



2024年2月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社あさひ
東証プライム市場（証券コード：3333）

2023/6

目次

- 1 2024年2月期 第1四半期 決算実績
- 2 トピックス
- 3 2024年2月期 第2四半期以降の取り組み
- 4 (参考資料)2024年2月期 通期計画
- 5 (参考資料)中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗



1 2024年2月期 第1四半期 決算実績

2 トピックス

3 2024年2月期 第2四半期以降の取り組み

4 (参考資料)2024年2月期 通期計画

5 (参考資料)中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

1 2024年2月期 第1四半期 決算実績

市場変化に対する当社の対応

項目	当期の状況
マクロ環境	<ul style="list-style-type: none">・GW国内旅行者数がコロナ禍前並みに回復・5月 新型コロナ「5類」引き下げ・諸物価上昇に伴う節約志向 } 経済活動は徐々に正常化
自転車市場の環境	<ul style="list-style-type: none">・4月 ヘルメット着用努力義務化・商品価格上昇に伴う販売台数減少により、販売店での在庫調整 ⇒国内向け自転車台数※は前年比95.4%（約9万台減）と引き続き低調
仕入コスト	円安と原材料価格高騰により、高止まり
当社の販売総括	<ul style="list-style-type: none">・前期8月の価格改定の影響で客単価上昇・EC 電動アシスト自転車の販売伸長・事前の在庫確保により概ねヘルメット需要対応・技術力及び安定的な人員配置により修理メンテナンス需要対応 <p>⇒売上高前年同期比107.3%（+1,779百万円） （月次営業速報：客単価105.9%×客数101.6%）</p>

※財務省貿易統計、経済産業省生産動態統計調査を基にした当社推定国内市場台数

1 2024年2月期 第1四半期 決算実績

前年比

【単位：百万円、%】

	2023年2月期 第1四半期		2024年2月期 第1四半期			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	要因
売上高	24,246	100.0	26,025	100.0	107.3	・前期8月の価格改定の影響で客単価上昇 (客単価 105.9%)
売上利益	11,429	47.1	12,045	46.3	105.4	
営業利益	3,440	14.2	3,644	14.0	105.9	・事業拡大に伴う販管費増
経常利益	3,455	14.2	3,720	14.3	107.7	
四半期純利益	2,349	9.7	2,532	9.7	107.8	

1 2024年2月期 第1四半期 決算実績

部門別売上高（前年比）

【単位：百万円、％】

		2023年2月期 第1四半期		2024年2月期 第1四半期			要因
		金額	小売の 構成比 ※1	金額	小売の 構成比 ※1	前年 同期比	
	店 舗	21,102	89.7	21,892	86.3	103.7	<ul style="list-style-type: none"> ・ EC化率13.7% ・ EC専用在庫の確保により電動アシスト自転車の販売増加 ・ 既存店売上105.4% 客単価105.7% 客 数99.7%
	E C	2,424	10.3	3,465	13.7	142.9	
小 売（小 計）		23,527	100.0	25,358	100.0	107.8	
そ の 他 ※ 2		718	-	667	-	92.9	
合 計		24,246	-	26,025	-	107.3	

