

# 2025年5月期 第3四半期決算概要

2025年3月18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となる主なサービス・関係会社は以下のとおりです。

セグメント	サブセグメント	主なサービス・関係会社
eコマース事業	ASKUL事業	ASKUL、ソロエルアリーナ、SOLOEL、新アスクルWebサイト
	LOHACO事業	LOHACO
	グループ会社等	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、株式会社チャーム ※連結消去含む
ロジスティクス事業		ASKUL LOGIST株式会社（外販）
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。



## 25/5期 第3四半期実績

- ✓ 為替影響による売上総利益率の低下と固定費の増加を主要因として増収減益
- ✓ 3Q期間では為替ポジションは改善、売上高成長施策等によりお客様数も回復の兆し

## 25/5期 通期業績予想の修正および今後の対応

- ✓ 売上高見込みに合わせて、売上高および各段階利益を期初計画から下方修正
- ✓ お客様数の回復を最優先とし、DXによる価格適正化やお客様ニーズに応える品揃え拡大、オリジナル商品の強化等、施策の実行スピードを加速
- ✓ ASKUL関東DCは26/5期 期初稼働に向けて順調に進捗。中長期では関東圏の物流センター再編により、配送効率を向上させ収益力強化につなげる

## 自己株式の取得

- ✓ 資本効率を高める機会と捉え、総還元性向の目標45%の枠外で機動的な自己株式の取得を実施

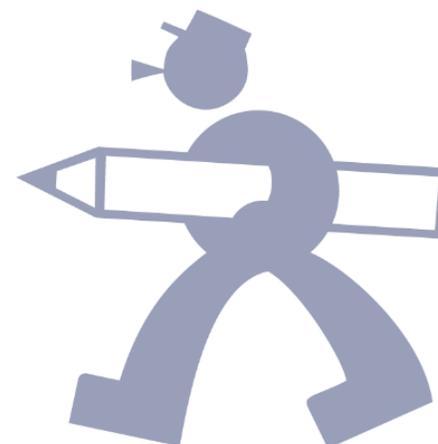
# I 25/5期 第3四半期実績および通期業績予想修正

II 事業の進捗

III 自己株式の取得

IV トピックス（ESG・その他）

V 付録





	24/5期 3Q		25/5期 3Q		
	実績	売上高 比率 %	実績	売上高 比率 %	前年 同期比 %
(百万円)					
売上高	350,063	100.0	358,833	100.0	102.5
売上総利益	87,196	24.9	86,818	24.2	99.6
販売費及び 一般管理費	74,703	21.3	77,017	21.5	103.1
営業利益	12,493	3.6	9,801	2.7	78.4
経常利益	12,290	3.5	9,656	2.7	78.6
親会社株主に帰属する 当期純利益	16,146	4.6	6,110	1.7	37.8

✓ **売上高**  
前年同期比102.5%  
過去最高更新

✓ **売上総利益率**  
前年同期比△0.7pt

✓ **営業利益**  
前年同期比78.4%

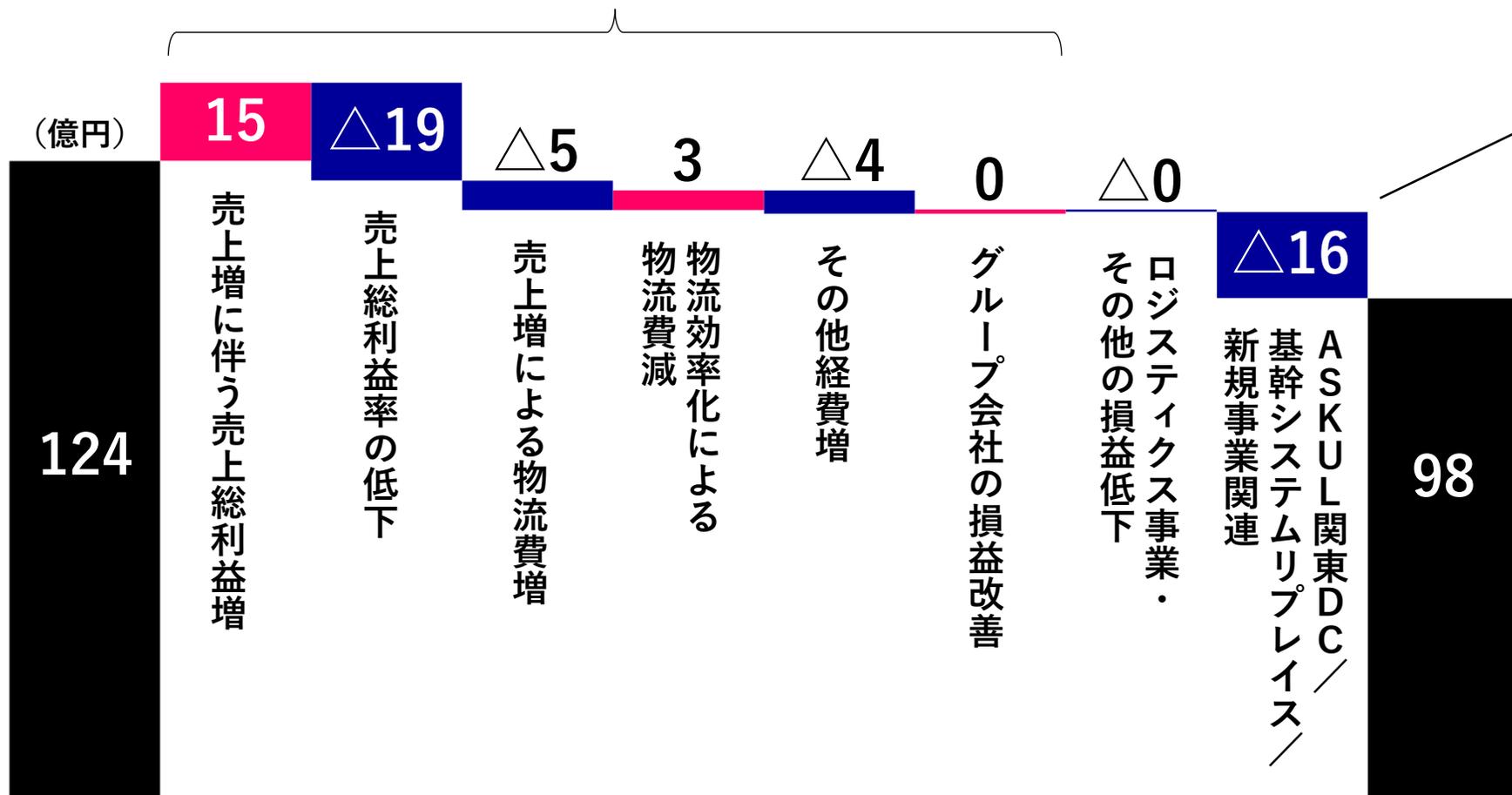
✓ **当期純利益**  
前年同期比37.8%

※24/5期はALP首都圏火災関連訴訟で  
117億円の特別利益を計上



## 為替影響による売上総利益率の低下と固定費増により減益

eコマース事業

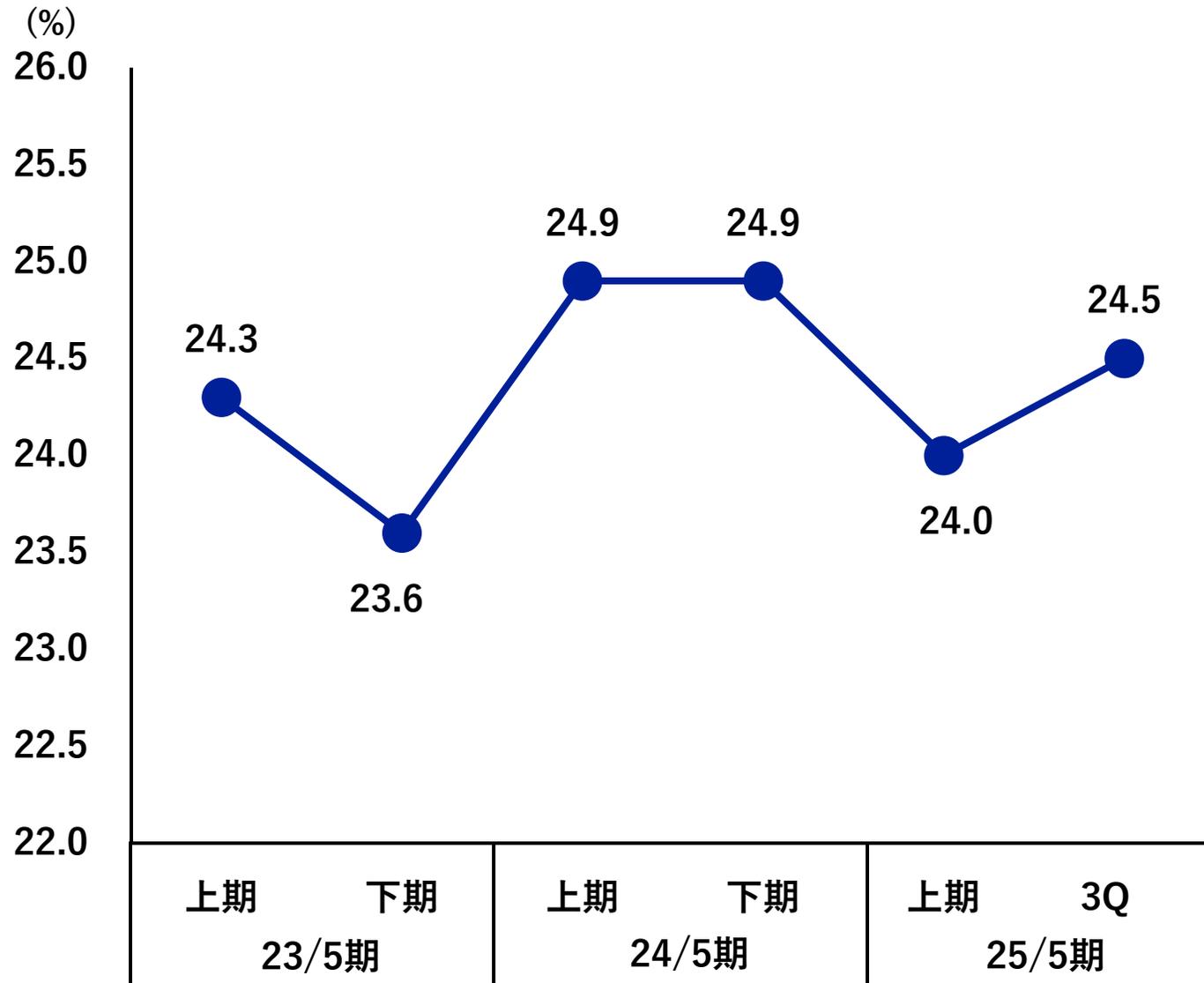


### 固定費増の内訳

●ASKUL関東DC	△11.2億円
<内訳>	
・地代・清掃警備費	△10.3億円
・立上費用（消耗品費等）	△0.8億円
●基幹システムリプレイス	△5.3億円
●新規事業関連	△0.2億円

24/5期 3Q

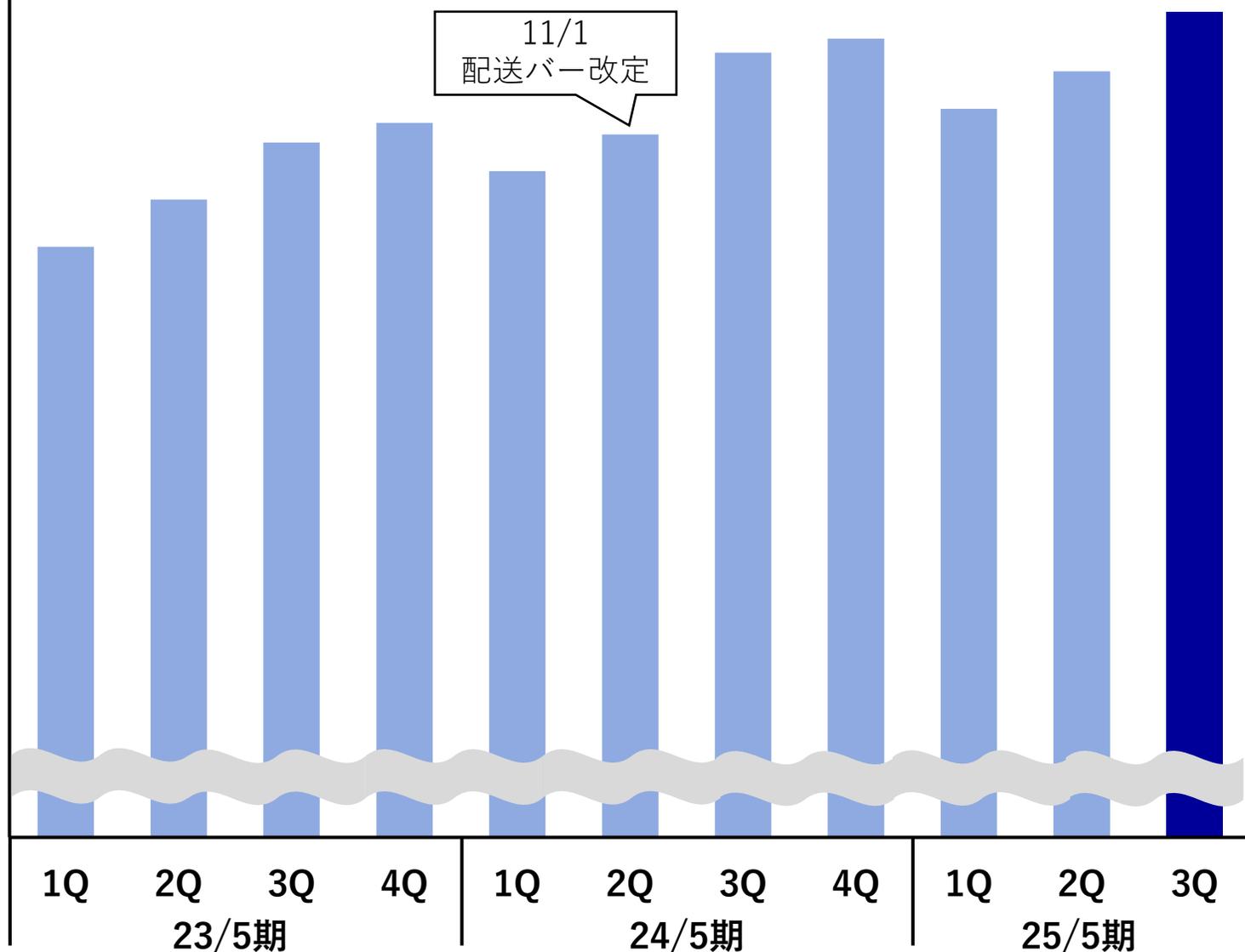
25/5期 3Q



為替ポジションの  
回復により改善



(円)



