

2025年5月期 第2四半期決算概要

2024年12月13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年5月期 第2四半期実績

- ✓ 為替影響による売上総利益率の低下を主要因として増収減益
- ✓ 下期以降は為替ポジションの回復と物流費比率の改善に加え、売上成長に注力

売上成長の課題と対応策（ASKUL事業）

- ✓ インフレ下における断続的な値上げや配送バー改定等により、お客様数が減少
- ✓ 価格競争力の強化と広告販促費の増強により成長率の回復を図る

事業の進捗

- ✓ 新アスクルWebサイトへのソロエルアリーナのお客様移行は計画どおり
- ✓ ASKUL関東DCは26/5期 期初稼働に向けて順調に進捗

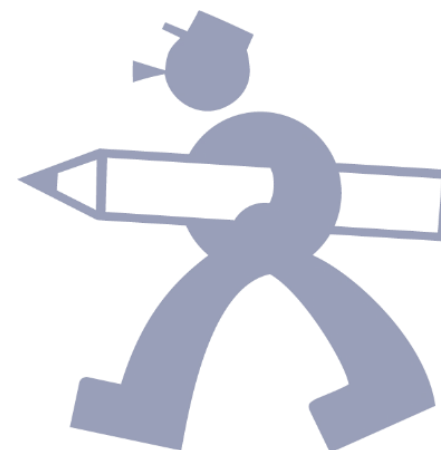
I 25年5月期 第2四半期実績

II 売上成長の課題と対応策

III 事業の進捗

IV ESG

V 付録

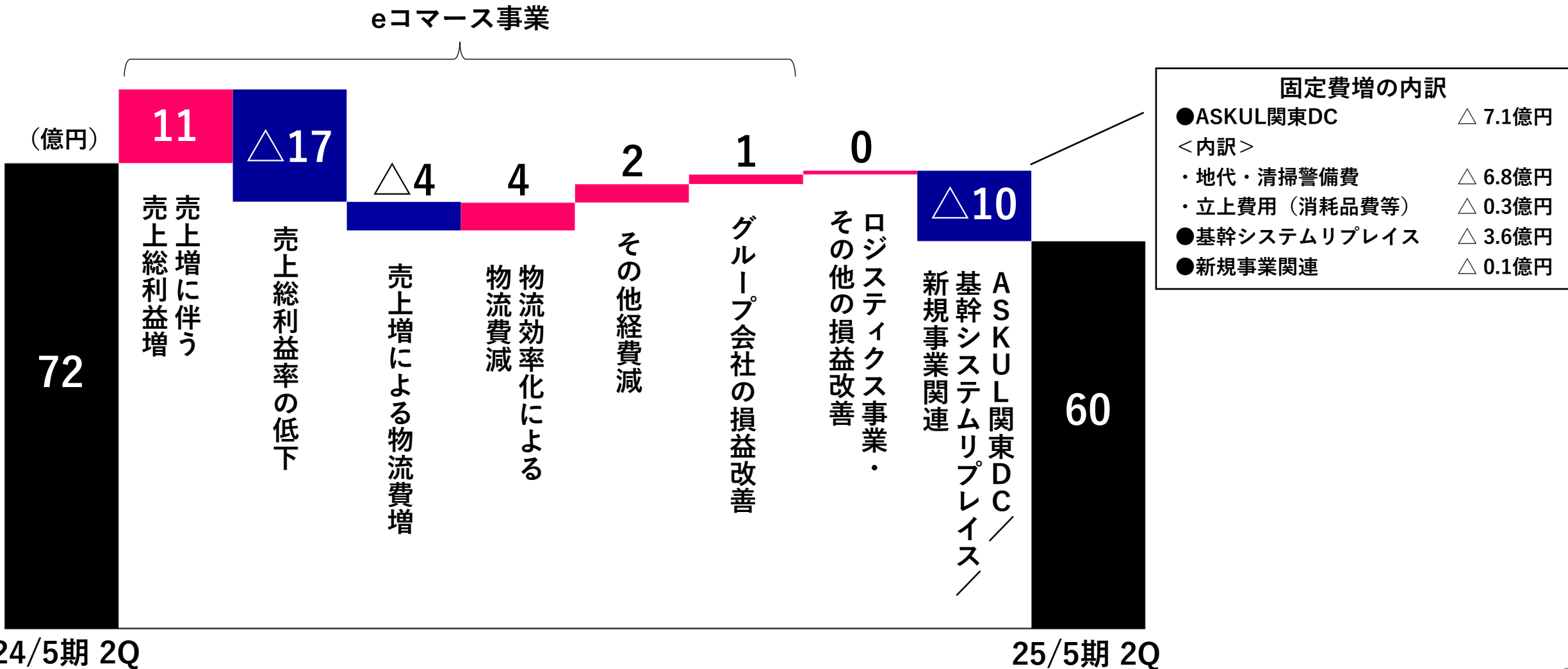




(百万円)	24/5期 2Q		25/5期 2Q		
	実績	売上高 比率 %	実績	売上高 比率 %	前年 同期比 %
売上高	231,288	100.0	237,932	100.0	102.9
売上総利益	57,631	24.9	57,182	24.0	99.2
販売費及び 一般管理費	50,388	21.8	51,153	21.5	101.5
営業利益	7,242	3.1	6,028	2.5	83.2
経常利益	7,104	3.1	5,920	2.5	83.3
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,637	2.0	3,739	1.6	80.6

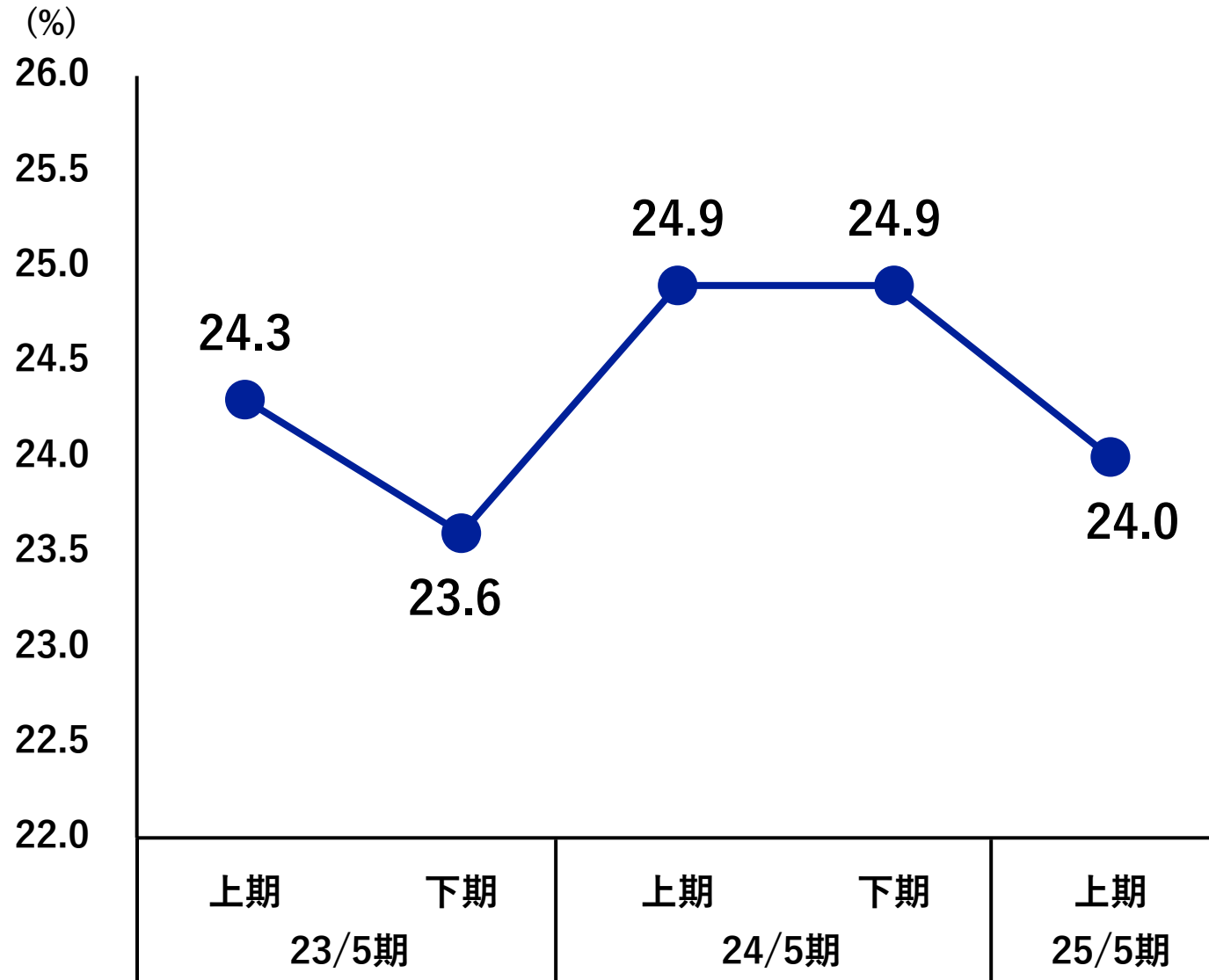
- ✓ **売上高**
前年同期比102.9%
過去最高更新
- ✓ **売上総利益率**
前年同期比△0.9pt
- ✓ **営業利益**
前年同期比83.2%
- ✓ **当期純利益**
前年同期比80.6%

