

2024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 C E O 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 C F O 玉井 継尋
TEL 03-4330-5130

「2024年5月期第3四半期決算概要」のお知らせ

「2024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「2024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

2024年5月期 第3四半期 決算概要

2024年3月15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は以下のとおりです。

セグメント		左記セグメントの業績算入対象	
		当社事業	主要関係会社
eコマース事業	BtoB事業	BtoB事業	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
	BtoC事業	LOHACO事業	株式会社チャーム、ASKUL LOGIST株式会社
ロジスティクス事業		---	ASKUL LOGIST株式会社
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。



収益構造の改善により利益成長加速、今後は売上成長に集中

連結業績

- 売上高・各段階利益ともに過去最高を更新
- 3Q累計の営業利益は前年同期比20%増益、3Q期間では45%大幅増益を達成
- ALP首都圏火災関連訴訟の判決確定による特別利益117億円を計上

BtoB事業

- 収益構造の改革により、今期の最大目標「利益成長カーブを変える」を実現
- 売上高は9%成長するも計画未達、通期計画を修正し、抜本的改善策に取り組む

BtoC事業（LOHACO）

- 黒字継続、3Q期間は前四半期比で増収転換、4Q期間は前年同期比でプラス成長へ

株主還元方針

- 総還元性向の目標を45%に設定、3月18日より最大45億円の自己株式取得を実施

I 24年5月期 第3四半期実績および通期業績予想修正

II 株主還元方針および自己株式取得

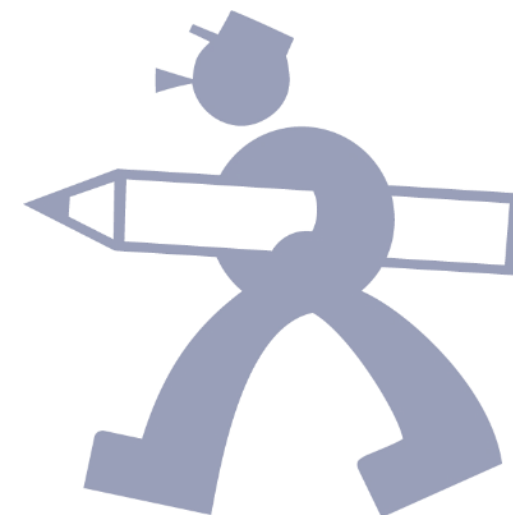
III 事業の進捗について

- BtoB

- BtoC

IV ESG

V 付録





	23/5期 3Q累計		24/5期 3Q累計		
	実績	売上高 比率 %	実績	売上高 比率 %	前年 同期比 %
(百万円)					
売上高	334,224	100.0	350,063	100.0	104.7
売上総利益	80,327	24.0	87,196	24.9	108.6
販売費及び 一般管理費	69,965	20.9	74,703	21.3	106.8
営業利益	10,361	3.1	12,493	3.6	120.6
経常利益	10,269	3.1	12,290	3.5	119.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,093	2.1	16,146	4.6	227.6

➤ **売上高**
前年同期比104.7%
過去最高更新

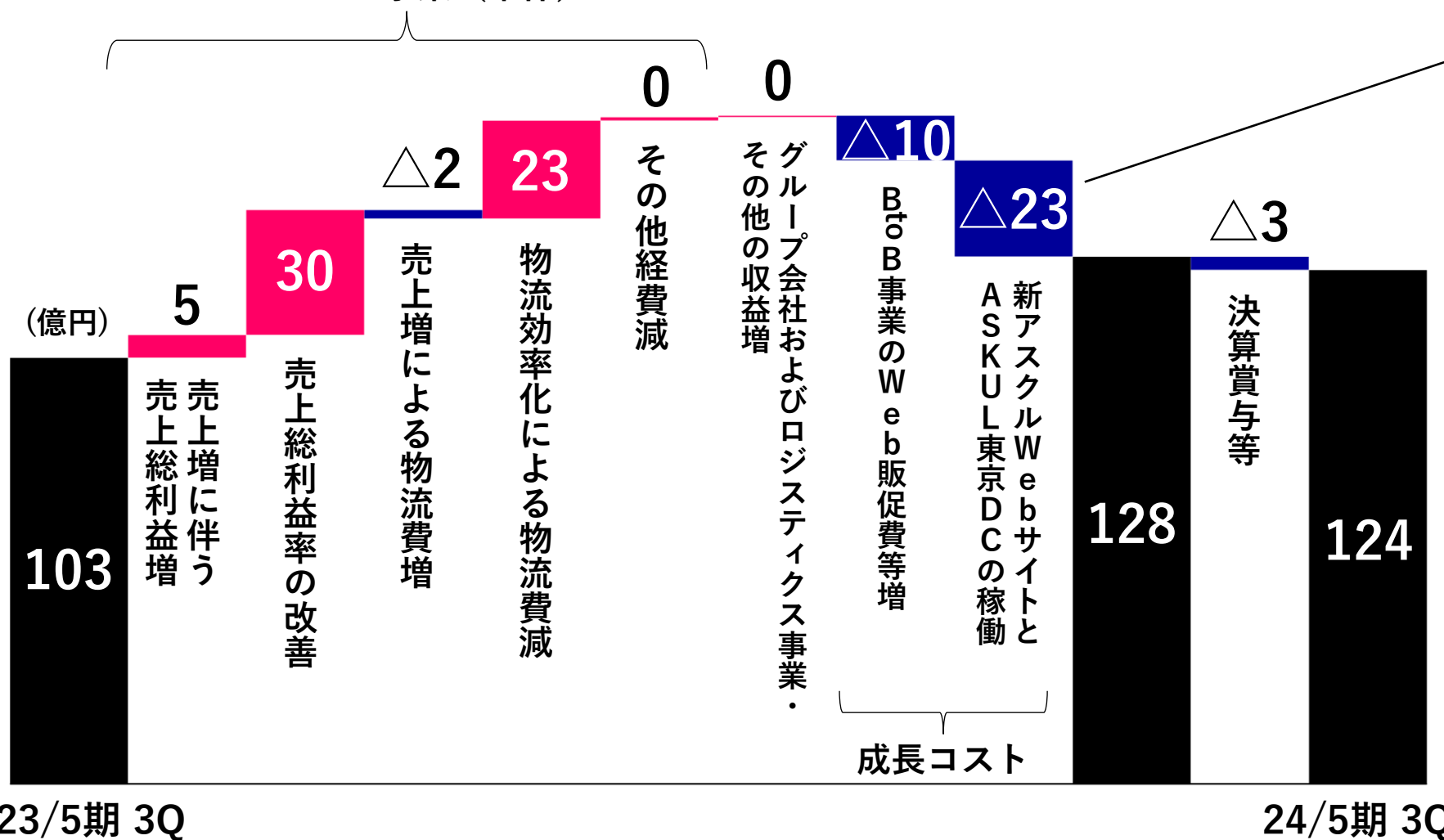
➤ **売上総利益**
売上総利益率
前年同期差+0.9pt

➤ **営業利益・経常利益・
当期純利益**
過去最高更新
ALP首都圏火災関連訴訟で
117億円の特別利益を計上



売上総利益率の改善と物流効率化により20%増益を達成

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	△ 17.1億円
<内訳>	
・償却費	△ 15.7億円
・移行費用等	△ 1.4億円
●ASKUL東京DC	△ 6.1億円
<内訳>	
・償却費	△ 5.4億円
・清掃警備費等	△ 0.7億円

23/5期 3Q

24/5期 3Q

24/5期 第3四半期業績【四半期別・事業別】

連結



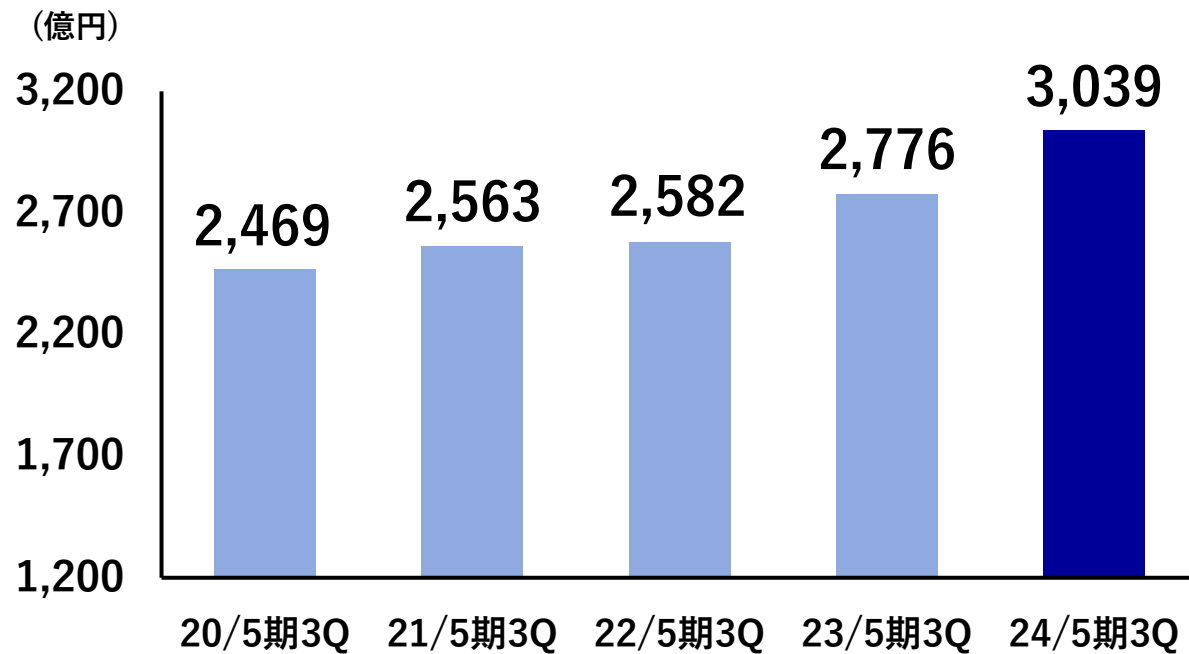
(億円)		23/5期				24/5期				
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	前年同期差	前年同期比 %
売上高	BtoB事業	894	919	961	962	977	1,028	1,032	71	107.4
	LOHACO	139	114	110	97	88	86	88	△ 21	80.6
	BtoC事業（チャーム含む）	182	158	153	137	130	130	132	△ 21	86.2
	eコマース事業	1,076	1,078	1,115	1,100	1,108	1,158	1,165	49	104.5
	ロジスティクス事業・その他	23	23	24	24	22	23	22	△ 1	92.6
	連結合計	1,100	1,101	1,139	1,124	1,130	1,182	1,187	48	104.2
営業利益	BtoB事業	35	39	32	39	29	45	51	18	157.7
	LOHACO	△ 6	△ 2	3	6	1	1	△ 0	△ 3	—
	BtoC事業（チャーム含む）	△ 5	△ 1	4	5	1	1	0	△ 4	—
	決算賞与（引当含む）等	△ 0	△ 0	0	△ 1	△ 2	△ 2	1	0	—
	eコマース事業	30	38	37	44	28	44	52	15	141.7
	ロジスティクス事業・その他	△ 0	△ 0	△ 0	△ 1	△ 0	△ 0	△ 0	0	—
連結合計	29	37	36	42	28	44	52	16	145.2	



