平成25年7月3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 岩田彰一郎
（コード番号:2678　東証一部）
問合せ先
役職・氏名　財務・広報室本部
執行役員　本部長
玉井　継尋
TEL　03-4330-5130

「2013年５月期 連結業績概要」のお知らせ

「平成25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「2013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、本資料はその実現を確約、保証するものではございません。

また、本資料への公認会計士または監査法人の関与はございません。

以 上

2013年5月期 業績概要

最新鋭の物流拠点
『Logi PARK 首都圏』が稼働へ

～BtoB事業は成長分野に注力し収益をさらに拡大～
～LOHACOは徹底的にシェア拡大へ邁進～

2013年7月3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、この資料はその実現を確約したり、保証するものではございません。
　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。
　また、「BtoB」とは、企業(Business)と企業(Business)との間で行われる取引、「BtoC」とは、企業(Business)と一般消費者(Consumer)との間で行われる取引を指します。

Ⅰ　13年5月期総括

Ⅱ　14年5月期計画

Ⅲ　重点施策①

～飛躍に向けた物流基盤の革新～

Ⅳ　重点施策②

～BtoB事業は成長分野に注力し収益をさらに拡大～

Ⅴ　重点施策③

～LOHACOは徹底的にシェア拡大へ邁進～

13/5期総括

（億円）	12/5期	13/5期 期初計画			13/5期 修正計画			13/5期 実績				
	実績	LOHACO	BtoB事業等	合計	LOHACO	BtoB事業等	合計	LOHACO	BtoB事業等	前期比（%）	合計	前期比（%）
売上高	2,129	180	2,210	2,390	20	2,250	2,270	21	2,245	+ 5.4	2,266	+ 6.4
営業利益	66	0	73	73	△ 14	80	66	△ 13	82	+ 25.4	68	+ 4.0
経常利益	65	–	–	72	–	–	66	–	–	–	72	+ 11.3
当期純利益	23	–	–	43	–	–	50	–	–	–	58	+ 152.5

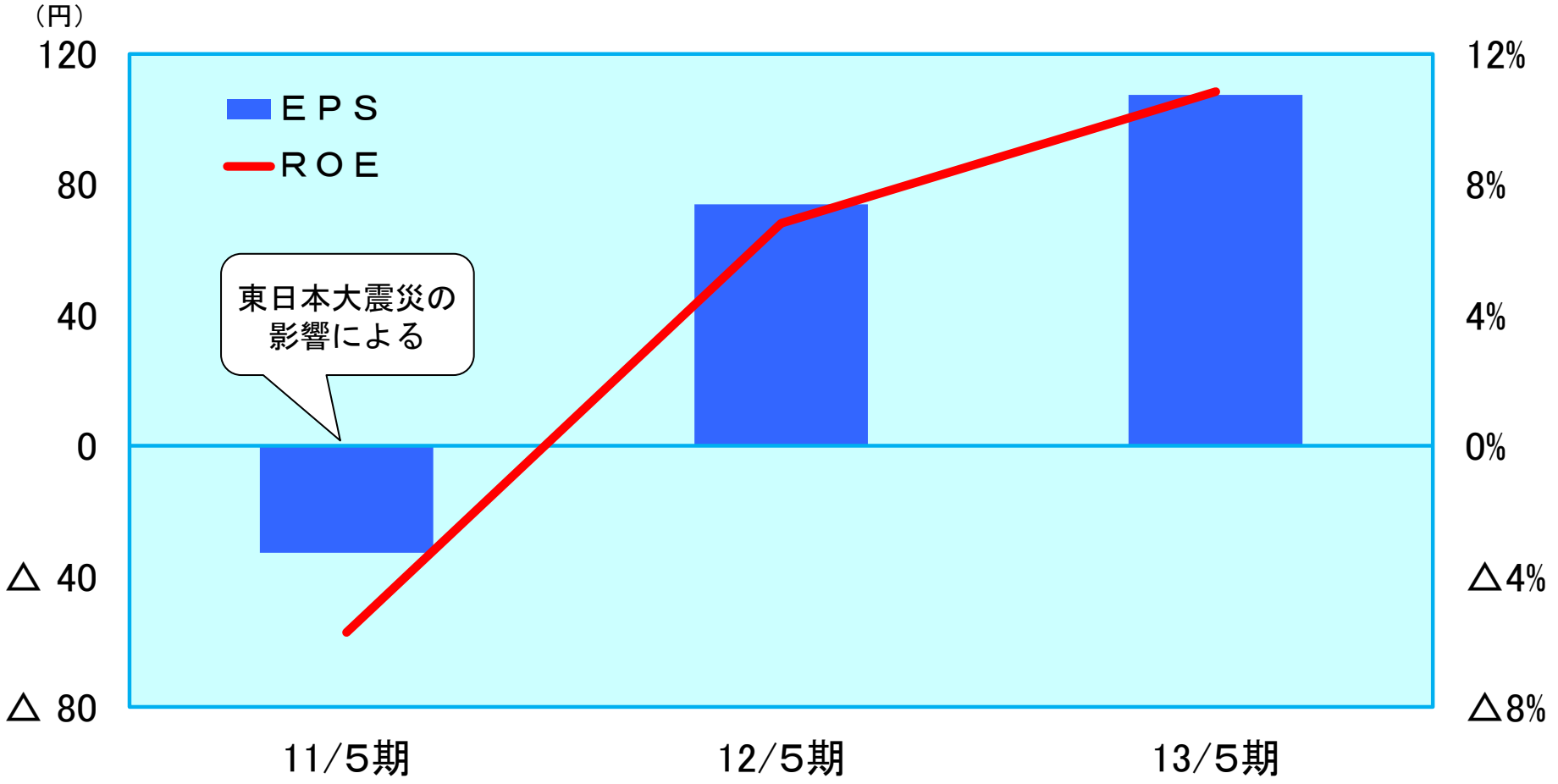
① LOHACOについては、チャレンジングな期初計画は未達となるもPC版スタート半年で21億円の売上高まで成長

② BtoB事業等はMRO事業・メディカル事業等の新規分野の成長加速により、期初計画を上回る前期比＋5.4%の増収達成

③ 増収効果に加え、事業の選択と集中の効果もあり、BtoB事業等の営業利益は前期比＋25.4%の大幅増益達成

④ 全社連結も増収増益を達成、当期純利益は税金費用の減少効果もあり、前期比2.5倍となり過去最高益を更新

ROE・EPSの推移



- 13/5期は当期純利益の過去最高益更新により、第三者割当増資による影響を吸収し向上
- 中長期的にさらなる株主価値の向上を目指す

Ⅰ　13年５月期総括

Ⅱ　14年５月期計画

Ⅲ　重点施策①

～飛躍に向けた物流基盤の革新～

Ⅳ　重点施策②

～BtoB事業は成長分野に注力し収益をさらに拡大～

Ⅴ　重点施策③

～LOHACOは徹底的にシェア拡大へ邁進～

EコマースNo.1に向けた取り組み

ASKUL

2012年

4/27　ヤフー株式会社との業務・資本提携発表

5/20　第三者割当増資により330億円を調達

10/15　一般消費者向け（BtoC）インターネット通販サービス「LOHACO」を爆速スタート

2013年

7月末予定　約220億円を投じた最新鋭の物流拠点東西基幹センターが稼働

攻めの体制が整う、14/5期はシェア拡大に邁進

14/5期の重点施策

飛躍に向けた
物流基盤の革新

- 最新鋭の物流拠点を一年で稼働
- 当日・翌日配送商材の倍増
- 物流コスト構造改革

BtoB事業は
成長分野に注力し
収益をさらに拡大

- MRO商材のPB化加速
- メディカル事業のエージェント拡大
- 安定収益確保に向けた粗利改善

LOHACOは
徹底的に
シェア拡大へ邁進

- 主力商品の価格戦略
- 大型販促投入による集客
- 新カテゴリの商材拡大

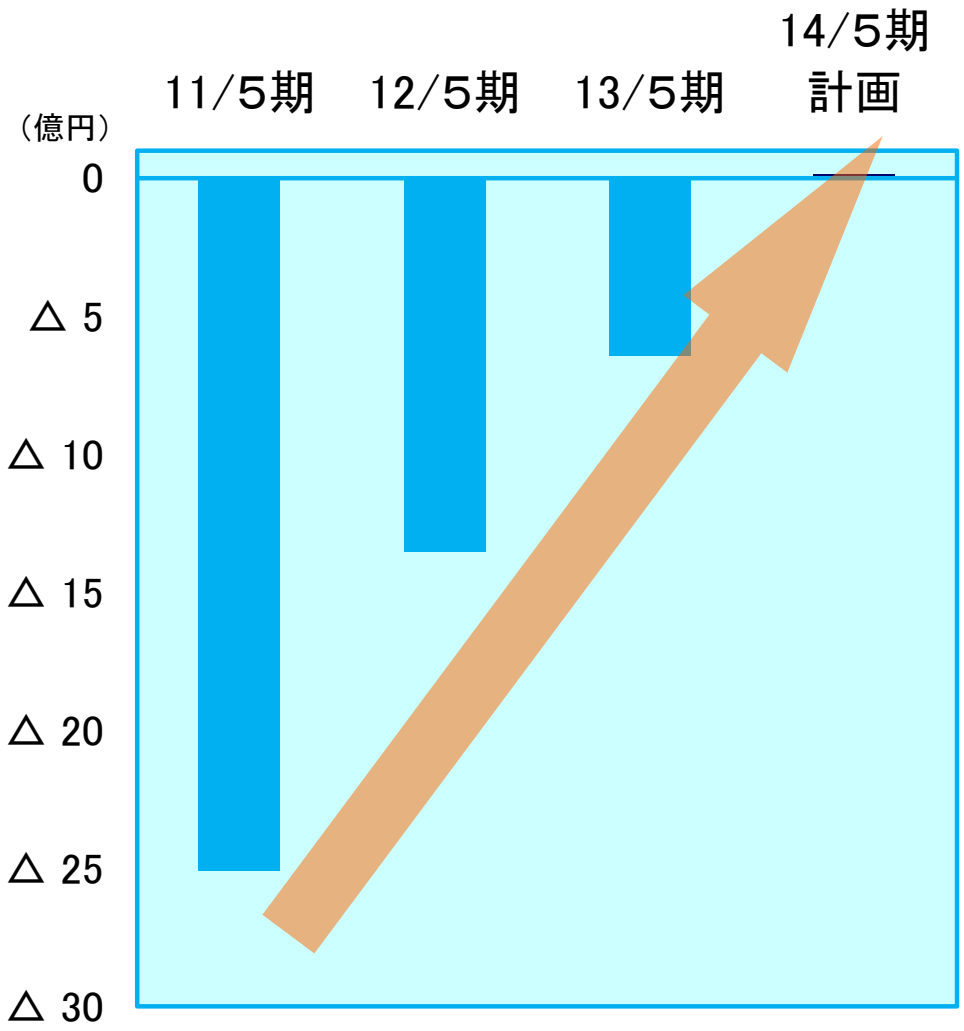
14/5期 連結業績の見通し（事業別）

（億円）	13/5期 通期実績			14/5期　通期計画				
	LOHACO	BtoB事業等	合計	LOHACO	BtoB事業等	物流基盤増強等※		合計
						固定的費用	一過性費用	
売上高	21	2,245	2,266	100	2,400	—	—	2,500
営業利益	△ 13	82	68	△ 23	104	△ 17	△ 4	60

※当社管理会計において、物流基盤増強等に掛かる費用は、売上高基準等により最終的に各事業に配賦されます。

- 14/5期の最重要課題はLOHACOのシェア拡大
  ⇒大型広告宣伝費（13億円）・価格戦略を予算化
- BtoB事業は成長分野に注力、収益をさらに拡大
  ⇒155億円の増収、22億円の営業増益を計画
- 全社売上高は2桁成長、2500億円を目指す

