



株式会社 あさひ

2022年 2月期 決算説明資料

2022年 4月

東証プライム市場（証券コード：3333）

1. 2022年2月期 決算実績
2. 2023年2月期 通期計画

参考資料

- ・ 中期経営計画 「VISION2025」 進捗

1. 2022年2月期 決算実績

2022年2月期 決算実績 (前年比)

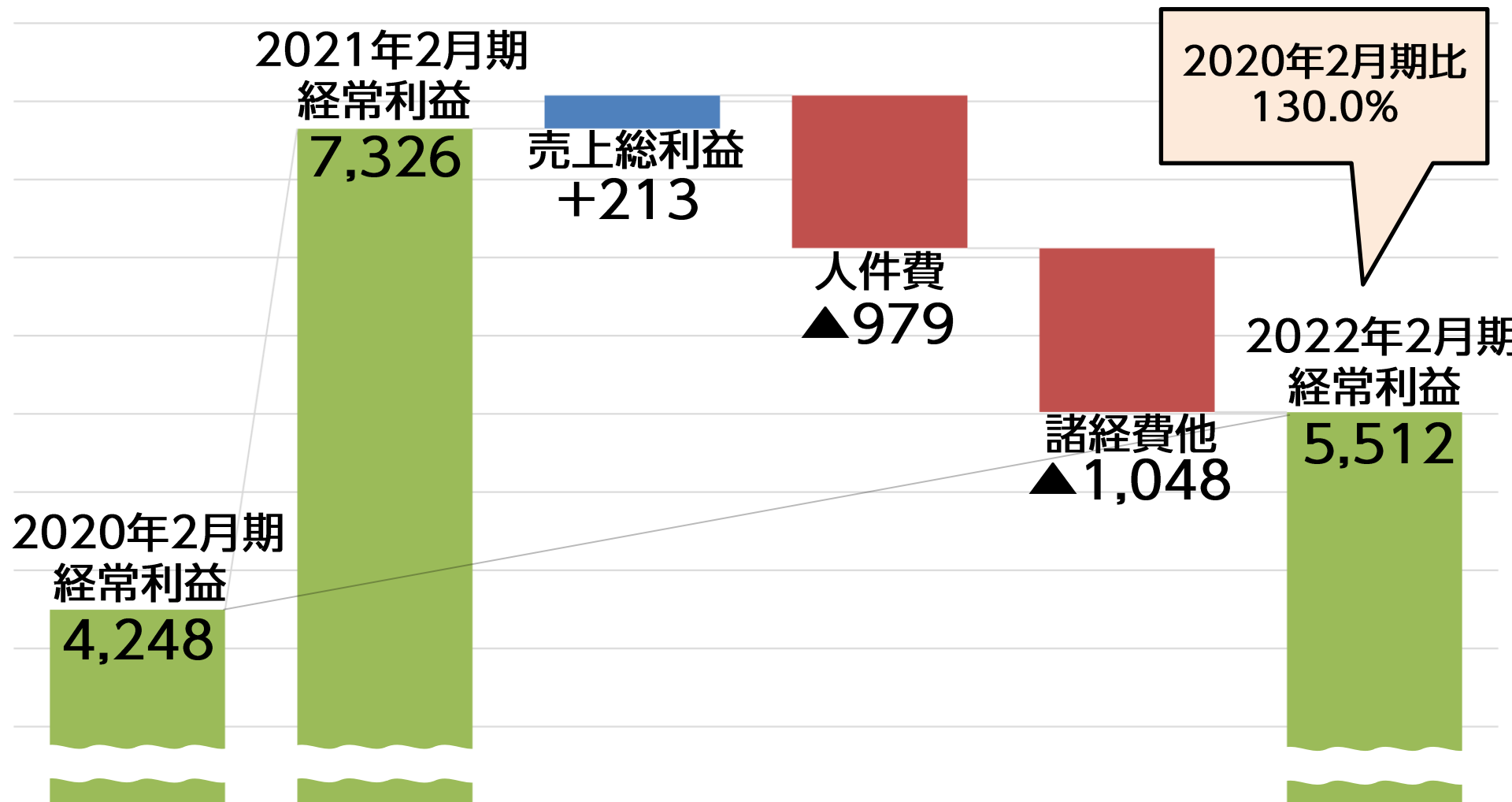
【単位：百万円、%】

	2021年2月期 決算		2022年2月期 決算			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	要因
売上高	69,456	100.0	71,398	100.0	102.8	<ul style="list-style-type: none"> ・ コロナ禍の需要が継続 ・ 電動アシスト自転車の構成比増
売総利益	35,021	50.4	35,235	49.4	100.6	
経常利益	7,326	10.5	5,512	7.7	75.2	利益面では概ね計画通り
当純期利益	4,717	6.8	3,541	5.0	75.1	計画比 経常利益 100.2% 当期純利益 101.2%

