



## アスクル株式会社

2023年5月期 第1四半期決算説明（プレゼンテーション）

2022年9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 1 四半期決算説明 (プレゼンテーション)
[決算期]	2022 年度 第 1 四半期
[日程]	2022 年 9 月 15 日
[ページ数]	24
[時間]	15:00 – 15:19 (合計 : 19 分、登壇 : 19 分)
[開催場所]	インターネット配信
[会場面積]	
[出席人数]	
[登壇者]	1 名 取締役 CFO 玉井 継尋 (以下、玉井)

---

### 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



## エグゼクティブサマリー



### 1Q連結売上高および営業利益ともに計画どおりの進捗

#### ➤ BtoB

- ・ 今期最大のミッション「成長カーブを変える」を実現
- ・ 新アスクルWebサイトの一部機能を先行リリース  
ソロエルアリーナサイトのオープン化による外部流入が売上増に寄与
- ・ 予定どおり成長コストを投下し減益となるも、利益は計画を上回る実績

#### ➤ LOHACO

- ・ Zホールディングスと連携した大型販促効果で二桁成長を実現
- ・ 利益改善は踊り場となるも課題は明確であり、2Q以降の改善スピードを上げる

### 中期経営計画の達成に向けて戦略をブラッシュアップ

- ・ 新アスクルWebサイトは、中期経営計画の達成に向けて開発計画の見直しを実施中
- ・ LOHACOは従来の収益構造改革を着実に実行の上、配送サービスレベルを変更
- ・ 東日本フラッグシップセンターとなるASKUL東京DCは、11月稼働に向けて順調

Copyright © ASKUL Corporation. All Rights Reserved.

3

玉井：こんにちは、CFOの玉井です。2023年5月期1Q決算のポイントを説明させていただきます。

スライドの3ページ、サマリーです。

2023年5月期1Qの業績は、連結全体では売上高および営業利益ともに、計画どおりの進捗となっております。

BtoBは来期以降の利益拡大に向けて、今期は成長カーブを変えるということを最大のミッションとして掲げておりますが、注力分野である生活用品やMRO、メディカルの成長率の向上により、それを実現しております。

7月には、新アスクルWebサイトの一部機能の先行リリースとして、ソロエルアリーナサイトをオープン化したことで、外部の検索エンジンの検索結果からソロエルアリーナサイトに遷移して、購買に至った外部流入による売上増加も実現しております。

また、アスクル東京DCや新アスクルWebサイトの構築に加えて、Web販促の強化など、計画どおりに成長コストを投下した上で、利益は計画を上回る実績となっております。

#### 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

LOHACO は6月度から7月度にかけて、Zホールディングスと連携して実施した大型販促の効果により、二桁成長を実現しております。

一方で、今期黒字化に向けた利益改善は、この1Qにおいては踊り場となっております。のちほど詳細を説明いたしますが、課題は明確であり、2Q以降はその改善スピードを上げてまいります。中期経営計画の達成に向けては、戦略のブラッシュアップについて、柔軟な発想を持って対応するべく検討を開始しております。

新アスクル Web サイトについては、収益最大化の観点から、開発計画の見直しを実施中であり、こちらについても、後ほど概要を説明いたします。

LOHACO は今期黒字化に向けて、従来からの施策に加える形で、複数の追加施策を講じてまいります。

なお、来期以降のさらなる成長と利益拡大を支えるアスクル東京 DC は、11月の稼働に向けて順調な進捗となっております。

世界情勢はますます不透明な状況となっておりますが、当社は引き続き中期経営計画の達成を目指してまいります。

## 23/5期 第1四半期業績



(百万円)	22/5期 1Q		23/5期 1Q		
	実績	売上高 比率 %	実績	売上高 比率 %	前年 同期比 %
売上高	102,442	100.0	110,087	100.0	107.5
売上総利益	24,994	24.4	26,661	24.2	106.7
販売費及び 一般管理費	21,721	21.2	23,705	21.5	109.1
営業利益	3,272	3.2	2,956	2.7	90.4
経常利益	3,240	3.2	2,947	2.7	90.9
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,153	2.1	1,891	1.7	87.9

- 売上高  
前年同期比107.5%  
過去最高更新  
成長スピードが加速
- 売上総利益率  
前年同期差  $\Delta$ 0.2pt
- 営業利益・経常利益  
当期純利益  
成長コスト投下により  
減益となるも計画線

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

5

まずは、2023年5月期1Qの実績について説明いたします。

スライドの5ページ、1Qの連結業績になります。

### 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@scriptsasias.com



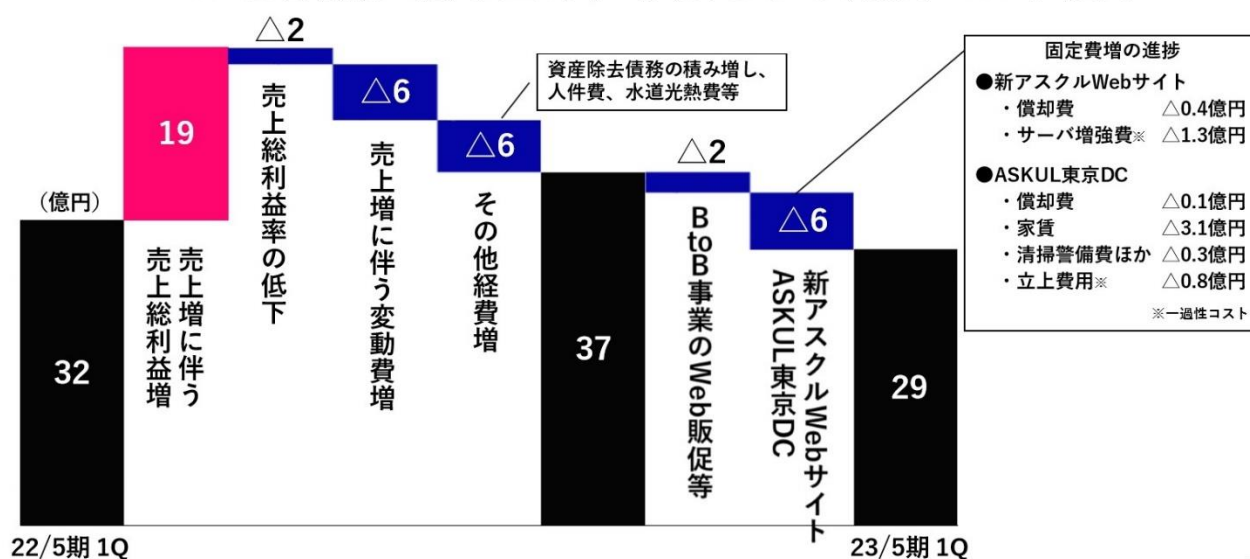
売上高は前年同期比 107.5%の 1,100 億円となり、過去最高はもちろのこと、成長スピードが加速しております。売上総利益率は原材料高および為替の影響などはあるものの、1Q はほぼ計画どおりとなっております。

