



平成29年5月12日

各 位

上場会社名 株式会社 丸 運
(コード番号 9067 東証第1部)
代表者名 代表取締役社長 荒木 康次
問合せ先 経営企画・IR・広報部長 山崎 伸彦
TEL 03-6861-3419

丸運グループ「長期経営ビジョン」および「中期経営計画」の策定について

- 10年後、20%以上パワーアップした姿への進化を目指して -

～ 丸運イノベーションのスタート ～

当社(本社:東京都中央区日本橋小網町7番2号 社長:荒木 康次)は、2015年12月に創業者精神である「利他自利」を発展的に継承した「丸運グループ経営理念」を制定するとともに、2016年3月に第2次中期経営計画を策定し、企業価値の向上を目指しています。

このほど、丸運グループ経営理念の下、更なる進化を遂げるべく、丸運グループの経営計画体系を整備しました。本体系は、新たに策定した10年後の丸運グループのあるべき姿を示した「丸運グループ長期経営ビジョン」と業務および意識変革を目的とする「丸運イノベーション」を中核としています。

また、企業集団の中核となる JXTG グループが新たに発足し、中期経営計画年度が2017年度をスタートとするなどの経営環境の変化を受け、2017年度からの3ヵ年を対象期間とする「中期経営計画」を再策定しましたので、その概要を下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 「長期経営ビジョン(2017年度～2026年度)」の概要

- (1) 今後10年間に組織そして個人も、ともに20%以上パワーアップした姿へ進化
丸運グループ経営理念と長期経営ビジョンを全グループ従業員が共有することで経営ベクトルを同じ方向に収斂させ、今後10年間に毎年2%以上の成長を続け、組織そして個人も、ともに20%以上パワーアップした姿に進化することを目指します。
- (2) 丸運グループ経営計画体系における中期経営計画の位置付け
中期経営計画は、丸運グループ経営理念の精神に基づき策定した長期経営ビジョンの実行プランとして位置付け、着実な実践により企業価値の向上を目指します。

(3) 「丸運イノベーション」の展開

長期経営ビジョンの実現に向けて丸運グループの業務および意識改革を柱とした丸運イノベーションを展開することにより、更なる競争力の向上を目指します。

〈丸運イノベーションの構成〉

- Business Innovation : 10年後につながる成長戦略ビジネスの展開
- Mind Innovation : 丸運スピリットのパラダイムシフト
- Cost Innovation : コスト削減は日常的かつ永遠の課題
- System Innovation : 丸運グループの全面的な業務改革を推進

2. 「中期経営計画(2017年度～2019年度)」の概要

(1) 戦略の方向性

丸運グループの持続的な成長と企業価値の向上を目指し、丸運グループ経営理念の下に策定した長期経営ビジョンの確実な実践を図るため事業部門毎に成長戦略テーマを設定し、丸運イノベーションを丸運グループ内に水平展開することにより企業力を向上させ、成長戦略の実現を図ります。その結果として、安定収益体制を構築し成長軌道への道筋をつけることを目指します。

(2) 経営目標(2019年度)

- ① 営業収益 : 530億円以上
- ② 経常利益 : 16億円以上
- ③ 売上高経常利益率 : 3.0%以上

以上

丸運グループ^o長期経営ビジョン 2017~2026 丸運イノベーション



2017年5月12日

株式会社 丸運



＜丸運グループ経営理念＞

● わたしたちの使命

「お客さまの物流ソリューションを最高の品質と創造力で革新し社会の発展に貢献します」

「私たちは、今後10年間に毎年2%以上の成長を続け、組織そして個人も、ともに20%以上パワーアップした姿に進化することを目指します」

- Business Innovation
- Mind Innovation
- Cost Innovation
- System Innovation

長期経営ビジョンに基づく3年間の実行計画

グループ
経営理念

長期経営ビジョン

策定

丸運イノベーション

修正

中期経営計画 2017～2019

私たちは、今後10年間に毎年2%以上の成長を続け、組織そして個人も、ともに20%以上パワーアップした姿に進化することを目指します

1. 営業収益、経常利益、売上高経常利益が20%以上伸長

- ✓ 営業収益600億円以上、経常利益20億円以上、売上高経常利益率3.5%以上

2. 従業員満足度、顧客満足度、株主満足度が向上

- ✓ それぞれの調査結果で、満足度が20%以上向上

3. 企業認知度、HP来訪者ともに20%以上アップ

- ✓ ステークホルダーの「丸運」認知度が大幅に高まり、物流業界におけるプレゼンス向上

4. 組織そして個人も、ともに毎年2%以上の成長を継続

- ✓ 労働生産性が20%以上アップし、従業員一人あたりの営業収益が20%以上増加
- ✓ 一人あたりの年間総労働時間を20%以上削減し、全従業員の労働時間が20%以上減少

