



# 株式会社 あさひ

## 2023年2月期 第3四半期 決算説明資料

2022年12月

東証プライム市場（証券コード：3333）

1. 2023年2月期 第3四半期 決算実績
2. 2023年2月期 第3四半期 取り組み進捗

## 参考資料

- 2023年2月期 通期計画
- 中期経営計画「VISION2025」進捗

# 2023年2月期 第3四半期 決算実績

# 2023年2月期 第3四半期 決算実績（前年比）

【単位：百万円、％】

	2022年2月期 第3四半期累計		2023年2月期 第3四半期累計			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比 (参考)※	要因
売上高	56,534	100.0	59,057	100.0	104.5	・収益認識会計基準の適用による 減少（1百万円）
売上益	28,064	49.6	28,599	48.4	101.9	・仕入コスト上昇  ・収益認識会計基準の適用による 減少（4百万円）
営業利益	5,685	10.0	5,305	9.0	93.3	
経常利益	5,898	10.4	5,411	9.2	91.7	
四半期 純利益	3,933	7.0	3,605	6.1	91.7	

※「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日。以下、「収益認識会計基準」という）等を第1四半期会計期間の期首から適用しております。そのため、当第3四半期累計期間における経営成績に関して、前第3四半期累計期間と比較しての前年同期比を記載していますが、参考値となります。以降のページでも”前年同期比”箇所は、同様となります。

# 下半期重点施策

◎重点施策：客単価の改善により売上高増加を見込む。

## ①価格改定 9月度～

- ✓ あさひブランド：10～20%値上げ  
(価格優位性維持)

## ②電動アシスト 自転車の拡販

- ✓ 電動アシスト自転車市場は堅調
- ✓ 店舗受取の専用在庫確保
- ✓ 販促強化、店舗受取の訴求施策

# 市場の変化に対する当社の対応

項目	当期の状況
国内の自転車市場環境	<ul style="list-style-type: none"><li>・台数 <u>前年比83.5%</u>(輸入統計ベース)※</li><li>・各社販売価格引き上げ</li></ul>
輸入仕入コスト	急激な円安と原材料価格等の高騰による仕入価格上昇 → 前年比20%強上昇
当社対応と第3四半期累計結果	<p>売上高前年比 104.5% (+2,523百万円) (月次営業速報：<u>客単価105.7%</u> × <u>客数99.2%</u>)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・3月度 あさひブランド 5~7% 価格改定</li><li>・9月度 " 10~20% "</li><li>・9、10月度 台風の影響で営業時間短縮や休業対応</li><li>・値上げ後の客単価上昇。修理、メンテナンス増加。</li></ul>

市場規模縮小傾向に対し、当社は価格改定による客単価上昇や修理、メンテナンス需要増加に対応し、前年売上高を上回る。

# 売上高及び客数、客単価の動き

【単位：百万円、％】

	上半期 (2/21-8/20)	第3四半期			第3四半期 累計 (2/21-11/20)
		9月度 (8/21-9/20)	10月度 (9/21-10/20)	11月度 (10/21-11/20)	
売上高(%)	104.5	97.5	104.7	111.7	104.5
客数(%)	100.6	93.1	96.2	100.7	99.2
客単価(%)	104.2	105.2	109.7	111.8	105.7

出所) 2023年2月期 月次営業速報数値を参照

客数：台風の影響で9、10月度減少。累計では概ね前年並み。

客単価：値上げ後、客単価上昇。

# 部門別売上高（前年比）

【単位：百万円、％】

	2022年2月期 第3四半期累計		2023年2月期 第3四半期累計			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比 (参考)	要因
店舗 ネット	54,608	96.6	57,427	97.2	105.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一般車、電動車の販売が増加</li> <li>・修理・メンテナンスの需要増加</li> </ul> ⇒買い替え需要減少
その他 ※	1,926	3.4	1,630	2.8	84.7	卸売事業で売上高が減少
合計	56,534	100.0	59,057	100.0	104.5	収益認識会計基準の適用による減少（1百万円）

