

MANAGEMENT PLAN

[中期経営計画「Marketing Solution 2026」の概要]



スクロールグループでは「100年続く企業」に向け、当社グループを取り巻く事業環境の変化に対して、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追求してまいります。

2024年度から始まる中期経営計画「Marketing Solution 2026」では、「成長軌道への回帰～事業ポートフォリオの修正～」および「実効性のあるResponsibility経営の推進」の2つを重点方針とし、グループ機能の組み合わせによる新たなビジネスの創出に努めるとともに、社会的要請にも取り組むことで、持続的成長が可能な企業を目指してまいります。

なお、新中期経営計画のスタートに伴い、「PURPOSE」と「MISSION」の見直しを行い、その一部を変更いたしました。

2023年度

振り返り

ソリューション・通販事業においては、利益成長したものの、グループ全体では減収減益となっており、企業価値向上のためには、業績の向上による成長軌道への回帰が必要

EC・通販市場における経営環境が急速に悪化し、再成長に向けて事業ドメインの拡大と事業ポートフォリオの修正が必須

Marketing Solution 2026

2024年度 二大重点方針

1

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
- 通販事業の高度化経営による収益力向上
- eコマース事業の縮小と再生

2

実効性のある Responsibility経営の推進

「語る」ではなく「やる」

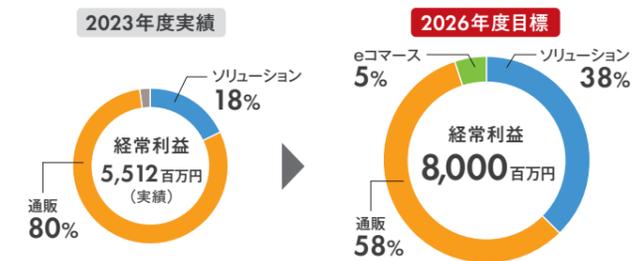
- 企業価値向上に向けた取組み
- 環境配慮、脱炭素社会への不断の取組み
- タスク・ダイバーシティ経営の推進

～ DMSCからMSCへ～

中長期目標

経済的価値

マーケティングソリューションカンパニーへの進化



	2023年度実績	2026年度目標
売上高(百万円)	79,826	90,000
経常利益(百万円)	5,512	8,000
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	3,649	5,400
自己資本利益率(ROE)	11.2%	13.2%

※eコマース事業の2023年度実績数値は、旧HBT事業の数値を含んでおります。

社会的価値

環境・社会目標達成に向けた取組みの推進



PURPOSE・VISION・MISSION

持続的な成長を実現し、「100年続く企業」へ

PURPOSE (存在意義)

マーケティングソリューション事業を通じて、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。

MISSION (任務)

マーケティングソリューションカンパニー(MSC)として、多様かつユニークで、変化を恐れぬ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が、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むけた対応

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、2020年度のコロナ特需によって恩恵を受けた過去最高水準の事業収益以降、緩やかな下降トレンドから抜け出せず、「将来の成長性(継続性)が期待できない」との株式市場の評価によるものではないかと分析しています。

改善(取組み)の方針

2024年度から始まる中期経営計画においては、「Marketing Solution2026」と題し、ダイレクトマーケティングで培った知見やノウハウを、他のEC・通販事業者へ提供することを軸として、さらなる機能やテクノロジーの追加により事業領域をEC・通販事業者以外へ進化・拡大させ、成長軌道への回帰を果たし、当社グループの継続的な成長を実現してまいります。

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、ステークホルダーからの社会的要請に応じていくことで、企業価値の向上を図り、持続的成長が可能な体制を築いてまいります。加えて、それら取組み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			2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
自社の資本コスト	資本コスト(%)	WACC	5.3	8.6	8.4	5.0	7.2
	自己資本利益率(%)	ROE	3.3	21.6	19.7	13.4	11.2
自社の資本収益性	投下資本利益率(%)	ROIC	5.8	15.2	13.6	11.3	10.2
	期末株価(円)		289	1,087	833	808	960
自社の株式評価	時価総額(億円)		100	379	290	283	336
	株価収益率(倍)	PER	14.1	7.3	5.2	6.8	9.1
	株価純資産倍率(倍)	PBR	0.5	1.4	1.0	0.9	1.0

