



20/5期 売上高4,000億円突破、大幅増益達成

新型コロナウイルスによる環境変化を大きな機会と捉え
中期的な成長と構造改革に挑む

2020年7月10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、「BtoC」とは、企業(Business)と消費者(Consumer)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。

本資料では、ASKUL Logi PARK を「ALP」、ASKUL Value Centerを「AVC」と省略して記載することがございます。

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 20年5月期実績

II 21年5月期見通し

III 環境変化に対する中期の展望

IV BtoC

V BtoB

20/5期 連結業績

	19/5期		20/5期				
	実績	売上高 比率 %	予想	実績	売上高 比率 %	予想比 %	前期比 %
(百万円)							
売上高	387,470	100.0	404,000	400,376	100.0	99.1	103.3
売上総利益	91,606	23.6	97,600	95,683	23.9	98.0	104.5
販売費及び 一般管理費	87,085	22.5	88,800	86,862	21.7	97.8	99.7
営業利益	4,520	1.2	8,800	8,821	2.2	100.2	195.1
経常利益	4,418	1.1	8,600	8,656	2.2	100.7	195.9
親会社株主に帰属する 当期純利益	434	0.1	5,400	5,652	1.4	104.7	1,301.3

➤ **売上高 4,000億円突破**
前期比103.3%

➤ **売上総利益率**
同期差+0.3pt

➤ **販管費比率**
同期差△0.8pt

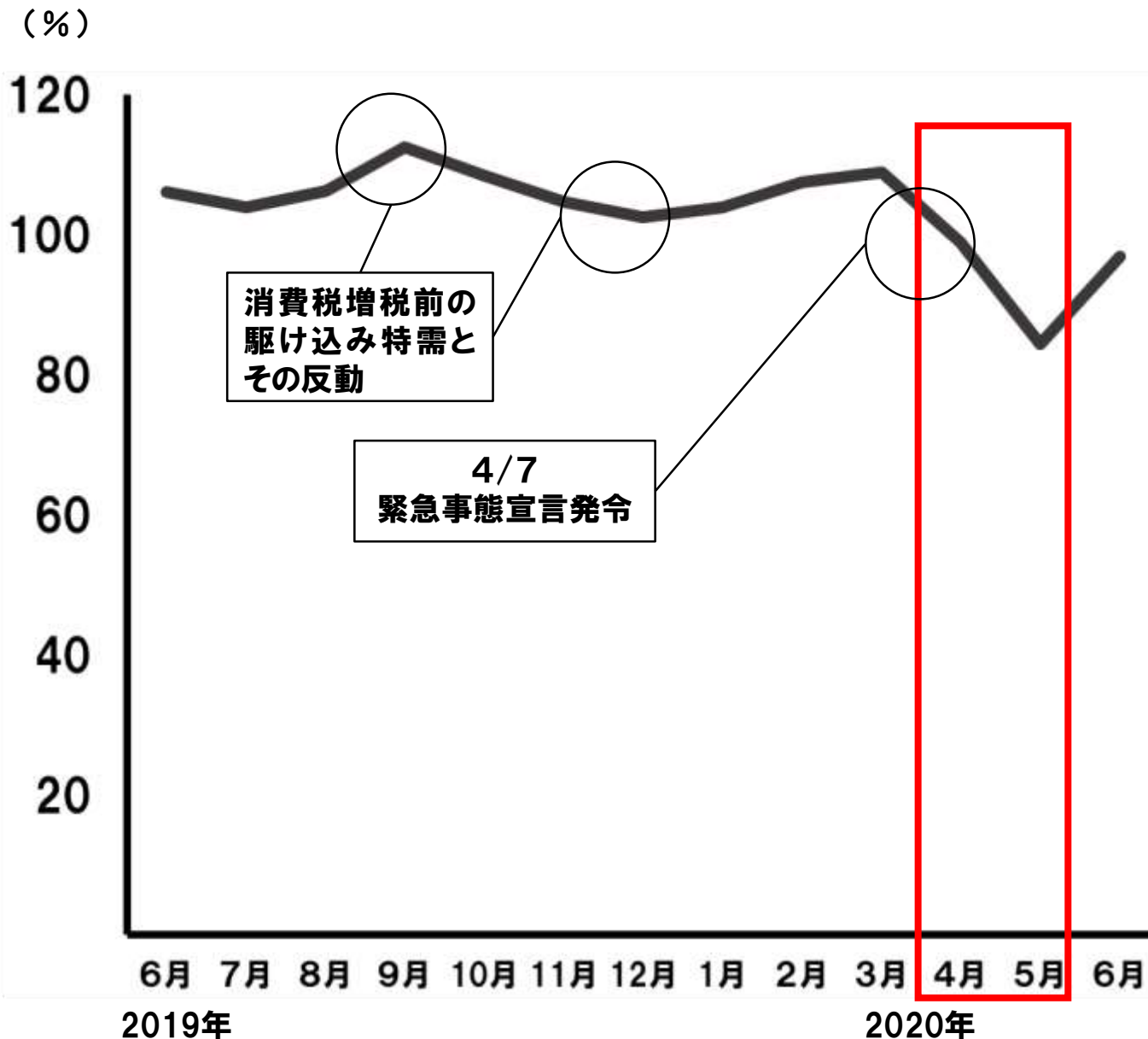
➤ **営業利益**
経常利益
当期純利益
大幅増益

20/5期 第4四半期 連結業績比較【四半期事業別】

(億円)		19/5期				20/5期				前年 同四半期 期差	前年 同四半期比 %
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q		
売上高	BtoB事業	763	792	788	814	795	844	829	821	7	100.9
	LOHACO	125	131	131	124	123	117	113	132	7	106.0
	BtoC事業(チャーム含む)	159	166	166	159	160	156	149	167	8	105.2
	eコマース事業	923	959	955	973	955	1,001	978	988	15	101.6
	ロジスティクス事業・その他	16	15	15	16	23	15	19	20	4	127.7
	連結合計	939	974	970	989	978	1,017	998	1,009	19	102.0
営業利益	BtoB事業	26	36	37	41	30	37	46	39	△1	95.4
	LOHACO	△26	△23	△21	△19	△17	△17	△14	△11	7	—
	BtoC事業(チャーム含む)	△26	△23	△21	△19	△18	△17	△15	△12	7	—
	eコマース事業	△0	12	15	22	12	20	31	27	5	125.2
	ロジスティクス事業・その他	△0	△1	△1	△1	2	△0	△2	△2	△1	—
	連結合計	△1	11	14	20	14	19	28	24	3	119.0

BtoB事業の売上高 前年同月度比(稼働日修正後)

単体



新型コロナウイルスによる 4Q業績への影響※

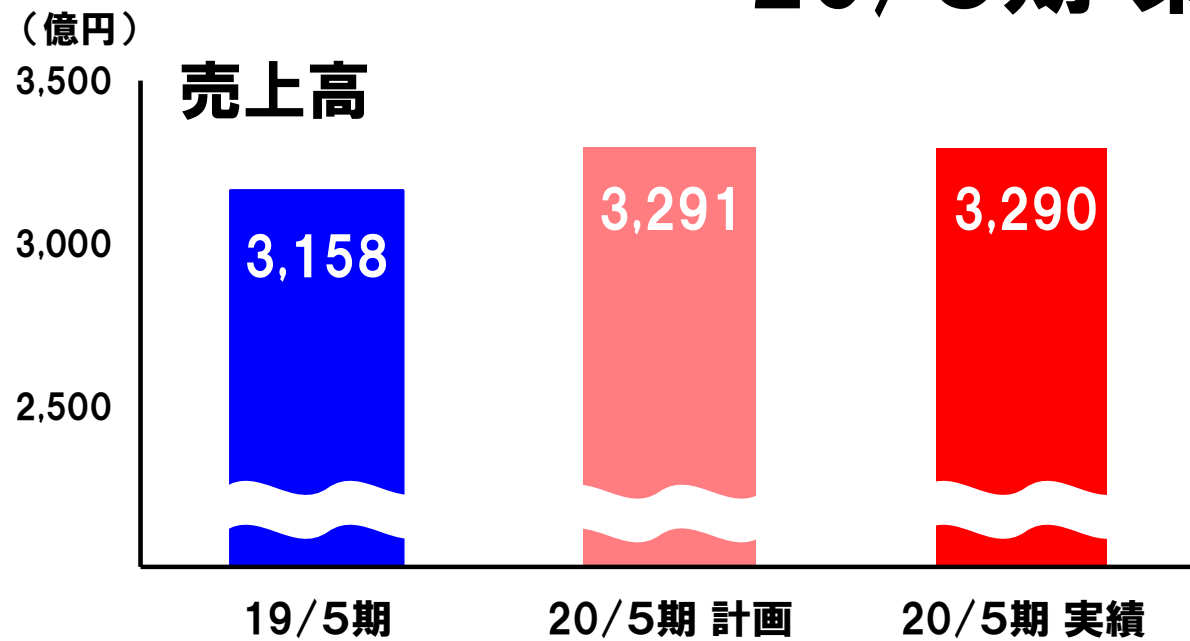
売上高 ▲35億円程度

営業利益 ▲5億円程度

足元は回復傾向

※2-3月度の新型コロナウイルス特需を除く、3月度までの累計(10ヶ月)伸長率と4-5月度の差異により売上高影響を算出
利益は売上高影響×3Q累計限界利益率にて算出

