

平成 29 年 12 月 15 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 C E O 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 C F O 玉 井 継 尋
T E L 0 3 - 4 3 3 0 - 5 1 3 0

「2018 年 5 月 期 第 2 四 半 期 連 結 業 績 概 要」 の お 知 ら せ

「平成 30 年 5 月 期 第 2 四 半 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 「2018 年 5 月 期 第 2 四 半 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

2018年5月期 第2四半期連結業績概要



2Q収益順調、物流基盤は計画通り回復 プラットフォームの革新に経営資源を投下

～BtoB事業は安定成長継続、新規お客様数とロングテール商品売上高を拡大～
～BtoC事業はチャーム連結で増収達成、流通総額を拡大し収益力を強化～

2017年12月15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)と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 第2四半期実績

II 物流基盤整備による生産性回復および向上

III フューチャープラットフォームアーキテクチャの狙い

IV BtoB事業戦略の状況

V BtoC事業戦略の状況

2

18/5期 第2四半期 連結業績

	17/5期 2Q累計		18/5期 2Q累計		
	百万円	売上高 比率 %	百万円	売上高 比率 %	前年 同期比 %
売上高	165,090	100.0	171,693	100.0	104.0
売上総利益	37,181	22.5	40,738	23.7	109.6
販売費および 一般管理費	33,539	20.3	38,428	22.4	114.6
営業利益	3,641	2.2	2,309	1.3	63.4
経常利益	3,585	2.2	2,104	1.2	58.7
特別利益	-	0.0	11,414	6.6	-
特別損失	43	0.0	6,926	4.0	15,810.6
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,105	1.3	3,393	2.0	161.2

➤ 売上高

過去最高額更新

➤ 売上総利益率

前年同期差 +1.2pt

19/5期のV字回復に繋げる

➤ 販管費

物流の一時コストは計画通り(18ページ参照)
その他コストをKAIZEN活動等で削減

➤ 営業・経常利益

通期計画に対して好調に推移

➤ 特別利益・特別損失

次ページ参照

➤ 当期純利益

物流センターオフバランス効果もあり増益³

特別損益の計上

連結

特別損益の主な内容	科目	計上額	合計額
ALP首都圏の火災損失引当金戻入額	特別利益	68億円	114億円
ALP福岡の固定資産売却益		45億円	
ALP首都圏の固定資産売却損	特別損失	36億円	69億円
投資有価証券評価損 ※		15億円	
のれん減損損失 ※		11億円	
その他		5億円	

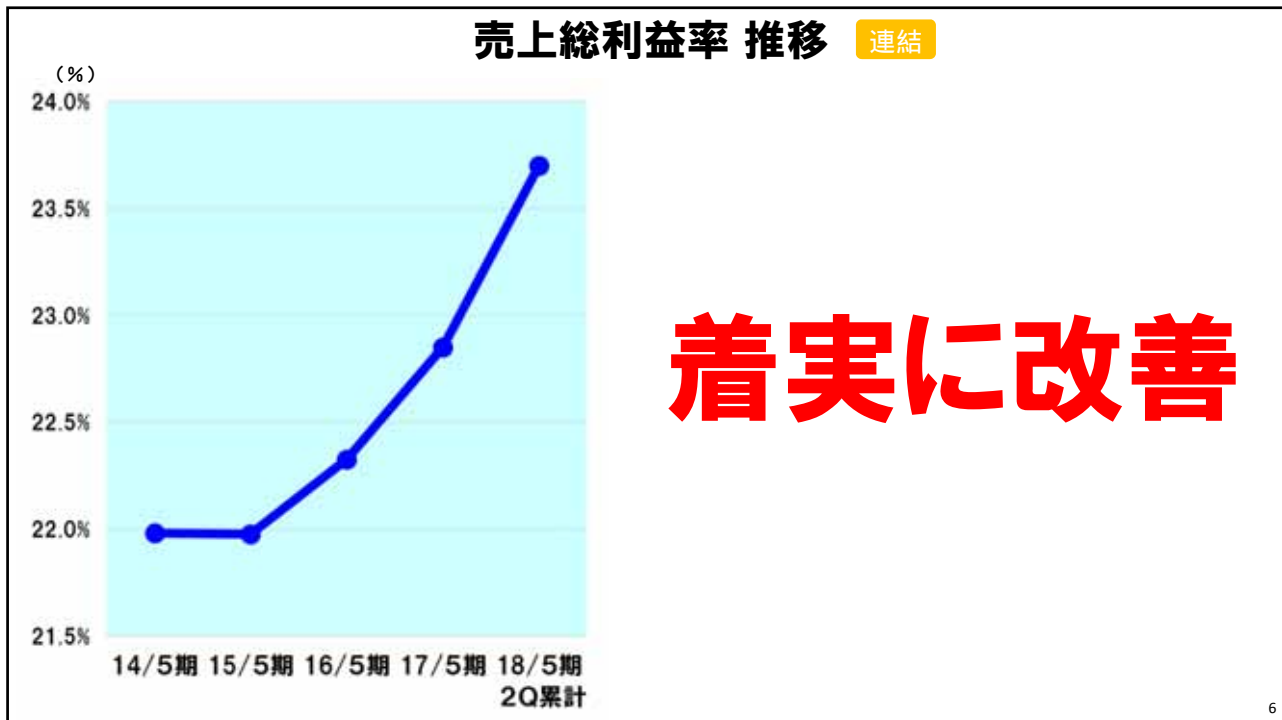
※12月15日付東証リリース「平成30年5月期第2四半期 特別損失計上に関するお知らせ」ご参照

4

18/5期 第2四半期 連結業績【事業別】

	17/5期 2Q累計	18/5期 2Q累計	前年同期比 %		
	億円	億円			
売上高	BtoB事業	1,419	1,478	104.2	➤ 売上高 BtoB事業は盤石な成長継続104.2% BtoC事業はチャーム連結効果で増収達成
	LOHACO	207	178	86.1	
	BtoC事業(チャーム含む)	207	209	100.7	
	eコマース事業	1,626	1,687	103.7	
	ロジスティクス事業・その他	24	29	121.5	
	連結合計	1,650	1,716	104.0	
営業利益	BtoB事業(下記を除く)	64	85	133.4	➤ 営業利益 BtoB事業のベース利益は85億円 133.4% LOHACOのベース利益は△23億円(配送費増加分含む) 代替センター・AVC関西の固定費増および 一時的な物流生産性悪化は概ね計画通り (18ページ参照)
	代替センター固定費増(一過性含む)	-	△4	-	
	物流生産性の悪化	-	△10	-	
	BtoB事業	64	70	110.1	
	LOHACO(下記を除く)	△25	△23	-	
	代替センター固定費増(一過性含む)	-	△5	-	
	物流生産性の悪化	-	△8	-	
	LOHACO	△25	△37	-	
	BtoC事業(チャーム含む)	△25	△37	-	
	eコマース事業	39	33	85.8	
	ロジスティクス事業・その他	△2	△1	-	
	中計	36	31	87.9	
AVC関西 立ち上げによる 物流固定費増(一過性含む)	-	△8	-		
連結合計	36	23	63.4		

