

REAL LOGISTICS

Being Group

ビーイングホールディングス 中期経営計画 2028

－「運ばない物流[®]」で価値創造を加速－
2030年を見据えた成長ストーリーと資本政策

株式会社ビーイングホールディングス（東証 スタンダード：9145）

2026年2月13日

（注記）計画期間：2026～2028／2030：将来像

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化等により、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合において、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新・改訂を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

※端数の処理について、単位未満を切捨て、パーセントは小数点第一位未満を切捨てとしております。

株主・投資家の皆様へ

平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

当社は2020年12月に上場以降、「営業収益の年率10%成長」を目標に掲げ、増収増益を継続してまいりました。

しかしながら、いわゆる物流の2024年問題、カーボンニュートラル対応の強化、人手不足など、物流業界を取り巻く環境は大きく変化しています。

これらは当社の成長機会を広げる一方、法令対応・体制整備・データ整備・投資の同時強化が求められる局面でもあります。

当社はこうした環境変化を前提に、「運ばない物流®」とデータ・AI活用を軸とした価値創造をさらに加速し、2030年を見据えた成長ストーリーと資本政策を整理した「中期経営計画 2028」を策定いたしました。

2026～2028年は将来の収益力向上に向けた基盤強化を優先するため、先行投資が増える局面となり、短期的には利益率改善のペースが緩やかとなる可能性があります。

一方で、投資の優先順位と進捗を可視化し、ROICを軸に投資対効果を検証しながら、資本効率の悪化を抑制してまいります。

さらに、自己資本比率40%前後を目安とした財務健全性を維持しつつ、配当性向30%を基本とし、DOE5%は長期的に目指す水準として段階的に運用する方針の下、株主還元の継続性と方針の明確性を高めてまいります。

本資料では、株主・投資家の皆様から特にご関心の高い「長期保有に資する成長性」および「運ばない物流®とは何か」について、分かりやすくご説明いたします。

引き続きご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。



代表取締役社長 喜多 甚一

※... **中期経営計画 2028の全体像**

※... **上場からの軌跡**

※... **外部環境・リスク**

I ... **中期経営方針（2026～2028）**

II ... **成長戦略と成長ロードマップ^o（2026～2028）**

III... **中期経営目標（2026～2028）**

IV... **長期ビジョン 2030（2030年の姿）**

V... **サステナビリティ目標**

Appendix

【トップメッセージ】

「運ばない物流[®]」とデータ・AI活用を軸に生活物資特化3PLとしての企業価値創造を加速
— 2030年を見据えた成長ストーリーと資本政策 —

なぜ今か（環境・必然性）

- 供給制約の長期化：
2024年問題・人手不足で
物流再設計が必需
- DX投資の加速：
荷主側でデータ整備・可視化
と投資判断が急務

なぜ当社か（独自性）

- 生活物資特化×ストック型：
安定需要を捉え、継続取引で
基盤を構築
- 「運ばない物流[®]」×Jobs：
現場改善を標準化し、
総コスト最適化を継続

どう伸ばすか（成長の柱）

- 全国展開：拠点・ネット
ワークを拡大し提供力を強化
- Jobs・AI：現場データを活かし
生産性・付加価値を向上
- M&A：物流×テック×コンサル
を補完し価値提供を拡張

何を目指すか（目標・資本政策・還元）

- ✓ 2030年の姿 : 生活物資特化3PLプラットフォームへ進化
- ✓ 2028年目標 : 営業収益**450**億円・営業利益**31**億円・営業利益率**7.0**%
- ✓ 資本効率 : ROICを高め、資本コストを上回る価値創造を継続
- ✓ 財務健全性 : 自己資本比率**40**%超を目安に投資余力を確保
- ✓ 株主還元 : 増配志向を軸に、配当性向**26.9**%・DOE**4.4**%

厳しい事業環境下においても、「運ばない物流[®]」モデルへの集中と既存顧客の深耕・新規開拓を進めることで、収益・利益・顧客・拠点・輸送力のすべてで着実な拡大を実現



営業収益の成長

1.8倍

上場初年度183億90百万円
から335億円へ拡大



営業利益の成長

2.9倍

上場初年度7億55百万円
から23億円へ拡大。
安定的に利益を創出



顧客基盤の拡大

30社

取引金額1億円超企業
22社から30社へ増加。
既存顧客の取引シェア
拡大と新規顧客開拓を
推進



物流拠点の増強

71拠点

上場初年度 44拠点
から71拠点へ増加。
既存エリア深耕と
新規エリア進出で
物流インフラを拡充



輸送力の強化

1,724台

上場初年度1,009台
から1,724台へ増強。
協力会社は300社を
超える

物流の2024年問題やカーボンニュートラル、人手不足などの構造変化は当社の成長機会を広げる一方で、法令対応・データ整備・投資・有事体制の同時強化を求めており、これらを前提に「運ばない物流[®]」の戦略と投資計画を設計

物流構造変化：
物流の2024年問題・人手不足
／マルチチャネル化

小口多頻度化・積載率低下が進み、荷主は“運ばない”設計（在庫配置・配送最適化）を求める

需要増・
案件増

環境：
カーボンニュートラル
（可視化・削減要求の強まり）

規制・要請の加速により、CO₂データ整備と削減策の実装が取引の前提になりつつある

法令/
開示対応

レジリエンス：
地政学・災害等の不確実性

供給・輸送の分断に備え、BCP（代替運用）と意思決定プロセスの標準化が必要

投資規律・
BCP

戦略設計の前提となる重要論点

運用品質の高度化

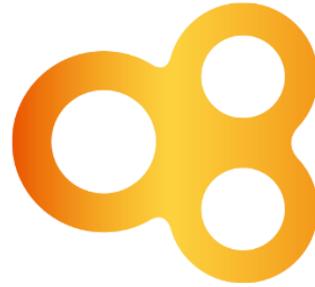
標準化と改善サイクル
（KPI／PDCA）の確立

データ×投資の計画化

データ整備と投資優先順位
（ROI／回収）の明確化

レジリエンス強化

有事前提の体制・意思決定・
代替運用（BCP）の整備



REAL LOGISTICS
Being Group

I 中期経営方針 (2026～2028)