※1 小売(店舗+EC)における比率を構成比として用いております。

※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。

1 2024年2月期 第1四半期 決算実績

品目別売上高（前年比）

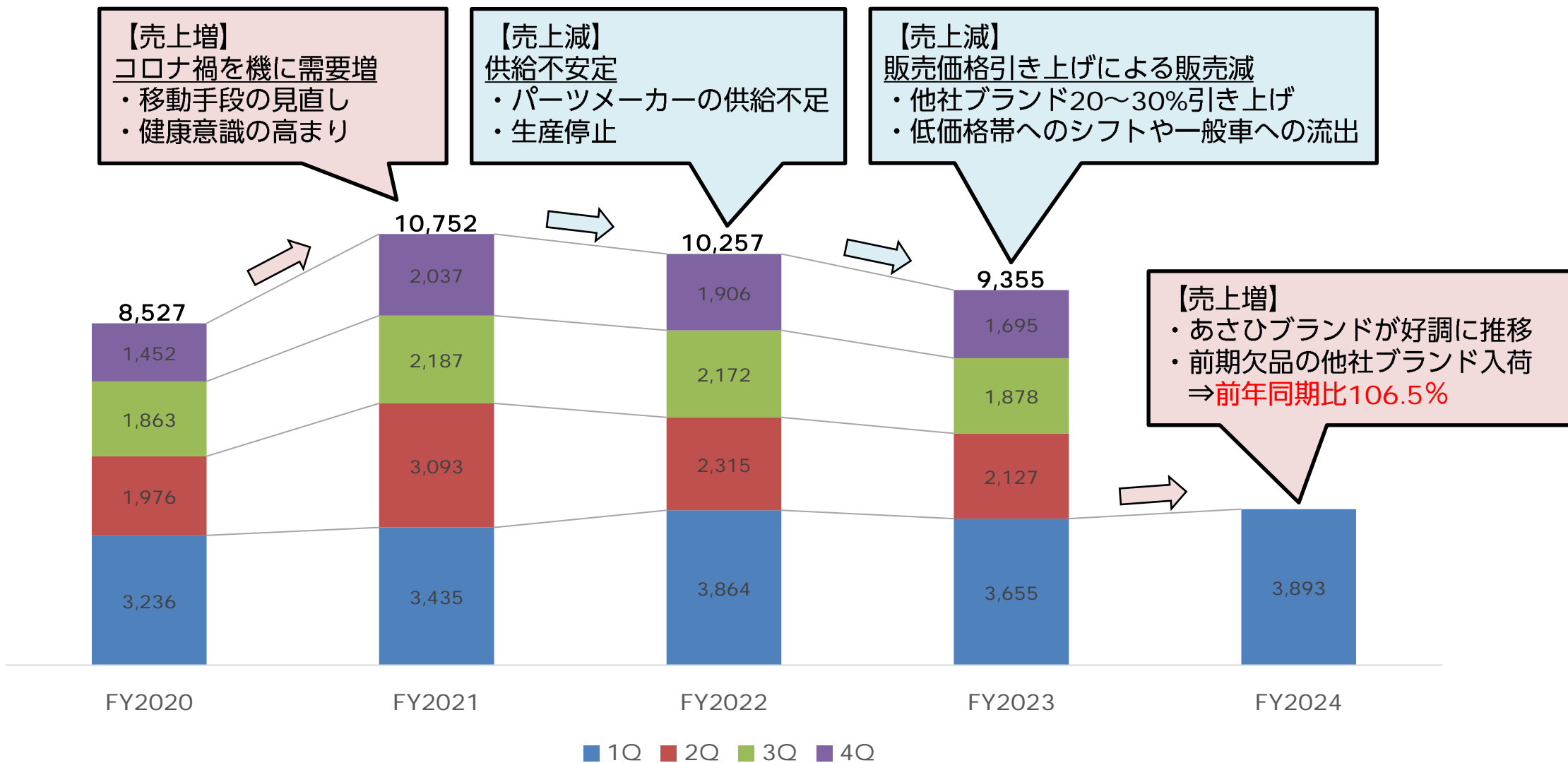
【単位：百万円、％】

	2023年2月期 第1四半期		2024年2月期 第1四半期			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	要因
一般車	4,856	20.0	4,956	19.0	102.1	・ 廉価帯が好調に推移
スポーツ車	3,655	15.1	3,893	15.0	106.5	・ あさひブランドが好調に推移 ・ 前期欠品の他社ブランド入荷
子供車	2,504	10.3	2,546	9.8	101.7	
電動アシスト 自転車	6,623	27.3	7,094	27.3	107.1	・ EC専用在庫確保により販売 増加
その他自転車	856	3.5	797	3.1	93.1	
パーツ・その他	5,749	23.7	6,737	25.9	117.2	・ ヘルメット販売増加 ・ 修理メンテナンス件数増加
合計	24,246	100.0	26,025	100.0	107.3	・ 前期8月の価格改定の影響で 客単価上昇

1 2024年2月期 第1四半期 決算実績

スポーツ車の売上高推移

【単位：百万円】



1 2024年2月期 第1四半期 決算実績

販管費、設備投資（前年比）

【単位：百万円、％】

		2023年2月期 第1四半期		2024年2月期 第1四半期			要因
		金額	売上高 比	金額	売上高 比	前年 同期比	
販 管 費		7,988	32.9	8,401	32.3	105.2	
内 訳	人 件 費	3,933	16.2	4,043	15.5	102.8	・ 事業拡大に伴う人員増
	広告宣伝費	156	0.6	188	0.7	120.6	・ EC売上増に連動
	物 流 費 ※	574	2.4	567	2.2	98.8	・ 委託倉庫割合の減少
	減価償却費	345	1.4	372	1.4	107.7	・ 店舗投資の増加
	そ の 他	2,978	12.3	3,229	12.4	108.4	・ 店舗業務の外部委託 ・ キャッシュレス化
設備投資に 係る支出			235		300	127.5	・ 新規出店、店舗リニューアル ・ システム案件

※運送費+保管費

1 2024年2月期 第1四半期 決算実績

店舗

	期首	出店	第1四半期末
店舗数 ※	519	2	521
うち都市型	6	0	6

※ FC店計18店舗含む (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)



2023/3/24 出店 川口本町店 (埼玉県)



2023/4/17 出店 ららぽーと門真店 (大阪府)



