

平成 29 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 (コード番号:2678 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

「2017 年 5 月 期 連 結 業 績 概 要」 の お 知 ら せ

「平成 29 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 「2017 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期は増収、営業増益達成 19/5期の過去最高益更新を目指し、18/5期は攻める

～AVC日高・関西の立ち上げで4Qでの火災影響からの完全復活と新たなバリューを創出～
～商材拡大等のベースの拡充に加え、ECプラットフォームへと進化～

2017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。

「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。

本資料では、ASKUL Logi PARK を「ALP」、ASKUL Value Centerを「AVC」と省略して記載することがございます。

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 17年5月期実績**
- II 18年5月期見通しと一過性費用について**
- III 中期の考え方と18/5期の実行プラン**
- IV BtoB事業戦略**
- V LOHACO事業戦略**

- I 17年5月期実績**
- II 18年5月期見通しと一過性費用について**
- III 中期の考え方と18/5期の実行プラン**
- IV BtoB事業戦略**
- V LOHACO事業戦略**

17/5期 連結業績概要

	16/5期		17/5期				
	実績 百万円	売上高 比率 %	修正予想 (4月5日発表) 百万円	実績 百万円	売上高 比率 %	修正 予想比 %	前期比 %
売上高	315,024	100.0	335,000	335,914	100.0	100.3	106.6
売上総利益	70,328	22.3	—	76,755	22.8	—	109.1
販売費及び 一般管理費	61,810	19.6	—	67,890	20.2	—	109.8
営業利益	8,517	2.7	8,000	8,865	2.6	110.8	104.1
経常利益	8,574	2.7	8,000	8,866	2.6	110.8	103.4
特別利益	1,855	0.6	—	4,946	1.5	—	266.6
特別損失	1,859	0.6	—	11,643	3.5	—	—
税金等調整前 当期純利益	8,569	2.7	—	2,169	0.6	—	25.3
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,255	1.7	未定	1,014	0.3	—	19.3

➤ 売上高

前期比**106.6%** 過去最高額

➤ 売上総利益率

前期差**+0.5pt**

➤ 販管費

代替センター固定費増(一過性含む)および
一時的な物流生産性の悪化14億円

➤ 営業・経常利益

増益達成

➤ 特別利益

受取保険金49億円

➤ 特別損失

うち火災影響112億円

➤ 当期純利益

火災影響を吸収し黒字確保

【参考】火災による17/5期連結業績への影響額

災害損失の範囲	内容	3Q計上額	通期計上額
たな卸資産の滅失損	たな卸 資産	25億円	25億円
取得時簿価から算出した再構築分引当金	固定資産	66億円	66億円
解体・撤去・仮囲い費用等引当金追加計上分		—	12億円
固定資産の滅失損ほか		7億円	7億円
従業員の休業補償ほか		1億円	1億円
合計		101億円	112億円

特別損失112億円を計上

再発防止委員会の活動まとめ

委員長:代表取締役社長 岩田彰一郎
社外有識者も参加

再発防止委員会における指示確認事項

初動対応	初期消火対応のマニュアル化 大規模消防訓練を実施
設備	既存防火・消火設備の稼働確認 行政からの新しい指針への対応
管理体制	チェックを継続し改善を行う管理 体制強化

**再発防止に向け
左記施策を
徹底実施**



2017年6月15日 埼玉西部消防局 大規模総合消防演習（於 AVC日高）

17/5期 連結業績【事業別】

		16/5期	17/5期	
		億円	億円	前期比 %
売上高	BtoB事業	2,785	2,919	104.8
	LOHACO	328	390	118.8
	eコマース事業	3,113	3,309	106.3
	ロジスティクス事業・その他	36	49	136.8
	連結合計	3,150	3,359	106.6
営業利益	BtoB事業(下記を除く)	133	149	112.6
	代替センター固定費増(一過性含む)	—	△3	—
	物流生産性の悪化	—	△6	—
	BtoB事業	133	140	105.3
	LOHACO(下記を除く)	△27	△28	—
	さらなる積極販促	△6	△9	—
	配送サービス進化	—	△4	—
	代替センター固定費増(一過性含む)	—	△1	—
	物流生産性の悪化	—	△2	—
	LOHACO	△34	△46	—
	eコマース事業	98	93	95.2
	ロジスティクス事業・その他	△4	△5	—
	中計	93	88	94.8
	決算賞与等	△4	—	—
	株価連動型インセンティブ	△3	—	—
連結合計	85	88	104.1	

➤ 売上高

BtoB事業は前期比104.8%

LOHACOは火災の影響により390億円、前期比118.8%
(期初計画480億円に対し大幅にショート)

➤ 営業利益

BtoB事業のベース損益は149億円 前期比112.6%

代替センター固定費増(一過性含む)△3億円
一時的な物流生産性の悪化△6億円

LOHACOのベース損益は火災による
売上高への影響もあり△28億円

代替センター固定費増(一過性含む)△1億円
一時的な物流生産性の悪化△2億円

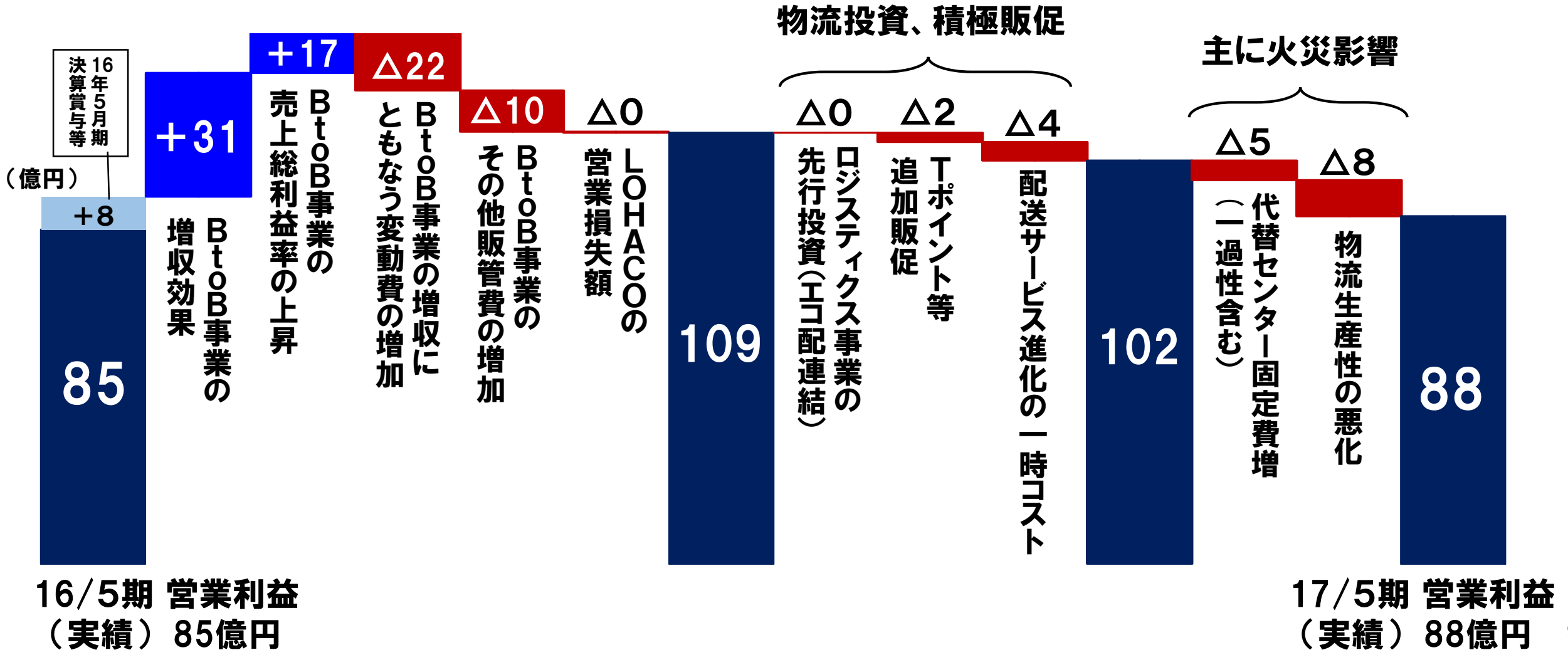
17/5期 連結営業利益の増減要因

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%

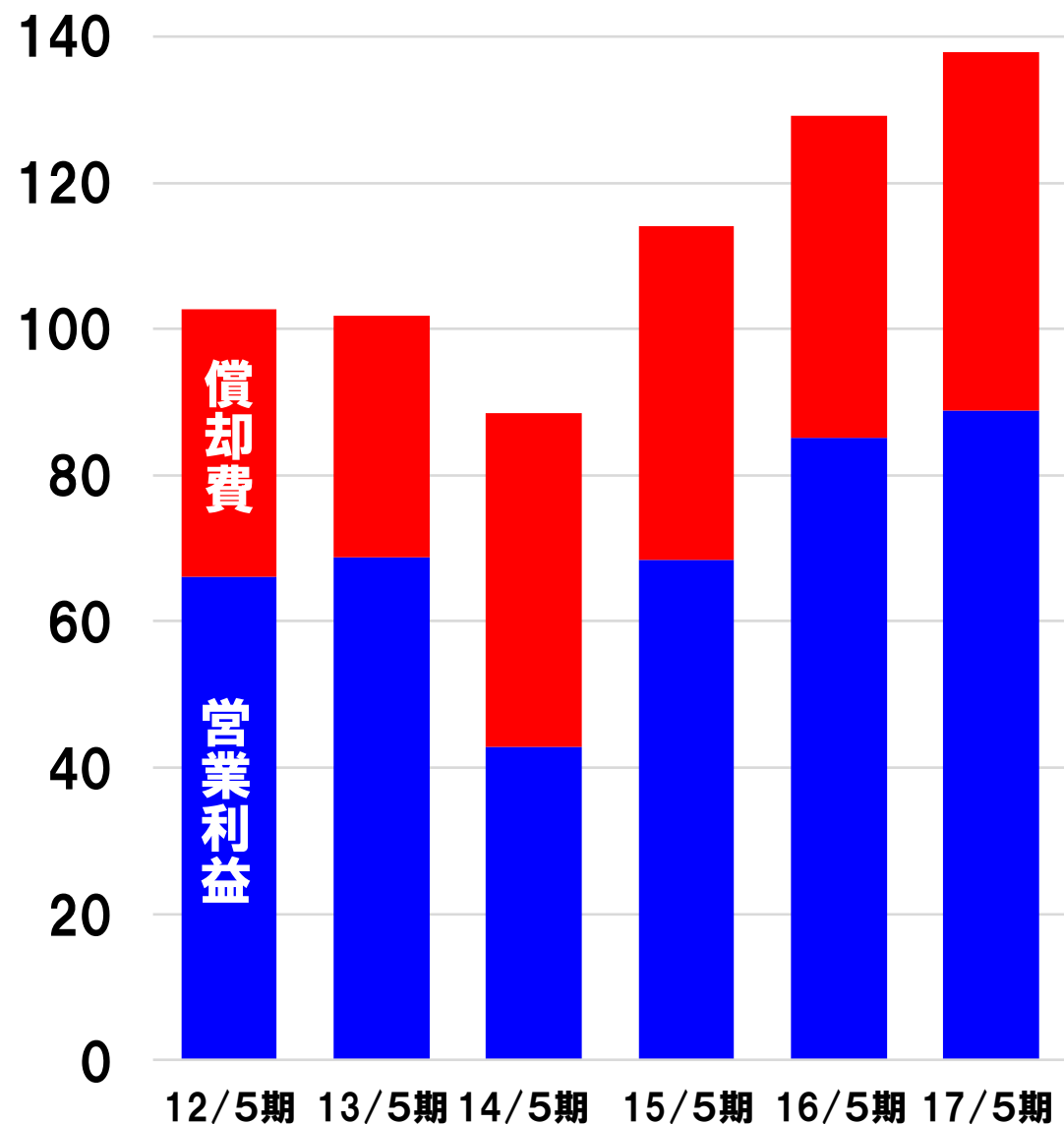
17/5期(実績)

売上高前期比 106.6%
 売上総利益率 22.8%
 販管費比率 20.2%



(億円)

EBITDA 推移



営業増益 + 先行投資

17/5期

EBITDA

過去最大更新

- I 17年5月期実績
- II 18年5月期見通しと一過性費用について
- III 中期の考え方と18/5期の実行プラン
- IV BtoB事業戦略
- V LOHACO事業戦略

18/5期 連結業績の見通し

	17/5期		18/5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	3,359	100.0	3,650	100.0	108.7
売上総利益	767	22.8	861	23.6	112.2
販売費及び 一般管理費	678	20.2	826	22.6	121.7
営業利益	88	2.6	35	1.0	39.5
経常利益	88	2.6	30	0.8	33.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	10	0.3	15	0.4	147.8

➤ **売上高**
108.7%成長継続

➤ **売上総利益率**
前期差+0.8pt見込む

➤ **販管費**
物流生産性の悪化29億円
(販管費比率への影響+0.8pt)

物流固定費増(一過性含む)52億円
(販管費比率への影響+1.4pt)

➤ **営業利益**
35億円

18/5期 連結業績の見通し【事業別】

		17/5期	18/5期	
		実績 億円	計画 億円	前期比 %
売上高	BtoB事業	2,919	3,050	104.5
	LOHACO	390	455	116.6
	BtoC事業(チャーム含む)	390	545	139.7
	eコマース事業	3,309	3,595	108.6
	ロジスティクス事業・その他	49	55	110.9
	連結合計	3,359	3,650	108.7
営業利益	BtoB事業(下記を除く)	146	157	108.0
	代替センター固定費増(一過性含む)	—	△9	—
	物流生産性の悪化	△6	△14	—
	BtoB事業	140	134	95.9
	LOHACO(下記を除く)	△43	△39	—
	代替センター固定費増(一過性含む)	—	△10	—
	物流生産性の悪化	△2	△14	—
	LOHACO	△46	△65	—
	BtoC事業(チャーム含む)	△46	△64	—
	eコマース事業	93	69	74.5
	ロジスティクス事業・その他	△5	△3	—
	中計	88	66	75.3
	AVC関西 立ち上げによる 物流固定費増(一過性含む)	—	△31	—
連結合計	88	35	39.5	

