



2024年3月期 決算説明
(2023年4月1日～2024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. 2024年3月期 決算概要 P.2
2. FY2024 – FY2026 中期経営計画 P.14
Marketing Solution 2026
～DMS CからMSCへ～
3. Appendix P.23
会社概要・事業セグメントご紹介

2024年3月期 決算概要

ハイライト【連結】

- 前期対比、減収減益
eコマース事業セグメントの急激な業績悪化をカバーしきれず、加えて事業リストラ・再編費用を計上した。

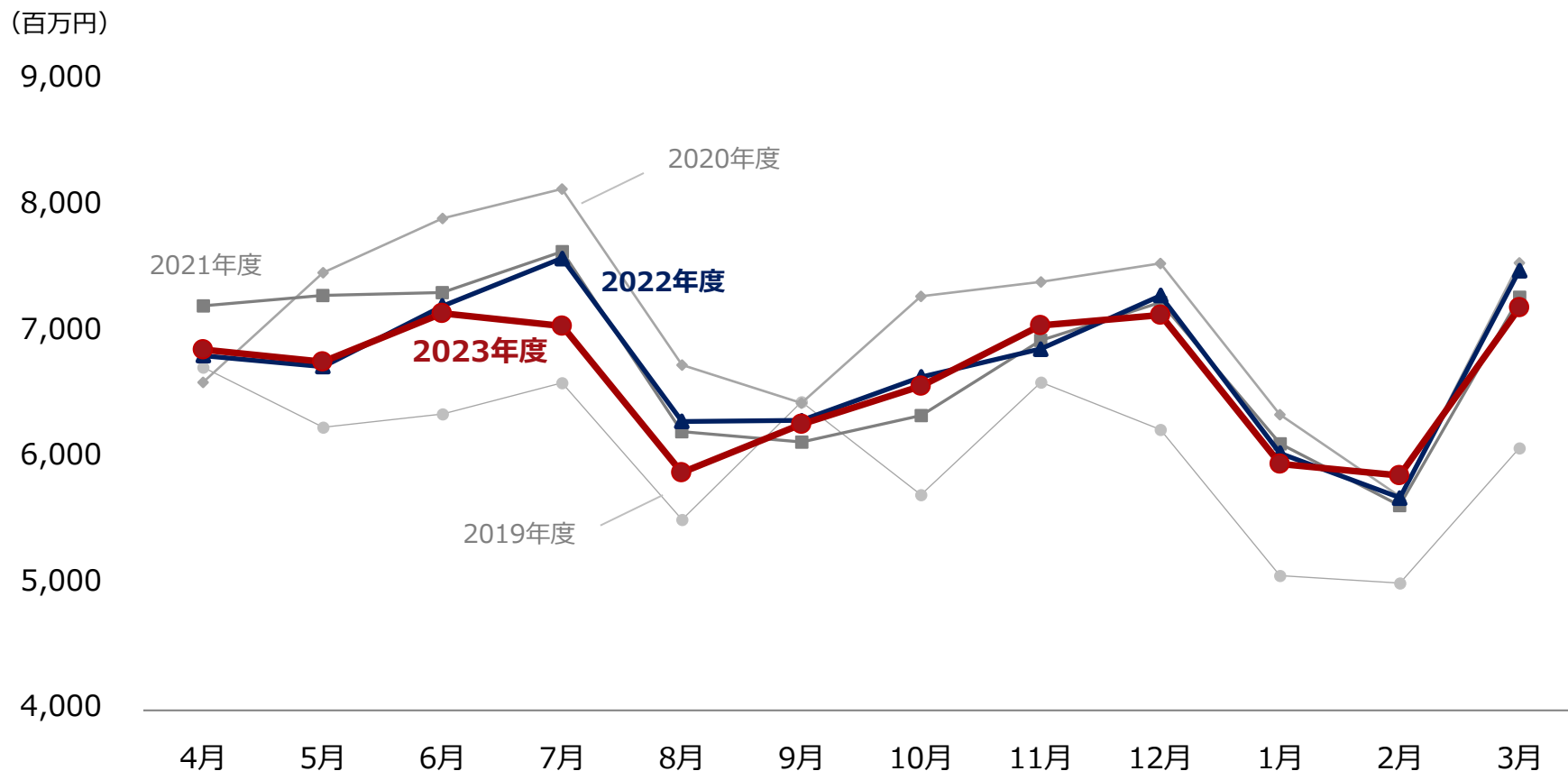
(単位：百万円)

	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	対 前期実績	
				増減額	増減率
売上高	81,391	81,018	79,826	△1,192	△1.5%
営業利益 (営業利益率)	7,000 (8.6%)	6,121 (7.6%)	5,313 (6.7%)	△808	△13.2%
経常利益 (経常利益率)	7,096 (8.7%)	6,191 (7.6%)	5,512 (6.9%)	△678	△11.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,585	4,170	3,649	△520	△12.5%
1株当たり当期純利益	160.20円	119.39円	105.05円	△14.34円	—
自己資本利益率(ROE)	19.7%	13.4%	11.2%	△2.2P	—

