

消費者志向経営
フォローアップ報告書
(2024年5月21日～2025年5月20日)

2025年9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。

I. みんなの声を聴き、かついかすこと	生活者の視点を第一に考えたCB商品の開発	3
	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	4
	お客様の声を全社員が閲覧できる「VOCポータル」	5
	VOC活動によるお客様志向の醸成	6
	「ASKUL CS Week」の取り組み	7
	「品質KPI」と「お客様の声」のモニタリング	8
	「品質マネジメント委員会」による品質改善の促進	9
	顧客満足マネジメントシステム/ISO10002自己適合宣言	10
	AIによるお客様とのコミュニケーション	11
	お客様への商品品質に関する調査報告書の適切な管理	12
	アスクルオリジナル商品の環境対応	13
	対馬市SDGsスタディツアー	14
II. 未来・次世代のために取り組むこと	Go Ethical 商品廃棄ロス削減の取り組み	15
	いい明日がくる展 「よりよい未来=いい明日」をパートナー企業と共創提案	16
	アスクル環境スコア	17
	アスクル資源循環プラットフォーム（クリアホルダー）	18
	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	19
	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	20
	アスクルのマテリアリティ（重要課題）	21
III. 法令の遵守／コーポレートガバナンスを強化すること	エージェント向けオンライン研修会の実施	22
	消費生活アドバイザー資格取得推進の取り組み	23
	情報セキュリティへの取り組み	24
	ASKUL WAY実現に向けた全社員への継続的活動	25
	リスク・コンプライアンス委員会	26
	コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方	27

生活者の視点を第一に考えたCB商品の開発



カゴメ
トマトジュース 食塩無添加 200ml
デザインBOX 無塩 1箱(30本入)



花王
【職場のロリエ】ロリエスリムガード 昼用 羽つき
20.5cm 8個(28枚×8) + オリジナルBOXセット

CB商品とは

CB商品（コンシューマーブランド商品）とは生活者の視点を第一に考えた商品のことを指すアスクルの造語です。暮らしや仕事場の変化に適したお悩み・課題解決、サステナブル、デザインを軸に各メーカーと協同で商品開発を行っています。中でも店頭では目立つ事が重視されがちなデザインは、毎日の生活になじむようにデザインし支持を得ています。

販売した商品

体験イベント「いい明日（あす）がくる展2024秋」ではメーカー47社とコラボし、会場で59商品、WEBではさらに5商品を追加した、計64商品を紹介しました。コロナ渦を機にビジネス環境が多様化したことで、オンとオフの境界線が曖昧になり、仕事場や暮らしのニーズは変化しました。CB商品では、仕事場や暮らしでの課題を解決する商品を取り揃えます。

商品紹介

カゴメのトマトジュースは、縦でも横でも置ける収納しやすい段ボール外装。「くらしになじむ」デザインは成熟したトマトのみずみずしさを表現しています。段ボールをめくっていくと内側ではトマトが種から育っていく様子を楽しめるようにしました。職場のロリエはトイレトペーパーと同じように生理用品も職場に備品化することで安心して働ける職場づくりを目指すスターターセットです。オリジナルのBOX、シール、メッセージカードが付属しています。災害時の備蓄としてもおすすめできる商品です。

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



お客様の声が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、お客様の声が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3,000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います。

活動実績

2025年5月期は、「ご意見ダイジェスト」「商品リクエスト」「Xダイジェスト」「お客様から届いた感謝の声」等を約250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。「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、カテゴリー別・販売チャネル別などさまざまな切り口で定量的・視覚的に掲載し、全社員がいつでも閲覧できるデータベースを設け、様々な商品・サービスの改善・進化に活用されています。

※ VOC : Voice of Customers (お客様の声)

活動実績

「VOCポータル」には、お客様の声を「お問い合わせ」「ご意見・商品リクエスト」「商品レビュー」「返品実績」「X (旧Twitter)」のデータごとに週次・月次で更新し、掲載しました。



VOC活動によるお客様志向の醸成

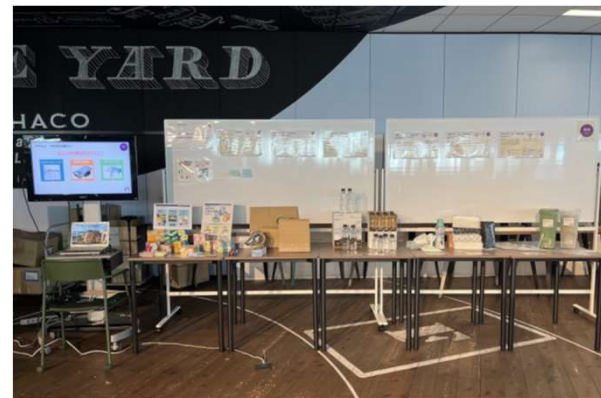
アスクル基本方針の中に掲げている「お客様のために進化する」というDNAを従業員一人ひとりが体現するため、VOC活動を強化しています。