事業の選択と集中による営業損益の改善



SOLOELエンタープライズ

- 13/5期4Qに黒字化達成
- ビジネスのさらなる拡大にチャレンジ

アスマル

- 人材とノウハウをLOHACOへ融合

愛速客楽（上海）

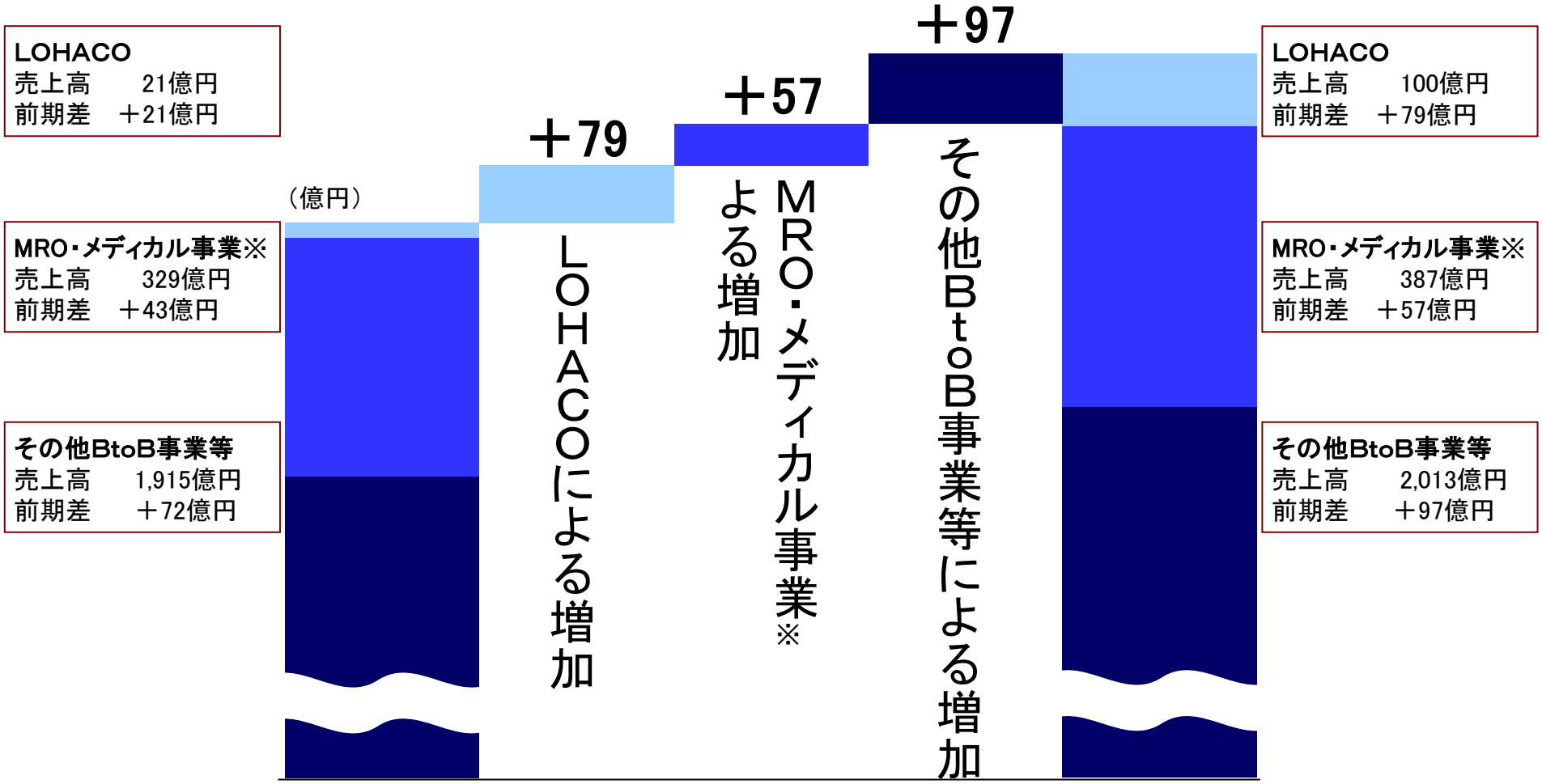
- 現地企業へ事業を承継

事業統合整理完了、14/5期は黒字化へ

14/5期 連結売上高(計画)の増加要因

13/5期(実績)
売上高　2,266億円
前期差　＋136億円
前期比　＋6.4%

14/5期(計画)
売上高　2,500億円
前期差　＋233億円
前期比　＋10.3%

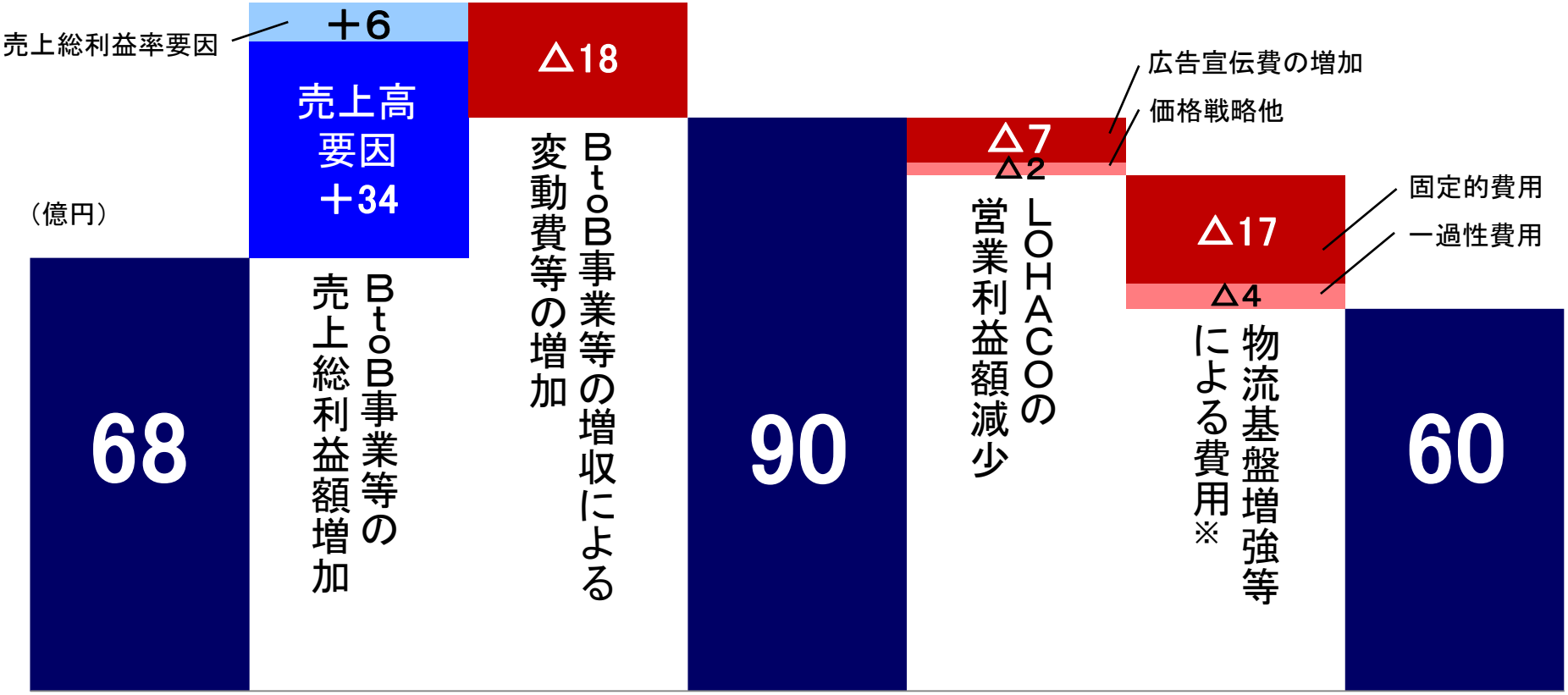


※MRO・メディカル事業はLOHACO分を除いております。

14/5期 連結営業利益(計画)の増減要因

13/5期(実績)
売上高前期比　+6.4%
売上総利益率　22.3%
販管費率　19.3%

14/5期(計画)
売上高前期比　＋10.3%
売上総利益率　22.6%
販管費率　20.2%



13/5期営業利益
（実績） 68億円

14/5期営業利益
（計画） 60億円

※当社管理会計において、物流基盤増強等に掛かる費用は、売上高基準等により最終的に各事業に配賦されます。

14/5期 連結業績の見通し

	13/5期 通期実績		14/5期　通期計画		
	金　額 百万円	売上高比率 %	金　額 百万円	売上高比率 %	前期比 %
売上高	226,610	100.0	250,000	100.0	＋ 10.3
売上総利益	50,613	22.3	56,400	22.6	＋ 11.4
販売費および一般管理費	43,733	19.2	50,400	20.2	＋ 15.2
営業利益	6,880	3.0	6,000	2.4	△ 12.8
経常利益	7,241	3.2	6,000	2.4	△ 17.1
当期純利益	5,812	2.6	3,000	1.2	△ 48.4