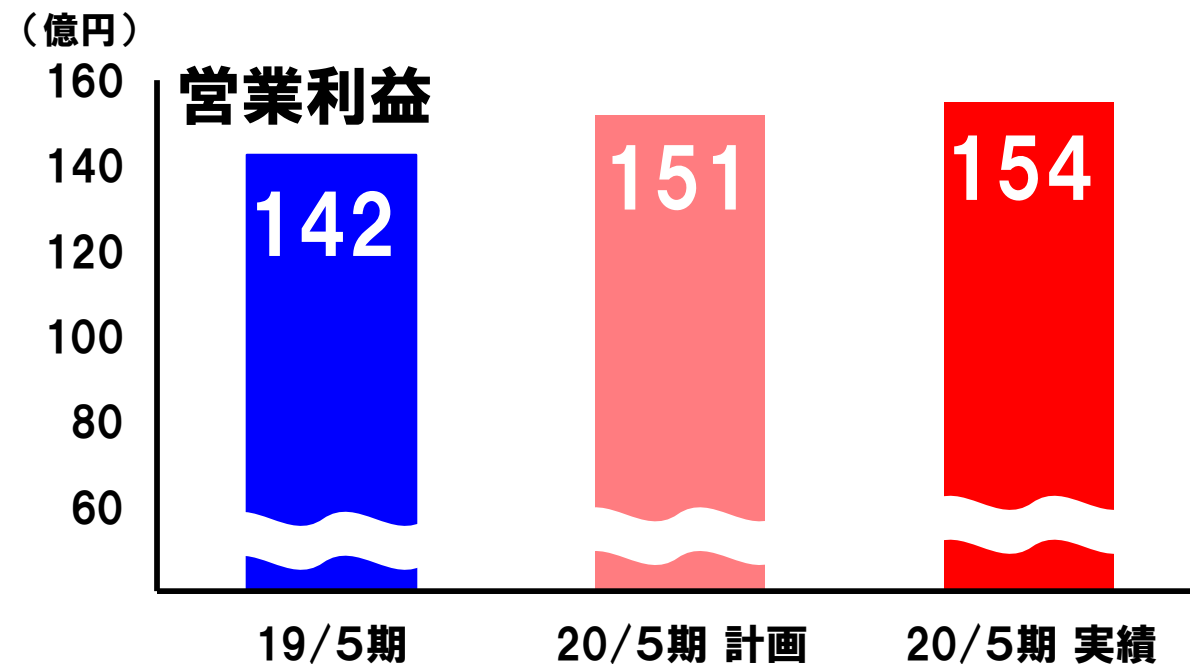
20/5期 業績 BtoB事業



➤ 売上高

前期比 104.2%

新型コロナウイルスの影響を受けたが、概ね計画どおり着地

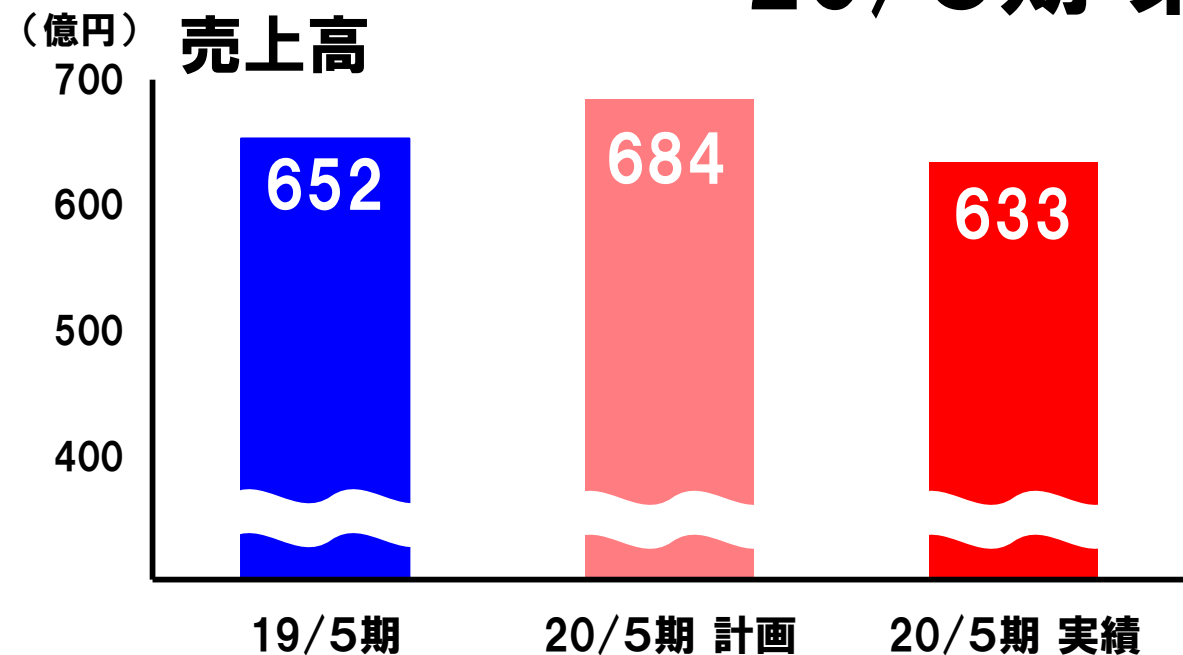


➤ 営業利益

前期比 108.7%

利益計画達成

20/5期 業績 BtoC事業

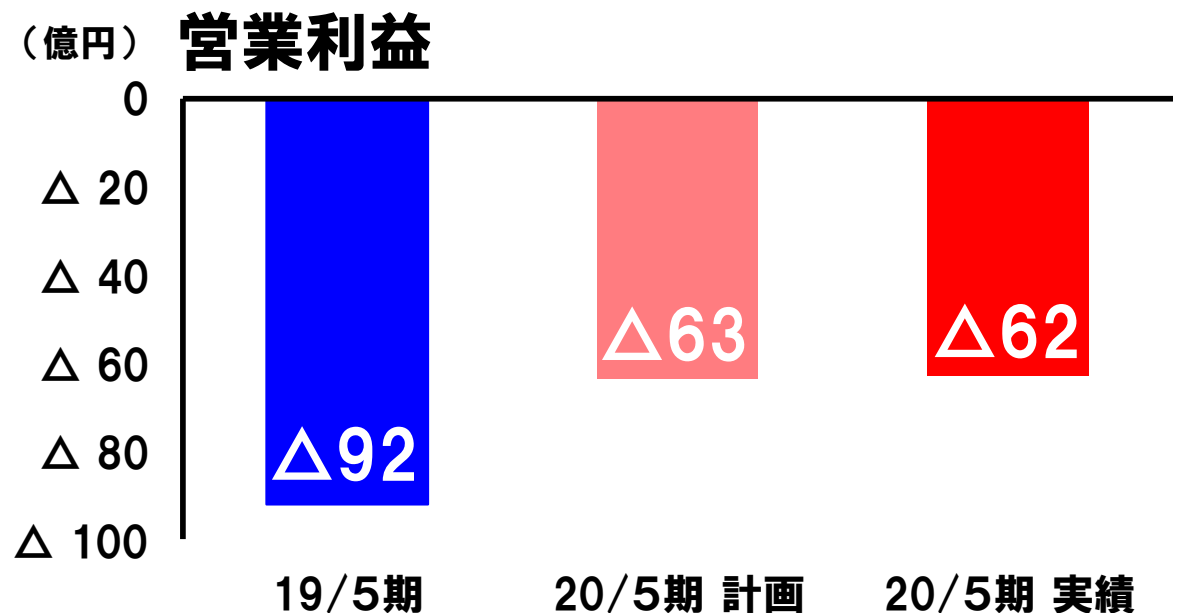


➤ 売上高

前期比 97.0%

構造改革を最優先

足元はプラス成長に転換



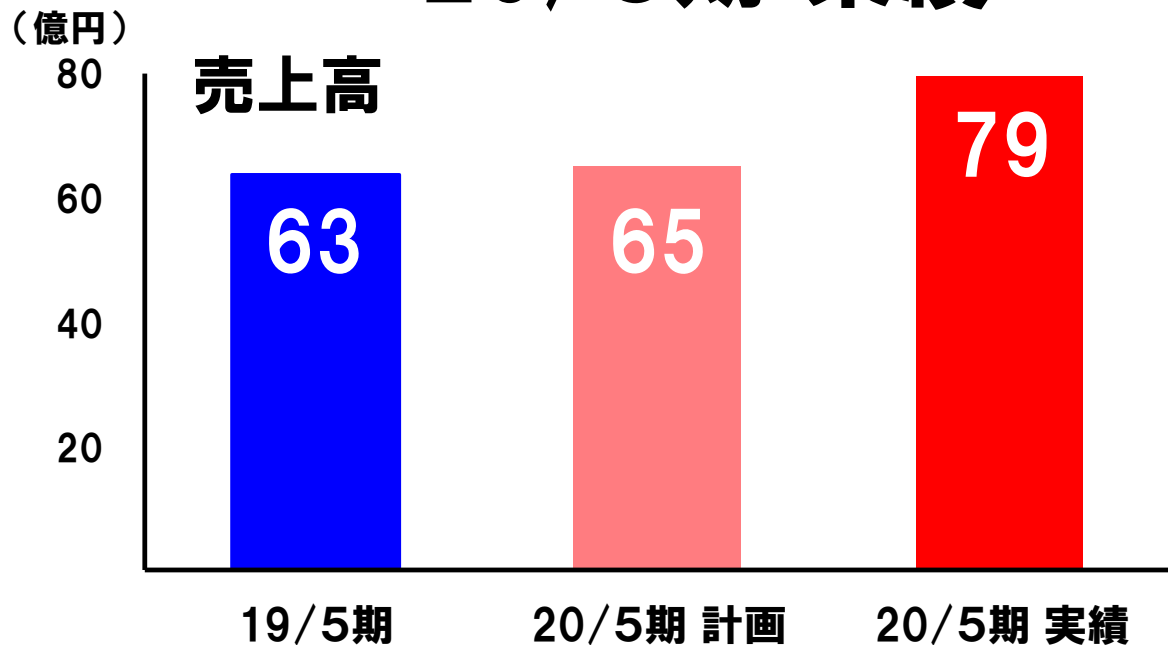
➤ 営業利益

前期差 +29億円

利益計画達成

(LOHACO:売上総利益率1.9pt・変動費比率2.4pt改善)

20/5期 業績 ロジスティクス事業・その他

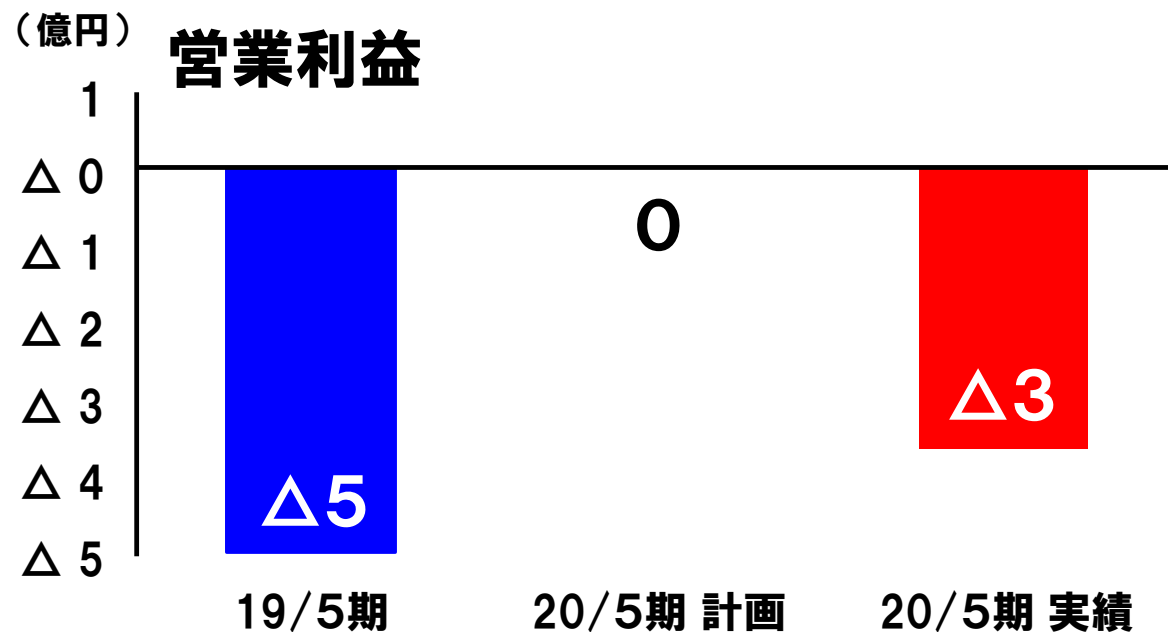


➤ 売上高

前期比 125.0%
配送外販の拡大

➤ 営業利益

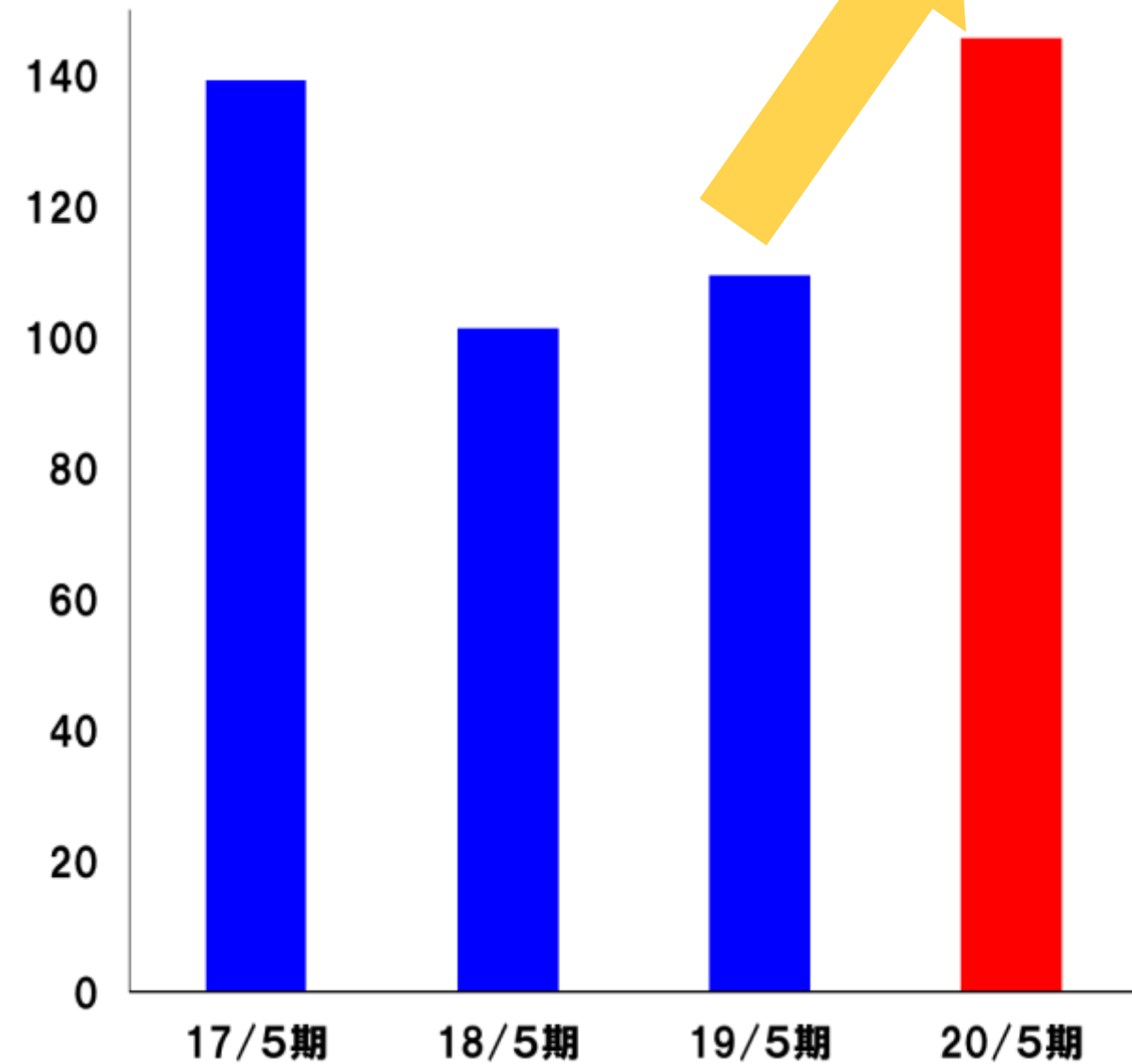
前期差 +1億円
大型物流AMフィー※5億円
三芳センター・AVC関西
3PL事業:賃料4億円計上



※AMフィー … 連結子会社である(株)ecoプロパティーズが提供するアセットマネジメントサービスの対価として収受する手数料

EBITDA 推移

(億円)



**過去最高
更新**

I 20年5月期実績

II 21年5月期見通し

III 環境変化に対する中期の展望

IV BtoC

V BtoB

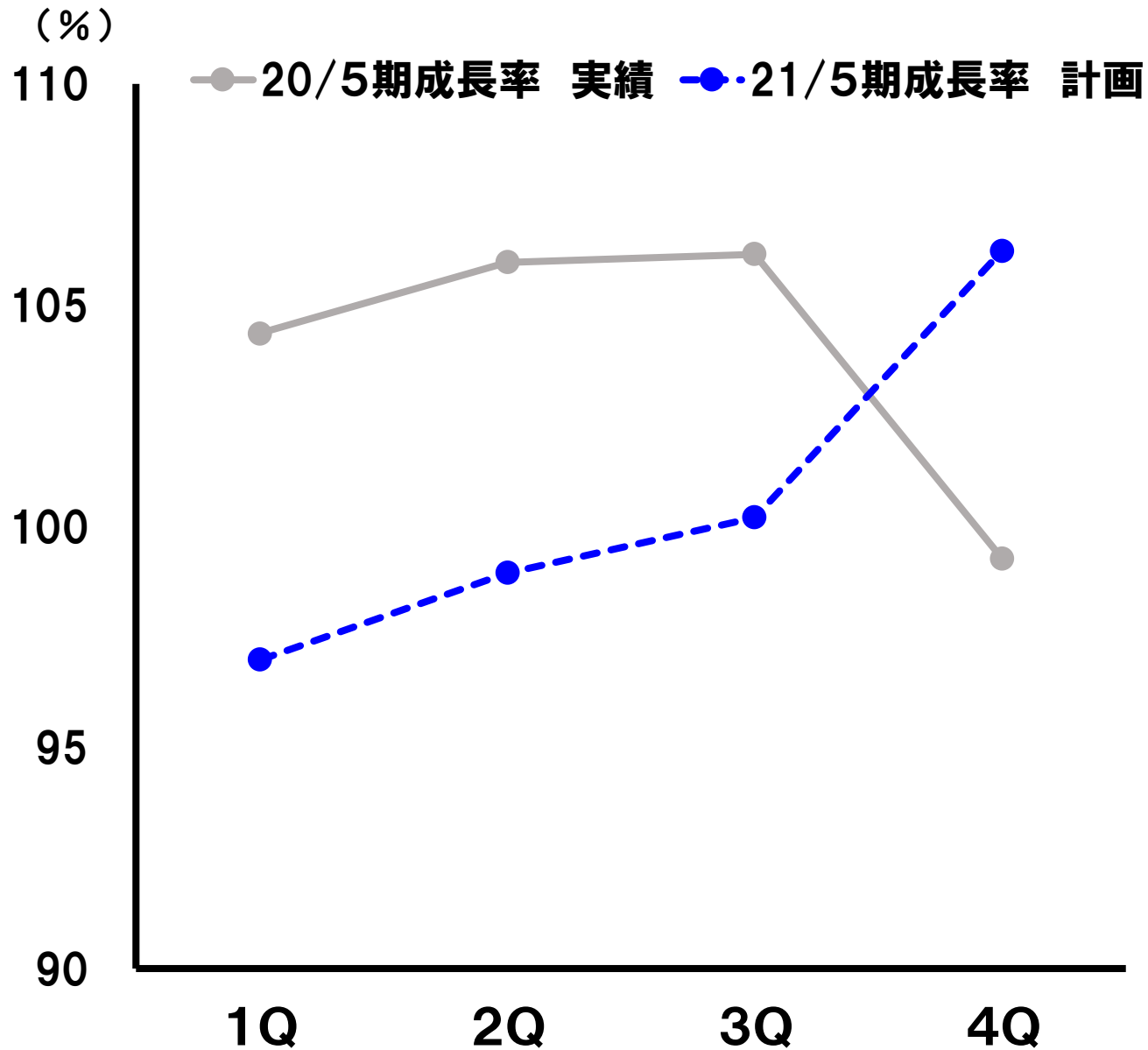
新型コロナウイルスによる環境変化を大きな機会と捉え 中期的な成長と構造改革に挑む

