

個人投資家向けオンライン会社説明会 ミーティングメモ

センコーグループホールディングス株式会社 (9069)

開催日：2020年12月5日（土）

説明者：執行役員 広報・IR担当 小久保 悟 氏

1. 企業概要

- ・ 売上高 17 期連続増収、経常利益 11 期連続増益となっており、この 10 年間で売上高は 2.5 倍、経常利益は 3.3 倍に成長しました。
- ・ 業績拡大の内容は M&A を積極的に行い、10 年間で約 2,300 億円売上が増加したことと、物流センターを中心に設備投資を行い売上が約 1,100 億円増加したことに大別されます。
- ・ センコーグループは 4 つの事業分野で構成されており、物流事業グループは 95 社あり売上高は 3,927 億円です。商事・貿易事業グループは 13 社あり売上高は 1,613 億円、ライフサポート事業グループは 11 社、ビジネスサポート事業グループも 11 社あり売上高は合わせて 160 億円です。
- ・ 当社は 1916 年に海運事業者として創業し、その後、戦前の 15 大財閥の一つである日室コンツェルンの輸送部門を担ってきました。戦後、財閥解体により消滅しましたが、日室運輸の有志により 1946 年に扇興運輸として再スタートしました。1973 年には、運輸だけにこだわらず幅広く新規事業や異業種の分野にも参入していこうという思いからセンコー株式会社に社名変更しました。そして、2017 年に持ち株会社に移行し、現在のセンコーグループホールディングス株式会社になりました。未来潮流を作る企業グループを目指し、新たな変革と挑戦を積み重ねています。
- ・ 財閥解体した日室コンツェルンからはさまざまな会社が再出発しています。旭化成株式会社、積水化学工業株式会社、積水ハウス株式会社、チッソ株式会社などです。そして、センコーグループはルーツを同じくする企業を主要顧客として化学、住宅の物流を主力事業として成長してきました。

2. 物流事業の概要

- ・ 3PL（サードパーティ・ロジスティクス）は、荷主に対して物流改革を提案し、包括して物流業務を受託し実行することです。荷主企業は物流を包括して委託することで、生産や販売に集中することができます。こうした受託は提案力・情報システム力・グローバル展開力・環境対応力・品質力を持った物流企業でないとできません。当社グループは国内で第 2 位の評価を受けています。
- ・ 物流事業の売上は 3,927 億円と全体の 7 割を占めています。旧日室コンツェルンをルーツとする旭化成株式会社、積水化学工業株式会社、積水ハウス株式会社の成長と歩調を合わせケミカル物流、住宅物流を主力事業としてきました。現在、ケミカル物流の売上は 767 億円、住宅物流の売上は 633 億円です。しかし、最近では旧来の顧客だけではなく、

大和インベスター・リレーションズ株式会社（以下、「当社」といいます。）はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

当社が独自に開拓してきた流通ロジスティクスが大きく成長しており、物流事業の半分以上、売上が 2,200 億円を超える事業規模になっています。

- 流通ロジスティクスの主要顧客は総合スーパー、ディスカウントストア、ドラッグストア、ホームセンターなどの大手小売業で、イオン株式会社、株式会社ドン・キホーテ、ウエルシア薬局株式会社などです。また、チョコレート、アイスクリーム、ハム、ソーセージ、乳製品などの冷凍・冷蔵食品の全国輸送を大手メーカーより委託されています。国内外のファッションブランドからも物流業務を委託されています。ルイ・ヴィトンの店舗配送も担っており、このように皆様の身近なところでセンコーグループは活躍しています。
- 物流事業を担当する主要なグループ会社は、センコー株式会社、株式会社ランテック、東京納品代行株式会社、センコーエーラインアマノ株式会社、センコー汽船株式会社などです。グループ全体の自社保有車両は、2020 年 9 月末時点で 5,896 台です。現在進めている中期経営計画の最終年度である 2021 年度末で 6,700 台体制を目指しています。自社車両強化の狙いは、品質力と収益力の向上です。自社車両のほうが協力会社の車両より収益率や運行効率が高く、また将来を見据えドライバーの確保を進めています。
- 物流センターでは商品の保管から顧客のニーズに応じた加工、検品業務や出荷、配送までを一貫して行っており、その一連の作業は情報システムでコントロールしています。物流センターの面積の推移を見ると 2020 年度 9 月末時点で海外を含め 392 万㎡です。物流センターの面積が 300 万㎡を超える国内企業は少なく、当社はトップクラスの規模を誇っています。
- センコーグループは海外にも積極的に事業展開をしています。当初は日系企業の海外展開についていくという形でしたが、近年では海外現地での開拓を積極的に進めており、現在では海外に 34 の現地法人と 59 の事業拠点を設置するまでに成長しました。
- 海外での取り組みの一つとしてタイを中心に約 650 店舗を展開している外食チェーンの MK レストラングループと合弁会社を設立し、2019 年 10 月にバンコク市内に 26,000 ㎡の冷凍・冷蔵物流センターを開設しました。また、大手チェーンストアの海外出店に伴い、東南アジアを中心に現地の物流受託を進めています。
- 物流業界では、インターネットを利用した通信販売で宅配貨物の取り扱い量が増えるなど各家庭までお届けする配達の需要が拡大しています。こうした貨物の小口化に対応するため軽自動車や軽トラックなどを使用した軽貨物運送事業をスタートさせ、関東・関西地区を中心に医薬品や食材などの店舗配送業務や個人向け宅配事業を進めています。2020 年 9 月末で 939 台、2023 年 3 月末には 3,000 台体制に拡大する計画です。
- 当社グループは船舶輸送も積極運用をしています。グループ会社のセンコー汽船株式会社を中心に社有船 37 隻、定期傭船 33 隻の計 70 隻が就航しています。陸運会社でありながら、これだけの規模の船舶輸送を運用していることは、競合他社にない当社独自の強みです。

