

平成 26 年 7 月 4 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 玉 井 継 尋 TEL 03-4330-5130

「2014 年 5 月 期 連 結 業 績 概 要」 の お 知 ら せ

「平成 26 年 5 月 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「2014 年 5 月 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 ま た は 監 査 法 人 の 関 与 は ご ざ い ま せ ン。

以 上



# 14/5期連結売上高は2桁成長達成 課題の物流生産性は大幅改善

LOHACOは引き続きトップライン重視

BtoB事業は成長分野に注力し安定的な増収増益を見込む

2014年7月4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。

本資料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 14年5月期総括と15年5月期計画**

**II 物流効率化と全社方針**

**III LOHACO事業戦略**

**IV BtoB事業戦略**

# 14/5期 連結業績

	13/5期		14/5期				
	実績 億円	売上高 比率 %	計画 3/18公表 億円	実績 億円	売上高 比率 %	前期比 %	計画比 %
売上高	2,266	100.0	2,500	2,534	100.0	+ 11.8	+ 1.4
売上総利益	506	22.3	—	557	22.0	+ 10.1	—
販売費および 一般管理費	437	19.3	—	514	20.3	+ 17.6	—
営業利益	68	3.0	40	42	1.7	△ 37.8	+ 6.9
経常利益	72	3.2	40	44	1.8	△ 38.6	+ 11.2
当期純利益	58	2.6	18	21	0.9	+ 62.8	+ 20.3

➤ 売上高は8期  
ぶりに2桁成長

➤ 物流生産性の  
改善により  
修正計画を  
上回る

# 14/5期 事業別 連結業績

(億円)	LOHACO		BtoB事業等		物流基盤増強等※				合計	
	計画 3/18公表	実績	計画 3/18公表	実績	固定的費用		一過性費用		計画 3/18公表	実績
					計画 3/18公表	実績	計画 3/18公表	実績		
売上高	100	121	2,400	2,412	—	—	—	—	2,500	2,534
営業利益	△ 27	△ 29	88	93	△ 17	△ 16	△ 4	△ 4	40	42

※ 当社管理会計において、物流基盤増強等に掛かる費用は、売上高基準等により最終的に各事業に配賦されます。

- **重点施策のLOHACO売上高は計画対比  
120%超を達成**
- **BtoB事業等は着実に売上高・営業利益  
を修正計画対比で上乘せ**

# 15/5期 連結業績の見通し

	14/5期 通期実績		15/5期 通期計画		
	金額 億円	売上高 比率 %	金額 億円	売上高 比率 %	前期比 %
売上高	2,534	100.0	2,770	100.0	+ 9.3
売上総利益	557	22.0	615	22.2	+ 10.4
販売費および 一般管理費	514	20.3	550	19.9	+ 7.0
営業利益	42	1.7	65	2.3	+ 52.0
経常利益	44	1.8	64	2.3	+ 45.2
当期純利益	21	0.9	34	1.2	+ 57.0

➤ **230億円超の  
売上高の上乗  
せを見込む**

➤ **物流生産性  
改善により  
収益V字回復  
を見込む**

# 15/5期 連結業績の見通し(事業別)

(億円)	14/5期 通期実績			15/5期 通期計画		
	LOHACO	BtoB 事業等	合計	LOHACO	BtoB 事業等	合計
売上高	121	2,413	2,534	220	2,550	2,770
営業利益	△ 30	73	42	△ 30	95	65

※ P. 4において区分掲記していた物流基盤増強等に掛かる費用について、本表においては売上高基準等により各事業に配賦しております。

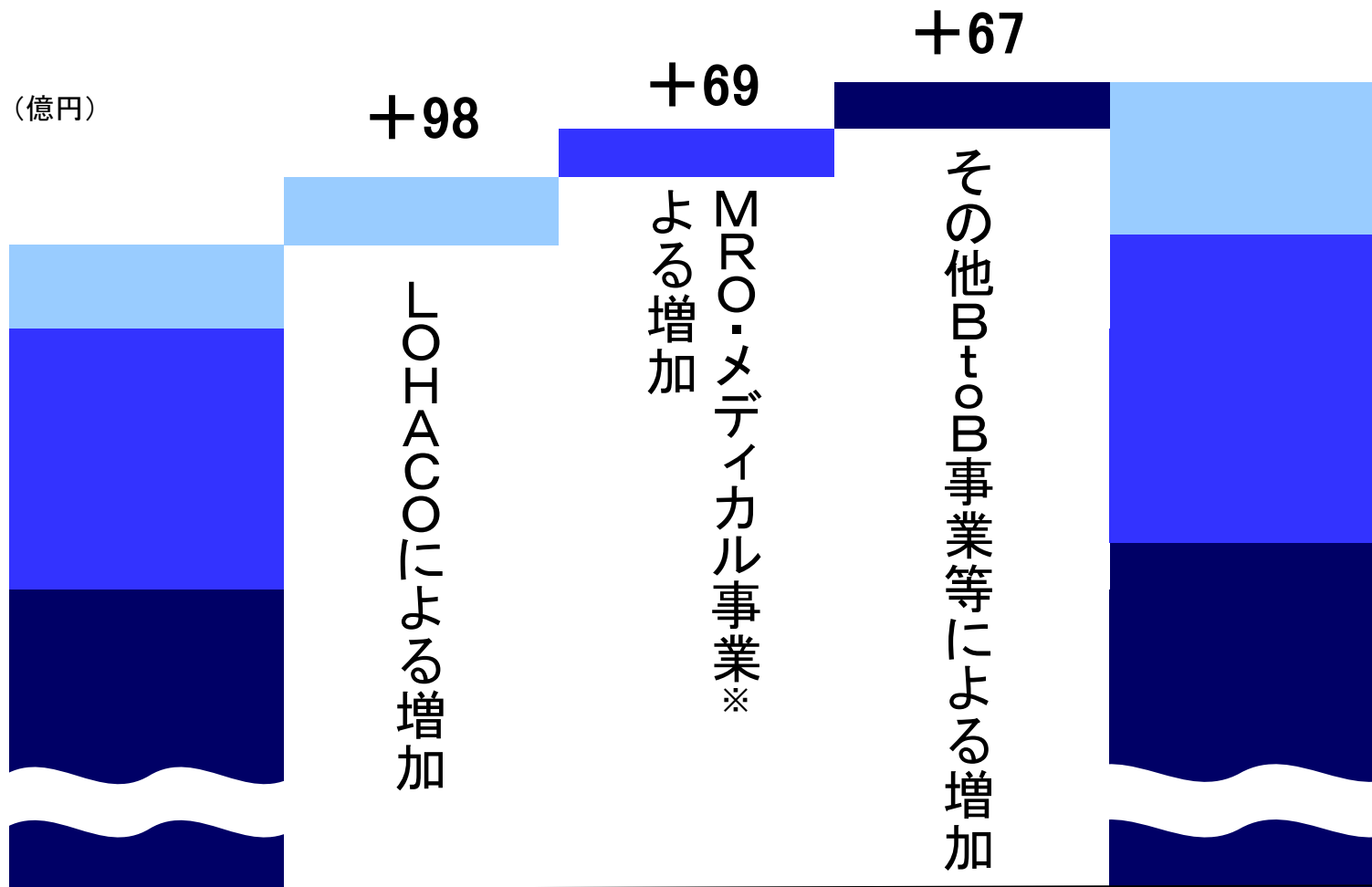
- **LOHACO売上高は販促費投入より前期比180%超を見込む**
- **BtoB事業等は成長分野に注力し安定的な増収増益を見込む**



# 15/5期 連結売上高(計画)の増加要因

14/5期(実績)  
 売上高 2,534億円  
 前期差 +267億円  
 前期比 +11.8%

15/5期(計画)  
 売上高 2,770億円  
 前期差 +235億円  
 前期比 +9.3%



LOHACO  
 売上高 121億円  
 前期差 +100億円

MRO・メディカル事業※  
 売上高 379億円  
 前期差 +49億円

その他BtoB事業等  
 売上高 2,033億円  
 前期差 +118億円

LOHACO  
 売上高 220億円  
 前期差 +98億円

MRO・メディカル事業※  
 売上高 448億円  
 前期差 +69億円

その他BtoB事業等  
 売上高 2,101億円  
 前期差 +67億円

※MRO・メディカル事業はLOHACO分を除いております。

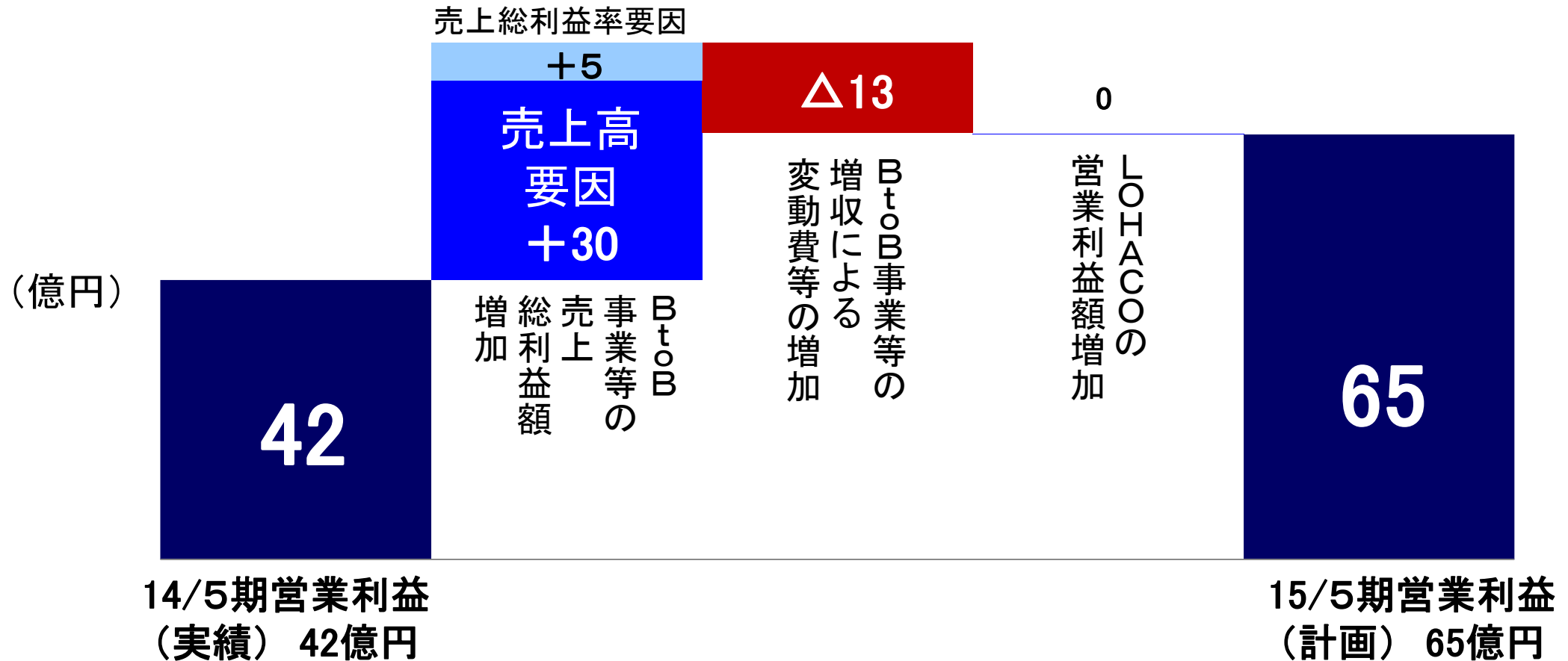
# 15/5期 連結営業利益(計画)の増減要因

14/5期(実績)

売上高前期比 +11.8%  
 売上総利益率 22.0%  
 販管費率 20.3%

15/5期(計画)

売上高前期比 +9.3%  
 売上総利益率 22.2%  
 販管費率 19.9%

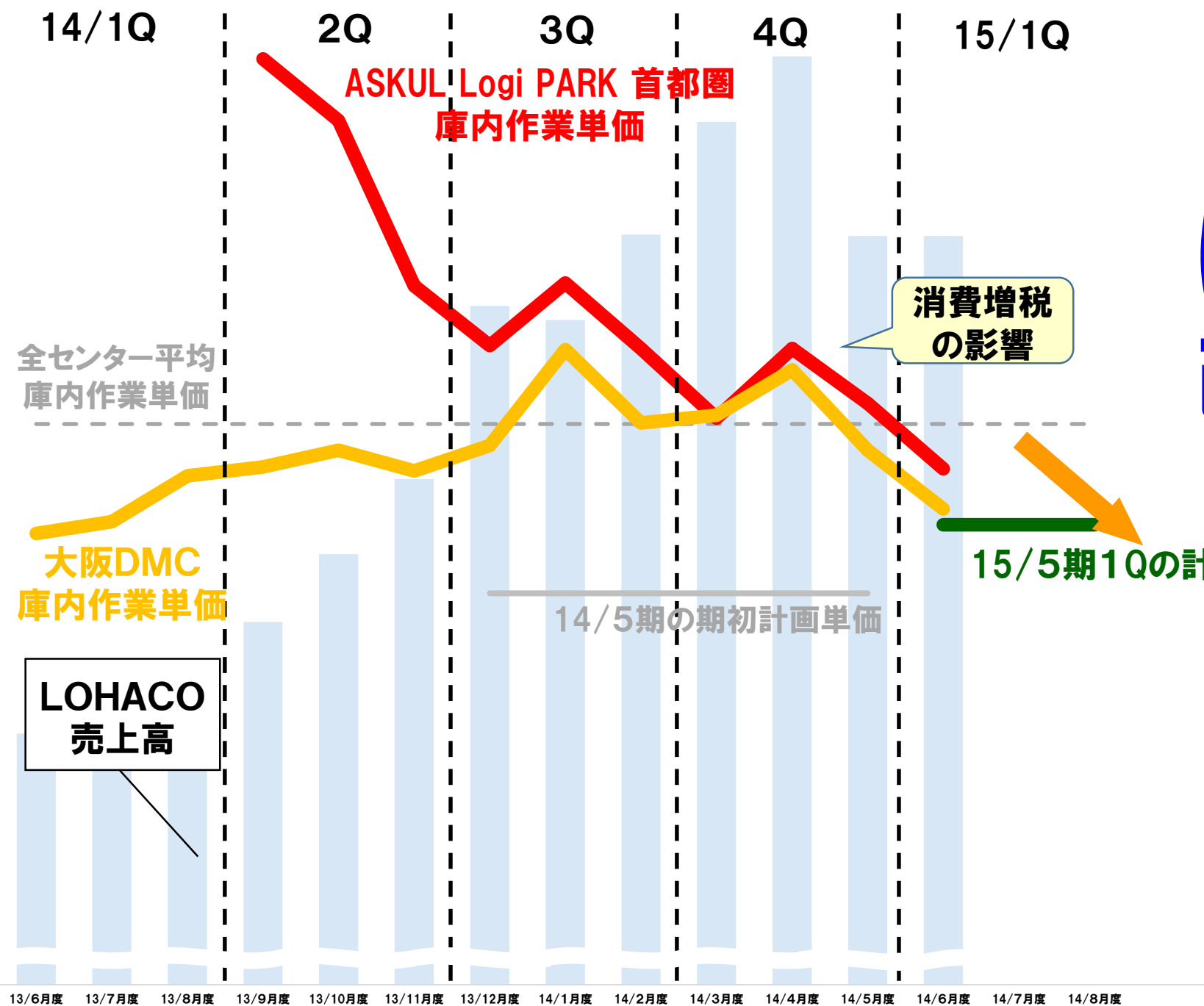


I 14年5月期総括と15年5月期計画

II 物流効率化と全社方針

III LOHACO事業戦略

IV BtoB事業戦略



# 14/5・6月度 は物流生産性 改善に邁進

ASKUL Logi PARK 首都圏  
庫内作業単価  
(14/2月度vs14/6月度)

