

2023年7月4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 東証プライム)  
問合せ先  
役職・氏名 取締役CFO 玉井 継尋  
TEL 03-4330-5130

「2023年5月期決算概要」のお知らせ

「2023年5月期 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「2023年5月期決算概要」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

# 2023年5月期決算概要

2023年7月4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。



## 2023年5月期 実績 売上成長カーブを変える

- 通期連結業績は売上高および各段階利益ともに過去最高を更新
- 「BtoBの成長カーブを変える」「LOHACOの通期黒字化」2大目標を実現
- 東日本のフラッグシップセンター「ASKUL東京DC」計画どおり稼働
- 新アスクルWebサイトは一部リリース、計画どおりのオープン化効果を確認

## 2024年5月期 計画 利益成長カーブも変える

- 通期連結業績は引き続き売上高および各段階利益ともに過去最高を計画
- 「BtoBは利益成長カーブも変える」売上成長加速・売上総利益率改善へ
- 「LOHACOは4Q以降再成長へ」黒字を維持しつつ品揃え拡大等により実現へ
- 新アスクルWebサイトのソロエルアリーナお客様移行を確実に進める

## 2025年5月期 方向性 大きな利益成長を目指す

# I 23年5月期 通期業績

## および 24年5月期 業績見通し

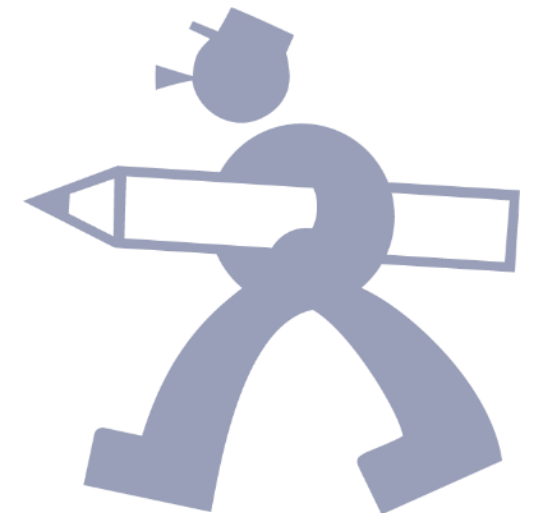
### II 事業戦略について

- BtoB

- BtoC

### III ESG・DX

### IV 付録



# 23/5期 通期業績 および 24/5期 業績の見通し

連結



## 売上高、利益とも過去最高を継続、利益成長カーブを変える

	22/5期		23/5期					24/5期		
	実績	売上高 比率 %	計画	実績	売上高 比率 %	計画比 %	前期比 %	計画	売上高 比率 %	前期比 %
(百万円)										
売上高	428,517	100.0	455,500	446,713	100.0	98.1	104.2	482,000	100.0	107.9
売上総利益	105,072	24.5	112,342	107,040	24.0	95.3	101.9	122,450	25.4	114.4
販売費及び 一般管理費	90,763	21.2	97,842	92,420	20.7	94.5	101.8	105,950	22.0	114.6
営業利益	14,309	3.3	14,500	14,620	3.3	100.8	102.2	16,500	3.4	112.9
経常利益	14,270	3.3	14,300	14,448	3.2	101.0	101.3	16,200	3.4	112.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	9,206	2.1	9,400	9,787	2.2	104.1	106.3	10,300	2.1	105.2

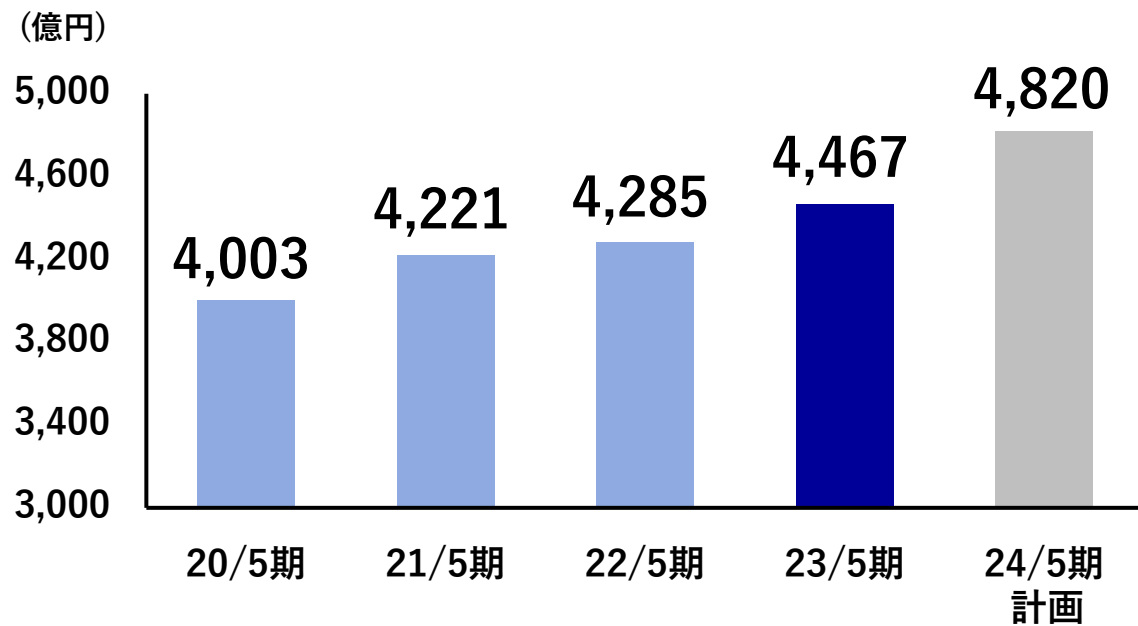


## 売上高

23/5期実績 前期比 **104.2%**

24/5期計画 前期比 **107.9%**

過去最高を継続しつつ  
BtoB事業の成長スピードを上げる

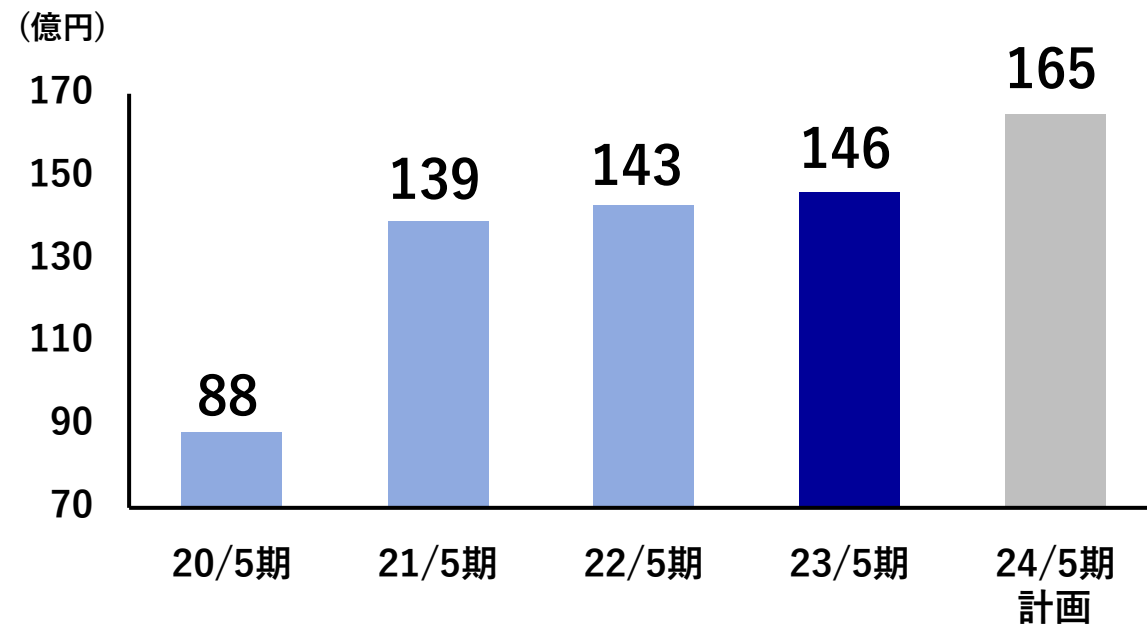


## 営業利益

23/5期実績 前期比 **102.2%**

24/5期計画 前期比 **112.9%**

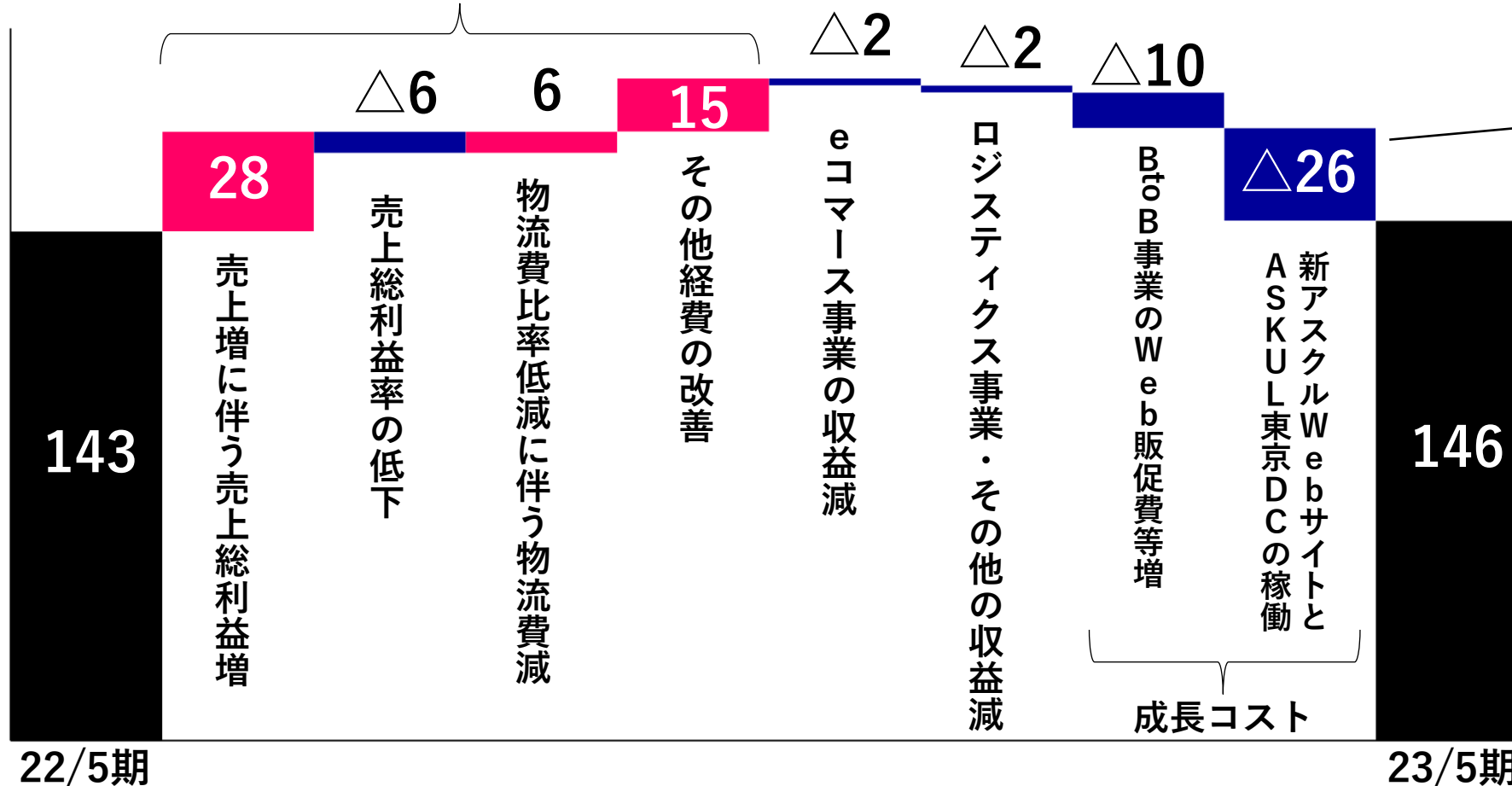
踊り場から脱却し二桁増益へ



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して増益

(億円)

eコマース事業 (単体)



固定費増の進捗

- 新ASKUL Webサイト△10.4億円  
<内訳>
  - ・償却費 △4.6億円
  - ・移行費用 △1.9億円
  - ・サーバ増強費※ △3.6億円
  - ・その他 △0.3億円
- ASKUL東京DC △16.1億円  
<内訳>
  - ・償却費 △5.4億円
  - ・家賃 △3.5億円
  - ・清掃警備費 △1.2億円
  - ・立上費用※ △4.6億円
  - ・その他 △1.4億円

※一過性コスト

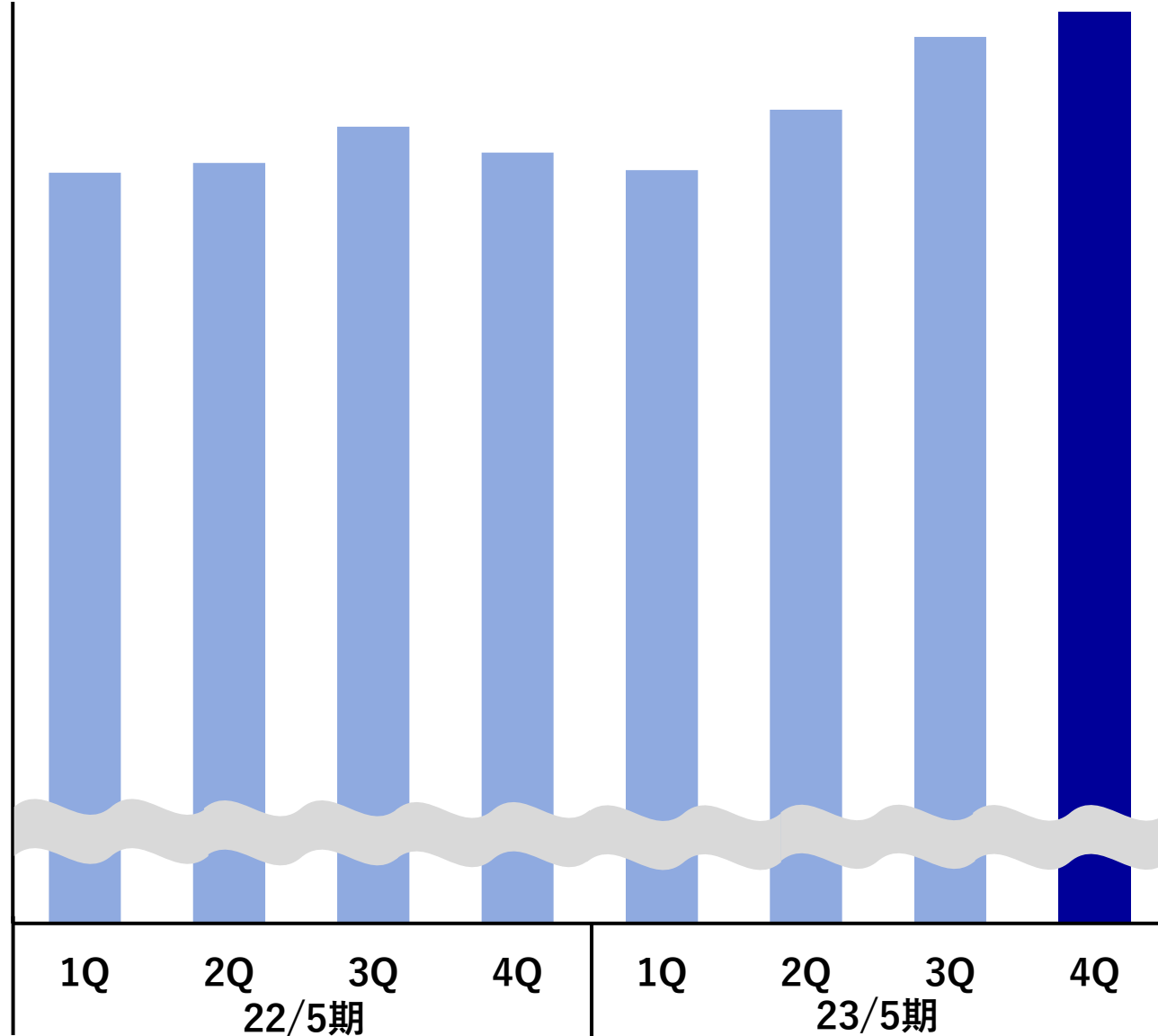


# BtoB 一箱あたりの売上単価

単体



(円)