-
- ・ 現在、グループ全体で 500 キロ以上の長距離輸送をトラックから鉄道や船舶利用に変更したモーダルシフト化率は 70%まで増え、二酸化炭素排出量の削減やドライバーの長時間勤務の回避など地球環境対策、働き方改革に積極的に取り組んでいます。こうした取り組みにより 2020 年 6 月に日本物流団体連合会から第 21 回物流環境大賞で物流環境保全活動賞、物流環境特別賞の 2 部門を受賞しました。また、2020 年 11 月には、令和 2 年度モーダルシフト取り組み優良事業者賞を実行部門と有効活用部門の 2 部門で受賞しました。

3. 商事・貿易事業の概要

- ・ 商事・貿易事業はグループ売上の 28%を占めます。センコーグループにはさまざまな商品を扱う商社機能を持った会社があり、アスト株式会社はトイレットペーパーやティッシュペーパーなどの家庭紙を。株式会社スマイルは包装資材など多様な生活雑貨を取り扱っています。センコー商事では全国のガソリンスタンドで使える業務用軽油や石油カードを販売しています。
- ・ 株式会社スマイルは、世界各国からワインを調達、卸販売をしています。コノスルというチリワインを取り扱っています。

4. ライフサポート事業の概要

- ・ 健康・生活支援、食関連サービスの 3 分野で M&A を中心とした積極投資を行い、事業領域を拡大しています。
- ・ 株式会社ビーナスは大阪府下でデイサービス店舗などの運営を行っています。
- ・ 株式会社けいはんなヘルパーステーションは奈良市を中心に住宅型老人ホームなどの運営を行っています。
- ・ 株式会社ブルーアースジャパンは山梨、東京、神奈川、静岡でフィットネスジムなどの店舗を展開しています。
- ・ 株式会社ライフイトは岡山、広島県を中心にグルメ系回転寿司チェーン「すし丸」を展開しています。

5. ビジネスサポート事業の概要

- ・ センコー情報システム株式会社は行政機関のシステム構築に高い実績があります。
- ・ センコー株式会社の物流コンサルティング部門から独立したロジ・ソリューション株式会社は物流事業を協力的にバックアップするエンジニア集団です。
- ・ センコービジネスサポート株式会社は事務代行などのサービスを提供し、グループ内の事務の効率化に貢献してきましたが、今では社外からのニーズを取り込み通販の受注受付、アンケート調査などのコンタクトセンター業務をサポートし業績を拡大しています。
- ・ 新しい取り組みの一つとして、東京本社のある江東区潮見の社有地を有効活用しファミ

リー層をターゲットとした「ホテル権会」を2020年2月に開業しました。京葉線で東京駅より3駅目、東京ディズニーランドのある舞浜駅まで3駅目と利便性の高い潮見駅に立地しています。現在、コロナで苦戦をしていますが収束した折には、ぜひご宿泊をしていただきたいと思います。

6. 人材育成について

- ・ センコーグループは滋賀県東近江市に日本最大級の交通研修施設、宿泊施設を備えた「クレフィール湖東」を自社運営しています。こちらではグループのドライバーやフォークリフトの操縦者を定期的に技能研修に参加させ、安全教育・マナー教育を徹底すると共に大型免許を取得できる自動車教習コースも整備しています。
- ・ これまでの人材教育の内容をさらに高度化・専門化し、次の100年のセンコーを担う人材育成を図る目的で2016年に社内大学「センコーユニバーシティ」を開学しました。
- ・ 将来の経営を担う人材、グローバルに活躍する人材、社内ベンチャー企業を起こし、新規事業にチャレンジする人材など幅広い学科を設けています。

