

Section 02 エシカルeコマース×価値創造



22 *Special Feature 01*

| 対馬市 × ASKUL 対談 |

なぜアスクルは対馬市で サーキュラーエコノミーに取り組むのか

26 *Special Feature 02*

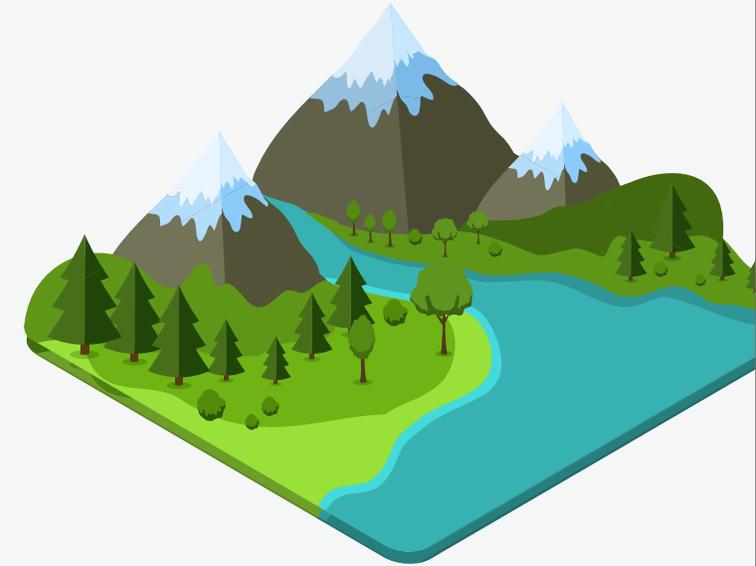
| アスクルが目指すエシカルeコマース |

Movement 01 商品環境スコアの見える化

Movement 02 資源循環の取り組み

Movement 03 世の中から無駄な廃棄をゼロにする

32 Ethical E-Commerce & our work





なぜアスクルは対馬市で

サーキュラーエコノミーに取り組むのか

長崎県対馬市SDGs推進課

前田 剛氏

代表取締役社長CEO

吉岡 晃

長崎県対馬市とアスクルは2021年2月、対馬市が抱える海洋プラスチックゴミの対策として、サーキュラーエコノミーを推進するためのSDGs連携協定を締結しました。SDGs未来都市2020に選定されている対馬市と、「資源循環型プラットフォームの実現」を掲げるアスクルが双方のノウハウを活用し、海洋プラスチックゴミを加工・再生した商品の開発・販売などに取り組む計画です。協定を締結した経緯や対馬が持つ課題と魅力、現在までの両者の取り組み、今後どういった活動を展開していくかなどについて、当社の吉岡晃代表取締役社長CEOと、対馬市役所でSDGs推進を担当する前田剛氏が対談しました。

対馬市 × ASKUL対談 | なぜアスクルは対馬市でサーキュラーエコノミーに取り組むのか

対馬はSDGs課題解決における試金石

前田 対馬は世界的に見ても、最も多くの海洋プラスチックが流れ着く島の1つで、日本だけでなく世界の様々なゴミが流れ着きます。地球温暖化で海面が年々上昇しているため、以前とは異なる場所にゴミが流れ着くようになりました。全量回収できるだけの十分な予算と人手がないため、自然環境に蓄積されるゴミは年々増えています。そして、対馬のゴミの問題には海洋プラスチックだけでなく、地球温暖化に伴う気候変動、世界の人口増加や大量消費など、様々なことが関係しています。私は対馬が、今日の地球規模の環境問題の本質を、他に先んじて表しているのではないかと考えています。

その一方で、対馬は多様性に富む魅力的な場所でもあります。10万年前は対馬を介して大陸と日本がつながっており、2万年前に現在の島の形になりました。そのため、動植物は対馬固有の種と大陸系の種、日本系の種が混在しています。日本に大陸文化がもたらされた際の玄関口でもあるので、文化も多様です。

吉岡 環境問題にしても多様性にしても、いろいろな面で対馬は世界が抱える課題の縮図ですね。私も、対馬はまさに日本のSDGsの課題解決における一番の試金石だと思っています。

2023年2月、対馬の海岸に初めて立ったとき、「これが経済発展と便利さの代償なのか」と驚きました。ゴミが少し漂着しているくらいをイメージしていたのですが、足場の奥の方までびっしりとゴミが溜まっていて。海洋プラスチックだけの話ではないことがすぐに分かりました。

前田 ゴミは回収しても、また新たに流れ着いてしまいます。そのため根本的に問題を解決するためには、流れてくるゴミをゴミとして扱うのではなく、有効な資源に変えていくことが必要だと考えました。そこで企業や学生、ボランティアの皆さんの協力を得ながらゴミを回収し、資源として使えるものをリサイクルして製品をつくる活動をしています。製品を手にとっていただくことで、対馬で起きている問題を知っていただけるようPRする取り組みもしています。