25/5期 3Q期間  
前年同期比 103.2%

2億円相当の配送費低減



配送バー改定後も  
改善継続

# 25/5期 第3四半期業績 【四半期別・事業別】

連結



		24/5期					25/5期				
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	前年同期差	前年同期比 %
売上高	ASKUL事業	844	898	880	909	3,533	883	899	890	9	101.1
	LOHACO事業	88	86	88	97	361	95	85	93	4	105.2
	グループ会社等	175	173	196	184	728	183	188	205	9	104.7
	eコマース事業	1,108	1,158	1,165	1,191	4,623	1,162	1,172	1,189	23	102.0
	ロジスティクス事業・その他	22	23	22	24	93	21	22	19	△ 2	88.3
	連結合計	1,130	1,182	1,187	1,216	4,716	1,183	1,195	1,209	21	101.8
営業利益	決算賞与（引当含む）等	△ 2	△ 2	1	△ 1	△ 5	1	1	1	△ 0	98.8
	eコマース事業	28	44	52	44	170	25	34	38	△ 13	74.0
	ロジスティクス事業・その他	△ 0	△ 0	△ 0	△ 0	△ 1	0	△ 0	△ 1	△ 1	—
	連結合計	28	44	52	44	169	25	34	37	△ 14	71.8

# 25/5期 第3四半期累計業績 eコマース事業 売上高

連結



## ASKUL事業

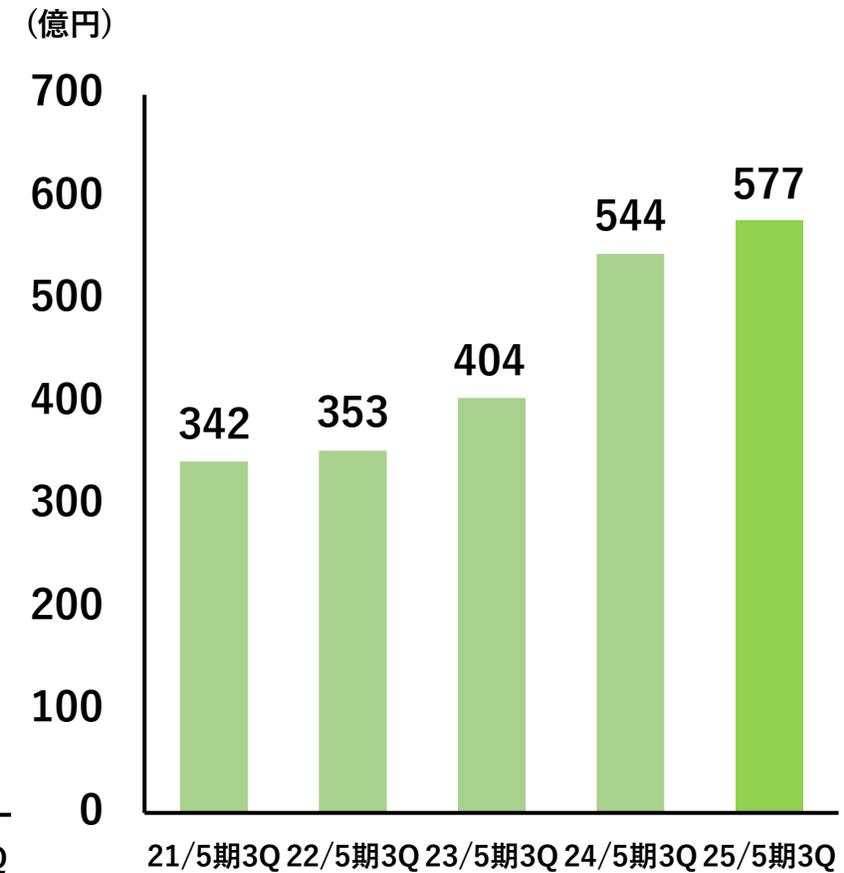
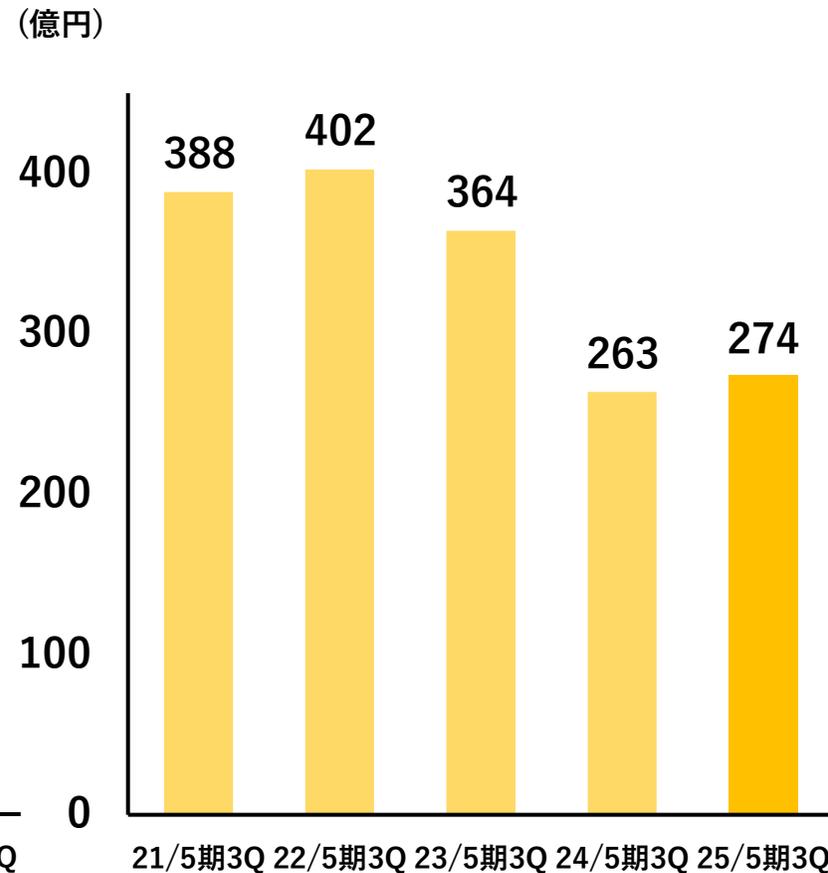
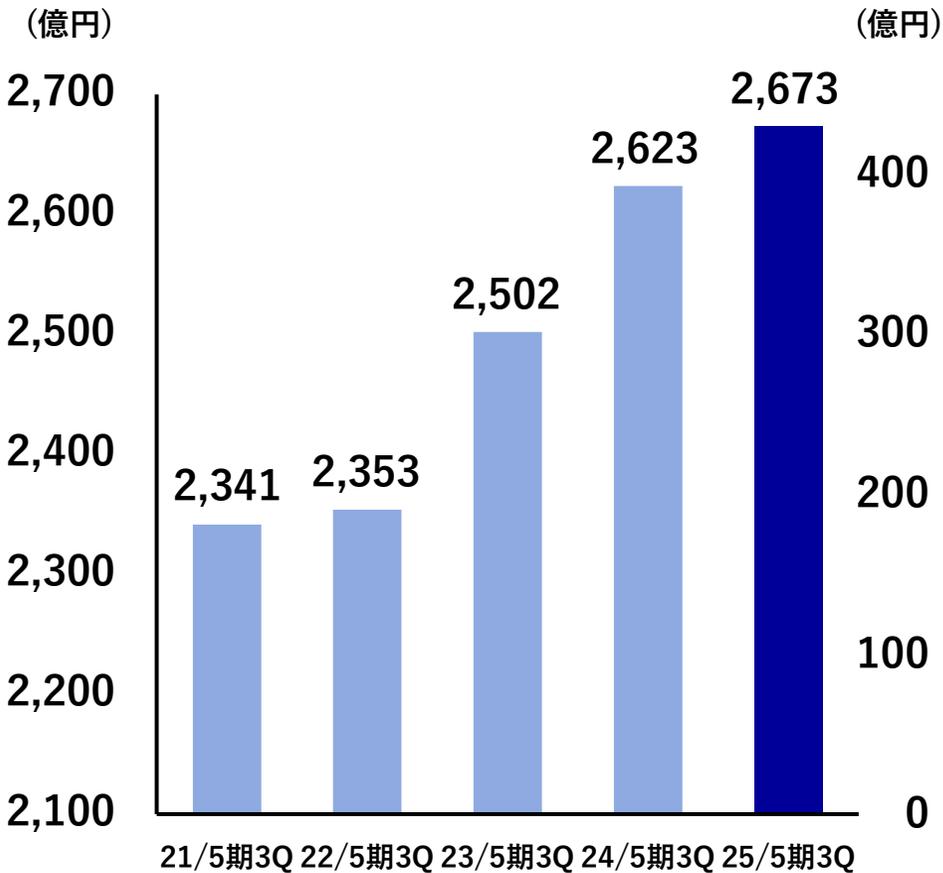
## LOHACO事業

