

2022年5月期 第2四半期 決算概要

2021年12月16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) 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。

「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・小口貨物輸送サービスを指します。

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。



2Q連結業績はほぼ計画線の着地 売上高、利益とも過去最高を更新

- BtoBは感染対策商品の反動減に加え、オフィス用品の需要低迷の影響を受けるもプラス成長を確保、コストコントロールにより利益は計画通りの進捗
- LOHACOはZホールディングスと連携した新本店の機能追加により成長回復
来期黒字化に向けて下期はさらなる収益改善に取り組む

中期経営計画における成長シナリオを遂行中

- 3Qからロングテール商品の拡大が本格スタート、今期1,100万アイテムへ
- ASKUL東京DCは半導体供給不足の影響により稼働が延伸する見込みも
中期経営計画の目標数値には影響なし
- 物流変動費比率の改善に向けたプラットフォーム改革の取り組みを推進

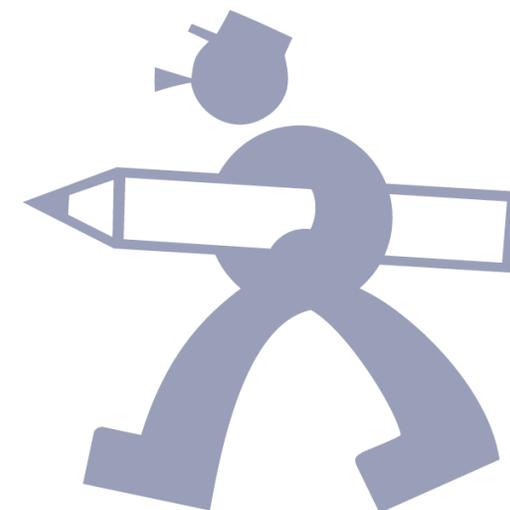
I 22年5月期第2四半期実績

II BtoB

III BtoC

IV ESG・DX

V 付録





(百万円)	21/5期 2Q累計			22/5期 2Q累計			
	実績	売上高 比率 %	参考値 ※	実績	売上高 比率 %	前年 同期比 %	参考値 ※
売上高	206,452	100.0	203,887	209,038	100.0	101.3	102.5
売上総利益	51,283	24.8	50,776	50,924	24.4	99.3	100.3
販売費及び 一般管理費	45,357	22.0	44,850	44,228	21.2	97.5	98.6
営業利益	5,926	2.9		6,696	3.2	113.0	
経常利益	5,908	2.9		6,716	3.2	113.7	
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,453	1.7		4,546	2.2	131.6	

- **売上高**
前年同期比101.3%
(実質102.5%※)
過去最高更新
- **販管費比率**
前年同期差 $\Delta 0.8$ pt
- **営業利益・経常利益**
当期純利益
過去最高益更新

22/5期 第2四半期 業績比較【四半期別・事業別】

連結

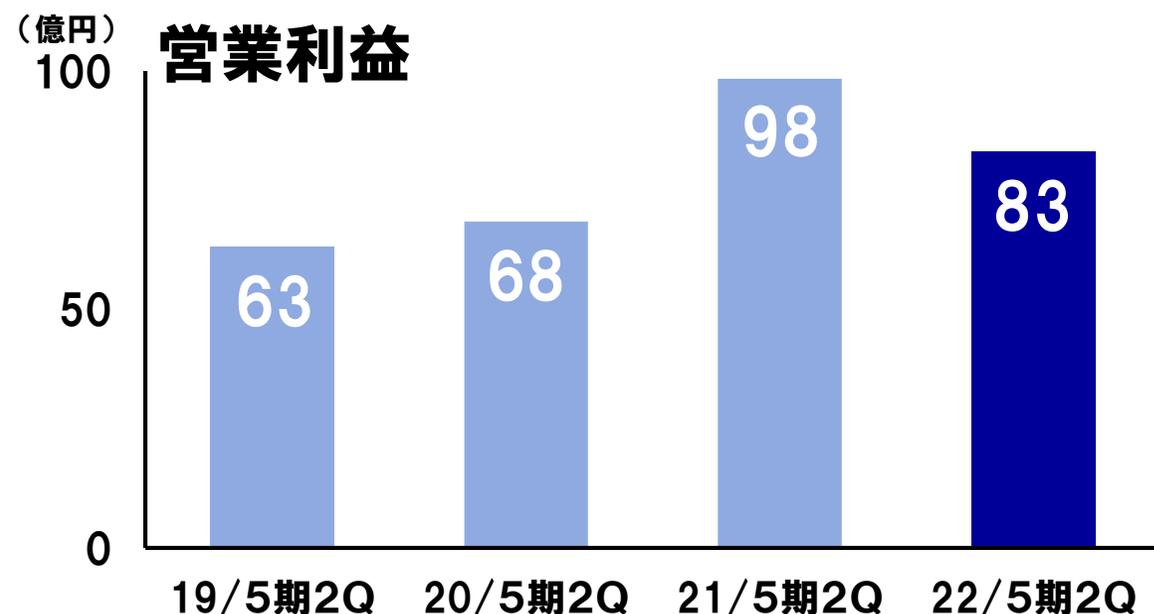


		21/5期					22/5期				
		1Q	2Q	参考値 ※	3Q	4Q	1Q	2Q	前年 同期差	前年 同期比 %	参考値 ※
売上高	BtoB事業	811	877	866	874	888	834	861	△ 16	98.2	99.5
	LOHACO	129	127	125	131	140	126	139	12	109.7	111.6
	BtoC事業(チャーム含む)	168	168	165	171	176	167	180	12	107.2	109.0
	eコマース事業	980	1,046	1,032	1,045	1,065	1,001	1,042	△ 3	99.6	101.0
	ロジスティクス事業・その他	21	16	16	20	25	23	23	7	144.6	144.6
	連結合計	1,001	1,062	1,048	1,065	1,091	1,024	1,065	3	100.3	101.7
営業利益	BtoB事業	47	51		56	45	42	41	△ 10	80.0	
	LOHACO	△ 12	△ 11		△ 9	△ 8	△ 9	△ 8	2	—	
	BtoC事業(チャーム含む)	△ 12	△ 11		△ 9	△ 8	△ 8	△ 6	4	—	
	決算賞与(引当含む)	—	△ 8		△ 1	0	△ 0	0	8	—	
	eコマース事業	34	31		45	37	33	34	2	107.9	
	ロジスティクス事業・その他	△ 4	△ 2		△ 2	△ 1	0	0	2	—	
	連結合計	29	29		43	36	32	34	4	116.6	



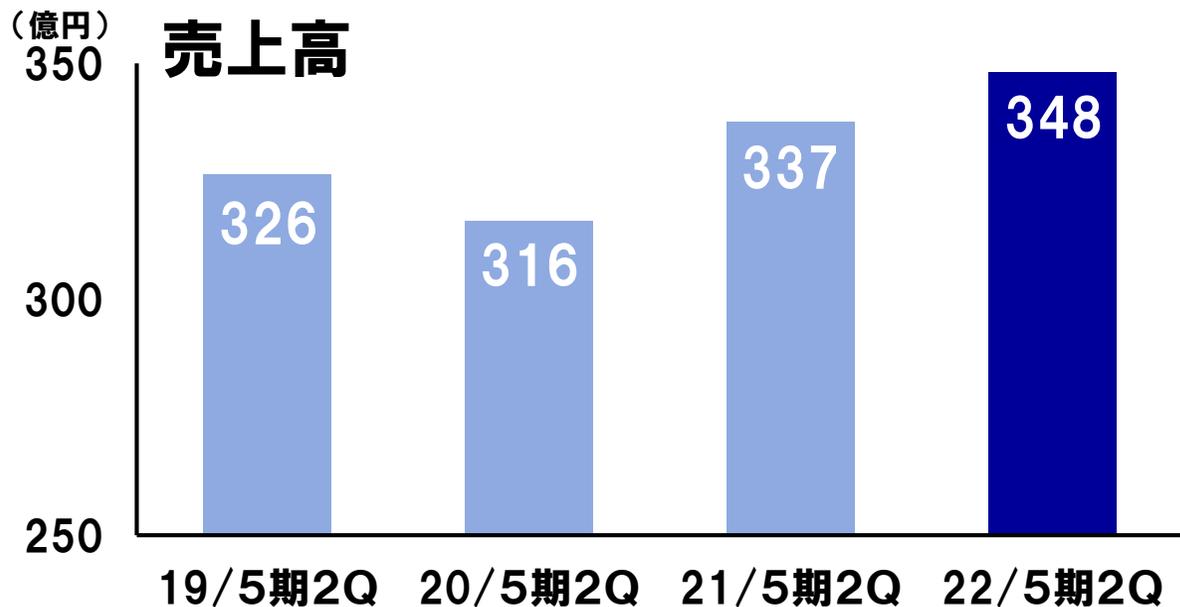
➤ 売上高

前年同期比 100.4%(実質101.6%*)
感染対策商品の反動減に加え
オフィス用品の需要が低迷するも
プラス成長を確保



➤ 営業利益

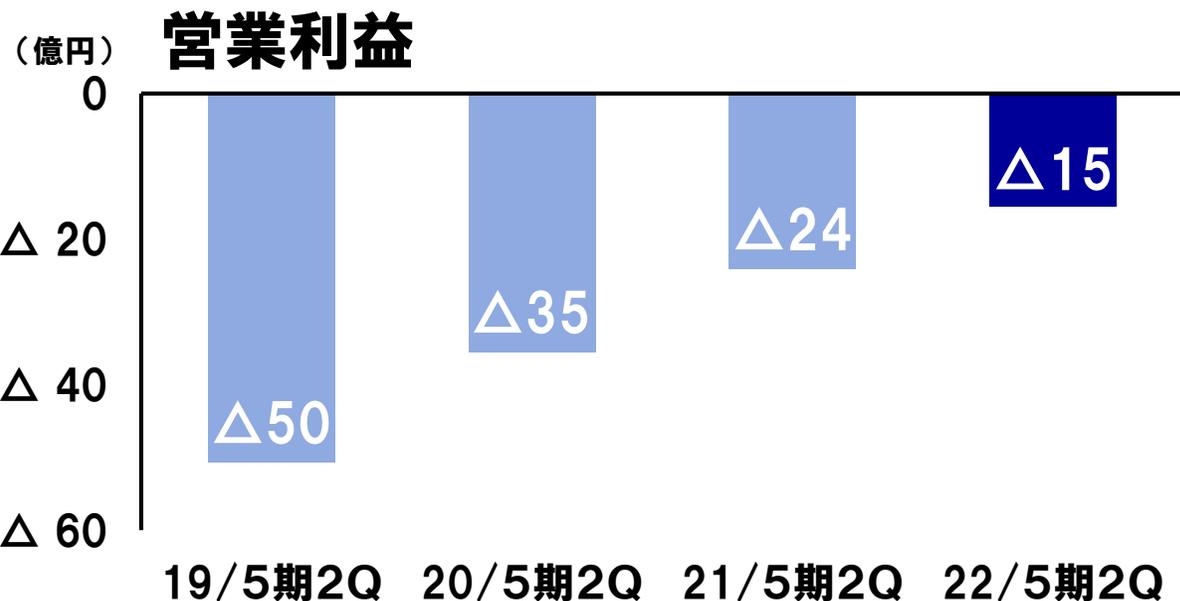
前年同期比 84.4%
一時的な成長率低下の影響を
コストコントロールにより吸収
計画通りの進捗



➤ 売上高

前年同期比 103.2% (実質104.7%*)