吉岡 当社では、政府が環境問題対策としてレジ袋を有料化した2020

年7月頃を機に、何らかの形で海洋プラスチック問題の解決に貢献できないかと考えるようになりました。レジ袋を有料化しても、プラスチックゴミの削減にはつながらないので、何らかの取り組みが必要だと考えたためです。

様々な検討を行う中で、ある社員が対馬の海洋プラスチックの問題を知り、対馬について調べていくうちに、対馬であれば単に寄付をするといった形ではなく、問題解決をビジネスに転換することができるのではないかと考えるに至りました。

その後、実際に対馬を訪れてみて、対馬の皆さんとビジネスがしたいという想いは一層強くなりました。流れ着くゴミには様々な国の文字があるものも多く、普通なら、理不尽と感じるのではないかと思います。しかし、島の方は一言も文句を言わず、「自分たちだって太平洋にゴミを流しているから一緒だ。自分を育ててくれた対馬に頑張っただけの恩返ししたい」と仰ってゴミ問題や磯焼け問題に取り組まれています。そういった地域の皆様の想いや志の高さに感銘を受け、改めて会社としてしっかり取り組みたいと感じました。



前田 剛 (まえだ つよし)
長崎県対馬市SDGs推進課
副参事兼係長

1979年長崎県雲仙市生まれ。立教大学・同大学院で観光学を専攻。2005年、環境省対馬野生生物保護センター職員として移住。ツシマヤマメコノ保全活動に従事した後、対馬市入庁。現在、SDGs未来都市・対馬市におけるSDGs推進の総合調整を担当。



対馬市 × ASKUL対談 | なぜアスクルは対馬市でサーキュラーエコノミーに取り組むのか

アスクルは世の中の考え方、消費行動をリデザインする力がある

吉岡 対馬の問題だけでなく、SDGsに関連する取り組みすべてについて言えることですが、慈善事業にしてしまうと企業の業績が傾いた際に止まってしまいます。ですから私は、SDGsに関する取り組みであってもビジネス化することが欠かせないと考えています。

ビジネス化するにあたっては、まず実態を知って自分なりに考え始めることが重要です。そうすると、「意志を持って取り組もう」という気持ちが芽生えます。精神論ではありますが、私はこれがとても大事だと考えています。

2023年10月から、当社の社員が対馬を訪れて学ぶ、スタディーツアーが始まります。現場に行き、実態を知ること意識も変わりますし、対馬の志の高い皆様とも仲間になっていけるのではないかと考えています。

前田 私はアスクルでなければできないことがあると強く感じていて、協働での取り組みには期待するところが数多くあります。アスクルが進めている、使用済みクリアホルダーを回収する資源循環プラットフォームにはとても感銘を受けました。沢山のステークホルダーがいて、コストと

労力がとてもかかる取り組みであるにもかかわらず、1,500社を超える企業が参画するまでに成長させています。既に我々も参加させていただいて、島で集めたクリアホルダーをお送りしています。

アスクルは、単にゴミを再資源化して物をつくるだけでなく、関連するサービスや消費行動を変え、リデザインすることができる会社だと感じます。もちろん、対馬のゴミからプロダクトをつくっていただけること自体とてもうれしいのですが、それだけでなく、アスクルがつながるメーカーや消費者の考え方、行動自体を変えるような取り組みができるのではないかと期待しています。それができれば、本当にゴミでしかなかったものが、宝になる世界が訪れるはずですよ。

トレード・オンを実現するために、ステークホルダーを巻き込んだムーブメントを起こす

吉岡 サーキュラーエコノミーに取り組む上での最大の課題は、やはりコストがかかることですね。ビジネスとして軌道に乗るようにしっかりと道筋をつくるのが大切ですが、それまでにどれだけコストがかかるのかは今の時点では見通せません。これまでのように、売上高や営業

利益率から、SDGsにどれだけのお金かけられるかを計算するような形では、追いつかなくなる可能性が高いです。

しかし、世の中や生活がどうあってほしいか、その中でアスクルがどのように捉えられるべきか、といったことを考えれば、この取り組みをやり抜く必要があることは明白です。コストの問題を乗り越える方法も、より真剣に模索しなくてはなりません。

ステークホルダーに我々の取り組みについてご理解いただくとともに、積極的に関わっていただくことも重要です。対馬の方には喜んで協力していただけたらと思うのですが、ゴミの回収から製品づくり、PRまで当社ですべてができる訳ではないので、多くのステークホルダーに関わっていただく必要があります。

前田 アスクルが社員の方向けに実施しているスタディーツアーに、サプライチェーンの企業の方にもご参加いただくのはどうでしょうか。こうした取り組みは、社内外の様々な方から寄せられるであろう「なぜ対馬から取り組みを始めるのか」という疑問に対する回答にもなり得ると思います。対馬に一度来ていただければ、いろいろな問題の縮図があるということを強く実感していただけるはずですから。