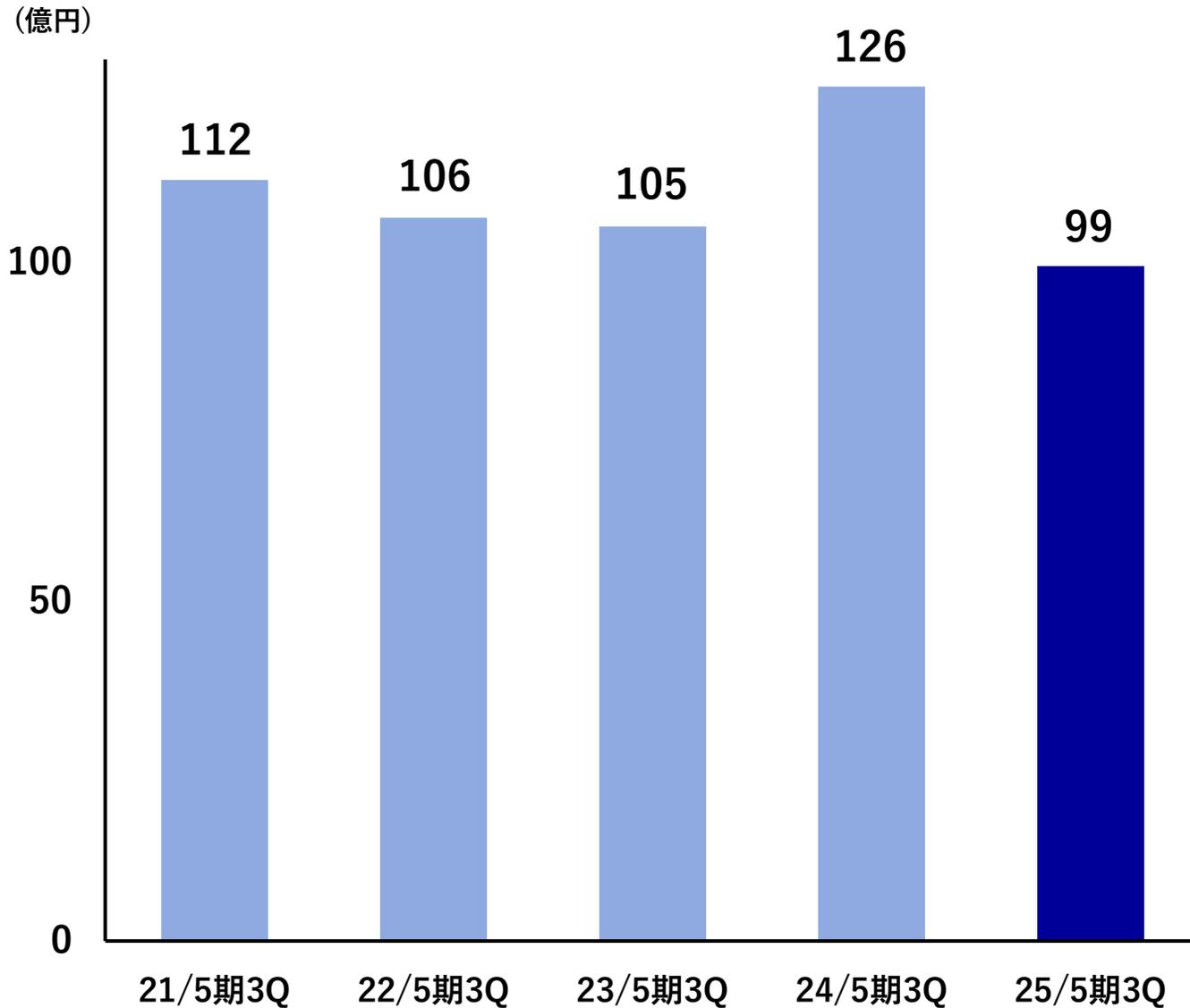
## グループ会社等

前年同期比 **101.9%**

前年同期比 **104.1%**

前年同期比 **106.0%**





前年同期比 **79.0%**

上期を中心とした売上総利益率の低下  
計画どおりの固定費の増加



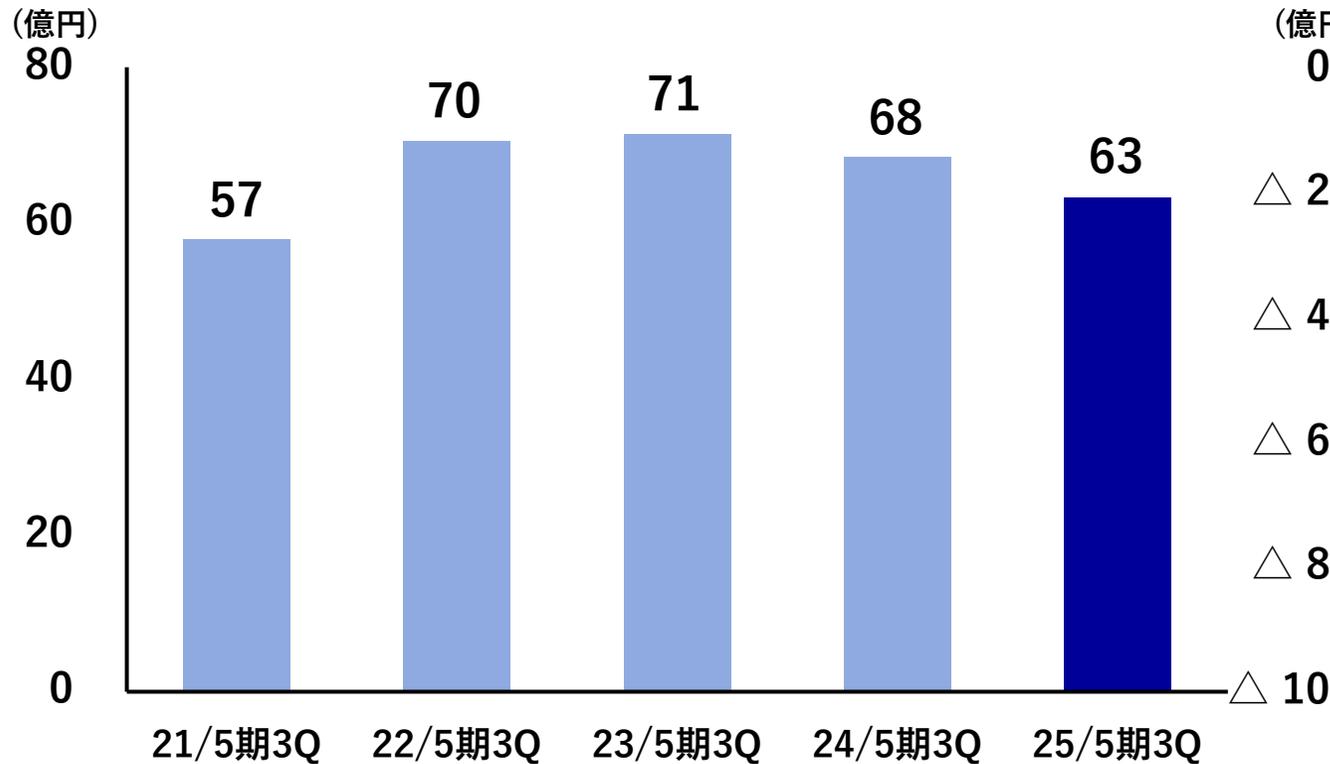
売上総利益率は回復基調



## 売上高

前年同期比 **92.5%**

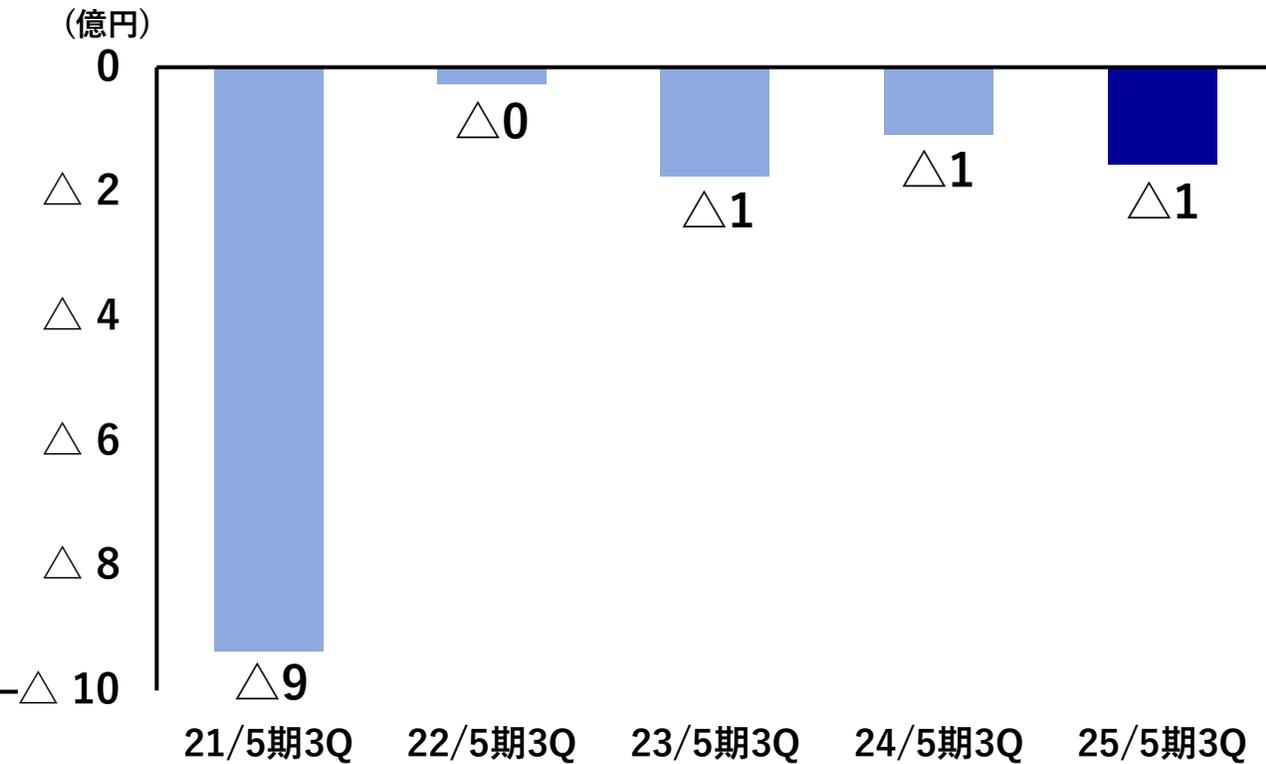
採算重視による一部契約の終了

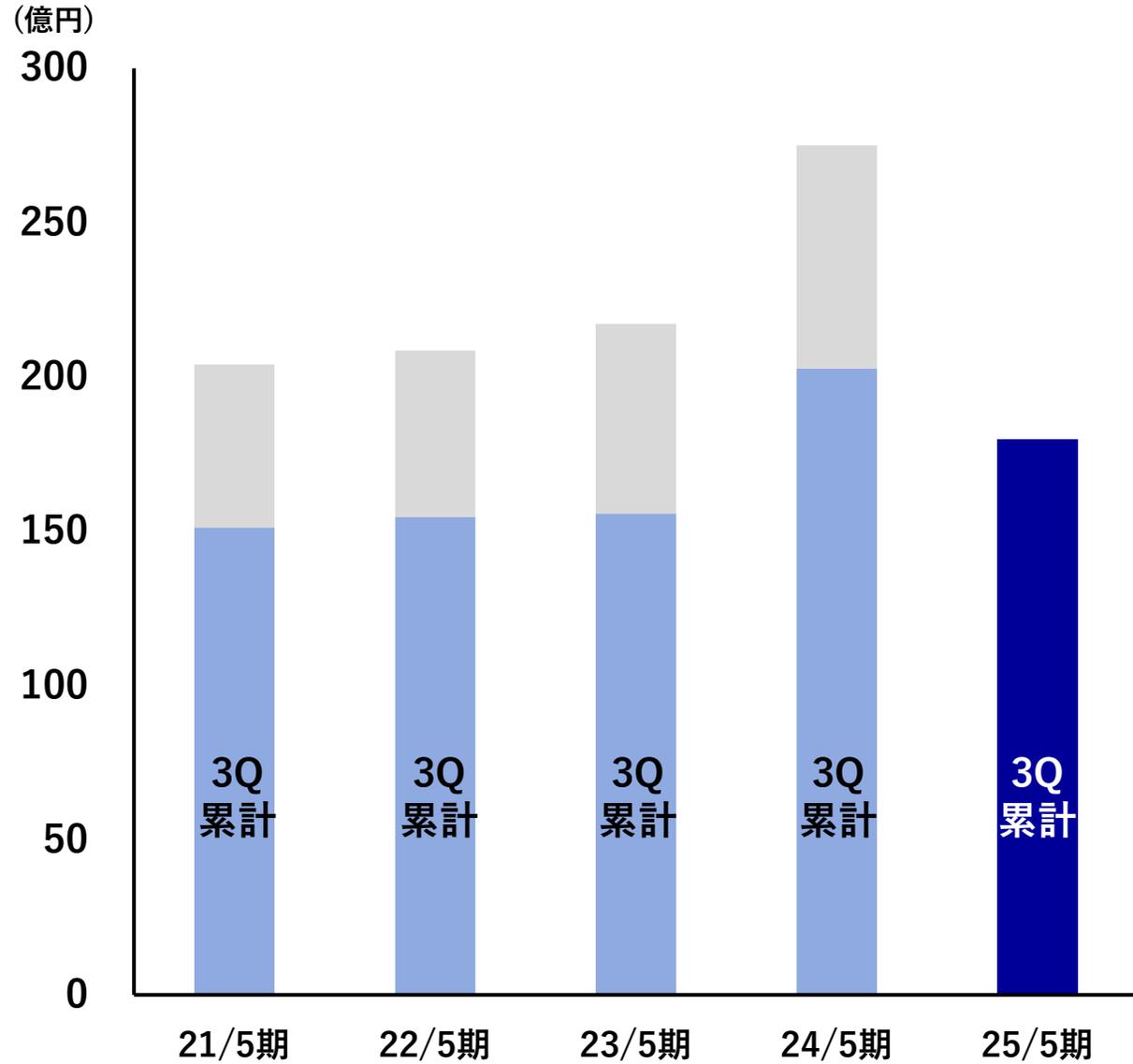


## 営業利益

前年同期差 **△0億円**

黒字化に向け選択と集中に取り組む





26/5期以降の  
改善を目指す

# 25/5期 通期連結業績予想の修正

連結



	24/5期		25/5期					
	実績	売上高 比率 %	期初計画	売上高 比率 %	修正計画	売上高 比率 %	期初 計画差	前期比 %
(百万円)								
売上高	471,682	100.0	500,000	100.0	480,000	100.0	△ 20,000	101.8
売上総利益	117,502	24.9	126,700	25.3	117,950	24.6	△ 8,750	100.4
販売費及び 一般管理費	100,549	21.3	108,700	21.7	103,950	21.7	△ 4,750	103.4
営業利益	16,953	3.6	18,000	3.6	14,000	2.9	△ 4,000	82.6
経常利益	16,677	3.5	17,700	3.5	13,700	2.9	△ 4,000	82.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	19,139	4.1	11,200	2.2	8,500	1.8	△ 2,700	44.4

