略カテゴリ商品へ積極的に広告投資
- ✓ Web広告経由売上高 2Q累計 前年同期比 30億円強増加

※ASKULサイト（中小事業所向け）での実績

戦略業種向け商材取扱いの認知向上

- ✓ 動画広告の表示回数と視聴数は計画対比好調

第1弾 お薬カレンダー | 第2弾 パーツクリーナー | 第3弾 おむつ・おしりふき

<https://www.youtube.com/watch?v=Q2cWnMDZys> | <https://www.youtube.com/watch?v=LSPauJmIA> | <https://www.youtube.com/watch?v=GsuwOGL7LU>

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



スライド 21 ページ、こちら先ほどの成長戦略に関するスライドの進捗でございます。

商品を増やしていった、お客様にリーチしていくときに、お客様の商品検索に対していかに的確に早く正しくお客様が求めている商品をご提示できるかが重要で、その取り組みに関する進捗です。

左側は商品ページの情報リッチ化させたり、サーチエンジンからお客様が流入しやすいようなキャッチコピーを自動的に生成させていくことや、お客様が選ぶ際の商品情報の重要属性項目を AI を用いてスコアリングして、効果的に探しやすい商品バリエーションを表示していくといった、テクノロジーを活用して商品情報を充足させていく取り組みであり、順調に進捗しています。

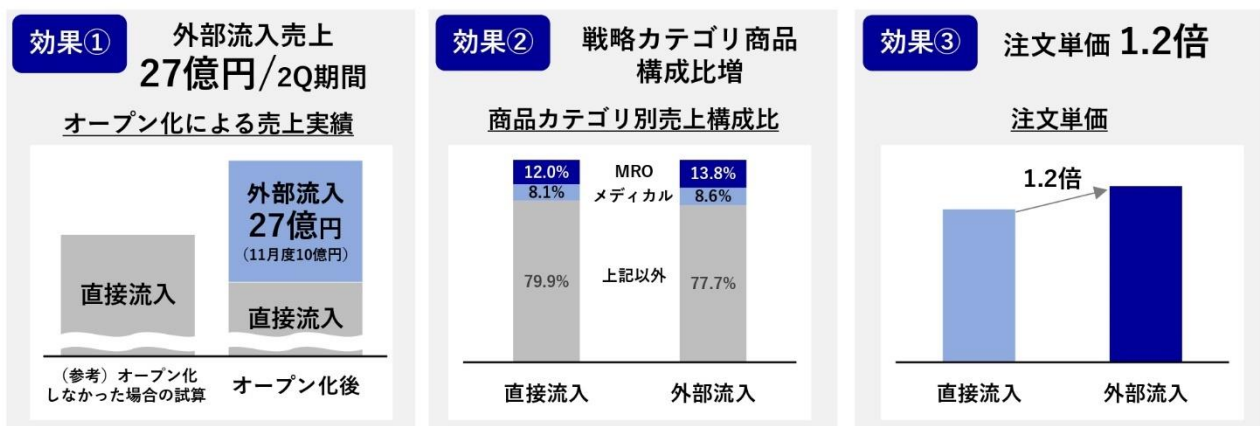
一方、右側に関しましては、検索エンジンからの導線を強化する取り組みに関するもので、主に広告投資をかなり強化しております。

併せて、特に戦略業種向けの医療・介護や、MRO 商材といったところの汎用的な商品につきまして、動画広告などの新たなチャレンジをしまして、アスクルでも医療・介護の商品や MRO 商材を取り扱っていることの認知を高めているところです。こちらの動画広告も非常に順調に再生数が伸長しており、こういった認知ならびに検索性向上策とも併せて、この戦略業種への商品リーチを高めていって、オフィス用品だけでなく様々な業種の専門的な商材についてもワンストップかつスムーズにご購入いただけるような取り組みを進めております。

