

平成 29 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 CEO 岩田彰一郎 (コード番号:2678 東証一部)
問 合 せ 先	
役職・氏名	執行役員 CFO 玉井 継 尋 TEL 03-4330-5130

「2018 年 5 月期 第 1 四半期連結業績概要」のお知らせ

「平成 30 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「2018 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



1Q順調、19/5期V字回復にむけて AVC日高・関西の立ち上げも計画通り推移

～BtoB事業はPB強化と商材拡大で安定成長を継続～
～LOHACOは9月末の完全復活から再成長の軌道に乗せる～

2017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)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 第1四半期実績

II 物流・配送施策の状況

III BtoB事業戦略の状況

IV BtoC事業戦略の状況

V 新たなビジネスモデルの創造

18/5期 第1四半期 連結業績

	17/5期 1Q		18/5期 1Q		前年 同期比 %
	百万円	売上高 比率 %	百万円	売上高 比率 %	
売上高	80,560	100.0	81,065	100.0	100.6
売上総利益	17,943	22.3	18,950	23.4	105.6
販売費および 一般管理費	16,727	20.8	17,795	22.0	106.4
営業利益	1,216	1.5	1,155	1.4	95.0
経常利益	1,176	1.5	1,014	1.3	86.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	645	0.8	554	0.7	85.9

➤ **売上高**
LOHACO出荷能力が回復途上の中
増収確保

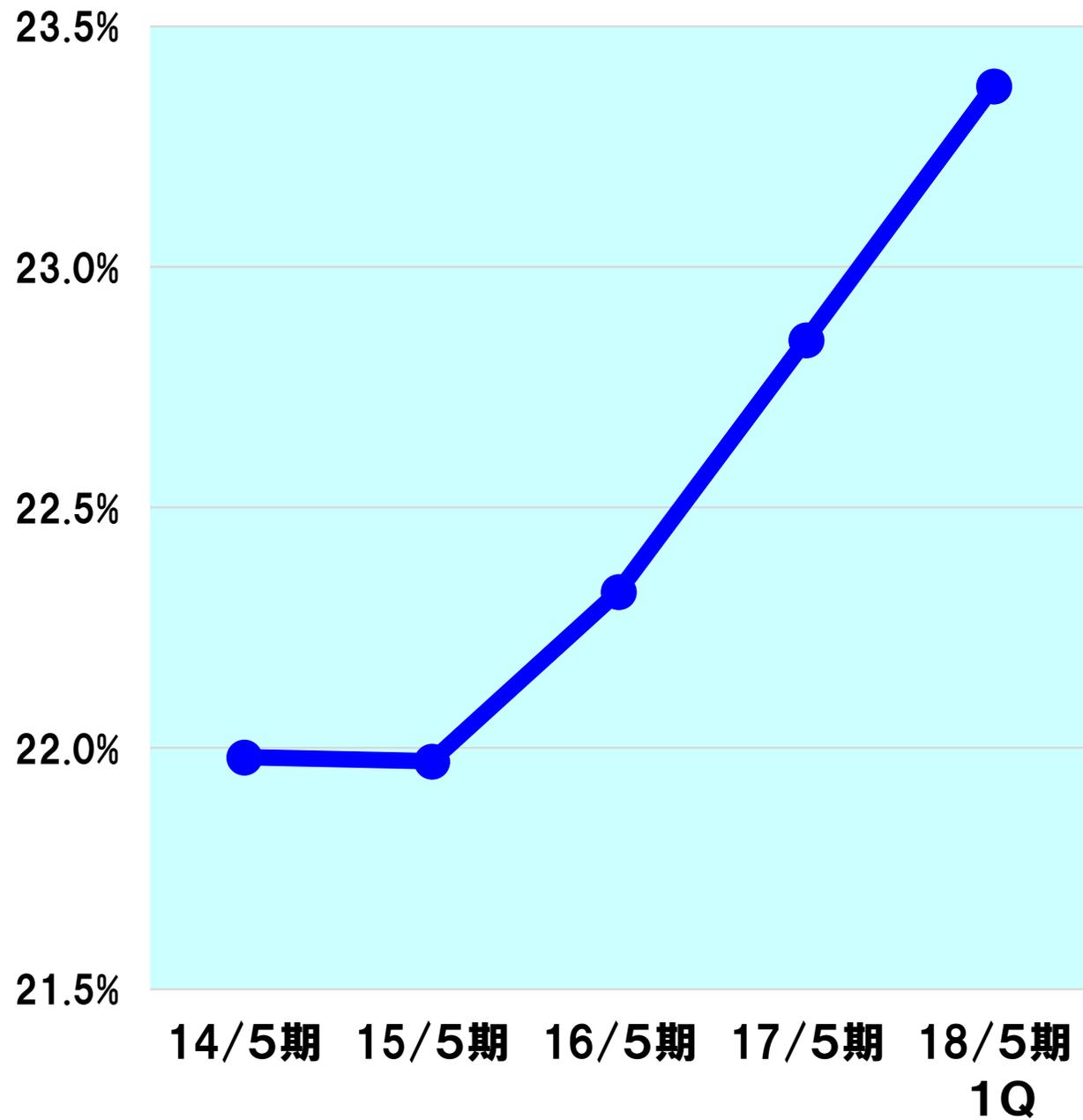
➤ **売上総利益率**
前年同期差 **+1.1pt**
19/5期の**V字回復に繋げる**

➤ **販管費**
物流の一時コストは**計画通り**

➤ **営業・経常・当期純利益**
通期計画に対して**順調な推移**

売上総利益率 推移

[連結](#)



着実に改善

18/5期 第1四半期 連結業績【事業別】

➤ 売上高

BtoB事業は盤石な成長継続103.0%
LOHACOは出荷能力に合わせ順調に売上回復

➤ 営業利益

BtoB事業は37億円 131.9%
代替センター固定費増(一過性含む)△2億円
一時的な物流生産性の悪化△5億円

LOHACOは△9億円
AVC日高の固定費増(一過性含む)△2億円
一時的な物流生産性の悪化△4億円

AVC関西の立ち上げによる
物流固定費増(一過性含む)計画通り進捗

		17/5期 1Q	18/5期 1Q	
		実績 億円	実績 億円	前年同期比 %
売上高	BtoB事業	695	716	103.0
	LOHACO	97	80	82.5
	eコマース事業	793	796	100.5
	ロジスティクス事業・その他	12	13	109.2
	連結合計	805	810	100.6
営業利益	BtoB事業(下記を除く)	28	37	131.9
	代替センター固定費増(一過性含む)	—	△2	—
	物流生産性の悪化	—	△5	—
	BtoB事業	28	29	105.3
	LOHACO(下記を除く)	△14	△9	—
	代替センター固定費増(一過性含む)	—	△2	—
	物流生産性の悪化	—	△4	—
	LOHACO	△14	△17	—
	eコマース事業	13	12	94.4
	ロジスティクス事業・その他	△1	△1	—
	中計	12	11	96.3
	AVC関西 立ち上げによる 物流固定費増(一過性含む)	—	△0	—
	連結合計	12	11	95.0

18/5期 第1四半期 連結営業利益の増減要因

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%

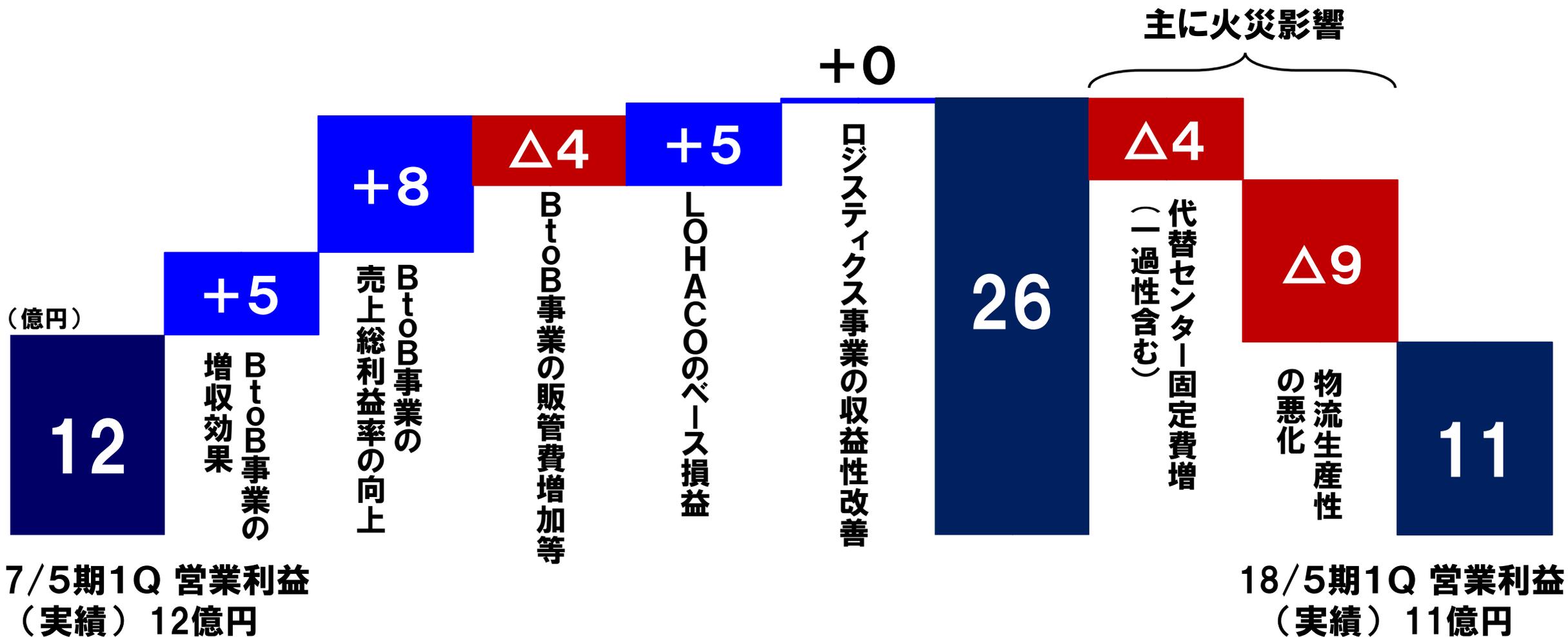
販管費比率 20.8%

18/5期 第1四半期(実績)