5



12年目のKAIZEN活動 全社員参加で活発化

18/5期上期 実績

取組案件数 **743**件 約**5**億円削減

例：商品情報入力自動化により業務委託費削減

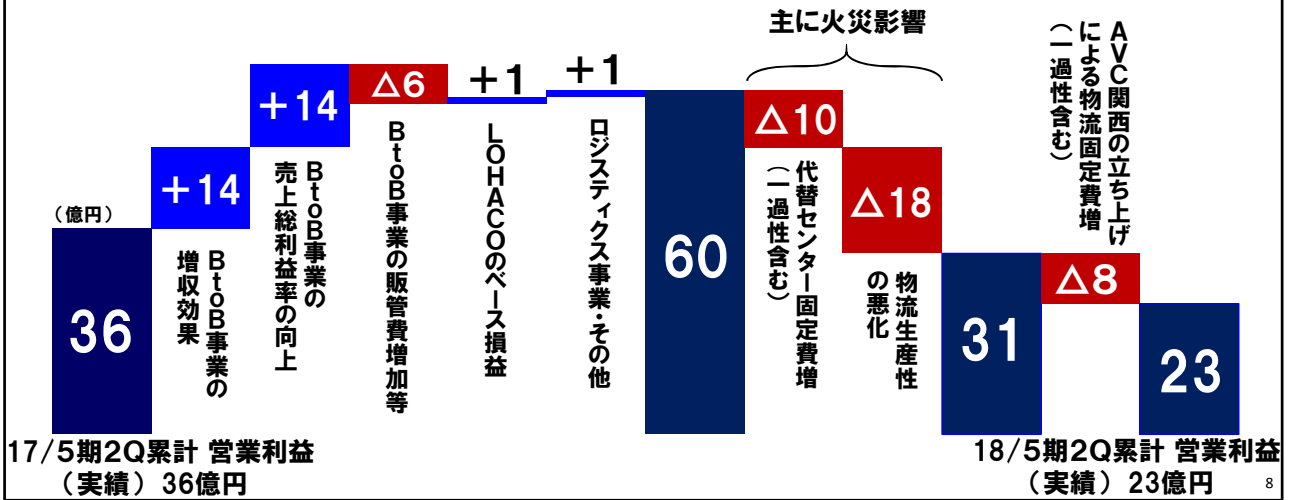
下期もコスト削減活動を継続し
物流一時コストの一部を吸収

7

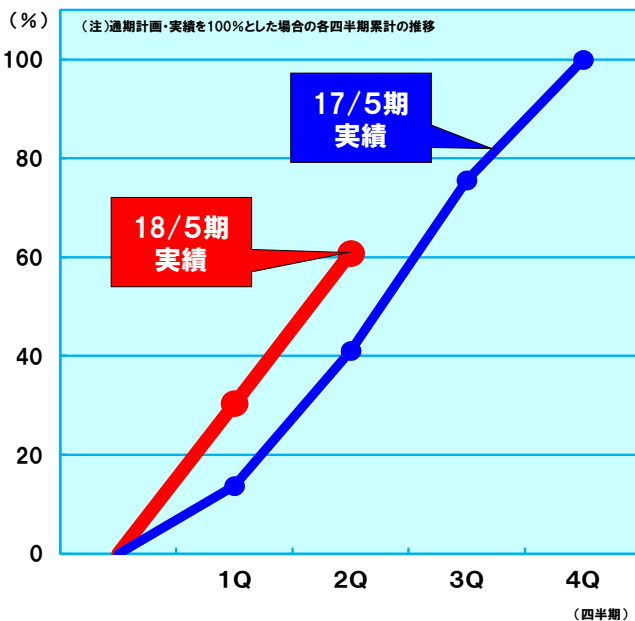
18/5期 2Q累計 連結営業利益の増減要因

17/5期 2Q累計(実績)
 売上高前年同期比 110.1%
 売上総利益率 22.5%
 販管費比率 20.3%

18/5期 2Q累計(実績)
 売上高前年同期比 104.0%
 売上総利益率 23.7%
 販管費比率 22.4%



営業利益の推移(修正計画進捗率)



修正通期計画の
60%の進捗

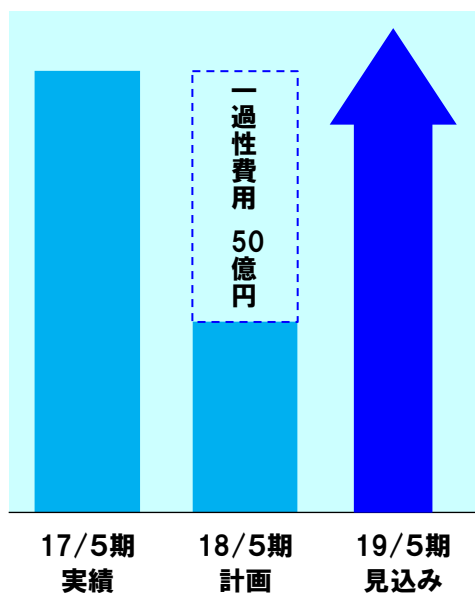
18/5期 連結業績の見通し(2017年11月9日公表分)

	17/5期		18/5期				
	実績 億円	売上高 比率 %	期初 計画 億円	修正 計画 億円	売上高 比率 %	期初 計画比 %	前期比 %
売上高	3,359	100.0	3,650	3,650	100.0	100.0	108.7
営業利益	88	2.6	35	38	1.0	108.6	42.9
経常利益	88	2.6	30	35	1.0	116.7	39.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	10	0.3	15	40	1.1	266.7	394.1

**ALP首都圏・福岡
の譲渡に伴い
通期計画を修正**

10

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**

11

I 第2四半期実績

II 物流基盤整備による生産性回復および向上

III フューチャープラットフォームアーキテクチャの狙い

IV BtoB事業戦略の状況

V BtoC事業戦略の状況

12



ASKUL Value Center 日高

アスクル初の
LOHACO専用センター

2017年4月 稼働スタート
賃貸面積:約46,200㎡
設備投資額:38億円(予定)



新砂センター

BtoB事業の
ALP首都圏代替センター

2017年4月 稼働スタート
賃貸面積:約23,500㎡
設備投資額:5億円(予定)



ASKUL Value Center 関西

アスクル最大・最新鋭の
物流センター

2018年2月初旬 本格稼働(予定)
賃貸面積:約146,400㎡
設備投資額:149億円(予定)

新センターの立ち上げは計画通り進捗

13

LOHACO 出荷能力・商品数拡大計画(火災前との比較)

9月末

18/5期末

出荷能力 **回復** **160%**超へ

商品数 **回復** **200%**超へ

14

ASKUL Value Center 日高



■ アスクル初のLOHACO専用センターとして立ち上げ

- 商品の品揃え大幅拡大に対応
- 売れ筋の変化、キャンペーン等の波動への対応
- 夜間受注の特性を活かした新たなピッキング方式

**物流生産性向上を目的とする
設備導入も計画通り進行中**

15

新砂センター



- BtoB事業のALP首都圏代替センターとしてスピード立ち上げ
 - ・ 最小限の設備投資
 - ・ 外部3PLパートナーに運営委託
- 課題として、生産性の改善に遅れ



下期生産性回復を目指す

16

ASKUL Value Center 関西



- アスクル最大・最新鋭の物流センターとして立ち上げ
 - ・ 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)
 - ・ 省人化により効率性向上