売上高

前年同期比 109.5%

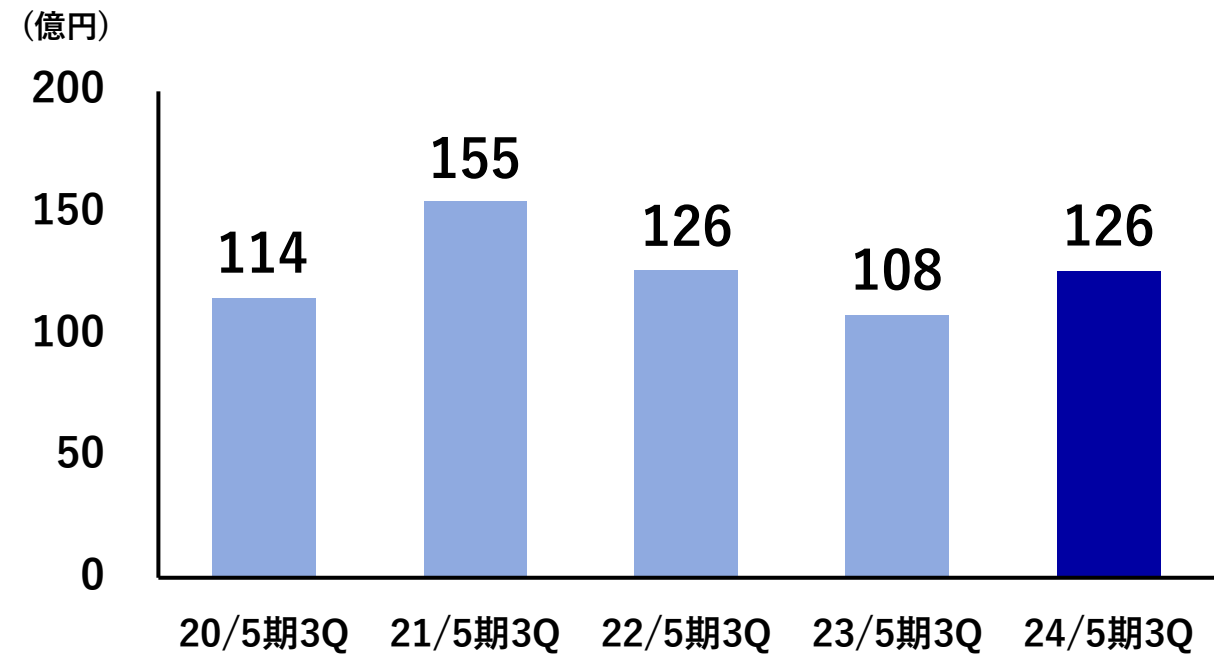
フィード社連結もあり着実に成長



営業利益

前年同期比 117.0%

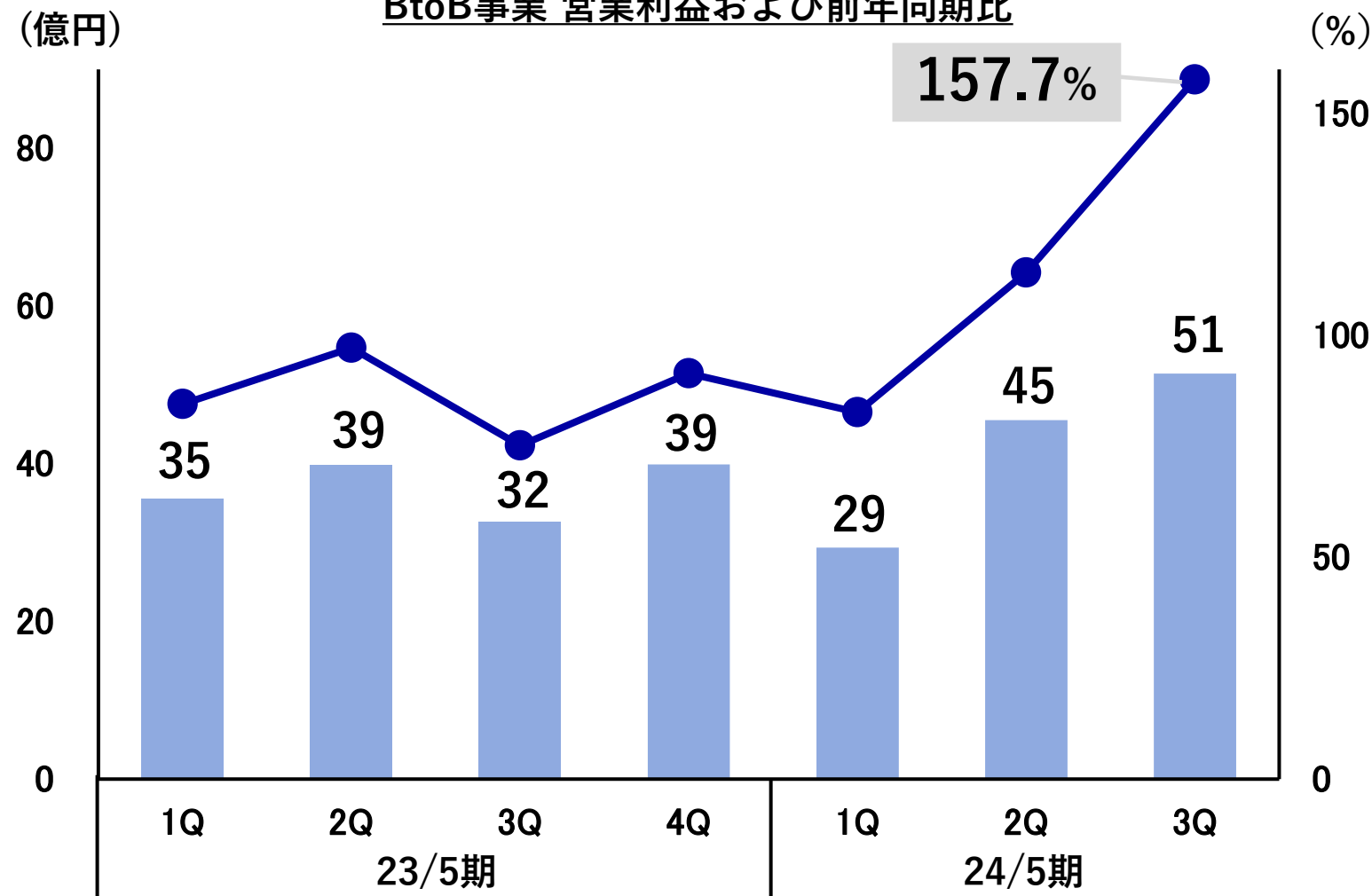
売上総利益率の改善や
物流費比率の低減が奏功





今期の最大目標「利益成長カーブを変える」を実現

BtoB事業 営業利益および前年同期比



売上総利益率の改善

- ✓ 主力商品の為替ポジション回復
- ✓ 機動的な価格改定
- ✓ 広告ビジネスの手数料収入増

変動費比率の改善

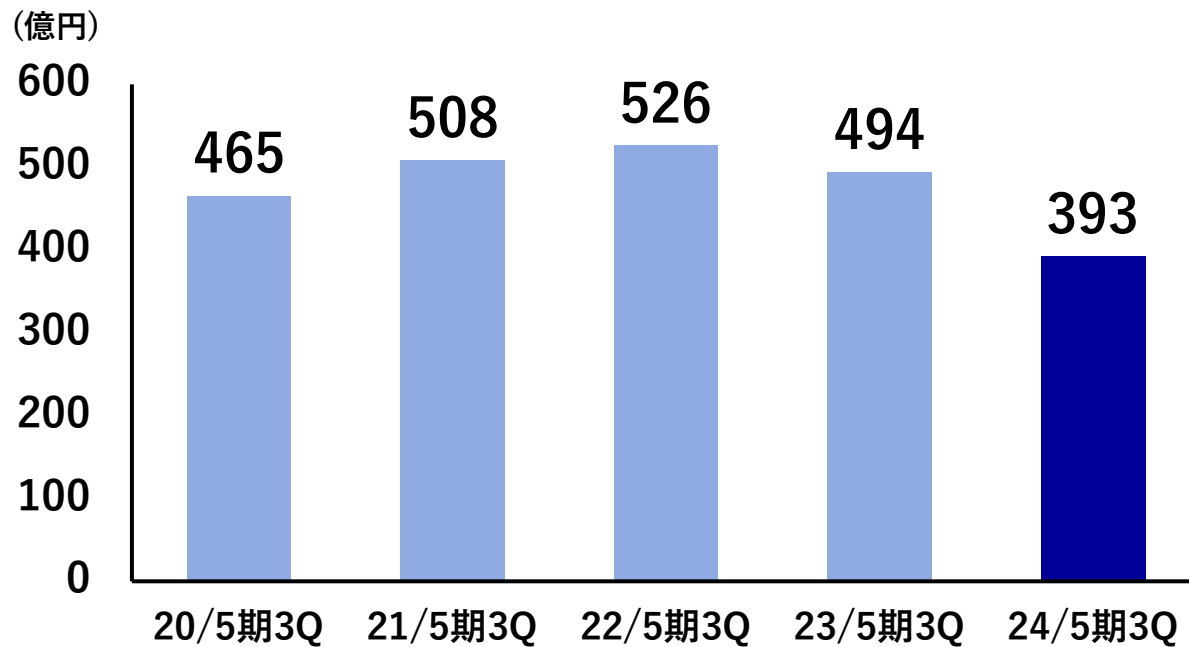
- ✓ 一箱あたり売上単価の上昇
- ✓ ASKUL東京DCの庫内生産性改善
- ✓ 在庫配置最適化による個口割れの減少



