

2023年3月24日
更新版

2023年5月期 第3四半期 決算概要

2023年3月15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)の間で行われる取引を指します。

「MRO」とは、Maintenance, Repair and Operations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、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。

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。



3Q連結 売上高過去最高、営業利益はほぼ計画線

BtoB

- ・ 感染対策商品の反動減の影響を受けたが、売上高は計画を上回る進捗
- ・ 原価高騰やASKUL東京DC償却開始、販促費投下等で減益となるも、物流費比率の低減等により利益も計画を上回る進捗

LOHACO

- ・ 3Q期間で営業利益黒字を達成、引き続き通期黒字化を目指す
- ・ 今後はBtoB事業とのシナジーも最大限活かし、サービス品質を高めて健全成長へ

通期の利益計画は達成圏

- ・ 主力商品の売価改定（実施済み）に加えて原価低減活動継続により、売上総利益率の改善を見込む
- ・ 引き続き一箱あたりの売上単価向上等による物流費比率の低減を推進
- ・ 未消化コスト（新アスクルWebサイト等）含めて、コストコントロールを実施

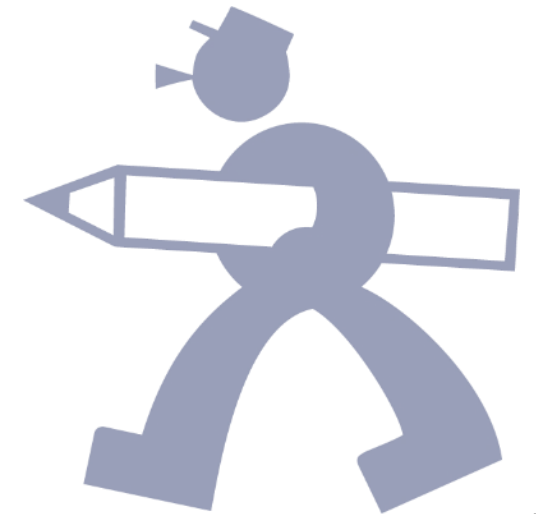
I 23年5月期 第3四半期実績

II BtoB

III BtoC

IV ESGトピックス

V 付録

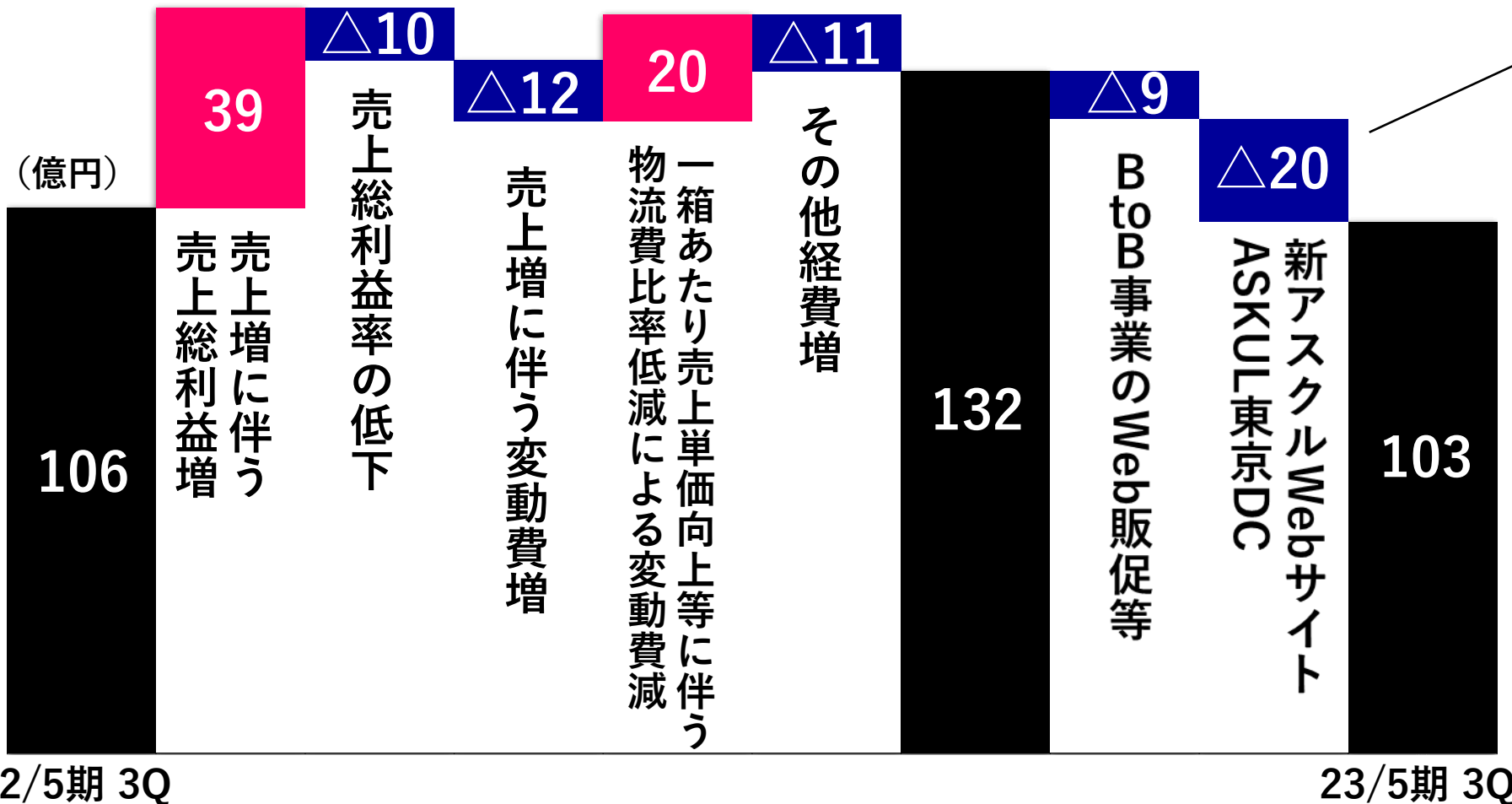




	22/5期 3Q累計		23/5期 3Q累計		
	実績	売上高 比率 %	実績	売上高 比率 %	前年同期比 %
(百万円)					
売上高	317,994	100.0	334,224	100.0	105.1
売上総利益	77,451	24.4	80,327	24.0	103.7
販売費及び 一般管理費	66,813	21.0	69,965	20.9	104.7
営業利益	10,637	3.3	10,361	3.1	97.4
経常利益	10,646	3.3	10,269	3.1	96.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,131	2.2	7,093	2.1	99.5

- **売上高**
前年同期比 105.1%
過去最高更新
- **売上総利益率**
前年同期差 Δ 0.4pt
原価高騰影響受けるも
4Qでの改善を見込む
- **営業利益**
コストコントロール等で
通期計画は達成圏

成長コスト投下や一時的な売上総利益率の低下を
売上拡大および物流費比率低減によりカバー



固定費増の進捗

●新ASKUL Webサイト	△7.1億円
<内訳>	
・償却費	△3.2億円
・移行費用	△0.9億円
・サーバ増強費※	△2.8億円
・その他	△0.2億円
●ASKUL東京DC	△12.9億円
<内訳>	
・償却費	△2.8億円
・家賃	△3.5億円
・清掃警備費	△0.7億円
・立上費用※	△5.2億円
・その他	△0.7億円

※一過性コスト

23/5期 第3四半期業績 【四半期別・事業別】

連結



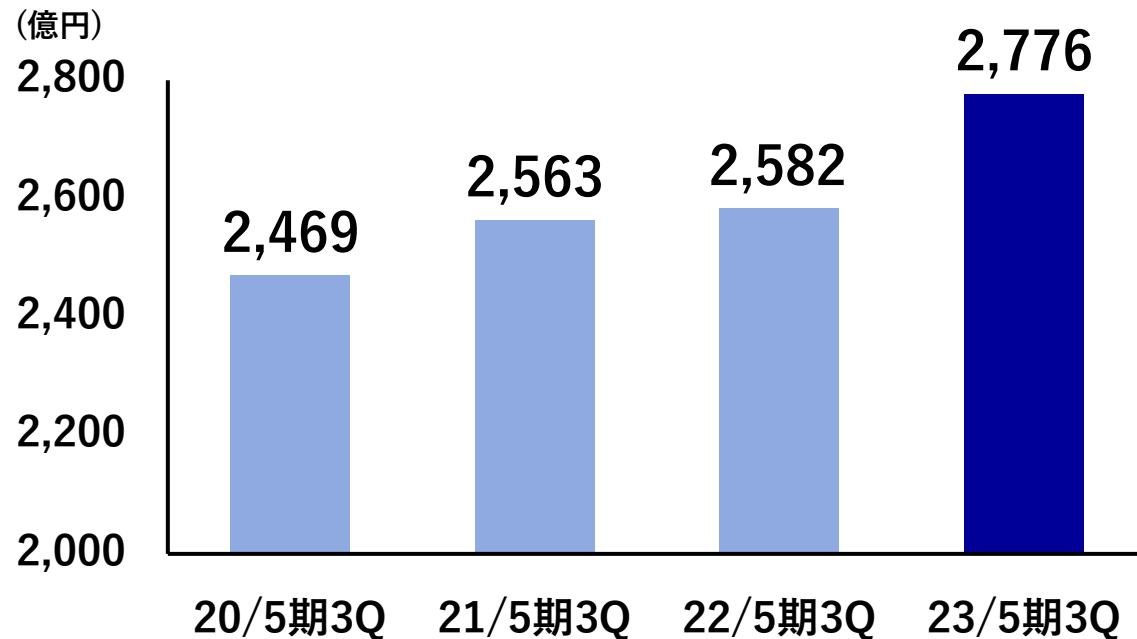
		22/5期				23/5期				
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	前年同期差	前年同期比 %
売上高	BtoB事業	834	861	886	897	894	919	961	74	108.5
	LOHACO	126	139	136	140	139	114	110	△ 26	80.6
	BtoC事業 (チャーム含む)	167	180	178	180	182	158	153	△ 24	86.2
	eコマース事業	1,001	1,042	1,065	1,077	1,076	1,078	1,115	50	104.7
	ロジスティクス事業・その他	23	23	24	27	23	23	24	△ 0	99.2
	連結合計	1,024	1,065	1,089	1,105	1,100	1,101	1,139	50	104.6
営業利益	BtoB事業	42	41	43	43	35	39	32	△ 10	75.2
	LOHACO	△ 9	△ 8	△ 5	△ 5	△ 6	△ 2	3	9	—
	BtoC事業 (チャーム含む)	△ 8	△ 6	△ 4	△ 4	△ 5	△ 1	4	8	—
	決算賞与 (引当含む) 等	△ 0	0	△ 0	△ 1	△ 0	△ 0	0	0	—
	eコマース事業	33	34	39	36	30	38	37	△ 1	94.9
	ロジスティクス事業・その他	△ 0	△ 0	0	△ 0	△ 0	△ 0	△ 0	△ 1	—
連結合計	32	34	39	36	29	37	36	△ 3	91.8	



