



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

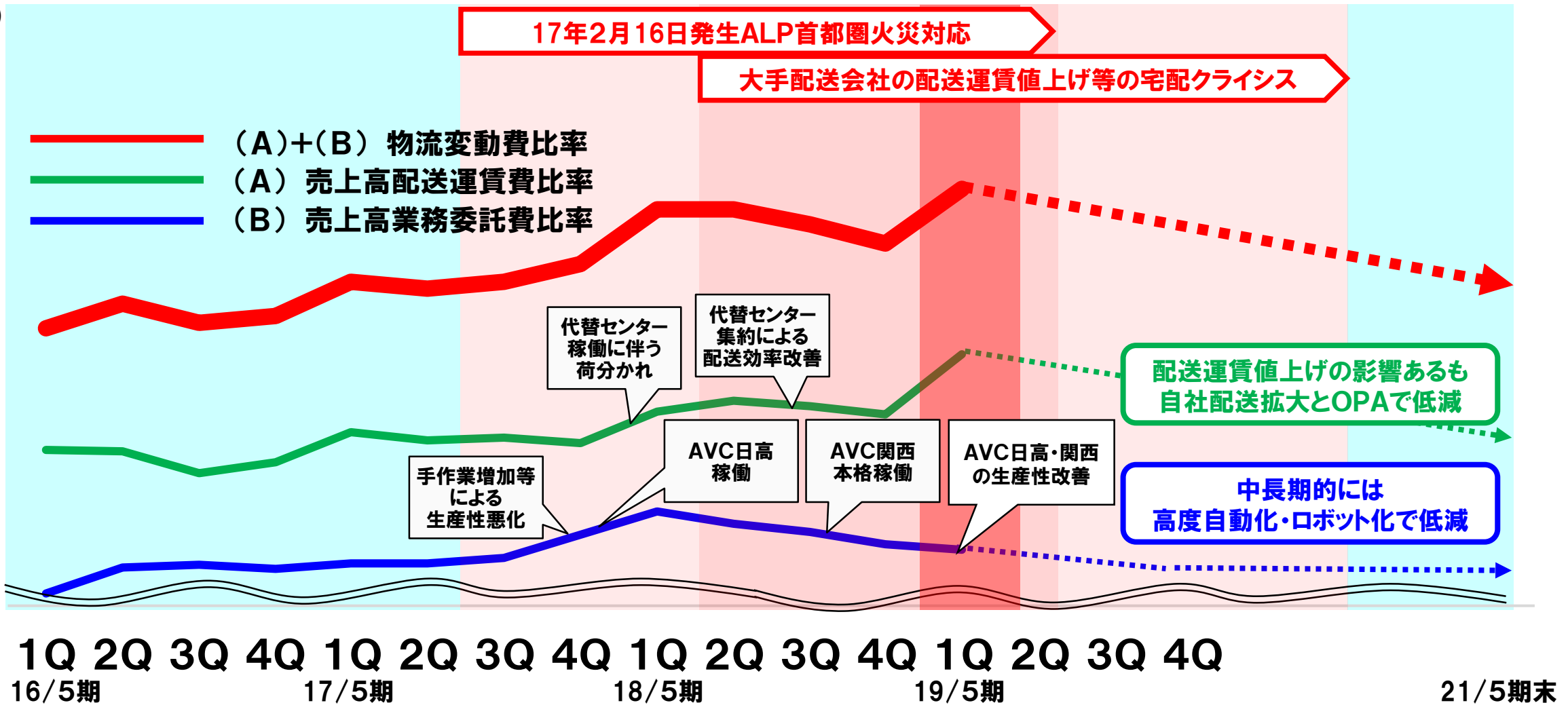
III BtoB 成長スピード・収益性の向上

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		
	百万円	売上高 比率 %	百万円	売上高 比率 %	前年 同期比 %
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 1Q 実績 億円	19/5期 1Q	
			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

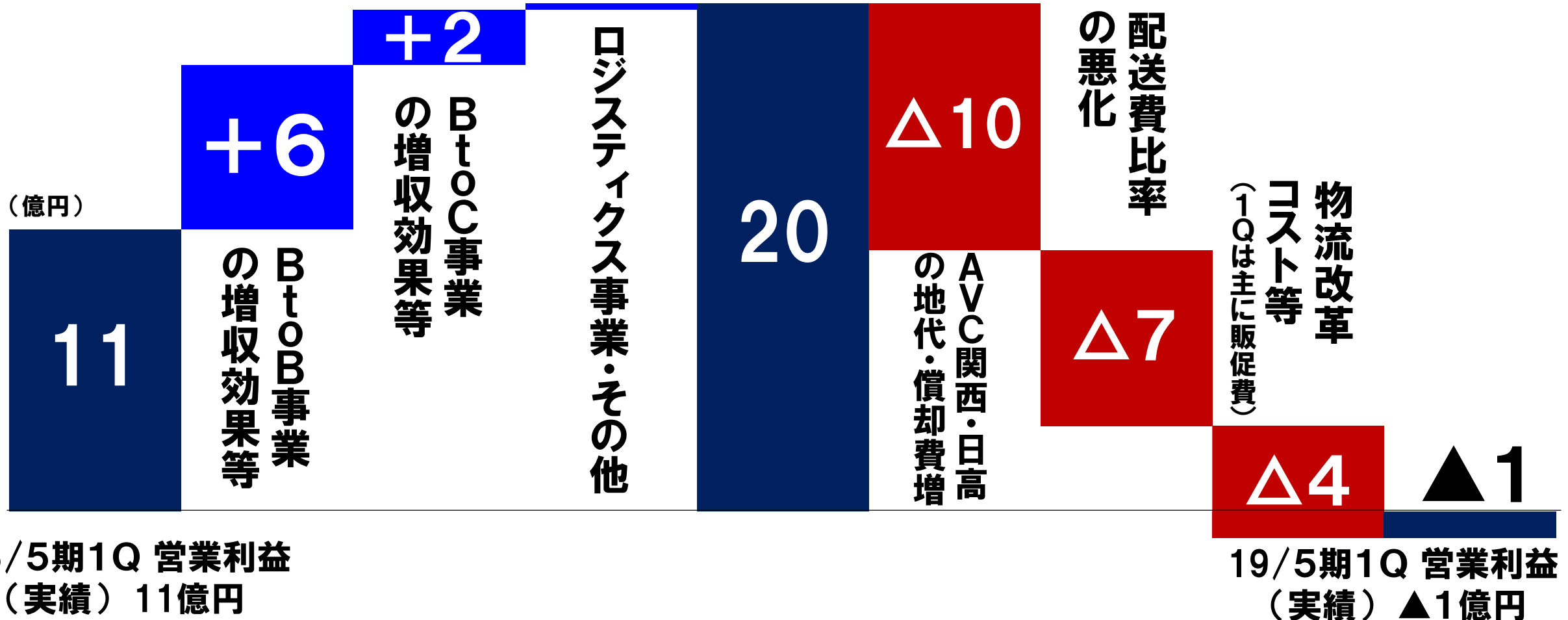
※18/5期事業別PLで区分掲記したAVC日高・関西等の固定費増および一時的な物流生産性悪化はBtoB事業およびLOHACOの営業利益にそれぞれ配賦して記載しております。