売上高

前年同期比 79.5%

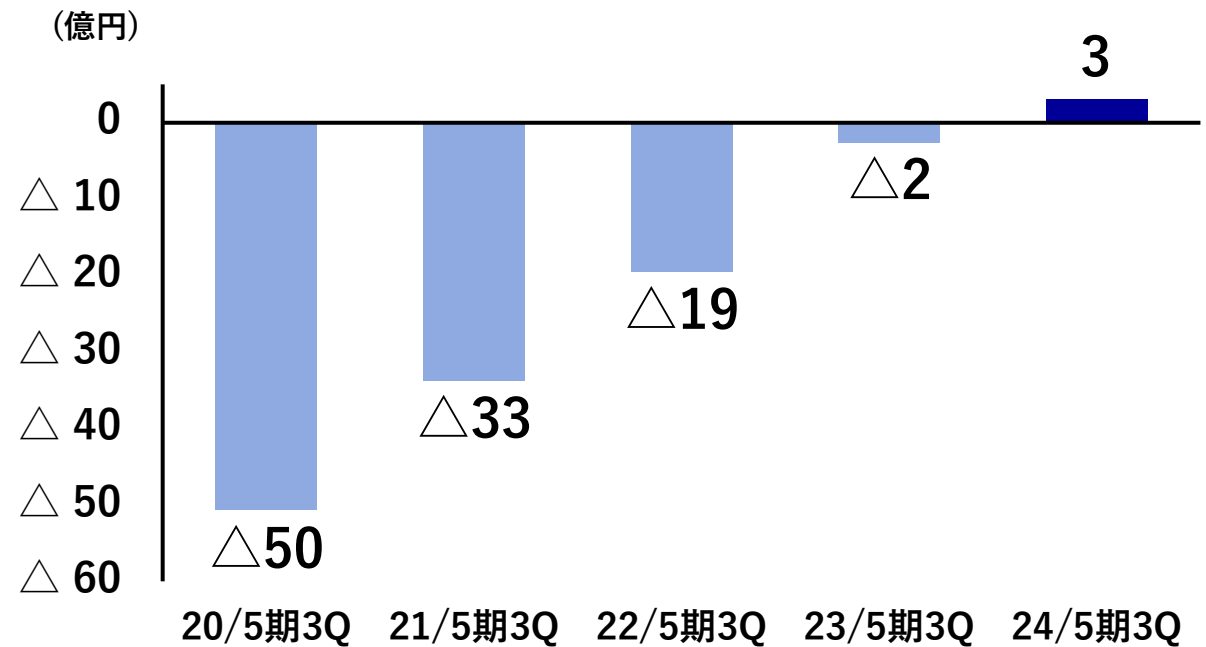
4QはLINEヤフーとの販促連携強化へ



営業利益

前年同期差 +5億円

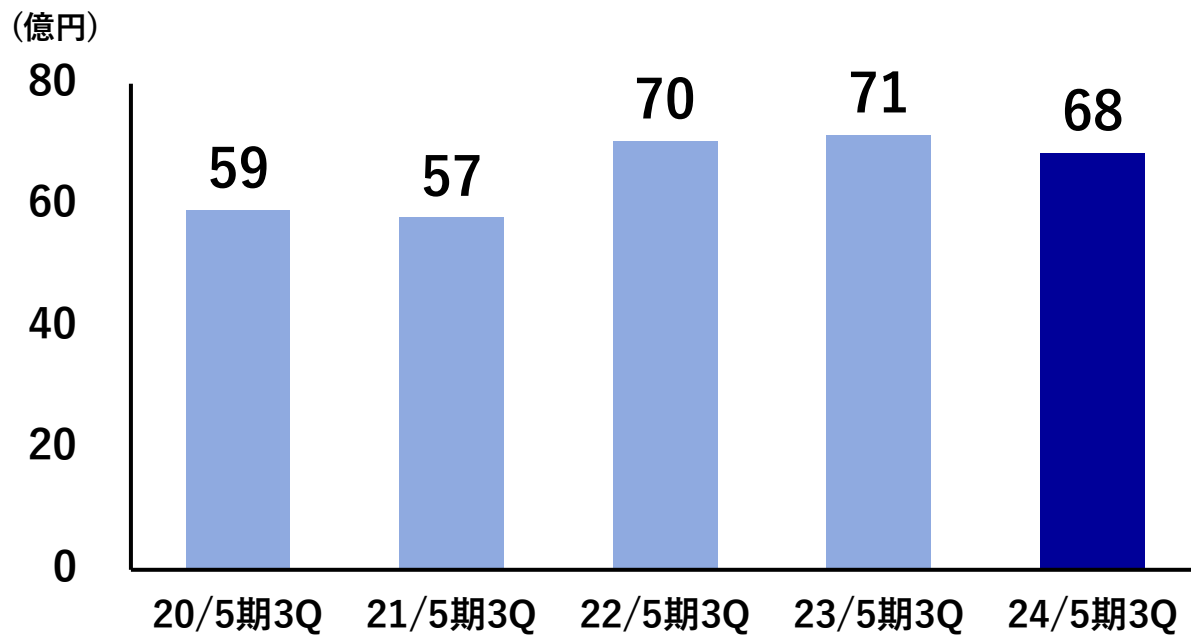
黒字継続、計画を上回って進捗



売上高

前年同期比 95.8%

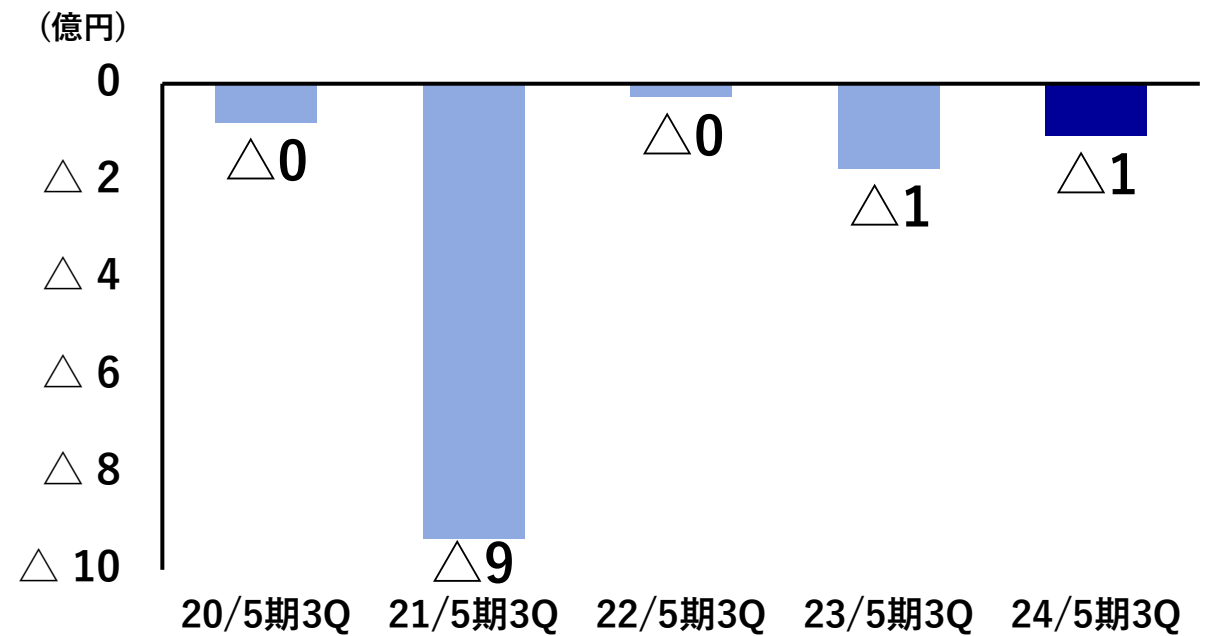
前年同期並みの売上高を継続

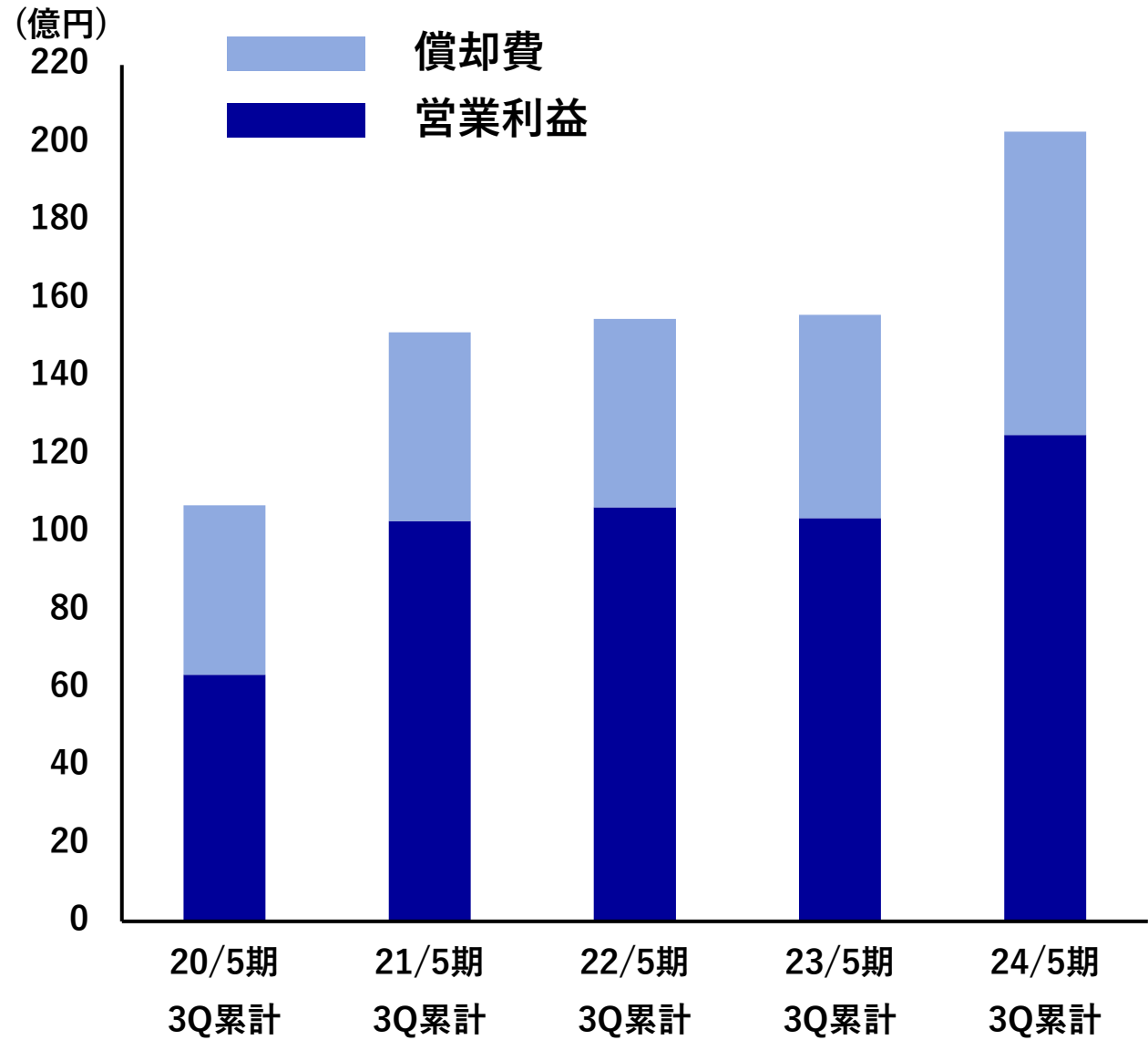


営業利益

前年同期差 +0.6億円

赤字幅縮小
引き続き黒字化を目指す





大幅拡大

24/5期 通期連結業績予想の修正①

連結



	23/5期		24/5期					
	実績	売上高 比率 %	期初計画	売上高 比率 %	修正計画	売上高 比率 %	期初 計画差	前期比 %
(百万円)								
売上高	446,713	100.0	482,000	100.0	470,000	100.0	△ 12,000	105.2
売上総利益	107,040	24.0	122,450	25.4	119,380	25.4	△ 3,070	111.5
販売費及び 一般管理費	92,420	20.7	105,950	22.0	102,880	21.9	△ 3,070	111.3
営業利益	14,620	3.3	16,500	3.4	16,500	3.5	0	112.9
経常利益	14,448	3.2	16,200	3.4	16,200	3.4	0	112.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	9,787	2.2	10,300	2.1	18,000	3.8	7,700	183.9

- ✓ 売上高
従来計画差 △120億円
(BtoB事業を修正)
- ✓ 営業利益・経常利益
計画の修正なし
- ✓ 当期純利益
従来計画差 +77億円



売上高予想下方修正の要因

連結売上高4,820億円⇒4,700億円 (△120億円)

主に以下2点を期初計画からの乖離要因としてBtoB事業の業績予想を修正

✓ 新型コロナ特需反動減、
お盆・年末年始の休暇長期化等の影響

⇒ 来期は影響一巡

✓ 新規投入商品の低稼働、
集客・販促効率の低下

⇒ 抜本的改善策を25ページに記載

当期純利益予想上方修正の要因

連結当期純利益103億円⇒180億円 (+77億円)

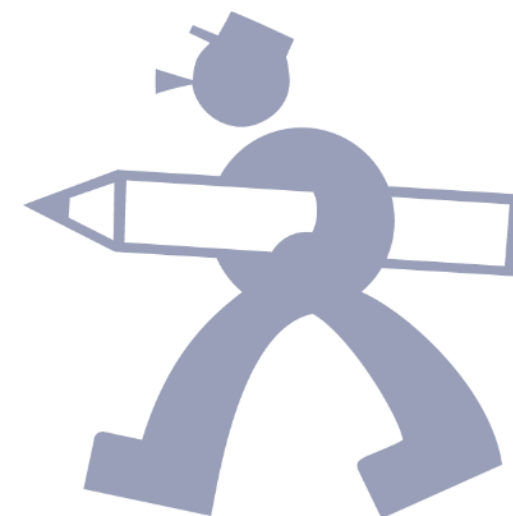
ALP首都圏火災関連訴訟の判決確定による特別利益117億円計上

ご参考：関連IRリリース

2024年2月29日「損害賠償請求訴訟の判決確定に関するお知らせ」

<https://pdf.irpocket.com/C2678/KNIO/lxJz/zncF.pdf>

- I 24年5月期 第3四半期実績および通期業績予想修正
- II 株主還元方針および自己株式取得**
- III 事業の進捗について
 - ・ BtoB
 - ・ BtoC
- IV ESG
- V 付録





- ✓利益配分は健全なキャッシュ・フローと安定した財務体質を維持しつつ、中長期的な企業価値向上のための成長投資原資としての内部留保を確保するとともに
- ✓株主還元の充実と資本効率の向上を図るため
総還元性向の目標を45%と定め
安定的な株主配当と計画的な自己株式取得を実施