※その他売上高には、ロイヤリティ収入や、FC店ならびに卸先への商品売上高、外商売上高などを含んでいます。

# 品目別売上高（前年比）

【単位：百万円、％】

	2022年2月期 第3四半期累計		2023年2月期 第3四半期累計			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比 (参考)	要因
一般車	9,064	16.0	10,180	17.2	112.3	消費者の低価格志向による販売増加
スポーツ車	8,351	14.8	7,660	13.0	91.7	他社ブランド価格大幅引き上げで販売減少
子供車	6,310	11.2	6,236	10.6	98.8	コロナ特需の反動減
電動アシスト 自転車	14,849	26.3	16,175	27.4	108.9	引き続き堅調に推移
その他自転車	2,160	3.8	2,324	3.9	107.6	
パーツ・その他	15,798	27.9	16,479	27.9	104.3	収益認識会計基準の適用による減少（1百万円）
合計	56,534	100.0	59,057	100.0	104.5	

# 販管費、設備投資（前年比）

【単位：百万円、％】

		2022年2月期 第3四半期累計		2023年2月期 第3四半期累計			
		金額	売上高 構成比	金額	売上高 構成比	前年 同期比	要因
販管費		22,379	39.6	23,294	39.4	104.1	
内 訳	人件費	10,997	19.5	11,422	19.3	103.9	事業拡大に伴う人件費の増加
	広告宣伝費	557	1.0	473	0.8	84.9	紙媒体の削減
	物流費(運送費+保管費)	1,279	2.3	1,481	2.5	115.7	配送コスト値上がり
	減価償却費	973	1.7	1,076	1.8	110.6	
	その他	8,571	15.2	8,840	15.0	103.1	電気料金の値上がり キャッシュレス決済増
設備投資に係る支出			1,960		1,619	82.6	新規出店・リニューアルやシステム案件の当期計画数が少なかった

# 出店実績（前期末比）

合計：516店舗

（直営店：498店舗 FC店：18店舗※<sub>1</sub>）（2022年11月20日現在）

■新規出店：12店舗

■退店：1店舗 茨木豊川店（大阪府）

	2022年2月期	2023年2月期 第3四半期	増減 ※ <sub>2</sub>
北海道・東北 関東・甲信越	224	232	+8
中部・北陸	66	69	+3
近畿	125	124	-1
中国・四国・九州	90	91	+1
合計	505	516	+11

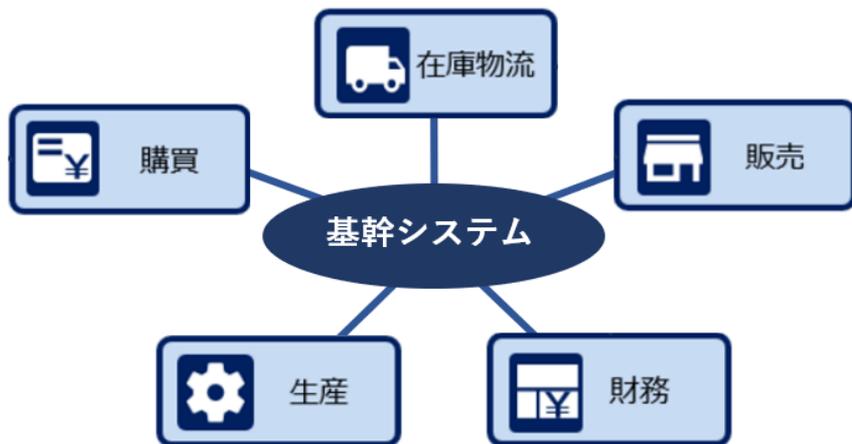
※<sub>1</sub> FC店計18店舗（大阪府：6店舗、兵庫県：1店舗、京都府：4店舗、三重県：4店舗、広島県：1店舗、鹿児島県：2店舗）  
深井店（大阪府）は2022年8月20日をもってフランチャイズ契約を終了し、2022年8月21日より直営店になりました。

