

個人投資家の皆さまへ

株式会社スクロール 会社説明資料

証券コード:8005(東証プライム)

すべての「欲しい」を解決する。

scroll

2026年6月30日

本日お伝えしたいこと



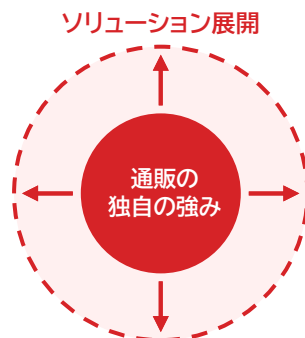
スクロールの現在地

単なる通販企業にとどまらず、あらゆるビジネスや製品を提案し解決に導く「ソリューション企業」として、新たな成長ステージを歩んでいます。

★ 存在価値

すべての「欲しい」を解決する。

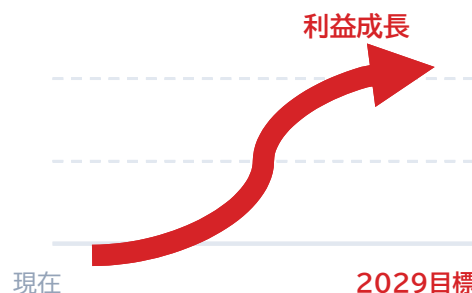
過去から積み上げてきた通信販売に関する独自の強みをもとに、顧客の「欲しい」を叶えます。



～ 経営方針

長期利益の最大化

短期利益の最適化を図りつつ、将来に向けた成長投資と財務規律を徹底し、長期的な利益の最大化を追求します。



🏠 株主還元方針

安定還元と株主価値向上

ROE重視の経営を基軸とし、資本効率の向上を徹底します。直接的な利益還元と将来の成長投資を通じて、中長期的な企業価値・株主価値を最大化します。



ROE目標(15%以上)の達成に向けて、

- ▶DOE8.5%
- ▶連結配当性向60%
- いずれか高い方
累進配当

目次

01



会社概要・
事業紹介

02



スクロールグループの
中長期ビジョン

03



資本政策・
株主還元

01

会社概要・事業紹介

登壇者紹介



株式会社スクロール 代表取締役社長 CEO兼COO

鶴見 知久 Tomohisa Tsurumi

🕒 略歴

- 1989年4月:株式会社スクロール入社
- 2012年4月:同社執行役員(通販インナー統括部長兼務インターネットマーケティング部長)
- 2013年5月:同社取締役執行役員(通販H&B統括副部長)
- 2015年5月:同社取締役社長執行役員(通販H&B統括部長)
- 2020年4月:同社代表取締役社長 COO
- 2021年5月:同社代表取締役社長 CEO兼COO(現任)

💡 経営に対する信念

「正しく儲ける」「長期利益の最大化」

会社概要

会社名	株式会社スクロール
上場市場	東京証券取引所 プライム市場
証券コード	8005
代表者	鶴見 知久
本社所在地	静岡県浜松市
創業	1939年(昭和14年)
連結売上高	88,548百万円
従業員数	連結 967名
主要拠点	静岡、東京、大阪、福岡

※2026年3月31日時点



沿革

1939~

創業期

お客様のニーズに寄り添った、高品質なモノづくりの力を持つ

創業者 武藤鐵司が6台のミシンで「武藤洋裁所」を創業。婦人会からの相談を受け、着物の上に羽織る「トッパー」を開発。**お客様の悩みに直接寄り添うものづくり**が当社の原点。



1971~

カタログ総合通販期

通信販売事業に必要な機能・施設を整備し、ノウハウを蓄積

日本生活協同組合連合会(生協)と、ファッション衣料分野の商品提供の取引を開始。また、個人向け通販の原点「友の会」を発足し、ダイレクトメールによる販売を開始。



2009~

複合通販企業 変革期

グループインした子会社が持つノウハウ・人材を当社の資産に

社名を「スクロール」へ変更し、カタログを介さないネット完結のビジネスモデルを確立。**積極的なM&Aにより事業ポートフォリオを拡充。**総合通販から複合通販企業へと変革。

▼社名変更



2023~

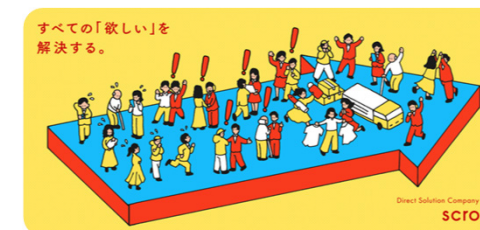
DMS推進期

DMS:ダイレクトマーケティングソリューション

事業ポートフォリオを再構築し、100年続く企業へ歩み続ける

通販のスクロールからソリューションのスクロールへ。**顧客に寄り添い、あらゆるビジネスや製品を提案して課題解決に導く企業体**として、新たな成長ステージを迎える。

