

2020年12月15日

各 位

会社名 ア ス ク ル 株 式 会 社
代表者名 代表取締役社長 CEO 吉岡 晃
(コード番号:2678 東証一部)
問合せ先
役職・氏名 取締役CFO 玉井 継尋
TEL 03-4330-5130

「2021年5月期 第2四半期連結業績概要」のお知らせ

「2021年5月期 第2四半期決算短信〔日本基準〕(連結)」に関する補足説明の資料として、添付の「2021年5月期 第2四半期連結業績概要」をお知らせいたします。

なお、本資料には、当社の現在の計画や業績の見通しなどが含まれております。これら将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当社が計画・予想したものであります。実際の業績などは、今後の様々な条件・要素によりこの計画などとは異なる場合があります、本資料はその実現を確約、保証するものではありません。

また、本資料への公認会計士、監査法人の関与はございません。

以 上



**2Q好調継続、通期業績予想を修正し過去最高益へ
DX投資を進め持続的な増収増益を目指す**

**2020年12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。

「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。「PJ Trylion(プロジェクト・トライオン)」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新しいサイトを構築するプロジェクトであり、その名称には「売上高1兆円にトライする」の意味が込められています。

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」、デジタル・トランスフォーメーションを「DX」、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 21年5月期第2四半期実績

II 21年5月期通期業績見通し

III 持続的成長ビジョン

IV BtoB

V BtoC

VI ESGの取り組み

21/5期 第2四半期 連結業績

(百万円)	20/5期 2Q累計		21/5期 2Q累計		
	実績	売上高 比率 %	実績	売上高 比率 %	前年 同期比 %
売上高	199,625	100.0	206,452	100.0	103.4
売上総利益	47,121	23.6	51,283	24.8	108.8
販売費及び 一般管理費	43,653	21.9	45,357	22.0	103.9
営業利益	3,468	1.7	5,926	2.9	170.9
経常利益	3,393	1.7	5,908	2.9	174.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,192	1.1	3,453	1.7	157.5

- **売上高 103.4%**
過去最高更新
- **売上総利益率**
前年同期差 + 1.2pt
- **販管費比率**
前年同期差 + 0.1pt
(決算賞与引当 8億円計上)
- **営業利益・経常利益**
当期純利益
過去最高益達成

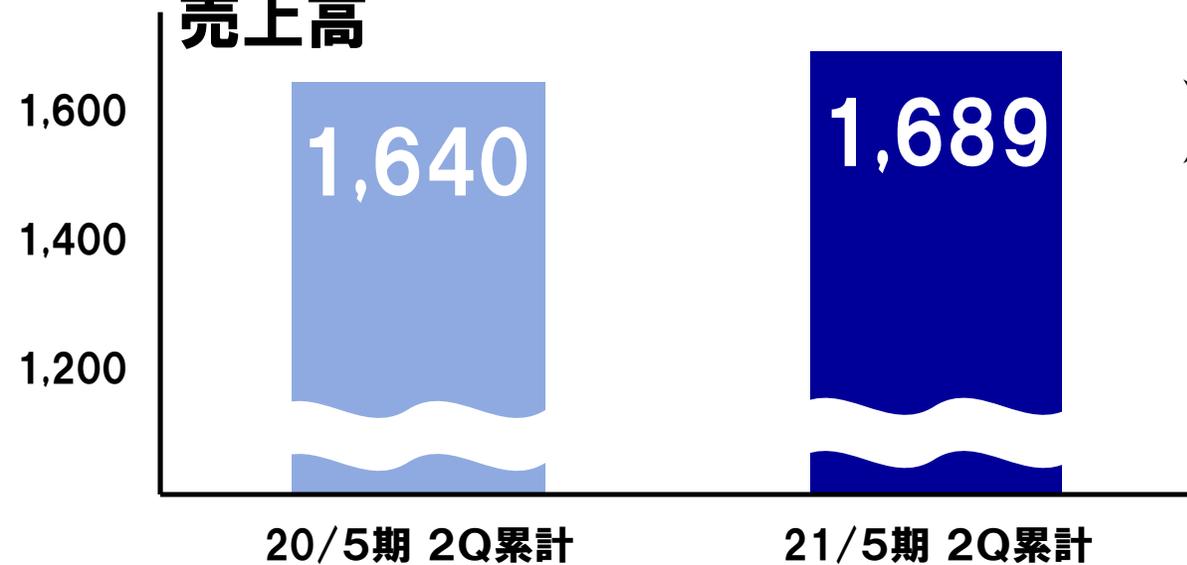
21/5期 第2四半期 連結業績比較【事業別】

		20/5期				21/5期			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	前年 同期差	前年 同期比 %
売上高	BtoB事業	795	844	829	821	811	877	33	103.9
	LOHACO	123	117	113	132	129	127	9	108.3
	BtoC事業(チャーム含む)	160	156	149	167	168	168	12	107.8
	eコマース事業	955	1,001	978	988	980	1,046	45	104.5
	ロジスティクス事業・その他	23	15	19	20	21	16	0	100.6
	連結合計	978	1,017	998	1,009	1,001	1,062	45	104.5
営業利益	BtoB事業	30	37	46	40	47	51	13	135.7
	LOHACO	△ 17	△ 17	△ 14	△ 11	△ 12	△ 11	6	—
	BtoC事業(チャーム含む)	△ 18	△ 17	△ 15	△ 12	△ 12	△ 11	6	—
	決算賞与(引当含む)	—	—	—	△ 0	—	△ 8	△ 8	—
	eコマース事業	12	20	31	27	34	31	11	156.4
	ロジスティクス事業・その他	2	△ 0	△ 2	△ 2	△ 4	△ 2	△ 2	—
	連結合計	14	19	28	24	29	29	9	147.7

21/5期 第2四半期業績 BtoB事業

(億円)

売上高



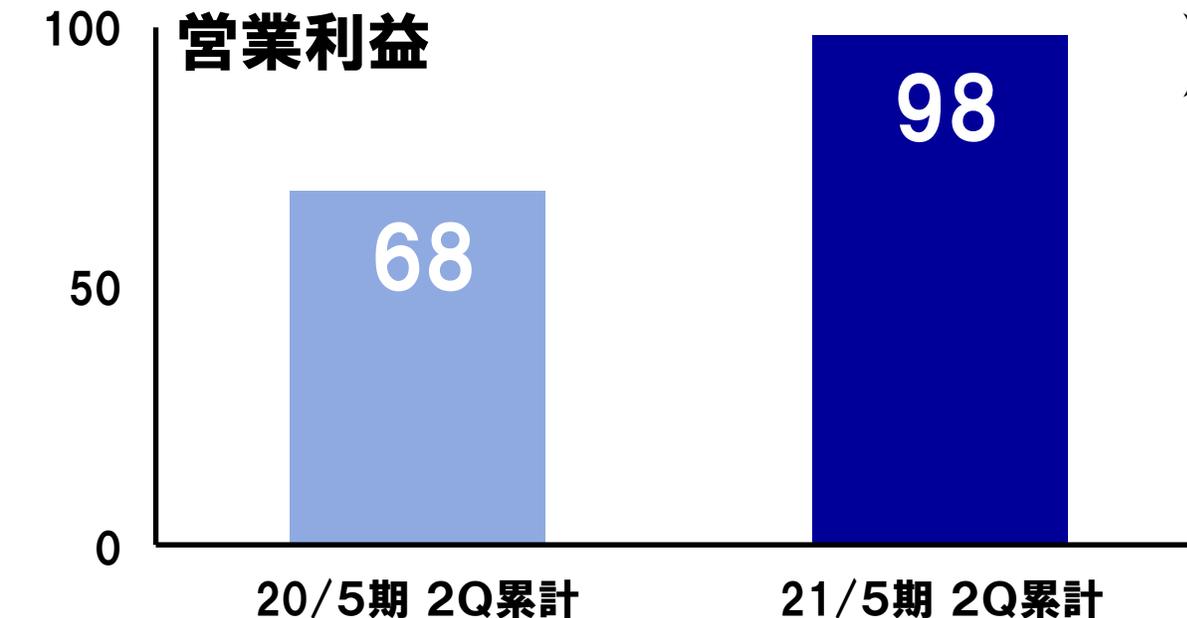
➤ 売上高

前年同期比 103.0%

ニーズ変化への迅速な対応で
さらなる成長回復を実現

(億円)

営業利益



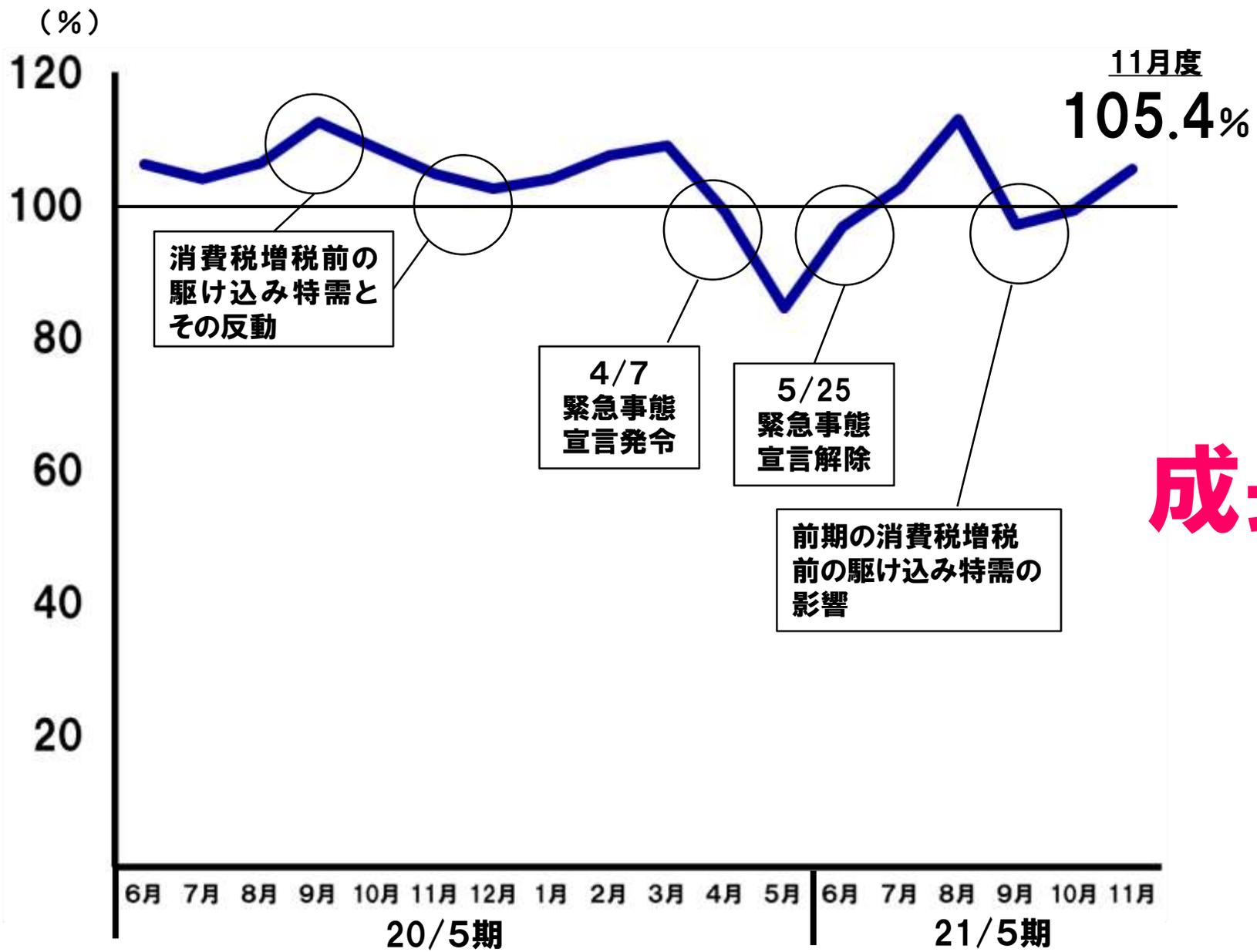
➤ 営業利益

前年同期比 143.8%

好調な売上総利益率の維持で
大幅増益を達成

BtoB売上高 前年同月度比(稼働日修正後)

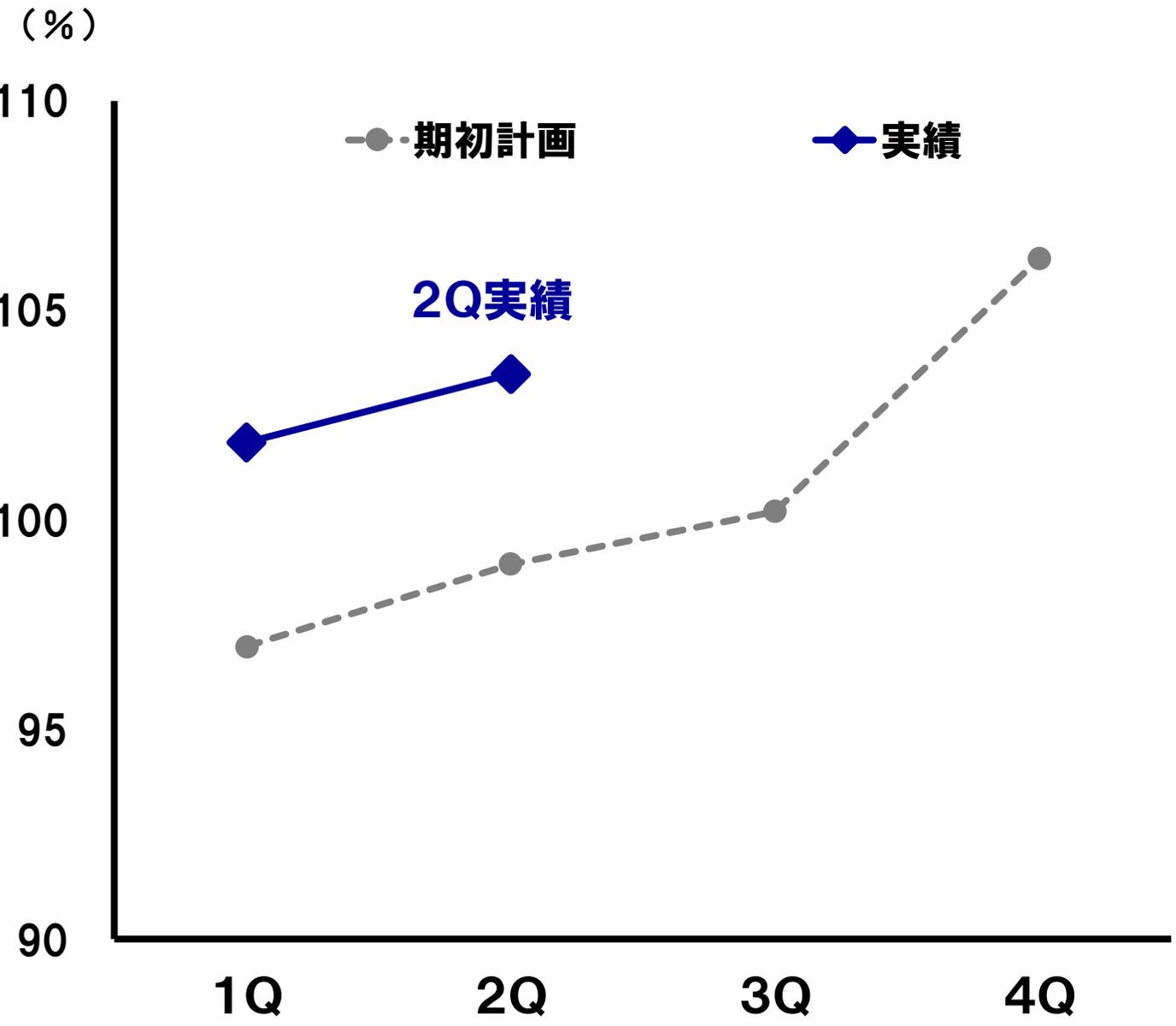
単体



従来の
成長トレンドに回復

BtoB売上高 21/5期 四半期別伸長率(稼働日修正前)

