

MANAGEMENT PLAN

中期経営計画「Direct Marketing Solution 2025」の概要

スクロールグループでは、「100年続く企業」に向け、持続的な成長を実現する企業体への転換を推進し、継続的な企業価値向上を目指してまいります。

2023年度より始まる中期経営計画「Direct Marketing Solution 2025」では、DMSを強化していくことにより、持続的な成長を実現するDMC複合通販経営の推進を行ってまいります。

DMSの強化によって、ソリューション事業セグメントの成長を加速させ、利益面において通販事業に依存しないポートフォリオの形成を行ってまいります。また同時にさまざまな社会的要請に対し、ステークホルダーと協働で、打ち立てた目標達成に向け取組みを推進するため、2023年度の中期経営計画は「事業ポートフォリオの最適化による成長戦略の推進」、「実効性のあるResponsibility経営の推進」の2つを重点方針としております。

2022年度

振り返り

通販事業の既存ビジネスは堅調に利益を創出し、ソリューション事業は売上・利益ともに成長したものの、eコマース・HBT事業は市場環境の悪化等に伴い収益が悪化。

依然として通販事業の既存ビジネスへの依存度が高い状態であり、DMC複合通販企業の変容と進化は道半ばとなる。

Direct Marketing

Solution 2025

VISION・MISSION

2023年度 二大重点方針



事業ポートフォリオの最適化による成長戦略の推進

成長基盤の強化

- ・ソリューション事業の成長加速
- ・通販事業のさらなる深化と進化
- ・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



実効性のあるResponsibility経営の推進

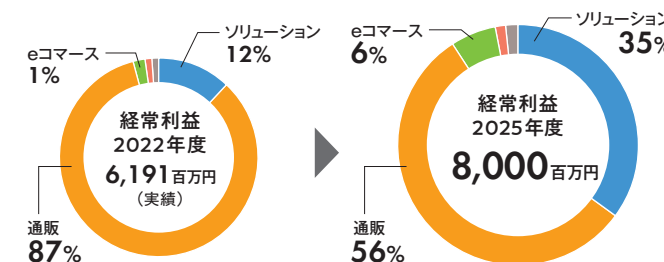
「語る」ではなく「やる」

- ・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

中長期目標

経済的価値

DMSの強化によるDMC複合通販経営の推進



	2022年度	2025年度
売上高(百万円)	81,018	95,000
経常利益(百万円)	6,191	8,000
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	4,170	5,400
自己資本利益率(ROE)	13.4%	13.9%

社会的価値

環境・社会目標達成に向けた取組みの推進



持続的な成長を実現し、
「100年続く企業」へ

VISION (展望)

人、社会、地球に、
グッドライフカンパニー
であること。

MISSION (任務)

DMC複合通販企業として、
多様かつユニークで、
変化を恐れない事業体で
あり続ける

FINANCIAL STRATEGY

財務戦略

財務戦略の基本方針

企業価値の最大化と
持続的成長

ROE経営、ROIC経営、
キャッシュ・マネジメント・システム

当社グループでは、中長期的な投資とリスクに備え、財務健全性を維持しながら資本コストを上回る資本収益性を維持するために、ROE（自己資本当期純利益率）、ROIC（投下資本利益率）を重要な管理指標として導入し、自律的な企業価値の最大化と持続的成長を図っています。

グループ全体の運転資金や成長投資等の必要資金については、主として営業キャッシュ・フローを財源としています。必要に応じて有利子負債を効果的に活用し資本効率の向上を図っています。

また、グループガバナンスの強化と資金効率の向上を目的に、キャッシュ・マネジメント・システムを導入し、グループ一体での資金調達と資金管理を実施しています。



グループオフィサー CFO
山下 政彦

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

現状分析

当社グループの資本コストや資本収益性につきましては、2020年度のコロナ禍における巣ごもり需要と、主に通販事業において推進してまいりました原価率の改善、販促費の効率化等の事業構造改革の効果により資本コストを上回る資本収益性が達成できており、その後も高い水準で推移しております。

その結果、PBR（株価純資産倍率）は1倍を回復する水準には

なったものの、株式市場からの評価は依然低い状態であると認識しております。

これは、近年の業績がコロナ特需によって恩恵を受けた通販事業による一過性のものであり、「将来の成長性（継続性）」を期待させるだけの次の収益の柱（事業）が育っていない」との株式市場の評価によるものであると分析しています。

