

平成 28 年 7 月 5 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 : 2 6 7 8 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 兼 C F O 玉 井 継 尋 T E L 0 3 - 4 3 3 0 - 5 1 3 0

「2016 年 5 月 期 連 結 業 績 概 要」 の お 知 ら せ

「平成 28 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 「2016 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、 監 査 法 人 の 関 与 は ご ざ い ま せ ン。

以 上



17/5期 引き続き2桁成長・増収増益を計画

～“30分単位のお届け予定お知らせ”LOHACO新受取りサービスを8月末スタート～
～ビッグデータ・AI・ロボティクスの技術革新により、ECテクノロジーを強化～

2016年7月5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。

「MRO」とは、Maintenance, Repair and Operationの略であり、この資料では主に企業が現場で消費する間接材を指します。

当社は、2016年5月期連結業績概要より、新たに「eコマース事業」、「ロジスティクス事業」「その他」にセグメントを分けております。「eコマース事業」はOA・PC用品、事務用品、オフィス生活用品、オフィス家具、食料品、酒類、医薬品、化粧品等の販売事業を行っており、「ロジスティクス事業」は企業向け物流・小口貨物輸送サービスを指します。

本資料の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 16年5月期総括

II 17年5月期計画

III ECテクノロジーの強化

IV プラットフォームの進化

V BtoB事業戦略

VI LOHACO事業戦略

16/5期 連結業績概要

	15/5期		16/5期				
	実績 百万円	売上高 比率 %	修正予想 百万円	実績 百万円	売上高 比率 %	修正 予想比 %	前期比 %
売上高	276,759	100.0	312,000	315,024	100.0	101.0	113.8
売上総利益	60,814	22.0	—	70,328	22.3	—	115.6
販売費および 一般管理費	53,965	19.5	—	61,810	19.6	—	114.5
営業利益	6,849	2.5	8,500	8,517	2.7	100.2	124.4
経常利益	6,959	2.5	8,500	8,574	2.7	100.9	123.2
親会社株主に 帰属する 当期純利益	4,032	1.5	5,000	5,255	1.7	105.1	130.3

▶ 売上高

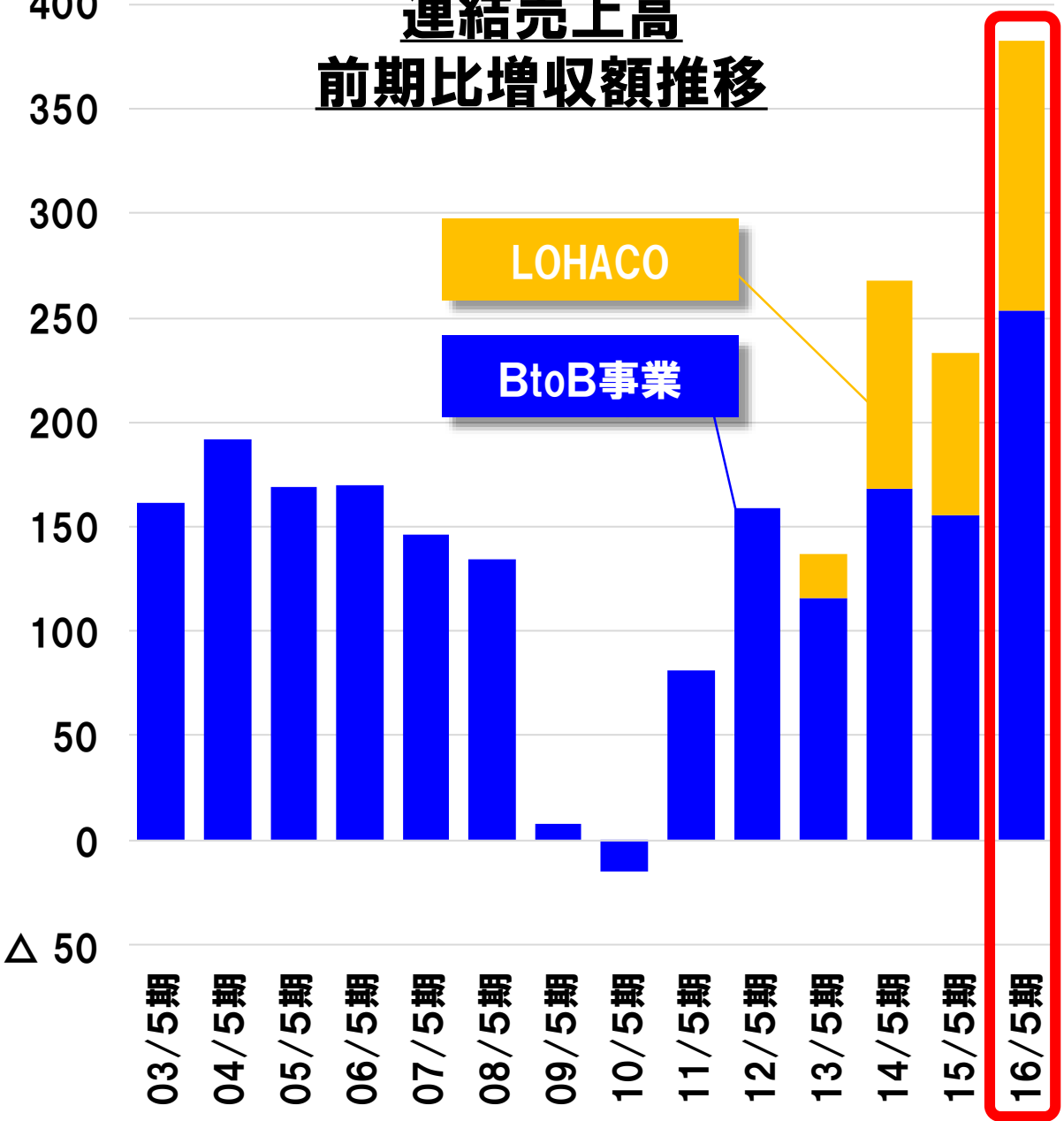
修正予想から
30億円上乘せ
3,000億円突破
2桁成長達成

▶ 収益

増収率を上回る
増益率を達成
収穫逡増

(億円)

連結売上高 前期比増収額推移



増収額 過去最大 382億円

ROEの推移

(%)
25

20

15

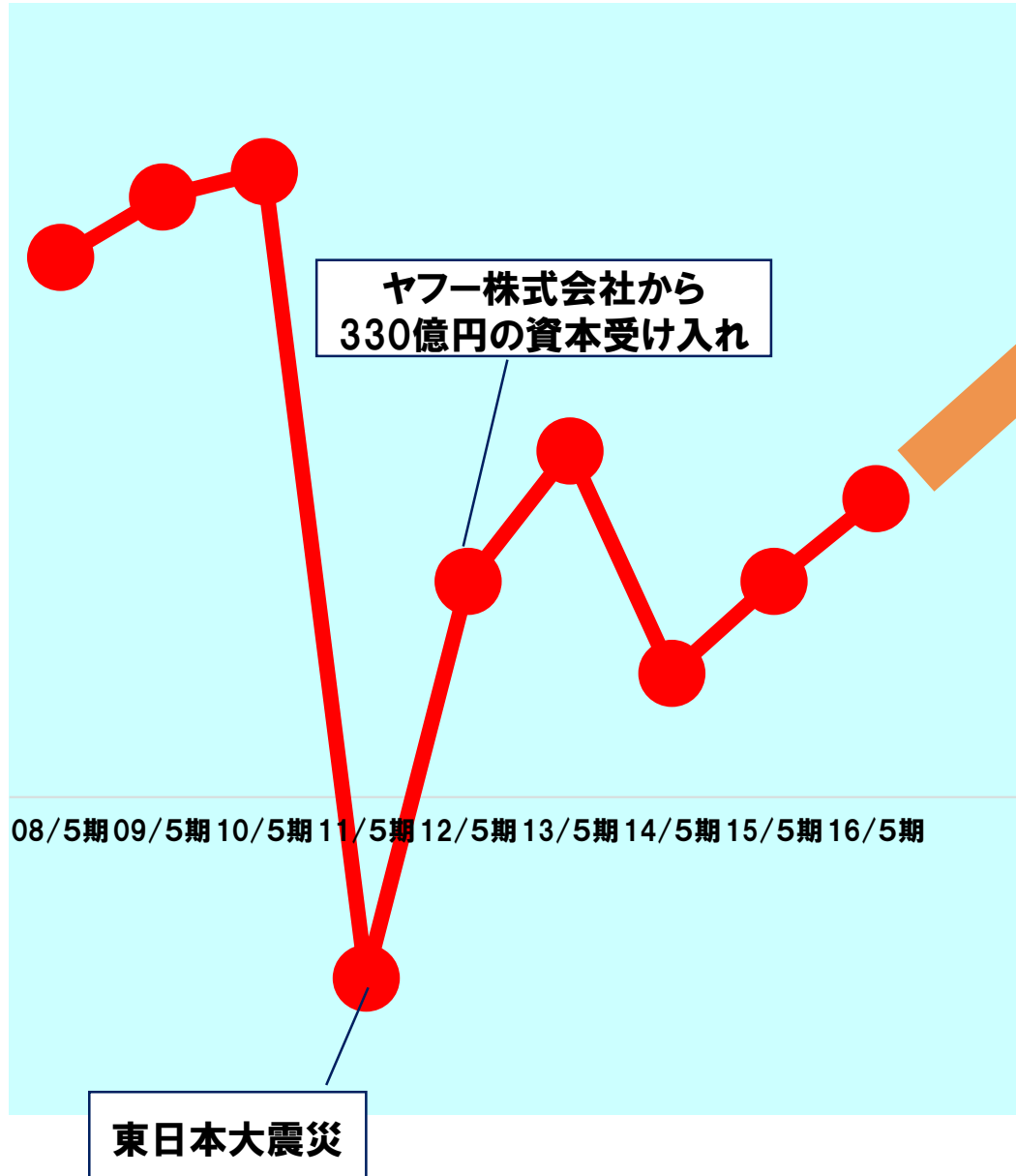
10

5

0

△5

△10



自己株式取得により
資本効率を向上
(340万株取得)

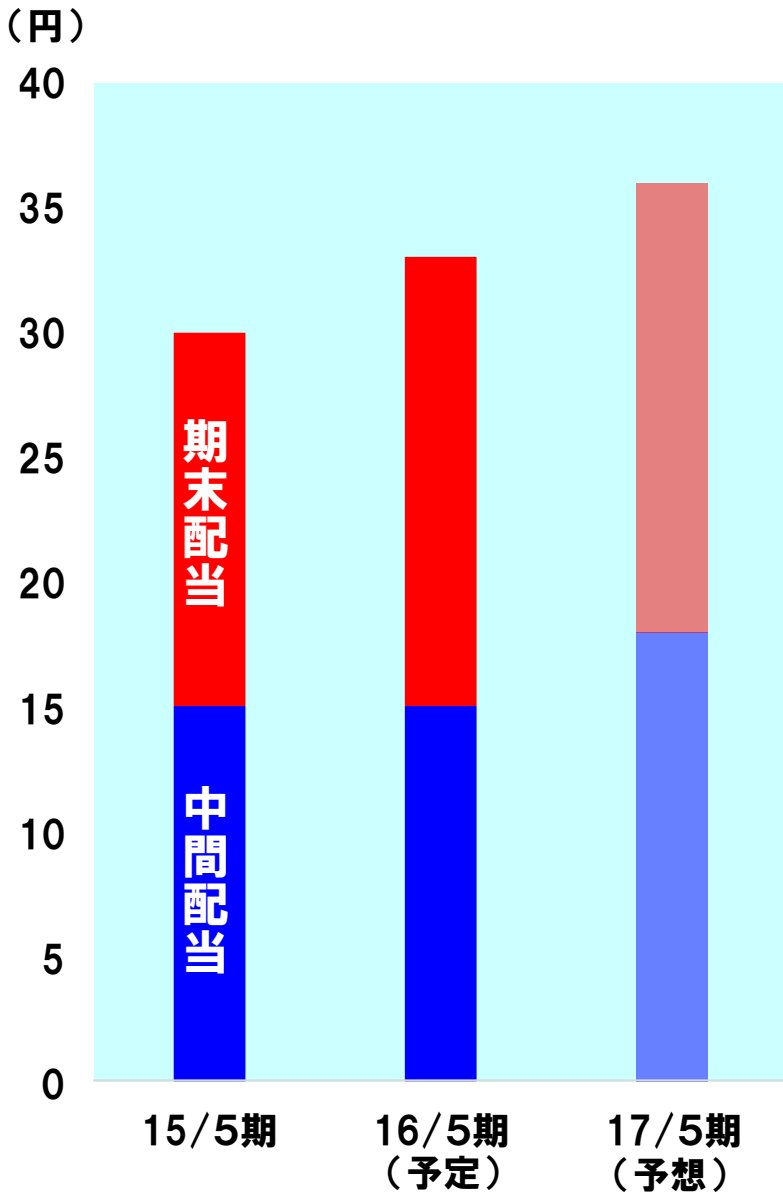
+

利益成長を加速

16/5期 目標越えの9.4%

17/5期 10%超をめざす

2期連続の増配を計画



- ✓ 事業を拡大しつつ収益向上を図り株主の皆様への利益還元は業績に連動した配当を実施する方針
- ✓ 継続的かつ安定的な配当の維持

16/5期配当(予定)