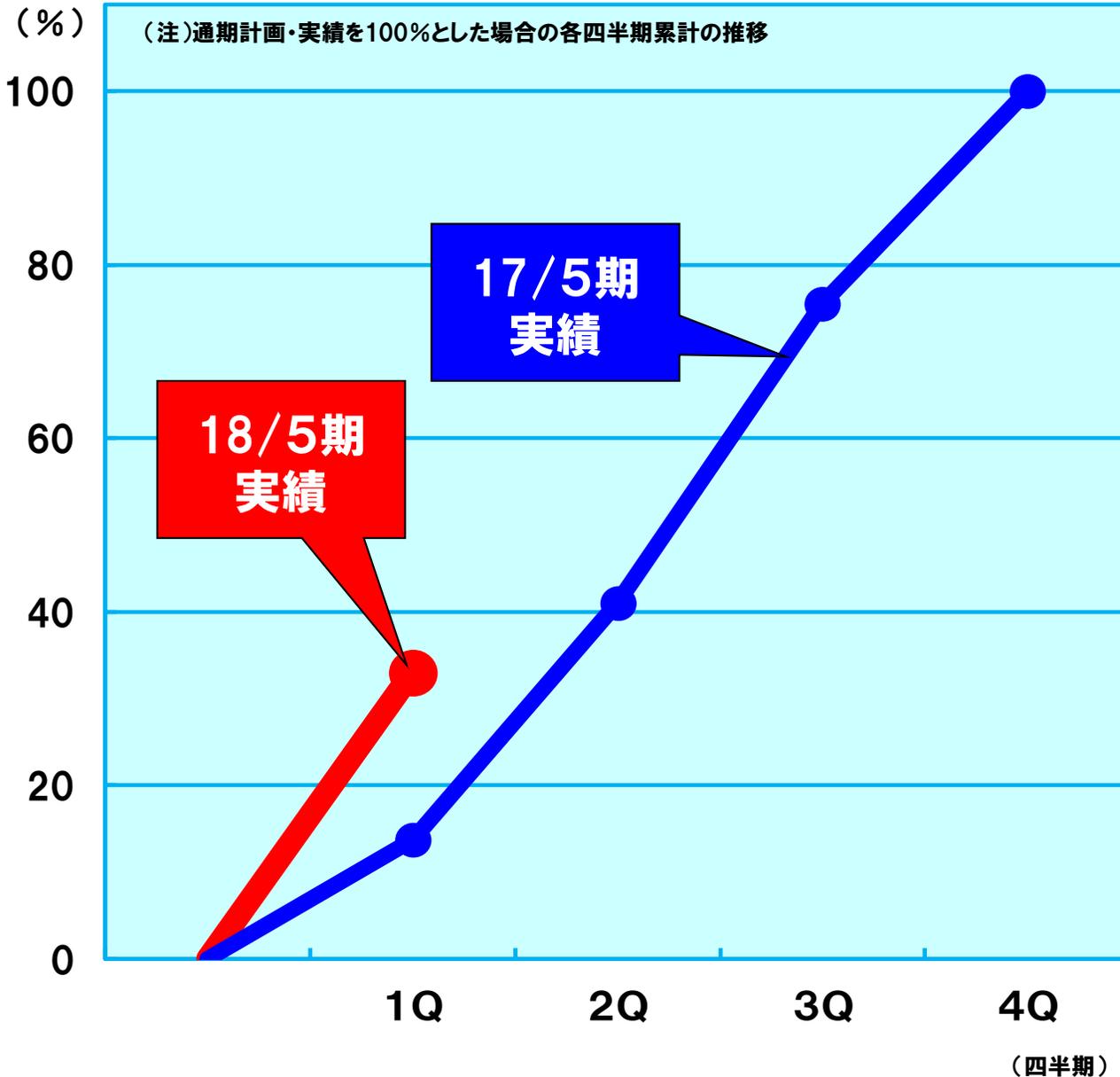
売上高前年同期比 100.6%

売上総利益率 23.4%

販管費比率 22.0%



営業利益の推移



1Q順調
**通期計画の
33%の進捗**

I 第1四半期実績

II 物流・配送施策の状況

III BtoB事業戦略の状況

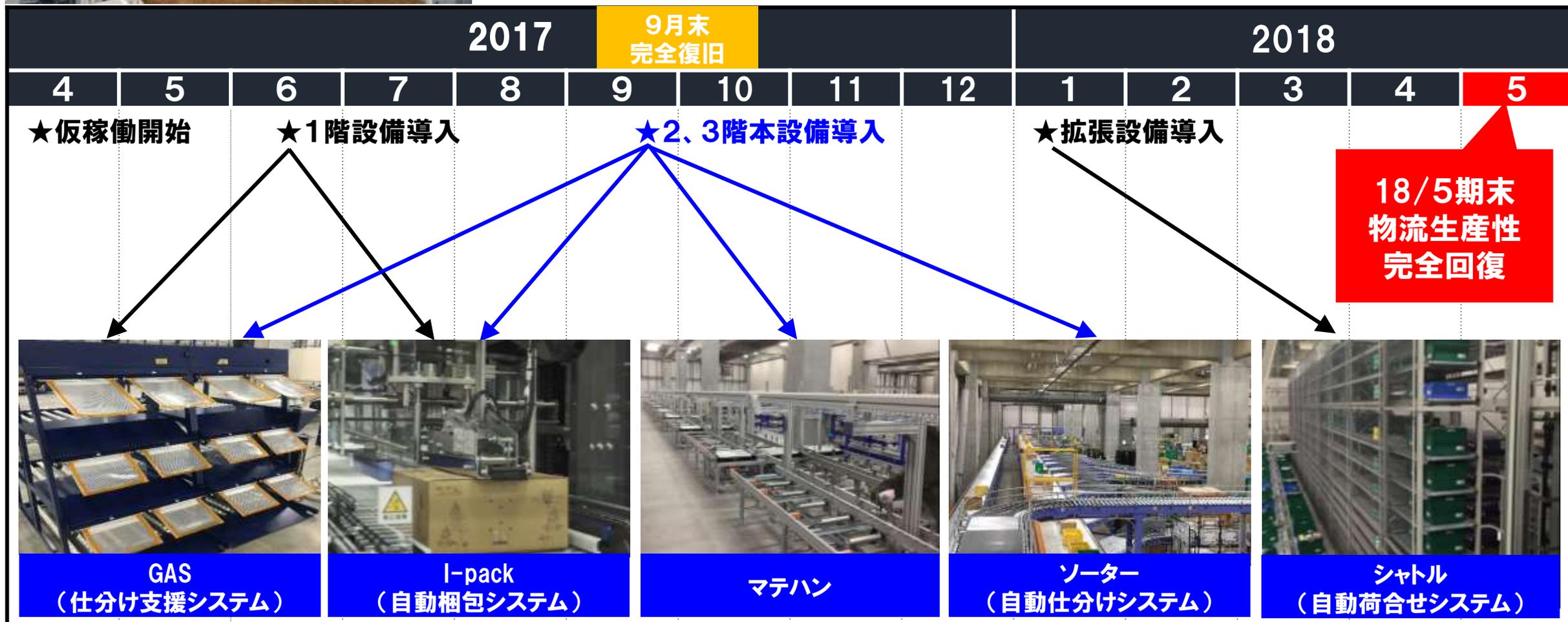
IV BtoC事業戦略の状況

V 新たなビジネスモデルの創造



AVC日高

アスクル初のLOHACO専用センター 設備導入も計画通り進行中



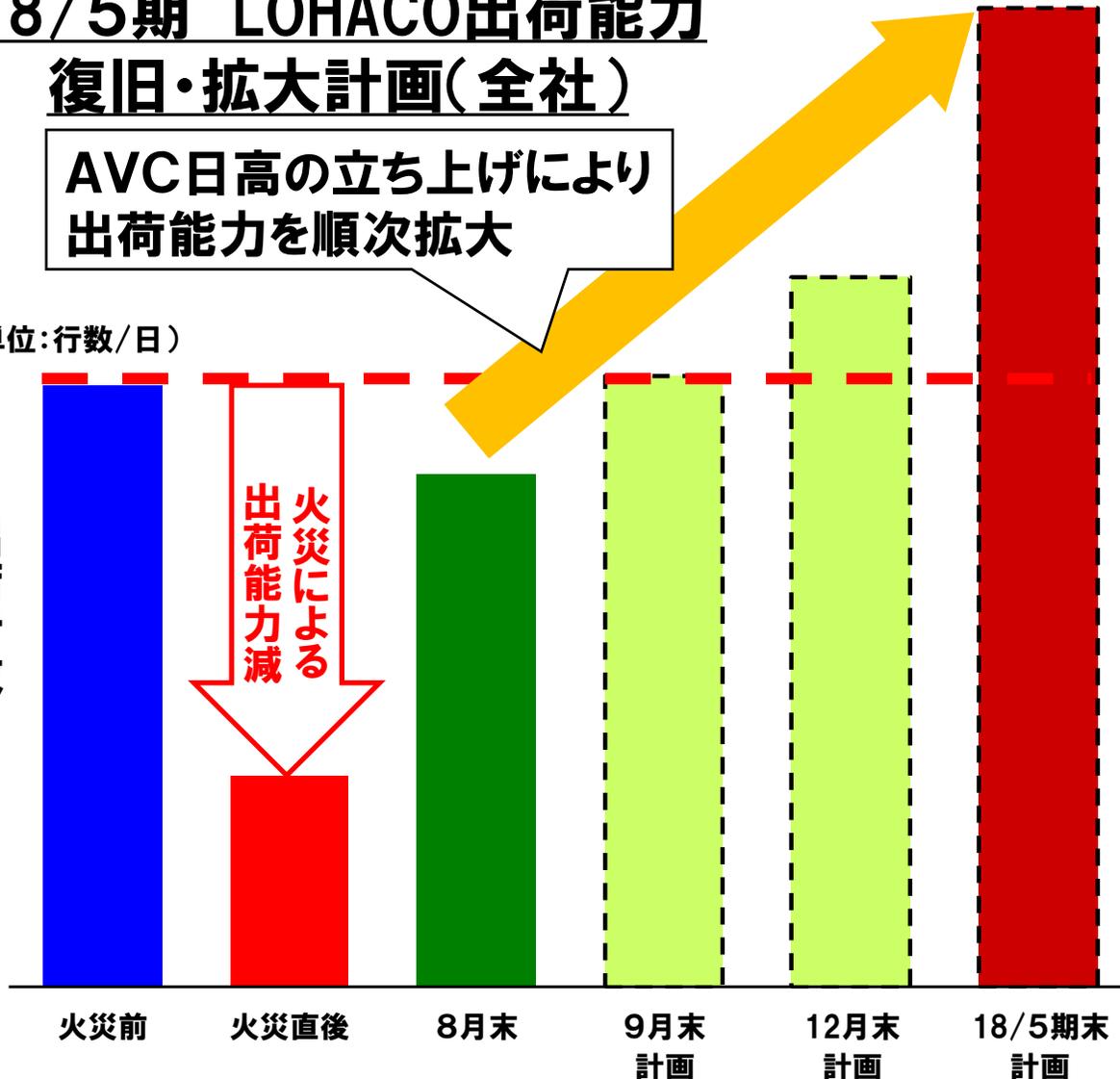
AVC日高 アスкул初のLOHACO専用センターの立ち上げ

18/5期 LOHACO出荷能力 復旧・拡大計画(全社)

AVC日高の立ち上げにより
出荷能力を順次拡大

(単位:行数/日)