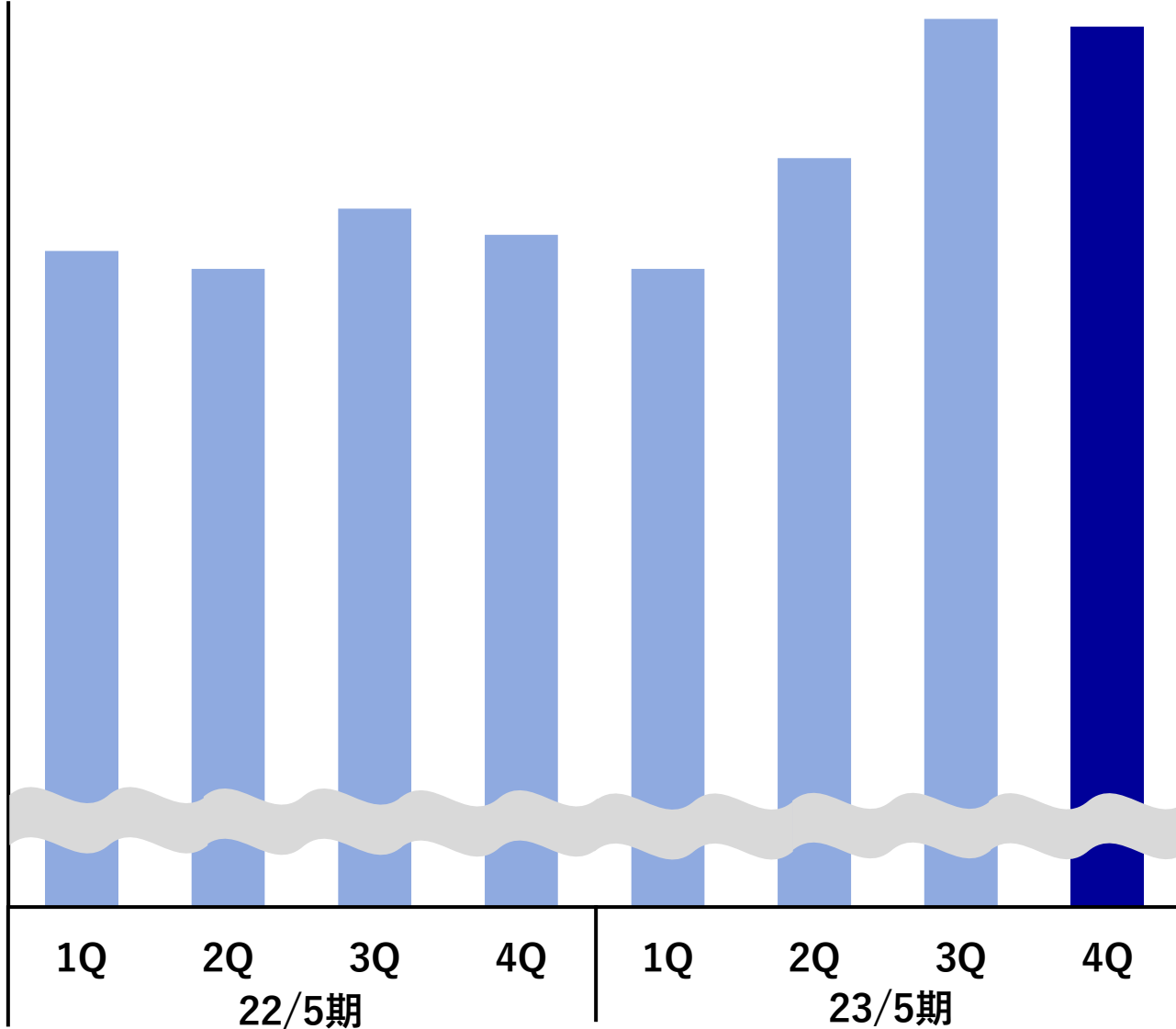
**23/5期 4Q期間**  
**前年同期比 109.9%**  
4Q期間 7億円相当の配送費低減

# LOHACO 一箱あたりの売上単価

単体



(円)

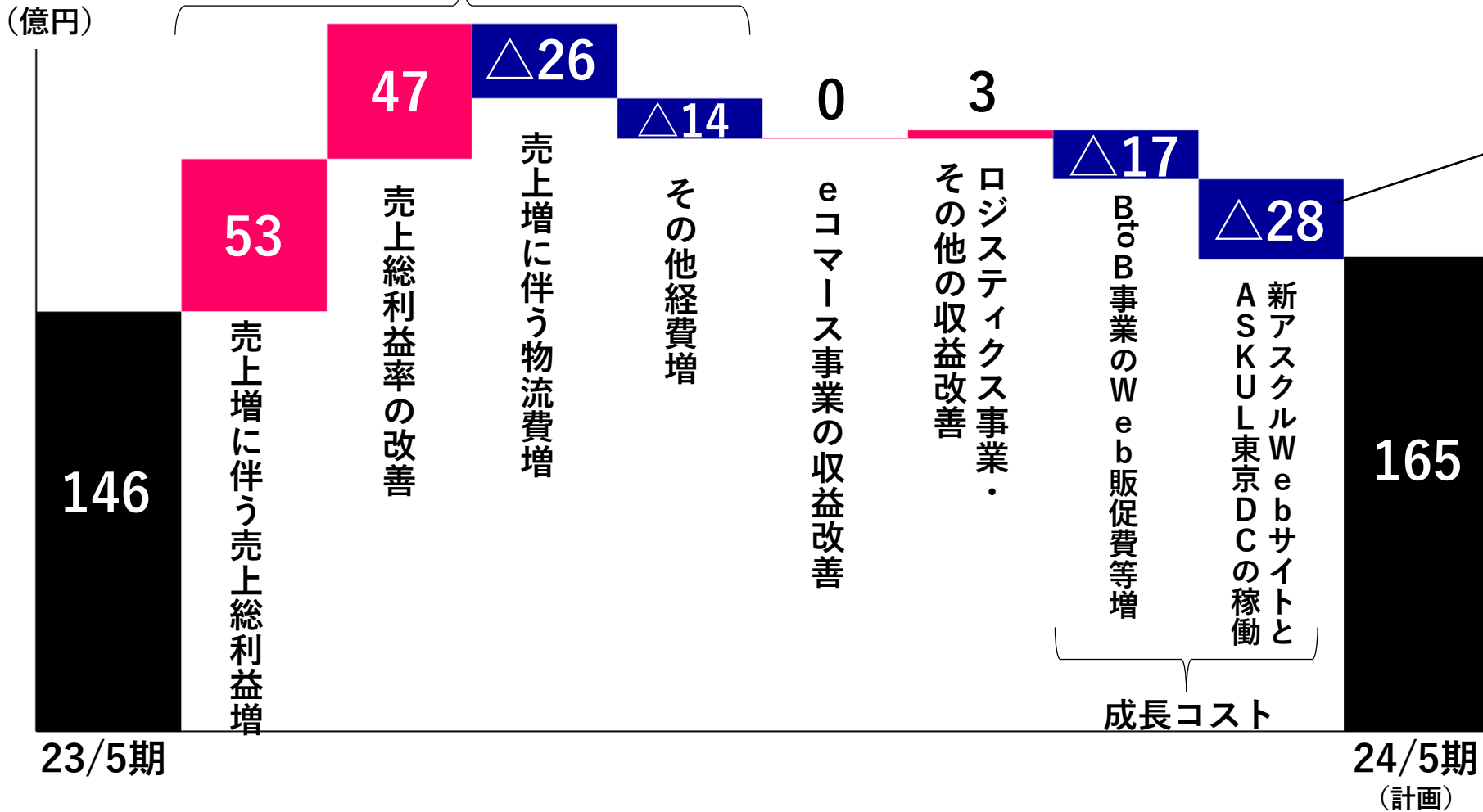


23/5期 4Q期間  
前年同期比 119.2%

# 24/5期 営業利益の見通し

成長コスト投下し売上高伸長・売上総利益率改善により利益成長を見込む

eコマース事業（単体）



固定費増の内訳

●新アスクルWebサイト△21.2億円	
<内訳>	
・償却費	△20.8億円
・移行費用	△0.4億円
●ASKUL東京DC	△7.2億円
<内訳>	
・償却費	△5.3億円
・清掃警備費	△1.9億円

# 23/5期 通期業績 および 24/5期 業績の見通し 【事業別】

連結



		22/5期	23/5期				24/5期			
		実績	計画	通期	計画比 %	前期差	前期比 %	計画	前期差	前期比 %
売上高 (億円)	BtoB事業	3,480	3,678	3,738	101.6	258	107.4	4,170	431	111.5
	LOHACO	543	602	461	76.7	△ 81	85.0	376	△ 85	81.4
	BtoC事業 (チャーム含む)	706	776	632	81.4	△ 74	89.5	553	△ 79	87.4
	eコマース事業	4,186	4,455	4,371	98.1	184	104.4	4,723	352	108.1
	ロジスティクス事業・その他	98	100	95	95.9	△ 2	97.7	96	1	101.1
	連結合計	4,285	4,555	4,467	98.1	181	104.2	4,820	353	107.9
営業利益	BtoB事業	170	140	147	105.1	△ 22	87.0	162	14	110.1
	LOHACO	△ 29	0	0	148.2	30	—	0	0	108.4
	BtoC事業 (チャーム含む)	△ 24	3	3	100.5	27	—	2	△ 1	64.2
	決算賞与 (引当含む) 等	△ 2	0	△ 1	—	0	—	0	1	—
	eコマース事業	143	144	149	103.8	5	104.1	164	15	110.4
	ロジスティクス事業・その他	△ 0	1	△ 3	—	△ 2	—	0	3	—
連結合計	143	145	146	100.8	3	102.2	165	18	112.9	

