

2020年3月17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 執行役員 CFO 玉井 継尋
TEL 03-4330-5130

「2020年5月期 第3四半期連結業績概要」のお知らせ

「2020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「2020年5月期 第3四半期連結業績概要」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



3Q累計営業利益、前年同期比2.6倍を達成 今後の新型コロナウイルスの影響を見極める

2020年3月17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。

「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。

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、事務用品、オフィス生活用品、オフィス家具、食料品、酒類、医薬品、化粧品等の販売事業を行っており、「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、ASKUL Logi PARK を「ALP」、ASKUL Value Centerを「AVC」、Open Platform by ASKULを「OPA」と省略して記載することがございます。

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。

I 第3四半期実績

II 今後の戦略について

20/5期 第3四半期累計 連結業績

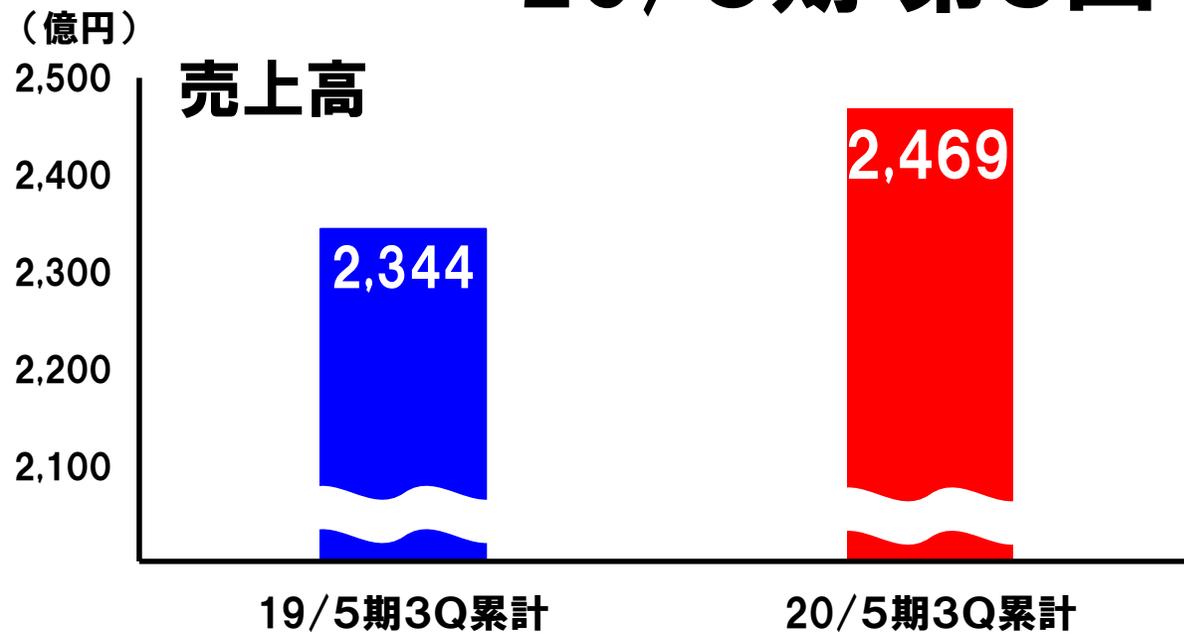
(百万円)	19/5期 3Q累計		20/5期 3Q累計		
	実績	売上高 比率 %	実績	売上高 比率 %	前年 同期比 %
売上高	288,508	100.0	299,439	100.0	103.8
売上総利益	68,125	23.6	71,002	23.7	104.2
販売費及び 一般管理費	65,694	22.8	64,666	21.6	98.4
営業利益	2,431	0.8	6,335	2.1	260.5
経常利益	2,322	0.8	6,248	2.1	269.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,115	0.4	4,116	1.4	368.9

- **売上高 103.8%**
- **売上総利益率**
前年同期差 +0.1pt
- **販管費比率**
前年同期差 Δ1.2pt
- **営業利益**
経常利益
当期純利益
大幅増益

20/5期 第3四半期 連結業績比較【事業別】

(億円)		19/5期				20/5期				
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	前年 同四半期差	前年 同四半期比 %
売上高	BtoB事業	763	792	788	814	795	844	829	41	105.2
	LOHACO	125	131	131	124	123	117	113	△18	85.9
	BtoC事業(チャーム含む)	159	166	166	159	160	156	149	△17	89.3
	eコマース事業	923	959	955	973	955	1,001	978	23	102.4
	ロジスティクス事業・その他	16	15	15	16	23	15	19	4	127.8
	連結合計	939	974	970	989	978	1,017	998	27	102.8
営業利益	BtoB事業	26	36	37	41	30	37	46	8	123.8
	LOHACO	△26	△23	△21	△19	△17	△17	△14	7	—
	BtoC事業(チャーム含む)	△26	△23	△21	△19	△18	△17	△15	6	—
	eコマース事業	△0	12	15	22	12	20	31	15	198.9
	ロジスティクス事業・その他	△0	△1	△1	△1	2	△0	△2	△0	—
	連結合計	△1	11	14	20	14	19	28	14	204.5

20/5期 第3四半期業績 BtoB事業

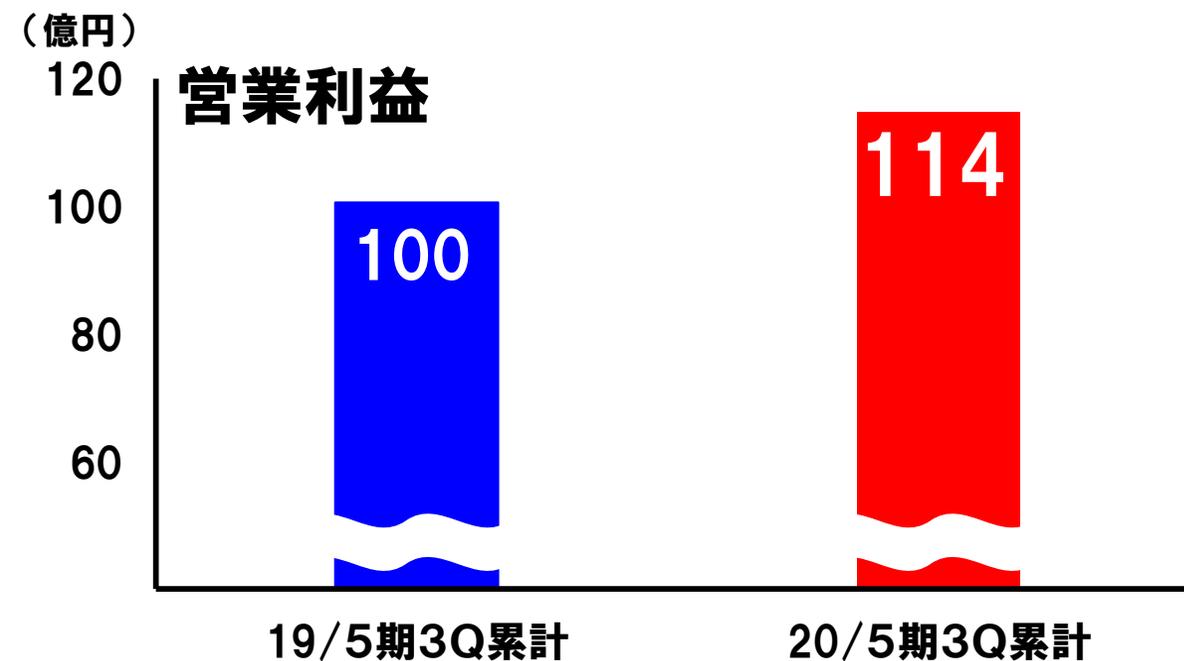


➤ 売上高

前年同期比 105.4%

ロングテール売上高は

高成長を継続(前年同期比124%)



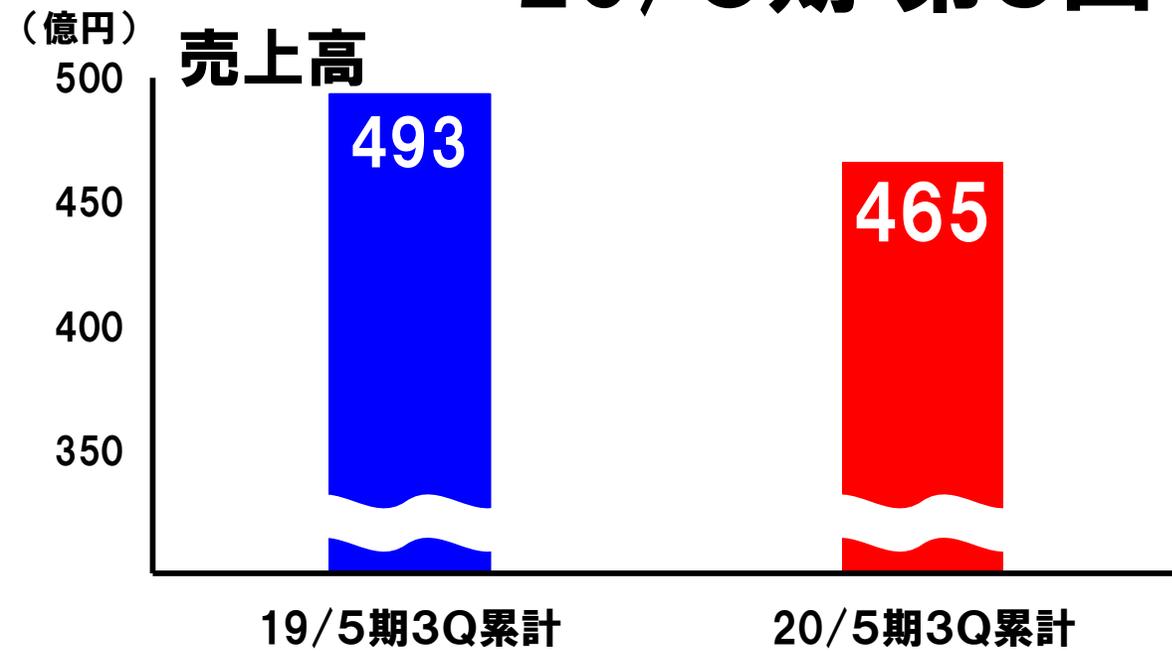
➤ 営業利益

前年同期比 114.2%

増税影響を乗り越え

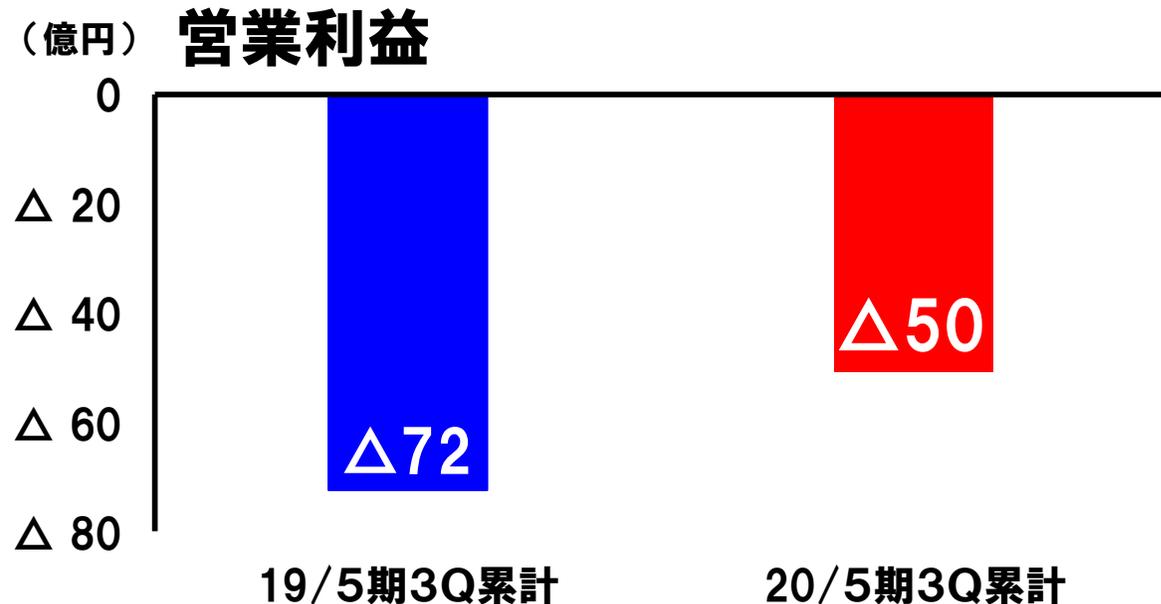
利益成長を加速

20/5期 第3四半期業績 BtoC事業



➤ 売上高

前年同期比 94.4%
構造転換を最優先
選択と集中を継続



➤ 営業利益

前年同期差 +21億円
黒字化に向けた構造転換が
順調に進捗

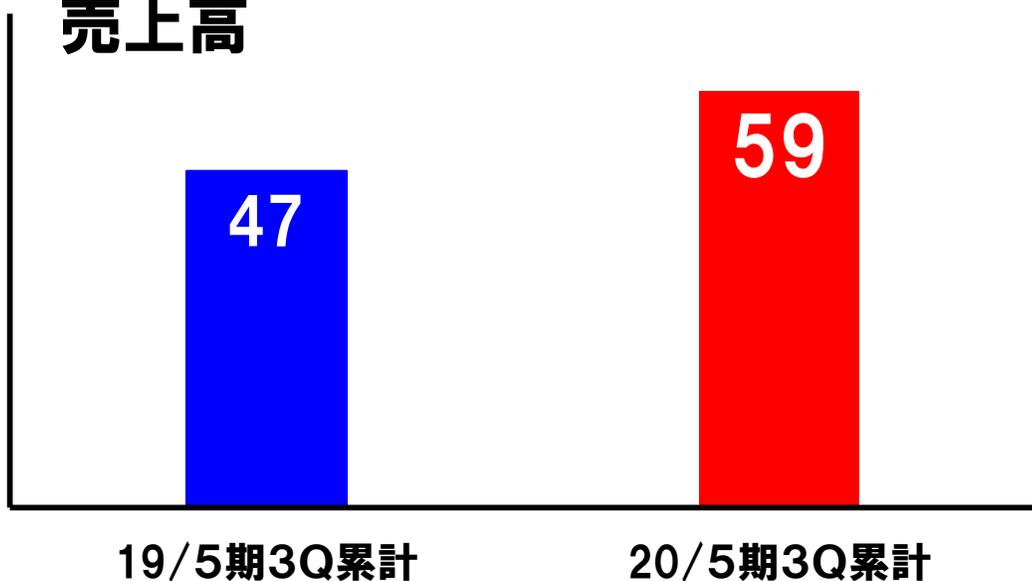
(LOHACO: 売上総利益率1.7pt・変動費比率3.0pt改善)

20/5期 第3四半期業績

ロジスティクス事業・その他

(億円)

