

平成 28 年 9 月 14 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 第 1 四 半 期 連 結 業 績 概 要」 の お 知 ら せ

「平成 29 年 5 月 期 第 1 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 「2017 年 5 月 期 第 1 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



1Q順調、中期的な収益極大化に向けた物流投資 積極販促により減益となるも計画を上回る

～LOHACOは5つの施策により2Q以降の成長を加速～

～BtoB事業は戦略分野の商材拡大により安定成長を継続～

**2016年9月14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1四半期実績

II BtoB事業の状況

III LOHACO事業の状況

17/5期 第1四半期 連結業績

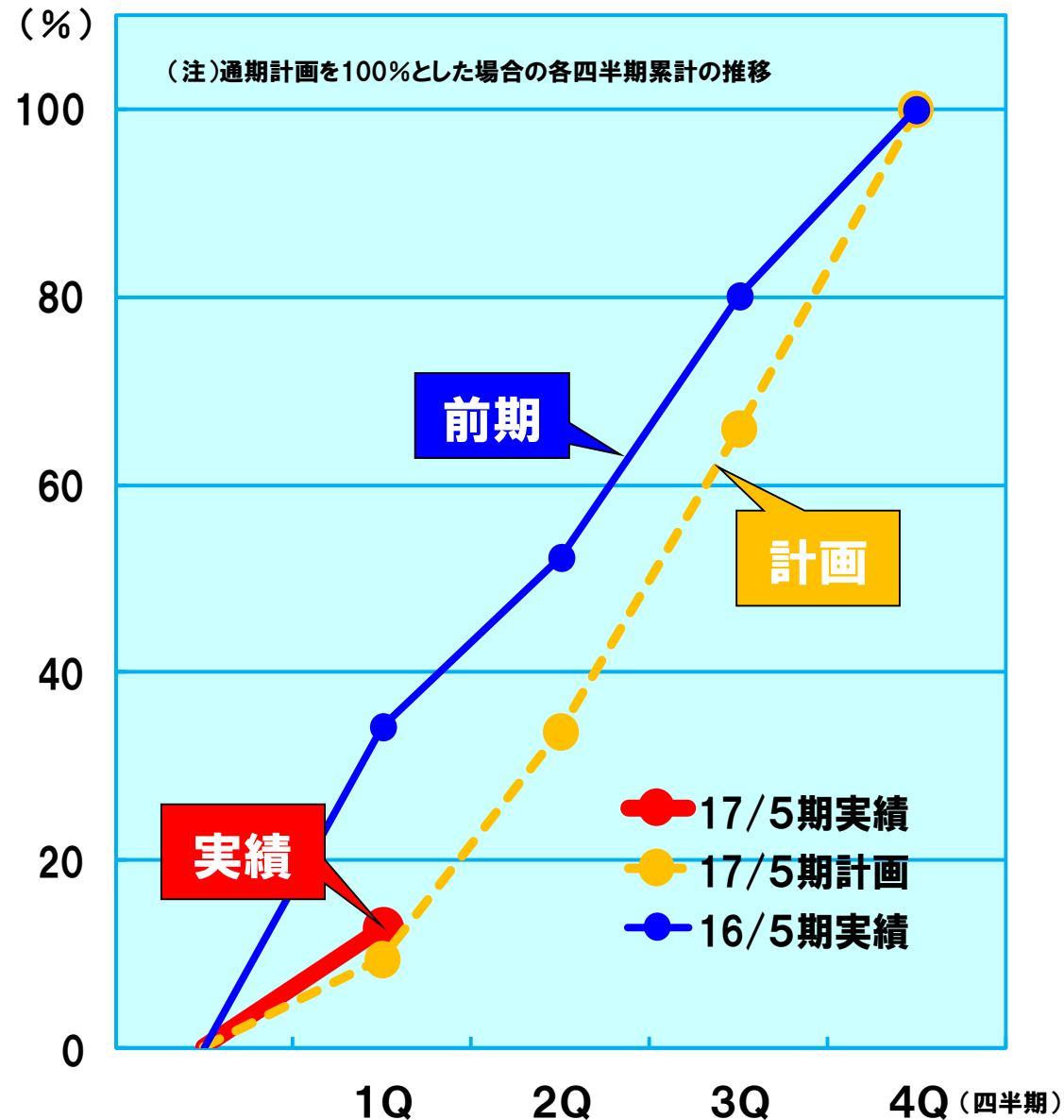
	16/5期 1Q		17/5期 1Q		
	百万円	売上高 比率 %	百万円	売上高 比率 %	前年 同期比 %
売上高	72,794	100.0	80,560	100.0	110.7
売上総利益	16,583	22.8	17,943	22.3	108.2
販売費および 一般管理費	13,667	18.8	16,727	20.8	122.4
営業利益	2,916	4.0	1,216	1.5	41.7
経常利益	2,908	4.0	1,176	1.5	40.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,854	2.5	645	0.8	34.8

➤ **売上高**
2桁成長継続
過去最高額更新
前年同期比110.7%

➤ **売上総利益率**
前年同期差△0.5pt(9ページ)

➤ **営業利益**
物流固定費増4億円(10ページ)
LOHACO TVCM6億円
(16/5期は2Qに実施)

17/5期 連結営業利益 進捗イメージ



予実対比

- 売上高 +4億円
- 営業利益 +3億円
- 当期純利益 +1億円

計画を上回る

2Q以降の期間損益(3ヶ月)は
増益転換を図る

ASKUL Logi PARK 福岡

2015年12月 稼動



ASKUL Logi PARK 横浜

2016年5月 稼動



2センター計画通り順調に稼動

17/5期 第1四半期 連結業績【事業別】

		16/5期 1Q	17/5期 1Q	
		実績 億円	実績 億円	前年同期比 %
売上高	BtoB事業	652	695	106.6
	LOHACO	71	97	136.5
	eコマース事業	723	793	109.6
	ロジスティクス事業・その他	4	12	307.5
	連結合計	727	805	110.7
営業利益	BtoB事業	36	32	89.1
	LOHACO(下記を除く)	△7	△7	—
	さらなる積極販促	—	△6	—
	配送サービス進化	—	△1	—
	LOHACO	△7	△14	—
	eコマース事業	29	17	61.0
	ロジスティクス事業・その他	—	△1	—
	中計	29	16	—
	物流センター固定費増	—	△4	—
	連結合計	29	12	41.7

➤ 売上高

BtoB事業は前年同期比106.6%

LOHACOは97億円、前年同期比136.5%

➤ 営業利益

BtoB事業は32億円

為替ポジションの影響を除けば堅調

LOHACOは損益を維持しつつ売上高成長

さらなる認知度向上に向け

積極販促を実施△6億円(前期は2Q実施)

LOHACO新受取りサービス

先行費用を投下△1億円

物流センター固定費増△4億円

17/5期 第1四半期 連結営業利益の増減要因

16/5期 第1四半期(実績)

売上高前年同期比 115.5%

売上総利益率 22.8%

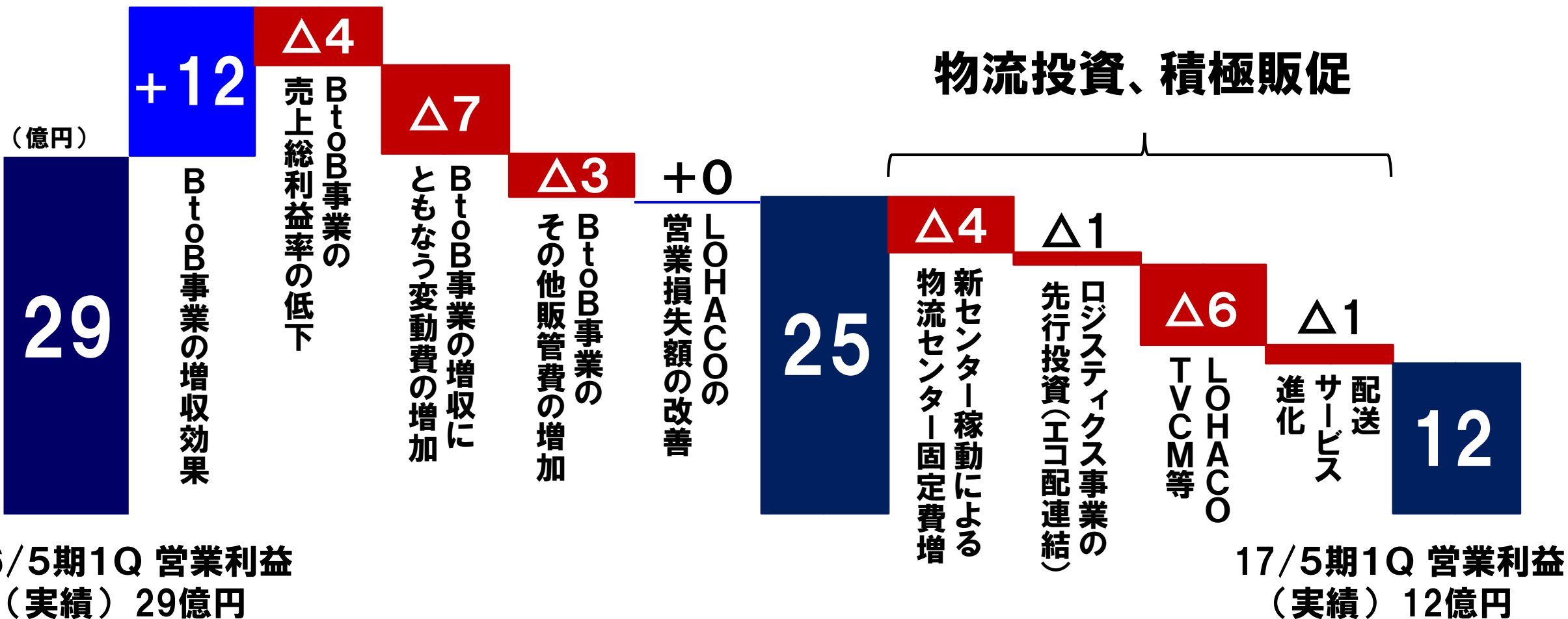
販管費比率 18.8%

17/5期 第1四半期(実績)

