

平成 28 年 3 月 7 日

各 位

会社名 丸全昭和運輸株式会社
代表者 代表取締役社長 浅井 俊之
(コード番号 9068 東証市場第一部)
問合せ先 経営企画部長 大室 亘
(電話 045-671-5929)

第 6 次中期経営計画

～「熱と努力」で更なる飛翔～

当社は、平成 28 年度から平成 30 年度までの 3 年間を対象期間とする、丸全昭和運輸グループの中期経営計画を策定いたしましたので、その概要をお知らせいたします。

I. 経営環境と本計画のねらい

世界経済の行方は、不透明な状況となっております。過熱気味であった中国経済は、その収束の行方が注視されており、また世界経済のけん引役を期待される米国経済は、利上げによる国内景気の冷え込みと、新興国経済への影響が注目されています。

企業を取り巻く環境も、大きく変化しようとしています。例えば、TPP をはじめとする各国の経済連携による、人、物、金の自由な移動は、企業に「チャンス」と同時にこれまでにない「リスク」をもたらします。

また人工知能、IoT などテクノロジーの進展は、「第 4 次産業革命」とも言われ、ビジネスの在り方、個人の働き方に大きな影響を与えていきます。

このような中長期の環境変化に対し、当社の柔軟性が求められることは言うまでもありません。しかし同時に、大きく環境が変わる今だからこそ、創業以来、当社の成長の基盤となっている「品質」を見直し、市場での存在感を高めたいと考えております。

グローバル化やテクノロジーが更に進展した世界を次のステージと位置付け、その中でも存在感を発揮し続ける企業となるために、当社は本計画を基盤強化の 3 年間といたします。

主なねらいは、下記の通りです。

1. 「高品質なサービス」を継続的に提供できる体制を整備する。
2. 当社グループ社員の活力を引き出す環境を整備し、創造性と実行力を兼ね備えた組織を構築する。
3. ステークホルダーの期待に応えると共に、コンプライアンス、リスクマネジメント等の CSR の各取組みを強化する。

そのため、「ガバナンスの強化」「品質（サービスレベル）の向上」「営業力の強化」に重点を置き、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図ります。

II. 当社の目指す姿

「グローバルな視点でサプライチェーンを最適化するロジスティクス・パートナー」

III. 経営目標

1. 定性目標

(1) 売上の拡大

- ① 3PL 事業の拡大
- ② グローバル物流事業の拡大
- ③ 新しいサービスの創造

(2) 企業基盤の強化

- ① ガバナンスの強化
- ② 品質（サービスレベル）の向上
- ③ IT・マテハンの拡充
- ④ M&A の活用

(3) 営業力の強化

- ① 営業機能の強化
- ② 個別事業の強化
- ③ 海外営業の強化

2. 定量目標

単位：億円

		平成28年度 (平成29年3月期)	平成29年度 (平成30年3月期)	平成30年度 (平成31年3月期)
連結	売上	1,070	1,090	1,110
	経常利益	60	61	62
	ROE	5.8%	5.9%	6.0%
個別	売上	845	860	875
	経常利益	52	53	54

IV. 投資計画

設備投資：200億円

M&A：50億円

V. 重点施策

1. 売上の拡大

(1) 3PL 事業の売上拡大

- ① 電子部品関連企業、消費財関連企業における 3PL の拡大
- ② 既存顧客企業の 3PL 化及び新規 3PL 案件の獲得

(2) グローバル物流事業の売上拡大

- ① 海外現地法人のアセットの拡充による売上拡大

《重点エリア》

ベトナム、マレーシア、インドネシア、中国、米国、メキシコ

- ② フォワーディング事業の売上拡大
- ③ 機工・プラント事業の売上拡大

(3) 新しいサービスの創造

- ① サービス範囲の拡大
- ② IoT (Internet of Things) への対応

2. 企業基盤の強化

(1) ガバナンスの強化

- ① 企業体質の強化
- ② 人的資源の確保と活用
- ③ CSR の取組み

(2) 品質（サービスレベル）の向上

- ① サービス品質の向上
- ② 安全対策の実施

(3) IT・マテハンの拡充

- ① 差別化された情報システムの開発と外販
- ② IT・マテハンによる作業の効率化の促進

(4) M&A の活用

- ① 国内企業の M&A
- ② 海外企業の M&A

3. 営業力の強化

(1) 営業機能の強化

- ① 営業体制の整備
- ② 事業支援組織の設立と運営
- ③ 3PL 推進体制の強化

(2) 個別事業の強化

- ① 輸送ネットワークの強化
- ② 国内物流拠点の拡充

(3) 海外営業の強化

- ① 海外現地法人の体制整備
- ② 海外物流ネットワークの拡充

以上