短期的に、21/5期は下記を前提とした見通し

BtoB	<ul style="list-style-type: none">➤ 売上高成長率は足元から徐々に回復するも年間成長率は従来水準まで回復せず➤ マクロ環境の悪化による売上総利益率の低下を織り込む➤ 庫内費、配送コストの増加による変動費比率の悪化を織り込む
BtoC	構造改革は着実に進捗、23/5期黒字化は計画通り
ロジスティクス その他	三芳センター3PL事業 (上期は空家賃他立ち上げコスト発生、下期から稼働開始)

BtoB売上高 四半期別推移 (稼働日修正前)

単体



下期から
プラス成長へ

21/5期 連結業績の見通し【事業別】

(億円)

		20/5期	21/5期	
		実績	計画	前期比 %
売上高	BtoB事業	3,290	3,322	101.0
	LOHACO	486	497	102.2
	BtoC事業(チャーム含む)	633	643	101.5
	eコマース事業	3,924	3,965	101.0
	ロジスティクス事業・その他	79	65	81.6
	連結合計	4,003	4,030	100.7
営業利益	BtoB事業	154	124	80.2
	LOHACO	△61	△44	—
	BtoC事業(チャーム含む)	△62	△43	—
	eコマース事業	91	81	88.2
	ロジスティクス事業・その他	△3	△9	—
	連結合計	88	72	81.6

足元の状況を前提とした見通し

➤ 売上高計画

BtoB事業 前期比101.0%

LOHACO 前期比102.2%

➤ 営業利益計画

BtoB事業 124億円 前期比 80.2%

LOHACO △44億円 前期差+17億円

ロジスティクス事業・その他 △9億円

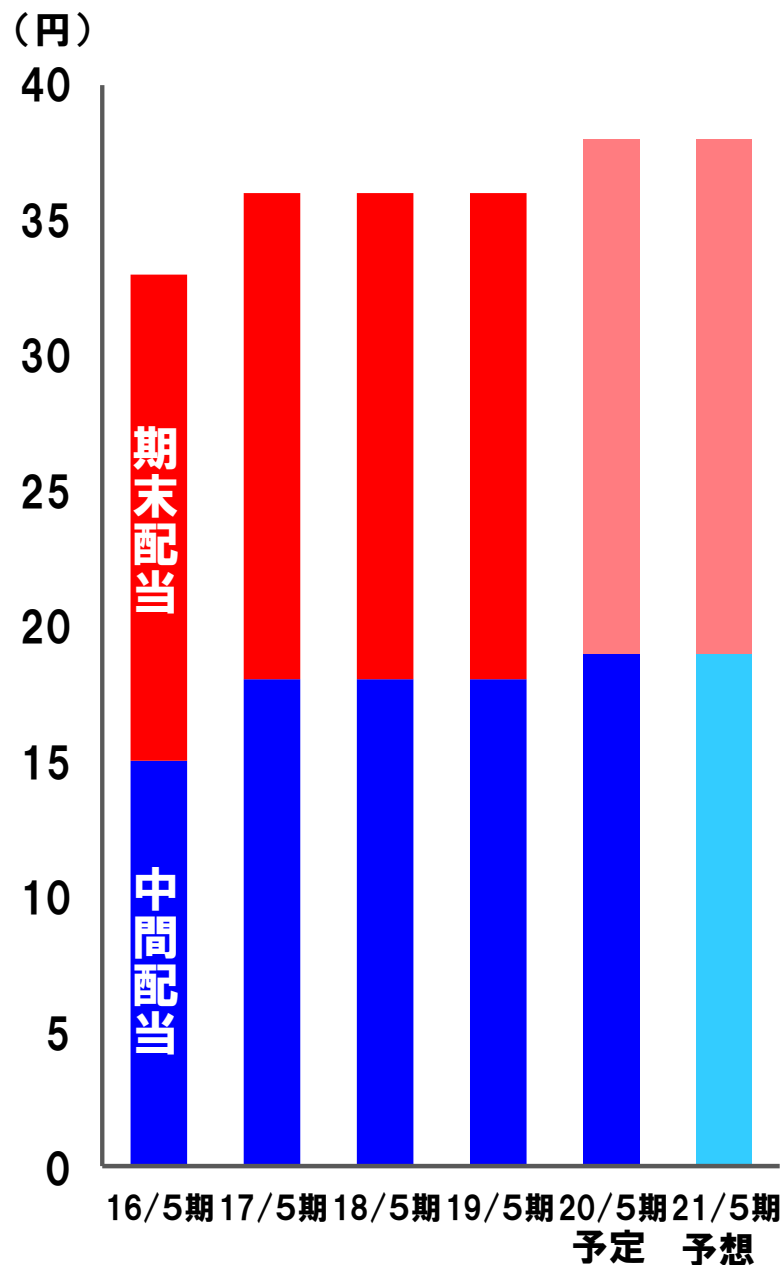
21/5期 連結業績の見通し

(億円)	20/5期		21/5期		
	実績	売上高 比率 %	計画	売上高 比率 %	前期比 %
売上高	4,003	100.0	4,030	100.0	100.7
売上総利益	956	23.9	975	24.2	101.9
販売費及び 一般管理費	868	21.7	903	22.4	104.0
営業利益	88	2.2	72	1.8	81.6
経常利益	86	2.2	70	1.7	80.9
親会社株主に帰属する 当期純利益	56	1.4	45	1.1	79.6

足元の状況を 前提とした見通し

- 売上高
前期比 100.7%
- 売上総利益率
前期差 +0.3pt
- 販管費比率
前期差 +0.7pt
- 営業利益 72億円

株主還元について



20/5期 配当(予定)

⇒1株当たり年間配当金38円(中間19円、期末19円)

期初計画通り 年間2円増配

21/5期 配当(予想)

⇒1株当たり年間配当金38円(中間19円、期末19円)

安定配当を計画

I 20年5月期実績

II 21年5月期見通し

III 環境変化に対する中期の展望

IV BtoC

V BtoB

新型コロナウイルス感染対策について

➤ 物流の対応 感染対策の継続

- ✓ マスク着用(熱中症対策:①夏期用マスク着用、②業務内容に適した着用ルールの見直し)
- ✓ 手洗いの励行、アルコール手指消毒の徹底
- ✓ 食堂についてはビュッフェ形式中止、消毒の強化
- ✓ 出社前検温の徹底(37.5℃以上で入館禁止)
- ✓ 感染者発生時の事業継続計画を策定

➤ オフィス対応 感染対策に加え、新しい働き方へシフト

- ✓ テレワークとフレックスタイム制を継続・最大限活用し、通勤時やオフィスでの3密を回避
- ✓ 出社する場合は手洗い、手指消毒、検温(37.5℃以上で入館禁止)、マスク着用徹底
- ✓ オフィスで執務する場合、執務スペースでは2mほど間隔を開けて席を利用

社会のインフラとしての使命を果たしていく

経済産業省および厚生労働省からの要請により 入手困難な手指消毒液を医療・介護施設等へ優先的にお届け

お届け件数 計 **19**万件(2020年6月30日現在)

<物流センターへ納品された手指消毒液>



<アスクルへの要請背景>

- 日用品の荷捌きと、全国各地へ小口配送できる配送網
- 医療機関・介護施設への販売・配送実績
- 医療機関等専用購買ECサイトをスピード開発
- これまでの災害時支援要請への対応実績

EC市場拡大の追い風によりさらなる成長へ アスクルの強みを戦略的にさらに強化する

商品	物流	マーケティング
<p>生活、メディカル、MRO等 戦略カテゴリ強化 (BtoBとLOHACOの調達シナジー)</p> <p>↓</p> <p>オリジナル商品による 差別化と品揃え拡大</p>	<p>置き配需要を追い風に 自社物流を活かす (BtoBとLOHACOの共用シナジー)</p> <p>↓</p> <p>サービス品質向上と コスト低減</p>	<p>圧倒的データ量×テクノロジーで サービス品質向上</p> <p>↓</p> <p>1 to 1強化による 買い回り拡大</p>