経常利益 減少要因

【単位：百万円、%】

- 人件費 : 計画的な人員補強
- 諸経費他 : 平年並みの支出



部門別売上高（前年比）

【単位：百万円、%】

	2021年2月期 決算		2022年2月期 決算			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	要因
店舗 ネット	67,102	96.6	68,829	96.4	102.6	ネット専用在庫確保により 売上高が好調に推移 既存店売上高99.7% 客単価104.1% 客数95.7%
その他 ※	2,353	3.4	2,569	3.6	109.2	卸先へのルイガノブランドの 販売が好調に推移
合計	69,456	100.0	71,398	100.0	102.8	

※その他売上高には、ロイヤリティ収入や、FC店ならびに卸先への商品売上高、外商売上高などを含んでいます。

品目別売上高（前年比）

【単位：百万円、％】

	2021年2月期 決算		2022年2月期 決算			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	コメント
一般車	11,876	17.1	11,662	16.3	98.2	・供給不安定 ・一昨年比120.3%
スポーツ車	10,752	15.5	10,257	14.4	95.4	
子供車	9,126	13.1	8,131	11.4	89.1	
電動アシスト 自転車	15,629	22.5	18,829	26.4	120.5	ネット専用在庫確保
その他自転車	2,472	3.6	2,666	3.7	107.9	
パーツ・その他	19,597	28.2	19,851	27.8	101.3	
合計	69,456	100.0	71,398	100.0	102.8	
自社ブランド 売上高	32,395	46.6	30,598	42.9	94.5	他社ブランド電動アシスト自転車の増加

販管費、設備投資（前年比）

【単位：百万円、％】

		2021年2月期 決算		2022年2月期 決算			
		金額	売上高 構成比	金額	売上高 構成比	前年 同期比	要因
販管費		28,157	40.5	30,014	42.0	106.6	
内訳※	人件費	13,755	19.8	14,735	20.6	107.1	人員配置の適正化
	広告宣伝費	615	0.9	739	1.0	120.2	
	物流費(運送費+保管費)	1,733	2.5	1,714	2.4	98.9	
	減価償却費	1,253	1.8	1,343	1.9	107.2	システム関連投資や出店・店舗リニューアル
	その他	10,799	15.5	11,480	16.1	106.3	支払手数料料増加
設備投資に係る支出		2,054		2,533		123.3	出店・店舗リニューアル

※2022年2月期から勘定科目体系を変更。

出店実績（前年比）

合計：505店舗

（直営店：486店舗 FC店：19店舗 ※1）（2022年2月20日現在）

■新規出店：16店舗（計画15店舗）

■退店：2店舗 南大沢キッズ館（店舗統合）
美浜ニューポート店（商業施設の閉館）

	2021年2月期 決算	2022年2月期 決算	増減 ※2
北海道・東北 関東・甲信越	218	224	+6 (退店△2店舗含む)
中部・北陸	66	66	±0
近畿	120	125	+5
中国・四国・九州	87	90	+3
合計	491	505	+14

※1 FC店計19店舗（大阪府:7店舗、兵庫県:1店舗、京都府:4店舗、三重県:4店舗、広島県:1店舗、鹿児島県:2店舗）
ネット部門は含んでおりません。

※2 前期末店舗数からの増加を示しております。

2. 2023年2月期 通期計画

2023年2月期 通期計画

【単位：百万円、％】

	2022年2月期 決算		2023年2月期 計画			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	要因
売上高	71,398	100.0	78,000	100.0	109.2	客単価上昇
売上総利益	35,235	49.4	36,910	47.3	104.8	・仕入れ原価上昇 ・電動アシスト自転車の 構成比増加
営業利益	5,221	7.3	5,600	7.2	107.3	
経常利益	5,512	7.7	5,700	7.3	103.4	
当期純利益	3,541	5.0	3,700	4.7	104.5	

