

# 2024年5月期 第1四半期 決算概要

2023年9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。



## 1Q連結 実質増収増益の順調なスタート

### 連結業績

- 売上高はほぼ計画通り、営業利益は計画を上回る進捗
- 決算賞与引当金等の計上前（実力値ベース）では増収増益を達成

### BtoB事業

- 単体売上高が感染対策品の反動減やお盆＋台風影響を受けるも足元は計画線に回復
- 売上総利益率の回復と物流効率化等により営業利益は計画を上回る進捗
- サステナブルな事業成長に向けて配送バー改定へ、物流・環境負荷の低減を進める

### BtoC事業

- 売上高、営業利益ともに計画を上回る進捗
- LOHACOの営業利益は既に通期計画達成、黒字を維持しつつ再成長を目指す
- LOHACOは本店の優れた機能をヤフーショッピング店に集約し店舗統合へマーケティングの効率化と固定費の削減による収益構造のさらなる強化を図る

# I 24年5月期 第1四半期実績

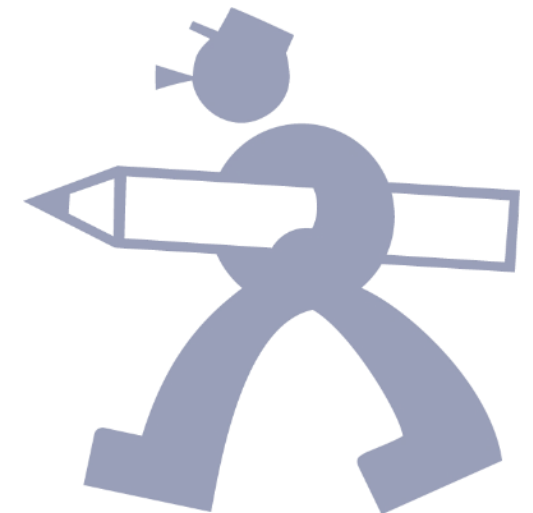
## II 事業の進捗について

- BtoB

- BtoC

## III ESG・その他

## IV 付録





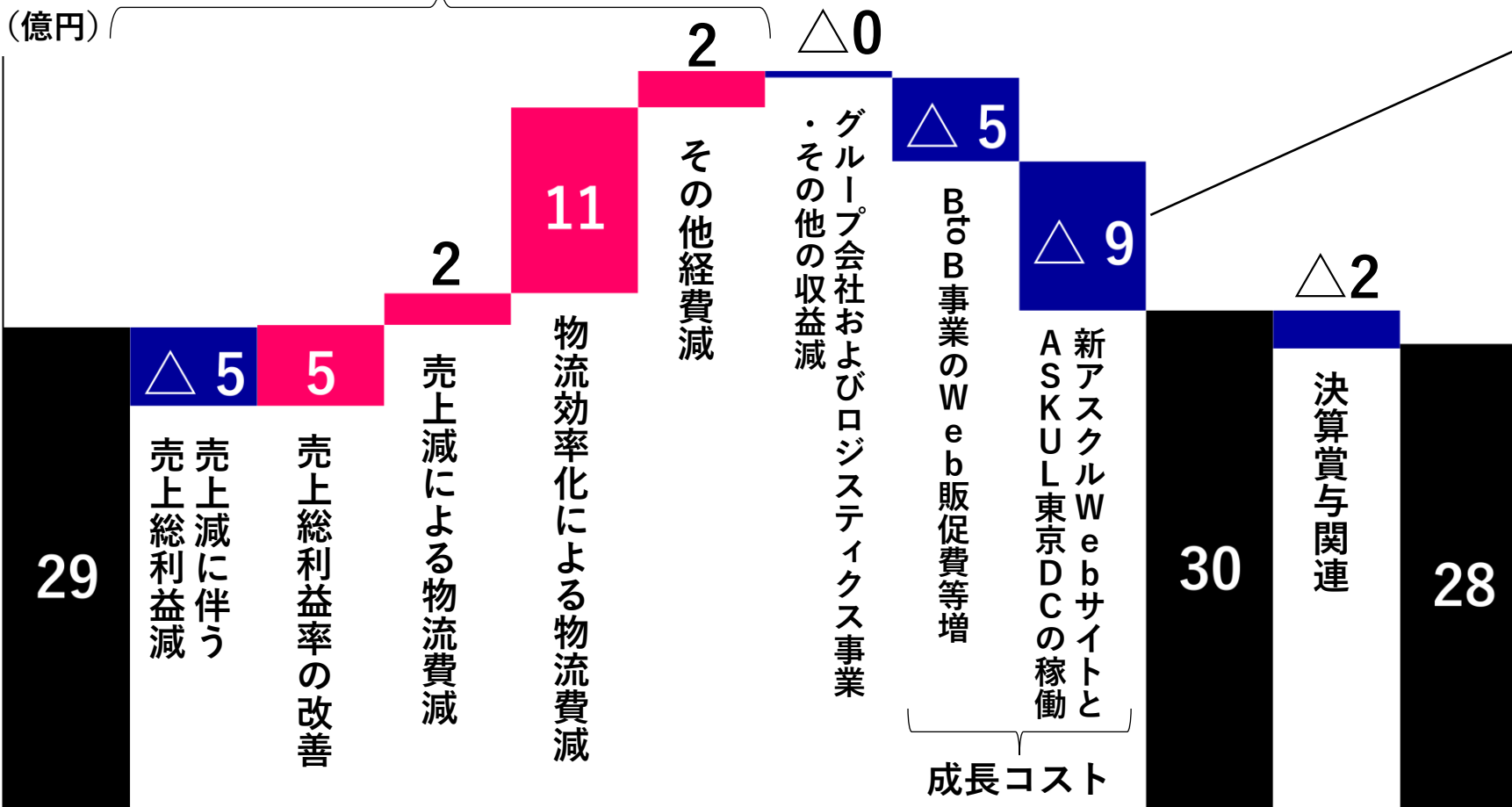
(百万円)	23/5期 1Q		24/5期 1Q		
	実績	売上高 比率 %	実績	売上高 比率 %	前年 同期比 %
売上高	110,087	100.0	113,074	100.0	102.7
売上総利益	26,661	24.2	27,820	24.6	104.3
販売費及び 一般管理費	23,705	21.5	24,992	22.1	105.4
営業利益	2,956	2.7	2,827	2.5	95.6
経常利益	2,947	2.7	2,727	2.4	92.6
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,891	1.7	1,729	1.5	91.4

- 売上高  
前年同期比 102.7%  
過去最高更新
- 売上総利益率  
前年同期差 +0.4pt
- 営業利益・経常利益  
当期純利益  
固定費増により減益  
決算賞与引当金等の  
計上前では増益



## 売上総利益率の改善と物流効率化により実質増益を達成

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	△ 5.6億円
<内訳>	
・償却費	△ 4.6億円
・移行費用等	△ 1.0億円
●ASKUL東京DC	△ 3.3億円
<内訳>	
・償却費	△ 2.7億円
・清掃警備費等	△ 0.6億円

23/5期 1Q

24/5期 1Q

# 24/5期 第1四半期業績【四半期別・事業別】

連結



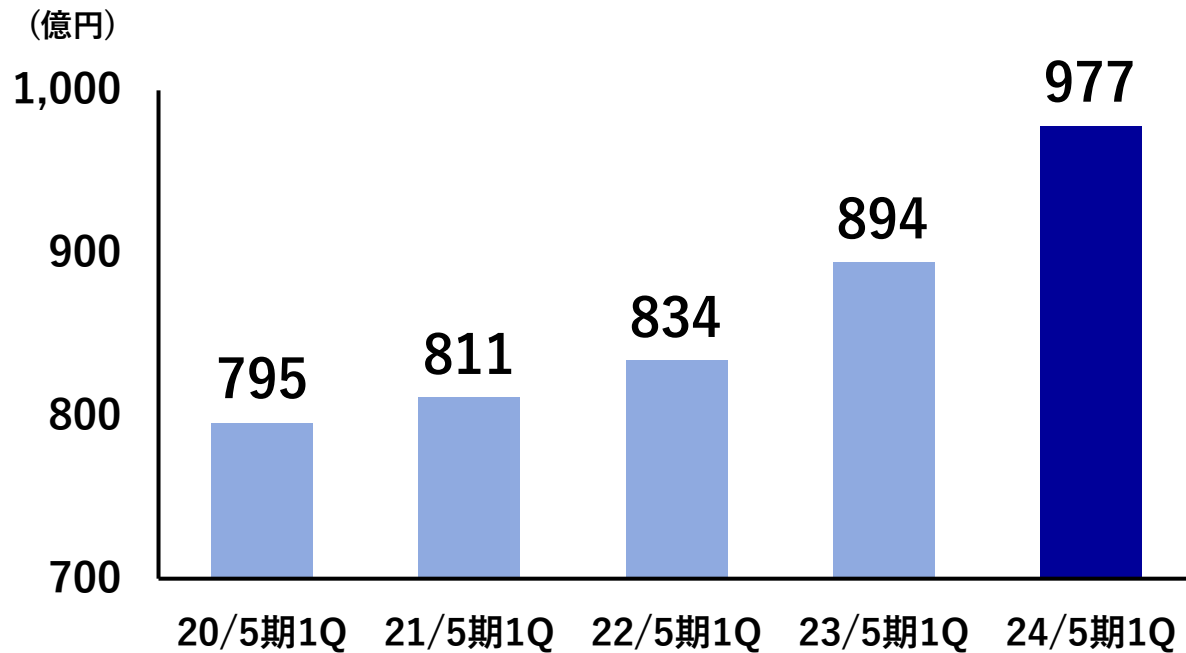
(億円)		23/5期				24/5期		
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	前年同期差	前年同期比 %
売上高	BtoB事業	894	919	961	962	977	83	109.3
	LOHACO	139	114	110	97	88	△ 51	63.2
	BtoC事業 (チャーム含む)	182	158	153	137	130	△ 52	71.4
	eコマース事業	1,076	1,078	1,115	1,100	1,108	31	102.9
	ロジスティクス事業・その他	23	23	24	24	22	△ 1	94.1
	連結合計	1,100	1,101	1,139	1,124	1,130	29	102.7
営業利益	BtoB事業	35	39	32	39	29	△ 6	83.1
	LOHACO	△ 6	△ 2	3	6	1	8	—
	BtoC事業 (チャーム含む)	△ 5	△ 1	4	5	1	7	—
	決算賞与 (引当含む) 等	△ 0	△ 0	0	△ 1	△ 2	△ 2	—
	eコマース事業	30	38	37	44	28	△ 1	96.1
	ロジスティクス事業・その他	△ 0	△ 0	△ 0	△ 1	△ 0	△ 0	—
	連結合計	29	37	36	42	28	△ 1	95.6