※ △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。

月次売上高の推移【連結】

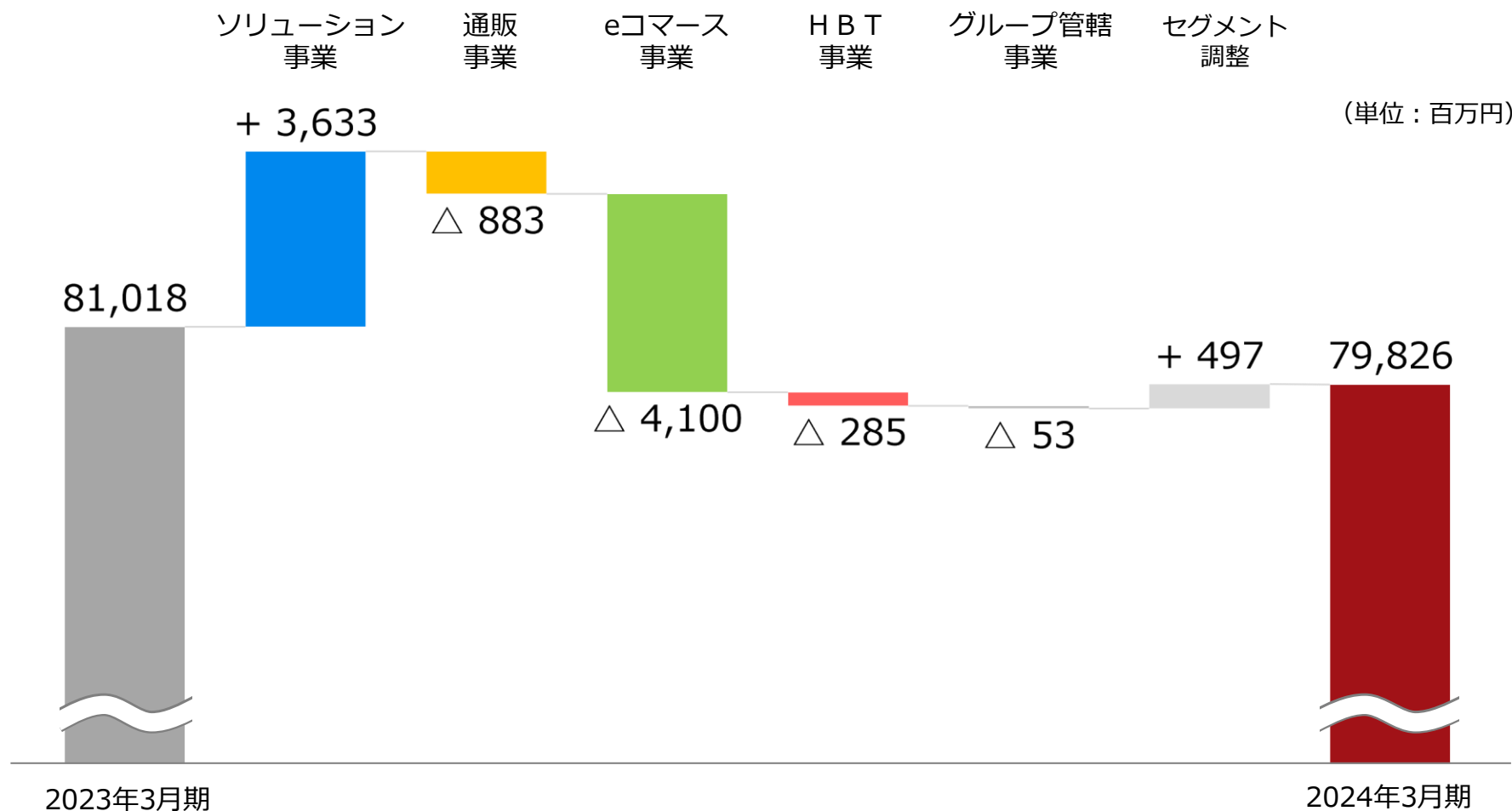
- 月次売上高は、ほぼ前期水準で推移したものの、7、8月は通販事業の夏商戦が苦戦した。



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

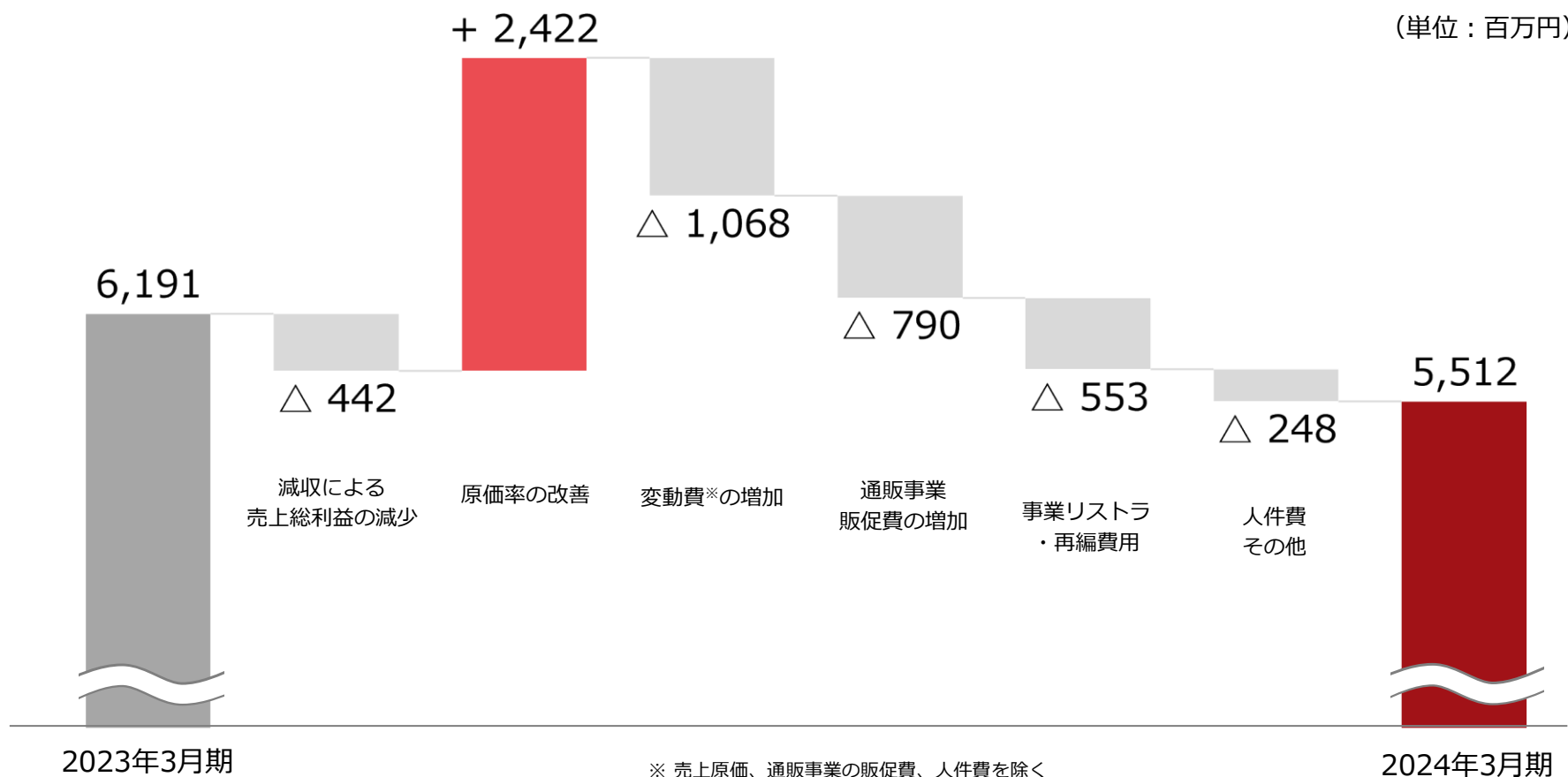
売上高の増減分析【連結】

- ソリューション事業が伸長した一方で、eコマース事業が大きく減収したことにより、全体で減収となった。



経常利益の増減分析【連結】

- 連結売上高の減少により、売上総利益が減少。
- 売上構成比の変動や物流センターの効率改善・販売価格のコントロールにより原価率が改善。
- カタログ関連コストの上昇により通販事業の販促費が増加。
- eコマース事業およびH B T事業の事業リストラ・再編費用を計上。



セグメント別業績

売上高

セグメント利益

(単位：百万円)
※ ()内は前期比

ソリューション事業

24,992
(+17.0%)1,214
(+67.4%)増収増益
成長ドライバーとしての
役割を果たす

通販事業

39,165
(△2.2%)5,367
(+0.0%)減収増益
各種コストが高騰するなか
コスト抑制策が奏功

eコマース事業

15,942
(△20.5%)△1,129
(前期は31百万円)減収減益
収益悪化に歯止めかからず
事業再編費用を計上

HBT事業

1,565
(△15.4%)△54
(前期は△98百万円)