5. ダイバーシティの推進が定着

- ✓ 女性社員（スタッフ、ドライバー、オペレーター）比率が20%以上増加
- ✓ 外国籍社員（海外採用含む）比率が20%以上を占有

丸運イノベーション

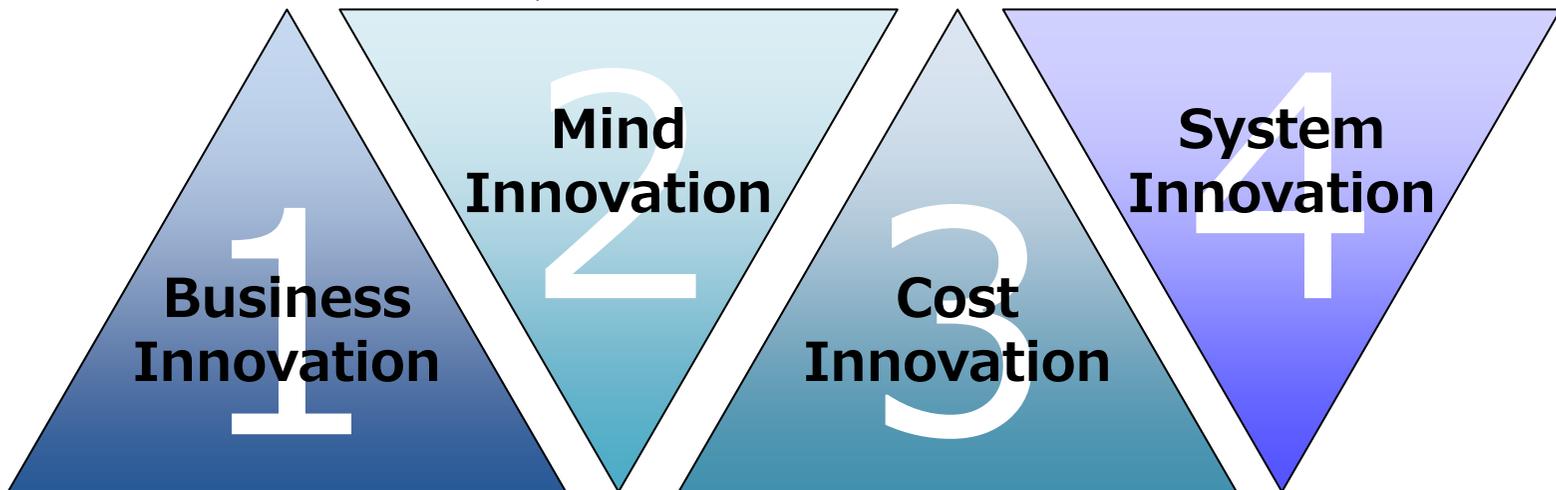


～丸運スピリットのパラダイムシフト～

- コーポレート・サポート & 事業戦略立案機能の強化
- 人材の確保・育成・活用
- CSRマインドの涵養と実行
- DefensiveマインドからOffensiveマインドへのシフト
- CI (Corporate Identity)戦略の推進

～丸運グループの全面的な業務改革を推進～

- 基幹システムの全面的再構築
(Maruwn Logistic System=MLS)
- システム再構築の時間軸と投資レンジ
- システム投資の効果測定
- 新システムのフル活用



～10年後につながる成長戦略ビジネスの展開～

- B to B (Business)
- B to C (Consumer & CSR)
- B to O (Overseas & Outside)
- B to M (Memorial & Monumental)
- B to E (Efficiency)

～コスト削減は日常的かつ永遠の課題～

- コスト削減意識の徹底
- コスト競争力のアップ
- 投資戦略の再構築

丸運グループの経営計画体系



丸運グループ経営理念

長期経営ビジョン

“10年後の目指す姿”を共有化し、全員のベクトルを定める

<丸運イノベーション：Innovation-4>

Business Innovation	Mind Innovation	Cost Innovation	System Innovation
既存ビジネス変革 新規ビジネス展開 海外ビジネス強化	パラダイムシフト 企業風土変革 CSR経営 CI変革	コスト構造変革 競争力・収益力強化 (投資戦略の再構築)	経営サポート 業務サポート システム変革

