

2023年12月15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 吉岡 晃
(コード番号:2678 東証プライム)
問合せ先
役職・氏名 取締役 C F O 玉井 継尋
TEL 03-4330-5130

「2024年5月期第2四半期決算概要」のお知らせ

「2024年5月期第2四半期決算短信〔日本基準〕(連結)」に関する補足説明の資料として、添付の「2024年5月期第2四半期決算概要」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

2024年5月期 第2四半期 決算概要

2023年12月15日
アスクル株式会社



【免責事項】

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。本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、本資料への公認会計士、監査法人の関与はございません。

【セグメント】

- ✓ 当社は、「eコマース事業」、「ロジスティクス事業」を報告セグメントとしております。「eコマース事業」はOA・PC用品、文具・事務用品、生活用品、家具、飲料・食品、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・小口貨物輸送事業を指します。
- ✓ 各セグメントの業績算入対象は以下のとおりです。

セグメント		左記セグメントの業績算入対象	
		当社事業	主要関係会社
eコマース事業	BtoB事業	BtoB事業	株式会社アルファパーチェス、ビジネススマート株式会社、ソロエル株式会社、フィード株式会社、ASKUL LOGIST株式会社
	BtoC事業	LOHACO事業	株式会社チャーム、ASKUL LOGIST株式会社
ロジスティクス事業		---	ASKUL LOGIST株式会社
その他		---	孺恋銘水株式会社

【事業年度】

当社の事業年度は5月21日から翌年5月20日まで（月度は21日から翌月20日まで）です。

【その他】

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。



収益構造を大幅に改善、さらなる利益成長を目指す

連結業績

- 売上高・各段階利益ともに過去最高を更新
- 決算賞与引当金等の計上前（実力値ベース）2Q期間の営業利益は20%超の増益

BtoB事業

- 売上高二桁成長達成も計画対比では約1%の未達、通期での計画達成を目指す
- 売上総利益率・変動費比率の改善により営業利益は計画を上回る進捗
- 配送バーを予定どおり改定、さらなる収益構造改善と物流品質向上につなげる

BtoC事業（LOHACO）

- 売上高はほぼ底打ち、下期は商材拡大・大型販促効果等で再成長へ
- 営業利益は黒字継続、下期は自社販促も強化
- 店舗統合は大きなトラブルなく完了、マーケティングの効率化を推進

I 24年5月期 第2四半期実績

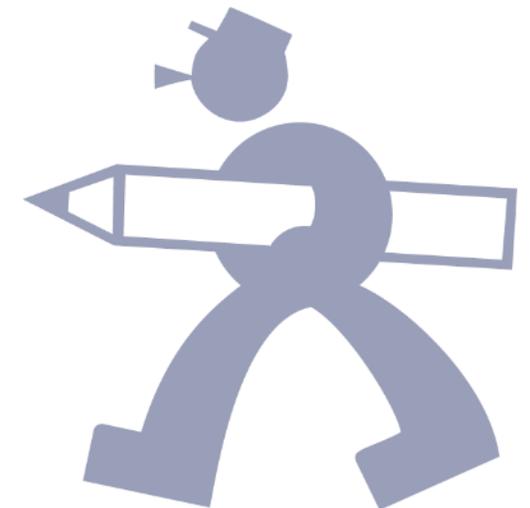
II 事業の進捗について

- BtoB
- BtoC

III ASKUL関東DCの新設と拠点再編

IV ESG・DX

V 付録





(百万円)	23/5期 2Q累計		24/5期 2Q累計		
	実績	売上高 比率 %	実績	売上高 比率 %	前年 同期比 %
売上高	220,251	100.0	231,288	100.0	105.0
売上総利益	53,572	24.3	57,631	24.9	107.6
販売費及び 一般管理費	46,827	21.3	50,388	21.8	107.6
営業利益	6,745	3.1	7,242	3.1	107.4
経常利益	6,709	3.0	7,104	3.1	105.9
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,481	2.0	4,637	2.0	103.5

➤ **売上高**
前年同期比105.0%
過去最高更新

➤ **売上総利益**
前年同期差 +0.6pt

➤ **営業利益・経常利益・
当期純利益**
過去最高更新

売上総利益率の改善と物流効率化により増益を達成

eコマース事業（単体）



固定費増の内訳

●新アスクルWebサイト	△ 10.8億円
<内訳>	
・償却費	△ 10.0億円
・移行費用等	△ 0.8億円
●ASKUL東京DC	△ 6.3億円
<内訳>	
・償却費	△ 5.4億円
・清掃警備費等	△ 0.9億円

23/5期 2Q

24/5期 2Q

24/5期 第2四半期業績【四半期別・事業別】

連結



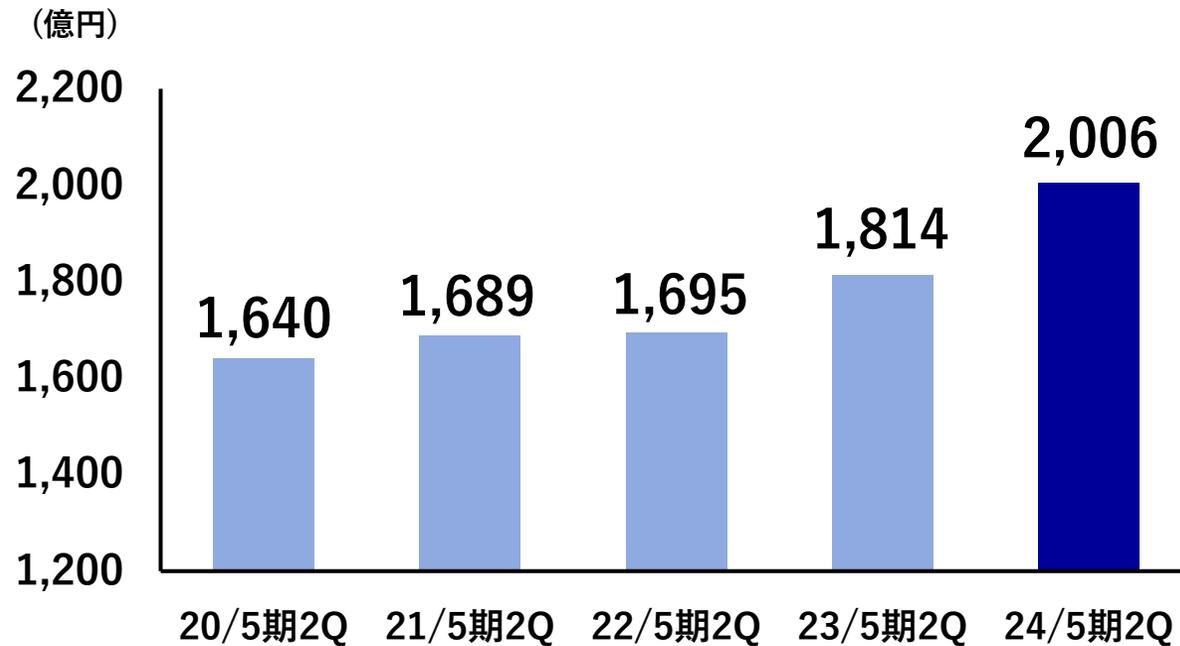
		23/5期				24/5期			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	前年同期差	前年同期比 %
売上高	BtoB事業	894	919	961	962	977	1,028	108	111.8
	LOHACO	139	114	110	97	88	86	△ 27	75.7
	BtoC事業 (チャーム含む)	182	158	153	137	130	130	△ 28	82.2
	eコマース事業	1,076	1,078	1,115	1,100	1,108	1,158	80	107.5
	ロジスティクス事業・その他	23	23	24	24	22	23	0	100.7
	連結合計	1,100	1,101	1,139	1,124	1,130	1,182	80	107.3
営業利益	BtoB事業	35	39	32	39	29	45	5	114.2
	LOHACO	△ 6	△ 2	3	6	1	1	3	—
	BtoC事業 (チャーム含む)	△ 5	△ 1	4	5	1	1	2	—
	決算賞与 (引当含む) 等	△ 0	△ 0	0	△ 1	△ 2	△ 2	△ 2	—
	eコマース事業	30	38	37	44	28	44	6	116.6
	ロジスティクス事業・その他	△ 0	△ 0	△ 0	△ 1	△ 0	△ 0	△ 0	—
連結合計	29	37	36	42	28	44	6	116.5	