一方で、足元はさらなる円安の加速など、予断を許さない状況と考えており、慎重に状況を見極めながら対策を講じてまいります。計画どおり成長コストを投下したことで、営業利益、経常利益、当期純利益は、1Q 時点では減益となっておりますが、計画どおりの進捗であり、通期の増益計画の達成に向けて邁進してまいります。

## 23/5期 第1四半期 営業利益について



### ベースは順調に積み上げ、予定どおり成長コスト投下



6

スライドの 6 ページです。前のページで説明した内容をウォーターフォールで示しております。

売上成長加速により、ベース利益は順調に拡大しており、固定費増加の影響が一巡する来期以降の利益拡大が視野に入ってきたと考えております。

なお、グラフの中ほどの、その他経費増には新砂センター退去に伴う資産除去債務の再見積りによる積み増しや水道光熱費の増加など、主にインフレ影響により、予算外の支出もありましたが、改善活動により、全体でコストを吸収し、営業利益は計画どおりの進捗となっております。

## 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@scriptasia.com



## 23/5期 第1四半期業績【四半期別・事業別】

連結



(億円)		22/5期				23/5期		
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	前年同期差	前年同期比 %
売上高	BtoB事業	834	861	886	897	894	60	107.2
	LOHACO	126	139	136	140	139	13	110.6
	BtoC事業 (チャーム含む)	167	180	178	180	182	15	109.1
	eコマース事業	1,001	1,042	1,065	1,077	1,076	75	107.5
	ロジスティクス事業・その他	23	23	24	27	23	0	104.2
	連結合計	1,024	1,065	1,089	1,105	1,100	76	107.5
営業利益	BtoB事業	42	41	43	43	35	△6	84.5
	LOHACO	△9	△8	△5	△5	△6	3	—
	BtoC事業 (チャーム含む)	△8	△6	△4	△4	△5	3	—
	決算賞与 (引当含む) 等	△0	0	△0	△1	△0	0	—
	eコマース事業	33	34	39	36	30	△3	90.9
	ロジスティクス事業・その他	△0	△0	0	△0	△0	△0	—
連結合計	32	34	39	36	29	△3	90.4	

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

7

スライドの7ページ、四半期別、事業別の業績推移になります。

次のスライド以降で、それぞれの事業について、その概況を説明いたします。

## 23/5期 第1四半期業績 BtoB事業

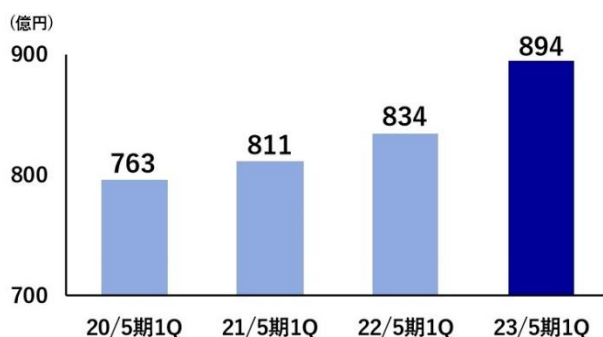
連結



### 売上高

前年同期比 107.2%

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

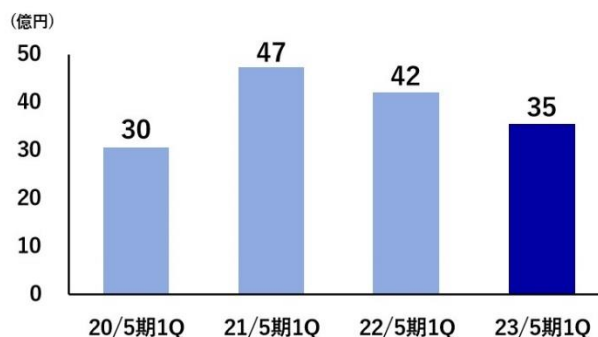


Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

### 営業利益

前年同期比 84.5%

固定費の増加により減益となるも  
計画を上回る進捗



8

スライドの8ページ、BtoB事業の業績になります。

### 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



5

売上高の前年同期比は 107.2%となり、冒頭でも申し上げたとおり、成長カーブを変えるという今期最大のミッションを実現することができております。

ソロエルアリーナサイトのオープン化と商材拡大、そして Web 販促の強化により、中期経営計画最終年度である 2025 年 5 月期の二桁成長に向けて、さらに成長率の向上を目指してまいります。営業利益は前年同期比 84.5%となりました。