売上高前年同期比 110.7%

売上総利益率 22.3%

販管費比率 20.8%



連結業績 BtoB事業 売上高前年同月比(稼働日修正後)※

(%)
120

115

110

105

100

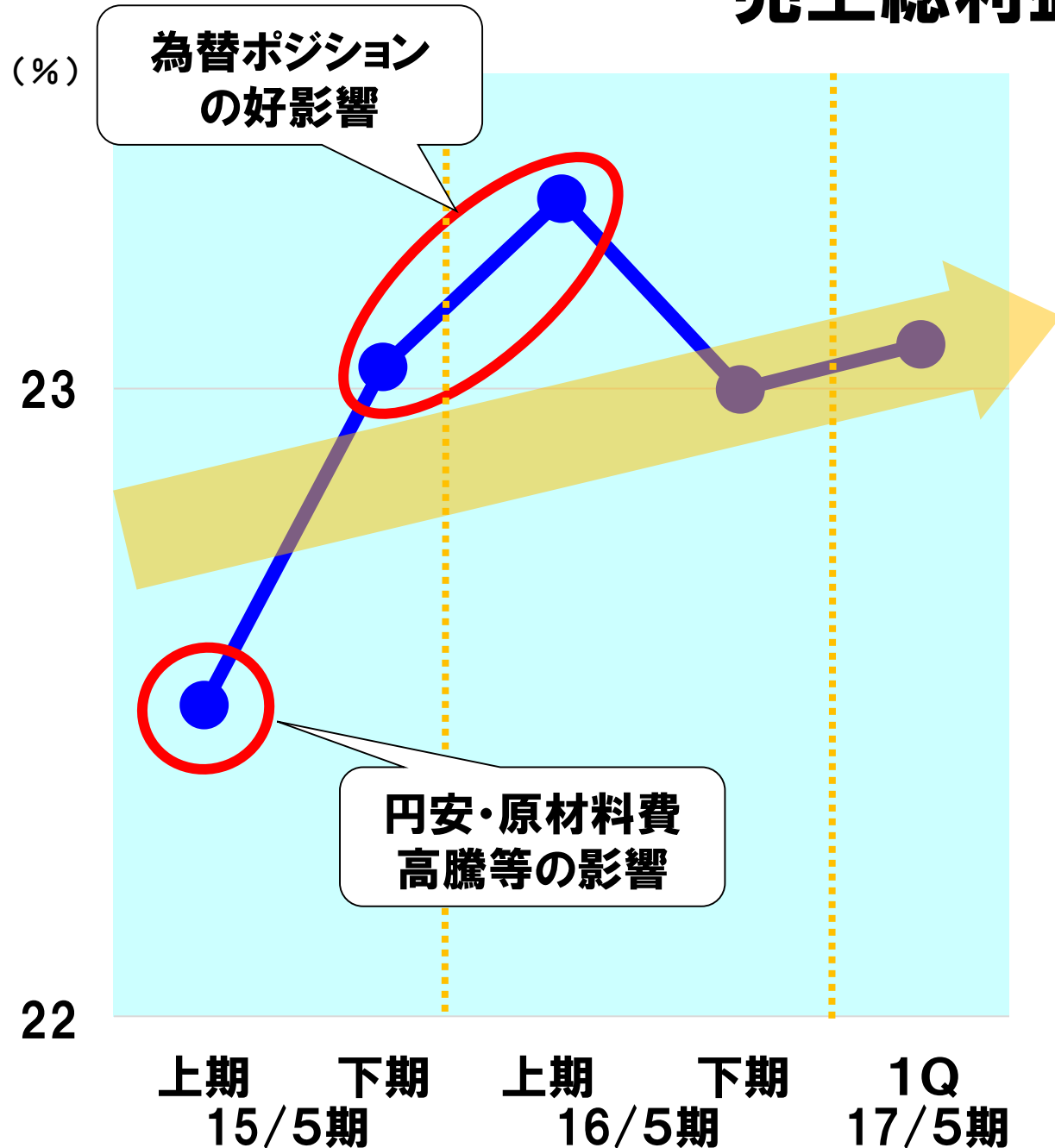


※アスクル単体BtoB事業については稼働日修正をしております。

BtoB事業の売上高は引き続き順調

売上総利益率 推移

単体



収益性は
着実に向上

17/5期 第1四半期 物流関連費用



物流センター固定費 計画通り

前年同期差 +4億円(地代 +2億円、償却費 +2億円等)



新センターの生産性向上 計画通り

(オーダー1行あたりの労務単価の推移)

ASKUL Logi PARK 横浜・・・計画対比で良好に推移

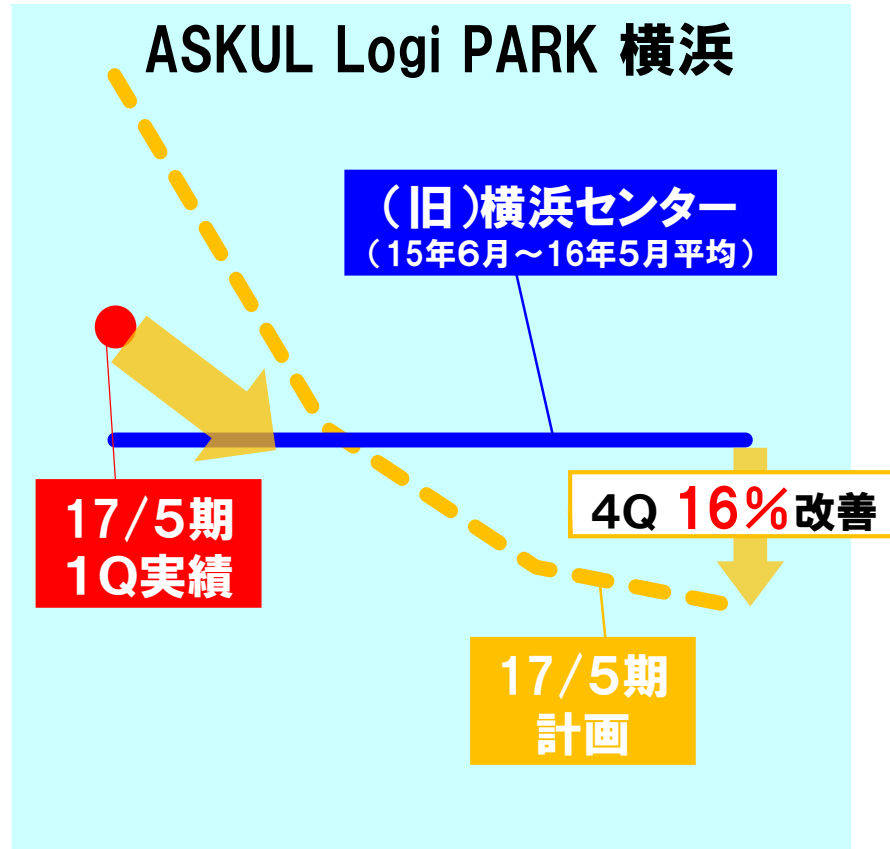
ASKUL Logi PARK 福岡・・・計画通り (旧センター比) **10%改善**