売上高

前年同期比 110.6%

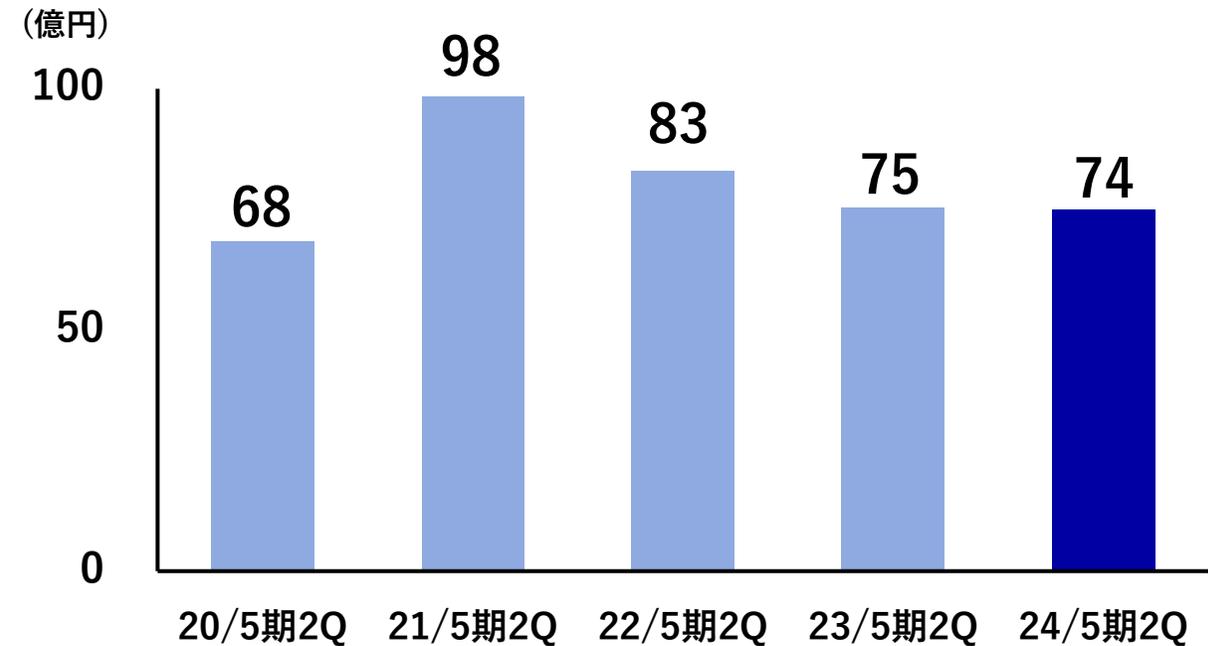
フィード社連結もあり
売上成長スピード加速



営業利益

前年同期比 99.3%

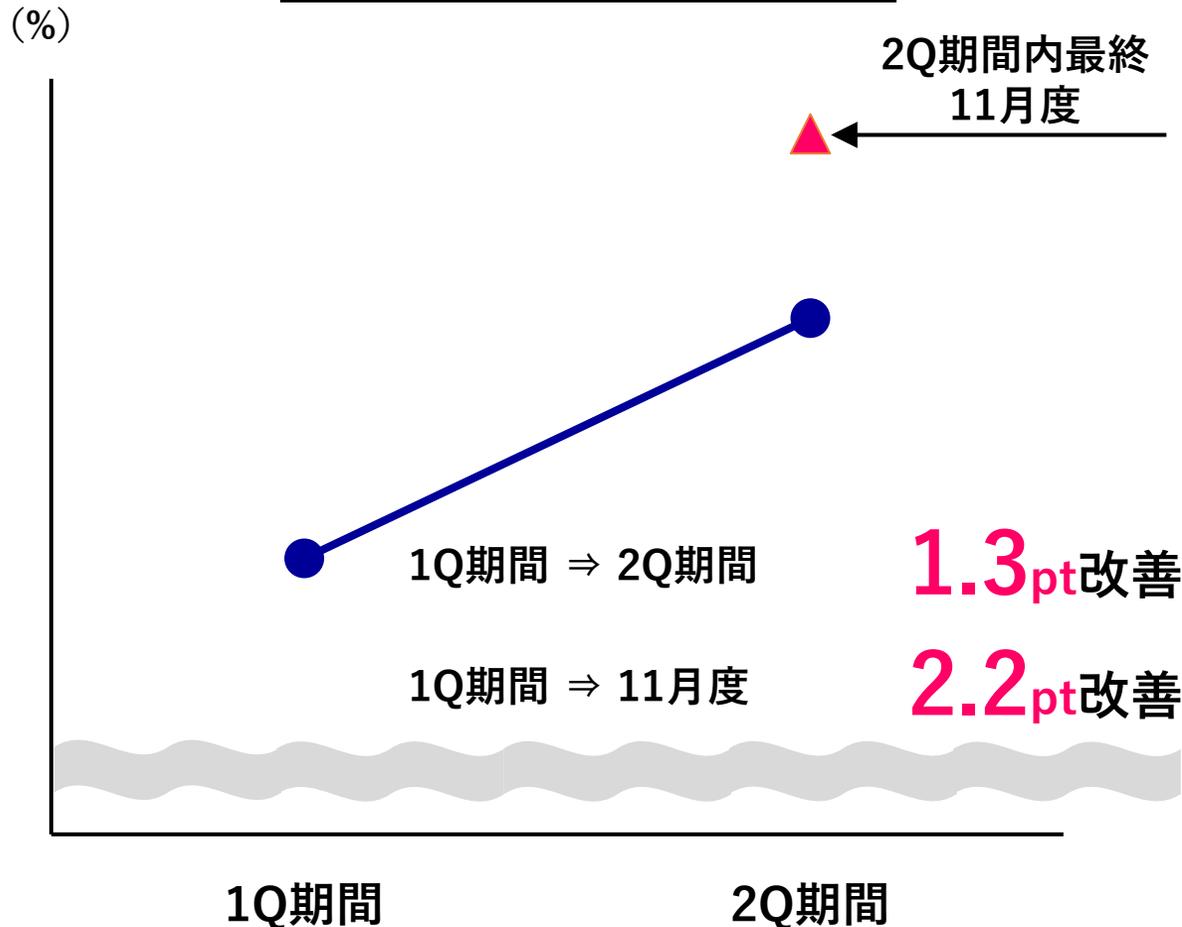
固定費の増加を吸収し前年並み
2Q期間のみでは二桁増益





収益構造が変わり、限界利益率が大幅改善

単体BtoB 限界利益率



売上総利益率の改善

- ✓ 主力商品の為替ポジション回復
- ✓ 機動的な価格改定
- ✓ オリジナル商品の売上高構成比上昇

変動費比率の改善

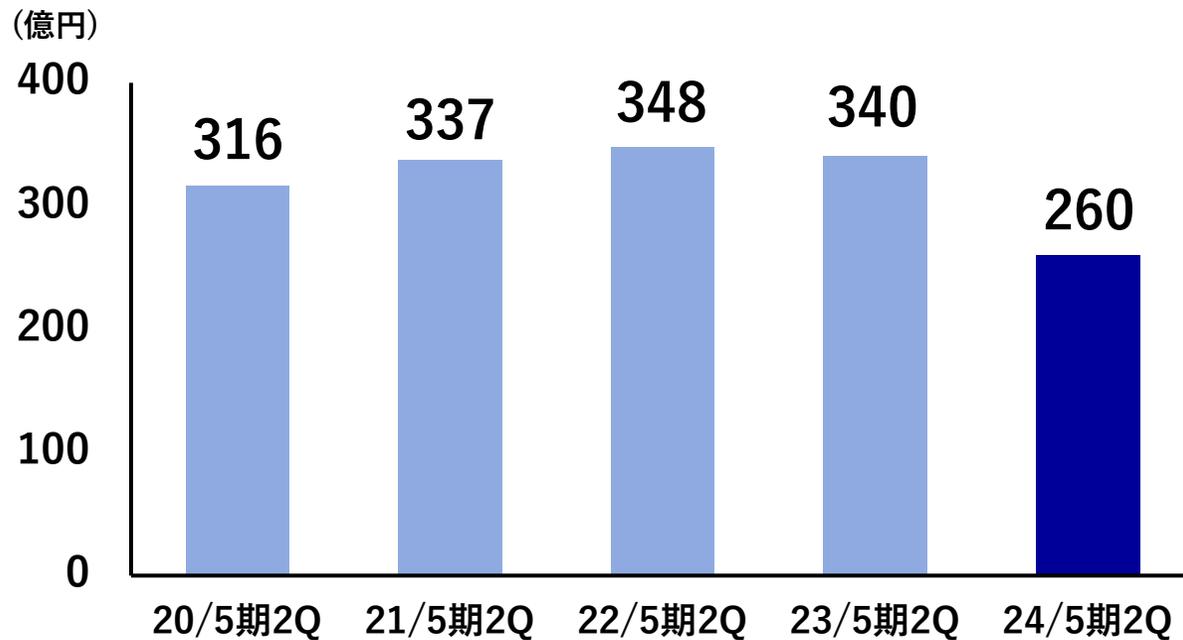
- ✓ 継続的な一箱あたり売上単価の上昇
(最終月度11月度の20日間は配送バー改定も貢献)
- ✓ ASKUL東京DCの庫内生産性改善
- ✓ 在庫配置最適化による個口割れの減少