対馬市 × ASKUL対談 | なぜアスクルは対馬市でサーキュラーエコノミーに取り組むのか

吉岡 良いですね。最近、大手企業の経営者の方の多くが、SDGsの取り組みがCSR的なところで止まってしまうことに悩んでいる印象を受けます。そういった方にも「対馬と一緒に行きませんか」とお声掛けしたいと思っています。一回行くだけで、海洋プラスチック問題や気候変動、生物多様性がどういったことなのかをすべて体感できますよ、深い学びがありますよ、と。

前田 私は、社会課題を正しく認識していない状況で、技術先行で生まれたイノベーションは、時に社会を悪くするものと考えています。しかし対馬のように、課題が多くデジタル化されていないフィールドで、皆と一緒に取り組むことができれば、本当に優れたイノベーションを生み出すことができるはずだと思います。私個人も対馬に移住した身なので、「なぜ対馬にいるのか」と尋ねられて理由を考えることがあるのですが、「対馬で取り組むからこそ生み出せるイノベーションがある」と信じていることがその答えです。

吉岡 当社は、新型コロナウイルスの流行以前まで、年に一度、環境のコンソーシアムを開いていました。大学の先生や環境省の方、仕入れ先のメーカーの方、企業の購買担当の方など、沢山の方にご参加いただいていたんです。中には環境への取り組みに強い影響力をお持ちの方もいらっしゃいます。そういった方々にもお声掛けして、我々の取り組みに参加していただけたらと思っています。

前田 現在、プラスチック汚染をなくしていくための国際条約の成立に向けた政府間の交渉が始まっており、2024年末までに国際条約をつくることになっています。条約ができたらかなりのインパクトがあると思う

一方で、欧州がつくったルールに国際社会が従う、という流れが当たり前になっていることには疑問を覚えています。欧州の人には思いつかない、日本人だからこそ発想できる資源循環もあるのではないかと、思うからです。ですから、私たちもルールメイキングに関わりたいと考えていて、2024年11月に韓国で開かれる最後の政府間交渉の場で、今回の取り組みを含め、何らかのアピールをさせてほしいということを働きかけています。

吉岡 私は、ビジネスか環境かのトレード・オフではなく、どちらも両立するトレード・オンの実現が欠かせない状況になっていると感じています。ですから、私たちが先陣を切ってトレード・オンを目指すということを示すつもりです。現時点ではトレード・オンまでの道筋がはっきり見えるところまでは至っていませんが、次の中期経営計画を発表する際には具体的な数字に落とし込んだ道筋を示せるようにしたいと考えています。

お話ししたように、対馬の問題は自分たちが享受した経済発展と便利さの代償だと捉えていますので、このツケを次の世代に回す訳にはいきません。そして、この問題を解決するための方法の1つに、我々が掲げるエシカルeコマースの推進があると考えています。

前田 プラスチックゴミを再生してつくった商品はどうしても値段が高くなってしまいます。しかし消費者が「多少高くても、これを買うことで環境や人権が守れるのだ」と感じ、エシカルな消費を選択してくれるようになれば、いろいろなハードルを超えることができるはずです。そういった新しい文化づくりについて、アスクルにはステークホルダーのハブとなってムーブメントを起こして下さることを期待しています。

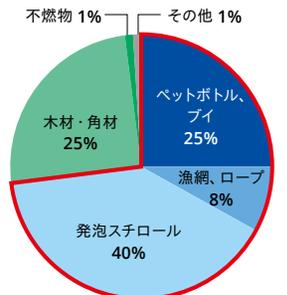
About 対馬

対馬は九州と韓国の間に飛び石のように浮かぶ「国境の島」です。陸域は深い森に覆われ、ツツヤママネコをはじめとする珍しい動植物が息つき、四方の海はアナゴやアカムツ、サザエ等の豊かな海の恵みを擁します。一方で過疎化といったローカルな問題と、海洋プラスチックをはじめとするグローバルな問題を抱えています。しかしこの状況を「課題先進地」としてポジティブに捉え、「自立と循環の宝の島 対馬」を目指してグローバルな課題解決に取り組んでおり、SDGs未来都市にも選定されています。



今、対馬で起きている環境問題

対馬の海は危機にさらされています。海面上昇、磯焼け、養殖魚介のへい死等、気候変動によるインパクトは深刻で、世界の人口増加に伴って水産資源は減り、陸域から海に流れ出るゴミは増え続けています。南北縦長く、リアス海岸が特徴の対馬は日本海の入口に位置しているため、海流や季節風が運んできた海ゴミを「防波堤」として受け止めています。その推定漂着量は毎年3~4万m³で、島の美しい自然景観、生態系や漁業等に影響を与えています。回収できるのは漂着量のわずか4分の1程度(約8千m³)。未回収のプラスチックゴミは紫外線や波で劣化して風雨で再流出し、日本海・太平洋へ影響が及んでいます。一刻も早く全量回収しなければ、対馬がマイクロプラスチックの生成場所になりかねません。