改善（取組み）の方針

2023年度から始まる中期経営計画においては、「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」を方針とし、次の収益の柱を「ソリューション事業」と明確に定めました。「事業ポートフォリオの最適化による成長戦略の推進」においては、ソリューション事業へ経営資源を重点的に配分すること

により、投資による成長戦略の実現に取り組んでまいります。

また、サステナビリティへの取組みでは「実効性のあるResponsibility経営の推進」をメインテーマに、長期的な視点にたった人的資本経営の強化を図ります。加えて、それらの進捗を分かりやすく開示することで、株式市場からの評価を高めてまいります。

資本コスト／資本収益性／株式評価

主な経営指標等			2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
自社の資本コスト	資本コスト（％）	WACC	5.6	5.3	8.6	8.4	5.0
	自己資本利益率（％）	ROE	3.0	3.3	21.6	19.7	13.4
自社の資本収益性	投下資本利益率（％）	ROIC	4.6	5.8	15.2	13.6	11.3
	期末株価（円）		375	289	1,087	833	808
自社の株式評価	時価総額（億円）		130	100	379	290	283
	株価収益率（倍）	PER	20.3	14.1	7.3	5.2	6.8
	株価純資産倍率（倍）	PBR	0.61	0.47	1.42	0.97	0.88

今後の財務戦略

DMC複合通販企業戦略

シナジー発揮

ポートフォリオ経営

当社グループが標榜する「DMC複合通販企業戦略」は、「シナジーを発揮するためのグループ形成」と「成長に向けた計画的・持続的な投資を実現する事業ポートフォリオ経営」であり、変化が激しいマーケットのなかでも、新たな事業の創出・育成を可能とするものです。

すでに基幹事業である通販事業の収益基盤は確固たるものとなり、筋肉質な事業構造は完成の域に達していますが、当社グループの継続的な成長を実現すべく通販事業一本足経営からの脱却に向け、ダイレクトマーケティングで培ったノウハウや機能を他の通販事業者へ提供するソリューション事業を、次の収益の柱にするべく進化させていきます。

「次の収益の柱となる」ソリューション事業では、すでに物流代行から決済代行やマーケティングといった通販に必要な機能を360度全方位で保持し、ワンストップで提供していますが、さらにグループの経営資源を集中させサービスを充実し、足し算ではなく掛け算のストック型ビジネスモデルとしてグループの中心的存在となっていきます。

DMSCに込めた決意

通販事業一本足
経営からの脱却

通販の会社から
ソリューションの会社へ

通販事業では、既存モデルからの収益最大化と並行して、生協マーケットでのインフラを活用したニーズの深掘りからコト消費へと提供価値を進化させていきます。

eコマース事業では、すでに各ECモールのトップクラスの店舗を運営している事業会社の集まりであり、トップ店舗としてのノウハウや先進性により、新しいビジネスモデルの確立や既存事業の収益最大化を進めていきます。

その他の事業におきましては、グループの持続的成長に欠かせない次のグループセグメントを支える事業となるよう育成してまいります。

事業の見極めや投資評価についてはROICをKPIとした事業性評価・投資評価を進めていますが、前述のとおり、多様な事業、ステージを擁するためROICの絶対水準で評価するだけではなく、ROICの推移から改善率を相対評価することにより、グループ全体の資本収益性を注視しながら事業の見極めを進めてまいります。

株主還元に関する基本方針

株主資本配当率（DOE）による視点

+

連結配当性向40%の堅持

当社グループは、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。

また、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。

INFORMATION SYSTEM STRATEGY

情報システム戦略

システム戦略の基本方針

スクロールグループは、複数の事業セグメントで構成されており、ダイレクトマーケティングを基軸とした複合通販経営の進化に取り組んでいます。

事業の成長を加速させるために、情報システムに経営方針を反映し、ビジネス基盤として大きく進化させていく必要があります。そのために、以下の3つの進化を基本方針として取り組み、事業変革への対応力を向上させていきます。



