

VALUE CREATION PROCESS

スクロールグループの価値創造プロセス

スクロールグループは、通販・EC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）」へ転換をしていきます。
今後、パーパスとビジョンの実現に向け、事業ポートフォリオを再構築し、新たな価値創造へのチャレンジを進めてまいります。

PURPOSE
(存在意義)

ダイレクトマーケティング事業を通じて、
時代が求める豊かな暮らしづくりをサポートする。

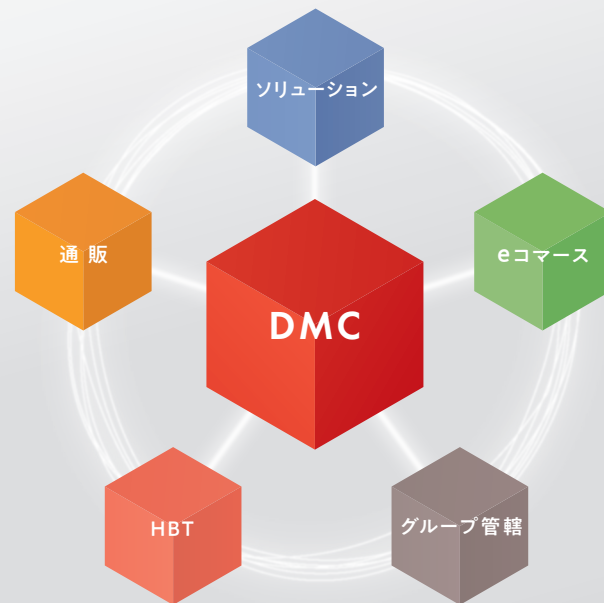
VISION
(展望)

人、社会、地球に、グッドライフカンパニーであること。

外部環境

- 少子高齢化
- 責任ある調達
- 気候変動
- ダイバーシティ

ダイレクトマーケティングを 基軸とした集合体



ダイレクト マーケティング DMSC

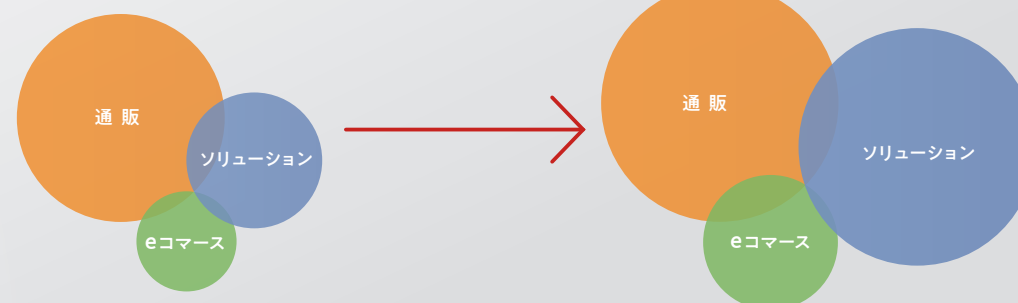
経営資源をソリューション
成長ドライバーとしてグルー

現在の
事業ポートフォリオ

ソリューション カンパニー への転換

ン事業へ重点的に配分し、
ブ全体の成長をけん引する。

2025年の
事業ポートフォリオイメージ



マテリアリティ (重要課題)