※<sub>2</sub> 前期末店舗数からの増加を示しております。

## 2. 2023年2月期 第3四半期 取り組み進捗

# 3つの成長基盤における取り組み進捗

## 1. デジタル・IT 基盤の強化



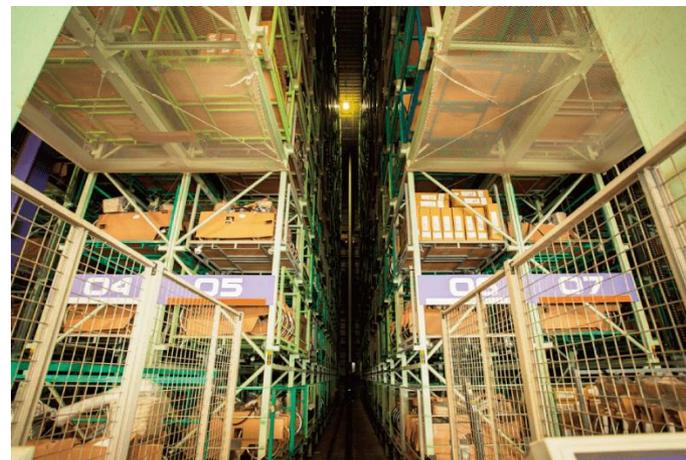
新基幹システム導入プロジェクトの推進

## 3. ブランディング強化



あさひブランド商品体系の整備

## 2. 物流機能の強化&最適化



倉庫マネジメントシステム導入プロジェクトの推進

「4つの重点戦略」を進めるうえで「3つの成長基盤」を強化

# 事業領域の拡大(リユース事業の進捗)



リユースの買取実施店舗は301店舗、販売店舗は25店舗と拡大。  
ネットでの販売も強化。(店舗数は2022/11/20現在)

# 交通安全啓発活動の取り組みについて

全国各地で乗り方教室や交通安全講習会を実施。



自転車の安全啓発や普及促進に関する活動を推進

# 参考資料：2023年2月期 通期計画

# 2023年2月期 通期計画

【単位：百万円、％】

	2022年2月期		2023年2月期（計画）			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比 (参考)	要因
売上高	71,398	100.0	78,000	100.0	109.2	客単価上昇
売上総利益	35,235	49.4	36,910	47.3	104.8	・仕入れ原価上昇 ・電動アシスト自転車の構成比増加
営業利益	5,221	7.3	5,600	7.2	107.3	
経常利益	5,512	7.7	5,700	7.3	103.4	
当期純利益	3,541	5.0	3,700	4.7	104.5	

# 2023年2月期 部門別売上高（計画）

【単位：百万円、％】

	2022年2月期		2023年2月期（計画）			
	金額	構成比	金額	構成比	前年同期比 （参考）	要因
店舗 ネット	68,829	96.4	75,400	96.7	109.5	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新規出店17店舗</li> <li>・既存店前年同期比 （参考）:107%</li> </ul>
その他	2,569	3.6	2,600	3.3	101.2	
合計	71,398	100.0	78,000	100.0	109.2	