単体



**引き続き
期初計画を上回る
ペースで回復**

21/5期 四半期別 BtoB 品目別売上高

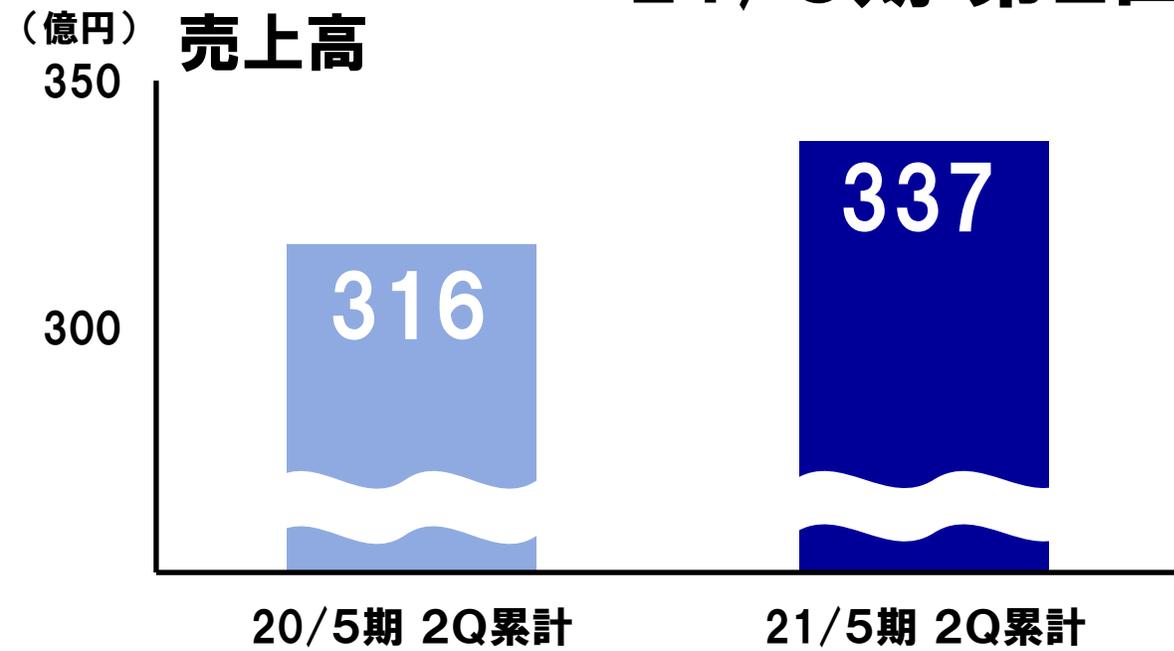
単体

	20/5期 1Q		20/5期 2Q		21/5期 1Q				21/5期 2Q			
		構成比 %		構成比 %		構成比 %	前年同期差	前年同期比 %		構成比 %	前年同期差	前年同期比 %
OA・PC	233	31.9	253	32.7	219	29.4	△ 14	93.9	239	29.8	△ 14	94.4
文具	103	14.1	111	14.4	95	12.8	△ 8	92.2	101	12.7	△ 9	91.1
生活用品	206	28.2	203	26.2	203	27.3	△ 2	98.7	205	25.6	2	101.3
ファニチャー	50	6.9	51	6.6	45	6.1	△ 4	91.0	51	6.4	0	100.3
MRO	81	11.2	89	11.5	83	11.2	1	102.2	90	11.3	1	101.2
メディカル	40	5.5	46	6.0	82	11.1	42	205.8	93	11.7	47	202.2
その他	16	2.3	20	2.6	15	2.1	△ 1	91.8	20	2.5	△ 0	98.7
合計	732	100.0	776	100.0	745	100.0	13	101.8	803	100.0	26	103.5

メディカルに加え、感染対策商品※も拡大

※ ファニチャーに含まれる飛沫防止パネル等

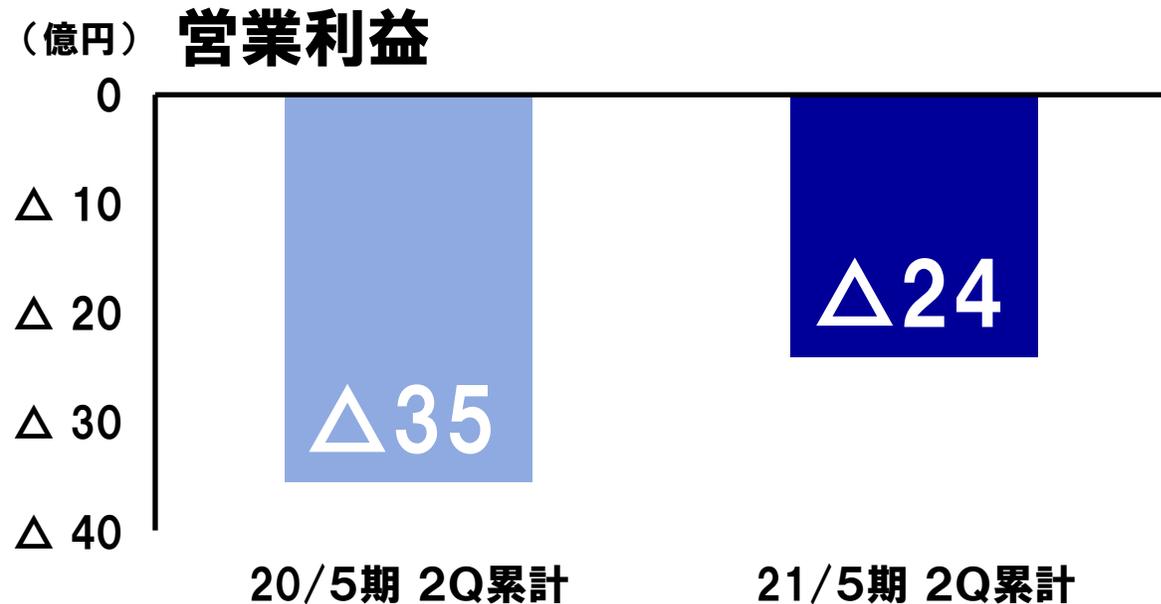
21/5期 第2四半期業績 BtoC事業



➤ 売上高

前年同期比 106.6%

物流キャパシティの拡大と
販促効果で成長加速

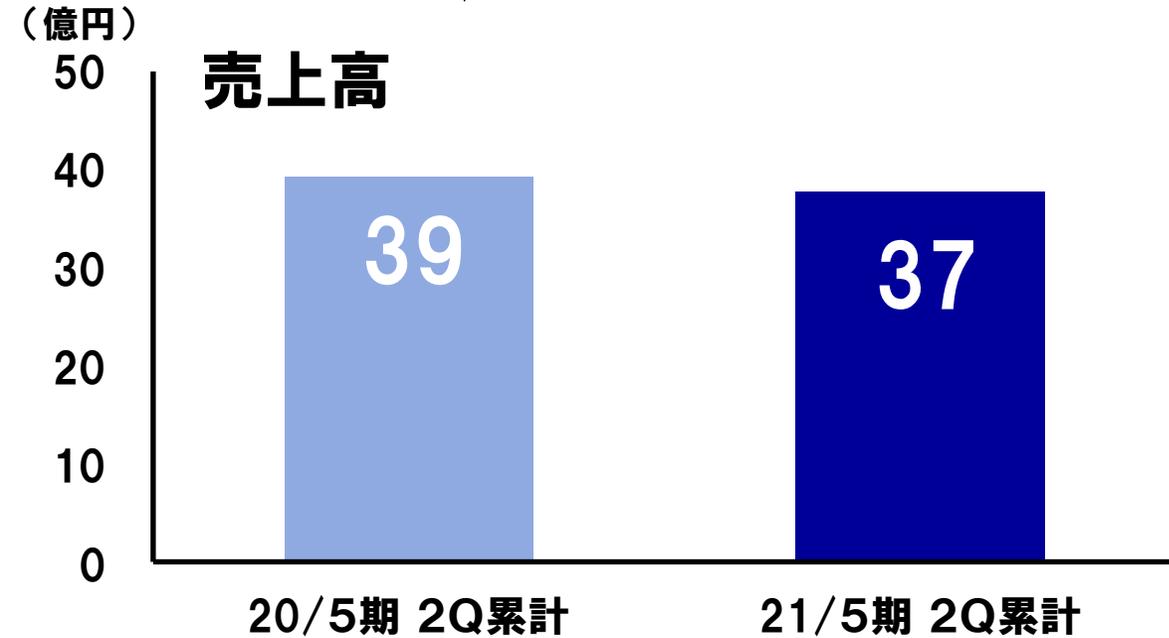


➤ 営業利益

前年同期差 +11億円

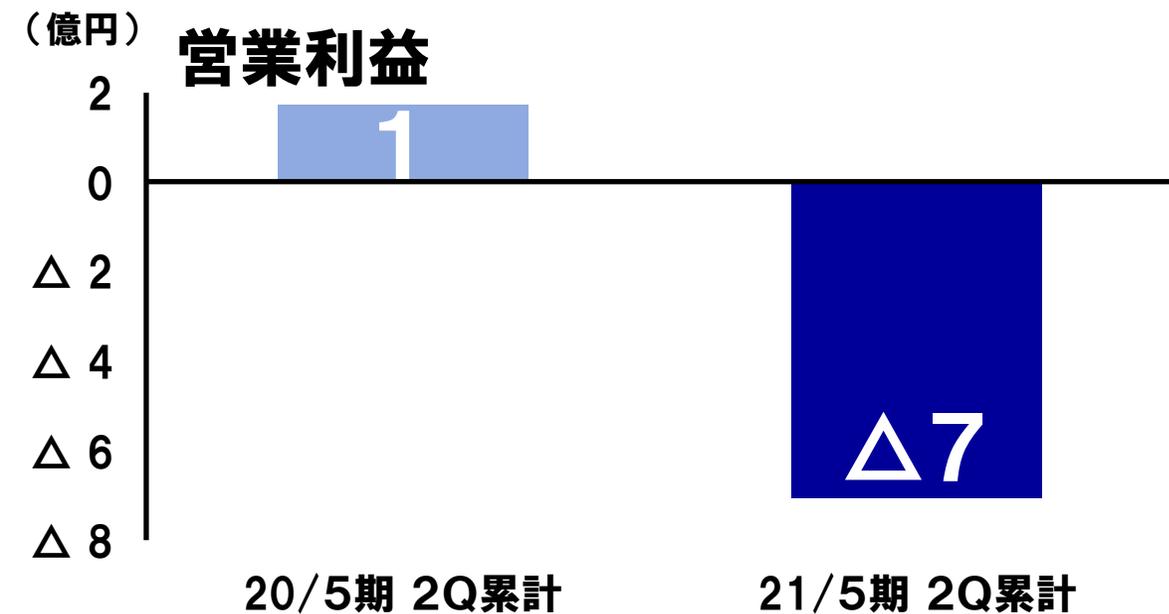
売上総利益率の改善と
固定費削減で赤字額縮小

21/5期 第2四半期業績 ロジスティクス事業・その他



➤ 売上高

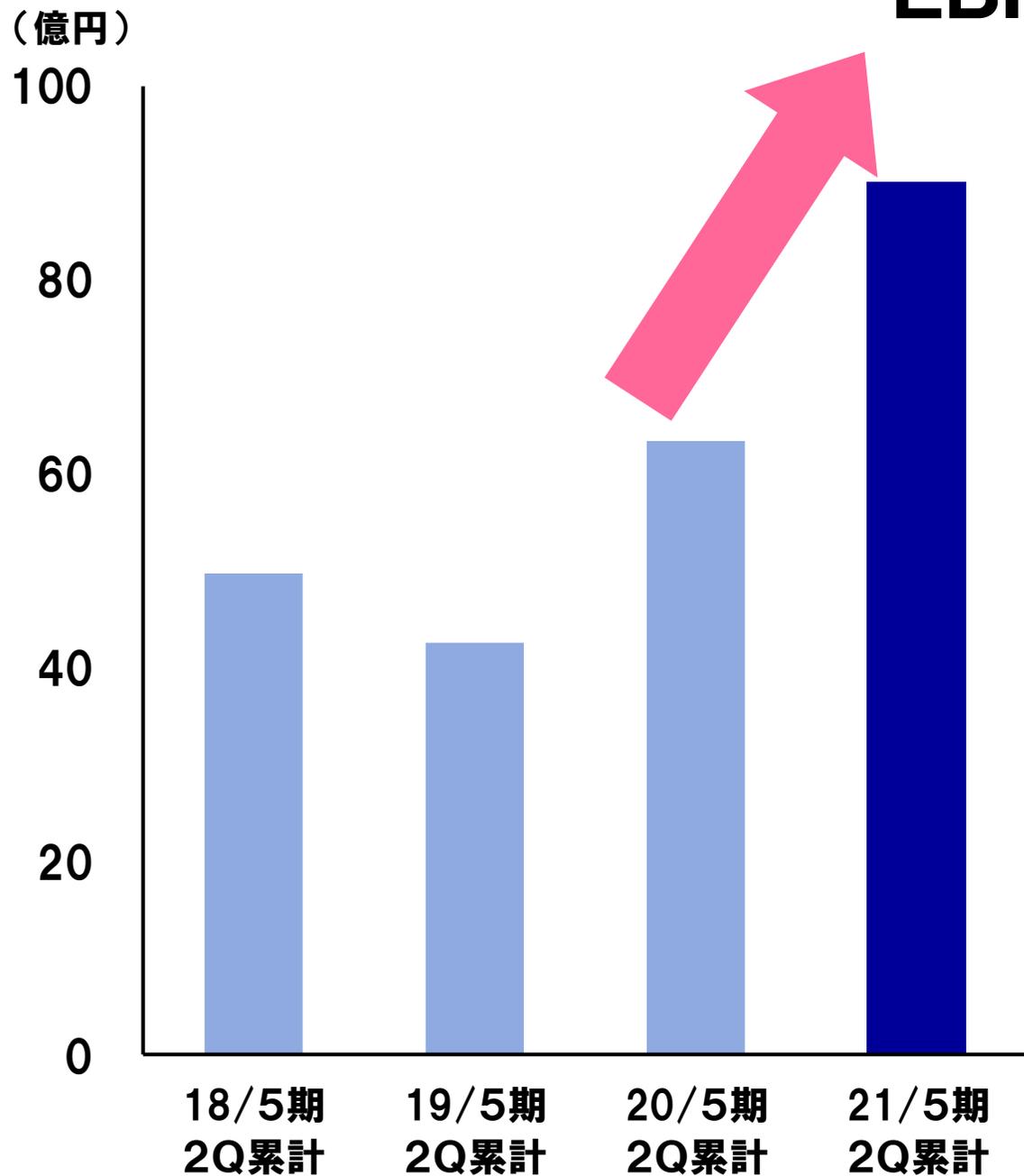
前年同期差 $\Delta 1$ 億円
連結対象子会社の減少



➤ 営業利益

前年同期差 $\Delta 8$ 億円
三芳センター(3PL事業)の
立ち上げで計画通りの進捗
下期以降は収益改善へ
(11月から良品計画の物流受託開始)

EBITDA 推移



過去最高
更新

I 21年5月期第2四半期実績

II 21年5月期通期業績見通し

III 持続的成長ビジョン

IV BtoB

V BtoC

VI ESGの取り組み

21/5期通期業績予想の上方修正について

以下3点を主な理由とし、業績予想を上方修正

- ① 1Qに引き続き、BtoB事業の売上高および売上総利益率が計画対比で好調に推移
- ② 足元における新型コロナウイルス感染者数の拡大は、予断を許さない状況であり、下期は引き続き慎重な見方を継続
- ③ 併せて、下期の業績動向を見ながら来期以降の持続的成長に向けたコスト投下も視野

