

 **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】

 **AS ONE**

「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。

トップメッセージ

オンリーワンの付加価値を 提供する商社として、 ステークホルダーを結ぶハブとなり、 パーパスの実現に 取り組んでまいります。

2023年3月期、当社の売上高は13年連続の増収となり、過去最高を更新し、営業利益は初の100億円超えを達成しました。今後も当社は、事業を通じて、研究者をはじめとするお客様の活動をさらに支援できるよう、課題解決力を高め、中期経営計画「PROJECT ONE ver.2.0」のゴールに向けてさらなる成果を上げてまいります。

サプライチェーン全体の「見える化」の 推進が、コロナ禍での安定供給で奏功

2023年3月期は、多くのお客様がアフターコロナ禍を踏まえ、業務の正常稼働に向けて舵を切った一年でした。

当社ではここ数年にわたり、取扱商品数が飛躍的に拡大する中、お客様への安定供給に向けてサプライ

チェーン全体の「見える化」に取り組んでまいりました。コロナ禍という想定外の事態に対して、一気に急増した感染対策用品などの在庫の確保や納期管理などを的確に実行するとともに、必要な商品を必要な数だけタイムリーにお届けすることができました。これによって、大学や企業の研究施設や工場、病院・介護施設など、社会の中で重要な業務を担うお客様の活動を切れ目なく支えることができたと自負しております。

いずれの分野も 前年度を上回る売上を達成

2023年3月期の売上高はラボラトリー分野及びインダストリー分野、メディカル分野のいずれも前年度を上回りました。その結果、全体として13年連続の増収となり、過去最高を更新することができました。また、コロナ禍下の需給の混乱にて生じた一過性の

代表取締役社長
井内 卓嗣

低採算在庫の解消と柔軟な価格対応により粗利率が回復したのに加えて、販管費の抑制が伴ったことで、営業利益は初の100億円超えを達成いたしました。

分野別では、メディカル分野ではコロナ変異株が弱毒化しつつも流行を重ねる中、医療の正常化に向けた感染対策投資が行われました。一方、年度末にかけてはコロナ禍収束に向けてマスク装着の任意化、新型コロナウイルス感染症の5類への移行表明に伴い、感染対策品の販売が落ち込みました。もっとも、パンデミック



だった2年前はメディカル分野の売上が前期比52%増であったのに対して、1年前は反動による12%減となっており、2023年3月期のメディカル分野の売上が前期比1%増となったのは、高い水準で売上が下げ止まったと認識しています。

一方、ラボラトリー分野については、2023年3月期の第3四半期までは前期比7～8%増と好調に推移していたのに対して、光熱費などの高騰といったエネルギーコストの大幅上昇がお客様の残予算を圧迫し、特に大学や官公庁での期末の物品購入が短期的に鈍化しました。この結果、通期では前期比5.6%増の売上となりました。

また、インダストリー分野は、当社が得意とする電機・電子・半導体関連向けのクリーンルーム用品等が好調であった上、産業全体で物品調達が回復したことで、前期比8.1%の売上増となりました。

商品データベースの SHARE-DBが競争力の源泉に

2023年3月期の業績について売上及び利益が伸びた要因としましては、商品を売り込むのではなく、お客様のニーズに即した提案を徹底し、便利さと付加価値の提供に注力したことが奏功したと考えます。業界全体のサプライチェーンを俯瞰したデジタルトランスフォーメーション（DX）を一気に推し進めてきた結果として、お客様の評価が高まり、それに伴って売上と利益を押し上げたと認識しています。

具体的に申しますと、販売活動の基盤となっているのが、当社が構築してきた **SHARE-DB** という商品データベースです。当業界で必要とされるあらゆる商品データを網羅しようとしており、2022年度も品揃えを加速させたことで登録済みの商品点数は900万点を超えています。いわば業界標準として共有化されている存在であり、当社における競争力の源泉となっています。

現在、サプライヤー様や販売店様、お客様ともに、SHARE-DBを通じて商品の最新価格や在庫の有無、さらには荷姿やサイズ、商品動画などをご覧いただくことができます。こうした利点は既存のサプライヤー様に限らず、新規のサプライヤー様の評価にも繋がり、仕入先の増加に繋がっています。「商品価格の変更をお客様に周知するのはたいへんな手間がかかるのに対して、SHARE-DBはたいへん便利」というお声を多数いただいております、当社としても意を強くしております。

さらに、当社ではSHARE-DBへの商品登録をより簡便に行っていただけるように、「SHARE GATE」というシステムを導入しました。この取り組みもまた登録数900万点へと品揃えが一気に急増した要因となっています。SHARE-DBを背景に全国の販売店様はもとより、お客様にも商品情報を開示し、さらにはeコマースのサイトでも情報を提供していくことが受注増に繋がるという、アナログとデジタルの相乗効果が事業の成長を促進しています。

安心を提供するバーチャル在庫

SHARE-DBを強みとしての販売力の大幅な強化に併行して、それに対応した物流機能の強化にも注力しています。品揃えの増加や急増する物量に応じて、2020年に最新のマテハンを導入した「Smart DC」による物流の効率化を図ってきました。一方で、サプライヤー様が持つ在庫の「見える化＝バーチャル在庫」の取り組みを加速しています。その累計総額は約700億円に達しており、当社の物流センターが有

する約100億円の在庫と合わせて、見える在庫の総額は800億円に及びます。

バーチャル在庫の約8割については3日以内のうちにお客様に出荷できており、お客様に「必要な商品がいつでも確実に入手できる」という安心感を提供しています。目下の目標はこれを9割にすることです。

さらに、2023年4月には兵庫県尼崎市に新たな物流センター「阪神DC」を開設しました。これにより、既存の大阪物流センターと「大阪ツインDC」として一体運用することで、将来の成長を見すえた物流体制となっています。関西からの出荷能力が倍増したことから、売上高1,300億円規模程度までの成長に対応できる物流基盤が整ったこととなります。 **P.35**

サプライチェーンの維持、強化に向けては、お客様のメリットを追求していくとともに、サプライヤー様に対する支援もまた重要であると考えます。業界のサプライヤー様の大半は中小企業である一方で、当社は流通におけるプライスリーダーの地位にあることから、サプライヤー様からの値上げ要請について、部材の価格高騰や為替相場の影響など要因が適正なものについては価格転嫁に積極的に協力しました。販売店様、お客様においても、当社が改定した価格データがシステム上で共有されることから、価格の転嫁はおおむねスムーズにご理解いただけたと考えます。

eコマースでは価格表記の変更が容易である一方、カタログでは誌面に掲載の価格と実際の価格とのかい離が懸念されていましたが、コロナ禍が始まった3年前からカタログ全品にQRコードを添付しており、物価変動への対応を可能にしています。

「PROJECT ONE ver.2.0」を 着実に実行

2020年5月に公表した中期経営計画「PROJECT ONE」については、eコマースチャネルの大幅な伸長などが追い風となり、当初2年間の業績が計画を大きく上回りました。一方で、当社はコロナ禍を通して、サプライチェーン全体を俯瞰した戦略の重要性を改めて認識したことから、2022年4月に商品本部及び

マーケティング本部を統合した「サプライチェーン統括本部」を新設。商品に関する機能を一元化することとしました。併せて、2025年3月期以降の成長も見すえた経営課題に早期に対処していくため、2022年5月に修正版中期経営計画「PROJECT ONE ver.2.0」を策定しました。

2025年3月期において目標とした5つの連結経営指標は、いずれもすでにクリアしているか、もしくはキャッチアップが視野に入っています。「PROJECT ONE ver.2.0」においては、売上高の目標を1,000億円から1,066億円へと上方修正しました。現時点でコロナ禍後の通常診療等の推移が見通しにくく、メディカル分野の売上が読みにくいことから、いくぶんハードルが高い目標となっているものの、チャレンジをしていきます。

日本の科学技術関係予算の増額などが 当社事業に対する追い風に

2024年3月期の業績見通しにつきましては、コロナ禍の収束により経済活動が本格的に回復することによる需要の拡大に期待しています。サプライチェーン全体で人手不足が顕在化しているのに加え、物流業界における「2024年問題」や、医療における労働時間の上限規制が始まるのに対して、当社は物品の調達や発注、物流の効率化に長けている点を活かすことで収益機会が増えるものと考えます。

それとともに、時代の追い風が当社の事業に利するものと捉えています。日本の科学技術関係予算は、第6期科学技術・イノベーション基本計画において、5年間の投資規模が30兆円となっています。前期が26兆円であったのに対して大幅な増額となります。

このような点から、ラボラトリー分野及びインダストリー分野については、売上高は順調に推移するものと見込んでいます。また、メディカル分野についても、コロナ禍でのかさ上げ分がなくなるのに対して、通常診療の再開に伴う物品需要の戻りや、高齢社会への急速な移行による介護需要の増大で売上をカバーしていく考えです。

利益については、物流機能の強化を見すえた「阪神DC」の立ち上げに伴う費用が生じることから、一時的な減益を見込んでいます。これについては、今後の中長期的な成長を支える投資の前倒しと前向きに捉えています。

また、業界のインフラ的な存在に近づいていくことでリスクとして、当社のシステムトラブルが業界全体に多大な影響を及ぼすおそれがあります。システムの運用に万全を期すとともに、情報セキュリティについても細心の注意を払いつつ対応していきます。

BXに対する世界的な潮流がもたらす新たな収益機会

足元の需要拡大に加えて、新たなトレンドもまた当社の事業にとって有利に働く判断しています。それが世界で脚光を浴びているバイオトランスフォーメーション(BX)です。経済協力開発機構(OECD)の調査によると、2030年にバイオテクノロジー産業が200兆円の規模になるとのことです。また、米国のバイデン政権は、2030年までに製造業の3分の1をバイオテクノロジーによるものづくりに転換することを目指しており、

その市場規模は世界生産量ベースで30兆ドルの規模になるとされています。こうした状況を受けて、日本政府や経団連においてもBXを経済政策の柱にするとの戦略を打ち出しています。BXはエネルギーや食糧、医療、環境など幅広い分野に関係することから、当社の事業にとって強い追い風が吹くものと考えます。

当社においては、収益機会の拡大に向けて、投資及び事業提携を活発に推進しています。特にBXに関しては、再生医療の先端拠点となる大阪の中之島未来医療国際拠点への入居・協業をはじめ、細胞培養加工施設での再生医療等CPC事業のコーディネート、さらには細菌や微生物をダメージなく取り出す技術を有する株式会社オンチップ・バイオテクノロジーとの資本業務提携などの取り組みを進めているところです。また、当社は Lab BRAINS (ラボブレインズ) という研究者向けの情報サイトを運営しており、研究者の方々との繋がりを大切にしつつ、ニーズを吸収し、ネットワークをうまく活用することで、様々な面から日本における研究活動を支援していく考えです。

また、2023年6月には電子計測器の製造、販売を手がける株式会社カスタムの全株式を取得し、関係会社としました。産業向けの計測器に強いのに加えて、はかりやタイマーといった生活関連の測定器も扱っている

ことから、ホームセンターやドラッグストアなど民生品のルートを開拓することで、こちらも新たな収益機会の獲得に繋げていくことを考えています。

研究者が本来行うべき知的活動に注力できる環境を提供

日本の研究業務においては、研究者自身が単純な反復作業を行うなど、業務の効率化、自動化に向けた取り組みが大きな課題です。また、AIやIoTなどを活用した支援、さらには研究環境を整備するためのコンサルティングも欠かせません。今後、当社は様々な事業者とのアライアンスを組むことで、研究者が本来行うべき知的活動に注力できる環境を提供できるコーディネーターとしても貢献してまいります。

また、川上(メーカー様)から川下(お客様)までの物流の「見える化」と、それに伴う共同物流などの取り組みを通じたCO₂排出量削減が大きな課題です。TCFD提言への賛同及び情報開示、再生可能エネルギーの導入など、カーボンニュートラルに向けた取り組みに臨んでまいります。

コーポレート・ガバナンスに関しては、全取締役9名のうち、過半数の5名が社外取締役であり、うち2名については女性が就任しています。今後も体制を強化するとともに、ガバナンスの実効性向上についても継続して取り組んでいきます。

全てのステークホルダーにとって「いい会社」を目指して

私が社内外で常に口にしているのは「いい会社にしよう」ということです。その意図するところは、自分の大切な人に対して、アズワンを心の底からいい会社といえる存在にすることです。会社と従業員の関係でいえば、一人ひとりの成長と会社の成長がかみ合っこそ「いい会社」の前提が成り立つものと考えます。加えて、業績向上の成果が株主・投資家とともに従業員にも還元されることが必要です。さらには職場環境

の整備をつうじて働きがいのある会社となることが欠かせません。

東洋経済新報社の『CSR企業総覧(雇用・人材活用編)』の2023年版によると、当社は「新卒社員の3年後定着率」で、ランキング1位の1社に入りました。新卒社員には入社した時点から自立した存在として、自ら考え、行動していくことを意識した教育研修に努めています。たとえば、新人研修では全員にRPA(ロボティックプロセスオートメーション)研修を実施しています。この結果、RPAロボットが社内で400体稼働しており、業務の省力化は月4,000時間に達しています。また、専門的なITスキル向上を目的とした大学の先生方による講座を含めた「アズワン・アカデミー」の開講も予定しています。

当社が手がける研究・産業・医療の事業分野はいずれも社会的な意義のあるものであり、事業を通じた社会課題の解決に注力いたします。その結果として、企業価値のさらなる向上にまい進していくことで、投資家・株主の皆様から、「アズワンの株式を中長期にわたって保有してよかった」と実感していただける企業を目指してまいります。

そして、当社はお客様及び販売店様、サプライヤー様など、様々なステークホルダーの方々を「AS ONE(一体となって)」結ぶハブとして、「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。」というパーパスの実践に全力で取り組んでまいります。

バイオトランスフォーメーション [BX]



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 創業から90年に及ぶ成長の軌跡
- 13 アズワンのビジネスモデル
- 15 財務ハイライト・非財務ハイライト
- 17 部門別状況
- 19 財務担当役員メッセージ
- 23 2023年3月期の概要

価値創造ストーリー

- 25 価値創造プロセス
- 27 アズワンのマテリアリティ
- 29 アズワンの資本
- 31 アズワンのバリューチェーン
- 33 特集1 人的資本力
- 35 特集2 物流力
- 37 特集3 研究活動支援力
- 39 中期経営計画

価値創造を支える基盤

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

企業情報

- 75 11ヵ年連続財務サマリー
- 77 株式情報
- 78 会社情報



編集方針

アズワンレポートは、株主・投資家をはじめとする様々なステークホルダーの皆様に、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2023では、中期経営計画「PROJECT ONE ver.2.0」の進捗に加えて、人的資本経営の推進、当社のガバナンスについての掲載を充実させました。トップメッセージでは、BXがもたらす社会の変化と当社の施策、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。

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：2022年度（2022年4月1日～2023年3月31日）
一部2023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

アズワンとは

研究・産業・医療のフィールドで、比類なき品揃えと物流力と多様な販売チャネルで理化学機器や医療機器の作り手と研究者や医療者を繋ぐハブとなり、高い付加価値を生み出し続けています。

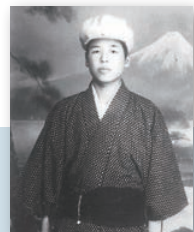
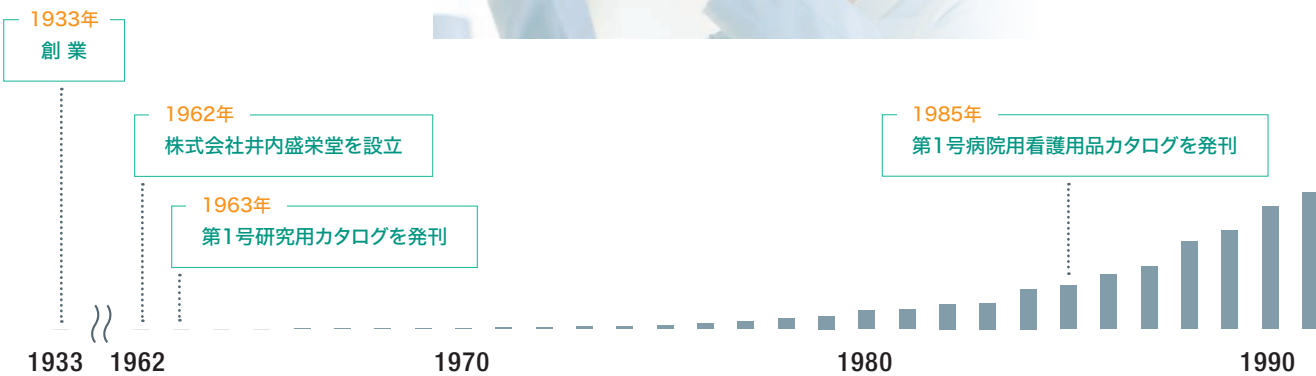
INDEX

- 11 創業から90年に及ぶ成長の軌跡
- 13 アズワンのビジネスモデル
- 15 財務ハイライト・非財務ハイライト
- 17 部門別状況
- 19 財務担当役員メッセージ
- 23 2023年3月期の概要



