

消費者志向経営  
フォローアップ報告書  
(2022年5月21日～2023年5月20日)

2023年7月  
アスクル株式会社

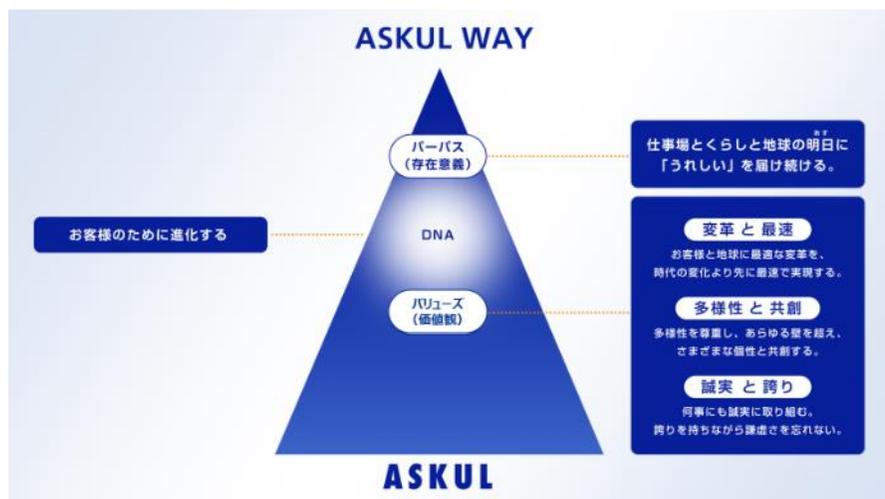
〔理念〕アスクルのパーパス（存在意義）『仕事場とくらしと地球の明日(あす)に「うれしい」を届け続ける。』の実現に向け、すべてのお客様に期待を超える「うれしい」を提供し、お客様価値の最大化を目指し続けます。

1. 経営トップのコミットメント	ASKUL WAY実現に向けた全社員への継続的活動	3
	アスクルのマテリアリティ（重要課題）	4
2. コーポレートガバナンスの確保	リスク・コンプライアンス委員会	5
	コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方	6
	情報セキュリティへの取り組み	7
3. 従業員の積極的活動	タイムリーな「お客様の声」の発信とスピーディーなサービス改善	8
	お客様の声を全社員が閲覧できる「VOCポータル」	9
	「ASKUL CS Week」の取り組み	10
	消費生活アドバイザー資格取得推進の取り組み	11
4. 消費者対応部門等と他部門との有機的連携	「品質KPI」と「お客様の声」の定量的モニタリング	12
	「品質マネジメント委員会」による品質改善の促進	13
	「お客様満足向上委員会」による改善活動	14
	顧客満足マネジメントシステム/ISO10002自己適合宣言	15
	イメージ違いによる返品廃棄される商品を知る	16
	お客様への商品品質に関する調査報告書の適切な管理	17
5. 消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換	AIによるお客様とのコミュニケーション	18
	「プロフェッショナルアドバイザー」の取り組み	19
	エージェント向けオンライン研修会の実施	20
6. 消費者・社会の要望を踏まえた商品・サービスの改善・開発	アスクルオリジナル商品の環境対応	21
	LOHACOにおける生活者の視点を第一に考えたCB商品の開発	22
	LOHACO OUTLET Go Ethical 廃棄することなく、お得に未来へつなげる	23
	アスクルサステナブルセンターなどを活用して廃棄を削減	24
	アスクル資源循環プラットフォーム（クリアホルダー）	25
	ECO-TURN配送、置き場所指定配送、とりまとめ配送、電気自動車の利用	26

## ASKUL WAY実現に向けた全社員への継続的活動

### 〔取り組み方針〕

- ・私たちのDNA「お客様のために進化する」に基づき、お客様の声を最も価値あるものとして真摯に受け止め、全社でお客様起点のサービス実現に取り組み続けます
- ・私たちのパーパス（存在意義）を実現するためのバリューズ（価値観）「変革と最速、多様性と共創、誠実と誇り」を社員に浸透させ、社員一人一人がお客様価値を最大化するために自ら行動を起こせる組織づくりと人材育成を進めます
- ・私たちが社会に対して担っている責務を自覚し、これを全うするためのガバナンス体制の構築、透明性の高い情報提供、責任ある調達の実現、ライフラインとして信頼されるサービスを実現します



### アスクルのパーパス・ASKUL WAY

『仕事場とくらしと地球の明日に「うれしい」を届け続ける。』

私たちのパーパスには、「明日届ける」アスクルから、社会課題にも向き合い「地球の明日をよくする」アスクルへ、進化していく、という想いが込められています。

### ASKUL創立30周年、社内、お客様とのコミュニケーションのために様々な活動を実施

創立30周年を迎え、社員とお客様、パートナーのつながりを深めるための活動として、30周年記念サイトやロゴを作成し、また、アスクルを長らくご利用いただいているお客様への感謝を直接伝える訪問活動を行いました。

テレワークで顔を合わせる機会のなかった社員を一同に会する社内イベントやお客様向けの感謝祭キャンペーンを行いました。

<https://30th.askul.co.jp/corp/30th/>

## アスクルのマテリアリティ（重要課題）



## マテリアリティ（重要課題）とは

アスクルでは重点的に取り組むべき「マテリアリティ(重要課題)」を設けています。13の項目のうち、3項目については企業活動の前提条件として「基盤」と位置付け、整理するとともに、10項目については、各項目の取り組み内容、相互の関連性と今後の推進体制等を踏まえ、5つのテーマに集約・整理しています。

## 目標・KPI・活動実績等について

マテリアリティ（重要課題）は詳細な目標を立てて実行しています。詳しくはコーポレートサイトにてご確認ください。

[マテリアリティ（重要課題） | 基本方針・マテリアリティ | アスクル - 環境・社会活動報告 \(disclosure.site\)](#)