➤ 売上高計画

BtoB事業は盤石な成長継続104.5%
LOHACOは前期比116.6%の455億円

➤ 営業利益計画

BtoB事業は157億円
代替センター固定費増(一過性含む)△9億円
一時的な物流生産性の悪化△14億円
LOHACOはベース損益改善
代替センター固定費増(一過性含む)△10億円
一時的な物流生産性の悪化△14億円
AVC関西の立ち上げによる
物流固定費増(一過性含む)△31億円

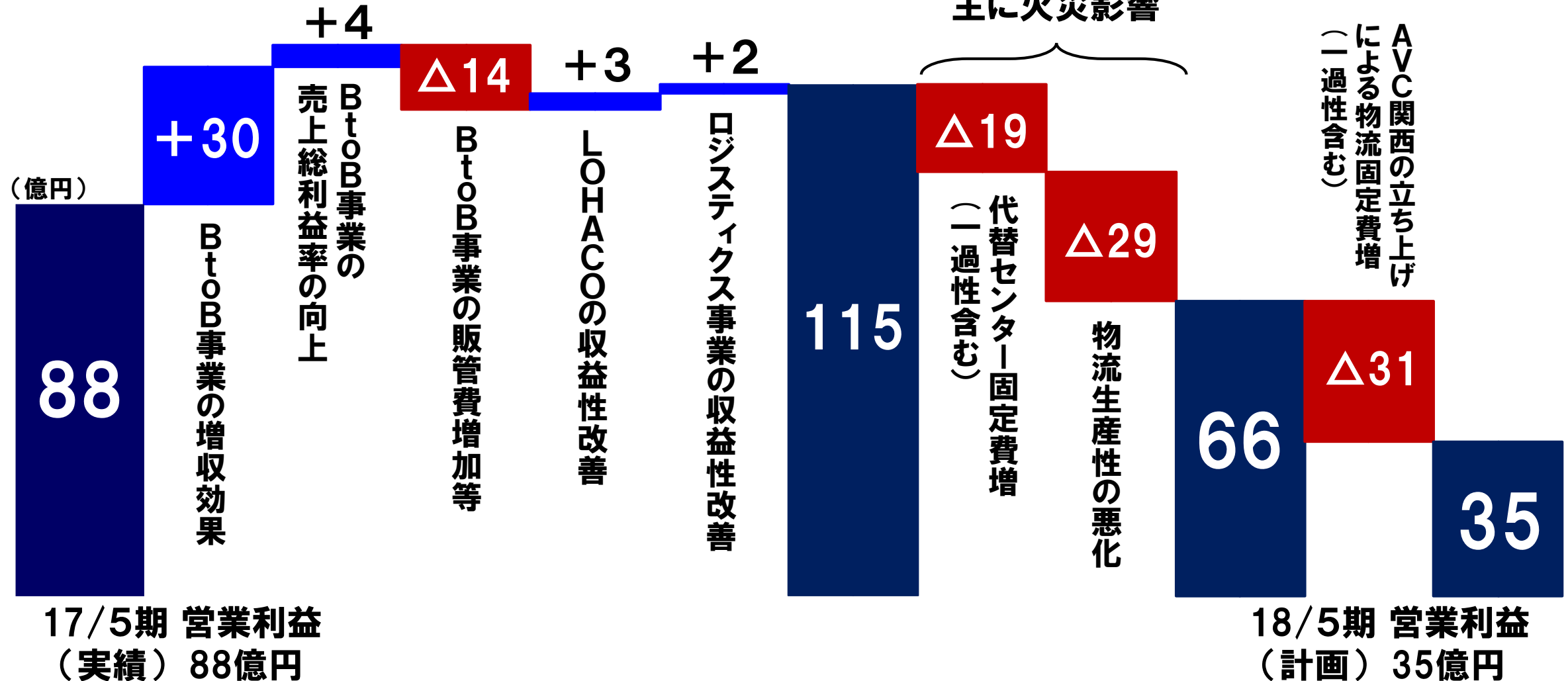
18/5期 連結営業利益(計画)の増減要因

17/5期(実績)

売上高前期比 106.6%
 売上総利益率 22.8%
 販管費比率 20.2%

18/5期(計画)

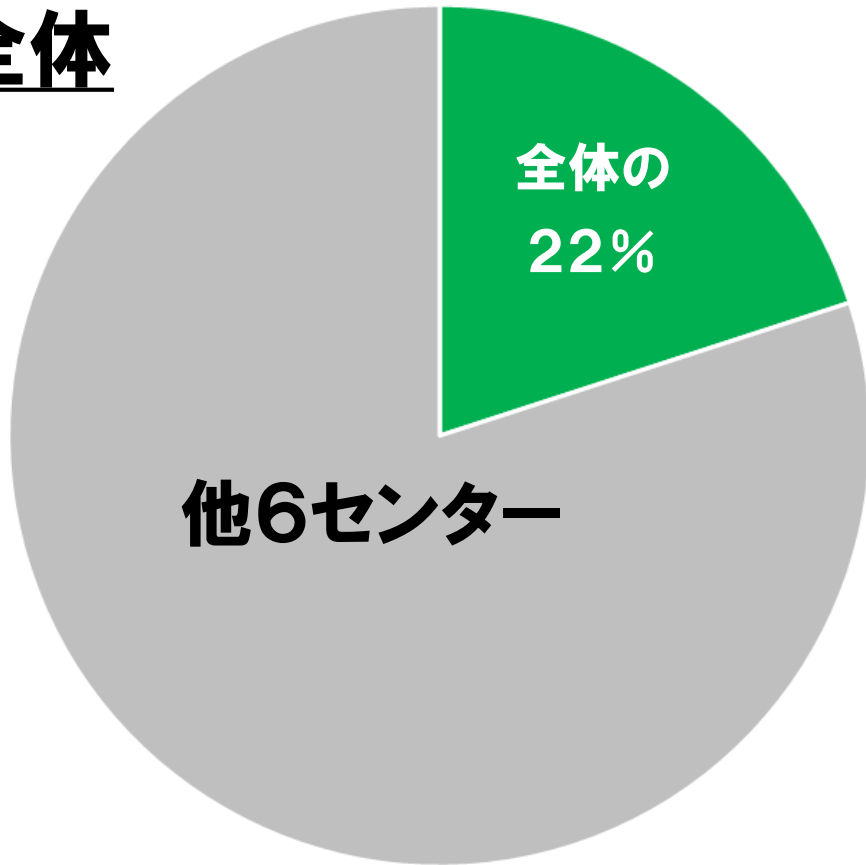
売上高前期比 108.7%
 売上総利益率 23.6%
 販管費比率 22.6%



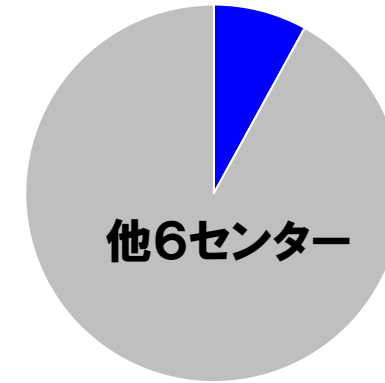
ASKUL Logi PARK 首都圏の物量シェア(火災前)

17/5期3Q
資料

全体



BtoB

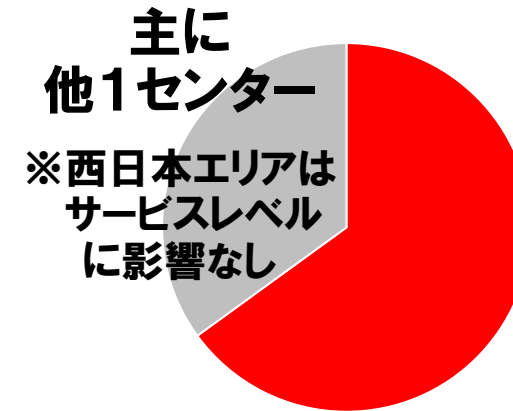


BtoBの

9%

シェアが小さく
影響は限定的

LOHACO



LOHACOの

62%

シェアが62%と
非常に大きい

出荷能力拡大にむけた新センター立ち上げ

17/5期3Q
資料

雇用の継続350名

AVC日高

2017年3月
5,400㎡

所沢
ASKUL Logi PARK
首都圏

DCMセンター

新砂

2017年4月
23,500㎡

2017年4月
45,300㎡

平和島

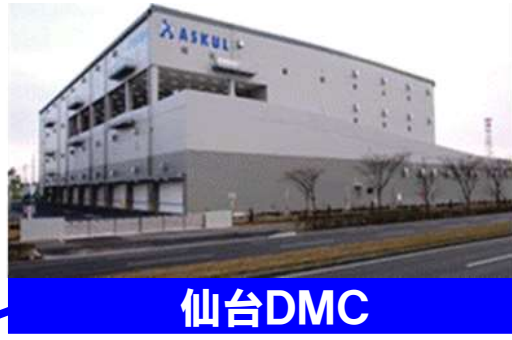
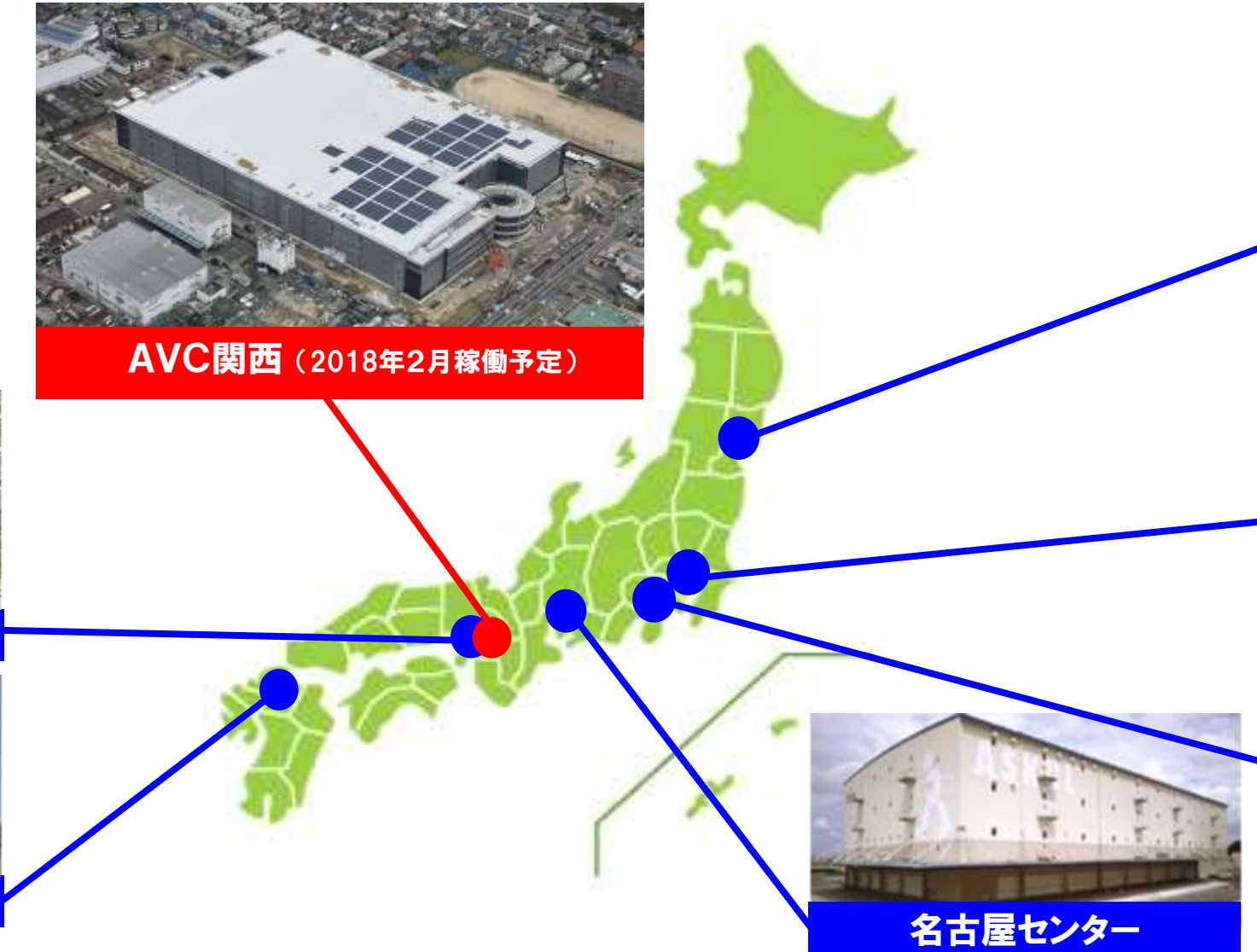
八潮

ASKUL Logi PARK
横浜

2017年3月
2ヶ所で
11,700㎡

ASKUL Logi PARK 首都圏に
勤務していたスタッフの雇用
継続と早期復旧を最優先

アスクル最大・最新鋭の物流センター ASKUL Value Center (AVC) 関西の立ち上げ



2大業績課題の解決(まとめ)

(単位:億円)

		18/5期				
		1Q	2Q	3Q	4Q	
関東エリア 主に火災影響の克服	一過性費用	9.2	5.6	5.0	3.6	・24時間稼働縮小 ・代替センター吸収 19/5期はさらに改善
		合計23.6				
	恒常性費用	3.2	4.2	4.7	4.9	19/5期以降は売上高拡大により固定費比率を改善
		合計17.1				
関西エリア 主に出荷能力の増強	一過性費用	2.5	13.8	8.6	1.6	・効率性の高いセンターの稼働率向上 ・立ち上げ時コストの解消 19/5期はさらに改善
		合計26.6				
	恒常性費用	0.0	0.5	5.9	8.6	19/5期以降は売上高拡大により固定費比率を改善
		合計15.1				

2大業績課題の解決(詳細)

関東エリア

(単位:億円)