約70%がプラスチック類



磯焼け

南方系魚種の食害等で海藻類が消失し、岩肌が露出する現象

アスクルが目指すエシカルeコマース

Ethical E-Commerce

アスクルは、創業時から「社会最適」を実現することを目指し、既存の流通モデルを変革して新しい流通モデルを構築し、お客様やお取引先からご支持を得て成長してきました。

足下では、気候変動、労働力不足、人権問題、地政学リスクなどが顕在化し、サステナブルな社会を実現する要請は一層強まり、私たちを取り巻く変化のスピードはこれまでとはまったく異なる次元に達しています。

アスクルのパーパス「仕事場とくらしと地球の明日に『うれしい』を届け続ける。」、これを体現し、商品・サービスによってお客様の便益を満たすとともに、社会課題の解決を実現していけるようなeコマースがアスクルの目指すエシカルeコマースであり、アスクルの使命です。

アスクルを使うこと・アスクルのプラットフォームに参加することが、最も便利で最も社会課題の解決に貢献する、そのような形でアスクルのサービスへの支持が拡大し、お客様はもちろんのこと、お取引先にも、そして地球の未来にも「うれしい」サービスとして進化していくことを目指しています。

そのために重要なのは、トレード・オンの視点とステークホルダーを巻き込むムーブメントを起こすことです。

トレード・オン

アスクルはこれまでも、お客様の声にお応えしながら、環境問題への対応を中心に社会課題解決につながる商品やサービスを提供することに注力してきました。一方で、これらの社会価値の高い商品やサービスは必ずしも経済価値を伴わず、これを利益が出なくてもやむをえないと受容しながら取り組みを進める場面もありました。

エシカルeコマースを実現するには、社会課題解決につながる商品・サービスの社会価値と経済価値を両立=トレード・オンさせることが必要です。さらに、トレード・オンの視点として、経済価値の捉え方を変革していくことが重要と考えています。商品・サービスを磨き込み付加価値を上げて販売数を増やし、スケール化等によってコスト削減する従来の「点」の短期的経済価値だけではなく、これからは、アスクルの企業姿勢や価値観に賛同してアスクルを選び、長期的にご利用いただくお客様・取引企業を拡大することや、従業員やパートナーのロイヤルティを高めるなどステークホルダーに波及するような長期的経済価値を追求する視点も重視し、新たな挑戦を続けていきます。

アスクルが生み出す新しい価値

→ P.22 対馬市 × ASKUL 対談

→ P.31 世の中から無駄な廃棄をゼロにする

→ P.28 商品環境スコアの見える化

→ P.45 社会課題解決を目指すアスクルのロジスティクス

→ P.29 資源循環の取り組み

→ P.49 メーカーとの共創

アスクルが目指すエシカルeコマース

ムーブメント

社会課題は当然ながら一企業だけで解決できるものではありません。お客様やお取引先をはじめとしたすべてのステークホルダーとの継続的な共創を進めることで初めてその解決の可能性が見えてくるものです。

そして、持続的に課題を解決するためには、社会における意識と行動変容を促すような大きな流れをつくっていく必要があります。私たちは世の中にサステナビリティの価値観を伝播し、このムーブメントを起こすリーダー企業になりたいと考えています。



サステナブル・ハブとしての価値創造

eコマース領域においてムーブメントを起こしていくために、私たちはお客様とサプライヤーをつなぎ、協働して持続的な価値を創造する「サステナブル・ハブ」としての役割を担っていくことを目指しています。それはサステナブルな価値観をお客様に伝え、商品・サービスの選び方・買い方を変えていくきっかけをつくるとともに、サプライヤーにはお客様の声を伝え、商品・サービスへの潜在的なニーズをビジネスに取り込み、新たな価値創造をともに進めていくことです。

私たちの最大の強みの1つは、BtoBのお客様基盤です。500万事業所を超えるありとあらゆる業種のお客様にご利用いただいております。商品サービスを進化させるために必要となる多様で大量のデータがアスクルの経営資源の1つです。これらのお客様の声・データを推進力としながら、アスクルがeコマース事業者として「サステナブル・ハブ」の役割を果たしていくことで、社会課題の解決に貢献するためにアスクルを使う・アスクルのプラットフォームに参加する、という新しい「選択肢」を創出していきたいと考えています。