財務・株主・顧客・組織の4つの視点を連動させ、量の拡大と質の変革を同時に進めることで、生活物資特化3PLとしての成長と企業価値向上を支える経営基盤を構築

量の拡大と質の変革による長期成長を支える4つの視点



ROE・ROICで資本コスト超の収益性を維持しつつ、自己資本比率40%超を運用レンジとして定着させ、投資余力を確保し攻守のバランスの取れた財務運営を徹底

現状と課題

収益性：

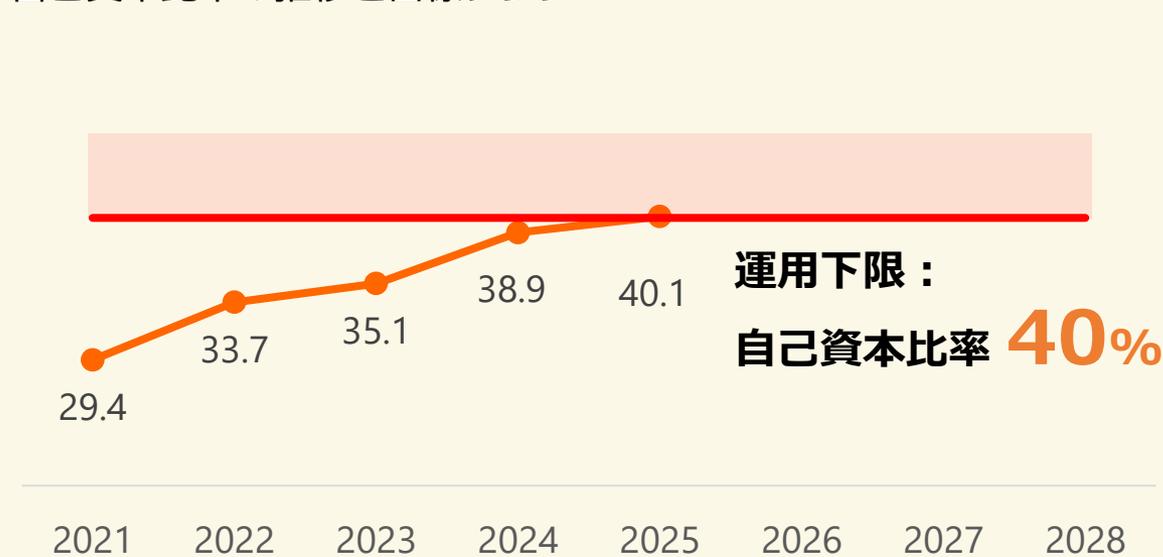
ROE・ROICは業界水準を概ね上回る

健全性：

自己資本比率は業界平均比で改善余地

→下限40%の定着が課題

自己資本比率の推移と目標レンジ



財務運営の3つの軸

資本収益性×安全性

ROICと自己資本比率を両立

自己資本の効率運用

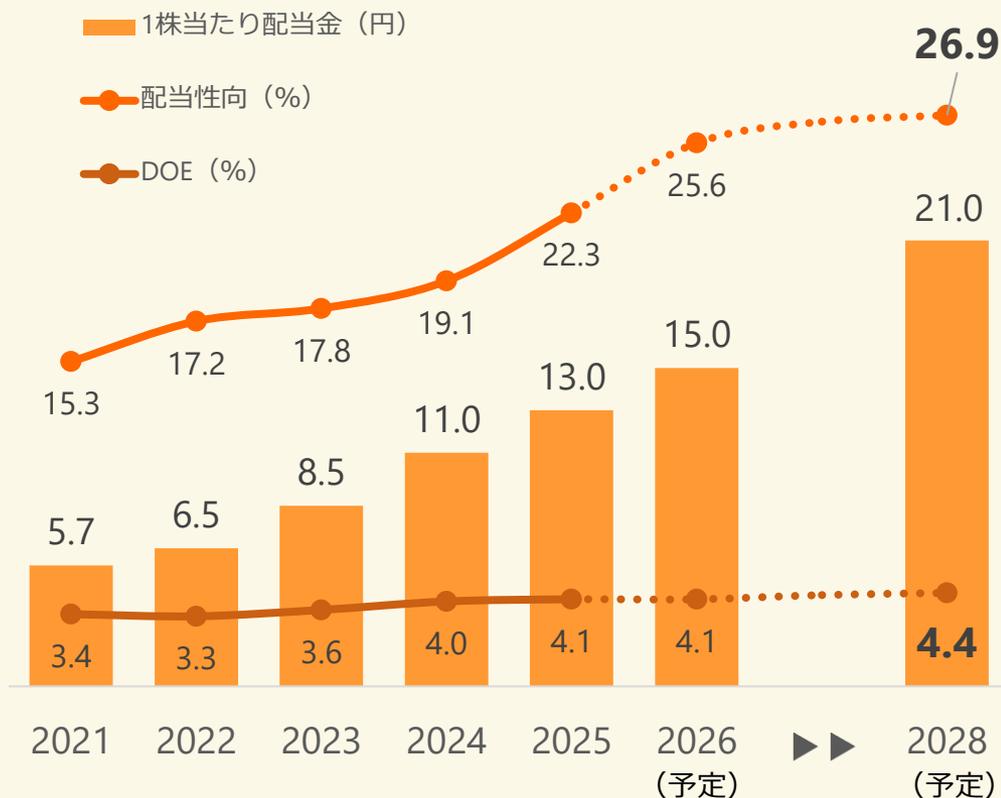
余剰資本を抑え、投資・還元に分

レバレッジの戦略的活用

適正水準を管理し、成長投資に備える

成長投資と財務健全性のバランスを前提に、配当性向 30%を基本に、DOE 5%を長期的に目指す水準として、成長に応じて配当を引き上げながら、安定的な株主還元の拡充を図る

配当金と配当性向とDOEの推移



長期的に目指す水準

配当性向 **30%**
DOE **5%**

成長投資とのバランス

成長投資と財務健全性を前提に、
安定的な増配を基本とする

DOE5%の位置づけ

自己資本効率と株主還元を両立
させる指標としてDOE5%を目指す

※ 配当金額につきましては、2025年10月1日付の株式分割の影響を考慮した金額を記載しております。

重要顧客との個社深耕(ABM)と、紹介を起点とした新規顧客開拓を組み合わせ、生活物資に特化した取引ネットワークを全国へ広げることで、収益性と安定性の両立を図る



既存顧客

上位顧客の深耕でシェア拡大

- ABM*で重要顧客ごとの提案を強化



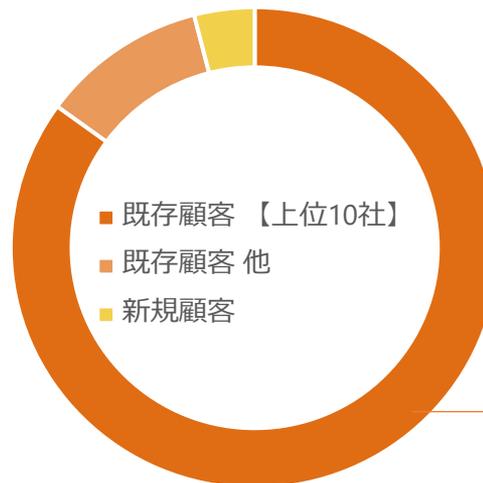
新規顧客

紹介起点で質の高い新規案件を全国に展開

- 中長期の成長ドライバーとなる顧客を育成

営業収益構成（既存・新規顧客別）

- 約8割は既存顧客上位10社



既存顧客【上位10社】：売上1兆円規模の大手

- 当社シェアは小さく、深耕余地大
- 深耕がトップライン拡大の最優先

* ABM：アカウントベースドマーケティング：重要顧客ごとに戦略を設計し、個社単位で深耕を行う手法

マーケティング機能の強化、現場リーダーの育成、労働環境の改善を通じて、人が成長し定着する職場をつくり、「運ばない物流[®]」の成長を支える持続的な組織基盤を構築

組織強化と人財育成による、持続的成長の基盤構築

マーケティング機能の強化

専門部署の設置

- ▶ 既存・新規顧客との関係性を体系的に管理・可視化
- ▶ 分析に基づく提案活動で顧客満足度と案件獲得力を高める

現場リーダーの明確化・育成

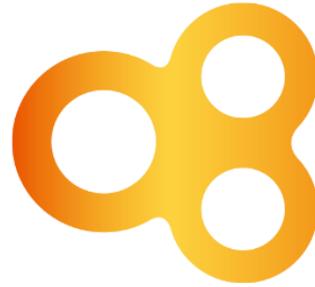
職長制度の導入

- ▶ 現場単位の統制力と問題解決力を強化
- ▶ 人財育成とキャリアパスを明確化し、組織の成長力を高める

安心して働ける職場づくり

労働環境の改善

- ▶ ドライバーの時間外労働を月60時間以内に抑えつつ、給与水準の維持・向上を図る
- ▶ 労働環境を充実し、業界平均レベル以上の待遇を目指す



REAL LOGISTICS
Being Group

Ⅱ 成長戦略・ 成長ロードマップ (2026～2028)

上場以来掲げてきた「生活物資への集中」「全国展開を見据えた基盤構築」「量の拡大と質の変革」の3つの成長戦略を軸に、「運ばない物流[®]」モデルの価値とスケールを向上

成長戦略

重点テーマとして実行

① **生活物資に特化した物流への
経営資源の集中投資**

② **全国への展開を見据えた
物流基盤の構築**

③ **量の拡大と質の変革による
長期成長イメージ**

1. 拠点展開

(点→面、未進出エリア立上げ)

2. Jobs/AI

(生産性・付加価値の向上、外販)

3. M&A

(物流・テック・コンサルの3領域)

拠点展開・Jobs・M&Aの3つの重点テーマを連動させることで、「運ばない物流[®]」の価値を中長期で高め、生活物資特化3PLとしての事業ポートフォリオと収益基盤を進化

