



# 2024年2月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社あさひ  
東証プライム市場（証券コード：3333）

2023/9

# 目次

- 1 2024年2月期 第2四半期 決算実績
- 2 2024年2月期 下半期 取組み
- 3 (参考資料)2024年2月期 通期計画
- 4 (参考資料)中期経営計画「VISION2025」取組み進捗



1 2024年2月期 第2四半期 決算実績

2 2024年2月期 下半期 取組み

3 (参考資料)2024年2月期 通期計画

4 (参考資料)中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

# 1 2024年2月期 第2四半期 決算実績

## 外部環境

### ➤ マクロ環境：節約志向 耐久消費財の需要減

- ・節約志向
- ・行動制限緩和 ⇒ 旅行、飲食等サービス業は回復  
⇒ 耐久消費財関連は需要減退

### ➤ 自転車業界：新車販売の鈍化

- ・新車販売鈍化 ⇒ 在庫過多
- ・国内自転車メーカー出荷量 ⇒ 5月以降**急激に低下**

# 1 2024年2月期 第2四半期 決算実績

当社の**強み**、**優位性**を活かした取組み

①前期8月からの価格改定(あさひブランド10~20%)

②EC強化、修理対応、販売強化策など



売上高は前年同期比105%

・客単価**105.0%** × 客数**100.1%** (出所：2023年8月度月次営業速報)

・EC化率※ 前期**10.7%** ⇒ 今期**13.5%**

※小売（【店舗】 + 【EC】）におけるEC販売の割合。

# 1 2024年2月期 第2四半期 決算実績

## 前年比、業績予想比

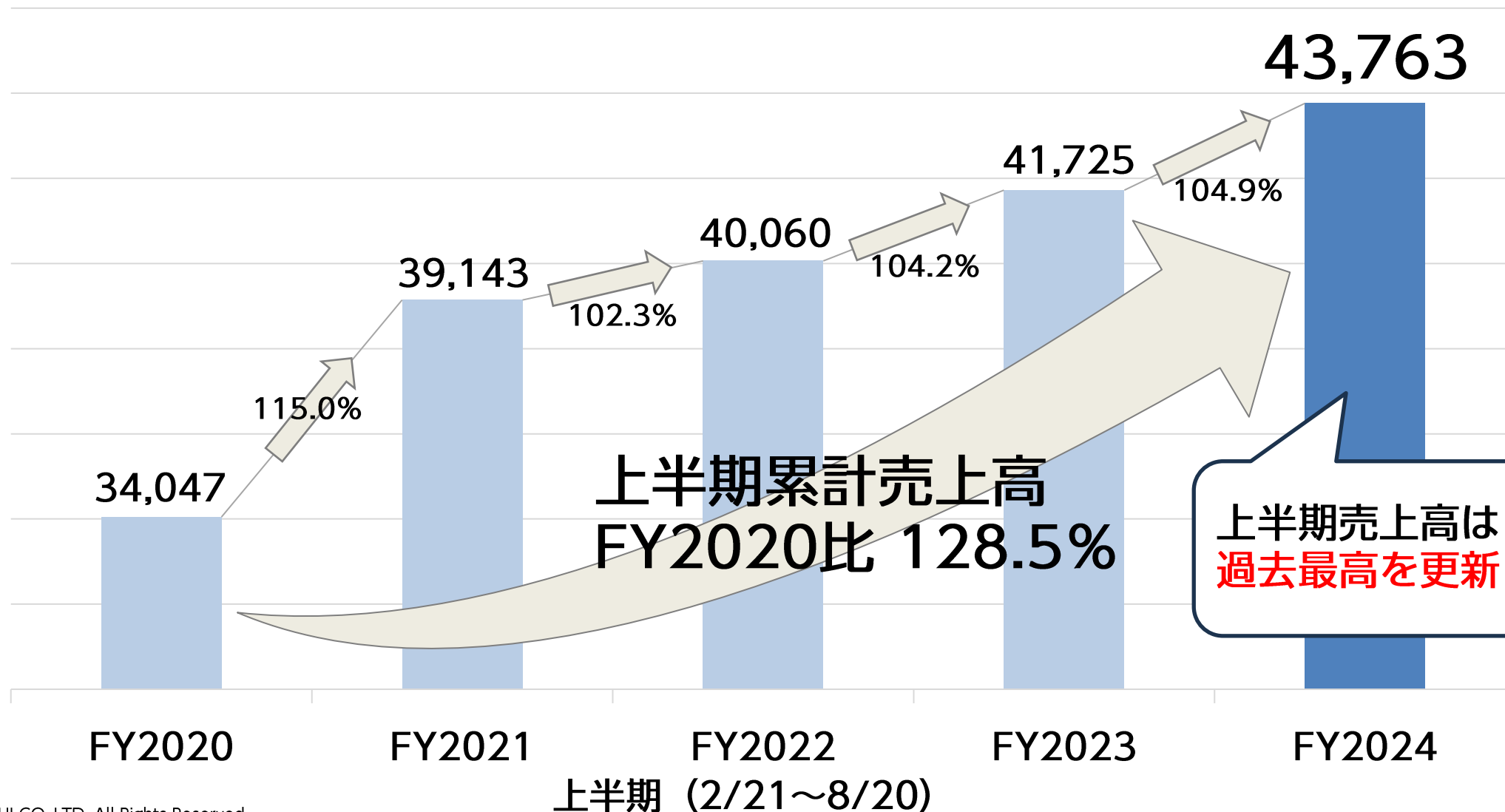
【単位：百万円、%】

	2023年2月期 第2四半期累計		2024年2月期 第2四半期累計				業績 予想比
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	主な要因	
売上高	41,725	100.0	43,763	100.0	104.9	・前期8月の価格改定で単価上昇 ・EC強化、修理対応、販売強化策 など	97.3
売上総利益	19,954	47.8	20,706	47.3	103.8	仕入れコスト上昇	—
営業利益	4,263	10.2	4,218	9.6	98.9	事業拡大に伴う販管費増	98.1
経常利益	4,301	10.3	4,363	10.0	101.4		99.2
四半期純利益	2,885	6.9	2,920	6.7	101.2		99.0

