



2023年3月期 決算説明
(2022年4月1日～2023年3月31日)

株式会社スクロール
証券コード：8005（東証プライム）

- 1. 2023年3月期 決算概要** P. 2
- 2. 2023-2025年度 中期経営計画
～Direct Marketing Solution 2025～** P.15
- 3. 会社概要・事業セグメントご紹介** P.26

2023年3月期 決算概要

ハイライト【連結】

- 減収減益

コスト環境が悪化するなか、メイン事業のマイナスが影響するも、一定の経営効率は確保した。

(単位：百万円)

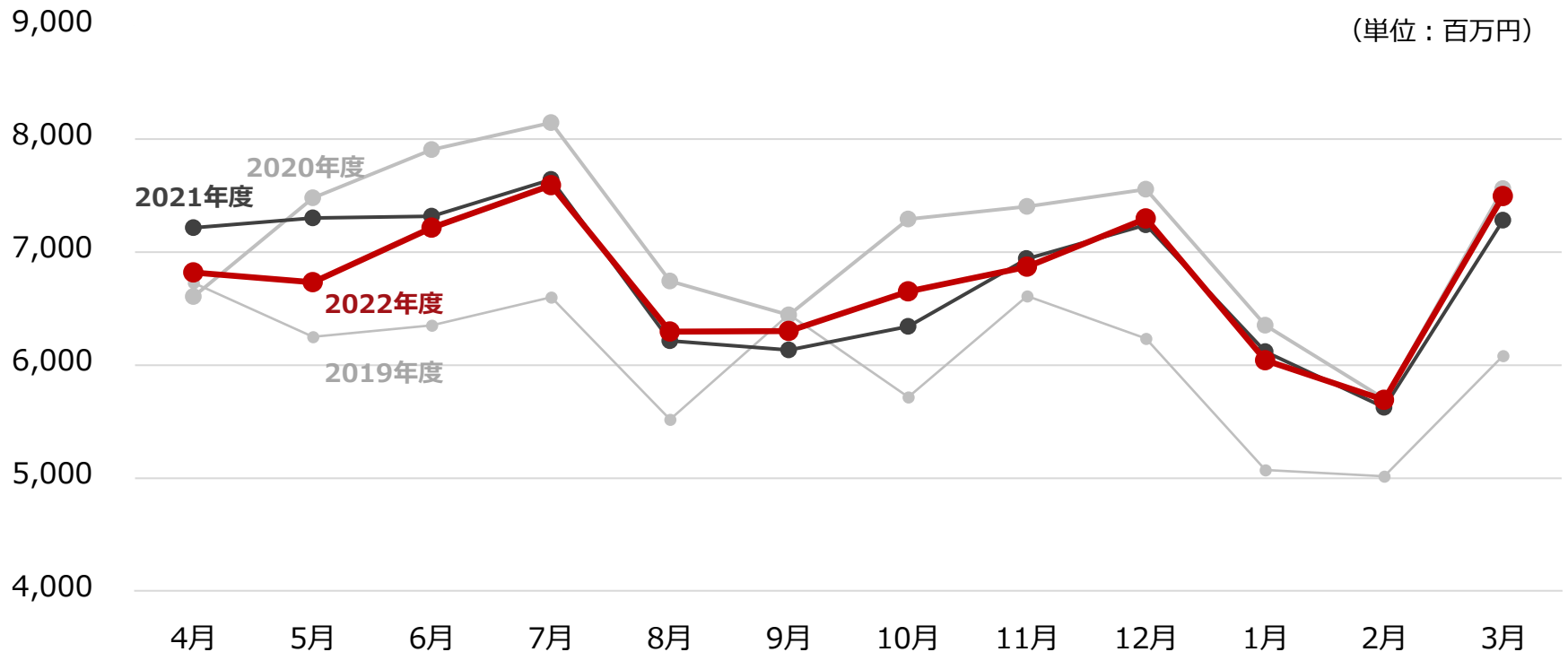
	2021年3月期 実績	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	対 前期実績	
				増減額	増減率
売上高	85,195	81,391	81,018	△372	△0.5%
営業利益 (営業利益率)	7,385 (8.7%)	7,000 (8.6%)	6,121 (7.6%)	△878	△12.6%
経常利益 (経常利益率)	7,519 (8.8%)	7,096 (8.7%)	6,191 (7.6%)	△905	△12.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,183	5,585	4,170	△1,415	△25.3%
1株当たり当期純利益	149.65円	160.20円	119.39円	△40.81円	—
自己資本利益率(ROE)	21.6%	19.7%	13.4%	△6.3 P	—

