

2022年3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

「2022年5月期 第3四半期決算概要」のお知らせ

「2022年5月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕(連結)」に関する補足説明の資料として、添付の「2022年5月期 第3四半期決算概要」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

2022年5月期 第3四半期 決算概要

2022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) 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。



3Q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が縮小し、生活用品・MROの伸長により再成長の兆し、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等により売上総利益率や配送費比率が改善、来期黒字化に向けて収益構造改革が進捗

中期経営計画における成長シナリオを遂行中

- 新アスクルWebサイトは開発要件の追加により45億円の追加投資を実行大きな成長の実現に向けて、確実なリリースを目指す
- ASKUL東京DCの半導体部品調達状況は改善傾向、年内稼働の確度が高まる
- LOHACOでの知見を活かし、BtoB広告ビジネスのテストフェーズ スタートへ

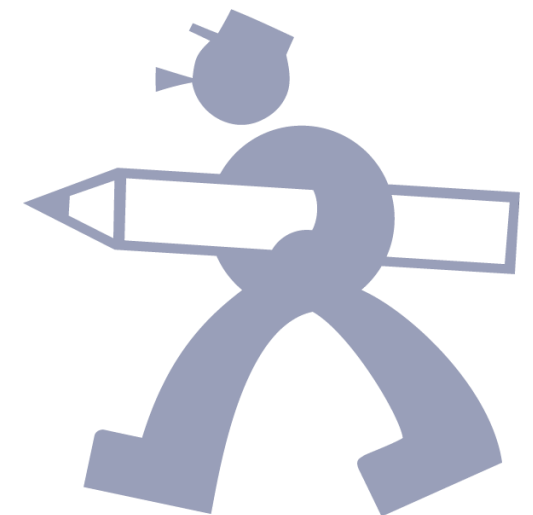
I 22年5月期第3四半期実績

II BtoB

III BtoC

IV ESG・DX

V 付録





(百万円)	21/5期 3Q累計			22/5期 3Q累計			
	実績	売上高 比率 %	参考値 ※	実績	売上高 比率 %	前期比 %	参考値 ※
売上高	313,003	100.0	309,099	317,994	100.0	101.6	102.9
売上総利益	77,565	24.8	76,813	77,451	24.4	99.9	100.8
販売費及び 一般管理費	67,279	21.5	66,527	66,813	21.0	99.3	100.4
営業利益	10,286	3.3		10,637	3.3	103.4	
経常利益	10,236	3.3		10,646	3.3	104.0	
親会社株主に帰属する 当期純利益	6,150	2.0		7,131	2.2	115.9	

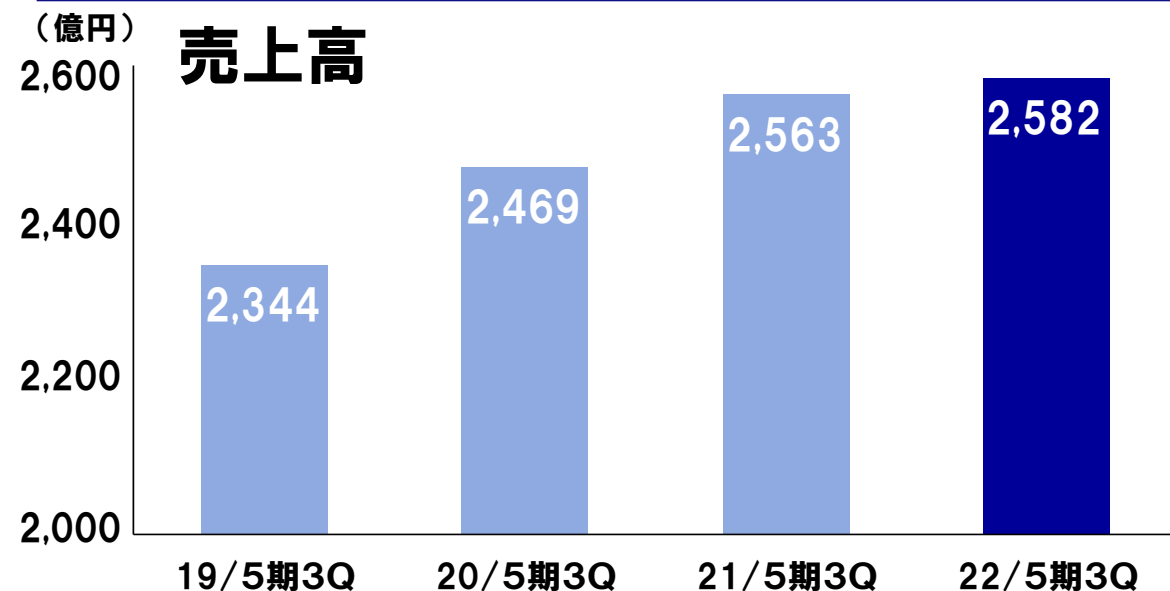
- **売上高**
前年同期比101.6%
(実質102.9%※)
過去最高更新
- **販管費比率**
前年同期差 $\Delta 0.5$ pt
- **営業利益・経常利益**
当期純利益
過去最高益更新

22/5期 第3四半期 業績比較【四半期別・事業別】

連結

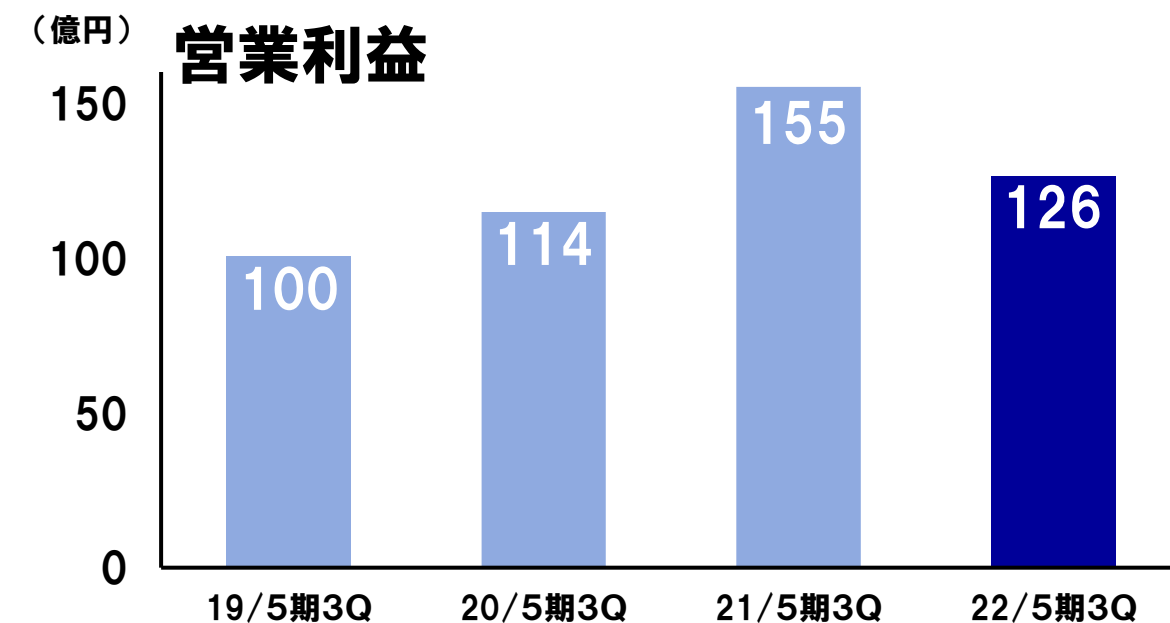


(億円)		21/5期					22/5期					
		1Q	2Q	3Q	参考値 ※	4Q	1Q	2Q	3Q	前年 同期差	前年 同期比 %	参考値 ※
売上高	BtoB事業	811	877	874	863	888	834	861	886	12	101.5	102.8
	LOHACO	129	127	131	129	140	126	139	136	4	103.8	105.5
	BtoC事業(チャーム含む)	168	168	171	168	176	167	180	178	6	104.1	105.6
	eコマース事業	980	1,046	1,045	1,032	1,065	1,001	1,042	1,065	19	101.9	103.2
	ロジスティクス事業・その他	21	16	20	20	25	23	23	24	4	121.0	121.0
	連結合計	1,001	1,062	1,065	1,052	1,091	1,024	1,065	1,089	24	102.3	103.6
営業利益	BtoB事業	47	51	56		45	42	41	43	△ 13	76.4	
	LOHACO	△ 12	△ 11	△ 9		△ 8	△ 9	△ 8	△ 5	4	—	
	BtoC事業(チャーム含む)	△ 12	△ 11	△ 9		△ 8	△ 8	△ 6	△ 4	5	—	
	決算賞与(引当含む)等	—	△ 8	△ 1		0	△ 0	0	△ 0	1	—	
	eコマース事業	34	31	45		37	33	34	39	△ 6	85.2	
	ロジスティクス事業・その他	△ 4	△ 2	△ 2		△ 1	△ 0	△ 0	0	2	—	
	連結合計	29	29	43		36	32	34	39	△ 4	90.4	



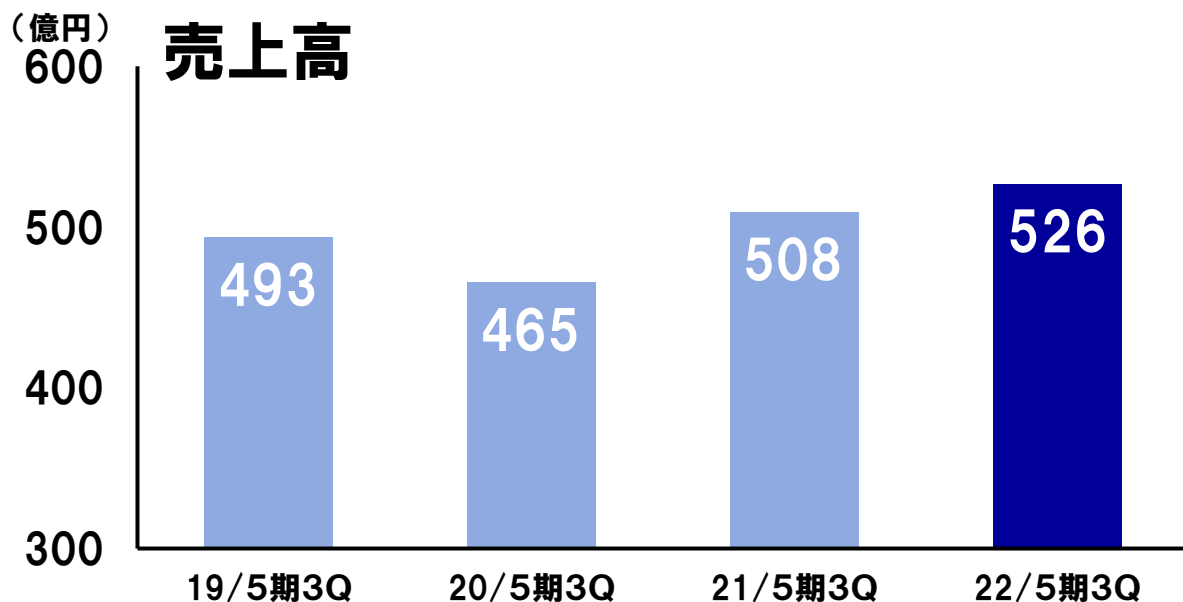
➤ 売上高

前年同期比 100.8% (実質102.0%※)
感染対策商品反動減が縮小
生活用品・MROの伸長により
再成長の兆し



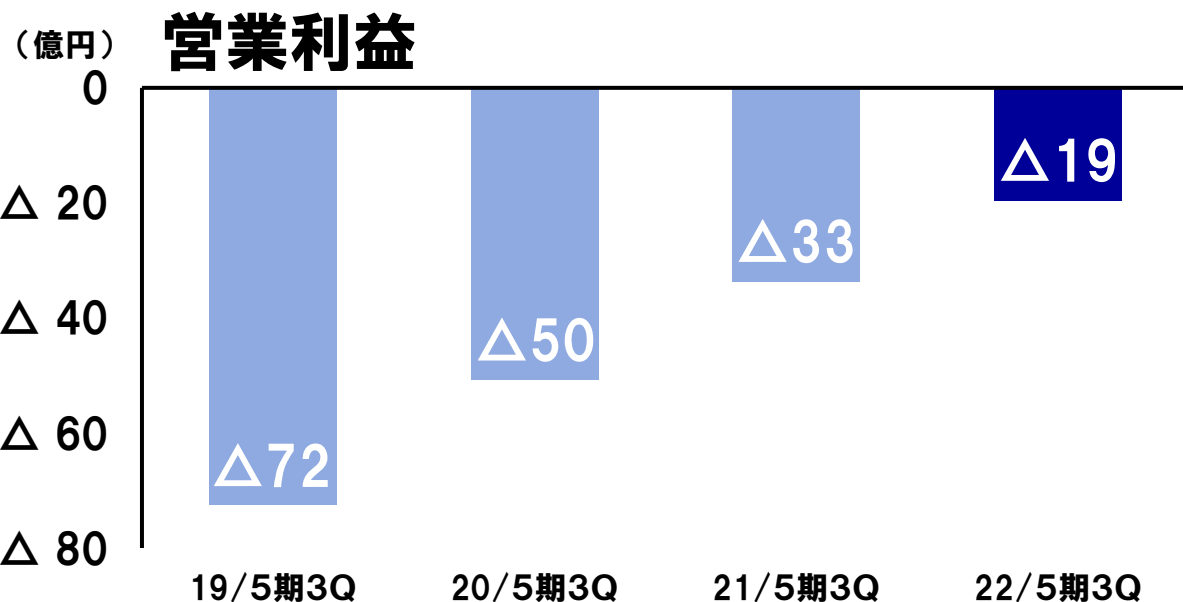
➤ 営業利益

前年同期比 81.5%
特需の反動や成長コストの影響
あるも計画通りの進捗



➤ 売上高

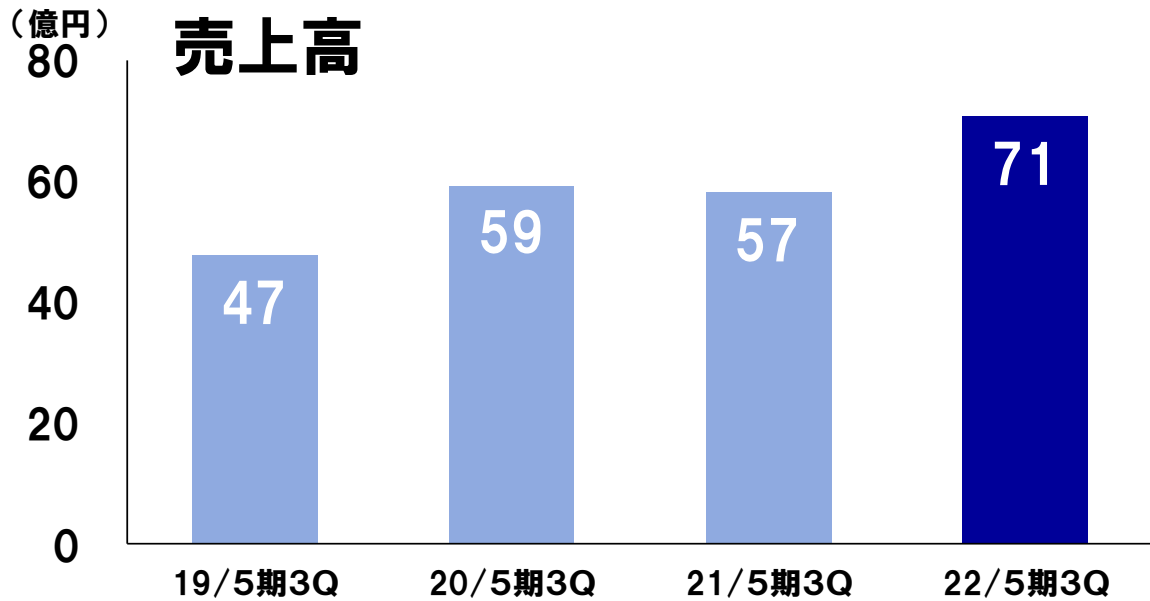
前年同期比 103.5% (実質105.0%※)
3Qはほぼ計画線の着地
4QはZホールディングスと連携した大型販促による成長を見込む