出荷行数



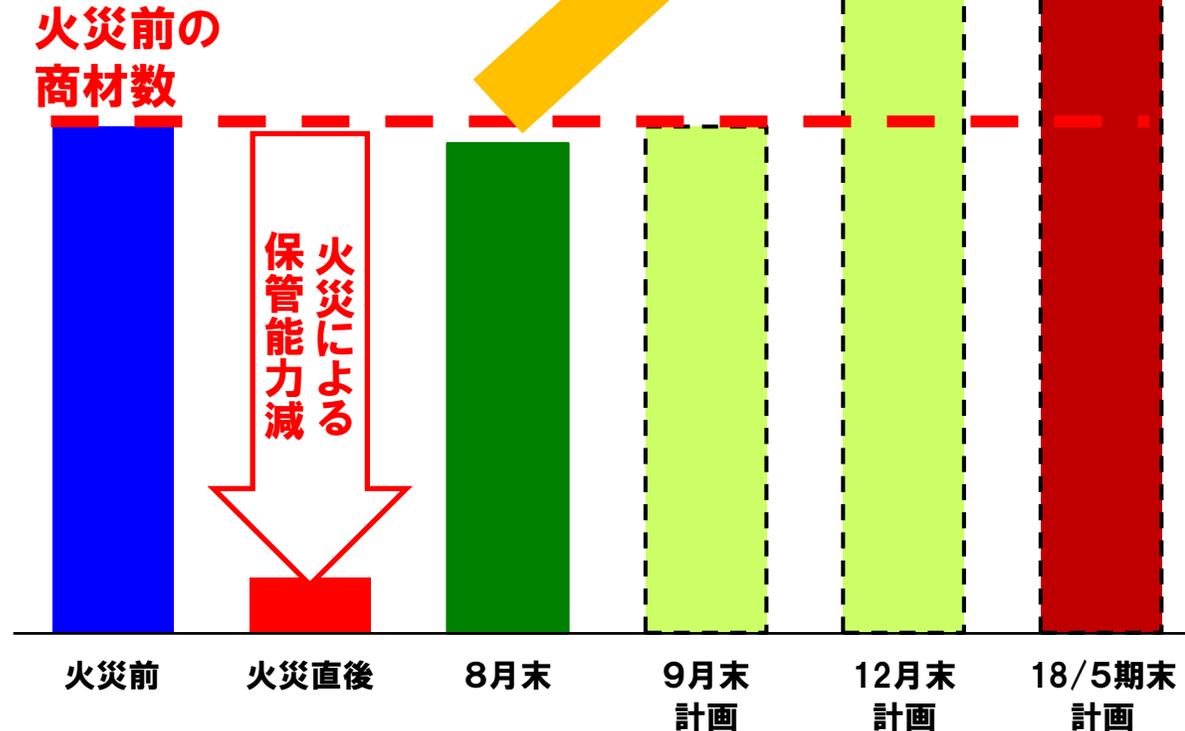
出荷能力
9月末で回復
18/5期末で
火災前に比べ

160%超へ

AVC日高 アスкул初のLOHACO専用センターの立ち上げ

18/5期 LOHACO専用商品数 復旧・拡大計画

※LOHACO専用商材数
…東日本エリアでLOHACO専用で
販売される商材数



商品数

9月末で回復

18/5期末で 火災前に比べ

倍増へ

お客様のご要望の実現

効率性No.1のセンターを実現 19/5期の効率性向上に繋げる



竣工記者会見の様子



2017年9月1日 賃借開始
2017年9月7日 竣工式
2018年2月初旬 本格稼働
計画通り進行中

延床面積
約165,000㎡
甲子園球場
4.5個分

在庫
25万SKU
高密度在庫
を実現

省人化
庫内費 従来比
19%
改善

2大業績課題の状況

18/5期

(単位:億円)

一過性費用

- ・物流生産性の悪化(24時間稼働等)
- ・代替センター地代等

1Q (予)	1Q (実)	2Q (予)	3Q (予)	4Q (予)	合計 (予)
9.2	9.3	5.6	5.0	3.6	23.6

恒常性費用

- ・AVC日高、新砂地代償却費

3.2	3.1	4.2	4.7	4.9	17.1
-----	-----	-----	-----	-----	------

一過性費用

- ・物流生産性の悪化(24時間稼働等)
- ・AVC関西本格稼働(2018年2月)前地代・引越費用等

2.5	2.4	13.8	8.6	1.6	26.6
-----	-----	------	-----	-----	------

恒常性費用

- ・AVC関西本格稼働(2018年2月)後地代・償却費

0.0	0.0	0.5	5.9	8.6	15.1
-----	-----	-----	-----	-----	------

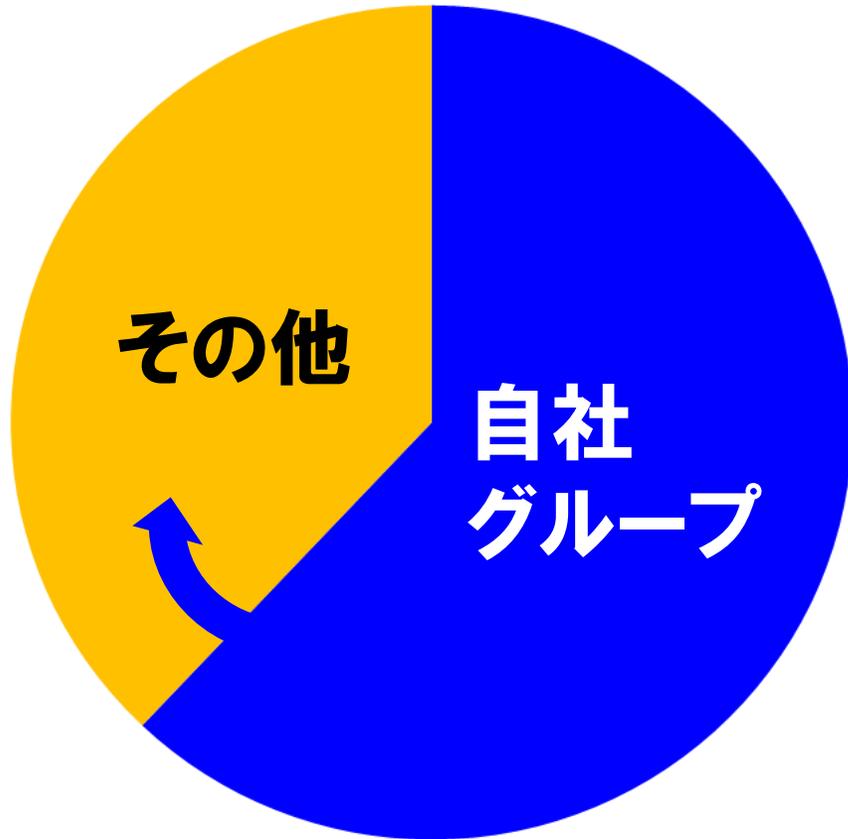
物流コストは
計画通り

関東エリア

主に火災影響の克服

関西エリア

主に出荷能力の増強



今後の施策

- ① 自社グループ ドライバー増員
- ② Happy On Time拡大(不在率低減)
- ③ ビッグデータ・AIで配送の見える化改革
- ④ エコ配を最大活用

自社グループ配送の強みをさらに強化

自社グループ配送に関する1Q施策

第3回 ASKUL LOGIST ドライバーコンテスト実施



**ドライバーの技能を競い磨き合うことで
自社グループ配送の質を向上**

自社グループ配送の拡大

～お客様の時短をイノベーションで解決～

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



自社グループ配送の拡大 ～お客様の時短をイノベーションで解決～

受取時のお客様のご要望に きめ細やかに対応

社会的な課題である 不在率をさらに改善

2017年7月6日 (木)
17:30-18:00
頃にお届けします

LOHACO

7月6日 16:00
最寄りの配送センターを出発しました

🕒 お届け日時を変更する

ドライバーへの依頼

- 宅配ボックスで受け取る
- 置き場所を指定して受け取る
- ダンボール回収をしてもらう
- お届け直前に電話をもらう

2017年8月リリース

一般的な不在率

約 **20%** ※1



Happy OnTime

2.2% (8月度時点)
→1%台へ

※1 出所:平成27年8月25日国土交通省「宅配の再配達が発生による社会的損失の試算について」内の環境省「平成26年度低炭素地域づくり集中支援モデル事業」調査における不在率(一日の不在再配達個数/一日の持出個数) 23.5%を元に記載。

LOHACO 配送費比率の改善策

① 特別配送料の設定

【対象】900ml以上のペットボトル

- ・ミネラルウォーター※
- ・無糖茶の一部 のケース商品

※LOHACO Waterは対象外

【料金】特別配送料350円(税込)

【開始時期】2017年10月2日(月)

② 1 order 1 boxの推進

LOHACO Water 5本セットは
特別配送料対象外



今後もeコマースに合った荷姿を追求

③ まとめ買いの推進

5,000円以上で最大200ポイント
【開始時期】2017年10月2日(月)



オーダー単価向上による
配送費比率改善を企図

課題である配送費増に創意工夫で対応

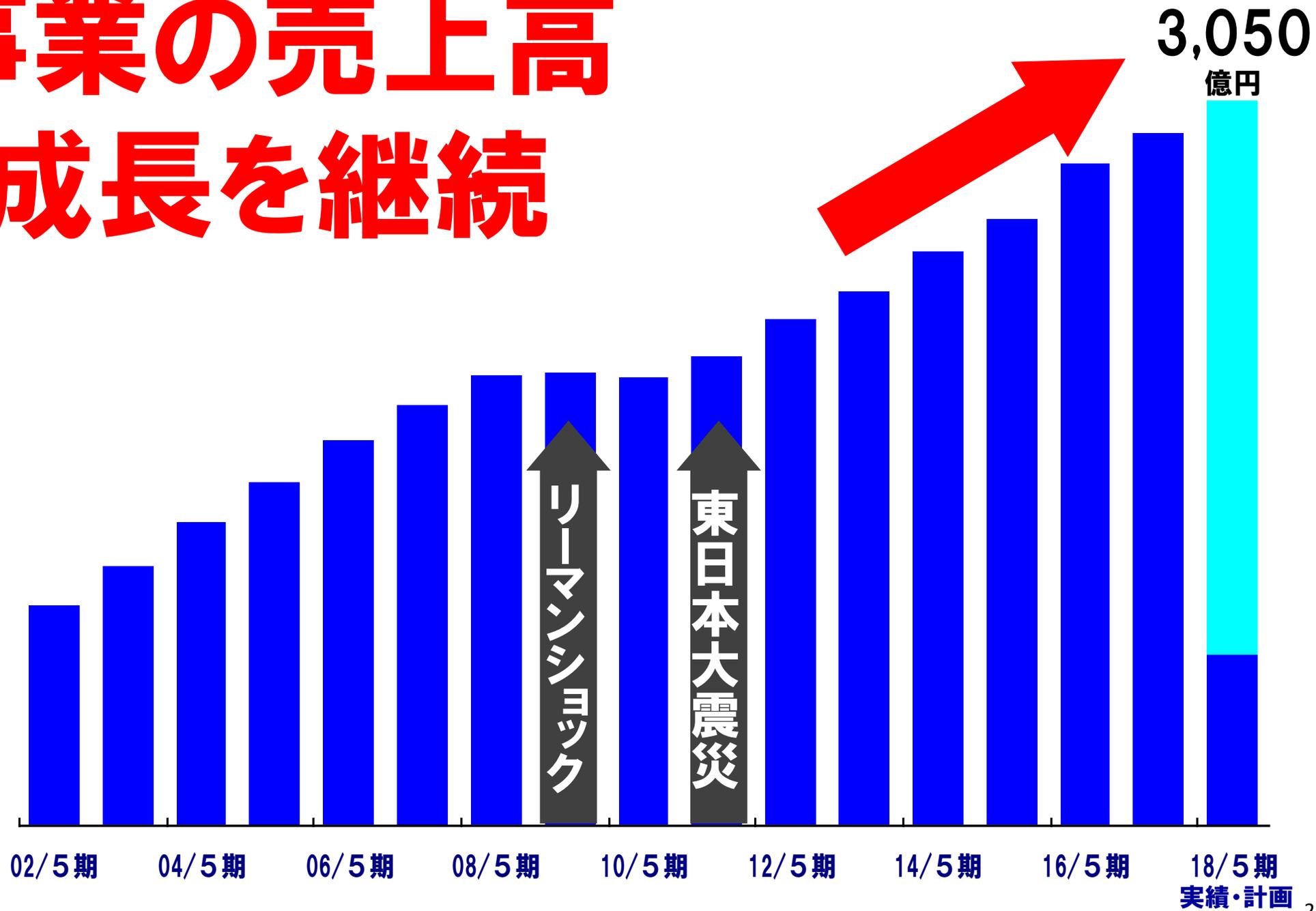
- I 第1四半期実績**
- II 物流・配送施策の状況**
- III BtoB事業戦略の状況**
- IV BtoC事業戦略の状況**
- V 新たなビジネスモデルの創造**