売上高

前年同期比 76.4%

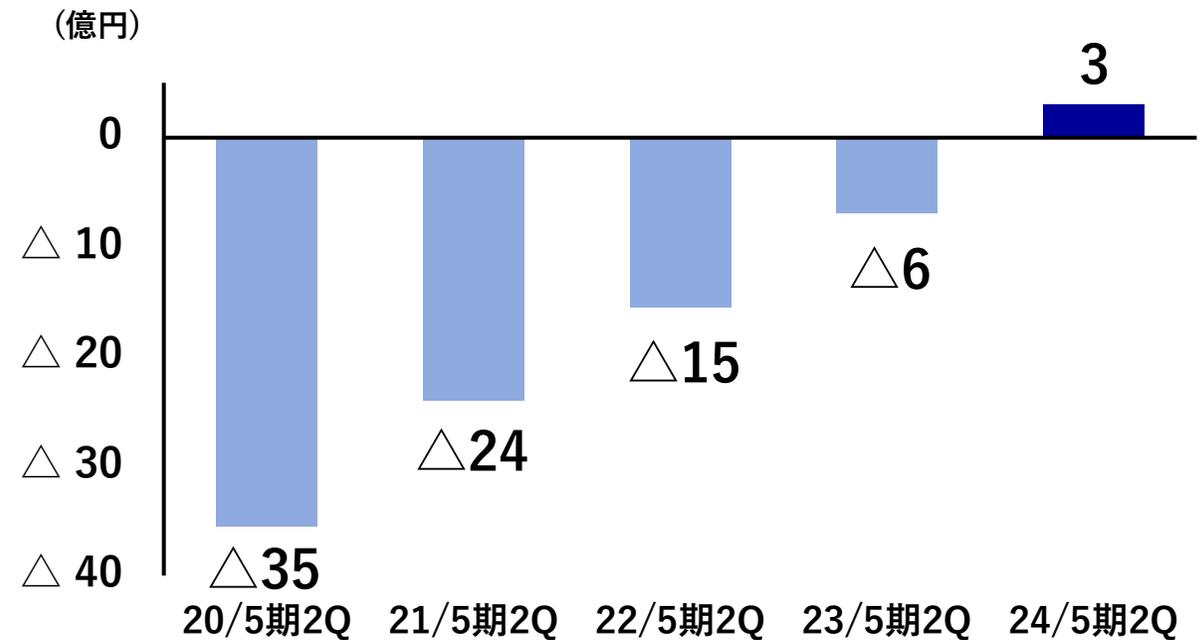
ほぼ底打ち、下期の再成長に注力



営業利益

前年同期差 +10億円

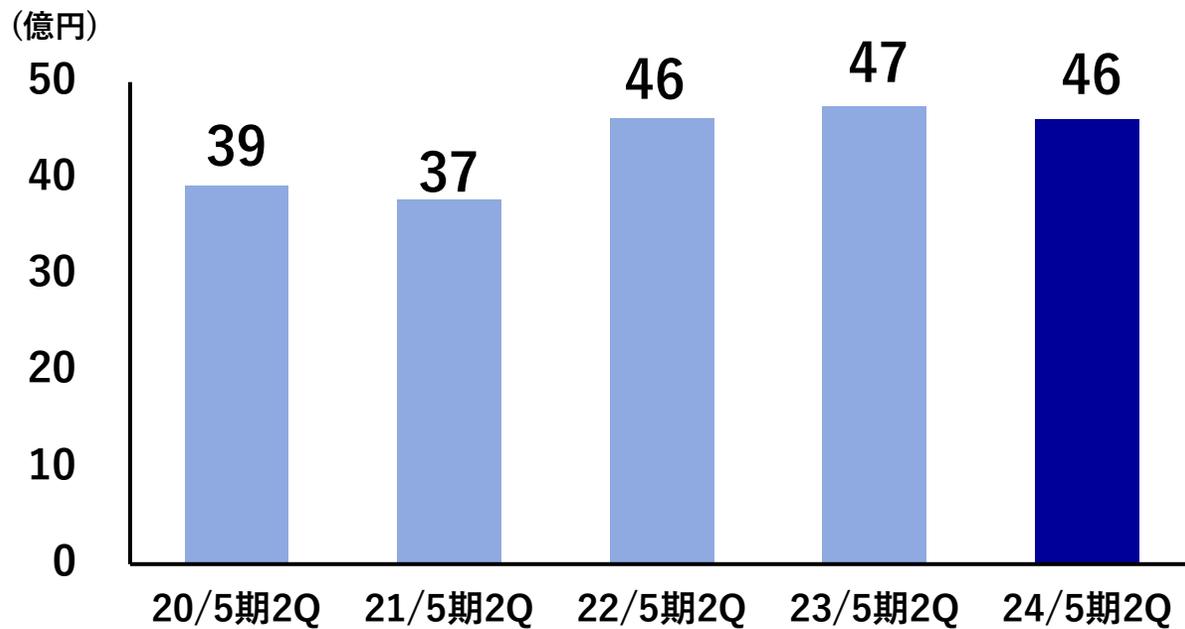
黒字継続、下期は販促強化



売上高

前年同期比 97.4%

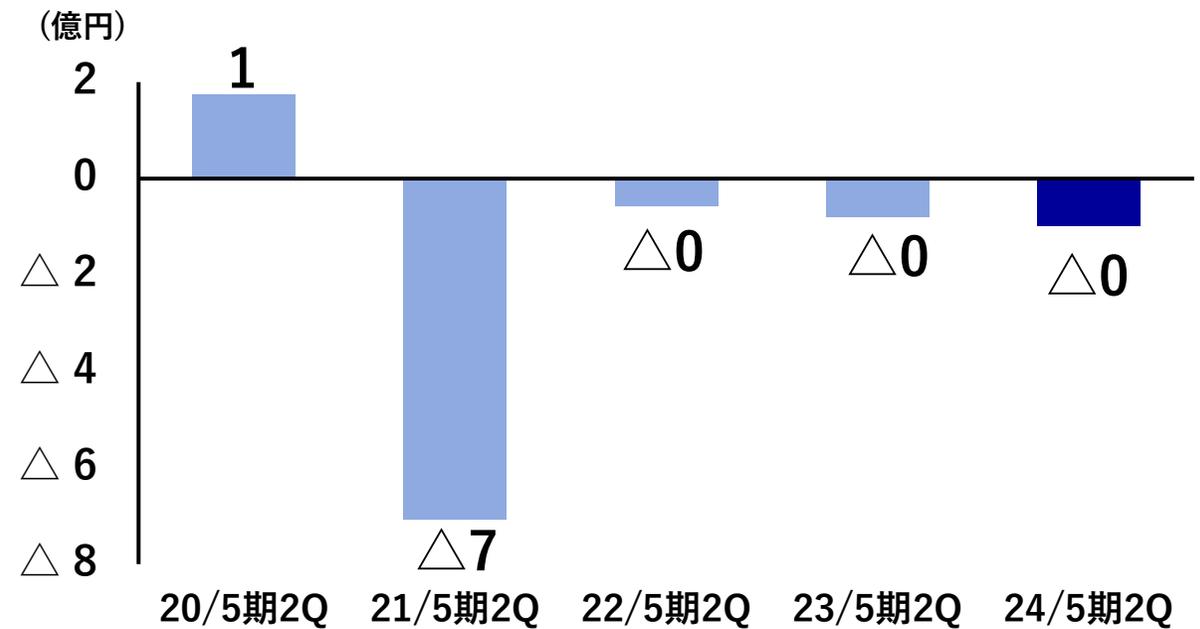
前年同期並みの売上高を継続



営業利益

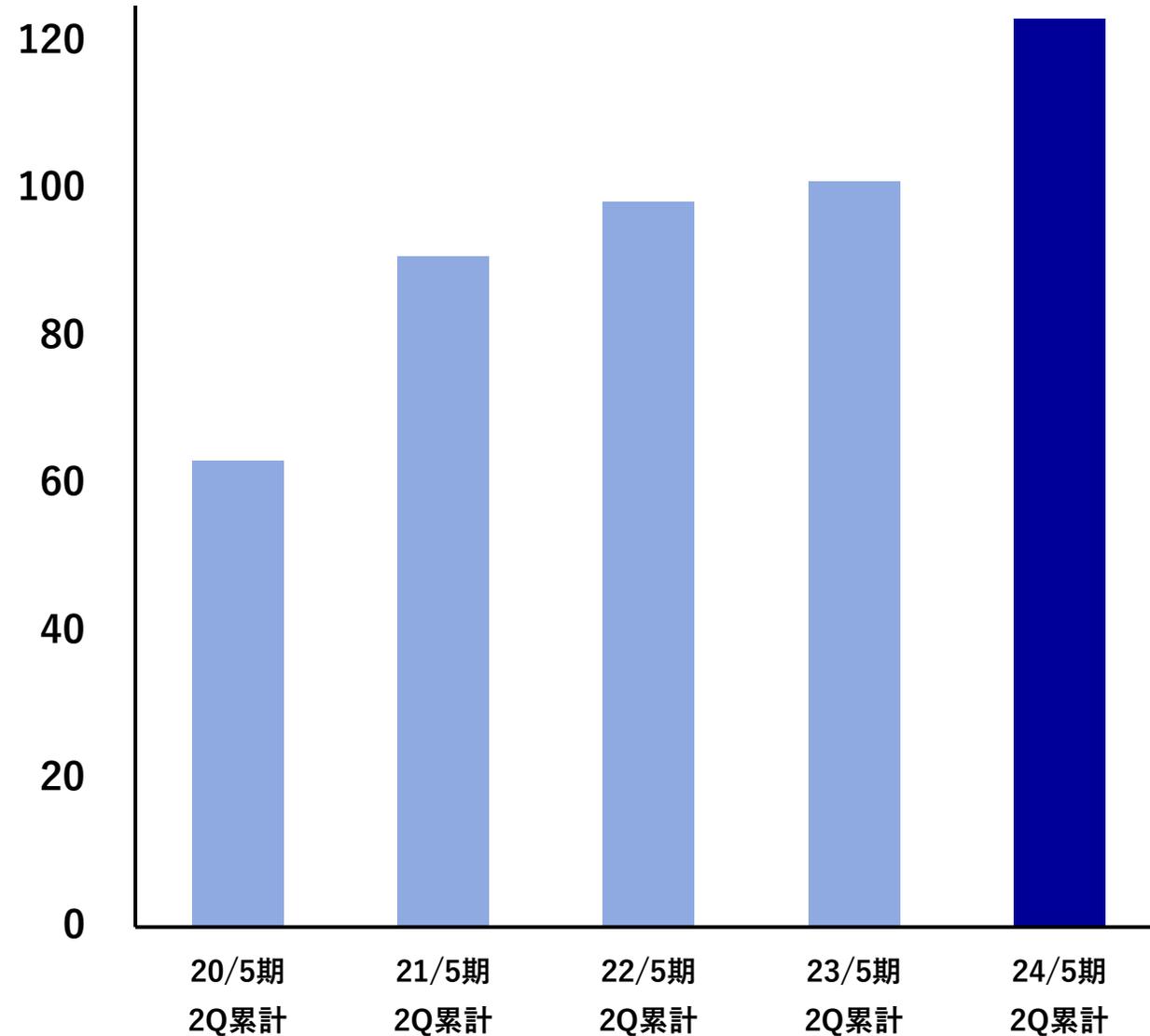
前年同期差 △0億円

1Qから2Qにかけて収益性改善
通期黒字化を目指す





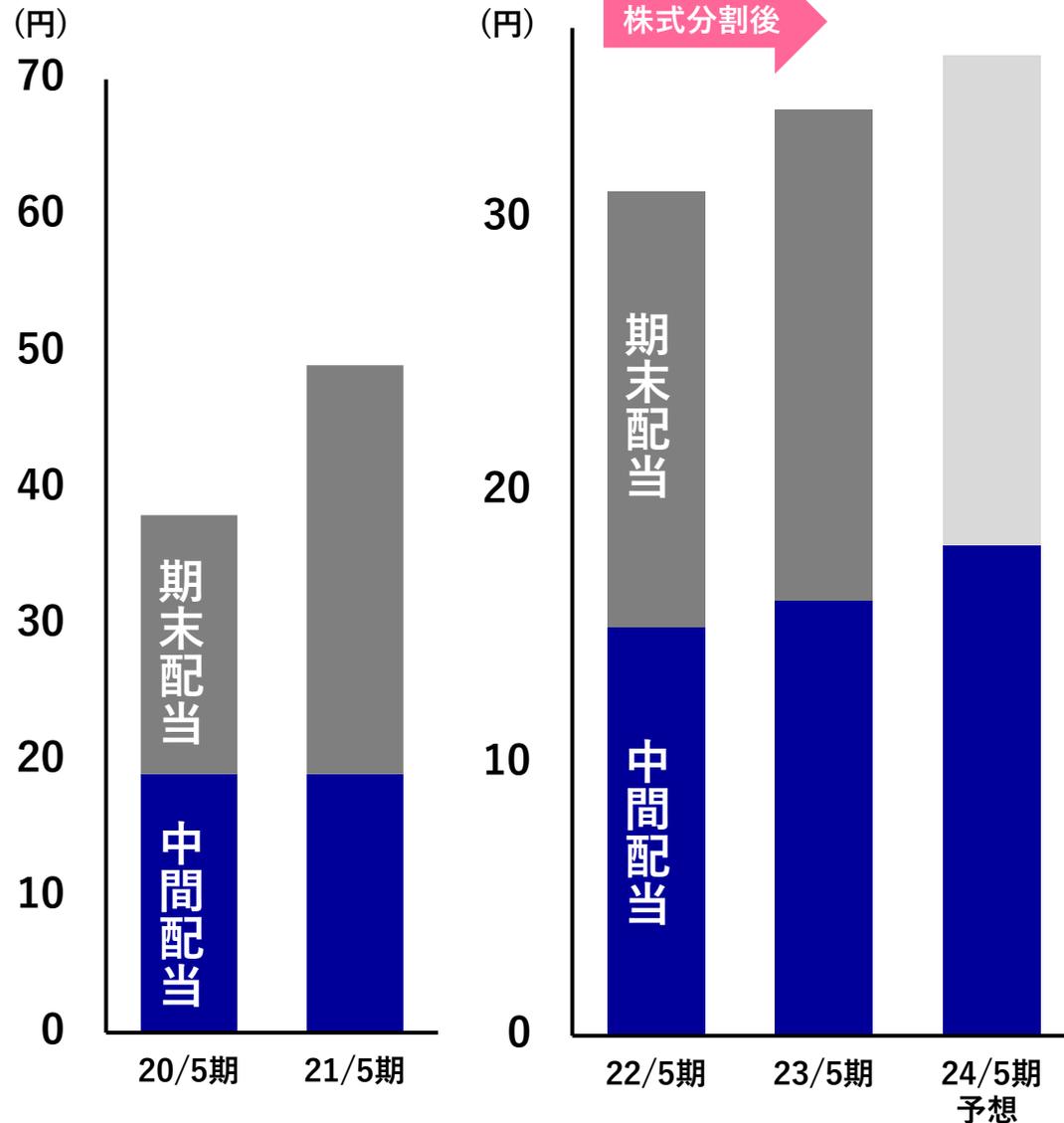
(億円)



大きな利益成長に先行して
EBITDAは拡大



1株あたり年間配当金



24/5期 中間配当

⇒ 1株あたり配当金18円

(期初計画：中間18円、期末18円)