売上高

前年同期比 107.5%

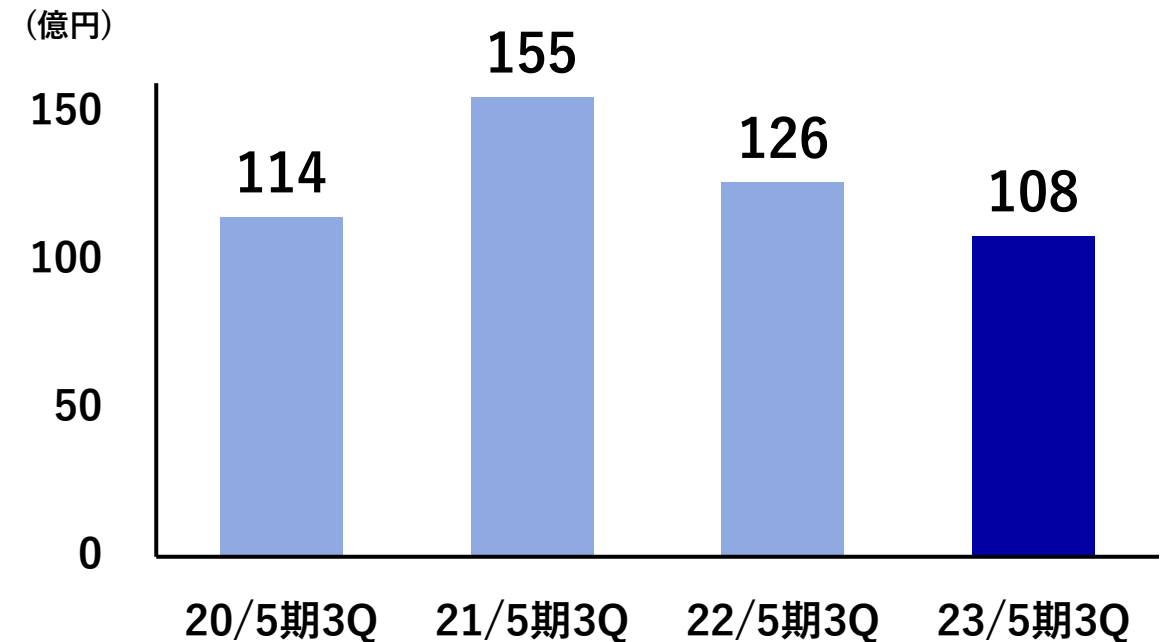
今期最大のミッションである
「成長カーブを変える」を継続して実現



営業利益

前年同期比 85.5%

固定費の増加等により減益となるも
計画を上回る進捗

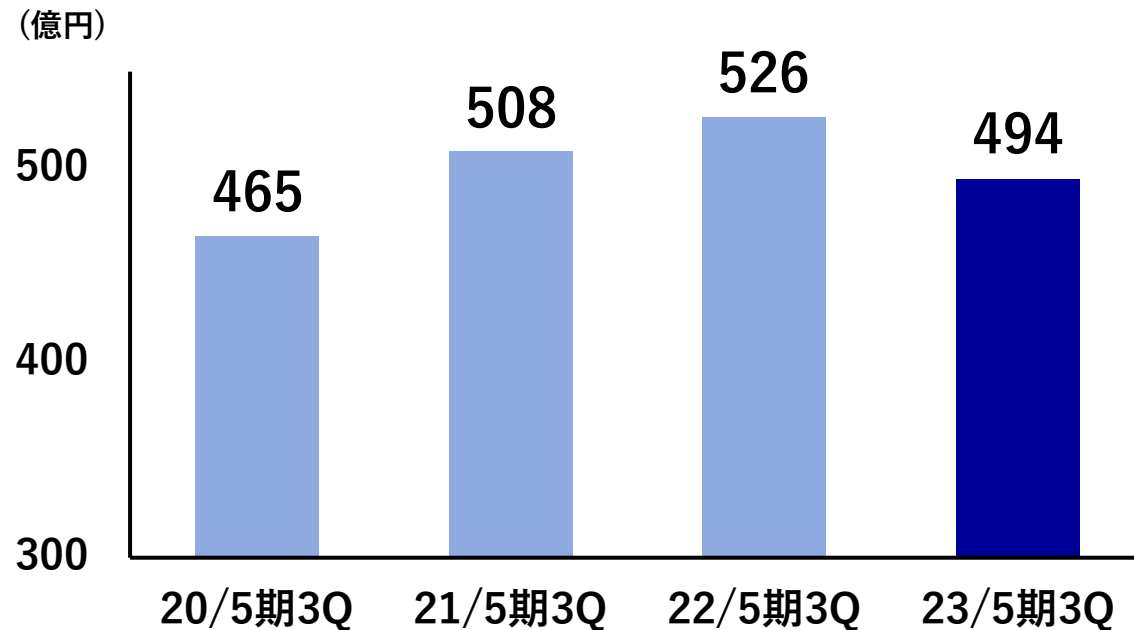




売上高

前年同期比 93.9%

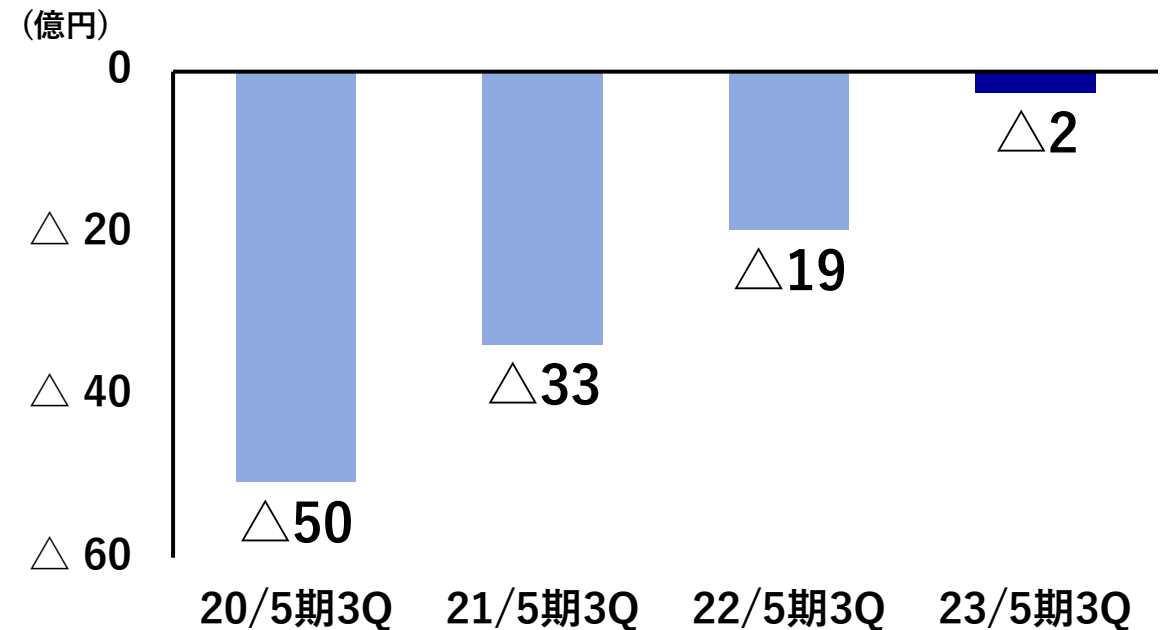
キャンペーン変更等の影響による



営業利益

前年同期差 +16億円

3Q期間で黒字を達成
引き続き通期黒字化を目指す

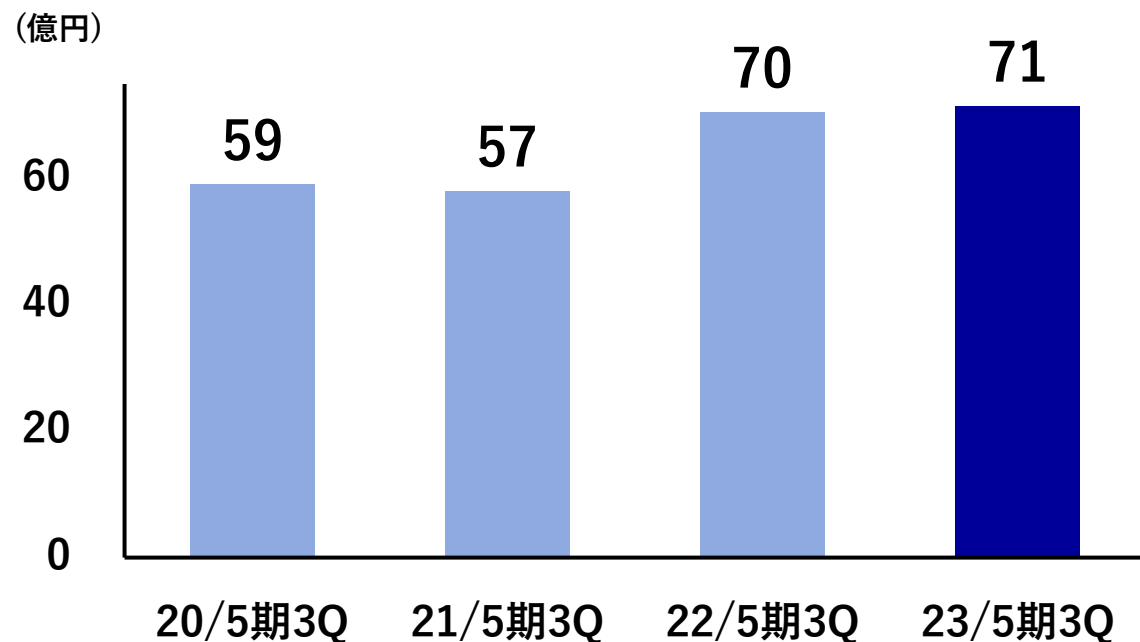




売上高

前年同期比 101.4%

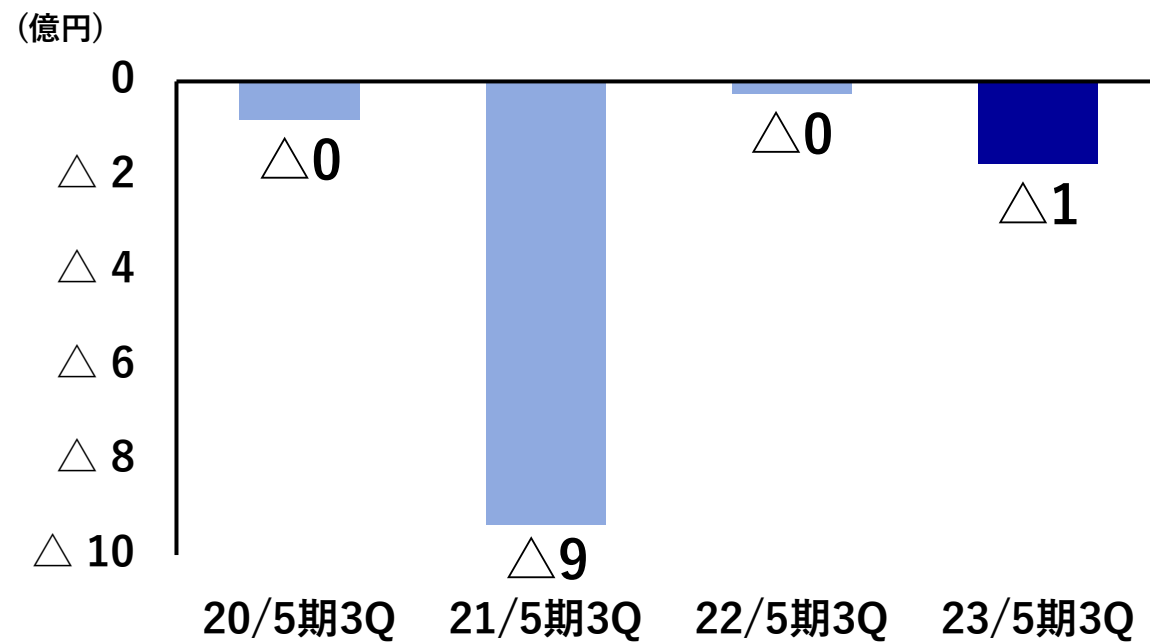
新規案件により増収を達成



営業利益

前年同期差 △1億円

生産性悪化の影響等あるも
来期に向けて改善に注力





戦略業種のお客様における消耗品購買のEC化を推進

1 背景と目的

- 歯科材料・歯科用品のECサイト「FEEDデンタル」の運営事業者フィードを中核とした企業グループを子会社化（議決権比率 85%）
- 歯科材料・歯科用品のEC市場の今後の成長が期待される
- 海外商品を含めたコストパフォーマンスが高い専門商材の幅広い品揃えが強み
- クロスセルや共同仕入れなどのアスクルとのシナジーを追求

2 財務インパクト

- BS 23/5月期 期末から連結予定
（対象会社 22/3月期実績 総資産67億円、純資産21億円）
- PL 24/5月期から連結予定
（対象会社 22/3月期実績 売上高125億円、EBITDA10億円）

FEEDデンタル

<https://dental.feed.jp/>





COO管轄

EC本部

新設

営業本部

マーチャンダイジング本部

ロジスティクス本部

ECプロダクト本部

新設

テクノロジー本部

カスタマーサービス本部

コーポレート本部

リーガル&セキュリティ本部

人事総務本部

EC本部 新設

(ASKUL事業本部とLOHACO事業本部を統合)

- EC事業の資源配分を最適化
- BtoB事業とLOHACO事業のシナジー効果を最大化

ECプロダクト本部 新設

(各事業部門のITフロント機能を集約)

