

平成 28 年 3 月 16 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

「2016 年 5 月 期 第 3 四 半 期 連 結 業 績 概 要」 の お 知 ら せ

「平成 28 年 5 月 期 第 3 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 「2016 年 5 月 期 第 3 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



# 純利益 前年同期比1.9倍 過去最高更新

～売上高も過去最高更新、増収額は過去最大の277億円～

～ビックデータ活用とメーカー連携においてBtoBとLOHACOのシナジーを最大化～

2016年3月16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。

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3四半期実績**

## **II BtoB事業の状況**

## **III LOHACO事業の状況**

## **IV トピックス**

# 16/5期 通期連結業績予想の修正

	15/5期	16/5期		
	実績	従来予想	修正予想	前期比
				%
	億円	億円	億円	
売上高	2,767	3,045	3,120	112.7
営業利益	68	80	85	124.1
経常利益	69	80	85	122.1
親会社株主に帰属する 当期純利益※	40	44	50	124.0

※企業結合会計基準、連結財務諸表の用語、様式及び作成方法に関する規則等の改正を踏まえ表記しております。  
 なお15/5期においては、当期純利益となります。

**当期純利益の通期計画を前倒して達成**

**LOHACOの販促を強化しつつ、さらなる上乘せを目指す**

# 16/5期 第3四半期 連結業績

	15/5期 3Q累計		16/5期 3Q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	201,898	100.0	229,620	100.0	113.7
売上総利益	43,987	21.8	51,487	22.4	117.0
販売費および 一般管理費	40,060	19.8	44,652	19.4	111.5
営業利益	3,926	1.9	6,834	3.0	174.1
経常利益	4,002	2.0	6,802	3.0	170.0
親会社株主に帰属する 四半期純利益 ※	2,295	1.1	4,400	1.9	191.7

- **売上高は2桁成長達成**  
増収額 過去最大277億円  
前年同期比113.7%
- **売上総利益率改善**  
前年同期差+0.6pt
- **販管費比率改善**  
前年同期差△0.4pt
- **営業利益174.1%**  
**四半期純利益191.7%**  
**過去最高更新**

※企業結合会計基準、連結財務諸表の用語、様式及び作成方法に関する規則等の改正を踏まえ表記しております。  
なお15/5期 3Q累計においては、四半期純利益となります。

# 16/5期 3Q累計連結業績【事業別】

		15/5期 3Q累計	16/5期 3Q累計	前年同期比 %
		億円	億円	
売上高	BtoB事業等	1,877	2,060	109.7
	LOHACO	141	235	166.7
	連結合計	2,018	2,296	113.7
営業利益	BtoB事業等	67	111	165.4
		3.6%	5.4%	
	LOHACO(積極販促除く)	△ 25	△ 22	—
	さらなる積極販促	—	△ 6	—
	LOHACO	△ 25	△ 29	—
	小計	42	81	194.8
	子会社一過性損失	△ 2	—	—
	物流センター移転費用	—	△ 6	—
	物量増加対応費用	—	△ 6	—
連結合計	39	68	174.0	

## ➤ 売上高

BtoB事業等は**高成長維持**

LOHACOは**前年同期比166.7%の235億円**

## ➤ 営業利益

BtoB事業等は

**前年同期比165.4%の111億円**

**営業利益率5.4%**

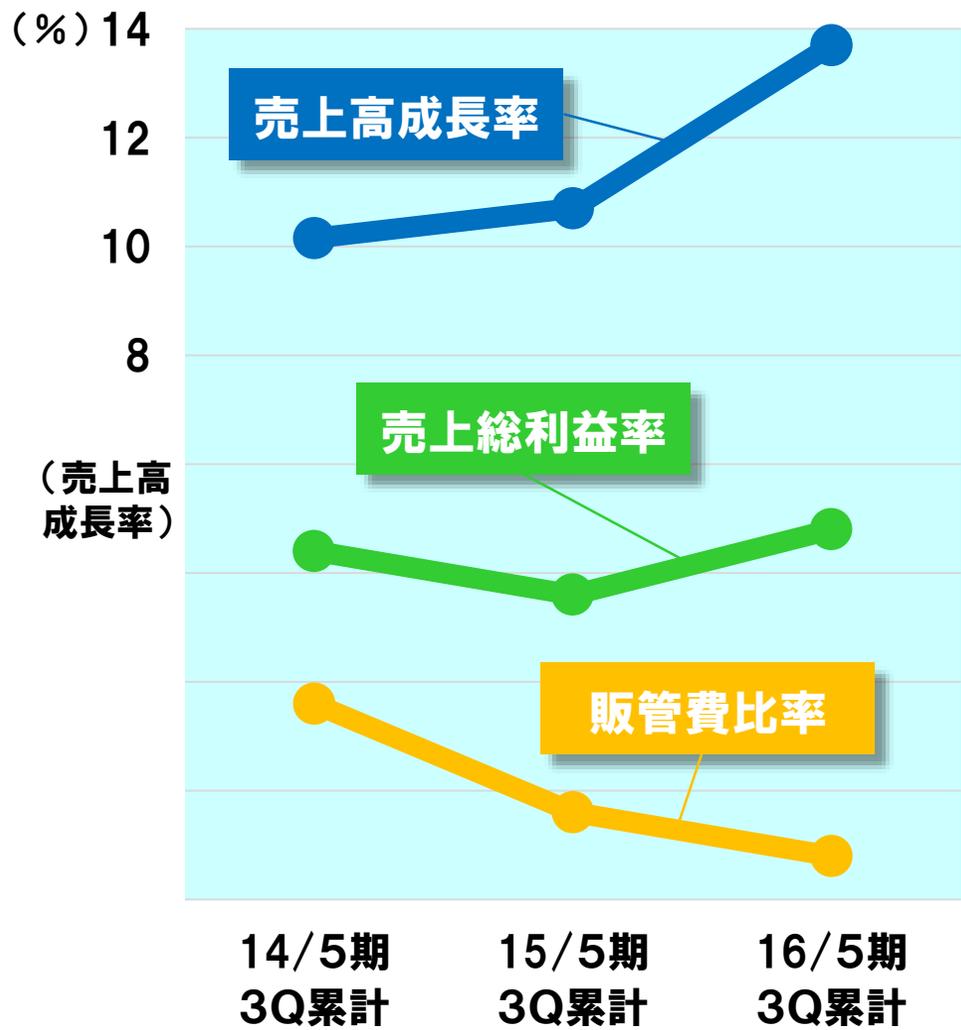
**エコ配子会社化に伴う影響 △2億円を含む**

⇒中長期的な事業拡大を見据えた配送強化と環境配送実現に向けた先行コスト

LOHACOは**収益性改善**

**物量増加対応費用 6億円**

**2Q:5億円、3Q:1億円**



(売上総利益率  
販管費比率)

23 (%)

22

21

20

19

(億円) 70

60

50

40

30

20

10

0

14/5期  
3Q累計

15/5期  
3Q累計

16/5期  
3Q累計

■ 営業利益額

売上高成長率アップ + 売上総利益率アップ + 販管費比率改善

利益創出力の好循環を継続

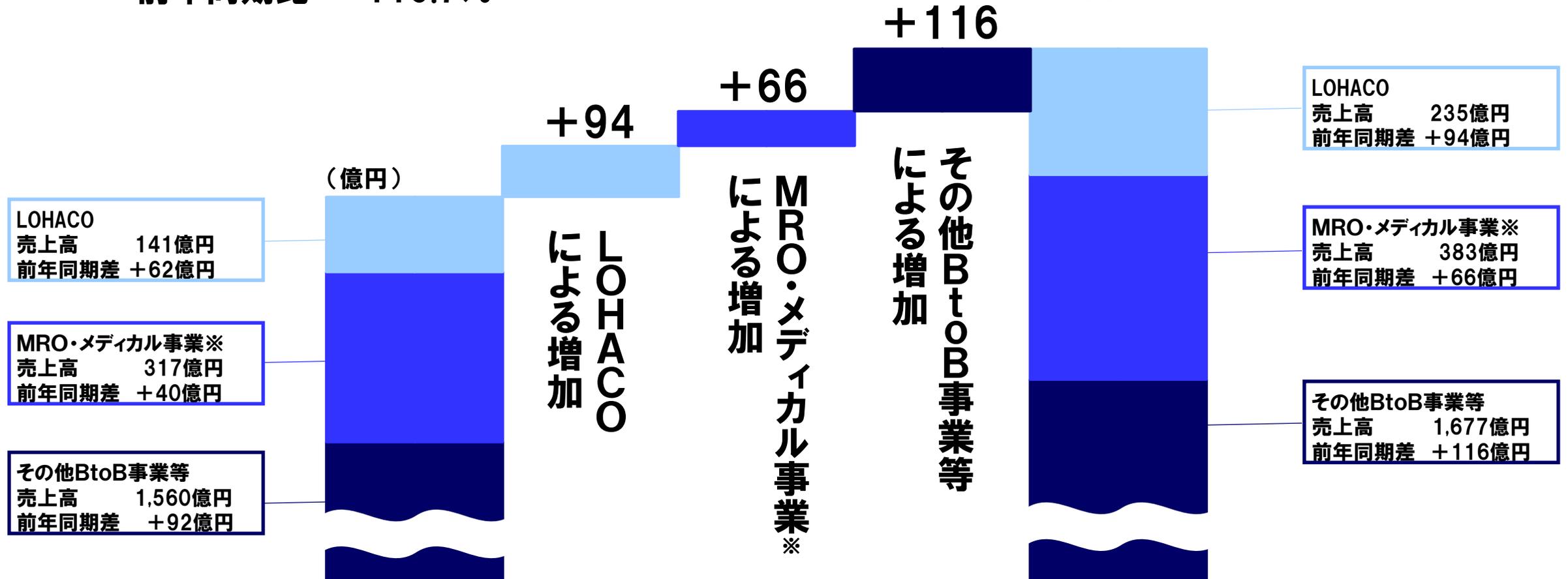
# 16/5期 第3四半期連結売上高の増加要因

15/5期3Q累計(実績)