➤ 営業利益

前年同期差 +14億円
LOHACOの収益性の改善に加え
グループ会社・チャーム好調継続

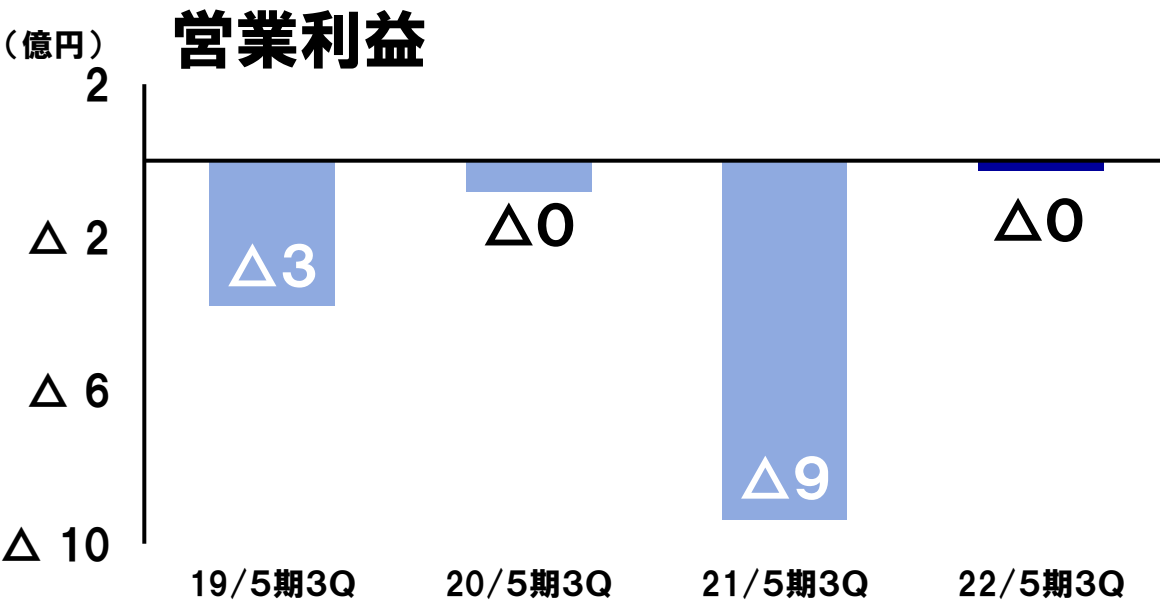
22/5期 第3四半期業績(累計) ロジスティクス事業・その他 [連結](#)