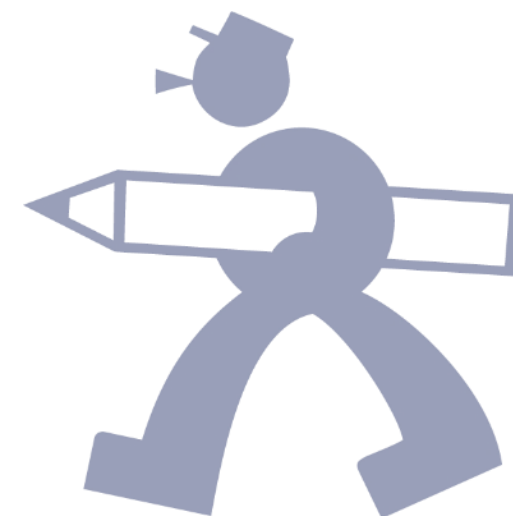


新たな株主還元方針にもとづき自己株式を取得

自己株式取得の概要

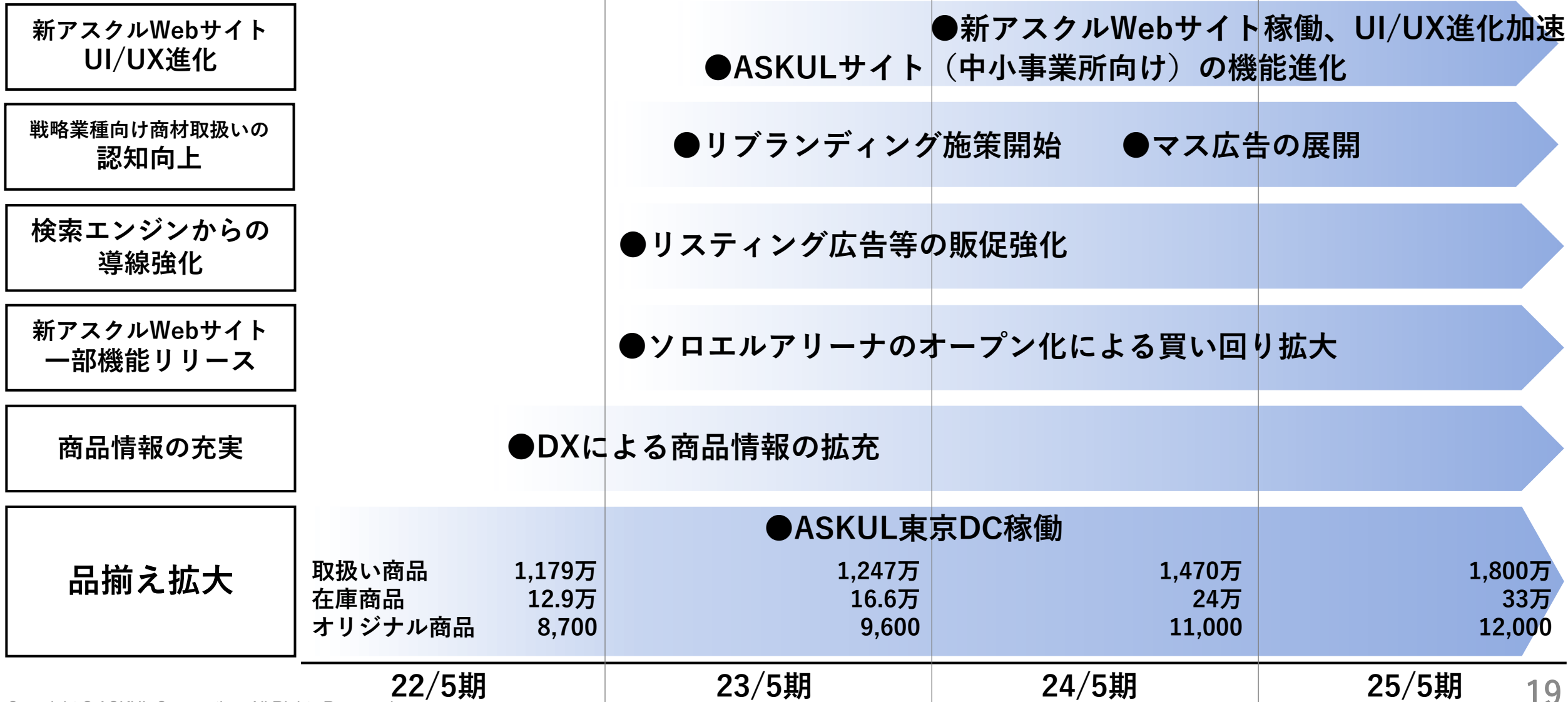
取得株式総数	上限225万株（自己株式を除く発行済株式総数の2.31%）
取得価額総額	上限45億円
取得価額総額の考え方	総還元性向45%にもとづく還元予定総額から配当予想額を差し引いた金額 ※ただし、2024年5月20日までに取得価額総額に達しない場合は、2024年5月期の総還元性向は45%に達しない可能性あり
取得期間	2024年3月18日～2024年8月13日
その他	自己株式取得完了後、15万株（0.15%）を残して消却予定

- I 24年5月期 第3四半期実績および通期業績予想修正
- II 株主還元方針および自己株式取得
- III 事業の進捗について**
 - BtoB
 - BtoC
- IV ESG
- V 付録





施策の相乗効果により最終年度で二桁成長を実現





生活用品を中心に各カテゴリでメディカルの反動減をカバー

(億円)	22/5期		23/5期						24/5期									
	3Q		1Q		2Q		3Q		4Q		1Q		2Q		3Q			
		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %		構成比 %	構成比 %	前年同期差	前年同期比 %	
OA・PC	241	30.3	228	28.1	242	29.2	255	29.8	257	29.8	241	28.6	262	29.3	262	29.9	7	102.8
文具	100	12.6	95	11.7	101	12.2	106	12.4	118	13.6	98	11.7	109	12.2	112	12.8	6	106.3
生活用品	210	26.4	252	31.1	245	29.5	249	29.1	249	28.8	276	32.7	276	30.8	259	29.5	10	104.1
ファニチャー	50	6.4	45	5.6	45	5.5	47	5.5	61	7.2	49	5.9	51	5.8	52	5.9	5	111.0
MRO	94	11.9	97	12.0	104	12.5	107	12.5	102	11.9	103	12.2	111	12.4	109	12.4	2	102.1
メディカル	80	10.1	78	9.6	73	8.8	73	8.6	57	6.7	56	6.7	61	6.8	60	6.9	△ 13	82.2
その他	18	2.3	14	1.8	19	2.3	18	2.2	18	2.1	18	2.2	24	2.7	22	2.5	3	118.7
合計	797	100.0	811	100.0	831	100.0	858	100.0	865	100.0	844	100.0	898	100.0	880	100.0	21	102.5

※ 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



取扱い商品
(中期目標1,800万アイテム)

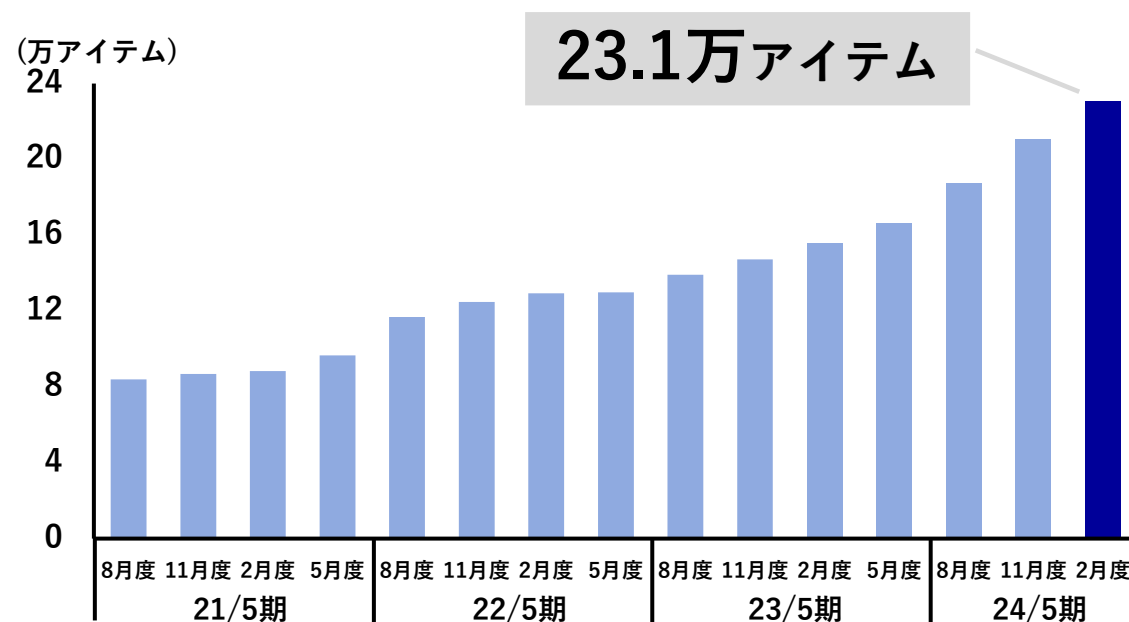
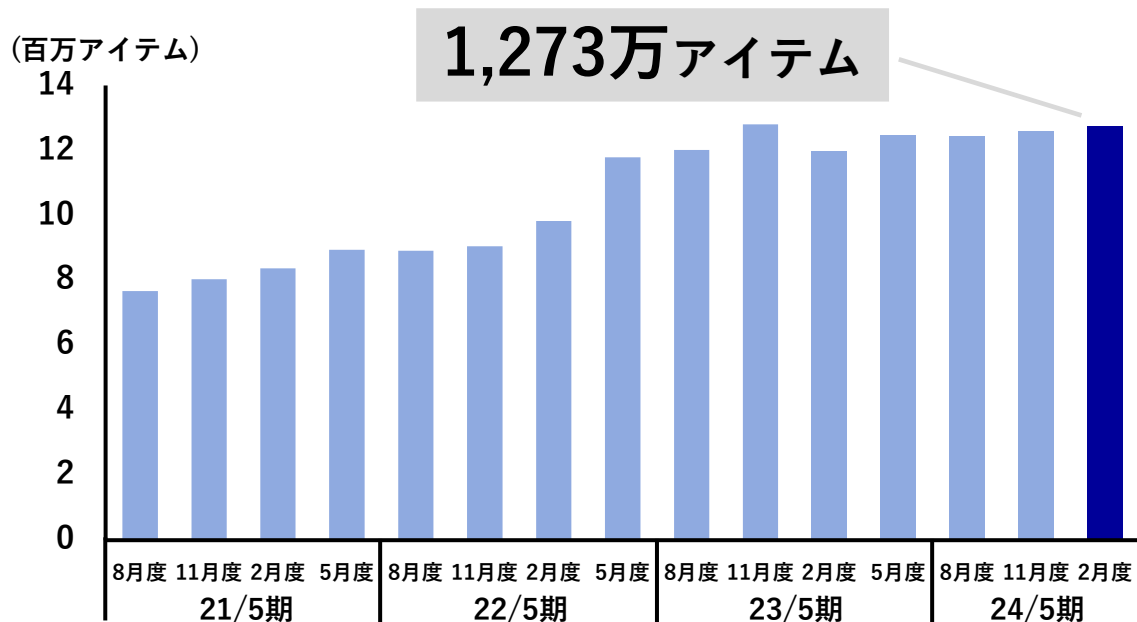
在庫商品
(中期目標33万アイテム)

✓ 3Q期間 12.5万アイテム増加
新規投入数は56万アイテム超

✓ 3Q期間 2万アイテム増加
ほぼすべてのカテゴリで増加

販売停止等の影響が継続
今後は新規投入商品の稼働率向上に注力

通期目標24万アイテムは達成へ
さらなる「明日来る」商品の拡大を目指す



BtoB 品揃え拡大(オリジナル商品※1)