グループオフィサー
CIO
木村 典宏

1

事業成長を支える
変化に強い
システムへの進化

2

グループ経営を支える
安心・安全な
システム基盤への進化

3

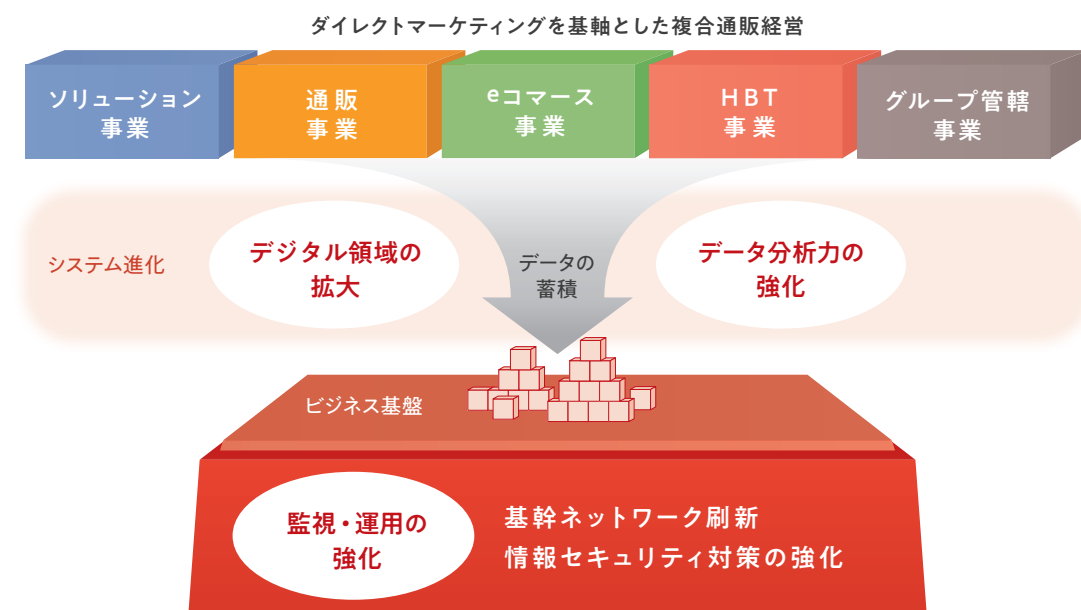
システム担当から
デジタル人材への進化

1 事業成長を支える変化に強いシステムへの進化

変化の激しい環境で事業を成長させるために、情報システムは2つの進化に取り組んでいます。

1つ目は、環境変化を早期に発見する力としてデータを最大限活用していきます。従来から取り組んでいる経営情報の一元管理だけでなく、サービスや業務の現場で蓄積されているさまざまなデータの分析力を強化し、変化を先読みできる知恵の源泉に変えていく仕組みを作ります。

2つ目は、あらゆるデータを蓄積するために事業のデジタル化を一層進めていきます。従来、システム化が不十分で人に頼っている業務領域についても、新たなテクノロジーを積極的に活用することで、デジタル領域を拡大していきます。既存のシステム化領域においても、事業変化に迅速に対応できる俊敏性を追求していくために、段階的に最適化を進めやすい構成に変えていきます。



2 グループ経営を支える安心・安全なシステム基盤への進化

グループ各社はサービス内容やビジネスモデルが異なっているため、情報システムは各事業への適応を優先した方針としています。各社の方針を推進しつつ、グループポリシーを反映した安心・安全なシステム基盤として進化させていきます。具体的には、成長の前提となる安定した情報システムサービスの実現に向けて、監視・運用プロセスの強化を図っていきます。現在の情報システム環境はさまざまなクラウドサービスを組み合わせて運用しており、急激に複雑化しています。これらを統合的に管理する機能を整備することで、ローコストでありながら高品質な情報システム監視を実現し、さまざまなトラブルを未然に防ぐ仕組みを作ります。

また、グループ各社のシステムやデータの連携性が強まる状況において、ネットワークの重要性は今まで以上に高まっています。現在、データ通信量の増加に伴い、回線容量の増加とコスト抑制を目的とした基幹ネットワークの刷新プロジェクトを推進しており、2023年度には完了する予定です。

一方で、データ活用場面を広げつつ、同時にダイレクトマーケティングを基軸とした企業グループに相応しい強固な情報セキュリティ対策を実施していきます。外部の専門的なパートナー企業の協力を得ながら、日進月歩で変わりゆく情報セキュリティリスクに計画的に対応していきます。