※ △は損失または減少を表します。以下、すべてのページにおいて同様に表記します。

※ 2022年3月期の期首より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。

月次売上高の推移【連結】

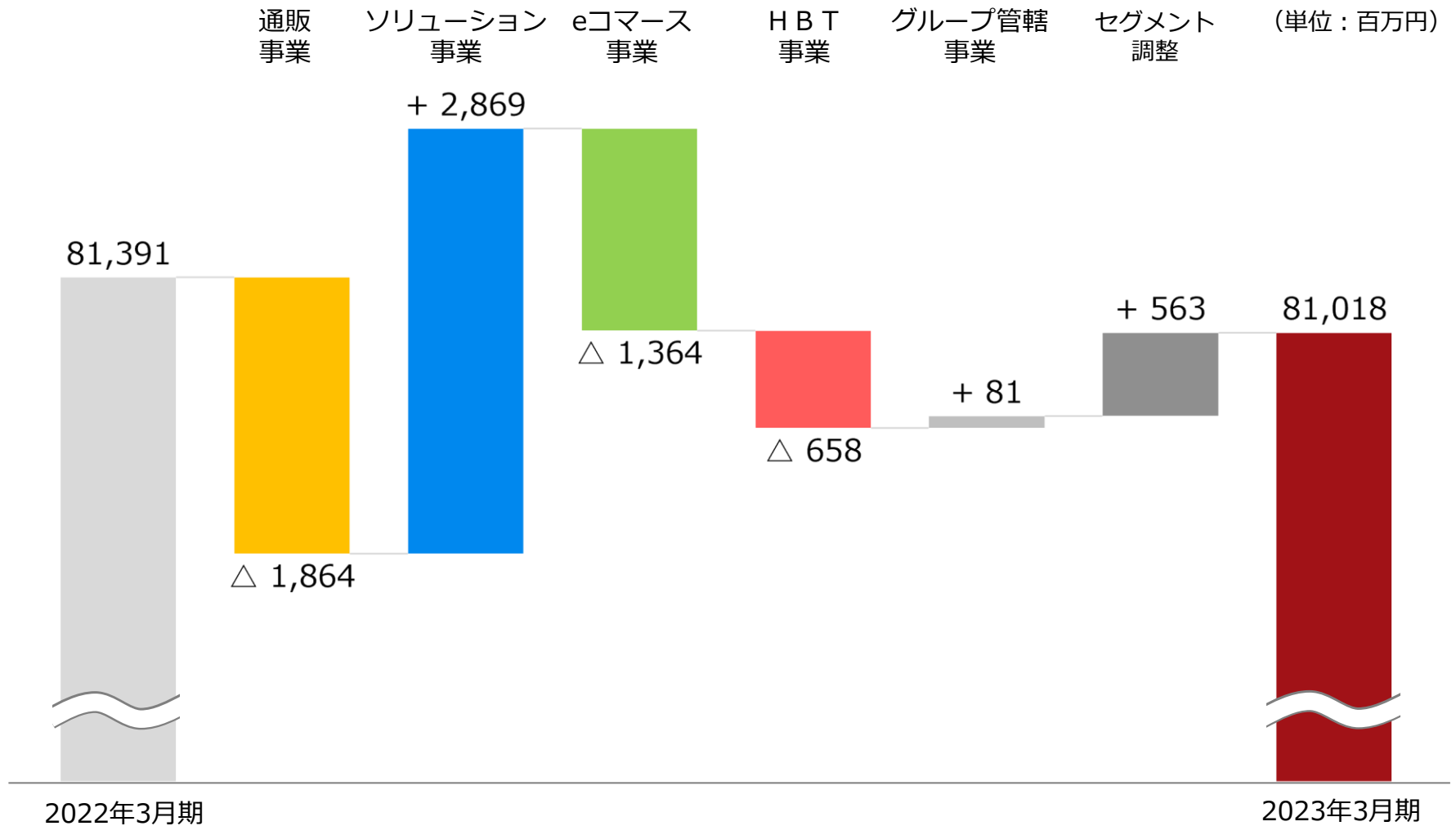
- 期首(4~5月)は通販事業の低調があったものの、6月以降は通販事業の回復、ソリューション事業の伸長により、前期水準にて推移。



※2019年度および2020年度数値は、「収益認識に関する会計基準」等適用前の参考値にて表示しております。

売上高の増減分析【連結】

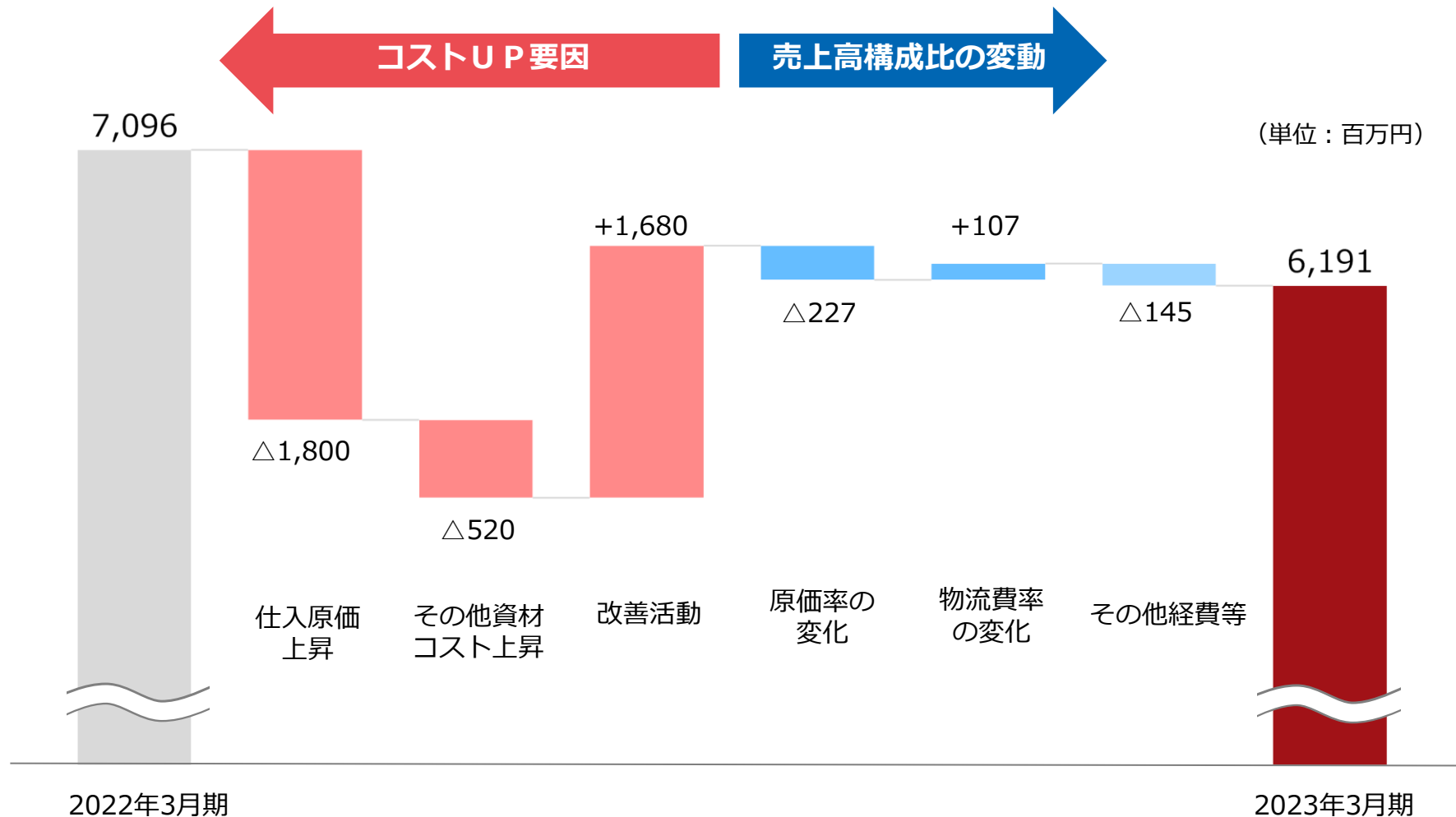
- ソリューション事業は、新規物流センターの寄与や各種サービスの伸長により増収。
- 通販事業、eコマース事業、HBT事業の3事業は、減収。



