

平成 30 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 C E O 岩 田 彰 一 郎  
( コ ー ド 番 号 : 2 6 7 8 東 証 一 部 )  
問 合 せ 先  
役 職 ・ 氏 名 執 行 役 員 C F O 玉 井 継 尋  
T E L 0 3 - 4 3 3 0 - 5 1 3 0

「2019 年 5 月 期 第 1 四 半 期 連 結 業 績 概 要」のお知らせ

「2019 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 「2019 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、本 資 料 は そ の 実 現 を 確 約、保 証 す る も の で は ご ざ い ま せ ン。

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 ン。

以 上



# 1Q ほぼ想定線の着地 宅配クライシスを乗り越え、収益改善に邁進

- ～抜本的な物流構造改革を着実に進め、物流コストの適正化を図る～
- ～BtoBはさらなるWeb強化により、成長スピードと収益性を上げる～
- ～BtoCは規模拡大に加え、PB戦略や配送サービス等の独自性を強化～

2018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)との間で、「BtoC」とは、企業(Business)と消費者(Consumer)と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」、Open Platform by ASKULを「OPA」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**

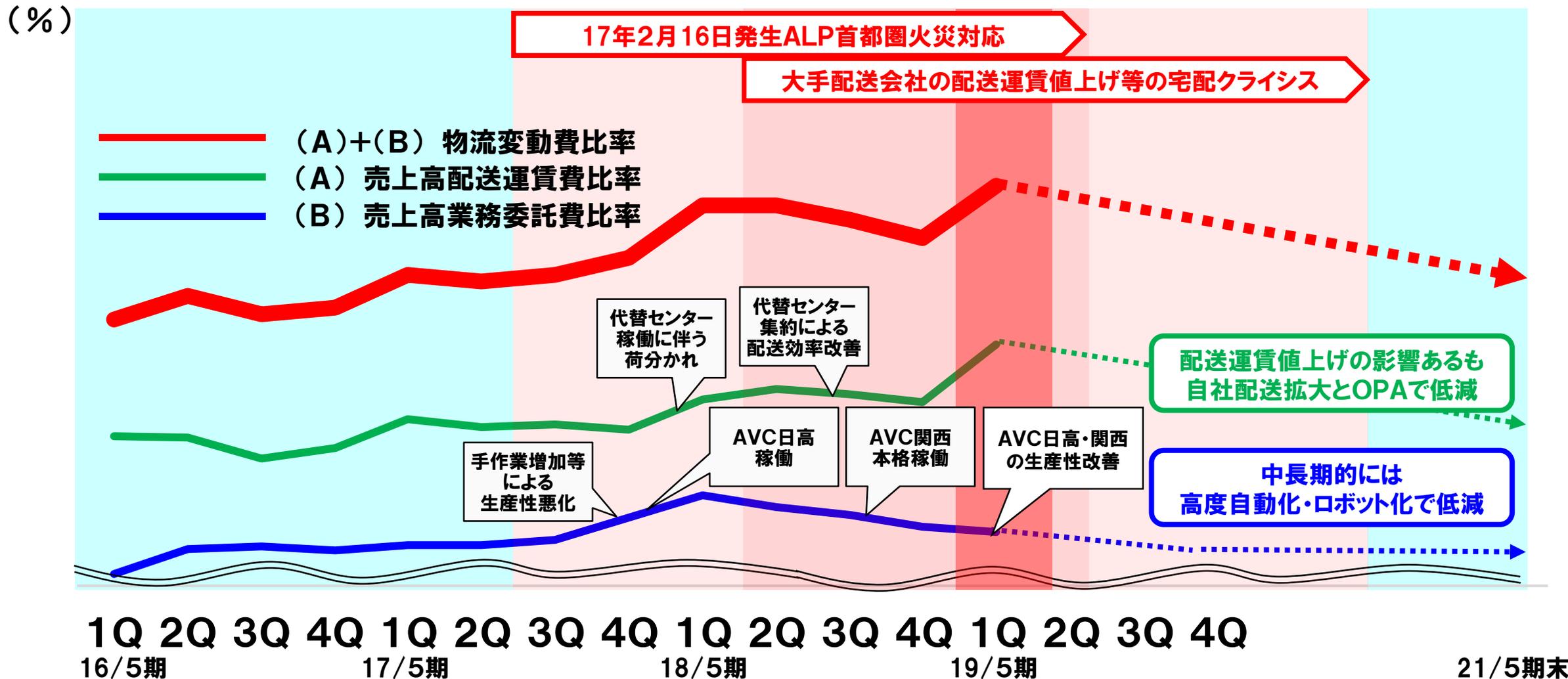
**II 物流 抜本的な構造改革**

**III BtoB 成長スピード・収益性の向上**

**IV BtoC 規模拡大、独自性強化**

# 配送運賃・業務委託費比率の低減

連結



**19/5期1Qは物流費増加のピーク**

**抜本的な物流構造改革を着実に進め、コスト適正化を図る**

# 19/5期 第1四半期 連結業績

## ほぼ想定線の着地 2Q以降収益改善に邁進

- 売上高 成長加速 115.9%
- 売上総利益率 前年同期差△0.1pt
- 販管費比率 前年同期差+1.4pt
  - ✓ AVC関西・日高の地代・償却費+10億円
  - ✓ 配送費比率の悪化7億円  
(配送運賃値上げ・ケース飲料売上増加による出荷個数増一荷分かれの改善)
  - ✓ 物流改革コスト等4億円  
今後の物流コスト低減を見越して  
計画通り投下
- 営業利益・経常利益・当期純利益
  - ✓ 物流費増加のピークによる一時的な赤字

	18/5期 1Q		19/5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	81,065	100.0	93,972	100.0	115.9
売上総利益	18,950	23.4	21,892	23.3	115.5
販売費及び 一般管理費	17,795	22.0	22,003	23.4	123.7
営業利益	1,155	1.4	▲ 111	—	—
経常利益	1,014	1.3	▲ 146	—	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	554	0.7	▲ 234	—	—

# 19/5期 第1四半期 連結業績【事業別】

		18/5期	19/5期 1Q	
		1Q 実績 億円	実績 億円	前年同期比 %
売上高	BtoB事業	716	763	106.6
	LOHACO	80	125	155.9
	BtoC事業(チャーム含む)	80	159	197.5
	eコマース事業	796	923	115.8
	ロジスティクス事業・その他	13	16	121.8
	連結合計	810	939	115.9
営業利益	BtoB事業	29	27	92.8
	LOHACO	△17	△23	—
	BtoC事業(チャーム含む)	△17	△23	—
	中計	12	4	33.4
	戦略コスト	—	△4	—
	eコマース事業	12	△0	—
	ロジスティクス事業・その他	△1	△0	—
	連結合計	11	△1	—

## ➤ 売上高

BtoB事業は**成長加速 106.6%**

BtoC事業は**チャーム連結化も奏功し197.5%**

## ➤ 営業利益

AVC関西・日高の地代・償却費

(BtoB + 5億円、BtoC + 4億円)

配送費比率の悪化

(配送運賃値上げ・ケース飲料売上増加による出荷個数増一荷分かれの改善)

(BtoB + 2億円、BtoC + 4億円)

物流費増加のピークにより

BtoB、BtoCともに一時的な減益

**ほぼ想定線の着地、2Q以降収益改善に邁進**

物流改革コスト等 △4億円(1Qは主に販促費)

✓ 自社配送拡大・物流高度自動化

✓ 販促強化(BtoB、BtoC共に)

✓ eコマースのシステム基盤強化

**今後の物流コスト低減を見越して、計画通り投下**

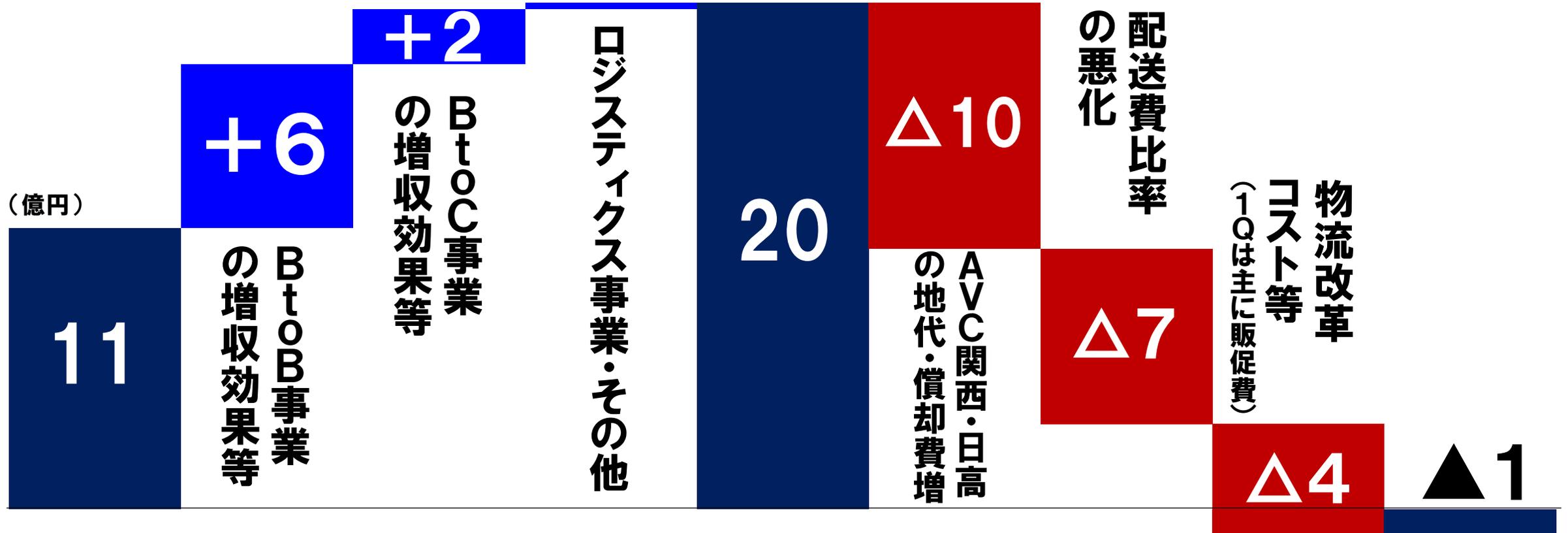
※18/5期事業別PLで区分掲記したAVC日高・関西等の固定費増および一時的な物流生産性悪化はBtoB事業およびLOHACOの営業利益にそれぞれ配賦して記載しております。

# 19/5期 第1四半期 連結営業利益の増減要因

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%

19/5期 第1四半期(実績)  
 売上高前年同期比 115.9%  
 売上総利益率 23.3%  
 販管費比率 23.4%

+0



18/5期1Q 営業利益  
 (実績) 11億円

19/5期1Q 営業利益  
 (実績) ▲1億円

# 19/5期 連結業績の見通し

	18/5期		19/5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	3,604	100.0	3,900	100.0	108.2
売上総利益	855	23.7	927	23.8	108.5
販売費及び 一般管理費	813	22.6	867	22.2	106.7
営業利益	41	1.2	60	1.5	143.1
経常利益	39	1.1	58	1.5	147.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	46	1.3	35	0.9	74.6

