

2021年7月2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 C E O 吉 岡 晃
(コード番号:2678 東証一部)
問 合 せ 先
役 職 ・ 氏 名 取 締 役 C F O 玉 井 継 尋
TEL 03-4330-5130

「2021年5月期 連結業績概要」のお知らせ

「2021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「2021年5月期 連結業績概要」をお知らせいたします。

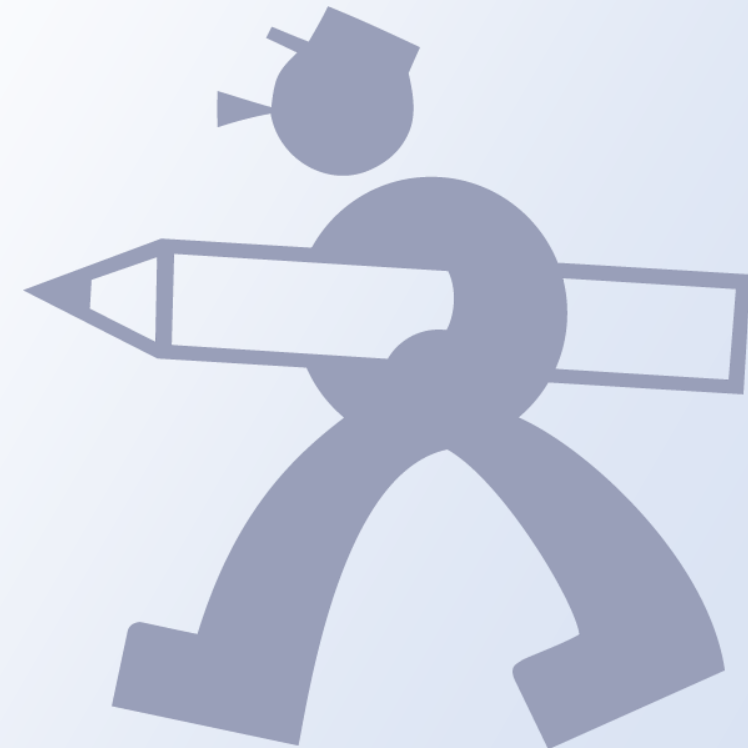
なお、本資料には、当社の現在の計画や業績の見通しなどが含まれております。これら将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当社が計画・予想したものであります。実際の業績などは、今後の様々な条件・要素によりこの計画などとは異なる場合があります、本資料はその実現を確約、保証するものではありません。

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ん。

以 上

2021年5月期決算概要

2021年7月2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。「PJ Trylion(プロジェクト・トライオン)」とは、中小事業所向けサイトと中堅・大企業向けサイトを統合し新アスクルWebサイトを構築するプロジェクトであり、その名称には「売上高1兆円にトライする」の意味が込められています。

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」、デマンド・マネジメント・センターを「DMC」、デジタル・トランスフォーメーションを「DX」、と省略して記載することがございます。ASKUL東京DCの「DC」とは、Distribution Centerの略称です。

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。



21/5期 過去最高売上、利益は過去最高を大幅更新

- BtoBはオフィス用品の落ち込みを感染対策商品でカバー
- LOHACOは利益計画の達成に加え再成長の兆し

22/5期 中期経営計画実現に向けた足固めの年

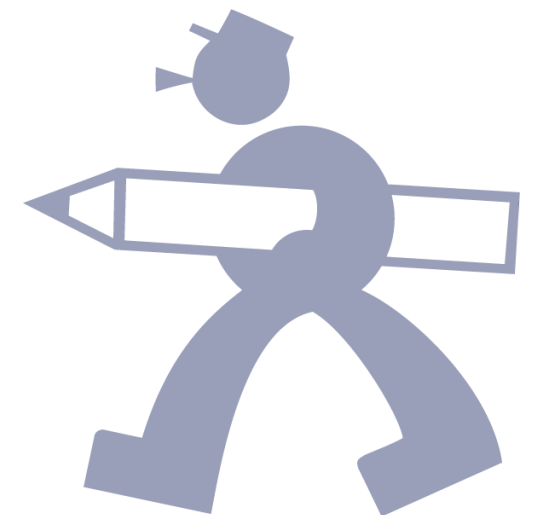
- ASKUL東京DC※1、新アスクルWebサイト※2、商材・商品情報拡充等にコスト投下
- LOHACOとロジスティクス事業の改善で営業利益は前期並みを目指す

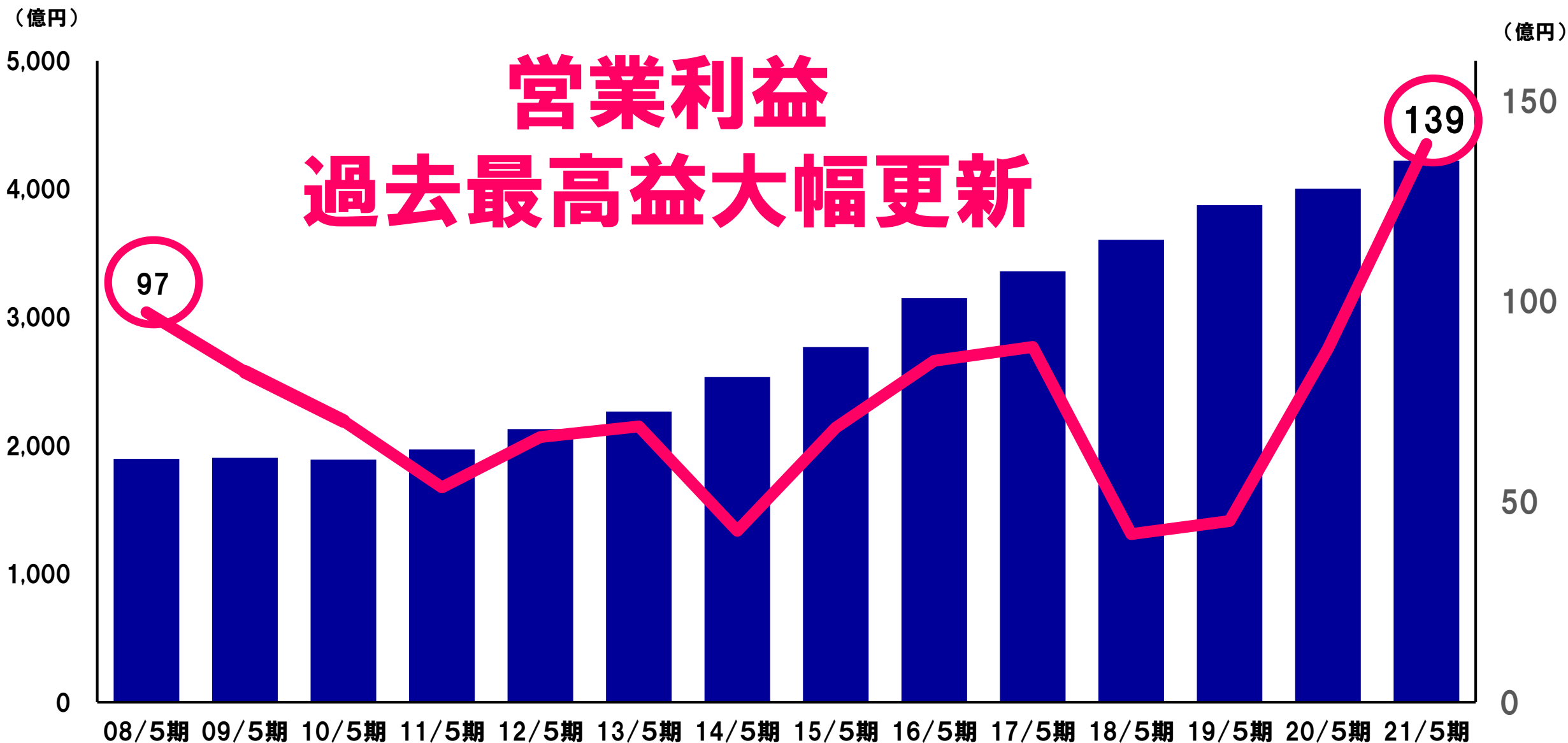
※1 仮)ASKUL新東京センターの正式名称

※2 PJ Trylionによってオープンする新サイト

I 21年5月期通期実績

II 22年5月期通期業績見通し





■売上高 ■営業利益

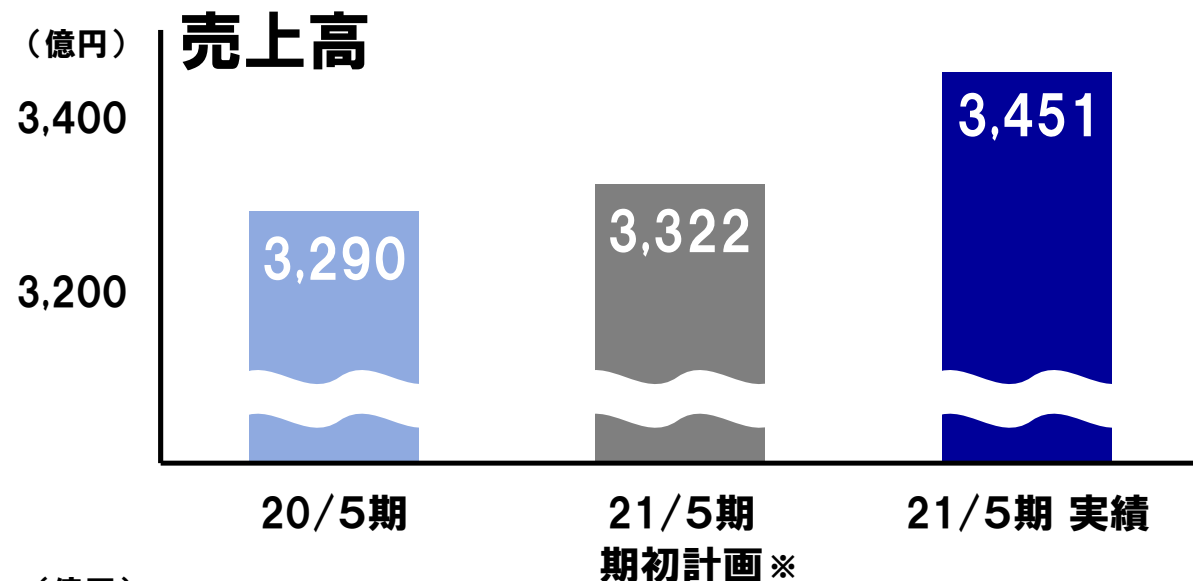
21/5期 通期業績

連結



(百万円)	20/5期 通期		21/5期 通期				
	実績	売上高 比率 %	計画	実績	売上高 比率 %	計画比 %	前期比 %
売上高	400,376	100.0	416,000	422,151	100.0	101.5	105.4
売上総利益	95,683	23.9	103,500	104,378	24.7	100.8	109.1
販売費及び 一般管理費	86,862	21.7	90,500	90,455	21.4	100.0	104.1
営業利益	8,821	2.2	13,000	13,923	3.3	107.1	157.8
経常利益	8,656	2.2	12,900	13,850	3.3	107.4	160.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,652	1.4	7,000	7,758	1.8	110.8	137.2

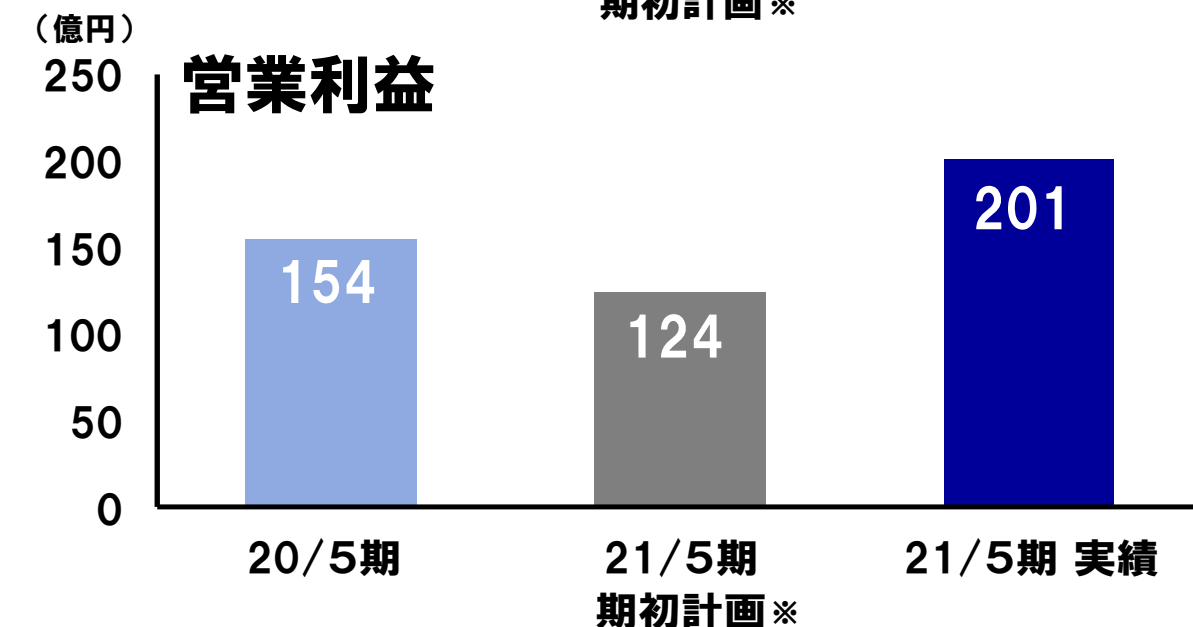
- 売上高 前期比105.4%
過去最高更新
- 売上総利益率
前期差+0.8pt
- 営業利益・経常利益
当期純利益
過去最高益大幅更新