お客様にさらに満足いただける商品・サービスを提供できるよう、お客様から寄せられたご意見や励ましの声を全社へ発信し、また、お客様志向の活動事例を紹介することで従業員一人ひとりがお客様志向を深め、行動に移すきっかけづくりをしています。

活動実績

2025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、12月度を「お客様志向月間」と位置づけ、「お客様の声を聴く会」「五感で体感するVOC MUSEUM」などのイベントを実施し、全従業員が「顧客満足」について考える機会を創出しました。

また、2022年にスタートした商品・サービスへのVOC活用事例を他企業の方に講演いただく「VOCセミナー」も継続して開催しています。



「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

2025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、105名の永年勤続表彰を行いました。参加したCSCからは「毎年このイベントが楽しみ」「励みになる」「永く働きたいと思える企画だ」など喜びの声が多数上がっており、盛況に終わりました。

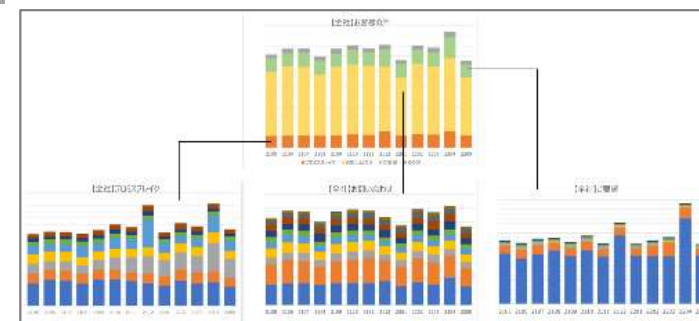


「品質KPI」と「お客様の声」のモニタリング

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

2025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を通じて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		
ASKUL	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

売場			庫内		配送			問合せ		
LOHACO	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います。

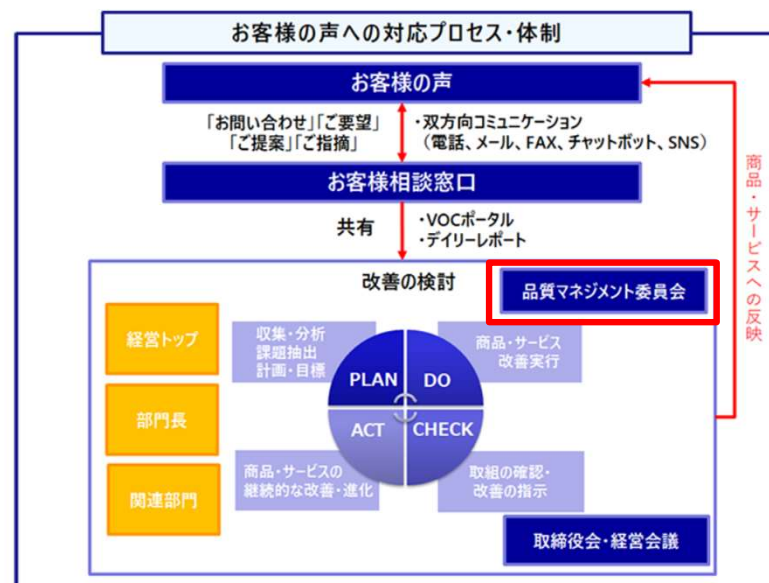
日々寄せられるご指摘やご意見などの「お客様の声」を月次で社長をはじめ経営層や関係部門長へ報告・共有し、商品・サービスの進化について議論しています。

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います。

活動実績

「品質が伴わない企業の永続的な成長はない」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。2025年5月期は11回開催し、14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



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

アスクルお客様サービスデスクへお問い合わせいただいたお客様に應對満足調査を行い、特に苦情に関わる内容から浮き彫りになった課題の発生要因を調べ、品質改善に向けた対策を行いました。

また、ISO10002自己適合宣言以降、全従業員ならびにお客様対応に携わるコミュニケーターに向けたISO10002の研修を実施しており、2025年5月期は約1,400名が受講しました。

※ VOC : Voice of Customers（お客様の声）

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AIチャットボット「マナミさん」を、アスクルWebサイトでは2016年より「アオイくん」を導入しました。