※ その他売上高には、ロイヤリティ収入や、FC店ならびに卸先への商品売上高、外商売上高などを含んでいます。

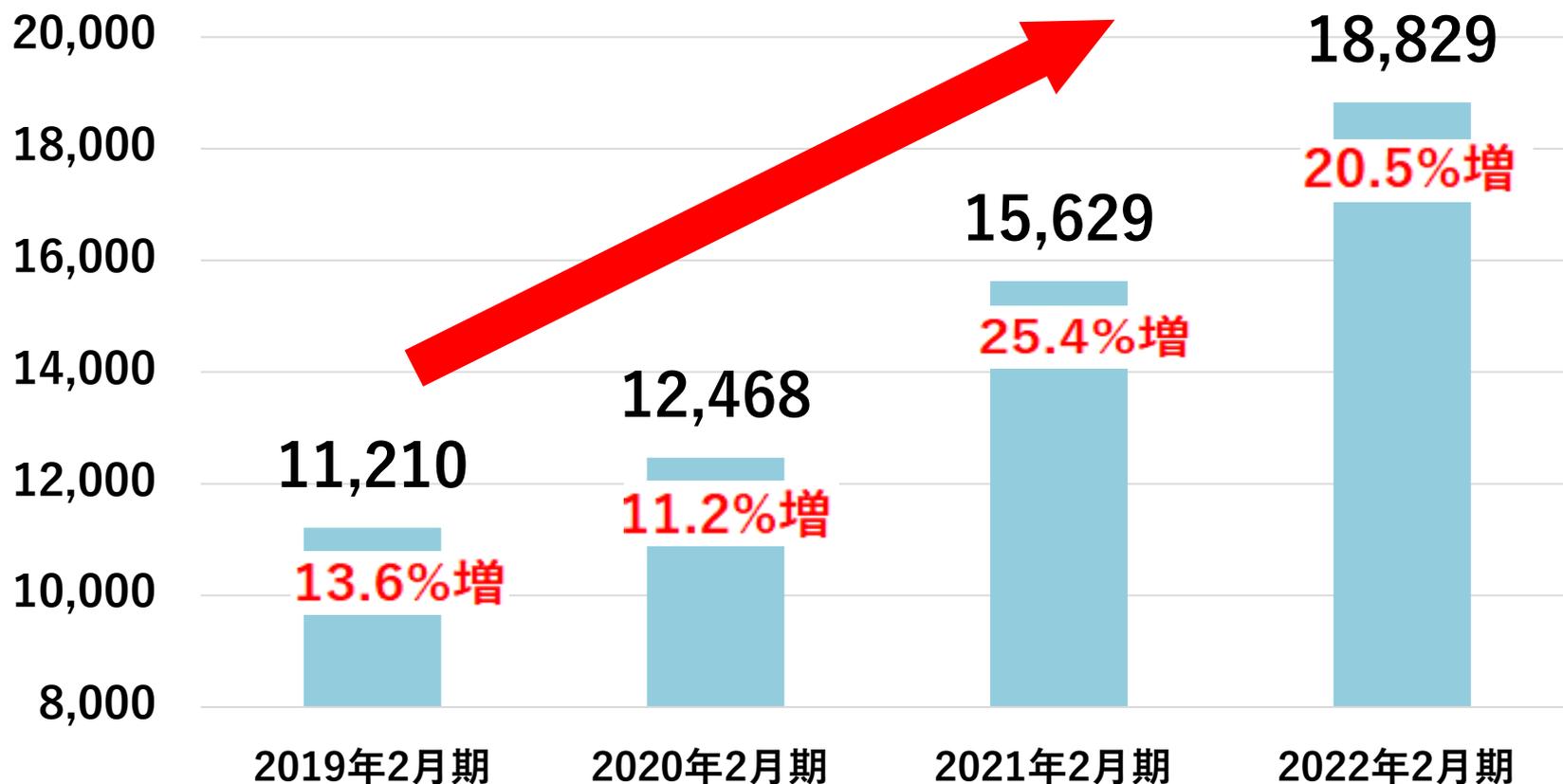
# 2023年2月期 品目別売上高（計画）

【単位：百万円、％】

	2022年2月期		2023年2月期（計画）		
	金額	構成比	金額	構成比	前年同期比 （参考）
一般車	11,662	16.3	11,814	15.1	101.3
スポーツ車	10,257	14.4	11,923	15.3	116.2
子供車	8,131	11.4	9,000	11.5	110.7
電動アシスト 自転車	18,829	26.4	21,447	27.5	113.9
その他自転車	2,666	3.7	3,033	3.9	113.8
パーツ・その他	19,851	27.8	20,780	26.6	104.7
合計	71,398	100.0	78,000	100.0	109.2