※ 2023年3月期の期首より、報告セグメントの変更を行っております。

経常利益の増減分析【連結】

- 仕入価格や用紙代等のコストUPを、販売価格の見直し等により吸収。
- 売上高構成比の変動によりコスト構造が変化。



販売費及び一般管理費の推移【連結】

- 広告宣伝費およびその他経費の増加により、販管費及び一般管理費率が0.8 P 増加。

(単位：百万円)

	2022年3月期	2023年3月期	増減額	増減要因
運賃諸掛	1,668	1,609	△59	
広告宣伝費	9,826	10,164	+337	[+] 販促費+460百万円 (カタログ制作単価の上昇) [-] 販促費△ 93百万円 (週展開カタログ配布の効率化) [+] 販促費+144百万円 (冊子カタログの部数増)
人件費	5,117	4,893	△223	[-] 給与関連△231百万円
その他経費	6,751	7,228	+476	[+] 支払手数料+422百万円 (科目変更:原価より振替) [+] 貸倒引当金繰入+14百万円 (決済代行)
販売費及び一般管理費 (販売費及び一般管理費率)	23,364 (28.7%)	23,896 (29.5%)	+531 (+0.8P)	[+] うちコストUP 要因+520百万円

セグメント別業績

通販事業

減収減益 減収減益ながら、セグメント利益は期首計画を達成

売上高： 40,049百万円 (△ 4.4%)
セグメント利益： 5,364百万円 (△ 16.7%)

ソリューション事業

増収増益 各種サービスが伸長し、過去最高の売上高

売上高： 21,359百万円 (+ 15.5%)
セグメント利益： 725百万円 (+ 308.7%)

eコマース事業

減収減益 市場環境が厳しく大幅な減益

売上高： 20,042百万円 (△ 6.4%)
セグメント利益： 31百万円 (△ 92.2%)

HBT事業

減収減益 事業再編に伴い減収減益も4Qは黒字化

売上高： 1,851百万円 (△ 26.2%)
セグメント利益： △ 98百万円 (前年同期は△ 1百万円)

グループ管轄事業

増収減益 不動産事業における水道光熱費上昇の負担増

売上高： 3,369百万円 (+ 2.5%)
セグメント利益： 108百万円 (△ 2.5%)

※ ()内は前期比

※ 2023年3月期の期首より、報告セグメントの変更を行っております。

※ 各セグメントの売上高につきましては、セグメント間の内部売上高又は振替高が含まれております。

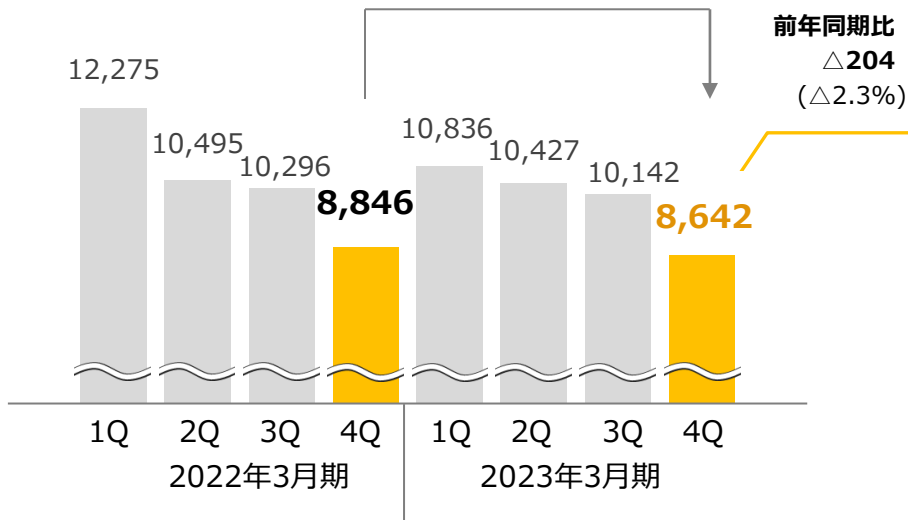
通販事業セグメント

- 原価率上昇の抑制や事業効率の最大化に向けた取組みにより、グループの利益に貢献。
 - 仕入価格の上昇を受け、第3四半期から販売価格の見直しを実施。
 - カタログ用紙代等が値上がりするなか、効率的なカタログ配布により販促費の上昇を抑制。

累計期間	売上高：	40,049百万円	(前期比 Δ 4.4%)
	セグメント利益：	5,364百万円	(前期比 Δ 16.7%)

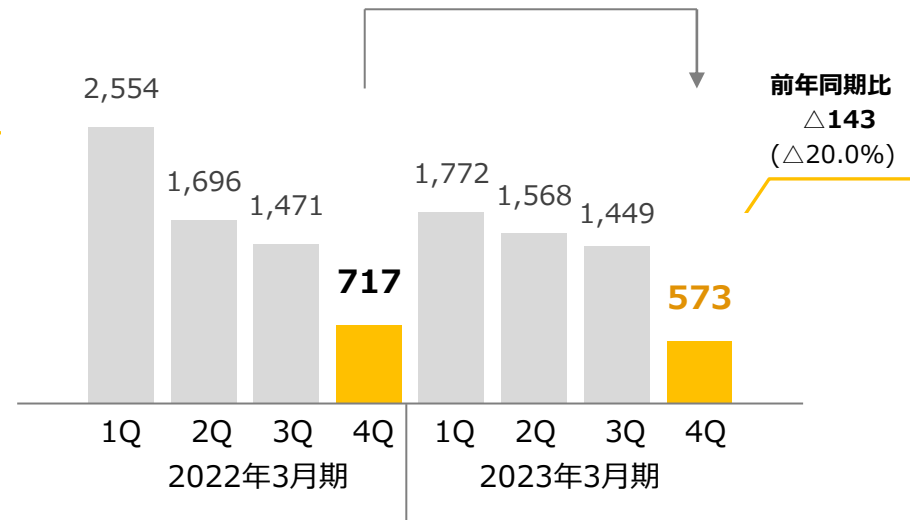
売上高四半期推移

(単位：百万円)