## 売上高

前年同期比 109.3%

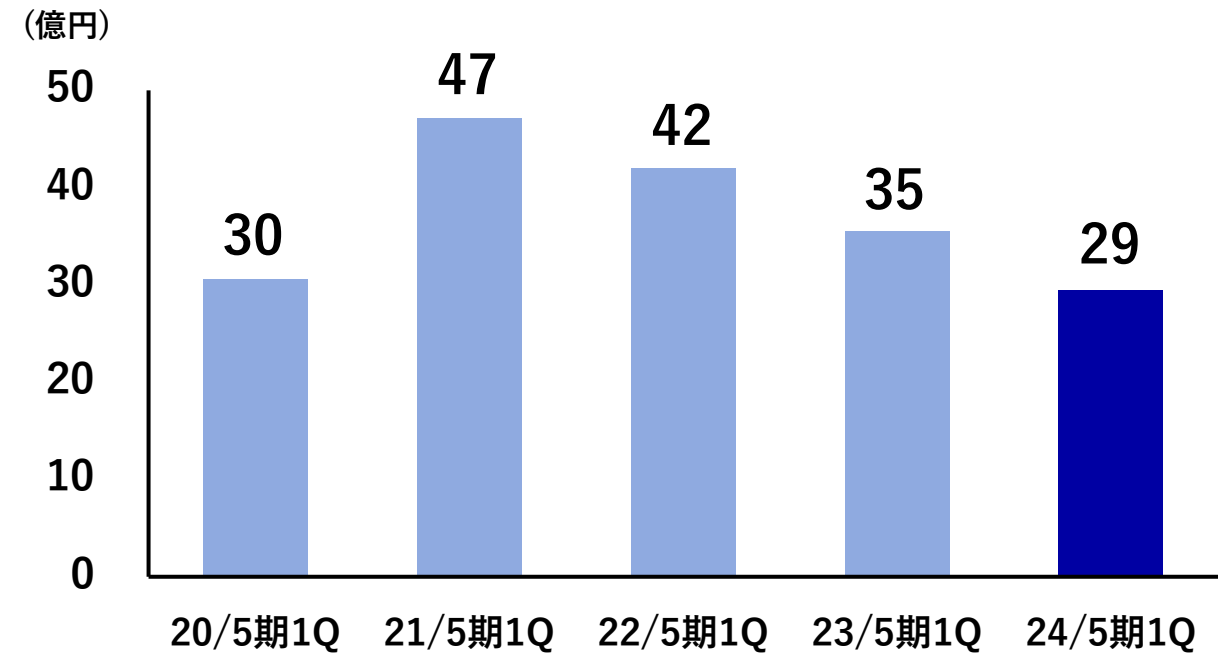
フィード社連結もあり  
売上成長スピード加速



## 営業利益

前年同期比 83.1%

予定通り成長コスト投下  
通期増益転換に向けて計画を上回る進捗







## 概ね計画どおりに進捗

### 売上高

前年同期差

**+83億円** (年間計画431億円)

- ✓ ソロエルアリーナサイトオープン化効果継続  
お客様移行進捗に伴い効果拡大へ
- ✓ Web広告経由売上も成長に貢献
- ✓ フィード社新規連結等、グループ会社売上増

### 売上総利益率

前年同期差 **+0.2%**

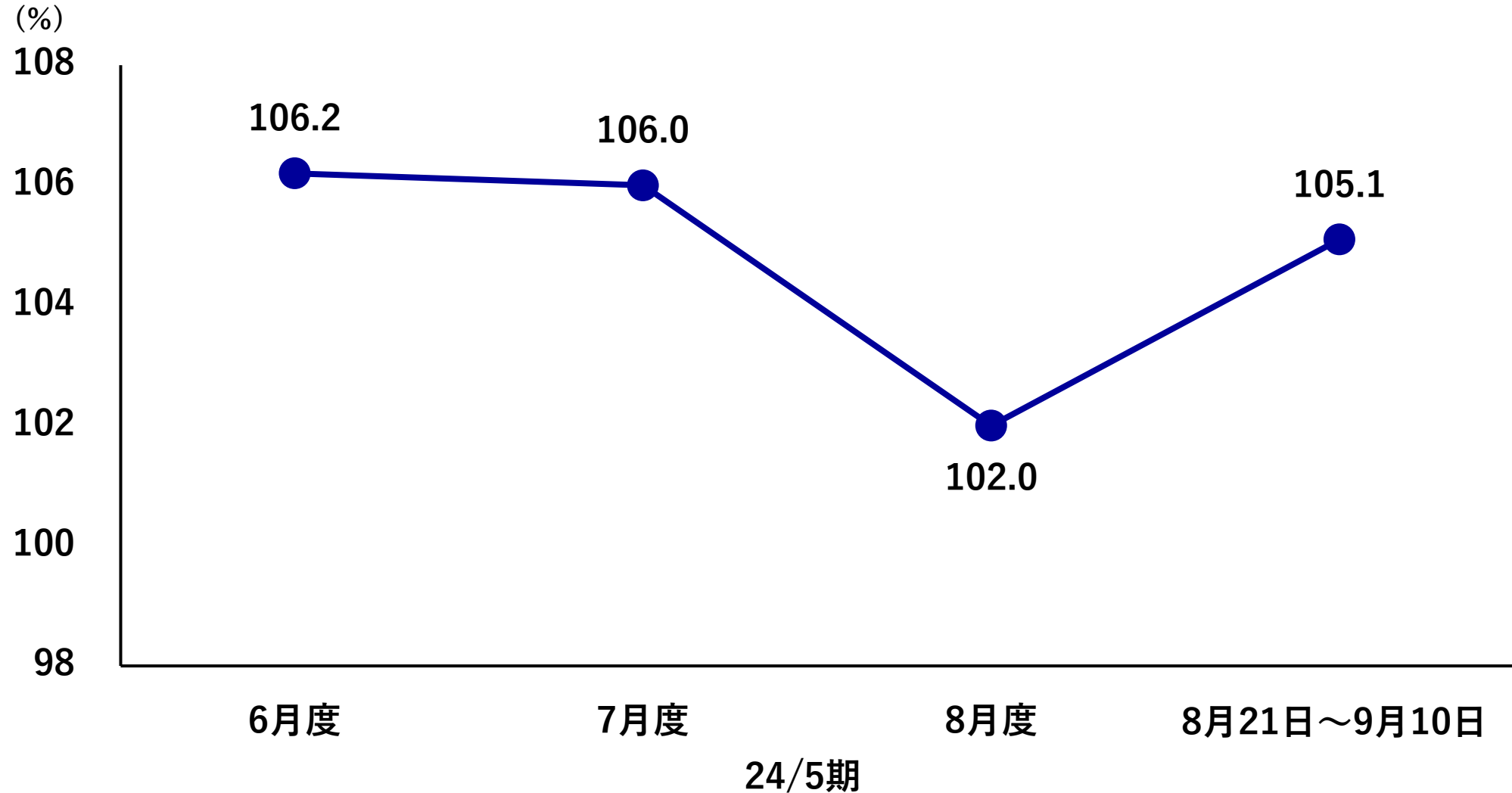
(年間計画 +約1%)

