

統合報告書

# AS ONE REPORT 2024



 **アズワン株式会社**



このパンフレットは適切に管理された森林から生まれた「FSC® 認証紙」を使用しています。  
また、印刷工程では環境に配慮した「植物油インキ」で印刷しています。







【パーパス】

研究・産業・医療のフィールドで、  
人・モノ・情報・サービスを繋ぎ、  
成果を加速させる。

【経営理念】

## 「革新と創造」

フロンティア精神を胸に  
常に挑戦し続ける企業でありたい

アズワンは、「革新と創造」を経営理念に掲げ、常に変化を求め、  
現状維持を好まず、歩みを止めることはありません。  
また、それまでなかったものを、オンリーワンの何かを創り出します。  
それは、新しい商品であり、新しい価値であり、  
新しい仕組みであります。



【社名の由来】



「アズワン」は英語で、「一体となって」を意味しています。  
市場環境が大きく変化しようとしている今、  
私たちはユーザー様、販売店様、サプライヤー様の皆様とともに、  
新しい価値の創造に取り組み発展していきたいと願っています。





# TOP MESSAGE



代表取締役社長  
井内 卓嗣

## 次期中期経営計画での 新たな成長ステージを見すえて、 事業の拡大に向けた施策を 着実に進めていきます。

2024年3月期、当社の売上高は14年連続の増収となり、過去最高を更新しました。2022年5月に策定した修正版中期経営計画「PROJECT ONE ver.2.0」についてもすべきことが順調に進捗しており [P.41](#)、2025年3月期のゴールに向けて成果のさらなる創出を目指しているところです。そして、次期の中期経営計画に向けては積み上げてきた成果を踏まえて、新たな成長ステージに相応しい戦略の策定に尽力してまいります。

### 外部環境の変化に左右されにくい ビジネスモデルを確立

当社は、研究及び産業、医療の領域における総合卸として、「革新と創造」を経営理念に掲げて、商品や情報ネットワーク、ロジスティクスなどでほかにはない価値を創出し続けている企業です。社名の「アズワン=as one」とは、英語では「一体となって」を意味しており、お客様を始め、販売店様、仕入先様の方々と一緒になって新しい価値の創造に取り組んでいます。

これまで当社では、研究分野のお客様が抱える「時間がない」「資金がない」「もったいない」といった「3つのない」の課題に、具体的な解決策を提案していくことで、研究者の方々が研究業務に専念できる環境の実現を使命としてきました。主要なお客様である研究機関の方々からは、「アズワンの購買システムが我々の研究活動を支えている」などのお声をいただいております。

2024年3月期は、売上高が14期連続増収の955億円となりました。従来のカatalog販売に加えて、集中購買システムを始めとするeコマースが売上の向上に大きく寄与しています。2025年3月期には売上高が1,000億円を超える見通しであり、経営理念に掲げる

「革新と創造」に象徴される通り、創業以来時代の変化に機敏に対応することで、当社固有の強固なビジネスモデルを確立してきました [P.15](#)。

90年の歴史において、減収となったのは2001年のITバブル崩壊と2008年のリーマン・ショックの2回のみで [P.13](#)、2019年度から2023年度までのコロナ禍を挟んだ期間における売上の推移を見ますと、ラボラトリー分野及びインダストリー分野は年平均8.6%で増え続けています。また、メディカル分野はコロナ禍の収束に伴い2023年度は売上が2桁減であったものの、期間平均では約5%で成長しています [P.19](#)。外部環境の急激な変化に左右されることなく、常に安定的な成長を実現している点が当社の事業における強みであります。

### 1,000万アイテムを超える 商品データベースのオープンサイト

当社の事業が着実に拡大している要因について申し上げますと、一番の牽引役となっているのはeコマースです [P.16](#)。お客様の規模別に、大企業向けの集中購買システム「ocean」を始め、中企業向けで販売店





## 「バーチャル在庫」という サプライチェーンの見える化 P.43

お客様の購買ニーズに即したeコマースの展開とともに、豊富な品揃えと当社が「バーチャル在庫」と呼ぶサプライチェーンの見える化もまた事業拡大の大きな要因です。「これからの時代、情報こそが競争優位の根源」という考えのもと、デジタル分野に重点的に投資してきたことにより、サプライチェーン全体を俯瞰した、商品の圧倒的な品揃えと付帯情報、そして短納期を可能にした仕組みを構築しています。

品揃えについてはすでに1,000万アイテムを超え、2024年度は1,200万アイテムを目指しています。巨大な商品データベースに、せっかくならサプライヤー様が持つ在庫量も登録してもらおうと推進しているのが、サプライヤー在庫の見える化、いわゆる「バーチャル在庫」です。

eコマースにおける一般論として、商品の品揃えが拡張するのに比例して、在庫の拡充や的確な納期管理の負担増が求められます。それに伴い、土地や建物、マテハンまで自前で調達するならば、200億円から300億円の追加投資が必要です。さらにロングテール在庫が、超超ロングテール在庫となってしまう、これではいくら利益を上げてハコモノ投資に終始して、資金が滞留してしまいがちです。

これに対して、当社では商品データベースにリンクさせる形でサプライヤー在庫の見える化を推進してきました。見える在庫の総額は目下1,250億円に拡大しています。当社が持つ実在庫は約100億円に対し、「バーチャル在庫」の総額は実在庫の約12倍に及びます。これによって、ユーザー様は検索した商品が日本中のどこかに在庫として存在する安心感を得ることができます。さらに、商品データベースにリンクすることで、ユーザー様、販売店様ともに、最新価格と納期の確認の手間から解放されることになります。加えて、ご注文された商品について、アズワンの実在庫から約9割が当日出荷となっているほか、「バーチャル在庫」についても、3日以内に8割の出荷が完了しています。納期に向けては今後一層、短縮を図ることで、お客様の利便性向上に努めてまいります。

支援型の「Wave」、小企業向けの「AXEL」と使い勝手の良いシステムを3タイプ設けています。さらに通販事業者様向けのプラットフォームを含めて、4つのチャネルを展開中です。eコマースとしての売上は年々右肩上がり、2024年度は321億円を計画しています。

また、eコマースの売上構成比も年々高まっています P.42。10年前の8%に対して、5年前には20%、直近では32%にまで拡大しつつあります。最近では、新設したデータドリブングループが中心となり、営業から調達や管理部門に至るまで、データ解析に基づいた施策が功を奏し、事業の成長を後押ししています。当社にはSHARE-DBという1,000万アイテムを超える商品データベースのオープンサイトがあり、ユーザー様、販売店様にご利用いただいています P.42。

ユーザー企業様に集中購買システムに接続していただく際、購買管理のご担当の方から、「アズワンさんは理化学分野のカatalog掲載品だけ載せてもらえればいいですよ」と言われることもありましたが、これだけでは取引の対象はわずか10万アイテムほどにとどまります。従来、掲載品目の拡大をお願いしても、ユーザー企業様に受け入れてもらうのは難しかったものの、ユーザー企業様のオープンサイトでの検索履歴をお示して、「御社のユーザー様から、これだけの検索実績があるにも関わらず、御社との集中購買システムに商品を掲載していただけていないのでスムーズに購入できない状況になっています」とご説明すると、「それならばぜひ掲載してください」とご返事をいただけることが多くなりました。当社独自のデータ倉庫に格納されている1,000万点を超える商品が、ユーザー企業様との集中購買システムというお客様が日々目に触れる場所へと広がることで、購買金額が右肩上がりになっている状況です。

## 新たな事業の柱に向けて 成長が進むサービス領域

中期経営計画の主要施策に関して、eコマース及び品揃えの拡充についてはすでにお伝えした通りです。加えて、海外展開、サービス領域の拡充についても施策を着実に進めています。

まず海外展開の状況ですが、現地法人を展開する中国については景気減速の影響により、売上が前年割れとなりました。もっとも、現地の同業者の動きが急減速しているのに対して、現地法人のアズワン上海は若干の減少に留まっており、2025年3月期の売上は微増を計画しています。一方、中国以外のアジアを中心とした海外販売は好調で、2024年3月期の売上高は22%増となりました。2025年3月期は中期経営計画の目標である20億円突破を見込んでいます。

一方、サービス領域については、当社における新たな事業の柱に育成すべく注力しているところ P.37。すでに高額機器のレンタルや計測機器などの校正、研究業務に関する受託などの業務について認知度が確実に上がってきています。

この領域は、人を介したアナログ領域の業務であることから、倍々の成長とはいかないものの、平均成長率は20%と着実な成長を刻んでいます。しかも、このニッチ領域から広がる市場は、日々研究者と繋がっている当社の強みを発揮しやすく、競合他社が容易に参入できない面があります。

サービス領域についてはお客様から、「研究に高額な計測機器が必要なのだが、期間限定のプロジェクトであるため、購入の予算確保が難しい」「高額機器の購入に際しては、まずレンタルで有用性を確かめてから購入したい」といった声を耳にします。この課題に応えるため、当社はレンタル品の拡充を図っています。これによって、お客様の研究活動を促進する一方、当社としてはレンタル、物販の両面で相乗効果を期待できます。受注が拡大している計測機器などの校正業務と合わせて、潜在していた市場を確実に顕在化できているため、新たな事業の柱に向けて大きく前進しています。

## データ分析や物流機能などの 強みを活かして事業をさらに拡大

2024年度は中期経営計画の最終年度であり、さらなる成果の創出に向けて一つひとつの課題に注力しています。足元では主要の3分野ともに売上は好調です。研究領域では民間投資が好調であるのに加えて、アカデミアでも例年より前倒しで予算執行が始まっている点が追い風となっています。産業領域も全般的に活性化の傾向であるほか、医療領域もコロナ禍以後の落ち込みから回復してプラス成長に転換の見込みです。

こうした状況により、2025年3月期の売上高は前期比で6%の成長を計画しておりますが、引き続き中期経営計画 ver.2.0に掲げられた数値に近づけるよう果敢に挑戦いたします。社会の情勢は人手不足や物流業界の「2024年問題」などマイナス要因が目立つものの、当社の事業にとってはむしろプラスに作用する面が多いと考えます。もっとも、欧州や中国の景気悪化や為替の動向次第では、主要企業の研究開発投資に影響がないとはいえないため、市場の動向を常に注視し、いかなる事態に対しても機動的に対処する心構えで経営に臨んでいます。

業績の向上を目指して重視している施策の一つが、サプライチェーン全体を見渡したデータ分析です P.45。マーケティングから調達、物流、販売動向に至るまでデータ分析の切り口を多様化することで、課題解決の新たな視点や増収増益に繋がる成果を期待できます。

それとともに、これもまた当社の強みである物流機能をさらに強化します。市場の川上から川中、川下の全てにおいて、ミルクラン方式の巡回集荷 P.50 や、他社との共同物流を促進していくことによって業界における物流網のハブ(中心拠点)としての地位を確立していきます。

2023年に立ち上げた新たな物流センターである「阪神DC」については、その収容能力を最大限に活用し、売上の増大に寄与していきます。それとともに、センターの特性を活かして通販企業向けやユーザー直送など、いわばかゆいところに手が届くサービスを提供していきます。



## 医療領域における当社独自の ポジションを追求

中期経営計画における成果の創出とともに、次期以降の成長を目指した取り組みも着々と進めています。2024年4月に組織強化や新たな取り組みを意図して、8つの新たな組織や再編を実施しました。また、新たなチャレンジとして、未来医療国際拠点「Nakanoshima Cross」へ入居しました。ここは再生医療を始めとした世界最先端の医療を提供する拠点を目指しています。医療機関と企業、スタートアップ、支援機関などが同じ施設内に集結するという従来にない産業化拠点です。当社としては出資や協業を進めながらコンソーシアムを通じて再生医療に関わり、培養やクリーン環境に関する設備の提供とノウハウの蓄積など、これまでの医療備品や消耗品の提供の枠から飛び出して医療領域における当社独自のポジションを築いていきます。

当社では従来、研究業務に精通した専門チームで構成する専門事業本部が中心となって、研究者に対するソリューションやコンサルティングを提供してきました。この実績を踏まえて、再生医療分野の支援を意図した専門装置の販売促進、受託解析サービスなどのソリューションの提供などを展開していきます。経団連が推奨しているバイオトランスフォーメーション(BX)戦略においては、当社が提唱する「研究成果の加速により、社会課題を解決する」という主旨に合致しており、今後、「Nakanoshima Cross」での取り組みを通じて事業の幅を広げてまいります **P.40**。

次の中期経営計画に込める私の思いとしては、一言で言えば、コップの外側に視野を広げていくことです。現在の売上の柱を担う汎用機器や消耗品の3,000億円市場から踏み出して、分析や計測といった高額機器にも広げることで、中長期的には1兆円市場をターゲットとしていきます。

それに向けて、当社の強みである業界の中でのハブのポジションを活かして、新品の販売からレンタルやリース、中古品販売と多様なメニューを提供するとともに、さらには機器の管理やリサイクルに至るまでの一連のライフサイクルに関わりながら、お客様の研究

活動における無駄を排除し、研究成果の加速に貢献していきます。

中長期的なリスクとして認識しているのは、一つは研究のデジタル化の進行です。これに関しては、すでに着手している通り、デジタルのハード及びソフトの領域への進出を加速していきます。また、この先、物販についてたとえB to Bであっても価格比較サービス等による競争激化が避けられません。比較の難しいサービス領域の拡充を通じて独自の土俵を築くとともに、ワンストップの魅力あるプラットフォームを早期に確立することで競争優位を引き続き築いていきます。

## 独創的な価値を創出できる 企業を目指して

私が社長に就任して、今年で16年目となりました。現在、特に意識している一つは後進の育成、もう一つはデジタル時代を見据えて若手社員が活躍できる環境の整備です。また、経営者として日々コップの外を見ることを心掛け、身の回りはもとより、異業種など外部からベストプラクティスを取り入れることに努めています。

連続的な進化こそが組織の刺激となり、活性化の源泉です。全員が一丸となって研究や医療、先端産業の成果の加速に貢献するアイデアを生み出していくこと、これこそがアズワンの強さの根源であります。そのため、私自身だけでなく、従業員一人ひとりが視界を広げていくことが欠かせません。私から従業員に積極的に問いかけることを心がけ、あらゆる部門の人たちと「こんなことができたらいいな」という真面目な雑談に努めています。

今日、生成AIの登場によってだれもが問いかけるだけでベストプラクティスの情報が得られる時代になりつつあります。こうした先進技術をいち早く導入することで一時はアドバンテージが得られるものの、だれでも導入できる分、競争優位が長く続くものではありません。これから先の時代において真に注目されるのは独創的な価値、違いです。これを生み出すのはだれかということ、従来、異質と思われがちだった天才たちと考えます。

たとえば、異端の研究者や一見不可解な芸術作品を創る人、世間の常識を超えた料理人などです。こうした

天才たちこそ、これまでにない世界を創造することができるはず。私のような地道に取り組む凡人の役目としては、天才たちの仕事を理解し、支援することだと思います。なぜなら天才とされる人たちの多くは、得意領域以外では意外と不器用であったりします。そうした方々を支え、頼りにされる縁の下の力持ちであり続けたいのです。

## 点としての新たな価値を 線として繋げ、さらに面に拡大

今後、成長戦略を着実に実行していくとともに、拡大する組織を見据えて事業基盤のさらなる強化に対する目配りも欠かすことはありません。ESGの諸課題に継続して対処してまいります。

まず流通業である当社にとって、物流の改善を通じた環境問題の解決は重要なテーマの一つです。カーボンニュートラルへの貢献を始めとして、環境保全とコスト削減の両立を目指しています。物流危機が深刻化する中では、各社様に当社の配達便を利用いただくことで、メーカーから個別調達するより、運賃がかからず、環境負荷も少ないという利点があり、利用が増加しています **P.43**。

一方で、当社では物流の効率化と環境保全を推進するため、商品の送付先などさまざまなデータの活用により、総輸送距離の削減に取り組んでおり、この活動により2023年度では月あたり地球7周分もの配送距離を削減しています **P.50**。

人的資本経営の推進もまた持続的成長の重要な条件です。若手人財の定着が問題視される中、幸い当社では若手の離職はきわめて低い状況です。さらに従業員の成長実感と会社成長への寄与の両立を目指す中で、DXに強い人財の育成に力を入れています **P.54**。

一つの取り組みとして、データサイエンス学部を設立した滋賀大学と連携し、データ技術者の育成研修を

行っています。また、社内ではRPAロボットを活用して、各人が反復作業の自動化に取り組んでおり、目下430体のロボットが稼働し、月間5,000時間の反復作業を自動化しています **P.18**。こうした成果は、社内のみならず、社外での活動にも繋がっており、IT系イベントへのパネリストとしての参加、社外へのDX研修の実施など、従業員の活躍の場を広げるものとなっています。

そして、コーポレート・ガバナンスの強化にも引き続き努めていきます。経営の透明化、意思決定の迅速化、コンプライアンスの徹底を通じて、ビジネスバリューを始め、フィナンシャルバリュー、レピュテーションバリューという3つのバリューを高め、企業価値をさらに向上させていきます。

今後、当社は売上高1,000億円をあくまで通過点として、さらなる成長を追求してまいります。お客様や社会の課題に応えるという観点から、これまでさまざまな種まきを続けてきた中で、いくつも確かな手応えが得られつつあります。現在「点」として育ってきた新たな価値が「線」として繋がり、さらには「面」として広がりつつあります。アズワンとして新たな成長ステージに向けて、「革新と創造」をさらに加速させていくことで、社会的価値と経済的価値の両立を引き続き追求してまいります。





メッセージ

- 01 パーパス
- 02 経営理念  
社名の由来
- 03 トップメッセージ
- 09 INDEX

アズワンとは

- 11 社会の中のアズワン
- 13 創業から90年に及ぶ成長の軌跡
- 15 アズワンのビジネスモデル
- 17 財務ハイライト・非財務ハイライト
- 19 部門別状況
- 21 財務担当役員メッセージ
- 25 2024年3月期の概要

価値創造ストーリー

- 27 価値創造プロセス
- 29 アズワンのマテリアリティ
- 31 アズワンの資本
- 33 アズワンのバリューチェーン
- 35 特集1 PB商品開発
- 37 特集2 サービス事業
- 39 特集3 ソリューション・デザイン
- 41 中期経営計画

価値創造を支える基盤

- 47 サステナビリティに対する考え方
- 49 環境
- 52 TCFDフレームワークに基づく開示
- 54 社会
- 63 コーポレート・ガバナンス  
役員紹介
- 65 社外取締役メッセージ
- 67 コーポレート・ガバナンスの概要
- 75 リスクマネジメント
- 76 コンプライアンス
- 77 社会貢献

企業情報

- 79 11ヵ年連続財務サマリー
- 81 株式情報
- 82 会社情報

アズワンとは

INDEX

- 11 社会の中のアズワン
- 13 創業から90年に及ぶ成長の軌跡
- 15 アズワンのビジネスモデル
- 17 財務ハイライト・非財務ハイライト
- 19 部門別状況
- 21 財務担当役員メッセージ
- 25 2024年3月期の概要



編集方針

アズワンレポートは、株主・投資家を始めとする様々なステークホルダーの皆様へ、当社グループの企業価値向上に向けた取り組みをお伝えすることを目的に発行しています。アズワンレポート2024では、社会の中のアズワンをお伝えするページを新設し、トップメッセージでは当社の成長戦略と事業を通じてのパーパスの実現について掲載しています。特集では、研究・医療への貢献を深化・拡大させる当社の取り組みを紹介しました。

見通しについての特記事項

本レポートには、当社の将来についての計画・戦略・業績に関する予測と見通しが含まれています。実際の業績は、本レポートで述べられている見通しと異なる可能性があることをご理解くださいますようお願いいたします。

対象範囲・期間

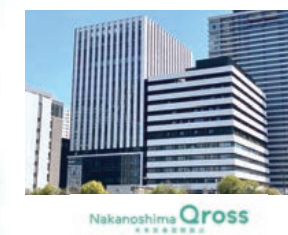
対象期間：2023年度（2023年4月1日～2024年3月31日）  
一部2024年度の報告も含まれます。  
対象範囲：アズワングループ 一部アズワン単体の報告も含まれます。

参照ガイドライン

IFRS財団 国際統合報告フレームワーク  
経済産業省 価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス2.0



再生医療付随事業を中之島クロスラボから発信



当社は、再生医療をベースに、医療技術の進歩に即応した最先端の「未来医療」の産業化推進を目的に大阪府で設立された未来医療国際拠点 Nakanoshima Cross内に、再生医療に必要なCPC（細胞培養加工施設）環境を整えた「中之島クロスラボ」を開設しました。



# 社会の中のアズワン

## 研究・産業・医療の現場のハブとなり

人・モノ・情報・サービスを繋ぎ社会の発展を支えています。

社会の未来を担う研究・開発の現場、日々社会に供給される生産の現場、疾病やケガの際の医療の現場或いは介護・療養の現場等では様々なソリューションが必要です。当社は、こうした現場のお困りごとが早期に解決できるよう、圧倒的なラインナップのもと、人・モノ・情報・サービスを、サプライヤーと現場のハブとなり効率的に供給しています。

### サプライヤー網

4,200社

### 販売店網

13,000拠点

### 品揃え・サービス

10,600,000点

### 社会のシーン

## 研究・産業・医療の現場

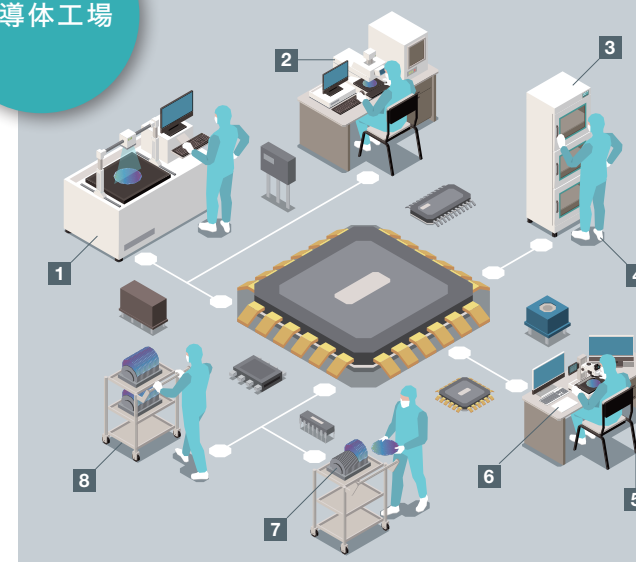
### 実験室



大学の理科系の研究室だけに留まらず、一般企業や政府機関の多様な研究や開発、品質検査の現場に対する広範な製品供給を行っています。最近では、初等・中等・高等教育の場で使う理化学教材の提供も開始し、幅広い世代の研究現場を支援しています。

- 1. ヒュームフード
- 2. 薬品ショーケース
- 3. インキュベーター
- 4. 薬品保管庫
- 5. ラボデスク・チェア
- 6. 白衣
- 7. 天秤
- 8. フラスコ・シャーレ
- 9. ドライブス
- 10. 試験管・ピーカー

### 半導体工場



高い精度が求められる半導体の生産や研究・開発部門だけでなく、一般企業の技術部門や品質検査部門など、厳密な結果や品質が求められる様々な業務を支援する商品を提供することで産業界のあらゆる現場を広範に支援し、その効率化や品質向上に貢献しています。

- 1. 三次元測定機
- 2. 電子顕微鏡
- 3. デシケーター
- 4. クリーンスーツ・シューズ
- 5. 静電対策チェア
- 6. 無塵紙
- 7. ウェハーキャリア
- 8. クリーンワゴン

### 病院 スタッフ ステーション



病理検査室での実験や検査に用いる器具から、病棟や処置室、スタッフステーション、さらにはクリニックや介護施設等、医療機関のあらゆるニーズに対応する幅広い商品を提供することで医療現場の作業性や快適性の向上をサポートしています。

- 1. ナーステーブル
- 2. カート
- 3. ナースチェア
- 4. 与薬棚
- 5. ユニット収納庫
- 6. 保冷库
- 7. 作業台
- 8. 与薬カート
- 9. 処置カート
- 10. 診察台・チェア

## TOPICS



### 繋がるco-Lab BRAINSリリース

研究者の様々な課題を解決することを目的として、プラットフォーム上で研究者同士の繋がりを促進するコミュニティサイト「co-Lab BRAINS」を新たにリリースしました。当サイトでは、科学に関心のある方々や、将来を担う子供たちとの繋がりなども醸成しています。



### 研究機器をレンタルで提供する新発想

「今すぐ使いたい」、「今だけ使いたい」、「今は予算がない」、「資産にしたい」、「まずは使ってみよう」などの研究者の抱える「困りごと」に対し、レンタルというソリューションで、立ち止まることなく研究を前に進めるサポートをしています。



# 創業から90年に及ぶ成長の軌跡

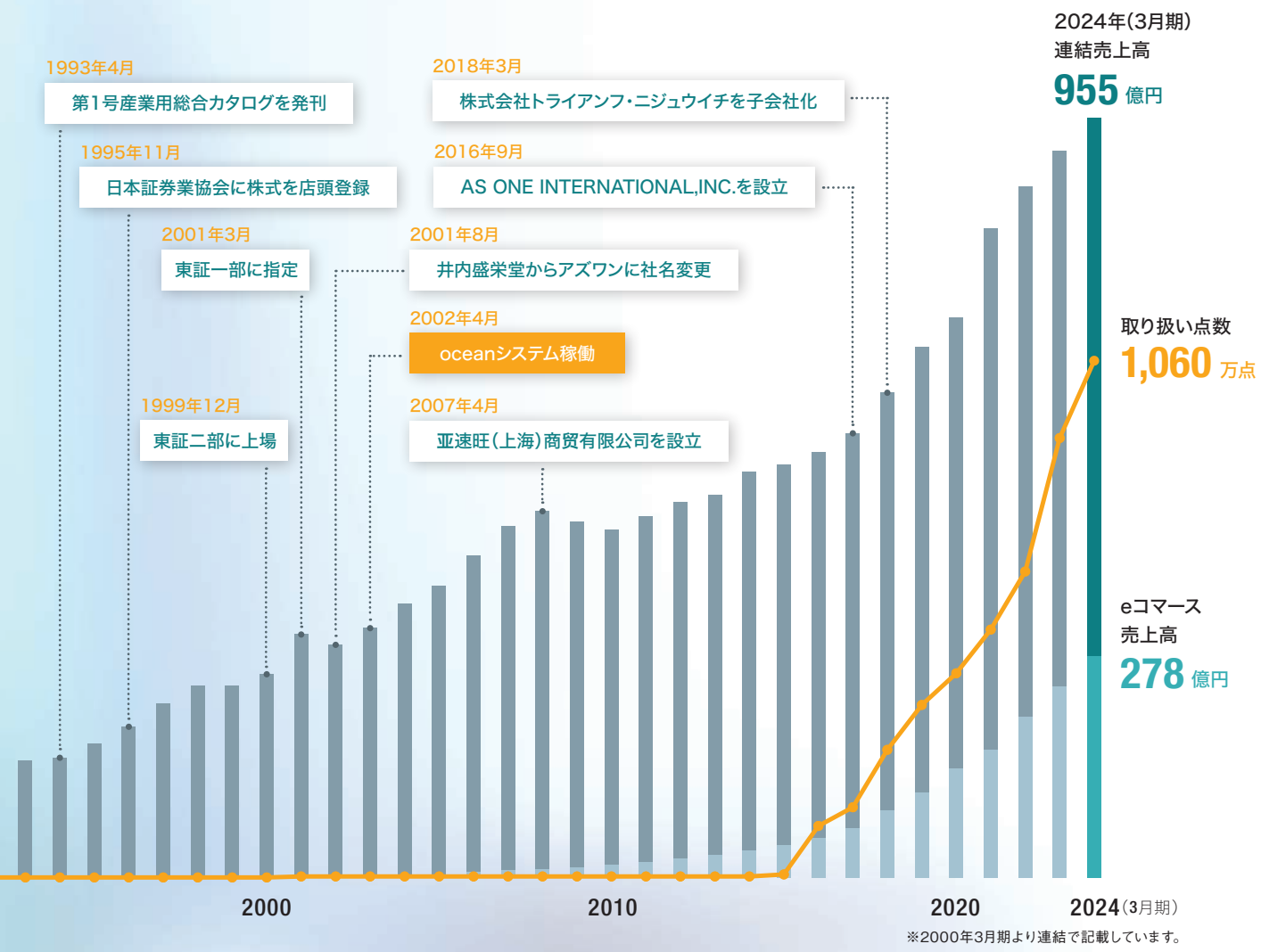
アズワンは1933年に医療向けのガラス製品を扱う卸業として大阪天満に創業。以来90年にわたり社会のニーズとともに事業領域を拡大し、グローバルに事業を展開してきました。これからも人・モノ・サービス・情報を繋ぐプラットフォームとして研究・産業・医療の現場を支えていきます。