# 1 2024年2月期 第2四半期 決算実績

## 上半期売上高の推移

【単位：百万円、%】



# 1 2024年2月期 第2四半期 決算実績

## 部門別売上高（前年比）

【単位：百万円、％】

		2023年2月期 第2四半期累計		2024年2月期 第2四半期累計			要因
		金額	小売の 構成比 ※1	金額	小売の 構成比 ※1	前年 同期比	
	店 舗	36,237	89.3	36,846	86.5	101.7	<ul style="list-style-type: none"> <li>・店舗：ヘルメット販売や修理件数が増加</li> <li>・EC：売れ筋商品の価格調整や専用在庫確保 基盤強化による成果</li> <li>・既存店売上高103.0% (客単価104.6%×客数98.4%)</li> </ul>
	E C	4,347	10.7	5,774	13.5	132.8	
小 売（小 計）		40,585	100.0	42,620	100.0	105.0	
そ の 他 ※ 2		1,140	-	1,142	-	100.2	
合 計		41,725	-	43,763	-	104.9	

※1 小売(店舗+EC)における比率を構成比として用いております。

※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。



# 1 2024年2月期 第2四半期 決算実績

## 品目別売上高（前年比）

【単位：百万円、％】

	2023年2月期 第2四半期累計		2024年2月期 第2四半期累計			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	要因
一般車	7,593	18.2	7,606	17.4	100.2	
スポーツ車	5,782	13.9	5,983	13.7	103.5	あさひブランドが好調
子供車	4,427	10.6	4,490	10.3	101.4	
電動アシスト 自転車	11,402	27.3	11,746	26.8	103.0	あさひブランドエナシスが好調
その他自転車	1,614	3.9	1,475	3.4	91.4	
パーツ・その他	10,904	26.1	12,461	28.5	114.3	・ヘルメット販売増加 ・修理増加
合計	41,725	100.0	43,763	100.0	104.9	
あさひブランド 売上高	18,866	45.2	21,009	48.0	111.4	節約志向の中、競争力の高いラインアップでお客様ニーズに適合

# 1 2024年2月期 第2四半期 決算実績

## 販管費、設備投資（前年比）

【単位：百万円、％】

		2023年2月期 第2四半期累計		2024年2月期 第2四半期累計			要因
		金額	売上高 比	金額	売上高 比	前年 同期比	
販 管 費		15,691	37.6	16,487	37.7	105.1	
内 訳	人 件 費	7,664	18.4	7,928	18.1	103.5	事業拡大に伴う人員増
	広告宣伝費	336	0.8	345	0.8	102.8	EC売上増に連動
	物 流 費 ※	1,030	2.5	998	2.3	96.9	保管料の削減
	減価償却費	702	1.7	763	1.7	108.7	店舗投資の増加
	そ の 他	5,957	14.3	6,450	14.7	108.3	キャッシュレス化に伴う手数料
設備投資に 係る支出			827		1,136	137.3	・新規出店、店舗リニューアル ・システム案件

※運送費＋保管費

# 1 2024年2月期 第2四半期 決算実績


## 店舗

	期首	出店	退店	第2四半期末
店舗数 ※1	519	+6	▲1 ※2	524
うち都市型	6	+1	0	7

※1 FC店計18店舗含む (大阪府:6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)

※2 大泉インター店 (賃貸借契約の満了)



- 
- 1 2024年2月期 第2四半期 決算実績
  - 2 2024年2月期 下半期 取組み**
  - 3 (参考資料)2024年2月期 通期計画
  - 4 (参考資料)中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

## 2 2024年2月期 下半期 取組み

上半期売上高 業績予想と実績の乖離

予算比 ▲1,237百万円 97.3%

①店舗+EC ▲1,030百万円

- ・新車販売台数減 (想定:横ばい ⇒ 実績:5%程度減)
- ・修理増加で客単価減 (想定:107% ⇒ 実績:105%)

②卸売などその他事業 ▲208百万円

卸売:販売店の在庫過多で販売減少

当初想定以上にマーケット減退

## 2 2024年2月期 下半期 取組み

OMO戦略※1

店舗・ECがシームレスに連携

CRM※2

ライフタイムバリュー最大化


店舗DX

業務削減による顧客対応強化

➡ 優位性・競争力の一層の高まり、**シェアアップ**へ

※1 Online Merges with Offlineの略。ECと店舗が融合して、情報入手から購入、利用までをお客様の体験価値としてご提供する仕組み。

※2 Customer Relationship Managementの略。当社では、「サイクルベースあさひ公式アプリ」を通じてお客様の自転車ライフがより便利で快適なものになるよう情報提供を行なうなど、お客様との関係性強化を進めるための取組みを指す。

- 
- 1 2024年2月期 第2四半期 決算実績
  - 2 2024年2月期 下半期 取組み
  - 3 (参考資料)2024年2月期 通期計画**
  - 4 (参考資料)中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