ASKUL Logi PARK 首都圏

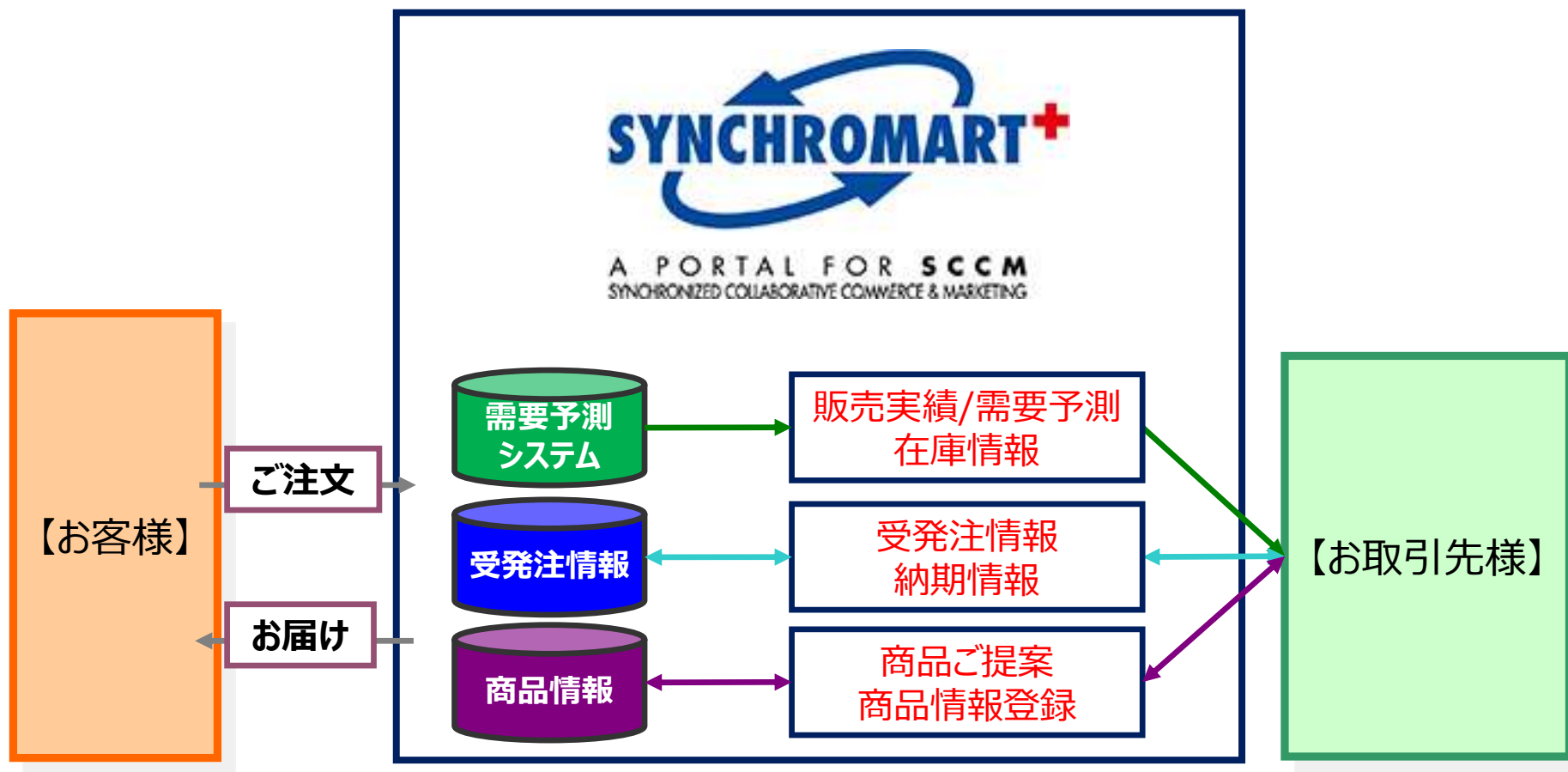
**22%改善**

大阪DMC

**13%改善**

# 全サプライヤとのシステム連携の強化

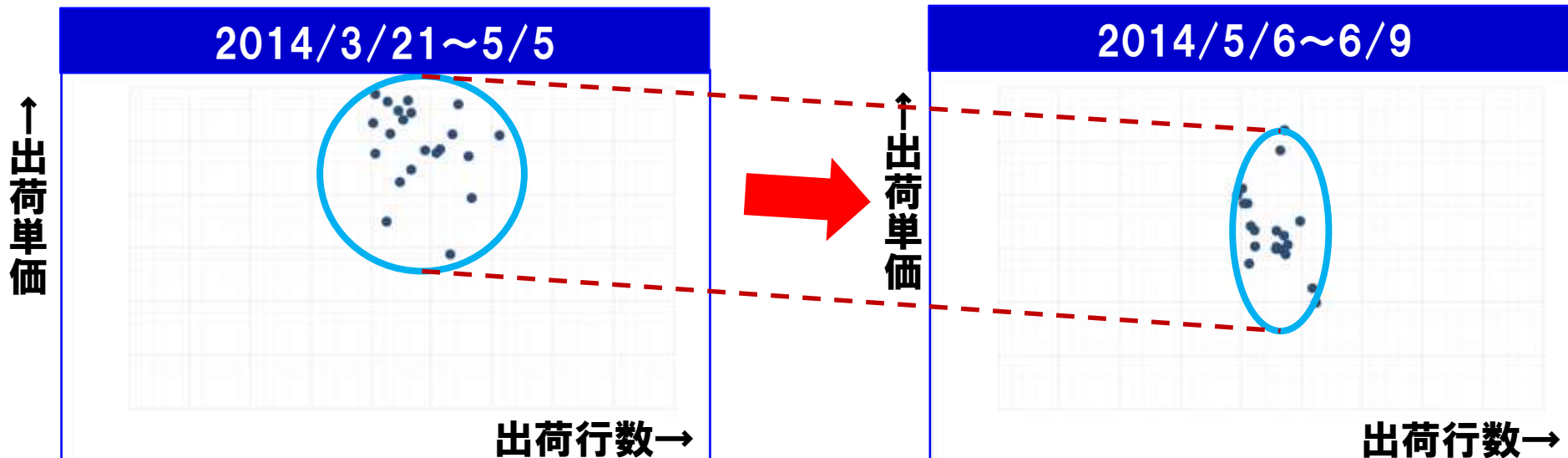
全ての仕入先様とシステム連携を実現する準備を6月に完了  
サプライチェーンプロセスを徹底的に効率化



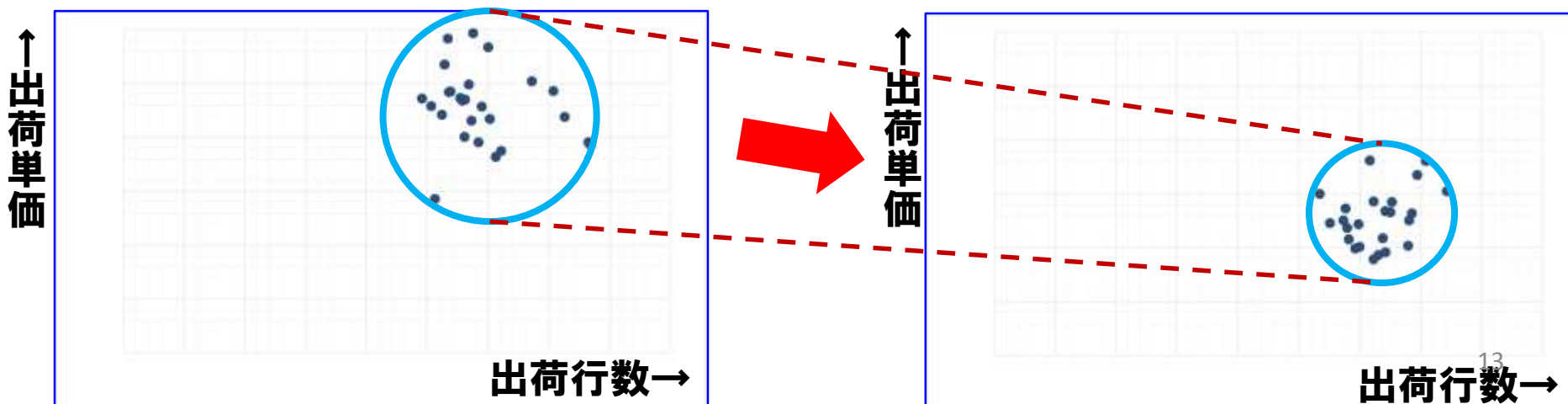
# 出荷行数と出荷単価の変化

## 業務および人的資源の効率運用により 出荷単価が低減しバラつきも抑制

ASKUL  
Logi PARK  
首都圏



大阪DMC



# さらなる物流効率化にむけた15/5期の取り組み

- ① **センターオペレーション(現場視点)** : 1Q
  - ・ロケーション、ピッキング、梱包、補充の改善
  - ・非効率的業務の見直し、人的資源の効率運用
  