2023年2月期 部門別売上高（計画）

【単位：百万円、％】

	2022年2月期 決算		2023年2月期 計画			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	要因
店舗 ネット	68,829	96.4	75,400	96.7	109.5	<ul style="list-style-type: none"> ・新規出店17店舗 ・既存店107%
その他	2,569	3.6	2,600	3.3	101.2	
合計	71,398	100.0	78,000	100.0	109.2	

※ その他売上高には、ロイヤリティ収入や、FC店ならびに卸先への商品売上高、外商売上高などを含んでいます。

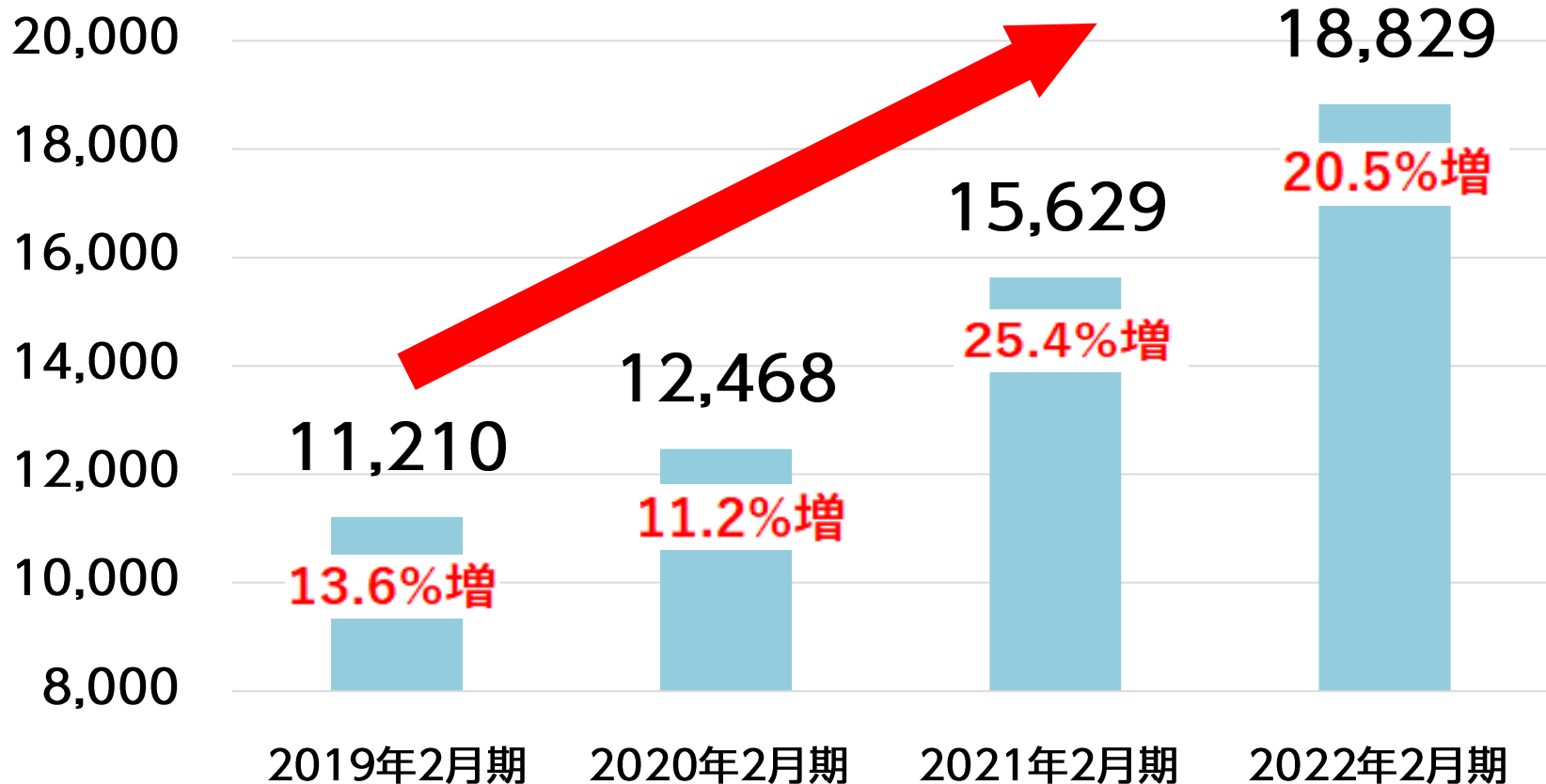
2023年2月期 品目別売上高 (計画)