全てをエシカル視点で磨きこむ

アスクルは「エシカルeコマース」へ

環境保全や社会課題解決を考えたサステナブルなサービス

①責任ある調達

- 「サステナブル調達方針」の策定

②気候変動への対応

- 再生可能エネルギー導入の推進
- 電気自動車導入の推進
- 環境配慮型商品の拡充

③資源循環の促進

- 森林資源循環
- 循環型リサイクル商品の開発
- 商品廃棄削減強化

2030年までの長期サステナブル基本方針を策定し12月に公表

I 20年5月期実績

II 21年5月期見通し

III 環境変化に対する中期の展望

IV BtoC

V BtoB

BtoC

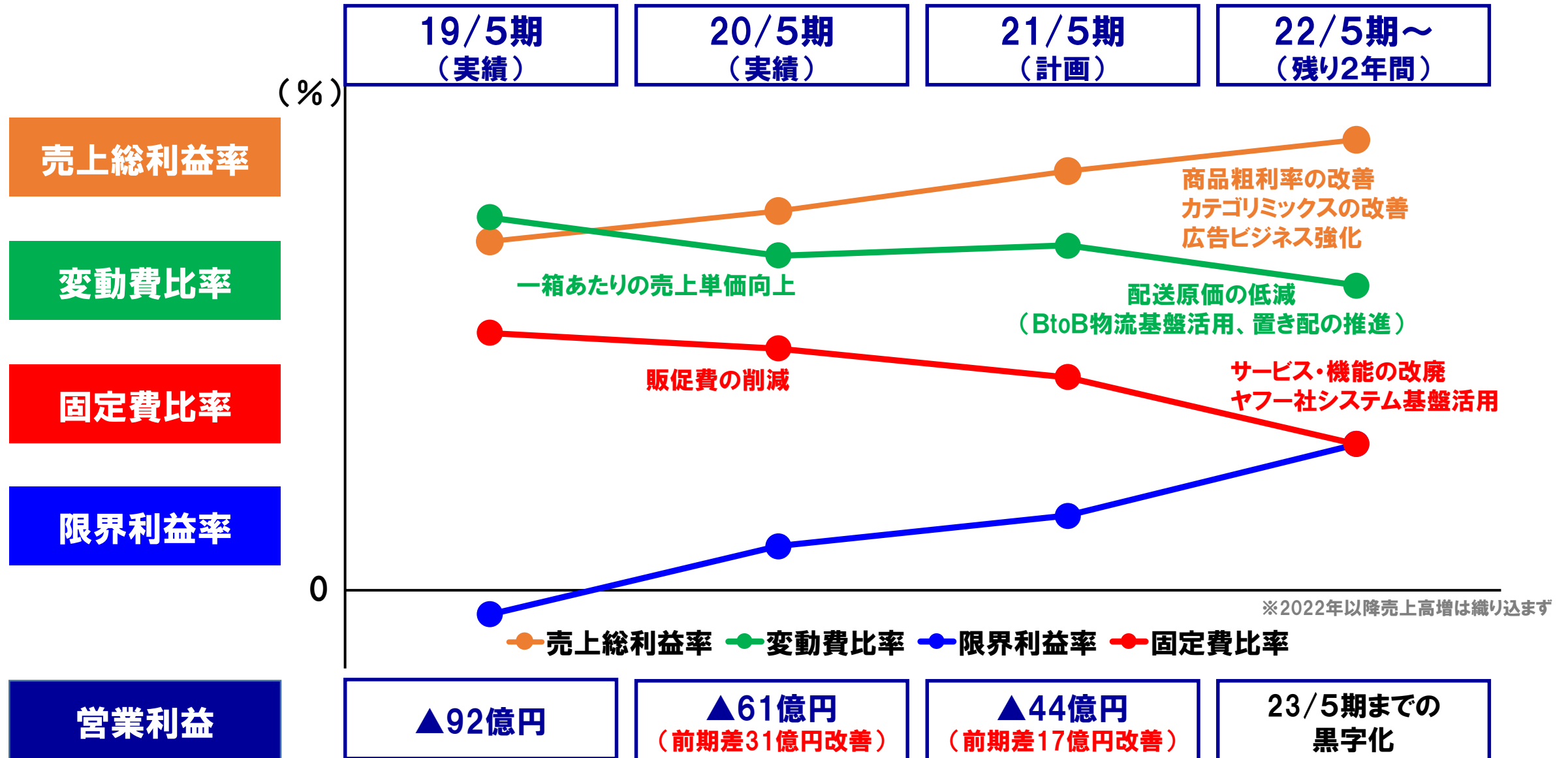
個人向け



LOHACO

LOHACO 23/5期黒字化ロードマップ

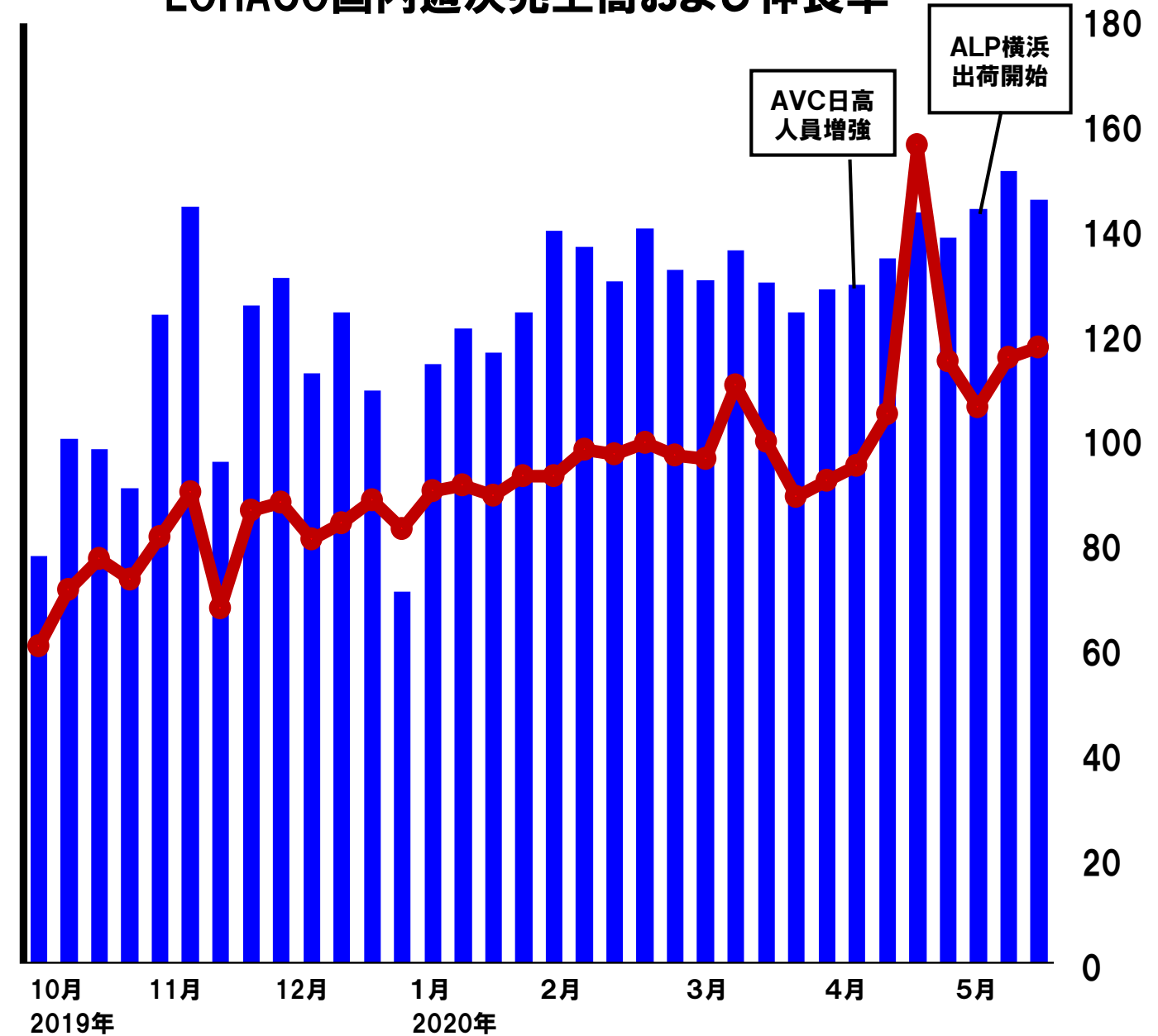
21/5期は限界利益率のさらなる改善 22/5期以降は固定費中心に削減



売上高の再成長

LOHACO売上高の再成長

LOHACO国内週次売上高および伸長率 (%)



新型コロナウイルスの影響による
急激な受注増加



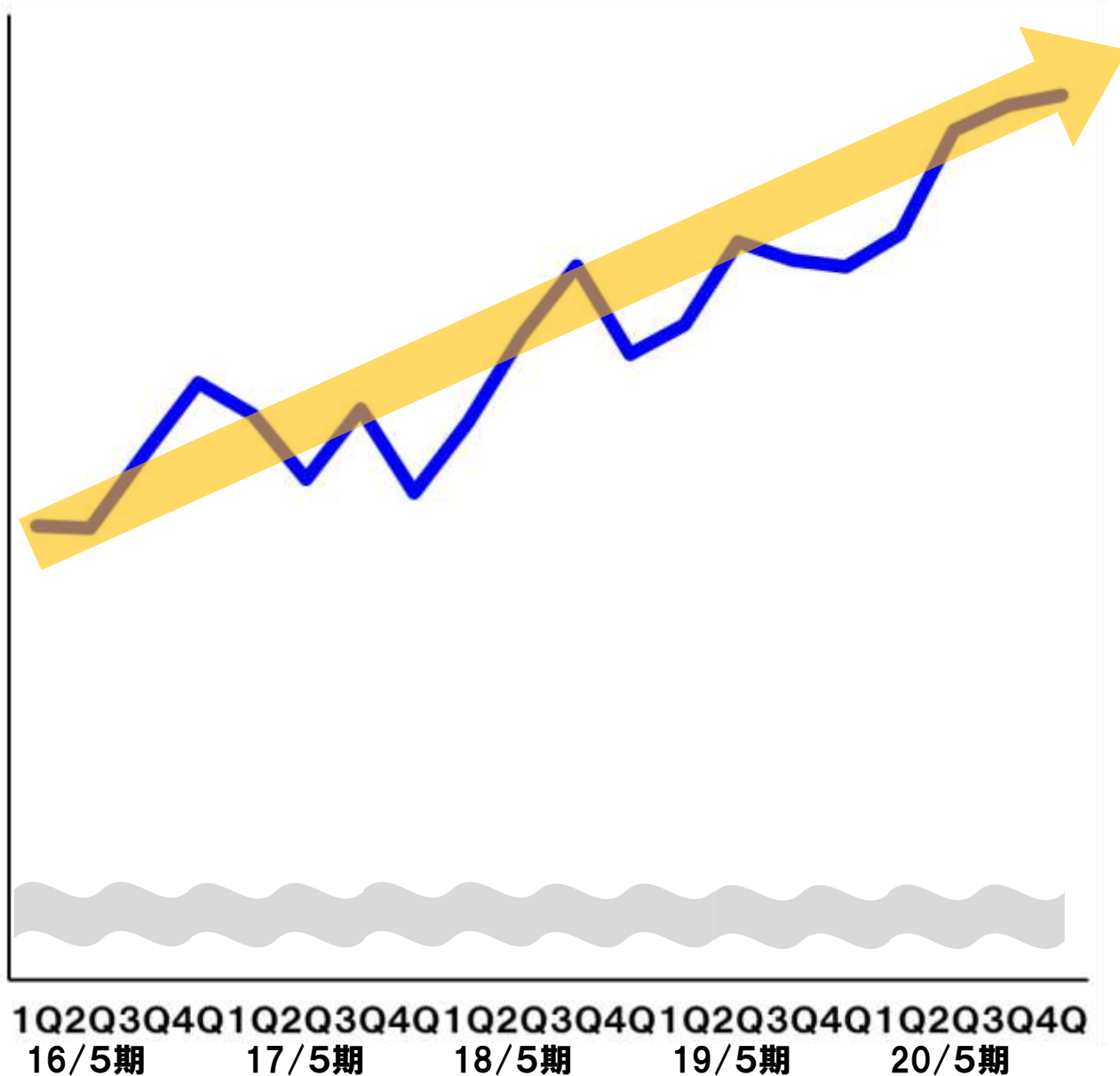
物流出荷能力を増強

プラス成長に転換

売上総利益率の向上

LOHACO 売上総利益率

(%)