### 3 2024年2月期 通期計画

#### 2023年2月期比

【単位：百万円、%】

	2023年2月期 実績		2024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	74,712	100.0	80,000	100.0	107.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>・OMO*戦略の強化</li> <li>・電動アシスト自転車増加</li> <li>・客単価 107%</li> </ul>
売上総利益	36,195	48.4	38,000	47.5	105.0	
営業利益	5,127	6.9	5,200	6.5	101.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタル、IT強化</li> </ul>
経常利益	5,316	7.1	5,400	6.8	101.6	
当期純利益	3,366	4.5	3,400	4.3	101.0	

\*Online Merges with Offlineの略。ECと店舗が融合して、情報入手から購入、利用までをお客様の体験価値としてご提供する仕組み。



### 3 2024年2月期 通期計画

#### 部門別売上高

【単位：百万円、％】

		2023年2月期 実績		2024年2月期 計画			
		金額	小売の 構成比 ※1	金額	小売の 構成比 ※1	前年 同期比	要因
	店舗	64,352	88.6	68,600	88.7	106.6	・15店舗出店予定
	EC	8,300	11.4	8,700	11.3	104.8	・専用在庫確保 ・物流機能の効率化
小売（小計）		72,652	100.0	77,300	100.0	106.4	
その他※2		2,059	-	2,700	-	131.1	・卸売事業 スポーツ需要減に対し、電動アシスト自転車を中心に販売拡大
合計		74,712	-	80,000	-	107.1	

※1 2023年2月期から、小売(店舗+EC)における比率を構成比として用いております。

※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。

### 3 2024年2月期 通期計画

#### 品目別売上高

【単位：百万円、％】

	2023年2月期 実績		2024年2月期 計画		
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比
一般車	13,010	17.4	14,000	17.5	107.6
スポーツ車	9,355	12.5	10,000	12.5	106.9
子供車	8,146	10.9	8,400	10.5	103.1
電動アシスト 自転車	20,406	27.3	22,700	28.4	111.2
その他自転車	2,831	3.8	2,900	3.6	102.4
パーツ・その他	20,961	28.1	22,000	27.5	105.0
合計	74,712	100.0	80,000	100.0	107.1

# あさひオリジナル電動アシスト自転車「ENERSYS(エナシス)」



お客様の声をカタチに。快適な乗り心地にとことんこだわった、あさひオリジナル電動アシスト自転車「ENERSYS」。一人ひとりが安心して、笑顔になれる自転車です。

### 3 2024年2月期 通期計画

#### 販管費、設備投資

【単位：百万円、%】

		2023年2月期 実績		2024年2月期 計画			要因
		金額	売上高 比	金額	売上高 比	前年 同期比	
販管費		31,068	41.6	32,800	41.0	105.6	
内 訳	人件費	15,181	20.3	15,900	19.9	104.7	・事業拡大に伴う人員増
	広告宣伝費	650	0.9	730	0.9	112.3	・ネット広告、販促強化
	物流費※	1,884	2.5	2,000	2.5	106.2	・適正在庫管理による保管費削減
	減価償却費	1,472	2.0	1,600	2.0	108.7	・新規出店、リニューアル
	その他	11,879	15.9	12,570	15.7	105.8	・システム関連の維持費増
設備投資に係る支出			2,511		3,855	153.5	・デジタル、IT等成長基盤強化