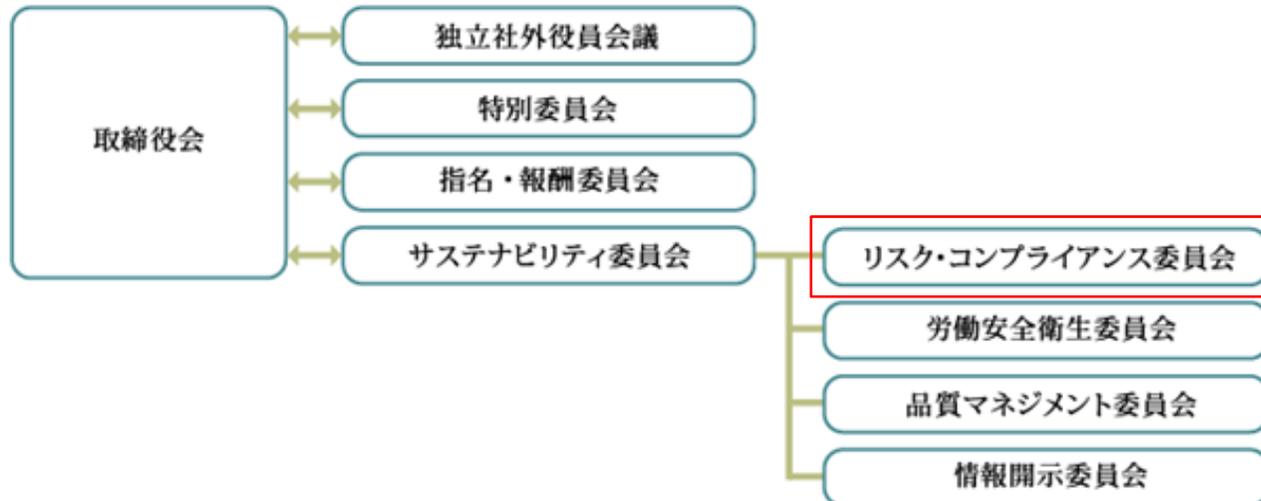
### リスク・コンプライアンス委員会

アスクルおよびアスクルグループにおけるリスクを管理するとともに、法令や社内外の規則・規範を遵守し、適正な業務遂行を図ることを目的として、労働安全衛生委員会、品質マネジメント委員会での所管事項以外の事案に関するリスクおよびコンプライアンスの状況についての把握と対策に取り組んでいます。

#### 活動実績等

委員は、代表取締役、リスク担当取締役を含む社内取締役、COO、法務担当部門の本部長で構成されています。また、アドバイザーとして、社外取締役または監査役（社外監査役を含む）1名以上が選任されています。

第60期（2023年5月期）においては12回開催しました。



### コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

アスクルは、『仕事場とくらしと地球の明日に「うれしい」を届け続ける。』というパーパス（存在意義）、バリューズ（価値観）、DNAからなる「ASKUL WAY」に基づき、お客様、株主・投資家、パートナー企業、社員、その他、社会の様々なステークホルダーの声に耳を傾けるとともに、社会的意義のある新たな価値を創造し続けることで、様々な社会の課題解決に寄与したいと考えております。

そのために、コンプライアンス経営をさらに徹底し、透明・公正かつ迅速・果敢な意思決定を図ることで、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に努め、コーポレート・ガバナンスの充実に取り組んでまいります。

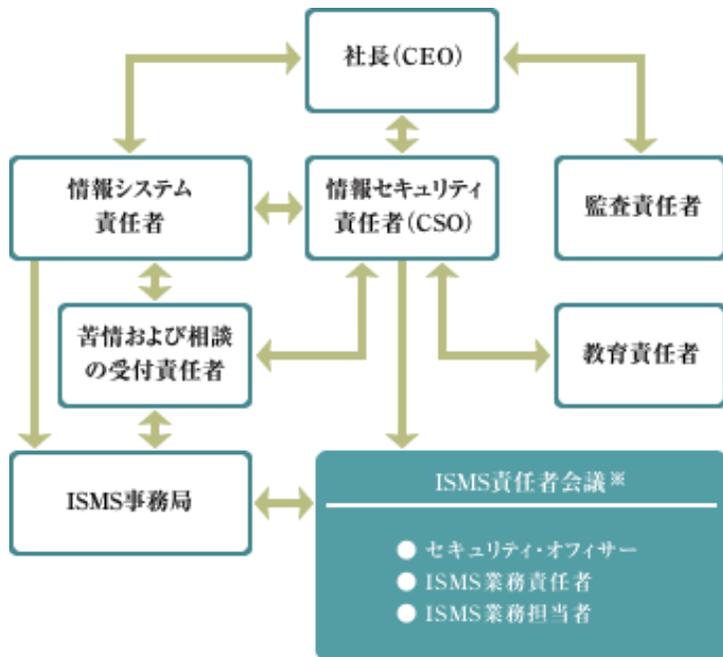
### コンプライアンスに関する社員教育

ASKUL WAYにもとづき、一人ひとりが高い倫理観と遵法精神を持ちながら、自らの業務を行う際に遵守すべきルールや行動を再確認する機会として、各種研修・教育を実施しています。

	対象者	頻度
入社オリエンテーション	入社者	入社時
倫理・行動規範 (ASKUL CODE OF CONDUCT)	全社員	年1回
ホットライン (内部通報制度)	全社員	年1回
日本版SOX法と内部統制について	全社員	年1回
インサイダー取引 (内部者取引規制)	全社員	年1回
下請法研修	全社員	年1回
知的財産研修	全社員	年1回
情報セキュリティ	全社員	年1回
ハラスメント防止・LGBT研修	全社員	年1回
広告・景品ルール	関係部門	年1回
広告セミナー (社外講師)	関係部門	年1回