1972(昭和47)年

研究用カタログ第6号「プラスチック総合機器カタログNo.21」を発刊。この号からカタログの有償化を実施。

「顔を見て値段を決める」時代に、業界の慣習を破って価格を表示した掲載数300点の第1号カタログ「Polyethylene Ware」でカタログビジネスはスタートしました。後に取扱点数が1,500点になるころには、販売店向けにカタログを有償化し、部数に応じて卸値を割引くインセンティブを導入することで競争原理をうまく活用し、カタログは一気にユーザーに普及しました。これにより「情報はユーザー様に流し、取引は販売店様を通じて行う」というビジネスモデルが確立しました。インターネットの無い時代、商社として如何にユーザーに効率的に情報を届けるか、「革新と創造」の精神をもって切り開いた時代でした。



1933

初代社長 井内盛一、大阪ガラス発祥の地に「井内盛栄堂商舗」を創業。

1963

理化学分野におけるプラスチック素材の将来性と営業におけるカタログの重要性に着眼して「第1号研究用カタログ」を発刊。

1982

クリーンルーム専用手袋の販売を開始し、半導体関連商品市場へ本格的に進出。その後、さらに広くインダストリー分野へと進出していく確かな足掛かりとなった。

1962

科学機器事業への第一歩、「株式会社井内盛栄堂」を設立。

1976

金属・紙製品、汎用機械などプラスチック製品の枠を超えてさらに領域を広げていく第一歩となった「第8号研究用カタログ」を発刊。

1985

次なる柱となる「第1号病院用看護用品カタログ」を発刊し、病院・介護分野に本格的に進出。

1990

当時としては先進的な全社オンラインシステムを導入し、受発注、入出庫、在庫管理システムの統合を実現。

2002

集中購買システムoceanを大手研究機関向けにシステム供与開始。

2007

初の本格的な海外営業拠点「亞速旺(上海)商贸有限公司」(100%出資)を中国上海に設立。

2015

2020年3月期の売上高700億円を目指し、中期経営計画「PROJECT NANA」始動。

2020

2025年3月期の売上高1,000億円を目指し、中期経営計画「PROJECT ONE」始動。物流拠点「Smart DC」稼働。

2023

売上高1,000億円の先を見越して、新物流拠点「阪神DC」を開設。



# アズワンのビジネスモデル

研究者の“3つのない”を解決し、成果を加速させるアズワンのビジネスモデル



当社は、カタログやECを使いながらも、販売店様を介してエンドユーザーに販売する卸売形態のビジネスを展開しております。当社は、国内外4,200社超のサプライヤー網を構築し、販売店様単独では調達困難な幅広い商品情報を見せつつ、直ぐに供給できる体制を整えることで、販売店様の倉庫代わりの

役割を果たしております。販売店様は、日々様々なユーザー様の課題の相談を受け、課題解決を支援することでユーザーグリップを強めています。調達とユーザーグリップを相互連携で担うことで、当社は少人数で運営し、効率的に全国のユーザー様との関係性を維持・深化させております。

## 革新と創造で連続的に進化

### 3つの強み

<p><b>物流</b></p>	<p><b>商品・サービス</b></p>	<p><b>多様な販売チャネル</b></p>
<p>必要な時に、必要なものを、必要なだけ。多品種でありながら少量の取り扱いの専門商材を当日出荷するクイックデリバリー体制。</p> <p>カタログ掲載品の当日出荷率<sup>※</sup> <b>約95%</b></p> <p><small>※ 当日の注文行数に対する、欠品せずに当日に出荷できた行数</small></p>	<p>理化学業界において、<b>1,060万点</b>の品揃えは同業者より圧倒的に突き抜けた存在。研究開発は産業の縮図。研究室では少量だがあらゆるモノが必要。実験機器の校正やメンテナンス、レンタルや実験の請負などモノを買わずに利用するシェアリングサービスも提供。</p>	<p>カタログと販売店を通じリアルアプローチ、バーチャルアプローチとして大手顧客向け集中購買システムocean、中堅顧客向け販売店ECの裏方となる支援型システムWave、小規模顧客向けWebショップAXEL、販売店網の外側にいる一般顧客へリーチするネット通販事業者連携等であまねくカバー。</p>

## カタログ

当社は1963年に第1号カタログを発刊して以来、カタログを通じて必要なものを直ぐに届けられる仕組みを磨いてきました。当社の研究用総合カタログは、一例として「攪拌」アイテムだけでも98頁以上にわたって商品を紹介しており、同業他社を大きく凌ぐ商品網羅性が強みです。1冊のカタログで様々なシーンに最適な器具を簡単に探すことができ、特に研究・開発の現場においては「必要不可欠な資料」として重宝されております。紙のカタログがもつ一覧性や利便性には、「実験の組み立てのインスピレーションが湧きやすい」などの声もあり、根強い支持があります。



### 研究用総合機器カタログ

全3,488ページ  
約75,695アイテム掲載のラボ用総合カタログ  
研究室の必需品をトータルにサポートし圧倒的な普及率を誇る研究室の定番カタログ

1963年の第1号以来  
現在第33号目

2024年10月  
新刊発刊予定



### サンクアスト産業用研究機器カタログ

生産現場向けの総合カタログ  
研究室で培った商品ラインナップを生産や品質管理、開発の現場に紹介

1993年の第1号以来  
現在第17号目

2024年10月  
新刊発刊予定



### ナビス看護・医療用品総合カタログ

医療現場の備品・消耗品等の必需品を約36,400アイテムラインナップ

1985年の第1号以来  
現在第21号目



### SANIFOODS衛生管理・食品検査用カタログ



### AS TOOL生産現場向け副資材カタログ



### ナビ助介護・医療用品総合カタログ



### ASSRE研究設備カタログ



### ASPUREクリーン環境・静電気対策カタログ



### アズワン 研究・工場用消耗品目録 (中国語)

## EC

効率よく品揃えを拡大し、カタログに掲載するという当社の仕組みは、インターネットの普及により伸展したeコマースにも活かすことができました。網羅性を高めていくうちに、2024年3月現在では4,200社超のサプライヤー様の商材1,060万点をWebサイトでご紹介しています。

これらを、一般消費財ではない、企業購買という視点でユーザー側から求められる機能を搭載した仕組みが、当社のECシステム「ocean」「Wave」「AXEL」です。日本の研究領域において、「高度な品揃え×EC」の仕組みは当社以外に考えにくく、独自の土俵を築いております。

大規模顧客向け **ocean**  
Demand Consumer Easy Network  
集中購買システム【オーシャン】

### 広範な商品ラインナップで間接資材調達をシンプルに

国内外4,200社を超える、サプライヤー様の商材が掲載。研究・産業・医療に必要な商材を一括で電子購買できるユーザー様向け購買システムです。購買プロセスを見える化し、煩雑な間接資材購買の効率化を図ることができます。

中規模顧客向け **Wave**  
販売店様支援型ECシステム【ウェーブ】

### 販売店様とユーザー様のお取引を支援するECプラットフォーム

デフォルトで、アズワンの1,060万点に及ぶ商材が掲載されているECシステム。販売店様独自のデザインに簡単設定でき、独自の商材も掲載できるので、販売店様とユーザー様のお取引全てのEC化が可能です。

小規模顧客向け **AXEL**  
Webショップ【アクセスル】

### どなたでも閲覧可能なオープンなWebショップ

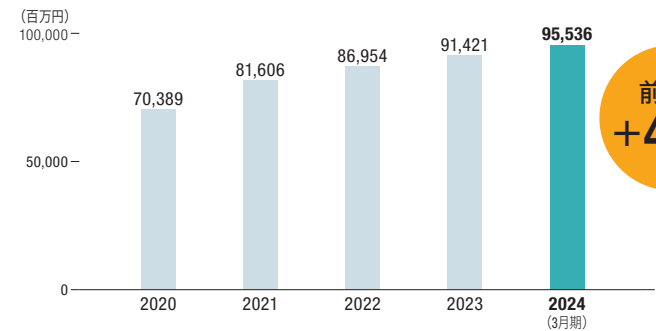
アズワンの1,060万点に及ぶ商材を業界を問わず広く販売するWebショップです。



# 財務ハイライト

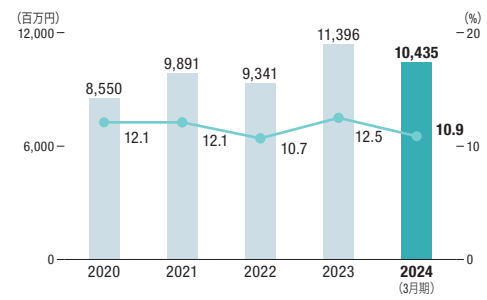
## 売上高

# 95,536

 百万円

## 営業利益 / 営業利益率

# 10,435

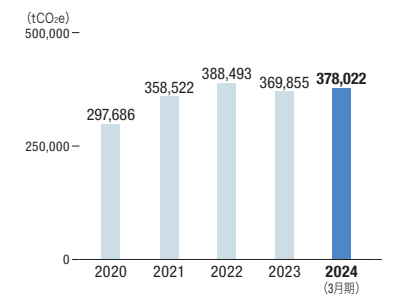
 百万円 **10.9%**

# 非財務ハイライト

※「連結」の記載のないものは単体ベースです。

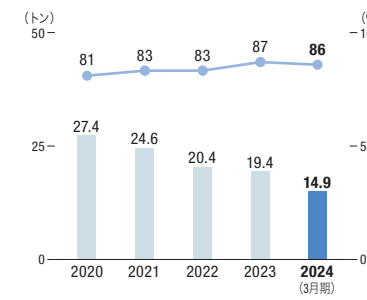
## CO<sub>2</sub> 排出量 (連結 スcope1,2,3)

# 378,022

 tCO<sub>2</sub>e

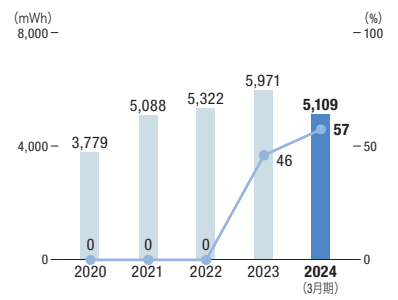
## 廃棄物排出量・リサイクル率 (大阪)

# 14.9

 トン **86%**

## 電力消費量・再エネ比率

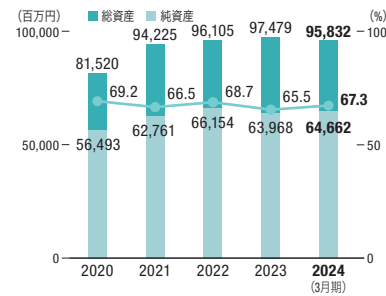
# 5,109

 mWh **57%**

## 総資産 95,832

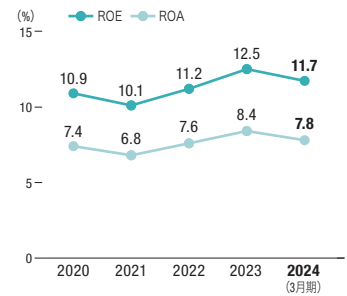
 百万円  

## 純資産 64,662

 百万円  
自己資本比率 **67.3%**

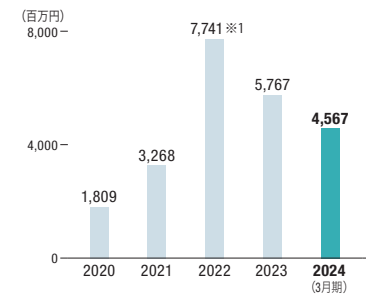
## 株主資本利益率 (ROE) 11.7%

## 総資本利益率 (ROA) 7.8%



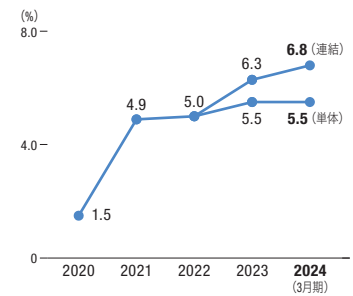
## フリーキャッシュ・フロー

# 4,567

 百万円

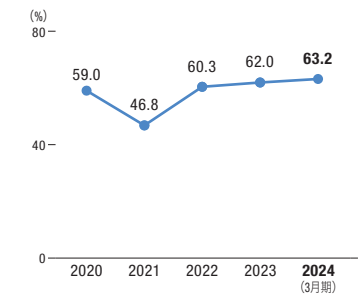
## 女性管理職比率

# 6.8%

 (連結)  
2024年度目標 (単体) 10.0%

## 有給休暇取得率

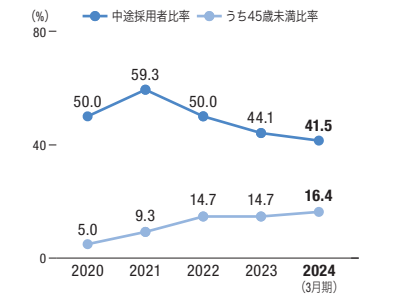
# 63.2%

  
2024年度目標 60.0%

## 経営幹部人財の中途採用者比率 41.5%

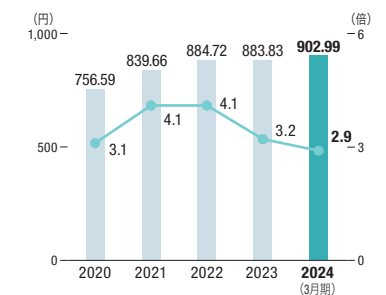
## うち45歳未満比率 16.4%

多様な人財が活躍



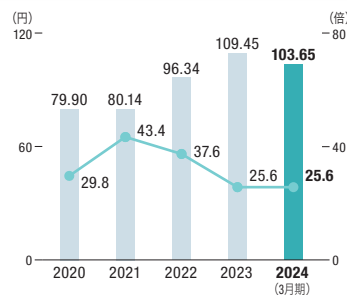
## 1株当たりの純資産※2 / PBR

# 902.99

 円 **2.9** 倍

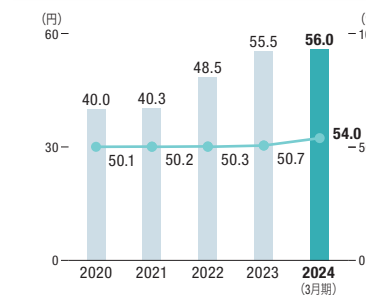
## 1株当たりの純利益※2 / PER

# 103.65

 円 **25.6** 倍

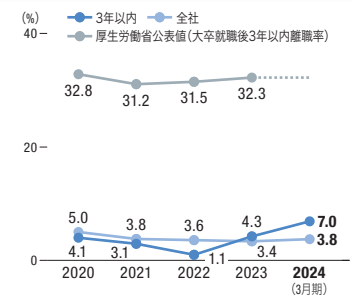
## 1株当たりの配当金※2 / 配当性向

# 56.0

 円 **54.0%**

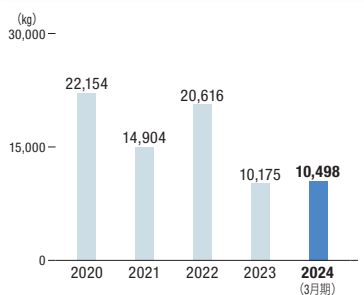
## 入社3年以内離職率 7.0%

## 全社離職率 3.8%



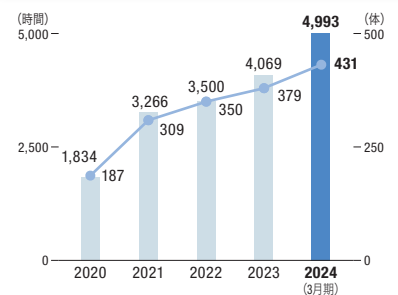
## PPC用紙使用量

# 10,498

 kg  
ワークフロー等デジタル化推進の成果

## RPAロボット数及び削減時間※

# 431

 体 **4,993** 時間/月  
ロボットができる業務はロボットに

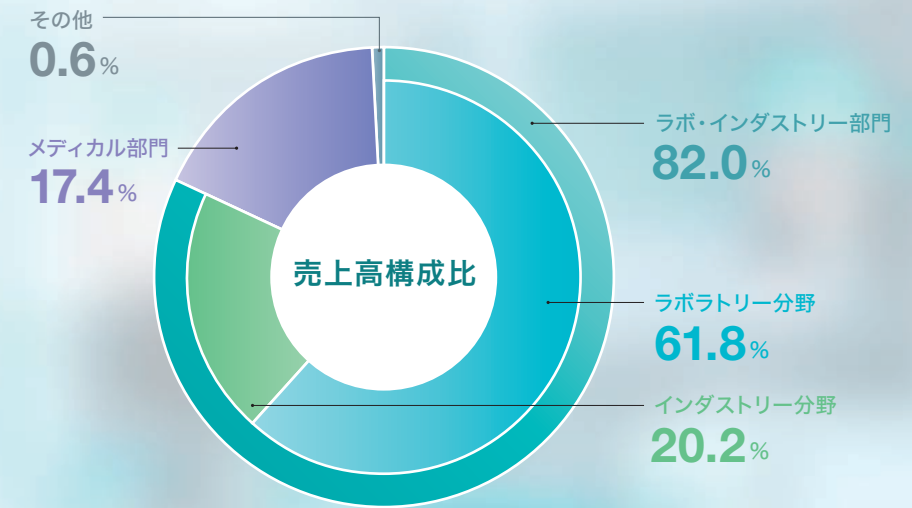
※2 当社は2022年1月1日及び2024年4月1日付でそれぞれ普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。第59期(2020年3月期)期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しております。



# 部門別状況

## 1,060万点への品揃え拡大とECの相乗効果で 旺盛な研究開発需要を取り込み14期連続増収

当連結会計年度においては、品揃えを1,060万点(160万点増)に増やし、ECチャネルを中心にWeb掲載品(紙カタログ非掲載品)の売上が24.5%拡大しました。また、ラボ・インダストリー部門が堅調な研究開発需要に支えられ8.4%増収と順調に推移しました。これらにより、コロナ禍収束による反動減を余儀なくされたメディカル部門の減収を補い、連結売上高は955億36百万円(前期比4.5%増)となり、過去最高を更新しました。

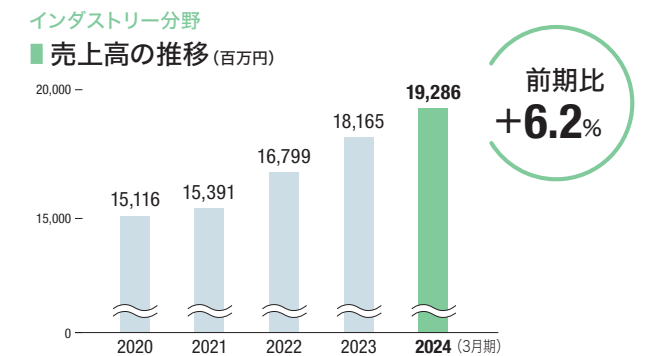
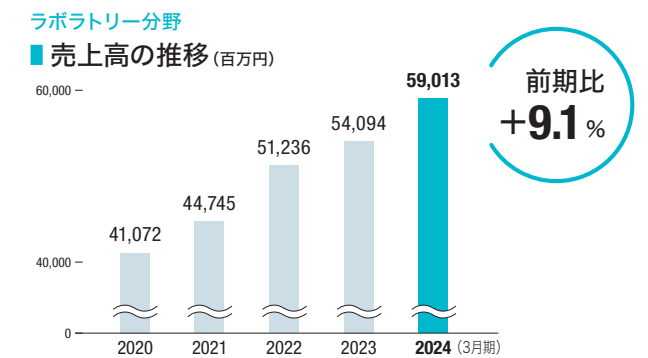


## ラボ・インダストリー部門

大学、研究機関及び企業の研究部門等を対象とするラボラトリー分野では、官民ともに活発な研究活動が行われ、ラボ用消耗品、ピペット等の分析器具、高額分析装置等の売上が伸びました。また、チャネルとしては集中購買システム及びネット通販事業者向けの売上高が前期比14.8%増と当分野の成長を牽引しました。これらにより当分野の売上高は590億13百万円(同9.1%増)と堅調に推移しました。なお、6月30日より新たな連結子会社が加わり7月以降の当分野の売上に1.5%程度プラスに寄与しております。

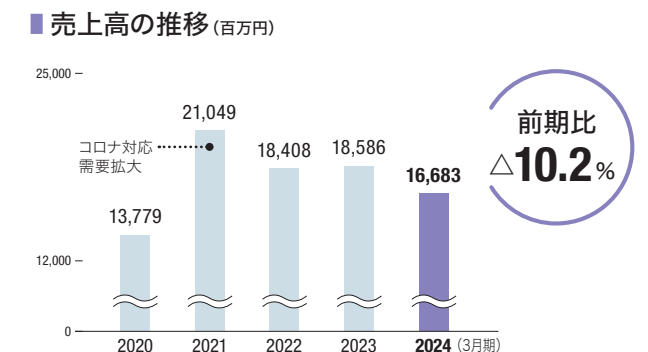
また、製造現場等を対象とするインダストリー分野では、個人消費の持ち直しや供給制約の緩和などから工場稼働率の改善が見られ、クリーンルーム消耗品、計測機器等の売上が伸びました。チャネルとしては、ラボラトリー分野と同様、集中購買システム及びネット通販事業者向けの売上高が同11.2%増と当分野の成長を牽引しました。これらにより当分野の売上高は192億86百万円(同6.2%増)となりました。

この結果、当部門の売上高合計は782億99百万円(同8.4%増)となりました。



## メディカル部門

医療機関や介護施設等を対象とするメディカル部門では、前期において新型コロナウイルス感染症が感染症法上2類相当として政府を含む各所より感染対策関連用品の大きな需要があったのに対し、当連結会計年度では5類扱いの下で需要が沈静化したことや、政府における備蓄医療用物資の放出があり、反動減を余儀なくされました。集中購買システム及びネット通販事業者向けは、まだ少額ながら同31.3%増と売上高は増加し、新規開業や設備更新に伴う収納什器やベッド類も増加したものの、当部門の売上高は166億83百万円(同10.2%減)となりました。



その他5億円…トライアンプ・ニジュウイチによるWeb購買業務代行サービス等におけるシステム利用料。



## 財務担当役員メッセージ

常務取締役  
原 俊樹



取締役  
西川 圭介

### 事業環境の変化を見ずるとともに、事業における強みをさらに強化して、業績のさらなる向上を目指していきます。

常務取締役 原 俊樹 経理・財務管掌 DX推進本部担当役員

#### 四つの変化を踏まえて 経営課題に取り組む

常務取締役に就任して約1年が経過しました。その間、企業経営を取り巻く環境の変化を実感しております。これから先、従来の30年間とは異なる社会、経済の環境を意識した経営が重要と考えます。

変化の一つは世界の情勢です。米国とソ連の冷戦が終結して以降、30年間にわたり経済至上主義というべき状況が続いたのに対して、いわば新たな冷戦の時代を迎えているのではないかと危機感です。企業経営における地政学リスクはこうした大きな枠で捉える必要があると考えます。二つ目は生成AIに象徴されるIT、DXの急速な進展による産業革命です。その中では、先進技術をうまく使いこなす側となるのか、使われる側になるのかで企業の成長を左右することとなります。三つ目は、日本に関してゼロ金利が解除に向かいつつあることから、今後、投資を行う上でこれまで以上にコストを意識することが欠かせません。併せて、金利の上昇局面において、過剰に負債を抱えている企業の中には耐えきれずに淘汰されていくところが出てくることで、企業の新陳代謝が否応なく進むと

いうことです。そして四つ目としては、これも日本の固有条件として人口減少の影響により労働集約型のビジネスが立ち行かなくなる恐れがあります。そのため省力化に向けた投資が企業として必須のものとなっていきます。それとすでに生じている通り、企業の後継者問題が深刻になりつつあります。

当社グループとして、以上のような四つの変化を踏まえて、これからの時代の変化を踏まえた経営におけるリスクと事業機会を見ずえ、新たな成長に向けた戦略の策定と実行がますます重要であると考えています。

#### 環境の変化に左右されることなく 持続的成長を志向

この一年を振り返って、当社グループのビジネスモデルの強さをあらためて実感します。特に日々の売上データを見てみると、実に広範なお客様が商品を購入していただいているのがわかります。こうした事業基盤を通じて、キャッシュフローを生み出しつつ、それを新たなビジネスモデルの創出に繋げていくことで、この先も環境の変化に左右されること

なく、持続的な成長を実現していくことができると確信しています。

また、今後、売上が1,000億円を超えて1,500億円、2,000億円と拡大していくものと見込んでいますが、たとえ事業規模がどれほど大きくなったとしても、経営理念である「革新と創造」を堅持し続けていくべきだと考えます。

当社では2024年4月に投資委員会を設置しました。事業の拡大とともに投資案件が大幅に増えている中で、投資ポリシーを定めて、設備投資やM&Aなどの投資を的確に行っていきます。これによって、資本コストを常に意識した経営に注力し、収益性のより高い経営を追求していく考えです。

### 最終年度である中期経営計画の目標達成に向けて、業績向上の取り組みをさらに促進していきます。

取締役 西川 圭介

コーポレート本部長兼中期経営計画推進室副室長  
兼サステナビリティ推進室担当役員兼健康経営担当役員

#### 2024年3月期の業績について

#### 14年連続の増収及び13期連続 での配当金の増配を達成

2024年3月期の連結売上高は955億3,000万円と前期より4.5%増で過去最高を更新し、14年連続増収となりました。品揃えの拡大とeコマースの組み合わせの相乗効果により、成長を順調に続けることができている。一方で、期初の計画との対比では1.1%計画に届きませんでした。これは、メディカル分野におけるコロナ特需の反動減の影響が想定より大きかったことによります。加えて、政府備蓄分の感染対策品の医療機関への無償提供の影響もありました。計画との対比ではメディカル分野は5.3%減と苦戦したものの、ラボラトリー分野は0.3%減、インダストリー分野は0.4%増とほぼ計画並みに推移しました。

ラボラトリー分野及びインダストリー分野ではeコマースが業績を牽引しており、集中購買システム「ocean」の新規接続社数が2024年3月期で54社増えて、計339社になりました。さらに新規開拓の余地もあると考えています。

粗利率については前期の31.1%から30.6%へと0.5ポイントほど低下しています。粗利率の低下は、コロナ特需からの反動減により、プライベート商品で多く構成されていた感染対策品の売れ行きが落ち着いた結果、プロダクトミックスが変化したことが大きな要因です。粗利率の水準からはコロナ前に戻った

印象です。商品の調達コストはアップしておりますが、柔軟な価格対応によりほぼ吸収できています。

販管費については、2024年3月期には「阪神DC」の開設で約9億円、グループ会社が1社加わったことにより約3億円増え、約18億円、前期比で10.3%増えました。ただし、計画比では4.2%減となりました。これは運賃・倉庫作業料、広告宣伝費などの抑制によるものです。なお、運賃・倉庫作業料の抑制に関して、運賃や倉庫作業料は売上が増えると増加する変動費です。この点、当社においては、ポスト投函型定額小荷物配送サービス [P.51](#) の利用を増やすことで運賃を抑制する一方、高度なマテハンで物流センター「SmartDC」の自動化を推進することで、出荷行数が増えても倉庫作業料が同じようには増えない運用を行っている点が特長です。

併せて、サプライチェーンのデータ分析により物流経路の最適化にも取り組んでいます。必ずしも物流センターを経由しない、メーカーからの直送も選択肢として活用する [P.50](#) ことで、運賃抑制への貢献が具体化しています。

営業利益については、新たな物流センターの「阪神DC」の開設により前期からは8.4%の減益となる104億3,000万円となりました。前期からは減益ながらも計画との対比では1.0%増となり、売上減収分を販管費の抑制でカバーした形です。

この結果、営業利益率は10.9%となりました。当社の営業利益率は基本的に安定していますが、これまで



も物流投資の前後で一時的に営業利益率が低下する傾向があります。2024年3月期も「阪神DC」の開設により営業利益率は過去数年の水準からは少々下がったように見えますが、今後の売上成長によって回復するものと見込んでいます。

一方、資本効率の面に関しては、ROEが11.7%となり、前期の12.5%からは低下したものの、これは前述の営業利益の一時的な減益によるものであり、今後改善していく見込みです。

今後、資本コストを意識した経営という観点では、成長投資により効率的に営業利益を高めることは申すまでもありません。併せて、従来注力してきた情報開示や対話、海外ロードショーといったIRをさらに強化していきます。これによって、当社グループの事業に関して投資家の方々からリスクと捉えている事項に対する情報開示に努め、株価のボラティリティをより低くしていきます。さらに、個人投資家の方々からの投資を促進するため、2024年3月には株式分割を実施しました。それとともに、個人投資家の方々へのIRにも尽力していくことで、広範なステークホルダー様から選んでいただける銘柄を目指してまいります。

なお、2024年3月期の株主還元状況ですが、配当金は13期連続の増配となりました。当社の配当金は基準利益の50%を基本方針としております。2024年3月期は基本方針に沿うと通期配当が104円となりますが、2024年3月期は当社創業90周年を迎えたこと、またこの期の減益は「阪神DC」の開設費用によるところが大きく、中期的にも減益は一時的なものであることから、前期からの増配水準となる112円を通期配当金額としております。