為替影響による売上総利益率の低下を主要因として減益



24/5期 2Q

25/5期 2Q



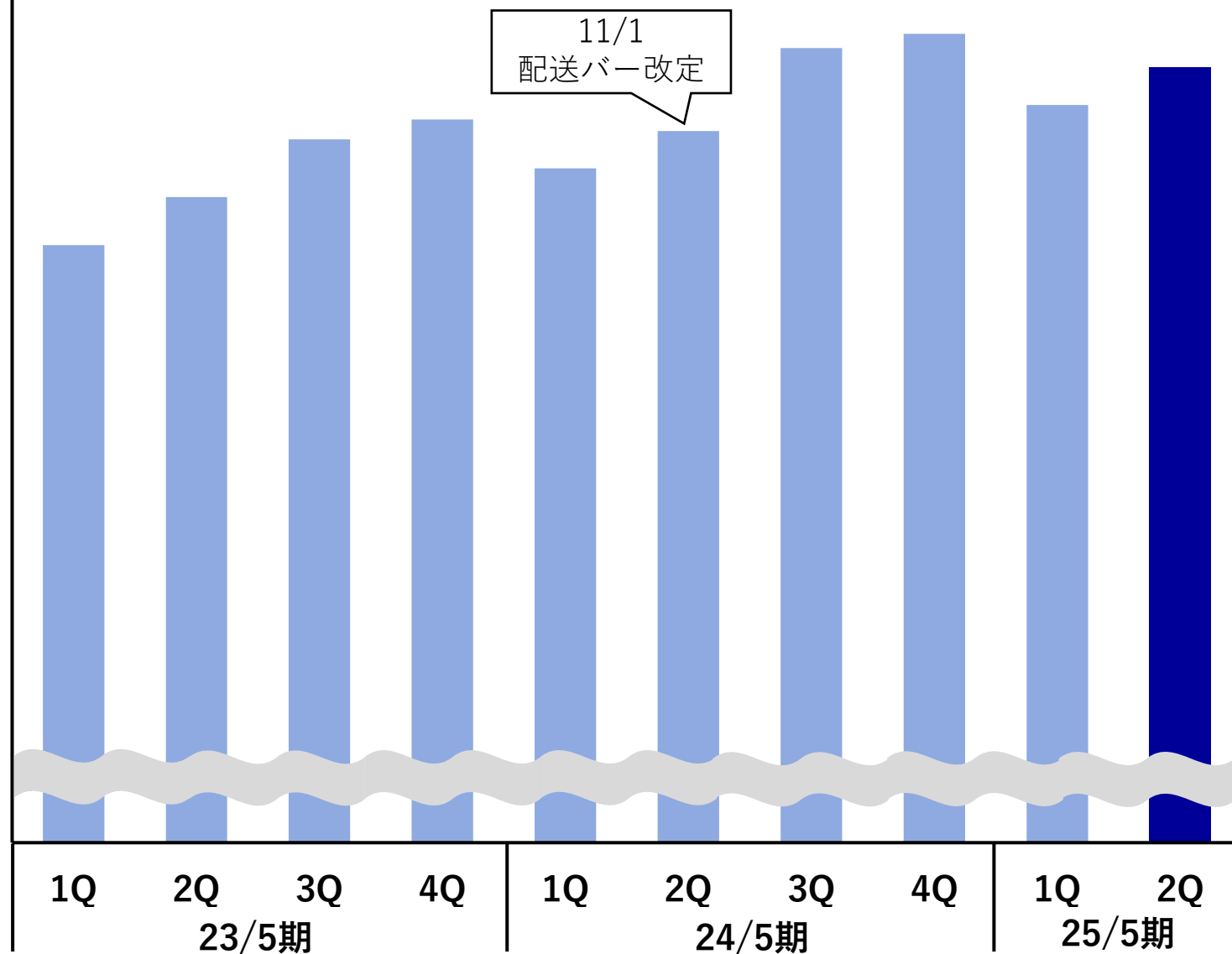
25/5期 2Q
前年同期比 $\triangle 0.9$ pt

為替ポジションの
悪化により低下

下期は改善へ



(円)



25/5期 2Q期間
前年同期比 105.2%

4億円相当の配送費低減



引き続き改善を
見込む

25/5期 第2四半期業績 【四半期別・事業別】

連結



		24/5期					25/5期			
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	前年同期差	前年同期比 %
売上高	ASKUL事業	844	898	880	909	3,533	883	899	0	100.1
	LOHACO事業	88	86	88	97	361	95	85	△ 1	98.4
	グループ会社等	175	173	196	184	728	183	188	14	108.6
	eコマース事業	1,108	1,158	1,165	1,191	4,623	1,162	1,172	14	101.2
	ロジスティクス事業・その他	22	23	22	24	93	21	22	△ 0	95.9
	連結合計	1,130	1,182	1,187	1,216	4,716	1,183	1,195	13	101.1
営業利益	決算賞与（引当含む）等	△ 2	△ 2	1	△ 1	△ 5	1	1	3	—
	eコマース事業	28	44	52	44	170	25	34	△ 9	78.7
	ロジスティクス事業・その他	△ 0	△ 0	△ 0	△ 0	△ 1	0	△ 0	△ 0	—
	連結合計	28	44	52	44	169	25	34	△ 9	78.2