1 2024年2月期 第1四半期 決算実績

2 トピックス

3 2024年2月期 第2四半期以降の取り組み

4 (参考資料)2024年2月期 通期計画

5 (参考資料)中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

2 トピックス

ヘルメット着用の努力義務化

2023年4月 改正道路交通法の施行により、
自転車利用者のヘルメット着用が努力義務化
⇒メーカーでの生産が間に合わないほど**需要増加**



◎当社の状況


- ・一部モデルでは欠品が生じたものの、事前の在庫確保により、ヘルメット販売は**好調に推移**
- ・安全意識向上の取り組みとして、引き続き交通安全啓発活動を実施



2 トピックス

あさひオリジナル電動アシスト自転車「ENERSYS(エナシス)」から、2023年3月、新モデル「ENERSYS CITY (エナシス シティ)」を発売。




- 
- 1 2024年2月期 第1四半期 決算実績
 - 2 トピックス
 - 3 2024年2月期 第2四半期以降の取り組み**
 - 4 (参考資料)2024年2月期 通期計画
 - 5 (参考資料)中期経営計画「VISION2025」 取り組み進捗

3 2024年2月期 第2四半期以降の取り組み

主な内容

項目		第2四半期以降の取り組み内容
OMO※ 戦略	店舗	EC需要の旺盛な都市圏へのドミナント出店 ・ 受取りサービス拠点の拡充 ・ 配送効率向上により納期短縮
	EC	継続的な専用在庫の確保による納期短縮
		⇒ 「ネットで注文、お店で受取り」サービスの更なる利便性向上
電動アシスト 自転車		あさひオリジナル電動アシスト自転車「ENERSYS(エナシス)」の 販促強化やラインナップ拡充
ヘルメット		計画的な在庫確保
修理 メンテナンス		需要増加に対応 ・ 技術力の向上 ・ 店舗の業務効率化

※ Online Merges with Offlineの略。ECと店舗が融合して、情報入手から購入、利用までをお客様の体験価値としてご提供する仕組み。

- 
- 1 2024年2月期 第1四半期 決算実績
 - 2 トピックス
 - 3 2024年2月期 第2四半期以降の取り組み
 - 4 (参考資料)2024年2月期 通期計画**
 - 5 (参考資料)中期経営計画「VISION2025」 取り組み進捗

4 2024年2月期 通期計画

2023年2月期比

【単位：百万円、%】

	2023年2月期 実績		2024年2月期 計画			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	要因
売上高	74,712	100.0	80,000	100.0	107.1	<ul style="list-style-type: none"> ・OMO*戦略の強化 ・電動アシスト自転車増加 ・客単価 107%
売上総利益	36,195	48.4	38,000	47.5	105.0	
営業利益	5,127	6.9	5,200	6.5	101.4	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタル、IT強化
経常利益	5,316	7.1	5,400	6.8	101.6	
当期純利益	3,366	4.5	3,400	4.3	101.0	

*Online Merges with Offlineの略。ECと店舗が融合して、情報入手から購入、利用までをお客様の体験価値としてご提供する仕組み。

4 2024年2月期 通期計画

部門別売上高

【単位：百万円、％】

		2023年2月期 実績		2024年2月期 計画			
		金額	小売の 構成比 ※1	金額	小売の 構成比 ※1	前年 同期比	要因
	店舗	64,352	88.6	68,600	88.7	106.6	・15店舗出店予定
	EC	8,300	11.4	8,700	11.3	104.8	・専用在庫確保 ・物流機能の効率化
小売（小計）		72,652	100.0	77,300	100.0	106.4	
その他※2		2,059	-	2,700	-	131.1	・卸売事業 スポーツ需要減に対し、電動アシスト自転車を中心に販売拡大
合計		74,712	-	80,000	-	107.1	

※1 2023年2月期から、小売(店舗+EC)における比率を構成比として用いております。

※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。

4 2024年2月期 通期計画

品目別売上高

【単位：百万円、%】

	2023年2月期 実績		2024年2月期 計画		
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比
一般車	13,010	17.4	14,000	17.5	107.6
スポーツ車	9,355	12.5	10,000	12.5	106.9
子供車	8,146	10.9	8,400	10.5	103.1
電動アシスト 自転車	20,406	27.3	22,700	28.4	111.2
その他自転車	2,831	3.8	2,900	3.6	102.4
パーツ・その他	20,961	28.1	22,000	27.5	105.0
合計	74,712	100.0	80,000	100.0	107.1

あさひオリジナル電動アシスト自転車「ENERSYS(エナシス)」



お客様の声をカタチに。快適な乗り心地にとことんこだわった、あさひオリジナル電動アシスト自転車「ENERSYS」。一人ひとりが安心して、笑顔になれる自転車です。

4 2024年2月期 通期計画

販管費、設備投資

【単位：百万円、%】

		2023年2月期 実績		2024年2月期 計画			要因
		金額	売上高 比	金額	売上高 比	前年 同期比	
販 管 費		31,068	41.6	32,800	41.0	105.6	
内 訳	人 件 費	15,181	20.3	15,900	19.9	104.7	・事業拡大に伴う人員増
	広告宣伝費	650	0.9	730	0.9	112.3	・ネット広告、販促強化
	物 流 費 ※	1,884	2.5	2,000	2.5	106.2	・適正在庫管理による保管費削減
	減価償却費	1,472	2.0	1,600	2.0	108.7	・新規出店、リニューアル
	そ の 他	11,879	15.9	12,570	15.7	105.8	・システム関連の維持費増
設備投資に 係る支出			2,511		3,855	153.5	・デジタル、IT等成長基盤強化