➤ 売上高

前年同期比 121.7%

3PL事業拡大による増収継続

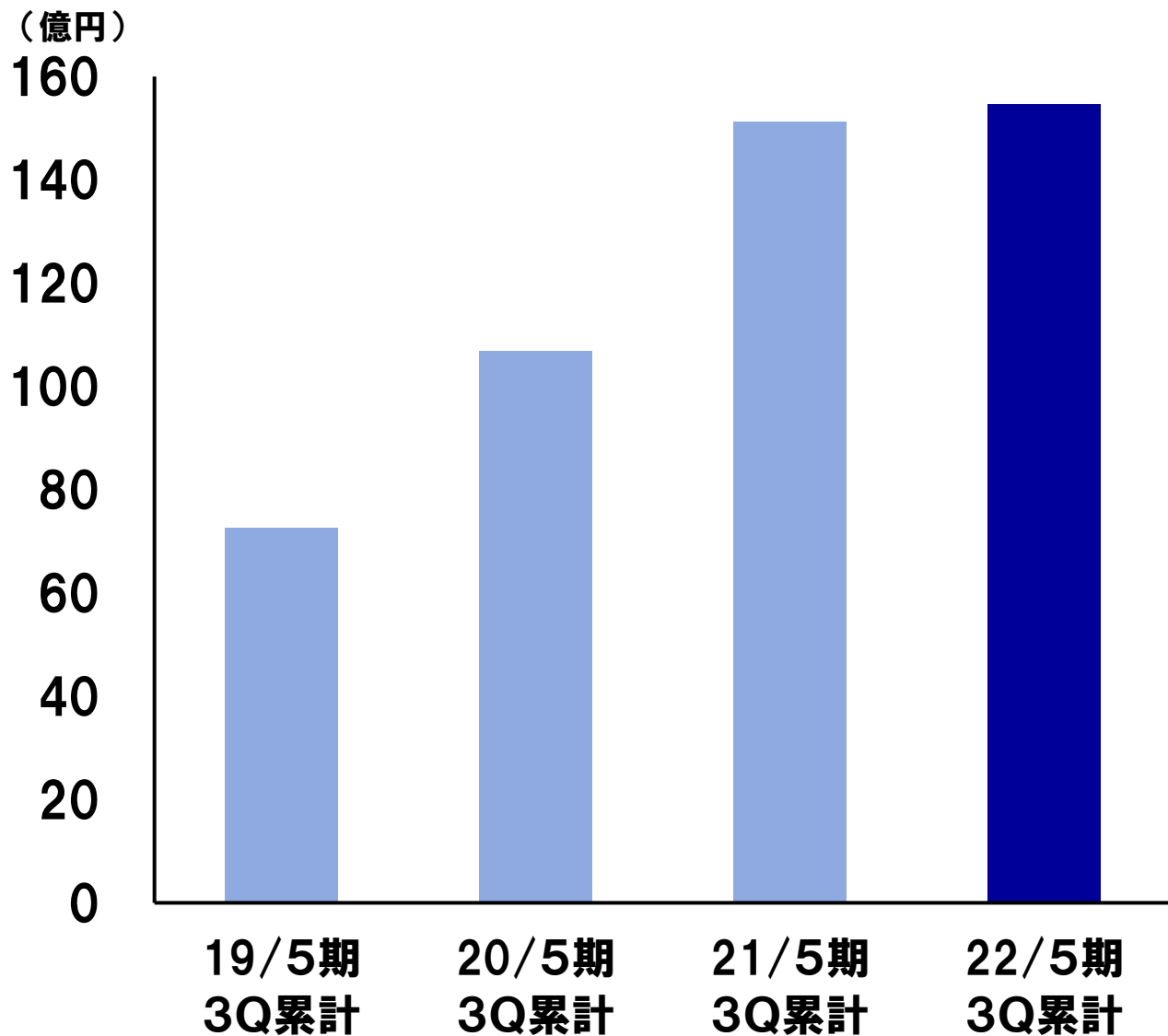


➤ 営業利益

前年同期差 +9億円

3Q期間は黒字転換

来期は収益貢献事業へ



過去最高
更新



株価の推移および中期経営計画における成長を鑑み 自己株式の取得(上限:500万株・100億円)および消却予定を決議

目的

- ①資本効率向上
- ②株主還元

プライム市場の基準の一つである流通株式比率の低下回避を目的に
当社議決権比率(44.9%)維持を前提としてZホールディングスの保有
する一部株式を買付



COO管轄

ASKUL事業本部 **本部長新任**

ASKUL営業本部

LOHACO事業本部 **本部長新任**

マーチャンダイジング本部 **本部長新任**

ロジスティクス本部 **本部長新任**

テクノロジー本部 **本部長新任**

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

中期経営計画の実現に向け 新本部体制をスタート

- ✓ 執行力と組織間連携のさらなる強化を担うCOO新設
- ✓ 世代交代と多様性の推進

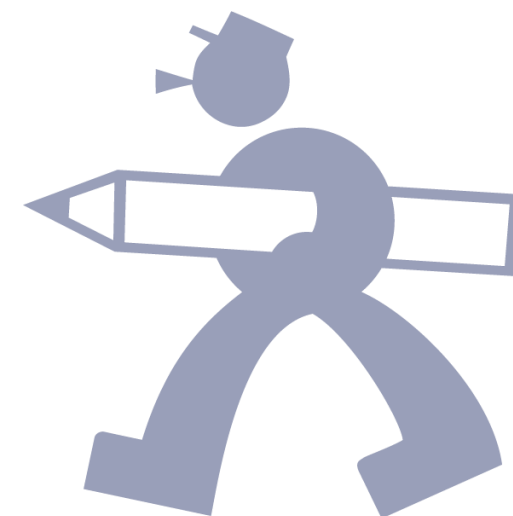
I 22年5月期第3四半期実績

II BtoB

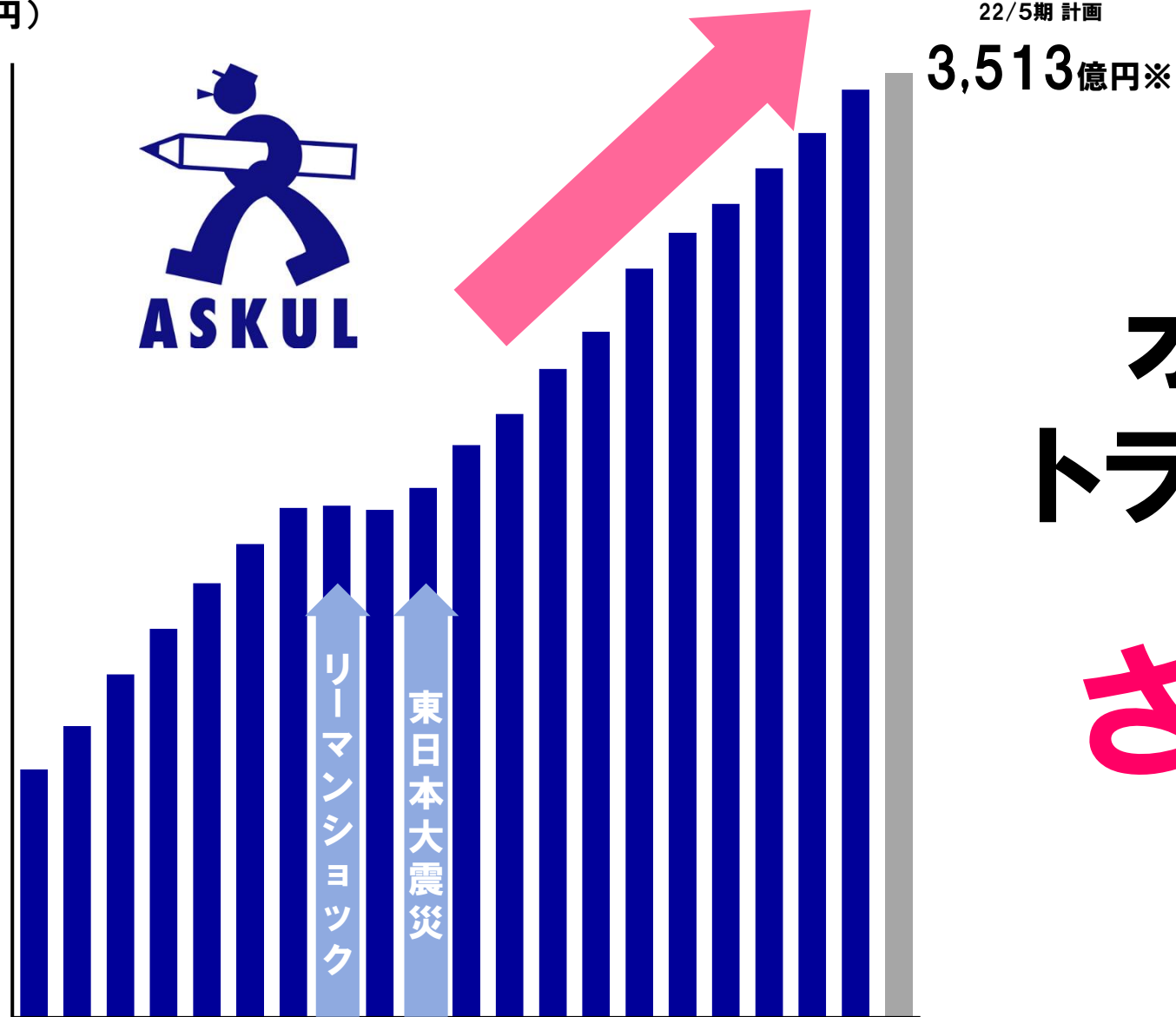
III BtoC

IV ESG・DX

V 付録

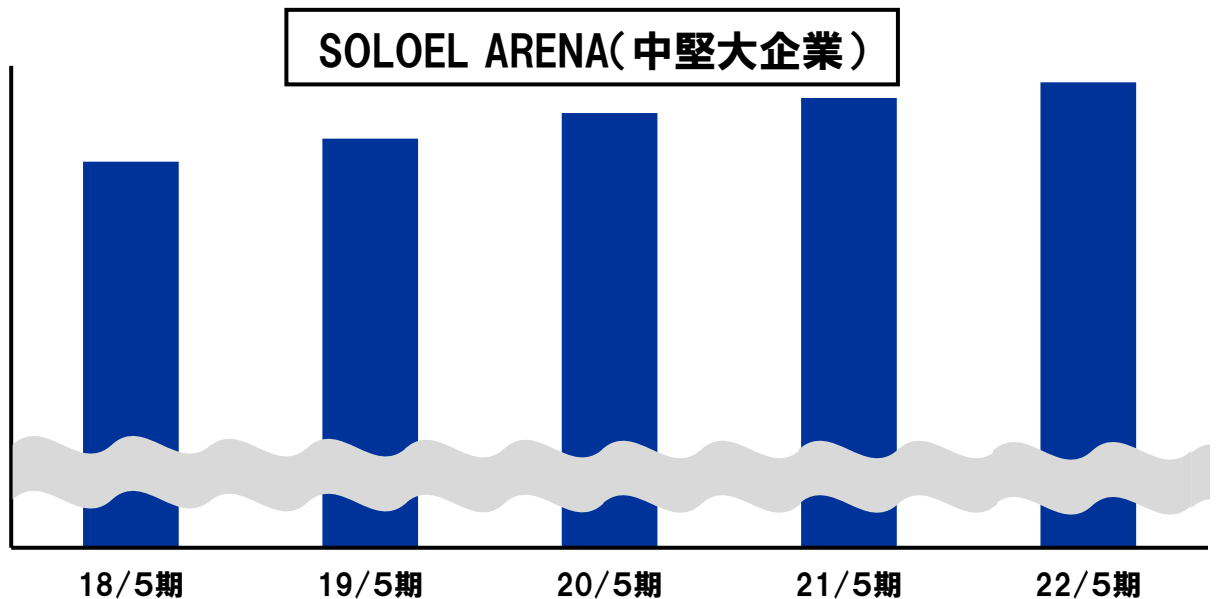
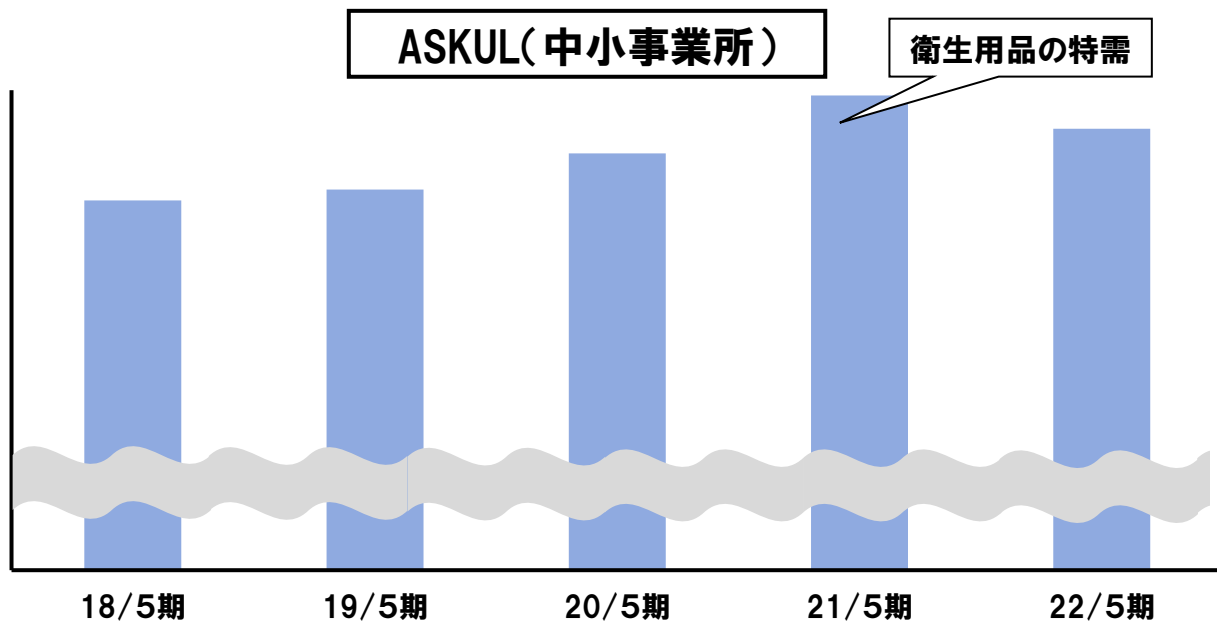


(円)



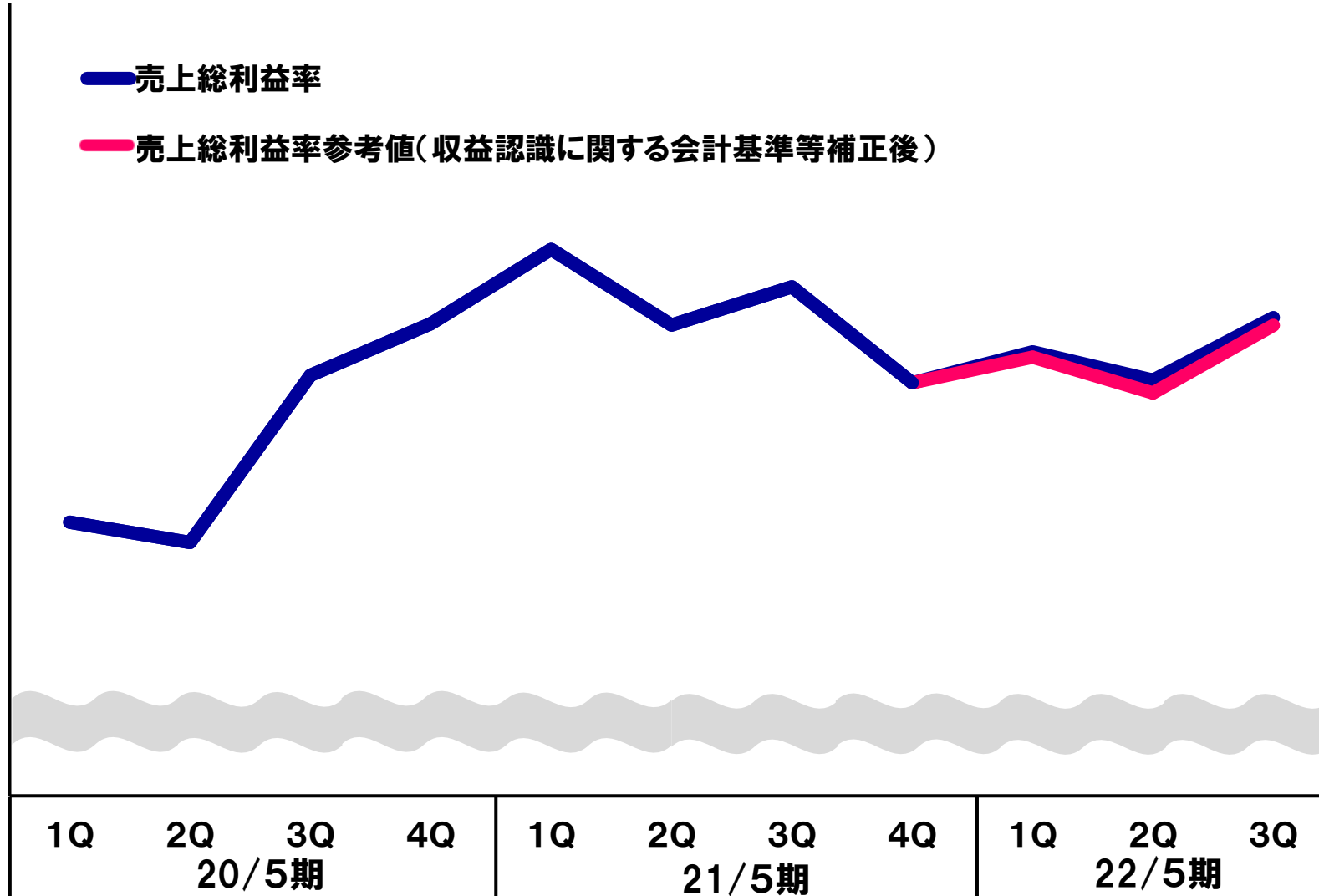
オフィス通販からの トランスフォーメーション

さらなる成長へ



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



2Qから改善
当面は同水準を維持



3Q期間はプラス成長へ回帰

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

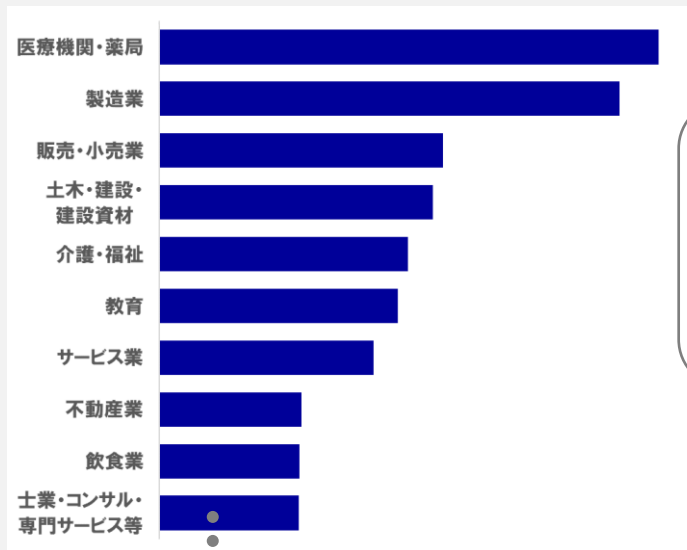
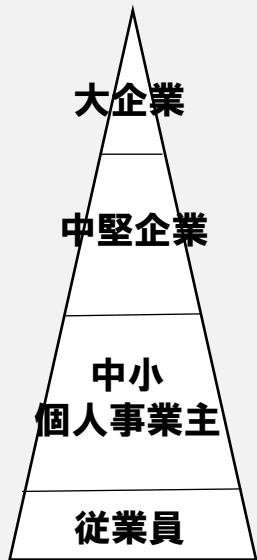
生活用品・MRO 働き方の変化に伴うニーズに対応、成長を牽引する柱へ

(億円)	20/5期 3Q		21/5期 3Q		21/5期 4Q		22/5期 1Q		22/5期 2Q		22/5期 3Q					
	売上高	構成比 %	売上高	構成比 %	売上高	構成比 %	売上高	構成比 %	売上高	構成比 %	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	242	32.3	240	30.3	242	29.9	222	29.1	234	29.7	241	30.3	1	100.6	△ 1	99.4
文具	106	14.2	101	12.8	115	14.3	95	12.5	99	12.6	100	12.6	△ 0	99.3	△ 6	94.2
生活用品	194	25.9	194	24.6	197	24.4	221	28.9	217	27.5	210	26.4	15	108.1	15	108.1
ファニチャー	48	6.5	54	6.9	68	8.5	50	6.6	51	6.5	50	6.4	△ 3	92.9	1	103.8
MRO	85	11.3	90	11.5	93	11.5	88	11.6	94	11.9	94	11.9	3	104.3	9	111.3
メディカル	53	7.1	90	11.5	74	9.2	71	9.3	74	9.4	80	10.1	△ 10	88.7	27	151.0
その他	19	2.6	19	2.5	18	2.3	15	2.0	19	2.5	18	2.3	△ 1	94.7	△ 1	94.1
合計	751	100.0	792	100.0	811	100.0	765	100.0	790	100.0	797	100.0	5	100.6	45	106.1



オフィス通販からのトランスフォーメーション

日本最大級の BtoBお客様基盤



●ロングテール商品

取扱い商品
2倍

1800万アイテム

●翌日お届け商品

在庫商品
4倍

33万アイテム

●オリジナル商品環境対応など

1.4倍
1.2万アイテム

●新ECサイトで最速・最適購入

外部検索からの最速購入、パーソナライズ向上
無料の購買管理機能など

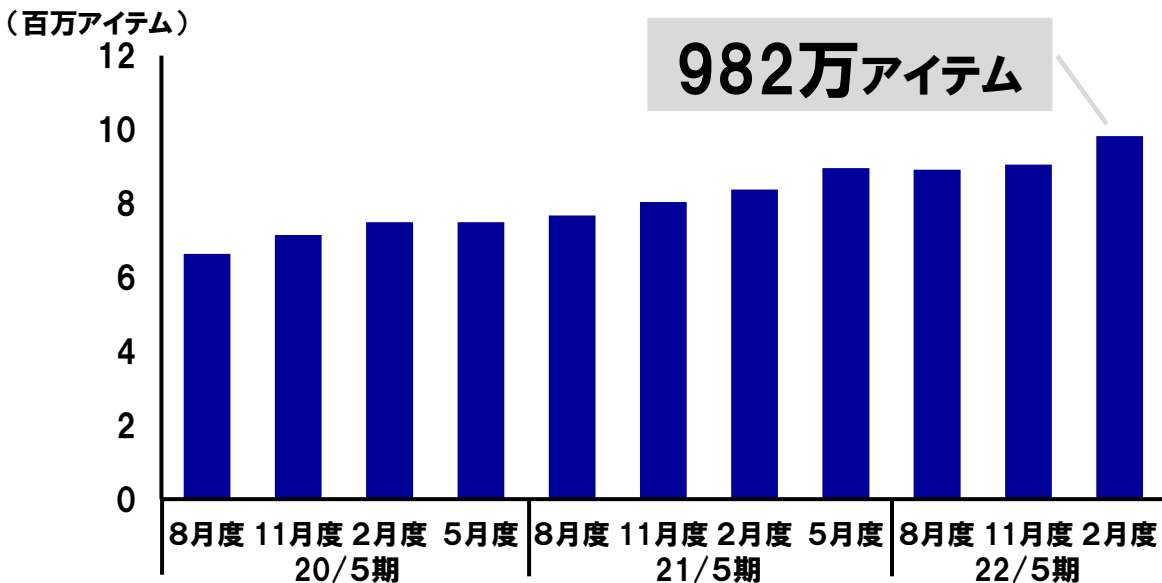
●新たなサービス/第一弾

メーカー向け広告ビジネス



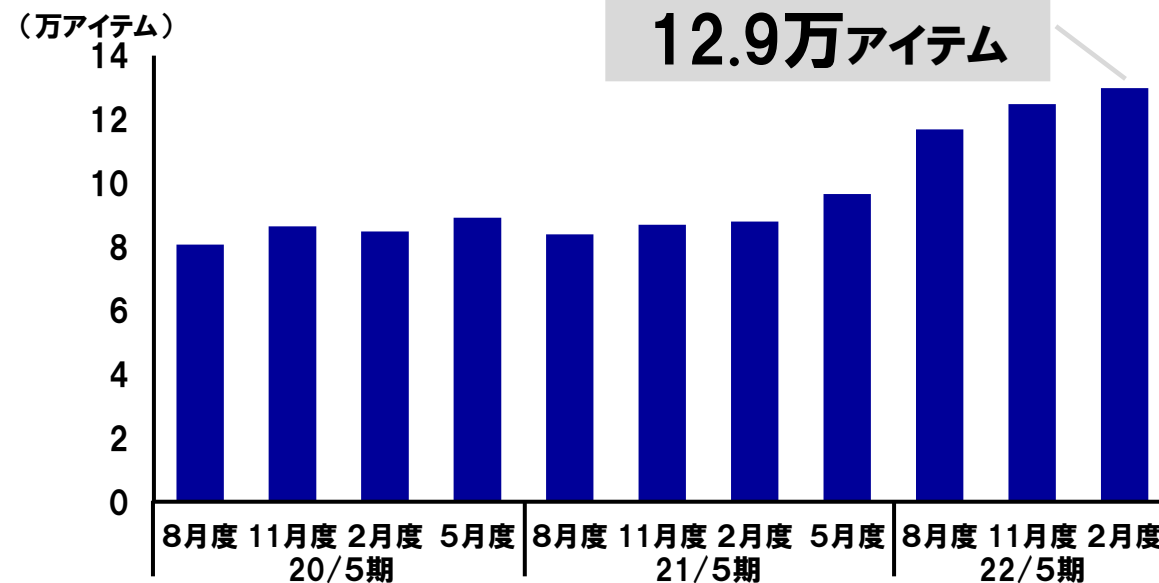
取扱い商品 (中期目標1,800万アイテム)

