

2021年9月16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 CEO 吉岡 晃
(コード番号:2678 東証一部)
問合せ先
役職・氏名 取締役CFO 玉井 継尋
TEL 03-4330-5130

「2022年5月期 第1四半期決算概要」のお知らせ

「2022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「2022年5月期 第1四半期決算概要」をお知らせいたします。

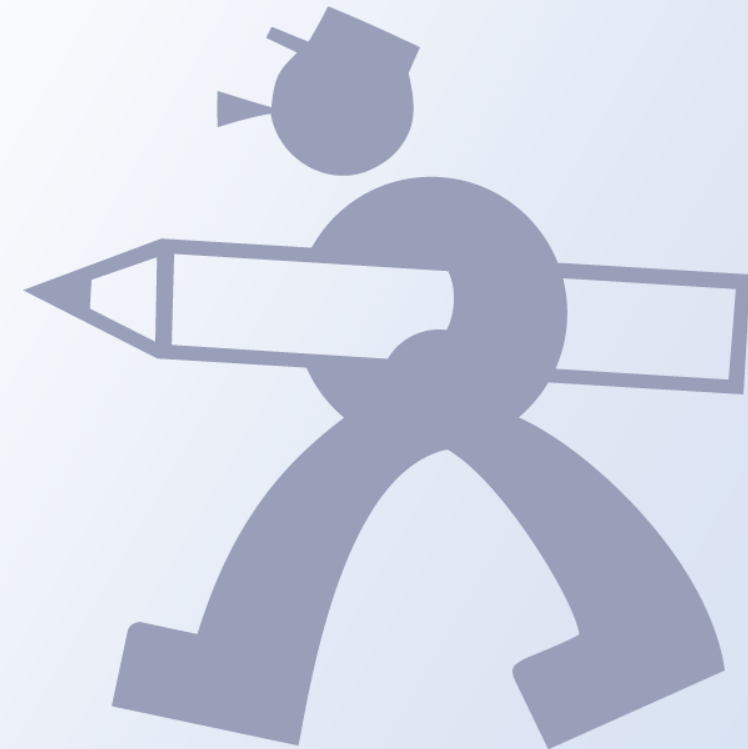
なお、本資料には、当社の現在の計画や業績の見通しなどが含まれております。これら将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当社が計画・予想したものであります。実際の業績などは、今後の様々な条件・要素によりこの計画などとは異なる場合があります、本資料はその実現を確約、保証するものではありません。

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ん。

以 上

2022年5月期 第1四半期 決算概要

2021年9月16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。

「新アスクールWebサイト」とは、中小事業所向けサイトと中堅・大企業向けサイトを統合して構築する新たなECサイトを指します。

「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。

「DX」はデジタル・トランスフォーメーションの略称です。

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指し、「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、当社物流センターを以下の略称で示します。

ASKUL Logi PARK : ALP / ASKUL Value Center : AVC / デマンド・マネジメント・センター : DMC /

ASKUL東京Distribution Center : ASKUL東京DC

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。



1Q計画線の順調なスタート 売上高、利益とも過去最高を更新

- BtoBは想定どおり感染対策商品の反動減あるも、ベース成長を継続
- LOHACOは新本店リリースが無事終了し、来期黒字化に向け再成長へ

中期経営計画における成長シナリオを遂行中

- ASKUL東京DCは7月竣工、予定どおり9月より賃借開始、マテハン工事着手
- 新アスクールWebサイトは下期の一部機能先行リリースに向けて計画進行
- LOHACOは新本店リリースや即配事業等Zホールディングスとのシナジー深化
- プラットフォーム改革、DXの取り組みは数々の施策をリリース

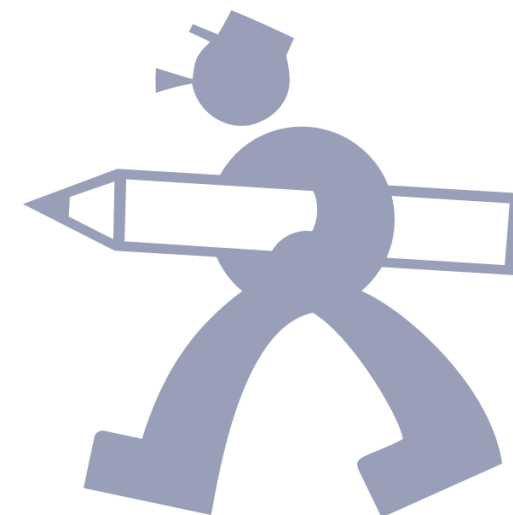
I 22年5月期第1四半期実績

II BtoB

III BtoC

IV ESG・DX

V 付録



22/5期 第1四半期業績

連結



(百万円)	21/5期 1Q※1			22/5期 1Q			
	実績	売上高 比率 %	参考値 ※2	実績	売上高 比率 %	前年 同期比 %	参考値 ※2
売上高	100,180	100.0	99,072	102,442	100.0	102.3	103.4
売上総利益	24,851	24.8	24,612	24,994	24.4	100.6	101.6
販売費及び 一般管理費	21,861	21.8	21,622	21,721	21.2	99.4	100.5
営業利益	2,989	3.0		3,272	3.2	109.4	
経常利益	2,986	3.0		3,240	3.2	108.5	
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,502	1.5		2,153	2.1	143.3	

- **売上高**
前年同期比102.3%
(実質103.4%※2)
過去最高更新
- **販管費比率**
前年同期差 $\Delta 0.6$ pt
- **営業利益・経常利益**
当期純利益
過去最高益更新

※1 21/5期2Qに企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、21/5期1Qに係る各数値ではその確定内容を反映させております

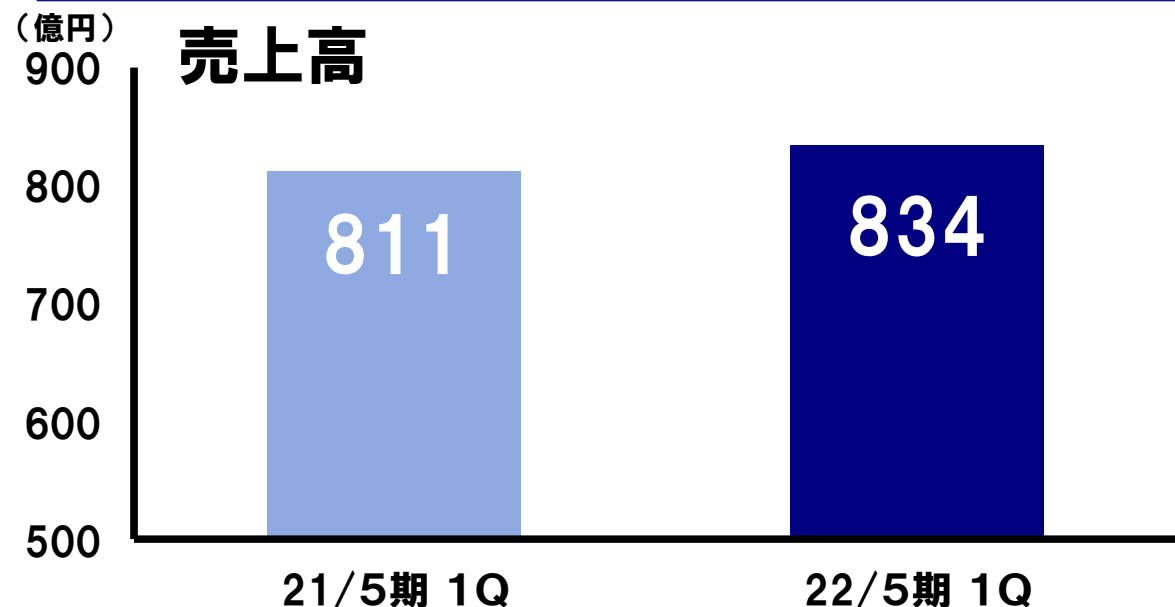
※2 前期から収益認識に関する会計基準等を適用したと仮定した場合の参考値

22/5期 第1四半期 業績比較【事業別】

連結

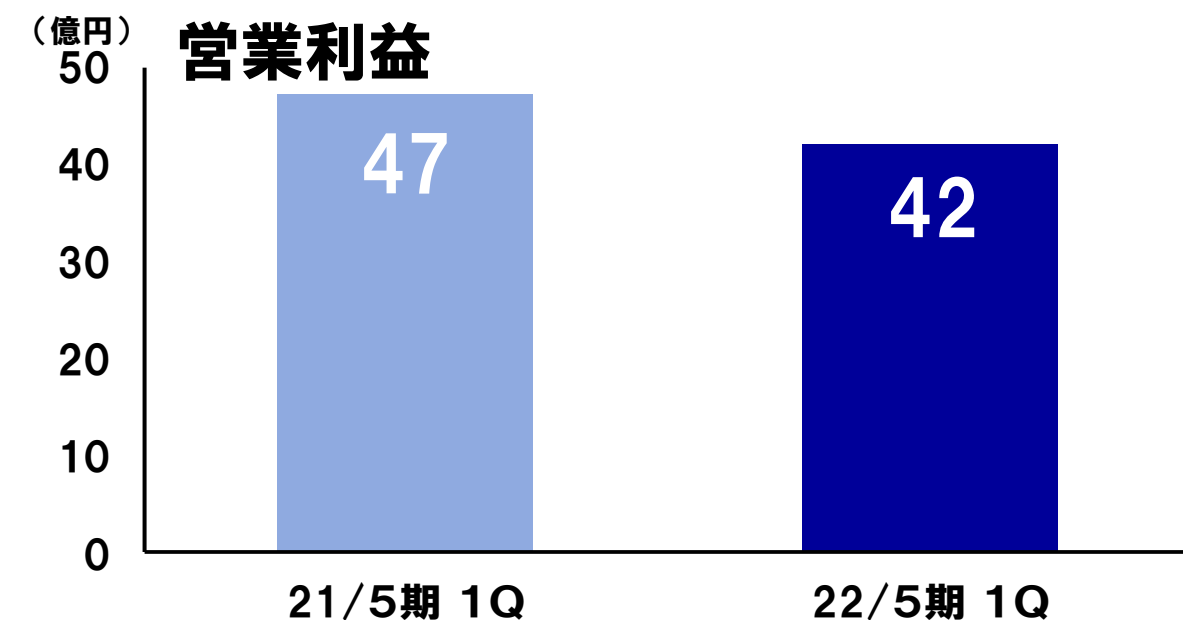


(億円)		21/5期					22/5期			
		1Q	参考値 ※	2Q	3Q	4Q	1Q	前年 同期差	前年 同期比 %	参考値 ※
売上高	BtoB事業	811	802	877	874	888	834	22	102.8	103.9
	LOHACO	129	127	127	131	140	126	△ 3	97.6	98.9
	BtoC事業(チャーム含む)	168	166	168	171	176	167	△ 1	99.1	100.5
	eコマース事業	980	968	1,046	1,045	1,065	1,001	21	102.2	103.4
	ロジスティクス事業・その他	21	21	16	20	25	23	1	105.6	105.6
	連結合計	1,001	990	1,062	1,065	1,091	1,024	22	102.3	103.4
営業利益	BtoB事業	47		51	56	45	42	△ 5	89.1	
	LOHACO	△ 12		△ 11	△ 9	△ 8	△ 9	3	—	
	BtoC事業(チャーム含む)	△ 12		△ 11	△ 9	△ 8	△ 8	4	—	
	決算賞与(引当含む)	—		△ 8	△ 1	△ 0	△ 0	—	—	
	eコマース事業	34		31	45	37	33	△ 1	96.1	
	ロジスティクス事業・その他	△ 4		△ 2	△ 2	△ 1	△ 0	4	—	
連結合計	29		29	43	36	32	2	109.4		



