

# ASKUL

Environmental Report 2009 Vol.8

アスクル環境報告書

2009年5月期

循環型  
ごみゼロ  
配送

## “ECO-TURN”

〈 読み方/エコターン 〉

2009年4月8日、  
「ごみゼロ」を目指す  
循環型配送  
“ECO-TURN”  
はじめました。



# 目次

---

Chapter 1 Page 1

---

## トップメッセージ

---

Chapter 2 Page 2

---

2009年5月期

## アスクルが掲げる 最重要課題

---

Chapter 3 Page 4

---

## エコプラットフォームと 「5つの約束」

---

Chapter 4 Page 6

---

## 鼎談／ 新たな時代の 社会最適、 そして環境最適を 目指して

岩田彰一郎×宮田秀明×森下 研

---

Chapter 5 Page 10

---

## SOLOEL事業の 環境効果

---

Chapter 6 Page 12

---

## 環境方針と フレームワーク

---

Chapter 7 Page 14

---

データ集

## アスクル全体の 環境パフォーマンス

---

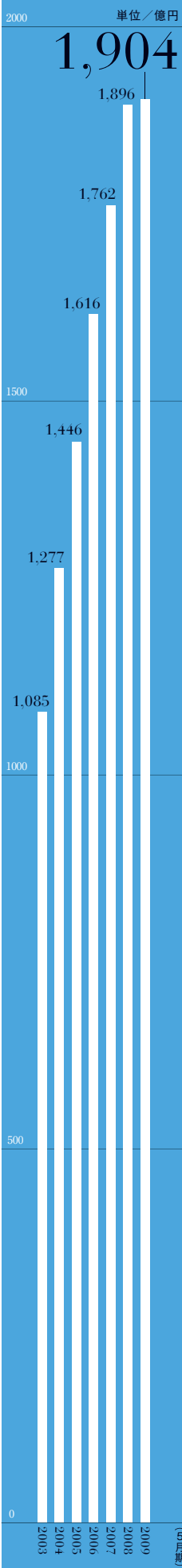
Chapter 8 Page 16

---

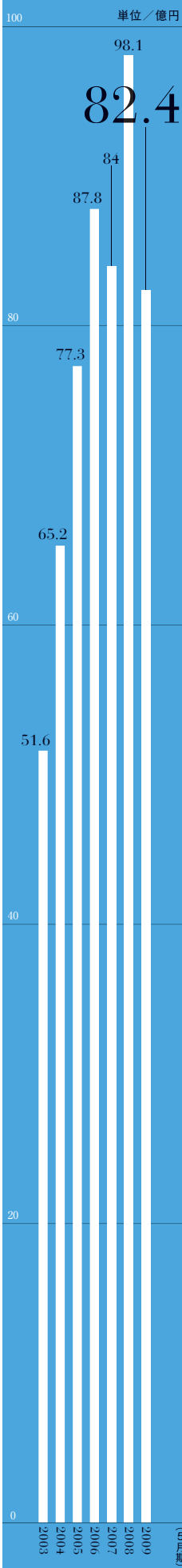
より詳しい環境情報を掲載

## WEBサイトのご紹介

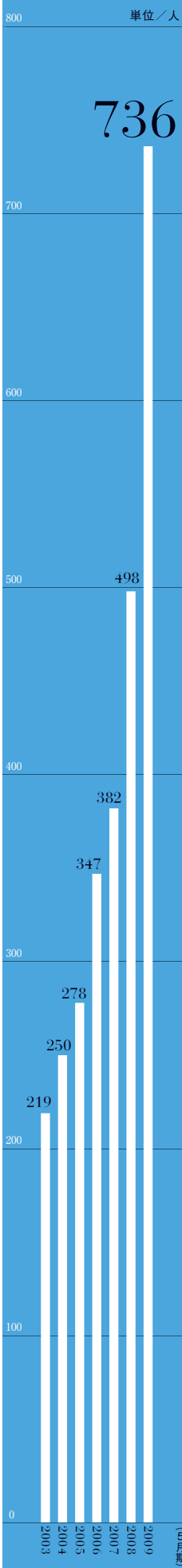
# 売上高



# 経常利益



# 従業員数



# 会社概要

ASKUL Corporate Profile

|      |                         |      |             |
|------|-------------------------|------|-------------|
| 創立   | 1997年5月21日              | 資本金  | 35億35百万円    |
| 本社住所 | 〒135-0053東京都江東区辰巳3-10-1 | 売上金  | 1,904億69百万円 |
| 電話番号 | 03-3522-8500            | 経常利益 | 82億46百万円    |
| URL  | http://www.askul.co.jp/ | 従業員数 | 736名        |

2009年5月期末現在

## 事業内容

下記商品およびサービスにおける通信販売事業

文房具、事務用品、オフィス家具、什器備品、オフィスインテリア用品、コンピュータ周辺機器、ソフトウェア、書籍、食料品、日用雑貨品、清涼飲料水、衣料品、家庭用電化製品、衛生用品、医薬品、医療機器、介護用品、名刺および封筒の印刷作成、伝票等の名入れサービス、オフィスレイアウトサービス

※会社概要は「連結」の情報を記載しており、  
その他の項目については「単体」の情報を記載しています。

## 従業員の状況

| 区分     | 人数   | 前期増減  | 平均年齢   | 平均勤続年数 |
|--------|------|-------|--------|--------|
| 男性     | 547名 | 208名増 | 39歳1ヶ月 | 3年11ヶ月 |
| 女性     | 189名 | 30名増  | 35歳7ヶ月 | 3年6ヶ月  |
| 合計又は平均 | 736名 | 238名増 | 38歳2ヶ月 | 3年10ヶ月 |

2009年5月期末現在

## 事業所

| 事業所名                | 住所                      | 連絡先             | ケース品センター <sup>※2</sup> |
|---------------------|-------------------------|-----------------|------------------------|
| 本社 e-tailing center | 東京都江東区辰巳3-10-1          | 03-3522-8500    |                        |
| 本社 サン・イーストビル        | 東京都江東区辰巳3-5-3           | 03-3522-8500    |                        |
| 東日本メディカルセンター        | 東京都江東区辰巳3-10-1          | 03-3522-8367    |                        |
| 家具返品センター            | 東京都江東区辰巳3-10-1          | —               |                        |
| 仙台DMC               | 宮城県仙台市宮城野区中野字新沼12-1     | 022-745-2000    |                        |
| DCMセンター             | 東京都江東区青海2-7             | 03-3599-7503    | 1ヶ所                    |
| 横浜センター／横浜返品センター     | 神奈川県川崎市川崎区水江町5-1        | 044-280-3571    | 1ヶ所                    |
| 名古屋センター             | 愛知県東海市浅山2-47            | 052-689-2100    |                        |
| 大阪DMC               | 大阪府大阪市此花区北港緑地2-1-66     | 06-4804-5115    |                        |
| 福岡センター              | 福岡県糟屋郡粕屋町大字阿恵347-1      | 092-626-2161    | 1ヶ所                    |
| アスクルコンシェルジュデスク(新宿)  | 東京都新宿区西新宿2-1-1新宿三井ビル48F | 03-6743-2331    |                        |
| Bizex株式会社           | 東京都江東区辰巳3-10-1          | 03-5569-2055    |                        |
| 愛速客楽(上海)貿易有限公司      | 中華人民共和国上海市徐匯区襄陽南路175号   | 86-21-5466-8787 |                        |

構成員数<sup>※1</sup> (従業員含む)約3,700名

※1 構成員:アスクルの環境マネジメントシステム内において、

上記事業所に常駐する正社員、契約社員、派遣社員、業務委託先社員を含む人員

2009年5月期末現在

※2 ケース品センター:物流センターの近隣で、ケース品の出荷・保管に使用している倉庫

## 報告期間中に発生した主な事業活動規模の変化について

|         |                                       |
|---------|---------------------------------------|
| 2008年9月 | DCM第二センターを関東圏の新しい物流拠点として稼動しました。       |
| 2009年4月 | 物流業を行うBizex株式会社を子会社化し物流面での事業強化を図りました。 |