- ✓ 3Q期間 +77万アイテム超
 新規取扱商品 : +129万アイテム超
 販売停止商品 : △ 52万アイテム超
 (廃番や半導体供給不足の影響による)
- ✓ 通期1,100万アイテムを目指す



在庫商品 (中期目標33万アイテム)

- ✓ 3Q期間 +約5,000アイテム
 カタログ発刊に向けて新商品を追加
- ✓ AVC関西でロングテール商品の在庫化を進める



BtoB 品揃え拡大(オリジナル商品※1)

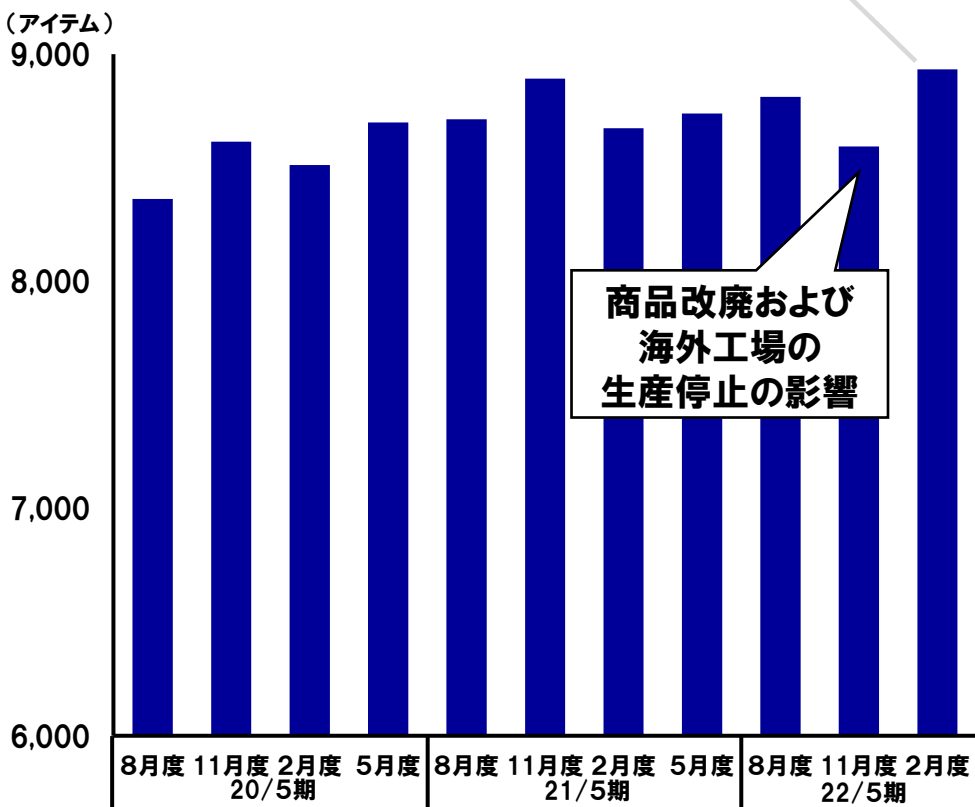
単体



商品数

(中期目標1.2万アイテム)

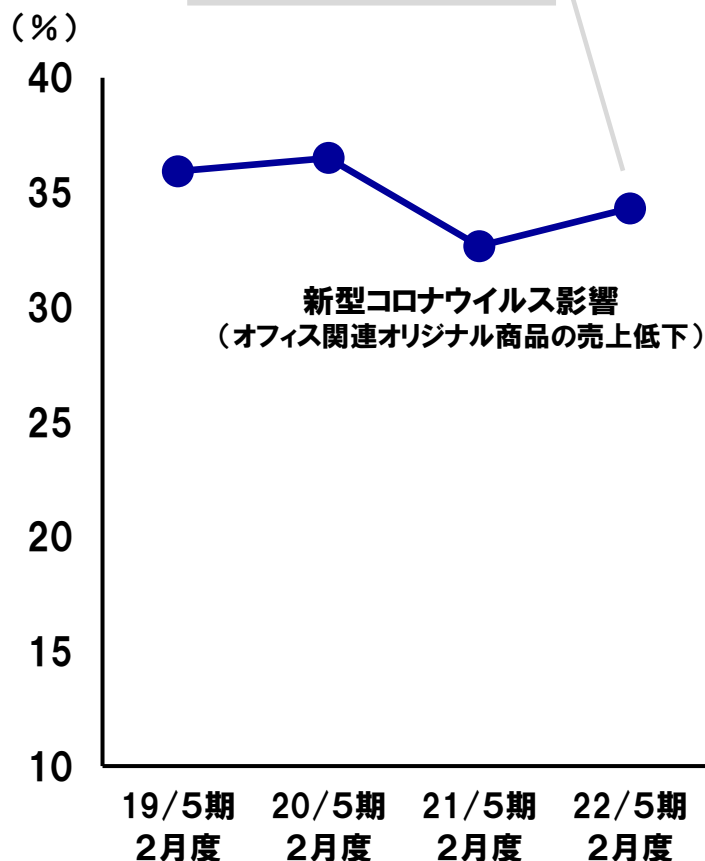
8,900アイテム



売上高構成比

(BtoB在庫商品売上高)

34%



戦略2大業種※2向け オリジナル商品 開発強化

通期

9,000アイテム超へ

※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



①追加投資

開発要件の追加に伴う投資増 45億円（総投資額105億円）
追加投資金額は中期経営計画の全体予算の中で可及的に吸収

②リリーススケジュール

- ✓ 22/5期 ソロエルアリーナサイトをオープン化
- ✓ 23/5期 新サイトオープン予定

大きな成長の実現に向けて、確実なリリースを目指す



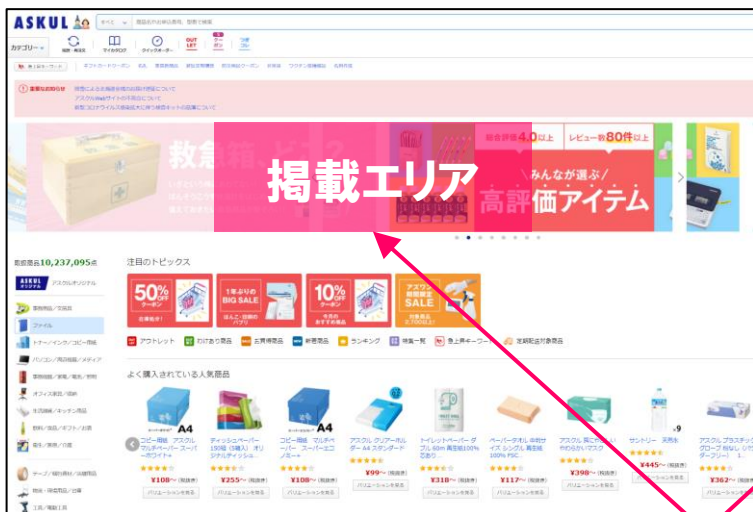
LOHACOの知見を活かして広告ビジネスを立ち上げ

広告掲載イメージ

スケジュール

サイトトップバナー

検索連動型広告



広告掲載エリア

商品の特性に適した掲載エリアを準備

テスト運用

2022年3月開始

本格展開

新アスクルWebサイト
オープン後

メーカーとの強い関係性とBtoBの規模を最大活用



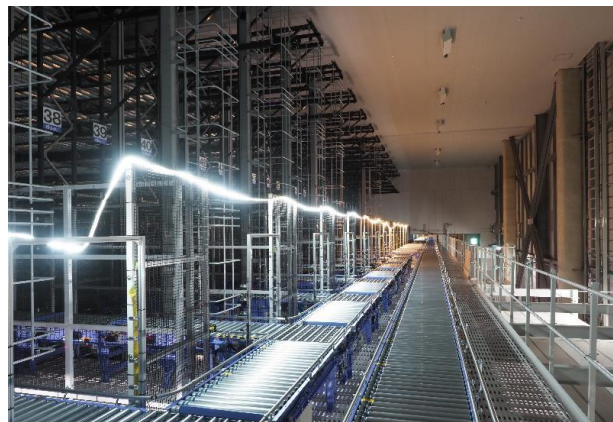
ASKUL東京DC

- ✓ 半導体部品の調達状況は改善傾向
- ✓ 2022年内の稼働開始確度が高まる

ASKUL東京DC内マテハン設置状況



コンベア搬送機器



ケース自動倉庫

新砂センター

- ✓ ALP首都圏火災後に暫定対応で立ち上げたBtoBセンター
- ✓ 2022年8月賃借終了予定

		
ASKUL Value Center 日高	新砂センター	ASKUL Value Center 関西
アスクル初のLOHACO専用センター	BtoB事業のALP首都圏代替センター	アスクル最大・最新鋭の物流センター
2017年4月 稼働スタート 賃貸面積: 約46,200㎡ 設備投資額: 38億円(予定)	2017年4月 稼働スタート 賃貸面積: 約23,500㎡ 設備投資額: 5億円(予定)	2018年2月初旬 本格稼働(予定) 賃貸面積: 約146,400㎡ 設備投資額: 149億円(予定)
新センターの立ち上げは計画通り進捗		

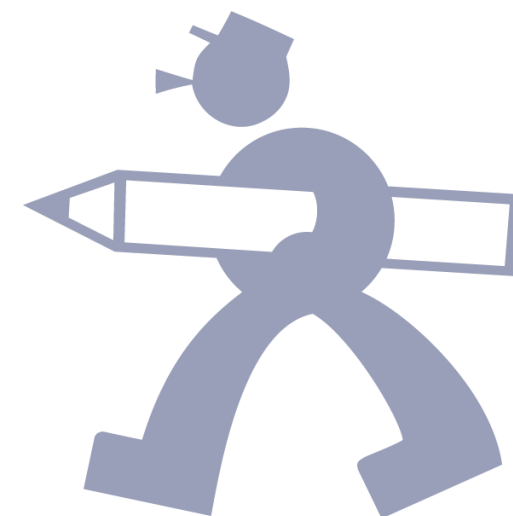
I 22年5月期第3四半期実績

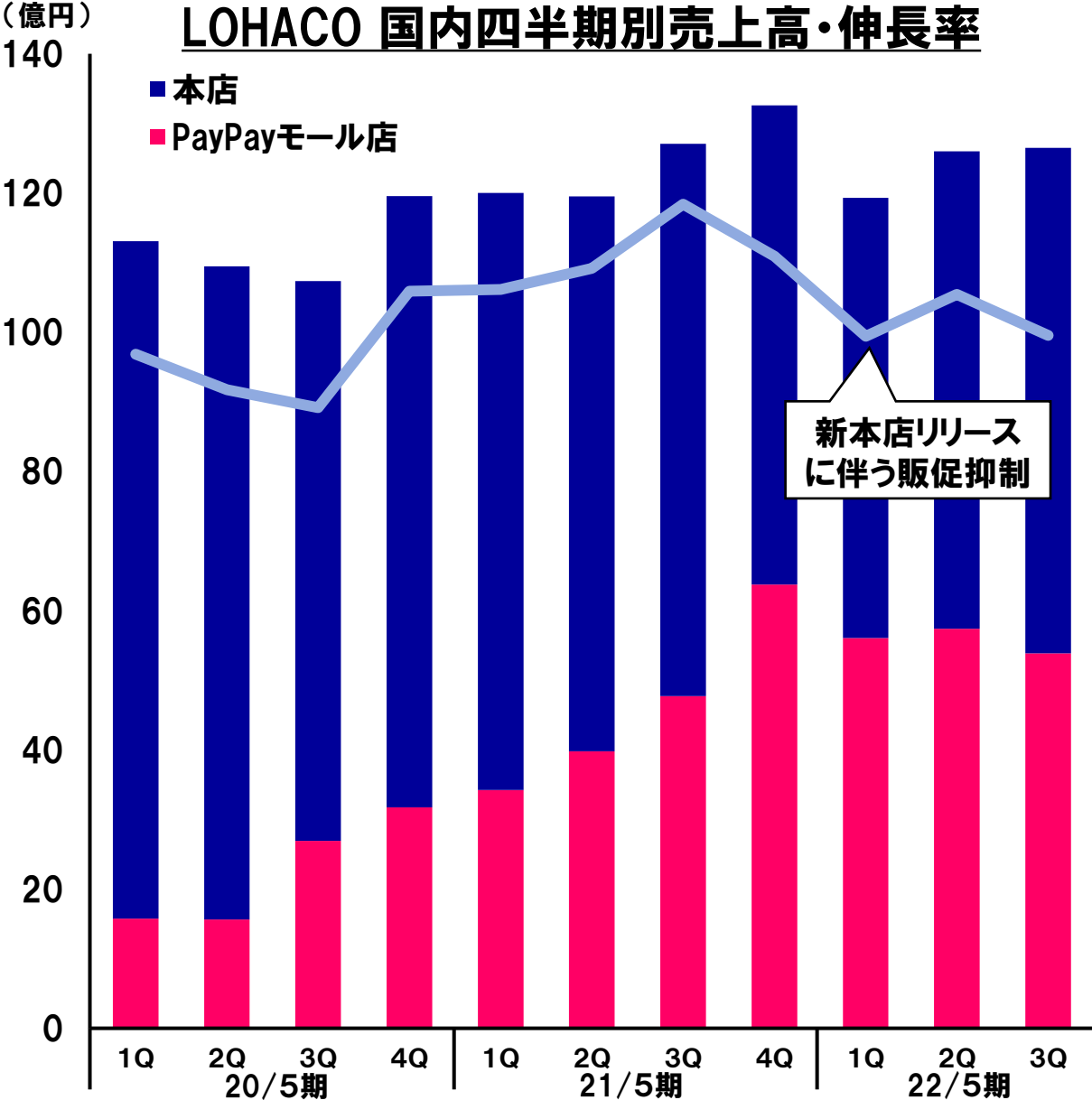
II BtoB

III BtoC

IV ESG・DX

V 付録





4Qでの大型販促で大きな成長を目指す

ちよう ベイペイ まつり

超PayPay祭

3/22 (火) 1:59まで

今週日曜は

ロハコ全商品が対象

最大※ **26.5%**

※条件を満たした場合

超PayPay祭(2/14~3/22)