▼キービジュアル



スクロールグループの提供価値

ダイレクト マーケティング ソリューション



「実践者」ならではの知見

自ら専門ECや生協向け通販を実際に運営しているからこそ、**外部コンサルタントにはない**、現場実務に寄り添った解決が可能です。

机上の空論ではない「一気通貫かつ現場に寄り添った解決力」を提供します。



一気通貫の解決能力

戦略立案からバックヤードまで、長年実務を通じて培ってきたあらゆる知見やノウハウをグループの総力を結集して提供します。

マーケティング、フルフィルメント、カスタマーサポートの一気通貫で分断のないシームレスな支援が、当社独自の優位性です。

現在のコーポレートアイデンティティ

「ビジネスに」
「暮らしに」
「社会に」



すべての「欲しい」を解決する。
Direct Solution Company

展開する事業セグメント

事業セグメントと具体的内容

ソリューション事業

- 物流代行 / 決済代行 / BPO

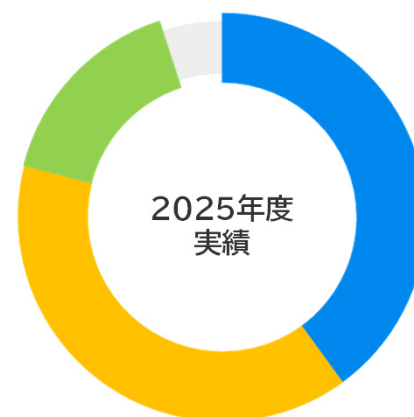
通販事業

- アパレル・雑貨等の通販
- アパレルソリューション (AI、OEM)

eコマース事業

- アウトドア・フィッシング
- 化粧品 / 防災用品

売上高の構成比



- ソリューション事業:40%
- 通販事業:39%
- eコマース事業:16%

※連結調整前
※その他:「グループ管轄事業」4%

ビジネスモデルとターゲット

BtoB

国内のEC事業者様等

BtoBtoC

全国の生活協同組合様
アパレル小売業者様

BtoC

一般個人のお客様
自治体等

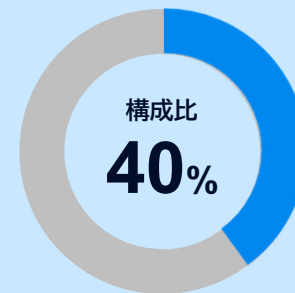
ソリューション事業



2025年度 実績

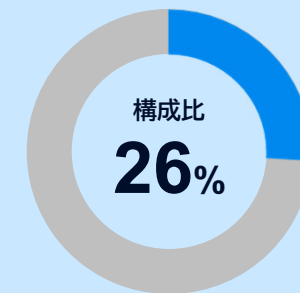
売上高

376 億円(前期比+20.4%)



経常利益

15.7 億円(前期比+76.5%)



※連結調整前構成比

ソリューション事業 事業内容



Logistics

物流代行

- 商品の入庫や在庫管理、梱包、発送等の物流業務を代行するサービス

Targets

- EC通販事業者(商品購入者への配送)
- 実店舗販売事業者(店舗への配送)

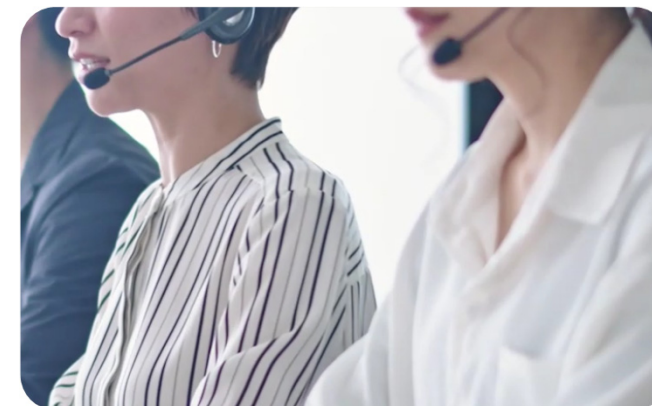


Payment

決済代行

- 後払い決済代行サービス
- 掛払い決済代行サービス

- EC通販事業者(商品購入者への提供)
- 法人向け事業者(企業間決済への提供)