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



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

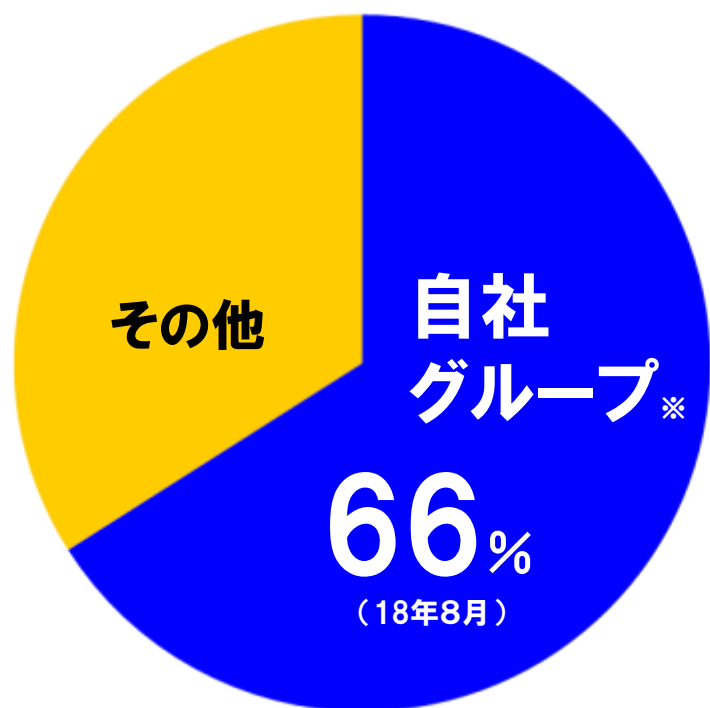
長期

OPAによる物流シェアリング

自社配送化の加速

中期

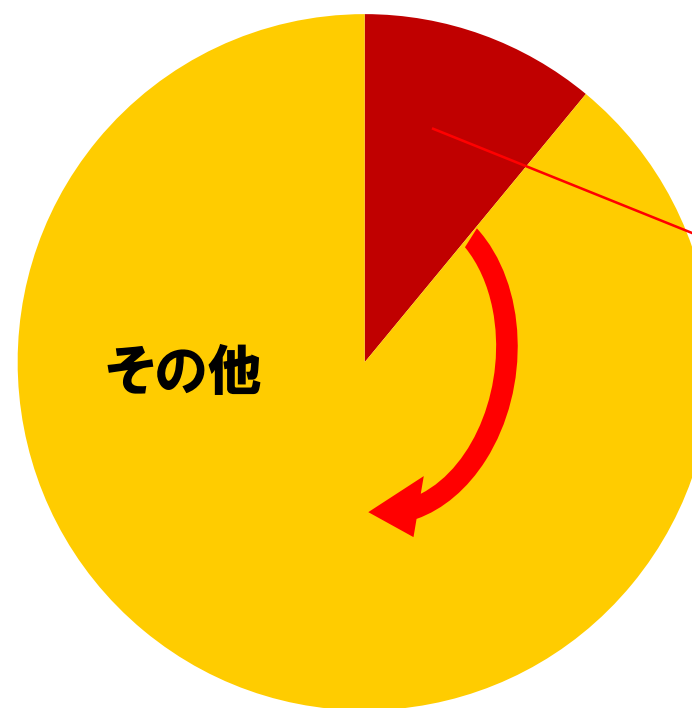
BtoB事業の配送シェア



※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

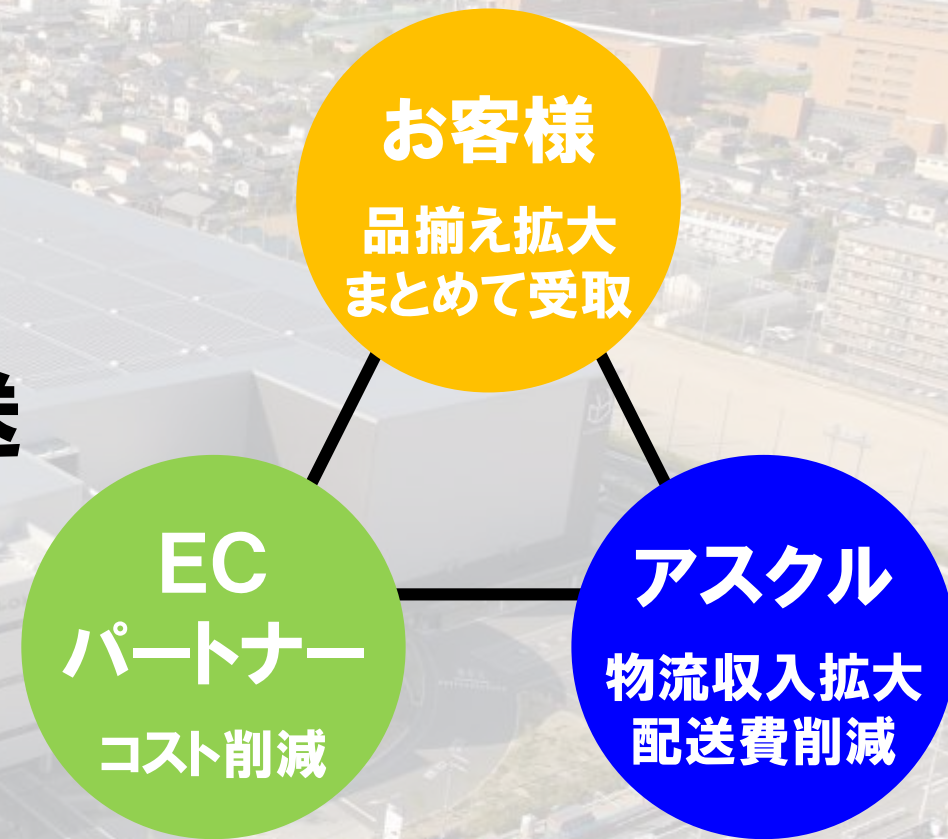
メーカー・マーケットプレイス出店者と

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 dark, jagged mountain peaks. The sky is filled with warm, orange and yellow clouds, creating a high-contrast background for the text.