成長戦略に基づく、「運ばない物流[®]」の価値創造に向けた3つの重点テーマ

1. 生活物資に特化した
「運ばない物流[®]」拠点の展開

2. Jobs機能の向上による
「運ばない物流[®]」の価値向上

3. M&Aの強化による
新たな物流価値の創造

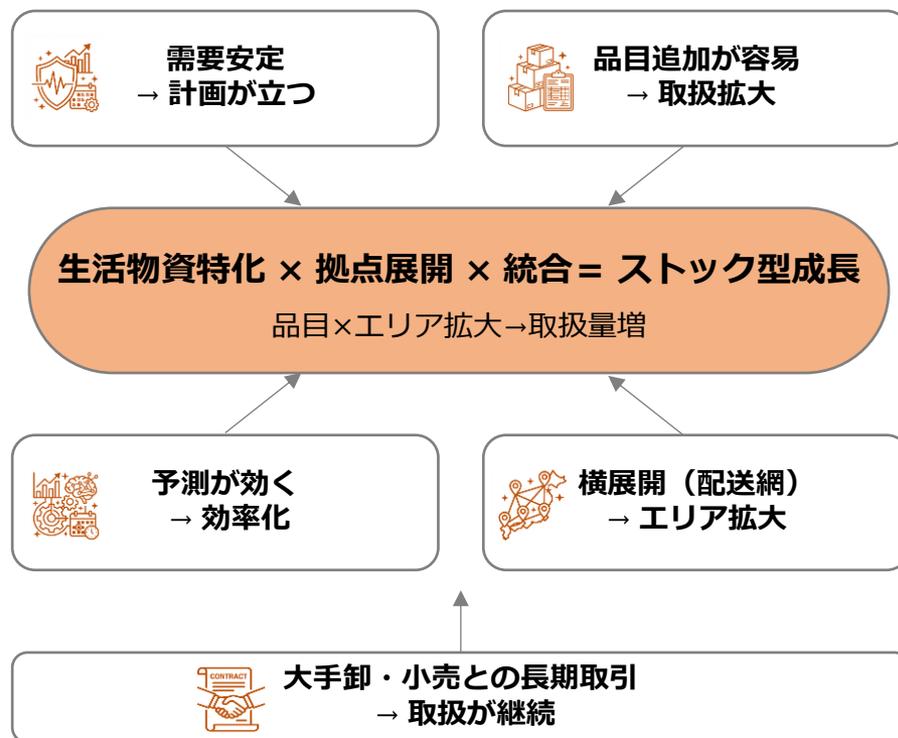
1. 生活物資に特化した「運ばない物流[®]」拠点の展開

生活必需品に対象を絞り、在庫・倉庫・配送設計を統合運用することで、景気変動に左右されにくい取扱量が安定したストック型ビジネスとして、取扱商品数とエリア拡大がそのまま収益成長につながるモデルを構築

生活物資に特化した物流の事業メリット

- ◆ **稼働率が安定**
需要が読みやすい／固定費を吸収
 - ◆ **成長ドライバーが明確**
品目×エリア＝取扱増
 - ◆ **運営効率が上がる**
在庫・人員・配送を一括管理
 - ◆ **拠点展開が再現可能**
標準運用を横展開
- +
- ◆ **ストック性が高い**
長期取引で取扱量安定

ストック型成長の根拠



1. 生活物資に特化した「運ばない物流[®]」拠点の展開

物流センター・業務・情報を統合して一元運用し、在庫・配送・作業を標準化することで、欠品やムダ配送を抑え、「運ばない物流[®]」を再現可能な運用モデルとして横展開する

運ばない物流の解決アプローチ



物流拠点の統合



業務の標準化・
一括管理



情報の一元化
(データ統合)



ガバナンス：責任所在の明確化
(欠品・ムダ配送抑制)

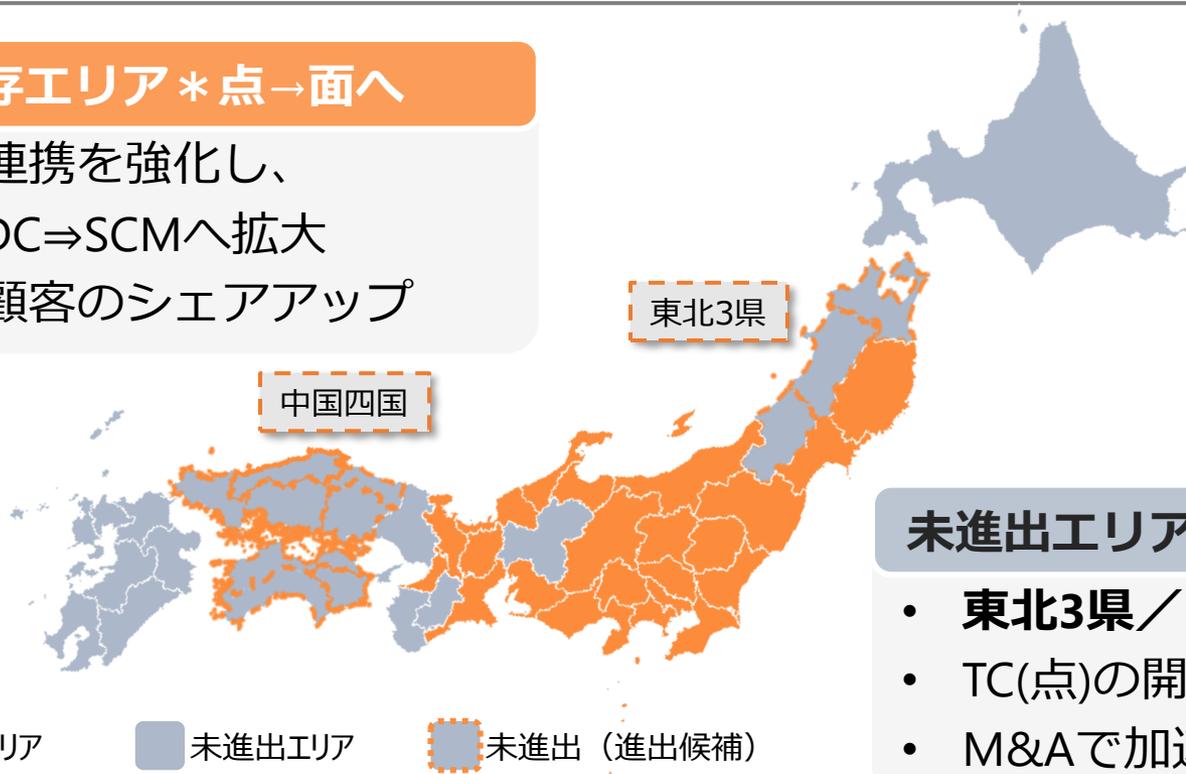
1. 生活物資に特化した「運ばない物流®」拠点の展開

既存エリアでは既存拠点同士の連携を強めて「点から面」への展開を図り、未進出エリアでは生活物資に適した新拠点の立ち上げから着手することで、全国レベルの「運ばない物流®」インフラを段階的に構築

「運ばない物流®」の展開方法

既存エリア * 点→面へ

- 拠点連携を強化し、TC⇒DC⇒SCMへ拡大
- 既存顧客のシェアアップ



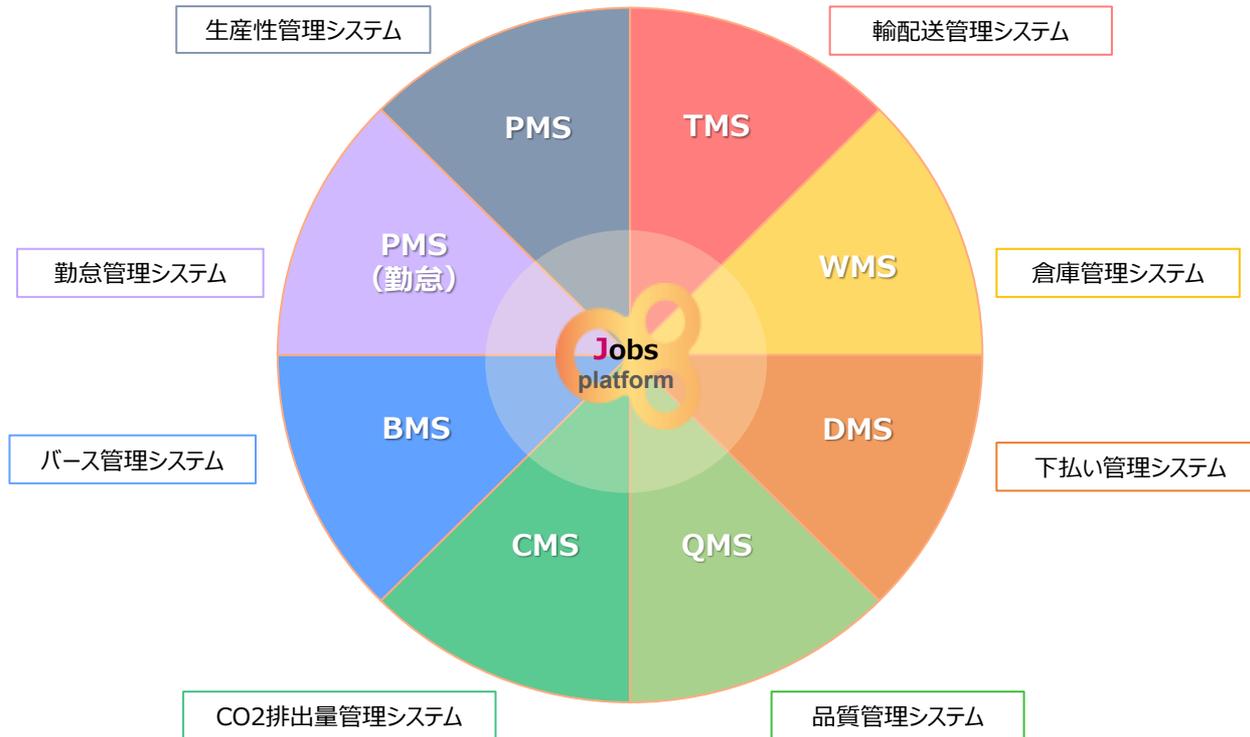
未進出エリア * 新拠点立ち上げ

- 東北3県 / 中国四国へ進出
- TC(点)の開設 + 新規顧客獲得
- M&Aで加速

2. Jobs機能の向上による「運ばない物流®」の価値向上

生産性・輸配送・倉庫・CO₂・勤怠・品質などの現場データをJobsで一元管理し、生産性とコストを見える化することで、現場と本部、顧客が同じ指標で議論できる基盤を整え、業務効率とサービス品質を向上