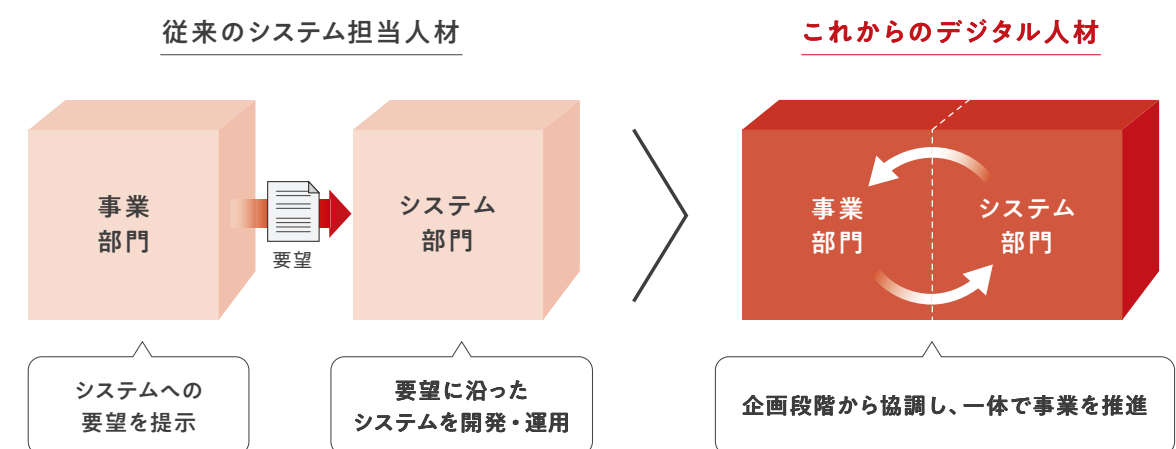
3 システム担当からデジタル人材への進化

変化への俊敏な対応を目指して、システム担当人材の役割も進化させていきます。

デジタル技術の進展に伴い、事業と情報システムは一体で検討すべき時代になっています。通販事業やソリューション事業では、情報システムがビジネス基盤の中核に位置付けられます。そのため、企画段階を中心に事業部門とシステム部門との協調プロセスを強化していきます。

この過程において、従来のシステム担当から各事業現場で変革を実践する力を重視したデジタル人材に進化させていきます。

また、データ分析を強化するために事業企画部門が中心となってデータサイエンティストの人材育成を強化し、データドリブン経営を支える専門人材を配置します。



事業戦略

SOLUTIONS BUSINESS

ソリューション事業

今後も拡大が見込まれるEC・通販市場において、EC・通販事業者向けのワンストップソリューションを提供しています。主なソリューションメニューとしては、物流代行、受注代行、コールセンター等のBPOサービスに加え昨今注目されている後払い決済サービスといったフルフィルメントサポートを展開しています。また、デジタルマーケティングや通販システム支援サービスを提供するなど、EC・通販事業者を360度、ワンストップでサポートできる唯一無二の存在となっております。



株式会社スクロール360
設立 1986年
フルフィルメント(物流代行)、決済、システム、EC-BPO(EC受注業務等の受託)、Webマーケティング(集客・販促支援サービス)



株式会社もしも
設立 2004年
アフィリエイトサービス、マーケティングサービス



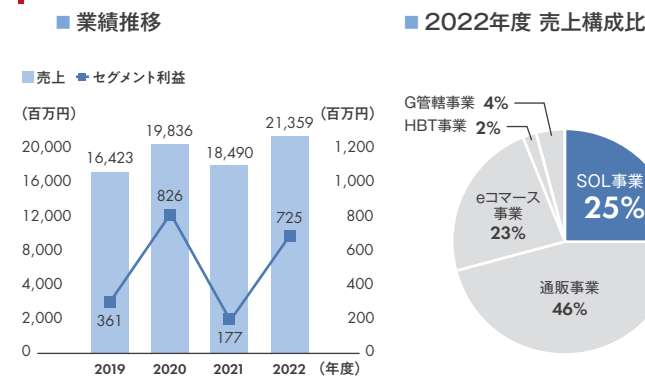
株式会社キャッチボール
設立 2007年
BtoC向け後払い決済サービス「後払いドットコム」
BtoB向け後払い決済サービス「掛払いドットコム」



成都音和娜網絡服務有限公司(成都インハナ)
設立 2004年
日本ECのためのアウトソーシング事業(受注処理、データ作成、在庫管理)、中国EC事業(越境販売支援、プランニング支援など)



業績推移と売上構成比



2022年度の経営状況

新規クライアント稼働の開始やアパレル物流センターの開設など、物流代行サービスの業容拡大を進め、全国通販3PL戦略を推進したほか、販促支援型コンタクトセンターの開設やECショップ運営代行サービスの提供など、サービスメニューを拡充しました。また、決済代行サービスは、キャッシュレス決済対応の拡大や事業効率向上に努めたことにより好調に推移し、マーケティングサポート事業についても、アフィリエイトサービスにおける取扱いジャンルの拡充などにより堅調に推移しました。