売上高



➤ 売上高

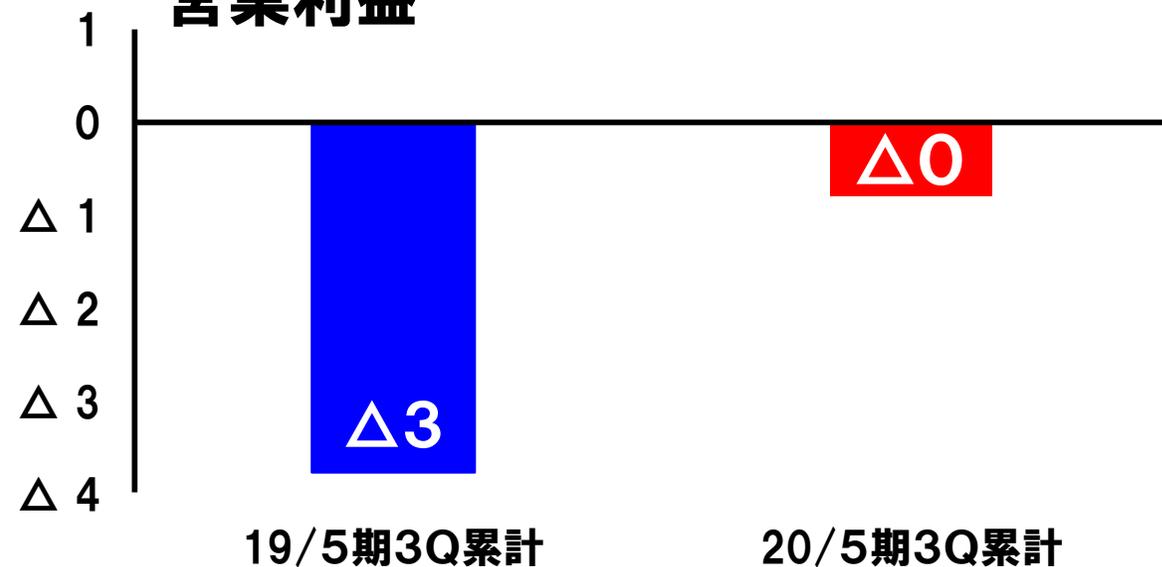
前年同期比 124.0%

配送外販の拡大

1Qに大型物流AMフィー※計上

(億円)

営業利益



➤ 営業利益

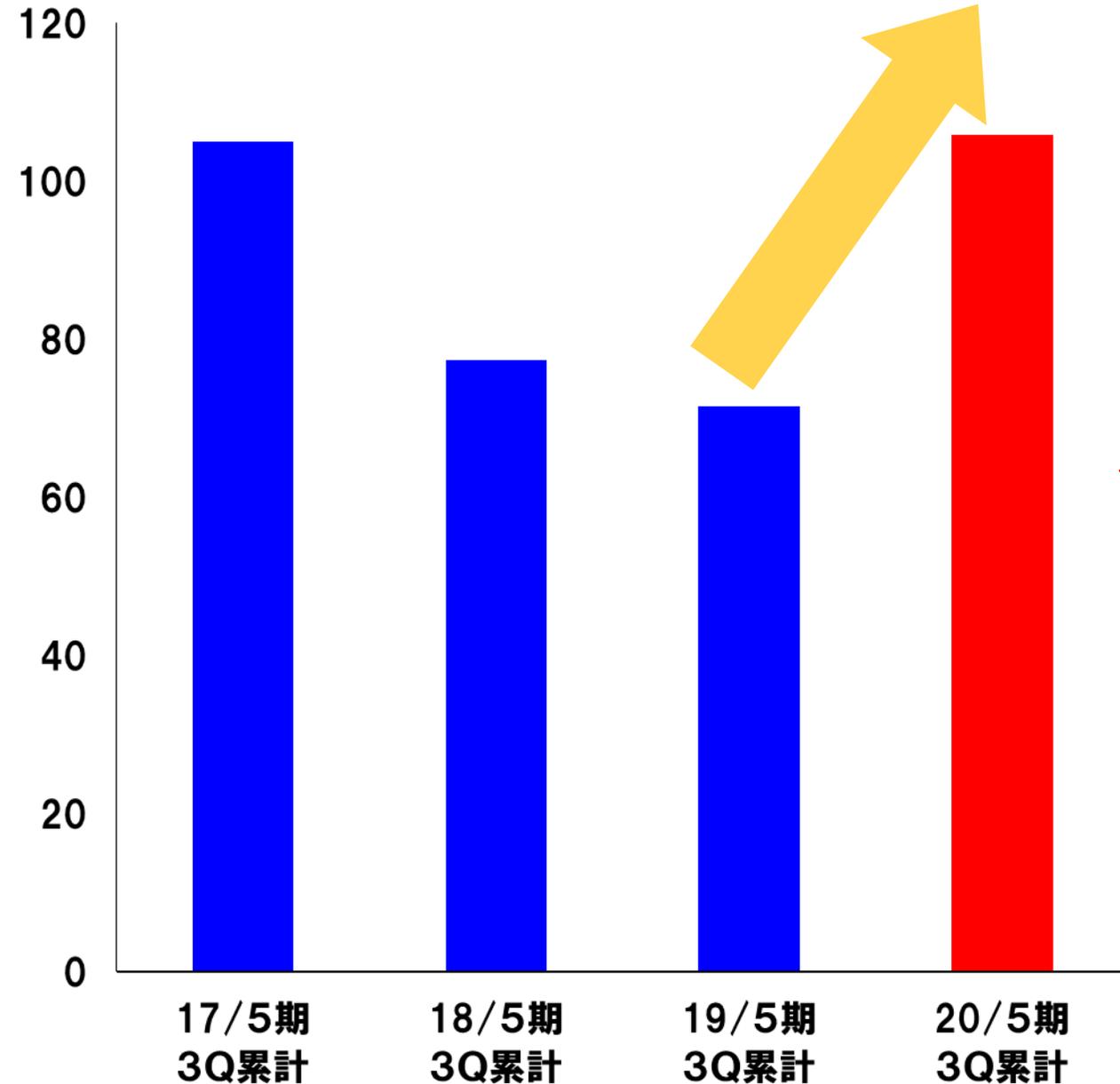
前年同期差 +2億円

順次開始予定の3PL事業の
先行費用(賃料)を2億円計上

※AMフィー … 連結子会社である(株)ecoプロパティーズが提供するアセットマネジメントサービスの対価として収受する手数料

EBITDA 推移

(億円)



過去最高へ向けて
順調に推移

新型コロナウイルス感染対策について

✓物流センター対応

- マスク着用の徹底(マスク未着用時の会話禁止)
- 手洗いの励行、アルコール手指消毒の徹底
- 食堂についてはビュッフェ形式中止、消毒の強化
- 出社前検温の徹底(37.5℃以上で入館禁止)
- 感染者発生時の事業継続計画を策定

✓オフィス対応

- 37.5℃以上の発熱については濃厚接触者含め出社停止
- テレワーク取得回数上限撤廃、コアタイム廃止、時差通勤強化
- 外部訪問の原則禁止、会食・セミナーへの参加禁止、国内外出張の禁止
- 来客の原則禁止(やむを得ない来客は受付で検温実施)
- 10名以上の会議開催禁止
- 当社主催イベント中止(朝礼、LOHACO ECマーケティングラボ関連イベント等)

新型コロナウイルスの影響について

現在

- ✓ 衛生用品(マスク、消毒液)等の品切れ
 - ✓ 家庭紙等の急激な受注増加に対する緊急対応
- LOHACO本店にて3月4日～6日(48時間)の受注停止
⇒急激な物量増に対しての緊急措置、足元もお届け日数が長期化
- BtoBは購入数量制限や販促停止等により物量調整実施

今後

- ✓ 中国生産品の供給不安
- 在庫商品アイテム数の2割超が中国製
- ✓ BtoBにおける需要の低下
- テレワーク等の影響やサービス業等の企業活動の停滞

業績影響の極小化に向けた対策を検討、実施

20/5期 連結業績の見通し

(億円)	19/5期		20/5期		
	実績	売上高 比率 %	計画	売上高 比率 %	前期比 %
売上高	3,874	100.0	4,040	100.0	104.3
売上総利益	916	23.6	976	24.2	106.5
販売費及び 一般管理費	870	22.5	888	22.0	102.0
営業利益	45	1.2	88	2.2	194.7
経常利益	44	1.1	86	2.1	194.6
親会社株主に帰属する 当期純利益	4	0.1	54	1.3	1,243.1

新型コロナウイルスの
影響は不透明

期初計画を
据え置く

I 第3四半期実績

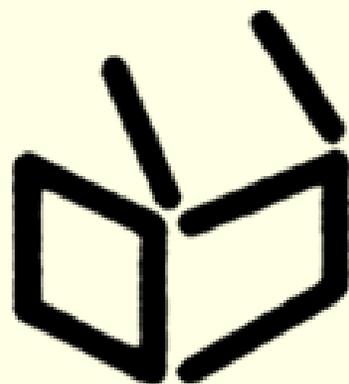
II 今後の戦略について

**LOHACOは黒字化に向けて
構造転換が順調に進捗
今後は選択と集中のさらなる強化により
23/5期までの黒字化実現へ**

**BtoB事業は着実な成長を継続
eコマース戦略によるお客様数拡大と
ロングテール商品拡大に引き続き注力**

BtoC

個人向け



LOHACO

選択と集中をさらに強化

20/5期の利益計画達成と23/5期までの黒字化を実現

強化ポイント① 売上総利益率のさらなる向上

- ✓ 独自価値商品の開発スピードアップと戦略カテゴリーの強化

強化ポイント② 物流コスト低減とお届け品質向上の両立

- ✓ 自社物流(センター運営から配送まで)の強みを磨きこみ差別化を推進

強化ポイント③ ヤフーとの連携をさらに強化

- ✓ ヤフーとの連携によりPayPayモール店の機能や販促を強化し
PayPayモール店での売上高を拡大
- ✓ LOHACO本店ではソフトウェア投資抑制や販促費等のコスト削減およびサービスの改廃等を進め、損益分岐点を下げることで収益構造を改善

LOHACO黒字化計画の概要は、今期本決算発表(2020年7月)までに公表予定

20/5期3Qの変化ポイント

良かった点

- ✓ **PayPayモール店の売上高シェア拡大**
 - ①新規お客様獲得
 - ②固定費の削減
- ✓ **売上総利益率の向上**
 - ①売上高構成比の改善
 - ②広告フィー収入拡大
- ✓ **変動費比率の改善**
 - ①配送コストの低減
 - ②庫内費の低減

課題

- ✓ **オリジナル商品の売上高シェア拡大が伸び悩む**
PayPayモール店(メーカー品購入比率が高い)のシェア拡大が影響
⇒PayPayモール店での訴求強化、本店の再成長に取り組む

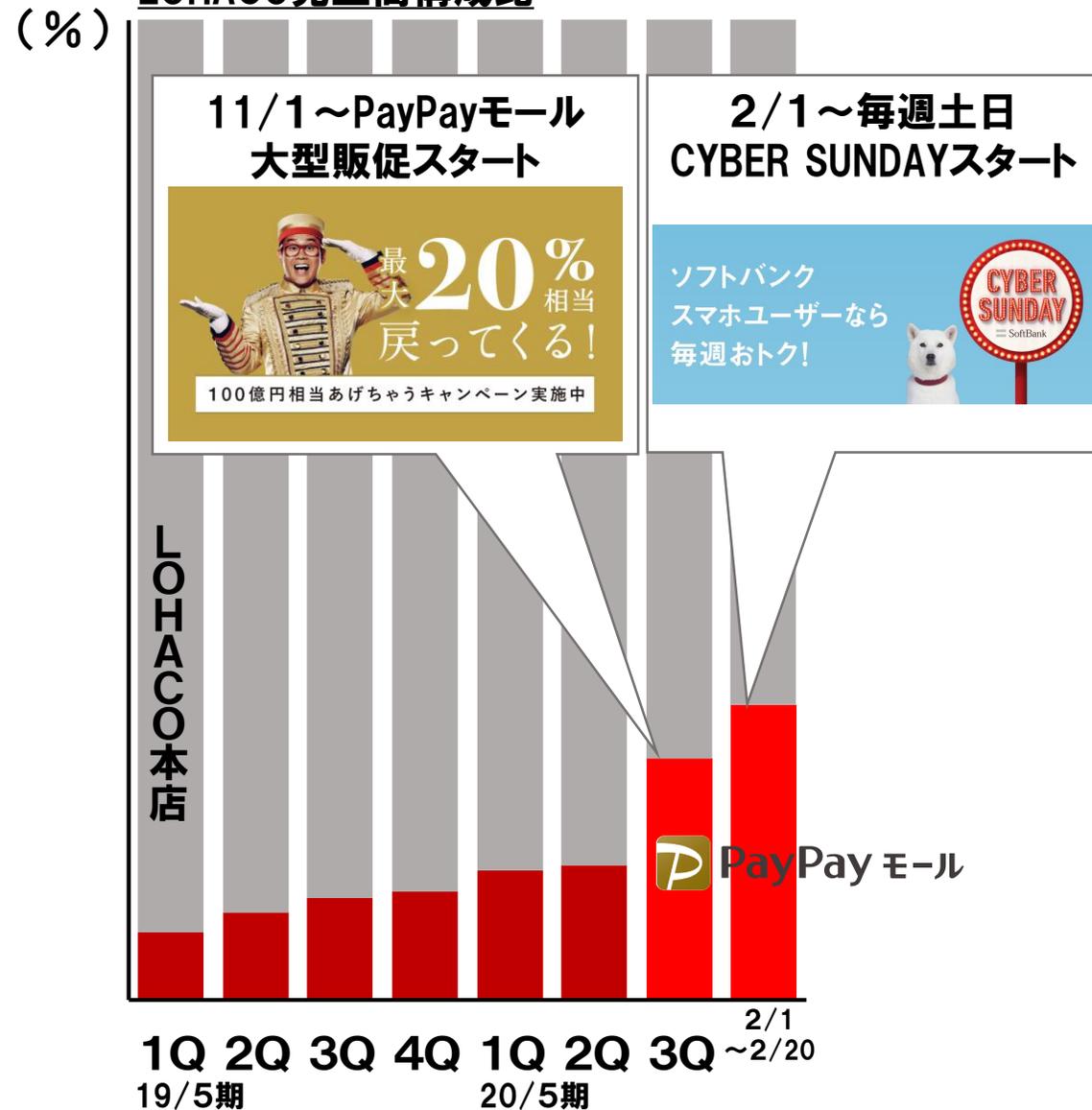
良かった点

PayPayモール店の売上高シェア拡大

PayPayモール店の売上高シェア拡大

PayPayモール店(Yahoo!ショッピング店※)

LOHACO売上高構成比

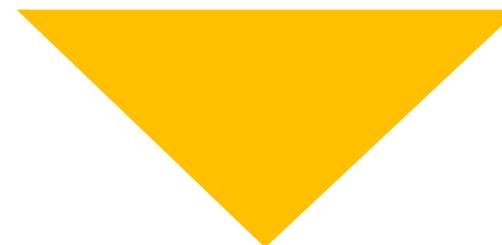


PayPayモール店 LOHACO売上高構成比

20/5期 3Q

2/1~2/20

24%超 ⇒ 30%超



固定費の削減

+

効率的な新規お客様獲得

※2019年10月16日にオープンしたPayPayモールへの出店にともない「LOHACO Yahoo!ショッピング店」を「LOHACO PayPayモール店」に移行