- ✓ 売上高  
期初計画差 △200億円
- ✓ 営業利益・経常利益  
期初計画差 △40億円
- ✓ 当期純利益  
期初計画差 △27億円
- ✓ 期末配当予想を据え置き  
安定配当継続 (1株19円)

# 25/5期 通期連結業績予想の修正【事業別】

連結



		24/5期	25/5期		25/5期		
		実績	期初計画	前期比 %	修正計画	期初計画差	前期比 %
売上高	ASKUL事業	3,533	3,749	106.1	3,583	△ 166	101.4
	LOHACO事業	361	378	104.8	365	△ 13	100.9
	グループ会社等	728	776	106.5	765	△ 10	105.1
	eコマース事業	4,623	4,904	106.1	4,713	△ 190	101.9
	ロジスティクス事業・その他	93	95	102.7	86	△ 9	92.5
	連結合計	4,716	5,000	106.0	4,800	△ 200	101.8
営業利益	eコマース事業	170	178	104.3	138	△ 40	80.9
	ロジスティクス事業・その他	△ 1	1	—	1	—	—
	連結合計	169	180	106.2	140	△ 40	82.6



	セグメント	期初計画差	業績予想の修正要因
売上高	ASKUL事業	△166億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 価格および配送バー改定の影響</li> <li>✓ 従来型オフィス用品の需要低迷</li> </ul>
	LOHACO事業	△13億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 収益性重視による広告販促費抑制</li> </ul>
	グループ会社等	△10億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ チャーム（アクア市場※1の停滞）、アルファパーチェス（FM事業※2の大型改装案件の後ろ倒しの影響）等</li> </ul>
	ロジスティクス事業・その他	△9億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 配送取次事業等の計画未達</li> </ul>
売上総利益		△87億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 売上高計画の未達およびASKUL事業の主力商品に適用される為替ポジションの悪化</li> </ul>
営業利益		△40億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ASKUL事業の売上高・売上総利益率の計画未達</li> </ul>

※1 チャームは、ペット用品ECの運営事業者。アクア市場は金魚・熱帯魚および関連商品の市場

※2 FM事業のFMはFacility Managementの略

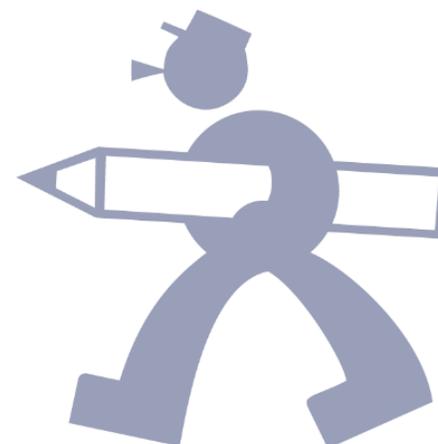
I 25/5期 第3四半期実績および通期業績予想修正

**II 事業の進捗**

III 自己株式の取得

IV トピックス（ESG・その他）

V 付録



25/5期 第2四半期  
決算概要資料再掲商品力の  
強化

NEW

## 価格競争力の強化

- ✓ マーチャンダイジングDXのPOCを経て  
お客様の購入頻度が高い商品を中心に価格見直し

## 品揃えとオリジナル商品の強化

- ✓ ASKUL事業でもマーケティングラボ開始、  
サプライヤーと連携しデータ活用による品揃え強化
- ✓ 商品開発専門部門新設によるオリジナル商品強化

集客  
UI/UXの  
強化

NEW

## 広告販促費の増強

- ✓ 集客・認知度向上によるお客様数の回復
- ✓ 既存のお客様に向けた広告販促費の再配分および増額

## お客様の開拓手法や定着率向上施策の見直し

- ✓ データ活用により優良化しやすいお客様をターゲティング  
した開拓手法の強化や登録後の定着施策の実施

## 販促精度の向上

- ✓ 強化した品揃えやお買い得商品等のサイト露出自動化や  
レコメンドエンジン最適化により、お客様の”欲しい”を  
提案できる売り場へ

## 探し易いサイトへの進化

- ✓ 検索のアルゴリズム最適化とお客様の声に基づいた  
機能改善で選びやすく、買いやすいサイトへ



## 価格適正化、品揃え、お客様の購買促進の取り組みをさらに推進

### 価格競争力の強化

- ✓ マーチャンダイジングDX (MDDX) のPOC※を実施し、有効性を確認  
26/5期期初から価格決定自動化ロジックを実装予定、MD業務の生産性向上へ
- ✓ 価格適正化によりお客様の購入単価は一時的に低下するも、**中期的にはお客様数増加による成長性の回復を見込む**

### 品揃えとオリジナル商品の強化

- ✓ データドリブンな品揃えのPOC※を実施し、売上高伸長を確認  
26/5期期初から品揃えロジックを実装予定
- ✓ オリジナル商品開発を強化

### 広告販促費の増強

- ✓ 既存のお客様に向けた広告販促費の再配分および増額により、広告経由売上高増加

### お客様の開拓手法や定着率向上施策の見直し

- ✓ 多様なアプローチを展開し、購買促進の取り組みをさらに強化  
<具体例>
  - 登録後未購入のお客様に対してメール・架電
  - 紙媒体による定番品・オリジナル商品や様々な業務で使用される商品取扱いの認知向上 [\(次ページに紙媒体の取り組みを紹介\)](#)



※「Proof of Concept」の略で、サービスや製品に用いられるアイデアや技術が実現可能かを検証する一連の検証作業を指す



## 視認性を活かして多様な業務で使用される商品取扱いの認知向上

### 「お役立ちガイド LET'Sアスクル！」

お客様からご支持が多い定番品やオリジナル商品のご紹介、アスクルWebサイトの便利な機能のご説明など、アスクルを快適に使っていただくためのガイド誌



2024年10月発行 約80ページ

#### 飲食業務用関連商品

Cup, etc...  
飲食店の  
テイクアウトや  
催事にも  
お役立ちアイテムをご用意  
※お役立ちアイテム

Wrap & Gloves  
食を扱う  
現場の必需品  
※お役立ちアイテム

ショップやイベントで活躍!  
「飲食業務用」関連品  
ご使用頻度の高いアイテムを厳選しました!

Take Out Plate  
そのおいしさを  
確かにお届け  
※お役立ちアイテム

Register Related  
レジ袋・紙袋 &  
レジロールも  
各種取り揃え  
※お役立ちアイテム

#### 掃除関連商品

「日用品」  
「セレクション」  
仕事場を快適にする!

「お掃除」アイテム  
キレイな空間だと、  
仕事もにはかどるもの。  
カンタンで便利なお掃除アイテムをご紹介!

For Floor  
ワークスペースを  
足もとからキレイに  
※お役立ちアイテム

Easy Clean  
デスクや机を  
ササッと拭き  
※お役立ちアイテム

Clean Up  
スイスイ拭ける!  
小さなホコリもすっきり  
※お役立ちアイテム

Air Purification  
仕事場の「空気」を、  
さわやかにクリーンに  
※お役立ちアイテム

#### 梱包関連商品

手軽でも確実にしっかり発送!  
「梱包用品」

※お役立ちアイテム

Webには梱包資材が豊富にラインナップ! → www.askul.co.jp/

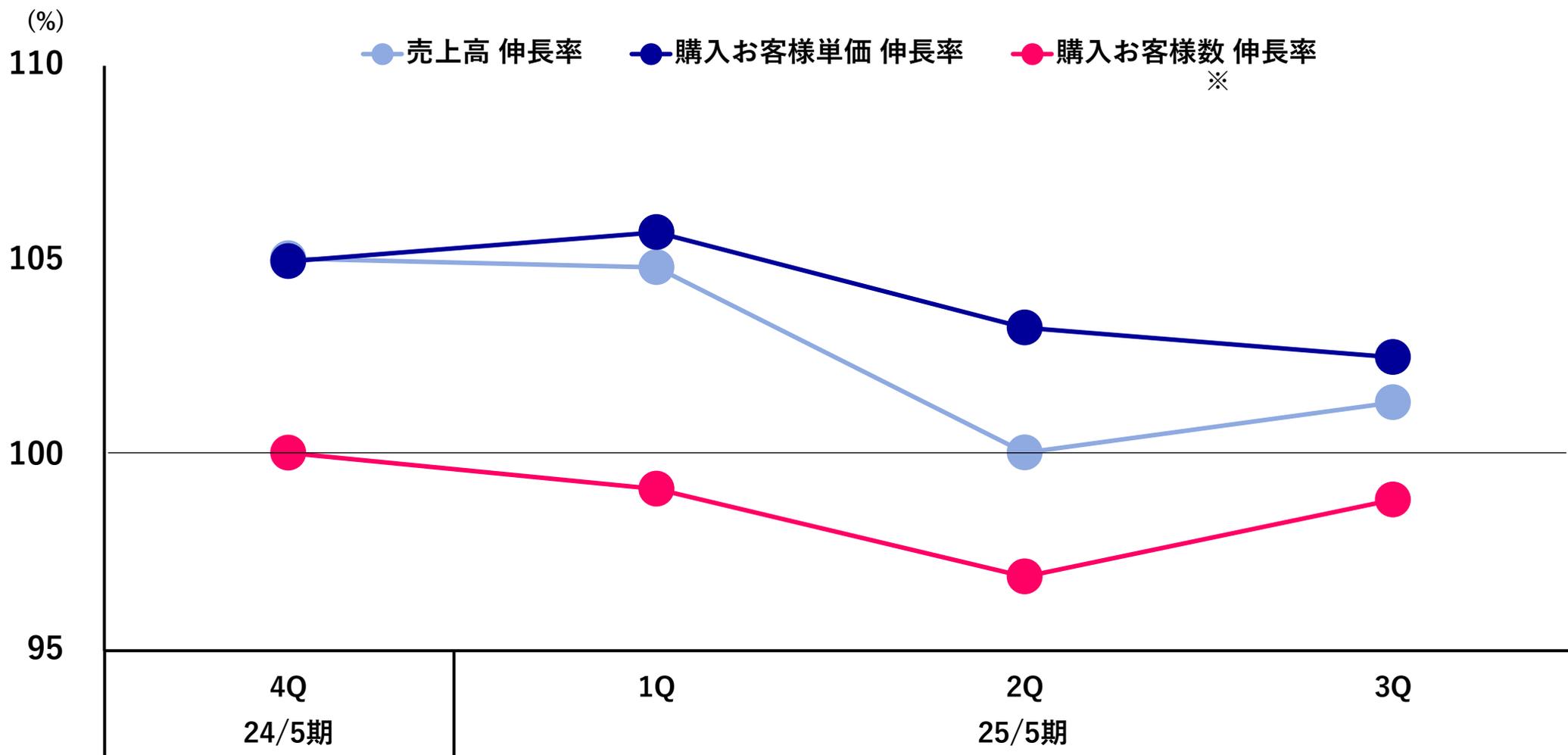
#### オリジナル商品

「ひと工夫」が光る! 「定番」の商品!  
アスクルのオリジナル<sup>®</sup>アイテム!