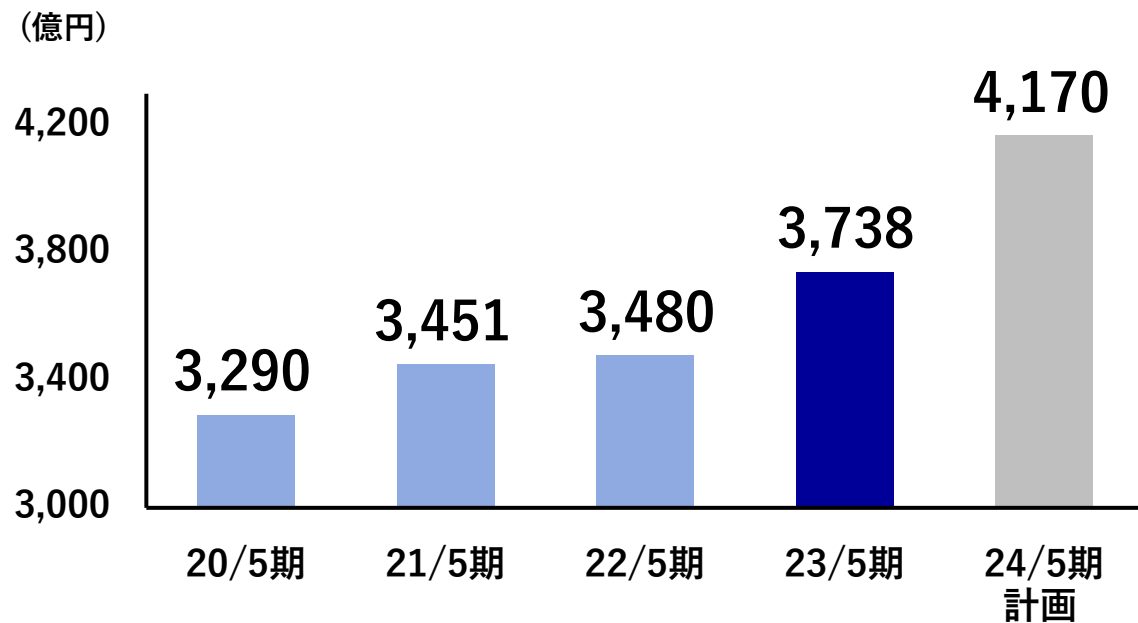


## 売上高

23/5期実績 前期比 **107.4%**

24/5期計画 前期比 **111.5%**

「成長カーブを変える」を実現  
フィード社連結等により二桁成長へ

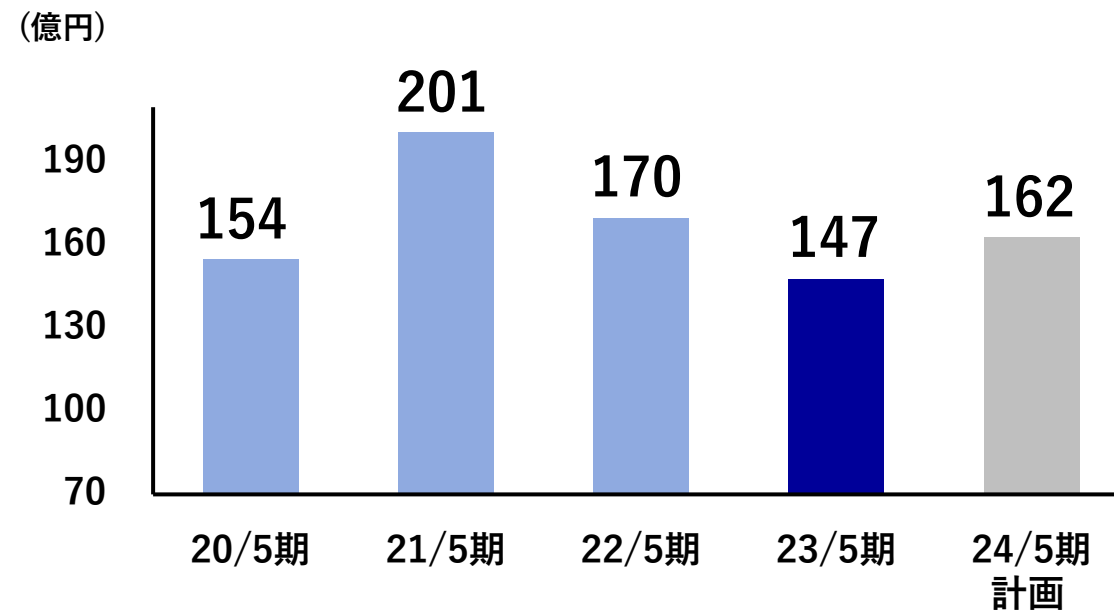


## 営業利益

23/5期実績 前期比 **87.0%**

24/5期計画 前期比 **110.1%**

特需反動、固定費増加で減益が続いたが  
いよいよ利益成長ステージへ



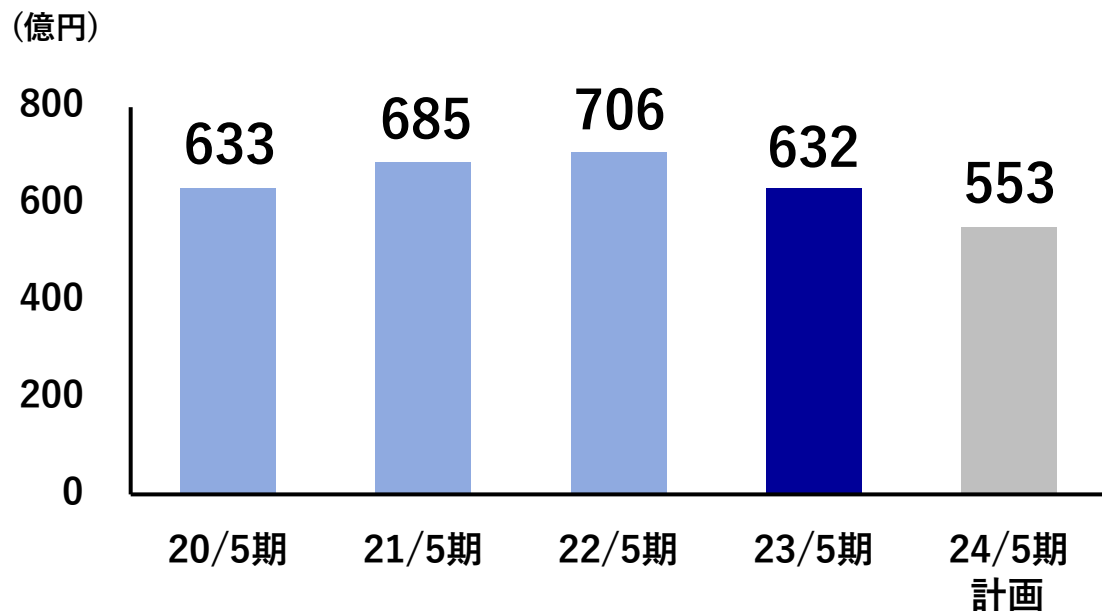


## 売上高

23/5期実績 前期比 **89.5%**

24/5期計画 前期比 **87.4%**

キャンペーン変更等の影響が継続  
品揃え拡大等で影響一巡後の再成長を計画

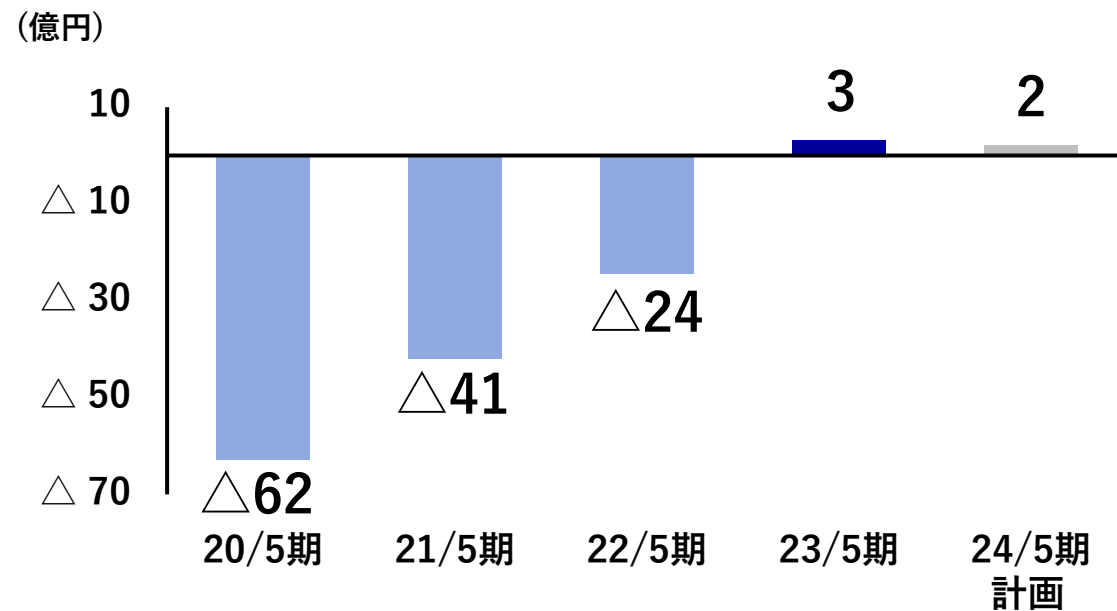


## 営業利益

23/5期実績 前期差 **+27億円**

24/5期計画 前期差 **△1億円**

計画どおり通期黒字化を実現  
BC融合※による収益体質の強化で黒字継続



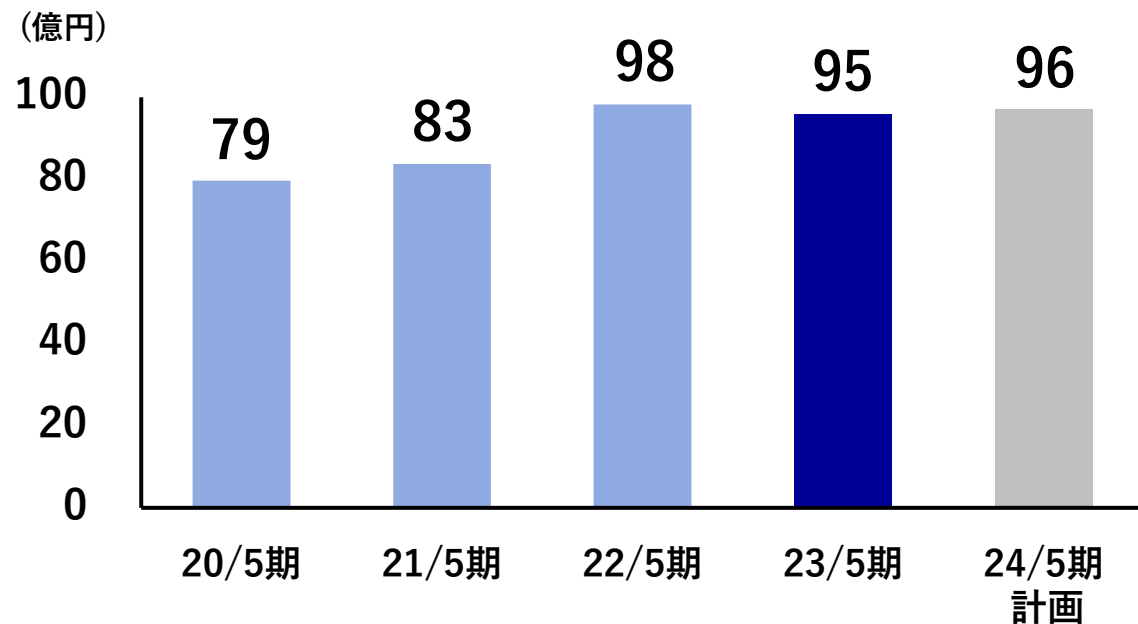


## 売上高

23/5期実績 前期比 **97.7%**

24/5期計画 前期比 **101.1%**

既存事業の採算改善に注力  
前期並みの売上を継続

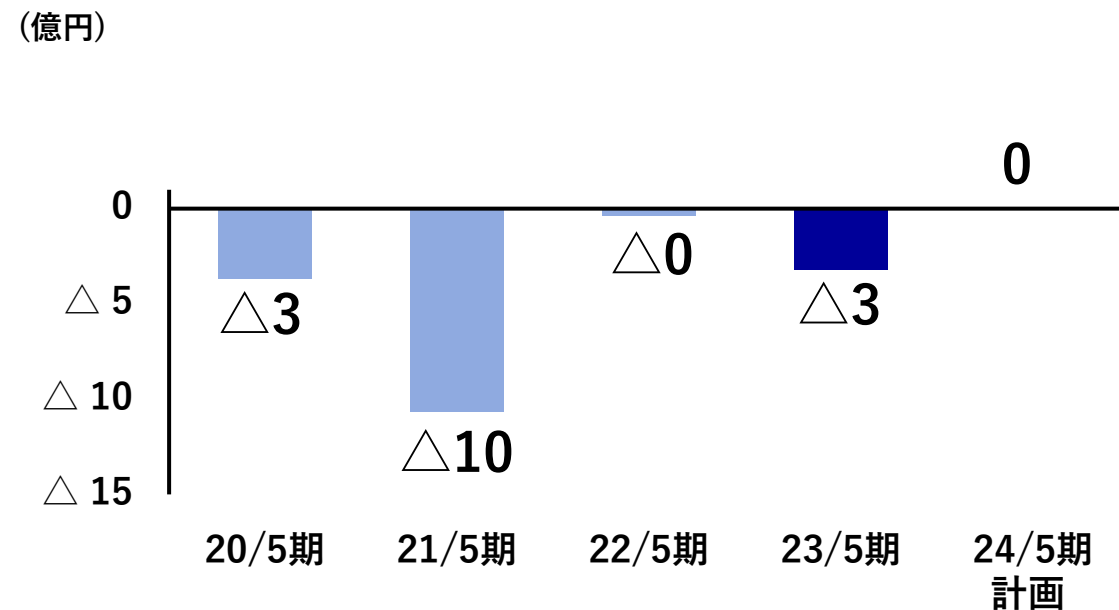


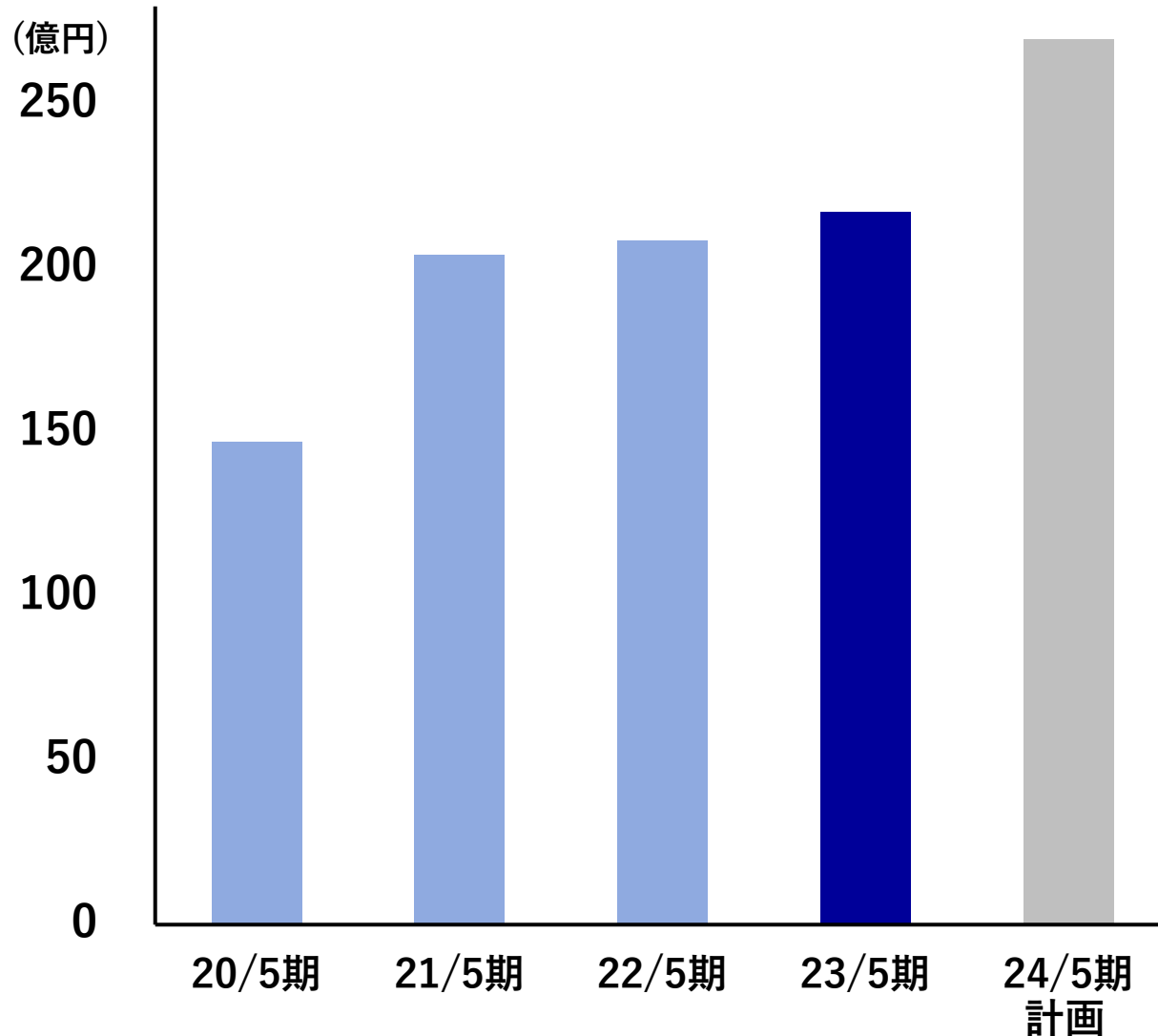
## 営業利益

23/5期実績 前期差  $\triangle$  **2億円**

24/5期計画 前期差 **+3億円**

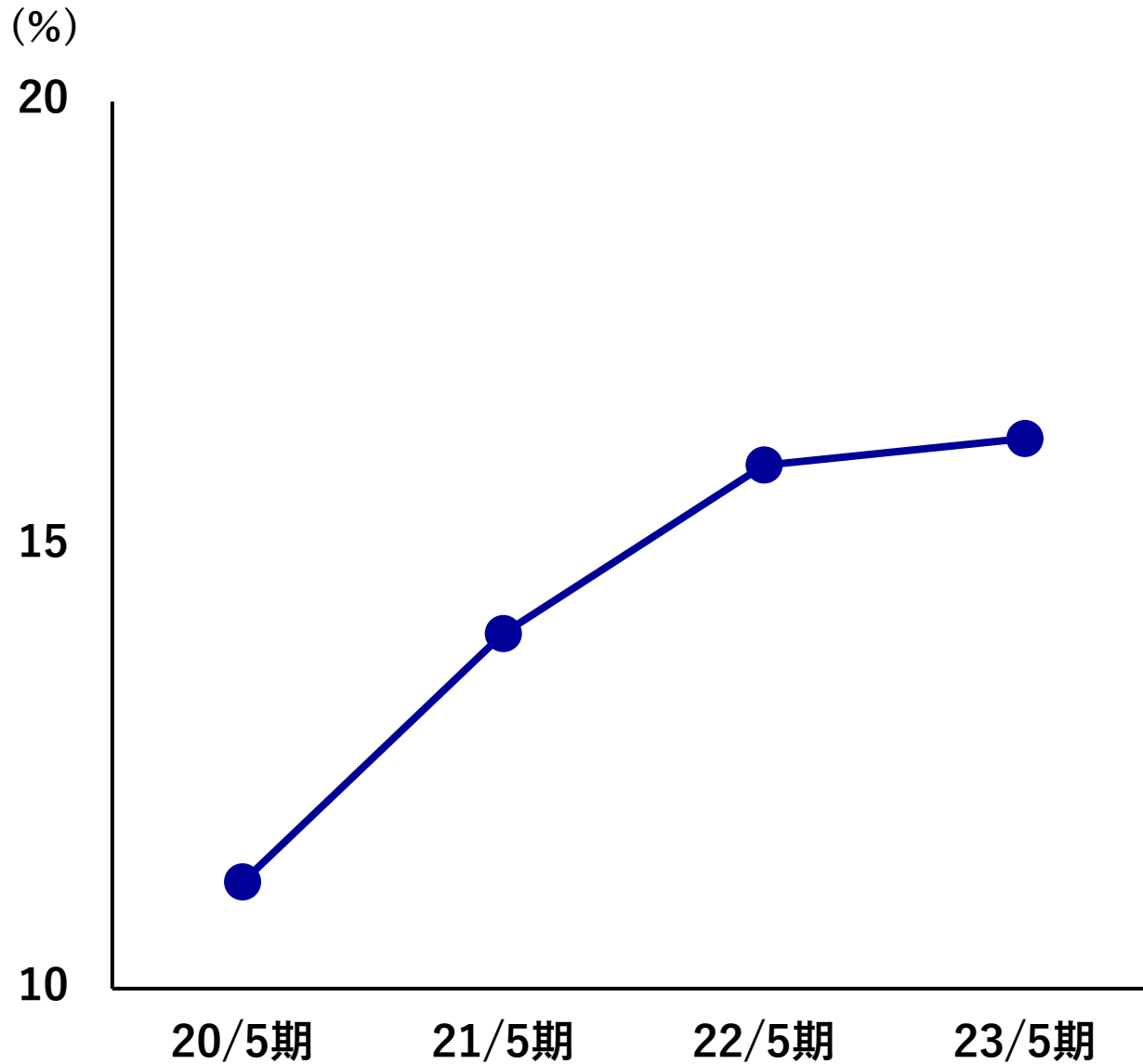
原価高騰により採算悪化  
収益体質の改善によりまずは収支均衡へ





大きな利益成長に先行して  
EBITDAは大幅拡大へ

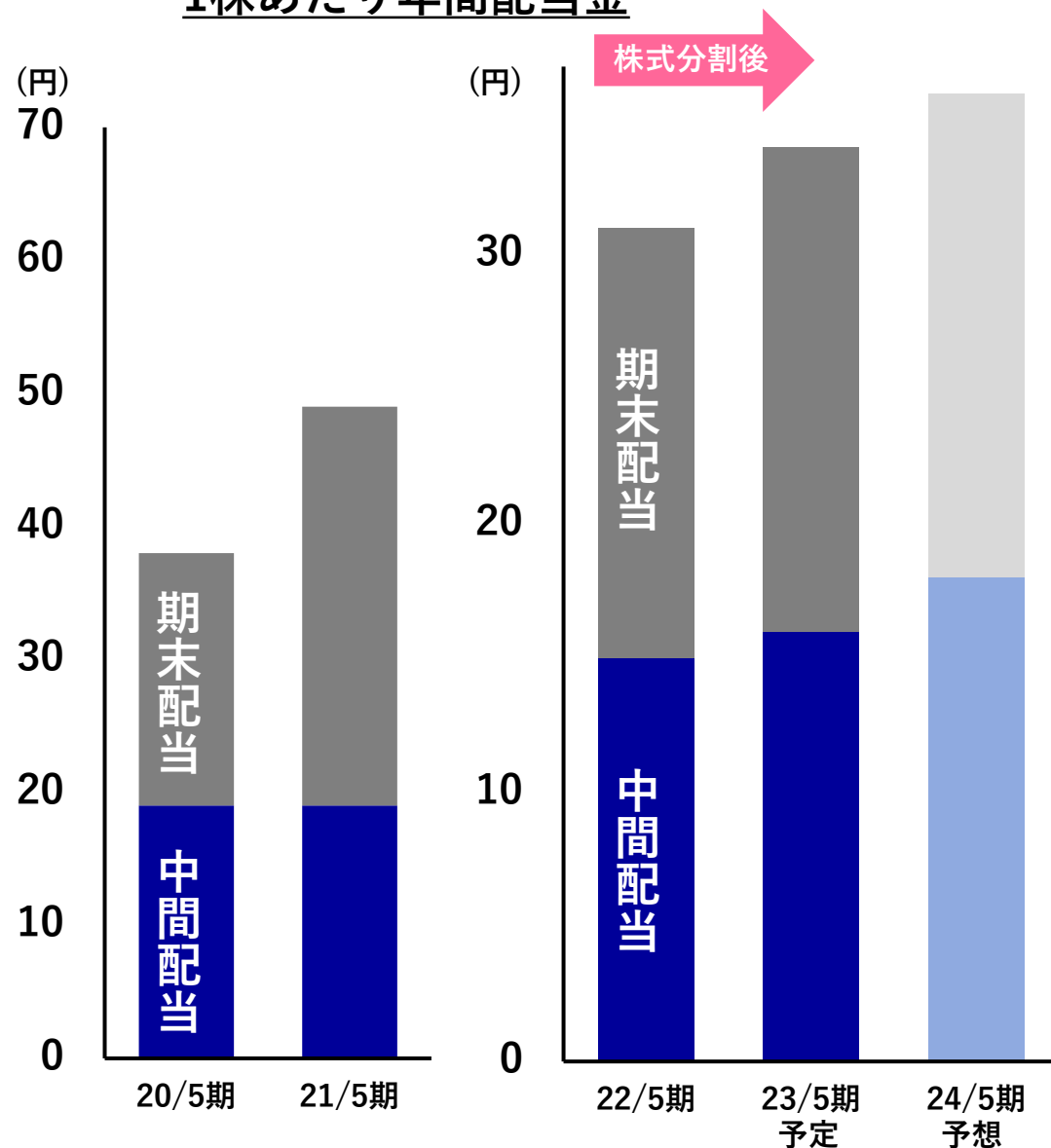




中期経営計画目標 ROE20%に向けて  
資本効率の向上を目指す



## 1株あたり年間配当金



## 23/5期 配当

⇒ 1株あたり年間配当金34円

(中間16円、期末18円)

**30周年記念配当として2円増配**  
**通期では3円増配**

## 24/5期 配当

⇒ 1株あたり年間配当金36円

(中間18円、期末18円)

**通期で2円増配を計画**

**今後も利益成長に応じて増配**

※2021年5月21日に1株を2株に分割

I 23年5月期 通期業績

および 24年5月期 業績見通し

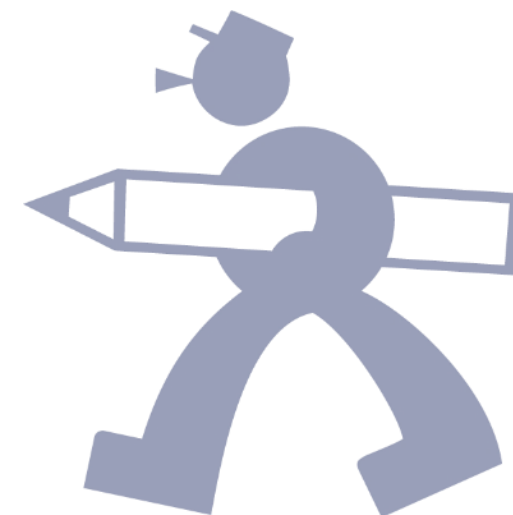
**II 事業戦略について**

・ BtoB

・ BtoC

III ESG・DX

IV 付録





## 環境変化に対応しつつ機会と捉え進化を続ける

環境変化	影響	対応策	効果
アフターコロナ、5類感染症への移行	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 人流回復による消耗品需要のさらなる回復</li> <li>✓ 感染対策商品需要の低下</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 生活用品・オフィス用品など汎用品需要の取り込み強化</li> <li>✓ 成長分野として戦略業種向け専門商材強化</li> </ul>	売上高の増加
インフレ・原価高騰	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 仕入原価や電気料金等諸経費の上昇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ サプライチェーンの見直しによる仕入原価低減</li> <li>✓ 機動的な価格改定</li> </ul>	売上総利益率の維持・改善
物流コスト増 (物流2024年問題)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 人件費上昇に伴う物流・配送費増加</li> <li>✓ ドライバー不足に伴う車両調達難</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 輸配送の自社ネットワーク強化</li> <li>✓ 物流センター高度自動化</li> <li>✓ 物流DXによる在庫配置最適化 UI/UX改善による箱単価アップ</li> </ul>	物流・配送原価の維持・改善  配送費比率の低減