Ⅰ　13年５月期総括

Ⅱ　14年５月期計画

Ⅲ　重点施策①

～飛躍に向けた物流基盤の革新～

Ⅳ　重点施策②

～BtoB事業は成長分野に注力し収益をさらに拡大～

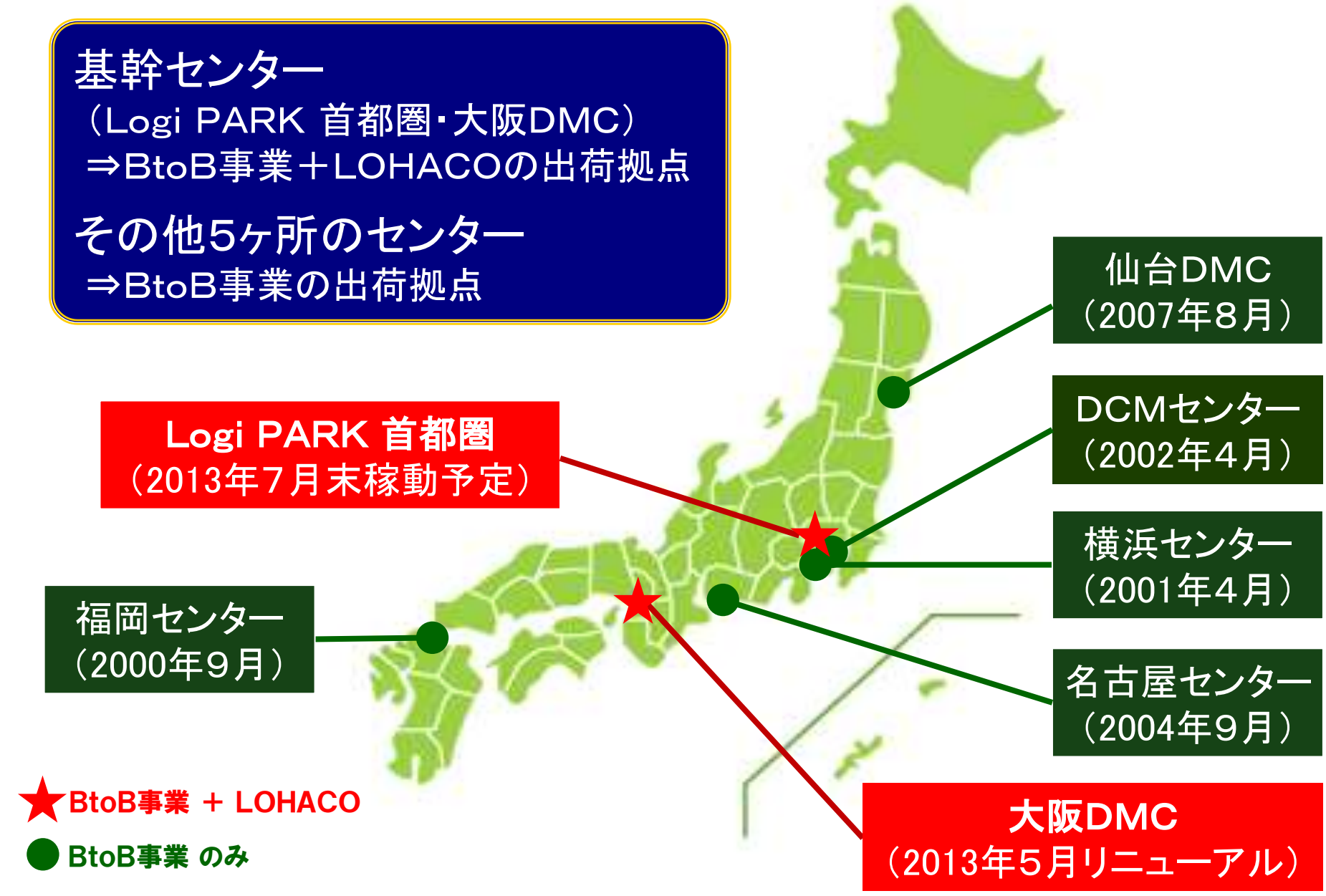
Ⅴ　重点施策③

～LOHACOは徹底的にシェア拡大へ邁進～

アスクル物流ネットワークの状況

基幹センター
（Logi PARK 首都圏・大阪DMC）
⇒BtoB事業＋LOHACOの出荷拠点

その他5ヶ所のセンター
⇒BtoB事業の出荷拠点



飛躍にむけた物流基盤の革新



Logi PARK 首都圏

総投資額　202億円
（土地47億円、建物113億円
設備投資40億円、備品等2億円）



大阪DMC リニューアル

総投資額　16億円
（設備投資16億円、備品等0.7億円）

Eコマース№1に向けて
東西基幹センターへ総額218億円を投資

高効率オペレーションを実現する最新センター



Logi PARK 首都圏

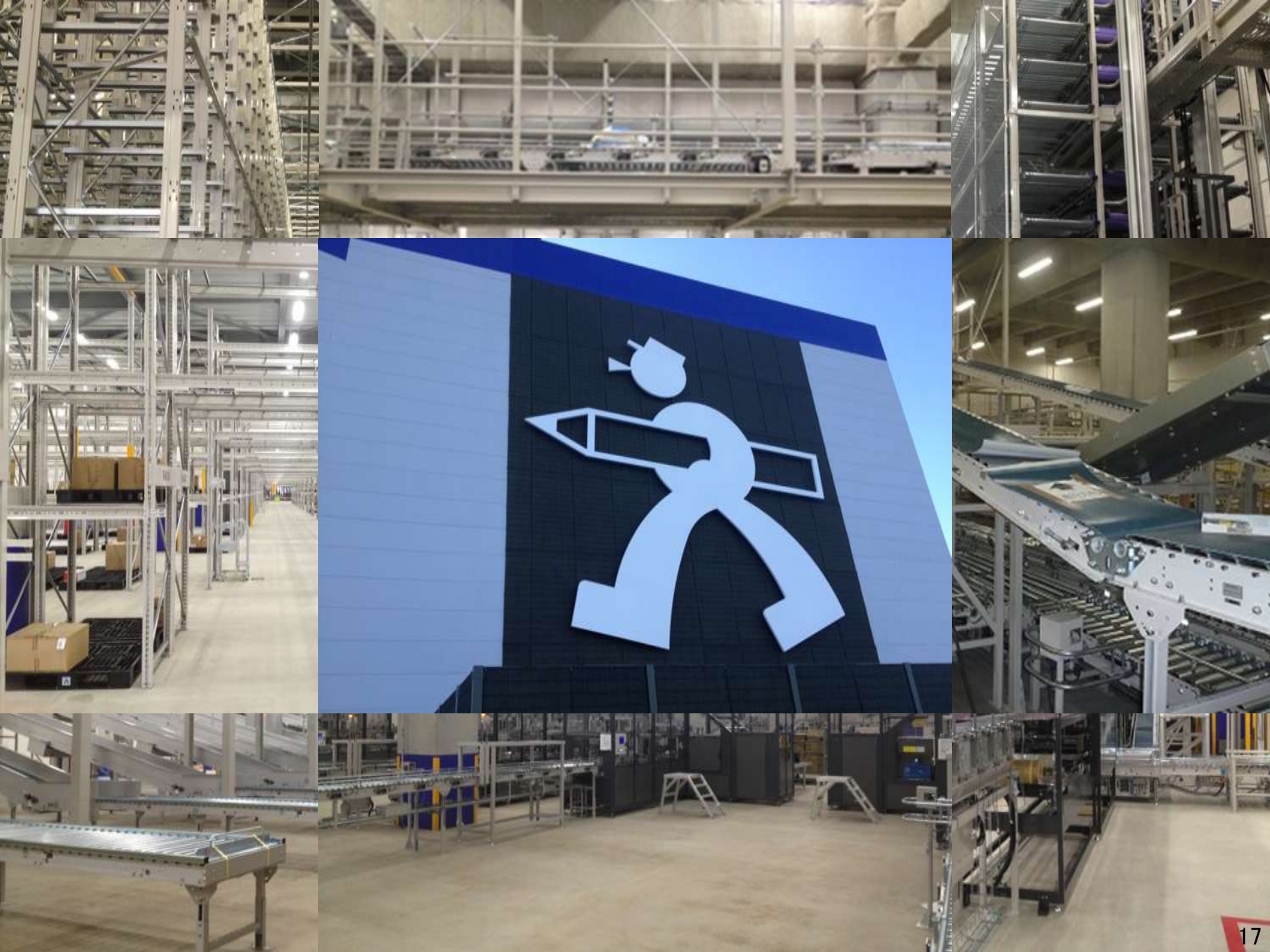
2013年7月末より稼働予定

延床面積
約72,126㎡
東京ドーム
1.5個
の広さ

7万SKU超
当日・翌日配送商材を
2倍
に増加

処理能力
当社DCMセンターの
2倍程度
に向上

物流コスト
当社DCMセンターの
2/3程度
に削減



当日・翌日配送商材の倍増

お客様との約束
『明日来るからASKUL』

ASKULの原点を見つめ直す

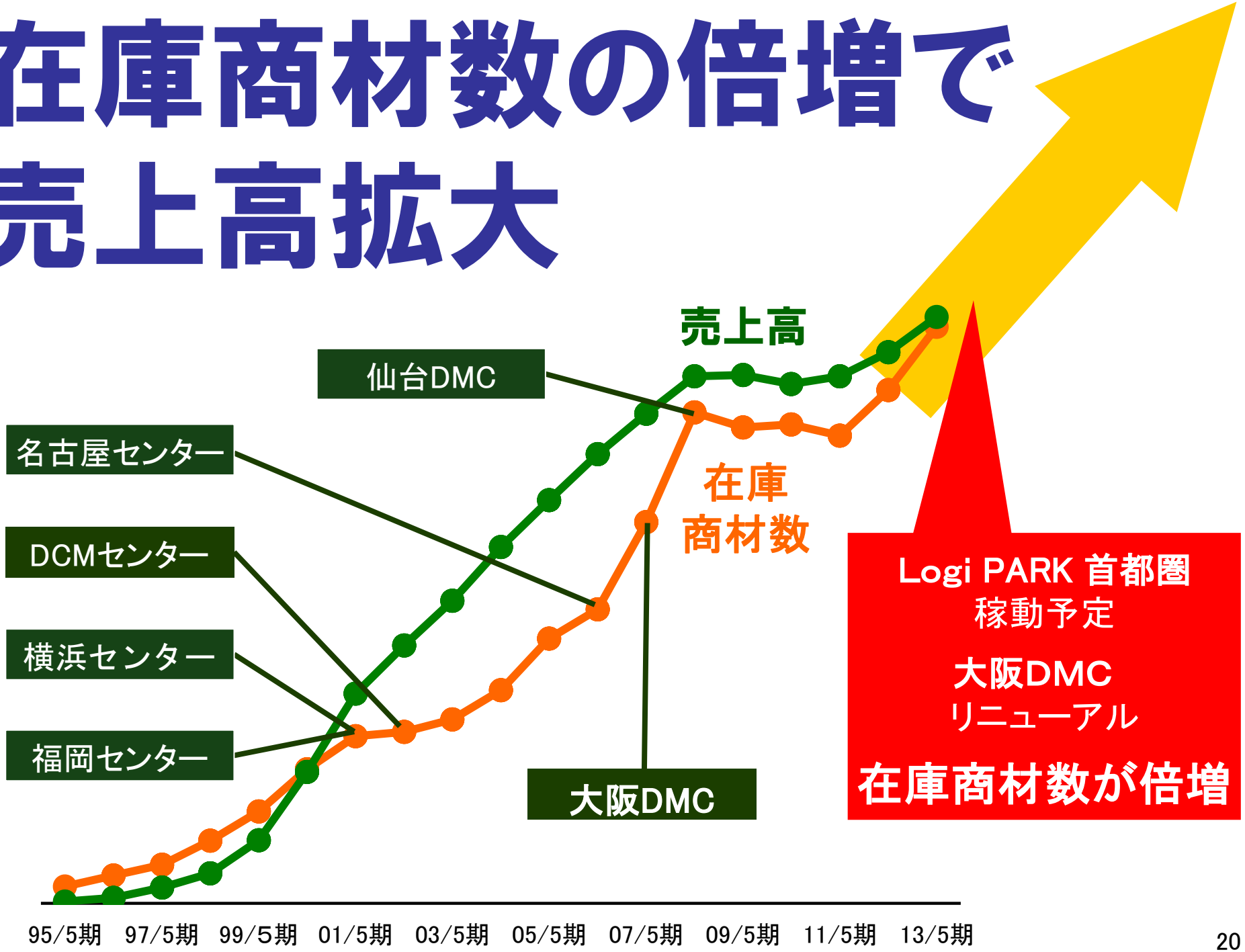
7万SKUは

- 当日・翌日に全国に届ける生活定番品
- 配送料無料※でお届け

※アスクルでは1,000円/注文以上、LOHACOでは1,900円/注文以上購入の場合

今年8月上旬までに東西基幹センターで
2万SKUを追加し、まずは5万SKUへ

在庫商材数の倍増で売上高拡大



物流コスト構造改革

自動梱包システムによる効用

ASKUL

従来





導入後



全自動で
無駄な空間の
配送費をカット



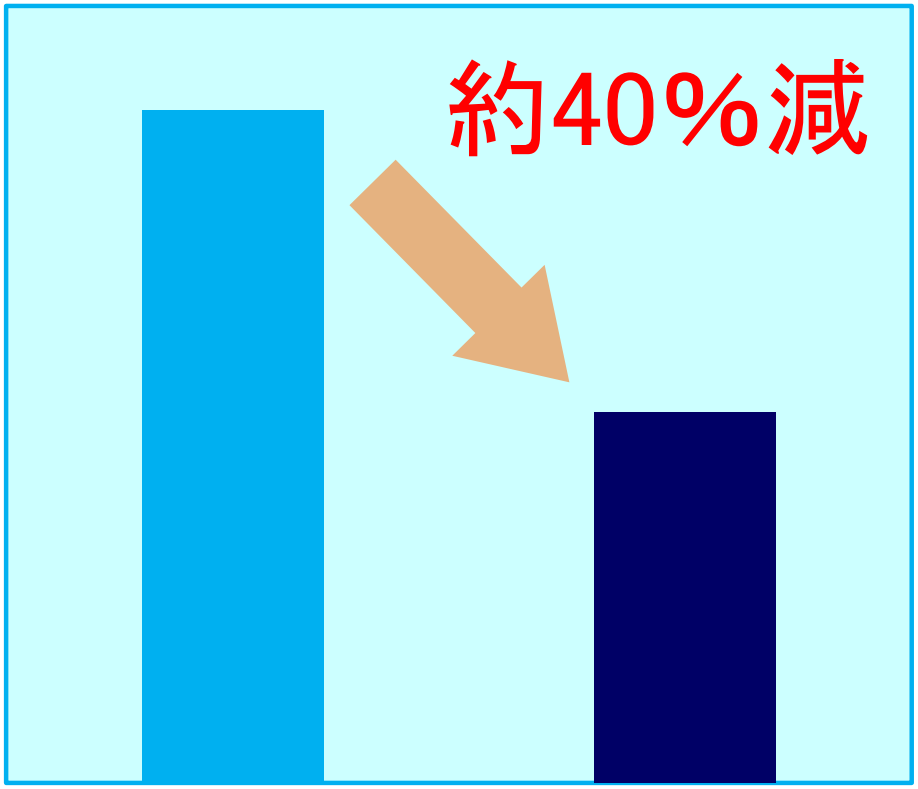


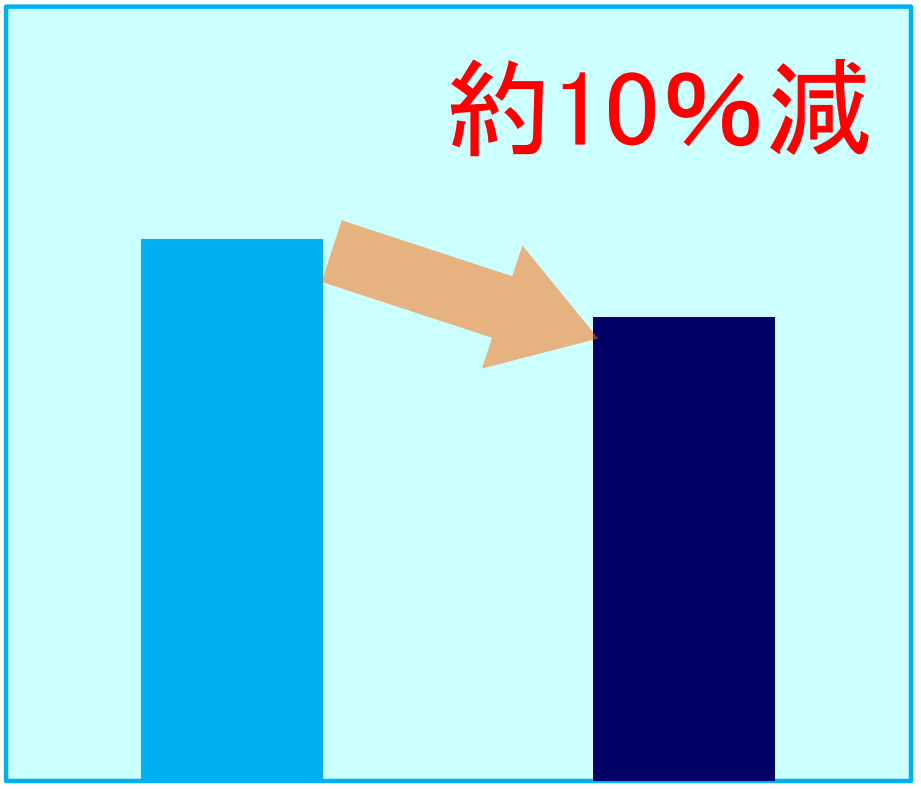


- ガムテープなしの簡単開封パッケージと緩衝材の大幅削減でお客様のストレスを解消
- 自社配送便の配送効率向上によりコスト削減

最新の物流設備による庫内作業の効率化

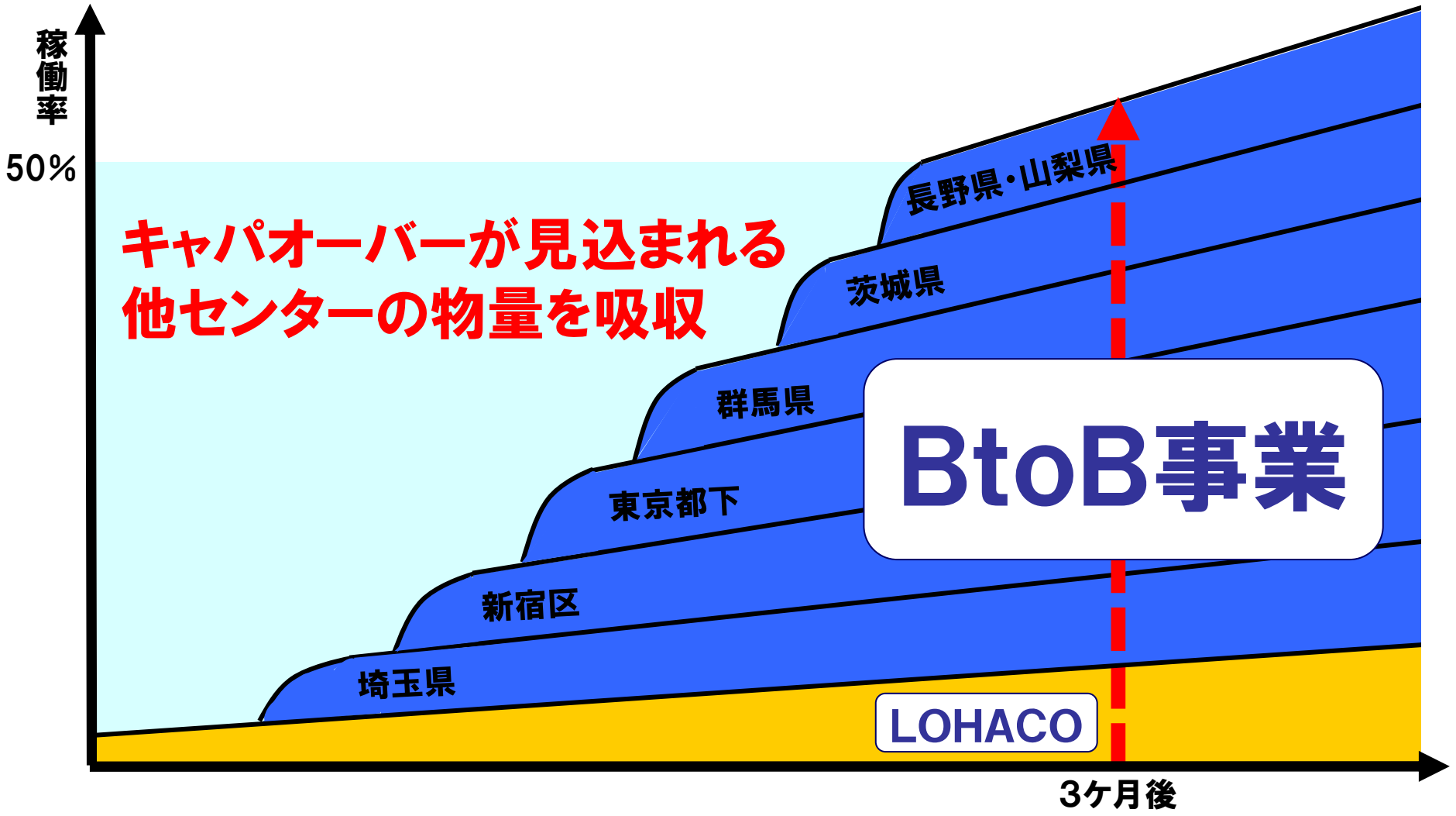
1ピッキングあたりの庫内作業コスト





自動化により人件費等のランニングコスト削減

Logi PARK 首都圏の垂直立ち上げ



スタート3ケ月で50%超の稼働率を目指す

Ⅰ　13年５月期総括

Ⅱ　14年５月期計画

Ⅲ　重点施策①

～飛躍に向けた物流基盤の革新～

Ⅳ　重点施策②

～BtoB事業は成長分野に注力し収益をさらに拡大～

Ⅴ　重点施策③

～LOHACOは徹底的にシェア拡大へ邁進～

J.D. パワー アジア・パシフィック

2013年日本オフィス用品通販サービス顧客満足度調査で

総合満足度第1位を受賞