**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

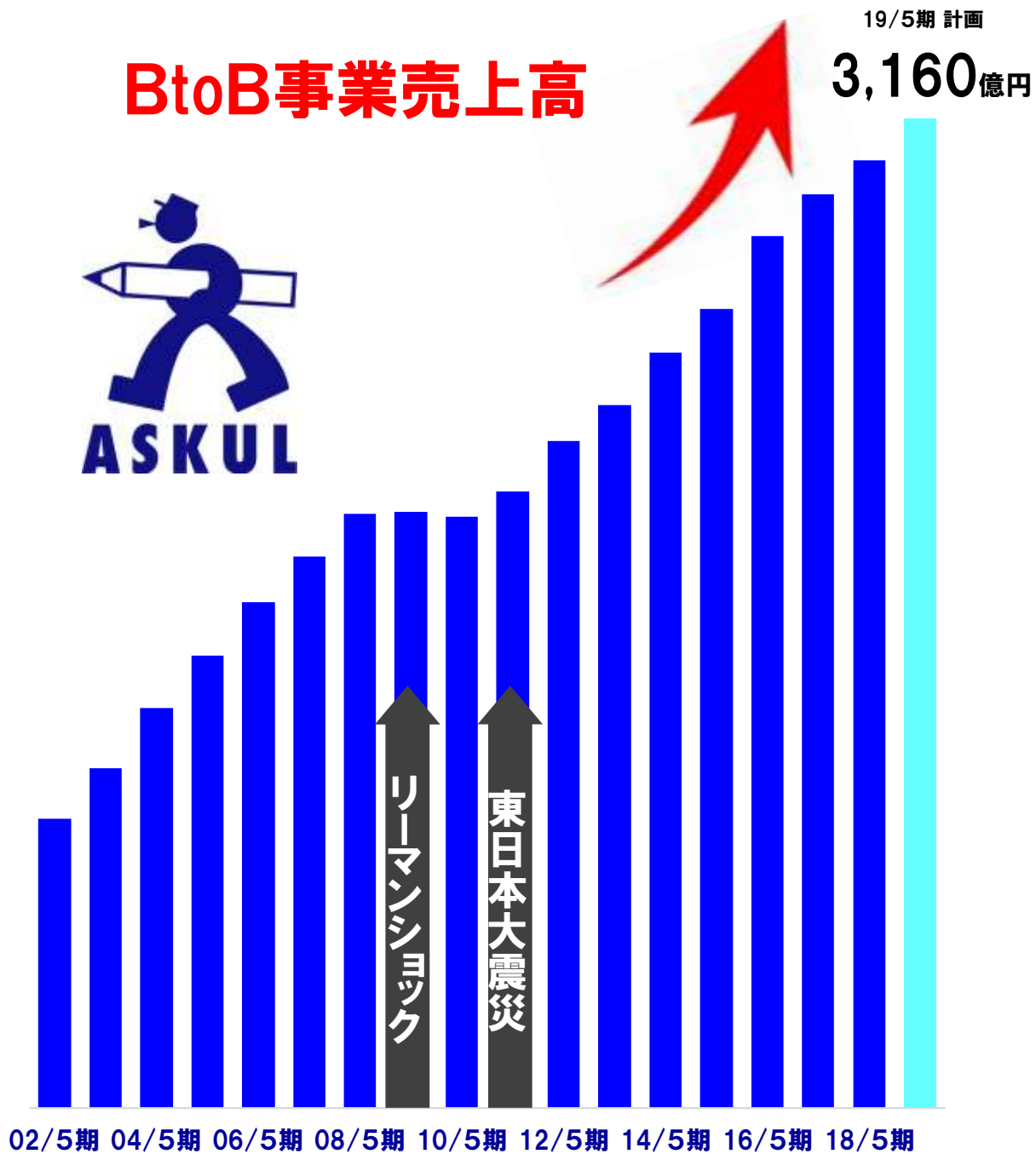


ASKUL

BtoB事業売上高

19/5期 計画

3,160億円



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

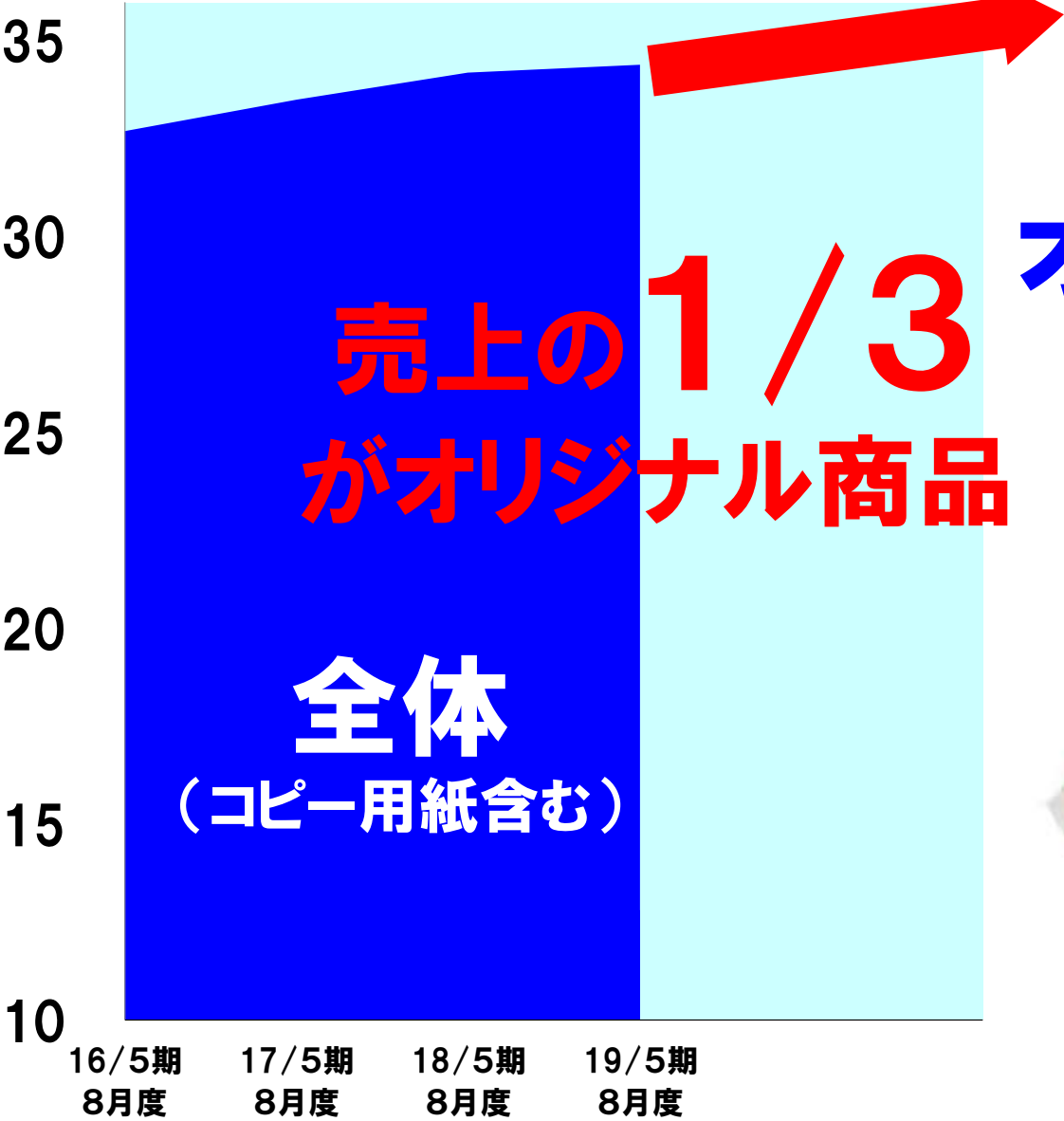
両軸から集客・購買機会を最大化

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**
- ③Web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[※] 売上高構成 (BtoB在庫商品売上高)