⇒1株当たり年間配当金**33円**(中間15円、期末18円)

15/5期に比べ3円の増配(配当性向32.8%)

17/5期配当(予想)

⇒1株当たり年間配当金**36円**(中間18円、期末18円)

16/5期に比べ3円の増配(配当性向34.0%)

16/5期 連結業績【事業別】

		15/5期	16/5期	
		億円	億円	前期比 %
売上高	BtoB事業	2,551	2,785	109.2
	LOHACO	199	328	164.7
	eコマース事業	2,750	3,113	113.2
	ロジスティクス事業・その他	16	36	214.5
	連結合計	2,767	3,150	113.8
営業利益	BtoB事業	107	133	123.8
	LOHACO(積極販促除く)	△ 32	△ 27	—
	さらなる積極販促	—	△ 6	—
	LOHACO	△ 32	△ 34	—
	eコマース事業	75	98	131.0
	ロジスティクス事業・その他	△ 1	△ 4	—
	中計	73	93	—
	決算賞与	△ 3	△ 4	—
	株価連動型インセンティブ	△ 1	△ 3	—
	連結合計	68	85	124.4

➤ 売上高

BtoB事業は**高成長維持**

LOHACOは**前期比164.7%の328億円**

➤ 営業利益

BtoB事業は**前期比123.8%の133億円**

物流センター移転に伴う費用△11億円を含む
⇒ASKUL Logi PARK 福岡(12月稼動)、横浜(5月稼動)

LOHACOは**収益性改善**

決算賞与△4億円

⇒連結経常利益が期初予想80億円を上回ったため
従業員に上回った分の1/3を決算賞与として支給

株価連動型インセンティブ△3億円 (次ページ)

株価連動型インセンティブ



- ✓ 株主利益と役職員のインセンティブの連動を目的
- ✓ 2012年10月1日(終値1,256円) 設定株価1,600円で導入
- ✓ 設定株価を上回り、期初業績予想を達成したため、15/5期・16/5期にインセンティブ支払発生
- ✓ 支払期間は17/5期が最終
- ✓ P/Lインパクトを勘案し、以降、業績条件付募集新株予約権(有償ストック・オプション)に切り替え実施

全社横断型であくなきコスト削減活動が奏功

07/5期より無駄バスターズ・コストバスターズを継続
全社員が参加・提案し活動実施

16/5期実績

取組案件数 **682**件 約 **9**億円削減

17/5期もあくなきコスト削減活動展開中

I 16年5月期総括

II 17年5月期計画

III ECテクノロジーの強化

IV プラットフォームの進化

V BtoB事業戦略

VI LOHACO事業戦略

17/5期 連結業績の見通し

	16/5期		17/5期		
	実績 億円	売上高 比率 %	計画 億円	売上高 比率 %	前期比 %
売上高	3,150	100.0	3,480	100.0	110.5
売上総利益	703	22.3	789	22.7	112.3
販売費および 一般管理費	618	19.6	694	20.0	112.4
営業利益	85	2.7	95	2.7	111.5
経常利益	85	2.7	95	2.7	110.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	52	1.7	55	1.6	104.6

➤ 売上高計画

2桁成長継続

➤ 売上総利益率計画

前期差+0.4pt見込む

➤ 販管費計画

LOHACO新受取りサービス
先行費用7億円投下

ASKUL Logi PARK 福岡

ASKUL Logi PARK 横浜 稼動

物流センター固定費11億円増加

➤ 営業利益計画

前期差+10億円の95億円

17/5期 連結業績の見通し【事業別】

		16/5期	17/5期	
		実績 億円	計画 億円	前期比 %
売上高	BtoB事業	2,785	2,950	105.9
	LOHACO	328	480	146.1
	eコマース事業	3,113	3,430	110.1
	ロジスティクス事業・その他	36	50	137.9
	連結合計	3,150	3,480	110.5
営業利益	BtoB事業	133	140	105.5
	LOHACO(下記を除く)	△ 27	△ 24	—
	さらなる積極販促	△ 6	△ 6	—
	配送サービス進化	—	△ 7	—
	LOHACO	△ 34	△ 39	—
	eコマース事業	98	100	102.7
	ロジスティクス事業・その他	△ 4	△ 5	—
	中計	93	95	101.6
	決算賞与等	△ 4	—	—
	株価連動型インセンティブ	△ 3	—	—
	連結合計	85	95	111.5

➤ 売上高計画

BtoB事業は**成長継続**

LOHACOは**前期比146.1%の480億円**

➤ 営業利益計画

BtoB事業は**140億円**

LOHACOは **収益性改善**

さらなる認知度向上に向け**積極販促継続**

LOHACO新受取りサービス

△7億円の先行費用投下等

17/5期 連結業績の上・下期見通し

	17/5期 上期			17/5期 下期		
	計画	売上高 比率	前年 同期比	計画	売上高 比率	前年 同期比
	億円	%	%	億円	%	%
売上高	1,660	100.0	110.7	1,820	100.0	110.2
売上総利益	376	22.7	110.5	413	22.7	114.0
販売費および 一般管理費	344	20.7	116.3	350	19.3	108.8
営業利益	32	1.9	71.9	63	3.5	155.0
経常利益	32	1.9	72.2	63	3.5	152.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	18	1.1	64.8	37	2.0	149.2

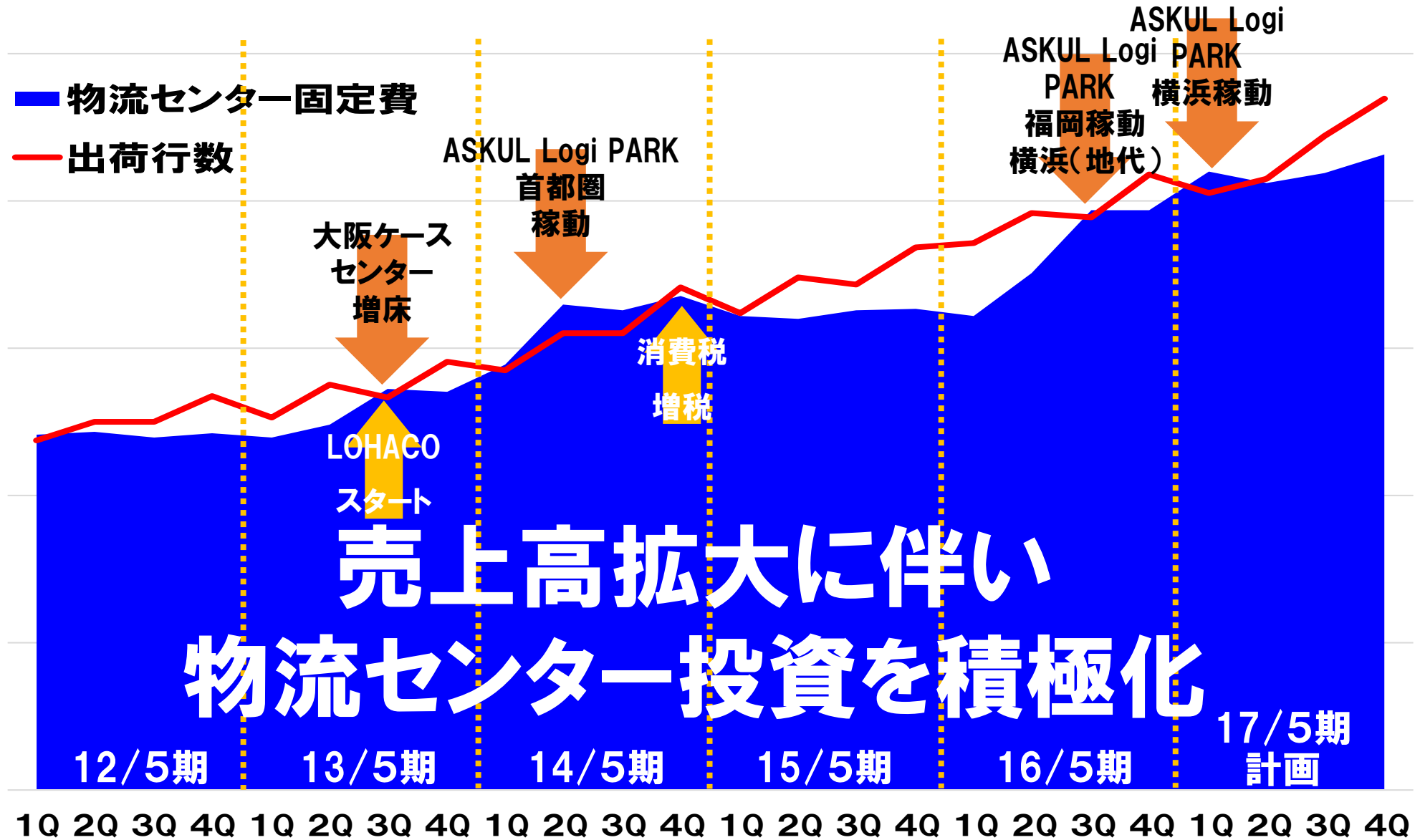
➤ 上期

ASKUL Logi PARK 福岡
ASKUL Logi PARK 横浜
2センター立ち上げにより
一行あたりの
固定費・労務単価が上昇

➤ 下期

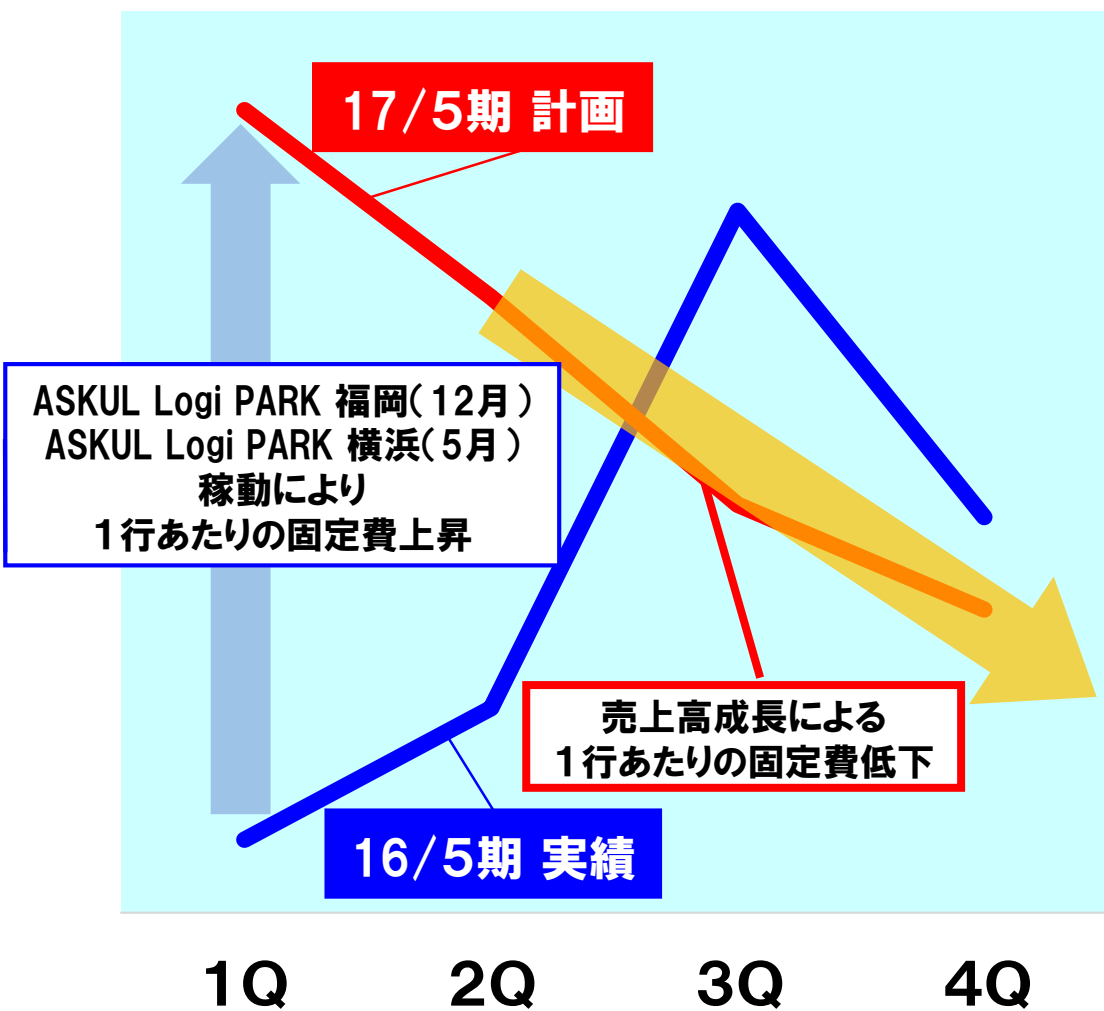
売上高成長・物流センターの
高度自動化により
一行あたりの
**固定費・労務単価が改善
利益成長加速**