➤ 売上高

前期比 104.9%

感染対策商品の伸長に加え、
オフィス用品需要が回復

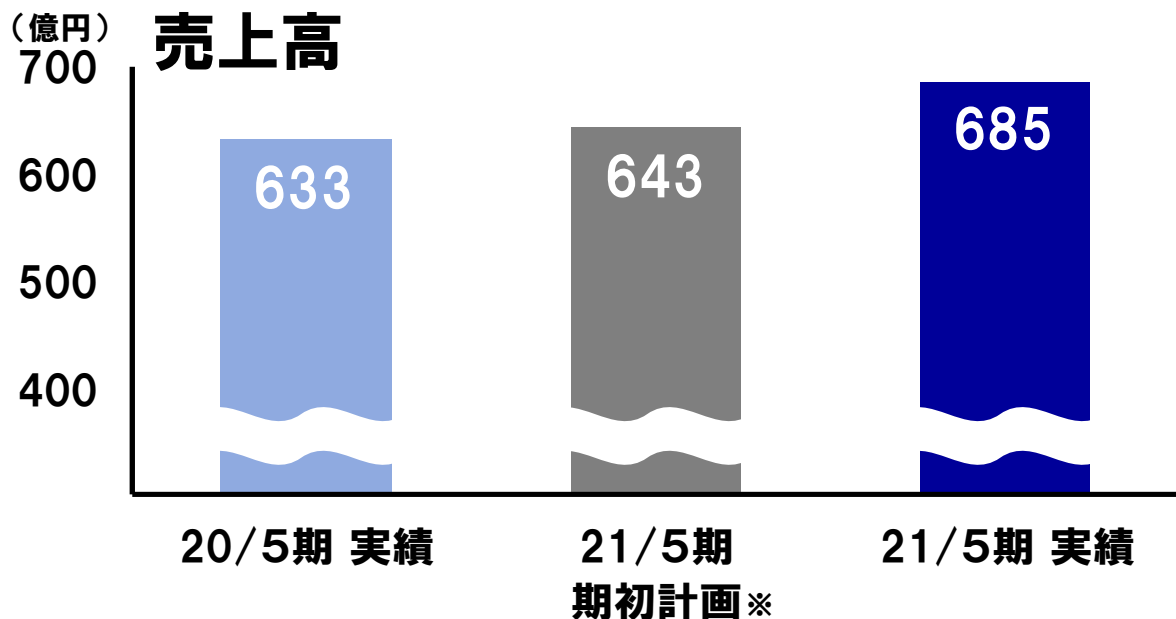


➤ 営業利益

前期比 129.7%

好調な売上総利益率に加え、
物流費比率の改善により増益

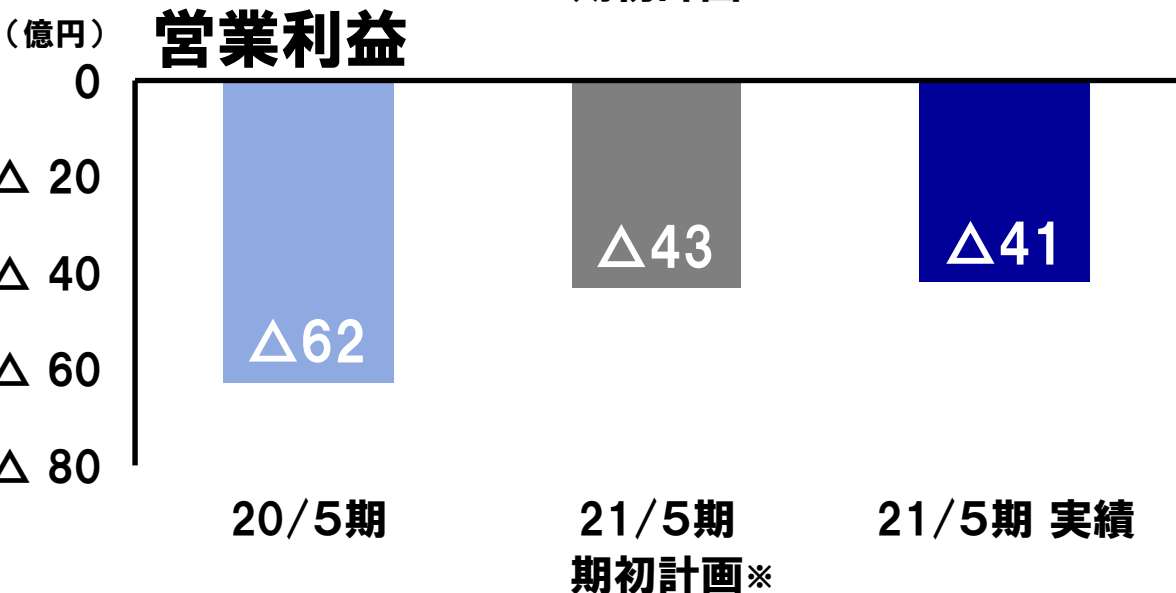
※2020年7月10日公表計画値



➤ 売上高

前期比 108.3%

ソフトバンク・ヤフーとの
連携強化により成長加速



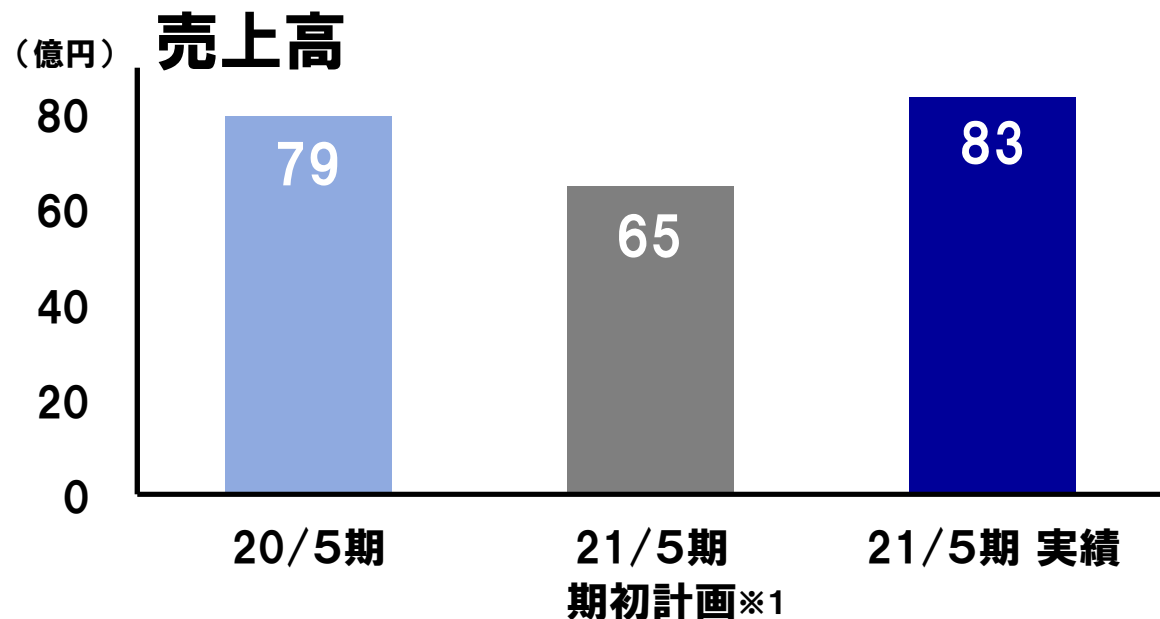
➤ 営業利益

前期差 +20億円

売上総利益率の向上と
固定費削減で利益計画達成

(LOHACO : 売上総利益率1.7pt・固定費9.4億円改善)