- 柔軟なプロジェクト対応体制を構築
- IT人材の育成強化

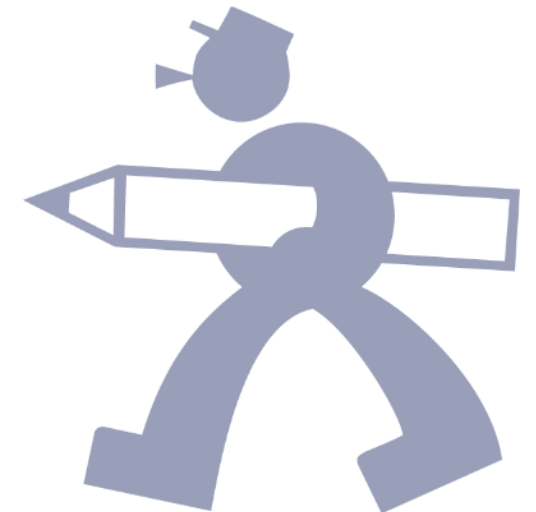
I 23年5月期 第2四半期実績

II BtoB

III BtoC

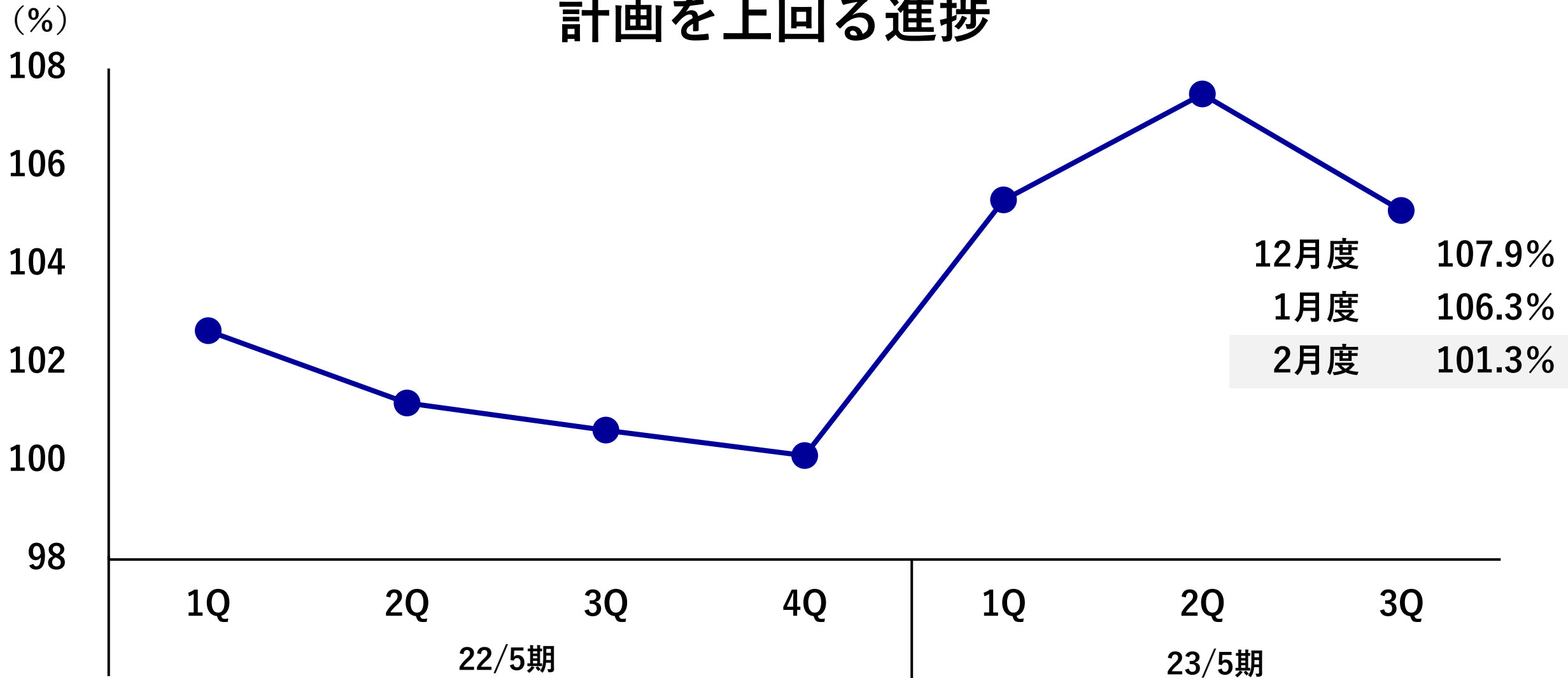
IV ESGトピックス

V 付録





2月度に感染対策商品の反動減影響あるも 計画を上回る進捗



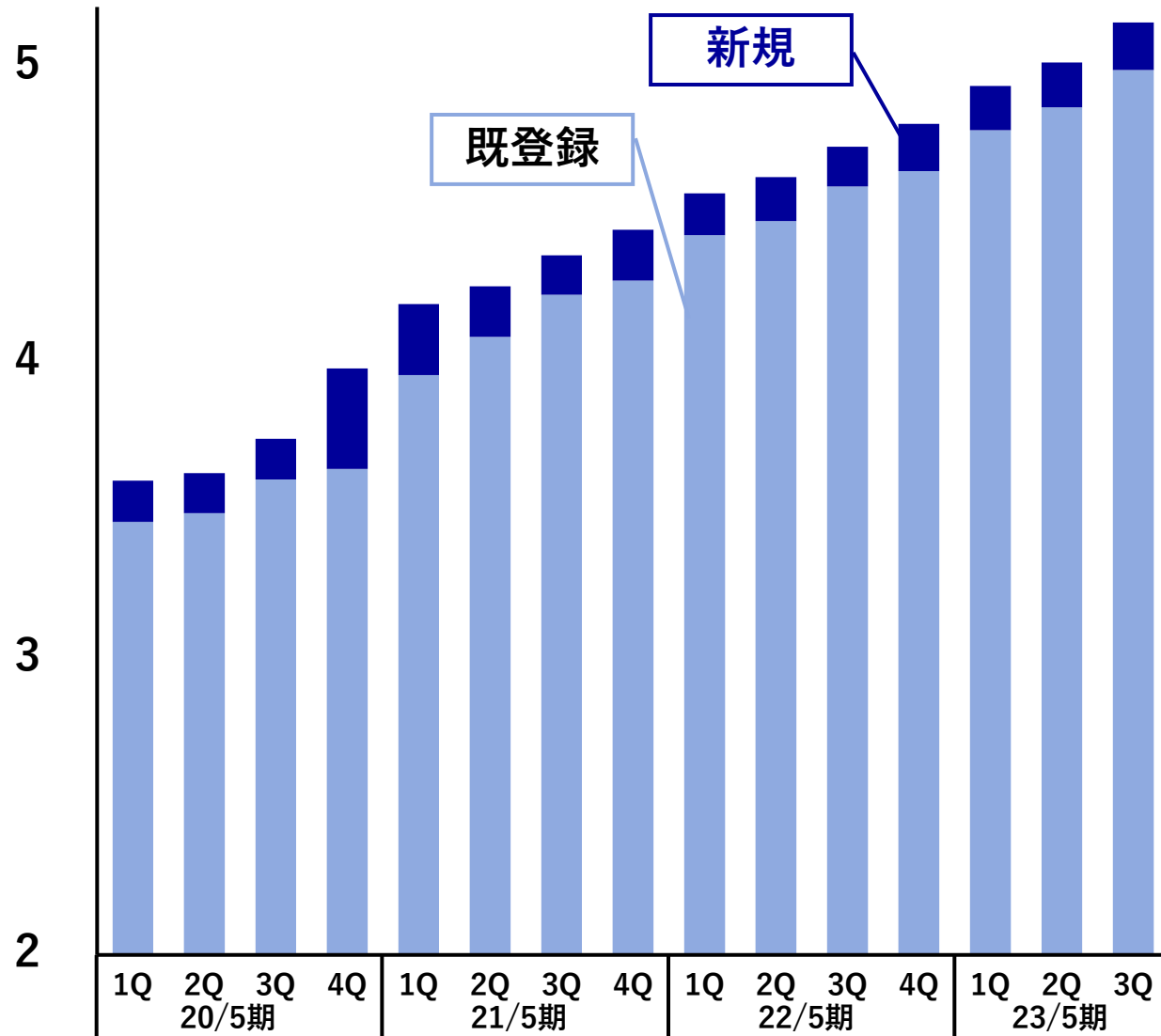


生活用品の伸長に加え、ソロエルアリーナオープン化や 売価の見直しが成長を牽引

(億円)	20/5期		21/5期		22/5期				23/5期							
	3Q		3Q		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	242	32.3	240	30.3	241	30.3	241	29.5	228	28.1	242	29.2	255	29.8	14	106.0
文具	106	14.2	101	12.8	100	12.6	112	13.7	95	11.7	101	12.2	106	12.4	5	105.3
生活用品	194	25.9	194	24.6	210	26.4	217	26.6	252	31.1	245	29.5	249	29.1	39	118.5
ファニチャー	48	6.5	54	6.9	50	6.4	64	7.9	45	5.6	45	5.5	47	5.5	△ 3	92.9
MRO	85	11.3	90	11.5	94	11.9	96	11.8	97	12.0	104	12.5	107	12.5	12	112.8
メディカル	53	7.1	90	11.5	80	10.1	69	8.5	78	9.6	73	8.8	73	8.6	△ 6	91.5
その他	19	2.6	19	2.5	18	2.3	17	2.1	14	1.8	19	2.3	18	2.2	0	102.2
合計	751	100.0	792	100.0	797	100.0	818	100.0	811	100.0	831	100.0	858	100.0	60	107.6



(百万件)

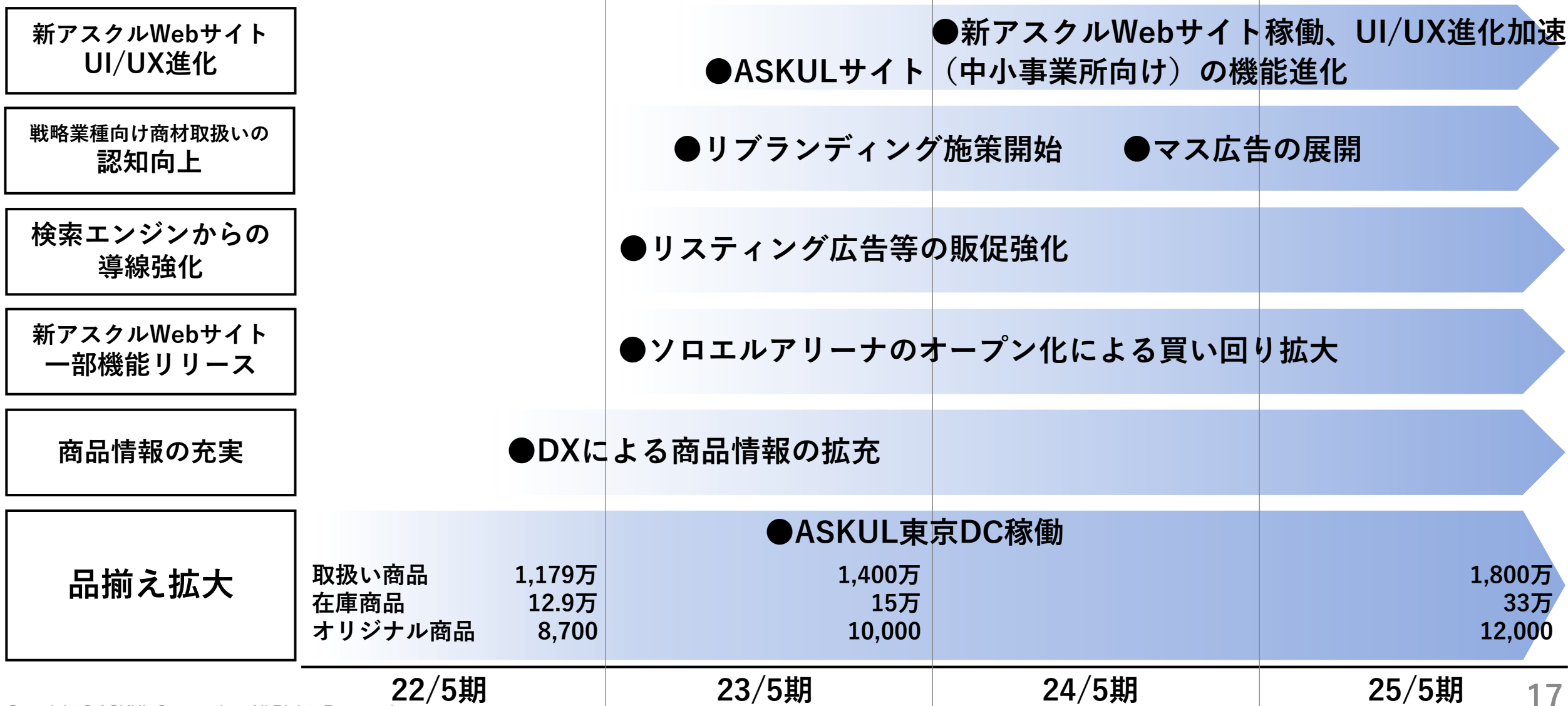


お客様基盤の 拡大継続

※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



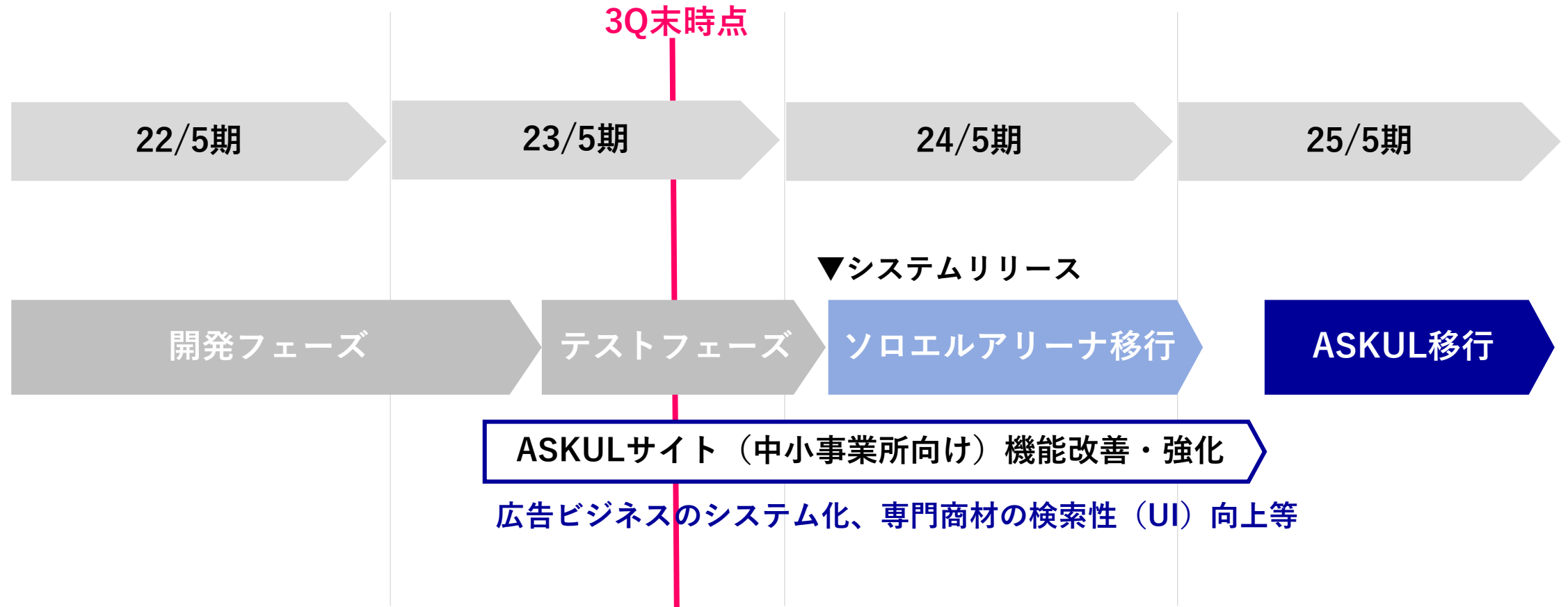
施策の相乗効果により最終年度で二桁成長を実現





テストフェーズが順調に進捗 (全体工程の8割程度進捗)

新アスクルWebサイト開発計画と進捗状況



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)

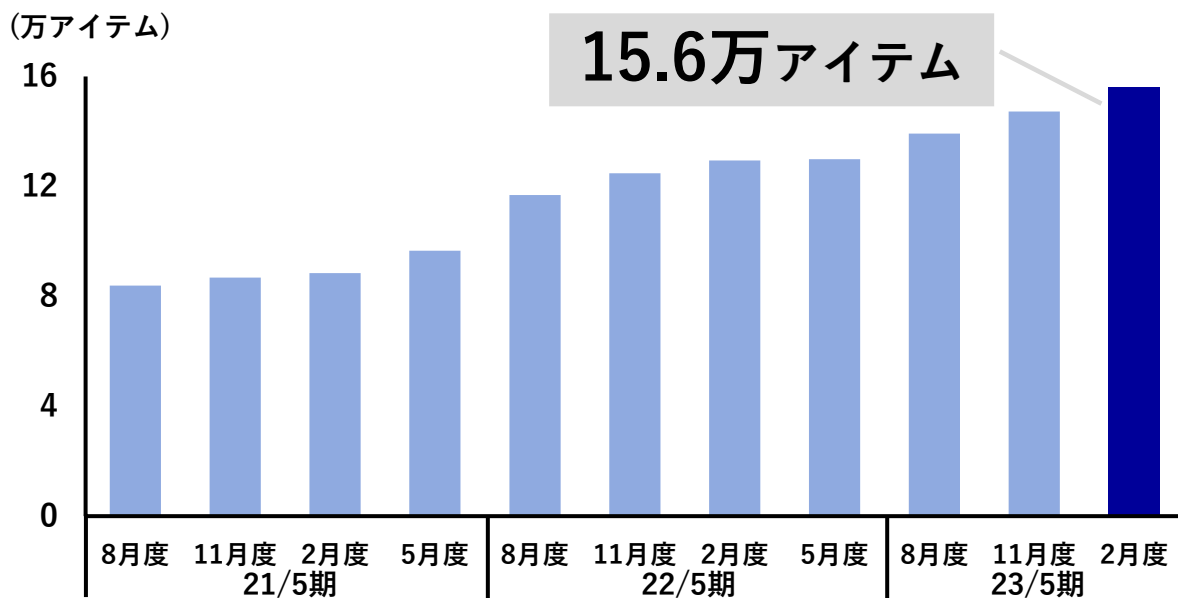
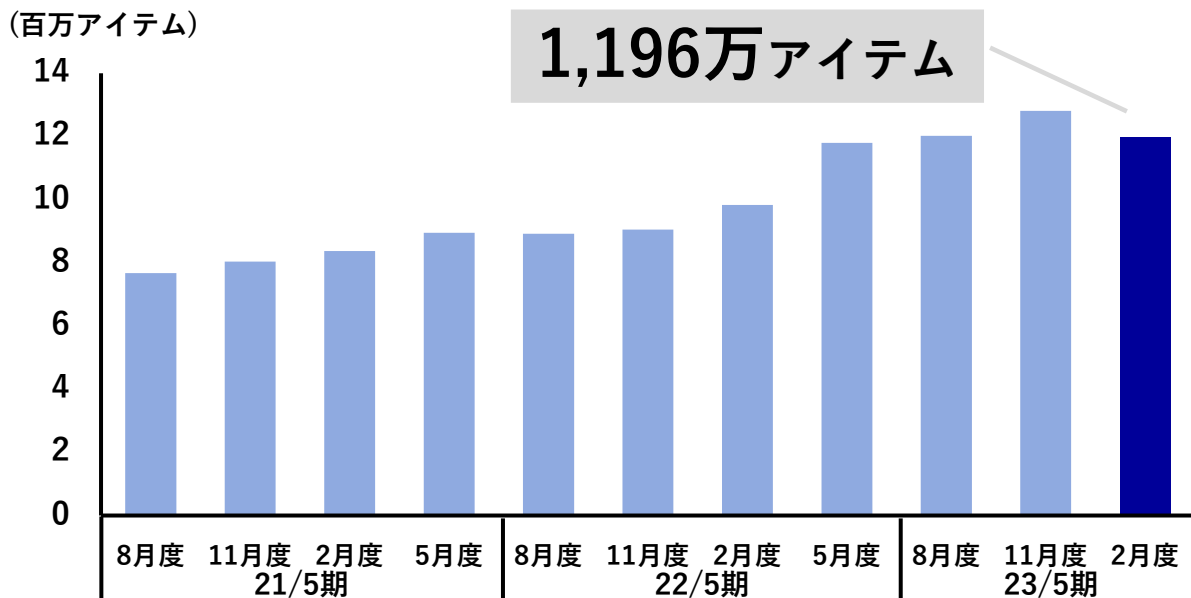
在庫商品
(中期目標33万アイテム)