※運送費+保管費

4 2024年2月期 通期計画


店舗

	期首	出店	期末
店舗数※	519	15	534
うち都市型	6	3	9

移転・大型改装

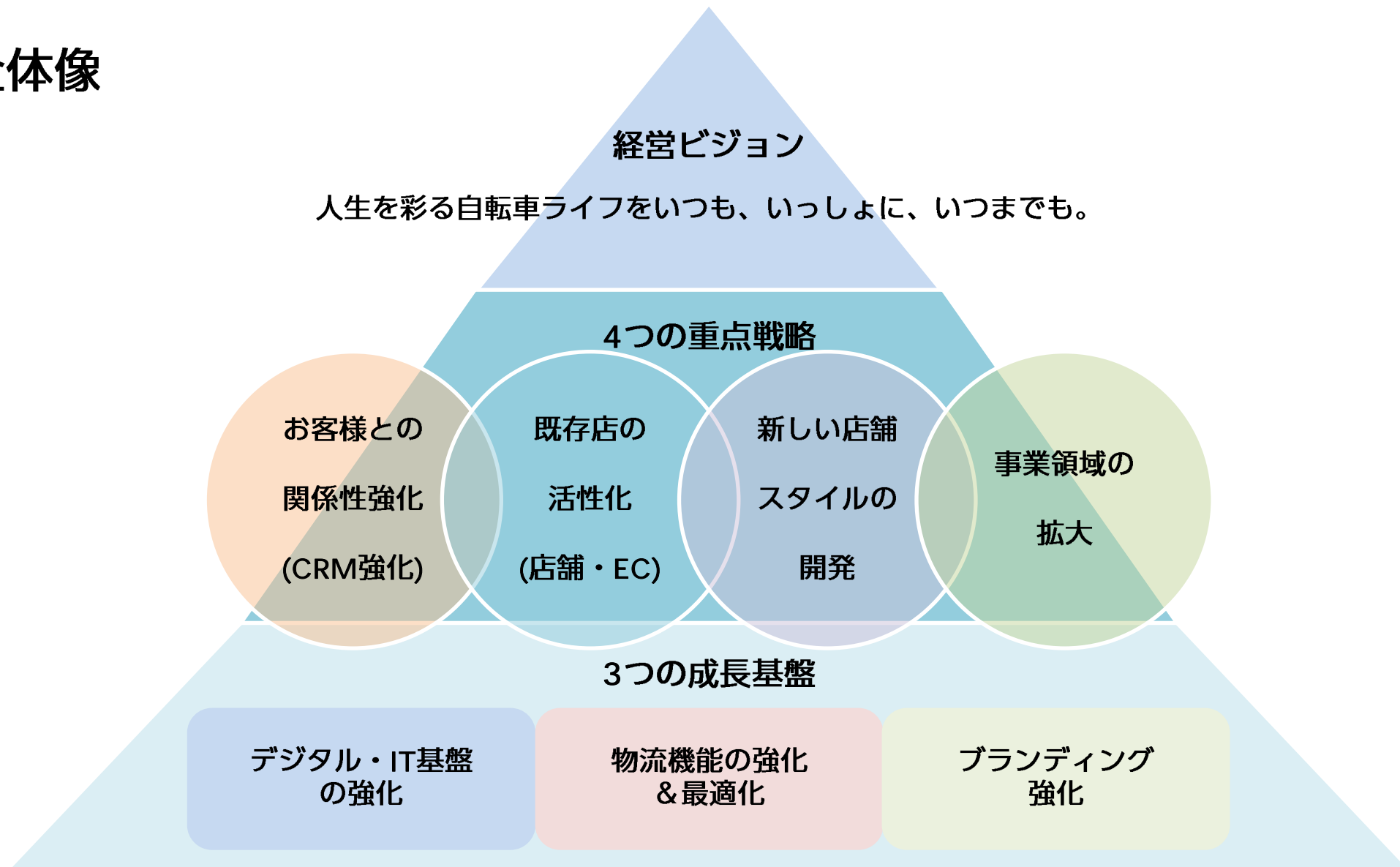
	2023年2月期 実績	2024年2月期 計画
対象店舗数	13	14

※ FC店計18店舗含む（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）

- 
- 1 2024年2月期 第1四半期 決算実績
 - 2 トピックス
 - 3 2024年2月期 第2四半期以降の取り組み
 - 4 (参考資料)2024年2月期 通期計画
 - 5 (参考資料)中期経営計画「VISION2025」 取り組み進捗**