今後の財務戦略

DMC複合通販企業戦略

MSCへのチャレンジ

シナジー発揮

ポートフォリオ経営

スピード感をも
って変革

将来への
足掛かり

当社グループが標榜した「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した。

2024年度からは、その戦略で培った「顧客への提供価値(VALUE PROPOSITION)」であるダイレクトマーケティングソリューション(DMS)を軸として、事業領域をEC・通販事業者以外へ進化・拡大させる挑戦をいたします。

そのために、さらなる機能獲得やテクノロジーの追加のための投資機会を増やし、リスクとリターン迅速な分析を行うことで投資判断のスピードを上げ、継続的な成長を実現してまいります。

「事業領域の拡大に挑戦する」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EC・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、EC・通販事業者に限定することなくB2B市場や、食品などの新商材の取扱いを拡大するなど「さまざまな顧客」のニーズにも機能とサービスでお応えすることで

成長を加速させていきます。

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、さらにはそれらノウハウを他のアパレルプレーヤーへ提供するアパレルソリューション事業を立ち上げるなど、提供価値を進化させていきます。

eコマース事業では、コロナ禍からアフターコロナといった市場の変化に直面しマーケット自体が激しく変化する状況のなかで、まずは事業損益の止血(赤字解消)を急ぎ、事業転換の方向性を模索してまいります。

その他の事業につきましては、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。

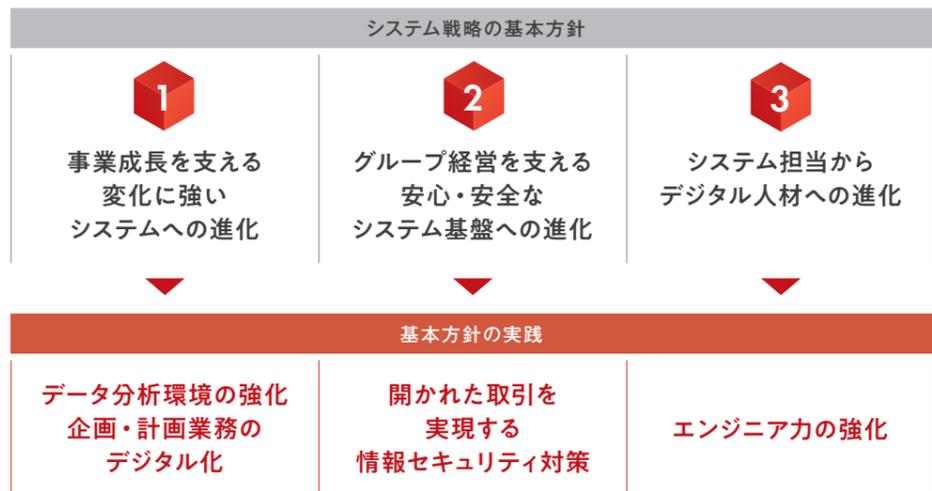
また、内部留保につきましては、企業価値最大化を目的とした成長投資と安定的利益配分を実施したうえで、さらに長期にわたり留保された余剰資金については機動的に自己株式の買入れなどを行い、株主の皆様へ還元してまいります。

INFORMATION SYSTEM STRATEGY

[情報システム戦略 - デジタルシフトの実践 -]

基本方針の実践

2023年度に掲げた事業変革への対応に向けた3つの進化の基本方針を継続し、2024年度はデジタルシフトへの実践を強化していきます。



グループオフィサー
CIO
木村 典宏

事業成長を支えるシステム

事業成長を支える情報システムとして、「データ分析環境の強化」と「企画・計画業務のデジタル化」を実践していきます。

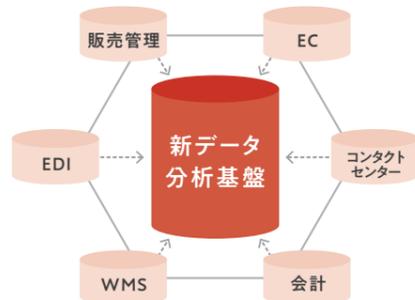
「データ分析環境の強化」については、従来のシステム別に分かれたデータを事業単位に統合的に分析できるように整え、ビジネス実態を把握できるデータ分析環境を実現します。