※運送費+保管費

### 3 2024年2月期 通期計画


#### 店舗

	期首	出店	期末
店舗数※	519	15	534
うち都市型	6	3	9

#### 移転・大型改装

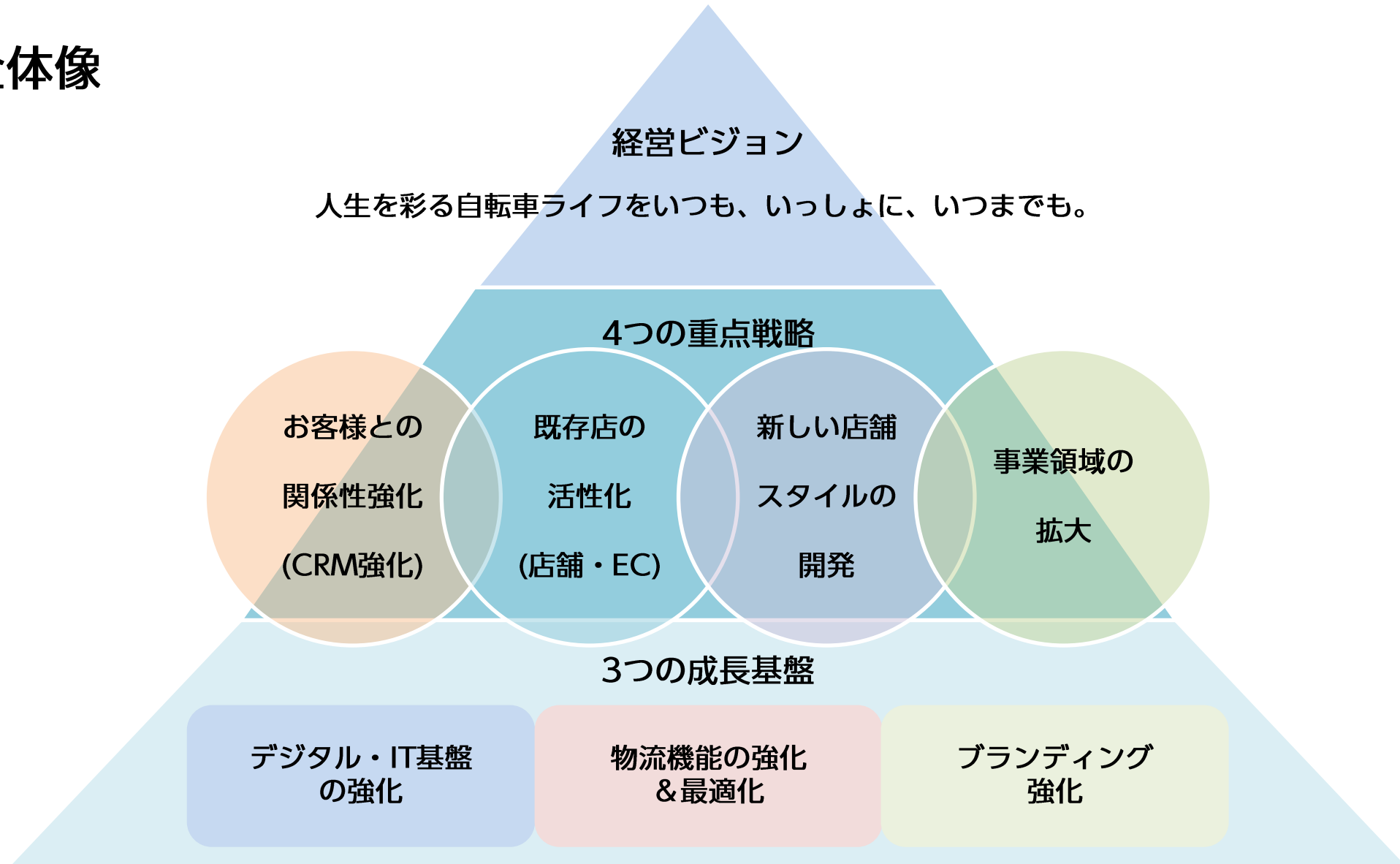
	2023年2月期 実績	2024年2月期 計画
対象店舗数	13	14

※ FC店計18店舗含む（大阪府:6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）

- 
- 1 2024年2月期 第2四半期 決算実績
  - 2 2024年2月期 下半期 取組み
  - 3 (参考資料)2024年2月期 通期計画
  - 4 (参考資料)中期経営計画「VISION2025」取組み進捗**