5 中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

全体像



5 中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

「3つの成長基盤」と「4つの重点戦略」

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。

「3つの成長基盤」を強化し、「4つの重点戦略」を遂行

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

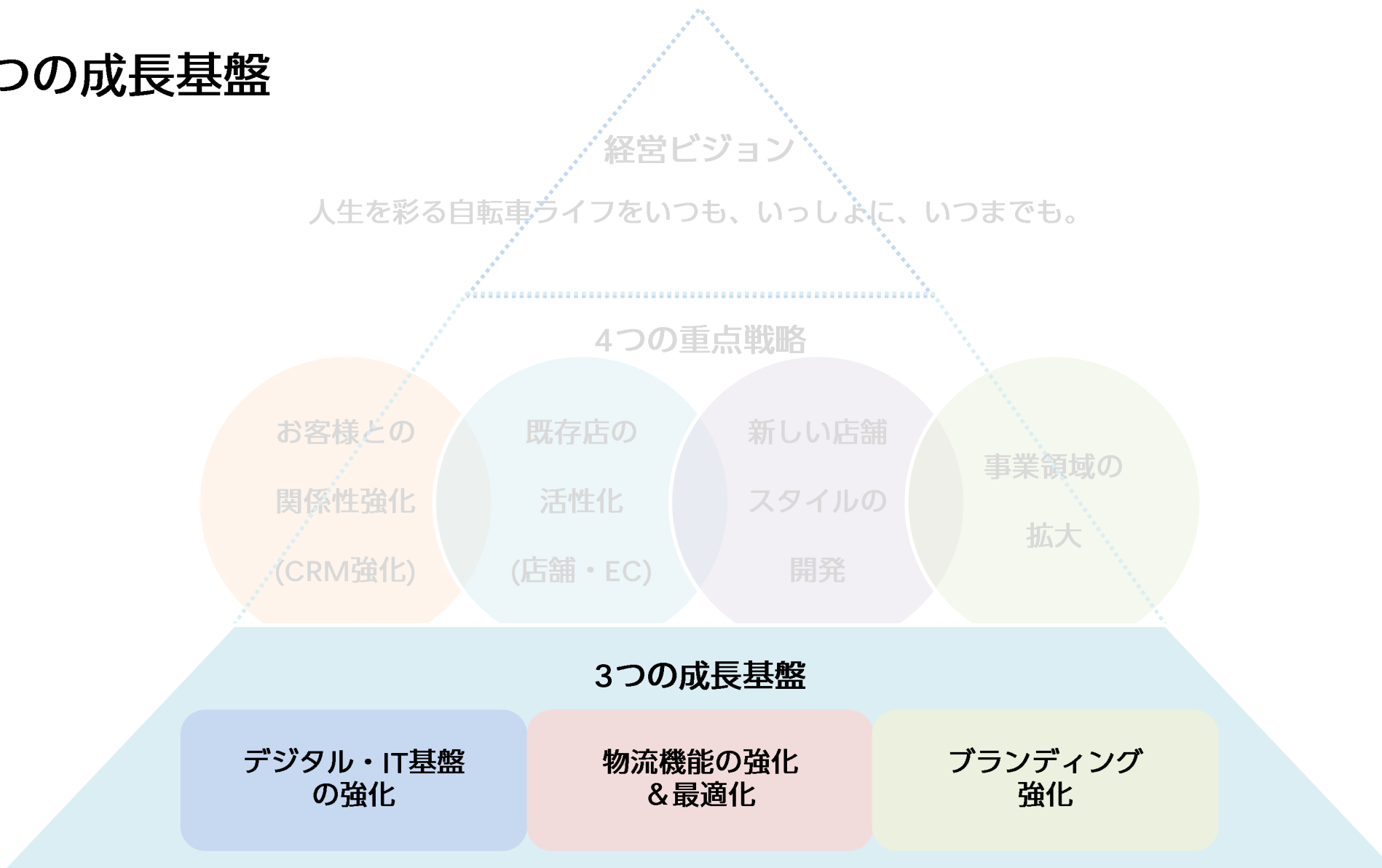
デジタル・IT基盤
の強化

物流機能の強化
&最適化

ブランディング
強化

5 中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

3つの成長基盤



5 中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

デジタル・IT基盤の強化

- システムの再構築
- 店舗・ECでのDX推進
- 業務効率化に向けて基盤の見直し・強化を加速



基幹システム及び周辺システムイメージ

	見直しの効果	導入完了時期
品質管理システム	<ul style="list-style-type: none"> ● 品質管理プロセスの効率化 ● トレーサビリティ向上 	2023年2月期
倉庫管理システム	<ul style="list-style-type: none"> ● 倉庫業務を効率化 ● 基幹システムと連携し、倉庫在庫を管理 	2025年2月期
基幹システム	<ul style="list-style-type: none"> ● 販売管理・在庫管理を中心に、事業活動に関わる業務プロセスを効率化 	2025年2月期