7. ESG を重視

- ・ 昨今世界的に注目されるESGについても積極的に取り組んでいます。
- ・ 年金積立金管理運用独立行政法人が選定したESG投資のための3つの株価指数の構成銘柄に採用されるなど高い評価を受けています。
- ・ 2020年10月、国連グローバル・コンパクトに署名をし、参加企業として登録されました。

8. 株主還元

- ・ 継続的な業績向上とそれに連動した株式配当の充実を基本方針としています。過去10年間を見ると配当性向30%以上を一つの目安とし、業績の向上に伴い増配をしてきました。今後も株主様のご期待に応えるよう、さらなる業績の改善に取り組めます。

9. スポーツ・文化活動の支援について

- ・ センコー柔道部は2008年に創部し、最近では個人、団体共に全日本レベルで上位に食い込むなど着実に力をつけています。遠くない将来、センコーの選手が日本代表としてオリンピックで日の丸を掲げる日が来ることを期待しています。
- ・ 2016年にセンコー創立100周年を記念し、ゴルフ部を創部しました。企業、実業団ゴルフのパイオニアとして活躍しています。
- ・ 文化活動では囲碁を支援しています。日本棋院の公式タイトル、SENKO CUP ワールド碁女流最強戦、扇興杯女流最強戦を協賛するなど囲碁の普及活動に協力しています。

10. 2021年3月期の業績見通しについて

- ・ 2021年3月期第2四半期は新型コロナウイルスの影響を大きく受け、拡販、経費削減ならびに生産性向上にグループ全体で取り組んできましたが、減収減益となりました。なお、7月期から9月期は、新型コロナウイルスの影響が減少したことや昨年度および今年度開設した物流センターの立ち上げが円滑に進んだこともあり、6,000万円の営業増益に転じることができました。
- ・ 新型コロナウイルスの主な影響は、物流事業ではファッション、ケミカル、住宅、冷凍冷蔵物流などが大幅物量減となり、上期トータルで売上高マイナス115億円、営業利益マイナス29億4,000万円の影響がありました。商事・貿易事業では、燃料販売などの減少がありましたが、宅配ニーズ増加に伴う日用品の販売増などがあり、上期トータルで売上高プラス2億円、営業利益プラス2,000万円の影響となりました。ライフサポート事業とビジネスサポート事業で構成されるその他事業は、フィットネスジム、デイサービス、飲食店、ホテルなどが大幅利用者減となり、上期トータルで売上高マイナス10億円、営業利益マイナス4億2,000万円の影響がありました。
- ・ コロナの影響がありましたが、8月に公表していた連結業績予想と比べますと減収増益で終結しました。計画との主な差異要因は売上面ではケミカル物流や食品物流などの売上が想定以上に減少しましたが、利益面ではコストダウンを上積みしたことなどにより増益となりました。
- ・ 2021年3月期は8月に公表したとおりの売上高5,850億円、営業利益202億円、経常利益200億円。親会社株主に帰属する当期純利益は114億円を計画しています。
- ・ 上期実績および下期の計画は、収支計画の増減変化で見ますと上期は86億円減収、7億円の営業減益。下期は236億円増収、2億5,000万円の営業増益を計画しています。なお、この下期計画にはM&A案件の収益を売上高で170億円、営業利益で2億3,000万円織り込んでいます。
- ・ 新型コロナウイルスのセグメント別の影響想定は物流、その他事業は影響が徐々に収束していく見通しにしています。なお、商事・貿易事業については、下期前年度第4四半期のティッシュペーパー、トイレットペーパーなどの家庭紙の特需の剥落を織り込んでいます。
- ・ 通期予想について前年同期からの売上高の増減を要因ごとに見ますと、売り上げ拡大効果295億円、料金・価格改定の効果34億円、新規連結効果43億円、M&A170億円、新型コロナウイルス感染症の影響を含めた既存物量の減少影響をマイナス391億円と想定しています。
- ・ 一方、利益面では売上拡大効果、料金・価格改定、コスト改善・生産性向上、経費削減、燃料単価影響、新規連結効果、M&Aなどにより119億4,000万円の増益効果を見込んでおります。
- ・ 一方で新型コロナウイルスの影響や既存物量の増減、外注費の増加、ベアの影響など123