LOHACO 固定費の削減

(円)

LOHACO 広告宣伝費・販売促進費

前年同四半期比

22%減

PayPayモール店のシェア拡大で
販促費を削減、効率化

削減対象を拡大し
さらなる構造転換

LOHACO本店についても
ヤフーのシステム基盤の
活用を検討開始

19/5期3Q

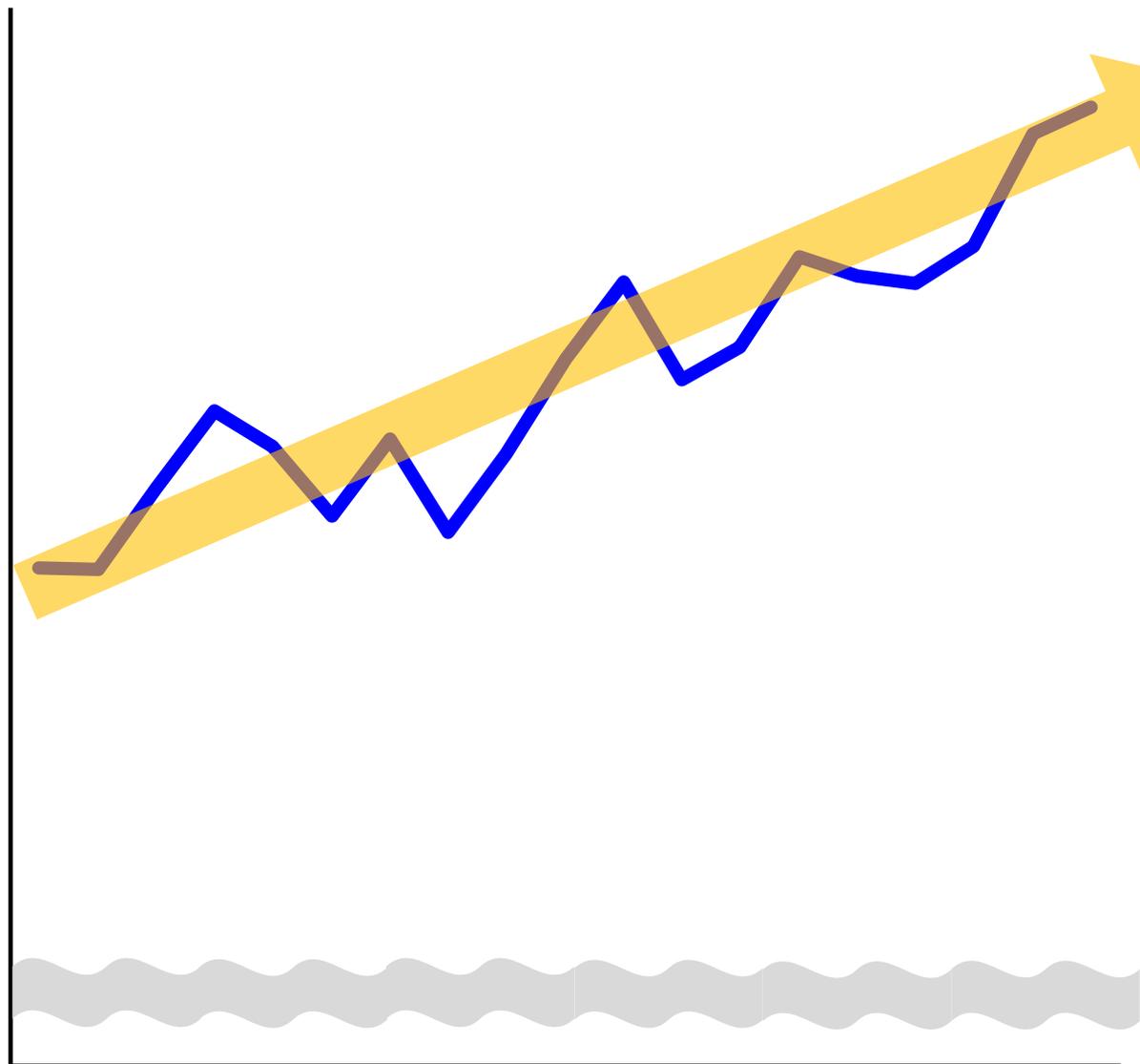
20/5期3Q

良かった点

売上総利益率の向上・変動費比率の改善

LOHACO 売上総利益率

(%)



20/5期 3Q累計実績

前年同期差 **1.7pt改善**

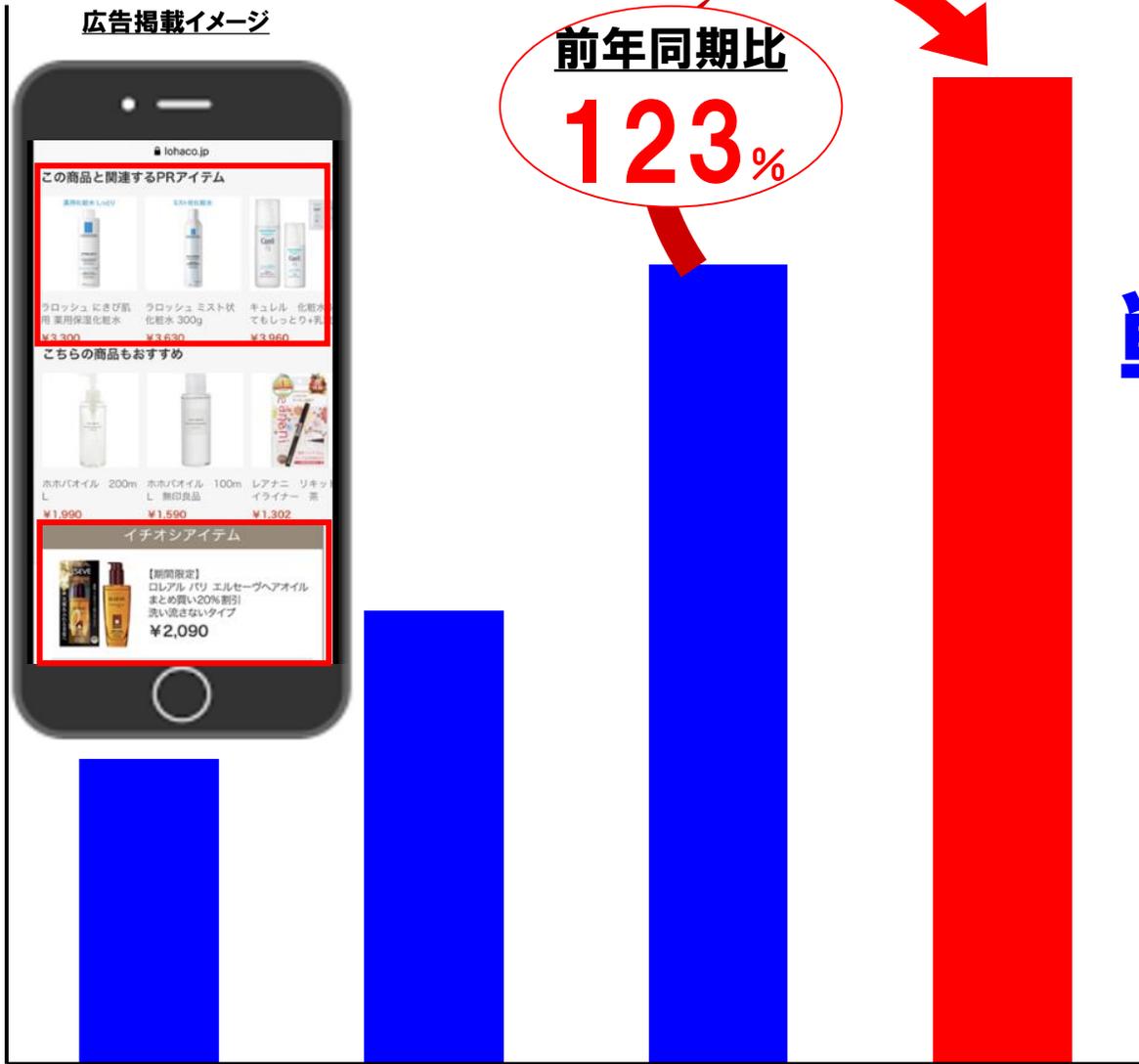
商品粗利率の改善 +1.1pt
カテゴリミックスの改善 +0.6pt

**売上総利益率
向上**

1Q 2Q 3Q 4Q 1Q 2Q 3Q 4Q 1Q 2Q 3Q 4Q 1Q 2Q 3Q 4Q 1Q 2Q 3Q
16/5期 17/5期 18/5期 19/5期 20/5期