計画通り2月初旬本格稼働予定
**18/5期末には
 生産性No.1のセンターへ**

17

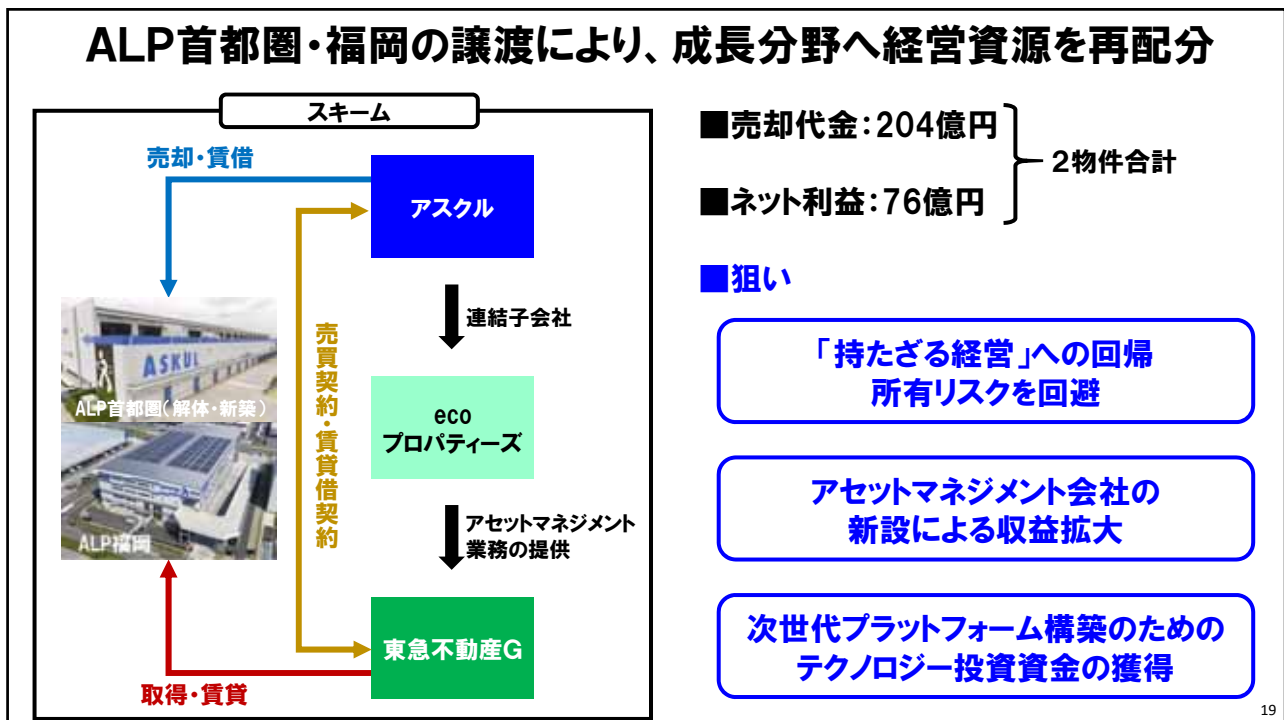
2大業績課題の状況

		18/5期						合計 (予)		
		1Q		2Q		3Q	4Q			
(単位:億円)		(予)	(実)	(予)	(実)	(予)	(予)			
関東エリア	主に火災影響の克服	一過性費用 ・物流生産性の悪化(24時間稼働等) ・代替センター地代等		9.2	9.3	5.6	7.1	5.0	3.6	23.6
		恒常性費用 ・AVC日高、新砂地代償却費		3.2	3.1	4.2	4.1	4.7	4.9	17.1
		関東エリア合計		12.5	12.5	9.8	11.3	9.7	8.5	40.7
関西エリア	主に出荷能力の増強	一過性費用 ・物流生産性の悪化(24時間稼働等) ・AVC関西本格稼働(2018年2月)前 地代・引越費用等		2.5	2.4	13.8	10.8	8.6	1.6	26.6
		恒常性費用 ・AVC関西本格稼働(2018年2月)後 地代・償却費		0.0	0.0	0.5	0.5	5.9	8.6	15.1
		関西エリア合計		2.5	2.4	14.4	11.3	14.5	10.3	41.8
総合計		15.0	14.9	24.3	22.6	24.3	18.8	82.6		

上期
概ね計画通り

下期
生産性向上

18



19

I 第2四半期実績

II 物流基盤整備による生産性回復および向上

III **フューチャープラットフォームアーキテクチャの狙い**

IV BtoB事業戦略の状況

V BtoC事業戦略の状況

20





物流プラットフォームの構築に経営資源を集中

庫内作業自動化の実現



- ピッキングロボット・3D搬送ロボットの導入による生産性向上

配送最適化の実現



- AI×ビッグデータ活用による
 - ・ 最適配送ルートの実現
 - ・ Happy On Timeの拡大

「点」の取組み ⇒ テクノロジー活用で「面」展開に注力

23

人的経営資源の集中(12/1付組織変更)

フューチャー プラットフォーム アーキテクチャ

テクノロジーセンター	先端技術
プロキュアメント本部	調達
ロジスティクス本部	物流
デリバリーネットワーク本部	配送
プロダクション本部	UI/UX
インフォメーション テクノロジー本部	IT基盤
カスタマーサービス本部	CS

- ✓ CEO直轄組織として新設
- ✓ テクノロジーセンターが核となり
ビッグデータ、AI、ロボティクス等の
最新テクノロジーをフル活用
- ✓ 調達、物流、配送、UI/UX、IT、CSの
プラットフォーム機能とテクノロジー
センターを一体運営

**ECプラットフォームの革新と
収益力強化**

24

2017年9月
決算説明資料抜粋

Open Platform by ASKUL

物流・配送
マーケティング × 企業間連携
の強化

当社の強みである物流とマーケティングの
プラットフォームを外部提供し、第3の収益の柱をつくる

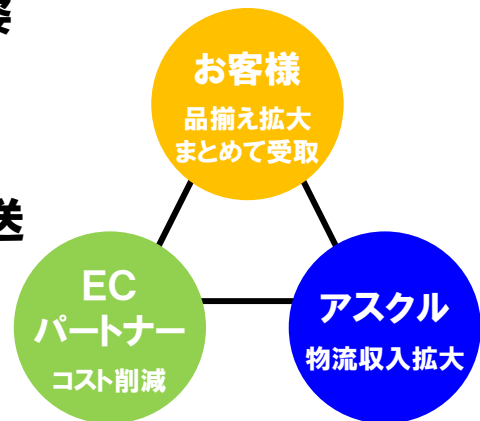
25

OPAの目指す姿

メーカー・マーケットプレイス出店者と

- ①在庫の共有化
- ②商品をLOHACOと同時or同梱配送

物量・密度を上げ効率化



第1ステップとして AVC関西

ネスレ日本
物流受託
拡大



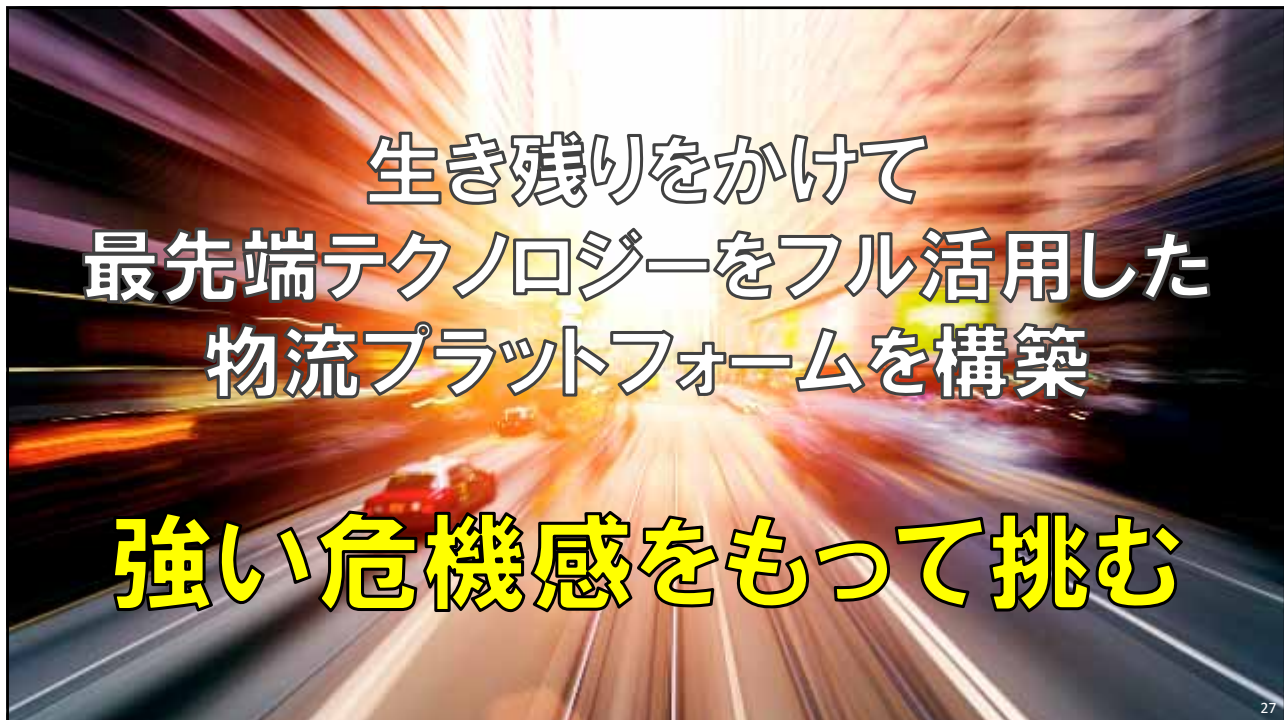
ユニ・チャーム
物流業務の
連携を検討



セブン&アイ・ホールディングス
Happy On Time エリアで
生鮮食品の同時配送



26



- I 第2四半期実績
- II 物流基盤整備による生産性回復および向上
- III フューチャープラットフォームアーキテクチャの狙い
- IV BtoB事業戦略の状況**
- V BtoC事業戦略の状況