物流センター固定費・出荷行数推移

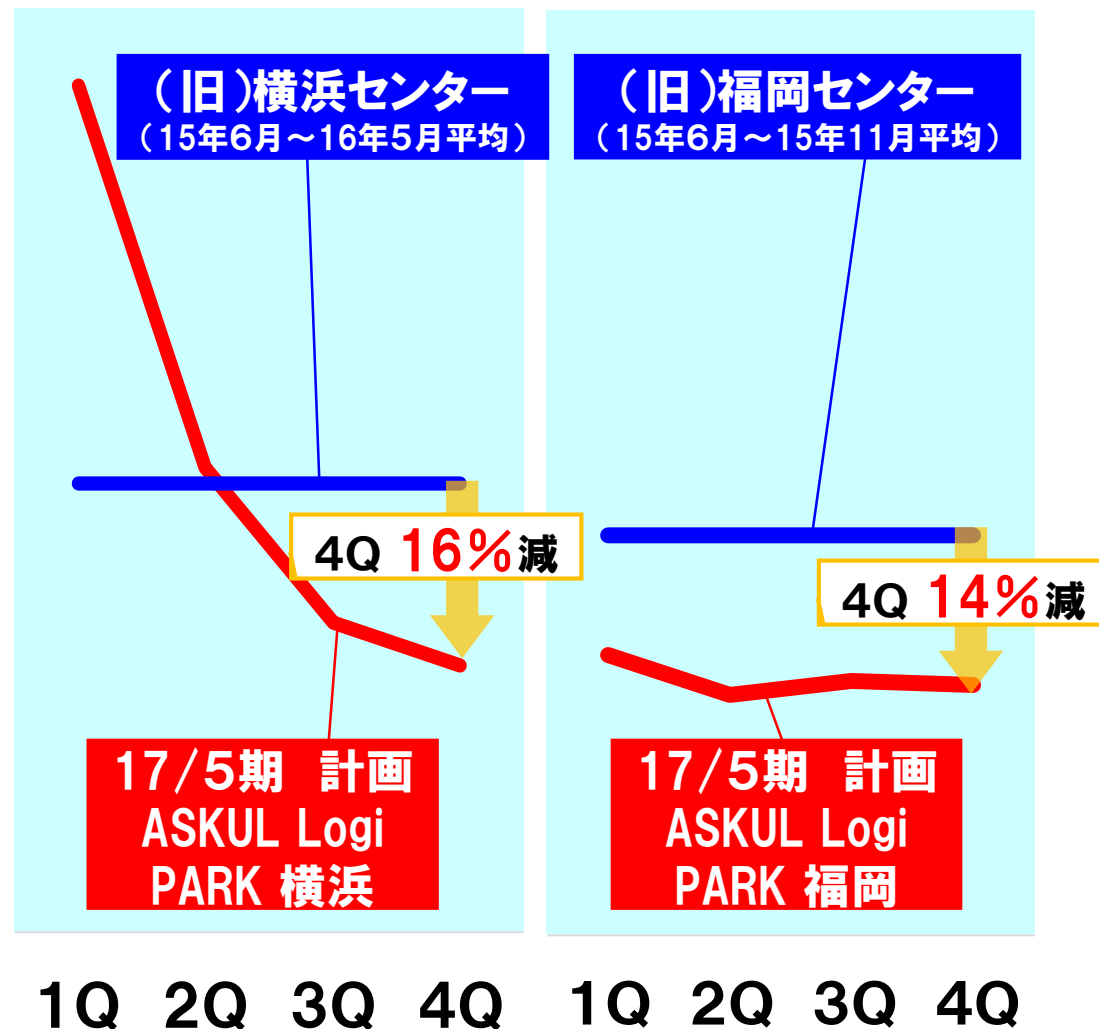


物流センター固定費＝地代、清掃警備費（共益費、水道光熱費、警備費等）＋償却費

オーダー1行あたりの固定費の推移

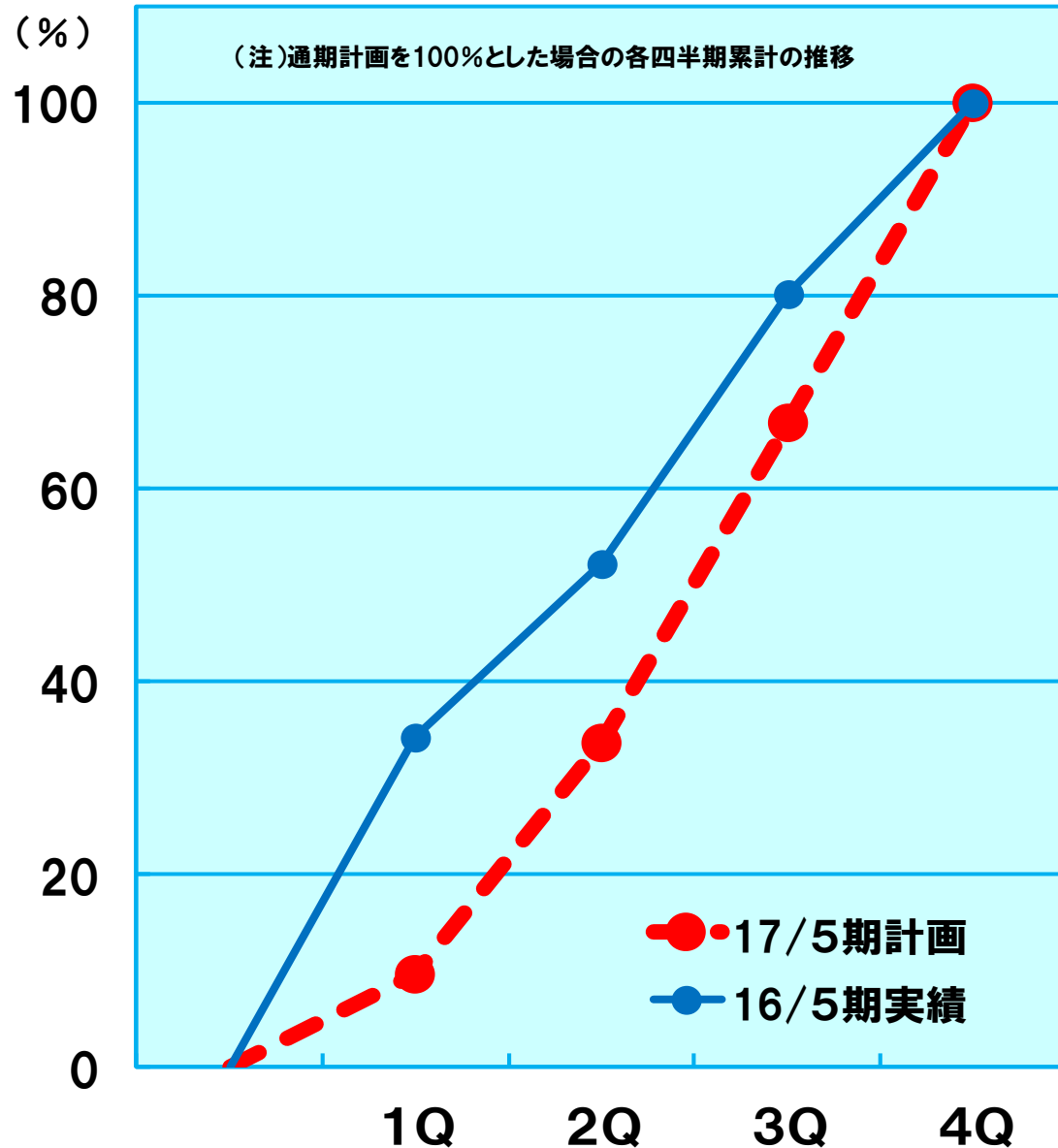


オーダー1行あたりの労務単価の推移



**売上高成長・物流センターの高度自動化により
17/5期下期は利益成長加速**

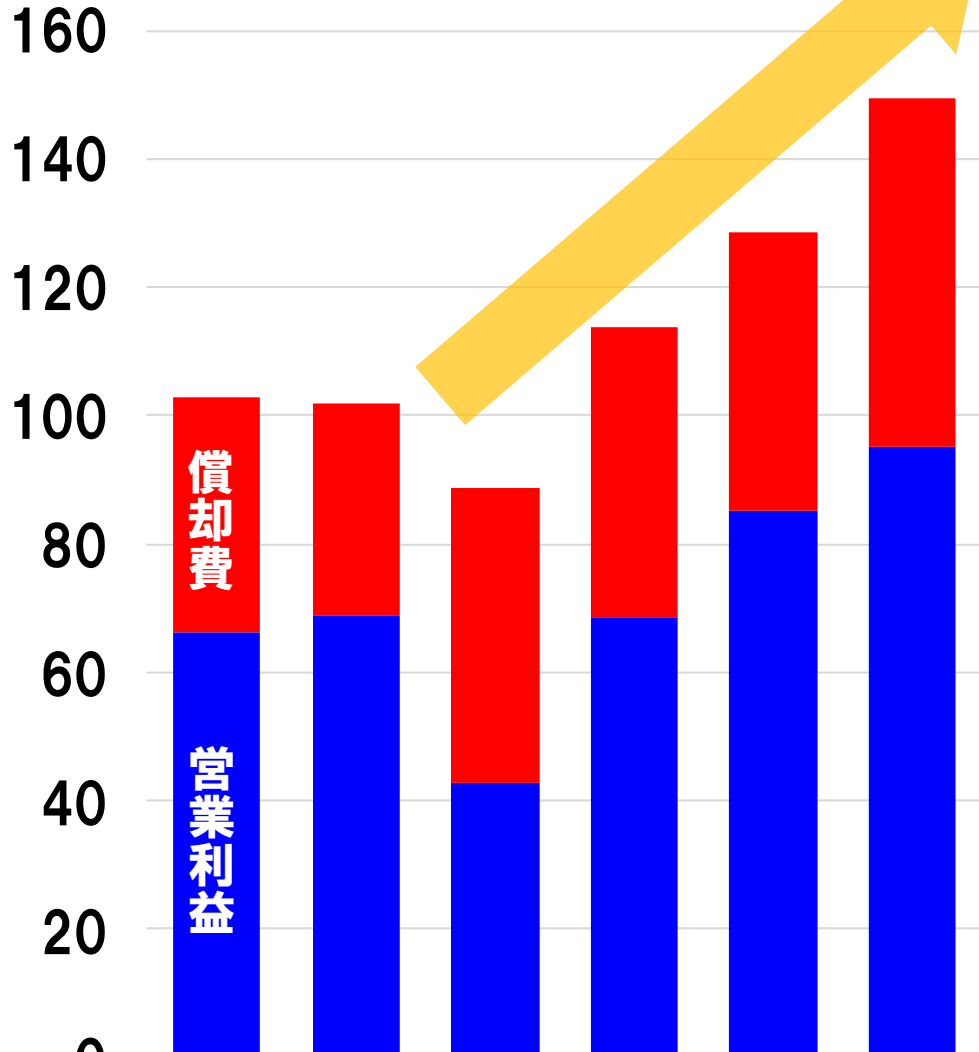
17/5期 連結営業利益 進捗イメージ



**17/5期下期
利益成長加速**

EBITDA 推移

(億円)



営業増益 + 先行投資

17/5期

EBITDA

過去最大へ

12/5期 実績 13/5期 実績 14/5期 実績 15/5期 実績 16/5期 実績 17/5期 計画

I 16年5月期総括

II 17年5月期計画

III ECテクノロジーの強化

IV プラットフォームの進化

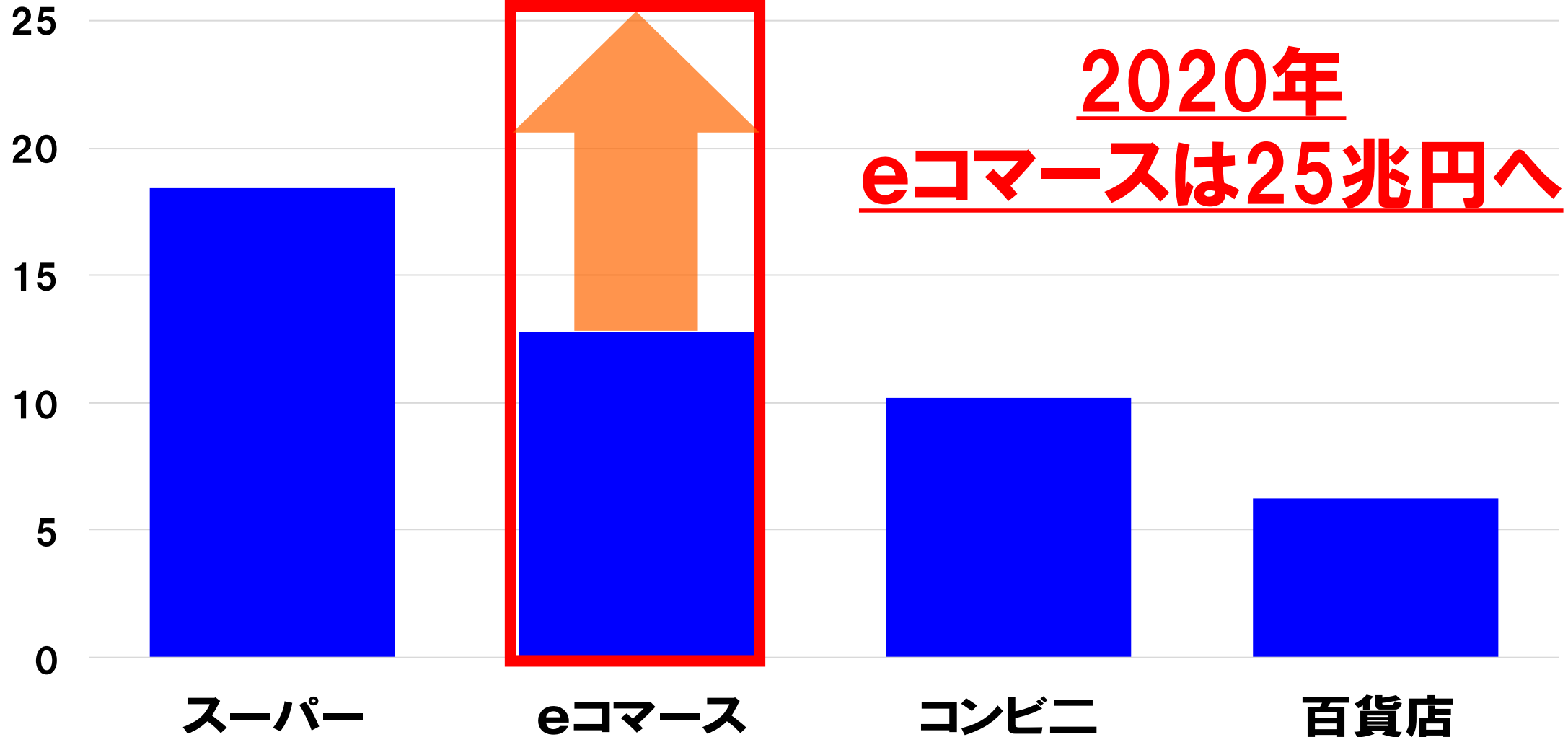
V BtoB事業戦略

VI LOHACO事業戦略

eコマース市場は急拡大

2014年の流通総額

(兆円)