### 情報セキュリティへの取り組み

アスクルでは、情報セキュリティの確保および個人情報の保護に取り組み、継続的改善を目指し、情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）の推進体制を下記の図のように定めています。情報セキュリティ責任者（CSO）を中心にISMS事務局では、社内に対する情報セキュリティマネジメントシステムおよび個人情報保護の推進を行っており、情報漏洩や個人情報に関する問題が発生した場合には被害を最小限に止めるため、関係部門と連携し、迅速な対応をとる体制を構築しています。



### セキュリティ教育・従業員への啓発の実施

アスクルでは、業務委託先等パートナー会社の社員や派遣社員も含めて、社内で働くすべての方を対象として、役割や業務内容に応じたISMS/PMS教育を行っています。また、年に1度e-ラーニングにてセキュリティ教育を実施し、情報セキュリティや個人情報保護についての知識の維持、向上に努めています。また、社員を対象として、定期的にセキュリティに関するニュースレターの配信や標的型攻撃メールを想定した訓練など積極的に取り組んでおります。

### 活動実績

アスクルでは、皆様に安心してアスクルのサービスをご利用いただけるよう、ISO27001（情報セキュリティ）とJISQ15001（プライバシーマーク）の認証を取得しています。先に述べた情報セキュリティの体制構築や情報セキュリティの教育を継続的に実施した結果、両認証審査で不適合はありませんでした。

## タイムリーな「お客様の声」の発信とスピーディーなサービス改善



### お客様の声を中心から波紋のように広がっていくサービスデスク

創業時からのマインドを継承する、お客様の声フロア中心から波紋のように広がっていくレイアウトのASKULお客様サービスデスク。万一問題が発生した際にもすぐに中央へ集まるできるようになっています。

### 活動概要

ASKULお客様サービスデスクには、1日あたり約4,000件のお問い合わせをいただいています。いただいたお客様の声を「ご意見ダイジェスト」「商品リクエスト」に編集し、タイムリーにメール発信、イントラネット掲示を行うなど、社員一人ひとりがお客様の声を意識し共有するためにさまざまな取り組みを行っております。

### 活動実績

2023年5月期は、「ご意見ダイジェスト」「商品リクエスト」「ツイッターダイジェスト」等を約400回発信し、お客様の声を掲載・共有しました。経営層をはじめ全社員が、1件1件の「お客様の声」に真摯に耳を傾け、これらを商品・サービスの改善・進化の機会と捉え、お客様の立場に立った改善活動にスピーディーに取り組みました。

## お客様の声を全社員が閲覧できる「VOCポータル」

アスクルではイントラネットに「VOCポータル」という社内サイトを設置し、お客様サービスデスクに寄せられるお客様の声を社内に共有しています。「シンクロハート」という愛称の「VOCポータル」には、お客様からいただいたご意見やご要望が、分野別・課題カテゴリー別などさまざまな切り口で定量的・視覚的に掲載されており、全社員がいつでも閲覧できるデータベースを設けております。

※ VOC : Voice of Customers (お客様の声)

### 活動実績

2023年5月期では、「VOCポータル」には、「商品」「物流」「返品・品質」「事業」など10の分野・課題カテゴリー別にお客様の声を掲載しました。広く社内に関覧され様々な商品・サービスの改善・進化に活用されました。



VOCポータル（シンクロハート）の画面

## 「ASKUL CS Week」の取り組み

アスクルお客様サービスデスクでは、お客様対応に携わる「コンシェルジュサービスコミュニケーター」（CSC）のモチベーション向上などを目的として、毎年「ASKUL CS Week（カスタマー・サービス週間）」を設定し、各種企画を実施しています。楽しいイベントや「永年勤続表彰」などを実施し、こうした取り組みを通じてCSCに対する感謝の意を伝えるとともに、士気向上と目的意識の共有、ひいてはお客様に対する心のこもった対応品質の向上を図っています。

### 活動実績

2023年5月期では、10月のハロウィンの時期に合わせてCS Weekを実施しました。くじ引き大会、景品プレゼント、オフィスにハロウィン装飾など、CSCに楽しんでもらえるイベントを多数実施しました。またその中で、**110名**の永年勤続表彰を行いました。参加したCSCからは「続けてきて良かったと思える1週間だった」「気持ちが上がった」「また1年頑張りたい」など喜びの声が多数上がっており、盛況に終わりました。



## 消費生活アドバイザー資格取得推進の取り組み

アスクルでは「消費者志向経営」進展のために、現場において消費者志向経営を実践するために幅広い（必要かつ十分な）知識を社員が身に付けることを目的として、昨年より社員の「消費生活アドバイザー」資格取得を推進しています。

公式テキストや受験料の補助や学習のためにタイムリーな情報提供などを行いました。

※消費生活アドバイザー資格は内閣総理大臣及び経済産業大臣の事業認定資格です。本資格制度は、消費者と企業や行政の架け橋として、消費者からの提案や意見を企業経営ならびに行政等への提言に効果的に反映させるとともに、消費者の苦情相談等に対して迅速かつ適切なアドバイスが実施できるなど、幅広い分野で社会貢献を果たす人材を養成することを目的としています。

### 活動実績

2022年度は支援により3名の合格者を出すことができました。

資格取得に向けての学習を通じて、消費生活に関わる幅広い知識を習得し、お客様対応などの業務のレベルアップにつなげていきます。

社内向けにサイトを作成し、支援内容や資格取得者の体験談などを掲載しています。

#### 消費生活アドバイザー資格取得支援サイト

作成者 田村 留加、最終変更日2023-05-26



① [2023年度受験者支援サイトはこちら](#) → [「受験者支援サイト」](#)