※お役立ちアイテム



## 3Qはお客様数減少が底打ち、改善の兆し



※ 該当期間に売上があったユニークなお客様数



## 取扱い商品

✓3Q期間 約10万アイテム減少  
新規投入数は29万アイテム超

低稼働商品の見直しにより全体は減少  
一方で新規投入数は順調に推移

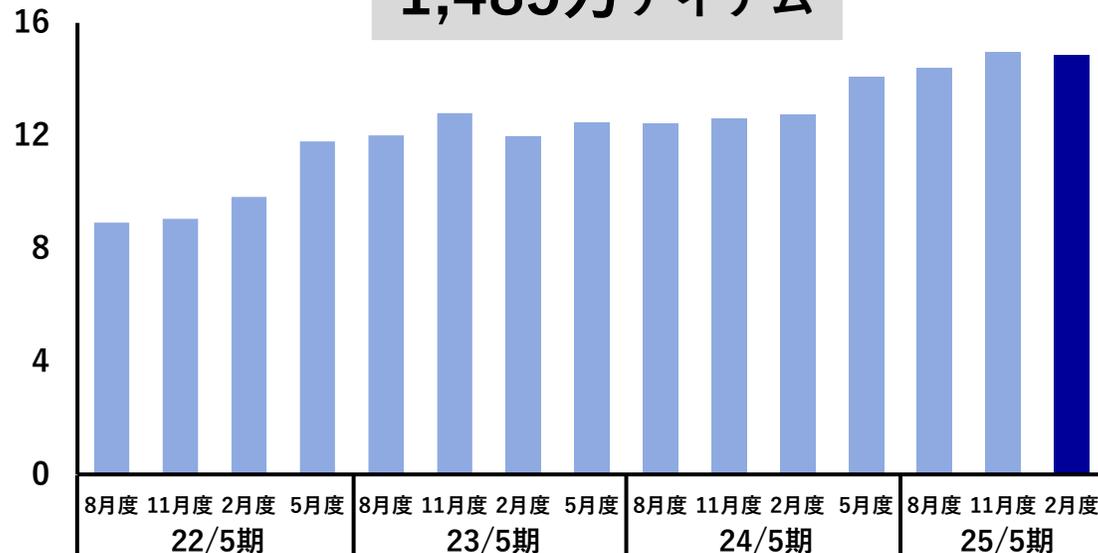
## 在庫商品

✓3Q期間 2.1万アイテム増加  
すべてのカテゴリで増加

中期目標の33万アイテムを達成  
「明日来る」商品の拡大を継続

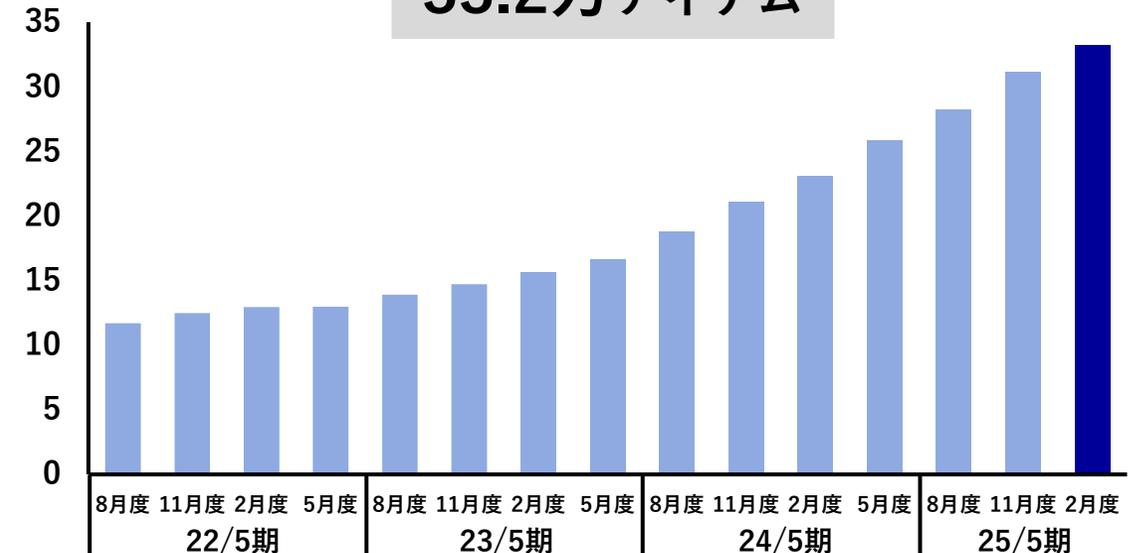
(百万アイテム)

1,485万アイテム



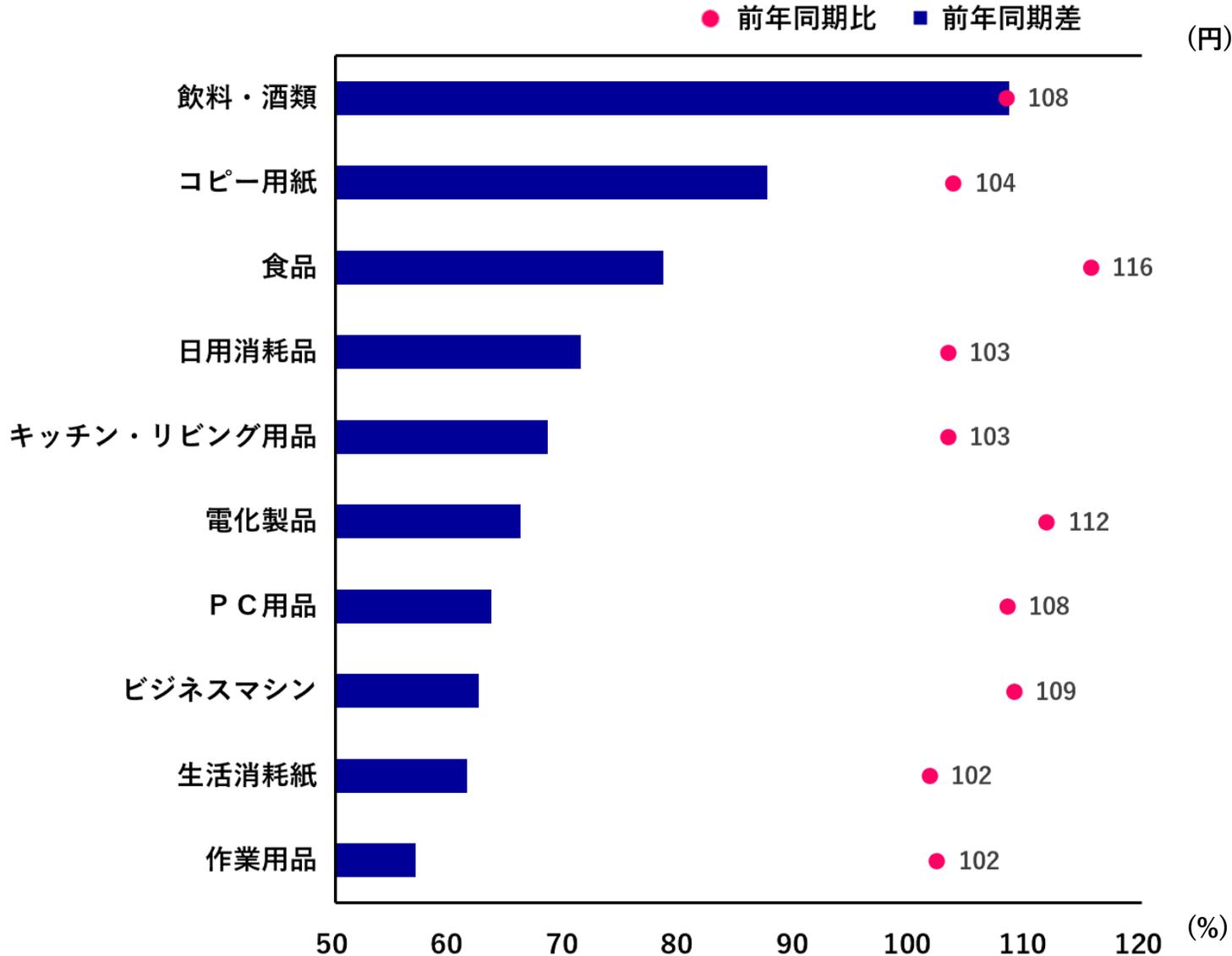
(万アイテム)

33.2万アイテム





## 3Q期間 カテゴリ別売上高 前年同期差&amp;比 (Top10)



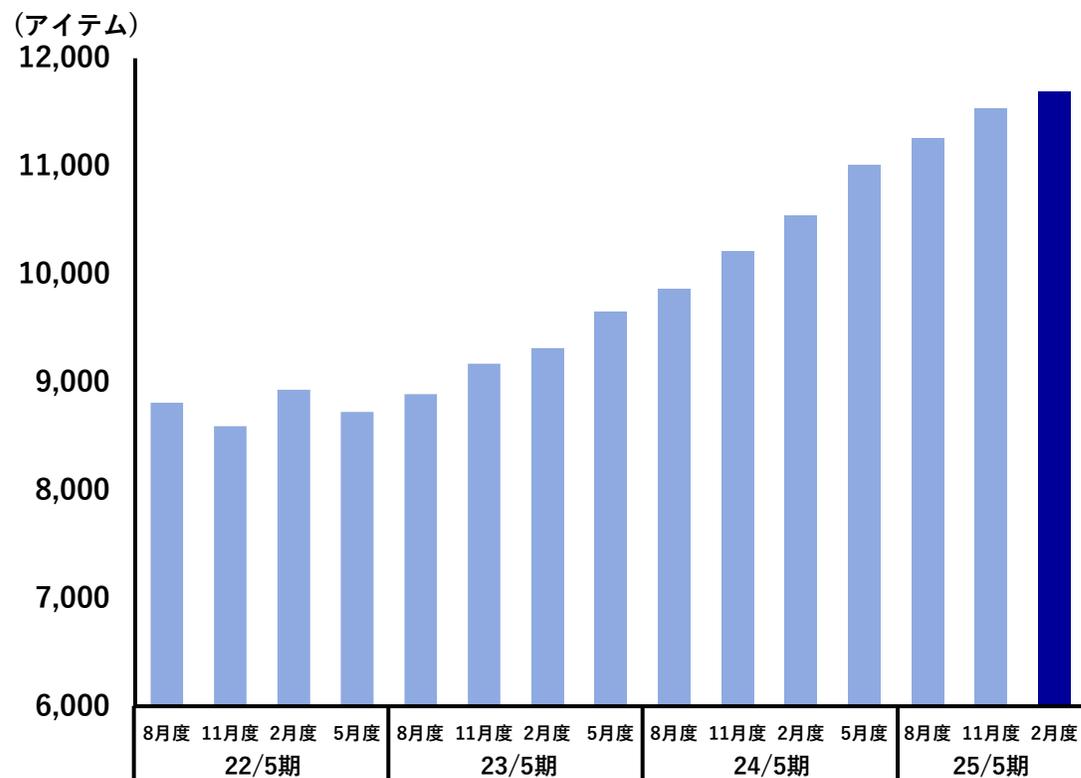
商材拡大の取り組みに  
一定の成果

成長カテゴリを  
さらに強化

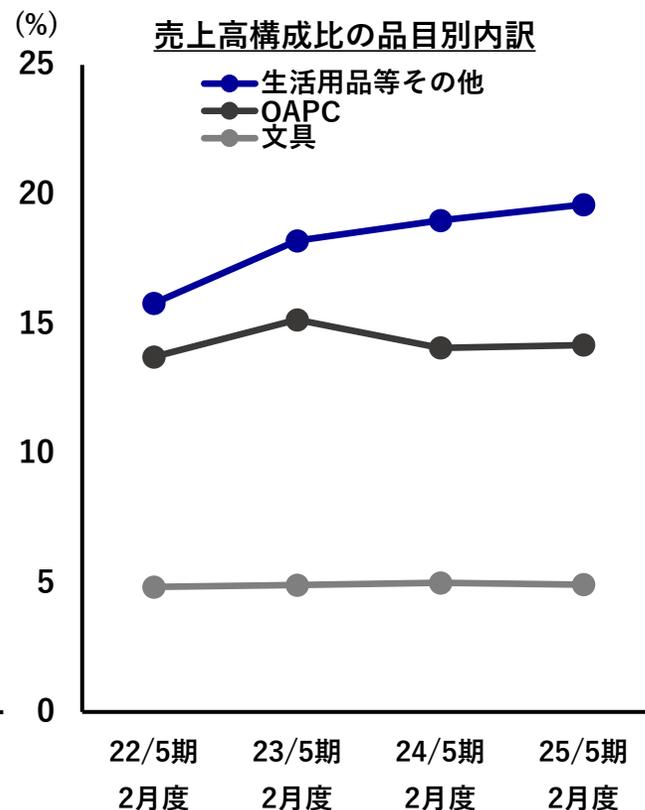


## 商品数

11,690 アイテム

売上高構成比  
(在庫商品売上高)