ソフトバンク・ワイモバイル
スマホユーザーなら **毎週もらえる!**
ネットショッピングに使える **500円クーポン!**

CYBER SUNDAY

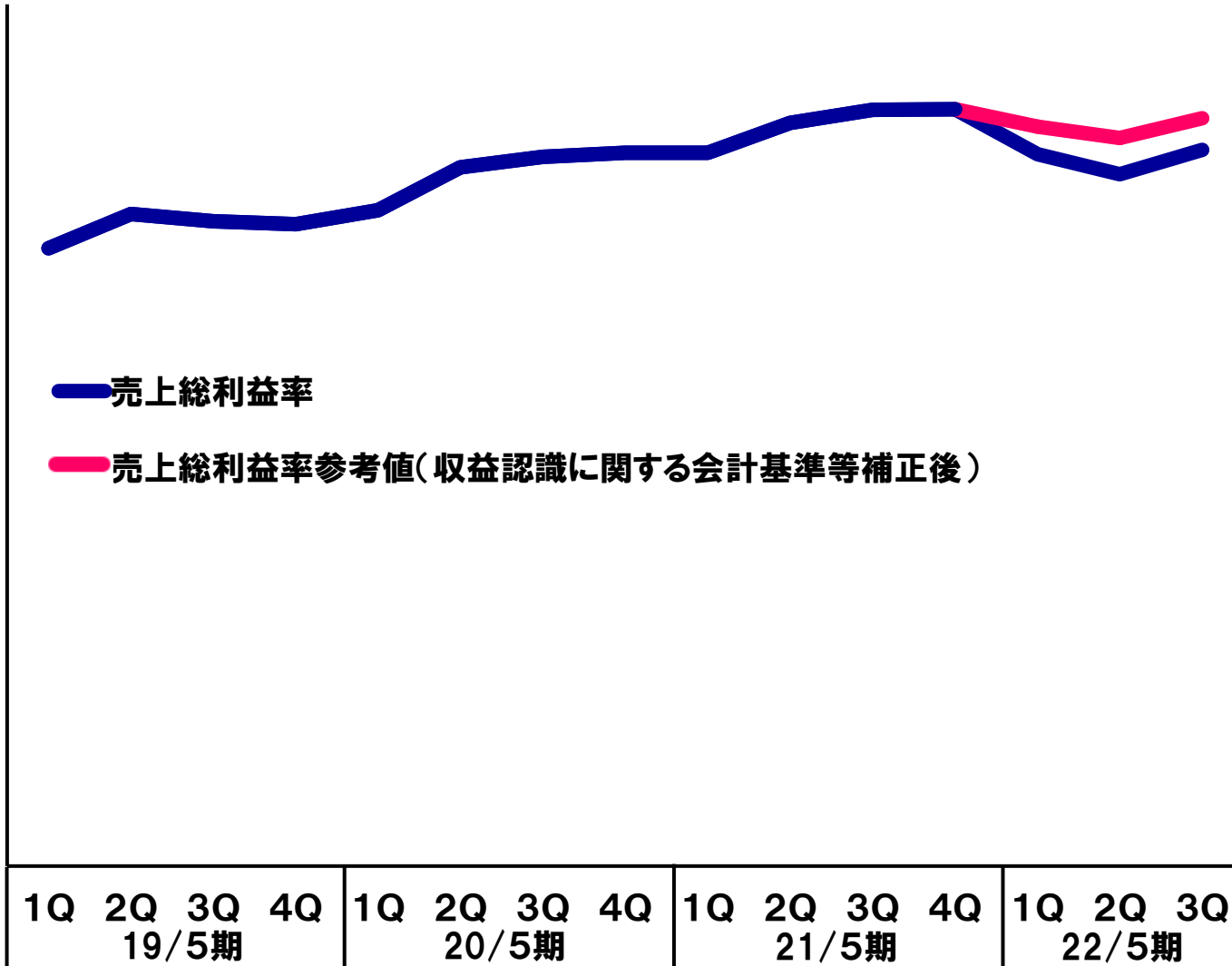
SoftBank Y!mobile

※2/26-3/20 対象店舗・利用条件あり

CYBER SUNDAY(2/26~3/20)



(%)



22/5期 3Q期間
前年同期差 $\Delta 1.4\text{pt}$



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 $\Delta 0.3\text{pt}$

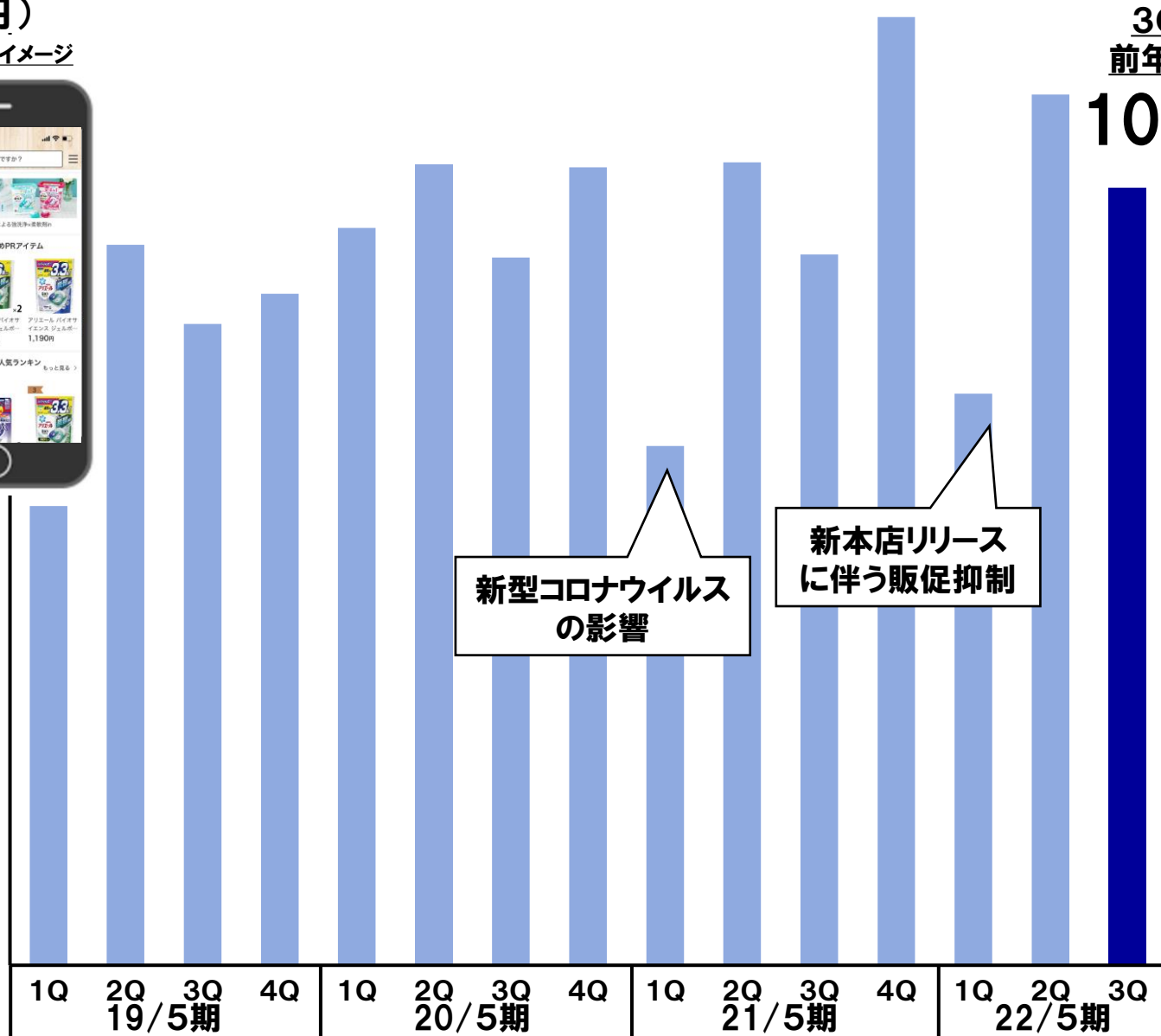
海外構成比増 $\Delta 0.9\text{pt}$
国内商品粗利率の改善 $+ 0.6\text{pt}$
(足元2月度国内は $+ 1.0\text{pt}$ 改善)

LOHACO 広告フィー収入

単体



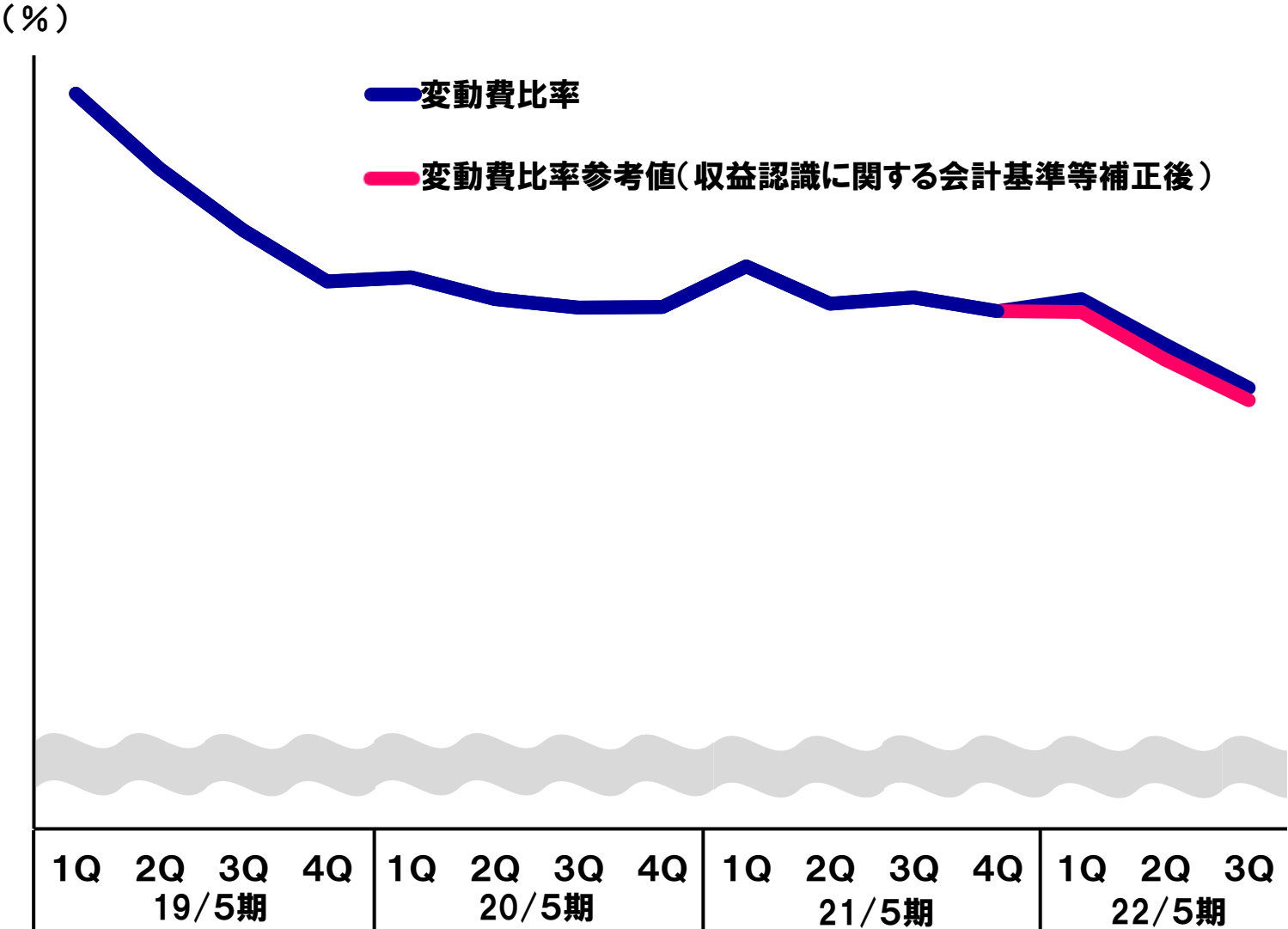
(円)
広告掲載イメージ



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

新本店販促
テストマーケティング
支援ビジネスが奏功



22/5期 3Q実績
前年同期差 $\Delta 2.1$ pt

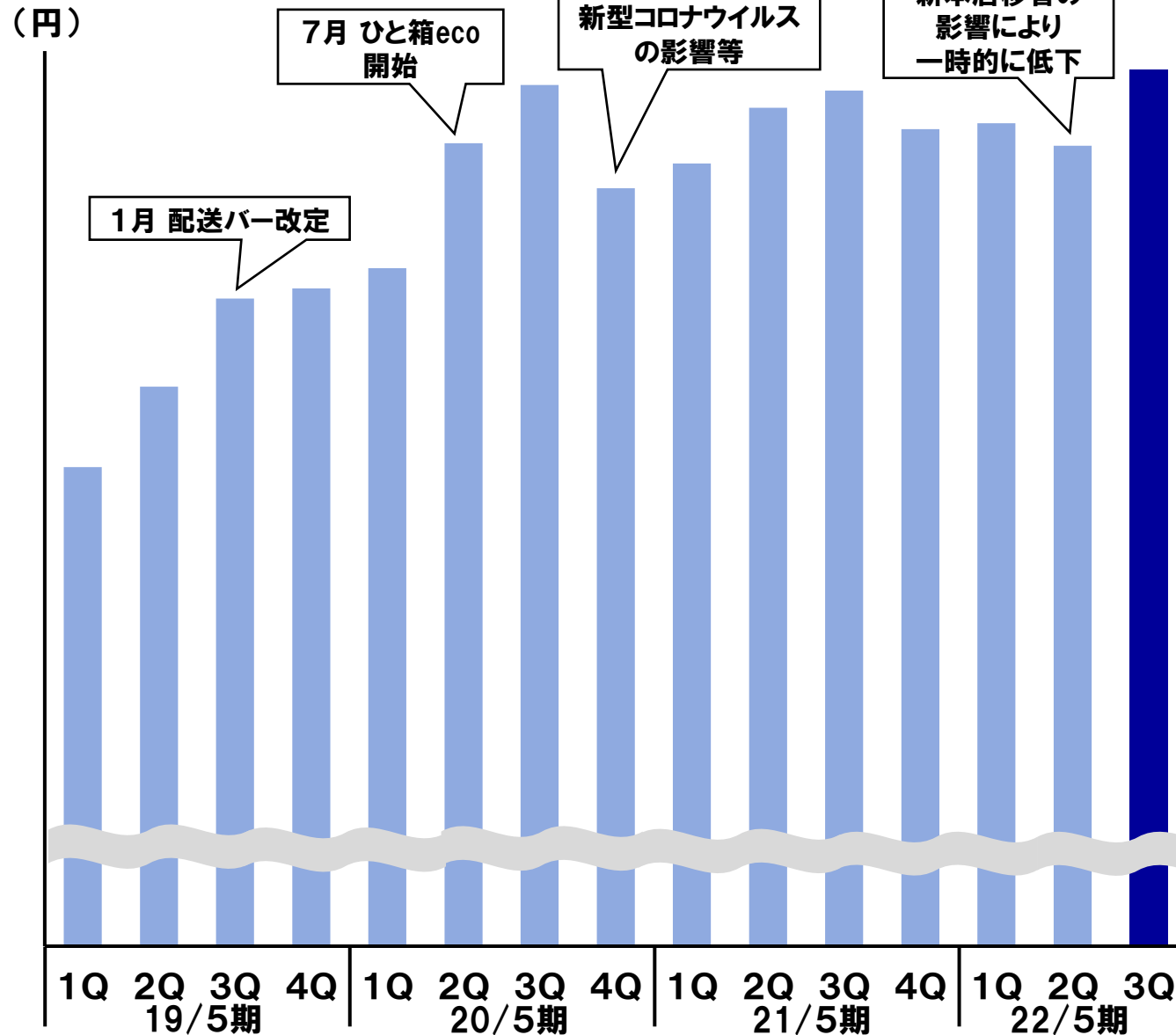


収益認識に関する会計基準等の適用を補正後
前年同期差 $\Delta 2.4$ pt

計画どおり推移

LOHACO 一箱あたりの売上単価(国内)