※ 本調査は法人向けオフィス用品通販サービスに関して全国の従業者数30名以上規模事業所3,300件の回答を得た結果による。

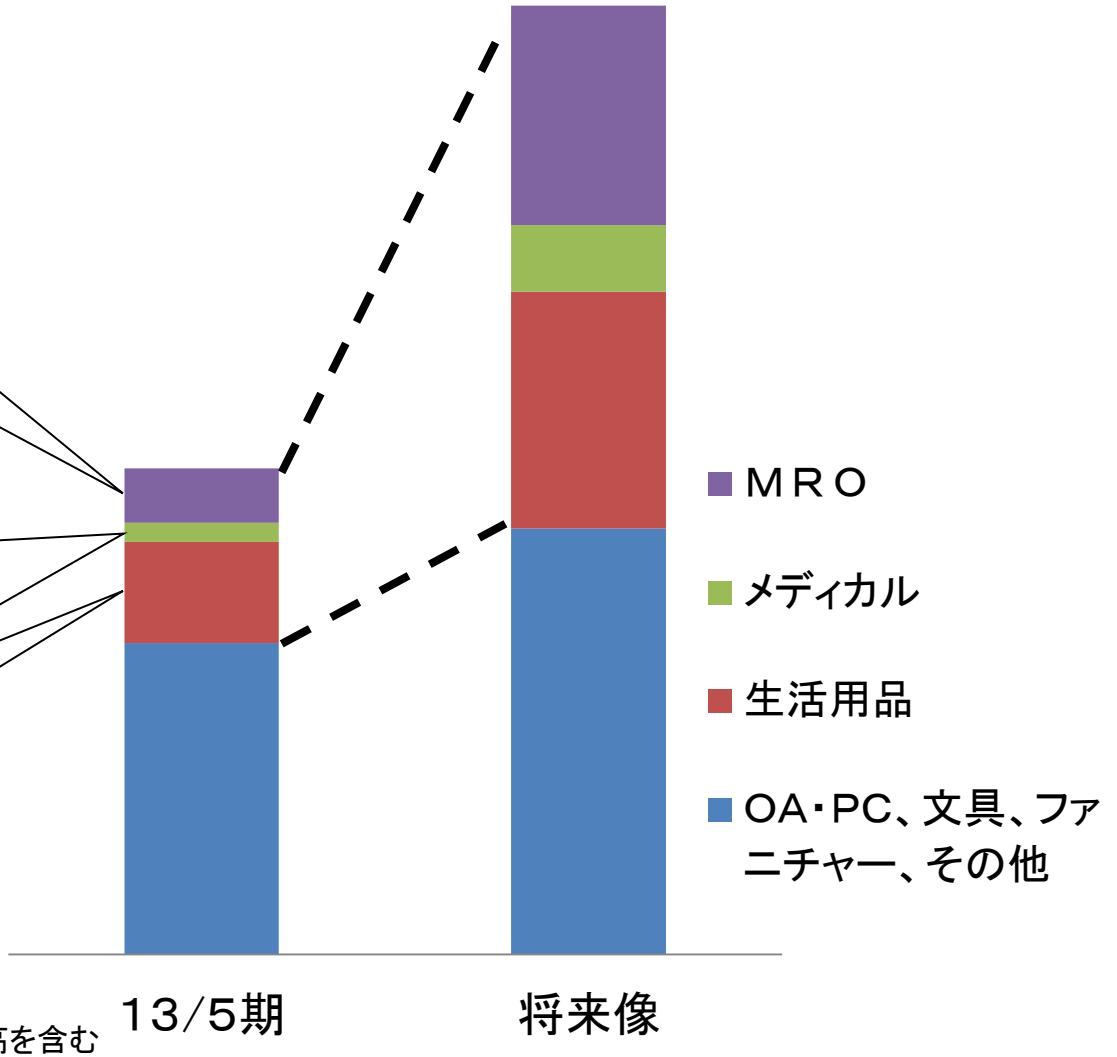
お客様満足度も第1位

新カテゴリによる再成長イメージ

MRO
13/5期
前期比
16.2%の成長

メディカル
13/5期
前期比
13.2%の成長

生活用品
13/5期
前期比
11.8%の成長



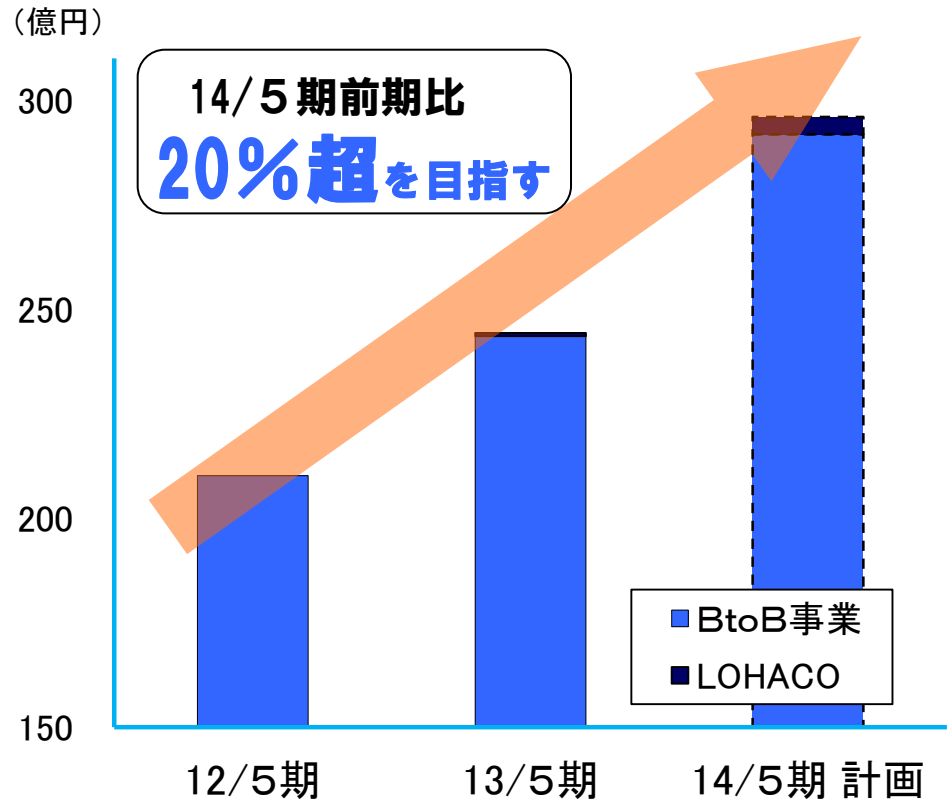
※13/5期前期比伸長率にはLOHACOの売上高を含む

BtoB事業の2桁成長回帰をめざす

MRO商材のPB化加速

MRO事業の売上拡大

アスクルグループ（アスクル＋アルファパーチェス）
MRO事業売上高





「アスクルカタログ　2013　春・夏号」
2013年2月発刊

ヘッド商品のPB化とテール商品の拡充の相乗効果で事業規模300億円目指す

MRO事業　ヘッド商品のPB化

現場のチカラ

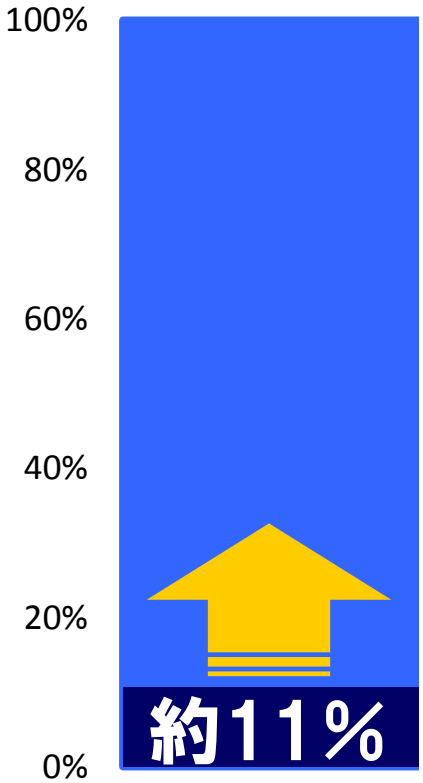
2012年８月　100SKU投入



2013年２月　173SKU投入



アスクルグループMRO事業売上高に
占める「現場のチカラ」の売上高の比率
（13/5期4Q実績）



投入１年でMRO事業売上高の約11%に成長
今年８月に店舗用品他350SKUをさらに追加予定

商材の拡大

間接材すべて

オフィス用品全般

事務用品



理化学用品



作業用品



医療用品



オフィス用品



事務用品

オフィス通販の枠組みを超えて成長

商材の拡大





理化学用品

2013年6月現在、MRO事業商品数は

32万アイテム超へ

14/5期目標**60万**アイテム超

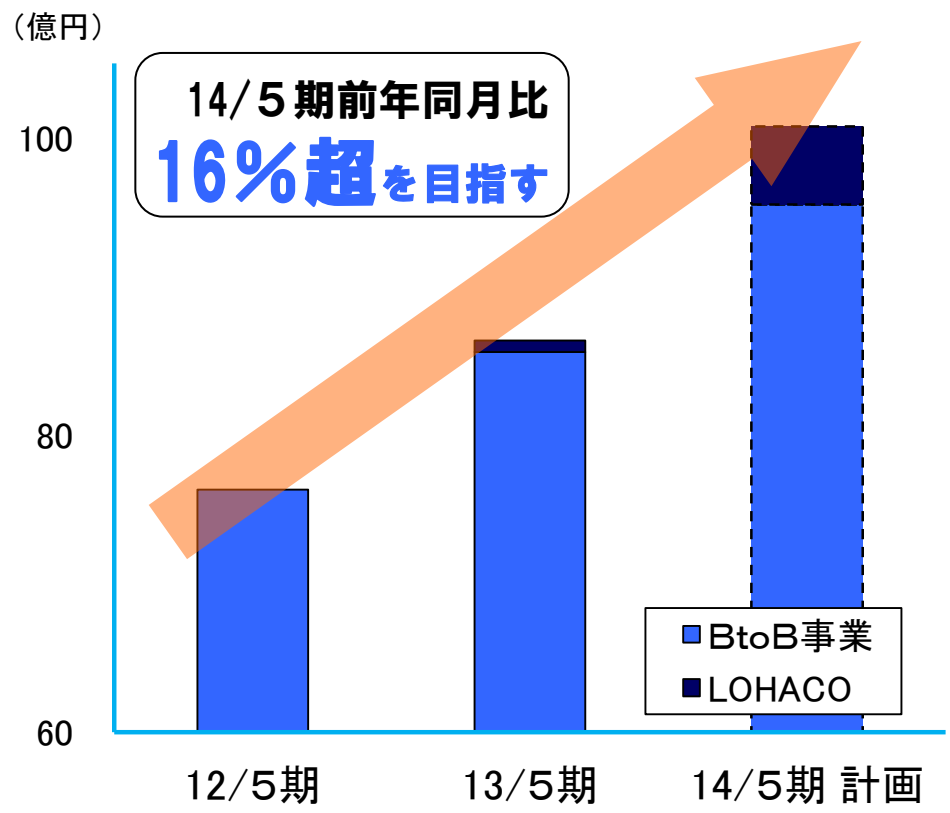
※アスクルインターネットショップでの取扱商材数

オフィス通販の枠組みを超えて成長

メディカル事業の売上拡大

メディカル事業の売上拡大

メディカル事業売上高





医療通販No.1売上高
86億円
（13/5期　実績）

エージェントの拡大と介護用品の強化
の相乗効果により事業規模100億円目指す

新制度によるメディカルエージェントの拡大

【従来】カタログ販売



カタログには医療機器と医薬品を掲載

エージェント

①薬剤師の雇用が必要
②高度管理医療機器等販売業の許可が必要

お客様

医薬品が掲載されているため、介護施設や訪問介護ステーションにカタログを配布出来ず

＋

【現在～今後】Web販売



Webにより医薬品の非表示が簡単に

エージェント

高度管理医療機器等販売業の許可で医療機器の販売が可能（薬剤師の雇用不要）

お客様

カタログではリーチできなかった介護施設や訪問介護ステーションへの販売が可能に

メディカルエージェントを30社⇒70社まで拡大
販路を一気に増やし、トップライン向上を目指す

メディカル事業　Webサイト掲載商品数拡大

（アイテム）

24,000
22,000
20,000
18,000
16,000
14,000
12,000
10,000
8,000
6,000
4,000
2,000
0