**通期計画  
変更なし**

# I 第1四半期実績

## II 物流 抜本的な構造改革

## III BtoB 成長スピード・収益性の向上

## IV BtoC 規模拡大、独自性強化

# 配送コスト低減に向けた施策

短期

- ✓ 梱包サイズ適正化
- ✓ 大手配送会社拠点への荷物持込
- ✓ センター間輸送の導入 等

着手済み

2Qから実施予定

3Qから実施予定

中期

自社配送化の加速

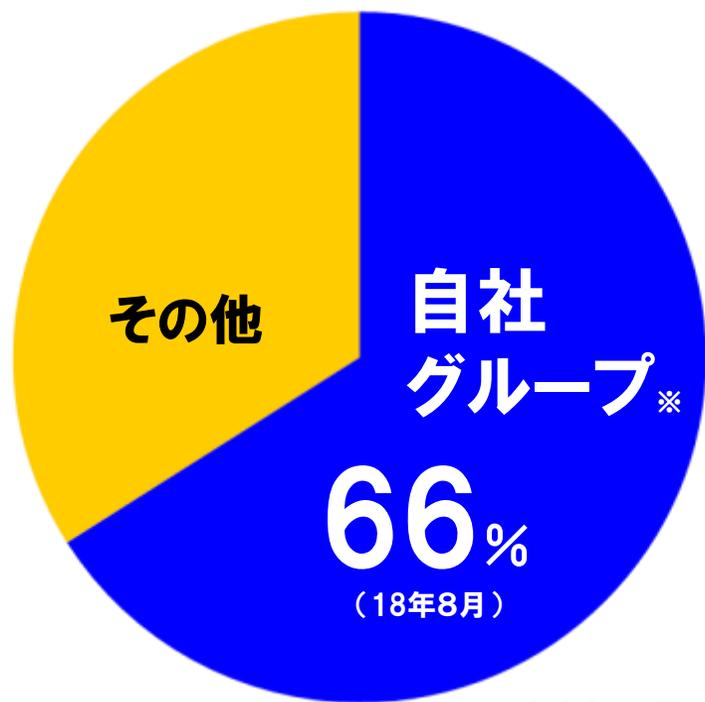
長期

OPAによる物流シェアリング

# 自社配送化の加速

中期

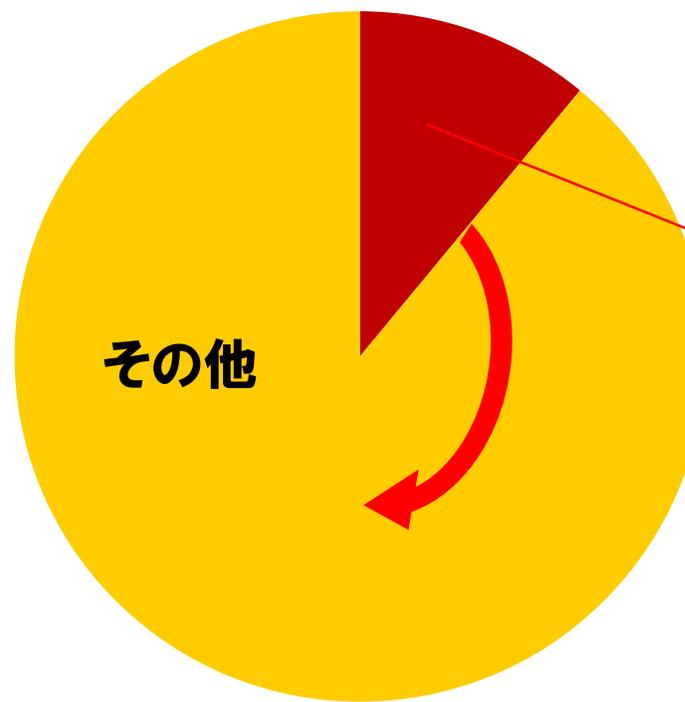
## BtoB事業の配送シェア



※パートナー車両含む

すでに全国規模で  
自社配送網を確立

## LOHACOの配送シェア



自社グループ比率※

11%  
(18年8月)



2019年5月期末には

20%へ

Happy On Time拡大による  
サービス向上とともに  
自社配送シェアを拡大

# Open Platform by ASKUL

長期

メーカー・マーケットプレイス出店者と

①在庫の共有化

②商品をLOHACOと同時or同梱配送

物量・密度を上げ効率化

今期中の本格展開を目指す



Win-Win-Win  
でメリットをシェア

A dramatic sunset scene with a bright sun partially obscured by a mountain peak, casting a warm orange glow over the sky and silhouetting the landscape.

**抜本的な物流構造改革を着実に進め  
物流コストの適正化を図る**

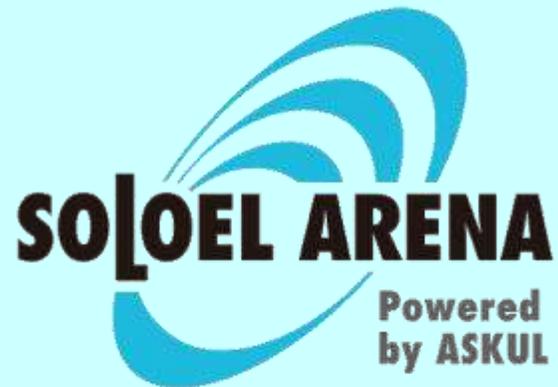
**I 第1四半期実績**

**II 物流 抜本的な構造改革**

**III BtoB 成長スピード・収益性の向上**

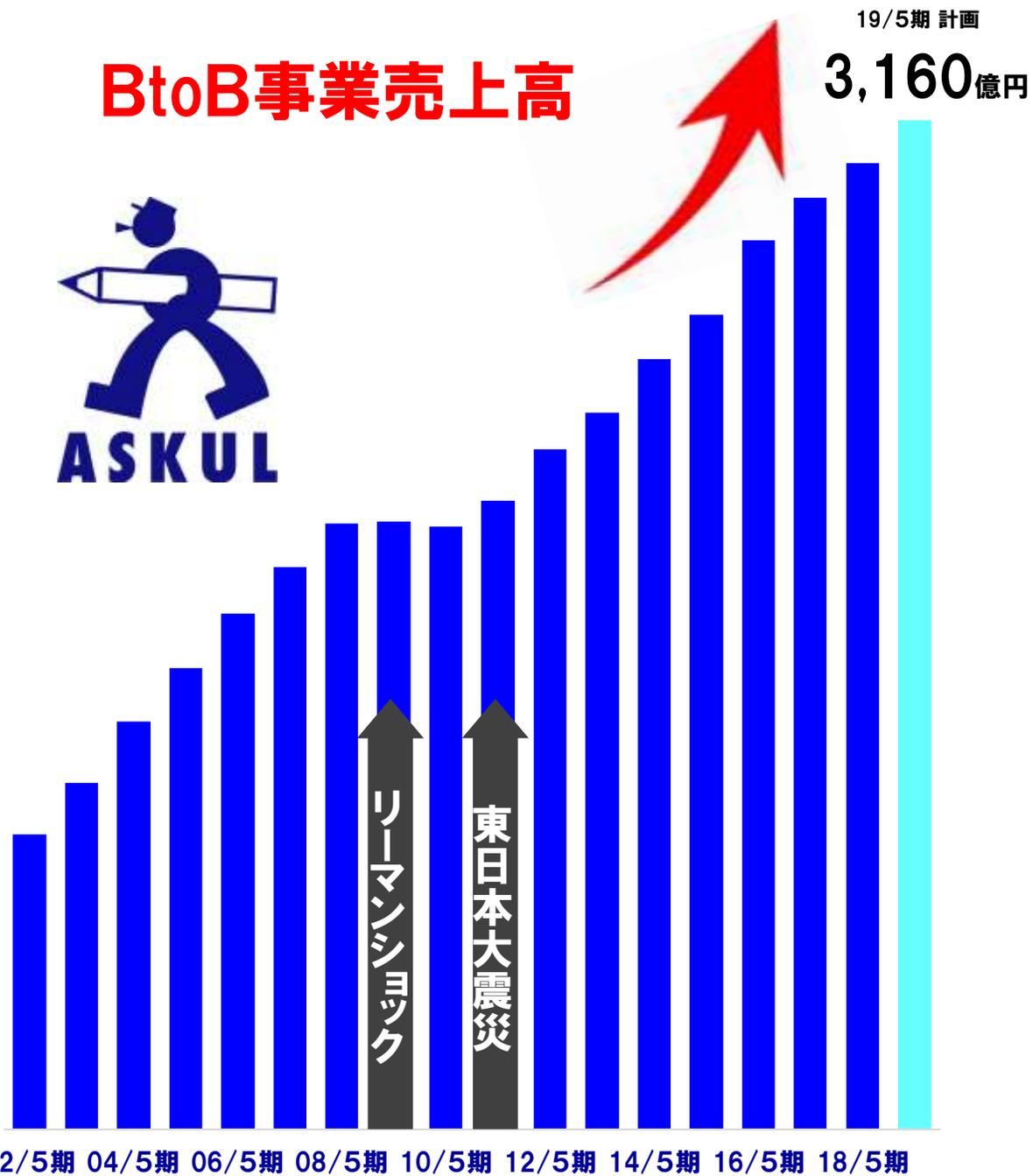
**IV BtoC 規模拡大、独自性強化**

# BtoB 事業所向け



**ASKUL**

# BtoB事業売上高



# 盤石な 成長継続

# BtoB事業 戦略イメージ

販売数

ヘッド商品  
強化

さらに優位性のある価格で  
オリジナル商品を投入



生活消耗紙

クリアホルダー

製造・建設業だけでなく  
さまざまな業種に向け品揃え強化



耐火金庫

折りコン

ロングテール商品拡大

商品数

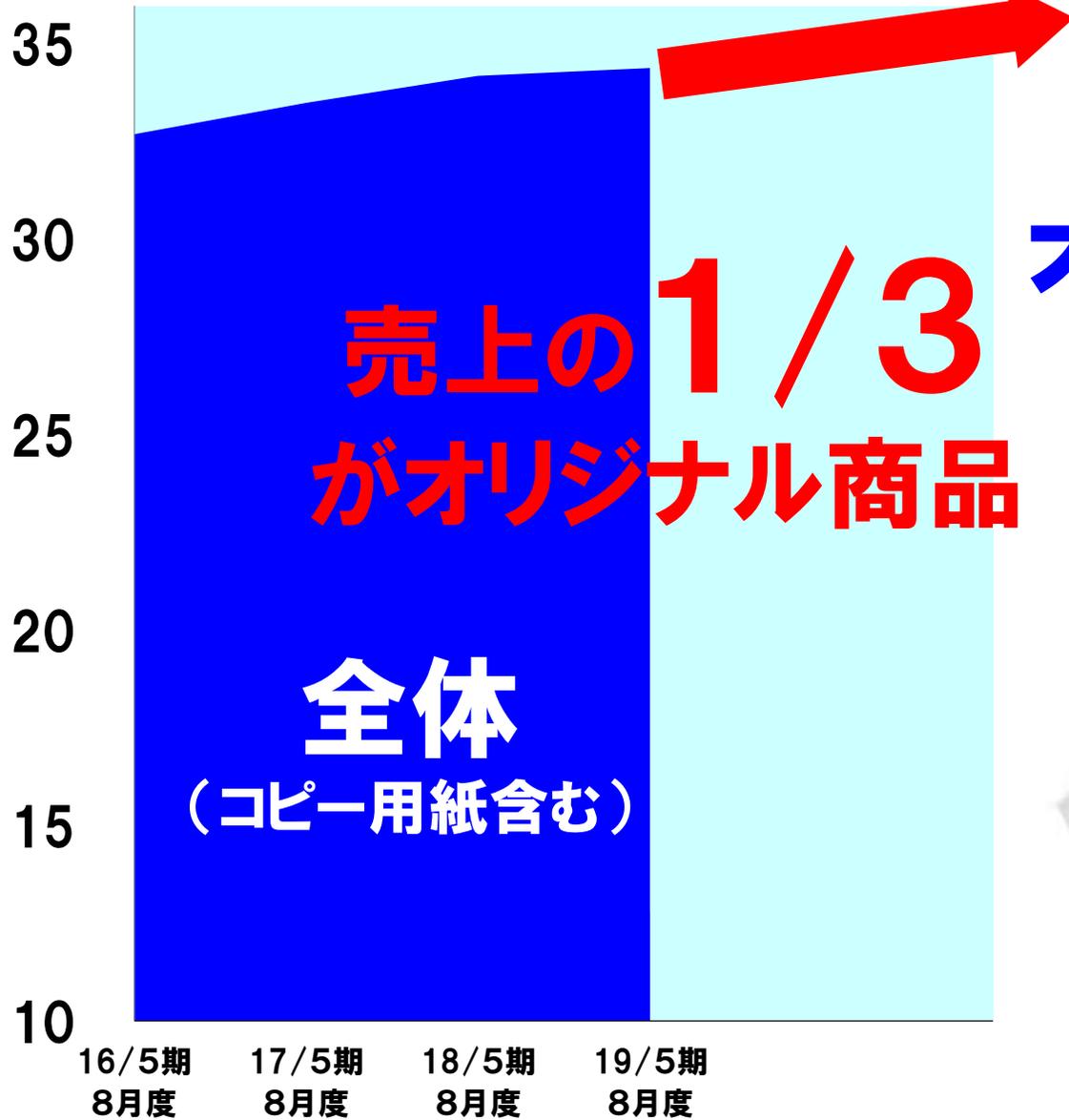
両軸から集客・購買機会を最大化

# BtoB事業 成長スピード・収益性の向上

- ① **ヘッド商品のオリジナル商品比率のさらなる拡大**
- ② **ロングテール商品の高成長によるシェア拡大**
- ③ **Web経由での売上高拡大**

# ヘッド商品のオリジナル商品比率の さらなる拡大

(%) オリジナル商品<sup>\*</sup> 売上高構成 (BtoB在庫商品売上高)