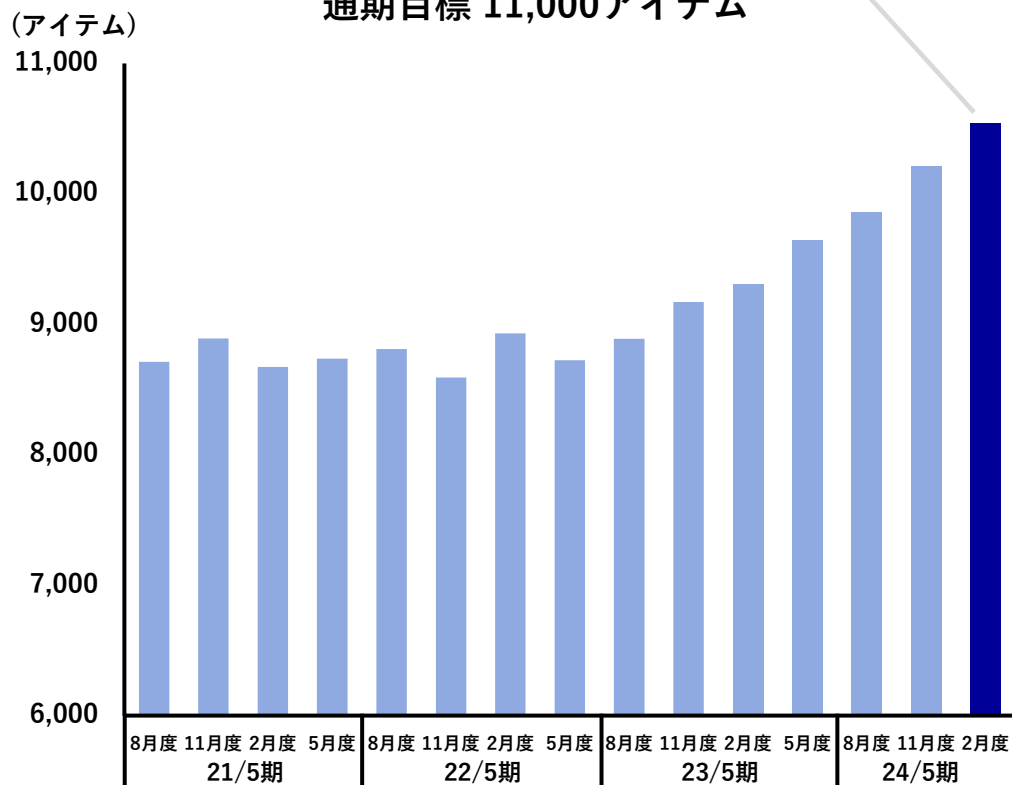
単体



商品数
(中期目標1.2万アイテム)

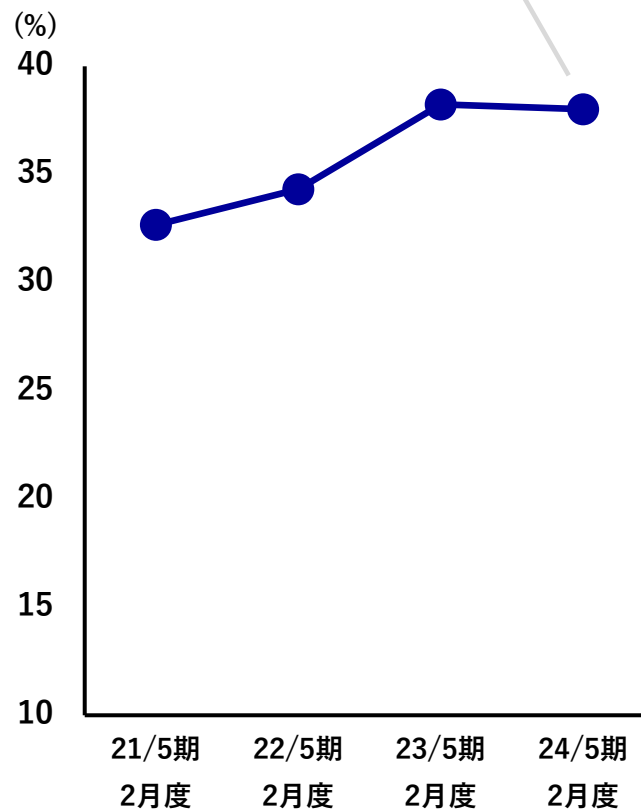
10,540アイテム

通期目標 11,000アイテム



売上高構成比
(BtoB在庫商品売上高)

38.0%



戦略2大業種※2向け
オリジナル商品
開発強化

売上高構成比の
拡大を目指す

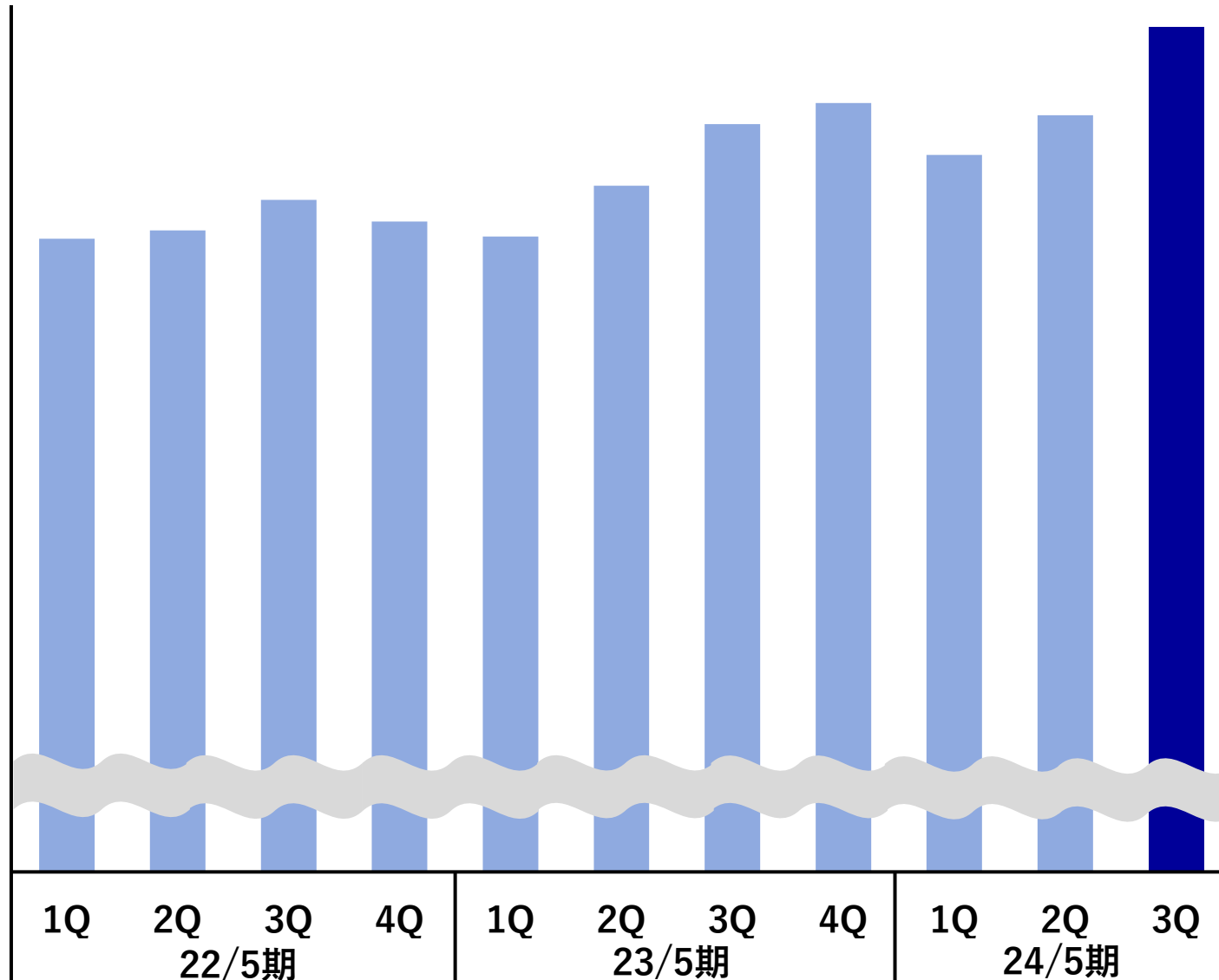
※1 オリジナル商品にはアスクルでの限定販売商品を含む
LOHACOのみで販売しているオリジナル商品は除外
※2 「医療・介護」「製造業」の2業種

BtoB 一箱あたりの売上単価

単体



(円)



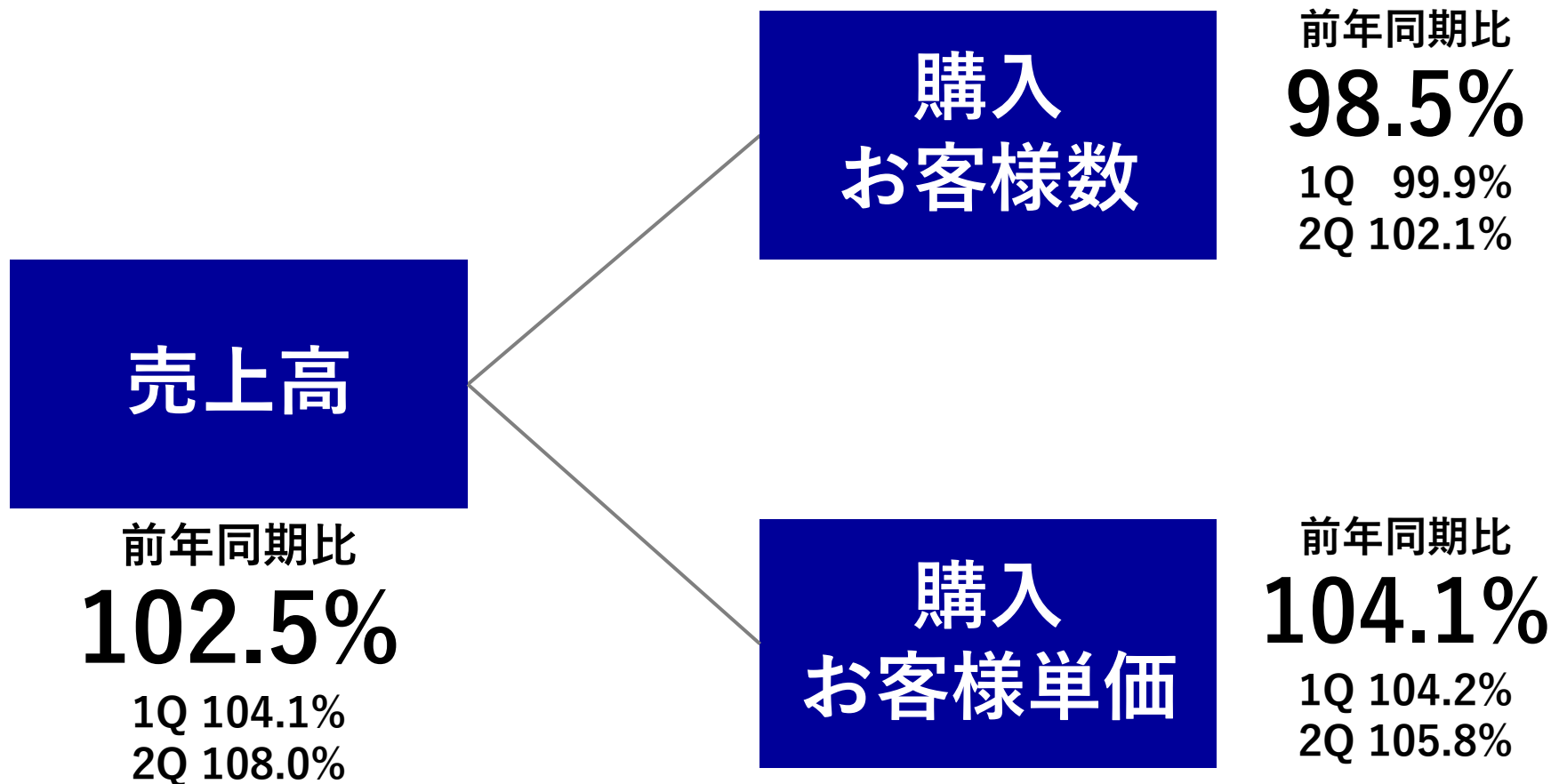
24/5期 3Q期間
前年同期比 107.5%
3Q期間 5億円相当の配送費低減



**引き続き改善を
見込む**



年末年始休暇の長期化や配送バー改定に伴うまとめ買い促進が購入お客様数に影響
(3Q累計前年同期比は101.4%※1と増加)



※1 該当期間に売上があったユニークなお客様数

※2 稼働日修正前の実績



マーチャндаイジングDXを強力に推進



データとAIの 活用範囲拡大により

- ✓ ニーズに沿った商品のスピーディーな採用
- ✓ 市場環境に合わせた機動的な自動価格設定
- ✓ SEOとコンバージョンに貢献する商品情報の充実
- ✓ 検索アルゴリズムの最適化