また、今までデジタル化への取組みが低調だった領域を対応することによって生産性の向上を図っていきます。

具体的には計画業務や企画業務といった業務経験が重視されていた分野のデジタルシフトを強化し、組織全体に共有できる知的資産として一層の活用を図っていきます。

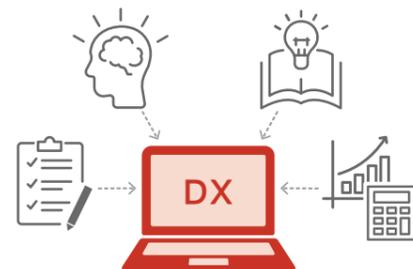
データ分析環境の強化

データを総合的に分析できる環境の整備



企画・計画業務のデジタル化

業務経験が必要な分野のデジタル化を推進



事業成長を支える変化に強いシステムへ進化

開かれた取引を実現する情報セキュリティ対策

2023年度に取り組んだ基幹ネットワークの刷新プロジェクトは無事終わることができました。2024年度は、このネットワーク基盤を活用して対外的なデータ連携環境の強化を図っていきます。ビジネス環境の変化に対応していくためには、自社内だけでなくお客様やお取引先様との連携を強化してさまざまな

手段でのコミュニケーションの利便性向上が重要となります。外部ネットワークとの連携が増加していく環境においては、より一層の情報セキュリティ対策が必須です。グループ各社の事業ニーズに対応しつつ、めまぐるしく変化するさまざまなリスクに対応した堅牢な情報セキュリティ対策を実践していきます。

エンジニア力の強化

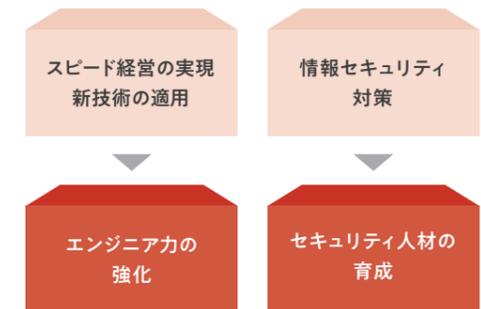
2023年度にはデジタルシフトを加速するために「デジタル推進室」を新設し、各事業現場での変革を推進していく役割を明確にしました。本組織では新たなデジタル技術の導入だけでなく、その定着から効果の創出まで、現場に寄り添った形で実践しています。また、データドリブン経営を支える専門人材として、マーケティング分野を中心に継続的なデータ分析技術の向上を実施しています。今後も、対応領域を拡大して新たなビジネス機会の探求や既存事業の改善につなげていきます。

従来のシステム担当においても、スピード経営を実現するために自らのエンジニア力の強化を実践していきます。外部パートナー企業の支援もいただきながら、ビジネス現場への新たな技術の適用検証を実践することで継続的な学習と成長の機会を増やしていきます。また、近年重要性が非常に高まってきている情報セキュリティ分野においても、中長期的な視点に立つて計画的に専門人材の育成に努めていきます。

新たな取組分野



従来より強化している分野



デジタル推進室の取組スケジュール

ビジネスのデジタル化を実践することを目的として、デジタル推進室を2023年度に新設しました。2024年度は実践するためのプロセスを確立し、グループ全社に活動を広げていきます。

2023年度	2024年度	2025年度
<ul style="list-style-type: none"> デジタル化による事業変革の可能性について検討 優先順位の高い内容について着手 	<ul style="list-style-type: none"> デジタル変革の戦略策定から実行までのプロセスを仕組み化 	<ul style="list-style-type: none"> デジタル変革の成果を評価 新たな施策と体制を検討

BUSINESS STRATEGY

[事業戦略]