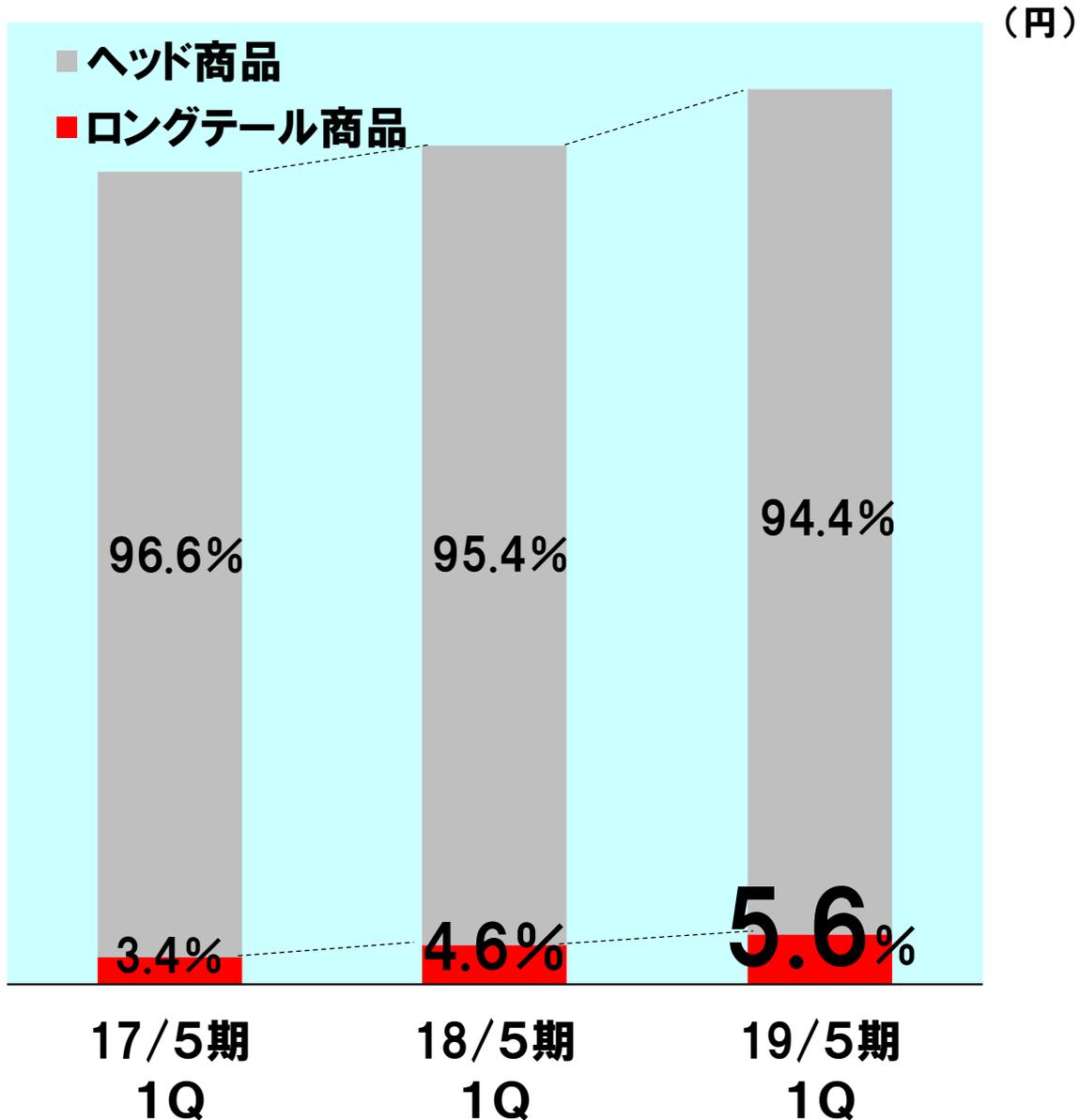
新カタログで  
オリジナル商品を新規投入  
+ 300 アイテム



※オリジナル商品にはアスクルでの限定販売商品も含む

# ロングテール商品の高成長によるシェア拡大

## BtoB事業 売上高構成比



# ロングテール商品売上高

19/5期1Q実績 (前年同期比)

**128%**

(万アイテム)

600  
500  
400  
300  
200  
100  
0

←19/5期1Q実績



今後さらに、全カテゴリーで

# 品揃え強化

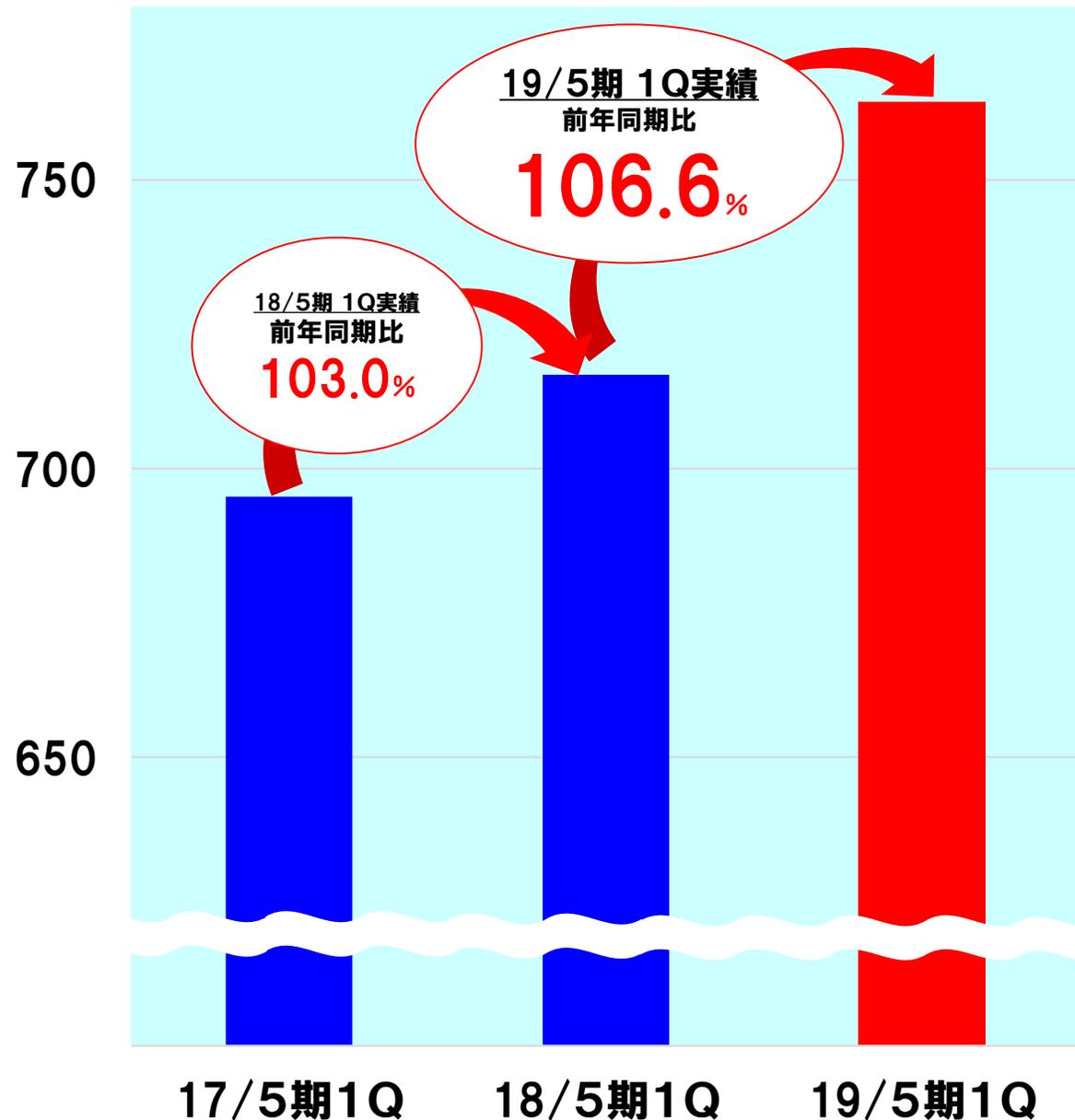


# 売上高拡大

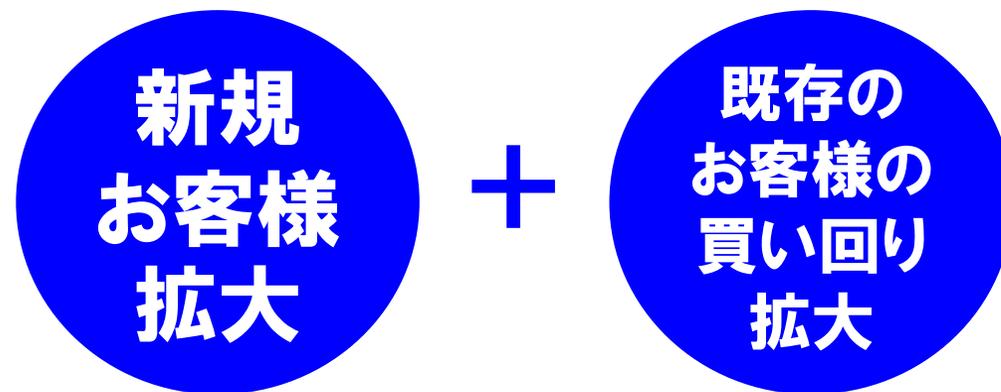
# Web経由での売上高拡大

# BtoB事業 売上高推移

(億円)