広告フィー収入

(円) 広告フィー収入推移



ビッグデータを活用し
戦略カテゴリ・商品等を強化

メーカーとの
Win-Winを継続

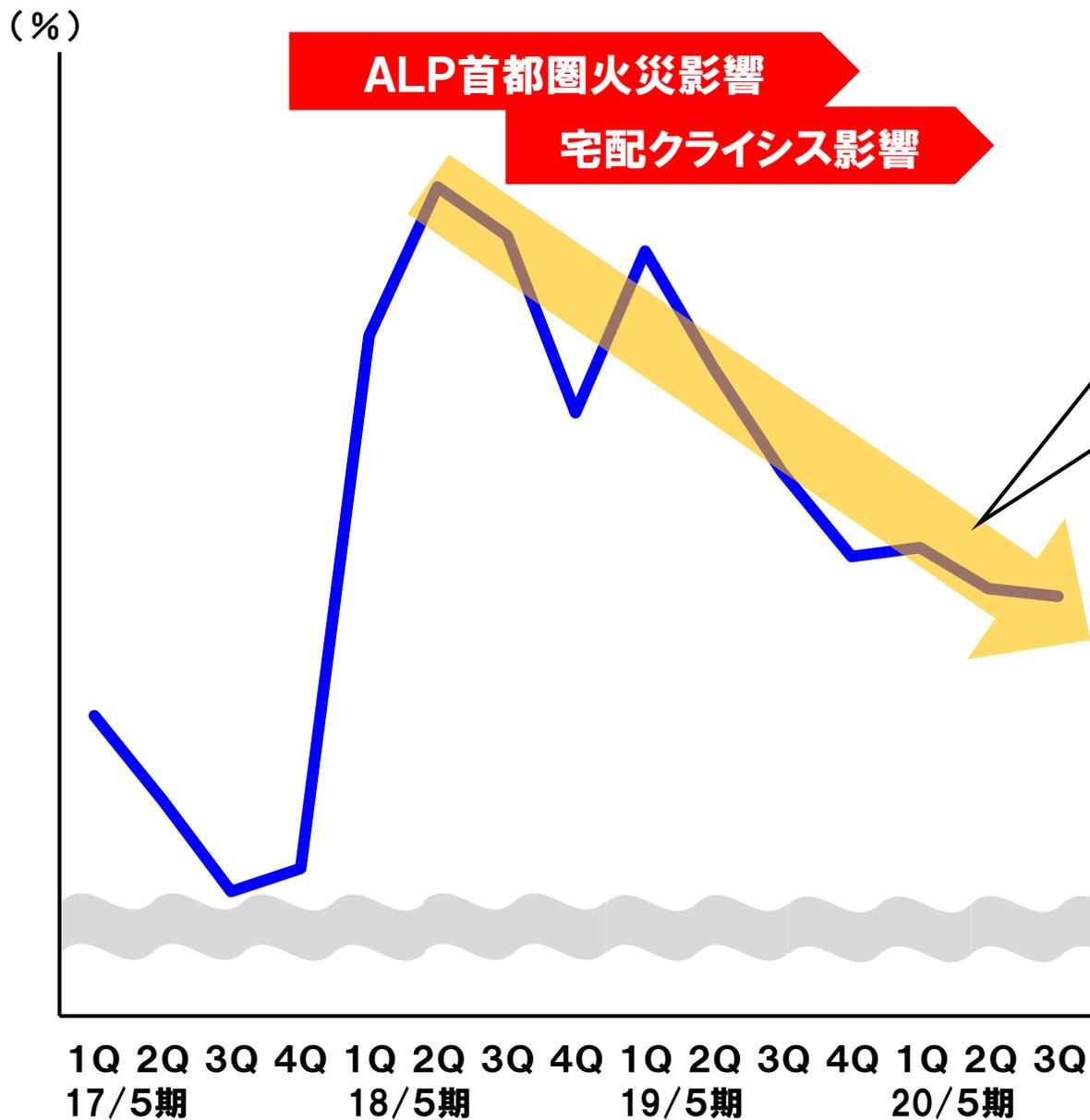
17/5期
3Q累計

18/5期
3Q累計

19/5期
3Q累計

20/5期
3Q累計

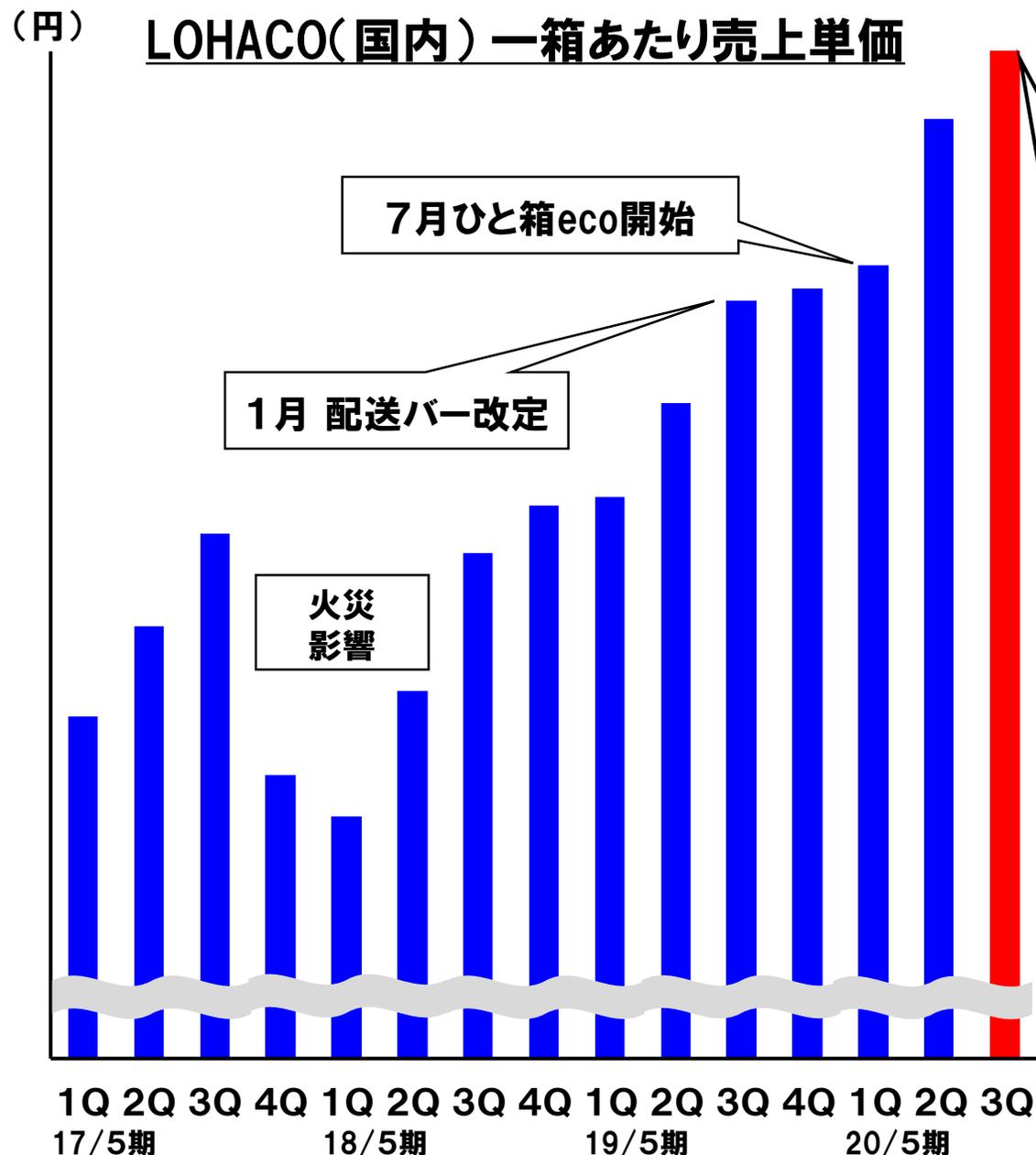
LOHACO 変動費比率



- 配送コストの低減
⇒ 一箱あたりの売上単価向上
- 庫内費の低減
⇒ 適切なレイバーコントロール

着実に改善

一箱あたりの売上単価向上



- ✓ ひと箱eco※の対象商品拡大
3Qで約100アイテム追加、約2,000アイテムへ
- ✓ ビール(24本入り)等ケース箱の同梱拡大
3Qで約200アイテム追加
取組開始:AVC関西 2019年10月、AVC日高 2019年12月
- ✓ PayPayモール店の売上高シェア拡大

※ひと箱eco
水やお茶など飲料における3本入り等のセット商品価格を割安に設定し、合計18kgまでの組み合わせなら飲料配送手数料がかからないサービス。ひと箱におさまるような買い方を促進し、配送コストを低減



配送コスト低減

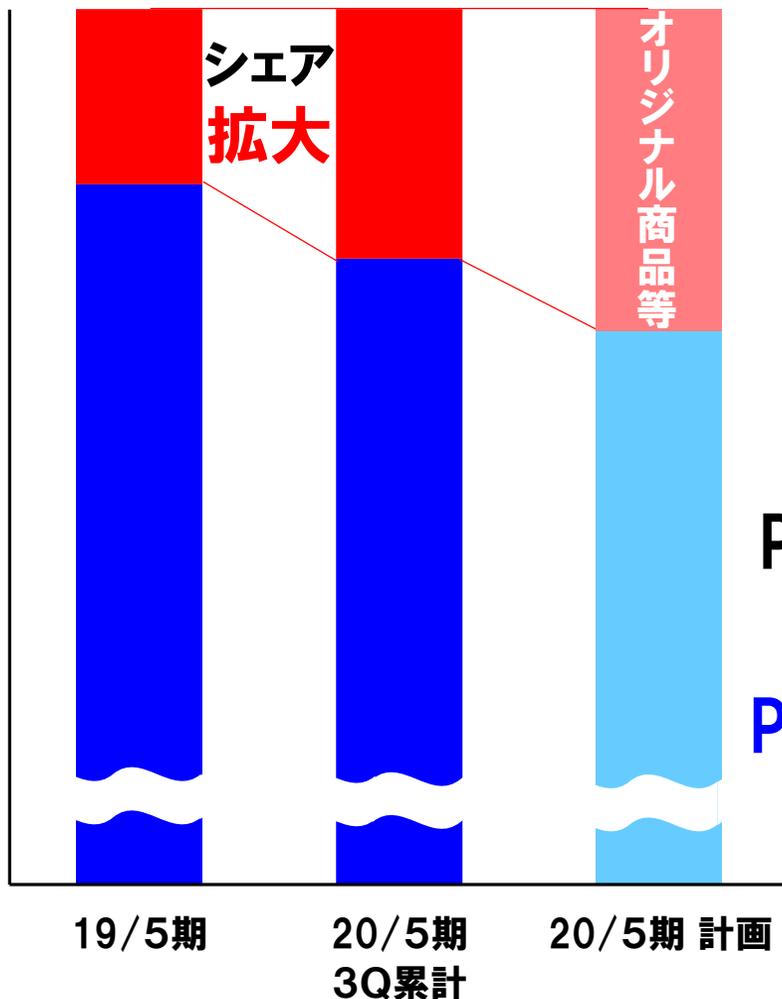
課題

オリジナル商品の売上高シェア拡大が伸び悩む

独自価値商品の拡大

オリジナル商品
+eコマースならではのデザイン商品
売上高構成比※

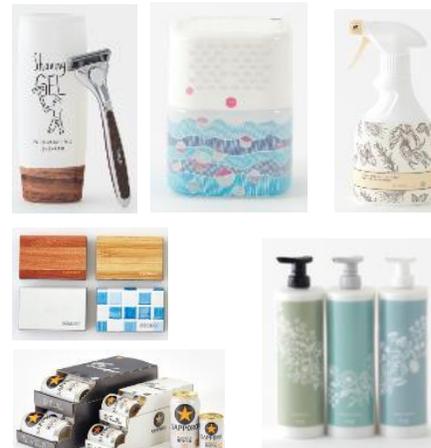
(%)



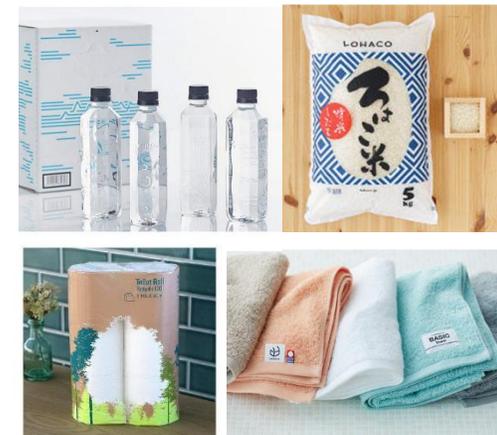
BtoBオリジナル商品の
販売強化



eコマースならではの
デザイン商品を新規投入



LOHACOオリジナル商品
新規投入



PayPayモール店(メーカー品購入比率が高い)シェア拡大が影響し
オリジナル商品の売上高シェア拡大が伸び悩む
PayPayモール店での訴求強化、本店の再成長に取り組む

売上総利益率のさらなる向上を目指す

※LOHACO在庫商品売上高を分母として算出

LOHACO オリジナル商品新規投入

食品



キッチン・日用品



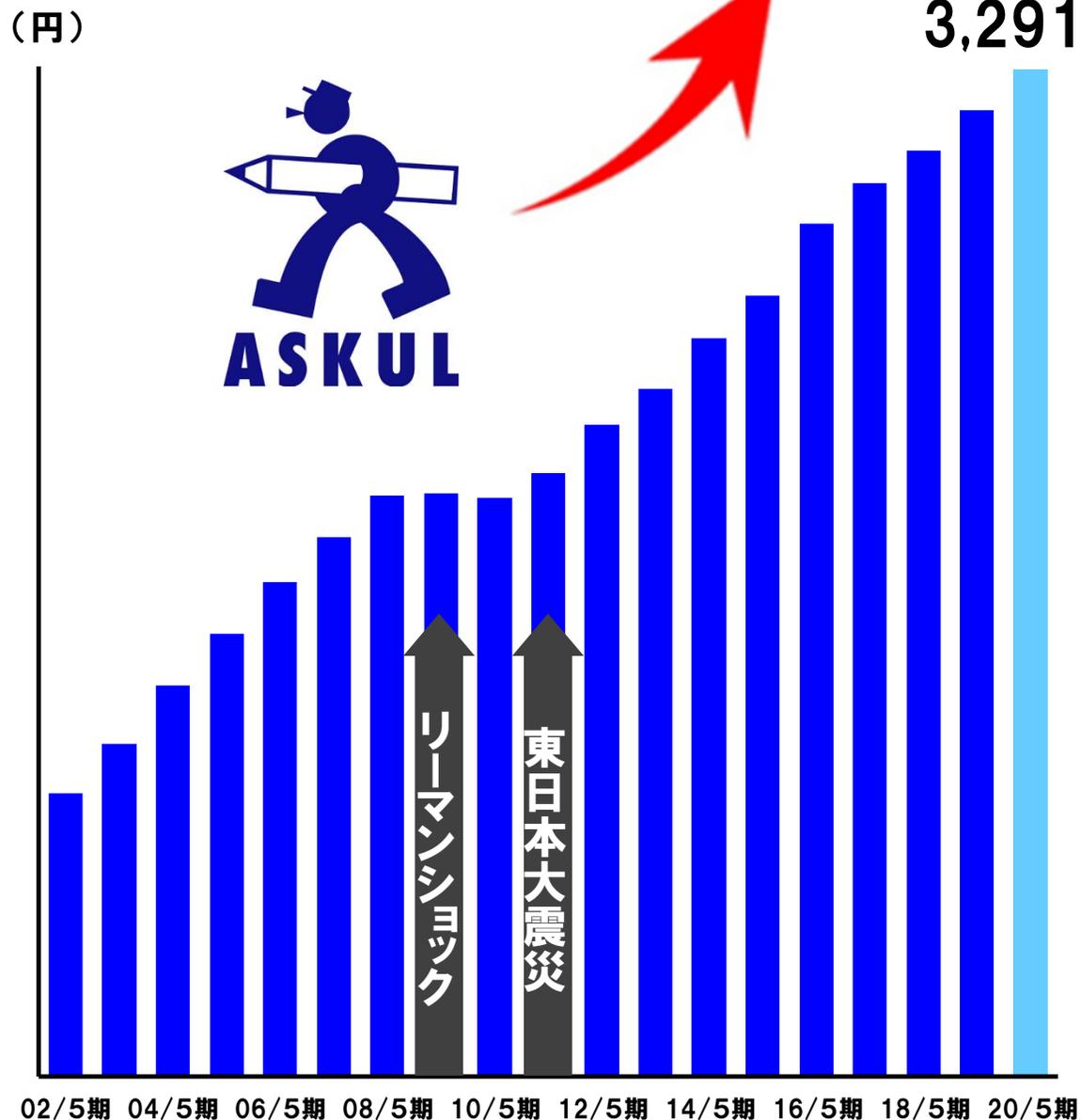
今後さらさら開発スピードアップ

BtoB 事業所向け



ASKUL

BtoB事業 売上高



10期連続
過去最高
売上高更新へ

BtoB事業 戦略イメージ

販売数

ヘッド商品
強化

さらに優位性のある価格で
オリジナル商品を投入



生活消耗紙

クリアホルダー

製造・建設業だけでなく
さまざまな業種に向け品揃え強化



耐火金庫

折りコン

ロングテール商品拡大

商品数

両軸から集客・購買機会を最大化

BtoB事業 安定的な増収増益

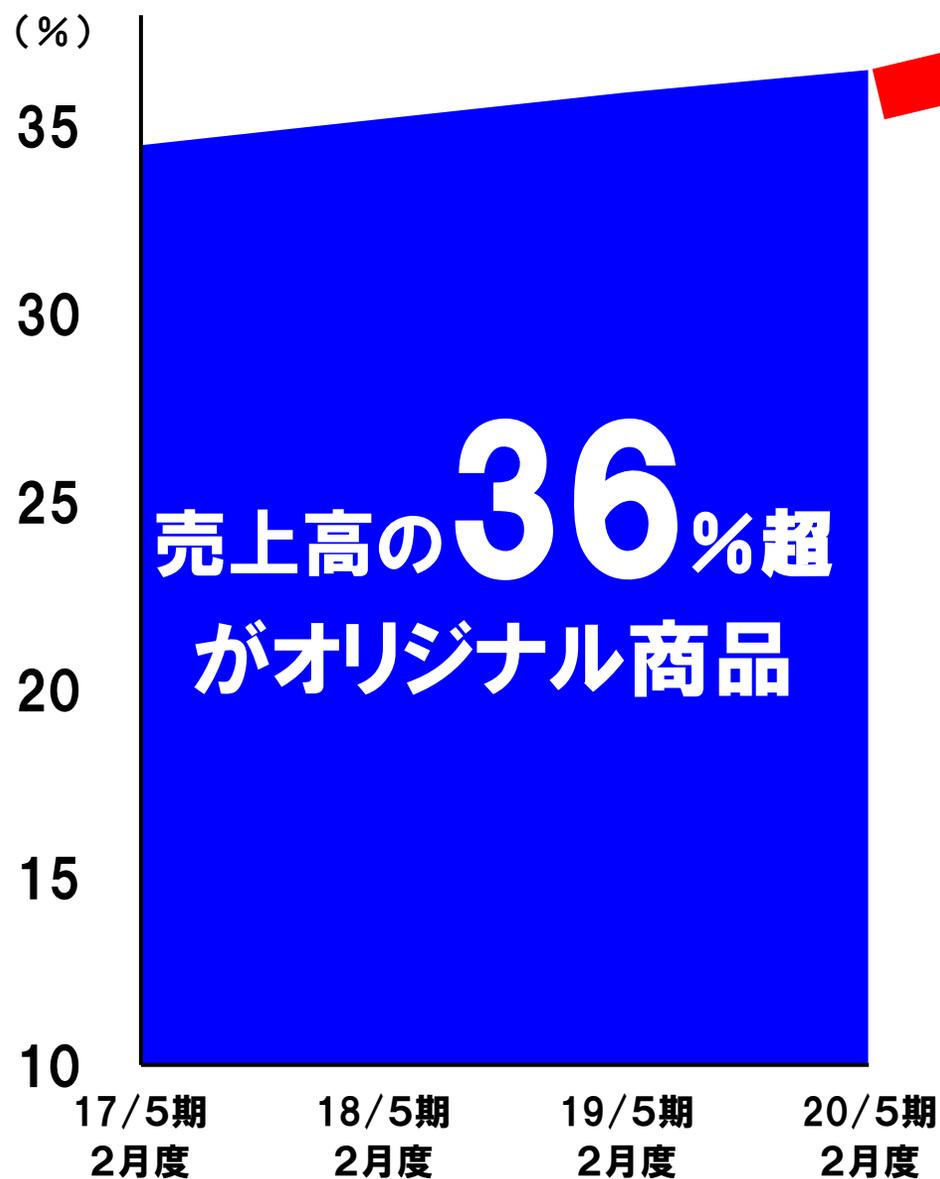
- ①オリジナル商品のさらなる拡大
- ②ロングテール商品の高成長によるシェア拡大
- ③Webの進化継続による売上高拡大