## 4 中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

### 全体像



## 4 中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

### 「3つの成長基盤」と「4つの重点戦略」

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。

「3つの成長基盤」を強化し、「4つの重点戦略」を遂行

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

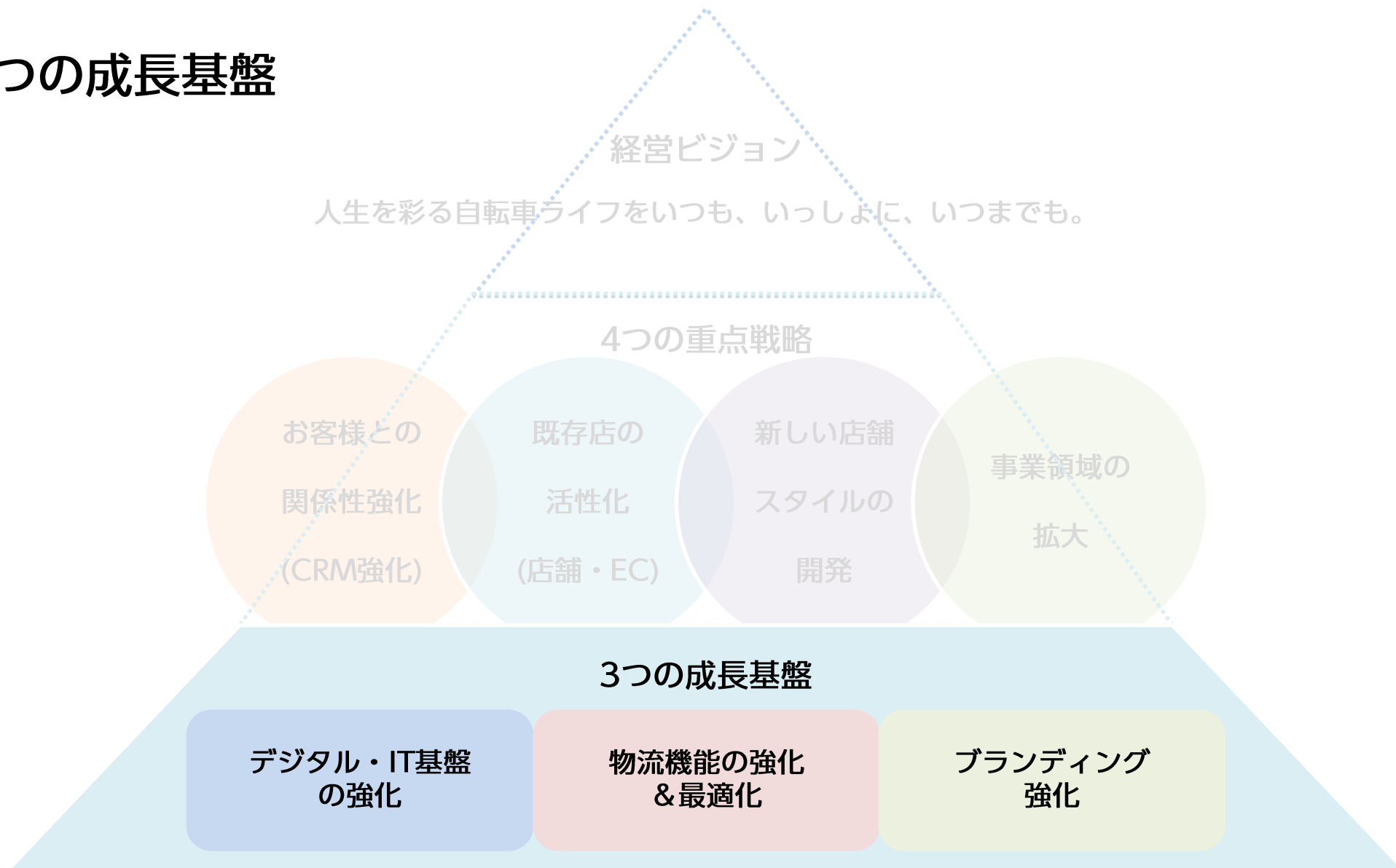
物流機能の強化  
&最適化

ブランディング  
強化



## 4 中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

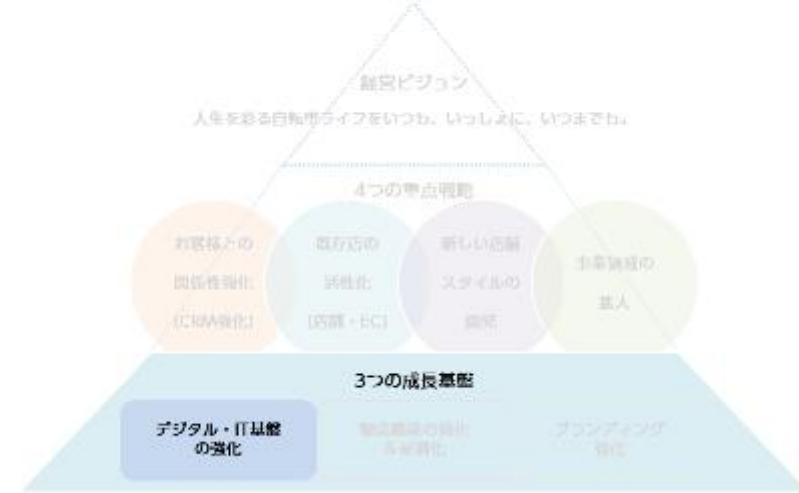
### 3つの成長基盤



# 4 中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

デジタル・IT基盤の強化

- システムの再構築
- 店舗・ECでのDX推進
- 業務効率化に向けて基盤の見直し・強化を加速



基幹システム及び周辺システムイメージ

	見直しの効果	導入完了時期
品質管理システム	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品質管理プロセスの効率化</li> <li>● トレーサビリティ向上</li> </ul>	2023年2月期
倉庫管理システム	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 倉庫業務を効率化</li> <li>● 基幹システムと連携し、倉庫在庫を管理</li> </ul>	2025年2月期
基幹システム	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 販売管理・在庫管理を中心に、事業活動に関わる業務プロセスを効率化</li> </ul>	2025年2月期
データ統合管理システム	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 事業活動から得られるさまざまなデータを統合的に蓄積・分析</li> </ul>	2025年2月期
在庫管理システム	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 販売実績と在庫情報から適正な発注量を算出し、在庫の余分な長期滞留を削減</li> </ul>	2025年2月期
顧客データ管理システム	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 顧客データの一元管理を実現</li> <li>● 問い合わせ対応時の検索性が向上</li> <li>● マーケティング・商品・新規事業戦略などの策定に必要な分析データを抽出</li> </ul>	2025年2月期以降
店舗システム	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 管理・手続き業務を削減して対人業務の時間を創出</li> <li>● 受発注・入荷・棚卸などのオペレーション効率向上</li> </ul>	2025年2月期以降

導入システムと効果

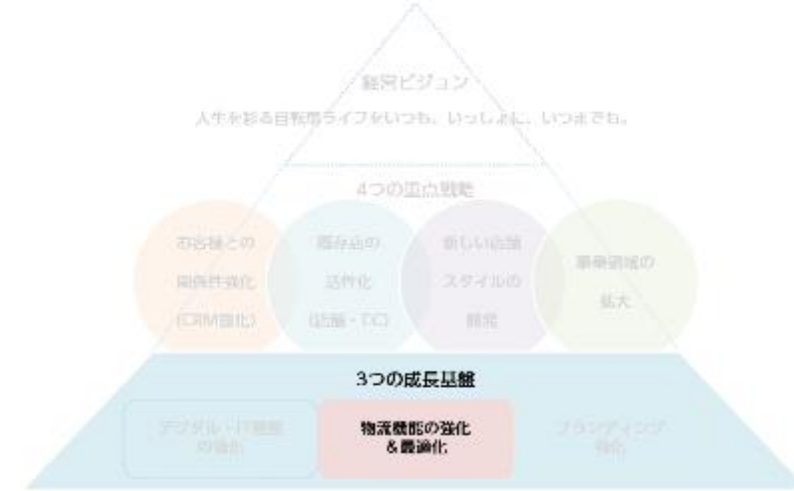
## 4 中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