BtoB ソロエルアリーナサイトオープン化



外部流入売上は拡大傾向 戦略カテゴリ商品の買い回りによる注文単価押上げが継続



■集計対象：2022年8月21日～2022年11月20日のソロエルアリーナサイト
■「外部流入」：検索エンジン等の外部からの遷移 「直接流入」：ブックマーク等からの直接訪問
■効果①の「オープン化後」の「外部流入27億円」には、オープン化により直接流入から外部流入に移行したと見込まれる売上を含む

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

22

22 ページ、こちらはソロエルアリーナのオープン化です。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



7月末にリリースをいたしまして、1Qのときも、効果についての速報値をご説明させていただきましたけれども、引き続き、こちらに関しても、売上の効果は拡大しております。これが1番目の効果です。

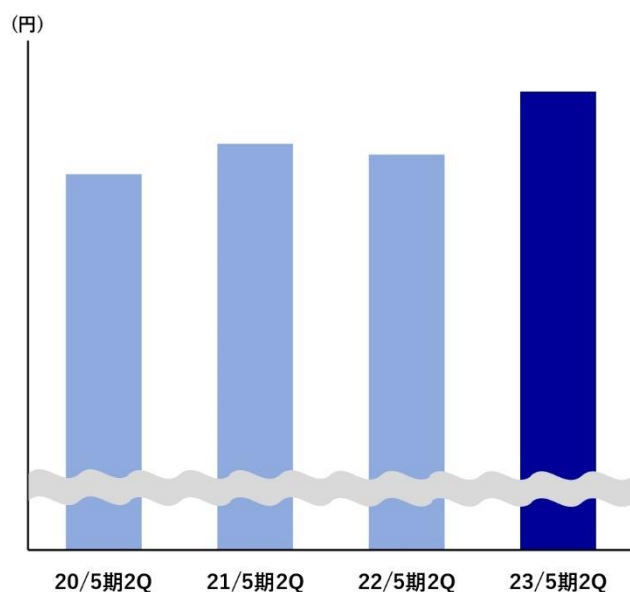
主に外部流入で、2Q期間だけでも売上高で27億円増えており、これまで検索エンジンからの流入が無かった状態では、なかなか売上が上がってこなかった医療や介護向けの商品、そしてMROといった、単価の高い商材の比率が増えております。これが2番目の効果となります。

3番目の効果として、お客様の注文単価が上がります。これは、お客様にとって、検索エンジンから流入しやすくなることでいろんなものをワンストップでご購入いただきやすくなり、利便性が高まっています。

これが確実にできていることで、結果的に単価の上昇に繋がり、一箱あたりに得られる利益にもつながってくる。そうすると、収益の構造も変わってくる。これが当初から狙っていたことで、確実に今回のオープン化で進んでいると認識しております。

BtoB 一箱あたりの売上単価

単体



23/5期 2Q期間
前年同期比 103.8%
2Q期間 3億円相当の配送費低減

一箱あたりの
売上単価向上による
利益構造改善を目指す

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

23

こちらスライド 23 ページは、今申し上げました一箱あたりの売上単価です。

すなわち、お客様からオーダーをいただいて、その荷物一箱で生み出している売上高になります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



こちら、BtoB でも重要な指標としてこれから見ていきます。LOHACO では、収益改善をしていくときに、この指標を見ながらいかにお客様に一度にまとめて買っていただいて、利便性を高めつつ、収益構造を変えていくかという点で、かなりノウハウを積んでまいりました。