①オリジナル商品のさらなる拡大

BtoB事業 オリジナル商品の拡大

単体

オリジナル商品※1売上高構成(BtoB在庫商品売上高)



新カタログで オリジナル商品※2を新規投入

+290アイテム

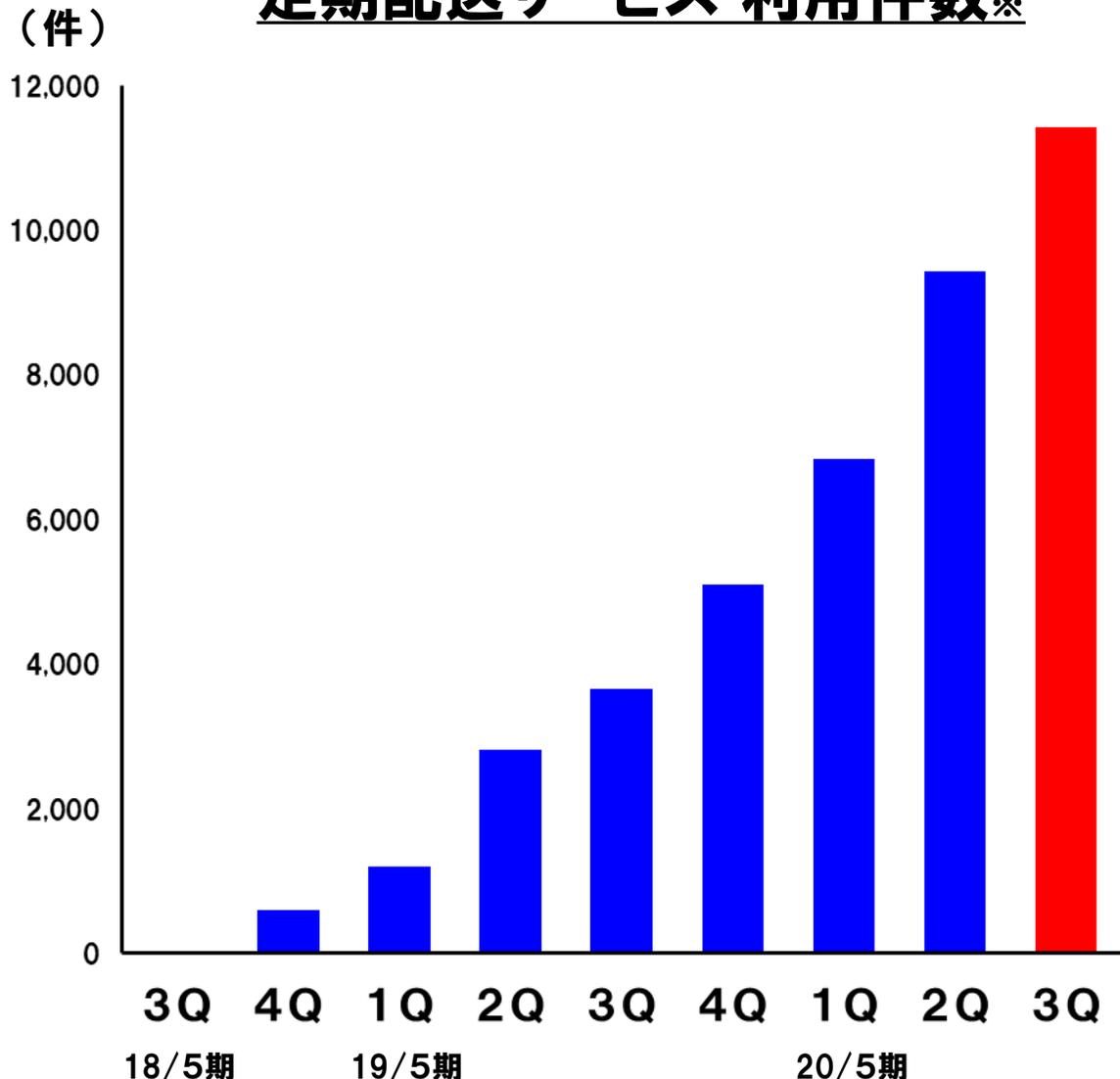


※1 オリジナル商品にはアスクルでの限定販売商品も含む

※2 LOHACOのみで販売しているオリジナル商品を除外

定期配送サービス拡大によるオリジナル商品拡販と顧客基盤強化

定期配送サービス 利用件数※



※各四半期末時点の利用件数を集計

定期配送サービスのラインアップ

対象アイテム数 定期配送全体で

300超(2/20時点)

コピー
用紙

衛生・
介護用品

MRO
3Q開始

+

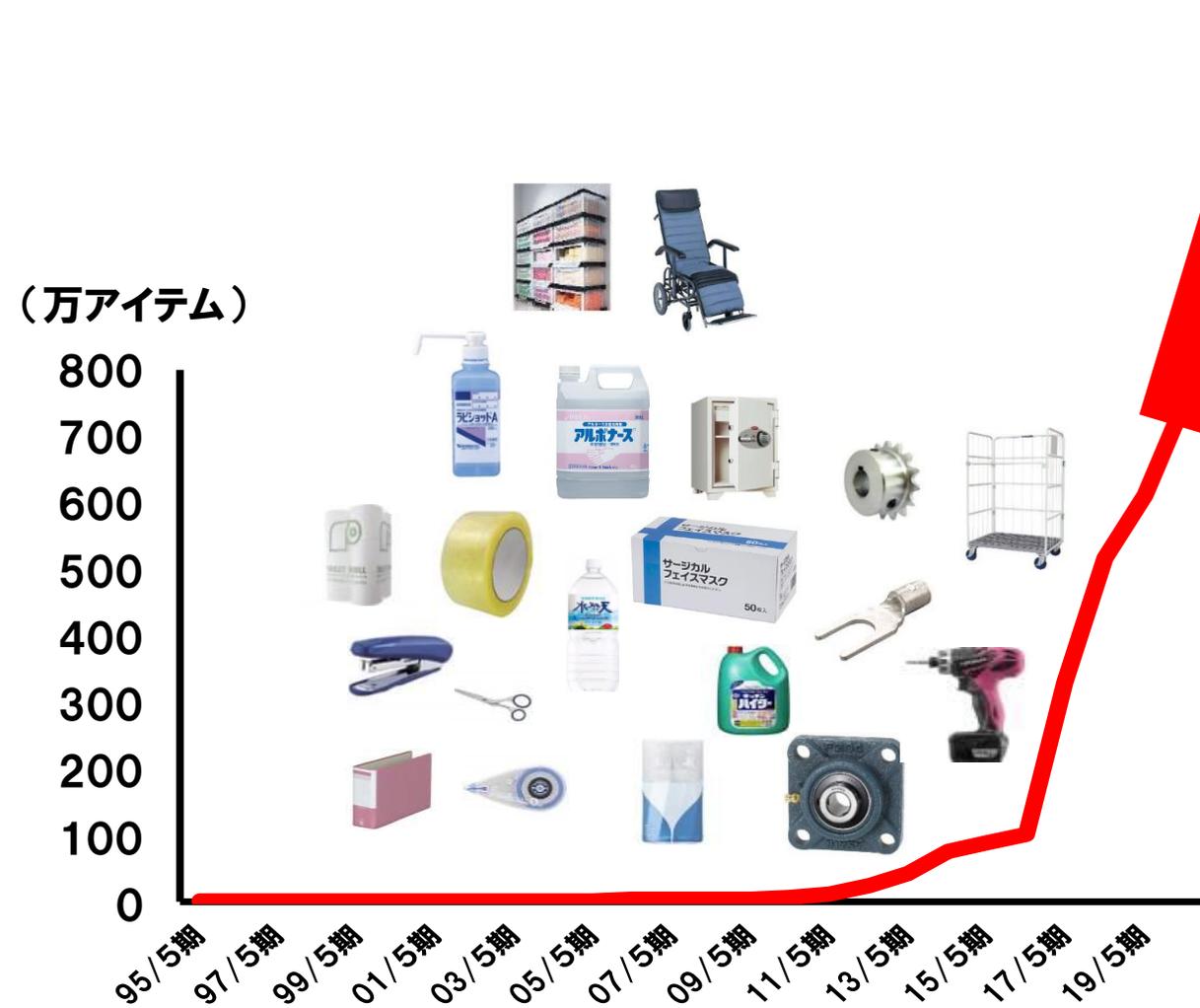
飲料
4Q開始

- ✓ ボトル飲料
- ✓ ウォーターサーバー水
- ✓ コーヒー
- ✓ ティーバッグ
- ✓ ジュース

新型コロナウイルスの影響により品切れになっている一部の対象商品について、新規のお客様登録を停止(2020年3月17日時点)

②ロングテール商品の高成長によるシェア拡大

取扱い商材数の拡大による成長



2/20時点 約**740万**アイテム

今後さらに、全カテゴリーで

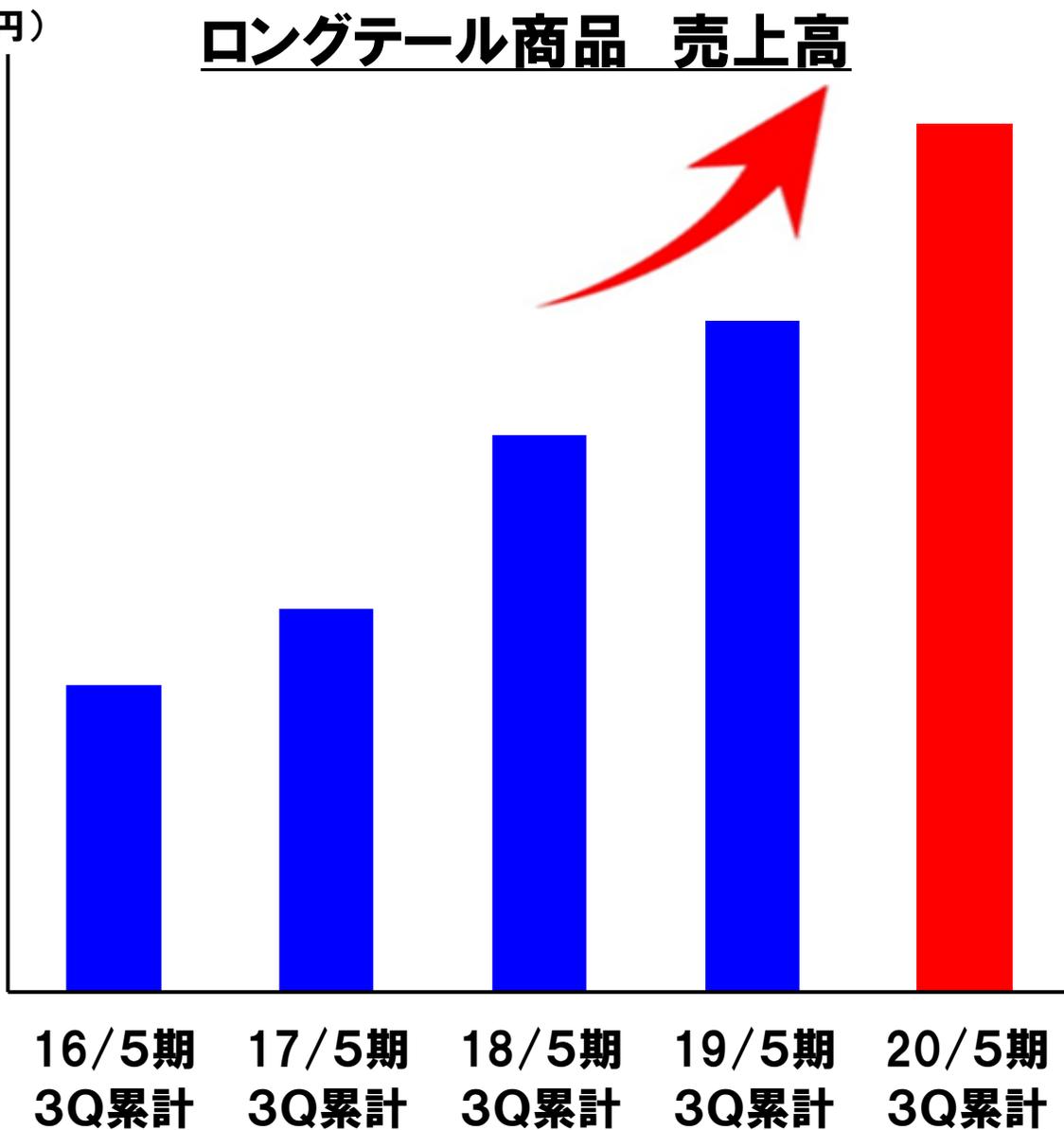
品揃え強化

売上高拡大

成長を牽引するロングテール商品

単体

ロングテール商品 売上高



ロングテール商品

20/5期3Q累計 売上高 (前年同期比)