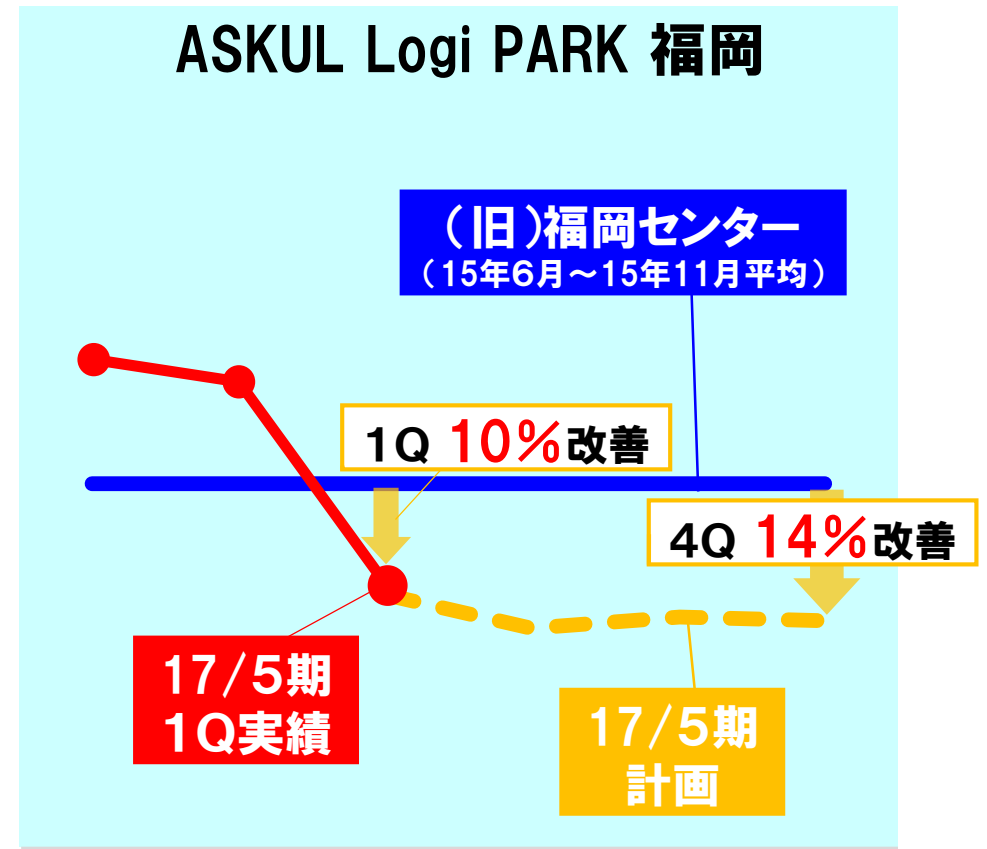
Happy On Time先行費用 計画通り

1Qで1億円計上

オーダー1行あたりの労務単価の推移



1Q 2Q 3Q 4Q
17/5期



3Q 4Q 1Q 2Q 3Q 4Q
16/5期 17/5期

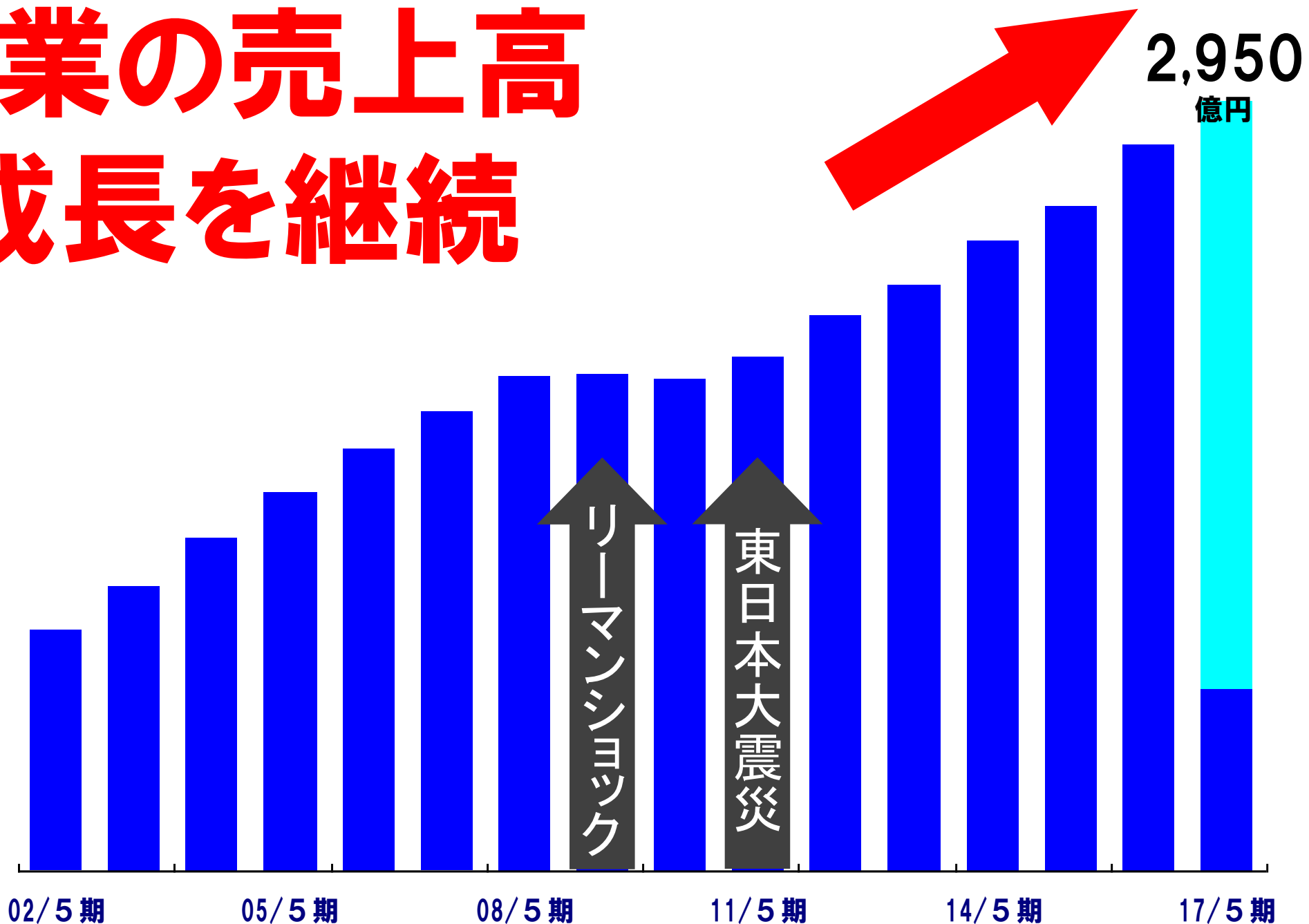
新センターの生産性は予定通り改善

I 第1四半期実績

II BtoB事業の状況

III LOHACO事業の状況

BtoB事業の売上高 磐石な成長を継続



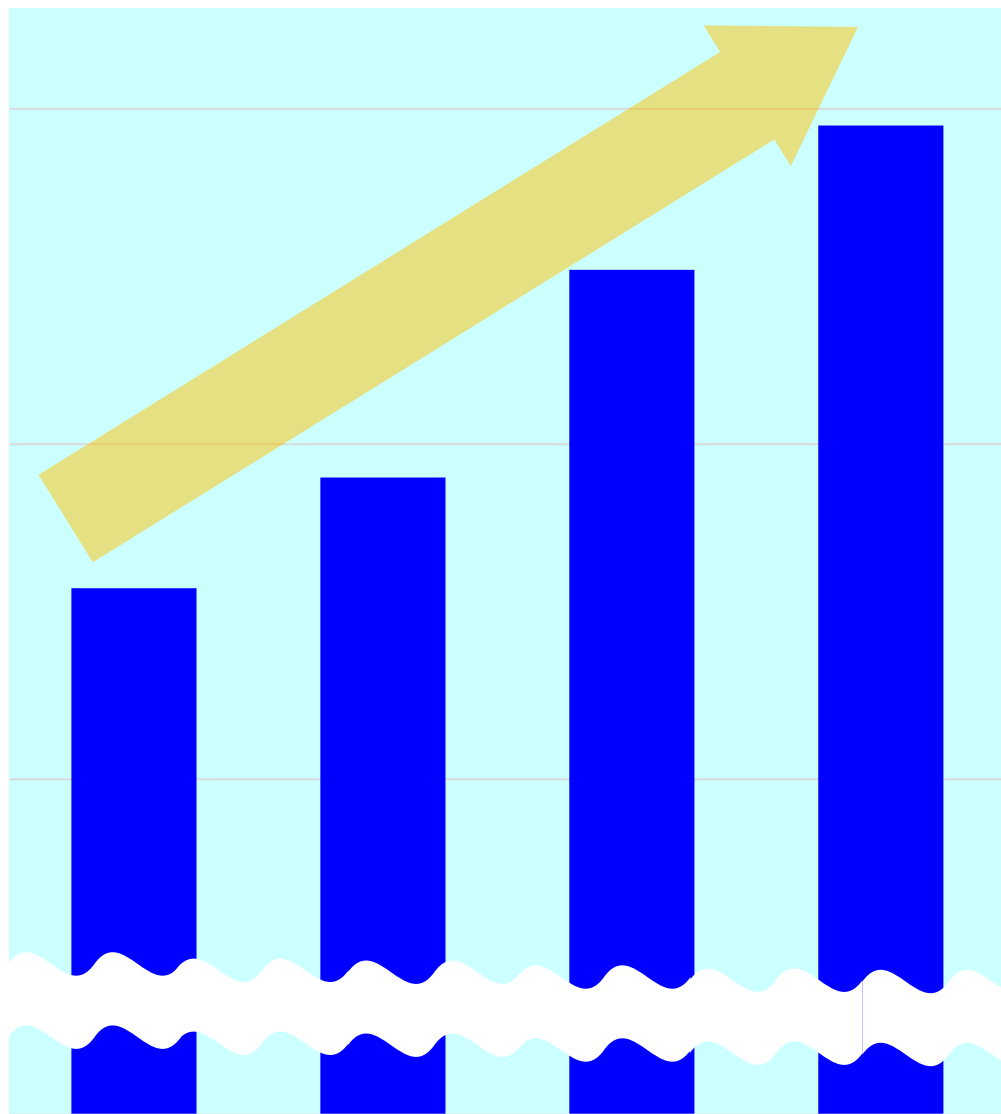
17/5期 第1四半期 BtoB事業 売上高

(億円)