## ネット広告強化により



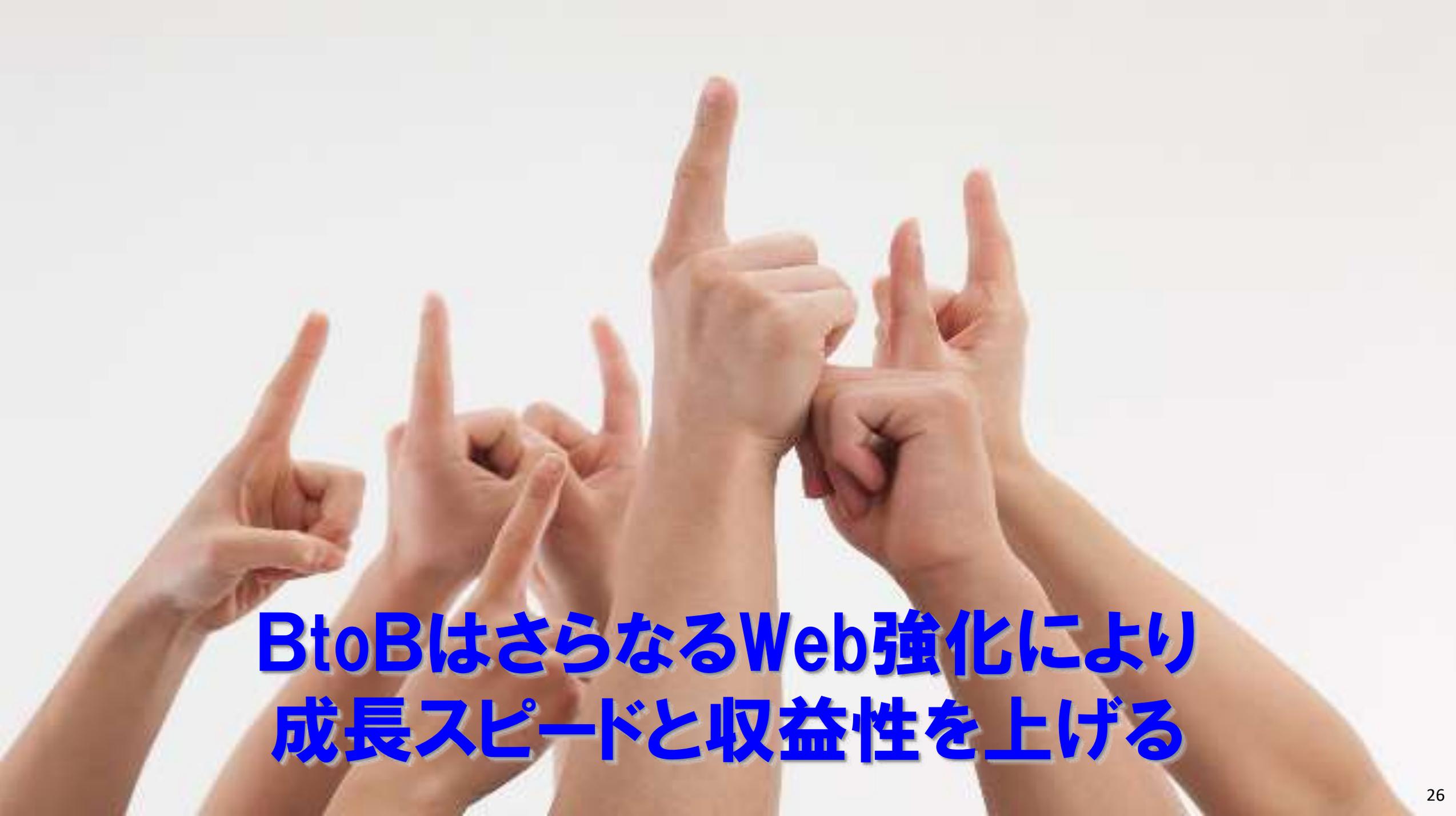
# 成長加速



# オフィス向けカタログ最新号

収益性を確保しつつ  
価格競争力も維持

「アスクルカタログ2018秋・冬号」  
2018年8月発行

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

**BtoBはさらなるWeb強化により  
成長スピードと収益性を上げる**

**I 第1四半期実績**

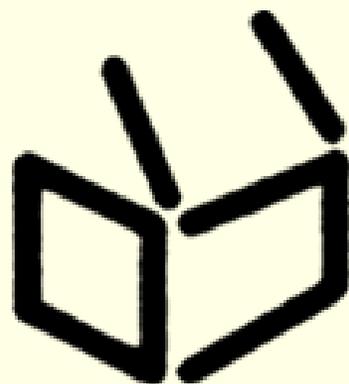
**II 物流 抜本的な構造改革**

**III BtoB 成長スピード・収益性の向上**

**IV BtoC 規模拡大、独自性強化**

# BtoC

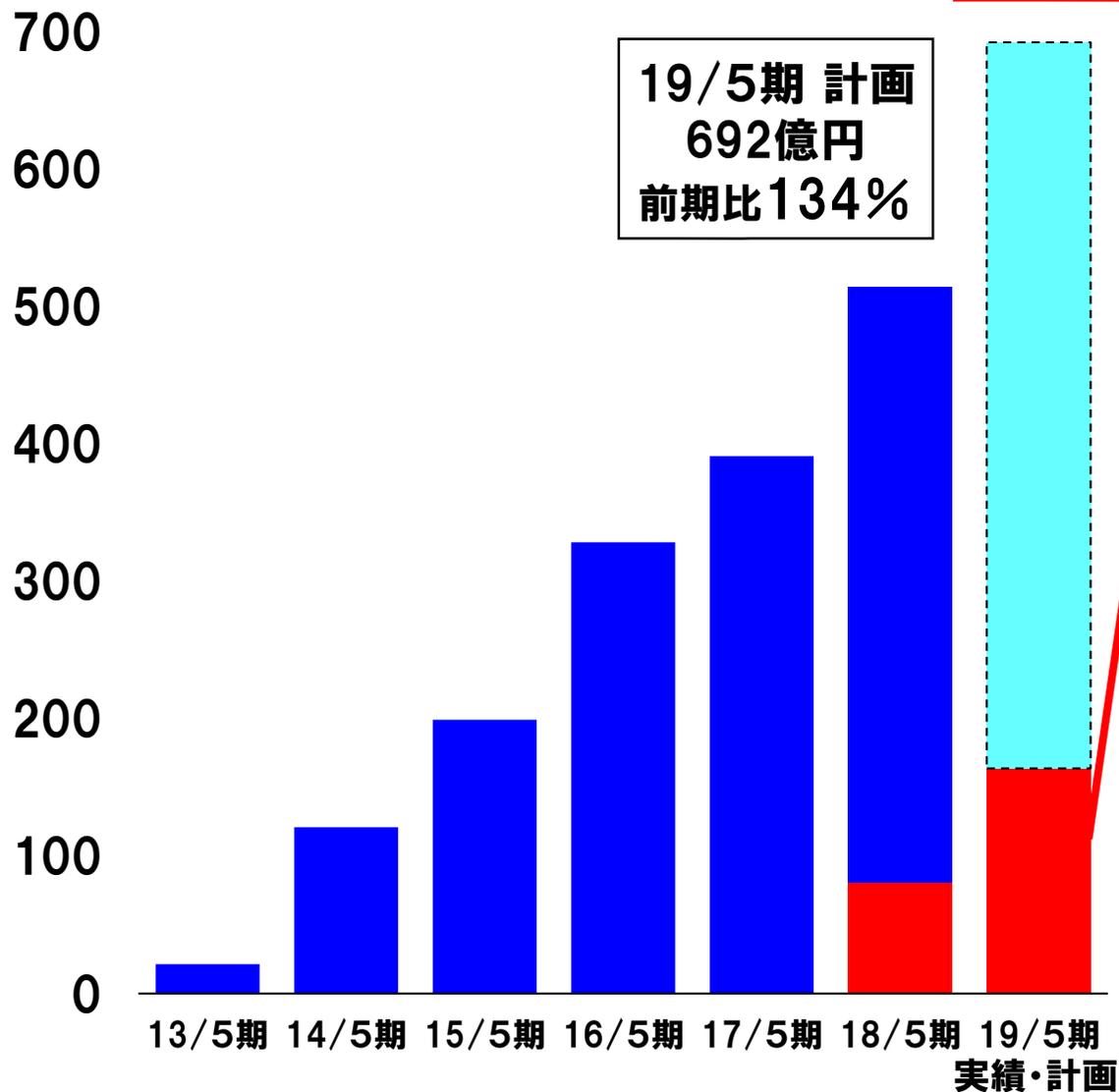
# 個人向け



LOHACO

# BtoC流通総額\* 推移

(億円)



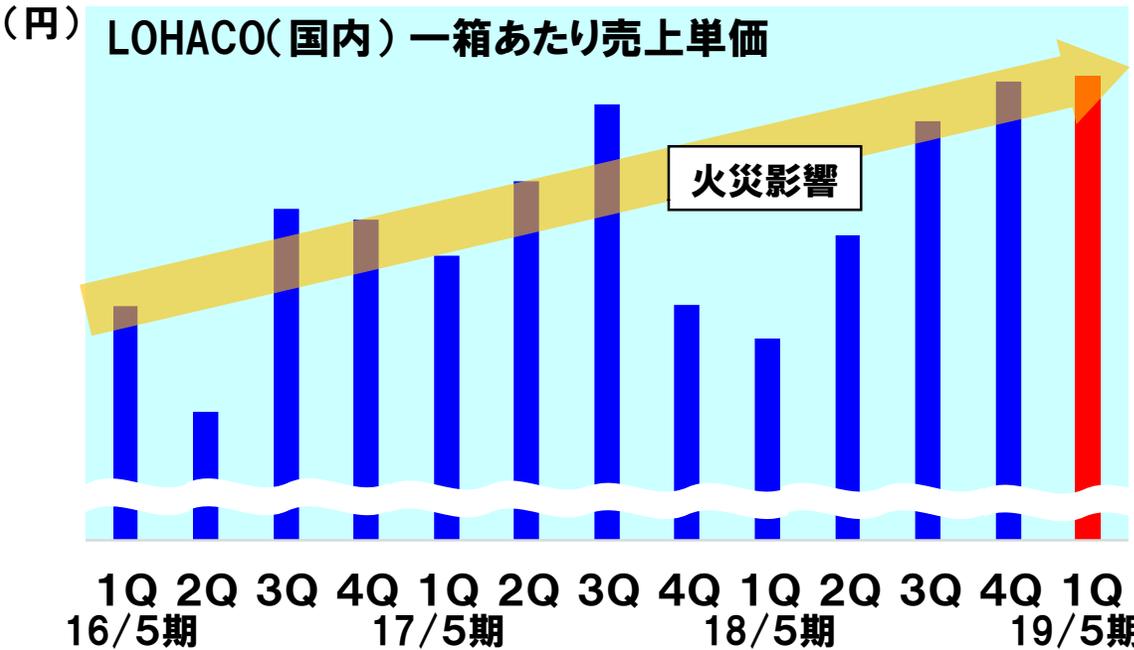
19/5期 1Q実績  
流通総額 **163億円**  
前年同期比 **201%**

19/5期 計画  
692億円  
前期比134%

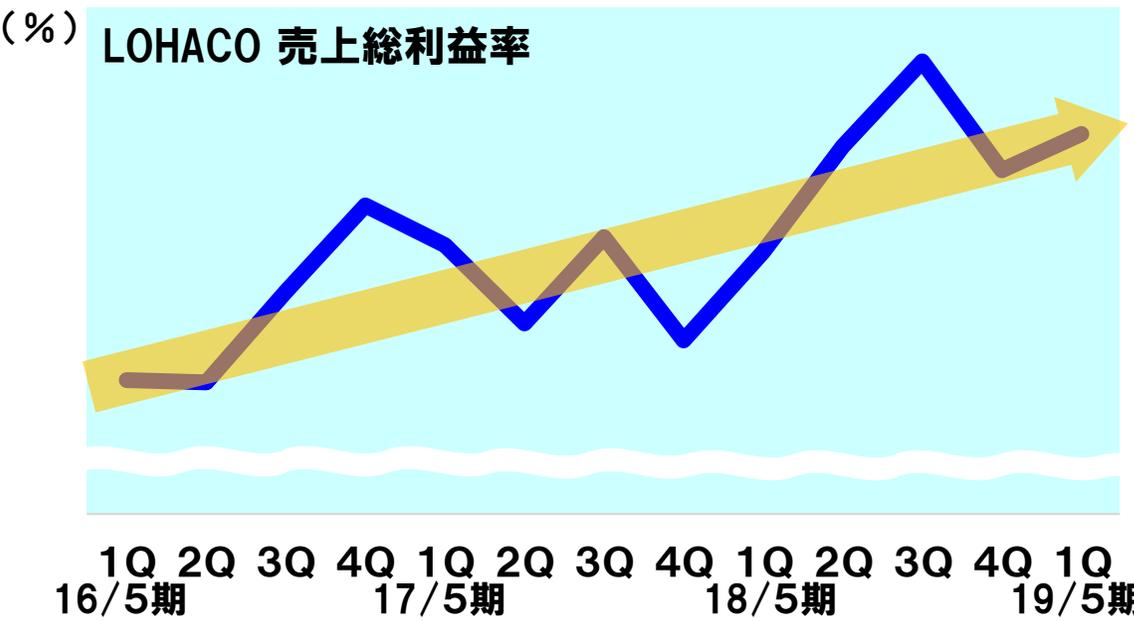
# 規模 拡大

※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。

# 課題認識



売上単価・売上総利益率  
改善傾向



宅配クライシスを勘案し  
さらなる改善に取り組む

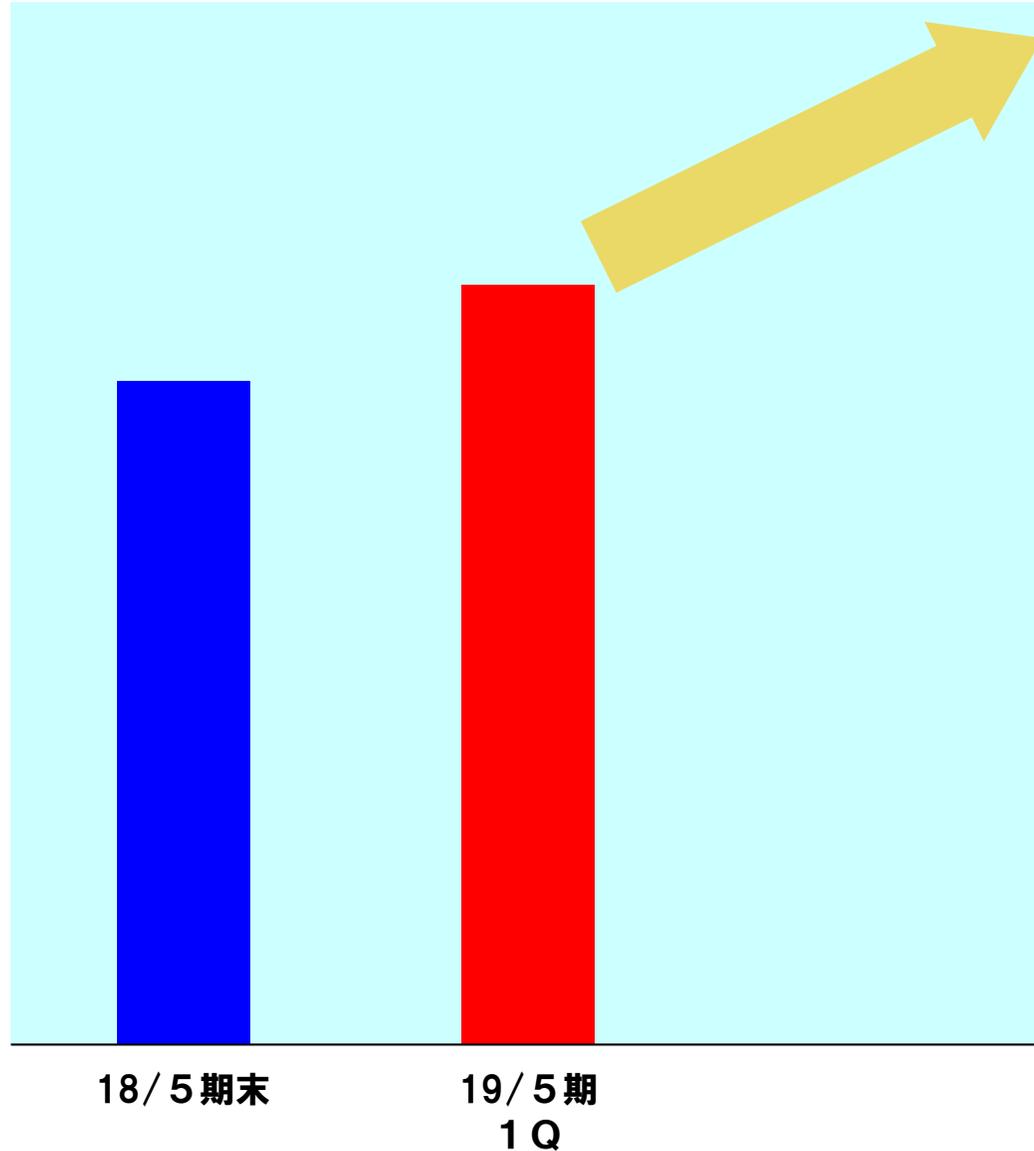
## BtoC事業 規模拡大、独自性強化

- ①商品数の拡大と高付加価値商品の強化
- ②チャンネルの拡大によるお客様基盤の増強
- ③システム基盤強化(UI/UXの改善)
- ④マーケットプレイス・広告等フィー収入拡大