Zホールディングスと連携した
新本店の継続的な機能追加で
LOHACOの2Qは実質二桁成長

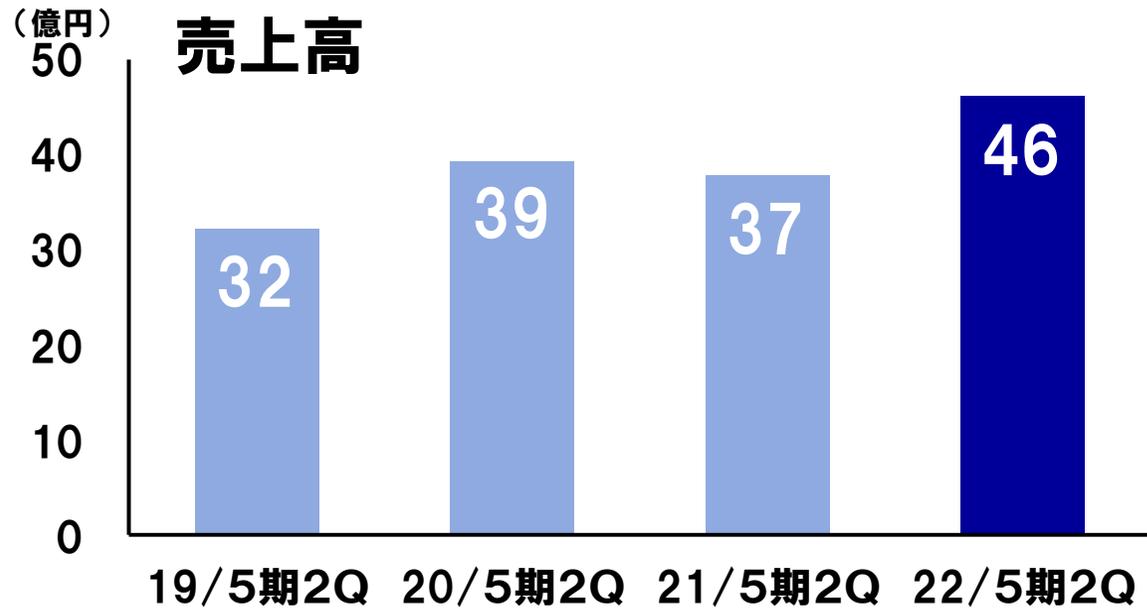


➤ 営業利益

前年同期差 +8億円

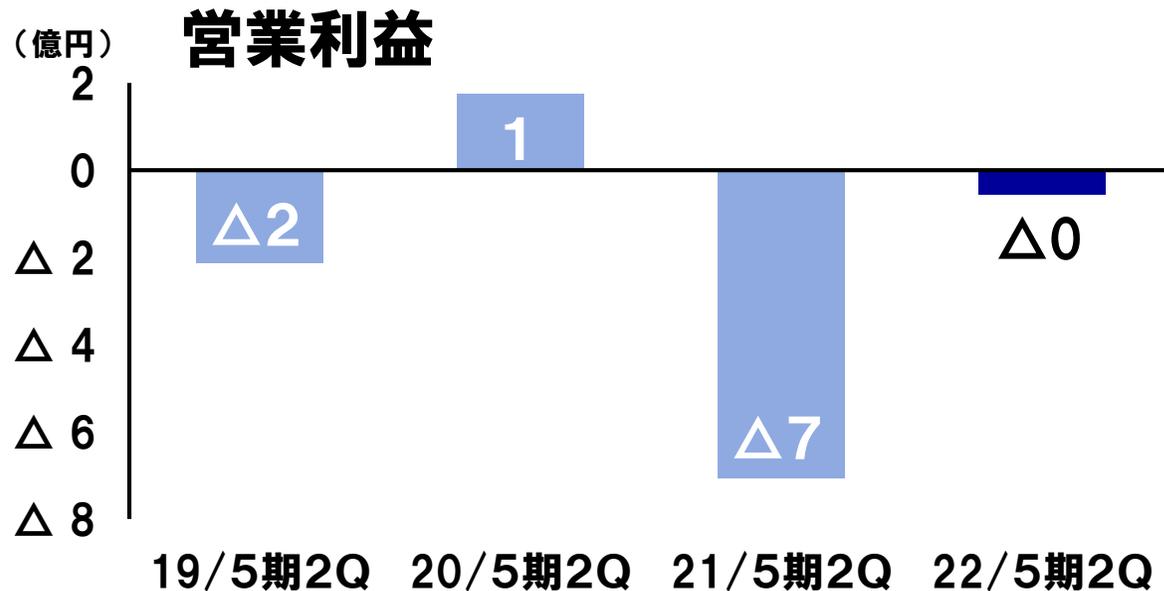
LOHACOの改善に加え、
グループ会社のチャームが好調

22/5期 第2四半期業績(累計) ロジスティクス事業・その他 [連結](#)