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。



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目して「第1号研究用カタログ」を発刊。



1982

米国のクリーンルーム専用手袋工場にて
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。



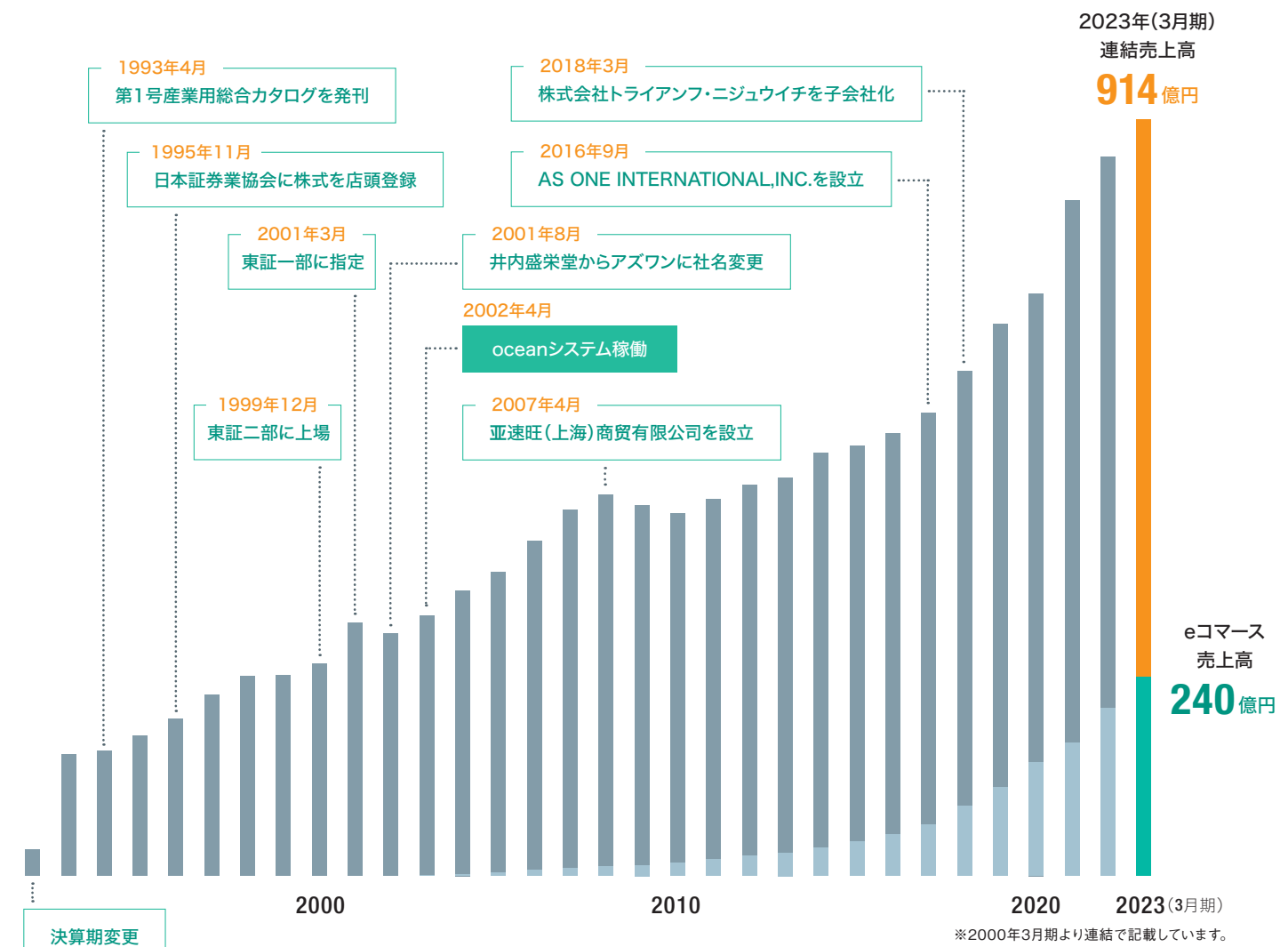
1976

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。



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。



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。



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。



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。



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4,100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

物流
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。
(カタログ掲載品の当日出荷率※ 約95%)
※ 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

商品・サービス
理化学業界において、900万点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。

多様な販売チャネル
カタログと販売店を通じたりリアルアプローチ、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ヘリーチするネット通販事業者連携等であまねくカバー。

カタログ

当社は1962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



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

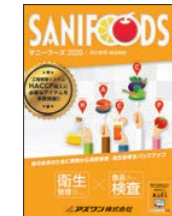
1993年の第1号以来
現在第17号目



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34,800アイ
テムラインナップ

1985年の第1号以来
現在第20号目
2023年11月
新号発行予定



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
看護・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



亞速旺 研究・
工場用材料機器目録
(中国語)
2023年12月
新号発行予定

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、2023年3月現在では4,100社超のサプライヤー様の商材900万点を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」の仕組みは当社の仕組み以外に考えにくく、独自の土俵を築いております。

大規模顧客向け **ocean**
Oceanwide 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4,100社を超える、サプライヤー様の商材を掲載。
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900万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】

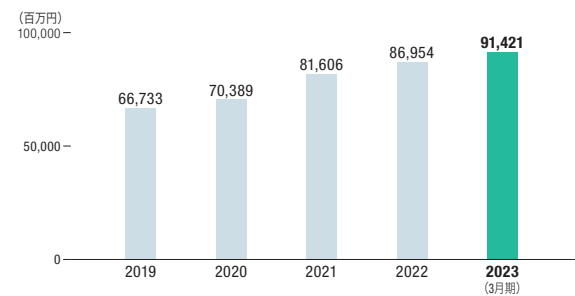
どなたでも閲覧可能なオープンな
Webショップ

アズワンの900万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

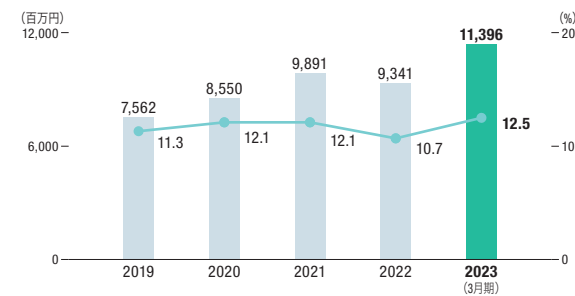
売上高

91,421 百万円

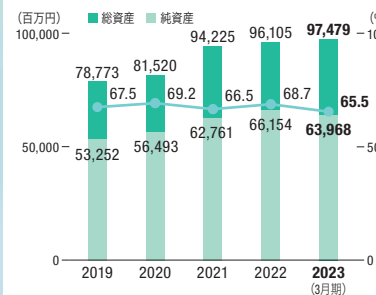


営業利益／営業利益率

11,396 百万円 12.5%

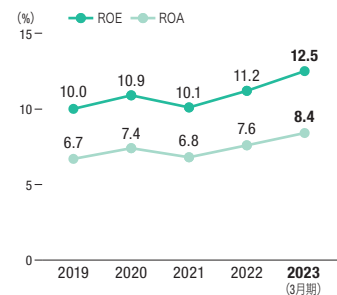


総資産 97,479 百万円
純資産 63,968 百万円
自己資本比率 65.5%



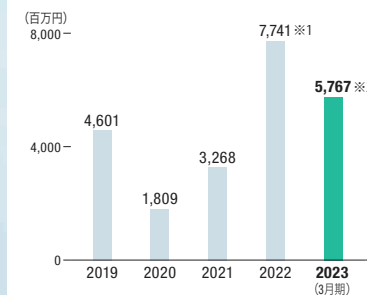
株主資本利益率 (ROE) 12.5%

総資本利益率 (ROA) 8.4%



フリーキャッシュ・フロー

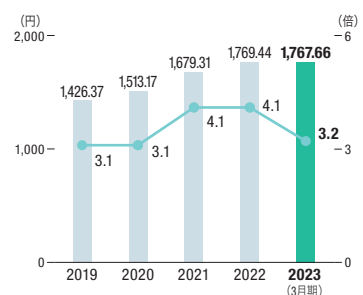
5,767 百万円



※1 有形固定資産の売却収入等による増加
※2 棚卸資産の増加等に伴う減少

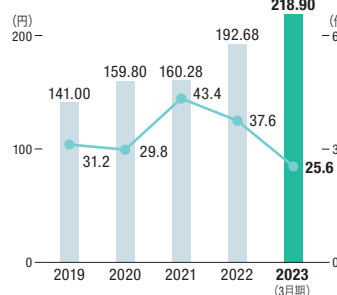
1株当たりの純資産 ※1 / PBR

1,767.66 円 3.2 倍



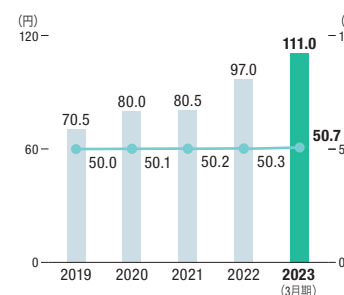
1株当たりの純利益 ※1 / PER

218.90 円 25.6 倍



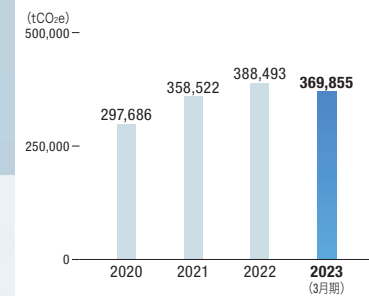
1株当たりの配当金 ※1 / 配当性向

111.0 円 50.7 %



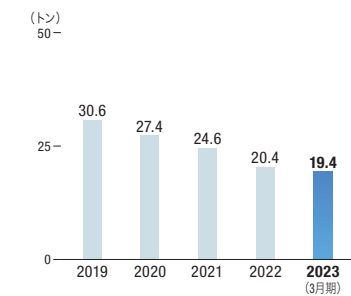
非財務ハイライト

※「連結」の記載のないものは単体ベースです。

CO₂ 排出量 (連結 スコープ1,2,3)369,855 tCO₂e

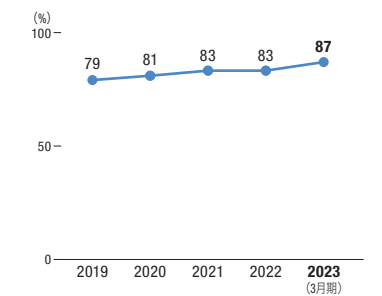
廃棄物排出量 (大阪)

19.4 トン



廃棄物リサイクル率 (大阪)

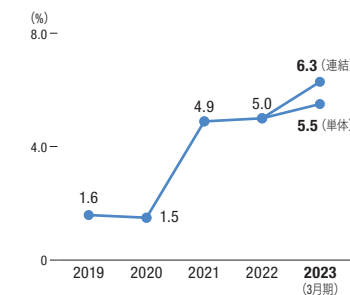
87 %



女性管理職比率

6.3 % (連結)

2024年度目標 (単体) 10.0%

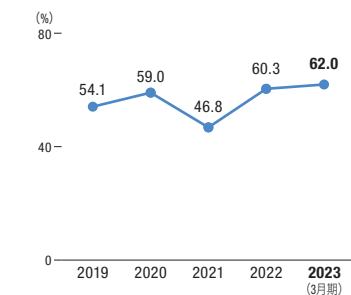


※ 連結は海外除く

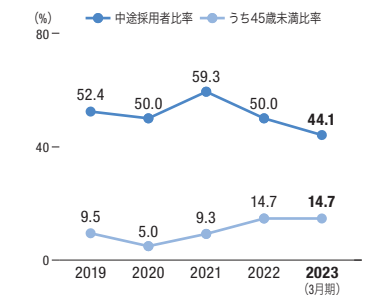
有給休暇取得率

62.0 %

2024年度目標 60.0%



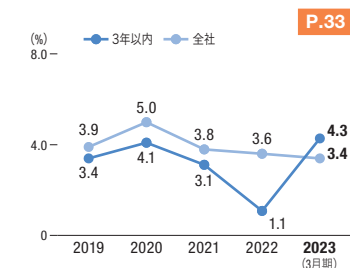
経営幹部人材の
中途採用者比率 44.1 %
うち45歳未満比率 14.7 %
多様な人材が活躍



入社3年以内離職率 4.3 %

全社離職率 3.4 %

3年以内大卒31.5% (令和4年度厚生労働省公表) の離職率に比べ極めて低い

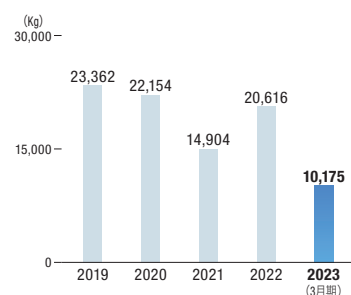


P.33

PPC用紙使用量

10,175 Kg

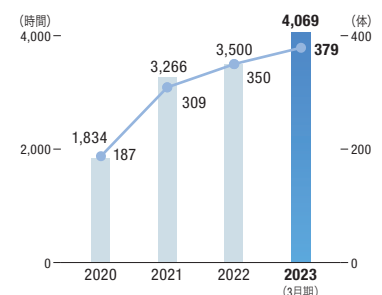
ワークフロー等デジタル化推進の成果



RPAロボット数及び削減時間 ※

379 体 4,069 時間/月

ロボットができる業務はロボットに



※ 役割を終えたロボット数及び削減時間を除く

部門別状況

900万点への品揃え拡大とECで旺盛な研究開発需要を取り込み13期連続増収

当連結会計年度においては、品揃えを900万点（270万点増）に増やし、ECチャンネルを中心にWeb掲載品（紙カタログ非掲載品）の売上が29%拡大しました。これらにより、コロナ禍3巡目のメディカル

部門は1%増収、ラボ・インダストリー部門が堅調な研究開発需要により6.2%増収と順調に推移し、連結売上高は914億2,100万円（前期比5.1%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、企業の研究部門向けのラボラトリー分野では、期末に一時的な需要鈍化があったものの、実験工具、分析特殊機器、安全保護用品、ウェアなどの汎用器具・消耗品等が伸び、研究開発需要は底堅さを見せました。チャンネルとしては、集中購買システムとネット通販事業者向けの売上高が前期比17.7%増と牽引し、当分野の売上高は540億9,400万円（同5.6%増）となりました。

また、製造現場などを対象とするインダストリー分野では、堅調な生産活動に支えられ、無塵対策品等のクリーンルーム用品や、コネクタ、ワイパーなどの汎用器具・消耗品の需要が伸びました。チャンネルとしては同様に、集中購買システムとネット通販事業者向けの売上高が同24.5%増と牽引し、当分野の売上高は181億6,500万円（同8.1%増）となりました。

この結果、当部門の売上高合計は722億5,900万円（同6.2%増）となりました。



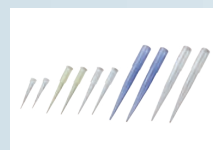
ガスバリアボックス



ウォーターバス



指先エンボス手袋



サクラチップ



細口びん



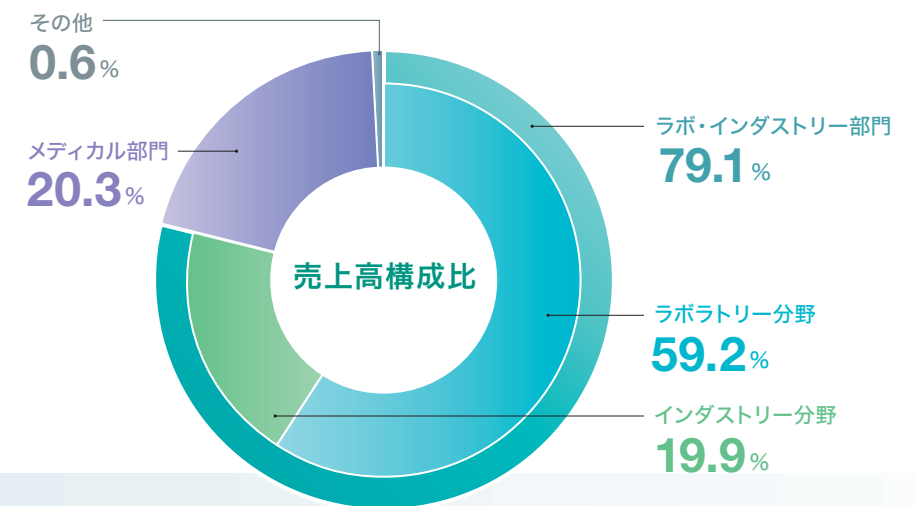
分析天秤



三角フラスコ

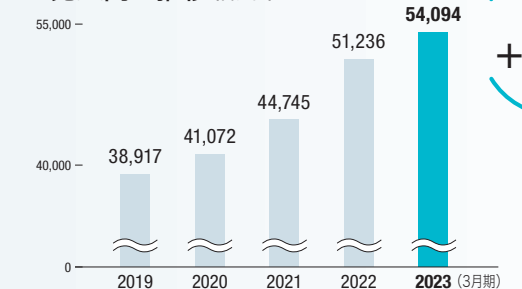


サーモグラフィ



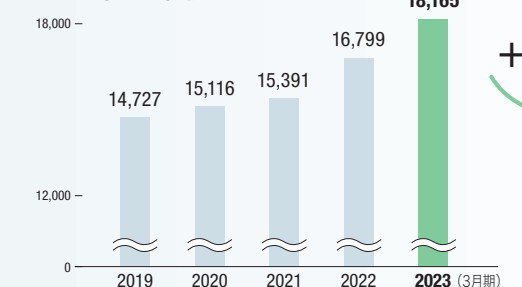
ラボラトリー分野

■ 売上高の推移 (百万円)



インダストリー分野

■ 売上高の推移 (百万円)



メディカル部門

医療、介護施設などを対象とするメディカル部門では、前連結会計年度とのコロナ流行時期の違いにより、月次及び四半期別の売上高前年比に激しい変動がありました。ワクチン接種関連などの設備品の需要が減少した一方で、医療機関における感染対策品は常態的に需要がありました。また、BCP対策や介護ロボット等の新たな関心に対する当社の広範なラインナップでの対応や、当社ECシステムの採用が医療機関でも少しずつ浸透し始めたことなど、当社サービスの優位性が奏功し、当部門の売上高は185億8,600万円（同1.0%増）となりました。



ストレッチャー



救急カート



口腔ケアスポンジ



パルスオキシメーター



■ 売上高の推移 (百万円)



その他5億円…トライアンフ・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。



常務取締役
原 俊樹

取締役
西川 圭介

財務担当役員 メッセージ

中長期を見すえた事業基盤を確立し、 持続的な成長を確実に達成してまいります。

常務取締役 原 俊樹 | 経理・財務管掌 DX推進本部担当役員

ごあいさつ

新たな成長ステージを見すえて、
企業価値の向上に寄与すべく尽力して
まいります

2023年6月に常務取締役に就任しました原俊樹です。DX推進本部担当役員及び経理・財務管掌役員の任に就きました。

私は都市銀行の副社長などを経て、IT企業の代表取締役を務めた後、2020年からアズワンの社外取締役の任に当たってきました。約3年間にわたり、社外取締役の立場から当社の経営を見てきて思うことは、収益性の高いビジネスモデルを構築し、財務内容がきわめて盤石である上、コーポレートガバナンスにしても良好なニッチトップ企業であるということです。また、経営の課題に対しては、迅速な意思決定のもとに何事も機敏に対応している点が強みと判断しています。一例でいえば、物価高騰の中で価格転嫁を円滑に進めてきました。

これは従来、付加価値の高い商品、サービスをお客様に提供してきた背景があるからこそ、実現できています。また、IT投資にしても、レガシーシステムを維持するための投資が中心という企業が少なくない中、当社は時代の先を見すえた前向きな投資が主体となっており、この点にしてもアドバンテージが高いといえます。

中期経営計画の着実な実行を通じて、当社は今後も持続的に成長していくものと考えます。2025年3月期には売上高1,066億円を経営目標としておりますが、あくまで通過点であり、さらに拡大していくはずです。新たな成長ステージに向けては、これまでとは異なる景色が見えてくるはずであり、それによって従業員個人、組織として一段の成長が求められます。これまでの経験上、組織が巨大化する過程では、企業内の常識が社会一般のそれとは必ずしも一致しなくなり、それが健全な経営の足かせとなることがあり得ます。こうした点を含めて、将来の成長を見すえつつ、経営基盤を一層確固