【単位：百万円、％】

	2022年2月期 決算		2023年2月期 計画		
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比
一般車	11,662	16.3	11,814	15.1	101.3
スポーツ車	10,257	14.4	11,923	15.3	116.2
子供車	8,131	11.4	9,000	11.5	110.7
電動アシスト 自転車	18,829	26.4	21,447	27.5	113.9
その他自転車	2,666	3.7	3,033	3.9	113.8
パーツ・その他	19,851	27.8	20,780	26.6	104.7
合計	71,398	100.0	78,000	100.0	109.2

当社の電動アシスト自転車 売上高推移

【単位：百万円、%】



市場規模は年5～10%伸びに対し、当社は10～25%程度の伸び率で推移。着実なシェアアップを実現。

「ネットで注文、お店で受け取り」 サービス好調の背景①

◎利便性

ネットワーク網：全国500店舗以上、ネット通販



◎安全・安心の提供

店舗での商品説明、アフターサービスの提供



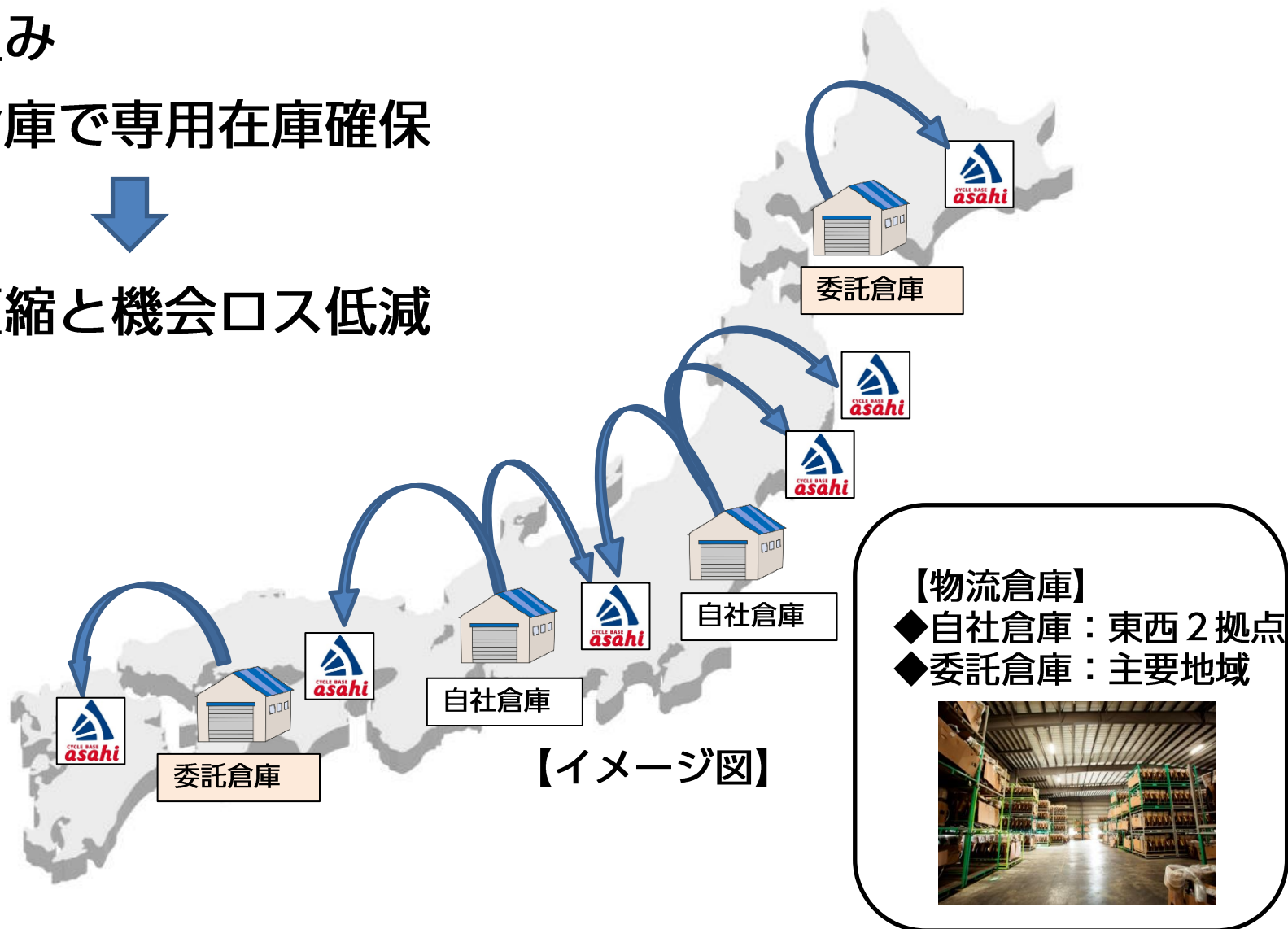
「ネットで注文、お店で受け取り」 サービス好調の背景②

◎取り組み

物流倉庫で専用在庫確保



納期短縮と機会ロス低減



2023年2月期 販管費、設備投資（計画）

【単位：百万円、%】

		2022年2月期 決算		2023年2月期 計画			
		金額	売上高 構成比	金額	売上高 構成比	前年 同期比	要因