前四半期差 **+0.7%**

- ✓ 機動的な価格改定
- ✓ 為替ポジション改善および原価低減活動
- ✓ 広告ビジネスは商品ラインアップを拡大中



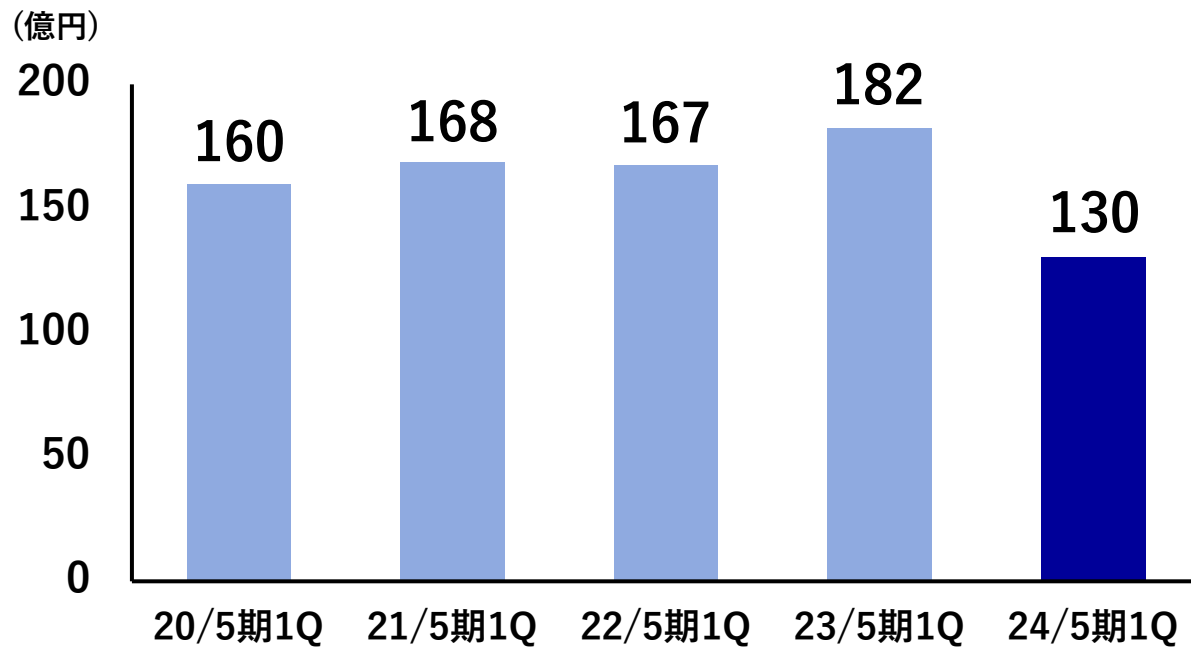
## 8月度は感染対策品の反動減とお盆 + 台風影響で一時的に低下



## 売上高

前年同期比 71.4%

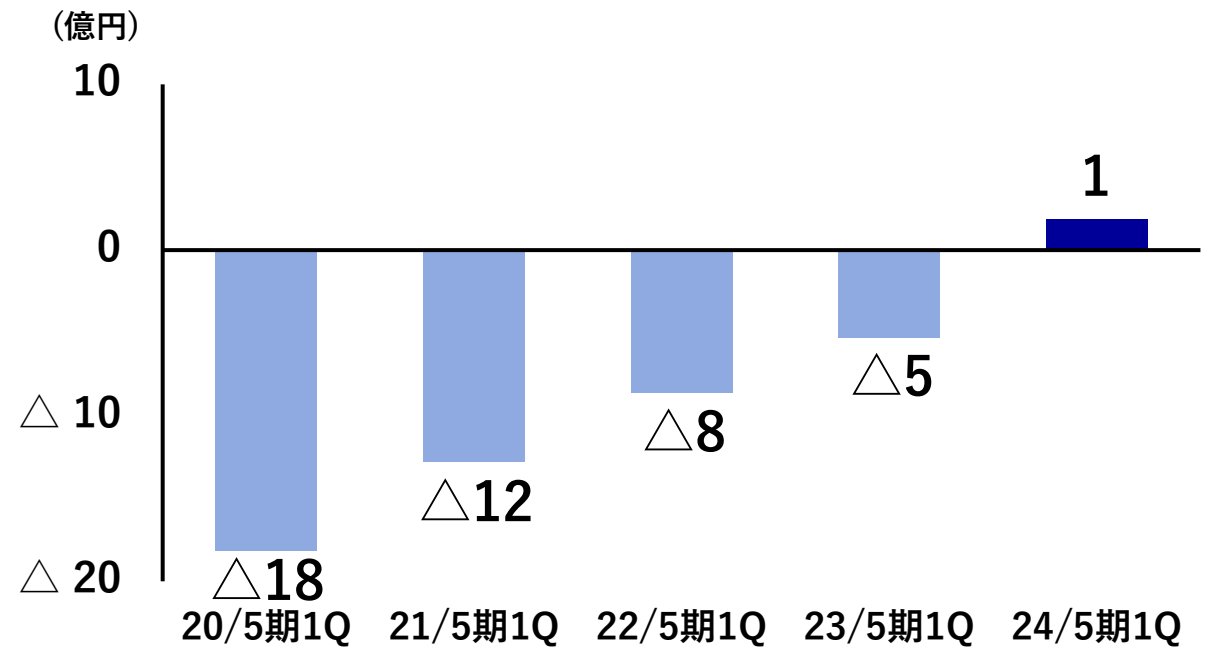
キャンペーン変更の影響等で減収も  
計画を上回る進捗



## 営業利益

前年同期差 +7億円

LOHACOは1Qで通期目標を達成  
黒字を維持しつつ再成長を目指す

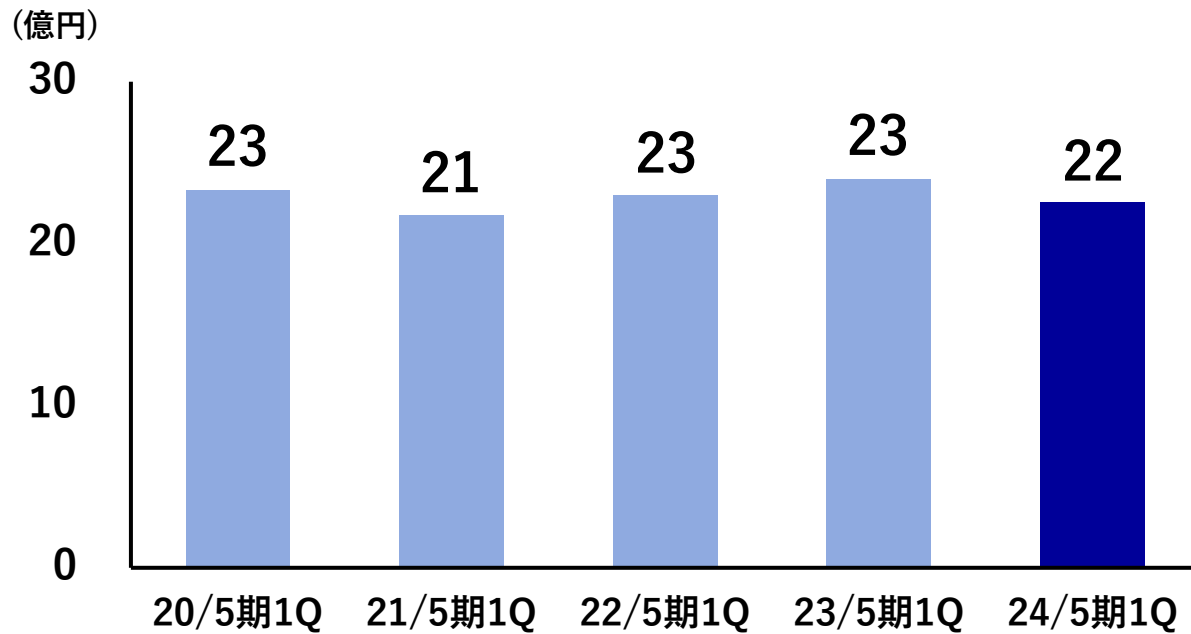




## 売上高

前年同期比 94.1%

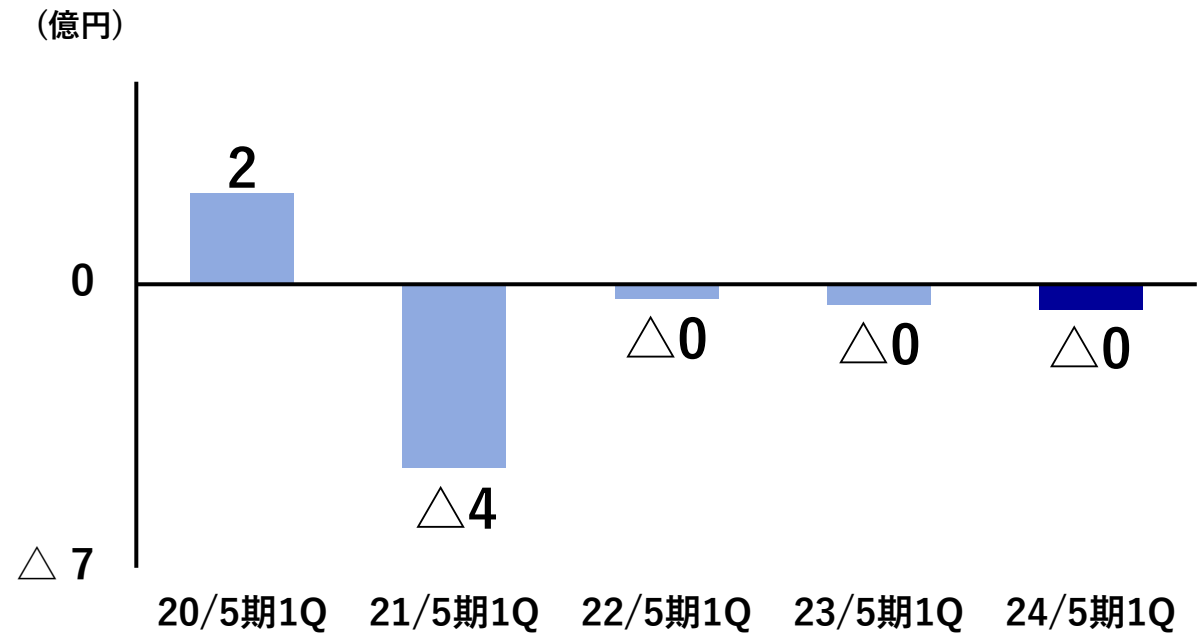
前年同期並みの売上を継続



## 営業利益

前年同期差 △0億円

個別採算管理の徹底により  
通期黒字化を見込む



I 24年5月期 第1四半期実績

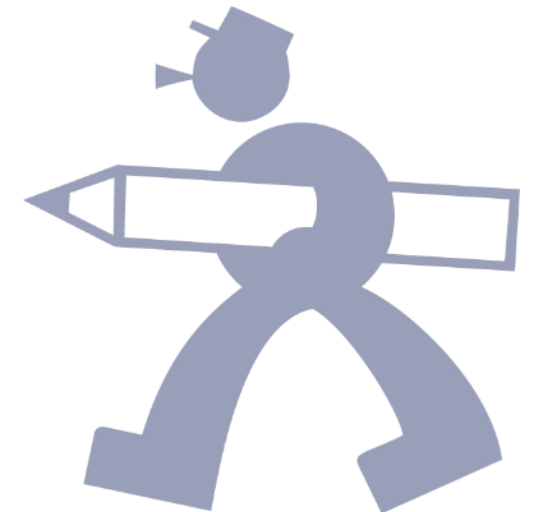
## II 事業の進捗について

- BtoB

- BtoC

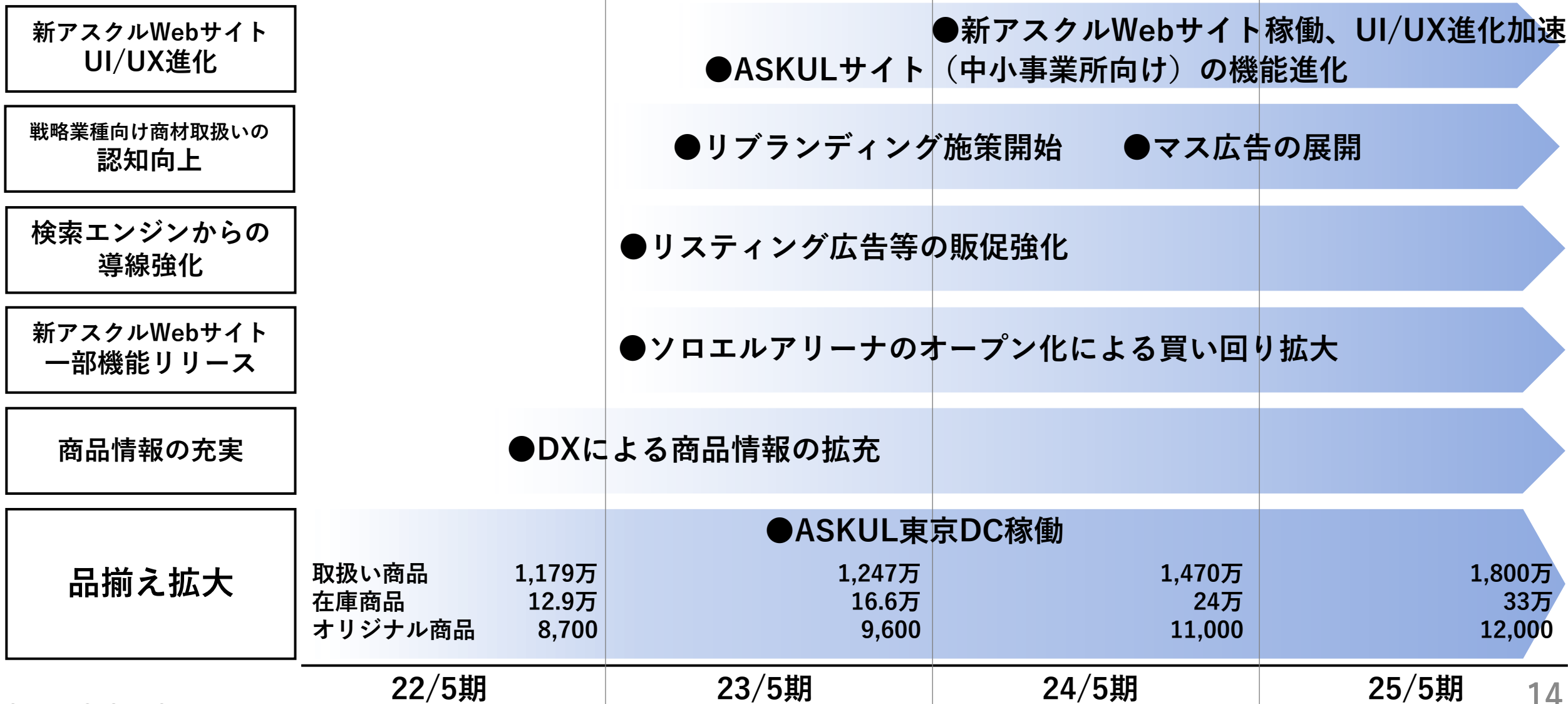
III ESG・その他

IV 付録





## 施策の相乗効果により最終年度で二桁成長を実現

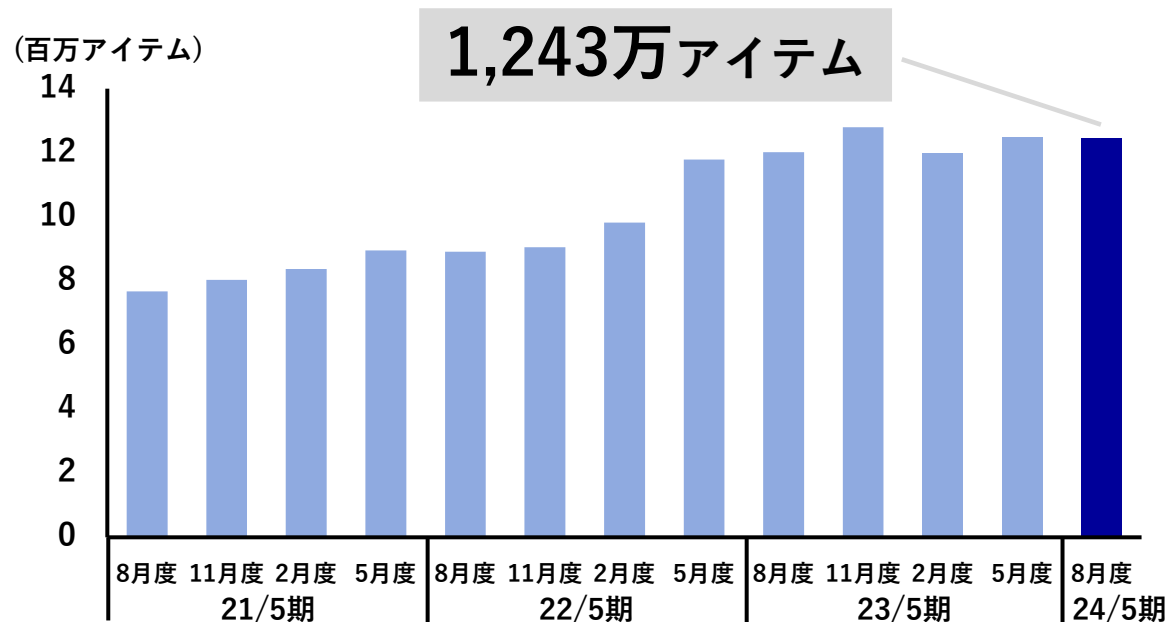




**取扱い商品**  
(中期目標1,800万アイテム)

✓ 1Q期間 3.6万アイテム減少  
新規投入数は17万アイテム超

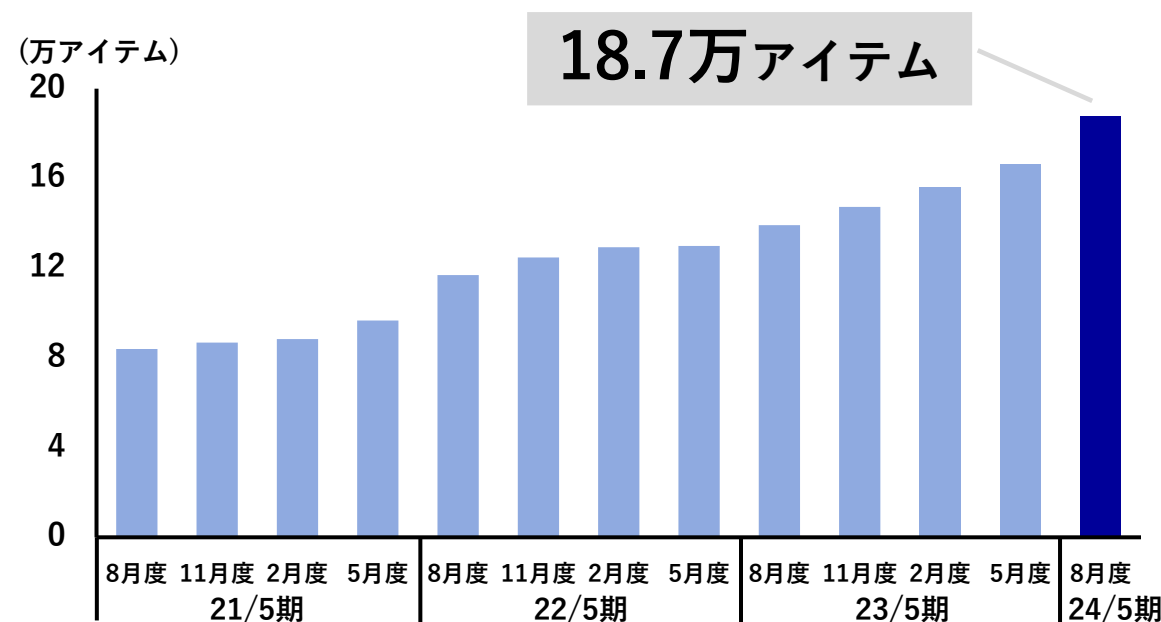
計画どおりの新規投入数  
通期は1,470万アイテムを目指す



**在庫商品**  
(中期目標33万アイテム)

✓ 1Q期間 21,000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て  
順調な滑り出し



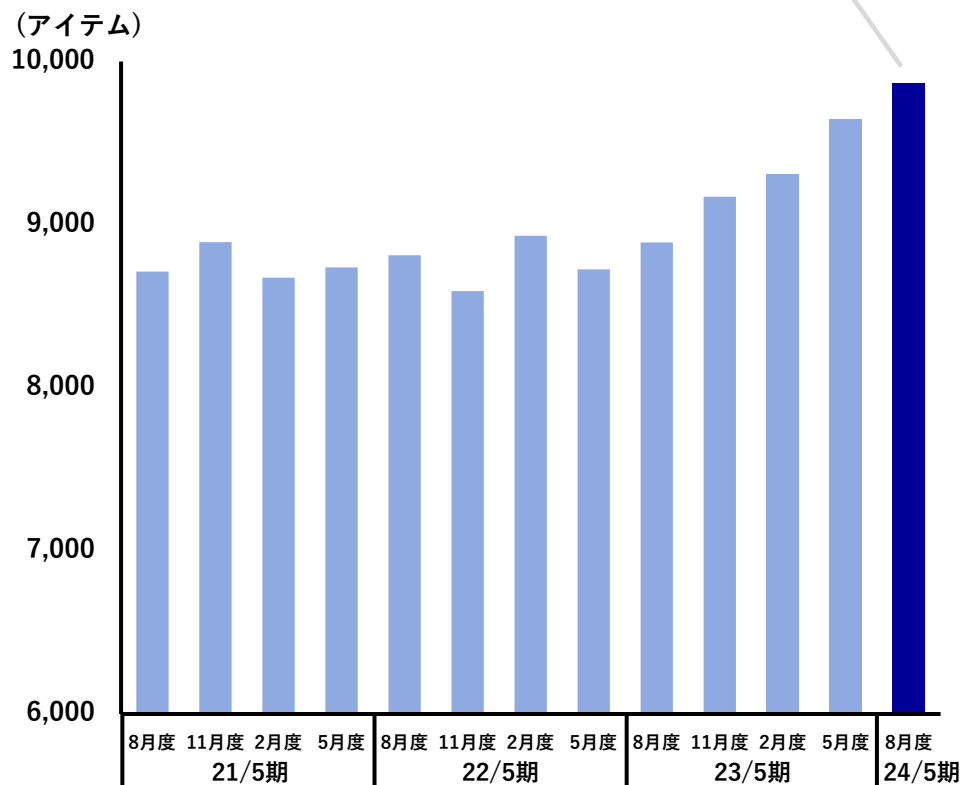