20/5期 実績

前期差 **1.9pt改善**

商品粗利率の改善 +1.2pt
カテゴリミックスの改善 +0.7pt

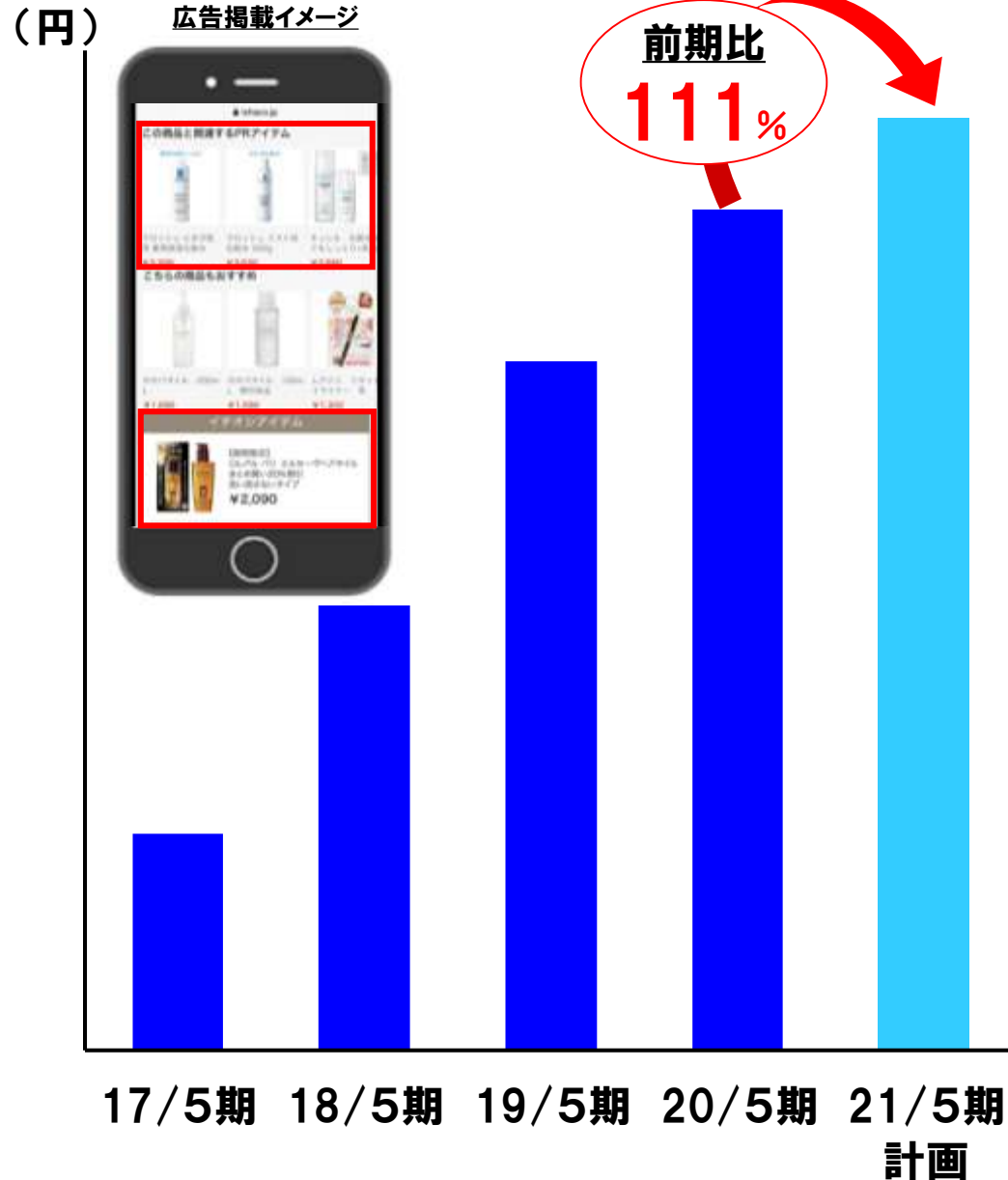
21/5期 計画

さらなる向上へ

商品粗利率の改善
カテゴリミックスの改善
広告ビジネス強化
大口取引の減少

広告フィー収入

広告フィー収入推移



ビッグデータを活用し
戦略カテゴリ・商品等を強化

メーカーとの
Win-Winを継続

独自価値商品のコンセプト

環境配慮と機能性を兼ね備えた差別化商品を開発

課題解決

機能

暮らしになじむ

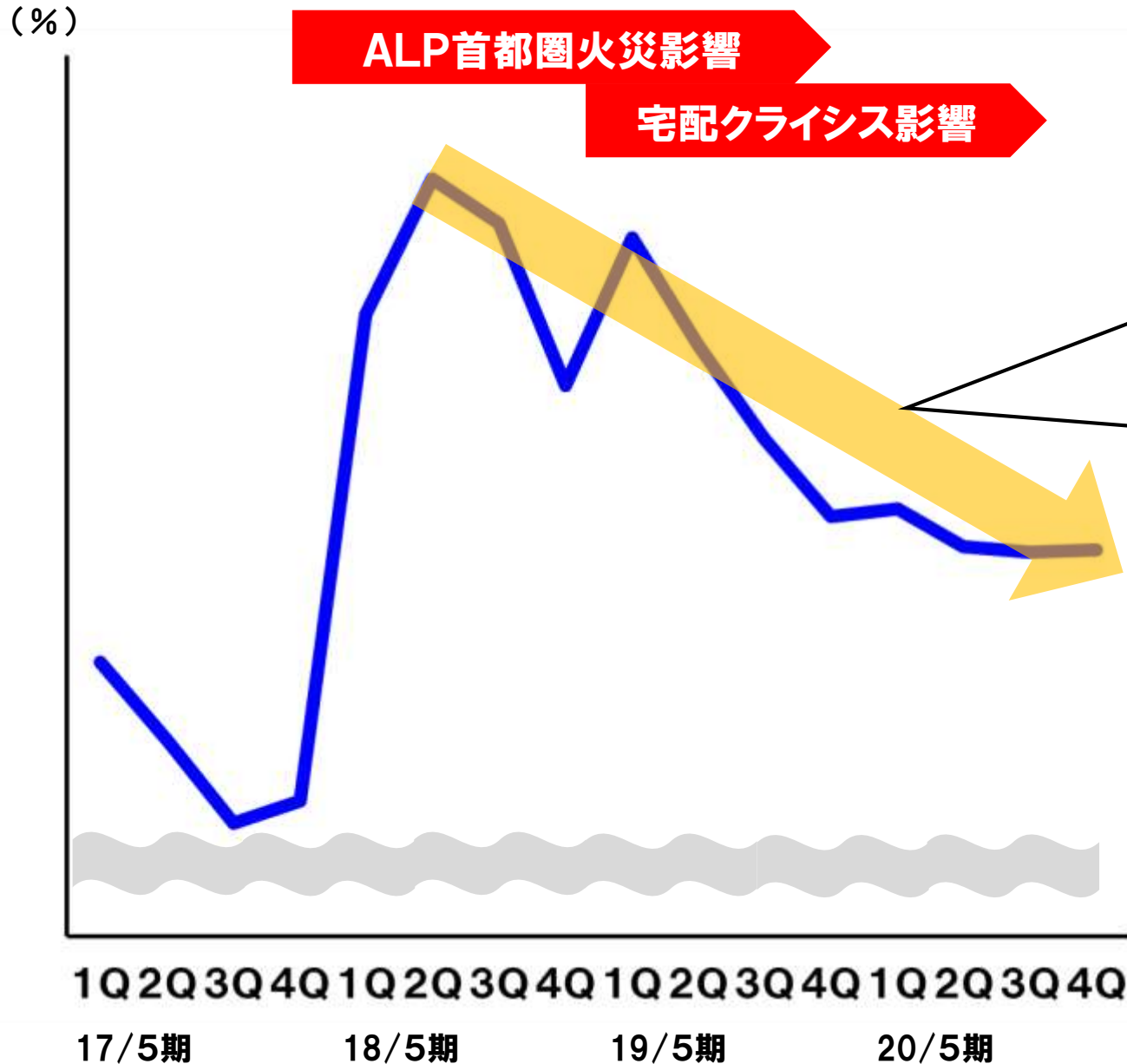
デザイン

購入することが
サステナ
ブル



変動費比率の改善

LOHACO 変動費比率



着実に改善

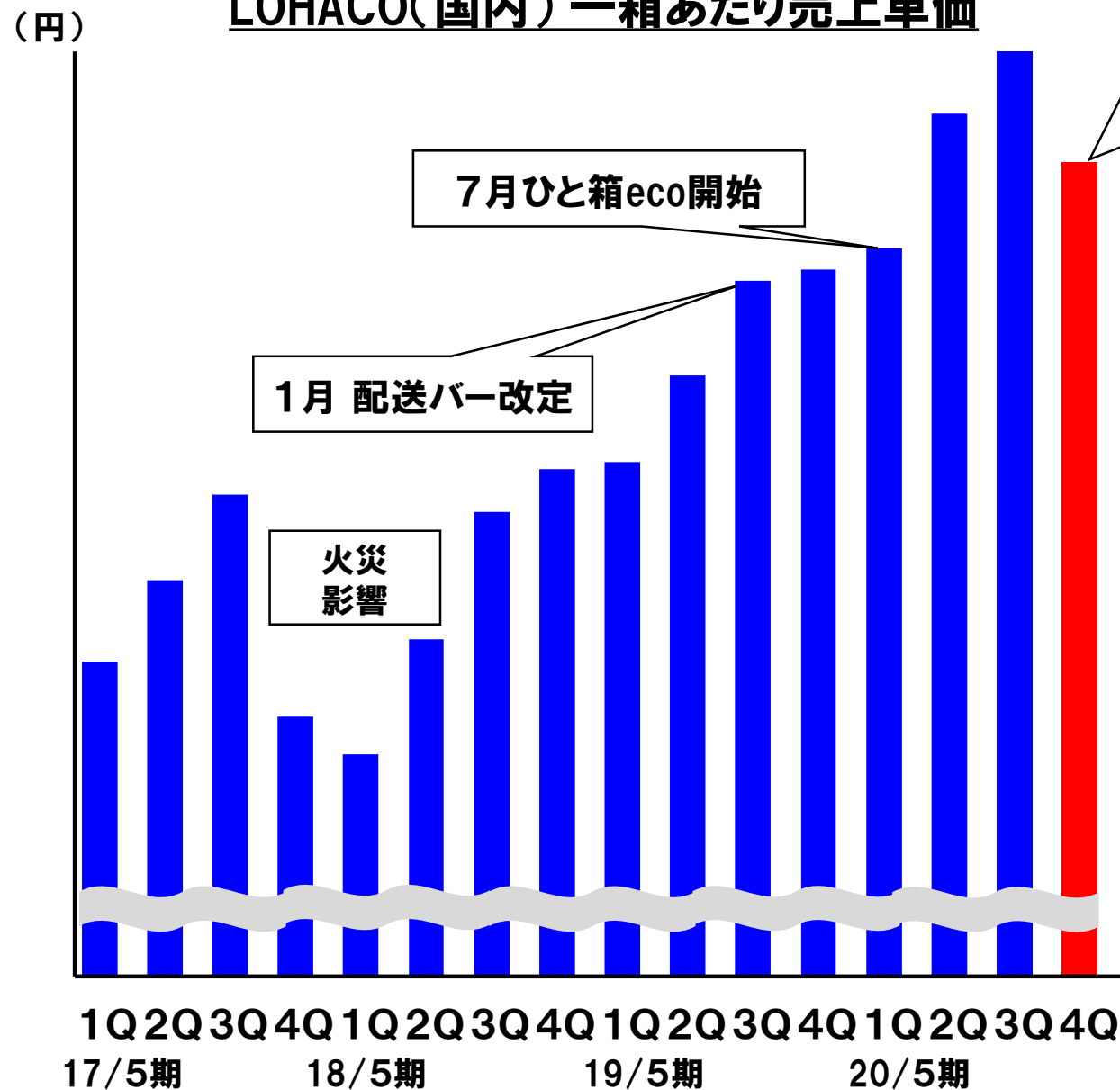
- 配送コストの低減
⇒ 一箱あたりの売上単価向上
- 庫内費の低減
⇒ 適切なレイバーコントロール

中期的にBtoB物流基盤活用
さらなる改善を目指す

短期的には庫内費上昇の影響あり

一箱あたりの売上単価向上

LOHACO(国内) 一箱あたり売上単価



新型コロナウイルスの影響等で、一時的に低下

- ✓ 衛生用品の単品買いの急増
- ✓ 商品の購入個数制限等による影響

買い回り拡大の促進
+
一箱にまとめて梱包

一箱あたりの
売上単価向上

固定費の削減

LOHACO 固定費の削減

ヤフー社システム基盤活用により、固定費を大幅削減

ヤフー社との連携によりコストダウン

コアコンピタンスを強化



LOHACO本店とPayPayモール店の役割

お客様のニーズに合わせて、役割分担を明確化

LOHACO本店

ロイヤリティ向上

これまでの世界観・独自性維持
お客様とのエンゲージメント深化

PayPayモール店

成長性

新規お客様獲得強化

本店とPayPayモール店の併用も促進

I 20年5月期実績

II 21年5月期見通し

III 環境変化に対する中期の展望

IV BtoC

V BtoB

BtoB 事業所向け



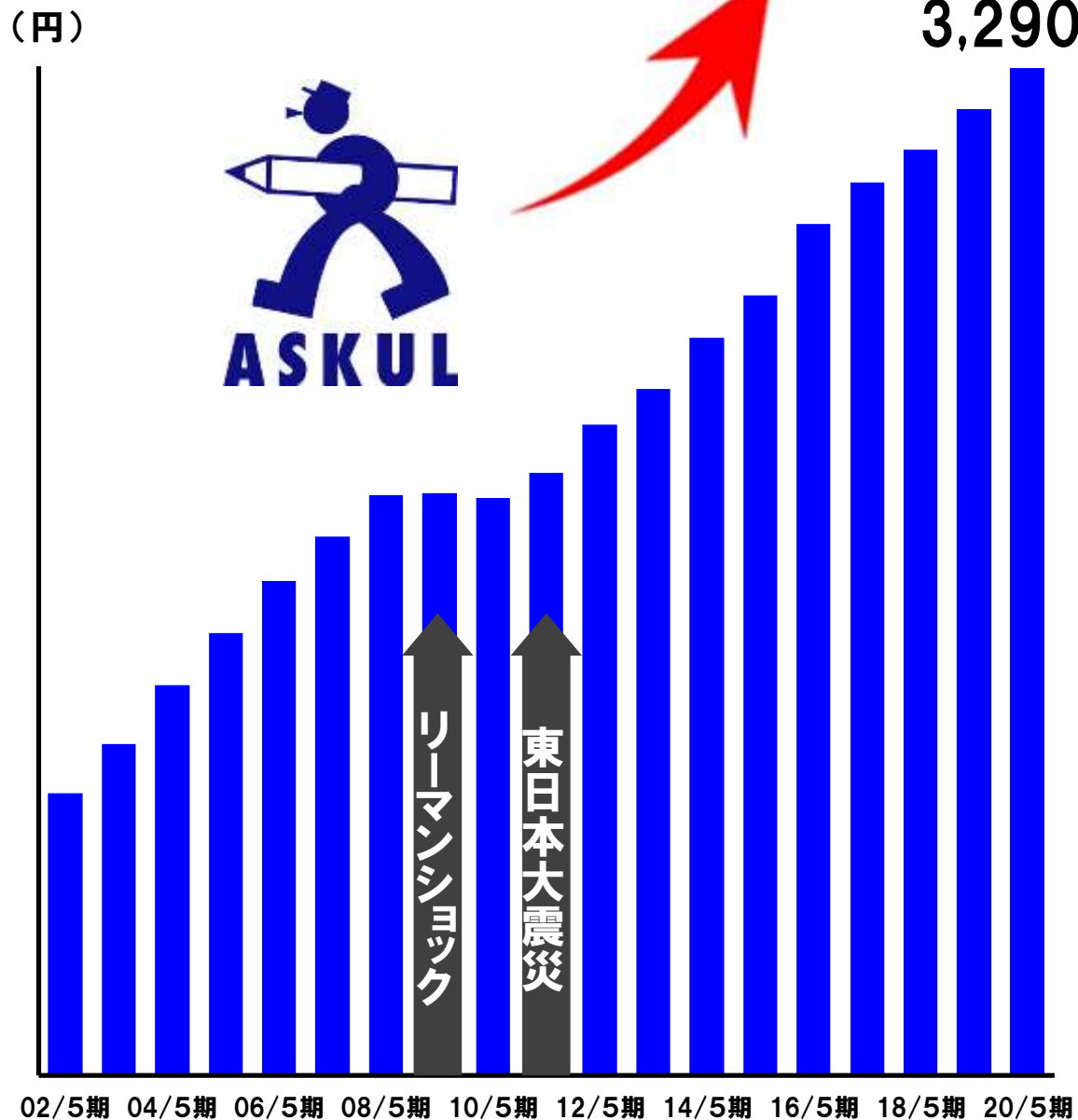
ASKUL

J.D. パワー 2020年 オフィス用品通販サービス顧客満足度調査

総合満足度

第 1 位 受賞

BtoB事業 売上高

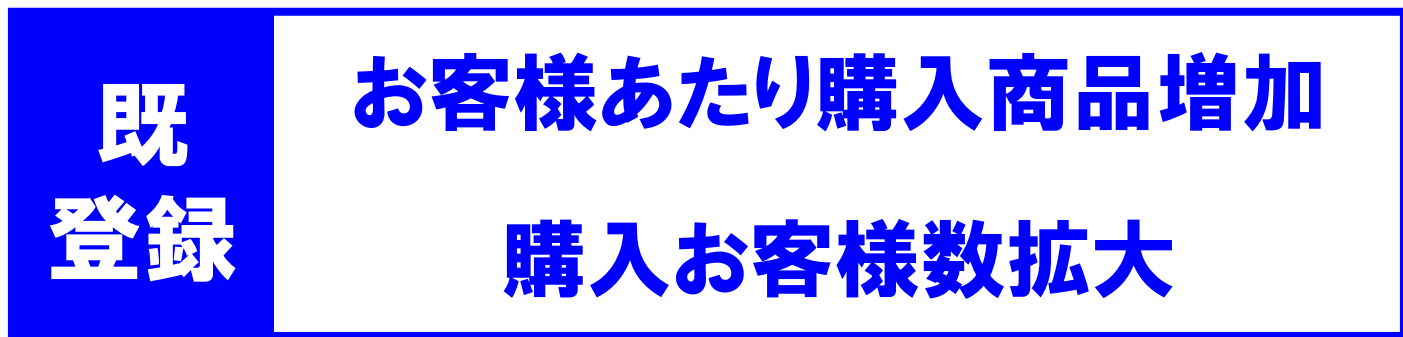
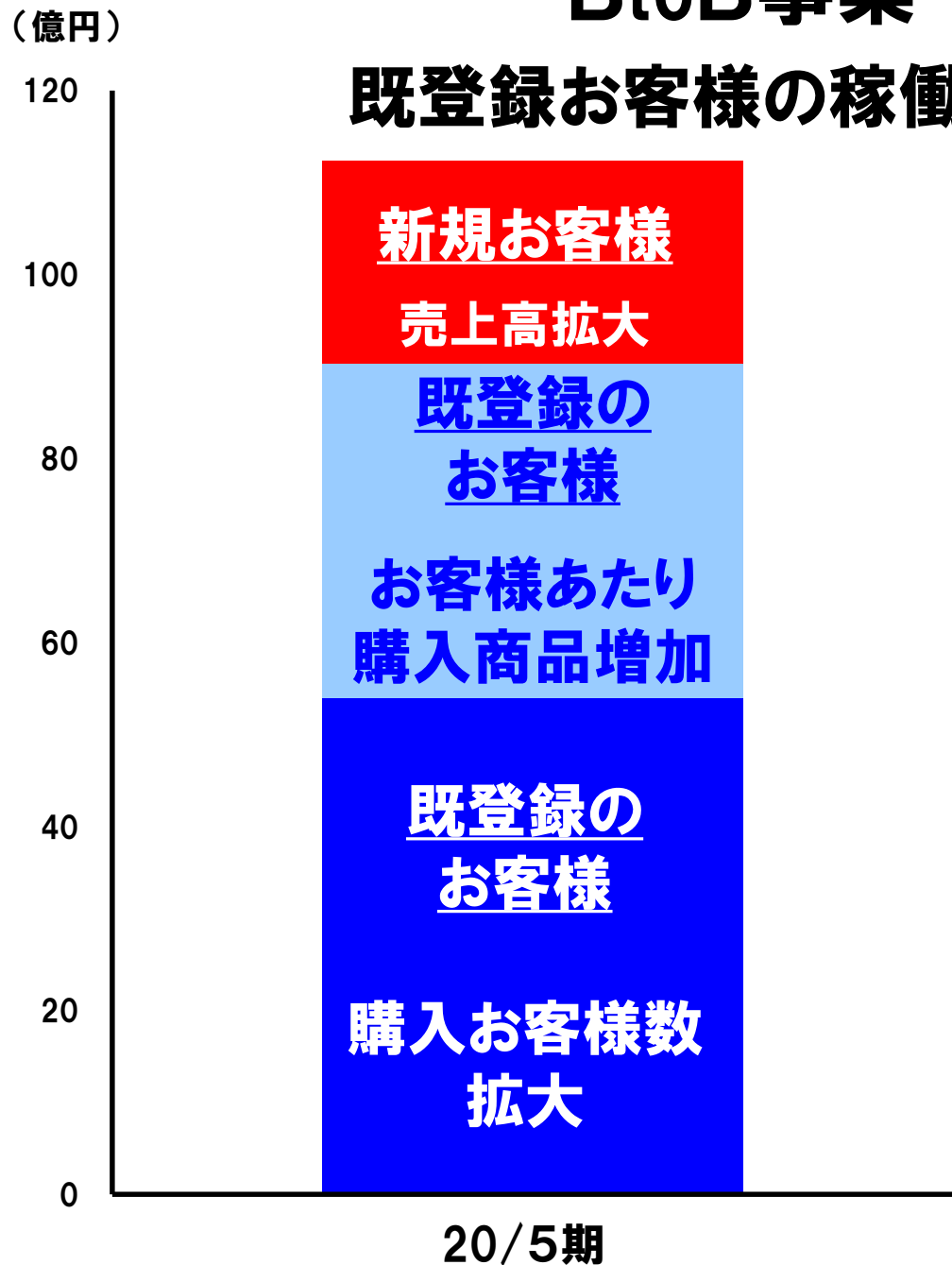