また、2024年3月期は21億円の自己株式の取得を実施いたしました。これらにより、株主還元の全体像として、配当金の総額が41億円、自己株式買付の総額が21億円、あわせて62億円が株主還元の総額となり、総還元性向は81.6%と高い水準となりました。このように、これからも当社は、成長投資と株主還元、従業員への還元というキャッシュフローの適切な配分のもと、引き続き資本コストを意識した経営にまい進してまいります。

2025年3月期の業績見通しについて

大手のお客様では当社のeコマース一択の傾向が顕著に

2025年3月期については、売上高1,012億3,000万円、営業利益110億3,000万円、親会社株主に帰属する当期純利益80億6,000万円を計画しております。

業績が持続的に伸びている背景としては、国内の研究開発が活発になっていることと、大手のお客様を中心に調達業務のIT化、DXが進んでいる状況の中、これまでeコマースの取り組みを進めてきた当社の一択といった状況が増えつつあります。今後、この傾向はさらに加速していくことから、売上は引き続き拡大していくものと認識しています。

一方で、進行期における財務面でのリスクとして、当社は輸出よりも輸入が多いため、円安が利益を圧縮する要因として考えられます。これに対して、調達コストアップには柔軟な販売価格対応を行っていることから、大きな影響はないかと想定しています。また、「2024年問題」を背景に物流費の増加を想定しているものの、物流経路の最適化、当社配達便の活用、ポスト投函型定額小荷物配送サービス活用等、単純な物流費増とならないように創意工夫をしております。一方、人件費に関しては優秀な人財の確保を意識しており、人件費の単価を少なくとも約4%程度は上げる計画としております。

進行期の財務面での課題について申しますと、数年前に時価簿価の差が生じた未利用資産については、減損や処分をすでに行っており、資産面における大きな課題はございません。昨年開設した「阪神DC」についてはゼロからの新設ではなく、既存施設の利活用であることから、大きな投資を伴わずに当面必要な物流機能を手に入れることができました。この設備をフル活用することが資産の回転率を上げることに繋がると考えます。一方、資産の増加に繋がることはなく売上の拡大に寄与するバーチャル在庫を引き続き増やしていくことで回転率の向上を目指してまいります。

なお、2025年3月期の配当予想は通期で57円（株式分割後）と計画しております。前期から株式分割前水準で2円増配の予定です。

中期経営計画「PROJECT ONE」の目標について

次期の計画を見すえつつ、業績のさらなる向上を追求

2025年3月期は中期経営計画ver.2.0の最終年度にあたります。進行期の売上高、営業利益ともに中計目標には現時点では届かない期初年度計画ですが、可能な限り目標に近づけるよう取り組みを進めてまいります。当社は月次で主要分野の売上高の開示をしておりますが、メディカルの反動減の影響がなくなったことに加えて、ラボラトリー、インダストリーも順調に推移し、売上高は各月次で計画を上回る強い水準となっています。資本効率の面では、2024年4月時点でCAPMに基づく資本コストは6%前後と把握しておりますが、進行期のROEは12.1%の計画で、中計目標の11.6%は上回る見込みです。

現在、当社の事業ポートフォリオで重要な位置を占めるのはeコマースです。eコマースは、従来型スキームよりも販管費が抑えられる分、営業利益が向上すると分析しており、これまでもeコマースが売上に占める構成比率を高める取り組みを進めてきました。中期経営計画での目標値である30%に対して、2025年3月期には目標を上回る32%と

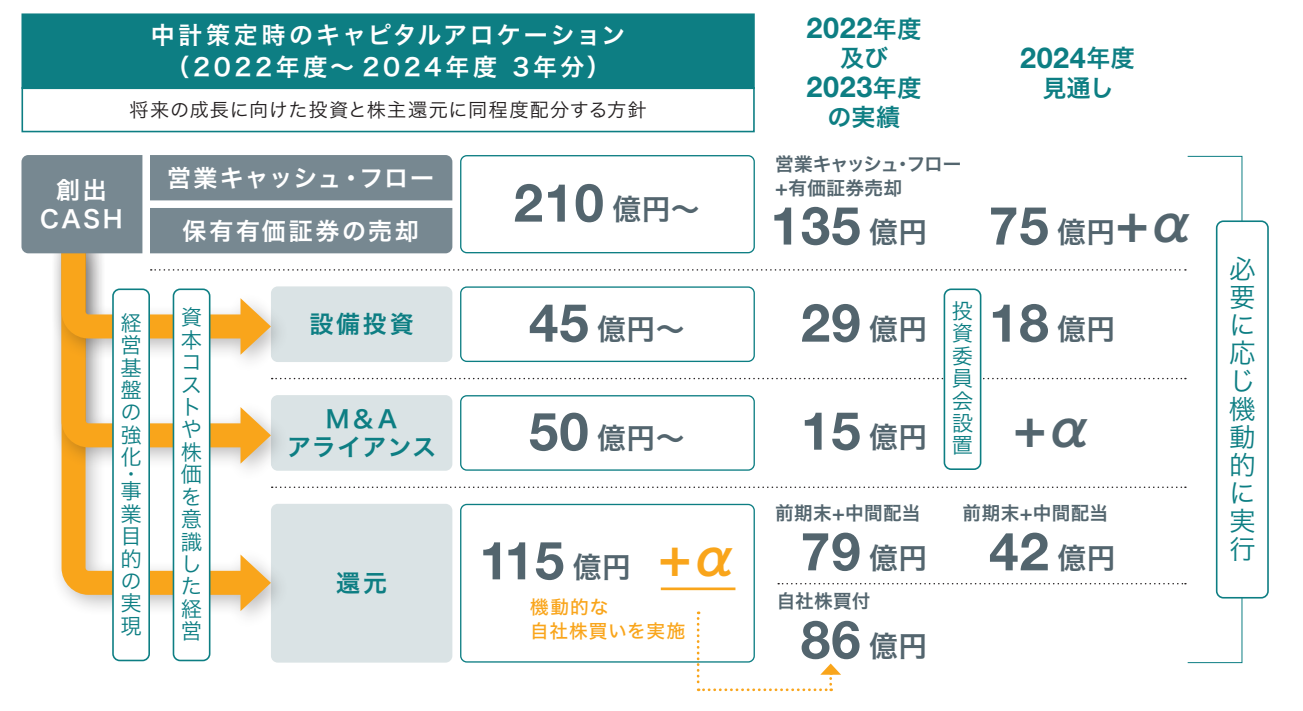
する計画です。今後もさらにeコマースの比率を高める計画を進めていきます。

資本効率のさらなる向上に対しては、キャピタルアロケーションについて中計に沿った管理をしてまいります。設備投資は物流・IT投資をほぼ計画通りに実施し、当社プラットフォームを強化済みです。

一方で、M&Aに関しては現時点で50億円の計画に対して15億円の投資実績と乖離があります。進行期からは社内会議体として投資委員会を設置し、M&A及びアライアンスを積極的に検討してまいります。

なお、株主還元については、配当及び自己株買いを合わせて、当初計画の115億円を大きく上回る207億円となる見込みです。

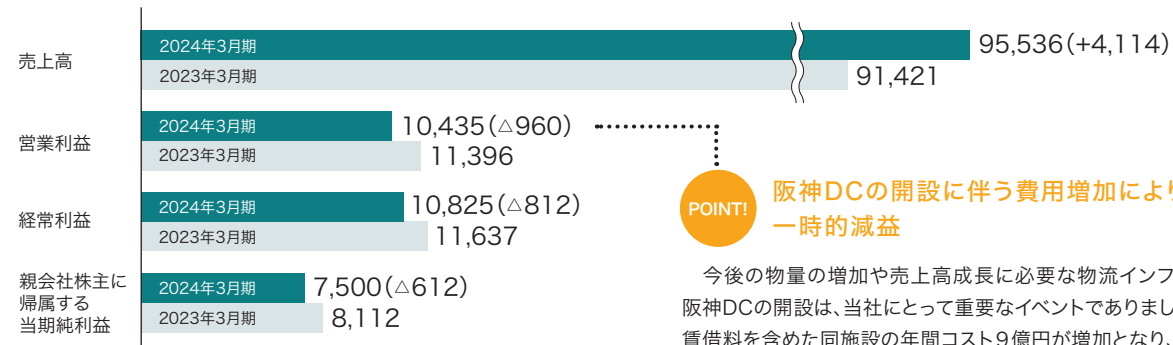
進行期は5カ年の中期経営計画「PROJECT ONE」の最終年度となります。次期の中期経営計画に繋げるべく最終年度を良い形で締められればと考えております。同時に次期の中期経営計画に関しては、投資家の皆様の期待にこれまで以上に応えられるように、当社のポテンシャルをあらためて洗い出した上で、安定成長に加えて非連続な成長の可能性を模索してまいります。引き続き、ご支援のほどよろしくお願ひ申し上げます。





# 2024年3月期の概要

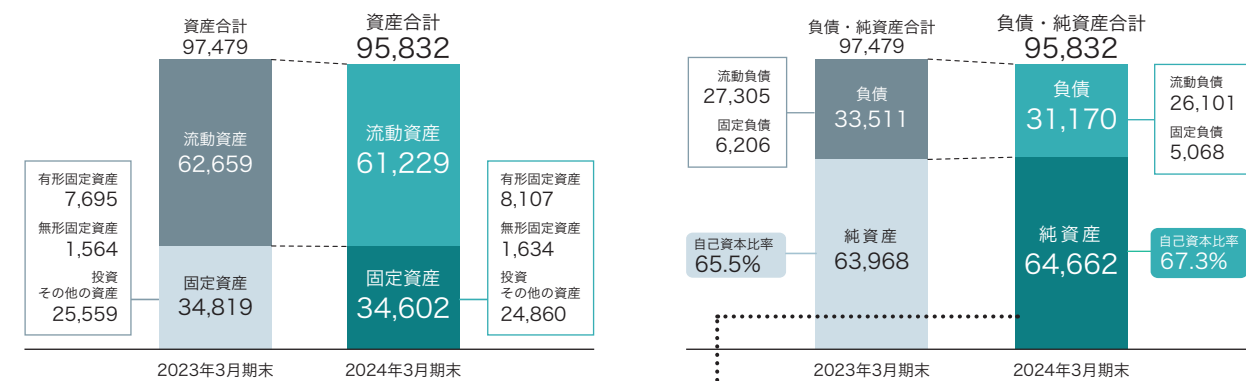
## 連結損益計算書の概要 (単位:百万円)



**POINT!** 阪神DCの開設に伴う費用増加により一時的減益

今後の物量の増加や売上高成長に必要な物流インフラとしての阪神DCの開設は、当社にとって重要なイベントでありました。不動産賃借料を含めた同施設の年間コスト9億円が増加となり、メディカル部門の低迷も重なり一時的な減益を余儀なくされました。それでも、営業利益率は10.9%と高水準を維持し、当面の物流投資を終えたため、今後の売上高成長に伴い固定費の比率は減少していく見込みです。次年度以降の売上増加により再び増益基調に戻る見込みです。

## 連結貸借対照表の概要 (単位:百万円)



**POINT!** 自己株式の買付21億円を実施、400,000株(発行済みの約1%)を消却

親会社株主に帰属する当期純利益は75億円でしたが、自己株式の買付と50%超の配当実施により、純資産の増加は7億円にとどまりました。自己資本比率が高いため、今後も資本効率を念頭に置きながら資産配分をまいります。

## 営業利益増減の要因分析

増減要因	利益影響額(億円)
売上総利益	
販売増	+13 4.5%増収
メディカル分野採算悪化	-3 感染対策品の政府備蓄放出等で採算低下
その他採算性の低下	-2 製品ミックスによる採算性低下
販管費	
運賃・倉庫作業料の増加(売上要因)	-2 売上増に伴う数量増
運賃・倉庫作業料の減少(効率化要因)	+1 値上がりに対する効率化推進に伴う単価減少
人件費の増加	-5 期中平均人員+34人。インフレに対応した賃上げ実施
不動産賃借料の増加	-7 阪神DC賃借料12カ月分増加
その他販管費の増加	-5 子会社1社増。阪神DC 開設一時費用等
増益要因-減益要因(影響額計)	増益要因 +14 減益要因 -24 増益要因 -10 数年一度の物流センター開設に伴う一時的減益

# 価値創造ストーリー

INDEX

- 27 価値創造プロセス
- 29 アズワンのマテリアリティ
- 31 アズワンの資本
- 33 アズワンのバリューチェーン
- 35 特集1 PB商品開発
- 37 特集2 サービス事業
- 39 特集3 ソリューション・デザイン
- 41 中期経営計画



### ラボコンビニ「LINK Stock」スタート

三井不動産株式会社が運営するライフサイエンス分野のインキュベーション施設「三井リンクラボ新木場2」にて、入居者が必要に応じて研究備品や消耗品、試薬を持ち出せるラボコンビニ「三井リンクラボ LINK Stock」の運営を開始しました。



社会課題

気候変動

少子高齢化

技術革新

健康と福祉

格差是正

マテリアリティ

P.29

1

研究・医療への貢献

2

ECの推進

3

物流の強化

4

サプライチェーン

5

品質

6

環境

7

多様な人財

8

コーポレート・ガバナンス

経営資本 P.31

**財務資本**  
純資産 64,662百万円  
総資産 95,832百万円

**人的資本**  
従業員数 711人  
[日本国内 616人・中国 88人・米国 7人]

**製造資本**  
物流拠点 7拠点  
有形固定資産投資 1,041百万円

**知的資本**  
ユーザー社数 339社  
Wave  
ユーザー社数 17,693社  
AXEL  
会員数 137,793社  
SHARE-DB  
商品数 1,060万点

**社会・関係資本**  
サプライヤー 4,200社 (単体)  
販売店 4,800社 [13,000拠点] (単体)

**自然資本**  
水 15,410m<sup>3</sup>  
電力 5,109,569kW

ビジネスモデル

理化学機器品揃えNo.1を核としたアズワンネットワーク

中期経営計画 P.41

PROJECT ONE ver.2.0

- Opportunity of Next Evolution -

連続的進化への挑戦

3つのないを解決

予算がない  
時間がない  
もったいない



バリューチェーン P.33

価値創造を支える基盤

コーポレート・ガバナンス P.63

経営理念 革新と創造 P.02

提供価値

**経済価値の創出**  
2024年3月期末実績

売上高	955 億円	eコマース	278 億円
営業利益	104 億円	海外事業	52 億円
営業利益率	10.9%	サービス	36 億円
ROE	11.7%		

ユーザーのアウトプットを支援するワンストップソリューションの提供

研究・産業・医療のフィールドで、人・モノ・情報・サービスを繋ぎ、成果を加速させる。

**社会的価値の創出**  
(ステークホルダーへの提供価値)

研究機関	研究を加速させ 成果への到達の道のりを短縮
医療施設	医療従事者・患者様・利用者様双方に快適な医療・看護・介護の実現
株主・投資家	13期連続増配、配当性向50%超、ROE11.7%着実に高い利回りのリターン
従業員	自己成長、働きがい、ウェルビーイング、安心できる報酬
サプライヤー	自社のみではままならない製品販路の拡大・グローバル化。埋もれた製品・技術の普及
ディーラー	販売機会の拡大。自社のみでは調達できない製品・技術・サービスの調達・ユーザーへの提供が可能に



# アズワンのマテリアリティ

当社は、気候変動、少子高齢化、技術革新、健康と福祉、格差是正などの社会問題や持続可能な開発目標(SDGs)を認識し、事業を取り巻くリスクと機会に対応するために、以下の8項目を優先して取り組むべき課題といたしました。



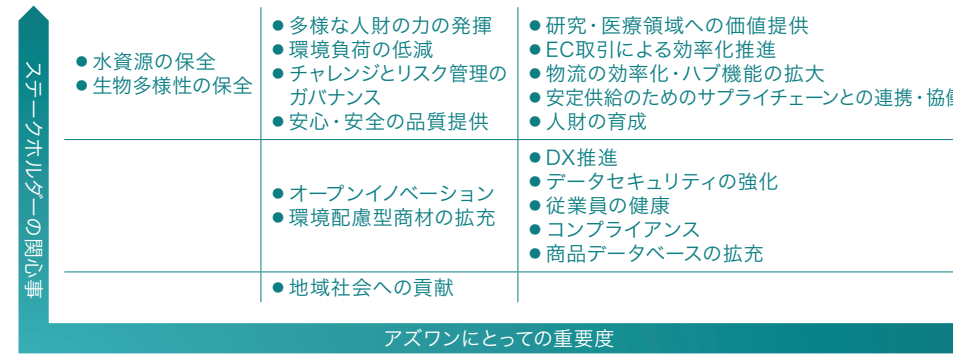
## マテリアリティ特定のプロセス

### 課題の抽出

経営陣を含む中期経営計画推進室、サステナビリティ推進室主要メンバーにて、気候変動、少子高齢化、パンデミック、技術革新、健康と福祉、格差是正などの社会問題や持続可能な開発目標(SDGs)を認識し、当社のリソースや事業基盤に照らし事業を取り巻くリスクと機会の分析から以下の8項目を優先的に取り組むべき課題(マテリアリティ)として抽出しました。

### 優先度の設定

社会とのコミュニケーションを担う広報IR部や外部コンサルタントの意見も踏まえ「ステークホルダーの関心事」及び「アズワンにとっての重要度」の2軸に基づき課題を整理しました。



取締役会の決議を経て、重要課題(マテリアリティ)を特定・決定

## 外部環境

### 気候変動

### 少子高齢化

### 技術革新

### 健康と福祉

### 格差是正

	リスク	機会	マテリアリティ	施策	指標	2024年3月期の取り組み
	<ul style="list-style-type: none"> <li>新技術・脱炭素・地球環境・人口変動等によるパラダイムシフト・陳腐化</li> <li>働き方・人手不足・長寿社会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>時代とともに変化する課題に、人・モノ・サービス・情報をタイムリーに提供</li> <li>研究成果による社会課題の解決</li> </ul>	<b>研究・医療への貢献</b> P.35	<ul style="list-style-type: none"> <li>アズワンプラットフォームの強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>品揃え拡大1,000万点(～25年3月期)</li> <li>売上高拡大1,066億円(～25年3月期)</li> <li>サービス売上の拡大(～25年3月期)</li> <li>Lab BRAINSの運用拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>品揃え1,060万点到達</li> <li>売上高955億円</li> <li>サービス売上35億円</li> <li>Lab BRAINS情報配信数 1,400本 7,751,100PV</li> <li>co-Lab BRAINSスタート</li> <li>三井リンクラボにてラボコンビニLink Stockスタート</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>DXの潮流</li> <li>サプライチェーンにおける紙管理による膨大なコスト</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>購買のデジタル化を業界で先導する当社のポジションを有効活用</li> <li>ペーパーレスや働き方の効率化にECで貢献</li> </ul>	<b>ECの推進</b> P.42	<ul style="list-style-type: none"> <li>4つのECチャネルを拡大させる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EC売上構成比30%(～25年3月期)</li> <li>EC売上拡大20年3月期比2.3倍(～25年3月期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EC売上構成比29.1%(20年3月期比2.0倍)</li> <li>ocean売上+13.6%</li> <li>Wave売上+71.7%</li> <li>AXEL売上+3.9%</li> <li>ネット通販売上+15.9%</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報の点在・散乱・未到達・未活用</li> <li>供給の遅延・分断・停止</li> <li>地球環境への負荷・コンプライアンス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人・モノ・サービス・情報を効率的に流通させる仕組みを提供</li> <li>安定供給による信頼獲得</li> <li>環境負荷やコンプライアンスへの十分な配慮による評判価値の獲得</li> </ul>	<b>サプライチェーン</b> P.43	<ul style="list-style-type: none"> <li>SHARE DBの品揃え・情報の拡大</li> <li>データ連携の強化</li> <li>調達網・販売チャネルの拡大</li> <li>コミュニケーションの強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>品揃え拡大1,000万点(～25年3月期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>品揃え1,060万点到達(+140万点)</li> <li>バーチャル在庫1,150億円(+450億円)</li> <li>サプライヤー4,200社(+100社) 販売店4,800社(+300社)</li> <li>サプライヤーコンプライアンスアンケートの実施</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>働き手の減少、物流2024年問題</li> <li>入出荷量増加によるサービス低下</li> <li>物流逼迫によるコストアップ</li> <li>配送に伴う環境負荷</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独自のルート配送網である「配達便」を強みに物流サービスで差別化する</li> <li>膨大な入出荷データを活用した最適物流の実現</li> <li>自動化設備の活用、低コスト物流センターの活用</li> <li>環境配慮型物流の実現</li> </ul>	<b>物流の強化</b> P.43	<ul style="list-style-type: none"> <li>リーズナブルに阪神DCの開設</li> <li>エコ配送可能な配達便の活用拡大</li> <li>データに基づく最適配送・集荷</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>阪神DC開設</li> <li>配達便数65便へ拡大(～25年3月期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>阪神DCのスムーズな開設・稼働</li> <li>配達便62便運用(+4便)</li> <li>ポスト投函型定額小荷物配送サービス利用拡大による小口配送コストダウン</li> <li>サプライチェーンを俯瞰したケース別最短距離配送の試験導入</li> <li>ケース別メーカー直送による距離削減・ミルクラン集荷による距離削減</li> <li>運賃・倉庫作業料の売上構成比率ダウン23年3月期 5.1%→24年3月期 5.0%</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動による自然災害の増加</li> <li>水・生物多様性の損失懸念</li> <li>規制強化・ステークホルダーの行動変容</li> <li>環境配慮の不足による評判価値の減退</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境負荷の少ない新素材・技術の研究開発の活発化</li> <li>環境配慮型製品の取り扱い</li> <li>環境配慮型物流、自社GHG排出削減による差別化</li> <li>各環境配慮への取り組みによる評判価値の向上</li> </ul>	<b>環境</b> P.49	<ul style="list-style-type: none"> <li>再生エネルギーの活用</li> <li>TCFD提言に基づく情報開示</li> <li>環境配慮製品の販売推奨</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スコープ1、2の削減目標(対2020年度) 2030年度▲42%、2050年度▲100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>総電力使用量中再生エネルギー比率57%</li> <li>特定サプライヤーへのGHG排出量算定支援</li> <li>グリーン購入対象製品の販売数量前年比+35.5%</li> <li>CIC洗浄使用水の適正管理</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>製品不具合の発生</li> <li>評判価値の減退</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ISO9001の認証取得</li> <li>製品不具合発生時の未然防止対策の実施</li> <li>不具合発生時の極小化と不具合発生時の丁寧な対応と改善による評判価値の向上</li> </ul>	<b>品質</b> P.60	<ul style="list-style-type: none"> <li>品質方針に基づく適正な品質管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>取扱製品クレーム発生率の低減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>取扱製品クレーム発生率の低減(前年比▲0.01p低減)</li> <li>PB・輸入品の改善指示 95件</li> <li>取扱説明書品質向上(改訂)145件実施 他</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様性の欠如による機会損失</li> <li>人手不足</li> <li>労働者人権への配慮</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様な人財の活躍によるビジネスの進展</li> <li>魅力ある労働環境構築による人財獲得</li> <li>サプライチェーンを含めた労働環境への配慮による安心できるサプライチェーンの構築</li> </ul>	<b>多様な人財</b> P.54	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様性の確保</li> <li>人財育成方針の実践</li> <li>社内環境整備方針の実践</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性管理職比率目標10%(～25年3月期)</li> <li>女性総合職比率目標30%(～25年3月期)</li> <li>有給休暇取得率目標60%(～25年3月期)</li> <li>男性育児休業取得率目標100%(～25年3月期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性管理職比率6.8%</li> <li>女性総合職比率23.1%</li> <li>有給休暇取得率66.7%</li> <li>男性育児休業取得率37.5%</li> <li>創業90周年記念社員旅行を始めとした関係性の構築</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>内部統制機能不全による企業価値の毀損</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>内部統制の適切な運用による企業価値の向上</li> </ul>	<b>コーポレート・ガバナンス</b> P.63	<ul style="list-style-type: none"> <li>監査等委員会設置会社としてのガバナンスの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中計及び年度計画の達成</li> <li>社会規範に則った上で、リスクを管理しつつチャレンジし、社会及び社業のサステナブルな発展を促す</li> <li>取締役会、監査等委員会、任意の指名報酬委員会の適切運用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>取締役会14回開催</li> <li>指名報酬委員会5回開催</li> <li>検討の質を高め迅速な投資判断を行うための投資委員会の設置</li> <li>取締役会の実効性の評価の実施</li> <li>監査等委員会14回開催</li> </ul>



# アズワンの資本

積み上げてきた資本を再投入・強化することで持続的な成長を支えています。

革新と創造の歴史の中で、当社は財務・非財務の資本を積み上げてきました。これらの資本を事業に投入することで新たな価値を生み出しています。得られた価値を事業に再投入し強化することで持続的な成長を続けていきます。



PICK UP

財務資本

純資産 **64,662** 百万円

総資産 **95,832** 百万円

ROE・ROA (%)

年次	ROE (%)	ROA (%)
2020	10.9	7.4
2021	10.1	6.8
2022	11.2	7.6
2023	12.5	8.4
2024 (3月期)	11.7	7.8

2023年度に開設した阪神DCは他社の既存設備を活用し投資を5億円に抑えました。自社保有在庫額の12倍もの額のサプライヤー在庫を仮想在庫として開示し、在庫資金や膨大な保管コストをセーブ。今後も資本コストを意識しながら回転率を向上させてまいります。

知的資本

ocean ユーザー社数 **339** 社

Wave ユーザー社数 **17,693** 社

AXEL 会員数 **137,793** 社

SHARE-DB 商品数 **1,060** 万点

- システム投資 6億円
- ECシステム

SHARE-DBの専門的な研究用機材の商品数及び情報量は他社を大きく突き放し、連携を拡大しているサプライヤー在庫情報を含めて、業界全体の効率化の要になっています。各システムとも、企業・組織購買を効率化するシステムであり、品揃えにシステムの利便性が加わり、皆様的好评を得ています。これらの仕組みが当社をオンリーワンのたらしめる大いなる差別化要因の一つとなっています。

人的資本

従業員数 **711** 人

日本国内 **616** 人

中国 **88** 人 米国 **7** 人

労働生産性の向上 (百万円)

年次	営業利益	販管費のうち人件費	給与等(給与・賞与・株式報酬)
2014	6,000	3,000	3,000
2015	6,000	3,000	3,000
2016	6,000	3,000	3,000
2017	6,000	3,000	3,000
2018	6,000	3,000	3,000
2019	6,000	3,000	3,000
2020	6,000	3,000	3,000
2021	6,000	3,000	3,000
2022	6,000	3,000	3,000
2023	6,000	3,000	3,000
2024 (3月期)	10,435	5,373	6,710

人財の多様性を高め、人的資本への配分を増やしながら生産性を高めています。単体新卒入社25名 中途入社17名

社会・関係資本

サプライヤー社数 **4,200** 社 (単体)

販売店社数 **4,800** 社 [13,000拠点] (単体)

AS ONE

当社はサプライヤーと販売店のハブになり、スムーズに商品やサービスを結びつけることで、エンドユーザーである研究者の悩み事を解決することを目指しております。当社とサプライヤーと販売店の協力関係が、エンドユーザーの研究や医療の問題解決に重要なファクターとなります。

製造資本

物流拠点 **7** 拠点

有形固定資産投資 **1,041** 百万円

単体売上注文行数 (万行)

年次	注文行数
2020	648
2021	655
2022	713
2023	728
2024 (3月期)	753

主要物流施設

- Smart DC(千葉市) 2020年開設 約52,900㎡
- 大阪物流センター(大阪市) 2005年開設 約23,000㎡
- 阪神DC(尼崎市) 2023年開設 約44,000㎡

自然資本

水 **15,410** m<sup>3</sup>

電力 **5,109,569** kW

当社は、クリーンルーム仕様のウェア類、各種備品や消耗品を、自社精製した超純水(16MΩ以上)で洗浄し、クリーンパック製品に加工しています(CIC洗浄(Contamination Control In Cleanroom)、SCC洗浄(Surface Contamination Control))。また、オフィス及び物流センターにおいて一部再生エネルギーを含めた電力を利用しています。



# アズワンのバリューチェーン

当社は、先進のITシステムの支えのもと、マーチャンダイジング、調達、プロモーション、物流、顧客サービスデスクのそれぞれのバリューチェーンにおける取り組みをサプライチェーン全体最適の思想を交えながら強化し、付加価値の高い製品・サービスを社会にお届けすることで、企業価値向上を図るとともに、社会課題の解決を目指しています。



PICK UP

### サプライチェーン統括

各バリューチェーンとサプライヤー様との確かな連携をスムーズに行い、商品の企画及び商品・商品情報の流通のシンプル性を保つことで、当社が介在する価値を創出します。

### マーチャンダイジング

研究や医療に必要な価値ある機材を、世界中のサプライヤーから取り揃えたいします。保温・攪拌・測定・保管・分析・安全保護・衛生材料などのあらゆる研究用品や医療用品を、情報を含めてワンストップで入手できる環境を整えます。

### 調達

4,200社に及ぶサプライヤー様と在庫情報や生産状況などを緊密に連携し、人とAIをハイブリッドに活用しながら納期・コスト・発注量・輸送手段等を調整し、過剰在庫を避けつつ注文行数の95%※は在庫から当日に出荷する最適調達を行います。