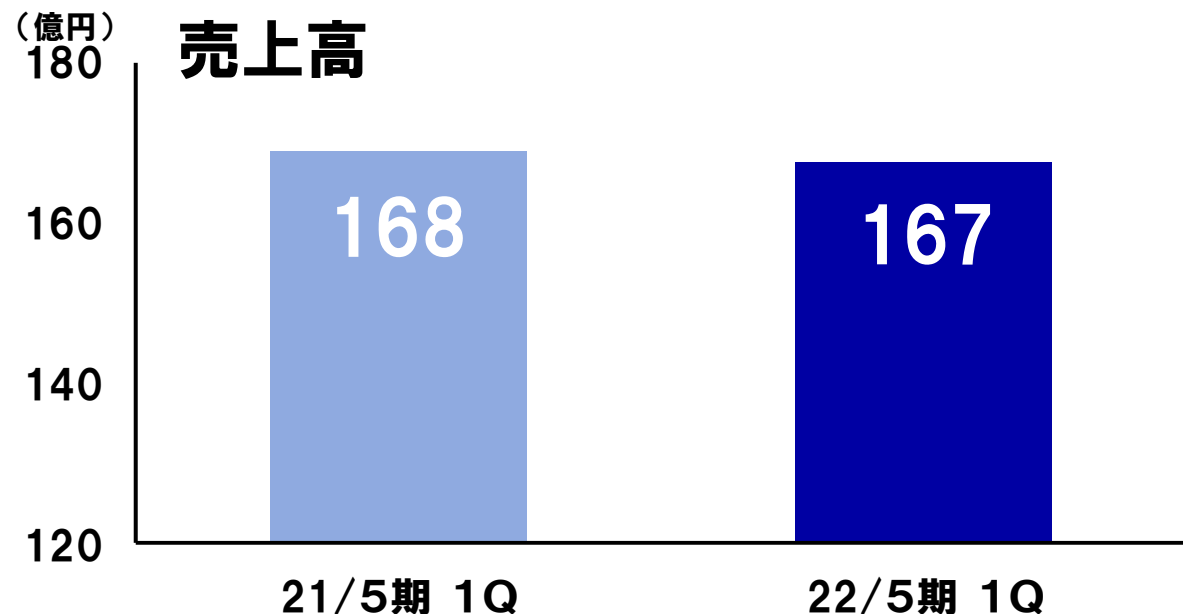
➤ 売上高

前年同期比 102.8% (実質103.9%※)
感染対策商品の反動減は想定内
ベース成長を継続



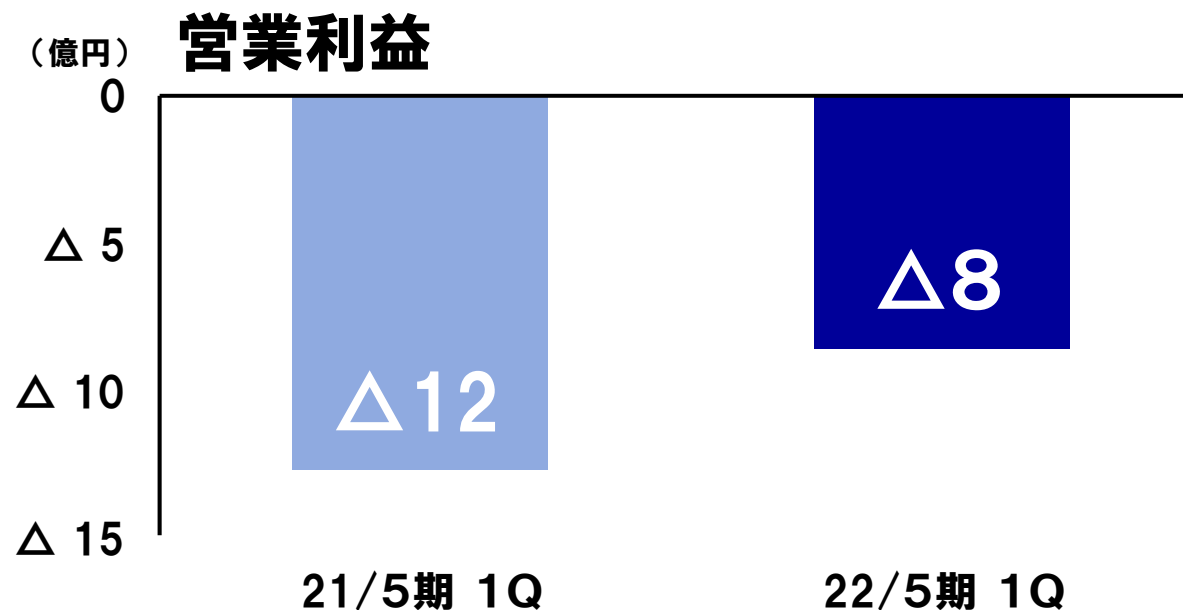
➤ 営業利益

前年同期比 89.1%
カテゴリミックス変化による影響を
受けるも計画通りの進捗



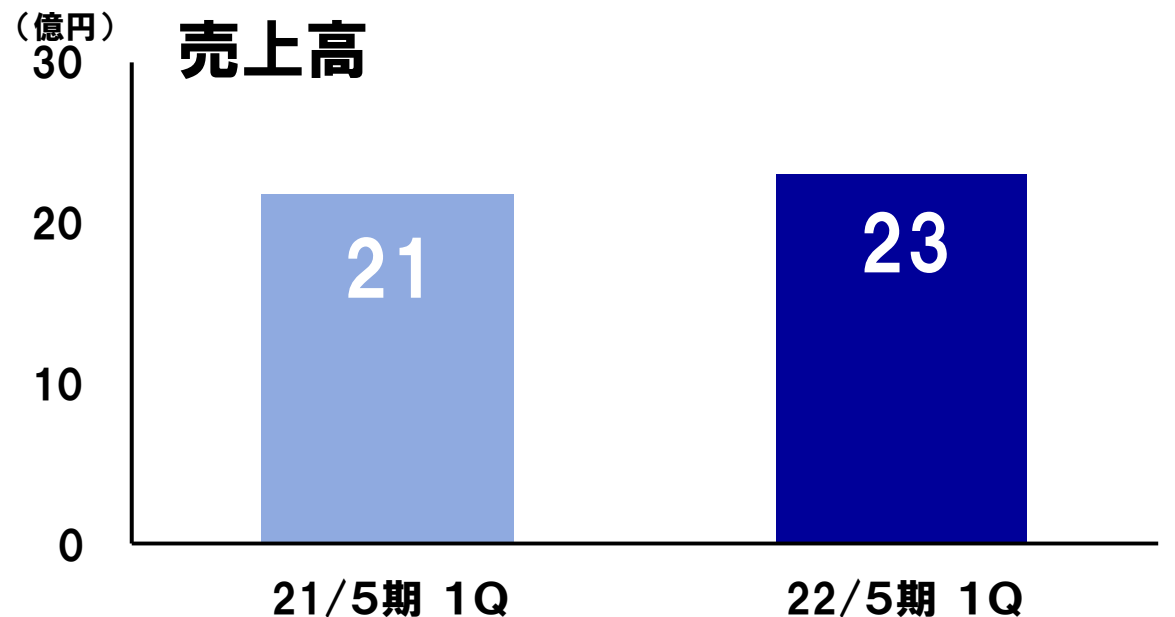
➤ 売上高

前年同期比 99.1% (実質100.5%*)
システム移管による影響は想定内
足元はグループシナジーで再成長



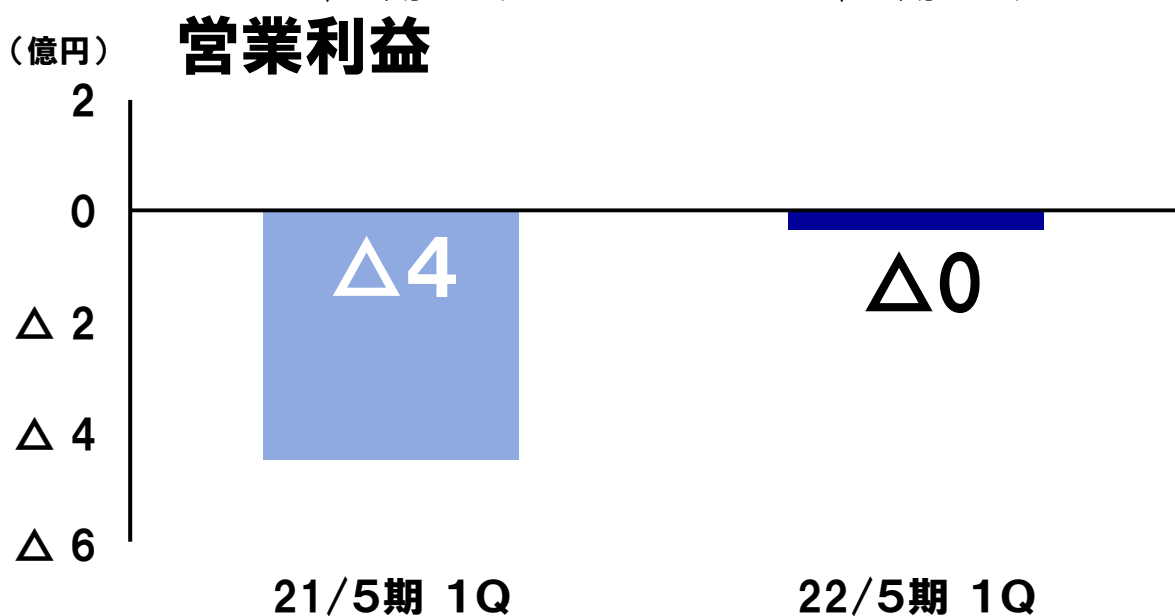
➤ 営業利益

前年同期差 +4億円
売上総利益率、変動費比率
固定費比率の全てが改善



➤ 売上高

前年同期差 +1億円
連結子会社減少の影響(7億円)を
3PL事業の拡大でカバー

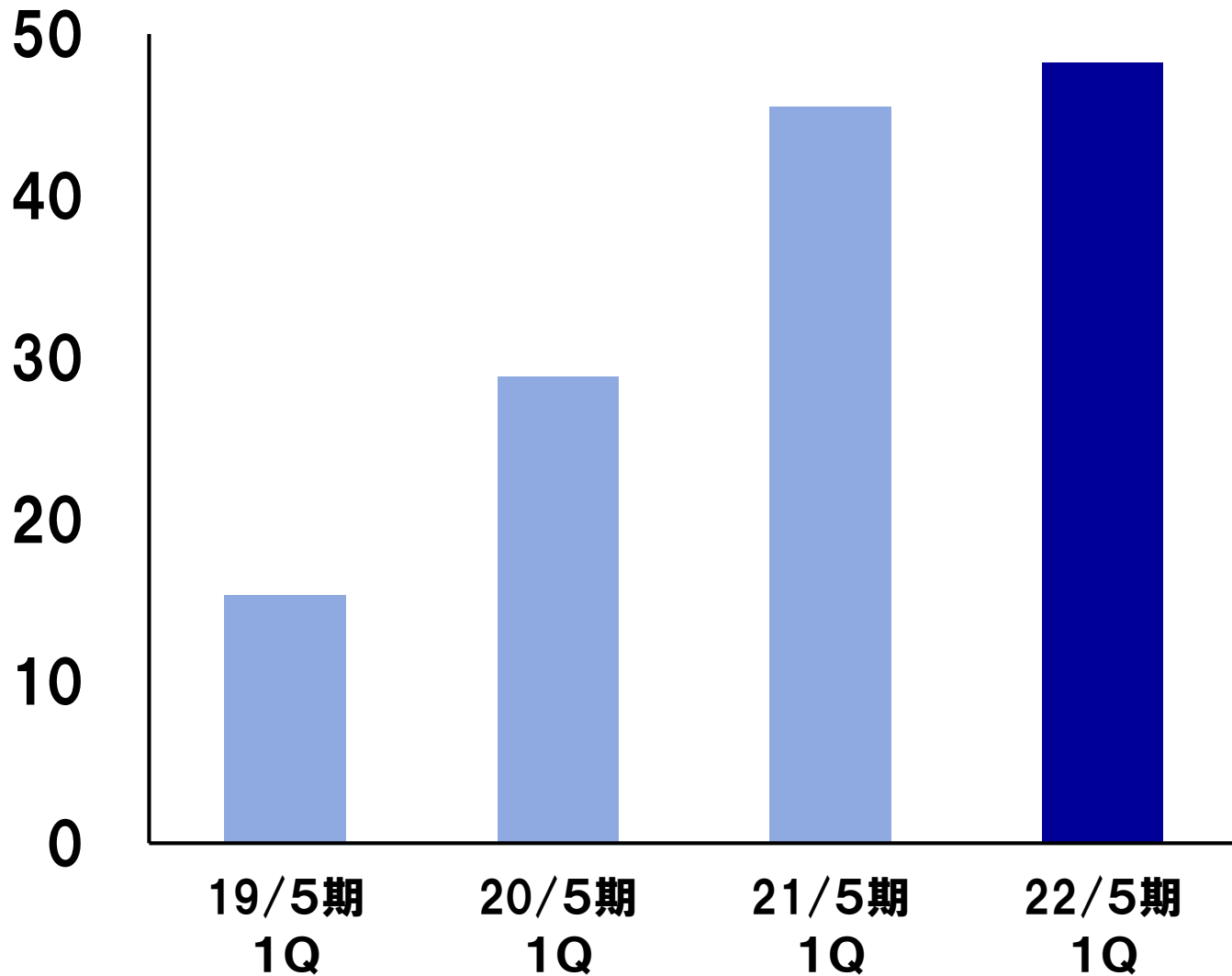


➤ 営業利益

前年同期差 +4億円
三芳センター3PL事業の改善
通期は黒字転換へ



(億円)



過去最高
更新

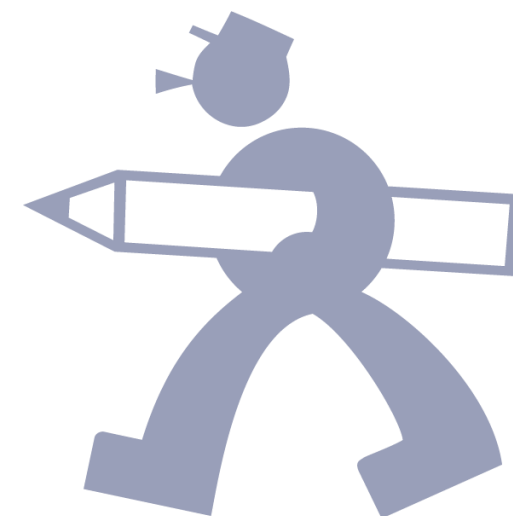
I 22年5月期第1四半期実績

II BtoB

III BtoC

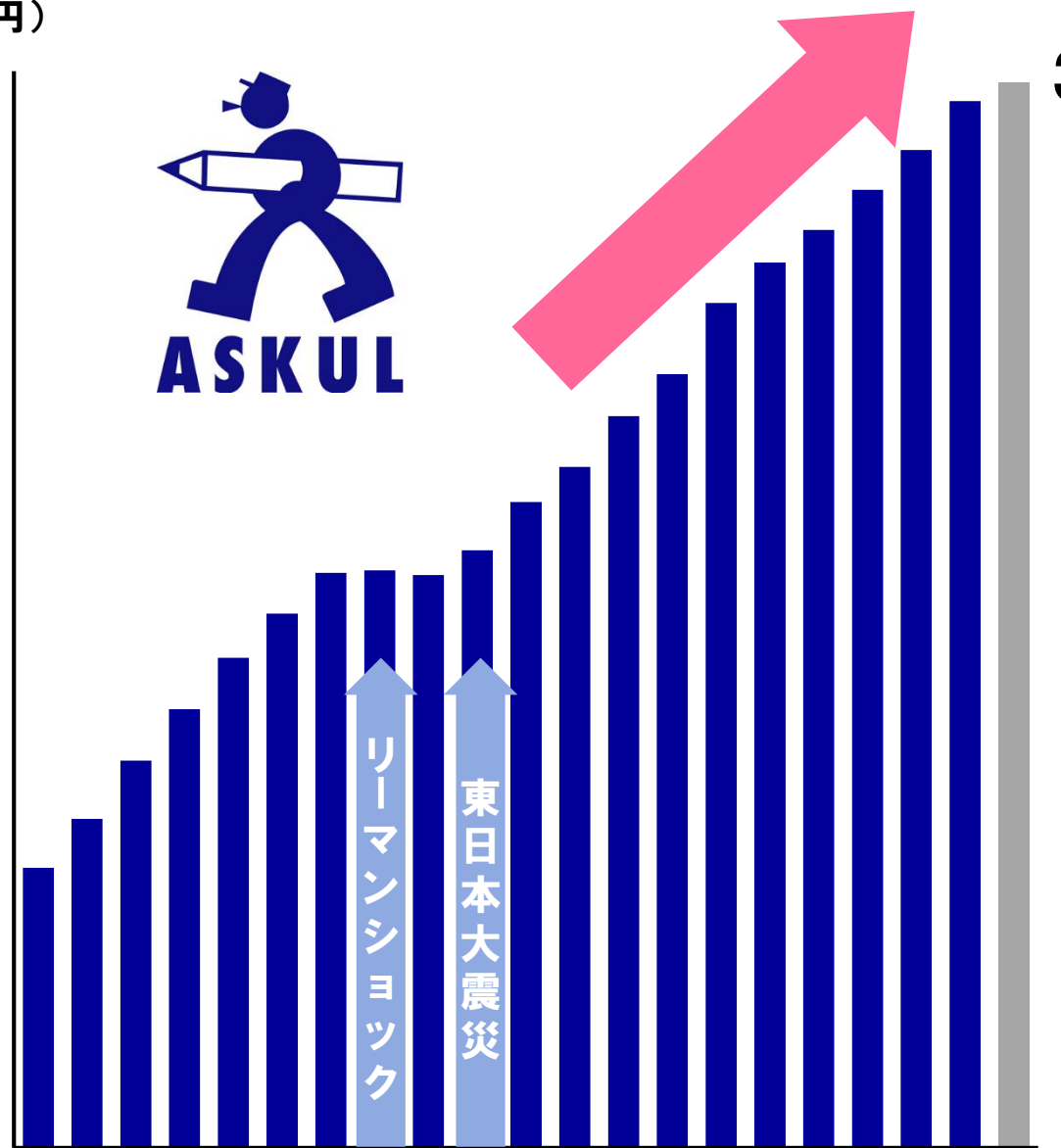
IV ESG・DX

V 付録





(円)