前期は特需の反動、今期は固定費の増加が主な減益要因ですが、これまで説明してきたとおり、計画を上回る実績となっており、来期以降の利益拡大に繋げてまいります。

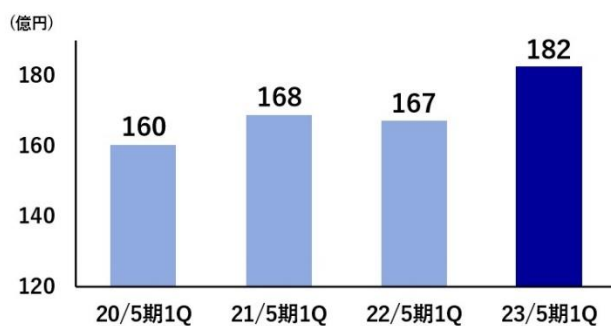
## 23/5期 第1四半期業績 BtoC事業



### 売上高

前年同期比 109.1%

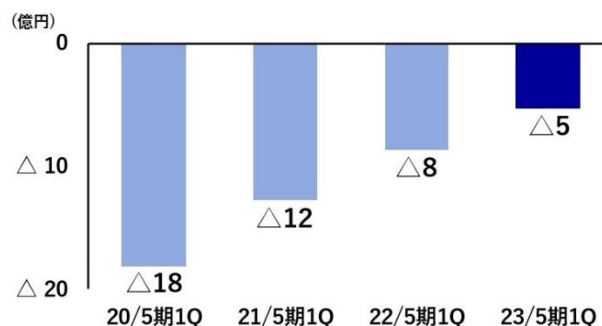
Zホールディングスとの連携により  
順調に拡大



### 営業利益

前年同期差 +3億円

前年同期対比では改善するも  
前四半期対比では踊り場  
課題は明確、改善スピードを上げる



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

9

スライドの 9 ページ、BtoC 事業の業績になります。

売上高は、LOHACO において Z ホールディングスと連携した大型販促効果などで二桁成長となり、BtoC 全体でも前年同期比 109.1%と順調に推移しております。

一方、営業利益については、前年同期対比では 3 億円の改善となったものの、前期の 4Q 対比では踊り場となっており、2Q 以降は改善スピードを上げてまいります。具体的な施策については、のちほど説明させていただきますが、引き続き今期の黒字化実現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

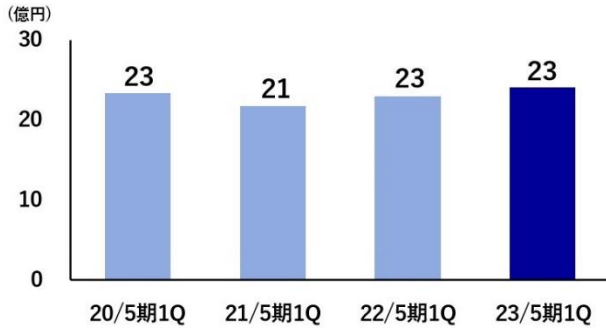




### 売上高

前年同期比 104.2%

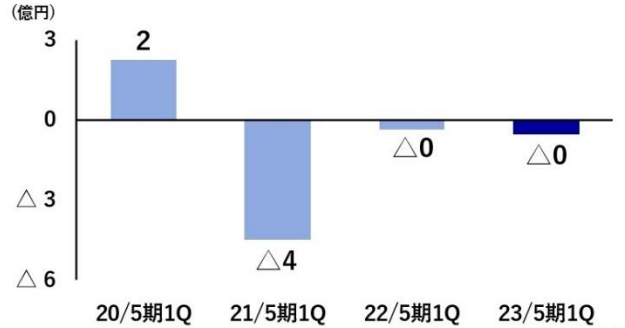
ほぼ計画どおりに推移



### 営業利益

前年同期差 △0億円

一時的な生産性低下の影響  
通期は黒字化を見込む



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

10

スライドの 10 ページ、ロジスティクス事業・その他の業績になります。

1Q においては大きなトピックはありませんが一時期、物量に対する構えが大きくなっていただけもあり、営業利益は若干のマイナスとなっております。

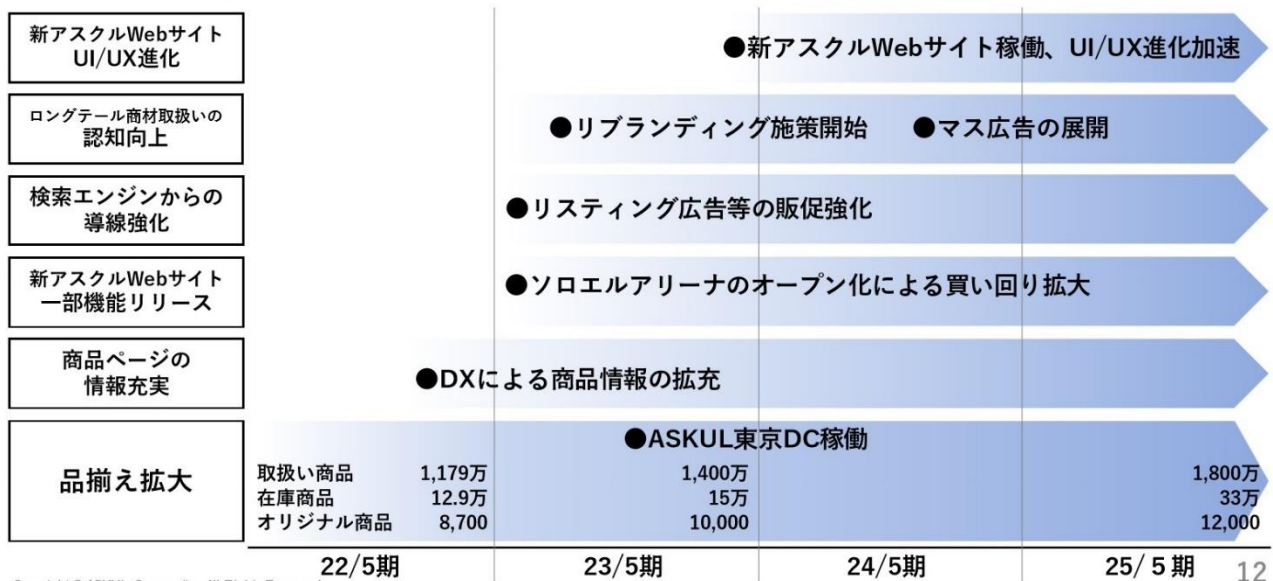
2Q 以降は新規のお客様の稼働も見込んでおり、通期は計画どおり黒字化を目指してまいります。