※カタログ掲載品の当日出荷率

### データベース

1,060万点に及ぶ取扱商品はSHARE-DBに情報整理されECサイトや販売店様との連携サイト・アプリ等にて情報提供するほか、研究室の必須名物アイテムでもある約8cmの分厚いカタログに見やすく編集してご紹介いたします。

### プロモーション

#### 営業・EC

販売店様との連携を深め、問屋として販売店様やユーザー様のニーズを汲み取り、ECを含めて的確なご提案を行います。

#### サービス

単なるモノの卸ではなく、ニーズに沿って機器の精度管理やレンタルなどお客様の煩わしさを省きます。

### 物流

卸でありながら1個単位の出荷も行う上、当日出荷率95%※は当社競争力の源泉です。また物流コストは人件費に次ぐコストですが、自動設備導入や効率的物流運用設計、運送業者の最適化などを通じてコストセーブにより収益貢献いたします。

※カタログ掲載品

### 顧客サービスデスク

販売店様の見積もり依頼など様々な問い合わせ窓口としてインサイドセールスグループが、商品の概要や実験内容に即した選定方法等についてはカスタマー相談センターがきめ細かくお応えしております。専門性は他社にない付加価値となります。

### ITシステム

川上川下を含めた各バリューチェーンをITシステムでシームレスに連携させ、安定した運用を提供する要。絶え間ないシステム改善の社風は、少人数で運営する当社の価値創造の源泉となっています。

### 物流

物流効率の品質は、利益の源泉でもあります。出荷元の距離、入荷センター、検品、デバンニング、開梱、ケースバラシ(当社はゴム栓1個でも販売します)、アソート、JANコード取得、棚割り、保管、補充、横持ち、ピッキング、荷合わせ、サイズ、重量、梱包方法、出荷検品、配送業者、配送ルート、人繰り等様々な条件を組み合わせ、最適に流せないと効率は上がりません。日々変わる受注動向や物流データを活用し、時にはマンパワーをかけながらエコとコストの最適化を追求しています。





PB開発部  
部長  
吉田 佳弘

## 研究及び医療の現場の声に応える PB商品の開発を通じて収益性の高い事業を展開

### お客様の困りごとの解決に 役立つPB商品を展開

PB開発部は、主に研究及び医療向けの当社プライベートブランド(PB)商品の企画・開発を行っています。当社におけるPB商品の歴史は古く、およそ50年前から取り組んできました。当初は樹脂製の保管庫、収納棚といったものから開発し、その後、実験向けの汎用機器、さらには医療・介護向け消耗品などを広く手がけてきました。15年ほど前からはライフサイエンスの領域向けに「ピオラモ」シリーズとして遠沈管や細胞培養フラスコ、クライオバイアル

などを開発・販売し、市場で高いシェアを占めています。現在、部内には理系のバックグラウンドを持つ者や、元大手メーカーの技術者などが多数在籍している点が強みであり、自らの研究室時代の実体験やユーザーの声などに基づいて商品のアイデアを出しながら、新商品の開発に日々取り組んでいます。

また、当社はファブレス企業としてPB商品の企画、開発に特化し、国内外の数百家に上るサプライヤーに各社の技術の特長に基づき、製造を委託するので、殆どの課題は解決でき、特長ある商品づくりとコストメリットを発揮しています。そして、研究及び医療の領域におけるニーズに即した、お客様の困りごとの解決に役立つ商品を多数上市している点が特長です。たとえ年間の販売数は限られるとしても、お客様が

求めているものであるならば、商品化を追求するというのが当社の姿勢であり、それがお客様から支持されている点であると捉えています。

2021年には製品技術グループを立ち上げ、品質の検証、管理の徹底を図っており、お届けする商品の信頼性向上に努めています。さらに商品に対するお客様の声に対しては一件ずつ迅速に対応するとともに、商品企画の担当者にフィードバックを行うことで品質の向上はもちろん新商品企画に活かしています。

当社の独自輸入品を含めたオリジナル商品の売上高は320億円に達しています。そのうち国内外に製造委託するPB品は278億円を占め、これだけで当社単体の粗利益の4割超に達しています。

### 機能性や環境性能に富んだ オリジナル商品を開発

PB開発部として近年注力しているのは、現場の声に基づく商品の開発です。具体的には医工連携案件として関西医科大学附属病院との連携を挙げることができます。集中治療室の重症患者さまにおいては早期の離床が回復の課題であることから、多数の医療機器を装着した患者さまがリハビリに取り組みやすい歩行補助器を開発しました。これによって、患者さまの早期回復を支援するとともに、

リハビリを補助する医療従事者さまの業務効率の向上も可能にしている点が特長です。このほか、注射時の静脈穿刺を容易に行うための「静脈可視化装置」といったように、医療現場のニーズにきめ細かく対応した商品を開発しています。

一方、研究の領域では、試薬瓶から一定量の試薬を正確に取り出すための「ハンディパウダーフィーダー」を発売し、シリーズの拡充を予定しています。「毎日、何度も決まった量の試薬を正確に取り出すのが手間」という現場の声に応えた商品で、試薬瓶にさじを差し込むことなく異物混入のリスクを回避しつつ使用できる点が特長です。このほか、環境に配慮したオリジナル商品ラインナップとして、「セイバース」というシリーズを立ち上げ、地球温暖化ガスの排出量が少ない装置や、バイオマスプラスチックを用いた商品を開発しています。

最近では研究、医療の領域にとどまらず、ペーパータオルや乾電池といった汎用品の開発にも注力しており、売上の拡大に寄与しています。

今後、PB事業の拡大に向けては、代理店さまなどの声にもさらに応えるとともに、お客様の声を直接収集する取り組みを強化していく考えです。研究所や医療機関、学会などに直接訪問して、お客様から直接お話をうかがう活動に加えて、当社が運営する研究者向けコミュニケーションサイトの活用等も検討し、ニーズを深掘りした上で、これまで以上に現場の活動に役立つPB商品の開発を進めて、収益性のより高い事業を目指していきます。



静脈可視化装置

簡単操作・豊富な機能により、見えにくかった静脈を皮膚上に投影して可視化することができ、静脈穿刺をサポートします。



ハンディパウダーフィーダー

ボトルをセットするだけで試薬を簡単・正確に秤量することが可能です。またコントローラーを使わずに手で持って使用することもできます。



Savearth【新商品】

saver(救助者)とearth(地球)が由来の環境に配慮したアズワンオリジナル製品シリーズです。環境配慮製品の供給を通じて「地球を守ろう」という意味を込めています。





サービス営業部  
部長  
内村 徹郎

## 研究、医療の困りごとを解決する観点から 物販に加えて、サービスの分野を拡大中

### 現場の声に応じて多岐にわたる サービスメニューを提供

サービス営業部では、レンタル、校正、点検、特注・加工対応、洗浄・滅菌サービス、ロボット事業、中古品販売など、様々なサービスを通じてお客様に付加価値と利便性を提供しています。

レンタル事業では、理化学機器を始め産業機器、計測機器、分析機器、医療関連機器など商品の取り扱い分野も広がっています。また、お客様の要望に合わせた様々なご利用プランも提案しています。

校正では、計測機器の校正サービスはもちろん、お客様の現場でのバリデーション作業や点検作業などのサービスを行っています。特に自社で校正センターを運営していることから、計測点や計測条件の追加などお客様の要望に応じたきめ細かい対応も可能です。また、校正担当者の育成や日々の改善などにより、

短納期での校正サービスの提供を心掛けており、校正中は機器が使えないというお客様の不便を減らすことで顧客満足度の向上を追求しています。

お客様の要望に応じた商品の特注・加工などのきめ細かい対応や、希望する商品を洗浄・滅菌して提供するなどニッチなサービスも当社のサプライヤーネットワークを通じ、小ロットから対応していくことで付加価値を提供しています。当社の取り扱いアイテム数の増加とあわせて、お客様の多種多様な要望に対応できるサービスの幅も拡大中です。

近年は治験分野での機器レンタルの要望が増えており収益の柱となっています。また、研究の国際競争が激化している中では、研究成果のアジャイルな創出が求められており、アカデミアにおける短期プロジェクトやベンチャー企業の増加などを背景に、研究分野におけるレンタル品に対する需要は増加する傾向にあると考えています。

予算が限られた研究プロジェクトを担う研究者にとって、高額な機器の購入は負担とリスクが伴うこと

から、新品の販売だけでなく、レンタルや中古販売などのバリエーションを揃えることで、お客様の要望にお応えしています。また、まずはレンタルで試用し、結果が良かったら新品を購入するケースや、校正・点検サービスが付帯している商品を選ぶケースなど、各種サービスを提供しているからこそ当社の商品が選ばれることも多く、お客様の要望にあわせて最適なサービスをワンストップで提供できる点が当社の大きな強みになっております。加えて、校正や点検サービスを併せて提供することで、機器の性能に対して安心して利用できることから、当社への信頼性も高まっていると考えます。

当社におけるサービス事業の原点は、販売する機器の修理、メンテナンスにあります。また、校正についても機器を販売した後の付加サービスとして実施してきた経緯があります。バリデーションや点検などの作業をお客様の現場で行うことも多く、お客様の生の声に触れる中で、お客様の現場での実際の困りごとを解決するためのサービスメニューの拡充を図り、2019年から現在の体制でサービス事業を本格的に展開してきました。

昨今では、当社は東京都内にある三井リンクラボにて、ライフサイエンス系の研究開発に使用する器具や消耗品を販売するアンテナショップ「LINK Stock」[P.26](#)の運営を手がけています。ここから集めたお客様の声を活かして、新たなサービスを生み出すきっかけづくりを目指しています。

### お客様の目線でサービスメニューの 規格化・デジタル化を推進

サービス事業は、2024年3月期は会社全体で36億円の売上高となり、前中期経営計画の中で新規商材として焦点を当て始めた2019年3月期以来平均成長率20%で成長を続けてきました。今後の事業展開としては、多岐にわたるサービスメニューを組み合わせることで、より付加価値の高い事業を創出していく考えです。例えば、レンタル品に関して自社で点検証明書を発行した

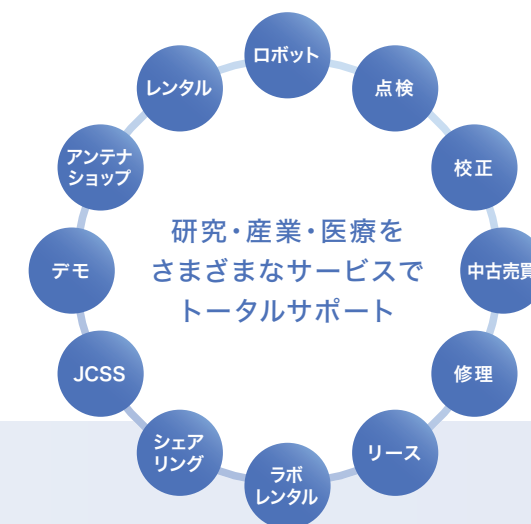
り、洗浄滅菌を行ったりした上で出荷するといった奥行きのあるサービスの展開が可能です。

また、多岐にわたるサービスメニューの規格化、デジタル化にも取り組んでいます。例えば、特注分野であったサービスは工数や品質によって料金を統一することが難しかったのに対して、料金の規格化を図ることで、Webサイト上でお客様が簡単に様々な特注パターンでの料金を把握できるというのは大きなメリットです。

本来、規格化が困難なサービスを積極的に規格化し、それをWebサイトでお客様自身が必要なサービスを組み合わせることで、その料金や納期などを簡単に把握した上でサービスを利用できるような、サービスメニューの規格化・デジタル化を加速させていきます。DX化を進め、当社ならではの攻めのサービスを展開していく考えです。

このほか、昨今取り組みを開始したロボット事業について、人手不足が加速する社会の中で需要が高まるのは確実であり、特に研究開発分野においても自動化、省力化が求められていきます。研究用のロボットの提供を通じた社会課題の解決を目指し、事業として成長させていきたいと思っております。

当社では昔からカタログ販売の枠を越えてお客様の要望に応えながら様々なサービスを実現してきた歴史をもち、現在ではサービス事業として大きく成長してきています。今後もお客様の声を大切にして、研究や医療の現場における困りごとを解決するという観点からサービス事業の拡充を図っていきます。





ソリューション・デザイン部  
ヘルスサイエンスグループ  
部長 兼 グループ長  
ウツ  
子 涛 (医学博士)



## 国内外で進む先進的な研究活動を ソリューションの提供で支えることで、 新たな収益機会の創出を目指しています。

### 専門的な知見を活かして 研究者のニーズに応える

当社では、中核事業であるカタログ販売やeコマースビジネスとは別に、ソリューション・デザイン部として専門的な商材を提供しています。さらに、お客様の課題に対して長期的な観点からソリューションの提案を展開中です。

この背景には、ニーズに応じて商品によっては1億円を超えるような高額な研究機器を販売するものそれだけではお客様の課題解決が十分ではないという

想いがあります。そのため機器の活用を含めて研究活動そのものを支援する体制を整えたものです。

私が統括しているソリューション・デザイン部は博士号を取得したメンバーを始めとして専門性の高い人財をそろえ、物販にはとどまらないソリューションビジネスを追求しています。大学や研究機関の研究者と共通言語で会話ができ、研究者の困りごとを具体的に聞きだして、解決策を提案できるところに当社としての強みがあります。

これまで約20年にわたって最新技術に基づく高額機器や設備の提案に注力してきました。具体的な活動としては、国内外での学会や展示会での商品の紹介を始め、お客様の研究室でのコンサル

ティングなど多岐にわたっています。その中では海外の機器を日本で紹介する一方、日本製の機器を世界にアピールすることを使命の一つと捉えており、メーカーとの連携のもとで海外でのプレゼンテーションや装置のデモンストレーションに注力しています。

現在、当部におけるライフサイエンス、ヘルスサイエンスの領域においては、装置や試薬などの専門性の高い商材を新しいバイオ分野、特に創薬・再生医療等の新市場で展開しています。この中で国内外の最新技術を軸に、スタッフの豊富な知識と経験を組み合わせることで、バイオ系研究者のサポートに努めているほか、再生医療と抗体医薬の分野で日本を含め世界中の研究者を技術支援できる体制を整備中です。

また、衛生環境の領域で食品や製薬、化粧品といった業界のお客様向けに、衛生や品質管理の機器の販売と販売後のフォローを行っています。消耗品から装置の販売までトータルサポートができるほか、検査室の立上げや検査業務自動化なども提案しています。

直近の業績としては、ソリューションデザイン部全体で売上高が62億円に達しており、そのうちサニテーショングループが36億円と半分以上を占め、残りをライフサイエンスグループ、ヘルスサイエンスグループでおよそ半分ずつの売上となっています。

### 再生医療が本格化する中で 研究と医療を支援する活動を展開

当社では、2017年に神奈川県川崎市殿町のキングスカイフロント内にあるライフイノベーションセンターに入居して、お客様が抱える課題や新たなニーズに対して、受託サービスや再生医療施設に関するコンサルティングといった最新技術に基づくソリューションを提供しています。

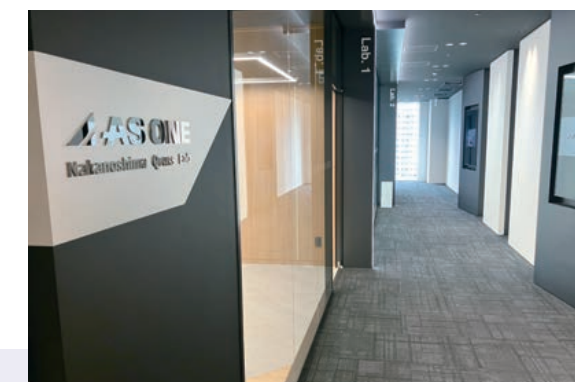
そして、2024年度における新たな挑戦が、大阪の中之島にできた未来医療国際拠点Nakanoshima

Grossへの入居と未来医療に対する支援業務の開始です。同拠点では再生医療を中心にゲノム医療や人工知能(AI)、IoTの活用など、最先端の「未来医療」の産業化を推進しています。臨床と基礎研究が同じ施設内で行われるという点で日本初の革新的な施設といえます。

その中で、当社は再生医療のバリューチェーンの一環として研究に必要な先端設備や機器に関する支援を展開していく考えです。今後、中之島クロスラボとして、再生医療関連の装置に関するデモを行うほか、ラボ内での共同開発、稼働型ショールームの展開などを行ってまいります。機器の提案にとどまらず、情報や技術、人財の提供、専門家同士の交流といった幅広い活動を行っていくことで、施設内での「共創」を生み出してまいります。そして、長期的な視点から国内外における再生医療などの産業化に寄与することで、当社における新たな事業の創出を目指してまいります。



Nakanoshima Cross内のラウンジ



アズワン中之島クロスラボ



# PROJECT ONE ver.2.0

2023年4月～2025年3月

**狙い** 国内の成長機会の最大活用  
 将来の成長基盤構築への投資強化  
 (物流基盤、新事業投資)  
 資本効率の維持改善

成長の再加速

成長のシフトアップ

次のステージに向けた連続的進化への挑戦

売上高 1,000億円の  
その先

第1次中計  
PROJECT -NANA-

第2次中計  
PROJECT ONE

持続的成長へ

### 重点戦略

- 01 事業成長の加速化
- 02 将来に向けた経営基盤の構築
- 03 次の進化に向けた事業育成
- 04 資本の有効活用

### PROJECT ONE ver.2.0 数値目標

	売上高	営業利益	営業利益率	ROE	ROIC
PROJECT ONE ver.2.0 2025年3月期 目標値	1,066億円	125億円	11.7%	11.6%	11.5%
2024年3月期 実績	955億円	104億円	10.9%	11.7%	10.5%
2022年3月期 実績 (ver.2.0策定時)	869億円	93億円	10.7%	11.2%	9.5%

	成長施策		プロダクト施策	
	eコマース	海外事業	SHARE-DB登録数	サービス事業
PROJECT ONE ver.2.0 2025年3月期 目標値	320億円	60億円	1,000万点	38億円
2024年3月期 実績	278億円	52億円	1,060万点	36億円
2022年3月期 実績	203億円	46億円	630万点	26億円

## 事業成長の加速化

### 販売チャネルの強化 × 品揃え・商品力の向上

「アズワンのデータベースを参照すれば(あちこち探し回らずとも)欲しい情報が見つかる」という研究や医療に特化した業界のデータベースは、川上にも川下にもワンストップの利便性を発揮し、それが磁力になります。既存の販売店ネットワークとECチャネルを融合し、年々拡大する品揃えを効果的に掛け合わせることで当社の事業成長を加速させます。

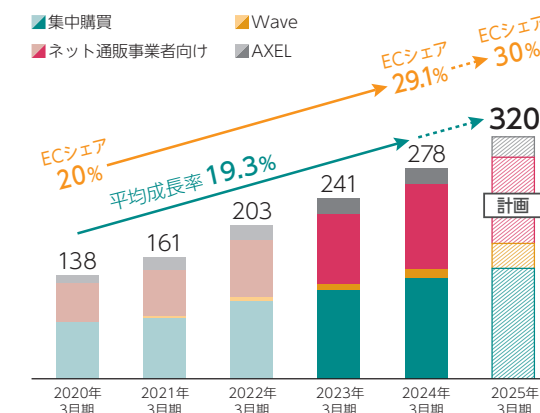


### 販売チャネルの強化

#### ハイブリッドに販売店ECも拡大

当社はアナログ的に人を介した全国の販売店ネットワークと、デジタルのECチャネルのハイブリッドで販売しております。特にECチャネルは、毎年2桁の成長を続けており、当社の成長を牽引しています。大企業を中心にご利用いただいている集中購買システム「ocean」の接続社数は期中に54社増加し、2024年3月末現在339社になりました。当社が裏方として販売店様とユーザー様のお取引をEC化する購買Webサイト「Wave」は、登録ユーザー数は17,693社と期中に約3,800社増加しております。裾野の広い小規模事業者向けには自社Webショップ「AXEL」の拡充やネット通販事業者との連携を強め、ECチャネル全体では278億円を売り上げました。

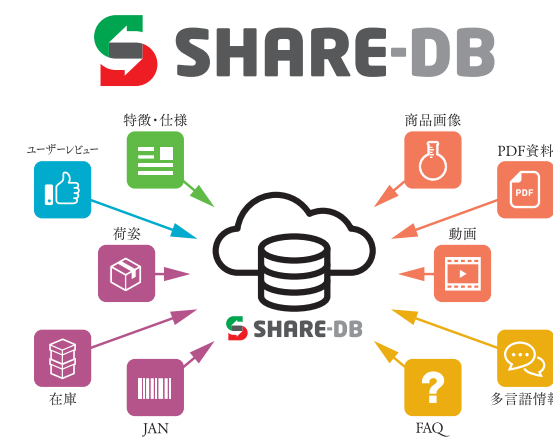
■ eコマース売上推移 (億円)



### 品揃え・商品力の向上

#### 1,000万データベース前倒し達成

9年前に7万SKUから100万SKUを目指して拡大を始めた品揃えは、今中期経営計画最終年度で1,000万SKUを目標にしていたが1年前倒しで達成しました。紙カタログに掲載する比較的受注頻度の高い品物を除いたWeb単独掲載商品の売上高はEC及び従来型の販売店経由売上も含めて151億円(前年比24.5%増)となりました。品揃えの豊富さ、そしてその拡大は確実に当社の業績の拡大に貢献しています。お客様が当社をハブにしてワンストップに必要なモノを調達できる環境をさらに強化し、当社の商品データベースを「業界のデータベース」としてご利用いただくべくさらなる品揃えと情報の充実を図ってまいります。







## 将来に向けた経営基盤の構築

### サプライチェーン体制の最適化

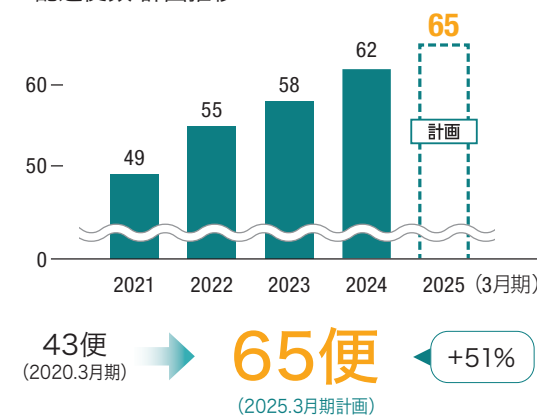
当社は従来の、商品企画・調達・物流の各部門の機能を統合し、戦略的・効率的な取り組みができるようサプライチェーン統括本部として体制を統合しました。その成果として、品揃えは1,060万点に、バーチャル在庫は1,150億円分に拡大。2023年度には阪神DCを開設し、さらに配送手段の効率化を着実に進めております。

## ビジネスプロセスの見直し

### サプライチェーンを俯瞰した物流効率の実現

当社の出荷配送方法には、路線便と自社専用備車によるルート配送を行う配達便と大きく2種類あります。自社でコントロールできる配達便を増やすことでコストの上昇を抑え、エコロジーにも貢献したいと考えています。配達便は、通い箱を利用し梱包材を削減できることや、修理品や校正依頼品の引き取り、仕入品の引き取りも可能です。配達便の構築には、最適な荷量とルート設定をきめ細かく行う必要がありますが、この配達便を計画通り増便させてきました。これに加えて、荷物サイズや荷合わせの要否、配送距離等の複雑なデータの組み合わせからメーカー直送も含めたサプライチェーンを俯瞰した最適な配送手段で配送する仕組みを導入しています。2024年3月期は売上高運賃比率を0.2p引き下げることができました。

■ 配達便数 計画推移

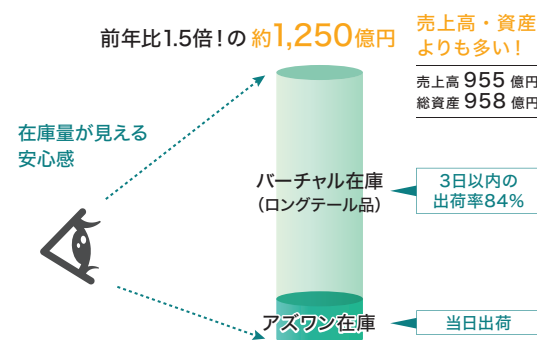


## 品揃えとバーチャル在庫

当社は、卸売業としてグローバルに約4,200社のサプライヤー様とお取引があり、当社の品揃えと各種ソリューションを提供できる源泉となっています。当社商品データベース「SHARE-DB」には現在1,000万点超の商品の仕様・画像・取扱説明書・荷姿情報等を収納しており、当社売上高を上回る、自社在庫額の12倍にあたるサプライヤー様の在庫情報をバーチャル在庫として活用・開示しています。ロングテールの物品でも当社のデータベースで商品を探し出すことができ、当社在庫は当日出荷、バーチャル在庫の8割は3日以内に出荷しております。このバーチャル在庫は注文時に納期があらかじめ把握できるため、販売店様やお客様に安心してご利用いただいております。

■ サプライヤー在庫の見える化

「仮想倉庫」による在庫の効率化を推進  
「日本のどこかにある」  
「2~3日で届く」安心感の提示



## 次の進化に向けた事業育成

### 新規事業の育成

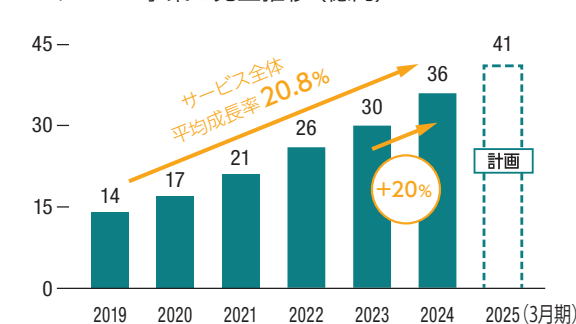
時代の変化を捉え、電子計測機器メーカーのグループ化、先端機器メーカーとのアライアンス、レンタルを足場にしたラボ機器のシェアリング、研究室のデジタル化支援、再生医療施設の設置支援などに着手しております。オリジナル性の高いサービス事業を育成することで、社会課題の解決と収益力のさらなる向上を目指していきます。研究者・医療者の日常の全てに関与し、研究者・医療者にとって無くてはならないプラットフォームになるべく着実に手を打っていきます。

## 新しい取り組み

### お困りごとをトータルに解決

サービス事業は新しい取り組みの中でも、手ごたえを感じており、レンタルや校正を中心に積極的に推進しています。また、小中高の理科教材ビジネスにも株式会社島津理化と提携し参入、学校教材全体のWeb購入推進も見据えて取り組んでいます。再生医療関連に関しては、CPC (細胞培養加工施設) 開設をトータルコーディネートできる存在として、クリニック等からトータル受注を得られるようになってきましたが、中之島クロスラボ P.10 を情報発信基地としてポジションの確立を図っていきたくと考えています。また、病院の医療材料の在庫管理は煩雑で、特に中規模未満の病院には、当社の品揃えとECとRFIDを活用したプラットフォームが困りごとの解決の糸口となりそうです。2024年度には実証実験を開始します。

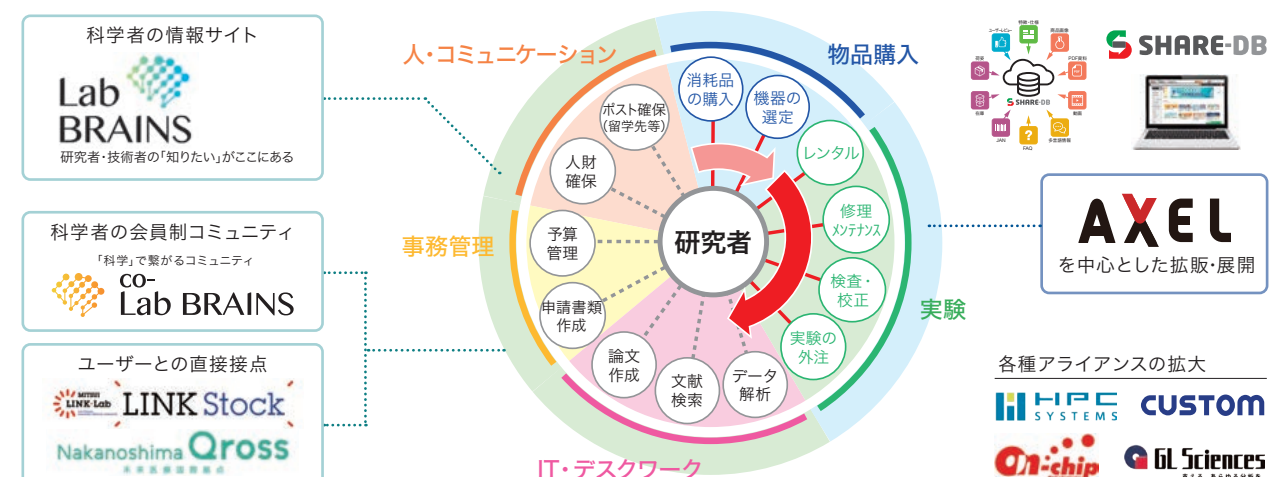
■ サービス事業の売上推移 (億円)