期初計画どおり

中間配当2円増配

利益成長に応じて増配

※2021年5月21日に1株を2株に分割

I 24年5月期 第2四半期実績

II 事業の進捗について

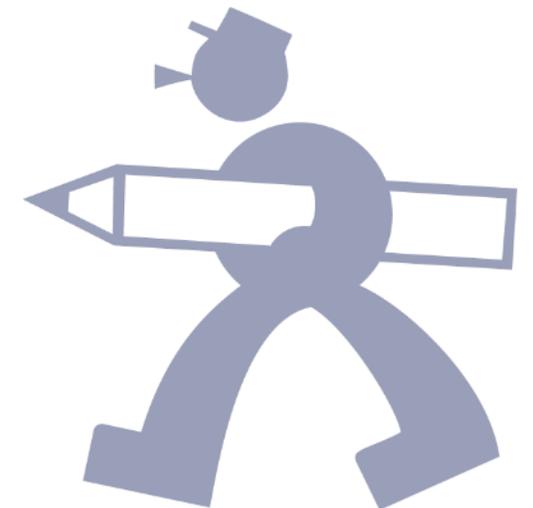
- BtoB

- BtoC

III ASKUL関東DCの新設と拠点再編

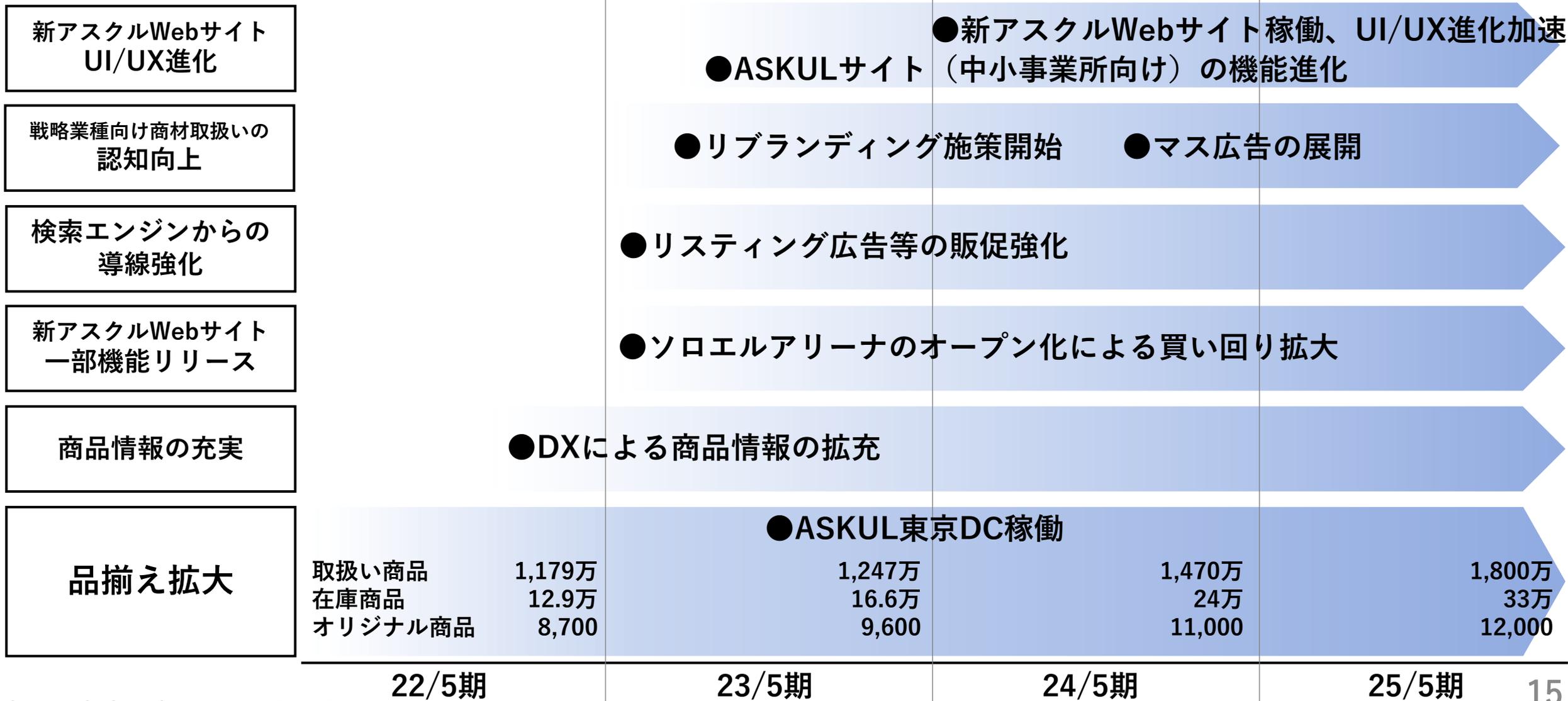
IV ESG・DX

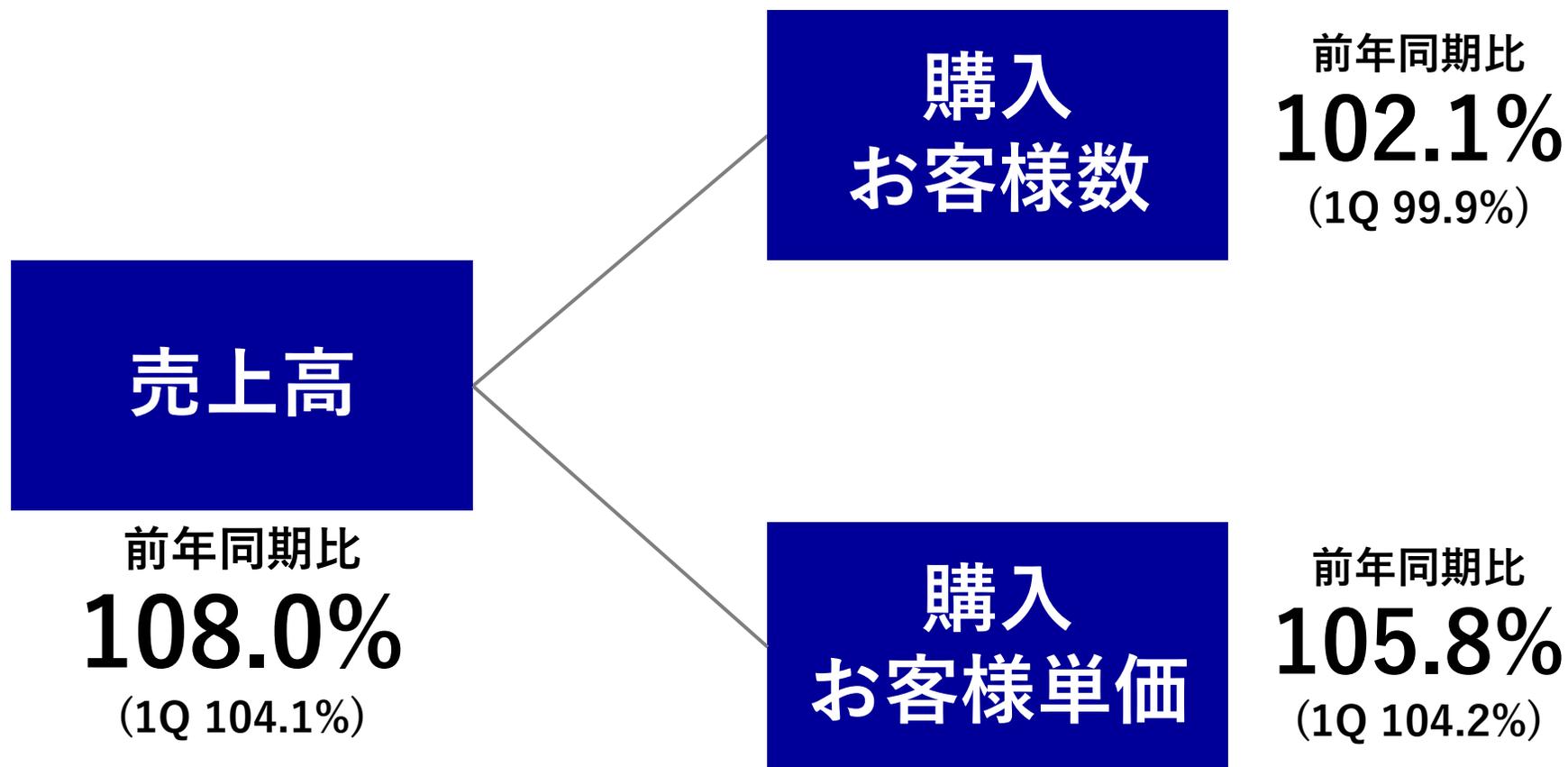
V 付録





施策の相乗効果により最終年度で二桁成長を実現







生活用品が好調継続、メディカルは反動減縮小傾向

(億円)	21/5期		22/5期		23/5期						24/5期							
	2Q		2Q		1Q		2Q		3Q		4Q		1Q		2Q			
	構成比 %	前年同期差	前年同期比 %															
OA・PC	239	29.8	234	29.7	228	28.1	242	29.2	255	29.8	257	29.8	241	28.6	262	29.3	20	108.2
文具	101	12.7	99	12.6	95	11.7	101	12.2	106	12.4	118	13.6	98	11.7	109	12.2	8	108.1
生活用品	205	25.6	217	27.5	252	31.1	245	29.5	249	29.1	249	28.8	276	32.7	276	30.8	31	112.9
ファニチャー	51	6.4	51	6.5	45	5.6	45	5.5	47	5.5	61	7.2	49	5.9	51	5.8	6	114.5
MRO	90	11.3	94	11.9	97	12.0	104	12.5	107	12.5	102	11.9	103	12.2	111	12.4	7	107.2
メディカル	93	11.7	74	9.4	78	9.6	73	8.8	73	8.6	57	6.7	56	6.7	61	6.8	△12	83.6
その他	20	2.5	19	2.5	14	1.8	19	2.3	18	2.2	18	2.1	18	2.2	24	2.7	5	126.3
合計	803	100.0	790	100.0	811	100.0	831	100.0	858	100.0	865	100.0	844	100.0	898	100.0	66	108.0

※ 24/5期より生活用品カテゴリの一部商品をファニチャーカテゴリへ付け替えております

BtoB 品揃え拡大(取扱い商品、在庫商品)

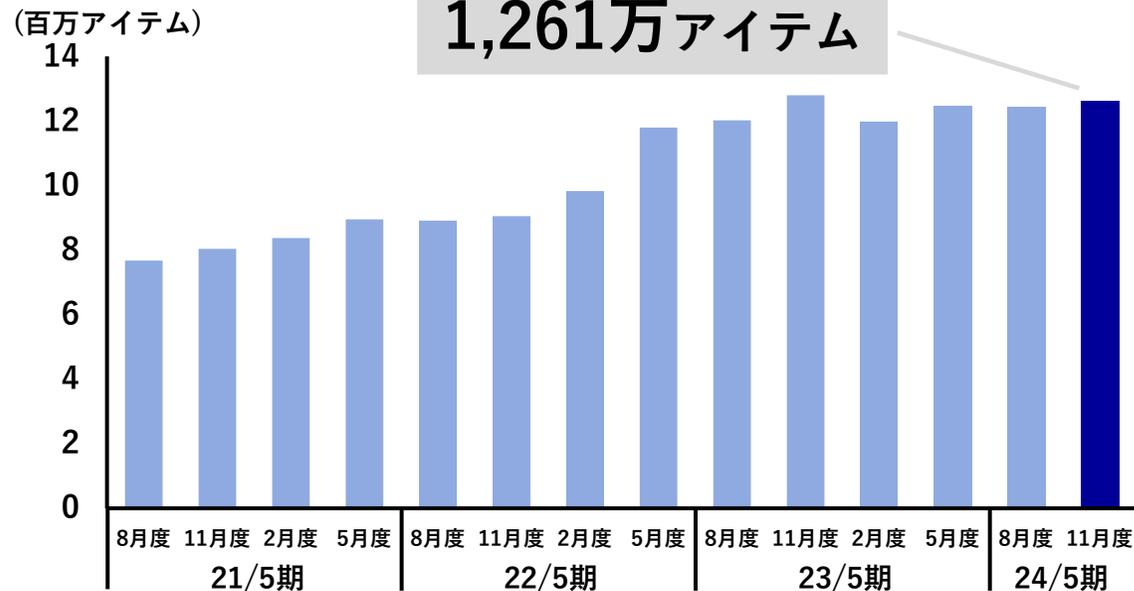
単体



取扱い商品
(中期目標1,800万アイテム)

✓ 2Q期間 17.9万アイテム増加
新規投入数は35万アイテム超

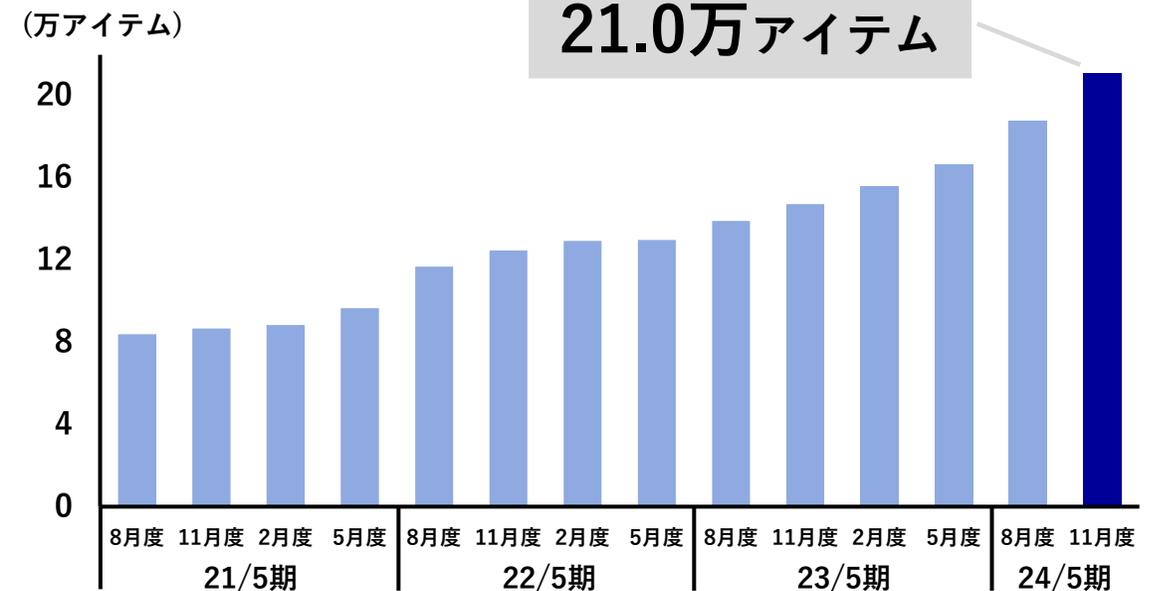
下期に投入スピード加速
通期は1,470万アイテムを目指す



在庫商品
(中期目標33万アイテム)

✓ 2Q期間 2.3万アイテム増加
ほぼすべてのカテゴリで増加

通期目標24万アイテムに向け順調な進捗
目標の前倒し達成も視野



BtoB 品揃え拡大(オリジナル商品※1)

単体

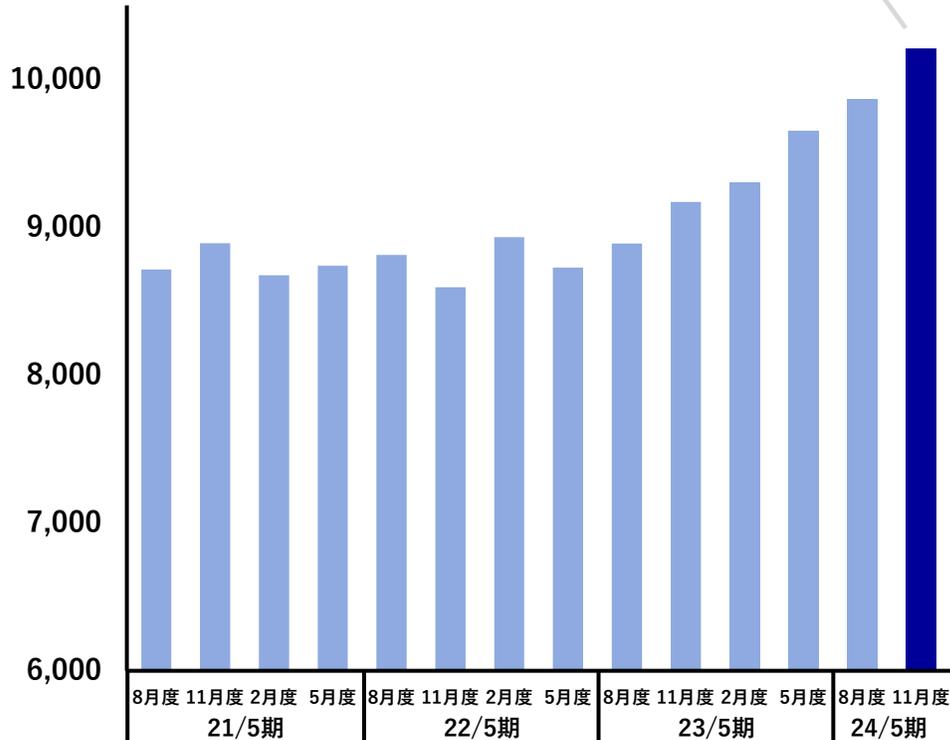


商品数
(中期目標1.2万アイテム)