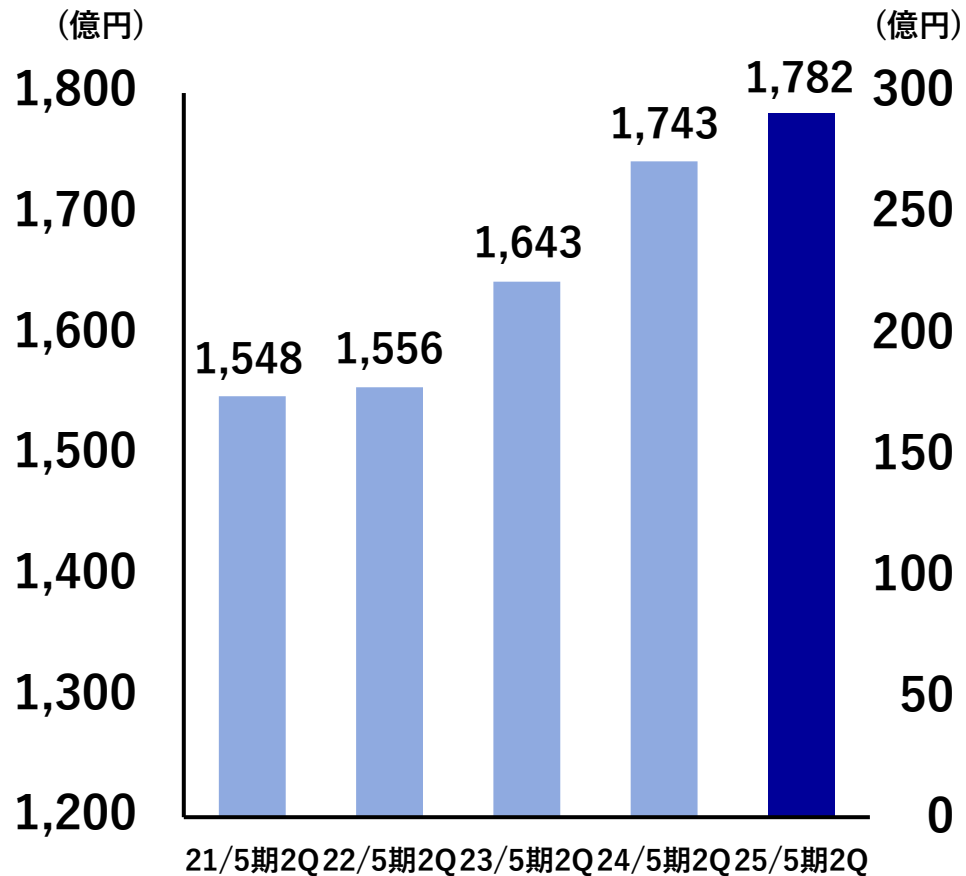
25/5期 第2四半期累計業績 eコマース事業 売上高

連結



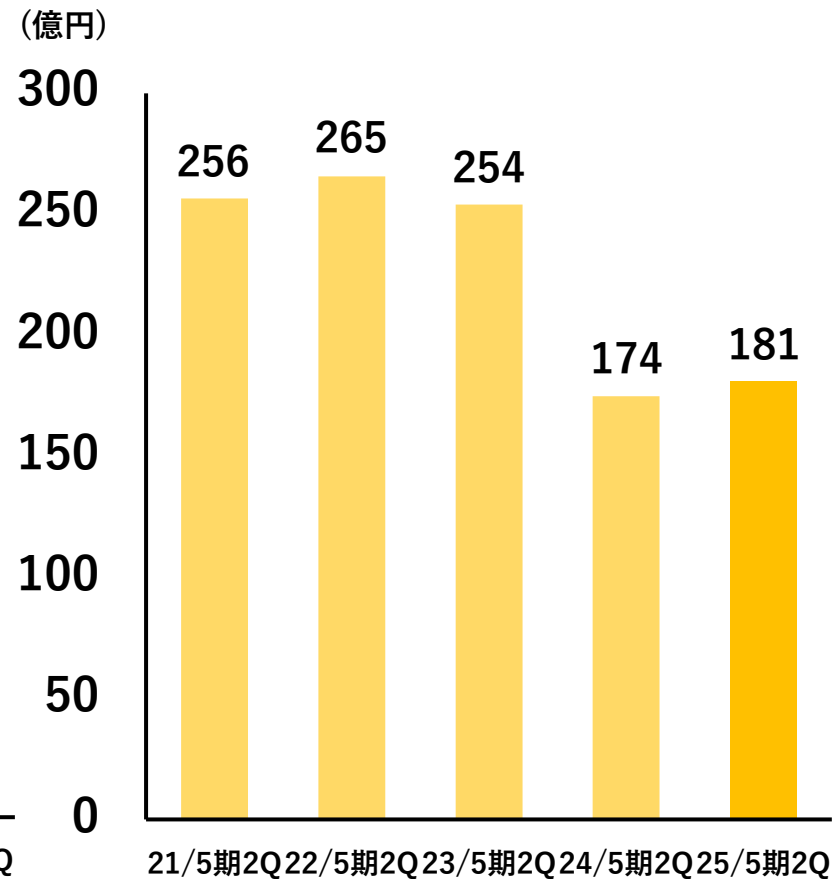
ASKUL事業

前年同期比 **102.3%**



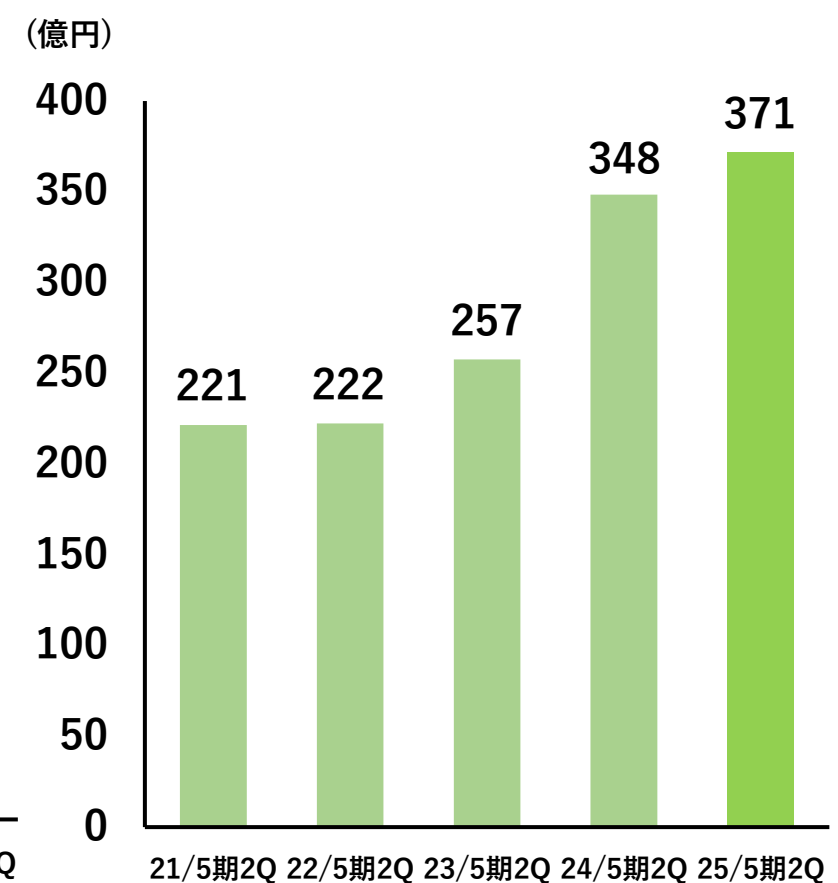
LOHACO事業

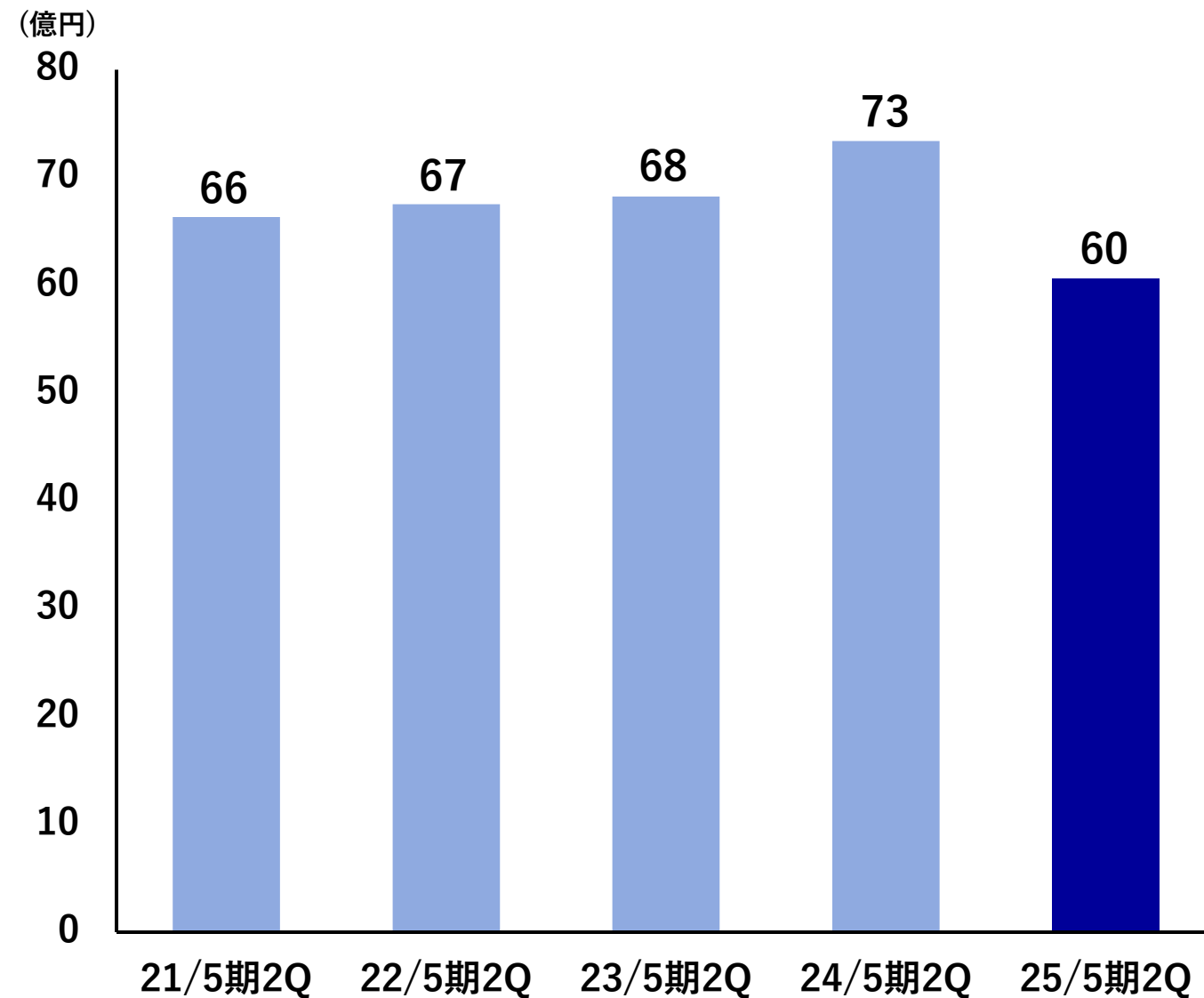
前年同期比 **103.6%**



グループ会社等

前年同期比 **106.7%**





前年同期比 **82.6%**
為替ポジション悪化の影響



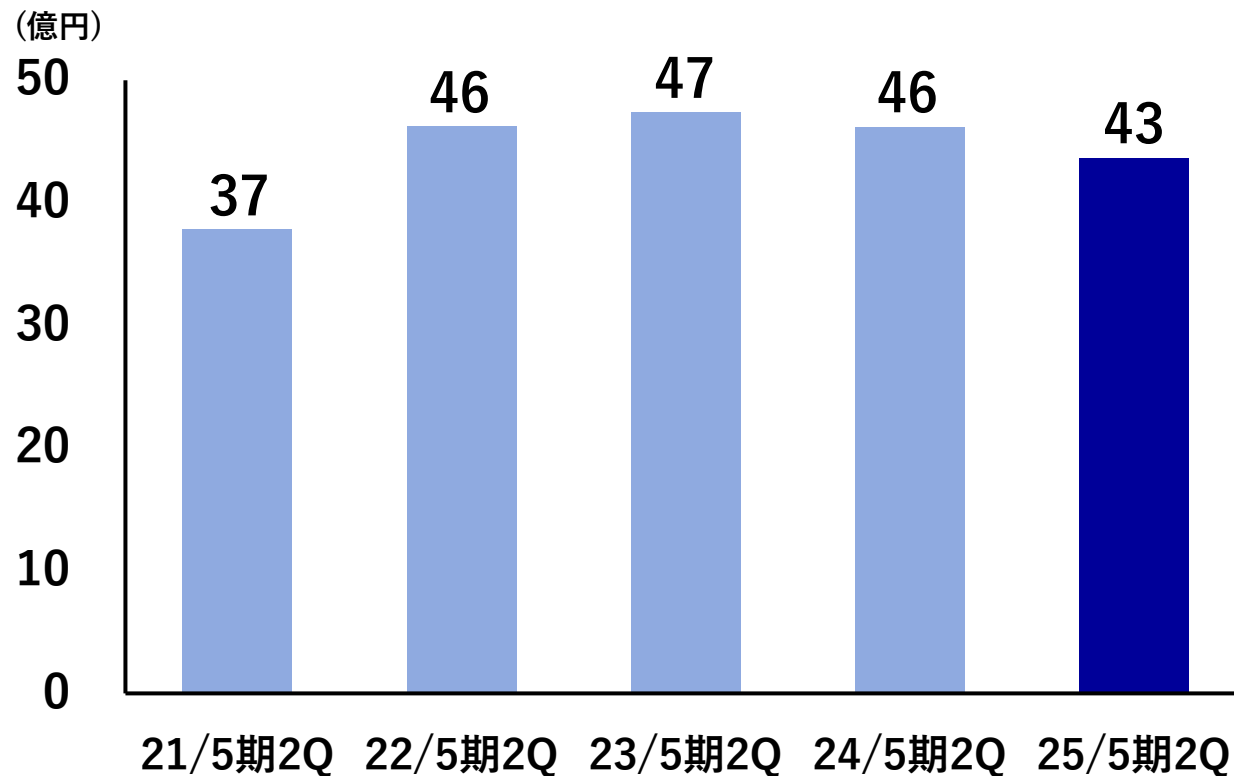
下期は為替ポジションおよび
一箱あたりの売上単価の改善を見込む



売上高