21/5期 連結業績の見通し【事業別】

(億円)		20/5期 実績	21/5期				
			従来計画 (1Q公表)	前期比 %	修正計画 (2Q公表)	計画差	前期比 %
売上高	BtoB事業	3,290	3,355	102.0	3,392	37	103.1
	LOHACO	486	497	102.2	497	—	102.2
	BtoC事業(チャーム含む)	633	643	101.5	643	—	101.5
	eコマース事業	3,924	3,998	101.9	4,035	37	102.8
	ロジスティクス事業・その他	79	65	81.6	65	—	81.6
	連結合計	4,003	4,063	101.5	4,100	37	102.4
営業利益	BtoB事業	154	144	93.1	168	24	108.6
	LOHACO	△ 61	△ 44	—	△ 44	—	—
	BtoC事業(チャーム含む)	△ 62	△ 43	—	△ 43	—	—
	決算賞与(引当含む)	△ 0	—	—	△ 8	△ 8	—
	eコマース事業	91	101	109.9	117	16	127.3
	ロジスティクス事業・その他	△ 3	△ 9	—	△ 9	—	—
連結合計	88	92	104.3	108	16	122.4	

BtoB事業を修正

➤ 売上高計画

BtoB事業 3,392億円
従来計画差 +37億円

➤ 営業利益計画

BtoB事業 168億円
従来計画差 +24億円

21/5期 連結業績の見通し

(億円)	20/5期		21/5期					
	実績	売上高 比率 %	従来 計画 (1Q公表)	売上高 比率 %	修正 計画 (2Q公表)	売上高 比率 %	計画差	前期比 %
売上高	4,003	100.0	4,063	100.0	4,100	100.0	37	102.4
売上総利益	956	23.9	991	24.4	1,009	24.6	18	105.5
販売費及び 一般管理費	868	21.7	899	22.1	901	22.0	2	103.7
営業利益	88	2.2	92	2.3	108	2.6	16	122.4
経常利益	86	2.2	90	2.2	106	2.6	16	122.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	56	1.4	50	1.2	60	1.5	10	106.1

過去最高益
更新へ

I 21年5月期第2四半期実績

II 21年5月期通期業績見通し

III 持続的成長ビジョン

IV BtoB

V BtoC

VI ESGの取り組み

新たな時代に向けた成長ビジョン

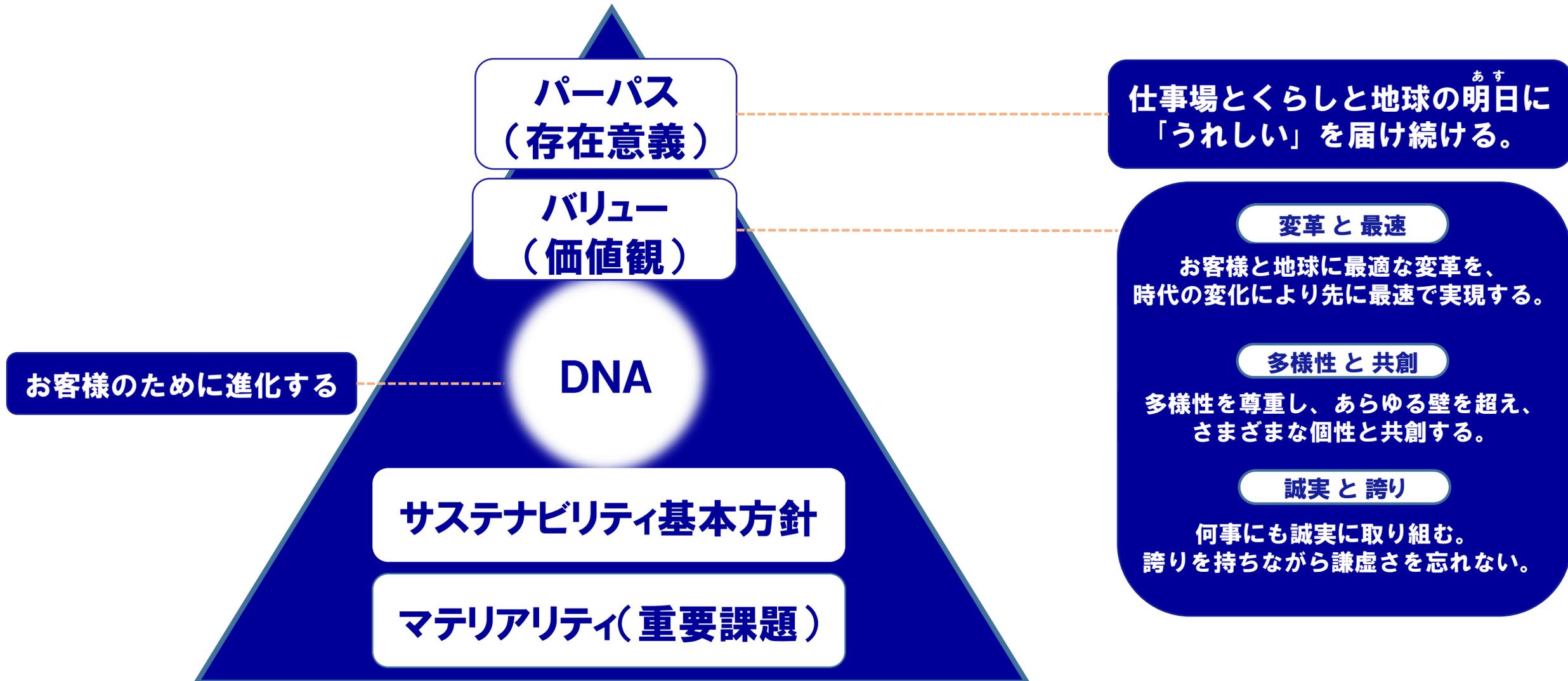


アスクル創業から4半世紀が過ぎ
従来の常識や価値観が劇的に変化する今

次の4半世紀、その先も持続的成長を
成し遂げる礎として

パーパス(存在意義)&バリュー(価値観)を
新たに策定

持続的成長に向け新たにパーパス・バリューを策定



サステナビリティ基本方針

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
志を同じくする仲間と共に
グループ自らの成長を通じて
持続可能な社会の実現に貢献します。

アスクルのマテリアリティ(重要課題)

DXによるサービスの変革



- 最高の顧客体験の創造
- 革新的バリューチェーンの構築

共創によるイノベーション



- 資源循環型プラットフォームの実現
- 商品とサービスを通じた新たな価値の創出

次世代につなぐ地球環境への貢献



- 脱炭素社会の実現に向けた挑戦
- 生物多様性の保全

サステナブルな企業活動を支える人材育成



- 積極的にチャレンジする人材によるイノベーション創出
- 個々人が能力を発揮するダイバーシティの推進

責任あるサプライチェーンの構築



- サステナブルな調達の実現
- ライフラインとしての責任の全う

基盤

健全な財務体質の維持・向上

透明性の高いガバナンスの実現

心身ともに安心・安全に働ける健康経営

DXによる変革

The background is a complex digital composition. At the center, a smartphone is held horizontally, with a bright, fiery orange and yellow light emanating from its screen. Behind the phone, there are several data visualization elements: a bar chart with vertical bars in various colors (blue, green, red, purple), a line graph with a glowing blue arrow pointing upwards and to the right, and another glowing blue arrow pointing upwards and to the right. The background is filled with a grid of white dashed lines, small white plus signs, and various geometric shapes like circles and triangles. The overall color palette is dominated by blues, oranges, and yellows, creating a high-tech, futuristic atmosphere.

バリューチェーン全体を改革

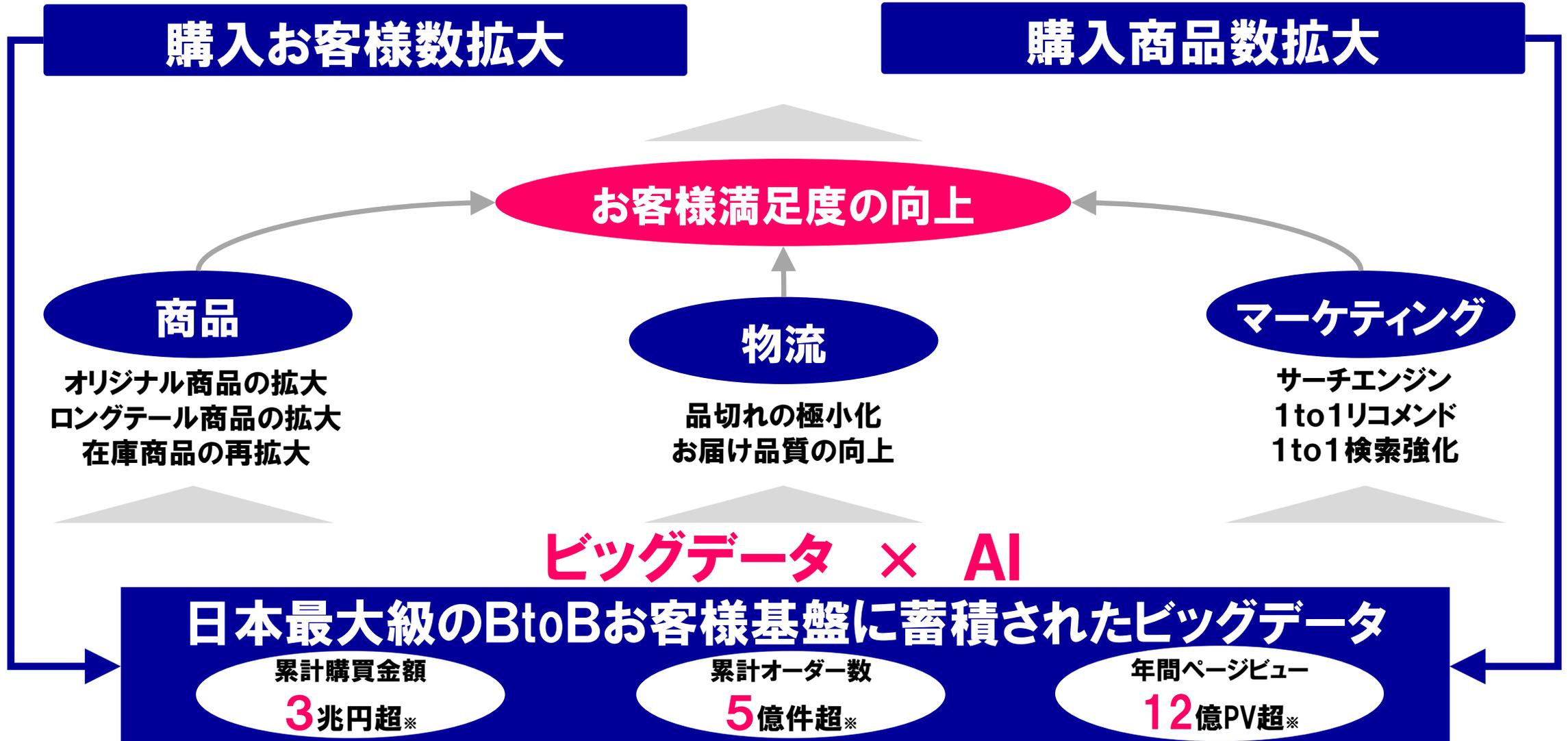
BtoB 中小事業所向けサイトと中堅・大企業向けサイトを統合し
新しいサイトを構築<PJ Trylion(プロジェクト・トライオン)>

BtoC ヤフーのプラットフォームを活用した
新LOHACO本店で利益構造改革

物流 BtoB、BtoCの物流センター、配送ネットワークを融合し
最速(在庫商品数拡大)で高効率(プロセス改革)な
物流プラットフォームを構築

DXによる成長戦略

EC市場拡大を捉え、デジタル化加速によりさらなる成長を実現

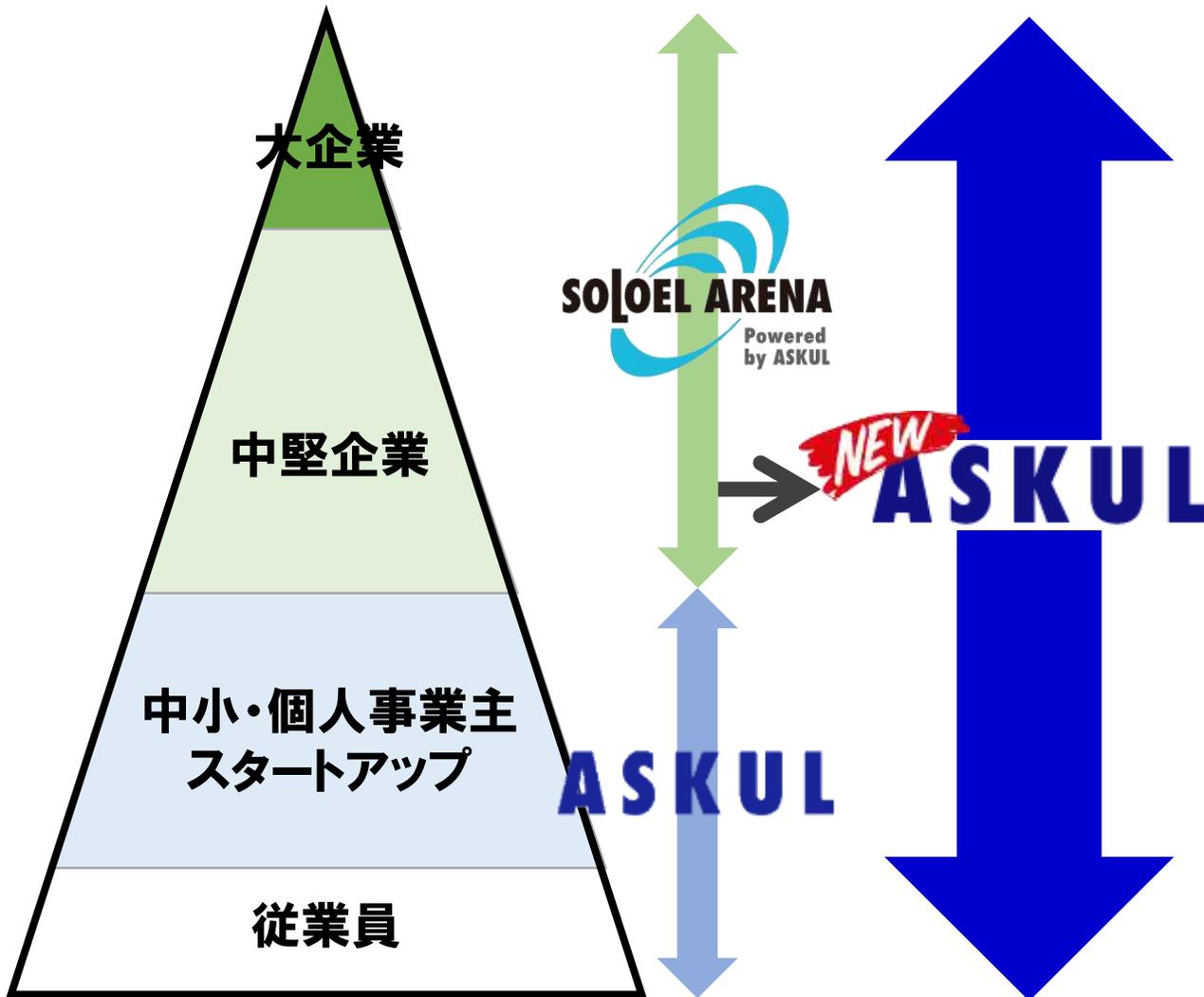


※2006年5月21日～2020年5月20日までに蓄積されたBtoB事業に関する購買ビッグデータ

PJ Trylion(プロジェクト・トライオン)