Shoichiro Iwata

アスクル株式会社  
代表取締役社長兼CEO

## 岩田彰一郎

お客様に安心して  
ご使用いただける商品を、  
最も効率的な方法で  
お届けする。  
これがアスクルの  
社会的責任です。

百年に一度の経済危機と言われる中、今、世界は大きく揺らいでいます。米国のサブプライムローン問題に端を発した金融市場の混乱が世界的に広がり、その影響が実態経済に波及する中で、当社はもとより、お客様、お取引先様におかれても、企業体質の強化にこれまで以上に力を注ぎ、必死に経営の建て直しを図っておられます。

私達は、このような状況下においてこそ、本当の意味での「進化」が必要だと考えています。お客様は、今後ますます経費削減に力を入れられるでしょうし、また、環境面においても、より高度な要求をされてくるはずです。そうした時、私達が真っ先に取り組みねばならないことは、従来の延長線上での業務改善に創意工夫を重ねることはもちろんのこと、さらに一段ジャンプしたビジネスモデル自体の「進化」を目指すことだと考えています。

そういった意味において、2009年5月期は、その大きな一歩を踏み出した年となりました。

**事業**形態の面では、お客様のあらゆる間接材を一括購入できるサービス、「SOLOEL(ソロエル)」<sup>\*1</sup>が本格的にスタートするとともに、物流・配送サービスの向上のため、物流面を担う「Bizex(ビゼックス)株式会社」を子会社化しました。またサービス面においては、お客様先での廃棄物削減に貢献する「ECO-TURN配送」をスタートさせています。さらに全社的な環境経営をより強力に推進するための「アスクル環境中期計画」<sup>\*2</sup>をまとめ、「CO<sub>2</sub>排出量削減」と「資源消費量削減」の両面で中期的な目標を設定し、取り組みを加速させていきます。

今後は、環境中期計画をベースに、「商品面」「配送面」での取り組みをさらに強化していくことが重要と考えています。「商品面」においては独自の環境基準を策定し、オリジナル商品の100%対応を実現させていきます。「配送面」では、ECO-TURN配送のエリア拡大を進め、CO<sub>2</sub>削減と資源消費の最少化を目指していきます。こうした一つひとつの要素が、アスクルとSOLOEL事業の拡大を強力に推進する原動力になっていき、必ずや次世代の流通プラットフォームへの進化につながっていくものと確信しています。

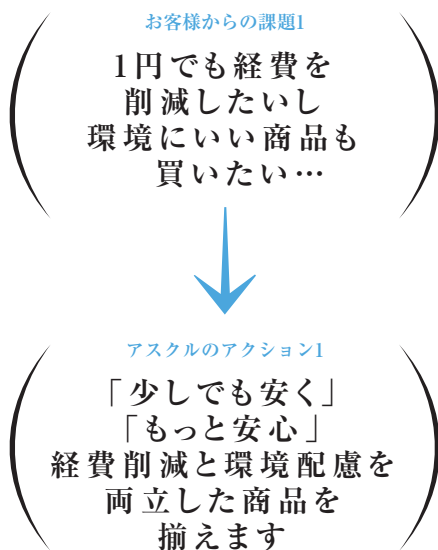
本業である事業活動を通して社会的課題の解決に取り組む——これが企業の使命であるとするならば、お客様に安心してご使用いただける商品を、最も効率的な方法でお届けする——これがアスクルにとっての社会的責任である考えます。

\*1 / SOLOELについては10ページをご覧ください。

\*2 / アスクル環境中期計画については12ページをご覧ください。

アスクルとお客様をつなぐ、  
最も大切な「商品」と  
「配送」について、  
改めて環境配慮を徹底します。

## 商品について



商品の環境面に関する  
独自基準を策定し、  
オリジナル商品について  
2年後までに100%対応させます。

アスクルでは、お客様のご要望を第一に、新しい価値を提供する商品の開発・選定を行なっています。2008年から2009年にかけて、世界的な原材料価格の高騰や景気の急激な冷え込みなど、経済環境が大きく変化する中、アスクルでは「1円でも経費を節約したい」というお客様の強いご要望にお応えし、「経費削減と環境配慮を両立させる商品」を積極的にご提案しています。アスクルカタログ2008秋・冬号では、「価格と品質にひと工夫」というテーマで、「原材料を減らして資源とコストを削減した商品」として、「アスクルマルチペーパー マイナス6%」や「アスクル半透明ゴミ袋 薄手タイプ」などを、「使い方によって光熱費削減をサポートする商品」として、「電球形蛍光灯ランプ」や「フリースのひざ掛け」などの商品をご提案させていただき、引き続き2009春・夏号では、経費節減の支援策として、詰め替え商品約1,300アイテムをご紹介します。詰め替え商品は中身をご購入いただくことで購入価格を抑えられるだけでなく、パッケージ本体のゴミの削減にもつながります。詰め替えができる商品には、「詰替」「付替」「替芯」「補充」「交換」といった独自マークを付け、わかりやすくご紹介しています。こうした取り組みをベースに、商品調達  
の環境基準を明確に打ち出すとともに、商品のトレーサビリティ情報、化学物質情報、サプライヤー様のCSR対応状況などを入手、公開していくことで、お客様にこれまで以上に安心してご購入物をしていただける商品開発・選定を進めていきます。まずは、アスクルのオリジナル商品について、2年後までに100%対応していくことが当面の目標です。

↓ アスクルカタログ  
2009春・夏号



↑ アスクルカタログ  
2008秋・冬号



## 配送について

お客様からの課題2

商品が「明日来る」のは  
いいけれど  
ダンボールばかり増えて  
困ります…



アスクルのアクション2

梱包資材を持ち帰り、  
また使う  
「ごみゼロ」を目指す  
「ECO-TURN配送」  
はじめました

まずは「ECO-TURN配送」を  
東京23区全域に導入し、  
梱包資材を約1,200トン削減します。

お客様に商品をお届けする際に使用する梱包資材については、これまでお客様から様々なご意見、お叱りの声を頂戴してきました。「紙の緩衝材が多すぎる」「ゴミが出て困る」……こういったご意見を受け、アスクルでは、お客様先での廃棄物削減を目的に、商品梱包時の紙緩衝材の削減活動を展開してきました。高さ調節が可能なダンボール箱を使用し、紙緩衝材の使用量を最少限にする取り組みや、紙袋等による簡易梱包の取り組みを行ない、それぞれ省資源の観点から成果が出ています。2009年4月、これらの取り組みをさらに進化させ、お届け時のダンボール、紙袋、緩衝材などの梱包資材のゼロ化を目指した、「ECO-TURN配送」をスタートさせました。ECO-TURN配送は、お客様に再利用可能なりターナブルバッグ（通い袋）や折りたたみコンテナ（通い箱）によって商品をお届けし、アスクルが回収、再び商品のお届けに使用する仕組みです。商品をお届けする際に使用する梱包資材を再利用することで、お客様先での廃棄物削減とアスクルの梱包資材の使用量削減を目指しています。まずは東京23区全域での導入を進め、全国の当日配送エリアのお客様を対象に順次拡大していく予定です。東京23区全域におけるECO-TURN配送が実現すると、従来と比較して梱包資材を約1,200トン削減（CO<sub>2</sub>排出量に換算すると約700トンCO<sub>2</sub>）できる予定です。今後もアスクルでは、物流パートナー企業とともに、環境配慮を視野に入れたきめ細やかな物流サービスの提供と物流効率の向上を加速していきます。