		18/5期				合計	
		1Q	2Q	3Q	4Q		
変動費	一過性費用 物流生産性の悪化 (24時間稼働・代替センターでの手作業増加等)	7.6	4.5	4.1	2.8	19.2	<ul style="list-style-type: none"> ・24時間稼働縮小 ・代替センター吸収 19/5期はさらに改善
固定費	一過性費用 代替センター地代等	1.6	1.1	0.8	0.8	4.4	19/5期以降は売上高拡大により固定費比率を改善
	恒常性費用 AVC日高・新砂地代・償却費	3.2	4.2	4.7	4.9	17.1	
	固定費計	4.9	5.3	5.5	5.7	21.6	
合計		12.5	9.9	9.7	8.6	40.8	
一過性費用		9.2	5.6	5.0	3.6	23.6	
恒常性費用		3.2	4.2	4.7	4.9	17.1	

2大業績課題の解決(詳細)

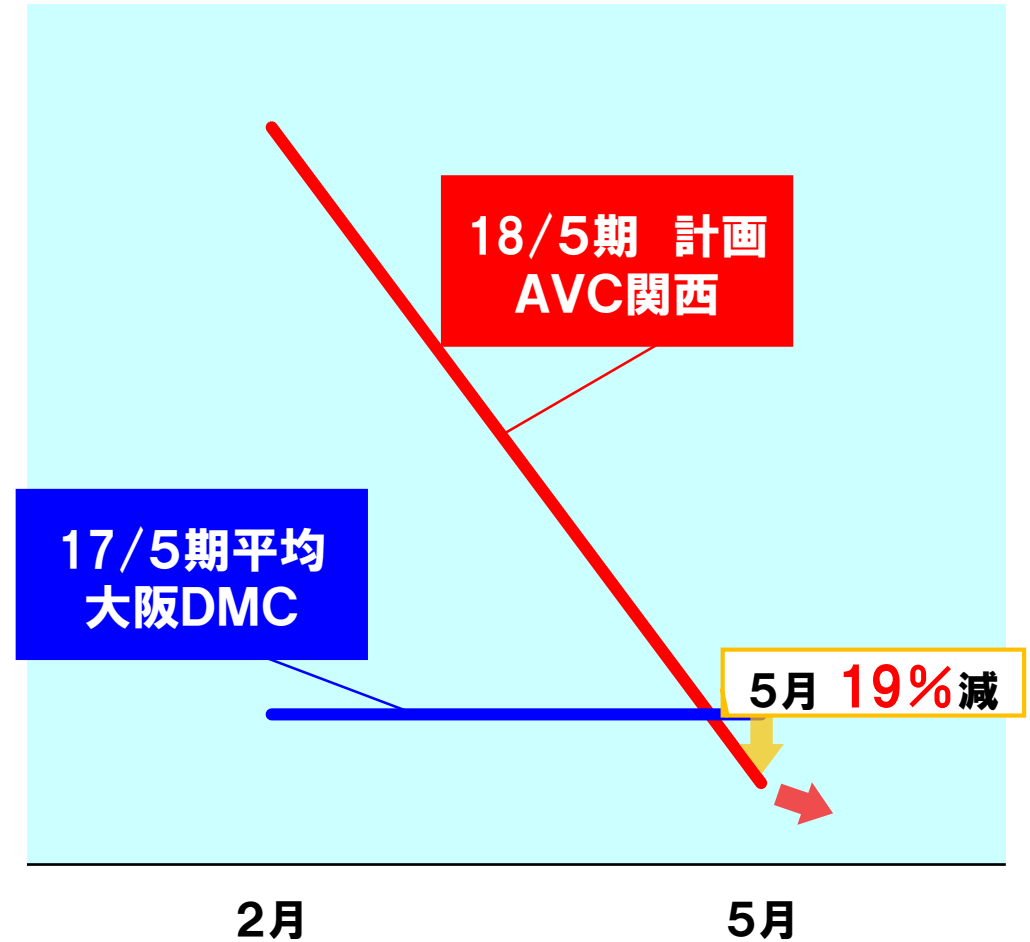
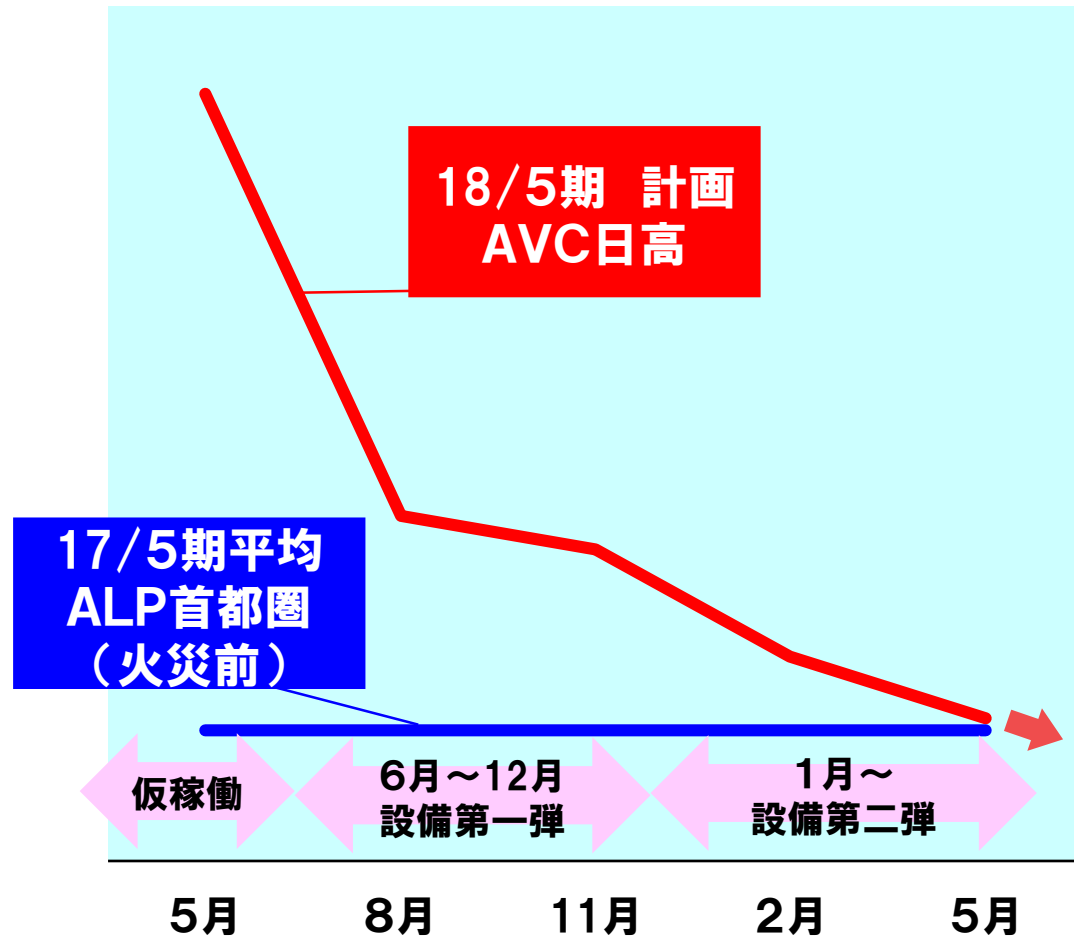
関西エリア

(単位:億円)

		18/5期				合計	
		1Q	2Q	3Q	4Q		
変動費	一過性費用 物流生産性の悪化(24時間稼働等)	2.2	3.2	4.0	0.5	10.0	<ul style="list-style-type: none"> ・効率性の高いセンターの稼働率向上 ・立ち上げ時コストの解消
	一過性費用 AVC関西本格稼働(2018年2月)前賃料・引越費用等	0.3	10.5	4.6	1.0	16.5	
固定費	恒常性費用 AVC関西本格稼働(2018年2月)後賃料・償却費	0.0	0.5	5.9	8.6	15.1	19/5期以降は売上高拡大により固定費比率を改善
	固定費計	0.3	11.1	10.5	9.7	31.7	
合計		2.5	14.4	14.5	10.3	41.8	
一過性費用		2.5	13.8	8.6	1.6	26.6	
恒常性費用		0.0	0.5	5.9	8.6	15.1	

18/5期はAVC日高・関西立ち上げに注力

オーダー1行あたりの労務単価の推移



19/5期には物流生産性は火災前に回復見込

18/5期はAVC日高・関西立ち上げに注力

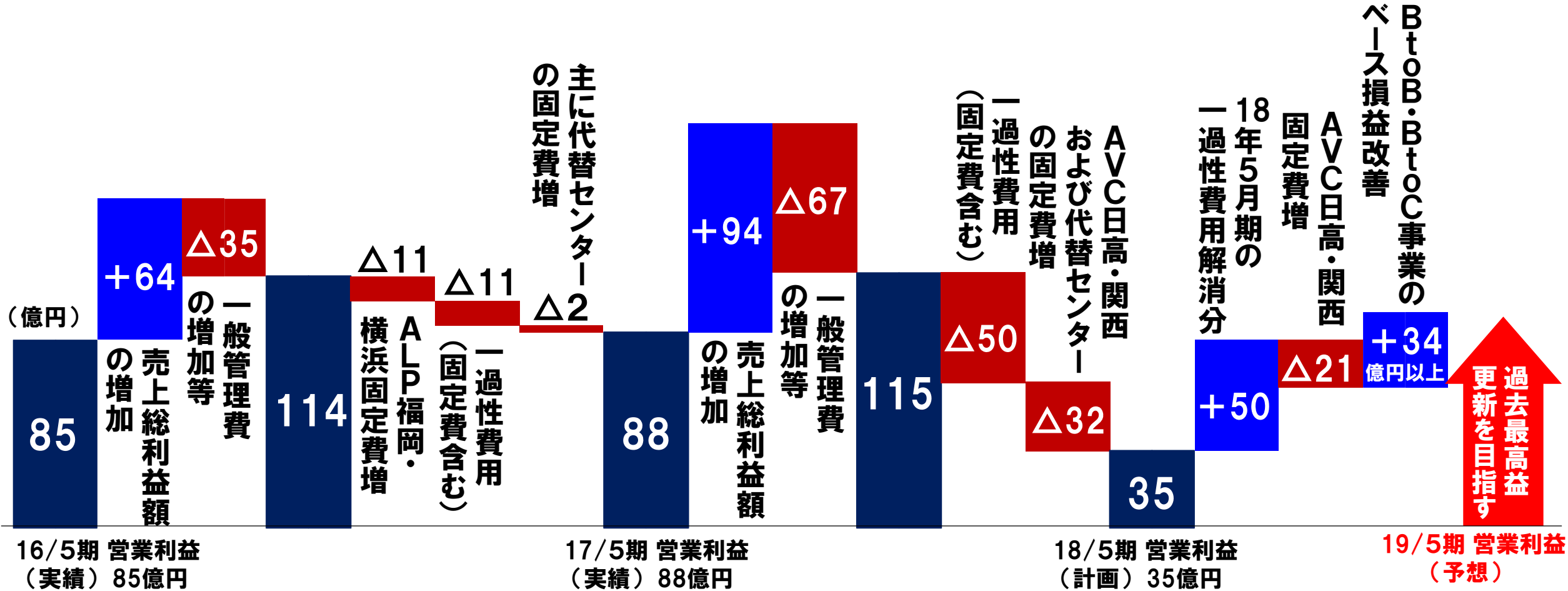
全社オーダー1行あたりの
労務単価の推移



19/5期 生産性回復

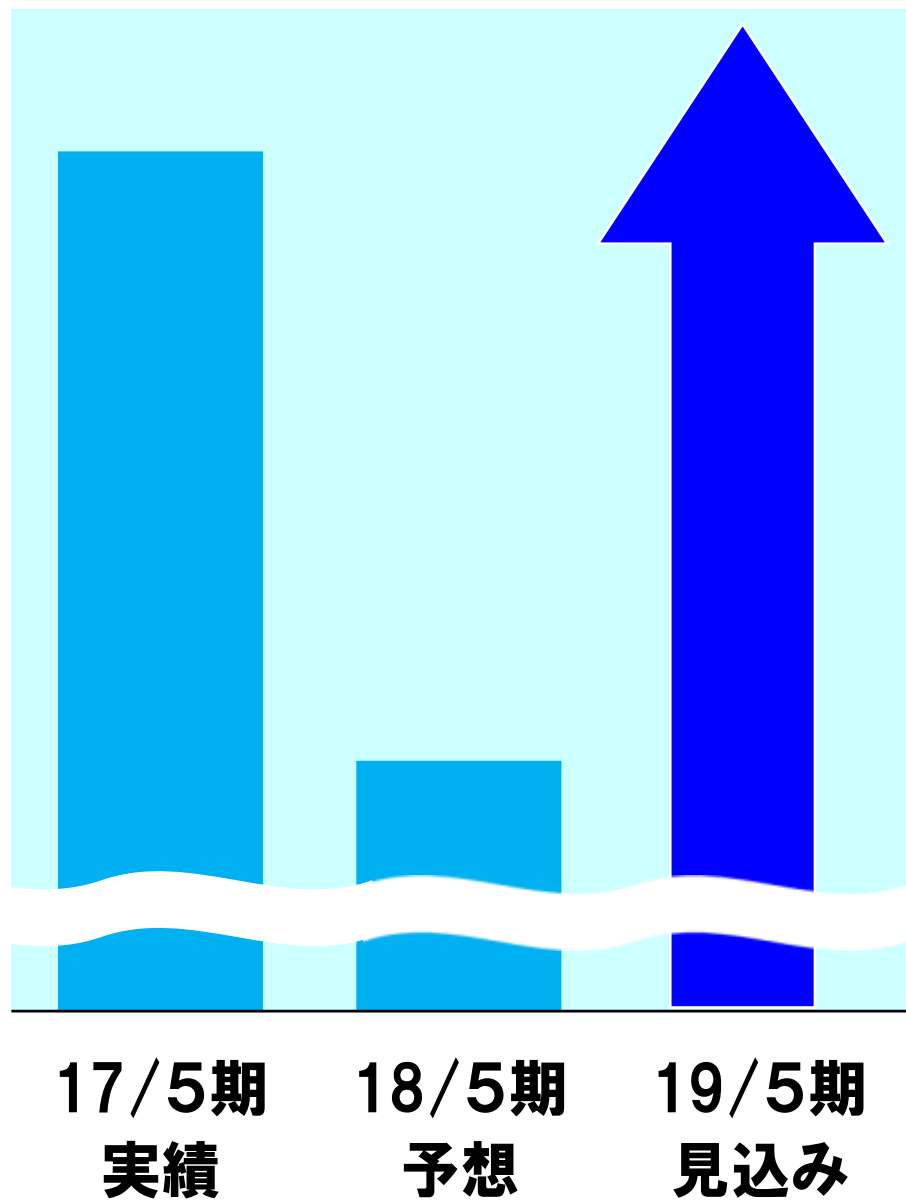
※物流生産性の悪化以外に、代替センターおよびAVC日高・関西の立ち上げコスト等の固定費の一過性費用20億円。
物流に関する一過性費用の合計は50億円。