レンタル&校正センター紹介動画

## プラットフォームの進化

研究者を取り巻く全てに関与し、研究者が研究業務に専念できるプラットフォームに進化していく





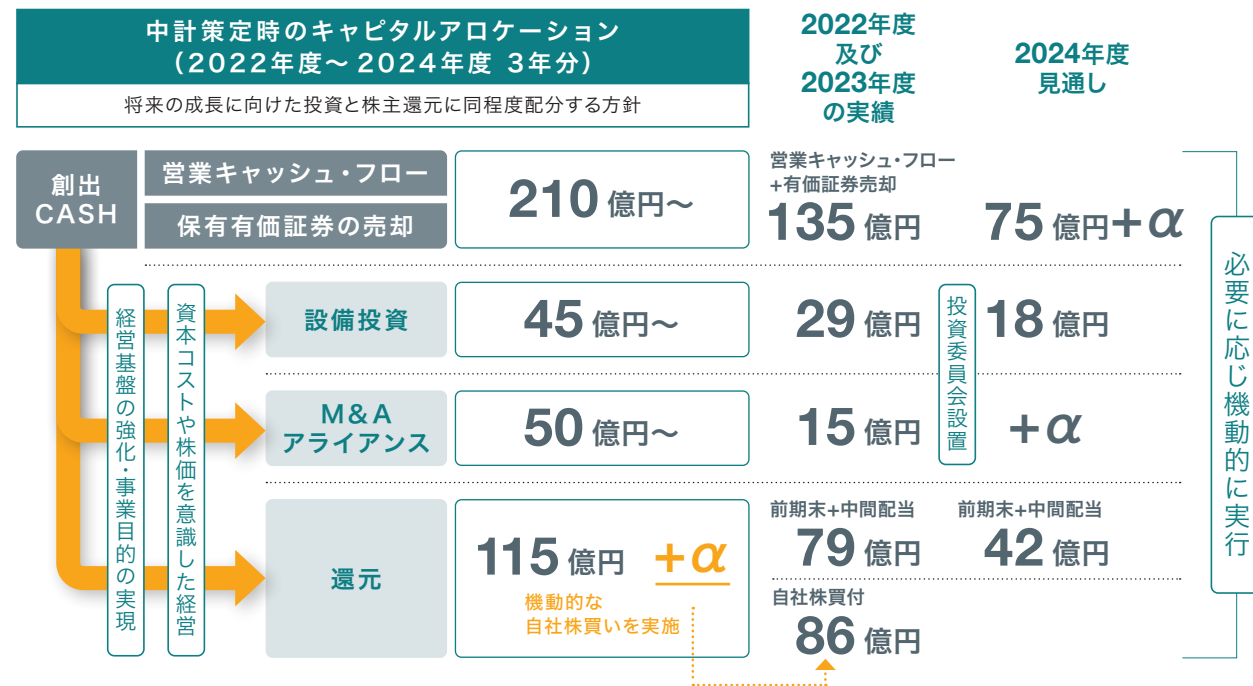


## 資本の有効活用

### 保有資産の効率化、株主還元政策の見直し

2023年度も自己株式の買付を21億円実施し、取得株式の消却を実施しました。配当性向も50%以上をキープしており、総還元性向は81.6%となりました。過去5年平均でも総還元性向は76.2%以上です。2024年度以降も、アライアンスやM&Aに資金を振り向けつつ、資本配分のバランスを重視してまいります。

## 戦略的キャピタルアロケーション



## ▶ データドリブンで革新と創造を加速させます



サプライチェーン企画部  
データドリブングループ長  
岡市 務

当グループでは、調達～保管～配送までサプライチェーン全体を俯瞰し、様々な視点から「見える化」そして「最適化」を推進しております。卸売という立場で終わるのではなく、当社が業界のハブとなることで、仕入先様～販売店様～ユーザー様の効率化・利便性の向上に繋がるようなサプライチェーンの構築を目指しております。

具体的には、データという切り口から以下の2点にまずは注力しております。

- 1 「在庫分野」では、仕入先様の在庫情報の連携も活用し、在庫する商品選定から最適な在庫量と適切な在庫配置を推進
- 2 「配送分野」では、仕入先様～販売店様への商品の納期やコストの観点から、最適な配送手段を推進

今後は上記に加え、商品軸での「見える化」「最適化」も推進してまいります。

## 価値創造を支える基盤

INDEX

- 47 サステナビリティに対する考え方
- 49 環境
- 52 TCFDフレームワークに基づく開示
- 54 社会
- 63 コーポレート・ガバナンス  
役員紹介
- 65 社外取締役メッセージ
- 67 コーポレート・ガバナンスの概要
- 75 リスクマネジメント
- 76 コンプライアンス
- 77 社会貢献



### 社屋でのLED導入



築20年以上の本社1階エントランスをLED照明に全面リニューアルしました。今までの照明と比較して使用電力量が約25%ダウン、使用寿命も約4倍となり、自社のコスト低減を進めるだけでなく、CO<sub>2</sub>排出量の削減にも貢献します。



# サステナビリティに対する考え方

私たちは、「革新と創造」の経営理念のもと  
持続可能な社会の創造に貢献することを通じて、  
中長期的な企業価値の向上を目指します



## サステナビリティ基本方針

1. 研究者や医療従事者がその役割に専念できる環境を作っていくこと、また、業界のハブとなり流通を効率化していくことで安心・安全で豊かな社会の創造に貢献します
2. 地球の自然資源を間接的に利用する事業者として気候変動・生物多様性などの環境問題へ配慮し、リスクと機会を踏まえて人と地球にやさしい未来づくりに貢献します
3. すべての人の人権を尊重し、公正・適切な処遇のもと多様な人財とともに個々人が成長し、健康で働きがいのある職場づくりに努めます
4. 取引先とともに高い倫理観と強い責任感をもって公正で誠実な経済活動を行い、経営の透明性を維持して社会の信頼と期待に応えられる企業を目指します
5. ステークホルダーとのコミュニケーションを通じて協力関係を育み、社会に貢献していきます

### 取り組み

### 事業・経営への寄与

### 今後の課題

E

- 再生可能エネルギーの導入
- 業界内での共同物流への呼びかけ
- オフィスごみ排出量の削減
- 自社配達便のエコ梱包実施
- 物流梱包材の再利用・削減
- 請求書・納品書の電子化
- ペーパーレス化の推進
- 旧カタログ回収リサイクル化
- エコ商品の販売
- 試薬の共同配送
- 環境テーマ研究者への利便性提供
- データを駆使したエコ配送の実施

- コスト削減(電気使用量低減・物流費用の削減)
- エコ商品の販売拡大
- 古いカタログを回収することによる新商品の早期浸透
- 流通のハブとなることによる収益機会の拡大
- 研究市場でのプレゼンスの拡大

- 共同物流賛同企業の拡大
- 自社配達便ルート・対象販売店の拡大
- サプライヤー、販売店の拡大
- 研究者向けソリューションメニュー拡大
- サプライヤーとの協働

S

- 従業員との関係**
- 女性活躍の推進
  - 従業員エンゲージメント調査
  - 安全衛生委員会の開催
  - 社員教育(AS ONE Career Design Program)
  - ワークライフバランス各種制度
  - 外国人の採用
  - 多様な働き方
  - 魅力ある職場で高い定着率 **P.18**
  - 健康経営 ASsisT の実践 **P.59**
  - AS ONE NEXT Leaders Program

- 優秀な人財の確保
- 生産性向上
- コンプライアンスの醸成
- ノウハウの蓄積・積み上がり

- 人的資本経営の進展
- 女性管理職比率の向上
- さらなる魅力ある企業への成長
- 時代に合わせた成長機会の提供

- 顧客・取引先との関係**
- 多数対多数の取引の効率化・機会創出
  - 品質保証体制の構築 **P.60**
  - 研究・医療への利便性提供
  - サプライヤーサステナブルアンケート実施
  - サステナブル調達基本方針の策定・公表
  - SNSでのコミュニケーション
  - 各種連携システムの提供
  - DX化に向けたシステム提供
  - SHARE-DBの構築・相互活用

- 市場でのプレゼンスの拡大
- 流通のハブとなることによる収益機会の拡大
- 多種多様な情報の集結

- 研究者・医療者向けソリューションメニュー拡大
- サプライヤー、販売店の拡大
- サプライヤーとの協働

- 地域社会との関係**
- パラリンアートへの賛同
  - こども科学実験教室の開催
  - 食品衛生管理講習の実施
  - 大阪市西区「えほん picnic」協賛
  - 親子向け科学イベント開催
  - 災害支援、子ども食堂、生物多様性、脱炭素、各種事業・研究・大学への寄付
  - STEAM 教育共同開催

- ユーザー層の拡大
- 業界の発展
- 知名度向上による収益機会の拡大

- 善因善果

G

- 株主・投資家との対話
- 半数の社外取締役比率
- 指名報酬委員会の活用
- 取締役会の実効性評価実施
- 株式報酬及び株式インセンティブの運用
- 投資委員会の設置

- 財務・非財務両面での適切な企業評価
- 多様な視点による成長機会とリスクバランスの確保
- 透明性の確保による規律醸成

- 監査等委員会設置会社制度の有効な運用
- 取締役会の実効性評価に基づく改善
- 有効なサステナビリティの前進



# ENVIRONMENT 環境

ホームページへ▶



スローガン  
環境にやさしい企業で  
あることを誇りに思う心

## 環境方針

「環境汚染を予防することを含め、環境保護に取り組む。」  
「当社の環境パフォーマンスを向上するための環境マネジメントシステムを継続的に改善する。」

## 行動基準

「良き企業市民としての責任を自覚し、人間社会の繁栄と調和を図りながら、健全なる地球環境の保全へ向けて最善を尽くします。」

当社グループは、社会の持続的発展に貢献するため、環境保全や省エネ・省資源に配慮した事業展開を行っています。

当社グループは、アズワン本社、東京オフィス、各物流センター等において環境マネジメントシステムISO14001の第三者認証を取得しており、環境法規制遵守と環境パフォーマンスの継続的改善に向けた環境管理体制を構築しております。

環境マネジメントシステムのトップに取締役を任命してマネジメントしております。各事業場でそれぞれの目標を管理しつつ、全社的には、文書管理システムや

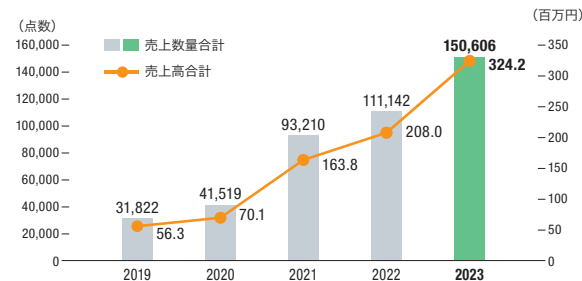
電子契約、ワークフローシステムの活用範囲を広げながら、ペーパーレス化を推進し効率化を図っております。

また、環境マネジメントシステムの維持・改善のため、監査部による監査を定期的に行い、その結果を踏まえたマネジメントレビューを実施しております。

## グリーン購入対象製品の推進

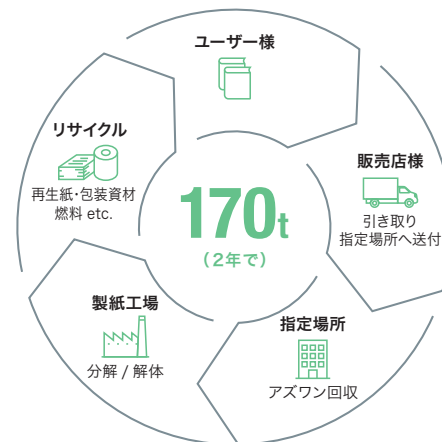
当社ではグリーン購入対象製品を紹介し、環境に優しい商品をお求めのお客様に販売しております。2023年度の販売額は前年の1.6倍となりました。

グリーン購入対象製品売上推移



## カタログリサイクル

アズワンだから実践できるリサイクル活動。新カタログを発刊する際に、不要となる旧カタログをお客様から回収。集まったカタログを製紙工場にて分解・解体し、再生紙や梱包材、燃料などにリサイクルしています。一連の取り組みはアズワン独自の環境保護対策として、お客様からもご理解ご賛同をいただいています。2022年度は研究用総合カタログ、2023年度は医療用カタログの改訂年であり、2年で170tの紙量をリサイクルしました。



## 自動メーカー直送

当社では、配送距離やコストなどあらゆる条件を自動で抽出し、特に他の商品と荷合わせの必要がなく配送距離が短縮できる場合においては、当社の物流センターを介さずに、直接指定のお届け先へお届けする、いわゆるメーカー直送を行っています。もちろん、直送の指示も自動で行うため業務の負荷はかかりません。従来は、ほとんどの商品を当社の物流センターに一度在庫し、そこから出荷していました。その際に生じていたピッキングコストや配送の無駄を、メーカー様から直送することで省くことができています。今では配送の削減距離は、月間にして地球7周分にもなる30万kmを超え、運送逼迫の軽減や脱炭素化に貢献しています。



毎月地球7周の  
配送距離を削減

## 環境にやさしいキッチンペーパー

食品関連事業者様向けのECサイト「as kitchen (アズキッチン)」。このサイトに掲載している当社のオリジナル商品「アズキッチンペーパー」は、サトウキビを原料とするバガスを50%配合した環境にやさしい商品です。また、蛍光染料を使用していないので、食品分野で安心してご使用いただけます。引き続き、当社は多岐にわたるお客様のニーズにお応えするため、環境に配慮した商品を含め、ラインナップを増やしてまいります。



## 再生可能エネルギーの使用

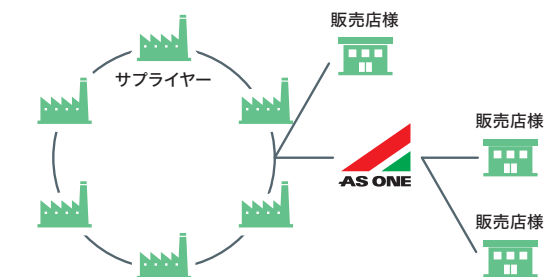
大阪市西区にある本社ビル・本社別館ビル、大阪市此花区にあるレンタル&校正センター、大阪・東京物流センター、和歌山CICを始め、当社の自社ビルにおいては、再生可能エネルギー由来の電力を使用しています。その使用率は当社全体の電力使用量の57%に該当します。



## ミルクラン方式による集荷・一括センター入れ

ミルクラン方式による集荷とは、路線便業者様と提携し、地域のサプライヤー様の商品を1件1件集荷して、最後にまとめて当社の物流センターに入庫する取り組みのことです。これまでは、各社それぞれが当社物流センターに納入していました。さらには、提携路線便業者の集荷基地から最終送付地までの距離が当社物流センター経由よりも近い場合は、集荷基地から直接配送し、距離とコストをセーブします。

まだ一部の地域において始めたばかりの取り組みではありますが、既に物流コストにおいて、約3割削減効果が出ています。今後も、業界のあらゆる共同配送を推進し、物流の効率化及び環境負荷の低減に貢献できる取り組みを積極的に進めてまいります。





### ポスト投函型の定額小荷物配送

従来、小さな商品をお届けする際は、緩衝材や梱包材を詰めて段ボール箱等で発送していましたが、商品に見合った適正なサイズで早く安全にお届けできるポスト投函型の小口配送を2022年11月より段階的に利用しております。これにより、緩衝材を使用しないことに加え、発送する商品の容積を抑えられることで、CO<sub>2</sub>の削減に繋がっています。

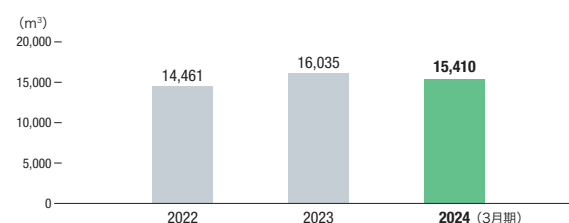


### 超純水クリーン洗浄での水利用

当社は、紀伊山脈の豊かな水の恵みを利用できる和歌山県海草郡紀美野町にて、クリーンルームで使用するウェア類、各種備品や消耗品などを超純水で洗浄する加工を行っています。取水は水道水を利用していますが、ろ過装置を通して、マグネシウムやカリウムなど不純物を取り除き超純水(16MΩ以上)を精製します。メーカーで製造された製品は、クラス100の高清浄度下のクリーンルーム内でこの超純水で洗浄し、無塵パック製品となります。洗浄後の超純水は、浄化槽を通して河川放棄いたします。河川放棄した水は山田川、紀ノ川を通り、内海である瀬戸内海に通じるため、水質汚濁物質等の高い基準を設けられていますが、一般のクリーニングと違い洗浄に洗剤を利用しないため基準以上に極めてきれいな状態で放出しています。



水利用量(含む販売用精製水)



### TOPICS

#### 持続的な成長を通じて企業価値の向上を目指し続けます

サステナビリティ推進室は、当社グループ全体が持続可能な事業活動を推進するための組織です。具体的には、気候変動及び人的資本に関するリスクと機会、シナリオ分析等の統括、CO<sub>2</sub>排出量の算定や削減に向けた取り組みの推進を行っています。また、継続的に調達活動を行うにあたり、重要な役割を担われているサプライヤー様とも丁寧なコミュニケーションを図っています。

今後は、サステナビリティに関する施策を積極的に企画し、各々が実行に移せるよう取り組んでまいります。併せて、当社事業そのものが社会課題解決の下支えになっていることに着目し、それらを全てのステークホルダーの皆様に分かりやすくお示しすることにも注力して、企業価値の向上に努めてまいります。

サステナビリティ推進室長  
兼 広報IR部  
広報IRグループ  
マネージャー  
藤本 朋子



## TCFDフレームワークに基づく開示

当社は、環境対応をマテリアリティ(重要課題)の一つとして掲げ、2022年6月にTCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)への賛同を表明しました。TCFDの考え方にに基づき、シナリオ分析を行い事業活動に与えるリスクと機会を抽出し、経営戦略へ盛り込む活動を実施しています。

### ガバナンス

当社は、気候変動を含む環境問題への対応を経営の重要な課題の一つとして位置づけています。

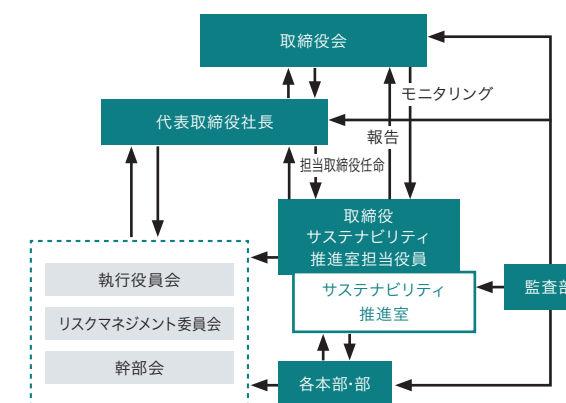
当社では、サステナビリティ経営をグループ全社で横断的に推進するため、2022年4月1日付、代表取締役社長直下の組織として、サステナビリティ推進室を設置いたしました。

代表取締役社長は、中期経営計画推進室メンバーを兼ねる取締役よりサステナビリティ推進室担当役員を任命します。同担当役員はサステナビリティ推進室を通じて取締役会で定めたサステナビリティ基本方針に基づき、各部門と連携して、気候変動等に関するリスクと機会の分析評価、重要課題の特定、環境・人権等を含むサステナビリティ課題に関する対応を企画・立案し、目標を設定します。

担当役員である取締役は、リスクマネジメント委員会等各種の重要会議に出席し、サステナビリティの観点からの意見を述べます。

取締役会は、担当役員である取締役より適宜報告を受けるとともに、年に2回以上、サステナビリティの推進状況やリスクと機会に関する評価について報告を受けます。

取締役会は報告に基づき、重要課題の特定や全社目標を承認するほか、重要な戦略等の審議の際にサステナビリティ推進の視点を考慮いたします。



### 戦略

#### 各部門やサステナビリティ推進室にて気候関連のリスク・機会に関するシナリオ分析

当社は、気候関連のリスクと機会の重要性評価に向け、「移行リスク」「物理的リスク」「機会」の区分で、各部門やサステナビリティ推進室にて事業インパクトの項目出しを行い、シナリオ特定と評価を実施し、11の評価項目を選定しました。評価にあたっては、国連気候変動に関する政府間パネル(IPCC)が公表した「4°Cシナリオ<sup>※1</sup>」、「1.5°Cシナリオ<sup>※2</sup>」などを考慮し、事業インパクトと財務影響度を検討しました。

当社においては、お客様の需要に応じて様々なサプライヤー様から商品を調達し販売するビジネス形態であり、固定的な製造設備を殆ど有しないため、

変化に対して比較的フレキシブルに対応可能です。そのため、リスクと捉えた需要の変化も新たな機会と捉えることが可能です。物理的リスクにおいては、事業の拡大とともに物流拠点等の多拠点化をさらに進めていくことによりリスクの分散を図ってまいります。これらの分析を踏まえた戦略については、**中期経営計画PROJECT ONE ver.2.0**の事業戦略に一部組み込み、対応を進めております **P.41**。

※1 4°Cシナリオ:産業革命前と比べて4°C前後上昇するシナリオ  
※2 1.5°Cシナリオ:産業革命前と比べて21世紀末に世界平均気温の上昇幅が1.5°C未満に抑えられるシナリオ



シナリオ分析

リスク 機会	リスク・機会の種類と内容		影響種類	時間軸		インパクト評価		
	種類	内容		短	中	長	1.5℃シナリオ	4℃シナリオ
リスク	移行	政策・法規制	CO <sub>2</sub> 低減対応や炭素税導入に伴う商品仕入価格の上昇	コスト↑	●	●	➡	➡
		技術	脱炭素に向けたPB品開発費用の発生や物流における脱炭素技術採用に伴う設備投資の増加	コスト↑	●	●	➡	➡
		市場	安全と利便性とCO <sub>2</sub> 排出削減を統合できる各種技術の伸展に伴う、廃棄物となる消耗品需要の減衰	売上↓	●	●	➡	➡
	物理的	評判	物流・製品・サービスにおけるGHG排出削減の情報開示に関し他社に劣後に伴う顧客からの評判、資本市場からの評判低下	売上↓	●	●	➡	➡
		急性	自然災害による、在庫破損・操業停止・生産減少・設備の復旧などのコスト発生	コスト↑	●	●	➡	➡
機会	資源	慢性	代替商品の調達遅れ等によるサプライチェーン寸断による供給制約に伴うコスト発生	コスト↑	●	●	➡	➡
		慢性	保有からレンタルへの購買行動変化、中古利用、リサイクル対応、循環による顧客囲い込み	売上↑	●	●	➡	➡
	エネルギー	生産から顧客の手に届くまでのCO <sub>2</sub> 排出量の表示など、商品データベースを活用した新サービス提供による競争優位の獲得	売上↑	●	●	➡	➡	
	市場	研究開発による脱炭素課題の解決が不可欠であり、主要マーケット研究開発への支出の拡大	売上↑	●	●	➡	➡	
	製品サービス	配送距離の短縮、廃棄梱包材の少ないエコ梱包で配達できる配達便の拡大と共同物流を含めた効率運用による積載効率の向上	コスト↓	●	●	➡	➡	
レジリエンス	リスク分散された多様なサプライチェーンの構築による、安定供給可能なサプライヤーへの信頼増加	売上↑	●	●	➡	➡		

リスクと機会の検討期間  
短期:2024年～2030年度まで 中期:2031年～2040年度まで 長期:2041年～2050年度まで

事業及び財務への影響の大きさを矢印の傾き3段階で表しています  
比較的影響がある ▲ > 多少の影響がある ➡ > 影響は少ない ➡

リスク管理

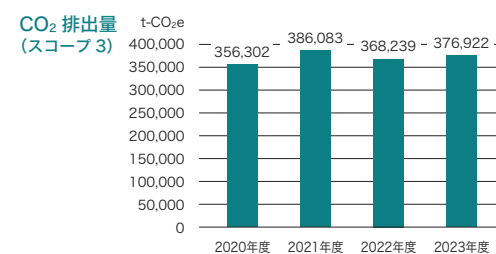
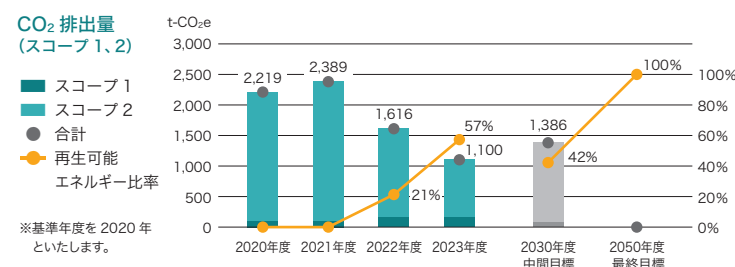
当社は、事業遂行を阻害する恐れのあるリスクの発生防止と発生したリスクへの対応等を定めた「リスク管理規程」を制定し、リスク管理に取り組んでいます。気候変動におけるリスクについては、各部門よりバリューチェーンの上流から下流までを想定した内在するリスクを洗い出し、対応(移転・回避・分散・軽減・その他)を図っております。

さらに、サステナビリティ推進室にて、抽出されたリスクを全社的な観点で統合し、移行リスク及び物理的リスクにおいて重要性を評価・特定し、1年に1回リスクマネジメント委員会に報告しています。なお、リスクマネジメント委員会は、当該リスクへの対応の総合的な調整、その他リスク管理に関し必要な事項を行います。

指標と目標

当社では、自社で排出するスコープ1、2のうち、スコープ2の削減に向けて、遅くとも2050年迄に使用電力を100%再生可能エネルギーに転換することを目標に設定する枠組み「再エネ100宣言 RE Action」に賛同しています。2020年度を基準年度とし、スコープ1、2削減の中間目標を2030年度に42%、2050年度に100%とし、再生可能エネルギーの採用も同様とする目標を設定しております。当社は、2022年7月より、本社ビルや大阪・東京物流センターを始めとする自社ビルにおいて、再生可能エネルギー由来の電力を導入したことにより、スコープ2を大幅に削減することができました。それに伴い、2023

年度のスコープ1、2の削減率が基準年度の50%となり、中間目標を達成しました。一方、スコープ3については、現時点では目標設定の段階に至っておりません。但し、当社の中でもっとも排出量の多い「カテゴリ1」において、サプライチェーンとの協働を図る取り組みを開始しております。具体的には、サプライヤー様の算定をサポートし、算定データを共有して排出量の削減に向けた検討を重ねております。また、サプライチェーン全体のペーパーレスを推進するEC事業や、梱包材などの廃棄物を削減できる配送方法である配達便などの2024年度の目標を中期経営計画PROJECT ONE ver.2.0にて開示しております P.41。



SOCIETY 社会



人的資本経営の推進方針

役員及び全従業員が当社の存在意義を共有することで、さらにお客様本位の企業風土を育ててまいります。当社の持続的な成長を支える根幹は人財です。私たちは、人間力の高い魅力溢れるひとの集まる会社にしていきます。人事制度のタイムリーな改定、健康経営の取り組み、教育カリキュラムの充実、給与や賞与による還元、及び職場環境の充実など、多様性の確保も踏まえた幅広いメニュープランの充実により、人的資本経営を推進してまいります。

人的資本経営の推進と進化

当社の社名は、英語で「一体となって」を意味する通り、お客様、販売店様、仕入先様、及び株主様との信頼関係を大切にしております。社内においても働く仲間同士が良好な関係を築きながら、「革新と創造」の経営理念に従い、新しい価値の創造に取り組んでまいりました。その積み重ねが、他社からの優位性を持った唯一無二の企業価値を創り出すことに繋がっています。

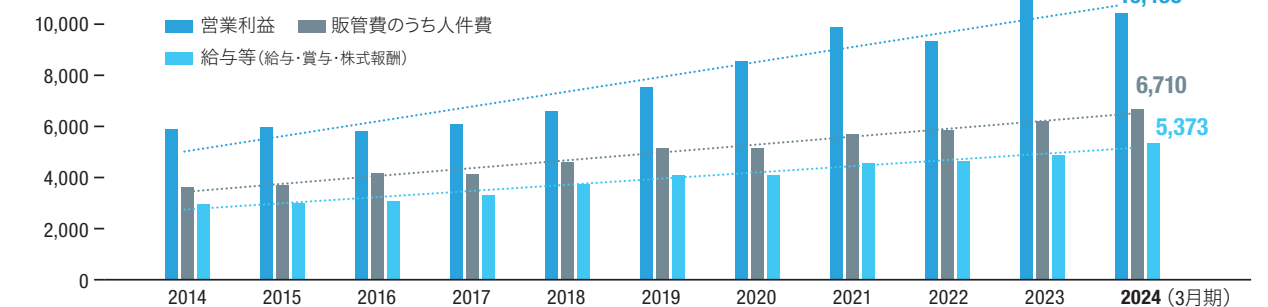
人的資本経営においても、信頼の絆を大切にする姿勢は中心の存在です。「人財育成方針」には、社長の井内が常に語る「いい会社にする」、「関係する全ての皆様への尊敬、信頼、共感」といった想いを込めています。育成する人財像の筆頭には、「人間力(人格・品格・仕事力)の魅力に溢れる人財」を掲げています。働く仲間一人ひとりの成長と会社の成長が噛み合っこそ、さらにはいい会社になるという信念のもと、人財育成プログラムを構築しています。