Jobs platform



生産性管理システム・輸配送・倉庫・CO₂・勤怠・品質など、現場データをJobsで一元管理

2. Jobs機能の向上による「運ばない物流[®]」の価値向上

Jobsデータを活用したAI需要予測やローカルLLMによる店舗業務の省力化、機能モジュールの外販を通じて、現場生産性の向上と「運ばない物流[®]」の設計力強化、そしてシステム・サービス収益の拡大を同時に実現

データネットワークセンター構想への布石となる3つの取り組み



AI需要予測と シフト自動作成

- Jobsデータを使ったAI需要予測で、物量予測とシフト作成を自動化する



店舗バックヤード 業務の削減

- ローカルLLMとJobsを組み合わせ、店舗発注などバックヤード業務を省力化する



外販と業務最適化 ソリューション

- Jobs機能をモジュール化し、同業他社への展開と業務最適化サービスに活用する

2. Jobs機能の向上による「運ばない物流[®]」の価値向上

在庫情報と消費データをリアルタイムで共有する「データネットワークセンター」を構築し、正確な需要予測と地域の消費データ共有を通じて、業界全体のムダを削減するとともに、災害時の必要物資確保に貢献する新たな社会インフラを目指す

データネットワークセンター構想の3つのポイント

① 正確な需要予測

- 正確な需要予測が可能になり、リアル店舗の在庫を消費者が確認できる

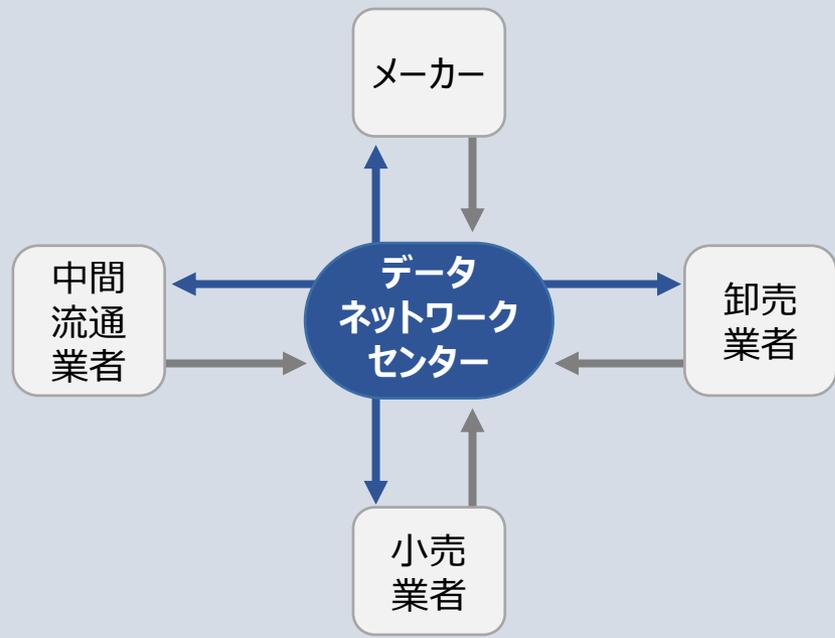
② 地域の消費データ共有とムダ削減

- 地域の消費データを共有し、業界全体のムダ（輸送・燃料等）を削減する

③ BCP 対策

- 特定地域の在庫量を把握することで、災害時等でも必要物資を確保しやすくする

- 「在庫／需要データを共有」「リアルタイムで可視化」



3. M&Aの強化による新たな物流価値の創造

財務バランスを守りながら、Jobs・コンサルとのシナジーが高い企業を対象に選択的M&Aを実行し、CEO直轄のM&A推進室を中心とした一貫体制で、生活物資特化3PLとしての提供価値と収益基盤を強化

基本方針とM&A体制

基本方針

- 財務バランスを踏まえた戦略的投資の実行
- 収益シナジーの高い企業を対象とした選択的M&A
- Jobs・コンサル機能に付加価値をもたらす案件を優先

M&A体制

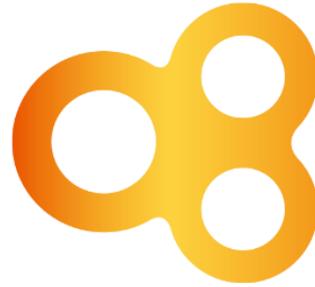


- 専門部署「M&A推進室」の設置により、案件の発掘・精査・実行まで一貫体制を構築
- CEO直轄のもと、紹介会社・既存顧客からの案件情報を集約し、迅速に検討

3. M&Aの強化による新たな物流価値の創造

生活物資に強みを持つ物流会社、システム販売・導入ノウハウを持つ物流テック会社、物流コンサル会社との連携・M&Aを通じて、Jobs外販とコンサル有償化を推進し、「運ばない物流®」の価値を高める新たな物流ソリューションを創出

対象領域	物流 (生活物資・温度帯)	物流テック (販売・導入・保守)	物流コンサル (方法論・人材)
現状	生活物資・温度帯案件の引合いが増える一方、対応エリア/温度帯のキャパに制約	Jobs料金が受託費に内包され、単体販売が進みにくい	コンサル費用が人件費ベースの実費請求にとどまる
狙い	<ul style="list-style-type: none"> オーガニック成長の加速 収益基盤の強化 	<ul style="list-style-type: none"> Jobs外販強化 システムビジネス化 	<ul style="list-style-type: none"> コンサル有償化 高付加価値サービスへの転換
獲得	<ul style="list-style-type: none"> 生活物資領域の配送基盤 温度管理（冷凍・チルド）配送ノウハウ 	<ul style="list-style-type: none"> 販売・導入・保守ノウハウ システム人材/パートナー網 	<ul style="list-style-type: none"> 提案・実行ノウハウ 専門人材
効果	取扱量・対応領域を拡張し、トップラインを底上げ	Jobsの販売・展開を加速し、ストック収益化を推進	ノウハウをパッケージ化し、有償メニュー化→受託ヘクロスセル



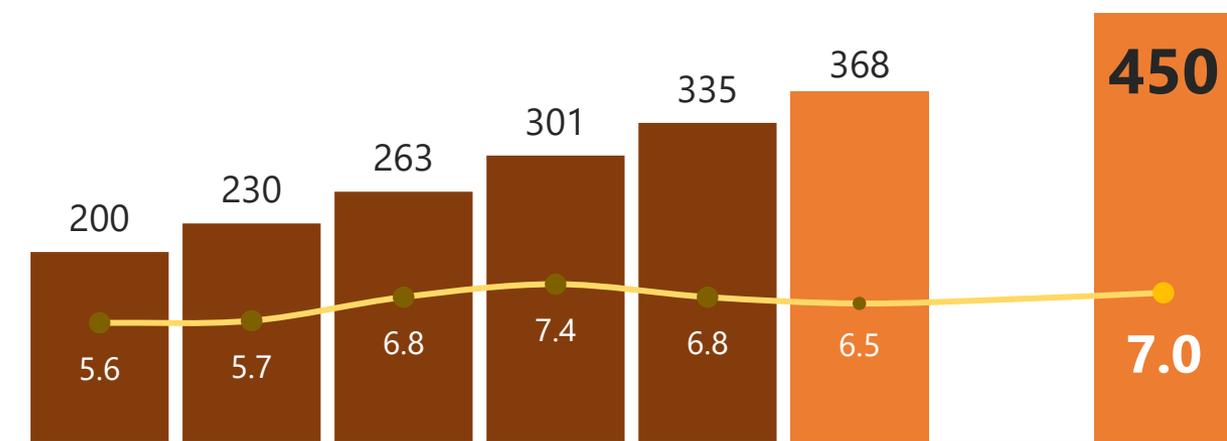
REAL LOGISTICS
Being Group

Ⅲ 中期経営目標 (2026～2028)