BPO

BPO

- マーケティング支援
- 多言語コールセンター、翻訳サービス
- EC業務のアウトソーシング事業、中国市場におけるEC事業支援

- EC通販事業者
- 自治体及び官公庁

ソリューション事業 セグメントの強み

ワンストップソリューション

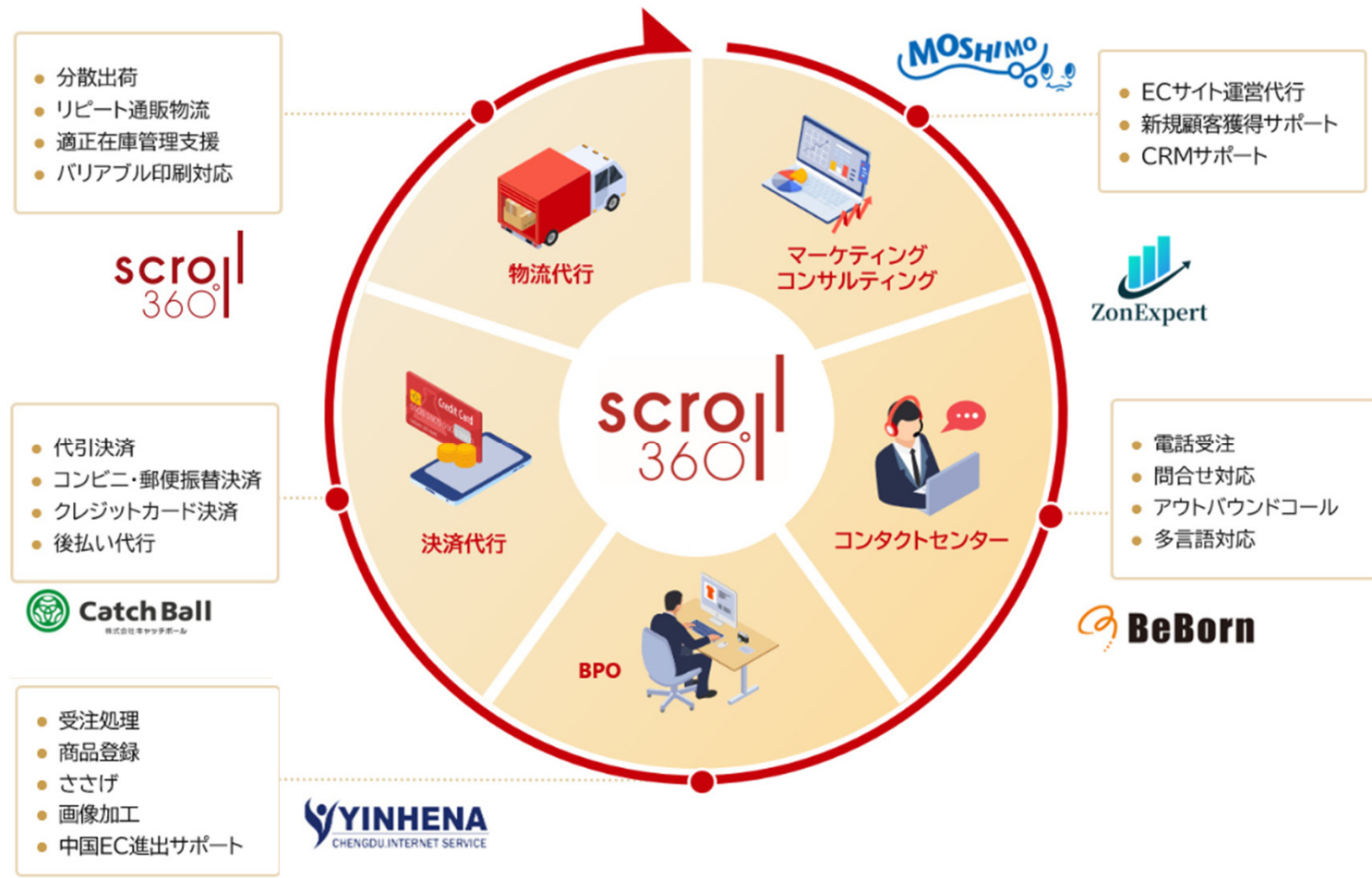
戦略立案からバックヤードまで、EC運営に必要な主要機能をグループ内で完結。お客様の課題に合わせて各機能をシームレスに組み合わせ、最短・最適な解決を実現します。

メインサービス:物流代行

おもてなし品質・リピート通販に特化した物流代行

成長サービス:決済代行

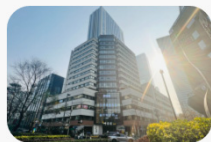
キャッチボールによる後払い決済・回収事業



ソリューション事業 事業拠点

※SLC:スクロール・ロジスティクス・センター

海外拠点(中国四川省)



成都インハナ

関西エリア



大阪支店



大阪センター

北海道エリア



石狩センター

札幌支店

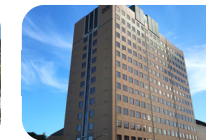
関東エリア



東京本店



SLCみらい



八王子センター



SLC春日部



東京センター



千葉センター



SLCつくば

九州エリア



福岡支店



ビーボーン

東海エリア



浜松本社



SLC浜松



SLC浜松西



SLC磐田



SLC袋井



東海センター

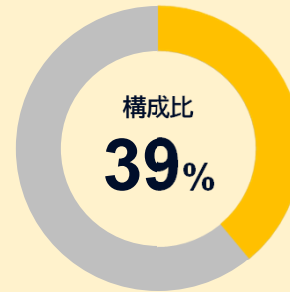
通販事業



2025年度 実績

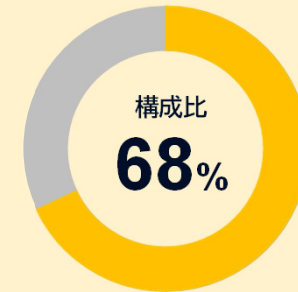
売上高

366 億円(前期比 Δ 6.0%)