2020年
eコマースは25兆円へ



世界基準の成長をめざし ECCTechnologyを強化

ビッグデータ
AI(人工知能)
ロボティクス

×

物流
マーケティング
メーカーとの
共創

成長スピードを加速

17/5期の全社方針

**イノベーション(新受取りサービス+ロボット導入)により
サービス進化と物流効率化を実現**

**BtoB事業はECテクノロジーと商材拡大により
すべての仕事場で圧倒的No.1へ**

**LOHACOはメーカーとの共創と認知度向上で
第2世代eコマースNo.1へ**

- I 16年5月期総括
- II 17年5月期計画
- III ECテクノロジーの強化
- IV プラットフォームの進化**
- V BtoB事業戦略
- VI LOHACO事業戦略

AI型チャットボット“マナミさん”14年9月より導入



**省人化とお客様満足度向上を実現
すでに6.5人分の仕事、24時間対応を実施**

LOHACO新受取りサービス 8月末スタート

待たないしあわせ。

Happy  On Time

「1時間単位の指定」「30分単位のお届け予定」「10分前の直前お知らせ」

お客様のサービス進化を支える配送を**自社化**で実現
将来の**コストメリット**の創出を視野

新サービスは「3つの時間」を約束

< ☰ LOHACO

6/22(水)朝までのお届け時間 ✕

今日 6/21(火)

- 18-19時
- 19-20時
- 20-21時
- 21-22時
- 22-23時
- 23-24時

明日 6/22(水)

- 6-7時
- 7-8時

< ☰ LOHACO

配送状況 商品の現在地 ご注文内容

2016年6月22日(水)
18:40-19:10
頃にお届けします

お届け日時変更



6/21 18:48 ○ ご注文を承りました

6/22 16:31 ○ 最寄りの配達店を出発しました

18:40-19:10 ○ お届け先到着予定

担当ドライバー
木村 貴光

LOHACO Happy On Time サービスデスク
0120-714-701
受付：8時～22時

電話する

< ☰ LOHACO

配送状況 商品の現在地 ご注文内容

2016年6月22日(水)
**まもなく
お届けします！**



6/21 18:48 ○ ご注文を承りました

6/22 16:31 ○ 最寄りの配達店を出発しました

18:40-19:10 ○ お届け先到着予定

担当ドライバー
木村 貴光

LOHACO Happy On Time サービスデスク
0120-714-701
受付：8時～22時

電話する

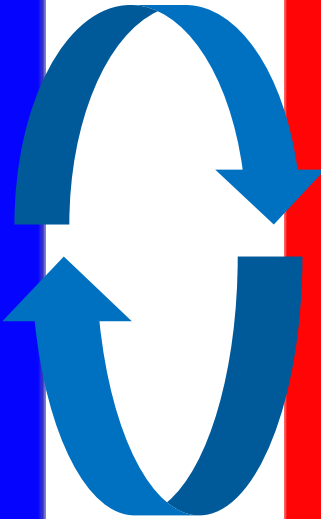
1時間単位の指定 **30分単位**のお届け予定 **10分前**の直前お知らせ

物流ビッグデータ×AIにより最適配送を実現

INPUT

- 配送計画と実績
 - 渋滞情報
 - 気象情報
 - イベント情報
 - 車両情報
 - ドライバー情報
- など

AI
人工
知能

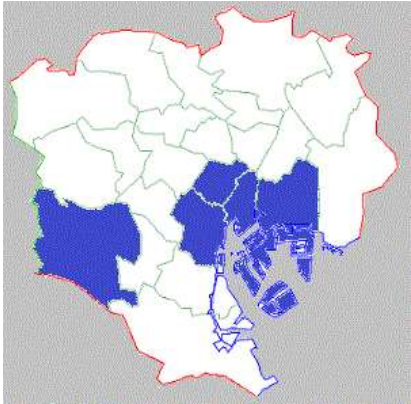


配
送
管
理
シ
ス
テ
ム

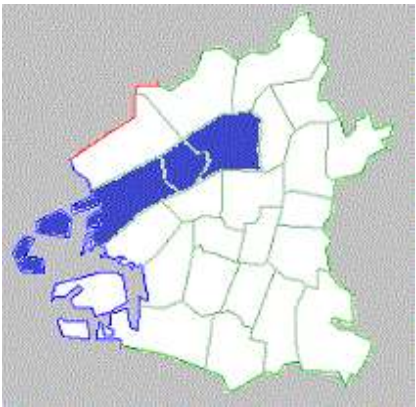
OUTPUT

- 到着時刻
精度向上
(到着時刻誤差、
不在率)
- ◇
- 配送効率
最大化
(積載効率、
配達個数)

16/8月末「Happy On Time」サービス本格開始



**東京：千代田区、中央区、港区、江東区、
世田谷区よりスタート**



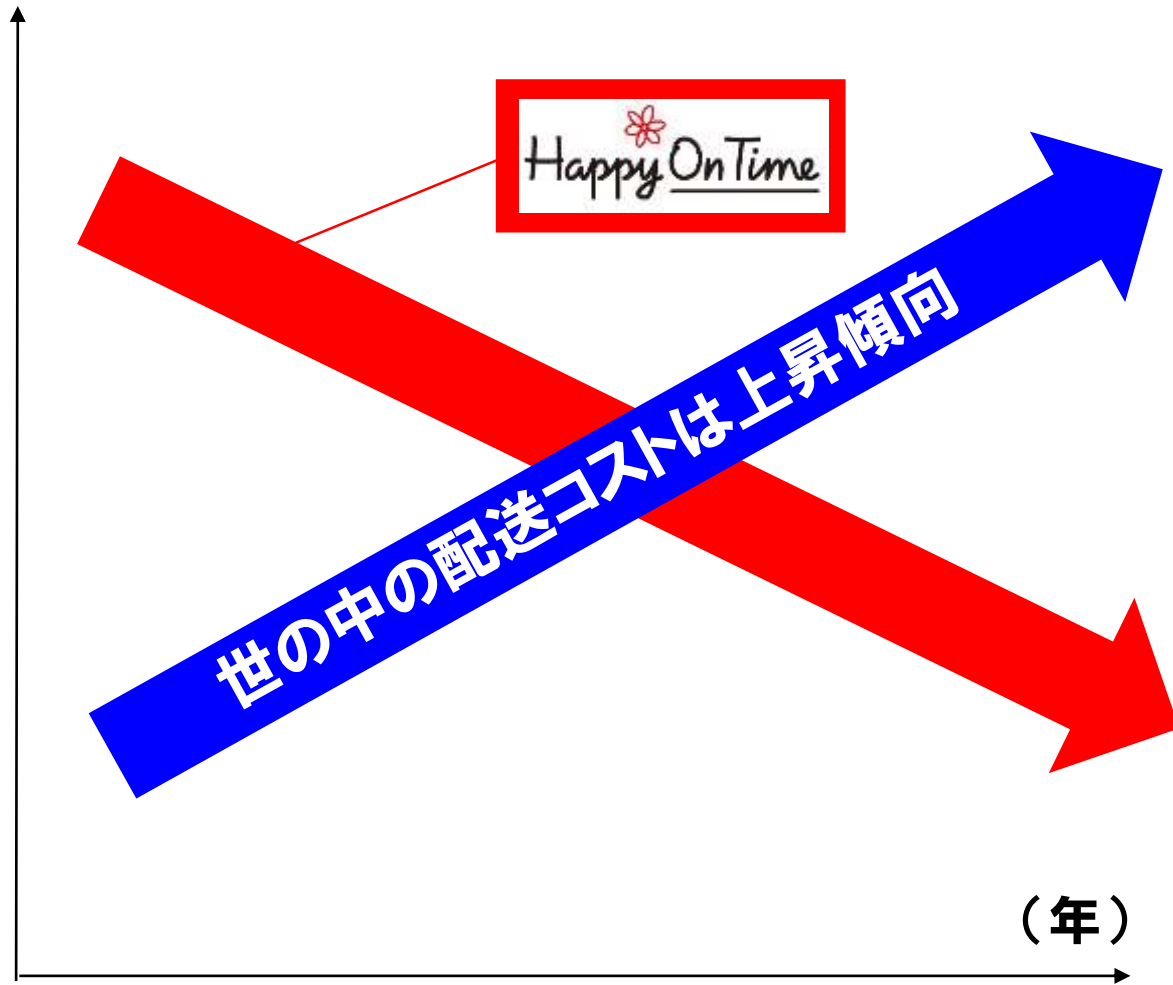
大阪：北区、福島区、此花区よりスタート

※エリアは順次拡大予定

サービス差別化により売上高拡大をめざす

「Happy On Time」配送単価の推移イメージ

(円)



AIによる最適化と
BtoBの荷物を
一緒に運ぶことで
配送単価改善

将来のコストメリットの創出を視野

「Happy On Time」配送による不在率

一般的な
宅配不在率

約20%※1

本サービスの
テストフェーズ

不在率6%※2

※1 出所:平成27年8月25日国土交通省「宅配の再配達が発生による社会的損失の試算について」内の
環境省「平成26年度低炭素地域づくり集中支援モデル事業」調査における不在率
(一日の不在再配達個数/一日の持出個数) 23.5%を元に記載。

※2 本サービス試験導入による実績(2016年5月~同年6月、2時間枠指定の場合)

環境負荷低減に加え
コストダウンにも奏功



**ロボット導入で
さらなる物流の
高度自動化
24時間フル稼働
をめざす**

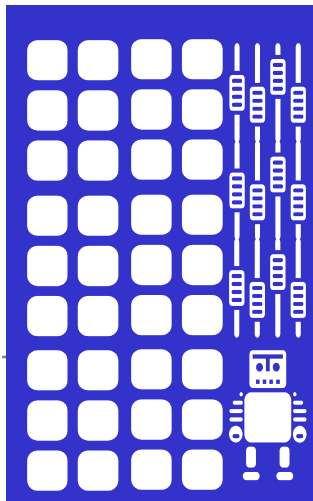
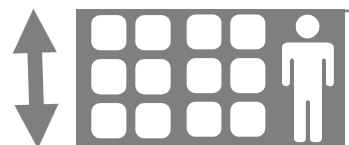
ピッキングロボット導入による効果

商品の在庫効率

人に依存した制約が
無くなり効率

3倍

人が作業
できる高さ



1日の労働時間

8時間稼動から
24時間稼動に

3人分

人

8時間

ロボット

24時間

作業生産性

歩行作業がなくなり
生産性は

3倍

人の作業時間

1/3
ピッキング

2/3
歩行



ロボット

全ての作業が
ピッキング

当社最大、8番目の物流センター新設へ



★ ASKUL Logi PARK 関西 (2017年12月)
本格稼働予定

★ BtoB事業 + LOHACO
● BtoB事業のみ

★ ASKUL Logi PARK 首都圏
(2013年7月)

● 仙台DMC
(2007年8月)

● DCMセンター
(2002年4月)

★ ASKUL Logi PARK 横浜
(2016年5月)

● 名古屋センター
(2004年9月)

● ASKUL Logi PARK 福岡
(2015年12月)

★ 大阪DMC
(2013年5月リニューアル)


ASKUL Logi PARK 関西 概要

- 所在地 : 大阪府吹田市岸部南
3-166-12
- 敷地面積 : 約75,000平方メートル
- 延床面積 : 約165,000平方メートル
- 建物階数 : 地上4階建(全棟賃借)
- 稼働開始 : 2017年12月(予定)



完成イメージ

- ✓ 甲子園球場 4.5個分 **アスкул最大の物流センター**
- ✓ 関西圏の中心部に位置し**お客様へ短時間アクセス**
- ✓ スタッフ向けの食堂を完備した**人に優しいセンター**
- ✓ 環境評価指標「**LEED**」※ **ゴールド認証**を取得予定