124%

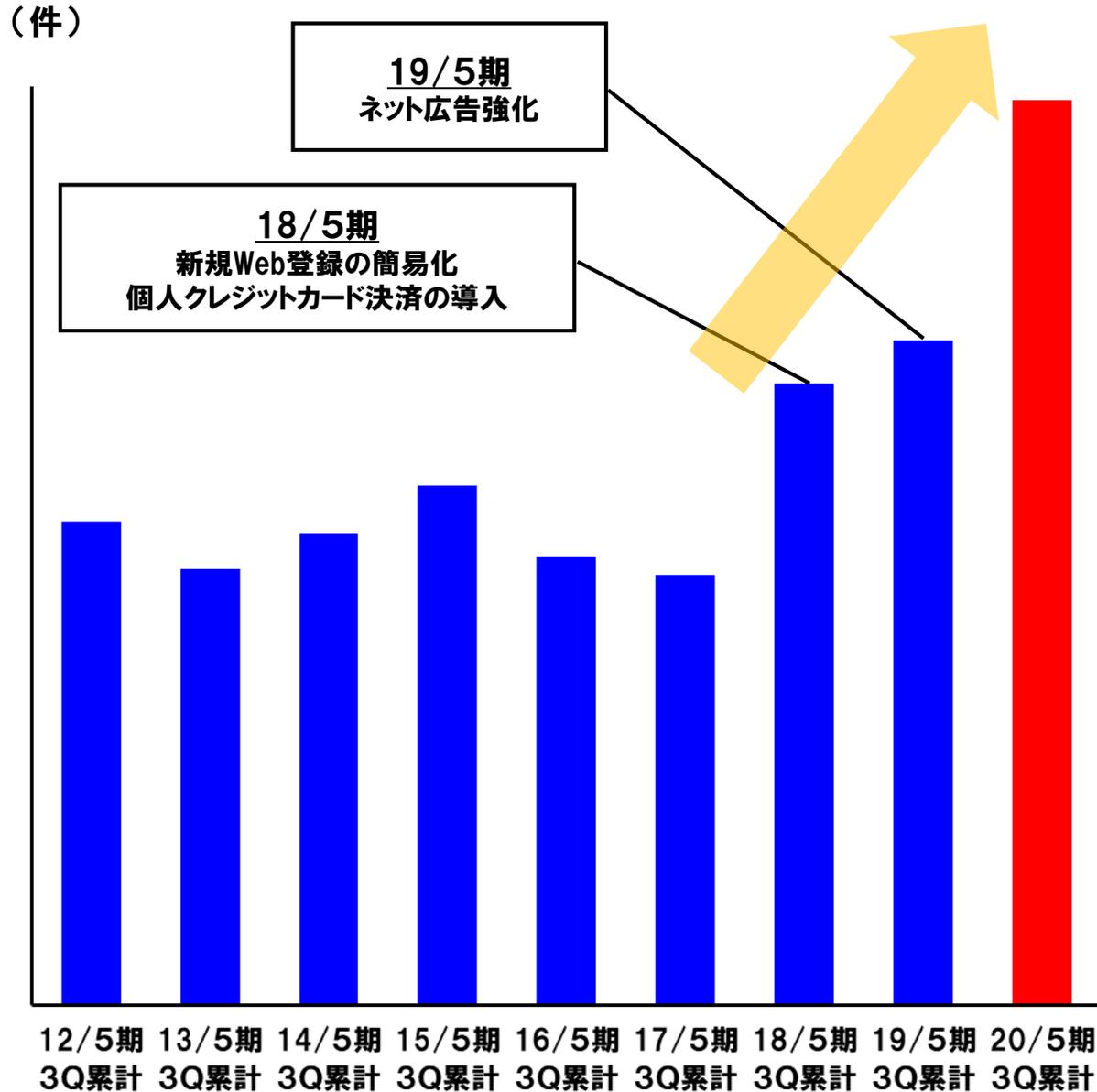
BtoB事業 売上高構成比



③Webの進化継続による売上高拡大

検索エンジン経由の新規お客様拡大

アスクルWebサイト 新規お客様登録数



お客様獲得数
過去最高

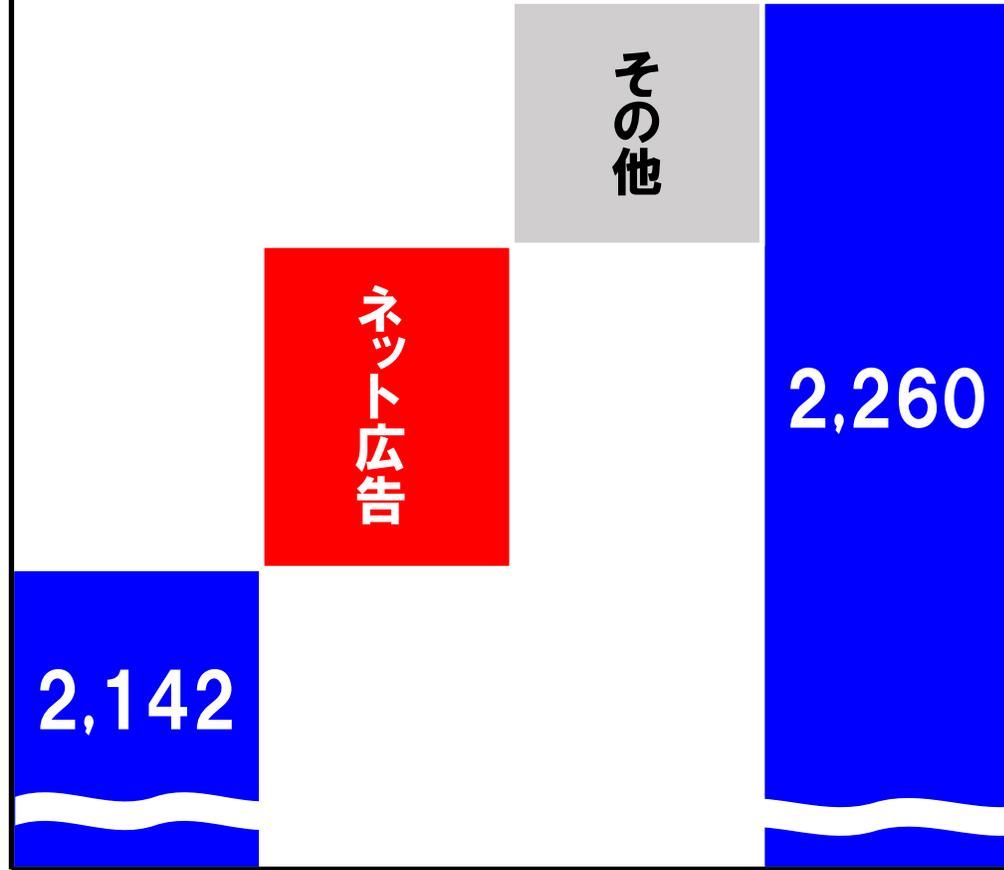
継続的成長の原動力

ネット広告により成長を加速

単体

BtoB事業(単体) 売上高の増加要因

(億円)



ネット広告強化により
新規お客様数増加
購入商材領域が拡大



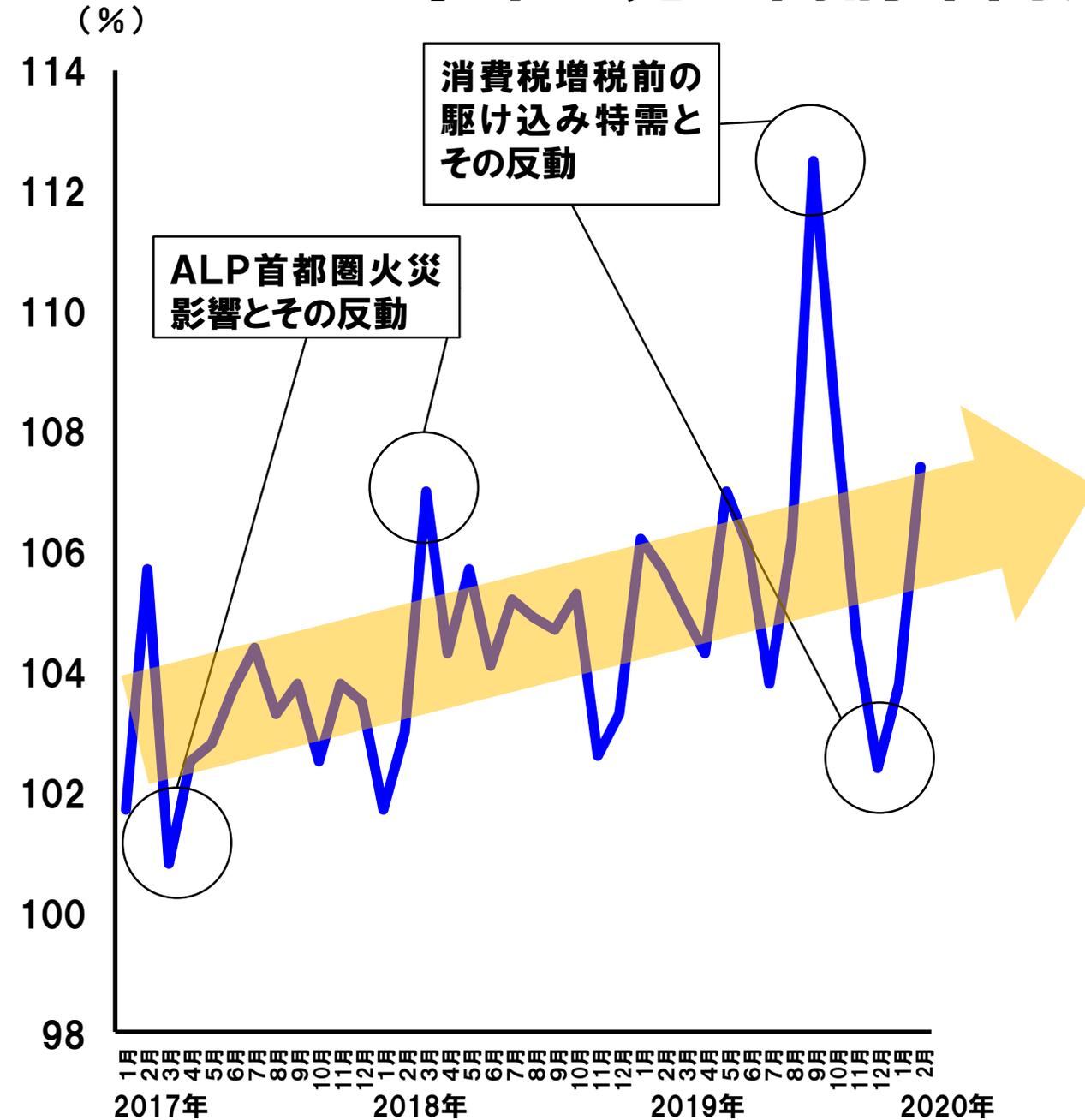
さらなる成長へ

19/5期
3Q累計

20/5期
3Q累計

BtoB事業の売上高前年同月度比(稼働日修正後)推移

単体



足元
成長を継続

3月21日付 組織変更について

持続的な成長に向けて

カンパニー制組織から機能別組織へ改編

- ✓ 強みをさらに伸ばすことによる
サービス向上と収益力強化
- ✓ 23本部から11本部に集約し
意思決定のスピードを上げる

独立社外取締役4名の選任

2020年3月13日の臨時株主総会で4名の独立社外取締役を選任



市毛 由美子
(法曹実務家)



後藤 玄利
(企業経営者)



高 巖
(学識経験者)



塚原 一男
(企業経営者)

- ✓ 企業価値向上のための最適な判断ができる見識・経験
- ✓ アスクル、大株主いずれからも独立性を確保
- ✓ 異なる分野・経歴の候補者を選定し、多様性も確保

新経営体制でさらに企業価値を向上

付 録

20/5期 第3四半期 品目別売上高

単体

(億円)	19/5期 3Q累計		20/5期 3Q累計	
		前年同期比 %		前年同期比 %
OA・PC	722	102.5	747	103.4
文具	323	101.7	328	101.5
生活用品	884	115.5	897	101.5
ファニチャー	158	102.3	154	97.6
MRO	243	108.9	262	107.8
その他 (メディカル等)	198	118.3	223	112.7
合計	2,531	108.4	2,613	103.3

**注力品目が
成長を牽引**

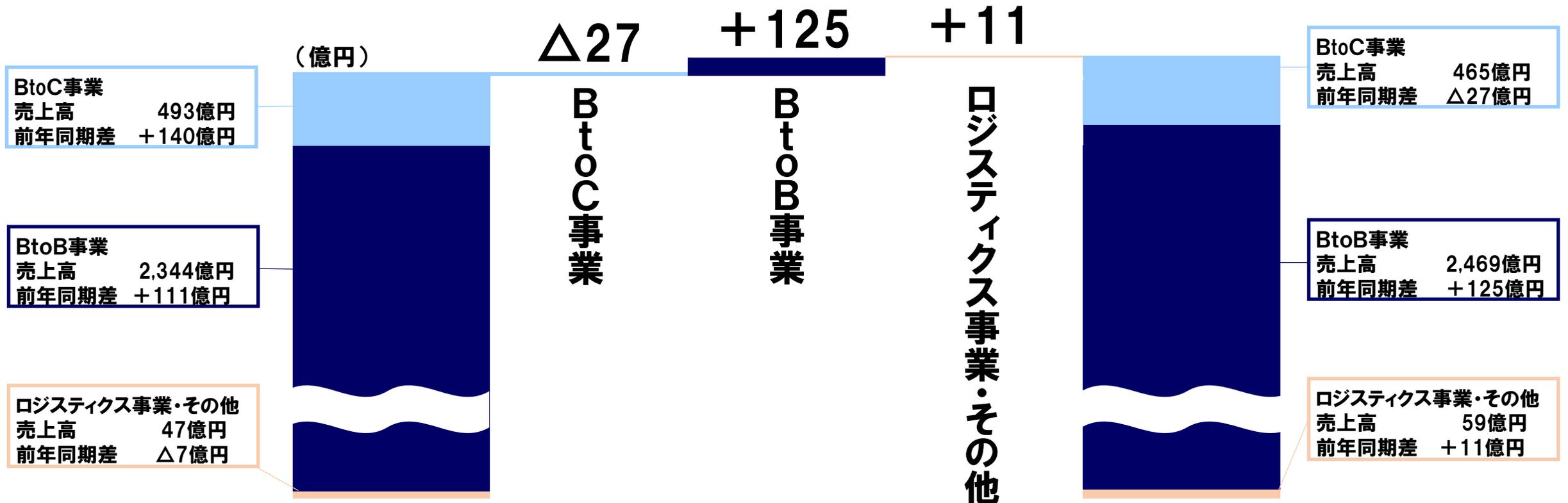
20/5期 第3四半期 連結売上高の増加要因

19/5期 第3四半期(実績)

売上高 2,885億円
 前年同期差 +245億円
 前年同期比 109.3%

20/5期 第3四半期(実績)