としたものできるように、常務取締役として様々な経営課題に向けて真摯に取り組んでいく覚悟です。

私としましては、今後も持続的に成長しているアズワンにおいて、企業価値をさらに高めることに貢献していきたいと考えます。新たな挑戦の機会を得たことに対して感謝しているというのが偽らざる気持ちであります。

当社はあと10年で創業100周年を迎えることと

なりますが、当社にとっても日本経済にとってもこれからの10年は時代の大きな節目になると考えます。その中で当社が中長期の成長を通じて、時代をリードしていく存在となることを目指してまいります。今後ともステークホルダーの皆様のご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

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

2023年3月期の業績について

売上高の拡大とともに、
粗利率の改善、販管費の抑制を通じて
高い営業利益率を達成

コーポレート本部では総務・人事・経営企画・IRそして経理財務の実務を担っており、私から業績についてご説明いたします。2023年3月期の業績は、売上高が13年連続の増収となりました。さらに営業利益に関しては、前年比22%増の113億9,600万円となり、初めて100億円を突破したとともに過去最高を更新しました。営業利益率についても12.5%と好調な結果となっています。この度、アナリストの方々のコンセンサス予想を上回る業績となった点について、投資家の皆様のご期待に応えることができたのではないかと考えております。

もっとも、売上高に関して、計画比で1.5%のマイナスにとどまりました。これについては、第4四半期において、光熱費の高騰が影響し、大学・官公庁での研究開発費の支出が一時的に抑制されたことによるものです。

一方、課題でありました粗利率の改善については、コロナ禍の期間中、一時30%を切る水準まで落ちていたのに対して31%台まで回復をしました。コロナ禍初期に、感染対策品の価格の乱高下により、低採算の在庫が積み上がったことが要因です。また、感染対策品の安定供給を維持するため、政策的に在庫を積み増した面もあります。これに対して、2023年3月期は在庫が一巡したことで粗利率が回復しました。併せて、上昇する調達コストに対しては価格改定を機動的に実施

したことで、粗利率を落とすことなく着地できました。

業績に関して特にお伝えしたいのは、売上高の拡大とともに高い収益性を維持、向上している点です。営業利益率12.5%を達成した要因として、粗利率の改善などに加えて販管費の抑制も大きく寄与しています。

たとえば、倉庫作業料では中長期の経営視点で投資を実行した大型自動化物流拠点「Smart DC」での作業費の抑制を挙げるができます。これはAGV（無人搬送車）などの最新機器を導入することで業務の自動化、省力を実現し、売上高が増えても人員数を大きく増やすことなく物流拠点の運営ができる体制とした点が強みです。

また、広告費については、カタログの発行コストの占める割合が多いのに対して、eコマースを通じた売上が拡大する中、発行部数の最適化によって費用を削減しています。このほか、オンライン営業などの推進に伴い、出張費などの支出を結果として抑えることができた点も営業利益の増加に寄与しました。

人件費につきましては、人員数の増加、ペースアップの実施により、前年比6.0%の増加となりました。この点、初任給を上げるための施策の一環であり、優秀な人材の採用に向けて欠かせないものと考えます。一方で、賃上げの実施により人件費単価がおおむね4%程度上がったものの、今後、人的リソースの有効活用でコストの上昇を抑制していく考えです。

また、エネルギーコストが高騰したものの、当社においては売上の増加、粗利率の回復、販管費抑制で吸収した形となり、財務面での影響は限定的でした。

なお、2023年3月期の株主還元につきましては、当期純利益が前年比12.6%増の増益であり、配当は12期連続で増配とさせていただきます。配当率は中期経営計画でお示しした50%を継続しています。

また、65億円の自社株買いを実施しました。当社にとっては偶発的な自社株買いだったものの、一定規模の自社株買いであったと思います。これによって、配当と自社株買いを合わせた総還元性向は131%でした。自社株買いのうちの110万株は消却を行いました。EPS(1株当たり純利益)は前年比13.6%増の218.9円、ROE(自己資本利益率)も12.5%となりました。2023年3月期の計画ではROEの目標を10.2%としておりましたので、計画以上に資本効率を高めることができました。なお、連続増配については、投資家の皆様の期待が大きい点を承知しており、その実現に向けて今後も注力してまいります。

2024年3月期の業績見通しについて

将来の持続的な成長を見込んだ
一時的な費用増から増収減益となる計画

期初における2024年3月期の業績見通しにつきましては、前年比5.7%の増収に対して、営業利益は前年比9.4%減益の計画となっています。主な減収要因は「阪神DC」の開設による各種費用の一時的な計上によるものです。この点、次のステージを見すえた成長投資として欠かせないと考えます。

財務面でのリスクについては、資材や人件費、物流費などの高騰を注視しています。従来、価格転嫁はサプライヤーの値上げ分についてのみ上乘せしていたのに対して、今後は人件費や物流費の増加分も含めた転嫁についても考慮していくことが必要と認識しています。それとともに売上増を通じてコスト増を吸収することで、引き続き高い営業利益を確保できると想定しています。

粗利率は前年並みと想定しています。前述の通り、コロナ禍の不採算在庫が解消されたことにより高水準の粗利率が継続でき、加えて機動的な価格改定の効果も想定に含んでおります。

販管費については、前年から26億円増える計画です。「阪神DC」の開設による賃借料、償却費がそのうちの約9億円を占めます。「阪神DC」は賃借物件であり、さらにマテハンが既設されていることから、投資を最小限に抑えながらスピーディーに開設することができています。また、サーキュラーエコノミー(循環経済)の観点、コスト抑制の観点からも新たな観点での物流拠点開設となっています。当社にとって売上高の拡大に応じて物流拠点の拡充は必須であったことから、「阪神DC」の開設は売上高が1,000億円を超えても確実に対応できる物流体制の構築に繋がっています。それとともに当社は、固定ルートを専用トラックにて巡回し、固定費で運用できる「配達便」を運用していることから、このシェアを高めることで物流費のコストアップを抑えることも進めていきます。

また、当社の強みの一つは商品データベース **SHARE-DB** を活かした、サプライヤー在庫の見える化(バーチャル在庫)です。当社の棚卸し在庫約100億円に対して、開示可能なサプライヤー在庫は約700億円となっており、自社で在庫負担を抱えることなく、お客様が求める商品を短期間でお届けできることをお知らせできる強みがあります。財務面において大きなメリットがあることから、この点をさらに活かしていきたいと考えます。

人件費については、採用の拡大と賃上げ見込みにより前年比6.7%増の計画、運賃は売上増加による変動分の増加に加え、単価上昇を保守的に見込み、前年比12.4%増と計画しております。

その他、食品事業者向け食品衛生関連用品のWebショップ **as kitchen** を新設したのに伴い、Web広告の配信強化を行います。これによって広告宣伝費は前年比21.9%増の7億1,400万円を見込んでいます。

なお、2024年3月期の配当予想は、1株当たり前年比10円減の101円としています。当社は中期経営計画「PROJECT ONE」期間中の特別損益を排除した税引き後基準利益の50%の配当方針に基づき配当予想を算出しています。当然に基準利益が上振れれば配当も上振れることから、計画を上回ることができるよう努力してまいります。

中期経営計画「PROJECT ONE」の目標について

中長期的にわたる当社の安定的な
利益成長にご期待ください

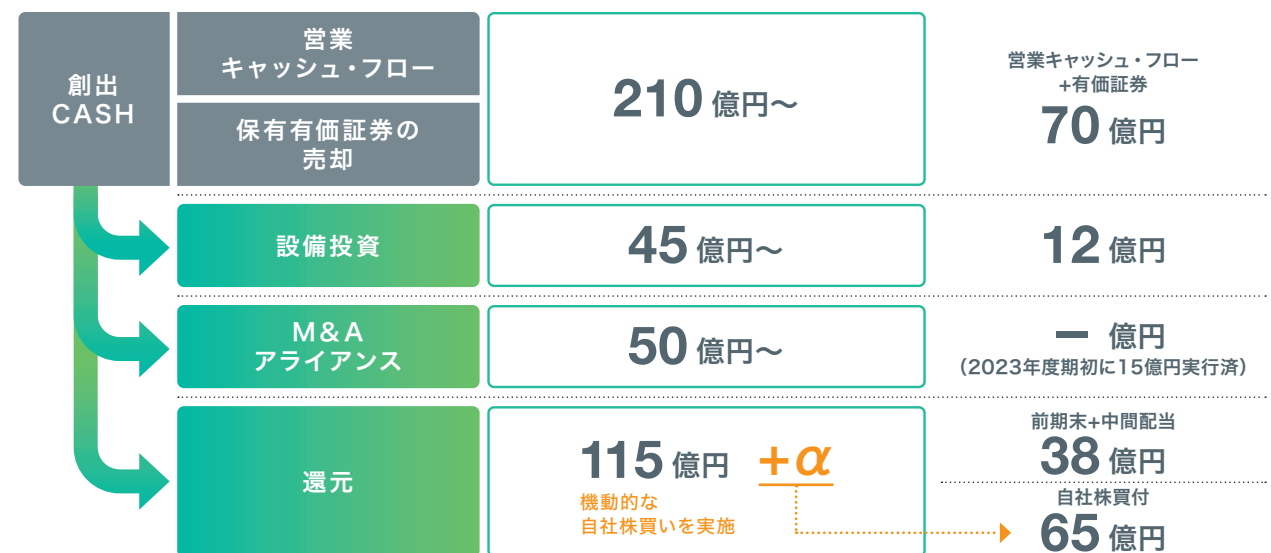
2024年3月期は一旦減益の見通しとなるものの、中期経営計画「PROJECT ONE」の最終年度となる2025年3月期の売上高1,066億円、営業利益125億円の旗は掲げ続けており、目標として照準を定めていきます。最終年度は売上の成長により「阪神DC」のコスト割合も縮小することから、営業利益としても十分チャレンジ可能なものと考えています。

2025年3月期までの期間中、基準利益に対する配当率50%とお約束をしており、2025年3月期も継続する予定です。

資本のさらなる有効活用につきましては、2024年3月期の投資は約23億円と前期の約12億円と比べると倍近く増やす予定です。内訳としては、「阪神DC」関連で5億4,500万円、そのほかの物流センターへの投資が2億4,700万円、成長ドライバーのeコマース関連が1億6,600万円、ITによる業務効率改善に3億3,500万円、IT老朽化対応で1億9,300万円、そしてプライベートブランド品などの商品開発にまつわる金型製作やレンタルサービス向けの高額資産の獲得

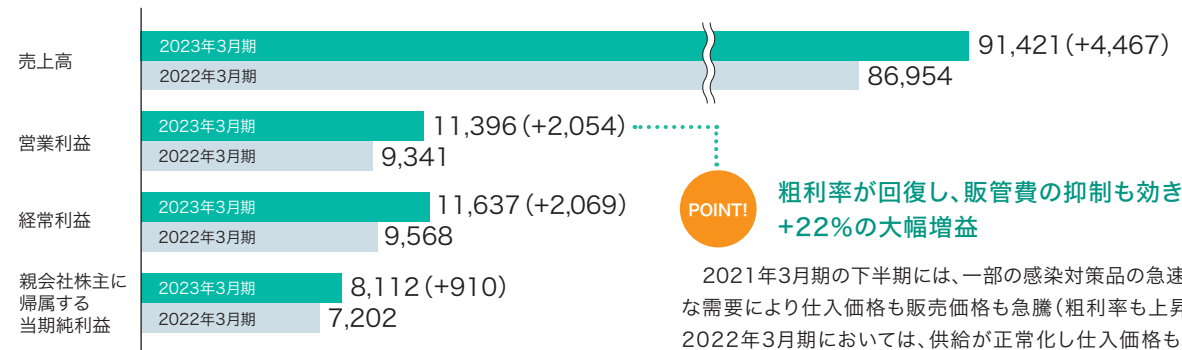
中計策定時のキャピタルアロケーション(2022年度～2024年度 3年分)

将来の成長に向けた投資と株主還元と同程度配分する方針



2023年3月期の概要

連結損益計算書の概要（単位:百万円）

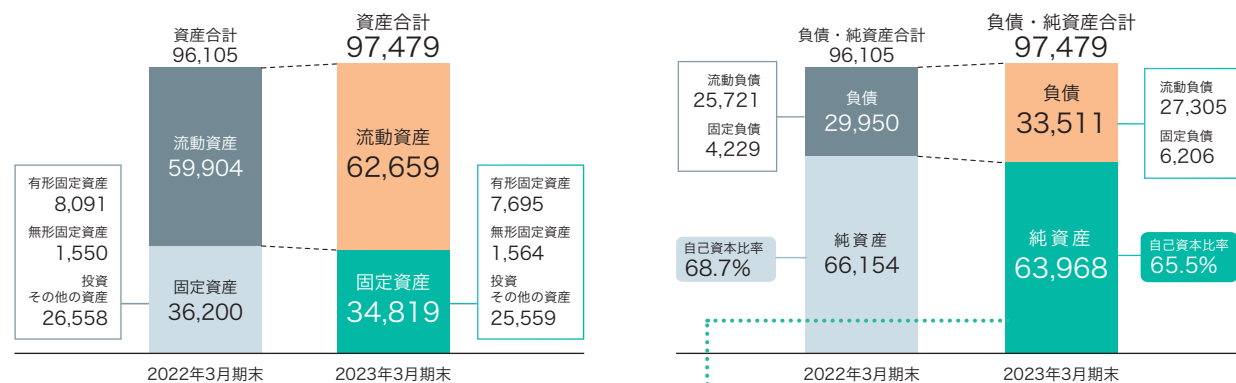


POINT!

粗利率が回復し、販管費の抑制も効き
+22%の大幅増益

2021年3月期の下半期には、一部の感染対策品の急速かつ過剰な需要により仕入価格も販売価格も急騰（粗利率も上昇）。一方、2022年3月期においては、供給が正常化し仕入価格も販売価格も急速に従前の価格に回帰したため、在庫品の採算性が低下し2022年3月期に粗利率が低下していました。2022年3月期中に会計上の処理を済ませており、2023年3月期には正常な粗利率に回復しました。また、各種IT利用による生産性向上や倉庫作業の効率化等が貢献し販管費率も18.7%と前期比0.1p抑制できました。

連結貸借対照表の概要（単位:百万円）



POINT!

自己株式の買付を65億円行い、
ROE12.5%へ上昇

自己株式の買付を1,213,401株（約65億円）行い、配当性向も50%を維持しているので総還元性向が100%を超えました。買付けた自己株式のうち1,100,000株は消却しました。

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		+14	5.1%増収
	採算性の回復・向上		+15	在庫品採算の回復、調達上昇に即応した売価設定
販管費	運賃・倉庫作業料の増加		-1	売上増に伴う増加。売上構成比は低下
	人件費の増加		-4	期中平均社員数+28人。インフレに対応し賃上げ実施
	減価償却費		+1	物流・IT投資の償却進行
	その他販管費の増加		-4	光熱費増、コロナ対応緩和で行動費等増他
増益要因－減益要因（影響額計）			減益要因 -9	+30 増益要因
			+21 過去最高益を更新	

価値創造ストーリー

ここでは当社の価値創造にかかる資本、そして資本を組み合わせる価値を生み出すバリューチェーン、創造する価値の中期的帰結となる中期経営計画の進捗状況等について記載しています。

また、特集では、価値を生み出す見えない3つの力、人的資本力、物流力、研究活動支援力の一端についてご紹介しています。

INDEX

- 25 価値創造プロセス
- 27 アズワンのマテリアリティ
- 29 アズワンの資本
- 31 アズワンのバリューチェーン
- 33 特集1 人的資本力
- 35 特集2 物流力
- 37 特集3 研究活動支援力
- 39 中期経営計画

価値創造プロセス

社会課題

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

マテリアリティ

P.27

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

多様な人材

8

コーポレート・
ガバナンス

経営資本

P.29



財務資本

純資産 639億円

総資産 974億円



製造資本

物流拠点 6拠点

有形固定
資産投資 6億円

知的資本

ocean

ユーザー社数 285社

Wave

ユーザー社数 13,878社

AXEL

会員数 133,127社

SHARE-DB

商品数 900万点



人的資本

従業員数 668人

日本国内 570人・

中国 91人・米国 7人



社会・関係資本

サプライヤー 4,100社

(単位)

販売店 4,700社

[14,000拠点]

(単位)

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

SUPPLIER

【サプライヤー】

効率的販売機会
の提供人・モノ・サービス・情報のクロスポイント
アズワン・プラットフォーム

DEALER

【ディーラー】

効率的調達機会
の提供ラボラトリー
分野インダストリー
分野メディカル
分野

中期経営計画

P.39

PROJECT ONE ver.2.0

- Opportunity of Next Evolution -

連続的進化
への挑戦

バリューチェーン

P.31

価値創造を
支える基盤

コーポレート・ガバナンス

P.59

経営理念 革新と創造

P.02

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

3つのないを解決

予算がない
時間がない
もったいない

USER

【ユーザー】

大学・研究所・メーカー・
病院・クリニック・
介護施設など

3つの強み

即日出荷率95%の物流
理化学機器の品揃えNo.1
多様な販売チャネル

提供価値

経済価値

売上高 914億円

営業利益 113億円

営業利益率 12.5%

ROE 12.5%

eコマース 241億円

海外事業 49億円

2023年3月期末実績

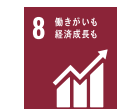
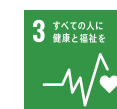
社会価値

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



研究の成果

プロダクトの
供給

医療の提供

事業を通じ研究者の「3つのない」
を解消することで、研究活動を
阻害する要因を取り除き技術革新
を支えていく。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。

アズワンのマテリアリティ

当社は、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、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。