※2020年7月10日公表計画値

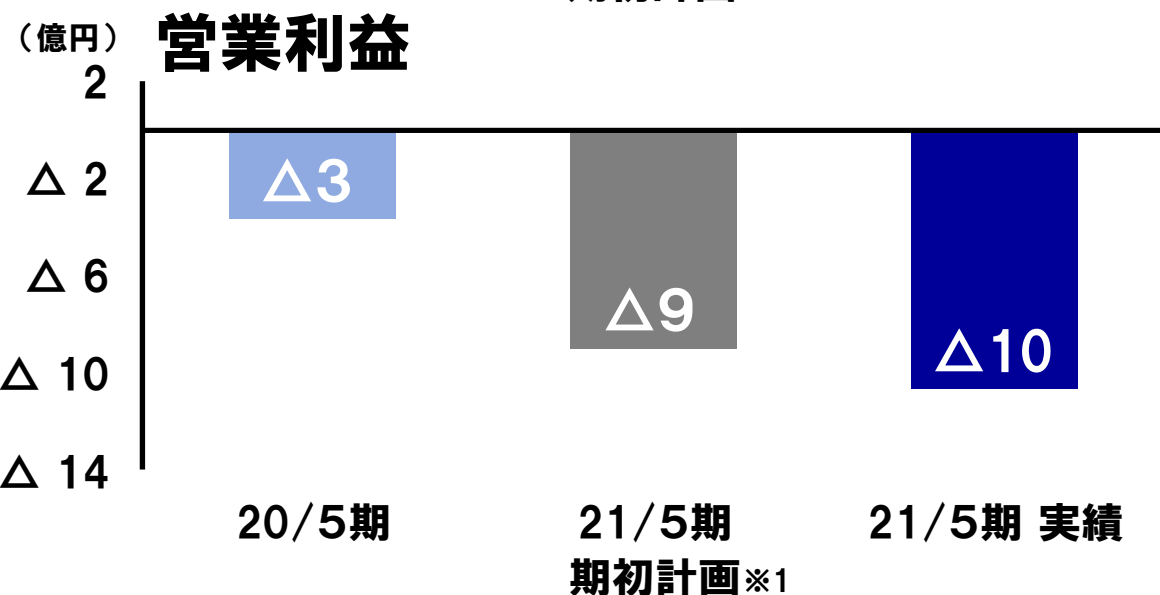


➤ 売上高

前期差 +4億円

西湘運輸^{※2}の連結効果

3PL事業の伸長



➤ 営業利益

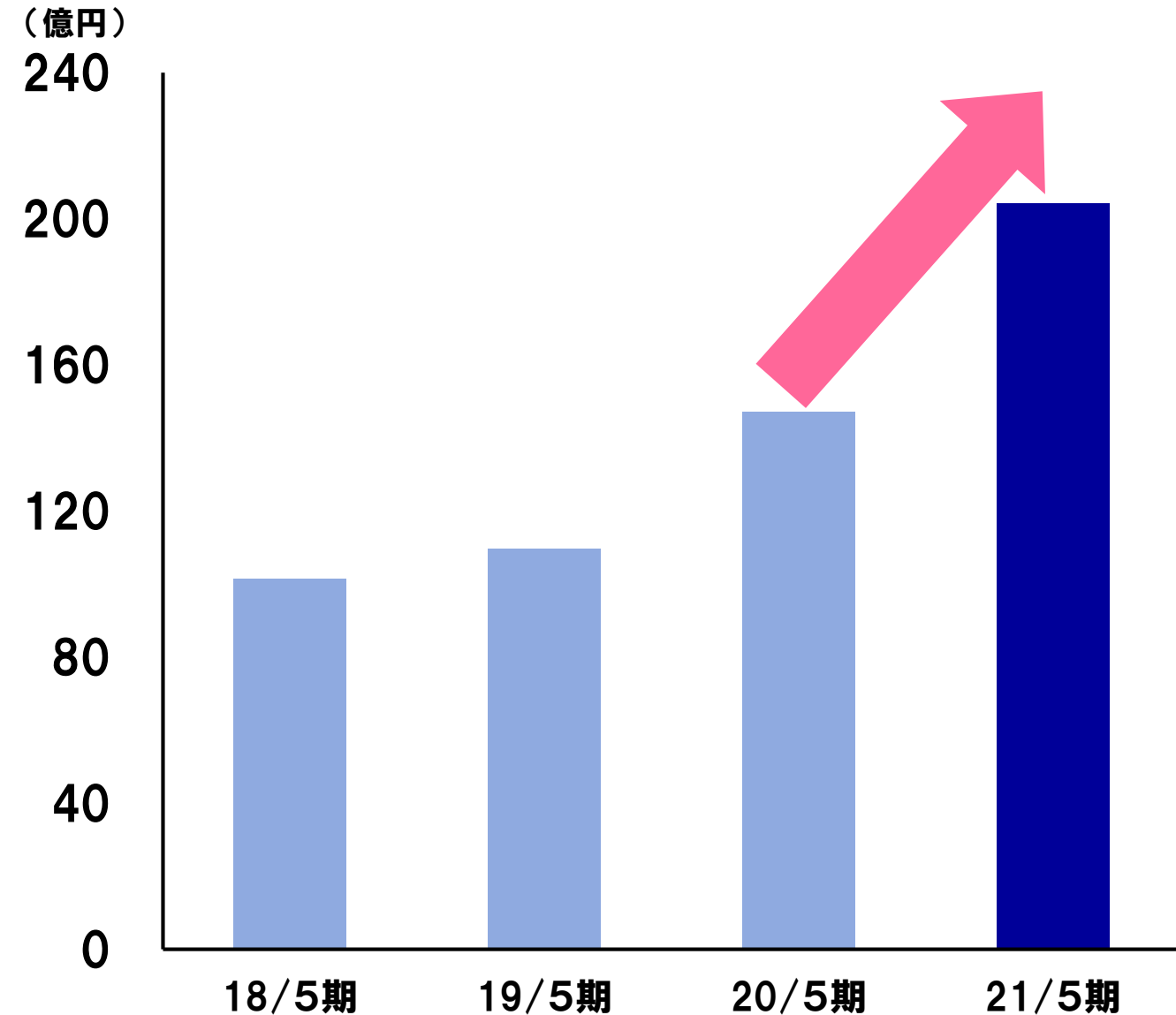
前期差 Δ6億円

三芳センター立上げコスト影響

22/5期は赤字解消へ

※1 2020年7月10日公表計画値

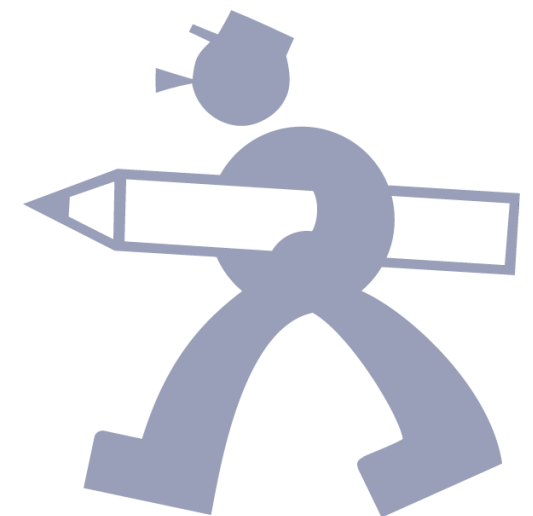
※2 2020年5月1日株式取得により子会社化



過去最高
大幅更新

I 21年5月期通期実績

II 22年5月期通期業績見通し





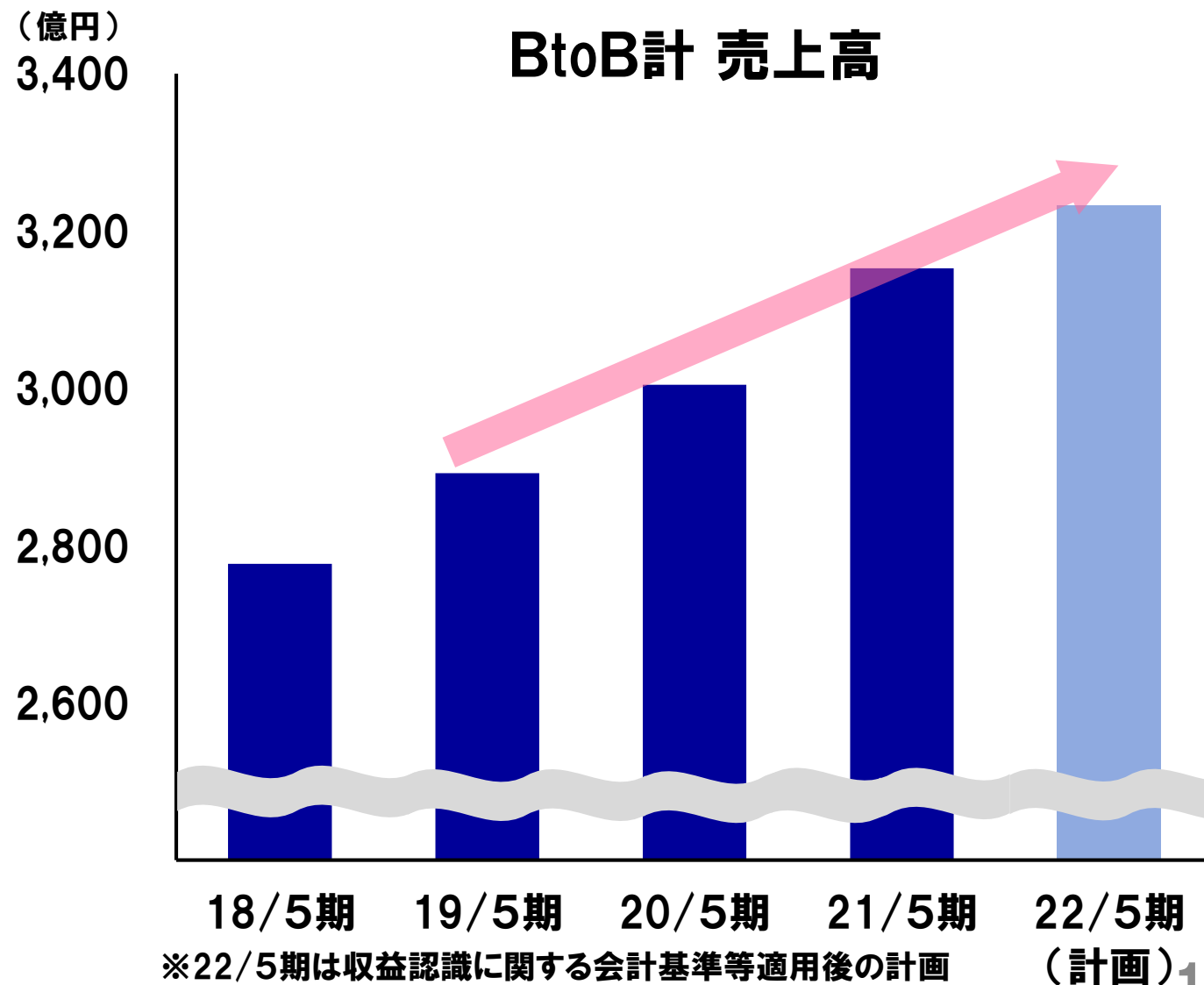
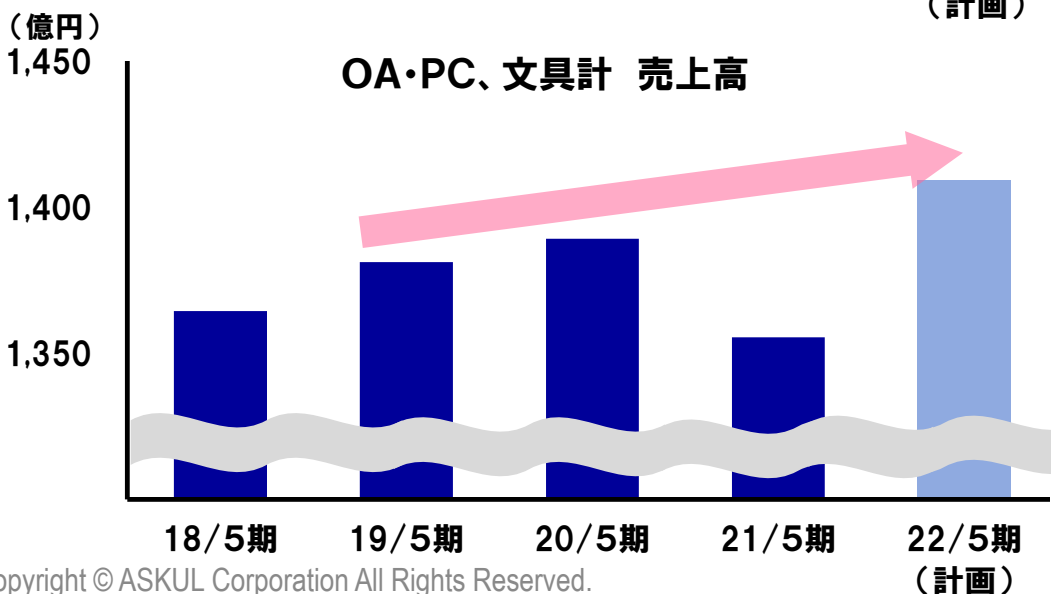
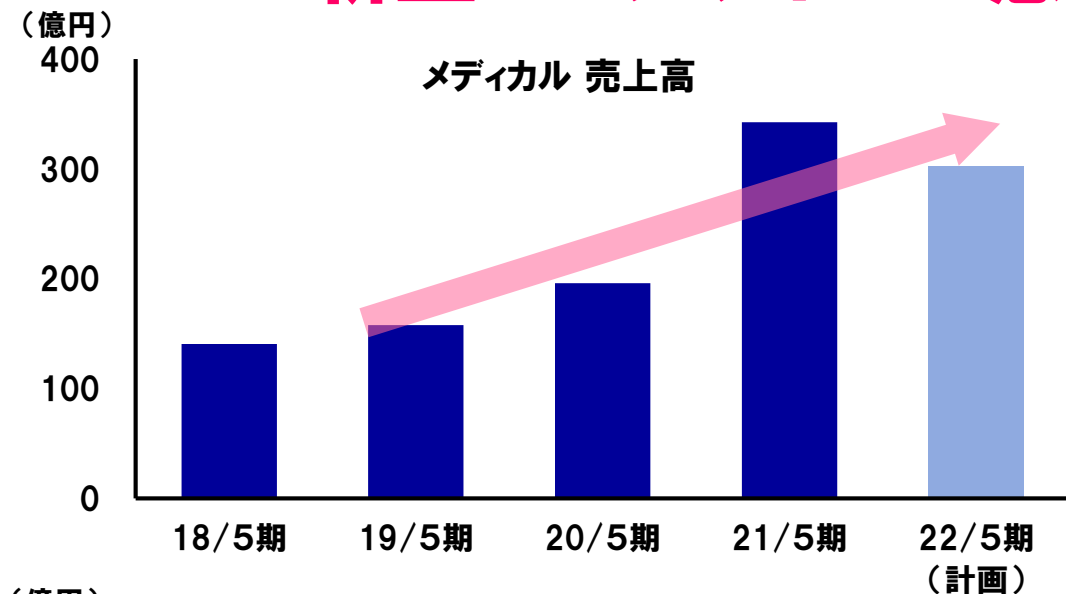
外部環境
前提

前半ウィズコロナ継続 / 後半アフターコロナへ

- ① 感染対策商品の反動減を、オフィス用品の反動増や外部検索からの集客増加(新アスクルWebサイトの一部機能リリース)等によりカバーし増収
- ② LOHACOは23/5期の黒字化以降の成長に向けて、販促費を増加しつつ収益改善、ロジスティクス事業等は赤字解消へ
- ③ 中期経営計画の実現に向けて積極的にコスト投下しつつ、前期並みの利益を目指す

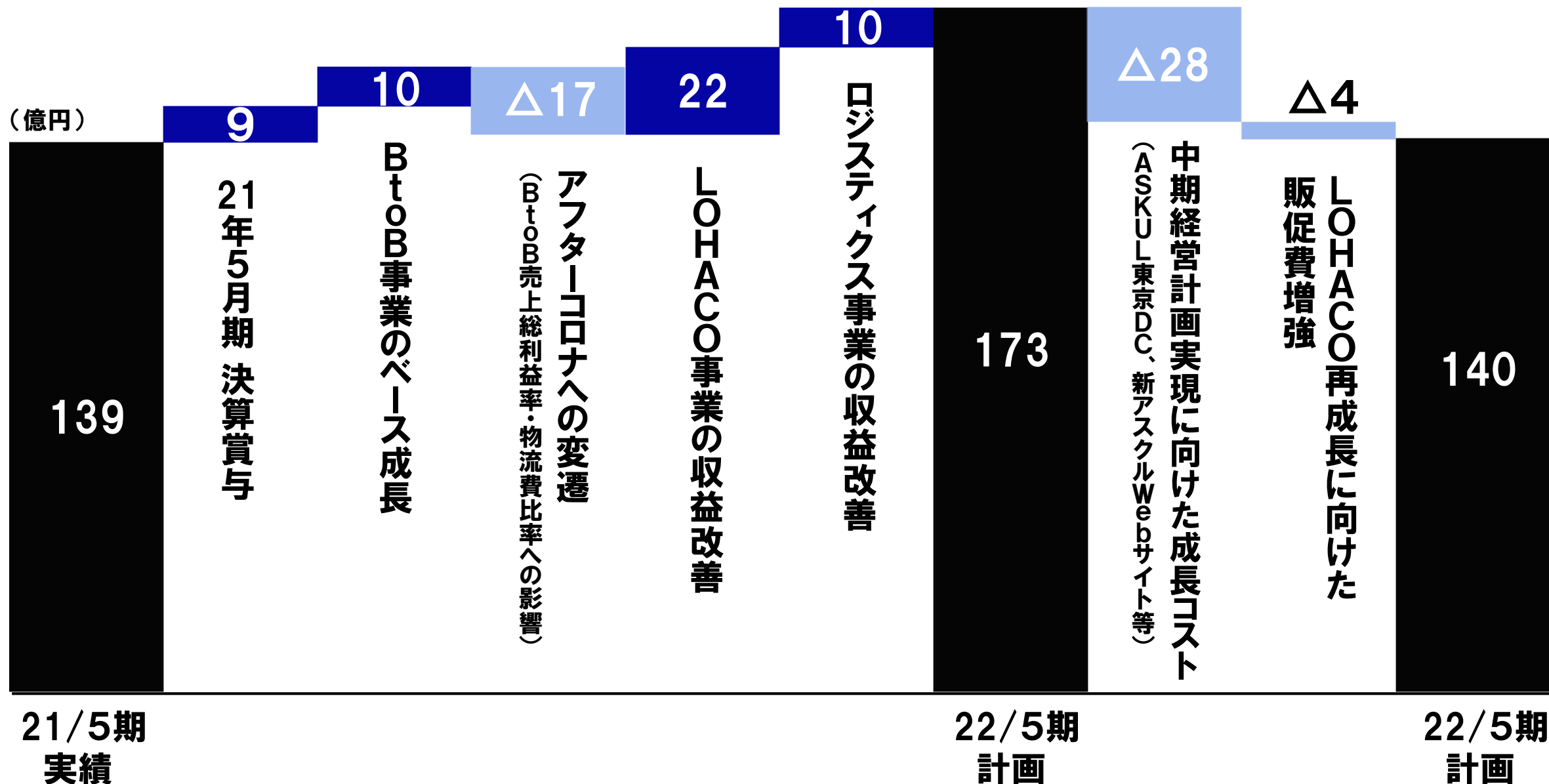


新型コロナウイルス感染症拡大以前の成長トレンドへ



22/5期 営業利益見通し

連結



22/5期 業績の見通し【事業別】

連結



(億円)		21/5期		22/5期		
		実績	参考値※	計画	前期比 %	参考値※ %
売上高	BtoB事業	3,451	3,411	3,513	101.8	103.0
	LOHACO	528	520	545	103.1	104.7
	BtoC事業(チャーム含む)	685	675	702	102.3	103.9
	eコマース事業	4,137	4,087	4,215	101.9	103.1
	ロジスティクス事業・その他	83	83	85	101.6	101.6
	連結合計	4,221	4,171	4,300	101.9	103.1
営業利益	BtoB事業	201		163	81.1	
	LOHACO	△ 42		△ 25	—	
	BtoC事業(チャーム含む)	△ 41		△ 24	—	
	決算賞与(引当含む)	△ 9		—	—	
	eコマース事業	149		139	92.7	
	ロジスティクス事業・その他	△ 10		0	—	
	連結合計	139		140	100.5	

売上高計画

BtoB事業 前期比101.8%(実質103.0%)

LOHACO 前期比103.1%(実質104.7%)
うち国内 (実質109.0%)

営業利益計画

BtoB事業 163億円(前期比81.1%)
成長コスト28億円投下

LOHACO △25億円(前期差+17億円)
販促費4億円増強

ロジスティクス事業・その他 赤字解消へ

※収益認識に関する会計基準等を適用した場合の参考値

22/5期 業績の見通し

連結



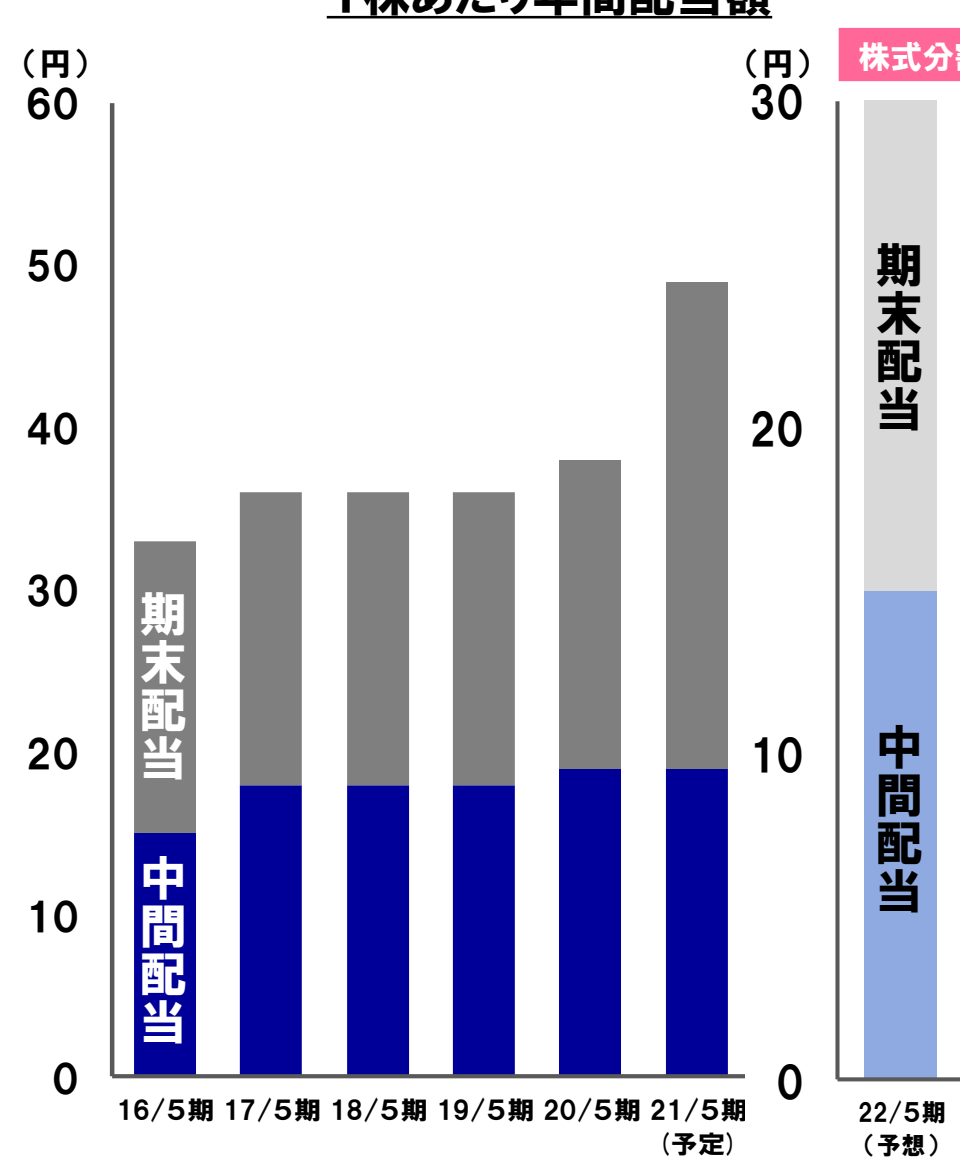
(億円)	21/5期		22/5期		
	実績	売上高 比率 %	計画	売上高 比率 %	前期比 %
売上高	4,221	100.0	4,300	100.0	101.9
売上総利益	1,043	24.7	1,062	24.7	101.7
販売費及び 一般管理費	904	21.4	922	21.4	101.9
営業利益	139	3.3	140	3.3	100.5
経常利益	138	3.3	139	3.2	100.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	77	1.8	90	2.1	116.0