事業を通じて解決する課題

豊かな暮らしの実現

- より良い商品・サービスの開発を通して、
豊かな暮らしづくりをサポートする
- 少子高齢化社会によって起こる
社会問題の解決

脱炭素社会への貢献

- 環境負荷の低減

責任ある商品調達

- SCM強化による
安心安全な商品提供

事業の基盤となる課題

多様な人材の活躍

- タスク・ダイバーシティ経営の推進

持続可能な社会への貢献

- 地域社会への貢献

中長期的な企業価値向上

- コーポレート・ガバナンスの強化

スクロールグループ独自の 提供価値

お客様

豊かな暮らしの実現

地球環境

脱炭素社会への貢献

取引先

環境・社会問題を考慮した
責任ある調達の実現

従業員

多様な社員がいきいきと
活躍できる職場環境の実現

地域社会

社員参加型活動による
持続可能な地域社会への貢献

株主・投資家

中長期的な企業価値の向上

スクロールグループの経営資本

- 社会資本
- 知的資本
- 製造資本
- 財務資本
- 人的資本

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。

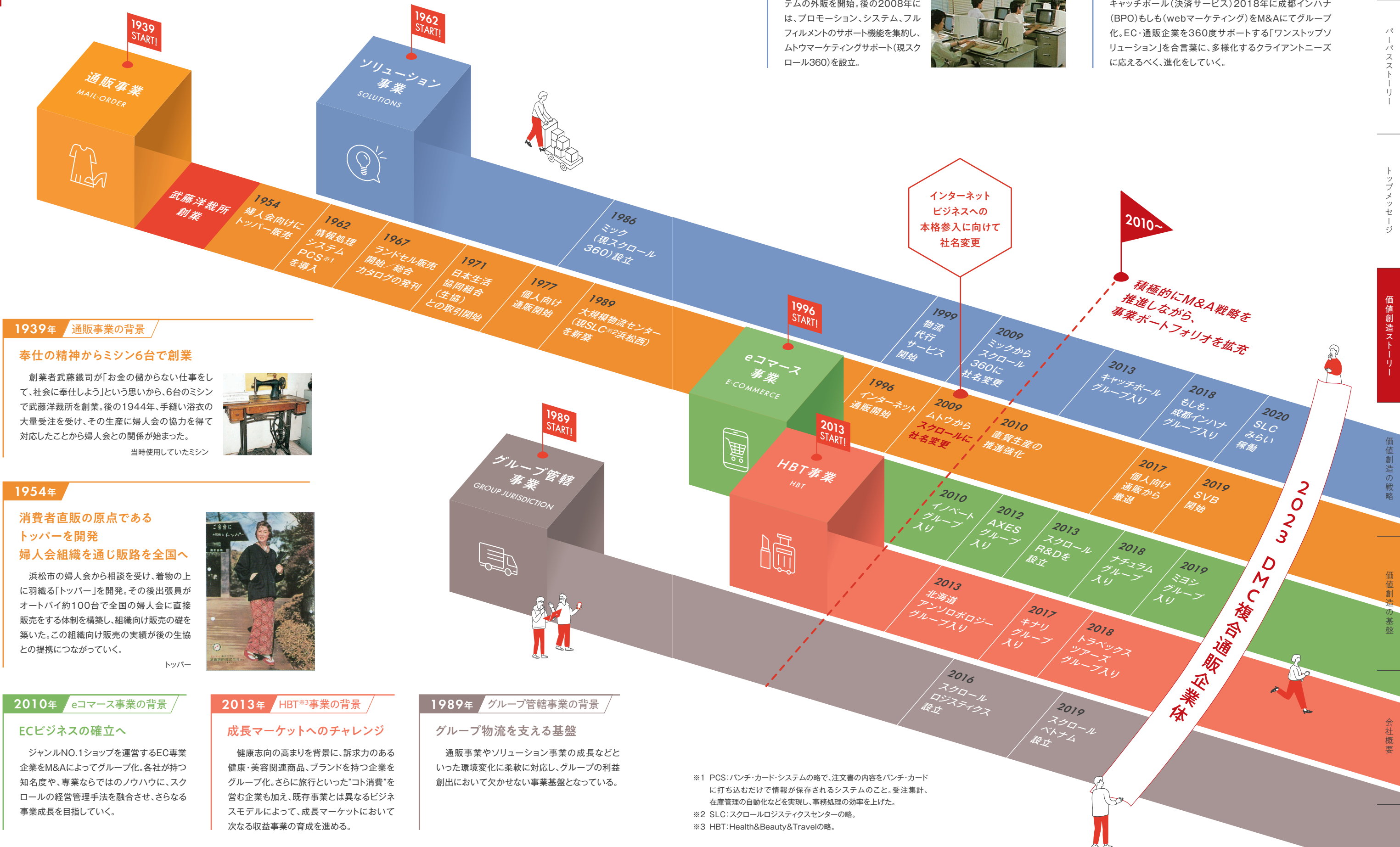
社是・経営理念

1986年 ソリューション事業の背景

株式会社ミックを設立し、通販システムの外販を開始。後の2008年には、プロモーション、システム、フルフィルメントのサポート機能を集約し、ムトウマーケティングサポート(現スクロール360)を設立。



ソリューション機能のさらなる強化に向けて、2013年にキャッチボール(決済サービス)2018年に成都インハナ(BPO)もしも(webマーケティング)をM&Aにてグループ化。EC・通販企業を360度サポートする「ワンストップソリューション」を合言葉に、多様化するクライアントニーズに応えるべく、進化をしていく。