## BtoB 中期経営計画の成長戦略

2022年5月期 通期決算概要資料



### 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.

12

### 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





ここから、BtoB の戦略と概況について説明させていただきます。

スライドの 12 ページ、中期経営計画における BtoB の成長戦略です。

2022 年 5 月期通期決算概要資料に掲載したスライドの再掲となります。こちらでお示ししている各施策の進捗を説明いたします。

## BtoB 品揃え拡大(取扱い商品、在庫商品)

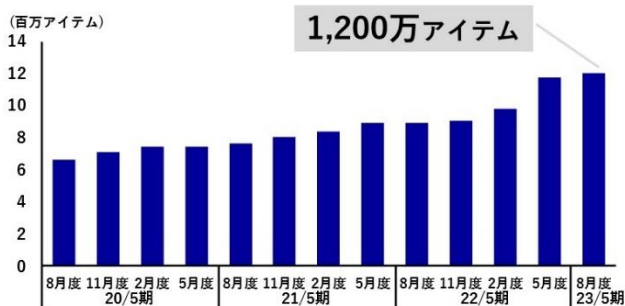
単体



**取扱い商品**  
(中期目標1,800万アイテム)

✓ 1Q期間 +22.2万アイテム超  
新規投入数は73.8万アイテム超

通期目標1,400万アイテムに向けて  
2Q以降の投入を加速



Copyright © ASKJL Corporation All Rights Reserved.

**在庫商品**  
(中期目標33万アイテム)

✓ 1Q期間 +7,500アイテム超  
MROやメディカル等において増加

通期目標15万アイテム超に向けて  
順調な滑り出し



13

スライドの 13 ページ、品揃え拡大の進捗です。

左側の取扱商品数については、1Q 終了時点で 1,200 万アイテムとなりました。今期の目標である 1,400 万アイテムに向けて、2Q 以降の投入スピードを加速してまいります。

右側の在庫商品数については、7,500 アイテム増加し、13 万 7,000 アイテムとなりました。今期末の 15 万アイテム超の計画に向けて順調に進捗しております。

### 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





スライドの 15 ページ、本年 7 月 27 日に新アスクル Web サイトの一部機能として先行リリースしたソロエルアリーナサイトオープン化の進捗です。

オープン化後の 1 ヶ月間で、ソロエルアリーナの実績を検証したところ、三つの効果が確認できております。

一つ目は、外部の検索エンジンの検索結果から、ソロエルアリーナサイトに遷移して購買に至った外部流入売上についてです。一部ブラウザのブックマークなどからのサイト訪問、いわゆる直接流入が外部流入に切り替わった売上を含んでいることが見込まれますが、外部流入の売上は、当期間で 7 億 5,000 万円となりました。

二つ目は MRO、メディカルの戦略カテゴリ商品の構成比の増加です。直接流入と比較して、外部流入の売上構成比は 3 ポイント以上高い結果となりました。

三つ目は注文単価です。戦略カテゴリ商品の売上構成比が増加したこともあり、外部流入でのご注文単価が直接流入の 1.2 倍となりました。

オープン化から、まだ 1 ヶ月程度が経過したばかりですので、引き続きお客様の購買の変化を注視してまいります。

## BtoB 新アスクルWebサイト



- ✓ **最大効果を見込むソロエルアリーナサイトオープン化は実現**  
⇒ 商材拡大と Web 販促の強化により効果の最大化を追求
- ✓ **一方、オープン化の遅れもあり、全体スケジュールが延伸**  
⇒ 2 サイト※統合後に予定していた機能進化も延伸
- ✓ **中期経営計画の達成に向けて、開発計画見直しを実施中**  
⇒ 現行サイトの機能進化を優先し、統合は先送りする案を検討

※ 中小事業所向け ASKUL と 中堅大企業向け ソロエルアリーナの 2 つの EC サイト

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

16

### 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



スライドの 16 ページです。前のページで説明したとおり、新アスクル Web サイトの一部機能である、ソロエルアリーナサイトのオープン化は順調に進捗しており、商材拡大と Web 販促の強化により、増収効果の最大化を追求してまいります。

一方、もともと前期末を予定していたオープン化が遅延したこともあり、以降のスケジュールについても、延伸を見込んでおります。それに伴って、このまま開発を進めますと、現行の二つの EC サイトが統合されたのちに計画している本格的な広告ビジネスの展開などの機能進化も延伸するリスクが顕在化しております。

中期経営計画の達成に向けて、費用対効果の検証を重ね、現行の 2 サイト、各々の進化を優先し、そのあとサイト統合をしていくことも視野に入れて開発計画を見直しております。詳細が決まりましたら、2Q の決算発表時に公表させていただく予定です。

## BtoB 中期経営計画の成長戦略 その他進捗状況



### 最終年度の二桁成長へ向け、その他戦略は順調に進捗

商品ページの情報充実	検索エンジンからの導線強化	ロングテール商材取扱いの認知向上
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 購買判断に重要な商品情報項目や絞込検索項目をAIでスコア化※</li><li>✓ スコアに基づき商品情報の拡充を推進中</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 戦略カテゴリ商品へ積極的に広告投資</li><li>✓ Web広告経由売上高 1Q期間 前年同期比 約<b>1.3倍</b>※</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 戦略業種向け消耗品について WebやSNS等でプロモーション展開</li></ul> <p>動画広告の一例</p>  <p>動画広告URL 「アスクルにあるある！」篇 15秒：<a href="https://youtu.be/HwIDDXTEUAY">https://youtu.be/HwIDDXTEUAY</a> 6秒：<a href="https://youtu.be/Q2xzWnMDZys">https://youtu.be/Q2xzWnMDZys</a></p>

※ 詳細は2021年12月21日付プレスリリース「アスクル、専門商材の重要属性項目の抽出にAIスコアリングを導入。」ご参照  
<https://pdf.irpocket.com/C0032/p5ZI/G3F1/Req3.pdf>

※ 中小事業所向けサイトでの実績

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

17

スライドの 17 ページ、その他の施策の進捗です。

まず左側の AI を活用して、商品ページの情報を充実させる取り組みについては順調に進んでおり、引き続きスコアに基づき、購買判断に重要な商品情報の拡充を推進してまいります。