10,200アイテム

通期目標 11,000アイテム

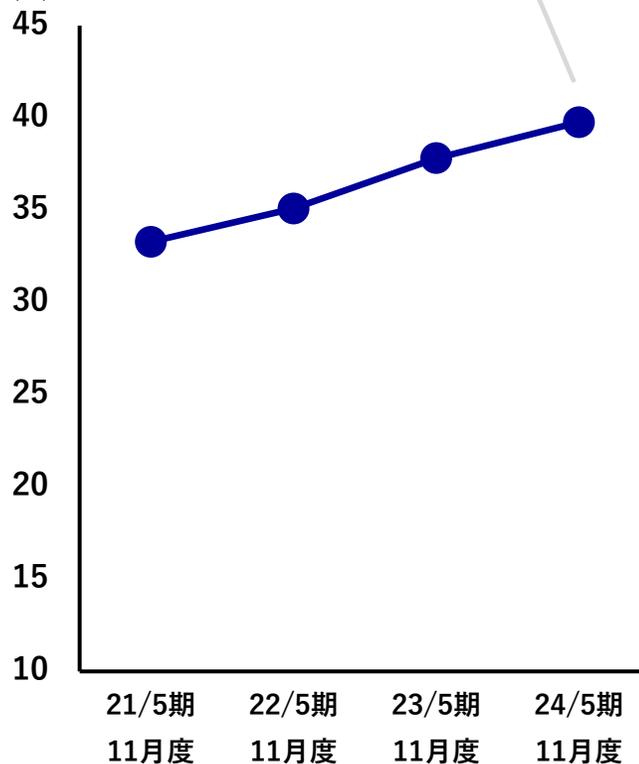
(アイテム)



売上高構成比
(BtoB在庫商品売上高)

39.8%

(%)



戦略2大業種※2向け
オリジナル商品
開発強化

売上高構成比
40%超へ

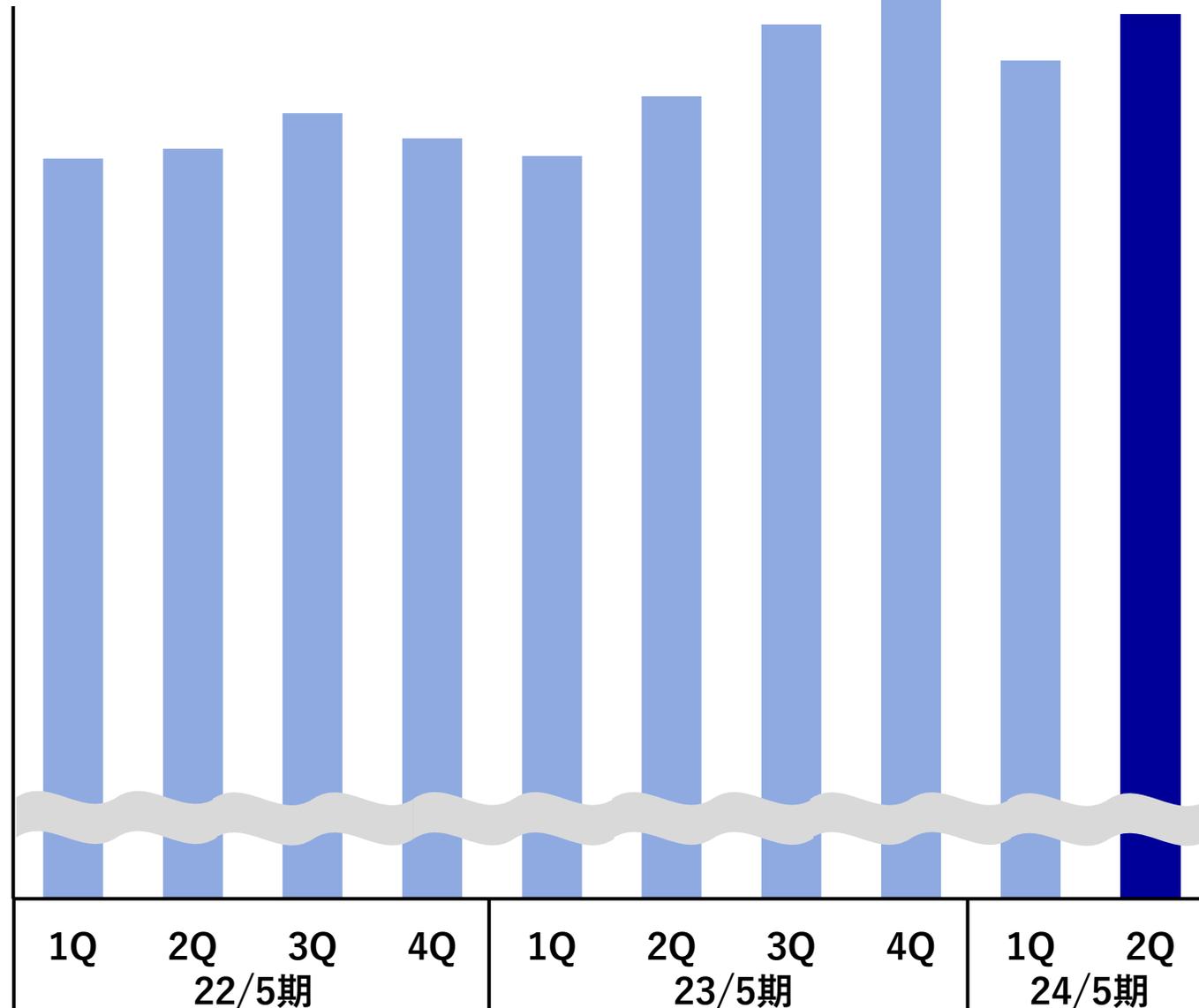
※1 オリジナル商品にはアスクルでの限定販売商品を含む
LOHACOのみで販売しているオリジナル商品は除外
※2 「医療・介護」「製造業」の2業種

BtoB 一箱あたりの売上単価

単体



(円)



24/5期 2Q期間
前年同期比 105.7%
2Q期間 4億円相当の配送費低減



3Q以降も
上昇を見込む
配送バー改定効果※が継続貢献

※ 10/31 18時以降のご注文分が対象 20



サービス名称・特長（明日来る） ・ 戦略商材取扱いの認知向上

テレビコマーシャルのワンシーン



テレビコマーシャル

- ✓ 2023年11月6日～2023年11月20日
全国で実施
- ✓ サービスの名称と特長の認知向上

<https://www.youtube.com/watch?v=qO6EsdzLIpo>

YouTube広告

- ✓ 2023年11月6日～2023年11月20日
- ✓ 戦略業種である医療・介護と製造業向け
専門商材の認知向上

医療・介護

<https://www.youtube.com/watch?v=Bth67c7R9vQ>

製造業

https://www.youtube.com/watch?v=aC5F_pazhYE



複数施策の実行スピードを上げる

戦略業種向け商品の強化

- ①新規取扱い商品の拡大
- ②ロングテール商品の在庫化と戦略的な価格設定

オリジナル商品の品揃え拡大

2Q累計売上高 前年同期比 113%

商品価格適正化による 購買需要の喚起

新アスクールWebサイトへの お客様移行

上期はお客様数全体の約3割が移行
下期は購買規模が大きいお客様の移行を開始

I 24年5月期 第2四半期実績

II 事業の進捗について

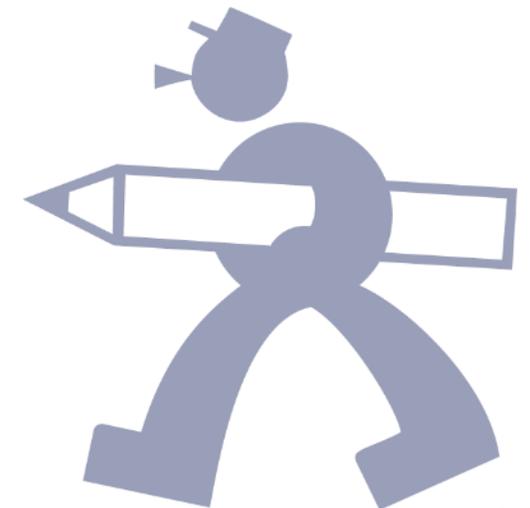
- BtoB

- **BtoC**

III ASKUL関東DCの新設と拠点再編

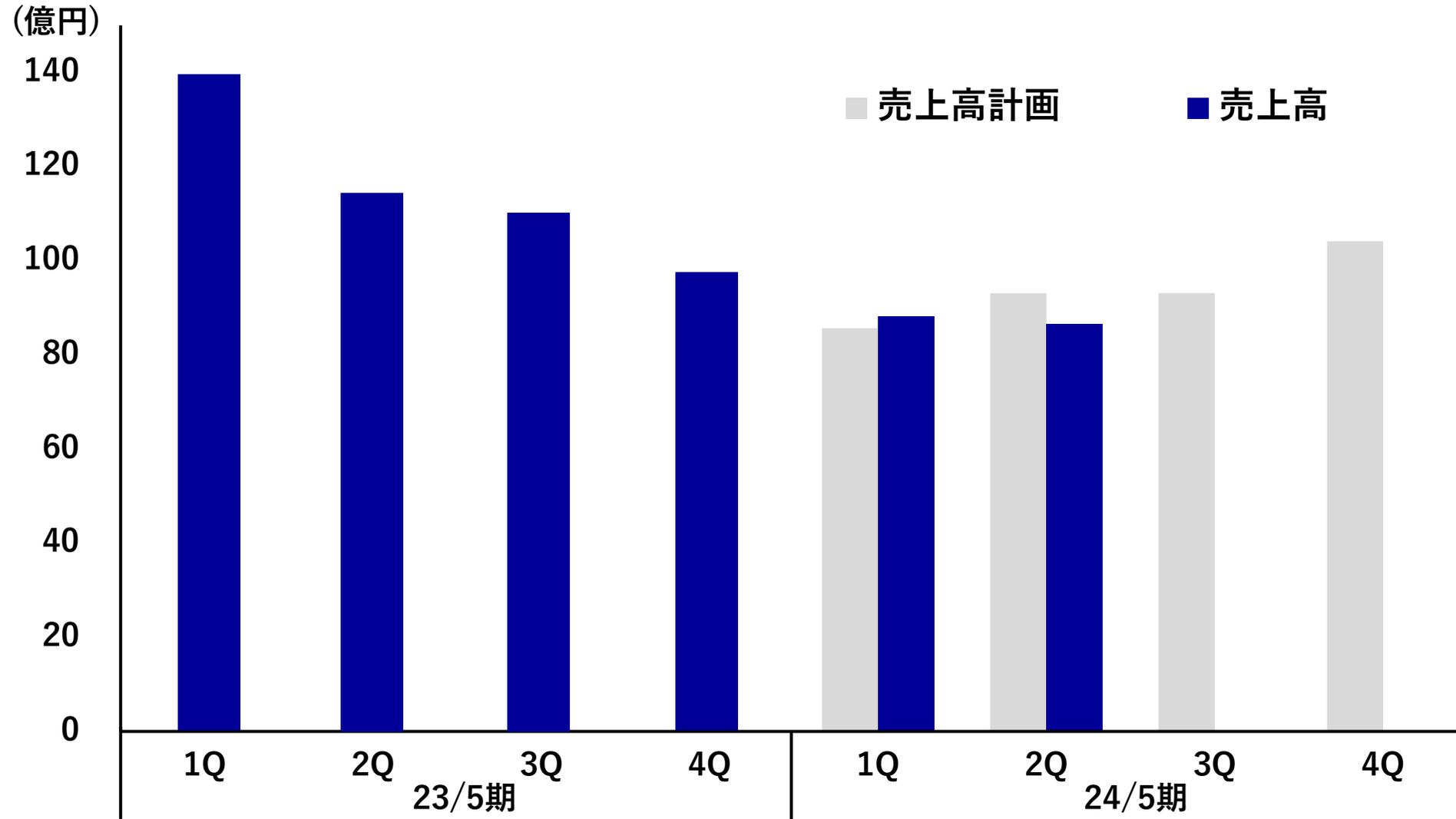
IV ESG・DX

V 付録





大型販促効果が3Q期間へずれた影響により2Qは未達





マーケティング施策と商品施策の両軸で 3Q以降の売上成長を加速

マーケティング施策

- ✓ 新規顧客獲得に向けた販促
- ✓ まとめ割を促進する機能改善
- ✓ 最小販売単位の見直しと価格訴求

LINEヤフーとのシナジー

- ✓ LYPプレミアムの開始により
顧客基盤の拡大を見込む

商品施策

- ✓ BtoBの規模感を活かした品揃え強化

大容量洗剤



小容量ペットボトル飲料



園芸・DIY用品



食品



介護用品



I 24年5月期 第2四半期実績

II 事業の進捗について

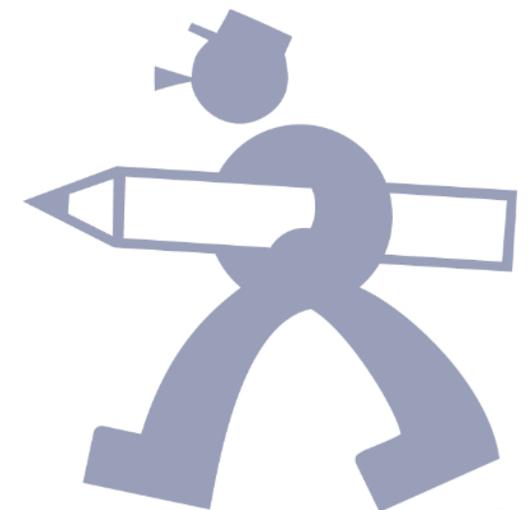
- BtoB

- BtoC

III **ASKUL関東DCの新設と拠点再編**

IV ESG・DX

V 付録





新設する物流センターの概要

名称	ASKUL 関東 DC (DC: ディストリビューション・センター)
所在地	埼玉県上尾市
賃借開始	2024年6月
稼働開始	2025年6月 (予定)
賃借面積	約90,000m ²
設備投資	180億円 (予定) <内訳> マテハン150億円、建築20億円、システム10億円 ※アスクル最大のAVC関西と同等の出荷能力
構造	免震構造 地上5階建