#### 消費生活アドバイザー制度とは

消費生活アドバイザー資格は内閣総理大臣及び経済産業大臣の事業認定資格です。本資格制度は、消費者と企業や行政の架け橋として、消費者からの提案や意見を企業経営ならびに行政等への提言に効果的に反映させるとともに、消費者の苦情相談等に対して迅速かつ適切なアドバイスが実施できるなど、幅広い分野で社会貢献を果たす人材を養成することを目的としています。

※消費生活アドバイザー資格試験合格者は、消費生活相談員資格（国家資格）も取得することができます。

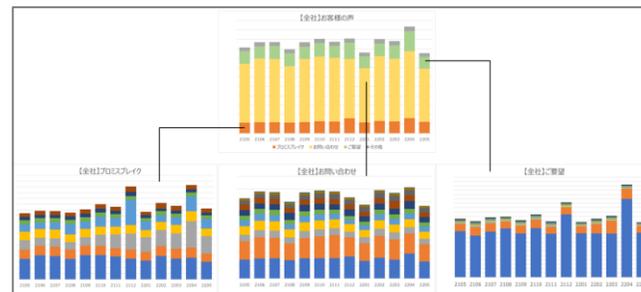
（消費生活アドバイザー | 日本産業協会 (nissankyo.or.jp)より）

## 「品質KPI」と「お客様の声」の定量的モニタリング

アスクルお客様サービスデスクは、お客様の声を積極的に経営戦略に反映させ、能動的な取り組みを継続的に実施し経営貢献を果たしていくことをミッションとしています。その一環として、毎月、経営層・各事業部に対して、お客様満足度に直結する「品質KPI」や「お客様の声」の定期報告を実施しています。これらを通じて、お客様の声を生かし、現場でのタイムリーかつ緻密な改善策の実施から、全社横断的な改善活動への展開、経営レベルでの課題解決につなげています。

### 活動実績

2023年5月期は、お客様の購買行動に沿った「品質KPI」と、お客様からお寄せいただいた「お客様の声」を、毎月、経営層・各事業部に対して定期報告しました。これら2つの品質・顧客満足指標をファイナンスと同じく経営の重要な指標として位置づけ、月次の取締役会や経営会議で定量的にモニタリングを行い経営トップから改善を指示しました。



	売場			庫内		配送			問合せ	
<b>ASKUL</b>	買い間違い	品切率	商品不良	誤出荷	納期遅延	当日配送履行率	翌日配送履行率	商品破損	応答率	一次解決率
<b>LOHACO</b>	買い間違い	欠品SKU率	商品不良	誤出荷	納期遅延	日時指定履行率	平均LT日数	商品破損	4時間以内返信率	

## 「品質マネジメント委員会」による品質改善の促進

アスクルでは、アスクルグループを含むバリューチェーン全般のサービスおよび取扱商品の品質向上、サービスおよび商品の品質管理機能の強化を図ることにより、お客様の信頼および満足度を向上させること、ならびに、お客様へ安心・安全な商品をお届けすることを目的に、品質マネジメント委員会を毎月開催しております。

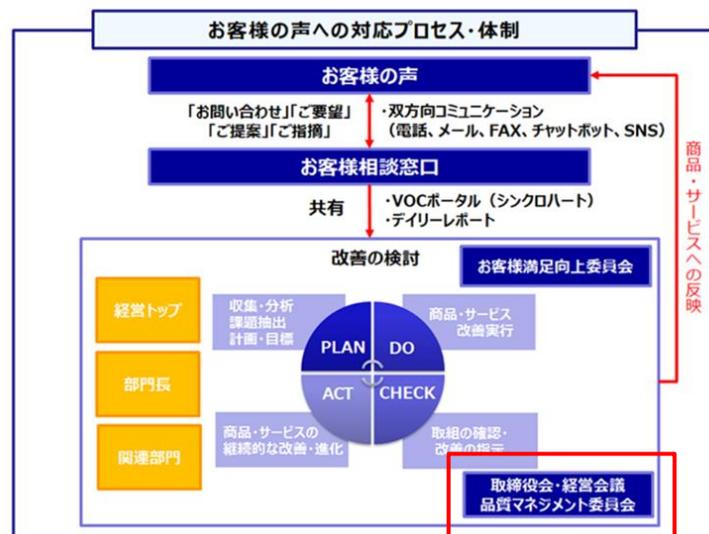
日々寄せられるご指摘やご意見などの「お客様の声」をマンスリーレポートとして社長をはじめ経営層や関係部門長へ報告・共有し、商品・サービスの進化について議論しています。

また各サービス品質に関するKPIを設定し、改善・進化の進捗状況を毎月確認しております。

### 活動実績

「品質が伴わない企業の持続的な成長はない」という意志のもと、2022年5月期より、従来の品質マネジメント委員会を商品不良中心のテーマから、経営品質全般を見る会議体にリニューアルしました。2023年5月期は11回開催し、17テーマについて議論を行いました。品質マネジメント委員会を通じて、日々起きている事象が見える化できるようになるとともに、品質向上に向けた全社の気運が高まっており、結果、構造的な品質改善が進みました。