減収 赤字幅減少

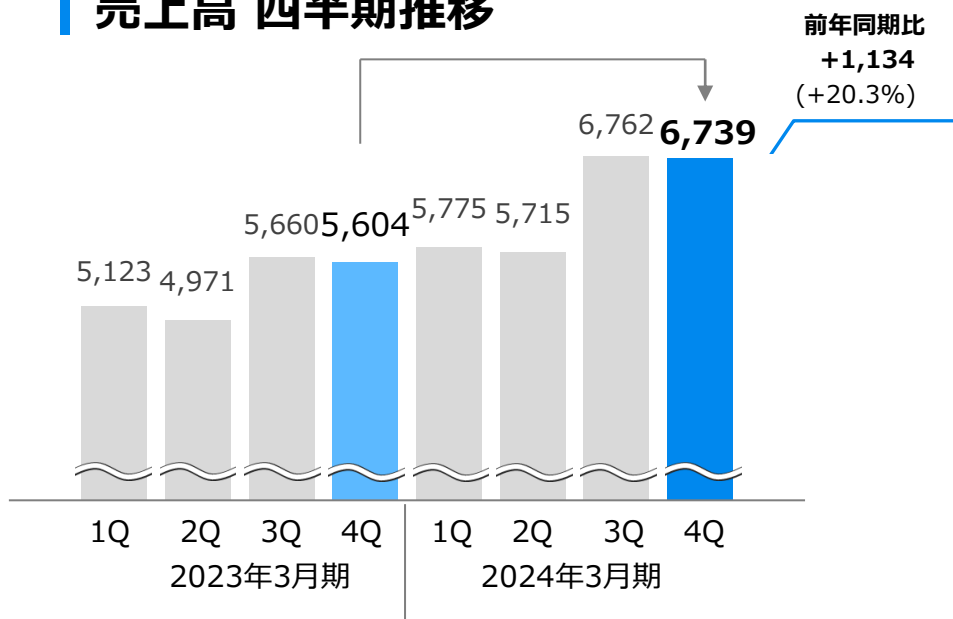
ソリューション事業セグメント

- 通販ソリューション各種サービスが伸長し、増収増益。
 - 物流代行サービスは、新規クライアントの稼働や物流センターの事業効率化により増収増益。
 - 決済代行サービス、マーケティングサポート事業も伸長し、好調に推移。

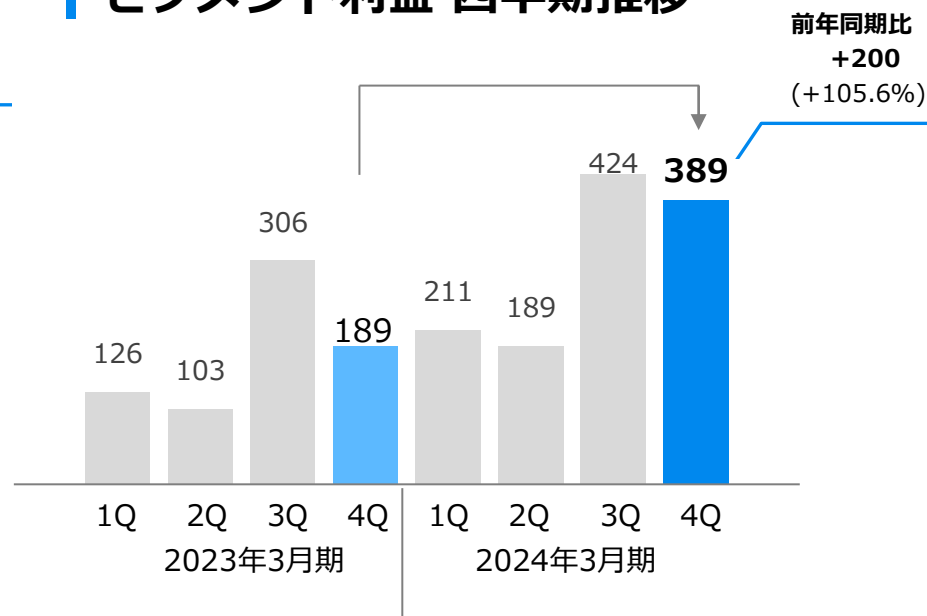
累計期間

売上高： 24,992百万円 (前期比 +17.0%)
 セグメント利益： 1,214百万円 (前期比 +67.4%)

売上高 四半期推移



セグメント利益 四半期推移



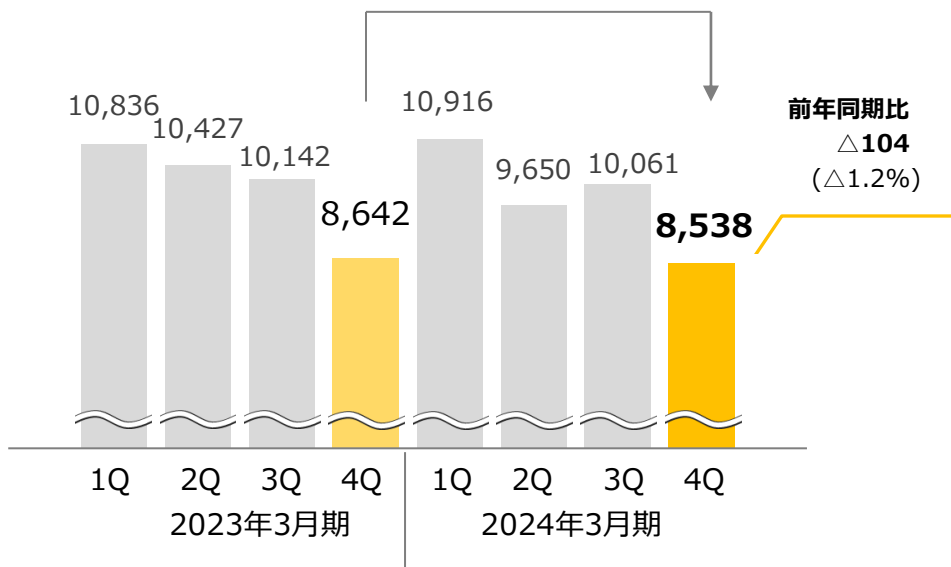
通販事業セグメント

- 各種コストが高騰するなか、コスト抑制策が奏功し、前期並みの利益を確保。
- 商品供給率の改善と販売価格のコントロールにより、減収ながら売上総利益は増益。
- カタログ用紙代が高騰するなか、用紙使用量削減等の取組みにより販促費の上昇を抑制。