前年同期比 **94.6%**

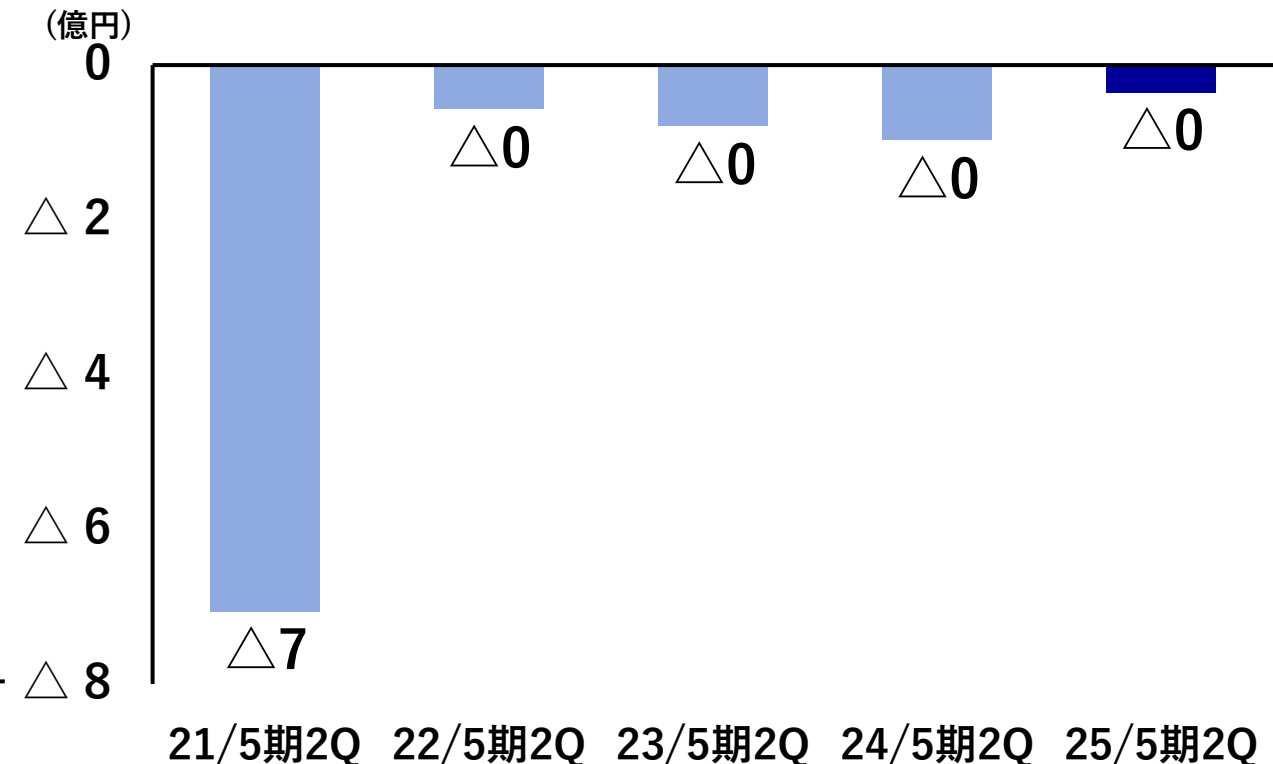
前期並みの売上高を継続

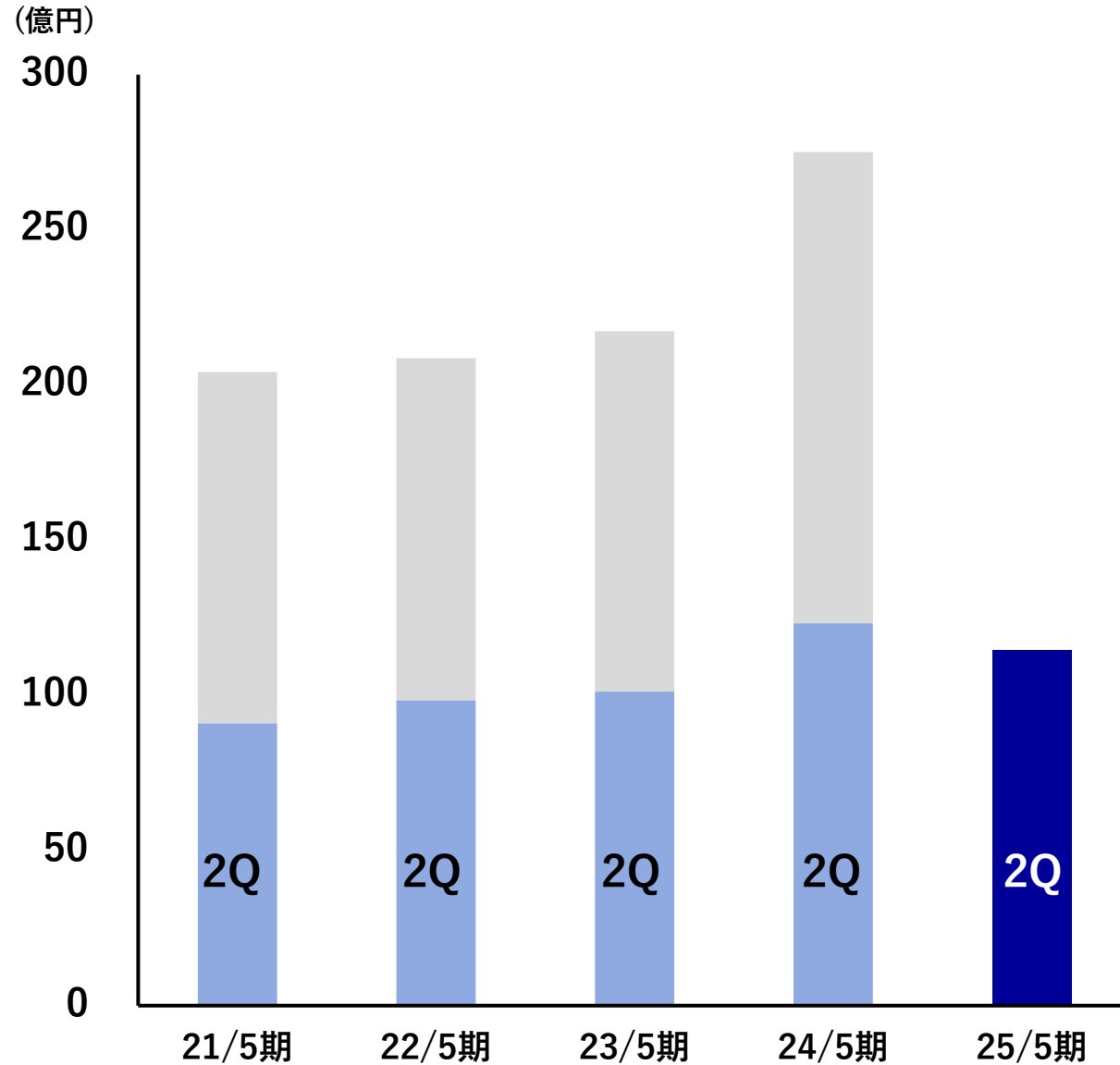


営業利益

前年同期差 **+0億円**

通期黒字を目指す





減益の影響
下期の改善を目指す

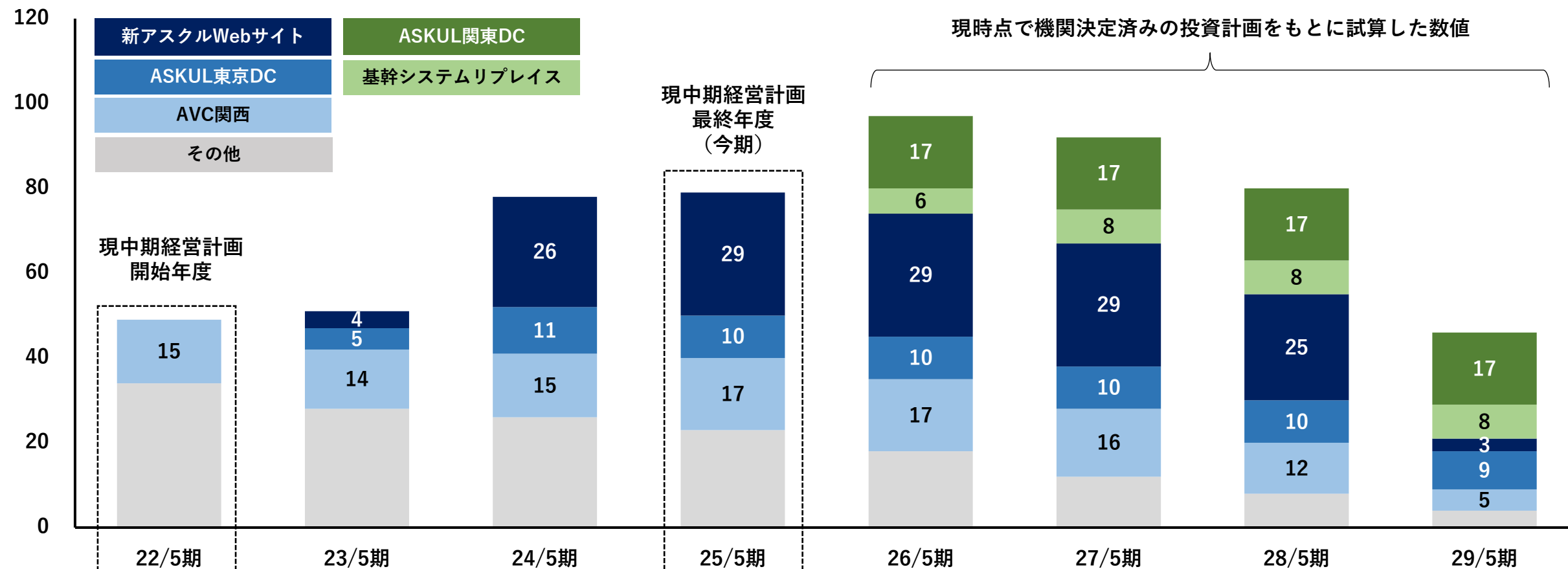
償却費の推移

単体



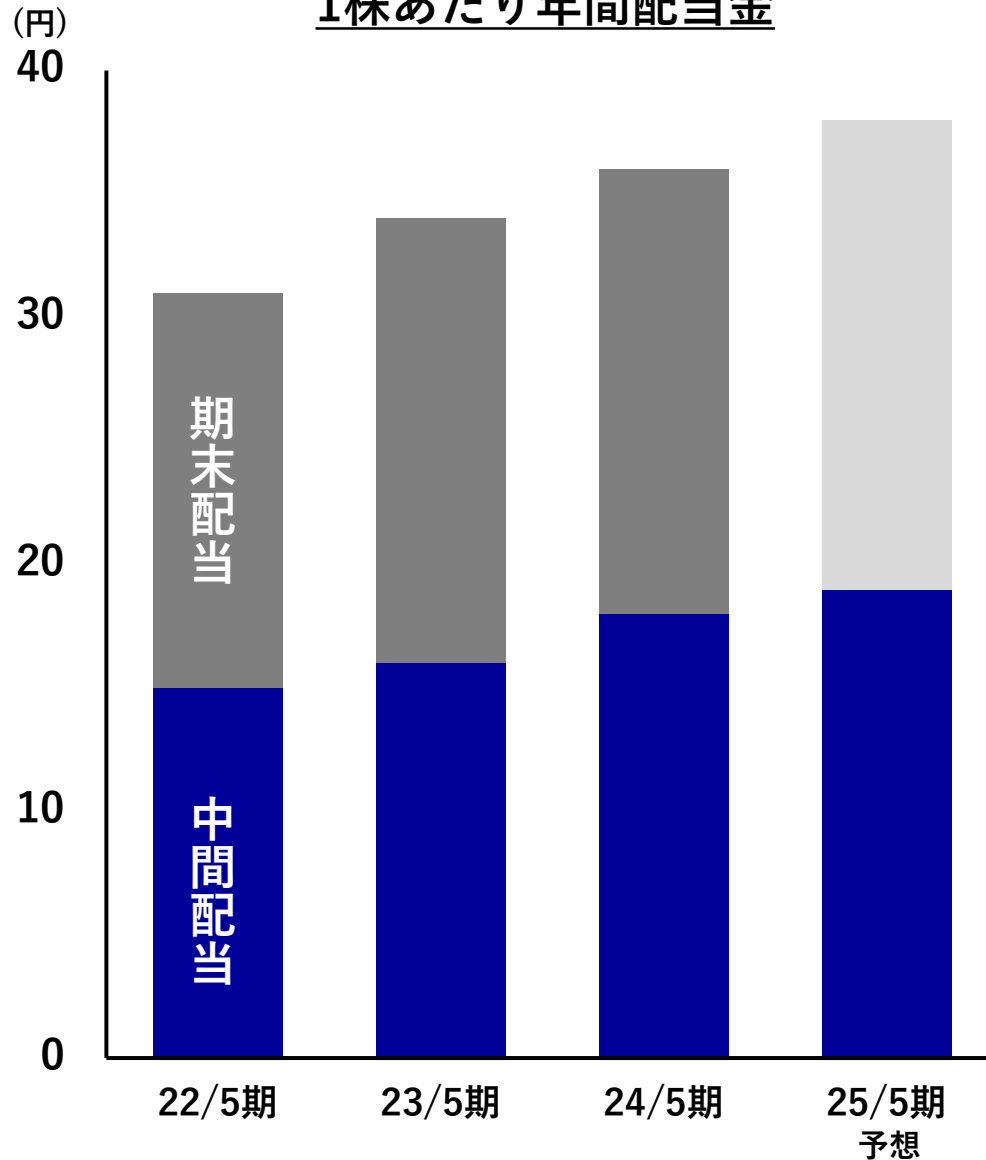
- ✓ 新アスクルWebサイト等の稼働にともない24/5期から増加
- ✓ 26/5期もASKUL関東DCの稼働や基幹システムリプレイスにともない増加するが、その後は減少
- ✓ 29/5期には新アスクルWebサイトやAVC関西のマテハン設備等の大型投資の償却が終了し、償却費は圧縮される見込み