- ✓ 売上高 前期比101.9%
⇒実質103.1%(会計基準変更)
- ✓ 連結全体では
売上総利益率を維持
- ✓ 中期経営計画実現に向け
成長コストを投下
- ✓ 営業利益、経常利益は
21/5期水準を目指す
- ✓ 特損の影響なくなり
当期純利益は増益へ

中期経営計画でさらなる成長ステージへ



1株あたり年間配当額



21/5期 配当(予定・分割前)

⇒1株あたり年間配当金49円(中間19円、期末30円)

年間11円の増配(3Q予想から5円増配)

22/5期 配当(予想・分割後)

⇒1株あたり年間配当金30円(中間15円、期末15円)

年間5.5円の増配(1株を2株とする株式分割を考慮)

利益成長に応じて増配

付 録

BtoB 事業所向け



ASKUL



J.D. パワー 2020年 2021年
法人向け通販サービス顧客満足度調査

総合満足度

2年連続 第 1 位 受賞

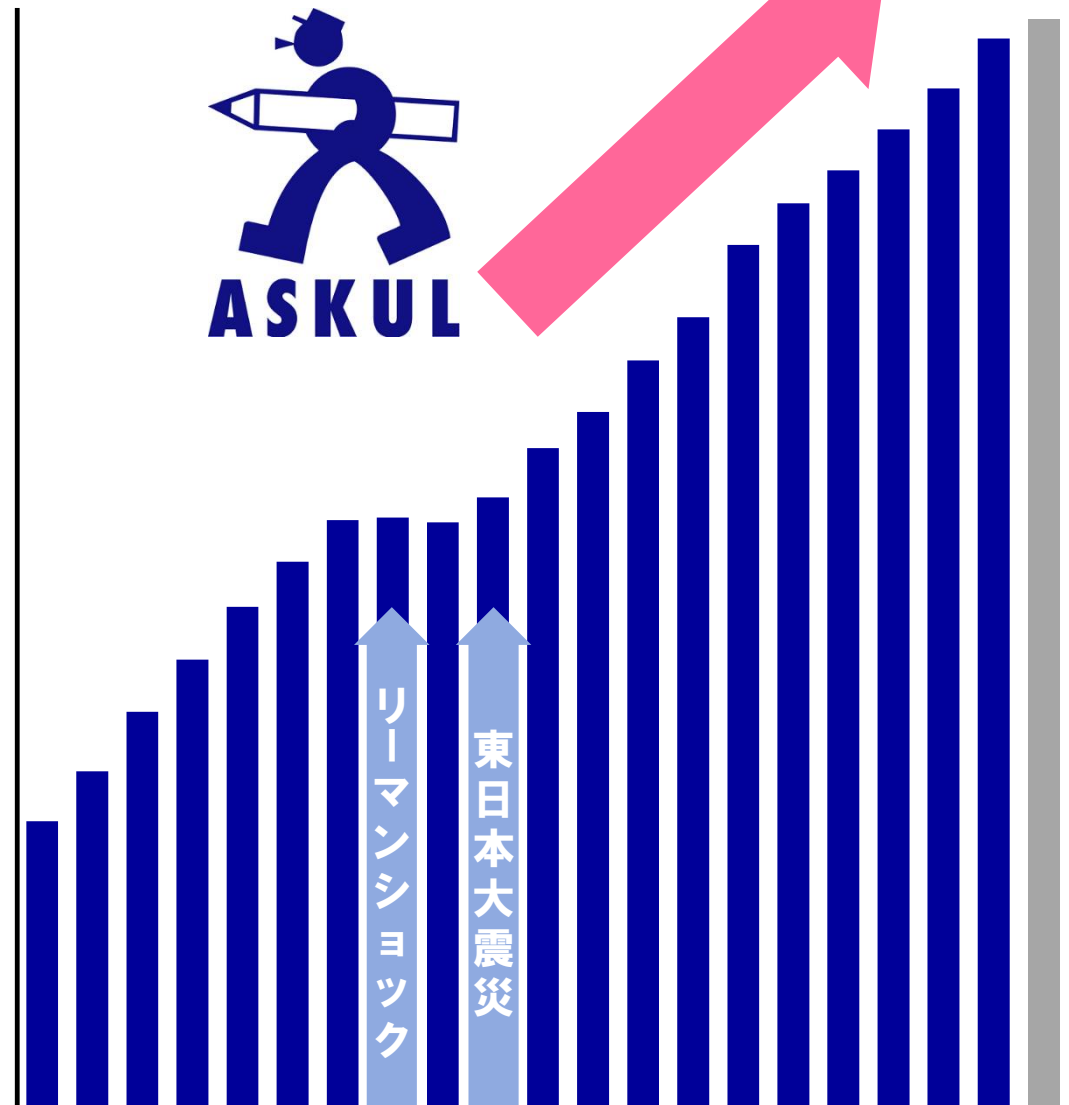


22/5期 計画

3,513億円※



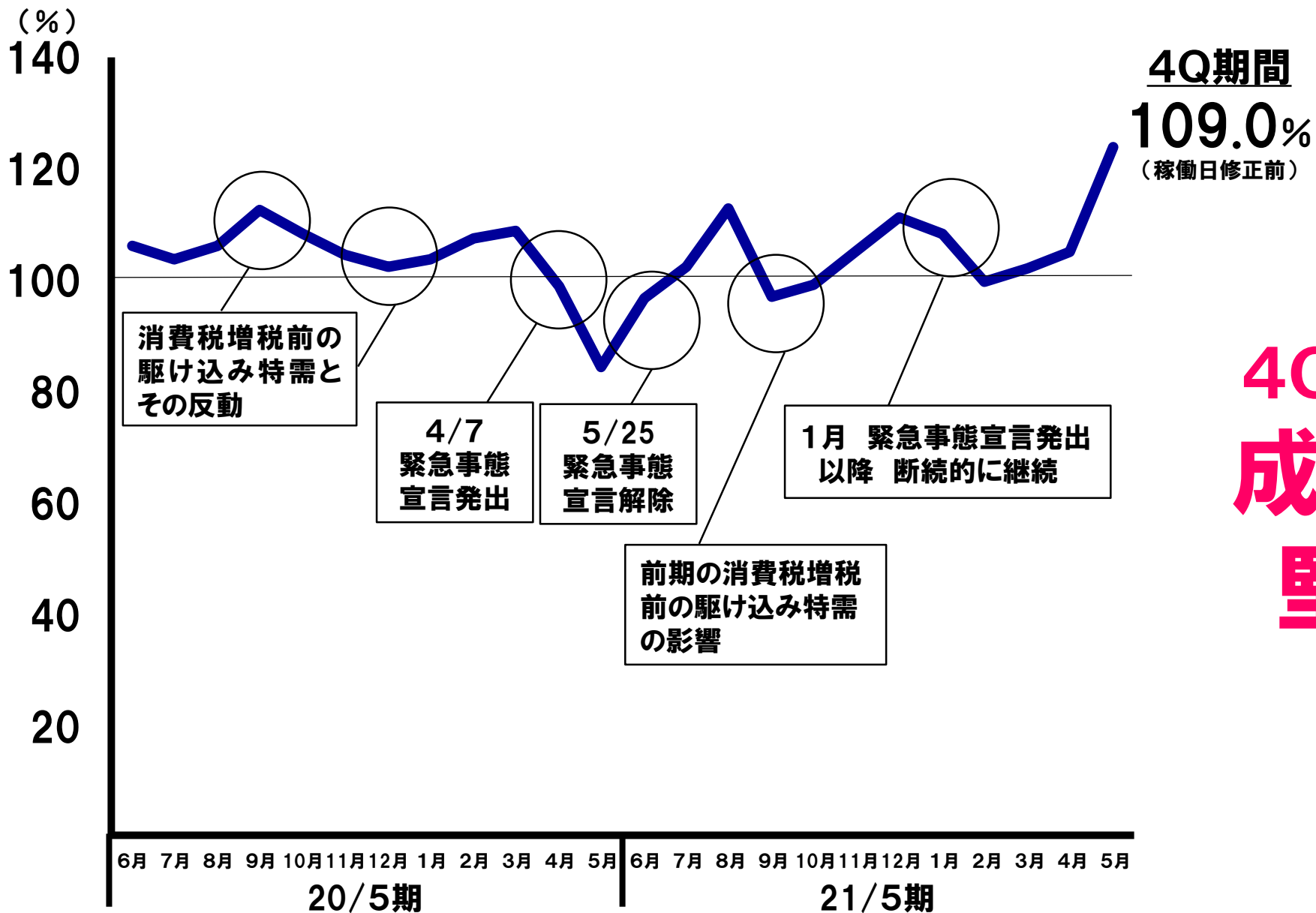
(円)



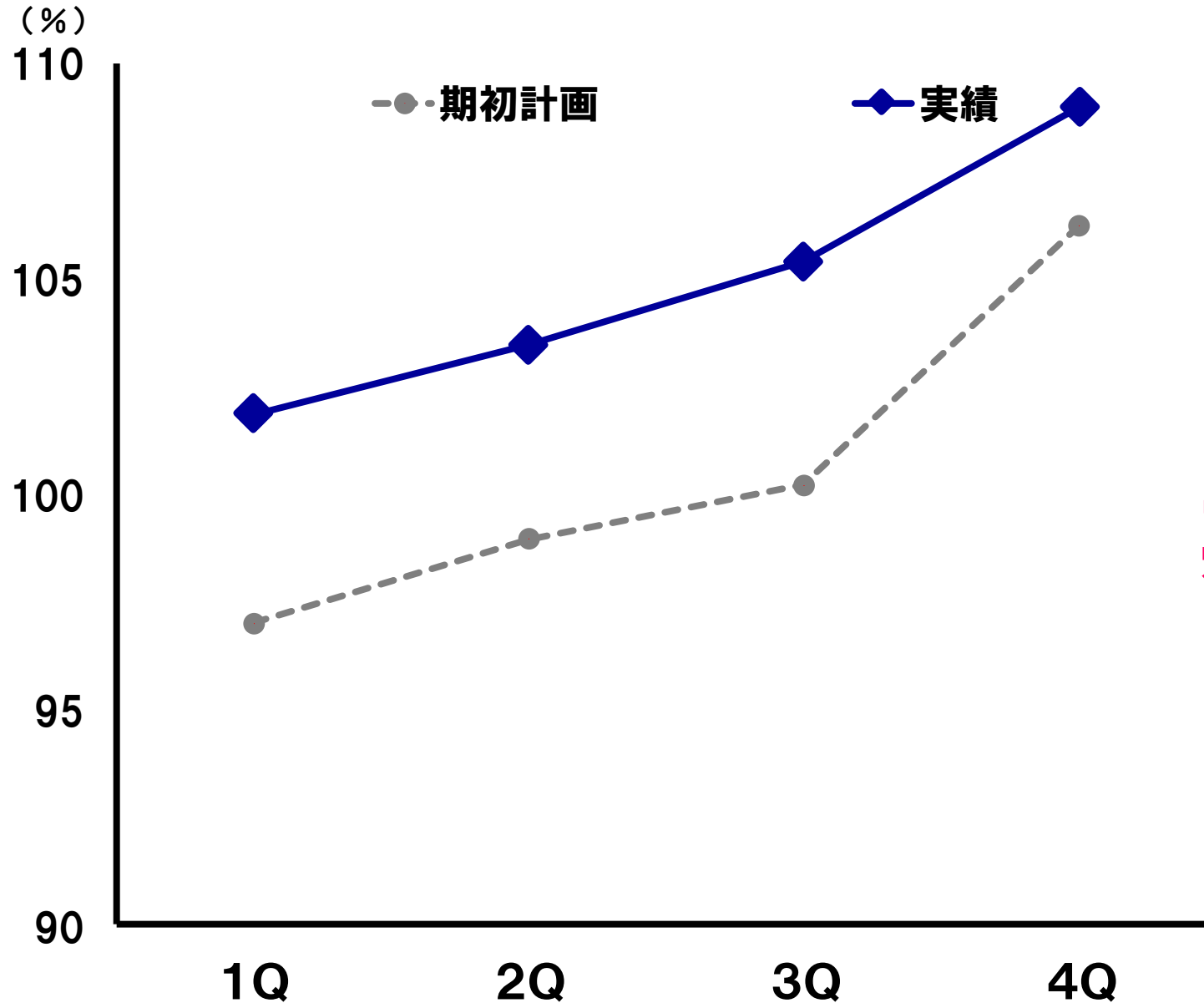
引き続き 着実な成長へ

※収益認識に関する会計基準等を適用した計画値

BtoB 売上高 前年同月度比(稼働日修正後)