Voice



竹久 美月

執行役員
マーチャンダイジング本部 本部長

エシカルeコマースの実現で 未来のすべてへ「うれしい」を届け続ける

経済の発展により様々な側面で豊かにならすが実現され、これまで私たちはあらゆるものをすぐに手に入れられる「幸福」を享受してきました。しかし、地球温暖化の加速、自然災害の増加、人口減少、少子高齢化など、多くの社会課題が目に見える形でいよいよ私たちの生活を脅かしつつあります。今、私たちがこの現状を真摯に受け止め、打開策を講じていかなければ、私たちが感じてきた幸福を未来へバトンタッチすることはできないと考えています。

当社は小売業として、商品を通じてお客様とサプライヤーをつなげる役割を担ってきました。これからの時代においては、単純に商品を仕入れて販売するという役割だけではなく、どのようにしてサステナブルな消費を促

す役割を果たせるのが重要になっていきます。これが私たちの目指す「エシカルeコマース」の1つの姿です。

お客様にもサプライヤーにも、多くの社会課題に対する認識と危機感はあると感じています。しかし、それをどのように行動に移すべきかについてはどの企業も悩んでいるのが現状だと思っています。例えば、お客様の「社会に貢献したいが、どんな商品がエシカルな商品か分からない」という悩みと、サプライヤーの「お客様にどのように価値を伝達すべきか」といった悩みを、その間にいるアスクルがつなぎ、ともに解決し、社会へ価値を還元していくことこそ「サステナブル・ハブ」というアスクルの役割であると考えています。

コロナ禍を経て、仕事と私生活の境界線が以前より曖昧になるとともに、ワークインライフという考え方が浸透してきました。そういった時代の変化を受け、これまでMD*組織はBtoBとBtoCで担当を分けて活動してきましたが、これを2023年3月に組織統合しました。BtoBとBtoCの双方の視点を持つことで新たな価値創造を実現し、これまでよりもお客様に「うれしい」を届けられるマーチャンダイジングを行っていききたいという想いが根底にあります。

お客様にアスクルの商品を魅力的に感じていただき、アスクルでの購買行動が自然と社会貢献につながっていくことこそ、マーチャンダイジング本部が目指すエシカルeコマースであり、これを実現することが未来のすべてへ「うれしい」を届け続けるアスクルの使命です。

* MD(マーチャンダイザー): 商品企画・開発や商品構成の決定、販売・サービスの計画立案・価格設定等、商品開発を担う職種

アスクルが目指すエシカルeコマース

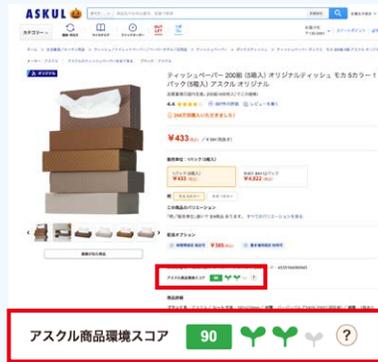
Movement

01 ▶▶▶ 商品環境スコアの見える化

当社は2010年に「アスクル環境視点」という、商品の環境対応について10の定性的項目を基準として活用してきました。

それから10年。社会では「気候変動」「資源の枯渇」「海洋や森林の保護」「廃棄物処理問題」などの課題が顕在化し、注目されるようになりました。

そこで、2020年に商品環境基準の見直しに着手しました。翌2021年、貢献領域を「脱炭素」「省資源・資源循環」「生物多様性



の保全」とし、定量的な30項目を設定しました。

この基準により、商品開発においてどのような対策を講じれば環境負荷の低いモノづくりができるか判断できるようになりました。そして、この基準に基づいて商品ごとに環境配慮度をスコア化し、Webサイトに掲載するようにしました。これによりお客様が環境負荷の低い商品を選択しやすくなり、個人または企業として環境保護の一翼を担うことができました。

環境スコアが、環境保護の道標となるよう掲載方法を進化させ、基準においても技術の進歩に合わせて進化させたいと考えています。これからも業界の一步先をいつも目指していきます。

お客様にとって

- ▶ 環境負荷の低い商品が一目で分かる
- ▶ 環境保護に自ずと参加できる
- ▶ 当社以外での買い物でも環境負荷の低い商品を見つけられる



メーカー・サプライヤーにとって

- ▶ 商品の環境配慮の程度が分かる
- ▶ どのような対応を講じれば、環境負荷の低いモノづくりができるかが分かる
- ▶ 各メーカーの商品にも水平展開することで環境負荷低減の取り組みを広げることができる

「アスクル商品環境基準」について

2022年にアスクル商品環境基準を公表しました。評価基準は「容器包装」「商品本体」「仕組み」に分かれており、すべての商品について同じ基準でスコアを出しています。そのため、満点という概念はありません。商品群によっては加点しにくい場合もありますが、メーカーやマーチャンダイザーが知恵を出し合ってスコアを上げる努力をしています。