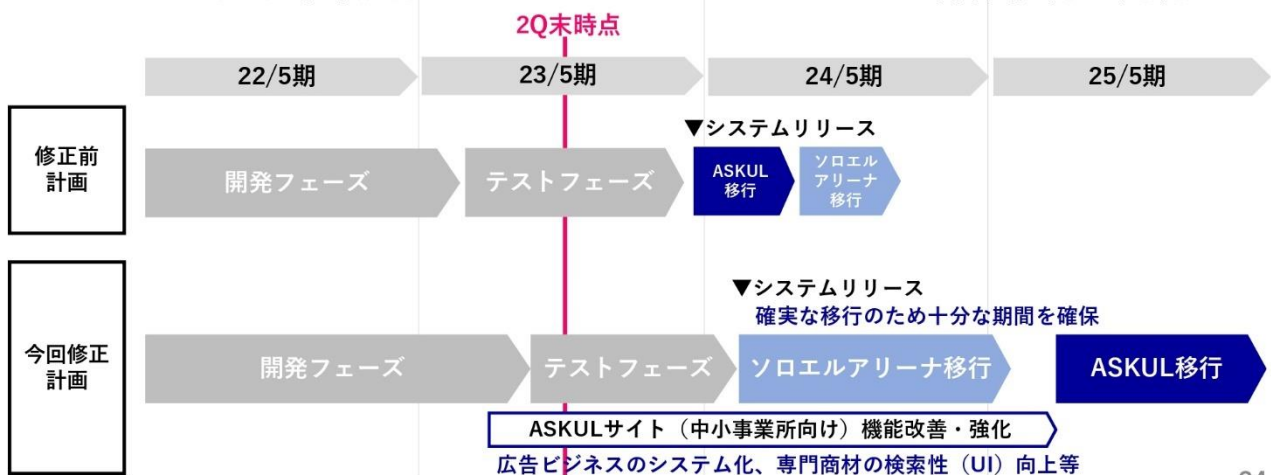
このノウハウを、売上としては非常に大きい BtoB で転用していきたいという意図もありまして、重要指標としております。今回は、2Q の期間においては前年同期比で 103.8%と、伸びてきております。これにより、商品値上げの影響もありますが、3 億円相当の配送費の低減効果が出てきております。

このような BtoB でも一度にまとめて梱包してお届けする取り組みが進んでくると、収益性の改善にも効いてきます。お客様の利便性も上がるということで、重要指標として注視してまいります。今のところ、非常に順調に來ているとご理解をいただければと思っております。

BtoB 新アスクルWebサイト



- ✓ 開発工数の超過を主要因とし38~46億円追加投資（総額最大151億円）となるも、開発フェーズは概ね完了しテストフェーズが進行
- ✓ オープン化効果最大化のためソロエルアリーナのお客様移行を先行



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

24

スライド 24 ページとなります。こちらが新アスクル Web サイトについてのスライドです。今日非常に重要なスライドになると思います。

第 1 四半期の決算で全体スケジュールについて、延伸および開発計画見直しについて、言及をさせていただきました。

その後、さまざまな詰め、調査をしてまいりまして、原因としては、開発工数の超過に加え、生産性の悪化も重なり、最終的に、現時点で 38~46 億の追加投資になる見込みです。投資予定総額と

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



しては最大で 151 億円になり、非常にご心配をおかけしましたが、こちらの見通しでご説明させていただくこととしました。

ただ、反省点はいろいろありますけれども、玉井からも申し上げましたが、開発のフェーズはおおむね 80%を終了しております。今、テストのフェーズに移っており、断言はできませんけれども、今までのような大きなぶれは、今後はないだろうと考えております。今、テストの詰めというフェーズで、最終的な詰めに入っているのが現状です。

このように、投資や開発の進捗が当初の予定とずれましたので、柔軟に、費用対効果を考えたとき、中期経営計画を実現するためにどういう順序で改めて進めていくことが良いのかを再考させていただきました。

その修正計画というのは、こちらの下にある段取りです。修正前は、システムリリースをして、まずは中小事業所のお客が多いアスクルサイト、次に中堅大企業のお客にご利用いただいているソロエルアリーナサイトという順番で移行を進めることを考えておりましたが、オープン化による売上高伸長の高い効果が見込まれるソロエルアリーナのお客を先に移行して、オープン化の効果を最大化することを優先させていこうと考えております。

ですので、ソロエルアリーナのお客移行を最初に実行し、直列的にアスクルサイトのお客を移行するのではなくて、最終的なアスクルサイトの移行を待つことなく、現行のアスクルサイトのエンハンス、機能進化を並列的に先に進め、最後にアスクルサイトのお客を移行する予定です。