# 当社の電動アシスト自転車 売上高推移

【単位：百万円、%】



市場全体では年5～10%伸びに対して当社は10～25%程度の伸び率で推移し、着実なシェアアップを実現。

# 「ネットで注文、お店で受け取り」サービス好調の背景①

## ◎利便性

ECサイトと店舗網(全国500店舗以上)の融合



## ◎安全・安心の提供

店舗での商品説明、専門性の高いサービス提供



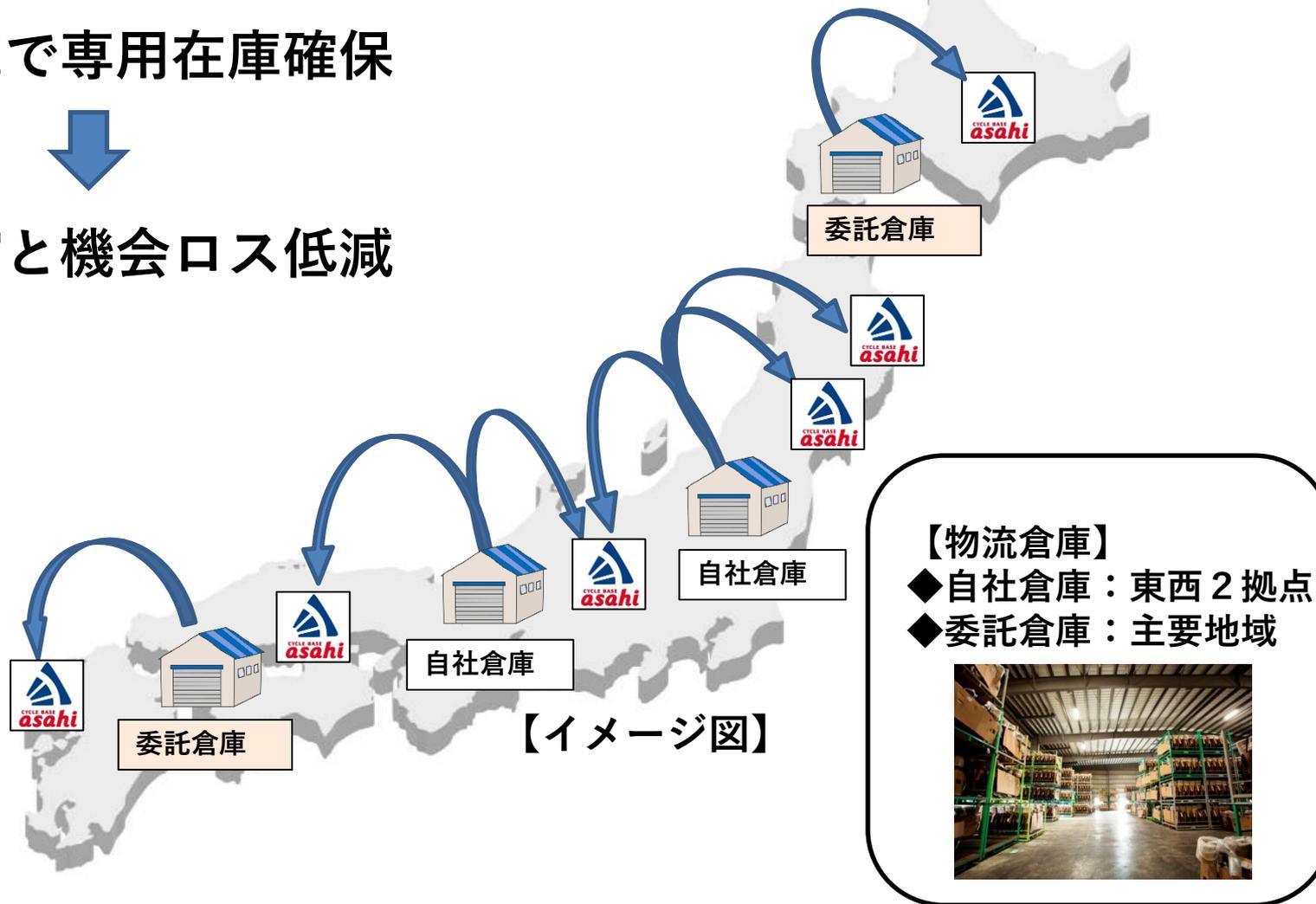
# 「ネットで注文、お店で受け取り」サービス好調の背景②

## ◎物流ネットワーク

物流倉庫で専用在庫確保



納期短縮と機会ロス低減



# 2023年2月期 販管費、設備投資計画

【単位：百万円、％】

		2022年2月期		2023年2月期（計画）			
		金額	売上高 構成比	金額	売上高 構成比	前年 同期比	要因
販管費		30,014	42.0	31,300	40.1	104.3	
内 訳	人件費	14,735	20.6	15,364	19.7	104.3	新規出店に向けた人員増加
	広告宣伝費	739	1.0	722	0.9	97.7	
	物流費（運送費＋保管費）	1,714	2.4	1,924	2.5	112.3	