28

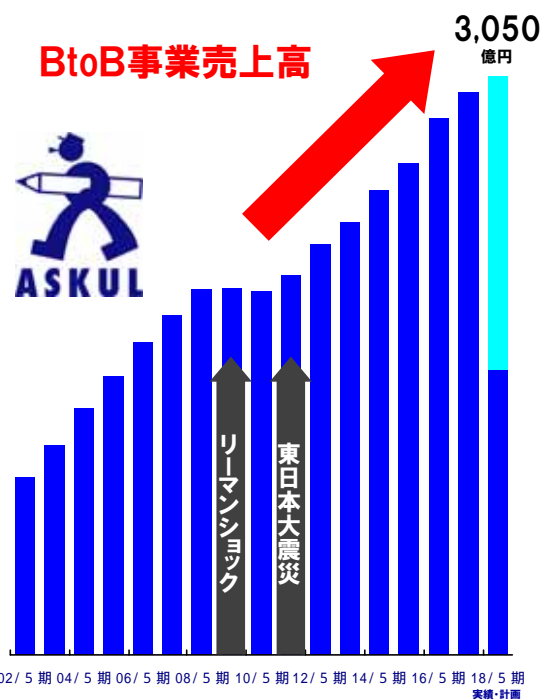
BtoB 事業所向け



ASKUL

29

BtoB事業売上高



**磐石な
成長継続**

02/5期 04/5期 06/5期 08/5期 10/5期 12/5期 14/5期 16/5期 18/5期
実績・計画

30



オフィス用品通販No.1から

BtoB圧倒的No.1へ

31

18/5期 第2四半期 BtoB事業 業績サマリー

✓ **売上総利益率** **引き続き好調**

PB商品の売上高比率向上

⇒下期も計画比で好調に推移する見込み

✓ **1to1のサービス進化**⇒**新規お客様数拡大**

登録フォーマットの簡易化により新規登録数が拡大

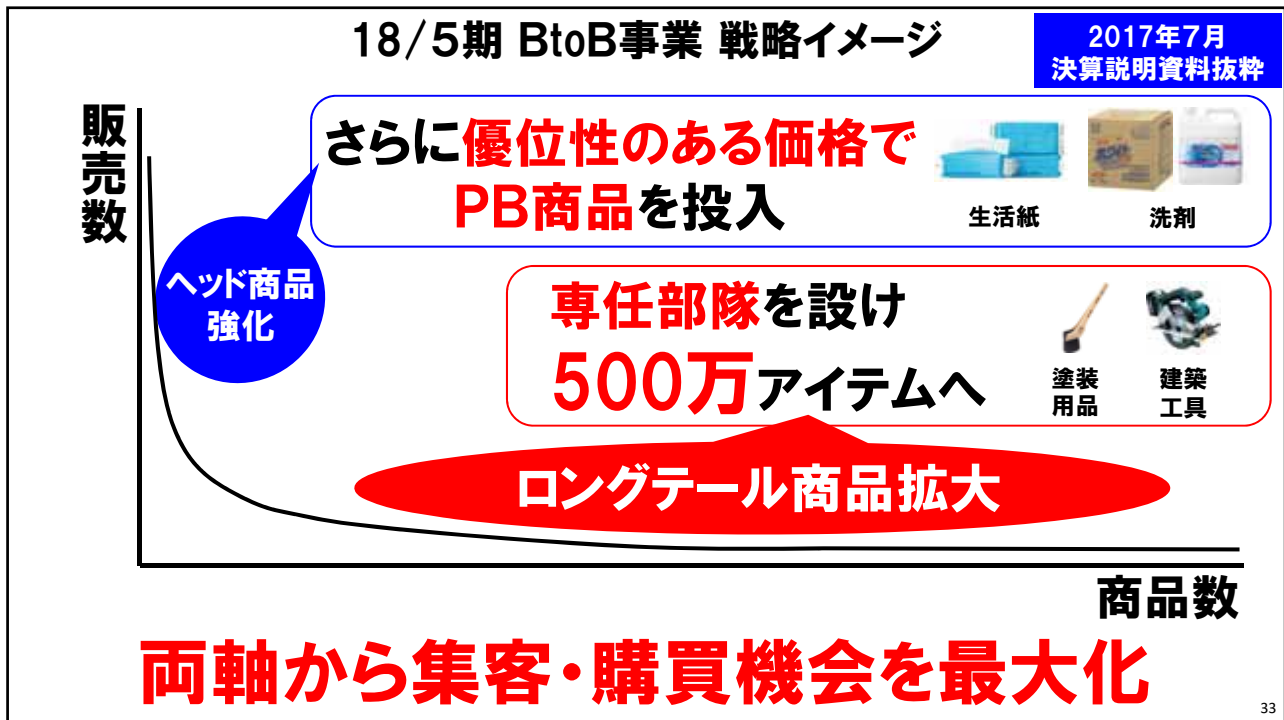
⇒個人クレジットカード決済の導入(11月17日)により、さらなる拡大を目指す

✓ **取扱商品数の拡大**⇒**売上高成長に貢献**

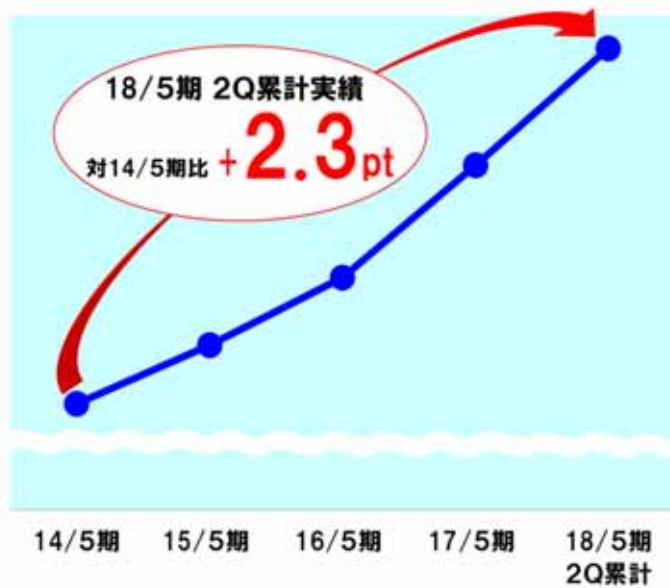
商品数は400万アイテムを突破、ロングテール商品の売上高拡大

⇒新商品データベース導入により、商品数拡大スピードを加速

32



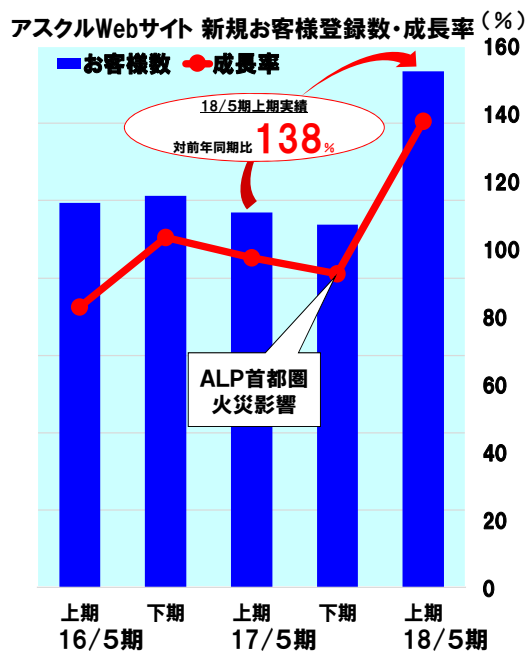
BtoB事業 売上総利益率改善の推移 単体



引き続き好調

35

中小事業所向けWebサイトの新規お客様数の拡大



新規お客様登録数の増加

Web新規登録の簡易化
(Web登録フォームのデザインを大幅リニューアル)

+

エージェントによるお客様開拓
(Face to Faceのお客様フォロー)

**新規お客様の稼働促進により
売上高拡大へ**

36

eコマース化による新たなサービス進化

11月17日より提供開始

個人クレジットカード決済
(決済手段の多様化)

+

携帯電話番号による利用登録
(新規登録のさらなる簡易化)