売上高 2,018億円  
 前年同期差 +194億円  
 前年同期比 110.7%

16/5期3Q累計(実績)

売上高 2,296億円  
 前年同期差 +277億円  
 前年同期比 113.7%

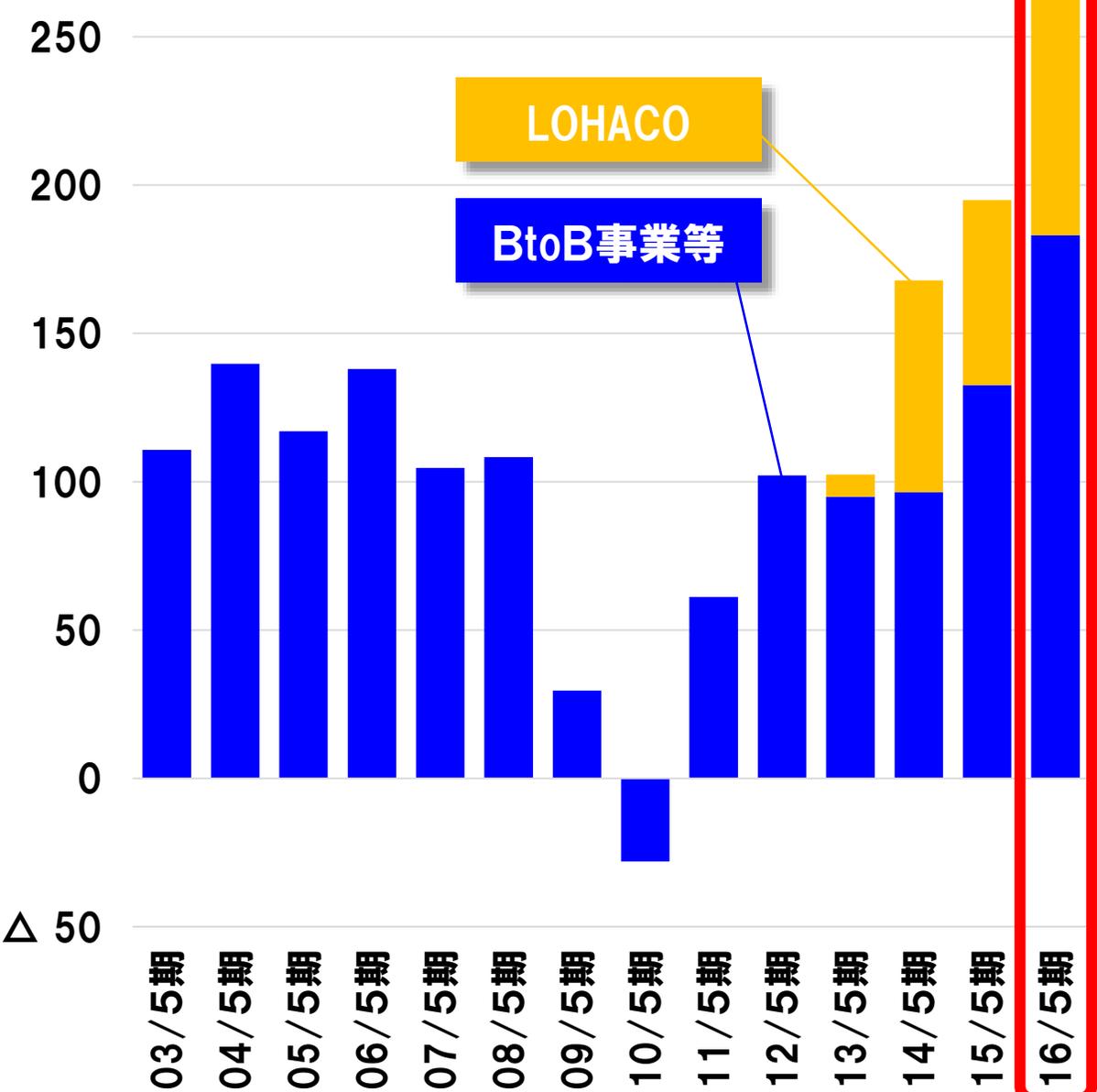


※MRO・メディカル事業はLOHACO分を除いております。

(億円)

## 連結売上高

前年同期比増収額(3Q累計)推移



増収額  
過去最大  
277億円

# 引き続き全社横断型で あくなきコスト削減活動を展開

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

進行中の案件 合計**673**件(2/20時点)

16/5期3Q累計実績 約**5.6**億円削減

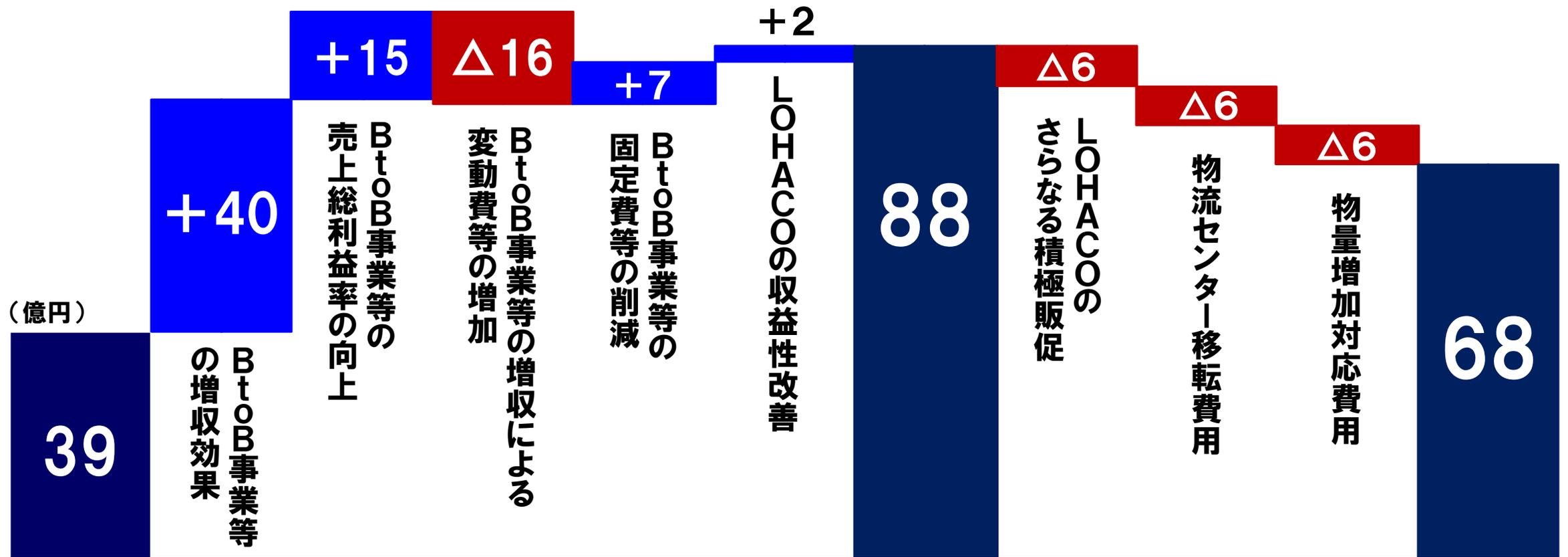
# 16/5期 第3四半期 連結営業利益の増減要因

15/5期 3Q累計(実績)

売上高前年同期比 110.7%  
 売上総利益率 21.8%  
 販管費比率 19.8%

16/5期 3Q累計(実績)