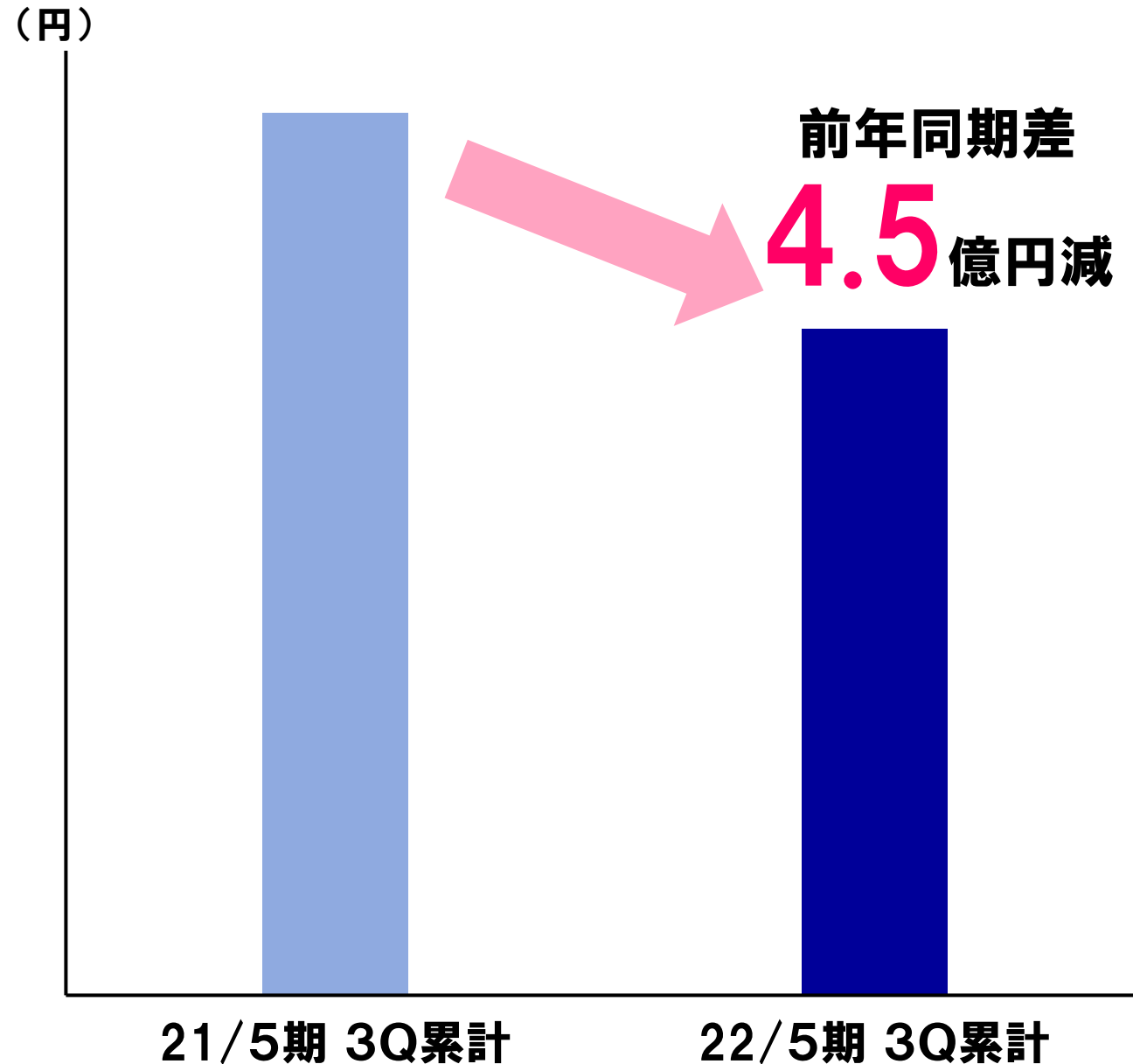
単体



22/5期 3Q実績
前年同期比101.5%



サイト機能改善等
により向上



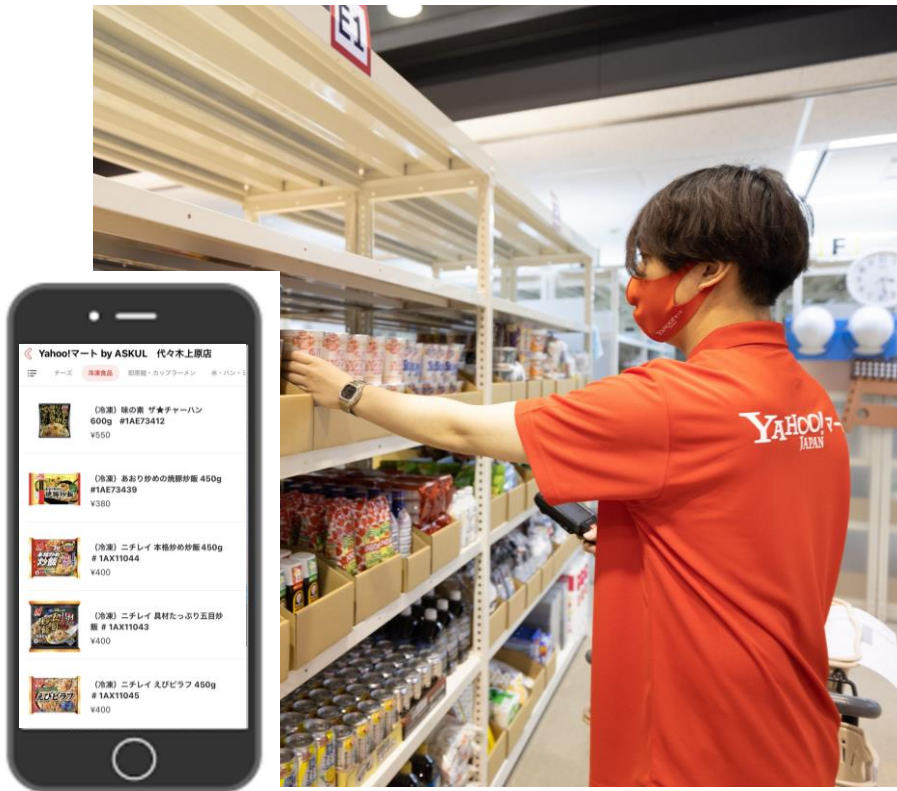
新本店リリースにより
固定費削減



Zホールディングス主導のもとクイックコマースを本格展開

「Yahoo!マート by ASKUL」が始動

2023年3月までに東京都内23区全エリアをカバー予定(2022年3月現在14店舗)



集客

YAHOO!
JAPAN

LINE

商品(仕入)

ASKUL

注文・配達

Demaecan

アスクルが取り組む意義

- ✓ チルド・冷凍品の取り扱いによるMD強化とノウハウの蓄積
- ✓ ビジネス規模の拡大によるバイイングパワーの強化



連携強化による継続的な機能改善により、粗利・単価を向上

LOHACO本店 主な機能改善スケジュール

2Q

- ✓ クーポン複数対応
- ✓ お気に入りからカゴ入れ

…等



3Q

- ✓ バリエーション表示
- ✓ 予約購入

…等



4Q予定

- ✓ 購入カテゴリグループ数に応じた段階的まとめ割
- ✓ レビューキャンペーン

…等



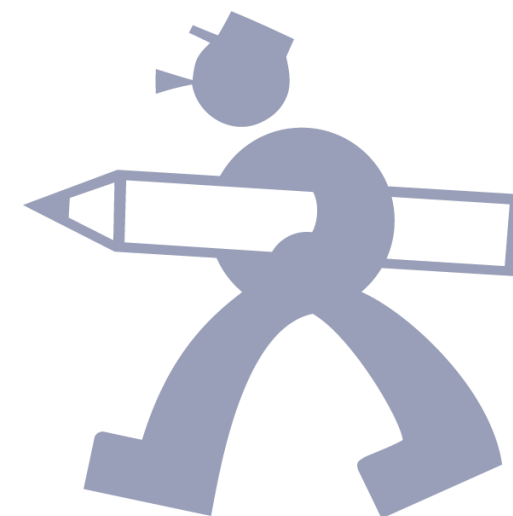
I 22年5月期第3四半期実績

II BtoB

III BtoC

IV ESG・DX

V 付録



2022年2月

「アスクルグループ 人権方針」を策定

- ✓ アスクルグループとして人権尊重へのコミットメント
- ✓ 様々なステークホルダーと協働してあらゆる企業活動における人権尊重の行動を推進

2022年1月 アスクル・CUBE-LINX・日野自動車

「小型BEV※トラックを用いた電動車最適稼働 マネジメントの実証実験」を開始

- ✓ EV100達成に向け、BEV車両導入拡大の課題である
電力マネジメントの解決に取り組む
- ✓ 新型車両「日野デュトロ Z EV」を使用
車両の使い勝手の検証、効率的な運行管理、
最適な充電管理とエネルギー利用量最適化の
効果を確認

※Battery Electric Vehicle: バッテリー式電気自動車

EV 100

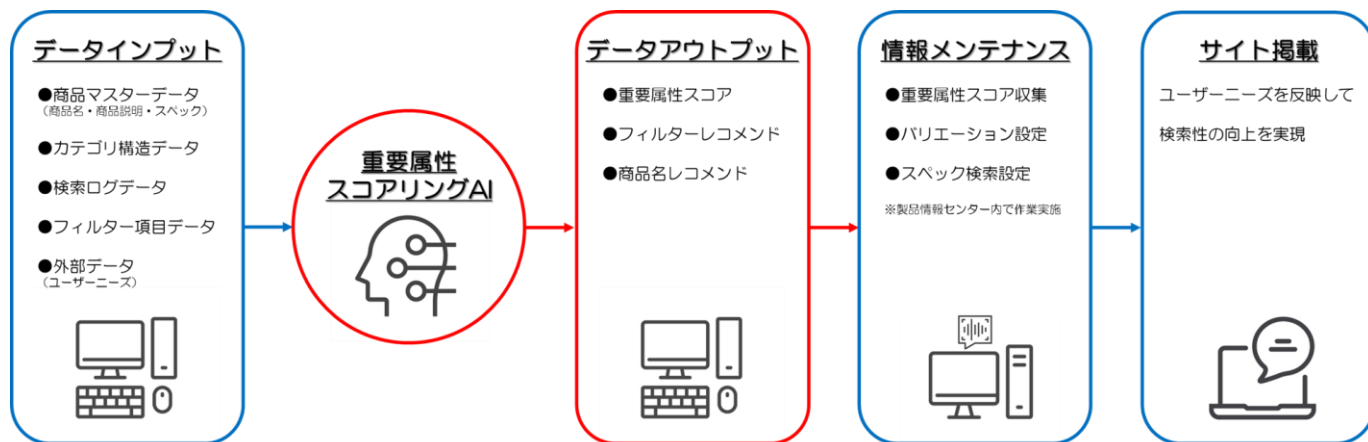




2021年12月

商品情報の充足にAIスコアリングを導入

- ✓ 購入の決め手となる商品の属性項目(容量、長さ等)の重要度をAIを活用しスコアとして数値化、商品情報充足プロセスを簡易化
- ✓ 商品特性に合致した適切な商品情報を掲載し
専門商材が選びやすく・購入しやすい売り場づくりを実現