23/5期 下期 稼働予定

ソフトウェア投資額 約60億円



- ✓外部検索エンジンから直接
新サイトに訪問・購入が可能に
- ✓2サイトのデータを一元化し
データ×AIによる1to1を加速
- ✓サイトスピード・開発プロセスの高速化

クローズドサイトのオープン化による外部検索エンジン経由の集客強化

現在

訪問の約7割が
商品検索など
外部検索エンジン経由

アスクル Webサイト



SOLOEL ARENA Webサイト

クローズドサイトのため
外部検索エンジンから
直接訪問ができない



新サイト

外部検索エンジン
から直接訪問



既登録お客様の稼働・買い回り拡大

東日本の最先端基幹センター「仮)ASKUL新東京センター」



所在地：東京都江戸川区臨海町

竣工予定：2021年8月(2022年5月期)

稼働開始：2022年7月(2023年5月期)

賃借面積(計画)：約58,000m²

設備投資額：105億円

高密度保管

- ✓ 保管効率 **1.5倍**
- ✓ 在庫アイテム数 **2.6倍**

高生産性

- ✓ 出荷能力 **1.3倍**
- ✓ 庫内費 **20%低減**

※最新鋭の設備を導入している関東エリアの物流センターで、賃借面積が近似であるALP横浜との賃貸借面積あたりの比較

**最速(在庫商品数拡大)で高効率(プロセス改革)な
物流プラットフォームを構築**

DX推進に向けた執行役員の担当変更(12/21付)

- ✓ データドリブンな商材拡大の高速化による売上高のさらなる拡大
- ✓ テクノロジーを活用したBtoBとBtoCの物流プラットフォーム融合による高効率化

ASKUL事業本部長 兼 マーチャンダイジング本部長

高瀬 康秀（現マーチャンダイジング本部長）

⇒商品と売場の連携を強化

ECR本部長 兼 テクノロジー本部長 CDXO

宮澤 典友（現ASKUL事業本部長）

⇒物流とテクノロジーの連携を強化

- I 21年5月期第2四半期実績
- II 21年5月期通期業績見通し
- III 持続的成長ビジョン
- IV **BtoB**
- V BtoC
- VI ESGの取り組み

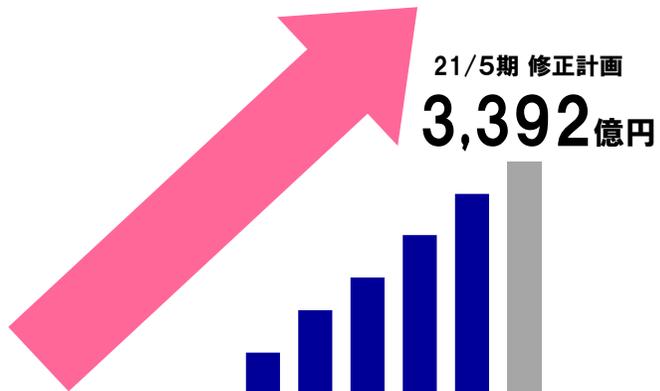
BtoB 事業所向け



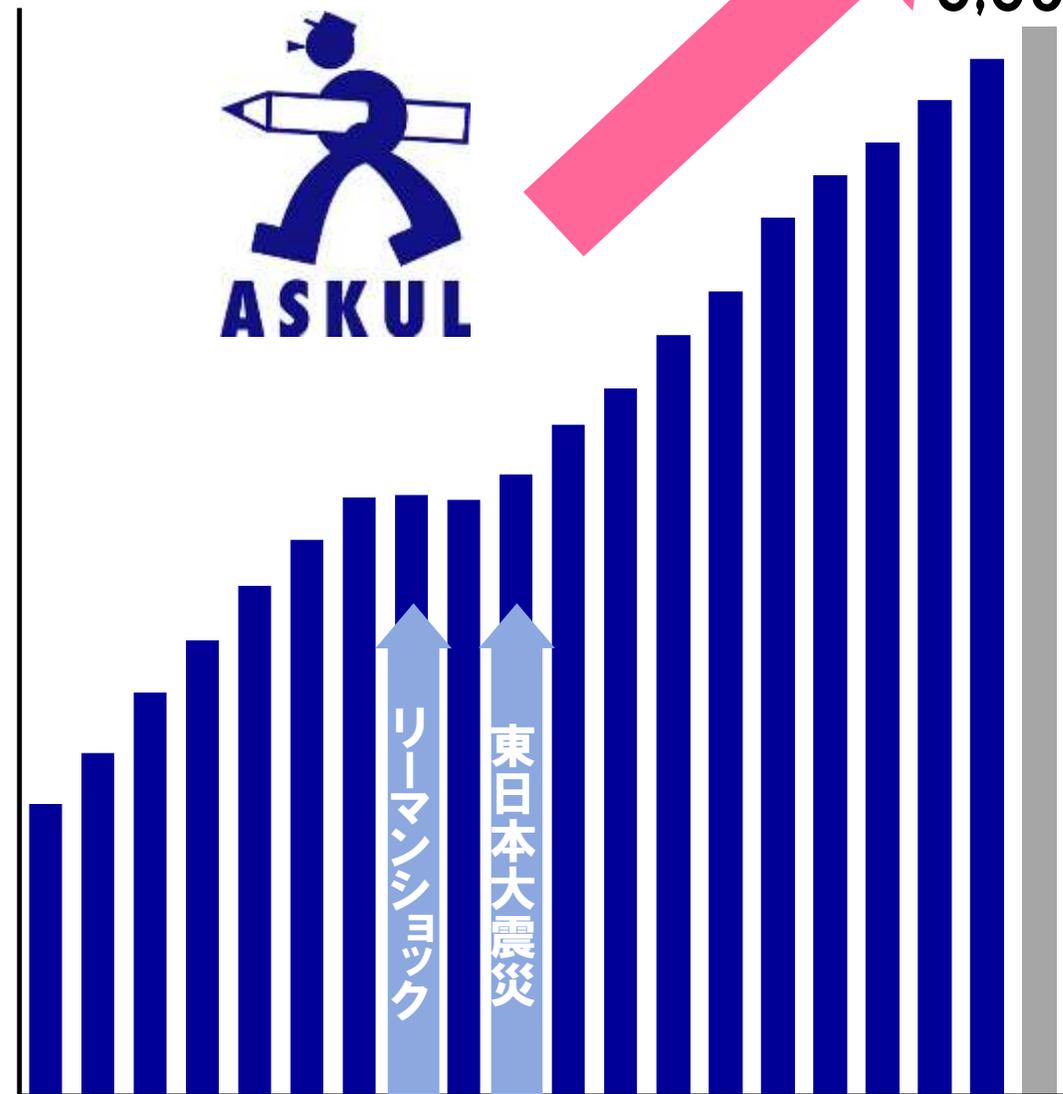
ASKUL

BtoB事業 売上高

(円)



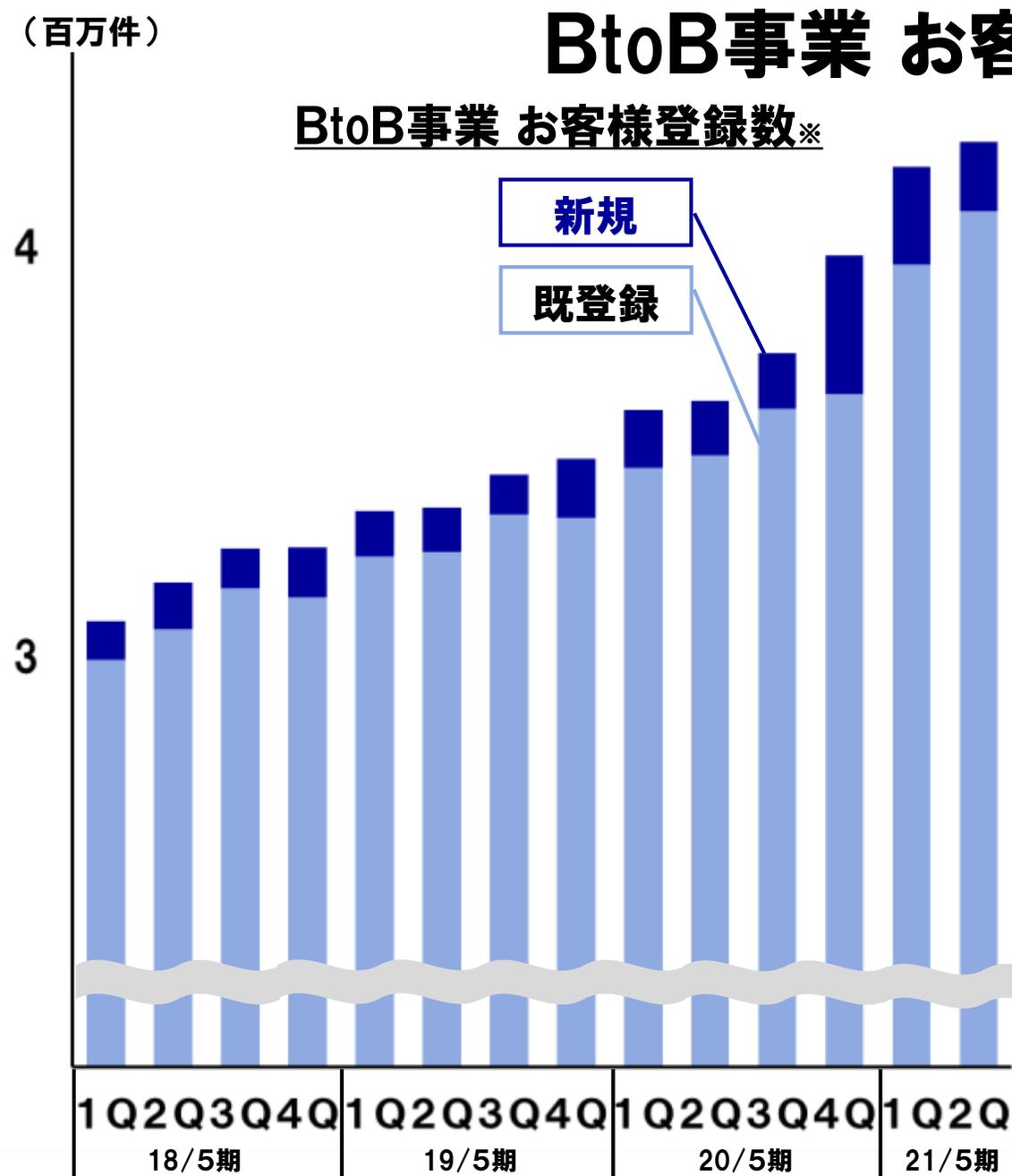
21/5期 修正計画
3,392億円



引き続き
着実な成長へ

BtoB事業 お客様基盤の着実な拡大

BtoB事業 お客様登録数※

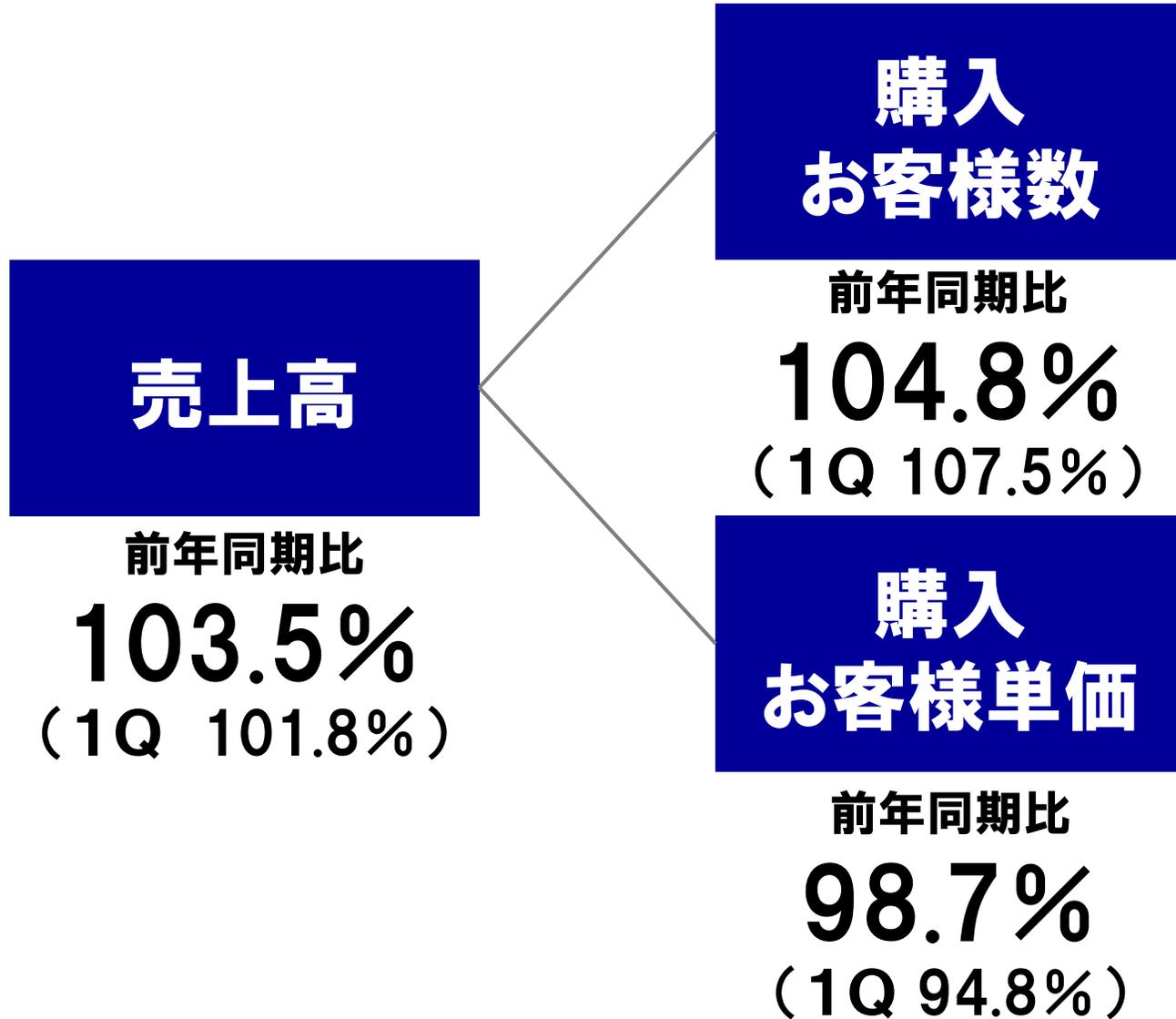


お客様基盤の拡大による
さらなるビッグデータ蓄積



1 to 1マーケティング
加速

※新規は、各四半期間で新規登録したお客様数。既登録は、四半期末時点の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



新規・既登録ともに成長継続

新規投入の感染対策用品等により単価は着実に回復
(11月度はプラス成長)

