

平成 26 年 7 月 4 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<br>(コード番号:2678 東証一部)                    |
| 問 合 せ 先<br>役 職 ・ 氏 名 | 財 務 ・ 広 報 室 本 部<br>執 行 役 員 本 部 長<br>玉 井 継 尋<br>TEL 03-4330-5130 |

「2014 年 5 月 期 連 結 業 績 概 要」 の お 知 ら せ

「平成 26 年 5 月 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「2014 年 5 月 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 ま た は 監 査 法 人 の 関 与 は ご ざ い ま せ ン。

以 上

2014年5月期連結業績概要



# 14/5期連結売上高は2桁成長達成 課題の物流生産性は大幅改善

LOHACOは引き続きトップライン重視  
BtoB事業は成長分野に注力し安定的な増収増益を見込む

2014年7月4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。

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)の間で行われる取引を指します。

# 14年5月期総括と15年5月期計画

## 物流効率化と全社方針

### LOHACO事業戦略

### B to B 事業戦略

2

## 14/5期 連結業績

|                 | 13/5期    |                | 14/5期              |          |                |          |          |
|-----------------|----------|----------------|--------------------|----------|----------------|----------|----------|
|                 | 実績<br>億円 | 売上高<br>比率<br>% | 計画<br>3/18公表<br>億円 | 実績<br>億円 | 売上高<br>比率<br>% | 前期比<br>% | 計画比<br>% |
| 売上高             | 2,266    | 100.0          | 2,500              | 2,534    | 100.0          | + 11.8   | + 1.4    |
| 売上総利益           | 506      | 22.3           | —                  | 557      | 22.0           | + 10.1   | —        |
| 販売費および<br>一般管理費 | 437      | 19.3           | —                  | 514      | 20.3           | + 17.6   | —        |
| 営業利益            | 68       | 3.0            | 40                 | 42       | 1.7            | △ 37.8   | + 6.9    |
| 経常利益            | 72       | 3.2            | 40                 | 44       | 1.8            | △ 38.6   | + 11.2   |
| 当期純利益           | 58       | 2.6            | 18                 | 21       | 0.9            | + 62.8   | + 20.3   |

- 売上高は8期ぶりに2桁成長
- 物流生産性の改善により修正計画を上回る

3

## 14/5期 事業別 連結業績

| (億円) | LOHACO       |     | BtoB事業等      |       | 物流基盤増強等      |    |              |    | 合計           |       |
|------|--------------|-----|--------------|-------|--------------|----|--------------|----|--------------|-------|
|      | 計画<br>3/18公表 | 実績  | 計画<br>3/18公表 | 実績    | 固定的費用        |    | 一過性費用        |    | 計画<br>3/18公表 | 実績    |
|      |              |     |              |       | 計画<br>3/18公表 | 実績 | 計画<br>3/18公表 | 実績 |              |       |
| 売上高  | 100          | 121 | 2,400        | 2,412 | —            | —  | —            | —  | 2,500        | 2,534 |
| 営業利益 | 27           | 29  | 88           | 93    | 17           | 16 | 4            | 4  | 40           | 42    |

当社管理会計において、物流基盤増強等に掛かる費用は、売上高基準等により最終的に各事業に配賦されます。

- 重点施策のLOHACO売上高は計画対比120%超を達成
- BtoB事業等は着実に売上高・営業利益を修正計画対比で上乗せ

4

## 15/5期 連結業績の見通し

|                 | 14/5期 通期実績 |                | 15/5期 通期計画 |                |          |
|-----------------|------------|----------------|------------|----------------|----------|
|                 | 金額<br>億円   | 売上高<br>比率<br>% | 金額<br>億円   | 売上高<br>比率<br>% | 前期比<br>% |
| 売上高             | 2,534      | 100.0          | 2,770      | 100.0          | + 9.3    |
| 売上総利益           | 557        | 22.0           | 615        | 22.2           | + 10.4   |
| 販売費および<br>一般管理費 | 514        | 20.3           | 550        | 19.9           | + 7.0    |
| 営業利益            | 42         | 1.7            | 65         | 2.3            | + 52.0   |
| 経常利益            | 44         | 1.8            | 64         | 2.3            | + 45.2   |
| 当期純利益           | 21         | 0.9            | 34         | 1.2            | + 57.0   |

- 230億円超の売上高の上乗せを見込む
- 物流生産性改善により収益V字回復を見込む

5

## 15/5期 連結業績の見通し(事業別)

| (億円) | 14/5期 通期実績 |             |       | 15/5期 通期計画 |             |       |
|------|------------|-------------|-------|------------|-------------|-------|
|      | LOHACO     | BtoB<br>事業等 | 合計    | LOHACO     | BtoB<br>事業等 | 合計    |
| 売上高  | 121        | 2,413       | 2,534 | 220        | 2,550       | 2,770 |
| 営業利益 | 30         | 73          | 42    | 30         | 95          | 65    |

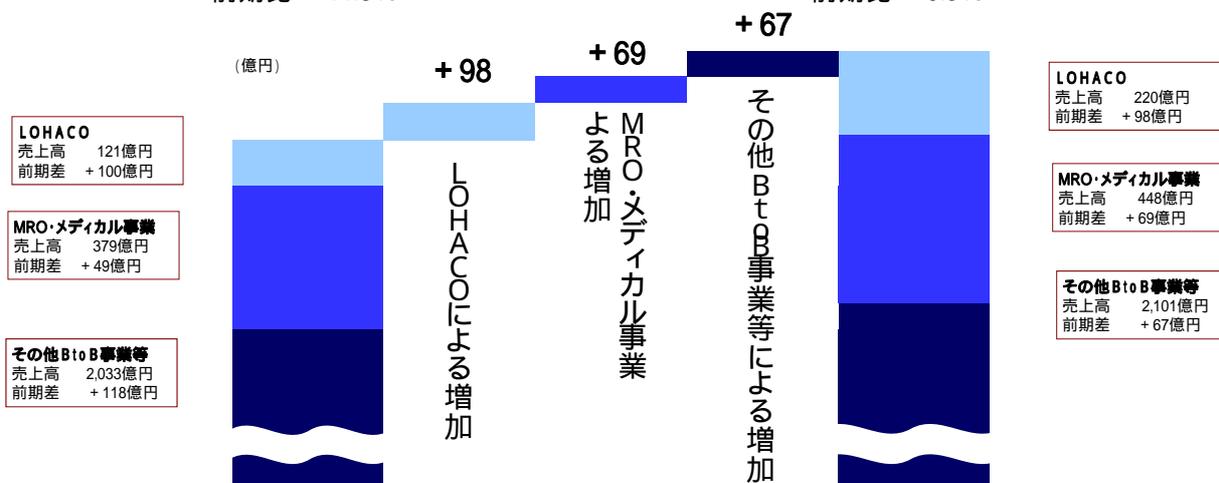
P.4において区分掲記していた物流基盤増強等に掛かる費用について、本表においては売上高基準等により各事業に配賦しております。