4Qは前期の反動増
成長トレンドは
堅調に推移



**全ての四半期で
期初計画を上回る**

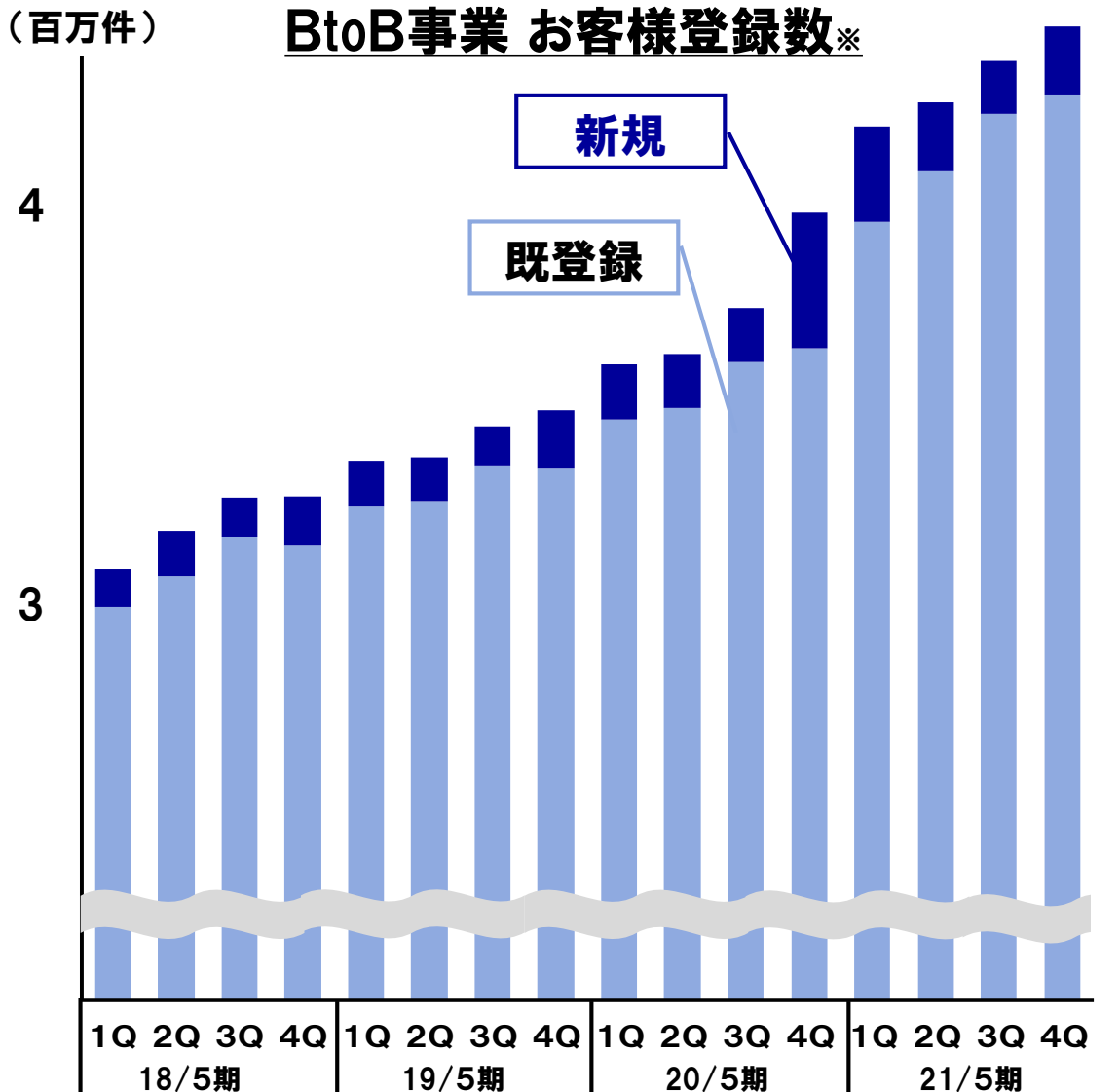
BtoB 21/5期 四半期別 品目別売上高

単体



(億円)	20/5期 4Q		20/5期 通期		21/5期 1Q		21/5期 2Q		21/5期 3Q		21/5期 4Q			21/5期 通期				
		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %	構成比 %	前年同期差	前年同期比 %		構成比 %	前期差	前期比 %	
OA・PC	230	30.9	960	32.0	219	29.4	239	29.8	240	30.3	242	29.9	12	105.2	941	29.8	△ 19	98.0
文具	107	14.4	428	14.3	95	12.8	101	12.7	101	12.8	115	14.3	8	108.3	414	13.1	△ 14	96.6
生活用品	186	25.0	790	26.3	203	27.3	205	25.6	194	24.6	197	24.4	11	106.3	802	25.4	11	101.5
ファニチャー	62	8.4	212	7.1	45	6.1	51	6.4	54	6.9	68	8.5	6	110.7	220	7.0	8	103.8
MRO	85	11.5	342	11.4	83	11.2	90	11.3	90	11.5	93	11.5	7	108.9	358	11.4	16	104.8
メディカル	56	7.5	196	6.5	82	11.1	93	11.7	90	11.5	74	9.2	18	133.8	342	10.9	146	174.7
その他	17	2.3	74	2.5	15	2.1	20	2.5	19	2.5	18	2.3	1	106.8	73	2.3	△ 0	99.2
合計	744	100.0	3,004	100.0	745	100.0	803	100.0	792	100.0	811	100.0	67	109.0	3,152	100.0	148	104.9

好調な感染対策商品に加え、オフィス用品も回復基調

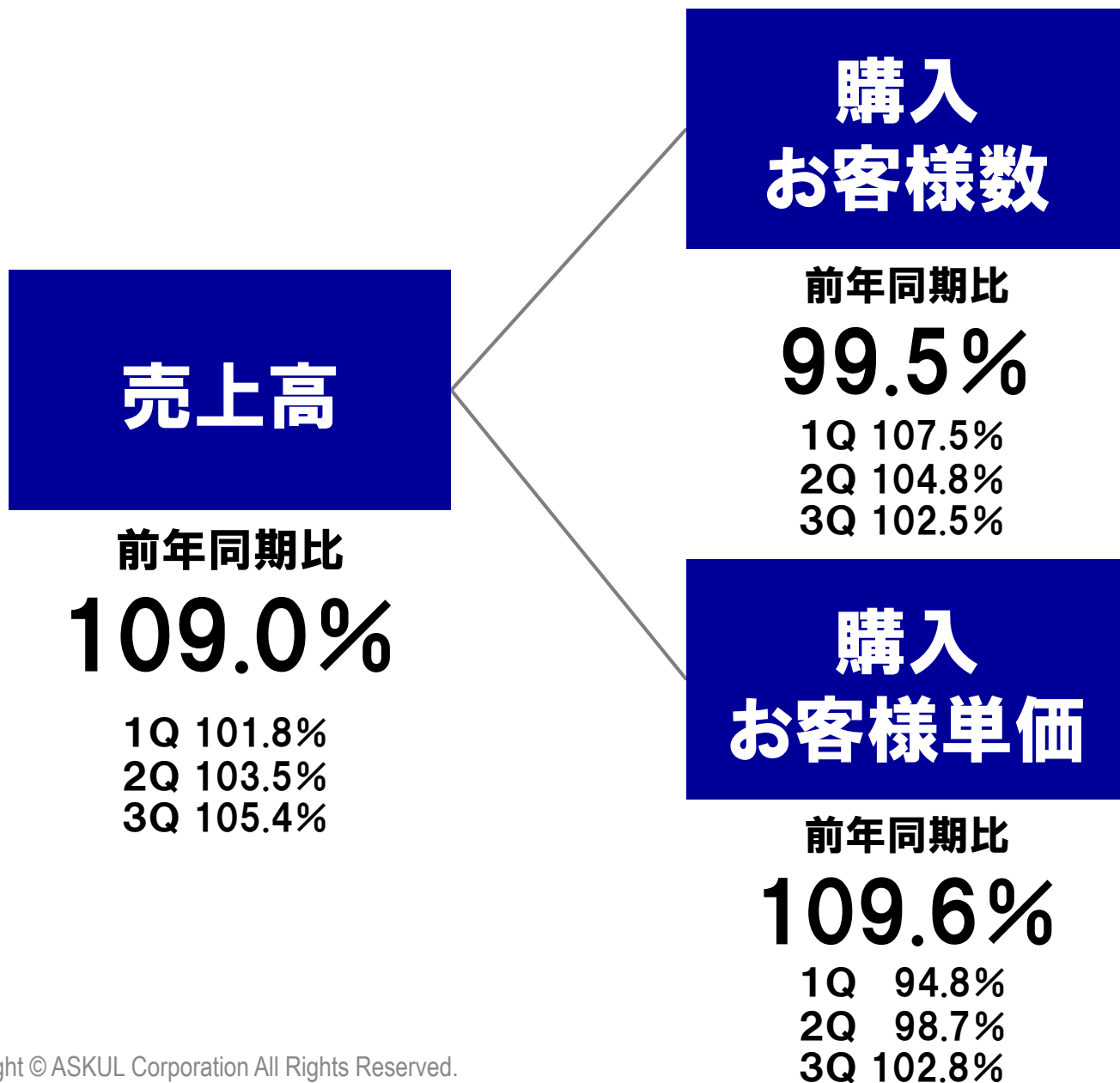


※新規は、各四半期間で新規登録したお客様数。既登録は、四半期末時点のASKUL、SOLOEL ARENA等の受注可能なお客様数の合計から新規を除外したお客様数

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

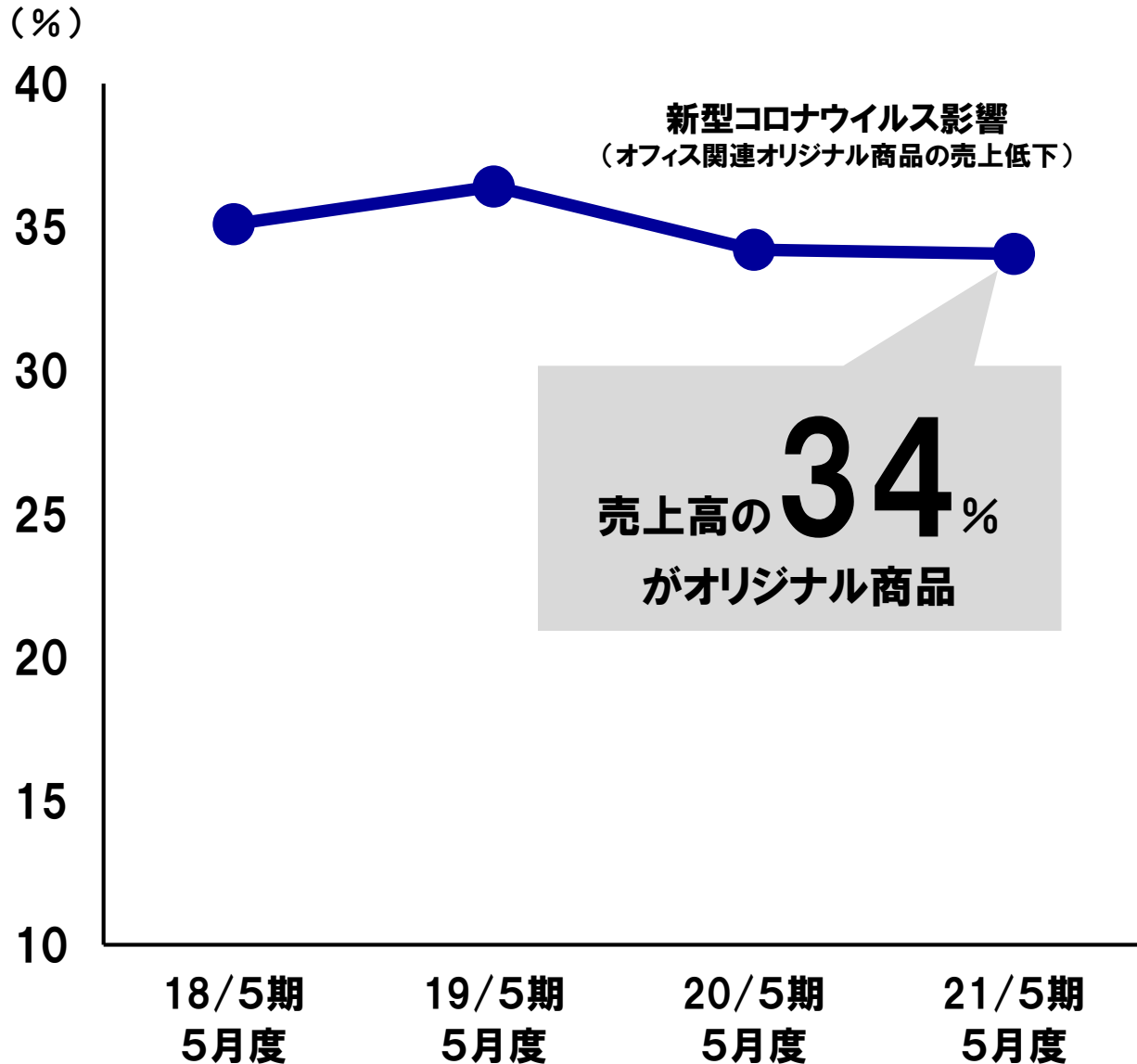


前期感染対策商品の需要が急増したことによる反動減

感染対策商品に加え
オフィス用品需要も伸長



オリジナル商品※1売上高構成比(BtoB在庫商品売上高)