事業環境

- リスク**
- 成長市場への競合他社参入による競争激化
 - 法規制や環境対策による物流コストの増加
 - 技術革新等、市場環境の変化の速さ

- 機会**
- EC・通販市場の成長
 - テクノロジーの進化によるサービス領域の拡充など、新たな価値創出
 - ネットメディア拡大によるアフィリエイトサービス・マーケティング支援ニーズの拡大
 - キャッシュレス決済市場の拡大
 - サステナブル意識の高まりによる新たなソリューション機会の増加

事業の強み

当事業の強みは、豊富な知見とノウハウに基づいた、カスタマイズ可能なソリューションの提供です。お客様のニーズに合わせて最適なシステムを構築し、ビジネスの効率化や競争力強化に貢献します。また、迅速な対応力とアフターサポートも充実しており、長期的なパートナーシップの構築にも力を入れています。

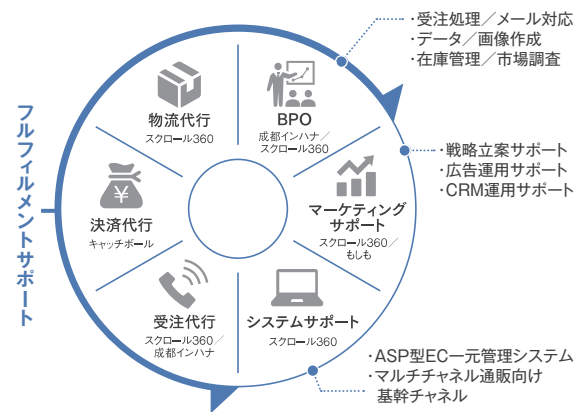


取締役
グループオフィサー CMO
ソリューション事業PRS
山崎 正之

今後の戦略

DMSの核となる事業として、各種ソリューションサービスの拡充と物流代行サービスの強化を行い、成長を加速させる

EC・通販市場の拡大により、クライアントニーズは今後ますます高まっていくと見込んでおります。他社参入による競争激化も予測されるなか、さまざまな通販ソリューション機能を有する当社グループだからこそ可能な提供価値の創出を行ってまいります。また成長ドライバーとして経営資源の集中を行い、事業の強化スピードを加速させることで、グループの持続的成長へ寄与します。主力である物流代行サービスについては、保有する物流センターの坪あたり限界利益の改善、再現性のある新規顧客獲得を行うことによって、収益力の強化を図ります。また決済代行サービスやマーケティングサポートサービスにおいては、サービス・営業力の強化を行うことで、事業の成長を加速します。



Voice

今期からソリューション事業がグループの中核事業となり、長い歴史の中で大きな転換の時を迎えています。悩みを抱えるEC・通販事業者様へ「360度トータルサポート」で最適なご提案ができる人材となり、ワンストップソリューションの更なる拡大に貢献していきたいと考えております。

スクロール360
営業部 営業第3ユニット **阿部 ひかる**

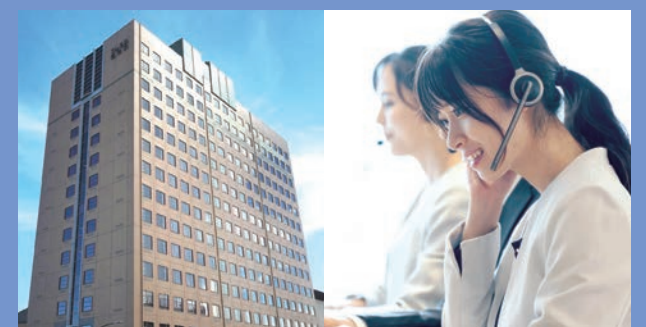


Topics



首都圏エリアに物流センター「SLC春日部」を開設

2022年7月、アパレル物流に特化した新たな物流センターである「スクロールロジスティクスセンター春日部(SLC春日部)」を稼働しました。本センターは、基本的な物流業務から、複雑な在庫管理・季節変動対応・特殊な流通加工など専門性の高い業務まで、アパレル物流におけるすべての業務をワンストップでお任せいただけます。また、首都圏エリアに拠点を設けることで、配送リードタイムの短縮やコストダウンにも大きく貢献することができます。