※CO<sub>2</sub>排出量は、各業界団体等が公開している換算係数を参考に弊社にて算出しています。



約束

1

仕入・調達

お客様の購買分析を精緻化し、サプライヤー様との情報共有と連携により、環境負荷の少ない効率的な調達を推進します。

原材料



サプライヤー



お客様に環境に配慮した安心・安全な商品をご提供します。

約束

2

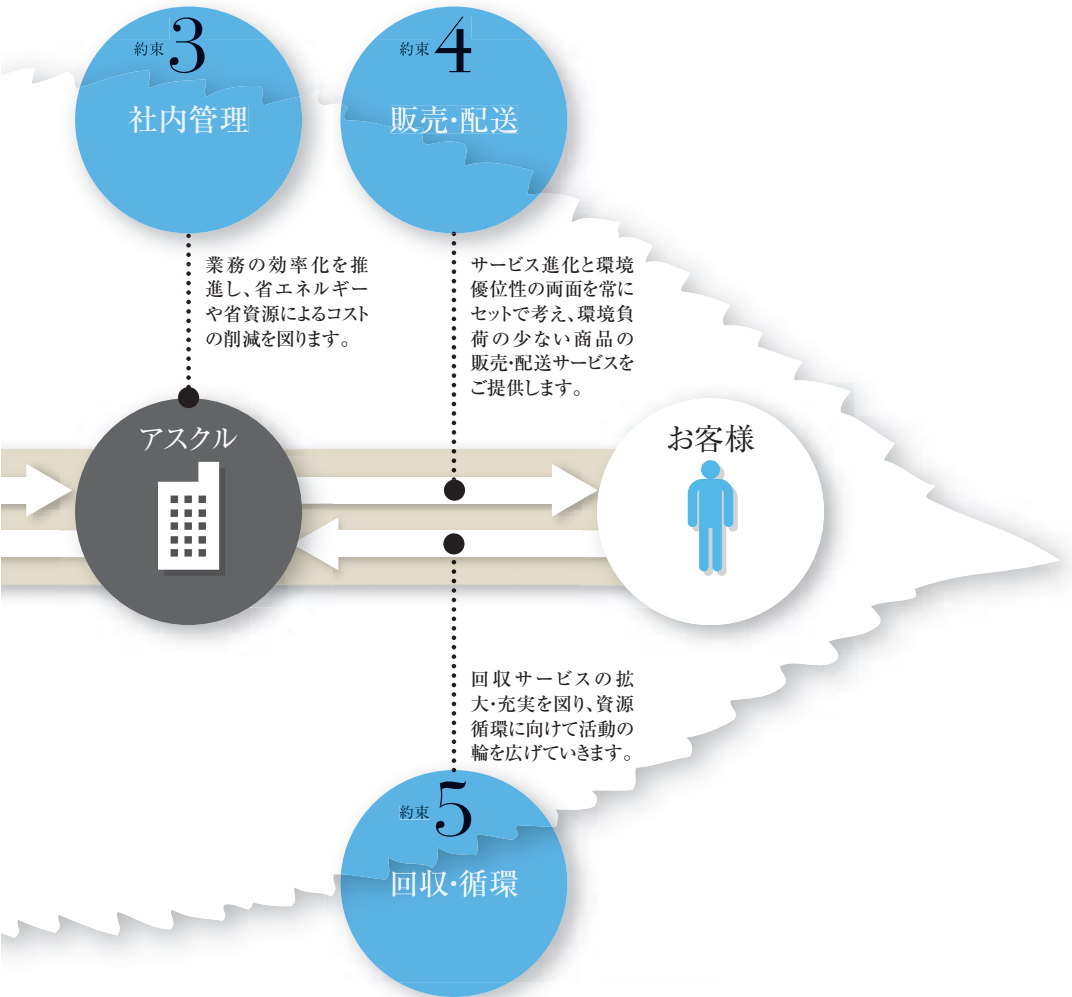
開発・選定

## ビジネスモデルの どんな段階にもある 私達が守るべき 「約束」

アスクルは、オフィスに必要な物やサービスを「明日お届けする」トータルオフィスサポートサービスの会社です。お客様に専用のカタログ（紙媒体またはWEB上）から商品をお選びいただき、ファックスもしくはインターネットを使ってご注文いただくと、当日または翌日にはお届けするサービスを全国（沖縄・離島を除く）で展開しています。アスクルの事業の基盤である流通プラットフォーム上では、エージェン様（アスクル取扱販売店）、サプライヤー様などのさまざまなパートナー企業が戦略的に連携し、業務の重複、時間やコストのロスをできるだけ排除することで、お客様に低コストで均一なサービスをご提供することを実現しています。また、アスクルでは各種サービスにおける環境負荷の低減をさらに進めることが重要と考えています。従来の流通プラットフォームを、より環境に配慮した



事業活動の5つの段階における  
環境面での具体的な  
活動目標・計画を設定し、  
ビジネスモデル自体を  
エコプラットフォームへと進化させます。



「エコプラットフォーム」として進化させていくため、事業活動の各段階において環境面での具体的な活動目標・計画を設定しています。それが「5つの約束」です。「5つの約束」の基本的な考え方は、アスクルの事業活動を「仕入・調達」「開発・選定」「社内管理」「販売・配送」「回収・循環」と大きく5つに区分し、それぞれの段階で取り組むべき重点テーマを「約束」として設定。その「約束」を実現するための具体的な年度計画を策定し、環境マネジメントシステムの仕組みを通じて活動を推進し、進捗管理を行なっています。これからも、エコプラットフォームの構築・進化を進めることで、お客様・社会、そして地球環境にとって「最適」なビジネスモデルを追求・展開していきます。

## 鼎談

# 新たな時代の 社会最適、 そして環境最適を 目指して。

2009年に入り、アスクルではいくつかの新たな試みが動き出しています。間接材の一括購買を代行する企業向けサービス「SOLOEL(ソロエル)」。物流会社である「Bizex(ビゼックス)株式会社」の100%子会社化と循環型ごみゼロ配送を目指す「ECO-TURN配送」。これらの新事業や新サービスの取り組みは、どんなビジョンから生まれてきたのか。そして、環境負荷の低減につながるポイントはどこにあるのか。代表取締役社長の岩田彰一郎がその思いを語り、東京大学の宮田秀明教授とエコマネジメント研究所の森下研社長に、経営科学と環境、それぞれの専門家の立場から検証していただきました。

企業それぞれが、  
環境負荷の低減に向けて、  
どんな方針を掲げ、  
何を提案していくのが問われる  
時代に入ってきたといえます。

— Ken Morishita



SOLOELという  
新しいコンセプトを得て、  
私達は環境問題についても、  
新しい「社会最適」を実現できると  
信じています。

— Shoichiro Iwata

「社会最適」というコンセプトが  
ビジネスモデルを作り、  
ソリューションまで通底している。  
それがアスクルの  
最大の強みだと思います。

— Hideaki Miyata

株式会社  
エコマネジメント研究所  
代表取締役

森下研 + 宮田秀明 + 岩田彰一郎

東京大学教授

アスクル株式会社  
代表取締役社長兼CEO

## 社会最適の輪を広げる アスクル(明日来る)から ソロエル(揃える)への進化

森下／アスクルのビジネスを拝見していて、環境への取り組みを含め大変評価できていると思いますが、一方で流通システムを効率化させた通信販売事業、ダイレクトマーケティングというビジネスモデルが、現在は当たり前になりつつあることも確かだと思います。アスクルが今後、新しいビジネスモデルを構築できるのか、さらにいえば、そのビジネスモデルによって環境負荷をより低減できるのか、そこに最も興味を持っています。