DIRECT MARKETING SOLUTION

ダイレクトマーケティングソリューション

「DMC(ダイレクトマーケティングコングロマリット)複合通販企業体」という

ユニークなビジネスモデルだからこそ提供できる価値「DMS」。

当社グループの各事業は、それぞれがDMSを提供する独立した存在でありながら、

お互いに有機的につながるシナジーの連鎖により、新たな価値を生み出しています。

DMSを定義し、各事業がそれぞれの役割で事業価値の拡大を進めるなか、今後は成長ドライバーであるソリューション事業に経営資源を集中させ、成長基盤の強化を図り、持続的な発展を目指します。

DMS

スクロールならではの、 ユニークな顧客への提供価値

DMSとは、当社グループにおける顧客への提供価値のことであり、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です。ダイレクトマーケティングを基軸としながらもビジネスモデル・顧客接点異なる各事業セグメントそれぞれがシナジーを発揮しながらDMSを高め、高い次元で顧客のニーズに応えることにより、役割を果たしていきます。

DMC

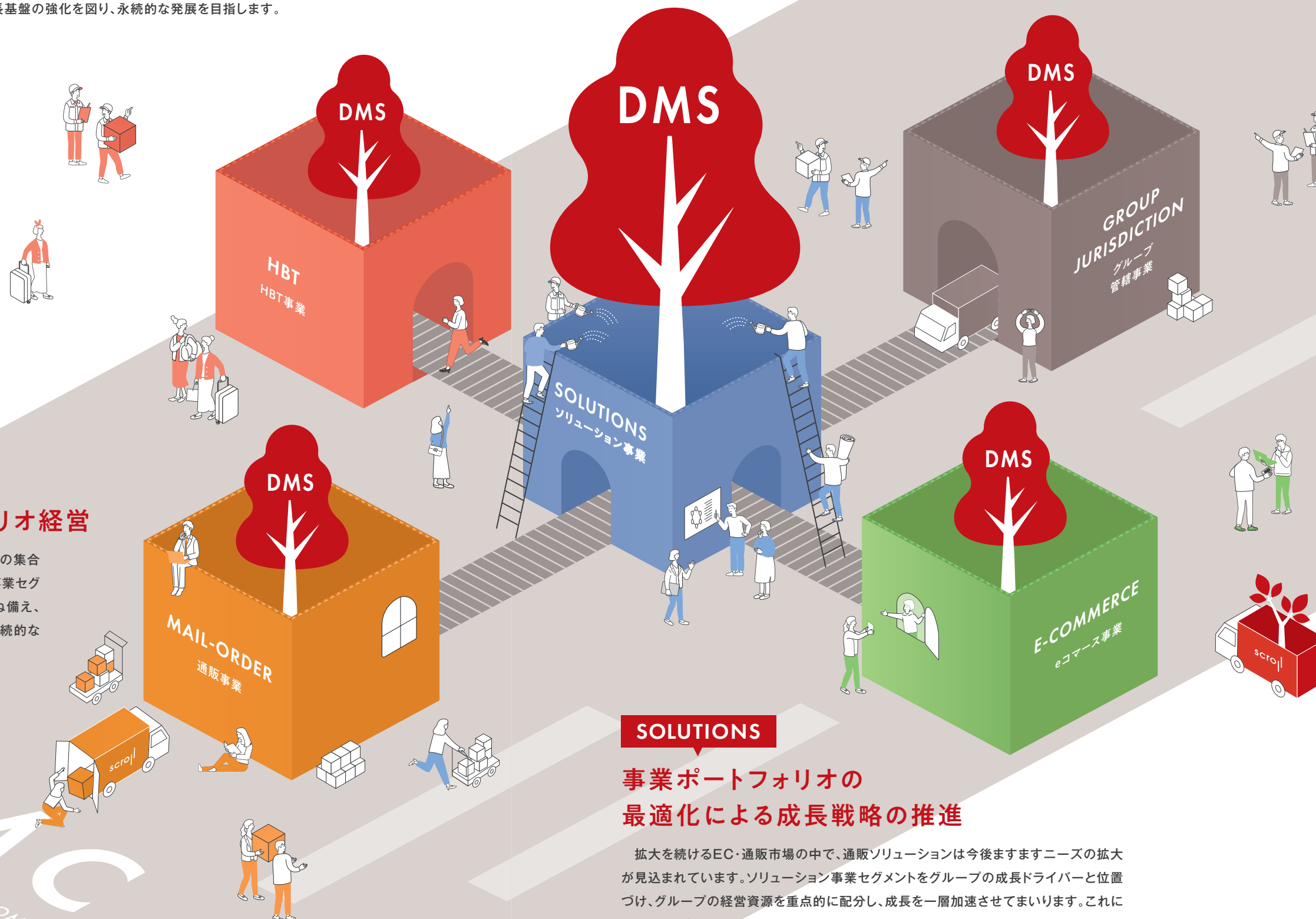
成長に向けた計画的・継続的な 経営を実現する事業ポートフォリオ経営

DMCとは、ダイレクトマーケティングを基軸とした複数企業の集合体のことであり、当社グループの戦略的陣形です。さまざまな事業セグメントが存在することにより、グループの安定性、成長性を兼ね備え、将来に向けた事業基盤の構築を可能とし、当社グループの持続的な成長を実現します。

SOLUTIONS

事業ポートフォリオの 最適化による成長戦略の推進

拡大を続けるEC・通販市場の中で、通販ソリューションは今後ますますニーズの拡大が見込まれています。ソリューション事業セグメントをグループの成長ドライバーと位置づけ、グループの経営資源を重点的に配分し、成長を一層加速させてまいります。これにより、事業ポートフォリオの最適化を図り、成長基盤を強化してまいります。



RISK AND OPPORTUNITY

リスクと機会

企業の持続的成長のためには、外部環境を把握し、その影響を考え、どんなリスク・機会になりうるのか確認する必要があります。SDGsの17のゴールおよび169のターゲットやESGのトレンドを把握し、当社グループの事業に大きな影響を与える外部環境を洗い出しました。

各事業における外部環境の変化

ソリューション事業

- EC・通販利用者の増加
- AIなどの技術革新によるインフラの変化
- 顧客ニーズの多様化(決済・配送)
- テクノロジーの進化(5G、キャッシュレス、AI)

通販事業

- アパレル需要の減少
- 少子高齢化
- サステナビリティ意識の高まり
- テクノロジーの進化(5G、キャッシュレス、AI)