販促支援型コンタクトセンター「八王子センター」稼働開始

EC・通販事業者様の「顧客対応力」に対するニーズの高まりを受け、2022年8月、首都圏エリア初進出となる販促支援型コンタクトセンター「八王子センター」を稼働しました。また、同時にアウトバウンドによる販促支援専任チームを発足することにより、「新規獲得」「継続購入促進」「アップセル・クロスセル対応」「顧客の生の声をもとにしたコミュニケーション設計」など、従来のコンタクトセンターの枠を越えた、売上拡大につなげる販促支援サービスの提供が可能となりました。

事業戦略

MAIL-ORDER BUSINESS

通販事業

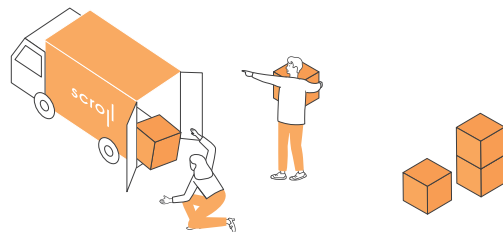
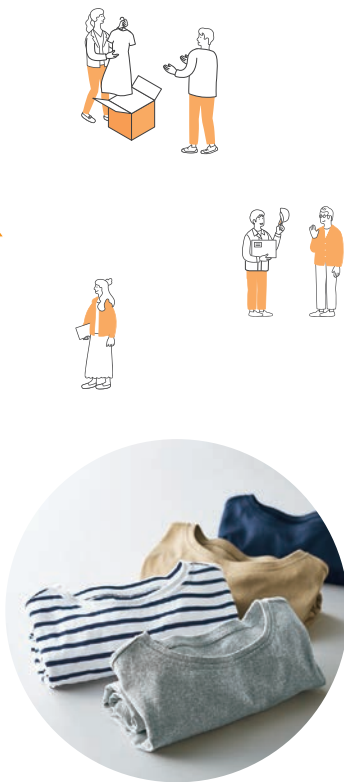
当事業は、(株)スクロールが主体となり、主に生協宅配事業の組合員様向けに通信販売(カタログ・一部インターネット)を展開しています。販売対象の全国の生協組合員様は約800万世帯で、これが当事業の基盤になっています。主な販売商品は衣料品、服飾雑貨で、全国の組合員様に毎週(年52週)カタログを一律配布し、ご注文いただいた商品をお届けするビジネスです。

scro|l

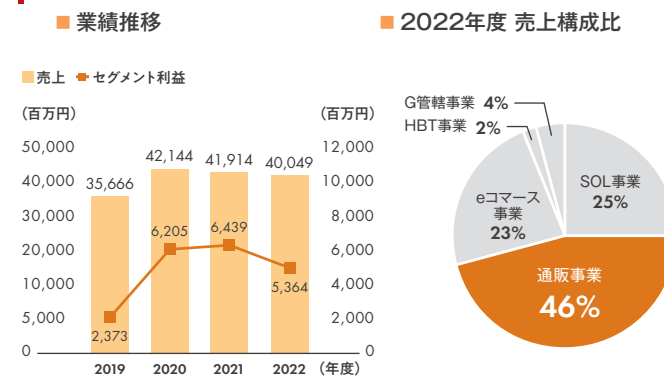
株式会社スクロール
設立 1943年
カタログ・インターネット通販

詩克楽商貿(上海)有限公司

設立 2006年



業績推移と売上構成比



2022年度の経営状況

通販事業におきましては、春夏商材の売上が前年同期比で減少したものの、その後は回復し、堅調に推移いたしました。原材料価格が高騰するなか、販売価格の見直しや商品調達方法の最適化・在庫適正化により、原価率の低減に努めたことに加え、効率的なカタログ配布や固定費の削減など、事業効率の最大化に向けた取組みを進めました。一方で、新たなSDGs関連商品やサステナビリティサービスの展開にも積極的に取り組みました。

事業環境

- リスク**
- ・サプライチェーンでのコストアップ(原材料・輸送・為替・用紙)
 - ・人口減少による衣料品市場規模の縮小
- 機会**
- ・ヘルスケアニーズの拡大
 - ・サステナビリティ意識の高まり
 - ・テクノロジーの進化

事業の強み

当事業の強みは、毎週の全国800万世帯の組合員様との接点、カタログ配布によるPUSH型ビジネス、商品企画・販売・フルフィルメントを含めた一連のビジネス展開をしている点です。全国の生協様との独自のネットワークによる安定した事業基盤を構築しております。