**個人事業主の
お客様数拡大**

37

eコマース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11月時点 実績
400万 アイテム超

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

38

TRUSCO モノづくり大辞典
オレンジブック



人気商品 **16万** アイテム



**非在庫商品の
当日・翌日配送エリア拡大**

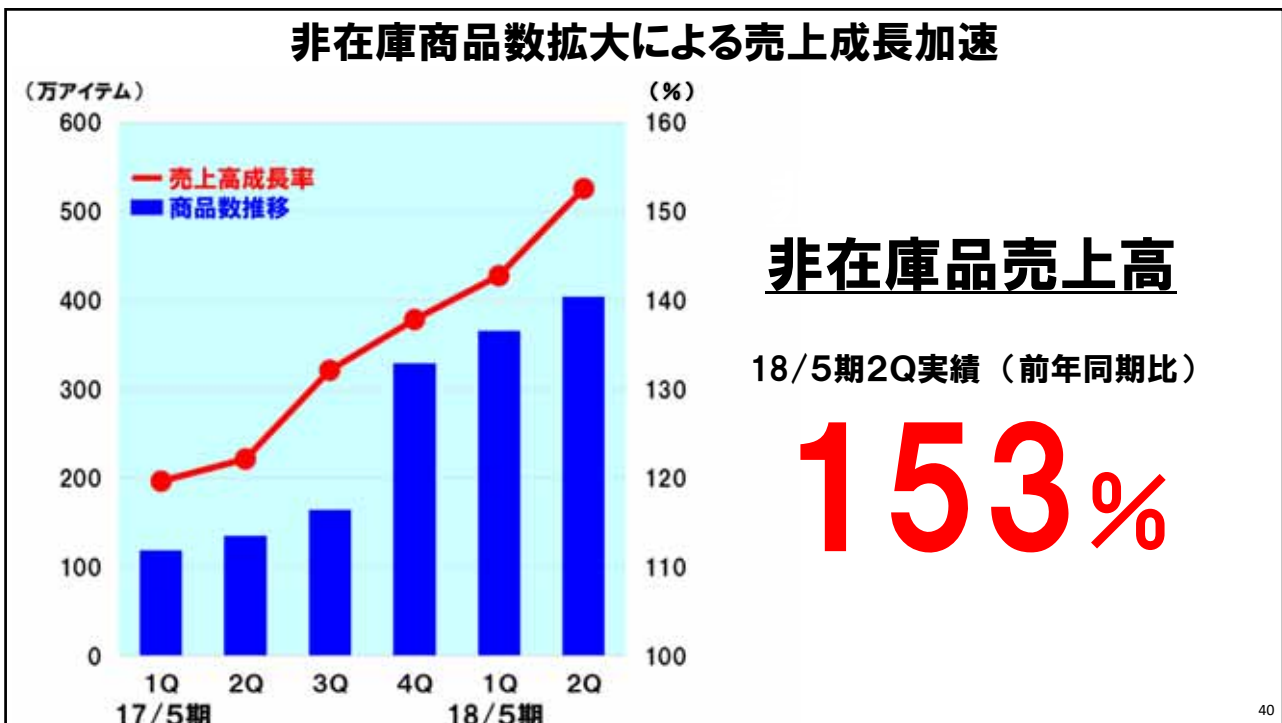
11月21日～

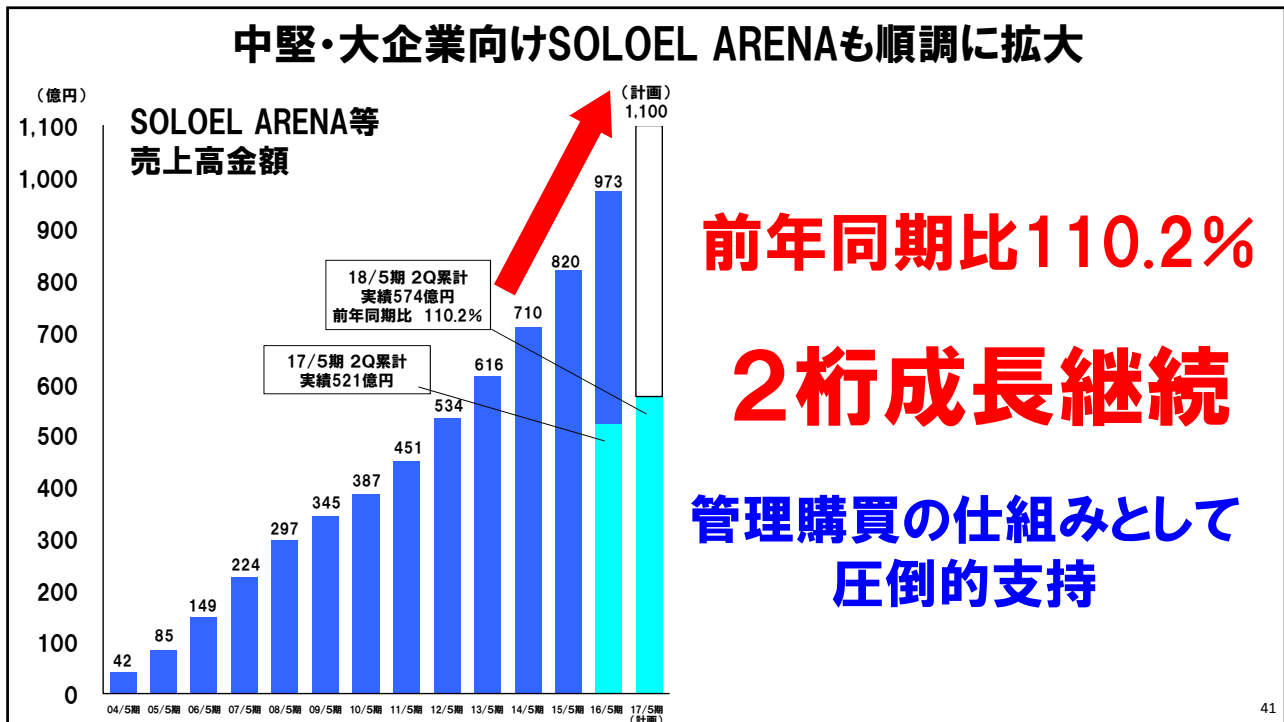
**大阪府
兵庫県** + **東京都23区
愛知県**

▼

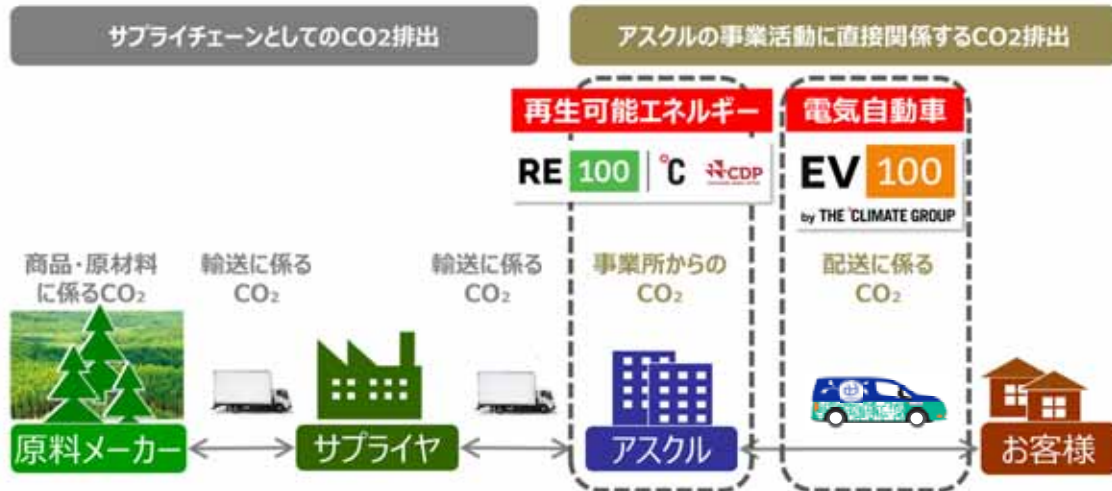
**商品数・配送エリアを
今後さらに拡大**

39





国際イニシアチブである「RE100^{※1}」と「EV100^{※2}」へ加盟 双方への加盟は日本初



※1 英・国際環境NGO「The Climate Group」が2014年に開始したイニシアチブ
企業の消費電力をすべて再生可能エネルギーに転換することを目標に掲げる