eコマース事業

- ECでの購入増加
- リユース市場の拡大
- 買い物困難者の増加(高齢化、過疎化)
- 越境ECの拡大
- キャッシュレス決済の進行
- CtoCの流通増加

HBT事業

- 健康志向の高まり
- 行動制限等によるインバウンド需要の変化
- 消費者の意識変化(モノ→コト)
- ECでの購入増加

グループ管轄事業

- テクノロジーの進化(5G、AI、DX)
- 少子高齢化
- 物量増加
- 人手不足



	事業に関わるリスクと機会	リスクまたは機会	リスクと機会の捉え方
少子高齢化	消費マーケット、消費マインドの縮小	リスク	人口減少に伴い、日本の消費マーケットの大幅な縮小および、消費マインドの低下が進行する。
	ヘルスケアニーズの拡大	機会	ヘルスケアニーズに対応した商品を拡大することにより、より多くの人々から支持を得ることができる。
	買い物困難者の増加	機会	ダイレクトマーケティング企業として、買い物が困難な状況に置かれている人々に商品をお届けする機会が増加する。
責任ある調達	商品やサービスに対する安心・安全性への意識の高まり	リスク、機会	市場から責任ある調達が求められることにより供給体制の見直し等によるコスト増が発生する可能性がある一方、トレーサビリティの取れた安心・安全な商品を提供することで信頼を獲得できる機会ともなる。
	トレーサビリティの取れた商品提供	機会	
	設備投資によるコスト増加、生産性向上	リスク、機会	品質の高い商品やサービスを安定して提供するための設備投資によりコストが増加するリスクがある一方、生産性が向上する機会ともなる。
気候変動	環境に配慮した商品ニーズの高まり	リスク、機会	ニーズに対応できなかった場合の企業イメージの低下や売上減少、新規技術の導入によるコスト上昇が考えられるが、取引先との協働により適切な価格でエシカル商品を提供することができる。
	循環型経済による新たなビジネスモデルの創出	機会	小売業界全体の課題でもある循環型経済の実現は、新たなビジネスモデルを生み出すためのチャンスとなる。
	気候変動に伴う政策、法規制の強化	リスク	2050年のカーボンニュートラルに向け法規制が強化された場合、炭素税や設備投資などコスト負担が増大する。
	用紙市況の変化による紙資材のコスト増加	リスク、機会	紙原料の不足による価格上昇はリスクでありながらも、紙媒体から電子媒体への移行のチャンスでもある。
	異常気象によるサプライチェーンへの影響拡大	リスク	原料や製品の生産拠点の被災による調達困難のリスクがある。
ダイバーシティ	多様な働き方のニーズ拡大	機会	柔軟な働き方を選択できる制度を導入することで、社員のモチベーションが上がり生産性が向上。また帰属意識が生まれ勤続年数の増加にもつながる。
	労働力不足	機会	女性や高齢者、外国人など多様な人材の就業を推進することで、新たな価値創造の機会につながる。

