



京極運輸商事グループ

第2次中期経営計画（23年度～25年度）

- ・2023年度の総括
- ・2024年度の取組み

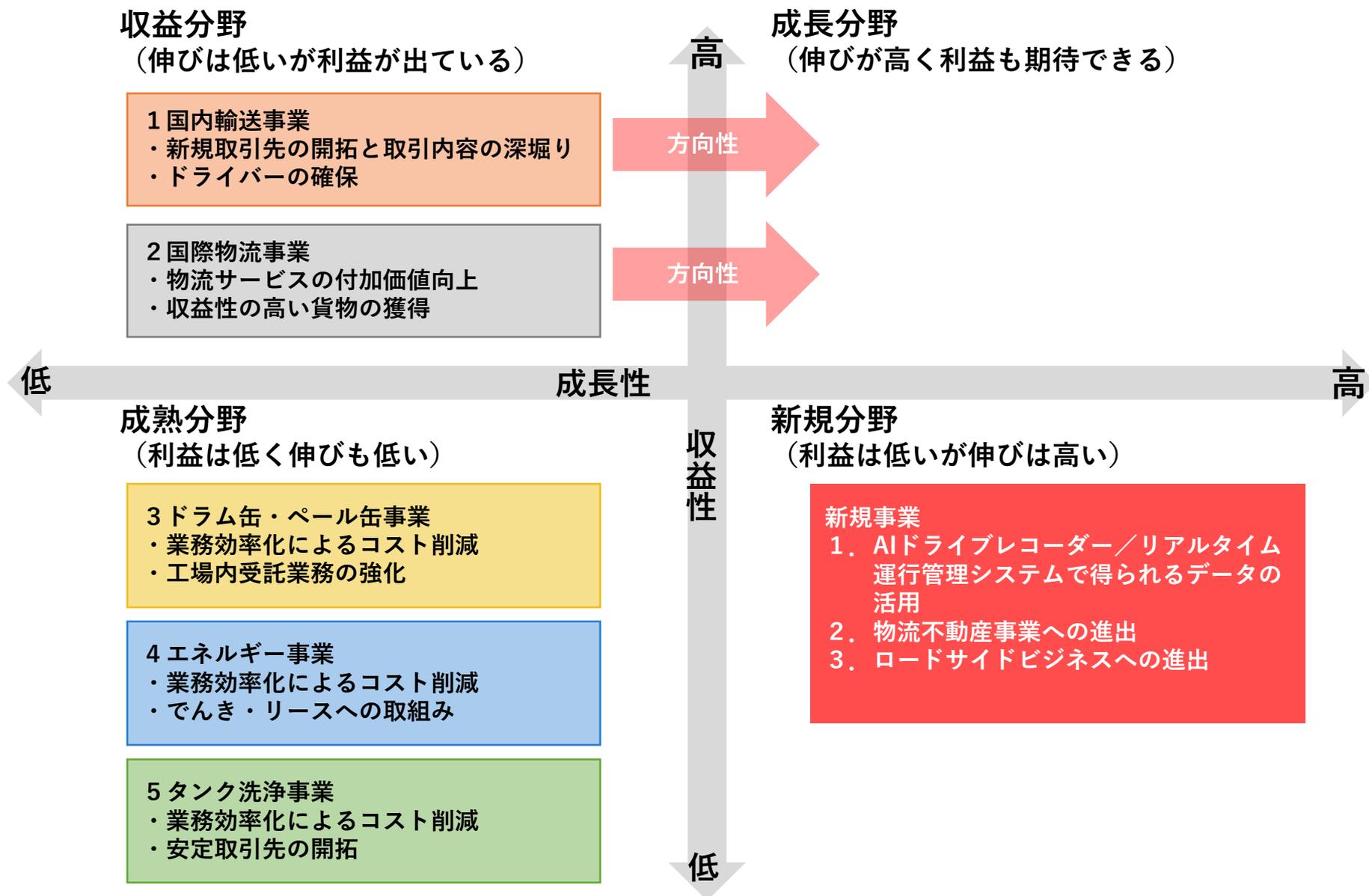
2024年6月12日



2次中計 目標



	テーマ	施策	達成目標 2021年度実績⇒2025年度目標
1	事業価値の向上	<ul style="list-style-type: none"> デジタル化の推進 デジタル推進部門、安全管理部門、販売管理部門の設置 資金効率の向上 キャッシュ・フロー範囲内での設備投資を実施 新規事業の創造 	<p>営業利益</p> <p>1.5億円 ▶ 3億円 (既存2億・新規1億)</p> <p>ROE</p> <p>4.1% ▶ 5.1% (ROIC 2.0% ▶ 3.3%)</p>
2	サステナビリティへの取り組み (CO2削減)	<ul style="list-style-type: none"> 燃費向上 新車／アイドリングストップ／低燃費タイヤ 3R (リデュース／リユース／リサイクル)の推進 	<p>3カ年で12.1%削減</p> <p>11,220 tCO₂ ▶ 9,862 tCO₂</p>
3	人的資本の充実	<ul style="list-style-type: none"> 働き甲斐のある職場づくり 多様性と受容性の推進 	<p>従業員満足度スコア※</p> <p>4.34／満点7 ▶ 5.00／満点7</p> <p>女性比率</p> <p>事務職 19% ▶ 33%</p> <p>運転職 2% ▶ 10%</p> <p>障がい者比率</p> <p>0.8% ▶ 3.0%</p>





2. 第2次中期経営計画 1年目の総括



		達成目標	
テーマ	施策	2023年度実績	2025年度目標
1	事業価値の向上	営業利益	
		0.3 億円	3 億円
	<ul style="list-style-type: none"> デジタル化の推進 デジタル推進部門、安全管理部門、販売管理部門の設置 資金効率の向上 キャッシュ・フロー範囲内での設備投資を実施 新規事業の創造 	ROE	
		1.5%	5.1%
		(ROIC 0.471% 3.3%)	
2	サステナビリティへの取り組み (CO2削減)	7,945 tCO ₂	9,862 tCO ₂
3	<ul style="list-style-type: none"> 働き甲斐のある職場づくり 多様性と受容性の推進 	女性比率	
		事務職 25%	33%
		運転職 3%	10%
		障がい者比率	
		0.6%	3.0%



2023年度 営業利益

単位：千円

セグメント	実績	目標	差異
国内輸送事業	△63,170	39,000	△102,170
国際物流事業	29,930	82,000	△52,070
ドラム缶・ペール缶事業	40,055	18,000	22,055
エネルギー事業	1,247	0	1,247
タンク洗浄事業	24,911	11,000	13,911