- LOHACO売上高は販促費投入より前期比180%超を見込む
- BtoB事業等は成長分野に注力し安定的な増収増益を見込む

6

## 15/5期 連結売上高(計画)の増加要因

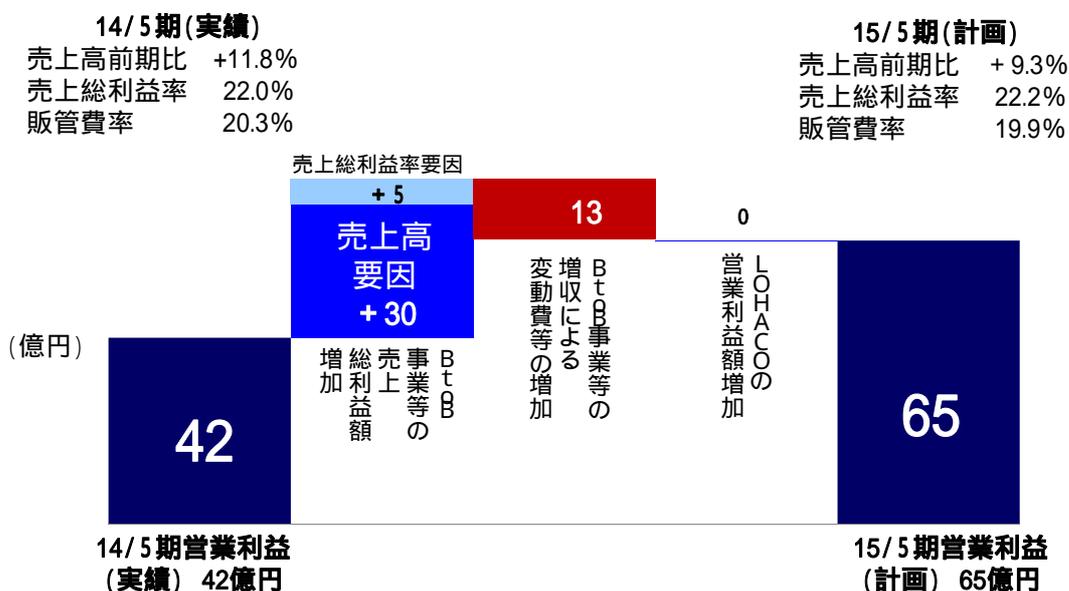
|   |  |
|---|--|
| <b>14/5期(実績)</b><br>売上高 2,534億円<br>前期差 +267億円<br>前期比 +11.8% | <b>15/5期(計画)</b><br>売上高 2,770億円<br>前期差 +235億円<br>前期比 +9.3% |
|---|--|