22/5期 計画

3,513億円※

オフィス通販からの トランスフォーメーション

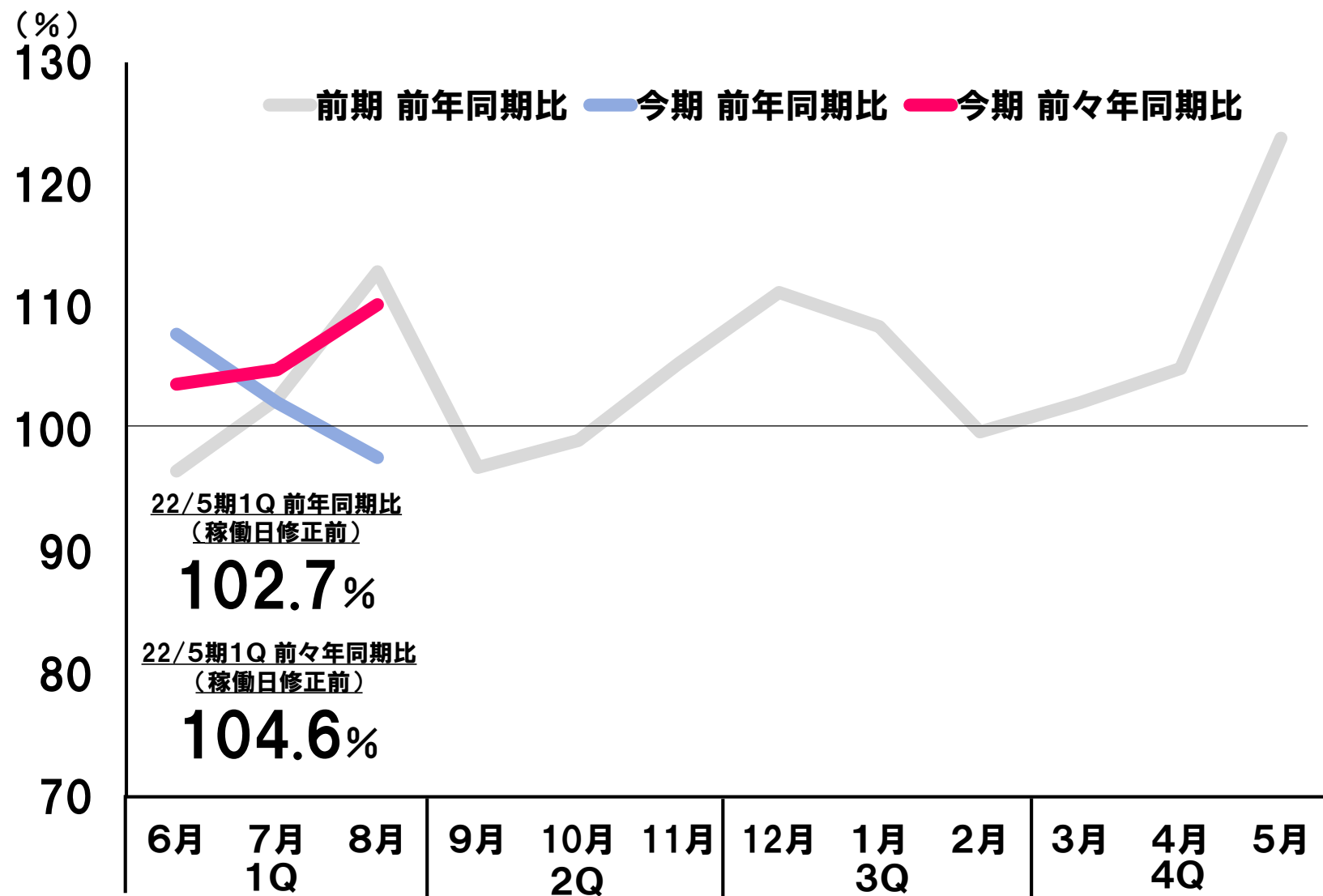
さらなる成長へ

02/5期 04/5期 06/5期 08/5期 10/5期 12/5期 14/5期 16/5期 18/5期 20/5期 22/5期

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

※今期より収益認識に関する会計基準等を適用

BtoB 売上高 前年同月度比(稼働日修正後)



**ベース成長
継続**

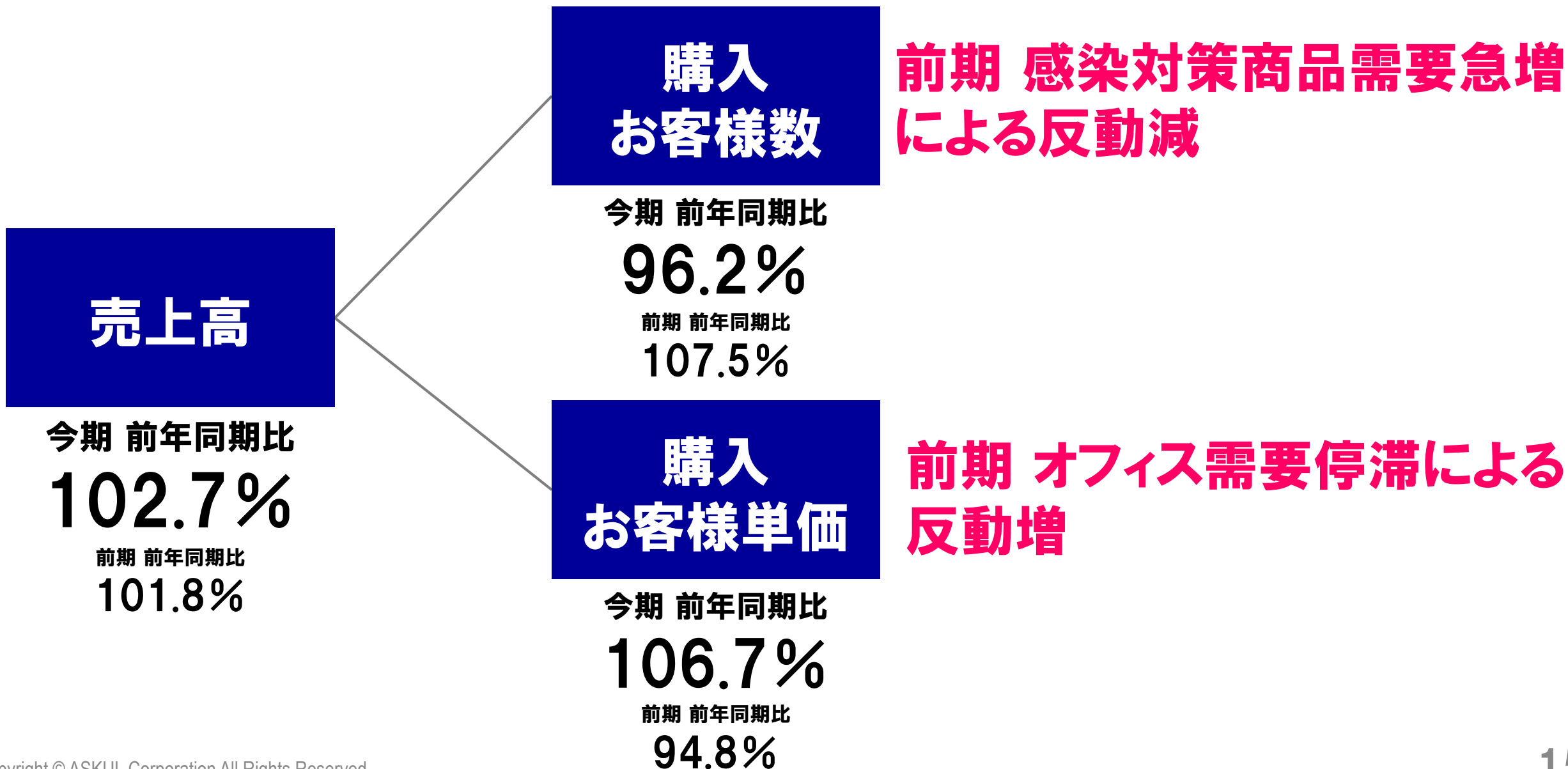
BtoB 22/5期 四半期別 品目別売上高

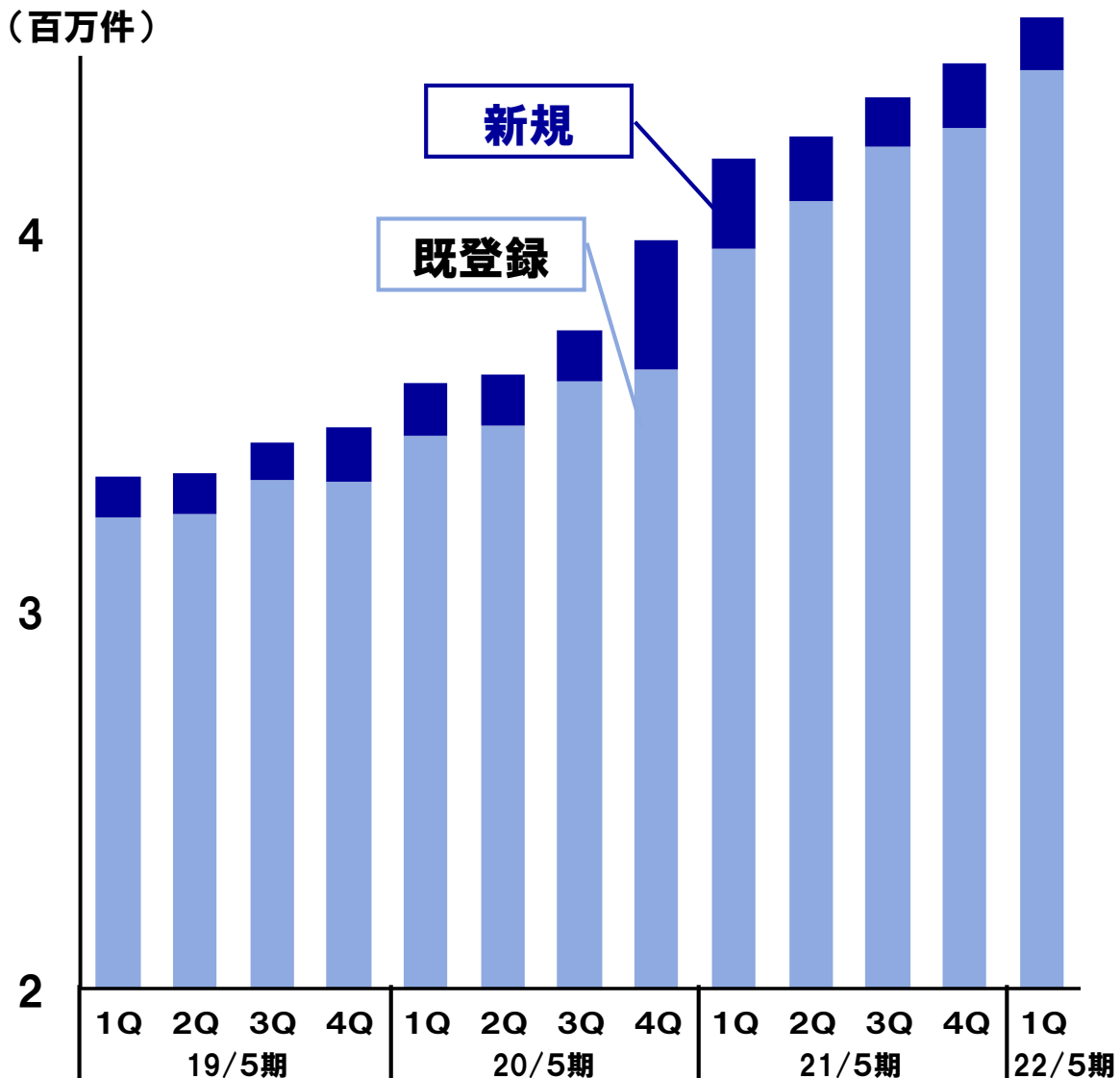
単体



(億円)	20/5期 1Q		21/5期 1Q		21/5期 2Q		21/5期 3Q		21/5期 4Q		22/5期 1Q					
	売上高	構成比 %	売上高	構成比 %	売上高	構成比 %	売上高	構成比 %	売上高	構成比 %	売上高	構成比 %	前年同期差	前年同期比 %	前々年同期差	前々年同期比 %
OA・PC	233	31.9	219	29.4	239	29.8	240	30.3	242	29.9	222	29.1	3	101.7	△ 10	95.5
文具	103	14.1	95	12.8	101	12.7	101	12.8	115	14.3	95	12.5	0	100.2	△ 7	92.4
生活用品	206	28.2	203	27.3	205	25.6	194	24.6	197	24.4	221	28.9	18	108.9	15	107.4
ファニチャー	50	6.9	45	6.1	51	6.4	54	6.9	68	8.5	50	6.6	4	110.0	0	100.1
MRO	81	11.2	83	11.2	90	11.3	90	11.5	93	11.5	88	11.6	4	105.9	6	108.2
メディカル	40	5.5	82	11.1	93	11.7	90	11.5	74	9.2	71	9.3	△ 11	86.0	30	177.0
その他	16	2.3	15	2.1	20	2.5	19	2.5	18	2.3	15	2.0	△ 0	99.8	△ 1	91.6
合計	732	100.0	745	100.0	803	100.0	792	100.0	811	100.0	765	100.0	19	102.7	33	104.6