このような形でアスクルサイトとソロエルアリーナサイト双方で機能進化を行うことで、中期経営計画を実現するべく、開発とスケジュールの考え方を変更しております。これを実現していくことによって、成長カーブを変えると宣言しているところにミートさせていきたいと考えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com





施策強化により引き続き達成を目指す

- ① ソロエルアリーナサイト オープン化効果最大化
- ② ASKULサイト機能改善・強化の前倒し
広告ビジネスのシステム化、専門商材の検索性（UI）向上等
- ③ 一箱あたり売上単価向上による物流費比率の低減
- ④ 戦略業種向け売上の拡大

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

25

まとめますと、この開発の延期について、中期経営計画の中でその対応や施策としてどういうことが重要になってくるのかをまとめたのがこの4つです。

1点目は、ソロエルアリーナサイトのオープン化の効果を最大化させることを最優先にしていきたいと思います。

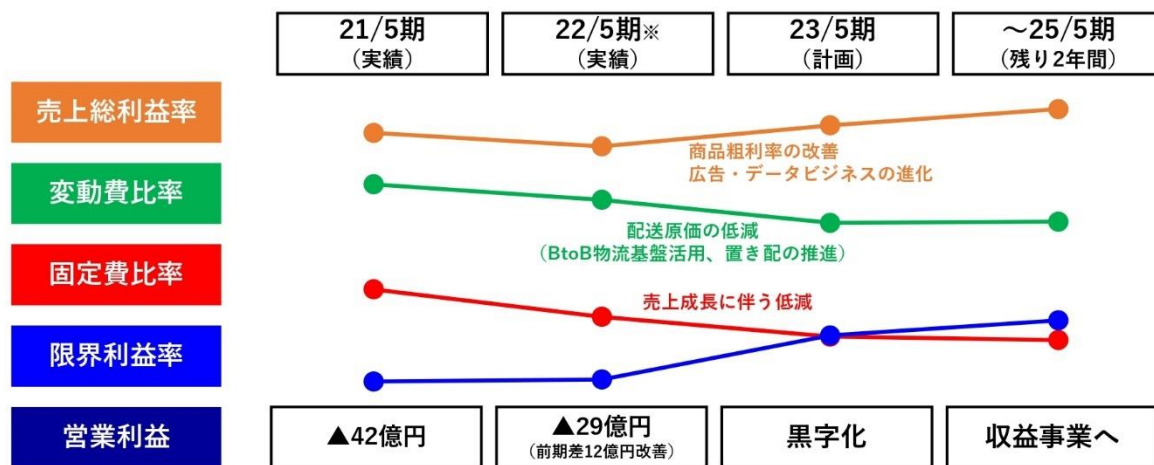
並列で、アスクルサイトの機能改善、強化を前倒しで進めていきます。そして、これまで以上に、一箱あたりの売上単価を向上させていくという施策を強化していきます。

結果として、戦略業種向け売上の拡大に向けて、商材の強化と、カテゴリミックスを変化させていくことに繋げていくことで、中期の経営計画を実現させていきたいと考えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