**基盤であるBtoBに
経営資源を投下**

BtoB事業 20/5期 売上高増加要因

単体

既登録お客様の稼働・買い回り、新規お客様の売上が拡大



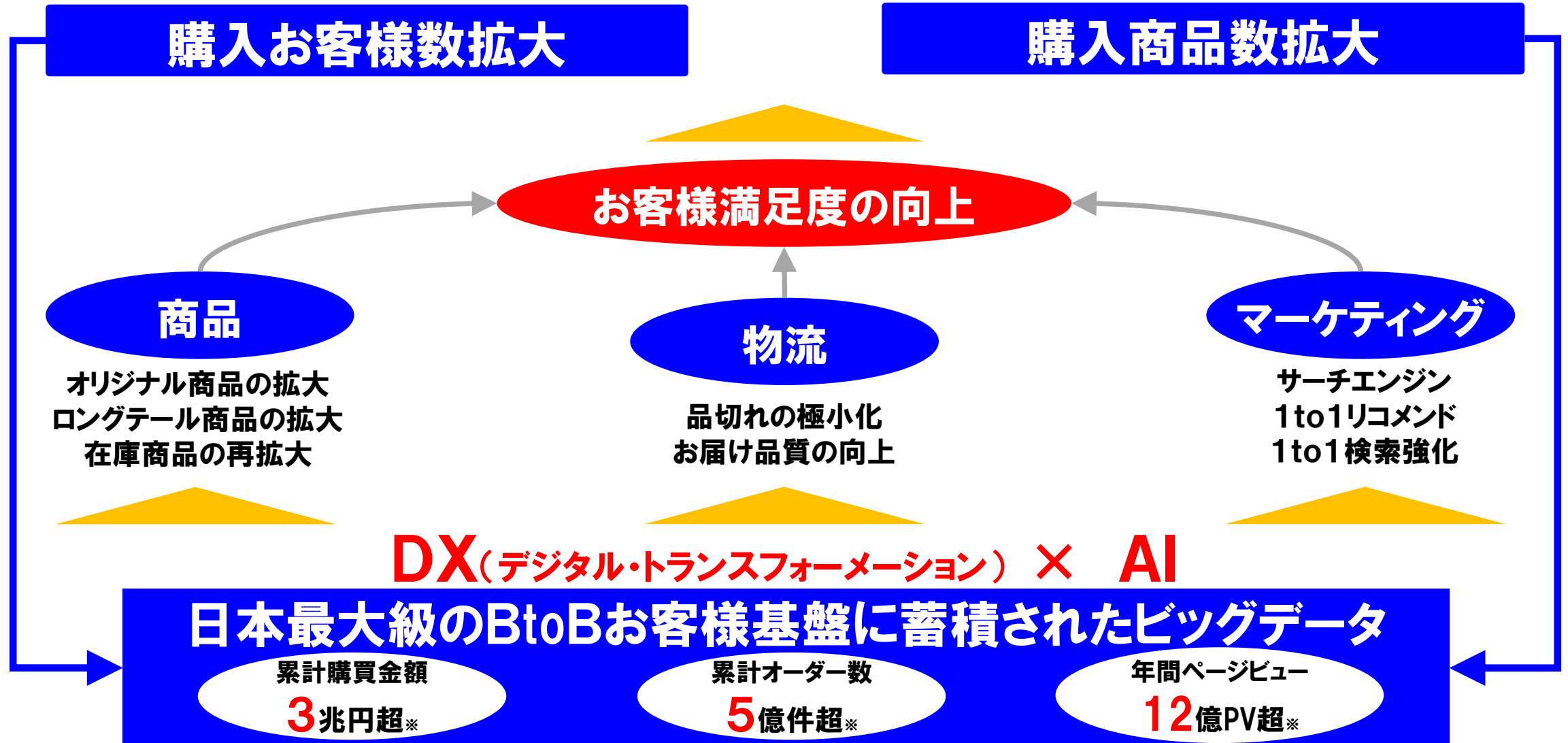
+



売上高拡大

BtoBの成長戦略

EC市場拡大の追い風によりさらなる成長へ



※2006年5月21日～2020年5月20日までに蓄積されたBtoB事業に関する購買ビッグデータ

BtoB事業 戦略イメージ

販売数

ヘッド商品
強化

さらに優位性のある価格で
オリジナル商品を投入



生活紙



電池

製造・建設業だけでなく
さまざまな業種に向け品揃え強化



Web会議用
スピーカーフォン



ヘッドセット



アクリル
パネル

ロングテール商品拡大

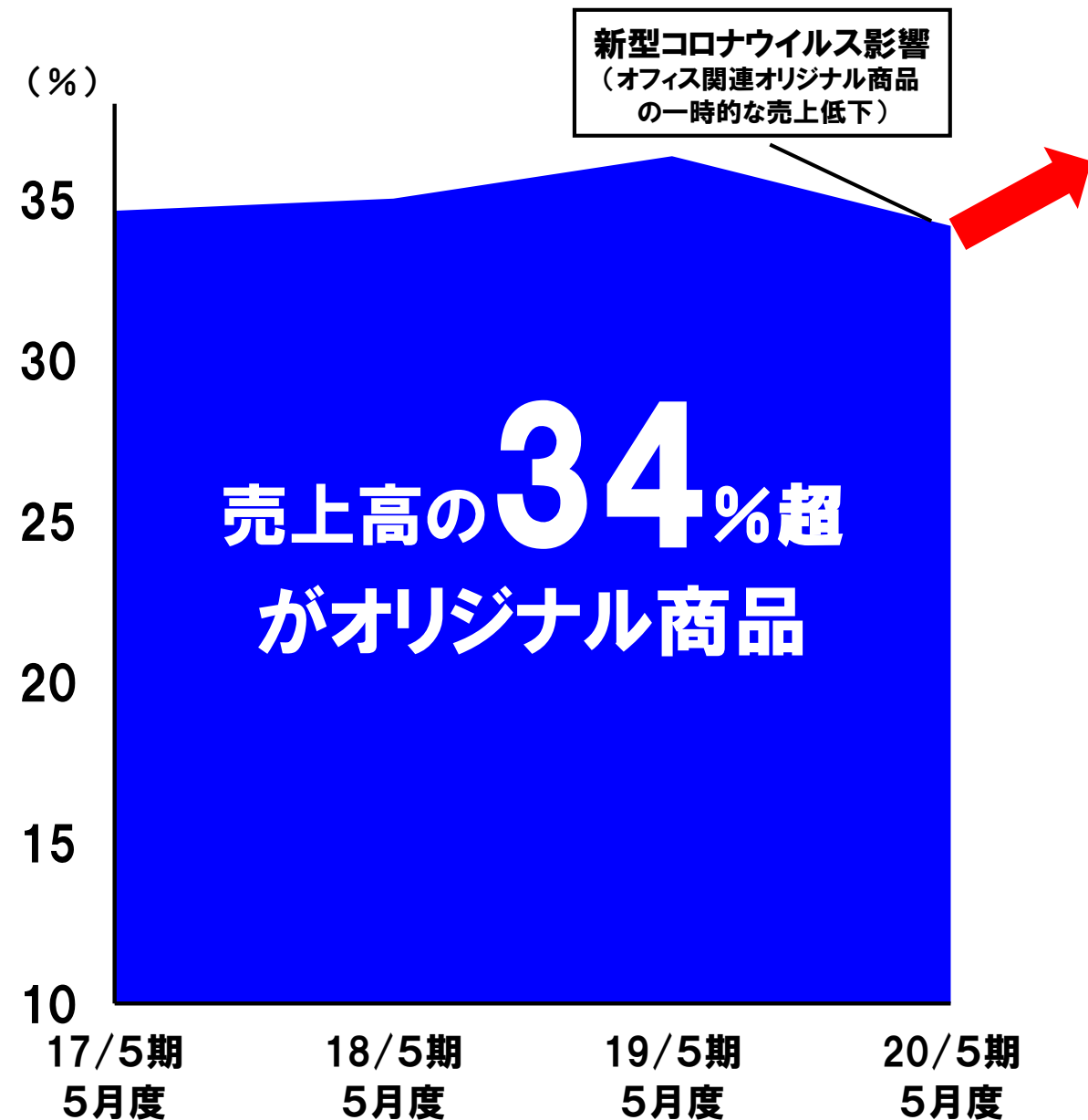
商品数

両軸から集客・購買機会を最大化

オリジナル商品のさらなる拡大

単体

オリジナル商品※1売上高構成(BtoB在庫商品売上高)



オリジナル商品数拡大※2



※1 オリジナル商品にはアスクルでの限定販売商品も含む

※2 LOHACOのみで販売しているオリジナル商品を除外

取扱い商材数の拡大による成長



5/20時点 約**745万**アイテム

多様なお客様基盤に向け
今後さらに生活用品カテゴリ等

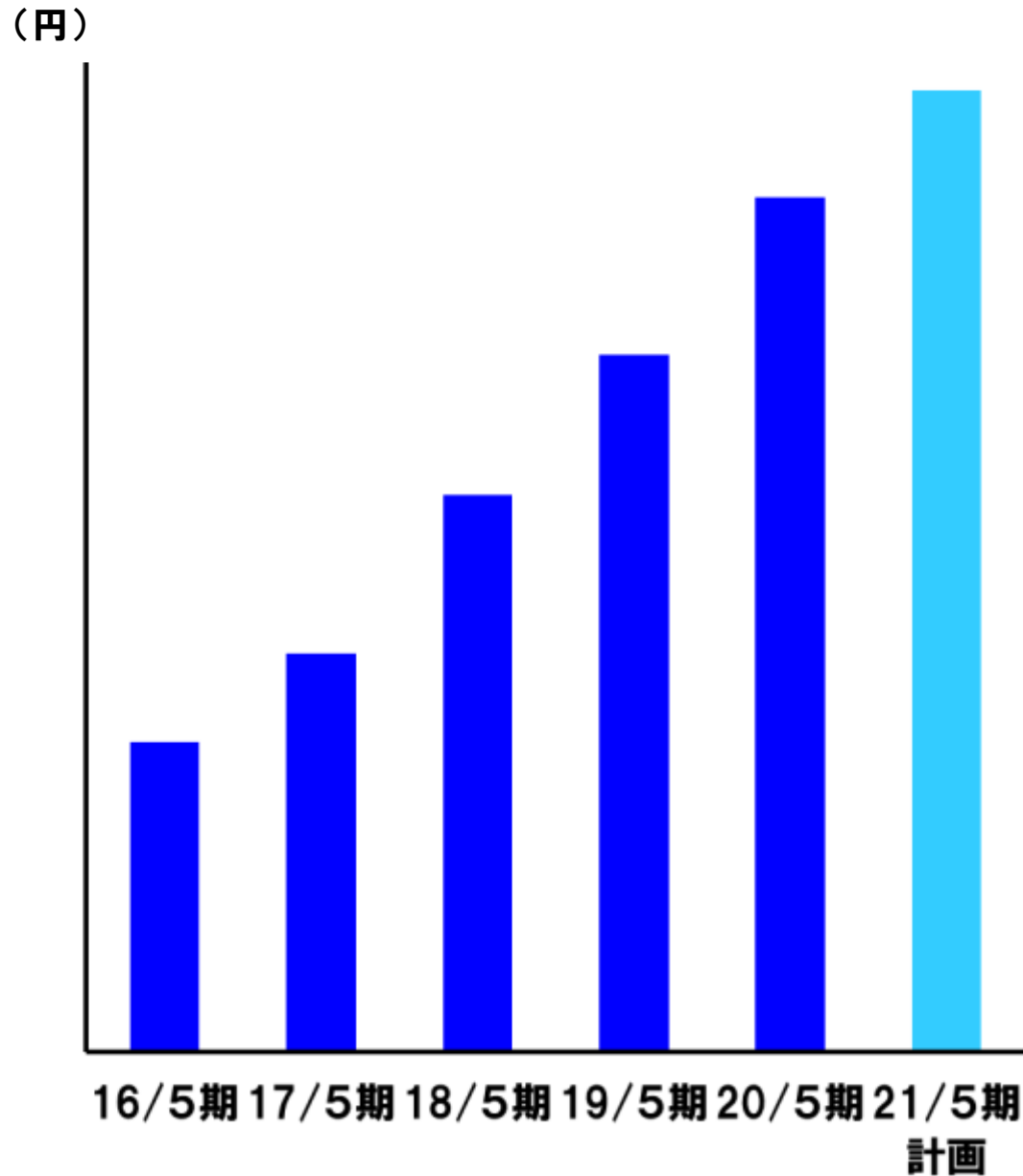
品揃え強化

売上高拡大

ロングテール商品のシェア拡大

単体

ロングテール商品 売上高



ロングテール商品売上高 (前期比)

20/5期 実績

21/5期 計画

123%



113%

BtoB事業 売上高構成比

19/5期

20/5期

21/5期

6.1%

7.2%

8.1%

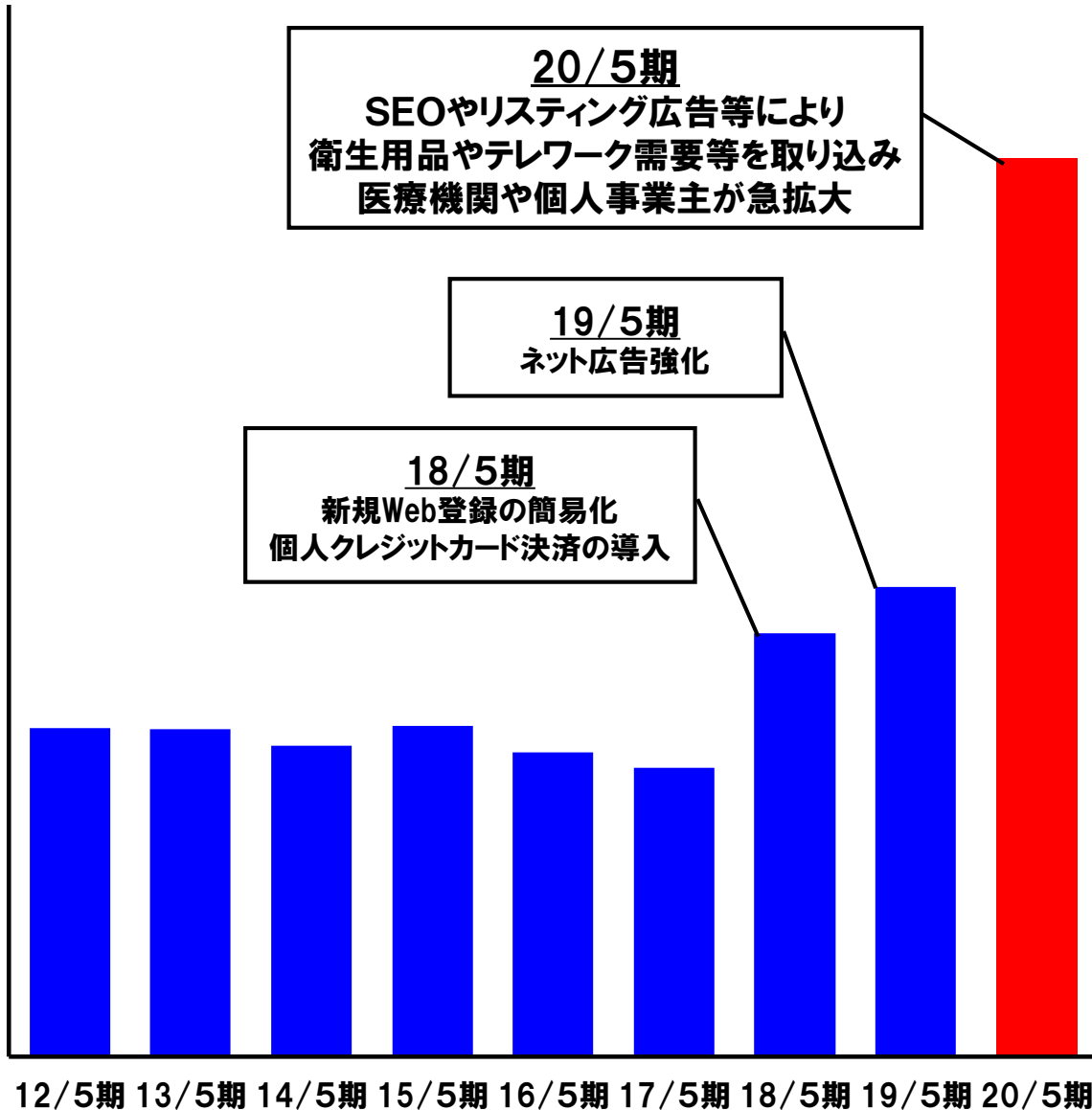
(実績)