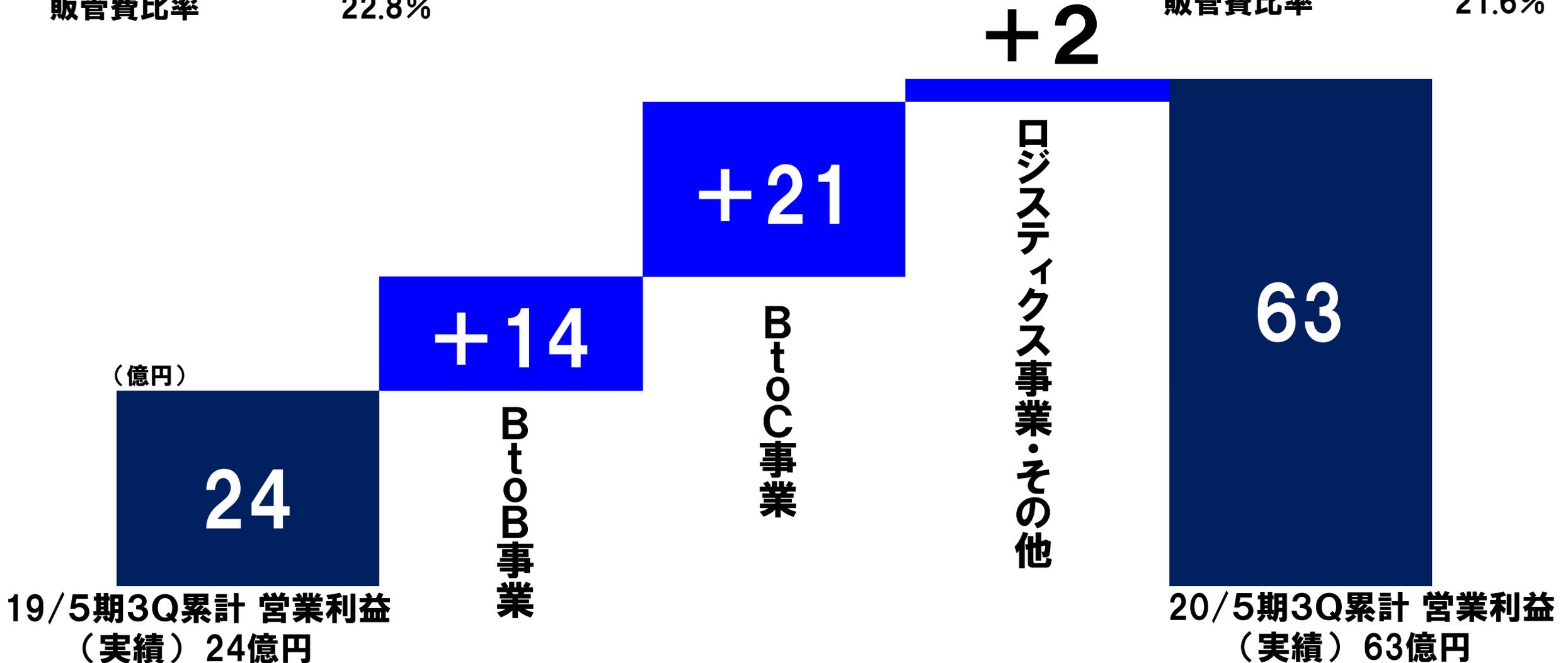
売上高 2,994億円
 前年同期差 +109億円
 前年同期比 103.8%



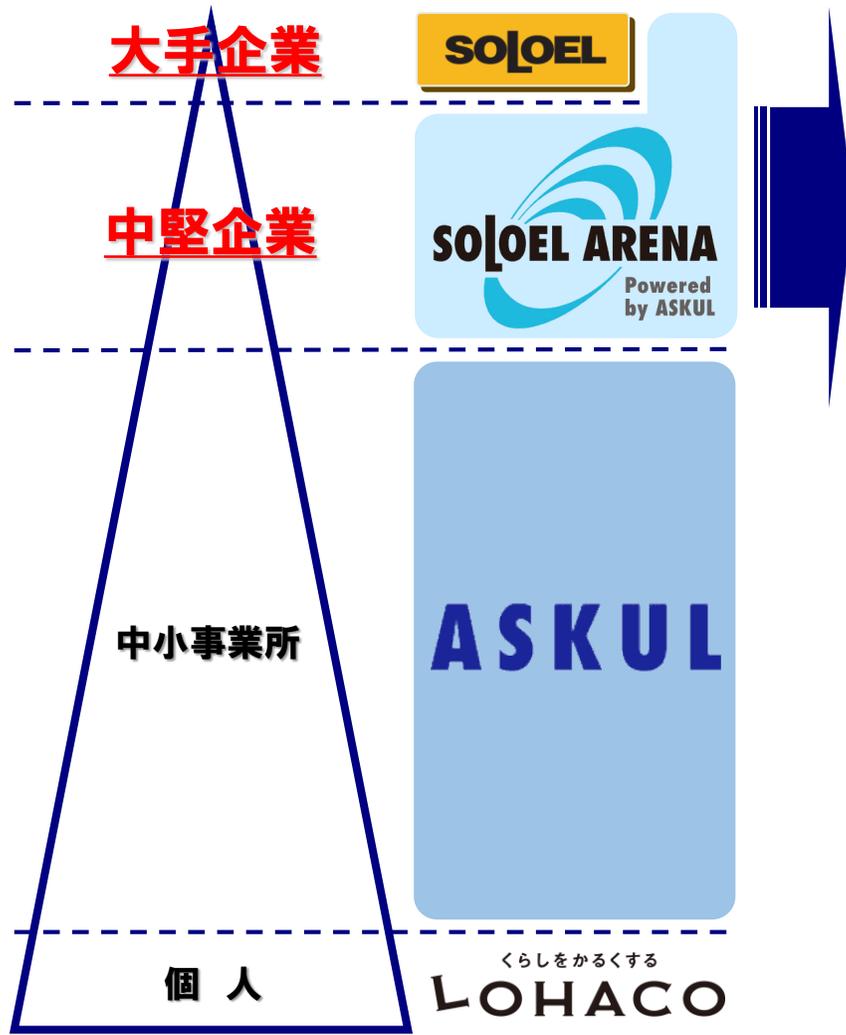
20/5期 第3四半期 連結営業利益の増減要因

19/5期 第3四半期(実績)
売上高前年同期比 109.3%
売上総利益率 23.6%
販管費比率 22.8%

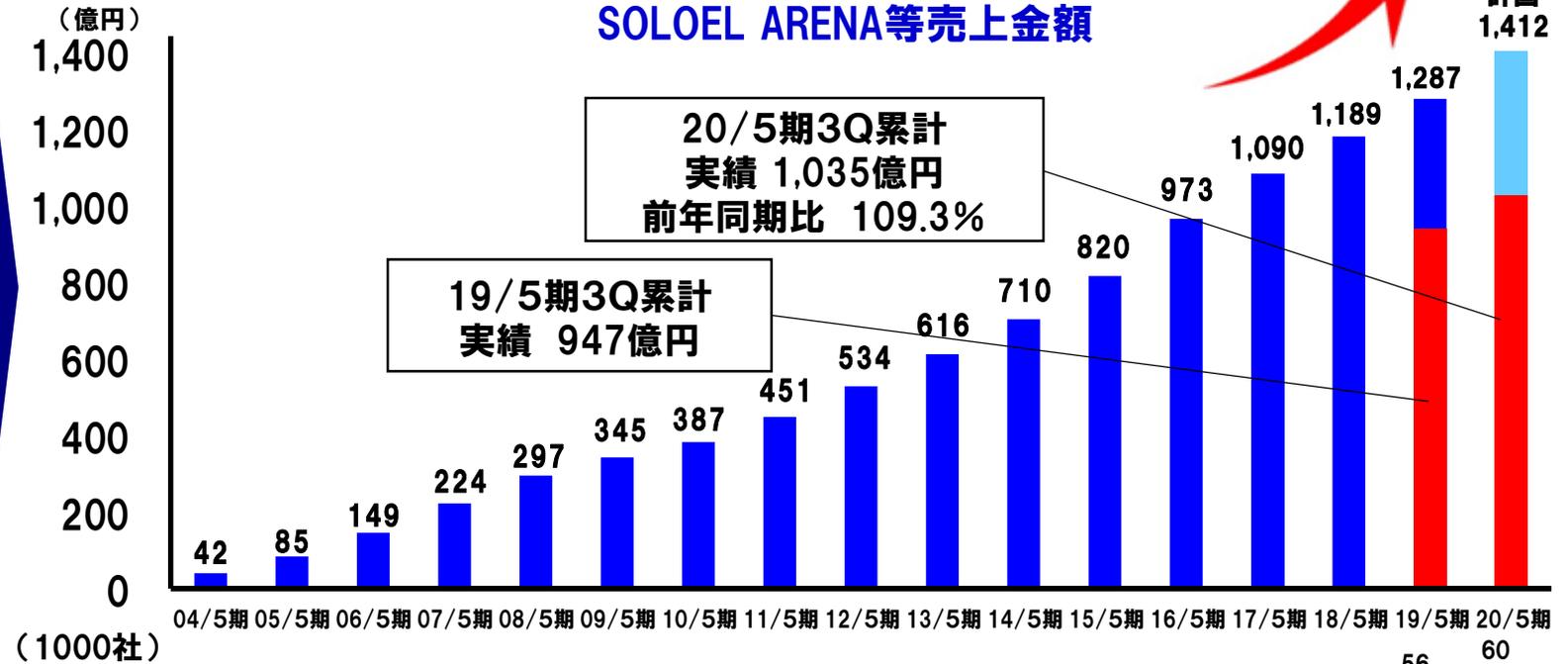
20/5期 第3四半期(実績)
売上高前年同期比 103.8%
売上総利益率 23.7%
販管費比率 21.6%



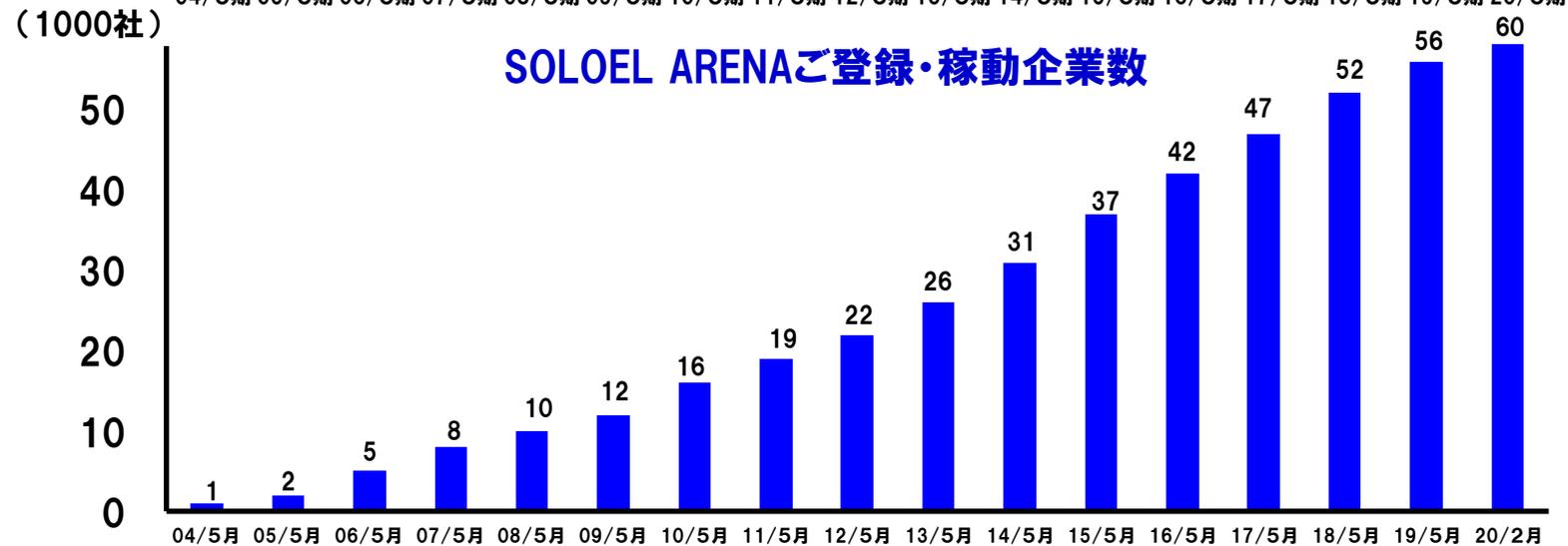
SOLOEL ARENA 順調に拡大



SOLOEL ARENA等売上金額



SOLOEL ARENAご登録・稼働企業数



3Q累計 前年同期比109.3%、BtoB事業の成長を牽引

20/5期 第3四半期 連結 売上総利益、販売費および一般管理費

売上総利益額 710億円 前年同期差 +28億円

売上総利益率 23.7% 前年同期差 +0.1pt

➤ LOHACO事業の売上総利益率が着実に向上

販管費 646億円 前年同期差 △10億円

販管費比率 21.6% 前年同期差 △1.2pt

➤ 主に配送コスト削減によるLOHACO事業の変動費比率改善

＜販管費の前年同期差の主な内訳＞

- 配送運賃 $\Delta 11$ 億円
- 減価償却費 $\Delta 4$ 億円
- 人件費 $+3$ 億円
- ソフトウェア償却費 $+3$ 億円

20/5期 第3四半期 連結 設備投資

設備投資額 35億円(年間計画 74億円)

設備増設関連(AVC関西へのロボット導入等) 8.1億円

新商品データベース等 3.4億円

LOHACO関連ソフトウェア等 2.8億円

(参考)減価・ソフトウェア償却費 39億円(年間計画 56億円)

投資詳細

(単位:百万円)

科目名	19/5期 第3四半期	20/5期 第3四半期	
	金額	金額	前年同期比
【設備投資額】	4,510	3,521	△21.9%
有形固定資産	2,088	1,253	△40.0%
無形固定資産	2,421	2,267	△6.4%
建設仮勘定(注2)	450	37	△91.6%
ソフトウェア仮勘定(注2)	2,353	1,043	△55.6%

(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

20/5期3Qインターネット売上高比率、オリジナル商品

単体

インターネット売上高比率

	19/5期 第3四半期	20/5期 第3四半期	前年同期差
インターネット経由	83.4%	84.6%	+1.2ポイント
上記以外	16.6%	15.4%	△1.2ポイント

(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)

	19/5期 2月度	20/5期 2月度	前年同月度差
オリジナル商品数	8,887	9,507	+620
単体売上高構成比 (うちBtoB事業)	28.8% (35.9%)	29.8% (36.5%)	+1.0ポイント (+0.6ポイント)

(注1) 各数値には、医療機関向けカタログ、衛生・介護用品カタログを含みます

(注2) 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3) 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4) 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

ASKUL 三芳センター（2020年9月稼働開始予定）

① BtoB事業在庫商品のTCセンター※（全センター在庫配置効率化による**売上高拡大目指す**）

※Transfer Center:通過型物流センター

② 東日本のロジスティクス(3PL)事業の拠点



賃借面積：約69,000m²

ALP首都圏の火災を踏まえ**防火・防災対策を強化**

近隣からのご意見を踏まえ**地域と共生していく物流センターの実現に取り組む**

「気候変動Aリスト(最高評価)」企業に選定

国際的な環境非営利団体CDP※1より、
気候変動に対する取り組みと情報開示が高く評価



- ✓ 「気候変動Aリスト」は、回答企業8,400社のうち179社(約2%)の企業が選定※2(日本企業は38社)
- ✓ アスクルのCO₂排出削減、気候リスク緩和、低炭素経済構築などの取組みが認められる

※1 環境問題に高い関心を持つ世界の機関投資家等の要請に基づき、環境問題対策に関して情報開示を促すことを主たる活動としている非営利組織。2019年度は、運用資産規模で96兆米ドルに達する525の機関投資家等がCDPの活動に賛同

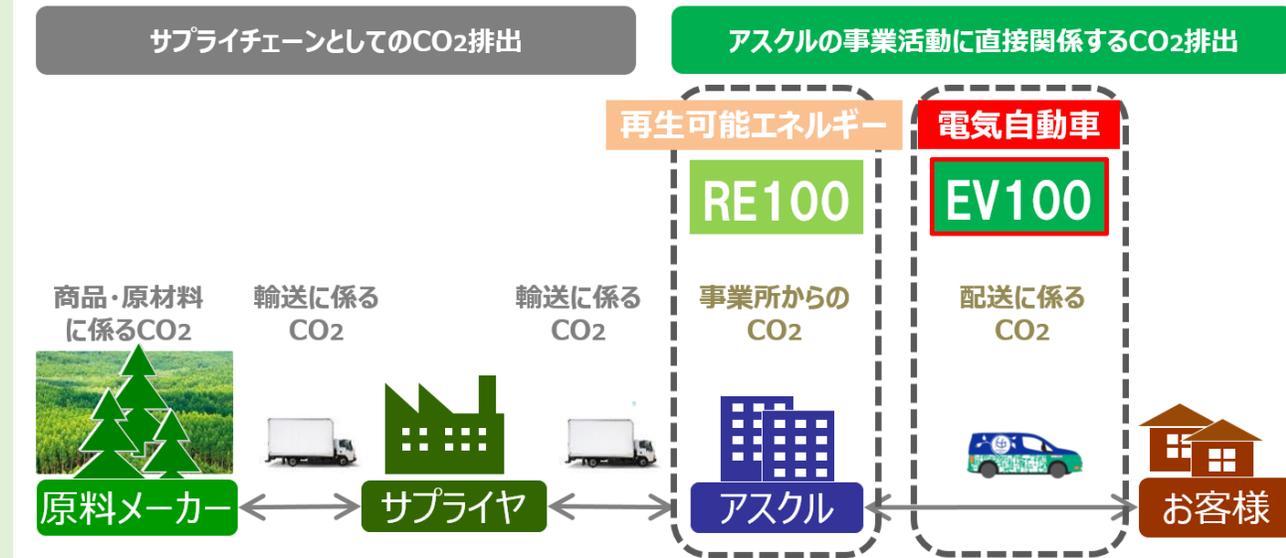
※2 東証「2019年度『気候変動Aリスト』発表！日本企業は38社が選出され、初めて世界トップに！」 <https://money-bu-jpx.com/news/article022457/>