チャットボット導入により、お客様にとってはお問い合わせの手間の削減とスピーディーな課題解決、当社にとっては対応の効率化と省人化を実現しています。

これからもお客様の利便性向上と、当社の生産性向上の両立を図ってまいります。

活動実績

2025年5月期のお問い合わせ対応におけるチャットボットの構成比は「マナミさん」が48%、「アオイくん」が45%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



商品不良に関するお客様への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

商品不良に関するお客様からの調査の依頼件数は、2024年6月期～2025年5月期の一年間で299件でした。この299件すべての依頼についてサプライヤーに対して調査を実施し、お客様に調査報告書として書面にて報告を行いました。それぞれのお申し出内容に関して出来るだけ早期に、且つ分かりやすい表現を心がけ、原因と対策を記述しております。

アスクルオリジナル商品の環境対応



Mineral Water mira-tera(ミラ・テラ)
330ml 1箱 (18本入)



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

“脱ペットボトル”を望むニーズに応え開発された紙パック入りのミネラルウォーターです。会議・商談・接客時などあらゆるビジネスシーンで欠かせない小型サイズのミネラルウォーターを飲み切りやすい330mlのサイズで商品化。本商品は 明るい未来を照らす をテーマに「mira tera」と名付け、気候変動への負荷が低い再生可能な紙パックを使用しています。さらに、物流効率を考慮した設計で紙パックでもお求めやすい価格を実現。お客様調査でヒントを得た「購入しやすい金額」「デザイン性」「軟水」を包含した商品となっている。

(※) FSC®認証は、世界に責任ある森林管理を広めるための森林認証制度です。

対馬市SDGsスタディツアー



日本のサステナビリティにおける課題の縮図が対馬となっている。

- ・国内外からの海洋ゴミの漂着をはじめとする国際的な社会問題の被害
- ・環境の変化に伴う固有生物の絶滅危惧による生物多様性へのリスク
- ・人口減少に伴う社会問題解決のパワー不足

対馬を絶好の学びの場所と捉え、以下の目的達成を図る。

- ・目的1：企業としてアスクルがマテリアリティを中心に社会課題に取り組む必要性についてリアルな体験を通して体感する。
- ・目的2：海洋ゴミ漂着、気候変動による海洋状況変化等を体感し、各自の業務を通じたサステナビリティ活動を検討、開始するきっかけとする。

日程・参加人数

- ①2024年10月24日（木）～10月26日（土） 8名
- ②2024年11月14日（木）～11月16日（土） 8名

海岸清掃実施結果（海ごみ回収重量）

ツアー	海岸	回収量	内訳
①10月	赤島	8㎡	発泡スチロール、廃プラ（ブイ、ポリタンク、ペットボトル等）
②11月	志多留海岸	11.5㎡	発砲スチロール、ペットボトル

商品売上を通じた対馬市への支援・寄付

1,229,762円

※2021年2月21日～2025年2月20日集計分



うみをまもるレジ袋



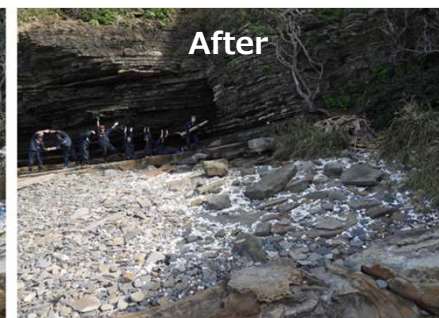
やさしいバスケット
／リングスター



連結ワンハンドパール
／リス



Before



After

Go Ethical outlet 商品廃棄ロス削減の取り組み



Go Ethicalの取り組み

ブランド価値の保護や商習慣といった理由から、これまで品質に問題のない商品がメーカー側で廃棄されてきました。そうした商品に、「安さ」だけでなく「廃棄削減」の視点を加え、消費者にお得な価格で提供する取り組み。

賛同企業様やお客様と共に、廃棄ロスのない社会の実現を目指し、2019年に1社から始まったこの活動は、現在85社まで拡大。

活動実績

- ・2019年11月 BtoC(LOHACO) で取り組みスタート
- ・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9月 BtoB(ASKUL)でも取り組み開始

* 2025年5月20日時点での累計廃棄削減数 2,445,721個

* 2021年5月21日以降にLOHACOで販売した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。

いい明日がくる展 「よりよい未来＝いい明日」をパートナー企業と共創提案



いい明日がくる展の取り組み

アスクル・LOHACOがパートナー企業と共に、仕事場やくらしの悩み、社会課題の解決につながる「いい明日をつくる商品・サービス」をご紹介しますイベント。パートナー企業との商品開発や共創を通じて、時代や環境の変化に合わせた価値ある商品やサービスを提案。多様化する働き方や暮らしに寄り添いながら、「なぜそれを選ぶのか」を考えるきっかけを提供します。イベントを通して、くらし・仕事場・環境・社会のすべてにより良い循環を生み出すことを目指しています。