イメージ図

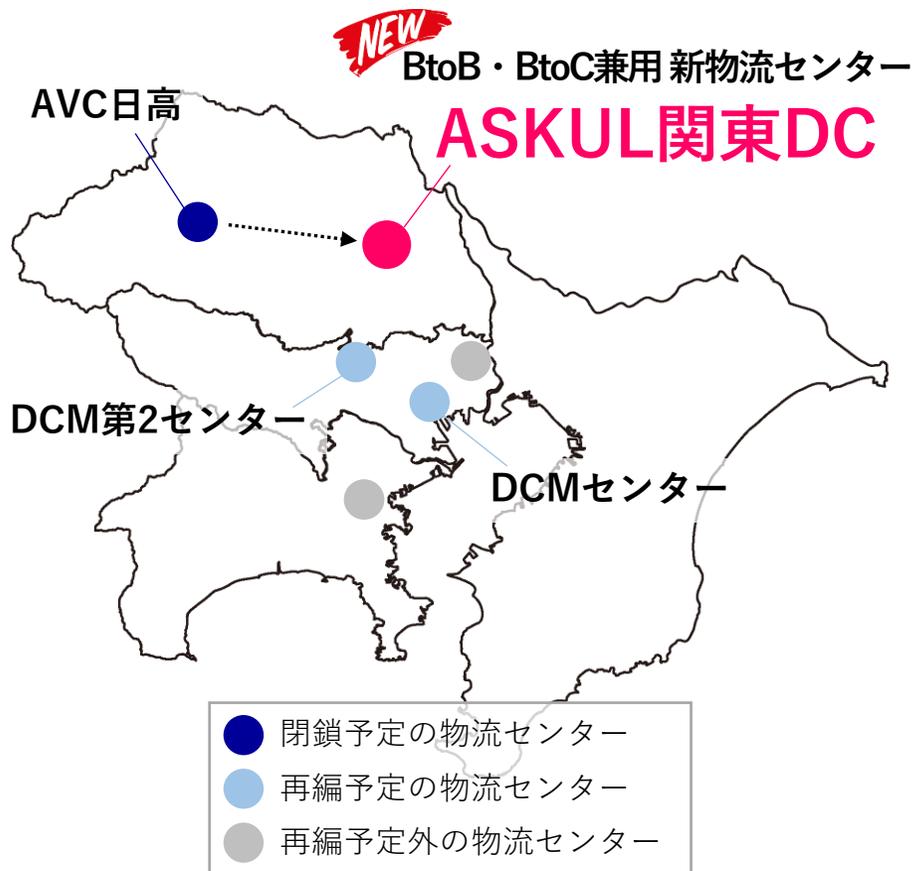


立地の優位性

- ✓ 圏央道、東北自動車道、首都高が近く
東日本全域へアクセス容易
- ✓ 周囲に住宅地や大規模商業施設あり
電車やバス等で通勤容易。人材確保しやすい



さらなる売上成長下支えと構造的ローコスト化を両立



都内所在の物流センターも対象に
関東圏の物流拠点再編を検討

①BC※拠点集約による出荷能力の効率的活用

- ✓ 出荷能力が余剰となっているBtoC専用のAVC日高を閉鎖し新物流センターに集約、BC※最適に配分
- ✓ 拠点集約により地代家賃総額の増加を抑制

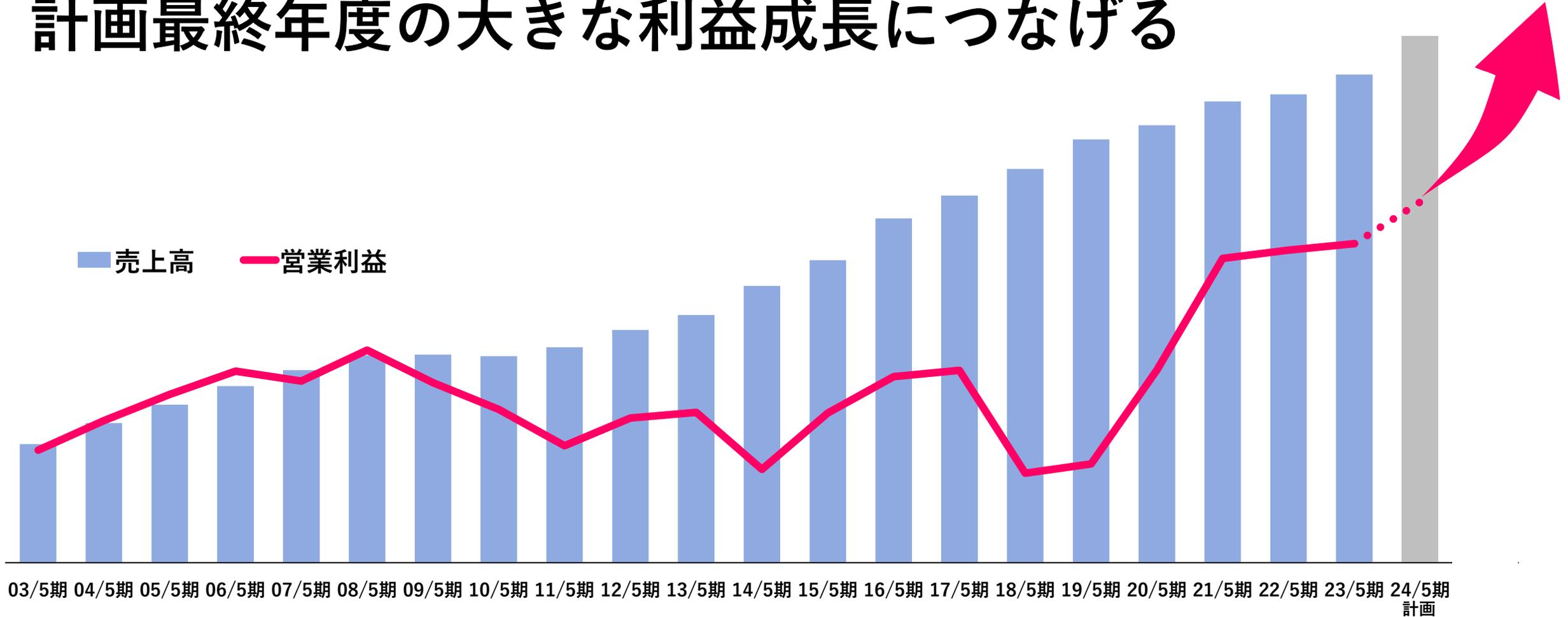
②配送効率の向上

- ✓ 新物流センターにロングテール商品を集約・拡大し、一箱でお届けすることで一箱あたり売上単価が向上
- ✓ ロングテール商品に対応した物流拠点の東西2拠点化により輸配送距離が短縮され、配送費低減
- ✓ サプライヤー・配送パートナー企業の環境・物流負荷低減にも寄与

※BtoB事業とBtoC事業であるLOHACOの両事業を指す略称。組織や物流などの事業プラットフォームの統合によりさらなる効率化を進める文脈で使用



売上成長の加速とともに利益成長をスタートさせ 計画最終年度の大きな利益成長につなげる



I 24年5月期 第2四半期実績

II 事業の進捗について

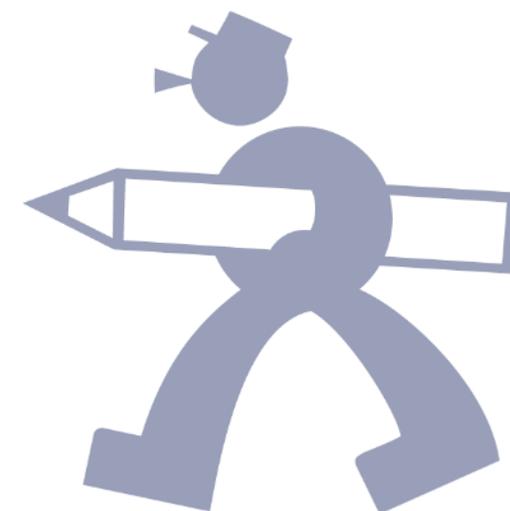
- BtoB

- BtoC

III ASKUL関東DCの新設と拠点再編

IV ESG・DX

V 付録





2023年9月

コクヨサプライロジスティクスと「同一輸送先への共同輸送に関する実証実験」を実施

- 2021年9月から実証実験を開始し、2022年10月から本格稼働
- 当社物流センターへコクヨ社製品を納品する際に、別拠点の当社物流センターでの荷積み工程を組み入れ、当社の在庫移動（横持ち）商品を合積みすることで、両社の輸送車両を効率的に集約
- これまでにCO2排出量18.7トン削減、車両積載率9%向上を実現
- 令和5年度物流パートナーシップ優良事業者表彰において「経済産業大臣表彰」を受賞

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/cEro/Y5m7/SmrE.pdf>

2023年10月

国内初1トンクラスEVトラック「folofly F1 VAN」を導入

- フォロフライ社の航続距離300kmを誇る、国内初の1トンクラスEVトラックを導入
- 2030年CO2ゼロチャレンジの達成に向け、ラストワンマイルにおけるCO2削減を進める

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/NvAy/BUAr/ieqf.pdf>



2023年11月

統合報告書「ASKUL Report 2023」発行

- 当社のエシカルeコマース実現に向けた取組みと中長期的な企業価値向上に向けた価値創造について発信
- エシカルeコマースに関する取組みの紹介、財務・投資戦略、CEO・CFOと社外ステークホルダーとの対談や独立社外取締役の座談会などを掲載

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/MH4b/gtWR/Zg9g.pdf>





2023年8月

花王・コクヨと共同で「発注量の平準化に関する実証実験」を実施

- 2022年4月から2023年1月まで、アスクル・花王・コクヨと共同でEC事業者起点の独自のAIを用いた需要予測・需要変動を取り込み発注量を平準化する実証実験を段階的に実施
- サプライヤーへの商品発注量を平準化し物量の波動を吸収することにより、輸送車両台数とCO2排出量の削減を目指す取組み
- 輸送車両台数とCO2排出量削減等の成果を確認し、2023年2月から他のサプライヤーへ取組みを拡大

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/cEro/Ef0f/lQsb.pdf>

2023年11月

全社員を対象に自社専用対話型生成 AI ツールを運用開始

- Microsoft 社が提供する「Azure OpenAI Service」を利用した自社専用対話型生成 AI ツールを導入
- 全社員のデジタルリテラシーの向上、および業務効率化を目的として活用を推進

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/MH4b/YDRm/W8y8.pdf>

2023年11月

物流センターと補充倉庫間の商品横持ち計画にAI需要予測モデルを活用

- 当社の物流センターとその近郊に位置する補充倉庫間の商品横持ち指示に活用し、「いつ・どこからどこへ・何を・いくつ運ぶべきか」をAIが指示
- 導入により、ALP横浜センターにおいて商品横持ち指示の作成工数約75%減/日、入出荷作業約30%減/日、フォークリフト作業約15%減/日を達成