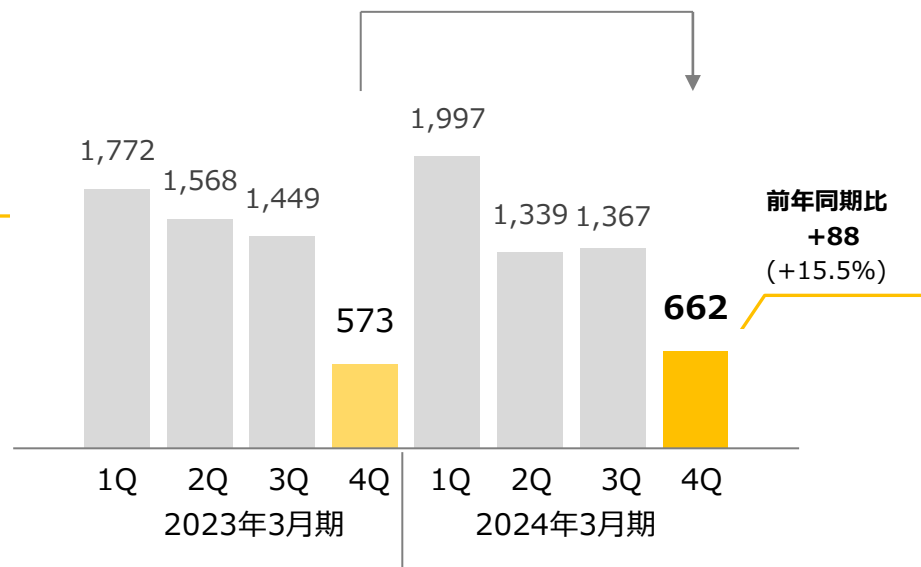
累計期間	売上高：	39,165百万円	(前期比 $\Delta 2.2\%$)
	セグメント利益：	5,367百万円	(前期比 $+0.0\%$)

(単位：百万円)

売上高 四半期推移



セグメント利益 四半期推移

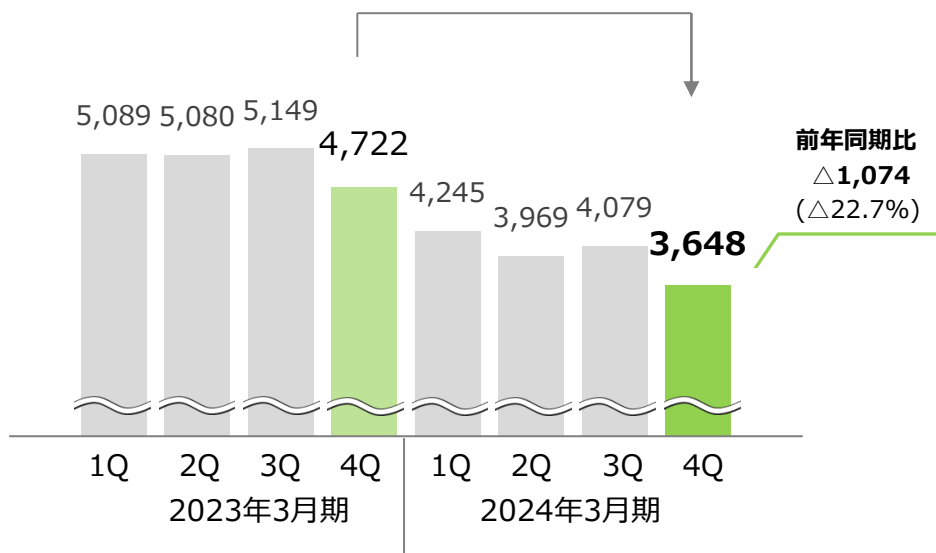


eコマース事業セグメント

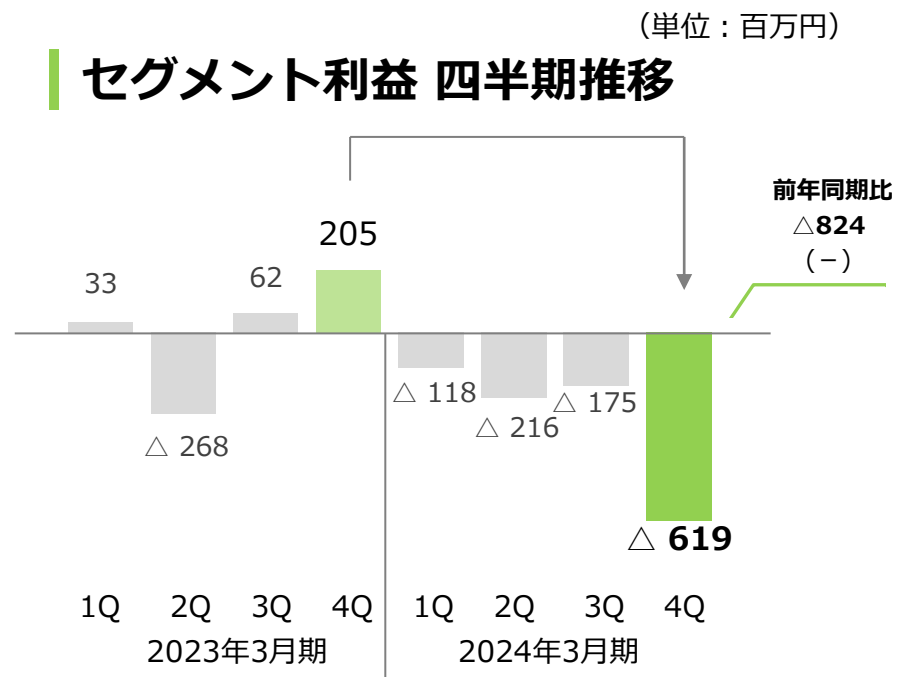
- 市場環境は非常に厳しく、収益の悪化に歯止めがかからず、大幅な減収減益。
 - アウトドア・キャンプ用品は、市場が縮小し、需給バランスが悪化している影響を受ける。
 - ブランド商材においては、実店舗や公式店舗を含めた競争の激化により、苦戦が続く。
 - 事業リストラ・再編のため、在庫評価損を計上。

累計期間 売上高： 15,942百万円 (前期比 $\Delta 20.5\%$)
 セグメント利益： $\Delta 1,129$ 百万円 (前期は 31百万円)