※2 英・国際環境NGO「The Climate Group」が2017年に開始したイニシアチブ
企業の電気自動車の使用や環境整備促進を目標に掲げる

43



44

I 第2四半期実績

II 物流基盤整備による生産性回復および向上

III フューチャープラットフォームアーキテクチャの狙い

IV BtoB事業戦略の状況

V BtoC事業戦略の状況

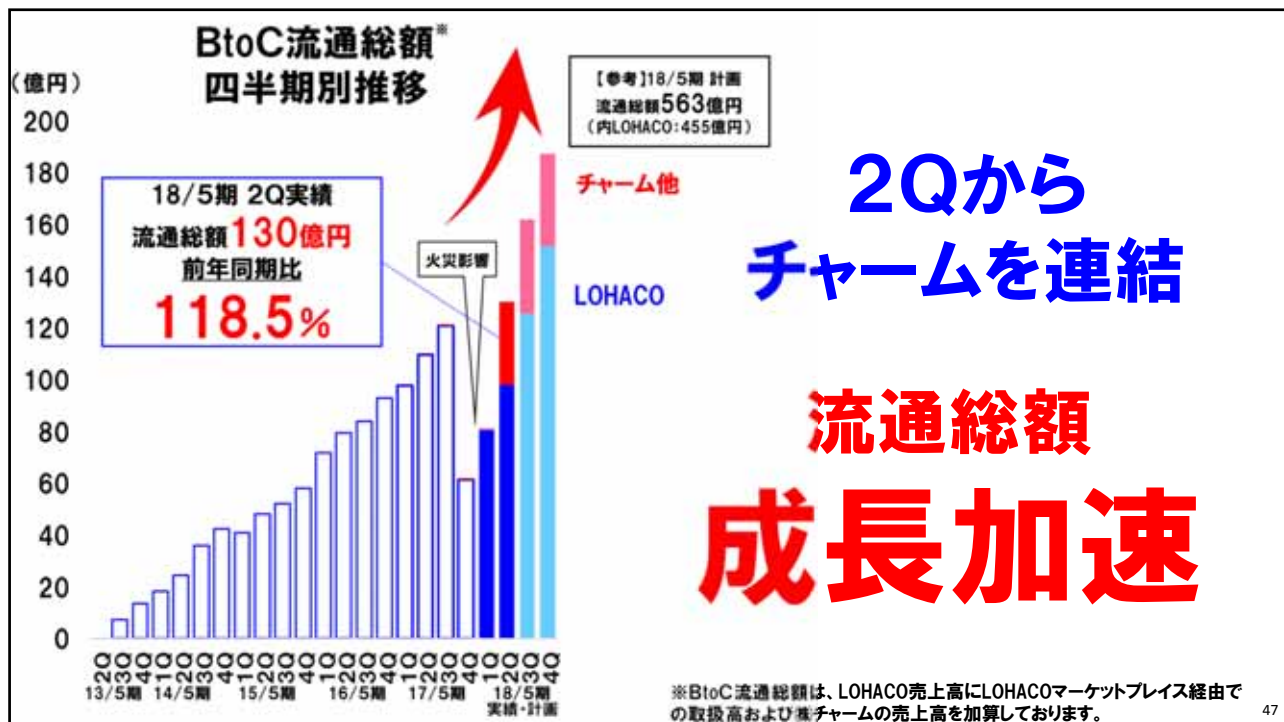
45

**BtoC
個人向け**



LOHACO

46



18/5期 2Q累計 BtoC事業 業績サマリー

✓ 成長性・収益性改善

- ・チャームの連結開始
- ・高粗利カテゴリの売上高拡大(化粧品等)
- ・メーカー連携によるPB商品の売上高比率の向上

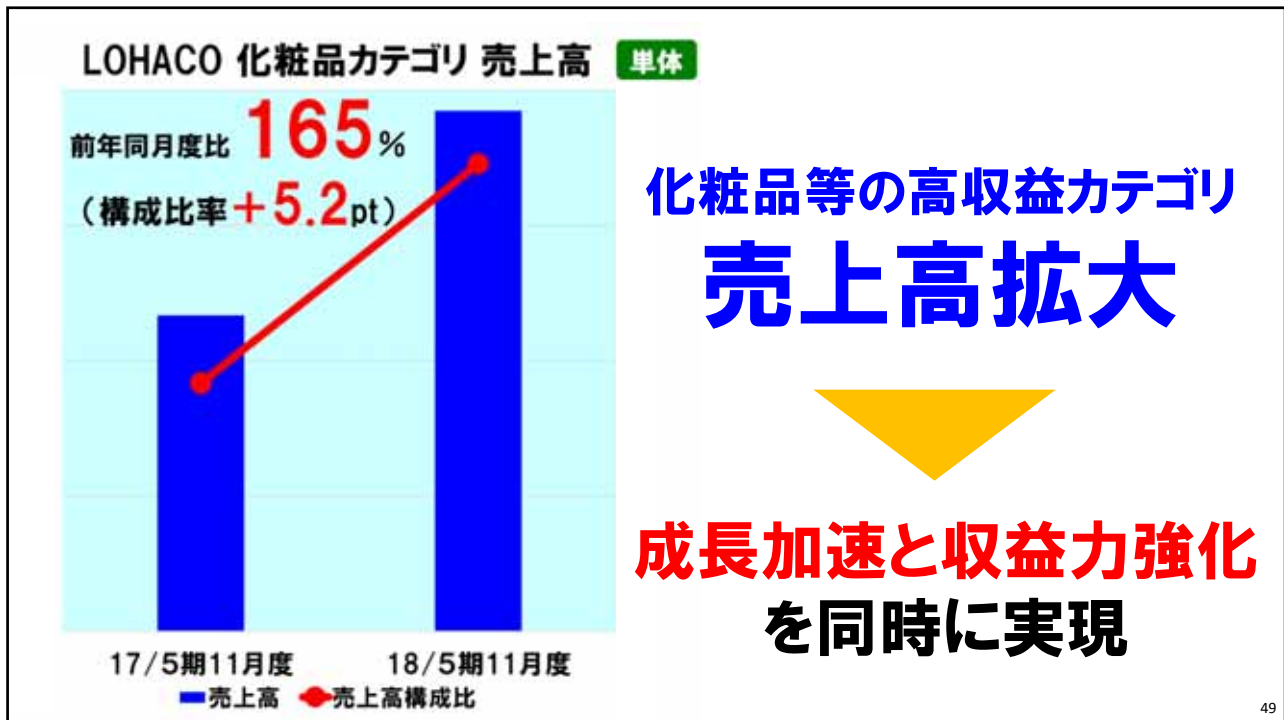
✓ 配送効率の改善

- ・一部飲料の特別配送料の設定
- ・まとめ買いの推進

✓ 今後の成長を牽引

- ・マーケットプレイスの商材拡大
- ・生鮮EC「IYフレッシュ」のサービス開始

48



「ミッドナイトデパートメント」

- 化粧品カテゴリ内にハイブランドの化粧品サイトを期間限定でトライアルオープン
- オープン期間: 12/1(金)~12/25(月)

**化粧品カテゴリの
売上高をさらに拡大**

50

LOHACO 配送費比率の改善策

2017年9月
決算説明資料抜粋

①特別配送料の設定

【対象】900ml以上のペットボトル
 ・ミネラルウォーター※
 ・無糖茶の一部 のケース商品
 ※LOHACO Waterは対象外

【料金】特別配送料350円(税込)

【開始時期】2017年10月2日(月)

②1order1boxの推進

LOHACO Water 5本セットは
 特別配送料対象外



今後もeコマースに合った荷姿を追求

③まとめ買いの推進

5,000円以上で最大200ポイント
 【開始時期】2017年10月2日(月)