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/gX9u/GltT/SEA1.pdf>

I 24年5月期 第2四半期実績

II 事業の進捗について

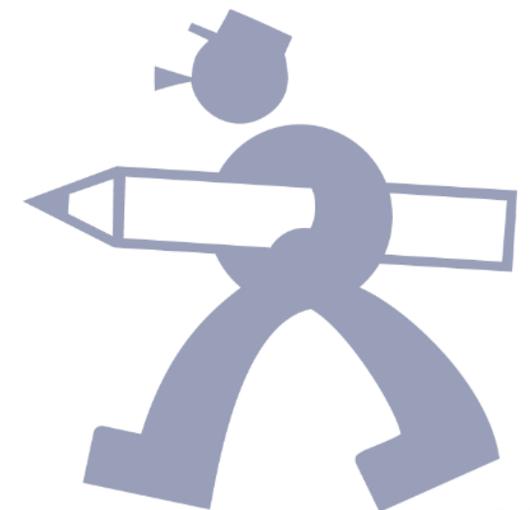
- BtoB

- BtoC

III ASKUL関東DCの新設と拠点再編

IV ESG・DX

V 付録



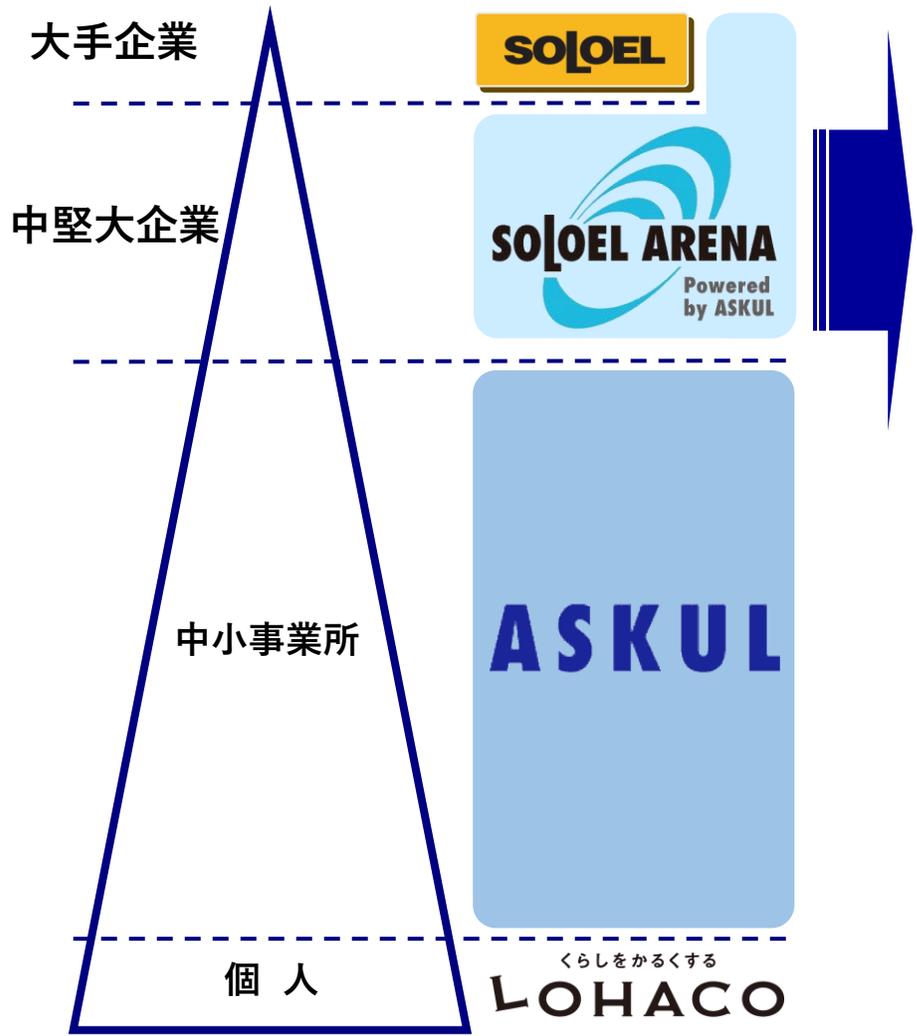
24/5期 品目別売上高 【BtoB・LOHACO等】

単体

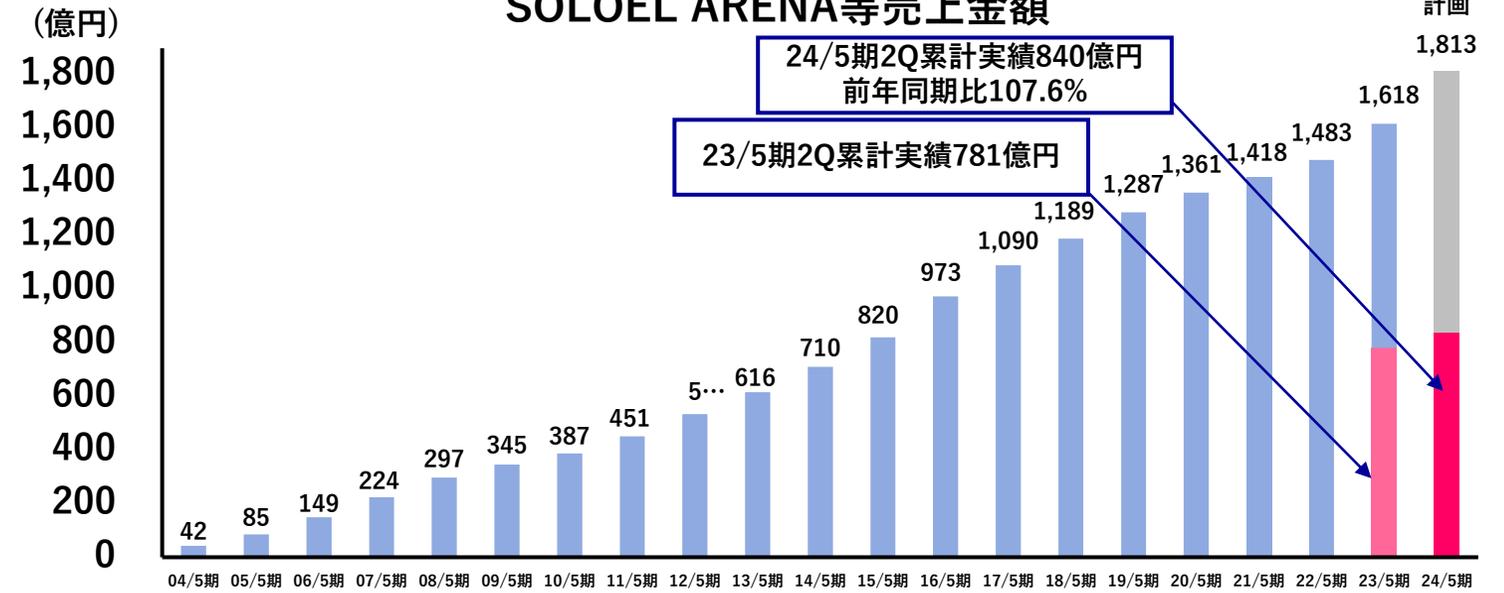


(億円)	23/5期 2Q累計			24/5期 2Q累計			
		構成比%	前年同期比%		構成比%	前年同期差	前年同期比%
OA・PC	478	25.2	102.1	511	26.7	33	107.0
文具	200	10.6	100.4	211	11.0	11	105.5
生活用品	717	37.8	107.7	703	36.7	△ 13	98.1
ファニチャー	93	4.9	89.1	105	5.5	12	113.4
MRO	206	10.9	109.6	218	11.4	11	105.5
メディカル	171	9.0	103.9	123	6.4	△ 48	71.8
その他	30	1.6	102.6	44	2.3	14	146.5
合計	1,898	100.0	104.2	1,918	100.0	20	101.1

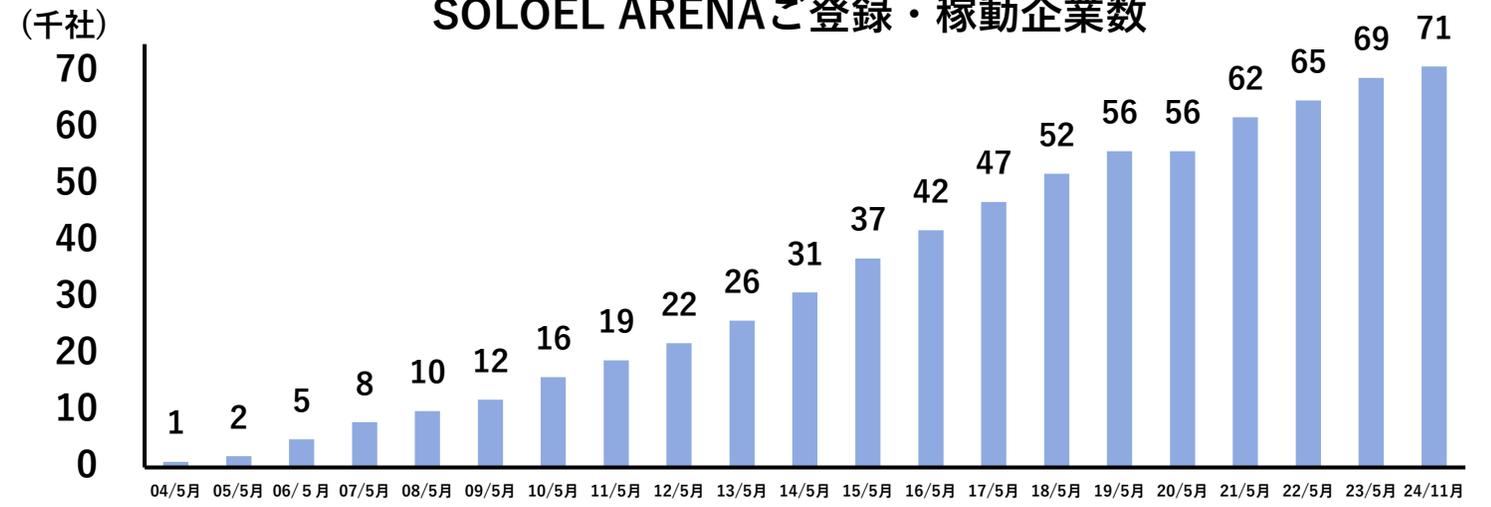
BtoB SOLOEL ARENA等実績



SOLOEL ARENA等売上金額

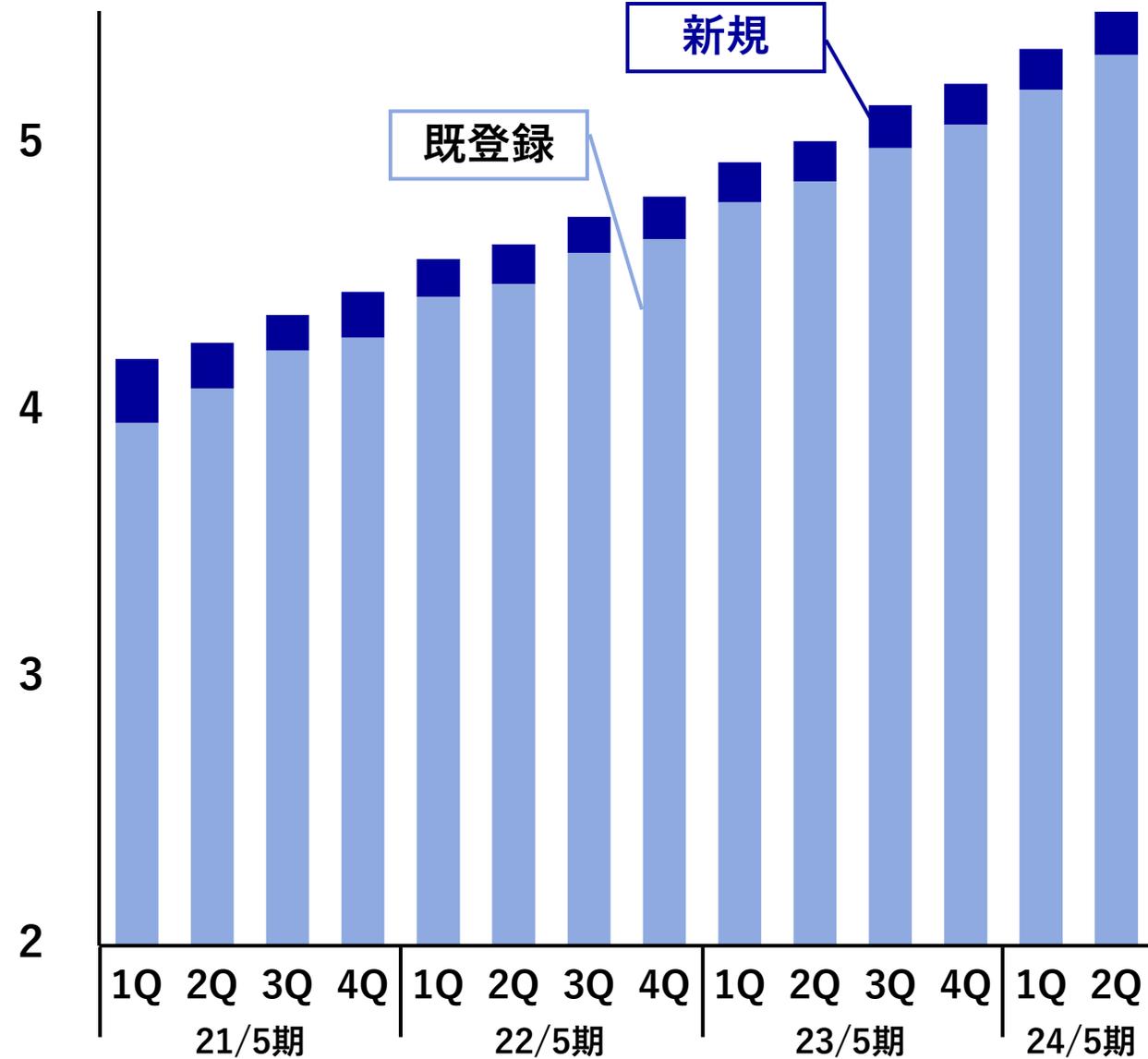


SOLOEL ARENAご登録・稼動企業数





(百万件)