セグメント利益四半期推移

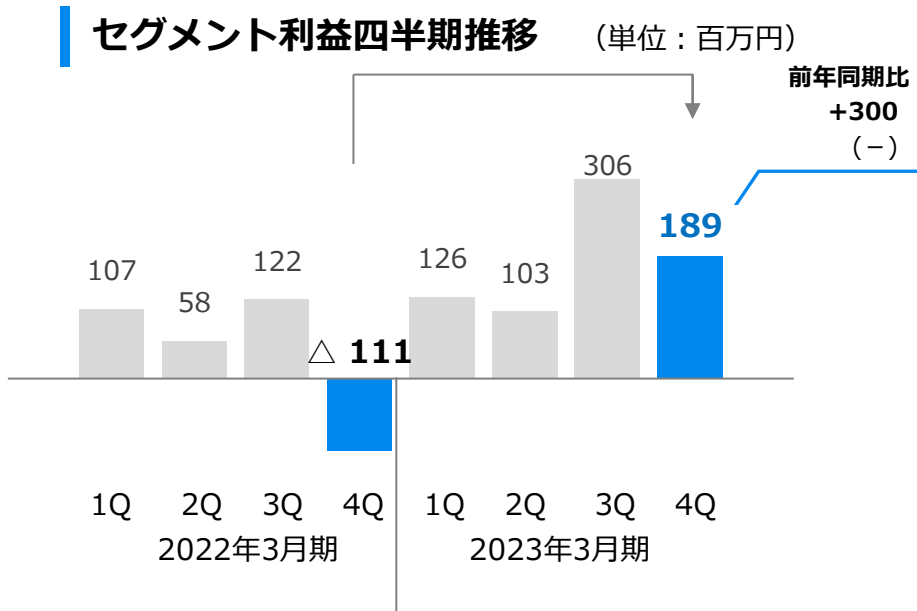
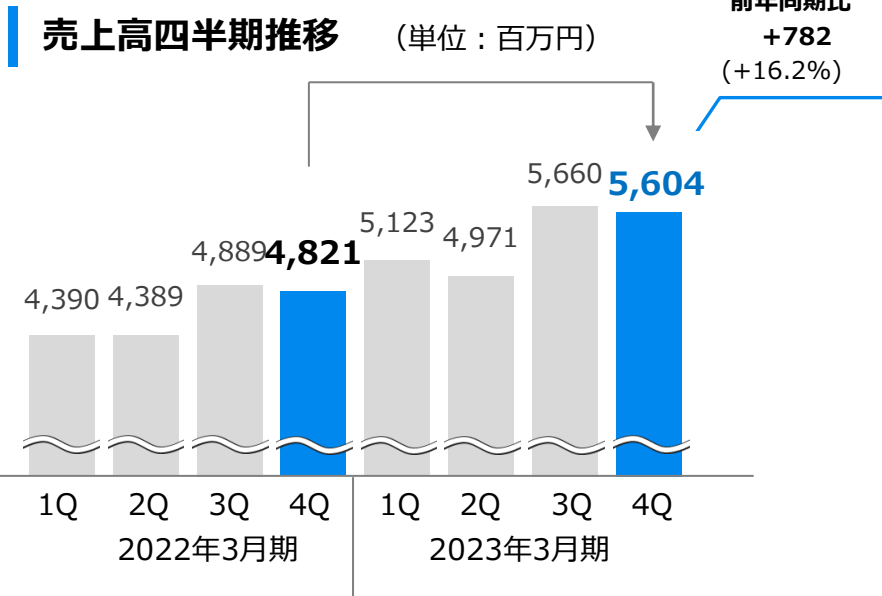
(単位：百万円)



ソリューション事業セグメント

- 物流代行をはじめとする通販ソリューション各種サービスが伸長し、増収増益。
 - ・セグメントとして、過去最高の売上高を達成。
 - ・物流代行、決済代行サービスが、利益面で成長。

累計期間	売上高：	21,359百万円	(前期比 + 15.5%)
	セグメント利益：	725百万円	(前期比 + 308.7%)



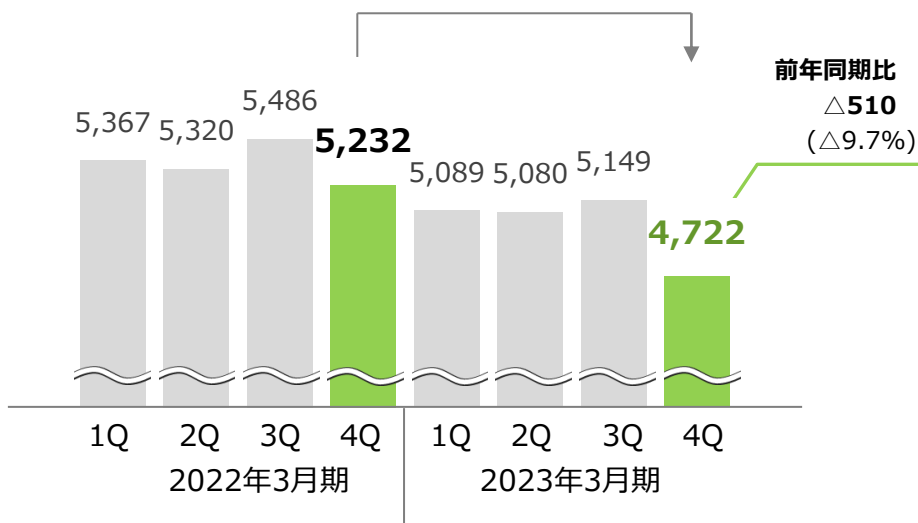
eコマース事業セグメント

- 厳しい市場環境を受け、特に利益面において大きく影響を受けた。
 - 価格競争の激化や仕入価格の上昇により収益性が悪化。
 - 特にアウトドア・キャンプ商材の在庫回転率が悪化。

累計期間	売上高：	20,042百万円	(前期比 △ 6.4%)
	セグメント利益：	31百万円	(前期比 △ 92.2%)