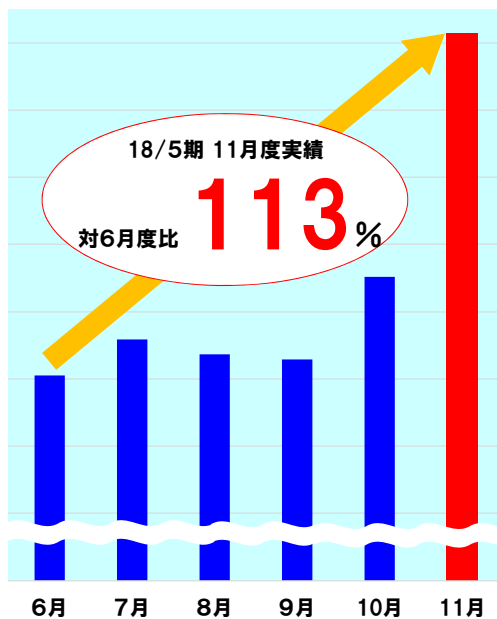


オーダー単価向上による
 配送費比率改善を企図

課題である配送費増に創意工夫で対応

51

LOHACO 1オーダーあたりの売上高推移



まとめ買いの推進効果等により
 1オーダーあたりの売上高UP

配送効率 改善

52

LOHACO ECマーケティングラボ 127社へ

【第3期より継続参加企業(101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AGF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セルス株式会社、エスエス製菓株式会社、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、大塚製菓株式会社、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、キユーピー株式会社、キリンビール株式会社、キリン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、コーセーコスメポート株式会社、ココ・コラカスタマーマーケティング株式会社、ココロ株式会社、小林製菓株式会社、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、シヤチハタ株式会社、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、セプラ株式会社、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、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、富士フィルム株式会社、プラス株式会社ステーションカンパニー、プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社、へんてる株式会社、ボシュロム・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、マルコム株式会社、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、三産船東東京販売株式会社、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、ユニバーサルベアー株式会社、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)

【新規参加企業(21社)】

アース製薬株式会社、アイロボットジャパン合同会社、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、日立コンシューマー・マーケティング株式会社、補助株式会社、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(5社)】

アドビシステムズ株式会社、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)

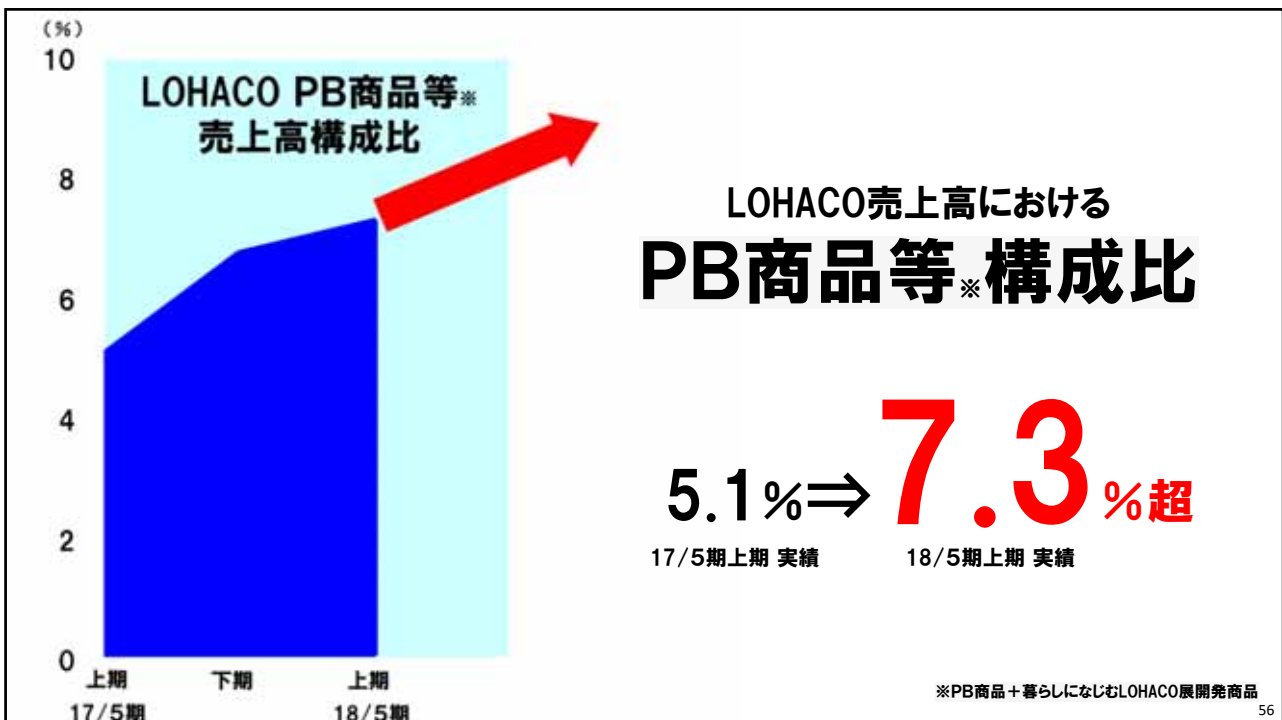
53

第5回 LOHACO デジタルマーケティングコンソーシアム 2017年10月30日開催 メーカー200社482名参加

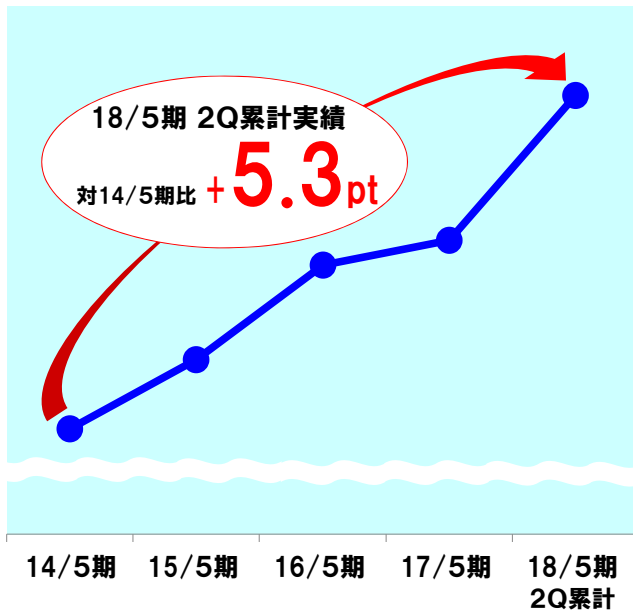


サプライチェーン改革でブルーオーシャンを共創する

54



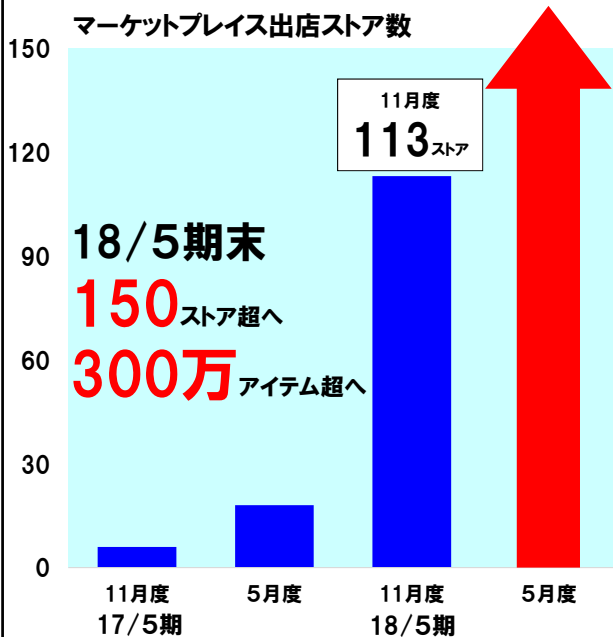
BtoC事業 売上総利益率改善の推移 連結



**収益性が
着実に改善**

57

マーケットプレイスの拡大



**書籍・CD/DVD・ペットなど
新カテゴリを追加**



58

(株)セブン&アイ・ホールディングスとの業務提携



- ✓オムニ7とLOHACOの相互送客 - **11月16日開始**
- ✓両社協働の生鮮EC「IYフレッシュ」 - **11月28日開始**
- ✓EC物流・サイトの開発・運営共同化の検討着手



59

IY Fresh 11月28日スタート

concept	concept	concept
<p>忙しいあなたをサポートする 食材キットなどの生鮮食品 約5,000点品揃え</p> <p>レシピ動画と、そのレシピを まとめて買える機能もあるから 献立・買物リストいらず!</p>	<p>LOHACOの Happy On Timeの使用で 1時間単位の受取指定</p> <p>前日23時までのご注文で 翌日の夕食に間に合う! お届け前の通知も行います。</p>	<p>LOHACOの商品とまとめて 4,500円以上(税込)で 配送料無料</p> <p>LOHACO商品とまとめて決済! もちろん、月額利用料や会員費も かかりません。</p>