売上高前年同期比 113.7%  
 売上総利益率 22.4%  
 販管費比率 19.4%



15/5期 3Q累計営業利益  
 (実績) 39億円

16/5期 3Q累計営業利益  
 (実績) 68億円

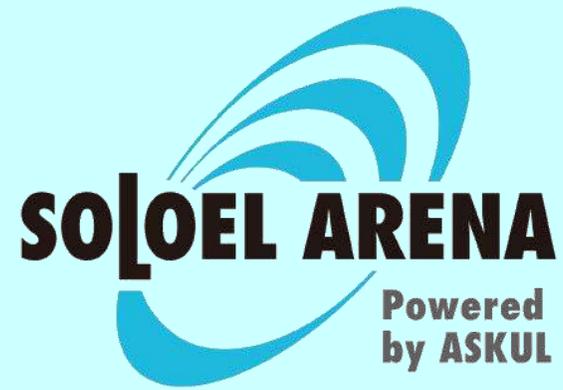
**I 第3四半期実績**

**II BtoB事業の状況**

**III LOHACO事業の状況**

**IV トピックス**

**ASKUL**



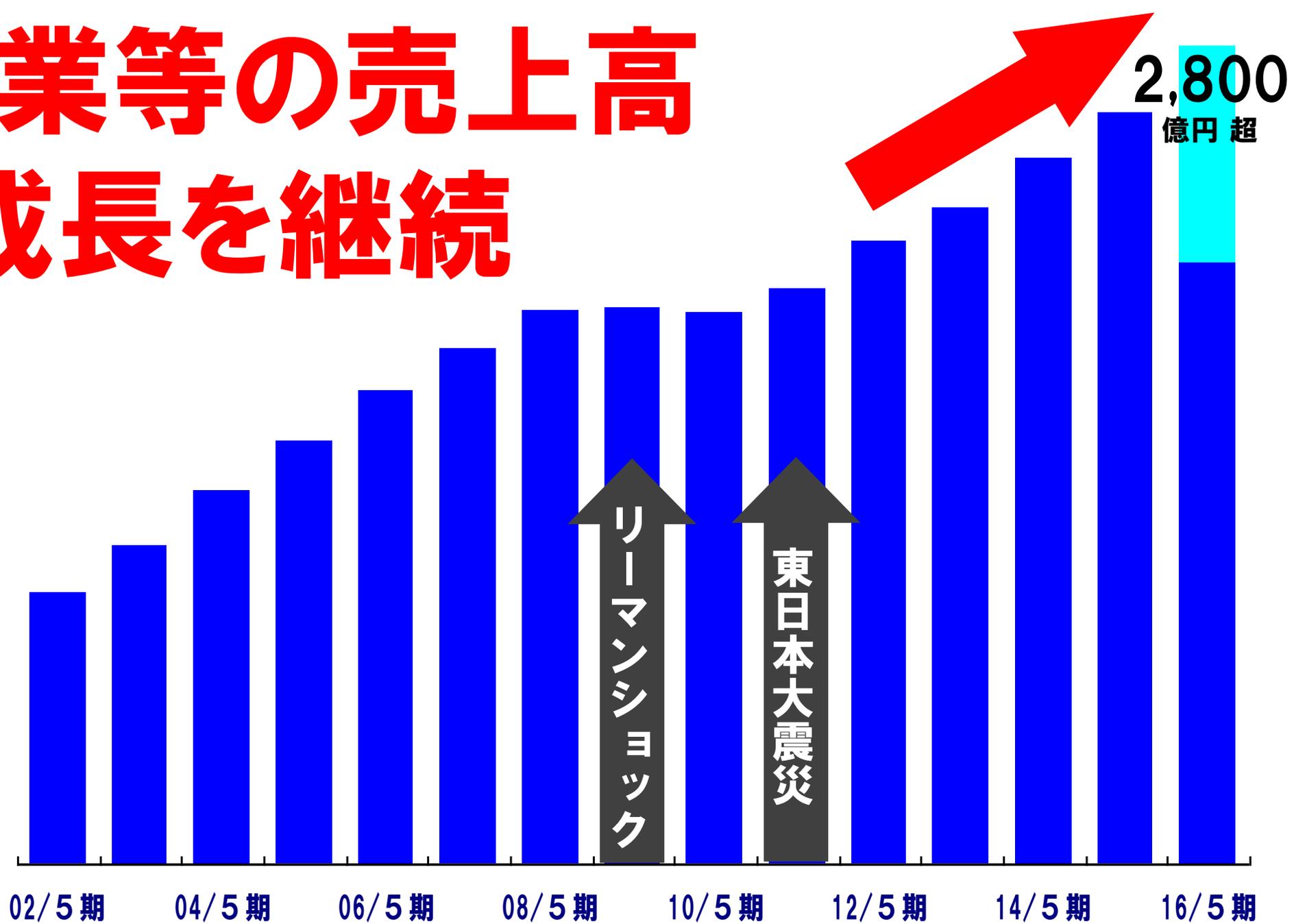
**BtoB**

**事業所向け**

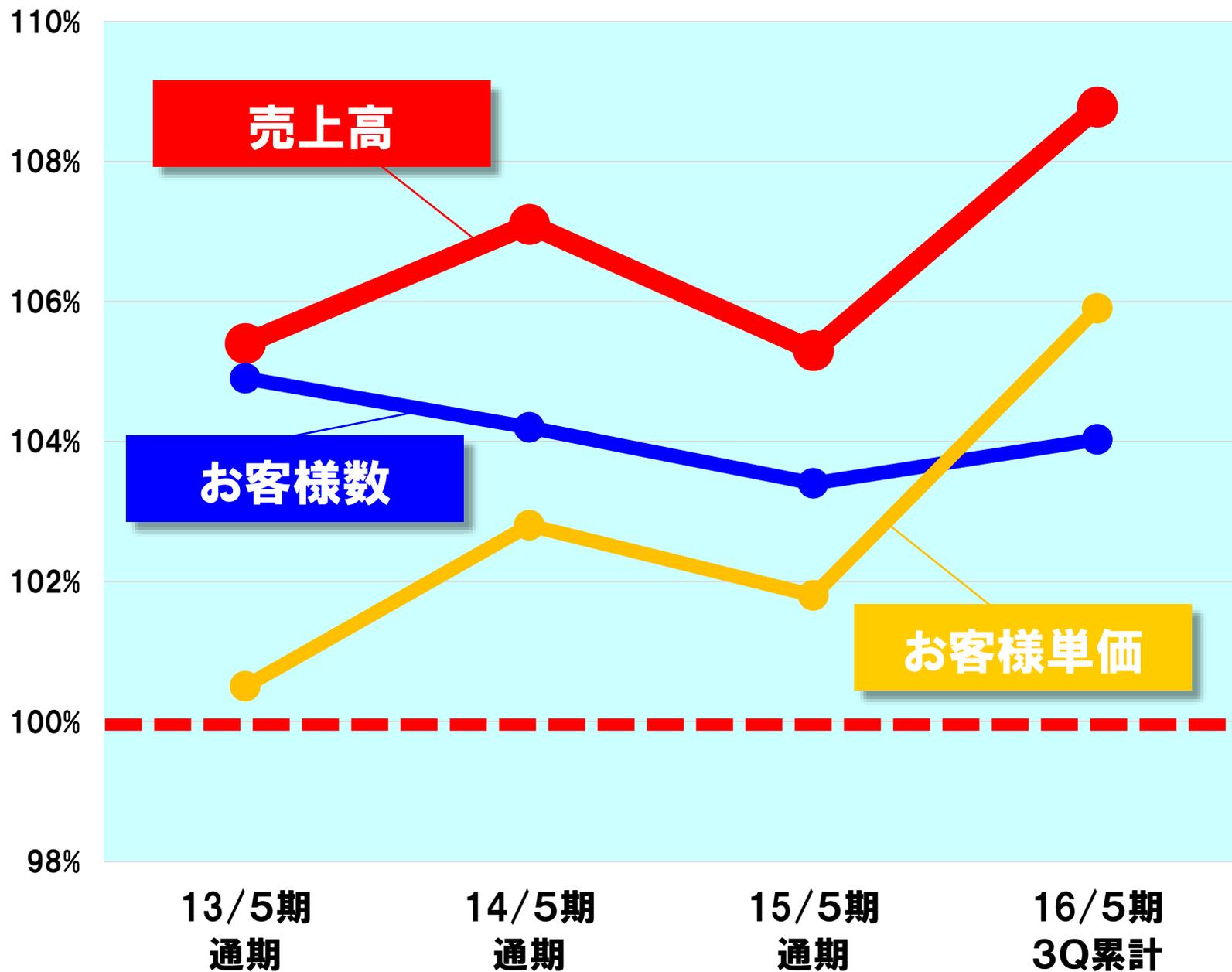


# BtoB事業等の売上高

## 磐石な成長を継続



# BtoB事業 売上高・お客様数・お客様単価 前年同期比推移 単体



**お客様数増**



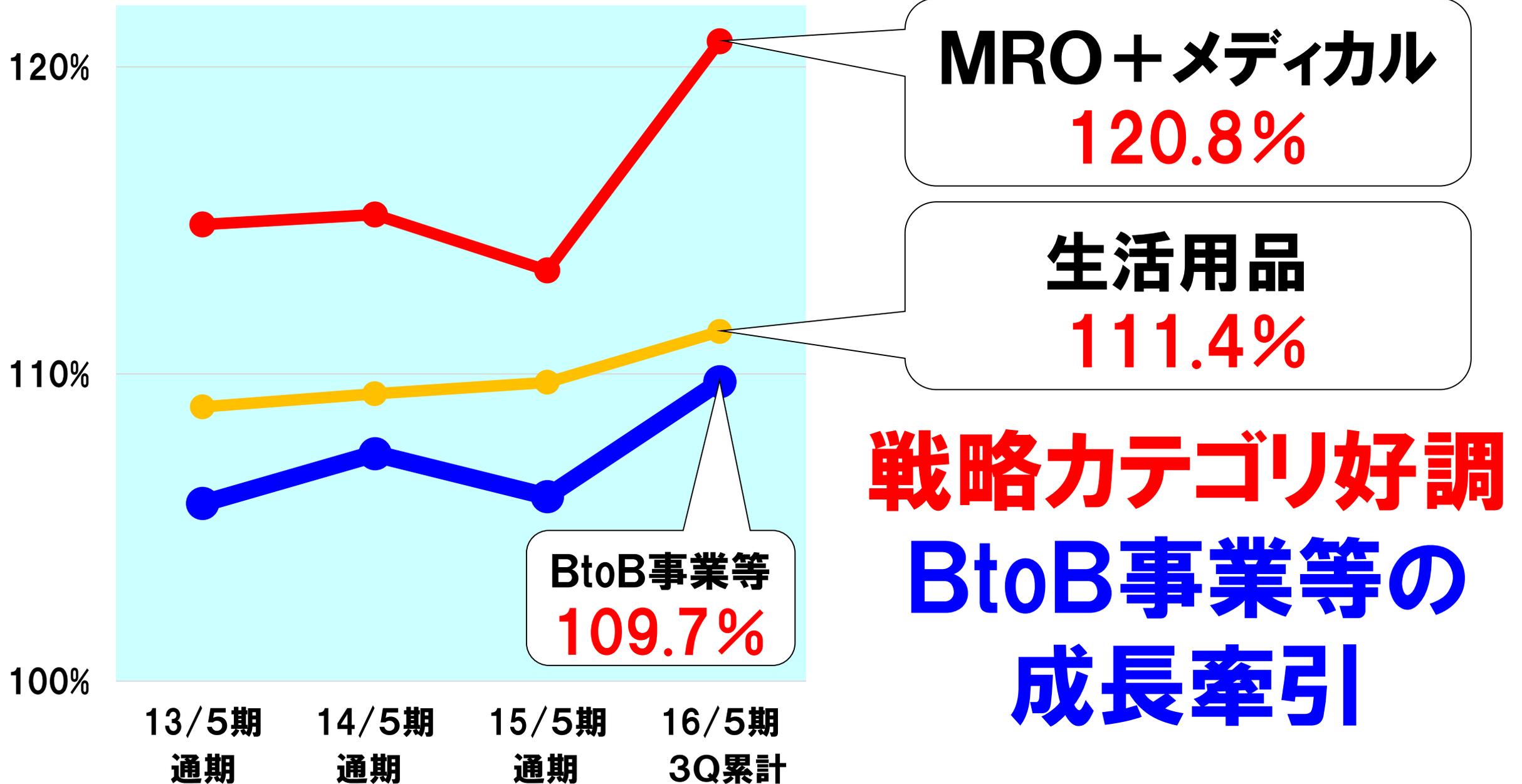
**買い上げ点数増**

**1点あたりの  
買い上げ単価上昇**



**売上高  
成長加速**

# BtoB事業等 品目別売上高 前年同期比推移



# MRO事業 PB商品 **現場のチカラ** の強化

業種を  
意識した  
専門品  
拡大

## 防錆潤滑剤 / シリコンスプレー

## 結束バンド

**シリコンスプレー** 現場のチカラ

アスクル限定 シリコンスプレー。  
衝撃プライスで登場! たっぷり 420ml

樹脂や木材などの滑り性の向上や、  
離型剤としても  
使用可能。



1本 ¥158 (税込 ¥171)

30本 ¥138 (税込 ¥151)

31セット (30本) 税抜き **¥128** (税込 ¥139)

メーカー	アスクル	商品番号	202-0585	税別価格	¥11,520	税込価格	¥12,336
メーカー	アスクル	商品番号	202-0585	税別価格	¥11,520	税込価格	¥12,336

**防錆潤滑剤** 現場のチカラ

アスクル限定 防錆潤滑剤。  
圧巻プライスで登場! たっぷり 420ml

おしゆめりや、  
潤滑剤として  
使用可能。



1本 ¥178 (税込 ¥191)

30本 ¥158 (税込 ¥171)

31セット (30本) 税抜き **¥148** (税込 ¥160)

メーカー	アスクル	商品番号	202-0586	税別価格	¥4,740	税込価格	¥5,016
メーカー	アスクル	商品番号	202-0586	税別価格	¥4,740	税込価格	¥5,016

**[結束バンド]** 用途に合わせて選べる多彩な品揃え!

オリジナル結束バンドが  
衝撃の安さで登場!

現場のチカラ

New

1本あたり  
税抜き **¥2.18** (税込 ¥2.28)

1本	¥108	108
2本	¥216	216
3本	¥324	324
4本	¥432	432
5本	¥540	540