お客様基盤の 拡大継続

※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

24/5期 2Q累計 売上総利益、販売費及び一般管理費

連結



売上総利益 576億円 前年同期差 +40億円

売上総利益率 24.9% 前年同期差 +0.6pt

✓ 為替ポジション回復と機動的な価格改定によるもの

販管費 503億円 前年同期差 +35億円

販管費比率 21.8% 前年同期差 +0.5pt

販売費及び一般管理費の明細（2024年5月期 第2四半期 決算短信から）

科目	23/5期 第2四半期		24/5期 第2四半期		前年同期比 (%)
	金額 (百万円)	売上比 (%)	金額 (百万円)	売上比 (%)	
人件費	11,145	5.1	12,879	5.6	115.6
配送運賃	12,047	5.5	11,214	4.8	93.1
業務外注費	2,313	1.1	2,450	1.1	105.9
業務委託費	6,132	2.8	5,670	2.5	92.5
地代家賃	5,473	2.5	5,551	2.4	101.4
貸倒引当金繰入額	16	0.0	29	0.0	177.0
減価償却費	1,545	0.7	1,908	0.8	123.5
ソフトウェア償却費	1,374	0.6	2,322	1.0	168.9
その他諸経費	6,777	3.0	8,362	3.6	123.4
合計	46,827	21.3	50,388	21.8	107.6



設備投資額 41億円 (年間計画 116億円)

新アスクルWebサイト関連 12億円

AVC関西 設備増強 10億円

(参考) 減価・ソフトウェア償却費 42億円 (年間計画 93億円)

投資詳細

(単位：百万円)

科目名	23/5期 第2四半期	24/5期 第2四半期	
	金額	金額	前年同期比
【 設 備 投 資 額 】	8,209	4,137	△49.6%
有 形 固 定 資 産	3,803	1,565	△58.8%
無 形 固 定 資 産	4,406	2,571	△41.6%
建 設 仮 勘 定 (注 2)	8,241	2,009	△75.6%
ソ フ ト ウ エ ア 仮 勘 定 (注 2)	9,015	1,804	△80.0%

(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

	23/5期 第2四半期	24/5期 第2四半期	前年同期差
インターネット経由	88.7%	89.6%	+0.9pt
上記以外	11.3%	10.4%	△0.9pt

(注) 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)

	23/5期 11月度	24/5期 11月度	前年同月度差
オリジナル商品数	13,284	15,561	+2,277
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	31.1% (37.8%)	33.7% (39.8%)	+2.6pt (+2.0pt)

(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

(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

BtoB 稼働日数



	1Q		2Q		上期		3Q		4Q		下期		通期	
	平日	土曜	平日	土曜	平日	土曜	平日	土曜	平日	土曜	平日	土曜	平日	土曜
24/5期	63	13	63	12	126	25	60	14	59	12	119	26	245	51
23/5期	63	14	61	13	124	27	61	13	59	12	120	25	244	52
前年同期差	0	-1	+2	-1	+2	-2	-1	+1	0	0	-1	+1	+1	-1



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

- 「2030CO₂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、子会社を含めたグループ全体での再生可能エネルギー利用率を100%にする
23年11月で68%を実現
- 「EV100」
ASKUL LOGISTが所有およびリースにより使用する配送車両を2030年までに100%EV（電気自動車）化する
23年8月現在、EV18台を運用



資源循環

- 「1box 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
- アスクル資源循環プラットフォーム
環境省実証事業後「アスクル資源循環プラットフォーム」を構築。同プラットフォームの取組みを発信する専用Webサイトを開設し情報発信。バリューチェーン上のあらゆる主体と連携し「捨てない」取組みを促進する。22年12月には使用済みクリアホルダーからつくった初のPBシリーズ「Matakul」（マタクル）4商品発売

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
- アスクル商品環境基準策定
商品ごとの環境配慮レベルを独自にスコア化し、商品ページに公表開始。メーカー・サプライヤーとの共創で、スコア改善に取り組みながら環境配慮商品の開発を促進
- 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。
- サプライチェーン全体のCO₂排出量削減
サプライチェーンのCO₂排出量見える化ツール「boost supplier」を活用し、アスクルオリジナル商品の算定から開始



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。

2023年 GXリーグに参画

2022年 CDP「気候変動A-リスト」企業に選定

2021年 CDP「気候変動Aリスト」企業に選定

2020年 CDP「気候変動Aリスト」企業に選定

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

2018年 「エコファースト企業」「SBT」認定取得

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

2013年 環境中期目標策定

2003年 アスクル環境方針策定



「GXリーグ」とは、2050年カーボンニュートラル実現と社会変革を見据えて、GX（グリーントランスフォーメーション）への挑戦を行い、現在および未来社会における持続的な成長実現を目指す企業が、同様の取組みを行う企業群や官・学と協働する場



「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



「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



「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°C目標(2°Cよりも十分低く保ち、1.5°C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



「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



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



「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

「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」参加



■多様な働き方の促進

働きやすい環境を整備し、社員一人ひとりが主体的に学び、多様性が活かせる制度

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

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

主体的な学びをサポートする学びの支援制度

社内副業制度/社外副業制度

部活動制度

●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組み

法定雇用率 31.0%※(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(2023年11月20日現在)

お客様とともに

●企業風土・意識の醸成

■お客様の声の共有

お客様から寄せられるご意見、ご要望を全社員が把握できるように社内へ配信

■VOCセミナー

お客様の声に基づく改善活動を学ぶため他企業講師を招き、定期的にセミナーを実施

■お客様の声を聴く会

お客様対応時の録音音声聴き、お客様視点で考え行動する機会をつくる

●お客様の声に基づく改善活動

■「お客様満足向上委員会」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

■品質KPI改善活動

商品・サービスの品質向上により、お客様満足度を高めることを目的に、PDCAを実施経営層や関係部門長へお客様の声を報告・共有し、商品サービスの進化についての議論

●顧客満足マネジメントシステム

■ISO10002自己適合宣言

顧客満足マネジメントシステムの国際規格「ISO10002」への適合を宣言

お取引先様との取組み

●「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

●「サステナブル調達方針」

2021年4月策定。環境、安全、人権などに配慮し、お客様への安心・安全な商品の提供を持続可能にするために、「社会的責任の遂行」と「サプライチェーン全体の持続的発展」の両立を目指すもの

●サプライチェーンCSR調査・監査

サステナブル調達方針にもとづき、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、2021年7~10月にサプライヤーに取り組み状況の調査を実施。また、PB製造委託工場についてはCSR監査を2022年4月より開始・継続対応

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5回目の支援先は、**地ワインで地域を盛り上げるブエンモスト(株)**(宮城県七ヶ浜町)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2弾は認定NPO法人ハビタット・フォー・ヒューマニティ・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



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。2022年1月にはZホールディングスグループとの共同即配事業「Yahoo!マート by ASKUL」が始動

※Zホールディングス株式会社は2023年10月1日にグループ内再編を行い、ヤフー株式会社、LINE株式会社等と統合し、LINEヤフー株式会社に商号変更しました

④ プラットフォームの改革

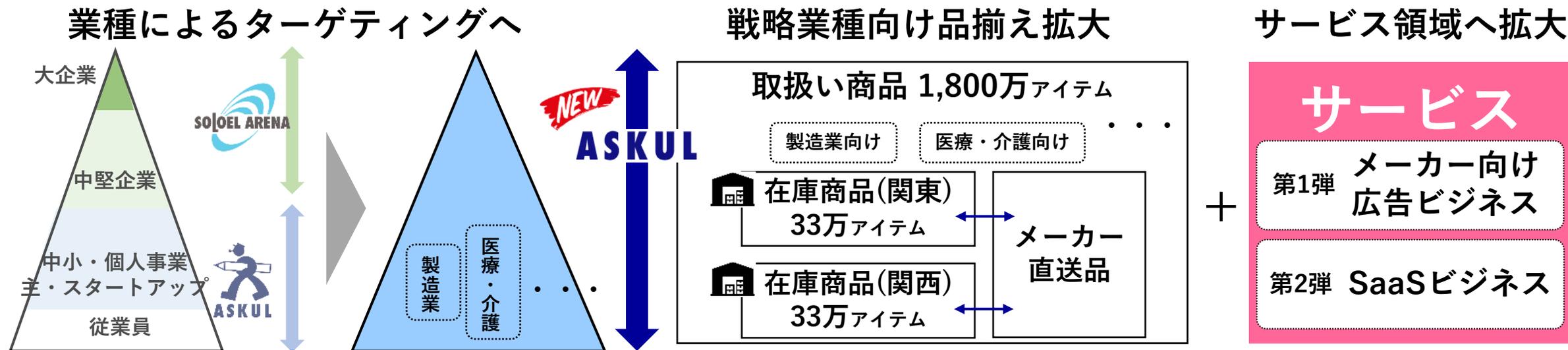
物流センターの構造改革、BtoBとBtoCの物流融合、バリューチェーンのDX等の施策により、当社強みの高速物流を進化させ、ロングテールの「明日来る」を実現する計画。この計画実現に大きな役割を持つ東日本最先端フラッグシップセンター「ASKUL東京DC」が2022年11月に稼働開始



中期経営計画実現は通過点、さらなる企業価値向上へ

オフィス通販からのトランスフォーメーション

さらなる企業価値向上



成長シナリオ

戦略業種と品揃え拡大

BtoB最強ECサイト構築

プラットフォームの改革

実現したい価値

必要な商品がすべて揃う

便利に最速で買える

商品が早く確実に届く

具体的な取り組み

- ✓ 1,800万アイテムへ商材拡大
- ✓ 2大戦略業種向け商材拡充
- ✓ 検索からスムーズに買える導線
- ✓ データ×AIによる1to1マーケティング
- ✓ 「明日来る(在庫)」商品の大幅拡大
- ✓ メーカー直送品の納期精度向上

本資料で用いられる略称・当社固有の表現など



BtoB	企業(Business)と企業(Business)との間で行われる取引
BtoC	企業(Business)と消費者(Consumer)との間で行われる取引
MRO	Maintenance, Repair and Operationsの略、本資料では主に企業が現場で消費する間接材を指します
ASKUL	中小事業所向けのオンライン通信販売事業（FAX受注を含む）のサービス名称
ソロエルアリーナ /SOLOEL ARENA	中堅大企業向けのオンライン通信販売事業のサービス名称
LOHACO	ヤフー株式会社（現LINE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
新アスクルWebサイト	中小事業所向け「ASKUL」サイトと中堅大企業向け「ソロエルアリーナ」サイトを統合して構築する新ECサイト 2023年7月に本格稼働がスタートし、約1年をかけソロエルアリーナのお客様が順次新アスクルWebサイトへ移行
広告ビジネス	メーカー各社を広告主として当社のECサイト等に広告を掲載するメーカー向けサービス

物流センター略称

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 / デマンド・チェーン・マネジメント : DCM /
ASKUL関東Distribution Center : ASKUL関東DC



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。