BtoB 事業所向け



ASKUL

BtoB事業の売上高 磐石な成長を継続





オフィス用品通販No.1から

BtoB圧倒的No.1へ

販売数

さらに優位性のある価格で
PB商品を投入



生活紙



洗剤

ヘッド商品
強化

専任部隊を設け
500万アイテムへ



塗装
用品

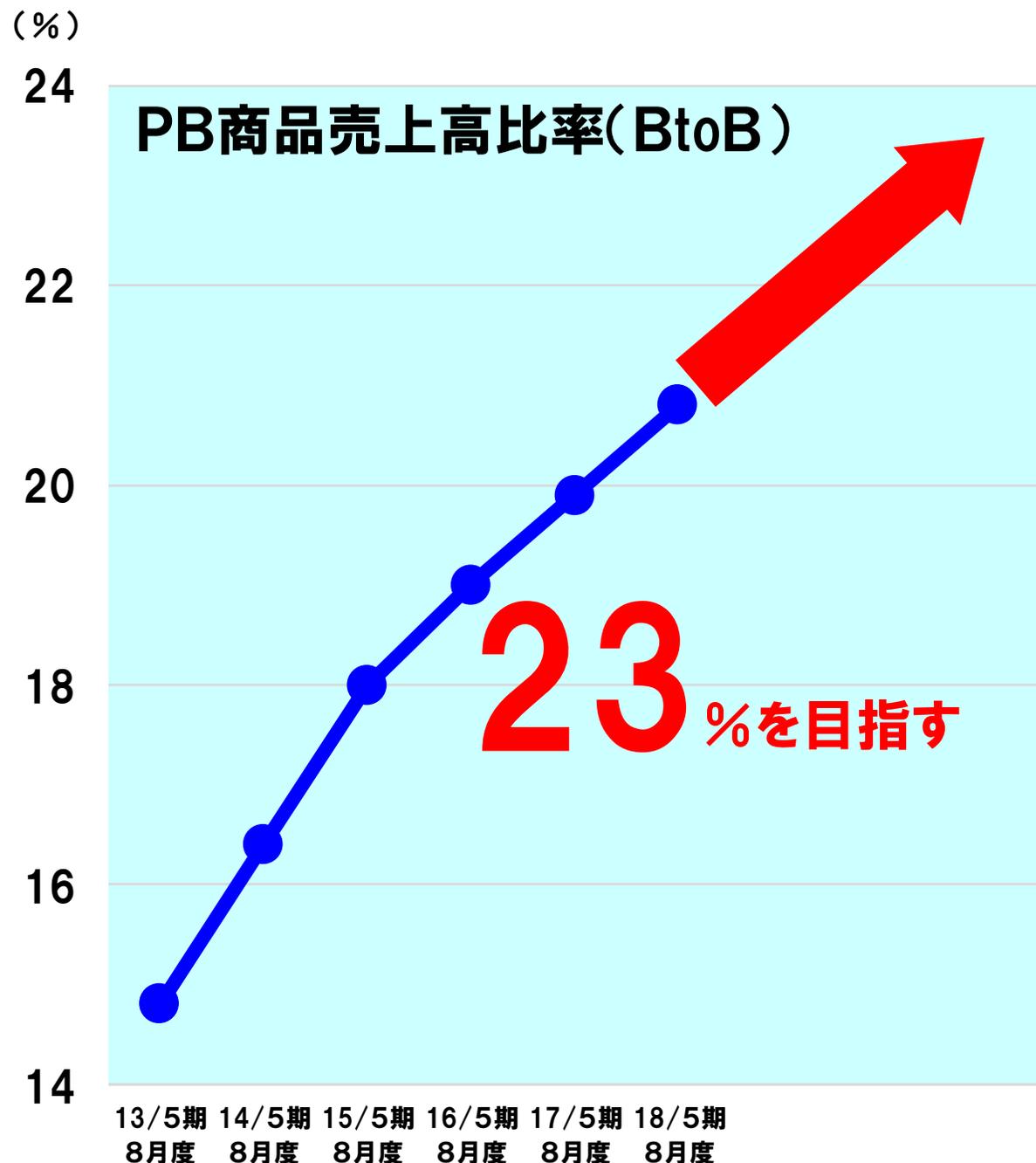


建築
工具

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



PB商品拡大

8月20日現在

約**7,700**アイテム

中期目標

10,000アイテム

**差別化と収益性強化
を同時に実現**

EC取扱商品数をさらに拡大

(万アイテム)

1,000

商品数
拡大

まずは18/5期末までに

500万 アイテムへ

17年8月時点 実績

373万 アイテム

500

300

200

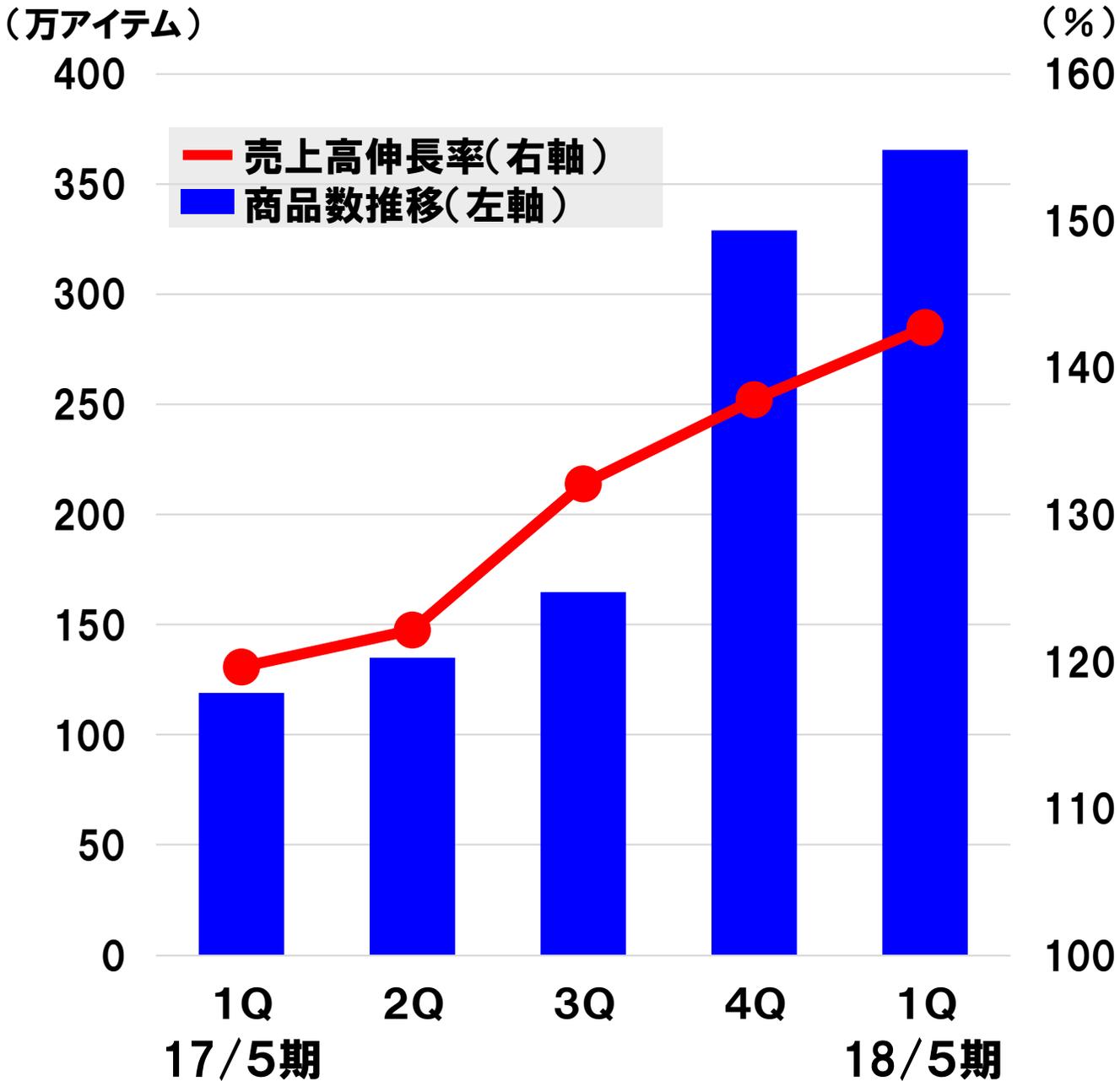
100

0

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



非在庫商品数拡大による売上成長加速



非在庫品売上高

18/5期1Q実績 (前年同期比)