そして、当社独自の人財育成プログラムが、「AS

ONE Career Design Program”です。階層別、課題別、自己啓発、選抜等の多様性の確保を考慮する各種プログラムを構築しています。意欲と能力を持つ人財に幅広く教育の機会を提供し、仕事を通じて成長する働きがいを持った人財の育成を当部署の合言葉としています。

次世代の人財育成を目的とし、指名報酬委員会とも連動する“AS ONE Next Leaders Program”も推進しています。女性社員の成長を願い、特別な機会を提供する“AS ONE Next Leaders Program (for women)”にも取り組んでいます。括弧書きとしたのは、(for women)を使わないのが当たり前、女性活躍推進を殊さらに言いたくないとの想いを込めています。さらに、DX企業としてデジタル人財の育成にも取り組んでいます。ITパスポートの資格推奨から始まり、RPAや生成AIの利用拡大、またデータに基づいて思考する人財の育成等も推進しています。

労働生産性の向上 (百万円)





## 社会人生活を安心してスタートする “AS ONE On-Boarding Program”

当社は、ひとの関係性の質を向上することにも注力しています。働く仲間が安心して仕事に取り組める関係性があるからこそ成果を発揮できるという考えのもと、新入社員に対して、長期間にわたる“AS ONE On-Boarding Program”を導入しています。新入社員同士や先輩との人間関係の構築に手ごたえを感じています。安心して社会人生活を送って欲しい。当社に入社して良かったと思ってくれる社員が多いことは、離職率の低さにも表れています **P.18**。

一人ひとりの異なる成長を支援する取り組みも重要です。中途採用により年間20名以上が、当社の仲間に加わっていただいています。多種多様な価値観の融合は、当社を次の舞台に導いてくれるはず。昨今は、ウェルカムバック制度等により、退職後に再入社する方も増加してきました。教育制度に限らず人事制度は、時代の変化に呼応して止めることと構築すること、そしてさらに良くすることを心がけています。

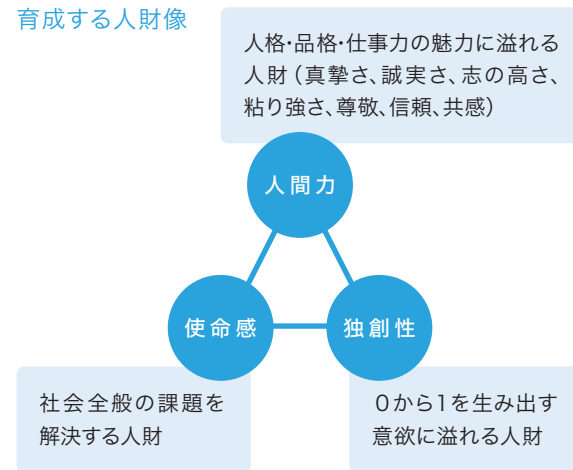
## 研究、産業、医療等の現場を支える 社会的使命の共有

当社は、研究、産業、医療などの現場を支える企業であり、働く仲間が自らの成長を通じてお客様の期待に応えることが、社会的な使命を果たすことに繋がります。ひいては当社の持続的な成長に寄与することから、今後も人的資本経営を進化させる必要があります。

エンゲージメントサーベイの結果では、有難いことに他社との比較で相応に良い結果を得られる一方、課題も見えてきました。当社は、「自己成長への支援」、「キャリア機会の提供」、「挑戦する風土」、「やりがい」を重点事項と捉えています。エンゲージメントの向上に向けて、例えば社内副業制度に教育的側面を追加し「ボーダレスワーク2.0」に進化させることで、従業員体験の機会を増加させています。ただし、エンゲージメントは統計分析だけで因果関係を見つけるものではないのかもしれない。目の前の凸凹に真摯に向き合って、結果として会社と社員との結びつきが向上していることが理想だと思っています。

## 教育研修プログラム “AS ONE Career Design Program”

育成する人財像



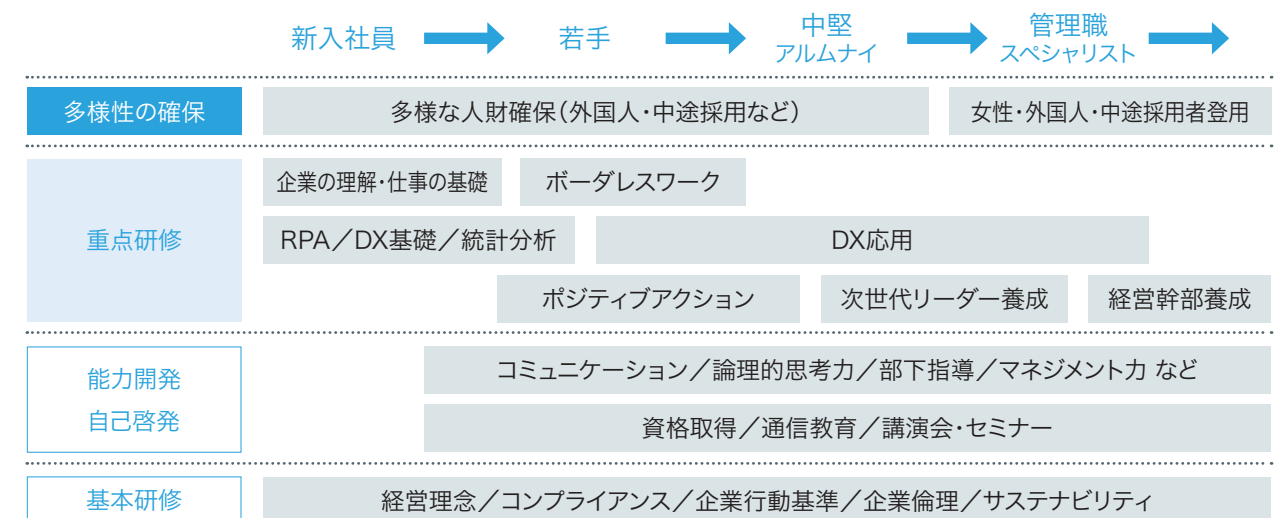
### 2023年度 「AS ONE Career Design Program」実施例

- ① 管理職研修
- ② 新入社員・中途入社研修
- ③ 若手社員研修（入社2・3年目研修）
- ④ 昇格者研修
- ⑤ 新任所属長研修
- ⑥ 海外研修
- ⑦ 次世代リーダー育成研修
- ⑧ 女性リーダー育成研修
- ⑨ スキルアップ・マインドアップ研修
- ⑩ ライフプランセミナー



### 教育研修プログラム「AS ONE Career Design Program」

意欲と能力を持つ人財に幅広く教育の機会を提供し、仕事を通じて成長する働きがいを持った人財を育成



## アズワンらしさの追求

当社における社風の良さや過去の成功体験は、とすると仕事において必要な意見の対立を避けたり、従来とは異なる価値観を否定したりといったことになりかねません。0から1を生み出す過程では障壁となる可能性もあります。多様な価値観を認め合う社風を培うとともに、人財の多様性を尊重するメニュープランの充実といった施策が必要です。

Web社員名簿“AS ONE People”は、社員数の増加や働き方の多様化により、直接の対話が少なくなる中でも、関係性を深めて欲しいとの想いから構築しています。昨今では、名簿の枠組みを超えて、タレントマネジメントや定性情報の定量化ツールとしても拡充しています。最終的には、社員が保有する暗黙知を含めたスキルを必要な仕事に合致させる仕組みを思い描いています。

また、当社の独自性は何かについて、これからも議論を深めていきます。例えば、プロジェクトやタスク

フォースの設置数、RPAを作成できる人数、社内旅行の高い参加率など。「アズ飲み」や“AS ONE Café”といった真面目な雑談に参加した人数なども、当社らしさの追求かもしれません **P.57**。

女性の管理職比率は、10%程度になってきました。女性の総合職区分の採用に歴史がない中で、数年前とは比較にならないほど増加しています。一方、これだけ数多くの企業がありながら、一律の指標だけに捉われる不思議さを感じる自分もいます。当社で輝いている女性社員を表現する方法は、管理職数だけで表すものではないのかもしれませんが。チームリーダーへの任命者、職群転換後の変化、育児との両立でも高い成果を挙げるなど、幾らでもあると思っています。

当社はいい会社であると心から思う一方で、克服すべき課題はまだたくさんあります。さらにいい会社にしたいという想いを持った仲間と一体となって、人的資本経営を進化させてまいります。



## 多様性の確保 (ダイバーシティ) について

ESG主要データ▶



当社が持続可能な社会の創造に貢献することを通じて、中長期的な企業価値の向上を目指すためには、様々な視点からの発想が必要不可欠です。当社は、多種多様な人財の価値観を尊重し、最も重要な経営資源である人財の力を最大限に発揮できるよう企業風土及び社内環境を構築しています。

	実績			目標
	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
女性管理職比率 (単体)	5.0%	5.5%	6.8% (8.8%)	10%
女性管理職比率 (連結) <sup>※</sup>	—	6.3%	7.9%	—
総合職に占める女性比率 (単体)	14.9%	16.3%	21.1% (24.6%)	30%
有給休暇取得率 (単体)	60.3%	62.0%	63.2%	60%
男性育児休業取得者率 (単体)	—	40.0%	37.5%	100%
外国人雇用者数 (単体)	4名	3名	4名 (5名)	—
海外子会社外国人雇用者数	92名	93名	90名 (89名)	—

<sup>※</sup>海外関係会社を除くグループ連結の女性管理職比率。  
( )は2024年4月1日時点での数値です。

## 社内環境整備方針について

当社は、ハード及びソフトの両面から、魅力あふれる職場環境の充実を図っています。

### 職場環境の基本的な考え方

- 1 多種多様な価値観を支援する独自性のある人事制度・福利厚生制度の構築
- 2 ひとの繋がり・関係性の質の向上に繋がる各種施策の実行
- 3 意欲と能力を持つ人財を惹きつける職場環境・オフィスレイアウトの提供

### 社員のひととなりが目に見える

当社では、社員のひととなりがよく分かるWeb社員名簿「AS ONE People」があります。社員数が増えて、全ての社員をよく知ることが難しくなっている中、社員同士の距離をぐっと縮めることができるツールです。名前や部署で検索できるので、どんな社員が働いているのか、また、社員の仕事内容やひととなりを見ることができます。顔写真付きなので、より親しみやすくなっています。社員の関係性の質を向上させるツールの一つです。

### 真面目な雑談

当社は、コロナ禍を乗り越え、「いい仕事に繋げるための、真面目な雑談」を行うために、本社ビル内で「アズ飲み・ASONE Cafe」を開催しています。従業員が仕事終わりに立ち寄り、親しみやすい雰囲気の中で雑談を楽しむことで、多角的な視点からビジネスアイデアが湧き上がる場所になっています。この取り組みは、社員同士のコミュニケーション促進による関係性の構築はもちろん、モチベーション向上にも寄与し、当社にとって大きな効果をもたらしています。



### クラブ・サークル活動

当社は、健康的な職場環境作りと従業員エンゲージメント向上に向け、クラブ活動やサークル活動を推奨し、積極的に支援しています。これにより、従業員同士の絆が深まり、組織全体の一体感を高めています。(2024年3月末現在活動クラブ数:8、活動サークル数:11)



フットサル部：毎月1回 平日夜に活動中

### STEAM教育ワークショップ開催

当社は、科学、技術、芸術、数学の統合学習、STEAM教育ワークショップを実施しています。これらの領域を横断的に学んでいただくことで、参加者の創造力や問題解決能力を伸ばすことを目指しています。子供から大人まで、幅広い層が参加するこの取り組みは、新たな視点の発見や、未来の人財育成に貢献しています。



耐震実験授業の様子

### IT教育・資格取得活動

当社では、ITスキルを高めることが今後のビジネスで重要と考え、従業員への教育に力を入れています。具体的には、ITパスポート資格取得推奨や、新入社員への統計3級取得の学習支援を行っています。複数の従業員が既に資格を取得し、そのスキルを日々の業務に活かしています。これらの取り組みは従業員のキャリアアップに寄与し、組織のITリテラシーの向上やデータドリブンの活用にも結びついています。

資格名	対象者	取得人数
ITパスポート	全社員	101名
統計検定3級	2024年4月新入社員	16名(進行期末26名見込)

(2024年7月現在)

### 創業90周年記念旅行

当社では、創業90周年の記念として社員旅行を開催しました。各部門の垣根を越えて従業員同士の交流が深まるこの旅行は、非日常の中で新たな発見やアイデアが生まれる貴重な機会となりました。また、普段はなかなか会うことができない他部門間との交流も図れ、会社全体としての結束力を高める効果もありました。これらの取り組みは会社の成長に大いに貢献し、一層の仲間意識やモチベーションの向上に繋がっています。これからも私たちは従業員の絆を深め、一体感を醸成するための取り組みを続けてまいります。



## TOPICS

### 人財・組織開発グループ創設

当部署では人財開発と組織開発の2つの柱で活動しています。人財開発では、新たな人財の採用、そして私たちが大切にしている人財育成方針に基づき、スキル向上とキャリア形成を支援する教育制度の充実に取り組んでいます。また組織開発では、組織内の人や部署間の繋がりを強化することで、組織全体を活性化し生産性を向上する施策に取り組めます。その他にも人的資本開示の充実やエンゲージメントの向上も我々の重要なミッションです。

当社の財産は「ひと」です。働く仲間一人ひとりが自身の可能性を最大限に発揮し、成果を出すことが組織全体の成長に繋がると考えています。人財と組織の観点からアズワンの成長に貢献できるよう尽力いたします。

総務部  
人財・組織開発グループ長

立花 あゆみ





健康経営

アズワンは、経営理念に「革新と創造」を掲げ、フロンティア精神を胸に常に挑戦し続ける企業でありたいと考えます。

ユーザー様、販売店様、仕入先様と一体となり、新しい価値の創造に取り組み発展していくためには、社員とその家族の心と身体の健康が不可欠です。

全ての社員とその家族が心と身体の健康維持・増進に取り組むことができる環境づくりを積極的に支援していきます。

当社は、2022年9月よりサステナブルな社会の実現への取り組みの一環として、健康経営体系：「ASsisT」(アシスト)を開始しています。

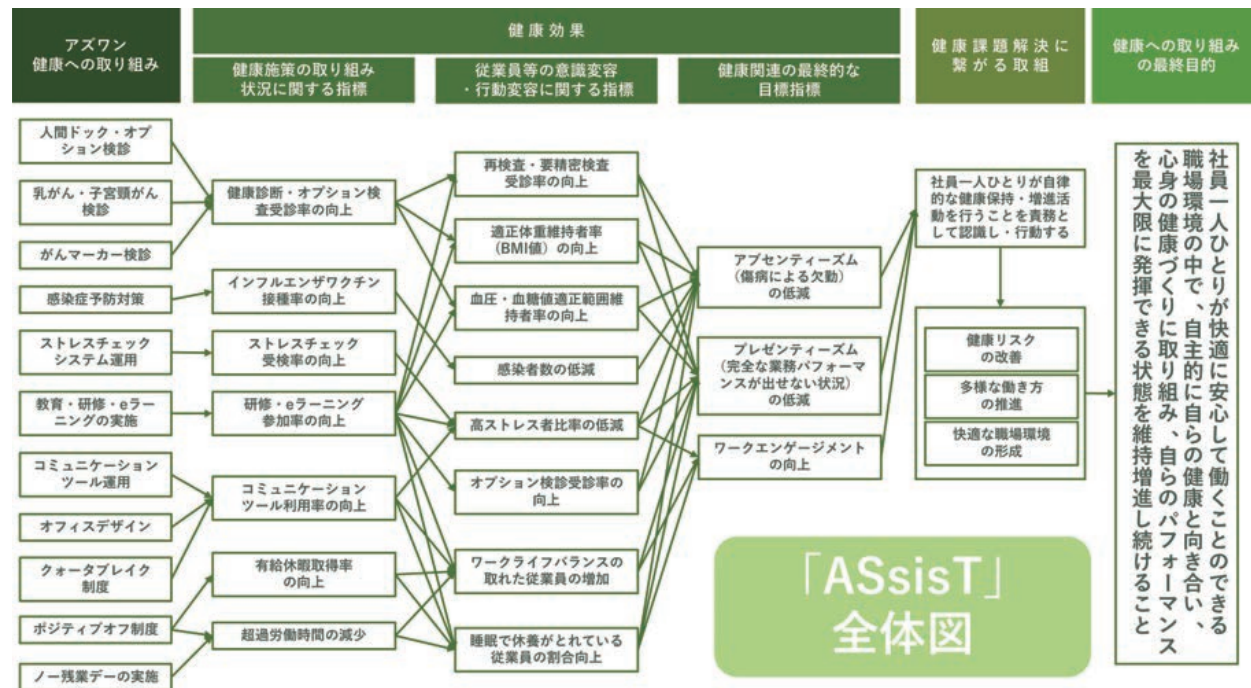
健康経営優良法人継続認証

当社は、従業員の健康増進に注力している内容が評価され、引き続き今年度も「健康経営優良法人」に認定されています。健康増進のための各種取り組みを進めることで、従業員一人ひとりの生活の質を高めるとともに、企業全体の生産性向上にも寄与してまいります。



スポーツエールカンパニー認証取得

当社は、従業員の健康増進に向けた取り組みが評価され、スポーツ庁が制度を実施している「スポーツエールカンパニー」に認定されました。この認定は、従業員がスポーツに親しむ機会を増やし、生活の中に健康的な行動を取り入れるよう推奨する企業を認めるものです。当社は、従業員が一日の大半を過ごす職場でも運動を楽しめる環境を整えています。クラブ、サークル活動の推進や、スポンサーしているアメリカンフットボールチームによるストレッチ授業の提供、階段や徒歩の奨励、ウォーキングイベントの実施など、さまざまな健康増進のための取り組みを行った結果、「スポーツエールカンパニー」の認定を取得し、働き盛り世代を始め従業員全体の運動推進向上に資するものと考えています。当社は引き続き、健康増進に向けた積極的な行動を推進してまいります。



※ASsisT=AS(ONE)\_S(olution)\_I(ntegrated)S(upport)\_T(echnology)

品質保証

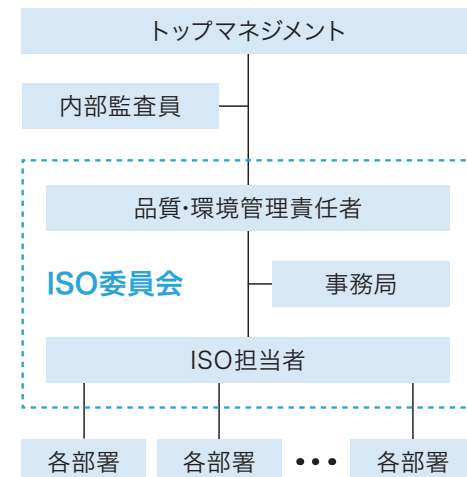
基本理念

当社の経営理念である「革新と創造」を具体化するとともに当社の存在意義を確立するため、「顧客満足度の追求」を目指します。

品質方針

- 商品提供に関する総合的なサービスを強化し、顧客満足を獲得する。
- 品揃えを充実し、多様な顧客ニーズ、期待に応える良質の商品を提供する。
- 商品企画力・商品開発力を強化し、品質の向上を図る。
- 法規制等、当社に適用される要求事項を順守する。
- 品質マネジメントシステム(QMS)を継続的に改善する。

当社は、卸でありながら、自社ブランド品も多く国際規格ISO9001の認証を取得しトップマネジメントのもと会社全体にQMSを展開しております。

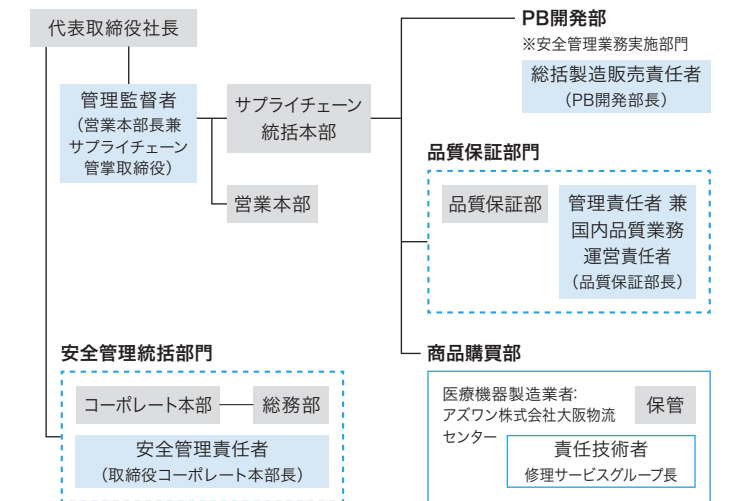


特に品質保証部は、自社開発品・輸入品の品質管理・検査、サプライヤーの評価、サプライヤーへの品質に関する啓蒙活動、各種証明発行等を行っており、毎月定例の品質会議を開催し、QMSに関わる案件の報告・審議などを行っております。

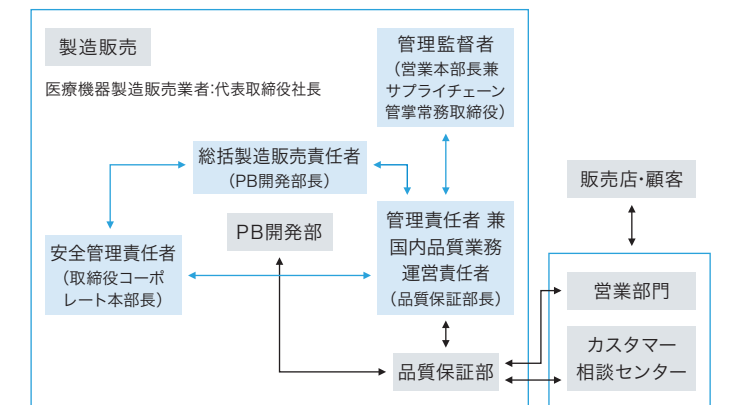
第二種医療機器製造販売業者として

第二種医療機器製造販売業者として許可を受けており、医療機器製造販売業品質マニュアル及び製造販売後安全管理手順書(GVP手順書)に基づき有資格者による薬事5役を定め安全対策を講じております。

QMS・GVP体制図



第二種医療機器製造販売業に関する責任者の連携図





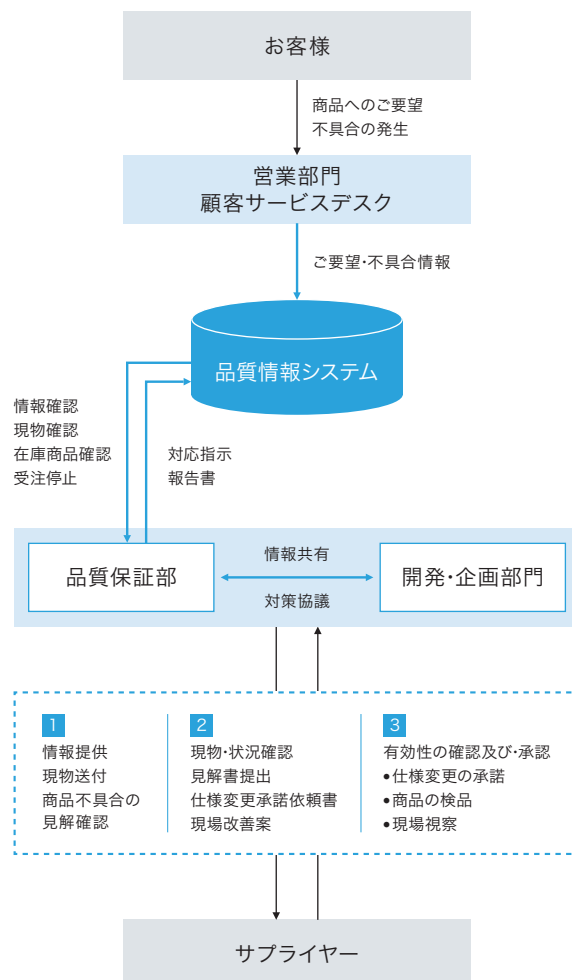
## 市場で発生した商品不具合に対する対応

QMSにより未然に商品不具合の発生を防いでいても、僅かの確率ながら不具合が発生する場合があります。そうした際のご要望、商品不具合については営業部門顧客サービスデスクを通じて品質情報システムへ情報が集約されるよう仕組みが構築されています。

品質情報システムに登録されたご要望・商品不具合情報に対し、過去履歴や同等商品の情報を参考に品質保証部より営業部門へ対応を指示します。

一方で不具合が発生した商品については開発・企画部門と情報を共有し、リスクの大きさや再発性を考慮し在庫品の確認、場合によっては受注停止といった対応を実施します。また、不具合商品を入手し社内を確認するとともに、サプライヤーに対しても現物や現場状況を確認させ、見解を求めます。不具合が生じた原因の分析、製造現場の改善、商品の仕様変更等の不具合対策の提案を求めます。

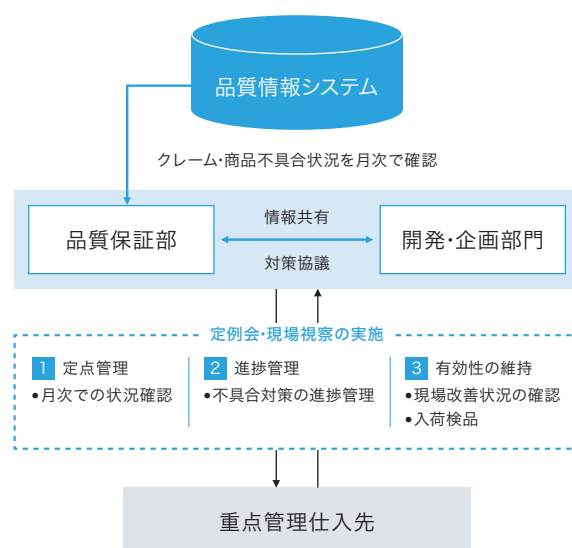
品質保証部、開発・企画部門ではサプライヤー見解に対しての有効性、妥当性を確認します。仕様変更を承認したものに対しては改善された商品の検品検査の実施、現場の改善に対しても内容によっては現場の視察等により確認を行い対策が維持・実施されているかを確実にします。



## 重点サプライヤーの管理

当社の売上、利益に大きく寄与している仕入先等を重点サプライヤーとして特定し、品質情報システムの情報からその情報を常時監視、また月次で各サプライヤーのクレーム・商品不具合情報を分析し、品質状況を管理しています。

定例会や現場視察等を実施することにより、不具合対策の進捗管理、現場の改善状況の確認、また、特定の商品に対しては入荷検品を実施し、品質改善の有効性の維持を図っています。



## ステークホルダーとの対話

### ステークホルダー

#### 株主・投資家

広報IR部が中心になり、取締役コーポレート本部長、代表取締役社長が行っております。2024年3月期の機関投資家との延べミーティング件数は430人以上となりました。ESGに関するエンゲージメントが増加傾向にあり、貴重な意見交換ができており、経営の参考にさせていただいております。

#### エンドユーザー・販売店

カスタマー相談センターには、月間10,000件程の商品の概要等のお問い合わせをいただき、専門スタッフが適切なアドバイスや必要な資料をご提供しています。寄せられた声は、営業部門や商品企画部門にフィードバックしサービスや品揃えの向上に役立てています。インサイドセールスグループは、販売店と電話やWebツールで様々な情報交換をしつつも、販売店のお問い合わせ窓口として個々それぞれの本当のニーズを把握した上で、見積りや納期確認や代替品の提案などきめ細かにサポートをいたします。また、不定期ではありますが、主要な販売店様の業務担当者との交流会を行うなどにより双方の理解促進を図り、双方がスムーズにオペレーションできるように関係構築しております。自社サイトAXELにおいては、商品レビューを通じてお客様とのコミュニケーションを図っております。

#### サプライヤー

サプライチェーン部門が、日々の商談を通じてコミュニケーションを図るほか、Webツールも活用し情報交換しております。また、各社にサステナブル調達基本方針を提示し、当社方針の理解を促すとともに、アンケートを通じて対応状況の把握に努めております。コロナ禍で中止していたサプライヤー様との交流会「アズワン会」も再開し、相互理解を深めています。

#### 地域社会

本社所在地である大阪市の市民交流イベントへの参加、大阪市内での科学体験教室実施、ラボのある川崎市における地域イベントへの参加等を通じて行政や地域とのコミュニケーションを図っています。