活動実績

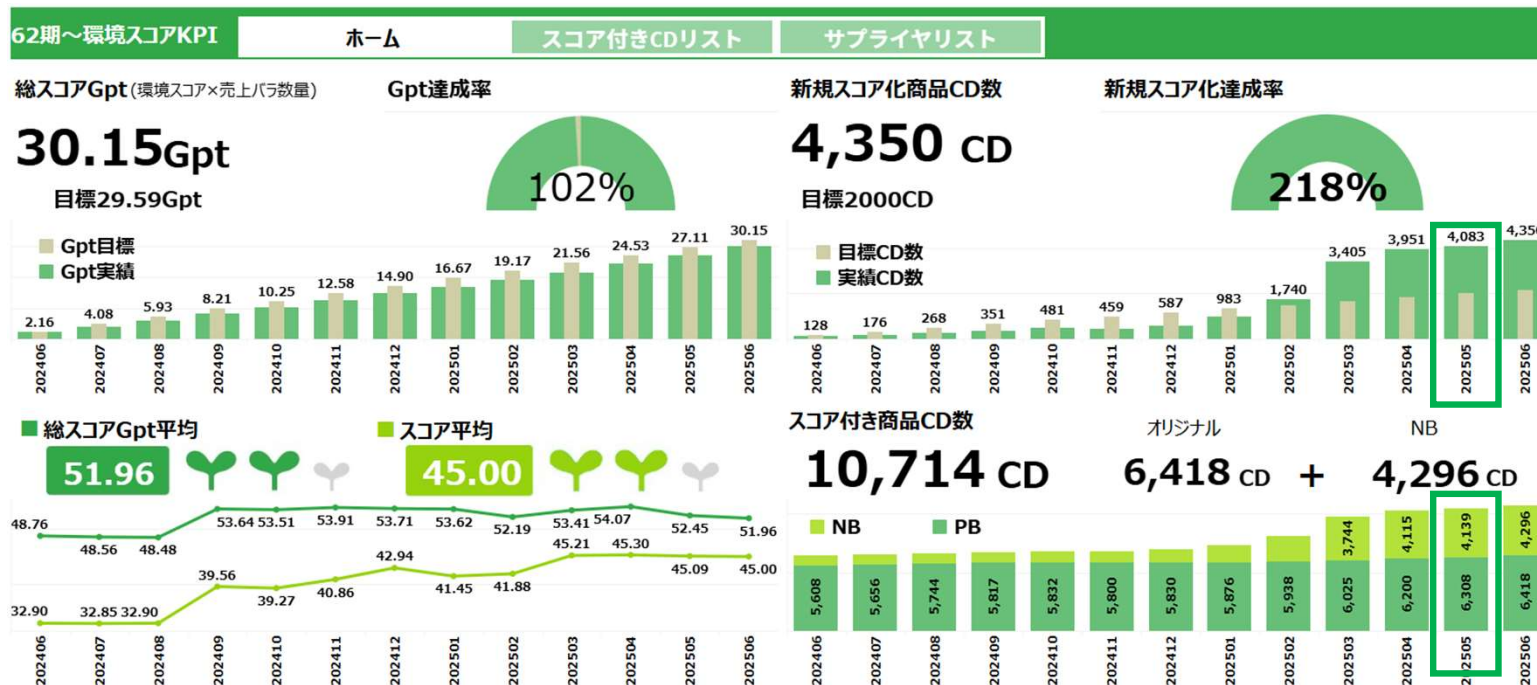
「いい明日がくる展」は、2024年11月に5年ぶりとなるリアル開催を実施。

二子玉川ライズを会場に、47社のパートナー企業とともに、オリジナル商品や限定商品など計64商品を紹介。仕事場・くらしにまつわる体験型展示やサンプル配布、ワークショップを通じて、約8,700名の来場者が“よりよい明日”を考えるきっかけとなりました。

テーマは「デザイン」から「よりよい未来」へ、ターゲットも「くらし」から「仕事場とくらし」へと進化。社会課題解決に向けた共創の場として多くの反響をいただきました。

次回開催は2026年5月末を予定しています。より一層の共感・発信・体験の場を目指して準備を進めてまいります。

アスクル環境スコア



アスクル商品環境基準

「脱炭素」「省資源・資源循環」「生物多様性の保全」をターゲットにした、30項目からなる基準。「容器包装」「商品本体」「しくみ」の大きく3分類に分けられます。その評価結果が「アスクル商品環境スコア」として点数化されます。また、点数により葉の枚数を1枚から3枚に区分して見える化も行っております(下図参照)。