経常利益

41.8 億円(前期比 Δ 19.8%)



※連結調整前構成比

通販事業 事業内容

誰に？ 全国の生協組合員様

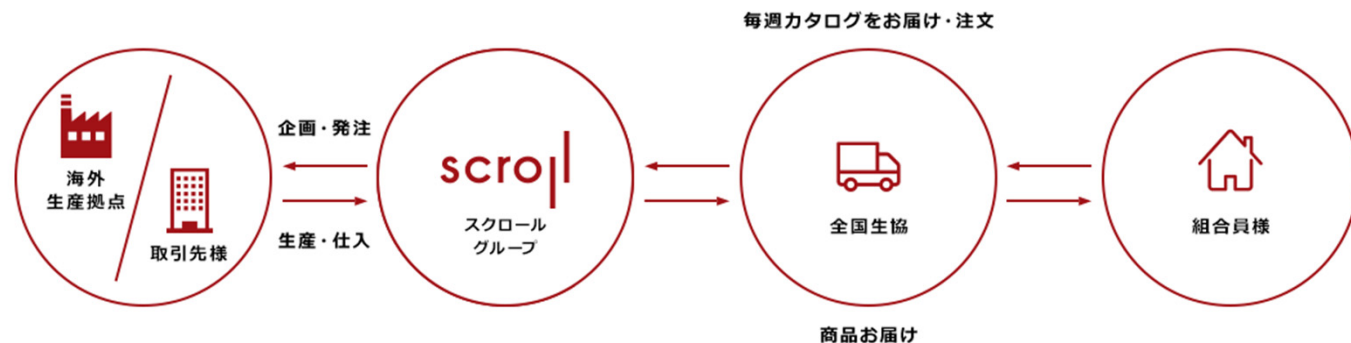
50代～70代女性がメインターゲット

何を？ アパレル・服飾雑貨

毎日の暮らしに寄り添う商材をお届け

どうやって？ 毎週配送のカatalog

全国約800万世帯の生協組合員様にアプローチ



【通販事業のビジネスフロー】

1. 当社がカatalog・商品を企画・制作
2. 生協様の共同購入ネットワークを通じて配布・お届け
3. 毎週の配送サイクルに組み込まれた強固な接点

通販事業 セグメントの強み

01

安定した巨大な顧客基盤

全国**約800万世帯**の組合員様との強固な接点を保有。毎週必ず手元に届く強力な顧客コミュニティによってロイヤルティが極めて高い顧客層を形成。

02

徹底的に抑制されたコスト構造

Web広告に頼らない**マーケティングコストの大幅抑制**と、生協様との共同配送による**物流費の削減**を同時に実現。小売業としては突出した高収益を実現。

03

インフラ連携による高い参入障壁

配送・注文プロセスから決済に至るまで、生協様の基幹システムとシームレスに連携。数十年の歴史で築いた**唯一無二のインフラ**は、他社の追従を物理的に許さない。

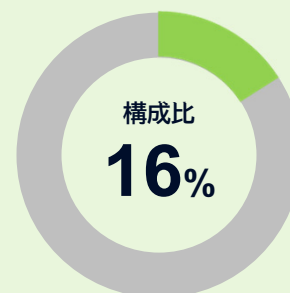
eコマース事業



2025年度 実績

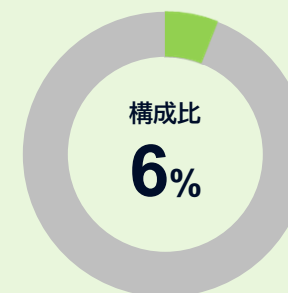
売上高

153 億円(前期比+0.2%)



経常利益

3.8 億円(前期比+136.0%)