岩田／弊社の創業に際して、私達はかなりコンセプトualにアスクルという会社の在り方を考えたんです。実社会において、これからは最も効率的なビジネスモデルしか生き残っていけないという思いが強くなり、その中で重要なキーワードになったのが「社会最適」でした。それまでの流通システムを見直して、できるだけシンプルにした結果、全国のお客様に明日お届けできて、なおかつ同じ値段でご提供できるというビジネスモデルが完成しました。とはいえ、事業開始から約16年の年月が経ち、その間、インターネットの普及も含めたテクノロジーが進化し、社会の価値観も変わってきていますから、今の時代における新しい「社会最適」が当然あり得ると思っています。

昨年4月に立ち上げたSOLOEL(ソロエル)という事業は、企業における間接材購買のプロセスを、お客様側に立って徹底的に見直すところから構想をスタートさせました。お客様に代わって私達が必要な物を全て揃える。トータルに管理することによって、コストを削減できる。各部署が個別に発注するのではなく、注文も揃える。納期までのお時間を少しいただいて、トラックを満車にしてまとめてお届けすれば、環境負荷も少なくなる。ここで「明日来る」というコンセプトが、「揃える」というコンセプトに生まれ変わるわけです。もちろんSOLOELのベースになるのは、私達がこれまで培ってきたエコプラットフォームですし、アスクルの事業もより進化させていきますが、新しいコンセプトを得て、環境問題についても新しい「社会最適」を実現できると信じています。

宮田／ビジネスの進化と環境負荷を削減することは、場合によっては相反することがあります。でも、SOLOELの事業はそうではなく、パラレルにできていると思います。そう思える理由の一つは、始めにビジョンありきでビジネスがスタートしているからなんです。アスクルの場合は、それが「社会最適」です。コンセプトがビジネスモデルを作り、ソリューションまで通底している。それが企業としての最大の強みだと思います。環境問題も同じで、しっかりしたコンセプトを持って取り組まないと解決できない。ソリューションの段階でCO<sub>2</sub>を減らせ減らせといっても、実行するのは難しいでしょう。

森下／確かに我々は、往々にしてソリューションやビジネスモデルの整合性だけを議論をして、結局それは何のためにやっているのか、どういうビジョンでスタートしたのかということをお忘れしてしまう傾向があります。要するに手段が目的化してしまうんですね。

岩田／私達は企業理念として、「お客様のために進化する」という言葉を掲げています。原点にいらっしゃるのはあくまでお客様で、社会の変化に応じて、お客様の求めているものがどのように移り変わっていくのか、そこを真摯に見つめていくことが大切だと思っています。つまり、お客様が変化すれば、私達のコンセプトも当然変わってくるわけです。ただし、お客様の変化を後追いするのではなく、未来を見据えてお客様が潜在的、構造的に求めていらっしゃるシステムを構築しなくてはいけない。アスクルが進化すべきタイミングは、自分達で見極める必要があると思っています。

宮田／これが製造業の世界でしたら、話はずっと単純なのだと思います。ユーザーのニーズによって、企業側もどんどん変化せざるを得ない。それと比較すると、小売流通業は、長年かかって作り上げたビジネスモデルをなかなか変えようとしてきませんでした。変えたとしても、その場しのぎ的な対処が目立つ場合が多く、「社会最適」と最も遠い業界だったといえるでしょう。そんな中で進化という概念をお持ちのアスクルには、社会最適、環境最適のビジネスモデルの先がけとして、非常に高い期待ができると思います。

## 物流会社の子会社化と ECO-TURN配送で CO<sub>2</sub>排出量とごみを削減

森下／SOLOEL(ソロエル)では各企業に代わって、アスクルが間接材を調達するというのですが、商品を買ひ揃える際にはどんな基準があるのでしょうか。また、そこに環境問題やCSRといった視点は入ってくるのでしょうか。

岩田／SOLOELのベースとなるのは、IT化された商品の購買システムですが、それを一社一社で構築するとコストが大変高くなりますので、私達が作ってお客様に提供し、共同利用していただくことでコストダウンを図っていただきます。その仕組みを、社内では「電子フルイ」と呼んでいます。間接材を電子フルイを通して買うことによって、品質が良く、コストパフォーマンスが高い商品を選ぶことができるわけです。電子フルイのデータベースには、環境負荷やトレーサビリティ、化学物質の有無などの項目も当然入っていきます。例えば紙であれば、森林認証パルプなのか、再生紙なのか、そういったことも全てデータになっていくので、自動的に企業が環境に配慮した商品を選べるようになります。

宮田／先程「納期も揃える」というお話がありましたが、SOLOELがスタートすることによって、CO<sub>2</sub>排出量の削減にもつながるでしょう。これまでは各企業、各部署にバラバラに商品が配送されていて、非常に無駄な物流が行なわれていたわけですからね。

岩田／今、宮田先生にご指摘いただいた点はとても重要だと思い、東京大学と共同研究を行なって、配送のデータを見える化していくと、驚くほど頻繁にトラックがお客様の所に入っているんですね。しかも全ての荷が一杯かといえ、そうでもない。配送や人件費の無駄が間違いなくあると思いましたが、ここにも最適化のポイントがあると実感しました。

そこで、今年4月に、1,500台以上のトラックによる配送を担っているBizex(ビゼックス)株式会社という物流会社を100%子会社にしました。これにより、これまで外部に委託していた、お客様に商品をお届けする最後の段階まで、弊社が責任をもってコントロールできるようになります。実は、私達が「ECO-TURN配送」と呼んでいる新しい配送システムの導入に踏み切るきっかけとして、このBizexの子会社化が非常

みやた ひであき／1948年生まれ。石川島播磨重工業(株)を経て、東京大学に勤務。78年、工学博士。現在、同大学教授。工学系大学院環境海洋工学専攻と工学系研究科システム創成学科を担当。近年は技術マネジメントと社会システム工学(経営科学、サービス科学)に力を注ぐ。

もりした けん／1958年生まれ。93年(株)エコマネジメント研究所設立、代表取締役就任、現在に至る。エコマテリアル研究会 幹事、環境報告書ネットワーク 総合企画担当幹事、エコバランス国際会議 総務委員長、環境科学会編集委員 論文査読委員等を務める。





に大きなウエイトを占めています。例えば、従来の配送方法だと、どうしてもワンウェイの物流になりがちでしたので、ダンボールで嚴重に梱包し、緩衝材も相当量入れなくてはいけなくなります。それに対して物流会社を子会社化し、アスクル専用に通れるようにすることで、ツーウェイの物流に徹底できますから、リユースできる独自の簡易梱包でお届けして、自社に持ち帰ることができます。その結果、ダンボールや緩衝材をお客様のお手元で廃棄していただく必要がなくなります。ECO-TURN配送の導入エリアを東京23区内まで広げると、弊社の試算で梱包資材が年間約1,200トン、CO<sub>2</sub>排出量に換算すると約700トンのCO<sub>2</sub>を削減できることになります。

宮田／昨年、原油が高騰して、ガソリン代が急激に値上がりした時期がありました。あの時に社会全体で、環境問題や資源エネルギーに対する意識が高まったと思います。高級車に乗っていたような方が、ハイブリッドカーに乗り換えるという流れも生まれました。その高まった機運をうまくビジネスに反映させることが企業にも求められてくるでしょうね。

岩田／私達は常にお客様の声に耳を傾けるようにしていますから、ご指摘いただいたような意識の高まりは確かに感じています。だからこそ、お客様に代わって環境負荷が少ない商品を厳選していくことも、私達の使命になってくるのだと思います。商品調達の際環境基準を明確に打ち出して「アスクルのオリジナル商品については、その基準に100%対応させます」とお約束しているのは、お客様の要望にお応えするためには当然のことだと考えているからです。

森下／社会というのは、国がリードして形作っていく面も大きいと思いますが、経済活動を支える企業それぞれが、環境負荷の低減に向けて、どんな方針を掲げ、何を提案していくのかが問われる時代に入ってきたといえます。