PICK UP

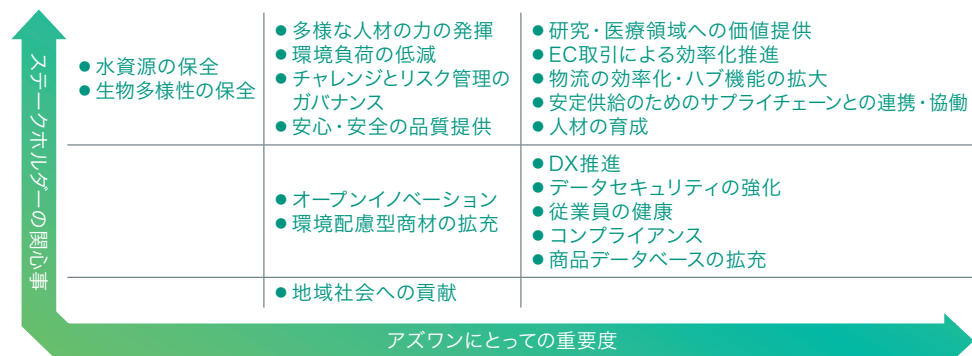
マテリアリティ特定のプロセス

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、取り組むべき課題を抽出しました。

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。



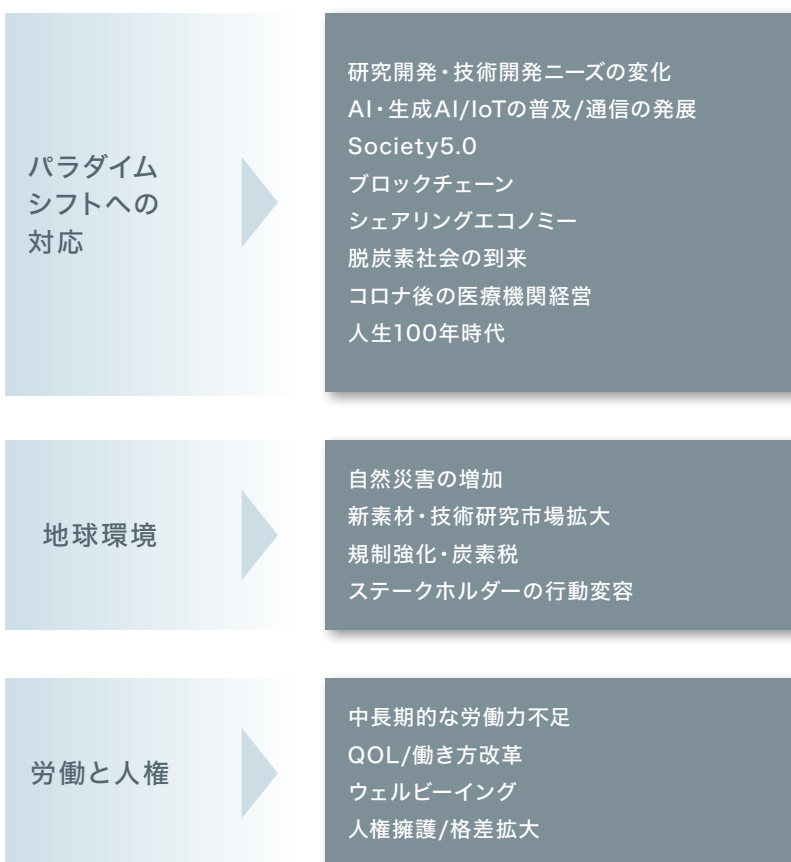
特定

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

外部環境の認識



経営にかかわるリスクと機会



研究・医療への貢献 P.37

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することで研究・医療の発展に貢献してまいります。

ECの推進 P.40

購買のデジタル化は、管理購買や利便性をもたらすだけでなく、ペーパーレスや働き方の変革等の観点でもプラスであり、当社ECを推進し社会に貢献してまいります。

物流の強化 P.35

毎年増加する出荷量を安定的に捌き、直ぐにお届けできる体制を維持していきます。環境負荷低減への取り組みも含め、安心してお取引いただける信頼の物流を目指します。

サプライチェーン P.41

コンプライアンスや環境負荷への取り組みも踏まえつつ、品揃えの拡大、最適購買の実現に向け、サプライチェーンを強化してまいります。

アズワンの
取り組むべき
重要課題
(マテリアリティ)

品質 P.56

多様化するニーズに応え、オリジナル商品をご提供するとともに、しっかりとしたQMSのもと製品を安心してお使いいただける体制を維持してまいります。

環境 P.48

自社の環境負荷の低減を進めるとともに、当業界のハブとして流通の最適化を極めていくことで、環境負荷の低減に貢献してまいります。

多様な人材 P.33

多種多様な人材の価値観を尊重し、最も重要な経営資源である人材の力を最大限に発揮できる企業風土及び社内環境を構築します。

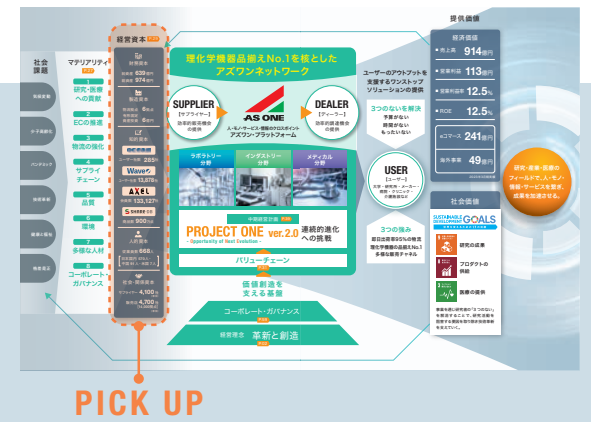
コーポレートガバナンス P.63

経営の公正性と透明性を高め、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べく、企業統治を行います。

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。

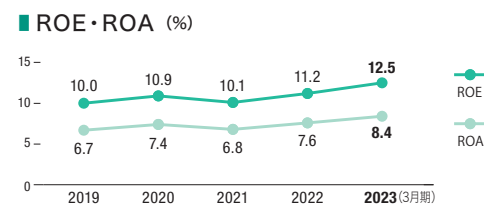
革新と創造の歴史の中で、当社は財務・非財務の資本を積み上げてきました。
これらの資本を事業に投入することで新たな価値を生み出しています。得られた
価値を事業に再投入し強化することで持続的な成長を続けていきます。



財務資本

純資産 **639** 億円

総資産 **974** 億円



安定した収益基盤をベースに

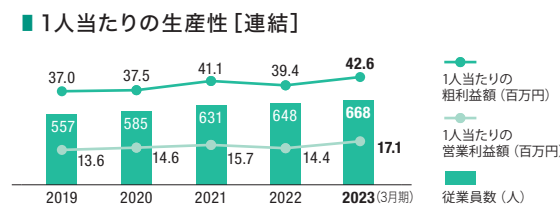
- 親会社株主に帰属する当期純利益は
12年連続増益で推移。
- 営業キャッシュ・フローは69億円を創出。
- 配当性向50.7%

継続的で潤沢なキャッシュ・フローの蓄積から2020年には物流拠点Smart DCを45億円投じて開設。一方、2023年度に開設する阪神DCは他社の既存設備を活用し投資を5～6億円に抑えました。自社保有在庫額の7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。株主還元は配当性向50%の他に、自己株式を65億円買付、成長投資を行いつつ、ROEを意識しながら成長と資本効率のバランスを重視した財務戦略をとっております。

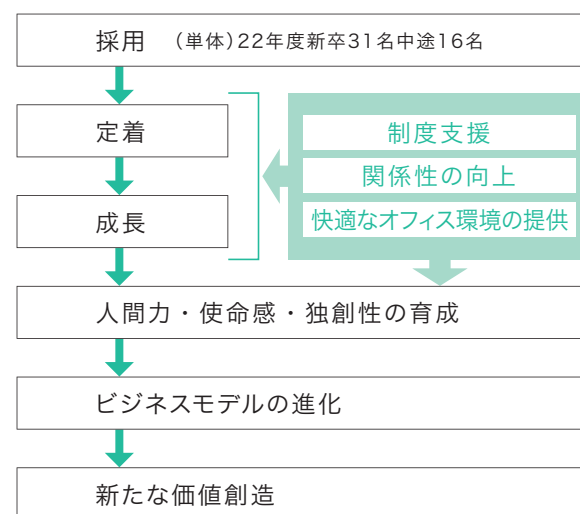
人的資本

従業員数 **668** 人

日本国内 **570** 人
中国 **91** 人
米国 **7** 人



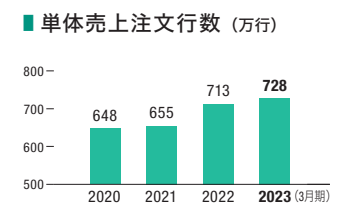
組織的パフォーマンスと
多様な個人の自己実現を最適化



製造資本

物流拠点 **6** 拠点

有形固定資産投資 **6** 億円



ファブレス企業であり、製造設備に代わり物流設備が重要な資本になります。

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㎡

その他物流拠点

- 福岡県、埼玉県、上海、北京
自動設備を活用し日々約30,000行のご注文の出荷に淀みなく対応しております。大阪ツインDCの一角として2023年度中に阪神DCを本格稼働させることで売上高1,300億円まで対応可能です。(阪神DC (尼崎市)) (2023年開設 約44,000㎡)

知的資本

ユーザー社数 **285** 社

Wave ユーザー社数 **13,878** 社

AXEL 会員数 **133,127** 社

SHARE-DB 商品数 **900** 万点

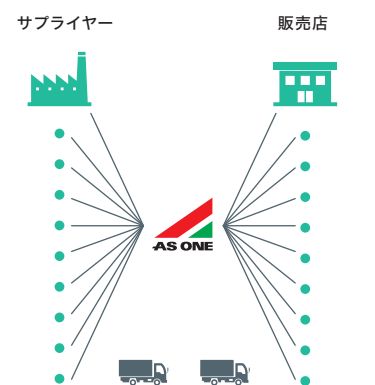
- システム投資 5億円
- ECシステム
 - ocean
 - Wave
 - AXEL

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、皆様の好評を得ています。これらの仕組みが当社をオンリーワンたらしめる大いなる差別化要因の一つとなっています。

社会・関係資本

サプライヤー **4,100** 社 (単体)

販売店 **4,700** 社 [14,000拠点] (単体)



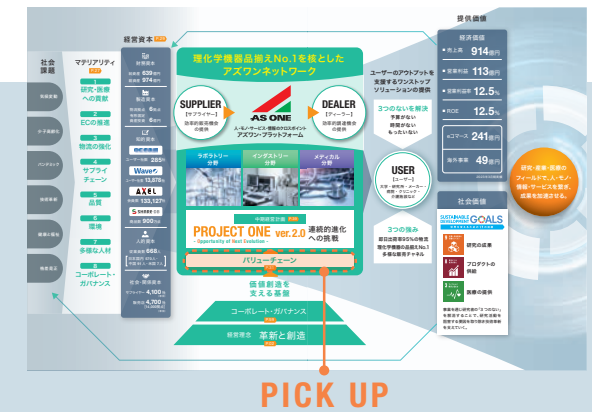
当社はサプライヤーと販売店のハブになり、スムーズに商品やサービスを結びつけることで、エンドユーザーである研究者の悩み事を解決することを目指しております。当社とサプライヤーと販売店の協力関係が、エンドユーザーの研究や医療の問題解決に重要なファクターとなります。

アズワンのバリューチェーン

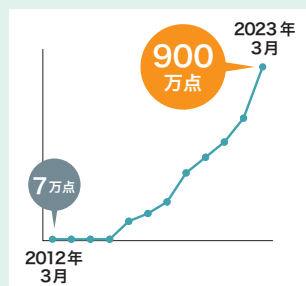
当社は、先進のITシステムの支えのもと、マーチャダイジング、調達、プロモーション、物流、コンタクトセンターのそれぞれのバリューチェーンにおける取り組みをサプライチェーン統括の全体最適の思想を交えながら強化し、付加価値の高い製品・サービスを社会にお届けすることで、企業価値向上を図るとともに、社会課題の解決を目指しています。

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・商品情報の流通をシンプルに保つことで、当社が介在する価値を創出します。



マーチャダイジング



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



4,100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

プロモーション



900万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。

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、的確なご提案を行います。また、EC購買システムであるoceanやWave、ECショップであるAXELなどで、必要なモノの購買のし易さを提供します。

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メンテナンスサービス、機器のレンタルなど様々なサービス事業を行います。メーカーを問わず一括して請け負うことが可能で、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

コンタクトセンター



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セールスサポートセンターが、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。

コーポレート本部
総務部長（総務・人事・法務）

山本 浩史

人的資本経営の推進を通じて、 企業価値をさらに向上してまいります。

P.51

「いい会社にする」の想いを 「人材育成方針」に反映

「アズワン」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まいりました。「一体となって」は、社内においても同様です。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きました。その積み重ねが、他社からの優位性を持ったオンリーワンの企業価値を創り出すことに繋がっています。

社内外を問わず、人との信頼の絆を大切にする姿勢は、人的資本経営においても不変です。「人材育成方針」においては、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」といった想いが込められています。「育成する人材像」の筆頭には「人間力（人格・品格・仕事力）の魅力に溢れる人材」を掲げています。働く仲間の一人ひとりの成長と

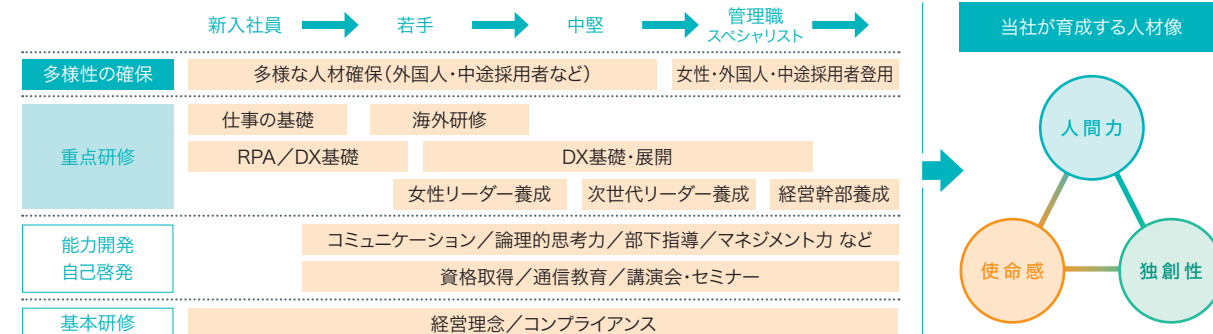
会社の成長が噛み合ってこそ、さらにいい会社になるという信念のもと、育成する人材像及び人材育成プログラムを構築しています。

そして、当社独自の教育研修プログラムが“AS ONE Career Design Program”です。階層別、課題別、自己啓発、幹部社員の育成、そして多様性の確保にも考慮しており、意欲と能力を持つ人材に幅広く教育の機会を提供し、仕事を通じて成長する生き生きと働きがいを持った人材の育成をスローガンとしています。

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

教育研修プログラムの充実とともに、当社が重視しているのが、関係性の質の向上です。働く仲間が安心して仕事に取り組める人間関係があってこそ、成果を発揮できると考えています。また、企業にとって最も重要な人材を大切にするという観点からも、労働環境の整備はハード、ソフトの両面で欠かせない

AS ONE Career Design Program



ものです。新しく仲間に加わってもらった新入社員に対しては、長期間にわたる“AS ONE On-Boarding Program”を導入しています。社会人生活を安心してスタートして欲しい。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。社長の井内からの「無理をして採用数を確保しなくていいよ。」の言葉は、マッチングを重視する採用活動における心強い支援となっており、結果として定着率の高さにも繋がっています。

一方で、現代においては価値観の多様性を尊重し、一人ひとりの異なる成長を支援する施策もまた重要です。そのため、人事制度や各種の施策についても、時代の変化に即しつつ、常にブラッシュアップしていく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

人的資本という非財務情報が脚光を浴びるようになったことは、人事を管掌する部門として心より嬉しく思います。その昔、社外の企業経営者が集まる場で、「会社は誰のものか」という議論の際、私が「(株主のものは当たり前だが)社員のものでもあって欲しい」といった話をしたところ、ある経営者から「会社が社員のものになったら、経営は成り立たない。経営側の発言としては非常に残念だ。」との厳しいご意見をいただきました。人的資本経営の重要性が叫ばれる今日では、隔世の感に堪えません。

当社は、研究、産業、医療などの現場を支える企業であり、働く仲間一人ひとり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。ひいては当社事業の持続的な成長に寄与することから、今後ますます人的資本経営の推進が重要であると認識しています。

アズワンらしさの追求

当社が連続的進化を果たす中で、組織としての現在と目指すべき姿とのギャップをどう埋めていくのかは課題です。社風の良さや過去の成功体験は、とも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を生み出す過程で障壁となる可能性もあります。こうした事態を回避するためには、多様な価値観を認め合う社風を培うとともに、人材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と考えています。

また、当社の独自性は何かについて、これからは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や、RPAを作成できる人数など。「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、アズワンらしさの追求かもしれません。

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。人的資本に関する各種指標から見ても、いい会社と認められるようさらに努力してまいります。

サプライチェーン統括本部
物流企画部長

亀石 徹生

成長の先を見すえた物流基盤の強化が、
競争力の向上に繋がっています。

カタログ掲載品に関して 当日出荷率は95%を実現

当社における物流機能としては、お客様が「必要なものを必要なとき」にお届けするため、クイックデリバリーを戦略の基本に据えています。そのため、国内5か所（阪神DCを含む）の物流センターを通じて、業界最高水準のロジスティクス体制で全国を網羅しています。

その結果、「ゴム栓1個」といった少量の注文にも対応し、当日出荷・翌日配達を基本とした付加価値の高い物流サービスをご提供しています。現状、出荷指示を受け取ってから、最短20分で出荷を完了することができます。また、アイテム数・在庫量とともに業界を大きくリードしていることから、16時まで注文していただいた商品については、当日出荷が可能であり、カタログ掲載品に関して当日出荷率は95%を実現しています。

加えて、全配達経路の約3割を占める、自社専用備車が巡回する「配達便」を運用している点も強み

であり、これについては17時までのご注文でも当日出荷を可能にしています。あくまでお客様の利便性に配慮したサービス納品が大きな特長です。

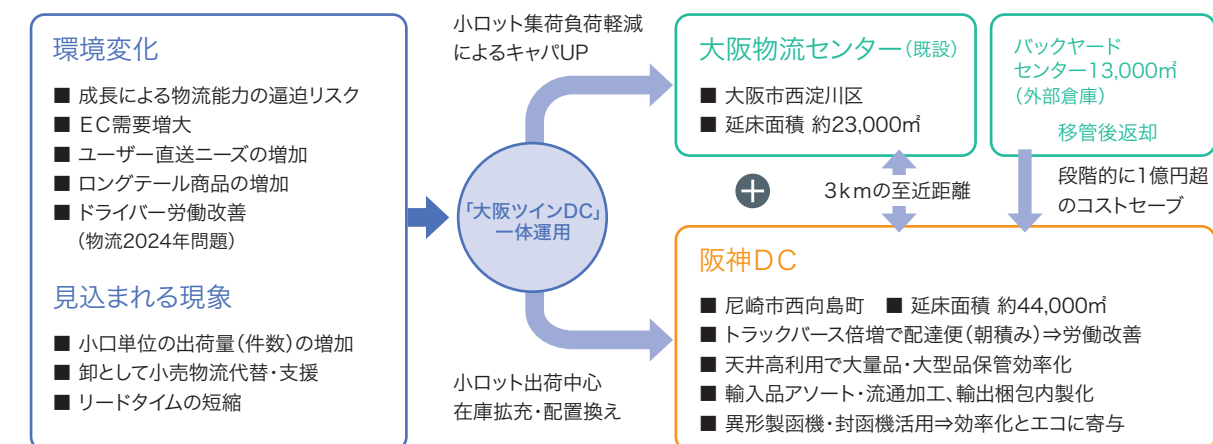
ちなみに、即日出荷体制を支えているのは、ITと最新マテハンの活用です。AIやロボットなど最先端のテクノロジーを積極的に採用して、出荷作業におけるスピード・効率・正確性を追求しています。

