

株式会社あさひ

2021年2月期 決算説明資料

2021年4月

目次

1. 2021年2月期 決算実績
2. 2022年2月期 通期計画
3. 前中期経営計画「VISION2020」振り返り
4. 新中期経営計画「VISION2025」概要

1. 2021年2月期 決算実績

1-① 2021年2月期 決算実績（前年比）

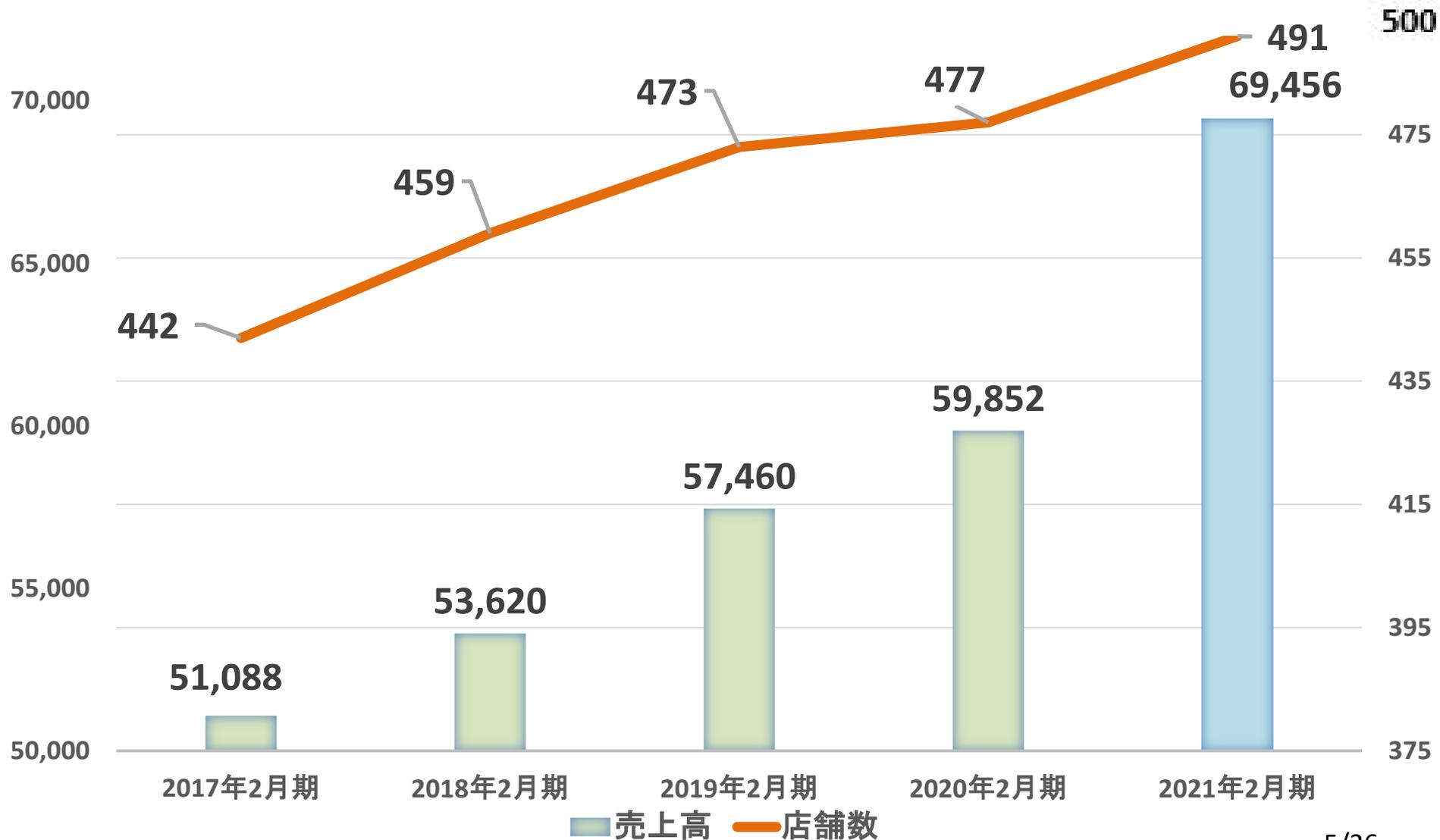
【単位：百万円、％】

	2020年2月期 決算		2021年2月期 決算			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	要因
売上高	59,852	100.0	69,456	100.0	116.0	コロナ禍による需要増加へ対応したことにより好調に推移
売上総利益	30,291	50.6	35,021	50.4	115.6	好調な売上高が牽引
経常利益	4,248	7.1	7,326	10.5	172.5	
当期純利益	2,559	4.3	4,717	6.8	184.4	

過去5年間の売上高推移

売上高
(単位：百万円)

店舗数
(単位：店舗)