143%

eコマース化による利便性向上でお客様基盤を拡大

新規登録の簡易化

Web登録フォームのデザインを
大幅リニューアル

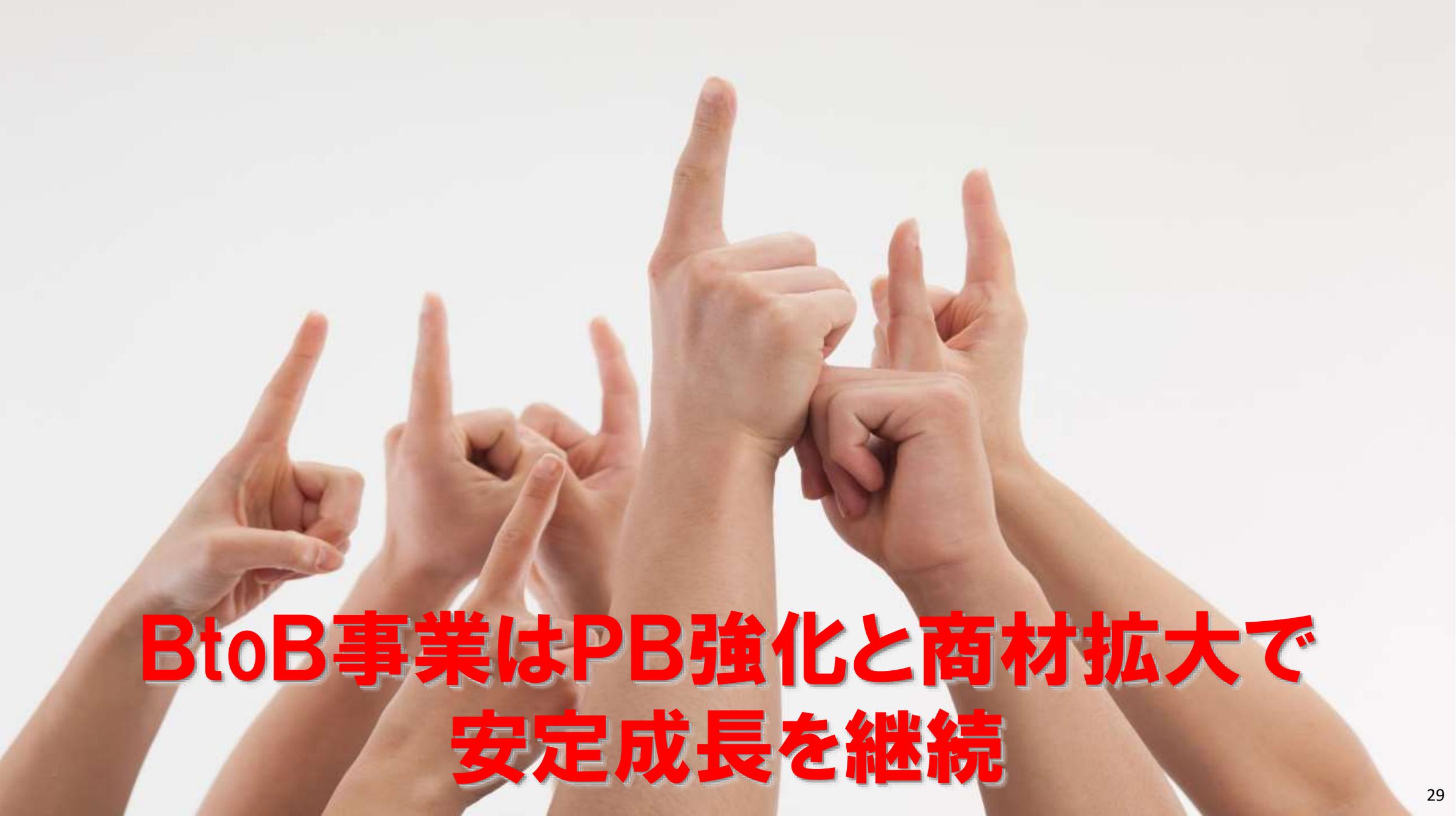
今後さらに

個人事業主・SOHO向けに
利便性向上をめざす
(決済手段の多様化等)

アスクールWebサイト 新規お客様数

2017年8月度実績 (前年同期比)

140%超

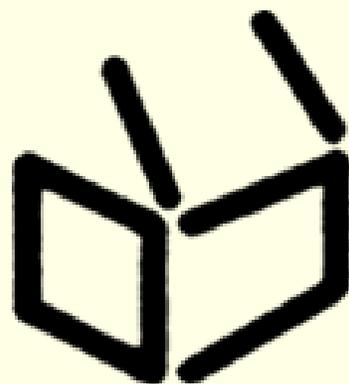
A group of several hands of different skin tones are raised, with index fingers pointing upwards. The hands are clustered together, creating a sense of unity and upward movement. The background is plain white.

**BtoB事業はPB強化と商材拡大で
安定成長を継続**

- I 第1四半期実績**
- II 物流・配送施策の状況**
- III BtoB事業戦略の状況**
- IV BtoC事業戦略の状況**
- V 新たなビジネスモデルの創造**

BtoC

個人向け



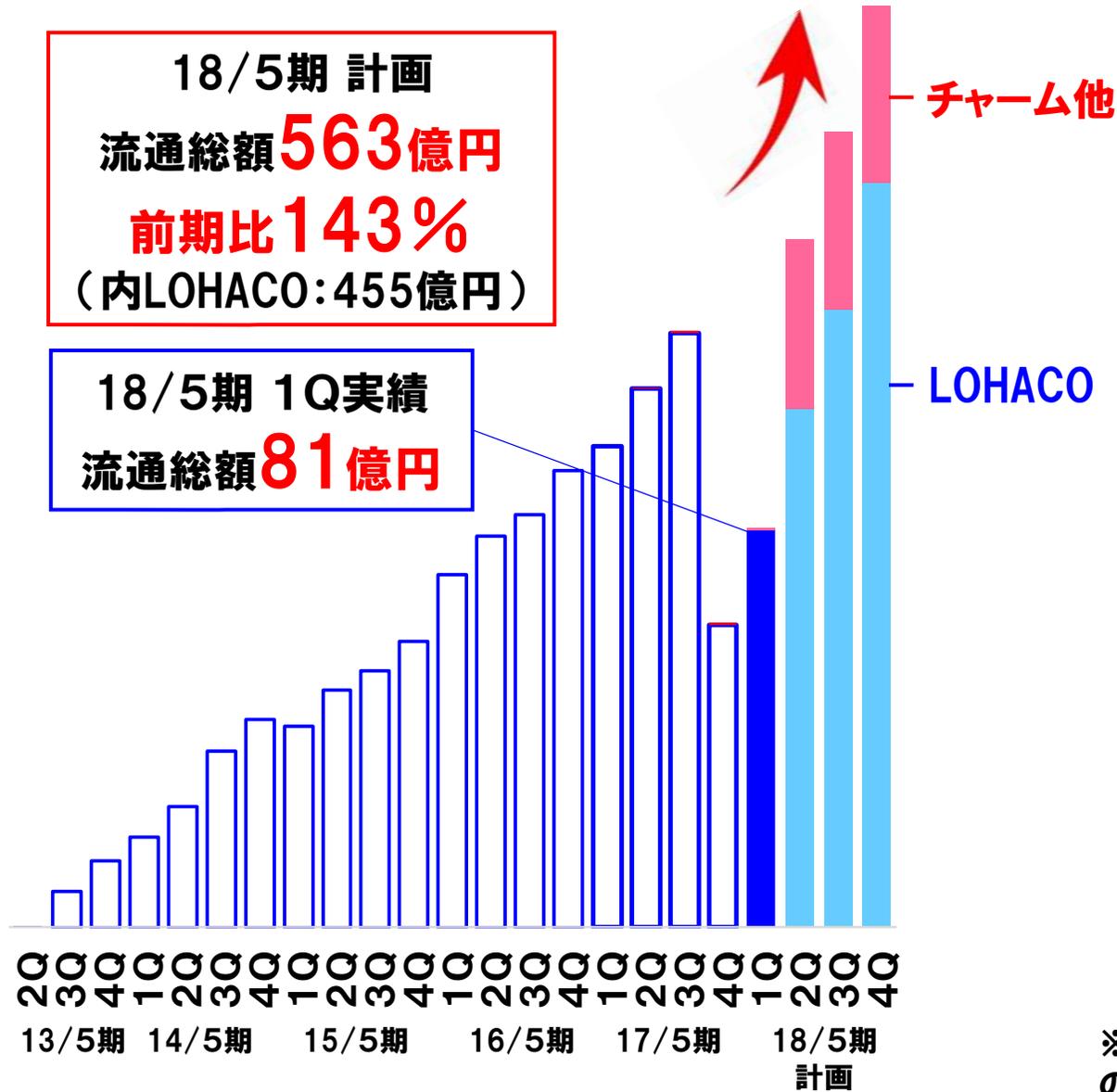
LOHACO

(億円)

BtoC流通総額* 四半期別推移

18/5期 計画
 流通総額 **563億円**
 前期比 **143%**
 (内LOHACO:455億円)

18/5期 1Q実績
 流通総額 **81億円**



1Q実績 順調に回復

2Qから大型販促実施 チャームも連結開始

*BtoC流通総額は、LOHACO売上高にLOHACOマーケットプレイス経由での取扱高および(株)チャームの売上高を加算しております。



東日本・西日本での
サイト出し分けの
臨時対応が
9月13日に終了



サービスレベル正常化へ

西日本だけで展開していたアウトレットブランドストア

LOHACO 9月末完全復活からの販促開始

SoftBank・Yahoo! JAPAN
からの大集客再開

LOHACO 5周年キャンペーン
大型販促実施



トップページバナー集客開始
5のつく日も近日再開

<https://lohaco.jp/event/anniversary/>

暮らしになじむLOHACO展2017

開催:2017年10月6日-11日@代官山T-SITE GARDEN GALLERY



LOHACO単独で展示会

(過去は他社合同のデザイン展参加)