販管費		30,014	42.0	31,300	40.1	104.3	
内訳	人件費	14,735	20.6	15,364	19.7	104.3	新規出店に向けた人員増加
	広告宣伝費	739	1.0	722	0.9	97.7	
	物流費(運送費+保管費)	1,714	2.4	1,924	2.5	112.3	
	減価償却費	1,343	1.9	1,485	1.9	110.5	出店、システム、物流投資
	その他	11,480	16.1	11,802	15.1	102.8	支払手数料増加
設備投資に係る支出			2,533		2,956	116.7	出店、システム、物流投資

2023年2月期 出店（計画）

2023年2月期末：522店舗

	2022年2月期（実績）	2023年2月期（計画）	
	店舗数	店舗数	純増店舗数
北海道・東北 関東・甲信越	224	235	+11
中部・北陸	66	67	+1
近畿	125	129	+4
中国・四国・九州	90	91	+1
合計	505	522	+17

都市型店舗の出店進捗

	郊外型	都市型
売場面積	100～200坪	40～50坪
商 圏	10～15万人(3～5km)	8万人(1～2km)
サービス	修理・メンテナンスは原則クイック対応	

【背景】

- ①自転車ニーズ、需要の強さ
- ②個人店等の廃業

【ねらい】

ネット受取、サービス拠点

【出店実績】

2022年4月時点：5店舗展開

第二の出店フォーマットとして 出店余地の拡大

参考資料：中期経営計画「VISION2025」進捗

中期経営計画「VISION2025」数値目標

売上高
(単位：百万円)