各指標のさらなる改善により黒字化を達成し、再成長へ



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

※ 22/5期から収益認識に関する会計基準等を適用 27

続きまして、BtoC 事業についてご説明申し上げます。スライド 27 ページです。

こちらは 2020 年にお示ししましたスライドで、基本的な計画・ロードマップは変わっておりません。こちらの目標に向かって、引き続き進めていきます。

LOHACO 黒字化の状況

✓ 2Qで収益構造は大きく改善

- 売上総利益率、変動費比率、固定費金額は目標水準に到達
- 直近11月度の限界利益率は目標としていた二桁を達成

✓ 売上再成長により通期黒字化達成へ

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

28

LOHACO の黒字化の状況ということで、スライド 28 ページで示しております。

サポート

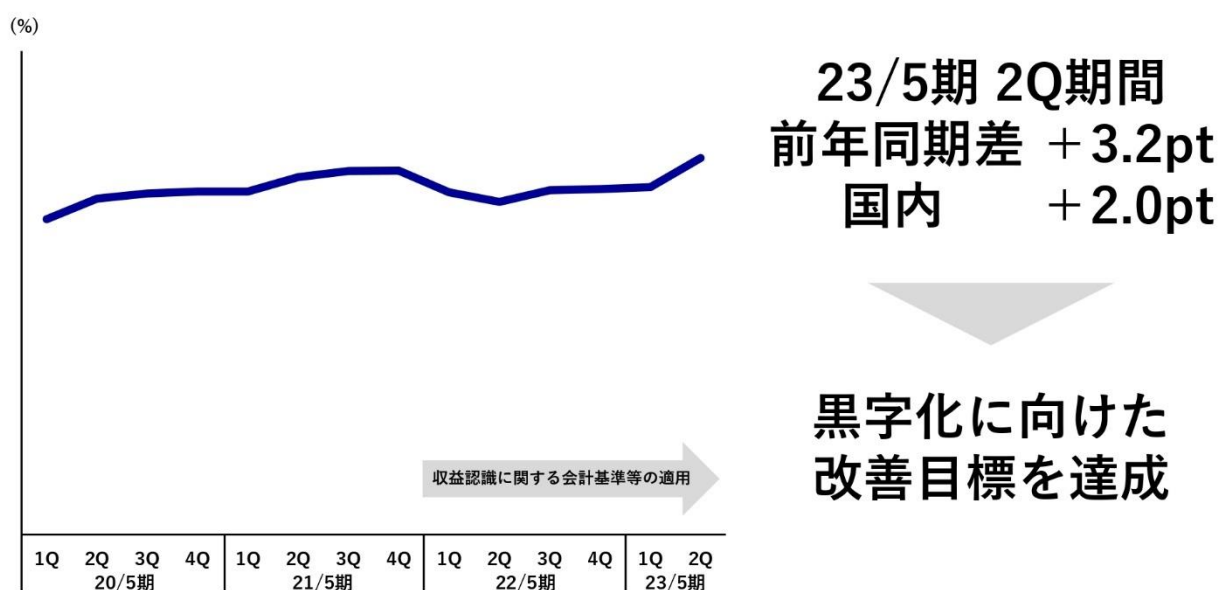
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



先ほど玉井からもございましたけれども、確かに第1クォーターで業績がビハインドをしているところがございましたが、この第2クォーターでLOHACOの収益構造は大幅に改善をしてきて、確実に進捗しております。

売上総利益率や、変動費率、固定費金額は目標水準に到達しており、直近の11月度においては限界利益率も2桁まで来ており、自社での販促投資もできる収益構造になってまいりましたので、下期に向けて挽回をしていきたいと考えております。通期の黒字化というところは、あくまで目標変えずに達成をしていきたいと考えております。

LOHACO 売上総利益率



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

29

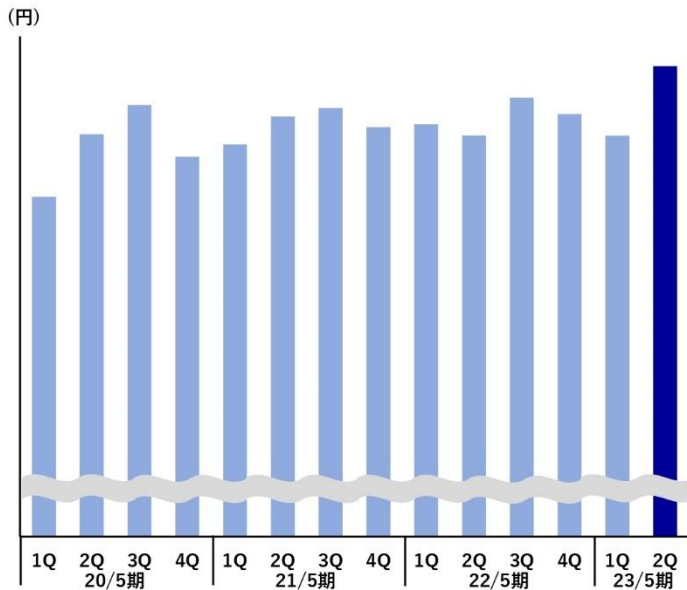
スライド 29 ページ、先ほど申し上げました LOHACO の売上総利益率です。