中期経営目標（2026～2028）_2028到達点

成長ロードマップを着実に実行し、営業収益10%成長を目指し、
営業利益率6%超を維持しつつ、拠点展開・人材確保定着・Jobsの高度化・
M&Aを強化し、次の飛躍の土台を築く

営業収益10%成長・営業利益率6%超の継続 成長投資と両立



(億円)	2025.12 (実績)	2026.12 (予想)	2028.12 (計画)
営業収益	335	368	450
営業利益	23.0	24.0	31.5
営業利益率	6.8%	6.5%	7.0%
経常利益	22.6	23.5	31.5
当期純利益	14.0	14.1	18.7
EBITDA	30.6	32.1	39.3

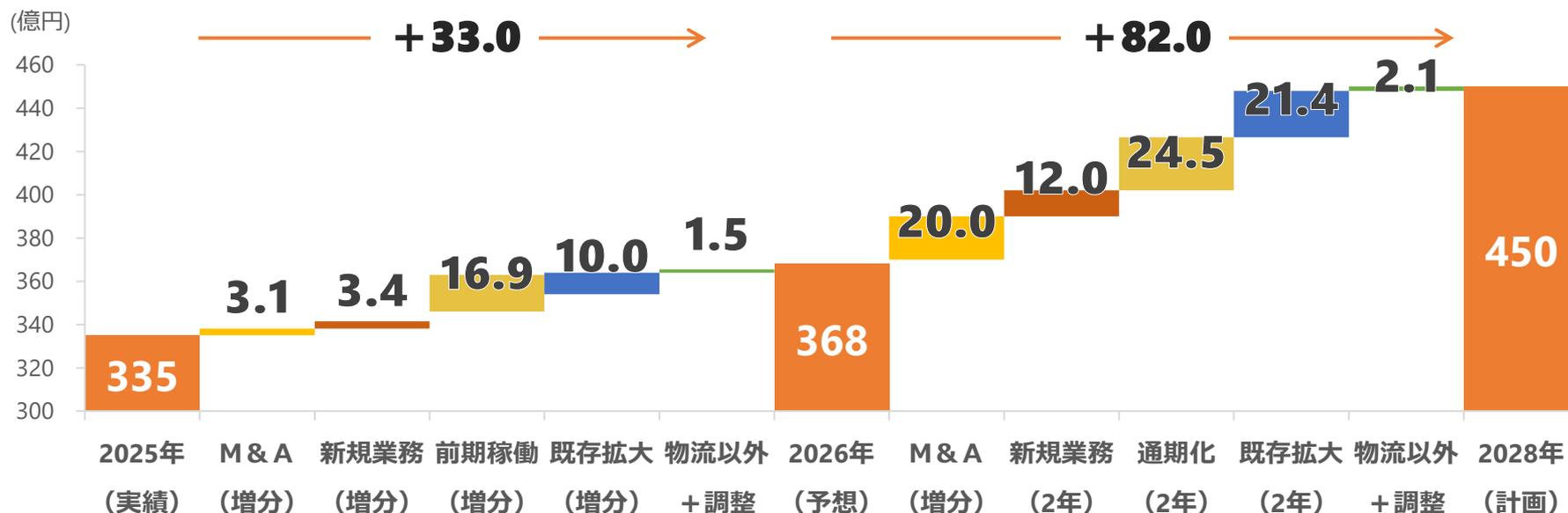
2028年
(計画)

- 営業収益： **450**億円
(CAGR_{2025→2028} **10%**)
- 営業利益： **31**億円
(CAGR_{2025→2028} **10%**)
- 営業利益率： **7.0%**

※金額：台未満切捨て。%：小数点第一位未満切捨て。（CAGR等の率計算は実数に基づき算出しているため、表示値からの単純計算と一致しない場合があります）

M&Aと新規取引の獲得を起点に、立上げ通期化で増分を積み上げ、既存取引の深掘りで伸びを継続させる「獲得→通期化→深掘り」の成長構造で営業収益を拡大

営業収益の推移と増分内訳

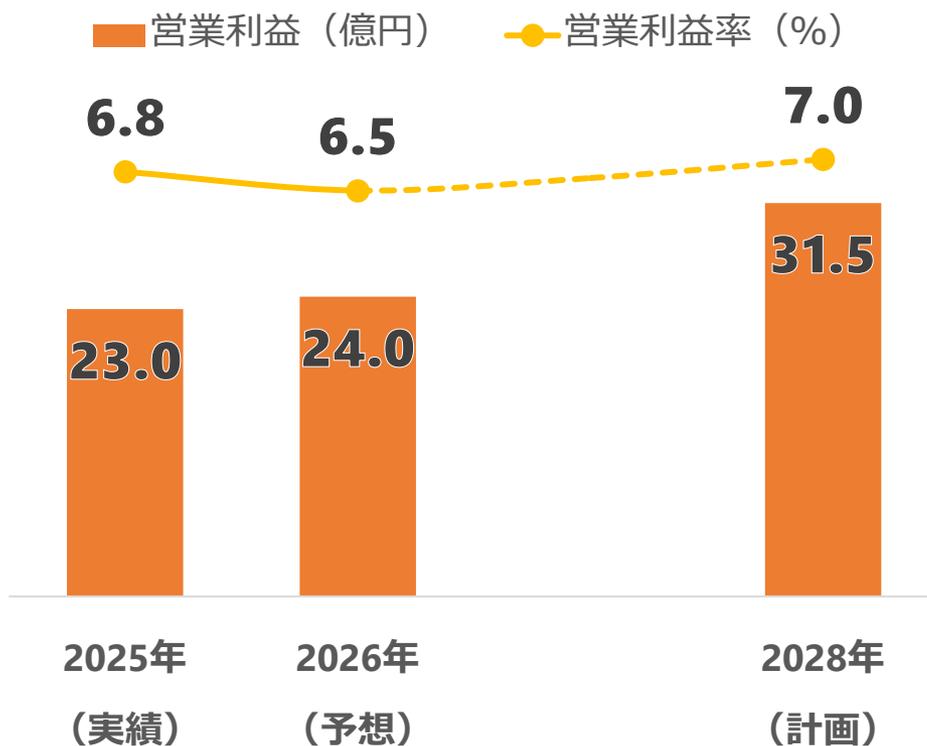


要因解説（前年差の増分）

- M&A増分 : M&Aによる連結寄与の増加分（前年差）
- 新規業務増分 : 当期に新規獲得した案件の増分
- 通期化増分 : 前年立上げ案件の通期寄与による増分（前年差寄与）
- 既存拡大増分 : 既存顧客の物量・範囲拡大（深掘り）による増分
- 物流以外 + 調整 : 物流以外の増減 + 端数調整を集約した差分

2026年は投資フェーズとして必要な先行投資・移行期コストを織り込む一方、稼働率向上と生産性・品質改善で回収を進め、2027～2028に収益性を回復させ、営業利益の拡大と営業利益率の回復・向上

営業利益・営業利益率の推移



収益性を回復・強化する道筋（投資→回収）

- 投資先行：
拠点・人材・IT/Jobsを織り込み、回収前提で運用
- 稼働率：
通期化・面展開で固定費吸収を進める
- 改善回収：
工数/件・誤出荷/欠品の改善で粗利を底上げ
- 費用規律：
先行投資を織り込みつつ、販管費の増分を抑制

収益規模の拡大に加え、利益率とROICの向上で「質を伴う成長」を実現し、強固な財務基盤を維持しながらDOEを軸に株主還元を段階的に強化することで、資本コスト超過リターンの創出と市場評価の向上を目指す

- ✓ 営業収益成長以上に営業利益が伸びる設計（利益率改善が主因）
- ✓ ROIC > WACCの継続で価値創造を定着
- ✓ 自己資本を厚くしつつ、DOEで還元を段階的に強化

2028年 財務目標

ROIC

価値創造

目標：**12.7%**
(WACC：6.4%)

ROE

収益性

目標：**16.6%**

自己資本比率

健全性

目標：**45.8%**
(D/E：0.41倍)

DOE

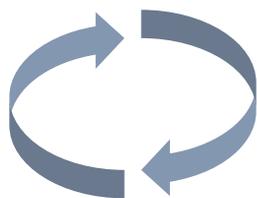
還元

目標：**4.4%**
(配当性向：26.9%)

営業キャッシュフローを起点に、運転資金の安定確保と成長投資を最優先しつつ、規律あるM&Aを機動的に実行し、強固な財務基盤のもと配当性向優先で還元を強化することで、企業価値の持続的向上を図る