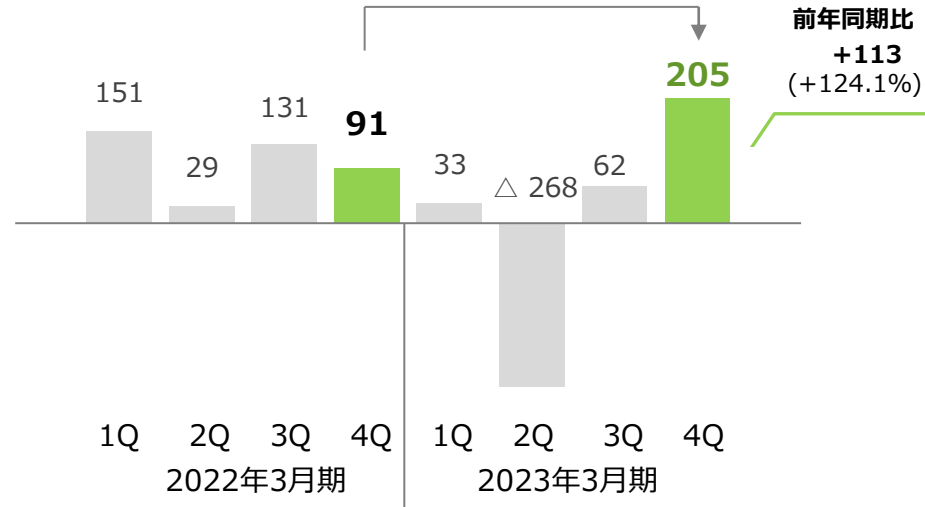
売上高四半期推移

(単位：百万円)



セグメント利益四半期推移

(単位：百万円)



貸借対照表の推移【連結】

- 純資産は、当期純利益の計上、資本金の増加により、31,997百万円となる。

(単位：百万円)

	2022年3月期末	2023年3月期末	増減額	<主な増減項目>	
流動資産	32,233	36,149	+3,915	現金及び預金	+3,124
固定資産	17,477	17,051	△426		
資産合計	49,711	53,200	+3,489		
流動負債	12,051	16,529	+4,478	短期借入金	+2,925
固定負債	7,621	4,673	△2,947	長期借入金	△3,000
				未払法人税等	+1,225
負債合計	19,673	21,203	+1,530		
純資産合計	30,037	31,997	+1,959	資本金・資本剰余金	+90
				配当金支払	△2,249
				当期純利益	+4,170
負債純資産合計	49,711	53,200	+3,489		
自己資本比率	60.4%	60.1%	△0.3P		

キャッシュ・フローの状況【連結】

(単位：百万円)

	2022年3月期	2023年3月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,711	5,853	+2,142
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,208	△414	+794
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,473	△2,322	+1,150
現金及び現金同等物に係る換算差額	28	7	△20
現金及び現金同等物の増減額（△減少）	△941	3,124	+4,066
現金及び現金同等物の期首残高	8,084	7,142	△941
現金及び現金同等物の期末残高	7,142	10,267	+3,124

■ 営業活動によるキャッシュ・フローの主な内訳

税金等調整前当期純利益	+6,158百万円
法人税等の支払額	△919百万円

■ 投資活動によるキャッシュ・フローの主な内訳

有形固定資産の取得による支出	△147百万円
無形固定資産の取得による支出	△203百万円

■ 財務活動によるキャッシュ・フローの主な内訳

配当金の支払額	△2,245百万円
---------	-----------

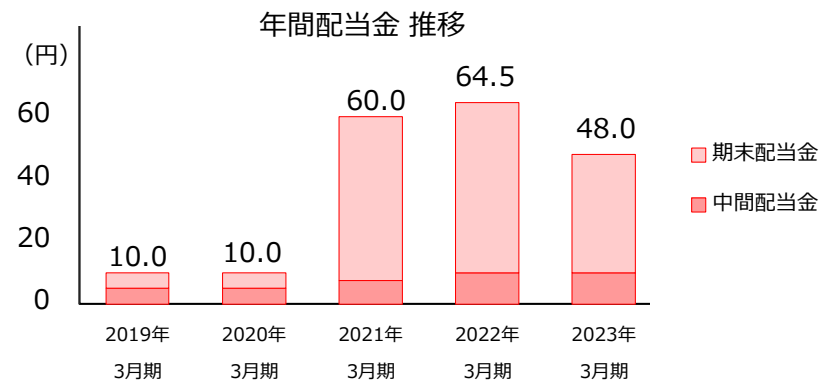
株主還元について（2023年3月期）

■基本方針

- ・ 当社は、株主の皆様への利益還元を、経営の最重要政策のひとつとして位置づけております。
- ・ 配当方針については、年間配当金20円を下限とし、連結配当性向40%を基本として実施してまいります。
 なお、事業活動に直接の関わりのない不動産や有価証券の売却、及びその他の特殊要因により当期利益が大きく変動する事業年度については、その影響額を除外し、配当額を決定いたします。
- ・ 内部留保金は、企業間競争力の維持・強化を図るための、適切な投資などに活用してまいります。

■2023年3月期 1株当たりの配当金

中間配当金	10.0円
期末配当金	38.0円
年間配当金	48.0円



2023-2025年度 中期経営計画 ～Direct Marketing Solution 2025～

Direct Marketing Solution 2025

ダイレクトマーケティングソリューションカンパニーへの転換

2023年度

事業ポートフォリオの
最適化による
成長戦略の推進

- ・ソリューション事業の成長加速
- ・通販事業の更なる深化と進化
- ・eコマース事業はオペレーション優位から顧客の創造へ

▶ **成長基盤の強化**

実効性のある
Responsibility経営の
推進

- ・環境配慮、脱炭素社会への取組み
- ・タスク・ダイバーシティ経営の推進（人的資本の最大化）
- ・コーポレートガバナンスコードへの対応

▶ **「語る」のではなく「やる」**

2024-25年度

DMSの強化によるDMC複合通販経営の推進

ソリューション事業	持続的な成長により名実ともにDMSの中心事業へ
通販事業	確固たる収益基盤の確立とSVB※による収益拡大
eコマース事業	ビジネスモデルの転換による収益力の向上

※SVB…ソリューション・ベンダー・ビジネス
全国統一のカタログ展開とは違い、地域ごとのニーズに合わせた商材等を展開する新たなビジネス

ダイレクト マーケティング ソリューション (DMS)

当社グループが有するダイレクトマーケティングに関するあらゆる知見やノウハウを駆使して、顧客のニーズに応えること

当社グループにおける顧客への提供価値 (VALUE PROPOSITION) を「ダイレクト マーケティング ソリューション (DMS)」と定義



当社グループは「EC・通販企業」から

ダイレクト マーケティング ソリューション カンパニー (DMSC)