- ② **マテハン設備・システム(エンジニア視点)** : 2Q
  - ・既存設備能力の強化
  - ・新たな設備投入による更なる生産性向上
  
- ③ **ビジネスプロセス・モデル(ビジネス視点)** : 2~3Q
  - ・在庫配置、倉庫間移動、入荷システム等の改革



# 足元の物流生産性は 大幅に改善

LOHACOの品揃えを再び強化  
トップラインの成長に繋げる



# 15/5期 全社方針

**EコマースNo.1にむけたさらなる物流効率化  
イノベーションによる物流サービスの進化**

**LOHACO事業は引き続きトツプライン重視  
お客様起点のECマーケティングを成長エンジンへ**

**磐石のBtoB事業は成長分野に注力  
安定的な増収増益を創出**

# 他社との連携により強いBtoBをさらに強く

## スターフェスティバル(株)と業務・資本提携



『ごちクルサービス※』を  
アスクルのお客様に展開し  
提携シナジーを追求



※「ごちクル」サービス:スターフェスティバル(株)が運営している  
お弁当・ケータリングの総合宅配サービス

# LOHACCOのビジネスデザイン

- ①生活者に「時短で豊かなライフスタイル」をご提供
- ②メーカー、サプライヤーにとっての  
「究極のマーケティングプラットフォーム」



# LOHACOマーケティングプラットフォーム

新たな収益モデルへの布石



# 生活者とメーカーをロスなくつなぐ 最短のバリューチェーン

お

この機会に  
試したい

シェアを上げる

客

ちょっと良い物  
使ってみたい

付加価値を上げる

様

わけあって安く

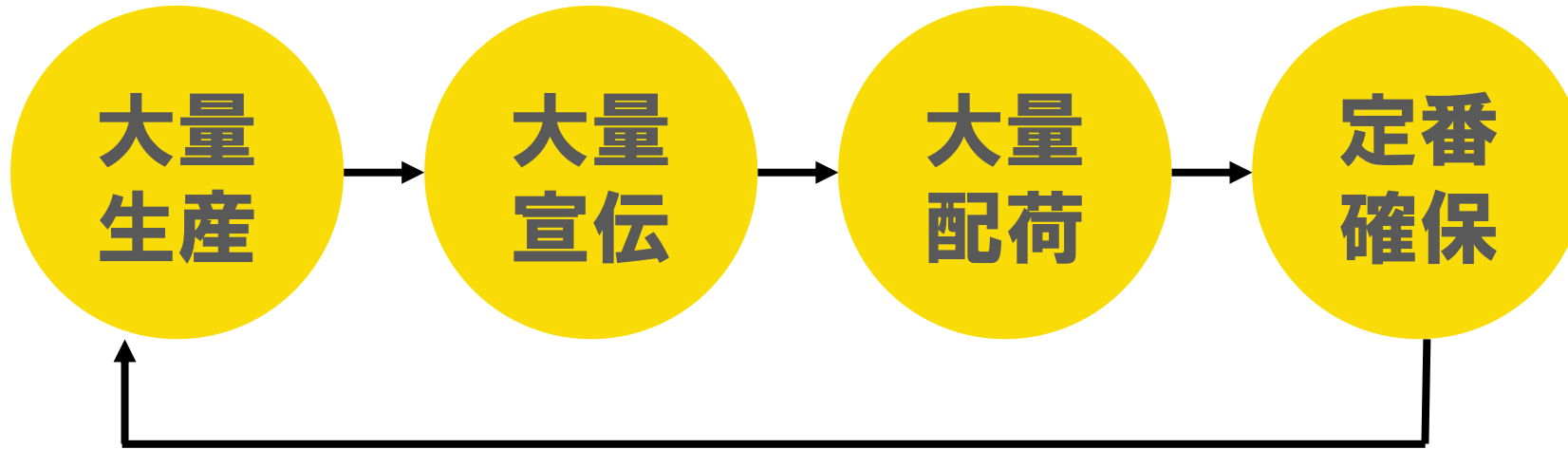
在庫ロスをゼロに

メ  
ー  
カ  
ー  
様

LOHACO



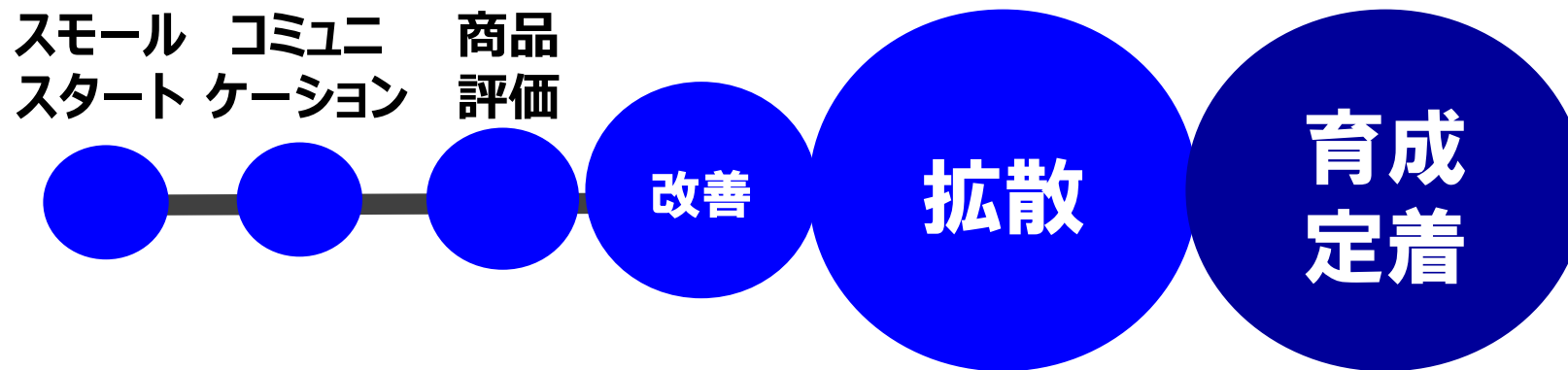
## 従来のプロセス



## メーカーの課題

- ① 一気に立上げ
- ② 先行投資
- ③ 定番交渉
- ④ **定番カット、在庫処分、PB化**

## LOHACOのプロセス



## メーカーのメリット

- ① **スモールスタート**
- ② **高速PDCA**
- ③ **評価の見える化**
- ④ **ローコストで拡大**





キーワードを入力

検索

メーカーにとっての

マスコミ、マスセールスから、  
新たなECマーケティングへ

# Webマーケティング コンソーシアム

成功事例の発表会



**76社、168名**

**(前回:64社、123名)**

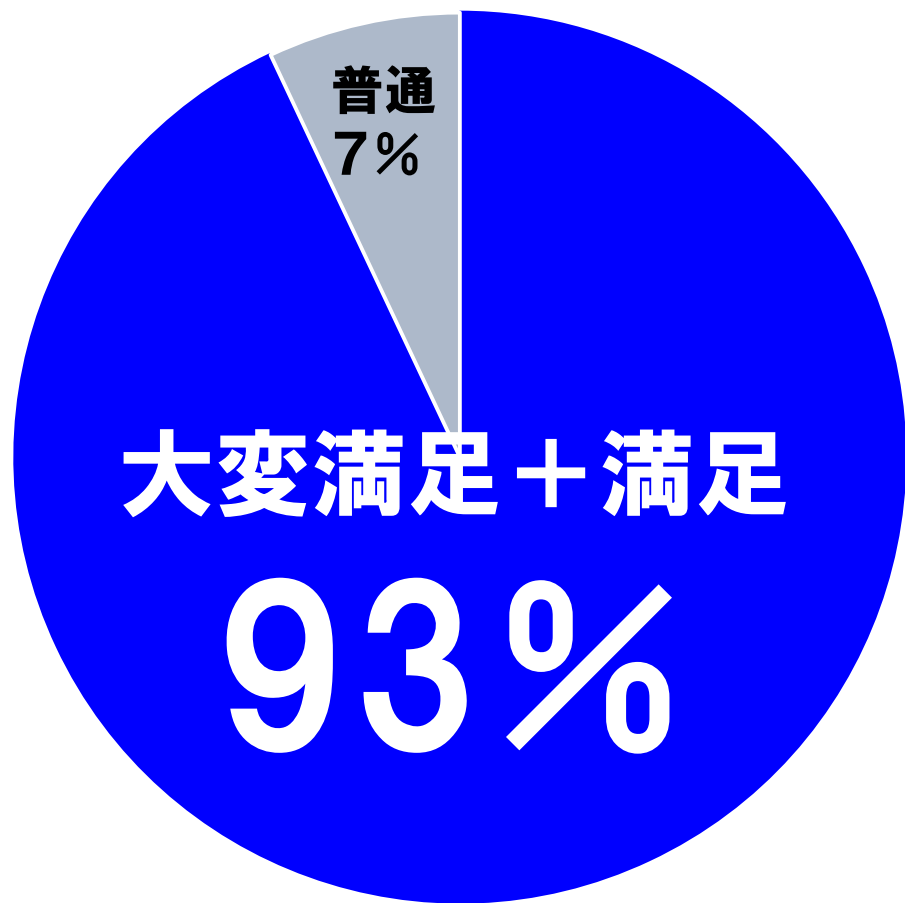
**製薬、化粧品、酒類  
メーカーも続々参加**

2014年6月26日:於:豊洲キュービックホール





# コンソーシアムの満足度



メーカー内で  
ECチームが  
次々に発足



# ECマーケティングラボ発 新サービス8月実装開始！

Coffee Please.   
**AGF**  
Official Web Site

**NISSIN** 日清食品

  
Unilever

掘りだそう、自然の力。  
**Calbee**

**AJINOMOTO.**

ネスレ  
**Nestlé**  
Good Food, Good Life

**3M**

**P&G**

**エリエール**  
大王製紙株式会社

今日を愛する。  
**LION**

**kao** 

**Coca-Cola**



# 生活者・メーカーにとっての究極の マーケティングプラットフォームへ



メーカーとともに  
Eコマースを  
ブルーオーシャンに

I 14年5月期総括と15年5月期計画

II 物流効率化と全社方針

III LOHACO事業戦略

IV BtoB事業戦略



**ASKUL**



**YAHOO!**  
JAPAN<sup>®</sup>

くらしをかるくする

**LOHACO**

LOHACOホーム・お菓子お惣菜一類・THANK YOU 1,000,000人

# THANK YOU 1,000,000人

累計100万人の皆さまにLOHACOを使っていただきました。  
じっくり嬉しい気持ちも100円(税込)セールでお返しします。  
もっと「からいくり」をみんなで楽しみたい♪

**第1弾** 4/9 (水) 正午～4/10 (木) 正午  
※販売個数につき売切れの場合は早めに終了となります ※お1人様1点限り



ペリエ330ml 魚ブレイク1セット  
(4年) 並行輸入品

¥240 ▶ **¥100**  
税抜き



香りアップトッププラス  
スクイートハーモニー 猫用320g 1個

¥283 ▶ **¥100**  
税抜き



かんたんマイペット ハンデックスプレー  
ローズの香り本体400ml 1個

¥274 ▶ **¥100**  
税抜き

**100万人感謝 SALEへ**

第2弾 予告	4/13 (日) 0:00～	対象商品が ¥100 (税抜き)	
第3弾 予告	4/17 (木) 正午～	対象商品が ¥100 (税抜き)	
第4弾 予告	4/24 (木) 正午～	対象商品が ¥100 (税抜き)	

Twitterでつぶやくと抽選で20名様に赤売品ロハコバッグをプレゼント!

応募方法は [こちら](#)

つぶやく (応募する)

# LOHACO 利用者累計

# 100万人

# 突破

# (14年4月)

※ 100万人はユニークユーザー数



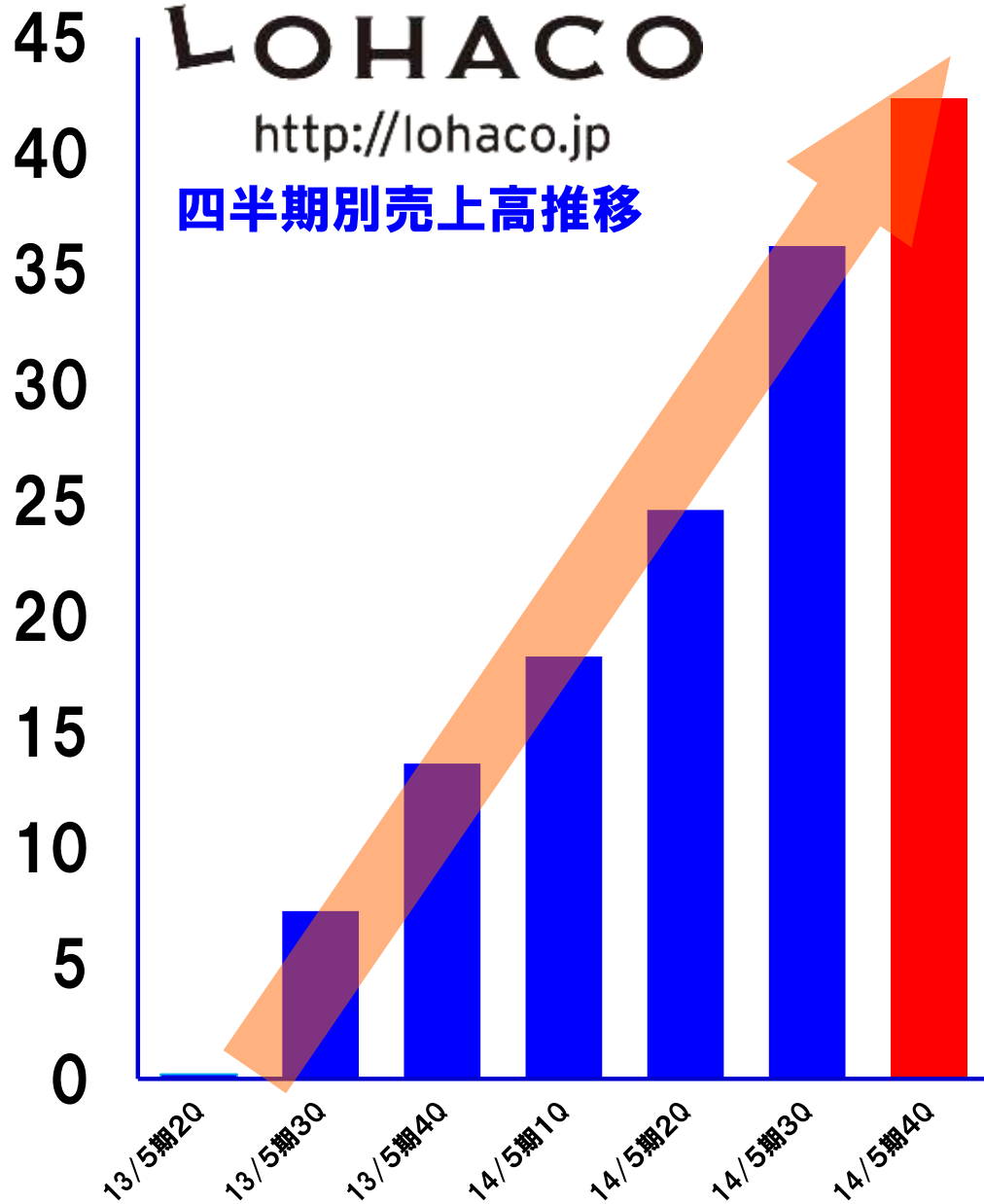
(億円)

くらしをかるくする

LOHACO

<http://lohaco.jp>

四半期別売上高推移



通期売上高

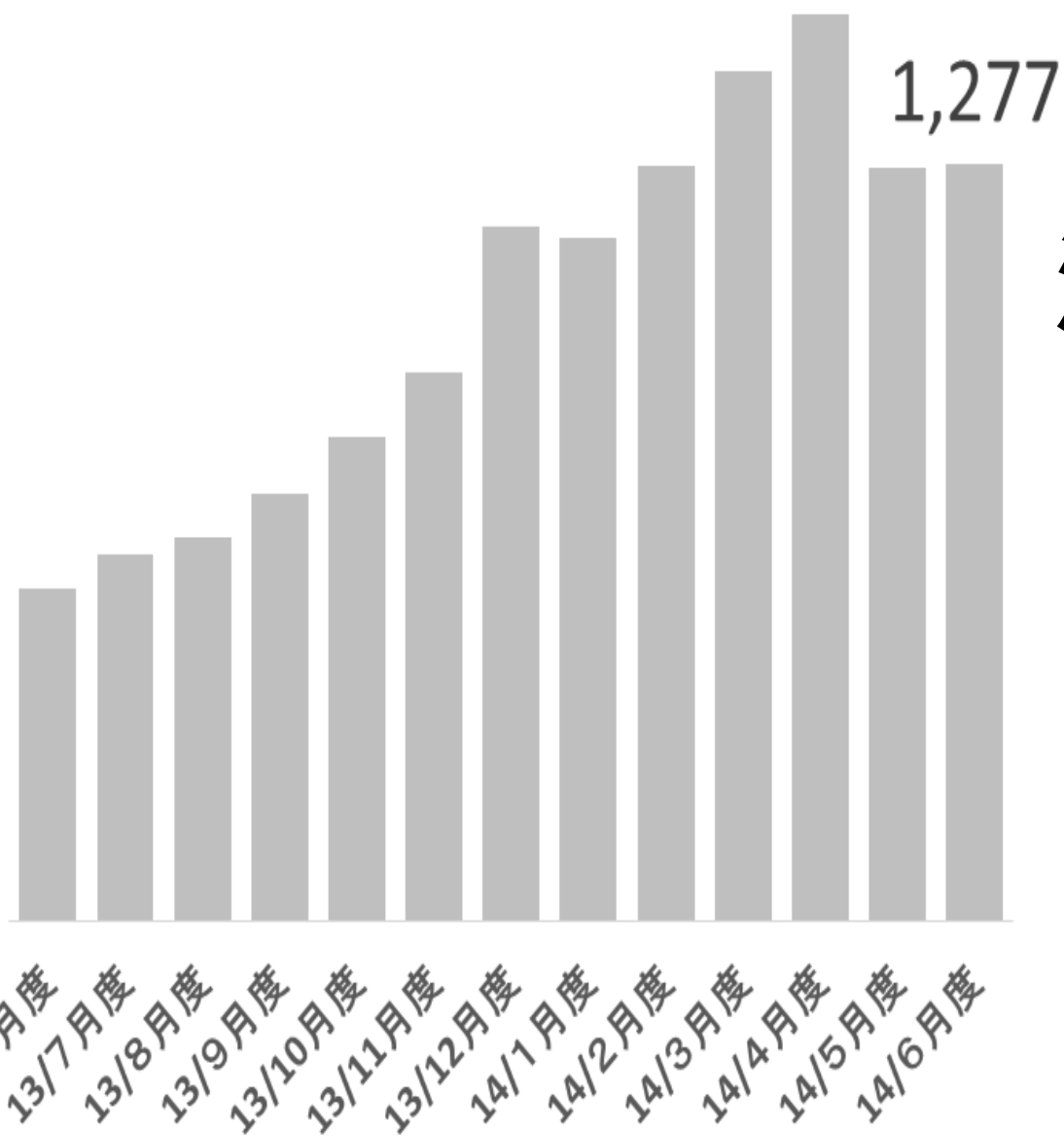
目標達成

121億円

前期比

5.8倍

# LOHACO 直近の売上高



**消費増税後、一時的に  
注文単価が下落  
お客様数、注文数  
は、ともに堅調**

# 新たな売り場で単価を上げる

くらしをかるくする  
**LOHACO**

最短当日お届け  
1,900円(税込)で  
送料無料!