# BtoB 品揃え拡大(オリジナル商品※1)

単体



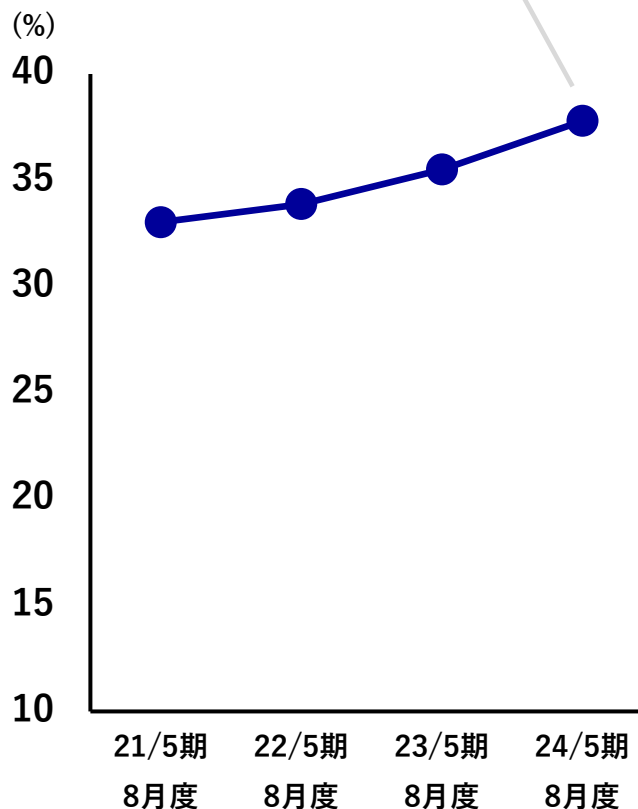
商品数  
(中期目標1.2万アイテム)

9,800アイテム



売上高構成比  
(BtoB在庫商品売上高)

37%



戦略2大業種※2向け  
オリジナル商品  
開発強化

通期で  
11,000アイテムへ

※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



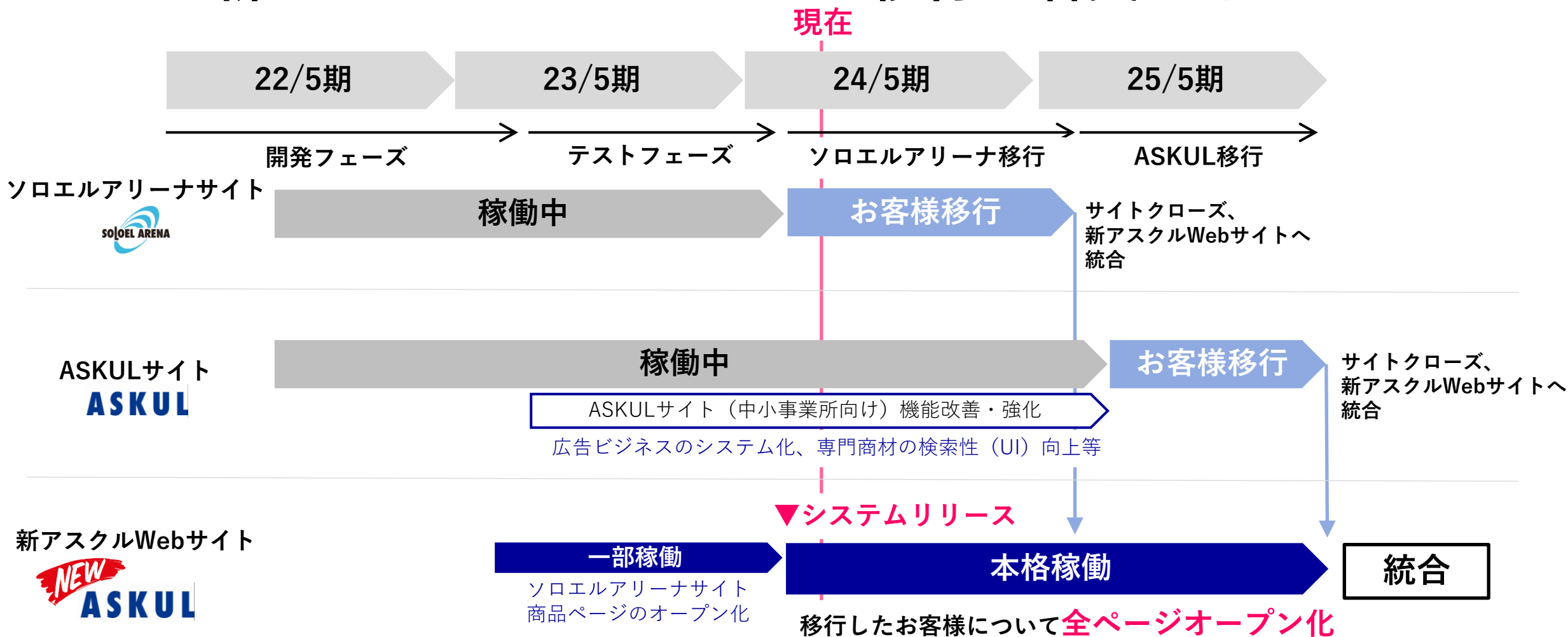


## 生活用品が好調継続、メディカルは前年同期の反動減

(億円)	21/5期		22/5期		23/5期								24/5期			
	1Q		1Q		1Q		2Q		3Q		4Q		1Q			
		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	219	29.4	222	29.1	228	28.1	242	29.2	255	29.8	257	29.8	241	28.6	13	105.9
文具	95	12.8	95	12.5	95	11.7	101	12.2	106	12.4	118	13.6	98	11.7	3	103.9
生活用品	203	27.3	221	28.9	252	31.1	245	29.5	249	29.1	249	28.8	276	32.7	23	109.4
ファニチャー	45	6.1	50	6.6	45	5.6	45	5.5	47	5.5	61	7.2	49	5.9	4	109.6
MRO	83	11.2	88	11.6	97	12.0	104	12.5	107	12.5	102	11.9	103	12.2	5	105.7
メディカル	82	11.1	71	9.3	78	9.6	73	8.8	73	8.6	57	6.7	56	6.7	△ 21	72.6
その他	15	2.1	15	2.0	14	1.8	19	2.3	18	2.2	18	2.1	18	2.2	3	123.1
合計	745	100.0	765	100.0	811	100.0	831	100.0	858	100.0	865	100.0	844	100.0	32	104.1