(億円)





1株あたり年間配当金



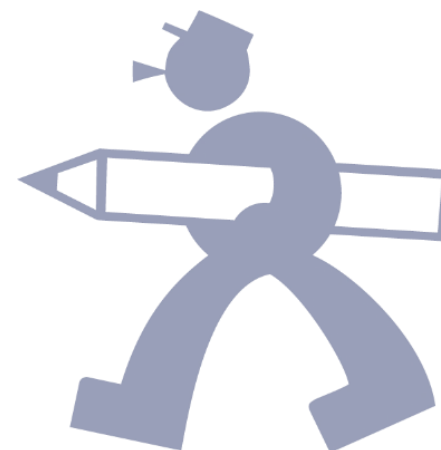
25/5期 中間配当

✓ 1株あたり配当金19円
(期初計画：中間19円、期末19円)

期初計画どおり
中間配当1円増配

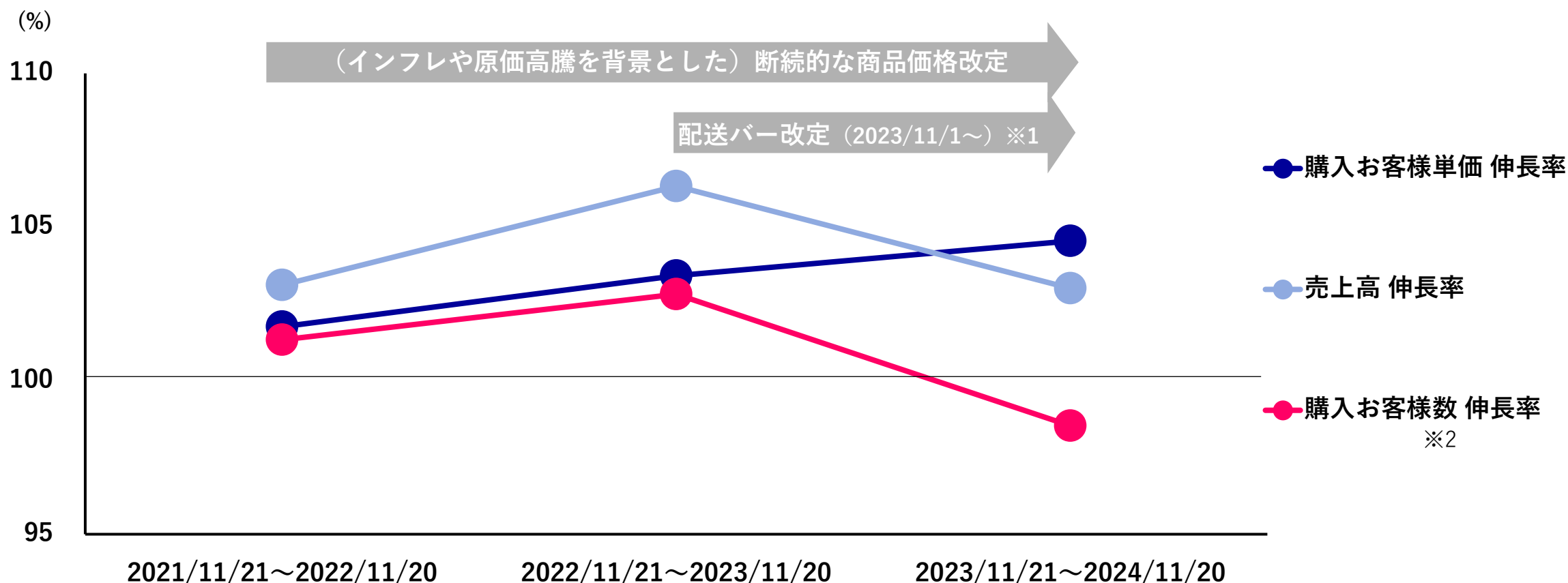
✓ 株主還元方針にもとづき
自己株式を取得中

- I 25年5月期 第2四半期実績
- II 売上成長の課題と対応策**
- III 事業の進捗
- IV ESG
- V 付録





値上げや配送バー改定等により、お客様数が減少



※1 基本配送料を当社が負担する注文金額基準を1,000円から2,000円（税込）に変更

※2 該当期間に売上があったユニークなお客様数



(億円)	23/5期		24/5期								25/5期					
	2Q		1Q		2Q		3Q		4Q		1Q		2Q			
		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	29.2	241	28.6	262	29.3	262	29.9	264	29.1	249	28.2	258	28.8	△ 3	98.5
文具	101	12.2	98	11.7	109	12.2	112	12.8	131	14.5	108	12.3	115	12.9	5	105.3
生活用品	245	29.5	276	32.7	276	30.8	259	29.5	260	28.6	291	33.0	280	31.2	3	101.3
ファニチャー	45	5.5	49	5.9	51	5.8	52	5.9	66	7.3	47	5.3	47	5.3	△ 3	92.4
MRO	104	12.5	103	12.2	111	12.4	109	12.4	109	12.0	106	12.0	112	12.5	1	101.0
メディカル	73	8.8	56	6.7	61	6.8	60	6.9	56	6.2	63	7.1	61	6.8	0	100.6
その他	19	2.3	18	2.2	24	2.7	22	2.5	20	2.2	17	2.0	22	2.5	△ 2	91.4
合計	831	100.0	844	100.0	898	100.0	880	100.0	909	100.0	883	100.0	899	100.0	0	100.1

※ 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



取扱い商品

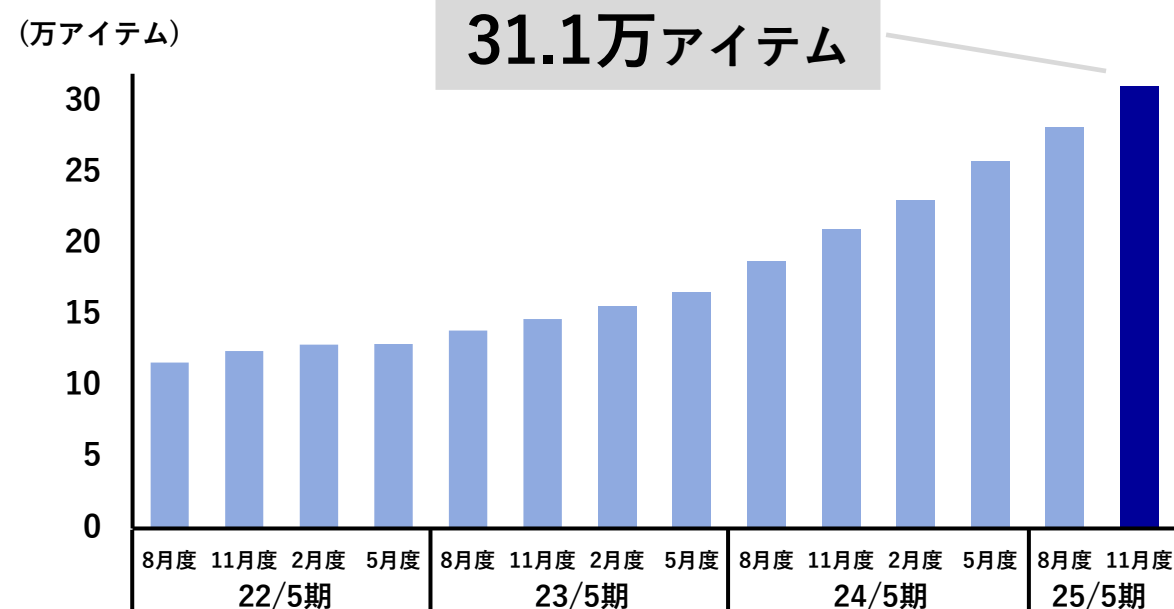
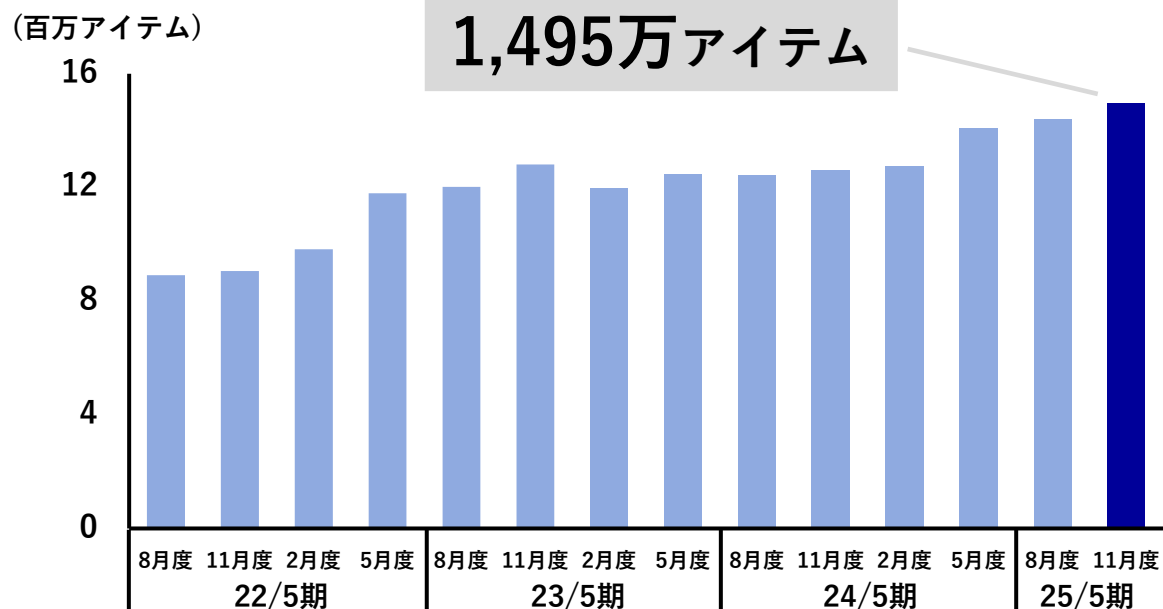
✓2Q期間 57.4万アイテム増加
新規投入数は36.7万アイテム超