6本	¥648	648
7本	¥756	756
8本	¥864	864
9本	¥972	972
10本	¥1080	1080
11本	¥1188	1188
12本	¥1296	1296
13本	¥1404	1404
14本	¥1512	1512
15本	¥1620	1620
16本	¥1728	1728
17本	¥1836	1836
18本	¥1944	1944
19本	¥2052	2052
20本	¥2160	2160
21本	¥2268	2268
22本	¥2376	2376
23本	¥2484	2484
24本	¥2592	2592
25本	¥2700	2700
26本	¥2808	2808
27本	¥2916	2916
28本	¥3024	3024
29本	¥3132	3132
30本	¥3240	3240

業種を意識した汎用品  
新ヘッド商品

**軍手**

**[軍手]** 素材・強度を多彩にご用意! 現場のチカラ

徳用軍手  
800g, 7ゲージ  
3本編み

厚手で丈夫な  
3本編み  
軍手が登場!

1本 ¥348 (税込 ¥371)

12本 ¥324 (税込 ¥346)

12本 (12本入り) 税抜き **¥298** (税込 ¥317)

メーカー	アスクル	商品番号	195-0113	税別価格	¥2,980	税込価格	¥3,174
メーカー	アスクル	商品番号	195-0113	税別価格	¥2,980	税込価格	¥3,174

徳用軍手  
600g, 7ゲージ

現場の定番  
ホワイト  
タイプ登場!

2ヶ月間の特価  
¥198

厚手の工程も省きました。  
大量5箱(2400双)  
セットなら、さらにお得!

税抜き **¥198**

メーカー	アスクル	商品番号	195-0113	税別価格	¥2,980	税込価格	¥3,174
メーカー	アスクル	商品番号	195-0113	税別価格	¥2,980	税込価格	¥3,174

業種を問わない超汎用品  
ヘッド商品

# MRO事業 PB商品 **現場のチカラ** の強化

業種を  
意識した  
専門品  
拡大

防錆潤滑剤 / シリコンスプレー

結束バンド



## 製造業の定番商品を充実

# 1,000 アイテムを突破

ヘッド商品



# メディカル商品の強化とさらなる成長加速



## ✓ カタログを全業種に配布

オフィスの衛生用品の需要をさらに開拓

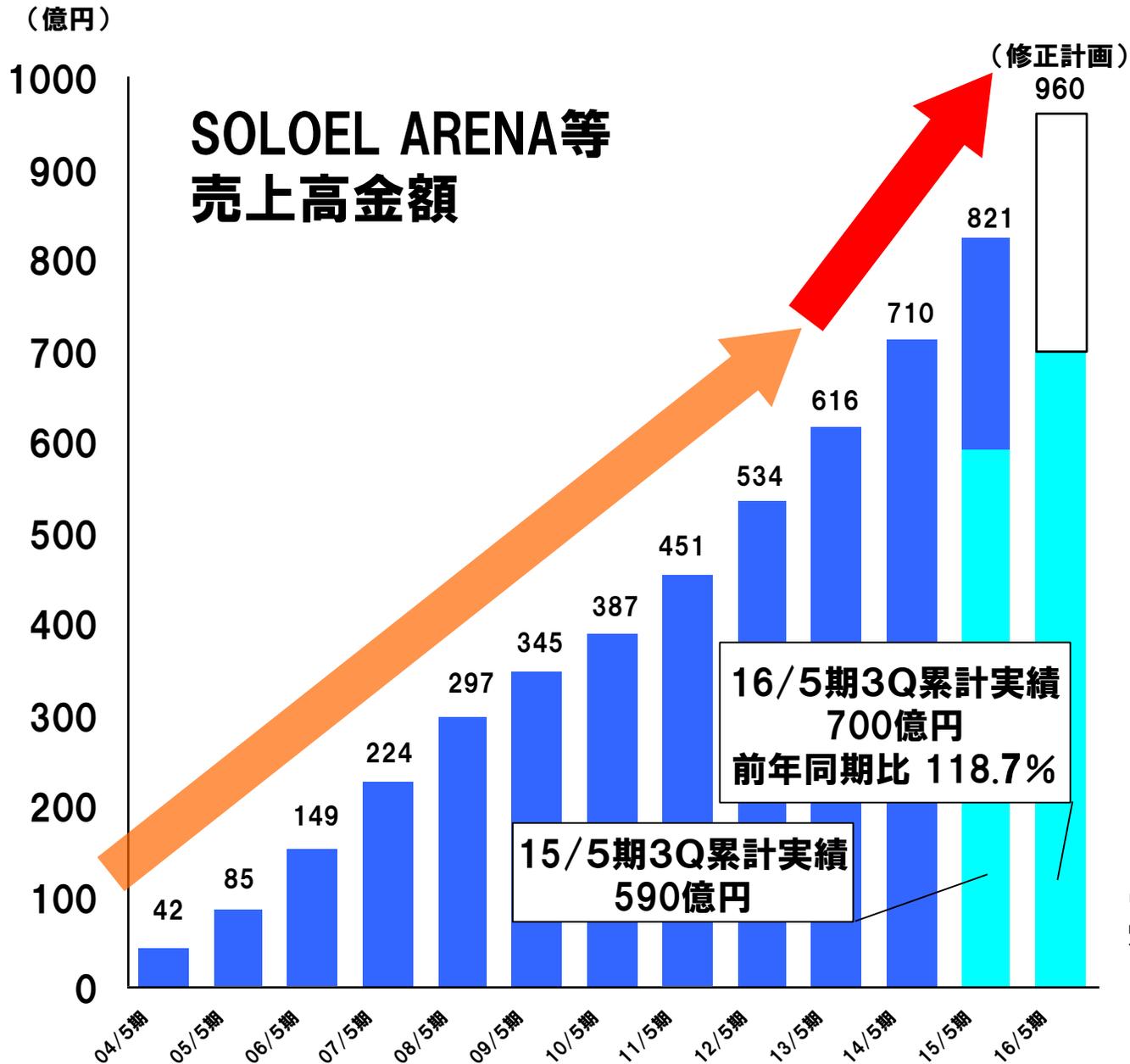
## ✓ PB商品の強化

オフィス向け汎用品、医療・介護の定番アイテムを拡充

## ✓ 取扱商材数拡大

Web掲載アイテム数が4万→5万超へ

# 電子購買サイト SOLOEL ARENA の進化



EC機能の改善により  
成長加速

前年同期比  
118.7%

期初通期計画114.5%を上回る

# SOLOEL ARENA機能改善による効果

(2015年6月度vs2016年2月度対比)