BtoB事業 商品戦略イメージ

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



生活紙



電池

社会環境・お客様ニーズの
変化に対応した品揃えを強化



アルコール
噴霧機



非接触
温度計



飛沫防止
パネル

ロングテール商品拡大

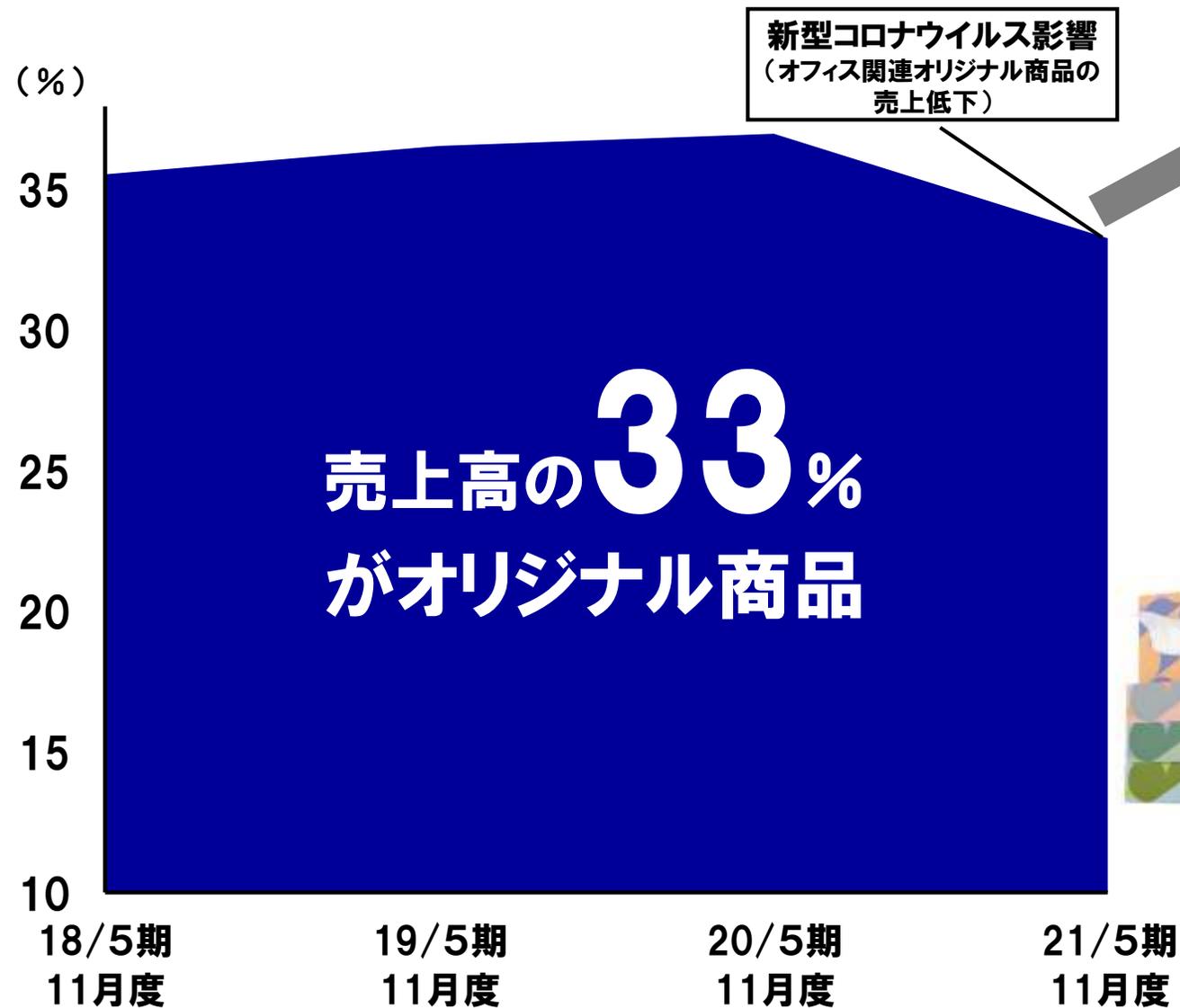
商品数

両軸から集客・購買機会を最大化

BtoB事業 オリジナル商品のさらなる拡大

単体

オリジナル商品※1売上高構成(BtoB在庫商品売上高)

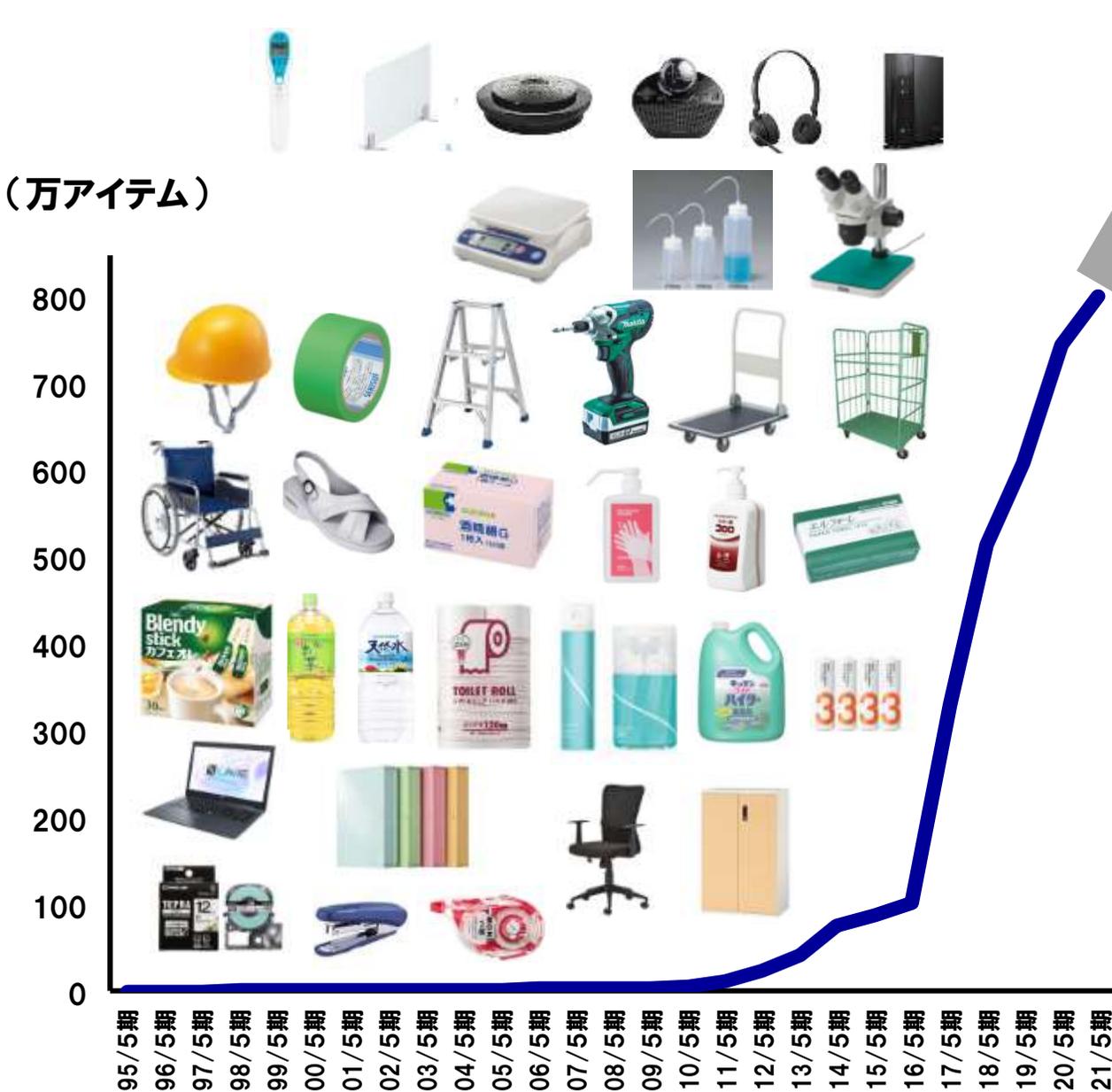


オリジナル商品数は
10,000アイテム超※2



※1 オリジナル商品にはアスクルでの限定販売商品も含む
※2 LOHACOのみで販売しているオリジナル商品を除外

BtoB事業 取扱い商材数の拡大による成長



11/20時点 **800万**アイテム超

多様なお客様基盤に向け

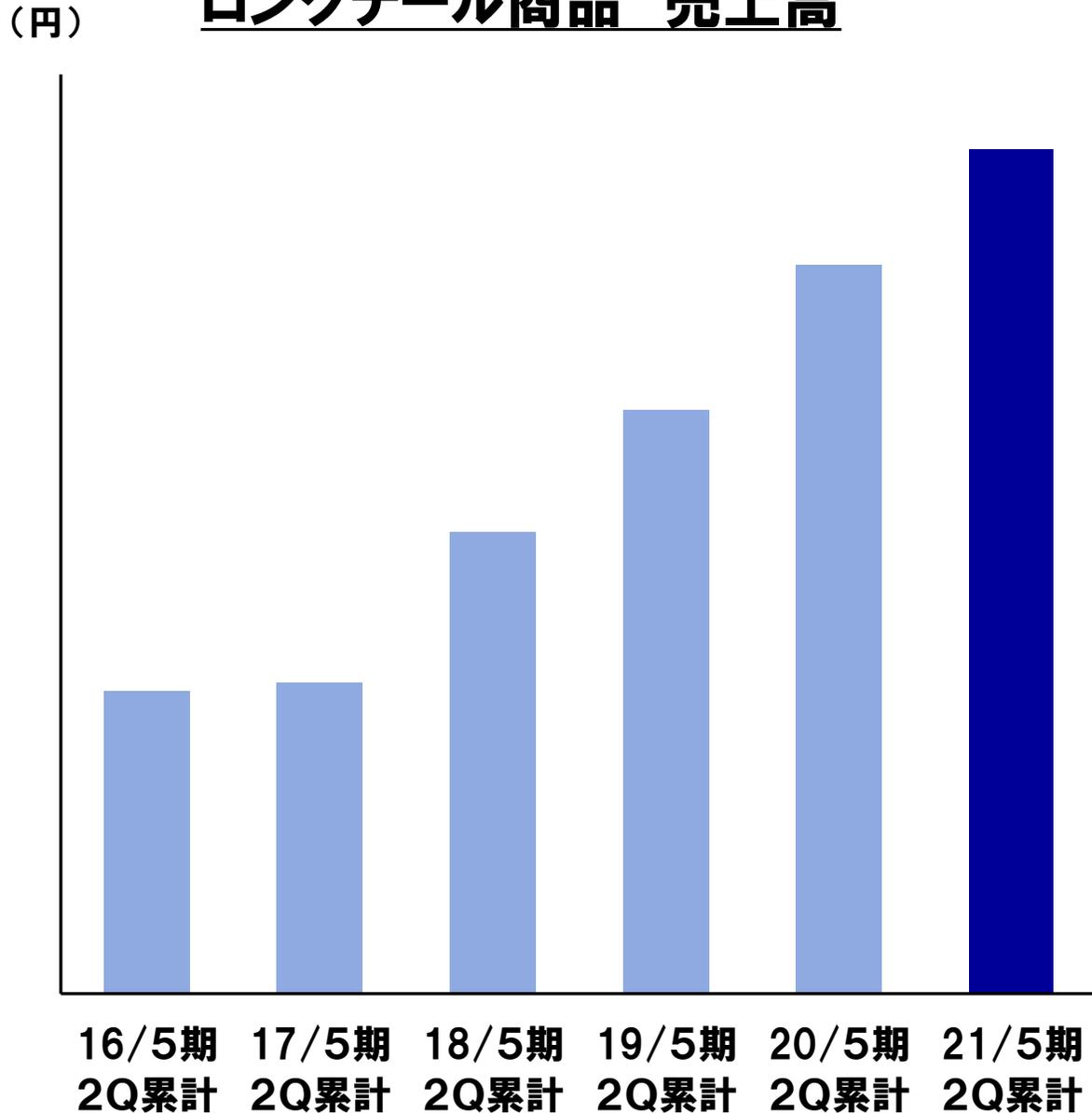
品揃え強化

売上高拡大

BtoB事業 ロングテール商品のシェア拡大

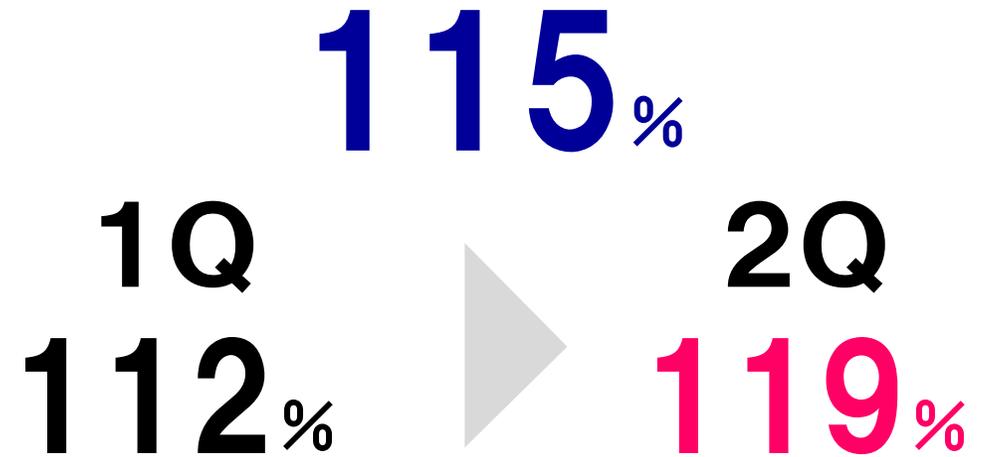
単体

ロングテール商品 売上高



ロングテール商品売上高

21/5期2Q累計（前年同期比）



BtoB事業 売上高構成比



BtoB事業 第1回「NIKKEI BtoB デジタルマーケティングアワード※」 大賞・ブランディング賞 同時受賞



NIKKEI

**BtoB Digital Marketing
Award**

供給が不安定な衛生用品をエッセンシャル業種へ優先的にお届け

A hand is shown holding a glowing globe of the Earth. The globe is surrounded by several circular icons connected by lines, representing various aspects of sustainability and business: a sun, a leaf with a water drop, a recycling symbol, a flame, a corn cob, and a gear. The background is a soft-focus green, suggesting a natural environment.