この10年間においては、取り扱う商品点数が大幅に拡大する中で、医薬品や冷蔵品、冷凍品といった従来では取り扱いが困難であったものについても、物流インフラを継続的に改善していくことで対応を可能にできました。現在では、一般的な物流センターでは扱いが難しい商品のラインナップが豊富であることもまた競争優位のひとつとなっています。

売上高1,300億円規模を見すえた 物流体制を確立

当社では、取り扱う商品点数が大幅に増加し、販売量も増大する中で、物流基盤の強化に継続して取り組んで

大阪ツインDCの運用



います。2020年には、千葉県に最先端物流センターとなる「Smart DC」を開設しました。総床面積は約5万2,900平方メートルに及び、稼働当初から作業の自動化を追求しています。現在、多種多様な自動化機器やロボット類が活躍しており、作業の効率化や省力化、無人化を実現しているとともに、現場で働く人に優しい物流センターでもあります。さらに、2025年度における売上高1,100億円超にも対応できるように物流機能の増強策を進めているところです。

一方、西日本の物流拠点の拡充にも注力しています。2023年4月に兵庫県尼崎市に新たな物流センター「阪神DC」を開設しました。これが本稼働すれば、既存の大阪物流センターとの一体運用による「大阪ツインDC」として、将来の成長を見すえた物流体制を構築できます。関西からの出荷能力が倍増したことから、売上高1,300億円規模までの成長に対応できる物流基盤が整ったことになります。また、財務面で見ると、運賃や人件費が上がっているにもかかわらず、受注1行あたりの物流コストはほぼ横ばいであり、業務の効率化、経費の削減という点で成果が出てきていることがわかります。

物流基盤の強化により、 「2024年問題」などに対応

今般の物流基盤の拡充を活用することで、在庫アイテムの絶対SKU（種類）を25%増やすのに加えて、「配達便」の数も西日本で20%増加させていきます。これに併せて、サステナビリティへの取り組みとして段ボールの使用量の削減を図ります。ゆくゆくは、EVトラック等の導入検討も進めていく考えです。

物流業界に関しては、「2024年問題」といわれるトラックドライバーの時間外労働時間の上限規制、賃金の上昇などによるコストアップ圧力は避けられません。当社では、先手先手で物流基盤を強化してきたことを強みとして、物流センターでの作業の効率化や機械化、トラックの積載率の向上、などの施策を講じることで、協力運送会社と適切な価格で取引しながら物流コストの総額は抑制的に推移するよう努めてまいります。

お客様の研究活動に対する専門性の高い支援を通じて、 新たな収益機会の拡大に貢献しています。

ブランド力の向上に資する ソリューション提案に注力

当社は、研究室のトータルサプライヤーという位置づけのもと、日本の研究者や技術者に科学機器の販売を主たる業務としています。これに対して、お客様の研究活動を支援するため、研究業務に精通した専門チームによるソリューションやコンサルティングを提供しているのが専門事業本部です。メンバーの中には博士号を取得した者や、専門性の高い各種技術の有資格者がおり、高度な研究課題に対して、研究者の目線できめ細かく対応できる点が強みです。

特にバイオテクノロジーをはじめとする専門性の高い研究や技術開発・生産技術は、高度化・細分化が加速しており、研究業務をより効率化していく上で、専門家による多岐にわたる支援が欠かせないものとなっています。また、当社のビジネスとしては、専門性の高い付加価値を提供していくことで、アズワンとしてのブランド力を高め、競合他社との差別化を図ることが欠かせません。専門事業本部

の専門的な活動は、カタログやeコマースを通じた科学機器の販売を補完するという点で、なくてはならない存在となっています。

研究室の空間設計から、 研究者の困りごとにも対応

専門事業本部は元々、各部門の新規事業のリサーチ及び開発、マーケティングなどを手がけるところから出発し、その過程でお客様である研究者の課題に一つひとつ真摯に応えることで、ソリューションビジネスを強化してまいりました。

現在では、研究設備部及びソリューション・デザイン部、ファシリティデザイン部という三部体制のもとで研究者や品質管理、生産管理の方々の活動を支えています。まず研究設備部については、「研究者のトータルコーディネーター」として、研究開発のための安全で快適な作業空間づくりを支援しています。具体的には、研究室のプランニングから設備・機器の導入、メンテナンス、改修・移設に至るまで、研究室に関

する課題にワンストップで応えることができます。

この中では、研究室の空間デザインに対する提案のほか、クリーンルームの建設工事から実験台の設置、分析機器の販売など専門性の高い対応が可能です。一方、ソリューション・デザイン部では、ライフサイエンス系などの高額な研究装置及び試薬の販売促進、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、研究者の方々の要望や困りごとに対応しています。このほか、ファシリティデザイン部では研究・医療分野で培った除菌・衛生技術の横展開という形で、宿泊施設や交通機関などに向けて、除菌消臭剤やアメニティグッズ、什器備品などの販売も展開しています。

未来医療の拠点を目指した 革新的なプロジェクト

近年では、スケールのより大きな視点に立った活動が進行中です。神奈川県川崎市の殿町国際戦略拠点においては、「殿町ソリューションリサーチラボ」を設置し、細胞培養士の認定講習や遺伝子発現解析などの受託サービス、アプリケーション開発を展開中です。また、化学シミュレーション分野のトップ企業であるHPCシステムズ株式会社との資本業務提携により、研究効率の向上に役立つソリューションを提供しています。

2022年には、当社などが共同出資した設計事務所である、ラボ・デザインシステムズ株式会社などの設計共同体が設計、コンサル業務を請け負った大阪大学の吹田キャンパスの薬学研究科教育研究棟（4号館）が竣工しました。

そして、2024年春のオープンに向けて動いているのが、中之島未来医療国際拠点における当社新ラボ及びオフィスの空間設計です。従来の研究室のイメージを超越した先進的なデザインのもと、世界をリードする未来医療の拠点として多くの研究者、関連企業の方々と連携、協業を目指した革新的なプロジェクトが進行中です。

以上のような取り組みを通じて、当社は研究設備や什器、最先端解析装置、分析機器などの販売にとどまらず、研究に必要な空間全体をコーディネートしていくことで、お客様の研究活動をさらに高いレベルで支援していく考えです。

加えて、最新のトピックスとして、日本政府が推進しているパイオトランスフォーメーション（BX）戦略への対応が挙げられます。当社の事業領域である研究・産業・医療の全てが含まれる上、「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」という当社のパーパスにも合致することから、新たな収益機会に結びつくものと思われます。当本部としても積極的に取り組んでいく考えです。

再生医療市場への参入

専門事業本部は、アズワンの他部門でのビジネススタイルとは違い、学会展示会への出展や、研究室への訪問、セミナーの開催を通じて、B to Cでエンドユーザー様と直接コンタクトを取ります。

私の業務の一つは再生医療製品の営業で、エンドユーザーの要望や課題をヒアリングし、機器の販売と受託解析などのトータルソリューションを提供しています。特に、自社ラボでは、ユーザー様から実際にサンプルをお預かりして、私を含めて当社社員が実施する独自の培養や解析などを行います。一方、サプライヤー様と協働して、再生医療・抗体・ゲノム・3D造形などサービスの幅を広げています。

最近では、再生医療を始めたいというクリニックが急増しています。そのサポートとして細胞培養加工施設の設計・施工、書類申請や細胞培養関連設備の提供、細胞培養技術を身につけるための培養講習などを行っています。現在は「再生医療市場本格参入チーム」のチームリーダーとして活動準備をしています。未来医療国際拠点での活動に向けてチームメンバーと学習し、意見交換を重ねながら専門性を磨いています。



専門事業本部
ソリューション・デザイン部
ヘルスサイエンスグループ
スーパーバイザー

三村 純代

PROJECT ONE ver.2.0

成長の再加速

第1次中計
PROJECT -NANA-

成長の
シフトアップ

第2次中計
PROJECT ONE

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

持続的成長へ

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。



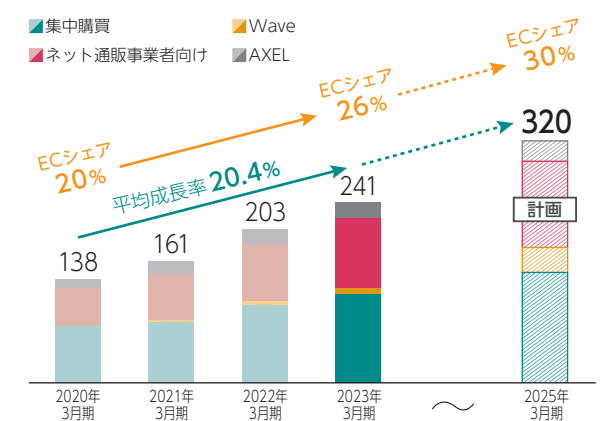
販売チャネルの強化

販売店のEC化も支援

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桁以上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」は期中に36社増加し、現在285社にご利用いただいております。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13,878社と期中に約3,500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241億円を売り上げました。

eコマース売上推移

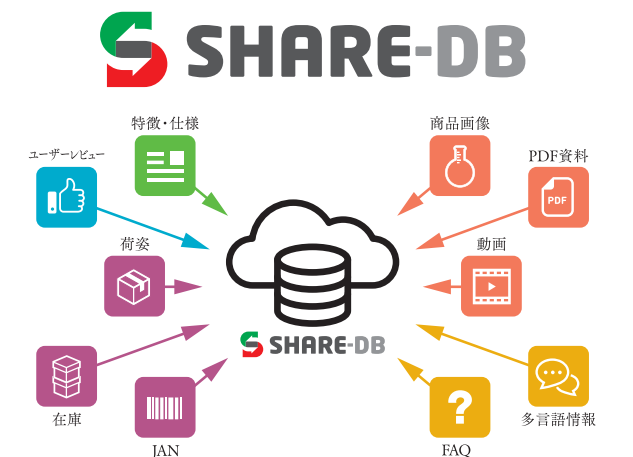
(億円)



品揃え・商品力の向上

中計目標1,000万データベースに王手

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。8年前まで7万点程度であった品揃えは、今では900万点を超えるまでに拡大しています。しかしながら、あらゆる領域に関係してくる研究開発領域では必要なモノの種類は無限であり、まだまだ品揃えを強化する必要があります。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。



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

重点戦略

1

事業成長の
加速化

2

将来に向けた
経営基盤の構築

3

次の進化に向けた
事業育成

4

資本の
有効活用



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900万点に、バーチャル在庫は700億円分に拡大しました。さらに、新たに阪神DCを開設することができました。



次の進化に向けた事業育成

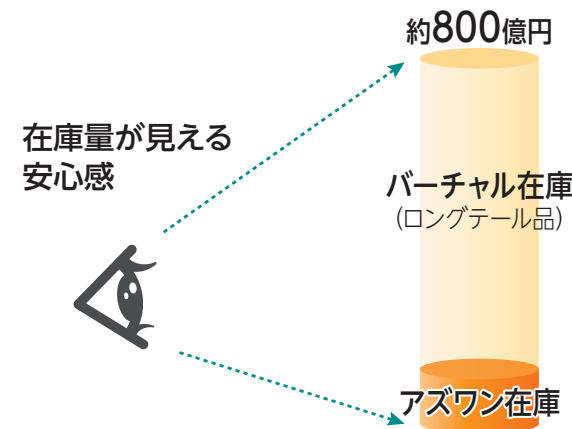
新規事業の育成

時代の変化を捉え、電子計測機器メーカーの子会社化、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更なる向上を目指していきます。研究者の日常の全てに関与し、研究者にとってな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。

ビジネスプロセスの見直し

外部リソースの活用

商品情報エントリーシステム「SHARE GATE」をリリースし、バラバラの手段や形式で行われていた商品提案受付や仕様変更の登録作業は極めてスムーズになりました。サプライヤー様からの商品提案も倍増し、新規に270万点の商品を増やすことができました。また、サプライヤー様とデータ連携して自社在庫額の7倍にあたる在庫情報をバーチャル在庫として活用・開示することができました。自社在庫は当日出荷、バーチャル在庫の8割は3日以内に出荷できるため、卸として販売店様やお客様に安心してご利用いただけます。



新しい取り組み

アライアンス拡大

2022年度から2023年度期初にかけて以下のような取り組みに着手しております。

- 電子計測機器中堅メーカーであるカスタム社の子会社化
- 電子顕微鏡等のレンタル提供により、高額装置の商流に高い付加価値で参入
- レンタルとの相乗効果を狙いラボ・研究機器シェアリングビジネス[※]と資本提携（※株式会社Co-LABO MAKER）
- 優れたセルソーター装置の開発ベンチャー[※]と資本提携し、細菌や微生物応用研究へのアドバンテージを獲得（※株式会社オンチップ・バイオテクノロジーズ）
- 再生医療の一般化に向け、CPC（細胞培養加工施設）設置支援開始
- 研究室のデジタル化を主導していくため、システムインテグレーション推進室設置
- 食品関連事業者向け新Webショップas kitchen開設



阪神DC

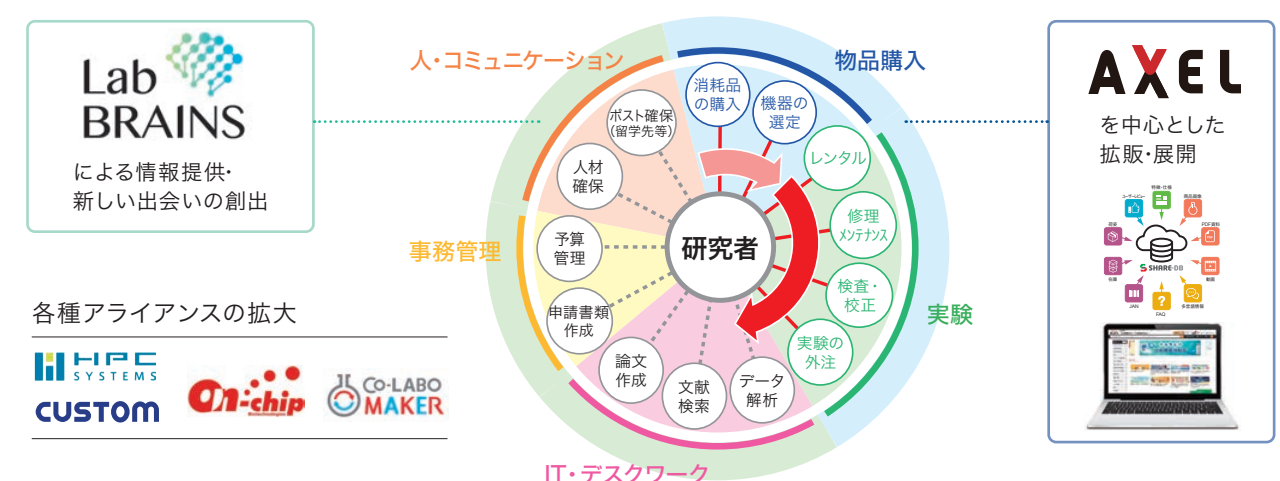
巨額のイニシャル投資を回避

2023年度期初に既存の約23,000㎡の大阪物流センターの近隣に約44,000㎡の物流センター「阪神DC」を開設し、秋頃には「大阪ツインDC」として両センターの一体運用を開始します。既存の賃貸物流施設にサーキュラーエコノミーを体現する形で、既設設備を活用しながら入居するものであり、巨額の設備投資を回避し、低コストで物流能力の拡充を図れる見込みです。この開設により初年度は一時的なコストアップとはなりますが、一定の固定費のまま売上高は少なくとも約1.4倍の1,300億円程度までの入出荷量に対応することができます。



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、研究者の雑務を取り払うプラットフォームに進化していく



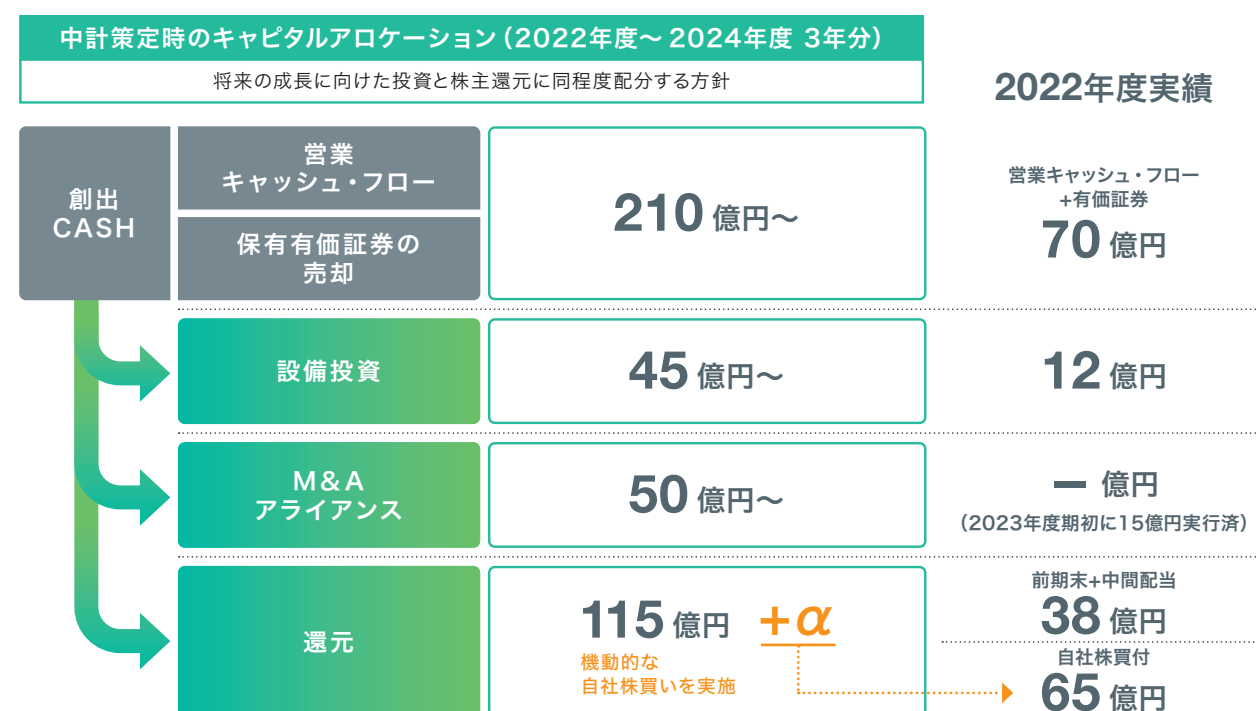


資本の有効活用

保有資産の効率化、株主還元政策の見直し

2022年度は自己株式の買付を65億円実施し、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131%となりました。過去5年平均でも総還元性向は70%以上です。2023年度には、阪神DCの開設のほか、新たな子会社の株式取得、資本業務提携を進めており、収益を投資に振り向けつつ、資本効率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