<第2次中期経営計画 2017～2019>

Business Innovation	Mind Innovation	Cost Innovation	System Innovation
<丸運グループ内への水平展開>			

組織・個人の行動計画への落とし込み

サマリー

■ 経営理念“わたしたちの使命”
「お客さまの物流ソリューションを最高の品質と創造力で革新し社会の発展に貢献します」

■ 長期経営ビジョン（2017～2026年度）
「私達は、今後10年間に毎年2%以上の成長を続け、組織そして個人も、ともに20%（ $\approx 1.02^{10}$ ）以上パワーアップした姿に進化することを目指します」

■ 長期経営ビジョンにおいては、“Innovation-4（Business, Mind, Cost, System）”として、4方向からのアプローチで20%アップの実現を目指す。
■ 各イノベーションについて、既成・固定概念に囚われることなく、変革意識/当事者意識/プロ意識を持って競争力の向上に努める。

■ 長期経営ビジョンの実現に向けて、実行プランとしての「中期経営計画」を策定する。
■ 3年間の時間軸での計画ではなく、常に長期経営ビジョンの実現を意識した策定と実行に努める。
■ “Innovation-4”について、丸運グループ内に水平展開を行うことにより、グループ内の一体的ムーブメントとする。

■ 策定された中期経営計画を年度事業計画・予算に年次展開する。
■ “長期経営ビジョン～中期経営計画～年度事業計画・予算”の一貫性を持った会社経営の実現が可能となるよう“行動計画”へ落とし込む。
■ 計画に対する“PDCA評価サイクル”を回す。

貨物輸送
潤滑油・化成品
流通貨物
国際貨物
石油輸送
コーポレート

第2次中期経営計画 2017～2019



2017年5月12日

株式会社 丸運



1. 2016年度実績および中期経営計画
2. 中期経営計画の基本戦略・経営方針
3. 事業環境の変化と今後の見通し
4. 営業収益および経常利益の推移・計画(2007年～2019年度)
5. 全社・事業部・コーポレートの成長戦略テーマ
6. 中期経営計画：収益計画
7. 中期経営計画：セグメント別営業収益の変化

2016年度実績および中期経営計画



(単位：百万円)

	2016年度				2017年度	2018年度	2019年度	
	予算	実績	対予算	対前年	予算	計画	計画	対2016年
営業収益	47,195	47,117	△78	△808	48,000	50,600	53,000	5,883
貨物輸送	23,359	23,505	146	△321	23,500	23,800	24,000	495
潤滑油・化成品	4,749	4,791	42	229	4,800	6,000	6,100	1,309
流通貨物	696	654	△42	△945	1,000	1,400	1,500	846
国際貨物	5,813	5,907	94	588	6,300	7,100	7,600	1,693
石油輸送	12,531	12,213	△318	△339	12,300	12,200	11,200	△1,013
全社				0			2,500	2,500
コーポレート	47	43	△4	△24	60	50	50	7
経常利益	1,017	978	△39	△76	1,100	1,400	1,600	622
貨物輸送	692	655	△37	△69	720	860	880	225
潤滑油・化成品	157	164	7	38	170	190	210	46
流通貨物	39	△4	△43	70	80	50	60	64
国際貨物	△40	30	70	△10	20	130	220	190
石油輸送	265	195	△70	△55	180	190	230	35
コーポレート	△96	△ 62	34	△49	△ 50	△ 40	△ 30	32
売上高対経常利益率	2.2%	2.1%	-0.1%	-0.1%	2.3%	2.8%	3.0%	0.9%