- ✓ **注文履歴からの購買プロセスを改善**  
⇒注文履歴経由の売上高 **約2倍**
- ✓ **ビッグデータ活用によるレコメンド機能を強化**  
⇒提案・レコメンド経由の売上高 **約2.5倍**

そろそろいかがでしょうか？

	<p>アスacol 「現場の子カラ」 ブレーキ&amp;パーツクリーナー速乾</p> <p>¥188 (税抜き)</p> <p>カートに入れる</p>		<p>「現場の子カラ」 布テープ 0.22mm厚 50mm×25m巻 茶 1セット (5巻:1巻...)</p> <p>¥639 (税抜き)</p> <p>カートに入れる</p>
---	---	---	---



「アスクルカタログ2016春・夏号」  
2016年2月発刊

# オフィス向けカタログ最新号

## 定番商品は価格据置き

## 競争優位

## 収益性堅持

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

**BtoB事業は収穫遞増を加速  
全ての仕事場で圧倒的No.1を目指す**

**I 第3四半期実績**

**II BtoB事業の状況**

**III LOHACO事業の状況**

**IV トピックス**



🔍 ロハコ



Apple と Apple ロゴは米国および他の国々で登録された Apple Inc. の商標です。App Store は Apple Inc. のサービスマークです。Google Play、Google Play ロゴは、Google Inc.の商標です。パケット通信料はお客様の自己負担です。一部対応していないスマートフォンがあります。

# 第1世代

嗜好品を単品買いする  
ロングテールのEC



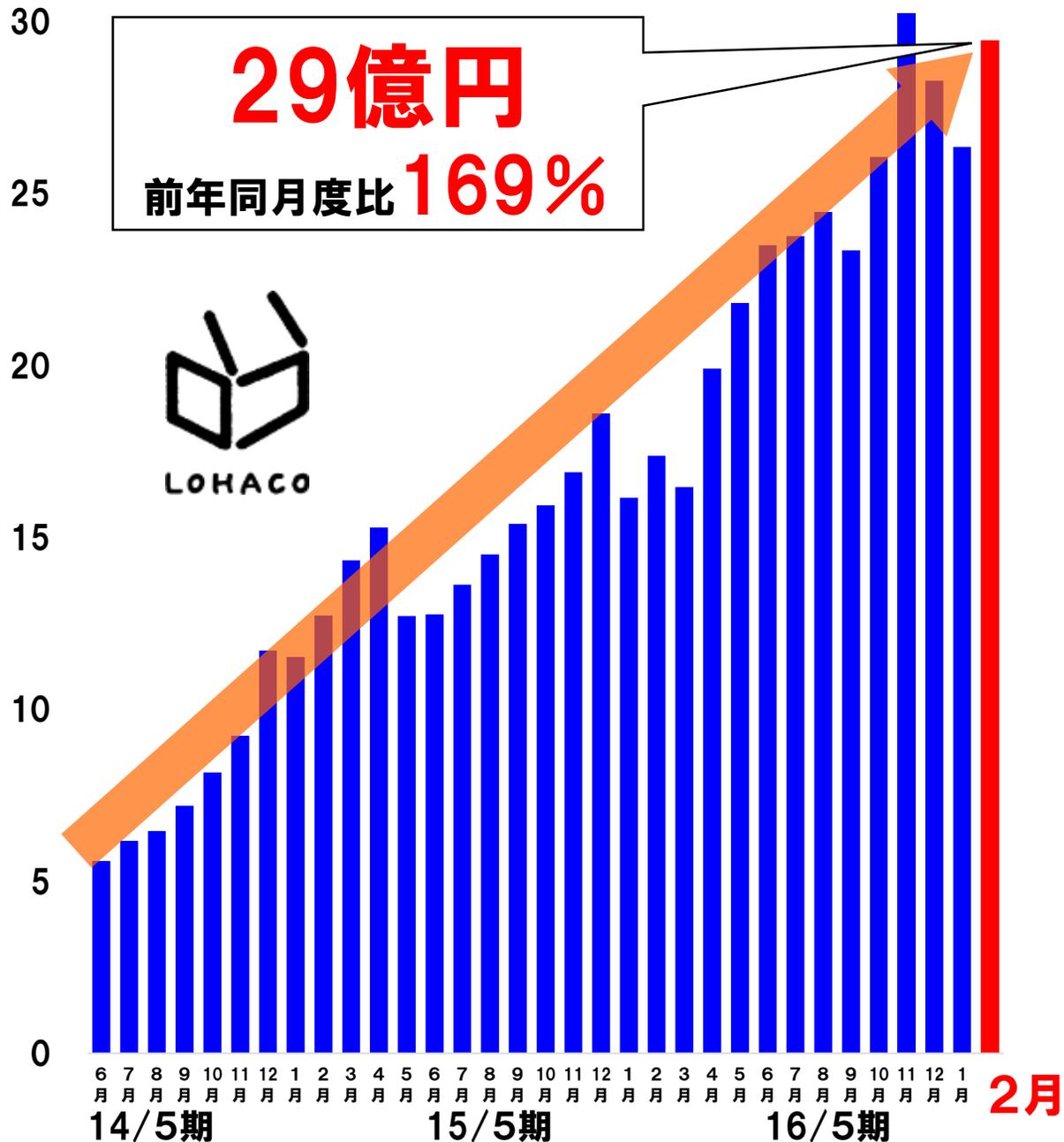
# 第2世代

いつでも、どこでも、  
日常使いのEC



(億円)

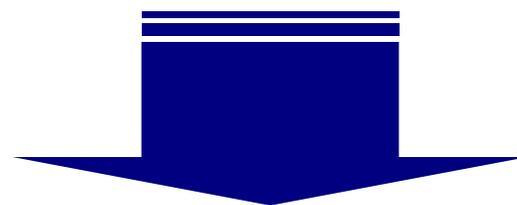
# LOHACO月次売上高推移



## メーカーとの連携強化

+

## Yahoo! JAPANとの連携 Tポイントの有効活用



# 高成長継続

# LOHACO ECマーケティングラボ 3期活動開始へ

## 55社からさらに拡大

### 2期参加企業

※2016年1月22日時点

アサヒ飲料株式会社、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、株式会社伊藤園、伊藤忠食品株式会社、  
江崎グリコ株式会社、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、  
王子ネピア株式会社、大塚製薬株式会社、花王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、  
株式会社湖池屋、コカ・コーラカスタマーマーケティング株式会社、小林製薬株式会社、  
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、  
株式会社資生堂、スリーエムジャパン株式会社、大王製紙株式会社、  
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、  
ネスレ日本株式会社、ハウス食品株式会社、富士フイルム株式会社、  
プロクター・アンド・ギャンブル・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、株式会社Mizkan、メロディアン株式会社、  
森永製菓株式会社、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、  
株式会社良品計画、ロート製薬株式会社、株式会社ロッテ、和光堂株式会社、  
オルビス株式会社、ひかり味噌株式会社、日本ロレアル株式会社、  
株式会社三越伊勢丹ホールディングス、株式会社ハーバー研究所

(敬称略)

食品メーカー  
製薬メーカー  
化粧品メーカー  
続々と参加表明

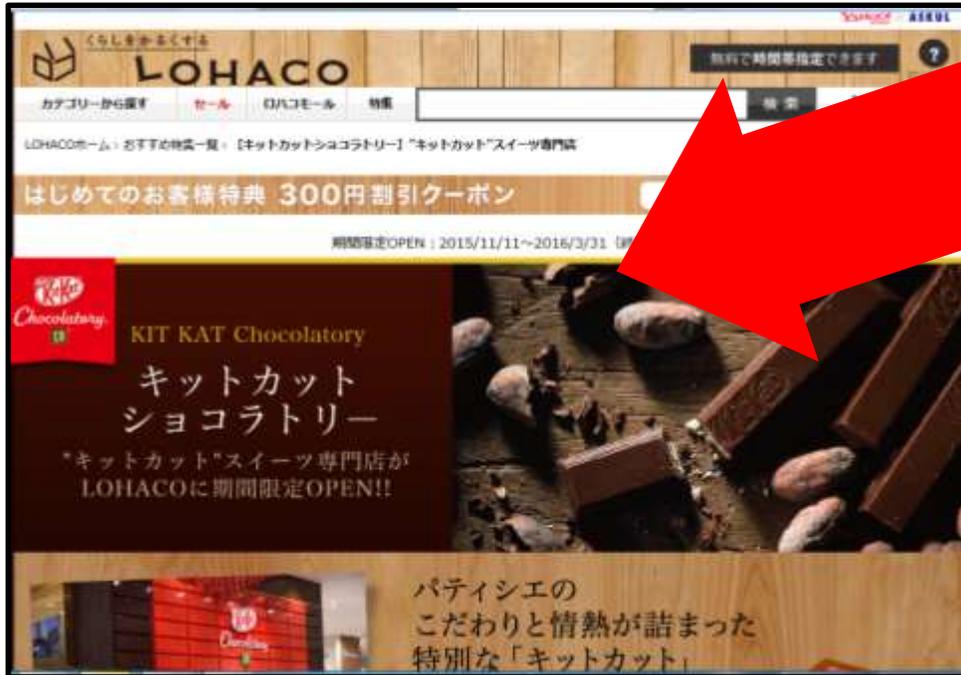
# メーカーとの連携強化①

～ブランドサイト連携による集客拡大～

2015年11月販売開始

ネスレ日本株式会社

キットカット ショコラトリー



ネスレ日本 チョコレート商品  
LOHACO売上高(16/5期 3Q期間)