## ソロエルアリーナのお客様の 新アスクルWebサイトへの移行を着実に進める

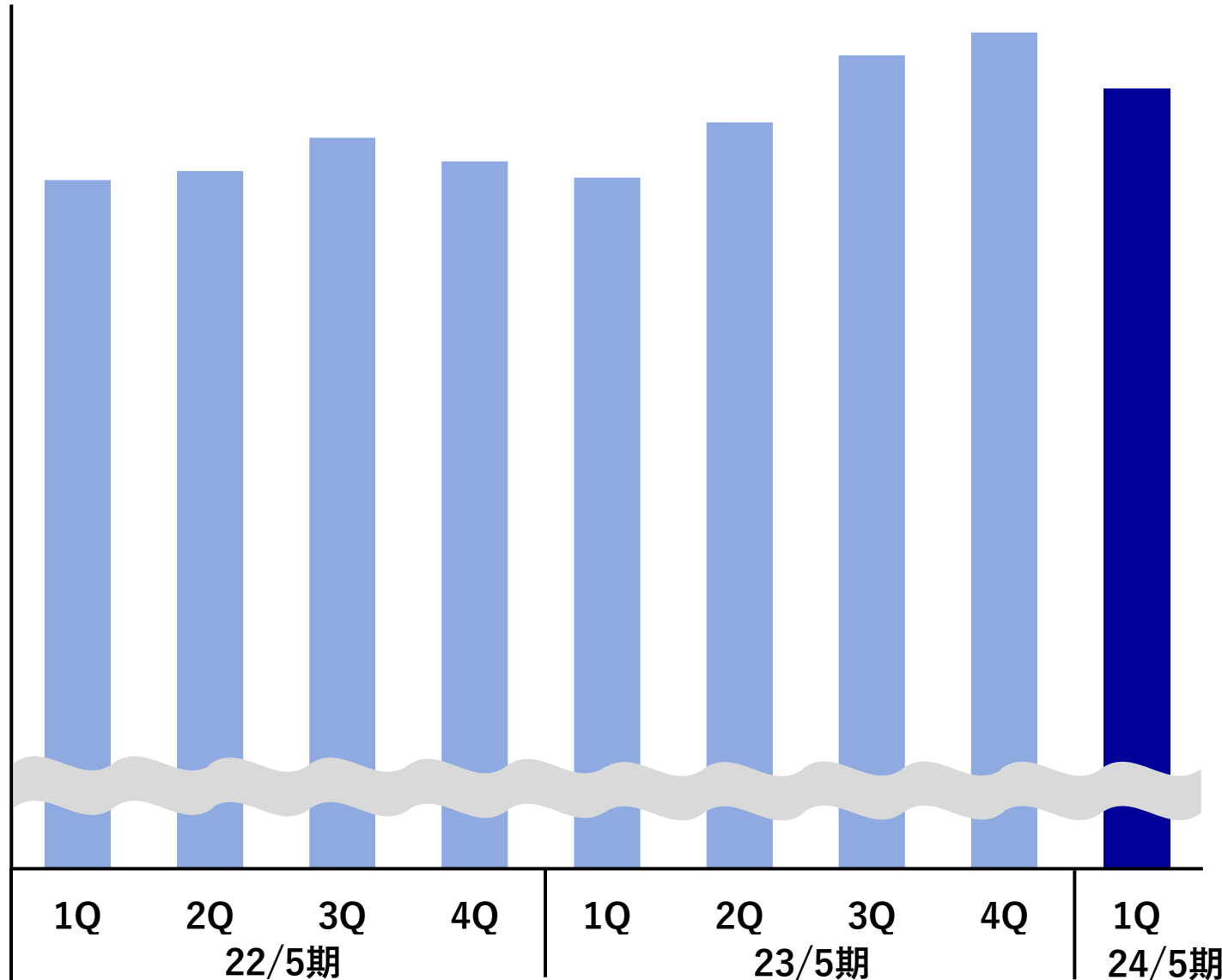


# BtoB 一箱あたりの売上単価

単体



(円)



**24/5期 1Q期間**  
**前年同期比 106.9%**  
1Q期間 5億円相当の配送費低減



## 物流2024年問題を背景に

まとめてご注文いただくことで物流・環境負荷の低減を進める

(金額は税込)

		現行	10月31日18時～ (予定)
ASKUL ソロエルアリーナ (法人)	①配送バー※	1,000円	2,000円
	②基本配送料	330円	440円

※基本配送料を当社が負担する注文金額基準。法人以外の登録のお客様は3,300円(税込)以上のご注文で配送料が当社負担

I 24年5月期 第1四半期実績

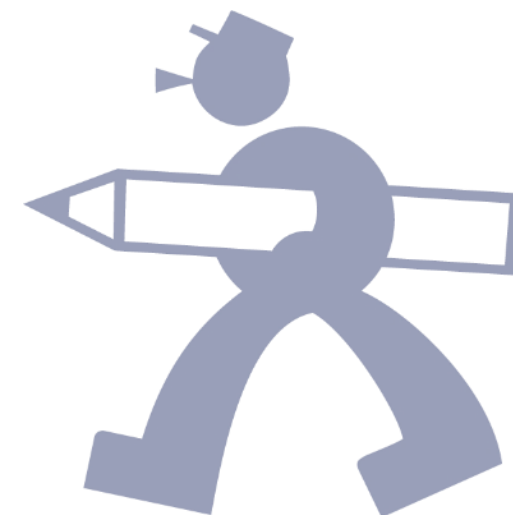
## II 事業の進捗について

- BtoB

- **BtoC**

III ESG・その他

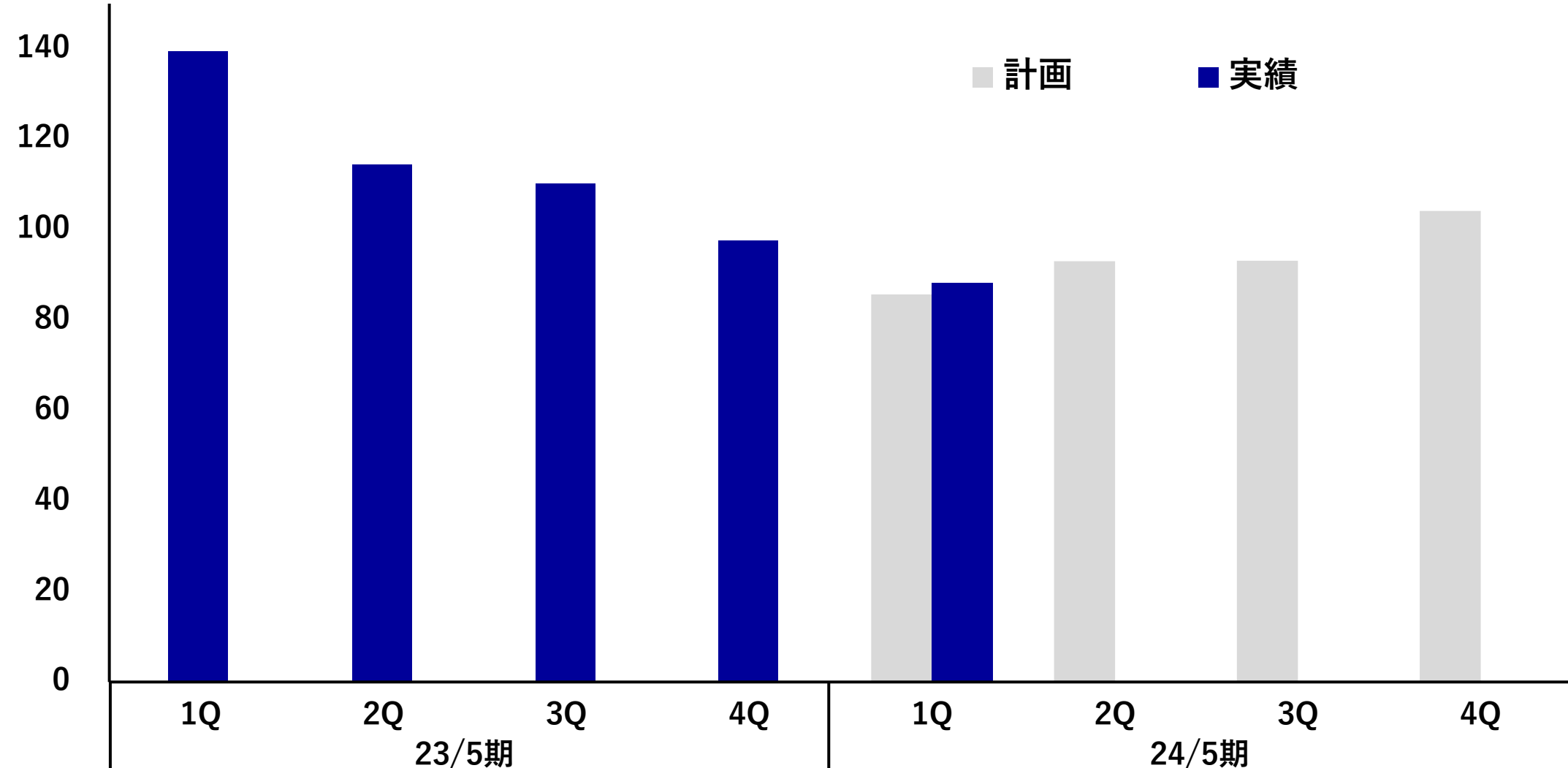
IV 付録





## 1Qは計画を上回る

(億円)