#### 従業員

外部弁護士に通報できる内部通報制度や上司を介さず人事部門に申告できる自己申告制度を整備しているほか、年1回行ってきた従業員満足度調査をエンゲージメントサーベイの定期的な調査に変えて、より双方のベクトルが同じ方向に向けるよう試行錯誤しております。労働組合の組成を禁止はしていませんが、企業労働組合はなく、従業員から選ばれた従業員代表とコミュニケーションを図っております。創業90周年を迎え、原則として全社員参加の旅行イベントの開催を実施するなど、風通しの良い会社を目指しております。

## 参画するイニシアチブ・社外からの評価



#### TCFD

TCFDに賛同し、気候変動に対応する情報開示を行っております。



#### 健康経営優良法人

日本健康会議より健康経営優良法人に認定されました。



#### 全上場企業ホームページ 充実度ランキング優良サイト

日興アイ・アール株式会社より「2023年度全上場企業ホームページ充実度ランキング」において、総合部門における優良サイトに選定されました。



#### 再エネ100宣言 RE Action

使用電力を100%再生可能エネルギーに転換する意思と行動を示し、再エネ100%利用を促進する枠組みである再エネ100宣言 RE Actionに参加しております。



#### スポーツエールカンパニー

スポーツ庁より、スポーツを通じて社員の健康増進に積極的に取り組む企業として、「スポーツエールカンパニー」に認定されました。



#### Integrated Report Award 2024 優秀賞

日興リサーチセンターより、Integrated Report Award 2024ビジネスモデル部門及び戦略と資源配分部門において、優秀賞を受賞しました。



# GOVERNANCE コーポレート・ガバナンス

CG報告書へ▶



## 役員紹介

2024年6月26日現在



**取締役**  
**小滝 一彦**  
社外取締役

1988年4月  
通商産業省(現:経済産業省)入省

2003年6月  
特定非営利活動法人政策評価機構  
理事長(現任)

2008年7月  
経済産業省経済産業政策局  
企業法制研究官

2012年4月  
日本大学経済学部教授(現任)

2018年6月  
当社取締役(現任)

2018年11月  
スター・マイカ・ホールディングス  
株式会社社外取締役

2019年6月  
同社社外取締役(監査等委員)(現任)

2023年2月  
スター・マイカ株式会社取締役  
(非業務執行取締役)(現任)

経済産業省や金融庁の官僚として、  
数多くの産業政策や産業政策研究  
に従事する。現在は、大学教授と  
してコーポレート・ガバナンス等の  
研究にも従事し、豊富な経験と  
知識に裏付けされた客観的な視点  
での監督を行っている。

**取締役**  
**西川 圭介**  
コーポレート本部長  
兼中期経営計画推進室副室長  
兼サステナビリティ推進室担当役員  
兼健康経営担当役員

2000年4月  
当社入社

2019年8月  
マーケティング本部長兼マーケ  
ティング部長兼経営企画部長

2020年4月  
コーポレート本部長兼中期経営計  
画推進室副室長(現任)

2020年6月  
当社取締役(現任)  
兼IT推進本部担当役員

2022年9月  
健康経営担当役員(現任)

2024年4月  
サステナビリティ推進室担当役員  
(現任)

マーケティング、食品衛生分野での  
事業企画、Web企画等の職務や  
各種プロジェクトを通じて、新しい  
ビジネスを数多く生み出してきた。  
現在はコーポレート本部において  
経営資源配分の全般を統括し、  
当社の企業価値向上に資する多様  
な取り組みを推進している。

**取締役(監査等委員)**  
**金井 美智子**  
社外取締役

1990年4月  
弁護士登録、大江橋法律事務所入所  
※のちに弁護士法人大江橋法律  
事務所社員(現任)

2007年6月  
株式会社ユー・エス・ジェイ  
社外監査役

2015年6月  
コンドレーテック株式会社社外取締役  
(現任)

2015年6月  
三共生興株式会社社外監査役

2016年6月  
IDEC株式会社社外取締役  
※のちに監査等委員(現任)

2020年6月  
当社社外取締役  
※のちに監査等委員(現任)

国際法務を含めた企業法務や危機  
管理の秀逸な知見を有する弁護士  
として、幅広い分野でご活躍されて  
いる。女性活躍の先駆者として当社  
の女性社員からも憧憬される存在  
である。各会議体においてビジネス  
感覚を持った法律専門家としての  
ご意見をいただいている。

**常務取締役**  
**山田 一人**  
営業本部長  
兼中期経営計画推進室長

1990年3月  
当社入社

2011年4月  
営業本部長

2012年6月  
当社取締役

2014年4月  
当社常務取締役(現任)  
兼マーケティング本部長  
兼IT推進本部長

2020年4月  
商品本部長  
兼中期経営計画推進室長(現任)

2022年4月  
営業本部長(現任)

当社の歴史を深く知り、ビジネス  
モデルを網羅する知識・経験を  
保有する。多くのサプライヤー様  
や販売店様に対し相識の関係を  
有している。デジタルとアナログ  
の融合及びサービス事業の拡大  
等、ビジネスプラットフォームの  
進化を推進し、中期経営計画の  
達成に向けて全社を牽引している。

**代表取締役社長**  
**井内 卓嗣**

1991年4月  
日鐵商事株式会社  
(現:日鉄物産株式会社)入社

1994年3月  
当社入社

2005年6月  
当社取締役

2008年4月  
当社専務取締役

2009年6月  
当社代表取締役社長(現任)

各本部責任者の経験及び海外  
駐在経験を含めた幅広い職務  
経験を保有する。既存の概念に  
捉われない柔軟な思考の持ち主  
で、「いい会社」にするという信念  
を持って社内を鼓舞し、当社の  
連続的進化を牽引する。

**常務取締役**  
**原 俊樹**  
経理・財務管掌  
DX推進本部担当役員

1982年4月  
株式会社協和銀行  
(現:株式会社りそな銀行)入行

2013年4月  
株式会社りそなホールディングス  
取締役兼代表執行役

2014年4月  
株式会社りそな銀行代表取締役  
副社長兼執行役員

2019年6月  
AGS株式会社代表取締役社長  
兼社長執行役員

2020年6月  
当社社外監査役  
※のちに当社社外取締役(監査等委員)

2023年6月  
当社常務取締役経理・財務管掌DX  
推進本部担当役員(現任)

2023年11月  
株式会社カスタム 代表取締役会長

金融機関における代表者の経験  
後、IT企業でもCEOを経験したプロ  
フェッショナルな経営者。厳しい目  
線で、当社を次のステージに導くべく  
会計・財務分野に限らず、DXの潮流  
に沿った経営を牽引する。

**取締役(監査等委員)**  
**鈴木 一孝**  
社外取締役

1981年4月  
株式会社協和銀行  
(現:株式会社りそな銀行)入行

2001年8月  
株式会社あさひ銀行  
(現:株式会社りそな銀行)福島支店長

2009年7月  
りそな人事サポート株式会社  
(現:りそなビジネスサービス株式会社)  
人事サービスセンター部長

2010年4月  
株式会社りそな銀行人材サービス  
部グループリーダー

2013年6月  
当社常勤社外監査役

2021年6月  
当社社外取締役(監査等委員)(現任)

金融機関における豊富な経験に  
より、会計・財務に精通し、職業  
会計人としても幅広い分野で  
ご活躍されている。当社の会計・  
財務の適正さに対する貢献度が  
極めて高い存在である。

**取締役(監査等委員)**  
**三原 秀章**  
社外取締役

1987年11月  
太田昭と監査法人  
(現:EY新日本有限責任監査法人)  
入所(1996年9月同監査法人退所)

1996年10月  
公認会計士三原秀章事務所 開設  
(現任)

2008年6月  
株式会社アックス社外監査役

2016年6月  
当社社外監査役

2021年6月  
当社社外取締役(監査等委員)(現任)

2023年6月  
旭情報サービス株式会社社外監査役  
(現任)

公認会計士として会計・財務に精通  
し、職業会計人としても幅広い分野  
でご活躍されている。当社の会計・  
財務の適正さに対する貢献度が  
極めて高い存在である。

### 執行役員



上席執行役員  
海外事業本部長  
**木村 光成**



専門事業本部長  
**金野 徹**



亞速旺(上海)  
商贸有限公司總經理  
**林 偉**



eコマース本部長  
**丸橋 正孝**



DX推進本部長  
**福田 智宏**



サプライチェーン  
統括本部長  
**町田 純**



## 社外取締役メッセージ

### コロナを乗り越え、次のステージを目指すアズワン



社外取締役  
小滝 一彦

アズワンは、コロナ後の在庫調整による需要の大きな増減の波を乗り越え、安定した成長を実現してきました。

現在は、物流の強化や、自社開発製品の充実、そしてレンタルや受託事業への展開など、次のステージを視野にいれた新たな発展を始めています。若手、中堅社員が創意工夫し献身的に会社の成長に貢献していることが、全社一丸「AS ONE」として当社の好調な業績をもたらしていると考えています。

アズワンにおいて、ガバナンスや経営規律だけでなく、ボトムアップで長期的視野に立った攻守両面での充実した企業活動が展開されていることを大変素晴らしいと思います。

### 監査等委員としてアズワンの持続的成長に資する監査を目指します



社外取締役（監査等委員）  
鈴木 一孝

アズワンは、現中計の最終年度を迎え全社一丸となって計画達成に邁進しているところです。非執行業務役員である監査等委員としても、計画達成に資するガバナンスへの取り組みをさらに強化していく所存であります。また次期中計策定に際し、成長施策に伴うリスクへの執行部門の取り組みに対しても注視を怠らず、健全な持続的成長性が維持できることを確認していく所存です。昨年同様、監査等委員会は常勤者を設置せず内部監査部門・コーポレート部門・会計監査人との連携による組織的監査の体制としますが、監査機能を低下させることなく監査業務を遂行してまいります。

### 経営理念「革新と創造」に磨きをかけさらなる躍進に期待

アズワンは、売上高1,000億円のその先を見据え、eコマース推進や物流キャパシティ拡張、周辺分野へのM&A・出資など、先手を打って投資を進めています。一方で、増配を維持するなど株主還元も積極的です。私は、会計プロフェッショナルとして適正な財務報告をサポートするとともに、成長投資と株主還元のバランス（財務規律）、PDCAサイクルなどを注視していきたいと考えています。当期は中期経営計画（PROJECT ONE）の最終事業年度ですが、次の経営計画は「革新と創造」のもとで、どのような目標・内容になるか期待しています。



社外取締役（監査等委員）  
三原 秀章

### アズワンの成長・使命・責任を支援していきます

品揃えの拡大、バーチャル在庫、物流基盤の強化、プラットフォームの進化等アズワンは絶えず進化し続けています。日本という国は、価値を創造していくことが、国全体にとってもはや喫緊の課題であります。医療理化学分野での研究開発はその重要な一翼を担うものであり、その基盤を支えるのがアズワンです。当社がこのような立場にあることを非常にうれしく誇りに思うとともに、サステナブルであり続けることの使命と責任を今さらながら自覚しています。

アズワンが成長しながら、この使命と責任を引き継ぎ力強く果たしていけるよう、監査等委員会委員として、ガバナンスやリスクの萌芽に目を配りながら、経営陣を監督していくとともに、そのビジネス判断を支援していきます。



社外取締役（監査等委員）  
金井 美智子



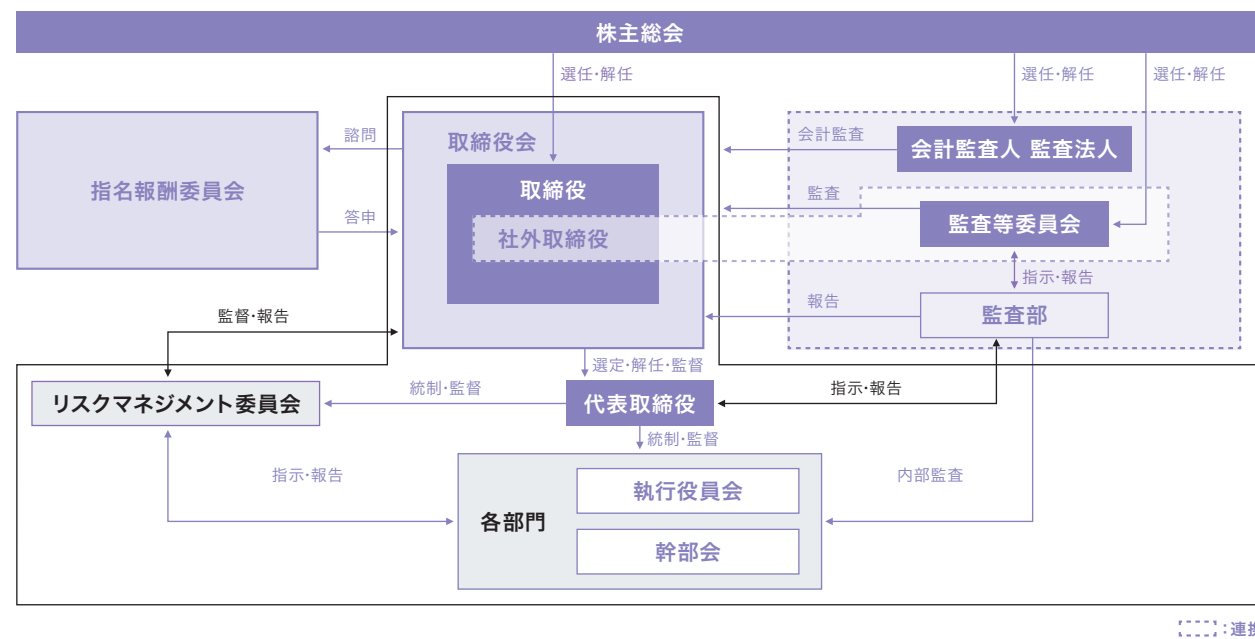
## コーポレート・ガバナンスの概要



### コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社のコーポレート・ガバナンスの基本は、企業価値の最大化を図るために経営の効率性を追求するとともに、企業倫理の徹底と経営の透明性の向上に努め、全てのステークホルダーの皆様の信頼を高めることと考えております。

コーポレートガバナンス体制図



コーポレートガバナンス改革の推移

	2013年6月	2014年6月	2016年6月	2017年6月	2020年6月	2021年6月	2022年6月	2023年6月	2024年6月
取締役総数	7名	5名	7名	8名	11名	10名	9名	8名	8名
社外取締役 (社外割合)	1名(14%)	1名(20%)	2名(28%)	3名(37%)	6名(54%)	6名(60%)	5名(55%)	4名(50%)	4名(50%)
女性取締役				1名		2名		1名	
監査・監督機能	監査役会					監査等委員会			
株式報酬		2015年6月 退職慰労金廃止 ストック・オプション(SO)導入		業績連動株式 給付信託導入				SO廃止 RS導入	

### コーポレート・ガバナンス体制

当社は、企業統治体制として監査等委員会設置会社を採用しております。取締役の職務執行の監査・監督等を担う監査等委員を取締役会の構成員とすることで取締役会の監督機能を強化し、さらなる監視体制の強化を通じてより一層のコーポレート・ガバナンスの充実を図るとともに、取締役会が業務執行の決定を広く取締役に委任することを可能とすることにより、業務執行上の意思決定の迅速化を

図りつつ、取締役会が経営計画等の重要な経営上の意思決定に注力することで、さらなる企業価値の向上を図っております。

また、指名報酬委員会を設置し、取締役等の指名や報酬等に関する評価・決定プロセスを透明化することで、コーポレート・ガバナンスをより一層充実させております。

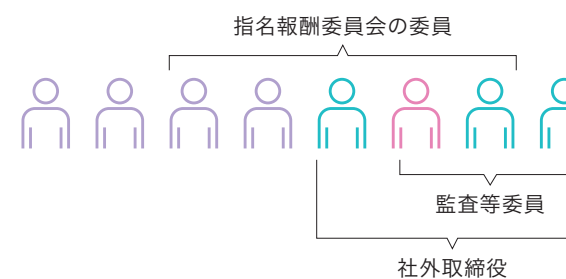
機関ごとの構成員(◎は議長・委員長、○は構成員)

役職名	氏名	取締役会	監査等委員会	指名報酬委員会
代表取締役社長	井内 卓嗣	◎		◎
常務取締役	山田 一人	○		
常務取締役	原 俊樹	○		
取締役	西川 圭介	○		○
取締役(社外取締役)	小滝 一彦	○		○
取締役(監査等委員)(社外取締役)	鈴木 一孝	○	◎	○
取締役(監査等委員)(社外取締役)	三原 秀章	○	○	
取締役(監査等委員)(社外取締役)	金井美智子	○	○	○

### 取締役会

取締役会は、取締役8名(うち社外取締役4名、女性1名)で構成され、経営上の意思決定及び職務執行の監督を行っております。当社と利害関係のない独立した社外取締役を招聘することにより、経営の監督機能を強化しております。原則として毎月1回取締役会を開催するとともに、必要に応じて臨時取締役会を適宜開催しております。当社のコーポレート・ガバナンスの体制を図に示すと左図の通りであります。

#### 取締役8名(うち社外取締役4名)



#### 取締役会の主な検討内容

- ・政策保有株式の保有状況及び2023年度の保有方針
  - ・中期経営計画(PROJECT ONE)進捗確認
  - ・自己株の取得に関する事項
  - ・株式分割の検討
  - ・マテリアリティ及びTCFDに関する開示
  - ・健康経営の取り組み
  - ・エンゲージメント調査結果
  - ・出資に関する協議
  - ・人的資本経営及び各種取り組みの開示について
  - ・取締役会実効性評価の報告
  - ・社員の賃金上昇等の対応(初任給改定、職群再設定等)
- 等について、意見形成、協議及び決議をいたしました。



スキルマトリックス

取締役のスキルマトリックス

	氏名	担当	企業経営 経営戦略	マーケティング 事業開発	IT	物流 購買	営業	国際	管理人事・ 人財開発	会計・ 財務	法務 リスク	内部統制・ ガバナンス	異業種 経験	
取締役 監査等委員でない	井内 卓嗣		◎	○	○	○	○	◎				○	○	
	山田 一人	営業本部	◎	○	○	◎	○					○	○	
	原 俊樹	DX推進本部 経理・財務	◎		○		○		○	◎		○	○	
	西川 圭介	コーポレート本部 健康経営 サステナビリティ	◎	◎	○		○		○	○		○	○	
	小滝 一彦											◎	◎	○
取締役 監査等委員である	鈴木 一孝						○		◎	○		○	◎	○
	三原 秀章									◎		◎		
	金井美智子							○			◎	◎		

スキルマトリックスのスキルを設定した理由

企業経営 経営戦略	いかなる事業環境の変化においても、当社グループならではの企業価値を見出し、長期的ビジョンを形成するため。
マーケティング・事業開発	変化する市場ニーズと知られていない技術や商品・サービスを結び付け、事業化していくことは商社・卸として重要である。当社として事業の根幹にあたる分野の豊富な経験や知見が必要であるため。
IT	少人数で大量の商品・サービスを扱う会社であり、先進の情報テクノロジーを感度よく取り入れ、DXを実現することが当社の事業効率化や差別化に繋がる。ITによる社内変革への影響、事業戦略への影響を理解し実践する上で、この分野の豊富な経験や知見が必要であるため。
物流 購買	当社は、「必要なものを必要な時に必要なだけお届けする」をモットーとしており、品揃えを拡大する中で、コストを抑えながら物流面でのサービスレベルを維持・向上させることが必要であるため。
営業	当社の仕組みや強みとお客様を理解し、お客様が必要とするソリューションを提供することが、事業の発展に繋がるため。
国際	当社は、世界30カ国以上から商品を調達しており、販売面でも海外市場の開拓は当社事業のさらなる発展に繋がるため。
管理人事・人財開発	人的資本経営の重要性が増す中、当社経営戦略と連動した人財の採用・登用・育成が必要であり、その上で最大限個人々の能力を発揮させることが会社の発展に繋がる。これらを実践していくためにこの分野の豊富な経験や知見が必要であるため。
会計・財務	当社の持続的な成長を支える強固な財務基盤の構築と設備や資本的アライアンスを含めた投資と株主還元を含めた財務戦略の策定・実践には、この分野の豊富な経験や知見が必要のため。
法務リスク	激しく変化する事業環境の中で、持続的な企業価値向上を実践するには、多様化するリスク要因に的確かつ迅速に対応するリスクマネジメントが必要のため。
内部統制・ガバナンス	当社の持続的な発展を実践していくためには、経営戦略と連動した事業推進と組織を正しく効率的に作用させるための内部統制・ガバナンスは車と言えば両輪となる存在であるため。
異業種経験	事業環境が大きく変化する中、多様性は重要な要素と考えている。理化学機器業界のリーディングカンパニーを自負する当社であるが故に近視眼的になることを戒め、「コップの外を見よ」と常に社員を鼓舞し、多様な発想を尊重するため。

執行役員のスキルマトリックス

	氏名	担当	企業経営 経営戦略	マーケティング 事業開発	IT	物流 購買	営業	国際	管理人事・ 人財開発	会計・ 財務	法務 リスク	内部統制・ ガバナンス	異業種 経験
上席執行役員 (委任型)	木村 光成	海外事業本部	○				◎	○	○	◎	○	○	○
執行役員 (雇用型)	金野 徹	専門事業本部		◎			◎						○
	林 偉	亞速旺(上海) 商贸有限公司	○	◎			○	◎					○
	丸橋 正孝	eコマース本部		◎	○		◎						○
	福田 智宏	DX推進本部		○	◎								○
	町田 純	サプライチェーン 統括本部		○	○	◎							○

※特筆すべきスキルについて2項目を上限に◎◎を付与しております。

社外取締役の独立性判断基準

当社は、当社の適正なガバナンスにとって必要な客観性と透明性を確保するために、社外取締役が可能な限り独立性を有していることが望ましいと考え、当社の社外取締役が以下の何れにも該当しない場合に限り、独立性を有していると認めております。

- イ 法令に定める要件に該当しない者
- ロ 当社グループを主要な取引先とする者（その者の直近事業年度の年間連結売上高の2%以上の支払を当社グループから受けた者）又はその親会社若しくは重要な子会社、又はそれらの者が会社である場合における当該会社の業務執行取締役、執行役、執行役員若しくは支配人その他の使用人
- ハ 当社グループの主要な取引先（二を除く）である者（当社グループの直近事業年度の年間連結売上高の2%以上の支払を行った者）又はその親会社若しくは重要な子会社、又はそれらの者が会社である場合における当該会社の業務執行取締役、執行役、執行役員若しくは支配人その他の使用人
- ニ 当社グループの資金調達において必要不可欠であり、代替性がない程度に依存している金融機関その他の大口債権者又はその親会社若しくは重要な子会社の取締役、監査役、会計参与、執行役、執行役員若しくは支配人その他の使用人

- ホ 当社グループから役員報酬以外に、過去3年平均で年間1,000万円以上の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、公認会計士等の会計専門家、弁護士等の法律専門家、及びその他の専門家
- ヘ 当社グループから年間1,000万円以上の寄付又は助成を受けている者
- ト 当社の大株主（総議決権の10%以上の議決権を直接又は間接的に保有している者）又は当該大株主が法人である場合には当該大株主又はその親会社若しくは重要な子会社の取締役、監査役、会計参与、執行役、理事、執行役員又は支配人その他の使用人
- チ 当社グループの会計監査人若しくは税理士法人の社員、パートナー又は従業員である者
- リ 当社グループから取締役（常勤・非常勤を問わない）を受け入れている会社又はその親会社若しくは子会社の取締役、監査役、会計参与、執行役又は執行役員
- ル 当社グループの取締役の二親等以内の親族
- ロ 最近5年間に上記ロ～ニの何れかに該当していた者
- ヲ その他、当社の一般株主全体との間でロ～ルまでで考慮されている事由以外の事情で利益相反が生じるおそれがある者



## 社外取締役の役割及び独立性

当社の社外取締役は4名です。全員、独立社外取締役として東京証券取引所に届出ております。

	保有当社 株式数(百株)	取締役会 出席状況	当社との取引関係 その他特別な利害関係	主な経歴又は兼職の状況
	※2023.5時点	※2024.3時点		
社外取締役 小滝 一彦	11	13/13	該当なし	元経済産業省勤務(～2012年3月)、現日本大学経済学部教授
社外取締役 鈴木 一孝	27	13/13	該当なし	元株式会社りそな銀行勤務(～2013年6月)
社外取締役 三原 秀章	14	13/13	該当なし	現公認会計士三原秀章事務所
社外取締役 金井 美智子	32	13/13	該当なし	現弁護士法人大江橋法律事務所社員

鈴木一孝氏は、当社取引銀行である株式会社りそな銀行での勤務経験があり、同行退職後11年経過しております。

2024年3月期末現在、当社グループの総借入残高は36億円であり総資産の3.7%、現預金総額に対して27%程度の残高であり借入依存度は低い状況にあります。さらに、同行からの借入金は13億75百万円です。

あり総資産の1.4%程度であり、同行からの借入れは他の調達手段で十分に代替可能であります。

以上のことから、当社は、当社の「社外取締役の独立性判断基準」に照らし同氏の社外取締役としての独立性に問題はなく、一般株主様及び当社との間に利益相反関係が生じる恐れはないと判断しております。

## 指名報酬委員会

指名報酬委員会は、当社の取締役の指名・報酬等に関する手続の公正性・透明性・客観性を強化し、コーポレート・ガバナンスの充実を図るため、取締役会の諮問機関として設置しております。指名報酬委員会は取締役会より諮問を受け、指名・報酬等に関する事項について十分に審議し、取締役会に報告いたします。なお、当該委員会は社長、コーポレート本部長及び社外取締役3名で構成され過半数を社外取締役が占めております。

### 指名報酬委員会の主な検討内容

- ・2022年度業績連動報酬(賞与・株式給付信託)の支給
- ・2023年度監査等委員でない取締役報酬(固定)
- ・経営幹部育成計画(サクセッションプラン)
- ・取締役候補者の検討等について検討しました。

## 監査等委員会

監査等委員会は、原則隔月に開催としていますが、例年ほぼ毎月開催し当事業年度においてもWEB会議も利用して、14回(平均1時間程度)開催しました。

当事業年度の活動としましては、7月監査開始に当たり監査の方針・計画・分担の決議を行い、期中においては選定監査等委員の事業所往査や重要決裁書類の監査等の業務監査に関する報告に基づく意見交換、内部監査部門からの報告に基づく内部統制に関する検討・審議、定時取締役会議案の適法性の審議、リスク事案等の情報共有を行っております。なお、監査等委員でない社外取締役との情報共有等が必要と思われる議案には監査等委員でない社外取締役もオブザーバーとして出席し、コミュニケーションを図っております。

当事業年度の具体的な検討内容としましては、自己株式の取得(市場買付)・処分(消却)に関する適法性・妥当性についての意見形成、政策投資案件に関し担当取締役からの意見を聴取するとともに選定監査等委員の収集した情報も勘案してその妥当性・適法性の検討、監査法人との協議を踏まえたKAMの選定に関する協議、補欠の監査等委員である取締役候補者選任議案に関する同意意見の決議などを実施しました。その他、会計監査人の評価に基づく再任・監査報酬同意の決議、監査等委員でない取締役の選解任等・報酬等についての意見形成などを行いました。

当事業年度、選定監査等委員(1名)は、年間を通じて各部門・子会社への往査、執行役員会・幹部会などの主要な会議へ出席し、重要な会議議事録や稟議書を始め各種重要書類の閲覧を実施し、疑問点等については、取締役、使用人から適宜説明を受け、報告を求め、意見を述べております。また、会計監査人並びに監査部とは往査への立会のほか、適宜意見交換をするなど、相互に連携し、監査の実効性を高めております。その他の非常勤監査等委員は、取締役会並びに監査等委員会に出席し業務執行取締役、選定監査等委員からの報告・説明に対し、会計並びに法律の専門

家としての知見より適宜・適切な質問をし、意見を述べております。

なお、監査等委員会設置会社移行後2年間で内部監査部門が監査等委員会の職務を補助する体制が構築されたこと、並びに内部統制システムの有効性を確認していることから、必ずしも常勤者の設置を必要としないとの判断のもと、当事業年度より常勤監査等委員を置かず、内部監査部門並びに内部統制システムを活用した組織的監査の体制といたしました。ただし、前事業年度まで(常勤監査役を含め)10年間常勤を務めた鈴木監査等委員を選定監査等委員に選定し、引き続き執行役員会・幹部会等主要会議への出席、各種重要書類の閲覧、重要な事業部門や子会社への往査等、重要な業務監査の職務を遂行していることで当事業年度の監査活動に特段の問題はなかったと評価しております。

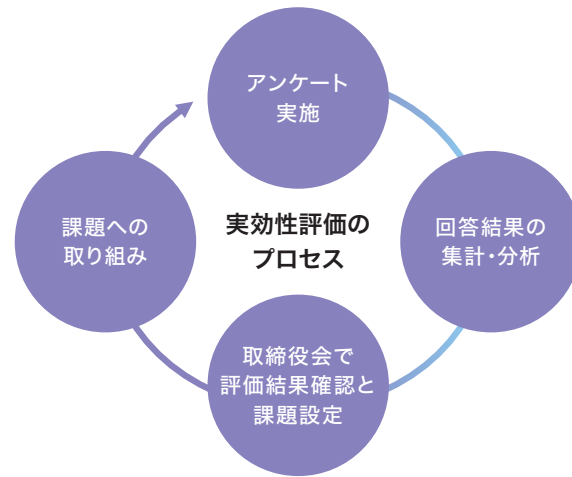
また、進行年度におきましては監査部長並びに総務部長を含め3名で構成する監査等委員会事務局を設置し、選定監査等委員との定期的な会合を通じて内部統制に係る様々な情報を提供し監査等委員会の監査活動を支援しております。