700

600

500



14/5期
1Q

15/5期
1Q

16/5期
1Q

17/5期
1Q

**1Q売上高
過去最高**

17/5期 BtoB事業 稼働日数(前期差) 月次推移

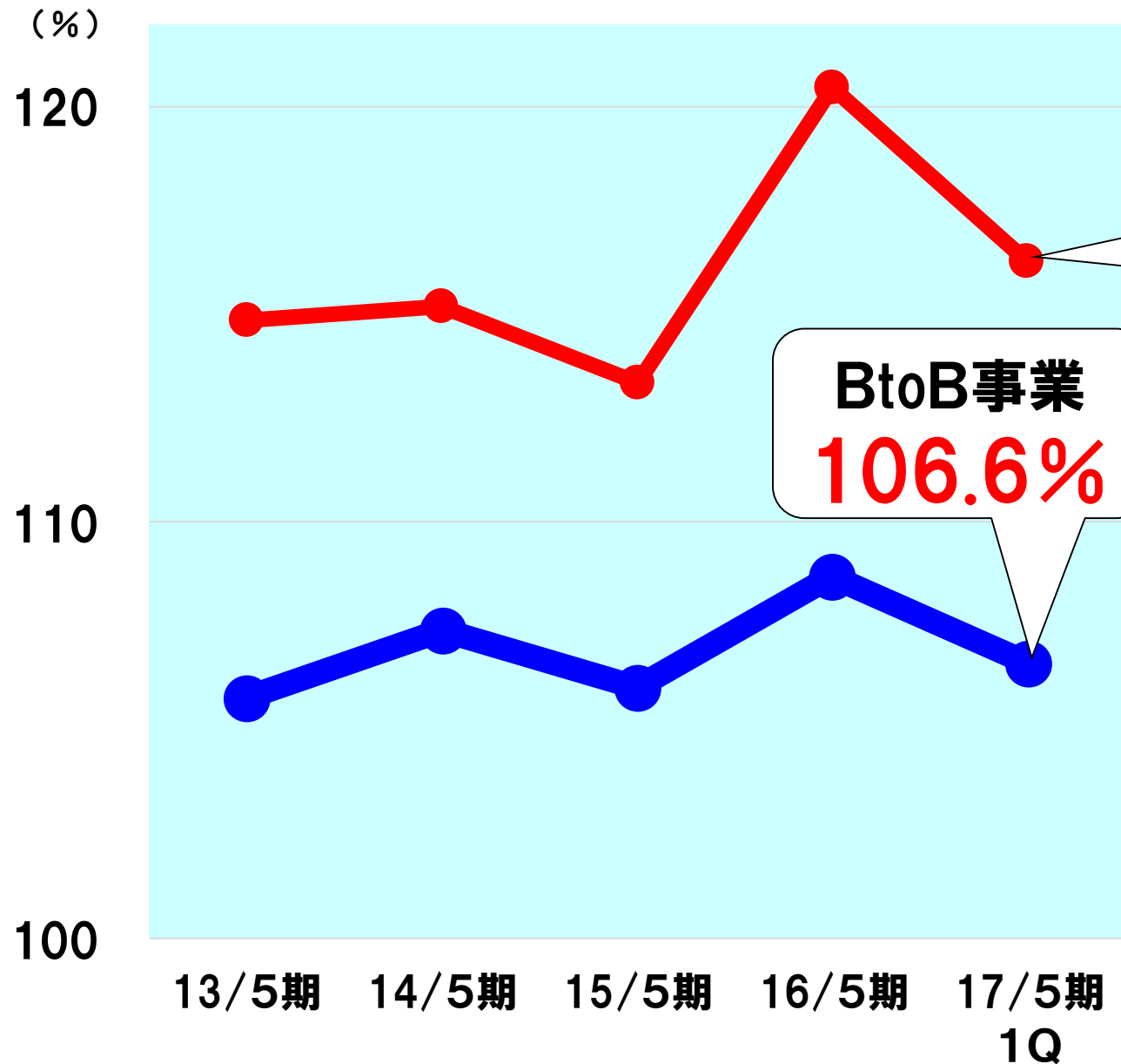
	平日	土曜日
6月度	△1	0
7月度	+1	0
8月度	△2	+1
1Q	△2	+1
9月度	0	△1
10月度	+2	0
11月度	△2	1
2Q	0	0
12月度	+2	△1
1月度	0	+1
2月度	0	△1
3Q	+2	△1
3月度	△1	0
4月度	+1	0
5月度	0	0
4Q	0	0
通期合計	0	0

**1Q稼働日は
マイナス影響あり**

**下期は
プラス効果**

※稼働日のカウントにはお盆、年末年始等の影響を加味しております。

BtoB事業 品目別売上高 前年同期比推移



MRO+メディカル
116.1%

稼働日の影響を勘案すれば

BtoB事業
引き続き順調

戦略カテゴリが
成長率引



オフィス向けカタログ最新号

**定番商品は価格維持
競争優位堅持**

「アスクルカタログ2016秋・冬号」
2016年8月発刊

サイト統合と連動し、メディカルカタログを新創刊

従来のカタログ



＜医療材料カタログ＞
注射・輸液、処置用品
などの医療材料

+



＜メディカル&ケアカタログ＞
マスク、グローブ、白衣、
医療材料用事務用品など



医療現場の
定番アイテムを一冊に



医療機関向けカタログ

2016年8月発刊

利便性向上により購買促進

メディカル商品のPB化を医療用品にも拡大

シリンジ
トップのシリンジが
衝撃プライス!

期間
限定
価格

8月20日午後6時から
2016年10月20日
午後6時まで

TOP + ASKUL

ニプロの吸引
カテーテルが激安!
12Fr.は
アスクルだけの
お買得!

期間
限定
価格

8月20日
午後6時から
2016年
10月20日
午後6時まで

ニプロ吸引カテーテル
(口腔・鼻腔用)
12Fr. 1箱(50本入)
税抜き ¥1,700
(税込 ¥1,836)

期間中なら
1本あたり

税抜き
¥15.9
(税込 ¥17.2)

税抜き
¥34
(税込 ¥36.8)

大手メーカーとの
ダブルネーム

定番品の高品質と
低価格を両立



reddot award 2016
winner brand design

アスクルのPB商品が 世界的なデザイン賞受賞 「レッドドット・デザイン賞※」 コミュニケーションデザイン「ブランドデザイン」

※レッドドット・デザイン賞は、ドイツのThe Design Zentrum Nordrhein Westfalenが主催するデザイン賞で、1954年設立の世界で最も権威のあるデザイン賞の一つです。



ストックホルム・デザイン・ラボ
ストックホルムを本拠地としてグローバルに活躍。そのデザイン哲学はスカンジナビアの伝統に根ざし、シンプル、明快、革新的といった理念に基づく。

EC取扱商品数を一気に拡大

(万アイテム)
1,000

商品数
拡大

17/5期

300万アイテムへ

17/5期1Q実績
120万アイテム

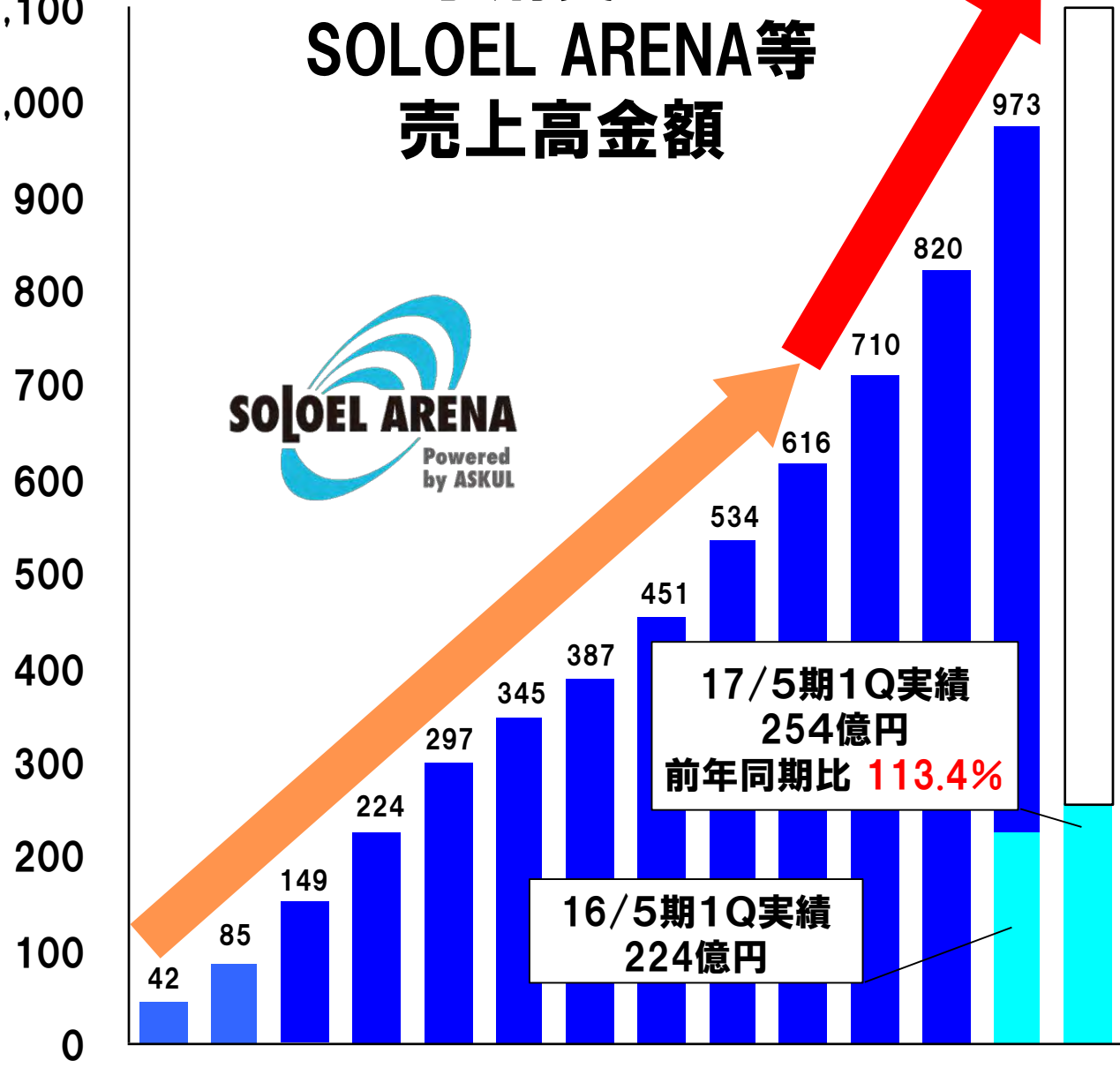
95/5期 97/5期 99/5期 01/5期 03/5期 05/5期 07/5期 09/5期 11/5期 13/5期 15/5期 17/5期
(計画)

(億円)

電子購買サイト SOLOEL ARENA等 売上高金額



(計画)
1,100



商材拡大により 売上高拡大

前年同期比

113%

04/5期 05/5期 06/5期 07/5期 08/5期 09/5期 10/5期 11/5期 12/5期 13/5期 14/5期 15/5期 16/5期 17/5期