MRO・メディカル事業はLOHACO分を除いております。

7

## 15/5期 連結営業利益(計画)の増減要因



8

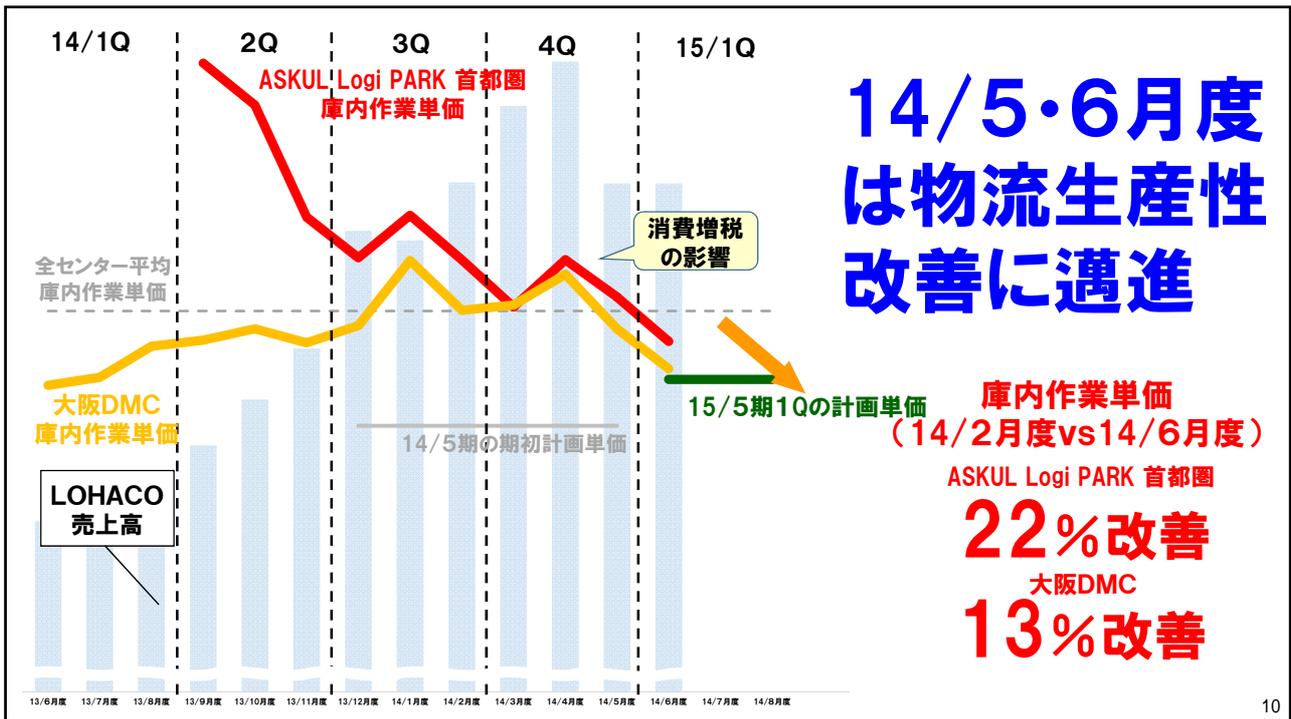
## 14年5月期総括と15年5月期計画

## 物流効率化と全社方針

## LOHACO事業戦略

## BtoB事業戦略

9

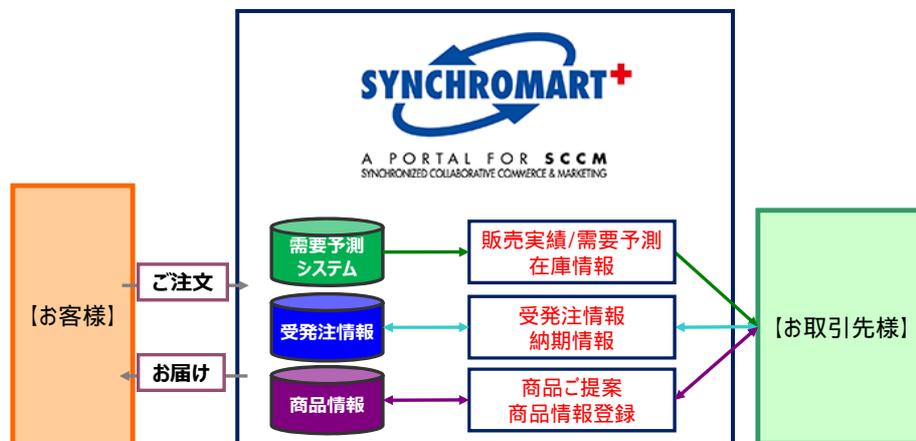


10

打ち手1 全サプライヤとのシステム連携

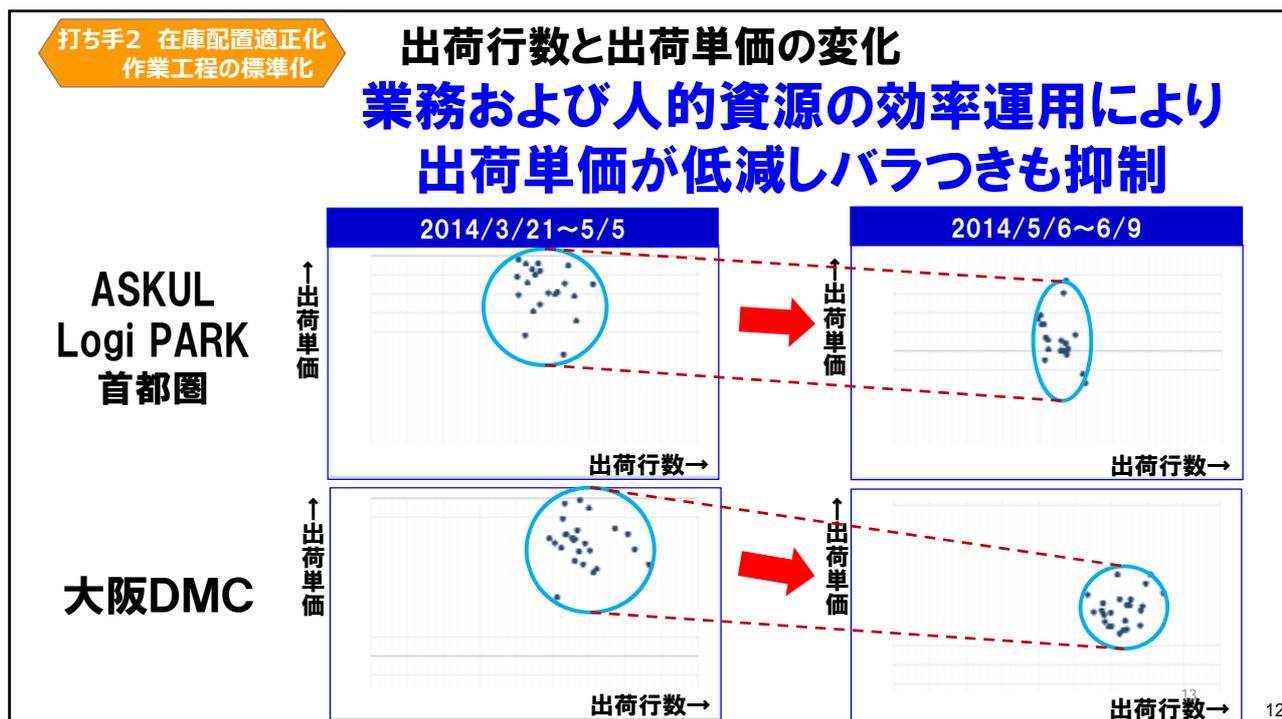
**全サプライヤとのシステム連携の強化**

全ての仕入先様とシステム連携を実現する準備を6月に完了  
サプライチェーンプロセスを徹底的に効率化



<http://synchromart-plus.askul.co.jp/>

11



### さらなる物流効率化にむけた15/5期の取り組み

- ①センターオペレーション(現場視点) :1Q
  - ・ロケーション、ピッキング、梱包、補充の改善
  - ・非効率的業務の見直し、人的資源の効率運用
- ②マテハン設備・システム(エンジニア視点):2Q
  - ・既存設備能力の強化
  - ・新たな設備投入による更なる生産性向上
- ③ビジネスプロセス・モデル(ビジネス視点) :2~3Q
  - ・在庫配置、倉庫間移動、入荷システム等の改革