## 取締役会の実効性評価

当社は、取締役会全体が適切に機能しているかを定期的に検証し、課題の抽出と改善の取り組みを継続していくことを目的として、2022年度より取締役会の実効性の評価を開始しました。評価方法及び結果の概要は以下の通りです。当社は、これら評価結果を踏まえて、引き続き、取締役会の実効性の向上を図ってまいります。



評価方法	匿名・Web アンケート 各設問に対し「1（そうは思わない）」～「5（そう思う）」の5段階評価及び自由記述
実施時期	2024年2月～3月
対象	議長（代表取締役社長）を除く取締役会出席者及び参加者（取締役8名、執行役員5名）
評価結果	課題1：取締役会資料の配付タイミング及びボリューム 課題2：取締役会での審議テーマ
対策	対策1：起案部署と協働の上、取締役会開催日の4日前に取締役会資料のご案内をさらに徹底する。 ただし、売上実績の集計から日程的に余裕のない取締役会開催日を設定しているため、各種経営指標は前日のご案内になることが予想される。 また、議案の「まとめ資料：サマリー」の作成を検討する。 対策2：定期的な議案については書面報告とし、協議事項の時間を確保する。 年度初めに取締役会にて年間で議論するテーマを共有する。

### 前事業年度の実効性評価で抽出された課題への取り組みの進捗状況

前事業年度に報告した次の課題については、次の改善への取り組みを行い、その結果、取締役会での議論や協議が深まりました。

**1 取締役会資料の配布タイミング及びボリューム**  
起案部署からの資料を可能な限りサマリー化することでボリューム減を目指しました。  
また、取締役会開催4営業日前に資料を配布できるよう関係部署と調整を行いました。

**2 取締役会での審議テーマ**  
2024年4月度取締役会において職務決定権限規程の改定を行い、権限委譲を推進しました。  
さらに、取締役会における実効的な議論を目的として、視察を兼ねた物流センターでの取締役会の開催を行う等、ボードメンバーへの適切な情報共有を行いました。

## 役員報酬

当社の取締役の報酬は、2021年6月開催の第60回定時株主総会で上限を定めており、独立社外取締役が過半数を占める任意の指名報酬委員会において妥当性を審議の上、取締役会で決定しております。

報酬の種類としては、固定報酬(金銭)、業績連動報酬

(金銭、以下賞与)、業績連動報酬であり非金銭報酬である株式給付信託、非金銭報酬としての譲渡制限付株式報酬(以下RS)がございます。なお、社外取締役及び監査等委員である取締役は固定報酬のみとしております。報酬限度額につきましては、下表の通りです。

	金銭報酬		非金銭報酬	
	固定報酬	賞与	株式給付信託	RS
業務執行取締役	5億円	-	2025年3月期までの5年間で2億円 (1年度当たりの上限株数12,000株)	年額1億円 (1年当たり上限株数30,000株)
社外取締役(監査等委員除く)	内1億円	-	-	-
監査等委員である取締役	1億円	-	-	-
業務執行取締役の種類別報酬割合の目安	6	2	2	

賞与は、連結営業利益をベースとし、配当、従業員の賞与水準、他社の動向、及び中長期業績や過去の支給実績等を総合的に勘案して決定します。

また、修正中期経営計画に基づく当該期初に策定する年度目標の売上高及び営業利益を両方達成した場合のみ支給される加算賞与をインセンティブとして設定しています。

株式給付信託は、中期経営計画PROJECT ONE立案時の当年度計画の売上高及び営業利益を両方

達成した場合のみ当社が定める株式給付規程に基づき株式に相当するポイントを付与します。

個人別の具体的な種類別の報酬割合及び報酬額については、客観性と透明性を担保する観点から、事前に指名報酬委員会に諮り、取締役会の決議により代表取締役社長が委任を受け、同委員会の答申を尊重して決定します。

### 2024年3月期の支給状況

(単位:百万円)

	総額	金銭報酬		非金銭報酬		対象者数
		固定報酬	賞与	株式給付信託	RS	
取締役(除く社外)	244	122	87	13	21	5名
社外取締役	40	40	-	-	-	7名
計	284	162	87	13	21	12名

(単位:百万円)

賞与の算定に用いた業績の指標は営業利益であり、インセンティブとしての加算賞与及び株式給付信託の算定基礎となる業績指標及び実績は右表の通りです。

	売上高	営業利益	株式給付信託	加算賞与
当連結会計年度実績	95,536	10,435	-	-
中期経営計画立案時の当年度計画	90,600	10,180	○	-
修正中期経営計画に基づく当該期初に策定する年度目標	96,600	10,330	-	×



# リスクマネジメント

## 基本的な考え方

当社グループの事業遂行を阻害する恐れのあるリスクの発生防止と発生したリスクへの対応等を定めた「リスク管理規程」を制定し、リスク管理に取り組んでいます。統括機関として代表取締役社長を委員長とするリスクマネジメント委員会を組織しており、緊急を要する場合は適宜、通常は毎月定期に開催し、リスクマネジメントの推進体制の整備や部門から報告されるリスク管理状況を監督しております。委員会は、リスク管理の状況について少なくとも3ヶ月に1度、重要な事案については速やかに取締役会に報告することとしています。

各部門においては、内在リスクを把握、分析、評価し、リスクの未然防止に努めております。「部門等のリスク管理要領」に基づき、経常利益計画値に対し一定係数を乗じた額を必須対応基準額とし、これを超える影響度のリスクについては、リスクマネジメント委員会の指示により対応することとしております。

### 主なリスクマネジメント関連規程

規程	リスク管理規程
	情報セキュリティ規程
	個人情報取扱対策手順書
	反社会的勢力対策規程
	非常時対策規程
	コンプライアンスマニュアル
	関係当事者取引管理規程
	その他各業務規程

### リスクの発生可能性・影響度

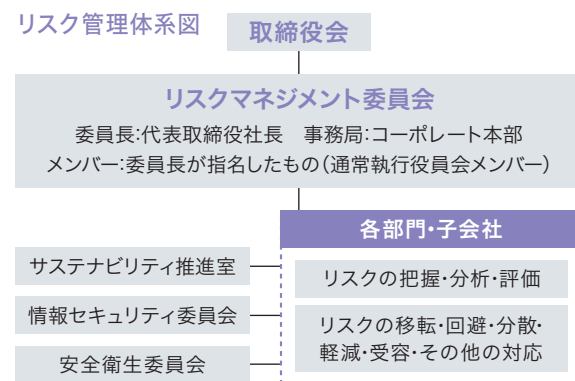
影響度	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業内容に関するリスク</li> <li>e コマースの推進に関するリスク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>災害や停電に関するリスク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報システムに関するリスク</li> </ul>
	中		<ul style="list-style-type: none"> <li>景気変動リスク</li> <li>海外展開に潜在するリスク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>未知の感染症の拡大に関するリスク</li> <li>競争に関するリスク</li> </ul>
	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>サービス事業推進に関するリスク</li> <li>法的規制等に関するリスク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>固定資産の減損リスク</li> <li>有価証券等の価格の変動に関するリスク</li> <li>年金運用のリスク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>在庫リスク</li> <li>商品に関するリスク</li> </ul>
		小	中	大
発生可能性				

## 情報セキュリティマネジメント

当社は、研究と医療のハブとして約4,200社のサプライヤー様と約13,000拠点の販売店、或いはAXEL会員やoceanユーザーである各研究者等との間での1,000万点超の商品の受発注や入出荷に瞬時に対応するためにITシステムを最大限活用しております。

しかしながら、情報システム関連の技術革新は著しく、基幹システムや通信ネットワークの障害及び情報の改ざん・破壊・漏洩等を完全に予防又は回避することが困難な場合もあり、万が一かかる事態が生じた場合、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

当社グループは、このような事態を回避するため、情報セキュリティ規程を制定し取締役を委員長とする情報セキュリティ推進委員会のもと、情報セキュリティ対策を講じるとともに、情報システム関連の技術革新に適応すべく継続的に情報投資を実施しております。万一の事態に備え、耐震性等に優れたデータセンターを利用することに加え、サーバーの分散や通信ルートの冗長化、サイバー攻撃に対する二重三重の防御策を講じるほか、社員への啓発を重視しております。今後もゼロトラスト(どこにも安全な場所はない)を前提に、さらにセキュリティを強化してまいります。



# コンプライアンス

## 基本方針

アズワングループの全ての役員、社員に適用するためのコンプライアンスマニュアル(遵守事項)を制定の上、計画的に教育・研修を実施してまいります。

役員と社員がこの基準に違反した場合には、「信賞必罰」の理念に基づき厳正に対応いたします。

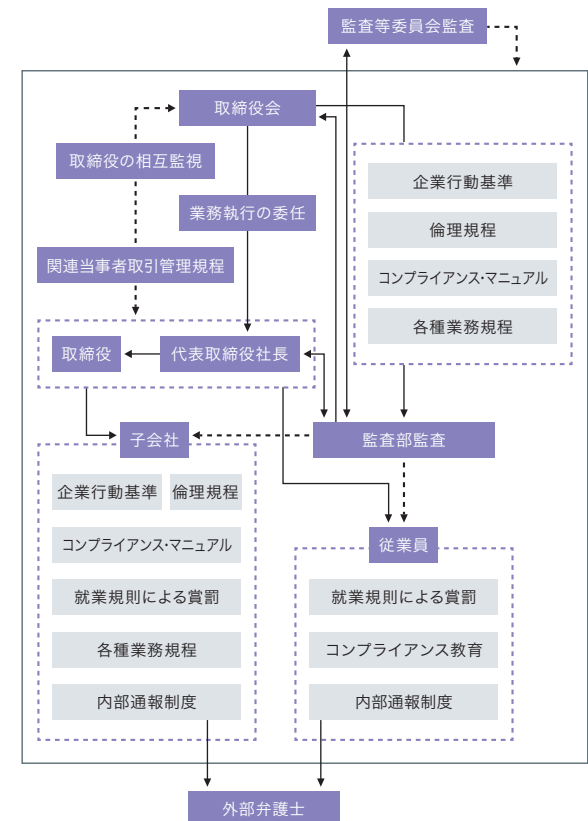
## コンプライアンス体制

コンプライアンス全般に関する課題及び対応策につきましても、取締役会等の重要会議を通じて、情報を共有し、対応策を立案・実施しています。

また、全社員に対し、定期的にコンプライアンス研修を実施し、コンプライアンス意識の拡充・実践を図っています。

さらに監査部に設定している内部通報窓口に加え、外部の弁護士への内部通報窓口を追加し、通報者のプライバシーに一層配慮した内部通報制度を構築しています。

### コンプライアンス体系図



## 行動指針

経営理念である「革新と創造」および経営方針である「顧客満足度の追求」のもと、企業行動基準を制定しています。

### 1 商品・サービスの品質・安全の確保

お客様の信頼と満足をいただけるよう、品質と安全の確保に万全を期し、価値ある商品・サービスを提供するとともに、常にその価値を高めていきます。

### 2 法令・企業倫理などの遵守

法令や企業倫理などを遵守し、適法かつ適正な事業活動を行います。

### 3 公正・公平な取引の実践

不当な取引制限や不正な方法による取引は、決して行いません。

### 4 過剰な贈答、接待、政治献金、寄付の禁止

過剰な贈答や接待は行いません。法令を遵守し、社会的に許されない政治献金や寄付は行いません。

### 5 反社会勢力との絶縁

市民社会の秩序や安全を脅かす反社会勢力や団体に対しては毅然とした態度で臨み、屈服したり癒着したりすることはありません。

### 6 個人情報を含む情報の適切な取り扱い

個人情報ははじめ、当社の保有する情報を適法かつ適正に取り扱います。

### 7 適切な情報の開示

お客様、株主、投資家をはじめとするステークホルダーに対して、適時・適切な情報開示を行います。

### 8 良識ある社会人としての行動

すべての役員および社員は、常に自分の行動がルールに則った適正なものであるかを考え、良識ある社会人として行動します。

### 9 社員の創造性と個性の尊重

社員一人ひとりの創造性と個性が発揮され、生き生きと、経営理念・経営方針の実践ができるような職場環境の維持に努めます。

### 10 セクシャルハラスメント、パワーハラスメント等の禁止

セクシャルハラスメント、パワーハラスメント等のハラスメントを許しません。

### 11 環境保全

良き企業市民としての責任を自覚し、人間社会の繁栄と調和を図りながら、健全なる地球環境の保全へ向けて最善を尽くします。

### 12 人権の尊重

法令、世界人権宣言、国際労働基準などで定める全ての人権を尊重し、人種、肌の色、信条、宗教、国籍、年齢、性別、出身などに基づく差別を行いません。また、このような差別を許しません。



## 社会貢献



### 日本自然保護協会

日本自然保護協会に寄付し、子どもたちの自然保護を学ぶイベントに役立てていただいています。



### ユナイテッド・ワールド・カレッジISAKジャパン

チェンジメーカーを育む日本初の全寮制国際高等学校に奨学金支援として寄付しました。



### ハタチ基金

株主優待を利用して、東日本大震災当時に0歳だった赤ちゃんがハタチをむかえるその日まで継続的に支援を行う基金「ハタチ基金」へ継続的に寄付しています。2023年9月度の株主優待でも、多くの株主様にご協力いただきました。



### 関西大学

当社の使命の一つ、研究者のお困りごと解決に役立てていただくべく、理工系学部生・大学院生研究支援基金に寄付しました。



### えほんpicnic

大阪市西区の親子地域交流イベント「えほんpicnic」に協賛。また、「キッズおしごとラボ」に出展し、子どもたちに当社の実験器具を使って大人気のスライムづくりを楽しんでいただきました。



### 井戸寄贈（フィリピン）

子どもたちが安全に飲める水の確保を願い、フィリピンヌエハシバ州コンセプション村に井戸を寄贈しました。



### アメリカンフットボールチームスポンサー

当社は、社会人アメリカンフットボールチーム「アズワンブラックイーグルス」のスポンサーを務めています。



### プロゴルファー天本ハルカ選手（準所属）

プロゴルファー天本ハルカ選手を応援しています。2024年4月のパナソニックオープンレディース杯にてプロ初優勝を飾りました。

## 企業情報

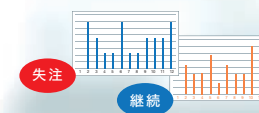
INDEX

- 79 11年連続財務サマリー
- 81 株式情報
- 82 会社情報



### AI受注予測モデル特許成立

AIを活用した受注予測モデルで特許が成立しました。受注の状況をグラフ化し、画像を元にAIが需要の変化を予測します。当社では、継続的な消耗品の取扱いが少なくありません。何かのきっかけで、継続受注が失注しているときに、従来注量で再発注してしまうと、不良在庫を抱えることになります。人の目には見えない需要の動きをAIが高い確率で予測してくれるモデルです。AIを活用しながらサプライチェーンの効率化を図っています。





# 11カ年連続財務サマリー

会計年度											※1 (単位：百万円) (単位：千米ドル)	
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2023
<b>当期業績</b>												
売上高	51,192	52,041	53,576	55,947	60,959	66,733	70,389	81,606	86,954	91,421	95,536	632,691
ラボラトリー	29,755	30,158	31,205	32,355	35,293	38,917	41,072	44,745	51,236	54,094	59,013	390,817
インダストリー	9,849	10,376	11,210	12,170	13,649	14,727	15,116	15,391	16,799	18,165	19,286	127,723
メディカル	11,587	11,507	11,160	11,421	12,017	12,662	13,779	21,049	18,408	18,586	16,683	110,485
その他	—	—	—	—	—	425	421	420	509	575	553	3,666
売上総利益	15,301	15,493	16,151	16,900	18,429	20,618	21,949	25,927	25,544	28,450	29,249	193,707
販売費及び一般管理費	9,382	9,509	10,307	10,806	11,832	13,055	13,398	16,035	16,202	17,053	18,813	124,595
営業利益	5,919	5,984	5,843	6,093	6,596	7,562	8,550	9,891	9,341	11,396	10,435	69,112
EBITDA ※2	6,761	6,892	6,673	7,049	7,391	8,446	9,457	11,515	10,991	12,970	12,194	80,757
経常利益	5,928	6,157	5,990	6,306	6,843	7,751	8,822	10,195	9,568	11,637	10,825	71,692
税金等調整前当期純利益	5,911	6,157	6,012	6,149	6,843	7,751	8,746	8,941	10,454	11,668	10,825	71,692
親会社株主に帰属する当期純利益	3,587	3,869	3,878	4,212	4,684	5,264	5,966	5,988	7,202	8,112	7,500	49,671
資本的支出	268	563	653	1,059	1,838	1,190	4,503	2,112	1,098	1,202	1,698	11,251
減価償却費	1,013	1,055	958	1,012	870	838	872	1,614	1,724	1,645	1,824	12,084
<b>事業年度末の財政状態</b>												
総資産	64,460	66,668	69,614	70,986	77,831	78,773	81,520	94,225	96,105	97,479	95,832	634,652
純資産	42,660	45,850	48,614	50,169	52,467	53,252	56,493	62,761	66,154	63,968	64,662	428,227
ネットキャッシュ ※3	14,921	12,092	12,033	14,078	12,361	10,666	9,974	9,646	15,617	11,424	5,806	38,454
<b>キャッシュ・フロー</b>												
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,268	3,171	5,303	4,731	3,037	5,791	6,312	5,381	8,840	6,969	6,496	43,023
投資活動によるキャッシュ・フロー	1,141	(5,511)	(2,181)	(1,923)	3,354	(448)	(3,457)	(2,116)	591	(367)	(1,928)	(12,772)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(3,728)	(2,424)	(2,579)	(3,548)	(4,626)	(5,051)	(2,873)	11	(5,162)	(7,283)	(9,038)	(59,860)
現金及び現金同等物の期中増減額	2,781	(4,737)	530	(756)	1,769	265	(32)	3,271	4,371	(605)	(4,413)	(29,226)
現金及び現金同等物の期末残高	9,746	5,008	5,538	4,781	6,551	6,816	6,784	10,056	14,427	13,822	9,409	62,312
<b>1株当たり情報 ※11</b>												
当期純利益	187.18	201.91	202.41	220.89	249.06	282.00	319.60	320.57	192.68 ※7	218.90	103.65 ※10	0.69
純資産	2,226.15	2,392.65	2,536.98	2,637.91	2,810.73	2,852.74	3,026.35	3,358.63	1,769.44 ※7	1,767.66	902.99 ※10	5.98
年間配当金	66.00	71.00	101.00	110.00	125.00	141.00	160.00	161.00	97.00 ※7 (194.00)	111.00	56.00 ※10 (112.00)	0.37
<b>財務指標</b>												
営業利益率 (%)	11.6	11.5	10.9	10.9	10.8	11.3	12.1	12.1	10.7	12.5	10.9	
ROA (%) ※4	5.7	5.9	5.7	6.0	6.3	6.7	7.4	6.8	7.6	8.4	7.8	
ROE (%) ※5	8.7	8.8	8.2	8.5	9.2	10.0	10.9	10.1	11.2	12.5	11.7	
自己資本比率 (%)	66.2	68.8	69.8	70.6	67.0	67.5	69.2	66.5	68.7	65.5	67.3	
配当性向 (%)	35.3	35.2	49.9	49.8	50.2	50.0	50.1	50.2	50.3	50.7	54.0	
<b>その他の指標</b>												
発行済株式総数 (千株) ※11	20,688	20,688	20,688	20,688	20,688	20,688	20,688	20,688	41,376 ※7	40,276 ※8	79,752 ※9 ※10	
期末自己株式数 (千株) ※11	1,524	1,525	1,525	1,669	2,021	2,021 ※6	2,021 ※6	2,001 ※6	3,989 ※6 ※7	4,088 ※6	8,143 ※6 ※10	
外国人持株比率 (%)	34.1	34.6	32.5	30.9	30.9	29.1	31.1	29.1	31.4	31.2	31.6	
従業員数 (人)	424	449	463	485	527	557	585	631	648	668	711	

※1. 米ドル金額は読者の便宜のため、2024年3月31日現在のおおよその為替レートである「1米ドル=151円」で換算しています。

※2. EBITDA=営業利益+減価償却費-営業外費用における減価償却費+のれん償却額

※3. ネットキャッシュ=現金及び預金-短期借入金-長期借入金

※4. ROA=親会社株主に帰属する当期純利益/総資産の期首期末平均

※5. ROE=親会社株主に帰属する当期純利益/自己資本の期首期末平均

※6. 株式給付信託(取締役向け)及び株式給付型ESOP信託の信託財産として株式会社日本カストディ銀行(信託口)が所有する当社株式を含めて記載しています。

※7. 2022年1月1日付で普通株式を1:2に分割しました。1株当たりの情報は2021年4月1日に分割が行われたものとして記載しています。

※8. 2023年1月31日付で、当連結会計年度に買入れた自己株式数のうち自己株式1,100,000株を消却し、発行済株式総数が同数減少しました。

※9. 2024年3月13日付で、当連結会計年度に買入れた自己株式数のうち自己株式400,000株を消却し、発行済株式数が同数減少しました。

※10. 2024年4月1日付で普通株式を1:2に分割しました。1株当たりの情報及び株式数は2023年4月1日に分割が行われたものとして記載し、発行済株式数と自己株式数は分割後の数として記載しています。

※11. 2023年度を除き、株式分割に伴う過年度の調整を行っておりません。



# 株式情報

## 株式の状況 (2024年3月31日現在)

発行可能株式総数 88,000,000 株  
 発行済株式の総数 39,876,270 株 (自己株式 3,983,701 株を含む)  
 (注) 1. 2024年3月29日付で自己株式400,000株を消却しております。  
 (注) 2. 2024年4月1日付で普通株を1:2の割合で分割しておりますが、上記には反映していません。

株主数 6,316 名

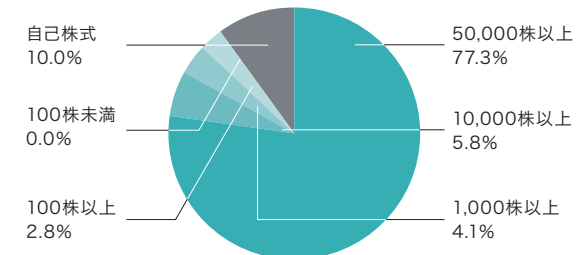
### 大株主 (上位10名)

株主名	持株数(千株)	持株比率
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	4,885	13.6%
有限会社井内盛英堂	3,783	10.5%
株式会社りそな銀行	1,810	5.0%
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	1,709	4.7%
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,598	4.4%
JP MORGAN CHASE BANK 380055	1,408	3.9%
井内郁江	959	2.6%
井内英夫	786	2.1%
住友生命保険相互会社	702	1.9%
JP MORGAN CHASE BANK 385632	701	1.9%

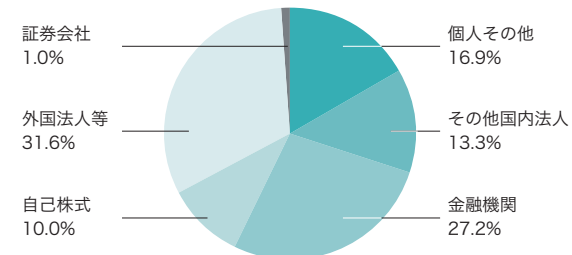
(注) 1. 持株比率は、発行済株式の総数から株主名簿上の自己株式 (3,983,701株) を控除して計算しております。  
 2. 自己株式は上記大株主からは除外しております。なお、自己株式 (3,983,701株) には、「株式給付信託 (取締役向け)」及び「株式給付型ESOP信託」が保有する当社株式 (89,599株) は含まれておりません。

## 株式分布状況 (2024年3月31日現在)

### 所有株式数別株式分布

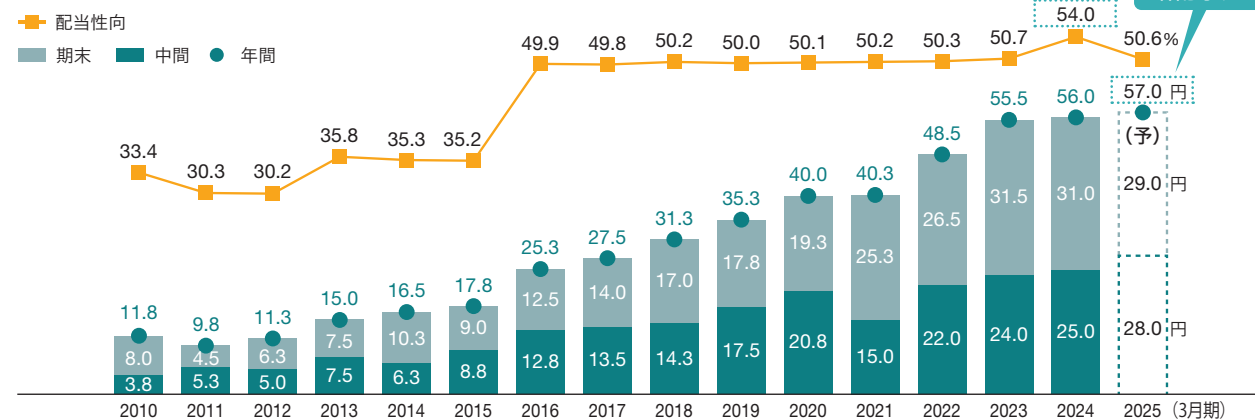


### 所有者別株式分布



(注) 自己株式には「株式給付信託 (取締役向け)」及び「株式給付型ESOP信託」が保有する当社株式は含まれておりません。

## 配当予想 (2024年7月1日現在)



※1 2022年1月と2024年4月に各1株を2株に分割。過去に遡及して配当額を4分の1及び2分の1に補正済。  
 ※2 2023年3月期より50%の元となる基準値より特別損益の影響額を控除する方針に変更。

## 主なESG格付け

MSCI ESG RATINGS AA



MSCIジャパンESGセレクトリーダーズ指数に採用され、2024年6月現在“AA”に格付けされております。

サステナリティクス RATING



SUSTAINALYTICS社のESG Risk RatingにおいてLow Riskにレーティングされております。

## 当社が採用されている主な指数

- ・ TOPIXmid400
- ・ MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数
- ・ 日経連続増配株指数
- ・ S&P/JPXカーボン・エフィシエント指数
- ・ Morningstar® 日本株式ジェンダー・ダイバーシティ・ティルト指数 (除くREIT)<sup>SM</sup>

# 会社情報

## 会社概要

本 社 所 在 地 : 〒550-8527 大阪市西区江戸堀二丁目1番27号  
 設 立 年 月 日 : 昭和37年6月1日 (1962年)  
 資 本 金 : 50億7,500万円 (2024年3月末)  
 代 表 取 締 役 社 長 : 井内 卓嗣  
 従 業 員 数 ( 連 結 ) : 711名 (2024年3月末)  
 売 上 高 ( 連 結 ) : 955億3,631万円 (2024年3月期)  
 事 業 内 容 : 研究用機器機材、看護・介護用品、  
 その他科学機器の販売  
 ホームページアドレス <https://www.as-1.co.jp>

関 係 会 社 : ・ 亞速旺 (上海) 商贸有限公司  
 (事業内容: 研究用科学機器等の販売)  
 2024年7月1日現在  
 ・ ニッコー・ハンセン株式会社  
 (事業内容: プラスチック製容器の製造販売)  
 ・ 井内物流株式会社  
 (事業内容: 倉庫管理及び荷役)  
 ・ AS ONE INTERNATIONAL, INC. [米国]  
 (事業内容: 北米製品輸出業務)  
 ・ 株式会社トライアンフ・ニジュウイチ  
 (事業内容: Web 購買業務代行サービス)  
 ・ 株式会社カスタム  
 (事業内容: 電子計測器及び関連商品の製造販売)



2024年7月1日現在

北京分公司  
北京物流センター  
蘇州分公司  
廣州分公司  
瀋陽分公司  
亞速旺 (上海) 商贸有限公司  
上海物流センター

札幌営業所  
東京オフィス  
名古屋支店  
京都営業所  
ニッコー・ハンセン株式会社  
中之島クロスラボ  
本社  
大阪物流センター  
阪神DC  
レンタル&校正センター  
和歌山CIC  
高松営業所  
広島営業所  
九州物流センター  
福岡営業所  
沖縄営業所  
仙台営業所  
東京物流センター  
株式会社カスタム  
殿町ソリューションリサーチラボ  
Smart DC  
横浜支店  
株式会社トライアンフ・ニジュウイチ  
静岡営業所

亞速旺 (上海) 商贸有限公司  
AS ONE INTERNATIONAL, INC.  
本社  
中之島クロスラボ  
Smart DC (千葉)  
大阪物流センター  
阪神DC (尼崎)