前年同期比 **8倍** 超

# メーカーとの連携強化②

～新たな販路としてメーカーから期待～



## EC専業で日本初

2月19日オープンから10日間で

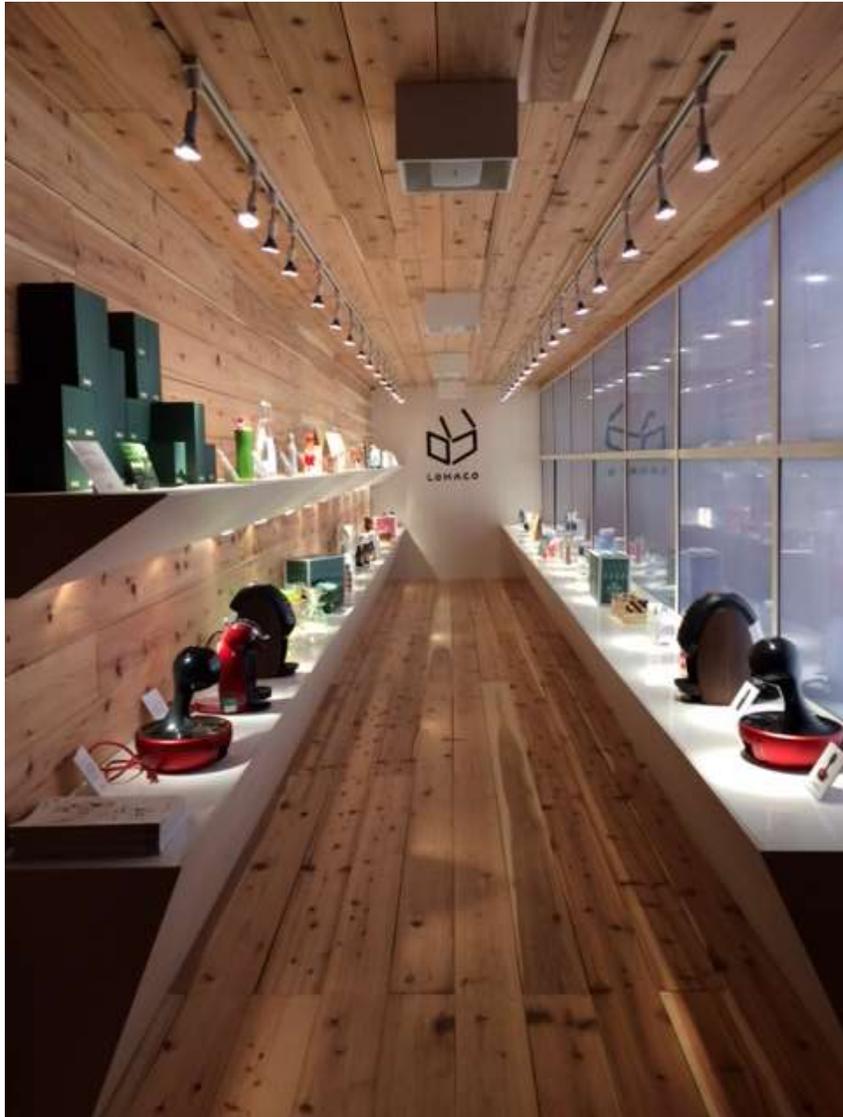
計画比 **5倍**

順調な滑り出し



【オープン記念】フルライントライアルキット FTEマスク付

～ECマーケティングラボ参加メーカー21社とともに新商品を開発～



ECにおける商品デザインコンセプト  
**「くらしに馴染むデザイン」**  
をテーマに生活者基点の商品を開発

「TOKYO DESIGN WEEK2015」※へ出展

※2015年10月24日～11月3日開催  
会場:明治神宮外苑絵画館前

# メーカーとの連携強化③

～eコマースの特性を活かしたパッケージデザインが好評～



## アスクル、LOHACO 限定販売

(2016年3月16日現在)

### 売上高好調

### SNS拡散で LOHACO認知度向上にも貢献

# メーカーとの連携強化④

～eコマースの特性を活かしたパッケージデザインが好評～



高付加価値商品の  
提供により差別化



売上高好調

# ～BtoBとLOHACOのシナジーを最大化～

# ASKUL

ASKUL 24  
1  
2016年 9月30日  
いつも何か新しく!  
New! 花王の「リセッシュ」とアスクルがコラボ!  
¥398

KIRIN + ASKUL  
New!  
¥98  
いつでも新しい商品を!  
有名メーカーとのコラボレーション  
ASKUL限定!  
New!  
¥398  
New!  
¥98



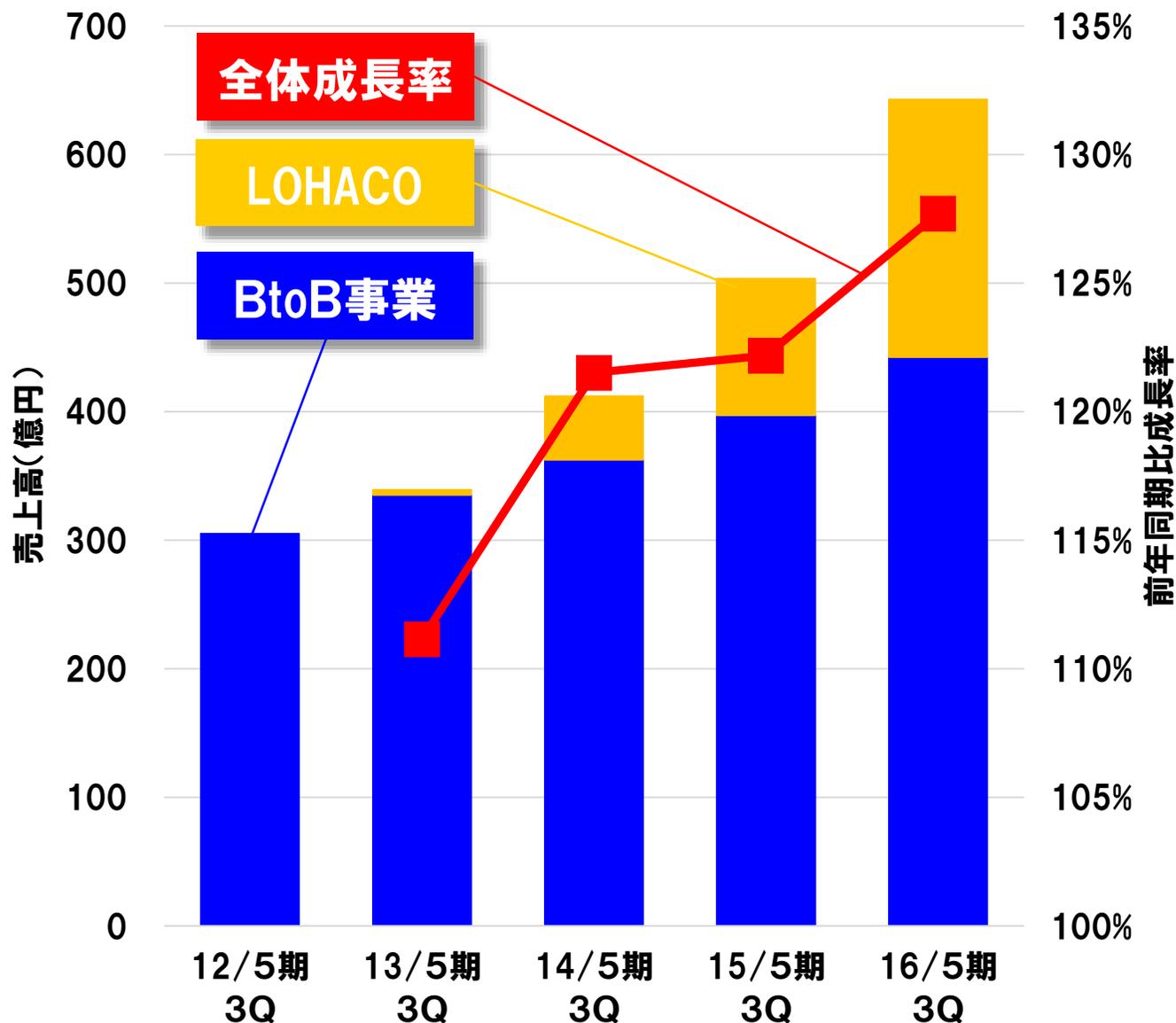
リセッシュがアスクル限定で新登場 *New!*  
LOHACO限定商品 3,000以上