※ 2017年度～2019年度の予算・計画につきましては、端数処理の影響によりセグメント別合計と一致いたしません。



新たな企業価値を創造できる会社へ

経営環境

国内物流市場縮小による
事業基盤の変化

石油元売会社の経営統合
による事業基盤の変化

国内物流会社の提携およ
び経営統合の進展

日本企業の成長市場である
海外市場への事業展開



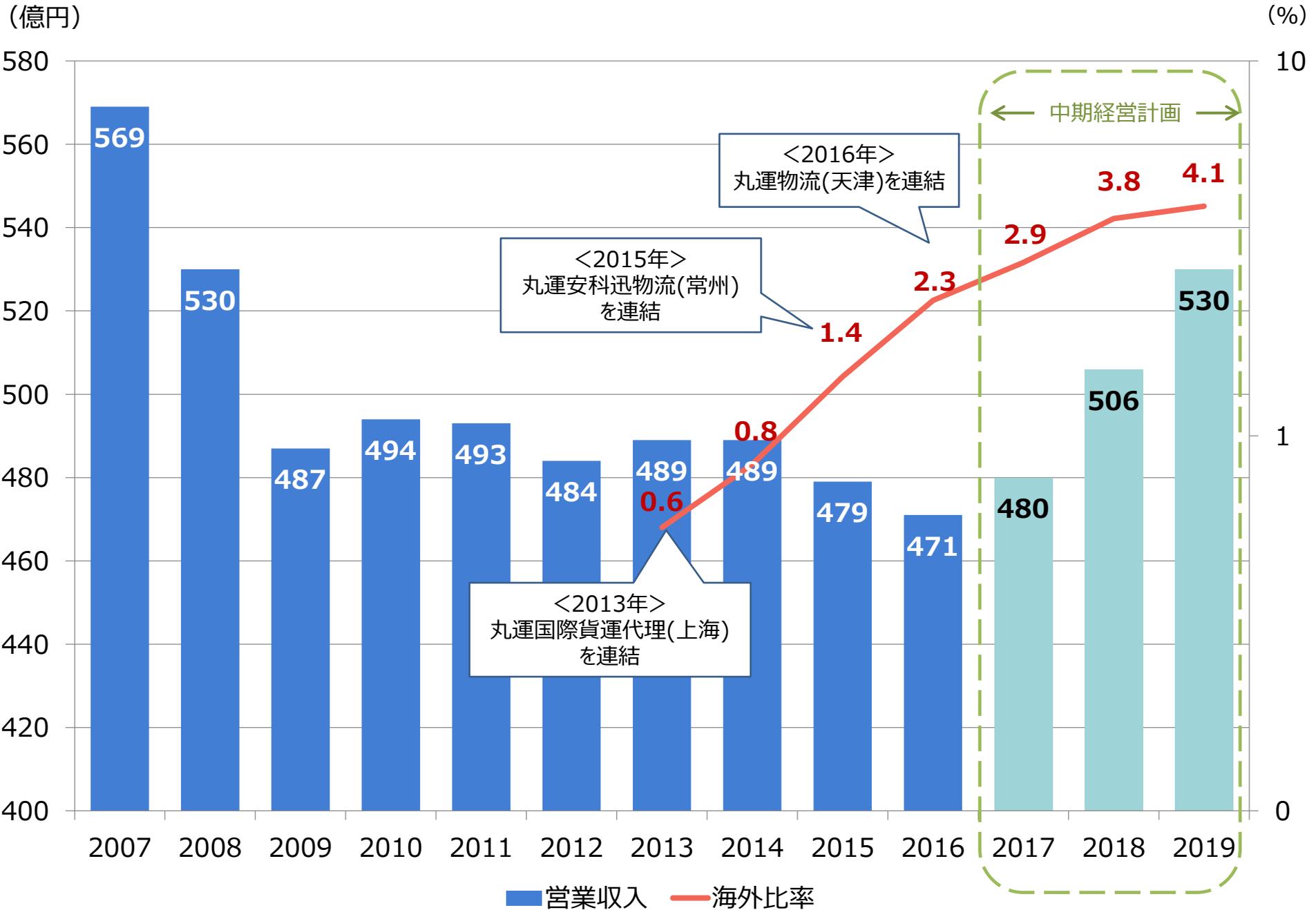
機会

- ◆ ソリューション提案型物流ニーズ
- ◆ 物流業務アウトソース・ニーズ
- ◆ 海外(東南アジア)物流ニーズ
- ◆ グローバル化に伴う内外一貫物流ニーズ
- ◆ 東京オリ・パラ等のメガ公共事業投資
- ◆ サステイナ物流市場の成長
- ◆ ライフスタイル変化に伴うC&F市場の成長
- ◆ インバウンド市場の成長
- ◆ シルバー・ビジネスの成長

危機

- ◆ 既存の顧客基盤の弱体化
- ◆ ドライバー不足
- ◆ 安全対策コストの増加
- ◆ ブランド認知度
- ◆ 物流拠点の競争力低下
- ◆ 情報システム投資不足