※ドメインは本店の「lohaco.yahoo.co.jp」が継続

- ✓ 買い回り向上による注文単価増
- ✓ ヤフーショッピング独自の販促がすべてのお客様に適用され、販促効果最大化
- ✓ 店舗運営コスト減

両店舗の特長を結集し  
LOHACO ヤフーショッピング店に  
統合

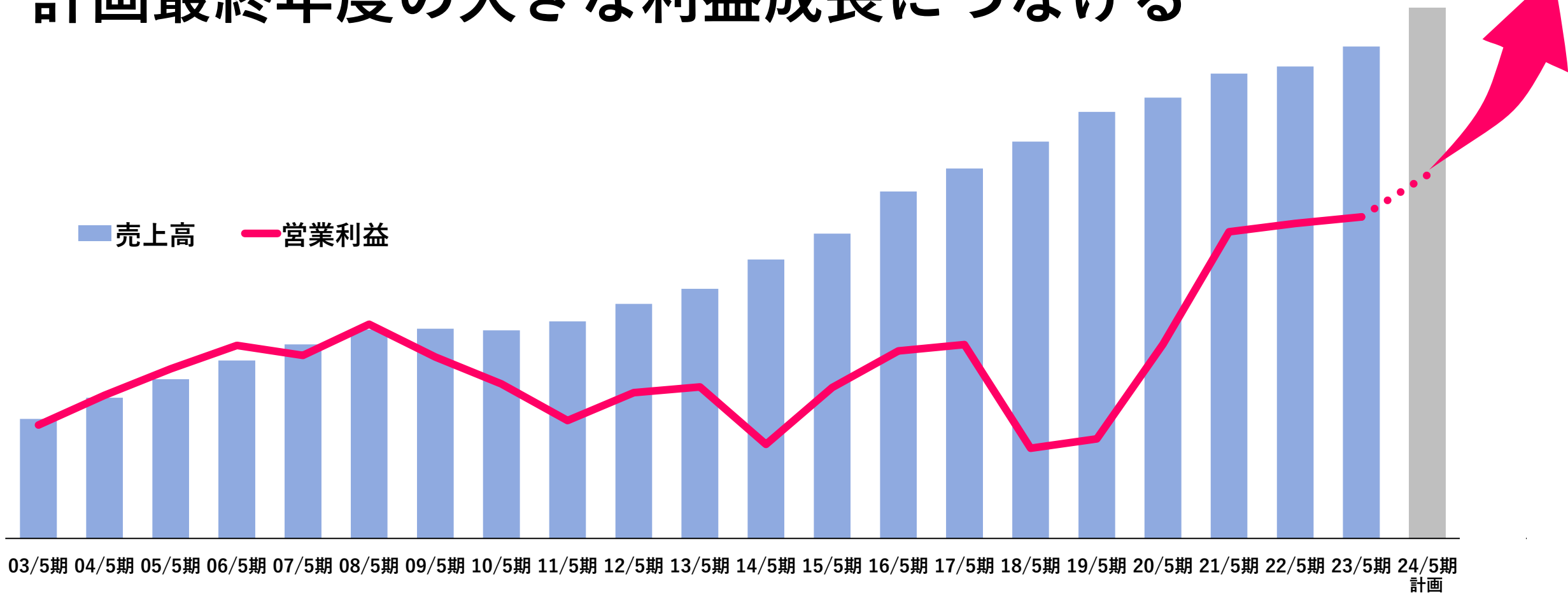
- ✓ UIを進化させ顧客体験向上
- ✓ 収益構造をさらに強化

<参考>LOHACO お客様向けご案内ページ

[https://lohaco.yahoo.co.jp/special/event/lohaco\\_renewal/](https://lohaco.yahoo.co.jp/special/event/lohaco_renewal/)



## 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1四半期実績

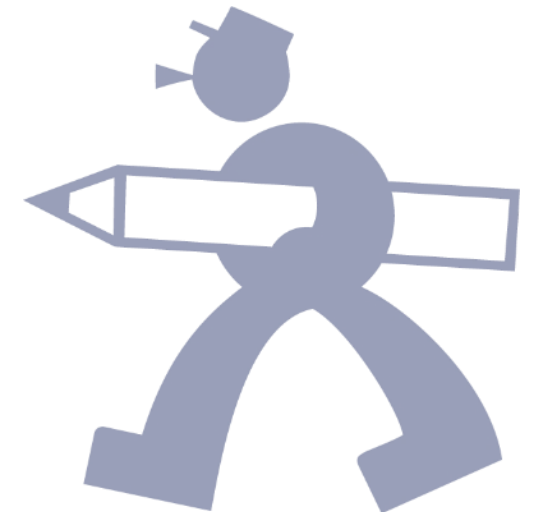
II 事業の進捗について

・ BtoB

・ BtoC

III **ESG・その他**

IV 付録





**2023年度**（2023年8月31日～2024年8月29日）

## 「JPX日経インデックス400」構成銘柄に選定

これからも投資家の皆さまのご期待にお応えすべく、持続的な企業価値の向上に努めてまいります

<JPX日経インデックス400とは>

資本の効率的活用や投資者を意識した経営観点など、グローバルな投資基準に求められる諸要件を満たした「投資者にとって投資魅力の高い会社」で構成される株価指数

日本取引所グループ：<https://www.jpx.co.jp/markets/indices/jpx-nikkei400/>



2023年8月

## 「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」構成銘柄に2年連続で選定

- ▶各セクターにおいて相対的に、環境、社会、ガバナンス(ESG)の対応に優れた日本企業のパフォーマンスを反映するインデックスに2年連続で選定

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/dUAY/VzbE/Up6C.pdf>



FTSE Blossom  
Japan Sector  
Relative Index

2023年8月

## 社内取締役および役職者を対象にESG報酬制度を導入

- ▶従前の業績条件付き譲渡制限付株式報酬に加え、社内取締役・執行役員を含む部長以上の役職者等を対象に新たにESG報酬制度を導入し、エシカルeコマースの推進を加速
- ▶ESG指標達成を解除条件とする株式報酬制度を採用

< ESG指標条件 >

- ①1箱あたり商品数の増加を通じた配送個数の低減
- ②環境スコア付き商品購入のお客様数 (ID数) の向上
- ③企業と従業員の結びつきをあらわす従業員エンゲージメント指数
- ④女性管理職比率の向上
- ⑤ガバナンスに関する取り組みを評価する外部機関による評価

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C2678/dUAY/U4wV/cTPQ.pdf>



2023年8月

## CO2排出量算定ツールを活用しScope3の削減への取り組みを本格始動

- アスクルにおけるCO2排出量は全体の99%がScope3であり、その中でも75%を占める商品仕入れのCO2排出量を見える化し、サプライヤーと具体的な削減の取り組みを開始
- boost technologies社のツールを導入、オリジナル商品のCO2排出量算定から開始し順次拡大予定

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/cEro/a6UJ/THmx.pdf>



2023年8月

## アスクル、孺恋銘水、孺恋村の三者で「森林整備連携協定」を締結

- 孺恋銘水株式会社が孺恋村の豊富な水資源を利用して、ナチュラルミネラルウォーターの製造販売をおこなっていることから、三者で森林整備や地域活性化に取り組むことが目的
- 2024年春に植樹祭を実施するほか、環境や生物多様性の保全への取り組みを強化

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/cEro/B58S/JlzS.pdf>



I 24年5月期 第1四半期実績

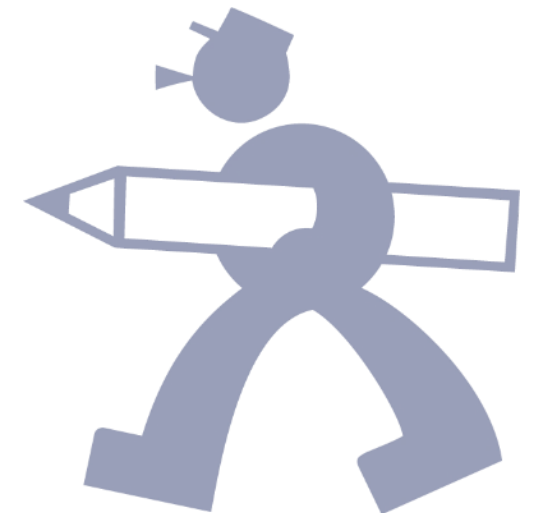
II 事業の進捗について

- BtoB

- BtoC

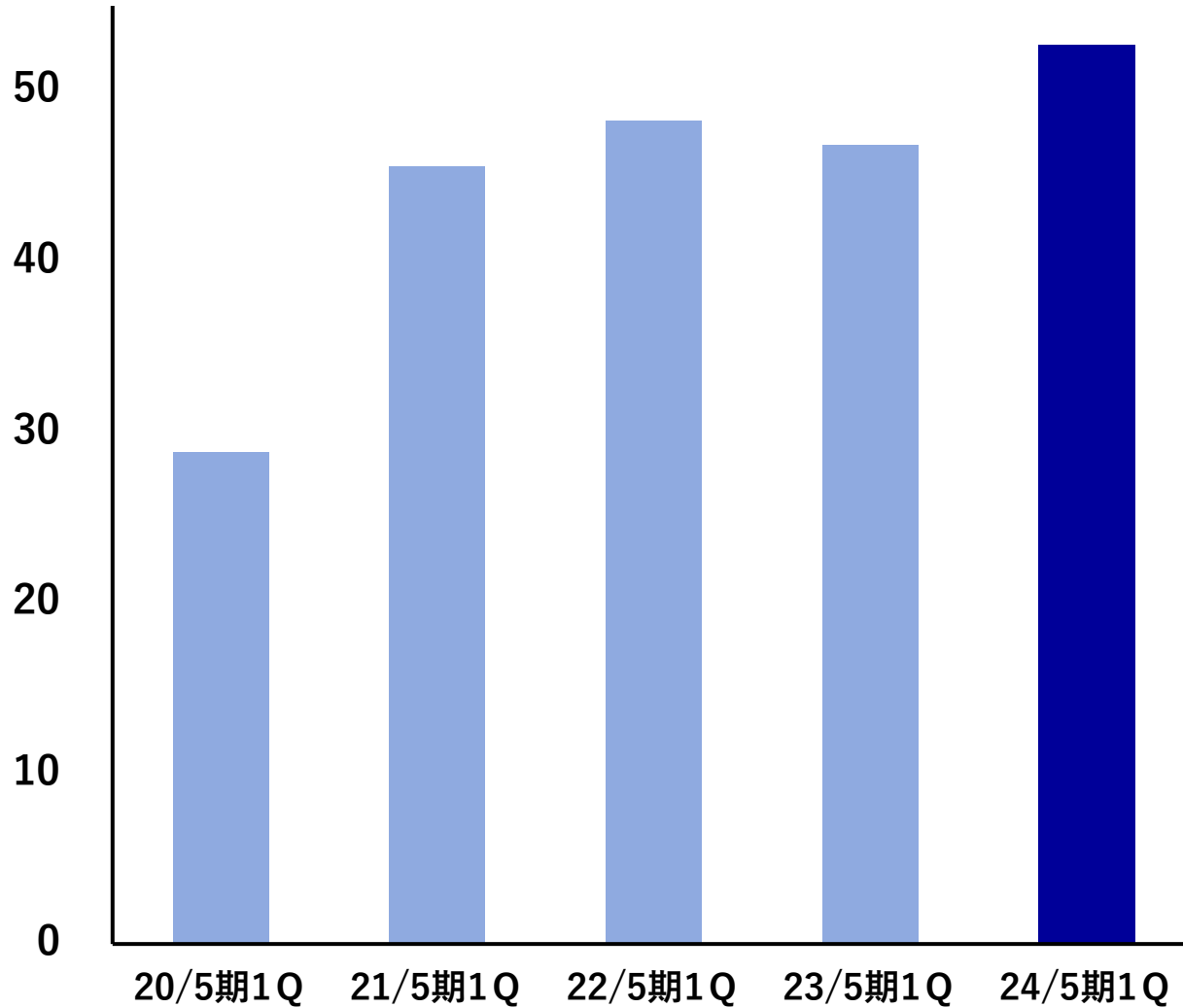
III ESG・その他

**IV 付録**





(億円)