引き続き稼働率の向上に取り組む

在庫商品

✓2Q期間 2.8万アイテム増加
すべてのカテゴリで増加

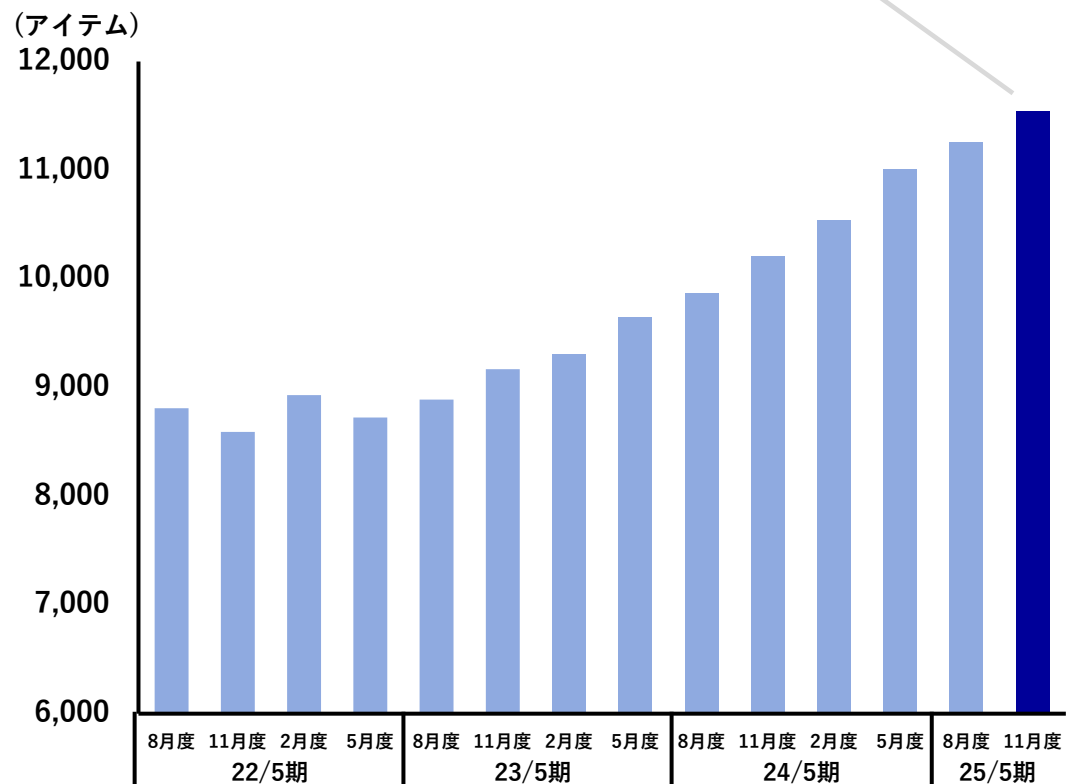
「明日来る」商品が着実に拡大



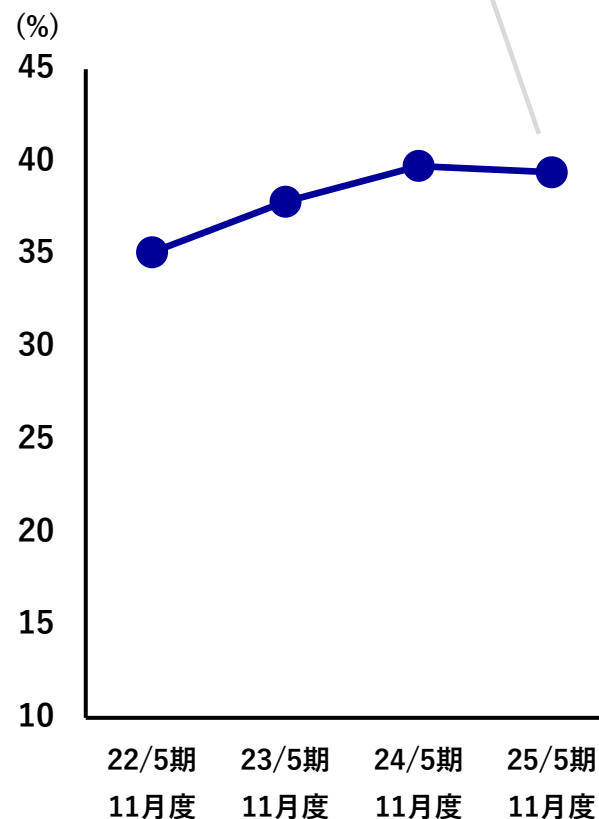


商品数

11,539 アイテム

売上高構成比
(在庫商品売上高)

39.4%



売上高構成比
拡大により
収益力強化へ

※ 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



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

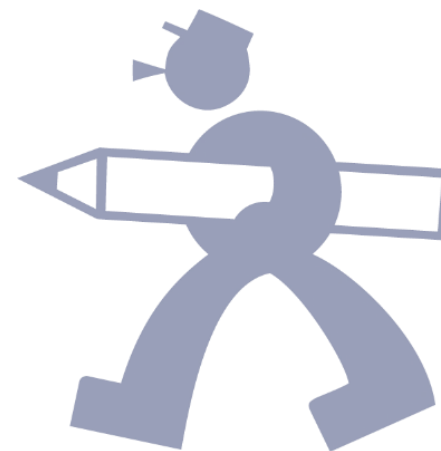
販促精度の向上

- ✓ 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

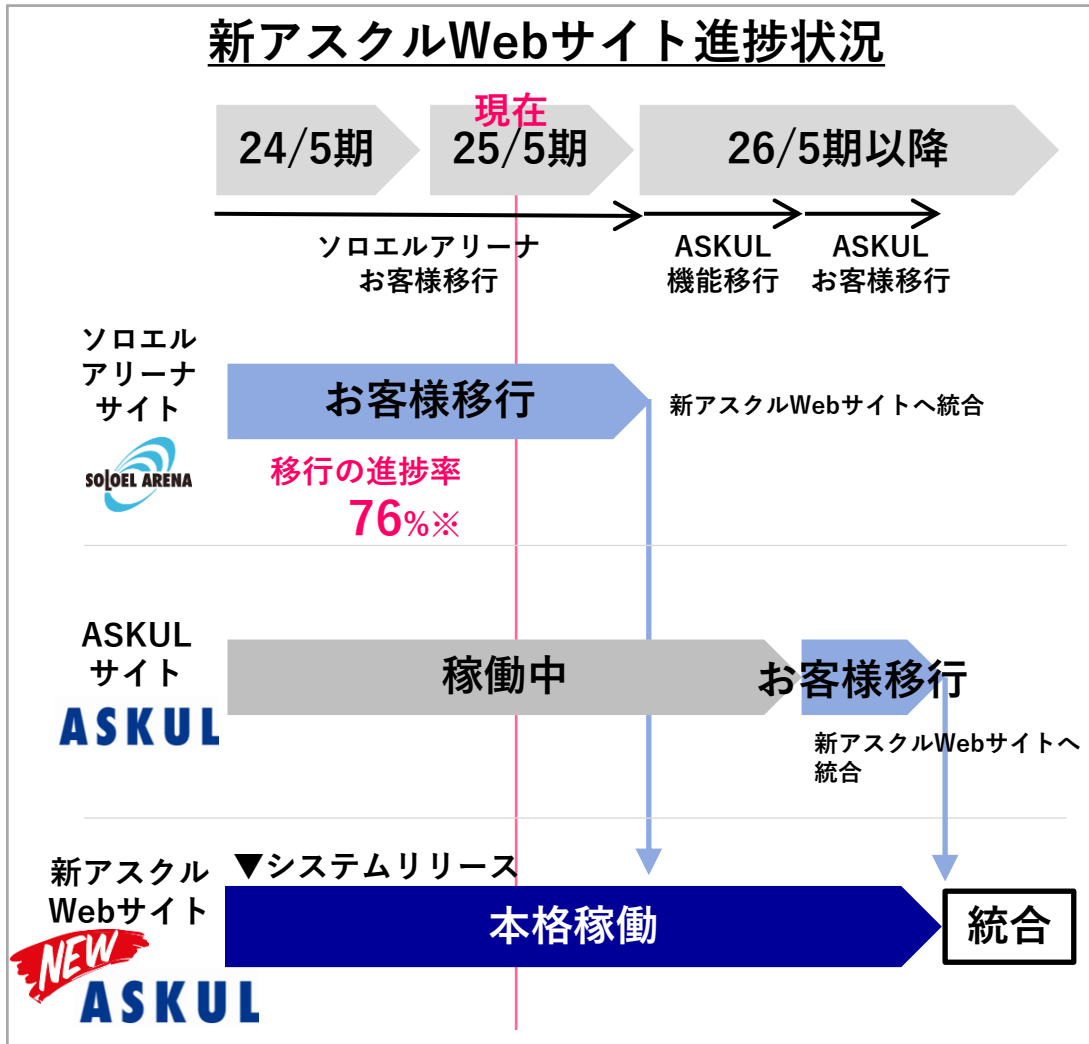
- I 25年5月期 第2四半期実績
- II 売上成長の課題と対応策
- III 事業の進捗**
- IV ESG
- V 付録