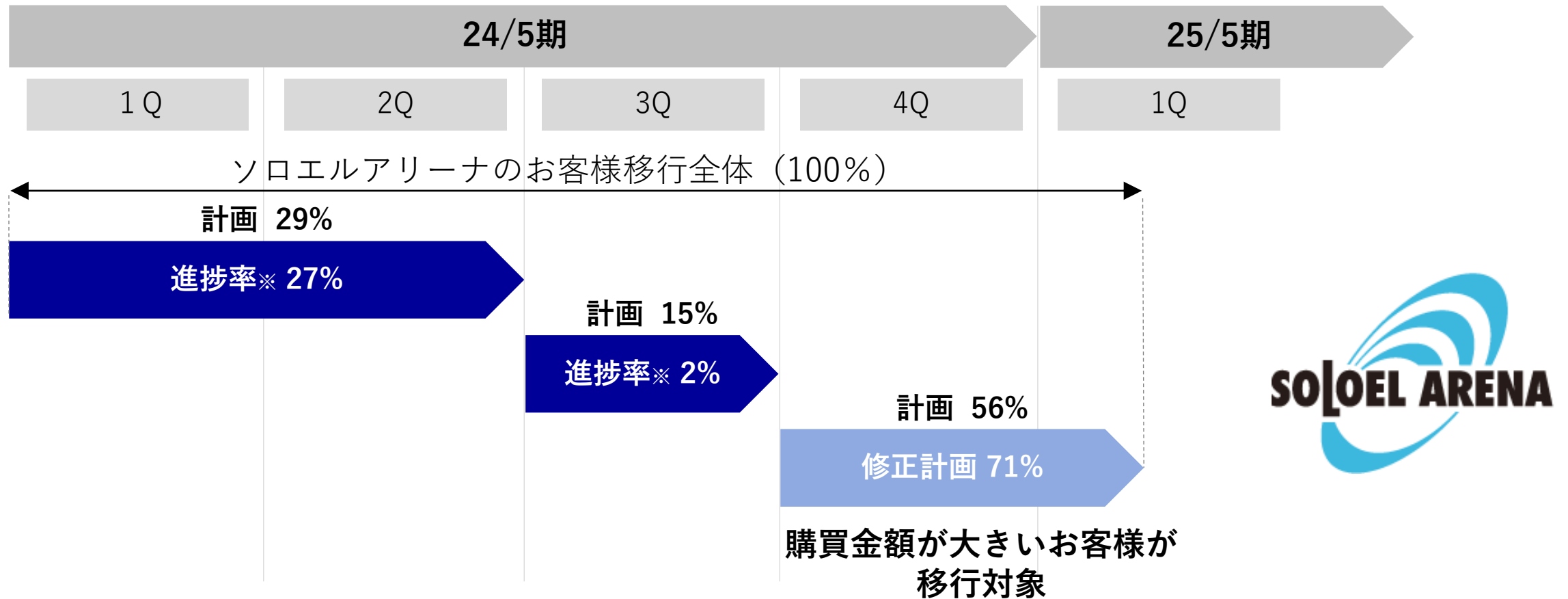
新規投入商品の稼働率向上による売上成長実現へ

(さらにDXにより創出されたリソースで商品開発力の強化と原価低減に注力)

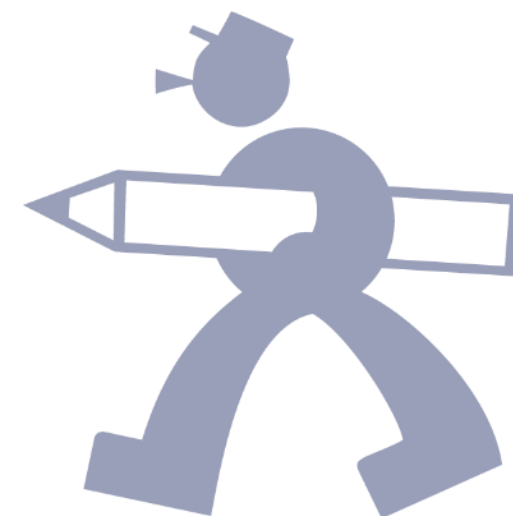


3Q末時点で移行計画に遅れ、4Q内で計画キャッチアップ予定

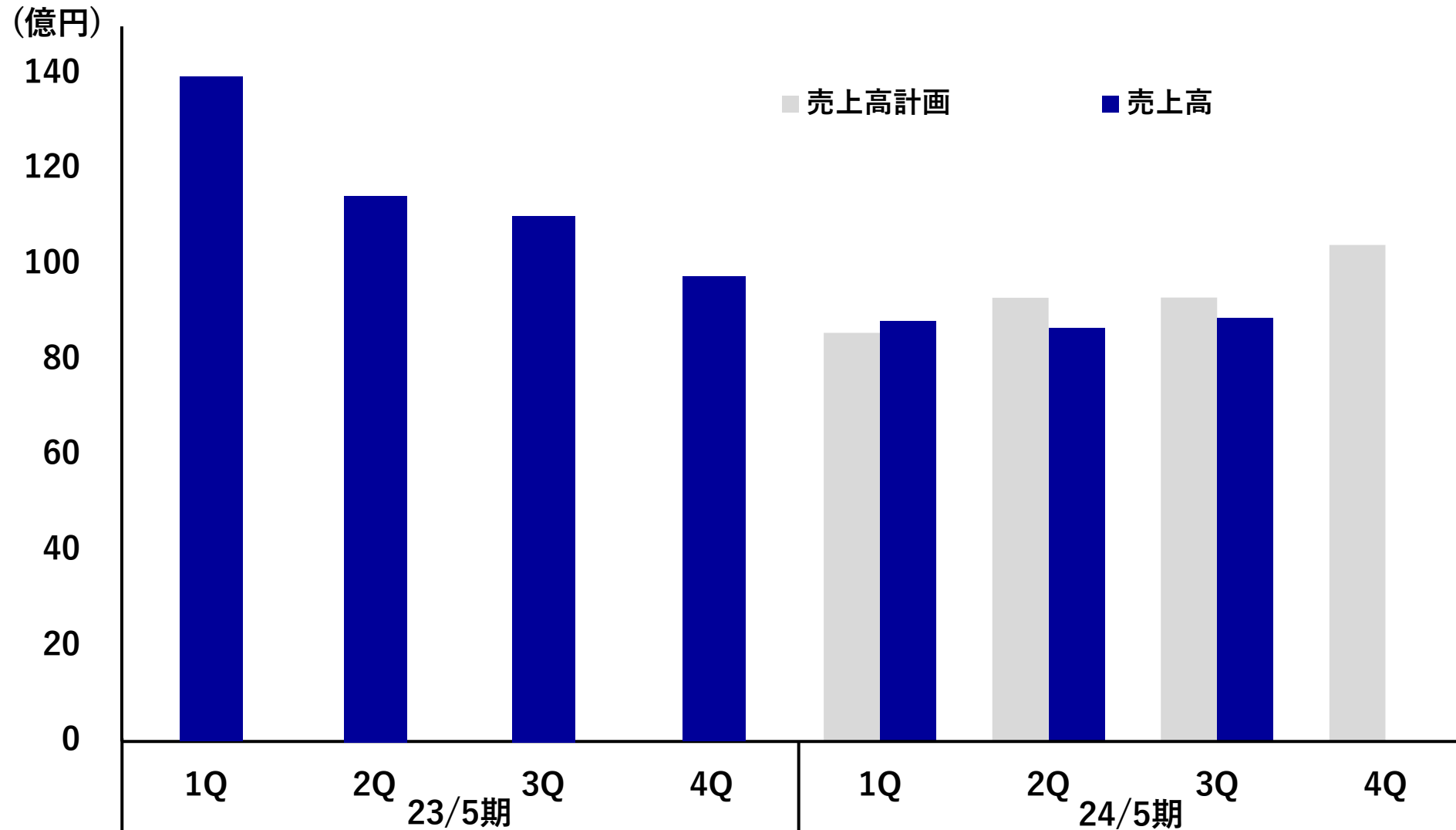
ソロエルアリーナのお客様移行状況



- I 24年5月期 第3四半期実績および通期業績予想修正
- II 株主還元方針および自己株式取得
- III 事業の進捗について**
 - BtoB
 - BtoC**
- IV ESG
- V 付録



4QはLINEヤフーとの販促連携強化へ





LINEヤフーとの連携強化に加えて品揃え拡大により 4Qからの増収を目指す

マーケティング施策

LINEヤフーとの連携により販促を強化
✓ LYPプレミアム会員に向けた販促



商品施策

法人向け商品をLOHACOで販売開始
✓ 3Q末時点で約3万アイテムを追加

大容量洗剤



食品

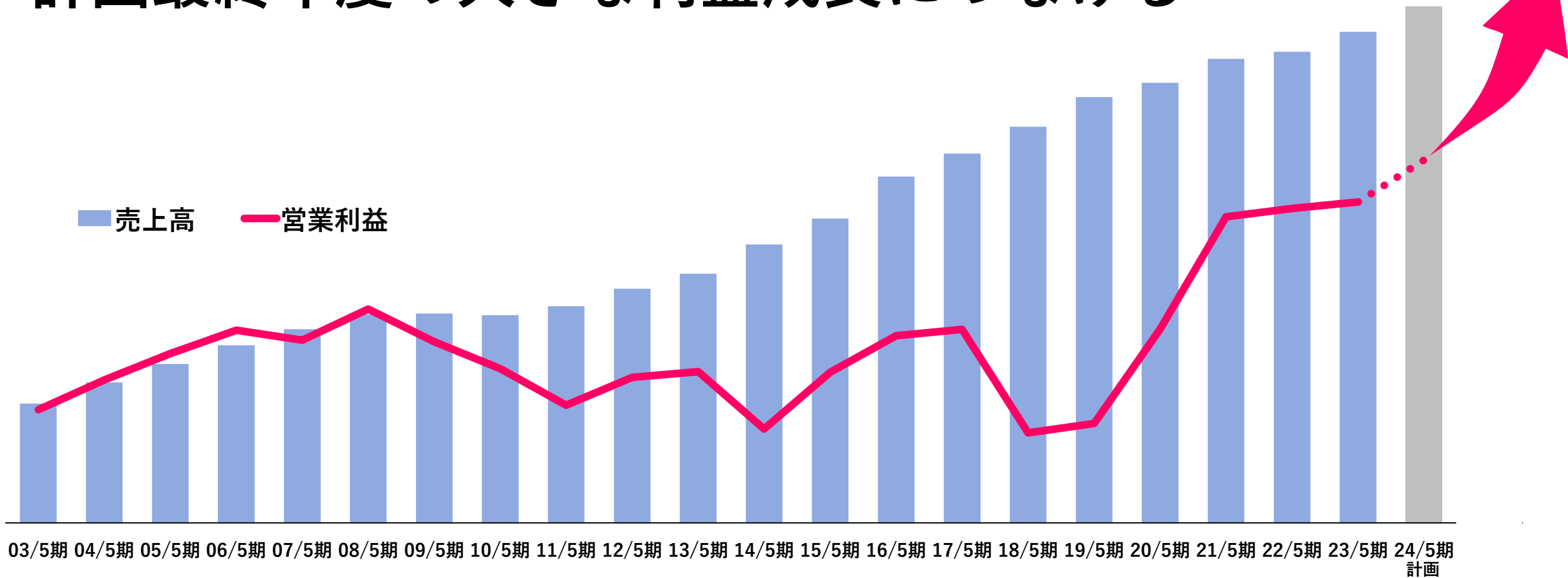


小容量ペットボトル飲料

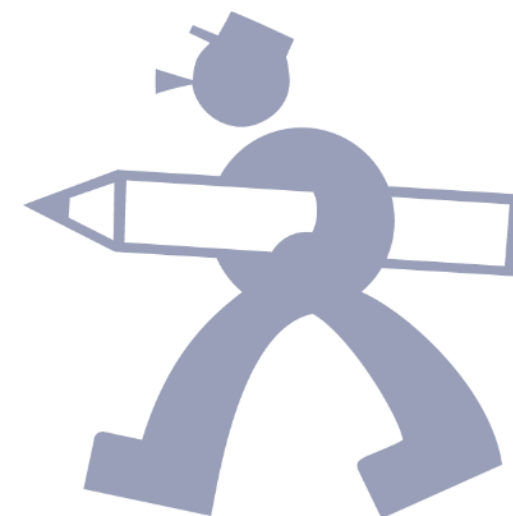




売上成長の加速とともに利益成長をスタートさせ
計画最終年度の大きな利益成長につなげる



- I 24年5月期 第3四半期実績および通期業績予想修正
- II 株主還元方針および自己株式取得
- III 事業の進捗について
 - ・ BtoB
 - ・ BtoC
- IV ESG**
- V 付録