次に、真ん中の検索エンジンからの導線強化についてですが、今期は、Web 広告を強化する方針をとっております。主に戦略カテゴリ商品への広告投資を強化した結果、1Q 期間における Web 広告経由の売上高は前年同期比で約 1.3 倍となりました。

## 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



また、右側にお示ししているロングテール商材取扱いの認知向上施策については、戦略業種向け消耗品について、Web 上でのプロモーションを開始しております。

## BtoB 物流センター



# ASKUL 東京 DC 11月下旬稼働開始へ向け順調



9月下旬から  
**入荷開始予定**

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

18

スライドの 18 ページ、ASKUL 東京 DC の進捗です。

2022 年 11 月下旬の稼働開始に向けて順調に準備を進めており、9 月下旬からいよいよ商品の入荷が開始する予定です。東日本のフラッグシップセンターとなる ASKUL 東京 DC の稼働は、今後の BtoB のさらなる成長はもちろんのこと、物流生産性の向上にも寄与すると考えております。

### 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



## BtoB 登録お客様数※

単体



## 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

19

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

スライドの 19 ページ、ご登録お客様数の推移です。

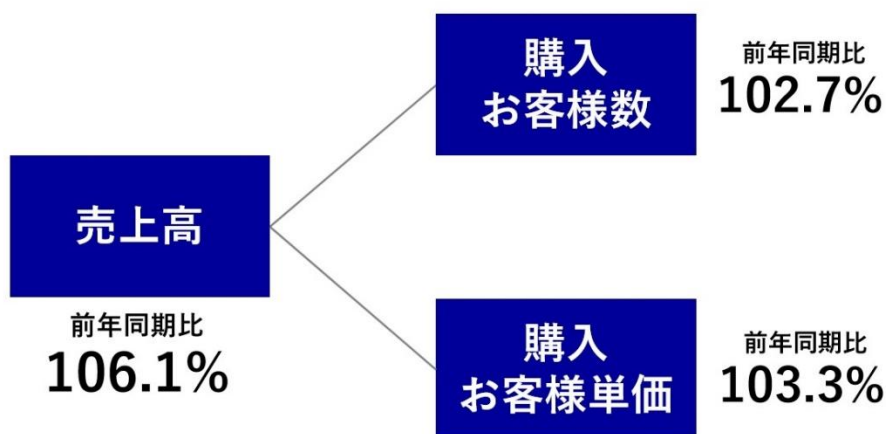
ここまで説明してきた施策を推進した結果、順調にお客様基盤の拡大が継続しております。

## BtoB 23/5期 1Q期間 売上高増加要因

単体



### お客様数・お客様単価ともに伸長



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

20

スライドの 20 ページ、1Q 期間の売上高増加要因です。こちらも各施策を推進してきた結果、購入お客様数、購入お客様単価ともに伸長しております。

### 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



成長・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			
	1Q		1Q		1Q		2Q		3Q		4Q		1Q			
	売上	構成比%	売上	構成比%	売上	構成比%	売上	構成比%	売上	構成比%	売上	構成比%	売上	構成比%	前年同期差	前年同期比%
OA・PC	233	31.9	219	29.4	222	29.1	234	29.7	241	30.3	241	29.5	228	28.1	5	102.5
文具	103	14.1	95	12.8	95	12.5	99	12.6	100	12.6	112	13.7	95	11.7	△ 0	99.8
生活用品	206	28.2	203	27.3	221	28.9	217	27.5	210	26.4	217	26.6	252	31.1	30	113.9
ファニチャー	50	6.9	45	6.1	50	6.6	51	6.5	50	6.4	64	7.9	45	5.6	△ 4	90.3
MRO	81	11.2	83	11.2	88	11.6	94	11.9	94	11.9	96	11.8	97	12.0	8	110.1
メディカル	40	5.5	82	11.1	71	9.3	74	9.4	80	10.1	69	8.5	78	9.6	6	109.8
その他	16	2.3	15	2.1	15	2.0	19	2.5	18	2.3	17	2.1	14	1.8	△ 0	96.8
合計	732	100.0	745	100.0	765	100.0	790	100.0	797	100.0	818	100.0	811	100.0	46	106.1

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

スライドの 21 ページ、BtoB 単体の品目別売上高になります。説明してきた各施策に加え、人流の戻りや猛暑、コロナウイルス感染症第 7 波といった社会環境も背景として、成長・注力カテゴリと位置付けている生活用品、MRO、メディカルが全体の売上成長を牽引いたしました。