引き続き、お客様対応を優先しつつ慎重に移行を進める

新アスクルWebサイト進捗状況



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
- ✓ 2Q 期間で約2割のお客様の移行が完了

✓ 進捗率

25/5期 1Q

56%

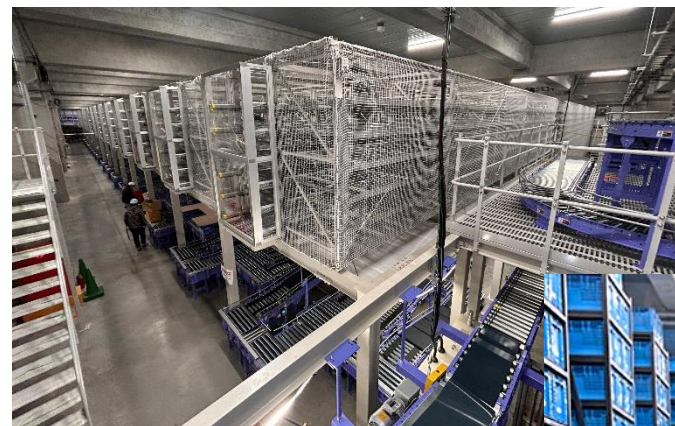
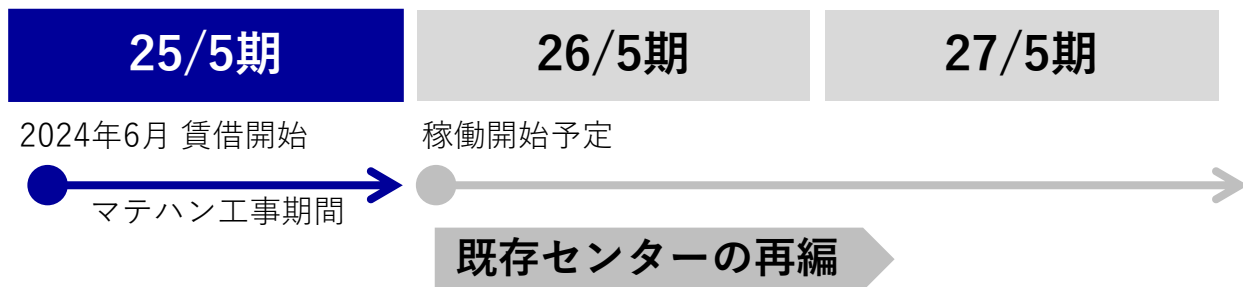
25/5期 2Q

76%

※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



26/5期 期初の稼働に向けマテハン工事は順調に進捗



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。画像はAVC関西に導入済みのもの

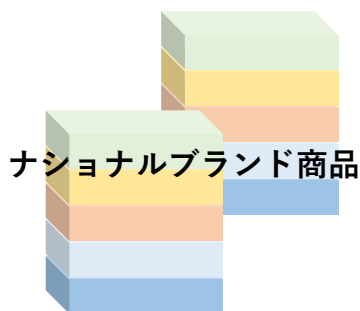


下期の売上高成長加速に向けてLINEヤフーと連携を強化

オリジナル商品への誘導

商品詳細ページから
オリジナル商品へ誘導する導線を設置

< 検索 今日は何をお探しですか? ≡



1/2 画像を見る

ティッシュペーパー 150組 (5箱入) 1セット (2パック)

ブランド:
★★★★★ 4.48 (3,905件のレビュー)

670円 (税込)
1つあたり335円 (税込)

さらにおトクなボックスティッシュ
オリジナル商品
※最新の価格や割引適用条件は遷移先の商品ページでご確認ください。

例)
ナショナルブランドのティッシュペーパーに対してオリジナル商品を提案

さらにおトクなボックスティッシュ
ティッシュペーパー 150組 (5箱入) オリジナルティッシュスマート...
590円 (4円/10組)
※最新の価格や割引適用条件は遷移先の商品ページでご確認ください。

他ストアとのコラボレーションクーポン

ヤフーショッピング内の他ストアと
コラボレーションしたクーポンを配布し相互送客

※今期中に実施予定

他ストア



1/4 画像を見る
シロカ ドリップ式コーヒーメーカー 3-4杯用 SCM-401
ブランド: シロカ
★★★★★ 4.25 (378件のレビュー)
3,980円 (税込)

送客枠
(クーポン)

例)
コーヒーメーカーを購入するお客様に
コーヒー粉の購入をおすすめ

LOHACO by ASKUL ロハコビューティー
ロハコで探す

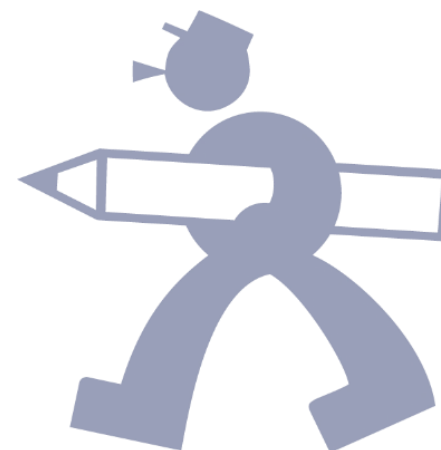


1/2 画像を見る
イチオシ 【コーヒー粉】オリジナルブレンド コク深め 1袋 (1kg) オリジナル
ブランド: ASKUL
★★★★★ 4.14 (7件のレビュー)
2,327円 (税込)

送客枠
(クーポン)



- I 25年5月期 第2四半期実績
- II 売上成長の課題と対応策
- III 事業の進捗
- IV ESG**
- V 付録





2024年9月

環境省「バリューチェーン全体での脱炭素化推進モデル事業」に参加

- ✓ モデル事業に参加しているサプライヤー（2社）のCO₂排出量の算定・目標設定・削減の取り組みを支援
- ✓ 本モデル事業で得られた知見を、エンゲージメント対象である93社に展開する予定

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/I7Sq/oon/CGyk.pdf>

2024年12月

統合報告書「ASKUL Report 2024」発行

- ✓ CEO・COO・CFO・CHOのメッセージ、CDXOと社外有識者による対談（バリューチェーンのDX強化、データドリブン発想への転換で見据えるアスクルの将来像など）、独立社外取締役の座談会、商品開発の戦略、各責任者・社員のメッセージなどを掲載



プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/BSCD/ZuYB/rEut.pdf>

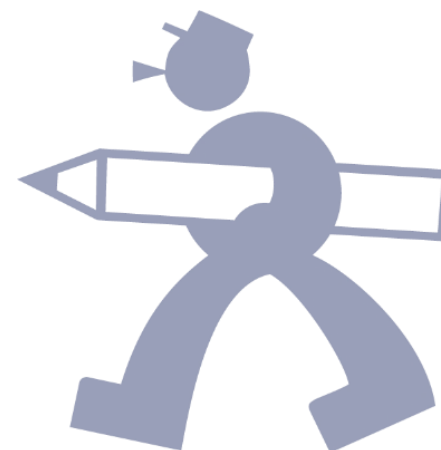
2024年12月

物流センターの障がい者スタッフ4名が優秀勤労者として3種の表彰で受賞

- ✓ 「優秀勤労障がい者 福岡県知事表彰」をスタッフ2名が受賞
- ✓ 「独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構 理事長努力賞 優秀勤労障がい者」をスタッフ1名が受賞
- ✓ 「東京都新宿区 障害者永年勤続者・協力企業等の表彰」をスタッフ1名、アスクルロジストが受賞
- ✓ 重要な戦力として障がい者雇用を継続しつづけ、多くの物流センターにおける雇用事例を全国で展開

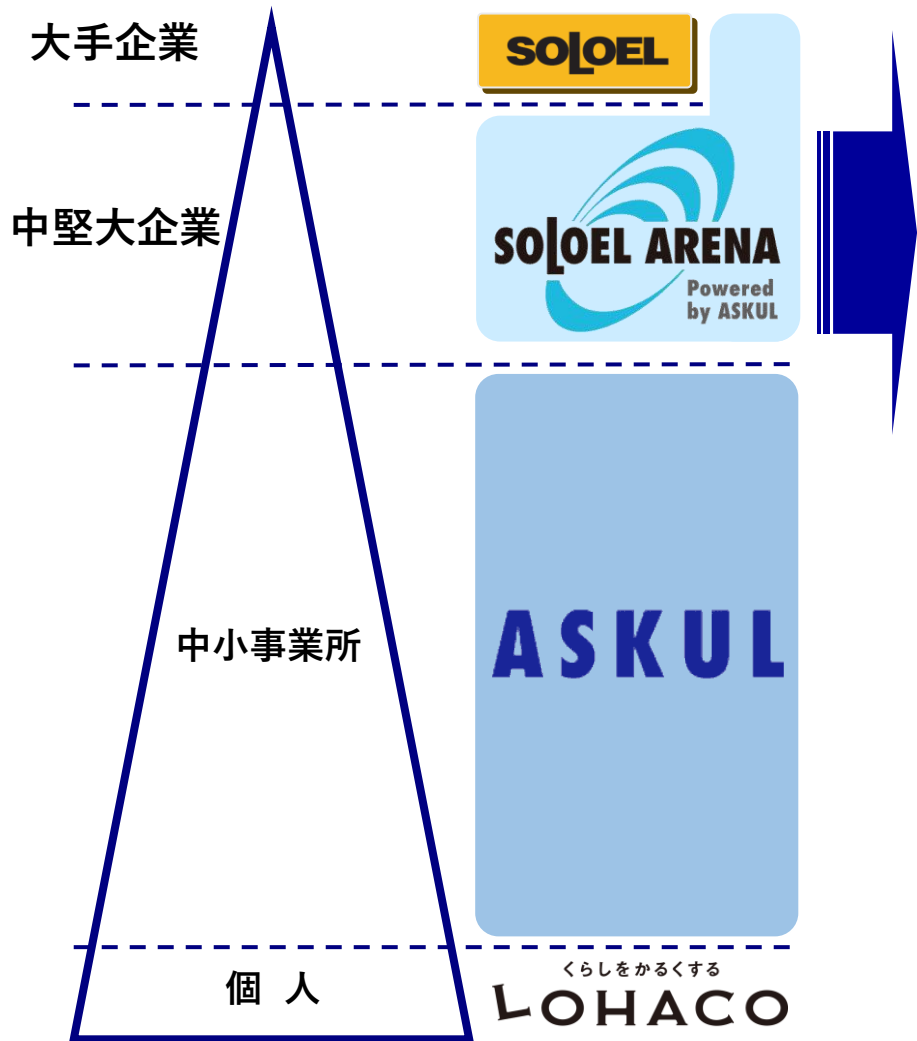
プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/BSCD/AOD4/txrF.pdf>