19/5期は18/5期の一過性費用が解消



19/5期は過去最高益更新を目指す

連結営業利益の推移



19/5期は
V字回復

過去最高益を上回る
利益水準を目指す

- I 17年5月期実績
- II 18年5月期見通しと一過性費用について
- III 中期の考え方と18/5期の実行プラン
- IV BtoB事業戦略
- V LOHACO事業戦略

今後ECは黎明期から成長期へ

- ① 第2世代ECの成長期の到来
- ② さらなるデバイスの登場による
第3世代ECの登場
- ③ ECのコモディティ化に向かい
物流・配送が最大競争力へ

プラットフォーム.comとしてEC基盤へ

当社の強み
2大プラットフォーム

プラットフォームの
オープン化

物流・配送 × 企業間連携
マーケティング × の強化

eコマースをブルーオーシャンへ
リーディングプラットフォーム企業として進化

攻めのポイント

18/5期は
攻めの年

- ① アスクル初のLOHACO専用センター
AVC日高の立ち上げ
- ② アスクル最大・最新鋭のセンター
AVC関西の立ち上げ
- ③ ASKUL Value Centerにおける
新たな収益の創出
- ④ 自社グループ配送の拡大

攻めのポイント

① アスクール初のLOHACO専用センター AVC日高の立ち上げ

新LOHACO専用センターの進化

- ① 在庫商品の品揃え大幅拡大
- ② 売れ筋の変化、キャンペーン等の波動への対応
- ③ 多くのシェア占める夜間受注の特性を活かした
新たなピッキング方式

LOHACOの特性にあった物流投資を実施 38億円(予定)

(注) LOHACO 1～3Qは火災の影響で限界赤字、4Qから限界利益黒字化へ

攻めのポイント

①

アスクール初のLOHACO専用センター AVC日高の立ち上げ

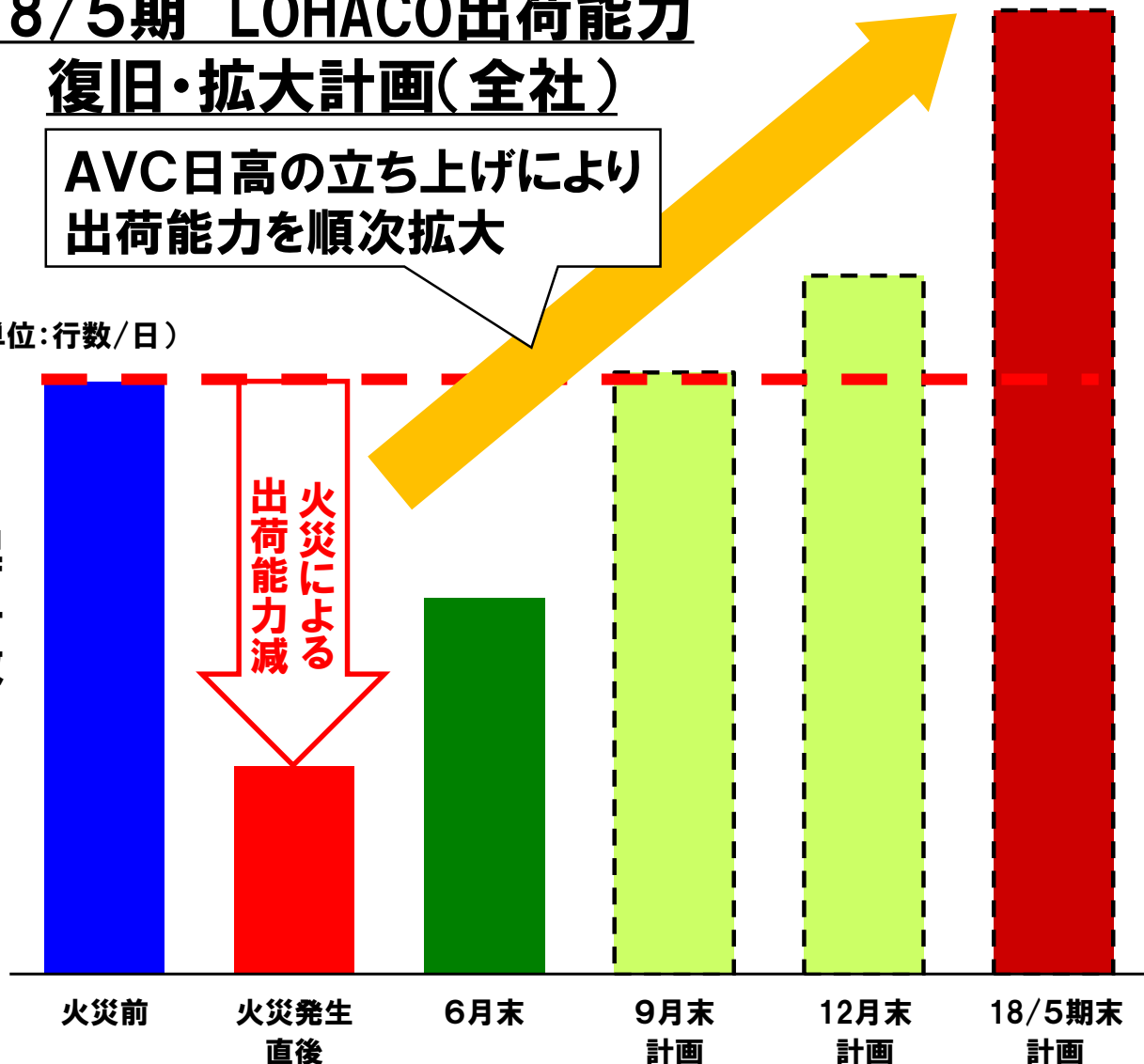
18/5期 LOHACO出荷能力

復旧・拡大計画(全社)

AVC日高の立ち上げにより
出荷能力を順次拡大

(単位:行数/日)

出荷行数



出荷能力
9月末で回復
18/5期末で
火災前に比べ

160%超へ

攻めのポイント

①

アスクル初のLOHACO専用センター AVC日高の立ち上げ

18/5期

LOHACO専用商品数

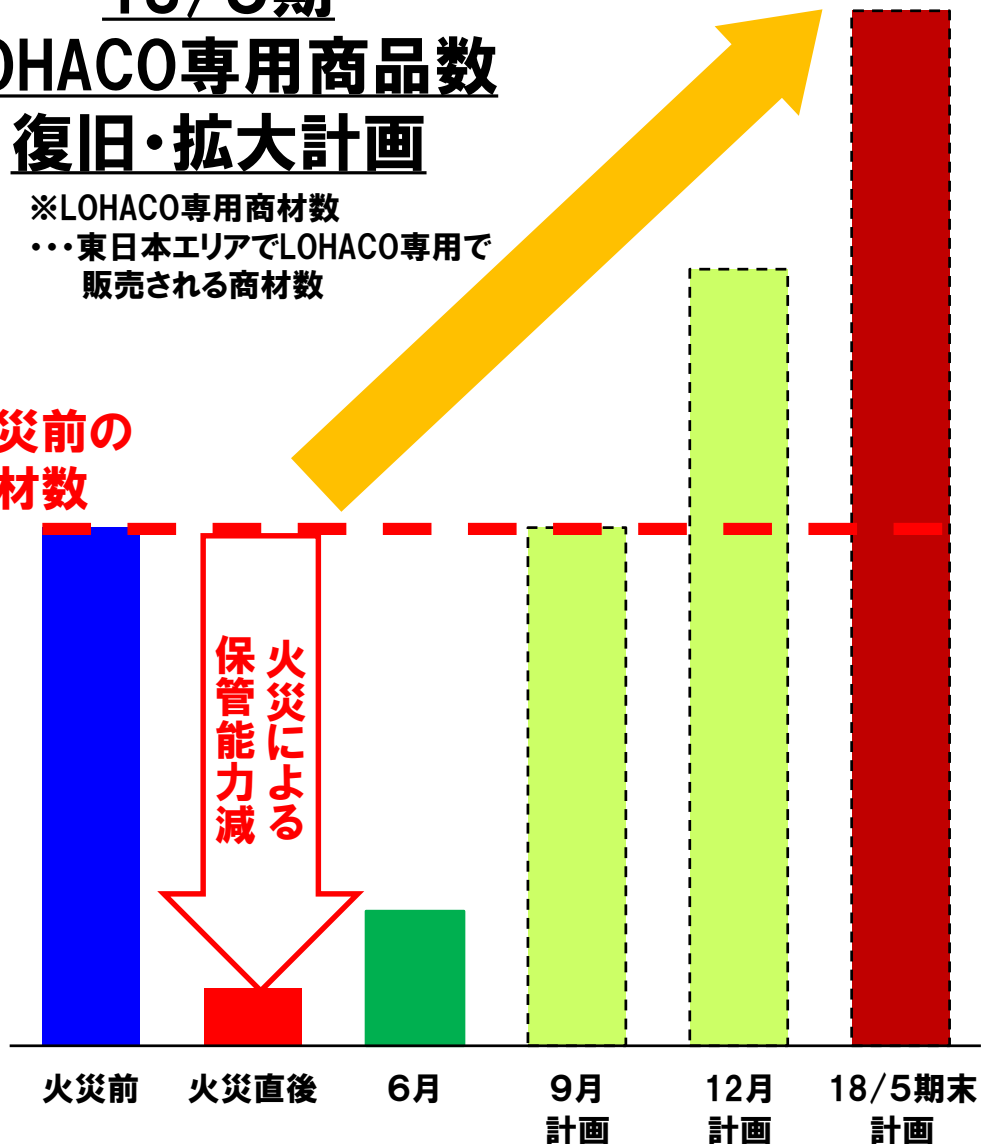
復旧・拡大計画

※LOHACO専用商材数

…東日本エリアでLOHACO専用で
販売される商材数

火災前の
商材数

火災による
保管能力減



商品数

9月末で回復

18/5期末で 火災前に比べ

倍増へ

お客様のご要望の実現

攻めのポイント

② アスクル最大・最新鋭の物流センター AVC関西の立ち上げ



- 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)

2017年9月初旬賃借開始
2018年2月初旬本格稼働

AVC関西の特性

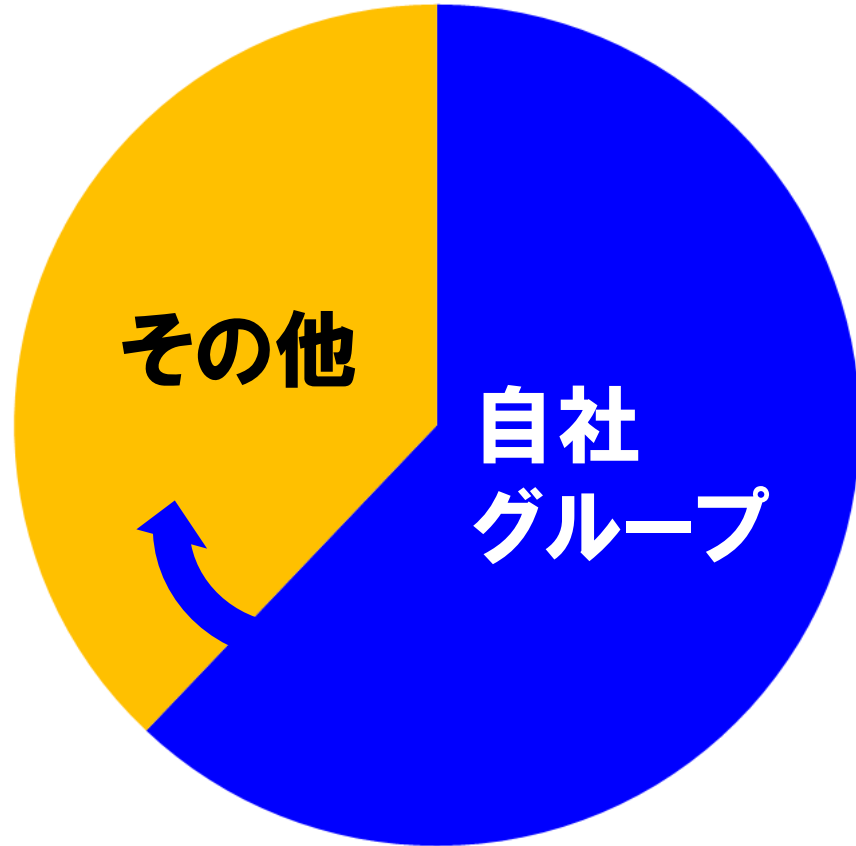
- ①最大規模(甲子園球場4.5個分)
西日本の物流最適化を実現
(将来的には出荷額1,000億円に対応)
- ②省人化により効率性向上
(庫内費従来比19%改善※) ※1行あたり庫内費 大阪DMC 2017年5月度比

最新物流設備に
149億円投資

③ ASKUL Value Centerにおける 新たな収益の創出

- ✓ **ビッグデータを活用したリアルな広告販促を拡大
(データセグメントに合わせチラシ・メーカーサンプル同梱)**
- ✓ **外部事業者からのフルフィルメント受託による
収益拡大**

**サービス拡大により物流センターは
コストセンターからプロフィットセンターへ変化**



今後の施策

- ① 自社グループ ドライバー増員
- ② Happy On Time拡大(不在率低減)
- ③ ビッグデータ・AIで配送の見える化改革
- ④ エコ配を最大活用

自社グループ配送の強みをさらに強化

攻めのポイント

4

自社グループ配送の拡大



スタート時

4/5時点

17/5月期末

(予定)7/20時点

東京都



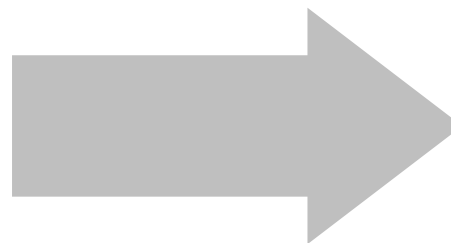
千代田・中央・江東・港・世田



渋谷(3/29)・品川(3/31)