2024年1月

「自然関連財務情報開示タスクフォース（TNFD）フォーラム」に参画

- 「自然関連財務情報開示タスクフォース（TNFD）」に賛同し、TNFDの活動をサポートする企業・団体などで構成されるネットワーク「TNFDフォーラム」へ参画

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/ZoWa/sqXv/kWiJ.pdf>

※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



2024年2月

CDP「気候変動 Aリスト（最高評価）」企業に選定

- 国際環境非営利団体 CDPより、2023年度の最高評価「気候変動 Aリスト」企業として選定
- 排出削減、気候リスク緩和、ネットゼロ目標などの取り組みが評価されコーポレートサステナビリティにおける先進企業として認定

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/gMAs/x3q5/hUuF.pdf>

※CDPとは企業や自治体の環境情報開示のための世界的なシステムを有する国際的な非営利団体





2024年3月

SBT「ネットゼロ認定」を取得

- 国際的なイニシアチブであるSBT（Science Based Targets）より「ネットゼロ認定」を取得
- 2016年に「2030年 CO2 ゼロチャレンジ」を宣言。2030年までに全事業所や自社グループの配送用トラックから排出される CO2 をゼロにすることを目標に掲げる
- サプライチェーン全体の温室効果ガス排出量を2050年までに実質ゼロにすることを目指す

プレスリリース：<https://pdf.irpocket.com/C0032/KNIO/Vllq/Fmyj.pdf>



※SBTとは2015年にCDP、国連グローバル・コンパクト、WRI（世界資源研究所）、WWF（世界自然保護基金）の4団体が共同で設立し、産業革命前からの気温上昇を2℃未満に抑えるために科学的根拠に基づいた温室効果ガス排出削減目標の設定を企業に働きかけている国際イニシアチブ

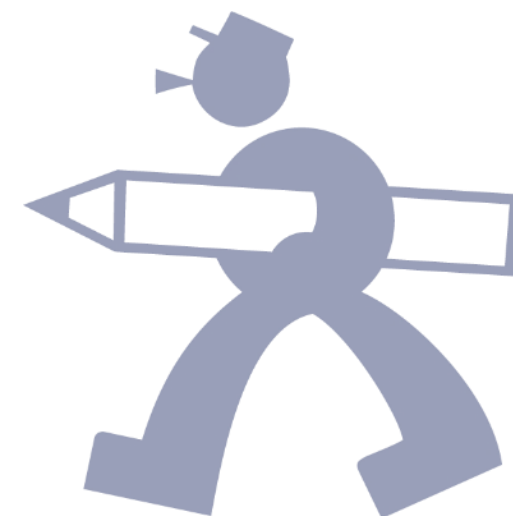
2024年3月

「MSCI 日本株 ESG セレクト・リーダーズ指数」の構成銘柄に選定

- MSCI ESG レーティングにおいて「AA」評価を取得
- 年金積立金管理運用独立行政法人（GPIF）がESG指数として本指数を採用

※MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数は MSCI 日本株 IMI 指数の構成銘柄の中から世界産業分類基準（GICS®）の業種分類の銘柄数 50%を目標に、ESG評価に優れた企業を選別して構築される指数

- I 24年5月期 第3四半期実績および通期業績予想修正
- II 株主還元方針および自己株式取得
- III 事業の進捗について
 - ・ BtoB
 - ・ BtoC
- IV ESG
- V 付録**



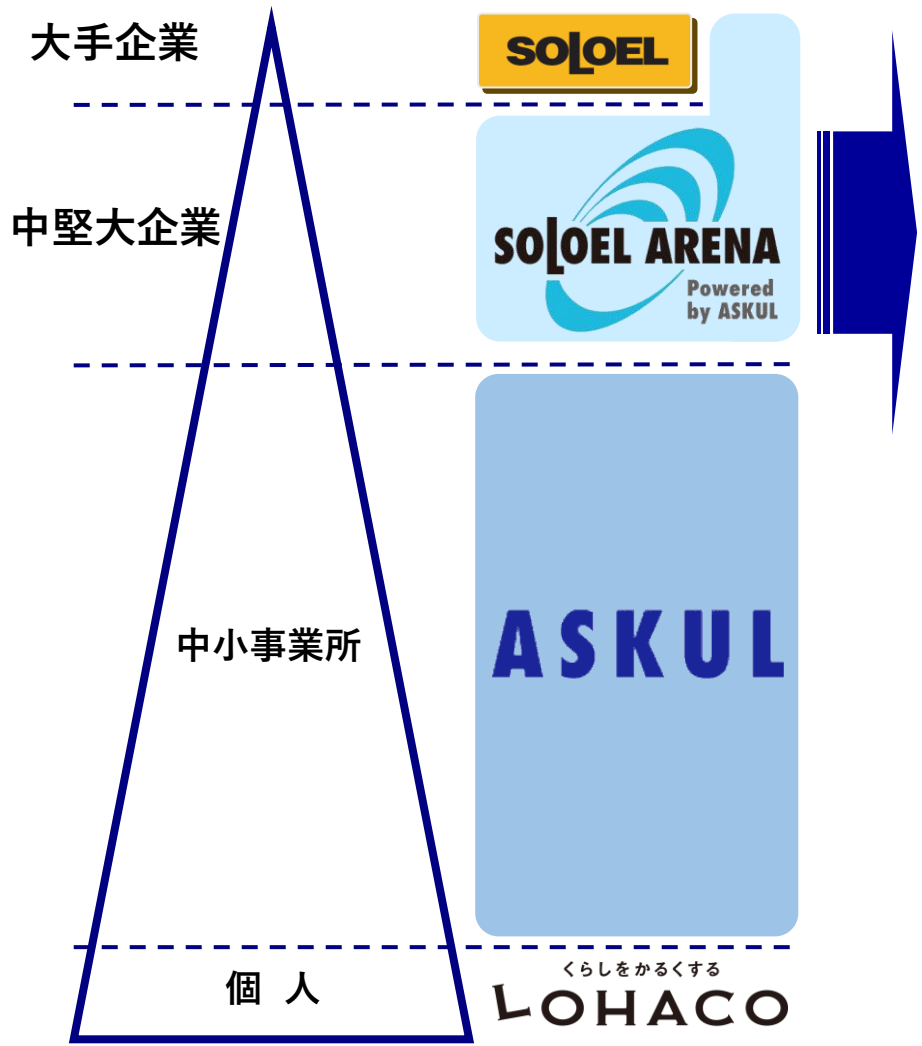
24/5期 品目別売上高 【BtoB・LOHACO等】

単体

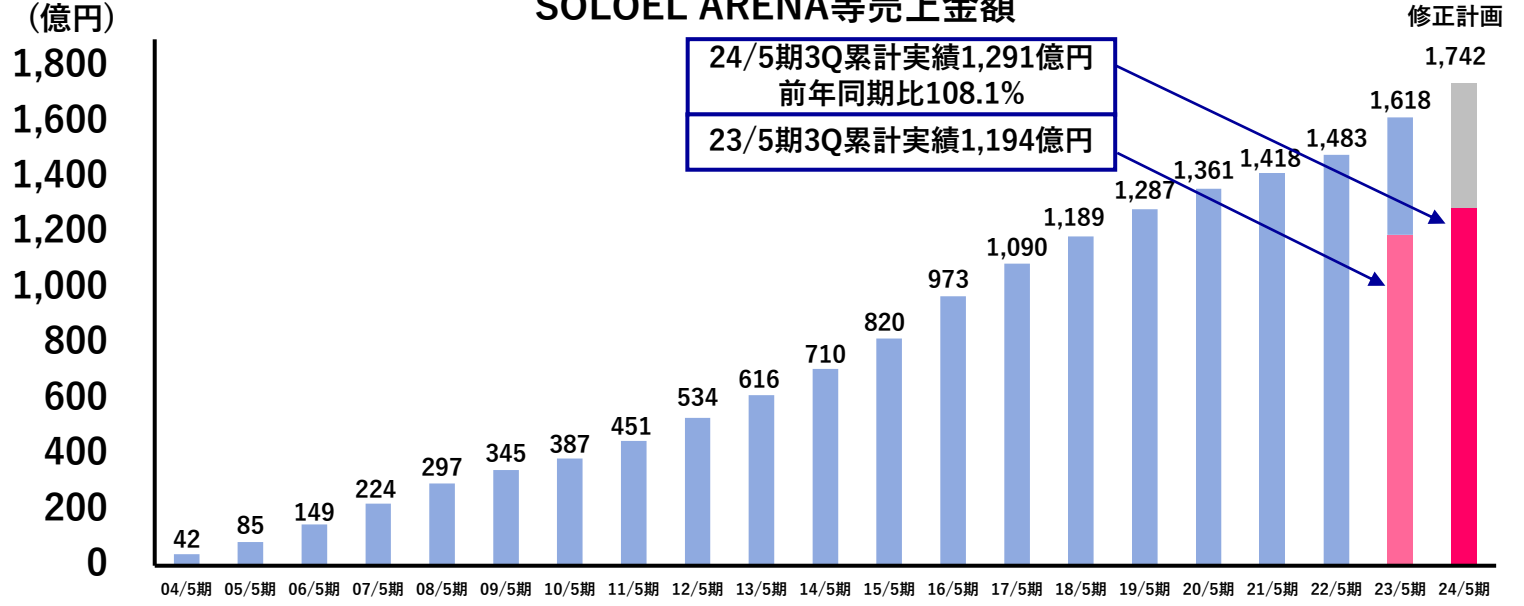


(億円)	23/5期 3Q累計			24/5期3Q累計			
		構成比%	前年同期比%		構成比%	前年同期差	前年同期比%
OA・PC	739	25.8	103.4	779	27.0	40	105.4
文具	308	10.8	101.9	326	11.3	17	105.7
生活用品	1,061	37.0	106.8	1,039	36.0	△ 22	97.9
ファニチャー	141	4.9	90.3	160	5.5	18	113.1
MRO	316	11.0	110.5	329	11.4	13	104.2
メディカル	255	8.9	99.3	186	6.5	△ 68	73.0
その他	44	1.6	98.7	67	2.3	22	149.8
合 計	2,867	100.0	104.0	2,888	100.0	21	100.7