売上高 四半期推移



セグメント利益 四半期推移



貸借対照表の推移【連結】

- 純資産は、当期純利益の計上などにより、33,383百万円（自己資本比率62.7%）となる。

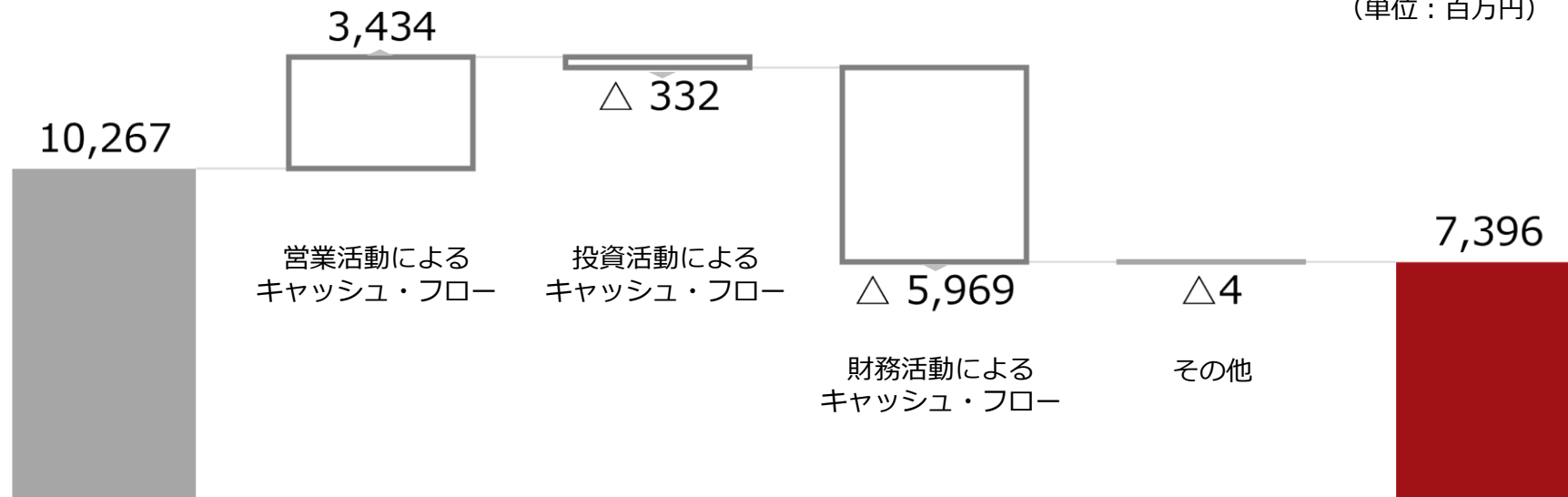
(単位：百万円)

	2023年3月期末	2024年3月期末	増減額	<主な増減項目>	
流動資産	36,149	36,212	+62	現金及び預金 未収入金	△2,870 +2,973
固定資産	17,051	17,046	△5		
資産合計	53,200	53,258	+57		
流動負債	16,529	18,195	+1,665	未払金 未払法人税等	+2,106 △330
固定負債	4,673	1,679	△2,994	長期借入金	△3,000
負債合計	21,203	19,874	△1,329		
純資産合計	31,997	33,383	+1,386	資本金・資本剰余金 自己株式 配当金支払 当期純利益	+105 △810 △2,161 +3,649
負債純資産合計	53,200	53,258	+57		
自己資本比率	60.1%	62.7%	+2.5P		

キャッシュ・フローの状況【連結】

- 現金及び現金同等物の期末残高は、7,396百万円（前連結会計年度末比△2,870百万円）となる。

(単位：百万円)



現金及び現金同等物の
期首残高

<主な増減要因>

現金及び現金同等物の
期末残高

営業活動によるキャッシュ・フロー

税金等調整前当期純利益	+5,574
未収入金の増加額	△3,127

投資活動によるキャッシュ・フロー

事業譲渡による収入	+100
固定資産の取得による支出	△453

財務活動によるキャッシュ・フロー

長期借入金の返済による支出	△3,000
配当金の支払額	△2,156
自己株式の取得による支出	△810

株主還元について

■ 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。

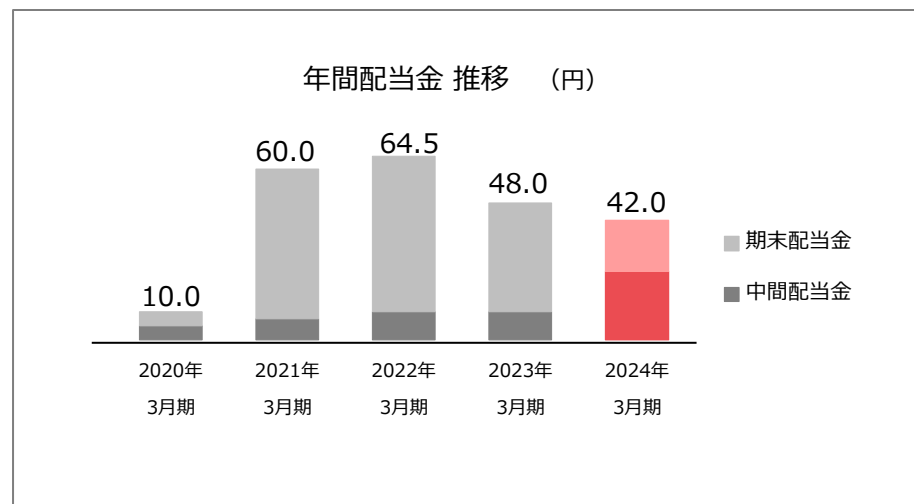
● 自己株式の取得を実施

- ・ 2023年8月22日 当社普通株式400,000株 ※発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合1.1%
- ・ 2024年2月2日 当社普通株式433,500株 ※発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合1.2%