物流を制する者が
eコマースを制する

I 16年5月期総括

II 17年5月期計画

III ECテクノロジーの強化

IV プラットフォームの進化

V BtoB事業戦略

VI LOHACO事業戦略

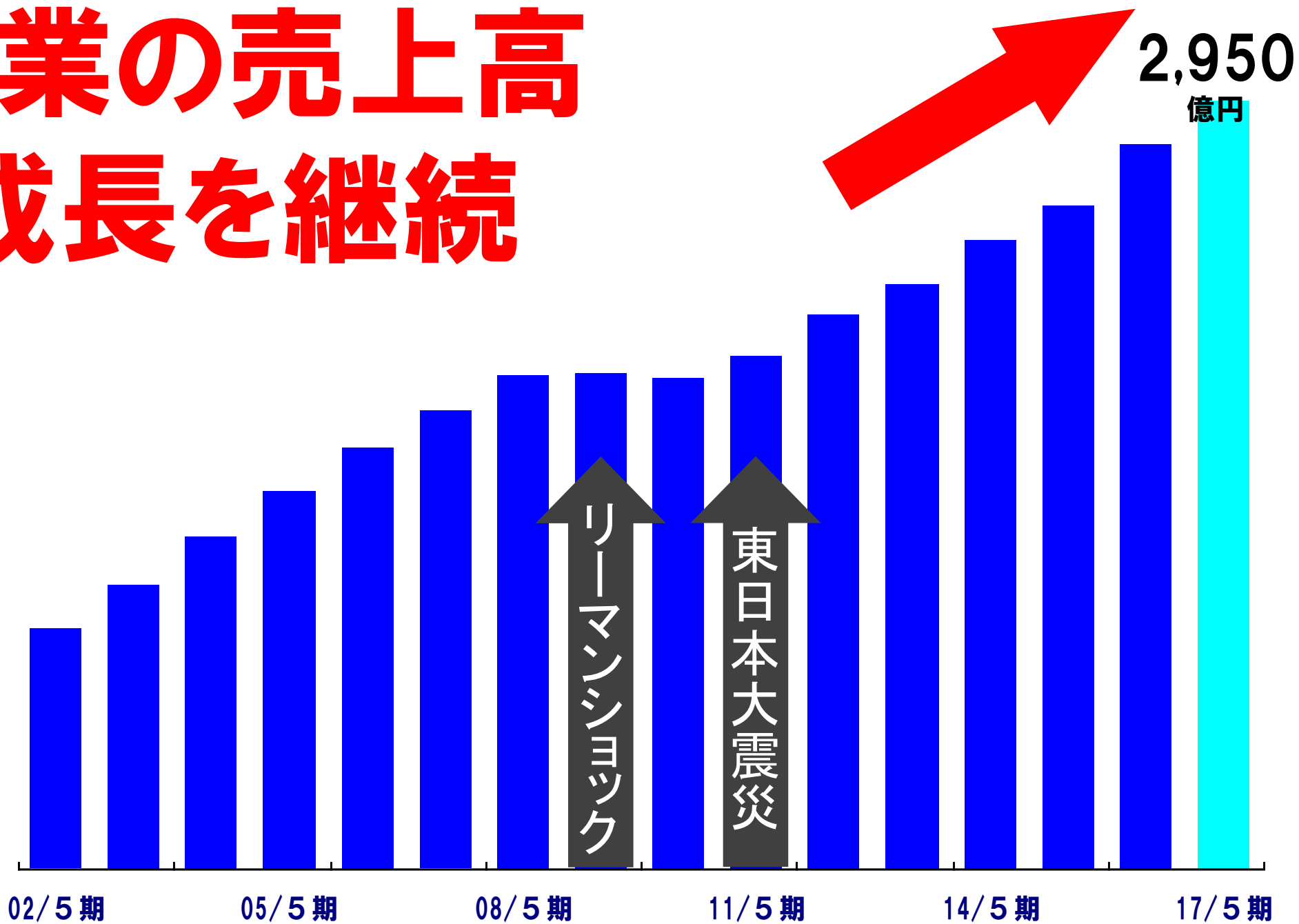
BtoB 事業所向け



ASKUL

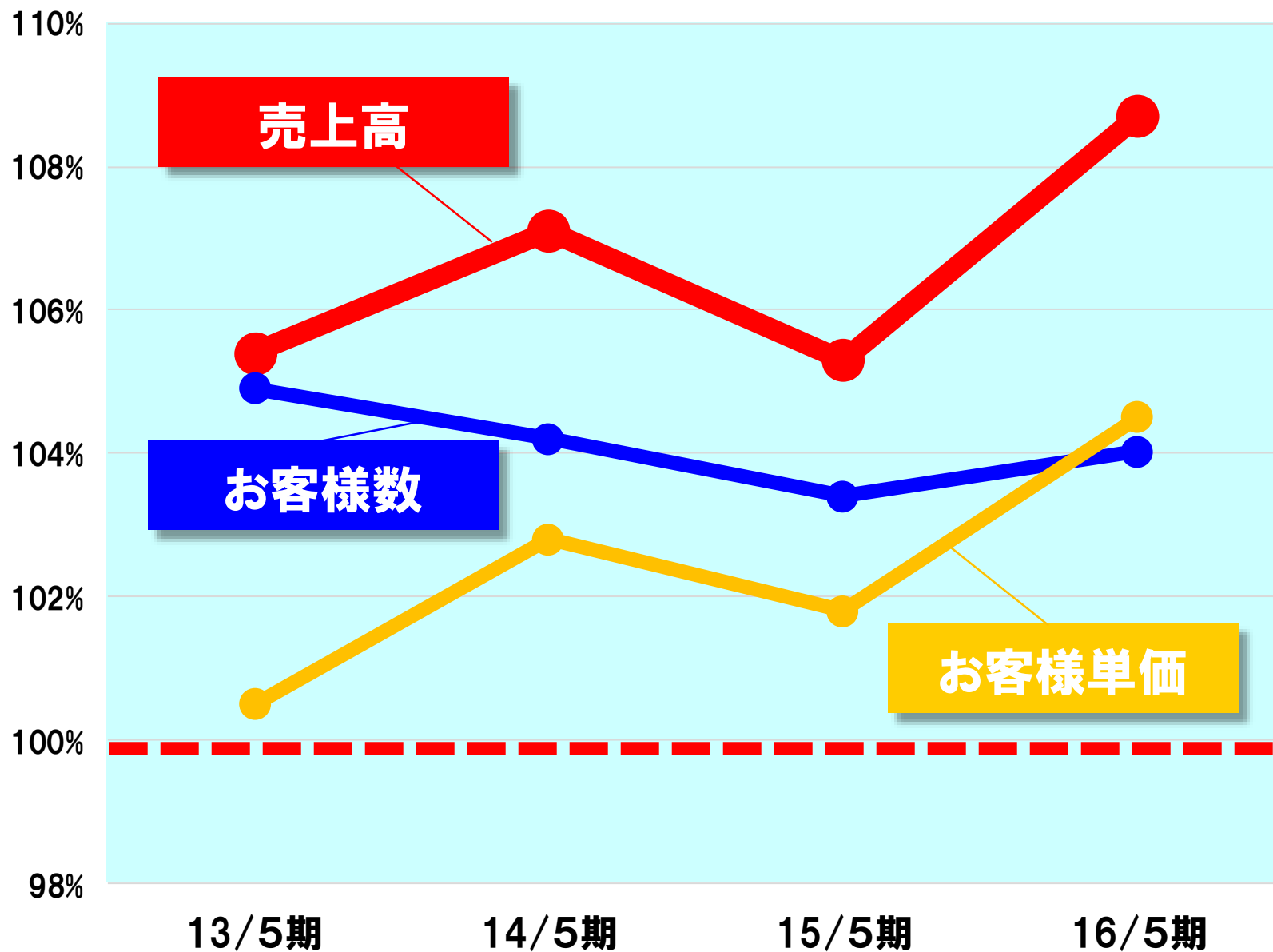
SOLOEL

BtoB事業の売上高 磐石な成長を継続

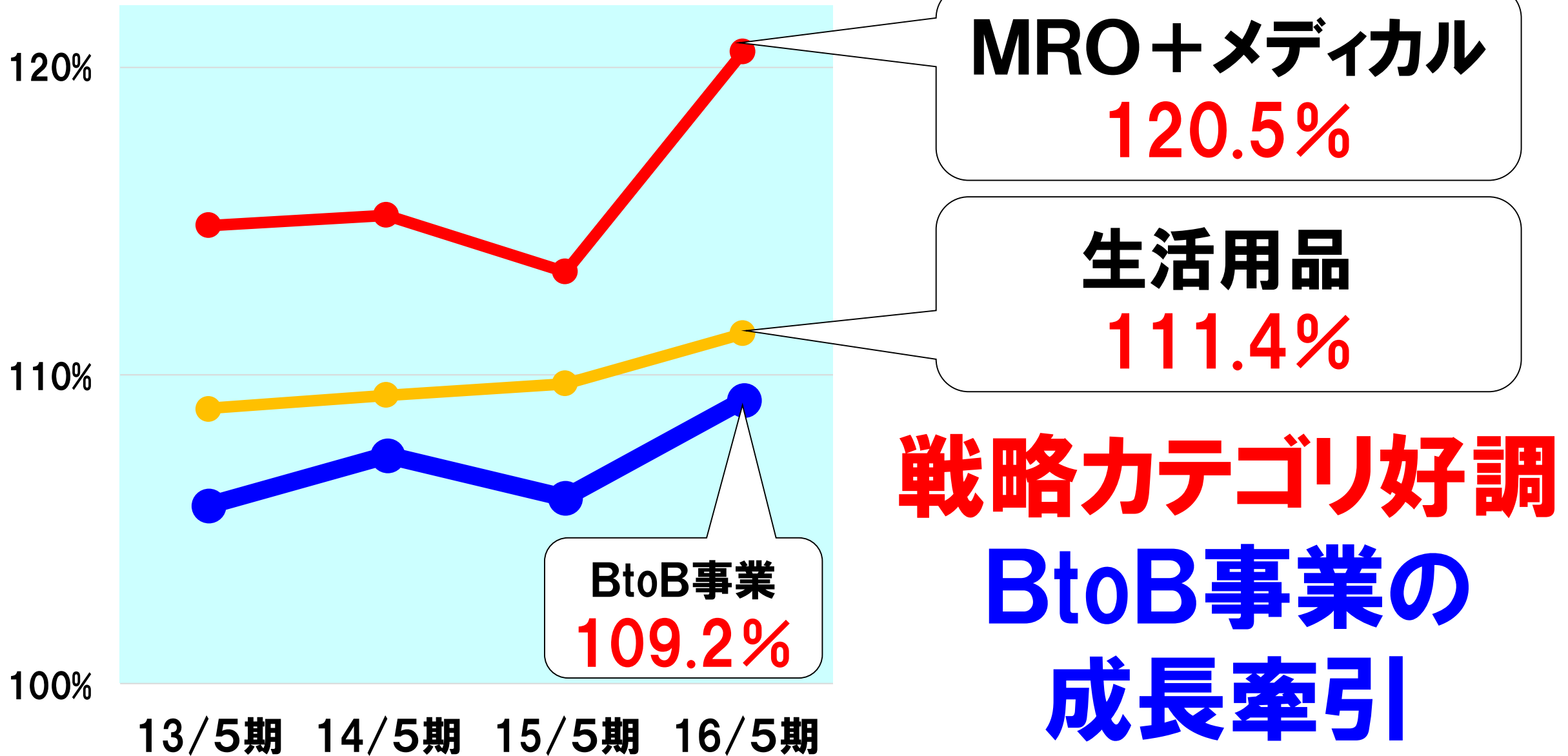


BtoB事業 売上高・お客様数・お客様単価 前期比推移

単体



BtoB事業 品目別売上高 前期比推移



戦略カテゴリ好調
BtoB事業の
成長率引

EC取扱商品数を一気に拡大

(万アイテム)
1,000

商品数
拡大

まずは17/5期に

アイテム数を**約3倍**へ

300
200
100
0

95/5期 97/5期 99/5期 01/5期 03/5期 05/5期 07/5期 09/5期 11/5期 13/5期 15/5期 17/5期
(計画)



LOHACOで得たビッグデータの知見を積極活用



MROマーケティングコンソーシアム

2016年6月1日 開催 参加メーカー **38**社

メディカルサイト「アスクルメデトモ」とアスクルWebサイトを統合

アスクルWebサイト



アスクルメデトモ
(医療材料専用サイト)