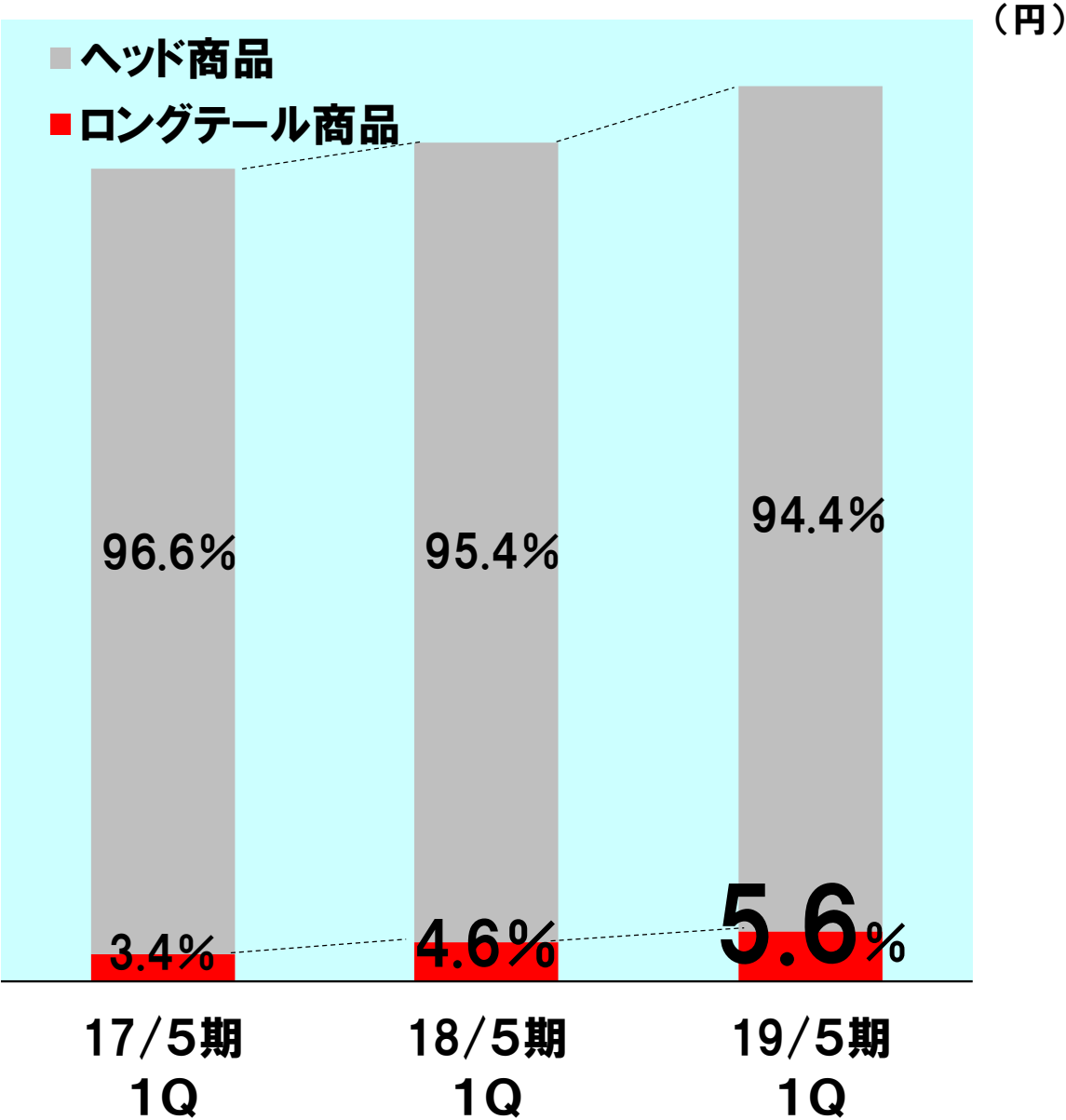
新カタログで
オリジナル商品を新規投入
+ 300アイテム



※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

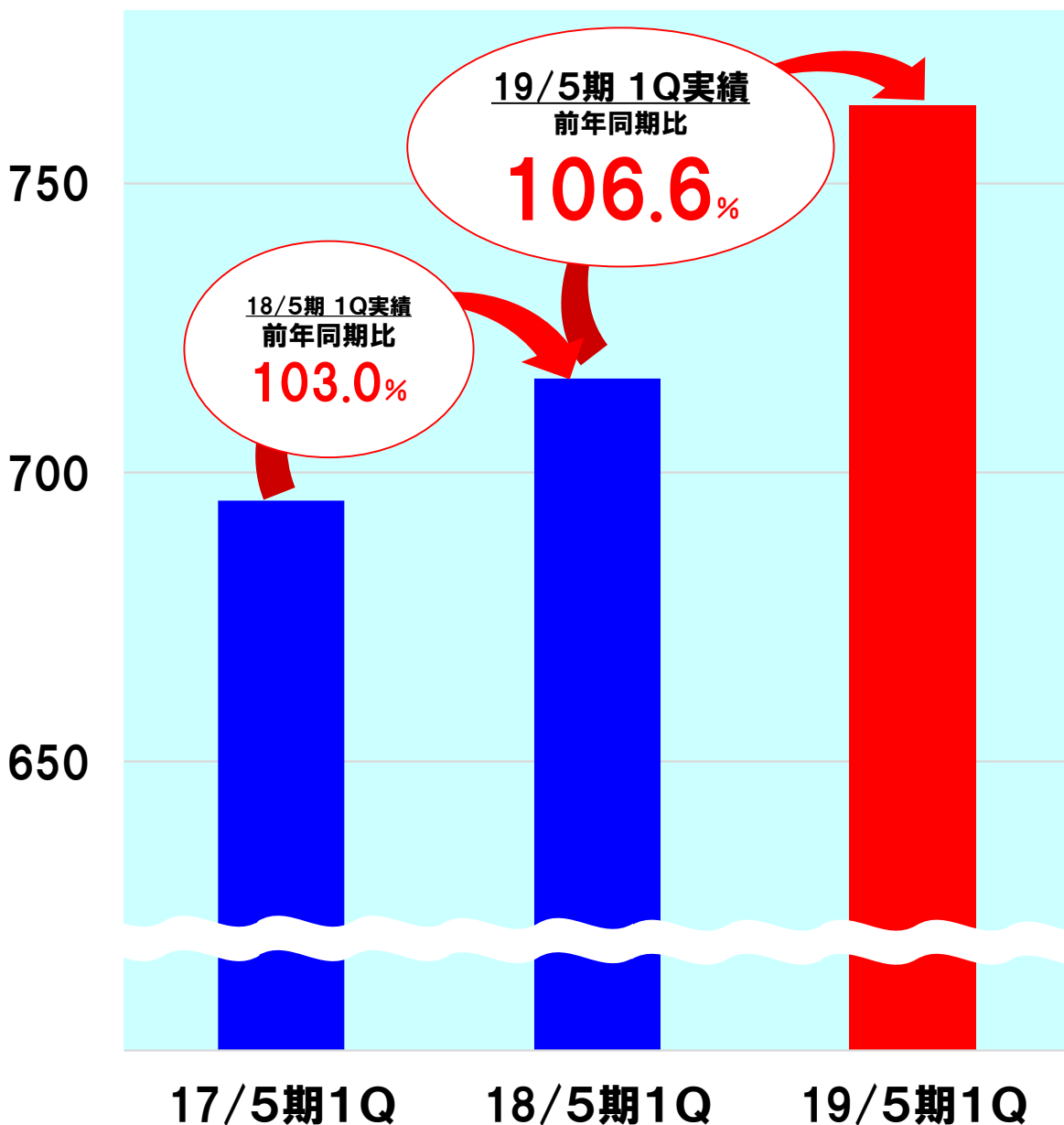
19/5期1Q実績（前年同期比）

128%

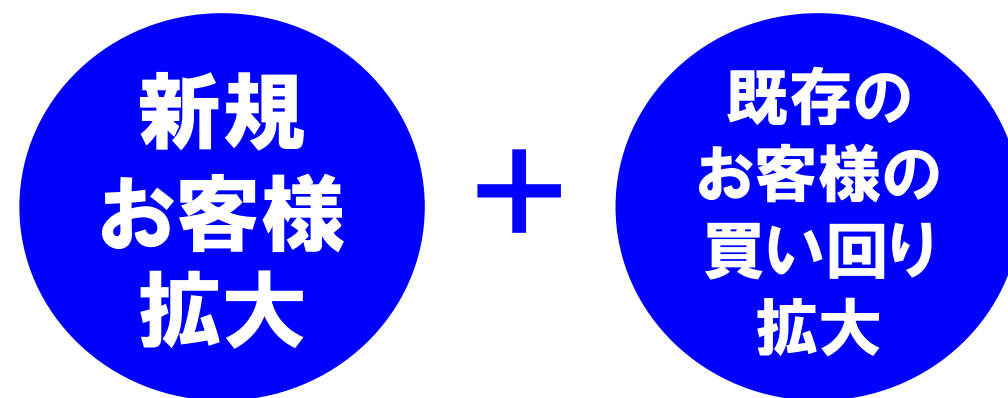
Web経由での売上高拡大

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月発刊

A group of hands of various skin tones pointing upwards, symbolizing growth, success, and achievement. The hands are clustered together, with some pointing more directly upwards and others slightly angled. 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)