への転換を推進していく

- 2023年度も事業環境は厳しい状況であるものの、成長戦略の推進により前期と同水準の利益を確保し、2025年度に向けてさらなる成長を目指す。

（単位：百万円）

	2020年度 実績	2021年度 実績	2022年度 実績	2023年度 目標	2024年度 目標	2025年度 目標
売上高 （前期対比成長率）	85,195 (+17.3%)	81,391 (－)	81,018 (△0.5%)	83,000 (+2.4%)	90,000 (+8.4%)	95,000 (+5.6%)
営業利益 （営業利益率）	7,385 (8.7%)	7,000 (8.6%)	6,121 (7.6%)	6,100 (7.3%)	6,900 (7.7%)	7,900 (8.3%)
経常利益 （経常利益率）	7,519 (8.8%)	7,096 (8.7%)	6,191 (7.6%)	6,200 (7.5%)	7,000 (7.8%)	8,000 (8.4%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,183	5,585	4,170	4,200	4,700	5,400
ROE （自己資本利益率）	21.6%	19.7%	13.4%	12.7%	13.2%	13.9%

※ 2020年度実績は、「収益認識に関する会計基準」等適用前の参考値にて表示しております。

※ 2021年度実績は、「収益認識に関する会計基準」等の適用初年度となるため、対前期増減率は記載しておりません。

セグメント別 中期経営計画（定量目標） サマリー

- ソリューション事業が成長ドライバーとなりグループ全体の成長を牽引していく。

(単位：百万円)

	2021年度 実績		2022年度 実績		2023年度 目標		2024年度 目標		2025年度 目標		
	金額	増減率 (利益率)	金額	増減率 (利益率)	金額	増減率 (利益率)	金額	増減率 (利益率)	金額	増減率 (利益率)	
売上高	ソリューション事業	18,490	—	21,359	+15.5%	26,000	+21.7%	31,000	+19.2%	36,000	+16.1%
	通販事業	41,914	—	40,049	△4.4%	39,000	△2.6%	40,000	+2.6%	40,000	+0.0%
	eコマース事業	21,406	—	20,042	△6.4%	19,000	△5.2%	20,000	+5.3%	20,000	+0.0%
	HBT事業	2,510	—	1,851	△26.2%	1,000	△46.0%	1,000	+0.0%	1,000	+0.0%
	グループ管轄事業	3,287	—	3,369	+2.5%	3,200	△5.0%	3,200	+0.0%	3,300	+3.1%
	連結調整	△6,217	—	△5,653	—	△5,200	—	△5,200	—	△5,300	—
	計	81,391	—	81,018	△0.5%	83,000	+2.4%	90,000	+8.4%	95,000	+5.6%
セグメント利益	ソリューション事業	177	(1.0%)	725	(3.4%)	1,400	(5.4%)	2,000	(6.5%)	2,800	(7.8%)
	通販事業	6,439	(15.4%)	5,364	(13.4%)	4,500	(11.5%)	4,500	(11.3%)	4,500	(11.3%)
	eコマース事業	404	(1.9%)	31	(0.2%)	200	(1.1%)	400	(2.0%)	500	(2.5%)
	HBT事業	△1	—	△98	—	0	(0.0%)	0	(0.0%)	100	(10.0%)
	グループ管轄事業	111	(3.4%)	108	(3.2%)	100	(3.1%)	100	(3.1%)	100	(3.0%)
	連結調整	△35	—	58	—	0	—	0	—	0	—
	計 (経常利益)	7,096	(8.7%)	6,191	(7.6%)	6,200	(7.5%)	7,000	(7.8%)	8,000	(8.4%)

※ 2021年度実績は、「収益認識に関する会計基準」等の適用初年度となるため、対前期増減率は記載しておりません。

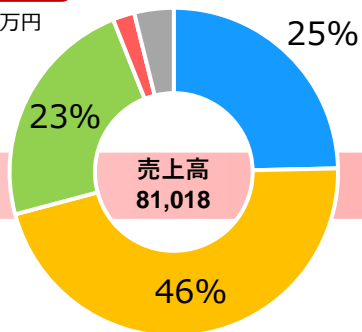
セグメント別売上高および経常利益

- ソリューション事業へ経営資源を集中させ、2025年度には経常利益におけるソリューション事業の構成比を35%程度へ成長させる。

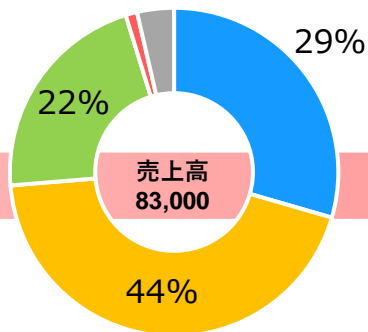
2022年度実績

売上高

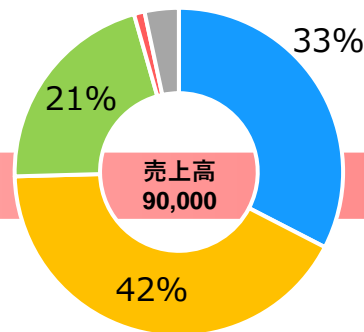
単位:百万円



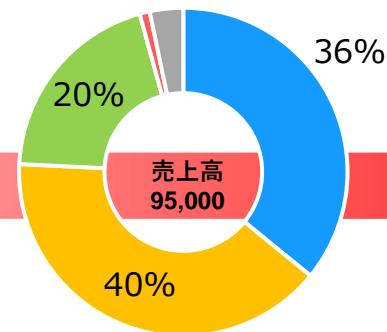
2023年度目標



2024年度目標

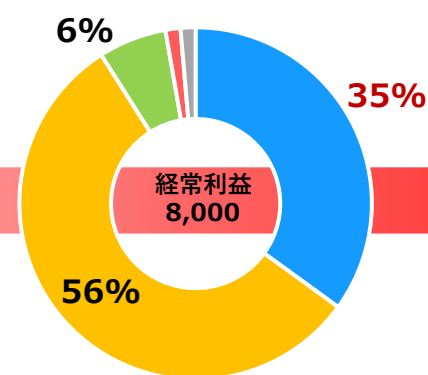
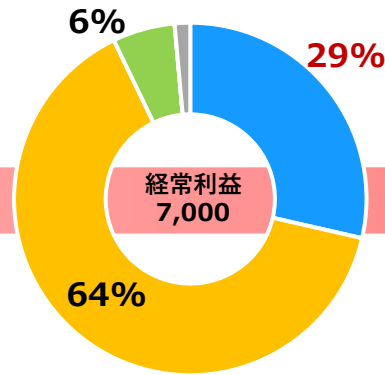
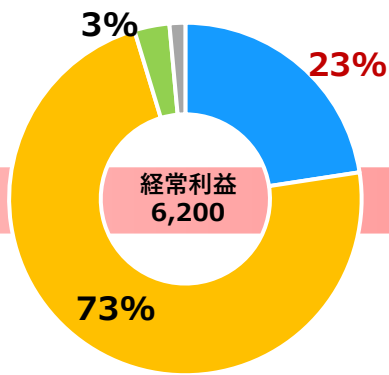
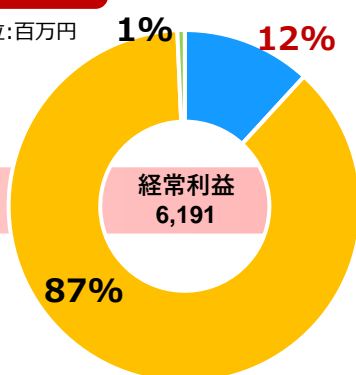