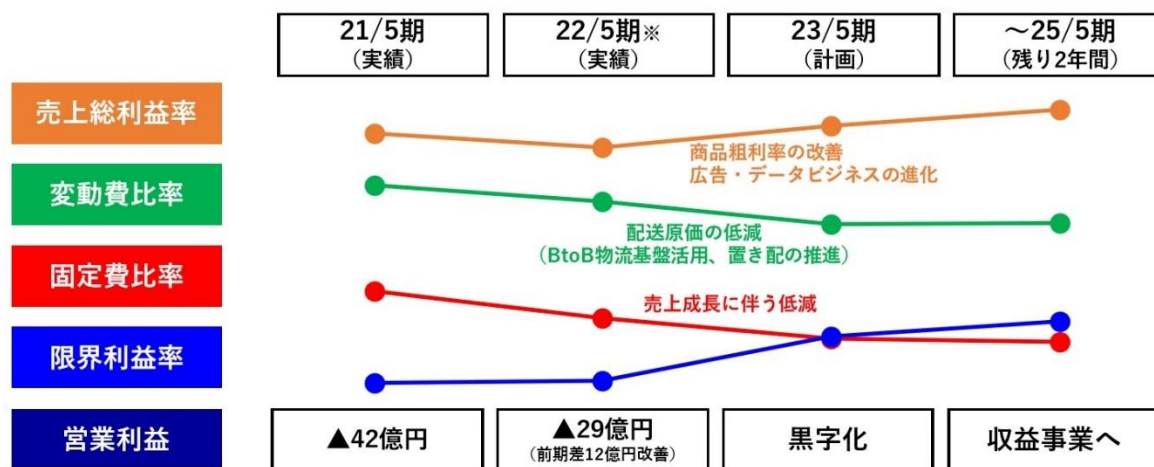
BtoB の説明は以上となります。

今期については、引き続き成長カーブを変えることに注力し、来期以降の利益拡大に繋げてまいります。

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

## 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.

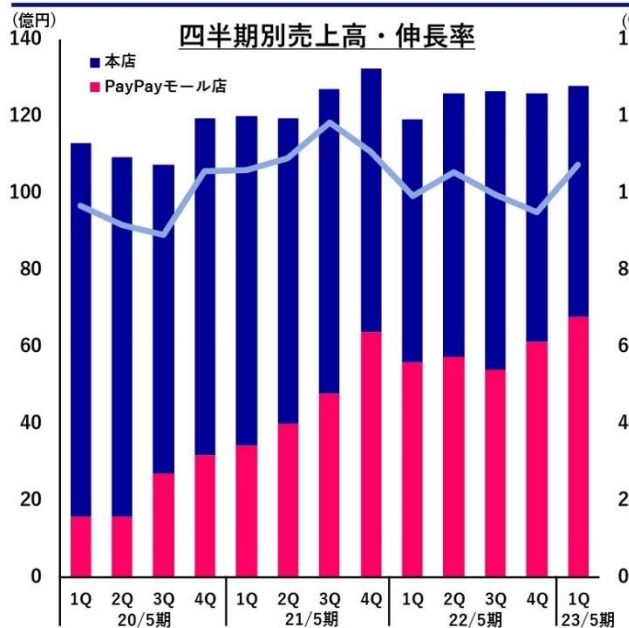
※ 22/5期から収益認識に関する会計基準等を適用 23

続きまして、BtoC 事業の戦略と概況について説明いたします。

スライドの 23 ページ、LOHACO の 2025 年 5 月期までのロードマップです。

今期の黒字化達成を通過点として、さらにその先の再成長を目指してまいります。

## LOHACO 国内売上高



グループシナジーとメーカー共創によりさらなる成長を目指す



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

24

スライドの 24 ページ、LOHACO の国内売上高についてです。

### サポート

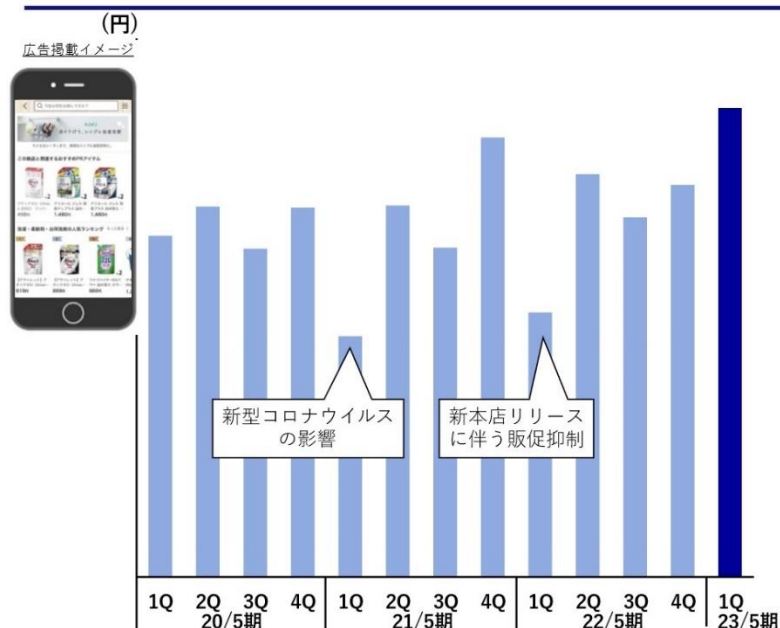
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



Zホールディングスと連携した大型販促効果などもあり、1QはLOHACO全体で二桁成長を実現いたしました。今後も引き続きZホールディングスとのシナジーや、メーカー直結のECである強みを生かして、さらなる成長を目指してまいります。

## LOHACO 広告フィー収入

単体



23/5期 1Q期間  
前年同期比176.9%

販促連動広告に加え  
データソリューションも  
軌道に、さらなる進化へ

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

25

スライドの 25 ページ、LOHACO 広告費収入についてです。

前期の 1Q は、新本店のリリースに伴って、販促を抑制していたこともあり、今期は前年同期比 176.9%となりました。メーカー様向けデータソリューションビジネスも軌道に乗り、さらなる進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



## 大型販促で二桁成長も利益改善は踊り場、追加施策で計画線へ

	課題	対策
売上 総利益率	✓ カテゴリミックス 低収益商品の売上高構成比増加	✓ 対策済み 8月度売上総利益率は計画を上回る
変動費 比率	✓ 配送費 一箱あたりの売上単価低下	✓ UI/UX改善 ✓ 置き配比率向上 ✓ 配送バー改定 <sup>※1</sup>
	✓ 庫内費 特定日の出荷集中による夜勤増加	✓ 「おトク指定便」 <sup>※2</sup> による出荷ピーク分散

※1 2022年秋実施予定のLOHACO本店およびPayPayモール店での配送バーおよび配送関連手数料の見直し。詳細について29ページに記載

※2 詳細は2022年8月24日発表のプレスリリースをご参照 (<https://pdf.irpocket.com/C0032/xNh6/f8A4/njQJ.pdf>)

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

26

スライドの 26 ページ、LOHACO の今期黒字化に向けた取り組みです。

前述しましたように、大型販促の効果もあって二桁成長したものの、利益改善は踊り場となりました。

売上総利益率は、低収益商品の売上高構成比が増加したことで、1Q 期間の想定を下回りましたが、カテゴリミックスを改善する販売方法の工夫や、売価調整等の対策により、足元 8 月度は計画を上回る実績となっております。