**働く人のライフラインとして
全ての仕事場に
信頼されるサービスを提供する**

I 21年5月期第2四半期実績

II 21年5月期通期業績見通し

III 持続的成長ビジョン

IV BtoB

V BtoC

VI ESGの取り組み

BtoC

個人向け



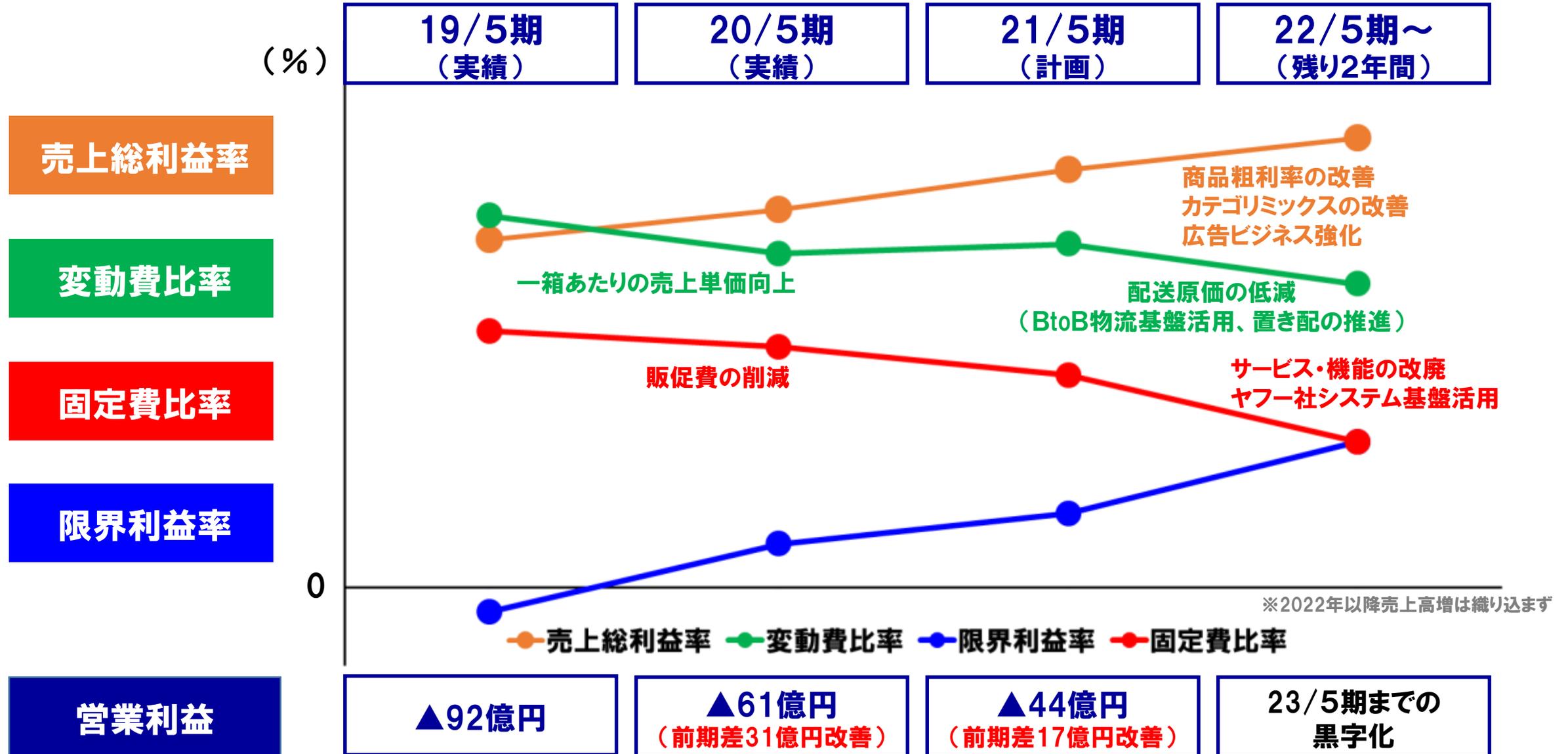
LOHACO

**LOHACOは着実に収益改善
23/5期までの黒字化実現へ**

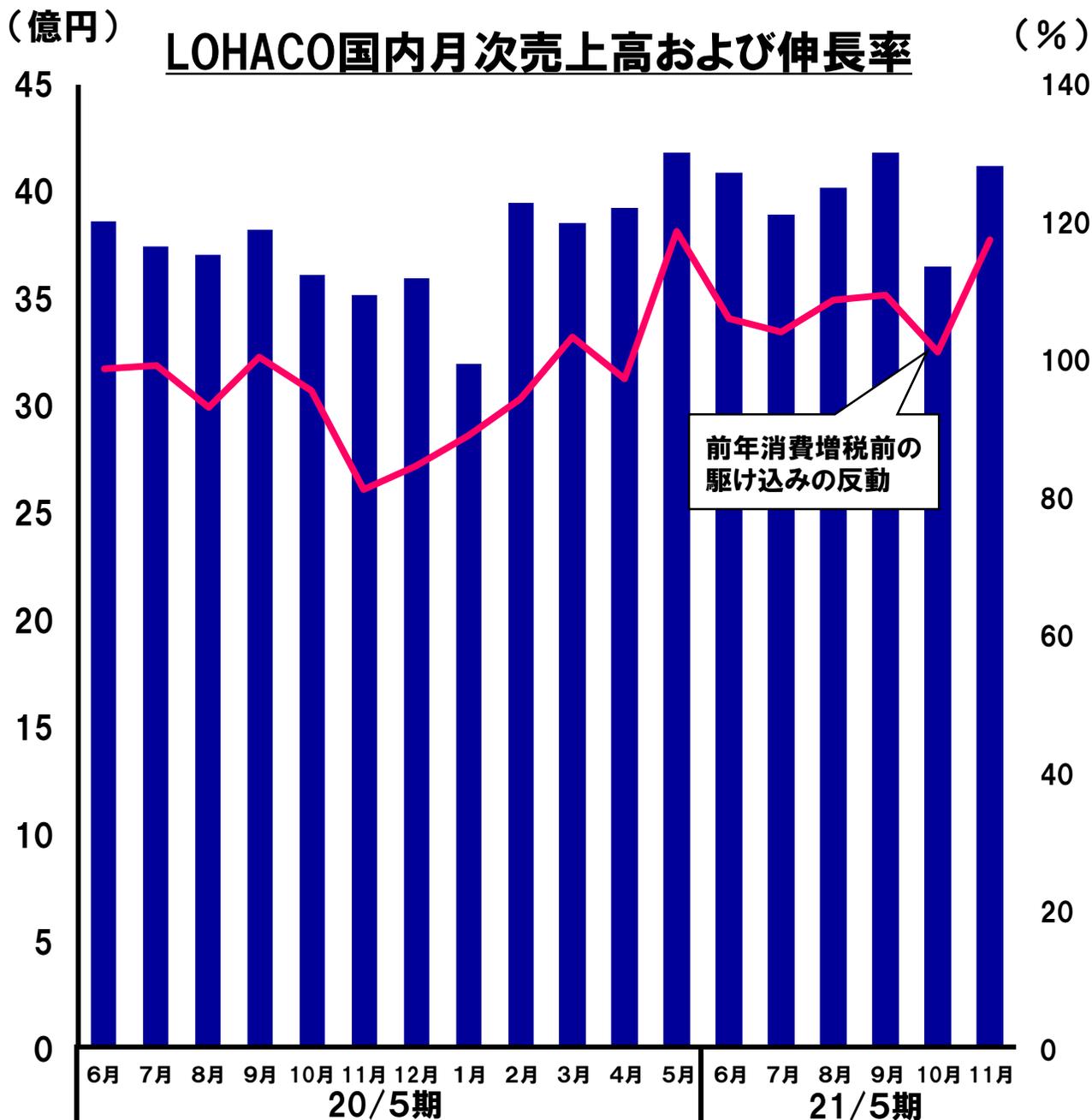
LOHACO 23/5期黒字化ロードマップ

2020年5月期通期
連結業績概要

21/5期は限界利益率のさらなる改善 22/5期以降は固定費中心に削減



LOHACO 売上高



21/5期8-9月度 CYBER SUNDAY
12月度(11/21~12/20)も実施中



21/5期11月度 超PayPay祭

大型販促により
順調に伸長

LOHACO 「暮らしになじむLOHACO展.com」

「デザイン」「サステナブル」に加え、
「暮らしのお悩み解決」につながる独自価値商品を発表



サイト訪問数前回比 **2.3** 倍*

大手日用品メーカー **23** 社参加

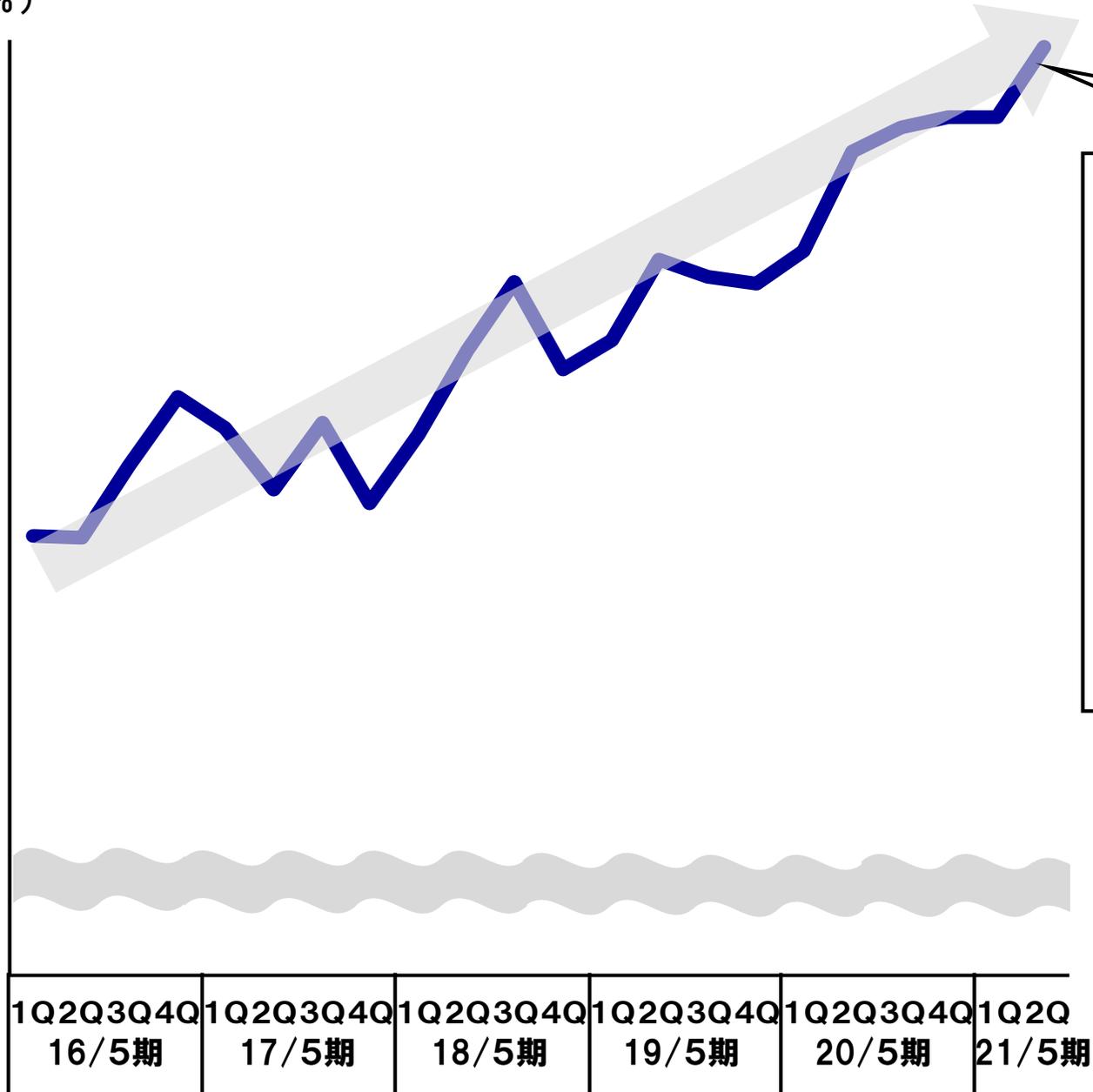
LOHACO限定・先行販売 **30** 商品

メーカーとの共創強化

※開催初日から前回開催期間である4日間での比較、PayPayモール店での訪問数は含まない⁴⁴

LOHACO 売上総利益率

(%)