- I 25年5月期 第2四半期実績
- II 売上成長の課題と対応策
- III 事業の進捗
- IV ESG
- V 付録**





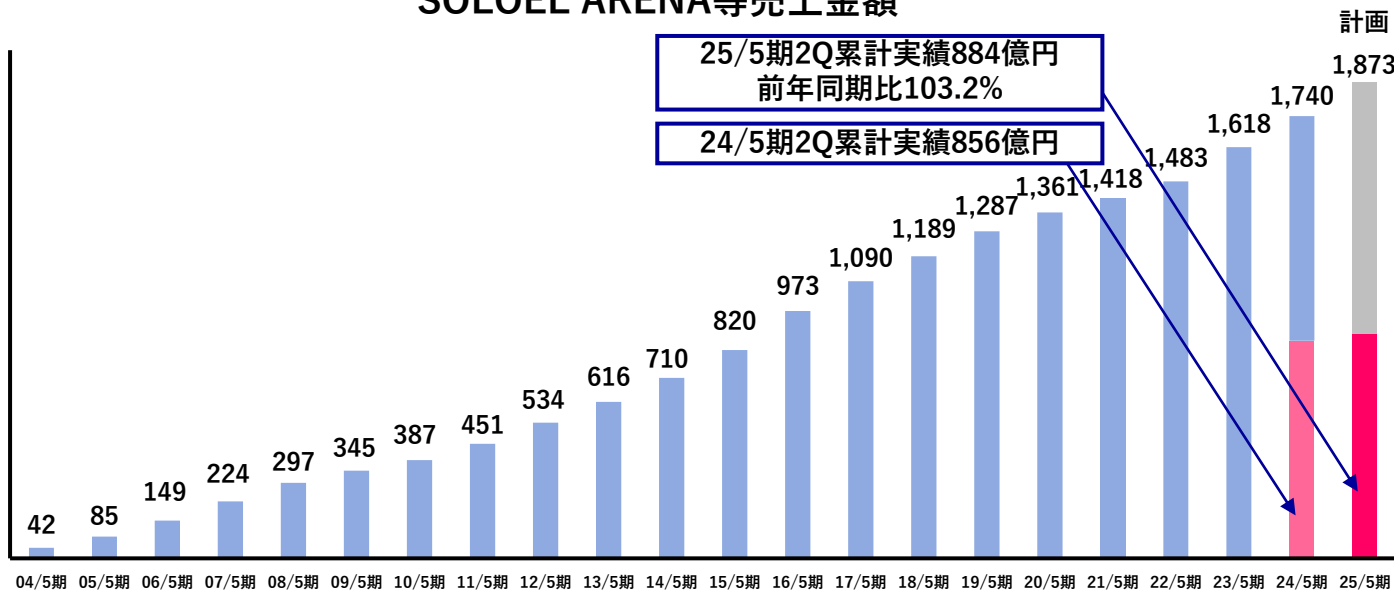
(億円)	24/5期 2Q累計			25/5期 2Q累計			
		構成比%	前年同期比%		構成比%	前年同期差	前年同期比%
OA・PC	511	26.7	107.0	515	26.2	3	100.7
文具	211	11.0	105.5	227	11.6	15	107.4
生活用品	703	36.7	98.1	724	36.9	21	103.0
ファニチャー	105	5.5	113.4	99	5.1	△ 6	94.1
MRO	218	11.4	105.5	222	11.3	4	102.1
メディカル	123	6.4	71.8	135	6.9	11	109.7
その他	44	2.3	146.5	39	2.0	△ 4	89.6
合計	1,918	100.0	101.1	1,964	100.0	45	102.4



(億円)

2,000
1,800
1,600
1,400
1,200
1,000
800
600
400
200
0

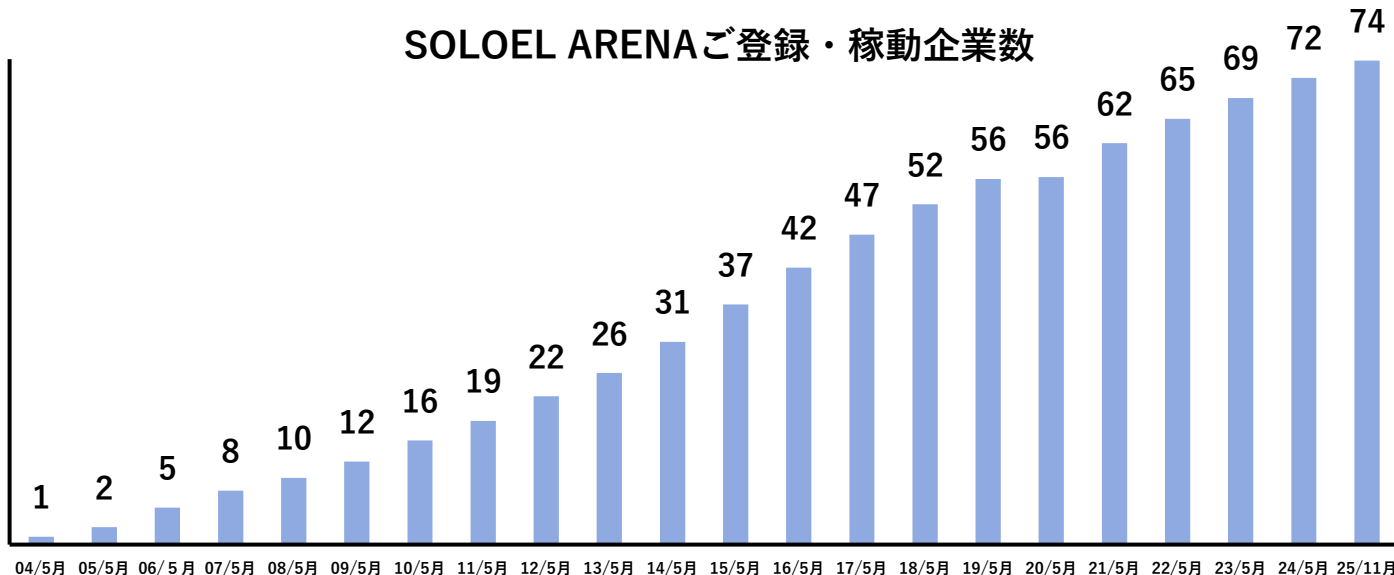
SOLOEL ARENA等売上金額



(千社)

70
60
50
40
30
20
10
0

SOLOEL ARENAご登録・稼動企業数





設備投資額 52億円 (年間計画 180億円)

ASKUL関東DC 15億円

基幹システムリプレイス 11億円

(参考) 減価・ソフトウェア償却費 46億円 (年間計画 94億円)

投資詳細

(単位：百万円)

科目名	24/5期 第2四半期	25/5期 第2四半期	
	金額	金額	前年同期比
【 設 備 投 資 額 】	4,137	5,206	25.8%
有 形 固 定 資 産	1,565	2,145	37.0%
無 形 固 定 資 産	2,571	3,060	19.0%
建 設 仮 勘 定 (注 2)	2,009	7,841	290.2%
ソ フ ト ウ ェ ア 仮 勘 定 (注 2)	1,804	3,916	117.0%

(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



(単位：アイテム)

	24/5期 11月度	25/5期 11月度	前年同月度差
オリジナル商品数	15,561	18,046	+2,485
単体売上高構成比 (うちASKUL事業)	33.7% (39.8%)	33.8% (39.4%)	+0.1pt (△0.4pt)

(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 2Q 売上総利益、販売費及び一般管理費

連結



売上総利益 571億円 前年同期差 △4億円

売上総利益率 24.0% 前年同期差 △0.9pt

✓ 為替ポジションの影響

販管費 511億円 前年同期差 +7億円

販管費比率 21.5% 前年同期差 △0.3pt

販売費及び一般管理費の明細 (2025年5月期 第2四半期 決算短信から)

科目	24/5期 第2四半期		25/5期 第2四半期		前年同期比 (%)
	金額 (百万円)	売上比 (%)	金額 (百万円)	売上比 (%)	
人件費	12,879	5.6	12,459	5.2	96.7
配送運賃	11,214	4.8	10,991	4.6	98.0
業務外注費	2,450	1.1	3,040	1.3	124.1
業務委託費	5,670	2.5	5,781	2.4	102.0
地代家賃	5,551	2.4	6,227	2.6	112.2
貸倒引当金繰入額	29	0.0	14	0.0	50.8
減価償却費	1,908	0.8	2,116	0.9	110.9
ソフトウェア償却費	2,322	1.0	2,503	1.1	107.8
その他諸経費	8,362	3.6	8,016	3.4	95.9
合計	50,388	21.8	51,153	21.5	101.5




	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「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）。
2024年5月現在、EV20台を運用 
- サプライチェーン全体のCO₂排出量削減
サプライチェーンのCO₂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て活動中

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4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)」よりくず入れ2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開始

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)の取組み



- 2024年 TNFDフォーラムに参画
SBT「ネットゼロ認定」取得
- 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



TNFDとは企業や金融機関が、自然資本および生物多様性に関するリスクや機会を適切に評価、開示するための枠組みを構築する国際的なイニシアチブ



「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、国際的な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

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 33.1%※(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(2024年11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・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回目の支援先は、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)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



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	1,247万	1,408万
在庫商品	12.9万	16.6万	25.8万
オリジナル商品	8,700	9,600	11,010

22/5期

23/5期

24/5期

25/5期

39

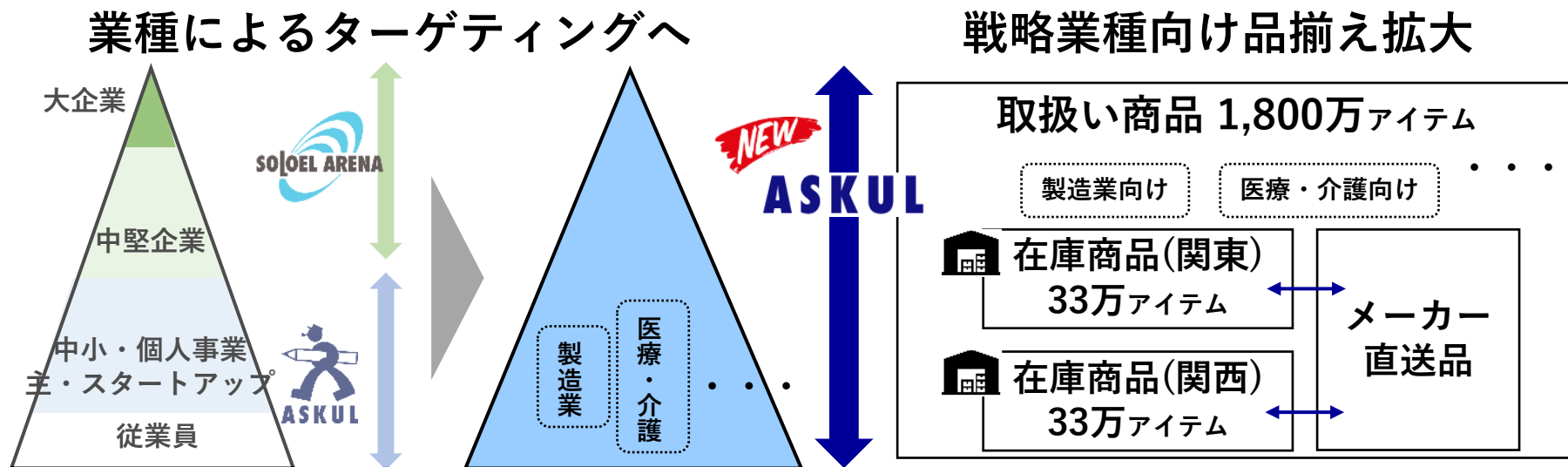


中期経営計画実現は通過点、さらなる企業価値向上へ

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



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