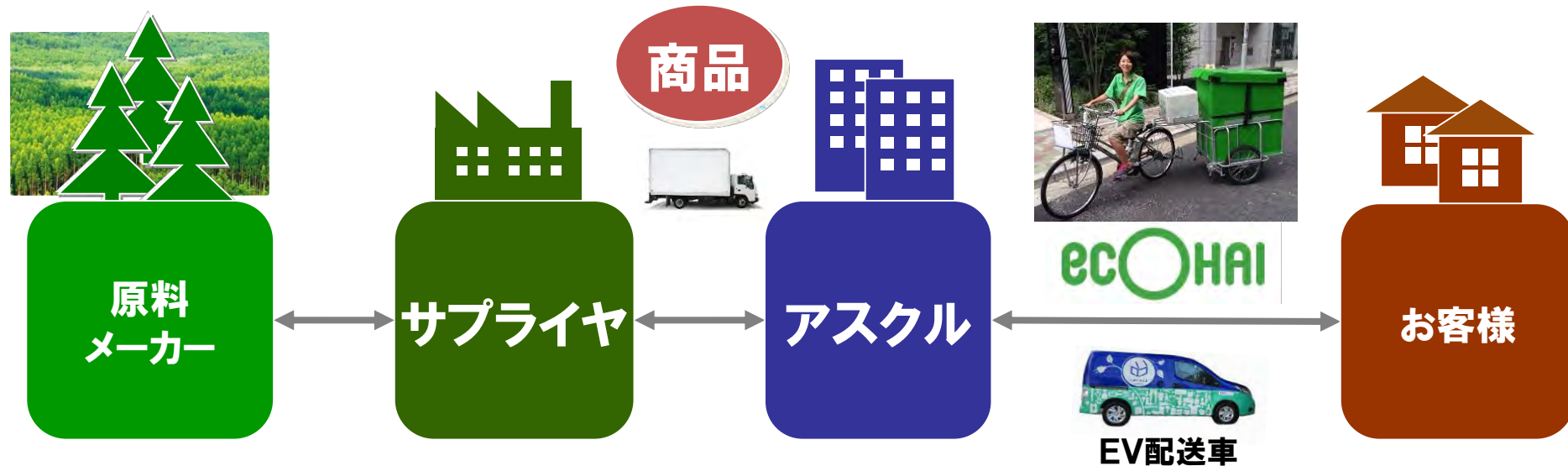
アスクル環境フォーラム

2016年7月14日開催

201社335名参加

2030年CO₂ゼロチャレンジ
企業間連携の可能性を探る

最も効率的で環境に配慮した 流通の構築をめざす



お客様の期待に応え
連携してCO₂削減を実現していく

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

**BtoB事業は戦略分野の商材拡大により
安定成長を継続**

I 第1四半期実績

II BtoB事業の状況

III LOHACO事業の状況

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



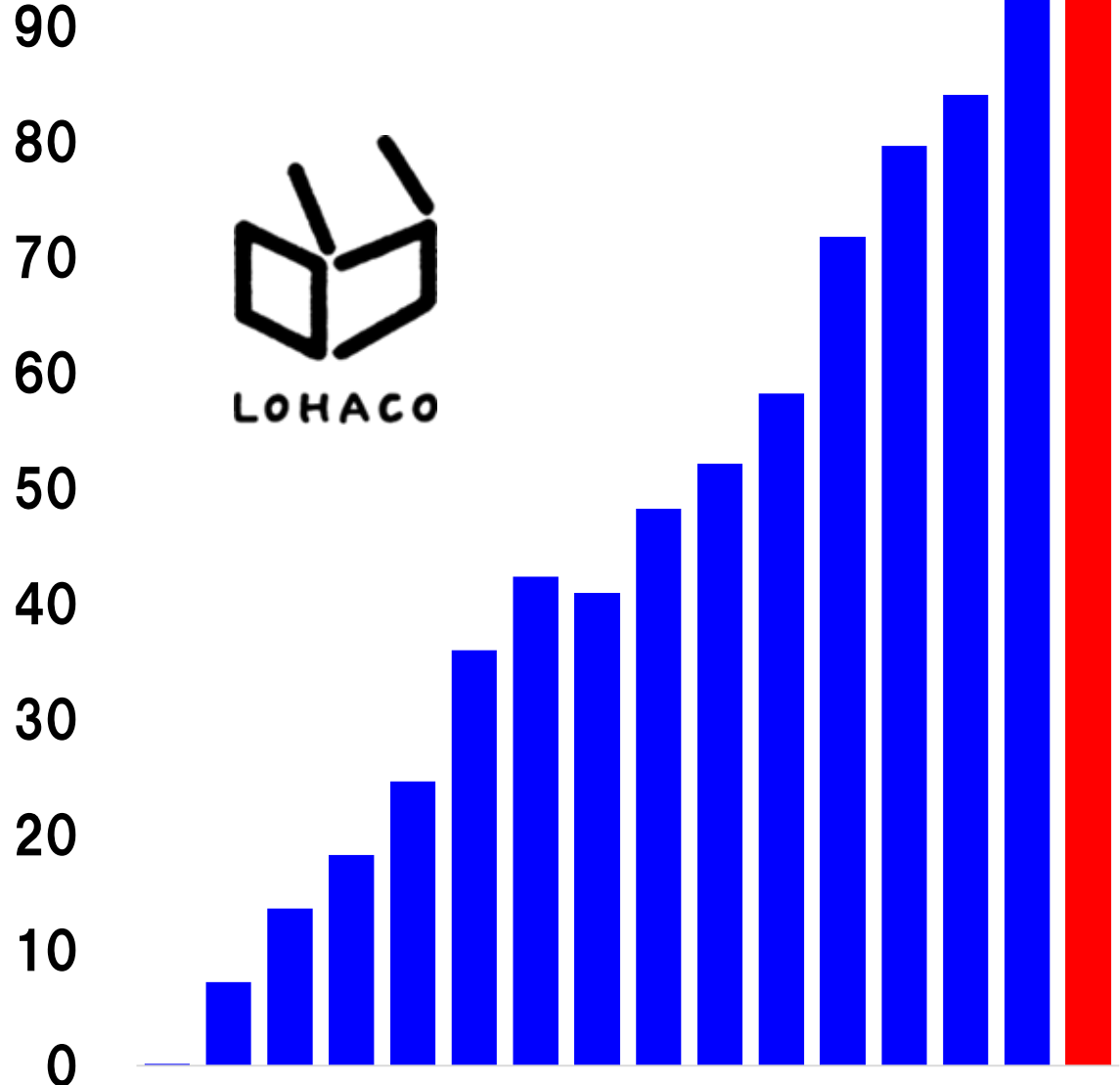
(億円)

LOHACO

四半期別 売上高推移



前年同期比
136%



**第2世代
eコマース
No.1に向けて
売上高は
順調に伸張**

2Q3Q4Q1Q2Q3Q4Q1Q2Q3Q4Q1Q
13/5期 14/5期 15/5期 16/5期 17/5期

LOHACO 成長加速への取組強化策

①マーケットプレイスによる
取扱商材の圧倒的拡大

②メーカー連携による
差別化商品の拡大

③ソフトバンク連携により
新規のお客様拡大

④天猫国際、中国向け販売
の拡大

⑤Happy On Timeによる
単価・リピート率向上

- お客様数拡大
- オーダー単価向上
- リピート率向上

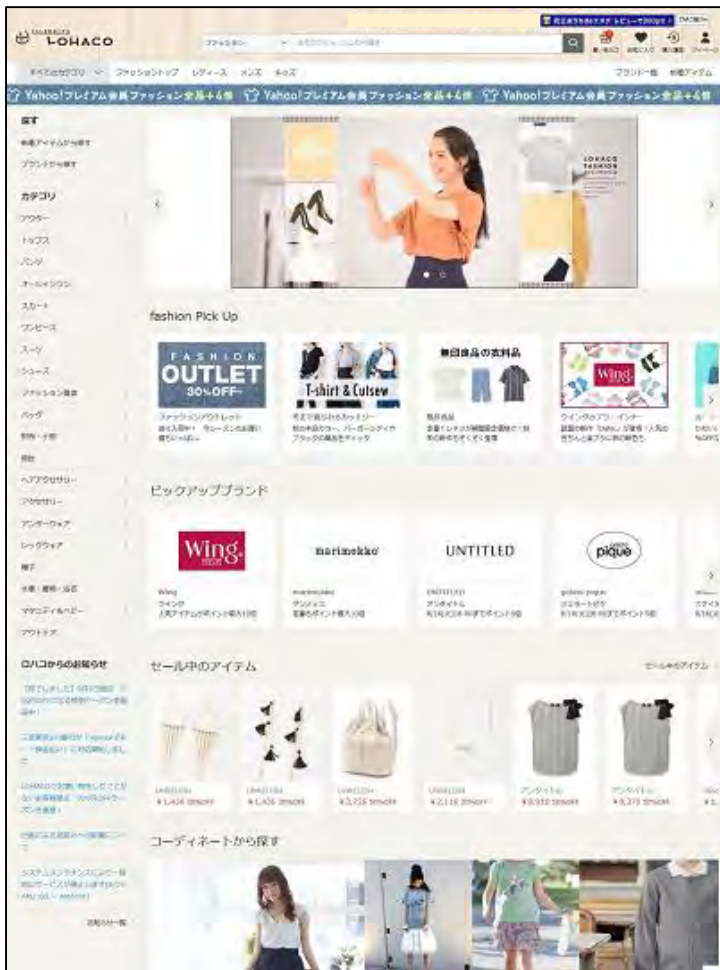
CM効果による認知度向上を活かす

5つの施策により2Q以降の成長加速

PC版

スマホ版

①マーケットプレイスによる
取扱商材の圧倒的拡大



在庫商品との
一括検索・決済可能
お客様の利便性向上
9月13日スタート

マーケットプレイスの第一弾はファッションから
200ブランド、30万アイテムを展開

②メーカー連携による
差別化商品の拡大

Relax cut sew

このサイズに
入ります。

これよりPoint!

1. シンプルだけど大人っぽい
ラインがかわりに売れる。まっさらした体のディテール、
トレンド感のあるフォルム。女性がかっこいいかえる要素をいっ
ぱい詰めこみました。
2. さらっとした上質な着心地
オーブンクを採った生地感をチョイス。自然に垂れ
て柔しさを演出するポイントにこだわりました。
3. ガシガシ着てもへこたれない
お肌入り込みがちな肌は、お家で静かに洗濯でき
る素材を選びました。洗いざらしでもキレイに保つことができ
ます!