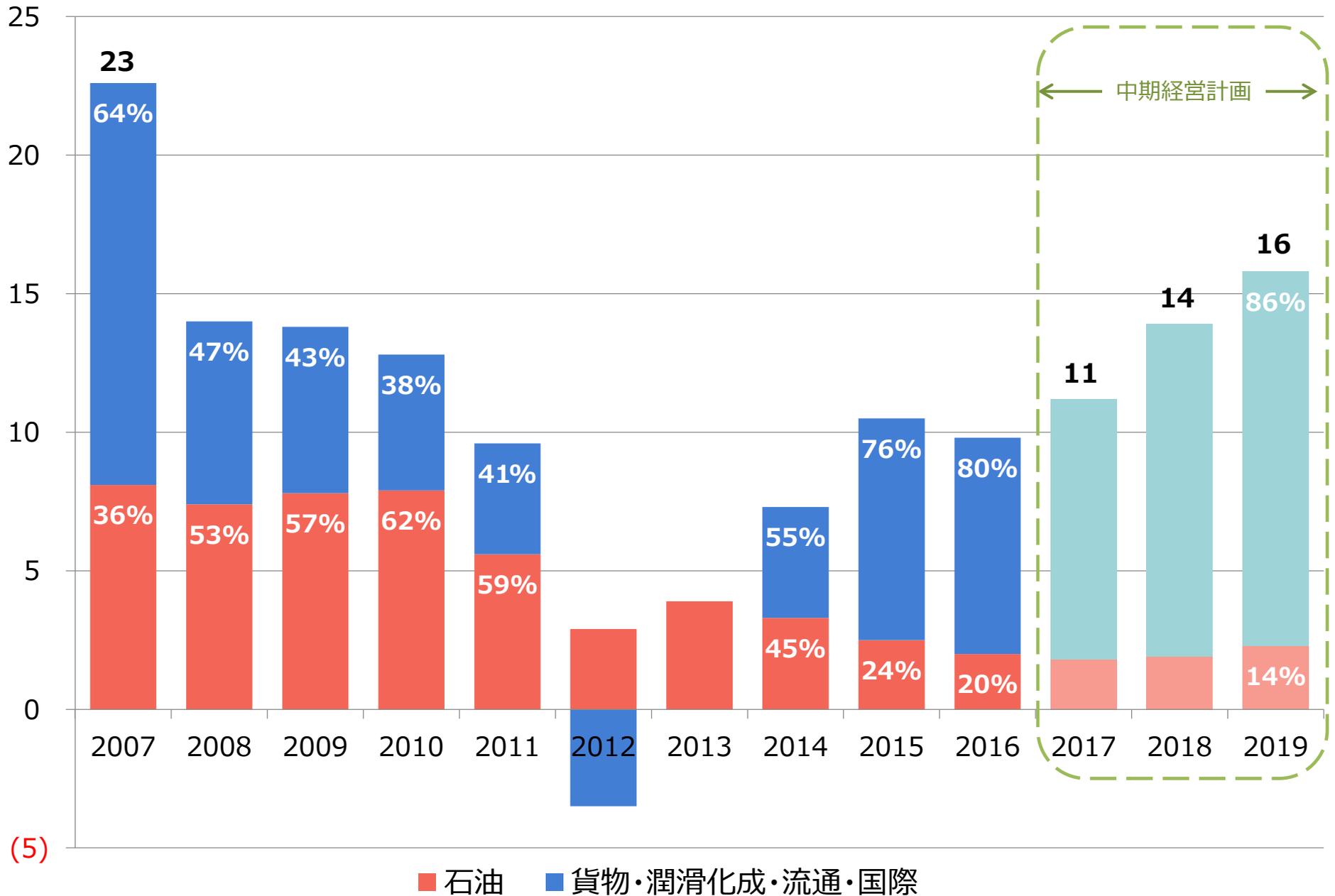
営業収益の推移・計画



経常利益の推移・計画



(億円)



(5)