2011年7月
医療用品専門サイト
メデトモ開設
商材数3000⇒5000アイテムへ

ASKUL + MEDeTOMO
明日の医療とともに　アスクル メデトモ

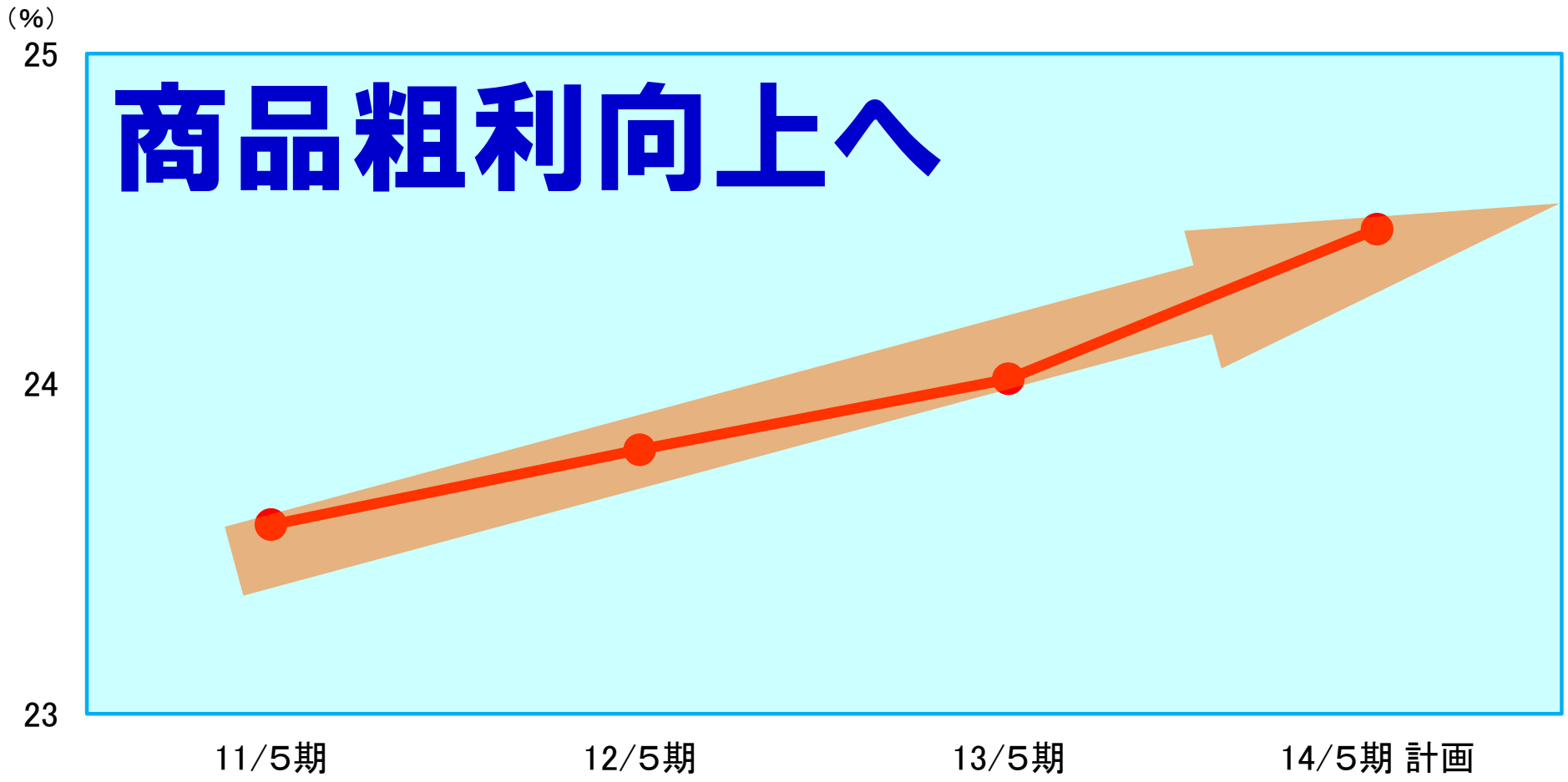
2013年6月現在
約16500アイテムに

11/8月　11/11月　12/2月　12/5月　12/8月　12/11月　13/2月　13/5月

14/5期は介護商品のラインナップを強化

安定収益確保に向けた粗利改善

BtoB事業 商品粗利率の推移 単体



収益性の高いPB商品を拡大
開発チームを強化しスピードアップ

PB商品の開発













	2012/5期末	2014/5期末目標
PB商品アイテム数	3,602	5,000
PB商品売上構成比（オリジナル・コピーペーパーは除く）	14%	20%



PB商品の拡大により収益を強化

PB商品の開発



オリジナル商品数

4,380アイテム

（2013年5月現在）

14/5期目標800アイテム追加に向けて
今年8月に約450アイテム投入予定

PB商品の拡大により収益を強化

Ⅰ　13年５月期総括

Ⅱ　14年５月期計画

Ⅲ　重点施策①

～飛躍に向けた物流基盤の革新～

Ⅳ　重点施策②

～BtoB事業は成長分野に注力し収益をさらに拡大～

Ⅴ　重点施策③

～LOHACOは徹底的にシェア拡大へ邁進～

LOHACOのロードマップ

ASKUL

くらしをかるくする
LOHACO

13/5期 爆速スタート

- 6ヶ月間爆速スタート
- Yahoo! JAPAN からの集客
- 当日時間帯指定配送の実現

14/5期 シェア優先

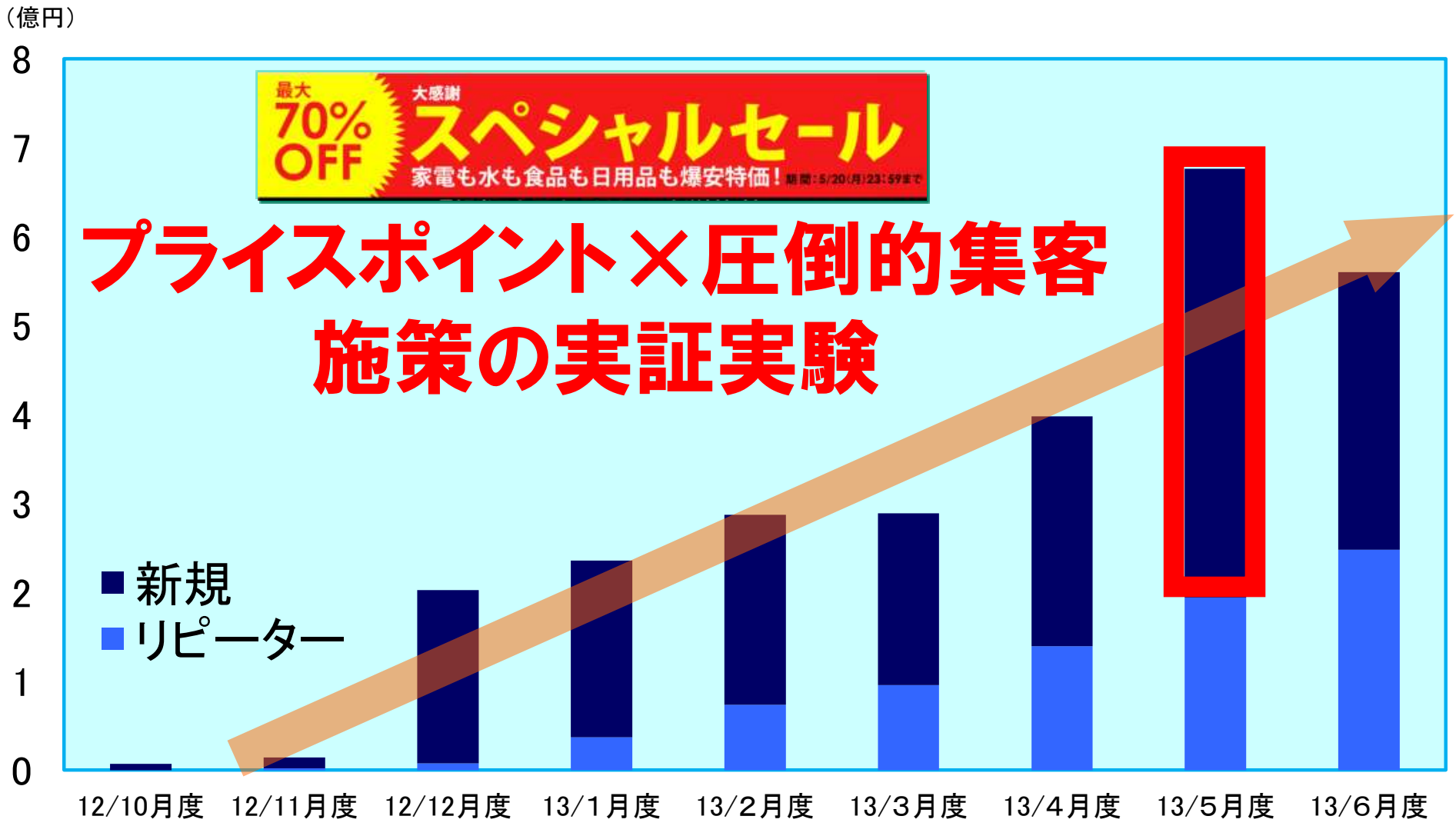
- 大型広告宣伝費の投入
- 定番商品の価格戦略