38.7%



注力カテゴリの  
売上高構成比が拡大  
さらに強化

※ 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



✓ 放映開始日：2025年3月3日～（全国）

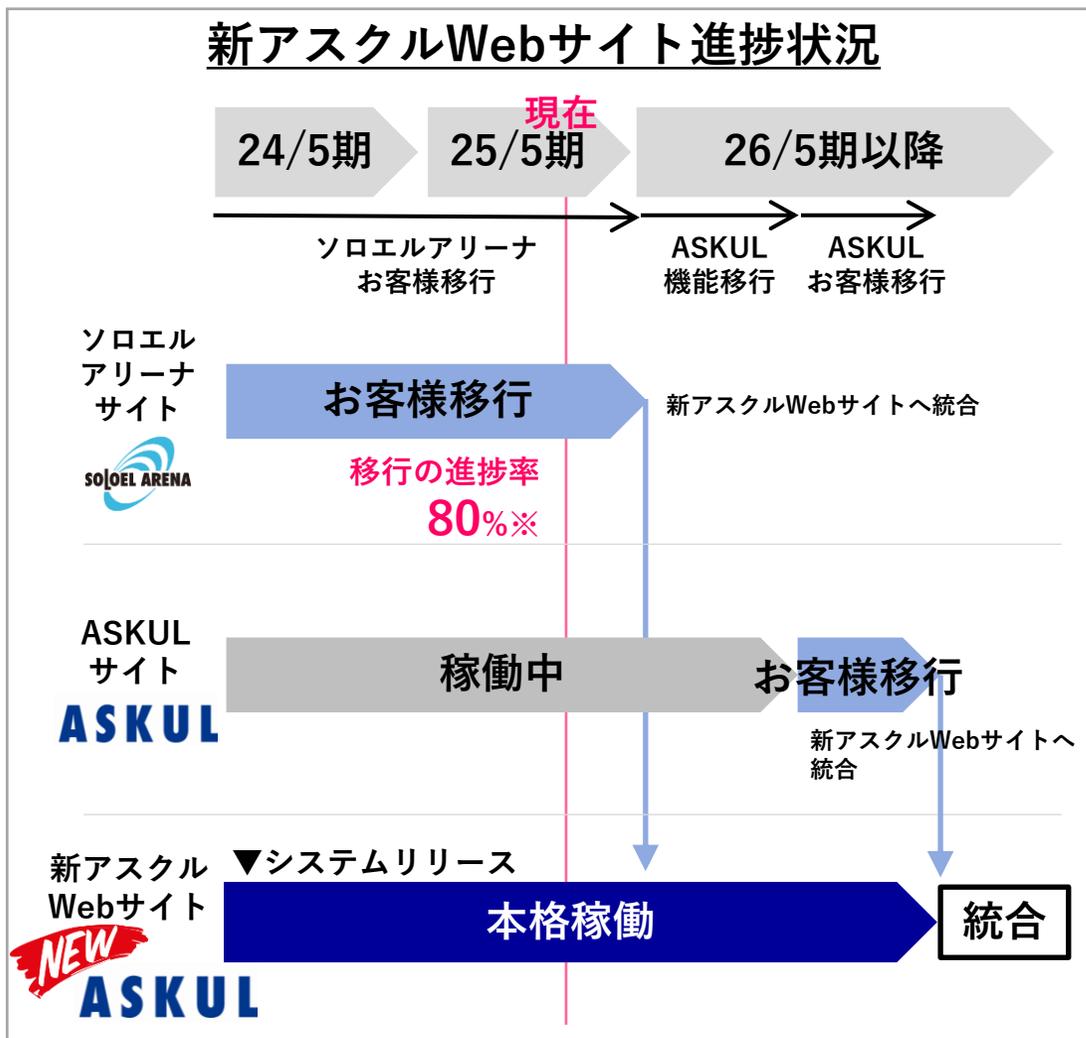
✓ 放映媒体：TV、YouTube、TVer

15秒版 <https://youtu.be/bMf01dITgPU>

30秒版 <https://youtu.be/VzJEpbpXato>



## 引き続き、お客様対応を優先しつつ慎重に移行を進める



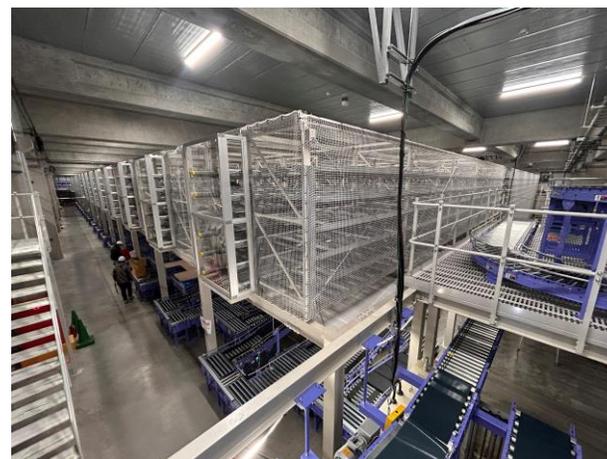
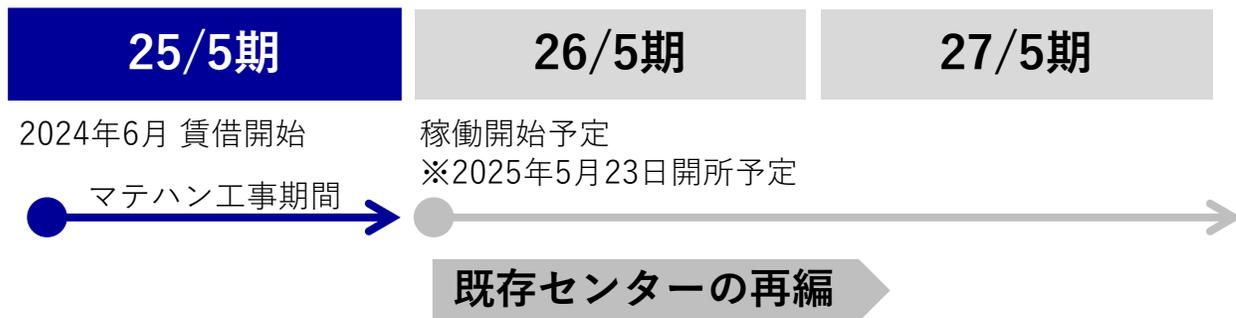
### ソロエルアリーナのお客様移行の状況

✓24/5期4Qで見直した計画どおり  
進捗中、進捗率80% ※

※ソロエルアリーナご利用社数全体に対して移行が完了した社数の比率



## マテハン工事はほぼ完了 予定どおり26/5期 期初の稼働に向けてテスト工程を開始

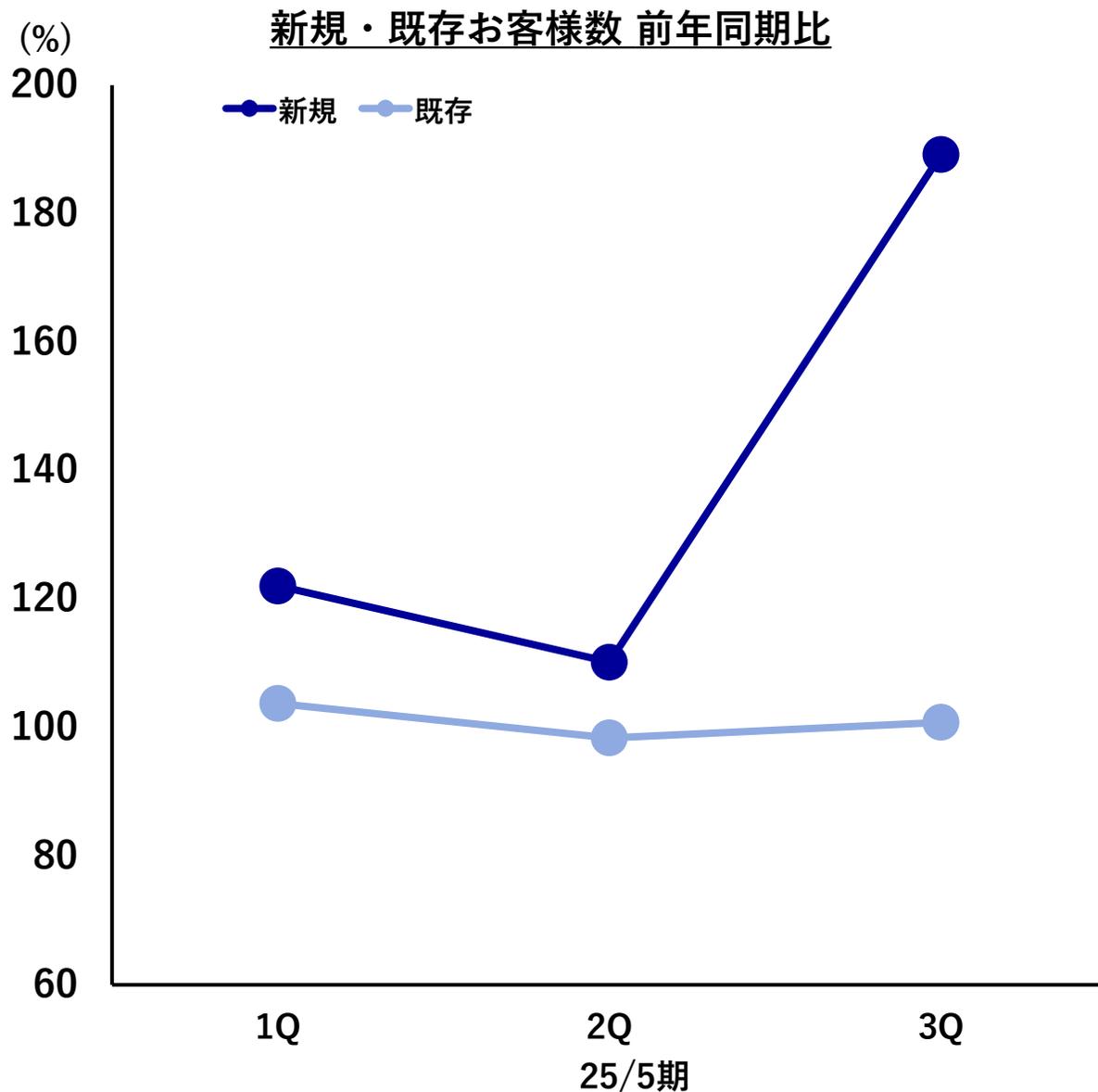


GTP※1



棚搬送AGV※2

※1 Goods To Personの略。ピッキングを担当する作業員のいる場所まで直接荷物を搬送するロボットのこと  
※2 Automatic Guided Vehicle（自動的に誘導される車両・ロボット）の略



LINEヤフーとの販促効果により  
新規のお客様数が大幅に増加

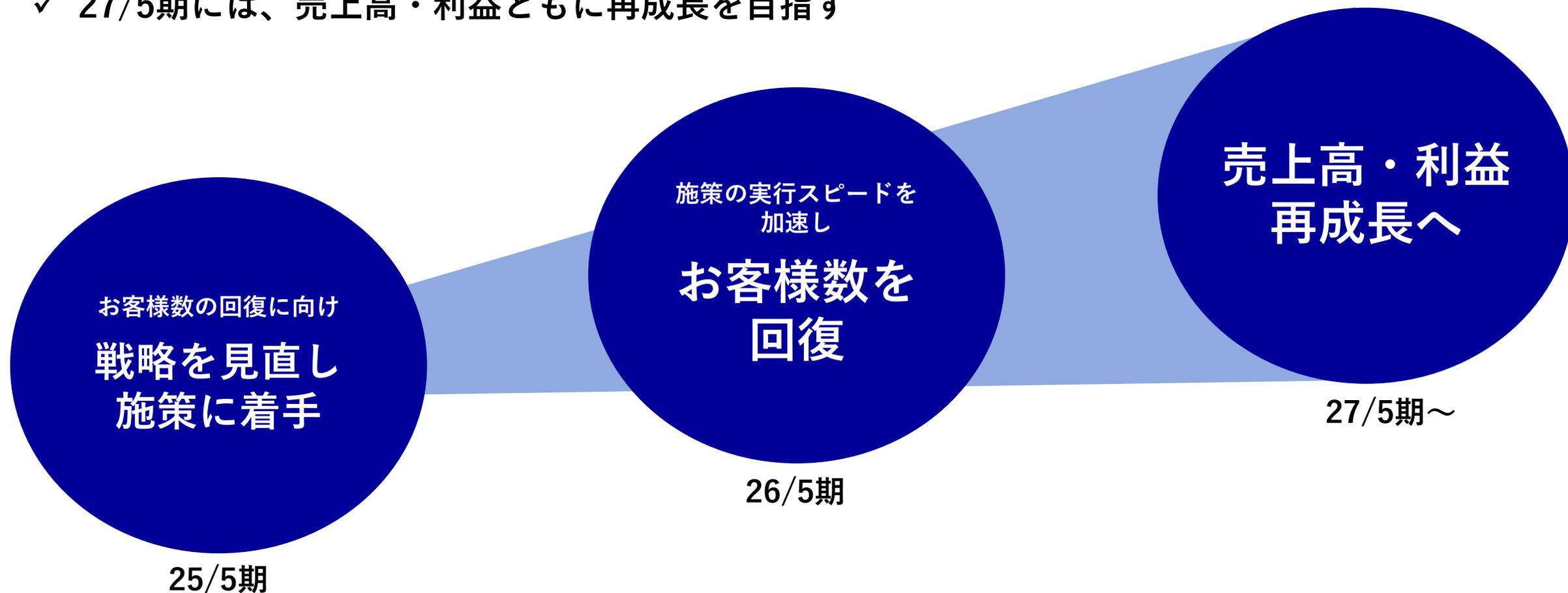


基本サービス（価格、品揃え、物流）  
を向上させお客様の定着を図る

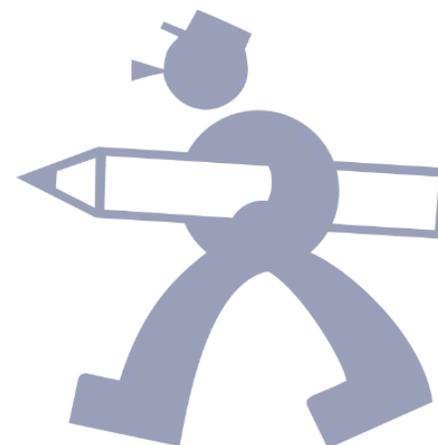
# 中長期的な成長イメージ



- ✓ 施策の実行スピードを加速し、お客様数の回復に注力
- ✓ 26/5期は、ASKUL関東DCの稼働により固定費は増加するが、関東圏の物流センター再編が進むことで配送効率は改善。地代等の固定費も徐々に圧縮される見込み
- ✓ 27/5期には、売上高・利益ともに再成長を目指す



- I 25/5期 第3四半期実績および通期業績予想修正
- II 事業の進捗
- III 自己株式の取得**
- IV トピックス（ESG・その他）
- V 付録