700

600

500

400

300

200

100

0

13/5期 14/5期 15/5期 16/5期 17/5期 18/5期 19/5期
実績・計画

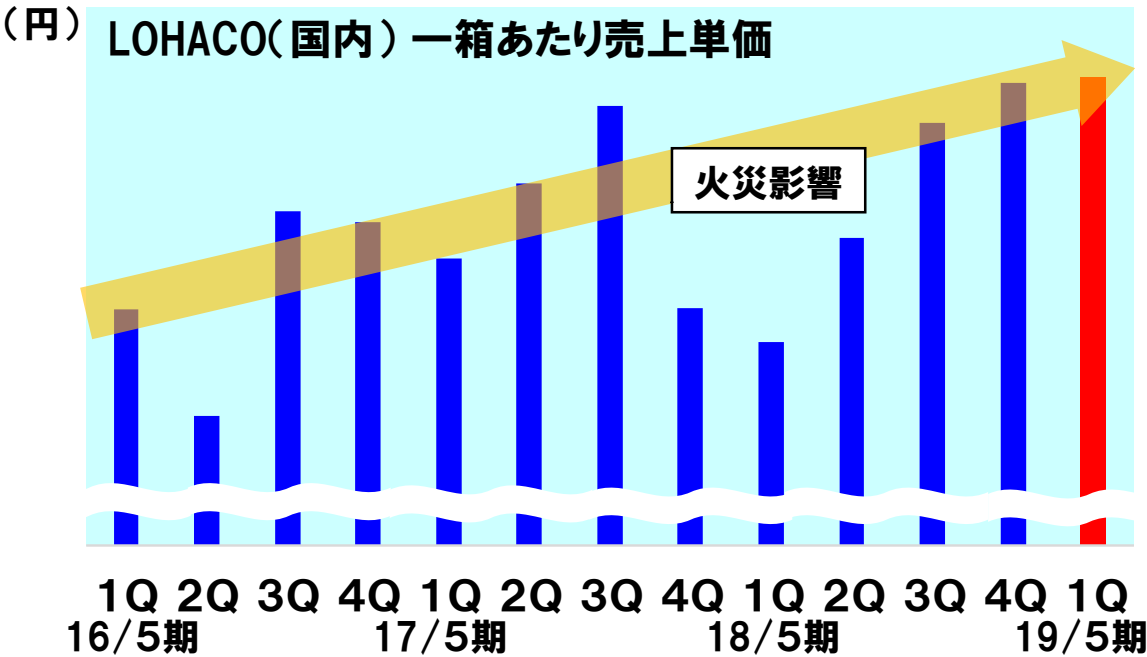
19/5期 計画
692億円
前期比134%

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

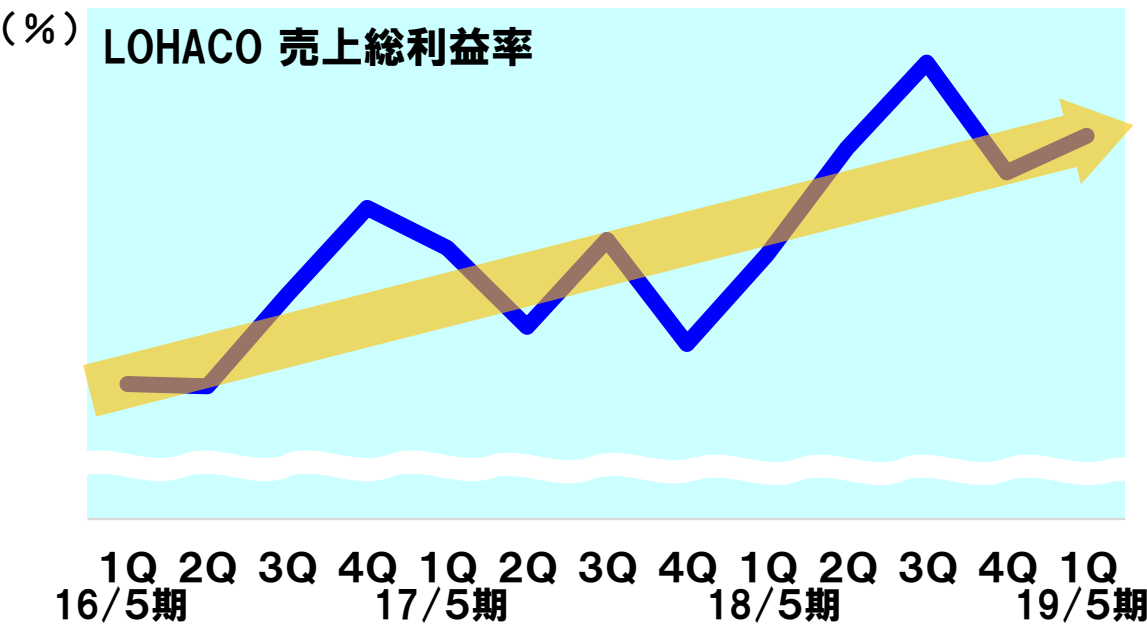
規模 拡大

※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

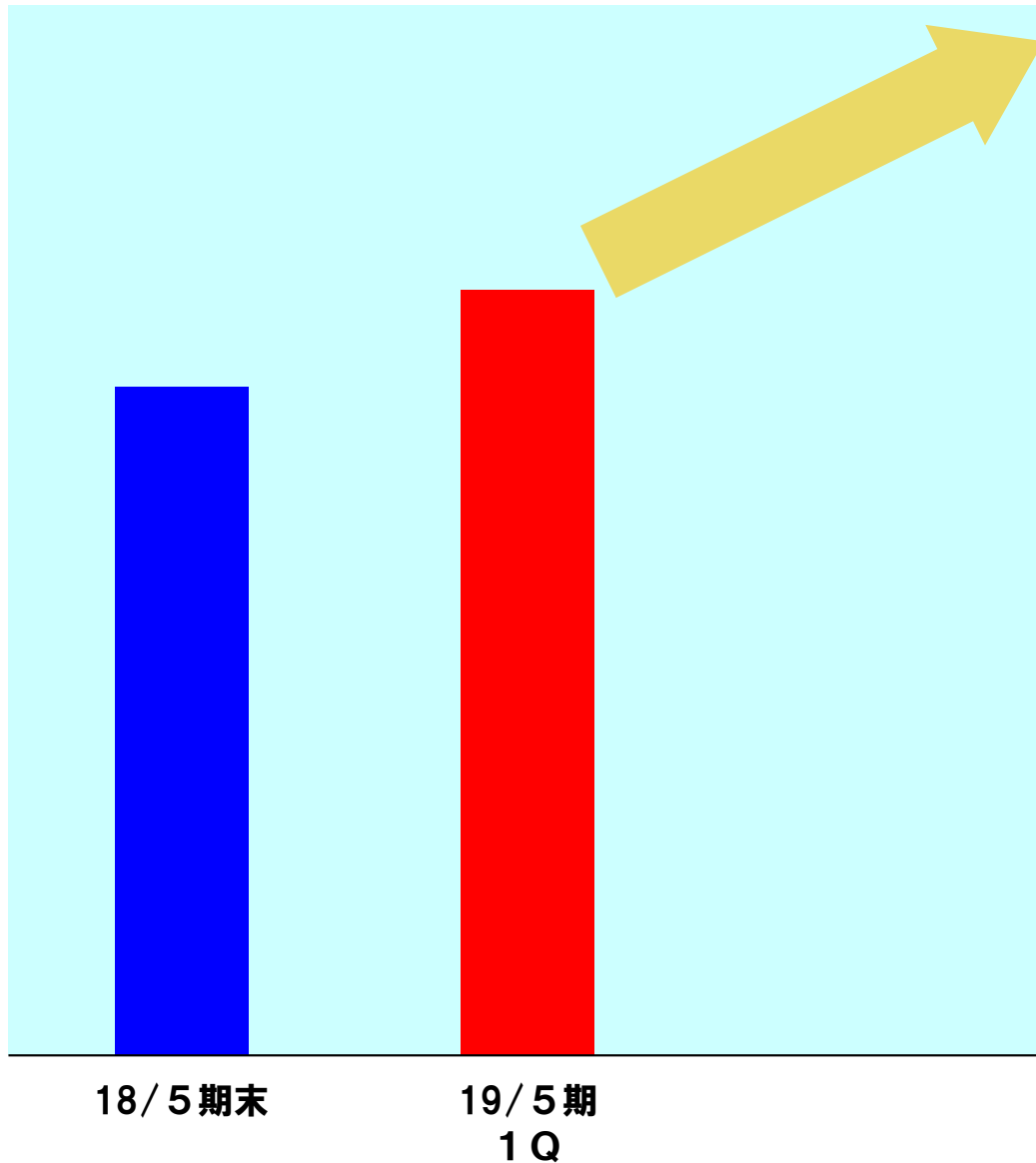
BtoC事業 規模拡大、独自性強化

- 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※

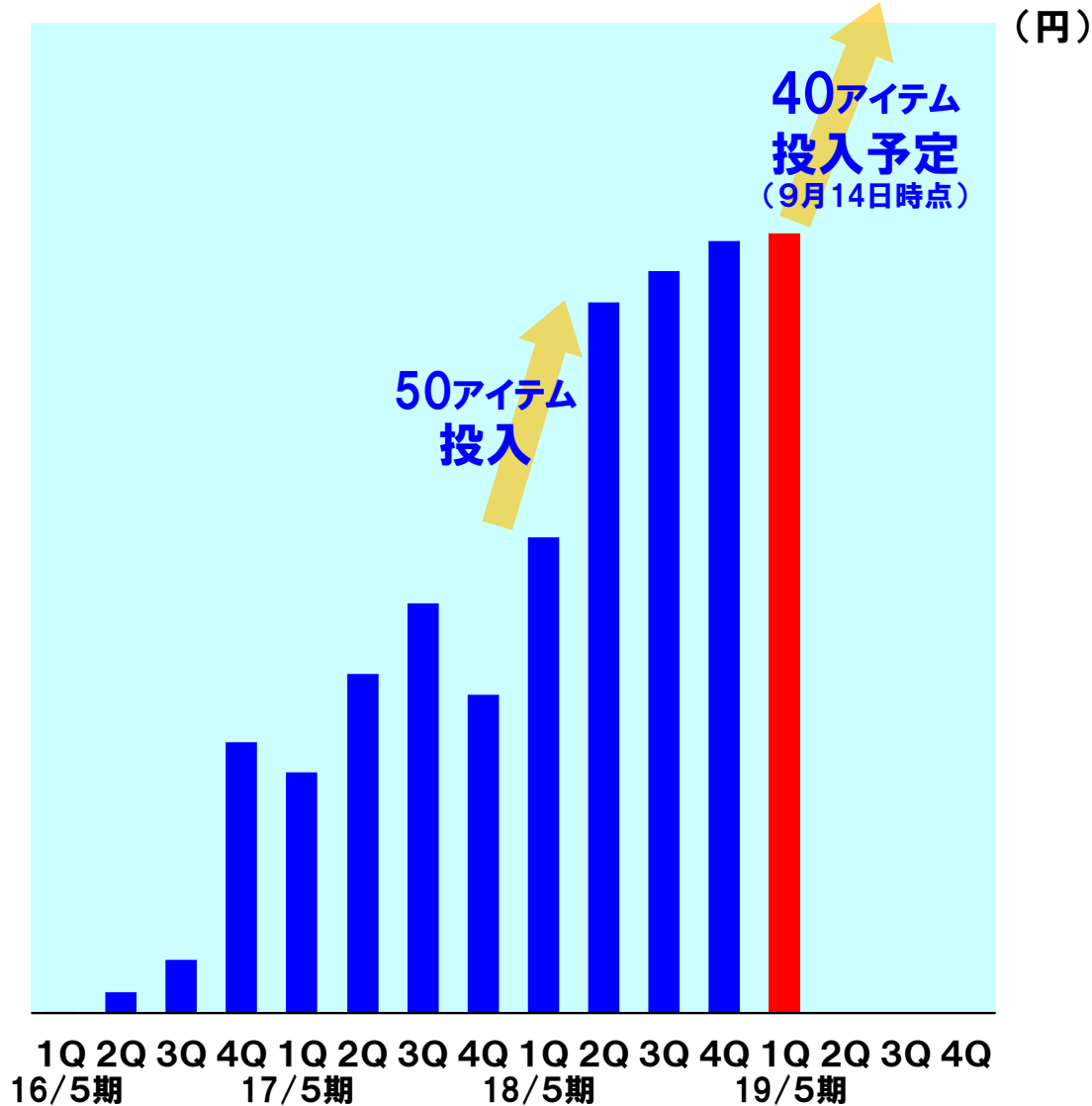
売上高拡大

収益性向上