90,000

売上高
85,000百万円

営業利益率

8.0%

店舗数

580店舗

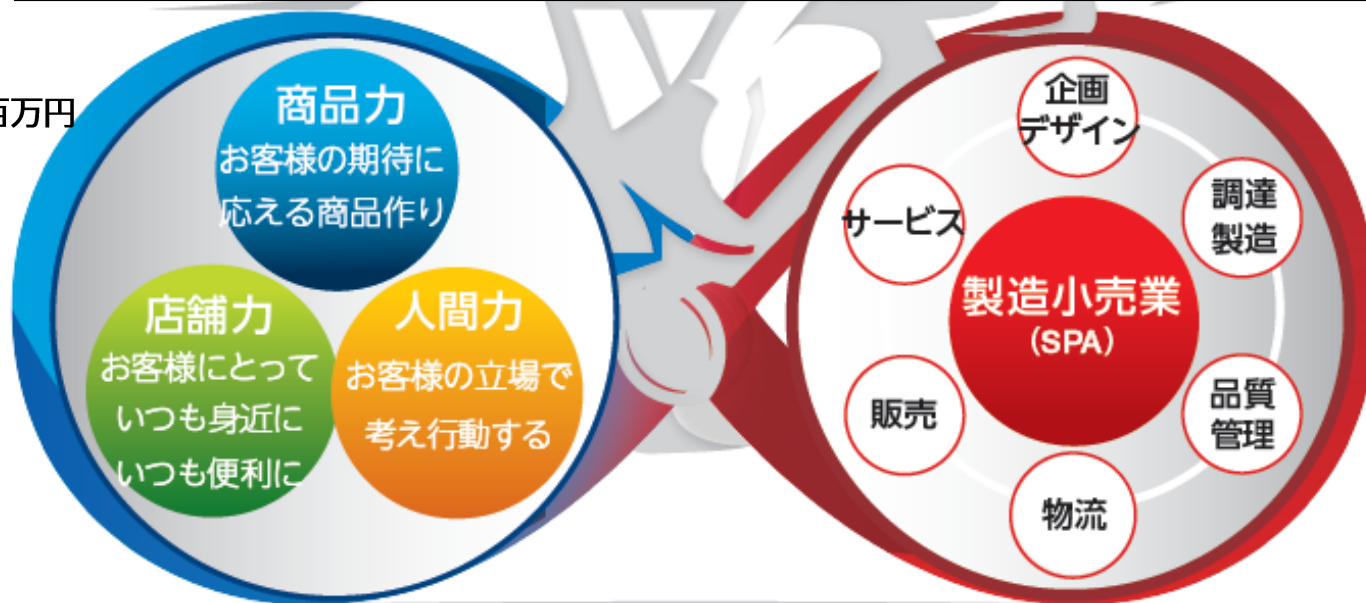
80,000

カルチャー&ビジネスの両輪を回しながら深化

売上高
69,456百万円

店舗数
491店舗

70,000



2021年2月期
実績

カルチャーモデル
(企業の根幹)

ビジネスモデル

2026年2月期
目標値

中期経営計画「VISION2025」の全体像

経営ビジョン

人生を彩る自転車ライフをいつも、いっしょに、いつまでも

4つの重点戦略

お客様との
関係性強化
(CRM強化)

既存店の
活性化
(店舗・EC)

新しい店舗
スタイルの
開発

事業領域の
拡大

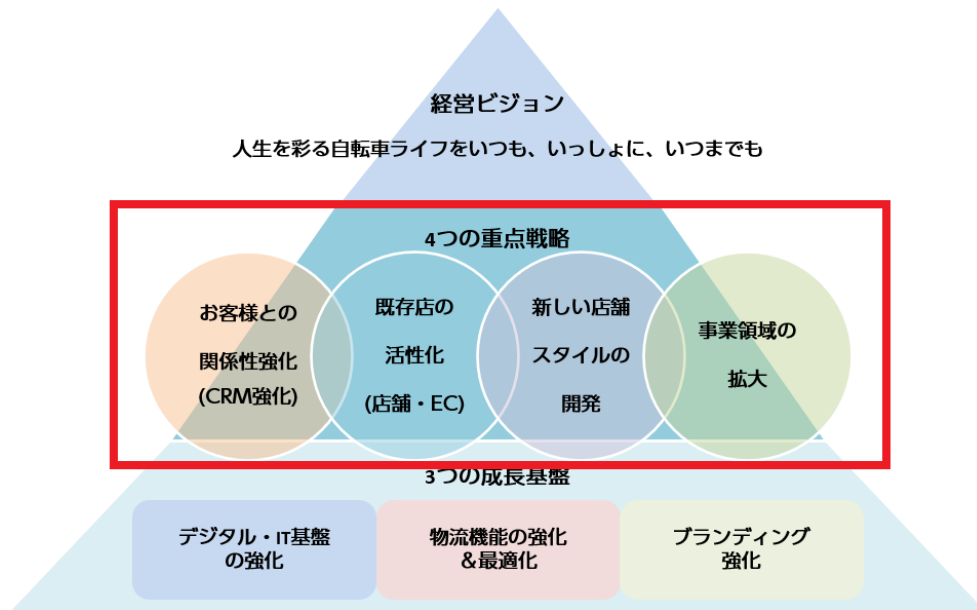
3つの成長基盤

デジタル・IT基盤
の強化

物流機能の強化
&最適化

ブランディング
強化

4つの重点戦略



4つの重点戦略

1. お客様との関係性強化 (CRM 強化)