物流機能の強化  
&最適化

- 物流コスト管理の強化
- 在庫の一元管理化と最適化
- 物流拠点の再配置
- 配送ネットワークの強化



自社倉庫 東日本物流センター（埼玉県）

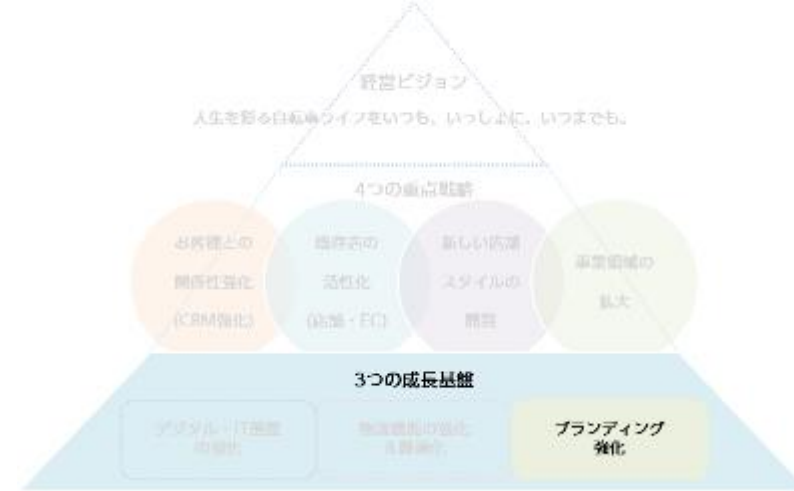


配送ネットワークの強化

# 4 中期経営計画「VISION2025」 取組み進捗

ブランディング強化

- 「あさひブランド」群の再構築
- 従業員へのブランド意識教育



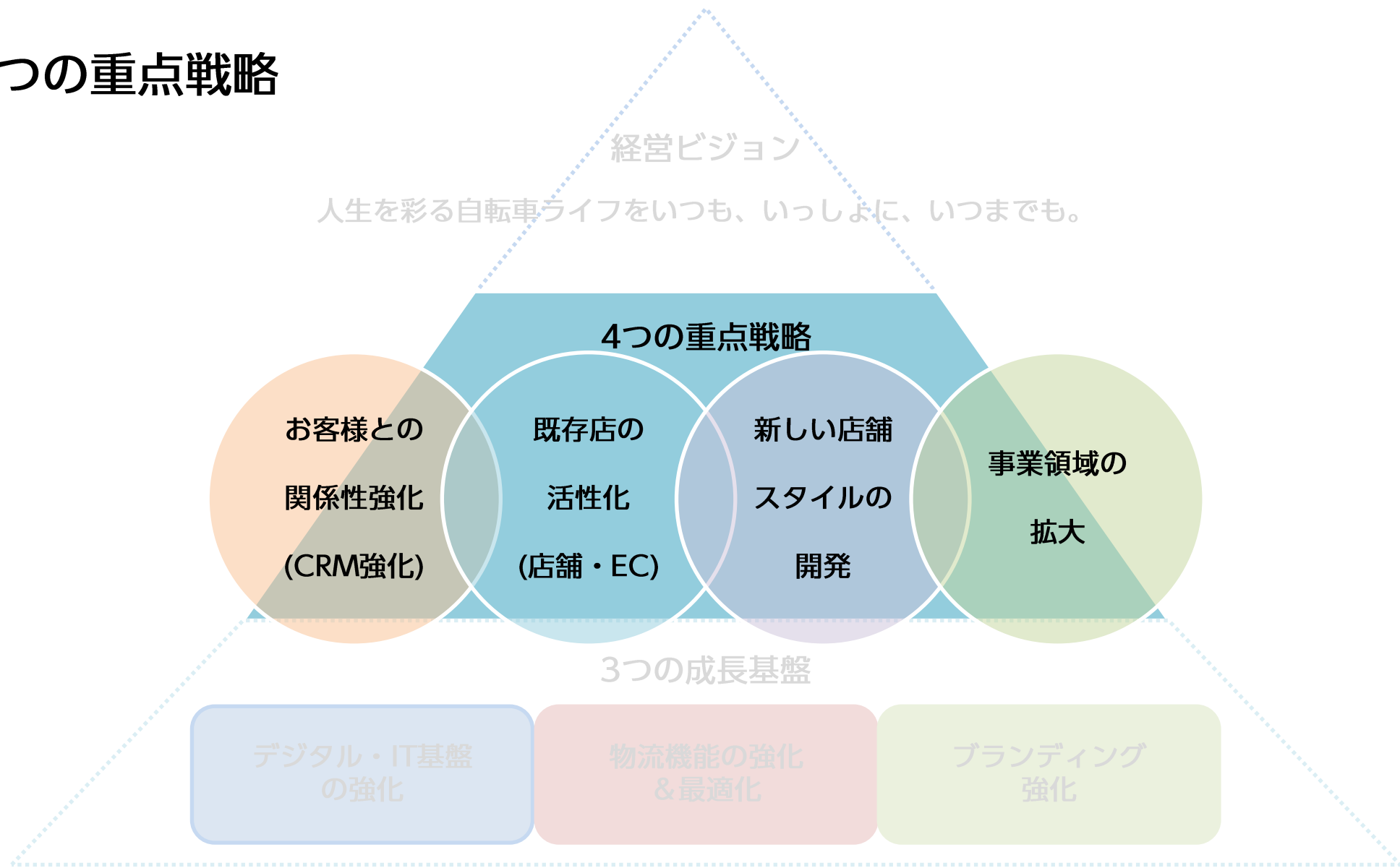
お客様に最適なサイクルライフをご提案するために、「あさひブランド」群の見直し・再定義を実施



あさひオリジナル電動アシスト自転車のラインナップ拡充

# 4 中期経営計画「VISION2025」 取組み進捗

## 4つの重点戦略



## 4 中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

お客様との  
関係性強化  
(CRM強化)

### ● デジタルITを活用し、CRM基盤を強化

カスタマージャーニー※1マップを作成し、より効果的なタイミングで有益な情報を提供

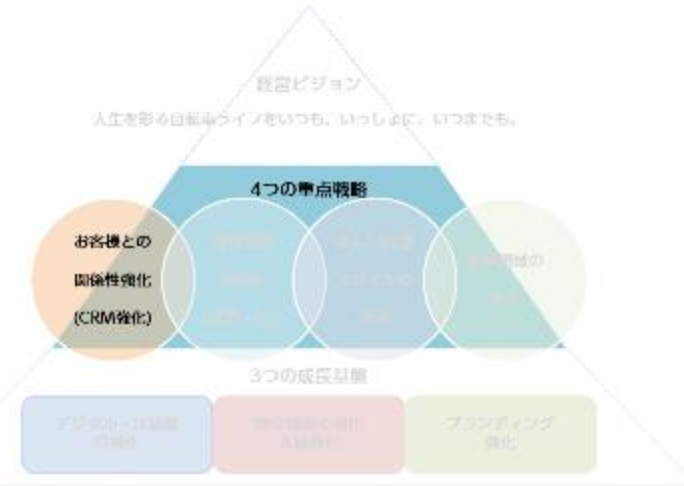
※1 お客様が自転車に関心を持ち購入され、さらにはご利用に至るまでのプロセス。



2024年2月期 第2四半期

- マンスリーアクティブユーザー※2  
**157,432人** (前年同期比+35,385人)
- チャットボット導入
- アプリと連動したプッシュ通知配信を強化