※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

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

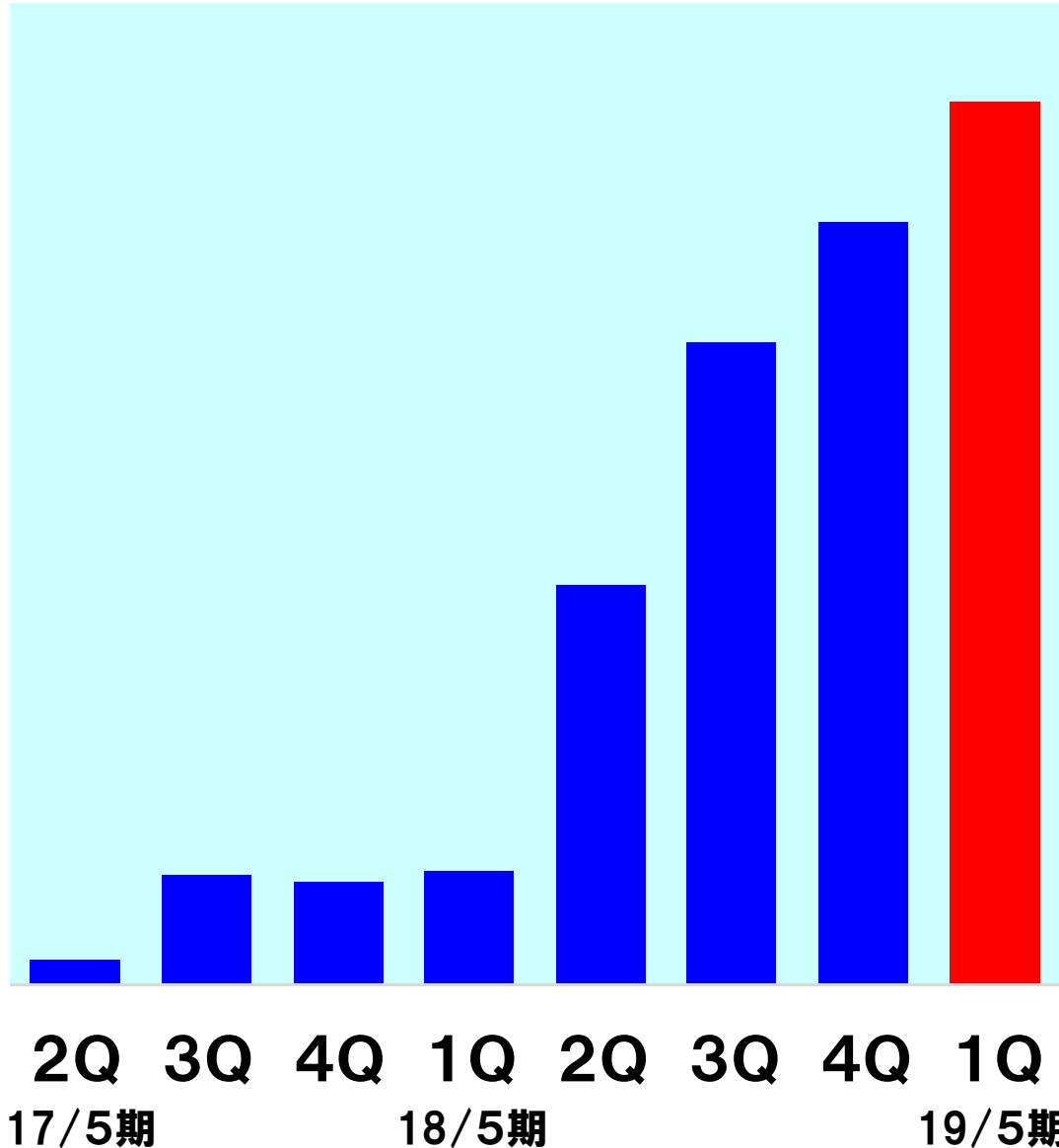
2Qにアプリもリニューアル

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**

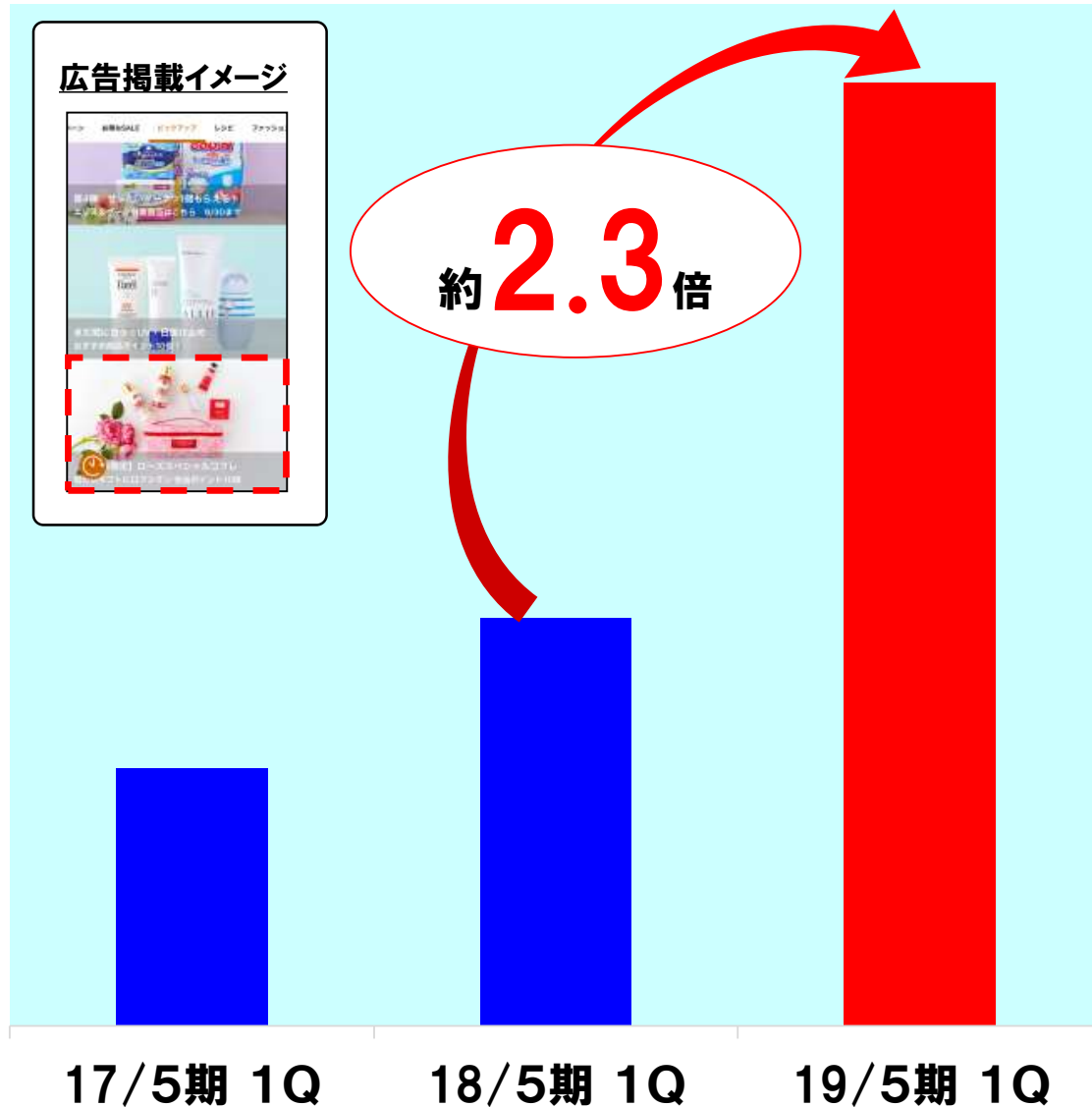


**フィー収入
拡大**

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%**※



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

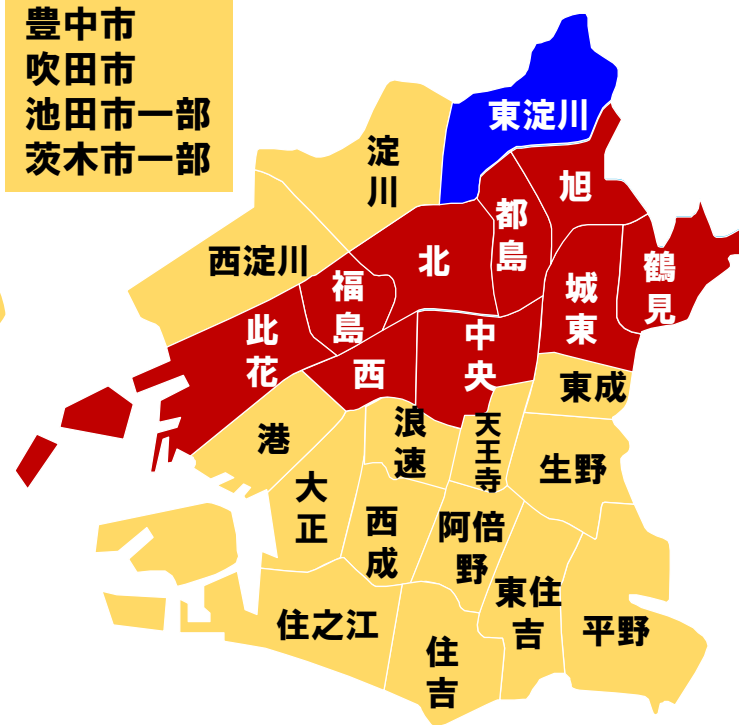
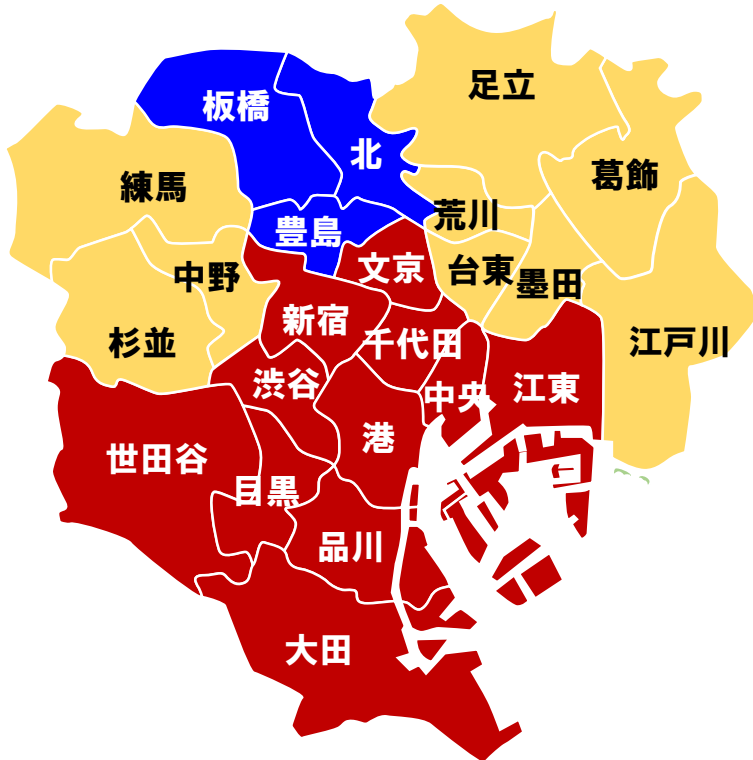
配送サービスの独自性を強化