2Q の期間では、前年同期差プラス 3.2 ポイントと、大きく改善をしております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com





**23/5期 2Q期間
前年同期比 110.5%**



**UI/UX改善と
配送バー改定効果で
さらなる向上へ**

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

30

30 ページです。こちらは LOHACO の一箱あたりの売上単価です。

こちらにも計画に向けて、2Q 期間で言えば、前年同期比で申し上げますと、110.5%という高い伸長をしております。

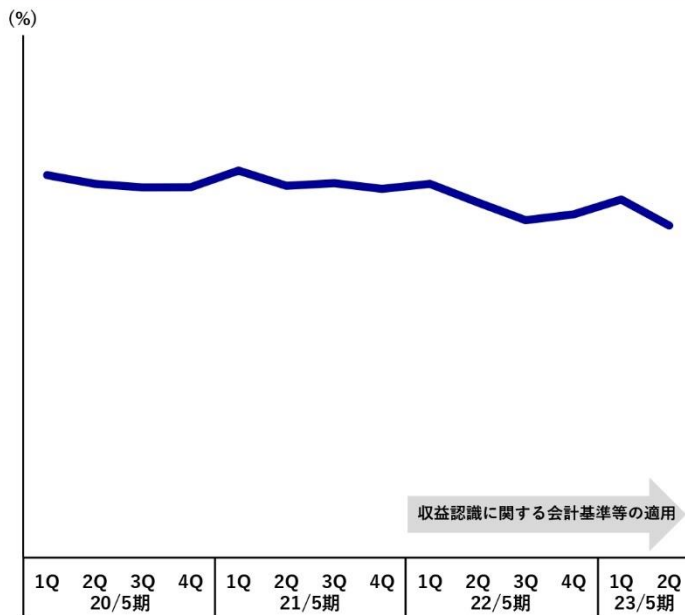
改めまして、ここでさらに UI/UX を強化して、まとめ買いを推進して、お客様のワンストップ化と、お届けの利便性を強化することでさらに高い伸長を目指してまいります。

特に、Yahoo!ショッピング 店においては 10 月、本店においては 11 月から配送バーを改定させていただきました。われわれとしては、価格改定などもありお客様にご負担をかけることですので、苦渋の決断でした。

前回配送バーを改定したときのようなお客様のお叱りはいただいておらず、この効果は今後現出すると見えています。これからは併せて売上を成長させて挽回していくステージと考えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



23/5期 2Q期間
前年同期差 Δ 1.3pt

複数施策の実行が奏功
引き続き改善へ

収益認識に関する会計基準等の適用

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

31

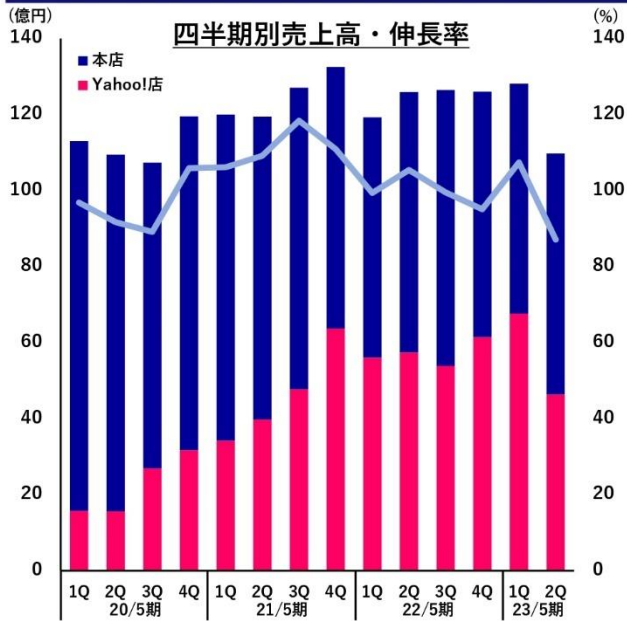
31 ページは LOHACO の変動費全体の比率です。

2Q 期間での変動費比率の前年同期差は、マイナス 1.3 ポイントを実現しております。多くは物流の配送費ですが、先ほど申し上げた配送バーの改定や、おトク指定便を LOHACO の中で進めております。