PROJECT ONE ver.2.0 数値目標

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
	実績		実績	計画	
売上高 (百万円)	81,606	86,954	91,421	92,060	98,725
営業利益 (百万円)	9,891	9,341	11,396	10,010	10,690
営業利益率	12.1%	10.7%	12.5%	10.9%	10.8%
ROE	10.1%	11.2%	12.5%	10.2%	10.5%
ROIC	10.9%	9.5%	11.3%	9.9%	10.4%

価値創造を支える基盤

ここでは当社の価値創造を支える基盤としてのESG(環境・社会・コーポレートガバナンス)の考え方とその実施状況を事例を交えて記載しています。掲載しきれないESGデータはホームページに掲載しています。QRコードを付していますのであわせてご参照ください。

INDEX

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

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材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 - 多数対多数の配送のシンプル化	- 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 - 健康経営 ASsisT の実践 P.53	- 優秀な人材の確保 - 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 - 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	- 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「えほんピクニック」協賛 - 親子向け科学イベント、STEAM教育共同開催 - 災害支援、難民人道支援、生物多様性、途上国留学生支援、フードロス対策団体等への寄付	- 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	
G	- 株主・投資家との対話 - 過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 2名の女性取締役	- 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



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
おります。

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

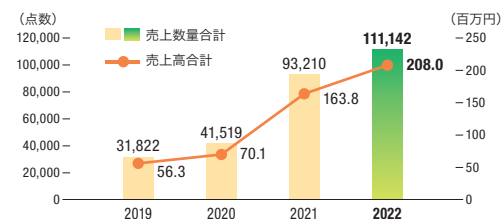
目標を管理しつつ、全社的には、文書管理システムや
電子契約、ワークフローシステムの活用範囲を広げなが
ら、ペーパーレス化を推進し効率化を図っております。

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

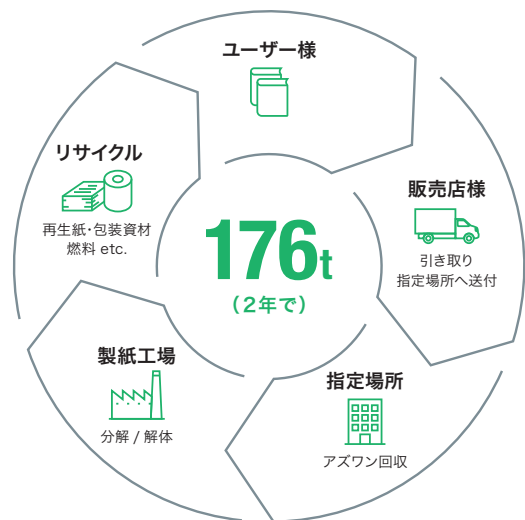
当社ではグリーン購入対象製品を紹介し、環境に
優しい商品をお求めのお客様に販売しております。
2022年度の販売額は前年の1.27倍となりました。

【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。
2021年度は医療用、2022年度は研究用の総合カタログ
の改訂年で、2年で176tの紙量をリサイクルしました。

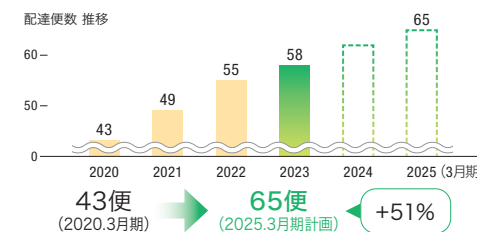


配達便の推進等による梱包材の削減

当社は自社トラックを保有せず、出荷運送を外部
運送業者に委託しています。中でも当社の専用トラック
として、毎日同じルートで配達するトラック（備車）を
「配達便」と称し運用しています。配達便は段ボールの
代わりに、折り畳みコンテナで商品を配送すること
で、ルート1便につき、年間約5トンの段ボールが削減
できます。また、Smart DC（千葉市）では、出荷商品
のサイズに応じた梱包の適正化を図り、過剰な梱包を
見直しています。この梱包の適正化により、同じく年間
約5トンの段ボールの削減を見込んでいます。

【配達便の継続的な拡充】

配達便の利用により配送の効率化を図る



また、2022年5月より、各物流センターにおいて
納品書をA4サイズ用の紙から感熱ロール紙に変更し
ました。これにより、年間約6トンもの紙の使用量を
削減しました。併せて、当社物流センターの送り状控え
を電子化することで、年間約1.6トン削減しました（路線
便は対象外）。このように物流センターでは、作業の
効率化を図るとともに、段ボールや紙の削減に積極的
に取り組んでいます。



TOPICS

カタログでの環境配慮について

商品DB推進部
カタログ制作グループ
花田 有可



弊社では、3,000ページを超えるカタログを発刊しています。部数も10万部を超えて
おり、カタログにおいても様々な環境配慮を行っております。

一例を紹介させていただきますと、2022年11月に発刊した研究用総合機器カタログ／
サンクアスト産業用研究機器カタログ（3,488ページ・合計14.6万部制作）では、使用して
いる紙をエコレールマークの認定を受けている日本製紙様の洋紙を使用しています。この
洋紙は、同種商品群中、陸上輸送中の数量比率55%以上の輸送に環境にやさしい鉄道貨物
輸送を利用しています。加えて、インクは廃食用油等をリサイクルした植物油インキを使用
しており、インクについても環境に配慮しています。また、カタログ発刊時には旧カタログの
回収リサイクルも実施しております。

現在は、デジタル媒体の利用が増えておりますが、一覧性の良さなど、カタログならではの
良さはまだまだあると考えております。

今後は、デジタルとアナログの融合などを推進し、より良いカタログを発刊していきたい
と考えております。

メッセージ		アズワンとは		価値創造ストーリー		価値創造を支える基盤		企業情報	
【シナリオ分析】									
リスクの種類		内容		時間軸	当社への影響	インパクト評価			
						1.5℃シナリオ	4℃シナリオ		
移行 リスク	政策・法規制リスク	●CO ₂ 低減対応や炭素税導入に伴う商品仕入価格の上昇		中長期	コストアップ	➡	➡		
	技術リスク	●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		中長期	コストアップ	➡	➡		
	市場リスク	●環境課題に対する購買行動の多様化や意識の向上に伴う、低炭素製品の需要増等のマーケット変化への対応遅れによる、成長機会の喪失		中長期	売上減少	➡	➡		
	評判リスク	●物流・商品・サービスにおけるCO ₂ 排出削減度合いの比較劣後に伴う資本市場からの評判低下		短中期	売上減少	➡	➡		
物理的 リスク	急性物理的リスク	●自然災害による、在庫破損・操業停止又は低下・設備の復旧などのコスト発生		短中長期	コストアップ	➡	⬆		
	慢性物理的リスク	●保険料や設備強化化・冗長化などの予防費用の発生 ●サプライチェーン寸断による供給制約に伴う販売機会の喪失		短中期	コストアップ 売上減少	➡	⬆		
機会の種類		内容		時間軸	当社への影響	1.5℃シナリオ	4℃シナリオ		
機会	リソースの効率化	●エコ梱包が可能な配達便を始めとした効率配送の拡大		長期	コストダウン	➡	➡		
		●配送の効率性の観点から、ハブ機能がより求められるようになり、ワンストップで研究機材や医療用品が調達できるリソースがより重要になる。		長期	売上増加	⬆	➡		
	製品及びサービス	●自動化、シミュレーション利用や、レンタル・受託などのシェアリング、モノを循環させるサーキュラーエコノミー等が普及する。 ●環境配慮型商品等への需要が増加する。		中期	売上増加	➡	➡		
	市場	●ECの拡大に伴い、サプライチェーンにおけるペーパーレス取引が拡大する。 ●イノベーションによる脱炭素課題の解決が不可欠であり、主要マーケットである研究領域への支出拡大が続く。		短中期	売上増加	⬆	➡		
	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が高まる。		短中期	売上増加	➡	➡		

リスクと機会の検討期間
短期:2023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して対応（移転・回避・分散・軽減・その他）を図るとともに、抽出されたリスク

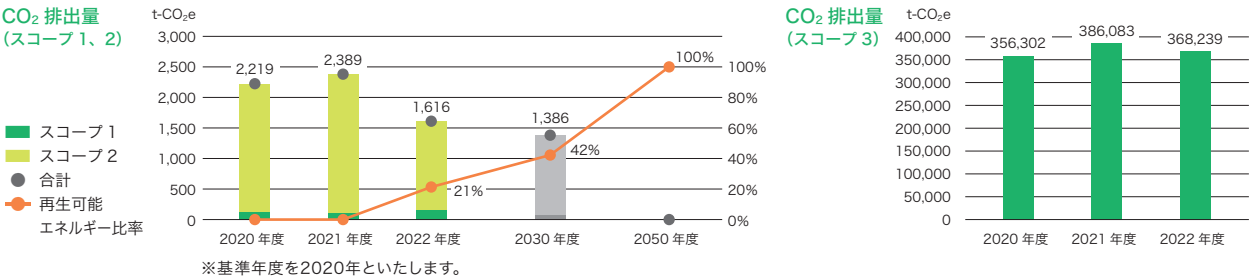
をサステナビリティ推進室にて全社的観点で統合し、移行リスク、物理的リスクの観点から重要性を評価・特定し、1年に1回リスクマネジメント委員会に報告します。リスクマネジメント委員会は当該リスクへの対応の総合的な調整、その他リスク管理に関し必要な事項を行います。

P.71

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である「再エネ100宣言 RE Action」への参加を表明し、中間目標2030年度に42%、2050年度に100%の再生可能エネルギーとする目標を設定しております。これに従い、再生可能エネルギー利用率を高めるとともに、EV等の採用に

よりスコープ1、2ともCO₂排出量を削減してまいります。スコープ3については、900万点の取扱商品の購買にかかるカテゴリ1が大半を占めるため、サプライチェーンとの協働を含め対応方法を検討中です。一方、サプライチェーン全体のペーパーレスを推進できる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。



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

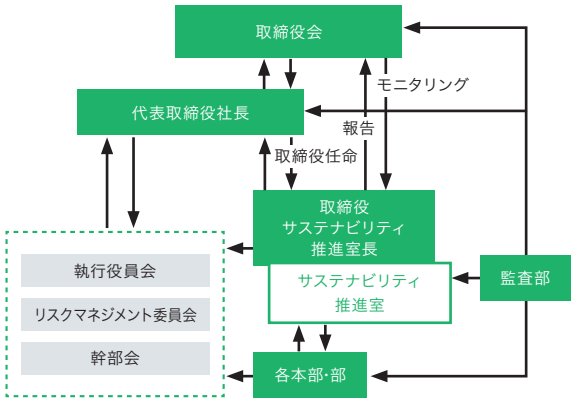
当社は、気候変動を含む環境問題への対応を経営の重要な課題の一つとして位置づけています。

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。

サステナビリティ推進室は、中期経営計画推進室メンバーを兼ねる取締役より室長を任命し、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、10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℃シナリオ※¹」、「1.5℃シナリオ※²」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、比較的フレキシブルに変化に対応可能です。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。

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



人的資本経営の推進方針

P.33

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んでまいります。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、健康経営の取組、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。

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、多種多様な人材の価値観を尊重し、最も重要な経営資源である人材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
	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2025年3月期
女性管理職比率(単体)	4.9%	5.0%	5.5%	10%
女性管理職比率(連結)※	—	—	6.3%	—
総合職に占める女性比率(単体)	13.0%	14.9%	16.3%	30%
有給休暇取得率(単体)	48.3%	60.3%	62.0%	60%
男性育児休業取得者率(単体)	—	—	40%	100%
外国人雇用者数(単体)	4名	4名	3名	—
海外子会社 外国人雇用者数	94名	92名	93名	—

※海外関係会社を除くグループ連結の女性管理職比率。

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材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でわかる】

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。

【スマートカジュアル】

当社では、時と場合と場所に依じて、勤務する服装を選択できる「スマートカジュアル」を推進しています。オフィスカジュアルを重んじながら、社員がそれぞれのファッションを楽しんでいます。



【革新と創造の源泉となる真面目な雑談】

3年近く続いたコロナ禍においては、社員同士と一緒に食事することもままならない状況で、コミュニケーションを図る機会が随分と減ってしまいました。そこで当社では、仕事終わりに街中のカフェや立飲み屋に行く感覚で、誰もが気軽に立ち寄れる「アズ飲み・AS ONE Café」を本社ビルで開催しています。「いい仕事に繋げるための、真面目な雑談」を定期的を実施し、多くの社員が足を運んでいます。



【社内のことがよく分かる社内報「mint」】

当社では、読んで楽しい、見て楽しい、載って楽しい、作って楽しいをモットーにした社内報「mint(ミント)」を四半期に1回のペースで制作しています。手元に届いたmintを目にし、考えたり、刺激を受けたり、笑顔になったり、社内のことや社員のことがよく分かる人気の読み物です。また、編集員は年齢や部署、経験に捉われず、様々なメンバーで構成しています。任期は1年半で、これまでも多くの社員が制作に携わっています。

さらに、タイムリーに情報を伝達する手段としてWeb社内報「min-me(ミンミー)」があります。単に紙の社内報のデータ版というのではなく、複数のコンテンツからなり、社員が必要な情報や興味のある内容を選んで、仕事の合間や休憩時間など好きなときに軽く読めるようになっています。また、Webならではの「いいね」ボタンや「コメント」でリアクションできるので、社員の反応がよく分かります。



【インセンティブ】

従業員のモチベーションと会社の掲げる中期経営計画とのベクトルを合わせるため、中期経営計画達成度合いによる、従業員へのインセンティブ制度を設けております。インセンティブ発動要件は、中期経営計画で掲げた各年度の売上高及び営業利益額の達成です。管理職には会社株式を、一般社員には現金賞与が支給されます。上方修正前の中期経営計画PROJECT ONEの目標と修正後のver.2.0の目標と2段階で支給されます。

健康経営

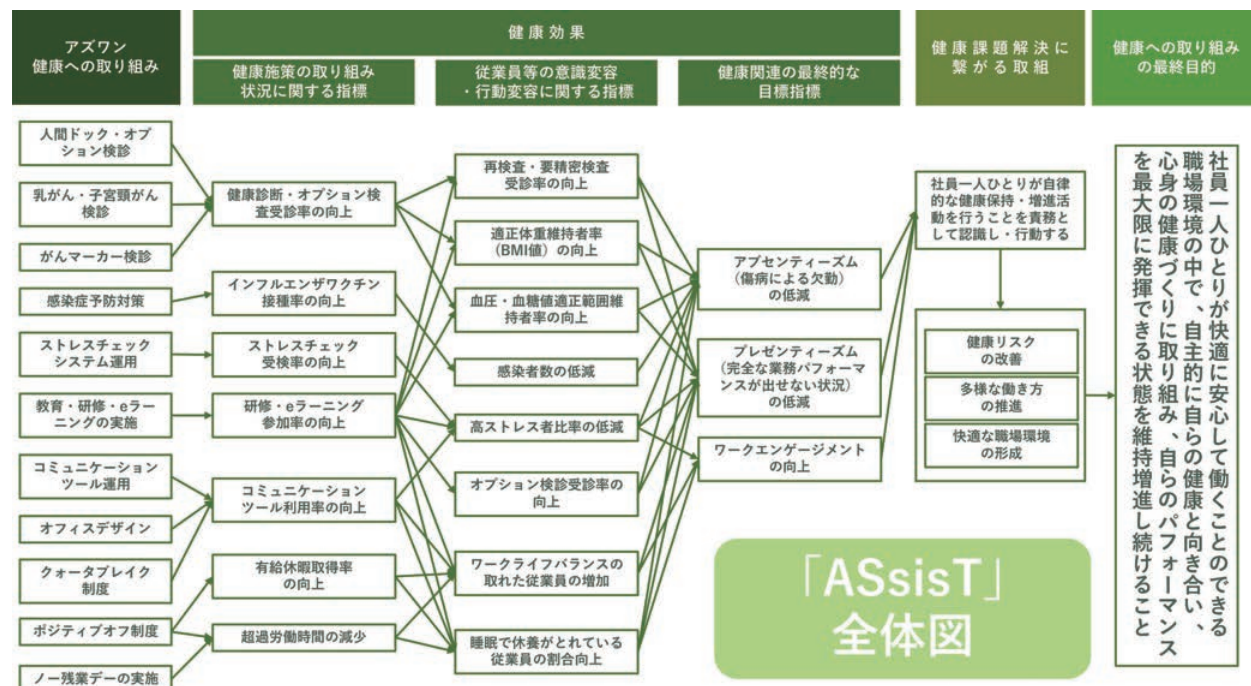
アズワンは、経営理念に「革新と創造」を掲げ、フロンティア精神を胸に常に挑戦し続ける企業でありたいと考えます。

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月よりサステナビリティな社会の実現への取組みの一環として、健康経営体系：「ASsisT」（アシスト）を開始しています。



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

TOPICS

総務部人事グループ 兼
サステナビリティ推進室
伊藤 孝紀



健康経営の推進について

健康経営優良法人2023の認定を受け、健康への取り組みを評価いただけたことに感謝いたします。健康経営に向けて主に取り組んだことは、今後の健康経営推進に向けた体制づくりです。以前より定期健康診断に加えたオプション検査や人間ドックの受診を推奨してきたこともあり、個人の健康に対する意識は高い状態でした。しかし、結果からの改善が満足にできていませんでした。今回をきっかけに健康推進体制を構築できたことで、課題に対する施策をよりスピーディに展開することが可能になりました。今後も健康の大切さに一人ひとりが向き合える環境づくりを目指し、取り組みを続けてまいります。

【ウォーキングイベント】

当社は、今年で創業90周年となりました。そこで、社員からなるイベント運営事務局が、90周年を記念した様々なイベントを企画しています。そのイベント第一弾が「ウォーキングイベント」です。部署対抗で1ヶ月間の平均歩数を競い合いました。歩くことが増え、健康促進に繋がったことはもちろんのこと、自然と日常の中で社員同士の会話が増え、コミュニケーションのきっかけとなったことは大きな成果でした。