Happy On Time

東京14区・大阪10区に対象エリア拡大

東京23区

大阪市内 + 周辺4市



オーダー単価向上
リピート率向上



規模拡大
配送費比率低減
を目指す

対象エリア	18/5期末時点	19/5期拡大済み	19/5期拡大予定
-------	----------	-----------	-----------

**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**

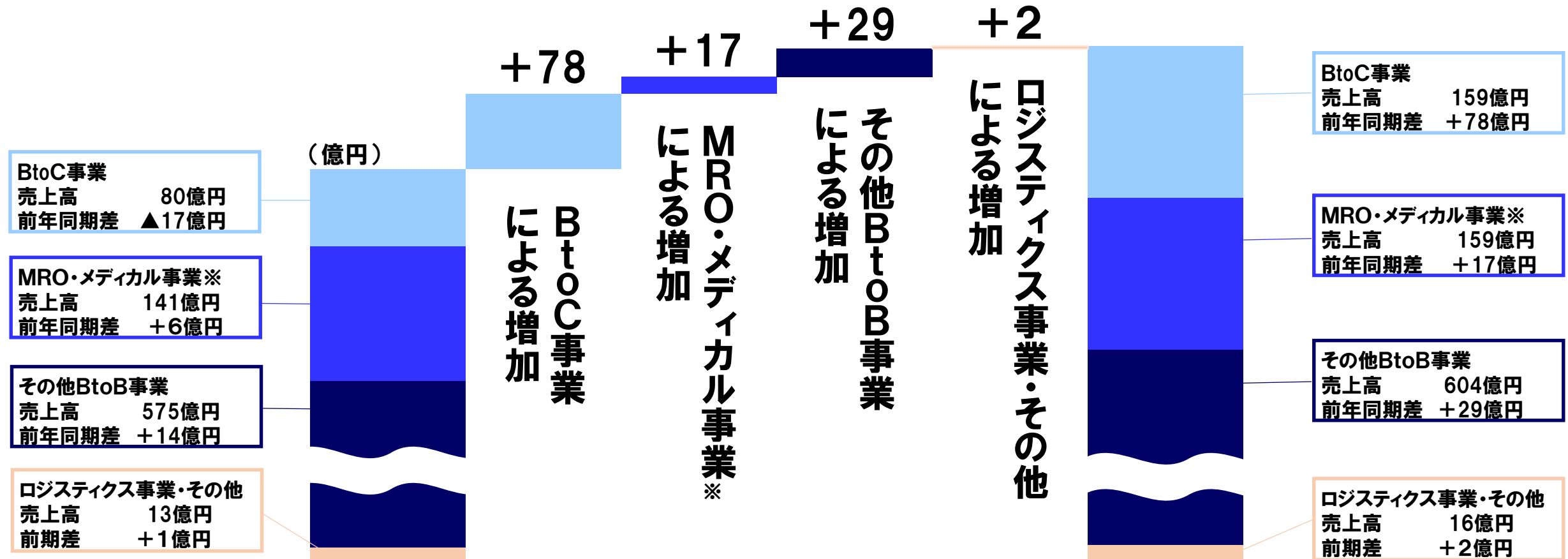
19/5期 第1四半期 連結売上高の増加要因

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%

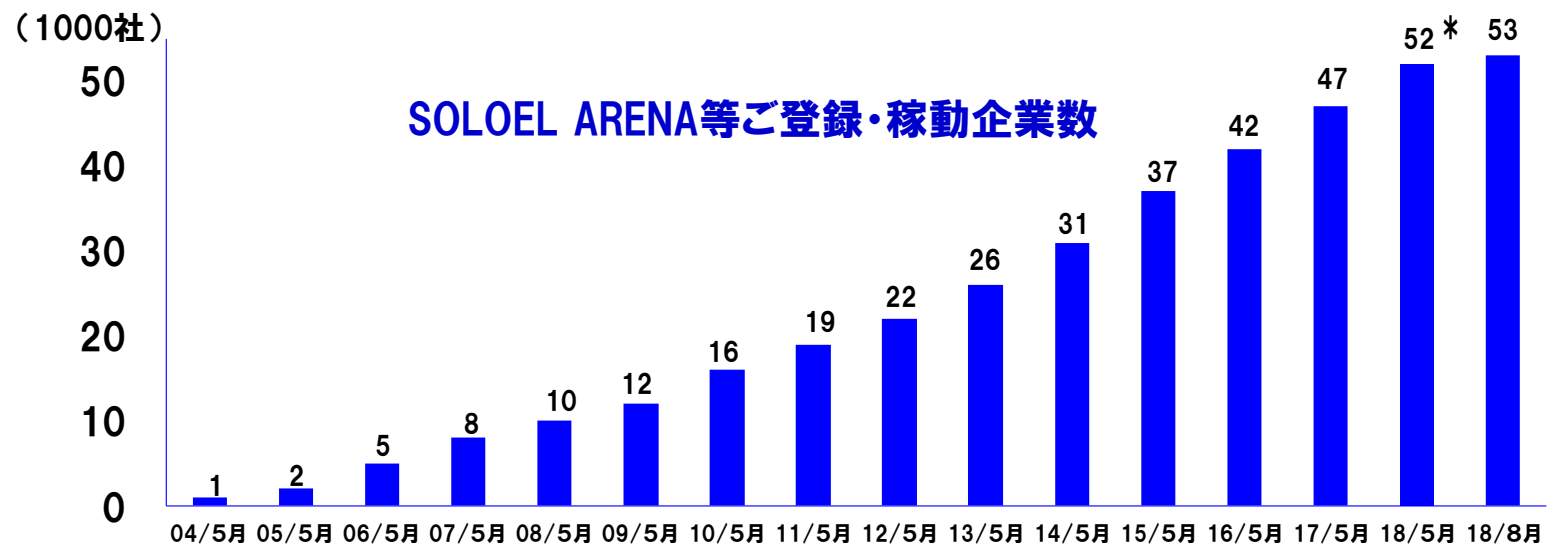
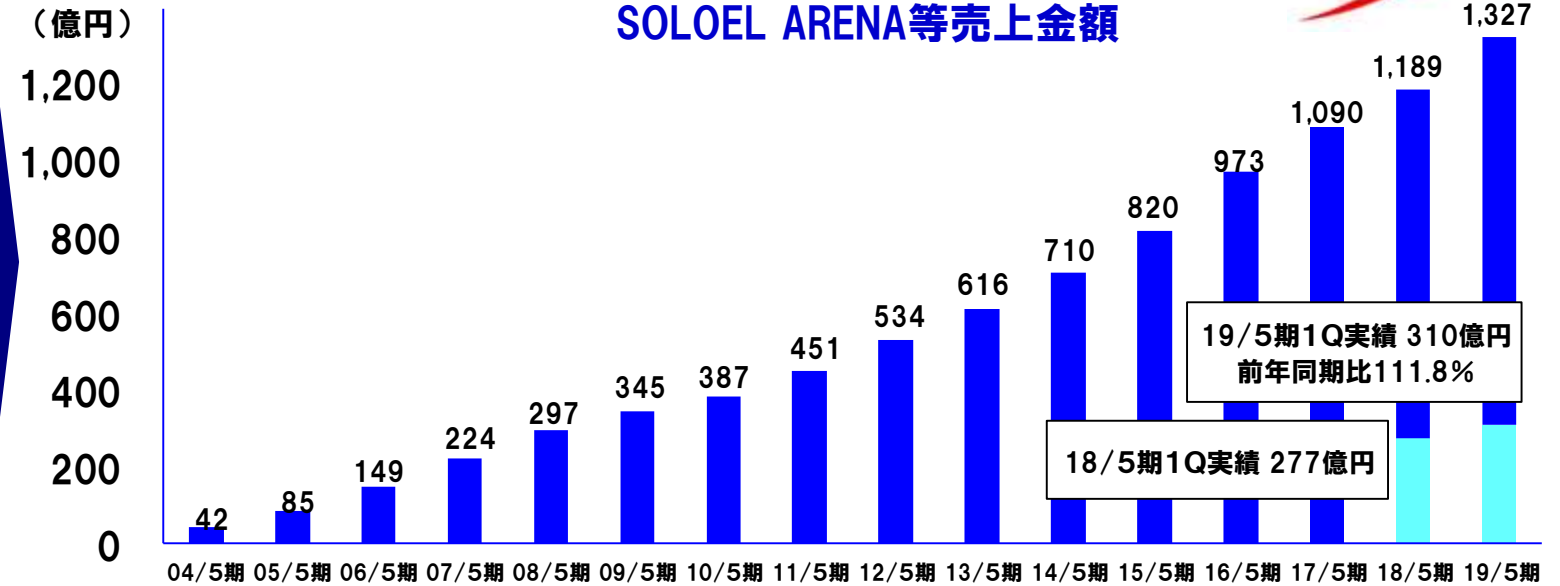
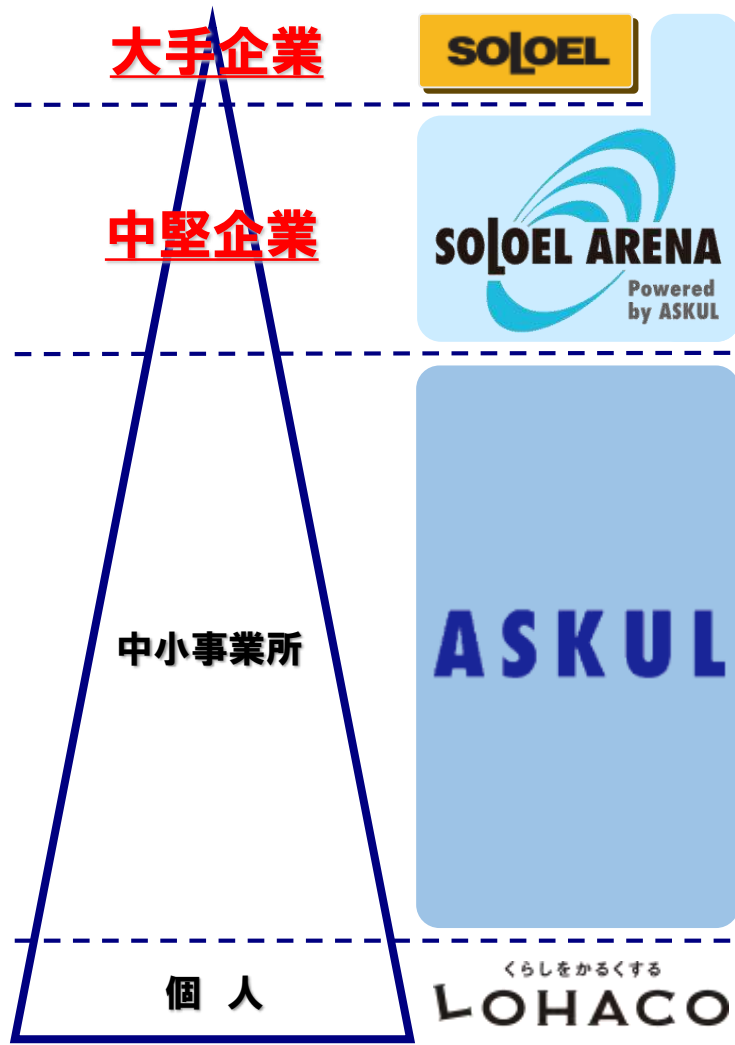
19/5期 第1四半期(実績)

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

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

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 分別の手間を軽減するラベルのないペットボトルを使用。
- 2 お持ち帰りにも便利で、スリムな形状が特長です。
- 3 商品情報は裏面シールに、QRコードからロハコウォーターの特長や使い方を確認いただけます。



New

地下250mから
汲み上げた
天然水。

群馬県と長野県の国境に位置する日本百名山である阿田山の麓、地下250mから汲み上げた天然水も、おいしい品質・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
まろやか
軟水。