- 新カテゴリの商材拡大

15/5期～ シェア＋収益化

- リピーター拡大
- 粗利ミックス改善
- 物流の効率化

13/5期での学び

2013年5月度に特別施策を実施



勝ちパターンを確信、14/5期はさらに強化

2013年5月度での定番商品の価格戦略

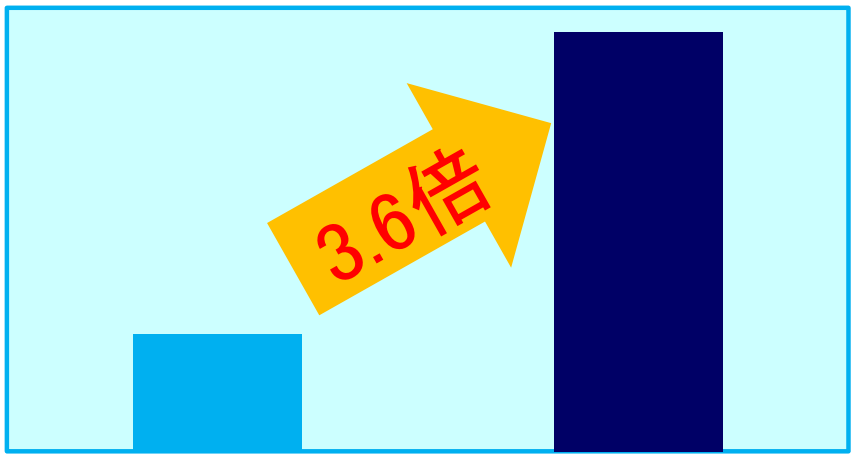
施策実施による販売点数の推移

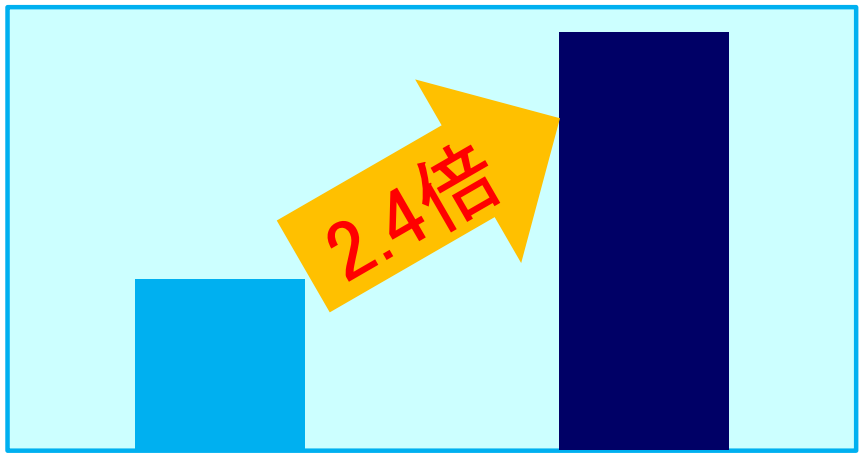




5月18～19日の2日間で12万本を販売







価格感度が高い商材で一気に売上拡大

2013年5月度に圧倒的集客を実施



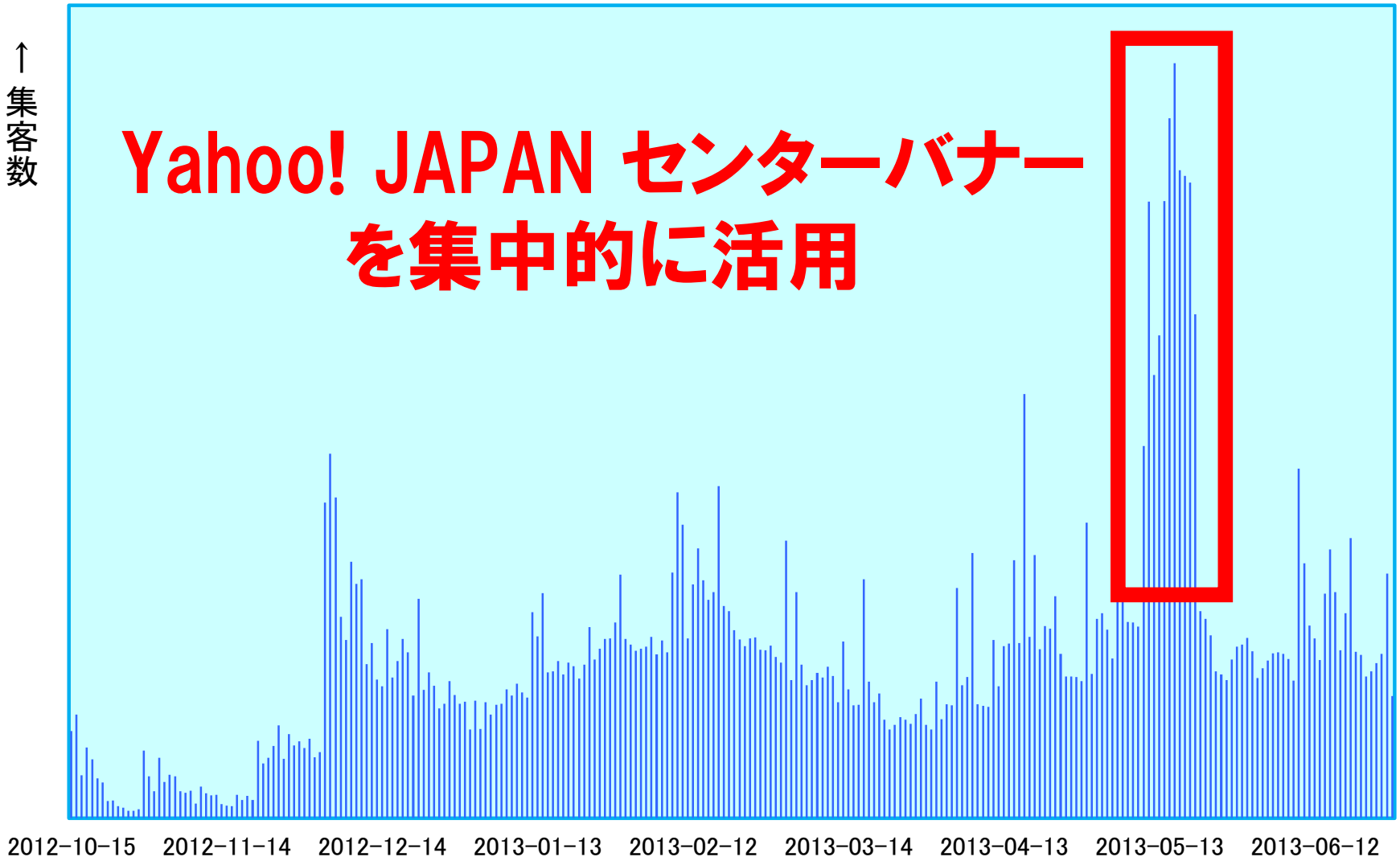
集中的に集客

価格訴求力のある商品ページへ



Yahoo! JAPAN からの大量集客が売上に直結

Yahoo! JAPAN からの集客の効果



価格戦略との相乗効果で集客数が大幅増加

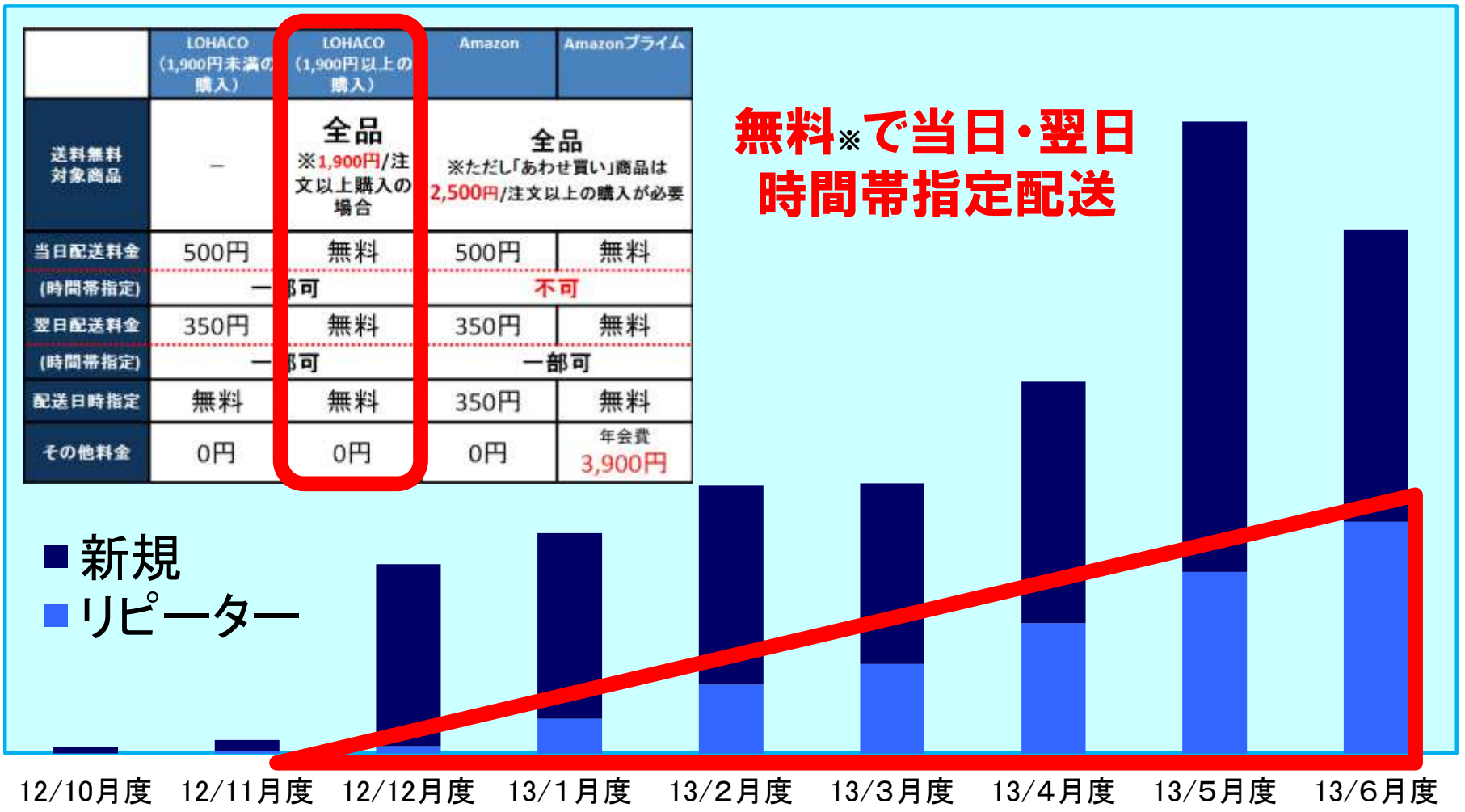
LOHACOの売上拡大（リピーター）

ASKUL

（億円）

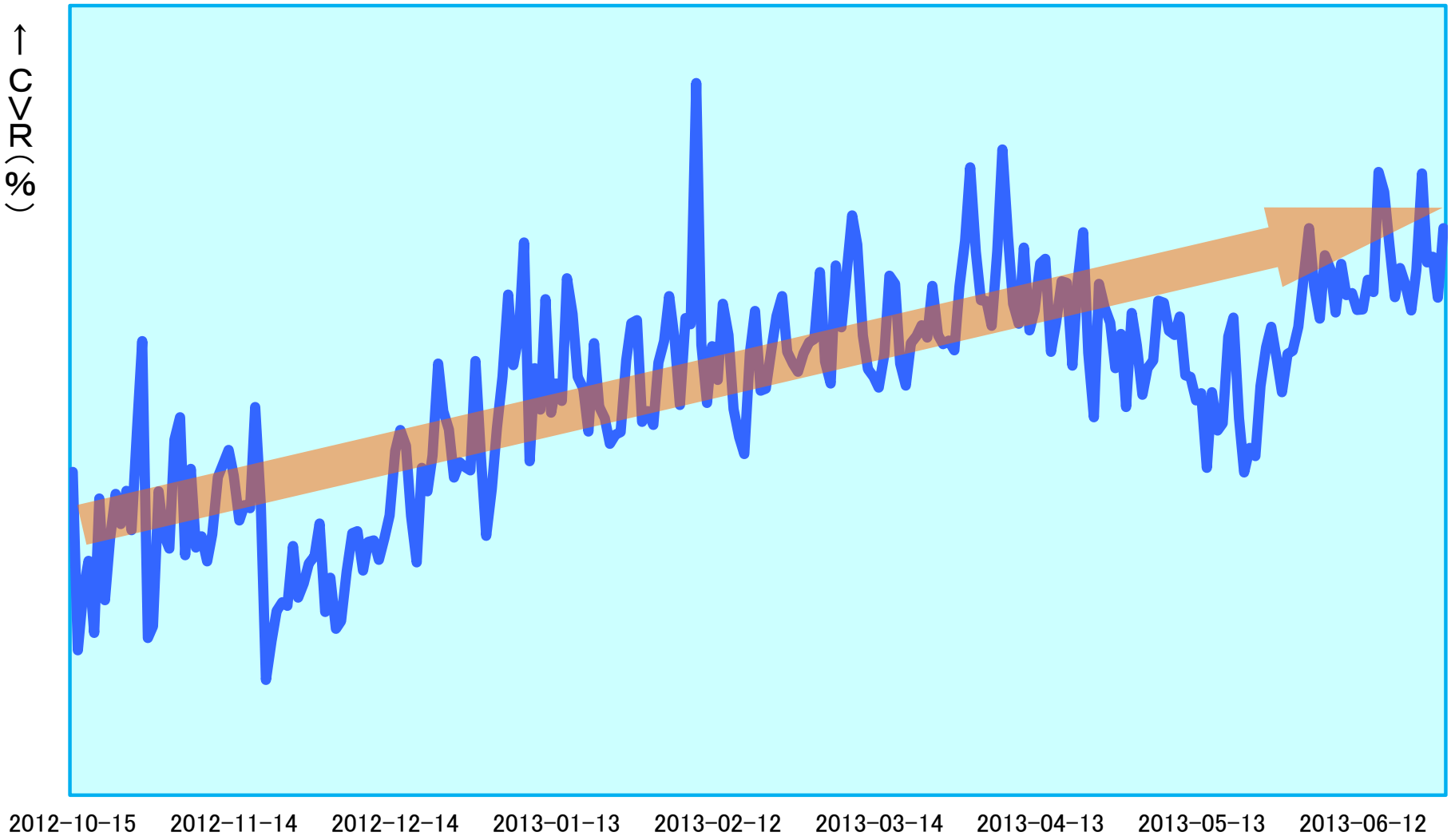
	LOHACO（1,900円未満の購入）	LOHACO（1,900円以上の購入）	Amazon	Amazonプライム
送料無料対象商品	–	全品 ※1,900円/注文以上購入の場合	全品 ※ただし「あわせ買い」商品は2,500円/注文以上の購入が必要	
当日配送料金	500円	無料	500円	無料
（時間帯指定）	一部可		不可	
翌日配送料金	350円	無料	350円	無料
（時間帯指定）	一部可		一部可	
配送日時指定	無料	無料	350円	無料
その他料金	0円	0円	0円	年会費 3,900円