Tポイントが貯まる、使える。  
ログイン  
Yahoo! JAPAN IDでもっと便利に[新規取得]

?  
ロハコとは

YAHOO! JAPAN × ASKUL

カテゴリーから探す >> セール >> ロハコモール >> 特集 >> すべてのカテゴリー

検索

カゴを見る

LOHACOホーム > おすすめ特集一覧 > 医薬品セール

f いいね! 19

ツイート 2

第1類医薬品  
販売始めました!



## 医薬品セール開催中!

全部で 51件あります / 1件目~40件目を表示

1 2 次の11件 >



第1類医薬品

【第1類医薬品】リアップX5  
60mL 大正製薬

リアップX5は、「壮年性脱毛症



第1類医薬品

【第1類医薬品】ロキソニンS  
1箱(12錠入) 第一三共...

痛みに効くロキソニン



第1類医薬品

【第1類医薬品】トランシーノ  
2 60錠 第一三共ヘル...

治りにくいと言われてきたシミ、か



第1類医薬品

【第1類医薬品】トランシーノ  
2 240錠 第一三共ヘル...

治りにくいと言われてきたシミ、か



第1類医薬品

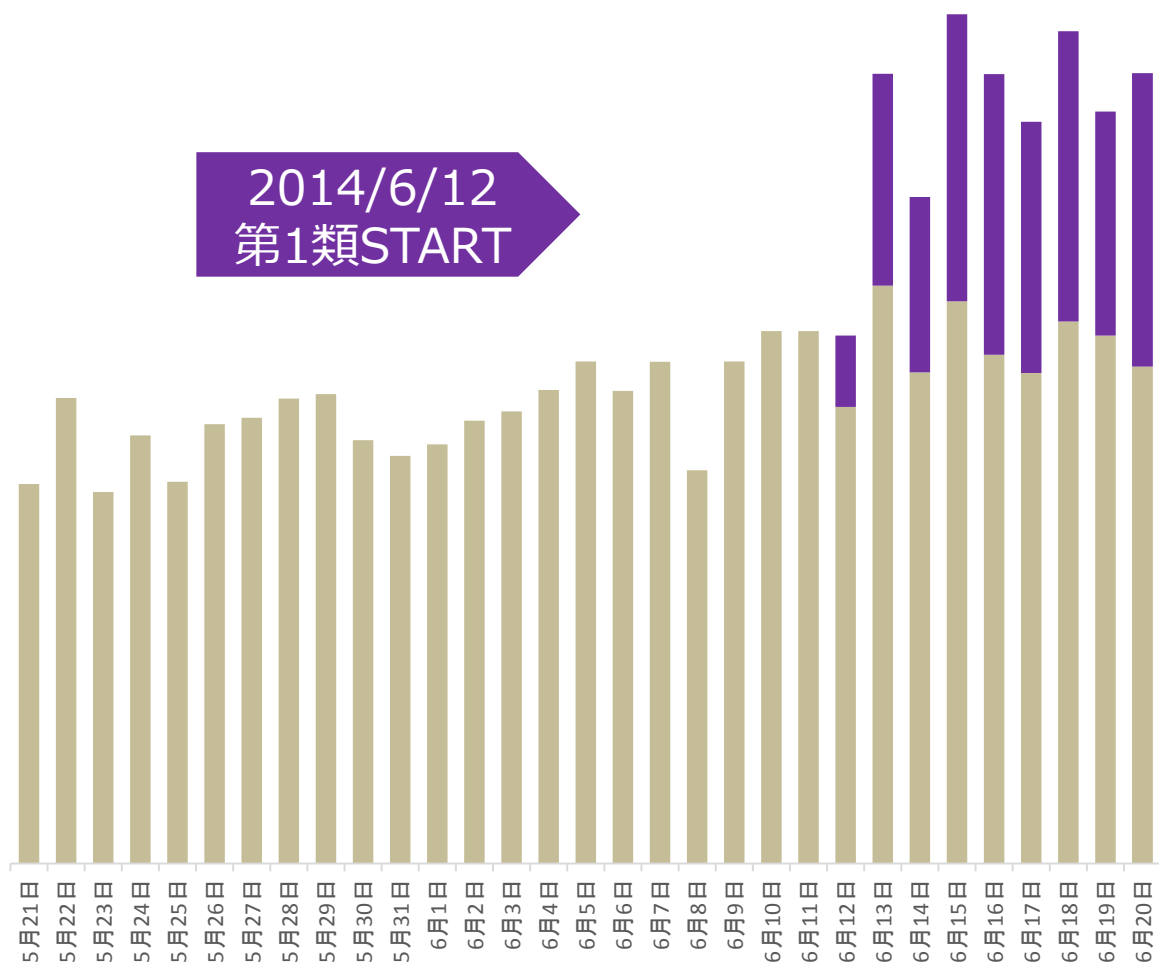
【第1類医薬品】ガスター-10  
S錠 1箱(12錠入) 第一...

水なしで飲める

14年6月より  
販売開始

# 第1類 医薬品

# 発売開始後の日販



医薬品売上に  
大きく乗せ

無印良品

# 無印良品、2,300超に商品拡充



# ロハコ モール 活性化

ずっと良い値。

無印良品が「ずっと良い値。」なのは、なぜ？  
 低価格で良質な原料を見つける「素材の選択」  
 製品生産時のムダな作業を省く「工程の点検」  
 飾らず、過剰な包装をしない「包装の簡略化」  
 この努力をこれからも、これまで通りつづけます。

## 無印良品

- ▶ SALE
- ▶ いっしょに買うとお買い得

食品・飲料



カレー



ずっと良い値

良い旅を、良い品と。

**MUJI to GO**

旅の準備や移動の時間を  
快適にするアイテムや、  
宿泊先を心地よく過ごすのに  
役立つ道具をそろえました。

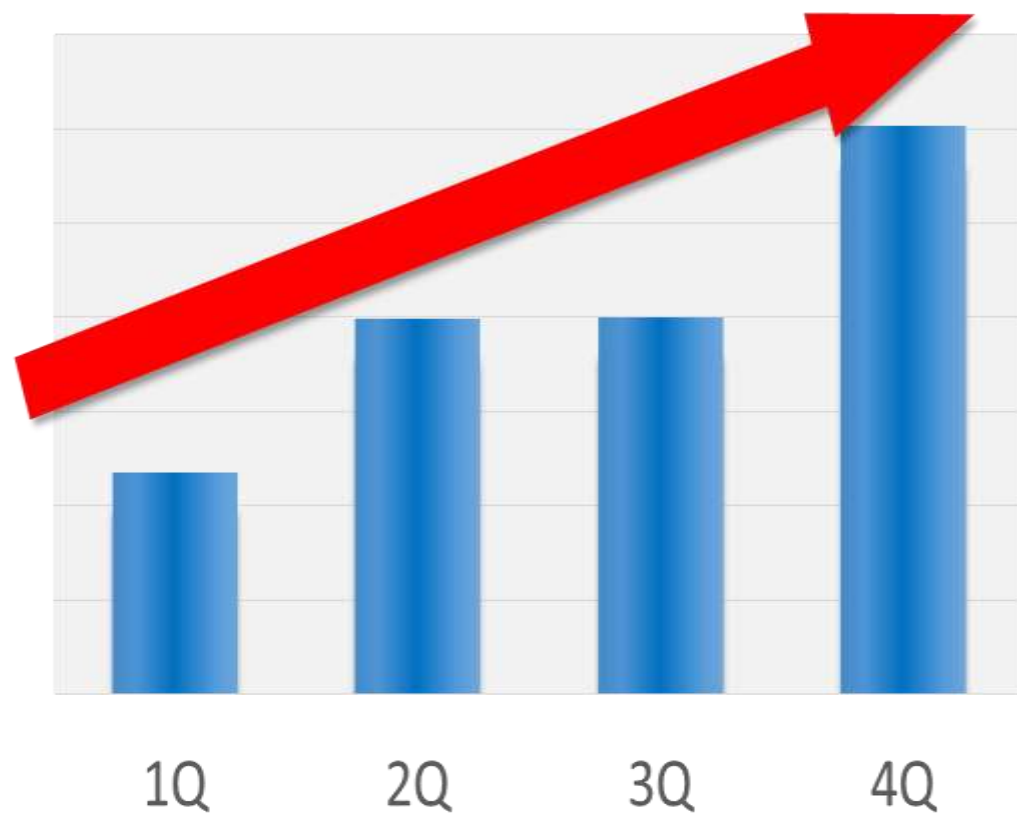
MUJI to GO

## ブランドの期待をうけて 独自のストア展開へ

# アウトレットの拡大



2013年度LOHACOアウトレット販売金額



メーカーニーズ  
が着実に増加  
収益性も高い





**目指すは  
日常使いの  
第2世代EC No.1!**

# 生活者とメーカーをロスなくつなぐ 最短のバリューチェーン

お

この機会に  
試したい

シェアを上げる

客

ちょっと良い物  
使ってみたい

付加価値を上げる

様

わけあって安く

在庫ロスをゼロに

メ  
ー  
カ  
ー  
様

LOHACO





# 従来の流通ではできなかった 新たなマーケティングプロセス



**1 DAY  
SAMPLE**



# ロハコのECマーケティングの特徴

1. 低コストでスモールスタート
2. 短期で育成 = 高速PDCA
3. 効率的なお客様拡大



メーカーの  
商品育成を支援する

# 1 DAY

サンプルプログラム

毎日商品入れ替わり! お試し価格でご提供 正午まで 売切れ次第終了

<h2>1 DAY SAMPLE</h2>	 <p>今だけ57%OFF! ジャガビー バターしょうゆ味 1箱 (5袋入) <b>¥100</b> (税抜き)</p> <p>カゴに入れる</p>	 <p>今だけ44%OFF! グレード ソリッドエアフレッシュナー <b>¥100</b> (税抜き)</p> <p>カゴに入れる</p>	 <p>今だけ57%OFF! 花王 エマール リフレッシュグリーンの香り <b>¥100</b> (税抜き)</p> <p>カゴに入れる</p>
-----------------------	---	--	---

<p>飲料・食品</p> <p>アサヒ飲料のドリンクまとめ割</p> 	<p>医薬品</p> <p>虫さされをやっつけよう!</p>  <p>SALE 液体ムヒS 1本 (50ml) 税抜き<b>¥538</b></p> <p>日用品・ペット用品</p>	<p>家電・AV機器</p> <p>新入荷 手作り麺が10分で!</p>  <p>Tポイント15倍 フィリップスヌードルメーカー</p> <p>ヘルス・スキンケア 41</p>
---	---	--

# スモールスタート、低コストで短期に商品育成

1Day サンプルプログラムは、

体験

評価

定着

母集団  
拡張

の促進を高速で展開するプログラムです。

# 新商品育成の事例紹介





# 革新的ヘアケアブランド

# CLEAR

## ユニリーバジャパンから 13年ぶりの超大型新商品!

「付加価値市場でシェアを拡大したい」



### WOMEN PRODUCTS

頭皮の奥3層<sup>※</sup>まで届く、クリア ヘア&スカルプエキスパートシリーズ。髪本来の強さ<sup>※</sup>と、美しさを解き放つ、毛髪科学と皮膚科学の融合が叶えた革新ヘアケア。

> 製品ラインナップ

### MEN PRODUCTS

男の頭皮に合わせたクリアフォーメンシリーズ。男の頭皮は、洗浄だけでは足りない。男の頭皮に必要な補給成分<sup>※</sup>配合処方。頭皮の奥3層<sup>※</sup>まで浸透。強く美しい髪やかゆ髪へ。