全社	32,973	150,000	△117,027

2023年度の取り組み



企業理念の制定

使命（私たちは日本の製造業に安全と確実な物流サービスを提供する
なくてはならないパートナーです）

目指す姿（いい会社にしよう）

行動基準（安全・誠実・正確）

1

事業価値の向上

IT化の推進

最新ノートPCに更新（Microsoft365導入）
ドライバー含めた全社員に メールアドレス付与
ChatGPT4・RPA・OCR・シャチハタクラウド導入
eラーニング活用（Udemy）

資金効率化

コミットメントライン締結
グループ金融導入
営業車両のリース化

2

サステナビリティ
への取り組み
（CO2削減）

安全対策と
ITツール導入

ブリヂストンTPP導入
VOLVO製トラクタ導入
AIドライブレコーダー導入
トラックカーナビ導入
フォークリフト版VR導入

3

人的資本の充実

労働環境整備

テレワークスタート
カジュアル365スタート
アプリを活用した健康増進活動スタート
事務職・技能職の年間所定労働時間の削減
(2064h⇒1944h)▲120h
楽楽精算導入



テーマ	実施結果	評価
ドライバーの確保	積極的な採用活動により順調に確保	○
新規取引先の開拓と取引内容の深掘り	既存取引先の値上げ交渉成立も、実現は2024年度以降となる	△
新車導入のスピードアップ	納車台数大幅アップ（前年比188%） VOLVO(高機能車)導入	◎
新規事業の創出	マルチワークステーションの検討を開始	△



テーマ

実施結果

評価

物流サービスの付加
価値創造による増収

荷主仕様での預け入れ
が多く、付加価値提案
も受け入れられず



収益性の高い
貨物の獲得

一部の荷主に対しては
保管料の改訂ができた
ものの、国際輸送の荷
動き低迷により、十分
な収益を確保できず



新規事業の創出

ロードサイドビジネス
は条件が合わず断念、
物流不動産事業につい
ては募集開始





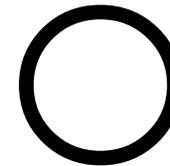
テーマ

実施結果

評価

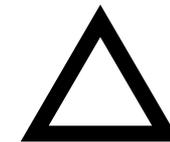
営業部門の統合による
効率化とコスト削減

担当者を営業部に集約し、業務のデジタル化に着手



新缶工場
の受託業務強化

人員配置の見直しと協力会社の実態調査





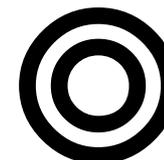
テーマ

実施結果

評価

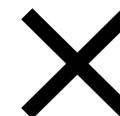
京極石油と京極運輸
商事の一体運営

重複業務の見直しによ
り、経費大幅削減



ENEOSでんき(高圧)
の展開

調達価格の上昇、供給
不足により新規募集を
停止

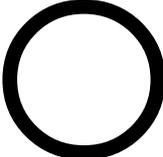
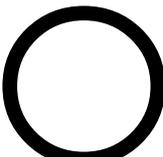