現場系商材の オリジナル商品を拡充 強みをさらに強化

2025年までに
12,000アイテム超※2へ

※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



5/20時点 **890万**アイテム超

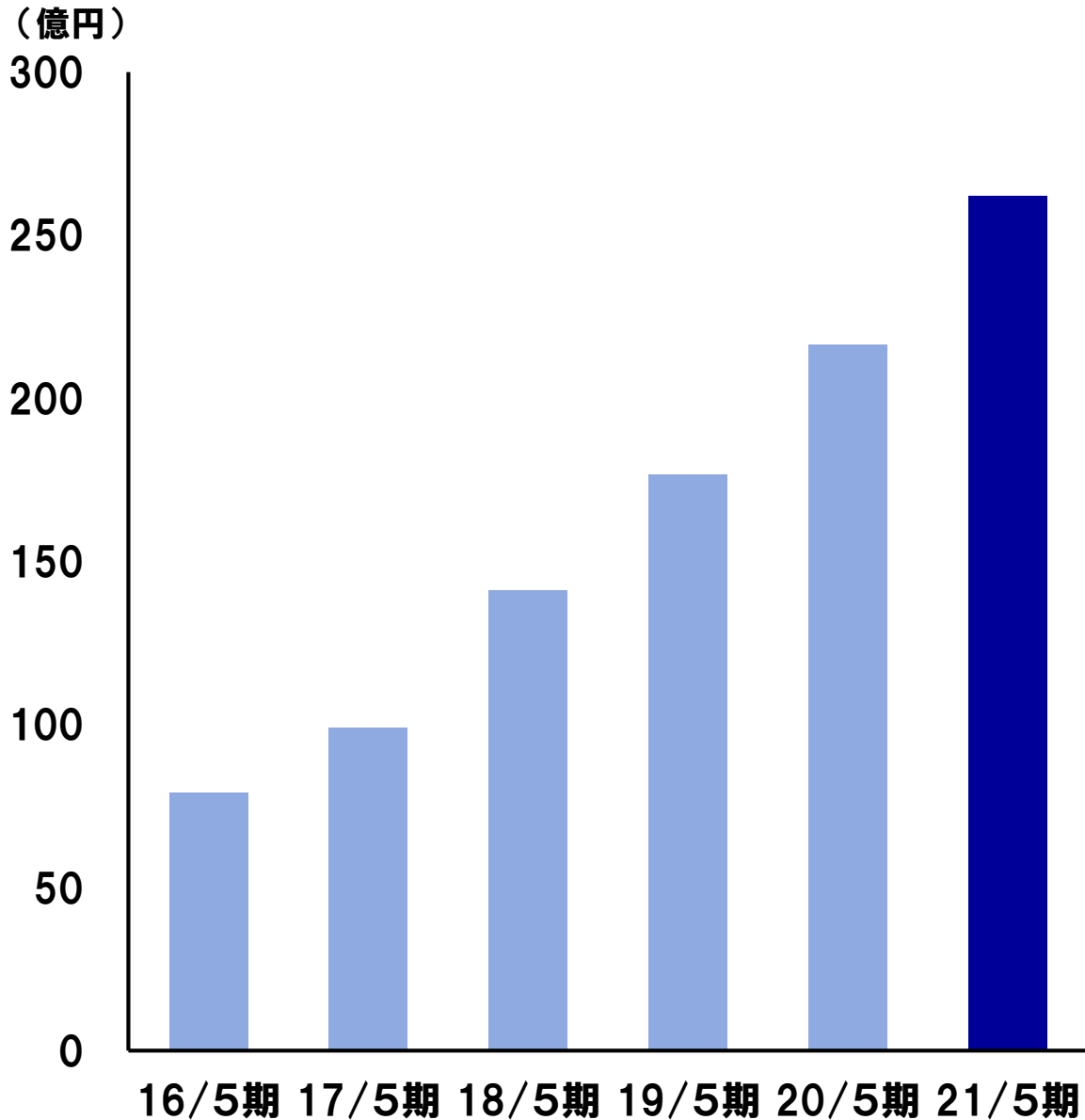
多様なお客様基盤に向け
品揃え強化

2025年までに

1,800万アイテムへ

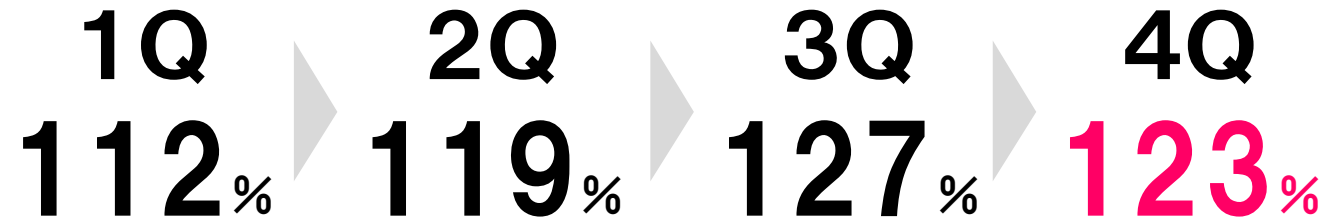
BtoB ロングテール商品売上高

単体



21/5期 実績(前期比)

121%

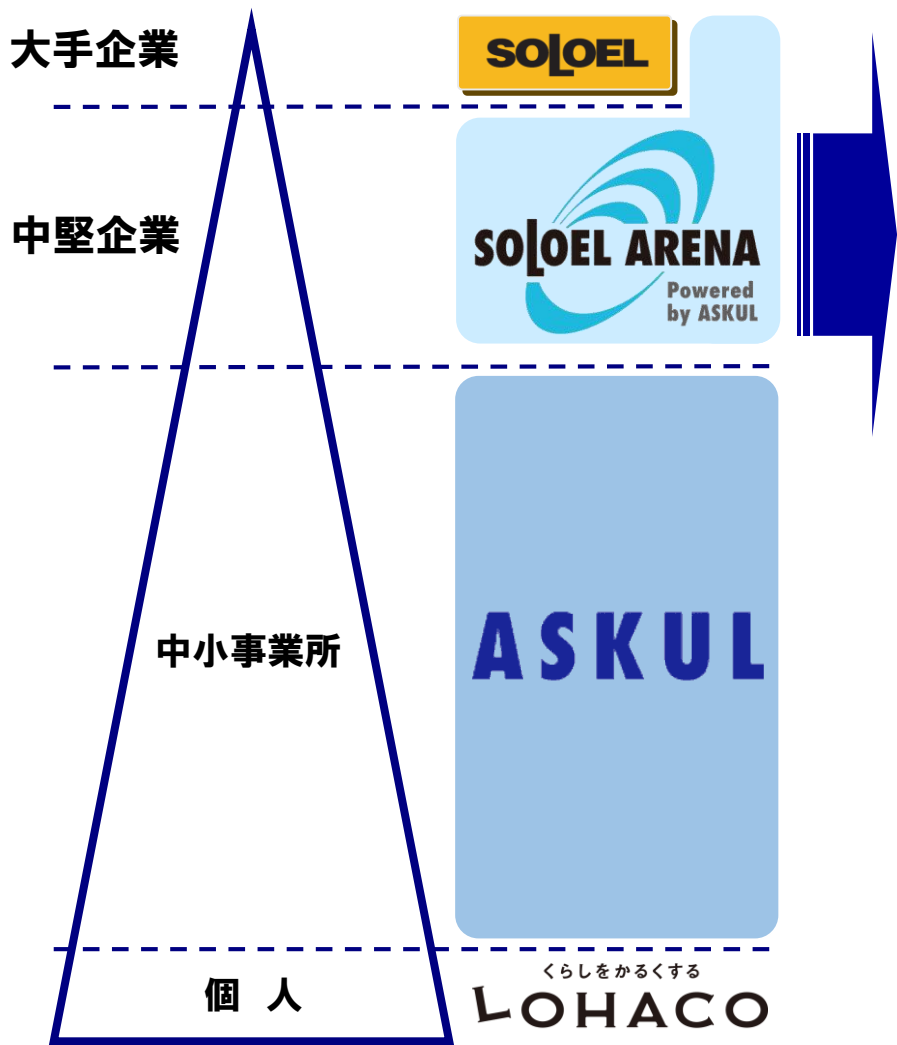
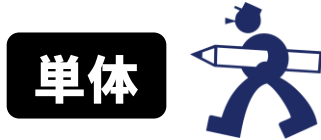


BtoB事業 売上高構成比

20/5期
7.2%
(実績)

21/5期
8.3%
(実績)