成長と財務健全性を両立させる戦略的キャピタルアロケーション

キャッシュ・イン



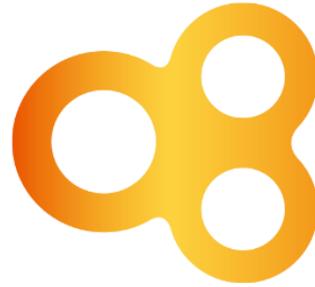
キャッシュ・アウト



- インフラネットワーク網の拡充
- 物流拠点の拡大
- **Jobs + AI 研究開発**
- データネットワーク構想
- **人財投資**

- **配当性向計画26.9%**
- DOE計画 4.4%

- **M&A**によるインオーガニックな成長投資の実施



REAL LOGISTICS
Being Group

IV 長期ビジョン 2030 (2030年の姿)

「運ばない物流[®]」の全国展開と拠点整備により国内インフラ網を構築し、Jobsとデータ・AI活用で生産性を高め、データネットワーク構想を通じて生活物資特化3PLとしての地位と物流プラットフォームの土台を築く

ビーインググループ 2030年の姿

「運ばない物流[®]」とデータ・AI活用を促進し、新たな物流価値を創造



全国拠点ネットワーク

- ・ 「運ばない物流[®]」の全国展開
- ・ 物流拠点の整備=標準化



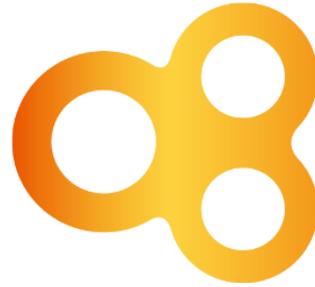
生産性高度化

- ・ Jobsの機能拡張と運用標準
- ・ 庫内/配送/要員をデータで最適化



物流プラットフォーム基盤

- ・ データネットワーク構想の推進
- ・ 荷主・運送・倉庫をつなぐ共通基盤



REAL LOGISTICS

Being Group

V サステナビリティ目標

2030年・2040年の中間目標を起点に、再エネ化と低炭素化の施策を着実に実装することで、Scope1・2排出量の削減を確度高く積み上げ、2050年のカーボンニュートラル達成を実現

環境 (E) 目標 : 2030/2040/2050の削減ロードマップ

◆目標



◆主要施策

-  再エネ化 : 2030年までに自社保有拠点の使用電力を再エネ由来へ
-  低炭素化 : 低環境負荷車両の導入拡大と効果検証
-  バリチェーン : 「運ばない物流®」等を通じ、顧客・サプライヤーの排出削減に貢献 (含、Scope 3)

ドライバー・現場スタッフが安心して働き続けられる環境を整備し、人材の定着と生産性向上、安全リスクの低減を両立するため、人的資本と安全に関する主要KPIを設定し、2030年に向けて継続的な改善

社会 (S) 目標：人的資本・安全のKPIを期限付きで運用

領域	KPI	目標年度	目標値
人権・多様性	外国籍従業員比率	2030年度	10%以上
	女性管理職比率	2030年度	10%以上
働きやすさ	有休取得率	2030年度	80%以上
	育休取得率（男性）	2030年度	85%以上
	育休取得率（女性）	2030年度	100%
安全	重大事故	毎年度	0件
	貨物事故	毎年度	0件
	自動車事故（規則第2条）	毎年度	0件

独立社外取締役の関与と多様性を高めることで取締役会の監督機能を高度化し、意思決定の透明性・客観性を強化することで、資本市場からの信頼と企業価値の持続的向上を図る

コーポレート・ガバナンス (G) 目標 :

取締役会の独立性・多様性を強化し、監督機能を高度化

* 時間軸 | 現状 (2025年) → 中間 (2028年) → 目標 (2030年)

取締役会人数

6名 → 8名 → 9名

独立社外取締役

2名(33%) → 4名(50%) → 5名(55%)

* 方針 : 1/3以上を維持

女性役員

0名(0%) → 1名(12%) → 2名(22%)



独立性

- 指名・報酬委員会は独立社外が過半
- 選解任・報酬決定の客観性を担保



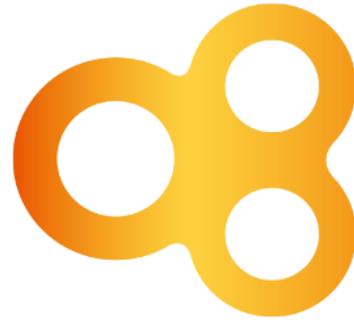
透明性

- 重要議案の審議プロセスを明確化
- 監督と説明責任を強化



推進体制

- サステナビリティ委員会を継続運用
- リスク・コンプライアンス委員会で統括



REAL LOGISTICS

Being Group

Appendix

社名	株式会社ビーイングホールディングス 【英文名】 BEING HOLDINGS CO.,LTD.
本社	金沢本社 石川県金沢市専光寺町レ3-18 TEL : 076-268-1110 / FAX : 076-268-6631 東京本社 東京都千代田区大手町1-1-1 大手町パークビルディング7階 TEL : 03-6259-1830 / FAX : 03-6259-1831
代表者	代表取締役社長 喜多 甚一 (キタ シゲカズ)
設立	1986年9月17日
資本金	696,121千円 (2025年12月末時点)
従業員数	連結1,012名 (1,528名) (2025年12月末現在) 従業員数は就業人員 (当社グループからグループ外への出向者を除き、グループ外から当社グループへの出向者を含む。) であり、臨時雇用者数 (パートタイマー、人材会社からの派遣社員、季節工を含む。) は、最近1年間の平均人員を () 外数で記載
事業内容	グループ会社の経営管理 ビーインググループ 物流事業 物流センター運営、コンサルティング業務 その他 旅客事業等

グループ企業

	名称	事業内容	資本金	議決権の所有割合
①	(株)アクティー	物流事業	80百万円	100.0%
②	(株)福井アクティー		30百万円	100.0%
③	(株)東京アクティー		80百万円	100.0%
④	(株)コラビス		80百万円	100.0%
⑤	(株)A 2 ロジ		5百万円	51.0%
⑥	(株)横浜 L S P		30百万円	100.0%
⑦	(株)オリエンタル	旅客事業	10百万円	100.0%
⑧	(株)G a p p a	システム開発	5百万円	100.0%
⑨	(株)ベプロ	保険代理業	3百万円	100.0%
⑩	(株)田川自動車	自動車整備業	6百万円	100.0%
⑪	北陸物流効率化事業協同組合	燃料販売業	0百万円	35.7% (28.5%) ※1 ※2

※1 議決権の所有割合の（）内は、間接所有割合で内数

※2 議決権の所有割合は100分の50以下であるが、実質的に支配しているため子会社としたもの

成長の軌跡（沿革ハイライト）

ロジスティクスの6つの機能（輸送・保管・包装・荷役・流通加工・情報システム）を自社で一貫して手掛けることで独自の物流事業を展開

運送事業

卸の物流センター下請から卸・小売向け3PL事業へ
北陸から東海・関西地方へ事業エリア拡大

関東地方へ、そして全国展開
同業他社へ3PL事業をプロデュース【4PL】も展開

- 1986 創業（生活物資物流の起点）
- 2005 金沢本社・金沢SCMセンター開設（北陸の基幹拠点）
- 2007 白山SCMセンター（現 白山第1センター）開設（拠点型3PLを強化）
- 2011 白山第2SCMセンター開設（3温度帯対応の拡充）
- 2012 商号変更（グループ経営強化）／体制整備（機能内製・一気通貫運用の基盤）
- 2017 東京本社開設（全国展開フェーズへ）
- 2020 東証二部上場（現スタンダード市場）
- 2021-2025 全国のTC/DC・低温拠点を拡充（関東→全国展開を加速）