メディカルは前期の反動減あるも、ベース成長を継続





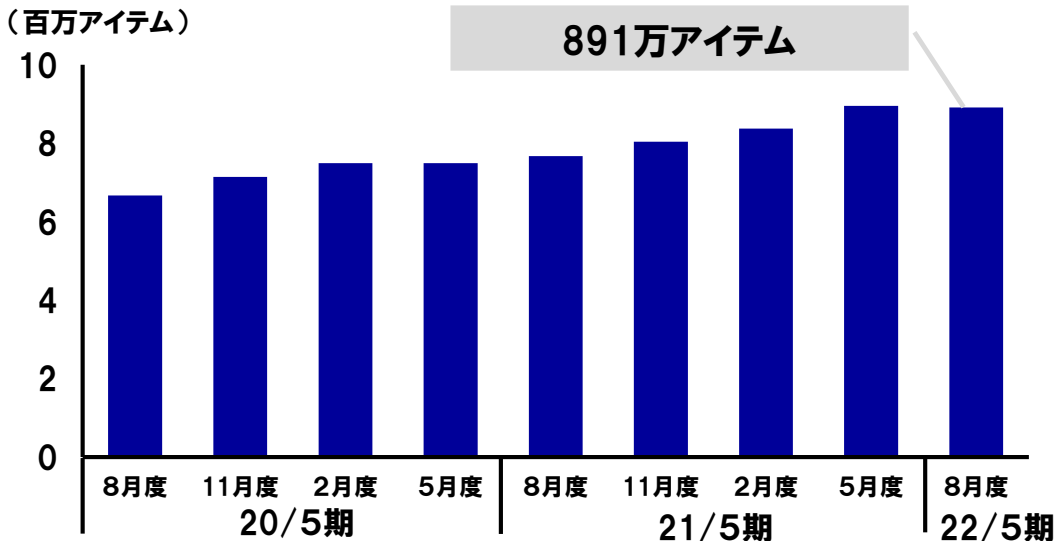
※新規は、各四半期間で新規登録したお客様数。既登録は、四半期末時点のASKUL、SOLOEL ARENA等の受注可能なお客様数の合計から新規を除外したお客様数

アフターコロナの成長に向けた
お客様基盤の拡大が続く

取扱い商品 (中期目標1,800万アイテム)

- ✓ 1Q期間
新規取扱商品 : +10万アイテム超
一時販売停止商品: △10万アイテム
(半導体供給不足の影響による)

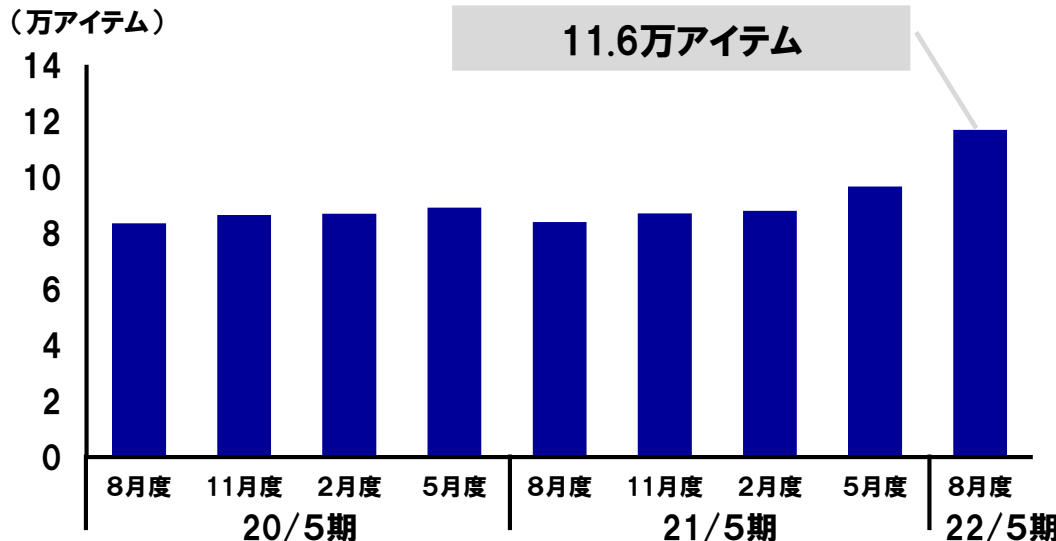
✓ 2Q以降投入スピード加速



在庫商品 (中期目標33万アイテム)

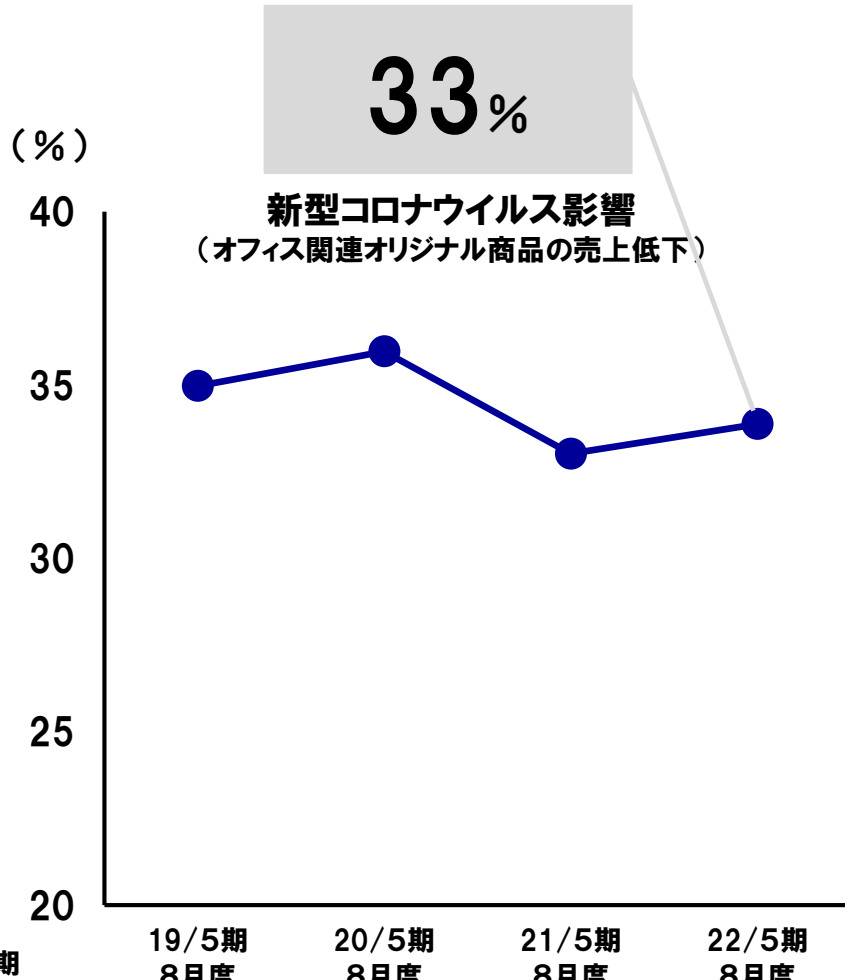
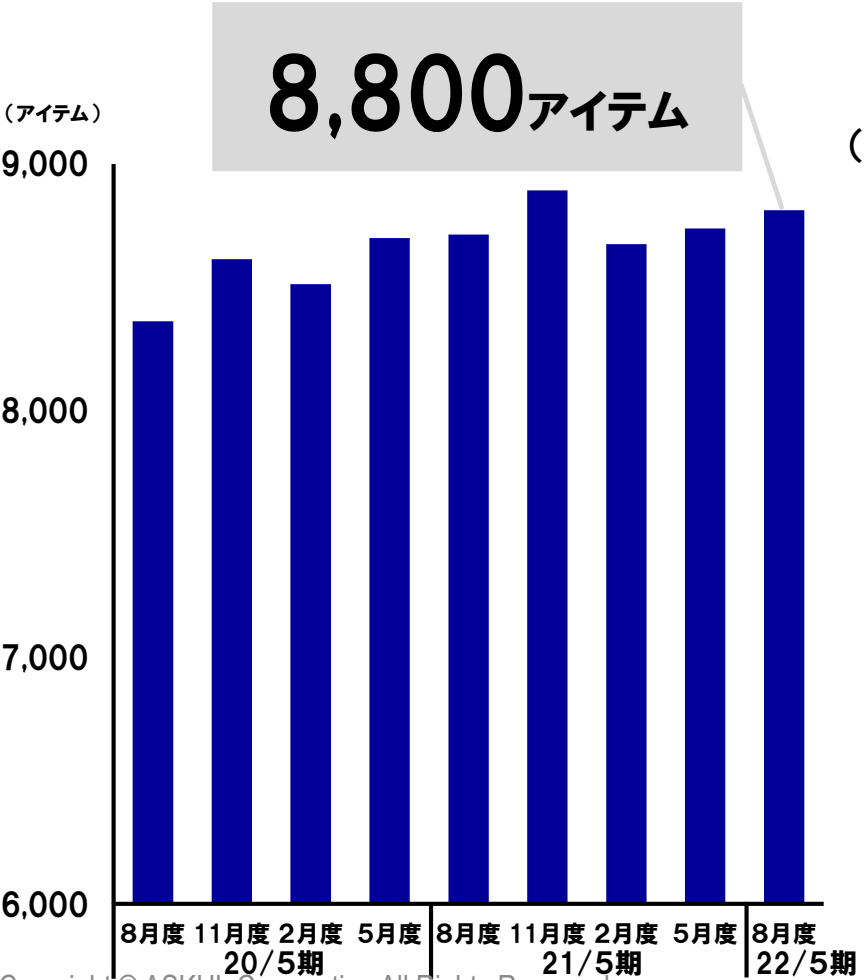
- ✓ 1Q期間中、テレワークニーズ対応に向け LOHACO専用商品1.7万アイテムをBtoBで販売開始

✓ ASKUL東京DCが稼働する23/5期以降 拡大スピード加速



商品数
(中期目標1.2万アイテム)

売上高構成比
(BtoB在庫商品売上高)