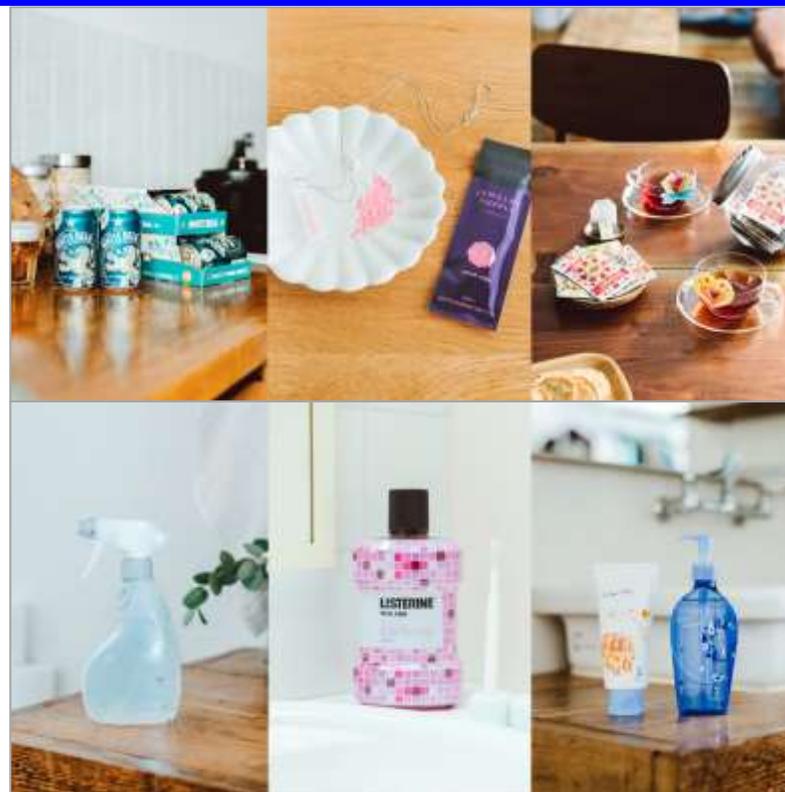
Tポイント会員をWebで集客
書店でLOHACOブック配布



※イメージ

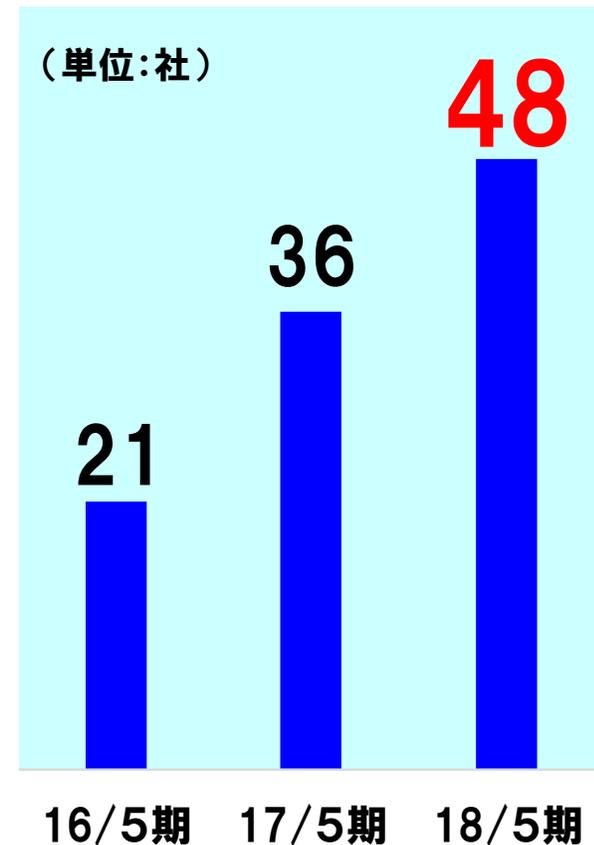
<https://lohaco.jp/event/exhibition/>

生活者起点のデザイン商品
48社参加 61商品展示



参加メーカー数推移

(単位:社)



**LOHACO事業は9月末の完全復活から
再成長の軌道に乗せる**

- I 第1四半期実績**
- II 物流・配送施策の状況**
- III BtoB事業戦略の状況**
- IV BtoC事業戦略の状況**
- V 新たなビジネスモデルの創造**

新しいビジネスモデルの位置づけ



BtoB事業

安定的に収獲逡増



LOHACO

再成長 + 収益改善

プラットフォーム (物流・配送、マーケティング)

プラットフォームを外部提供し新たに収益を上乗せ

Open Platform by ASKUL

物流・配送
マーケティング × 企業間連携
の強化

当社の強みである物流とマーケティングの
プラットフォームを外部提供し、第3の収益の柱をつくる

OPAによる新たな収益の創出

- ① リアルな広告販促
ビッグデータを活用した販促収入
- ② マーケットプレイス
流通総額の拡大による手数料収入
- ③ 物流プラットフォーム提供
EC物流の最適化による物流収入

①リアルな広告販促

LOHACO ECマーケティングラボ 4期活動開始

102社から126社へ

【第3期より継続参加企業(100社)】

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AGF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、エスピー食品株式会社、NSファーファ・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、キリンビール株式会社、キリン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、株式会社J-オイルミルズ、資生堂ジャパン株式会社、シャチハタ株式会社、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、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、富士フィルム株式会社、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、ポッシュロム・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、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、レキットペンキーズ・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)

【新規参加企業(21社)】

アース製薬株式会社、アイロボットジャパン合同会社、アツギ株式会社、エーザイ株式会社、牛乳石鹸共進社株式会社、グラクソ・スミスクライン・コンシューマー・ヘルスケア・ジャパン株式会社、クラシエホームプロダクツ株式会社、株式会社ジンス、武田コンシューマーヘルスケア株式会社、東京サラヤ株式会社、日清フーズ株式会社、日本ハム株式会社、日立コンシューマ・マーケティング株式会社、福助株式会社、フマキラー株式会社、マルマン株式会社、株式会社マンダム、ヤクルトヘルスフーズ株式会社、ヤマキ株式会社、ヤマト株式会社、株式会社LIHIT LAB.

(敬称略、50音順)

【フレンドシップパートナー(5社)】

アドビシステムズ株式会社、グーグル合同会社、株式会社日立製作所、フェイスブックジャパン株式会社、ヤフー株式会社

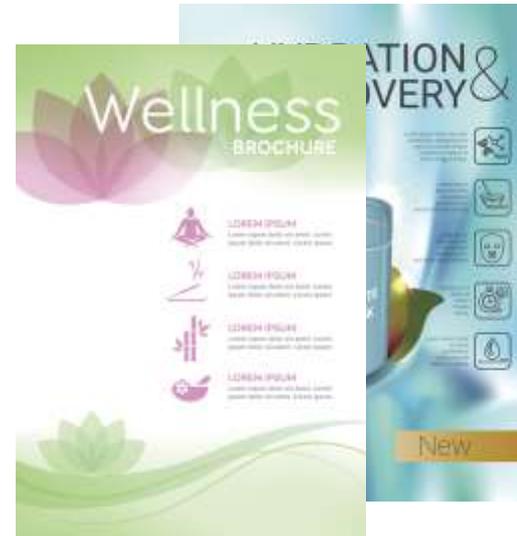
(敬称略、50音順)