1-② 2021年2月期 部門別売上高（前年比）

【単位：百万円、％】

	2020年2月期 決算		2021年2月期 決算			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	ポイント
店 舗 ネ ッ ト ※1	57,942	96.8	67,102	96.6	115.8	【既存店前年比】 売上高前年比 113.2% (インターネット通販含む)
そ の 他 ※2	1,910	3.2	2,353	3.4	123.2	外商、卸・供給事業の売上高 が好調に推移
合 計	59,852	100.0	69,456	100.0	116.0	

※ 1 ネット部門にはインターネット通販、店舗受取りを含んでおります。

※ 2 その他売上高には、ロイヤリティ、FC店並びにGMS・HC等への商品売上高、及び外商売上高などを含んでおります。

1-③ 2021年2月期 品目別売上高（前年比）

【単位：百万円、％】

	2020年2月期 決算		2021年2月期 決算			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	ポイント
一般車	11,880	19.9	11,876	17.1	100.0	①移動手段の見直し ②健康意識の高まり ③外遊び需要の増加
スポーツ車	8,527	14.3	10,752	15.5	126.1	
子供車	7,627	12.7	9,126	13.1	119.7	
電動アシスト 自転車	12,468	20.8	15,629	22.5	125.4	
その他自転車	2,102	3.5	2,472	3.6	117.6	
パーツ・その他	17,246	28.8	19,597	28.2	113.6	
合計	59,852	100.0	69,456	100.0	116.0	
P B 売上高	28,634	47.8	32,395	46.6	113.1	

1-④ 2021年2月期 販管費、設備投資（前年比）

【単位：百万円、％】

		2020年2月期 決算		2021年2月期 決算			
		金額	売上高 構成比	金額	売上高 構成比	前年 同期比	ポイント
販 管 費		26,285	43.9	28,157	40.5	107.1	
内 訳	人 件 費	12,671	21.2	13,755	19.8	108.6	・ 給与改定による増加 ・ 販売員への特別手当
	広 告 宣 伝 費	647	1.1	615	0.9	95.2	キャンペーンやチラシな ど宣伝活動の抑制
	物 流 費	1,483	2.5	1,733	2.5	116.8	・ 在庫確保→保管料増加 ・ 出荷増→運送費増加。
	減 価 償 却 費	1,260	2.1	1,253	1.8	99.4	
	そ の 他 費 固 定 費	10,222	17.1	10,799	15.5	105.7	上半期、企業活動自粛に より前年比微増に留まる
設備投資に 係る支出			1,698		2,054	121.0	出店、リニューアルに関 する費用の増加

1-⑤ 2021年2月期 出店実績（前年比）

合計：491店舗

（直営店：472店舗 FC店：19店舗）※1（2021年2月20日現在）

■新規出店15店舗

■退店1店舗(鹿児島宇宿店)

	2020年2月期 決算	2021年2月期 決算	増減 ※2
北海道・東北 関東・甲信越	206	218	+12
中部・北陸	66	66	±0
近畿	117	120	+3
中国・四国・九州	88	87	-1
合計	477	491	+14

※1 店舗数には、リニューアルに伴う一時閉店の1店舗（池田店）を含んでおります。
FC店計19店舗（大阪府:7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）
ネット部門は含んでおりません。

※2 前期末店舗数からの増加を示しております。

2. 2022年2月期 通期計画

2-① 2022年2月期 通期計画

【単位：百万円、％】

	2021年2月期 決算		2022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	69,456	100.0	70,000	100.0	100.8	コロナ禍における需要増は一定程度継続
売上総利益	35,021	50.4	35,100	50.1	100.3	仕入れコスト上昇、為替レート元高による影響
営業利益	6,863	9.9	5,450	7.8	79.4	販管費の増加
経常利益	7,326	10.5	5,500	7.9	75.1	
当期純利益	4,717	6.8	3,500	5.0	74.2	

2-② 2022年2月期 部門別売上高（計画）

【単位：百万円、％】

	2021年2月期 決算		2022年2月期 計画			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	ポイント
店舗 ネット ※1	67,102	96.6	67,676	96.7	100.8	<ul style="list-style-type: none"> ・新規出店15店舗 ・既存店 約98.7% (ネット売上含む) ・ネット注文納期短縮
その他 ※2	2,353	3.4	2,324	3.3	98.8	
合計	69,456	100.0	70,000	100.0	100.8	

※ 1 ネット部門にはインターネット通販、店舗受取りを含んでおります。

※ 2 その他売上高には、ロイヤリティ、FC店並びにGMS・HC等への商品売上高、及び外商売上高などを含んでおります。

2-③ 2022年2月期 品目別売上高（計画）

【単位：百万円、％】

	2021年2月期 決算		2022年2月期 計画			
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比	ポイント
一般車	11,876	17.1	11,428	16.3	96.2	
スポーツ車	10,752	15.5	10,820	15.5	100.6	スポーツ強化継続
子供車	9,126	13.1	9,016	12.9	98.8	
電動アシスト 自転車	15,629	22.5	16,538	23.6	105.8	商品領域の拡大 ・ E-BIKE ・ シニア向け商材
その他自転車	2,472	3.6	2,375	3.4	96.1	
パーツ/その他	19,597	28.2	19,820	28.3	101.1	
合計	69,456	100.0	70,000	100.0	100.8	