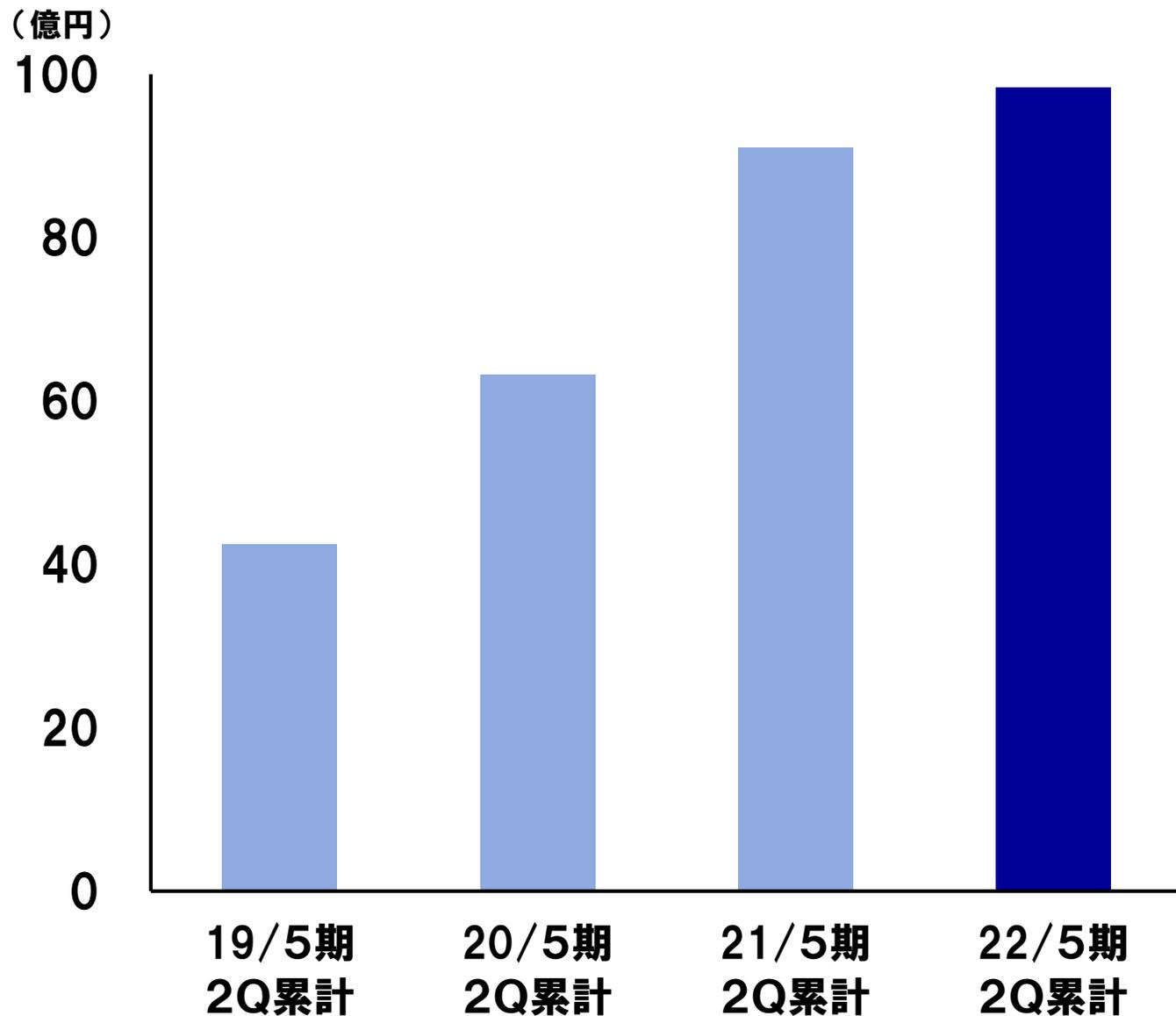
➤ 売上高

前年同期比 122.2%
3PL事業の拡大により増収



➤ 営業利益

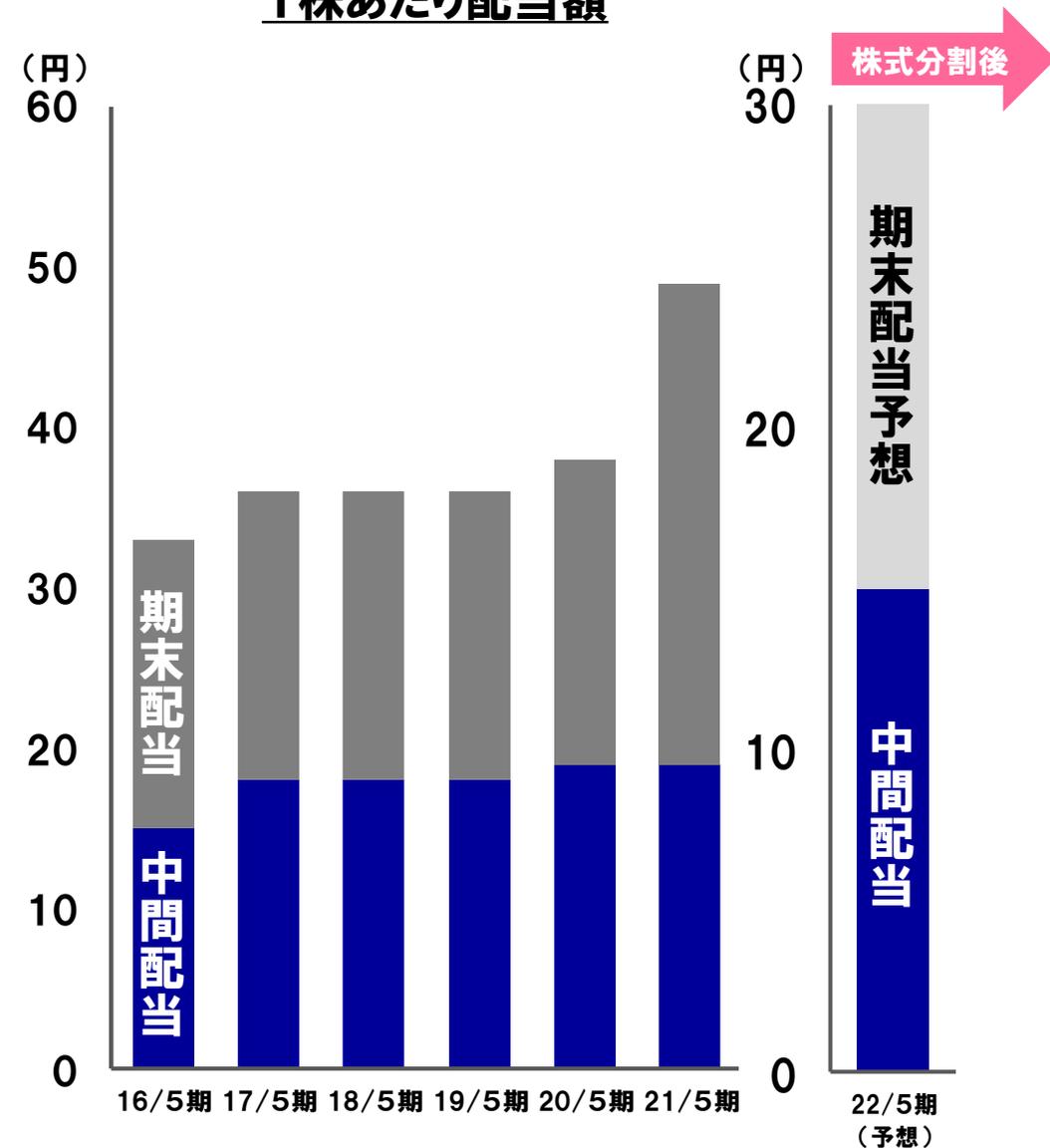
前年同期差 +6億円
計画通りの収益改善
通期黒字転換へ



過去最高
更新



1株あたり配当額



期初計画通り中間配当を増配

22/5期 中間配当

⇒1株あたり配当金15円

分割後基準※で5.5円の増配

利益成長に応じて増配

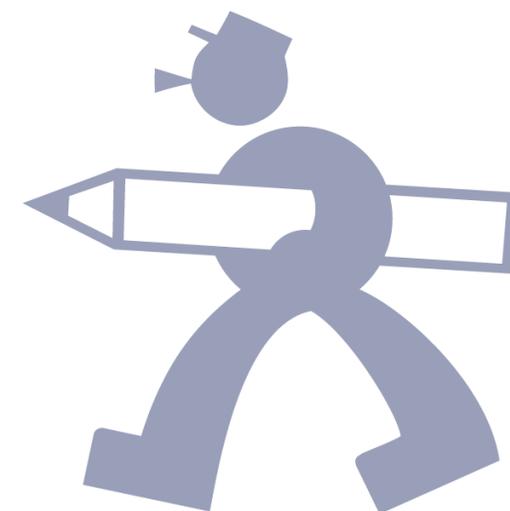
I 22年5月期第2四半期実績

II BtoB

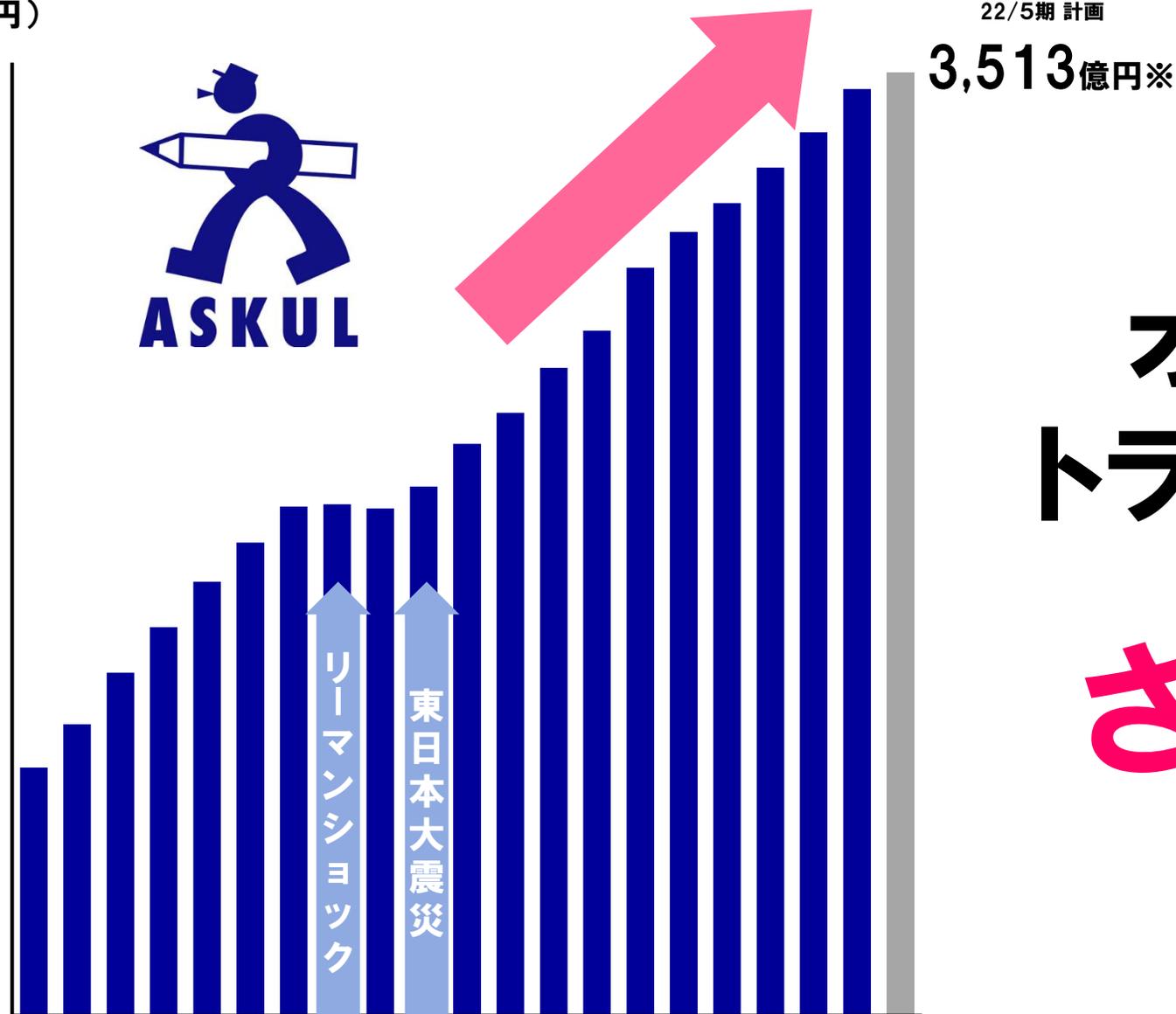
III BtoC

IV ESG・DX

V 付録



(円)



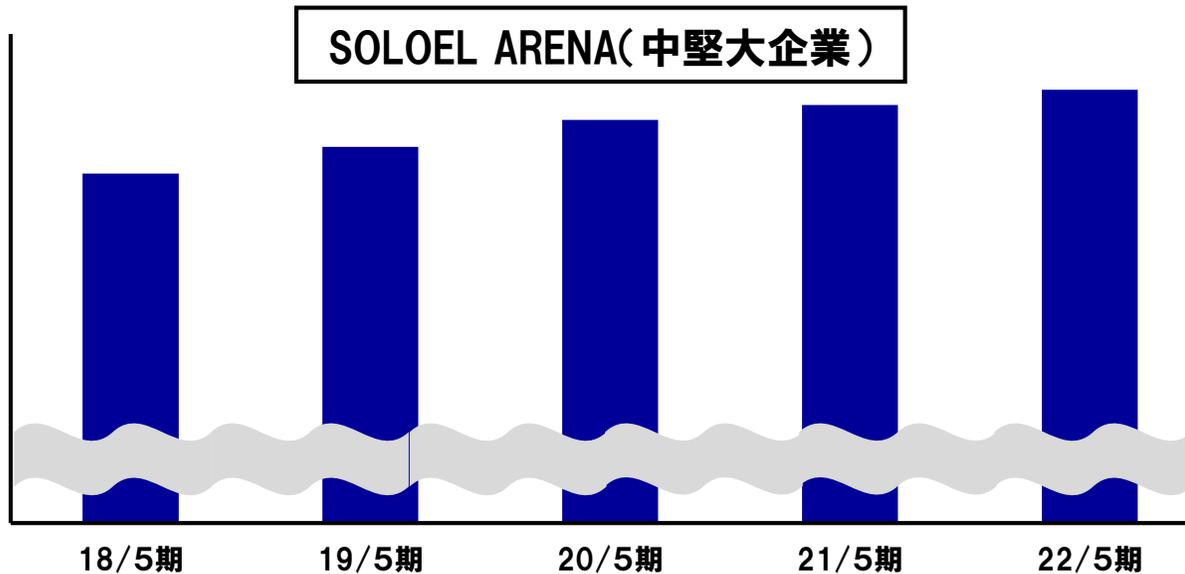
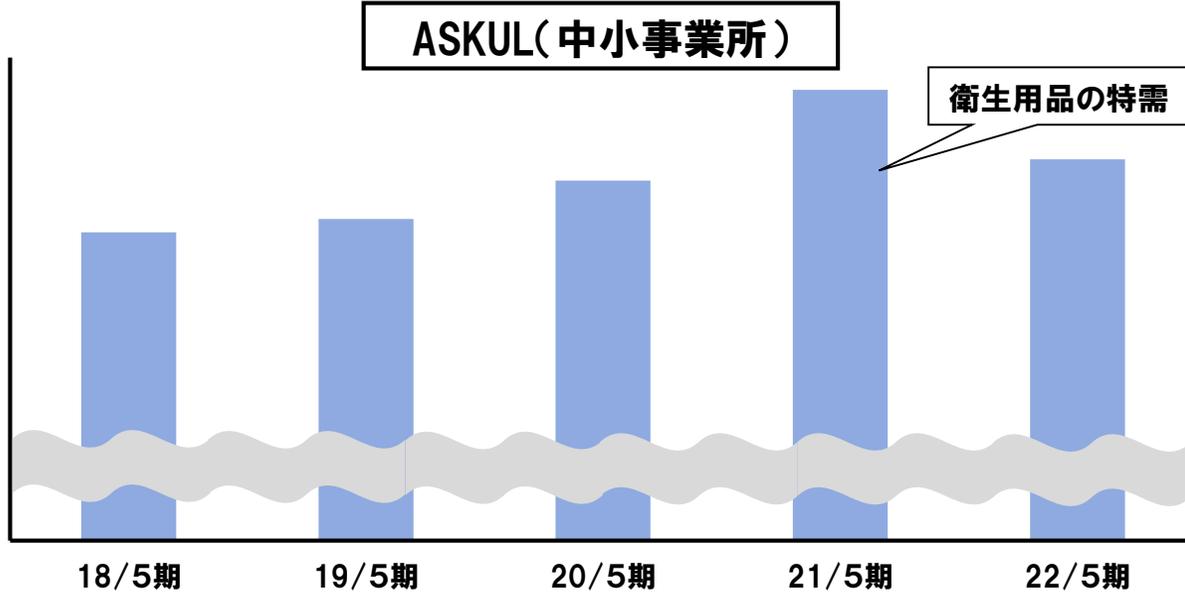
オフィス通販からの トランスフォーメーション

さらなる成長へ

02/5期 04/5期 06/5期 08/5期 10/5期 12/5期 14/5期 16/5期 18/5期 20/5期 22/5期

Copyright © ASKUL Corporation All Rights Reserved.

※今期より収益認識に関する会計基準等を適用



購入お客様数は
成長基調を継続

商材拡大×Web戦略
成長率を上げる



メディカル 中長期的な注力カテゴリとして反動減一巡後は再成長へ

生活用品・MRO 成長分野としてニーズの変化に応じた品揃えを加速

それ以外 従来型オフィス用品はトップシェア商品群のシェア向上を目指す

(億円)	20/5期 2Q		21/5期 2Q		21/5期 3Q		21/5期 4Q		22/5期 1Q		22/5期 2Q					
	売上高	構成比 %	前年同期差	前年同期比 %	前々年同期差	前々年同期比 %										
OA・PC	253	32.7	239	29.8	240	30.3	242	29.9	222	29.1	234	29.7	△ 4	98.0	△ 18	92.5
文具	111	14.4	101	12.7	101	12.8	115	14.3	95	12.5	99	12.6	△ 1	98.1	△ 11	89.4
生活用品	203	26.2	205	25.6	194	24.6	197	24.4	221	28.9	217	27.5	11	105.4	13	106.8
ファニチャー	51	6.6	51	6.4	54	6.9	68	8.5	50	6.6	51	6.5	△ 0	99.2	△ 0	99.5
MRO	89	11.5	90	11.3	90	11.5	93	11.5	88	11.6	94	11.9	3	104.3	4	105.6
メディカル	46	6.0	93	11.7	90	11.5	74	9.2	71	9.3	74	9.4	△ 19	78.9	27	159.5
その他	20	2.6	20	2.5	19	2.5	18	2.3	15	2.0	19	2.5	△ 0	97.5	△ 0	96.3
合計	776	100.0	803	100.0	792	100.0	811	100.0	765	100.0	790	100.0	△ 12	98.5	14	101.9

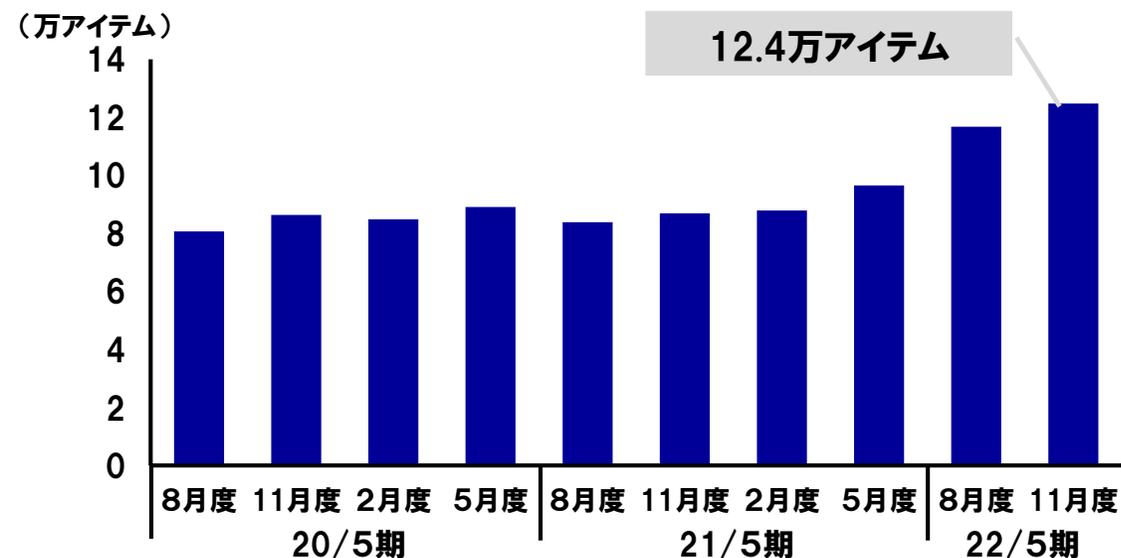
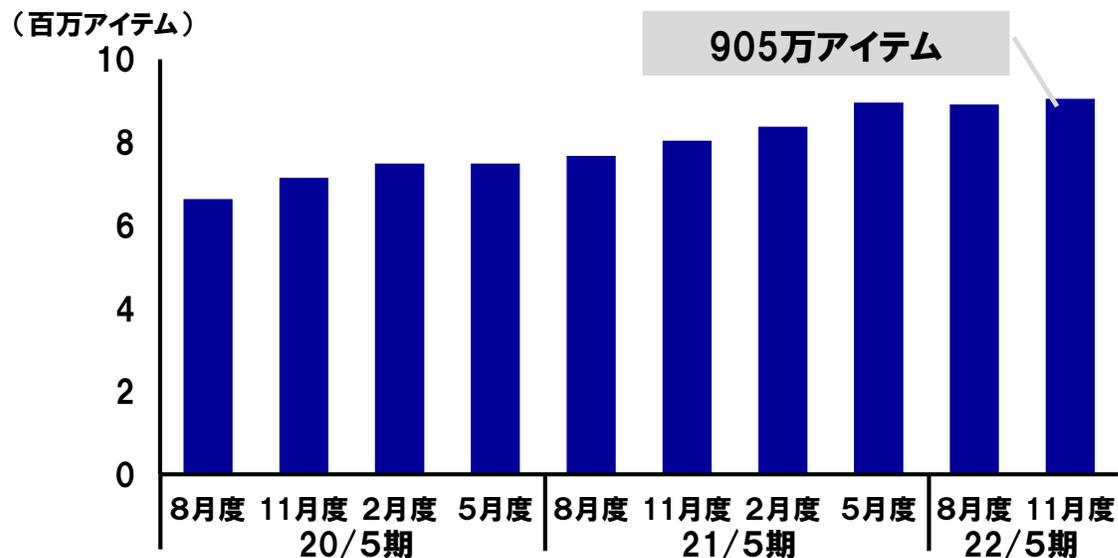


取扱い商品 (中期目標1,800万アイテム)

- ✓ 2Q期間 +13万アイテム超
 新規取扱商品 : +36万アイテム超
 販売停止商品 : △22万アイテム超
 (廃番や半導体供給不足の影響による)
- ✓ 下期に200万アイテム増加予定

在庫商品 (中期目標33万アイテム)

- ✓ 2Q期間 +約8,000アイテム
 LOHACO専用品のBtoBでの販売開始と
 新商品の計画的な在庫化実施
- ✓ AVC関西での在庫拡大スピードを加速



BtoB 品揃え拡大(オリジナル商品※)