①リアルな広告販促

1. パーソナライズ納品書チラシ



2. 同梱チラシ

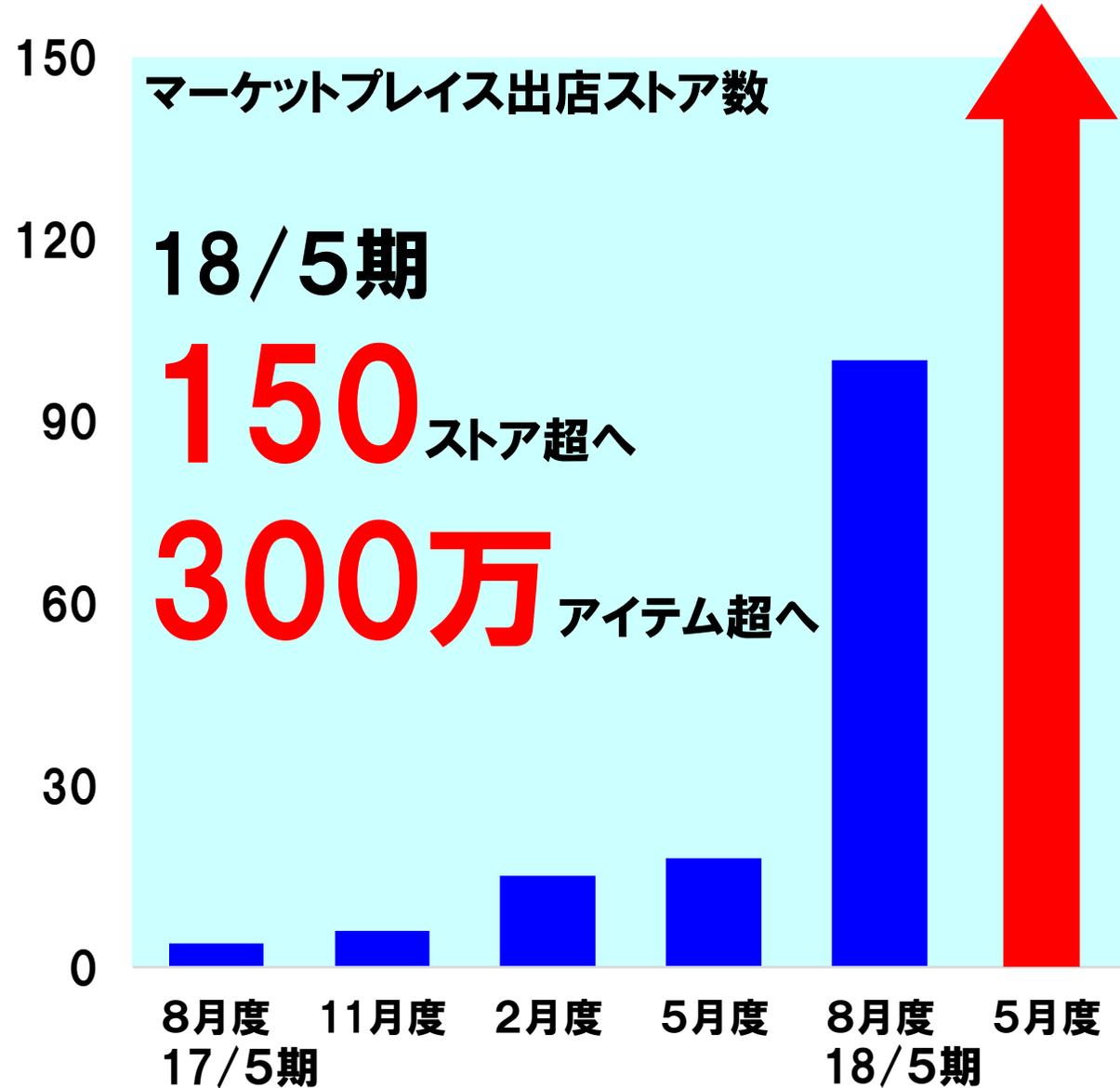


3. 同梱サンプル



ビッグデータを活用し、1 to 1 でお客様へ

②マーケットプレイス



食品、家電など 新カテゴリを追加

A new category opens in Lohaco

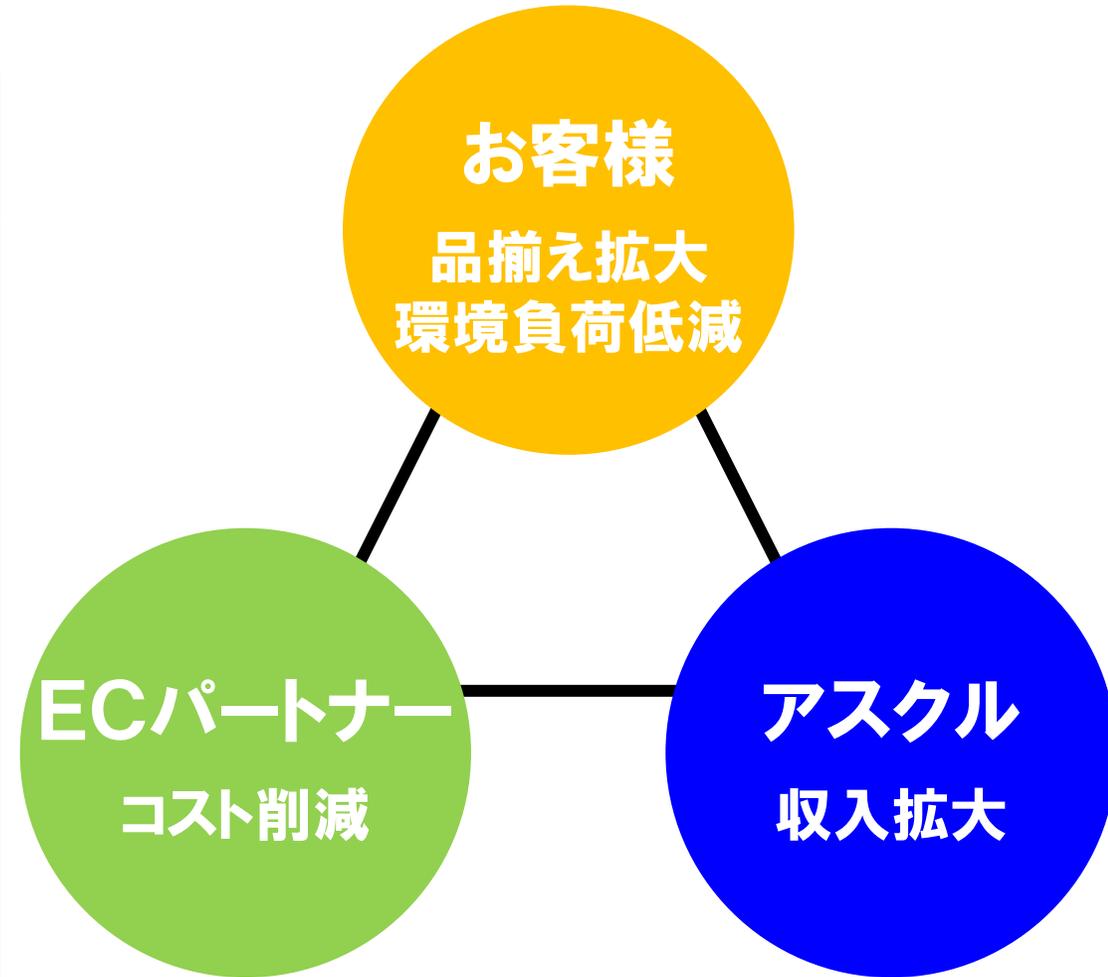
STORE GRAND OPEN

厳選された人気のお店が**続々**出店
出店ストア別 ポイント & クーポンイベント開催

インテリア | キッチン & タオル | 書籍 | スポーツ/アウトドア | 食品 | 家電 | ポイント/クーポン

Journal standard	ACTUS	CONCERGE	CRASH GATE	First Class	DESSERTS	Benoitist	丸山園	緑七郎
Franch'Beo	ACTUS	Skater	Asia's	SANTAMINI COFFEE	博愛堂	TOMIZ	PEPE	2025 KANSAI
KEYUCA	IRIS OHYAMA	Robot	OHM	S-cubism	博愛堂	DOUYU	everlife	ENOTECA
DOCTORAIR	oado	Ts-style	Tabemar!	カレド	博愛堂	KALEDI	京橋フイン	上辻園
SPORTS AUTHORITY	Victoria	Victoria Golf	北野エース	A. Lacoste	博愛堂	**中村屋	中川博	STYLE BREAD
						VERVE	もち吉	

③物流プラットフォーム提供



マーケットプレイス出店ストアへも展開予定

社会最適な物流プラットフォームを創造

(株)セブン & アイ・ホールディングスとの業務提携



7月6日 記者会見の様子

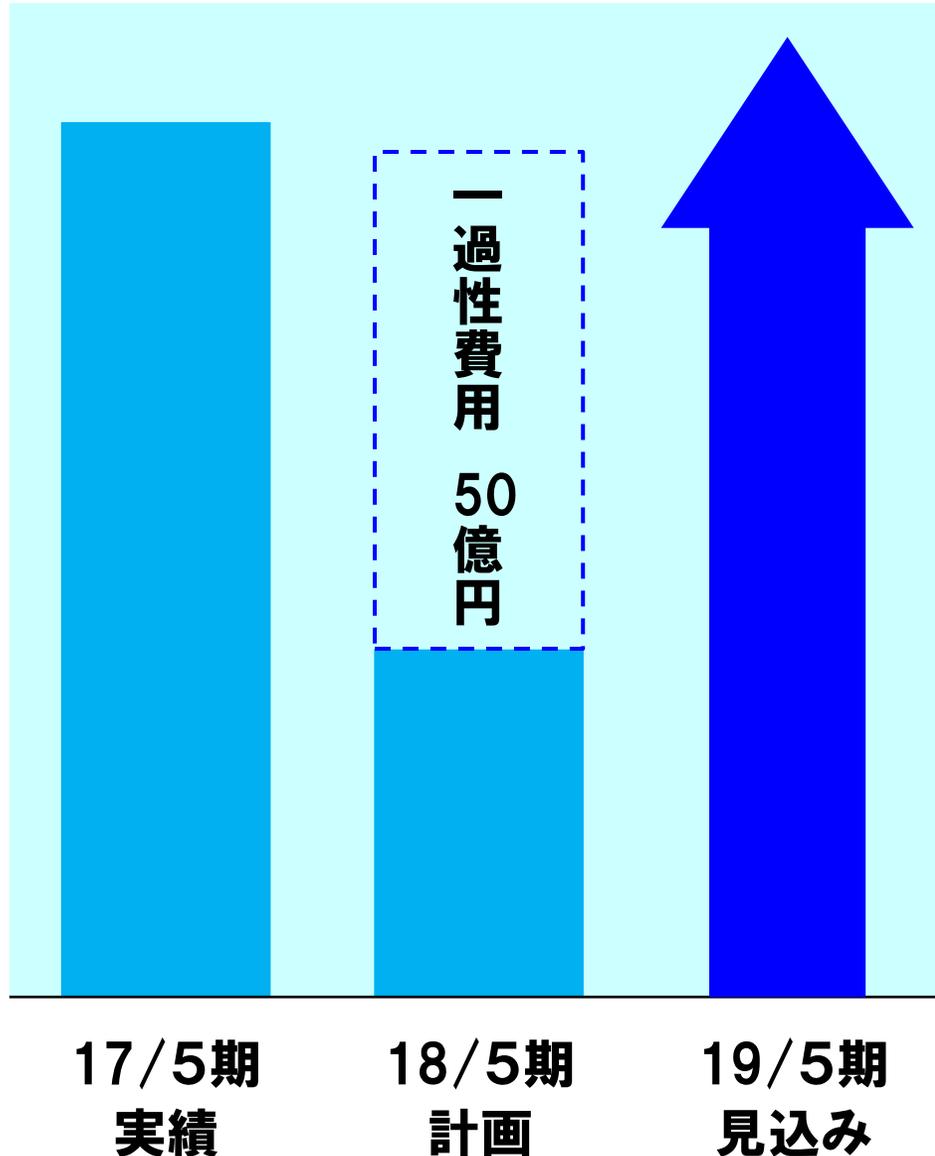
業務提携内容

- ① 両社サイトの相互送客(11月末開始予定)
- ② 両社協働の生鮮EC「IYフレッシュ(仮称)」
(11月末開始予定)
- ③ EC物流・サイトの開発・運営共同化の検討着手

- ✓ アスクルから41人のプロジェクトメンバー参画
- ✓ 5つの分科会を設置し、詳細設計を構築中

提携から2カ月、進捗は順調

連結営業利益の推移



**19/5期は
V字回復**

**過去最高益を上回る
利益水準を目指す**

付 録

18/5期 連結業績の見通し

	17/5期		18/5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	3,359	100.0	3,650	100.0	108.7
売上総利益	767	22.8	861	23.6	112.2
販売費及び 一般管理費	678	20.2	826	22.6	121.7
営業利益	88	2.6	35	1.0	39.5
経常利益	88	2.6	30	0.8	33.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	10	0.3	15	0.4	147.8

**期初から
変更なし**

18/5期 第1四半期 品目別売上高 単体

	17/5期 1Q		18/5期 1Q	
	億円	前年同期比 %	億円	前年同期比 %
OA・PC	223	101.7	220	98.6
文具	99	103.9	100	100.9
生活用品	247	116.6	245	99.1
ファニチャー	49	100.6	50	102.0
MRO	66	115.4	69	104.7
その他 (メディカル等)	45	109.9	48	108.2
合計	732	108.3	735	100.5