	減価償却費	1,343	1.9	1,485	1.9	110.5	出店、システム、物流投資
	その他	11,480	16.1	11,802	15.1	102.8	支払手数料料増加
設備投資に係る支出			2,533		2,956	116.7	出店、システム、物流投資

# 2023年2月期 出店計画

2023年2月期末：522店舗

	2022年2月期	2023年2月期（計画）	
	店舗数	店舗数	純増店舗数
北海道・東北 関東・甲信越	224	235	+11
中部・北陸	66	67	+1
近畿	125	129	+4
中国・四国・九州	90	91	+1
合計	505	522	+17

# 参考資料：中期経営計画「VISION2025」進捗

# 中期経営計画「VISION2025」数値目標

売上高  
(単位：百万円)

90,000

売上高  
**85,000**百万円

営業利益率  
**8.0%**

店舗数  
**580**店舗

80,000

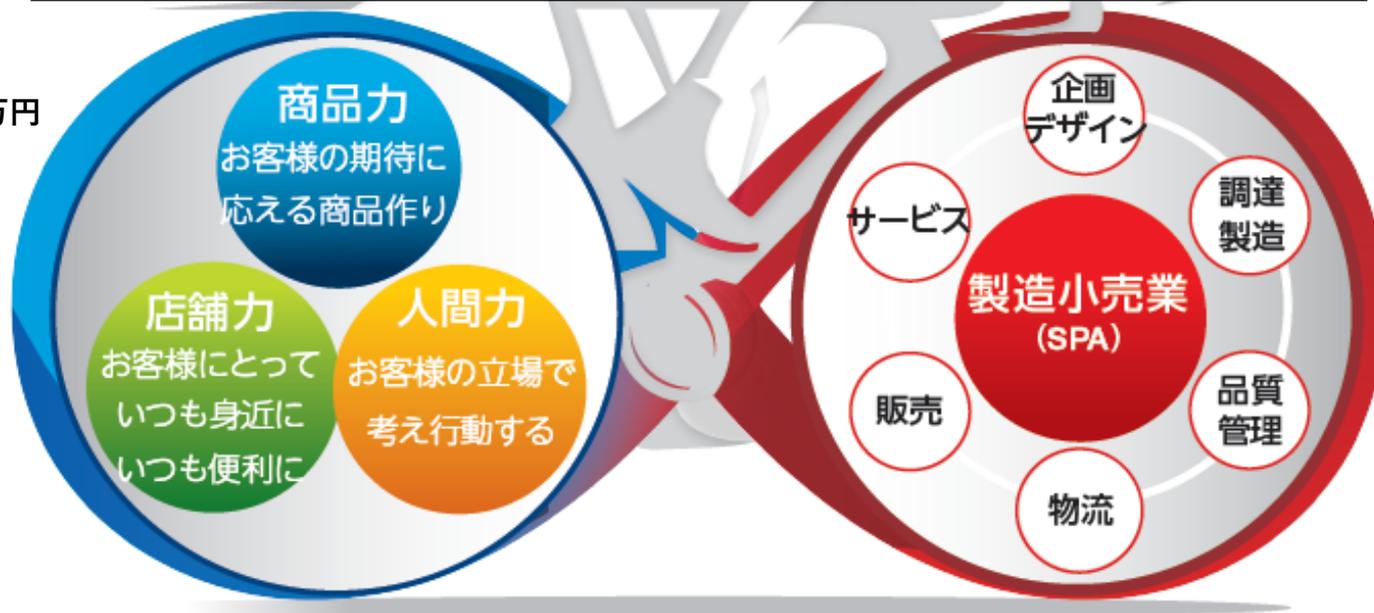
## カルチャー&ビジネスの両輪を回しながら深化

売上高  
**69,456**百万円

店舗数  
**491**店舗

70,000

60,000



2021年2月期  
実績

カルチャーモデル  
(企業の根幹)