● PDCAサイクル

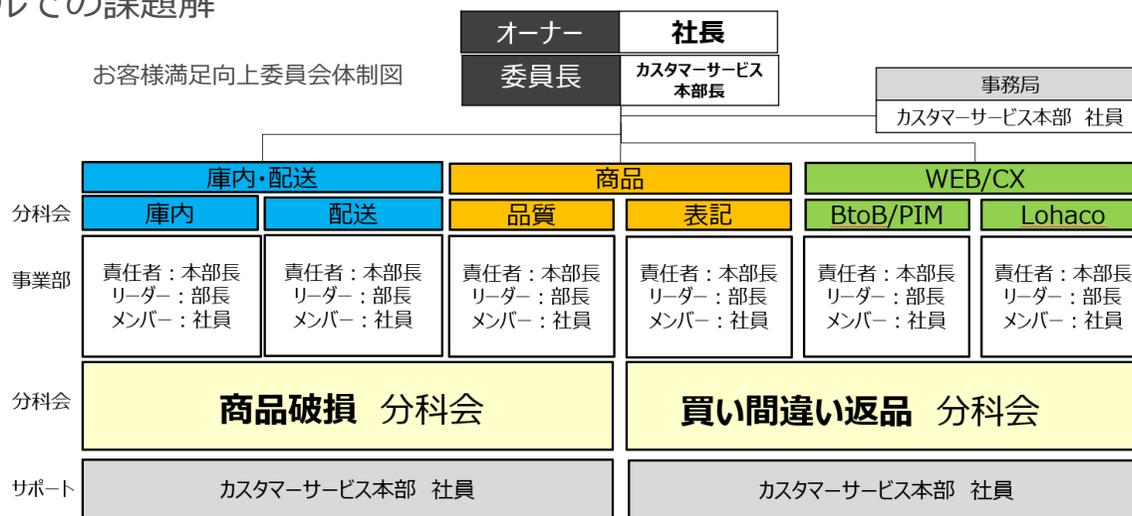


## 「お客様満足向上委員会」による改善活動

アスクルでは、CEOをオーナーとする「お客様満足向上委員会」を2014年から運営し、お客様の声を起点とした改善活動を行っています。全社各部門が有機的・機動的な連携を図り、サービス品質の改善を実行しています。課題ごとに設けられた各分科会の活動を通じて、全社横断的な改善活動への展開、経営レベルでの課題解決につなげています。

### 活動実績

2023年5月期は、前期から取り組んでいる「商品破損」「買い間違い返品」の更なる削減を目標に、改善活動を実施しました。各部門のスペシャリストを集結した分科会では、お客様の声に基づいた現状分析・原因追求・目標設定、対策立案を行い、2024年5月期に向けた対策の実行と効果創出の礎を築くことができました。



## 顧客満足マネジメントシステム/ISO10002自己適合宣言

当社のお客様対応業務プロセスが、顧客満足マネジメントシステムの国際規格「ISO10002」（品質マネジメントー顧客満足一組織における苦情対応のための指針）に適合していることを宣言いたしました。当社は、「お客様対応の基本方針」に掲げております『仕事場とくらしと地球の明日に「うれしい」を届ける。』会社であり続けるように、常にお客様の声に耳を傾け、全社員がお客様の立場に立って自分事として考え進化し続けてまいります。

※ISO10002：ISO（国際標準化機構）が苦情対応のための基本原則や、苦情対応プロセスの手順の指針を示した国際規格です。お客様からお申し出を受けたとき、組織として、どのような姿勢で、どのように対応していくのかを示したものです。



### 自己適合宣言の目的

- 「ISO10002」の規格要求事項を遵守したお客様対応を今後も継続的に実施し、お客様の立場に立って自分事として考え、迅速、誠実、公平、真摯に対応します。
- アスクルのDNA「お客様のために進化する」に基づき、常にお客様の声に耳を傾け、商品、サービスの継続的な改善と進化に取り組みます。

### 活動実績

2023年5月期は、お客様よりいただいたお申し出を商品・サービスの改善・進化につなげる風土醸成のため、お客様対応に関する学習を強化しました。従業員やコンシェルジュサービスコミュニケーター（CSC）向けのeラーニング学習に加え、より深い自社理解のため、顧客志向に関する内容を入社研修に取り入れ、実施しました。また、全従業員が「顧客満足」を考える機会を増やすため、他企業の事例を紹介し、商品・サービスの改善を考える「VOCセミナー」を2回実施しました。

※ VOC：Voice of Customers（お客様の声）

### イメージ違いによって返品廃棄される商品を知る

アスクルでは社員教育のひとつとして、入社時にアスクルサステナブルセンター（旧返品センター）において返品された商品についての研修を実施しています。商品の返品はお客様の本意ではありません。また返品された商品の多くが廃棄処分となっており、環境負荷やコスト面のロスが発生させています。返品された商品が廃棄される場面や直接現場で返品された商品を前に研修実施を行うことにより、商品的には何も問題はないが廃棄せざるを得ない商品を知り、これら価値ある商品を救うためにも、返品削減・廃棄削減の必要性を社員に知ってもらい、あわせて返品された商品だけではなく自部門でもできる環境への取組を行っています。

### 活動実績

商品が返品される理由を考えその改善としてどのようにしたらよいか。実際に返品された商品のほとんどが使える商品であることを知り、しかもその商品が廃棄されている現状を知ってもらいました。このように使用に問題のない商品（資産）をマテリアルとしての環境への還元ではなく価値ある状態での利用を考える研修を実施し、その内容を自部門においてのサステナブルな活動へとつなげています。