LOHACOが提案する
「リラックスカットソー」を着回す *6days* コーディネート

Day 1

Day 2

Day 3

アパレル
大手

×



共同企画の限定商品

販売開始2週間で1,300枚超販売と好調

②メーカー連携による 差別化商品の拡大

Yahoo! JAPAN IDでもっと便利に【新規取得】【ログイン】 Tポイントが貯まる、使える。 CMのご案内 SK-UI限定品新発売

くらしをかるくする **LOHACO** 無料で時間帯指定できます

カテゴリから探す セール ロハコモール 特集 すべてのカテゴリへ 検索 カゴを見る

初回購入の方限定! はじめてBOX 50%OFF その場で、Yahoo!プレミアム会員になれば はじめてBOX実質無料

LOHACOホーム > おすすめ特集一覧 > ロハコの定期便

お届け先の住所を設定すると、商品の在庫を確認できます。 郵便番号を入力

現在の設定住所は「東京都江東区豊洲」です。 設定 ログインして在庫確認へ 在庫確認住所について

ロハコの定期便

いつもの買い物が、さらに楽に。

ご指定の商品をご指定の日時、場所に
毎月お届けします。

活用しよう! ロハコの定期便

便利でおトク! 定番商品が定期便で割引きに



P&G
パンパース おむつ
定期便で
10%割引



ユニ・チャーム
マミーポコ おむつ
定期便で
5%割引



ユニ・チャーム
ムーニー おむつ
定期便で
5%割引



花王
ヘルシア
定期便で
5%割引



ネスカフェ
コーヒー各種
定期便で
3%~16%割引



伊藤園
飲料・健康食品
定期便で
5%割引



カゴメ
飲料・食品
定期便で
5%割引



大王製紙
日用品
定期便で
5%割引



ユニチャーム
ライフフリー
定期便で
5%割引

定期便サービスのベータ版スタート



くらしに馴染む

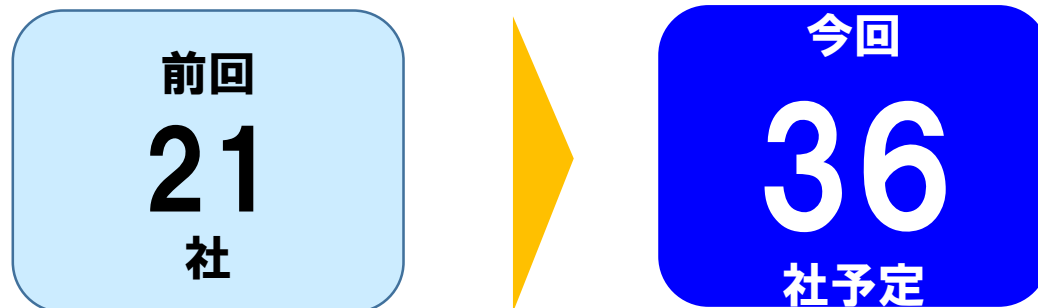
TOKYO MIDTOWN DESIGN TOUCH 2016
2016年10月28日（金）～11月6日（日）

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、UCC上島珈琲株式会社、
エステー株式会社、江崎グリコ株式会社、
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、花王株式会社、
カゴメ株式会社、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、キリンビール株式会社、
キリンビバレッジ株式会社、
コカ・コーラカスタマーマーケティング株式会社、
サッポロビール株式会社、サントリー酒類株式会社、
資生堂ジャパン株式会社、大王製紙株式会社、日清食品株式会社、
日本製紙クレシア株式会社、ネスレ日本株式会社、
株式会社ハーバー研究所、ひかり味噌株式会社、
プラス株式会社、マルコメ株式会社、マルハニチロ株式会社、
株式会社ミツカン、メロディアン株式会社、
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、
レンゴー株式会社、株式会社ロッテ、ロート製薬株式会社
(敬称略、50音順)

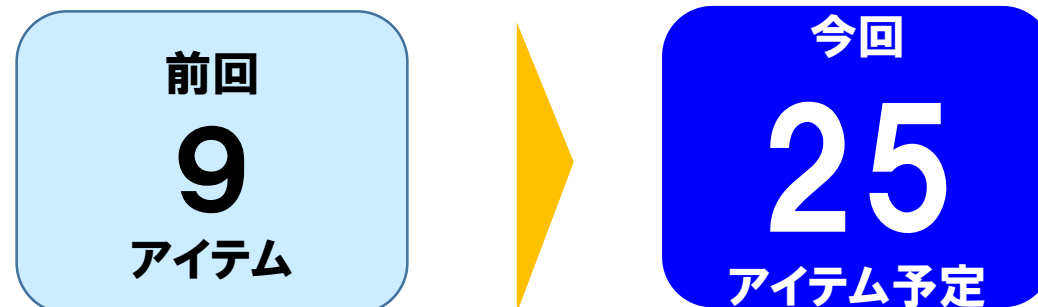
②メーカー連携による
差別化商品の拡大

店頭を通さない 生活者基点のデザイン

参加メーカー数



当社限定販売商品数



LOHACO ECマーケティングラボ 3期 101社へ拡大

【第3期参加企業】

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、エスビー食品株式会社、NSファーフア・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、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、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、ぺんてる株式会社、ボシュロム・ジャパン株式会社、ポツカサッポロフード&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)

③ソフトバンク連携により
新規のお客様拡大



LOHACOが中核の ソフトバンクモール 8月18日スタート

③ソフトバンク連携により
新規のお客様拡大

ソフトバンク契約者数
(主要回線)

3,214
万人

ヤフー
月額有料会員数
(プレミアム会員含む)

1,710
万ID

LOHACO
利用者数

300
万人

圧倒的
集客

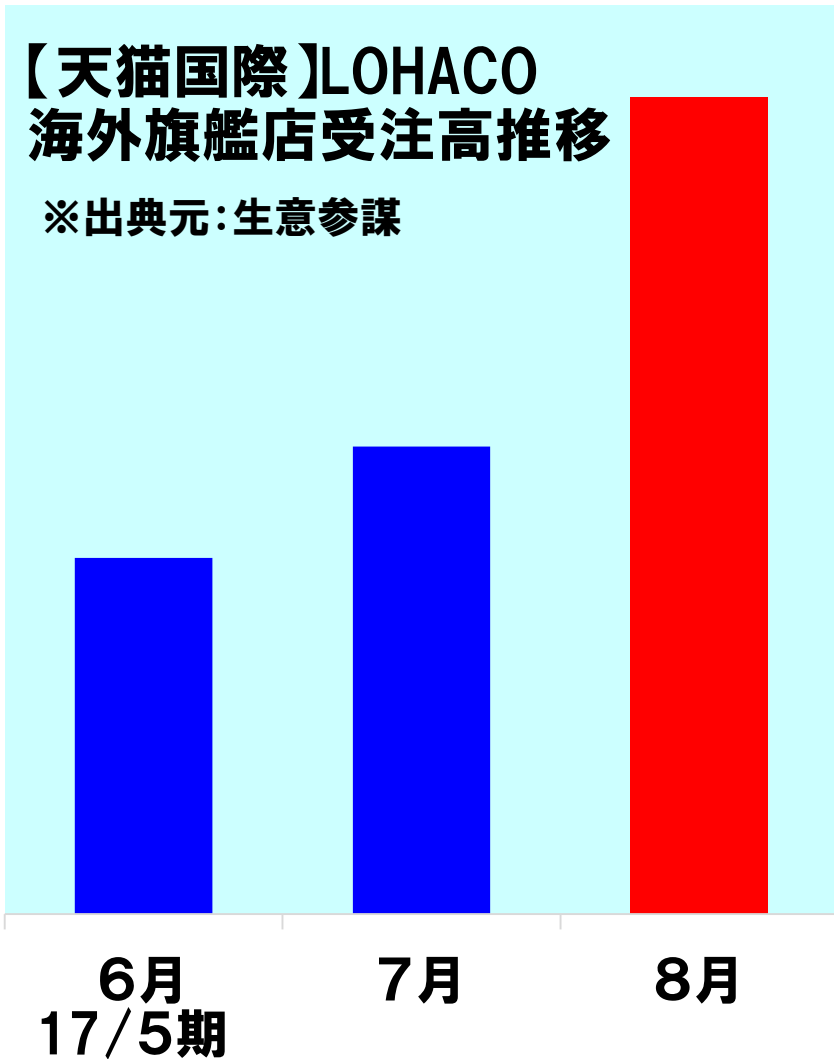
成長加速

中国向け越境ECが伸張

④ 天猫国際、中国向け販売の拡大

【天猫国際】LOHACO 海外旗艦店受注高推移

※出典元: 生意参謀



11月11日(独身の日)に向け販促拡大

⑤Happy On Timeによる
単価・リピート率向上

待たないしあわせ。


Happy On Time

「1時間単位の指定」
「30分単位のお届け予定」
「10分前の直前お知らせ」

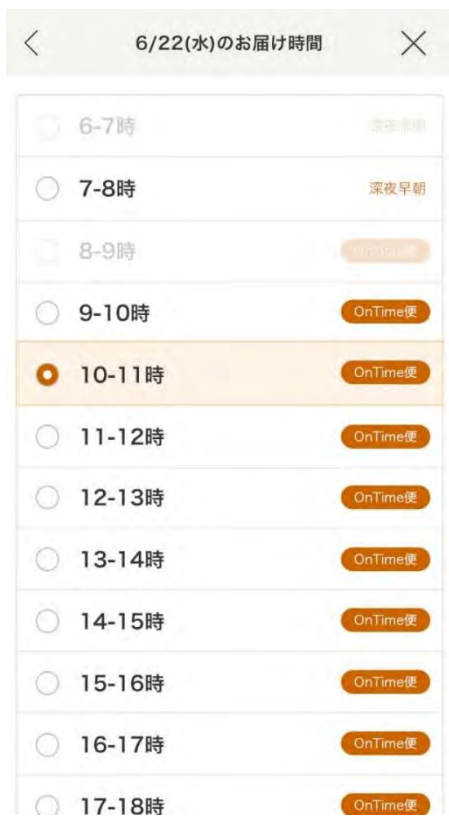
LOHACO
新受取りサービス

8月31日スタート

独自の配送サービスで売上高拡大をめざす

⑤Happy On Timeによる 単価・リピート率向上

「3つの時間」を約束、3,000円以上購入で1時間単位の指定料無料



1時間単位の指定 **30分単位**のお届け予定 **10分前**の直前お知らせ

⑤Happy On Timeによる
単価・リピート率向上

3,000円以上購入で
1時間単位の指定料無料

オーダー単価向上

「1時間単位の指定」
「30分単位のお届け予定」
「10分前の直前お知らせ」

リピート率向上

段ボールを使わない
エコな簡易パック導入



**LOHACOは5つの施策により
2Q以降の成長を加速**

付 録

17/5期 連結業績の見通し

	16/5期		17/5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	3,150	100.0	3,480	100.0	110.5
売上総利益	703	22.3	789	22.7	112.3
販売費および 一般管理費	618	19.6	694	20.0	112.4
営業利益	85	2.7	95	2.7	111.5
経常利益	85	2.7	95	2.7	110.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	52	1.7	55	1.6	104.6