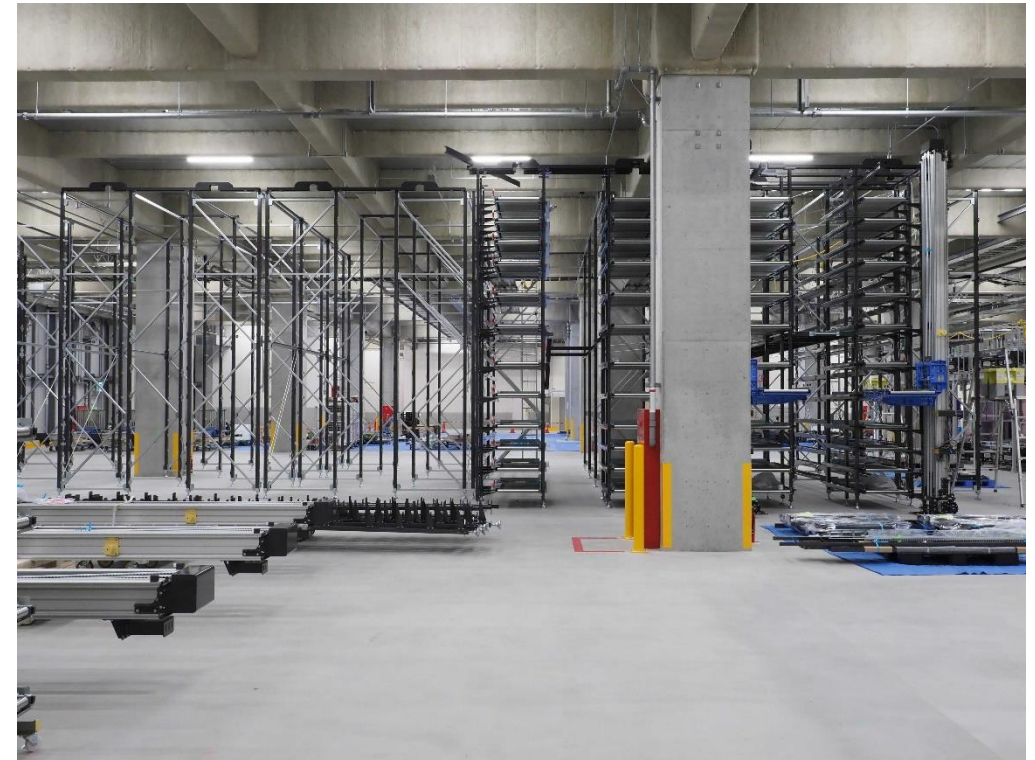


**戦略2大業種向け
オリジナル商品
開発強化**

※ オリジナル商品にはアスクルでの限定販売商品も含む
LOHACOのみで販売しているオリジナル商品を除外



2022年夏の稼働開始に向け計画どおりマテハン工事に着手

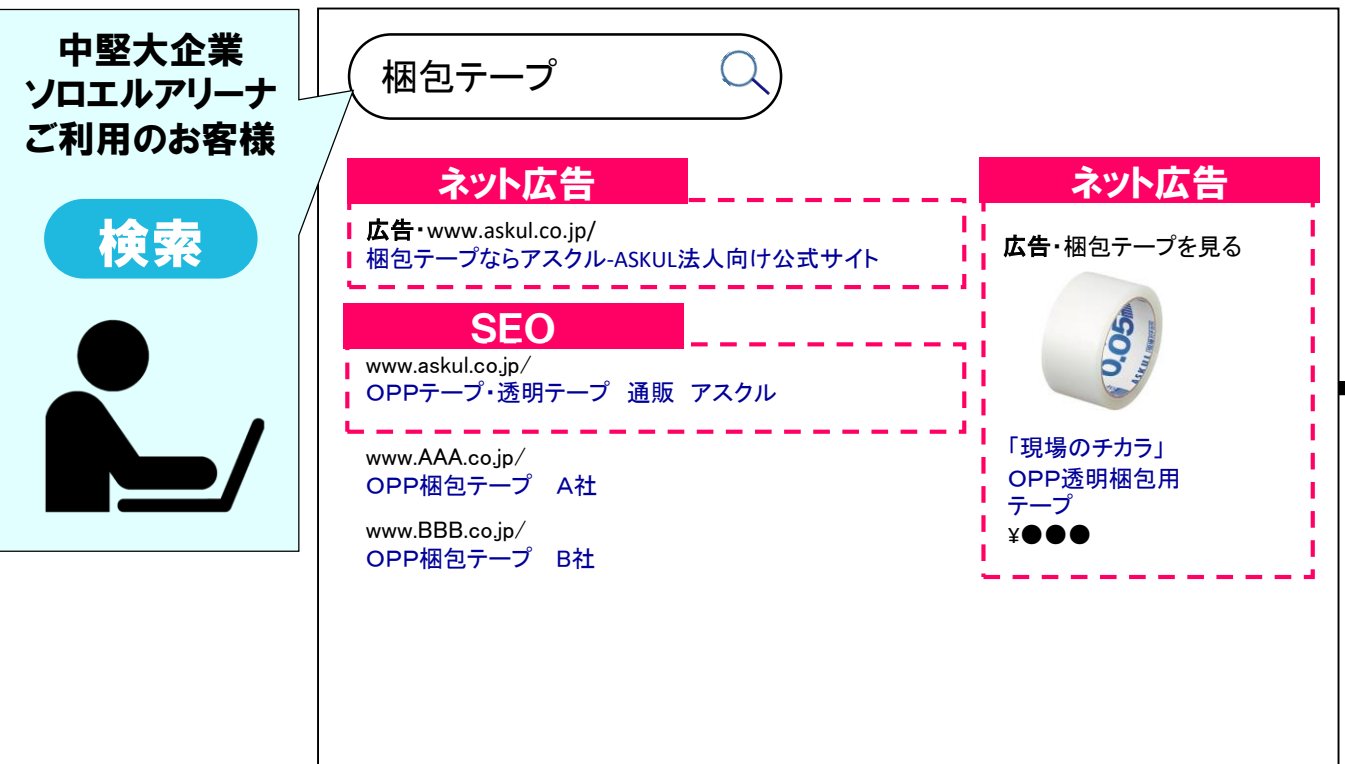


**最速(在庫商品数拡大)・高効率(プロセス改革)を実現する
東日本最先端フラッグシップセンター**

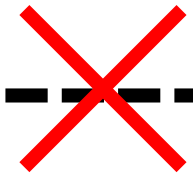


下期にソロエルアリーナサイト オープン化により買い回り拡大

<検索エンジン 検索結果画面イメージ>



Before



検索結果に
表示されない

After

検索結果から
直接サイト訪問



中小事業所向けアスクルサイトでは
売上の**4割**が商品検索など外部検索エンジン経由

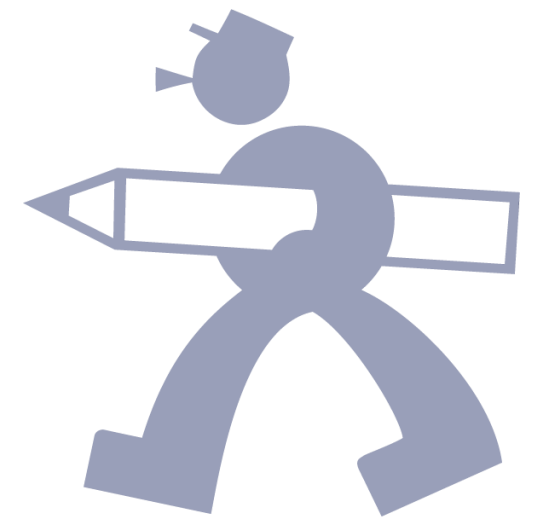
I 22年5月期第1四半期実績

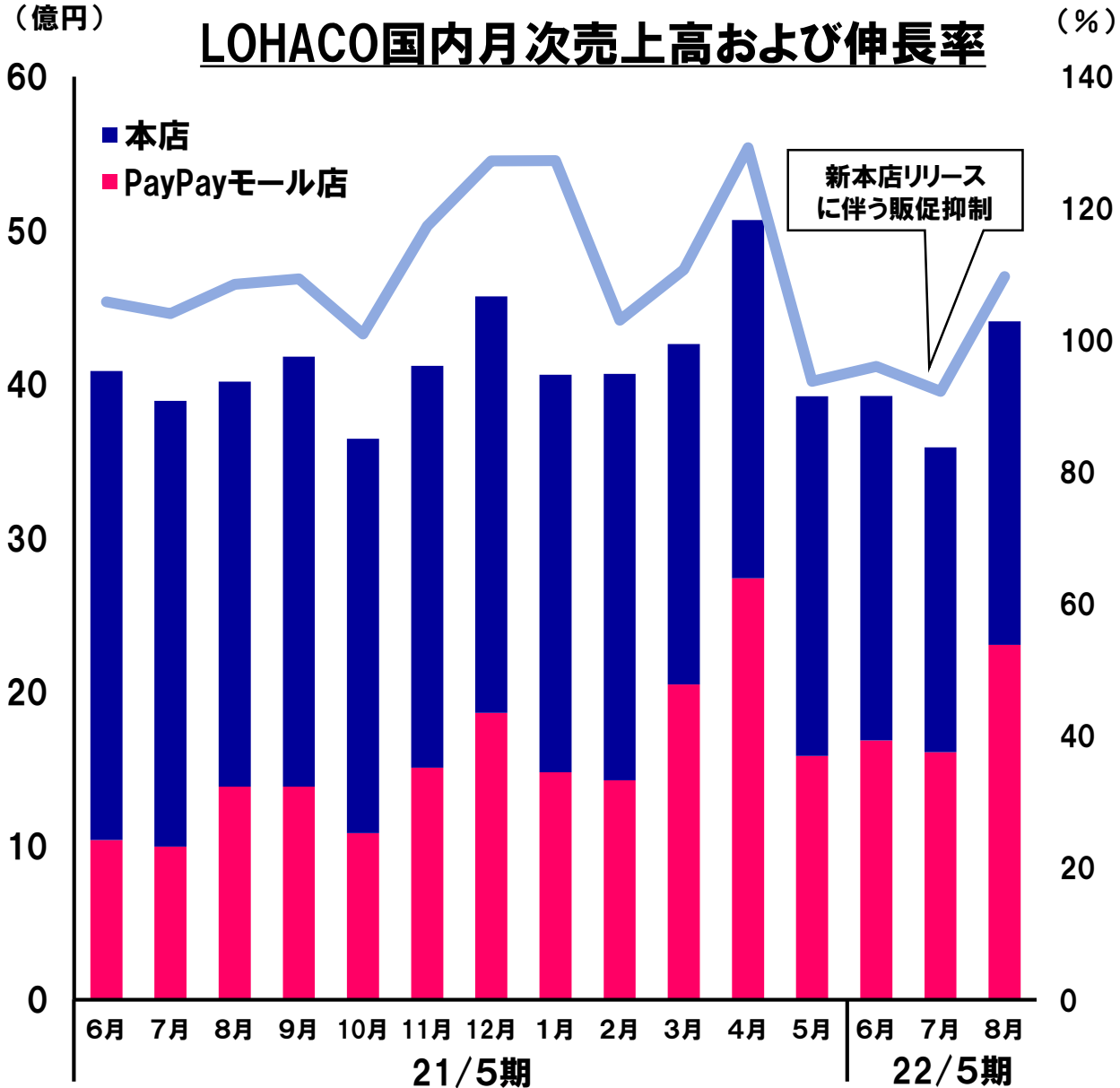
II BtoB

III BtoC

IV ESG・DX

V 付録





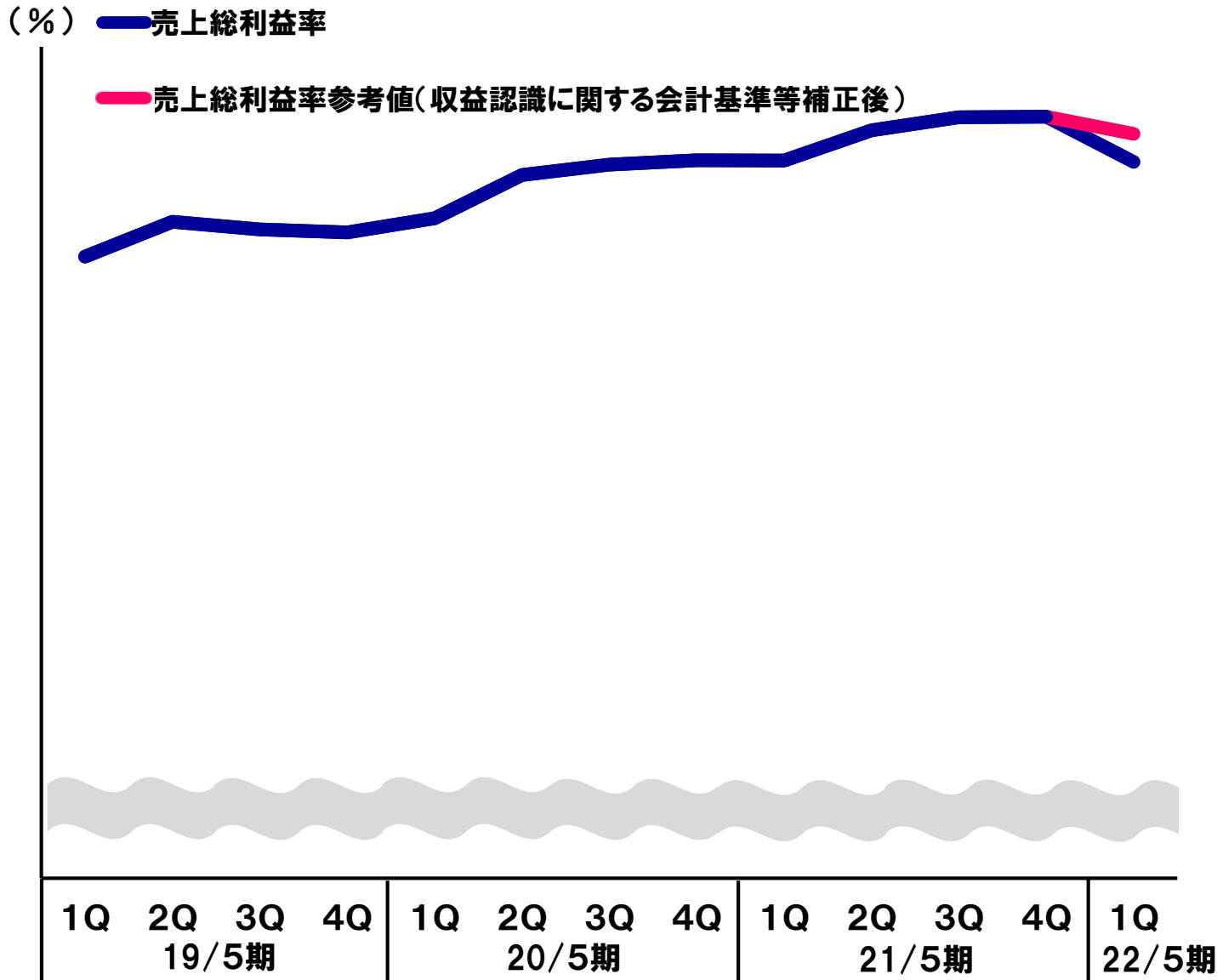
グループシナジーでさらなる成長を目指す



リニューアルキャンペーン(7/1~26)



サイバーサンデー(8/7~9/5)