事業概要	グループ会社	2023年度売上構成比	実績	業績推移	2023年度の経営状況												
<p>ソリューション事業</p> <p>SOLUTIONS BUSINESS</p> <p>通販事業を運営するなかで作上げた、物流インフラ、システム、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・通販事業者向けに提供しています。</p>		<p>29%</p>	<p>売上高</p> <p>24,992 百万円</p> <p>経常利益</p> <p>1,214 百万円</p>	<table border="1"> <caption>業績推移 (ソリューション事業)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>売上 (百万円)</th> <th>セグメント利益 (百万円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2021</td> <td>18,490</td> <td>177</td> </tr> <tr> <td>2022</td> <td>21,359</td> <td>725</td> </tr> <tr> <td>2023 (年度)</td> <td>24,992</td> <td>1,214</td> </tr> </tbody> </table>	年度	売上 (百万円)	セグメント利益 (百万円)	2021	18,490	177	2022	21,359	725	2023 (年度)	24,992	1,214	<p>物流代行においては、全国通販3PL戦略を掲げ、新規顧客の獲得に向けた営業活動や新サービスメニューの開発、物流センターの効率改善等に取り組みました。また、決済代行においては、新規クライアントの稼働に伴い取扱高が堅調に推移し、マーケティングサポートにおいては、アフィリエイトサービスの取扱いジャンルの拡充などにより好調に推移しました。</p>
年度	売上 (百万円)	セグメント利益 (百万円)															
2021	18,490	177															
2022	21,359	725															
2023 (年度)	24,992	1,214															
<p>通販事業</p> <p>MAIL-ORDER BUSINESS</p> <p>主に、全国の生協宅配事業の組合員様に対し、毎週カタログ(一部ネット)をお届けし、衣料品や服飾雑貨などの商品を提供する通信販売を展開しています。</p>		<p>46%</p>	<p>売上高</p> <p>39,165 百万円</p> <p>経常利益</p> <p>5,367 百万円</p>	<table border="1"> <caption>業績推移 (通販事業)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>売上 (百万円)</th> <th>セグメント利益 (百万円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2021</td> <td>41,914</td> <td>6,439</td> </tr> <tr> <td>2022</td> <td>40,049</td> <td>5,364</td> </tr> <tr> <td>2023 (年度)</td> <td>39,165</td> <td>5,367</td> </tr> </tbody> </table>	年度	売上 (百万円)	セグメント利益 (百万円)	2021	41,914	6,439	2022	40,049	5,364	2023 (年度)	39,165	5,367	<p>原材料や資源価格の高騰、円安が続く厳しいコスト環境のなか、販売価格のコントロールに取り組んだことに加え、商品供給率の改善により、受注が落ち込むなかでも前年同期を上回る売上総利益を確保しました。このほか、カタログ用紙使用量削減に向けた取組みによる販促費の上昇抑制や物流効率の改善など、事業効率の最大化に努めました。</p>
年度	売上 (百万円)	セグメント利益 (百万円)															
2021	41,914	6,439															
2022	40,049	5,364															
2023 (年度)	39,165	5,367															
<p>eコマース事業</p> <p>E-COMMERCE BUSINESS</p> <p>多様な顧客接点を持つECの特色を生かし、自社サイトやインターネットモール上で、各ジャンルに特化した専門店を展開しています。</p>		<p>21%</p> <p>※2024年度よりIHBT事業をeコマース事業に統合し、組織再編を行っております。過去の業績につきましては数値を組み替えております。</p>	<p>売上高</p> <p>17,508 百万円</p> <p>経常利益</p> <p>-1,184 百万円</p>	<table border="1"> <caption>業績推移 (eコマース事業)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>売上 (百万円)</th> <th>セグメント利益 (百万円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2021</td> <td>23,916</td> <td>403</td> </tr> <tr> <td>2022</td> <td>21,894</td> <td>-66</td> </tr> <tr> <td>2023 (年度)</td> <td>17,508</td> <td>-1,184</td> </tr> </tbody> </table>	年度	売上 (百万円)	セグメント利益 (百万円)	2021	23,916	403	2022	21,894	-66	2023 (年度)	17,508	-1,184	<p>アウトドア・キャンプ用品は、市場の縮小で需給バランスが悪化した影響により販売が不調となったほか、ブランド商材は、実店舗や公式店舗を含めた市場競争が激化したことで受注が落ち込むなど、厳しい結果となりました。また、旅行ビジネスでは、新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴う旅行需要の高まりを受けましたが、天候不順等の影響により実績は前期を下回りました。なお、当事業におきましては、事業効率化を目的とした事業再編に伴う費用を計上しております。</p>
年度	売上 (百万円)	セグメント利益 (百万円)															
2021	23,916	403															
2022	21,894	-66															
2023 (年度)	17,508	-1,184															
<p>グループ管轄事業</p> <p>GROUP JURISDICTION BUSINESS</p> <p>物流センターの運営や、不動産の有効活用、海外現地法人の管理等、当社グループを支える重要な機能を担っています。</p>		<p>4%</p>	<p>売上高</p> <p>3,315 百万円</p> <p>経常利益</p> <p>114 百万円</p>	<table border="1"> <caption>業績推移 (グループ管轄事業)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>売上 (百万円)</th> <th>セグメント利益 (百万円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2021</td> <td>3,287</td> <td>111</td> </tr> <tr> <td>2022</td> <td>3,369</td> <td>108</td> </tr> <tr> <td>2023 (年度)</td> <td>3,315</td> <td>114</td> </tr> </tbody> </table>	年度	売上 (百万円)	セグメント利益 (百万円)	2021	3,287	111	2022	3,369	108	2023 (年度)	3,315	114	<p>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およ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。</p>
年度	売上 (百万円)	セグメント利益 (百万円)															
2021	3,287	111															
2022	3,369	108															
2023 (年度)	3,315	114															