不在率2%だからこそできる3温度帯配送

60

**BtoC事業は物流基盤を回復
プラットフォーム革新で再成長ステージへ
品揃え・流通総額を拡大し収益力を強化**

61

付 録

62

18/5期 2Q累計 品目別売上高 **単体**

	17/5期 2Q累計		18/5期 2Q累計	
	億円	前年同期比 %	億円	前年同期比 %
OA・PC	461	102.0	462	100.3
文具	205	103.5	210	102.6
生活用品	500	117.0	502	100.4
ファニチャー	101	100.2	103	102.5
MRO	138	113.5	148	107.4
その他 (メディカル等)	98	110.2	107	109.1
合計	1,505	108.2	1,536	102.0

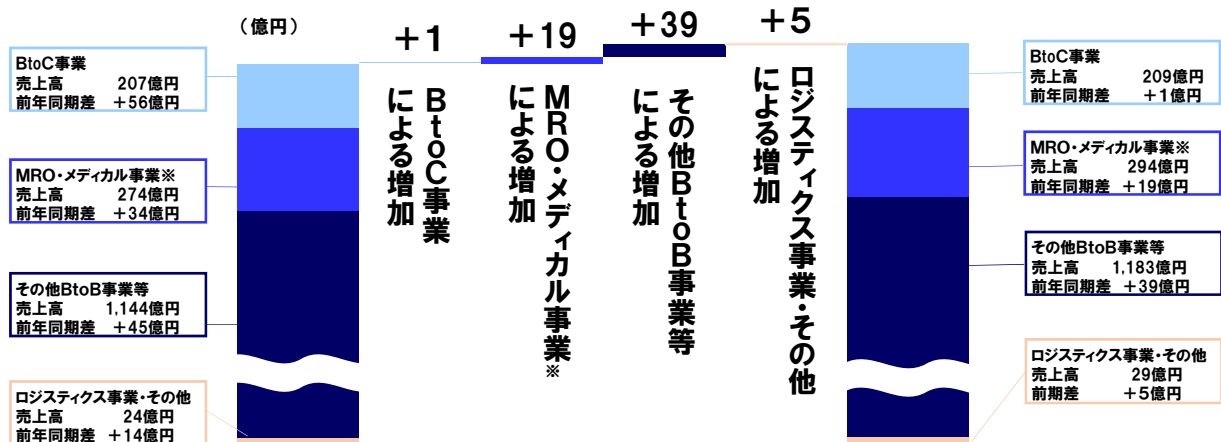
**単体も
過去最高額更新**

63

18/5期 第2四半期 連結売上高の増加要因

17/5期 第2Q累計(実績)
売上高 1,650億円
前年同期差 +151億円
前年同期比 110.1%

18/5期 第2四半期(実績)
売上高 1,716億円
前年同期差 +66億円
前年同期比 104.0%



64

18/5期 第2四半期 連結 売上総利益、販売費および一般管理費

売上総利益額 407 億円 前年同期差 +35億円

売上総利益率 23.7% 前年同期差 +1.2ポイント

- 為替ポジションの良化および原価低減活動に加え、PB商品のシェア拡大等により BtoB事業ならびにLOHACOともに着実に改善

販管費 384億円 前年同期差 +48億円

売上高販管費比率 22.4% 前年同期差 +2.1ポイント

<販管費の前年同期差の主な内訳>

- 物流生産性の一時的な悪化
(主に火災影響による24時間稼働、手作業増加に伴う人件費および業務委託費の増加) **+18億円**
- AVC関西・代替センター固定費増(地代家賃、減価償却費の増加) **+19億円**

65

18/5期 第2四半期 連結 設備投資

設備投資額 109億円(年間計画 249億円)

AVC関西物流設備等 **59億円**

AVC日高マテハン設備等 **31億円**

(参考)減価・ソフトウェア償却費 19億円(年間計画 50億円)

投資詳細

(単位:百万円)

科目名	17/5期 第2四半期	18/5期 第2四半期	
	金額	金額	前年同期比
【設備投資額】	2,616	10,952	+318.5%
有形固定資産	1,376	9,470	+587.9%
無形固定資産	1,240	1,481	+19.5%
建設仮勘定(注2)	270	5,342	+1,875.9%
ソフトウェア仮勘定(注2)	703	950	+35.1%

(注1) 設備投資額は当該期間の発生ベース額にて記載しております。

(注2) 建設仮勘定およびソフトウェア仮勘定は当該(四半)期末残高を記載し、一部消費税等を含んでおります。

66

18/5期2Q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

	18/5期 2Q累計	前期差	17/5期 2Q累計
インターネット経由	80.6%	+0.6ポイント	80.0%
上記以外	19.4%	△0.6ポイント	20.0%

(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)

	17/5期 11月度	18/5期 11月度	前年同月度差
オリジナル商品数	7,665	8,337	+672
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	28.3% (32.2%)	29.3% (32.8%)	+1.0ポイント (+0.6ポイント)

(注1) 各期11月度の単月実績を記載しております。

(注2) 18/5期2Qよりオリジナル商品売上高(分子)にオリジナル・コピーペーパーを含めて売上高構成比率を算出しております。

(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。

67

新カタログ発刊



「アスクルカタログ2017秋・冬号」
2017年9月発刊

総ページ数	1,280 ページ
取扱商品数	約 36,500 アイテム
新規取扱商品数	約 2,000 アイテム
オリジナル商品数	約 6,950 アイテム
グリーン商品数	約 13,600 アイテム

<参考> 2017春・夏号(前号)の概要

総ページ数:1,272ページ

取扱商品数:約35,750アイテム

68

もっと 使いやすく! 便利に! もっと

「2倍巻き」トイレトーパー
高さのない壁にもきれいに収まるヨコ型収納パッケージ。
「2倍巻き」の厚みで「1倍巻き」の2倍の巻数を確保。
新品 ¥289

ドリップコーヒー(1杯取り)
高品質豆のブレンドと独自の抽出技術により、どこでも手軽にカプチーノが作れる!
新品 ¥35.8

スティック飲料シリーズ「カフェキューブ」
アスファルトやコンクリートの壁に貼って、どこでも手軽にカプチーノが作れる!
新品 ¥21

ロールふせん
新品 ¥107.5

油性マーカー
新品 ¥98.8

シュレッダー
新品 ¥29,800

多色ボールペン
新品 ¥269

フラットファイル
新品 ¥59

スティックコーヒー
新品 ¥31.5

ふせん
新品 ¥1,880

「ホームランド」テープ
新品 ¥798

キャップレスホルダー
新品 ¥640

独自性

69

お客様をビジネスをサポートする
2 品質の良いモノをお届け!

コピー用紙
人気のオリジナル高級コピー用紙がFSC®認証に!
新品 A4 ¥2,648

セラハンテープ
新品 ¥52.8

フラットファイル
新品 ¥27.8

ふせん
新品 ¥20.9

CD-R
新品 ¥23.0

新品 ¥17.5

ソフトパッキンティッシュ
新品 ¥239

ハイパワーアルカリ乾電池
新品 ¥39.9

メンディングテープ
新品 ¥267

トイレのおそうじシート
新品 ¥249

ラミネートフィルム
新品 ¥118

天然水 2L
新品 ¥82

競争力

70

「木の畑」は ずっと続きます!

プロジェクトの概要

1 box for 2 trees

プロジェクトの概要

1箱で2本!

累計販売数

2010年からの年間、「木の畑」から作られた「木の畑」はたくさんのお客さまに喜んでいただいております!

5778万箱

「木の畑」のサイクル

5年で収穫 環境にやさしい紙へ。

6年間で植えた木の本数

1億1805万本

ユーカリの木は、オリジナルコピー用紙の原料になります。

インドネシアの「木の畑」の面積

8万1760ha

環境

お客様と いっしょに! これからも「支援」を続けていきます。

被災地の子どもの描く絵で、子どもたちを支援する活動をサポート!

ASKUL子どもアートプロジェクト

累計販売数

¥3,070,836

累計販売数

¥26,556,195

東北被災地の高校の学習環境充実のために必要なものを寄贈!

東日本復興支援(教育支援)

累計販売数

¥5,702,400

累計販売数

¥67,648,372

社会