コロナ渦の中受講生数が伸び悩んでいましたが、累計500人以上に研修を受けてもらっています。

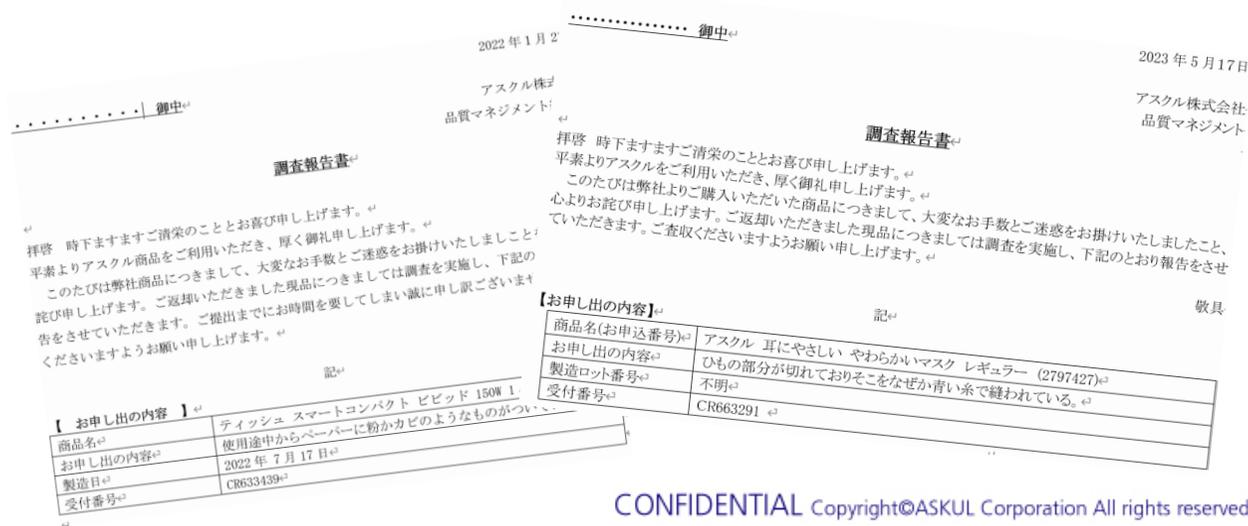
## お客様への商品品質に関する調査報告書の適切な管理

アスクル品質マネジメント部門では商品不良に起因するお客様からの返品について対応をしております。調査報告書については内容を精査し、お客様に信頼して頂けるように努めています。サプライヤ様も私たちも作成には多大なエネルギーが必要ですが、再度、商品やサービスを利用して頂けるチャンスとも捉えております。

### 活動実績

お客様からの調査報告書の提出依頼件数は、2022年6月期～2023年5月期で327件と前年から67件減少しました。お客様への回答を速やかに行いたいと考えておりますが、海外工場への調査などもあり、**平均37.0日**※でした。

※ 入電から報告完了までの日数



オリジナル商品の調査報告書

### AI(「アオイくん」と「マナミさん」)によるお客様とのコミュニケーション

LOHACOでは、2014年より、チャット形式でお客様のお問い合わせに回答する人工知能(AI)型チャットボット「マナミさん」をサイト内に導入し、対応の効率化および省人化を実現すると同時に、スピーディーな対応で、お客様の満足度向上を図っています。また、アスクルWebサイトでは2016年より、チャットボット「アオイくん」を導入。日々の職場でのお困りごとと解決のお手伝いに努めております。アスクルはお客様の仕事の手間の削減と効率化への貢献を目指し、お客様の声に応じた機能進化を進め、すべてのお客様に“便利”を提供しています。

#### 活動実績

2023年5月期の「マナミさん」の対応比率は**前期比117%**、「アオイくん」の対応比率は**前期比105%**でした。また、お客様からご注文をいただいた際にアオイくんが発する「いつもお仕事おつかれさまです」のメッセージについて、お客様からは「癒された」「元気が出た」といった好評のお声を多数いただいております。今後もお客様にたくさんの“便利”と“元気”をお届けできるよう、2人はさらに日々成長し続けています。

#### アオイくん



## 「プロフェッショナルアドバイザー」（商品にまつわるお困りごとを解決する各専門分野の「コンシェルジュ」）の取り組み

アスクルでは、各商品分野に関する専用のお問い合わせ窓口を設けており、お客様からの多岐にわたる専門的なお問い合わせにお答えしています。各商品分野の「プロフェッショナルアドバイザー」たちは、専門的な商品知識の修得にたゆまず励むとともに、商品情報の一元管理とナレッジツールやAIの活用など、様々なテクノロジーツールも活用しながら、お客様のご不便の解消と満足度の向上に努めております。



### 活動実績

「プロフェッショナルアドバイザー」は、商品にまつわるお困りごとを解決する各専門分野の「コンシェルジュ」として、毎日お客様からのお問い合わせにお答えしており、商品のお探いや商品の仕様確認に対して、商品のプロフェッショナルとしての商品提案やアドバイスを行っております。2023年5月期では、よりお客様に満足いただくための提案ができるよう「専門知識が求められる商材の勉強会の開催」や「商品知識テストの実施」など研鑽の場を毎月設けました。また「お客様への寄り添いのマインド研修」を在籍1年以上のメンバーに実施し、さらなる育成、対応品質の向上に努めました。

#### やさしさ・寄り添いとは

- ホスピタリティ**  
相手に喜んでいただくことを対価として考える。  
『お客様に喜んでもらえることが嬉しい。』そのような気持ちで電話の対応をしましょう。
- 誠実な対応**  
真剣にそのお客様に向き合う。考える、そうすることで自然と声の表情も変わります。
- お客様の知りたいこと・気持ち・状況を察して汲み取る**  
「この方は私の言いたいことをわかってきている」と感じてもらえるような対応がベストです。  
質問されたことと文字通り受け取るのではなく、お客様は今のどのような問題を抱えていて、何を知りたいと思っているのかを考えながら対応する必要があります。  
お困り事を一緒に解決していく姿勢で接することや、お客様の言葉を伝えることが大切です。
- 簡潔、簡明、明確**  
お客様は貴重な時間を割いてお問い合わせをされています。  
できる限り丁寧な説明で理解できるように努めましょう。  
わかりやすいことが重要です。
- 提案力**  
対応できないにしても上手に代替案を提案すれば喜んでいただけます。  
「申し訳ございませんが、アスクルでお取り扱いがございません。」  
別メーカーで同等品が商品をお調べいたしますかがいでしょうか。/など  
お客様がお問い合わせした商品に関する提案が重要です。