- ✓ 3Q期間 83万アイテム減少
新規投入数は15万アイテム超
半導体不足等の影響で約100万アイテムが販売停止

- ✓ 3Q期間 8,700アイテム増加
生活用品カテゴリを中心に増加

中期目標の達成に向け継続して
注力カテゴリを中心に品揃えを強化

通期目標15万アイテムを達成
引き続き明日来る商品の拡大を加速



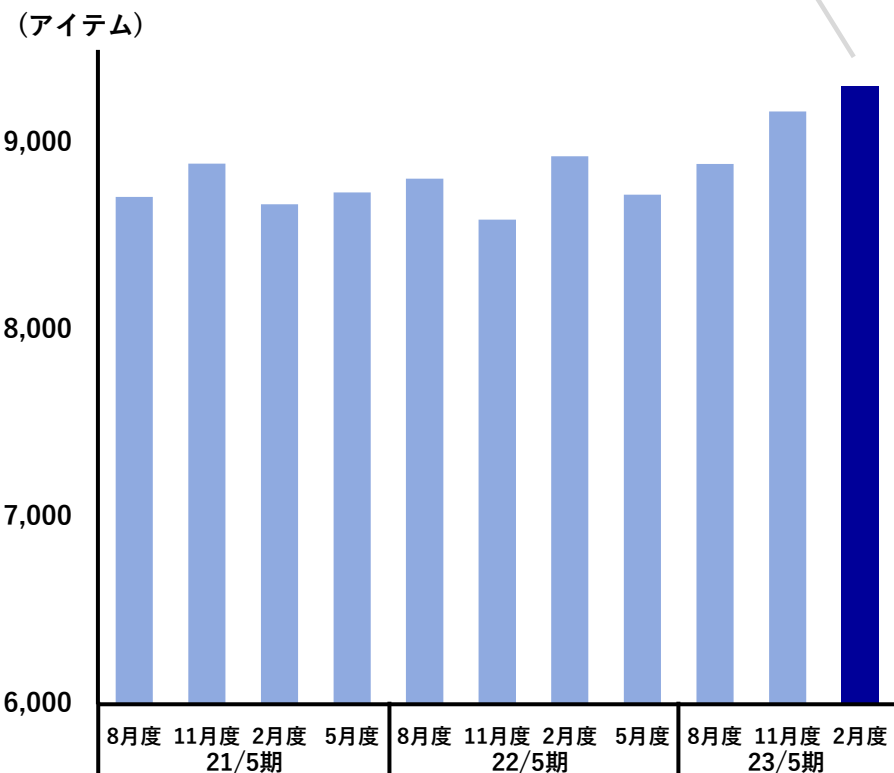
BtoB 品揃え拡大(オリジナル商品※1)

単体



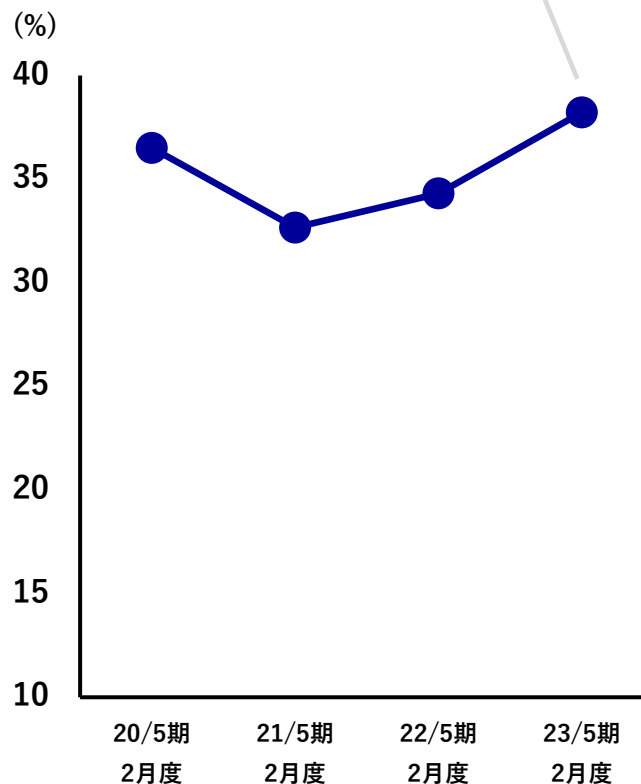
商品数
(中期目標1.2万アイテム)

9,300アイテム



売上高構成比
(BtoB在庫商品売上高)

38%



戦略2大業種※2向け
オリジナル商品
開発強化

通期で
10,000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



最終年度の二桁成長へ向け多様な取り組みを進める

新規お客様稼働促進

マーケティング オートメーション導入

新規お客様へのメールやクーポンでの
きめ細かいフォローを自動化



対象のお客様の
LTV (稼働率や購入金額) 向上へ

検索エンジンからの導線強化

Web広告経由売上高

- ✓ 戦略カテゴリ商品へ積極的に広告投資、
広告増額に合わせて売上高伸長
- ✓ 3Q累計 前年同期差 60億円強増加

※ASKULサイト (中小事業所向け) での実績

戦略業種向け商材取扱いの認知向上

- ✓ 動画広告の表示回数と視聴数は計画対比好調

第4弾
軍手



<https://www.youtube.com/watch?v=Rckvj6DKPzg>

第5弾
グローブ



<https://www.youtube.com/watch?v=756Hk7H49c0>

第6弾
ヘルメット



<https://www.youtube.com/watch?v=4VsBHLsEboc>

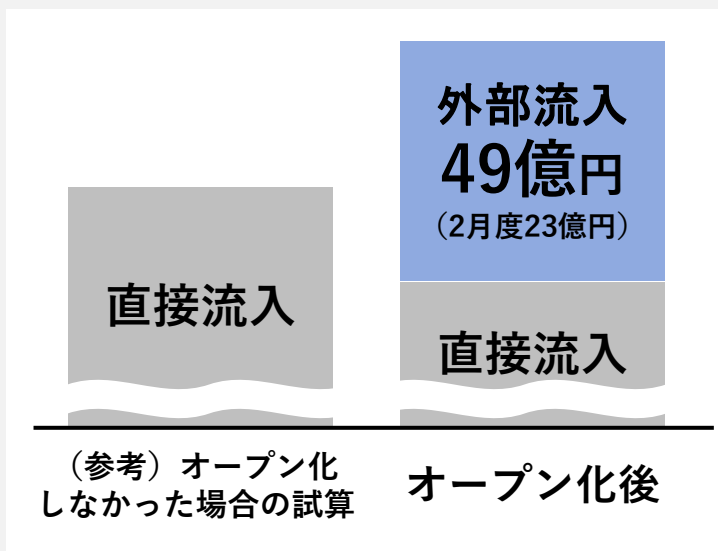


外部流入売上は引き続き拡大 戦略カテゴリ商品の買い回りによる注文単価押上げが継続

効果①

外部流入売上
49億円/3Q期間

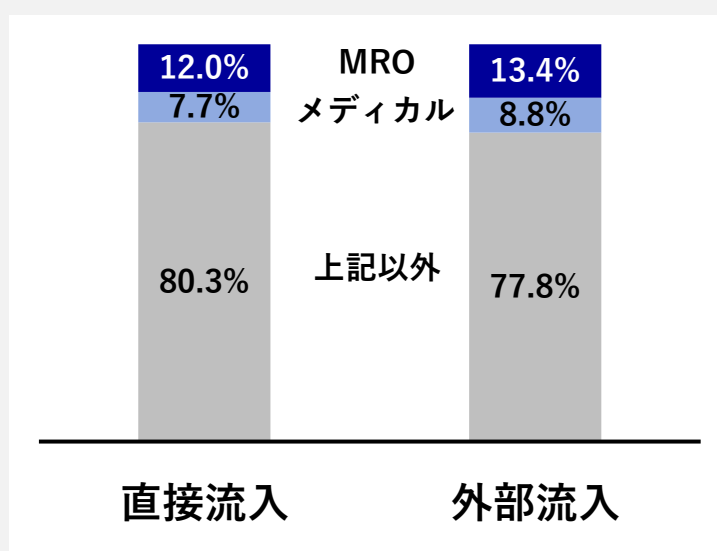
オープン化による売上実績



効果②

戦略カテゴリ商品
構成比増

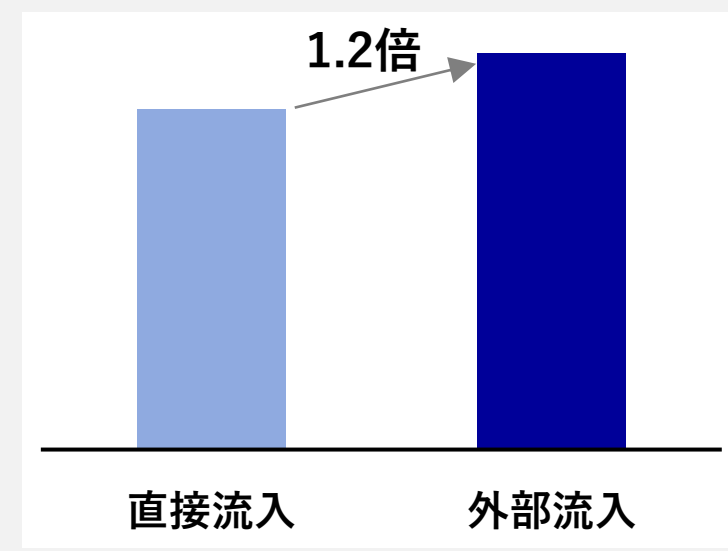
商品カテゴリ別売上構成比



効果③

注文単価 1.2倍

注文単価



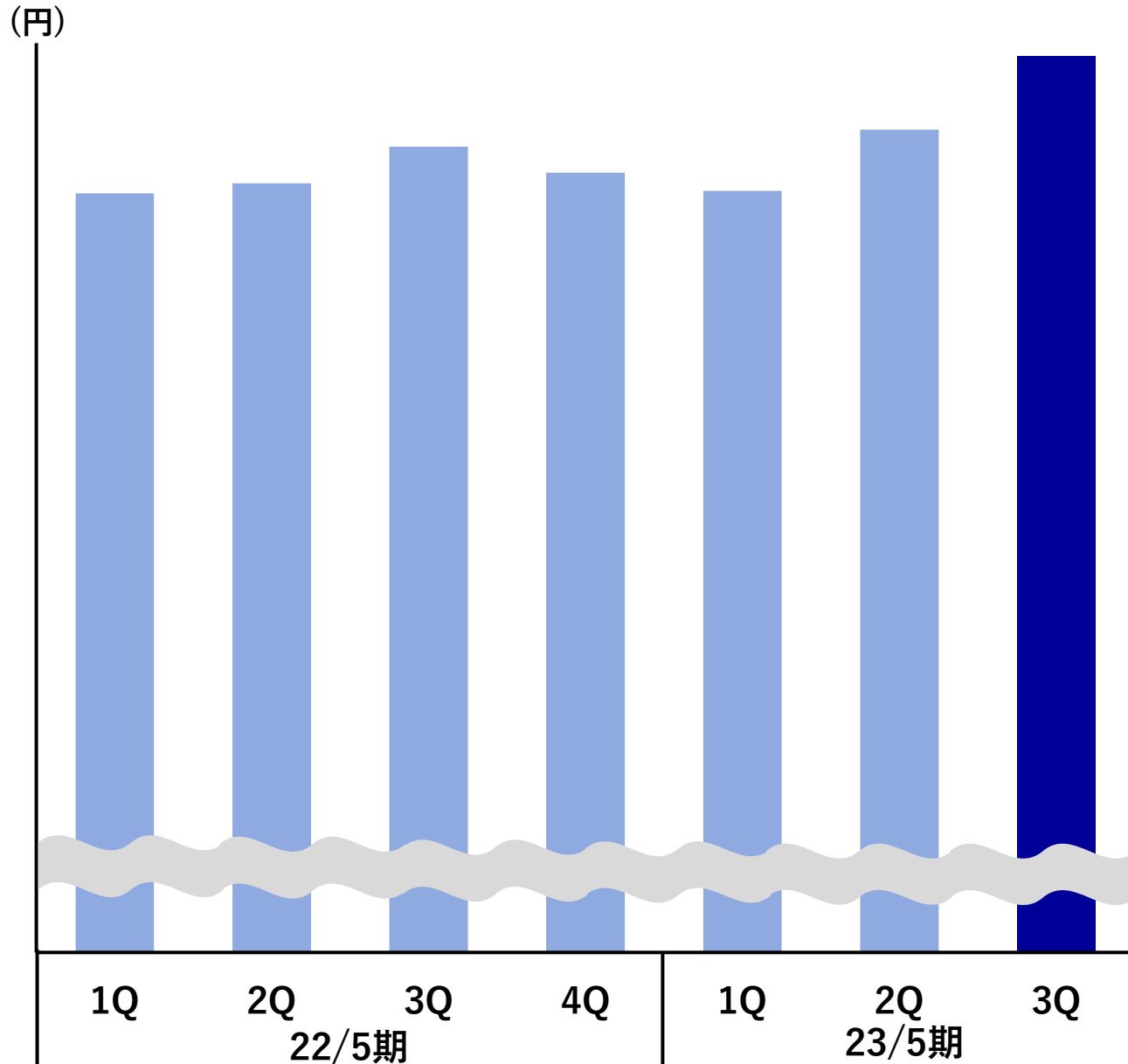
■集計対象：2022年11月21日～2023年2月20日のソロエルアリーナサイト