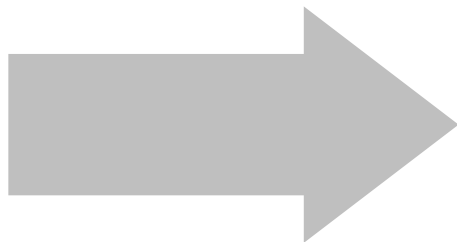
新宿・目黒・大田



大阪府



北・福島・此花



西・中央・旭



都島・鶴見・城東

今後
東京23区
大阪24区
へ拡大

成長加速により物量を増やし、さらなるエリア拡大
同時並行的にコストの適正化を図る



2017年7月6日 (木)
17:30-18:00
頃にお届けします

LOHACO

7月6日 16:00
最寄りの配送センターを出発しました

🕒 お届け日時を変更する

ドライバーへの依頼 ⓘ

- 宅配ボックスで受け取る
- 置き場所を指定して受け取る
- ダンボール回収をしてもらう
- お届け直前に電話をもらう

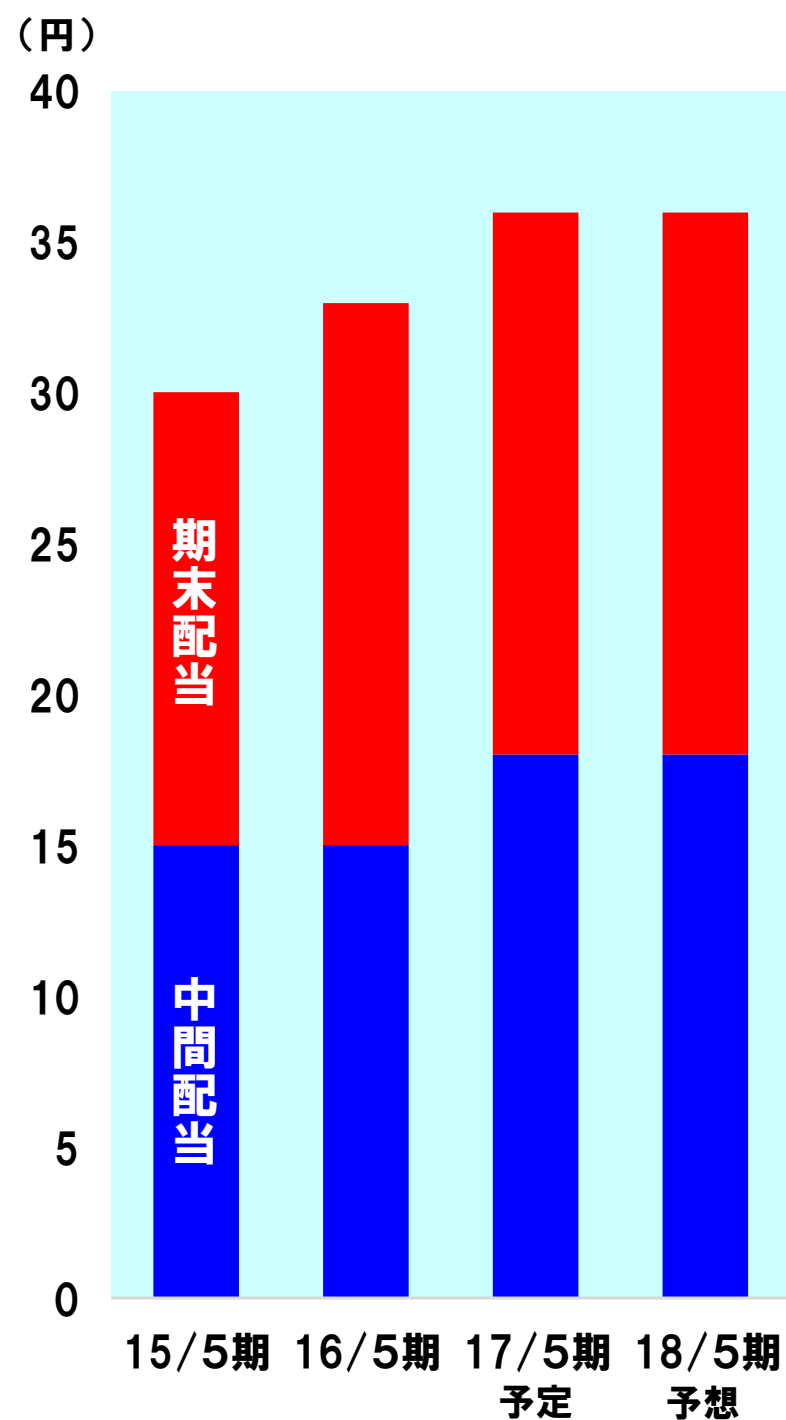
近日リリース予定

受取時のお客様のご要望に
きめ細やかに対応



社会的な課題である
不在率をさらに改善

直近不在率2.5%→1%台へ



減益要因は一過性 安定配当継続

17/5期 配当(予定)

⇒1株当たり年間配当金36円(中間18円、期末18円)

18/5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)

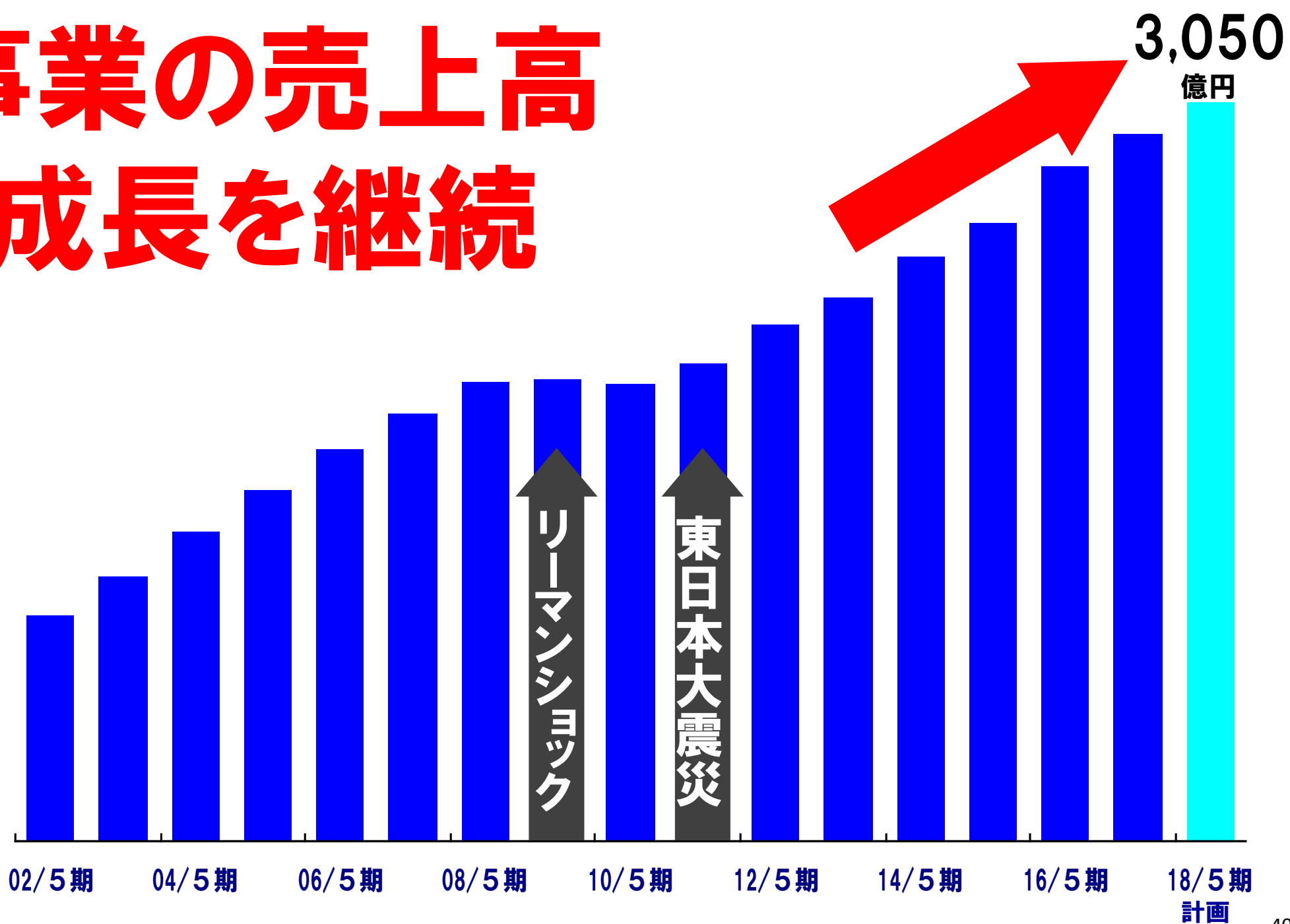
- I 17年5月期実績
- II 18年5月期見通しと一過性費用について
- III 中期の考え方と18/5期の実行プラン
- IV **BtoB事業戦略**
- V **LOHACO事業戦略**

BtoB 事業所向け



ASKUL

BtoB事業の売上高 磐石な成長を継続



J.D. パワー アジア・パシフィック 2017年日本オフィス用品通販サービス 顧客満足度調査

総合満足度

第 **1** 位 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3,800件の回答を得た結果による。

2017年オリコン 日本顧客満足度ランキング

オフィス通販（満足度）

第 **1** 位 受賞





オフィス用品通販No.1から

BtoB圧倒的No.1へ

18/5期 BtoB事業 戦略イメージ

販売数

ヘッド商品
強化

さらに優位性のある価格で
PB商品を投入



生活紙



洗剤

専任部隊を設け
500万アイテムへ



塗装
用品



建築
工具

ロングテール商品拡大

商品数

両軸から集客・購買機会を最大化



PB商品拡大

約 **7,900** アイテムへ
 (+800 アイテム)

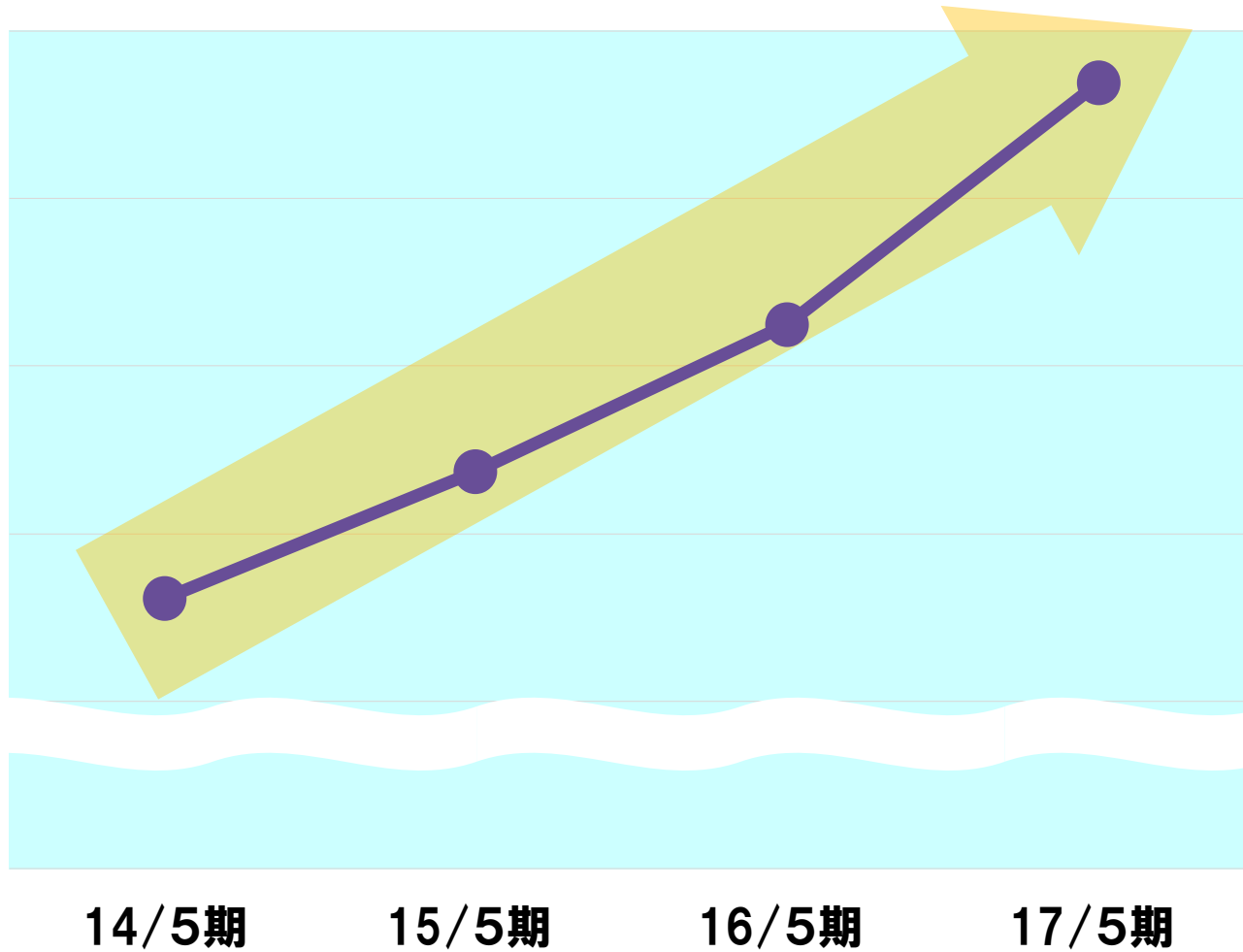


**差別化と収益性強化
 を同時に実現**

※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。

BtoB事業 売上総利益率推移

単体



**引き続き
改善に注力**

EC取扱商品数をさらに拡大

(万アイテム)