13



**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**

**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**

**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**

15

他社との連携により強いBtoBをさらに強く

## スターフェスティバル(株)と業務・資本提携



『ごちクルサービス※』を  
アスクルのお客様に展開し  
提携シナジーを追求



※「ごちクル」サービス:スターフェスティバル(株)が運営している  
お弁当・ケータリングの総合宅配サービス

16

## LOHACOのビジネスデザイン

- ①生活者に「時短で豊かなライフスタイル」をご提供
- ②メーカー、サプライヤーにとっての  
「究極のマーケティングプラットフォーム」



17

# LOHACOマーケティングプラットフォーム

新たな収益モデルへの布石

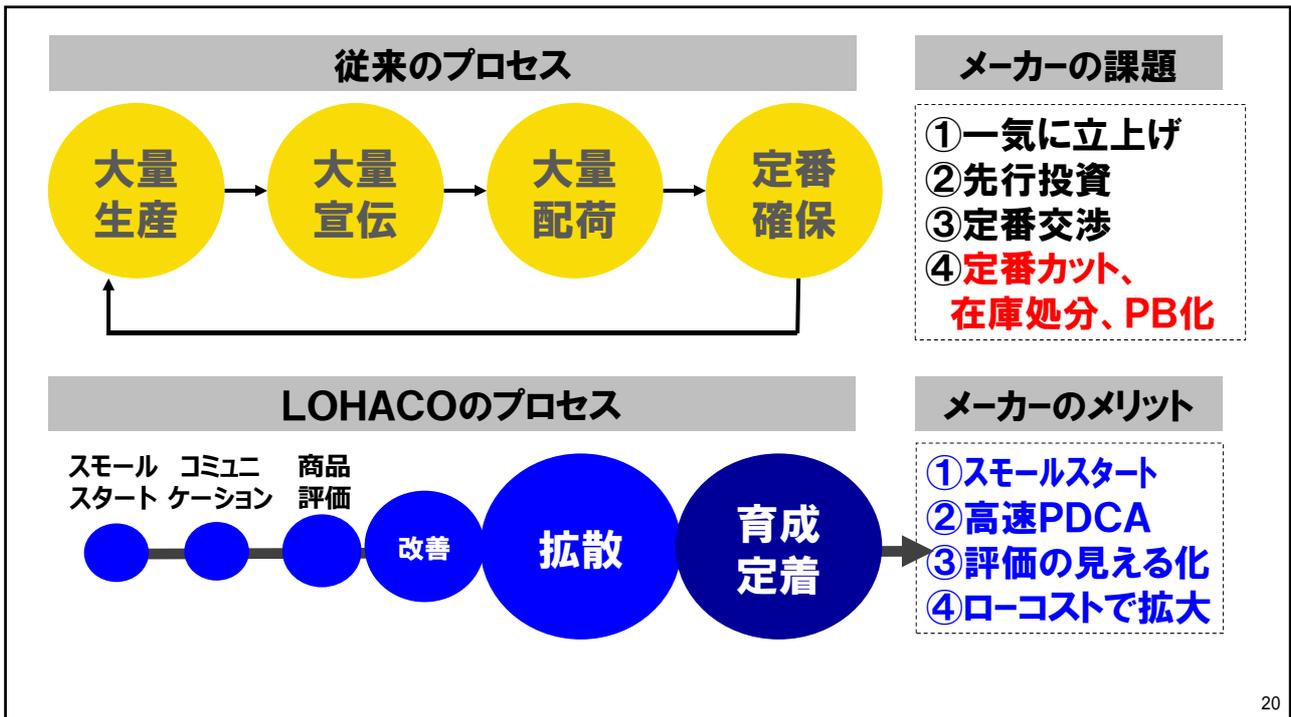


18

## 生活者とメーカーをロスなくつなぐ 最短のバリューチェーン



19



20

120

検索

メーカーにとっての

# マスコミ、マスセールから、 新たなECマーケティングへ

158

税込158円

量限定

21

# Webマーケティング コンソーシアム

## 成功事例の発表会



**76社、168名**  
(前回:64社、123名)

**製薬、化粧品、酒類  
メーカーも続々参加**

2014年6月26日: 於: 豊洲キュービックホール

22



23

## コンソーシアムの満足度



メーカー内で  
ECチームが  
次々に発足

6/26webマーケティングコンソーシアムアンケート:N=133

24



## ECマーケティングラボ発 新サービス8月実装開始！



25

# 生活者・メーカーにとっての究極の マーケティングプラットフォームへ



メーカーとともに  
Eコマースを  
ブルーオーシャンに

27

14年5月期総括と15年5月期計画  
物流効率化と全社方針

**LOHACO事業戦略**

**B to B 事業戦略**

28

**ASKUL** × **YAHOO!**  
JAPAN  
くらしをかるくする  
**LOHACO**

29

100万人はユニークユーザー数

# LOHACO 利用者累計

# 100万人

## 突破

### (14年4月)

30

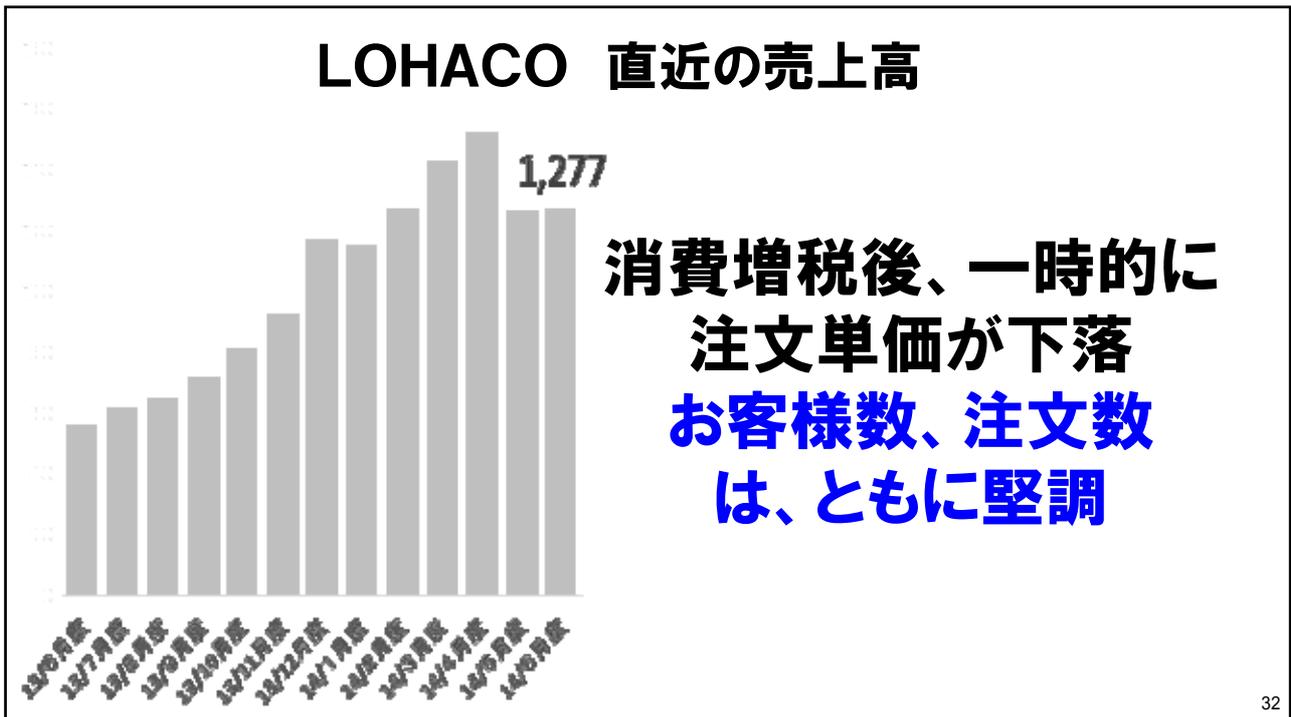
# 通期売上高 目標達成

# 121億円

## 前期比

# 5.8倍

31



32

## 新たな売り場で単価を上げる

LOHACO 薬品当日お届け 1,900円(税込)で送料無料!

第1類医薬品販売始めました!

### 医薬品セール開催中!

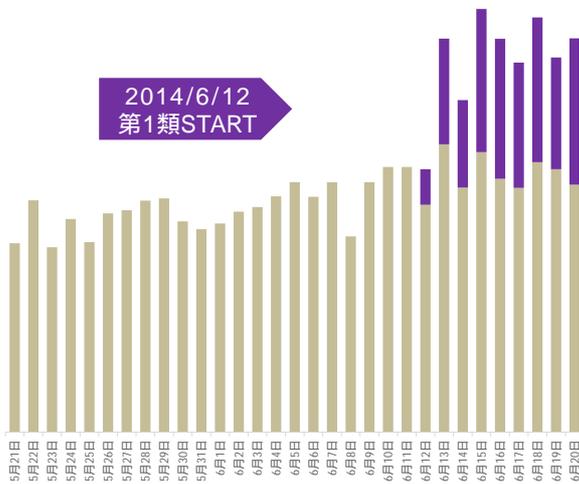
【第1類医薬品】アゾップ 60ml 大正製薬  
【第1類医薬品】ロキソニンS 1箱(12錠入) 第一三共  
【第1類医薬品】トランシーノ 2枚装 第一三共ヘルシー  
【第1類医薬品】トランシーノ 2枚装 第一三共ヘルシー  
【第1類医薬品】カスター10 8錠(1箱(12錠入)) 第一三共ヘルシー

14年6月より  
販売開始

# 第1類 医薬品

33

## 発売開始後の日販



# 医薬品売上に大きく上乗せ

期間:2014/6/12 ~ 6/28

34

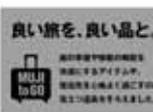
無印良品

## 無印良品、2,300超に商品拡充



無印良品

・ SALE  
・ いっしょに買うとお買い得



# ロハコ モール 活性化

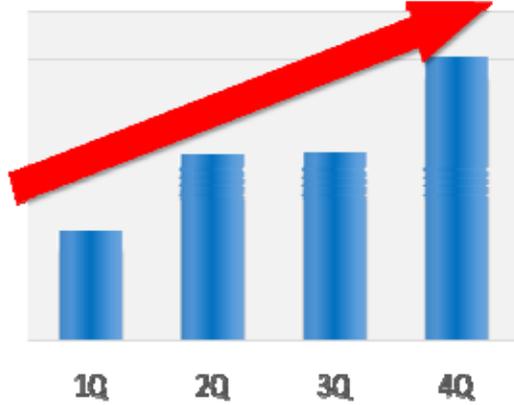
ブランドの期待をうけて  
独自のストア展開へ

35

## アウトレットの拡大



2013年度LOHACOアウトレット販売金額



メーカーニーズ  
が着実に増加  
収益性も高い

36

目指すは  
日常使いの  
第2世代EC No.1!