#### クレーム（ご意見）の対応ポイント★

対応の流れ

- お客様の「心情を理解してクレーム（ご意見）をよく聴く、迅速に行動する
- 何が問題になっているのか「事実を確認」する
- 問題の解決策や代替案などの「解決策を提示」する  
※「クレーム（ご意見）」への「お返事」を、状況報告をする

- 心情理解・お詫言**  
「申し訳ございません。」のお詫言だけではなく、  
心情理解を踏まえた上でお詫言をするのが大切です。  
「ご不便をおかけいたしました。大変申し訳ございません。」  
「大変お返りでございますね。誠に申し訳ございません。」  
「ご不便をお詫言させていただきます。誠に申し訳ございません。」
- 原因・事実確認**  
「不具合状況（状態）を詳しく教えてくださいませんか。」
- 代替案・解決策の提示**  
「商品の交換、もしくはご返品承りますかいかがでしょうか。」  
「代わりにあります他の同等商品をお探しいたしますかがいでしょうか。」
- 再度のお詫言・感謝**  
「この度は不具合をおかけしました。重ねてお詫言いたします。」  
また、本日は貴重なご意見をありがとうございました。」

■対応時間について  
お返事には遅延などが発生した場合、  
お詫言の「すでに」「おちほど」「後日」といった曖昧な表現はなるべく使わない。  
※時間の感覚は個人差があるので、  
できるだけ具体的な時間、日にも目安をお伝えください。

**困難な状況の際は速やかに管理者へエスカレーションしよう！**

## エージェント向けオンライン研修会の実施

エージェントとは、アスクルのBtoB事業における担当販売店であり、お客様との直接的な接点となります。エージェントの知見や経験を向上させ、アスクル本部が目指す方向を情報共有することで、お客様へのサービスレベル、情報提供の質の向上をはかり、お客様の満足度向上を高いレベルで目指しております。なお、現在はeラーニングシステムを有効に活用した研修、動画コンテンツの企画・配信を行い、お客様との接点を担うエージェントの総合的な提案力・解決力の向上に取り組んでおります。

### eラーニング研修講座

期間：2022年5月21日～2023年5月20日

提供講座数：40講座

受講エージェント数：487社

受講者数：1,219名

受講回数：13,900回



### 動画配信

期間：2022年12月7日～2023年1月19日

タイトル：「アスクル成長戦略 新アスクルWebサイト 今後の計画」

視聴エージェント数：189社

視聴者数：323名



## アスクルオリジナル商品の環境対応



アスクル  
コピー用紙  
マルチペーパー  
スーパーエコノミー+



# Matakul

- ・クリアホルダーからつくったクリアホルダー
- ・クリアホルダーからつくったジェットストリームボールペン
- ・クリアホルダーからつくったブリックス ペン立て
- ・クリアホルダーからつくったブリックス 小物入れ

### アスクルオリジナル商品とは

アスクルのオリジナル商品は、お客様の声から生まれます。お客様のお困りごとや本当に必要とされる機能やデザインは何か？ お客様に直接おうかがいすることもあれば、データを分析して商品開発につなげます。価格、品質、環境配慮、デザインなど、お客様にトータルでご満足いただけることを目指しています。

### 環境対応

社会における環境対応ニーズに応える為、「アスクル環境視点」項目を定め、積極的に環境配慮商品の開発・改良に取り組んでいます。「容器包装」「商品本体」「仕組み」といった視点で、原材料や設計といった項目を設け、商品開発時にできる限り環境に配慮するように取り組んでいます。

### 商品紹介

2022年12月には独自に構築した「使用済みクリアホルダー回収リサイクルスキーム」に則り、広く国内の事業所より使用済みクリアホルダーの提供を受け、分別・再資源化し、製品化を実現。新PBシリーズ「Matakul（マタクル）」として4商品を発売した。「使い捨て」が前提ではない「長く使える」（循環可能な）商材を選定の上、商品化を進めます。（P25にも掲載）



LOHACO OUTLET Go Ethical 廃棄することなく、お得に未来へつなげる



### アウトレットとは

掘り出し物が見つかる「企業の商品廃棄ゼロ活動を支援し、お客様が50%くらいお得なお買い物で喜んでいただきながら、もっとも環境負荷が少なく、もっとも効率的なお買い物ができる」エコプラットフォームを提供しています。

### Go Ethicalの取り組み

社会課題である商品廃棄ゼロを目標に、メーカーと協業して、商慣習やブランド価値保護のために廃棄していた商品を、消費者に廃棄することなく販売する取り組み。商品の購入を通して消費者と、廃棄物を減らしたい事業者を繋ぎ、社会的な廃棄ロスの解決を目指しています。

### 活動実績

- 2019年 取り組みスタート
- 2022年10月 **グッドデザイン賞受賞**
- 2023年1月 消費者庁主催 消費者志向優良事例にて他20社様と連名で**消費者庁長官賞受賞**
- 2023年5月20日時点での廃棄削減数  
876,157個削減
- ※ 2021年5月21日以降に販売した「Goエシカル」対象商品の販売数量を、出荷実績をもとに集計したものです。

## アスクルサステナブルセンターなどを活用して廃棄を削減

●返品受付業務を行うアスクル関東サステナブルセンターの様子



### 返品された商品の良品化

お客様から返品された商品がアスクルサステナブルセンター(旧返品センター)に集められ、外装に少しの汚れや凹みがあるだけで品物自体は良品な商品は各サプライヤー様と協力し良品化を行ったり、良品化できない商品、在庫保管中に外装箱の汚れや凹みを発生させてしまった商品、食品ロス問題の対策として賞味期限が短くなった商品を「わけあり品」として特別価格でご提供することで商品廃棄の削減を行っています。