22/5期 1Q実績
前年同期差 $\Delta 0.05\text{pt}$

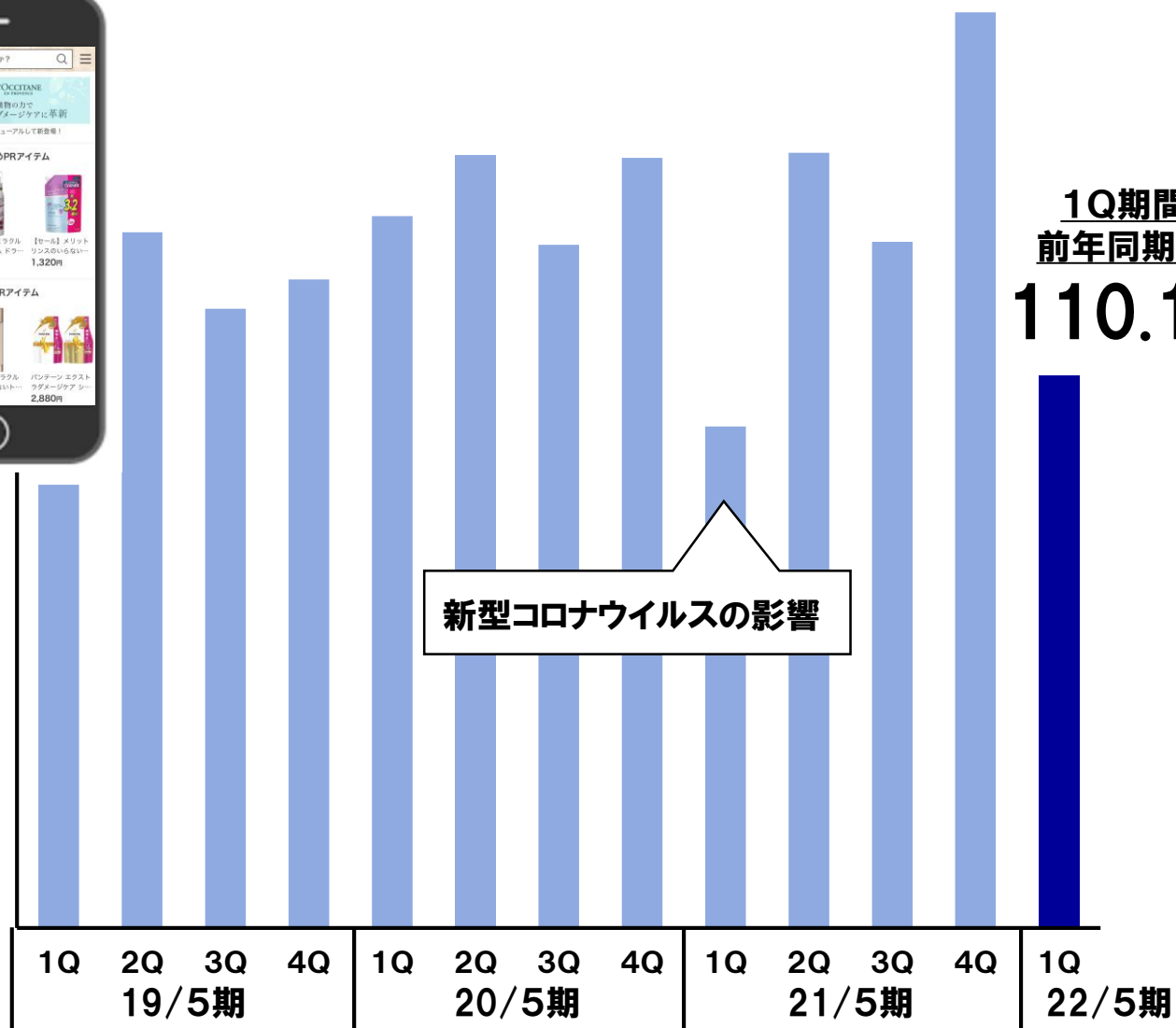
収益認識に関する会計基準等の適用を補正後

前年同期差 $+0.9\text{pt}$

継続的に改善



(円) |
広告掲載イメージ



新型コロナウイルスの影響

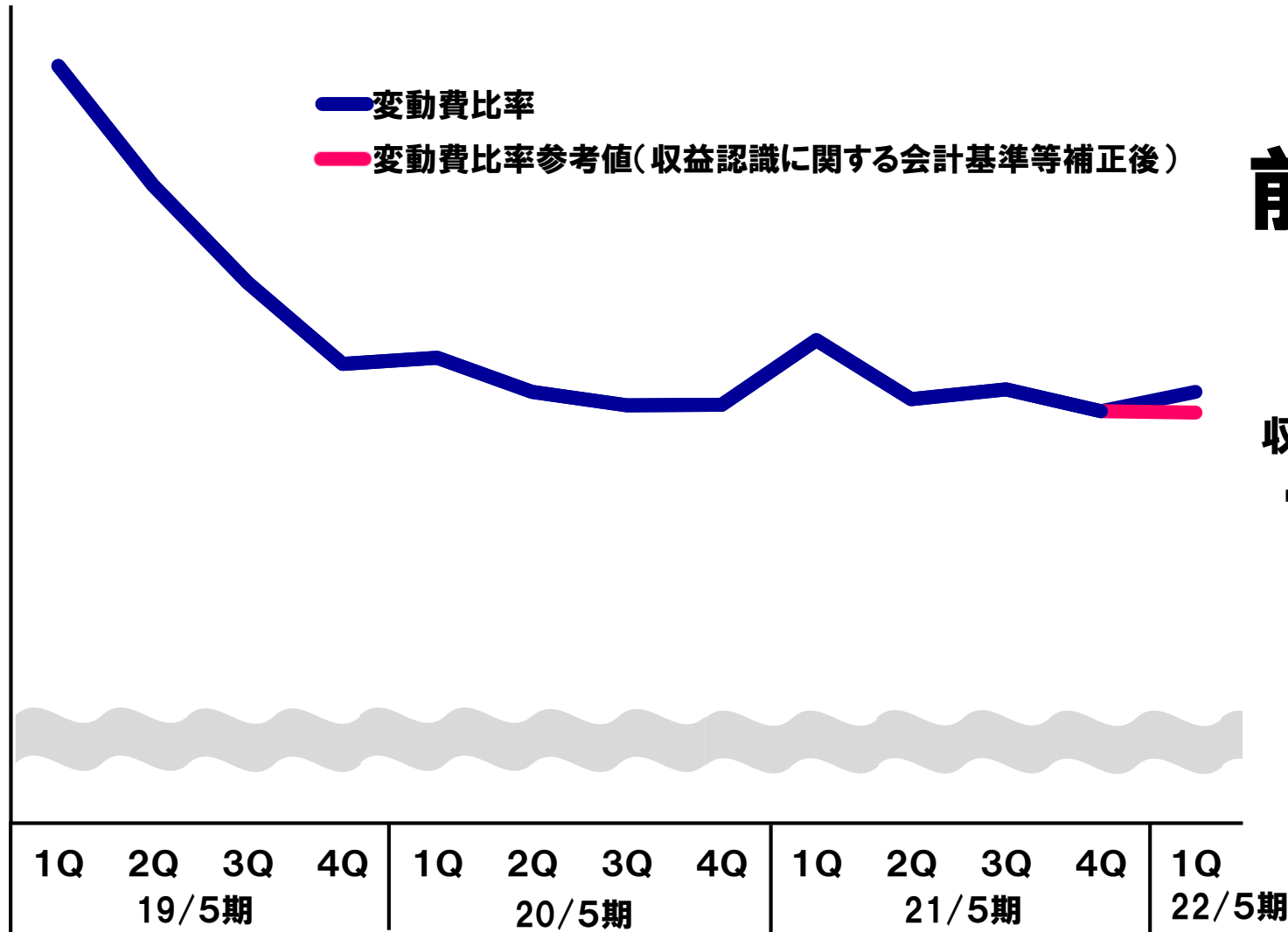
新本店リリースに伴う
販促抑制により
一時的に低下



2Q以降改善



(%)



22/5期 1Q実績
前年同期差 $\Delta 0.8\text{pt}$

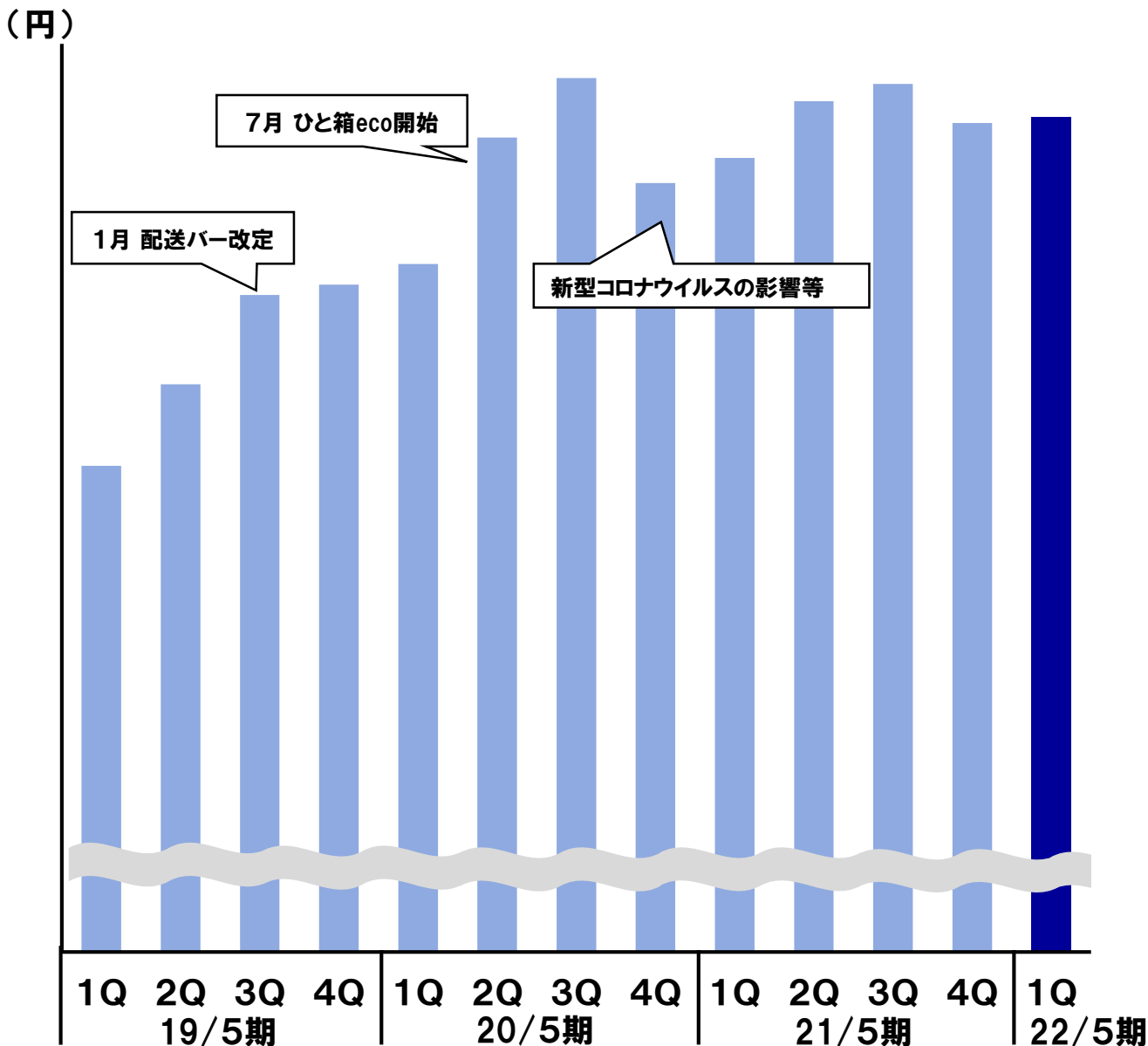


収益認識に関する会計基準等の適用を補正後
前年同期差 $\Delta 1.1\text{pt}$

計画どおり推移

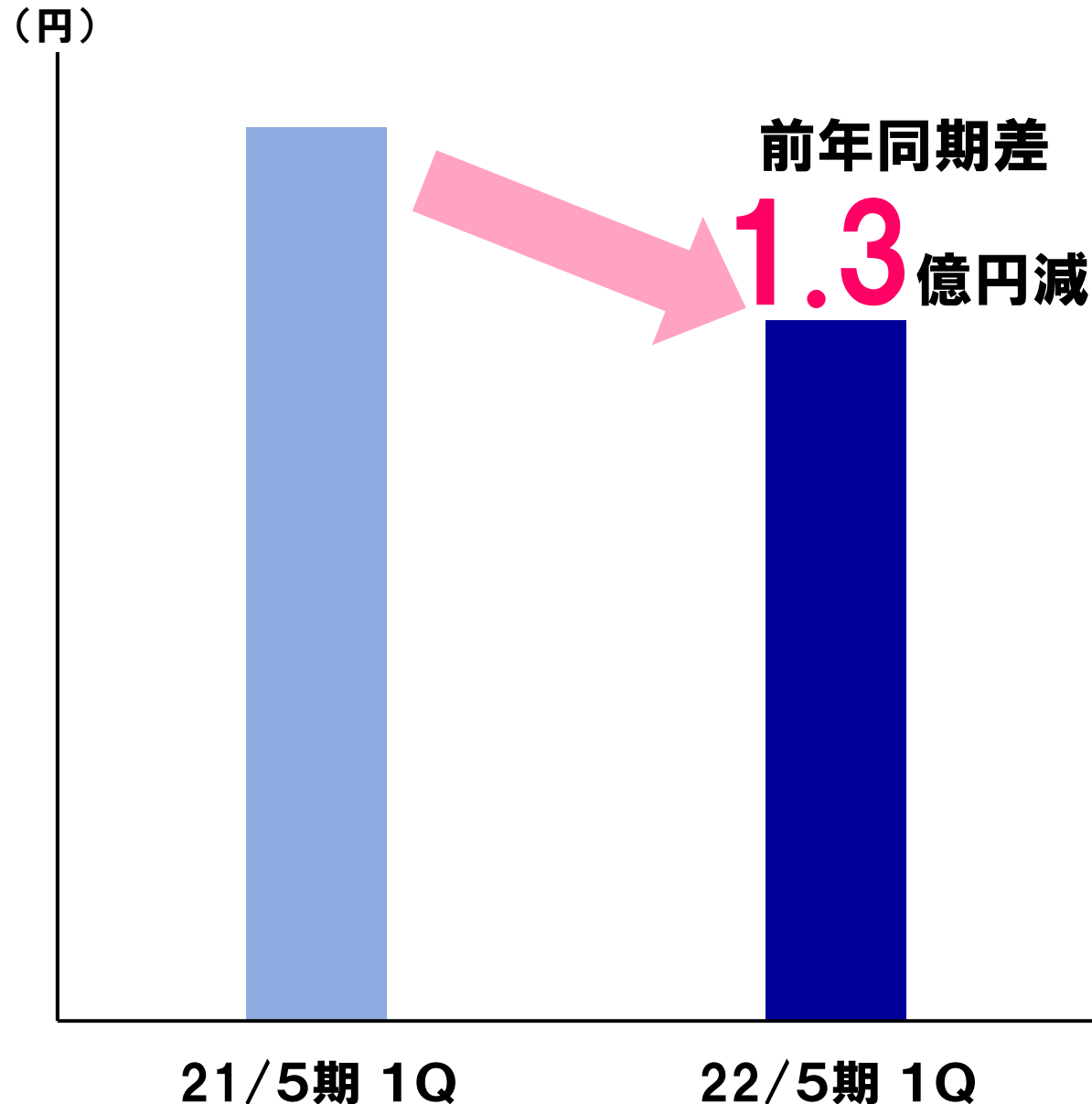
LOHACO 一箱あたりの売上単価(国内)