※連結調整前構成比

eコマース事業 事業内容



naturum

Hilander
OUTDOOR SUPPLY

アウトドア

株式会社ナチュラム

アウトドア・キャンプ・フィッシング用品専門のEC。
自社ブランド「Hilander」などを展開。

主な販路: 大手ECモール、自社ECサイト




株式会社ミヨシ

防災用品

株式会社ミヨシ

備蓄品、非常用保存食、防災資機材などを企画・販売。
防災用品のリーディングカンパニー。

主な販路: 大手ECモール、官公庁・自治体



草花
木果
SORAMOCKA

コスメ

株式会社キナリ

自然由来成分にこだわった化粧品「草花木果」などの開発・インターネット通販を展開。

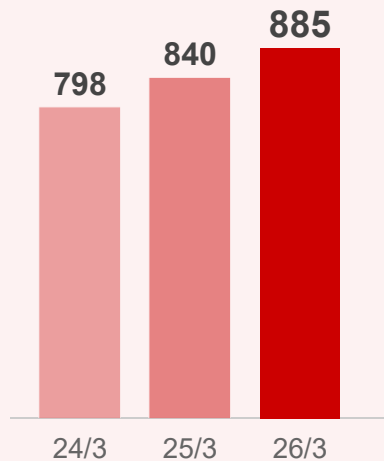
主な販路: 大手ECモール、自社ECサイト



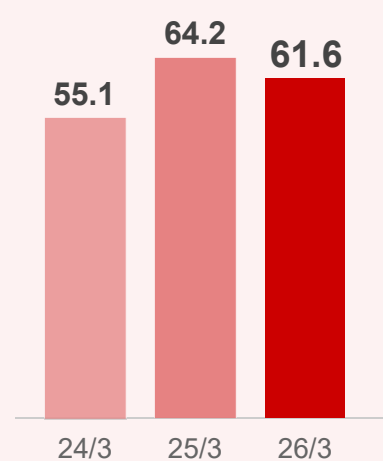
【事業再生を遂行中】2025年度において、不採算事業となっていた並行輸入品販売及び旅行企画販売から撤退を決定

連結決算ハイライト(24/3期～26/3期)

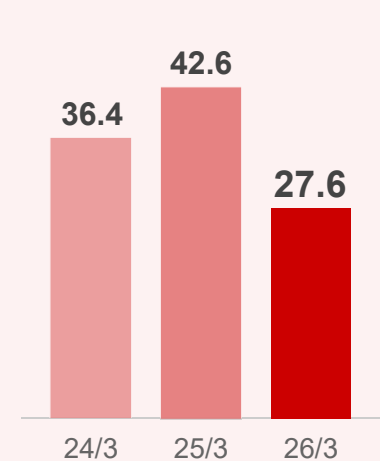
売上高 (億円)



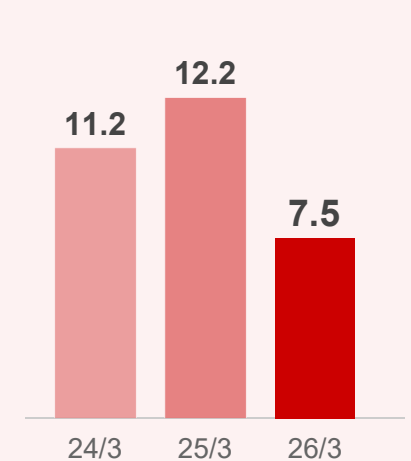
経常利益 (億円)



当期純利益 (億円)



ROE (%)