大きな利益成長に先行して  
EBITDAは拡大

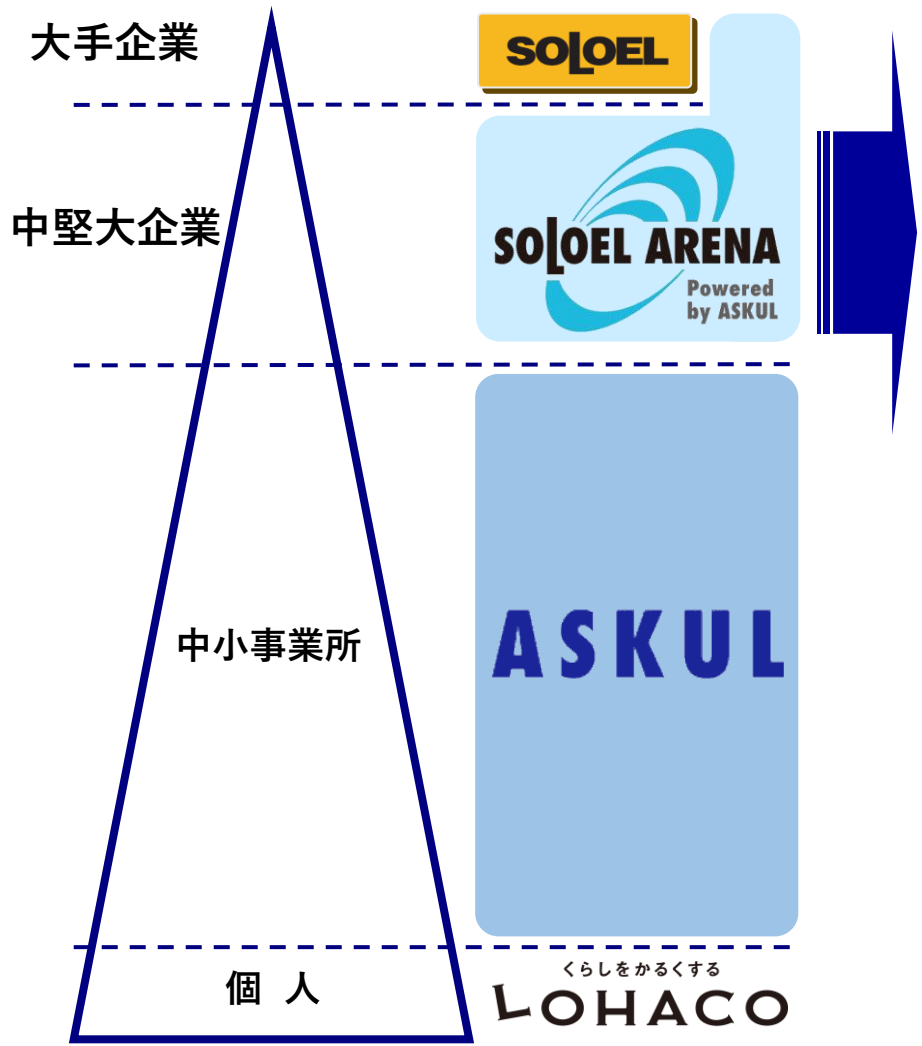
# 24/5期 品目別売上高 【BtoB・LOHACO等】

単体

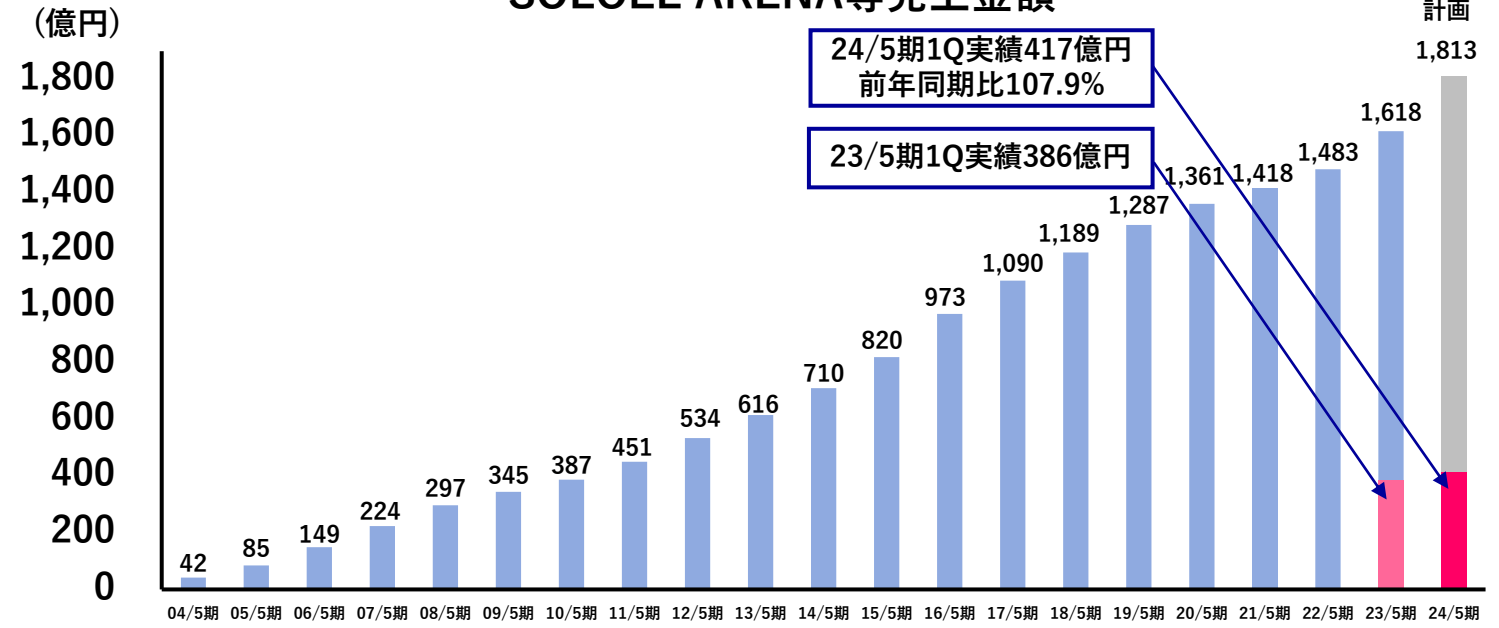


(億円)	23/5期 1Q			24/5期 1Q			
		構成比%	前年同期比%		構成比%	前年同期差	前年同期比%
OA・PC	231	24.4	101.7	245	26.3	13	105.8
文具	97	10.2	99.4	100	10.7	3	103.3
生活用品	374	39.3	113.6	352	37.7	△ 22	94.1
ファニチャー	46	4.9	90.1	51	5.5	5	111.1
MRO	100	10.5	109.6	104	11.2	4	104.7
メディカル	88	9.3	110.2	59	6.4	△ 29	67.1
その他	13	1.4	100.0	19	2.1	6	148.2
合計	951	100.0	106.7	933	100.0	△ 18	98.1