単体ベースでも
増収確保

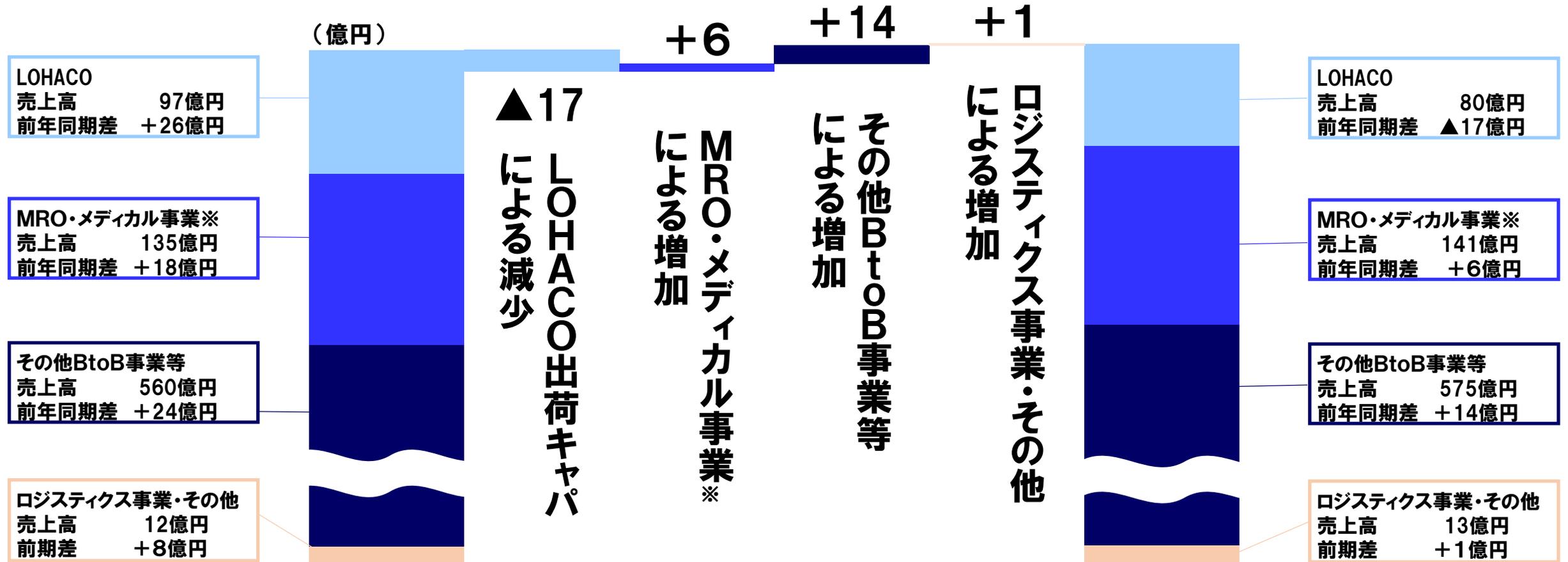
18/5期 第1四半期 連結売上高の増加要因

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%

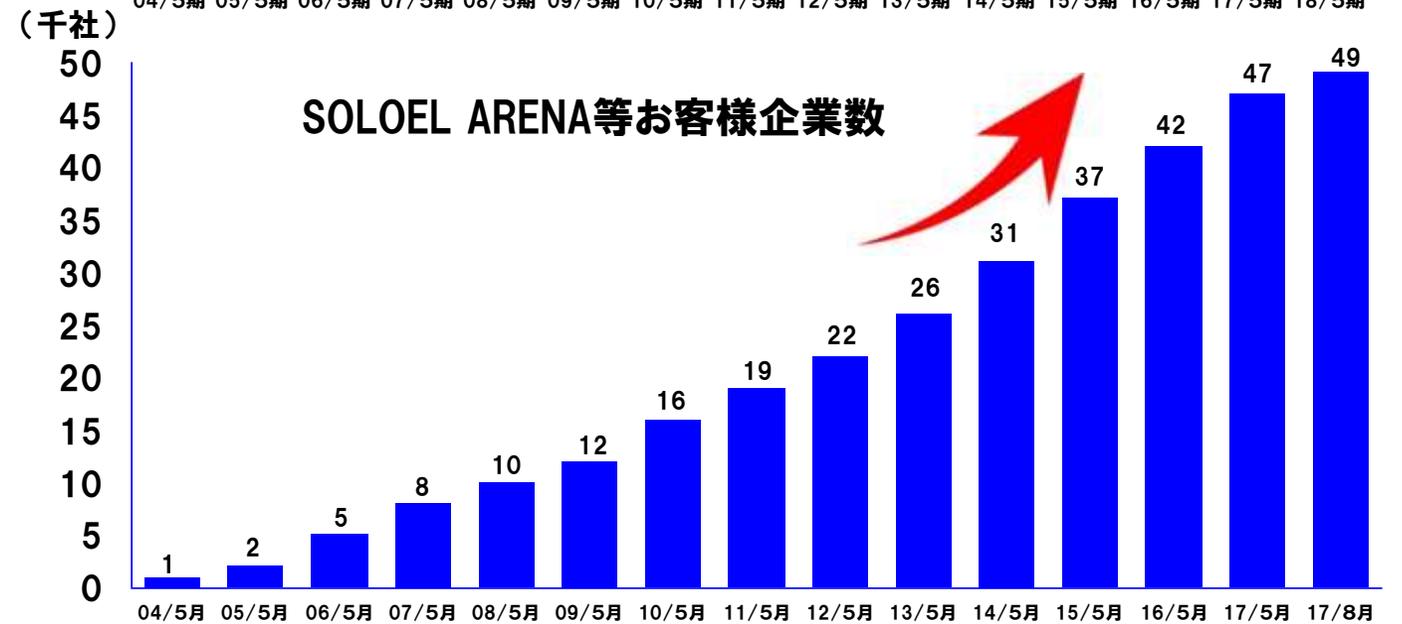
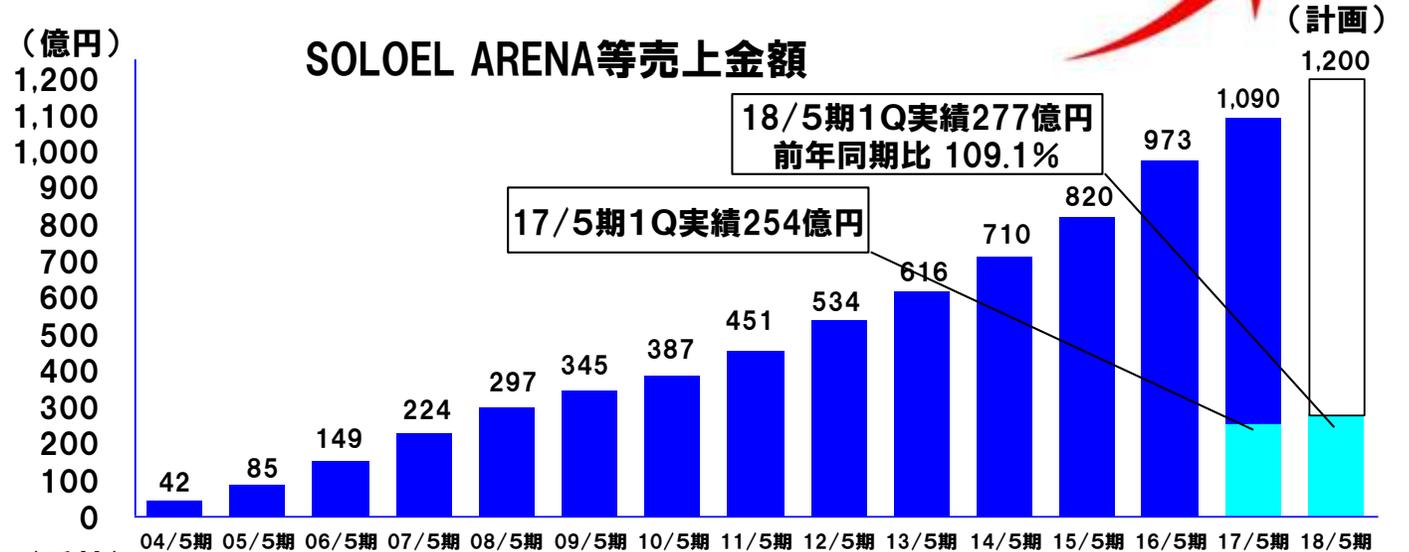
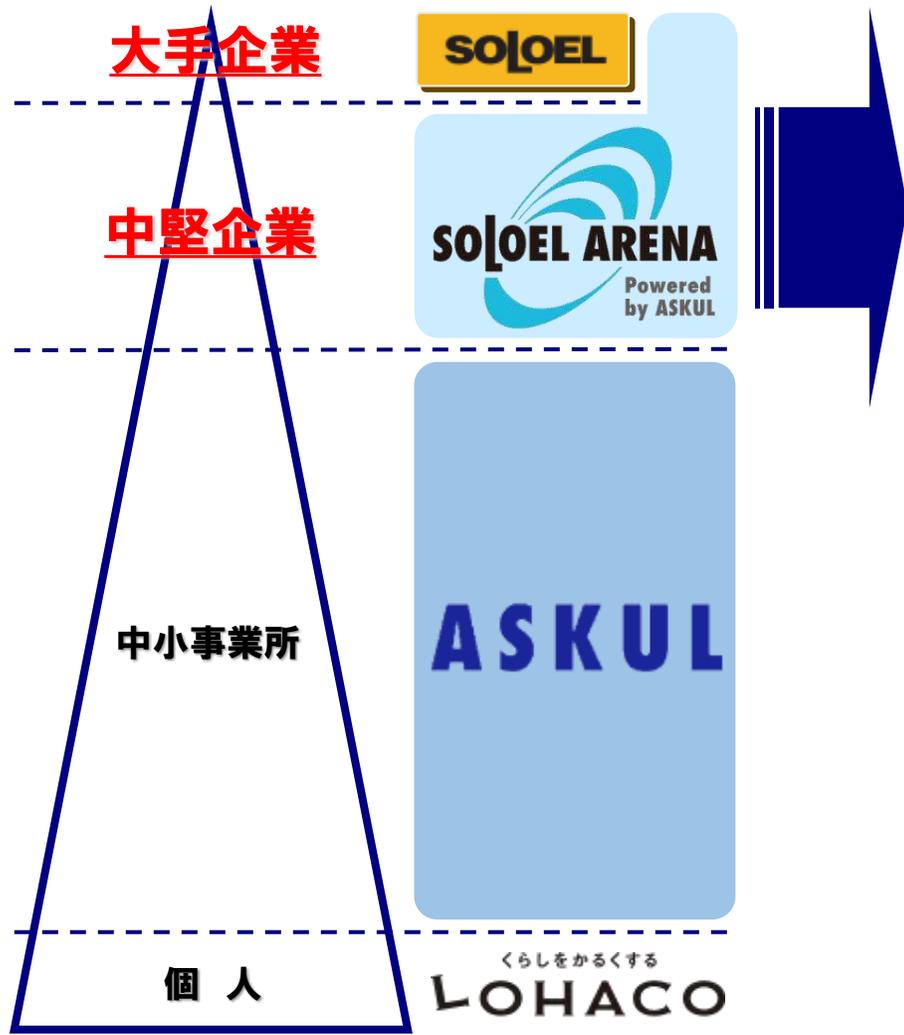
18/5期 第1四半期(実績)

売上高 810億円
 前年同期差 +5億円
 前年同期比 100.6%



※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



前年同期比109.1%、BtoB事業の成長を牽引

18/5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 189 億円 前年同期差 +10億円

売上総利益率 23.4% 前年同期差 +1.1ポイント

- 為替ポジションの良化および原価低減活動に加え、PB商品の拡大等によりBtoB事業ならびにLOHACOともに改善

販管費 177億円 前年同期差 +10億円

売上高販管費比率 22.0% 前年同期差 +1.2ポイント

<販管費の前年同期差の主な内訳>

- 物流生産性の一時的な悪化
(主に火災影響による24時間稼働、手作業増加に伴う人件費および業務委託費の増加) **+9億円**
- 代替センター固定費増(地代家賃、減価償却費の増加) **+4億円**
- ALP首都圏稼働休止による減価償却費の減少(営業外費用で計上) **△2億円**

18/5期 第1四半期 連結 設備投資

設備投資額 61億円(年間計画 249億円)

AVC関西物流設備等 45億円

AVC日高マテハン設備等 8億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 8億円 (年間計画 50億円)

投資詳細

(単位:百万円)

科目名	17/5期 第1四半期	18/5期 第1四半期	
	金額	金額	前年同期比
【設備投資額】	1,137	6,146	+440.1%
有形固定資産	571	5,391	+842.9%
無形固定資産	566	754	+33.3%
建設仮勘定(注2)	20	5,982	+29,694.9%
ソフトウェア仮勘定(注2)	671	843	+25.7%

(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。

18/5期1Q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

	18/5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	80.4%	+2.1ポイント	78.3%
上記以外	19.6%	△2.1ポイント	21.7%

(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)

	17/5期 8月度	18/5期 8月度	前年同月度差
オリジナル商品数	7,178	7,907	+729
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	17.6% (19.9%)	18.8% (20.8%)	+1.2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。

(注4) 17/5期2Qよりカタログ掲載だけでなくインターネット掲載も含めて販売実績のあるオリジナル商品数を掲載しております。