37

## 生活者とメーカーをロスなくつなぐ 最短のバリューチェーン



38

## 従来の流通ではできなかった 新たなマーケティングプロセス



39

# ロハコのECマーケティングの特徴

1. 低コストでスモールスタート
2. 短期で育成 = 高速PDCA
3. 効率的なお客様拡大



40

メーカーの  
商品育成を支援する

## 1DAY サンプルプログラム

## スモ-ルスタート、低コストで短期に商品育成

1Day サンプルプログラムは、

体験

評価

定着

母集団  
拡張

の促進を高速で展開するプログラムです。

42

## 新商品育成の事例紹介

43



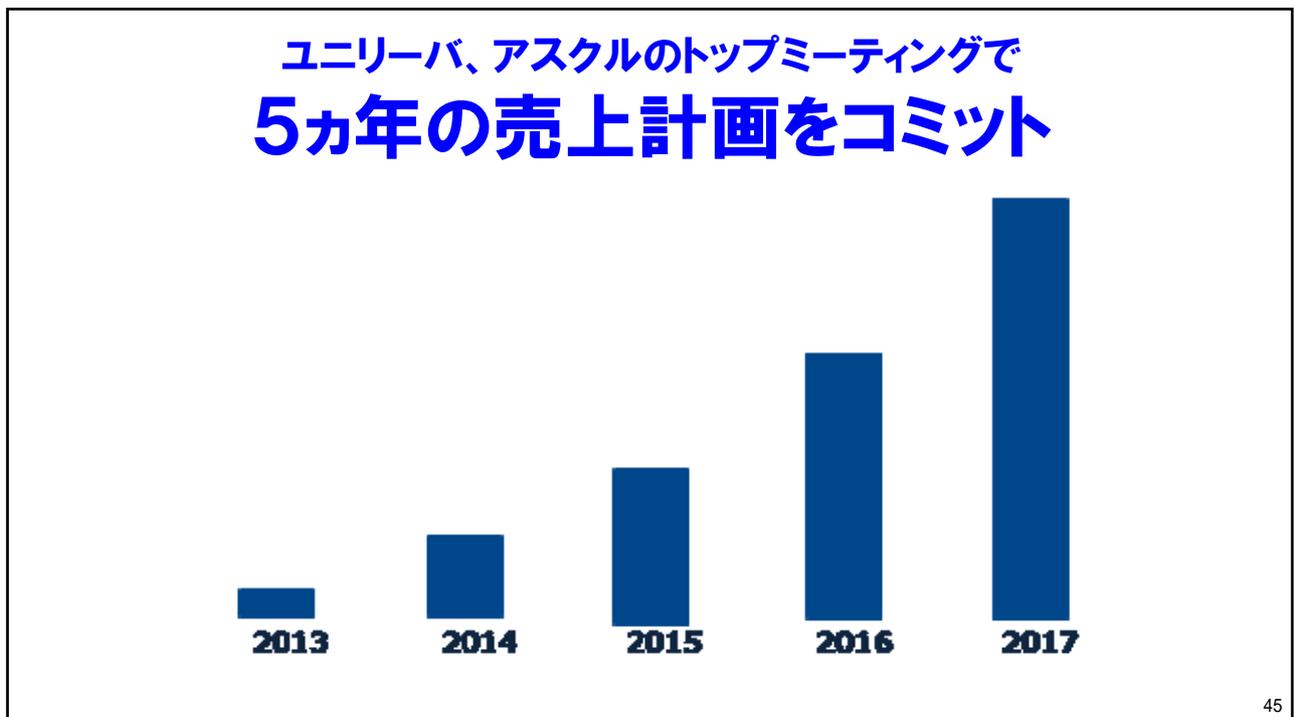
**革新的ヘアケアブランド**

# CLEAR

ユニリーバジャパンから  
13年ぶりの超大型新商品!