無料※で当日・翌日時間帯指定配送



BtoBで培った物流力がリピーターに直結

リピーターのCVR（購入率）の上昇



リピーターのお客様からの支持は着実に拡大

今後の施策

LOHACO 14/5期重点戦略

ASKUL

価格×集客 × 品揃え

- 13/5期での学びを磨きこみ
- 戦略価格商品をさらに拡大
- 大型宣伝広告費の投入

- 新カテゴリの定番商品を増やし売上拡大に繋げる
- Web（店構え）を刷新し、お客様の買い回りを促進

- Logi PARK 首都圏の稼働により物流効率を向上

大型広告宣伝費の投入

ASKUL

（億円）

15

10

5

0



14/5期は徹底的にシェアに拘る

新カテゴリの商材拡大

2013年8月

サイトデザインを刷新します

サイト刷新で実現すること

使いやすさ、楽しさ、収益向上

新カテゴリの専門ショップ



2013年6月12日
日本経済新聞
朝刊掲載
「薬ネット販売　アスクル参入」

新カテゴリの専門ショップ



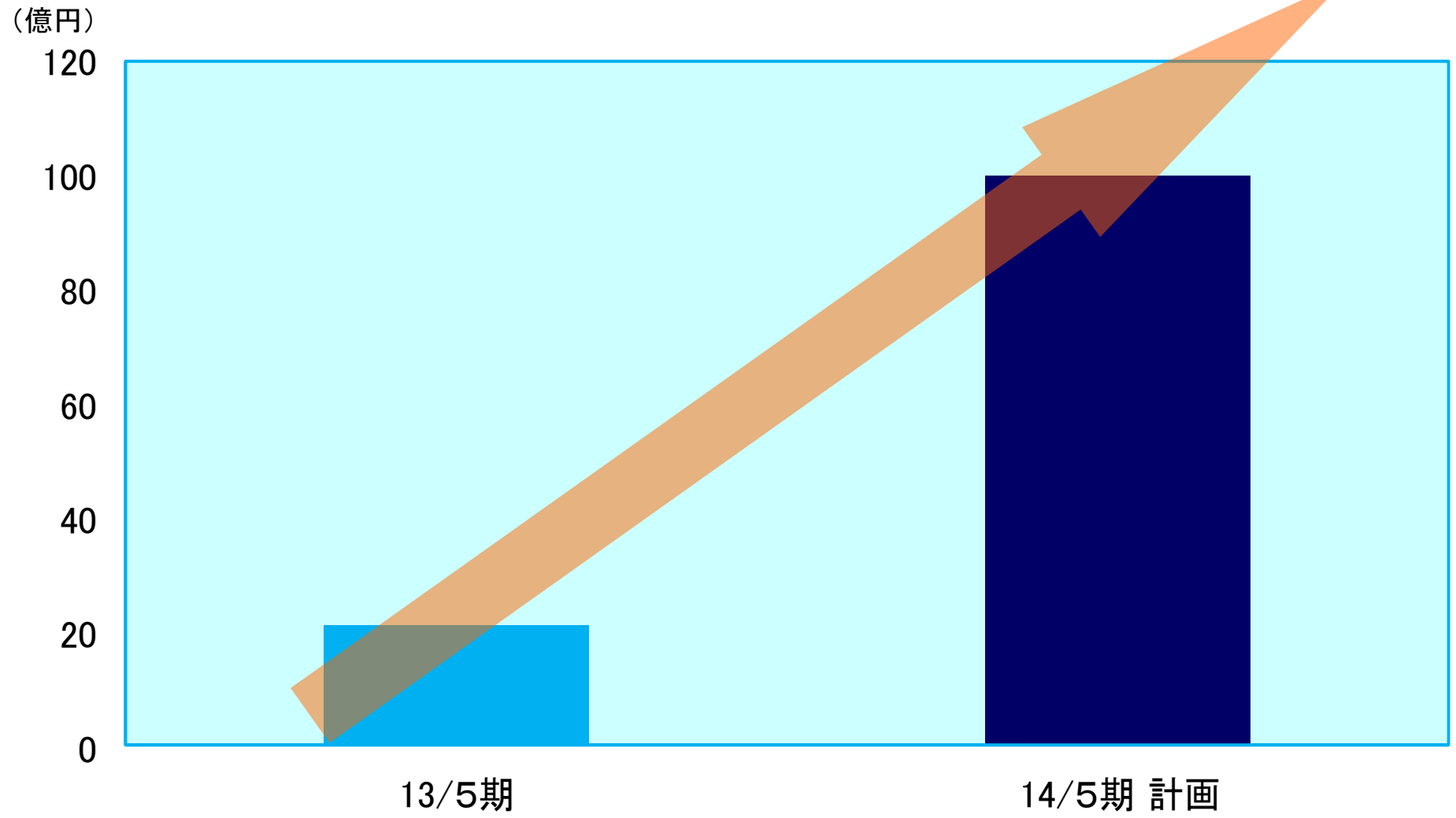
ペットショップ





フード＆キッチン

14/5期 LOHACO売上高計画



徹底的にシェア拡大に拘り、計画の上乗せを狙う

最新鋭の物流拠点の稼働で
物流力にさらに磨きをかけ
盤石のBtoB事業をベースに
LOHACOは収益化を視野に
フルアクセルで挑みます

まずは
コモディティEコマースのNo.1に向け
コアのお客様の拡大と
新たなライフスタイルの確立に向け
徹底的にシェア拡大を目指します

付　録

株主に対する利益還元　配当について

利益配分に関する基本方針

健全なキャッシュ・フローと安定した財務体質を維持しつつ、
「中長期的な企業価値向上のための設備投資資金としての内部留保の確保」と
「株主の皆様のご要望にお応えするための株主還元としての配当政策」を
バランスさせながら、総合的に判断して実施

13/5期配当(予定)

上記方針に基づき、当期の剰余金の配当につきましては、LOHACOにおける先行的費用を既存事業でカバーし、全社といたしましては愛速客楽(上海)貿易有限公司の清算等の一過性要因を除いては、ほぼ期初計画通りの利益を確保できたことから、期初より予定しておりましたとおり株主の皆様への安定的な配当を実施いたしたく、次のとおりとさせていただきたいと存じます。

⇒1株当たり年間配当金30円(中間15円、期末15円)

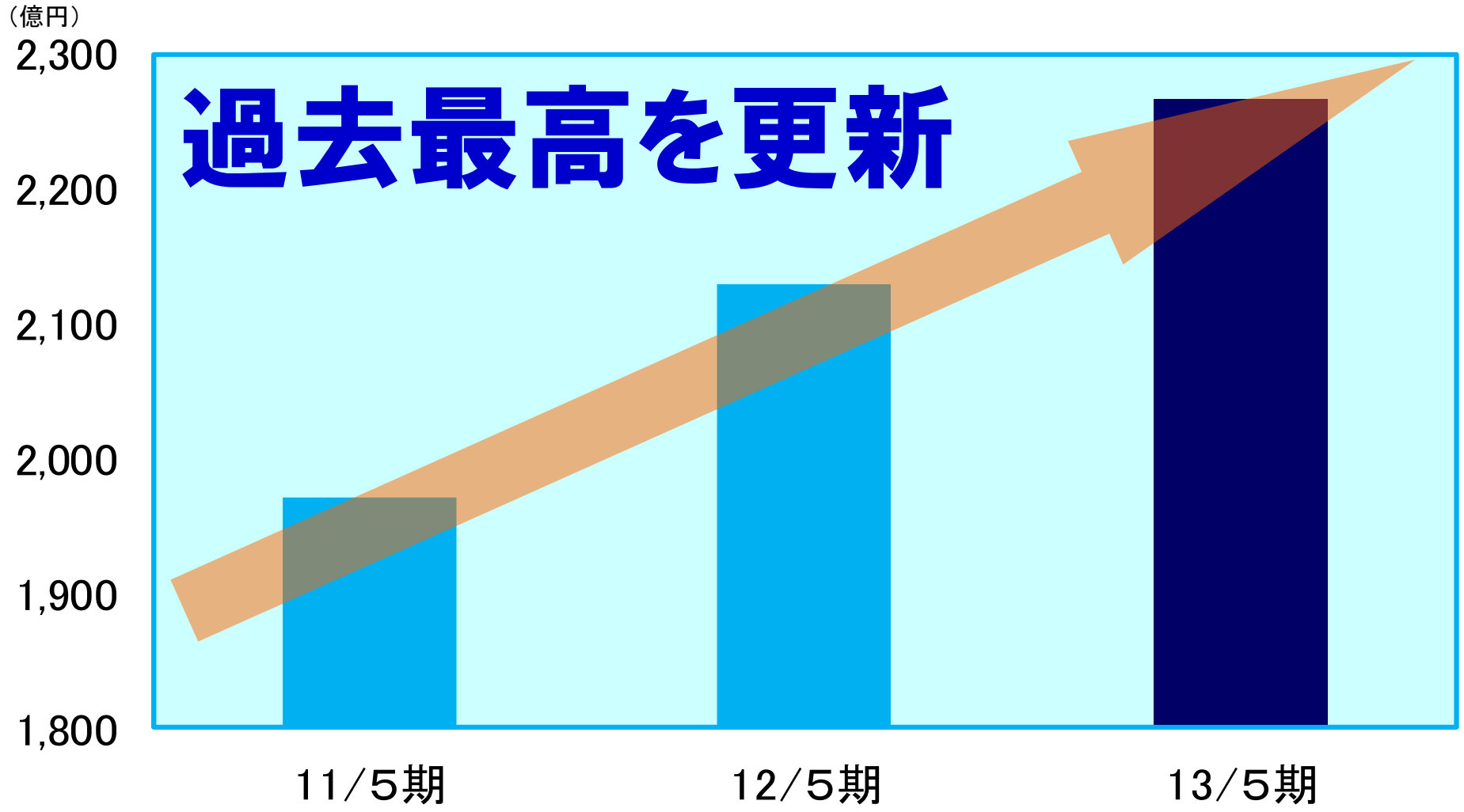
14/5期配当(予想)

⇒1株当たり年間配当金30円(中間15円、期末15円)

13/5連結業績の概要

	12/5期		13/5期				
	実　績 百万円	売上比率 %	修正計画 百万円	実　績 百万円	売上比率 %	前期比 %	計画比 %
売上高	212,932	100.0	227,000	226,610	100.0	＋6.4	△0.2
売上総利益	47,490	22.3	－	50,613	22.3	＋6.6	－
販売費および一般管理費	40,873	19.2	－	43,733	19.3	＋7.0	－
営業利益	6,617	3.1	6,650	6,880	3.0	＋4.0	＋3.5
経常利益	6,504	3.1	6,650	7,241	3.2	＋11.3	＋8.9
税引前当期純利益	6,270	2.9	－	6,803	3.0	＋8.5	－
当期純利益	2,301	1.1	5,000	5,812	2.6	＋152.5	＋16.2

連結売上高の推移



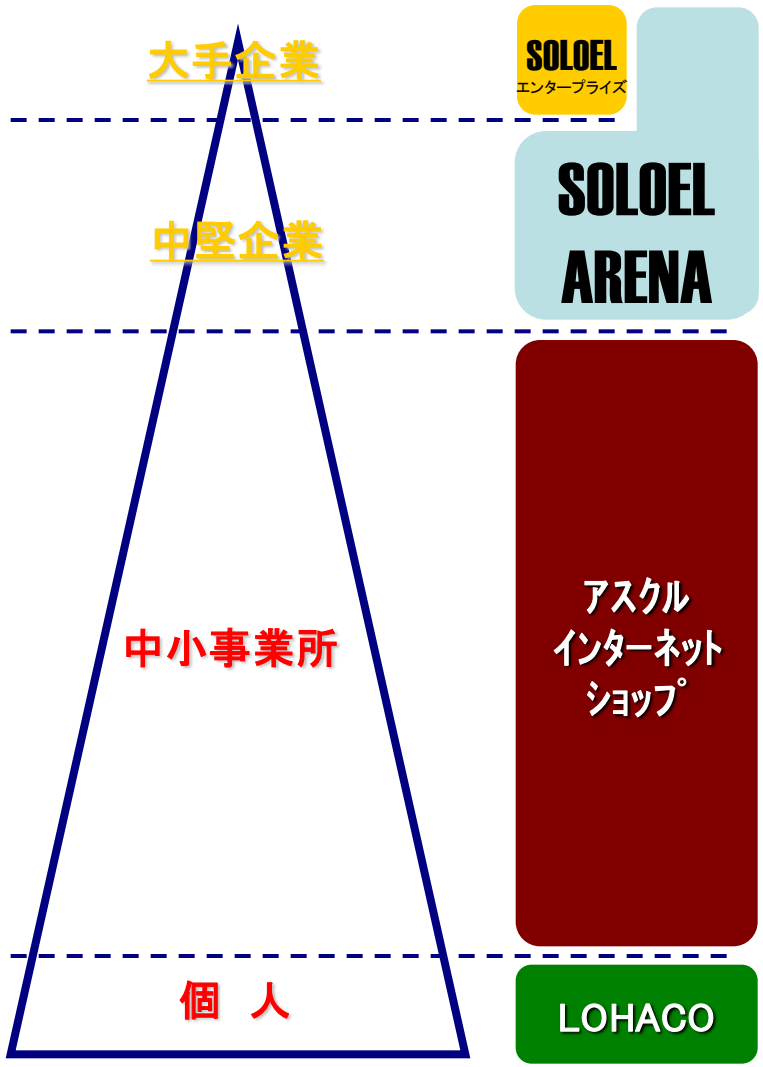
前期差130億円超の増収を達成

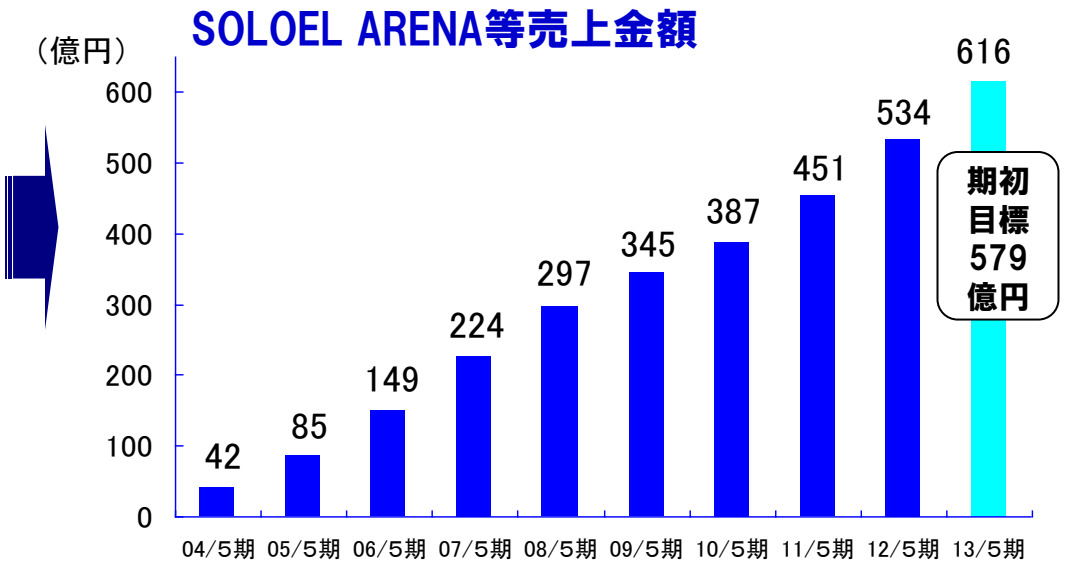
品目別売上高(通期) 単体

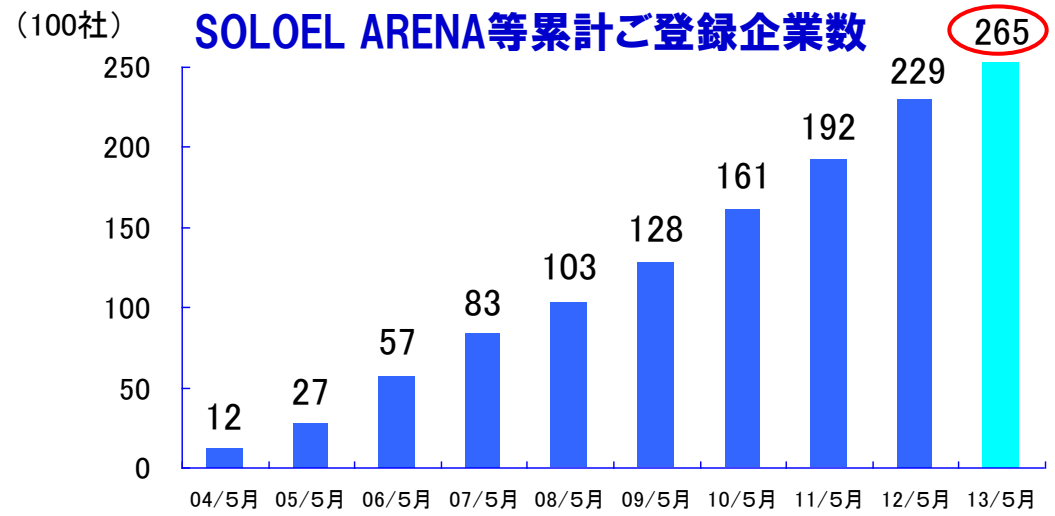
単体売上も過去最高

	12/5期		13/5期		
	金額（百万円）	前期比（%）	金額（百万円）	前期差（百万円）	前期比（%）
OA・PC	79,399	＋0.5	81,336	1,937	＋2.4
文具	46,530	＋6.5	49,708	3,177	＋6.8
生活用品	40,985	＋5.9	45,996	5,011	＋12.2
ファニチャー	17,455	＋11.5	18,290	834	＋4.8
その他（メディカル等）	13,306	＋10.2	15,067	1,761	＋13.2
合　計	197,677	＋4.5	210,399	12,721	＋6.4