■ 2024年3月期 1株当たりの配当金

- ・ 2024年3月期の配当金は以下のとおりです。

中間配当金	24.0円
期末配当金	18.0円
年間配当金	42.0円



FY2024 – FY2026 中期経営計画
Marketing Solution 2026
～DMS CからMSCへ～

Marketing Solution 2026

～DMS CからMSCへ～

FY2024 二大重点方針

成長軌道への回帰
～事業ポートフォリオの修正～

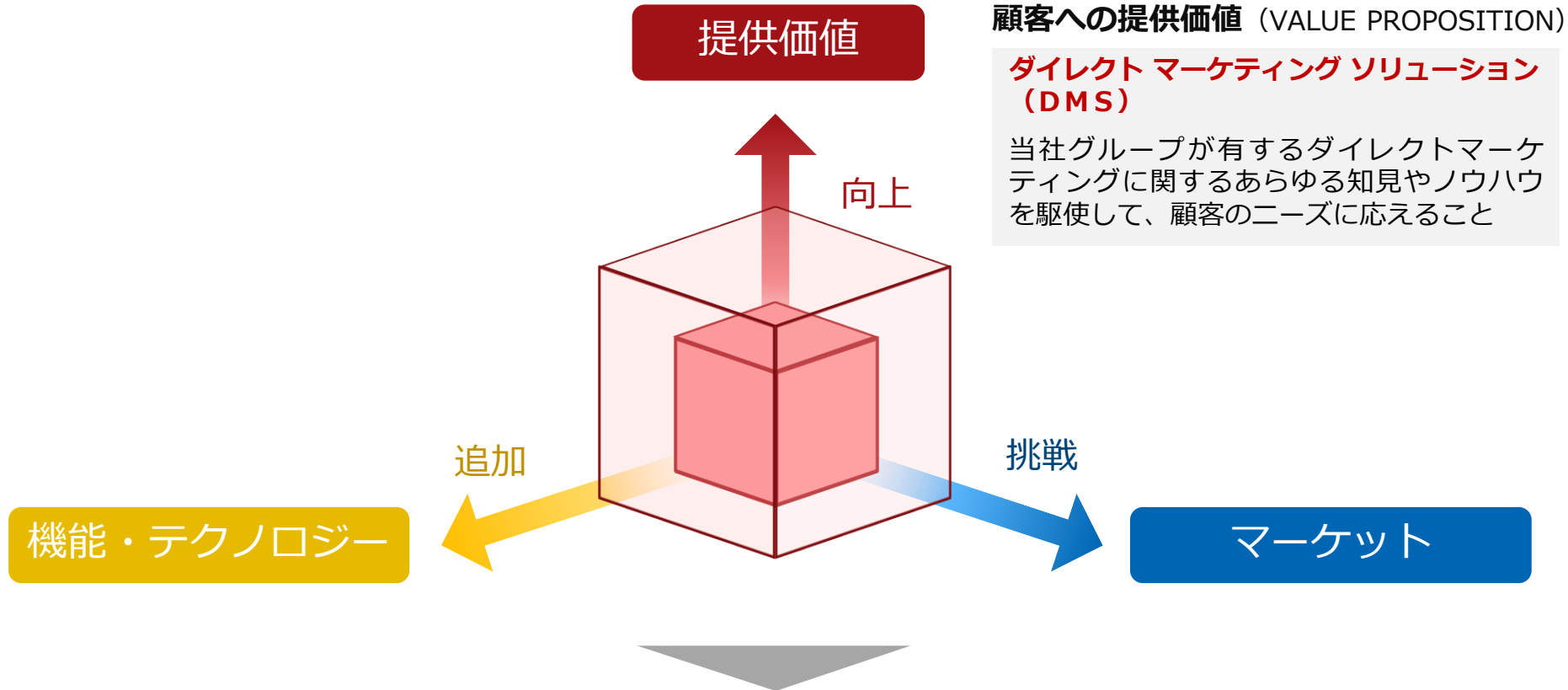
実効性のある
Responsibility経営の推進

定量目標

		FY2021 実績	FY2022 実績	FY2023 実績	FY2024 目標	FY2025 目標	FY2026 目標
売上高	[百万円]	81,391	81,018	79,826	80,000	85,000	90,000
前期対比成長率		△4.5%	△0.5%	△1.5%	+0.2%	+6.3%	+5.9%
経常利益	[百万円]	7,096	6,191	5,512	6,200	7,000	8,000
経常利益率		8.7%	7.6%	6.9%	7.8%	8.2%	8.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	[百万円]	5,585	4,170	3,649	4,200	4,800	5,400
自己資本利益率 (ROE)		19.7%	13.4%	11.2%	12.1%	12.7%	13.2%

事業ドメインの拡大 ～DMSCからMSCへ～

- 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) から
マーケティング ソリューション カンパニー (MSC) へと進化



マーケット拡大に挑戦し、機能・テクノロジーを追加、提供価値を高めていくことで、既存の殻を破り、新たな企業体へと進化する。

FY2024-FY2026 中期経営計画（定性目標）サマリー

成長軌道への回帰 ～事業ポートフォリオの修正～

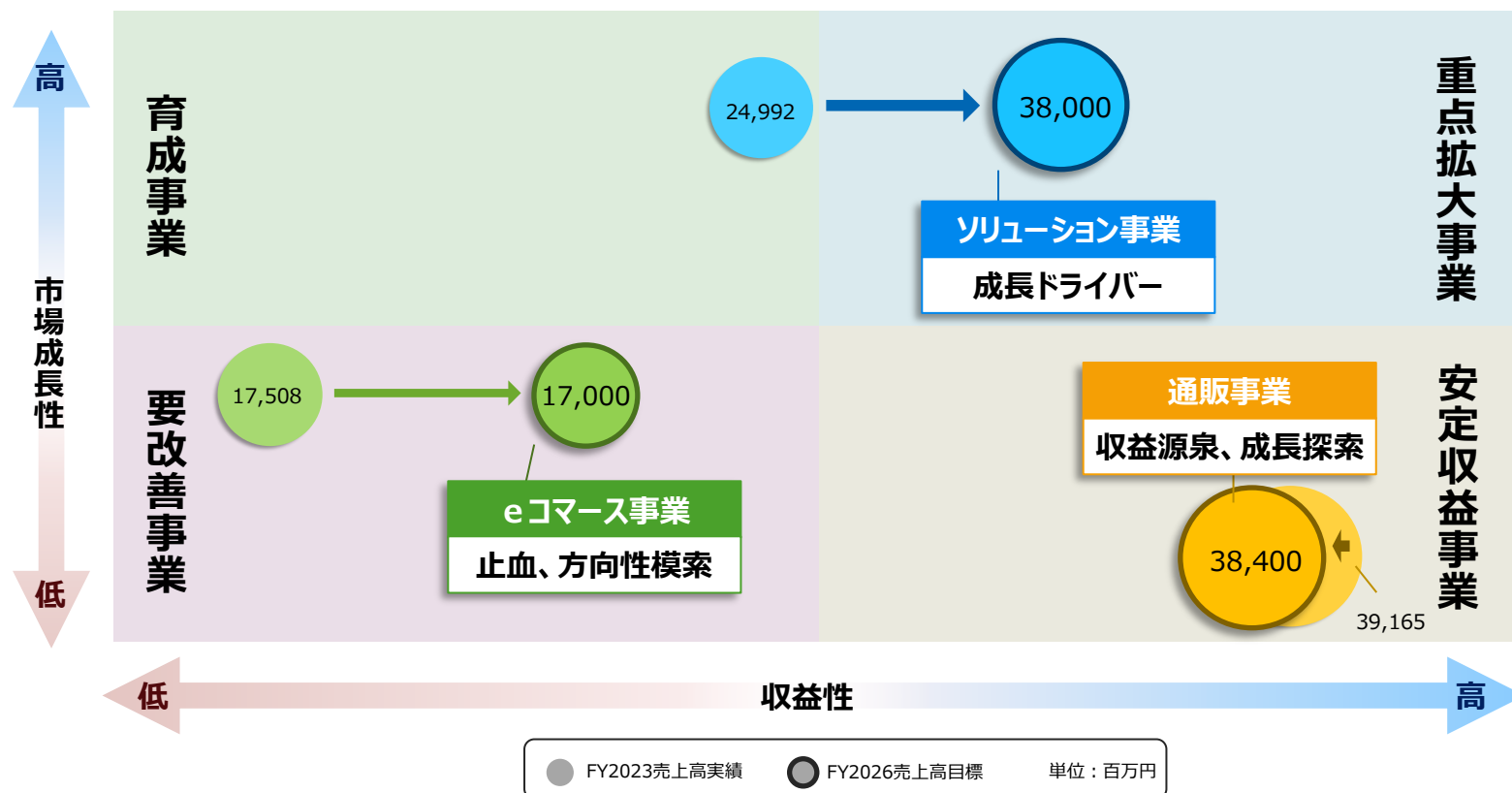
- ソリューション事業の領域拡大による成長促進
 - 物流代行事業の新事業ドメイン（BtoB）、新市場（食品EC）への挑戦
 - M&AによるBPO事業の拡大
 - 決済代行事業の拡大と安定化（物販と役務のバランス）
 - マーケティングソリューション事業の積極的拡大
- 通販事業の高度化経営による収益力向上（事業価値・商品価値・業務価値を高める）
 - 既存事業の利益最大化とアパレルソリューション事業立ち上げ
- eコマース事業の縮小と再生 ※ HBT事業はeコマース事業へ統合
 - 赤字脱却を優先、事業転換の方向性を模索