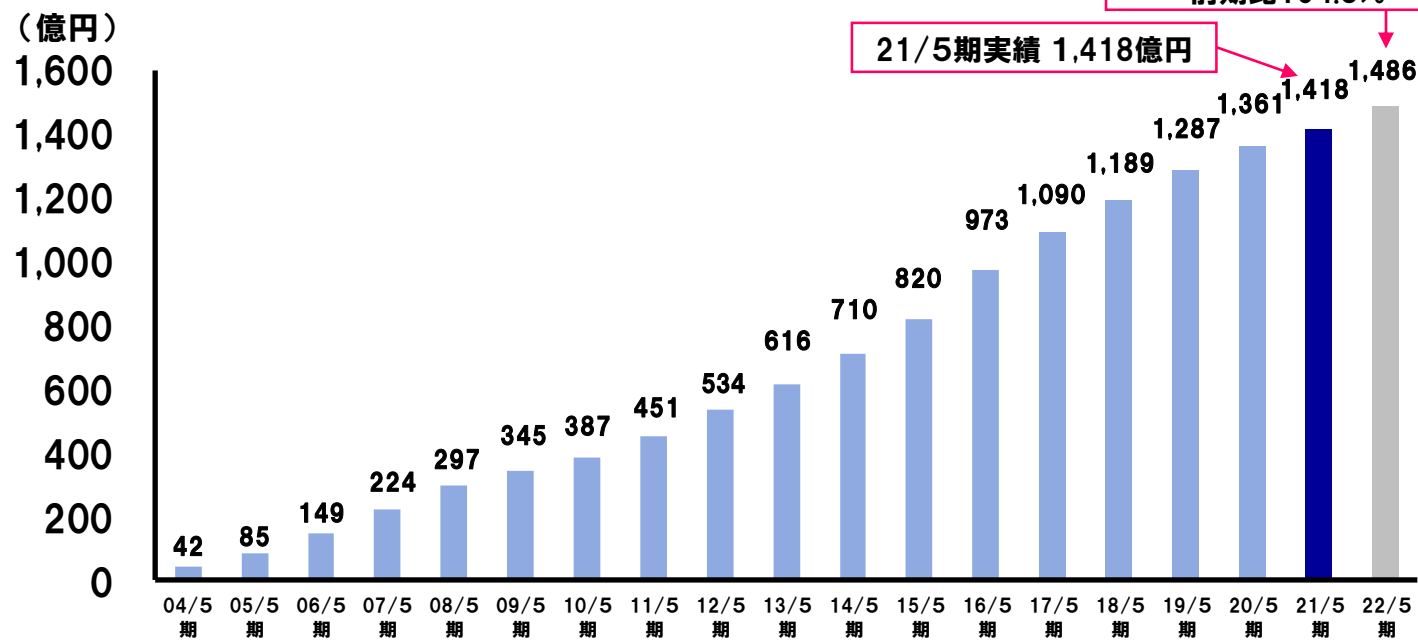
BtoB SOLOEL ARENA等実績



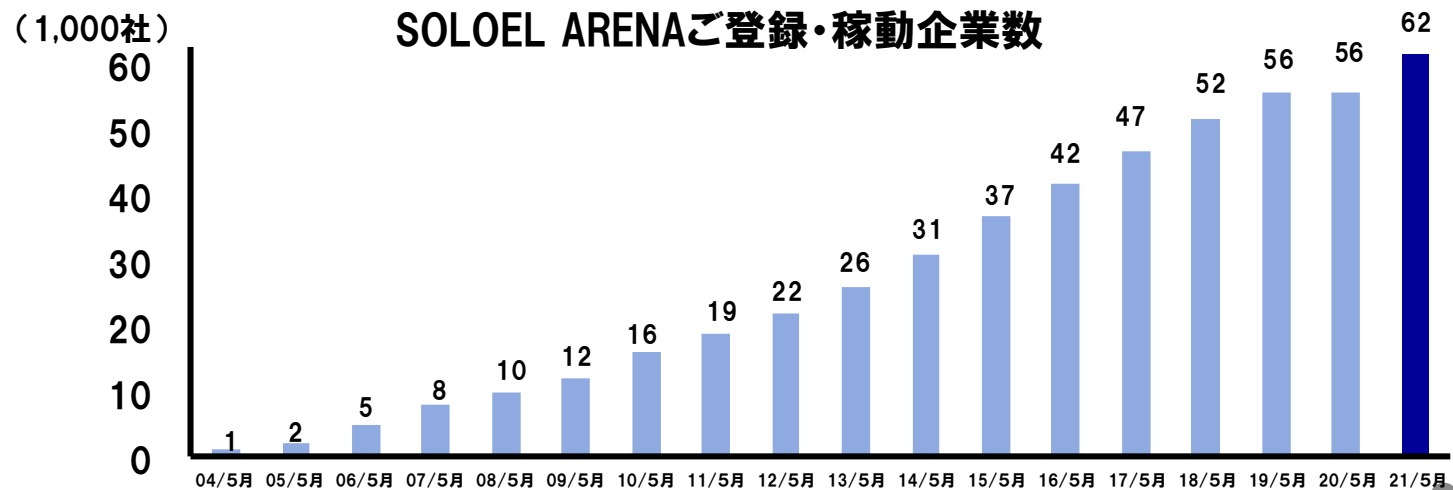
SOLOEL ARENA等売上金額

22/5期計画 1,486億円
前期比104.8%

21/5期実績 1,418億円



SOLOEL ARENAご登録・稼動企業数

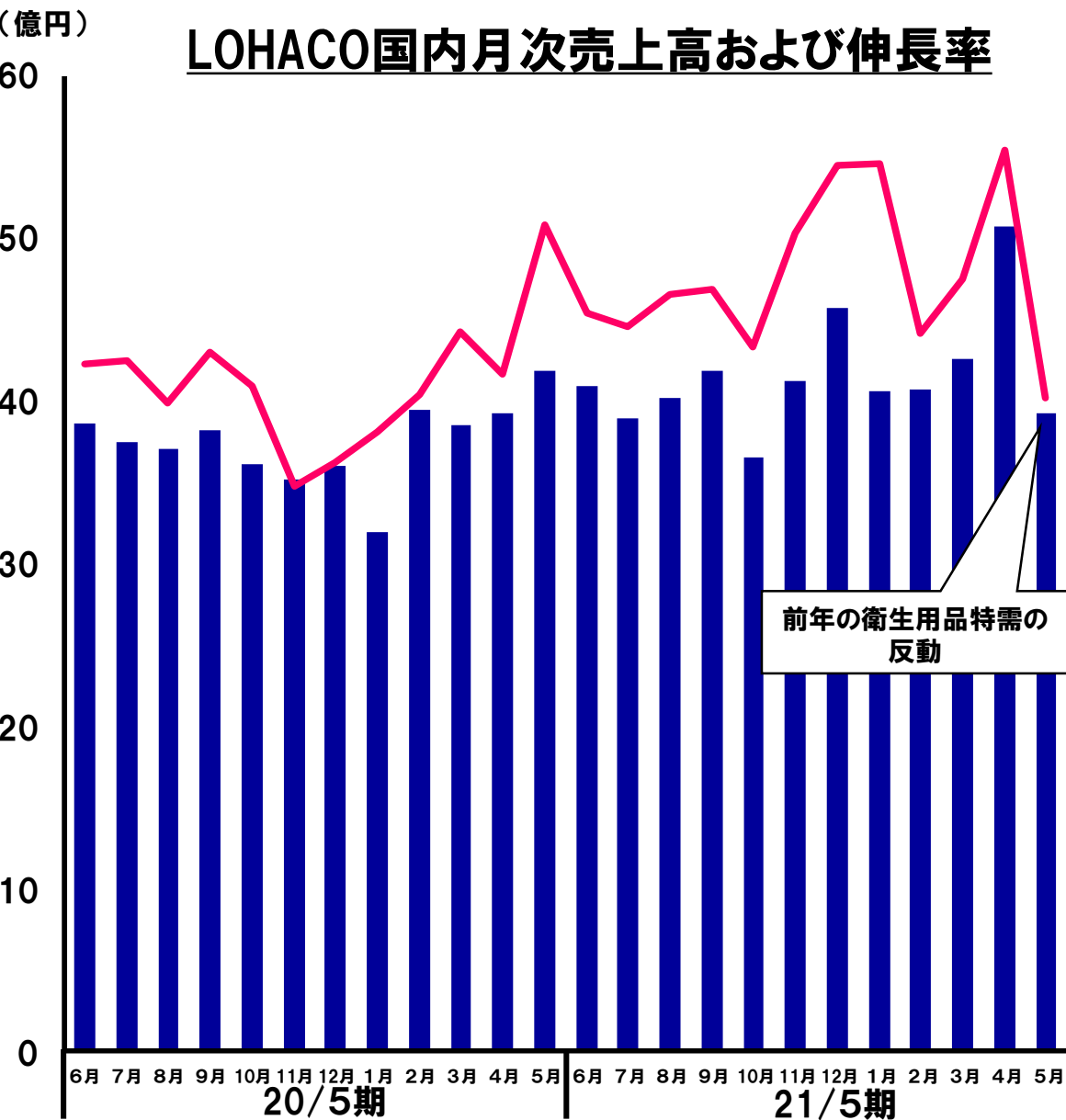


BtoC

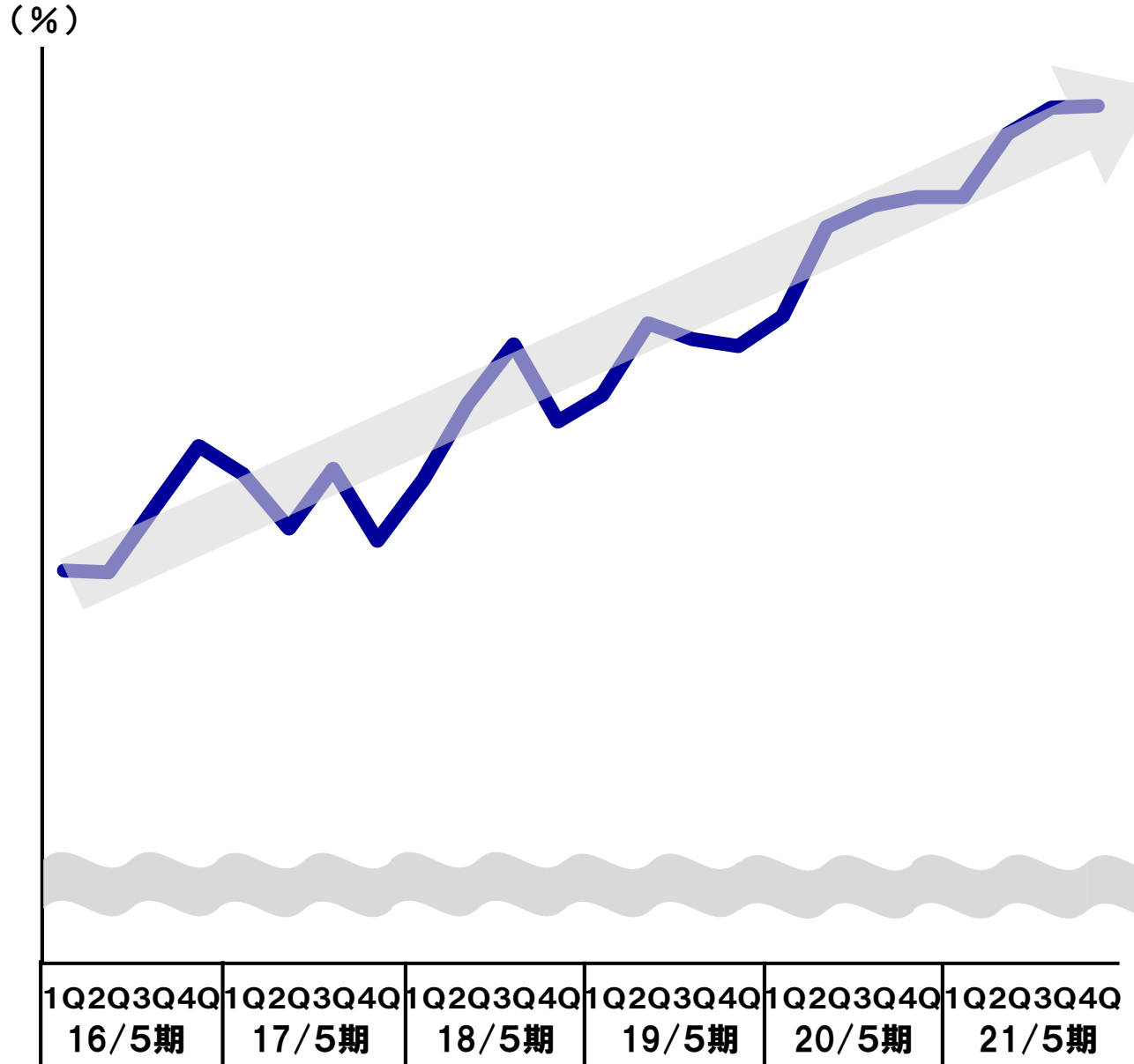
個人向け



LOHACO



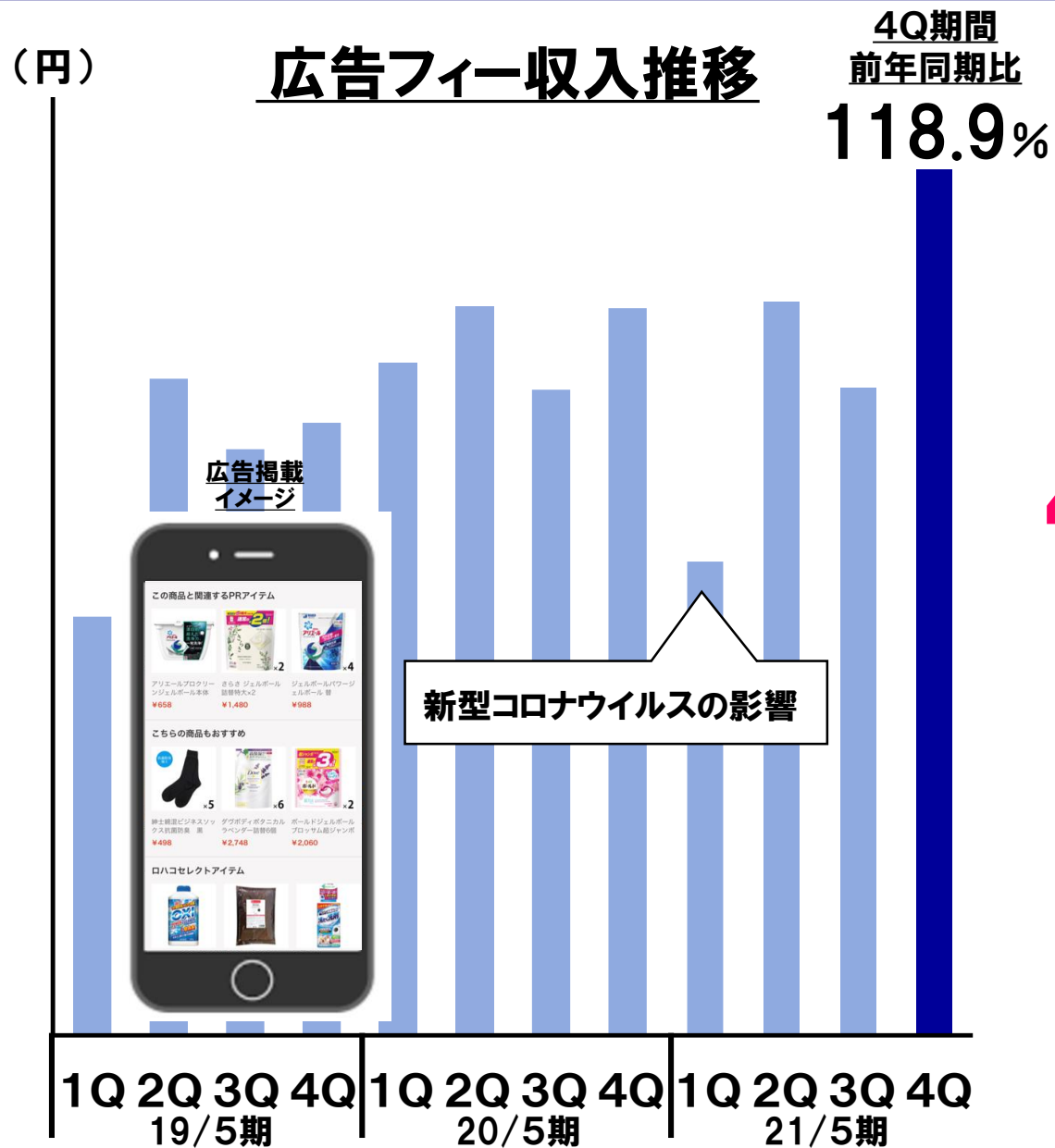
**Zホールディングスとの連携で
さらなる成長を目指す**



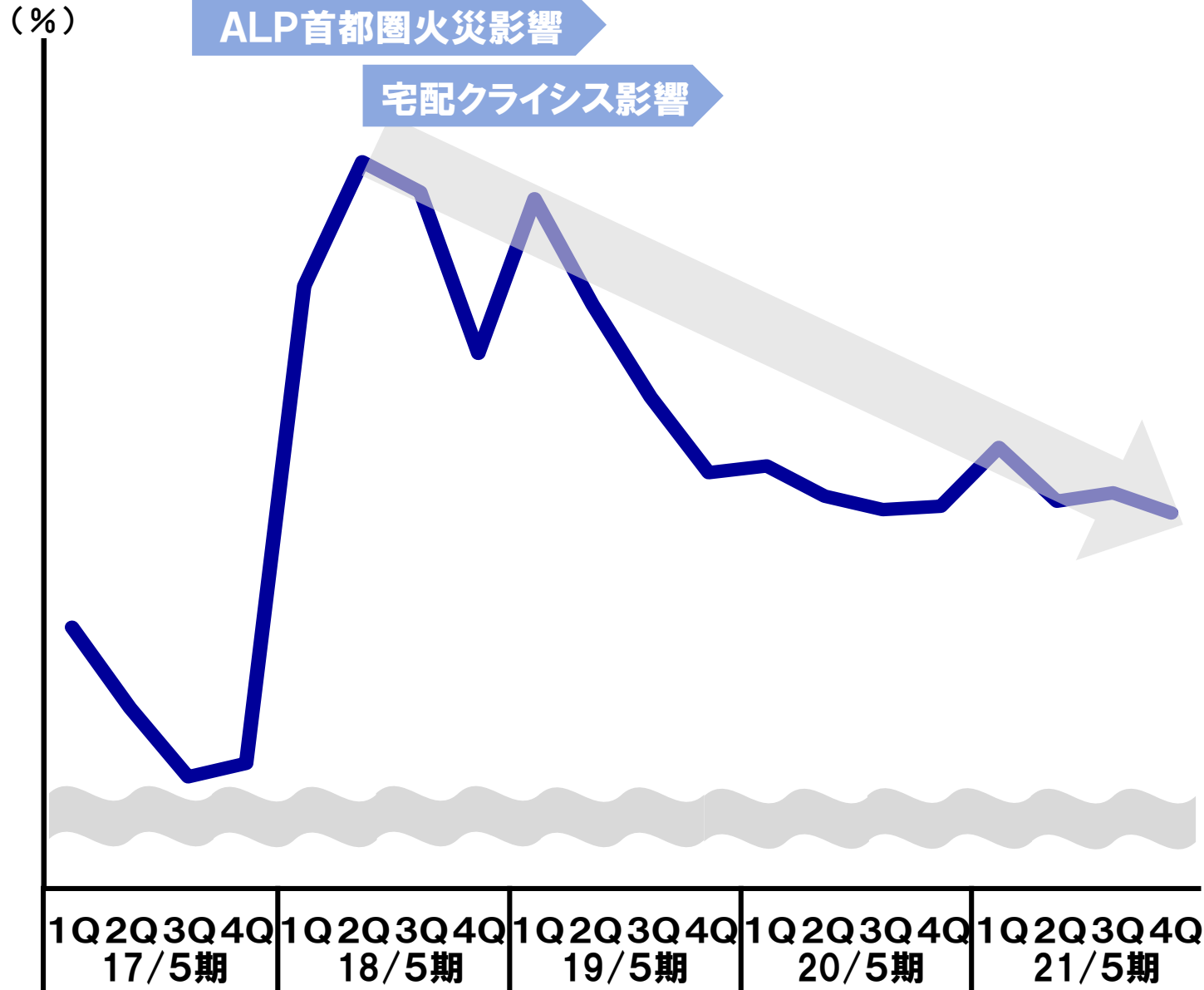
21/5期 通期実績

前期差 **1.7pt改善**

商品粗利率の改善	+1.2pt
大口取引の減少	+0.5pt



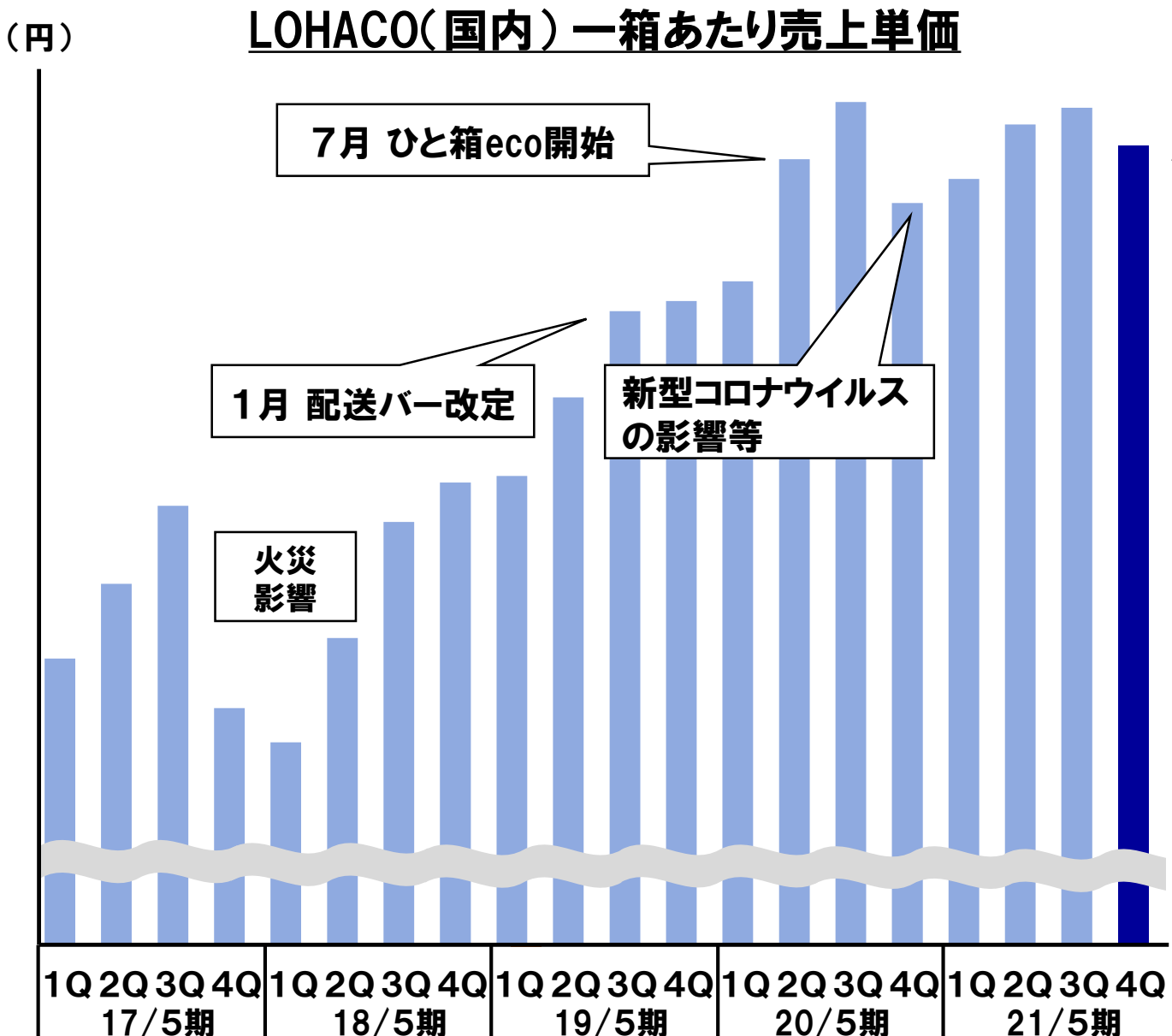
4Qは大型販促により拡大



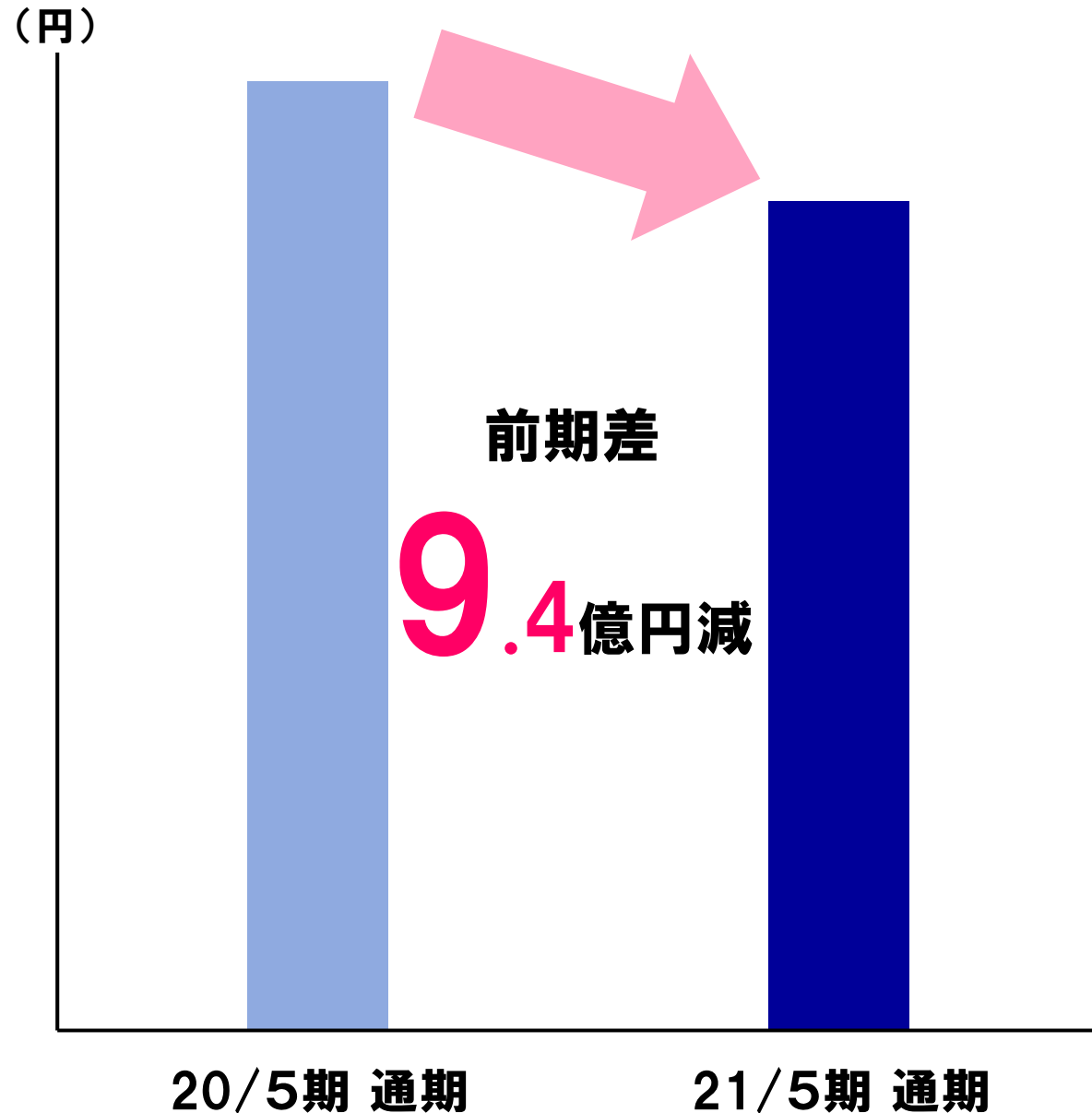
計画通り推移

BtoBとBtoCの
物流融合で
さらなる低減へ

LOHACO 一箱あたりの売上単価



21/5期 4Q実績
前年同期比 104.6%



ヤフーとの連携強化により
販促費・人件業務費等
削減

ESG·DX

地方自治体と災害時協定を締結

2021年3月

東京都と「災害時における物資の調達・輸送等に関する協定」を締結

2021年4月

千葉市と「災害時の物資の調達及び輸送に係る協力に関する協定」を締結

災害発生時に、日用品や食糧などの生活必需品や避難所等向け事務用品等の支援物資や物流機能をすみやかに提供することで、地域におけるライフラインの役割を果たす

<アスクルのマテリアリティの一つ>

責任あるサプライチェーンの構築

- ◆ サステナブルな調達の実現
- ◆ ライフラインとしての責任の全う



2021年4月

アスクル サステナブル調達方針を策定

- ✓ 全ての取引先と協働し責任あるサプライチェーンを構築
- ✓ お客様への安心・安全な商品の提供を持続可能にするため、「社会的責任の遂行」と「サプライチェーン全体の持続的発展」の両立を目指す

【サステナブル調達方針】の大項目

1. 環境への貢献
2. 安心・安全な商品
3. 法令等の遵守と公正公平な取引
4. 人権の尊重
5. 労働環境への配慮
6. リスクと変化への対応

<アスクルのマテリアリティの一つ>

責任あるサプライチェーンの構築

- ◆ サステナブルな調達の実現
- ◆ ライフラインとしての責任の全う





アスクル環境方針

私たちアスクルグループは、仕事場とくらしと地球の明日を支える企業として、自らの事業活動を通じて、次世代につなぐ地球環境のために行動します。

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1Qで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
21年5月期4Qに、軽車両EV7台を新たに導入



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
- 使用済みプラスチック製品の
リサイクルバリューチェーン
環境省「令和2年度脱炭素社会を支えるプラスチック等資源循環システム構築実証事業」
プラスチック資源循環バリューチェーン構築とともに、CO₂排出量を削減する



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
- リサイクル紙袋「Come bag(カムバッグ)」
紙袋本体の原紙に再資源化したアスクルカタログを約15%配合したFSC®認証※商品
- バイオマス入りレジ袋の品揃え



※「適切な森林管理」を認証するFSC®認証制度。
FSC®認証商品を使うことで、森林保護につながります。





「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CDP「気候変動Aリスト」企業に選定

2019年CDP「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、独自ので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

「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



「(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

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

2017年 RE100・EV100加盟

2016年「国連グローバル・コンパクト」署名、「2030年CO2ゼロチャレンジ」発表

2013年 環境中期目標策定

2003年 アスクル環境方針策定



「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



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
2025年までに女性管理職比率30%の目標を宣言
30% Club Japanへ参画

■多様な働き方の促進

介護休業・介護短時間勤務制度
介護セミナー開催
テレワーク制度:1カ月における回数制限撤廃
フレックスタイム制度:コアタイム撤廃
安心して働けるオフィス(防疫の徹底)



●ASKUL LOGIST 昼食の無償提供

物流・配送・本社で働く人たちが
心身共に健康で働けるよう昼食を無償提供し、
健康経営を推進



●ASKUL LOGIST 福岡物流センターにおける 地域社会と連携した障がい者雇用の取り組み

法定雇用率 25.5%※(民間企業の法定雇用率2.3%)

※事業所単位で試算した法定雇用率、2021年5月20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

お客様から、お電話、メール、Webサイト、
Twitterなどに寄せられるご意見、ご要望、
ご指摘事項を全社員が把握できるように
社内へ配信

■「お客様満足度向上委員会」の運営

お客様からいただいた声を起点に、関係
する各部門が協力してサービス進化、品質
改善活動を実施

●お問い合わせ窓口の取り組み

■CS Weekの開催

日々最前線でお客様対応に携わるコミュ
ニケーターへ感謝を込めて、年に1回イベ
ントを開催
永年勤続表彰や、くじ引き大会、商品プレ
ゼントなど毎年様々な企画を実施

お取引先様との取り組み

●「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に対応し、「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