SoftBank 17:03 91%  
LOHACO  
LOHACO限定商品 3,000以上  
生薑とハーブのぬくもり麦茶 (ムーギー)

LOHACO  
LOHACO限定商品 3,000以上  
¥99.9  
¥398

# 生活用品売上高(3Q累計)推移および成長率

単体



BtoBとLOHACOの  
シナジーにより  
生活用品の成長加速

4年で  
売上高倍増

# Yahoo! JAPANとの連携

## ～Yahoo!プレミアム会員向け販促の実施～



特別クーポンで  
LOHACOへ  
一気に誘導



# 一気に“ロハコさん”を増やす

**LOHACOは  
さらなる積極販促の展開と  
収益構造改革にチャレンジ**

**I 第3四半期実績**

**II BtoB事業の状況**

**III LOHACO事業の状況**

**IV トピックス**

# ASKUL Logi PARK 福岡

2015年12月30日稼動開始  
順調なスタート



# ASKUL Logi PARK 横浜

2016年5月の本格稼動に向け  
着々と準備進行中



## 2センターのリプレイスは順調に進捗

# 株式会社マネーフォワードとの業務提携



モノのプラットフォーム

×



お金のプラットフォーム

**eコマースとフィンテックの融合で  
新たな価値を創造し社会的課題を解決**

株式会社マネーフォワードについて

設立:2012年5月

資本金:1,880百万円

事業内容:自動家計簿・資産管理サービスや、ビジネス向けクラウドサービスなど  
お金に関するプラットフォームを開発・提供

# オフィス向けに低価格・高品質なクラウドサービスを提供



140万超のお客様に  
オフィスに必要なあらゆる  
モノとサービスをご提供

+



50万超のお客様の  
業務効率化、  
生産性向上をサポート

アスクル向けオリジナルの  
クラウドサービス (2016年夏頃スタート予定)

MFクラウド for ASKUL (仮称)



# 個人向けにオリジナルの家計簿サービスを提供

LOHACO

 Money Forward

累計250万超のお客様に  
時短の日用品ショッピング  
を提供

+

350万超のお客様の  
家計簿管理の自動化、  
家計の見える化を提供

LOHACOとシームレスに連携する  
オリジナルアプリ (2016年夏頃スタート予定)

EC連動型 家計簿サービス

LOHACO家計簿 (仮称)

Powered by Money Forward



# 付 録

# 16/5期 3Q累計 品目別売上高

単体

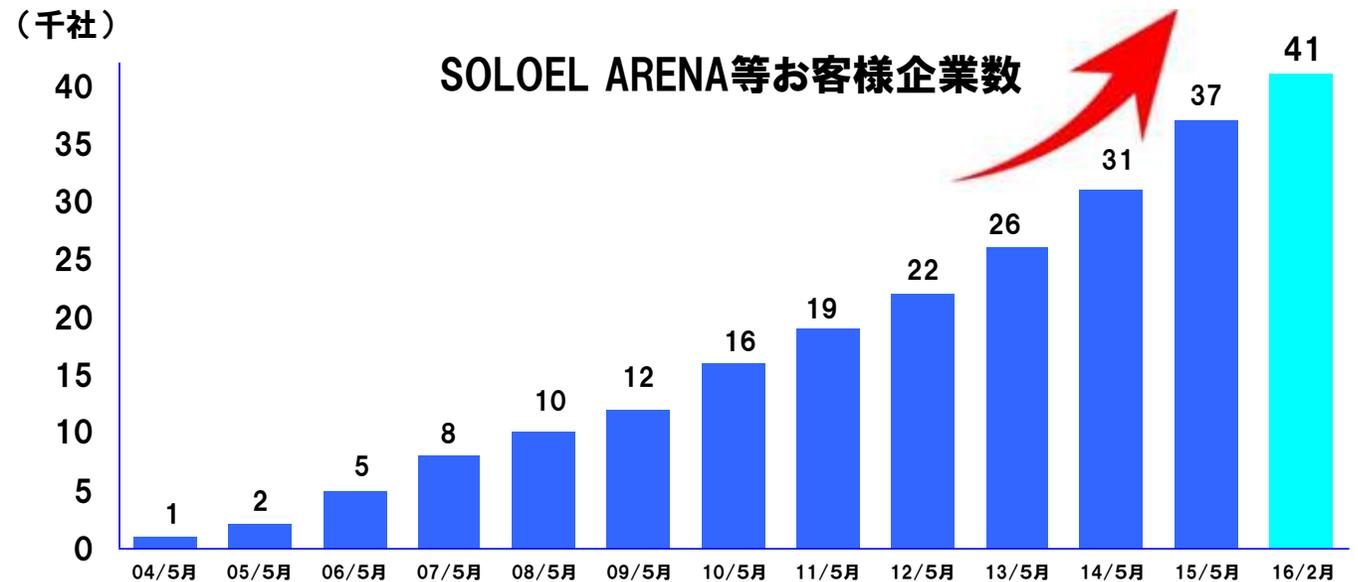
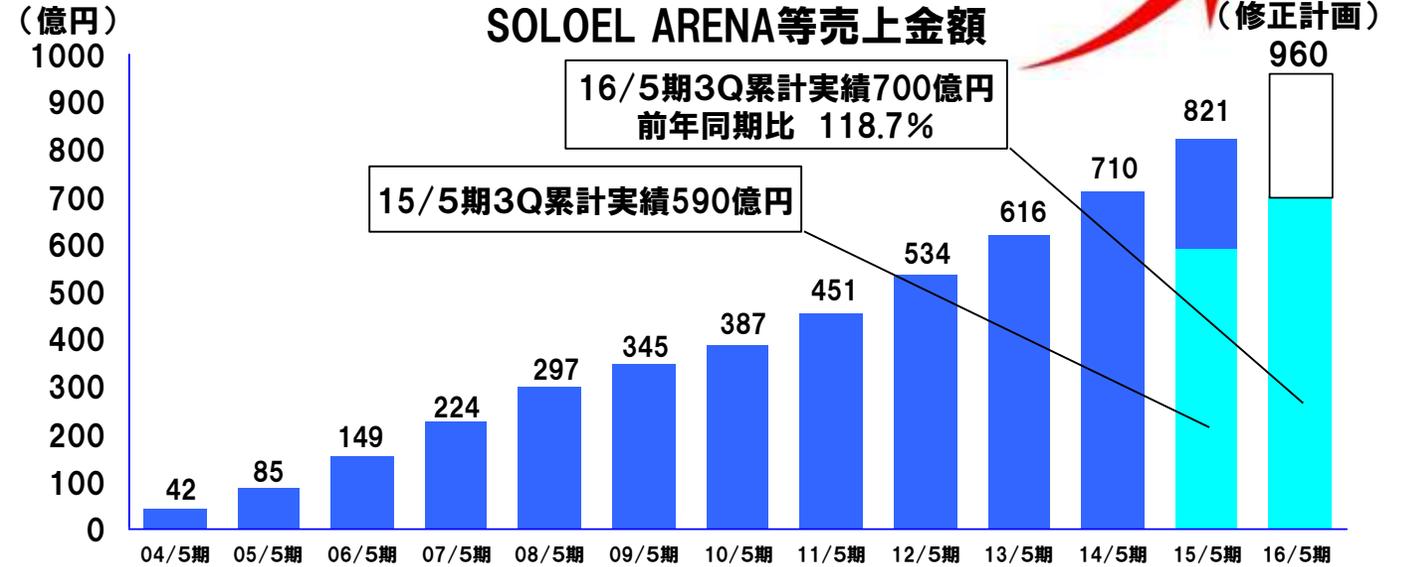
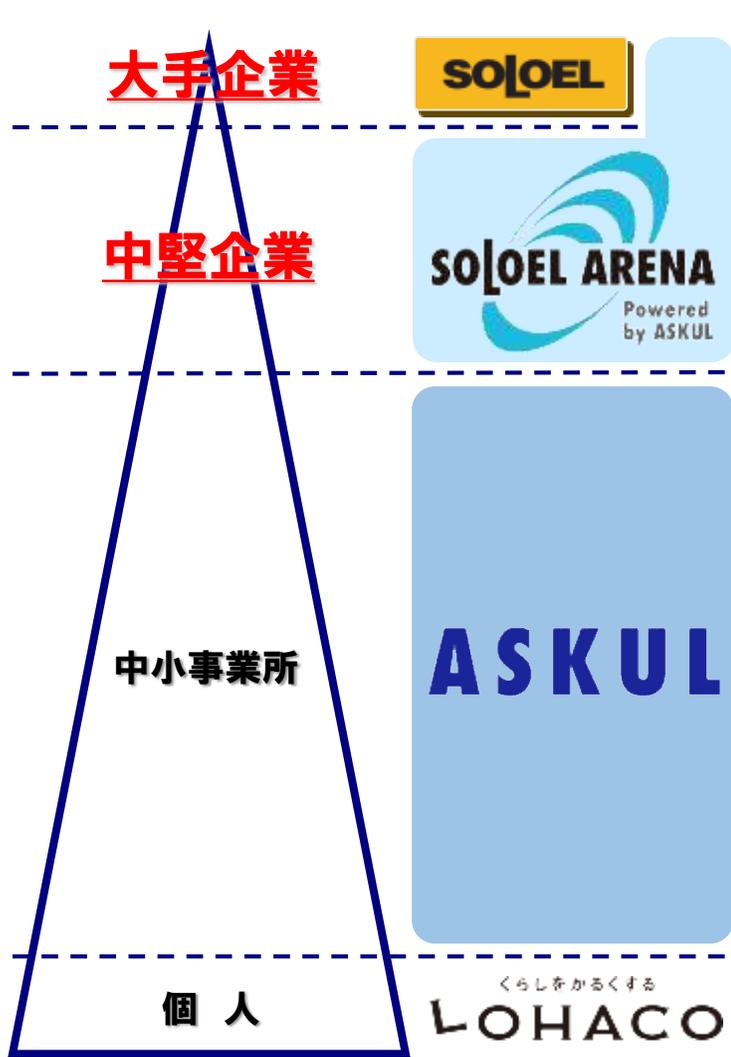
	15/5期 3Q累計		16/5期 3Q累計	
	億円	前年同期比 %	億円	前年同期比 %
OA・PC	650	102.4	683	105.1
文具	280	105.0	300	107.2
生活用品	503	123.0	642	127.7
ファニチャー	140	108.0	150	106.6
MRO	158	115.2	183	116.0
その他 (メディカル等)	121	107.2	138	114.0
合計	1,854	109.6	2,099	113.2