実効性のあるResponsibility経営の推進

- 企業価値向上に向けた取組み
- 環境配慮、脱炭素社会への不断の取組み
- タスク・ダイバーシティ経営の推進

事業ポートフォリオの修正

- 成長ドライバーは引き続きソリューション事業
- 通販事業は「稼ぐ」のみではなく、成長ビジネスを探索
- eコマースはまずは止血を最優先、向かうべき先を模索



※ eコマース事業のFY2023実績数値は、旧HBT事業の数値を含んでおります。

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を中心にマーケット拡大に挑戦し、成長軌道に回帰する。

(単位：百万円)

	FY2022 実績		FY2023 実績		FY2024 目標		FY2025 目標		FY2026 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	21,359	+15.5%	24,992	+17.0%	28,000	+12.0%	33,000	+17.9%	38,000	+15.2%
	通販事業	40,049	△4.4%	39,165	△2.2%	38,000	△3.0%	38,200	+0.5%	38,400	+0.5%
	eコマース事業	21,894	△8.5%	17,508	△20.0%	15,000	△14.3%	16,000	+6.7%	17,000	+6.3%
	グループ管轄事業	3,369	+2.5%	3,315	△1.6%	3,300	△0.5%	3,400	+3.0%	3,500	+2.9%
	連結調整	△5,653	—	△5,156	—	△4,300	—	△5,600	—	△6,900	—
	計	81,018	△0.5%	79,826	△1.5%	80,000	+0.2%	85,000	+6.3%	90,000	+5.9%
セグメント利益	ソリューション事業	725	(3.4%)	1,214	(4.9%)	1,600	(5.7%)	2,200	(6.7%)	3,000	(7.9%)
	通販事業	5,364	(13.4%)	5,367	(13.7%)	4,600	(12.1%)	4,600	(12.0%)	4,600	(12.0%)
	eコマース事業	△66	—	△1,184	—	0	—	200	(1.3%)	400	(2.4%)
	グループ管轄事業	108	(3.2%)	114	(3.5%)	0	—	0	—	0	—
	連結調整	58	—	0	—	0	—	0	—	0	—
	計 (経常利益)	6,191	(7.6%)	5,512	(6.9%)	6,200	(7.8%)	7,000	(8.2%)	8,000	(8.9%)

※ eコマース事業のFY2022、FY2023実績数値は、旧HBT事業の数値を含んでおります。

売上高／経常利益 セグメント別構成比

- 2026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40%程度まで成長させる。

FY2023 実績

FY2024 目標

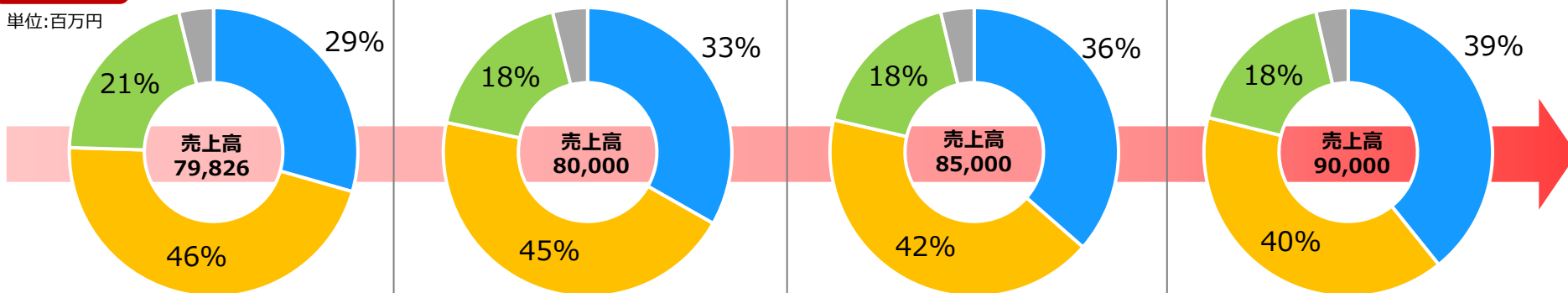
FY2025 目標

FY2026 目標

売上高

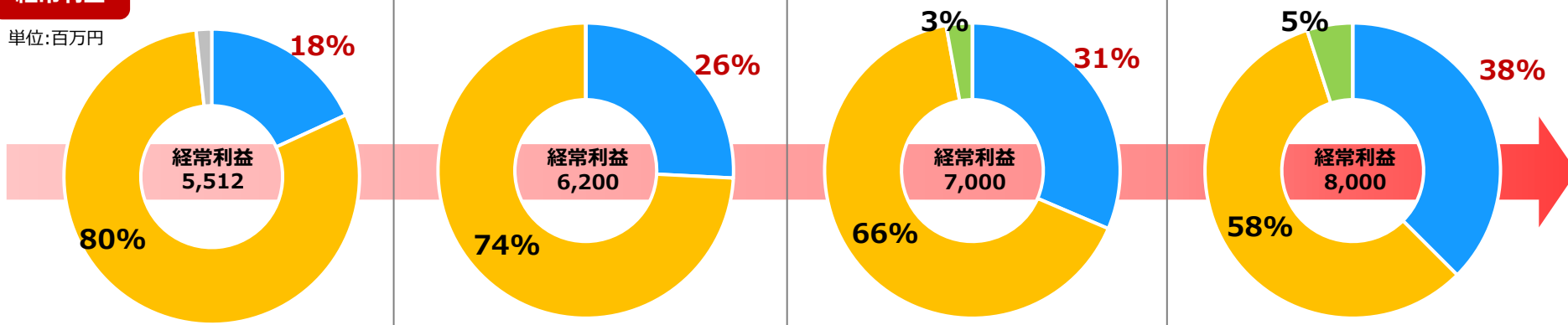
■ソリューション事業 ■通販事業 ■eコマース事業 ■グループ管轄事業

単位:百万円



経常利益

単位:百万円



※ eコマース事業のFY2023実績は、旧HBT事業の数値を含んでおります。

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。

企業価値向上に向けた取組み

- 資本コストや株価を意識した経営の実行
- コーポレート・ガバナンスの強化
- 社会的要請に対する企業責務の実行

環境配慮、脱炭素社会への不断の取組み

- 環境・社会問題に配慮した商品開発および調達
 - 2025年度までにSDGs関連商品数**50%**（アパレル商材）
- 包装資材におけるプラスチックの削減
 - 2030年度までに**65%**削減（2021年度対比）
- 紙の使用量削減
 - 2030年度までに**25%**削減（2021年度対比）
- CO₂削減に向けた取組み
 - 2030年度までに**50%**以上削減（スコープ2：オフィスおよび物流施設）