グループオフィサー
通販事業PRS
勝田 圭三

今後の戦略

既存事業のさらなる効率化と 新たなビジネスチャレンジにより、 利益の確保と 将来への種まきの両立を図る

当事業は、どのような環境下であっても、グループの収益を支える絶対的なセグメントであることがミッションです。今後も、既存事業のさらなる効率化による利益拡大とともに、新規ビジネスであるSVB(ソリューション・ベンダー・ビジネス)戦略を推進することにより売上拡大を図ります。既存事業については、DBマーケティングを通じて受注金額の向上を図るほか、AIシステムを活用した商品供給と在庫の最適化を目指します。新規ビジネスであるSVB戦略については、それぞれの地域ごとの生協のニーズに対応した商品展開で、新しい顧客価値の提供に注力します。また、サステナビリティの取組みについては、包装資材のプラスチック使用量の削減、SDGs関連商品の展開数拡大などへ取り組むとともに、サステナブル意識向上を目的とした社内での啓蒙活動を推進し、組合員様への付加価値向上に努めてまいります。

通販事業



既存事業
・受注金額の向上
・商品供給と在庫の最適化



新規ビジネス(SVB戦略)
・ニーズに対応した商品展開



サステナビリティ
・プラスチック使用量の削減
・SDGs関連商品の展開数拡大
・意識向上の啓蒙活動を推進
・組合員様への付加価値向上

Voice

我々SVB推進部は、将来の利益のために、新ビジネスの確立と黒字化の両立を行うことがミッションです。2025年の売上高50億円、またその先の目標に向かって、まずは2023年度、1本目の成功モデルを構築できるようチーム一丸となって取り組みます。

株式会社スクロール
SVB推進部 特販ユニット長

蘇山 明誉



SDGsカタログ

「つづくみらい」を創刊

生協組合員様に、「できることから少しずつ、楽しくSDGsを取り入れること」を提案するため、SDGsカタログ「つづくみらい」を創刊しました。コンセプトは、ファッションを通じて「ちょっといいことをしている」と感じていただける体験の提供です。スクロールでは、環境配慮、日本技術の継承、社会貢献に関する商品をSDGs関連商品とし、2025年度までにその構成比を50%以上(アパレル商材)にすることを目標としております。また、2020年度より、お客様とともに社会貢献活動の一つとして、カタログに掲載している商品の売上の一部を活用し、社会貢献活動団体への寄付を実施しております。2023年度からは、これらの寄付活動を「つづくみらい募金」と名付け、寄付活動を拡充させてまいります。寄付先団体については、当社ホームページをご確認ください。



事業戦略

HBT BUSINESS

HBT事業

人生100年時代を迎え、今後も消費者ニーズの拡大が想定される、「美と健康」、「コト消費」マーケットに対し、自社オリジナルの化粧品・健康食品や旅行企画をインターネットを中心に販売しております。「美と健康」については、自然派を背景とした使用感の良いオリジナルの化粧品ブランドや健康食品を取り揃え、「コト消費」については、主に国内旅行の企画・販売・運営を行っております。

木 草
果 花

株式会社キナリ
設立 2001年
主要ブランド 草花果木

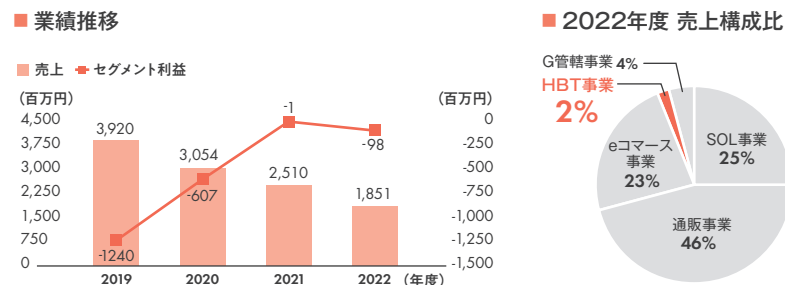
Anthropologie
北海道アンソロロジー株式会社

設立 1996年
主要ブランド ミラクルクイーン
(ローヤルゼリー)、豊富温泉スキンケア

Travex
TOURS
株式会社トラベックスツアーズ

設立 2002年
日帰りバスツアー、スキーツアーなどの
旅行企画および催行

業績推移と売上構成比



2022年度の経営状況

HBT事業においては、化粧品・健康食品ビジネスにおいて、新たな商材における販売促進活動を強化いたしました。また、旅行ビジネスにおいては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が一巡し、政府による全国旅行支援が開始されたことにより、回復の兆しをみせております。なお、2022年3月に化粧品子会社2社の保有株式を売却したことに伴い、売上高が減少しています。