## 2025年5月期

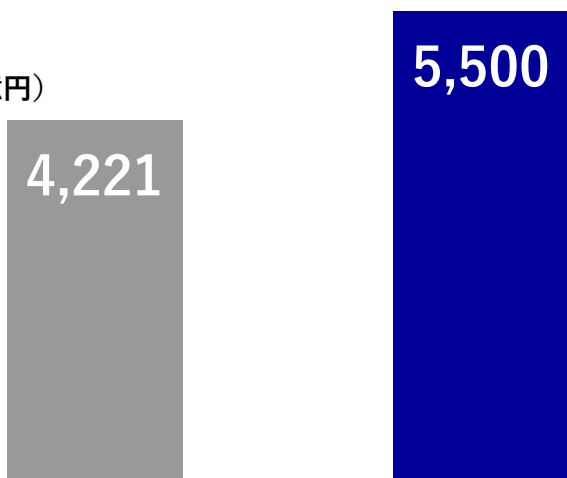
# 売上高 5,500億円

# 営業利益率 5%

### 連結売上高

年平均成長率 **6%超**

(億円)

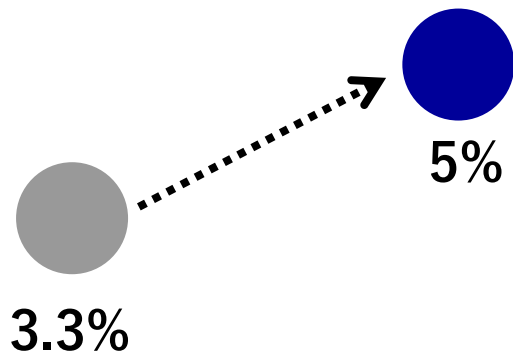


21/5期

25/5期

### 連結営業利益率

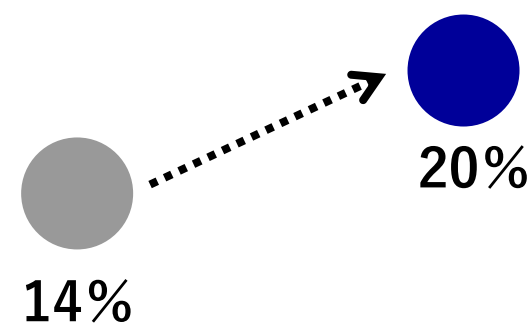
年平均成長率 **18%超**



21/5期

25/5期

### 連結株主資本利益率 (ROE)

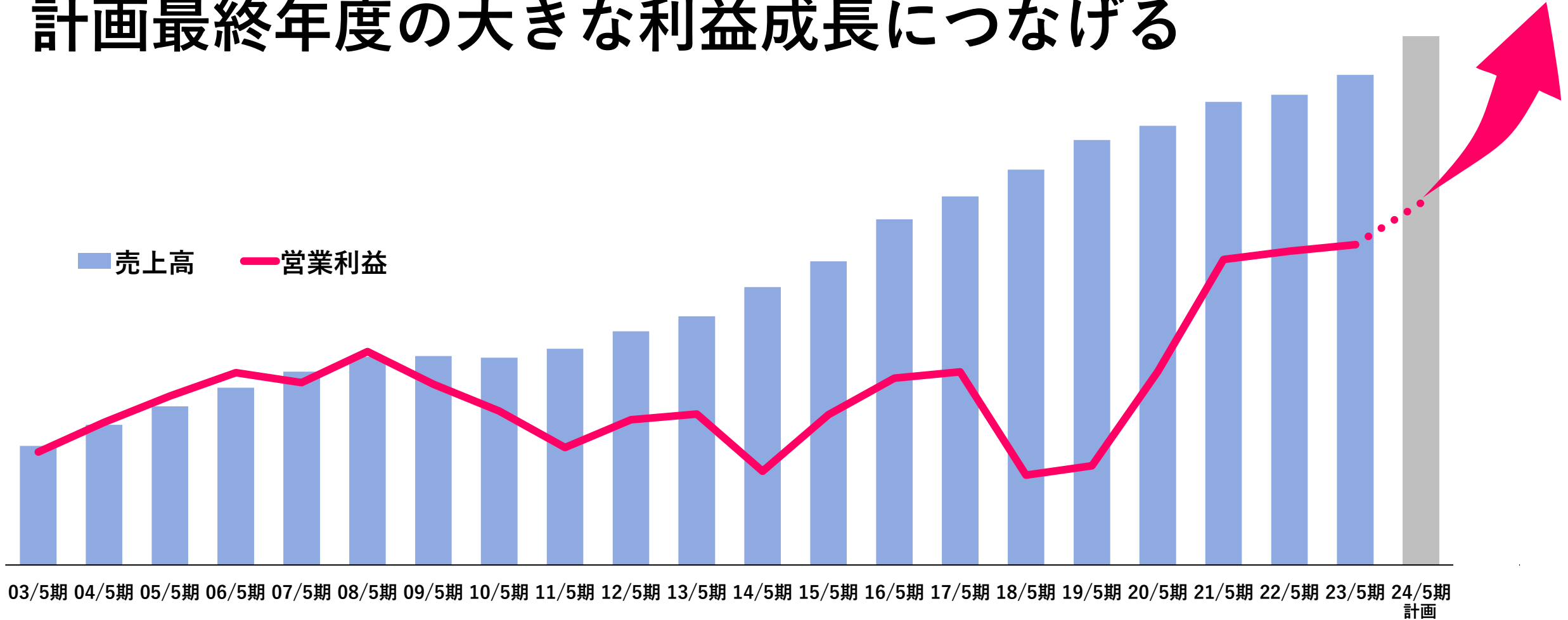


21/5期

25/5期



売上成長の加速とともに利益成長をスタートさせ  
計画最終年度の大きな利益成長につなげる



I 23年5月期 通期業績

および 24年5月期 業績見通し

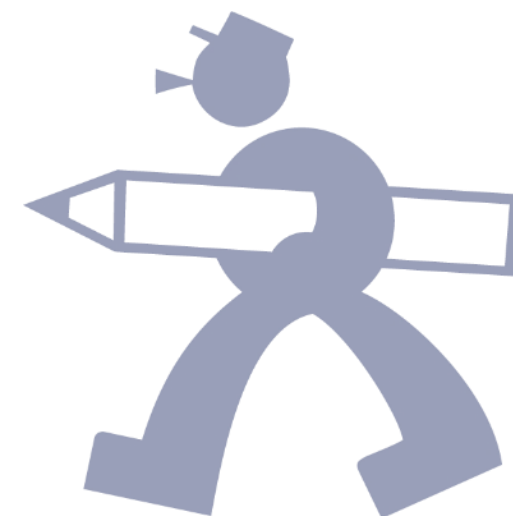
**II 事業戦略について**

• **BtoB**

• BtoC

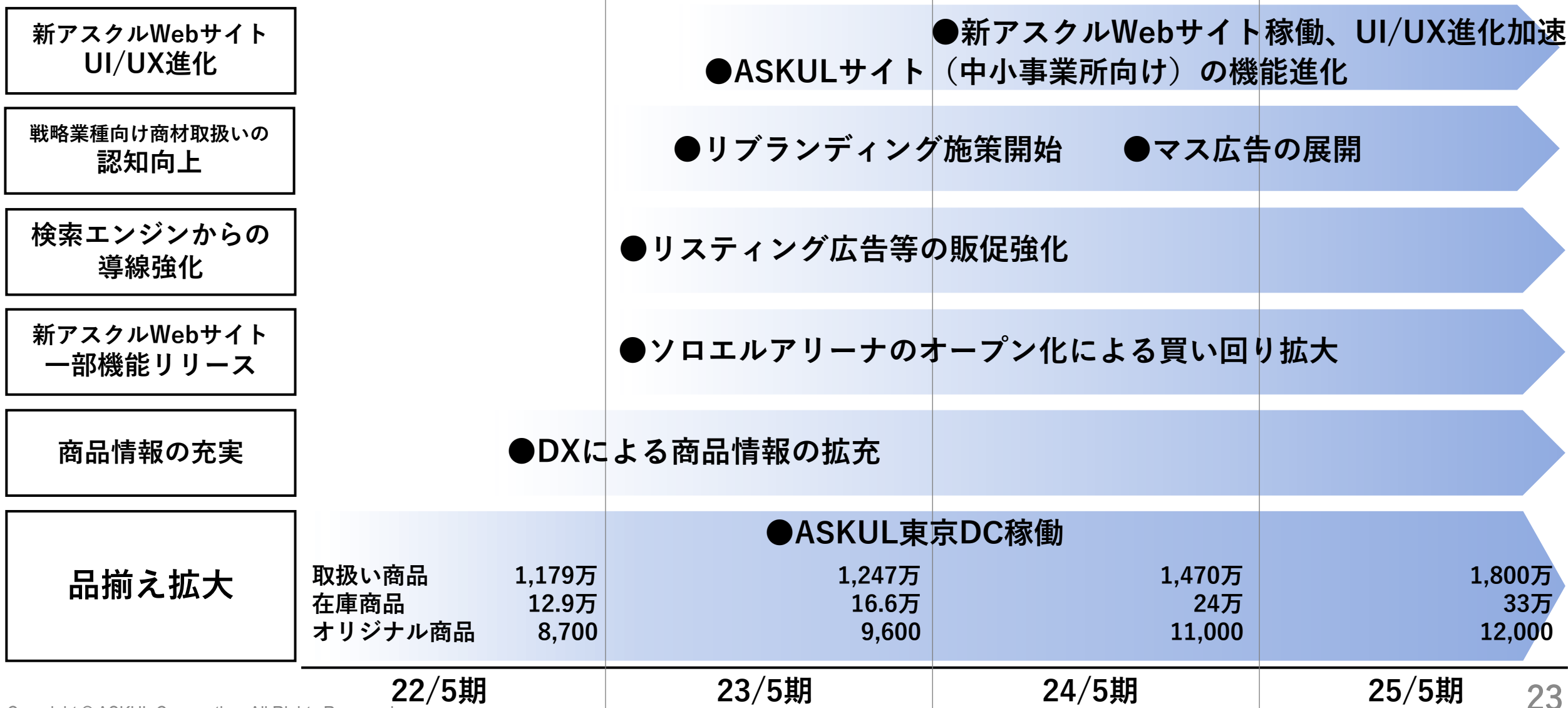
III ESG・DX

IV 付録





## 施策の相乗効果により最終年度で二桁成長を実現







## 売上成長と売上総利益率改善により、コスト増吸収・収益改善

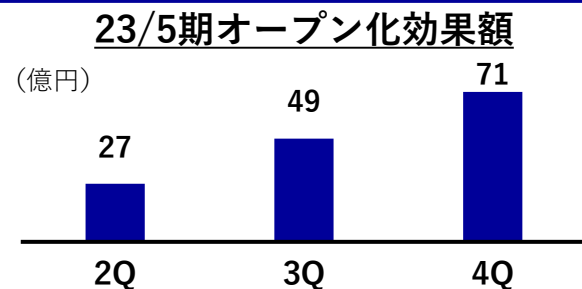
売上高  
+ **431** 億円

売上総利益率  
+ 約 **1%**

### 売上成長要因

#### 新アスクルWebサイト稼働開始

オープン化効果額がさらに伸長



#### Web販促のさらなる強化

✓ 販促費 前期比 約 **2** 倍へ

#### オーダー単価の向上

✓ 検索性向上、単価アップクーポン拡大、戦略商材の露出強化

#### グループ会社の売上増加

✓ フィード社の新規連結等

### 売上総利益率の改善要因

#### 主力商品の収益性改善

- ✓ 為替ポジションの回復による売上総利益率改善
- ✓ 原価低減・売価改定

#### 収益性の高いカテゴリへシフト

- ✓ 高単価商品の投入
- ✓ 粗利率が高い戦略商品へのシフト

#### 広告ビジネスの手数料収入増加

- ✓ システム化完了、広告枠漸増
- ✓ 25/5期には新アスクルWebサイトに展開

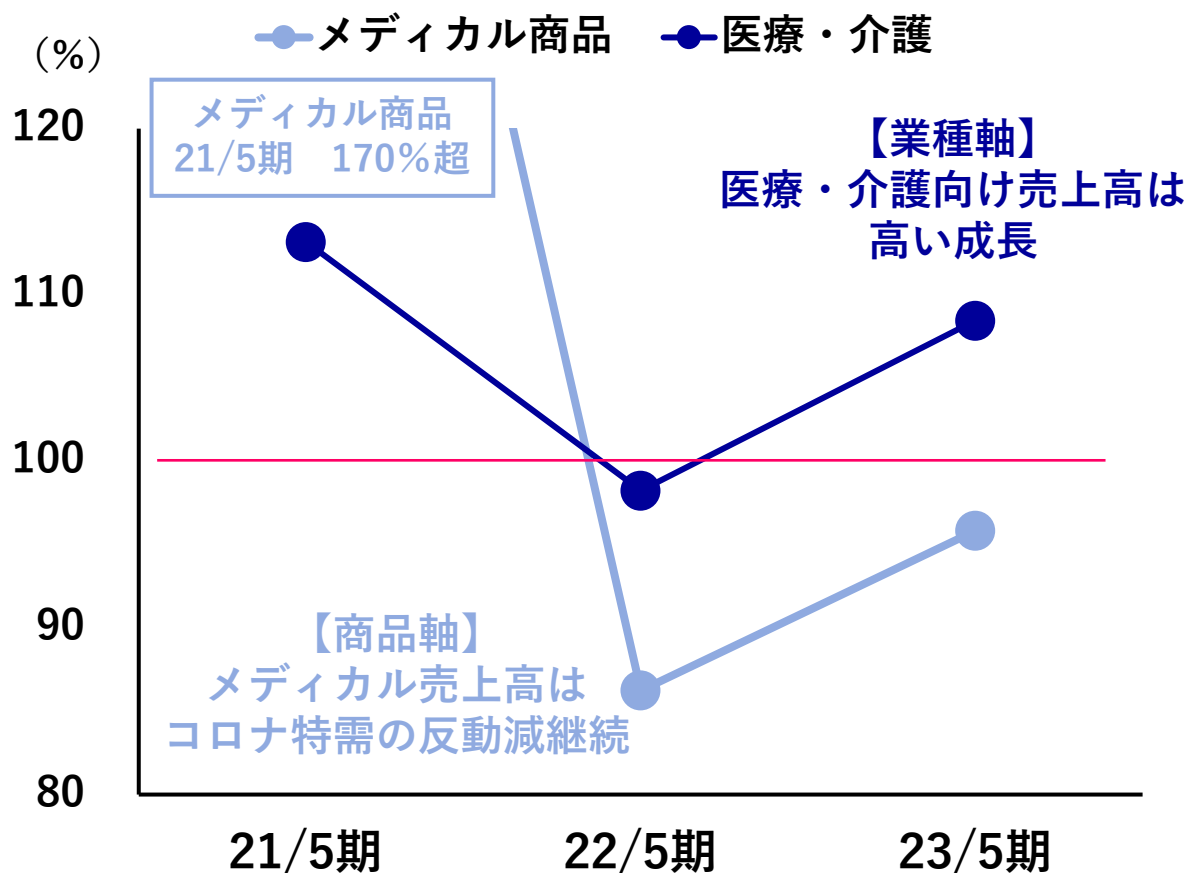


## 生活用品とMROが成長を牽引

(億円)	20/5期		21/5期		22/5期		23/5期											
	通期		通期		通期		1Q		2Q		3Q		4Q		通期			
		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %	前期差	前期比 %
OA・PC	960	32.0	941	29.8	940	29.6	228	28.1	242	29.2	255	29.8	257	29.8	984	29.2	44	104.7
文具	428	14.3	414	13.1	408	12.9	95	11.7	101	12.2	106	12.4	118	13.6	421	12.5	13	103.2
生活用品	790	26.3	802	25.4	866	27.3	252	31.1	245	29.5	249	29.1	249	28.8	996	29.6	129	115.0
ファニチャー	212	7.1	220	7.0	216	6.8	45	5.6	45	5.5	47	5.5	61	7.2	199	5.9	△ 16	92.3
MRO	342	11.4	358	11.4	374	11.8	97	12.0	104	12.5	107	12.5	102	11.9	411	12.2	37	109.9
メディカル	196	6.5	342	10.9	295	9.3	78	9.6	73	8.8	73	8.6	57	6.7	283	8.4	△ 12	95.8
その他	74	2.5	73	2.3	70	2.2	14	1.8	19	2.3	18	2.2	18	2.1	71	2.1	0	100.3
合計	3,004	100.0	3,152	100.0	3,172	100.0	811	100.0	831	100.0	858	100.0	865	100.0	3,367	100.0	195	106.2