データ統合管理システム	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業活動から得られるさまざまなデータを統合的に蓄積・分析 	2025年2月期
在庫管理システム	<ul style="list-style-type: none"> ● 販売実績と在庫情報から適正な発注量を算出し、在庫の余分な長期滞留を削減 	2025年2月期
顧客データ管理システム	<ul style="list-style-type: none"> ● 顧客データの一元管理を実現 ● 問い合わせ対応時の検索性が向上 ● マーケティング・商品・新規事業戦略などの策定に必要な分析データを抽出 	2025年2月期以降
店舗システム	<ul style="list-style-type: none"> ● 管理・手続き業務を削減して対人業務の時間を創出 ● 受発注・入荷・棚卸などのオペレーション効率向上 	2025年2月期以降

導入システムと効果

5 中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

物流機能の強化
&最適化

- 物流コスト管理の強化
- 在庫の一元管理化と最適化
- 物流拠点の再配置
- 配送ネットワークの強化



自社倉庫 東日本物流センター（埼玉県）



配送ネットワークの強化

5 中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

ブランディング強化

- 「あさひブランド」群の再構築
- 従業員へのブランド意識教育



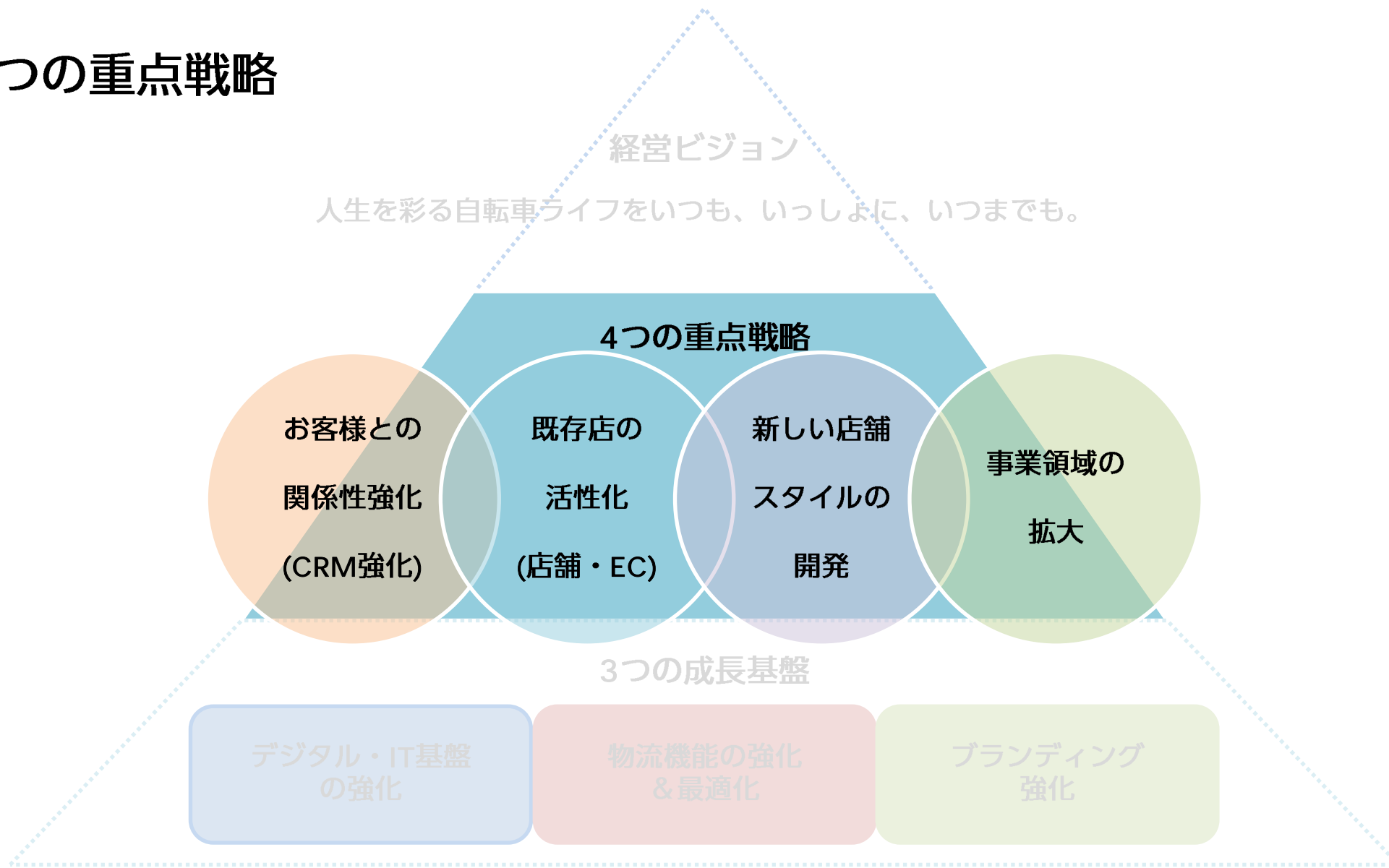
お客様に最適なサイクルライフをご提案するために、「あさひブランド」群の見直し・再定義を実施