●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

●「サステナブル調達方針」

2021年4月策定。持続可能な社会の
実現に貢献するために、お取引先様と
協働し、環境、安全、人権などに配慮し、
企業としての社会的責任を果たす

社会貢献活動

●インパクト投資と寄付による 東日本復興支援

震災から10年を経て、支援の形を変更
ミュージックセキュリティーズ株式会社の
インパクト投資プラットフォームを活用し、
メーカーと協力し、岩手県・宮城県・
福島県の事業者へ投資と寄付を組み
合わせた持続可能な新しい支援を開始

●空気や水の環境を考える プロジェクト

エステ株式会社との共同企画で、
アスクル限定販売「エステートイレの
消臭剤・消臭スプレー」の売上の一部を
空気や水の環境改善に取り組む団体に
寄付し、その活動を支援

●対馬市SDGs連携協定締結

対馬市のSDGs未来都市計画と
アスクルの資源循環への取り組みの
考え方や方向性に共通点が多いことから
2021年2月SDGs連携協定書を締結
SDGsの目標達成に向けて、双方の
資源、ノウハウを有効に活用した共同
による活動を推進



- 2021年6月、経済産業省が定める「DX認定事業者」※1認定を取得



- DX調査2021※2において
「デジタル×コロナ対策企業」(製造・物流戦略部門)に選出
＜評価されたと考えられる点＞
 - ✓ コロナ禍における衛生用品等の優先供給システムの構築
 - ✓ 置き配やWebツール活用による非対面・非接触サービスの推進
 - ✓ DXを推進する組織体制の強化

※1 「情報処理の促進に関する法律」に基づき、デジタルガバナンス・コードの基本的事項に対応する企業を国が認定する制度。

※2 経済産業省と東京証券取引所が共同で実施する「デジタルトランスフォーメーション銘柄(DX銘柄)2021」選定に向けた調査。「DX銘柄」は、東京証券取引所に上場している企業の中から、企業価値向上につながるDXを推進するための仕組みを社内に構築し、優れたデジタル活用の実績が表れている企業を、業種区分ごとに選定して紹介するもの。
今年度は回答企業数464社のうち、「DX銘柄」28社、「DX注目企業」20社に加え、「コロナ対応部門」11社が選出。



2021年7月1日 アスクルにおけるDXの取り組みを発信するサイト

「ASKUL Transformation with Digital」を開設



<https://www.askul.co.jp/kaisya/dx/>

- ✓ DX関連プレスリリース
 - ✓ メディア掲載情報
 - ✓ 講演、イベント登壇情報 等
- 加速するDXの取り組みを集約して発信

アスクルDXのミッションステートメント

<p>パーパス&デジタルでサービスを変革</p> <p>パーパスを動力にデジタルでサービスを変革</p>	<p>全体最適、オープンイノベーションと共創</p> <p>個別最適からデジタルでオープンな共創プラットフォームを実現</p>	<p>データを起点にプロセスを自動化</p> <p>データ起点のプロセス自動化で権限を現場化</p>
<p>レジリエントなサービス</p> <p>お客様や社会のライフラインとして、デジタルで強靱なプラットフォームに変革</p>	<p>最速で変革</p> <p>デジタルで、Try&Learn サイクルを高速化し、イノベーションを起こし続ける</p>	<p>全員参加と三位一体</p> <p>DX経営の実現基盤となるDX人材の育成、オペレーション、テクノロジーの三位一体</p>

ビッグデータやテクノロジーをさらに活用し
ビジネストランスフォーメーションを実現

その他

21/5期 品目別売上高

単体



(億円)	20/5期 通期		21/5期 通期		
		前期比 %		前期差	前期比 %
OA・PC	982	101.5	964	△ 18	98.2
文具	438	98.2	425	△ 13	97.0
生活用品	1,193	101.8	1,237	43	103.7
ファニチャー	218	95.6	227	8	103.9
MRO	351	107.7	369	18	105.1
メディカル	226	121.9	378	151	166.7
その他	78	101.0	79	0	100.4
合計	3,491	102.5	3,681	190	105.5

メディカルが
成長を牽引



売上総利益額 1,043億円 前期差 +86億円

売上総利益率 24.7% 前期差 +0.8pt

➤ 原価低減やカテゴリミックスの変化による売上総利益率の改善

販管費 904億円 前期差 +35億円

販管費比率 21.4% 前期差 Δ 0.3pt

<販管費の前期差の主な内訳>

- 人件費(賞与引当金含む) +12億円
- 配送運賃 +11億円
- 業務委託費 +6億円
- ソフトウェア償却費 +3億円



設備投資額 104億円(年間計画 118億円)

ASKUL東京DC関連 27億円

新アスクールWebサイト関連(PJ Trylion) 19億円

ASKUL三芳センター関連 17億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 59億円(年間計画57億円)

投資詳細

(単位:百万円)

科目名	20/5期	21/5期	
	金額	金額	前期比
【設備投資額】	5,486	10,428	+90.1%
有形固定資産	2,545	5,887	+131.3%
無形固定資産	2,940	4,541	+54.4%
建設仮勘定(注2)	461	4,391	+851.1%
ソフトウェア仮勘定(注2)	1,116	3,350	+200.1%

(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



インターネット売上高比率

	20/5期	21/5期	前期差
インターネット経由	84.5%	86.2%	+1.7ポイント
上記以外	15.5%	13.8%	△1.7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)

	20/5期 5月度	21/5期 5月度	前年同月度差
オリジナル商品数	9,901	10,063	+162
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	26.2% (34.2%)	26.8% (34.1%)	+0.6ポイント (△0.1ポイント)

(注1) 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2) 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3) 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



設備投資 134億円

【主な内訳】

- ・ ASKUL東京DC 49億円
- ・ 新アスクルWebサイト 32億円
- ・ 物流・ロジスティクス関連投資 17億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 61億円 (前期差+2億円)