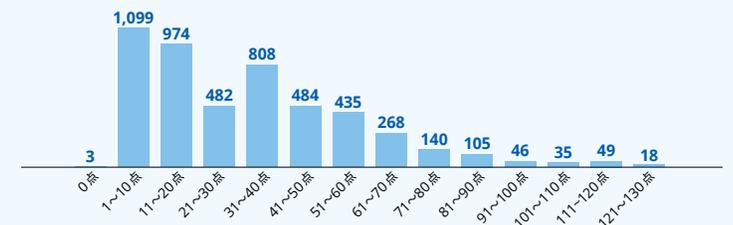
大分類	中分類/小分類	評価基準例(全30項目)
容器包装	原材料	紙・プラ・認証・印刷 古紙等再生材、FSC商品
	設計	軽量・省資源・廃棄 改善度合い、分別容易
商品本体	原材料	林産物・プラ・認証 環境負荷の低い素材・認証品
	設計	軽量・省資源・廃棄 改善度合い、分別容易
仕組み	再生	回収・リサイクル 独自回収実施、再生材を使用
	その他	環境対応の取り組み CO ₂ 算出・削減の取り組み

全30項目についてはこちらをご覧ください。

今後の展開

- ▶ お客様がより環境配慮商品を選択しやすくなるため、商品の環境情報の充実化を進める
- ▶ メーカーとともに、スコア0点の商品を環境配慮商品へ改善する
- ▶ この活動にご賛同いただけるメーカーの商品は、オリジナル商品同様、スコアをWebサイトへ掲載

オリジナル商品の「商品環境スコア」の採点・分布状況(2023年10月31日時点)



アスクルが目指すエシカルeコマース

Movement

02 ▶▶▶ 資源循環の取り組み

アスクル資源循環プラットフォーム
<https://www.askul.co.jp/kaisya/shigen/>

資源循環プラットフォーム(クリアホルダー)

#リサイクル

なぜ

近年、プラスチックは、資源の有効利用や廃棄物削減の観点のみならず、気候変動対策においても注目が集まり、これからは3R+Renewableを実現するバリューチェーンの構築が求められています。

アスクルは文具事務用品の通信販売業として事業を開始し、創業以来、大量のプラスチック製品を販売してきました。この立場から、原材料採取から廃棄につながるリニアエコノミーから、廃棄をできるだけしないサーキュラーエコノミーに移行するために、私たちを含めたサプライチェーンがどう変わるべきかを考えました。

役割

資源循環に取り組む、それをサプライチェーンで考えるためには、概念だけでなく「具体的な活動」が必要です。商品の企画・設計から製造、販売、使用後の再資源化、そして再商品化に至るまでの商品ライフサイクルを通して、資源循環を実現するバリューチェーンに移行していくために、様々な事業者と連携することを目的として、2022年4月、「アスクル資源循環プラットフォーム」を立ち上げました。

ここでは、使用済みクリアホルダーの回収リサイクルの活動を通して、様々な主体が参加しやすい「再利用する」ためのアイデアを育てていきたいと考えています。

お客様にとって

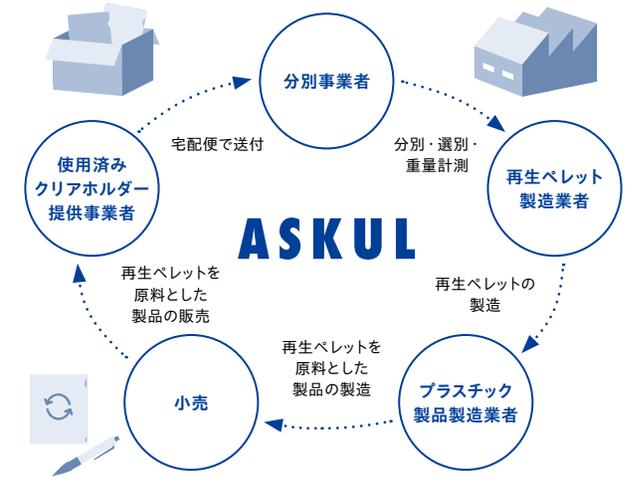
- ▶ 資源循環に参加することで捨てない選択ができる
- ▶ 安いものを買って、使って終わりのサイクルから、使った後が分かる行動に変わる
- ▶ 資源循環に取り組んでいる企業から、間接材を調達できる



メーカー・サプライヤーにとって

- ▶ お客様に捨てない選択を提供することができる
- ▶ 資源循環の実現に向けて重要な役割を担うことができる
- ▶ 再生材(ポストコンシューマー材)活用のトライアルができる

使用済みクリアホルダー回収リサイクル



白井エコセンター株式会社 (分別事業者)



クリアホルダー分別の様子

亜星商事株式会社 (再生ペレット製造業者)