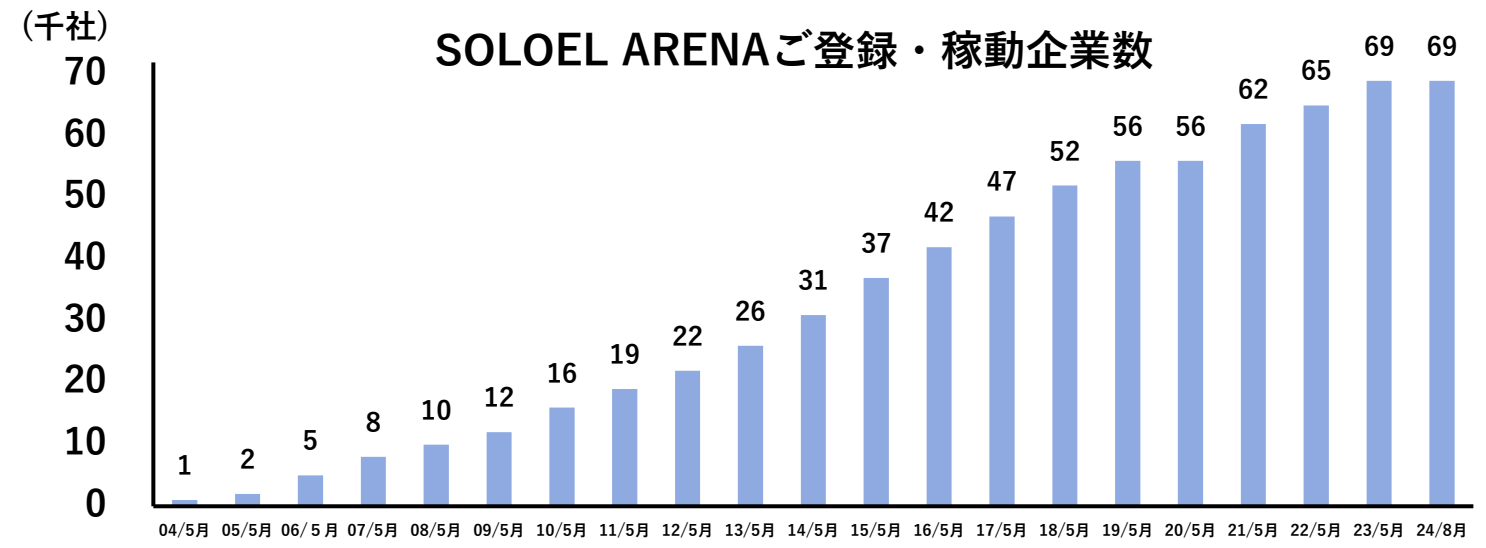
# BtoB SOLOEL ARENA等実績



## SOLOEL ARENA等売上金額



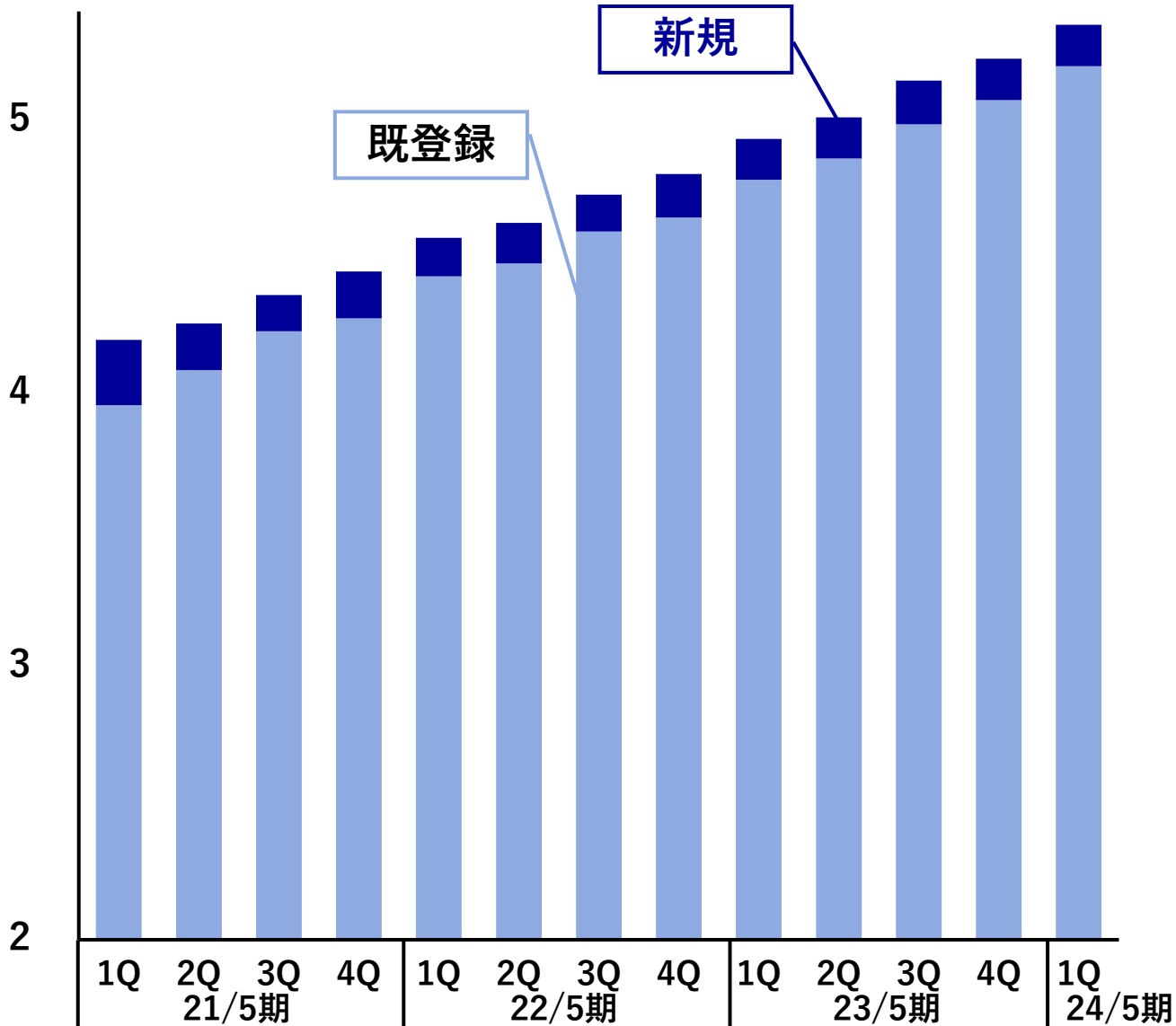
## SOLOEL ARENAご登録・稼動企業数





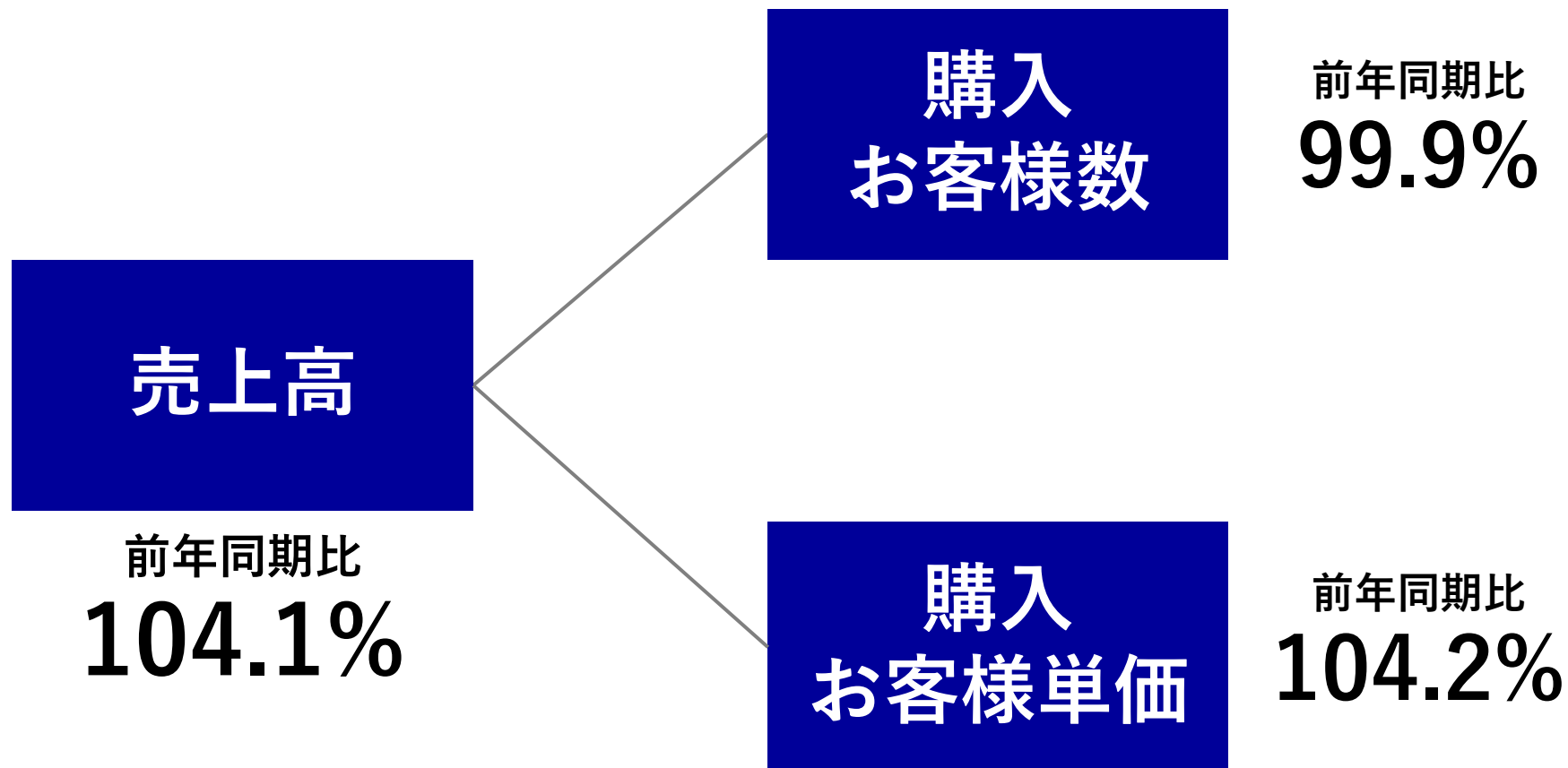


(百万件)



## 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 1Q 売上総利益、販売費及び一般管理費

連結



売上総利益額 278億円 前年同期差 +11億円

売上総利益率 24.6% 前年同期差 +0.4pt

✓ 機動的な価格改定や為替ポジション改善等によるもの

販管費 249億円 前年同期差 +12億円

販管費比率 22.1% 前年同期差 +0.6pt

## 販売費及び一般管理費の明細（2024年5月期 第1四半期 決算短信から）

科目	23/5期 第1四半期		24/5期 第1四半期		前年同期比 (%)
	金額 (百万円)	売上比 (%)	金額 (百万円)	売上比 (%)	
人件費	5,543	5.0	6,357	5.6	114.7
配送運賃	6,347	5.8	5,654	5.0	89.1
業務外注費	1,179	1.1	1,220	1.1	103.5
業務委託費	3,119	2.8	2,882	2.5	92.4
地代家賃	2,807	2.6	2,772	2.5	98.7
貸倒引当金繰入額	2	0.0	-4	△0.0	—
減価償却費	831	0.8	948	0.8	114.0
ソフトウェア償却費	674	0.6	1,069	0.9	158.5
その他諸経費	3,198	2.8	4,090	3.7	127.9
合計	23,705	21.5	24,992	22.1	105.4



設備投資額 15億円(年間計画 116億円)

新アスクールWebサイト関連 8億円

(参考) 減価・ソフトウェア償却費 20億円(年間計画 93億円)

## 投資詳細

(単位：百万円)

科目名	23/5期 第1四半期	24/5期 第1四半期	
	金額	金額	前年同期比
【 設 備 投 資 額 】	5,195	1,593	△69.3%
有 形 固 定 資 産	3,049	236	△92.3%
無 形 固 定 資 産	2,146	1,357	△36.7%
建設仮勘定(注2)	7,970	899	△88.7%
ソフトウェア仮勘定(注2)	7,304	991	△86.4%

(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1四半期	24/5期 第1四半期	前年同期差
インターネット経由	88.6%	89.7%	+1.1pt
上記以外	11.4%	10.3%	△1.1pt

(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 8月度	24/5期 8月度	前年同月度差
オリジナル商品数	11,749	14,466	+2,717
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	28.7% (35.5%)	32.0% (37.8%)	+3.3pt (+2.3pt)

(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




- 「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、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  
22年5月で65%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5月期末現在、EV21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。
- 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。

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CO<sub>2</sub>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 30.5%※(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8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

他社の「お客様の声に基づく改善活動」から  
顧客志向を学ぶため、他企業講師を招いた  
セミナーを定期的実施

### ●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  
お客様の声を、社長をはじめ経営層や関係  
部門長へ報告・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

お客様の声への取り組みとして  
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

## 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4回目の支援先は、御菓子  
司木村屋(陸前高田市)、すっぱいりんご  
専門店の株キミドリ(盛岡市)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

### ④ プラットフォームの改革

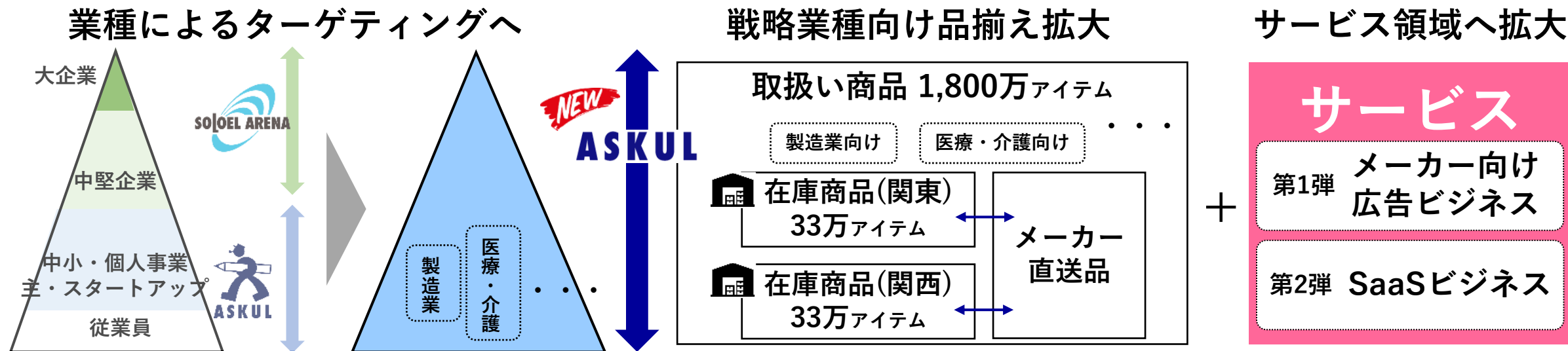
物流センターの構造改革、BtoBとBtoCの物流融合、バリューチェーンのDX等の施策により、当社強みの高速物流を進化させ、ロングテールの「明日来る」を実現する計画。この計画実現に大きな役割を持つ東日本最先端フラッグシップセンター「ASKUL東京DC」が2022年11月に稼働開始



## 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



<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、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
<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



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。