トップメッセージ
価値創造ストーリー
価値創造の戦略

価値創造の基盤
会社概要

BUSINESS STRATEGY

[事業戦略]



SOLUTIONS BUSINESS ソリューション事業

事業の強み



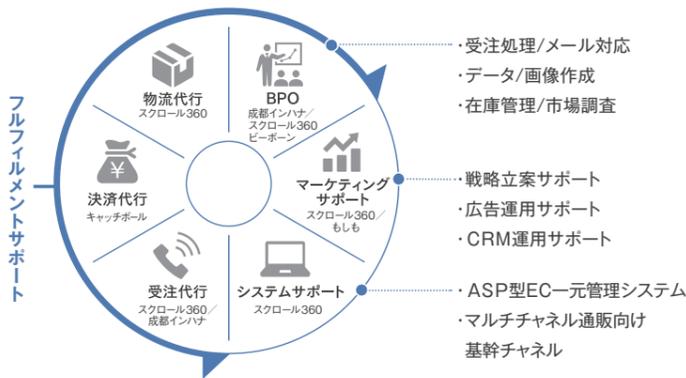
当事業の強みは、豊富な知見とノウハウに基づいた、カスタマイズ可能なソリューションの提供です。競争が激化し、予測が困難なVUCA※時代をむしろ大きな機会と捉え、クライアントのニーズを迅速にキャッチアップし、事業ドメインの拡大を推進しております。

※Volatility(変動性)、Uncertainty(不確実性)、Complexity(複雑性)、Ambiguity(曖昧性)

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



EC・通販に不可欠な複数の機能をワンストップで提供できる当事業最大の強みを生かし、ユニークなマーケットポジションの確立を目指します。具体的には、M&Aを重ねることでソリューション機能の強化を図るとともに、B2B事業や食品物流事業などの新しい市場開発へ挑戦し、事業領域の拡大を推進します。また、既存事業においては業務効率を最大化することで収益力のさらなる強化を実施し、セグメント全体で高い収益力を追求することで、グループを支える事業へと成長させていきます。

TOPICS

物流代行サービス「新ライトプラン」提供開始

より多くのクライアントに物流代行サービスをご利用いただくため、「新ライトプラン」の提供を開始しました。これにより、リピート商材だけでなく、アパレル・服飾雑貨などの幅広い商材が取り扱い可能になったほか、すぐにEC・通販を始めたいスタートアップ企業や、さらなる成長を目指す中小規模のEC・通販事業者にも最適なサービスとして提案できるようになりました。

「新ライトプラン」をご導入いただいたEC・通販事業者には、事業の成長状況や要望に応じて、CRM強化に特化している「カスタマイズプラン」への切り替えを提案し、利用事業者のさらなる売上拡大へと導きます。



MAIL-ORDER BUSINESS 通販事業

事業の強み



当事業の強みは、全国800万世帯の組合員様との毎週の接点、カタログによる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 伊熊 忍