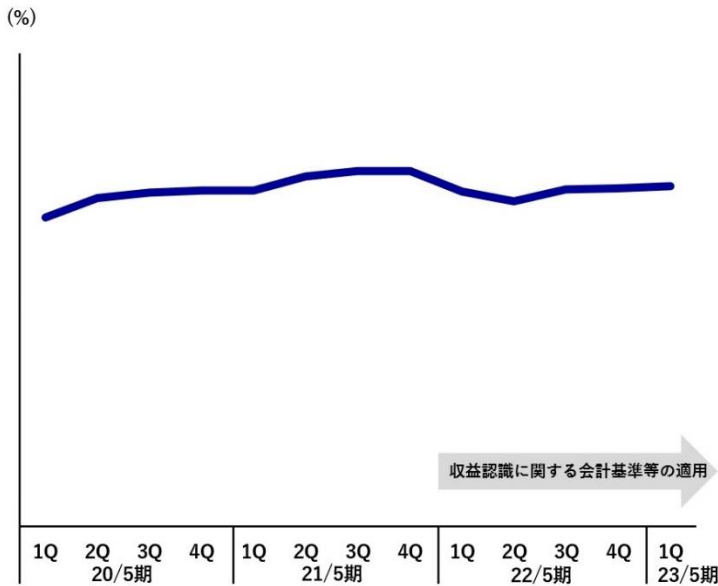
変動費比率は配送費と庫内費の二つの観点で改善を図ってまいります。

配送費については、一箱あたりの売上単価を改善するために、お客様の買い回りを促進する UI/UX の改善、後述する配送バーの改定のほか、置き配比率の向上などにも取り組んでまいります。庫内費については、毎週日曜などの特定日に集中する出荷増に対応するため、後述するおトク指定便により、お客様にもメリットのある形で出荷量を平準化して、コスト削減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

# LOHACO 売上総利益率



**23/5期 1Q実績**  
 前年同期差 +0.4pt  
 国内 +1.1pt  
 8月度国内 +1.9pt

対策により  
**8月度売上総利益率は  
 計画を上回る**

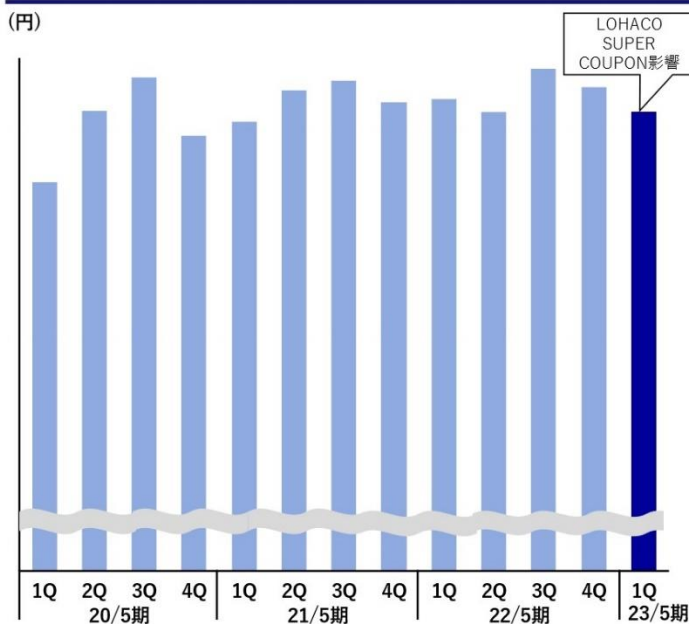
Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

27

スライドの 27 ページ。

LOHACO の売上総利益率は、全体では前年同期差 0.4 ポイントのプラス。国内のみでは 1.1 ポイントのプラスとなりました。前のスライドでも説明しましたが、1Q 期間では想定を下回ったものの、各施策が奏功し、足元 8 月度は計画を上回る実績となっております。

# LOHACO 一箱あたりの売上単価



**23/5期 1Q実績**  
 前年同期比 98.3%

UI/UX等改善に加え  
**配送バーを改定  
 単価上昇を目指す**

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

28

## 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



スライドの 28 ページ、一箱あたりの売上単価についてです。

大型販促の影響などにより、前年同期比では下回りましたが、先ほど説明した対策により改善を図ってまいります。

## LOHACO 配送バーの改定



	本店		PayPayモール店	
	現行	11月1日 18時～ (予定)	現行	10月3日 18時～ (予定)
① 配送バー	3,300円	3,780円	3,850円	3,980円
② 基本配送料	220円	550円	550円 (改定なし)	
③ 特別配送料	商品ごとの設定 (改定なし)		なし	12月～ (予定) 商品ごとの設定

※金額は税込

29

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

スライドの 29 ページ、一箱あたりの売上単価改善施策の一つである配送バーの改定内容です。

持続的にサービスを提供していくために、苦渋の決断ではありますが、10月から11月にかけて、本店と PayPay モール店の各店で改定してまいります。お客様にご支持いただけるよう、UI/UX の改善や、まとめてご購入いただくための販促施策の工夫などは引き続き注力してまいります。

### 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



## 特定日の物流波動を平準化

アプリ画面



お届け方法  
弊社所定の配送会社 0円  
お届け日指定可：2022年9月12日（月）以降  
優良配送

お届け希望日

- お届け日指定なし
- 2022年9月12日（月）
- 2022年9月13日（火）
- 2022年9月14日（水） 10円相当獲得
- 2022年9月15日（木） 20円相当獲得
- 2022年9月16日（金） 20円相当獲得
- 2022年9月18日（日） 20円相当獲得

その他の日程を選択する

変更が終わりましたら「ご注文内容の確認」ボタンを押してください。

ご注文内容の確認

お届け日を標準より遅い日に設定すると PayPayポイント付与

サービスレベル維持と  
庫内費比率低減を同時に追求

約5割※2のお客様が「おトク指定便」を選択

※1 詳細は2022年8月24日発表のプレスリリースをご参照

(<https://pdf.irpocket.com/C0032/xNh6/f8A4/njQJ.pdf>)

※2 2022年8月28日にLOHACO本店とPayPayモール店で実施した「おトク指定便」が対象  
比率は本店とPayPayモール店の各店について「おトク指定便注文数÷総注文数」にて算出

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

30

スライドの 30 ページ、おトク指定便についてです。

お客様がお届け希望日を標準より遅い日付に指定いただくと、PayPay ポイントを付与するもので、まずは実証実験として 8 月 28 日から 10 月 9 日の期間において、ご注文の集中が見込まれる日曜日に実施しております。