## 医療・介護業種向け売上高は好調、品揃えを強化し成長加速

医療・介護業種とメディカル商品売上高の前期比



## 専門品の品揃えと オリジナル商品の開発を強化

オリジナル商品開発実績

アルコール綿



ドレッシング



注射針



とろみ剤



大人用おむつ

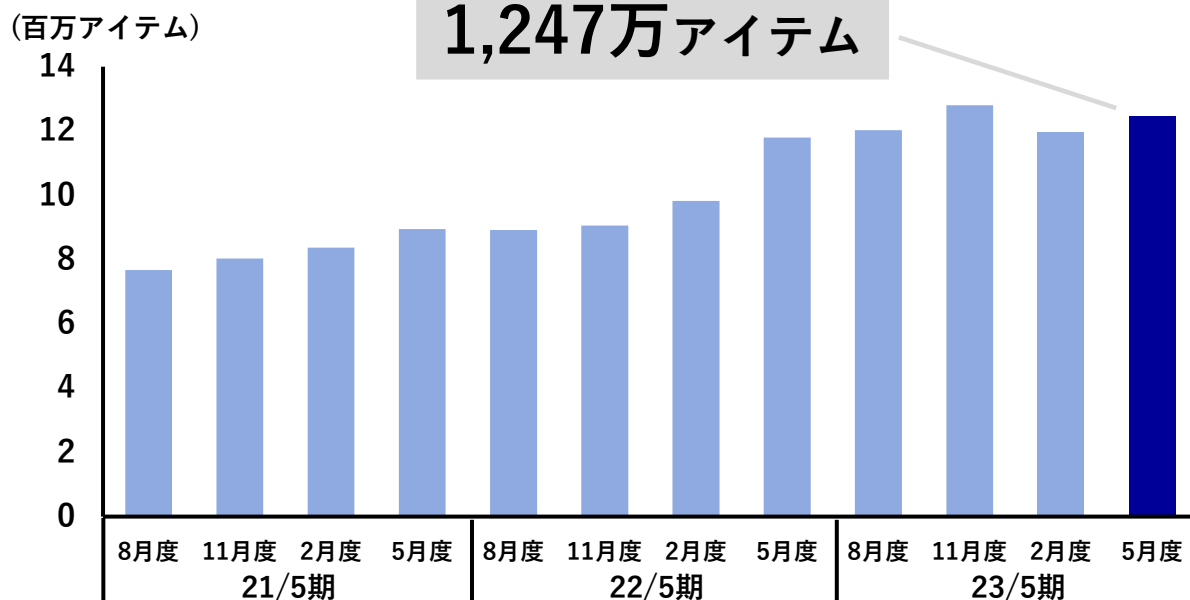




## 取扱い商品 (中期目標1,800万アイテム)

✓ 4Q期間 50万アイテム増加  
新規投入数は約60万アイテム

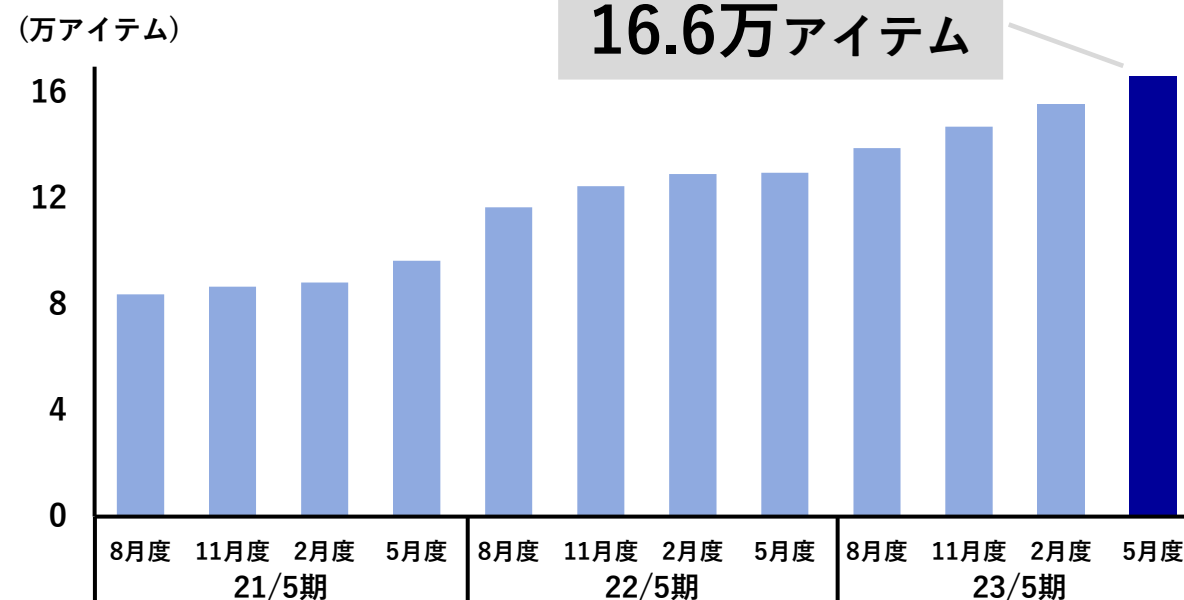
品揃え拡大加速に向けて体制を強化  
24/5期は1,470万アイテムを目指す



## 在庫商品 (中期目標33万アイテム)

✓ 4Q期間 10,000アイテム増加  
生活用品やMROカテゴリを中心に増加

専門商材拡大により売上を最大化  
24/5期は24万アイテムが目標



# BtoB 品揃え拡大(オリジナル商品※1)

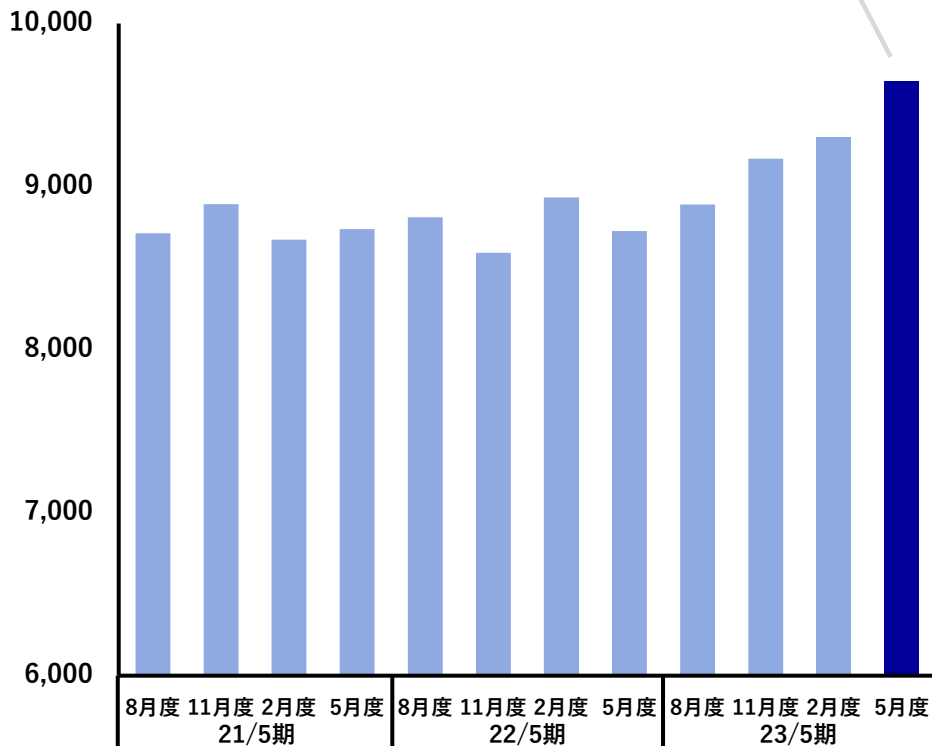
単体



商品数  
(中期目標1.2万アイテム)

9,600アイテム

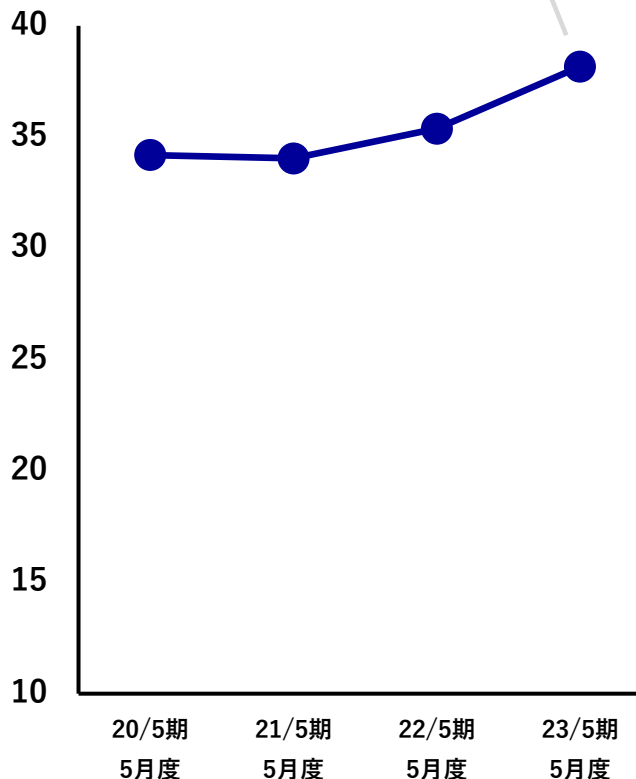
(アイテム)



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

24/5期は  
11,000アイテムを  
目指す

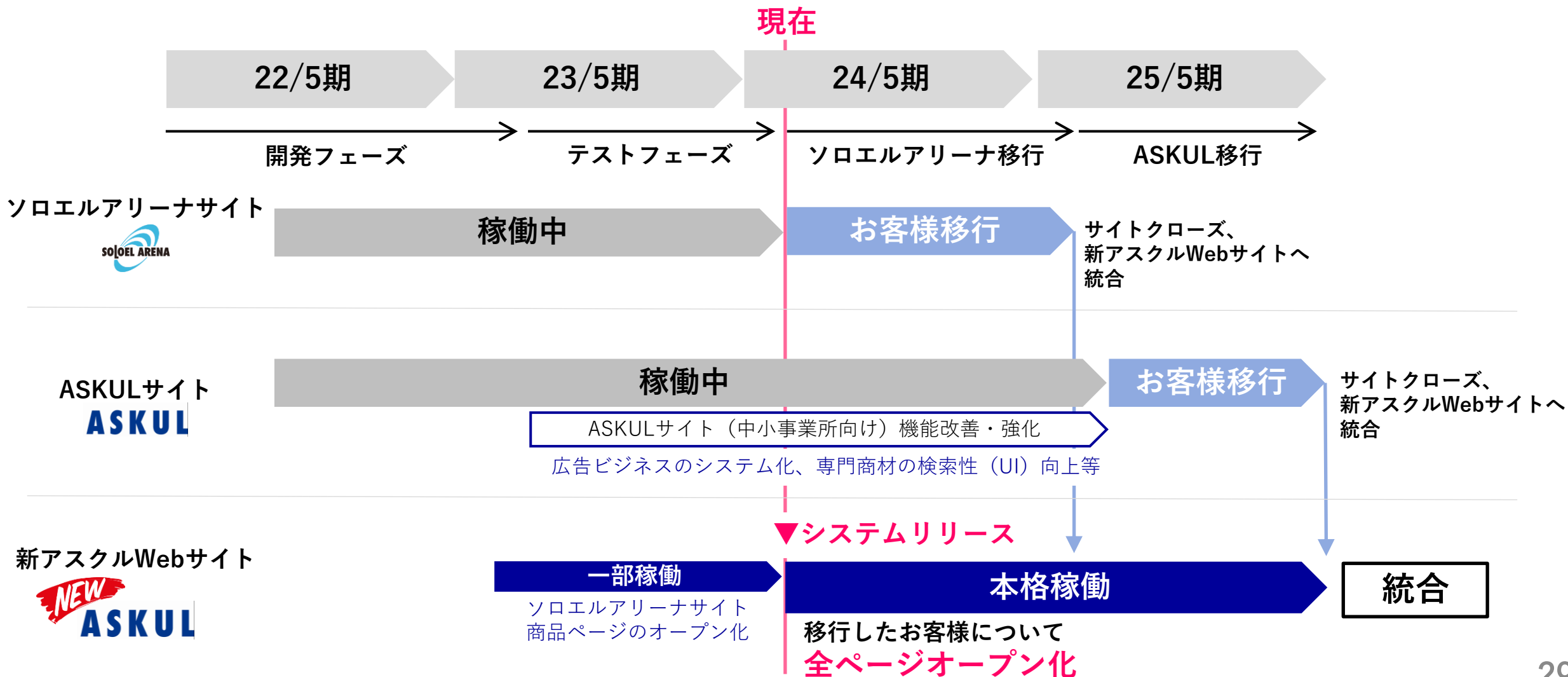
※1 オリジナル商品にはアスクルでの限定販売商品を含む  
LOHACOのみで販売しているオリジナル商品は除外  
※2 「医療・介護」「製造業」の2業種

# BtoB 新アスクルWebサイト進捗



2023年7月度

## ソロエルアリーナのお客様が新アスクルWebサイトへ移行開始



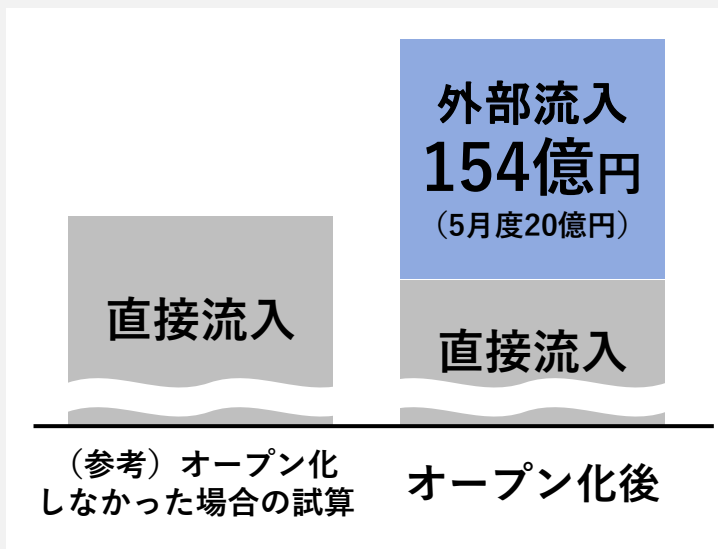


## 外部流入売上は引き続き拡大 戦略カテゴリ商品の買い回りによる注文単価押上げが継続

### 効果①

外部流入売上  
154億円

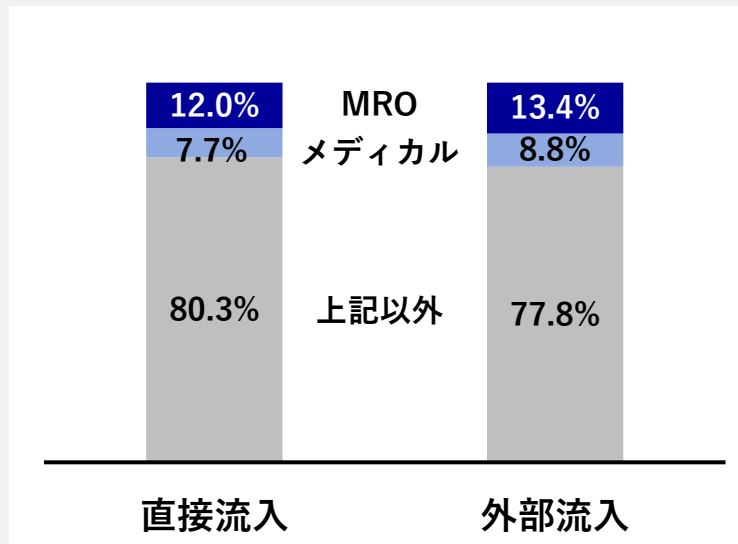
オープン化による売上実績



### 効果②

戦略カテゴリ商品  
構成比増

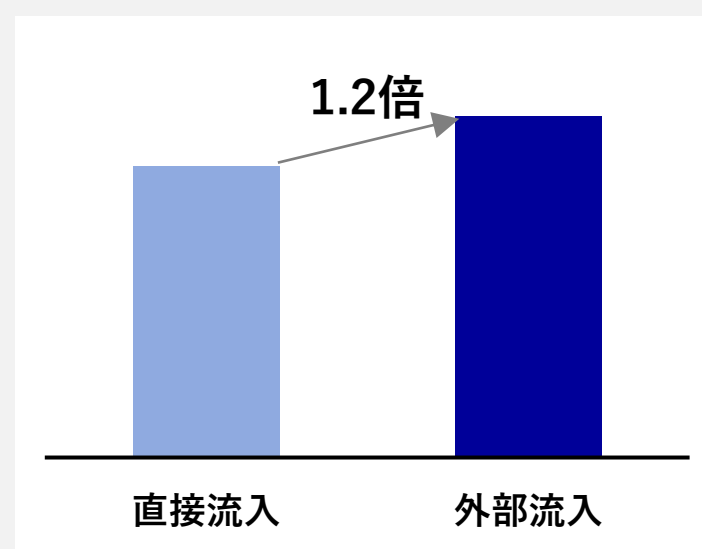
商品カテゴリ別売上構成比



### 効果③

注文単価 1.2倍

注文単価



■集計対象：効果①②③ともオープン化開始日である2022年7月27日～2023年5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154億円」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



## より使いやすく買いやすいECサイトへ進化し売上拡大へ

### 新しい機能 (旧ソロエルアリーナサイトとの比較)

AIを活用した  
パーソナライズドレコメンド

購入系・管理系画面のUI改善

決済手段の多様化

### クーポンの利用



ネスレ日本 ネスカフェエクセラ ボトルコーヒー無糖 900ml 1本  
★★★★★  
標準価格: ¥158~ (税込)