1Q⇒2Q 1.0pt改善

商品粗利率の改善	+0.3pt
広告ビジネスの強化	+0.6pt
大口取引の減少	+0.1pt

21/5期 2Q累計実績

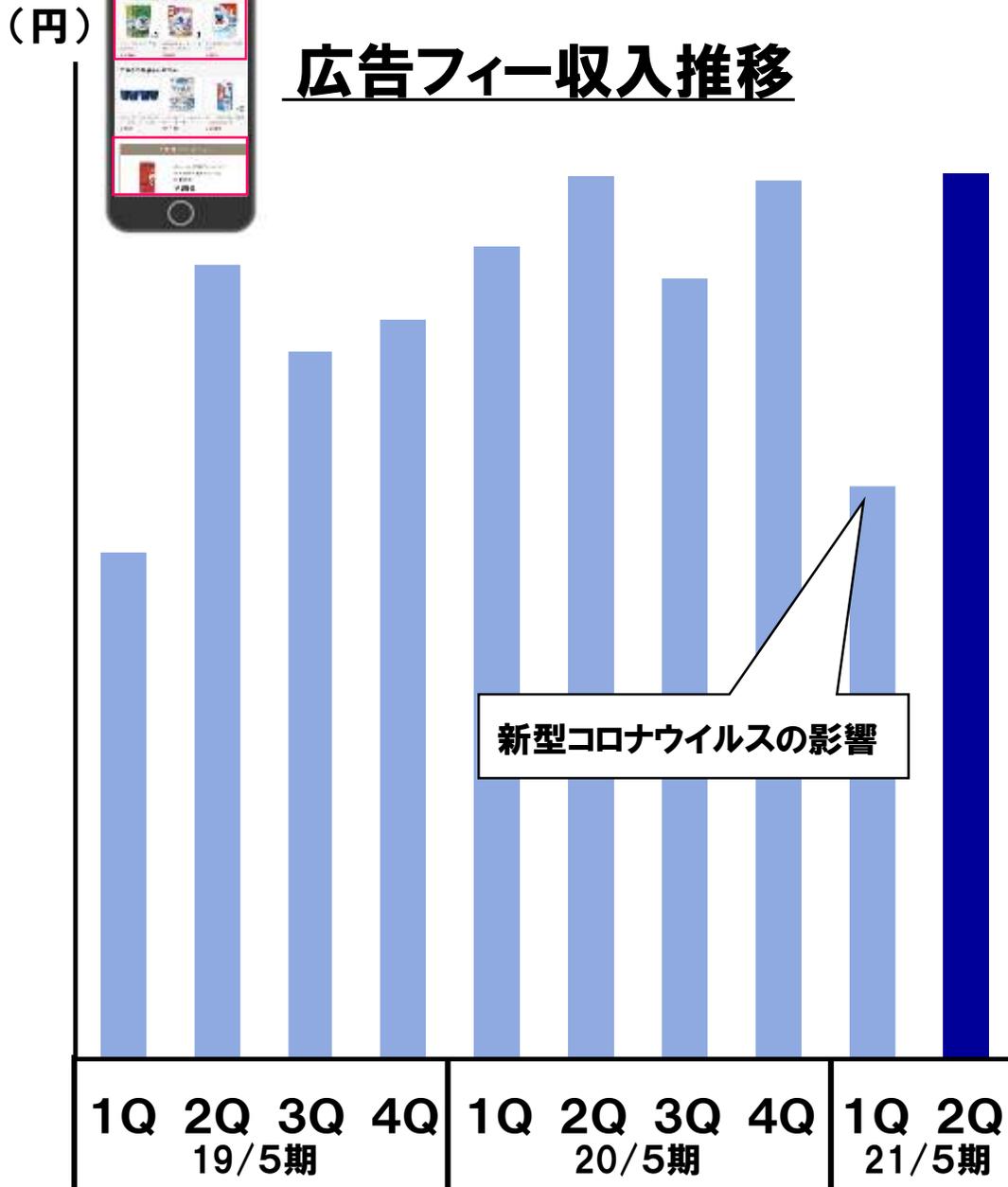
前年同期差 **1.8pt改善**

LOHACO 広告フィー収入

広告掲載
イメージ

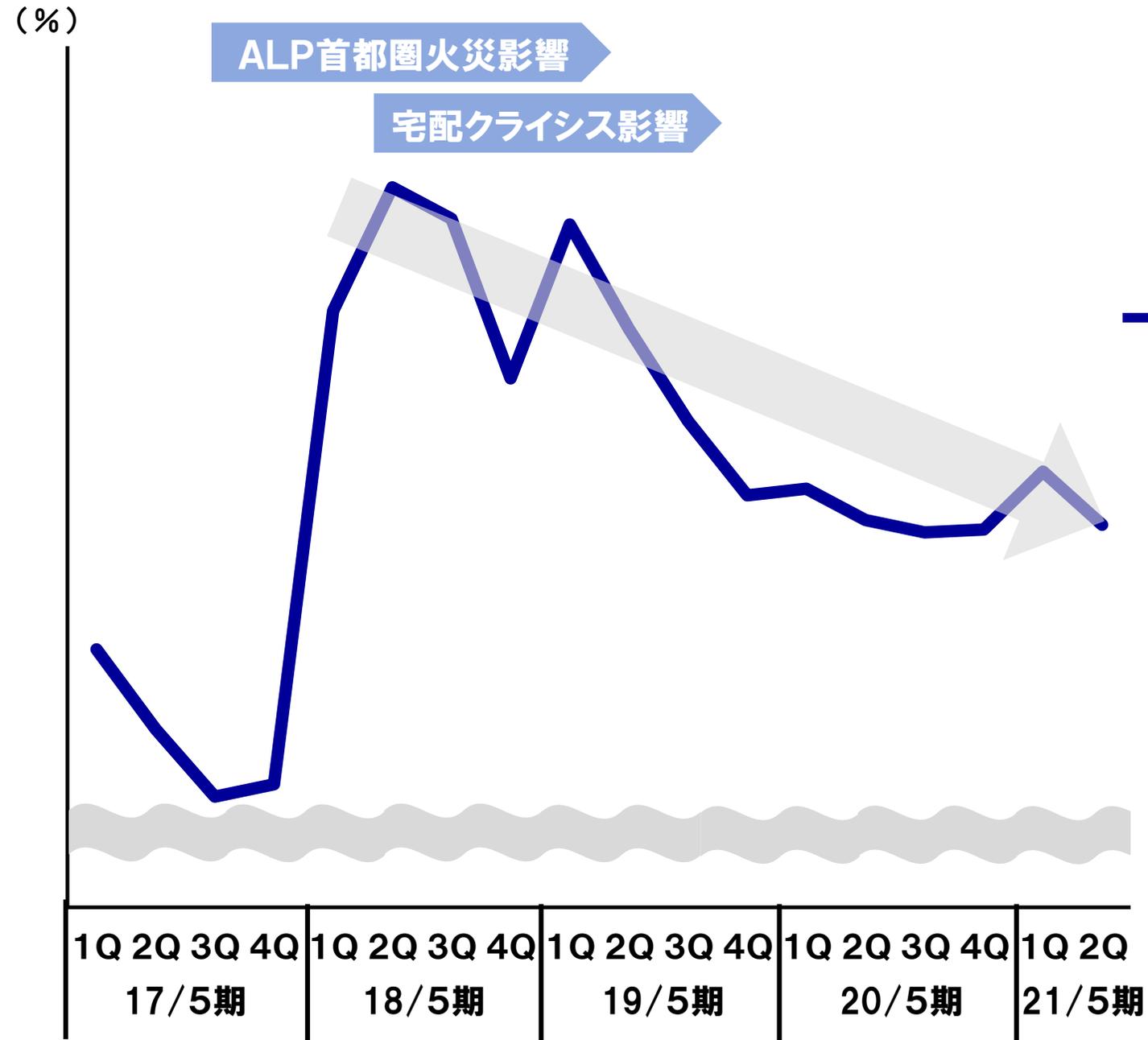


広告フィー収入推移



足元は
着実に回復

LOHACO 変動費比率

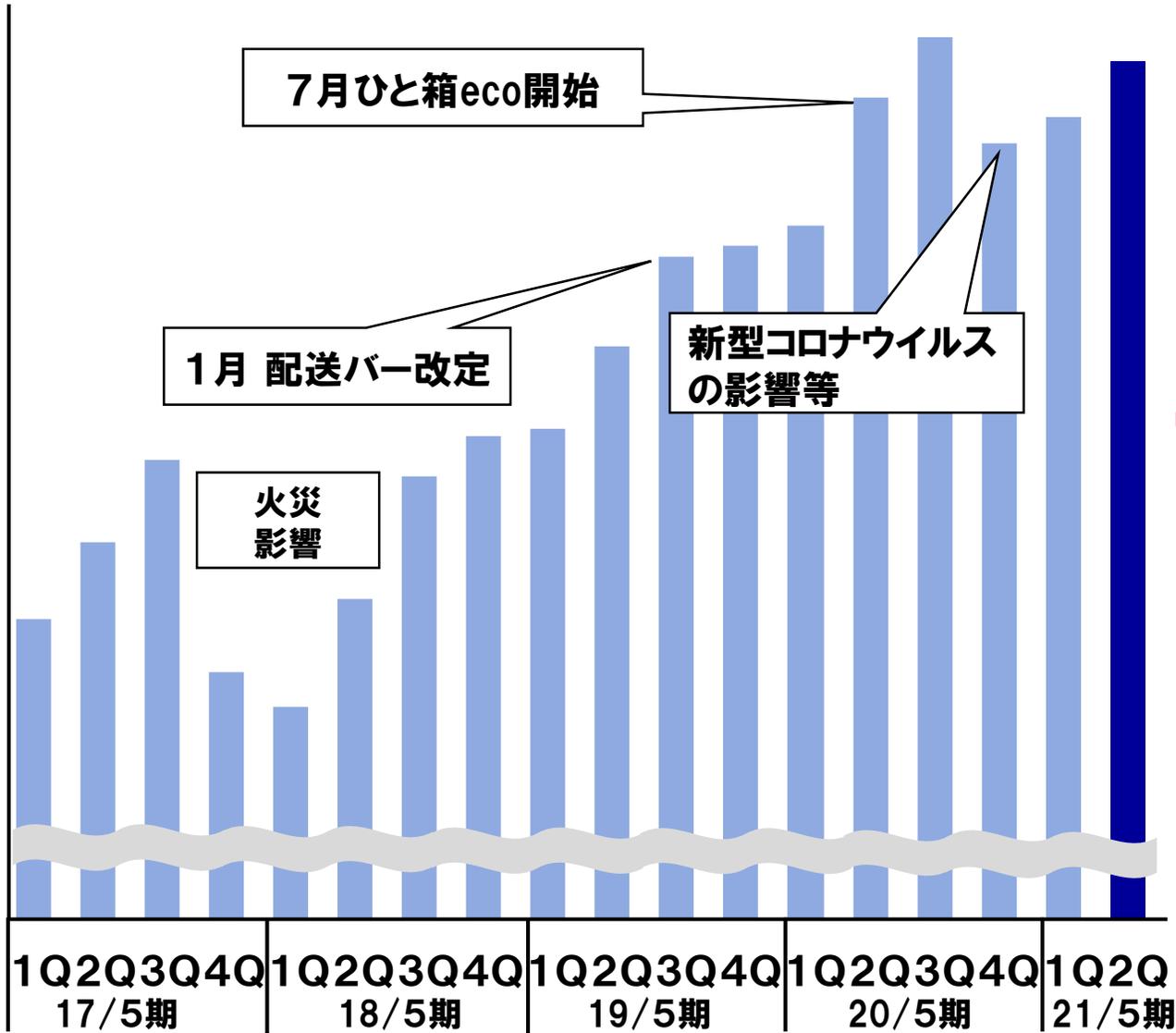


21/5期 2Q実績
一箱あたりの売上単価向上により
庫内労務費の上昇を吸収

変動費比率を低減

LOHACO 一箱あたりの売上単価向上

(円) LOHACO(国内)一箱あたり売上単価

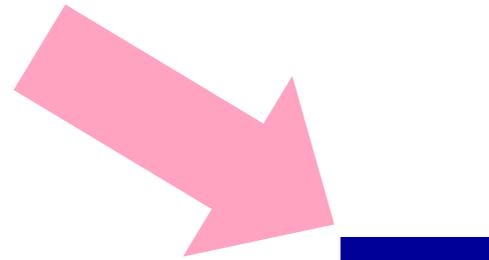


**販促強化により
一箱あたりの売上単価向上**

LOHACO 固定費の削減

(円)

LOHACO 固定費



前年同期差

6 億円減

1Q Δ 2.5億円
2Q Δ 3.5億円

ヤフーとの連携強化により
販促費・人件業務費等
削減

20/5期2Q累計

21/5期2Q累計

- I 21年5月期第2四半期実績
- II 21年5月期通期業績見通し
- III 持続的成長ビジョン
- IV BtoB
- V BtoC
- VI ESGの取り組み**

「気候変動Aリスト(最高評価)」企業に継続選定

国際的な環境非営利団体CDP※より

気候変動に対する取り組みと情報開示が高く評価

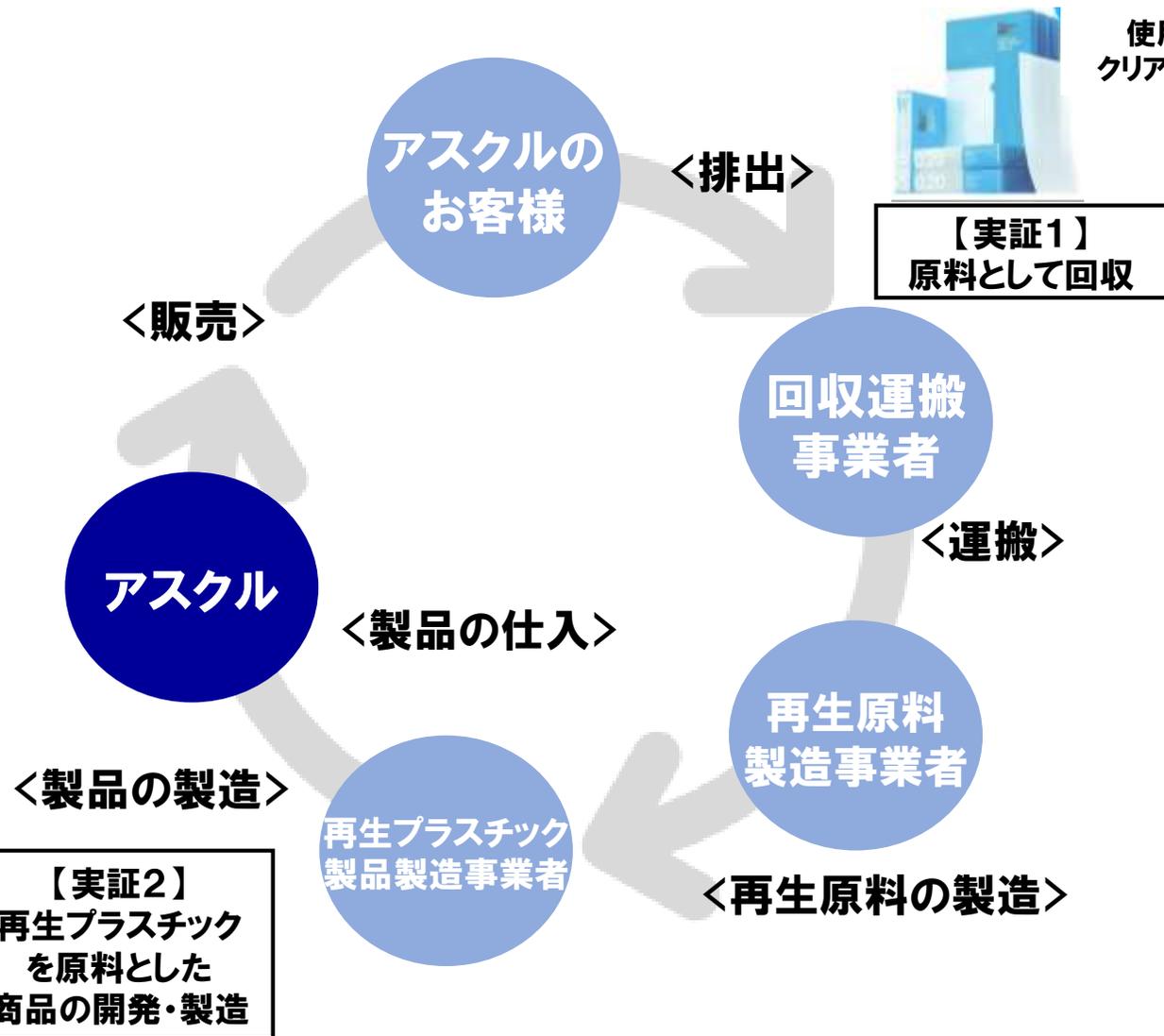


CLIMATE

- ✓ 「気候変動Aリスト」は、回答企業9,600社のうち270社(約3%)の企業が選定(日本企業は53社)
- ✓ 2019年度に続き、2年連続のAリスト入り

使用済みクリアホルダーのリサイクルバリューチェーン構築

環境省「脱炭素社会を支えるプラスチック等資源循環システム構築実証事業」に採択



国内販売シェアが高い商品で
資源循環型プラットフォームの
構築を進める



アスクルは「エシカルeコマース」へ

環境保全や社会課題解決を考えたサステナブルなサービス

付 録

21/5期 第2四半期 品目別売上高

単体

(億円)	20/5期 2Q累計		21/5期 2Q累計	
		前年同期比 %		前年同期比 %
OA・PC	496	103.5	470	94.6
文具	219	101.4	201	92.1
生活用品	612	102.7	620	101.3
ファニチャー	104	97.4	100	96.7
MRO	175	107.4	179	102.4
メディカル	100	112.6	194	192.9
その他	39	103.1	37	95.8
合計	1,748	103.4	1,805	103.2