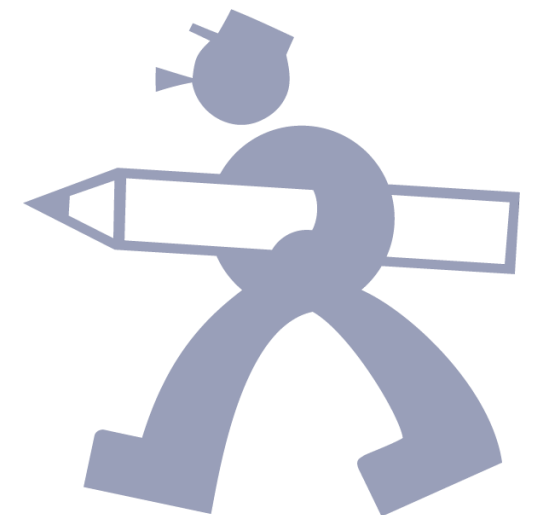
I 22年5月期第3四半期実績

II BtoB

III BtoC

IV ESG・DX

V 付録



22/5期 品目別売上高

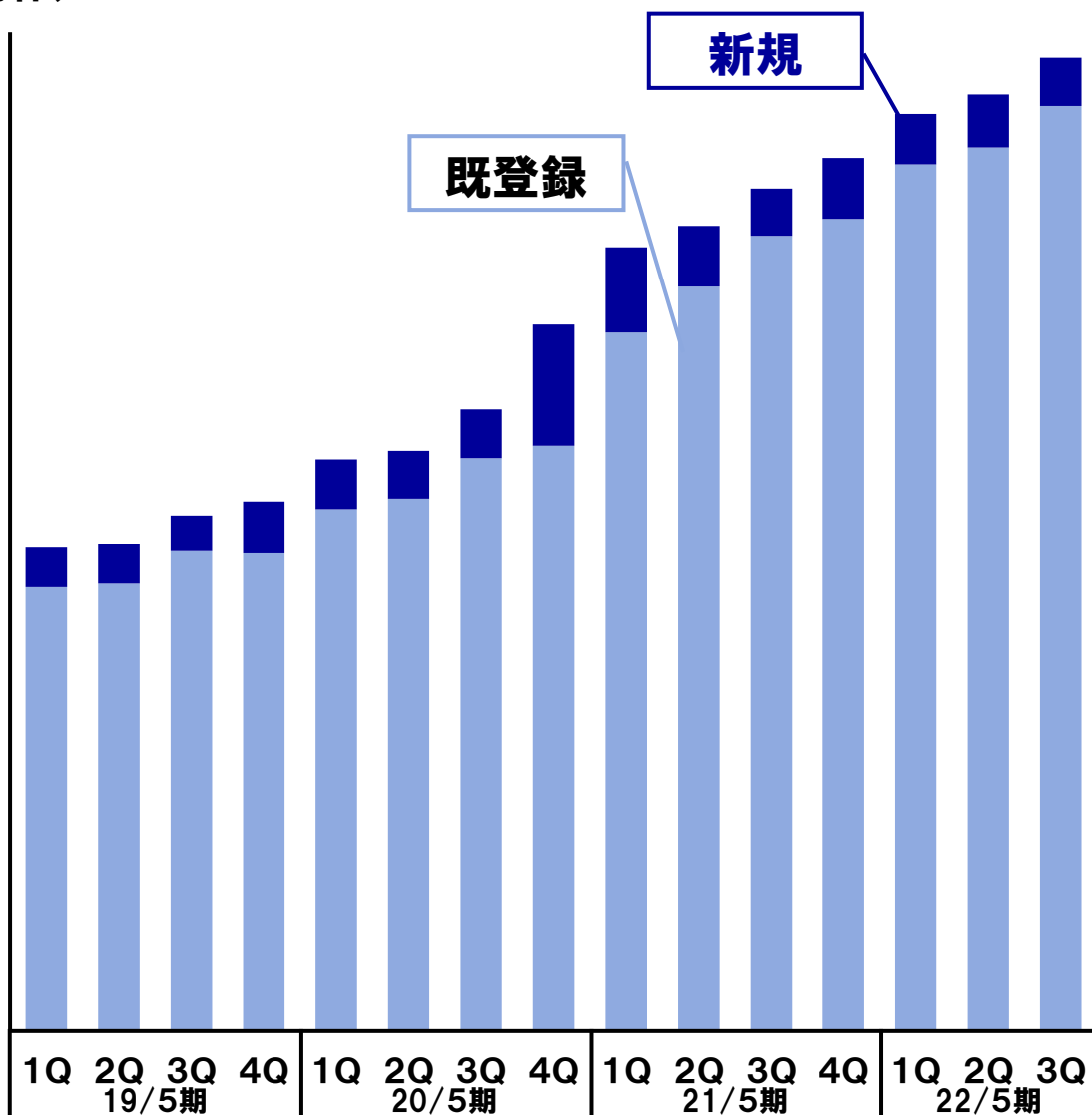
単体



(億円)	20/5期 3Q累計		21/5期 3Q累計			22/5期 3Q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	747	28.6	717	26.3	96.0	715	26.0	△ 1	99.7
文具	328	12.6	306	11.2	93.2	302	11.0	△ 3	98.9
生活用品	897	34.3	922	33.8	102.8	993	36.1	71	107.8
ファニチャー	154	5.9	156	5.7	101.4	156	5.7	0	100.1
MRO	262	10.1	273	10.0	104.0	286	10.4	12	104.6
メディカル	162	6.2	294	10.8	181.0	257	9.3	△ 37	87.3
その他	60	2.3	58	2.2	97.6	44	1.6	△ 14	75.6
合計	2,613	100.0	2,729	100.0	104.4	2,757	100.0	27	101.0

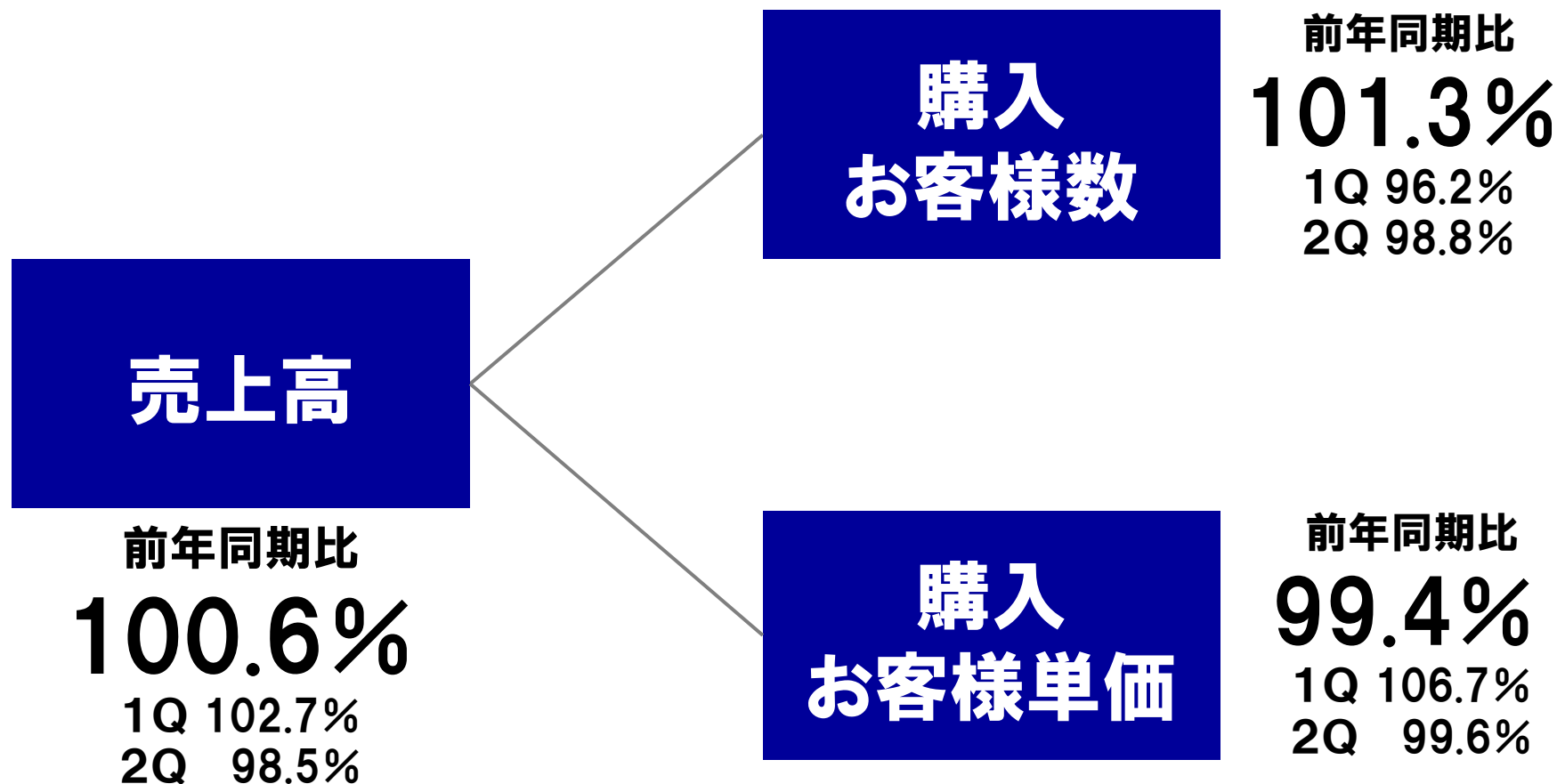


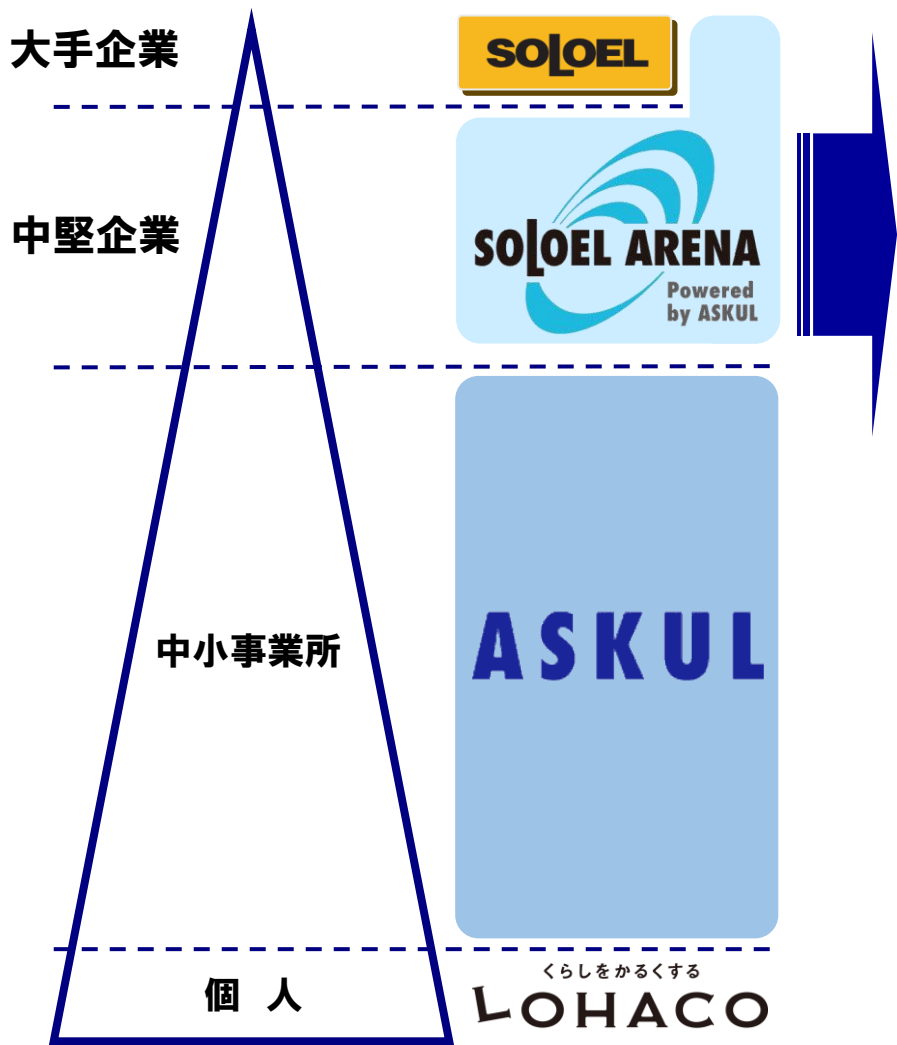
(百万件)



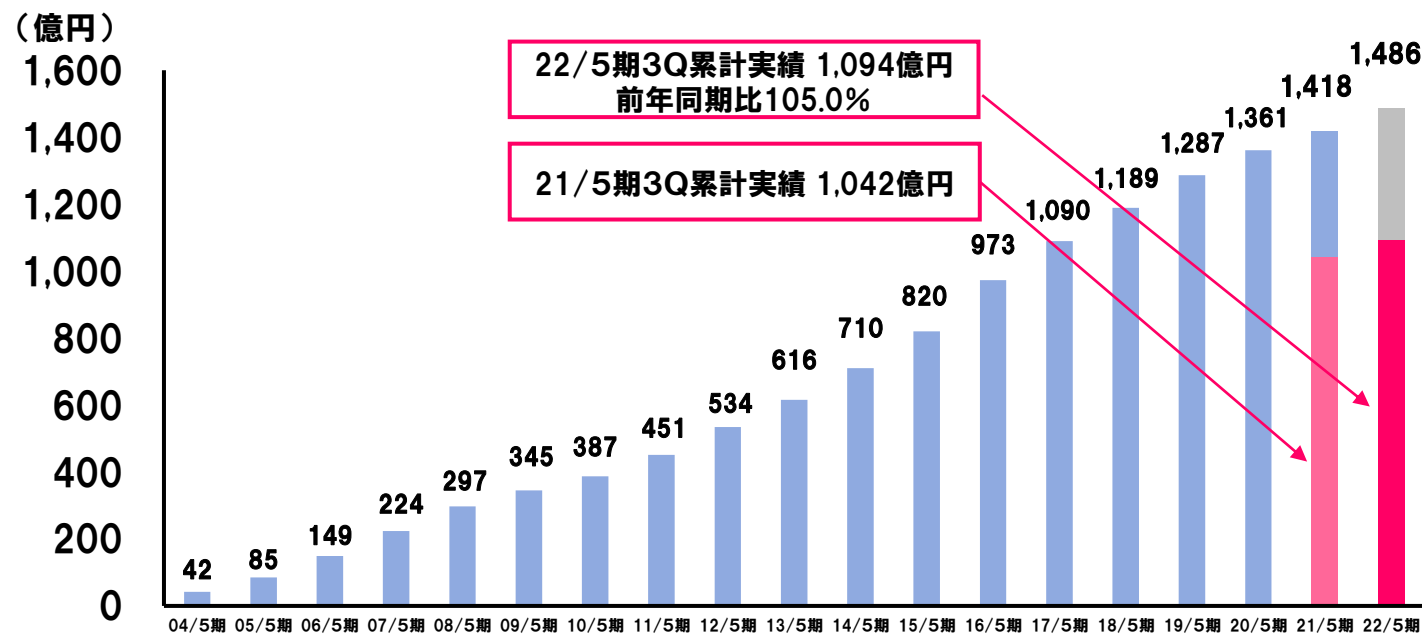
アフターコロナの成長に向けた
お客様基盤の拡大が続く

※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

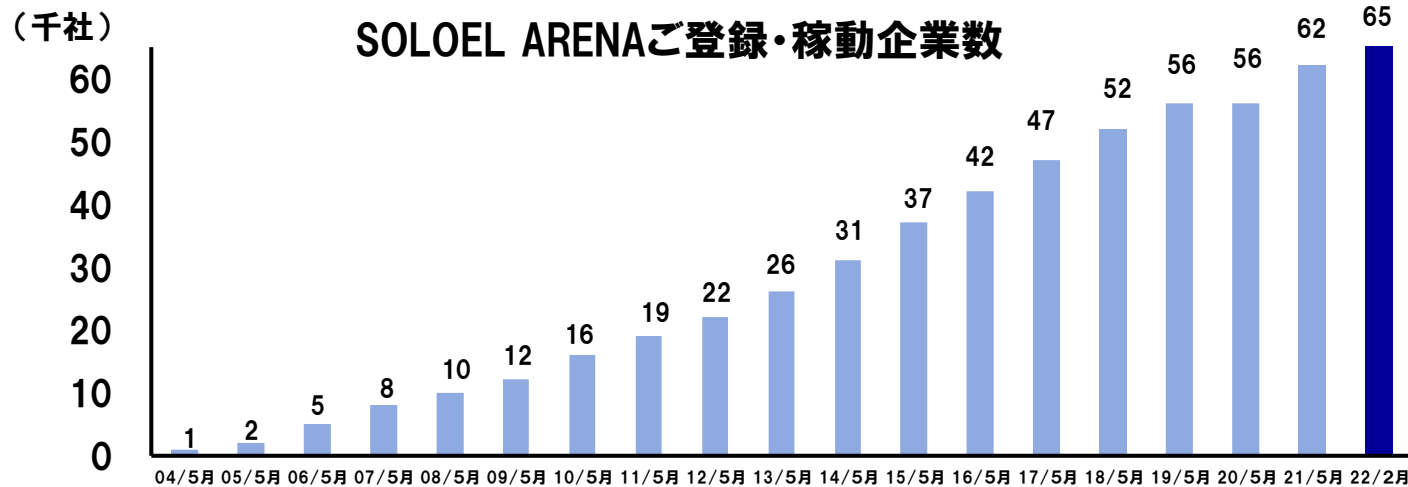




SOLOEL ARENA等売上金額



SOLOEL ARENAご登録・稼動企業数





売上総利益額 774億円 前年同期差 Δ 1億円

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 668億円 前年同期差 Δ 4億円

販管費比率 21.0% 前年同期差 Δ 0.5pt

- 人件費比率の低減
- 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 77億円(年間計画 134億円)
 新アスクールWebサイト関連 37億円
 ASKUL東京DC関連 16億円
 (参考)減価・ソフトウェア償却費 43億円(年間計画61億円)