7月1日より統合



サイト統合にあわせ、医療業種向けにカタログ改編
配送サービスレベルもアスクルサービスに統一化

オフィス用品と医療材料の ワンストップ・ショッピングを実現

アスクールご利用の 医療業種のお客様

許認可制度により医療材料は
一部の医療業種にしか販売できていなかった

アスクールメデトモ
ご登録の医療業種
のお客様

アスクールによる お客様の稼動促進

+

エーエージェントへの 許認可取得促進



約 10倍

のお客様にリーチ

メディカル事業 PB商品の強化

業種を
意識した
専門品
拡大

業種を意識した汎用品
新ヘッド商品

業種を問わない超汎用品
ヘッド商品

汎用的医療品

ガーゼ、アルコール



専門的医療品

シリンジ、注射針



メーカーとアスクルのダブルネームで限定販売

マスク、グローブ、消毒剤



おむつ



介護向けを中心にさらに拡充

ビッグデータ × AIの相乗効果でサイト進化

累計購買金額

2兆円超の

膨大な

ビッグデータ

×

最先端技術を
活用した

人工知能型

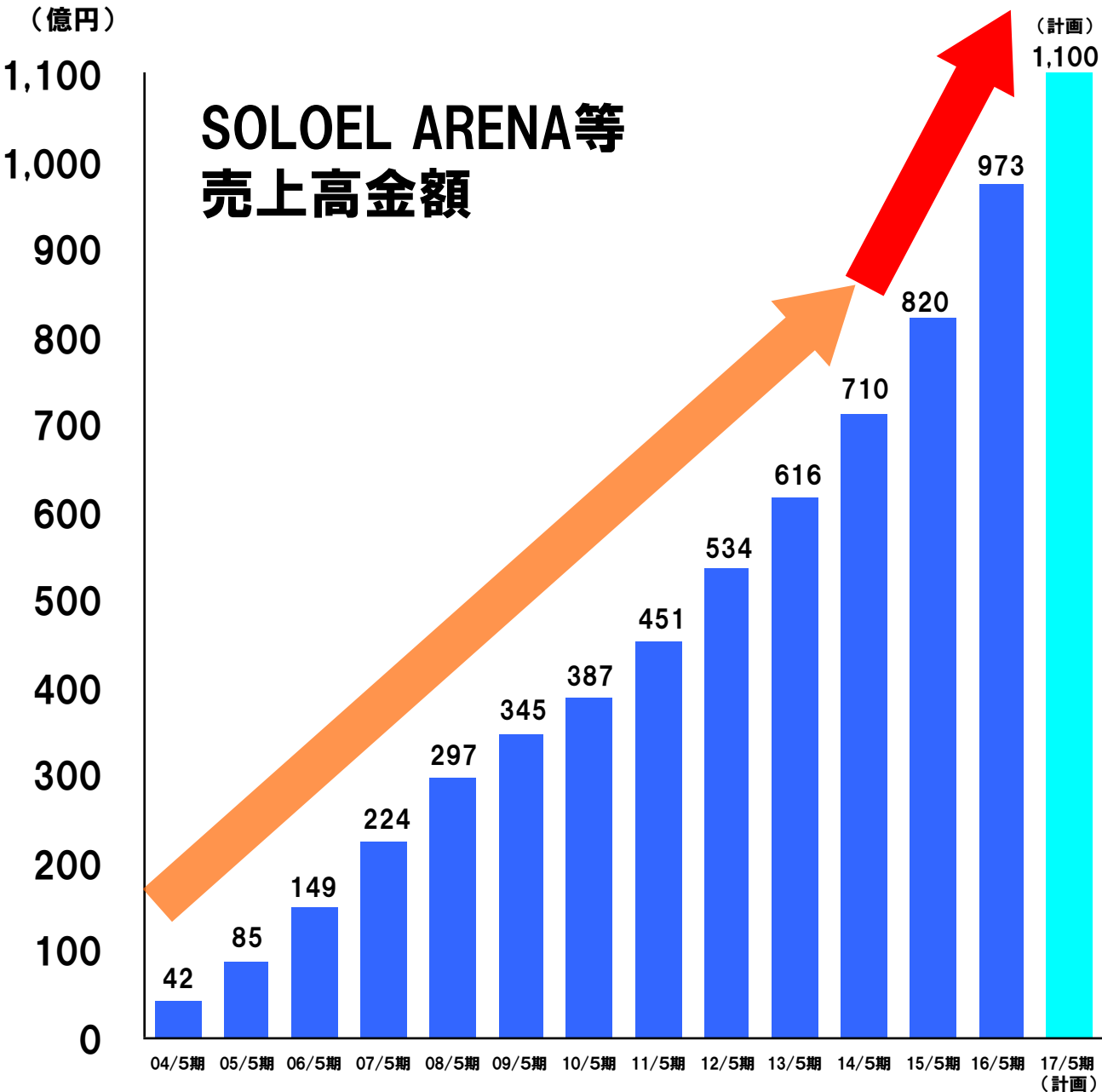
リコメンド

機能

エンジニア増強

1 to 1 強化

電子購買サイト SOLOEL ARENA の進化



1 to 1 のサイト進化により
成長加速

17/5期は
1,100 億円
めざす

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

**BtoB事業はECテクノロジーと商材拡大により
すべての仕事場で圧倒的No.1へ**

I 16年5月期総括

II 17年5月期計画

III ECテクノロジーの強化

IV プラットフォームの進化

V BtoB事業戦略

VI LOHACO事業戦略



今日も、
ロハコで
買ってます。

「あ、買わなくちゃ」も、「これ、欲しいんだよね」も、通勤時間にすませています。

ロハコ 検索 <http://lohaco.jp>



第1世代

嗜好品を単品買いする
ロングテールのEC



第2世代

いつでも、どこでも、
日常使いのEC



LOHACO売上高推移

(億円)

500

400

300

200

100

0

13/5期 14/5期 15/5期 16/5期 17/5期

17/5期 計画
480億円

16/5期 実績
328億円

**第2世代
eコマース
No.1に向けて
売上高
大幅伸張**

6月より、さらなる認知度向上策を実施

新TVCM

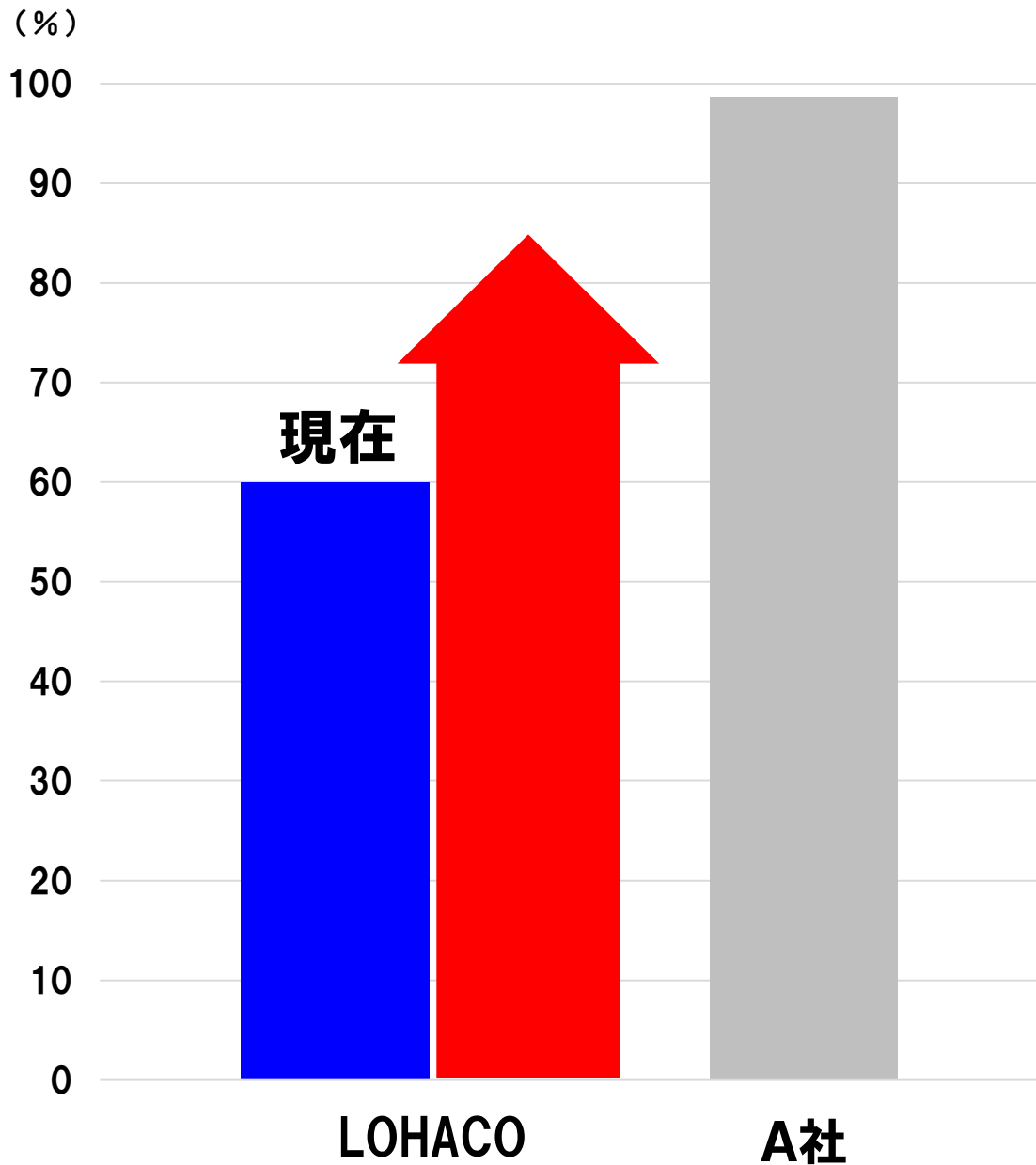
今回も大都市圏を中心に放映
さらなる認知度アップ+サービス訴求

トレインジャック

首都圏4線に拡大展開

(JR山手線、中央線快速、東急田園都市線、東急東横線)
商品タイアップ広告 ラボメーカー17社協賛






ブランド認知度※

85%

をめざす



第2世代eコマースNo.1への成長エンジンは
ECマーケティングラボ

ECマーケティングラボ参加メーカーが成長率引

16/5期 LOHACO売上高実績

第2期参加メーカー(55社平均)

前期比

前期比 全体 **164%** ▶ **201%**

LOHACO ECマーケティングラボ 3期活動開始

55社から99社へ

【第3期参加企業】

アサヒ飲料株式会社、旭化成ホームプロダクツ株式会社、アサヒグループ食品株式会社 アサヒヘルスケア事業本部、アサヒグループ食品株式会社 和光堂事業本部、アサヒビール株式会社、味の素株式会社、味の素ゼネラルフーズ株式会社、Anheuser-Busch InBev Japan株式会社、石光商事株式会社、伊藤忠食品株式会社、株式会社伊藤園、宇治の露製茶株式会社、江崎グリコ株式会社、SSKセールス株式会社、エスエス製薬株式会社、エステートレーディング株式会社、エスピー食品株式会社、NSファーフア・ジャパン株式会社、王子ネピア株式会社、大塚製薬株式会社、オルビス株式会社、花王グループカスタマーマーケティング株式会社、カゴメ株式会社、片岡物産株式会社、亀田製菓株式会社、カルビー株式会社、キーコーヒー株式会社、キッコーマン飲料株式会社、キッコーマン食品株式会社、キューピー株式会社、麒麟ビール株式会社、麒麟ビバレッジ株式会社、株式会社キングジム、月桂冠株式会社、株式会社湖池屋、コカ・コーラカスタマーマーケティング株式会社、コクヨ株式会社、小林製薬株式会社、サーモス株式会社、サッポロビール株式会社、サントリー酒類株式会社、サントリーフーズ株式会社、資生堂ジャパン株式会社、シャチハタ株式会社、ジョンソン株式会社、ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 コンシューマーカンパニー、スリーエムジャパン株式会社、ゼブラ株式会社、第一三共ヘルスケア株式会社、大王製紙株式会社、大正製薬株式会社、大日本除虫菊株式会社、大鵬薬品工業株式会社、常盤薬品工業株式会社、株式会社トンボ鉛筆、株式会社永谷園、ニチバン株式会社、日清シスコ株式会社、日清食品株式会社、日本ケロッグ合同会社、日本製紙クレシア株式会社、日本ヒルズ・コルゲート株式会社、日本ロレアル株式会社、株式会社ネイチャーズウェイ、ネスレ日本株式会社、株式会社ネイチャーラボ、株式会社ハーバー研究所、ハウスウェルネスフーズ株式会社、ハウス食品株式会社、ハラダ製茶株式会社、ひかり味噌株式会社、株式会社ファンケル、富士フイルム株式会社、プラス株式会社ステーションリーカンパニー、プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社、ぺんてる株式会社、ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社、マースジャパンリミテッド、マルコメ株式会社、マルハニチロ株式会社、株式会社Mizkan、株式会社三越伊勢丹ホールディングス、三菱鉛筆東京販売株式会社、株式会社明治、メロディアン株式会社、森永製菓株式会社、山崎産業株式会社、UCC上島珈琲株式会社、ユニ・チャーム株式会社、ユニバーサル・ペーパー株式会社、ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社、ライオン株式会社、ライオン商事株式会社、株式会社良品計画、レキットベンキナー・ジャパン株式会社、レック株式会社、ロート製薬株式会社、株式会社ロッテ、株式会社ワコール（敬称略、50音順、赤字は新規ラボ参加企業）

参加メーカーの協力により、CM連動型の大型販促が実現

ロハコはじめてBOX

新CM開始記念！はじめてのお客様に、スペシャルなセットをご用意。お一人様一箱限り



ベストヒット商品を一箱にはじめての方限定の驚きプライス!!

LOHACO販売価格の合計
¥3,800相当

50%OFF

¥1,900 送料
無料!

ロハコの人気商品18点以上とオリジナルレジヤーパーグが入っています。

購入はこちら >

※画像はイメージです

ロハコではじめてお買い物されるお客様で、Yahoo!JAPAN IDでのログインの方限定。なくなり次第終了とする場合がございます。ご了承ください。

まとめ割

忙しい日々、すぐ必要なもの、ちょっとほしかったもの、まとめてお得に



新CM開始記念企画
最大15%OFF!
忙しい女性&ママ応援!
まとめ割 >

今掲載中の注目のまとめ割っ!