### 廃棄率の説明

廃棄率(%)

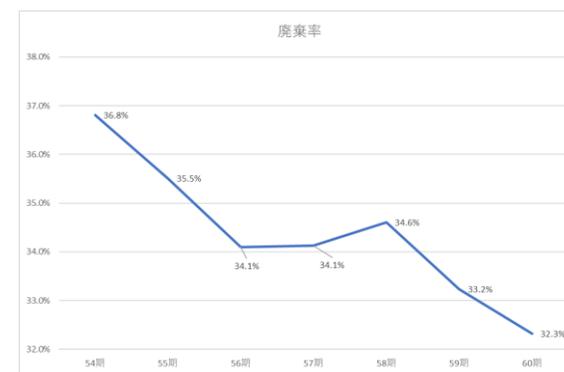
廃棄金額÷(廃棄金額+非廃棄金額)

[非廃棄金額とは]

下記2つの合計値

- ①良品化した商品
- ②わけあり品としてwebのわけあり品ページに掲載対象の商品

### 廃棄率の推移



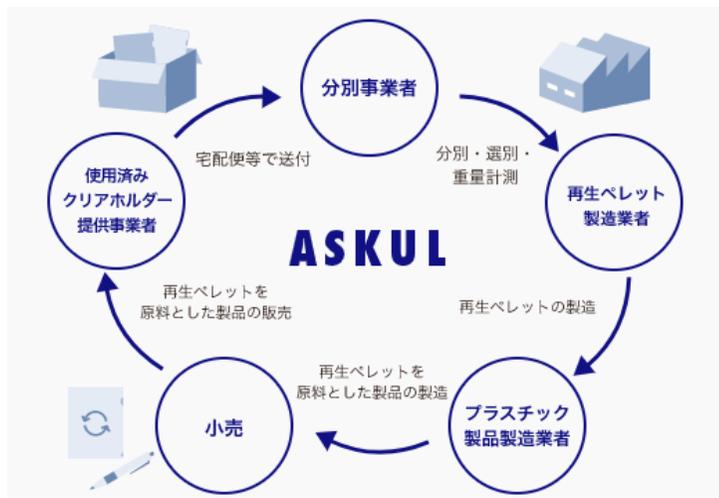
直近3年 58期(2021年) : 34.6%  
 59期(2022年) : 33.2%  
 60期(2023年3月度まで) : **32.3%**

## アスクル資源循環プラットフォーム（クリアホルダー）

資源の有効利用、プラスチックごみの削減、海洋生物保護を目的として環境省「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」に基づき、令和2年度～3年度において単一素材、同一形状のクリアホルダーを回収し再資源化する実証事業を行ってきました。

その後令和4年4月から「アスクル資源循環プラットフォーム」として継続して使用済みクリアホルダーの資源循環に取り組んでいます。

商品の設計・企画から製造、販売、使用後の再資源化、再商品化にいたるまでの商品ライフサイクル全体を通じ、バリューチェーン上のあらゆる主体と連携し、資源循環の取り組みを促進していきます。



### 使用済みクリアホルダーの回収実績

- ①提供事業者数：1,289社
- ②回収量：114.7トン
- ③再資源化率：99%

期間：2021年1月～2023年4月

※実証実験期間中を含みます。

### 使用済みクリアホルダーから再商品化「Matakul」

提供された使用済みクリアホルダーを分別・再資源化し、製品化を実現。第一弾として、オフィスで使用できる4商品\*を新PBシリーズ「Matakul（マタクル）」として2022年12月に販売開始しました。

\*ポストコンシューマー材（消費者によって使用された材料）の再生プラスチックを100%原料としています。（ジェットストリームボールペンは軸本体のみ、ブリックスペン立て、小物入れは着色剤を除く）



アスクルは利便性向上と環境優位性の両面を常にセットで考え、環境負荷の少ない商品の販売・配送サービスをご提供してきました。今もこれからもアスクルはサステナブルなラストワンマイル配送を実現します。

### ECO-TURN配送

2009年より『ECO-TURN（エコターン）配送』を開始し、緩衝材やダンボール等の梱包資材の使用量を削減する取り組みを行っています。

商品を再利用可能な折りたたみコンテナでお届けし、それらを回収して再び商品のお届けに使用する仕組みです。今後できるだけ無駄な梱包資材を使わないお届け方法を推進していきます。



### 置き場所指定配送

新型コロナウイルス感染症やテレワーク等の働き方の変化に伴い、非対面・非接触での受取ニーズが拡大したため、2021年より『置き場所指定配送サービス』を開始しました。

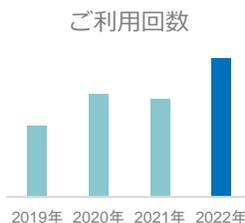
今後もお客様のニーズに応えた環境負荷の低い、多様な受取方法や配送サービスを推進していきます。



置き場所指定配送

### とりまとめ配送（小口まとめ配送）

2019年より『とりまとめ配送サービス』を開始し、配送個数を抑え、CO2排出量を削減する取り組みを行っています。ご注文時に『（複数個口で）早いものから順次お届けする』か『時間がかかってもまとめてお届けする』が選択できる仕組みとなっており、2022年には延べ45万回と多くのお客様にご利用いただきました。



### 電気自動車の利用

アスクルでは2016年から環境に配慮したCO2排出量ゼロの電気自動車の導入を進めており、2022年5月時点で合計20台のEV車を導入しています。

2030年までに物流センターからお客様にお届けするラストワンマイルの車両（グループ会社所有またはリース）を100%EV化することをゴールにしています。



電気自動車（EV）の導入