宮田／環境にも配慮した新しいビジネスモデルが、消費社会の中できちんと受け入れられていかないと、本当に環境に良い社会にはならないですからね。

岩田／現在の経済危機を経て、次にどんな時代が来るかといえば、決して自分達だけが勝てばいいという時代ではないと思います。社会全体が分かち合って、ウィン・ウィンの関係を結んでいかないと、地球自体の存続が危ぶまれてしまいますし、経済活動も持続できなくなってしまう。この危機感をしっかり感じとって、企業に携わる一人ひとりが先頭に立つ気持ちで、新しいビジネスモデルを提案していかないと、結果、誰もハッピーにならない社会になってしまうと思います。アスクルのカタログにも、「ハッピー・オフィス・ネットワーク」と記していますが、新しい時代の購買サイクルを築くことを通じて、社会全体の幸福な循環を生み出すお手伝いがしたいと、本日お話をさせていただいて改めて決意しました。

## アスクルの 新たな試みと 環境負荷の低減

### SOLOEL (ソロエル)

これまで各企業、各部署が個別に購入していた間接材(生産原材料以外の一般消費材)の購買業務をアスクルが外ータルにサポートし、配送も合理化。



● 配送の合理化・一括化によるCO<sub>2</sub>削減 ● 購買活動の見える化・適量化による資源消費量の最少化 ● アスクルの環境基準に対応した商品の普及

### Bizex株式会社 (ビゼックス) + ECO-TURN

100%子会社が配送および倉庫内作業の一部を担うことをきっかけに、独自の簡易包装による配送・回収が実現



● お客様先におけるダンボールや緩衝材等の廃棄物の削減 ● 廃棄物の削減に伴うCO<sub>2</sub>削減

これまで各企業、各部署が個別に行っていた間接材（生産原材料以外の一般消費材）購買業務を、アスクルがトータルにサポートするサービス、それがSOLOEL（ソロエル）事業です。

## 間接材を“そろえる”ことが、環境配慮を“ひろげる”

SOLOEL（ソロエル）では、お客様がお使いになられる間接材<sup>\*1</sup>の最適な調達をお手伝いするため、「①購買システム(SaaS)<sup>\*2</sup>提供」、「②購買業務代行」、「③購買改革コンサルティング」といった基本メニューを組み合わせた電子購買サービスをご提供しています。基本メニューのサービスを通じてお客様の購買プロセスの「見える化」を進め、間接材調達の単価低減、業務工数削減のためのBPR（Business Process Reengineering／業務プロセス改革）など、総合的かつ継続的な調達・購買業務改革を支援する、新しい間接材一括購買サービスです。導入後も購買業務改革のパートナーとして、お客様とともに調達、決済、業務運営、購買データ管理、環境負荷などの要素について分析・検証を進め、更なる業務効率化を支援させていただきます。また、アスクルの商品調達と物流ノウハウを最大限活用することで、最も効率的な物品調達の実現を目指しており、今後はお客様の購買活動に伴って発生するCO<sub>2</sub>や資源消費量を最少化していくため、お客様同士の共同購買、共同配送などを検討・推進していき、総合的な購買業務改革をご提案していきたいと考えています。SOLOELは、「間接材の購買業務」をオープンなプラットフォーム上に集約化することで、コスト削減はもとより、購買活動の見える化や全体最適化を図ることができ、その結果、従来と比較して無駄なく、環境に配慮した形での購買が可能となり、お客様の環境・CSR活動にもお役立ていただけると考えています。

※1:生産に直接関わる素材や原料、部品など、直接材以外の一般消費資材全般を指します。

※2:ソフトウェアをユーザー側に導入するのではなく、ベンダー（プロバイダー）側で稼働しソフトウェアの機能をユーザーがネットワーク経由で活用する形態を指します。

SOLOELをご利用いただいているお客様の声

### ソニー株式会社

ソニーでは、オフィスや工場で使用するオフィス用品・事務用品などをはじめとする間接材について、環境に配慮した商品（エコ商品）を優先的に選択する、「グリーン購入」を全国の事業所で展開しており、SOLOELには主にこの間接材の購買業務の代行をお願いしています。また、SOLOELとは数年前から、商品を届けてもらう際に、無駄のない、より効率のよい低炭素な配送方法を一緒に考えさせてもらい、試験的に導入を開始しています。具体的には、ダンボールを使用した配送をやめたことによりダンボールを年間約17トン削減し、効果をあげています。さらに、代替の包装材を削減する活動にも取り組んでいたいただいています。こういったご協力により、さらにレベルの高いグリーン購入にステップアップしていると考えています。

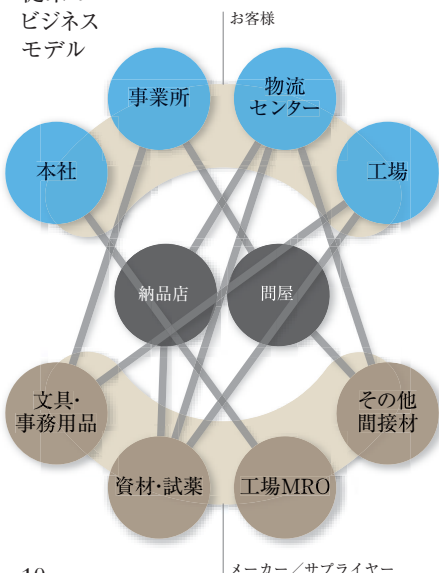
SOLOELには、これからも購買業務における我々のパートナーとして、更なる業務の効率化、環境負荷低減と一緒に取り組んでいけたらと、期待をしています。



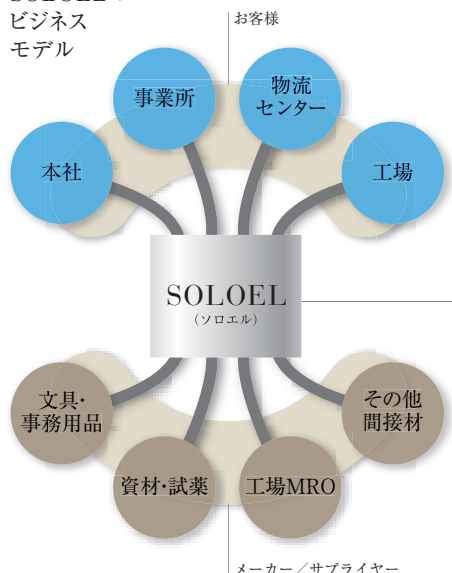
調達本部 企画部門  
企画管理部 購買課  
統括課長  
奥田啓之様

## SOLOELのビジネスモデル

従来の  
ビジネス  
モデル



SOLOELの  
ビジネス  
モデル



SOLOELを  
ご利用いただいている  
お客様の声

## アサヒビール 株式会社

弊社は、2000年にグループ全体を対象として「環境基本方針」を制定し、グループ全従業員の環境に対する行動指針を定めました。

また、「アサヒの森」を1941年に取得して以来、60年以上にわたり森林経営に携わっております。2001年には、森林経営のレベルアップを図り、社内外での環境保全意識を向上させるため、FSCの森林認証を取得いたしました。

アサヒビールグループは、こうした環境保全活動の一環として、社内で使用する消耗品(間接材)のグリーン購入にも力を入れています。2008年にはSOLOELのシステムを導入、購買業務の「見える化」とともに、業務の効率化とコスト低減、グリーン購入を同時に推進しています。

今後は、SOLOELを導入されている企業様とともに、間接材の標準化・共同購買を推進することで、社会全体の環境負荷低減と無駄の削減につなげていきたいと考えています。