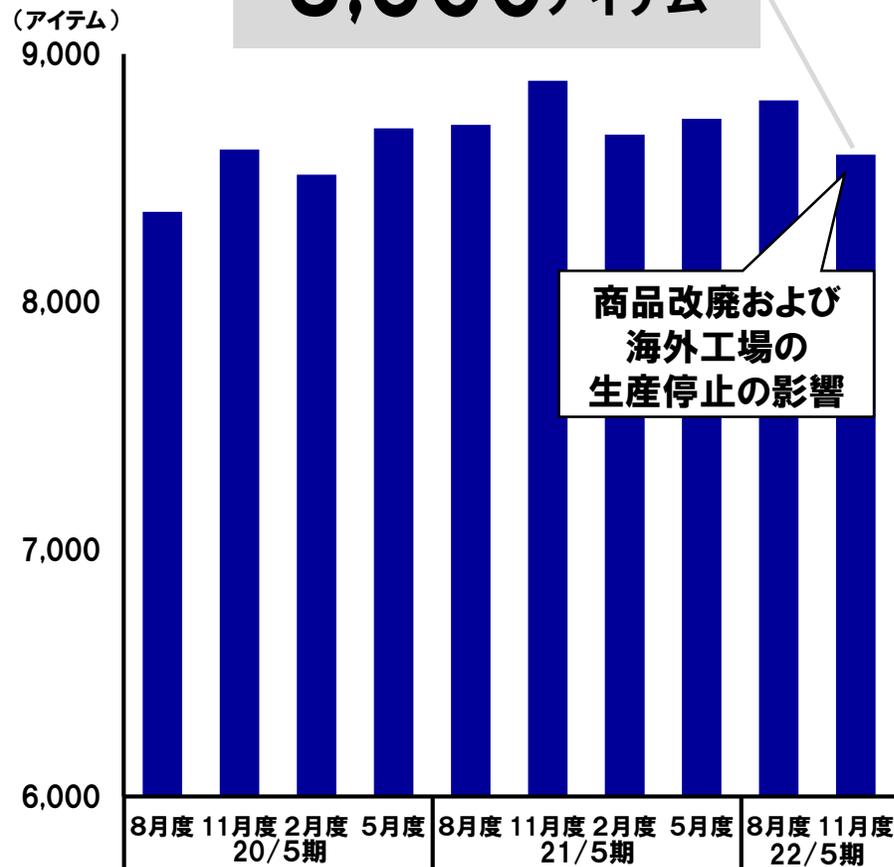
単体



商品数

(中期目標1.2万アイテム)

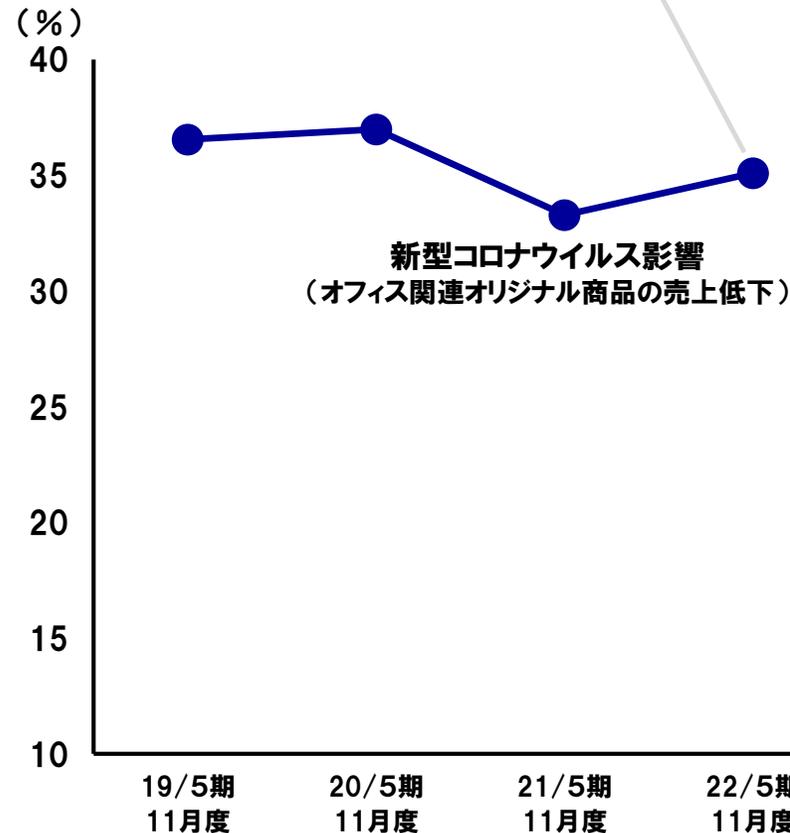
8,500アイテム



売上高構成比

(BtoB在庫商品売上高)

35%



戦略2大業種向け オリジナル商品 開発強化

下期500アイテム 増加予定

※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

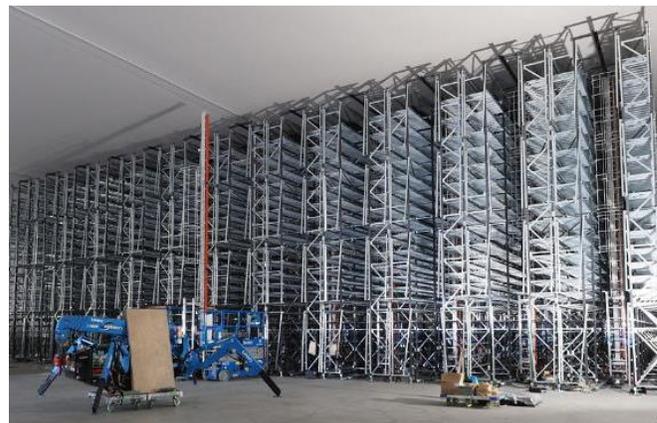


東日本最先端フラッグシップセンター

マテハン工事進行状況

- ✓ 半導体供給不足の影響により稼働開始時期が数カ月延伸
(2022年中に稼働開始の見込み)

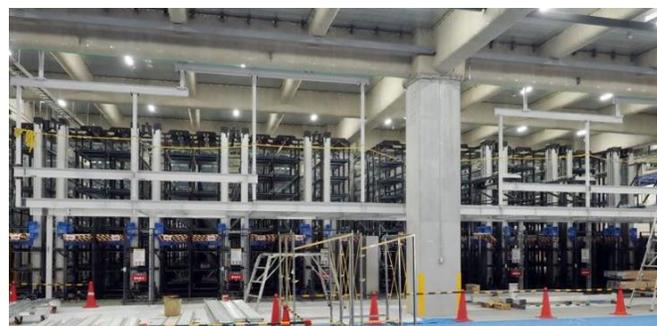
- ✓ 中期経営計画の数値目標に影響なし



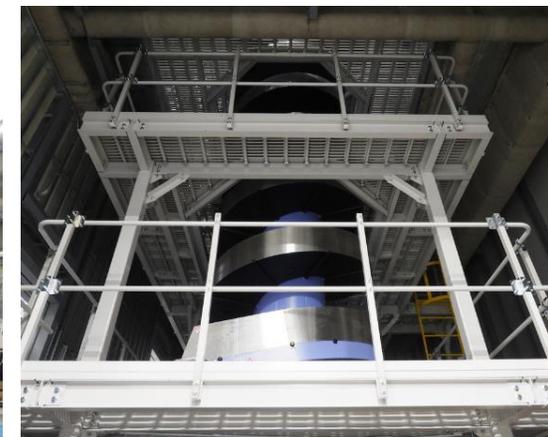
ケース品自動倉庫(階高 9.9m)