# 商品数の拡大と高付加価値商品の強化

# 定番品の品揃え拡大

LOHACO在庫商品数 推移



**商品数**  
**着実に増加**

**売上高拡大と  
一箱あたり売上単価向上  
を目指す**

# 高付加価値商品の強化(PB化推進)

## LOHACO発のオリジナル商品 品揃え強化



LOHACO Water(410ml)  
7月発売

ミネラルウォーターカテゴリ(1L未満)  
2018年8月度実績 売上高

第**1**位



ソフトパックティッシュ  
6月発売



オーラルケア商品 7月発売

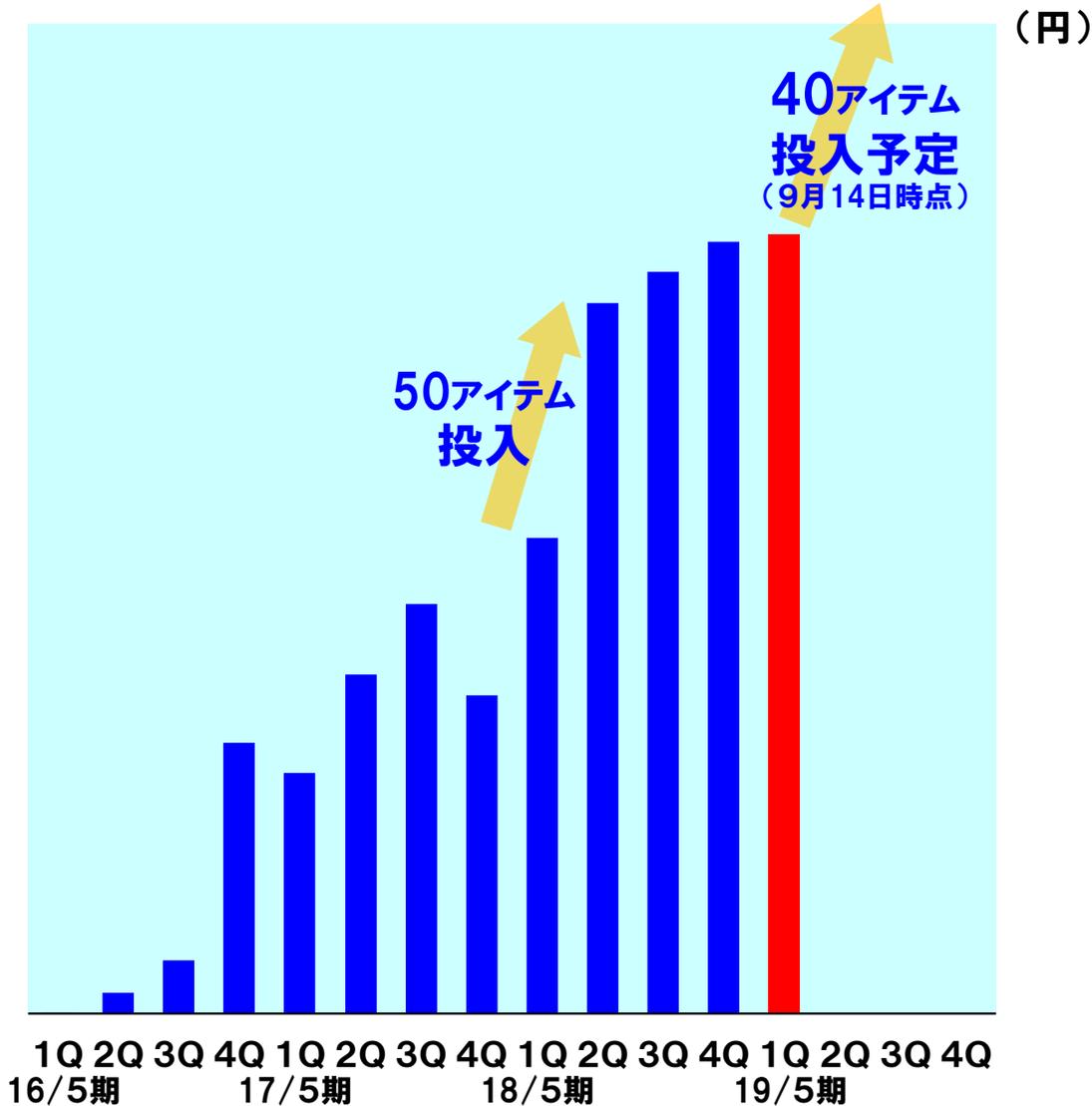
# オリジナル商品<sup>\*</sup> 売上高拡大

# 収益性向上

<sup>\*</sup>オリジナル商品にはアスクル(LOHACO)での限定販売商品も含む

# 高付加価値商品の強化(eコマースならではのデザイン商品)

暮らしになじむLOHACO展商品売上高推移\*



メーカーとの共創により  
今後さらに強化

収益性向上

\*売上高にはLOHACOでの先行販売期間を終了した商品も含む

# 高付加価値商品の強化(eコマースならではのデザイン商品)

暮らしになじむLOHACO展2018  
開催:2018年10月5日-10日



@代官山T-SITE GARDEN GALLERY

生活者起点のデザイン商品  
48社参加 58商品展示

既に40商品が発売決定(9月14日現在)



# 収益性向上



暮らしになじむLOHACO展2017の様子

# チャンネルの拡大によるお客様基盤の増強

# LOHACO新規お客様数推移

(人)



Yahoo!ショッピングへの  
出店により  
新規お客様を獲得



成長  
加速

14/5期1Q 15/5期1Q 16/5期1Q 17/5期1Q 18/5期1Q 19/5期1Q

# システム基盤強化(UI/UXの改善)

# 8月29日、スマートフォンサイトリニューアル



LOHACO  
スマートフォン向け  
新サイト画面

サイトスピード高速化  
&  
パーソナライズ強化



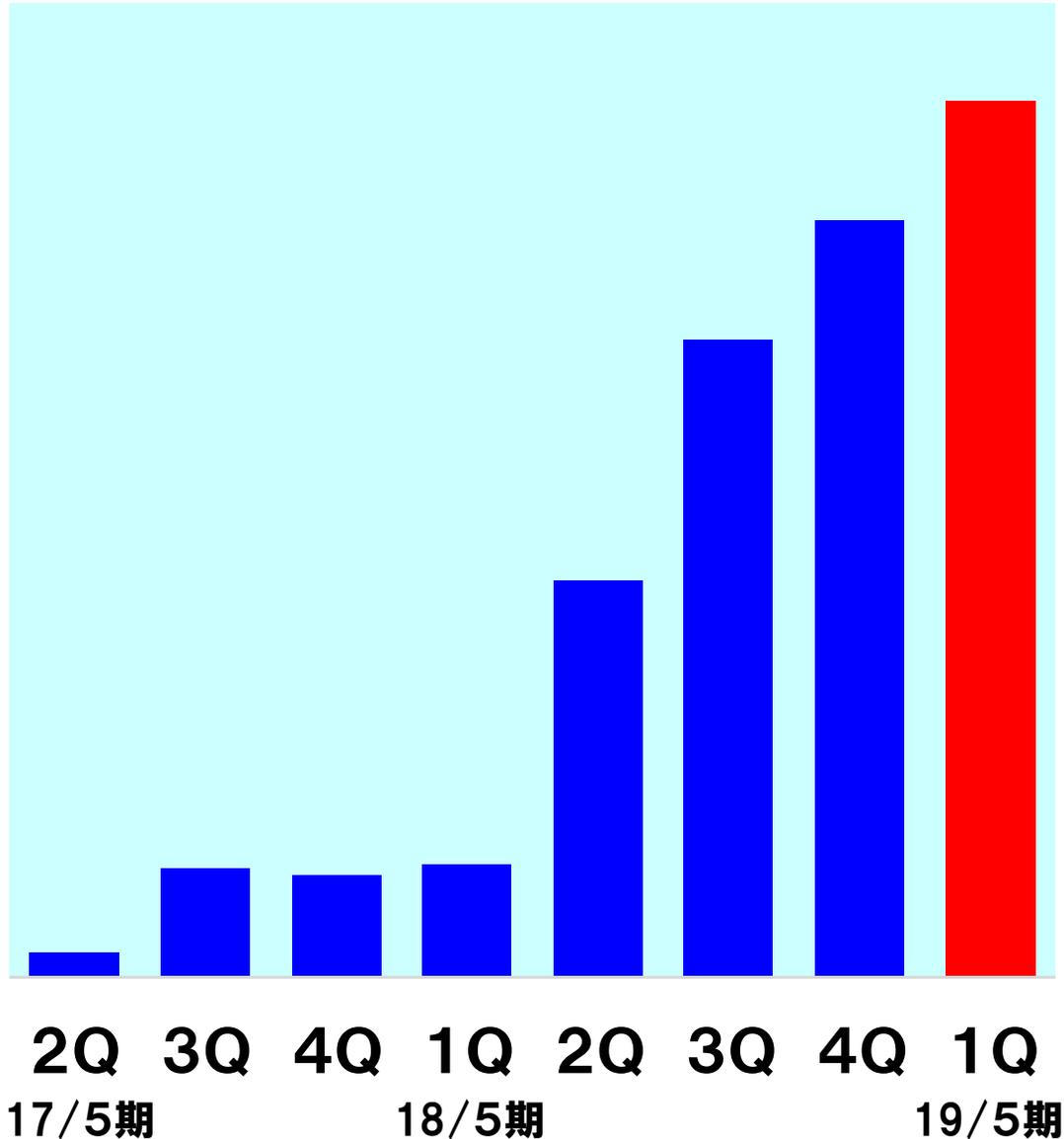
UI/UXの改善

2Qにアプリもリニューアル

マーケットプレイス・広告等フィー収入拡大

# マーケットプレイスの拡大

LOHACOマーケットプレイス流通総額 (円)