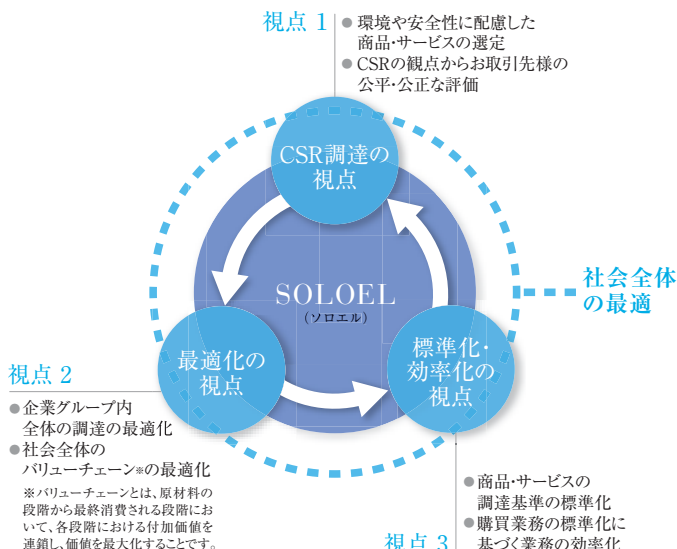
総務法務部  
プロデューサー  
長谷川朋成様

## お客様の環境・ CSR活動を支援する “SOLOELの3つの視点”

地球環境問題が世界共通の課題として認識されるようになった現在、持続可能な社会の実現に向け、地球温暖化防止に止まらず、資源の有効活用、化学物質の適性利用など、様々な観点からの取り組みが企業に求められるようになっていきます。企業の環境・CSRに対する取り組みは、今後もより注目され、具体的にどのような形で取り組んでいるのかを、お客様のみならずお取引先様からも注視される傾向が強まっていくはずで、そこでSOLOELでは、社会最適間接材購買プラットフォームを目指す取り組みの中で、安全で高品質な商品・サービスのご提供はもちろんのこと、地球環境への配慮や社会的公正・倫理などの観点からも、お客様の環境・CSR活動を支援していきたいと考えています。SOLOELとして商品・サービスを調達する際、「①CSR」、「②最適化」、「③標準化・効率化」という視点を盛り込んで選定していくことで、社会全体の最適を目指します。お客様の調達方針を順守することはもちろんのこと、独自に策定した「SOLOEL調達方針」に規定する「お取引方針」と「商品選定方針」に基づき、商品の供給元であるサプライヤー様や商品自体の適合状況进行评估し、それらの情報をお客様に適切に、わかりやすくお伝えしていきます。これにより、お客様に安心して購買活動を進めていただけるようになるだけでなく、サプライヤー様にとっても、自社の環境・CSRに関する取り組みを、お客様に適切に伝達できる環境をご提供できると考えています。SOLOELは、これからも間接材購買のプラットフォームをご提供するという役割の中で、お客様をはじめ、サプライヤー様にも共感いただける形で、環境・CSRに対する活動に真剣に取り組んでいきます。

- エコ配送
- CSR調達
- 共同購買
- 購買代行

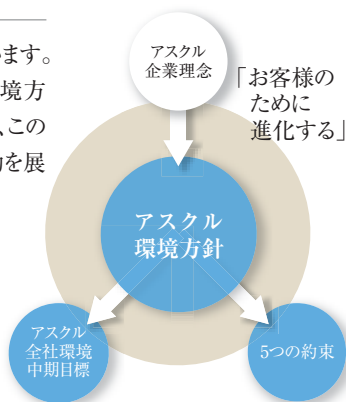
## SOLOELの商品・サービス調達に関する3つの視点





## 環境経営のフレームワーク

アスクルでは、環境経営を右図のようなフレームワークで整理しています。「お客様のために進化する」という企業理念のもと、「アスクル環境方針」「5つの約束」「全社環境中期目標」という形で構成されており、このフレームワークのもと、事業活動の全領域において具体的な活動を展開しています。



## アスクル環境方針

アスクルの環境経営の目指すべき方向性を示しています。この方針では、持続可能な社会の実現に向け、アスクルの事業活動の基盤である流通プラットフォームを、お客様、社会、地球環境にとって、「最適」で「ローコスト」な「エコプラットフォーム」に進化させていくことを宣言しています。

### アスクル環境方針

わたしたちは、「お客様のために進化する」という企業理念のもと、持続可能な社会の実現に向け、お客様、社会、地球環境にとって、「最適」で「ローコスト」なエコプラットフォームを構築していきます。

わたしたちは、事業活動に伴う環境への影響を把握し、以下の項目について中長期的な目標を定め、目標達成に向け全社一丸となって活動していきます。

- ① 環境情報の見える化を通じて、お客様に環境負荷の少ない購買システムをご提供します。
- ② 環境に配慮した商品やサービスを通じて、エコロジカルなワークスタイルをご提案します。
- ③ 環境負荷の低減とお客様サービスの向上を目指したロジスティックスサービスを実現します。
- ④ 情報の共有化と有効活用により、低炭素型のデマンド・チェーンを実現します。
- ⑤ わたしたち一人ひとりが企業市民としての自覚をもち、広く社会貢献活動を推進します。

\*デマンド・チェーン／お客様のニーズを基点として構築される商品の供給体制

わたしたちは、この環境方針に沿って、法令および自主的に受入れを決めた要求事項を順守すると共に、マネジメントシステムの運用・強化を継続的に行い、その進捗と成果を公開していきます。

制定日／2003年6月4日 改定日／2009年5月1日

アスクル株式会社  
代表取締役社長兼CEO  
岩田 彰一郎

アスクルの社員一人ひとりが、  
どんなビジョンをもとに日々、  
環境に対する取り組みを行なっているのか。  
具体的にどんな数値を目標としているのか。  
その方針とフレームワークをご紹介します。

## 5つの約束

エコプラットフォームの構築・進化に向け、具体的に設定される活動目標・計画が「5つの約束」です。考え方としては、アスクルの流通プラットフォーム上の各段階で取り組むべき重点テーマを「約束」として設定。その「約束」を実現するための具体的な年度計画を策定し、環境マネジメントシステムの仕組みを通じて適切に進捗管理を行なっています。「5つの約束」については、より詳しい内容を4ページに記載していますので、是非、そちらをご覧ください。

## 全社環境中期目標

アスクルの全社的な事業の効率性と環境負荷低減の進捗状況を管理・評価していくための指標です。基本的に「お客様のひとつのご注文、一回のお届けにかかる環境負荷を最少化していく」という考え方のもと、アスクル全体の事業活動に伴う「CO<sub>2</sub>排出量」と「資源消費量」の2つを大きな指標として設けており、中期的な数値目標を下表のような形で設定しています。

| 項目                       | 基準年度     | 2010年5月期<br>原単位※1 | 2011年5月期<br>原単位※1 | 2012年5月期<br>原単位※1 |
|--------------------------|----------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 事業所                      | 2008年5月期 | -10%              | -20%              | -30%              |
| CO <sub>2</sub> 排出量の削減   |          |                   | 原単位※2             | 原単位※2             |
| 配送                       | 2010年5月期 | ・見える化<br>・目標値設定   | -5%               | -10%              |
|                          |          | 原単位※1             | 原単位※1             | 原単位※1             |
| 事業所                      | 2008年5月期 | -10%              | -20%              | -30%              |
| 資源消費量の削減<br>(資材投入量+廃棄物量) |          | 原単位※2             | 原単位※2             | 原単位※2             |
| 配送                       | 2008年5月期 | -10%              | -20%              | -30%              |