410ml

税抜き

¥60

(税込 ¥64.8)

38~45

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
認定農園の
貴重なアラビカ豆を
ブレンドしました。



¥118

(税込 ¥126)

39

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！



¥59.8

(税込 ¥64.0)

320ml

38

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！



¥86

(税込 ¥90)

New

280ml

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、ぜひご活用ください。

接客の質をあげる！ いつでも本格的カフェの味わい！

85

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。



¥31.2

(税込 ¥33.5)

86

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。



¥99,800

(税込 ¥107,784)

85

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。



¥19.9

(税込 ¥21.4)

66

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。



¥56.2

(税込 ¥60.0)

93

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。



¥13.9

(税込 ¥15.1)

150

断熱紙コップ

使いやすい
シンプルで
型押しデザインの
発泡断熱
コップ。



¥7.9

(税込 ¥8.6)

スイーツでお客様との会話ははずむ！

114

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！



¥9.99

(税込 ¥10.6)

114

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。



¥29.9

(税込 ¥31.8)

115

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。



¥18.6

(税込 ¥19.9)

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 「使いやすさ」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

100 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
※税別価格 ¥2,199

FDK×アスクル共同企画
アスクルオリジナル
単3形 充電式ニッケル水素電池専用
自動充電器
Easy Charge (イージーズチャージ)
30分以上充電
1台あたり

税別 ¥21,990
(税込 ¥23,749)

Pentel + ASKUL

100 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！



税別 ¥98.8
(税込 ¥106.7)

100 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、
女性の力だと
開けにくいことがあふ。

挟む力はそのままに、
軽〜い力で
開けられる！



税別 ¥2.98
(税込 ¥3.20)

100 Page 652

キャップレス9

お客様の声
本陣が固いから
印刷を
注文するのが
面倒。

届いたら
すぐに使える
印刷面セット済みの
「キャップレス9」。



税別 ¥1,025
(税込 ¥1,107)

佐藤

100 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
結構な力強い
色がいい。

シックな
黒軸タイプが
できました。

New



税別 ¥269
(税込 ¥290.3)

Shochihata + ASKUL

100 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。



税別 ¥57.8
(税込 ¥62.5)

CASIO + ASKUL

100 Page 761

ラベルライター「ラテコ」

お客様の声
テープの交換時、
カートリッジまで
ゴッドに面倒が
もったくない。

カートリッジの
ゴミとテープの
余白を削減。



税別 ¥9,800
(税込 ¥10,584)

100 Page 409

宅急便コンパクト専用BOX

お客様の声
運賃がお得な
ヤマト運輸の
宅急便コンパクト
専用BOX！

使用頻度の高い
宅急便の料金、
もう少し低減でき
ないか。

New



税別 ¥61
(税込 ¥65.5)

100 Page 394

OPPテープ

お客様の声
引き出し音が
静かな
OPPテープ。

テープを引き出す時の
音が大きくて、
作業が
しづらくないです。



税別 ¥123
(税込 ¥132)

CASIO + ASKUL

100 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
ラテコ詰め替え用テープ
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！



税別 ¥69.2
(税込 ¥74.7)

100 Page 662

朱肉

お客様の声
50号サイズの
朱印は
アスクルに
ありません！

フタがしっかり
開いて、
持ち運びに便利
なジ式です！

New



税別 ¥507
(税込 ¥547.7)

100 Page 714

ふせん2サイズセット

お客様の声
アスクルオリジナル
ふせんはどれも
2サイズセット
1セット(20枚+20枚)

よく使う
サイズの
ふせんをセットで
お買い求めなら
うれしいん
だけどもー。



税別 ¥1,880
(税込 ¥2,000)

よく使う
サイズが
セットなら
100円
お得！

付加
価値

画期的安さの
アスクルオリジナル
充電式ニッケル水素電池も
新登場！



税別 ¥189
(税込 ¥205)

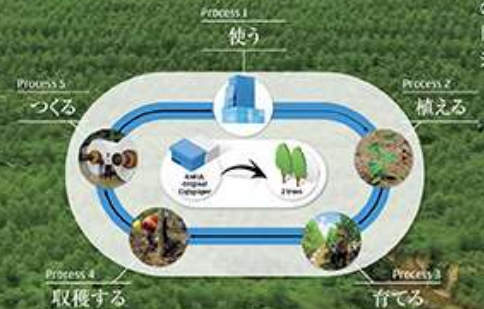
広がる「木の畑」。植えて育てて8年目!

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
の植樹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
1億2800万本に!

「木の畑」は、インドネシア
スマタラ島 ジャンビ州およ
ウ州の延べ88,900
ヘクタールの広大な土地にありま
す。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
組を通じて、責任ある開
発を目指しています。

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!

1for2.askul.co.jp

苗木は
一本一本が
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。

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PE
FC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満
ちることを目指します。

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に携
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。



「RE100」「EV100」はThe Climate Group
主催の国際的なイニシアチブ

環境

「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年目にまいりました。
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。

アスクルこ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(宮城県亘理郡亘理町)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
累計支援金額
¥34,007,616



特定非営利活動法人
「子供地球基金」
1997年設立。子どもと自然と関わり、
自然の恵みを受け、自然の恵みを守る
活動を行う。被災地の子どもたちの
支援活動を行う。

仙台から

絵のぼり作りの
ワークショップ

4月に仙台の避難所とキッズ
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、おのれは
しを使って、自分だけの絵の
ぼりを作り、風に飛ばして
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
いかにたくさん色を塗って
「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
ちわをバタバタとあおいで、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年経った今も、
熊本では多くの子どもたちが
仮設住宅で暮らしています。
1月の絵のぼりワークショップ
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(税込)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
使われています。

こども
支援

対象商品

対象商品は
こちらのマークが
ついています。

アスクル限定販売「おうち」 耳にやさしい やわらかいマスクDX こども用 (100枚) New →P.284	アスクル限定販売「おうち」 お菓子の ジューサーバッグ (こども支援パッケージ) New →P.122	アスクルオリジナル キューブティッシュ こども支援 →P.203	アスクル限定販売「おうち」 社会貢献紙コップ こども支援 →P.155	アスクル限定販売「おうち」 アルボナース® こどもアート本体 1L →P.278	アスクルオリジナル ダブルクリップ こども支援 →P.593
アスクル限定販売「おうち」 ハンドソープ シャボネット P-5タイプ →P.250	アスクル限定販売「おうち」 果汁100%ジュース (こども支援パッケージ) 100ml ラムネ/オレンジ →P.47	アスクルオリジナル 修正テープ こども支援 5mm アソートパック →P.700	アスクル限定販売「おうち」 消しゴム エアーイン 小 こども支援 →P.697	アスクル限定販売「おうち」 ポケットティッシュ こども支援 →P.203	アスクルオリジナル スティックのり 消えのり 5mm アソート →P.589

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
に必要な設備・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3月31日まで
累計寄附・寄贈金額
¥78,827,000

※寄附金の利用状況は「第14弾」での報告書からご確認いただけます。2018年12月報告書までとなります。

福島へ

福島県立小野高等学校
寄贈品
ハウス型加湿器および
小型加湿器一式

環境実習において、作物の温
室栽培での安定的な生産確
保のための活用予定です。

福島へ

福島県立光南高等学校
寄贈品
電動ベッドほか
福祉介護実習用備品一式

高齢者や障害者の自立支援に
向けた介護実習の授業で活用
予定です。

福島へ

福島県立清原高等学校
寄贈品
レーザー加工機一式

さまざまな素材の切削・彫刻
を通じてアイデアを具体的に
形にしていけるなど、特色ある
技術教育の一助として活用す
る予定です。

福島県教育委員会からの
コメント

このたび、本県高等学校の教
育設備の充実のために、全国
の皆様より多額の寄附金を
賜りましたことに対して、深く
感謝申し上げます。
復興の途上にある本県にお
いては、人づくりが最も重要
な課題であります。未来の産
業や福祉分野を担う優れた
人材育成のために、御支援
いただきました設備を有効に
活用してまいります。あつた
うございました。

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。

寄贈率
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、各県教育庁様など関係所者のご協力のもとに
選定を進めます。

復興
支援

対象商品

対象商品は
こちらのマークが
ついています。

アスクル限定販売「おうち」 くすね13L シーナカラー →P.324	アスクル限定販売「おうち」 トイレのおそうじシート フラスコ付き オレンジの香り →P.272	アスクル限定販売「おうち」 オリジナルウェットタオル 厚手・大判(100%コットン) →P.207	アスクル限定販売「おうち」 ホットキス針 No.10 →P.597	アスクル限定販売「おうち」 アスクル修正テープYTA 2色/3色ボールペン →P.701	アスクル限定販売「おうち」 ジェットストリーム 2色/3色ボールペン →P.678
アスクル限定販売「おうち」 経済力 OAKクリーナー →P.308	アスクル限定販売「おうち」 トイレのおそうじシート フラスコ付き オレンジの香り →P.272	アスクル限定販売「おうち」 オリジナルウェットタオル 厚手・大判(100%コットン) →P.205	アスクル限定販売「おうち」 コーヒープッシュ(セルコー) 断切分1/2 4.5ml →P.71	アスクル限定販売「おうち」 テープのり 使いきり10m →P.584	アスクル限定販売「おうち」 油性マーカー くっきりブラック →P.667

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
使ってCAD実習が
より身近で
わかりやすいもの
になりました。



電子黒板や電子黒板
を活用して授業
がはかっています。



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。



展示板(パネル)等は
さまざまな行事・
イベントで
活用しています。

社会

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)