タスク・ダイバーシティ経営の推進

- 女性の活躍推進
 - 2025年度までにグループ全体、単体ともに**30%**以上の女性管理職比率
- タスク・ダイバーシティ経営に向けた制度の整備
- 主体的・自律的なキャリア形成支援
- 新卒採用と育成プログラムの構築および運用

株主還元について（2025年3月期 配当予想）

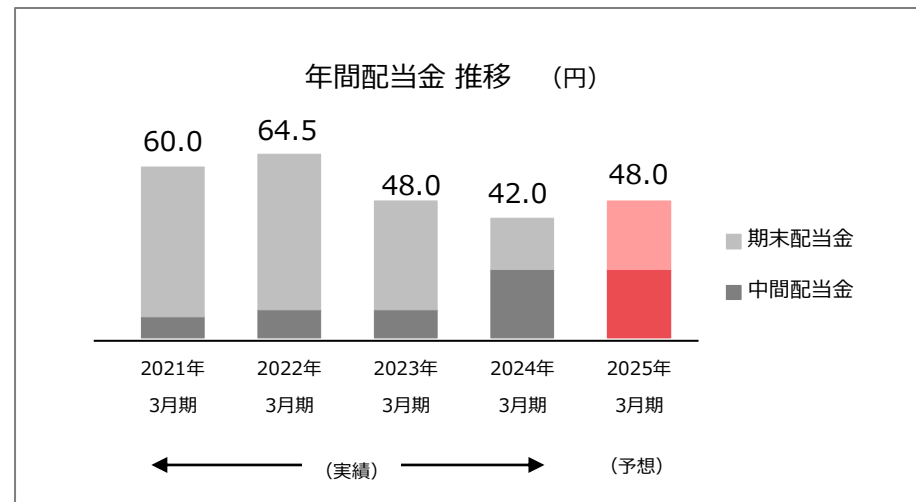
■ 株主還元に関する基本方針

- ・ 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。

■ 2025年3月期 1株当たりの配当金（予想）

- ・ 次期（2025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



Appendix

- 会社概要
- 事業セグメントご紹介

会社概要

株式会社スクロール (Scroll Corporation)

- 本 社 : 静岡県浜松市中央区佐藤二丁目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 : 6,116百万円(2024年3月31日現在)
 従業員(連結) : 886名(2024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17社によるDMC複合通販企業体(2024年3月31日現在)

■「通販まるごとソリューション」 EC+通販に力を与える魔法のしくみ

2024年1月31日 発売

約70年にわたって通販事業を手掛け、豊富なEC通販のノウハウを生かしEC・通販事業者様をまるごとサポートするソリューション事業を展開するスクロールグループ。これからも需要が高まり続けるEC通販業界で勝ち残るために、何が必要なかを明らかにした一冊です。



<https://x.gd/jSIFB>



事業セグメントおよび事業概要 (2024年4月1日現在)

ソリューション 事業

E C・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

SCROLL
BANGLADESH
CO.,LTD.

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、専門特化した商品のインターネット販売を行っています。

AXES



木 草
果 花



グループ管轄 事業

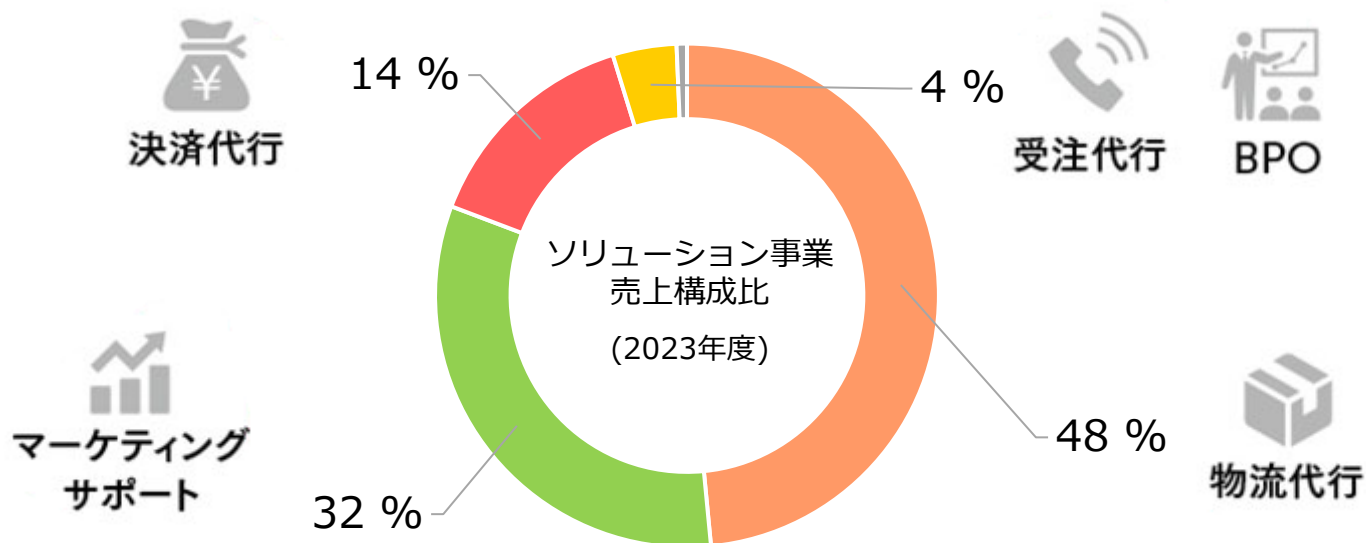
全国各拠点の物流センター運営、不動産の有効活用、また海外現地法人による商品生産管理などの機能を担っています。



SCROLL VIETNAM
CO.,LTD.

事業概要 ソリューション事業について

EC・通販事業者の業務フローと当社グループのソリューションサービス



EC市場が拡大するなか、通販事業を運営するなかで作り上げた、物流インフラ、マーケティングサポート、決済代行等、通販を支える仕組みを、ソリューションサービスとして、EC・通販事業者向けにワンストップで提供。

事業概要 通販事業（新サービス：アパレルソリューション）

アパレルA Iシステム「Lightchain（ライトチェーン）」提供開始

スクロールの子会社、スクロールインターナショナルが、アパレル商品企画・開発に特化した生成A Iシステム「Lightchain（ライトチェーン）」の提供を開始。

アパレル生成A Iシステム

Lightchain 

↑バナーをクリック

詳細は「Lightchain」サイトをご覧ください。

本サービスは、ユーザーが商品画像（元データ）をアップロードして、変更内容を指示するだけで、変更内容を反映した商品企画案がA Iにより生成される、アパレル商品企画・開発に特化した生成A Iシステムです。

サービスイメージ



デザイン変更や色・柄の変更を、わずか数クリックで実現。
アパレル企画業務の大幅な時間短縮が期待できます。

通販まるごとソリューション

scroll

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。