「付加価値市場でシェアを拡大したい」





**TVCM**      **WEB広告**

↓

**メーカーブランドサイト**

CLEAR  
髪は美しい

WOMEN    MEN    CLEARの信念 | テクノロジー | 科学的事実 | ムービー

オンラインストア

髪本来の強さと美しさを  
頭皮の奥 3層まで浸透

LOHACO

46

**発売開始2週間前**

**STEP.1**  
**LOHACO限定**  
**先行販売**  
**トライアルセット400組**  
**5時間で完売!!**  
高評価なレビューが多く集まる

▶

**STEP.2**  
**LOHACO限定**  
**0円サンプル**  
**サシェを18,000個配布**  
**16日で配布完了!!**

47

LOHACO製作のランディングページ

0円サンプル

開発者の声

使用ステップ

ご夫婦3組 1週間 お試しコメント

ブランドイメージを保つページ制作  
商品の価値を丁寧に伝える売り場

ASKUL Corporation All rights reserved. 48

STEP.3  
シリーズ商品のすべてを漏れなく定番化

お試し 本体

1週間  
トライアルセット

ミニトニック

ミニ  
ポンプセット

シャンプー  
ポンプ

コンディショナー  
ポンプ

トリートメント

トニック

詰め替え  
シャンプー

詰め替え  
コンディショナー

ASKUL Corporation All rights reserved. 49

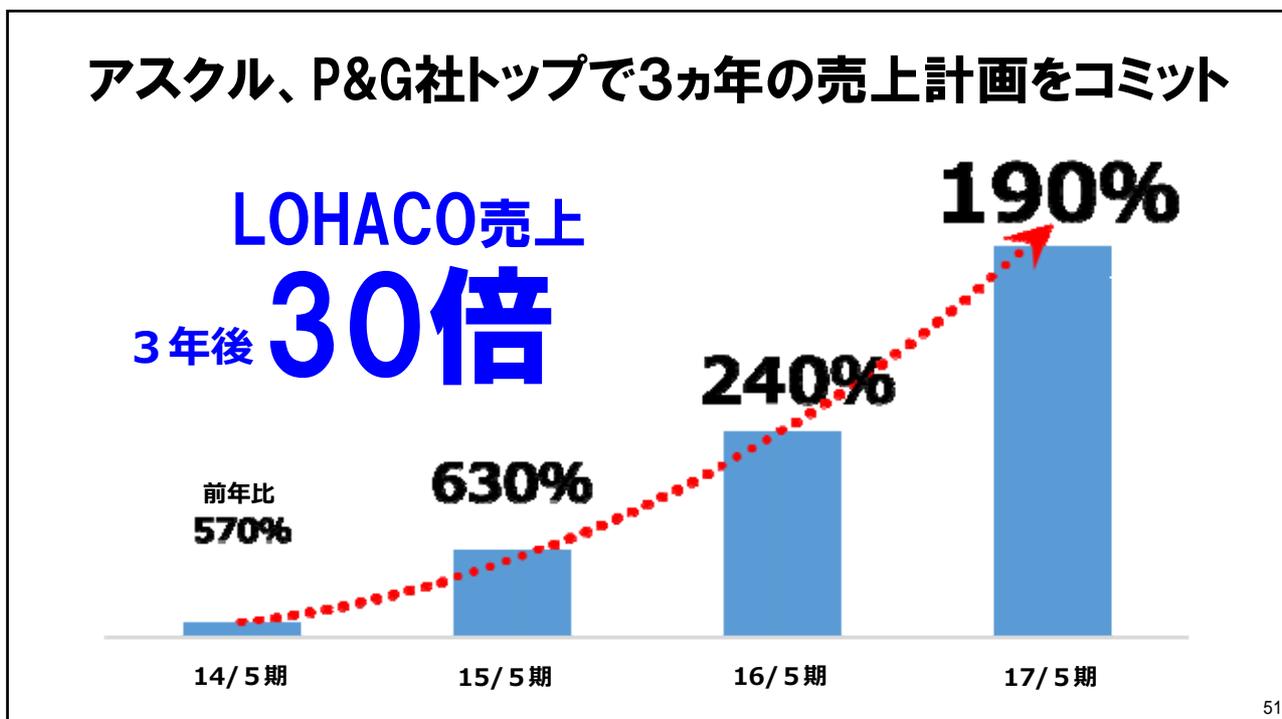
くらしをかるくする  
**LOHACO**

## P & G社新商品 アリエール&ボールド ジェルボール 大成功へのストーリー

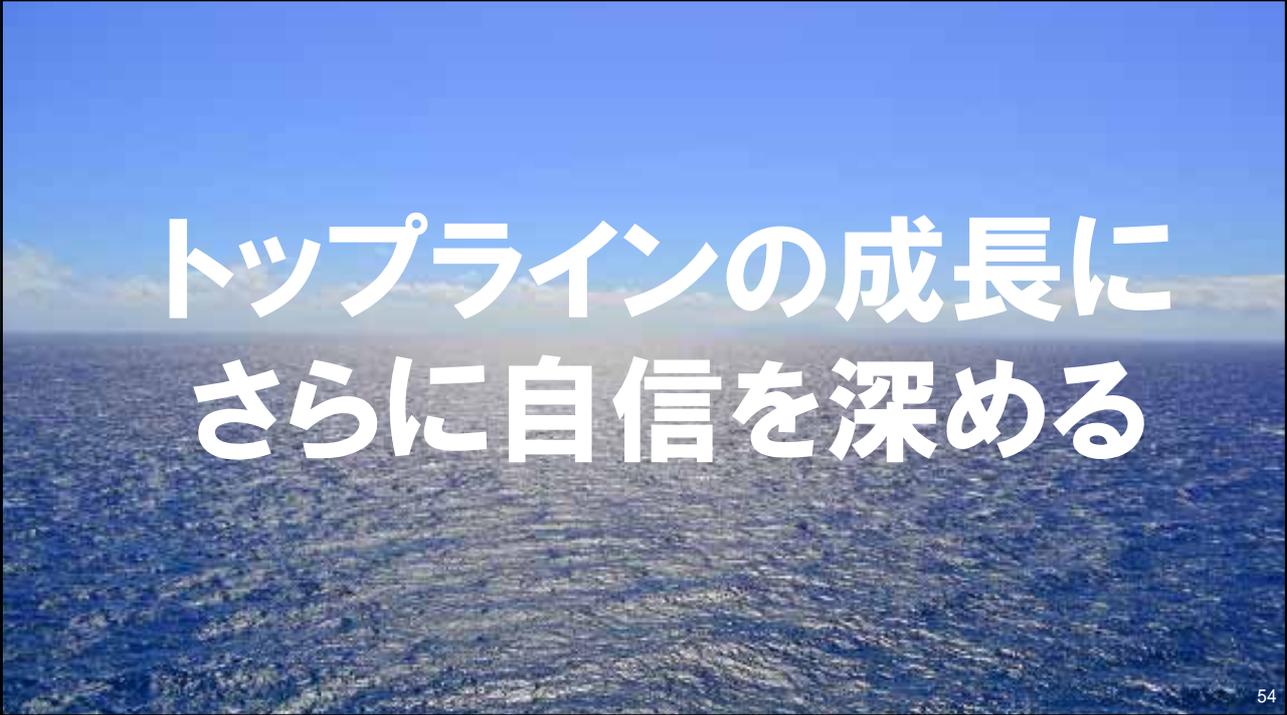
粉でもない。液体でもない。  
第3の洗剤、誕生



50







# トップラインの成長に さらに自信を深める

54

14年5月期総括と15年5月期計画  
物流効率化と全社方針  
LOHACO事業戦略  
**BtoB事業戦略**

55

**ASKUL**  
ASKUL INTERNET SHOP



# BtoB 事業所向け



56

## 2014年日本オフィス用品通販サービス 顧客満足度調査

(J.D. パワー アジア・パシフィック)

**2年連続**  
**総合満足度**

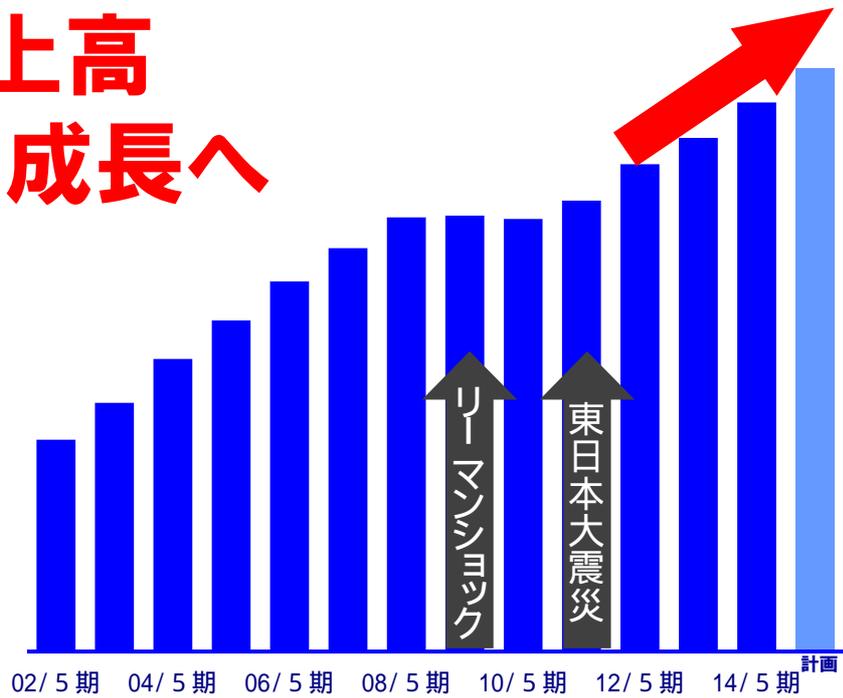
**第1位**

を受賞

本調査は法人向けオフィス用品通販サービスに関して全国の従業者数  
5名以上規模事業所3,500件の回答を得た結果による。

57

# BtoB売上高 継続的な成長へ



58

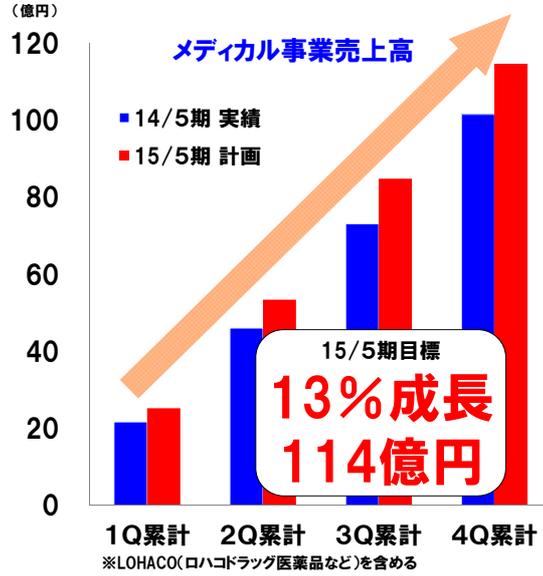
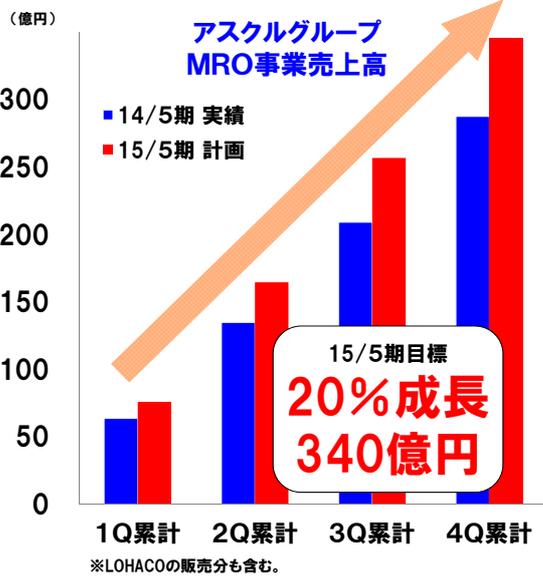