 <p>まとめ割 飲料・お菓子・シリアル 2種類で5%OFF 3種類以上で10%OFF</p>	 <p>まとめ割 コカ・コーラxP&G 買いまわりで最大10%OFF</p>	 <p>まとめ割 忙しい女性・ママ応援! 買いまわり 最大15%OFF</p>	 <p>まとめ割 おつまみ 2点で5%OFF 3点以上で10%OFF</p>	 <p>まとめ割 梅雨のじめじめ対策 2種類で5%OFF 3種類以上で10%OFF</p>
---	--	---	--	---

すべてのまとめ割を見る >>

メーカー **73**社参加、約 **2,500** アイテム提供

SK-IIに続き、資生堂が認定オンラインショップ開設

SK-II公式オンラインショップ



クレンジングから美容乳液まで、フルラインで実感。
初めての方に最適なキットが限定デザインで登場。

フルライン トライアル キット
スプリング バタフライ リミテッド エディション

資生堂カウンセリング化粧品認定ショップ



悩みや肌質に合わせて選べる
資生堂
カウンセリング
化粧品

Tポイント10倍&レビュー100Pキャンペーン開催中>>

HAKU シミ予防に特化した スペシャルブランド HAKU	ELIXIR 毎日ハリを感じたい 女性のためのブランド エリクシール	MAQUILLAGE 翻っばい美しさを 実現する マキアージュ	d 「とまどき顔」を 予防する dプログラム
---	--	---	--

化粧品メーカー**48**社、ブランド数**1000**超に拡大

**LOHACOはメーカーとの共創と
認知度向上で第2世代eコマースNo.1へ**

付 録

16/5期業績(実績)

補足資料

16/5期 品目別売上高

単体

	15/5期		16/5期	
	億円	前期比 %	億円	前期比 %
OA・PC	881	100.8	926	105.1
文具	392	104.0	420	107.2
生活用品	688	122.0	876	127.3
ファニチャー	207	107.7	221	106.7
MRO	216	113.8	252	116.2
その他 (メディカル等)	162	105.6	186	114.9
合計	2,549	108.4	2,883	113.1

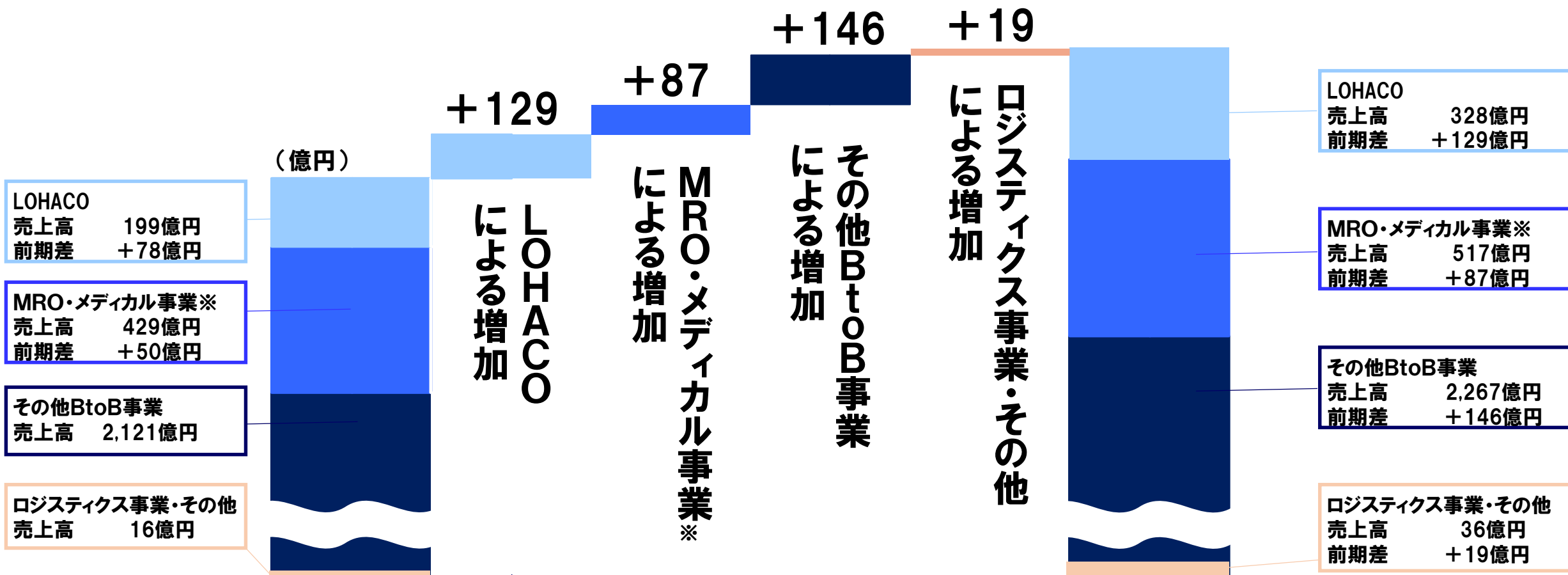
単体売上高も
過去最高

注力品目は
2桁成長継続

16/5期 連結売上高の増加要因

15/5期(実績)
 売上高 2,767億円
 前期差 +235億円
 前期比 109.2%

16/5期(実績)
 売上高 3,150億円
 前期差 +382億円
 前期比 113.8%



※MRO・メディカル事業はLOHACO分を除いております。

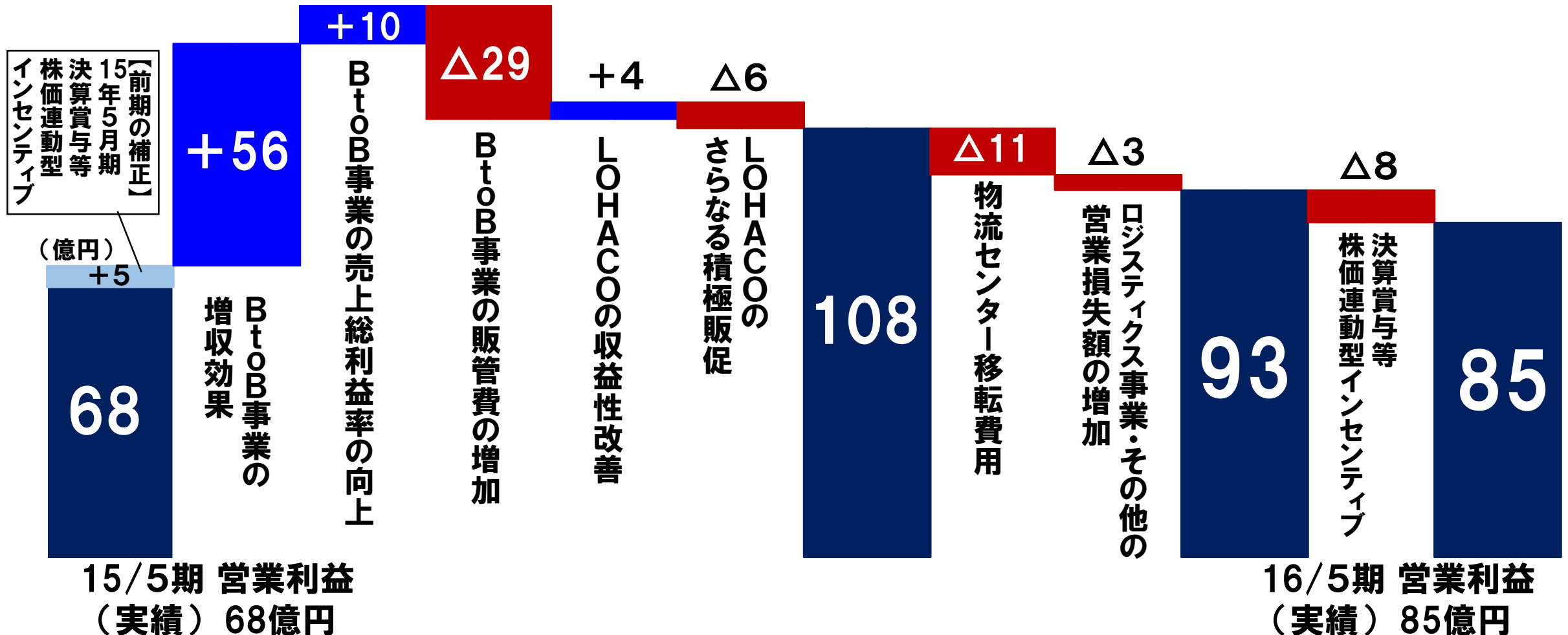
16/5期 連結営業利益の増減要因

15/5期（実績）

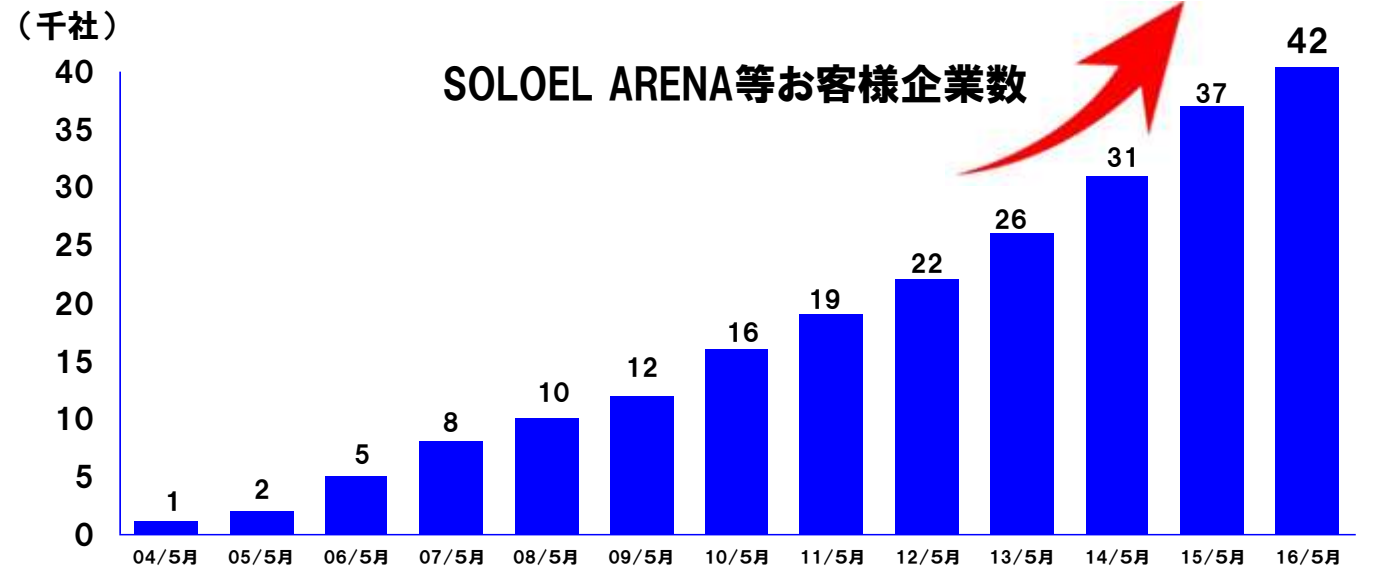
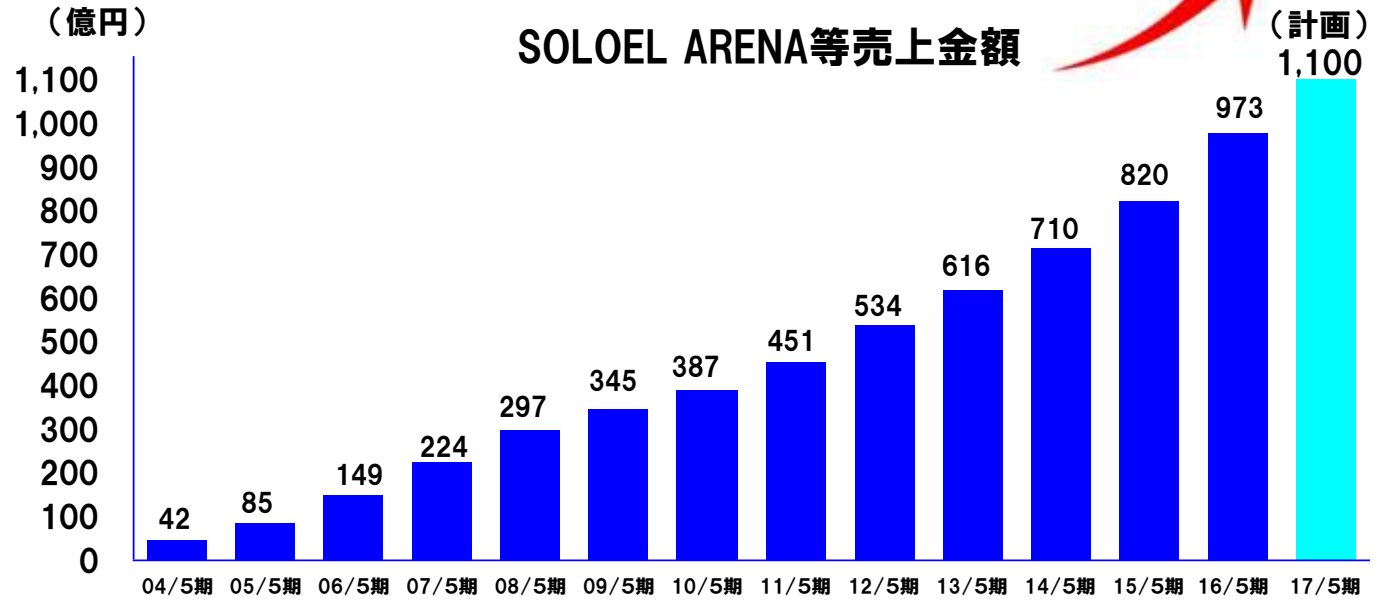
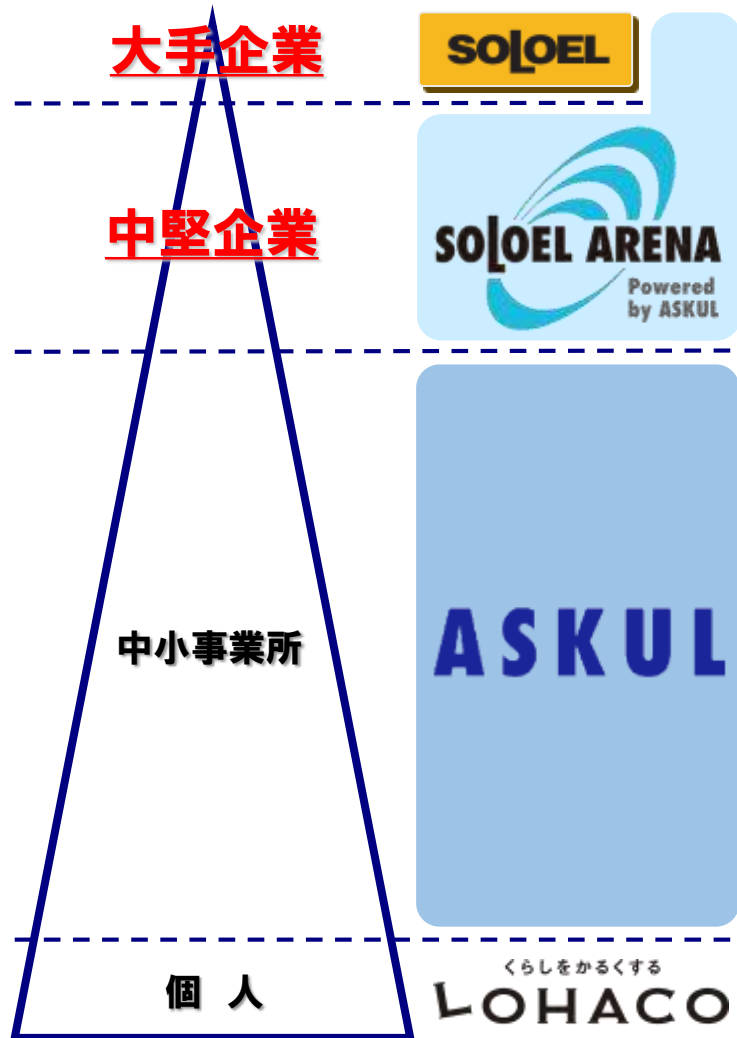
売上高前期比 109.2%
 売上総利益率 22.0%
 販管費比率 19.5%