バケット自動倉庫



仕分シャトル



スパイラルコンベア

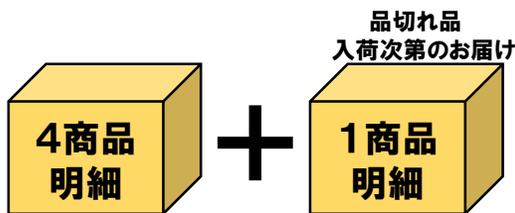


ECの最大コストである配送コスト削減への取り組み

在庫量適正化による品切れ率改善
前年同期比 約 **3割減**

- ✓ 近隣外部倉庫の活用
- ✓ IT活用による発注数量精度向上
- ✓ サプライヤとのコミュニケーション改善

【品切れ時】
荷分かれ発生



品切れ
解消

【通常】
1オーダー1ボックス



AIを活用した在庫配置最適化
実証実験開始

電気通信大学、タイムインターメディア社と連携

実証実験の目的

- ✓ 荷分かれ低減
- ✓ 遠距離配送費削減
- ✓ 在庫量の抑制
- ✓ 配送効率向上



関連プレスリリース

<https://pdf.irpocket.com/C0032/ZJpV/ozZH/sj5t.pdf>

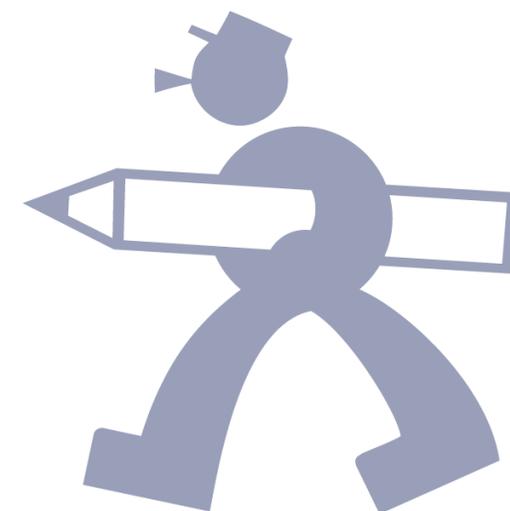
I 22年5月期第2四半期実績

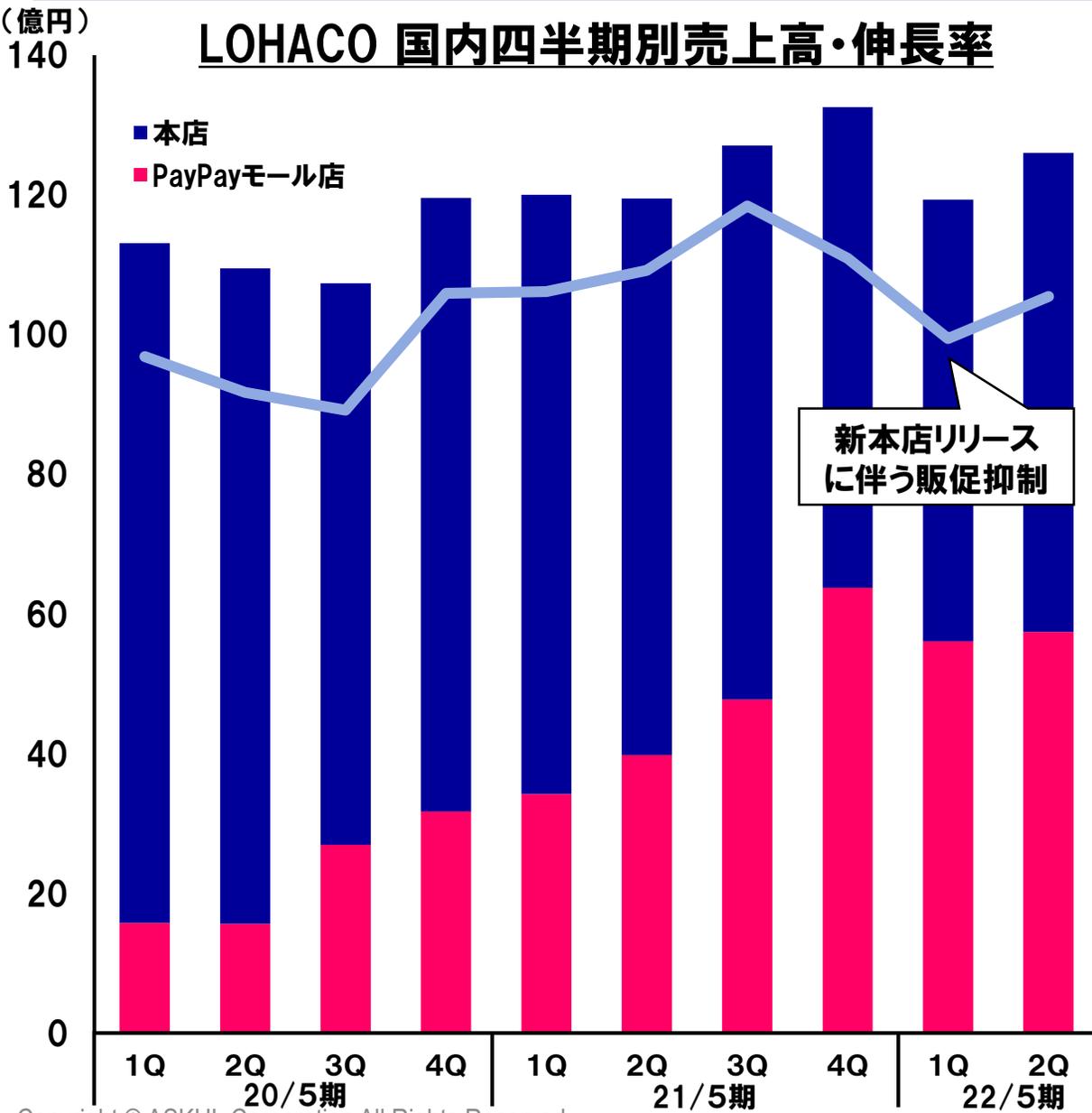
II BtoB

III BtoC

IV ESG・DX

V 付録





グループシナジーでさらなる成長を目指す

ちよら ペイペイ まつり
超PayPay祭 日曜は **30.5%** 最大※
11/28(日) 23:59まで 相当戻ってくる
※条件を満たした場合

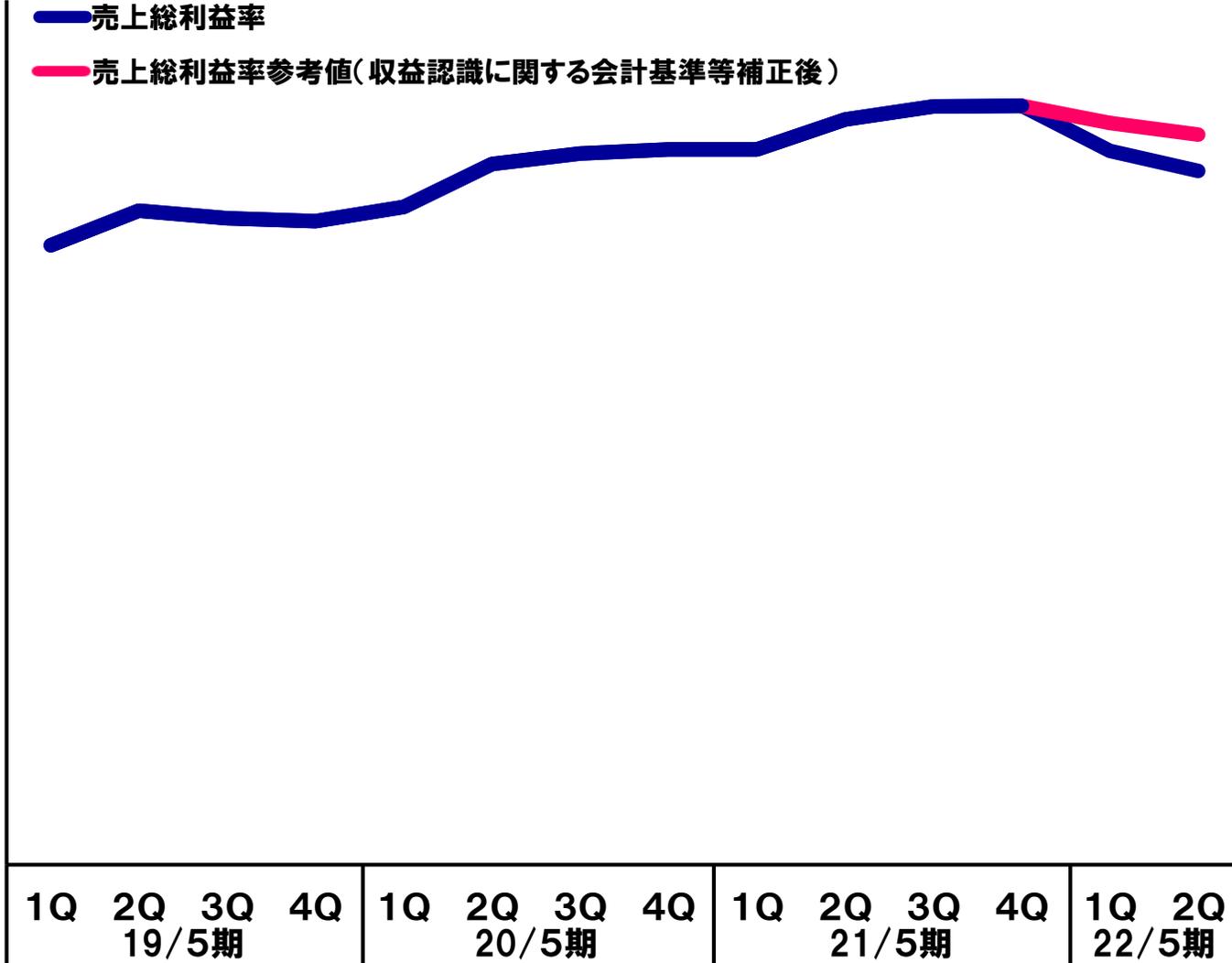
超PayPay祭(10/18~11/28)

LOHACO WEEK

LOHACO WEEK(10/6~26、10/28~11/18)



(%)



22/5期 2Q期間
前年同期差 $\Delta 1.8\text{pt}$



収益認識に関する会計基準等の適用を補正後

前年同期差 $\Delta 0.5\text{pt}$

海外構成比増 $\Delta 0.8\text{pt}$
 国内商品粗利率の改善 $+0.3\text{pt}$
 (足元11月度国内は **+1.1pt改善**)



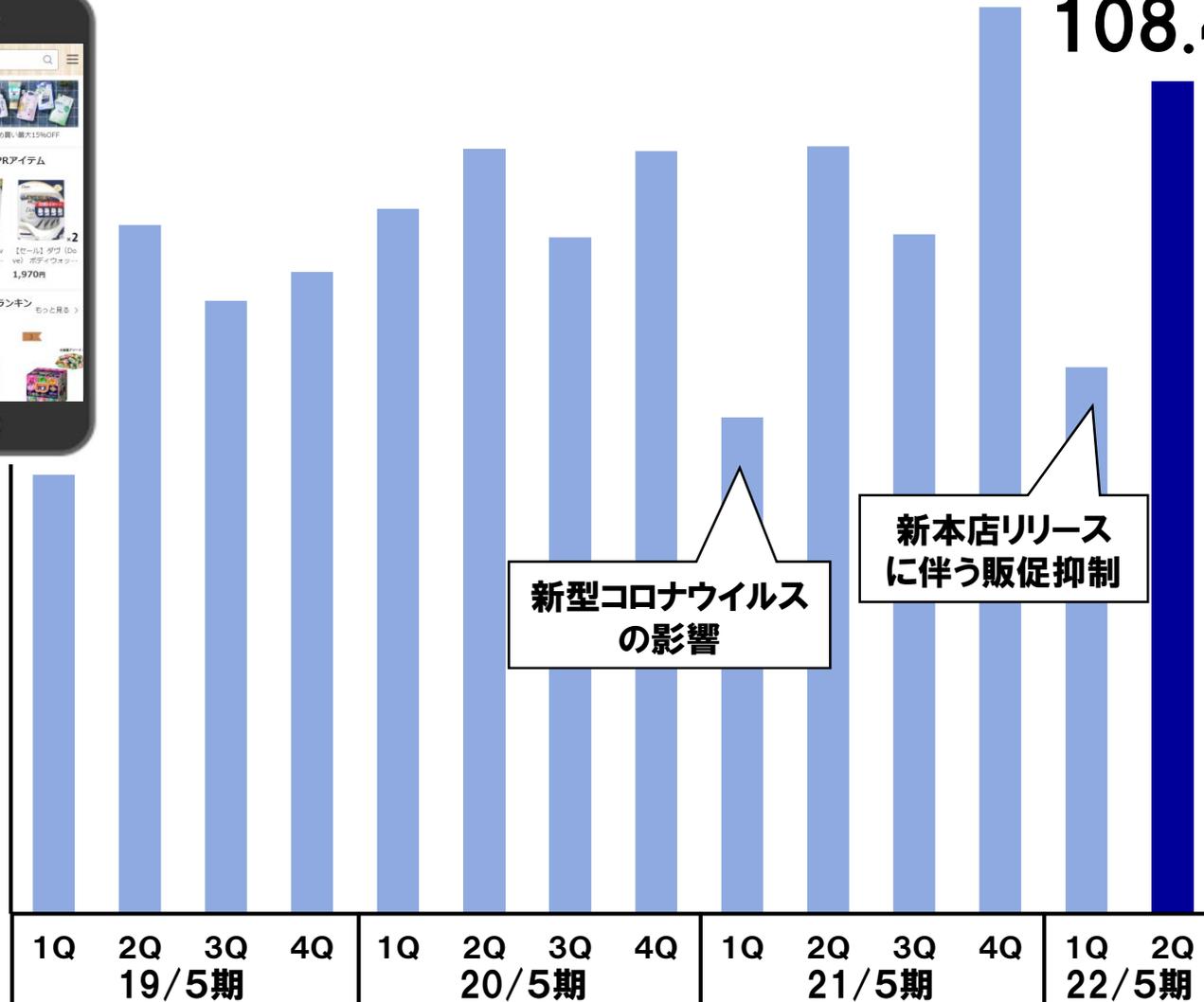
(円)

広告掲載イメージ



2Q期間
前年同期比

108.4%



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

新本店の
販促再開により
改善



LOHACOマーケティングプラットフォーム(LMP)