参加者の声

社内で会話の機会が増えました。本イベントは頻りに歩数ランキングが更新されるので、休憩中やすれ違った際に「今何位？」や「何歩歩いた？」など部署や役職を問わず様々な方と会話するきっかけになりました。

商品DB推進部 システムインテグレーション事業推進室
守屋 日向

主催者の声

近年コロナ禍でコミュニケーション不足を感じられる中で、社員の皆さんが気軽に参加でき、一体感を感じられるイベントとして企画しました。当初の予想以上に張り切って参加してくださる方がたくさんいらっしゃったおかげで、大成功を収めることができました。

創業90周年記念旅行プロジェクトチーム
中小路・辻村・白川

また、本社ビルには社員の運動意識を高める仕組み、その名も「STAIRS MISSION」があります。健康増進を目的に階段の利用を促すため、ビル内の階段周辺にポスターや消費カロリーが書かれたステッカーを貼っています。みんなが無理なく階段を利用し、手軽に社内運動できる工夫をしています。



人材育成について

当社は、成長意欲を持つ人材に幅広く教育の機会を提供し、仕事を通じて成長する生き活きと働きがいをを持った人材を育成します。当社の教育プログラムであるAS ONE Career Design Programでは、全ての従業員を対象とした、階層別、課題別、及び自己啓発、そして幹部社員の育成を主眼に置いた選抜プログラム、さらには多様な人材の価値観を尊重できるダイバーシティプログラム等を制定しています。年度計画策定時には、課題解決に繋がるプログラムにブラッシュアップしながら人材育成に取り組んでいます。

【育成する人材像】

当社が育成する人材の基本的な考え方は次の通りです。

- 1) 人間力（人格・品格・仕事力）の魅力に溢れる人材
 - 1: 真摯さ、誠実さ、志の高さ、粘り強さ
 - 2: 関係する全ての皆様への尊敬、信頼、共感
- 2) 研究・産業・医療の事業分野にとどまらず、社会全般の課題を解決するプラットフォームを担う使命感を持つ人材
- 3) 独創的な発想を持って0から1を生み出す意欲に溢れる人材

【2022年度「AS ONE Career Design Program」実施例】

- ・管理職研修
- ・若手社員研修（入社2.3.5年目）
- ・新任所属長・新任管理職研修
- ・女性リーダー層ボトムアップ研修
- ・メンター研修
- ・幹部候補育成研修
- ・次世代育成研修
- ・女性リーダー育成研修

【社内副業・自己啓発制度】

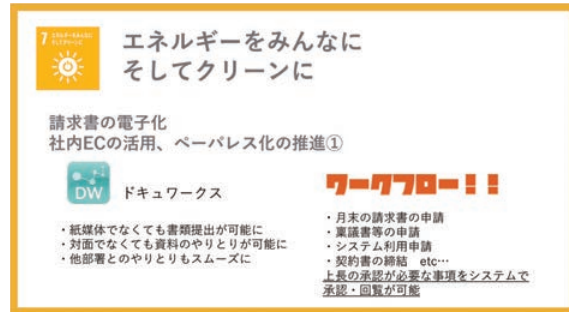
当社では、各部署における課題の解決や、自己啓発・自己研鑽に取り組む機会として、社内副業「ボーダレスワーク制度」を設けています。社員が自らのスキル・キャリアを活かし、自部門又は他部門の課題解決にチャレンジするコース。そして、所属部署の仕事にも活かせるスキル・キャリアの向上を目的とし、他部門の仕事を体験する2つのコースがあります。この制度は2021年度より始まり、現在にいたるまで、のべ59人の社員が意欲的に参加しています。

【社内で環境対応推進】

社内のサステナビリティ推進として、身近な社内備品の購入を見直す働きかけを行っています。若手社員を中心に、使用頻度の高い社内備品のグリーン購入法適合商品やエコ商品への置き換えを推進するため、啓蒙用のポスターを作成しました。また、今まで個人で所有していた備品を部署やフロアでシェアリングする運用に変更。さらに、“min-me”で過剰になった備品をタイムリーにお知らせすることで、必要な人がそれらを流用できるようになりました。モノを買う以前にできることはないか、社員一人ひとりが考えています。



また、当社自身が社会から必要とされ続けるために、今現在取り組んでいることを社員で共有し、今後取り組まなければならない課題を見つけるために、SDGsのゴールに照らし合わせて社内の「サステナビリティ説明会」で発表しました。社内のイントラネット上にアップしていますので、いつでも各ゴールをクリックして、内容を確認、更新することができるようになっています。



TOPICS

BPO推進部
Wave推進グループ
小才度 きらら



キャリアデザインプログラムを受講して

当社では階層別に様々なキャリアデザインプログラムがありますが、私が印象に残っている研修は「女性リーダー層ボトムアップ研修」です。女性が直面しやすい課題（育児と仕事の両立やマインド面等）について、どのように乗り越えていくのか研修を通して考えることができ、今後のキャリア設計に活かすことができました。このように、当社にはキャリアデザインプログラムという名の「キャリアステージに応じた支援」があるため、自分がどのようにキャリア設計を行うべきか定期的に見つめ直しながら働くことができます。現代では働き方も多様化していますが、前例がないことを恐れずに、様々なことに挑戦していきたいと考えています。

品質保証

基本理念

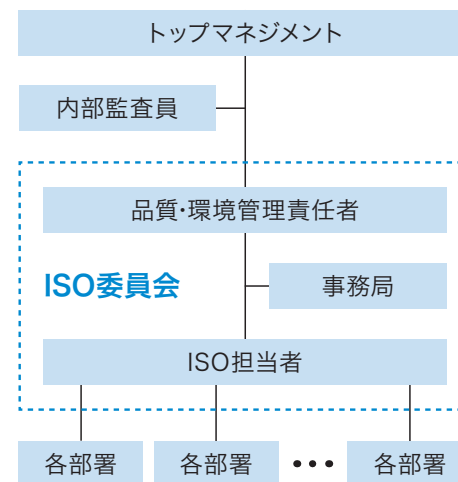
当社の経営理念である「革新と創造」を具体化するとともに当社の存在意義を確立するため、「顧客満足度の追求」を目指します。



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。

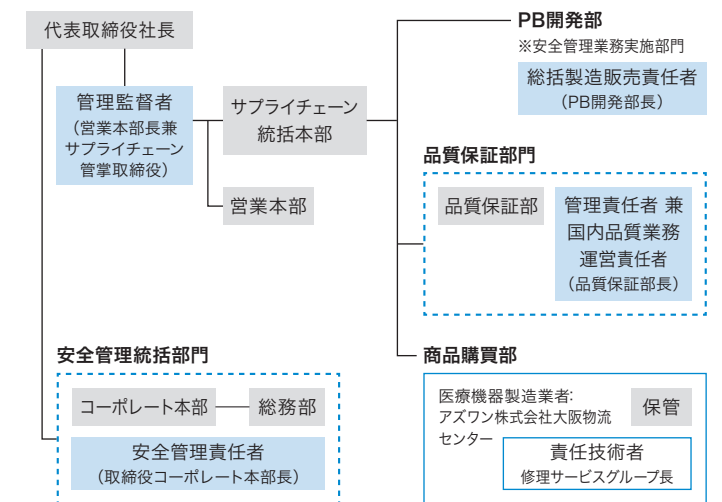


特に品質保証部は、自社開発品・輸入品の品質管理・検査、サプライヤーの評価、サプライヤーへの品質に関する啓蒙活動、各種証明発行等を行っており、毎月定例の品質会議を開催し、QMSに関わる案件の報告・審議などを行っております。

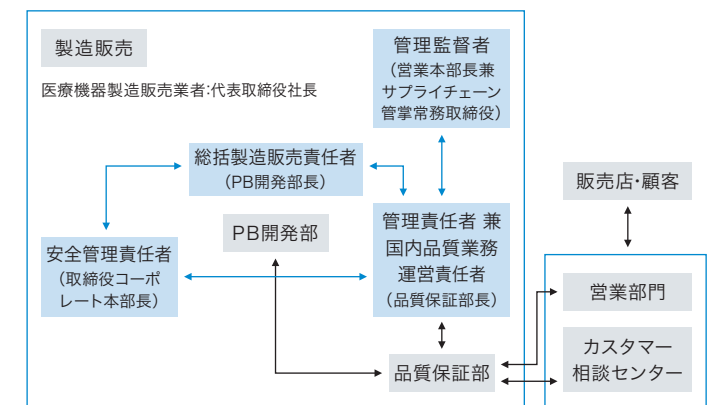
第二種医療機器製造販売業者として

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】





役員紹介

2023年6月28日現在



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)

〔人物像・スキル補足〕
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」とするという信念を持って社内を鼓舞し、当社の継続的進化を牽引する。日本科学機器協会副会長、大阪科学機器協会理事長として科学機器業界の発展にも尽力する。

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)

〔人物像・スキル補足〕
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。



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)

〔人物像・スキル補足〕
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 西川 圭介

コーポレート本部長兼サステナビリティ推進室長
兼中期経営計画推進室副室長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 4月 サステナビリティ推進室長(現任)
2022年 9月 健康経営担当役員(現任)

〔人物像・スキル補足〕
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。



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 徹亚速旺(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

メッセージ

アズワンとは

価値創造ストーリー

価値創造を支える基盤

企業情報



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)
2013年 2月 スター・マイカ株式会社社外取締役(のちにスター・マイカ・ホールディングス株式会社社外取締役
(監査等委員)(現任))
2018年 6月 当社社外取締役(現任)

〔人物像・スキル補足〕
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 遠藤 友美絵

社外取締役

1991年 4月 日商岩井株式会社(現:双日株式会社)入社
2017年10月 同社人事総務部グローバル・ダイバーシティ推進課長
2020年 6月 さくらインターネット株式会社社外取締役
2021年 4月 双日株式会社執行役員(現任)
2022年 4月 同社IR担当本部長(のちにIR、サステナビリティ
推進担当本部長(現任))
2022年 6月 当社社外取締役(現任)

〔人物像・スキル補足〕
大手総合商社の現役IR担当執行役員としてIR/SR活動に従事していることから、投資家目線から論理的なご意見をいただいている。大手総合商社において女性の活躍の場を切り開いたご経験は、経営陣だけでなく社員にも刺激を与えている。



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)

〔人物像・スキル補足〕
金融機関における豊富な経験により、会計財務、人事及び、営業等の幅広いスキルを保有している。当社の主要会議体等における意思決定に対して、内部統制、ビジネスリスク及び法務等の観点から厳格な監督を行うなど、当社の企業統治にとって要の存在である。

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 株式会社アシックス社外監査役
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)

〔人物像・スキル補足〕
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。各社社外役員を歴任し、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) 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 コー・エス・ジェイ社外監査役
2015年 6月 コンド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))

〔人物像・スキル補足〕
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。各社社外役員を歴任し、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。

「社外取締役メッセージ」

コロナを経て、いっそう強化されるアズワンの経営



社外取締役
小滝 一彦

アズワンは、コロナに立ち向かい医療機関や研究開発の現場を支えてまいりました。皆様の職場や家庭におけるコロナ予防にも大きな貢献をしました。コロナが一段落した今、アズワンは電子商取引の一層の充実や、新技術への投資など、さらなる進歩を遂げつつあります。今なお、コロナの再発などで医療機関などの在庫は激しい増減を繰り返しているため、短期的な決算ではアズワンの売上げが上下することも予想されます。しかし、こうした変動にかかわらず、アズワンの経営は着実に強化されています。社外取締役として株主の皆様の意思を受け止め、アズワンの健全な発展を後押ししてまいります。

監査等委員としての取り組み

中期経営計画「PROJECT ONE ver.2.0」が2年目に入ります。2025年の目標達成を目指すことは、研究・産業・医療の分野での当社のさらなる社会貢献を意味しています。

監査等委員として、アズワンの成長に向けた積極的な取り組みを支えながら、漏れていることやこぼれ落ちることはないか、負の側面はないか等特にコンプライアンスの面に注力しながら、執行陣が後顧の憂いなしに前進できるようしっかり取り組んでいきたいと思ひます。



社外取締役（監査等委員）
金井 美智子

アズワンの中期経営計画を次の成長へ繋げていくために



社外取締役
遠藤 友美絵

アズワンは現在中期経営計画にて、「売上高1,000億円のその先」という目標に向かって、投資による事業基盤の拡大に加え、女性活躍促進、気候変動対応などの非財務にも果敢に取り組まれています。それぞれの打ち手が確実に持続的な成長に繋げていけるかを、攻めと守りの両方の観点で提言してまいりたいと思ひております。また、昨今は情報開示の拡充が求められています。わたくしが積み上げてまいりましたIRやサステナビリティの知見を活かして、アズワンの経営を市場の皆様により一層ご理解いただけるよう、貢献してまいりたいと思ひております。

アズワンの持続的成長にガバナンスの監視で貢献してまいります

アズワンは、商流・物流・情報のハブを標榜し、連続13期増収・12期連続増益を継続していますが、さらなる成長を目指す中で新しいリスクも生まれてきます。私たち独立社外取締役の役割は、経営陣がこれらのリスクに適切に対応しているかを取締役会の議論を通じて監視・監督して行くことにあつて考えています。今年度より監査等委員会は、常勤者を設置しない体制となりました。内部監査部門・コーポレート部門・会計監査人との一層の連携による組織的監査の強化が望まれます。前年まで常勤を務めさせていただいた経験・情報収集力を活用し、アズワンの成長ひいてはステークホルダーの皆様に貢献してまいる所存です。



社外取締役（監査等委員）
鈴木 一孝

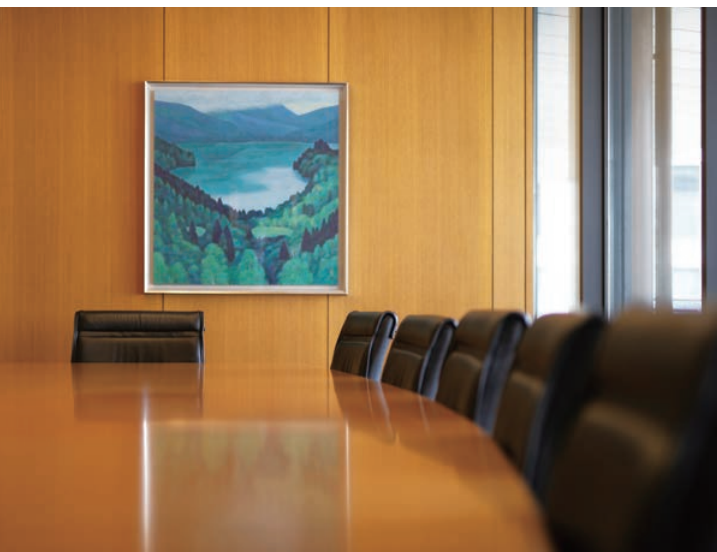
年々成長を続けるアズワン。株主をはじめとするステークホルダーの皆様への期待に沿えるようお役に立ちたいと思ひています



社外取締役（監査等委員）
三原 秀章

当社は、物流基盤整備、M&Aやアライアンスなど投資活動が活発で、積極経営をされています。一方で、企業の成長とともに経営リスクも高くなっていきます。私は、社外取締役（監査等委員）として、現業部門、管理部門、内部監査の3線ディフェンスがしっかり機能・運用しているかを注視し、また、監督機能の実効性を高めるため、三様監査（監査等委員会、監査部、監査法人）の連携をより充実させていきたいと思ひています。公認会計士としての財務会計や会計監査に関する専門知識と実務経験を生かしていきたいと考えています。

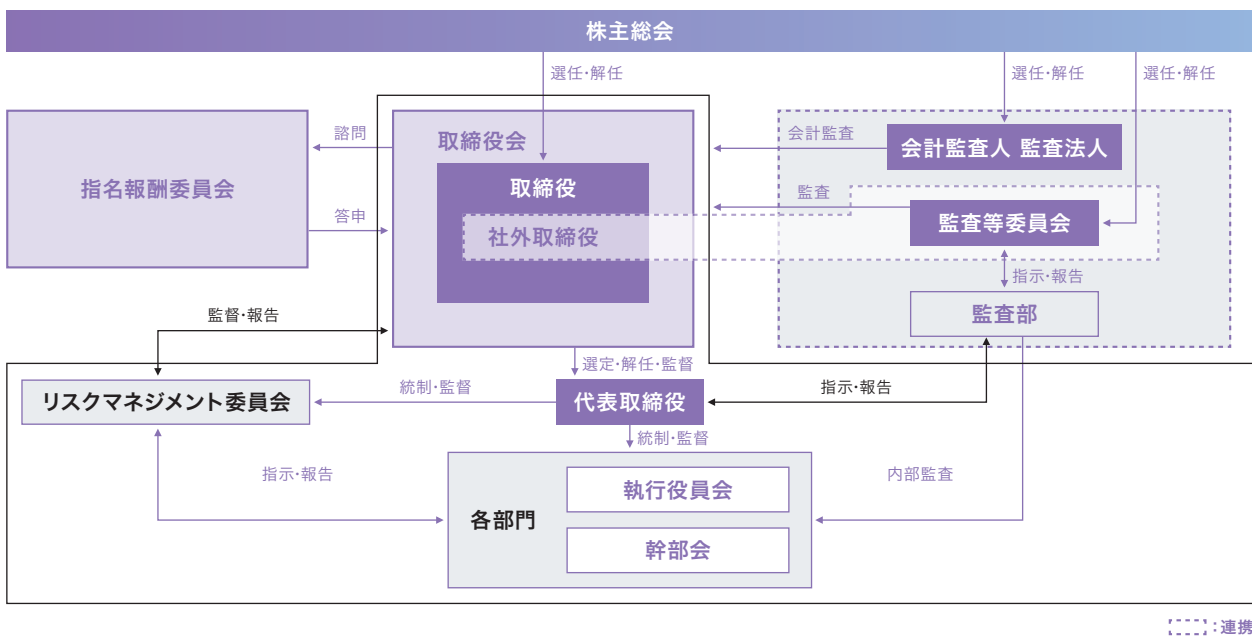
コーポレート・ガバナンスの概要



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であると考えております。

【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
取締役総数	7名	5名	7名		8名	11名	10名	9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%)
女性取締役					1名		2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。