■ 26/3期に過去最高の売上高を達成

ソリューション事業の成長が牽引し、増収基調を維持

■ コロナ禍以降は50億円以上の経常利益を堅持

不採算構造の是正等により、安定的な収益力を確保



■ 特殊要因による当期純利益の減少

事業整理等に伴い、約16億円の特別損失を計上

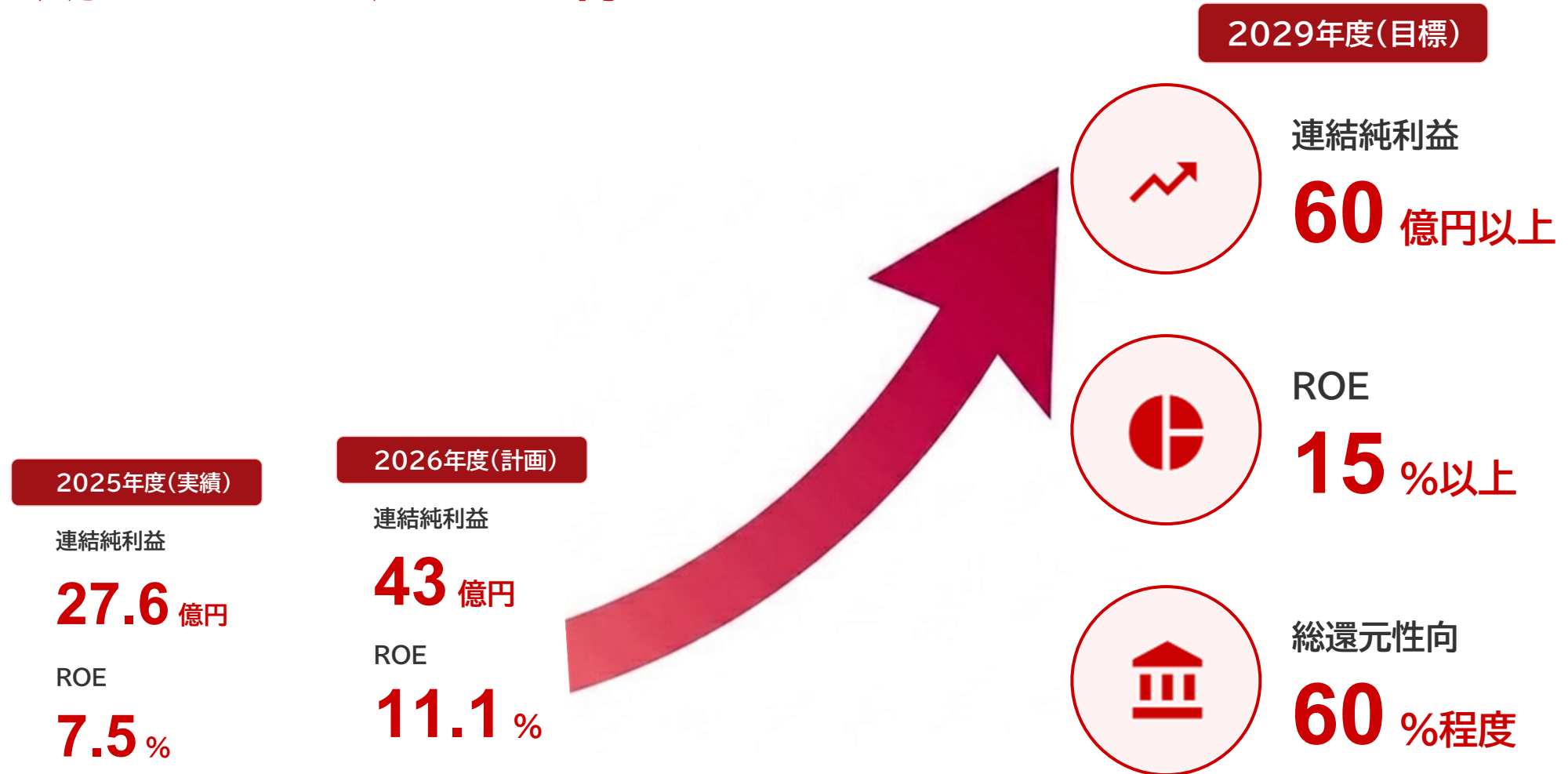
■ ROEの見通し

特殊要因を除き、11～12%が実力値と認識

02

スクロールグループの中長期ビジョン

中長期ビジョン 定量目標



事業ポートフォリオの変革

eコマース事業

- ・不採算事業からの撤退を完遂
- ・高収益なDtoCモデルへの転換と収益改善



事業再生



成熟領域

通販事業

- ・生協との強固な結びつきをベースに安定収益
- ・攻めと守りのバランス経営による利益最大化

低重心経営



投資領域

ソリューション事業

- ・物流代行、決済代行、BPOに経営資源を集中
- ・M&A等を含め非連続に成長、収益性を強化

事業領域拡大

ソリューション事業の成長戦略

BtoC領域からBtoB領域への拡大



東京・千葉コールドセンター

物流代行

- 付加価値型案件の獲得
→ 食品、BtoC×BtoB輸配送等
- 物流倉庫において作業自動化による生産性向上、及びスペースの有効活用化



「掛払い.com」(株式会社キャッチボール)

決済代行

- BtoB市場への進出
→ 「掛払い.com」の展開加速
- 貸倒引当率の高度管理、安定回収と収益性の確立



多言語コールセンター(株式会社ビーボーン)