あさひオリジナル電動アシスト自転車のラインナップ拡充

5 中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

4つの重点戦略



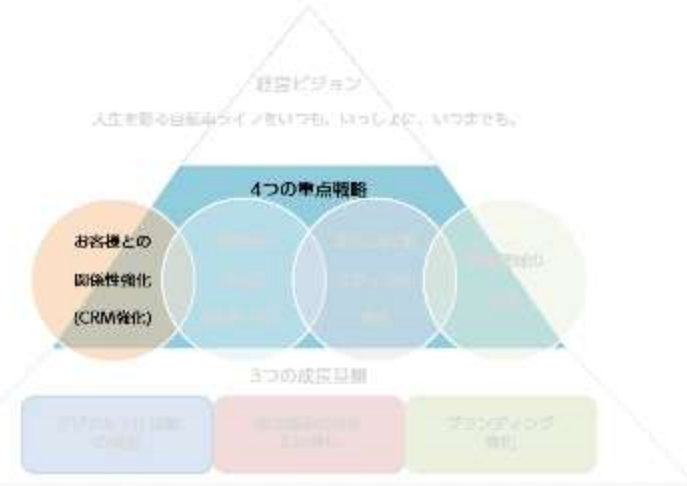
5 中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

お客様との
関係性強化
(CRM強化)

● デジタルITを活用し、CRM基盤を強化

カスタマージャーニー※1マップを作成し、より効果的なタイミングで有益な情報を提供

※1 お客様が自転車に関心を持ち購入され、さらにはご利用に至るまでのプロセス。



2024年2月期 第1四半期

- マンスリーアクティブユーザー※2
162,705人 (前年同期比+21,742人)
- チャットボット導入
- アプリと連動したプッシュ通知配信を強化

※2 一ヶ月間で利用のあったアプリ利用者の数。数値は各四半期の平均値。

5 中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

既存店の
活性化
(店舗・EC)

● 販売員の販売力強化

「人」を最も重要な経営資源と捉え、店舗販売員の能力開発を推進



2024年2月期 第1四半期

- マイスター認定者数※
679名 (前年同期比+99名)
- 社内資格制度「マイスター」取得者増加を推進
- マイスターの上位職としてリーダー職を導入

※接客、技術、ガイドの3分野における社内認定者の合計数。

5 中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

新しい店舗
スタイルの
開発

● 都市部への出店

「ネットで注文、お店で受取り」サービスの強化
として、EC需要の旺盛な都市部への出店を加速



高田馬場店（東京都豊島区）



清澄白河店（東京都江東区）

2024年2月期 第1四半期

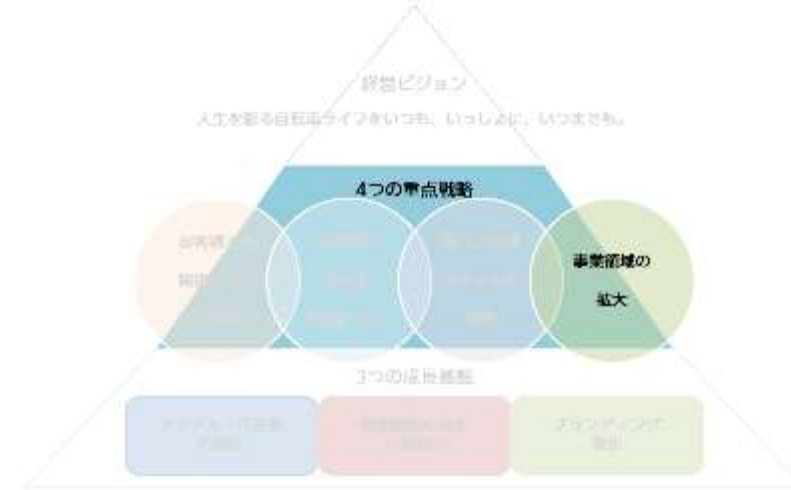
- 都市型店舗の運営効率化
（店長兼任による人員効率化など）
- 都市型店舗の拡大
（当期は**3店舗**出店を計画）