■「外部流入」：検索エンジン等の外部からの遷移 「直接流入」：ブックマーク等からの直接訪問

■効果①の「オープン化後」の「外部流入49億円」には、オープン化により直接流入から外部流入に移行したと見込まれる売上を含む

BtoB 一箱あたりの売上単価

単体



23/5期 3Q期間
前年同期比 106.2%
3Q期間 5億円相当の配送費低減



**一箱あたりの
売上単価向上による
利益構造改善を目指す**



順調に稼働開始した物流センターの様子を
以下のURLに掲載の動画よりご覧ください

<https://www.askul.co.jp/kaisya/company/cm.html>



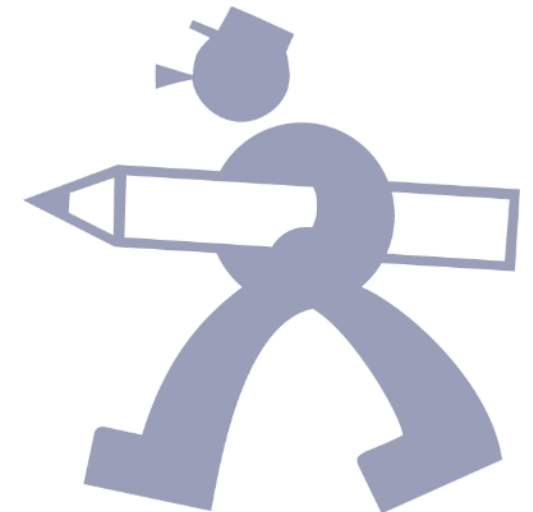
I 23年5月期 第3四半期実績

II BtoB

III BtoC

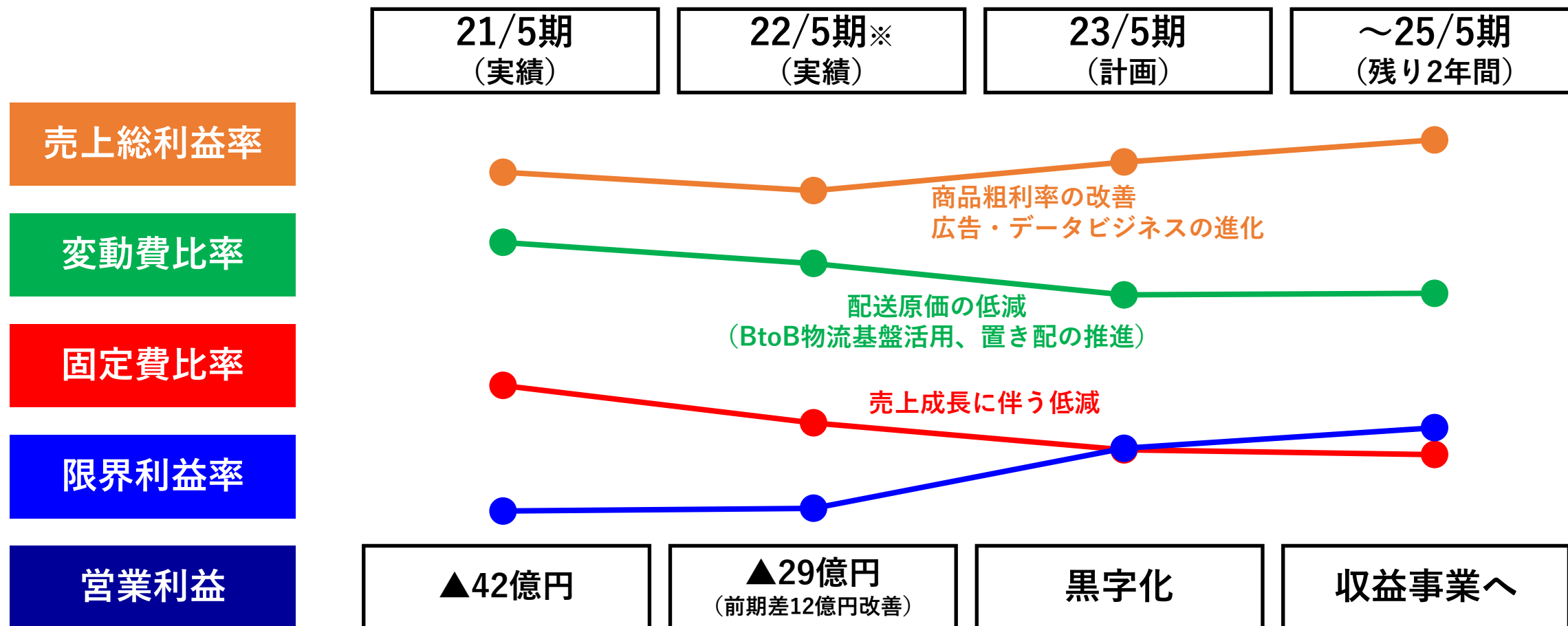
IV ESGトピックス

V 付録





各指標のさらなる改善により黒字化を達成し、再成長へ



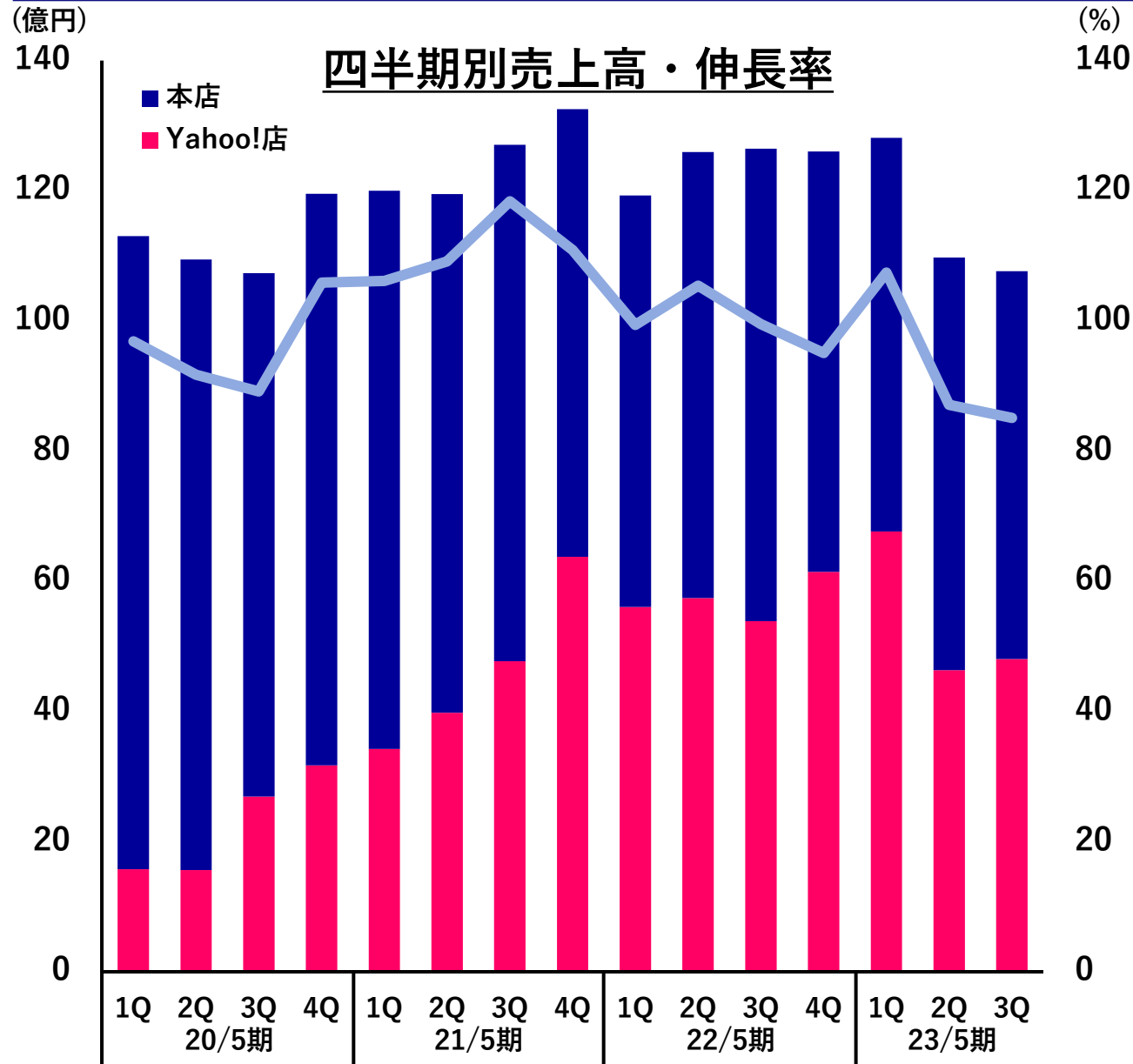


✓ 3Q期間 黒字化達成

一箱あたり売上単価向上によりコスト構造改善が継続

✓ 今後はBtoB事業とのシナジーを最大化

本部統合による運営効率化により商材拡大や
物流効率・品質向上を図る

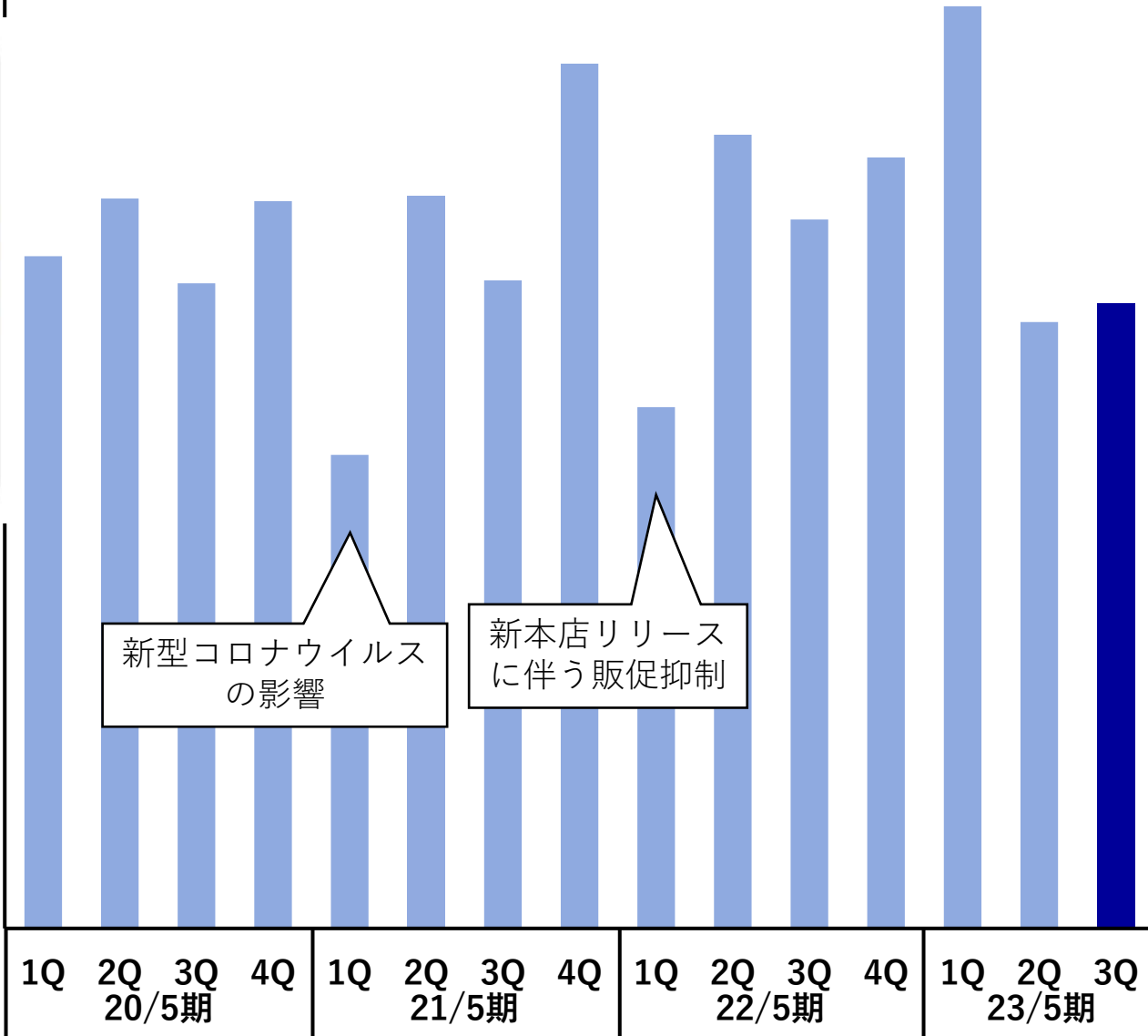


キャンペーン変更等の
影響を受けるも
今期黒字化を最優先

LOHACO 広告フィー収入

(円)