**流通総額  
大幅伸長**

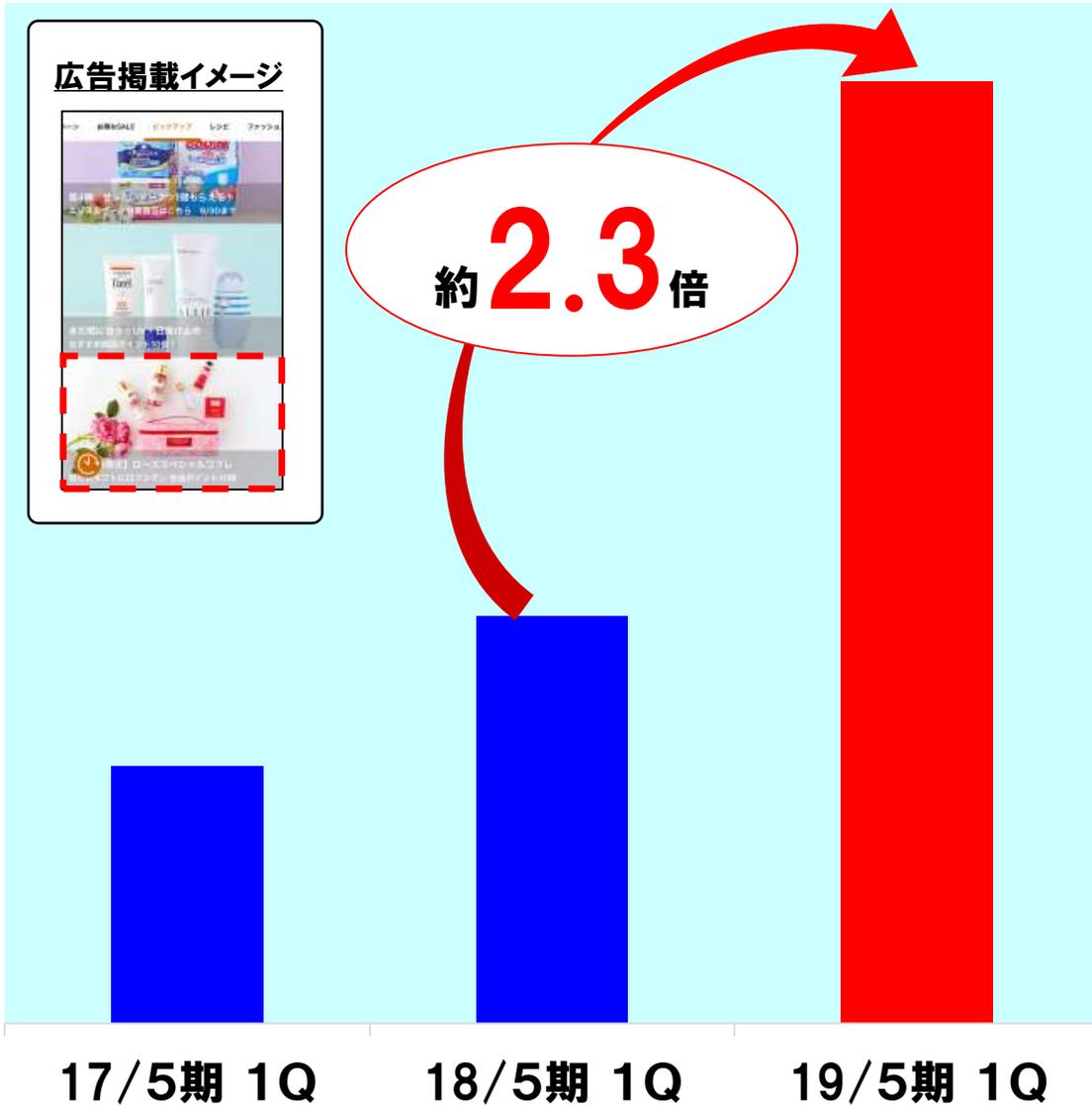


**フィー収入  
拡大**

# 広告フィー収入の拡大

## 広告フィー収入推移

(円)



ビッグデータを活用し  
お客様、メーカーと  
Win-Win-Winの構造を目指す

フィー収入  
拡大

**配送サービス等の独自性を強化**

# 配送サービスの独自性を強化



## 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



## 低い不在率を実現 社会的課題を解決

一般的な不在率

約 **15%** ※



Happy On Time

**2%台** (18/5期実績)

(出典) 2018年6月25日国土交通省「宅配便再配達率は15.0%～平成30年4月期の調査結果を公表～」内の調査結果 総計値参照  
・調査対象期間平成30年4月1日～4月30日  
・大手宅配事業者3社の合計値



**BtoCは規模拡大に加え  
PB戦略や配送サービス等の独自性を強化**

# 付 録

# 19/5期 第1四半期 品目別売上高 単体

	18/5期 1Q		19/5期 1Q	
	億円	前年同期比 %	億円	前年同期比 %
OA・PC	220	98.6	233	105.6
文具	100	100.9	104	103.8
生活用品	245	99.1	299	122.2
ファニチャー	50	102.0	52	104.8
MRO	69	104.7	77	111.3
その他 (メディカル等)	48	108.2	59	122.5
合計	735	100.5	827	112.5

注力品目は  
2桁成長

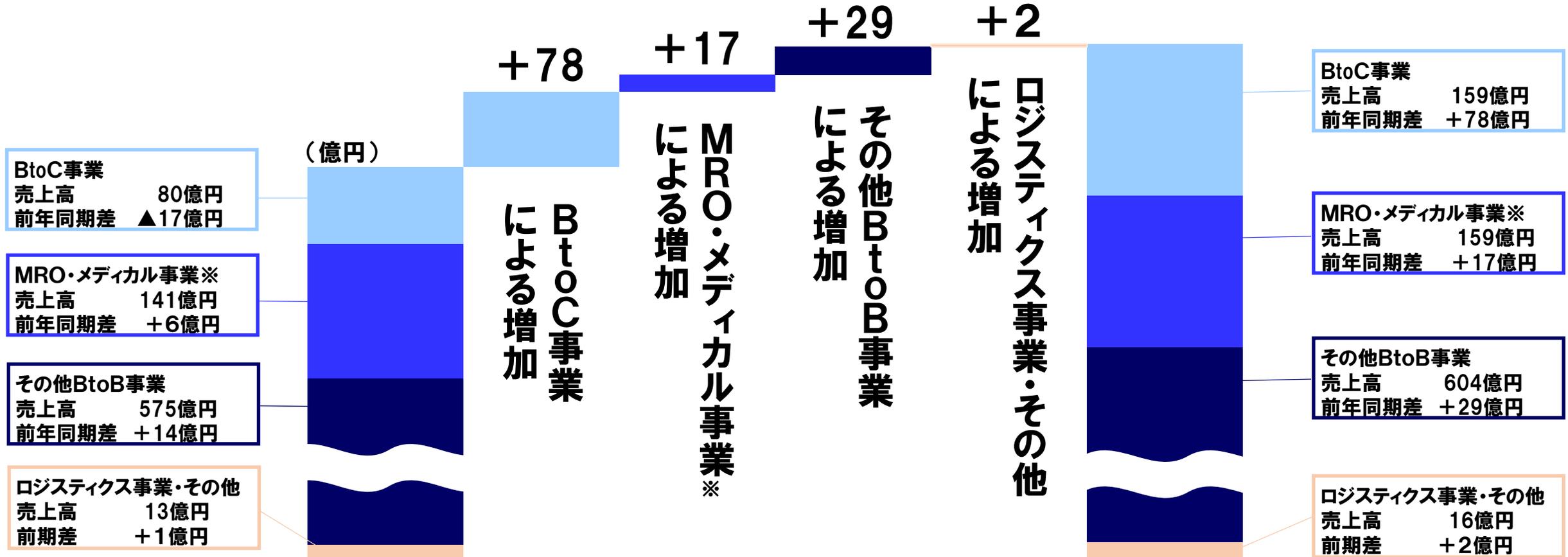
# 19/5期 第1四半期 連結売上高の増加要因

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%

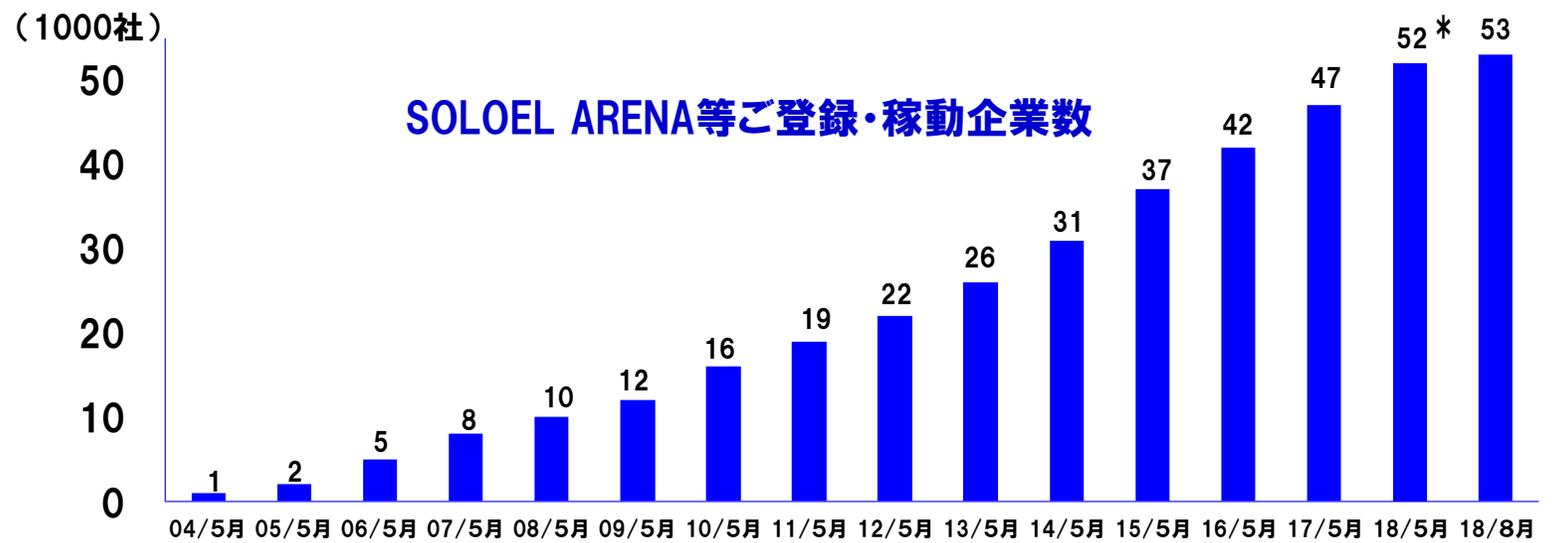
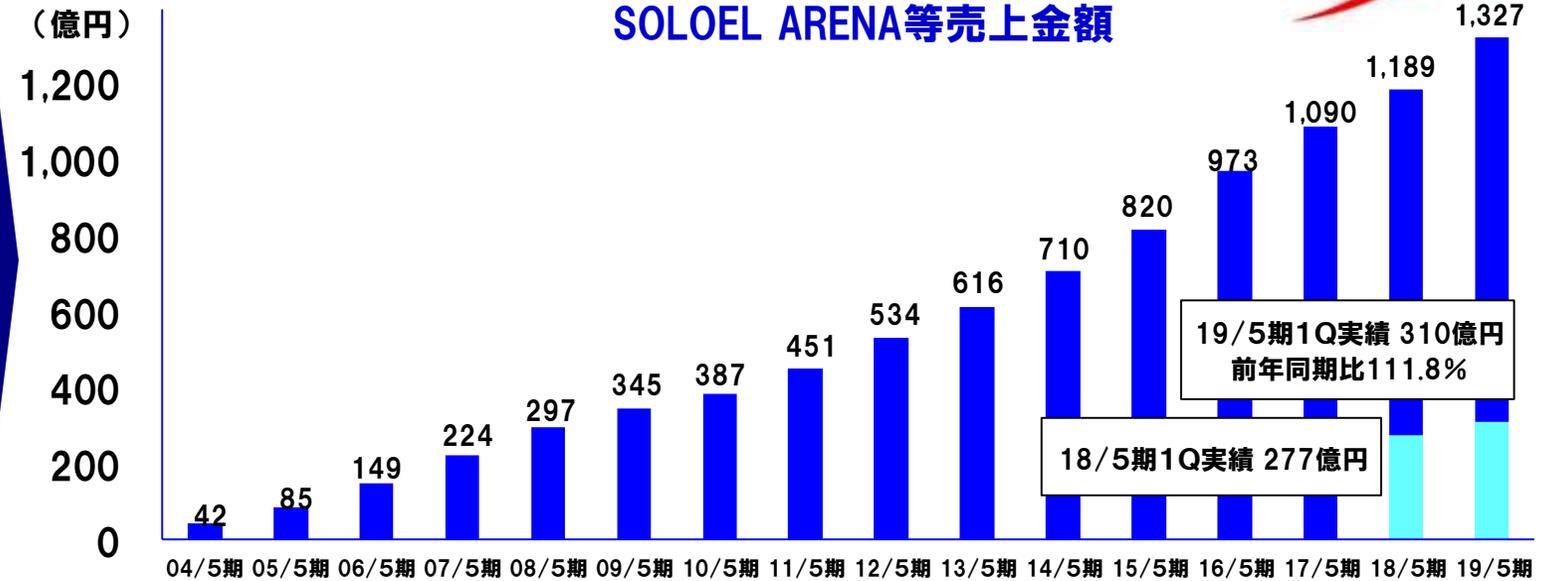
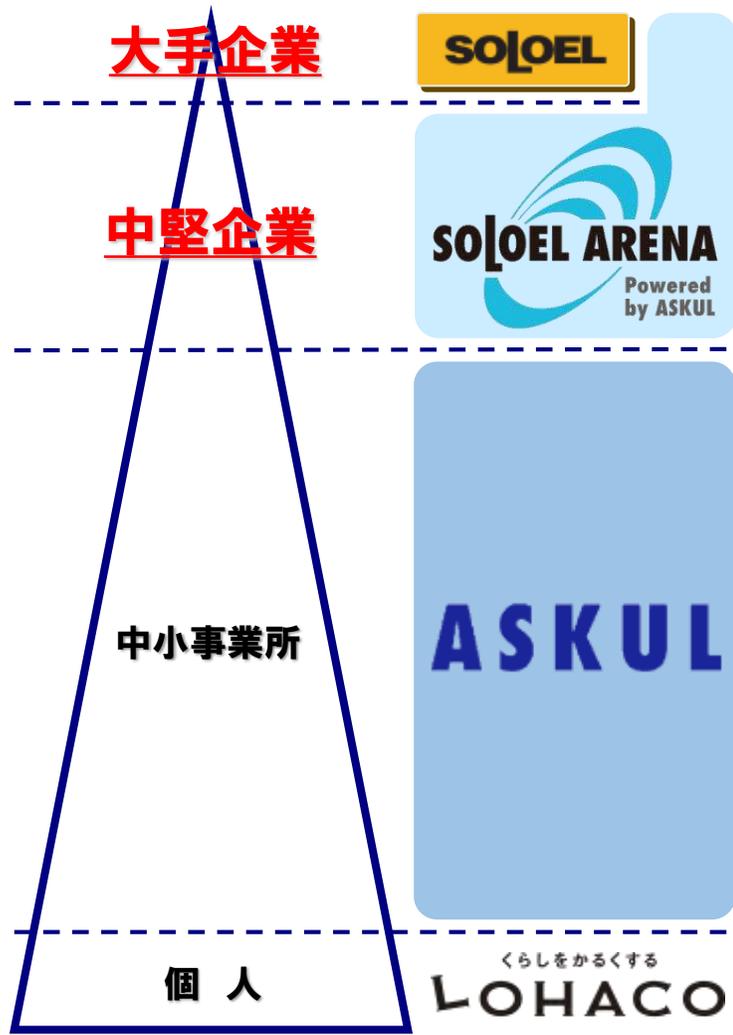
19/5期 第1四半期(実績)