2-④ 2022年2月期 販管費、設備投資（計画）

【単位：百万円、％】

		2021年2月期 決算		2022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	ポイント
販 管 費		28,157	40.5	29,650	42.4	105.3	
内 訳	人 件 費	13,755	19.8	14,520	20.7	105.6	店舗要員の適正化
	広告宣伝費	615	0.9	744	1.1	121.0	ネット媒体広告宣伝強化 ブランディング活動
	物 流 費	1,733	2.5	1,840	2.6	106.2	ピーク需要に合わせた在 庫能力の強化
	減価償却費	1,253	1.8	1,245	1.8	99.3	
	そ の 他	10,799	15.5	11,300	16.1	104.6	支払手数料などの増加
設備投資に 係る支出			2,054		2,680	130.5	出店、IT、物流機能強化 などVISION関連の取組み

2-⑤ 2022年2月期 出店（計画）

2022年2月期末：506店舗

	2021年2月期（実績）	2022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	218	227	9
中部・北陸	66	67	1
近畿	120	124	4
中国・四国・九州	87	88	1
合計	491	506	15

3.前中期経営計画「VISION2020」振り返り

3-① 前中期経営計画「VISION2020」の業績達成度

【単位：百万円、％】

	VISION2020		2021年2月期 決算			
	金額	構成比	金額	構成比	差	要因
売上高	66,000	100.0	69,456	100.0	3,456	コロナ禍において、いち早く在庫確保するとともに、インターネット販売強化をしたことで需要増加に対応。
(店舗＋ネット)	(63,000)	(95.5)	67,102	96.6	4,102	
(その他)	(3,000)	(4.5)	2,353	3.4	-647	
営業利益	5,500	8.3	6,863	9.9	1,363	
店舗数		530		491	△39	人員確保の困難さ及び出店コストの上昇

3-② 前中期経営計画「VISION2020」の総括

【経営環境】

- ・国内の出荷台数、毎年5～10%前後減少。
- ・人員確保の困難さ及び出店コストの上昇など

「 テーマ：SHIFT TO SPORTY 」

取り組み	評価	
スポーツ強化	<ul style="list-style-type: none"> ・SSS(スポーツスペシャリティストア)の出店 ・スポーツレイアウトへの移行 ・海外スポーツブランドの日本総販売代理権の取得 ・一般車からスポーツ車への移行が進み、スポーツカテゴリーは每期10%程度増加 	◎
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> ・「接客」「技術」「ガイド」の3分野で専門性の高い人材育成 ・社内資格制度として「マイスター制度」の導入 	○
オムニチャネルの推進	<ul style="list-style-type: none"> ・「ネットで注文、お店で受取」サービスの強化 ・サイトの統合化による検索性・利便性向上 ・スマホ公式アプリ導入。イベント情報、点検のお知らせ開始 	○
サービスの拡充	シェアサイクル、リユース、サイクルポーター、ライドイベントなど様々なサービスを展開	○
出店展開	人員確保の困難さ及び出店コストの上昇などにより、目標の国内530店舗は未達	△

4 .新中期経営計画「VISION2025」概要

4-① 新中期経営計画「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 - ② 新中期経営計画「VISION2025」数値目標

売上高
(単位：百万円)

90,000

カルチャー&ビジネスの両輪を回しながら深化

売上高
85,000百万円

営業利益率

8.0%

店舗数

580店舗

売上高
69,456百万円

店舗数
491店舗

商品力

お客様の期待に
応える商品作り

店舗力

お客様にとって
いつも身近に
いつも便利に

人間力

お客様の立場で
考え行動する

企画
デザイン

サービス

調達
製造

**製造小売業
(SPA)**

販売

品質
管理

物流

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

4 -③ 新中期経営計画「VISION2025」テーマ

1. FUN TO RIDE BIKES～体験・つながり・感動～

コトの提供

自転車で楽しむ文化作り 様々な顧客体験を提案・提供する活動への転換

2. SPAビジネスモデルの深化

バーティカルマーチャンダイジングの実現

商品企画、調達、生産、品質保証、物流、販売、サービスなどの連携を強化しながら、各機能の一貫した垂直統合体制の最適化を目指す

4 -④ 新中期経営計画「VISION2025」提供価値

顧客価値

わくわく：お客様の期待を超える商品やサービス、情報の提供

安心：高い安全品質を備えた商品とスタッフの対応力、
技術力による自転車ライフのお手伝い

便利：時間や場所の制約を減らすことで便利で身近な自転車ライフを実現

社会的価値

安全：自転車事故の少ない安全で安心な社会の実現

健康：健康社会を実現する「自転車で楽しむ」コトの提供

環境：自転車利用を推進し環境にやさしい社会の実現

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おります当社の将来の業績に関わる見通しにつきましては、現時点で入手可能な情報に基づき当社が独自に予測したものであり、リスクや不確定な要素を含んでおります。従いまして、見通しの達成を保証するものではありません。
- 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。