ENEOS法人カーリース/
ENEOSランドリーの
新規取組み

ENEOS法人カーリース
は年度末に開始
ENEOSランドリーは需
要不足と判断し断念





テーマ	実施結果	評価
コスト削減策 の実行	事業所と資材置き場を 京浜支店へシフトし、 土地代など管理費を削 減 ▶	
安定取引先の開拓	輸送関連事業で関わり がある取引先へのアプ ローチを実施 ▶	
年間を通じた 業務量の平準化	新規顧客へアプロ ーチするも成約せず ▶	



3. 第2次中期経営計画 2年目の取組み

2024年度の取組み



1	事業価値の向上	IT化の推進	車両管理の一元化 顧客データベースの一元化 RPA・OCRの利用範囲拡大 社内コンピュータシステムの最適化検討
		資金効率化	保有資産の組み換え
2	サステナビリティへの取組み (CO2削減)	安全対策とITツール導入	安全教育の充実（行動基準に準じたプログラム） 運転・作業技能コンテスト実施 ブリヂストンTPP導入拡大 VOLVO製トラクタ導入拡大 新型デジタルタコグラフ導入 バックカメラ・サイドカメラを全車両装着 腕時計型熱中症対策ツールの導入
3	人的資本の充実	労働環境整備	事務職・技能職の年間所定労働時間の削減 (1944h⇒1848h)23年度比▲96h ドライバーの処遇改善（賃金水準引き上げ） “ ” （定年制廃止） 事務職・技能職の新処遇制度の検討 福利厚生制度の充実
		社員教育の充実	資格取得制度の刷新 表彰制度の刷新



テーマ	戦略	実施計画
ドライバーの確保	働き方の多様化 魅力ある職場環境づくり 安全で効率的な車両置場の設置	短時間勤務の導入 各支店の改造・拡充 ▶ (男女別トイレ・快適な控室の確保) 新規車庫の確保
取引の拡大	新規需要家・新規製品の開拓 既存需要家・既存製品の深耕	▶ 輸入ルートの開拓
デジタルデータの利活用	配送情報の共有 安全マネジメントへの活用	▶ AIドライブレコーダー・デジタルタコグラフ等の活用
新規事業の創出	マルチワークステーション事業への進出	▶ 事業採算性の検討 新規事業用地の確保

マルチワークステーション (MWS) 構想



マルチワークステーション (MWS) 導入により ISOタンクコンテナ配送の全事業を内製化



これまでの外注領域



テーマ	戦略	実施計画
倉庫事業の採算改善	受入数量の拡大（倉庫稼働率改善） 物流不動産としての活用	▶ 協力会社との連携拡大（自社倉庫のキャパシティを上回る受注） 倉庫の一部を倉庫以外の用途として賃貸
通関事業の強化	倉庫事業の付随業務からの脱却	▶ 国内輸送事業と連携したISOコンテナ業務の拡大
港運事業の採算改善	石油・化学・港運との一体運営による効率化	▶ 専属ドライバーの廃止



テーマ	戦略	実施計画
販路の拡大 (容器営業)	環境問題（ドラム缶、ペール缶の廃棄）へ配慮した販売活動	▶ ドラム缶のリース事業化、IBCコンテナのリサイクル事業化を提案
デジタルツールの活用(容器配送)	配送情報の共有 安全マネジメントへの活用	▶ AIドライブレコーダー、デジタルタコグラフ、トラックカーナビ等の活用
協力会社と 安全意識の共有 (容器配送)	協力会社が抱える課題の解決と、安全教育の推進 (法令遵守、安全運行、長時間労働の改善)	▶ コンプライアンス指導の徹底、当社知見の共有



テーマ

戦略

実施計画

油脂の拡販

協力会社への販売強化

▶ 提携整備工場へのオイル
& グリース販売

エネオスでんき
(高圧)への
取り組み

既存取引先への販売強化

▶ 輸送、倉庫取引先や各種組
合への新規アプローチ



テーマ	戦略	実施計画
業務の効率化	デジタル化の推進	▶ 新型ノートPC ▶ Microsoft365の導入 ▶ 税理士事務所との連携強化と会計ソフトの導入
安定収益の確保	新規顧客の開拓	▶ 他部門と連携し、新規顧客にアプローチ