2025年度目標



経常利益

単位:百万円



DMS Cへの転換（ソリューション事業戦略）

グループの成長ドライバーとして、主力の物流代行の収益力強化を図るとともに、各種サービスの成長を加速させる。



ソリューション事業の成長加速

■ 物流代行の収益力強化

- 坪あたり限界利益の改善
- 再現性の高い営業手法の構築による新規顧客獲得数の増加

■ 決済代行業の強化

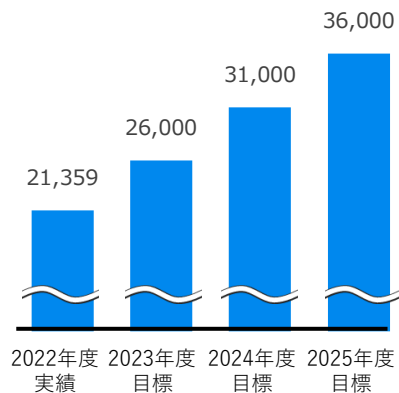
- サービス・営業力の強化
- ※対応決済種類の拡充
(クレジットカード、スマホ決済、キャリア決済系)
- 収益力の強化

■ マーケティングサポート事業におけるアフィリエイトサービスの強化

- 複数の戦略ジャンル強化による事業規模の拡大

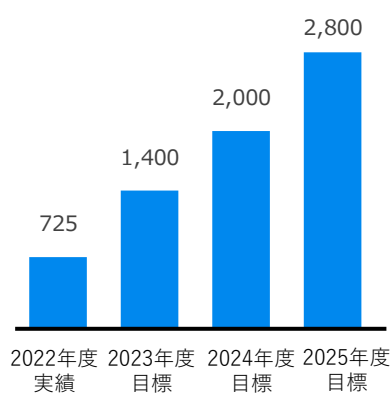
セグメント売上高

(単位:百万円)



セグメント利益

(単位:百万円)

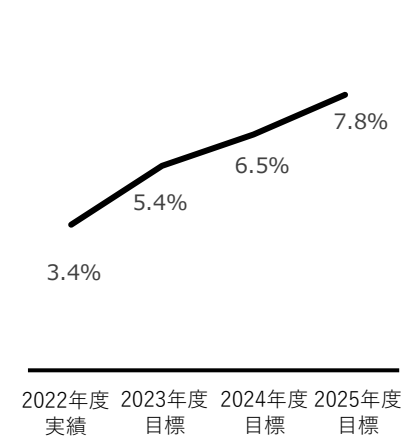


物流代行売上

(単位:百万円)



売上高経常利益率



DMS Cへの転換（通販事業戦略）

グループ全体を支える収益基盤をさらに強化するとともに、
新規事業の確立および収益化の両立を図る。



通販事業のさらなる深化と進化

■ 既存事業の収益基盤強化

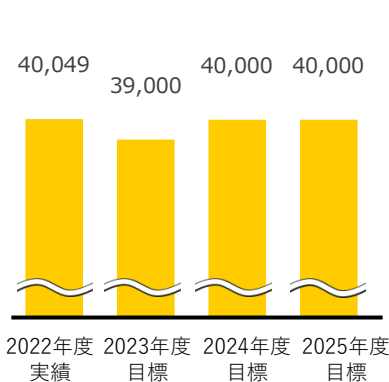
- データマーケティングによる既存事業の効率化
- データMDの強化による受注効率の最大化
- 最終原価率（トータルコスト）を意識した生産・調達ルートの設定

■ S V B（ソリューション・ベンダー・ビジネス）

- による新ビジネスの確立と黒字化の両立
- 既存顧客への新たな価値（モノ・コト・サービス）提供による利益創出
- 外部リソースを活用した新規ビジネススキームの開発

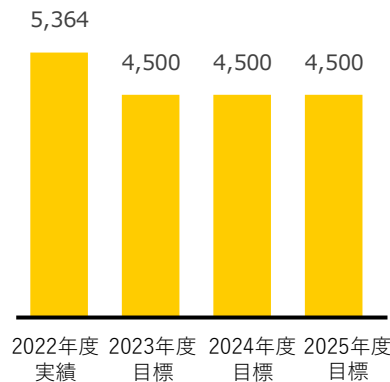
セグメント売上高

(単位:百万円)



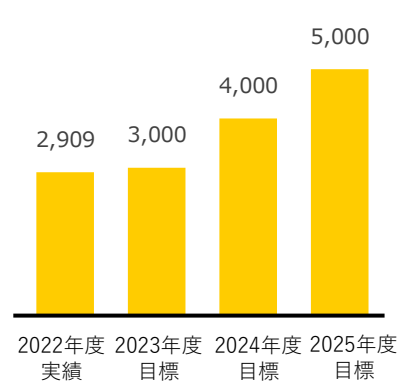
セグメント利益

(単位:百万円)

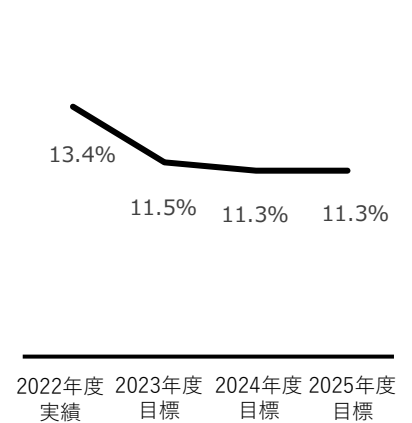


S V B 売上高

(単位:百万円)