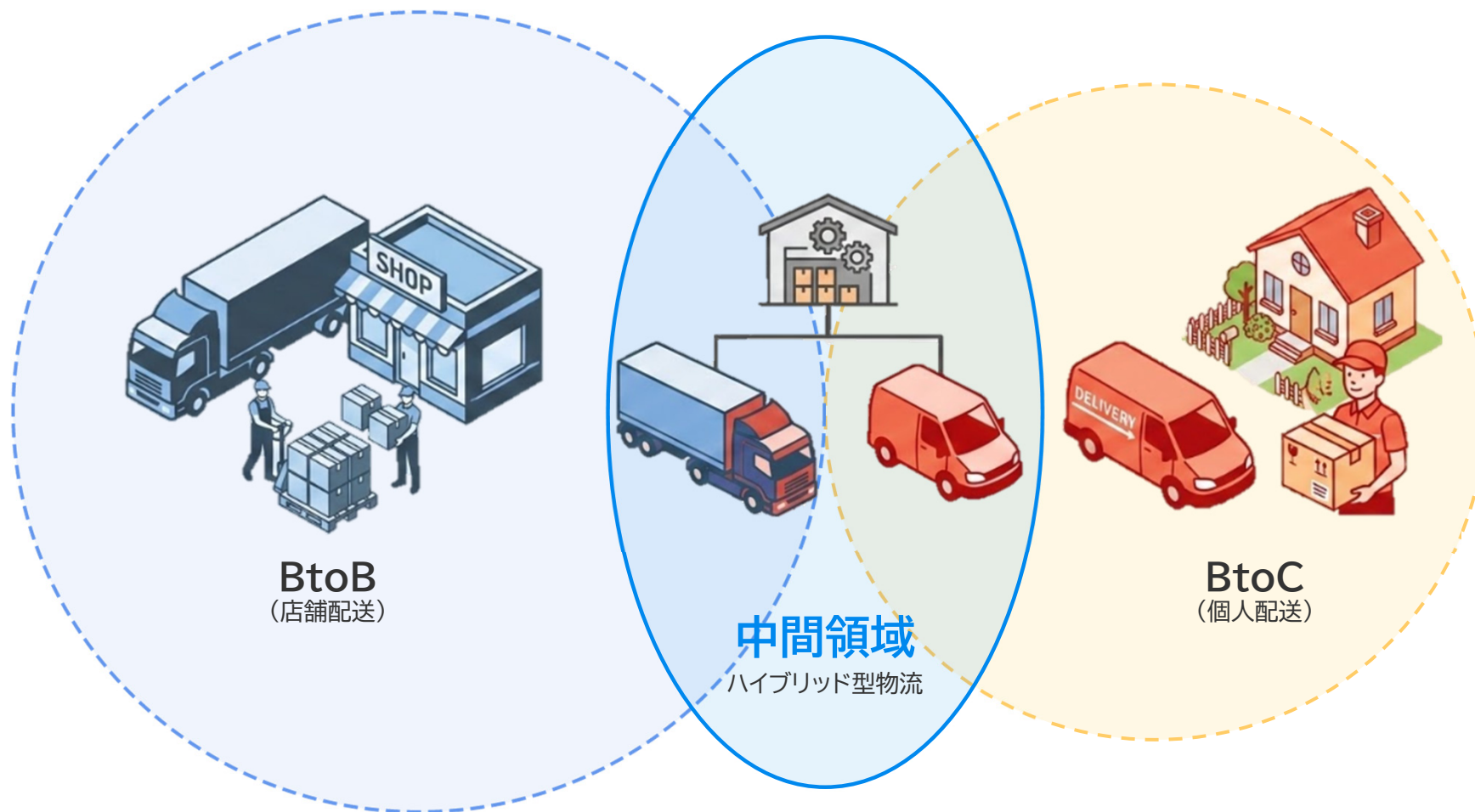
BPO

- AI等先端技術の開発・活用によるローコストオペレーション
- 物流代行とのクロスセル営業



2028年度目標 経常利益率 8% の達成(2025年度実績 4.2%)

ソリューション事業(物流代行)の展望マーケット



■ BtoC物流で培ってきた強み

多品種少量対応、きめ細やかな梱包など、高度な現場の運用ノウハウが武器

■ オムニチャネル化の拡大

ネット通販(toC)と実店舗(toB)の双方を展開する事業者が増加

■ 独自性を発揮し、シェアを拡大

中間領域となるマルチチャネル輸配送に対応

通販事業の基本方針

売上:

カタログの配布数を増やすほど
売上の拡大は期待できる



利益:

カタログの配布数を増やすほど
カタログ費が増え、利益にはマイ
ナス影響

LTV(顧客生涯価値)の最大化

市場トレンドと生協組合員様のニーズを的確に
くみ取った、付加価値型商品の継続投入

商品原価率の低減

適地適産・適量発注による機会損失及び余剰
在庫の最小化

03

資本戰略・株主還元

キャピタルアロケーション方針(FY2025-FY2029)

資金創出(5ヶ年累計)