売上高 939億円  
 前年同期差 +129億円  
 前年同期比 115.9%



※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 111.8%、BtoB事業の成長を牽引**

\*2018年7月4日「2018年5月期連結業績概要」のお知らせ」で開示いたしました53千社を訂正しております。

# 新カタログ発刊



「アスクルカタログ2018秋・冬号」  
2018年8月発刊

総ページ数	1,280 ページ
取扱商品数	約 37,400 アイテム
新規取扱商品数	約 2,450 アイテム
オリジナル商品数	約 7,200 アイテム
グリーン商品数	約 13,800 アイテム

＜参考＞ 2018春・夏号(前号)の概要

総ページ数 : 1,280ページ

取扱商品数 : 約36,500アイテム

ビジネスの「いま」に  
応える!

1

# 働くオフィスへ コミュニケーションが広がる

# の新提案! カフェ&飲料アイテム

オフィス環境も働き方も多様化しています。アスクルでは、お客様のビジネスがスムーズに進むよう、さまざまな商品を通してサポートしてまいります。お客様のおもてなしや働く人たちのコミュニケーションに、フリーアドレスやWeb会議への対応に、ぜひご利用ください。

会議にちょうどいい飲みきりサイズ!

LOHACO Water

ラベルのない  
ペットボトル。

分別の  
手間を省き、  
ゴミも削減!

ロハコ  
ウォーターは  
ボトルに  
工夫あり!

- 1 分別の手間軽減するラベルのないペットボトルを採用。
- 2 お持ち帰りにも便利で、スリムな形状が人気です。
- 3 商品情報は天窓シールに、QRコードからロハコウォーターの特徴やサイズもご確認いただけます。



ペットボトルの凹凸で  
水を煮す4つのキープを  
デザインしました!

New

地下250mから  
汲み上げた  
天然水。

群馬県と長野県の県境に位置する日本百名山である阿高山の麓、地下250mから汲み上げた天然水を、厳しい品質・安全管理のもとパックしています。「水ができる自然のサイクル」を直接ペットボトルにデザインしたラベルをなくしました。アスクルだけの天然水です。

硬度19の  
まるやか  
軟水。

410ml

税抜き  
**¥60**

(税込 ¥64.8)

Page 38+45

Page 39

Page 38

ダラゴア農園ブランド  
ブラックコーヒー ボトル缶

ダラゴア農園産  
レインフォレスト・アライアンス  
認証農園の  
貴重なアラビカ豆を  
ブレンドしました。



375g

税抜き  
**¥118**

(税込 ¥126)

香り豊かなお茶 緑茶

すっきり  
飲みやすい緑茶。  
会議用お茶の  
定番に!



320ml

税抜き  
**¥59.8**

(税込 ¥64.0)

ホット用 伊右衛門

ホットで飲むために  
作られた  
“ホット”伊右衛門が  
登場!



280ml

税抜き  
**¥86**

(税込 ¥90)

接客の質をあげる! いつでも本格的カフェの味わい!

Page 85

Page 86

レギュラーコーヒー (豆)

イタリアの  
トップブランド  
「ラバツァ」の  
業務用“豆”  
1kg。



税抜き  
**¥31.2**

(税込 ¥33.1)

コーヒーマシン

豆からひいて本格的な  
コーヒーが淹れられる  
イタリア・デロンギ社の  
全自動コーヒーマシン。



税抜き  
**¥99,800**

(税込 ¥107,784)

レギュラーコーヒー (豆)

アスクル限定販売の  
「マスターズワン」  
シリーズ。



税抜き  
**¥19.9**

(税込 ¥21.4)

ドリップコーヒー

シーンで選べる3種の味。  
さらにおいしくなった  
1杯取りドリップコーヒー。



税抜き  
**¥13.9**

(税込 ¥15.1)

紅茶ティーバッグ

世界のお茶専門店ルビシアの  
アスクル限定  
フレーバー。



税抜き  
**¥56.2**

(税込 ¥59.7)

断熱紙コップ

使いやすい  
シンプルな  
型押しデザインの  
発泡断熱  
コップ。



税抜き  
**¥7.9**

(税込 ¥8.4)

スイーツでお客様との会話ははずむ!

Page 114

Page 114

Page 115

ガレット

コーヒーのお供に  
フランス生まれの  
一口サイズの  
ガレットを!



税抜き  
**¥9.99**

(税込 ¥10.5)

チョコレート

個包装で食べやすい  
ミニサイズの  
スイーツの  
チョコレート。



税抜き  
**¥29.9**

(税込 ¥31.5)

スイーツボックス

お茶受けに  
うれしい、  
スイーツ  
アソート。



税抜き  
**¥18.6**

(税込 ¥19.6)

販売開始 → 10月5日から

販売開始 → 10月5日から

ニーズ  
発掘

ビジネスの「いま」に  
応える!

2

# お客様の声に 「使いやすい」で お応えします!

アスクルでは、お客様の「こういうモノが欲しい」という声にお応えして、もっと便利で使いやすいオリジナル商品や、アスクルでしか買えない商品づくりに取り組んでいます。ぜひお試しください!

FDK + ASKUL

Page 996

## 充電器

お客様の声  
毎日たくさん使うから、簡単に充電できる充電器が欲しい!

放り込むだけで充電できる画期的充電器。



New

販売開始  
9月10日  
から

充電したい・早く充電できるモノが欲しいから、簡単に充電できる充電器が欲しい!

FDK×アスクル共同企画  
アスクルオリジナル  
卓上型 充電式ニッケル水素電池専用  
自動充電器  
Emp Charger (充電式ニッケル水素電池専用)  
1台あたり

¥21,990  
(税込 ¥23,749)

Pentel + ASKUL

Page 666

## ノック式油性マーカー

お客様の声  
マーカー使用時に、キャップをなくしたり、良品への混入が心配。

キャップをはずす手間も、なくす心配も解決!



¥98.8  
(税込 ¥106.7)

Page 593

## ダブルクリップ

お客様の声  
ダブルクリップはつまみが固くて、女性の力では開けにくいことがあった。

挟む力はそのままに、軽〜い力で開けられる!



¥2.98  
(税込 ¥3.20)

Page 652

## キャップレス9

お客様の声  
本体が置いてから、印面を注文するのが面倒。

届いたらすぐに使える印面セット済みの「キャップレス9」。



¥1,025  
(税込 ¥1,107)

Page 761

Page 678

## ジェットストリーム

お客様の声  
アスクル限定のジェットストリームって、書いても消えないし、色も落ちないし、色がキレイ。

シックな黒軸タイプができました。

New



¥269  
(税込 ¥290.3)

Shachihata + ASKUL

Page 677

## ラインマーカー

お客様の声  
キャップを外したまま作業をしていると、ペン先がすぐに乾いてしまって不便。

キャップを閉め忘れても、ペン先が3日間乾きにくい。



¥57.8  
(税込 ¥62.0)

CASIO + ASKUL

Page 761

## ラベルライター「ラテコ」

お客様の声  
テープの交換時、カードリッジまでゴリゴリまでゴリになるのがもったいない!

カートリッジの余白を削減。



¥9,800  
(税込 ¥10,584)

Page 409

## 宅急便コンパクト専用BOX

お客様の声  
使用頻度の高い宅急便の料金、もう少し安く抑えたい。

運賃がお得なヤマト運輸の宅急便コンパクト専用BOX!



¥61  
(税込 ¥65.2)

Page 394

## OPPテープ

お客様の声  
テープを引き出す時の音が大きくて、作業がしづらかったです。

引き出し音が静かなOPPテープ。



¥123  
(税込 ¥132)

CASIO + ASKUL

Page 761

## 「ラテコ」詰め替え用テープ

お客様の声  
たくさん使うとすぐに終わってしまうラテコ用テープ、もっと長いのが欲しい。

長さ15mで価格もおトクな長尺タイプが新たに登場!



¥69.2  
(税込 ¥74.7)

Page 662

## 朱肉

お客様の声  
大きいサイズにもフタがしっかり閉まる朱肉が欲しい。

フタがしっかり閉まって、持ち運びに便利なネジ式です!



¥507  
(税込 ¥542)

Page 714

## ふせん2サイズセット

お客様の声  
よく使うサイズのふせんを持って、お役に立てたらうれしいんだけど……。

よく使うサイズがセットならバラで買うより100円もお得!



¥1,880  
(税込 ¥2,000)

付加価値

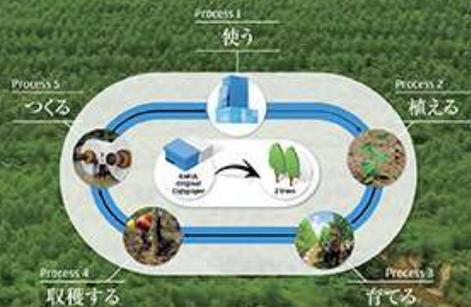
# 広がる「木の畑」。植えて育てて8年目!

アスクルのオリジナルコピー用紙の原材料になる木が育つインドネシアの「木の畑」は8年目に入りました。毎日途絶えることなく、「植える」「育てる」「収穫する」という作業が続けられています。

1 box for 2 trees

オリジナルコピー用紙1箱のお買い上げが2本の植樹につながるプロジェクト!

アスクルのインドネシア製コピー用紙5,000枚(A4、1箱)には、原材料となるユーカリの植林木が1本必要です。コピー用紙1箱に対し、原材料の2倍となる2本の植林を確認していくのが「1 box for 2 trees」プロジェクトです。



「木の畑」の面積は、8万8,900ヘクタール、8年間で植えた木の本数は1億2,800万本に!

「木の畑」は、インドネシアスマタララ州、スマタラ州の延べ88,900ヘクタールの広大な土地にあり、アスクルからもインドネシアのスタッフとともに、「木の畑」の循環や新しい取り組みを通じて、責任ある調達を目指しています。

アスクルの環境への取り組みについて詳しく知りたい方はWebへ!

[ifor2.askul.co.jp](http://ifor2.askul.co.jp)

苗木は一本一本指定し、大事に育てられています。



「木の畑」は現地で働く「人」に支えられています。



日本で使われているアスクルのインドネシア製コピー用紙。

アスクルマルチペーパースーパー A4 →P.820  
アスクルマルチペーパースーパー A4 →P.819

**PEFC認証**  
インドネシア製アスクルオリジナルコピー用紙は、国際森林認証のPEFC認証製品です。PEFC認証は、森林の違法伐採を抑制し、持続可能な森林管理を実現するための世界的な森林認証制度です。インドネシア製アスクルオリジナルコピー用紙はPEFC認証製品で、お客様にも安心してお使いいただけます。

**PEFC CEO**  
ベン・ガニバーク氏  
2016年以來、アスクルがメインの自社ブランドコピー用紙をPEFC認証品として販売し続けていることに大きな感謝の意を表します。日本においてPEFC認証製品がさらに認知され、持続性のある社会の形成により大きな貢献ができることを願っています。(2018年7月)

「RE100」「EV100」に加盟。

すべてのプロセスにおいて環境配慮を目指してまいります。

**RE 100** RE100  
2030年までに再生可能エネルギー100%を目指します。アスクルの仙台、大阪、名古屋、福岡の物流センターで利用する電力は再生可能エネルギーです。2030年までに子会社を含むグループ全体で使用する電力を100%再生可能エネルギーの利用で賄うことを目指します。

**EV 100** EV100  
2030年までに電気自動車に切り替えます。物流センターの運営と配送を担うASKUL LOGISTが所有およびリース車両を、2030年までにすべて電気自動車(EV)に切り替えることを目指します。



# 「支援」、ずっと続けてまいります。

東日本大震災の復興支援活動は8年目に、熊本地震被災地への支援活動も2年目にになりました。お客様からたくさんのご支援の声をいただいております。アスクルはこれからもお客様といっしょに支援活動を続けてまいります。

## アスクル子どもアートプロジェクト

被災地の子どもたちの描く絵で、子どもたちを支援する活動をサポート!