売上高経常利益率



DMS Cへの転換（eコマース事業戦略）

収益構造を変化させることにより、収益力の向上を目指す。

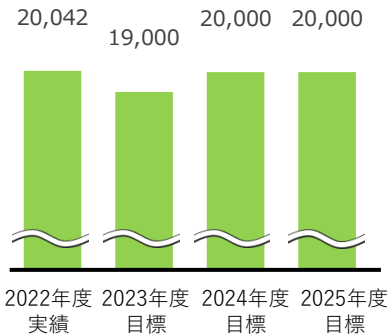


eコマース事業はオペレーション優位から顧客の創造へ

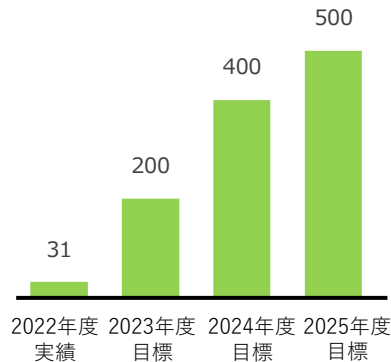
- オリジナル商品の展開・直賃・MD再構築による原価率低減
 - オリジナル商品展開の強化（Hilander、H&B、キッチン、防災用品）
 - 直賃生産の拡大等による原価低減（生活雑貨、Romantic Princess）

- 既存事業の効率化および新規ビジネスによる収益構造の転換
 - BPO事業の拡大に向けたクライアント獲得増加と新メニュー追加
 - アウトドアジャンルにおけるNB商品の収益性改善

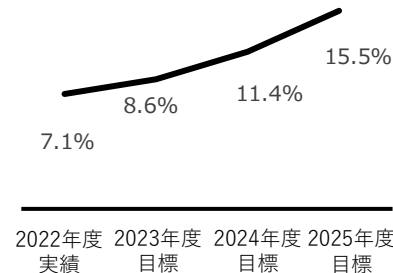
セグメント売上高
(単位:百万円)



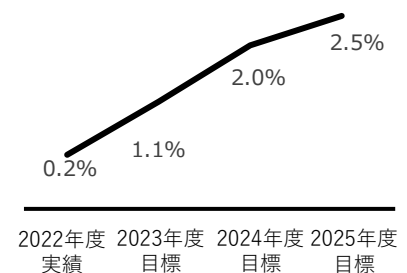
セグメント利益
(単位:百万円)



オリジナル商品売上割合



売上高経常利益率



実効性のあるResponsibility経営の推進

- 東証プライム市場上場企業として、実効性のある取組みを推進していく。

<p>企業活動を通じた 環境配慮、脱炭素への 取組み推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> 環境・社会問題に配慮した商品開発および調達 <ul style="list-style-type: none"> – 2025年度までにSDGs関連商品構成比50%(アパレル商材) 包装資材におけるプラスチック素材使用量の削減 <ul style="list-style-type: none"> – 2030年度までに65%削減(2021年度対比) CO₂削減に向けた各種取組み <ul style="list-style-type: none"> – 紙の使用量削減・電力使用量の削減等
<p>持続的成長を実現する タスク・ダイバーシティ 経営の推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> 女性の活躍推進、管理職の登用 <ul style="list-style-type: none"> – 2025年度までにグループ全体の女性管理職比率を30%以上 ダイバーシティ制度、新卒を中心とする採用・育成プログラムの実施
<p>コーポレートガバナンス 拡充による 中長期的な企業価値 向上</p>	<ul style="list-style-type: none"> 指名報酬委員会を中心とした、取締役に対する業績連動報酬制度の導入 英文開示のさらなる拡充に向けた検討 資本コストや株価を意識した経営計画の開示に向けた対応

株主還元について（2024年3月期以降適用）

■ 株主還元に関する基本方針

- ・ 当社は、ROE重視の経営を推進し、直接的な利益還元と中長期的な株主価値の最大化を目指しております。
- ・ 配当につきましては、株主資本配当率（DOE）4%を下限とし、連結配当性向40%を目処として実施することを基本目標としております。
- ・ 内部留保につきましては、企業価値最大化を目的とした成長投資と安定的利益配分を実施したうえで、さらに長期にわたり留保された余剰資金については機動的に自己株式の買入れなどを行い、株主の皆さまに還元してまいります。

■ 2024年3月期 1株当たりの配当金（予想）

- ・ 次期（2024年3月期）の配当予想については、以下のとおりです。

中間配当金	24.0円
期末配当金	24.0円
年間配当金	48.0円

会社概要・事業セグメントご紹介



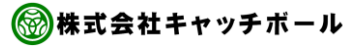
株式会社スクロール (Scroll Corporation)

- 本 社 : 静岡県浜松市中区佐藤二丁目24番1号
- 代表取締役社長 : 鶴見 知久
- 設 立 : 1943年(昭和18年)10月1日
- 資本金 : 6,064百万円(2023年3月31日現在)
- 従業員(連結) : 893名(2023年3月31日現在)
- 主な事業内容 : EC・通販事業者へのソリューション事業
およびアパレル、雑貨等のEC・通販事業
- 事業形態 : 連結19社によるDMC複合通販企業体

事業セグメントおよび事業概要

ソリューション 事業

EC・通販事業者を360度サポートする「ワンストップソリューションサービス」を提供しています。



通販事業

主に生協宅配事業の組合員様向けに通信販売（カタログ・一部インターネット）を展開しています。



詩克樂商貿（上海）
有限公司

eコマース事業

主に自社サイトやショッピングモールを通じて、専門特化した商品カテゴリーのインターネット販売を行っています。

A X E S



H B T 事業

お客様が心身ともに健康であるために、自然派・オーガニックにこだわった化粧品・健康食品のインターネット販売、また国内旅行企画の販売を行っています。



Anthropologie
北海道アンソロロジー株式会社

木 草
果 花



グループ管轄 事業

全国各拠点の物流センター運営、不動産の有効活用、また海外現地法人による商品生産管理などの機能を担っています。



SCROLL VIETNAM
CO.,LTD.

お問合せ窓口



経営統括部 経営企画課

TEL : 053-464-1114 (直通)

E-mail : ir@mb.scroll.jp

ホームページアドレス

<https://www.scroll.jp/>

■ 将来の見通しに関する注意事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。実際の業績等は、今後様々な要因によって予想数値と異なる可能性があります。