(実績)

(計画)

新規お客様数拡大

(件) アスクルWebサイト 新規お客様登録数



お客様基盤の拡大による
さらなるビッグデータ蓄積



1 to 1マーケティング
加速

(仮称)ASKUL新東京センター

関東エリアの中核となるBtoBの新物流拠点



新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け
さらなる高度自動化を検討

他センターの在庫を一部集約


**東日本エリアの
在庫アイテム数拡大**

所在地： 東京都江戸川区臨海町

竣工予定：2021年8月

稼働開始：2022年7月

賃借面積(計画)：約58,000 m²

A hand is shown holding a glowing globe of the Earth. The globe is surrounded by several circular icons connected by lines, representing various aspects of sustainability and business: a sun, a leaf with a water drop, a recycling symbol, a flame, a corn cob, and a gear. The background is a soft-focus green, suggesting nature or a forest.

**働く人のライフラインとして
全ての仕事場に
信頼されるサービスを提供する**

付 録

環境の取組み

アスクル環境方針

「お客様のために進化する」という企業理念のもと、持続可能な社会の実現に向け、お客様、社会、地球環境にとって、「最適」で「ローコスト」なエコプラットフォームを構築していきます

脱炭素

●「2030 CO₂ゼロチャレンジ」
2030年までに事業所および配送で排出されるCO₂をゼロにする

●「RE100」
2030年までに、グループ全体での再生可能エネルギー利用率を100%に21年5月期中に34%を実現

●「EV100」
2030年までに、ASKUL LOGISTが所有・使用する配送車両を100%電気自動車に



資源循環

●「1 box for 2trees」
オリジナルコピー用紙1箱の購入で、原材料の2倍となるユーカリの木2本の植林を確認



●返品による商品廃棄の削減
✓ 廃棄処分につながる返品の削減
✓ 返品された商品の良品化
✓ 「わけあり品」としてお買い得価格で販売

●カタログ・ダンボール・紙袋回収

●トナー・カートリッジの回収・リサイクル

環境に配慮した商品開発・調達

●オリジナル商品の環境対応
品質やデザインだけでなく、環境にも配慮したオリジナル商品開発



●脱プラスチック商品の品揃え



ステークホルダーとの環境コミュニケーション

●環境活動報告



●サステナビリティハンドブック



環境の取組み



「気候変動Aリスト」企業とは、国際的な環境非営利団体CDPより、最高評価の企業として選定されるもの。気候変動に対する取り組みとその情報開示において特に優れた活動を行っている企業に与えられる

2020年「気候変動Aリスト」企業に選定



「エコファースト企業」は、地球温暖化対策、廃棄物・リサイクル対策など、環境保全に関する取り組みが、「先進的、独自のかつ業界をリードするような事業活動」を行う企業として環境大臣から受ける認定

2019年「TCFD提言」への賛同表明



「(SBT: Science Based Targets)」は、温室効果ガス排出削減目標を、パリ協定が目指す「2℃目標(2℃よりも十分低く保ち、1.5℃に抑える努力)」の達成に科学的に根拠ある水準の目標とすることに対して、国際的イニシアチブである「Science Based Targets」から取得する認定

「TCFD提言」は、「気候関連財務情報開示タスクフォース(「TCFD」)」による気候変動がもたらすリスクおよび機会の財務的影響を把握し開示することを目的とした自主的な情報開示のあり方に関する国際的な提言

2018年「エコファースト企業」「SBT」認定取得



国連グローバル・コンパクト(UNGC)は、各企業・団体が責任ある創造的なリーダーシップを発揮することによって、社会の良き一員として行動し、持続可能な成長を実現するための世界的な枠組み作りに参加する自発的な取り組み

2016年「国連グローバル・コンパクト」署名

2016年「2030年CO2ゼロチャレンジ」発表、RE100・EV100加盟



「RE100」は、事業運営を100%再生可能エネルギーで調達することを目標に掲げる企業が参加する国際ビジネスイニシアチブ



「EV100」は、事業運営に関係する車両をすべて電気自動車に転換することを目標に掲げる企業が参加する国際ビジネスイニシアチブ

2013年 環境中期目標策定

2003年 アスクル環境方針策定

社会への取り組み

働く仲間とともに

- ダイバーシティ経営
「アスクルのダイバーシティ宣言」(2015年)
 - 多様な人材の活用
女性の活躍推進、女性管理職比率の向上
 - 多様な働き方の促進
介護休業・介護短時間勤務制度
テレワーク制度、フレックスタイム制度等



- ASKUL LOGIST 物流センターにおける昼食の無償提供
アスクルで働く人たちが心身共に健康な状態であることが大切
- ASKUL LOGIST ALP福岡における地域社会と連携した障がい者雇用の取り組み
障がい者雇用率 17.2%、法定雇用率2.2%
(2020年1月30日現在)



お客様とともに

- お客様の声から始まる改善活動
 - お客様の声の共有と、対応状況のリアルタイム共有
 - 「お客様満足度向上委員会」の運営
CEOを委員長とする、お客様の声を起点としたPDCA活動

- ASKUL CS Weekの取り組み
お客様対応に携わるコンシェルジュ・サービス・コミュニケーター(CSC)のモチベーション向上・相互コミュニケーション促進の取り組み
お客様からお礼の言葉を多くいただいたCSCに対する表彰式や、目指すべきロールモデルを示す「スーパーコミュニケーター」の認定賞授与式、永年勤続表彰なども実施

お取引先様との取り組み

- サプライチェーンCSR調査
「消費者問題」、「環境への取り組み」、「労働慣行」などについて、サプライヤーの企業としての取り組み状況を調査し、積極的なコミュニケーションを図る

- 「ホワイト物流」推進運動への賛同・自主行動宣言
トラック運転者不足対応し、「トラック輸送の生産性の向上・物流の効率化」や「女性や60代以上の運転者等も働きやすい、より『ホワイト』な労働環境の実現」に取り組む運動

社会貢献活動

- 社会貢献紙コップ
売上の一部が災害時の被災者支援活動、「ピンクリボン活動(乳がん検診の啓発)」支援、「子供地球基金」の活動を支援する寄付金として支払われる



- 東日本大震災復興 教育支援
製造メーカーと共同で、対象のアスクルオリジナルデザイン商品の売上の1%を、東北三県の教育関連施設に対して設備・教材備品を寄贈することで役立てる



20/5期 品目別売上高

単体

(億円)	19/5期		20/5期	
		前期比 %		前期比 %
OA・PC	968	101.9	982	101.5
文具	446	100.8	438	98.2
生活用品	1,172	112.0	1,193	101.8
ファニチャー	228	100.2	218	95.6
MRO	326	108.2	351	107.7
その他 (メディカル等)	264	117.4	305	115.8
合計	3,406	106.6	3,491	102.5