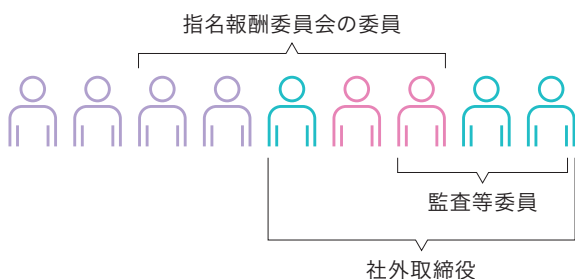
【機関ごとの構成員(◎は議長・委員長、○は構成員)】

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(社外取締役)	遠藤友美絵	○		○
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9名(うち社外取締役5名、女性2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9名(うち社外取締役5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2022年度の保有方針
 - 中期経営計画(PROJECT ONE)計画見直し
 - 自己株の取得に関する事項
 - マテリアリティ及びTCFDに関する開示
 - 新物流センター概要設計と投資
 - 健康経営の取り組み開始
 - エンゲージメント調査結果
 - 出資に関する協議
 - サステナブル調達方針策定
 - 取締役会実効性評価の導入
 - 委任型執行役員制度の導入及び雇用型執行役員選任
 - 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〕

取締役 監査等委員でない		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・ 人材開発	会計・ 財務		法務 リスク	内部統制・ ガバナンス	異業種 経験
		 井内 卓嗣		◎	○	○	○	○	◎					○	○
		 山田 一人	営業本部	◎	○	○	◎	○						○	○
		 原 俊樹	経理・財務管掌 DX推進本部担当	◎		○		○		○	◎		○	○	○
		 西川 圭介	コーポレート本部 健康経営担当	◎	◎	○		○		○	○		○	○	
		 小滝 一彦											◎	◎	○
		 遠藤友美絵		◎	◎					○				○	○
取締役 監査等委員である		 鈴木 一孝						○		◎	○		○	◎	○
		 三原 秀章									◎			◎	
		 金井美智子							○				◎	◎	

〔執行役員のスキルマトリックス〕

上席執行役員 (委任型)		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・ 人材開発	会計・ 財務		法務 リスク	内部統制・ ガバナンス	異業種 経験
		 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	亚速旺(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

ヌ 当社グループの取締役の二親等以内の親族

ル 最近5年間において上記ロ～ヌ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口～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

〔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・人材開発	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材の採用・登用・育成が必要であり、その上で最大限個々人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なため。
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・ガバナンスは車で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。

社外取締役の役割及び独立性

当社の社外取締役は5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
	※2022.5 末時点	※2023.3 末時点		
社外取締役 小滝 一彦	1	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 遠藤 友美絵	－	10/10	該当なし	現双日株式会社執行役員 IR、サステナビリティ推進担当本部長
社外取締役 鈴木 一孝	11	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	4	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	3	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10年経過しています。

2023年3月期末現在、当社グループの総借入残高は61億円であり総資産の6.3%、現預金総額に対して35%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24億7,500万円で

あり総資産の2.5%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

- ・2021年度業績連動報酬（賞与）
 - ・指名報酬委員会規程改定
 - ・2022年度監査等委員でない取締役報酬（固定）
 - ・中期経営計画「PROJECT ONE Ver.2.0」の策定に伴う、業績連動報酬（株式給付信託）の支給条件
 - ・経営幹部育成計画（サクセッションプラン）
 - ・執行役員規程改定
 - ・委任型執行役員制度導入
- 等について検討しました。

監査等委員会

監査等委員会は、監査等委員3名（全員社外取締役）で構成され、各監査等委員は監査等委員会で定められた監査方針、監査計画等に従い、監査を実施しております。

2022監査年度（当社では7月から翌年6月を監査年度としております）の活動としましては、監査年度スタートに当たり監査の方針・計画・分担の決議を行い、期中においては常勤（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、常勤（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はじ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、会計監査人の往査への立会、監査部との共同監査の実施のほか、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。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、常勤監査等委員からの報告・説明に対し、その専門性並びに会社経営者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、2023年度におきましては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す。これは、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であります。ただし、当事業年度まで（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することとしております。

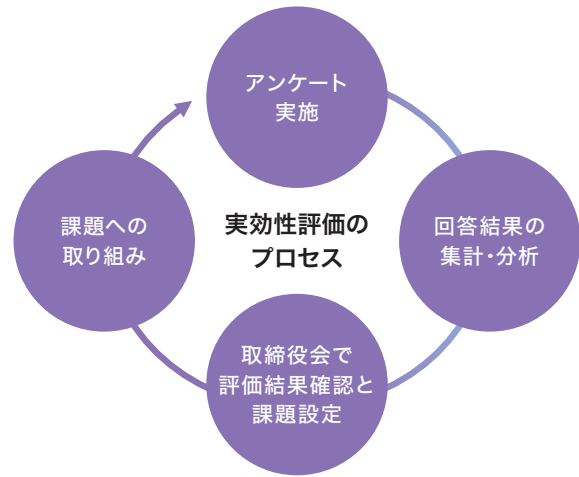
監査等委員会の主な検討内容

- ・自己株式の取得（市場買付、TOB）・処分（消却）に関する適法性・妥当性
- ・M&A出資案件に関する妥当性・適法性
- ・監査法人との協議を踏まえたKAMの選定
- ・会計監査人の評価に基づく再任・監査報酬同意
- ・監査等委員でない取締役の選解任等・報酬等について、意見形成、協議及び決議をいたしました。



取締役会の実効性の評価

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	2023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9名、執行役員4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をご案内する。 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：経営と執行の分離に向けて、権限委譲を進める（取締役会付議基準の見直し）。 また、取締役会において深く議論すべき議案・協議事項等を再検討する。



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

	金銭報酬	
	固定報酬	賞与
業務執行取締役	5億円	
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

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。

株式給付信託は、中期経営計画の年度計画の売上高及び営業利益の達成を付与要件として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。なお、当初の中期経営計画PROJECT ONEを達成した場合に当初予定ポイントを、バージョンアップ

(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。

非金銭報酬	
株式給付信託	RS
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)
－	－
－	－
2	

したPROJECT ONE ver.2.0を達成した場合はさらに加算され2段階で付与されます。

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。

【2023年3月期の支給状況】

	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）	220	119	68	13	20	5名
社外取締役	45	45	－	－	－	7名
計	266	164	68	13	20	12名

賞与の算定に用いた業績の指標は営業利益であり、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。

	(単位:百万円)		
	売上高	営業利益	株式給付信託
当連結会計年度実績	91,421	11,396	－
中期経営計画立案時の当年度計画	83,600	9,050	○
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	92,060	10,010	×

「リスクマネジメント」

基本的な考え方

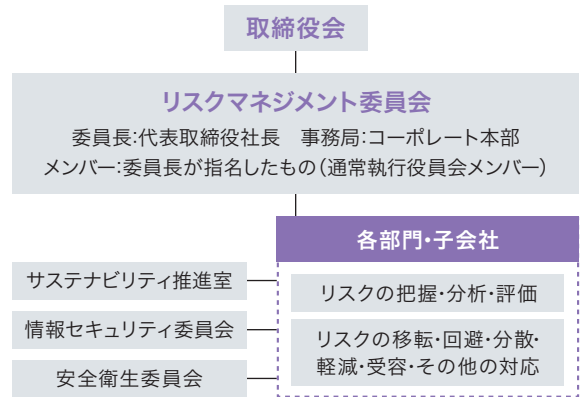
当社グループの事業遂行を阻害する恐れのあるリスクの発生防止と発生したリスクへの対応等を定めた「リスク管理規程」を制定し、リスク管理に取り組んでいます。統括機関として代表取締役社長を委員長とするリスクマネジメント委員会を組織しており、緊急を要する場合は適宜、通常は毎月定期に開催し、リスクマネジメントの推進体制の整備や部門から報告されるリスク管理状況を監督しております。委員会は、リスク管理の状況について少なくとも3ヶ月に1度、重要な事案については速やかに取締役会に報告することとしています。

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

【リスク管理体制図】



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4,100社のサプライヤーと4,700社の販売店、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900万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。また、商品マスタや価格マスタなどのデジタル情報からアナログな機密情報まで、膨大な情報資産を有しております。こうした、ITシステムを安定的に稼働させること、情報資産を保護・管理することは大変重要な経営課題と認識しております。

当社は、情報セキュリティ規程や情報セキュリティ対策基準書を制定し情報セキュリティ対策を実施しております。最近では、リモートワークに伴う全社員分のシンクライアント端末の整備、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。

地政学リスクについて

当社グループは、海外売上は連結売上高の5.3%程度ですが、調達サイドのサプライチェーンはグローバルに展開しており、単体売上高に占める海外直接仕入品の割合は19.7%程度ございます。但し、日本を除く国別では、1位中国5.7%、2位マレーシア4.1%、3位台湾2.4%であり、その他30以上の国や地域に分散しており、比較的1カ国への依存度は大きくありません。

「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。

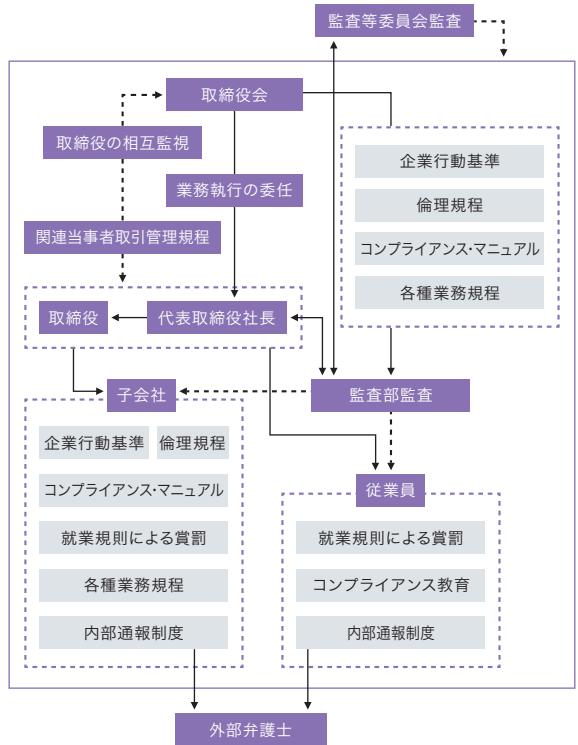
コンプライアンス体制

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は、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公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



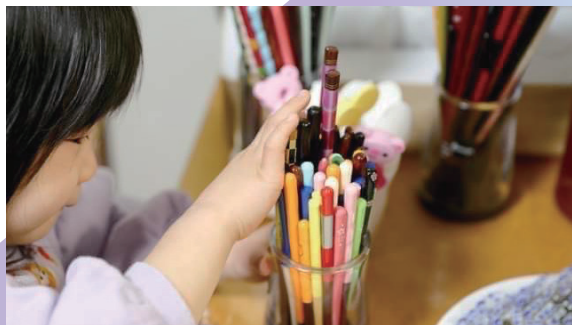
日本自然保護協会

日本自然保護協会に寄付し、美しい砂浜を守る「砂浜ムーブメント」という活動に役立てていただいています。



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」のスポンサーとして、スポーツの支援にも力を注いでいます。



子ども食堂

子ども食堂「西成チャイルド・ケア・センター」に寄付し、子ども食堂の運営、また、関西の子ども食堂のフードバンク事業にも役立てていただいています。



こども本の森 中之島

本社所在地である大阪市西区の支援として、こどものための図書館「こども本の森 中之島」に寄付しました。



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。2022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。



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スライムづくりを楽しんでいただきました。

企業情報

ここではデータ集として、11ヵ年連続財務サマリー、株式情報、拠点等の会社情報を掲載しています。

INDEX

- 75 11ヵ年連続財務サマリー
- 77 株式情報
- 78 会社情報



11ヵ年連続財務サマリー

(単位：百万円)												(単位：千米ドル)	
会計年度	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2022	
当期業績													
売上高	48,128	51,192	52,041	53,576	55,947	60,959	66,733	70,389	81,606	86,954	91,421	687,382	
ラボラトリー	27,631	29,755	30,158	31,205	32,355	35,293	38,917	41,072	44,745	51,236	54,094	406,727	
インダストリー	9,439	9,849	10,376	11,210	12,170	13,649	14,727	15,116	15,391	16,799	18,165	136,580	
メディカル	11,057	11,587	11,507	11,160	11,421	12,017	12,662	13,779	21,049	18,408	18,586	139,746	
その他	—	—	—	—	—	—	425	421	420	509	575	4,329	
売上総利益	14,620	15,301	15,493	16,151	16,900	18,429	20,618	21,949	25,927	25,544	28,450	213,912	
販売費及び一般管理費	9,319	9,382	9,509	10,307	10,806	11,832	13,055	13,398	16,035	16,202	17,053	128,225	
営業利益	5,300	5,919	5,984	5,843	6,093	6,596	7,562	8,550	9,891	9,341	11,396	85,687	
EBITDA ※2	6,147	6,761	6,892	6,673	7,049	7,391	8,446	9,457	11,515	10,991	12,970	97,519	
経常利益	5,260	5,928	6,157	5,990	6,306	6,843	7,751	8,822	10,195	9,568	11,637	87,500	
税金等調整前当期純利益	5,260	5,911	6,157	6,012	6,149	6,843	7,751	8,746	8,941	10,454	11,668	87,732	
親会社株主に帰属する当期純利益	3,209	3,587	3,869	3,878	4,212	4,684	5,264	5,966	5,988	7,202	8,112	60,997	
資本的支出	354	268	563	653	1,059	1,838	1,190	4,503	2,112	1,098	1,202	9,042	
減価償却費	1,043	1,013	1,055	958	1,012	870	838	872	1,614	1,724	1,645	12,374	
事業年度末の財政状態													
総資産	61,775	64,460	66,668	69,614	70,986	77,831	78,773	81,520	94,225	96,105	97,479	732,928	
純資産	39,681	42,660	45,850	48,614	50,169	52,467	53,252	56,493	62,761	66,154	63,968	480,963	
ネットキャッシュ ※3	11,414	14,921	12,092	12,033	14,078	12,361	10,666	9,974	5,356	15,617	7,634	57,404	
キャッシュ・フロー													
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,244	5,268	3,171	5,303	4,731	3,037	5,791	6,312	5,381	8,840	6,969	52,404	
投資活動によるキャッシュ・フロー	1,702	1,141	(5,511)	(2,181)	(1,923)	3,354	(448)	(3,457)	(2,116)	591	(367)	(2,767)	
財務活動によるキャッシュ・フロー	(1,695)	(3,728)	(2,424)	(2,579)	(3,548)	(4,626)	(5,051)	(2,873)	11	(5,162)	(7,283)	(54,765)	
現金及び現金同等物の期中増減額	3,287	2,781	(4,737)	530	(756)	1,769	265	(32)	3,271	4,371	(605)	(4,554)	
現金及び現金同等物の期末残高	6,965	9,746	5,008	5,538	4,781	6,551	6,816	6,784	10,056	14,427	13,822	103,927	
1 株当たり情報												(単位：円)	(単位：ドル)
当期純利益	167.50	187.18	201.91	202.41	220.89	249.06	282.00	319.60	320.57	192.68 ※7	218.90	1.65	
純資産	2,070.65	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	13.29	
年間配当金	60.00	66.00	71.00	101.00	110.00	125.00	141.00	160.00	161.00	97.00 ※7	111.00	0.83	
財務指標													
営業利益率（％）	11.0	11.6	11.5	10.9	10.9	10.8	11.3	12.1	12.1	10.7	12.5		
ROA（％）※4	5.2	5.7	5.9	5.7	6.0	6.3	6.7	7.4	6.8	7.6	8.4		
ROE（％）※5	8.4	8.7	8.8	8.2	8.5	9.2	10.0	10.9	10.1	11.2	12.5		
自己資本比率（％）	64.2	66.2	68.8	69.8	70.6	67.0	67.5	69.2	66.5	68.7	65.5		
配当性向（％）	35.8	35.3	35.2	49.9	49.8	50.2	50.0	50.1	50.2	50.3	50.7		
その他の指標													
発行済株式総数（千株）	20,688	20,688	20,688	20,688	20,688	20,688	20,688	20,688	20,688	41,376 ※7	40,276 ※8		
期末自己株式数（千株）	1,524	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		
外国人持株比率（％）	25.6	34.1	34.6	32.5	30.9	30.9	29.1	31.1	29.1	31.4	31.2		
従業員数（人）	421	424	449	463	485	527	557	585	631	648	668		

※1. 米ドル金額は読者の便宜のため、2023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＝133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。

株式情報

株式の状況（2023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 40,276,270 株
(自己株式 3,987,837 株を含む)

(注) 2023年1月31日付で自己株式1,100,000株を消却しております。

株主数 6,407 名

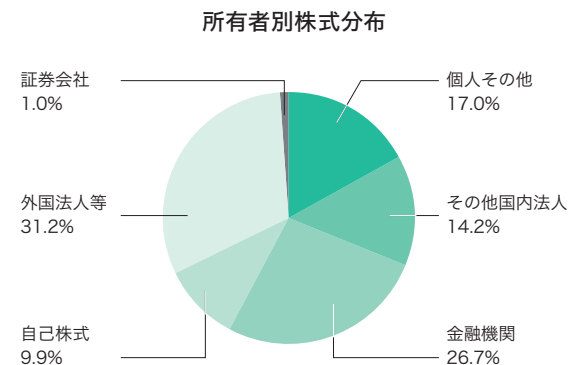
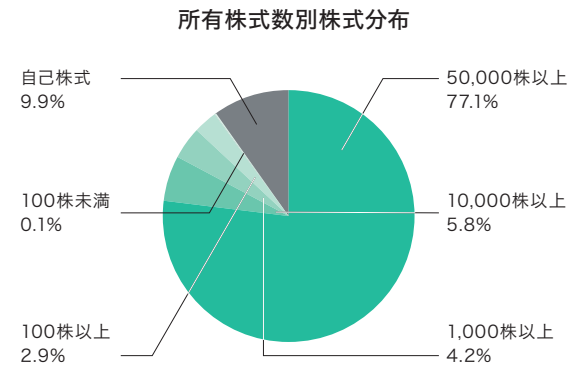
大株主（上位10名）

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)	4,826	13.3%
有限会社井内盛英堂	4,183	11.5%
株式会社りそな銀行	1,852	5.1%
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	1,771	4.9%
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,611	4.4%
JP MORGAN CHASE BANK 380055	1,382	3.8%
井内郁江	959	2.6%
井内英夫	786	2.2%
住友生命保険相互会社	702	1.9%
JP MORGAN CHASE BANK 385632	689	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（3,987,837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（3,987,837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（101,952株）は含まれておりません。

株式分布状況（2023年3月31日現在）



(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。

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（2023年3月末）
代 表 取 締 役 社 長：井内 卓嗣
従 業 員 数（連 結）：668名（2023年3月末）
売 上 高（連 結）：914億2,178万円（2023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-l.co.jp>



アズワン
メディアライブラリ

関 係 会 社：・ 亚速旺（上海）商贸有限公司
（事業内容：研究用科学機器等の販売）
2023年・ ニッコー・ハンセン株式会社
7月1日現在（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）

2023年7月1日現在