1,000

商品数
拡大

まずは18/5期末までに

500万 アイテムへ

17年5月時点 実績

330万 アイテム

500

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



全国にある物流ネットワークを最大限活用



大阪DMC

7月3日から非在庫商品の
当日・翌日配送を
一部エリアで先行スタート



AVC関西（2018年2月稼働予定）



仙台DMC



DCMセンター



ASKUL Logi PARK 福岡



名古屋センター



ASKUL Logi PARK 横浜

**サプライヤーとの連携強化により
商材拡大と納期短縮を同時に実現**

TRUSCO ●モノづくり大辞典
オレンジブック



「トラスコ オレンジブック」
掲載人気商品

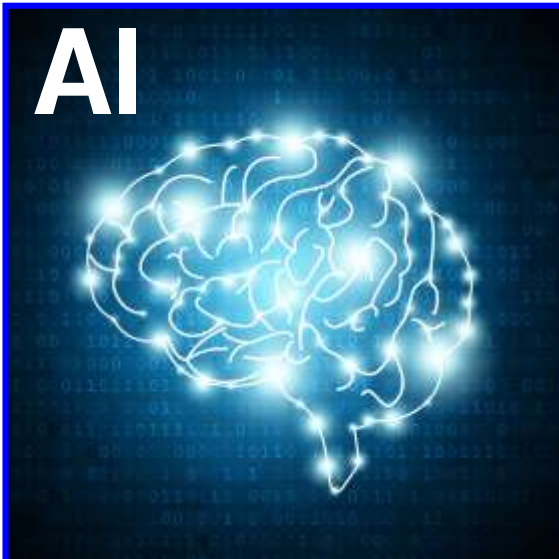
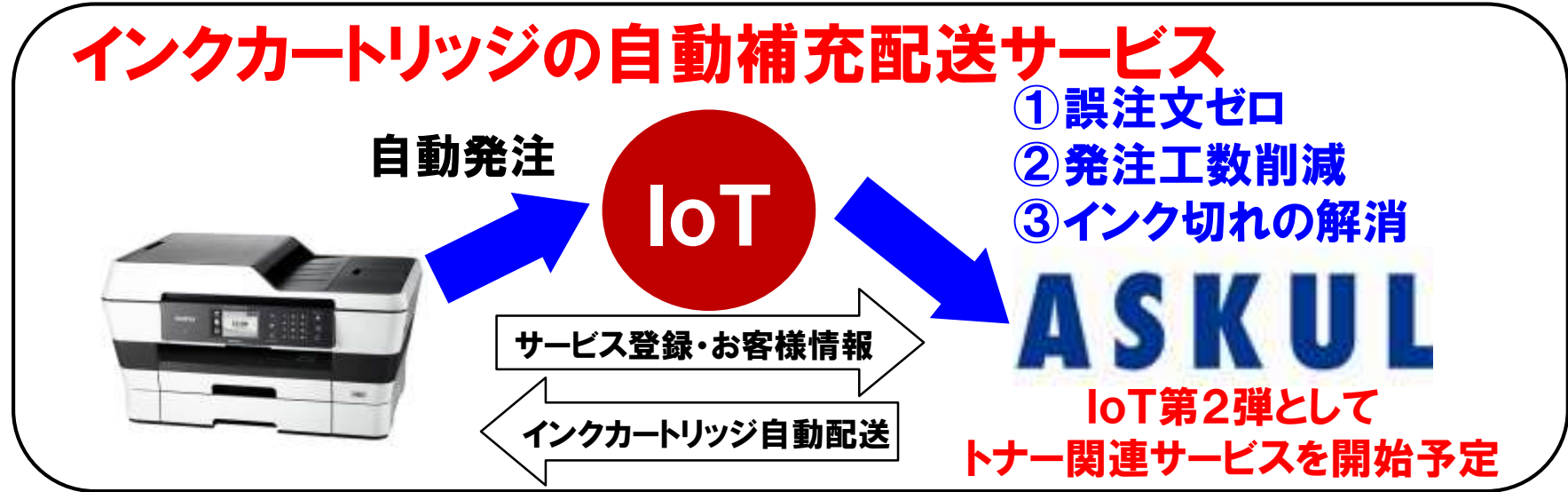
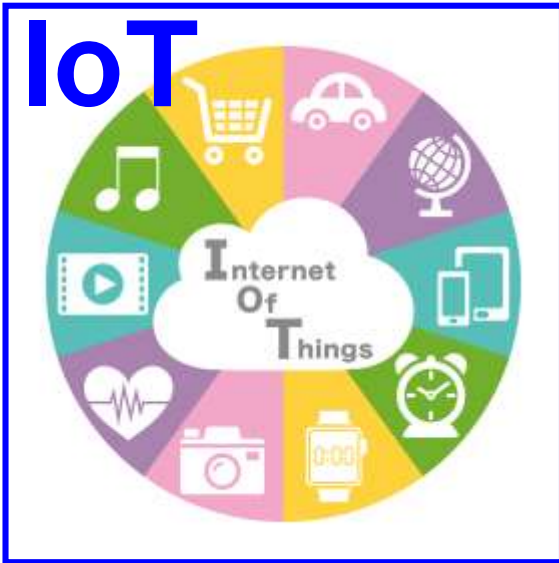
16万 アイテムを
スピード配送開始

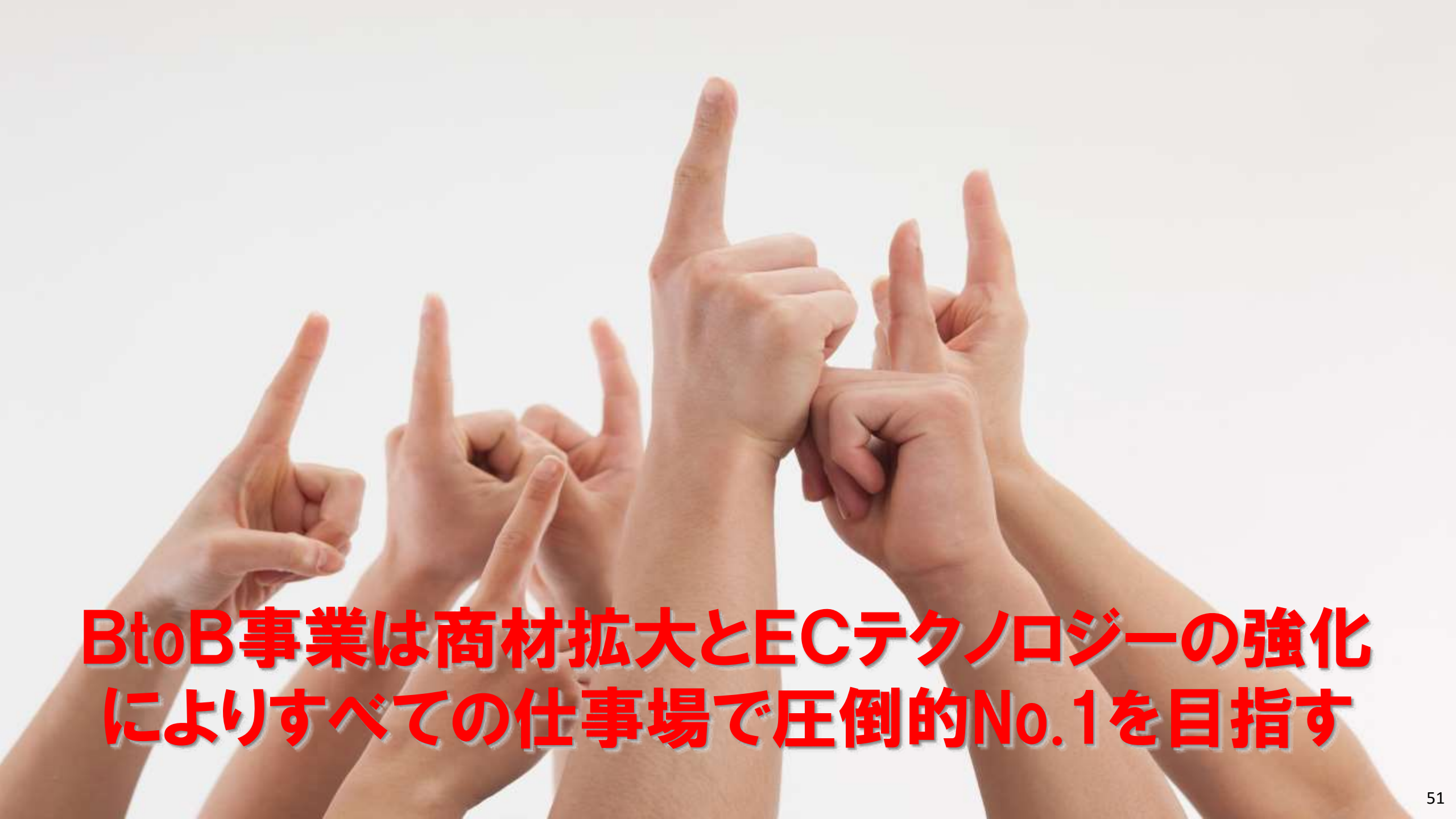
まずは関西エリアから

商材数・配送エリアを
今後さらに拡大

IoT・AIの活用によりさらにサービス進化

下記は17/5期における導入事例の一部、今後もIoT・AIをさらに活用





**BtoB事業は商材拡大とECテクノロジーの強化
によりすべての仕事場で圧倒的No.1を目指す**

- I 17年5月期実績**
- II 18年5月期見通しと一過性費用について**
- III 中期の考え方と18/5期の実行プラン**
- IV BtoB事業戦略**
- V LOHACO事業戦略**

BtoC

個人向け



LOHACO



charm

ペット用品EC大手 (株)チャームを完全子会社化*



株式会社チャームの概要

事業内容: ペット用品、生体の通信販売

品揃え: 約5万点(犬・猫ペットフード、アクア用品、熱帯魚等からPB商品まで)

売上高: 129億円(2016年11月期)



成長加速と 収益性強化を 同時に実現

LOHACOとのシナジーを最大限活用

品揃え

約**5万**
アイテム

お客様

約6割が女性
40代が中心

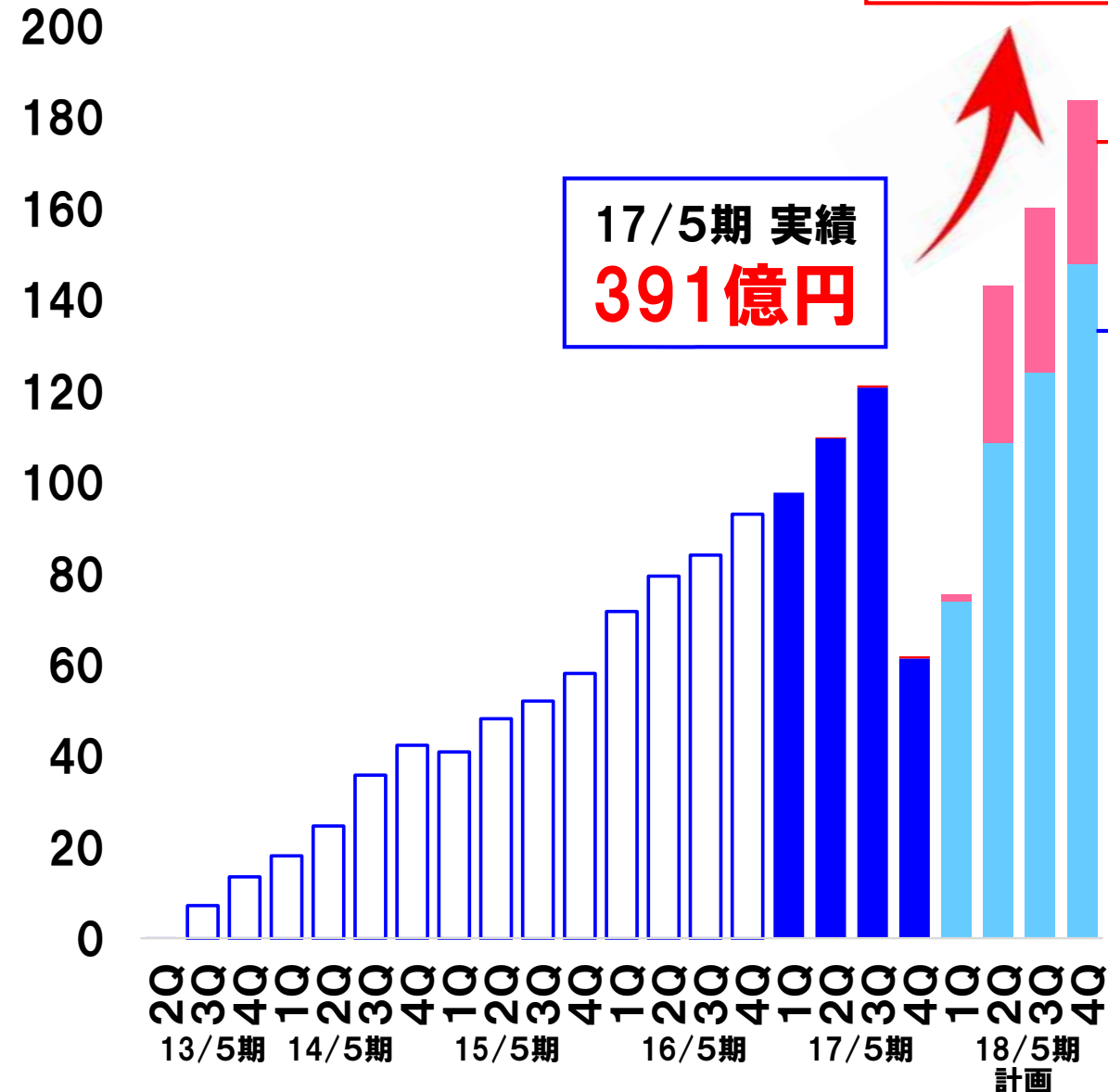
配送

スピード配送
温度管理等
配送体制

※2017年7月3日に株式100%を取得済

BtoC流通総額* 四半期別推移

(億円)



18/5期 計画
563億円
前期比143%

17/5期 実績
391億円

18/5期計画
チャーム他

18/5期計画
LOHACO
売上高
455億円

メーカー連携

×

商材拡大

×

大集客再開



**流通総額を
一気に拡大**

*BtoC流通総額は、LOHACO売上高にLOHACOマーケットプレイス経由での取扱高および(株)チャームの売上高を加算しております。

LOHACO ECマーケティングラボ 4期活動開始

102社から124社へ

【第3期より継続参加企業(100社)】

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ファーファ・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、サンスターグループ オーラルケアカンパニー、サントリー酒類株式会社、サントリーフーズ株式会社、株式会社J-オイルミルズ、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、ペんてる株式会社、ボッシュロム・ジャパン株式会社、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、レキットベンキーザー・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)