● 拠点数



● 輸送力（車両台数）



財務ハイライト1

営業収益（百万円）/営業収益営業利益率（%）



営業利益（百万円）



経常利益（百万円）



親会社株主に属する当期純利益（百万円）

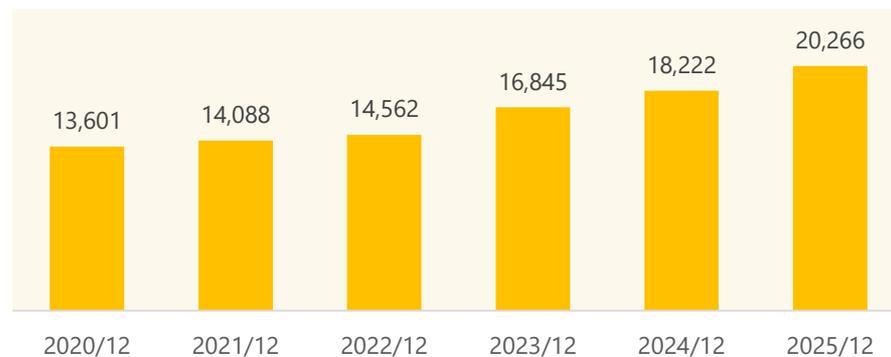


財務ハイライト2

純資産（百万円） / 自己資本比率（%）



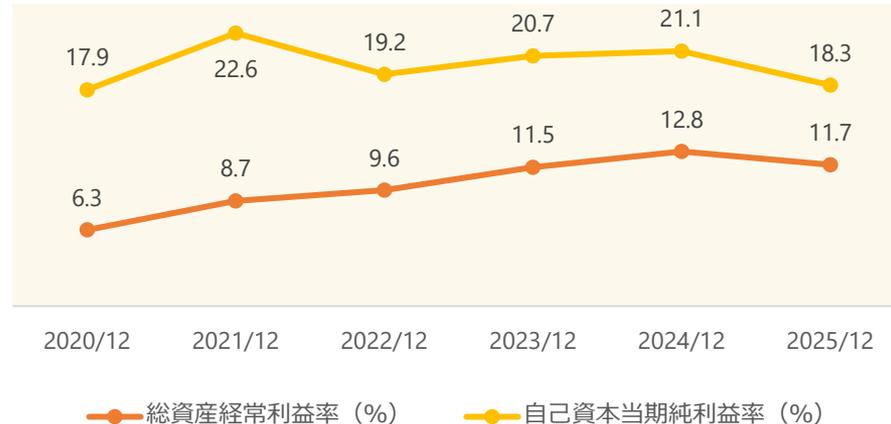
総資産（百万円）



1株当たり純資産（円） / 1株当たり当期純利益（円）



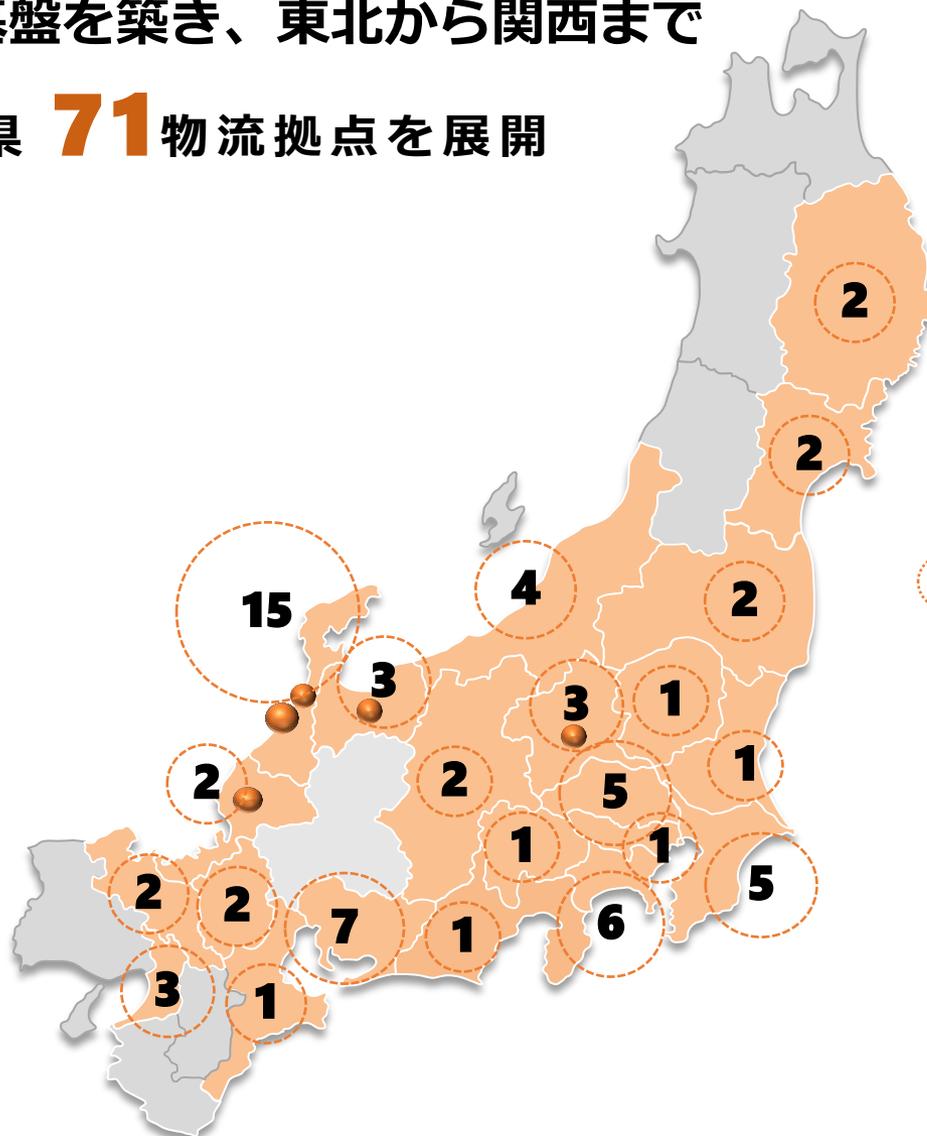
総資産経常利益率（%） / 自己資本当期純利益率（%）



※ 2025年10月1日付の株式分割の影響を考慮した金額を記載しております。

北陸に強い基盤を築き、東北から関西まで

■ **22** 都府県 **71** 物流拠点を展開



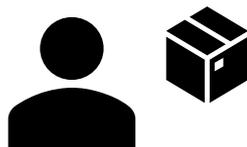
...の中の数字は各都府県の拠点数を示す

● **自社所有 | 7センター**

- 金沢SCMセンター (金沢市)
- 白山第1センター (白山市)
- 白山第2センター (白山市)
- 白山第3センター (白山市)
- 福井SCMセンター (永平寺町)
- 北関東SCMセンター (前橋市)
- 富山SCMセンター (前橋市)