《丸運グループの持続的な成長と企業価値の向上》

貨物輸送

- 物流拠点の生産性向上
- 物流拠点の統廃合
- 投資案件の着実な遂行

潤滑油・化成品

- 輸出入一貫物流元請化
- 物流業務一括元請化
- 提案営業力の向上

流通貨物

- 既存センターの業容拡大
- 新規センターの基盤確立
- 新規領域の開拓

国際貨物

- 営業体制の強化
- 新規業務基盤の確立
- 海外事業基盤の確立

石油輸送

- 新規顧客の開拓
- 安全品質の向上
- 自社車両の拡充

コーポレート

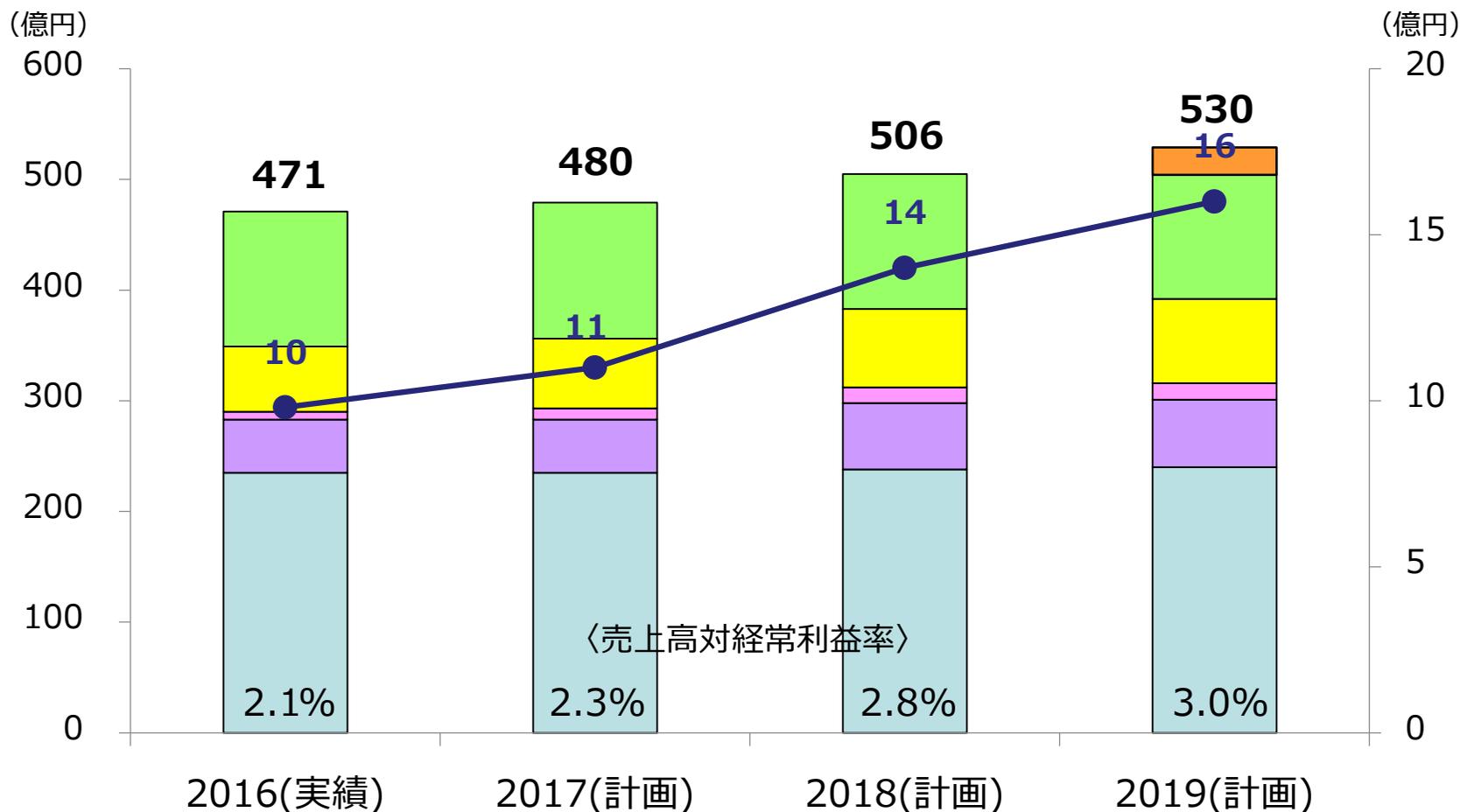
- CSR経営の推進
- システム更新
- コスト削減の推進

全社

- グループ経営理念～長期経営ビジョン～中期経営計画の経営サイクルの確立
- 丸運イノベーションの展開による変革の推進

中期経営計画：収益計画

- 営業収益(貨物)
- 営業収益(潤滑・化成)
- 営業収益(流通)
- 営業収益(国際)
- 営業収益(石油)
- 営業収益(成長案件)
- 経常利益(全体)※右軸



営業収益

約60億円

(16'~19')

↑
增收

経常利益

約6億円

(16'~19')

↑
増益