単体



22/5期 1Q実績
前年同期比 **103.1%**

買い回り促進で
さらなる向上を目指す



新本店リリースにより
固定費削減



LOHACO本店のシステムを ヤフーが提供する基盤へ移行完了



固定費削減

クイックコマース※ 「PayPayダイレクト by ASKUL」始動

- ✓ 出前館のサービス上で約300種類の商品を販売
- ✓ 東京都板橋区を含む一部エリアでの実証実験を開始（2021年7月28日～）

<スキーム図>



<品揃え一例>

- 冷凍食品
- 飲料(常温・冷蔵)
- 氷/アイスクリーム
- 日用品



※注文から最短15分で日用品や食料品をお届けするBtoCサービス

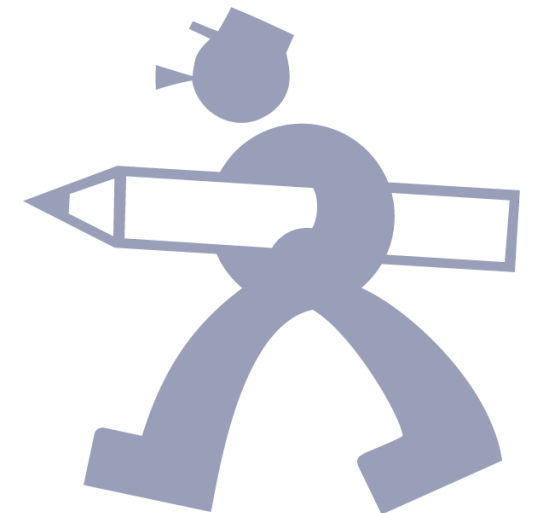
I 22年5月期第1四半期実績

II BtoB

III BtoC

IV ESG・DX

V 付録



2021年7月 消費者志向自主宣言を策定

消費者庁が推進する「消費者志向経営」に賛同し、その実現に向けた
当社の方針を表明する「消費者志向自主宣言」を策定

詳細は以下を参照ください

<https://askul.disclosure.site/ja/themes/175>

東京大学と「金融工学を応用したEC物流の全体最適化手法」の共同研究を開始

- ✓ 東京大学 工学系研究科 田中謙司准教授との共同研究
- ✓ 「物流の最適化」「サステナブル視点での物流進化」「データ活用による物流サービスの価値向上」の実現を目指す

<研究の概要>

研究題目 金融工学を応用したEC物流の全体最適化手法

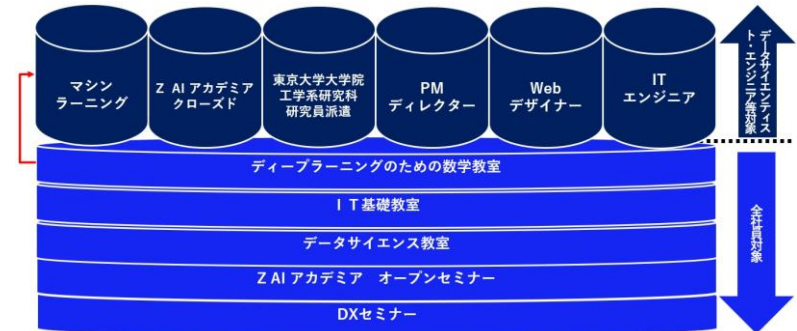
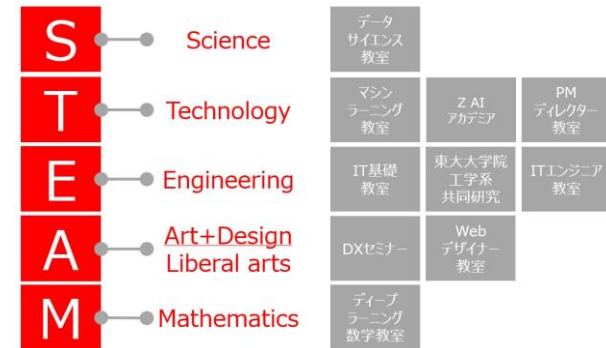
目的 近年金融市場に関する理論・実証分析が飛躍的に進歩し、リスクとリターンを管理するための洗練された工学的手法が提案されていることを踏まえ、それらをEC物流に適用して全体最適化モデルを実現する。

研究内容 現代ポートフォリオ理論やゲーム理論など金融工学を組み合わせ、物流課題の全体最適化に適用する。



DX型組織への変革の加速とDX人材育成強化の一環として 「ASKUL DX ACADEMY」を開校

- ✓ STEAM※モデルをフレームとするDX人材育成のための独自の研修プログラム
- ✓ データサイエンティスト・エンジニアだけでなく全社員が対象
- ✓ DX人材の育成を図り、アスクルグループのビジネストランスフォーメーションを推進する人材基盤を強化



※科学(Science)、技術(Technology)、工学(Engineering)、芸術(Art+Design Liberal Arts)、数学(Mathematics)の5つの英単語の頭文字を組み合わせた造語。5つの領域を対象とした理数教育に創造性教育を加えた教育理念。

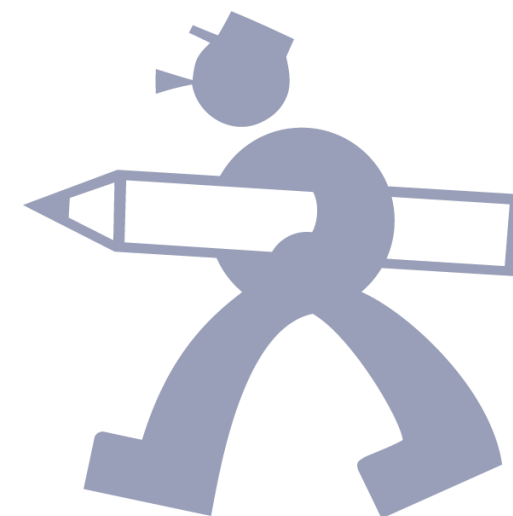
I 22年5月期第1四半期実績

II BtoB

III BtoC

IV ESG・DX

V 付録



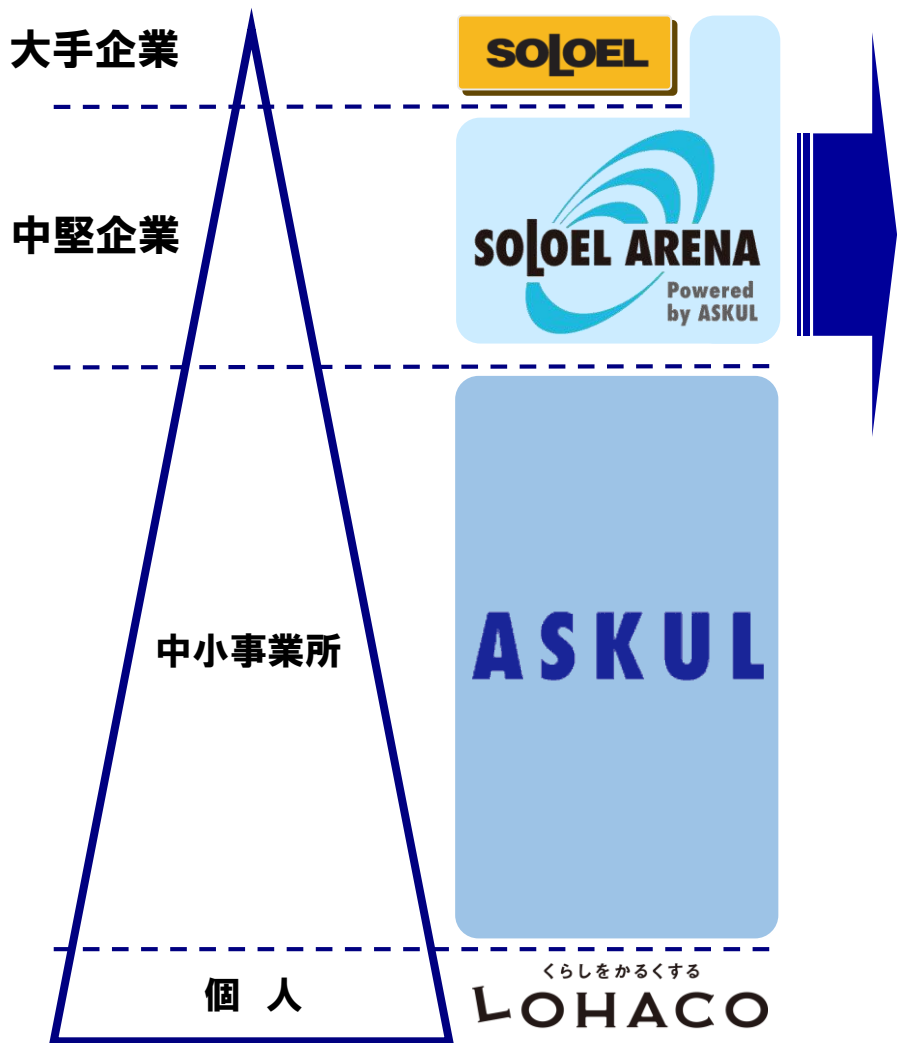
22/5期 品目別売上高

単体

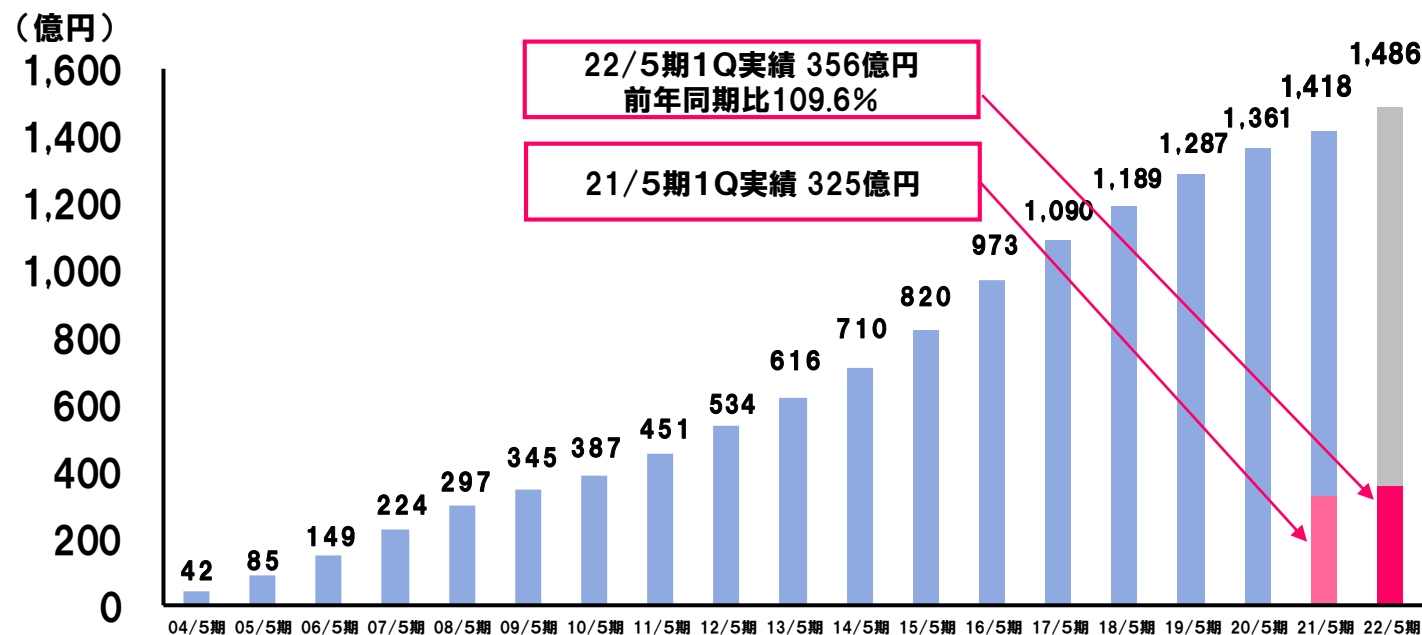


(億円)	20/5期 1Q		21/5期 1Q			22/5期 1Q			
		構成比 %		構成比 %	前年同期比 %		構成比 %	前年同期差	前年同期比 %
OA・PC	237	27.8	225	25.7	94.7	228	25.6	2	101.3
文具	105	12.3	97	11.2	92.8	97	11.0	△ 0	99.9
生活用品	311	36.5	309	35.4	99.4	329	37.0	19	106.4
ファニチャー	51	6.0	47	5.4	92.6	51	5.8	4	108.5
MRO	83	9.8	86	9.9	103.1	91	10.2	4	105.6
メディカル	47	5.5	91	10.5	194.5	80	9.0	△ 10	88.0
その他	18	2.1	16	1.9	91.7	12	1.4	△ 3	78.0
合計	855	100.0	875	100.0	102.3	891	100.0	16	101.9

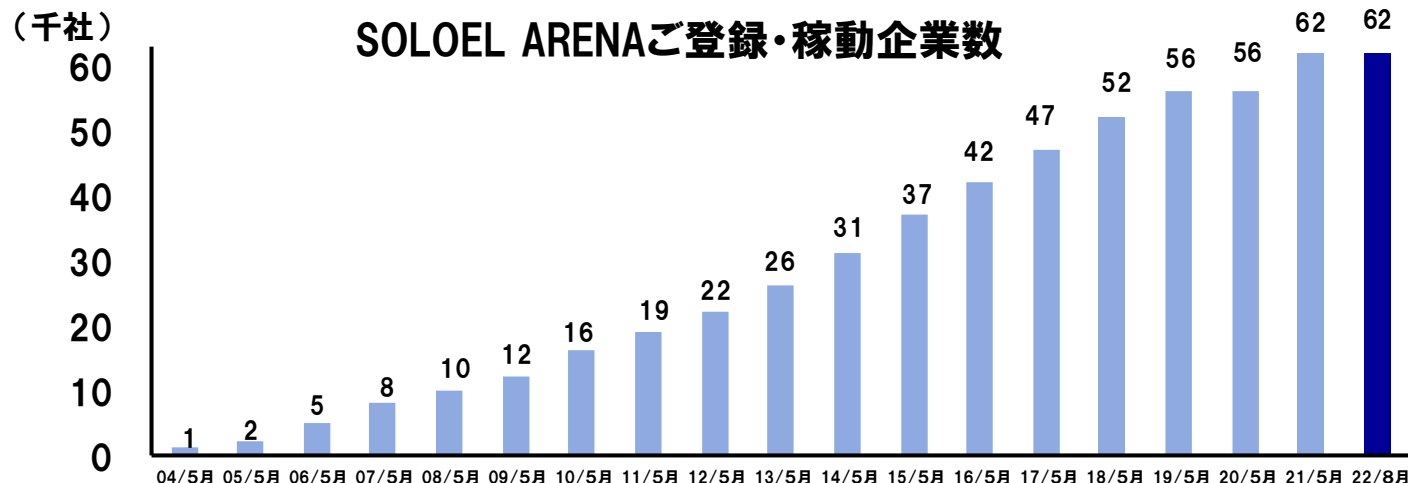
BtoB SOLOEL ARENA等実績



SOLOEL ARENA等売上金額



SOLOEL ARENAご登録・稼動企業数





売上総利益額 249億円 前年同期差 +1億円

売上総利益率 24.4% 前年同期差 $\Delta 0.4\text{pt}$

➤ BtoB事業カテゴリミックスの変化による影響

販管費 217億円 前年同期差 $\Delta 1$ 億円

販管費比率 21.2% 前年同期差 $\Delta 0.6\text{pt}$

➤ 人件費比率および配送費比率の改善



設備投資額 30億円(年間計画 134億円)