ビジネスモデル

2026年2月期  
目標値

# 中期経営計画「VISION2025」の全体像

## 経営ビジョン

人生を彩る自転車ライフをいつも、いっしょに、いつまでも

## 4つの重点戦略

お客様との  
関係性強化  
(CRM強化)

既存店の  
活性化  
(店舗・EC)

新しい店舗  
スタイルの  
開発

事業領域の  
拡大

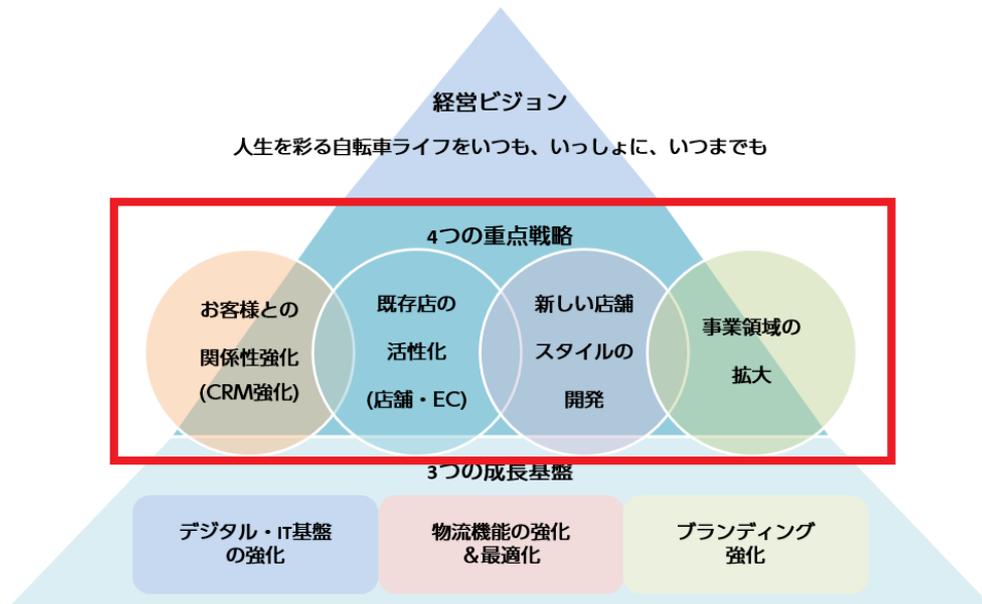
## 3つの成長基盤

デジタル・IT基盤  
の強化

物流機能の強化  
&最適化

ブランディング  
強化

# 4つの重点戦略



# 4つの重点戦略

## 1. お客様との関係性強化 (CRM 強化)



アプリ累計DL数 160万件突破

## 2. 既存店の活性化 (店舗・EC)



サービス・テクニカルリーダーの選任

## 3. 新しい店舗スタイルの開発



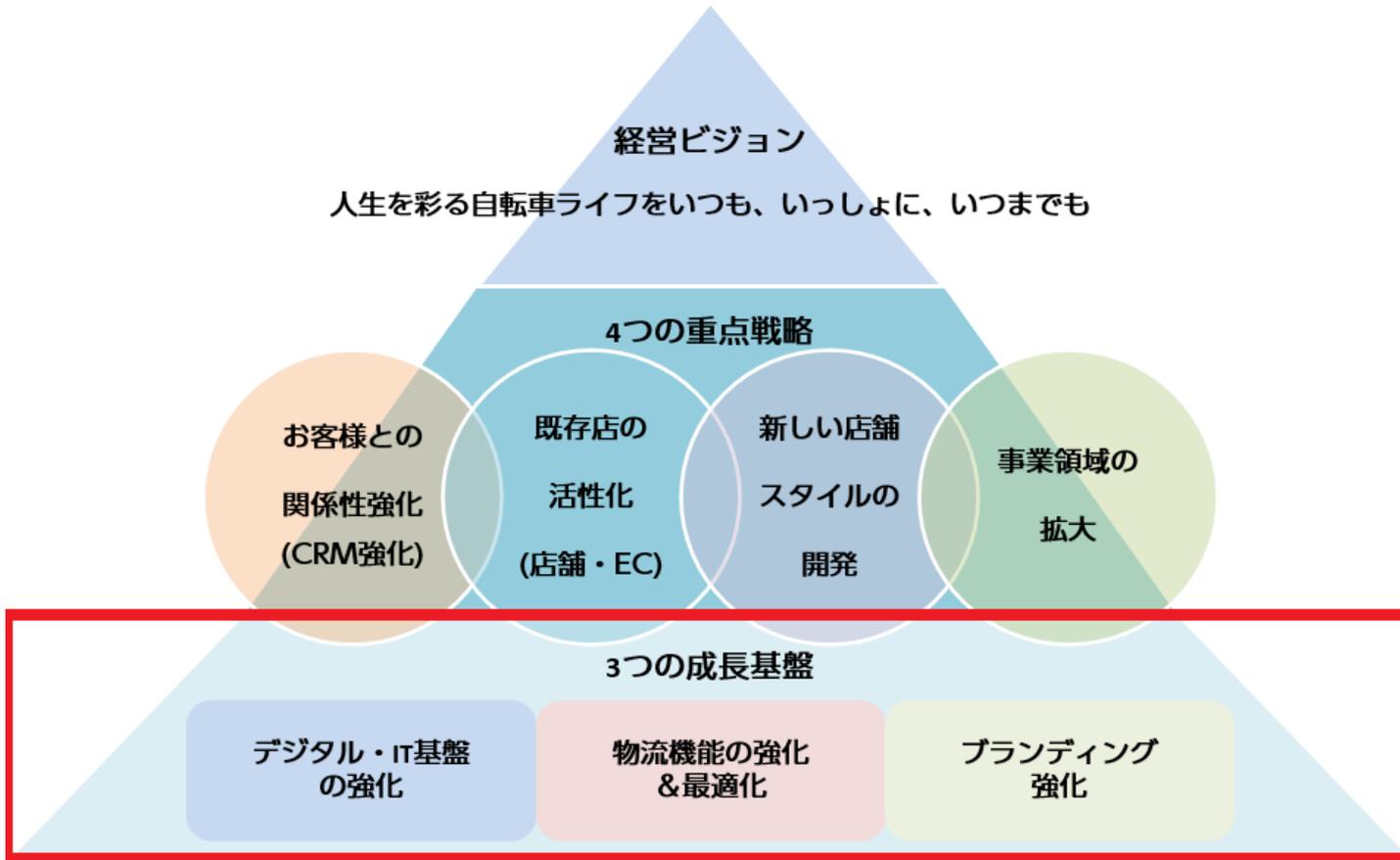
都市型店舗のオペレーション効率化

## 4. 事業領域の拡大



リユース事業の強化

# 3つの成長基盤



中期経営計画「VISION2025」達成に向け、「4つの重点戦略」を進めるうえで「3つの成長基盤」を強化

2023年2月期 第3四半期までの取り組み進捗は、スライド13/33に記載。

私たちは、自転車を通じて世界の  
人々に貢献できる企業を目指します。

その企業目的に賛同し、  
参画するすべての人々が、  
豊かな人生を送れることを目指します。

# 資料取扱上のご注意

- 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する主旨のものではありません。実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。
- 当社の内部要因や、当社を取り巻く事業環境の変化等の外部要因が直接または間接的に当社の業績に影響を与え、本資料に記載した見通しが変わる可能性があることをご承知おき願います。
- 本資料の転用等は、ご遠慮くださいませ。