調査/分析

テストマーケティング

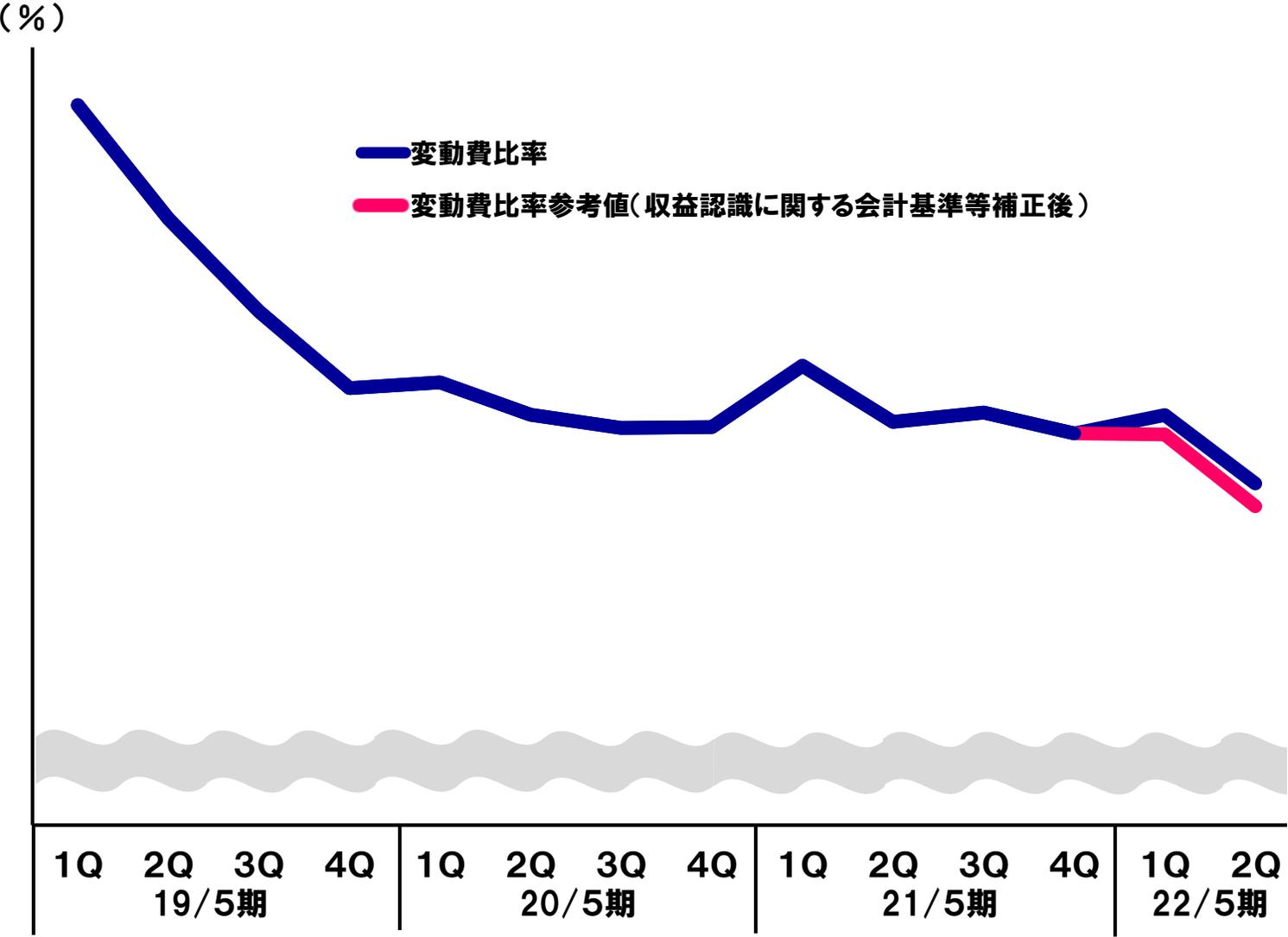
新商品発売

ブランド育成

購買データ分析支援・効果検証レポート提供等、多フェーズでの広告ビジネスを展開

新商品テストマーケティング支援サービス 「LMP Insight Test」開始

メーカー直結のECの強みを活かし
広告ビジネスから
ソリューションビジネスへ進化



22/5期 2Q実績
前年同期差 $\Delta 0.9\text{pt}$

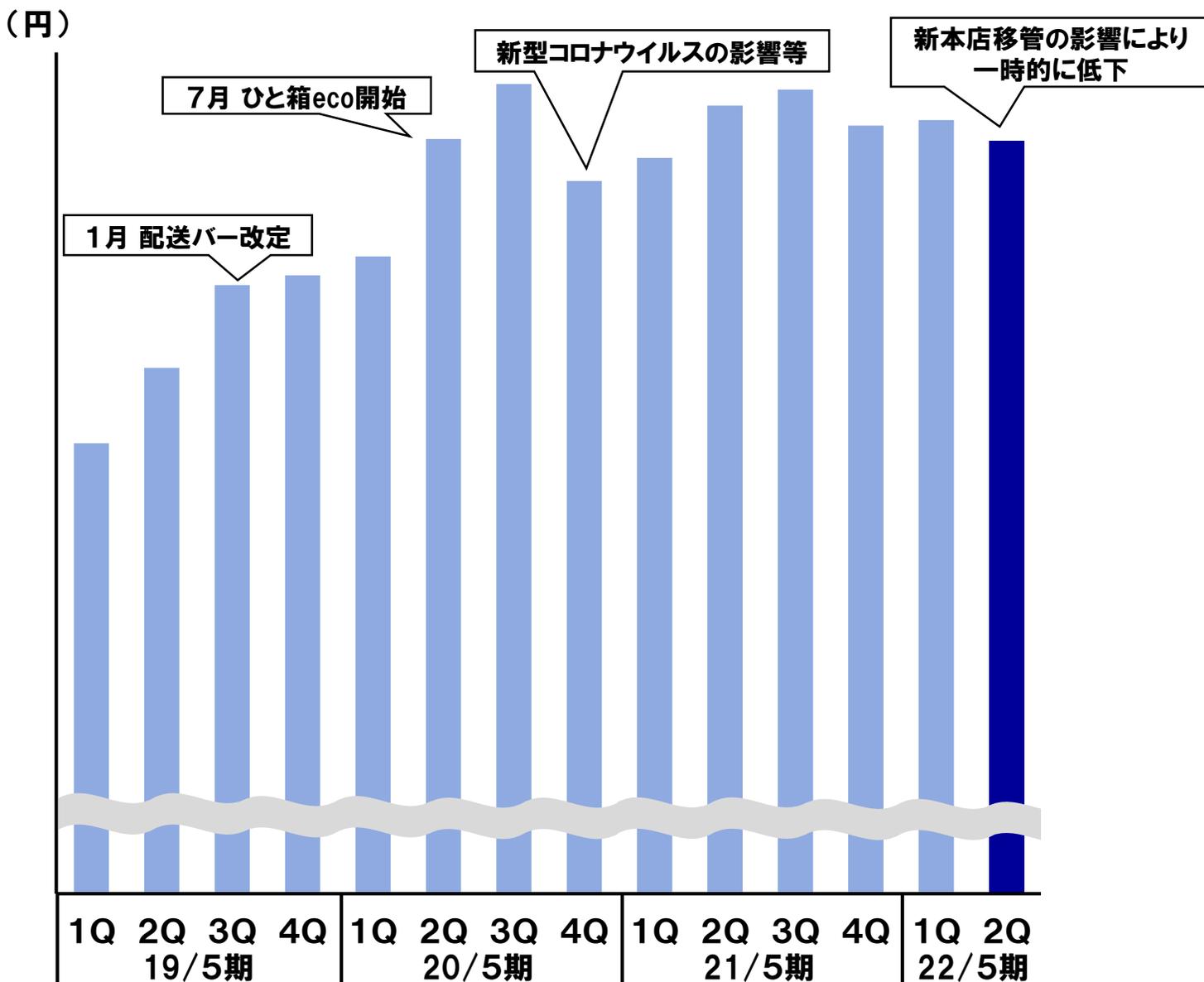


収益認識に関する会計基準等の適用を補正後
前年同期差 $\Delta 1.3\text{pt}$

計画どおり推移

LOHACO 一箱あたりの売上単価(国内)

単体





新本店のサイト機能改善により買い回り向上へ

お気に入りからカゴ入れ

検索欄: 今日は何をお探しですか?

お気に入り お気に入りとは

4件 | 登録の新しい順

 ×2 耳にやさしいやわらかいマスク レギュラー ホワイト 1セット (50...) 856円 (税込) お気に入り追加時の価格 856円 在庫あり カゴに入れる	 ×4 トイレのおそうじシート オレンジの香り 詰替え 1セット (4個) アスク... 509円 (税込) お気に入り追加時の価格 509円 在庫あり カゴに入れる
---	---

バリエーション表示

バリエーションを選ぶ

選択中の商品 いま見ている商品

2倍巻 トイレットペーパー 6ロール入 再生紙 シングル 120m ロハコオリジナルトイレットロール ロングタイプ 1セット (2パック) オリ...
660円 (税込)

タイプ: シングル
販売単位: 2パック

[いま見ている商品に戻る](#)

条件を選択する

タイプ

シングル	ダブル
------	-----

販売単位

1パック 338円	2パック 660円	3パック 960円
8パック 2,550円		

クーポン複数対応

カゴ

LOHACO by ASKUL

さん

利用クーポン変更

LOHACO 12,000円以上のご注文で3%OFFクーポン

併用可
有効期間: 2021/12/11 12:00
特典内容: 3%OFF
利用回数: 1回

新商品お試し30%クーポン

併用可
有効期間: 2021/12/26 23:00
特典内容: 30%OFF
利用回数: 1回

暮らし提案10%OFFクーポン

併用可
有効期間: 2021/12/30 12:00
特典内容: 10%OFF
利用回数: 1回



連携強化により新本店のリピート率※10ポイント超向上(旧本店比)

超PayPay祭等の大型販促

今日は何をお探しですか?

ちょう ペイペイ まつり
超PayPay祭
10.18 mon - 11.28 sun

今週月～土に対象ストアでお買い物すると日曜日は

最大**30.5%**相当戻ってくる!

ポイントカレンダー(達成条件)はこちら >

PayPayモール店と同水準のポイント付与

今日は何をお探しですか?

本日5のつく日
エントリーで獲得特典
最大**28.5%**相当戻ってくる

※特典を獲得するには、キャンペーンへのエントリーやPayPay残高でのお支払い、Yahoo!プレミアム会員、ソフトバンクスマホユーザーなど各種条件があります。
キャンペーン毎の詳細条件をご確認ください。
※特典はキャンペーン毎に獲得上限があります。詳細条件をご確認ください。
※付与される特典にはPayPayボーナス、ポイントがあります。
※PayPayボーナスの詳細はこちらをご確認ください。
※PayPayボーナスを利用するためには、Yahoo! JAPAN IDとPayPayの連携が必要です。

PayPayステップによる集客

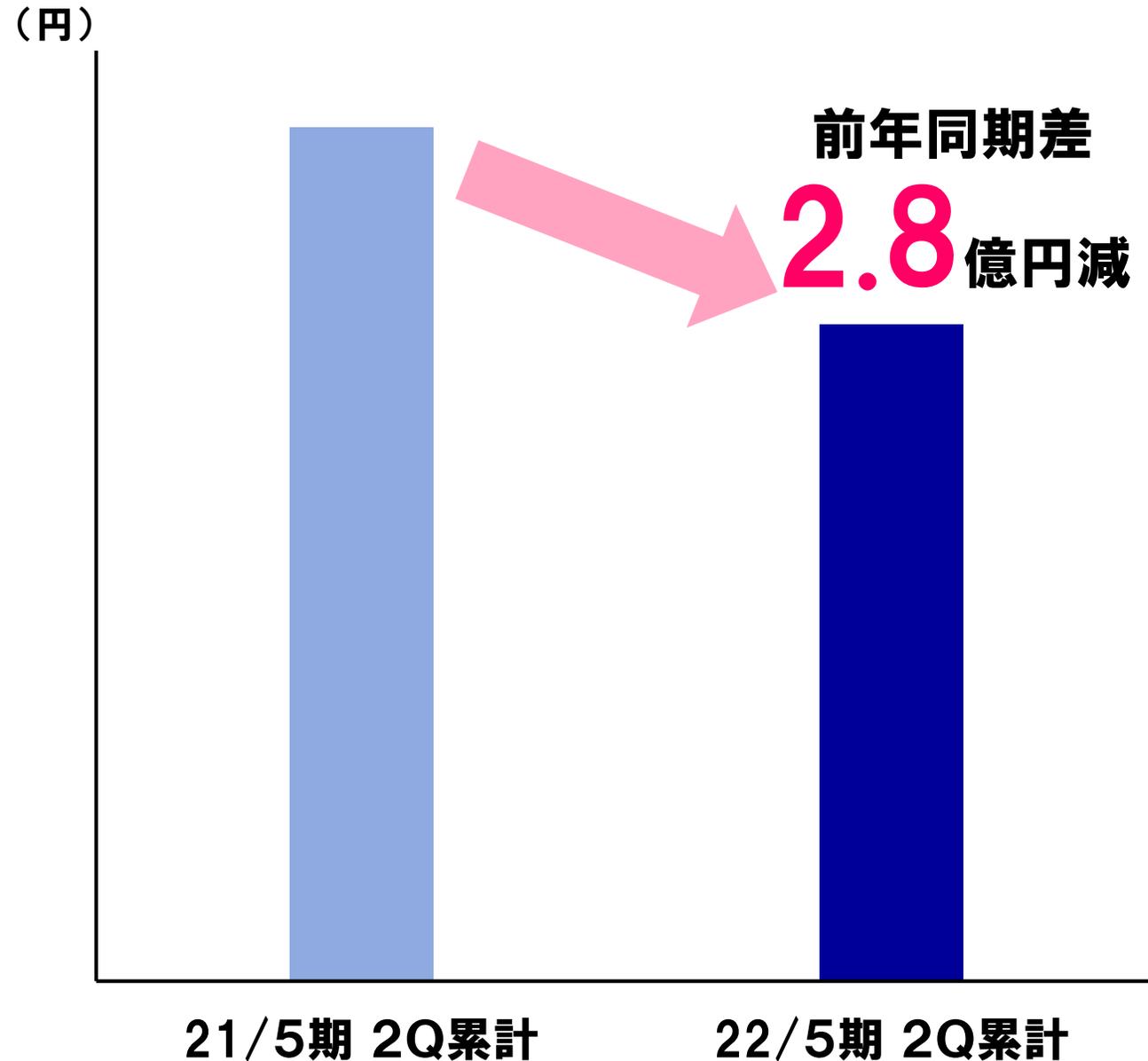
今日は何をお探しですか?

達成条件

カウント期間: 毎月1日 0:00 ~ 同月末日 23:59

今月中に①～⑤の中から3サービス利用

- ① PayPayモールまたは Yahoo!ショッピング
- ② PayPayフリマまたは ヤフオク!
- ③ Yahoo!トラベル
- ④ ebookjapan
- ⑤ **LOHACO by ASKUL**



新本店リリースにより
固定費削減

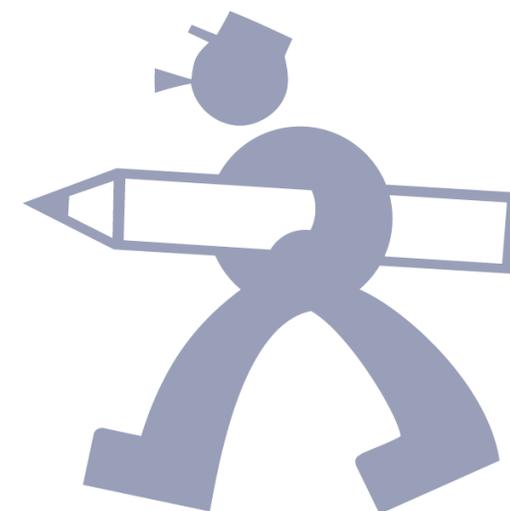
I 22年5月期第2四半期実績

II BtoB

III BtoC

IV ESG・DX

V 付録

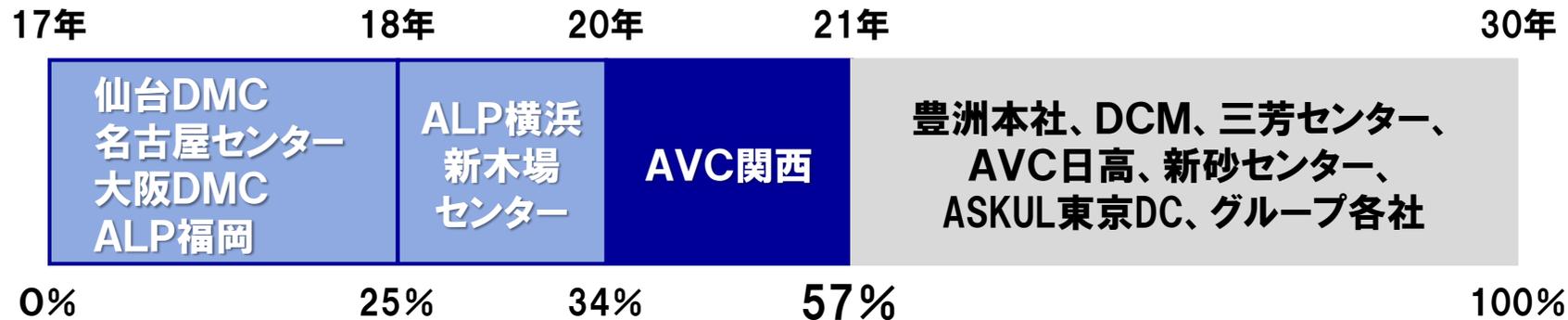




2021年12月

再生可能エネルギーを追加導入 グループ全体の電力使用率57%を達成

- ✓ AVC関西の使用電力を100%再生可能エネルギーに切り替え
- ✓ 2016年に掲げた「2030年CO₂ゼロチャレンジ」
2017年に加盟した「RE100」の達成に向けて着実に進捗



2021年12月

CDP「気候変動Aリスト(最高評価)」企業に 3年連続で選定



- ✓ 排出削減、気候リスク緩和、低炭素経済構築などの取り組みが高く評価

※CDPとは、企業や自治体を対象とした世界的な環境情報開示システムを運営する国際環境非営利団体

※関連プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/ZJpV/BMS3/qYME.pdf>



2021年度「IT賞」(公益社団法人企業情報化協会 主催)