### トップ画面・特集などの充実







## 「オフィス用品」のイメージから脱却し、すべての仕事場のアスクルへ

### 検索エンジンからの導線強化

23/5期

Web広告経由売上高

✓ 前期差 + **80** 億円

※ASKULサイト（中小事業所向け）での実績

✓ 戦略カテゴリ商品へ積極的に広告投資、  
広告投資増額に合わせて売上高伸長

24/5期

3つの切り口でWeb販促等強化

✓ 戦略業種向け商材

✓ MRO汎用品（メンテナンス用品）等



✓ 環境に配慮した商品

### 戦略業種向け商材取扱いの認知向上

23/5期

✓ 戦略業種向けにWeb動画広告を中心に  
認知向上施策を展開

✓ 各業種における専門商材において  
取扱い認知率が向上

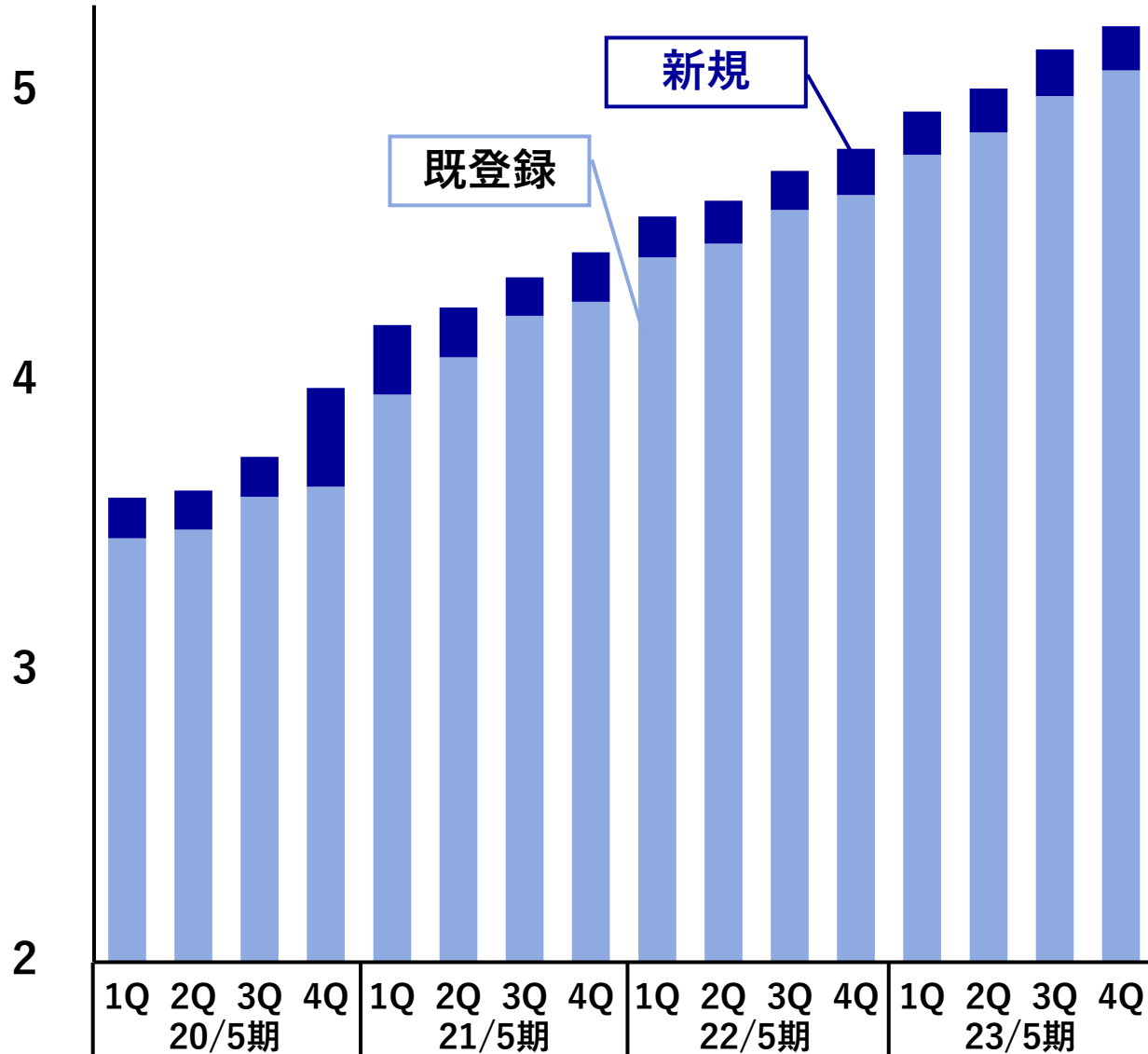
24/5期

✓ Web動画広告 + マス広告による認知最大化

✓ 中期経営計画最終年度  
25/5期の一段高い成長につなげる



(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

I 23年5月期 通期業績

および 24年5月期 業績見通し

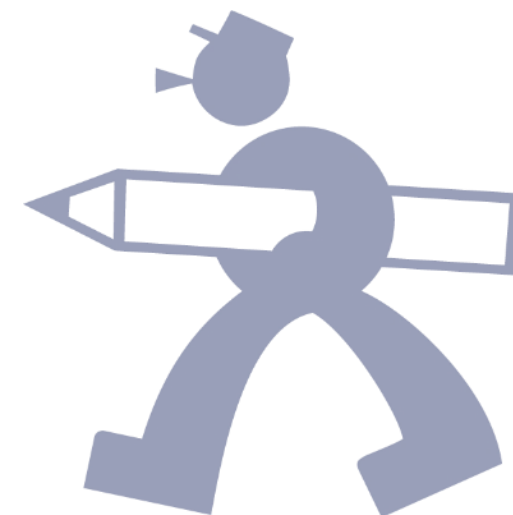
**II 事業戦略について**

• BtoB

• **BtoC**

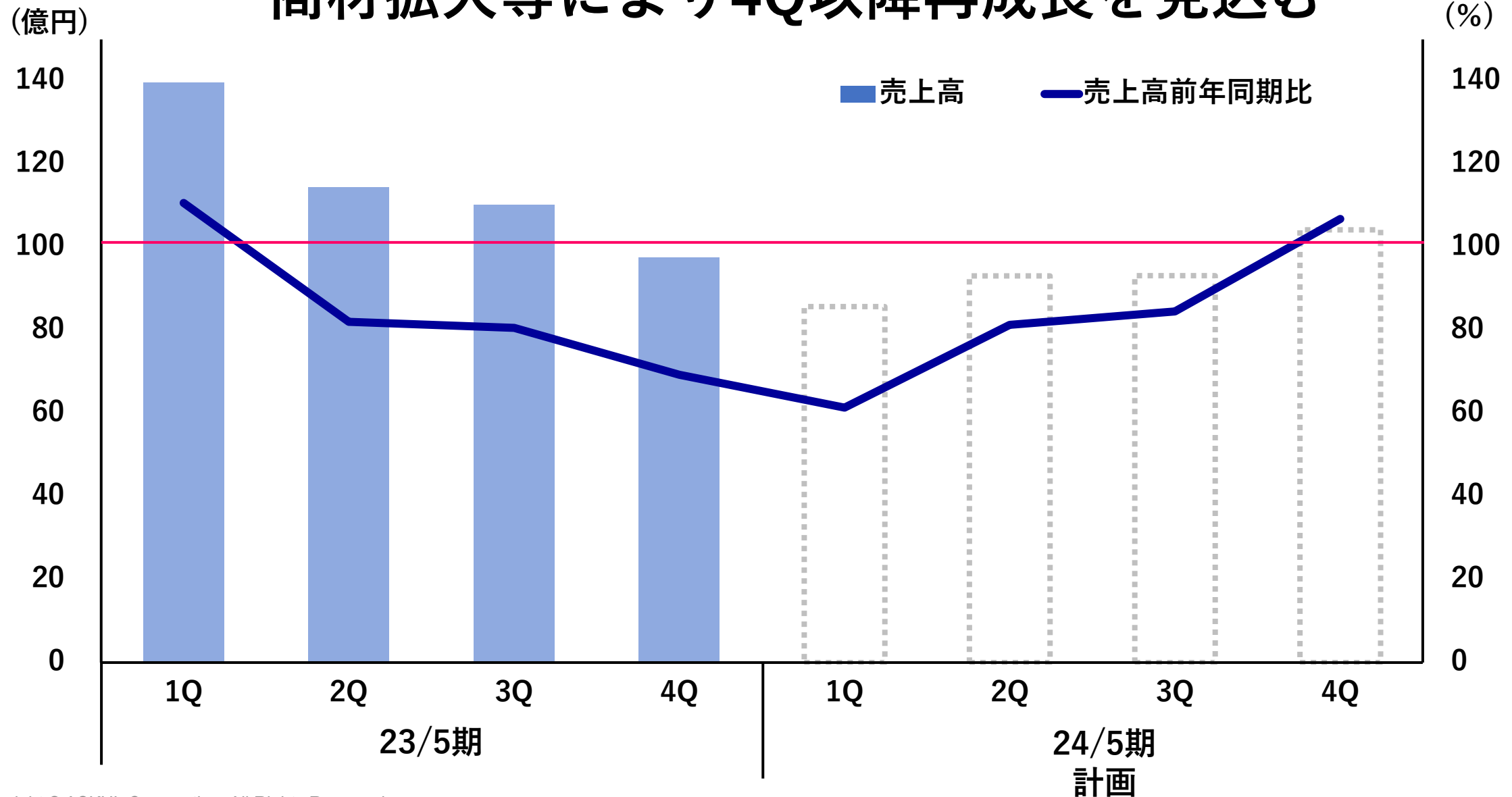
III ESG・DX

IV 付録





## 商材拡大等により4Q以降再成長を見込む





## BtoBとのシナジーにより商品領域拡大とオリジナル商品を強化 Zホールディングスグループの集客力も活用し再成長へ

### BtoBとのシナジー

#### 法人向け商品をLOHACOでも販売

- ✓ 業務用・大容量ニーズへの対応
- ✓ 低価格志向への対応

除菌漂白剤



アルコールタオル



キッチンペーパー



密封保存袋



### 商品領域の強化

#### 新たな商品領域

高単価・高収益商品強化  
家庭用品・ガーデニング・DIY等の  
耐久品を拡大

窓用クリーナー シャワーヘッド 充電ドライバー



#### 既存商品領域

日用消耗品を中心に  
BtoBの規模を活かして  
オリジナル商品を強化

価格訴求力向上

### Zホールディングスグループとのシナジー

Zホールディングスグループの集客力を最大限に活用し再成長へ



I 23年5月期 通期業績

および 24年5月期 業績見通し

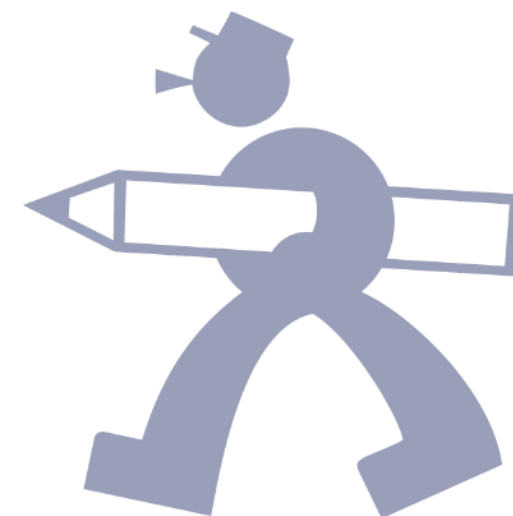
II 事業戦略について

- BtoB

- BtoC

III **ESG・DX**

IV 付録





2023年4月

## 「Loop Professional for ASKUL」の実証実験開始

- Loop Japanと共同で、プラスチック廃棄削減の実現を目指し、リユース容器を使用した業務用商品販売プラットフォーム“Loop Professional for ASKUL”の実証実験を開始
- Loop Japanが展開する容器リユースモデルLoopをアスクルの物流・流通スキームを活用してBtoBのお客様向けに展開し、リユースモデル構築を目指して実施
- 首都圏エリアを対象に3商品からスタートし、順次エリアを拡大予定

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/xivA/Uf2u/QNct.pdf>



2023年4月

## 「Morningstar Japan ex-REIT Gender Diversity Tilt Index」の構成銘柄に選定

- 米国Morningstar社がEquileap社のデータと評価手法を活用して、確立されたジェンダー・ダイバーシティ・ポリシーが企業文化として浸透している企業およびジェンダーに関係なく従業員に対し平等な機会を約束している企業に重点をおいたインデックス
- インデックスはスコア順に5つのグループに分類されており、当社は最高段階である「Group 1」に位置する

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/ba4w/WI4H/WNkR.pdf>



Morningstar, Inc., and/or one of its affiliated companies (individually and collectively, "Morningstar") has authorized ASKUL Corporation to use of the Morningstar Japan ex-REIT Gender Diversity Tilt Logo ("Logo") to reflect the fact that, for the designated ranking year, ASKUL Corporation ranks in the top quintile of companies comprising the Morningstar® Japan ex-REIT Gender Diversity Tilt IndexSM ("Index") on the issue of gender diversity in the workplace. Morningstar is making the Logo available for use by ASKUL Corporation solely for informational purposes. ASKUL Corporation use of the Logo should not be construed as an endorsement by Morningstar of ASKUL Corporation or as a recommendation, offer or solicitation to purchase, sell or underwrite any security associated with ASKUL Corporation. The Index is designed to reflect gender diversity in the workplace in Japan, but Morningstar does not guarantee the accuracy, completeness or timeliness of the Index or any data included in it. Morningstar makes no express or implied warranties regarding the Index or the Logo, and expressly disclaim all warranties of merchantability or fitness for a particular purpose or use with respect to the Index, any data included in it or the Logo. Without limiting any of the foregoing, in no event shall Morningstar or any of its third party content providers have any liability for any damages (whether direct or indirect), arising from any party's use or reliance on the Index or the Logo, even if Morningstar is notified of the possibility of such damages. The Morningstar name, Index name and the Logo are the trademarks or services marks of Morningstar, Inc. Past performance is no guarantee of future results.



2023年5月

## 「デジタルトランスフォーメーション銘柄2023（DX銘柄）」に選定

- DX銘柄とは、東京証券取引所に上場している企業の中から、企業価値の向上につながるDXを推進するための仕組みを社内に構築し、優れたデジタル活用の実績が表れている企業を業種区分ごとに選定
- アスクルの評価ポイントは以下
  1. 一貫したバリューチェーンを構築し、既存ビジネスを起点に新たなビジネスを創出した点
  2. 横断的なDX組織を設置するなど、経営戦略にDX戦略が組み込まれている点
  3. DX推進について対外的にメッセージを発信し続けている点

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/CaoZ/bevT/bMyT.pdf>

DXサイト：<https://www.askul.co.jp/kaisya/dx/>

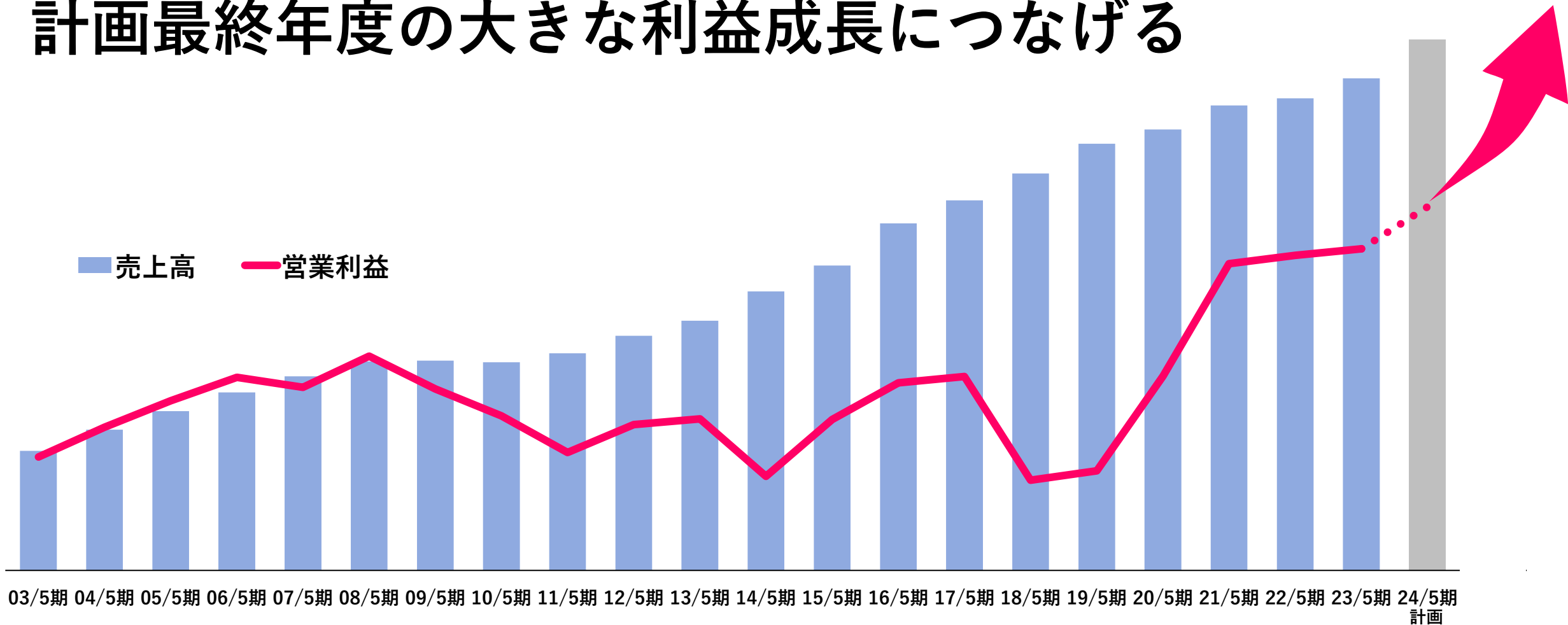


DX銘柄2023  
Digital Transformation





売上成長の加速とともに利益成長をスタートさせ  
計画最終年度の大きな利益成長につなげる



I 23年5月期 通期業績

および 24年5月期 業績見通し

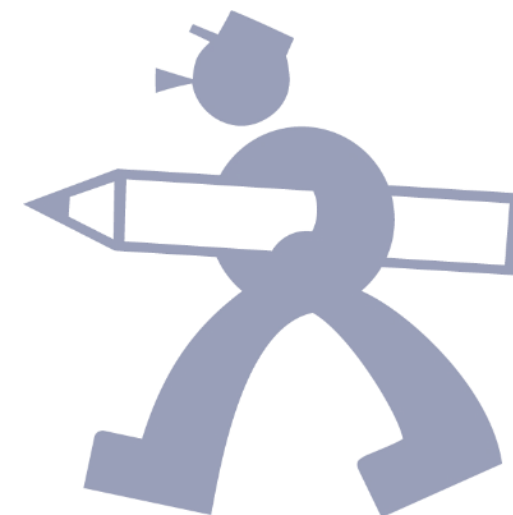
II 事業戦略について

- BtoB

- BtoC

III ESG・DX

**IV 付録**



# 23/5期 通期業績【四半期別・事業別】

連結



		22/5期	23/5期										
		実績	1Q	2Q	3Q	4Q	前年同期差	前年同期比 %	通期	計画	計画比 %	前期差	前期比 %
売上高 (億円)	BtoB事業	3,480	894	919	961	962	65	107.3	3,738	3,678	101.6	258	107.4
	LOHACO	543	139	114	110	97	△ 43	69.3	461	602	76.7	△ 81	85.0
	BtoC事業 (チャーム含む)	706	182	158	153	137	△ 42	76.5	632	776	81.4	△ 74	89.5
	eコマース事業	4,186	1,076	1,078	1,115	1,100	22	102.1	4,371	4,455	98.1	184	104.4
	ロジスティクス事業・その他	98	23	23	24	24	△ 3	88.4	95	100	95.9	△ 2	97.7
	連結合計	4,285	1,100	1,101	1,139	1,124	19	101.8	4,467	4,555	98.1	181	104.2
営業利益	BtoB事業	170	35	39	32	39	△ 3	91.5	147	140	105.1	△ 22	87.0
	LOHACO	△ 29	△ 6	△ 2	3	6	11	—	0	0	148.2	30	—
	BtoC事業 (チャーム含む)	△ 24	△ 5	△ 1	4	5	10	—	3	3	100.5	27	—
	決算賞与 (引当含む) 等	△ 2	△ 0	△ 0	0	△ 1	0	89.6	△ 1	—	—	0	—
	eコマース事業	143	30	38	37	44	7	119.6	149	144	103.8	5	104.1
	ロジスティクス事業・その他	△ 0	△ 0	△ 0	△ 0	△ 1	△ 1	—	△ 3	1	—	△ 2	—
連結合計	143	29	37	36	42	5	116.0	146	145	100.8	3	102.2	