> 製品ラインナップ



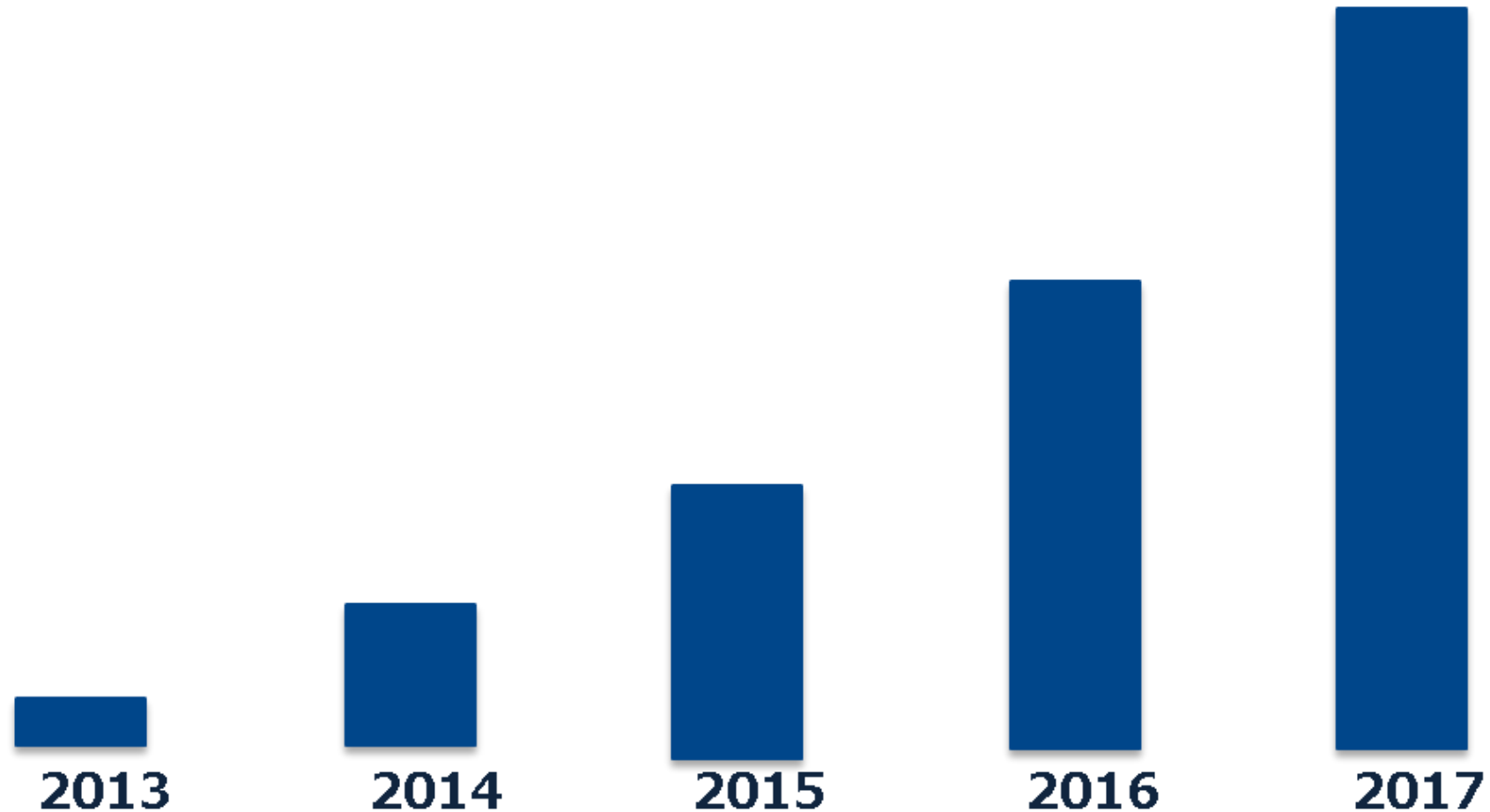
テクノロジー クリアのこだわり > 詳細を見る

99の事実 頭皮と髪に関する事実 > 詳細を見る

ムービー TVCM・高精細映像ビューなど > 詳細を見る



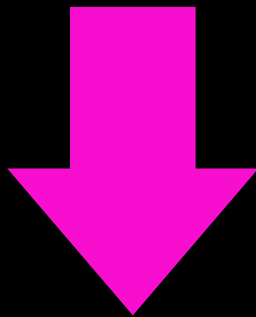
# ユニリーバ、アスクルのトップミーティングで 5カ年の売上計画をコミット





TVCM

WEB広告



メーカーブランドサイト

製品ラインナップ

CLEAR 強さは美しい

WOMEN MEN CLEARの信念 | テクノロジー | 99の事実 | ムービー

オンラインストア

髪本来の強さと美しさを

頭皮の奥 3層まで浸透

LOHACO

トップサッカープレイヤー クリスティアーノ・ロナウド

発売開始2週間前

## STEP.1

LOHACO限定  
先行販売  
トライアルセット400組

**5時間で完売!!**

高評価なレビューが多く集まる



TVCM&ブランドサイトと  
同日日にリッチコンテンツをリリース

## STEP.2

LOHACO限定  
0円サンプル  
サシェを18,000個配布

**16日で配布完了!!**





# LOHACO製作の ランディングページ



CLEAR  
0  
円サンプル美集中  
お得意なセットも観覧中！  
0円サンプルはこちら▼

0円  
サンプル

毛髪と頭皮をそれぞれ最適な成分でケアし、頭皮の悩みから根本ケア。  
女性・男性の頭皮の違いに合わせて



**女性には、女のCLEARがある。**  
頭皮の悩みを改善する成分を豊富に含む頭皮ケア成分で、頭皮の悩みを改善し、髪を美しく育てます。さらさらとした髪が生まれ、頭皮もすべすべになります。

**男性には、男のCLEARがある。**  
皮脂が多く、汗の分泌が多い頭皮を清潔に保ち、頭皮の悩みを改善し、髪を美しく育てます。さらさらとした髪が生まれ、頭皮もすべすべになります。

開発者・開発者  
アミノ酸  
ビタミンE  
セラミド  
タラシ

**開発者の声**  
世界で唯一の美肌ブランドが持つ日本上流  
美容家のノウハウを、男女の頭皮と髪の違いを徹底的に追求し、日本人向けに10年以上の研鑽期間をかけて開発しました。  
「美肌効果」を「頭皮ケア」に注ぎ、頭皮を清潔に保ち、髪を美しく育てます。さらさらとした髪が生まれ、頭皮もすべすべになります。

**開発者の声**  
頭皮の悩みを改善する成分を豊富に含む頭皮ケア成分で、頭皮の悩みを改善し、髪を美しく育てます。さらさらとした髪が生まれ、頭皮もすべすべになります。

## CLEARの簡単ステップ

**使用  
ステップ**

- STEP1 洗髪時**  
髪を濡らした状態で、頭皮を優しくマッサージしながら洗い流す。
- STEP2 洗髪後**  
頭皮を乾燥させず、保湿成分をしっかりと馴染ませる。
- STEP3 洗髪後**  
頭皮を乾燥させず、保湿成分をしっかりと馴染ませる。
- STEP4 洗髪後**  
頭皮を乾燥させず、保湿成分をしっかりと馴染ませる。
- STEP5 洗髪後**  
頭皮を乾燥させず、保湿成分をしっかりと馴染ませる。



## LOHACOモニターのご夫婦にインタビューしました

**ご夫婦3組  
1週間  
お試しコメント**

**Q1 洗髪時、頭皮ケアはどのようにして使っていますか？**  
A1 洗髪時に頭皮を優しくマッサージしながら洗い流すようにしています。頭皮が乾燥しないように保湿成分をしっかりと馴染ませています。

**Q2 洗髪後、頭皮ケアはどのようにして使っていますか？**  
A2 洗髪後、頭皮を乾燥させず、保湿成分をしっかりと馴染ませています。頭皮が乾燥しないように保湿成分をしっかりと馴染ませています。

**Q3 洗髪後、頭皮ケアはどのようにして使っていますか？**  
A3 洗髪後、頭皮を乾燥させず、保湿成分をしっかりと馴染ませています。頭皮が乾燥しないように保湿成分をしっかりと馴染ませています。

**Q4 洗髪後、頭皮ケアはどのようにして使っていますか？**  
A4 洗髪後、頭皮を乾燥させず、保湿成分をしっかりと馴染ませています。頭皮が乾燥しないように保湿成分をしっかりと馴染ませています。

**Q5 洗髪後、頭皮ケアはどのようにして使っていますか？**  
A5 洗髪後、頭皮を乾燥させず、保湿成分をしっかりと馴染ませています。頭皮が乾燥しないように保湿成分をしっかりと馴染ませています。

**0円サンプル・セット**



ブランドイメージを保つページ制作  
商品の価値を丁寧に伝える売り場

# STEP.3

## シリーズ商品のすべてを漏れなく定番化

### お試し

### 本体

1週間  
トライアルセット

ミニトニック

ミニ  
ポンプセット

シャンプー  
ポンプ

コンディショナー  
ポンプ

トリートメント

トニック

シャンプー  
詰め替え

コンディショナー  
詰め替え



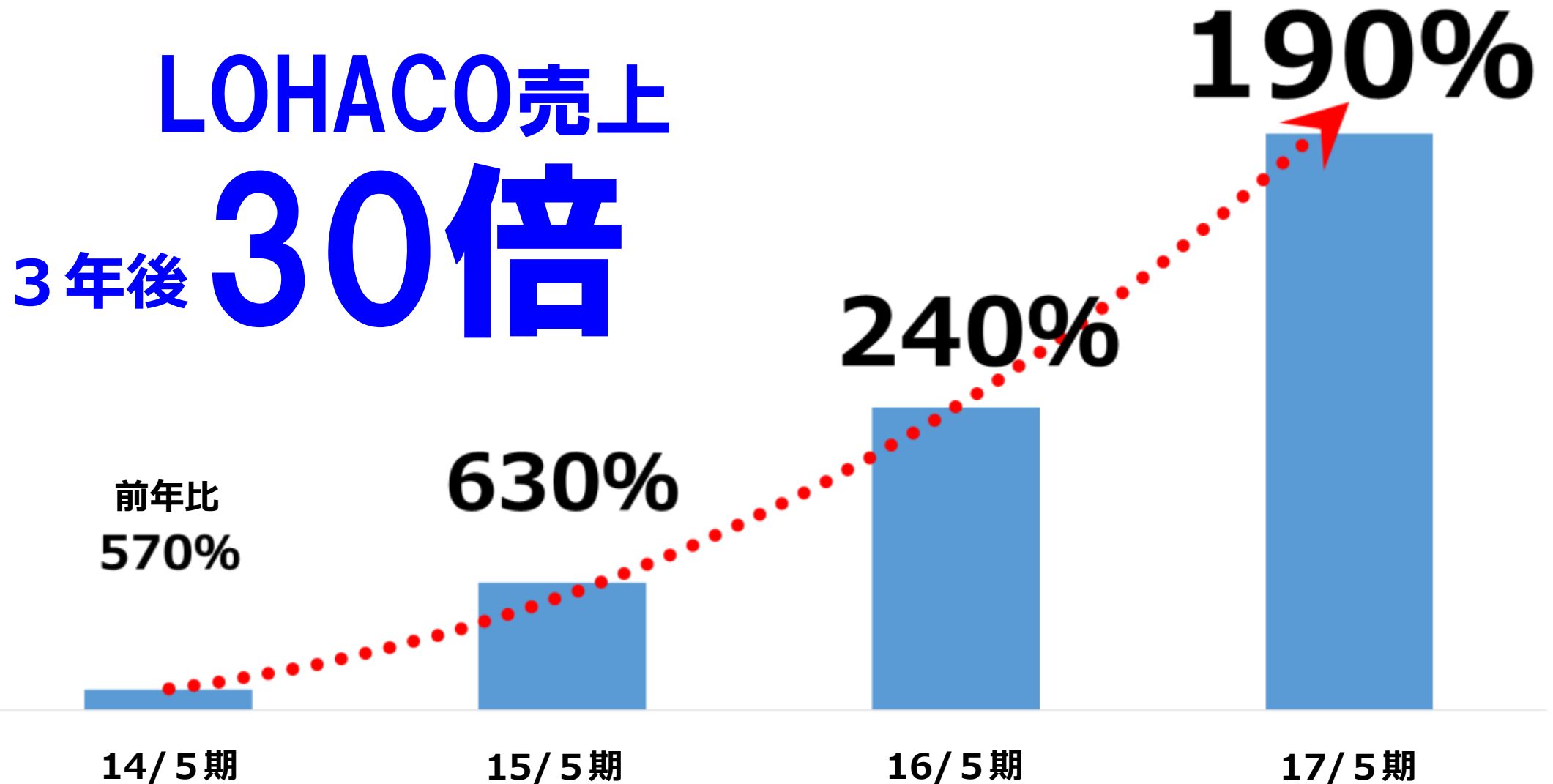
# P & G社新商品 アリエール & ボールド ジェルボール 大成功へのストーリー

粉でもない。液体でもない。  
第3の洗剤、誕生





# アスクル、P&G社トップで3カ年の売上計画をコミット



# 2つの施策

## 1. 100円お試しサンプル

【お試しサンプル】アリエールパワージェルボールト ライアルパック 3個入り



希望小売価格	オープン価格
販売価格	¥100 (税抜き) ¥108 (税込)
Tポイント	1ポイント獲得予定
ポイントについて	Yahoo!プレミアム会員なら 2ポイント獲得予定 Yahoo!プレミアム会員特典について
販売単位	1個
レビュー	3.8 ★★★★★ (24件)

お1人様1回につき1点まで

数量

送料・お届けについて  
・1,900円以上で送料無料。1,900円未満は、送料850円。  
・関東と一部の近畿地方は10時までの注文で最速当日お届け。  
・一部の地域はお届けできません。

## 2. レビューでポイントプレゼント



期間限定 対象商品のレビューを書くと **50**ポイントプレゼント キャンペーン実施中! [詳しくはこちら](#)

第3の洗剤、登場!