これは、お届け日を少し後ろにずらす代わりにお得になるポイントを付与するという取り組みですが、非常に効果が出ており、物流の負荷も下げつつお客様の満足度も高めながら、効果が出てきていますので、この下期以降も引き続き、こういった施策を織り交ぜながら、変動費比率を抑えていきたいと思っております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

Zホールディングスとの連携に加え 自社販促強化により再成長へ



LOHACO PayPay DAYS

32 ページです。こちらは LOHACO 国内の売上高の状況です。

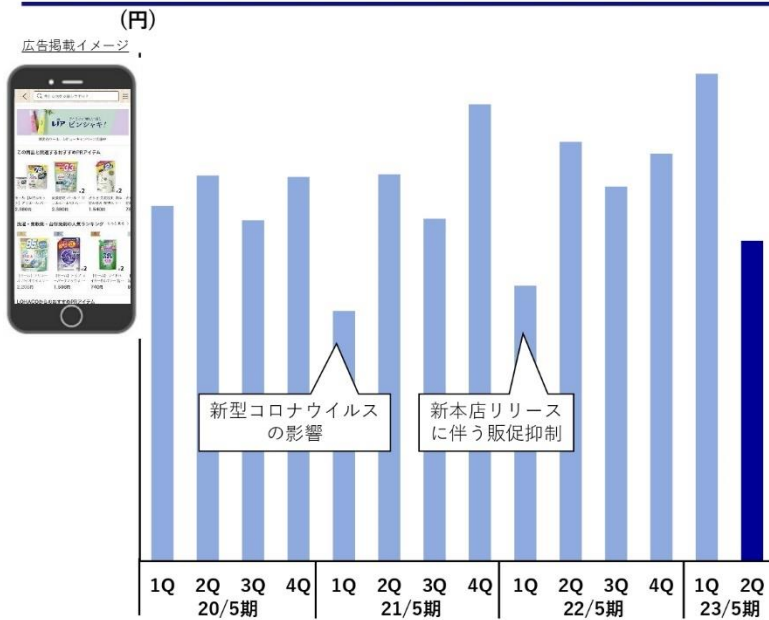
大型販促、主に日曜日の販促が終了したことで売上高は減少しております。

ただ一方で、今後に関しましてはZホールディングスとの連携については引き続き超 PayPay 祭等がありますので、大型販促で連携しつつ、自社で販促を強化できる収益性のステージになってまいりましたので、そういった自社での販促投資をしながらリカバリーをしてまいります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

LOHACO 広告フィー収入



23/5期 2Q期間
前年同期比 76.4%
大型販促の谷間により減

本店販促強化により
3Q以降回復を見込む

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

33

スライド 33 ページ、LOHACO の広告フィー収入についてです。

こちらはご覧の通り、2Q 期間で前年同期比は 76.4%ということになりました。今後ですが、今回は大型販促の時期が去年とのずれがあって、2Q 期間は大型販促の谷間ということもありましたので、前年同期比ではこのような数字になります。LOHACO 本店の強化をこれから進めてまいりますので、3Q 以降はここからの回復を見込んでいきたいと考えております。

LOHACO Zホールディングスとのシナジー



ヤフーと共同で配送サービス向上施策を強化
おトク指定便[※]に加え、当日・翌日出荷強化施策を実験的に実行

- Yahoo!ショッピング
優良配送を推奨・強化する
取り組み
優良配送の商品は検索結果
の上位に優先表示



Yahoo!ショッピングでの
検索流入の拡大

お客様への提供価値を
高め売上再成長へ

※2022年10月14日付プレスリリース「ヤフーとアスクル、LOHACOで標準より遅いお届け日指定でPayPayポイントがもらえる『おトク指定便』の実証実験が好評につき、実施を継続」
<https://pdf.irpocket.com/C0032/n4cW/mvdA/hbxH.pdf>