5 中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

事業領域の
拡大

● リユース事業

従来の店舗販売中心から、**EC販売**を本格開始



商品化作業スペース



ECへの掲載画像を撮影

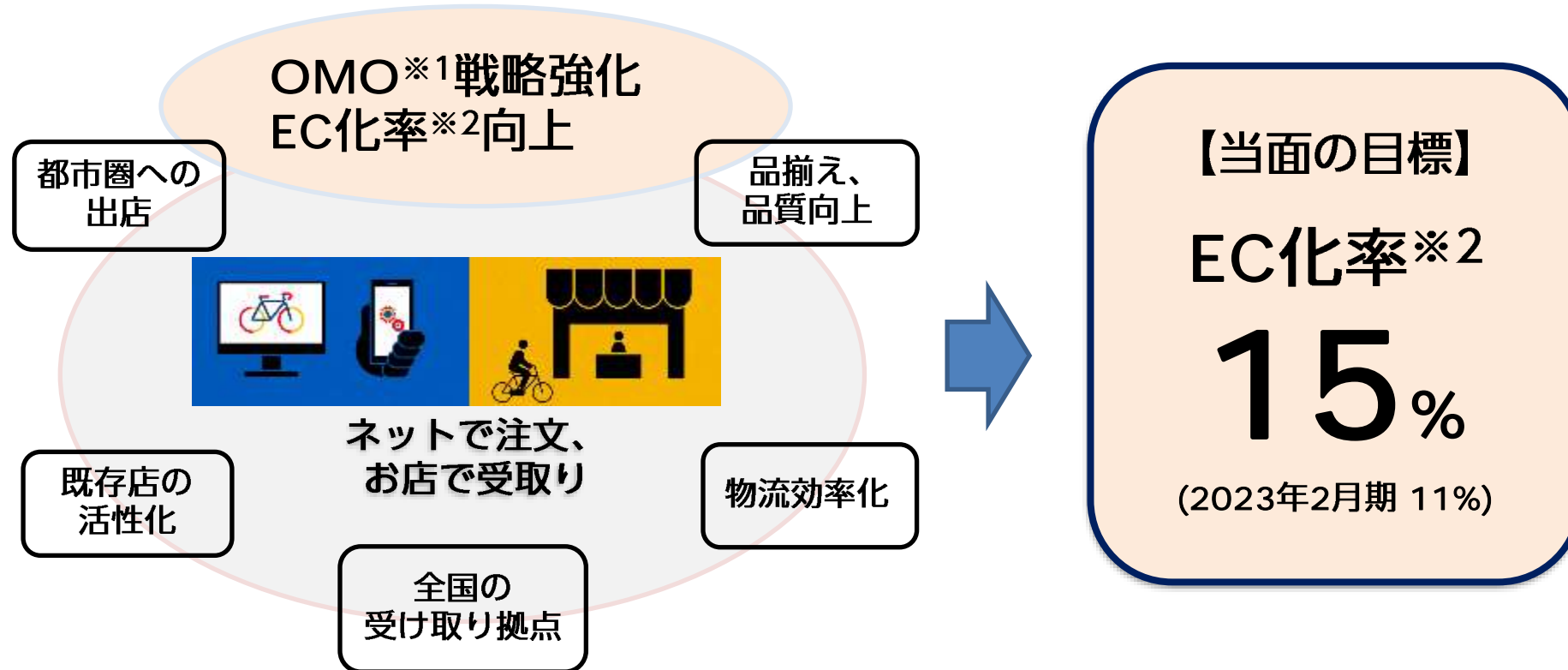
2024年2月期 第1四半期

- **EC販売**に注力するため、商品化作業をする機能と、ECへの掲載情報を作成する機能を自社倉庫内に構築
- EC掲載商品数 前年比**約11倍**※
- 買取強化中 買取店舗数**319店舗**

※2024年2月期第1四半期と2023年2月期各四半期平均の比較

5 中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

OMO戦略



ECと店舗間で垣根なくモノや情報が流れるOMO戦略の強化

※1 Online Merges with Offlineの略。ECと店舗が融合して、情報入手から購入、利用までをお客様の体験価値としてご提供する仕組み。

※2 小売（【店舗】＋【EC】）における【EC】の割合。

5 中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

設備投資

【単位：百万円】

	2023年2月期 実績	2024年2月期 計画	2025年2月期 計画	2026年2月期 計画	主な内容
設備投資	2,511	3,855	4,190	4,050	成長投資強化

◎主な設備投資項目の内容

- ・ 成長基盤への投資
DX、インフラ整備、システム投資
- ・ 維持更新への投資
店舗リニューアル、移転など既存店活性化
- ・ 利益拡大への投資
都市圏を中心に新規出店15/年

5 中期経営計画「VISION2025」取り組み進捗

目標値

	2023年2月期 実績	2024年2月期 計画	2026年2月期 目標
売上高	74,712百万円	80,000百万円	85,000百万円
営業利益	5,127百万円 (6.9%)	5,200百万円 (6.5%)	6,800百万円 (8.0%)
店舗数	519店舗	534店舗	560店舗
EC化率 ※1	11%	11%	14%
シェア率 ※2	22%	23%	25%

※1 小売（【店舗】 + 【EC】）における【EC】の割合。

※2 シェア率 = 当社販売台数 ÷ 国内向け自転車(出所：財務省貿易統計、経済産業省生産動態統計調査)の当社独自の推定値

経営理念

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。