MATERIALITY

重要課題

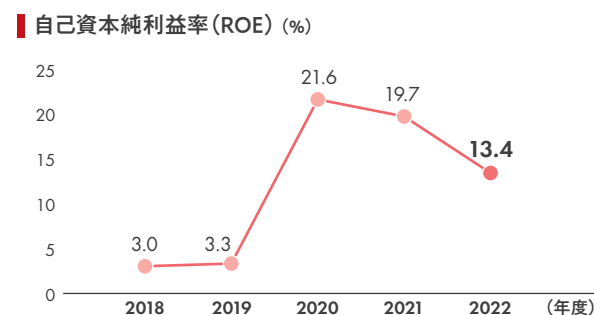
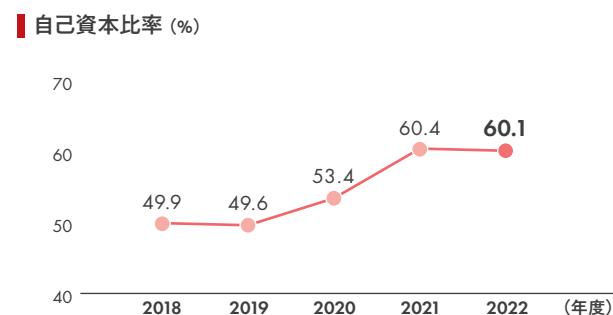
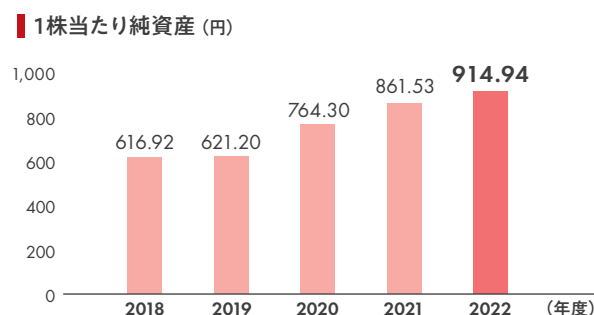
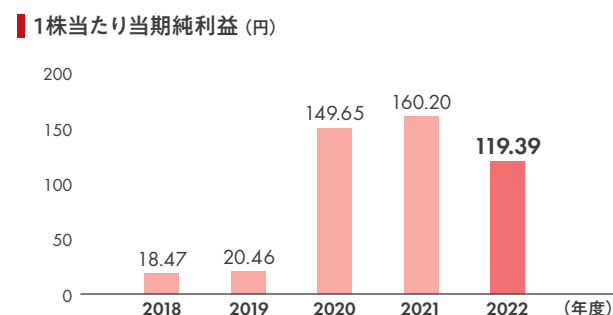
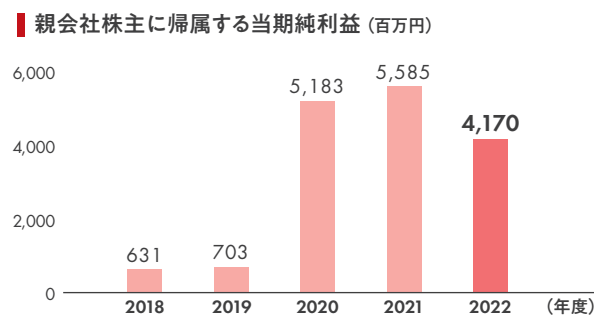
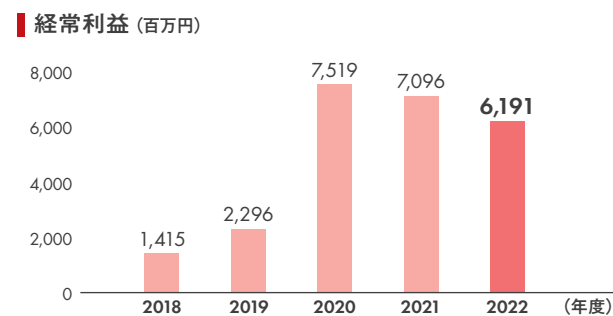
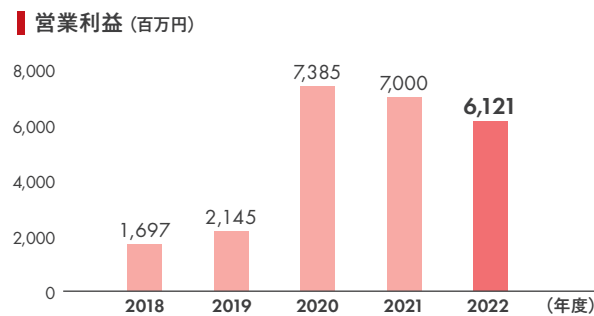
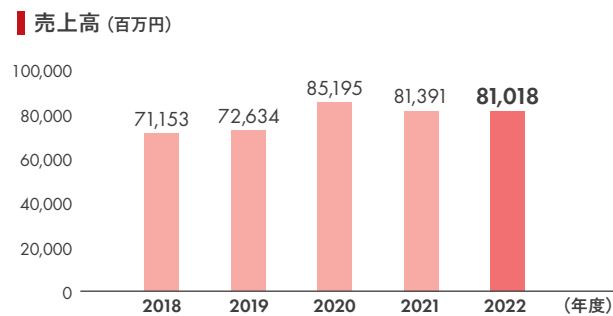
当社グループを取り巻く外部環境の洗い出しおよびリスクと機会の把握によって、7つのマテリアリティ(重要課題)を特定しました。グループ体となってこれらの課題に取り組み、持続的な社会の実現と企業価値の向上を目指してまいります。