※2 一ヶ月間で利用のあったアプリ利用者の数。数値は各四半期の平均値。



## 4 中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

既存店の  
活性化  
(店舗・EC)

### ● 販売員の販売力強化

「人」を最も重要な経営資源と捉え、店舗販売員の能力開発を推進



2024年2月期 第2四半期

- マイスター認定者数※  
**689名** (前年同期比+86名)
- 社内資格制度「マイスター」取得者増加を推進
- マイスターの上位職としてリーダー職を導入

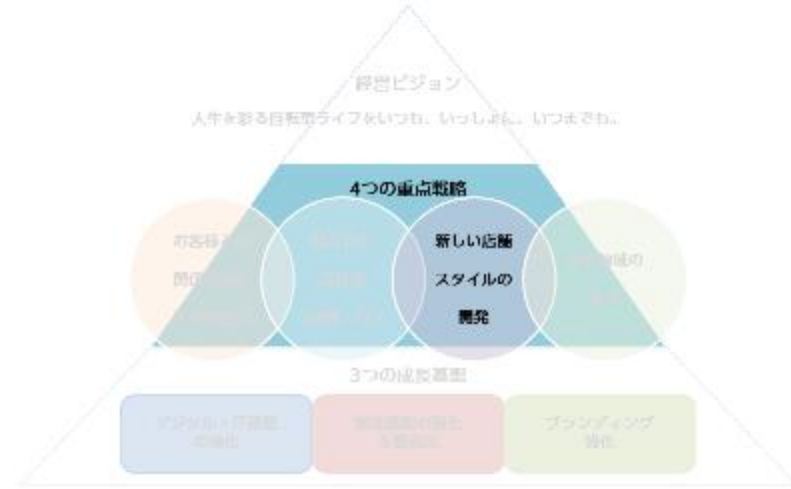
※接客、技術、ガイドの3分野における社内認定者の合計数。

## 4 中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

新しい店舗  
スタイルの  
開発

### ● 都市部への出店

「ネットで注文、お店で受取り」サービスの強化  
として、EC需要の旺盛な都市部への出店を加速



高田馬場店（東京都豊島区）



清澄白河店（東京都江東区）

2024年2月期 第2四半期

- 都市型店舗の運営効率化  
（店長兼任による人員効率化など）
- 都市型店舗の拡大  
（当期は**3店舗**出店を計画）

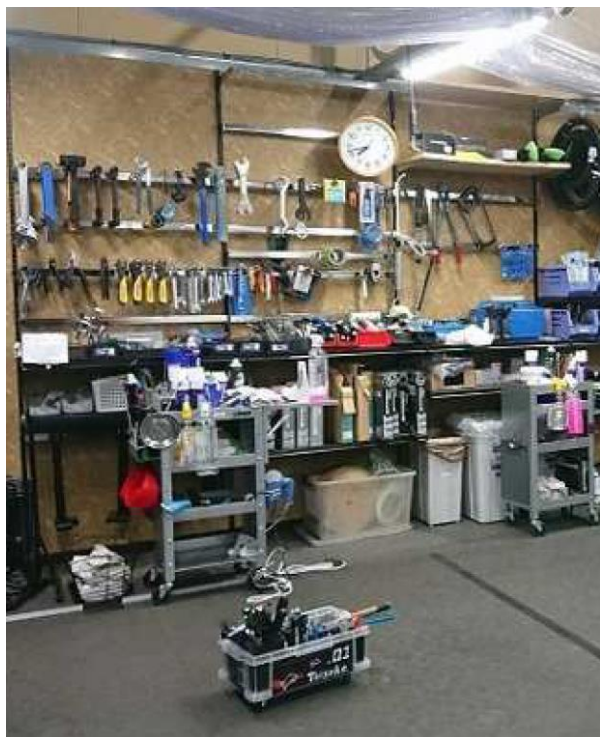
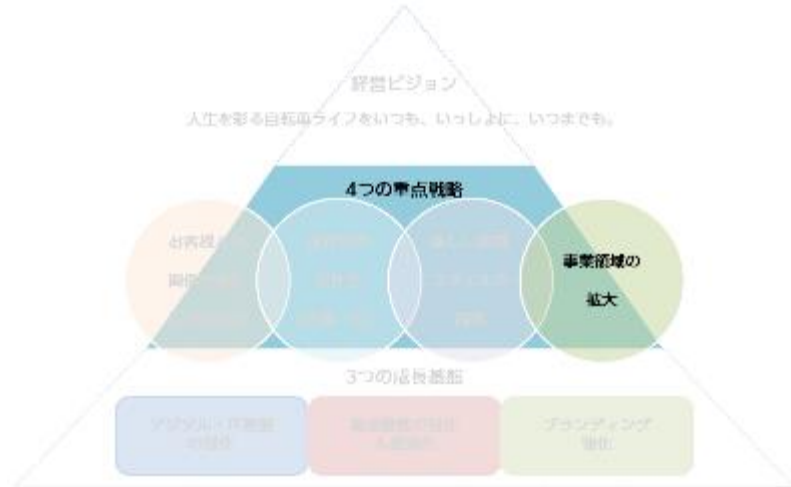