アスクル商品環境スコア **45**

NB商品への展開

2023年10月よりNB商品のスコア化を進めております。徐々に賛同頂ける取引先も増え、2025年5月には約50社・4,000アイテムを超えました。現在、スコア化商品は、オリジナル商品と合わせて、10,000アイテムを超えております。期初、スコア化商品数について+2000アイテムを目標としていましたが、4,085アイテム追加することができ、達成率204%となりました。

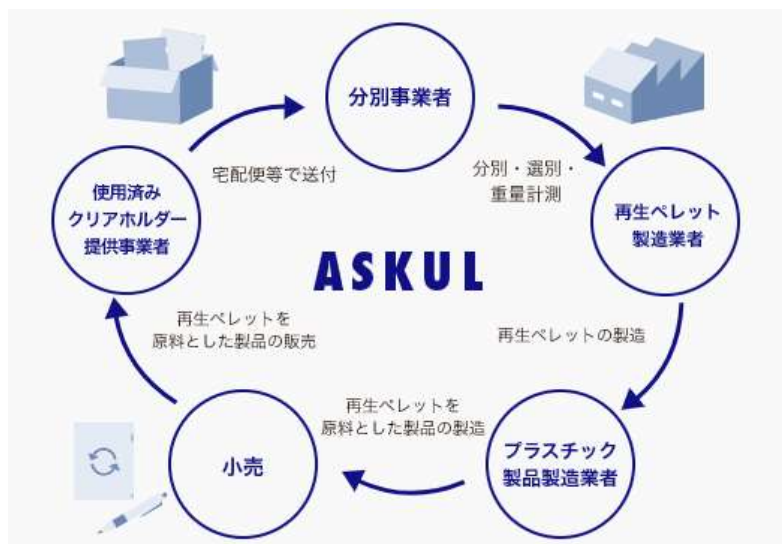
部門を超えて

NB商品のスコア化は、担当部門だけの努力だけではなく、商品採用部門であるマーチャндаイザーが取引先に主旨を説明し賛同頂くために努力して頂きました。事前に商品環境部門で商品環境基準の評価を実施し、取引先に確認して頂く方法も功を奏したと考えています。

ウェブでの情報拡充

当初、アスクル商品環境スコアは、点数を商品ウェブページに記載しておりました。2024年5月にはアスクル商品環境基準30項目を9つのグループに集約し、アスクル商品環境スコアの下部に掲載するようにしました。これにより、どのような取組で加点をしているのか、お客様も理解しやすくなりました。また、2025年2月には商品比較欄にスコア表記するようになり、環境配慮商品を選択しやすくなりました。

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

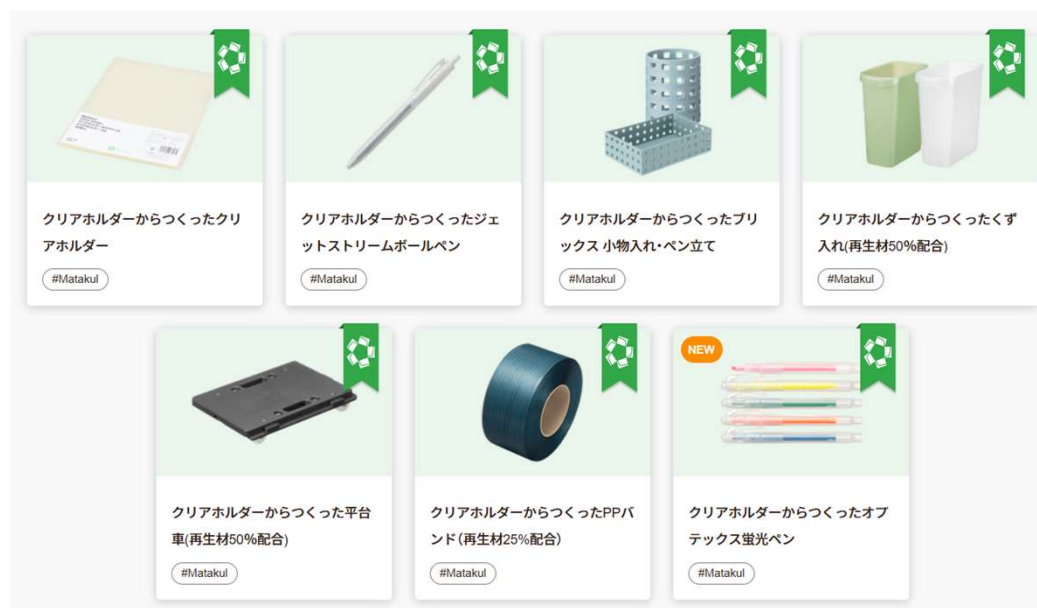
①提供事業者数：3,303社 ②回収量：301トン ③再資源化率：98%

期間：2021年1月～2025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したアスクルオリジナル商品シリーズ「Matakul」