再生ペレット製造の様子

提供事業者数

1,730社

回収重量

145トン

再生ペレットへのリサイクル率

98.5%

※ 2021年1月～2023年9月の累計

アスクルが目指すエシカルeコマース

Movement 02

商品化事例

アスクルPB Matakul(マタクル)

使用済みクリアホルダーからつくられた再生ポリプロピレンを原材料に使用した商品の販売を2022年12月から開始しています。ポスト・コンシューマー(使用済み)材を商品の原材料に使用するチャレンジが、株式会社リヒトラブ・三菱鉛筆株式会社・ライクイット株式会社の3社にご参加いただくことで、実現しました。



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ベン立て
- ・クリアホルダーからつくったブリックス小物入れ

東急不動産の取り組みで、使用済みクリアホルダーが貸出傘の柄に生まれ変わりました

東急不動産株式会社が管理するオフィスビルの入居企業から回収した使用済みクリアホルダーが傘の柄に再生され、これを活用した貸出傘を入居企業の皆様にご利用いただいています。アスクルの資源循環プラットフォームは参加企業のさらなる環境活動の支援にもつながっています。



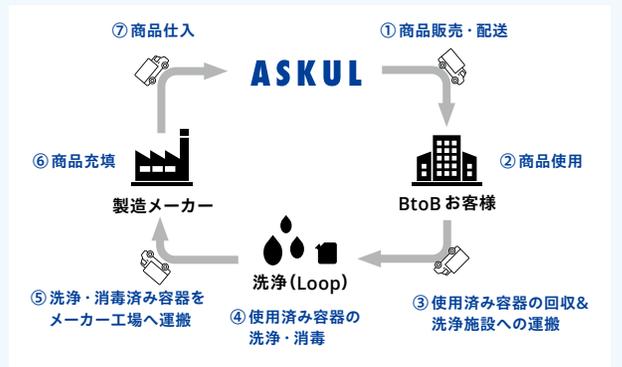
Loop Professional for ASKUL

#リユース

Loop Japan合同会社とともにBtoB向けのリユースモデルの構築に挑戦しています。アスクルでご注文いただいた商品をご使用后、容器を回収し洗浄・再充填することでその容器を再度ご利用いただくモデルです。

「3R+Renewable」のうち、リサイクルだけではなくリユースにも活動の幅を広げることでプラスチック製品による環境負荷をさらに低減できると考えています。

地域を限定し実証実験を行う中で、BtoBのお客様のニーズ、コスト面や運用面の課題を抽出し、本サービス実装を目指します。



お客様にとって

- ▶ 使い捨て容器をリユース容器に変更することで、廃棄物を減らすことができる
- ▶ アスクルの注文の受け取り時に回収を依頼することができるので手間がかからない

メーカー・サプライヤーにとって

- ▶ アスクルをご利用いただいているお客様から直接回収ができる
- ▶ 商品を供給することで従来のチェーンの中で資源循環に取り組むことができる



Loop Japanより 「本取り組みの価値、実現したいこと」

Loopはグローバルに展開するリユースのプラットフォームです。私たちは「捨てるという概念を捨てよう」というミッションのもと、Loopを通じて繰り返し使う新しいライフスタイルを推進しています。

「Loop Professional for ASKUL」は、アスクルの既存のプラットフォームと物流網を活用することで、より環境負荷を軽減することが可能です。この取り組みを通じて、より効率的に、より効果的にリユースを推し進め、循環型社会の実現に貢献していきたいと思っております。



LOOP JAPAN合同会社
アジア太平洋統括責任者/
日本代表
エリック カワバタ 様

アスクルが目指すエシカルeコマース

Movement

03 ▶▶▶ 世の中から無駄な廃棄をゼロにする

Go Ethical(商品廃棄ロス削減の取り組み)

#リデュース

Go Ethicalとは、これまで様々な理由(店舗からの戻り品、パッケージ不良品など)により、品質自体には問題がないにもかかわらずメーカー側で廃棄されていた商品を、当社の販売チャネルを使って通常のアウトレット販売のような単なる「安さ」だけでなく「商品廃棄削減」に光を当て、ブランドを毀損することなく、なぜGo Ethical品として販売することになったのかを売り場に表示、お客様にもご理解いただいた上でご購入いただく取り組みです。

「エシカルeコマース」を目指す当社ではSDGsの考え方にに基づき、作り手であるメーカーと共創しながら独自の取り組みを推進しています。



* 2021年5月21日～2023年8月20日の累計廃棄削減数



Voice

アスクル サステナビリティ・アドバイザー



未来を届ける存在としてのアスクル

ピーター D. ピーダーセン氏
 NPO法人NELIS代表理事
 アスクル株式会社
 サステナビリティ・アドバイザー

エシカルeコマースは、アスクルならではの強みを活かせる取り組みだと思います。全国津々浦々に、大中小の事業者を顧客層に持つアスクル、そして製品をともに企画し、製造するビジネスパートナー。この間に立って、利便性だけでなく将来性もしっかり組み込んだビジネスモデル変革を牽引し、実現に向かわせる可能性を、アスクルは秘めています。本報告書で紹介されている事例のように、現場の並々ならぬ努力の賜物として、リサイクル素材の製品や廃棄ロスの削減など、着実に進んでいる印象を受けています。