## 4 中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

事業領域の  
拡大

### ● リユース事業

従来の店舗販売中心から、**EC販売**を本格開始



商品化作業スペース



ECへの掲載画像を撮影

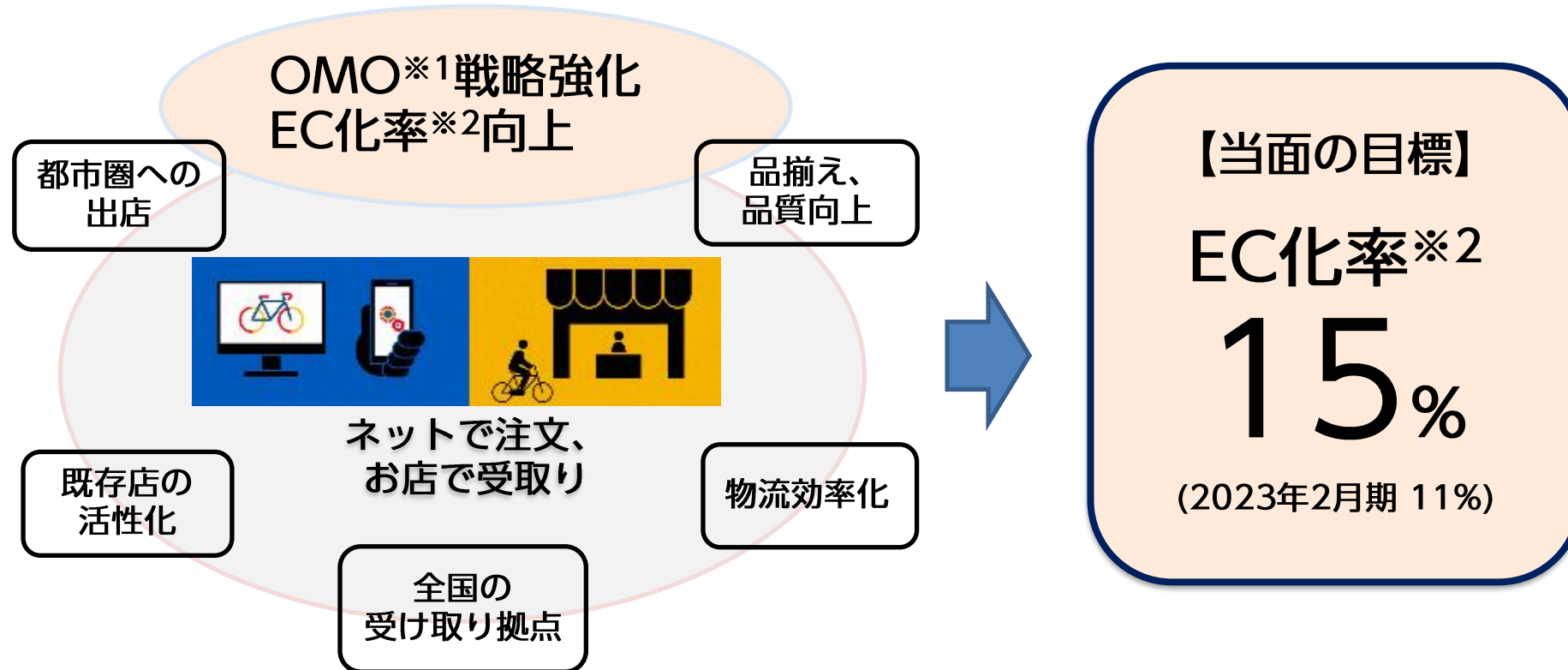
2024年2月期 第2四半期

- **EC販売**に注力するため、商品化作業をする機能と、ECへの掲載情報を作成する機能を自社倉庫内に構築
- EC掲載商品数 前年比**約20倍**※
- 買取強化中 買取店舗数**335店舗**

※2024年2月期第2四半期と2023年2月期各四半期平均の比較

## 4 中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

### OMO戦略



ECと店舗間で垣根なくモノや情報が流れるOMO戦略の強化

※1 Online Merges with Offlineの略。ECと店舗が融合して、情報入手から購入、利用までをお客様の体験価値としてご提供する仕組み。

※2 小売（【店舗】 + 【EC】）における【EC】の割合。

## 4 中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

### 設備投資

【単位：百万円】

	2023年2月期 実績	2024年2月期 計画	2025年2月期 計画	2026年2月期 計画	主な内容
設備投資	2,511	3,855	4,190	4,050	成長投資強化

#### ◎主な設備投資項目の内容

- ・ 成長基盤への投資  
DX、インフラ整備、システム投資
- ・ 維持更新への投資  
店舗リニューアル、移転など既存店活性化
- ・ 利益拡大への投資  
都市圏を中心に新規出店15/年

## 4 中期経営計画「VISION2025」取組み進捗

### 目標値

	2023年2月期 実績	2024年2月期 計画	2026年2月期 目標
売上高	74,712百万円	80,000百万円	85,000百万円
営業利益	5,127百万円 (6.9%)	5,200百万円 (6.5%)	6,800百万円 (8.0%)
店舗数	519店舗	534店舗	560店舗
EC化率 ※1	11%	11%	14%
シェア率 ※2	22%	23%	25%

※1 小売（【店舗】＋【EC】）における【EC】の割合。

※2 シェア率＝当社販売台数÷国内向け自転車(出所：財務省貿易統計、経済産業省生産動態統計調査)の当社独自の推定値

## 経営理念

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、ご遠慮くださいませ。