「IT最優秀賞(トランスフォーメーション領域)」を受賞

パーパスに沿った経営実現のため、社会最適なオープンイノベーションをキーワードにDX活動を推進

<受賞理由>

1. データエコシステムを基軸に、お客様サービスの進化に向けて効果的なECマーケティングを追究している
2. パートナー企業や学術機関と連携したオープンイノベーション・プラットフォームを構築した
3. 現場のデータサイエンティストやエンジニアがビジネスを変革できるアジャイル組織にし、企業文化の育成も推進している
4. コロナ禍ではデータ×テクノロジーで社会課題を解決する「売らないマーケティング」を敢行した
5. オウンドメディア「ASKUL Transformation with Digital」を開設、継続的に社外へ知見を発信している



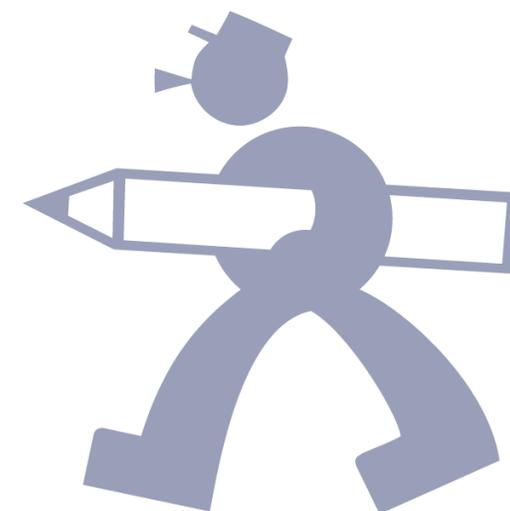
I 22年5月期第2四半期実績

II BtoB

III BtoC

IV ESG・DX

V 付録



22/5期 品目別売上高

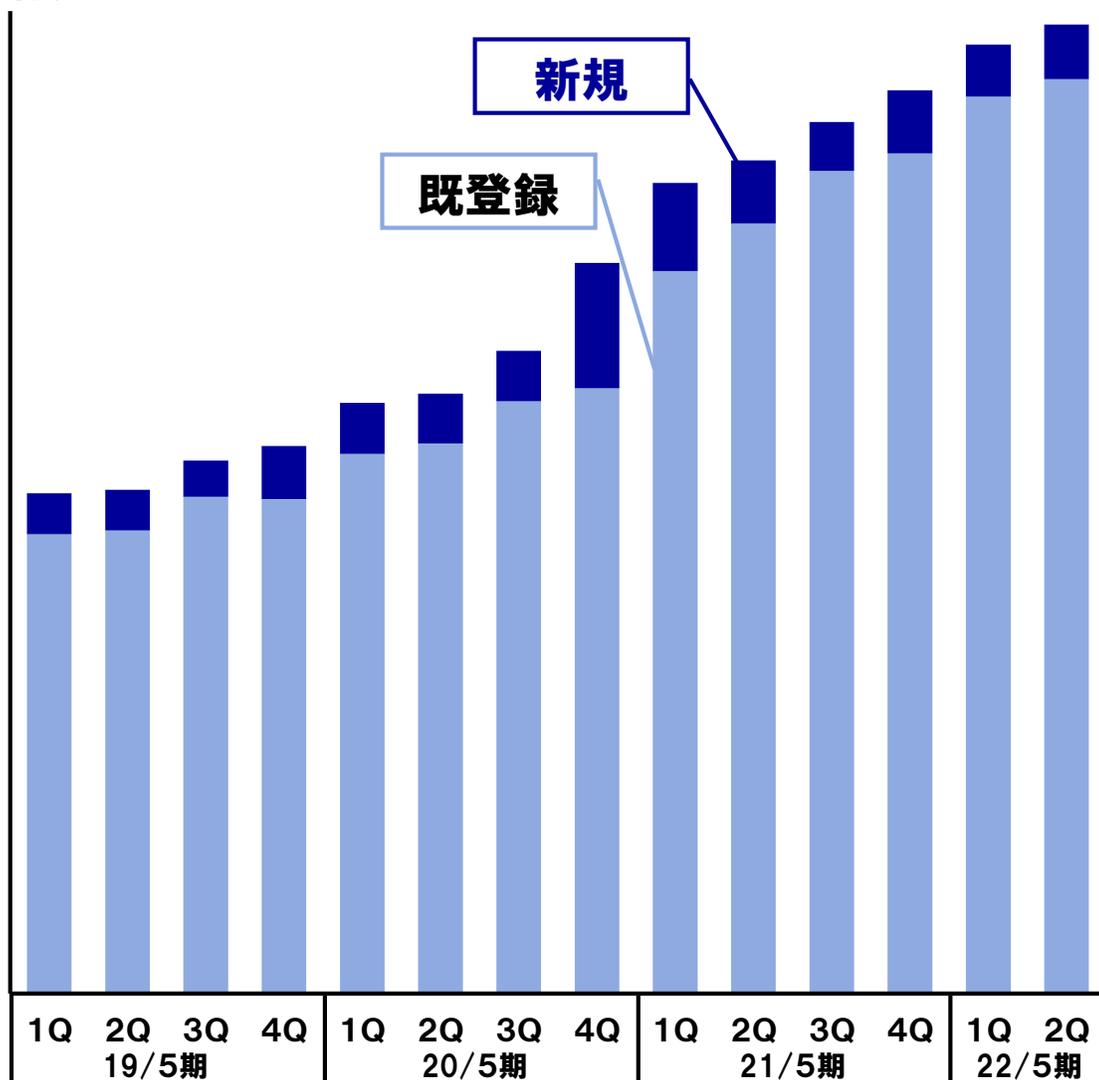
単体



(億円)	20/5期 2Q累計		21/5期 2Q累計			22/5期 2Q累計			
		構成比 %		構成比 %	前年同期比 %		構成比 %	前年同期差	前年同期比 %
OA・PC	496	28.4	470	26.0	94.6	468	25.7	△ 1	99.6
文具	219	12.5	201	11.2	92.1	199	11.0	△ 2	99.0
生活用品	612	35.0	620	34.4	101.3	666	36.6	45	107.4
ファニチャー	104	6.0	100	5.6	96.7	104	5.7	3	103.8
MRO	175	10.0	179	10.0	102.4	188	10.3	8	104.9
メディカル	100	5.8	194	10.8	192.9	165	9.1	△ 28	85.1
その他	39	2.3	37	2.1	95.8	29	1.6	△ 8	77.7
合計	1,748	100.0	1,805	100.0	103.2	1,822	100.0	17	100.9

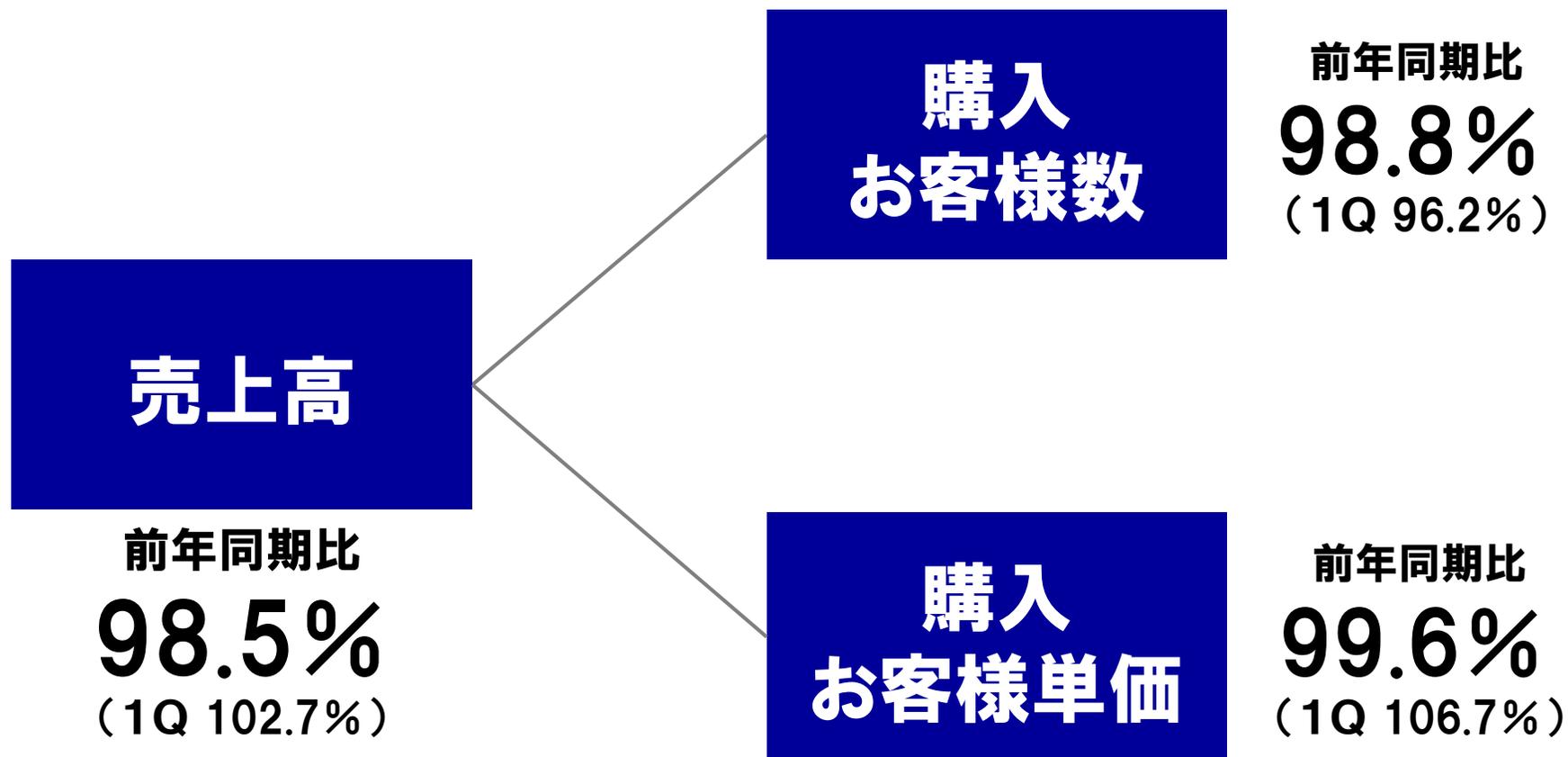


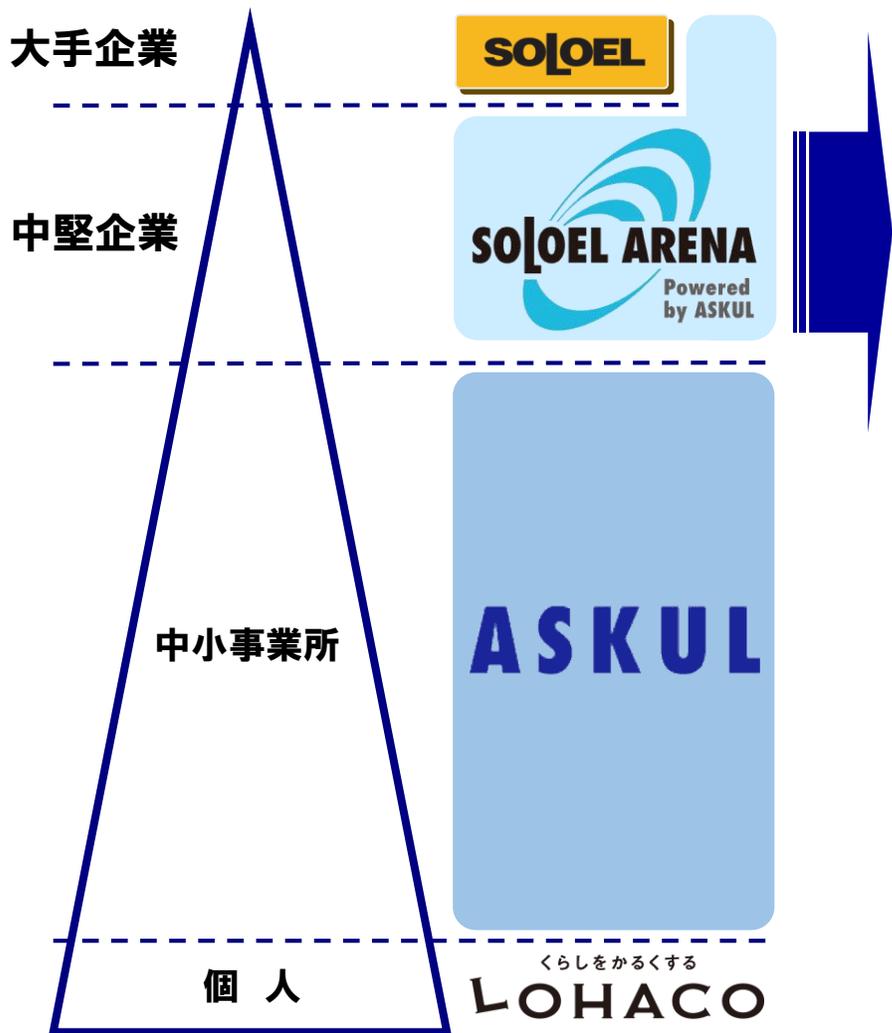
(百万件)