原単位の考え方

※1/事業所における環境負荷発生量÷売上高

※2/配送に伴う環境負荷発生量÷お届け数

## CO<sub>2</sub>排出量について

図1

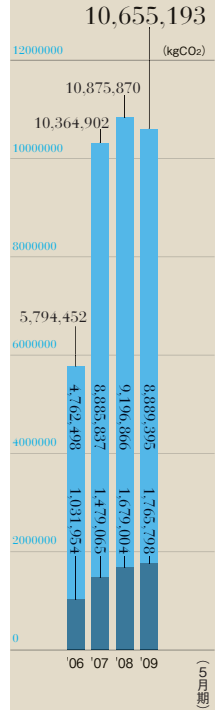
### 前年比は総量で98.0%、売上原単位で97.7%に

2009年5月期の事業活動に伴うCO<sub>2</sub>排出量は、総量で前年比98.0%、売上原単位で前年比97.7%となりました。要因としては物流センターにおける電力使用量の削減があげられます。

今後は、環境中期目標(13ページ)を達成するため、事業活動の全領域において、CO<sub>2</sub>排出量の算出方法の精度向上を進めるとともに、具体的な削減活動を展開していきます。

※CO<sub>2</sub>排出量は、事業活動における電力、LPG、水道の使用量の合計から換算値を用いて算出しています。  
※CO<sub>2</sub>排出量は、「地球温暖化対策の推進に関する法律」の施行令ならびに環境省「環境家計簿」に基づいて算出しています。

図1/  
CO<sub>2</sub>排出量



## 排出物量について

図2

### 前年比は総量で80.4%、売上原単位で80.1%に

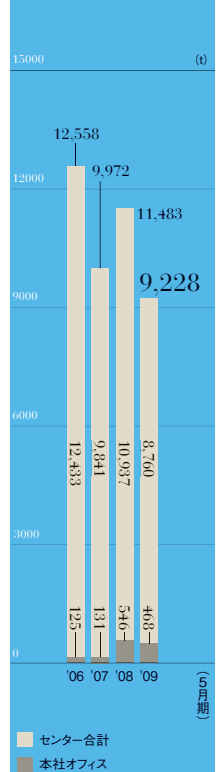
アスクルでは、排出物の総量削減や、リユース・リサイクルの推進を実施しています。

具体的には、商品廃棄を削減するために、よりわかりやすいカタログを制作し、お客様からの返品を削減する取り組みや新しいカタログを発刊した際に発生するカタログ改廃商品をインターネットサイト上のアウトレットコーナーで積極的に販売するなどの活動をしています。

また、従来、廃棄物として処理されていたものを分別し、リサイクルを徹底することで、排出にかかわるコスト削減の効果も生まれています。

2009年5月期は、こうした取り組みの結果、総量で前年比80.4%、売上原単位で80.1%となりました。今後も、排出物量を減らすための取り組みを進め、限りある資源を有効に活用できる工夫を続けていきます。

図2/  
排出物量



## 電力使用量について

図3

### 前年比は総量で97.8%、売上原単位で97.6%に

2009年5月期の事業活動に伴う電力使用量は、総量で前年比97.8%、売上原単位で97.6%となっています。昨年度は、新設センターへの移転時の新旧センターの一時的な稼働の重複などにより、電力使用量が増加していましたが、2009年5月期においては移転も完了しています。また、各物流センターにおいても電力使用量の削減が進み、全社的に取り組んでいる空調の温度調節、無駄な照明の消灯などの無駄バスターズ運動が着実に定着しています。

なお、2009年4月1日の省エネ法の改正により、アスクルとしても事業者単位のエネルギー使用量の把握が義務付けられたことを受け、より詳細な電力使用量を把握できるような工夫を実施するとともに、エネルギー削減に向けた新たな施策導入を検討していきます。

※事業者単位の年間のエネルギー使用量が原油換算で1,500kℓ以上(電気使用量だと約600万kWh)の事業者は「特定事業者」となります。

図3/  
電力使用量

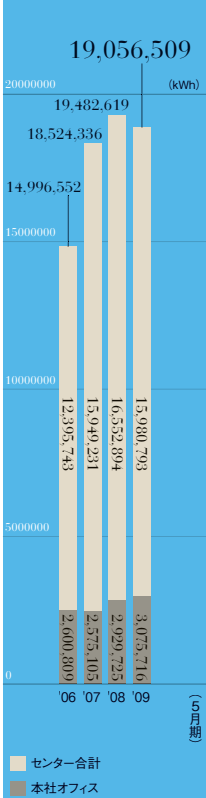
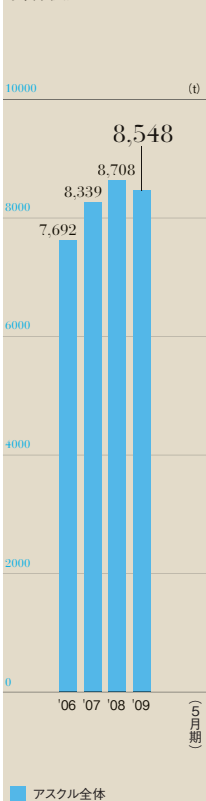


図4/  
資材投入量



## 資材投入量について

図4

前年比は総量で98.2%、売上原単位で97.9%に

アスクルでは、お客様からご注文いただいた商品をお届けする際、商品の破損を防ぐために様々な資材を使用して梱包を行なっています。高さ調節が可能なダンボール箱を使用し紙緩衝材の使用量を最少限にする取り組みや、紙袋等による簡易梱包の取り組みの結果、2009年5月期のアスクル全体の資材投入量は、総量で前年比98.2%、売上原単位で97.9%となっています。

今後もご注文いただいた商品を破損しないようにきちんと保護しつつ、限りある資源を有効に活用できるよう、「ECO-TURN配送」の対象エリア拡大等、お届け時のダンボール、紙袋、緩衝材などの梱包資材のゼロ化を目指す工夫を続けていきます。

※資材投入量とは、ダンボール、宅配袋、ビニール袋、レジ袋、ストレッチフィルム、緩衝材、梱包テープ、帳票類等、配送に係わる資材の投入量を指します。

## 環境会計実績報告

| 対象項目例  | 経費      | 投資     | 経済効果   |
|--|---------|--------|--------|
| 公害防止コスト<br>大気汚染防止、水質汚濁防止等に関する各施設の測定、修繕費用等                                    | 3,738   | 32,289 | -      |
| 地球環境保全コスト<br>省エネ、温暖化対策の費用(グリーン電力購入費用等)                                       | 165     | 0      | 808    |
| 資源循環コスト<br>廃棄物処理・リサイクル、資源の有効利用に関わる費用   | 95,509  | 0      | 53,562 |
| グリーン商品・製品リサイクル・SCM関連コスト<br>ECO-TURN導入関連費用、FSC認証審査費用、容器包装リサイクル法対応費用、EA21関連費用等 | 10,881  | 2,501  | 2,343  |
| EMS運用/整備、管理活動コスト<br>ISO14001審査・維持費用、EMS関連人件費、報告書作成費用、環境教育関連費用等               | 141,997 | 0      | -      |
| グリーン商品の研究開発コスト<br>プライベートブランドのグリーン商品開発に関わる費用                                  | 13,875  | 0      | -      |
| 地域・社会活動関連コスト<br>環境NGO等への加盟・寄付等の費用  | 59,225  | 0      | -      |
| 環境損害対応コスト  | -       | 0      | -      |

(単位/千円)

### 環境会計導入の目的と考え方

環境マネジメントシステムに基づくアスクルの環境活動を、経費および投資とその経済効果から評価する経営指標の一つとして活用する。

### 対象期間及び対象範囲

期間: 2008年5月21日～2009年5月20日  
(アスクル株式会社会計年度)  
範囲: 環境報告書の対象組織に準ずる。

### 参考としたガイドライン

環境省「環境会計ガイドライン2005年版」

### 集計の基準(考え方)

- 複合コストは、全体あるいは一部の目的が環境保全と判断できる場合は全額または差額集計。上記以外は、合理的に算出できる場合に限り按分集計。
- 人件費は、環境マネジメント専任スタッフは全額集計。各部門のEMS責任者・担当者は役割に応じて按分集計。なお、経費に減価償却費は含まない。
- 経済効果は、各環境保全活動の結果として得られた収益、削減された経費を対象としており、リスク回避などのみならず効果は含まない。