キャッシュの使途

戦略投資 **150 億円**

非連続な成長を実現するためのM&A等

成長投資 **100 億円**

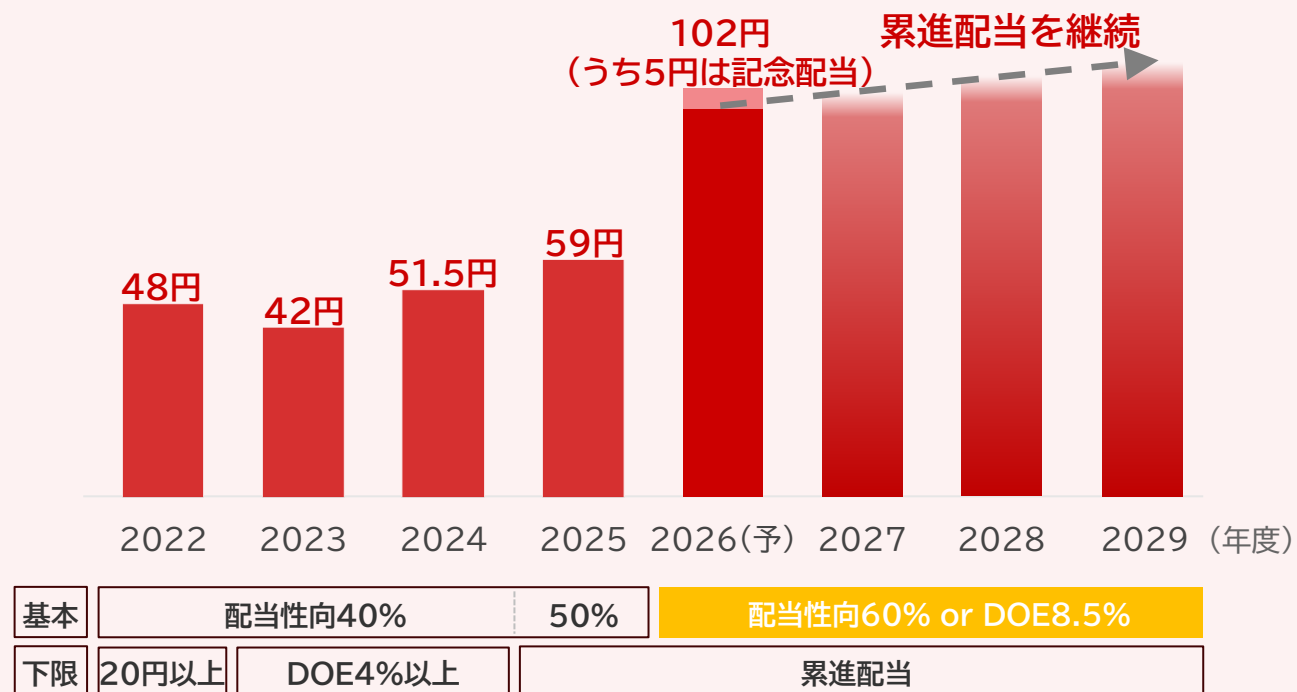
既存施設の維持更新、物流施設の増床、効率化や基盤強化に資する支出

株主還元 **160 億円程度**

連結配当性向60%またはDOE8.5%のいずれか高い方を基準とした累進配当の実施。
還元ベースの着実な拡大。

株式還元について

1株当たり配当金の推移



配当方針

連結配当性向**60%**または**DOE8.5%**のいずれか高い方を基準とした**累進配当**を実施。

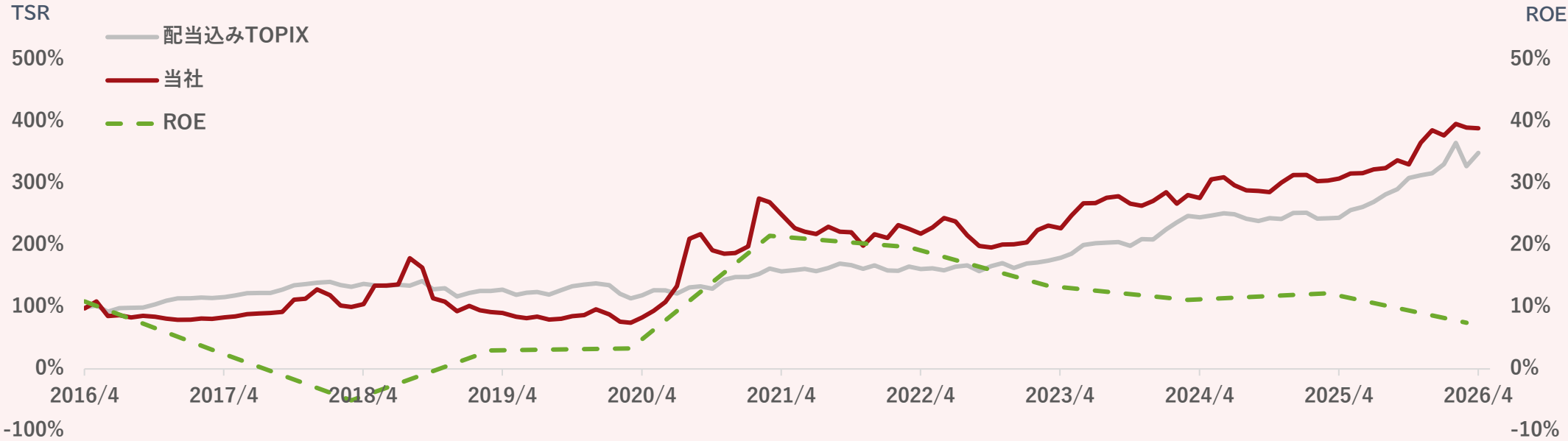
追加還元

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、さらに追加還元の余地がある場合は、**機動的に自己株式の買入れなどを行い**、株主の皆様へ還元

資本効率の向上と株主価値最大化の実績

当社とTOPIX(配当込み)のTSR比較

特にROEが向上した**2020年度以降**において、当社のTSR(株主総利回り)がTOPIX(配当込み)をアウトパフォームしている。



※TSRは2016年3月末の株価及びTOPIXを基準として算出

本日のまとめ

01 ソリューション事業への 集中投資と成長加速

生協事業という独自性の高い事業(現在のグループ最大の強み)をベースとして、成長を牽引するソリューション事業(これからの強み)へ経営資源を優先的に配分。純利益60億円以上の達成を実現します。

成長目標

60 億円以上
(連結純利益)

02 最適なアロケーションと 資本効率の最大化

成長戦略投資への機動的な資金配分と強固な経営基盤に裏付けられた積極的な株主還元を追求。
財務規律を維持しつつ資本効率を高め、ROE15%以上の達成を実現します。

資本効率

15 %以上
(ROE)

03 利益成長と還元による 持続的な価値創出

持続的な利益成長サイクルを強固に構築し、総還元性向60%程度を目標に市場へ還元することで、株主の皆さまからの信頼を獲得し、持続的な企業価値向上を実現します。

株主還元

60 %程度
(総還元性向)



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。