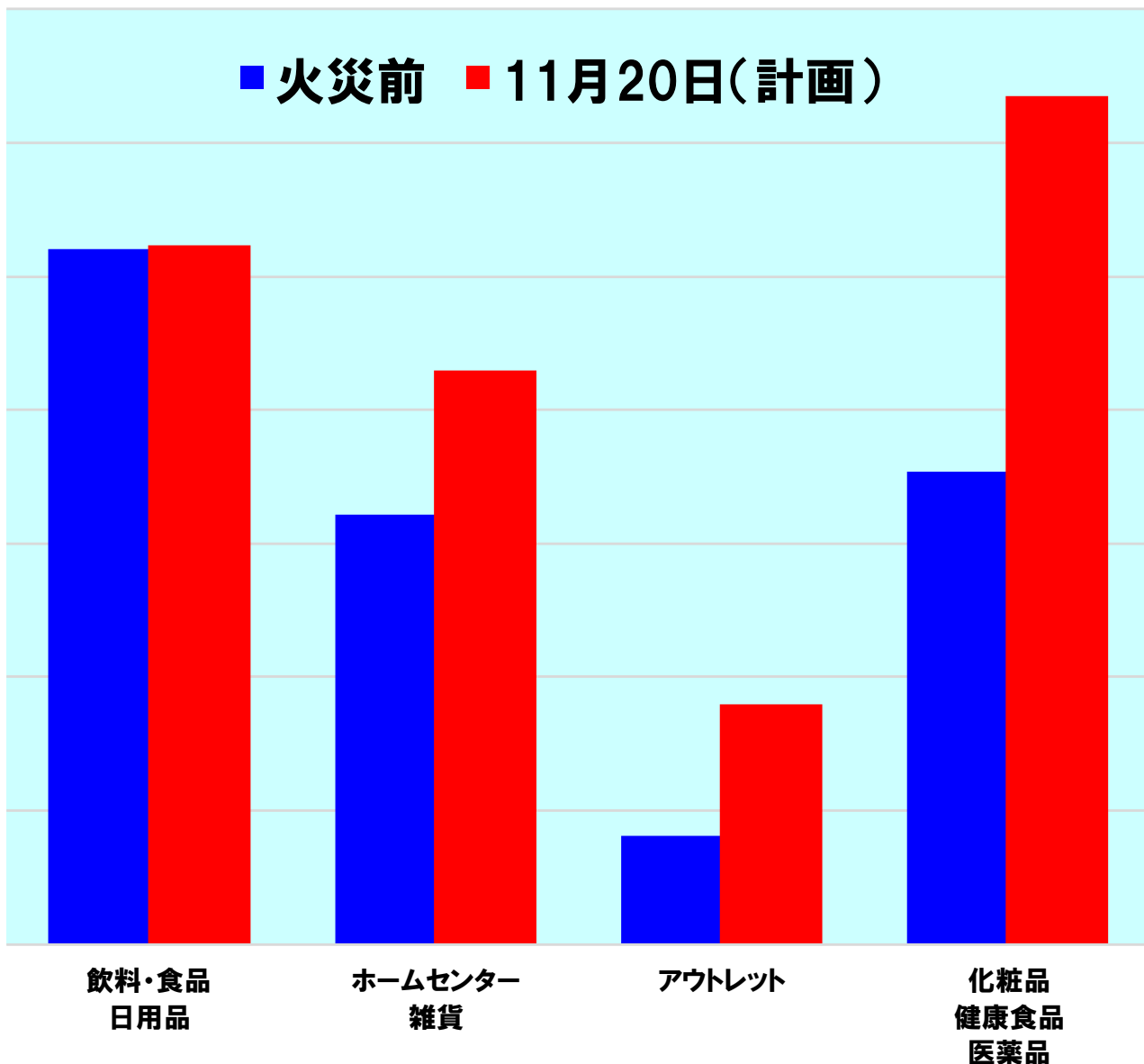
【新規参加企業(20社)】

アース製薬株式会社、アツギ株式会社、エーザイ株式会社、牛乳石鹸共進社株式会社、グラクソ・スミスクライン・コンシューマー・ヘルスケア・ジャパン株式会社、クラシエホームプロダクツ株式会社、株式会社ジンス、武田コンシューマーヘルスケア株式会社、東京サラヤ株式会社、日清フーズ株式会社、日本ハム株式会社、日立コンシューマ・マーケティング株式会社、福助株式会社、フマキラー株式会社、マルマン株式会社、株式会社マンダム、ヤクルトヘルスフーズ株式会社、ヤマキ株式会社、ヤマト株式会社、株式会社LIHIT LAB. (敬称略、50音順)

【フレンドシップパートナー(4社)】

グーグル合同会社、株式会社日立製作所、フェイスブックジャパン株式会社、ヤフー株式会社 (敬称略、50音順)

LOHACO在庫商品数（東日本エリア）



化粧品・ホームセンター雑貨など
**高収益カテゴリの
品揃え強化**



成長加速

+

収益性強化

暮らしになじむLOHACO展2017 2017年10月上旬開催予定



暮らしになじむLOHACO展2016 (2016.10.28-11.6@東京ミッドタウン)

参加メーカー36社から48社へ

生活者基点の デザイン商品を強化



付加価値
+
収益性強化

BtoBで培ったノウハウを活用し

PB商品
売上高拡大



成長加速

+

収益性強化

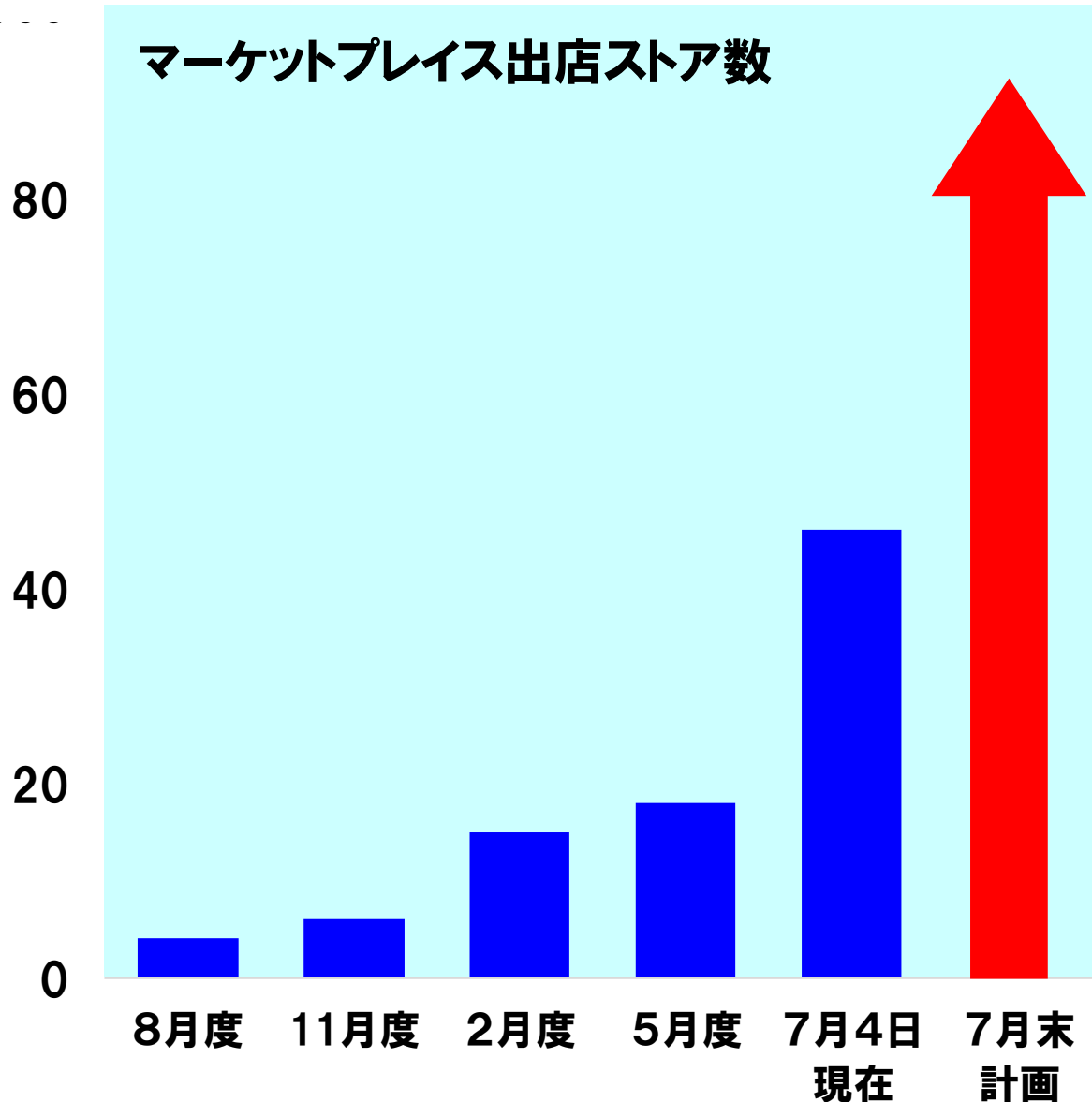


既存PB商品の販売強化

+

LOHACO専用PB商品の
品揃え強化

マーケットプレイスのカテゴリ展開による品揃え強化



食品、家電など
新カテゴリを追加

80ストア超 160万アイテム超
(7月末予定)

受取手数料
大幅伸長見込む

LOHACO完全復活後

大集客 再開



高成長復帰

ソフトバンク(株) 契約数
(主要回線)

3,240 万人

ヤフー
月額有料会員数
(プレミアム会員含む)

1,773
万ID



欲しかったものを
買ってポイント10倍

YAHOO! ショッピング



こだわりの日用品を
買ってポイント10倍

LOHACO



LOHACO
利用者数

380
万人

アスクールテクノロジーセンターを開設予定



(写真は現ECグロースエンジニアリング オフィス)

アスクールテクノロジーセンター
場所: 豊洲フォレシア(本社隣接ビル)

ビッグデータ

×

AI

×

ロボット

+

自社
エンジニア



テクノロジー強化により

成長加速

LOHACOは商材拡大とECテクノロジーの
強化により第2世代eコマースNo.1へ

付 録

17/5期 品目別売上高

単体

	16/5期		17/5期	
	億円	前期比 %	億円	前期比 %
OA・PC	926	105.1	939	101.5
文具	420	107.2	434	103.3
生活用品	876	127.3	976	111.4
ファニチャー	221	106.7	222	100.6
MRO	252	116.2	282	112.1
その他 (メディカル等)	186	114.9	205	110.0
合計	2,883	113.1	3,060	106.1

単体売上高
過去最高

注力品目は
2桁成長継続

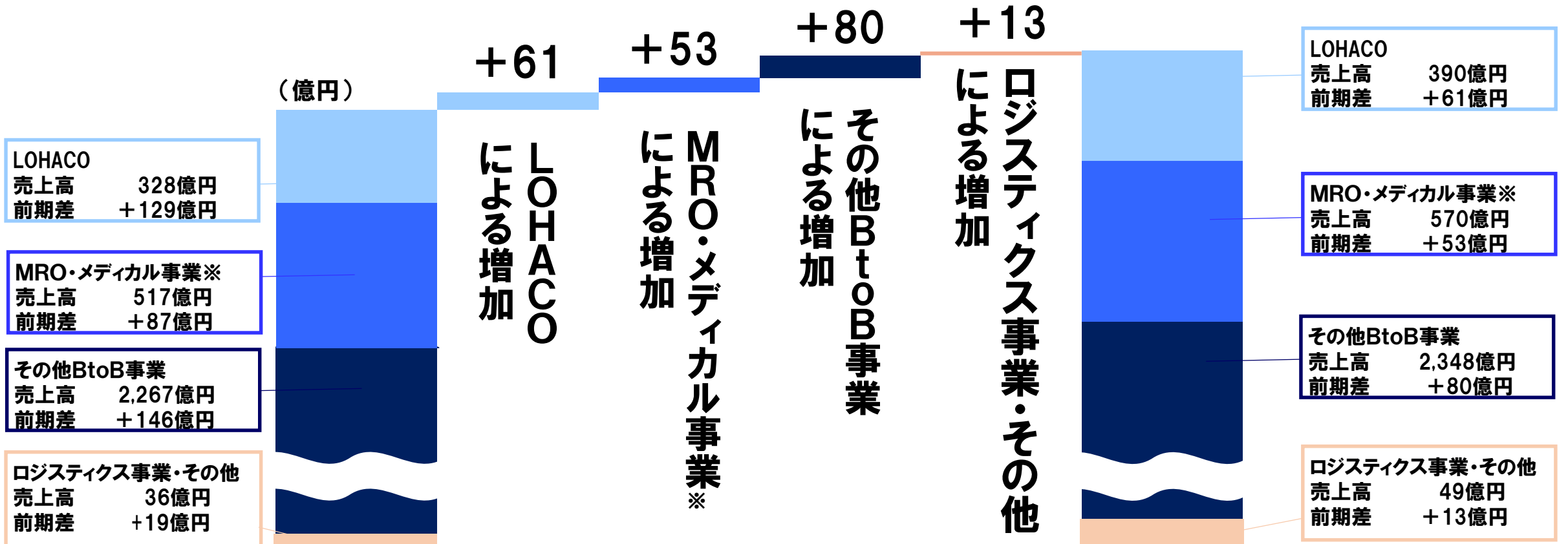
17/5期 連結売上高の増加要因

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(実績)