●各項目の「センター合計」は、物流センターとケース品センターを合計した数値を記載しています。

●各サイトの詳細データについては、<http://www.askul.co.jp/kankyoo/>をご確認ください。

●このページ内における売上原単位は、環境パフォーマンスデータの範囲と合わせるため「単体」の値を使用しています。

## より詳しい環境情報はWEBサイトにて



本冊子では、アスクルの環境活動の中で特に皆様にお伝えしたいことを厳選し掲載しています。より詳しい情報はWEBサイトに掲載するようにしていますので、是非一度、ご覧いただけたら幸いです。今後も、冊子とWEBサイトを有効に使い分け、冊子では「より読みやすい環境報告書」を目指し、WEBサイトで「より深い情報をご提供する」といった形で、効果的な情報提供に努めてまいります。



<http://www.askul.co.jp/kankyo/>

### WEBサイト掲載コンテンツのご紹介

アスクルが  
目指す  
環境経営

- ・トップメッセージ
- ・環境経営のフレームワーク
- ・アスクルのビジネスモデルと環境負荷
- ・環境マネジメントシステムの運用状況

エコプラットフォームと  
「5つの約束」

- ・アスクルの「5つの約束」
- ・約束1／仕入・調達
- ・約束2／開発・選定
- ・約束3／社内管理
- ・約束4／販売・配送
- ・約束5／回収・循環

コミュニケーションと  
社会貢献活動

- ・お客様とのコミュニケーション
- ・お取引先様とのコミュニケーション
- ・社会貢献活動

各事業所に  
おける  
取り組み

- ・オフィスにおける取り組み
- ・物流センターにおける取り組み

データ&資料

- ・アスクル全社の環境データ
- ・事業所別の環境データ
- ・環境会計
- ・アスクルの環境保全活動のあゆみ

ダウンロード

- ・アスクル環境報告書2009年5月期(PDF)&アンケート
- ・環境報告書バックナンバー

Special Issue

- ・鼎談／アスクルが担う社会的責任
- ・アスクルが掲げる最重要課題
- ・SOLOEL事業の環境効果
- ・アジア森林保全支援プロジェクト
- ・お客様との接点
- ・コピーペーパーが届くまで



## 環境管理責任者メッセージ

弊社は、2004年3月にISO14001の認証を主要事業所全てにおいて取得し、環境マネジメントシステムを環境経営の基盤とした事業活動と事業活動における環境負荷低減活動を進めてまいりました。

2009年5月期も事業活動の各領域において様々な環境目標に対し活動をしてまいりました。

物流・配送面では、「商品破損の低減」「商品誤出荷の低減」「緩衝材の削減」をテーマに活動し、無駄な配送や廃棄物を排除・削減する活動を行なってまいりました。また、お届け時のダンボール、紙袋、緩衝材などの梱包資材のゼロ化を目指した、「ECO-TURN配送」をスタートさせ、商品をお届けする際に使用する梱包資材を再利用することで、お客様先での廃棄物の削減とアスクルの梱包資材の使用量の削減を目指しております。排出量は全社で総量前年比80.4%程度となっており、着実に活動の成果が出てきています。

商品面においては、古紙偽装問題によりカタログやインターネットから削除した環境情報の表示を2008年7月から順次WEBで再開いたしました。またインターネットやカタログで「経費削減と環境配慮を両立させる商品」の提案や、詰め替え商品のご紹介等を行ない、オリジナルのコピーパーやアスクル限定販売の家具製品での森林認証製品の発売を行ないました。また、昨年度の環境報告書では、弊社代表取締役社長である岩田と弁護士の佐藤泉先生の対談として、「2008年初頭に発生した古紙偽装問題」を取り上げましたが、古紙偽装問題に伴い発生した業務対応費用等については、その請求を古紙パルプ配合率の乖離が確認されたアスクルオリジナル商品の仕入先や製紙会社に対して行ない、古紙パルプ配合商品の環境価値を考慮してご購入いただいていた多くのお客様のご意見を考え、2009年4月にその全額をWWFジャパンに寄付することを発表し、2009年5月期は約5,200万円の寄付をさせていただきます。

2009年5月には、環境活動をより強力に推進させるために「アスクル環境方針」の改定を行ない、アスクルの事業活動の基盤である流通プラットフォームを、お客様、社会、地球環境にとって、「最適」で「ローコスト」な「エコプラットフォーム」に更に進化させていくことを宣言いたしました。今後も、環境中期目標を明確に定めて活動し、エコプラットフォームの構築・進化を進め、CO<sub>2</sub>削減と資源消費の最少化を目指してまいります。

アスクル株式会社 環境管理責任者 亀井 一行

## 環境報告書の第三者審査



アスクルは、環境報告書の説明責任のレベルを高めるために、冊子とWEBについて(財)日本品質保証機構に「環境報告書作成基準案(環境省)」に基づいた第三者審査を依頼しています。今回の環境報告書審査の詳細については、当社ホームページに掲載しておりますので、ぜひご確認ください。

→ <http://www.askul.co.jp/kankyo/>



J-SUSマーク(環境報告書審査・登録マーク)は、当該報告書(冊子・WEB)に記載された環境情報の信頼性に関して、サステナビリティ情報審査協会の定めた環境報告審査・登録マーク付与基準を満たしていることを示すものです。

→ <http://j-sus.org/index.htm>

## 報告概要

### 参考にしたガイドライン

- 環境省「環境報告書作成基準(案)」
- 環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」
- 環境省「環境会計ガイドライン(2005年版)」

### 対象年度

2008年5月21日～2009年5月20日

※報告書内での表記は、「2009年5月期」

### 報告の範囲

事業活動全般と商品の生産活動を除く  
配送・サービス提供の環境保全、改善の取り組み状況

### 報告書対象組織

本社オフィス及び物流センターの環境活動の取り組み状況

### 本書発行月

2009年8月

### 次回発行予定

2010年8月

## 記載できなかった項目について

本書において、  
環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」と比較して  
記載できなかった項目は以下の通りです。

- 環境に配慮した投融資の状況
- 環境に配慮した新技術、DfE等の研究開発の状況
- 化学物質の排出量・移動量およびその低減対策
- 社会的取組の状況

今後、環境マネジメントシステムの運用を推進していく中で、  
このような情報及びデータの把握に努め、  
次年度以降の報告書において極力公表できるように  
継続的に努力していきます。

## アスクルの主な関連公表資料

### 会社案内

お問い合わせ先 ●アスクル株式会社／広報  
電話／03-3522-8502

<http://www.askul.co.jp/kaisyu/index.html>

事業報告書／有価証券報告書／決算短信

お問い合わせ先 ●アスクル株式会社／IR

電話／03-3522-8608

<http://ir.askul.co.jp/>

### 環境報告書

お問い合わせ先 ●アスクル株式会社／環境マネジメント  
電話／03-3522-8067

<http://www.askul.co.jp/kankyoo/>

## お問い合わせ先

ご注文、商品等に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

### アスクルお問い合わせセンター

電話／0120-345-861

受付時間:月曜～土曜日

午前8時～午後8時(除く、日・祝日)

本書ならびに環境に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

### アスクル株式会社／環境マネジメント

〒135-0053 東京都江東区辰巳3-10-1

電話／03-3522-8067

ファックス／03-3522-8501

E-mail : [ecoaskul@askul.co.jp](mailto:ecoaskul@askul.co.jp)



オフィスで止めよう温暖化!  
「アスクル」チーム・マイナス6%