投資詳細

(単位:百万円)

科目名	21/5期 第3四半期(累計)	22/5期 第3四半期(累計)	
	金額	金額	前年同期比
【 設 備 投 資 額 】	7,477	7,714	+3.2%
有 形 固 定 資 産	4,514	2,520	-44.2%
無 形 固 定 資 産	2,962	5,194	+75.3%
建 設 仮 勘 定 (注 2)	3,356	4,622	+37.7%
ソ フ ト ウ ェ ア 仮 勘 定 (注 2)	2,148	6,436	+199.6%

(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

	21/5期 第3四半期	22/5期 第3四半期	前年同期差
インターネット経由	86.0%	87.5%	+1.5pt
上記以外	14.0%	12.5%	△1.5pt

(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 2月度	22/5期 2月度	前年同月度差
オリジナル商品数	9,996	10,757	+761
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	26.1% (32.7%)	27.1% (34.3%)	+1.0pt (+1.6pt)

(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
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 28.2%※(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、2022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

■VOCポータル(シンクロハート)

お客様からいただいたご意見やご要望を、
分野別・課題カテゴリー別に掲載した社内
サイトを設置

■「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

■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

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

●インパクト投資と寄付による 東日本復興支援

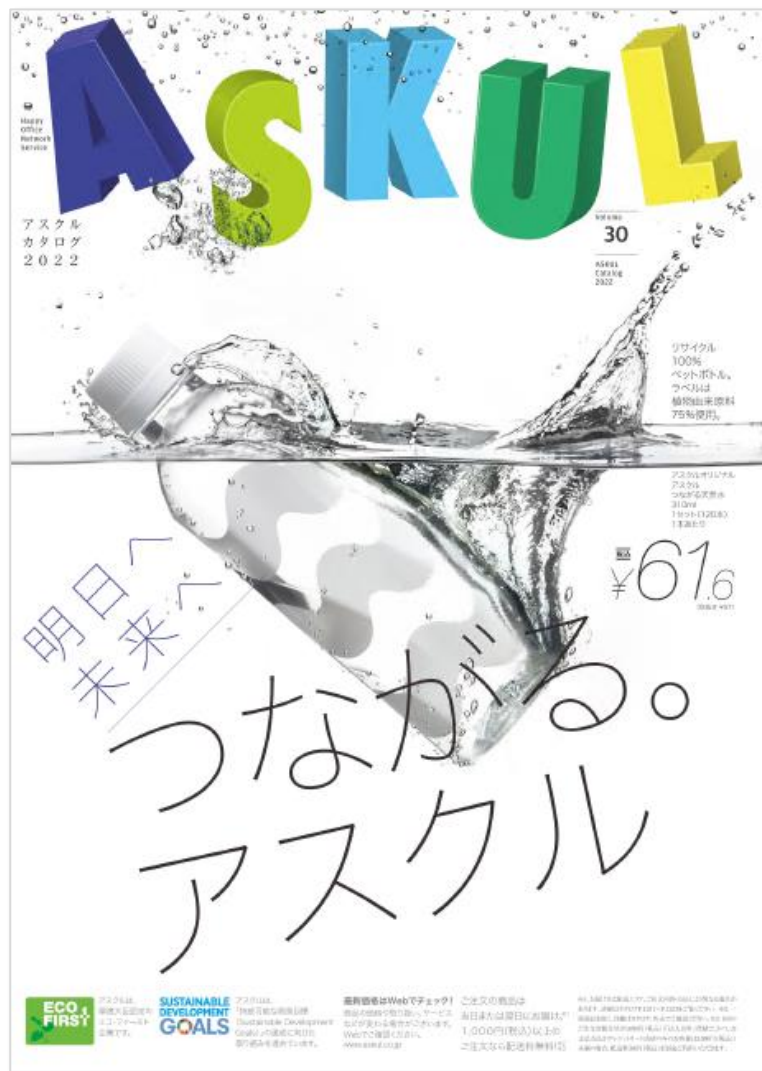
メーカーと協力し、寄付とインパクト投資
で「循環型支援」を目指し、社会課題を
解決し、現地を活性化する東北3県の
事業を応援。第1回目の支援先は、宮城
県の土壌改良材メーカーと岩手県の製菓
メーカーに決定

●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



「アスクルカタログ2022」
2022年2月発刊

最新情報はWebサイトにて随時更新 Webサイトファーストへ

総ページ数	1,260ページ
掲載商品数	約 39,000アイテム
新規掲載商品数	約 2,500アイテム
掲載オリジナル商品数	約 7,450アイテム
掲載グリーン商品数	約 14,500アイテム

<参考> アスクルカタログ2021(前号)の概要

総ページ数 : 1,260ページ

掲載商品数 : 約 39,000アイテム

掲載オリジナル商品数 : 約 7,300アイテム

掲載グリーン商品数 : 約14,000アイテム



人と人につながる。環境配慮につながる。大切にしたい想いを未来へ、「つながる天然水」新登場!

小容量ミネラルウォーター

群馬県高井町のまろやかで飲みやすい硬度2の軟水。

紙管や金線で、他の人のボトルと区別しやすい箱デザイン。

リサイクル100%ペットボトルと、ラベルは植物由来原料75%使用。

税込 ¥616

お客様に、環境に、最適なモノをお届けします。

持続可能な社会を実現するために、人や社会、地球環境に配慮したモノを輸入・消費しようという意識が高まっています。ASKULは、時代の変化やビジネスの進化をいち早くキャッチし、独自の商品やサービスでお客様に「新しい価値」をご提案してまいります。

ティッシュペーパー

バージンパルプ100%、ソフトな肌ざわりの220組440枚入り国産品質ティッシュ。

取り出し口のフィルムをなくし、不要なゴミと分別の手間を削減。

税込 ¥20.8

税込 ¥31.9

税込 ¥352

税込 ¥468

税込 ¥231

税込 ¥490

ティッシュペーパー

国産バージンパルプ100%のボックスティッシュ。1パック6箱入りで新登場!

税込 ¥230

大容量ミネラルウォーター

「天然水2.0L」のラベルが新登場!

税込 ¥39

ゴミ袋

CO₂排出量を削減。バイオマス素材を25%使用したゴミ袋。

税込 ¥193

アスクルのコピー用紙は 10年ずっと、サステナブル!

アスクルのインドネシア製コピー用紙を選んでお使いいただくことで、「1 box for 2 trees」プロジェクトを通じて、お客様自身が持続可能な原材料調達に参加し、持続可能な社会の実現に貢献できます。

Point ① 増量 約68g/m²のコシのある紙質。

Point ② 外箱は開封後も保管しやすいフタ付きBOX。

Point ③ インドネシア製アスクルオリジナルコピー用紙は国際森林認証のPEFC認証製品です。

ASKUL Multipaper Super Economy

日本一使われています!

ASKUL Multipaper Super White

税込 ¥2,990

2010年のスタートから10年以上続いています!

1 box for 2 trees

オリジナルコピー用紙1箱のお買い上げが2本の植林につながるプロジェクト!

アスクルのインドネシア製コピー用紙5,000枚(A4-1箱)には、原材料となるユーカリなどの植林木が1本必要です。コピー用紙1箱に対し、原材料の2倍となる2本の植林を確認していくのが「1 box for 2 trees」プロジェクトのコンセプトです。プロジェクトスタートから10年以上が経過して、インドネシアの「木の畑」は面積13万6,500ヘクタール、植林木数1億9,200万本になりました(※2022年1月現在)。アスクルは、これからは植えて育てて収穫する「木の畑」とともに、その周辺地域社会との共生や生物多様性の保全、ひいては地球環境の保護に貢献できるよう、様々な取り組みをまいります。

「1 box for 2 trees」プロジェクトのイメージ

植えて、育てて、収穫する「木の畑」を続けることは、持続可能な原材料調達につながります。

ご購入いただいたコピー用紙1箱(A4-5,000枚相当)につき、将来の原材料となるユーカリなどの2本相当の産業植林を支援しています。産業植林報告書は以下のサイトからお申し込みいただけます。

www.askul.co.jp/1for2trees/

現地動画はこちら

サステナブル

アスクルの環境への取り組みについて詳しく知りたい方はWebへ! → 1for2.askul.co.jp



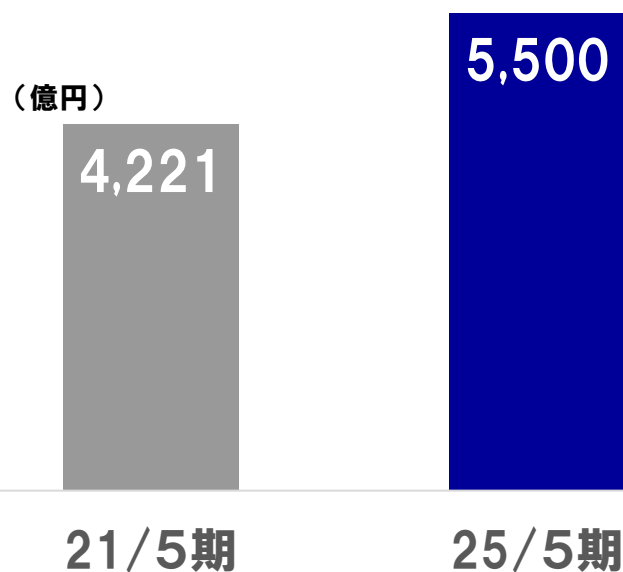
2025年5月期

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

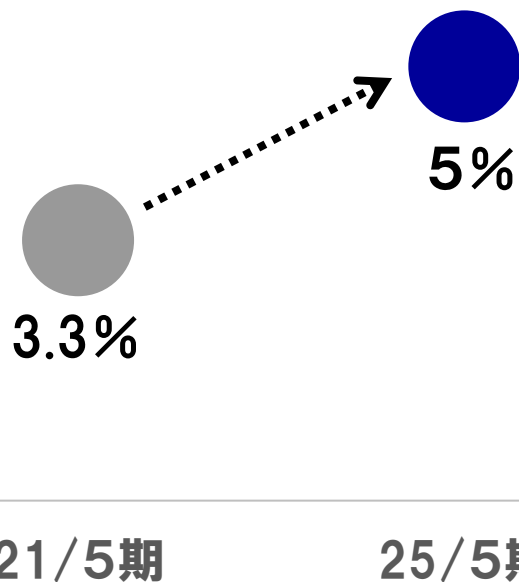
連結売上高

年平均成長率 **6%超**

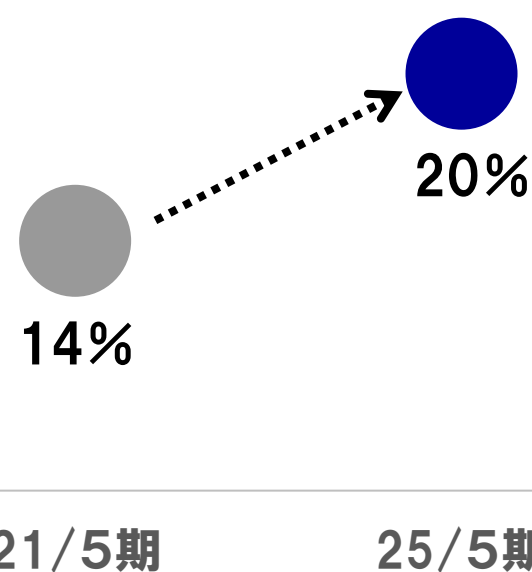


連結営業利益率

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。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

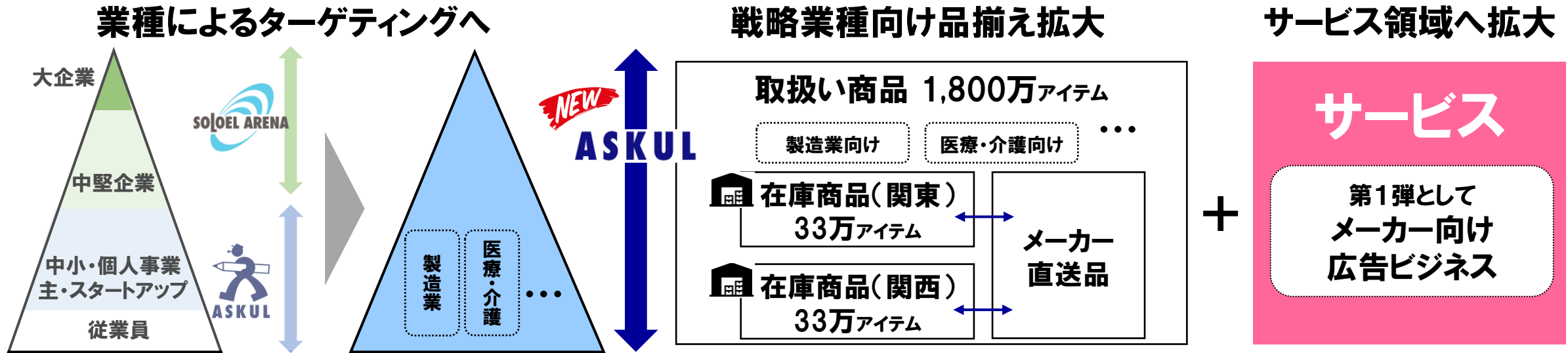
物流センターの構造改革、BtoBとBtoCの物流融合、バリューチェーンのDX等の施策により、当社強みの高速物流を進化させ、ロングテールの「明日来る」を実現する計画。この計画実現に大きな役割を持つ東日本最先端フラッグシップセンター「ASKUL東京DC」が2022年に稼働開始予定



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。