BtoB SOLOEL ARENA等実績

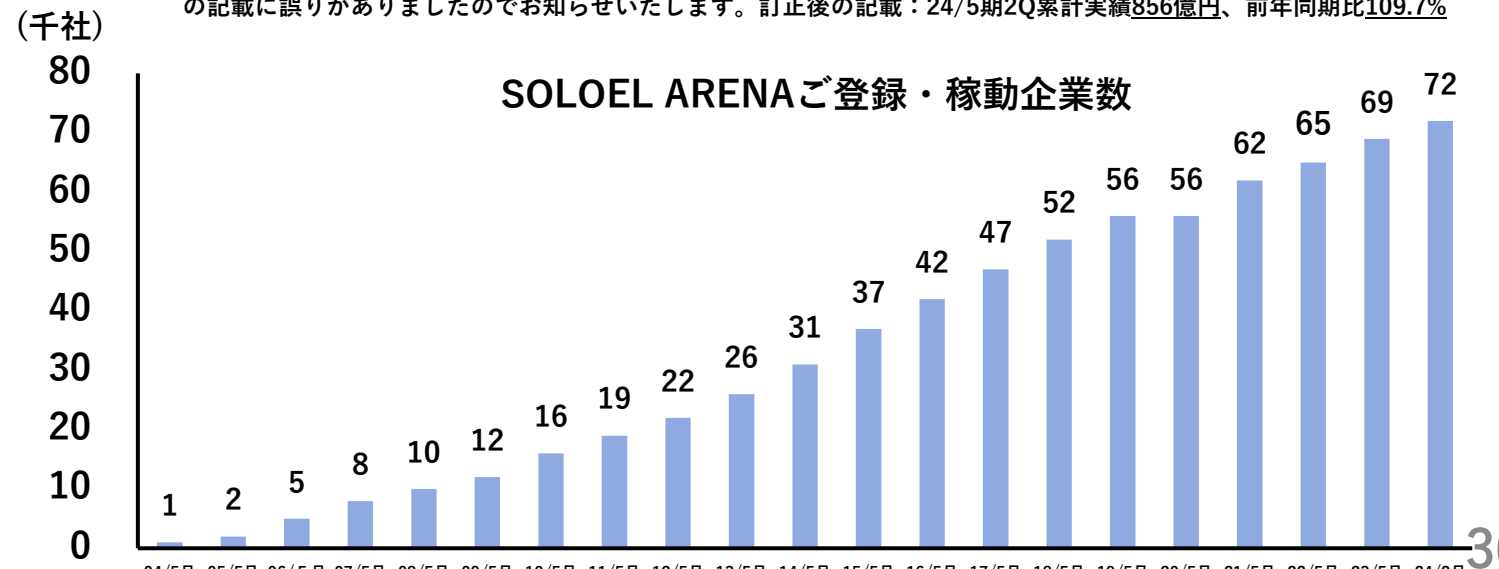


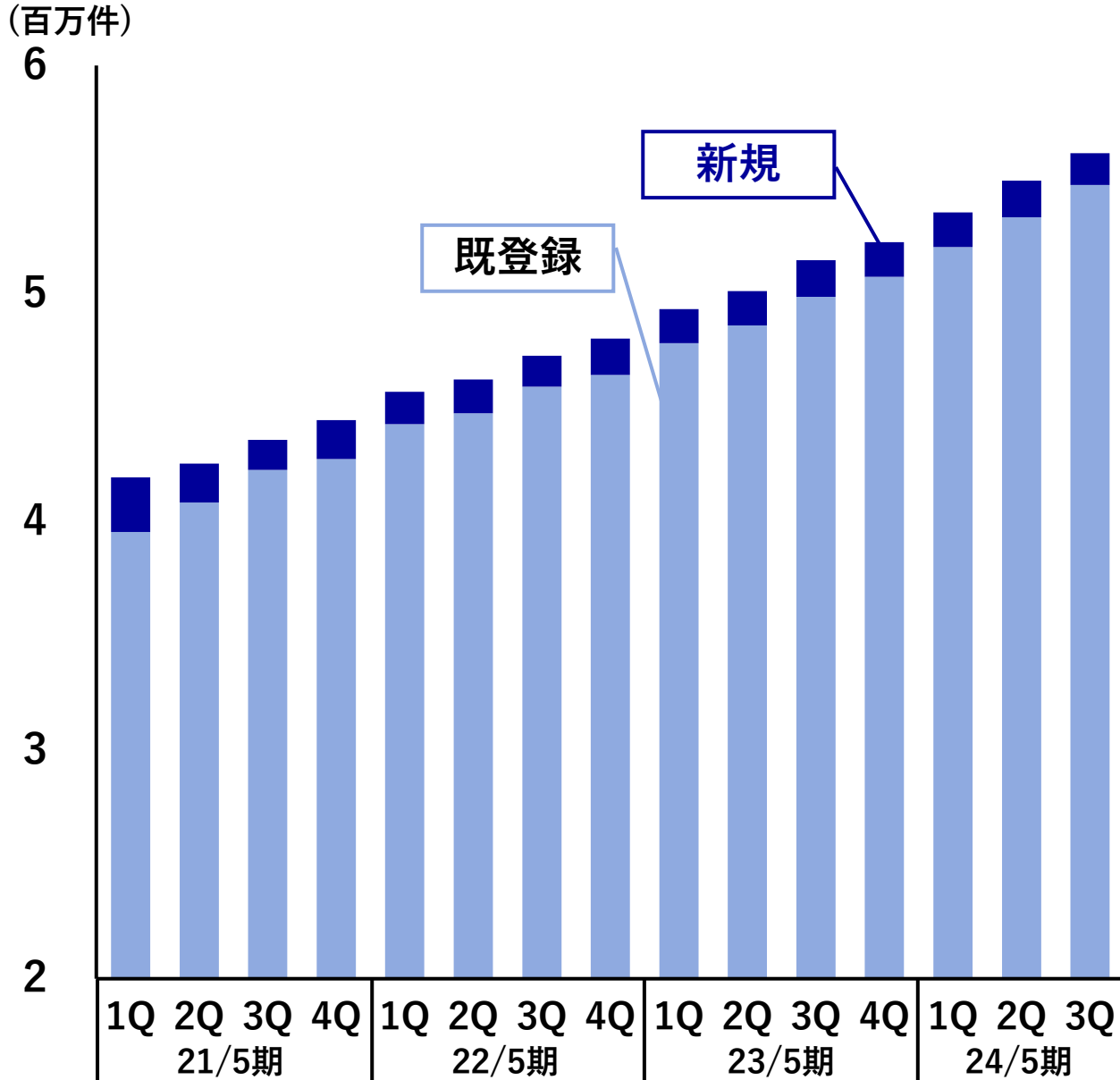
SOLOEL ARENA等売上金額



(注) 2023年12月15日発表の「2024年5月期 第2四半期決算概要」35ページ「SOLOEL ARENA等売上金額」の24/5期2Q累計実績の記載に誤りがありましたのでお知らせいたします。訂正後の記載：24/5期2Q累計実績856億円、前年同期比109.7%

SOLOEL ARENAご登録・稼働企業数





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

24/5期 3Q累計 売上総利益、販売費及び一般管理費

連結



売上総利益 871億円 前年同期差 +68億円

売上総利益率 24.9% 前年同期差 +0.9pt

✓ 為替ポジション回復と機動的な価格改定によるもの

販管費 747億円 前年同期差 +47億円

販管費比率 21.3% 前年同期差 +0.4pt

販売費及び一般管理費の明細（2024年5月期 第3四半期 決算短信から）

科目	23/5期 第3四半期		24/5期 第3四半期		前年同期比 (%)
	金額 (百万円)	売上比 (%)	金額 (百万円)	売上比 (%)	
人件費	16,875	5.0	19,021	5.4	112.7
配送運賃	17,021	5.1	16,326	4.7	95.9
業務外注費	3,555	1.1	3,690	1.1	103.8
業務委託費	8,954	2.7	8,412	2.4	93.9
地代家賃	8,140	2.4	8,339	2.4	102.4
貸倒引当金繰入額	12	0.0	△ 30	△ 0.0	—
減価償却費	2,492	0.7	2,921	0.8	117.2
ソフトウェア償却費	2,050	0.6	3,602	1.0	175.7
その他諸経費	10,862	3.3	12,419	3.5	114.3
合計	69,965	20.9	74,703	21.3	106.8



設備投資額 68億円 (年間計画 116億円)

AVC関西 設備増強 19億円

新アスクールWebサイト関連 16億円

(参考) 減価・ソフトウェア償却費 65億円 (年間計画 93億円)

投資詳細

(単位：百万円)

科目名	23/5期 第3四半期	24/5期 第3四半期	
	金額	金額	前年同期比
【 設 備 投 資 額 】	12,048	6,853	△43.1%
有 形 固 定 資 産	6,080	3,056	△49.7%
無 形 固 定 資 産	5,968	3,797	△36.4%
建 設 仮 勘 定 (注 2)	159	1,202	654.2%
ソ フ ト ウ エ ア 仮 勘 定 (注 2)	9,840	1,606	△83.7%

(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

	23/5期 第3四半期	24/5期 第3四半期	前年同期差
インターネット経由	88.8%	89.5%	+0.7pt
上記以外	11.2%	10.5%	△0.7pt

(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)

	23/5期 2月度	24/5期 2月度	前年同月度差
オリジナル商品数	13,848	16,446	+2,598
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	31.4% (38.2%)	32.4% (38.0%)	+1.0pt (△0.2pt)

(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。


脱炭素社会の実現

- 「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、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
23年11月で68%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
24年2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「boost supplier」を活用し、アスクルオリジナル商品の算定から開始

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。
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
 - 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。

生物多様性の保全

- 「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 
- 孺恋村との森林整備連携協定
孺恋村の森林資源の保全につながる活動を共同で実施する目的で、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

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

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 31.8%※(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(2024年2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を聴き、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

■「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

●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5回目の支援先は、**地ワインで地域を盛り上げるブエンモスト(株)**(宮城県七ヶ浜町)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



「エシカルeコマース」の実現に向け、あらゆる仕事場ニーズに応える商品と環境配慮型商品の品揃えを加速

「アスカルカタログ 2024」



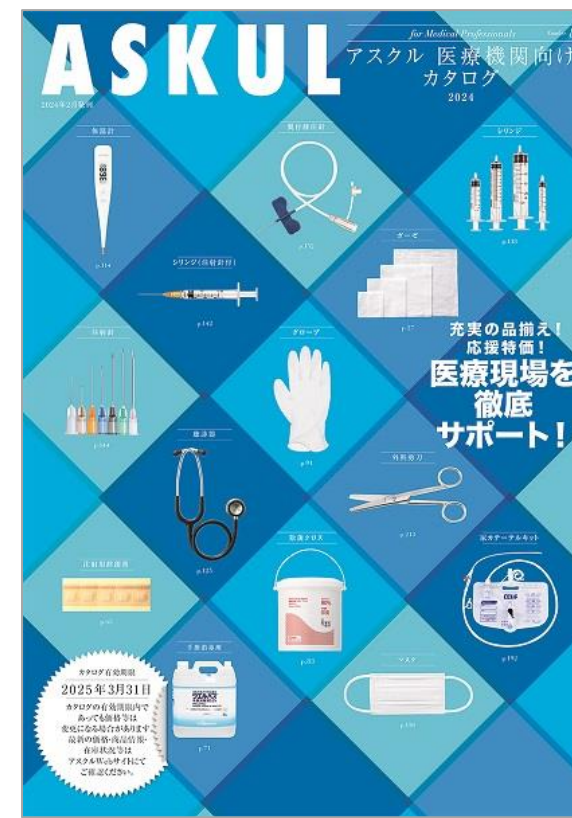
総ページ数	996ページ
掲載商品数	約 33,000アイテム

「衛生・介護用品カタログ 2024」



総ページ数	300ページ
掲載商品数	約 6,100アイテム

「医療機関向けカタログ 2024」



総ページ数	444ページ
掲載商品数	約 9,200アイテム



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リーナの2つのECサイトを一つに統合。両サイトの長所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

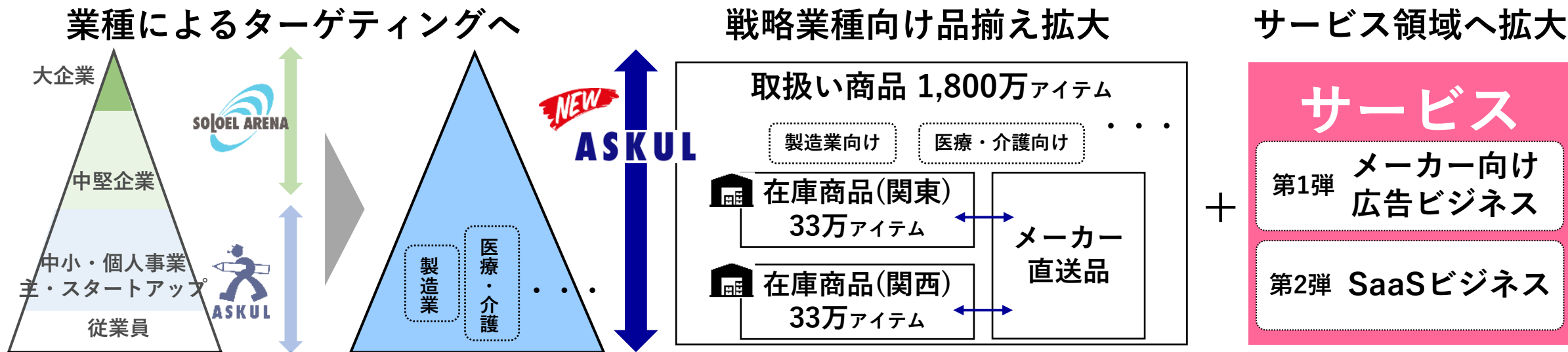
物流センターの構造改革、BtoBとBtoCの物流融合、バリューチェーンのDX等の施策により、当社強みの高速物流を進化させ、ロングテールの「明日来る」を実現する計画。この計画実現に大きな役割を持つ東日本最先端フラッグシップセンター「ASKUL東京DC」が2022年11月に稼働開始



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

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。