電気小型トラック「eCanter」※導入によるCO₂削減

「2030年CO₂ゼロチャレンジ」「EV100」達成へ向け 7.5tトラック2台導入



2030 CO₂ゼロチャレンジ



※三菱ふそうトラック・バス株式会社製の車輛総重量7.5tクラス電気小型トラック

物流子会社 ASKUL LOGISTが「KAIKA大賞」受賞

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



「KAIKA アワード2019」授与式



「戦力」としての雇用に取り組み、社員250名のうち43名が障がい者、障がい者雇用率17.2%にのぼる(法定雇用率2.2%) ※2020年1月30日現在

「障がい者、健常者の区別なく仕事をする風土が根付いている。全社員が等しく責任を担っている」
(審査委員会による評価コメント)

<KAIKA Awards(カイクアワード)とは>
一般社団法人日本能率協会が主催する社会価値を生み出す持続的な経営・組織・人づくりを行っている取り組みを称え、紹介するための表彰制度

障がい者が安心して働ける風土・環境を作り、センター全体で高い生産性を実現

物流業界における労働力不足へ対応

新カタログ発刊



総ページ数	1,288 ページ
取扱商品数	約 39,500 アイテム
新規取扱商品数	約 2,000 アイテム
オリジナル商品数	約 7,600 アイテム
グリーン商品数	約 14,500 アイテム

<参考> 2019秋・冬号(前号)の概要

総ページ数 : 1,288ページ

取扱商品数: 約39,000アイテム

オリジナル商品数: 約7,550アイテム

「アスクルカタログ2020春・夏号」
2020年2月発刊



植えて
14か月



高さ:7m

アスクルオリジナルのコピー用紙の
原料を植えて、
育てて、収穫する。



植えて
60か月

高さ:30m

「木の畑」からつくるコピー用紙。

植えて
6か月



高さ:2.3m

アスクルオリジナルのコピー用紙の
原材料になる楸林木が育つ
インドネシアの「木の畑」の活動は10年目を迎えます。
現地では、お客様に安心して使っていただける
コピー用紙をお届けするために、
日々「植える」「育てる」「収穫する」作業が続きます。
アスクルはこれからも持続可能な森林管理と
責任ある原材料調達をしてまいります。

2019年10月30日 インドネシア スマトラ島 ジャンピ州のバルブ村楸林地

2010年から10年目の
1 box for 2 trees

オリジナルコピー用紙
1箱^{※1}のお買い上げが2本の植樹に
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の楸林木
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本の楸林木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。

楸林面積	10万6,500ヘクタール
楸林本数	1億5,210万本



プロジェクトエリア
スマトラ島
アスクルオリジナル
コピー用紙の原材料は
ここで育っています!

アスクル株式会社 CSR・環境
東 俊一郎
「木の畑」の運営には、現地の管
理の協力が欠かせません。2010
年からインドネシアのスマトラ島
に渡り、現地の管理との対話を
継続しています。これからは現地の
管理と一緒に課題を共有し、
解決に取り組む、「木の畑」の発
展に貢献していきます。

20ha Project
アスクルは森林再生にも
取り組んでいます!
2011年12月からインドネシアの
森林の修復・再生をする「20ha
Project」の取り組みも続けてい
ます。森で暮らす人々の生活と
森林保全の両立を目指し、将
来の収入も期待できるインドネ
シア固有種の木を植える活動
です。

コピー用紙の調達に
関する取り組み
2004年
調達方針の制定
トレーサビリティ調査の開始
2010年
現地定期訪問の開始
1 box for 2 treesの開始
2011年
森林修復再生の
20ha Project開始

No.1
スーパーホワイト
スーパーエコノミー
シリーズは
日本一
使われています!^{※2}

PEFC認証
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。
PEFC認証は、森林の違法伐採
を防ぎ、持続可能な森林管理を
実現するための世界的な森林
認証制度です。インドネシア製ア
スクルオリジナルコピー用紙は
PEFC認証製品で、お客様にも
安心してお使いいただけます。

PEFC CEO
ベン・ガニバーク氏
アスクルがメインの自社ブラン
ドコピー用紙をPEFC認証品と
して販売し続けて下さっている
ことに大きな感謝の意を表しま
す。日本においてPEFC認証品が
広く知られ、持続可能な社会の
形成に、より貢献ができることを
願っています。
(2019年11月)



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



いつも、
ずっと、
アスクル
Part

楽しく!美しく!

2

ハイパワーアルカリ乾電池PRO

長持ち性能が
アップした
ハイパワー
アルカリ乾電池
PRO登場!



Page 1018

New

レナメタルコート
採用でさらに
液漏れ防止性能アップ。

Design by
Stockholm
Design Lab

高級感のあるゴ
ールドと洗練された
書体が印象的。

¥39.9
(税別)

シュリンク無しの
紙パッケージもご用意。
開封の手間を省き、
ゴミの削減にも。

使いやすく!

アスクルのオリジナル商品は
すべて、品質はもちろん
デザインにもこだわって作っています。
世界のデザイナーたちとの
コラボレーションから誕生する
オシャレなアイテムをぜひお楽しみください。

オリジナルティッシュ

Page 311

New

パーセント100%、
ふんわり柔らかな国産品質の
ボックスティッシュ。



Design by
Bessermachen

意から差し込む太
陽の光をモザイク
状に爽やかに表現。

オフィスや店舗など
お客様の前にも
映える空間に。

アスクルオリジナル
オリジナルティッシュ
200ml(スタンダード)
別種5ケース
(300ml)以上を5
1パック(15個入り)あたり

¥288
(税別)

デザイン紙コップ

Page 168

どんなシーンでも
スマートに使える
定番の紙コップ。

New



Design by
Linda
Svensson
Edevint

洗練された色合
いとシンプルなライ
ンデザインが特徴。

アスクルオリジナル
デザイン紙コップ
18x200ml
18x200ml
18x200ml
18x200ml

¥4.64
(税別)

シングルオリジン ドリップコーヒー 1杯取り

Page 66

「ダラゴア農園」産
コーヒー豆100%の
シングルオリジンの
1杯取りコーヒー。



Design by
Klas Fahlén

農園の風景や人
の暮らしをパッケ
ージデザインに。

アスクルオリジナル
シングルオリジン
ドリップコーヒー
1杯取り
18x200ml
18x200ml
18x200ml

¥39.9
(税別)

ミニボックスティッシュ

Page 310

使い勝手がよく、省スペースの
ちよい小サイズ。
配達効率を高め、
価格に還元!

PEFC
認証製品。

Design by
Stockholm
Design Lab

アスクルの
オリジナルティッシュ
すべてに環境に配慮した
素材を使用しています。

北欧のファブリック
パターンをポップ
な幾何学模様にも。



New

アスクルオリジナル
オリジナルティッシュ
スマートコンパクト S
5ケース(300ml)以上を5
1パック(15個入り)あたり

¥199
(税別)

トイレのおそうじシート

Page 242

厚みのあるシートで
破れにくく、99%除菌できる!

大粒の
漂白剤配合
キヤッチャ。

Design by
Stockholm
Design Lab

大粒の漂白剤配合
キヤッチャ
18x200ml
18x200ml
18x200ml

¥277
(税別)

大粒の漂白剤配合
キヤッチャ
18x200ml
18x200ml
18x200ml

¥118
(税別)

アスクルオリジナル
オリジナルティッシュ
スマートコンパクト S
5ケース(300ml)以上を5
1パック(15個入り)あたり

テーブルのり

Page 682

ムラなく
キレイに貼れる
ココヨの
「ドットライナー」



Design by
Linda
Svensson
Edevint

手を汚さず
粘りが心地で
ピタッと貼れる。

アスクルオリジナル
オリジナルティッシュ
スマートコンパクト S
5ケース(300ml)以上を5
1パック(15個入り)あたり

¥265
(税別)

アスクルオリジナル
オリジナルティッシュ
スマートコンパクト S
5ケース(300ml)以上を5
1パック(15個入り)あたり

ロハコウォーター

Page 34

ラベルを
はがす手間も、
ゴミも削減した
ラベルレスの
天然水。



2019年度
グッドデザイン賞を
受賞!

飲みさり
サイズの
410ml
スリムボディ!

Design by
Stockholm
Design Lab

縦・横・器・雫などの
水の形をエンボス
で爽やかに表現。

アスクルオリジナル
LOHACO Water
410ml
1セット(80個)
1本あたり

¥60
(税別)

世界中のデザイナーたちが
オリジナル商品の
デザインに
携わっています!



ams ell berlin design studio	Sweden
Edholm Uttenius	Sweden
Mind Design	Sweden
Linda Svensson Edevint	Sweden
Nina Jobs	Sweden
Stockholm Design Lab	Sweden
Blidholm Vagnemark Design	Sweden

Bessermachen	Denmark
Julian Roberts, Irving & Co.	England
Mind Design	England
P&W Design Consultants	England
Casa Rex	Brazil
Eduardo del Fralle	Spain



3



いつも、
ずっと、
アスクル

Part

3

便利に使って効率アップ!

「できる!」アイテムで、仕事

もっと快適に!

お客様にとって便利で使いやすく、
業務効率も向上させる
商品を提供するために、
アスクルはお客様のご要望を
反映した品揃えに取り組み、
「あったらうれしい」商品を
お届けしてまいります。

時短 でスムーズ!

Page 1020

自動充電器(単3形充電電池専用)

FDK + ASKUL

一度に20本、
放り込むだけで
充電可能!

Point 1
4中一の大きさも
取れます。一度に20本まで
投入可能! 充電後は
トレイに排出。

Point 2
単3形の充電式
ニッケル水素電池に
対応。

Point 3
普通の乾電池や
充てた電池は
自動ではけられる
ので安心。



ニッケル水素電池

国産オリジナル
充電電池を
圧倒的な安さで!

Point 1
約2000mAh
大容量で
持ちます。

Point 2
アスクルオリジナル
アスクル充電電池
ニッケル水素電池 単3形
1本入り(200本入り)
1本あたり

23200円
2000本
11600円
4900円
1本あたり

¥189
(税込207)

アスクルオリジナル
単3形 充電式
ニッケル水素電池 1000mAh
Easy Charge(充電モード)
充電時 充電完了以上は
1本あたり

¥13,800
(税込15,180)

Page 76・77

インスタントスティック飲料「カフェキューブ」

統一サイズのパッケージで
カフェコーナーも
簡単に。



Point 1
積み重ね可能な
統一サイズの身で
好きなスペースが
カフェコーナーに!

Point 2
自給り付き
専用紙コップで、
蒸気がいなくても
おいしい
150mlに。

Point 3
コーヒー・紅茶など
様々なメーカーの
安心品質と
味が楽しめる。

スティック飲料が
おいしく飲める
150mlの
自給り付きの
専用紙コップ。
1本入り

地元のAGF・伊藤園
カフェキューブ
専用紙コップ 1セット

¥5,490
(税込5,920)

ムダなし ラクラク!

Page 656

ホワイトボードマーカー

インク容量2倍*で、
交換の手間を削減!



筆記距離も
2倍*!

Point 1
インク容量
2倍*だから
たっぷりかけて
経済的!

Point 2
「X2」を
あしなめた
デザインで、
容量交換が
ひと目でわかる!

Point 3
再生材使用で
環境にも配慮。

アスクルオリジナル
ホワイトボードマーカー
X2シリーズ
X2シリーズ
X2シリーズ
1本入り(50本)
1本あたり

¥55.9
(税込61.5)

ラベルライター「ラテコ」

カートリッジゴミ「0」!
ラベルの余白もムダも削減!



Point 1
テープだけを
詰め替えて
使うから
カートリッジ
ゴミが出ない!

Point 2
印字部の
余白が3mmに、
余分な部分を
カットする時間が
省けます!

Point 3
ムダなく使えて
コスト削減も!

本体計量
ラテコ EC-K108ET
1台

¥10,800
(税込11,880)

サッと使えて 効率アップ!

Page 248

トイレの消臭スプレー 濃縮タイプ

エステ + ASKUL

1回約1秒で
しっかり消臭!

約1.5倍*長く使える
濃縮タイプ。



Point 1
約260回*使える。
1プッシュあたりの
コストも安い!

Point 2
スリムな
コンパクトで
持ちやすく、
収納スペースも
削減!

Point 3
フレグランス調の
リッチな香りが
長続き*。

アスクル限定販売
エステ
トイレの消臭スプレー
濃縮タイプ
1本(18本入り)
1本あたり

¥398
(税込438)

ラミネーター

立ち上がり
0秒!



排出口には
便利な収納式
トレー付。

Point 1
ウォームアップの
待ち時間0秒!
電源をONにしたら
即使えます。

Point 2
ローラー部に
有線なめた
ワイヤプレートが
フィルムの
巻き込みを防止。

Point 3
A4サイズ
1枚の加工が
約24秒*

アスクル限定販売
オーロララミネーター
DS-400
1台

¥16,800
(税込18,480)

うっかりにも 対応!

Page 660

ラインマーカー

Shachihata + ASKUL

キャップを
閉め忘れても
3日間も
乾きにくい*!

Point 1
15分以内のキャップを
しなくても作業が
続けられるから
夜勤!

Point 2
シヤチハタ独自の
水分を制御する
インクが
乾きにくく長持ち!

Point 3
使い分けにも
便利な5色
揃ってます!



アスクルオリジナル
乾きにくい
ラインマーカー
1本入り(50本)
1本あたり

¥68
(税込74.8)

シュレッダー

粘着物を入れても
紙詰まりしない!



Point 1
ふせんや
封筒・伝票などの
粘着物も
仕分けごとくなく
そのままだ!

Point 2
一度に最大16枚
連続処理
方が一掃投入
してしまっただけは、
オートリバース
機構で
紙詰まりを解決。

Point 3
1分間に202枚の
高速処理。

アスクル限定販売
オフィスシュレッダー
MSJ-18
1台

¥29,800
(税込32,780)

効率
向上