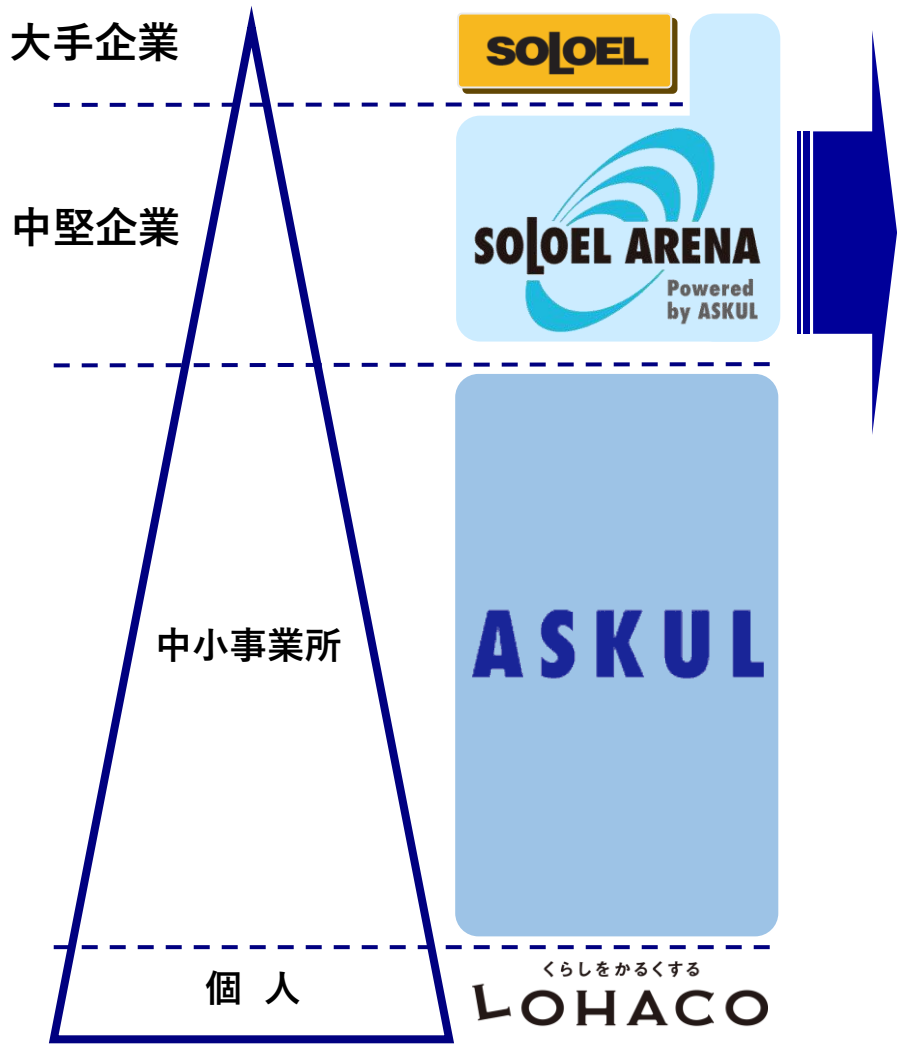
# 23/5期 品目別売上高 【BtoB・LOHACO等】

単体

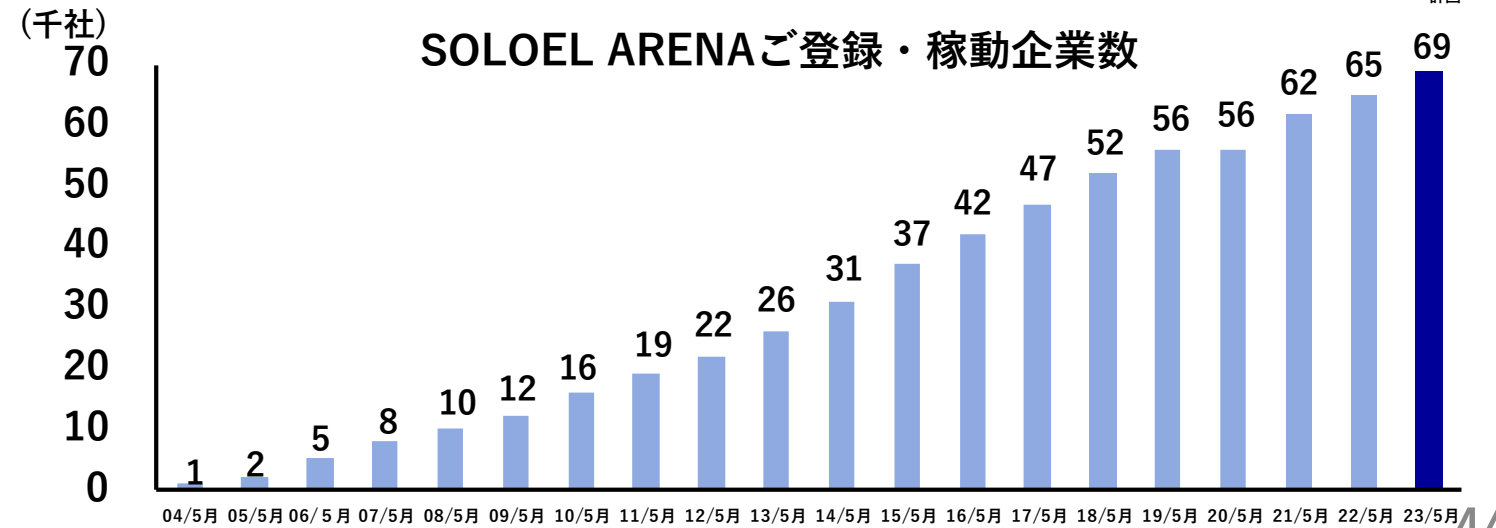
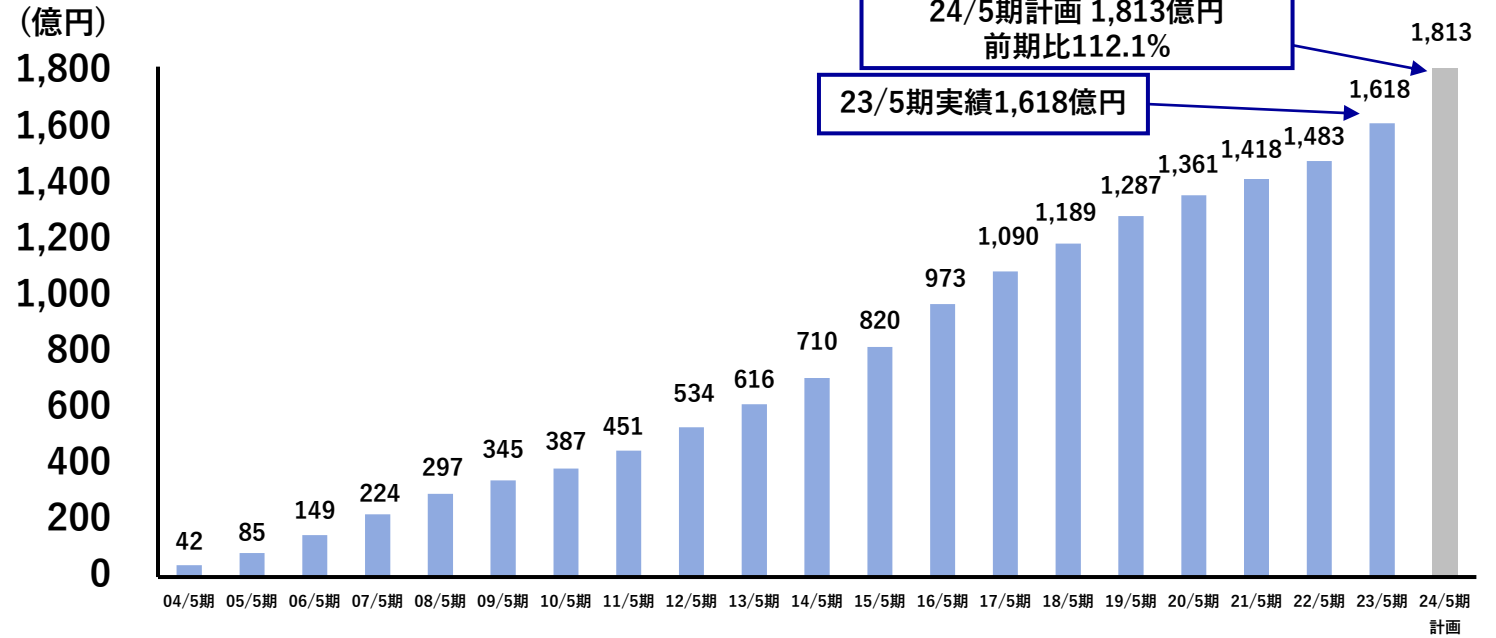


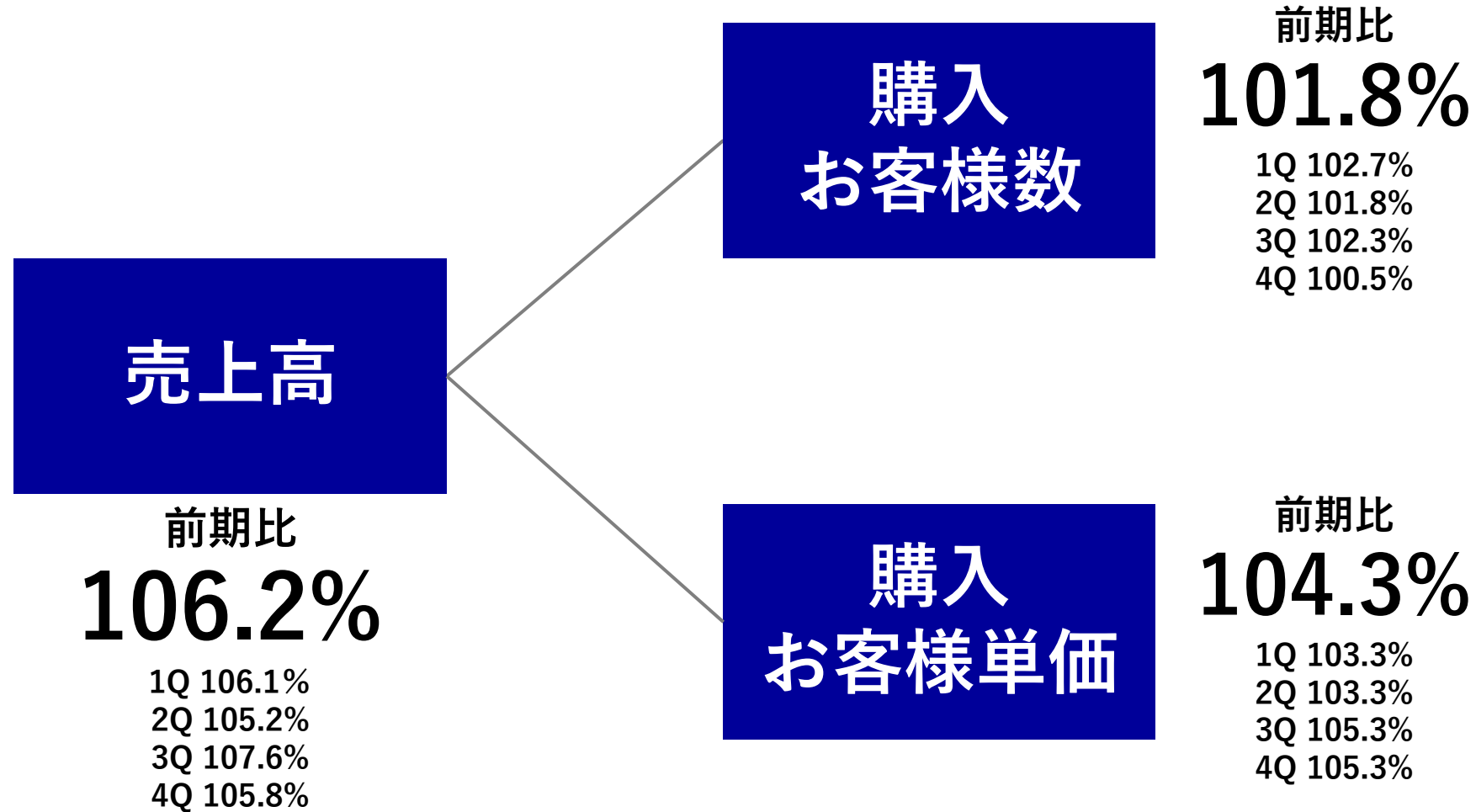
(億円)	22/5期 通期			23/5期 通期			
		構成比%	前期比%		構成比%	前期差	前期比%
OA・PC	960	25.8	99.6	1,001	26.1	40	104.2
文具	417	11.2	98.1	428	11.2	11	102.6
生活用品	1,332	35.9	107.7	1,394	36.4	61	104.6
ファニチャー	222	6.0	98.1	204	5.3	△ 18	91.9
MRO	385	10.4	104.2	420	11.0	35	109.3
メディカル	336	9.1	89.0	320	8.4	△ 16	95.2
その他	61	1.6	77.3	60	1.6	△ 0	98.4
合 計	3,716	100.0	100.9	3,830	100.0	114	103.1