メディカルが
成長を牽引

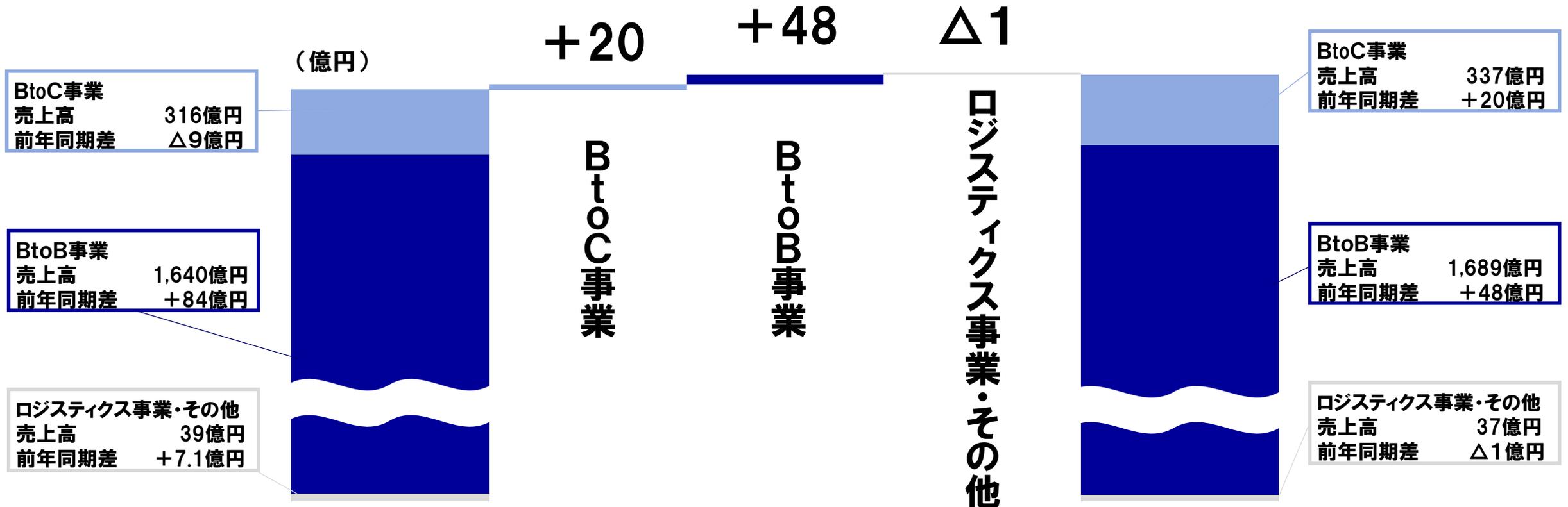
21/5期 第2四半期 連結売上高の増加要因

20/5期 第2四半期累計（実績）

売上高 1,996億円
 前年同期差 +81億円
 前年同期比 104.3%

21/5期 第2四半期累計（実績）

売上高 2,064億円
 前年同期差 +68億円
 前年同期比 103.4%



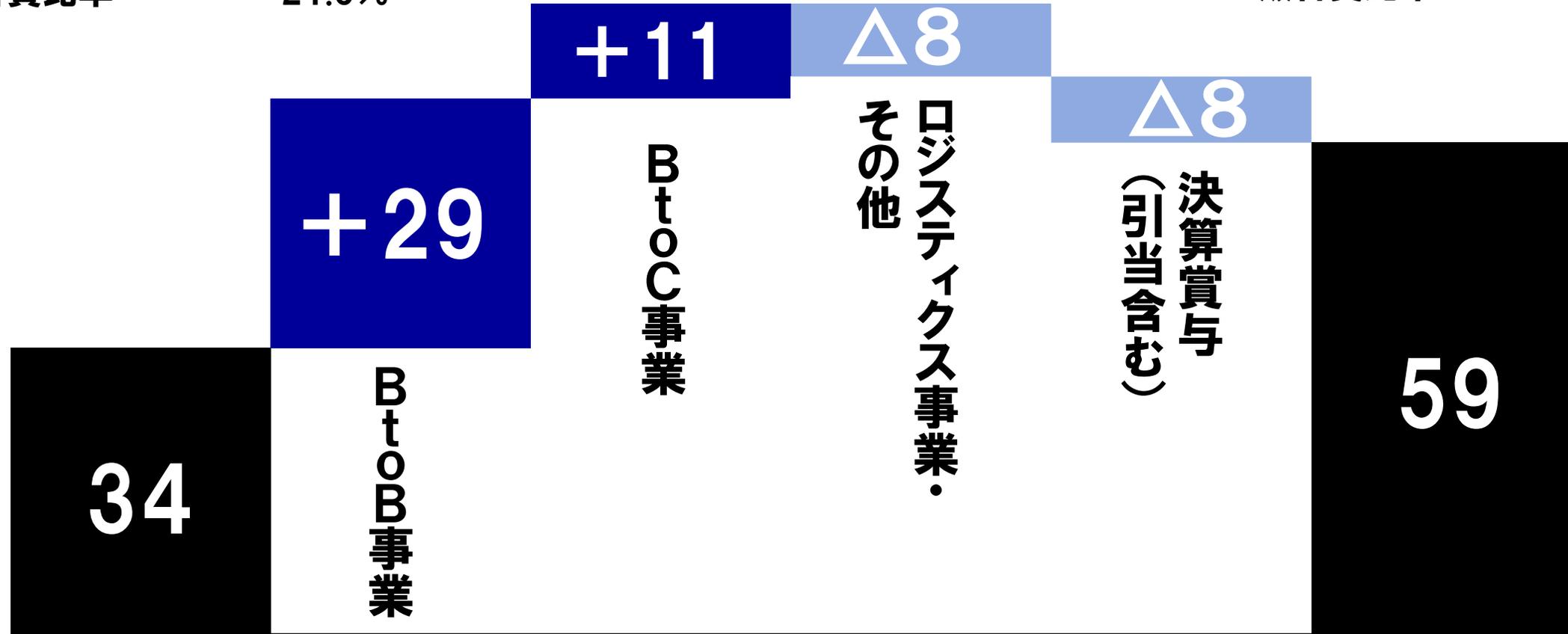
21/5期 第2四半期 連結営業利益の増減要因

20/5期 第2四半期累計(実績)

売上高前年同期比 104.3%
 売上総利益率 23.6%
 販管費比率 21.9%

21/5期 第2四半期累計(実績)

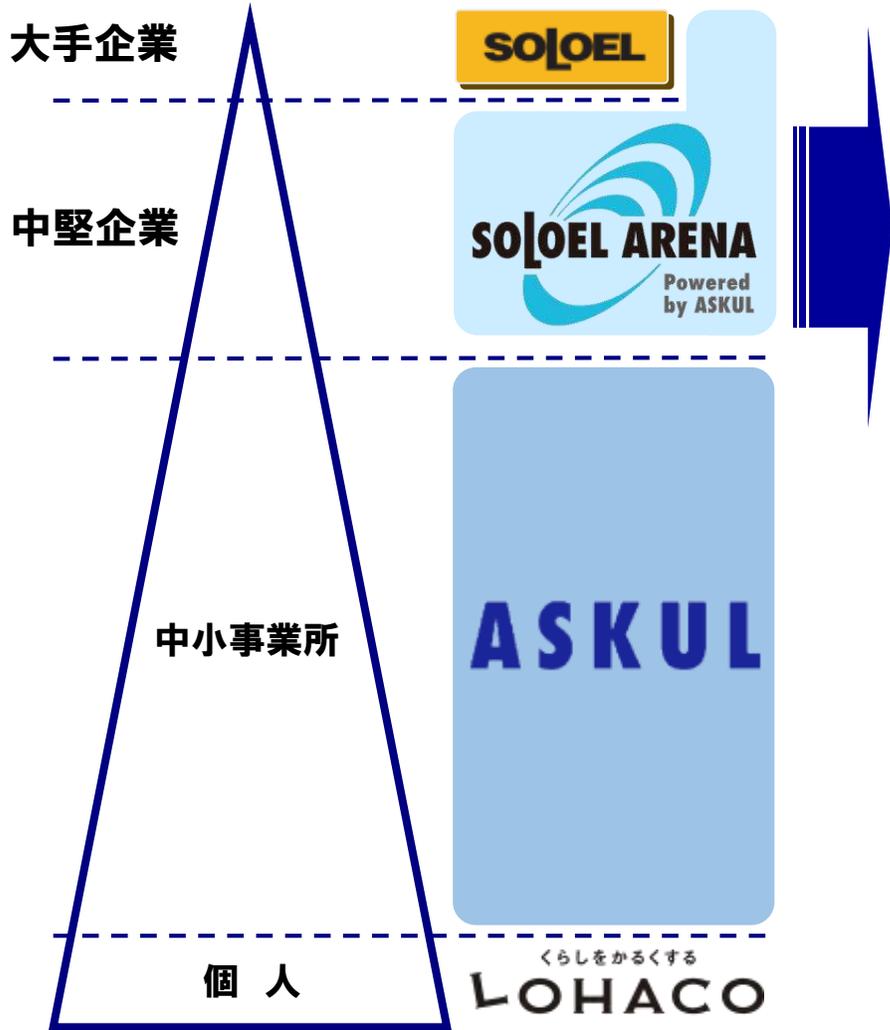
売上高前年同期比 103.4%
 売上総利益率 24.8%
 販管費比率 22.0%



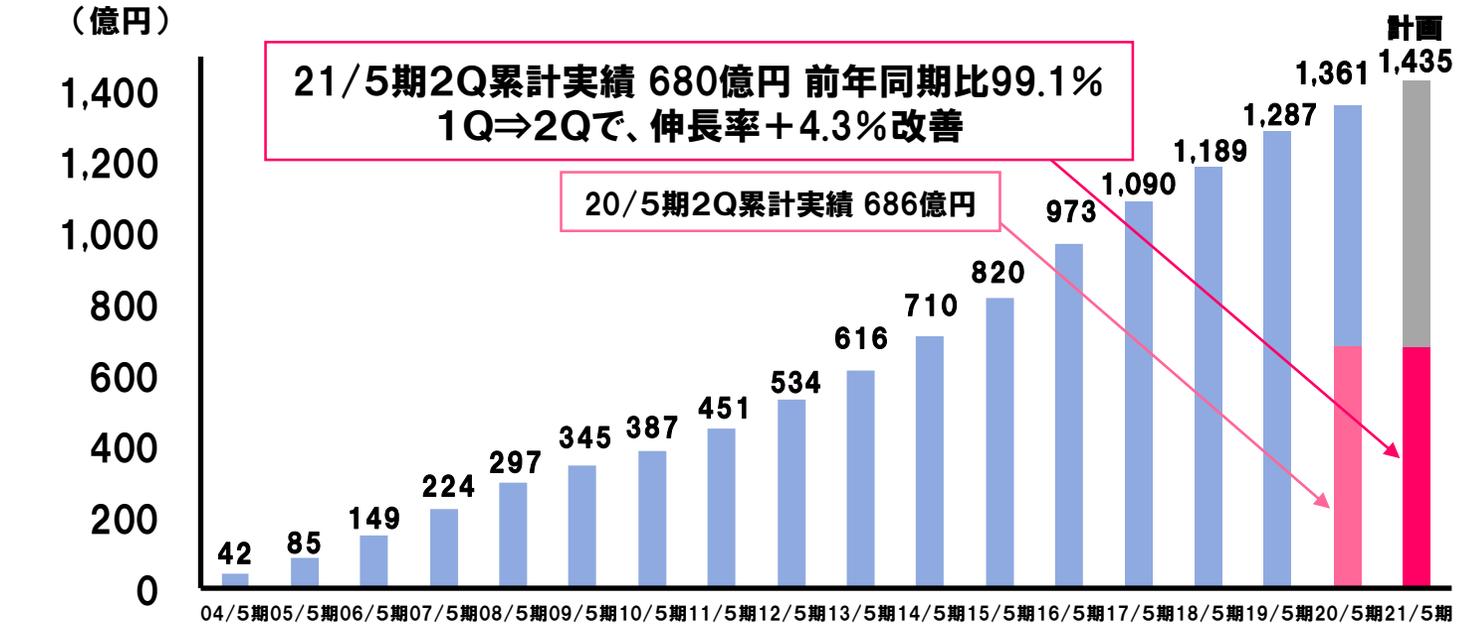
20/5期 2Q累計 営業利益
 (実績) 34億円

21/5期 2Q累計 営業利益
 (実績) 59億円

SOLOEL ARENA等実績

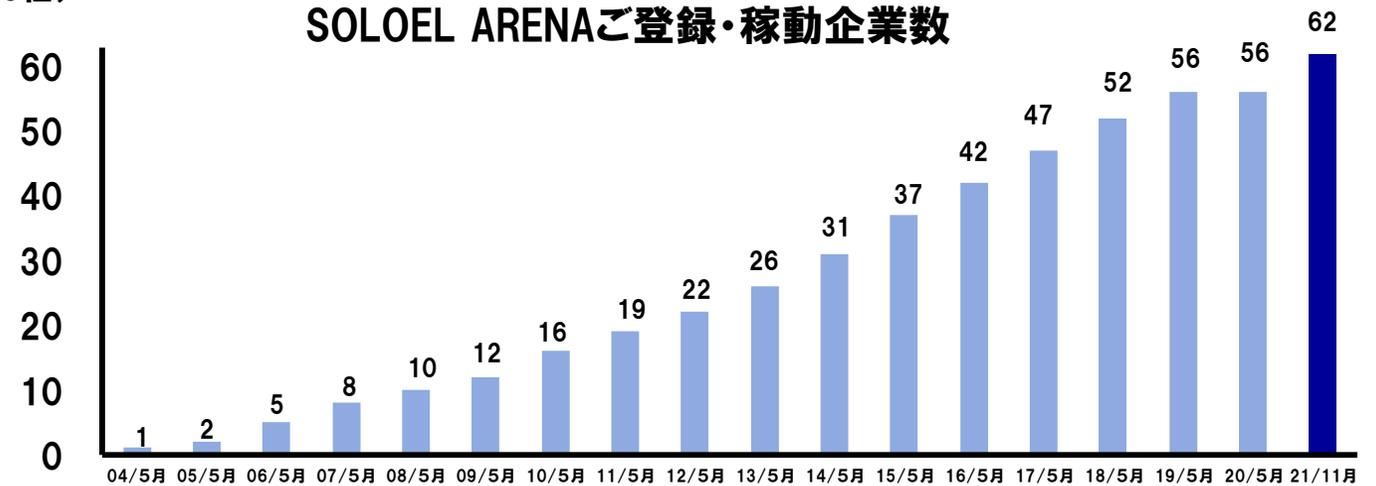


SOLOEL ARENA等売上金額



(1,000社)

SOLOEL ARENAご登録・稼動企業数



21/5期 第2四半期 連結 売上総利益、販売費および一般管理費

売上総利益額 512億円 前年同期差 +41億円

売上総利益率 24.8% 前年同期差 +1.2pt

➤ **カテゴリミックスの変化や原価低減による売上総利益率の改善**

販管費 453億円 前年同期差 +17億円

販管費比率 22.0% 前年同期差 +0.1pt

➤ **主に賞与引当金繰入れによる固定費増**

＜販管費の前年同期差の主な内訳＞

- 人件費(賞与引当金含む) +10億円
- 配送運賃 +5億円
- 地代家賃 +3億円
- 広告宣伝費および販売促進費 △4億円

21/5期 第2四半期 連結 設備投資

設備投資額 35億円(年間計画 118億円)

ASKUL三芳センター関連	11億円
BtoB新サイト関連(PJ Trylion)	5億円
孺恋銘水 製造ライン新設	3億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 28億円(年間計画57億円)

投資詳細

(単位:百万円)

科目名	20/5期 第2四半期	21/5期 第2四半期	
	金額	金額	前年同期比
【設備投資額】	2,520	3,594	+40.0%
有形固定資産	1,010	1,686	+59.6%
無形固定資産	1,509	1,907	+26.3%
建設仮勘定(注2)	191	1,148	+501.1%
ソフトウェア仮勘定(注2)	773	1,856	+140.0%

(注1) 設備投資額は当該期間の発生ベース額にて記載しております

(注2) 建設仮勘定およびソフトウェア仮勘定は当該(四半)期末残高を記載し、一部消費税等を含んでおります

21/5期 第2四半期 インターネット売上高比率、オリジナル商品

単体

インターネット売上高比率

	20/5期 第2四半期	21/5期 第2四半期	前年同期差
インターネット経由	84.4%	85.5%	+1.1ポイント
上記以外	15.6%	14.5%	△1.1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)

	20/5期 11月度	21/5期 11月度	前年同月度差
オリジナル商品数	9,500	10,169	+669
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	30.1% (37.0%)	26.7% (33.3%)	△3.4ポイント (△3.7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

環境の取組み

アスクル環境方針

「お客様のために進化する」という企業理念のもと、持続可能な社会の実現に向け、お客様、社会、地球環境にとって、「最適」で「ローコスト」なエコプラットフォームを構築していきます

脱炭素

●「2030 CO₂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
21年5月期1Qで34%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



資源循環

●「1 box 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

●使用済みプラスチック製品の
リサイクルバリューチェーン
プラスチック資源循環バリューチェーン構築とともに、CO₂排出量を削減する

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



●バイオマス入りレジ袋の品揃え



ステークホルダーとの環境コミュニケーション

●環境活動報告



環境の取組み



「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

2020年CDP「気候変動Aリスト」企業に選定

2019年CDP「気候変動Aリスト」企業に選定



「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



2019年「TCFD提言」への賛同表明

「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℃目標(2℃よりも十分低く保ち、1.5℃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

2018年「エコファースト企業」「SBT」認定取得

2017年 RE100・EV100加盟



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

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



「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、事業運営に係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

社会への取り組み

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

■多様な働き方の促進

介護休業・介護短時間勤務制度
テレワーク制度、フレックスタイム制度等



●ASKUL LOGIST 物流センターに おける昼食の無償提供

アスクルで働く人たちが
心身共に健康な状態である
ことが大切



●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24.2%※

(民間企業の法定雇用率2.2%)

※事業所単位で試算した法定雇用率、2020年11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

■お客様の声の共有と、
対応状況のリアルタイム共有

■「お客様満足度向上委員会」の運営
CEOを委員長とする、
お客様の声を起点としたPDCA活動

●ASKUL CS Weekの取り組み

お客様対応に携わるコンシェルジュ・サービス・
コミュニケーター(CSC)のモチベーション向上・
相互コミュニケーション促進の取り組み
お客様からお礼の言葉を多くいただいたCSC
に対する表彰式や、目指すべきロールモデル
を示す「スーパーコミュニケーター」の認定賞授
与式、永年勤続表彰なども実施

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

●サプライチェーンCSR調査

「消費者問題」、「環境への取り組み」、
「労働慣行」などについて、サプライ
ヤーの企業としての取り組み状況を
調査し、積極的なコミュニケーションを
図る

社会貢献活動

●東日本大震災復興 教育支援
製造メーカーと共同で、対象のアスク
ルオリジナルデザイン商品の売上の
1%を、東北三県の教育関連施設に
対して設備・教材備品を寄贈すること
で役立てる



●社会貢献紙コップ

売上の一部が災害時の被災者支援
活動、「ピンクリボン活動(乳がん検
診の啓発)」支援、「子供地球基金」
の活動を支援する寄付金として支払
われる