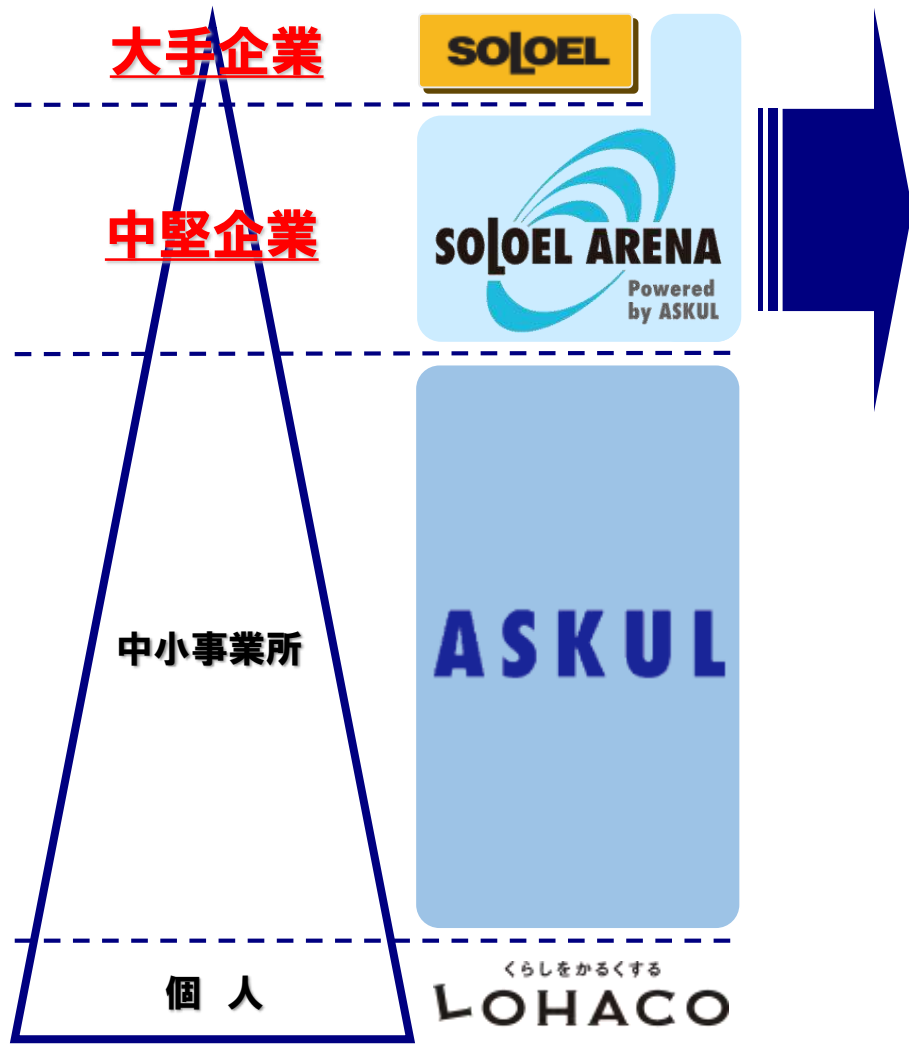
売上高 3,359億円
 前期差 +208億円
 前期比 106.6%



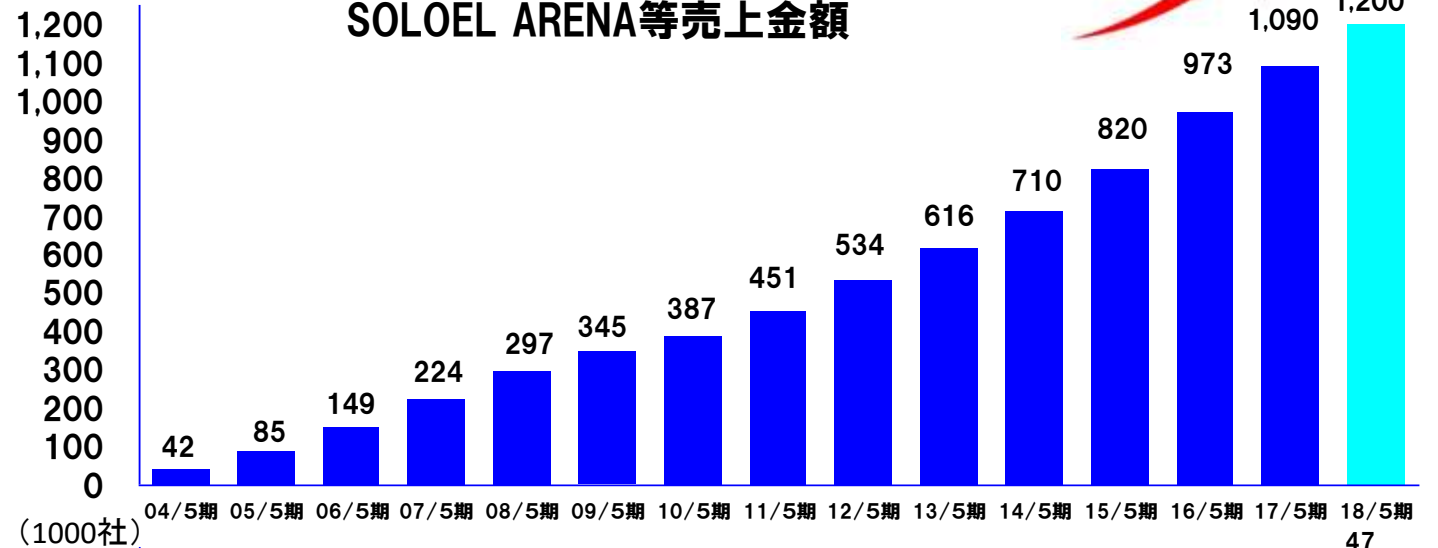
※MRO・メディカル事業はLOHACO分を除いております。

SOLOEL ARENAは順調に拡大

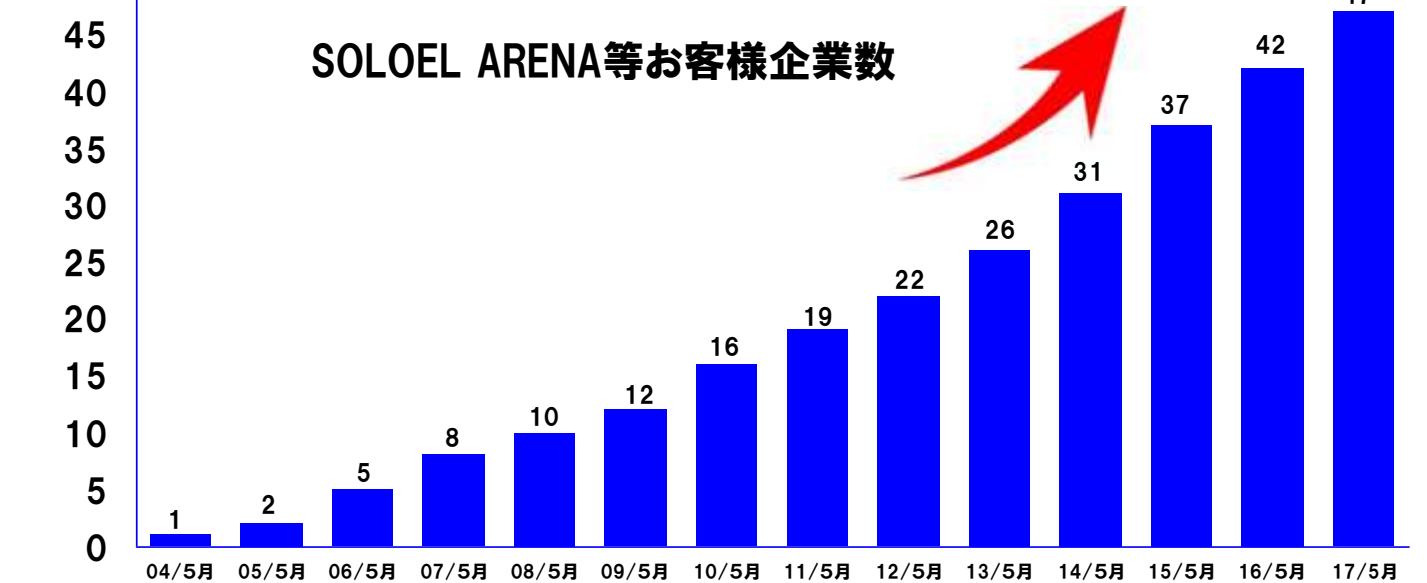
(億円)



SOLOEL ARENA等売上金額



SOLOEL ARENA等お客様企業数



17/5期は前期比112.0%、18/5期は1,200億円にチャレンジ

17/5期 連結 売上総利益、販売費及び一般管理費

売上総利益額 767億円 前期差 +64億円

売上総利益率 22.8% 前期差 +0.5ポイント

<四半期ごとの売上総利益率の推移>

第1四半期:22.3% 第2四半期:22.8% 第3四半期:23.3% 第4四半期:23.0%

➤2Q以降の為替ポジションの良化およびオリジナル商品のシェア拡大等により改善

販管費 678億円 前期差 +60億円

売上高販管費比率 20.2% 前期差 +0.6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:20.8% 第2四半期:19.9% 第3四半期:19.8% 第4四半期:20.4%

➤1QはTVCM等の販促費に加え、ALP 福岡・横浜の固定費増により販管費比率は計画通り上昇。

2Q~3Qは堅調な売上高推移に加え、新センターの順調な稼働等もあり着実に改善。

4QはALP首都圏の火災影響で一時的に悪化

17/5期 連結 設備投資

設備投資額 45億円(年間計画 64億円)

物流センターマテハン設備等増強 12億円

LOHACOサイト改修 9億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 41億円 (年間計画 46億円)

投資詳細

(単位:百万円)

科目名	16/5期	17/5期	
	金額	金額	前期比
【設備投資額】(注2)	10,528	4,555	△56.7%
有形固定資産(注2)	8,292	1,956	△76.4%
無形固定資産	2,235	2,599	+16.3%
建設仮勘定(注3)	215	747	+246.9%
ソフトウェア仮勘定(注3)	562	901	+60.3%

(注1) 設備投資額は発生ベース額にて記載しております。

(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。

17/5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

	16/5期	17/5期	前年同期差
インターネット経由	78.8%	80.0%	+1.2ポイント
上記以外	21.2%	20.0%	△1.2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)

	16/5期 5月度	17/5期 5月度	前年同月度差
オリジナル商品数	7,025	8,045	+1,020
単体売上高構成比	17.8%	19.2%	+1.4ポイント
(うちBtoB事業)	(19.8%)	(20.6%)	(+0.8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、医療機関向けカタログ、衛生・介護用品カタログを含みます。

(注4) 17/5期2Qよりカタログ掲載だけでなくインターネット掲載も含めて販売実績のあるオリジナル商品数を掲載しております。

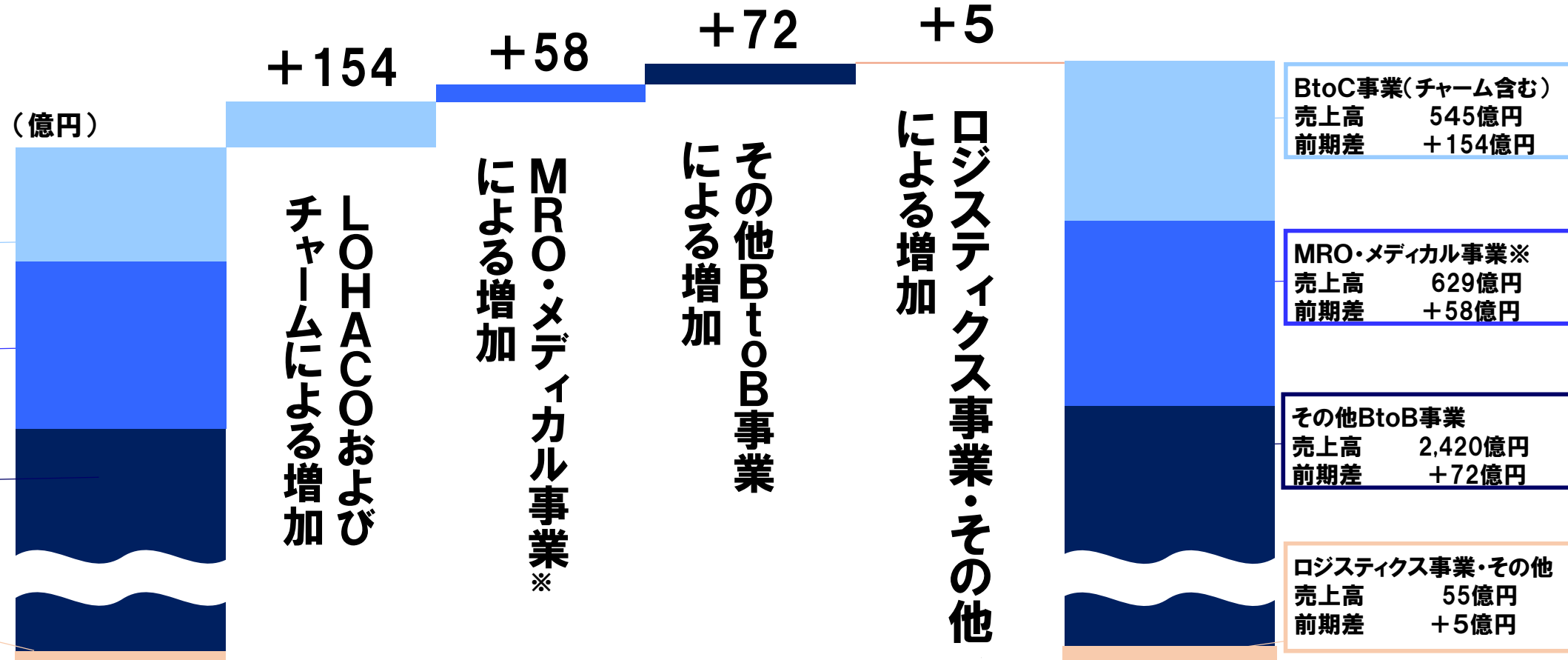
18/5期 連結売上高(計画)の増加要因

17/5期(実績)

売上高 3,359億円
 前期差 +208億円
 前期比 106.6%

18/5期(計画)

売上高 3,650億円
 前期差 +290億円
 前期比 108.7%



※MRO・メディカル事業はLOHACO分を除いております。

18/5期 連結 設備投資(計画)

設備投資 249億円

【主な内訳】

- ・ AVC関西マテハン設備等 149億円
- ・ AVC日高マテハン設備等 38億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 50億円 (前期差+9億円)