下記の対象商品をご購入後、マイページの購入履歴からレビューを投稿いただいた方に、1商品につきTポイント50ポイントを進呈させていただきます。4商品それぞれ投稿いただくと200ポイントが進呈となります。

☆対象商品☆

- ・アリエールパワージェルボール 20個入
- ・ボールドふにふにっとジェルボール20個入
- ・アリエールパワージェルボールつめかえ用
- ・ボールドふにふにっとジェルボールつめかえ用

[購入はこちら⇒](#)

[レビュー投稿はこちら⇒](#)

■キャンペーン期間

2014年4月22日(火)18:00 ~ 2014年5月31日(土)24:00

■ご注意

・上記期間内に対象商品をご購入いただき、かつレビューを投稿いただいた方が対象となります。

■ポイント付与について

・キャンペーン期間終了後、6月中ごろ、レビュー投稿時にログインしていたYahoo! JAPAN IDに対してポイントを進呈します。

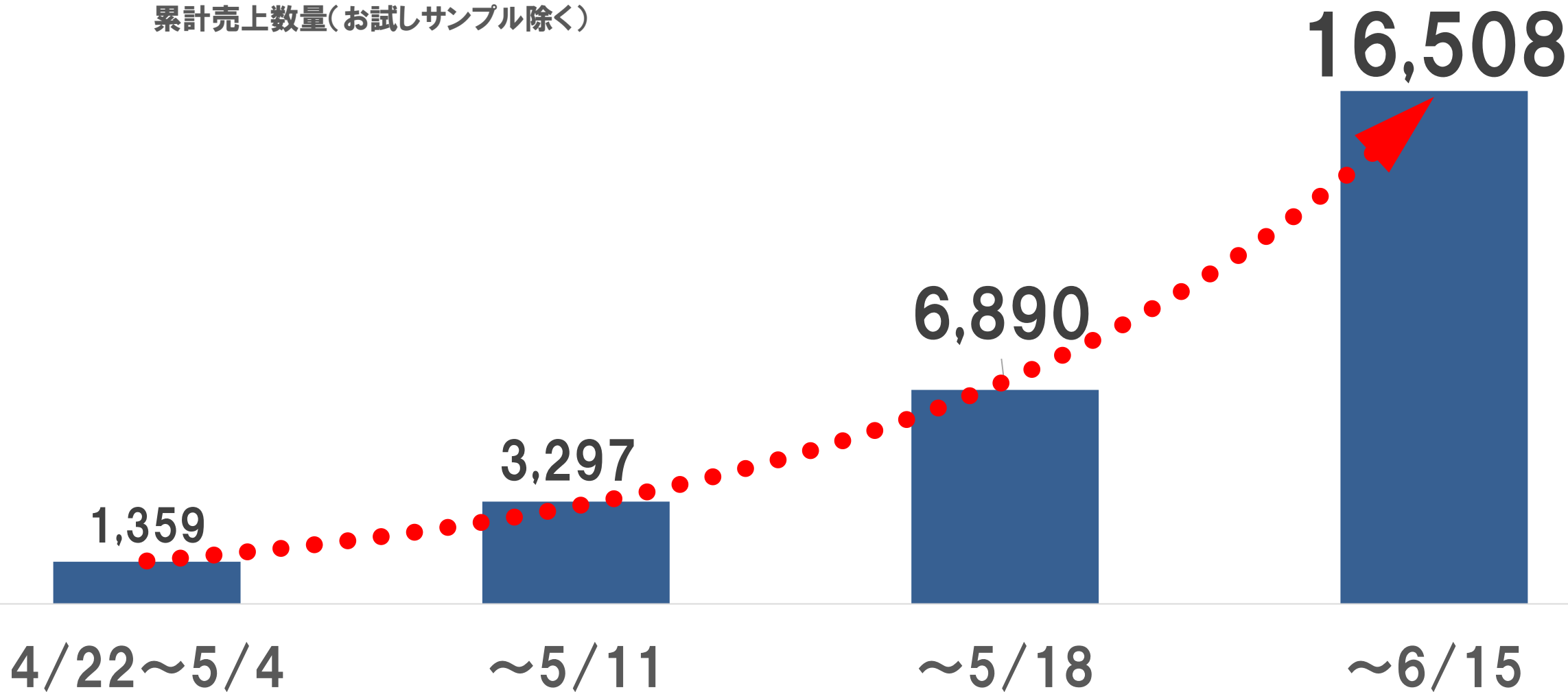
・投稿に使ったYahoo! JAPAN IDを削除した場合にはポイントは進呈されません。

・獲得したポイントは、Yahoo! JAPANのポイント通帳(<http://points.yahoo.co.jp/book>)でご確認いただけます。

・1つのYahoo! JAPAN IDで複数回投稿いただいたとしても、1商品につき50ポイントまでの進呈となります。

# 口ハコでの販売は絶好調に推移

累計売上数量(お試しサンプル除く)



トツプラインの成長に  
さらに自信を深める

- I 14年5月期総括と15年5月期計画
- II 物流効率化と全社方針
- III LOHACO事業戦略
- IV BtoB事業戦略



**ASKUL**  
ASKUL INTERNET SHOP

**SOLOEL ARENA**  
Powered  
by ASKUL

# BtoB 事業所向け





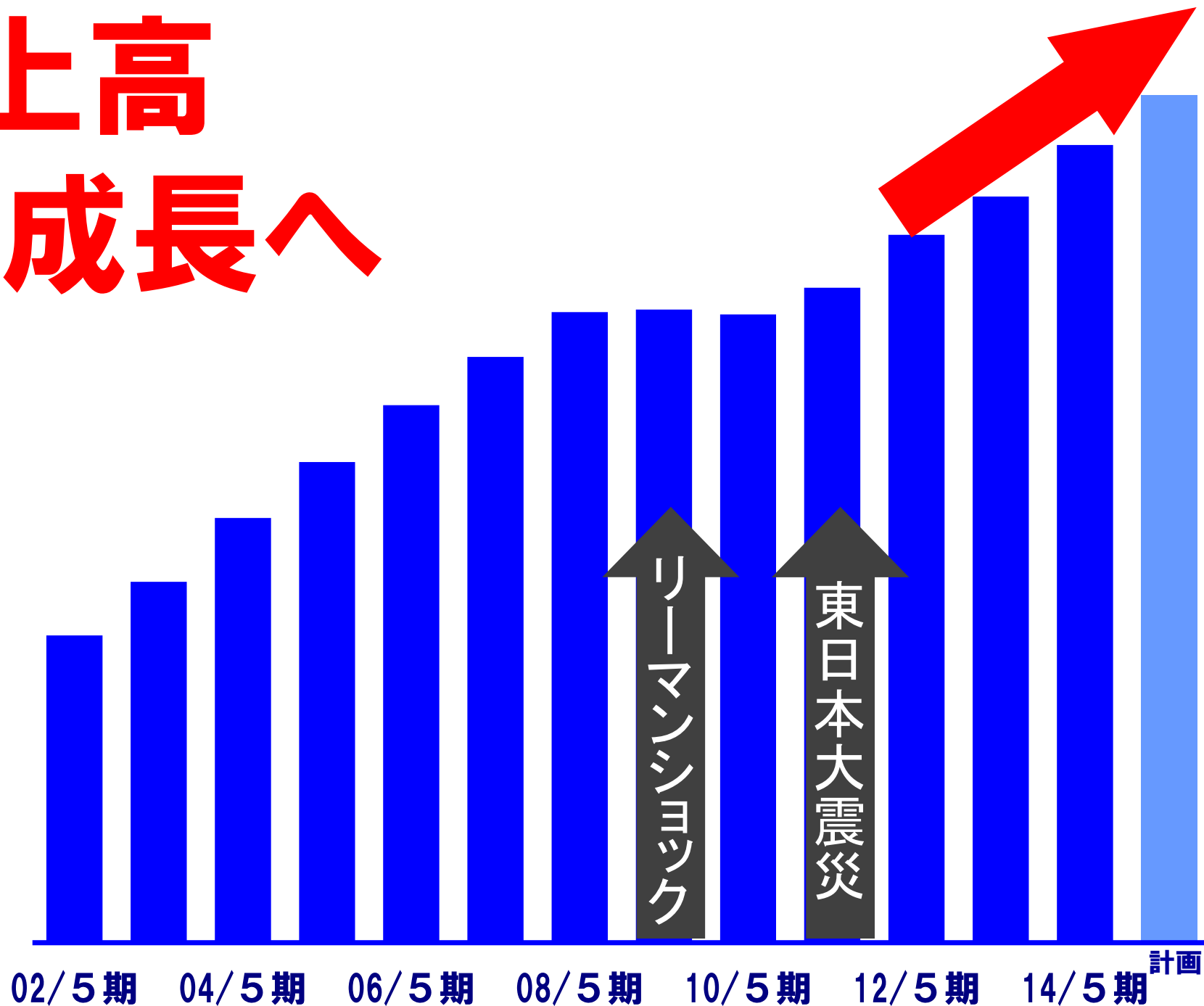
# 2014年日本オフィス用品通販サービス 顧客満足度調査

(J.D. パワー アジア・パシフィック)