今後の戦略



当事業は、グループの中核ビジネスとして、既存事業のさらなる強化と新規事業の領域開発・拡大を推進します。既存事業については、創業85周年キャンペーンを通じた顧客開拓の推進およびデータマーケティングによる業務効率化を図り、収益基盤を強化してまいります。新規事業については、モノ・コト・サービスのソリューションといった新たな提供価値の確立と、生協組合員様のニーズに対応したビジネスの拡大を図ります。また、海外生産管理機能を集約することにより業務精度を向上させ、事業をサポートする社内体制を強化し、持続可能な事業経営体制を構築してまいります。

TOPICS

創業85周年キャンペーンを実施

スクロールの創業から85年という節目の年となる今期、生協宅配事業の組合員様に向け「85周年でスクロールをより好きになる」をコンセプトとした、記念キャンペーンを実施しております。キャンペーンでは、85周年感謝商品の展開や記念カタログの創刊、QUOカードPayプレゼントのほか、LINEやInstagramでの積極的な発信など、組合員様に喜んでいただけるような企画・販促を、1年にわたって実施していきます。このキャンペーンを通じて、スクロールをもっと身近に感じていただき、スクロールのさらなる認知向上、新たなファンづくりにつなげていきます。



E-COMMERCE BUSINESS eコマース事業

事業の強み



時代やお客様が求める商材で、専門特化した個性あるEC店舗を運営していることが特徴です。グループの通販インフラを活用した効率的な事業運用と顧客起点のビジネス構築に力を入れております。

取締役副社長 グループオフィサー CSO eコマース事業PRS 佐藤 浩明



今後の戦略

セグメントの再編による事業基盤の構築を行い、お客様に支持されるビジネスとして収益を拡大してまいります。競争が激化しているEC市場において、オリジナル商品の拡充、ブランド力の向上により競争優位性を強化するとともに、当社グループならではの事業として、ECノウハウを生かしたBPOサービスの拡大や生協様向け旅行事業の開発を推進します。

GROUP JURISDICTION BUSINESS グループ管轄事業

事業の強み



自社保有の物流施設等の不動産活用及び、当社グループの物流オペレーションの強化と効率化を進めることで、グループ各事業における収益力向上に貢献しております。

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



今後の戦略

未来に期待されるグループ全体の成長戦略を実現するためにオフィス・物流インフラを整え、グループ資産の最適化を図るとともに、特に物流オペレーションとしては、東海・関東・関西の各エリアにおいて差別化された新たな物流サービスを提供し「マーケティング・ソリューション・カンパニー」の一翼を担ってまいります。

TOPICS

[新着情報]



企業価値の向上を目的に、多様かつユニークで、変化を恐れない事業体として、当社グループが実施している取組みをご紹介します。
今後も、マーケティングソリューションカンパニー(MSC)への進化を目指し、マーケット拡大に挑戦しながら、当社グループならではの取組みを展開してまいります。

取組み 1 通販事業

アパレル企画支援 AIシステム「Lightchain(ライトチェーン)」

生成AIの技術が急速に進化し、日常生活やビジネスに組み込まれはじめていますが、国内アパレル業界における利活用は、未だ十分に進んでいない状況です。そこで、スクロールインターナショナルは、アパレル業界の商品企画・生産にかかる業務負担の軽減に向けたサービスとして、生成AIシステム「Lightchain(ライトチェーン)」の提供を開始しました。

「Lightchain」は、ユーザーが商品画像をアップロードし、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AIにより生成されるシステムです。デザイン変更や色・柄の変更を、わずか数クリック・数秒で実施することができるため、アパレル企画業務の大幅な時間短縮が期待できます。



中国のAI企業と共同開発
「Lightchain」は、長年アパレル商品企画に携わってきた当社と中国のAI企業が共同開発し、スクロールインターナショナルが日本における独占的な販売店として、国内事業者向けにソフトウェアの販売を行っております。今後は、仕様書の作成業務を支援する機能の追加をはじめ、随時機能のアップデートを図ります。