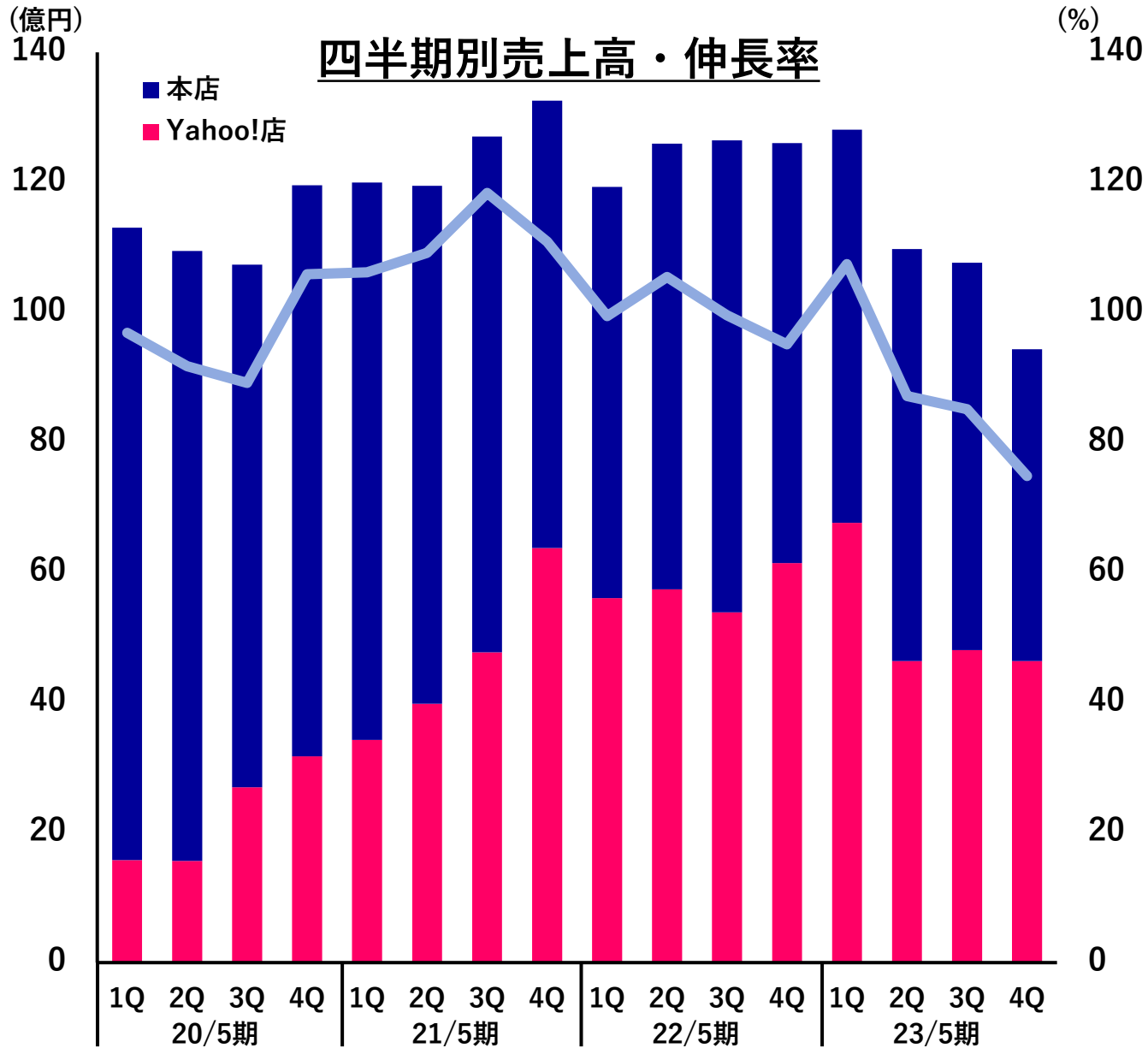
# BtoB SOLOEL ARENA等実績



## SOLOEL ARENA等売上金額





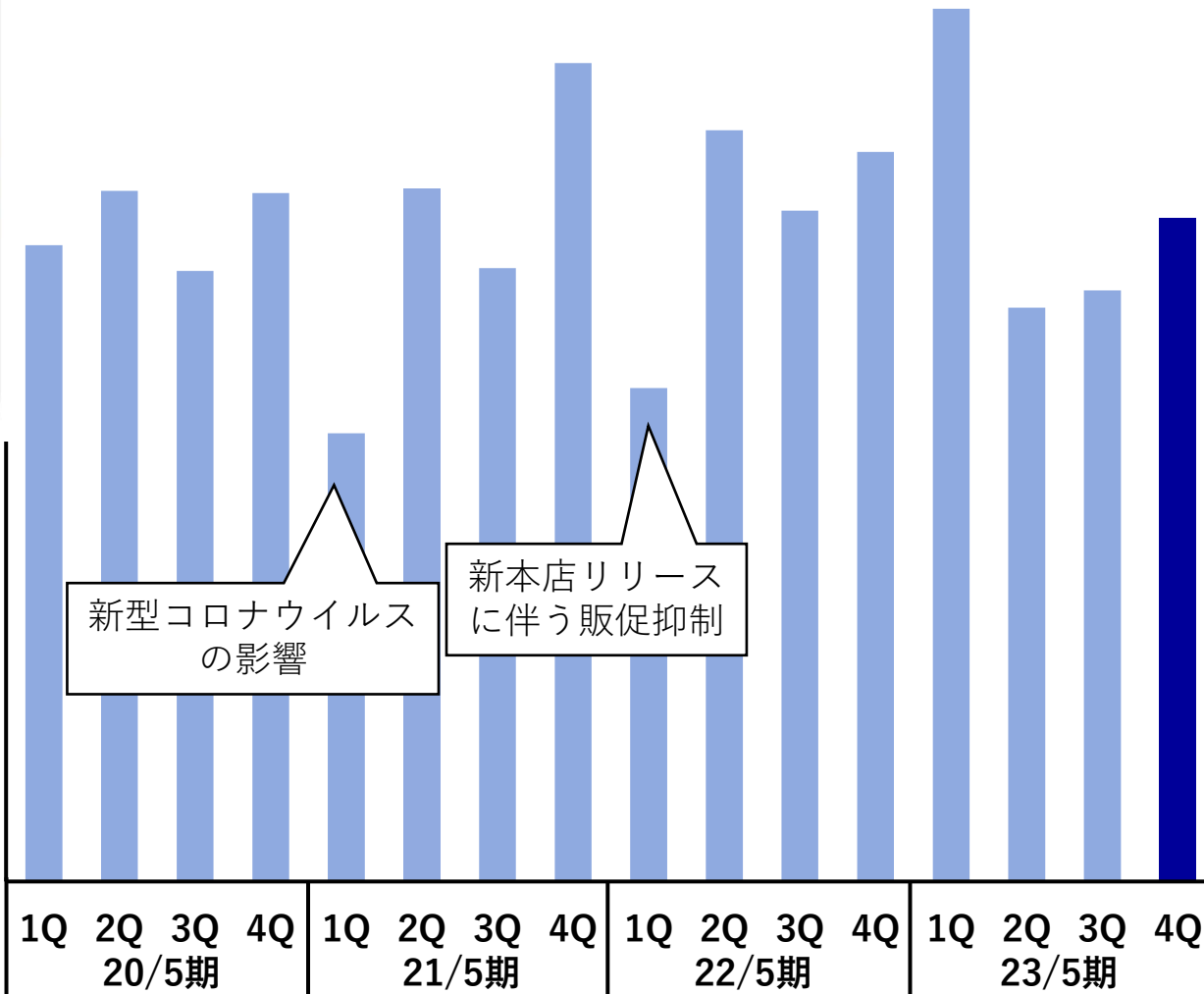


キャンペーン変更等の  
影響を受けるも  
黒字化を実現

# 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

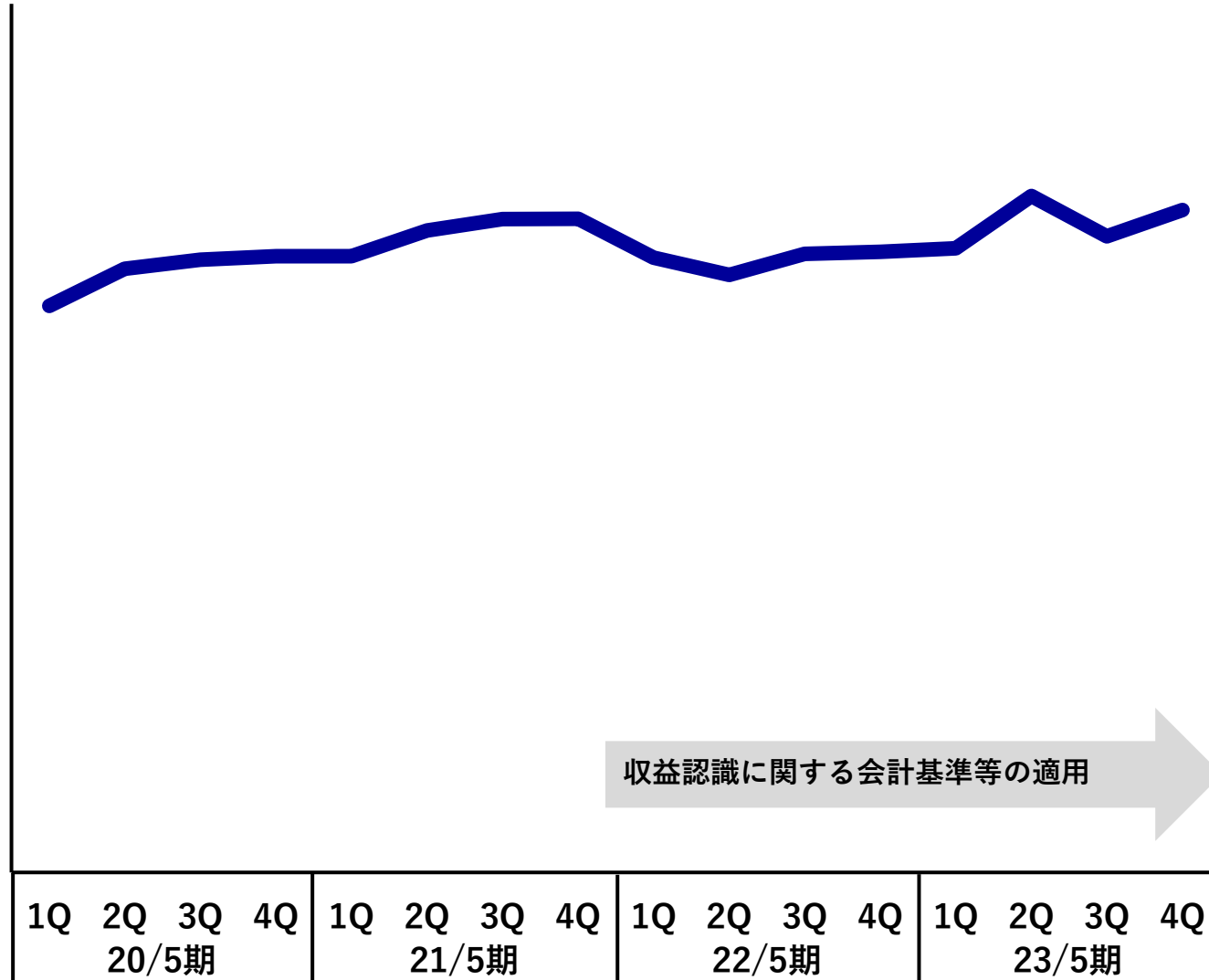
23/5期 4Q期間  
前年同期比 90.9%

23/5期 通期  
前期比 102.1%





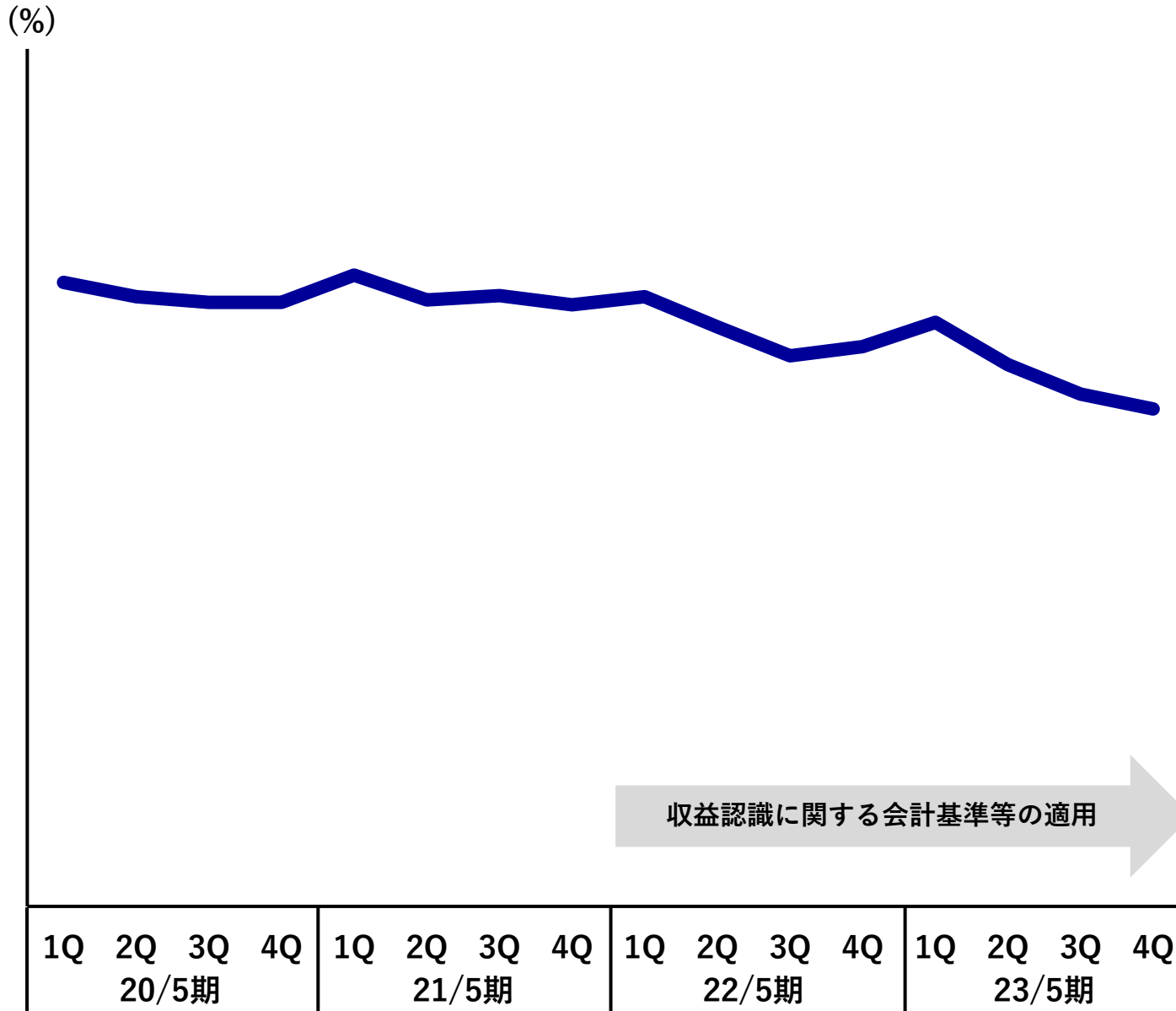
(%)



収益認識に関する会計基準等の適用

**23/5期 4Q期間**  
**前年同期差 +1.7pt**  
**国内  $\triangle$ 0.1pt**

**23/5期 通期**  
**前期差 +1.4pt**  
**国内 +0.6pt**



23/5期 4Q期間  
前年同期差  $\triangle 2.2\text{pt}$



BC融合により  
さらなる低減を目指す

収益認識に関する会計基準等の適用

# 23/5期 売上総利益、販売費および一般管理費

連結



売上総利益額 1,070億円 前期差 +19億円

売上総利益率 24.0% 前期差 △0.5pt

✓ 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 924億円 前期差 +16億円

販管費比率 20.7% 前期差 △0.5pt

## 販売費および一般管理費の明細（2023年5月期 決算短信から）

科目	22/5期		23/5期		前期比 (%)
	金額 (百万円)	売上比 (%)	金額 (百万円)	売上比 (%)	
人件費	21,586	5.0	22,712	5.1	105.2
配送運賃	24,224	5.7	21,843	4.9	90.2
業務外注費	4,091	1.0	4,748	1.1	116.1
業務委託費	11,975	2.8	11,696	2.6	97.7
地代家賃	10,949	2.6	10,835	2.4	99.0
貸倒引当金繰入額	37	0.0	16	0.0	44.8
減価償却費	3,292	0.8	3,451	0.8	104.8
ソフトウェア償却費	2,538	0.6	2,739	0.6	107.9
その他諸経費	12,067	2.7	14,375	3.2	119.1
合計	90,763	21.2	92,420	20.7	101.8



**設備投資額 146億円**(年間計画 135億円)

新アスクールWebサイト関連 54億円

ASKUL東京DC関連 53億円

(参考) 減価・ソフトウェア償却費 61億円 (年間計画 71億円)

### 投資詳細

(単位：百万円)

科目名	22/5期	23/5期	
	金額	金額	前期比
【 設 備 投 資 額 】	10,484	14,634	+39.6%
有 形 固 定 資 産	3,035	7,066	+132.8%
無 形 固 定 資 産	7,449	7,567	+1.6%
建 設 仮 勘 定 ( 注 2 )	4,975	825	△83.4%
ソ フ ト ウ ェ ア 仮 勘 定 ( 注 2 )	8,332	11,037	+32.5%

(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



**設備投資額 116億円**(前期差  $\triangle$ 30億円)

## 【主な内訳】

**AVC関西 設備増強 36億円**

在庫商品33万アイテム対応

**新アスクールWebサイト 19億円**

(参考) 減価・ソフトウェア償却費 93億円 (前期差+32億円)



## インターネット売上高比率

	22/5期	23/5期	前期差
インターネット経由	87.5%	88.9%	+ 1.4pt
上記以外	12.5%	11.1%	△1.4pt

(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 5月度	23/5期 5月度	前年同月度差
オリジナル商品数	11,009	14,139	+ 3,130
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	28.2% (35.4%)	32.3% (38.2%)	+ 4.1pt (+ 2.8pt)

(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

(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
24/5期	63	13	63	12	126	25	60	14	59	12	119	26	245	51
23/5期	63	14	61	13	124	27	61	13	59	12	120	25	244	52
前年同期差	0	-1	+2	-1	+2	-2	-1	+1	0	0	-1	+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




- 「2030CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>をゼロにする
- 「RE100」  
2030年までに、子会社を含めた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  
22年5月で65%を実現
- 「EV100」  
ASKUL LOGISTが所有および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）化する  
23年5月期末現在、EV21台を運用



### 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月には使用済みクリアホルダーからつくった初の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。

2023年 GXリーグに参画

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CO<sub>2</sub>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



「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か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 30.4%※(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5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、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

### ●お客様の声に基づく改善活動

#### ■「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

### ●顧客満足マネジメントシステム

#### ■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。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

## 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4回目の支援先は、御菓子司木村屋(陸前高田市)、すっぱいりんご専門店の株キミドリ(盛岡市)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

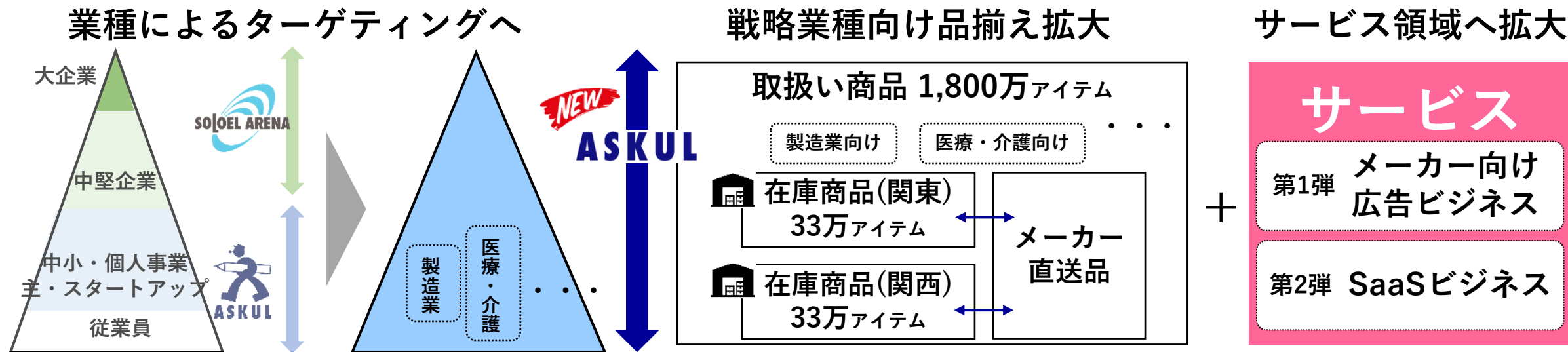
物流センターの構造改革、BtoBとBtoCの物流融合、バリューチェーンのDX等の施策により、当社強みの高速物流を進化させ、ロングテールの「明日来る」を実現する計画。この計画実現に大きな役割を持つ東日本最先端フラッグシップセンター「ASKUL東京DC」が2022年11月に稼働開始



## 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<sup>あす</sup>明日に「うれしい」を届け続ける。