提供された使用済みクリアホルダーを分別・再資源化したアスクルオリジナル商品「Matakul（マタクル）」を2022年12月より販売しています。

2024年6月～2025年5月の期間では、平台車、PPバンド、蛍光ペン、ルーパーファイルなどがラインナップに加わりました。



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。

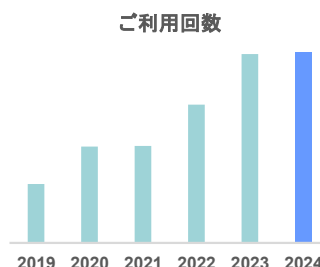
今後お客様のニーズに応えた環境負荷の低い、多様な受取方法や配送サービスを推進していきます。



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『時間がかかってまとめてお届けする』が選択できる仕組みとなっており、2024年には延べ75万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

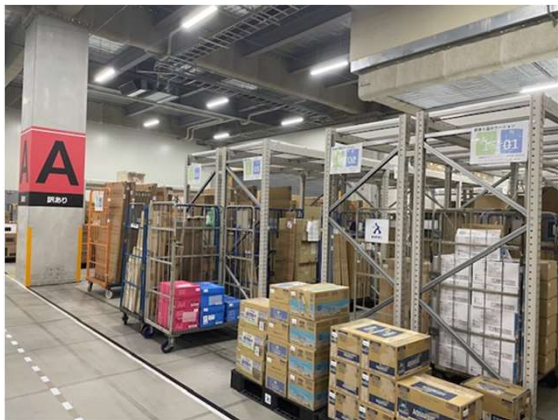
アスクルでは2016年から環境に配慮したCO2排出量ゼロの電気自動車の導入を進めており、2024年5月時点で合計32台のEV車を導入しています。

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。



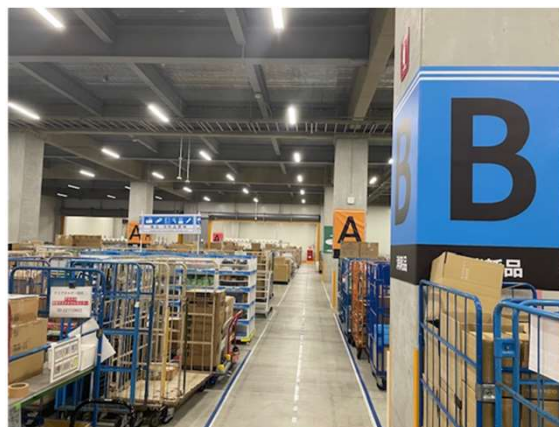
電気自動車（EV）の導入

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、食品口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(%)

$\text{廃棄率}(\%) = \frac{\text{廃棄金額}}{\text{廃棄金額} + \text{非廃棄金額}}$

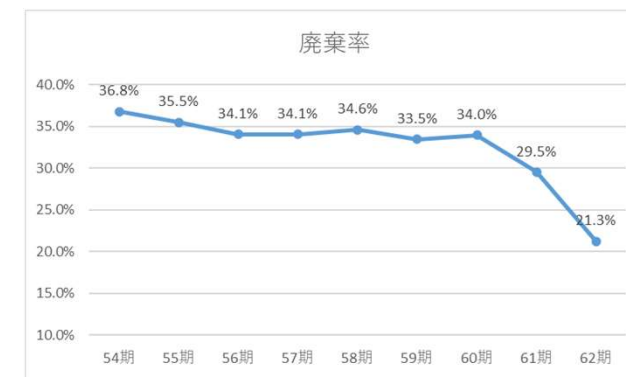
[非廃棄金額とは]

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5年

- 58期(2021年) : 34.6%
- 59期(2022年) : 33.5%
- 60期(2023年) : 34.0%
- 61期(2024年) : 29.5%
- 62期(2025年) : 21.3%

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。詳しくは統合報告書にてご確認ください。

[統合報告書「ASKUL Report 2024」マテリアリティ（重要課題）・KPI一覧](#)

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います。

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います。

直近では環境にまつわる情報共有なども実施することで、アスクルの環境活動について知っていただくきっかけとなっています。

eラーニング研修講座

期間：2024年5月21日～2025年5月20日

提供講座数：16講座

受講エージェント数：186社

受講者数：329名

受講回数：789回



動画配信

期間：2025年3月21日～

タイトル：「【お知らせ】ASKUL 3月度トピックス」



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、現場において消費者志向経営を実践するための幅広い（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、2022年度より社員の「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

2024年度は支援により3名の合格者を出すことができ、有資格者は現在計13名となりました。

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、お客様対応をはじめ、各種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



消費生活アドバイザー資格試験にチャレンジ!!