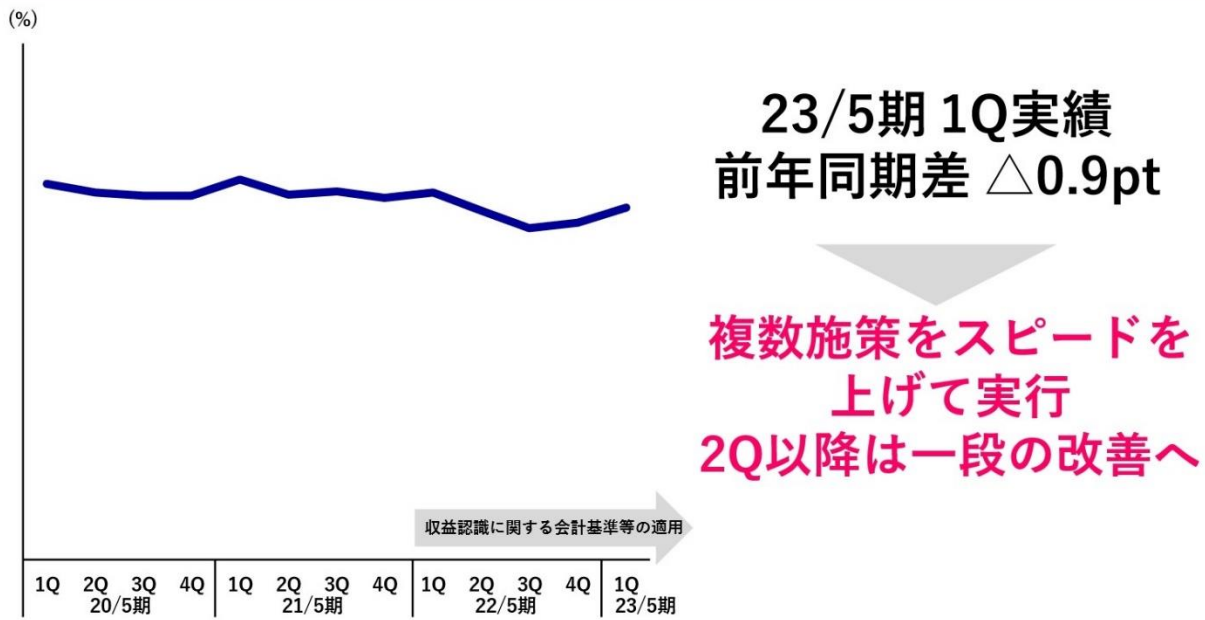
これにより、出荷量を平準化し、できるだけ早く届けてほしい、もしくは急いでいないので、お得に購入したいという、双方のお客様のニーズに応えていくとともに、夜勤等の抑制による労務環境の改善と庫内費比率の低減に繋がってまいります。

なお、本年 8 月 28 日に実施した結果では、約 5 割のお客様におトク指定便をご選択いただきました。

### 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

# LOHACO 変動費比率



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

31

スライドの 31 ページ、LOHACO の変動費比率です。

前述した配送バー改定や、おトク指定便をはじめ、複数施策をスピードを上げて実行することにより、2Q 以降の変動比率は一段の改善を見込んでおります。

# LOHACO Zホールディングスとのシナジー



## グループ各社との販促連携により成長加速

本店	PayPayモール店
<p><b>LOHACOのメリット</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 顧客獲得強化と注文単価向上</li> </ul> <p><b>PayPayのメリット</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ PayPay決済利用機会の拡大</li> </ul>	<p><b>LOHACOのメリット</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ リピートにつながる新規顧客獲得強化</li> </ul> <p><b>ヤフーのメリット</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Yahoo!ショッピングでの日用品EC利用促進</li> </ul>
<p><b>PayPayクーポン</b></p> <p><b>PayPay Weekend</b></p>	<p><b>はじめてセット</b></p>

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

32

スライドの 32 ページ、Zホールディングスとのシナジーについてです。

### 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@scriptsasia.com



お示ししているようなグループ各社との販促連携により、さらなる成長を目指してまいります。

BtoC の説明は以上となります。

引き続き今期の黒字化と Z ホールディングスと連携した持続的な成長を目指してまいります。

## DXトピックス



2022年6月

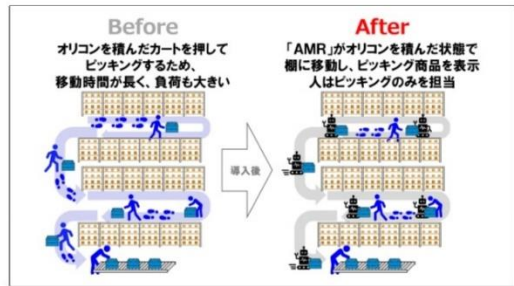
### AVC日高に国内EC業界最大規模\*1 34台のAMR\*2を導入

- 生産性の向上に加え、ピッキング作業における長距離歩行負荷の大幅削減を実現し、物流現場の働き方のDXを一層推進
- 従来の約1.8倍の生産性を達成

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/mCOP/vvul/OaNS.pdf>

\*1 国内における EC 業界最大規模の導入台数(2022年6月時点 ラピエタロボティクス社導入実績より)

\*2 AMR(Autonomous Mobile Robot)は、ピッキング作業における歩行工程の多くを人に替わって担い、自ら判断し人や障害物を回避しながら移動、人と協働しながらピッキング作業を行うロボット



Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

34

ここから、DX のトピックを説明いたします。スライドの 34 ページです。

2022年6月、LOHACO 専用の物流センターである AVC 日高に、ピッキング作業支援ロボットの AMR を 34 台導入いたしました。ピッキング作業における歩行工程の多くを人に代わって担い、自ら判断し、人や障害物を回避しながら移動するもので、従来の約 1.8 倍の生産性を記録しております。今後も、物流現場の働き方を改善する DX を一層推進してまいります。

私からの説明は以上です。

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。

[了]

### 脚注

1. 音声不明瞭な箇所については[音声不明瞭]と記載

### 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



## 免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

---

## 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