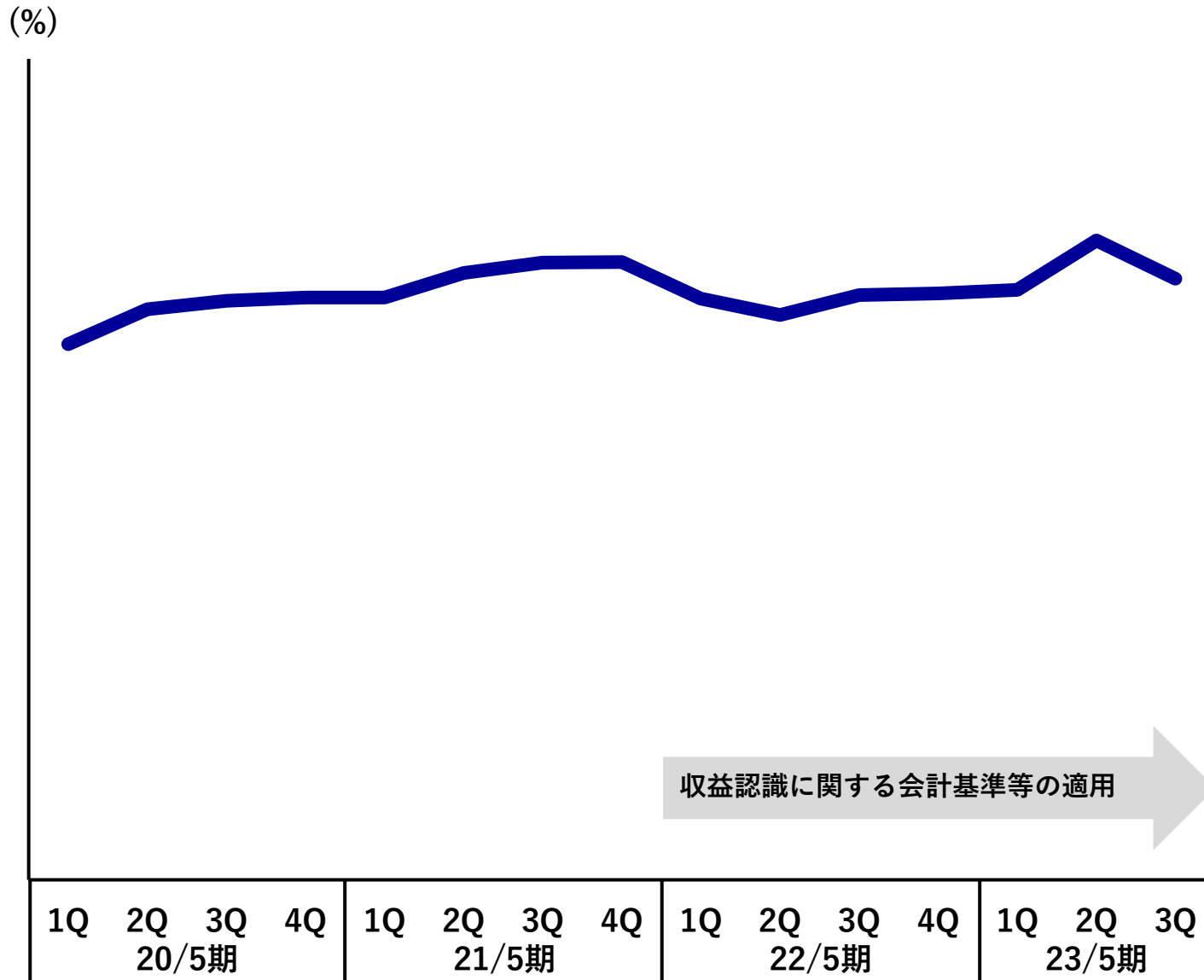
広告掲載イメージ |



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

23/5期 3Q期間
前年同期比 88.1%

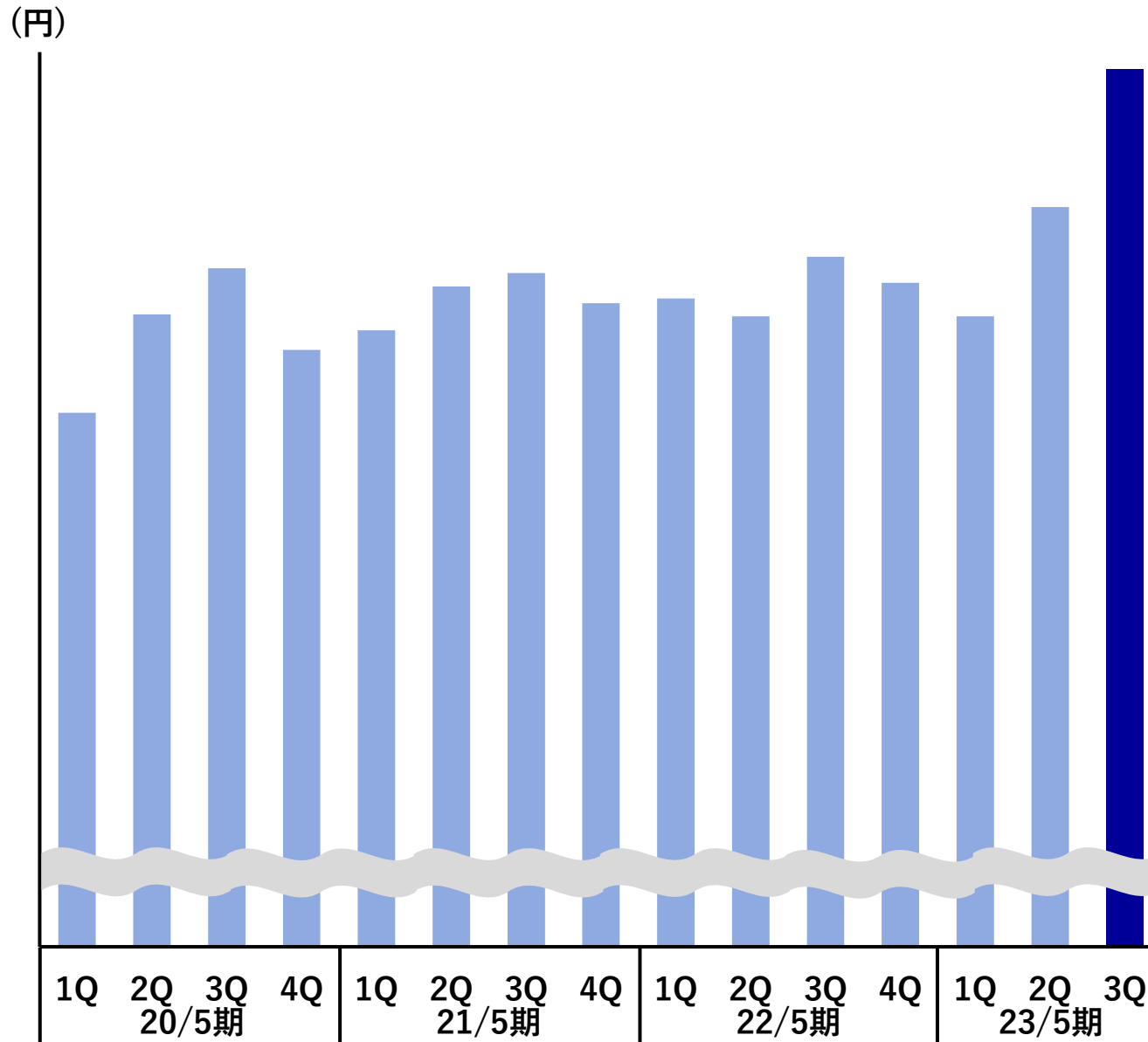


23/5期 3Q期間
 前年同期差 +0.7pt
 国内 \triangle 0.5pt

販促強化により
 一時的に低下

LOHACO 一箱あたりの売上単価

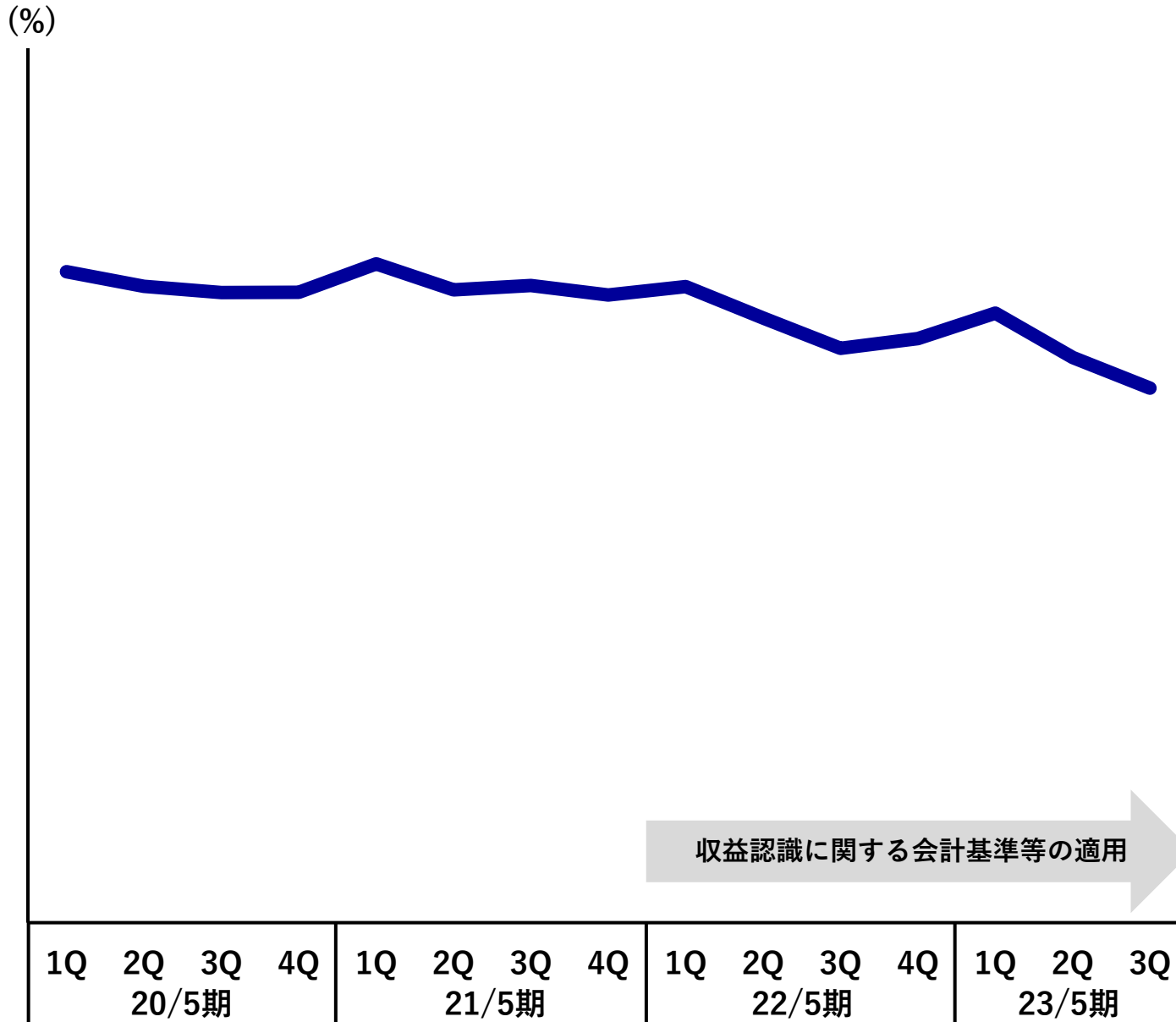
単体



23/5期 3Q期間
前年同期比 117.1%



販促手法の見直し
配送バー改定で
大きく改善



23/5期 3Q期間
前年同期差 $\triangle 1.3\text{pt}$



複数施策の実行が奏功
引き続き改善へ



優良配送※1強化施策の実証実験を共同実施

- Yahoo!ショッピング
優良配送を推奨・強化する
取り組み
優良配送の商品は検索結果
の上位に優先表示



優良配送強化の効果

優良配送が占める
売上高の割合

5%向上※2

新規お客様の
リピート率

1.2倍※3

物流品質を強化

(本施策遂行にかかる費用はアスクルとヤフーで按分)

- ※1 ご注文当日・翌日の商品出荷による配送
- ※2 Yahoo!店売上高のうちサイト上に「優良配送」表示がされていた時の売上高が占める割合について、23/5期上期と3Q期間を比較
- ※3 当日出荷対象の新規お客様と、翌々日以降出荷対象の新規お客様との翌月リピート率の比較

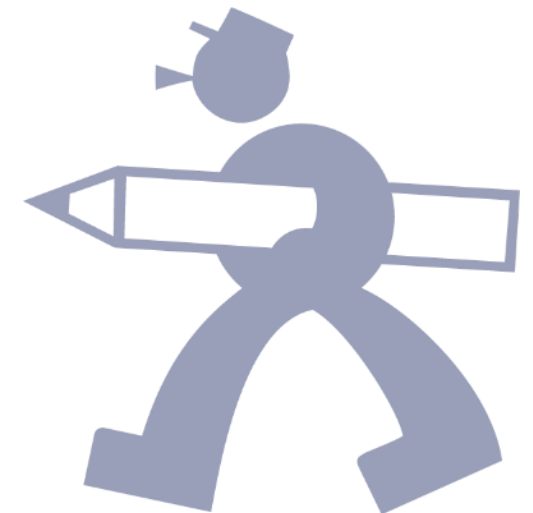
I 23年5月期 第3四半期実績

II BtoB

III BtoC

IV ESGトピックス

V 付録





2023年1月 「Go Ethical」

「令和4年度消費者志向経営優良事例表彰」において消費者庁長官表彰を受賞

- Go Ethicalは、メーカーと共創し、様々な理由で廃棄処分していた品質に問題のない商品を販売し商品廃棄を削減する当社独自の取組み
- サイト上で各商品の販売理由や廃棄削減数を表記している点が評価
- 累計廃棄削減数763,798個(2019年11月開始以降、2023年2月20日時点)

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/fhjD/c8YI/mHgJ.pdf>



2023年3月 アスクル商品環境基準

環境配慮レベルのスコアをビジュアル表記しさらに進化

- 2022年10月より商品の環境配慮レベルを規格化、スコア（数値）として公表
- 「容器包装」「商品本体」「仕組み」の3つの大分類の全30項目
- お客様のエシカルな買い物に貢献するため環境スコアのビジュアル表記を開始