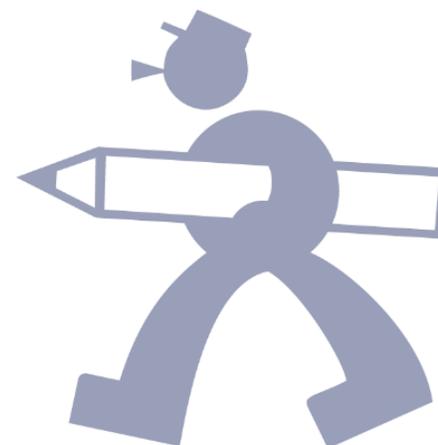


## 資本効率を高め、中長期的な企業価値向上につなげる

### 自己株式取得の概要

取得株式総数	上限500万株（2025年2月20日時点における自己株式を除く発行済株式総数に対する割合5.28%）
取得価額総額	上限80億円
取得期間	2025年3月19日～2025年9月30日
取得方法	東京証券取引所の自己株式立会外買付取引(ToSTNeT-3)による買付け および取引一任方式による市場買付け
その他	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 上記期間にて取得した全株式は速やかに消却予定</li><li>✓ プライム市場上場維持基準の一つである流通株式比率の低下を回避する 目的で、LINEヤフーが保有する株式の一部を取得する予定</li></ul> ※2025年2月20日時点におけるLINEヤフーの当社議決権比率（46.34%） を維持する予定

- I 25/5期 第3四半期実績および通期業績予想修正
- II 事業の進捗
- III 自己株式の取得
- IV トピックス（ESG・その他）**
- V 付録





2025年1月

## 拠点間輸送を船舶に切り替え環境負荷を低減

- ✓ ASKUL三芳センターからASKUL Logi PARK 福岡への輸送行程におけるCO2排出量従来比68.3%削減、トラックドライバー運転時間従来比84.5%削減を見込む

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/uVIG/AmEt/RUN8.pdf>



2025年2月

## 海洋プラスチックを11%配合した「やさしいバスケット」販売開始

- ✓ 長崎県対馬市の海岸に漂着した海洋プラスチック（オレンジ色のブイ）を再資源化し、11%配合
- ✓ 着色はせず劣化したブイの色をそのまま活かした“くすみオレンジ色”1色、2サイズを展開

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/usA8/F4zf/yCsb.pdf>



2025年3月

## MSCI ESG レーティングで初の最高評価「AAA」を獲得

- ✓ 当社のESG（環境・社会・ガバナンス）に関するリスク管理を総合的に評価

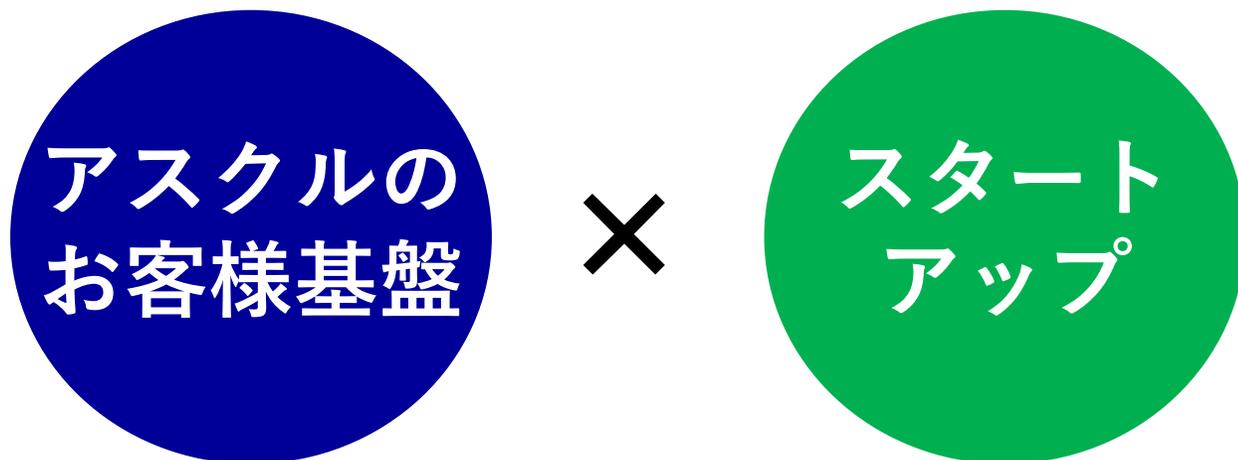
プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/A7NF/WOkK/n0zR.pdf>

※MSCI ESG レーティングとは、米国MSCI Inc.が世界中の数千社を対象として、企業のESGに関するリスク管理を総合的に評価、業種別に比較して「AAA」から「CCC」まで7段階で評価・格付けするもの





## 「いい明日がくる PITCH CAMP」を開催



ASKULのアセットを有効活用した、  
革新的な新規ビジネスのアイデアにつなげる



2025年2月18日開催

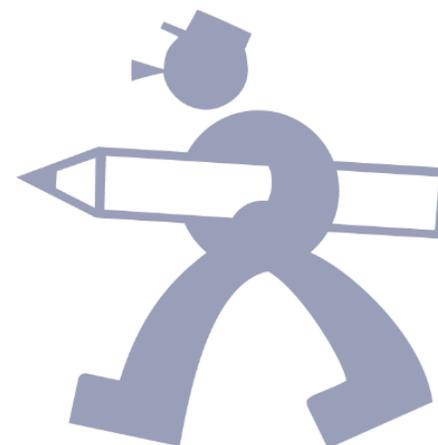
<参加企業>

株式会社 Helpfeel、goooods株式会社、  
STORES株式会社、株式会社 AgeWellJapan、  
コミュニケーション株式会社（登壇順）

<イベントレポートリリース>

<https://pdf.irpocket.com/C0032/A7NF/H2wP/VHW4.pdf>

- I 25/5期 第3四半期実績および通期業績予想修正
- II 事業の進捗
- III 自己株式の取得
- IV トピックス（ESG・その他）
- V 付録**





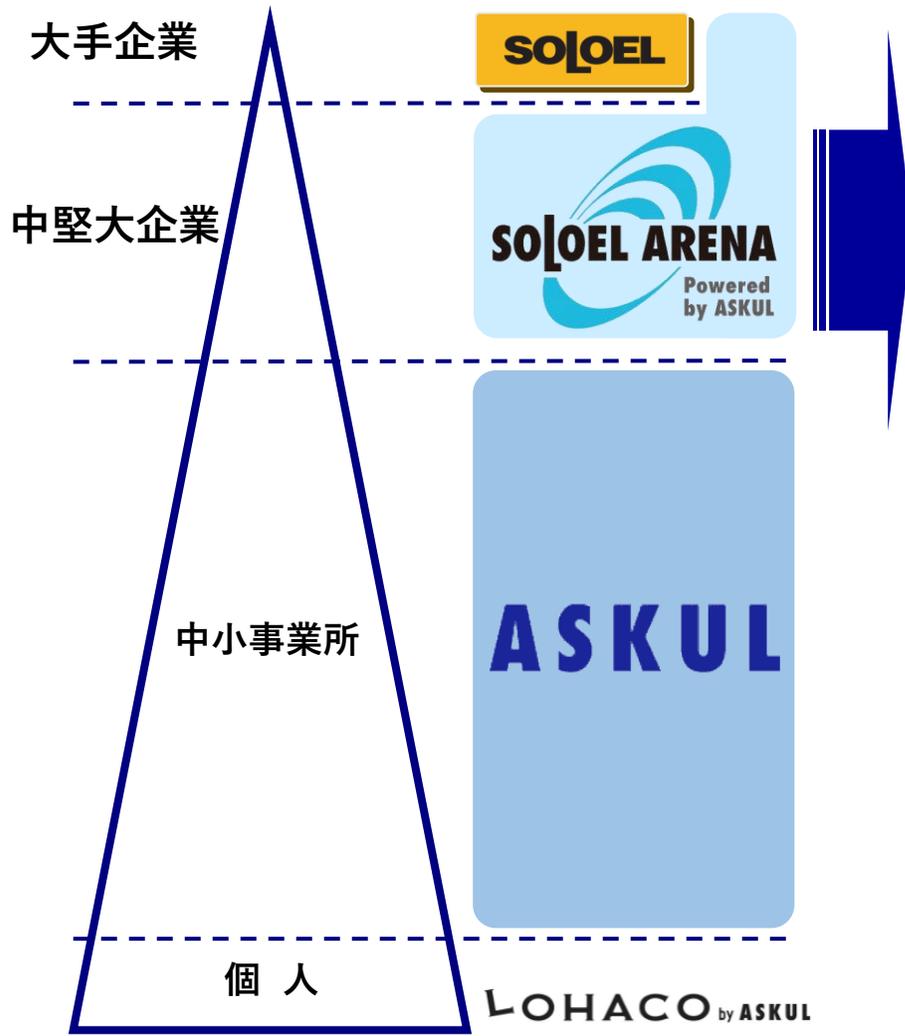
(億円)	23/5期		24/5期						25/5期									
	3Q		1Q		2Q		3Q		4Q		1Q		2Q		3Q			
		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %	前年同期差	前年同期比 %		
OA・PC	255	29.8	241	28.6	262	29.3	262	29.9	264	29.1	249	28.2	258	28.8	263	29.6	0	100.1
文具	106	12.4	98	11.7	109	12.2	112	12.8	131	14.5	108	12.3	115	12.9	116	13.1	4	103.6
生活用品	249	29.1	276	32.7	276	30.8	259	29.5	260	28.6	291	33.0	280	31.2	267	30.0	7	102.9
ファニチャー	47	5.5	49	5.9	51	5.8	52	5.9	66	7.3	47	5.3	47	5.3	49	5.5	△ 3	93.9
MRO	107	12.5	103	12.2	111	12.4	109	12.4	109	12.0	106	12.0	112	12.5	109	12.3	0	100.5
メディカル	73	8.6	56	6.7	61	6.8	60	6.9	56	6.2	63	7.1	61	6.8	63	7.1	2	104.5
その他	18	2.2	18	2.2	24	2.7	22	2.5	20	2.2	17	2.0	22	2.5	20	2.3	△ 2	90.8
合計	858	100.0	844	100.0	898	100.0	880	100.0	909	100.0	883	100.0	899	100.0	890	100.0	9	101.1

※ 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

※ 24/5期2月度からエージェント制度の変更に伴い、文具やその他のカテゴリではプラスの影響が出ておりますが、マイナスの影響のカテゴリもあり、全体の売上高への影響は軽微です



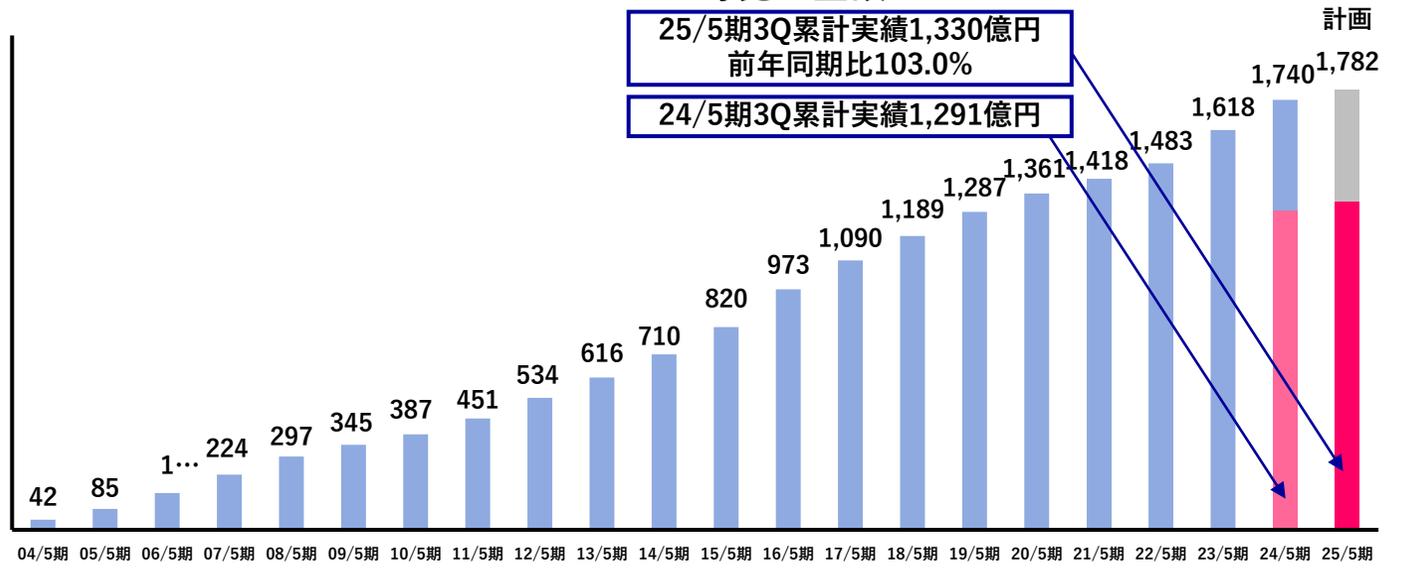
(億円)	24/5期 3Q累計			25/5期 3Q累計			
		構成比%	前年同期比%		構成比%	前年同期差	前年同期比%
OA・PC	779	27.0	105.4	782	26.5	2	100.3
文具	326	11.3	105.7	345	11.7	19	106.0
生活用品	1,039	36.0	97.9	1,070	36.3	31	103.1
ファニチャー	160	5.5	113.1	150	5.1	△ 9	94.1
MRO	329	11.4	104.2	334	11.3	4	101.4
メディカル	186	6.5	73.0	204	6.9	17	109.4
その他	67	2.3	149.8	60	2.1	△ 6	90.0
合計	2,888	100.0	100.7	2,948	100.0	60	102.1