16/5期（実績）

売上高前期比 113.8%
 売上総利益率 22.3%
 販管費比率 19.6%



SOLOEL ARENAは順調に拡大



16/5期 連結 売上総利益、販売費及び一般管理費

売上総利益額 703億円 前期差 +95億円

売上総利益率 22.3% 前期差 +0.3ポイント

- 継続的な原価低減活動、BtoBとLOHACOのシナジー効果(取引量の増加)、
価格改定(競争優位は堅持)

＜四半期ごとの売上総利益率の推移＞

第1四半期:22.8% 第2四半期:22.6% 第3四半期:21.9% 第4四半期:22.1%

販管費 618億円 前期差 +78億円

売上高販管費比率 19.6% 前期差 +0.1ポイント

- 販促費用、物流センター移転費用等さらなる成長に備えた先行投資の一方、「KAIZEN
活動プロジェクト」の推進や固定費を削減し、ほぼ同じ比率で推移

＜四半期ごとの売上高販管費比率の推移＞

第1四半期:18.8% 第2四半期:20.6% 第3四半期:18.9% 第4四半期:20.1%

＜販管費増の主な内訳＞

・配送運賃	+28.3億円
・業務委託費	+19.1億円

＜固定費圧縮の主な内訳＞

・ソフトウェア償却費	△5.0億円
・業務外注費	△1.2億円

16/5期 連結 設備投資

設備投資額 105億円(年間計画 132億円)

ASKUL Logi PARK 横浜 物流基盤増強 40億円

ASKUL Logi PARK 福岡 物流基盤増強 39億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 36億円(年間計画 38億円)

投資詳細

(単位:百万円)

科目名	15/5期	16/5期	
	金額	金額	前期比
【設備投資額】(注2)	4,528	10,528	+132.5%
有形固定資産(注2)	2,975	8,292	+178.7%
無形固定資産	1,553	2,235	+43.9%
建設仮勘定(注3)	2,212	215	△90.3%
ソフトウェア仮勘定(注3)	491	562	+14.5%

(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) 16/5期の投資額が大きくなっているのは、ASKUL Logi PARK福岡、ASKUL Logi PARK横浜の投資が計上されているためです。

(注3) 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。

16/5期 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

	15/5期	16/5期	前年同期差
インターネット経由	76.7%	78.8%	+2.1ポイント
上記以外	23.3%	21.2%	△2.1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。

オリジナル商品

(単位:アイテム)

	15/5期 5月度	16/5期 5月度	前年同月度差
オリジナル商品数	5,793	7,472	+1,679
単体売上高構成比	17.3%	17.8%	+0.5ポイント
(うちBtoB事業)	(18.9%)	(19.8%)	(+0.9ポイント)

(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&ケアカタログ、メディカルプロカタログ、間接資材カタログを含みます。

17 / 5期業績(計画)

補足資料

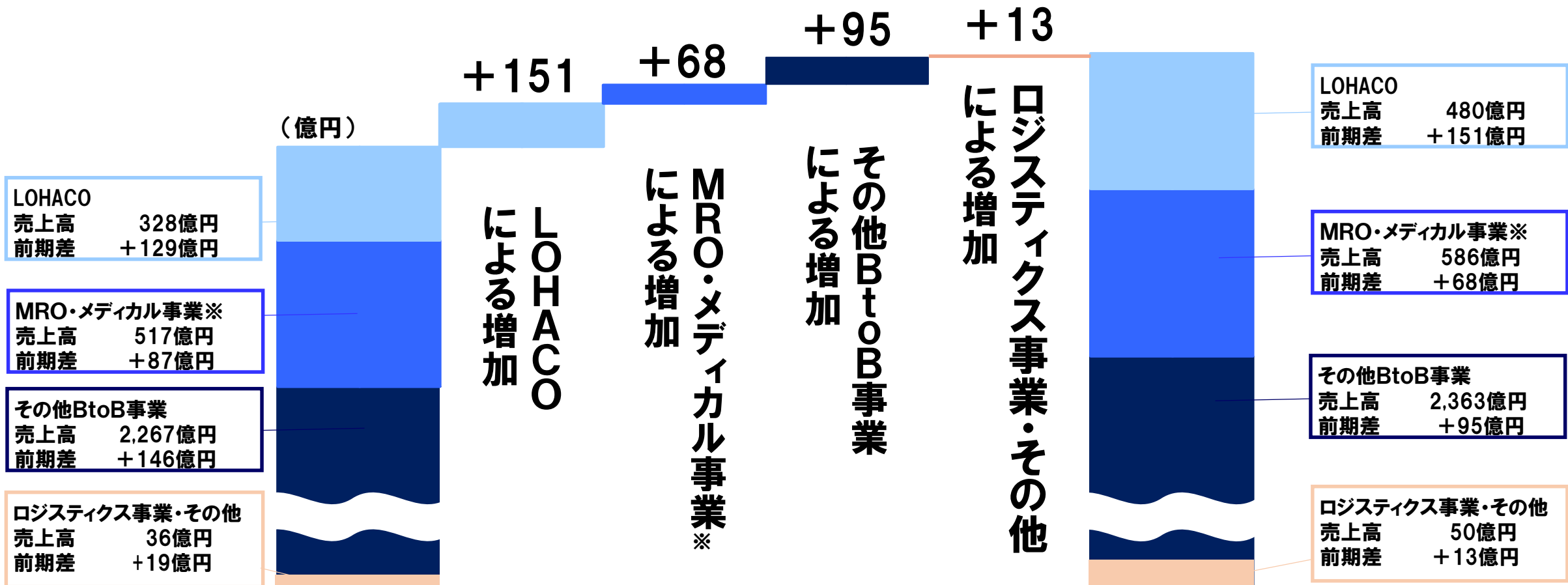
17/5期 連結売上高(計画)の増加要因

16/5期(実績)

売上高 3,150億円
 前期差 +382億円
 前期比 113.8%

17/5期(計画)

売上高 3,480億円
 前期差 +329億円
 前期比 110.5%



※MRO・メディカル事業はLOHACO分を除いております。

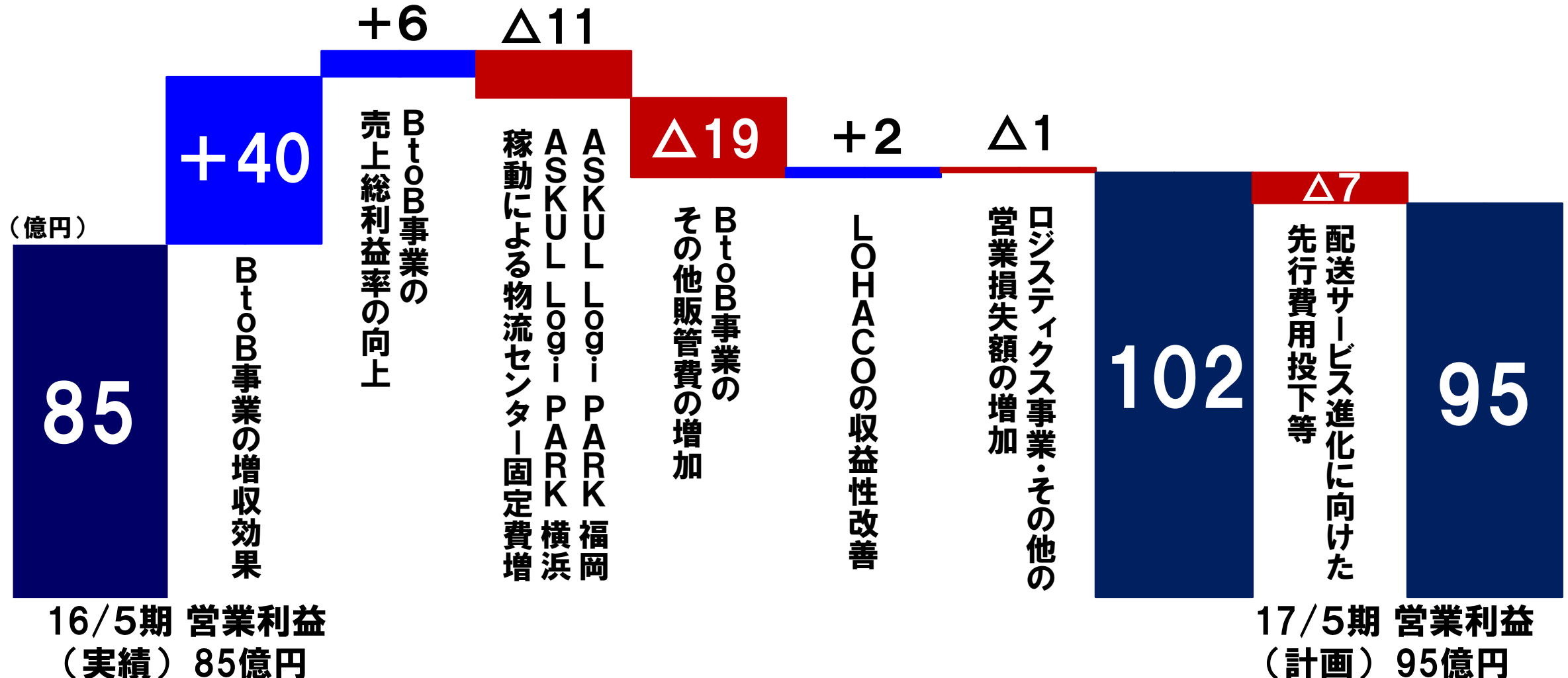
17/5期 連結営業利益(計画)の増減要因

16/5期 (実績)

売上高前期比 113.8%
 売上総利益率 22.3%
 販管費比率 19.6%

17/5期(計画)

売上高前期比 110.5%
 売上総利益率 22.7%
 販管費比率 20.0%



17/5期 連結 設備投資(計画)

設備投資 64億円

【主な内訳】

- ・ ASKUL Logi PARK 首都圏 物流基盤増強 7億円
- ・ 孺恋銘水製造ライン増強 4億円
- ・ メディカルサイト統合 3億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 46億円 (前期差+10億円)