通期業績の見通しに変更なし

17/5期 第1四半期 品目別売上高 単体

	16/5期 1Q		17/5期 1Q	
	億円	前年同期比 %	億円	前年同期比 %
OA・PC	220	106.7	223	101.7
文具	95	108.6	99	103.9
生活用品	211	131.7	247	116.6
ファニチャー	49	106.1	49	100.6
MRO	57	119.4	66	115.4
その他 (メディカル等)	41	116.1	45	109.9
合計	676	115.4	732	108.3

**単体売上高も
過去最高**

**注力品目は
2桁成長継続**

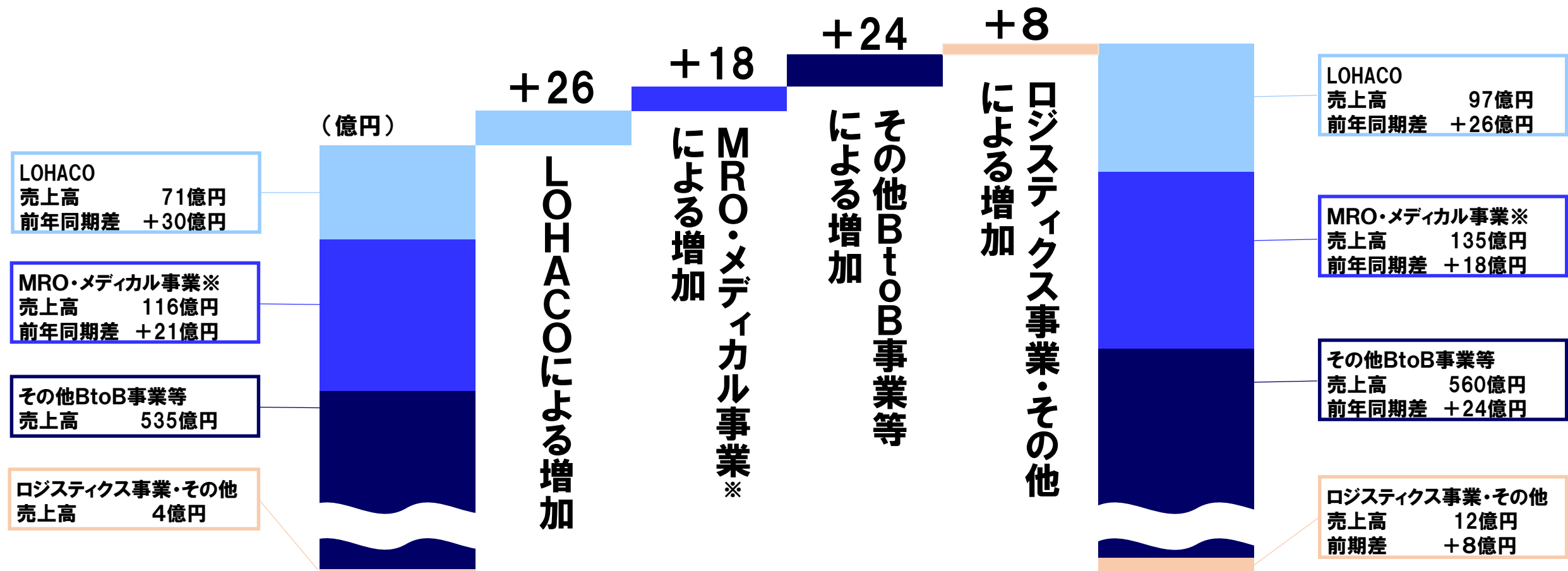
17/5期 第1四半期 連結売上高の増加要因

16/5期 第1四半期(実績)

売上高 727億円
 前年同期差 +97億円
 前年同期比 115.5%

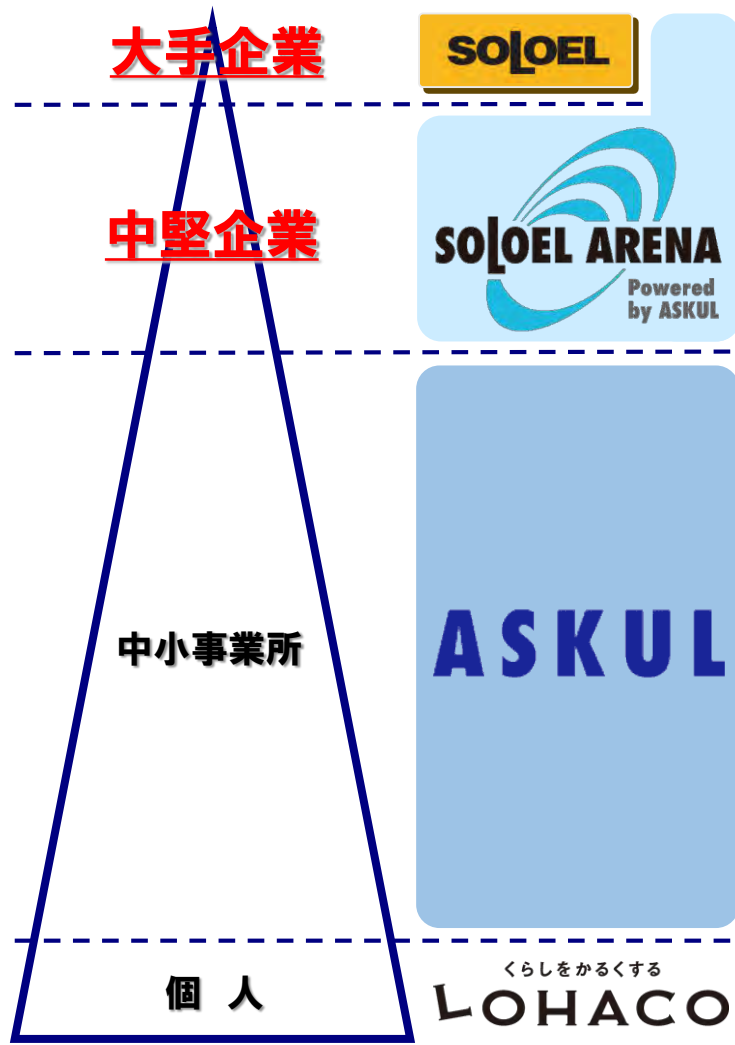
17/5期 第1四半期(実績)

売上高 805億円
 前年同期差 +77億円
 前年同期比 110.7%

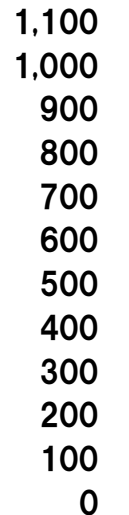


※MRO・メディカル事業はLOHACO分を除いております。

SOLOEL ARENAは順調に拡大



(億円)



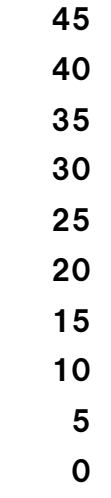
SOLOEL ARENA等売上金額

17/5期1Q実績254億円
前年同期比 113.4%

16/5期1Q実績224億円

04/5期 05/5期 06/5期 07/5期 08/5期 09/5期 10/5期 11/5期 12/5期 13/5期 14/5期 15/5期 16/5期 17/5期

(千社)



SOLOEL ARENA等お客様企業数

04/5月 05/5月 06/5月 07/5月 08/5月 09/5月 10/5月 11/5月 12/5月 13/5月 14/5月 15/5月 16/5月 16/8月

113.4%の増収、通期計画113.1%を上回る

新カタログ発刊



「アスクルカタログ2016秋・冬号」
2016年8月発刊

総ページ数	1,280 ページ
取扱商品数	約 35,200 アイテム
新規取扱商品数	約 2,200 アイテム
オリジナル商品数	約 6,550 アイテム
グリーン商品数	約 13,000 アイテム

＜参考＞ 2016春・夏号(前号)の概要

総ページ数：1,272ページ

取扱商品数：約34,600アイテム

新カタログ発刊～独自性～

ますます使える！
もっと選べる！

一流メーカー とのコラボレーション！

アスクムでは、お客様がこれが欲しい！というモノや、
ありそうでなかったモノを、メーカーとコラボレーションしています。
ここにしかない、最高のコラボ商品です！

拡大中！

KIRIN + ASKUM **ブレンド茶** **598**

生姜とハーブのぬくもり麦茶
麒麟の「ムーギー(moogy)」。
秋冬柄が新登場！

期間限定価格
¥98

伊藤園 + ASKUM **日本茶** **798**

伊藤園こだわりの味わいを
スティックにした
インスタント緑茶が
デザインリニューアル！

期間限定価格
¥29.8

大王製紙株式会社 + ASKUM **トイレトーパー** **398**

大王製紙の
再生紙+バージンパルプ配合
トイレトーパーが
便利な2倍巻きロングロールで
新登場！

期間限定価格
¥318

Tambow + ASKUM **のり** **199**

トンボ製菓の「消えい5ビット」5種アソート。
遊覧船の子どもたちが描いた
絵をデザイン！

期間限定価格
¥72.2

小林製薬 + ASKUM **トイレ消臭・芳香剤** **398**

小林製薬の
消臭元が1.5倍の
大容量に！

期間限定価格
¥478

PLUS + ASKUM **修正テープ** **198**

昔り高いリフトン
ワエルカムテープブレンドが
新しいデザインにリニューアル！

期間限定価格
¥8.6

New!
修正テープ
¥89

Creola + ASKUM **ウェットティッシュ** **598**

スコットイ
ウェットティッシュが
置き場所を選ばない
シンプルなパッケージで
登場！

期間限定価格
¥379

独自性

新カタログ発刊～競争力～

774

ドリップコーヒー

ブラジル「ダラゴア農園」の豆を使ったプレミアムな1杯取りドリップコーヒーが新登場!