**2年連続**  
**総合満足度**  
**第1位**  
**を受賞**

※ 本調査は法人向けオフィス用品通販サービスに関して全国の従業者数  
5名以上規模事業所3,500件の回答を得た結果による。

# BtoB売上高 継続的な成長へ

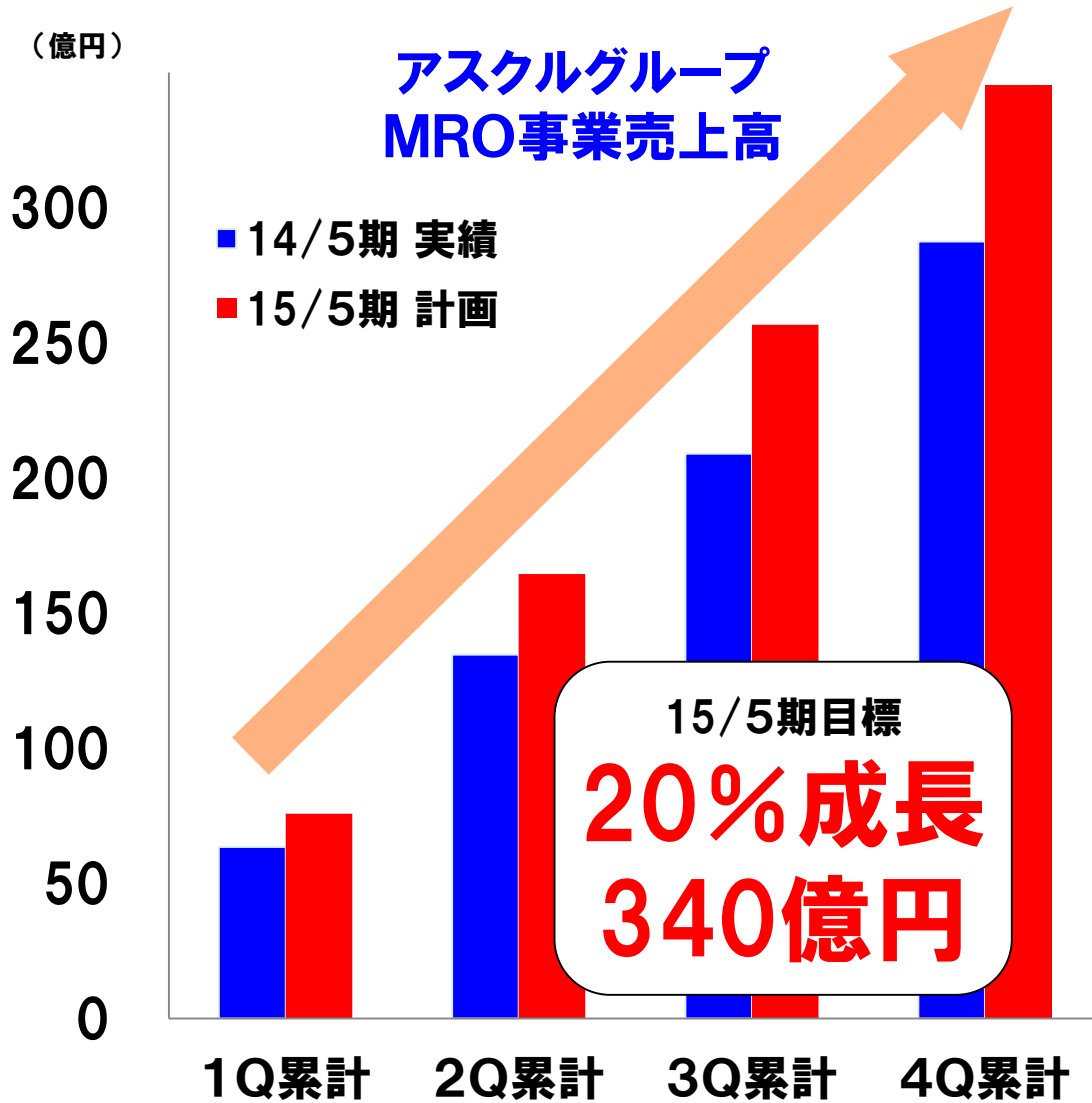




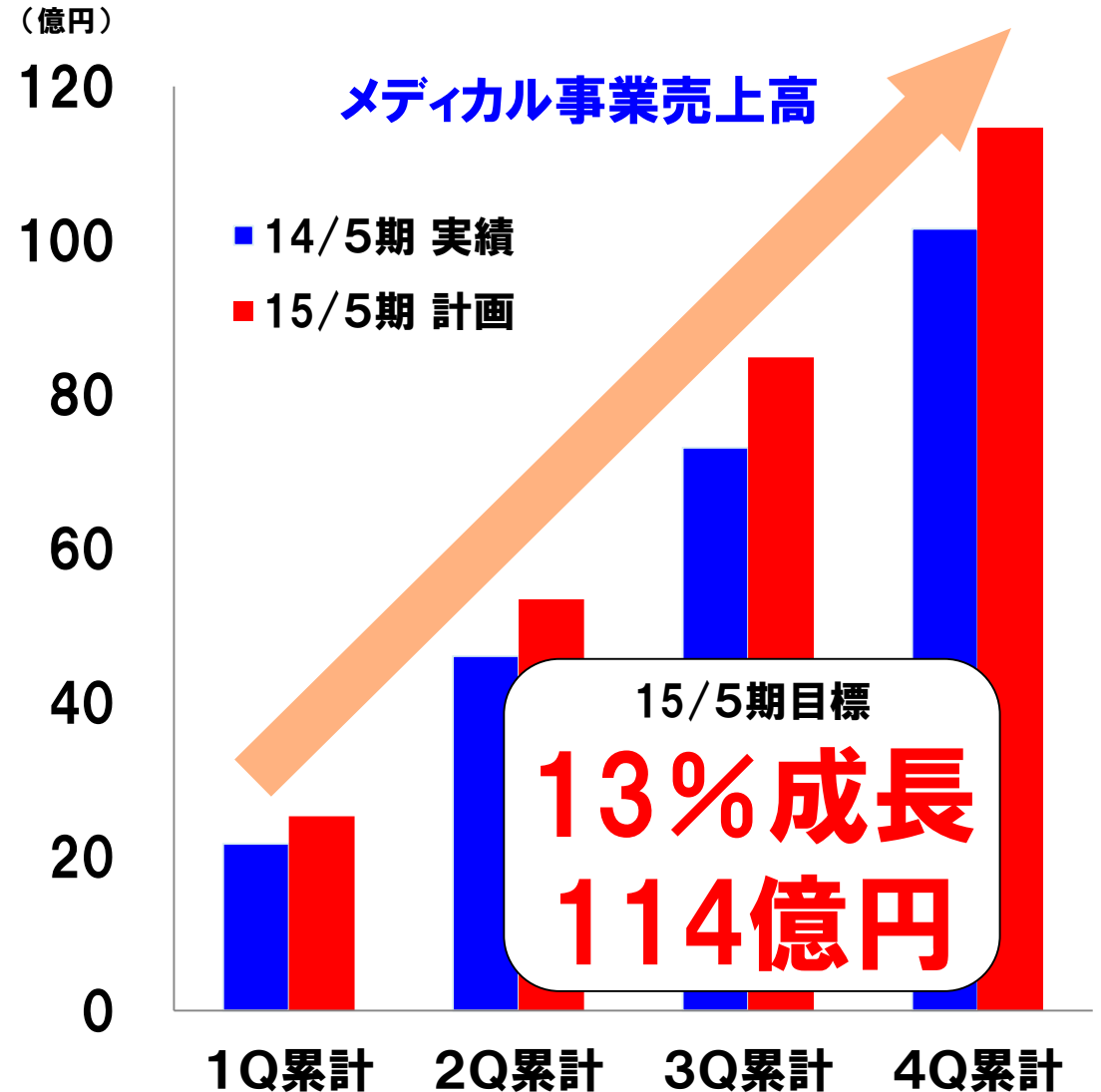
# すべての仕事場で No.1を目指します



# 成長分野に注力し売上高拡大



※LOHACOの販売分も含む。



※LOHACO(ロハコドラッグ医薬品など)を含める

# BtoB事業の成長を支える3つの施策

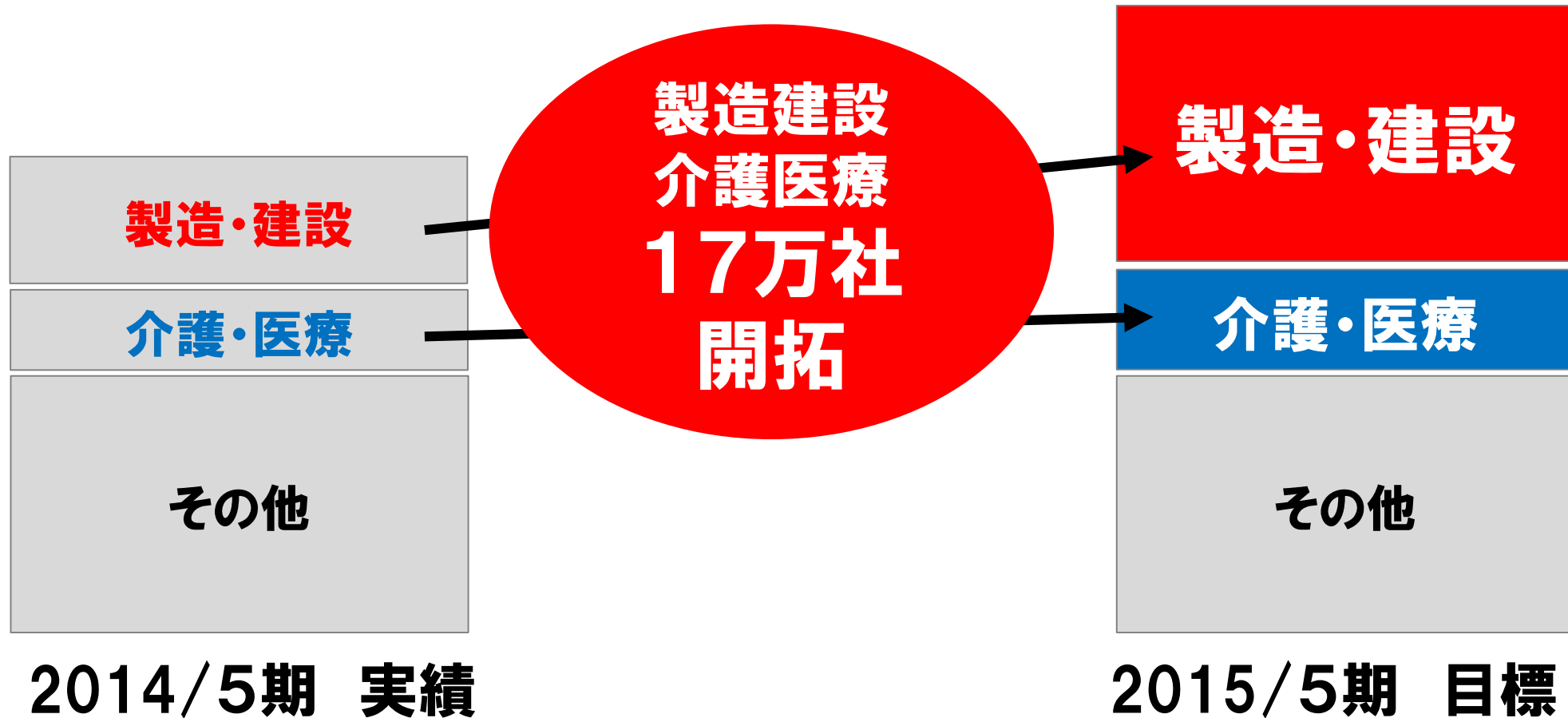
**お客様数(製造業・医療介護中心)の拡大**

**新たなヘッド商品(MRO・メディカル)の投入**

**お客様稼動を高めるEC購買サイトの進化**

# BtoB事業の成長を支える3つの施策①

## お客様数(製造業・医療介護中心)の拡大





# BtoB事業の成長を支える3つの施策②

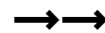
## 新たなヘッド商品(MRO)の投入

MROヘッド商品強化**500**SKU追加

業種を  
意識した  
専門品  
拡大

業種を意識した汎用品

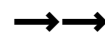
**新ヘッド商品**



業種を問わない超汎用品

カタログ掲載

**ヘッド商品**



# BtoB事業の成長を支える3つの施策②

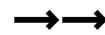
## 新たなヘッド商品(メディカル)の投入

業種を  
意識した  
専門品  
拡大

介護ヘッド商品・価格訴求強化

業種を意識した汎用品

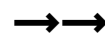
**新ヘッド商品**



業種を問わない超汎用品

カタログ掲載

**ヘッド商品**



# BtoB事業の成長を支える3つの施策③

## お客様稼動を高めるEC購買サイトの進化

### ▼ソロエルアリーナ製造業のお客様の場合



お客様ごとの経費削減提案  
機能を今秋より開始

お客様の経費削減に貢献

原価低減を徹底応援

毎日更新!

**現場のチカラ**

現場のチカラが  
現場を変える!

同業種

人気商品**ランキング**

### 製造業 お客様の経費削減商品のご提案

<p><b>No. 1</b> 作業用軍手 (3000双) 通常10双 ¥300 販売価格 (税抜き) <b>¥54,000</b></p>	<p><b>No. 2</b> オイルー 300ml (1個) M価 ¥216 販売価格 (税抜き) <b>¥184</b></p>	<p><b>4</b> キムワイブ (200枚) 販売価格 (税抜き) <b>¥152</b></p>
<p><b>No. 3</b> 耐熱性接着剤 (1個) M価 ¥19,980 販売価格 (税抜き) <b>¥16,650</b></p>	<p><b>5</b> 研磨布ディスク (5枚) 販売価格 (税抜き) <b>¥3,142</b></p>	<p><b>6</b> メジャー (1個) 販売価格 (税抜き) <b>¥513</b></p>

▶ [より詳しいランキングを見る](#)

A hand is shown pointing upwards with the index finger, set against a bright blue sky with scattered white clouds. The hand is positioned in the upper right quadrant of the frame. Overlaid on the lower half of the image is large, bold, red Japanese text with a white drop shadow.

**新たな市場を開拓し  
BtoBはより盤石へ**

お客様のために  
進化するアスクール





# 付 録

# 配当について

## 14/5期配当(予定)

現在、当社は第二世代のeコマースNo.1に向けて、「LOHACO」の事業拡大を図っております。当期は、それを支える物流設備の増強、「ASKUL Logi PARK 首都圏」の新設に伴う初期費用等が発生いたしましたが、平成24年5月実施の増資資金により、当社の財務基盤は強固であり中長期の設備投資に充てる当面の資金も確保できていることから、当期の剰余金の配当につきましては、株主の皆様引き続き安定的な配当を実施いたしたく、次のとおり予定しております。

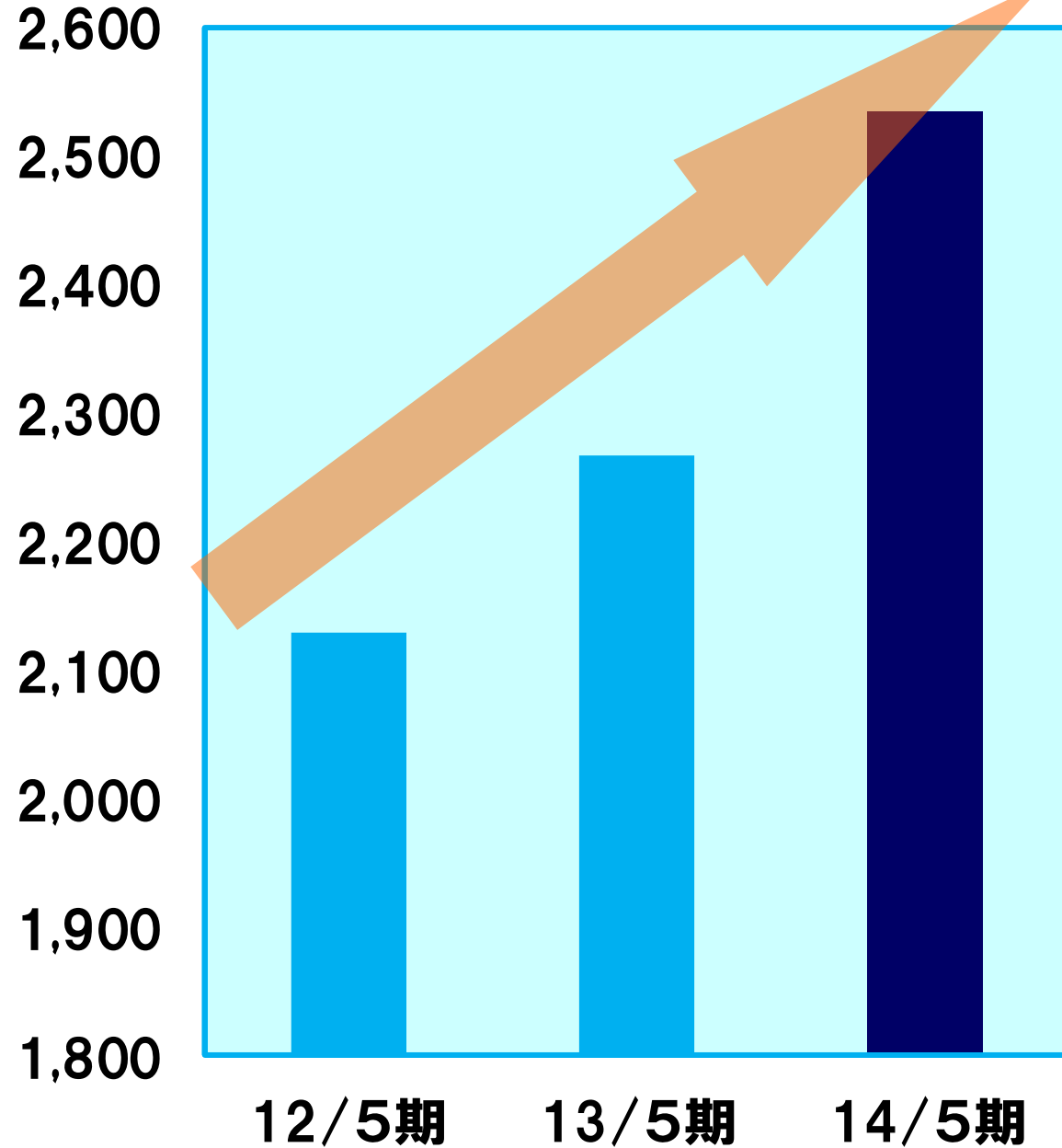
⇒ 1株当たり年間配当金30円(中間15円、期末15円)

## 15/5期配当(予想)

⇒ 1株当たり年間配当金30円(中間15円、期末15円)

# 連結売上高の推移

(億円)