サステナビリティサイト「アスクル商品環境基準」

<https://askul.disclosure.site/ja/themes/92>



アスクル商品環境スコア

90



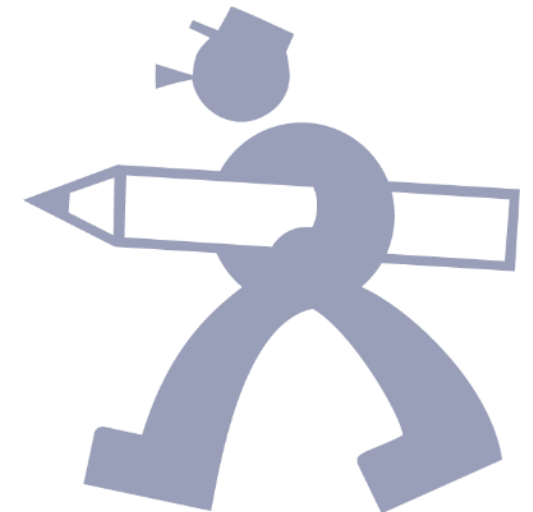
I 23年5月期 第2四半期実績

II BtoB

III BtoC

IV ESGトピックス

V 付録

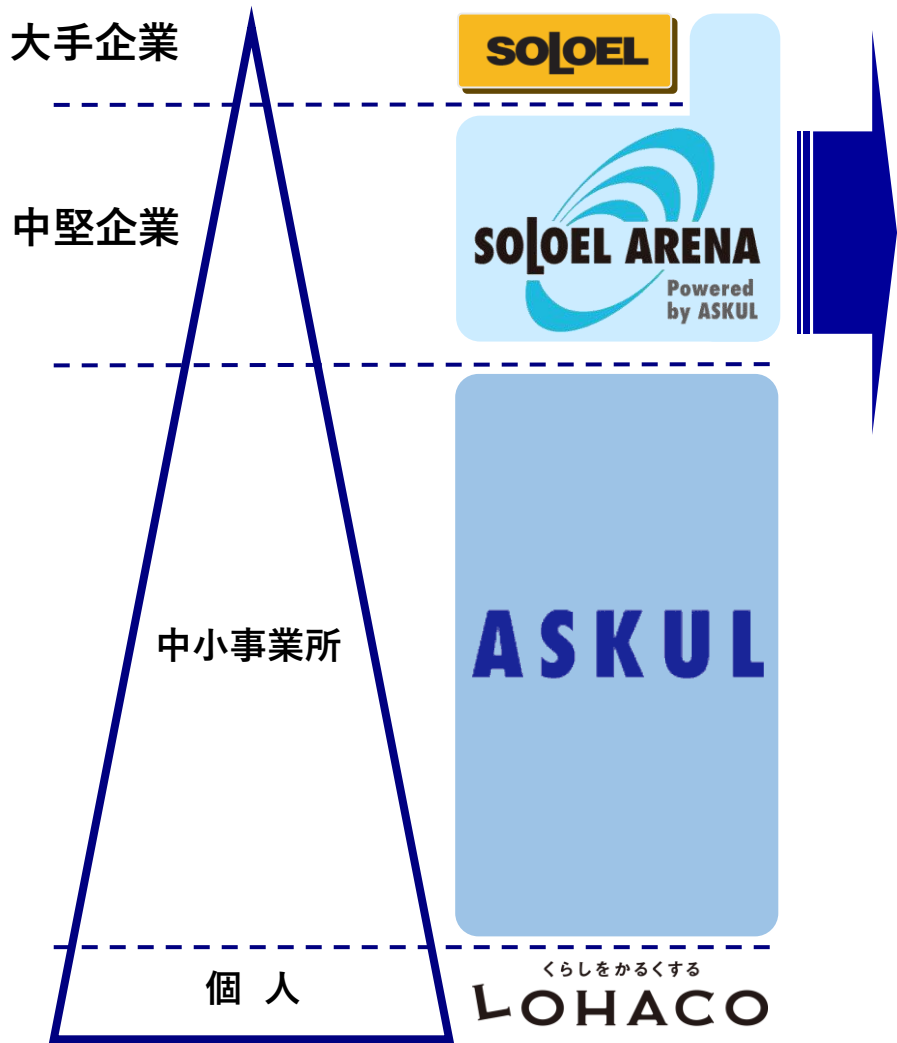




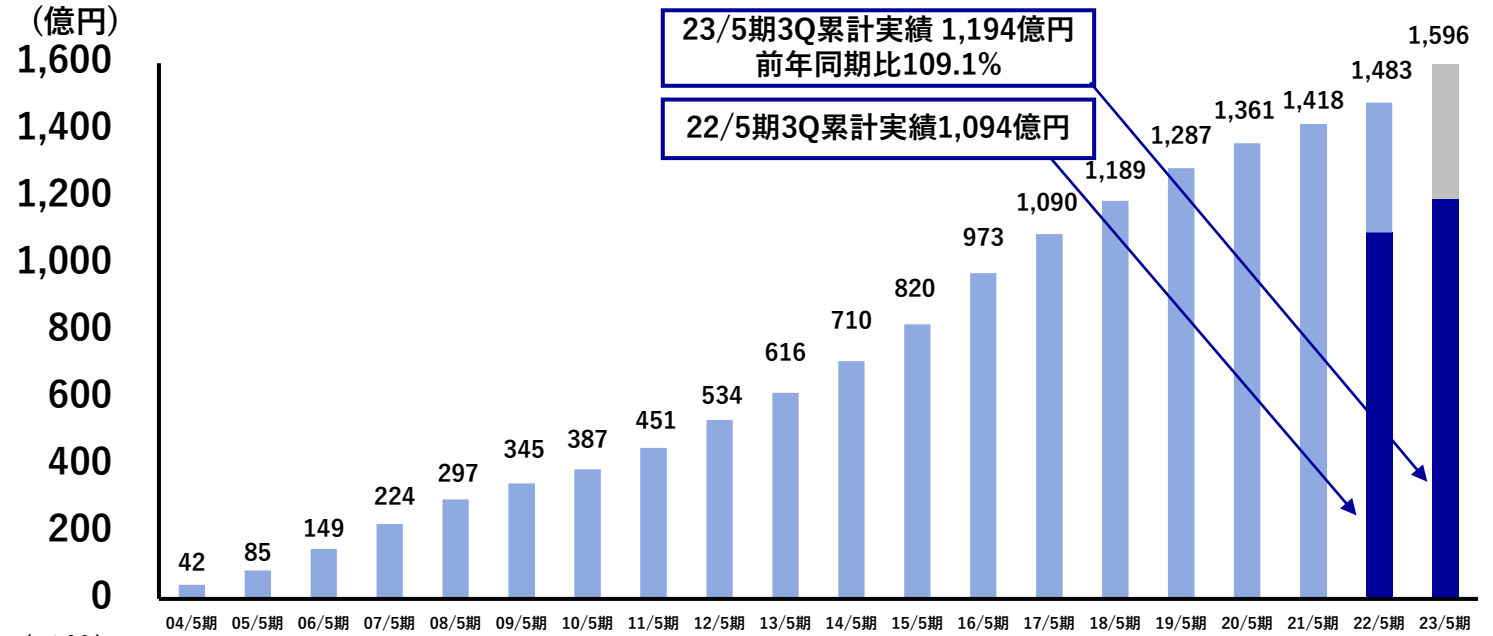
(億円)	22/5期 3Q累計			23/5期 3Q累計			
		構成比%	前年同期比%		構成比%	前年同期差	前年同期比%
OA・PC	715	26.0	99.7	739	25.8	24	103.4
文具	302	11.0	98.9	308	10.8	5	101.9
生活用品	993	36.1	107.8	1,061	37.0	67	106.8
ファニチャー	156	5.7	100.1	141	4.9	△ 15	90.3
MRO	286	10.4	104.6	316	11.0	30	110.5
メディカル	257	9.3	87.3	255	8.9	△ 1	99.3
その他	44	1.6	75.6	44	1.6	△ 0	98.7
合計	2,757	100.0	101.0	2,867	100.0	110	104.0

生活用品とMROが
成長継続

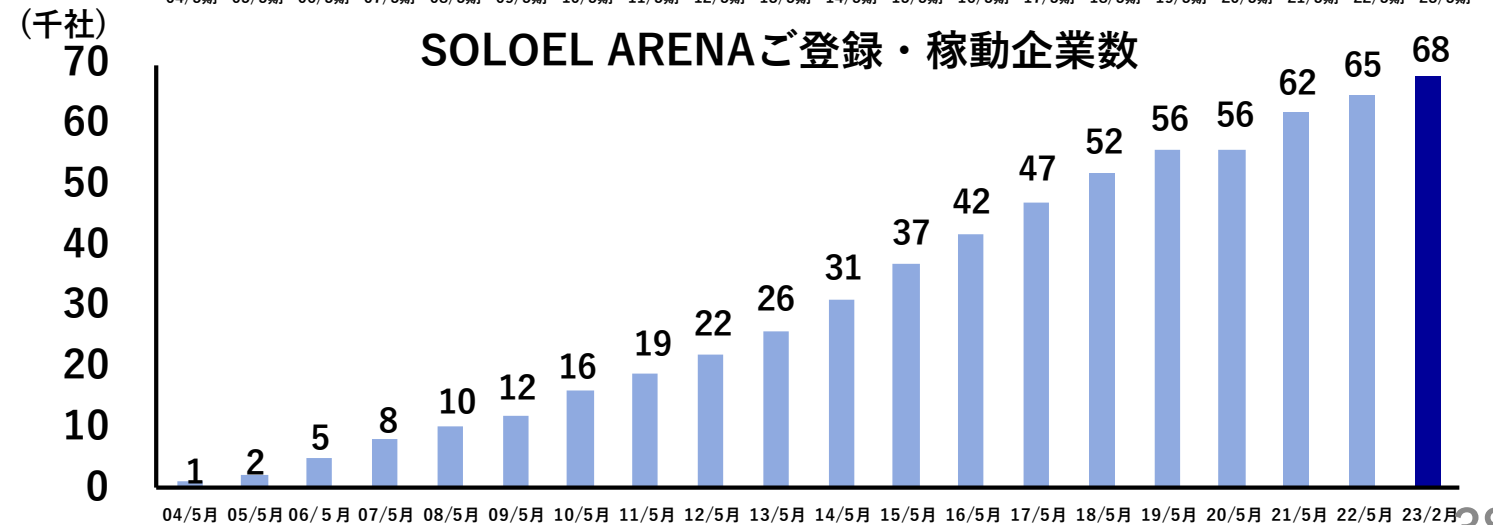
BtoB SOLOEL ARENA等実績

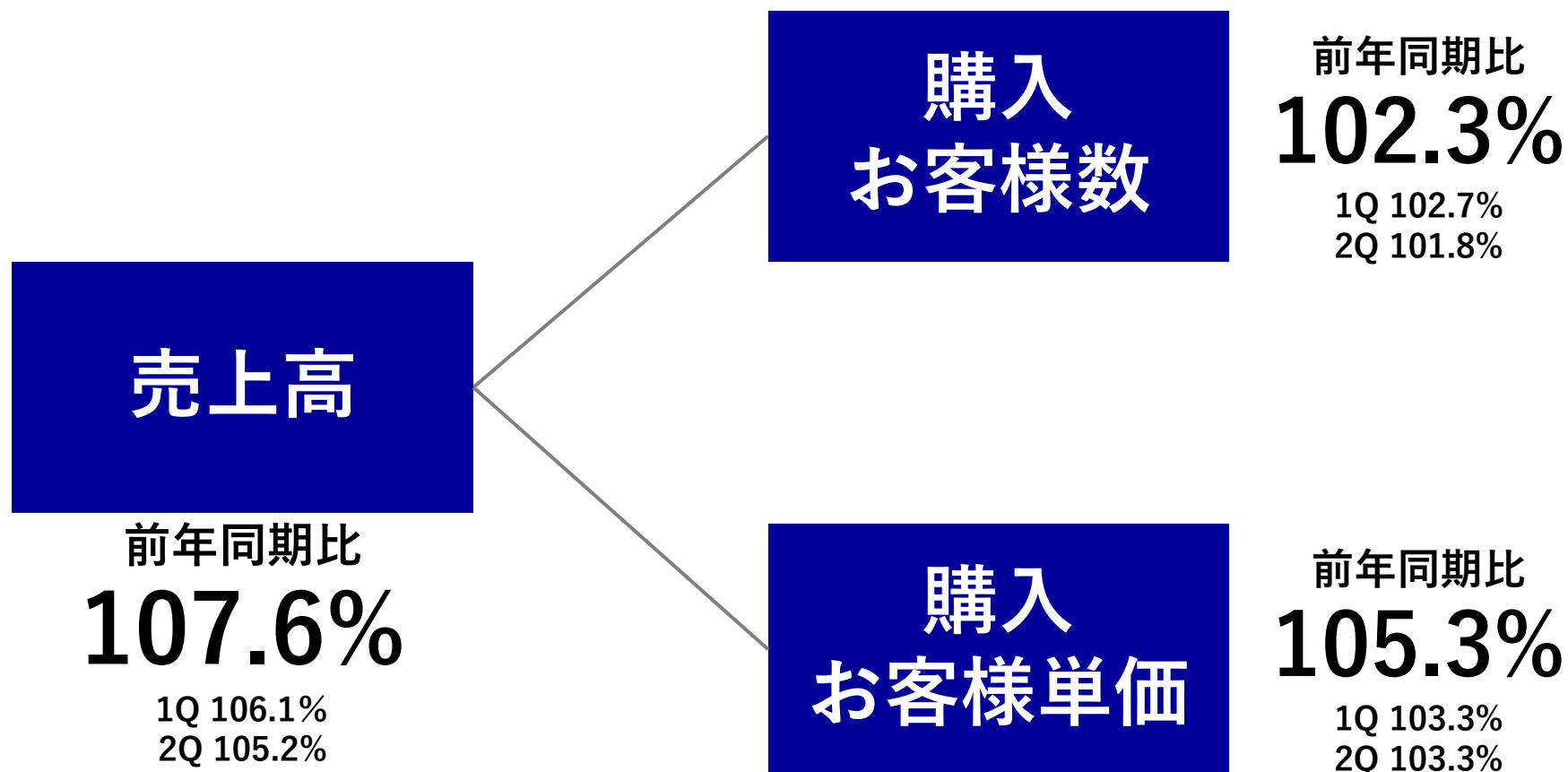


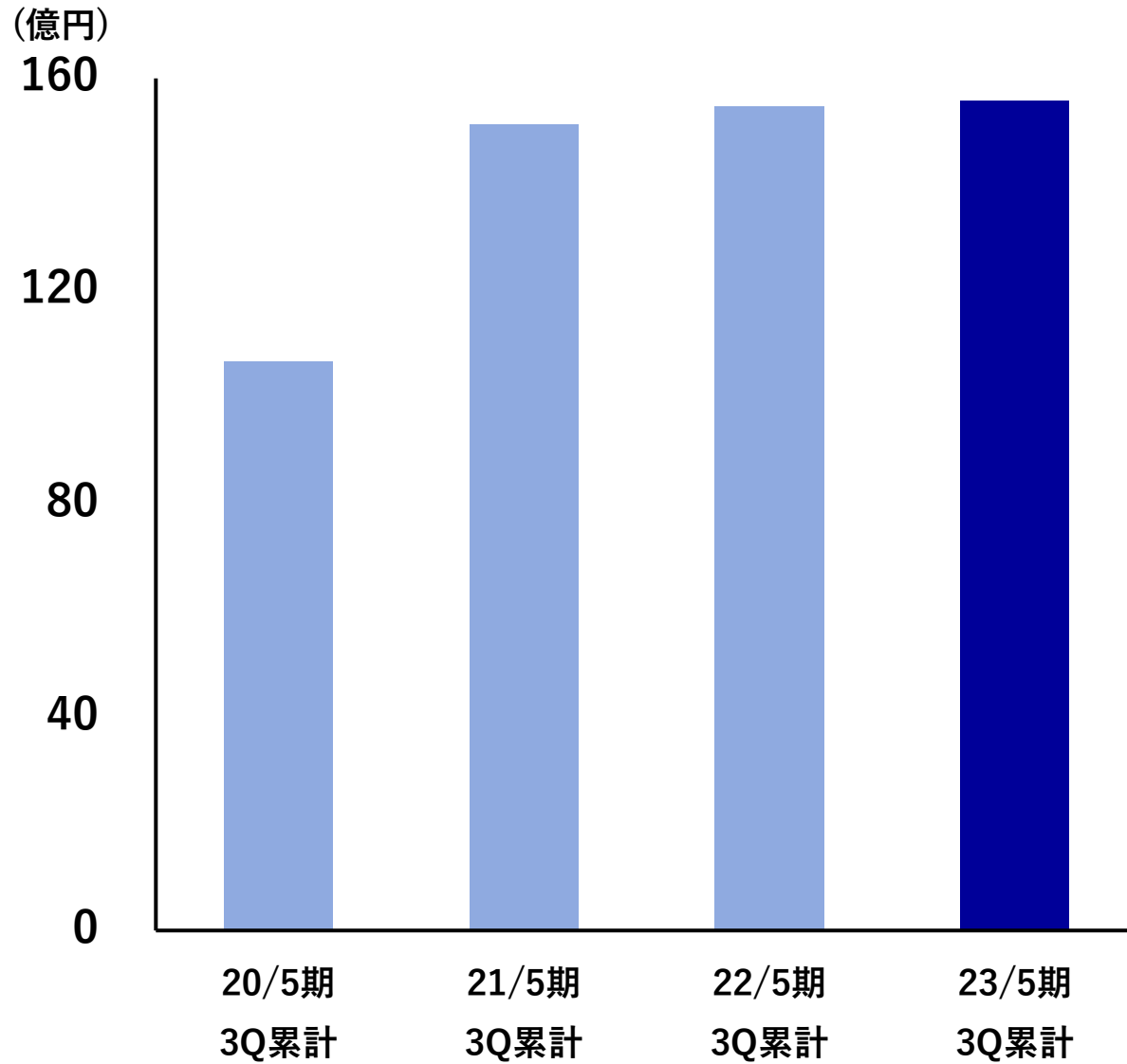
SOLOEL ARENA等売上金額



SOLOEL ARENAご登録・稼動企業数







過去最高を更新



売上総利益額 803億円 前年同期差 +28億円

売上総利益率 24.0% 前年同期差 $\Delta 0.3\text{pt}$

✓ 原価高騰およびグループ会社の売上シェア向上によるもの

販管費 699億円 前年同期差 +31億円

販管費比率 20.9% 前年同期差 $\Delta 0.1\text{pt}$

< 販管費の前年同期差の主な内訳 >

- ✓ 人件費 +10億円
- ✓ 広告宣伝費 +9億円
- ✓ 業務外注費 +5億円
- ✓ 清掃警備費（主に水道光熱費） +3億円
- ✓ 消耗品費 +3億円（東京DC稼働に伴うもの）



設備投資額 120億円(年間計画 135億円)

ASKUL東京DC関連 52億円

新アスクールWebサイト関連 43億円

(参考) 減価・ソフトウェア償却費 45億円 (年間計画 71億円)

投資詳細

(単位：百万円)

科目名	22/5期 第3四半期	23/5期 第3四半期	
	金額	金額	前年同期比
【 設 備 投 資 額 】	7,714	12,048	+56.2%
有 形 固 定 資 産	2,520	6,080	+141.2%
無 形 固 定 資 産	5,194	5,968	+14.9%
建 設 仮 勘 定 (注 2)	4,622	159	△96.5%
ソ フ ト ウ ェ ア 仮 勘 定 (注 2)	6,436	9,840	+52.9%