New!

1箱 ¥20.9 (税込 ¥22.0)

期間限定価格

26

クリアーホルダー

厚さ0.2mmの自慢の品質のクリアーホルダーをお買得価格で!!

期間限定価格

¥6.28 (税込 ¥6.69)

958

ティッシュペーパー

柔らかな肌触りのスマートコンパクト5箱入りティッシュでアスクル最安値!

期間限定価格

¥199 (税込 ¥209)

510

コピー用紙

PEFC認証のアスクルオリジナルコピー用紙が、お買得!

期間限定価格

¥2,648 (税込 ¥2,790)

たくさん使うモノ!

いつでも お求めやすく!

683

USBメモリー

爽やかなグリーンの北欧デザインが人気! キャップ一体型のノック式USBメモリー。

期間限定価格

¥38 (税込 ¥39.8)

676

アルカリ乾電池

国内有名メーカー製造の信頼性超! 「スタンダードアルカリ乾電池」。

期間限定価格

¥15.9 (税込 ¥16.7)

807

ペットボトルお茶

食後のための小容量緑茶伊藤園の「香り豊かなお茶」をまとめて買って安く!

期間限定価格

¥61.8 (税込 ¥64.9)

36

フラットファイル

紙厚を強めて低価格を実現! 一流メーカー製造の自信のフラットファイル!

期間限定価格

¥15.8 (税込 ¥16.6)

990

トイレのおそうじシート

大料・厚手の洗せるトイレのおそうじシートに、お買得な証替え専用が新登場!

期間限定価格

¥118 (税込 ¥123)

950

再生紙100%トイレトーパーペーパー

交換の手間も保管スペースも削減するお買得な2倍巻ロングロールが1mあたりアスクル最安値に!

期間限定価格

¥238 (税込 ¥247)

競争力

新カタログ発刊～環境～

アスクルのインドネシア製

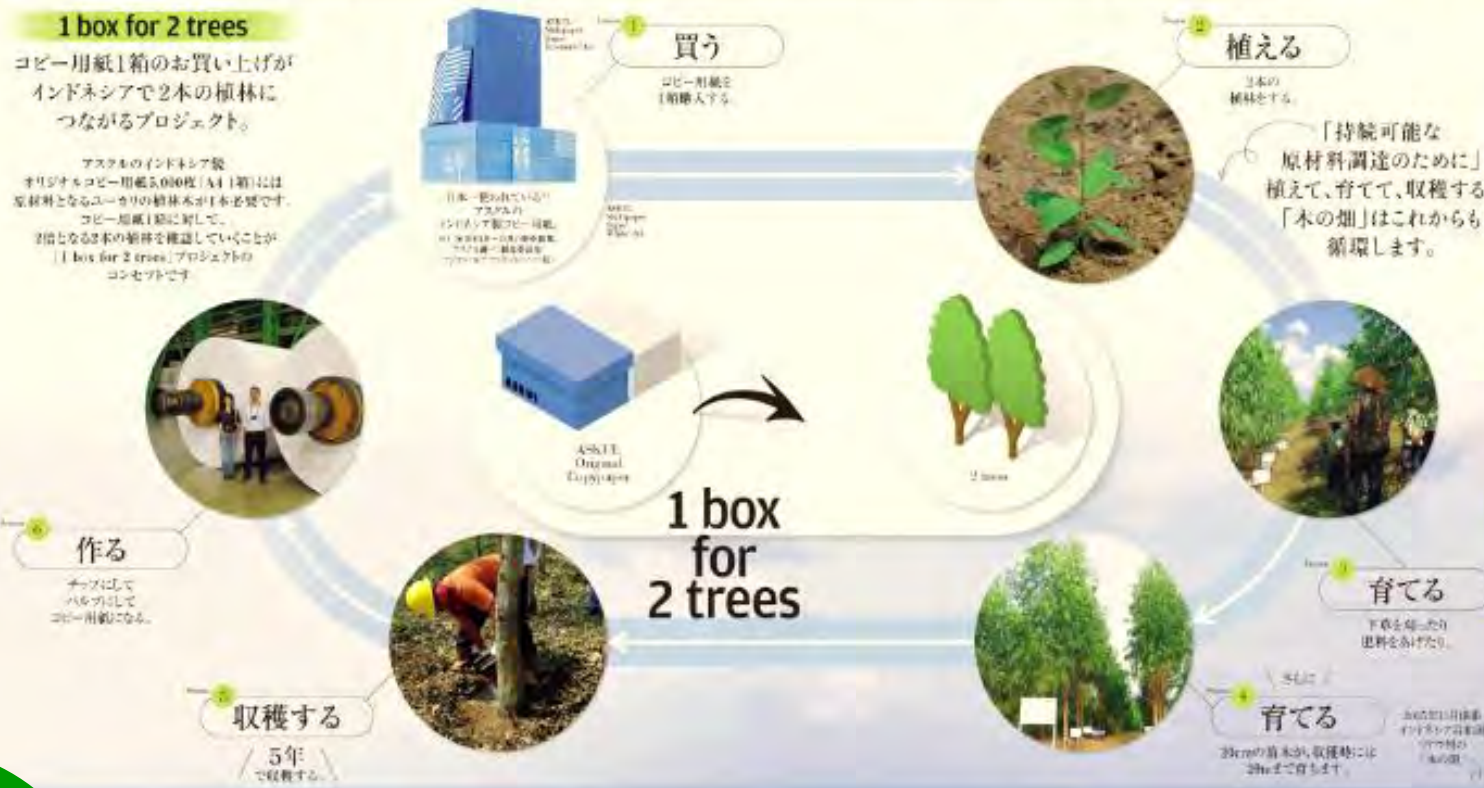
コピー用紙の植林木パルプは、「木の畑」の植林

木で作っています。

1 box for 2 trees

コピー用紙1箱のお買い上げが
インドネシアで2本の植林に
つながるプロジェクト。

アスクルのインドネシア製
オリジナルコピー用紙5,000枚(A4 1箱)には
原料となるユーカリの植林木が1本必要です。
コピー用紙1箱に対して、
2倍となる2本の植林を推進していくことが
「1 box for 2 trees」プロジェクトの
コンセプトです。



PEFC 認定

インドネシア製アスクルオリジナルコピー用紙は、世界最大の森林認証「PEFC 認証制度」です！

インドネシア製アスクルオリジナルコピー用紙は、森林認証制度に認定されたアスクルが、責任ある森林資源を確保する森林管理計画に基づき、自然と共生しながら持続可能な森林管理を行っています。また、森林資源の回復と再生を促進するための取り組みも実施しています。

ASKUL Original Copypaper

20ha Project

自然林を守り、再生する地域に参画しています！

2011年からインドネシアの東部の森林保護地帯に20ha (約30万坪)の森林を再生しています。このプロジェクトでは、森を守る人々と森林再生の再生を目的とし、再生の収入が還元されるように取り組まれています。

インドネシア東部の森林保護地帯に20ha (約30万坪)の森林を再生しています。

今年から新しいこと始めます。

「木の畑」の周辺に暮らすコミュニティを支援するプログラムに参画します。

「木の畑」の周辺に暮らすコミュニティを支援するプログラムに参画します。このプログラムでは、森林再生の収入の一部を、周辺に暮らすコミュニティの福祉向上に活用します。



インドネシア東部のスマタラ島に、新設された森林保護地帯に20ha (約30万坪)の森林を再生しています。このプロジェクトでは、森を守る人々と森林再生の再生を目的とし、再生の収入が還元されるように取り組まれています。

1for2.askul.co.jp

17/5期 第1四半期 連結 売上総利益、販売費および一般管理費

売上総利益額 179 億円 前年同期差 +13億円

売上総利益率 22.3% 前年同期差 Δ 0.5ポイント

➤ **為替ポジションの影響**

販管費 167億円 前年同期差 +30億円

売上高販管費比率 20.8% 前年同期差 +2.0ポイント

<販管費の前年同期差の主な内訳>

- **BtoB事業の増収にともなう変動費の増加** **+7億円**
- **新センター稼動による物流固定費(地代、償却費等)の増加** **+4億円**
- **LOHACOのTVCMにともなう広告宣伝費の増加** **+6億円**

17/5期 第1四半期 連結 設備投資

設備投資額 11億円(年間計画 64億円)

LOHACO関連 3億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 10億円 (年間計画 46億円)

投資詳細

(単位:百万円)

科目名	16/5期 第1四半期	17/5期 第1四半期	
	金額	金額	前年同期比
【設備投資額】	526	1,137	+116.1%
有形固定資産	149	571	+283.4%
無形固定資産	377	566	+50.0%
建設仮勘定(注2)	2,256	20	△99.1%
ソフトウェア仮勘定(注2)	511	671	+31.3%

(注1) 設備投資額は発生ベース額にて記載しております、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。

17/5期 第1四半期 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 第1四半期	前期差	17/5期 第1四半期
インターネット経由	78.3%	+1.9ポイント	80.2%
上記以外	21.7%	△1.9ポイント	19.8%

(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 8月度	17/5期 8月度	前年同月度差
オリジナル商品数	5,793	7,472	+1,679
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	17.3% (19.0%)	17.6% (19.9%)	+0.4ポイント (+0.9ポイント)

(注1) 各期8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。