注力品目が
成長を牽引

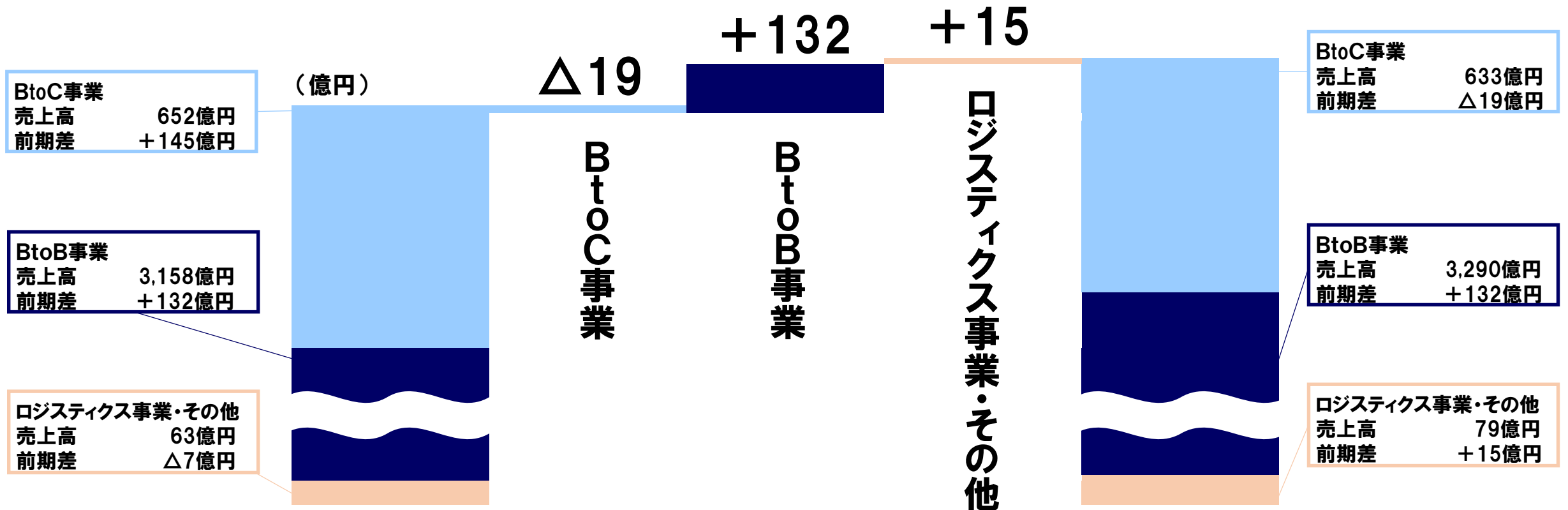
20/5期 連結売上高の増加要因

19/5期（実績）

売上高 3,874億円
 前期差 +270億円
 前期比 107.5%

20/5期（実績）

売上高 4,003億円
 前期差 +129億円
 前期比 103.3%



20/5期 連結営業利益の増減要因

19/5期（実績）

売上高前期比	107.5%
売上総利益率	23.6%
販管費比率	22.5%

20/5期（実績）

売上高前期比	103.3%
売上総利益率	23.9%
販管費比率	21.7%

+1

ロジスティクス事業・その他

+29

BtoC事業

+12

BtoB事業

45

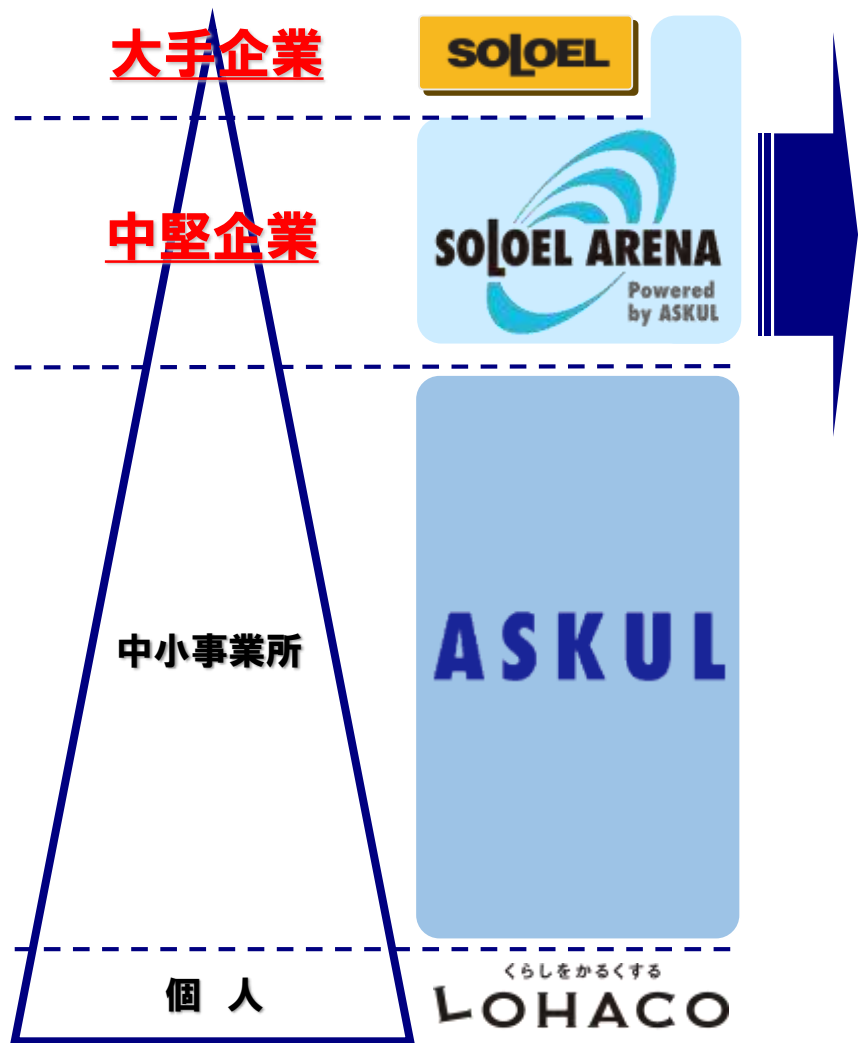
（億円）

19/5期 営業利益
（実績） 45億円

88

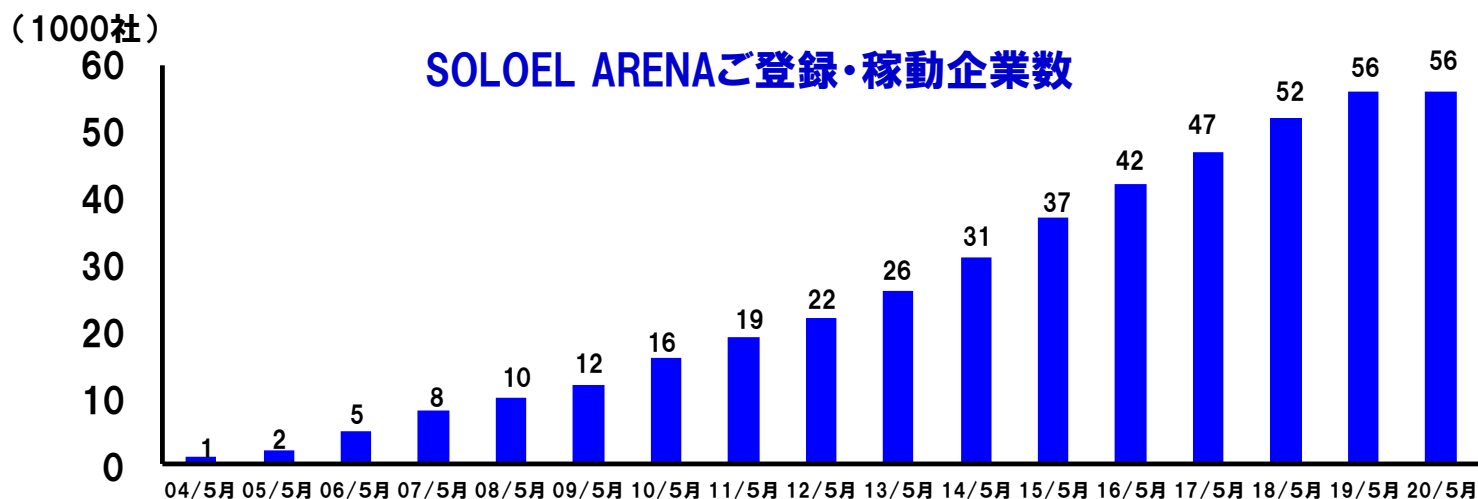
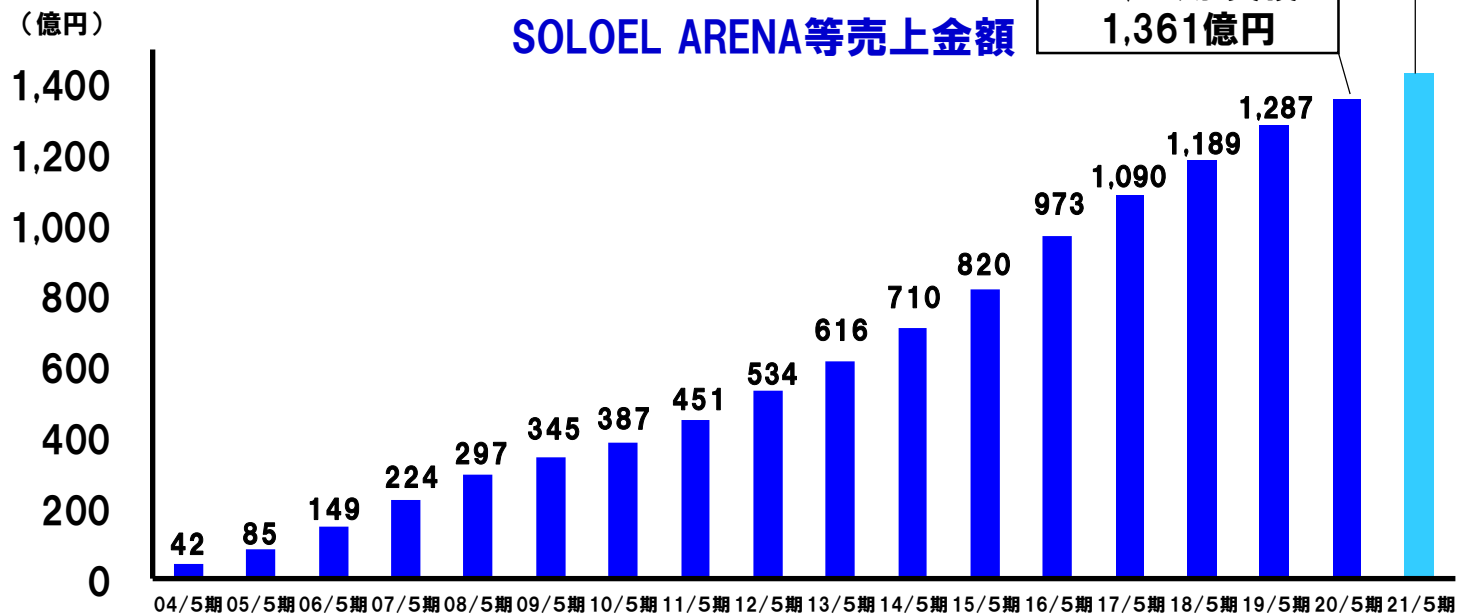
20/5期 営業利益
（実績） 88億円

SOLOEL ARENA 着実に拡大



21/5期 計画 1,435億円
前期比105.4%

20/5期 実績
1,361億円



20/5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 956億円 前期差 +40億円

売上総利益率 23.9% 前期差 +0.3pt

➤ 主にLOHACO事業における売上総利益率の改善

販管費 868億円 前期差 △2億円

販管費比率 21.7% 前期差 △0.8pt

➤ 主に配送コスト削減によるLOHACO事業の変動費比率改善

＜販管費の前年同期差の主な内訳＞

- 配送運賃 **△8億円**
- 減価償却費 **△5億円**
- 人件費 **+4億円**
- ソフトウェア償却費 **+4億円**

20/5期 連結 設備投資

設備投資額 54億円(年間計画 74億円)

設備増設関連(AVC関西へのロボット導入等) 12.3億円

新商品データベース等 4.1億円

孺恋銘水 製造ライン新設 3.4億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 53億円(年間計画 56億円)

投資詳細

(単位:百万円)

科目名	19/5期	20/5期	
	金額	金額	前期比
【設備投資額】	6,042	5,486	△9.2%
有形固定資産	2,759	2,545	△7.8%
無形固定資産	3,282	2,940	△10.4%
建設仮勘定(注2)	50	461	+814.0%
ソフトウェア仮勘定(注2)	1,221	1,116	△8.6%

(注1) 設備投資額は当該期間の発生ベース額にて記載しております

(注2) 建設仮勘定およびソフトウェア仮勘定は当該(四半)期末残高を記載し、一部消費税等を含んでおります

20/5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

	19/5期	20/5期	前期差
インターネット経由	83.5%	84.5%	+1.0ポイント
上記以外	16.5%	15.5%	△1.0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)

	19/5期 5月度	20/5期 5月度	前年同月度差
オリジナル商品数	9,157	9,901	+744
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	29.2% (36.4%)	26.2% (34.2%)	△3.0ポイント (△2.2ポイント)

(注1) 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

(注2) オリジナル商品数にはアスクルでの限定販売商品を含みます。またカタログ掲載だけでなくインターネットのみの掲載商品も含め算出しております

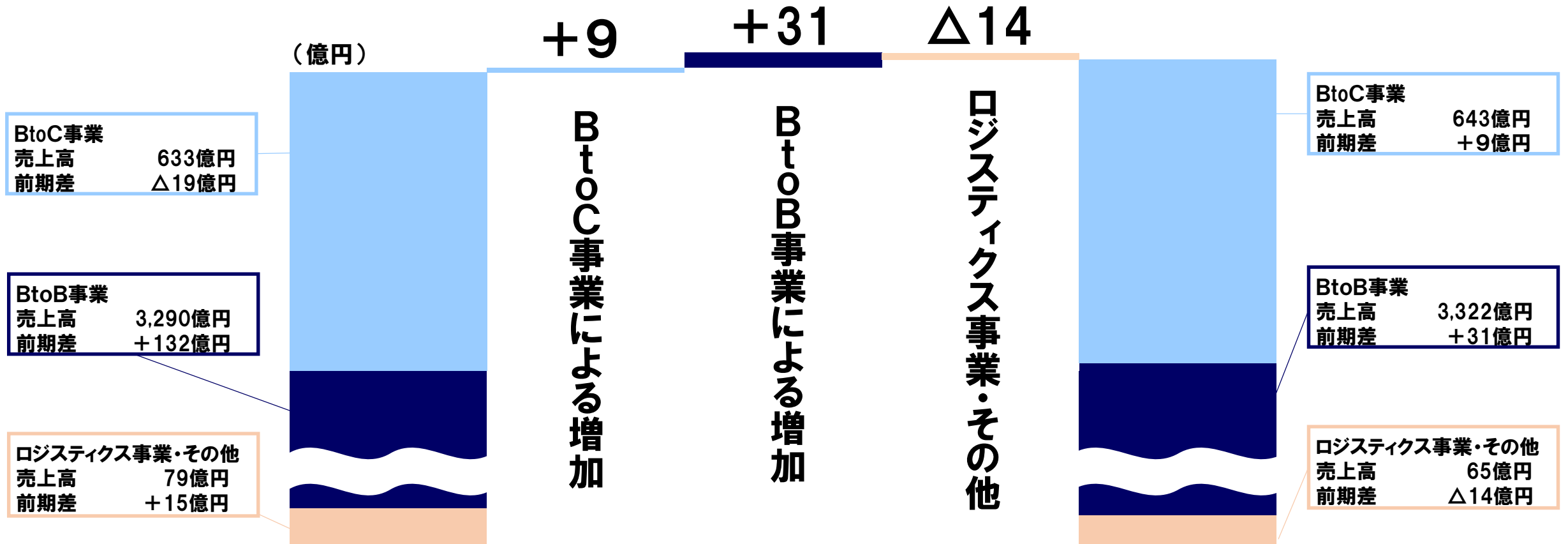
(注3) オリジナル商品売上高構成比はオリジナル・コピーペーパーを含めて算出しております

(注4) 18/5期4QよりBtoB事業のオリジナル商品売上高構成比はBtoB事業の在庫売上高を分母に算出しております

21/5期 連結売上高(計画)の増加要因

20/5期(実績)
 売上高 4,003億円
 前期差 +129億円
 前期比 103.3%

21/5期(計画)
 売上高 4,030億円
 前期差 +27億円
 前期比 100.7%



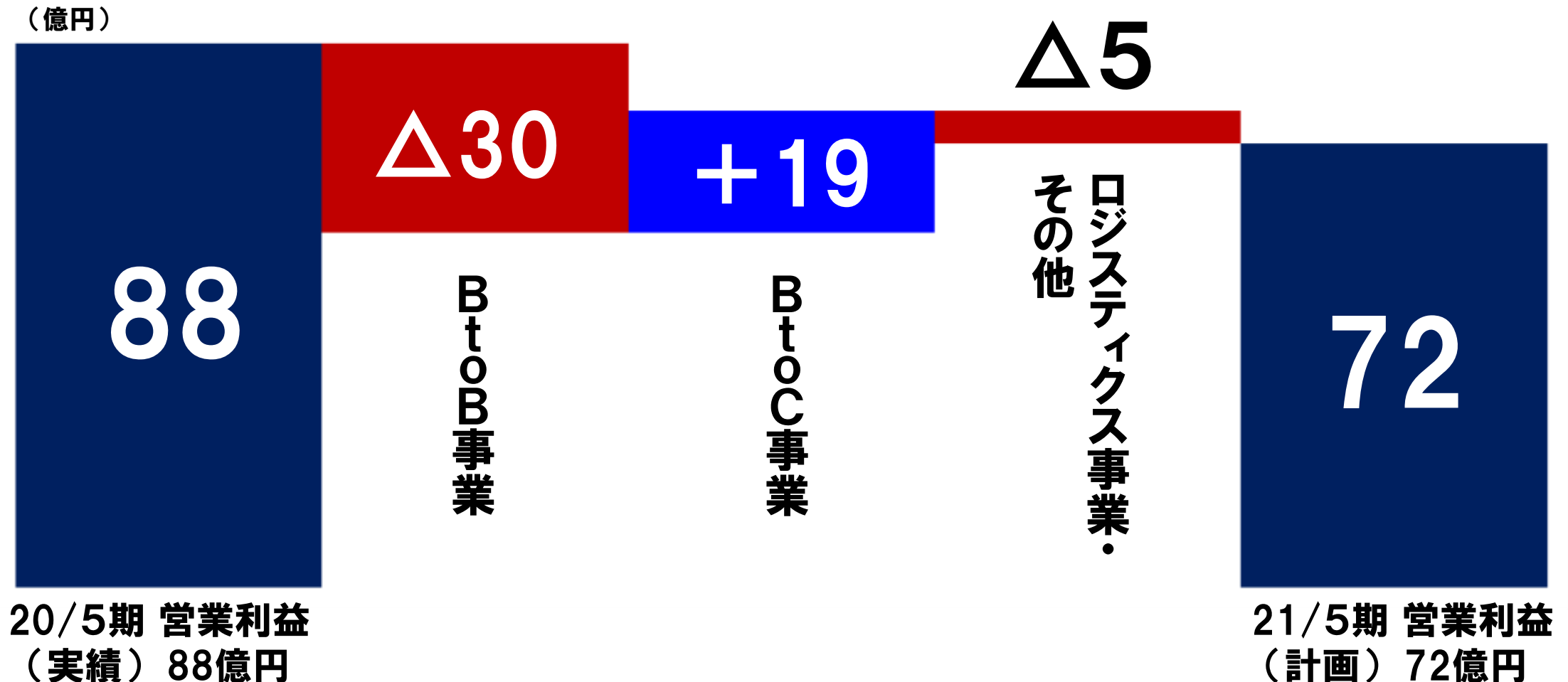
21/5期 連結営業利益(計画)の増減要因

20/5期(実績)

売上高前期比	103.3%
売上総利益率	23.9%
販管費比率	21.7%

21/5期(計画)

売上高前期比	100.7%
売上総利益率	24.2%
販管費比率	22.4%



21/5期 連結 設備投資(計画)

設備投資 118億円

【主な内訳】

- ・ (仮称)ASKUL新東京センター関連 34億円
- ・ ASKUL三芳センター関連 15億円
- ・ 孺恋銘水設備 14億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 57億円 (前期差+4億円)

ASKUL 三芳センター

東日本のロジスティクス事業の拠点



3PL事業

流通企業やメーカーの物流を受託

21/5期

上期：稼働前のため空家賃が発生

下期：株式会社良品計画を中心に稼働開始
(無印良品ECの出荷センターとして活用)

所在地：埼玉県入間郡三芳町上富1163番地

稼働予定：2020年9月

賃借面積：約69,000m²