① 受験者支援サイトはこちらから → 「受験者支援サイト」

消費生活アドバイザー制度とは

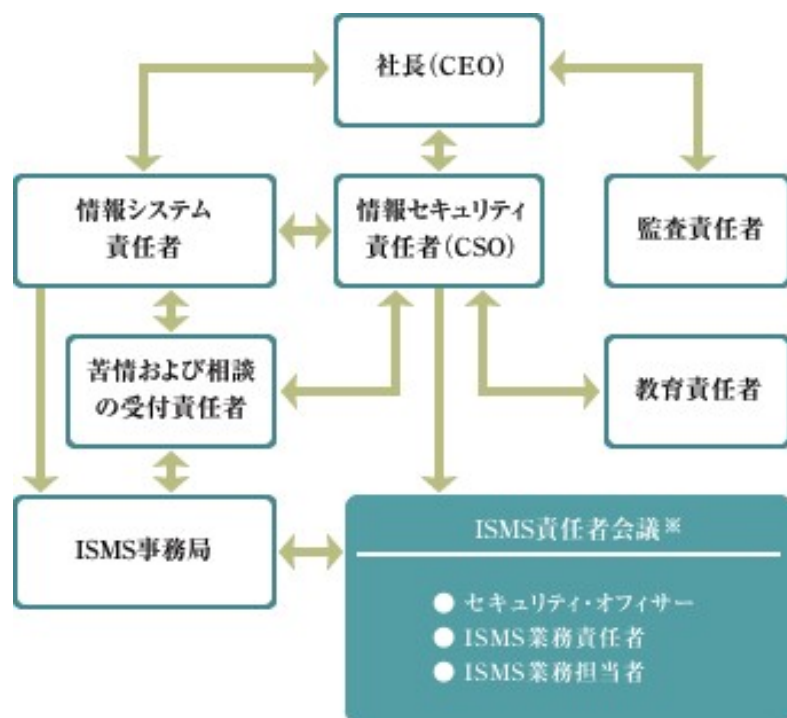
消費生活アドバイザー資格は内閣総理大臣及び経済産業大臣の事業認定資格です。本資格制度は、消費者と企業や行政の架け橋として、消費者からの提案や意見を企業経営ならびに行政等への提言に効果的に反映させるとともに、消費者の苦情相談等に対して迅速かつ適切なアドバイスが実施できるなど、幅広い分野で社会貢献を果たす人材を養成することを目的としています。

※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）

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。

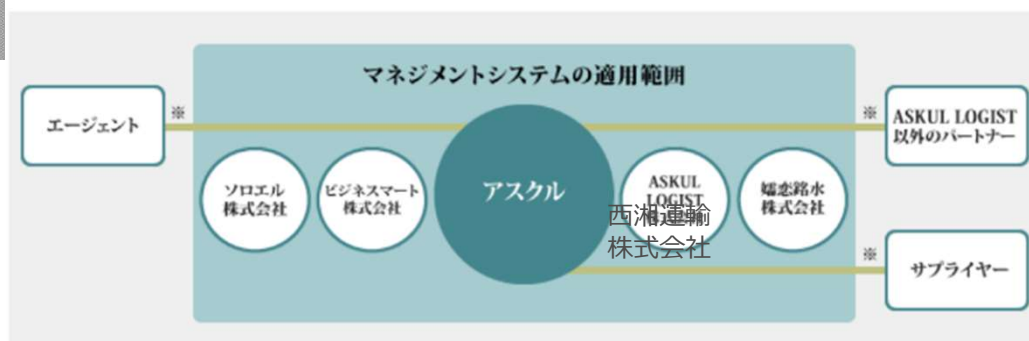


セキュリティ教育・従業員への啓発の実施

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情報セキュリ
ティや個人情報保護に関する教育を行っています。また、年に1度e-ラーニ
ング（3,478名）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や動画を毎月配信、標
的型攻撃メールを想定した訓練（2回実施）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、アスクルグループでISO27001（情報セキュリティ）の認証を取
得しており、グループ会社を追加し認証範囲を拡大しました。