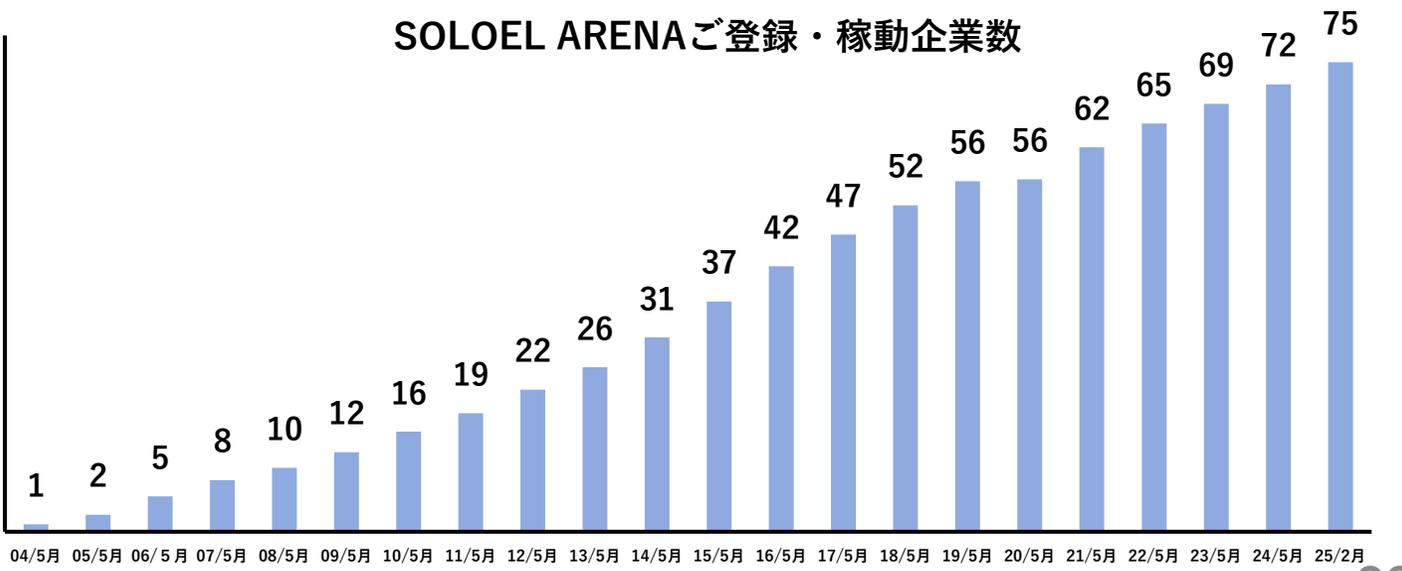
(億円)  
2,000  
1,800  
1,600  
1,400  
1,200  
1,000  
800  
600  
400  
200  
0

(千社)  
80  
70  
60  
50  
40  
30  
20  
10  
0

SOLOEL ARENA等売上金額



SOLOEL ARENAご登録・稼動企業数





**設備投資額 80億円** (年間計画 180億円)

ASKUL関東DC 25億円

基幹システムリプレイス 18億円

(参考) 減価・ソフトウェア償却費 69億円 (年間計画 94億円)

## 投資詳細

(単位：百万円)

科目名	24/5期 第3四半期	25/5期 第3四半期	
	金額	金額	前年同期比
【 設 備 投 資 額 】	6,853	8,063	17.7%
有 形 固 定 資 産	3,056	3,414	11.7%
無 形 固 定 資 産	3,797	4,649	22.4%
建 設 仮 勘 定 ( 注 2 )	1,202	9,012	649.3%
ソ フ ト ウ エ ア 仮 勘 定 ( 注 2 )	1,606	4,881	203.8%

(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



(単位：アイテム)

	24/5期 2月度	25/5期 2月度	前年同月度差
オリジナル商品数	16,446	18,246	+1,800
単体売上高構成比 (うちASKUL事業)	32.4% (38.0%)	33.4% (38.7%)	+1.0pt (+0.7pt)

(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ASKUL事業のオリジナル商品売上高構成比はASKUL事業の在庫売上高を分母に算出しております

# 25/5期 3Q 売上総利益、販売費及び一般管理費

連結



売上総利益 868億円 前年同期差 △3億円

売上総利益率 24.2% 前年同期差 △0.7pt

✓ 為替ポジションの影響

販管費 770億円 前年同期差 +23億円

販管費比率 21.5% 前年同期差 △0.1pt

販売費及び一般管理費の明細 (2025年5月期 第3四半期 決算短信から)

科目	24/5期 第3四半期		25/5期 第3四半期		前年同期比 (%)
	金額 (百万円)	売上比 (%)	金額 (百万円)	売上比 (%)	
人件費	19,021	5.4	18,792	5.2	98.8
配送運賃	16,326	4.7	16,165	4.5	99.0
業務外注費	3,690	1.1	4,602	1.3	124.7
業務委託費	8,412	2.4	8,757	2.4	104.1
地代家賃	8,339	2.4	9,372	2.6	112.4
貸倒引当金繰入額	△ 30	△ 0.0	△26	△0.0	—
減価償却費	2,921	0.8	3,206	0.9	109.8
ソフトウェア償却費	3,602	1.0	3,743	1.0	103.9
その他諸経費	12,419	3.5	12,402	3.6	99.9
合計	74,703	21.3	77,017	21.5	103.1



	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
25/5期	64	13	62	13	126	26	58	15	58	12	116	27	242	53
24/5期	63	13	63	12	126	25	59	15	59	12	118	27	244	52
前年同期差	+1	0	-1	+1	0	+1	-1	0	-1	0	-2	0	-2	+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。

### 脱炭素社会の実現

- 「2050ネットゼロ」  
2050年までにサプライチェーン全体でネットゼロにする「2030CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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%にする。2024年5月で64.8%を実現
- 「EV100」  
ASKUL LOGISTが所有・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）。  
2025年2月には、従来のEV20台に加え、新たに5種14台の走行を開始 
- サプライチェーン全体のCO<sub>2</sub>排出量削減  
サプライチェーンのCO<sub>2</sub>排出量見える化ツールを活用し、アスクルオリジナル商品の算定から開始。  
SBTサプライヤーエンゲージメントの実現に向け活動中

### 資源循環型プラットフォームの構築

- 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」を構築し、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。  
2024年12月には使用済みクリアホルダーからつくったPBシリーズ「Matakul(マタクル)」より   
平台車3商品発売開始
- 「アスクルカタログリサイクル Flowerpot」  
アスクルカタログ由来古紙20%と段ボール古紙80%でつくった環境対応型の植木鉢を発売開始 

### 生物多様性の保全

- 「1 box for 2 trees」  
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 
- 孺恋村との森林整備連携協定  
孺恋村の森林資源の保全を目的として、アスクル、孺恋銘水、孺恋村の3者で森林整備連携協定を2023年8月に締結。  
2024年5月に現地での植樹を実施

### 環境に配慮した商品開発・調達

- 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。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

# サステナビリティ(環境)の取り組み



- 2024年 TNFDフォーラムに参画  
SBT「ネットゼロ認定」取得  
CDP「気候変動Aリスト」企業に選定  
MSCI ESGレーティング「AAA」を獲得
- 2023年 GXリーグに参画  
CDP「気候変動Aリスト」企業に選定
- 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





## 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  
「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」参加  
30% Club Japanへ参画  
「女性のエンパワーメント原則 (WEPs)」に署名



#### ■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



### ●健康経営 「健康経営優良法人2025認定取得」



### ●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 32.8%※(民間企業の法定雇用率2.5%)

※事業所単位で試算した法定雇用率(2025年2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

#### ■お客様志向月間

従業員一人ひとりがお客様と向き合う期間と位置付け、VOCに関するイベントを開催

### ●お客様の声に基づく改善活動

#### ■品質KPI改善活動

商品・サービスの品質向上による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・改善を実施

### ●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・2025年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7回目は、地産ホップを使ったクラフトビールを醸造する(株)ホップジャパン(福島県田村市)を支援

### ●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3弾は認定NPO法人ハビタット・フォー・ヒューマニティ・ジャパン支援を継続

### ●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  
2023年より社員向けスタディツアーを定期開催、のべ63名が参加し、海岸清掃等を実施



## 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

### ① BtoB最強ECサイト構築(新アスクール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。新アスクール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

21/5期

22/5期

23/5期

24/5期

25/5期



## 新たな中期経営計画は今期中に公表予定

新アスクルWebサイト  
UI/UX進化

戦略業種向け商材取扱いの  
認知向上

検索エンジンからの  
導線強化

新アスクルWebサイト  
一部機能リリース

商品情報の充実

品揃え拡大

●ASKULサイト（中小事業所向け）の機能進化

●新アスクルWebサイト稼働、UI/UX進化加速

●リブランディング施策開始

●マス広告の展開

●リスティング広告等の販促強化

●ソロエルアリーナのオープン化による買い回り拡大

●DXによる商品情報の拡充

●ASKUL東京DC稼働

取扱い商品	1,179万
在庫商品	12.9万
オリジナル商品	8,700

取扱い商品	1,247万
在庫商品	16.6万
オリジナル商品	9,600

取扱い商品	1,408万
在庫商品	25.8万
オリジナル商品	11,010

22/5期

23/5期

24/5期

25/5期

47

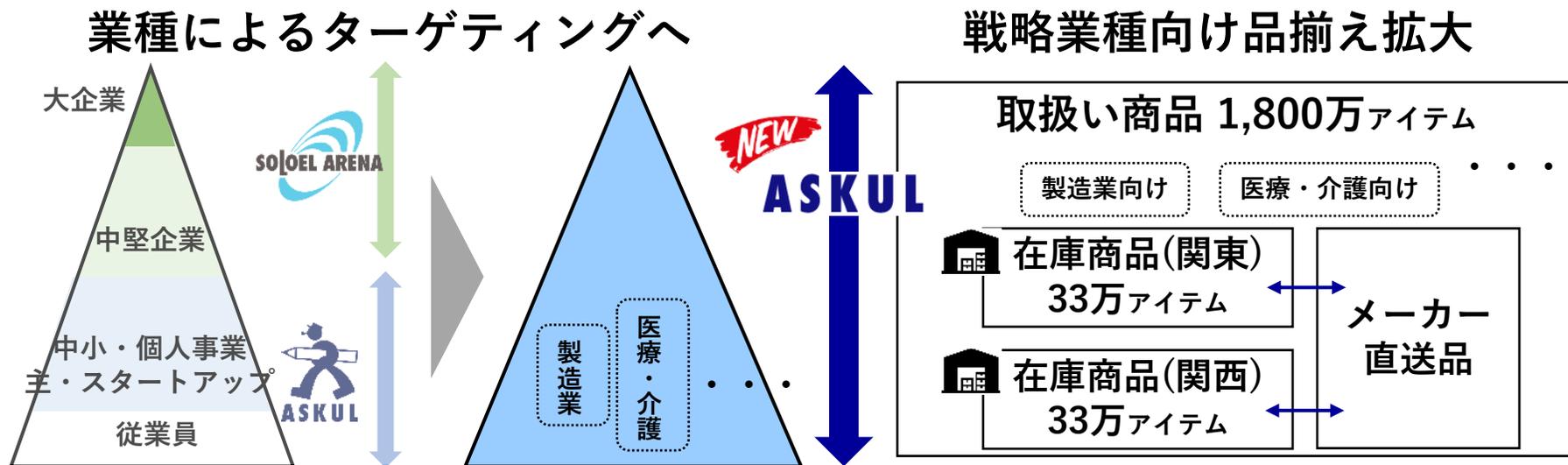


# 中期経営計画実現は通過点、さらなる企業価値向上へ

## 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

サービス領域へ拡大



## サービス

第1弾 メーカー向け  
広告ビジネス

第2弾 SaaSビジネス

### 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



<b>BtoB</b>	企業(Business)と企業(Business)との間で行われる取引
<b>BtoC</b>	企業(Business)と消費者(Consumer)との間で行われる取引
<b>MRO</b>	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
<b>ASKUL</b>	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
<b>ソロエルアリーナ /SOLOEL ARENA</b>	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
<b>LOHACO</b>	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
<b>新アスクルWebサイト</b>	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、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
<b>広告ビジネス</b>	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<sup>あす</sup>明日に「うれしい」を届け続ける。