ASKUL Kodomo Art Project 第14弾の支援経過報告

さまざまなワークショップを通じて、被災地の子どもたちをもっと元気に!

アート使用料は、キッズアースホーム12号東北(宮城県黒川郡大衡町)のほか、東北や熊本などで避難生活を送る子どもたちのワークショップの実施費用や画材購入費として立てられました。

支援金額  
**¥3,808,649**  
(2017年11月21日～2018年5月20日)

2018年5月20日時点

2011年8月21日～2018年5月20日までの累計支援金額  
**¥34,007,616**

仙台から

紅のぼり作りのワークショップ



4月に仙台の幼稚園とキッズアースホームにて「マイ絵のぼりを作ろう」というワークショップを開催。参加した子どもたちは、「これなに〜?」とうれしそうに、おの切ればしを張って、自分だけの絵のぼりを作り、風に飛ばせて遊びました。

仙台から

うちわづくりのワークショップ



6月に仙台のキッズアースホームにて「うちわづくり」のワークショップを開催。思い思いにたくさん色を張って「うちわ」を作りました。肌寒い天気でしたが、みんなの気分はすっかり夏!作ったうちわをパタパタとあおいで、とっても楽しそうでした。

熊本から

仮設住宅でのワークショップ



震災から2年経過した今も、熊本には多くの子どもたちが仮設住宅で暮らしています。1月のお絵描きワークショップでは、余った体力を発散する場がない子どもたちが、目を輝かせながら「次はいつくるの?」と尋ねてくる姿が印象的でした。

ASKUL Kodomo Art Project 第15弾

これからも東日本大震災、熊本地震被災地の子どもたちを支援し続けていきます!

アート使用料 **3%**

子どもたちの描く絵でつくったオリジナル商品  
ご購入金額(校費)の3%が、アート使用料として「子供地球基金」により東日本大震災、および熊本地震被災地の子どもたちのために立てられました。

子ども支援 対象商品

<p>アスクル販売品 作業用</p> <p>耳にやさしいやわらかいマスクDX 20枚用 (300x)</p> <p><b>New</b> →P.284</p>	<p>アスクル販売品 子供用</p> <p>お菓子のシールゲームバッグ (子ども支援パッケージ)</p> <p><b>New</b> →P.122</p>	<p>アスクルオリジナル</p> <p>キューブティッシュ 子ども応援</p> <p>→P.203</p>	<p>アスクル販売品 キッチン</p> <p>社会貢献紙コップ 子ども支援</p> <p>→P.155</p>	<p>アスクル販売品 アルホース</p> <p>アルホース* 子どもアート本体 1L</p> <p>→P.278</p>	<p>アスクルオリジナル</p> <p>ダブルクリップ 子ども支援</p> <p>→P.593</p>
<p>アスクル販売品 セラヤ</p> <p>ハンドソープ シャボンネット P-5選タイプ</p> <p>→P.250</p>	<p>アスクル販売品 飲み水</p> <p>果汁100%ジュース (子ども支援パッケージ) 100ml 5入/ケース</p> <p>→P.47</p>	<p>アスクルオリジナル</p> <p>修正テープ 子ども支援 5mm アソートパック</p> <p>→P.700</p>	<p>アスクル販売品 フラス</p> <p>消しゴム エアイン 小 子ども支援</p> <p>→P.697</p>	<p>アスクル販売品 両面糊</p> <p>ポケットティッシュ 子ども支援</p> <p>→P.203</p>	<p>アスクル販売品 トンボ糊</p> <p>スティックのり 消えいびつ 子ども支援 5柄アソート</p> <p>→P.589</p>

## 東日本復興支援 (教育支援)

東北被災地の高校の学習環境充実のために必要なものを寄贈!

東日本復興支援 第13弾(教育支援第7回)支援経過報告

福島県の高校3校にレーザー加工機や図表実習用、福祉介護実習用の設備・備品などを寄贈しました。

福島県内の教育関連施設(福島県立清原高等学校・福島県立小野高等学校・福島県立光南高等学校)に対して、それぞれ必要な設備・教育備品などを寄贈させていただきました。

寄贈金額  
**¥5,821,288**  
(2017年10月1日～2018年3月31日)

2018年7月20日時点

2011年8月21日～2018年7月20日までの累計寄贈金額  
**¥78,827,000**

福島へ

福島県立小野高等学校

ハウス加温機および小型造風機一式



震災から2年経過した今も、被災地には多くの子どもたちが仮設住宅で暮らしています。1月のお絵描きワークショップでは、余った体力を発散する場がない子どもたちが、目を輝かせながら「次はいつくるの?」と尋ねてくる姿が印象的でした。

福島へ

福島県立光南高等学校

電動ベッドほか福祉介護実習用備品一式



震災から2年経過した今も、被災地には多くの子どもたちが仮設住宅で暮らしています。1月のお絵描きワークショップでは、余った体力を発散する場がない子どもたちが、目を輝かせながら「次はいつくるの?」と尋ねてくる姿が印象的でした。

福島へ

福島県立清原高等学校

レーザー加工機一式



震災から2年経過した今も、被災地には多くの子どもたちが仮設住宅で暮らしています。1月のお絵描きワークショップでは、余った体力を発散する場がない子どもたちが、目を輝かせながら「次はいつくるの?」と尋ねてくる姿が印象的でした。

東日本復興支援 第15弾(教育支援第9回)

製造メーカーとアスクルが共同して寄贈します。

1%

対象のアスクルオリジナル商品のご購入金額(税込)の1%が、東北被災3県(岩手県、宮城県または福島県)の教育関連施設に対する設備・教材備品などの寄贈のために使われます。具体的な寄贈先および寄贈品については、アスクルが、各県教育庁や各施設関係者のご協力のもとに選定を進めます。

<p>アスクル販売品 3色</p> <p>くず入れ13L ニーナカラー</p> <p>→P.324</p>	<p>アスクル販売品 洗剤</p> <p>トイレのおそうじシート フォスナー付き オレンジの香り</p> <p>→P.272</p>	<p>アスクルオリジナル</p> <p>オリジナルウェットタオル 厚手・大判(100x150cm)</p> <p>→P.207</p>	<p>アスクル販売品 フラス</p> <p>ホッチキス針 No.10</p> <p>→P.597</p>	<p>アスクルオリジナル</p> <p>アスクル修正テープYTA</p> <p>→P.701</p>	<p>アスクル販売品 二色ボールペン</p> <p>ジェットストリーム 2色/3色ボールペン</p> <p>→P.678</p>
<p>アスクル販売品 エコエス</p> <p>経済力 OAKクリーナー</p> <p>→P.308</p>	<p>アスクル販売品 洗剤</p> <p>トイレのおそうじシート 詰替用 オレンジの香り</p> <p>→P.272</p>	<p>アスクルオリジナル</p> <p>オリジナルウェットタオル 厚手・大判(100x150cm)</p> <p>→P.205</p>	<p>アスクル販売品 エコエス</p> <p>コーヒフレッシュ(セルニール) 磨粉分1/2 4.5ml</p> <p>→P.71</p>	<p>アスクルオリジナル</p> <p>テープのり 使いきり10m</p> <p>→P.584</p>	<p>アスクルオリジナル</p> <p>油性マーカー たっぷりブラス</p> <p>→P.667</p>

これまでの支援先との交流



寄贈品活用のお便りをいただきました!  
3Dプリンタを携ってCAD実習がより身近でわかりやすいものになりました。

効果的な演習・授業に電子黒板を活用しています。

スクリーンは「ふるさと探求」の成果発表などでも活用していく予定です。

展示館(展示)等はさまざまな行事・イベントで活用しています。



# 環境省の「エコ・ファースト企業」認定を取得

～エコ・ファースト制度とは～

環境の分野で「先進的、独自のでかつ業界をリードする事業活動」を行っている企業（＝業界における環境先進企業）であることを環境大臣が認定する制度

## アスクルの『エコ・ファースト制度』における約束

1. 脱炭素社会の実現による地球温暖化防止に向けた取り組みを積極的に推進します。
2. 循環型社会の実現・形成に向けた取り組みを積極的に推進します。
3. 自然との共生の実現に向けた取り組みを積極的に推進します。
4. 様々なステークホルダーとともに、環境への取り組みを推進してまいります。



# 台風21号・北海道胆振東部地震の影響とその対応

## 台風21号(9月4日)

### 物流

AVC関西・大阪DMCともに設備に大きな被害なし  
大阪DMCについては当日稼働停止、AVC関西については縮退稼働  
(従業員の安全を考え大半は出勤停止)  
台風の影響を受けていないセンターが西日本エリアを一時的にカバー

→BCP上問題なし、翌日には通常稼働へ

出荷遅延も9/7までに解消

### 配送

西日本エリアについて大手配送会社が配送停止  
配送業務委託先の神戸デポが浸水被害  
BtoB:兵庫県神戸市東灘区・灘区・中央区、西宮市、芦屋市  
LOHACO:大阪府堺市堺区・西区・北区、箕面市他が当初配送停止

→順次回復し、9/12時点で配送再開(関空除く)

## 北海道胆振東部地震(9月6日)

### 物流

北海道に大きな当社施設なくBCP観点上大きな懸念はなし  
(北海道への出荷は通常仙台DMCから実施)

### 配送

発生当初北海道全域でBtoB・LOHACOともに配送停止

→順次回復し、9/13時点で配送再開

(勇払郡厚真町一部を除く)

# 19/5期 第1四半期 連結 売上総利益、販売費及び一般管理費

**売上総利益額 218 億円 前年同期差 +29億円**

**売上総利益率 23.3% 前年同期差 △0.1ポイント**

➤ 為替ポジションの悪化要因を吸収し、引き続き堅調に推移

**販管費 220億円 前年同期差 +42億円**

**売上高販管費比率 23.4% 前年同期差 +1.4ポイント**

➤ 1Qが物流費増加のピーク、2Q以降販管費比率の改善を見込む

＜販管費の前年同期差の主な内訳＞

- 配送運賃(増収による増加分を含む) +17億円
- 人件費(増加額の約半分がチャーム連結によるもの) +6億円
- 地代家賃 +4億円
- 減価償却費・ソフトウェア償却費 +4億円
- 販売促進費・広告宣伝費 +4億円

# 19/5期 第1四半期 連結 設備投資

**設備投資額 11億円**(年間計画 112億円)

孺恋銘水 倉庫新設、ライン改修 1.9億円

AVC関西物流設備等 1.5億円

LOHACO関連ソフトウェア等 1.5億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 13億円(年間計画 61億円)

## 投資詳細

(単位:百万円)

科目名	18/5期 第1四半期	19/5期 第1四半期	
	金額	金額	前年同期比
【設備投資額】	6,146	1,147	△81.3%
有形固定資産	5,391	592	△89.0%
無形固定資産	754	555	△26.5%
建設仮勘定(注2)	5,982	269	△95.5%
ソフトウェア仮勘定(注2)	843	1,955	+131.8%

(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。

# 19/5期 第1四半期 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	19/5期 第1四半期	前年同期差
インターネット経由	80.4%	83.5%	+3.1ポイント
上記以外	19.6%	16.5%	△3.1ポイント

(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)

	18/5期 8月度	19/5期 8月度	前年同月度差
オリジナル商品数	7,906	8,599	+693
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	29.3% (34.7%)	28.1% (35.0%)	△1.2ポイント (+0.3ポイント)

(注1) 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2) オリジナル商品数にはアスクルでの限定販売商品を含みます。またカタログ掲載だけでなくインターネットのみの掲載商品も含め算出しております。

(注3) オリジナル商品売上高構成比はオリジナル・コピーペーパーを含めて算出しております。

(注4) 18/5期4QよりBtoB事業のオリジナル商品売上高構成比はBtoB事業の在庫売上高を分母に算出しております。

2018年7月4日に開示いたしました「2018年5月期 連結業績概要」のお知らせ《付録》(78ページ掲載)に関し、一部訂正がございましたので、下記の通りお知らせいたします。  
(下線部が訂正箇所になります。)

**【訂正前】 オリジナル商品** (単位:アイテム)

	17/5期 5月度	18/5期 5月度	前年同月度差
オリジナル商品数	8,045	8,929	+884
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	30.1% (34.7%)	27.9% (35.1%)	△2.2ポイント (+0.4ポイント)

**【訂正後】 オリジナル商品** (単位:アイテム)

	17/5期 5月度	18/5期 5月度	前年同月度差
オリジナル商品数	8,045	<u>8,534</u>	<u>+489</u>
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	30.1% (34.7%)	27.9% (35.1%)	△2.2ポイント (+0.4ポイント)