マテリアリティ	マテリアリティの説明	実施項目	指標と目標数値		2022年度の取組み	今後の主な取組み
 より良い商品・サービスの開発を通して、豊かな暮らしづくりをサポートする	付加価値のあるモノ・コト・サービスを適切な価格で提供し、豊かな暮らしづくりのサポートをすることが私たちスクロールグループの存在意義であり重要な課題でもあります。お客様の声に耳を傾けながら、毎日の暮らしに役立つ商品・サービスの企画や提案をします。	SDGs関連商品の拡充	アパレル商材におけるSDGs関連商品構成率	2025年度までに50%	●SDGs媒体「つづくみらい」の創刊 ●SDGs関連商品の開発	●環境に配慮した商品開発の拡充 ●日本の伝統・技術を継承する商品の拡充
 少子高齢化社会によって起こる社会問題の解決	人生100年時代といわれるなかで、人々が充実した生活を送ることができるよう、ダイレクトマーケティング企業として、事業活動を通じて少子高齢化社会に関わる諸問題の解決に向けた取組みを進めていきます。				●子ども支援団体との取組み検討	●社会貢献につながる商品の販売
 環境負荷の低減	パリ協定や日本におけるカーボンニュートラル宣言など、世界中で気候変動への取組みは一層活発なものとなっています。当社グループにおいても、CO2をはじめとするGHG排出量削減など環境負荷の低減を推進しながら、持続可能な社会の実現に貢献します。	紙の使用量削減	カタログ等使用する紙の使用量	2030年度までに25%削減 (2021年度対比)	●効率的なカタログ配布の実施 (制限配布導入生協の拡大) ●縮刷版カタログ(A4サイズ)のテスト展開 ●顧客に対するEC利用の促進 (EC利用者へのカタログ部数削減のテスト)	●効率的なカタログ配布の実施 (継続的な新規生協のテスト展開) ●A4縮刷版のクリエイティブテスト
		包装資材の脱プラ	プラスチック素材の使用量	2030年度までに65%削減 (2021年度対比)	●SLCみらいから出荷される一部製品の出荷袋を紙袋へ切替え ●SLC浜松西からの出荷分をバイオマス含有袋へ切替え プラ削減商品梱包袋への切替え検討	●脱プラ素材商品梱包袋の継続的な調査
		CO2(スコープ2)削減施策	スコープ2におけるCO2排出量	2030年度までに50%削減 (2020年度対比)	●本社ビル CO2フリー電気の導入 ●LED照明への切替	●浜松本社東館・SLC磐田 CO2フリー電力化 ●SLC浜松西F棟 太陽光発電(PPA)設置 ●SLC浜松西 空調冷却装置制御のインバーター化
 SCM強化による安心安全な商品提供	近年消費者の商品・サービスの安心、安全性に対する意識はますます高まっています。取引先とともに環境、社会問題に配慮しながら責任ある調達を推進します。	CSR監査の推進	直接貿易商品におけるCSR監査率	2025年度までに100% (一定のルールあり)	●新規取引工場に対する適宜検査の実施	●初回監査後の2年毎の更新監査実施 ●新規工場の監査実施
 タスク・ダイバーシティ経営の推進	能力や知識、経験など目に見えない内面の多様性(タスク・ダイバーシティ)を認め、社員の能力を最大限発揮できるような環境づくりに取り組むことで、企業の持続的な成長につなげます。	女性管理職登用の推進	スクロール、グループ全体の女性管理職比率	2025年度までにスクロール単体・グループ全体で30%	●管理職へのタスク・ダイバーシティ研修の実施 ●キャリア相談窓口の設置 ●次々世代女性管理職候補者への研修の実施 ●D(ダイバーシティ)制度の導入	●各種研修や従業員面談の実施
 地域社会への貢献	社員参加型の活動を通して、持続可能な地域社会の実現に貢献します。また地域社会の発展に資する社会貢献活動を通じて、地域の人々に愛され、信頼される企業を目指すとともに、社員とその家族への心のケアも推進していきます。	地域活動団体との協働／各拠点における地域貢献の機会創出	継続的な地域社会貢献活動の推進		●はままつフラワーパークでの各種取組み実施 ●クリスマスパーティーの実施 ●女性ボランティア基金を通じた助成 ●株主優待を通じた静岡県グリーンバンクへの寄付	●浜松地域における活動の実行 ●東京での地域社会貢献活動検討
 コーポレート・ガバナンスの強化	経営の効率性、透明性を高め、安全かつ健全な事業活動を通じ、企業価値を最大化することをコーポレート・ガバナンスの基本的な考え方とし、常に最良のコーポレート・ガバナンスを追求し、社はおよび経営理念に沿ってコーポレート・ガバナンスの充実に取り組みます。	CGコードへの対応拡充	各種要請事項に対する対応の推進・強化		●オフィサー制(グループオフィサー制・セグメントオフィサー制)の導入 ●コンプライアンス研修の実施	●強化・補完すべき点において、その対応方針の策定