SOLOEL ARENAは順調に拡大







＋15.4%の増収、期初目標＋8.4%を上回る

売上総利益額　506億円

前年同期差　＋31億円

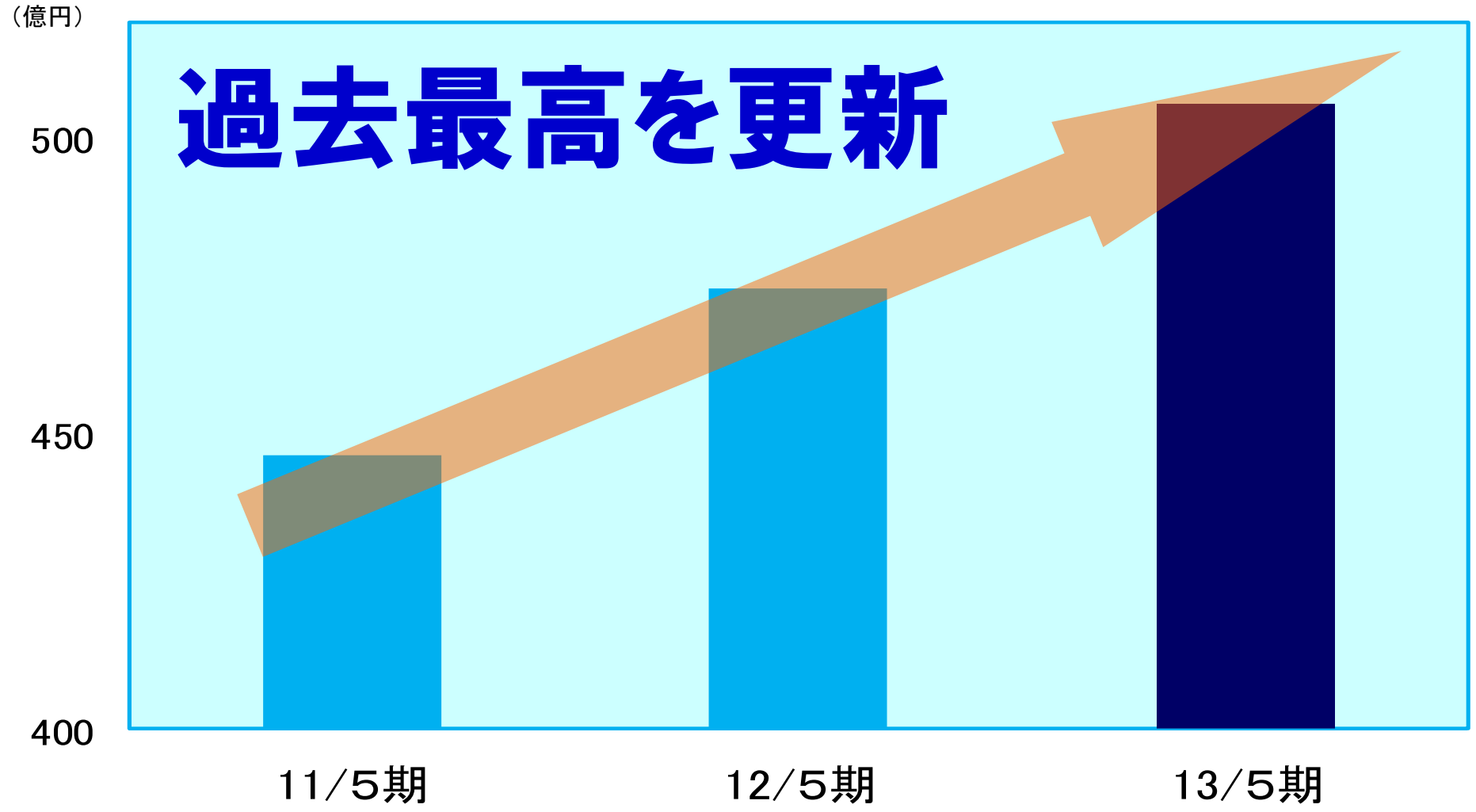
売上総利益率　22.3%　前年同期差 0ポイント

＜四半期ごとの売上総利益率の推移＞
第1四半期：22.3%　第2四半期：22.2%
第3四半期：22.3%　第4四半期：22.5%

- 着実な原価低減活動やPB商品の増加による商品粗利の改善によって前年並みの売上総利益率を確保
- エージェント向けインセンティブ（売上割戻）を8億円計上

売上高拡大により売上総利益額は過去最高

連結売上総利益の推移



増収により着実に利益を積み上げ

販管費・営業利益

販管費　437億円　前年同期差　＋28億円

売上高販管費比率　19.3%　前年同期差　＋0.1ポイント

＜四半期ごとの売上高販管費比率の推移＞

第１四半期：19.0%　第２四半期：19.0%

第３四半期：20.0%　第４四半期：19.2%

＜販管費の前年同期差の主な内訳＞

・売上拡大にともなう変動費　＋22億円

・LOHACOの立ち上げ等の広告宣伝費・販売促進費　＋５億円

営業利益　68億円　前年同期差　+2億円

修正計画差　+2億円

＜四半期ごとの営業利益率の推移＞

第１四半期：3.4%　第２四半期：3.2%

第３四半期：2.3%　第４四半期：3.3%

営業外収益、経常利益、当期純利益

営業外収益　　4億円

連結子会社向け債権の為替差益　2億円

経常利益　　72億円

当期純利益　　58億円　前年同期差　+35億円
修正計画差　+8億円

⇒アスマルの吸収合併・愛速客楽（上海）の解散・清算による税金費用減少額　18億円

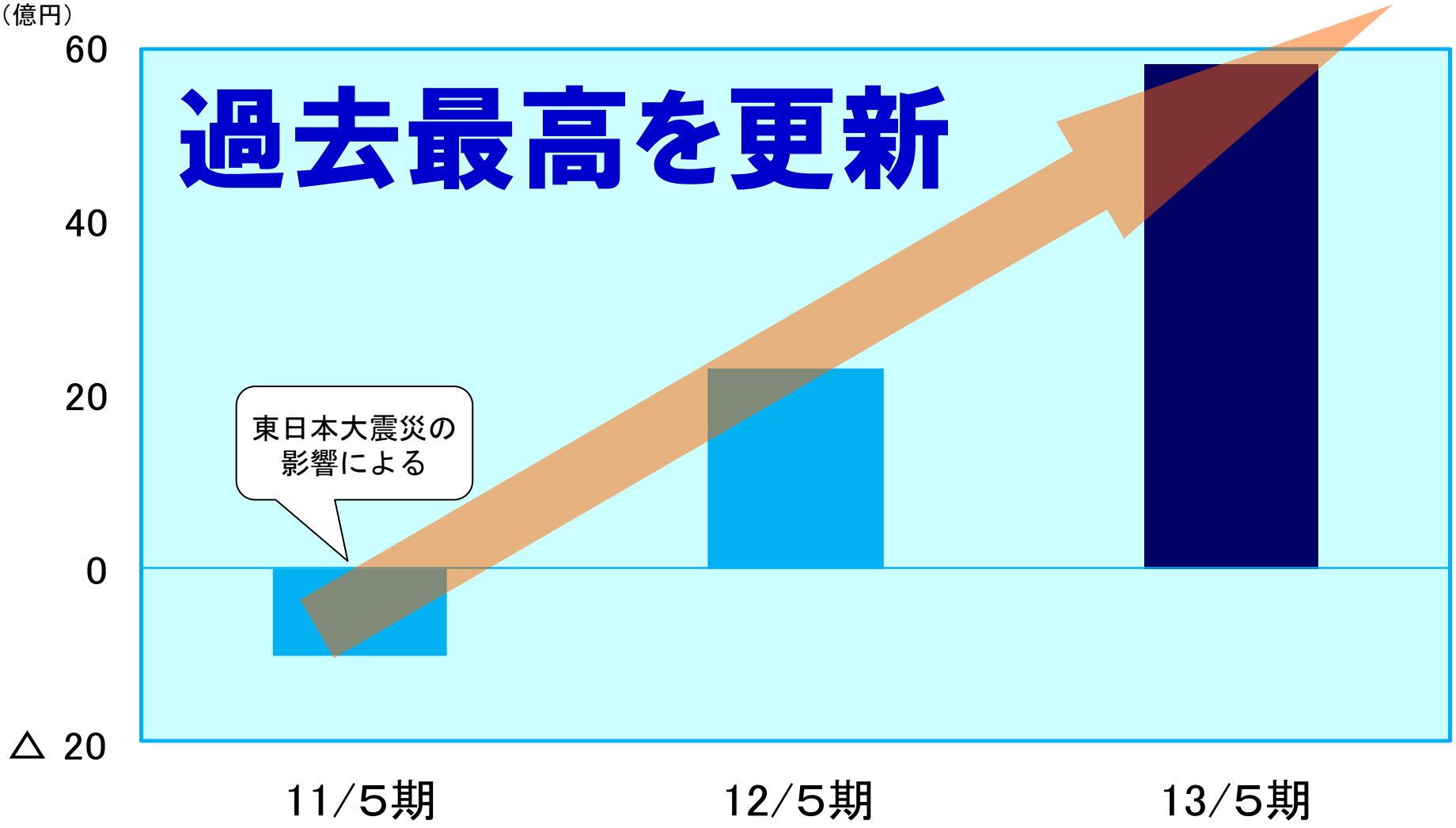
設備投資　36億円（期初計画274億円）

物流センターの新設・増強に関する設備　15億円

LOHACOサイト　8億円

（参考）減価・ソフトウエア償却費 26億円（期初計画　34億円）

連結当期純利益の推移



事業の選択と集中による効果

14/5期 連結業績の上・下期見通し

	14/5期 上期計画			14/5期 下期計画		
	金　額 百万円	売上高比率 %	前期比 %	金　額 百万円	売上高比率 %	前期比 %
売上高	119,000	100.0	＋ 8.4	131,000	100.0	＋ 12.1
売上総利益	26,700	22.4	＋ 9.3	29,700	22.7	＋ 13.4
販売費および一般管理費	25,100	21.1	＋ 20.4	25,300	19.3	＋ 10.5
営業利益	1,600	1.3	△ 55.3	4,400	3.4	＋ 33.4
経常利益	1,600	1.3	△ 55.1	4,400	3.4	＋ 19.6
当期純利益	500	0.4	△ 73.2	2,500	1.9	△ 36.6

在庫商材倍増、Logi PARK 首都圏の稼働率向上、
PB商品拡大の効果により、下期以降は収益性が一気に改善

ラッピングトラック（ハイブリット車両）



Bizex社でハイブリット車両を10台導入
環境への想いを込めてラッピング実施

① インターネット売上高比率

	2013/5期	前期差	2012/5期
インターネット経由	70.4%	＋2.5ポイント	67.9%
上記以外	29.6%	△2.5ポイント	32.1%

（注1） 売上高比率は、受注ベースで記載しております。

② オリジナル商品

（単位：アイテム）

	13/5期	前期差	12/5期
オリジナル商品数	4,380	＋681	3,699
売上高構成比	15.7%	＋1.6%ポイント	14.1%

（注1） 各期5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、メディカル＆ケアカタログ、メディカルプロカタログを含みます。

③ 設備投資

（単位：百万円）

科目名	13/5期		12/5期
	金　額	前期比	金　額
【　設　備　投　資　額　】	3,620	＋38.1%	2,621
有　形　固　定　資　産	1,805	＋66.1%	1,086
無　形　固　定　資　産	1,815	+18.3%	1,534

建設仮勘定（注２）	1,199	13,963.1%	8
ソフトウエア仮勘定（注2）	175	102.2%	87

（注1） 設備投資額は発生ベース額にて記載しております、減少分は反映しておりません。

（注2） 建設仮勘定およびソフトウエア仮勘定は一部消費税等を含んでおります。