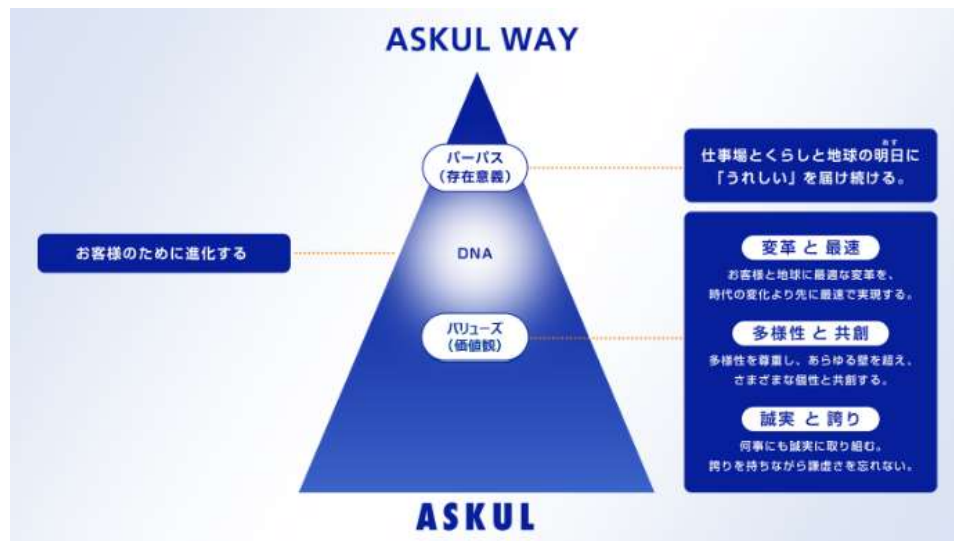
ASKUL WAY実現に向けた全社員への継続的活動

【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めます

・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。

「エシカルeコマース」を目指し、取り組みを実施

アスクルは2024年11月、リアルイベント「いい明日がくる展」を開催しました。社会課題の解決につながる商品やサービスを、来場者に直接紹介・体験いただく機会としました。

展示では、パートナー企業と共同開発した「いい明日をつくる商品」59点を紹介し、POP UP STOREでの販売や体験型ワークショップ、親子向けクイズラリーなどを通じて、消費者との共感形成を図りました。入場無料で誰でも参加可能なイベントとして、幅広い層の来場者にアスクルの取り組みを伝える場となりました。

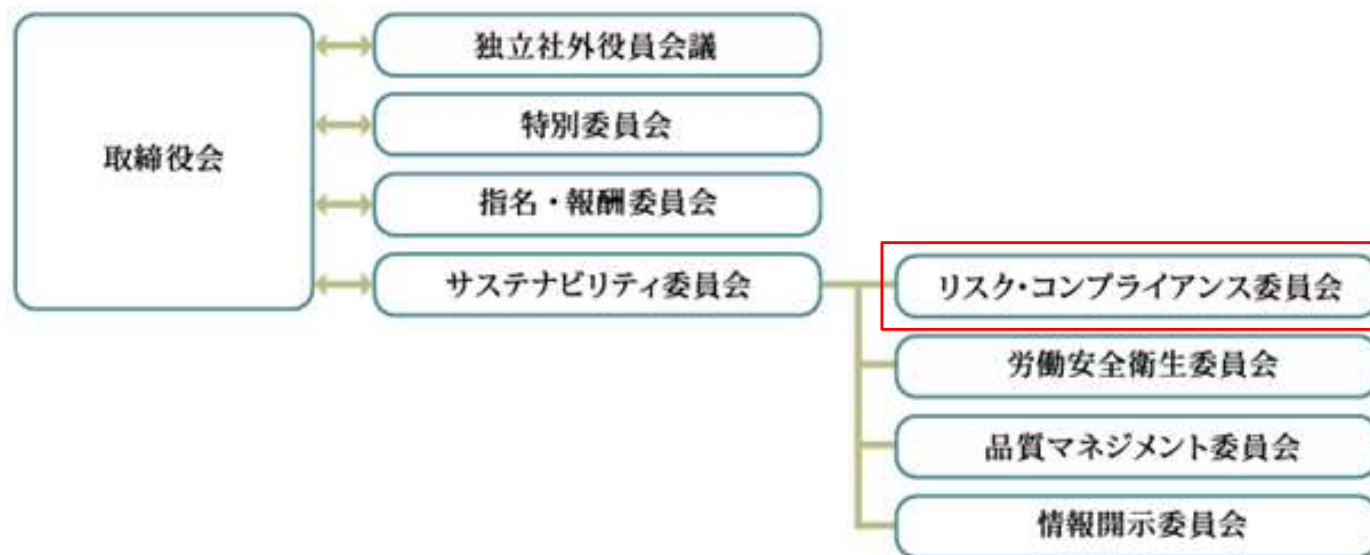
リスク・コンプライアンス委員会

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おります。

2025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・果断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