## すべての仕事場で No.1を目指します



59

# 成長分野に注力し売上高拡大



60

## 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**

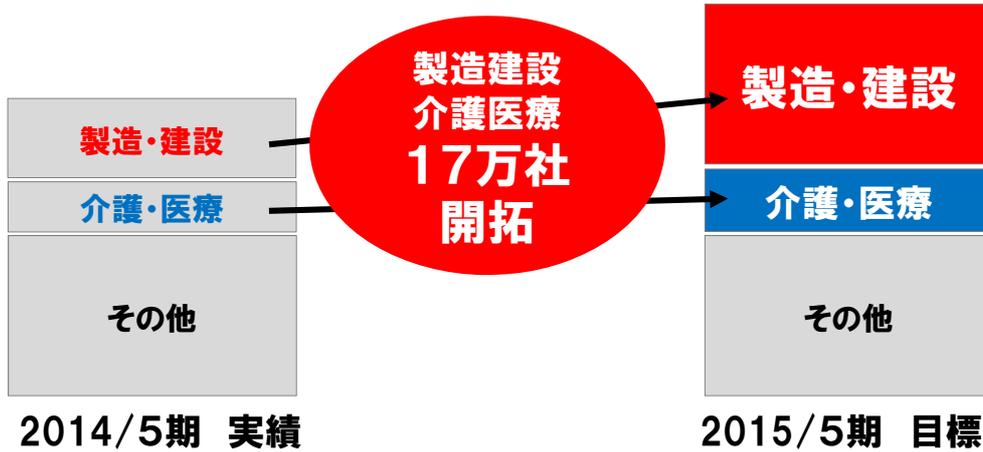
**新たなヘッド商品(MRO・メディカル)の投入**

**お客様稼動を高めるEC購買サイトの進化**

61

### BtoB事業の成長を支える3つの施策①

## お客様数(製造業・医療介護中心)の拡大



62

### BtoB事業の成長を支える3つの施策②

## 新たなヘッド商品(MRO)の投入



63

## BtoB事業の成長を支える3つの施策②

### 新たなヘッド商品(メディカル)の投入



64

## BtoB事業の成長を支える3つの施策③

### お客様稼動を高めるEC購買サイトの進化

▼ソノエルアリーナ製造業のお客様の場合



お客様ごとの経費削減提案  
機能を今秋より開始

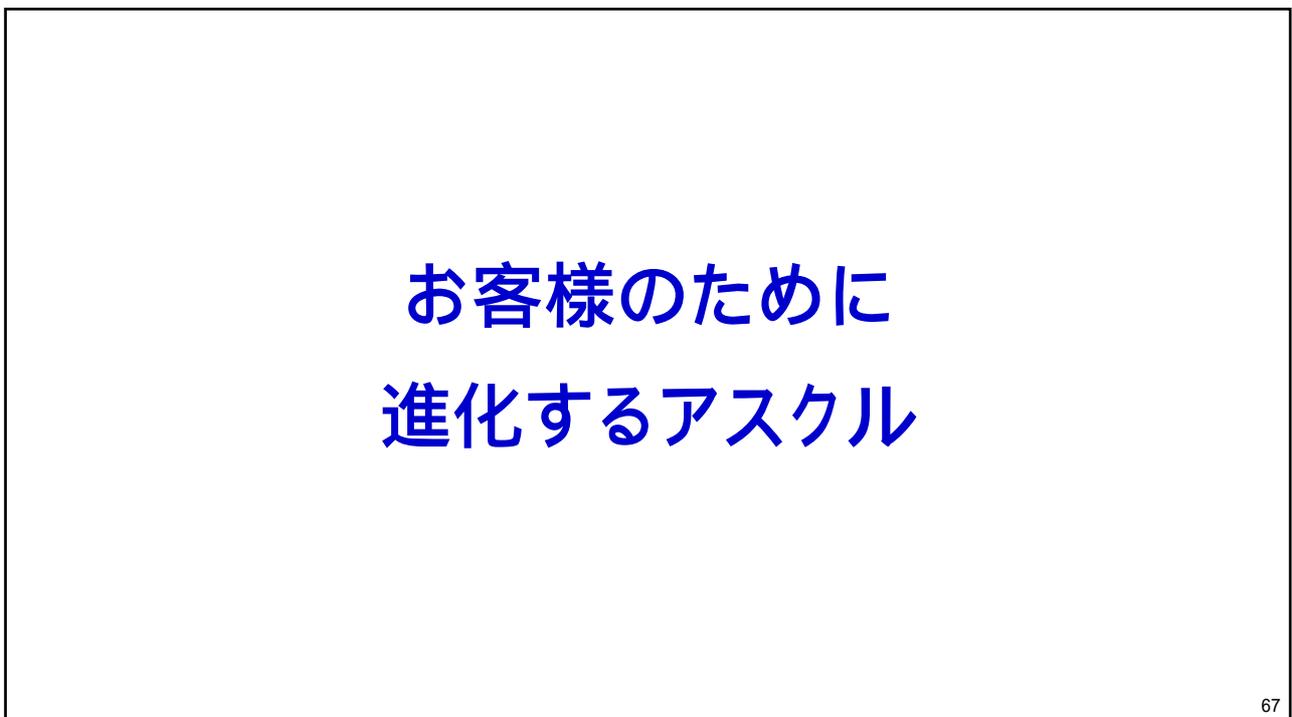
お客様の経費削減に貢献

製造業 お客様の経費削減商品のご提案

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p><b>No.1</b></p> <p>作業用手<br/>(3000双)</p> <p>通常10双 ¥300<br/>販売価格(税抜き)<br/>¥54,000</p> | <p><b>No.2</b></p> <p>オイラー 300ml (1個)</p> <p>MID ¥216<br/>販売価格(税抜き)<br/>¥184</p> | <p><b>No.4</b></p> <p>キムワイブ(200枚)</p> <p>販売価格(税抜き)<br/>¥152</p> |
| <p><b>No.3</b></p> <p>耐熱性接着剤 (1個)</p> <p>MID ¥19,980<br/>販売価格(税抜き)<br/>¥16,650</p>     | <p><b>No.5</b></p> <p>新着布ディスク(5枚)</p> <p>販売価格(税抜き)<br/>¥3,142</p>                | <p><b>No.6</b></p> <p>メジャー(1個)</p> <p>販売価格(税抜き)<br/>¥513</p>    |

▶ より詳しいランキングを見る

65





68

## 付 録

69

## 配当について

### 14/5期配当(予定)

現在、当社は第二世代のeコマース 1に向けて、「LOHACO」の事業拡大を図っております。当期は、それを支える物流設備の増強、「ASKUL Logi PARK 首都圏」の新設に伴う初期費用等が発生いたしましたが、平成24年5月実施の増資資金により、当社の財務基盤は強固であり中長期の設備投資に充てる当面の資金も確保できていることから、当期の剰余金の配当につきましては、株主の皆様引き続き安定的な配当を実施いたしたく、次のとおり予定しております。

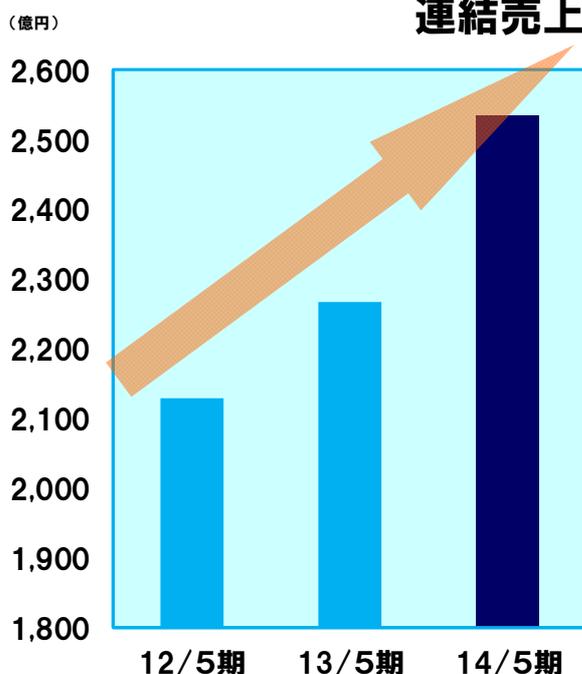
**1株当たり年間配当金30円(中間15円、期末15円)**

### 15/5期配当(予想)

**1株当たり年間配当金30円(中間15円、期末15円)**

70

## 連結売上高の推移



**過去最高を更新**

**2,500億円超の  
売上高を達成**

71

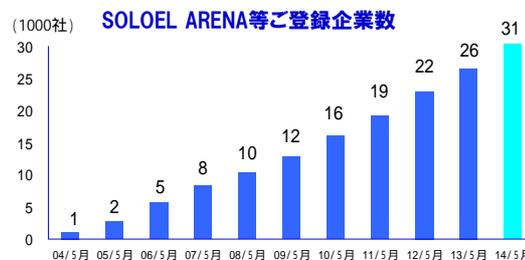
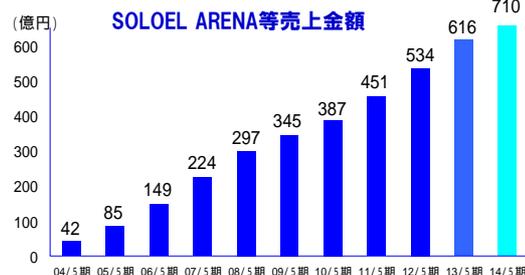
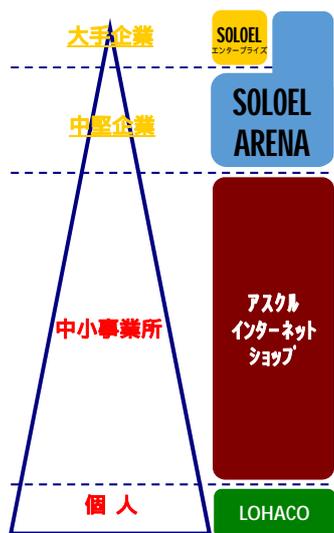
品目別売上高(通期) **単体**