※2022年度よりセグメント区分を一部変更し、「HBT事業」としております。過去の業績につきましては数値を組み替えております。

事業の強み

お客様や時代が求める付加価値の高い化粧品・健康食品などの販売や旅行(コト)サービスの販売を通じて、お客様の心と体の「美と健康」づくり、「アクティブライフ」をサポートしています。

取締役
グループオフィサー CMO
HBT事業PRS
山崎 正之



今後の戦略

早期に成長軌道に乗せられるよう事業モデルを確立し、グループ収益を支える事業への変革を目指す

高齢化社会・人生100年時代において、化粧品・健康食品・旅行ビジネスは市場の拡大が予測されます。当社グループにおける育成事業として、新たなM&Aの機会を狙いながらも、引き続き収益化に向けた事業ポートフォリオの確立を行ってまいります。化粧品・健康食品ビジネスについては、商品開発や顧客基盤

構築などに対する投資について、KPIを通じた方向性を見極めを行い、収益モデルの構築を行います。旅行ビジネスについては、国内旅行の需要増に対しコンテンツの強化を行うとともに、インバウンド需要の獲得や他事業とのシナジーによって新たな提供価値を創出する役割を果たしてまいります。

事業戦略

GROUP JURISDICTION BUSINESS

グループ管轄事業

当事業では、グループ総本社機能として、グループ全体に関わる物流施設やオフィス等の重要資産管理と有効活用をはじめ、グループ経営管理の集中と標準化・効率化を目指し、管理部門の強化を図っております。また、DMC複合通販企業戦略の根本的な基盤である、(株)スクロールロジスティクスによる物流センター運営を本社のある浜松市を起点に関東・関西にも拡大し、通販事業やソリューション事業の成長を支えております。さらに海外現地法人のSCROLL VIETNAM CO.,LTD.においては、ビジネスのグローバル展開を視野に入れ、通販事業やeコマース事業のサプライチェーン管理やソリューション事業における新規ビジネスの構築を進めております。

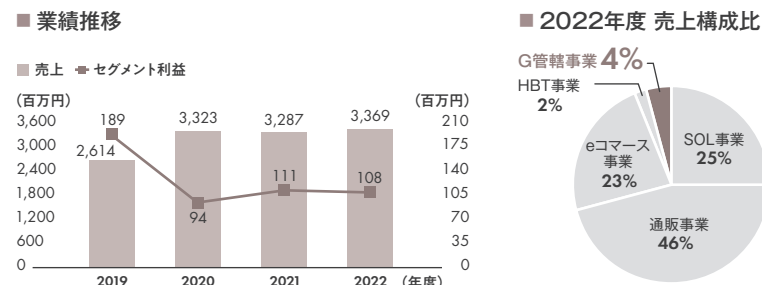
scro|l
logistics

株式会社スクロールロジスティクス
設立 2016年 通販商品の保管・管理・梱包・出荷事業

SCROLL VIETNAM CO.,LTD.

設立 2019年

業績推移と売上構成比



2022年度の経営状況

グループ管轄事業においては、自社保有物流施設等の不動産賃貸、当社グループの物流オペレーション及び海外子会社の管理を行っています。物流オペレーションにおいては、東海・関西・関東エリアにおけるセンター運営の強化を進め、安定的な運営体制の構築に努めました。

今後の戦略

グループを支える基盤として資産の最適化を図り、グループ総本社機能として持続的成長に向けた取組みを推進する

グループ総本社として、経営資源や重要資産、また人的資本の適正配分・有効活用を推進してまいります。またこれまでのノウハウをもって今後の技術革新や、温室効果ガス削減・資源の活用等を行うことで、時代が求める最適な物流機能や環境を構築してまいります。DMSCを標榜する当社グループにとって、物流は

グループ経営の要となります。物流拠点を単なるコストセンターとして位置付けるのではなく、運営における収益改善や、他事業との「一体化」によって利益に結び付くよう、最適化を図ってまいります。海外現地法人では、グループ全体のSCM強化およびグループの新たな成長戦略実現に向けた支援を強化してまいります。

取締役
グループオフィサー CAO
グループ管轄事業PRS
杉本 泰宣