(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

	22/5期 第3四半期	23/5期 第3四半期	前年同期差
インターネット経由	87.5%	88.8%	+ 1.3pt
上記以外	12.5%	11.2%	△1.3pt

(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)

	22/5期 2月度	23/5期 2月度	前年同月度差
オリジナル商品数	10,757	13,848	+ 3,091
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	27.1% (34.3%)	31.4% (38.2%)	+ 4.3pt (+ 3.9pt)

(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

(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
23/5期	63	14	61	13	124	27	61	13	59	12	120	25	244	52
22/5期	63	13	62	14	125	27	59	14	59	12	118	26	243	53
前年同期差	0	+1	-1	-1	-1	0	+2	-1	0	0	+2	-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、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月で65%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

- 「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。

- 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



「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



「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



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

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
主体的な学びをサポートする学びの支援制度
アンコンシャスバイアス研修実施
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組み

法定雇用率 29.6%※(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2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

■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。お客様対応
の関連文書や規程を作成・整備し、マネジ
メントシステムの構築および運用を実施

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

●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3回目の支援先は、岩手県
陸前高田市の味噌・醤油製造/株式会社
八木澤商店に決定

●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「エステートイレの
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

新カタログ発刊（年1回）



事業開始から30周年、仕事場のニーズに応える品揃えやサービスを追求

「アスクルカタログ2023」



総ページ数	1,036ページ
掲載商品数	約 34,000アイテム

「衛生・介護用品カタログ2023」



総ページ数	316ページ
掲載商品数	約 5,100アイテム

「医療機関向けカタログ2023」



総ページ数	468ページ
掲載商品数	約 9,300アイテム



「アスクル商品環境スコア」※で商品の環境配慮度合いを明確化

「アスクルカタログ2023」

環境への配慮をわかりやすく！

オリジナル・限定販売商品に

「環境スコア」を見つけました！

お客様とのコミュニケーションに！

ペーパータオル3サイズ 中判・小判・小判

用途で選べる3サイズ。再生紙100%のFSC®認証紙で柔らかい拭き心地。

「容器包装」11項目
商品の容器包装の原材料や設計。

「商品本体」16項目
商品本体の原材料や設計。

「仕組み」3項目
商品を製造・供給するサプライヤー企業の取組。

①、②、③のポイントの合計が環境スコアとなります。

詳しくはWebにてご確認ください。

サラヤ 手指消毒剤

トイレの消臭剤

環境スコア

70

76

69

71

75

70

69

45

58.4

20

9.2

61.2

60

36

61.6

43

15

284

30

1,254

284

Webサイト商品ページでの表示例

お申込番号：3010038 / メーカー：アスクル / JANコード：4535164029575

アスクル商品環境スコア **20**

商品詳細

ブランド名：アスクル / アスクル商品環境スコア：30 / 原産国：中華人民共和国 / 材質：パーজনパルプ100% (PEFC認証紙) / 寸法：1/パック / 高さ250x横215x奥行115mm

もっと見る

※2022年10月、「環境配慮への3分類30項目の基準」を定義し、アスクル独自に数値化。スコアは加点式で、より環境配慮への取組み度が上がる商品ほど高いスコアとなる。



多くの介護現場に愛される「売上数量No.1※」の定番商品を紹介

「衛生・介護用品カタログ2023」

お客様に支持されています!

カテゴリ別 売上数量No.1

※ASKULの2021年11月～2022年10月の売上数量を累計したもの

衛生用品

1位 消毒・除菌 ハンドスキッシュEX 速乾・サラッと乾燥。ベタつきがない低濃度エタノール消毒液。 価格 ¥98 (税別 ¥90.2)	1位 マスク 耳にやさしいやわらかいマスク 幅広い年齢とやわらかな不着帯で快適なつけ心地。 価格 ¥7.98 (税別 ¥7.26)	1位 グローブ プラスチックグローブ 薄手でしなやか。作業しやすい自費の品質! 価格 ¥3.98 (税別 ¥3.60)
1位 ガウン 不織布アイソレーションガウン 透気性がよく蒸れにくい不織布ガウン。 価格 ¥119 (税別 ¥108.2)	2位 3層式マスク 呼吸しやすい立体プールの3層式マスク。 価格 ¥5.56 (税別 ¥5.08)	2位 ニトリングローブ 指先から手首まで凹凸加工でしっかりグリップ! 価格 ¥8.98 (税別 ¥8.17)

はコチラ!

使いやすいや、お求めやすい価格などで介護施設の方々からご支持いただいている商品をご紹介します。これからもお客様のお役に立てる商品の充実と拡大を目指します。

介護用品ストアが大充実!
「介護用品」と検索してください!
Q 介護用品 www.askul.co.jp/

介護用品

1位 食事ケアにオススメ 食事前エプロン ホリエチレン介護用食事前エプロン(使いきり) グリーンホリエチレン10%配合の使いきりエプロン。お食事の準備作業に最適です。 価格 ¥9.86 (税別 ¥9.06)	1位 排泄ケアで大活躍 おしりふき トイレに流せるやわらかおしりふき(レギュラー) 肌にやさしい拭きごこちで、汚れもしっかりキリッ! 価格 ¥2.4 (税別 ¥2.21)	1位 入浴ケアで使いやすい 入浴剤 バスラボ 香りも温浴効果もリッチな、香米タイプの入浴剤。 価格 ¥11.4 (税別 ¥10.4)
1位 とうみ剤 ソフトティアS 冷たいものでも、暖かいものでも、同じ量でとうみがつけられる。 価格 ¥243 (税別 ¥225)	1位 尿とりパッド 尿とりパッド レギュラー モレをガードする立体キヤパー付き! しかも低コスト 価格 ¥10.4 (税別 ¥9.4)	1位 清拭料 ハビナーズ 清拭料 お掃除に際してタオルで拭くだけ! お掃除は1タイプです。 価格 ¥1,529 (税別 ¥1,363)

「衛生・介護用品」定期配送サービス

忙しい介護現場を便利なサービスで応援します。

- ご希望の数量・サイズで定期的に届く!
- 定期配送なら、カタログ、Web価格よりおトクに!

注文の手間を省く! 買い忘れなし!

サービスの対象は全18商品

大人用紙おむつ	とうみ剤	おしりふき
ASKUL 大人用紙おむつ	ソフトティアS	おしりふき
ASKUL 紙おむつ	ソフトティアS 3kg	おしりふき

※送料・送料は別途見積りから算出。消費税別。

ASKUL 介護用品ストア (税別) www.askul.co.jp/

介護用品専門カタログの商品もアスクルで買えます!

Webから介護用品・薬局用品取り扱いアイテム3,000,000点!

業界大手の介護用品専門カタログ「介護用品」が「介護用品」に「介護用品」の商品もアスクルでご購入いただけます。

※送料・送料は別途見積りから算出。消費税別。

介護用品	24,024 (税別 ¥21,621)	33% OFF	Welfon	55,252 (税別 ¥50,176)	35% OFF	10% OFF	27,500 (税別 ¥24,750)
------	---------------------	---------	--------	---------------------	---------	---------	---------------------

ASKUL Webの介護用品 www.askul.co.jp/

※カテゴリ別に2021年11月～2022年10月の売上数量を累計したもの



医療現場の必需品を豊富な品揃えとお求めやすい価格で応援

「医療機関向けカタログ2023」

医療現場の必需品をお求めやすく！ 応援特価のASKUL限定商品！

トップ シリンジ Page 142

トップのシリンジが大特価！
パリエーションも豊富に揃えました！



ASKUL限定特価
シリンジ
単位 100本、箱 10箱入り
12本入り

¥14.2
(税別 ¥12.0)

トップ 買針針 Page 158

刺しやすさを追求した
トップの買針針を
お買得価格でお届け！



ASKUL限定特価
買針針
単位 1000本、箱 10箱入り
12本入り

¥20.8
(税別 ¥18.0)

トップ 輸液セット Page 160

トップの輸液セット
(ダコ付付針)は
まとめて買うほど
お得に！



ASKUL限定特価
輸液セット
単位 100セット、箱 10箱入り
12本入り

¥29.9
(税別 ¥27.2)

消毒綿G Page 18

品質と安さで人気！
取り出しやすく使える
パルクタイプです。



ASKUL限定特価
消毒綿G
単位 32枚入り、箱 10箱入り
12本入り

¥115
(税別 ¥100)

環境除菌クロス Page 88

オネオネメタイルの
除菌クロスがお買得！



ASKUL限定特価
環境除菌クロス
単位 100枚入り、箱 10箱入り
12本入り

¥5.5
(税別 ¥5)

手指消毒剤 Page 76

サラサラの高濃度タイプの
手指消毒剤が
お求めやすく！



ASKUL限定特価
手指消毒剤
単位 100ml入り、箱 10箱入り
12本入り

¥126
(税別 ¥114)

商品の最新情報はWebでご確認ください。

ASKULなら
便利で
カンタンに！**医療材料をご購入いただけます！**

便利に使える！

- 当日または翌日に
お届け！**
医療材料も当日は翌日に
お届けします。
※医療材料はご注文の
内容により異なります。医療材料
の在庫状況により、ご注文の
P444408にございます。
- 1,000円(税込)以上
で送料無料で！**
医療材料の購入代金と、こ
のカタログからご注文の医療
材料の購入代金を合計して
1,000円(税込)以上のご注文
が条件です。
※送料はご注文の医療材料の
内容により異なります。送料は
ご注文の医療材料の送料
と、このカタログからご注文
の医療材料の送料を合計して
1,000円(税込)以上です。
- まとめて買える！**
医療材料の購入代金と、こ
のカタログからご注文の医療
材料の購入代金を合計して
1,000円(税込)以上のご注文
が条件です。
※送料はご注文の医療材料の
内容により異なります。送料は
ご注文の医療材料の送料
と、このカタログからご注文
の医療材料の送料を合計して
1,000円(税込)以上です。

注文はWebでカンタン！

- 検索が
カンタン！**
カタログ一覧、メーカー名など
のキーワードから、商品を検
索できます。
- 再注文が
カンタン！**
過去の注文履歴からカンタン
に、再注文が可能です。
※再注文は、ご注文の医療
材料の在庫状況により、ご
注文の医療材料がなくなり
次第です。
- 購買実績を
管理！**
過去1年3ヶ月の購買実績
（注文内容）をダウンロード
できます。

今すぐWebへ → [ASKUL 医療 検索](#)

様々な検査薬を取り揃えました！

Page 178

**新型コロナウイルス
抗原検査キット**

鼻滴吸入スワブ入りと
鼻腔スワブ入りの2タイプから選べる
ロジュー・グレイブス・ステイクス製の
抗原検査キット。



ASKUL限定特価
抗原検査キット
単位 100キット入り、箱 10箱入り
12本入り

¥1,010
(税別 ¥910)

Page 179

**新型コロナウイルス/
インフルエンザウイルス検査キット**

新型コロナウイルスと
インフルエンザウイルスの
両方の抗原検査ができる
検査キット。



ASKUL限定特価
検査キット
単位 100キット入り、箱 10箱入り
12本入り

¥1,650
(税別 ¥1,500)

Webなら専門材料がさらに充実！

医療材料も、医療用品も
38万本以上の
品揃え！

Page 178

**「ナビス」の商品が
ASKULで買える！**

Microfile
電子体温計 MT550
5本以上なら
1本あたり

¥1,408
(税別 ¥1,280)

Point 1 ナビス取扱いの
商品から約11,000アイテムを
取扱い！

Point 2 最短当日出荷！
※在庫、在庫管理状況により
出荷できない場合がございます。

Point 3 ナビス長寿で
商品検査ができます！

ASKULの
Webサイトで → [www.askul.co.jp](#) **ナビス 検索**

Page 179

**「マツヨシ」の商品も
ASKULで買える！**

Point 1 マツヨシ取扱いの
商品から約20,000アイテムを
取扱い！

Point 2 最短当日出荷！
※在庫、在庫管理状況により
出荷できない場合がございます。

Point 3 マツヨシロードで
商品検査ができます！

ASKULの
Webサイトで → [www.askul.co.jp](#) **マツヨシ 検索**

安心してご利用ください！

約束 1 医薬品医療機器等法
に則り、医薬品、医療
機器類についてロット
番号と使用期限の管理
をしています。

約束 2 医療用医薬品のロット
番号と使用期限は、ア
SKUL Webサイトの購
買履歴でご確認いた
できます。

約束 3 商品の回収及び安全
情報告知の必要時に
は、速やかにお客様に
ご連絡します。

約束 4 医薬品、医療機器は専
門知識を持ったスタッ
フが商品についての
管理システムによる在
庫管理をしています。
※お問い合わせ先
0120-56-1147
(受付時間：平日9時～18時)
(受付時間：土日祝日10時～17時)

約束 5 専門知識を持ったスタッ
フが商品についての
管理システムによる在
庫管理をしています。
※お問い合わせ先
0120-56-1147
(受付時間：平日9時～18時)
(受付時間：土日祝日10時～17時)

Copyright © ASKUL Corporation. All Rights Reserved.

51



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

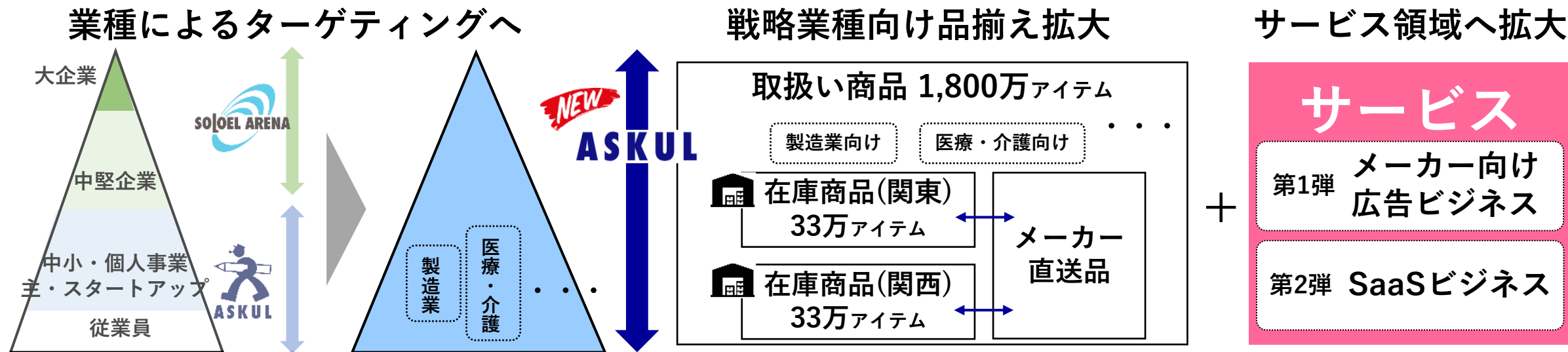
物流センターの構造改革、BtoBとBtoCの物流融合、バリューチェーンのDX等の施策により、当社強みの高速物流を進化させ、ロングテールの「明日来る」を実現する計画。この計画実現に大きな役割を持つ東日本最先端フラッグシップセンター「ASKUL東京DC」が2022年11月に稼働開始



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



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。