その過程において、アスクルはお客様とサプライヤーの間をつなぐ「ハブ」としてだけでなく、今、必要とされているサステナブルな消費行動への「加速装置」としても働くことが求められていると思います。お客様がまだ気づいてもらえない魅力的で、サステナブルな新製品や、お取引先だけでは実装できない新しいビジネスを「ともに」生み出すことは可能だと思いますし、そのような「変革のジャーニー」をリードする存在としてのアスクルに期待したいと思います。

これは、ある意味従来の事業を少し超える形でのムーブメントづくりでもあると思います。そして、それを実際に成功させるためには商品企画やパートナーシップにおいてのみならず、コミュニケーション、マーケティング、ブランディングの取り組みでも、飽くなき革新と探求が必要になると思います。

お客様にとって

- ▶ お得に買い物ができる
- ▶ 気になっている商品を試せる
- ▶ わけあり商品を安く購入できる
- ▶ エシカルな活動に参加できる



メーカー・サプライヤーにとって

- ▶ 在庫ロスを削減できる
- ▶ 商品廃棄コストを削減できる
- ▶ 正規品へのマーケティングにつなげられる
- ▶ 販売シェアを上げられる

今後の展開

サプライチェーン全体でサプライヤー、メーカーとともに廃棄ロス問題に取り組み、商品カテゴリの拡大、またBtoBへの展開も開始し、世の中から少しでも無駄な廃棄を削減する活動を広げていきます。





受け取りやすく、お届けやすく！
お客様にもドライバーにも、
みんなにとってエシカルな配送
を実現します。

角田 遥香
ロジスティクス本部 配送ネットワーク



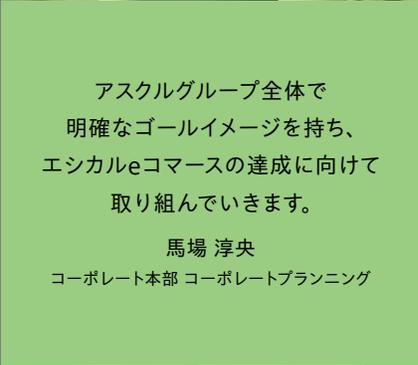
お客様と一緒に社会課題を
解決できるような事業構造を
考えていきたいです！

保田 大輝
EC本部 BtoB事業企画



お客様に心から「うれしい」
と思っただけ、
持続可能なオリジナル商品開発を
進めていきます。

三上 佳菜子
マーチャンダイジング本部 フード&ビバレッジ



アスクルグループ全体で
明確なゴールイメージを持ち、
エシカルeコマースの達成に向けて
取り組んでいきます。

馬場 淳央
コーポレート本部 コーポレートプランニング



お客様にとっても、地球にとっても、
「うれしい」が感じられるアスクルを
最高速度で開発し続ける。

森本 健次郎
ECプロダクト本部 エンジニアリング1統括部



Ethical E-Commerce & Our Work

自身の仕事でどのように
エシカルeコマースを実現していきたいか、
アスクル社員の声をご紹介します。



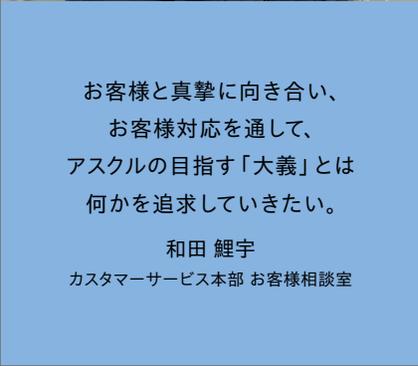
データ活用の力を発揮し、
AIでよりパーソナライズされた
最高のショッピング体験を届けたい！

楊 迎莎
テクノロジー本部 ICTソリューション



アスクルが目指すエシカルeコマースが
ベストプラクティスとなるよう、
すべてのステークホルダーの
安心・安全を下支えします！

横山 裕子
リーガル&セキュリティ本部 セキュリティマネジメント



お客様と真摯に向き合い、
お客様対応を通して、
アスクルの目指す「大義」とは
何かを追求していきたい。

和田 鯉宇
カスタマーサービス本部 お客様相談室



社員の皆さんが働きやすい制度を
整えながら、広い視野を持ち
地球の明日につながる取り組みを
ともに考えます。

中山 優香
人事総務本部 人事



制度や運用をアップデートし、
エージェントとともに、
お客様へエシカルな商品・サービス
をお届けします！

中原 悠介
営業本部 エージェント営業