ASKUL東京DC関連 14億円

新アスクールWebサイト関連 9億円

(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	21/5期 第1四半期	22/5期 第1四半期	
	金額	金額	前年同期比
【設備投資額】	1,490	3,062	+105.5%
有形固定資産	655	1,605	+144.9%
無形固定資産	835	1,457	+74.5%
建設仮勘定(注2)	1,065	6,043	+467.1%
ソフトウェア仮勘定(注2)	1,318	4,069	+208.6%

(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



インターネット売上高比率

	21/5期 第1四半期	22/5期 第1四半期	前年同期差
インターネット経由	85.3%	87.7%	+2.4pt
上記以外	14.7%	12.3%	△2.4pt

(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)

	21/5期 8月度	22/5期 8月度	前年同月度差
オリジナル商品数	9,970	10,270	+300
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	26.5% (33.0%)	26.7% (33.9%)	+0.2pt (+0.9pt)

(注1) 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2) 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3) 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

アスクル環境方針


私たちアスクルグループは、仕事場とくらしと地球の明日を支える企業として、自らの事業活動を通じて、次世代につなぐ地球環境のために行動します。

脱炭素

- 「2030 CO₂ゼロチャレンジ」
2030年までに事業所および配送で排出されるCO₂をゼロにする
- 「RE100」
2030年までに、グループ全体での再生可能エネルギー利用率を100%に
22年5月期1Qで38%を実現
- 「EV100」
2030年までに、ASKUL LOGISTが所有・使用する配送車両を100%電気自動車に
21年5月期4Qに、軽車両EV7台を新たに導入



資源循環

- 「1 box for 2trees」
オリジナルコピー用紙1箱の購入で、
原材料の2倍となるユーカリの木
2本の植林を確認 
- 返品による商品廃棄の削減
廃棄処分につながる返品の削減
返品された商品の良品化
「わけあり品」としてお買い得価格で販売
- 使用済みプラスチック製品の
リサイクルバリューチェーン
環境省「令和2年度脱炭素社会を支える
プラスチック等資源循環システム構築実証事業」
プラスチック資源循環バリューチェーン構築と
ともに、CO₂排出量を削減する

環境に配慮した 商品開発・調達

- オリジナル商品の環境対応
品質やデザインだけでなく、環境にも
配慮したオリジナル商品開発

- リサイクル紙袋「Come bag(カムバッグ)」
紙袋本体の原紙に再資源化
したアスクルカタログを約15%
配合したFSC®認証※商品

※「適切な森林管理」を認証するFSC®認証制度。
FSC®認証商品を使うことで、森林保護につながります。
- バイオマス入りレジ袋の品揃え




アスクル環境方針

私たちアスクルグループは、仕事場とくらしと地球の明日を支える企業として、自らの事業活動を通じて、次世代につなぐ地球環境のために行動します。



2020年 CDP「気候変動Aリスト」企業に選定



「気候変動Aリスト」企業とは、国際的な環境非営利団体CDPより、最高評価の企業として選定されるもの。気候変動に対する取り組みとその情報開示において特に優れた活動を行っている企業に与えられる

2019年 「TCFD提言」への賛同表明
CDP「気候変動Aリスト」企業に選定



「TCFD提言」は、「気候関連財務情報開示タスクフォース(「TCFD」)」による気候変動がもたらすリスクおよび機会の財務的影響を把握し開示することを目的とした自主的な情報開示のあり方に関する国際的な提言

2018年 「エコファースト企業」「SBT」認定取得



「(SBT: Science Based Targets)」は、温室効果ガス排出削減目標を、パリ協定が目指す「2℃目標(2℃よりも十分低く保ち、1.5℃に抑える努力)」の達成に科学的に根拠ある水準の目標とすることに対して、国際的イニシアチブである「Science Based Targets」から取得する認定

2017年 RE100・EV100加盟

2016年 「国連グローバル・コンパクト」署名
「2030年CO2ゼロチャレンジ」発表



「エコファースト企業」は、地球温暖化対策、廃棄物・リサイクル対策など、環境保全に関する取り組みが、「先進的、独自のかつ業界をリードするような事業活動」を行う企業として環境大臣から受ける認定

2013年 環境中期目標策定



国連グローバル・コンパクト(UNGC)は、各企業・団体が責任ある創造的なリーダーシップを発揮することによって、社会の良き一員として行動し、持続可能な成長を実現するための世界的な枠組み作りに参加する自発的な取り組み

2003年 アスクル環境方針策定



「RE100」は、事業運営を100%再生可能エネルギーで調達することを目標に掲げる企業が参加する国際ビジネスイニシアチブ

「EV100」は、事業運営に関係する車両をすべて電気自動車に転換することを目標に掲げる企業が参加する国際ビジネスイニシアチブ



働く仲間とともに

●ダイバーシティ経営

「アスクルのダイバーシティ宣言」(2015年)

■多様な人材の活用

女性の活躍推進、女性管理職比率の向上
2025年までに女性管理職比率30%の目標を宣言
30% Club Japanへ参画

■多様な働き方の促進

育児休業・育児短時間勤務制度
介護休業・介護短時間勤務制度
介護セミナー開催
テレワーク制度:1カ月における回数制限撤廃
フレックスタイム制度:コアタイム撤廃
安心して働けるオフィス(防疫の徹底)



●ASKUL LOGIST 昼食の無償提供

物流・配送・本社で働く人たちが
心身共に健康で働けるよう昼食を無償提供し、
健康経営を推進



●ASKUL LOGIST 福岡物流センターにおける 地域社会と連携した障がい者雇用の取り組み

法定雇用率 25.8%※(民間企業の法定雇用率2.3%)
※事業所単位で試算した法定雇用率、2021年8月20日現在)

お客様とともに

●お客様の声から始まる改善活動

■お客様の声の共有

お客様から、お電話、メール、Webサイト、
Twitterなどに寄せられるご意見、ご要望、
ご指摘事項を全社員が把握できるように
社内へ配信

■「お客様満足度向上委員会」の運営

お客様からいただいた声を起点に、関係
する各部門が協力してサービス進化、品質
改善活動を実施

●お問い合わせ窓口の取り組み

■CS Weekの開催

日々最前線でお客様対応に携わるコミュ
ニケーターへ感謝を込めて、年に1回イベ
ントを開催
永年勤続表彰や、くじ引き大会、商品プレ
ゼントなど毎年様々な企画を実施

お取引先様との取り組み

●「ホワイト物流」推進運動への 賛同・自主行動宣言

トラック運転者不足に対応し、「トラック
輸送の生産性の向上・物流の効率化」
や「女性や60代以上の運転者等も
働きやすい、より『ホワイト』な労働環境
の実現」に取り組む運動

●サプライチェーンCSR調査

環境、安心・安全な商品、法令順守・
公正公平な取引、人権、労働環境、
リスクと変化への対応、の6項目に
ついて、サプライヤーの企業としての
取り組み状況を調査し、積極的な
コミュニケーションを図る

●「サステナブル調達方針」

2021年4月策定。持続可能な社会の
実現に貢献するために、お取引先様と
協働し、環境、安全、人権などに配慮し、
企業としての社会的責任を果たす

社会貢献活動

●インパクト投資と寄付による 東日本復興支援

メーカーと協力し、寄付とインパクト投資
で「循環型支援」を目指し、社会課題を
解決し、現地を活性化する東北3県の
事業を応援。第1回目の支援先は、宮城
県の土壌改良材メーカーと岩手県の製菓
メーカーに決定

●空気や水の環境を考える プロジェクト

エステ株式会社との共同企画で、
アスクル限定販売「エステトイレの
消臭剤・消臭スプレー」の売上の一部を
空気や水の環境改善に取り組む団体に
寄付し、その活動を支援
第一弾は特定非営利活動法人ウォーター
エイドジャパン

●対馬市SDGs連携協定締結

対馬市のSDGs未来都市計画と
アスクルの資源循環への取り組みの
考え方や方向性に共通点が多いことから
2021年2月SDGs連携協定書を締結
SDGsの目標達成に向けて、双方の
資源、ノウハウを有効に活用した共同
による活動を推進



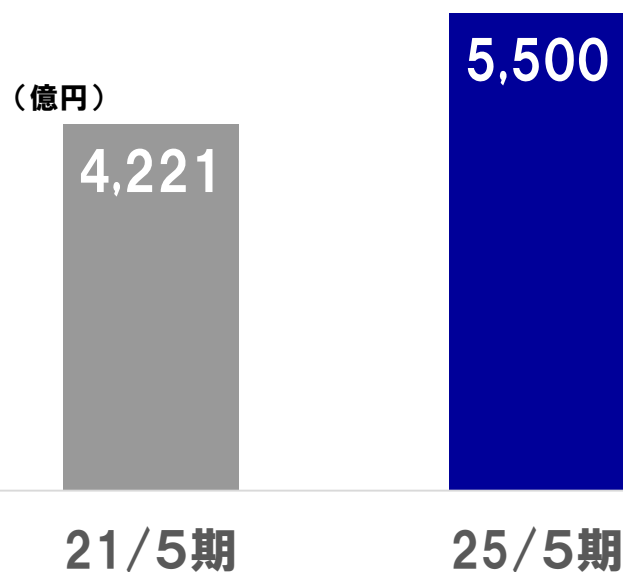
2025年5月期

売上高 5,500億円 営業利益率 5%

2022年5月期~2025年5月期 累計投資額 300億円強

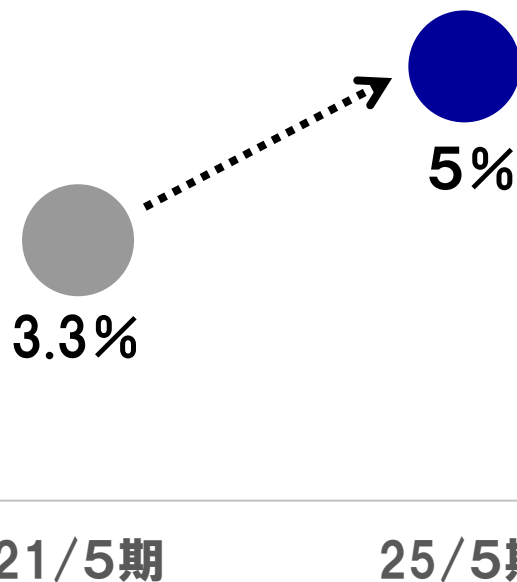
連結売上高

年平均成長率 **6%超**

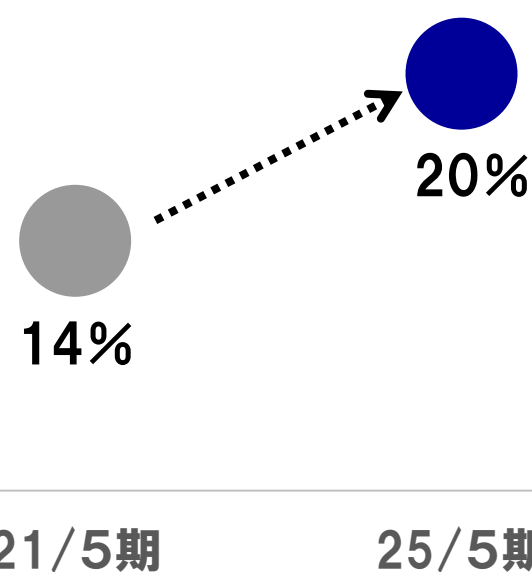


連結営業利益率

年平均成長率 **18%超**



連結株主資本利益率 (ROE)





中期の成長シナリオ

(2021年7月発表『2022年5月期～2025年5月期 中期経営計画』より)

BtoB最強ECサイト構築

戦略業種と品揃え拡大

Zホールディングスとのシナジー

プラットフォームの改革

21/5期

22/5期

23/5期

24/5期

25/5期

① BtoB最強ECサイト構築(新アスクルWebサイト)

中小事業所向けASKULと中堅大企業向けソロエルアリーナの2つのECサイトを一つに統合。両サイトの特長を結集するとともに、テレワーク対応機能も実装し、お客様の購入頻度・購入単価向上、購買集約による定着率向上でBtoB最強ECサイトを目指す

② 戦略業種と品揃え拡大

医療・介護および製造業の2大業種のお客様向け専門商材を中心に品揃え拡大。2021年5月比で取扱いアイテム数を2倍(1,800万)、在庫商品を4倍(33万)、オリジナル商品を1.4倍(1.2万)にする計画。新アスクルWebサイトと品揃え拡大の2つの施策で2025年5月期のBtoB二桁成長を牽引する

③ Zホールディングスとのシナジー

集客、サイト基盤、決済についてZホールディングスの基盤をフル活用し、当社は商品、物流、CRMといった強みに一層資源を集中。Zホールディングスグループとの連携を強化し黒字化後の再成長を実現する。2021年7月にはZホールディングスグループとの共同即配事業「PayPayダイレクト by ASKUL」が始動

④ プラットフォームの改革

物流センターの構造改革、BtoBとBtoCの物流融合、バリューチェーンのDX等の施策により、当社強みの高速物流を進化させ、ロングテールの「明日来る」を実現する計画。この計画実現に大きな役割を持つ東日本最先端フラッグシップセンター「ASKUL東京DC」が2022年夏に稼働開始予定



仕事場とくらしと地球の^{あす}明日に「うれしい」を届け続ける。