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

34

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



27

34 ページ、Z ホールディングスとの今後のシナジーです。主に今般におきましては、共同で配送サービスの向上施策をお示ししております。

8 月から共同で実施しましたおトク指定便が非常に効いていたのですけれども、今回は、ヤフーの中で優良配送と位置づけている当日・翌日出荷を強化してまいります。優良配送の施策を強化することで、どのようにお客様のライフタイムバリューを上げていけるかというところをヤフーと一緒に検証してまいります。われわれとしては、優良配送の取り組みを強化していくことで、優良配送による Yahoo!ショッピング内の検索エンジンからの流入を拡大できると考えておりますので、新しい施策であります。Z ホールディングスともシナジーを進めて、様々な検証を引き続きしていきたいと考えております。

BtoC については、以上となります。

ESG トピックス



2022年10月

アスクル商品環境基準を策定、商品ごとの環境配慮レベルをスコア化し公表

- ▶ 商品の環境配慮レベルを規格化、数値として公表
- ▶ お客様の商品選定時のサポートやサプライヤーの環境配慮商品開発への取り組み認知向上に貢献
- ▶ 「容器包装」「商品本体」「仕組み」の3つの大分類の全30項目
- ▶ オリジナル商品の環境スコア向上と参加サプライヤー拡大を目指す

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/n4cW/TIEM/QDN5.pdf>

商品名	環境スコア
アスクル商品	105

2022年12月

資源循環プラットフォームから初のオリジナル商品発売

- ▶ 「アスクル資源循環プラットフォーム」から新PBシリーズ「Matakul (マタクル)」が誕生
- ▶ 第一弾は使用済みクリアホルダーを全国規模で回収・再資源化し、新たなプラスチック製品へと蘇らせた、100%再生プラスチックを使用した製品シリーズ
- ▶ クリアホルダー、ジェットストリームボールペン、ペン立て、小物入れの4商品の製品化を実現

プレスリリース：<http://pdf.irpocket.com/C0032/uFif/bWgq/uHon.pdf>



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

36

最後に、ESG のトピックスについてご説明をさせていただきます。スライド 36 ページ、二つのピックとなります。

一つ目は、アスクル独自に策定した商品環境基準というものを、商品ごとに設定させていただきました。

これは商品ごとの環境配慮の度合い・レベルをスコア化して、その数値を商品情報のところに公表していくものです。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



今現在、オリジナル商品でスタートしましたが、NB 商品についても、今後は展開を考えていきたいと思っております。お客様のサステナビリティについての関心が高くなってきておりますので、購買の判断材料としてご利用いただくとともに、メーカーさん、サプライヤーさんの環境配慮商品開発の認知向上の取り組みを推進していきたいと思っております。

こういったことが増えてくると、この取り組みはわれわれ独自の環境基準ではありますが、お客様の価値基準に訴求でき、差別化にも繋がってくるのではないかと考えております。

2点目は、アスクル資源循環プラットフォームの取り組みです。今までクリアホルダの回収や再生の検証やいろいろなテストをしてまいりましたが、この度、そこから新しいPB商品「Matakul」が生まれました。資源循環により生まれた商品の販売が開始しましたというご報告です。

こういった資源循環、われわれの持つバイイングパワーや商品のシェアといった点をベースに、様々な商品を、これからこの資源循環プラットフォームに載せて増やしていくことで、環境への取り組みマインドというものを全体的に盛り上げていくだけではなくて、われわれに対する共感や、差別化というところに繋げていきたいということで強化をしていきたいと思っております。

私からは以上となります。

引き続き、今期および中期経営計画の目標達成に向けて、全社一丸となって邁進してまいります。よろしくお願いいたします。ありがとうございました。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