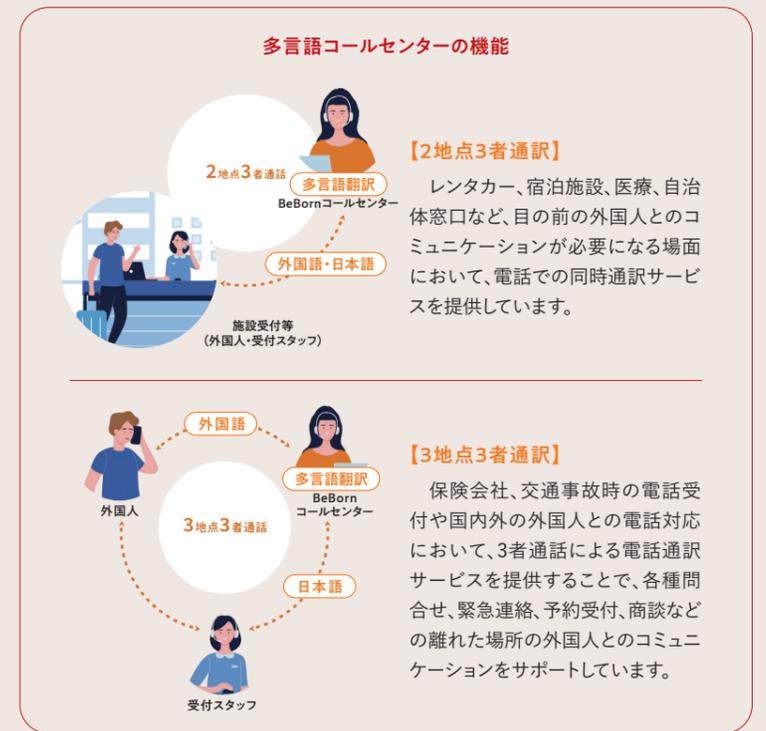
取組み 3 ソリューション事業

多言語サポートの株式会社ビーボーンを子会社化



成長ドライバーであるソリューション事業強化のため、スクロール360は多言語同時通訳を強みとしたコールセンター業務を営む株式会社ビーボーンの全株式を取得しました。ビーボーン社は、2001年の創業以来、多言語サポート企業のパイオニアとして歩み続け、現在では24時間/365日、22言語でのコミュニケーションサポートを提供しています。昨今のインバウンド需要回復や在留外国人の増加などにより、今後も外国語サポートの需要は拡大が見込まれるとともに、国をあげた多文化共生への取り組みなども強化されています。

このような背景の中、当社グループのソリューション事業の新たな機能として多言語同時通訳サービスを展開することで、ダイレクトマーケティング以外の事業領域への拡大を図るとともにEC・通販企業への翻訳サービスの提案など、既存事業とのシナジー効果が期待でき、グループの更なる成長につながるものと考えています。



取組み 2 ソリューション事業

ECショップ運営代行サービス「EACT(イーシーアクト)」

スクロール360にて、新たにECショップ運営代行サービス「EACT(イーシーアクト)」の提供を開始しています。「EACT」は、EC事業の立ち上げに関わる人材の採用難やリソース・ノウハウ不足といった課題を抱え、ECの本格運営ができていない企業に向けたサービスであり、戦略立案から予実管理・広告管理まで、ECショップの運営に欠かせない業務を全面的にバックアップします。成長が著しい楽天市場や、Amazon、Yahoo!ショッピングといった大手主要モールへの出店はもちろん、独自ドメインのオフィシャルショップについても対応可能なサービスです。



ECのノウハウを生かしサービス化
「EACT」は、小売業界におけるEC化率の高まりを受け、大手モールで多くの受賞歴のある、グループ内の現役EC企業AXESが持つノウハウを最大限に活用し立ち上げた新規事業です。今後は、他のサービスとのセットメニューを整備し、EC・通販事業者様におけるアウトソーシングのファーストステップになるサービスとして強化していきます。

取組み 4 ソリューション事業

書籍「通販まるごとソリューション」を発刊

スクロールグループのノウハウ書籍「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」を発刊しました。本書では、約70年にわたり蓄積したノウハウや知見を生かした、当社グループならではのサービスを紹介しながら、EC・通販業界で勝ち残るために何が必要なのかを

明らかにしています。さらに、当社グループが大切にしているパーパス、ビジョンを通じて、今後の戦略や目指すべき方向性、人材力等グループの全容を綴っており、EC・通販事業者に限らず、ステークホルダーの皆様にも広く読んでいただきたい一冊です。