**過去最高を更新**

**2,500億円超の  
売上高を達成**

# 品目別売上高(通期) 単体

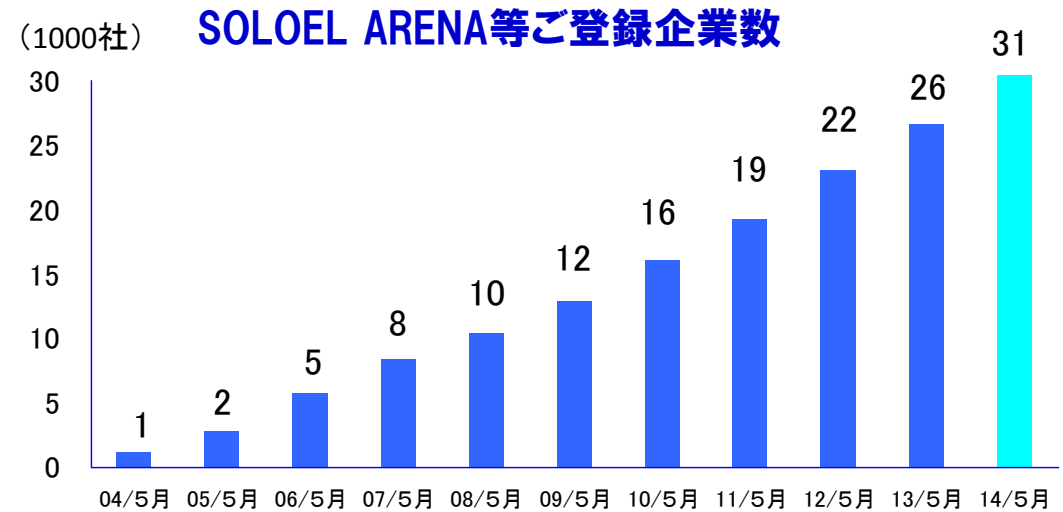
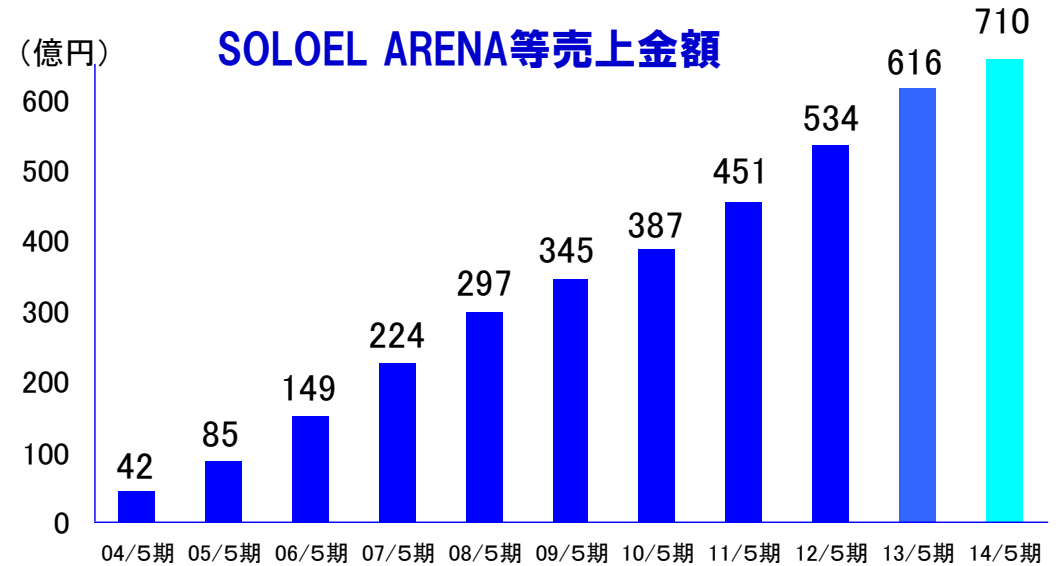
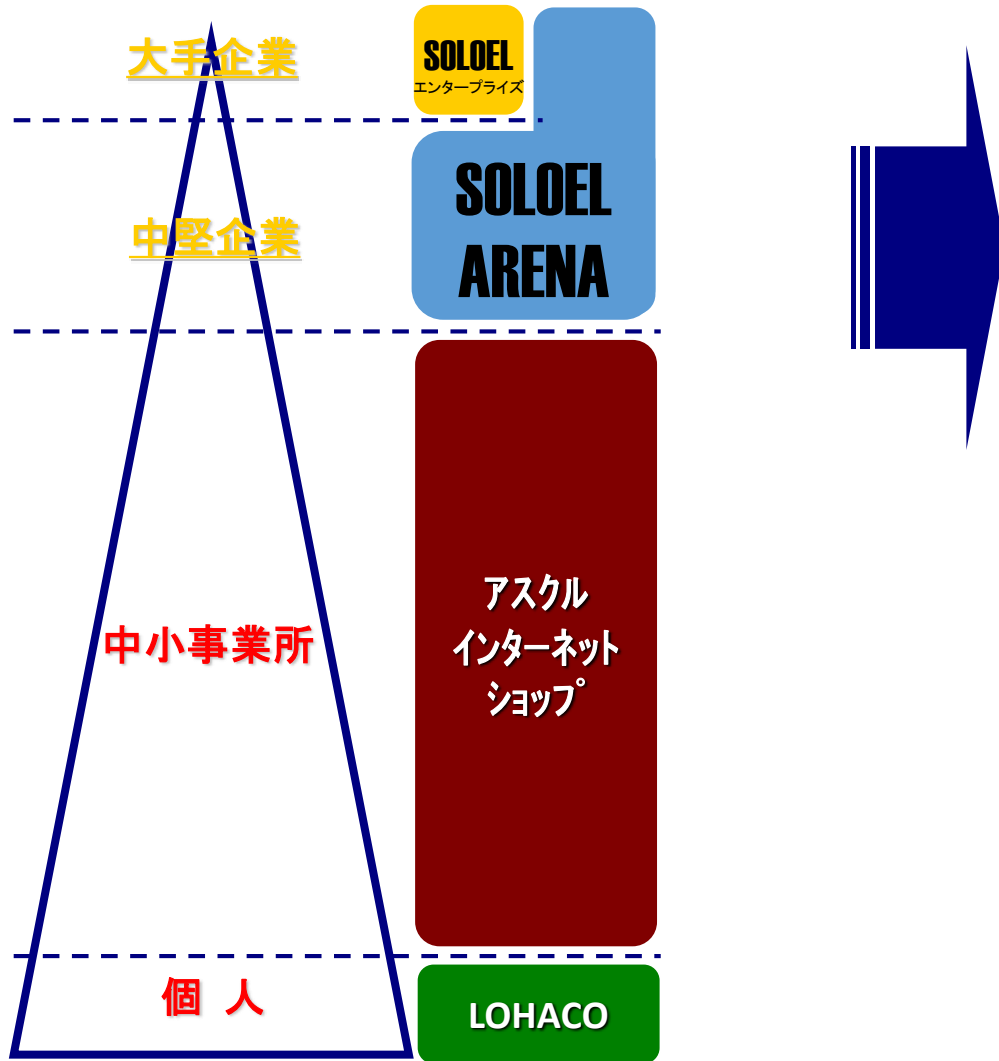
	13/5期		14/5期		
	金額 (億円)	前期比 (%)	金額 (億円)	前期差 (億円)	前期比 (%)
OA・PC	813	+2.4	873	60	+7.4
文具	497	+6.8	543	46	+9.4
生活用品	459	+12.2	567	107	+23.4
ファニチャー	182	+4.8	192	9	+5.4
その他 (メディカル等)	150	+13.2	175	24	+16.3
合計	2,103	+6.4	2,352	248	+11.8

**単体売上も  
過去最高**



# SOLOEL ARENAは順調に拡大

15/5期計画  
800億円



**15.3%の増収、通期計画+11.6%を上回る**

# 14/5期連結業績の主なポイントー売上総利益

売上総利益額 557億円

前期差 +50億円

売上総利益率 22.0% 前期差  $\Delta$ 0.3ポイント

＜四半期ごとの売上総利益率の推移＞

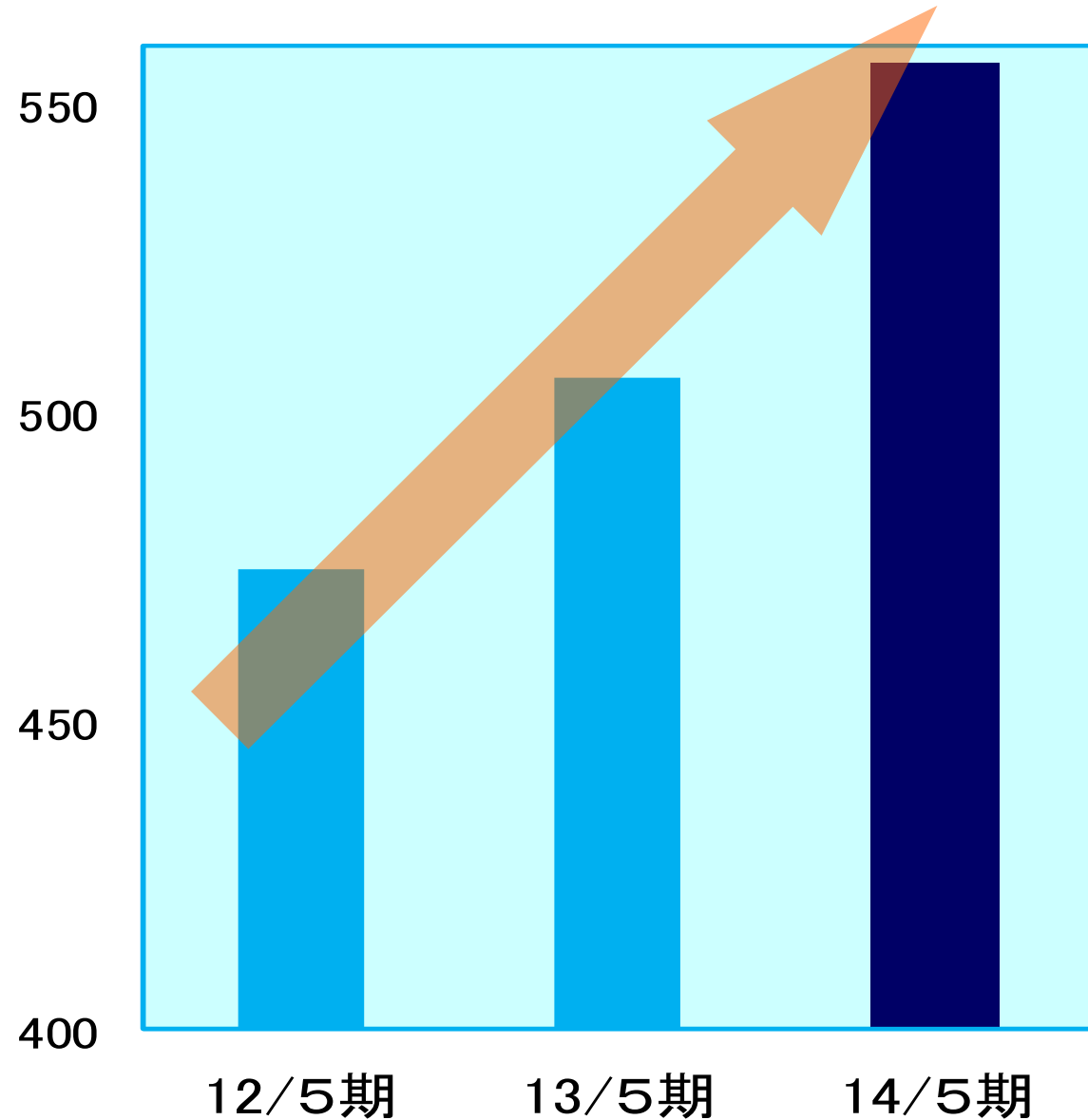
第1四半期:22.2% 第2四半期:22.5%

第3四半期:21.8% 第4四半期:21.5%

➤ エージェント向けインセンティブ(売上割戻)を7億円計上

# 連結売上総利益の推移

(億円)



**過去最高を更新**

**増収により着実に  
利益を積み上げ**

# 14/5期連結業績の主なポイントー販管費・営業利益

販管費 514億円 前期差 +76億円  
売上高販管費比率 20.3% 前期差 +1.1ポイント

＜四半期ごとの売上高販管費比率の推移＞

第1四半期:21.6% 第2四半期:20.7%

第3四半期:20.2% 第4四半期:19.0%

＜販管費の前期差の主な内訳＞

- ・売上拡大にともなう変動費 +22億円
- ・減価償却・ソフトウェア償却費 +12億円
- ・広告宣伝費、販売促進費 +8億円

営業利益 42億円 前期差 △26億円  
計画差 +2億円

＜四半期ごとの営業利益率の推移＞

第1四半期:0.6% 第2四半期:1.8%

第3四半期:1.6% 第4四半期:2.5%

# 14/5期連結業績の主なポイントー当期純利益・設備投資①

当期純利益	21億円	前期差	△36億円
		計画差	+3億円

設備投資	244億円
	(年間計画 224億円)

ASKUL Logi PARK 首都圏物流基盤増強	184億円
ASKUL Logi PARK 福岡 土地取得	25億円
大阪DMC 物流基盤増強	16億円
LOHACOサイト開発	3億円
(参考)減価・ソフトウェア償却費	39億円 (年間計画 38億円)

# 14/5期連結業績の主なポイントー設備投資②(詳細)

## 設備投資

(単位:百万円)

科目名1155	14/5期		13/5期
	金額	前期比	金額
【設備投資額】	24,467	+575.8%	3,620
有形固定資産	22,669	+1,155.9%	1,805
無形固定資産	1,797	△1.0%	1,815
建設仮勘定(注2)	61	△94.9%	1,199
ソフトウェア仮勘定(注2)	159	△9.6%	175

(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。



# 14/5期連結業績の主なポイント

## 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

	2014/5期	前期差	2013/5期
インターネット経由	73.8%	+3.4ポイント	70.4%
上記以外	26.2%	△3.4ポイント	29.6%

(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)

	14/5期	前期差	13/5期
オリジナル商品数	5,774	+1,394	4,380
売上高構成比	16.8%	+1.1%ポイント	15.7%

(注1) 各期5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。

## 15/5期 連結業績の見通し

売上総利益率22.2%（前期差 +0.2%ポイント） +57億円

- ・MRO事業のシェア拡大等により売上総利益率の上昇を見込む

販管費比率 19.9%（前期差 △0.4%ポイント） +35億円

- ・広告宣伝費・販売促進費 +5億円
- ・売上高増加にともなう変動費増加 +19億円

設備投資 63億円

### 【主な内訳】

- ・ASKUL Logi PARK 福岡 物流基盤増強 20億円
- ・その他物流基盤増強 10億円
- ・BtoBサイト構築 4億円
- （参考）減価・ソフトウェア償却費 41億円（前期差+2億円）

# 15/5期 連結業績の上・下期見通し

	15/5期 上期計画			15/5期 下期計画		
	金額 億円	売上高 比率 %	前期比 %	金額 億円	売上高 比率 %	前期比 %
売上高	1,325	100.0	+ 11.1	1,445	100.0	+ 7.7
売上総利益	291	22.0	+ 9.1	324	22.4	+ 11.6
販売費および 一般管理費	271	20.5	+ 7.5	279	19.3	+ 6.4
営業利益	20	1.5	+ 36.3	45	3.1	+ 60.2
経常利益	19	1.5	+ 30.0	44	3.1	+ 53.1
当期純利益	10	0.8	+ 79.2	24	1.7	+ 49.4