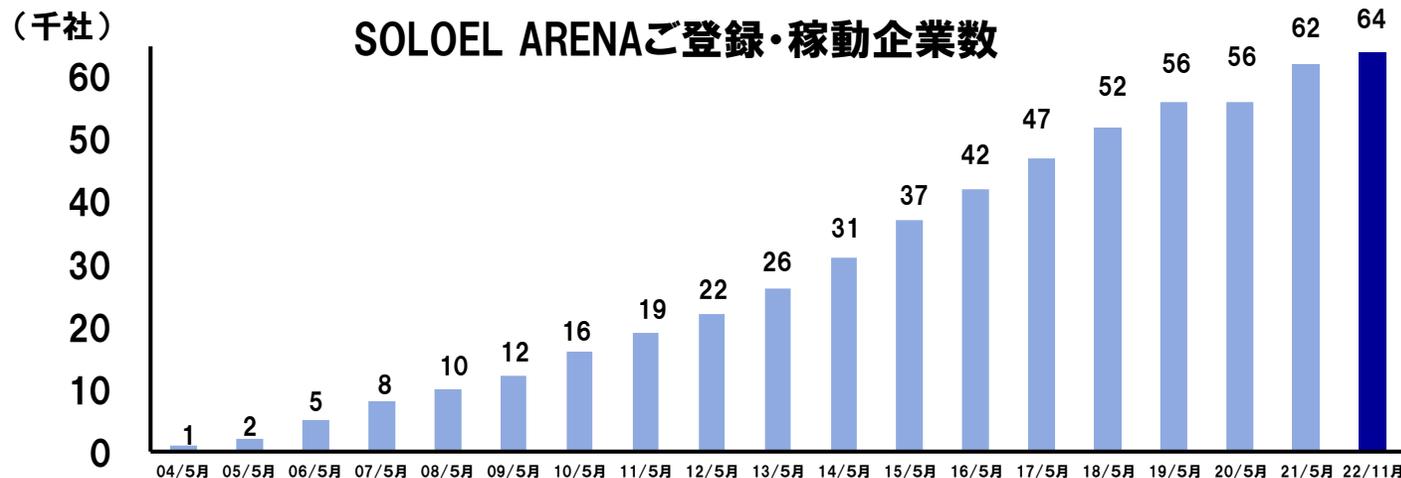
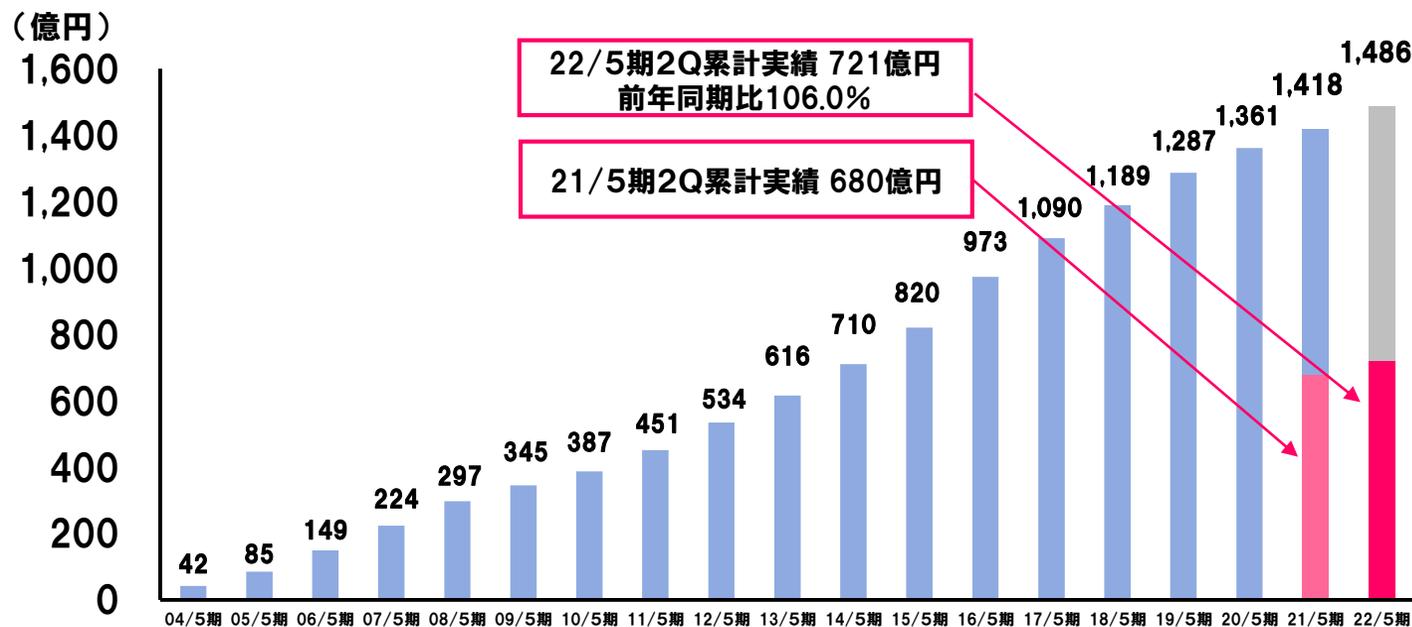
アフターコロナの成長に向けた
お客様基盤の拡大が続く

※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





SOLOEL ARENA等売上金額



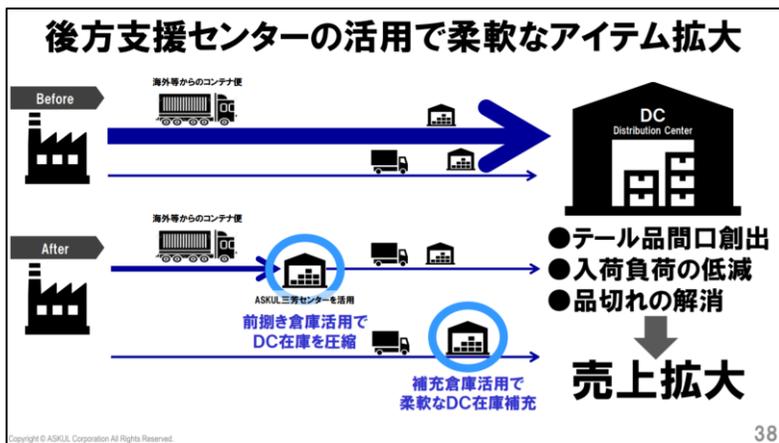


仙台DMC外部倉庫運用開始

中期経営計画 38ページ、74ページ

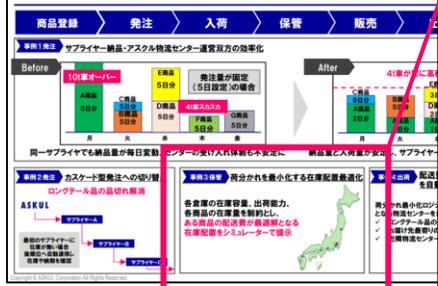
わたりちょう
亶理町倉庫

2021年11月より賃借



- ✓ バック在庫拡大による品切れ解消で売上拡大
- ✓ 間口創出による在庫配置最適化で配送コスト削減

プラットフォーム改革 バリューチェーンDX (1)



事例③保管 荷分かれを最小化する在庫配置最適化

各倉庫の在庫容量、出荷能力、各商品の在庫量を制約とし、ある商品の配送費が最適解となる在庫配置をシミュレーターで提示



(宮城県亶理郡亶理町)



売上総利益額 509億円 前年同期差 Δ 3億円

売上総利益率 24.4% 前年同期差 Δ 0.4pt

- BtoB事業カテゴリミックスの変化による影響

販管費 442億円 前年同期差 Δ 11億円

販管費比率 21.2% 前年同期差 Δ 0.8pt

- 人件費比率および配送費比率の低減
- 収益認識に関する会計基準等の適用による影響



設備投資額 52億円(年間計画 134億円)

新アスクールWebサイト関連 21億円

ASKUL東京DC関連 14億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 28億円(年間計画61億円)

投資詳細

(単位:百万円)

科目名	21/5期 第2四半期(累計)	22/5期 第2四半期(累計)	
	金額	金額	前年同期比
【 設 備 投 資 額 】	3,590	5,245	+46.1%
有 形 固 定 資 産	1,682	2,210	+31.4%
無 形 固 定 資 産	1,907	3,034	+59.1%
建 設 仮 勘 定 (注 2)	1,148	5,853	+409.8%
ソ フ ト ウ ェ ア 仮 勘 定 (注 2)	1,856	5,096	+174.5%

(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

(注3) 2020年12月15日発表の「2021年5月期 第2四半期 連結業績概要」、60ページ「21/5期 第2四半期 連結設備投資」の「設備投資額」および「有形固定資産」の記載に誤りがありましたのでお知らせいたします(上記の下線部分は訂正後金額を記載しております。訂正前の記載:設備投資額 3,594百万円、有形固定資産 1,686百万円)



インターネット売上高比率

	21/5期 第2四半期	22/5期 第2四半期	前年同期差
インターネット経由	85.5%	87.3%	+1.8pt
上記以外	14.5%	12.7%	△1.8pt

(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)

	21/5期 11月度	22/5期 11月度	前年同月度差
オリジナル商品数	10,169	10,060	△109
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	26.7% (33.3%)	27.6% (35.1%)	+0.9pt (+1.8pt)

(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。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



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

- 「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12月で57%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

- 「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
環境省「令和2年度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」
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 
- 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。

- 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℃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



「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

■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
介護セミナー開催
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 26.0%※(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、2021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

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

■「お客様満足度向上委員会」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

- お問い合わせ窓口の取組み

■CS Weekの開催

日々最前線でお客様対応に携わるコミュ
ニケーターへ感謝を込めて、年に1回イベ
ントを開催
永年勤続表彰や、くじ引き大会、商品プレ
ゼントなど毎年様々な企画を実施

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。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

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、サプライヤーの企業としての
取組み状況を調査し、積極的な
コミュニケーションを図る

社会貢献活動

- 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1回目の支援先は、宮城
県の土壌改良材メーカーと岩手県の製菓
メーカーに決定

- 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
第一弾は特定非営利活動法人ウォーター
エイドジャパン

- 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



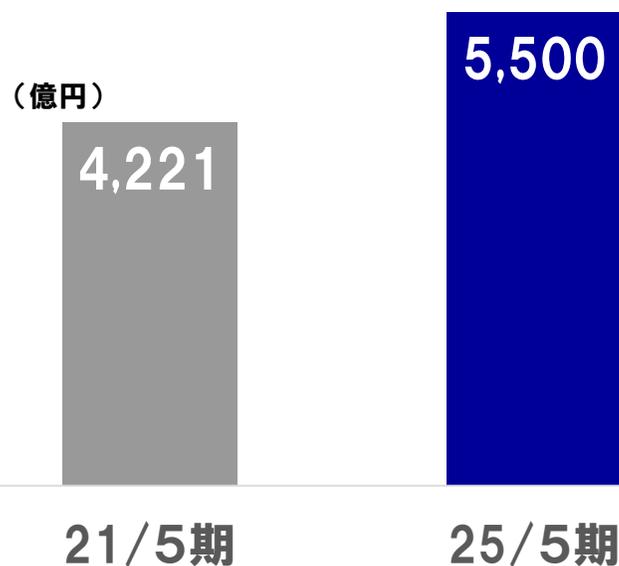
2025年5月期

売上高 5,500億円 営業利益率 5%

2022年5月期~2025年5月期 累計投資額 300億円強

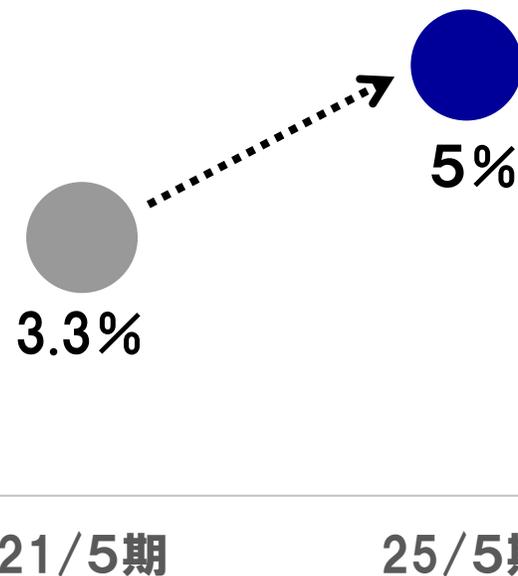
連結売上高

年平均成長率 6%超

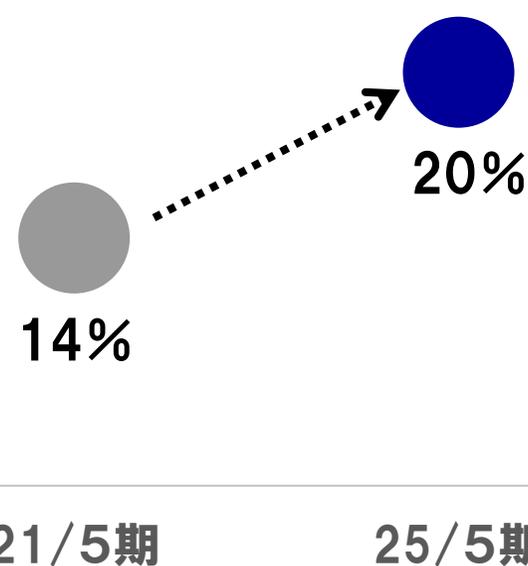


連結営業利益率

年平均成長率 18%超



連結株主資本利益率 (ROE)





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。2021年7月にはZホールディングスグループとの共同即配事業「PayPayダイレクト 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年に稼働開始予定



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。