億 9,000 万円の減益要因を見込んでおり、この結果経常利益は 7 億 4,000 万円の減益を計画しています。

11. 2021 年 3 月期の主な事業活動について

- ・ 物流事業において、本年度はすでに尼崎 PD センター、ランテック門司支店の冷凍・冷蔵倉庫、立川物流センターを立ち上げ、順調に稼働しています。現在、2021 年 2 月稼働予定の栗橋 PD センターの立ち上げ準備を進めています。
- ・ M&A については、世界トップクラスのアルミニウム総合メーカーの株式会社 UACJ のグループ会社、株式会社 UACJ 物流の株式を取得し、第 4 四半期より連結予定です。この他に現在複数の M&A 案件の検討を進めています。
- ・ 業務提携については、沖縄でトップ 3 に入る物流企業の株式会社あんしんと業務提携に向けた検討を開始することで合意しました。センコーは沖縄に生産体制を持たず、一方株式会社あんしんも沖縄以外の国内に生産体制を持たないなか、両社が手を携えることで相互に補完しあい、両社事業のさらなる価格拡大を図ることを目的としています。
- ・ 省人化・省力化については、一例として保管効率と作業効率を飛躍的に向上させることのできる自動走行型ピッキングシステムを 10 月より東京納品代行株式会社が東京ベイファッションアリーナで稼働させました。1 カ所約 7 億円の投資が必要になりますが、2021 年 5 月に尼崎 PD センターでも稼働させる予定です。
- ・ 商事・貿易事業については、年商約 770 億円のアスト株式会社は家庭紙卸では国内トップ 3 に入る企業です。昨年より価格・納品条件改定、物流改善、新規取引の拡大に注力しています。ウイズコロナのビジネス対応では、株式会社スマイルにおいて宅配・テイクアウト資材を、株式会社丸藤においては宅配ニーズに伴う日用品の販売拡大を進めています。また M&A 案件の検討を推進しています。
- ・ その他事業において、M&A については保育所や学童クラブなどを運営する株式会社プロケアの株式を取得し、10 月より連結子会社としました。なお、その他事業においても株式会社プロケア以外の M&A 案件の検討も進めています。
- ・ ライフサポート事業会社各社の出店は、コロナ前に立てた計画は見直しをしましたが、2020 年度は 7 店舗を予定しており、現在まで 5 店舗を出店しました。

12. 質疑応答

Q1. 足元の状況を教えてください。

A1. この直近 3 カ月の状況をご説明しますと、8 月、9 月は減収増益で推移しました。10 月は幸いにも増収増益となりました。ただ、10 月は昨年 10 月の消費増税後の反動が出た月でもありますので、若干そこは考慮する必要がありますが、下期いいスタートが切れたと思っています。

Q2. M&A を積極的にいき、10 年間で 2,300 億円売上が増えたとのことですが、主な M&A を教えてください。

A2. 今日スライドの中でもいくつかご説明しましたが、大きなところ 3 つ申し上げますと物流事業では冷凍・冷蔵が強い株式会社ランテックです。こちら大体 570 億円ぐらいの売上規模です。それから商事・貿易事業ではトイレットペーパー、ティッシュペーパーの卸売のアスト株式会社が大体 770 億円の売上。それからピザ店のこういう包装資材とかコノスルに代表されるワインを扱っています商社の株式会社スマイルが大体 300 億円の売上です。この 3 つが大きな M&A でした。

Q3. 物流事業について、他社にない特徴はなんですか。

A3. 特に強みとしていますのは、冷凍・冷蔵食品を小口で全国に配送できるネットワークを持っていることが一つです。もう一つはトラック、船、鉄道でのコンテナ輸送というこの 3 つの輸送メニューを持っているところが強みでないかと思います。

Q4. 商事・貿易事業で一番大きい売り上げはどんな商材ですか。

A4. 繰り返しになりますが、アスト株式会社というトイレットペーパー、ティッシュペーパーを扱っている卸が恐らく日本でトップ 3 に入っていると思いますが、こちらが 770 億円の売上規模です。

Q5. ドライバー不足と聞きますが、現在の状況はどうですか。

A5. 現在は正直申し上げて、採用にはそれほど困っておりません。ただ、このコロナが収束したあと、皆さんご承知のとおり、この業界はドライバー不足です。当社は毎年ベースアップしてますし、働き方改革で拘束時間を減らすなど処遇の改善を中長期的に進めていかないといけないと思っています。

Q6. 省人化、省力化で自動倉庫型ピッキングシステムを導入とご説明ありましたが、どのような定量効果がありますか。

A6. 商材にもよりますが、当社が見積もっていますのはスペースが大体 3 分の 1、作業効率が 3 倍になるという計画で今後導入していく予定にしています。

Q7. M&A の際、注意していることを教えてください。

A7. 過去の教訓を生かす中、当社は積極的に M&A をしていますが、できるだけ M&A 前の経営者の方に引き続き経営を担っていただき、自主的に運営していただくことを旨としています。したがって、そういうことが M&A をした後も、スムーズに事業が継続できているのかなと思っています。

Q8. 物流事業において伸びている分野を教えてください。

A8. コロナ禍でも正直申し上げて物流は増収になっています。お客さま自体が頑張っているというのがありますが、中でもドラッグストア、ディスカウントストアの分野が一番成長しています。

以上