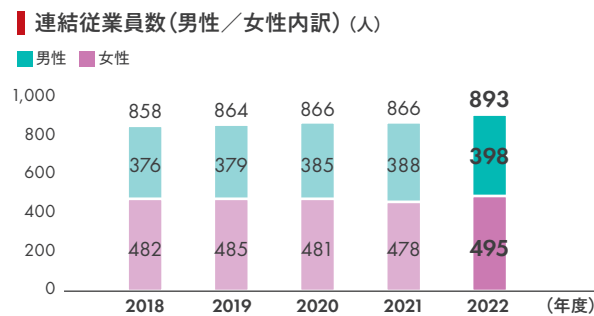
FINANCIAL REPORT

財務・非財務ハイライト

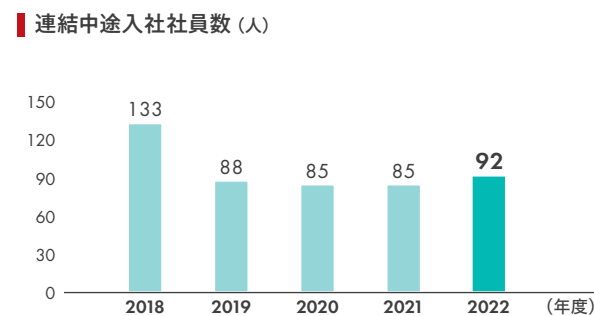
財務ハイライト(連結)