単体売上高も  
過去最高

注力品目は  
2桁成長継続

※16/5期よりMROを区分掲記しております。

# SOLOEL ARENAは順調に拡大



**前年同期比118.7%、期初通期計画114.5%を上回る**

# 新カタログ発刊



「アスクルカタログ2016春・夏号」  
2016年2月発刊

総ページ数	1,272 ページ
取扱商品数	約 34,600 アイテム
新規取扱商品数	約 2,250 アイテム
オリジナル商品数	約 6,150 アイテム
グリーン商品数	約 12,600 アイテム

＜参考＞ 2015秋・冬号(前号)の概要  
総ページ数 : 1,280ページ

# 新カタログ発刊～独自性～

**KIRIN + ASKUL**  
Page 809

生姜とハーブのぬくもり麦茶  
キリンの「moogy (ムーギー)」。  
アスクル限定で新登場!

**New!** 個性的なデザイン性に注目!

期間限定価格 **¥98**

**SARAYA + ASKUL**  
Page 990

ヤシノミ洗剤が、  
手洗へのやさしさをその本来に  
洗浄力約25%アップ!

期間限定価格 **¥280**

**¥44.8**

**大王製紙 + ASKUL**  
Page 067

トイレのおそうじシート

厚くてやぶれにくい、  
丈夫なトイレの  
おそうじシートが  
品質アップ!

期間限定価格 **¥122**

**Shachihata + ASKUL**  
Page 188

アスクル限定デザインの  
人気のシャチハタ印に  
新デザインが登場!

期間限定価格 **¥950**

いつでも新しい商品を!  
有名メーカーとの  
**コラボレーション**で**新登場!**  
アスクルだけの限定商品

アスクルではお客様に使いやすい商品をご提供するために、メーカーと一緒に数々のアイディアを共同企画しています。ここでしか買えない限定デザインの商品や、プレミアムなアイテムをぜひお試しください!

**KOO + ASKUL**  
Page 979

花王の「リセッシュ」が  
おしゃれなアスクル限定デザインが登場!

「自然と落ちる」をコンセプトに、「天然石」のテクスチャーでナチュラルなデザインに!

期間限定価格 **¥398**

**UCC + ASKUL**  
Page 755

UCCの「職人の珈琲」も  
おしゃれなアスクル  
限定デザインで!

**New!**

期間限定価格 **¥21.99**

**KIRIN + ASKUL**  
Page 802

会議のための水、  
「キリンのやわらか天然水」が、  
スリムボトルに!

期間限定価格 **¥53**

ラベルデザインも新しくなりました!

独自性

# 新カタログ発刊～競争力～

いつも所が新しく！ その2 **もっと便利に！**

品質も容量も、**使いやすいも、**

## パワーアップ!

「オリジナルコピー用紙」種類も豊富でさらに使いやすく!

厚口 **¥1,998**

なめらか 標準色 **¥3,388**

なめらか 高白色 **¥3,388**

期間限定価格

1ロールの長さ2倍の厚手巻インクローラー登場!

インク容量が従来品の1.5倍に! 高く来ても経済的!

厚手巻インクローラー **¥258**

リリカットタイプが登場!

リリカットタイプ **¥35.8**

期間限定価格 **¥12.7**

アスタだけの限定商品

お客様のご要望にお応えして、仕事場に欠かせない人気のアイテムをパワーアップ! 容量・サイズの見直しや品質の改良にこだわり、さらに便利に使いやすい商品をご提供いたします!

「国産オリジナルペーパータオル」**New!** 選べる4タイプで新登場!

さらかな肌触り、拭き心地がアップ!

4タイプともさらかな肌触りにこだわっています!

さらかな拭き心地と拭き残りを減らす2枚重ねタイプの登場!

期間限定価格 **¥79.9**

小判

**New!** さらかな肌触り、拭き心地がアップ!

中判 **¥84.9**

期間限定価格

**New!** さらかな肌触り、拭き心地がアップ!

中判 厚手 **¥139**

期間限定価格

さらかな拭き心地と拭き残りを減らす2枚重ねタイプの登場!

中判 2枚重ね **¥149**

期間限定価格

**競争力**

# 環境トピックス ～植えて、育てて、収穫する「木の畑」を続けます。～



2015年11月、アスクル社がインドネシア現地へ足を運んで、産業植林である「木の畑」を確認してまいりました。アスクルはこれからも、日本で一番使われているコピー用紙の調達企業としてNo.1の責任を果たしていきます。



1 box for 2 trees



PEFC認証

コピー用紙1箱のご購入が2本の植林につながるプロジェクトです。

持続可能な原材料調達のために。

わたしたちは、お客様に安心してコピー用紙を使い続けていただくために、2010年10月に持続可能な原材料調達を確認するプロジェクト「1 box for 2 trees」をスタートしました。5年におもってアスクル社員が見守ってきた植林木は2015年に収穫され、アスクルオリジナルコピー用紙の原材料に加わりまし。販売量以上の産業植林をこれからも確認していきます。

2015年11月撮影  
インドネシア共和国  
リアウ州



### 産業植林の実績

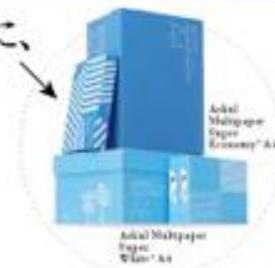
場所	インドネシア共和国 ジャンビ州、リアウ州
植林総面積	約66,200ha [東京ドーム約14,100個分]
植林木数	約9,560万本

2015年12月時点

インドネシア製のコピー用紙に、世界最大の森林認証ラベルがつけました！<sup>①</sup>

このたび、インドネシア製アスクルオリジナルコピー用紙はPEFC認証製品になりました。<sup>②</sup>PEFC認証は、責任ある原材料調達と持続可能な森林管理の証です。信頼される認証システムとして国際的に高く認められており、現在40か国で運用され、その森林総面積は2億6,800万haに及びます。

① 2015年11月～12月の撮影画像。アスクル製。



日本一使われている<sup>③</sup>アスクルのインドネシア製コピー用紙。

② 2015年11月～12月の撮影画像。アスクル製。  
(製造委託先：アスクルパプアインターナショナル株式会社)



ベン・ガニバーク氏

PEFC評議会事務局長

「アスクルのオリジナルコピー用紙がPEFC認証製品の仲間入りをしたことを、心から歓迎します。これを機会に、日本の皆さまにPEFC森林認証のことをもっと知っていただければうれしく思います。」(2016年1月)

環境



# 16/5期 3Q 連結 売上総利益・販管費

**売上総利益額 514億円 前年同期差 +74億円**

**売上総利益率 22.4%** 前年同期差 +0.6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)

**販管費 446億円 前年同期差 +45億円**

**売上高販管費比率 19.4%** 前年同期差  $\Delta$ 0.4ポイント

- 今後の成長に向け、LOHACOのさらなる販促費用、物流センター移転費用、物量増加対応費用を投下したが、売上高販管費比率は固定費圧縮により改善

## <固定費圧縮の主な内訳>

- ・ソフトウェア償却費  $\Delta$ 4億円
- ・業務外注費  $\Delta$ 2億円

# 16/5期 3Q 連結 設備投資

**設備投資額 86億円**(年間計画 132億円)

ASKUL Logi PARK 福岡 52億円

ASKUL Logi PARK 横浜 16億円

## 投資詳細

(参考)減価・ソフトウェア償却費 26億円(年間計画 38億円)

(単位:百万円)

科目名	15/5期 第3四半期累計	16/5期 第3四半期累計	
	金額	金額	前年同期比
【設備投資額】	2,340	8,652	+269.7%
有形固定資産	1,308	7,241	+453.4%
無形固定資産	1,031	1,411	+36.8%
建設仮勘定(注2)	676	1,889	+179.2%
ソフトウェア仮勘定(注2)	178	532	+197.9%

(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) 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 3Q 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 第3四半期累計	16/5期 第3四半期累計	前年同期差
インターネット経由	76.5%	78.6%	+2.1ポイント
上記以外	23.5%	21.4%	△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 2月度	16/5期 2月度	前年同月度差
オリジナル商品数	5,863	7,293	+1,430
単体売上高構成比	17.5%	17.6%	+0.1ポイント
(うちBtoB事業)	(18.6%)	(19.5%)	(+0.9ポイント)

(注1) 各期2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を含みます。