アプリ会員の拡大

2. 既存店の活性化 (店舗・EC)



オムニチャネル化

3. 新しい店舗スタイルの開発



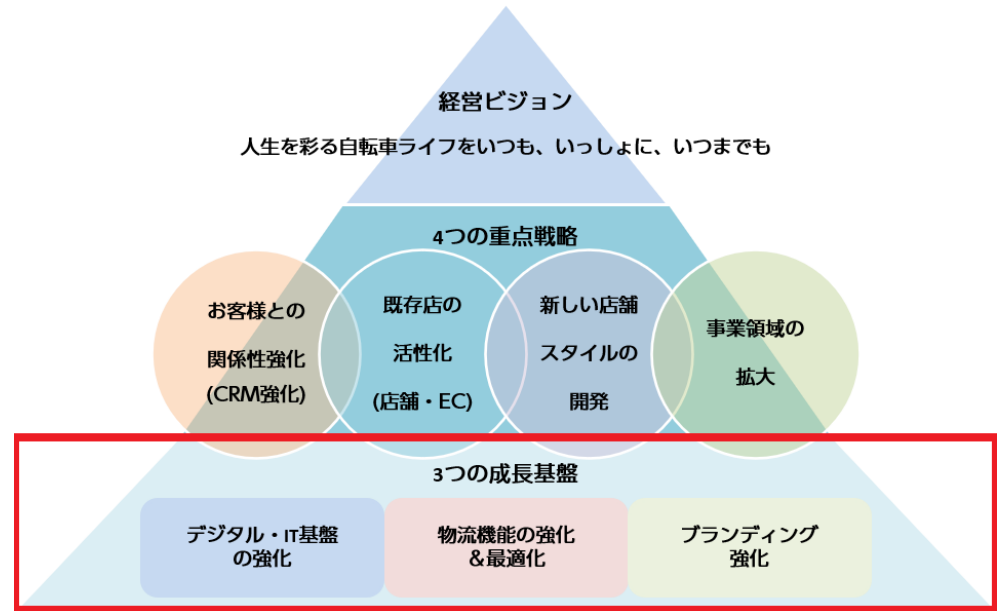
都市型店舗フォーマットの確立

4. 事業領域の拡大



卸事業の拡大

3つの成長基盤



3つの成長基盤

1. デジタル・IT 基盤の強化



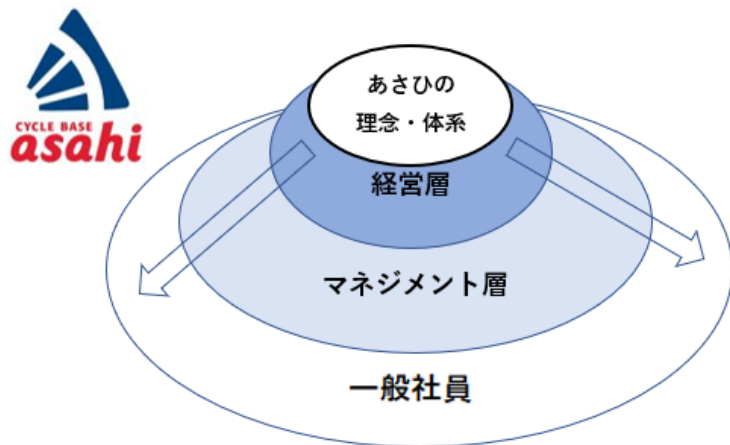
基幹システム更新、品川開発拠点設置

2. 物流機能の強化&最適化



在庫最適化

3. ブランディング強化



従業員へのブランディング教育

「4つの重点戦略」
を進めるうえで
「3つの成長基盤」
を強化

私たちは、自転車を通じて世界の
人々に貢献できる企業を目指します。

その企業目的に賛同し、
参画するすべての人々が、
豊かな人生を送れることを目指します。

資料取扱上のご注意

- 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する主旨のものではありません。実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。
- 当社の内部要因や、当社を取り巻く事業環境の変化等の外部要因が直接または間接的に当社の業績に影響を与え、本資料に記載した見通しが変わる可能性があることをご承知おき願います。
- 本資料の転用等は、ご遠慮くださいます。