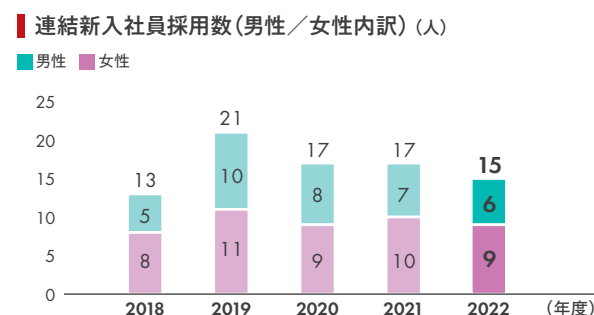
非財務ハイライト



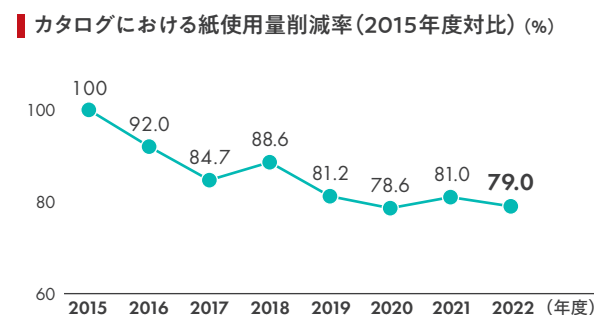
連結従業員数の50%以上が女性です。育児休業やフレックスタイム制度など、働きやすい環境づくりを推進します。



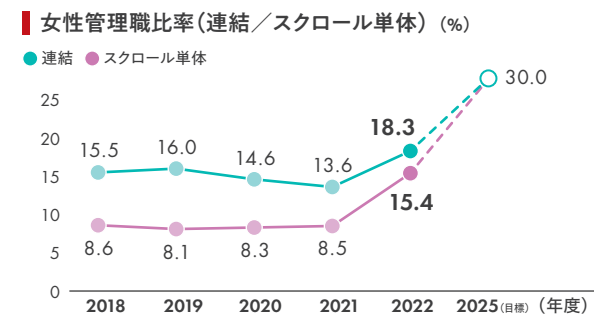
多様なキャリアをもつ中途社員が活躍しています。



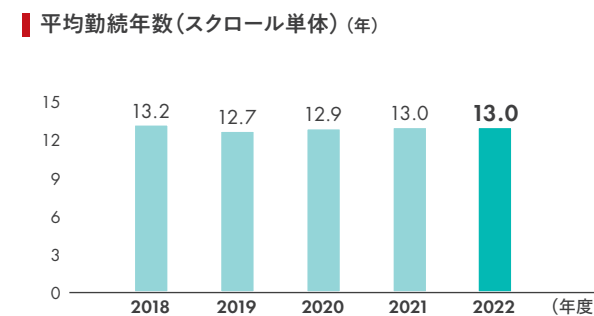
毎年入社する新入社員の50%以上が女性です。



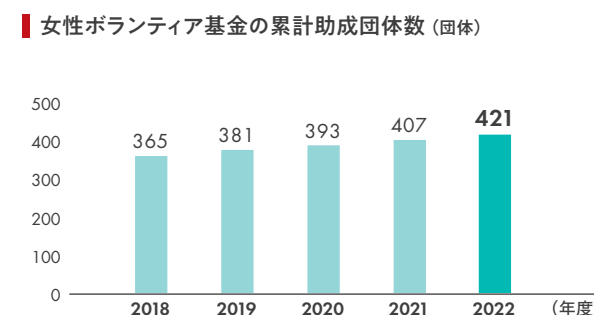
2015年度から取り組んでいる効率的なカタログ配布の取組みにより紙の使用量を削減しております。



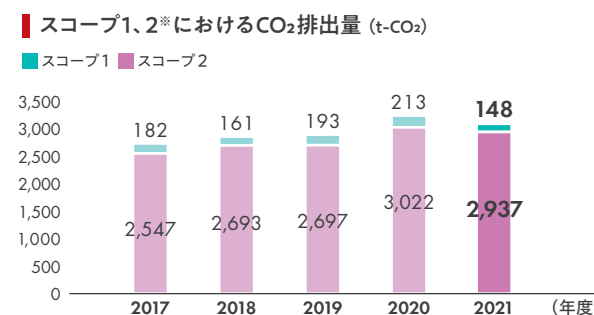
2025年までに連結・スクロール単体ともに30%を目標とし、女性の活躍を推進します。



多様な人材が能力を最大限発揮できるよう、2022年度よりダイバーシティ制度など新たな人事制度を導入し、働きやすい環境づくりに取り組んでいます。



1994年から毎年、社会福祉に関するボランティア活動を行う女性を中心とした団体への助成を実施しています。2022年度までの助成件数は421件となりました。



スクロールでは、スコープ2のCO₂排出量を2030年までに2020年度対比で50%以上削減することを目標とし、CO₂削減に向けた取組みを強化します。

※2021年度より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。

※スコープ1:事業者自らによる温室効果ガスの直接排出。 スコープ2:他社から供給された電気・熱・蒸気の使用に伴う間接排出。