|                 | 13/5期        |              | 14/5期        |             |               |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|-------------|---------------|
|                 | 金額<br>(億円)   | 前期比<br>(%)   | 金額<br>(億円)   | 前期差<br>(億円) | 前期比<br>(%)    |
| OA・PC           | 813          | + 2.4        | 873          | 60          | + 7.4         |
| 文具              | 497          | + 6.8        | 543          | 46          | + 9.4         |
| 生活用品            | 459          | + 12.2       | 567          | 107         | + 23.4        |
| ファニチャー          | 182          | + 4.8        | 192          | 9           | + 5.4         |
| その他<br>(メディカル等) | 150          | + 13.2       | 175          | 24          | + 16.3        |
| <b>合計</b>       | <b>2,103</b> | <b>+ 6.4</b> | <b>2,352</b> | <b>248</b>  | <b>+ 11.8</b> |

**単体売上も  
過去最高**

72

SOLOEL ARENAは順調に拡大



**15.3%の増収、通期計画+11.6%を上回る**

73

## 14/5期連結業績の主なポイントー売上総利益

売上総利益額 557億円

前期差 +50億円

売上総利益率 22.0% 前期差 0.3ポイント

< 四半期ごとの売上総利益率の推移 >

第1四半期:22.2% 第2四半期:22.5%

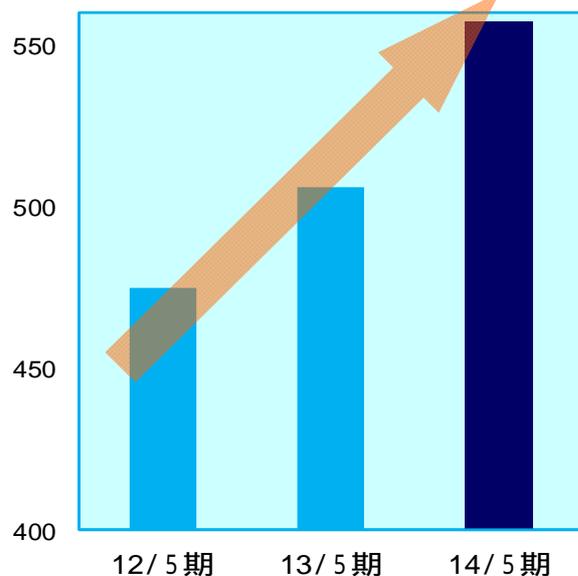
第3四半期:21.8% 第4四半期:21.5%

➤ エージェント向けインセンティブ(売上割戻)を7億円計上

74

## 連結売上総利益の推移

(億円)



**過去最高を更新**

**増収により着実に  
利益を積み上げ**

75

**14/5期連結業績の主なポイントー販管費・営業利益**

販管費 514億円 前期差 + 76億円  
 売上高販管費比率 20.3% 前期差 + 1.1ポイント

< 四半期ごとの売上高販管費比率の推移 >

第1四半期:21.6% 第2四半期:20.7%

第3四半期:20.2% 第4四半期:19.0%

< 販管費の前期差の主な内訳 >

・売上拡大にともなう変動費 + 22億円  
 ・減価償却・ソフトウェア償却費 + 12億円  
 ・広告宣伝費、販売促進費 + 8億円

営業利益 42億円 前期差 26億円  
 計画差 + 2億円

< 四半期ごとの営業利益率の推移 >

第1四半期:0.6% 第2四半期:1.8%

第3四半期:1.6% 第4四半期:2.5%

76

**14/5期連結業績の主なポイントー当期純利益・設備投資①**

当期純利益 21億円 前期差 36億円  
 計画差 + 3億円

設備投資 244億円

(年間計画 224億円)

ASKUL Logi PARK 首都圏物流基盤増強 184億円

ASKUL Logi PARK 福岡 土地取得 25億円

大阪DMC 物流基盤増強 16億円

LOHACOサイト開発 3億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 39億円 (年間計画 38億円)

77

## 14/5期連結業績の主なポイントー設備投資②(詳細)

### 設備投資

(単位:百万円)

| 科目名1155       | 14/5期  |           | 13/5期 |
|---------------|--------|-----------|-------|
|               | 金額     | 前期比       | 金額    |
| [ 設備投資額 ]     | 24,467 | +575.8%   | 3,620 |
| 有形固定資産        | 22,669 | +1,155.9% | 1,805 |
| 無形固定資産        | 1,797  | 1.0%      | 1,815 |
| 建設仮勘定(注2)     | 61     | 94.9%     | 1,199 |
| ソフトウェア仮勘定(注2) | 159    | 9.6%      | 175   |

(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。

78

## 14/5期連結業績の主なポイント

### インターネット売上高比率・オリジナル商品

#### インターネット売上高比率

|           | 2014/5期 | 前期差      | 2013/5期 |
|-----------|---------|----------|---------|
| インターネット経由 | 73.8%   | +3.4ポイント | 70.4%   |
| 上記以外      | 26.2%   | 3.4ポイント  | 29.6%   |

(注1) 売上高比率は、受注ベースで記載しております。

#### オリジナル商品

(単位:アイテム)

|          | 14/5期 | 前期差       | 13/5期 |
|----------|-------|-----------|-------|
| オリジナル商品数 | 5,774 | +1,394    | 4,380 |
| 売上高構成比   | 16.8% | +1.1%ポイント | 15.7% |

(注1) 各期5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) 各数値には、メディカル&amp;ケアカタログ、メディカルプロカタログを含みます。

79

### 15/5期 連結業績の見通し

売上総利益率22.2% (前期差 + 0.2%ポイント) +57億円

・MRO事業のシェア拡大等により売上総利益率の上昇を見込む

販管費比率 19.9% (前期差 0.4%ポイント) +35億円

・広告宣伝費・販売促進費 + 5億円  
 ・売上高増加にともなう変動費増加 + 19億円

設備投資 63億円

【主な内訳】

・ASKUL Logi PARK 福岡 物流基盤増強 20億円  
 ・その他物流基盤増強 10億円  
 ・BtoBサイト構築 4億円  
 (参考)減価・ソフトウェア償却費 41億円 (前期差 + 2億円)

80

### 15/5期 連結業績の上・下期見通し

|                 | 15/5期 上期計画 |                |          | 15/5期 下期計画 |                |          |
|-----------------|------------|----------------|----------|------------|----------------|----------|
|                 | 金額<br>億円   | 売上高<br>比率<br>% | 前期比<br>% | 金額<br>億円   | 売上高<br>比率<br>% | 前期比<br>% |
| 売上高             | 1,325      | 100.0          | + 11.1   | 1,445      | 100.0          | + 7.7    |
| 売上総利益           | 291        | 22.0           | + 9.1    | 324        | 22.4           | + 11.6   |
| 販売費および<br>一般管理費 | 271        | 20.5           | + 7.5    | 279        | 19.3           | + 6.4    |
| 営業利益            | 20         | 1.5            | + 36.3   | 45         | 3.1            | + 60.2   |
| 経常利益            | 19         | 1.5            | + 30.0   | 44         | 3.1            | + 53.1   |
| 当期純利益           | 10         | 0.8            | + 79.2   | 24         | 1.7            | + 49.4   |

81