◆ 2025年12月末時点

「運ばない物流®」の誕生



とある日のお客様の声

物流費分だけ赤字になるから
取りに来てくれたらいいのに、、、



お客様は運ぶことに
「価値」を感じていないと気付く

「運ばない価値を提供する」を追求し、
「運ばない物流®」 が生まれた

- モノの移動を**最小限**にする仕組み
- 「モノを運ぶ」考え方から「いかに運ばないか」へ

従来の物流の課題

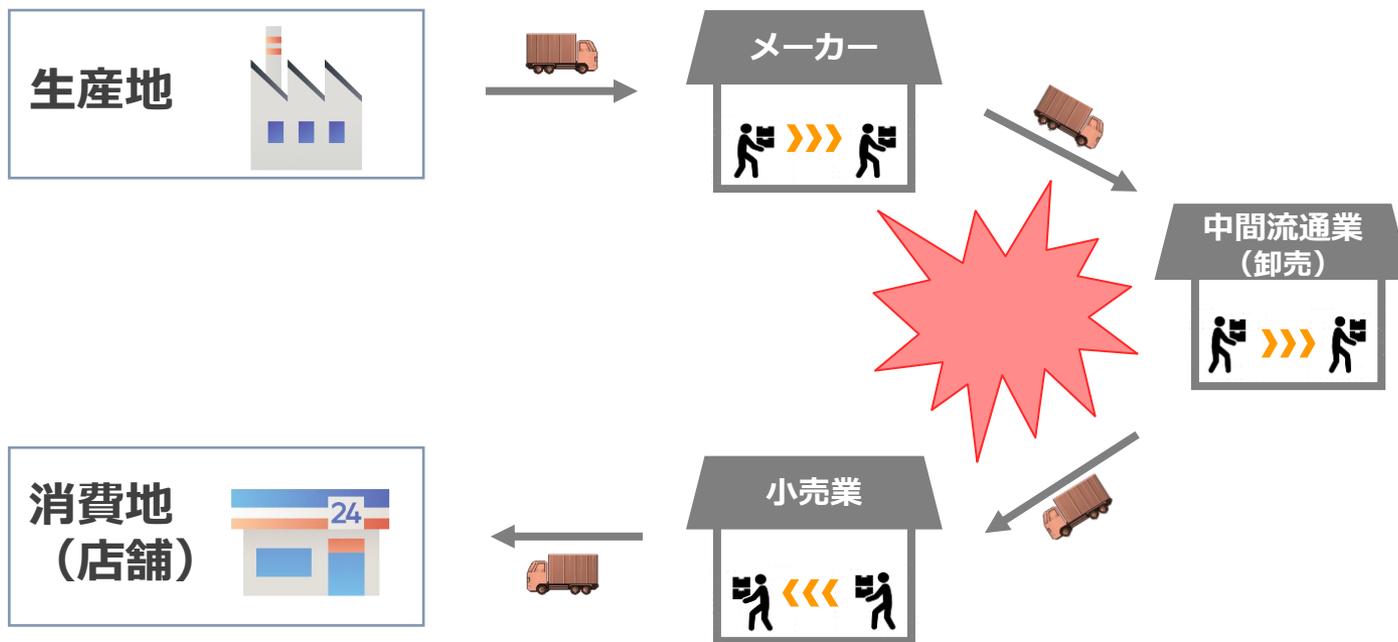
拠点間で輸送を繰り返し、
検品・荷役・在庫管理が重複



人手不足やコスト増の
深刻化



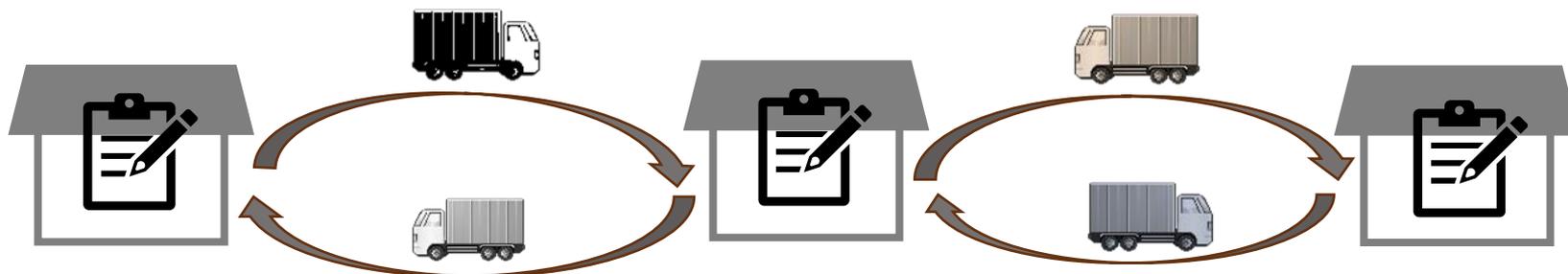
⇒各物流センター



拠点間で輸送を繰り返す原因

物流業務の アウトソースと分業

- 物流業務が外部委託や複数業者に分散されるため、拠点間の連携が弱く輸送が増える
- 特に小売業では、店舗毎に納品タイミングや条件が異なるため、統合が難しい



サプライチェーンの縦割り 構造による責任所在の分散

- 各事業者が、各々独立した物流拠点や在庫管理体制を持っている
- 業界慣習や契約上の責任分担により、**物理的な所有権移転 (= 距離間の移動)**が必要とされる

在庫の分散管理

- 自社の在庫を**自社拠点で管理**するため、商品が複数拠点を經由
- 需要予測のズレ、リードタイムの不一致による過剰在庫や欠品リスクが生じる

業務が重複・分散している原因



業務プロセス
非統一

- ・ 検品・荷役・流通加工などの作業が**都度個別**に行われている

情報
非連携

- ・ 在庫・配送・受発注情報が**システムの的に統合**されていない
- ・ データの非連携により、**物理的な確認作業**（検品・棚卸）が重複

責任の所在
分散

- ・ トラブルに備え、各社が**自社で再確認**する体制が根強い

「運ばない物流」のイメージ図



メーカー・卸・中間流通・小売の
倉庫を1つに集約

効率化とコスト削減を実現

「運ばない物流」の仕組み

6つの物流工程を1つの拠点に集約

輸送

保管

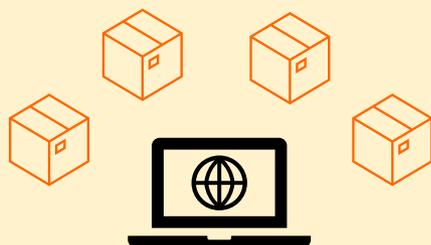
包装



荷役

流通加工

情報システム



商品の所有権を
システム上で移動

【PMS】

各作業工程の
生産性・費用を見える化

【TMS】

配送ルート・タイミングを
データで最適化

【WMS】

構内作業を一括管理

【お客様と共有】

自社開発の「Jobs」で
見える化・DX化

ビーインググループがなぜできるのか

信頼

創業当初からの
顧客との強固な
信頼関係

専門性

生活物資に特化し
てきたことによる
ノウハウの蓄積

データ

Jobsに蓄積された
データを活用した
提案力と
課題解決力

成長戦略①

生活物資に特化した物流への経営資源の集中投資

成長戦略②

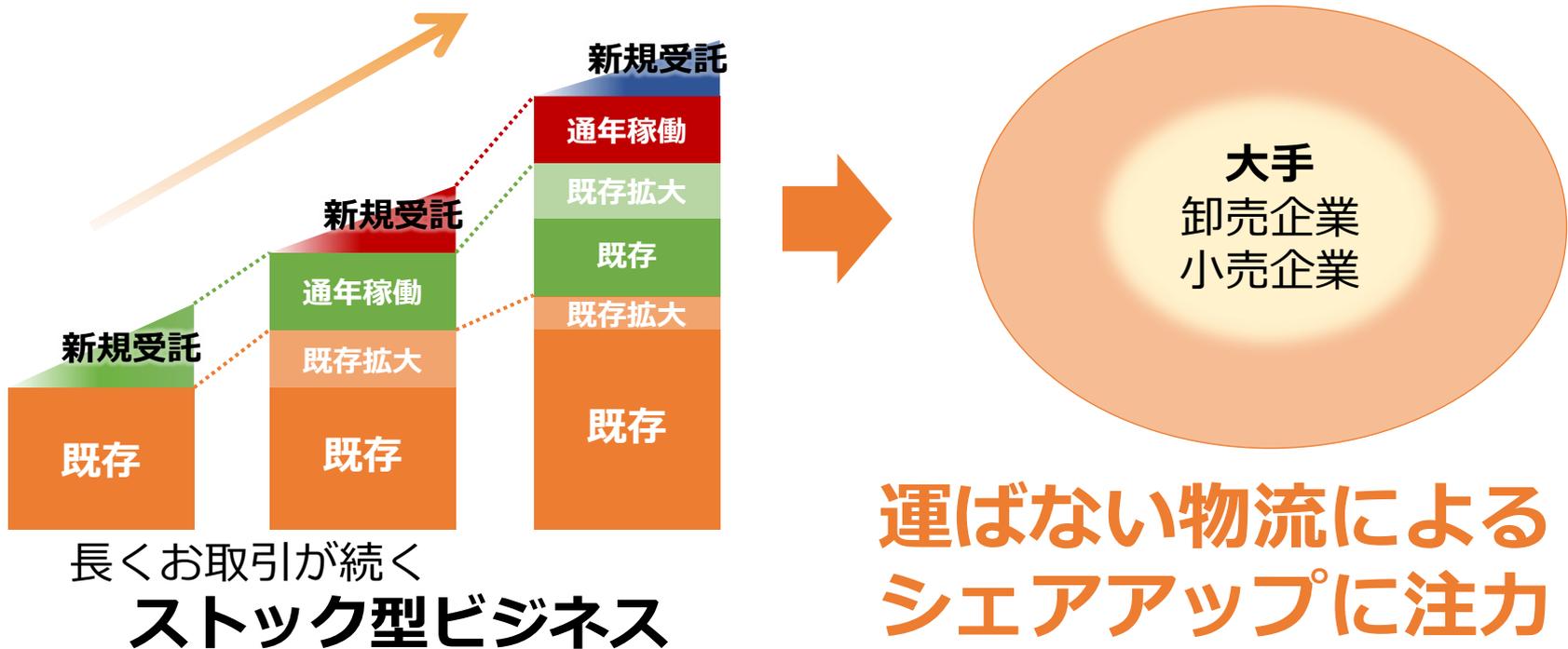
全国展開を見据えた物流基盤の構築

成長戦略③

量の拡大と質の変革による**長期成長イメージ**

○ 生活物資特化のメリット ○

- 景気に左右されず、**取扱量が安定**している
- 取扱商品数の増加や**エリアの拡大**が**収益増**につながる
- 需要が予想しやすく、**コスト削減**や**効率化**がしやすい





既存エリアの受託業務拡大（点から面への拡大）



年間 4 ~ 8 の新規業務を目指す

点から面への拡大(イメージ)



TC (通過型)

顧客の需要により
賃貸で開設



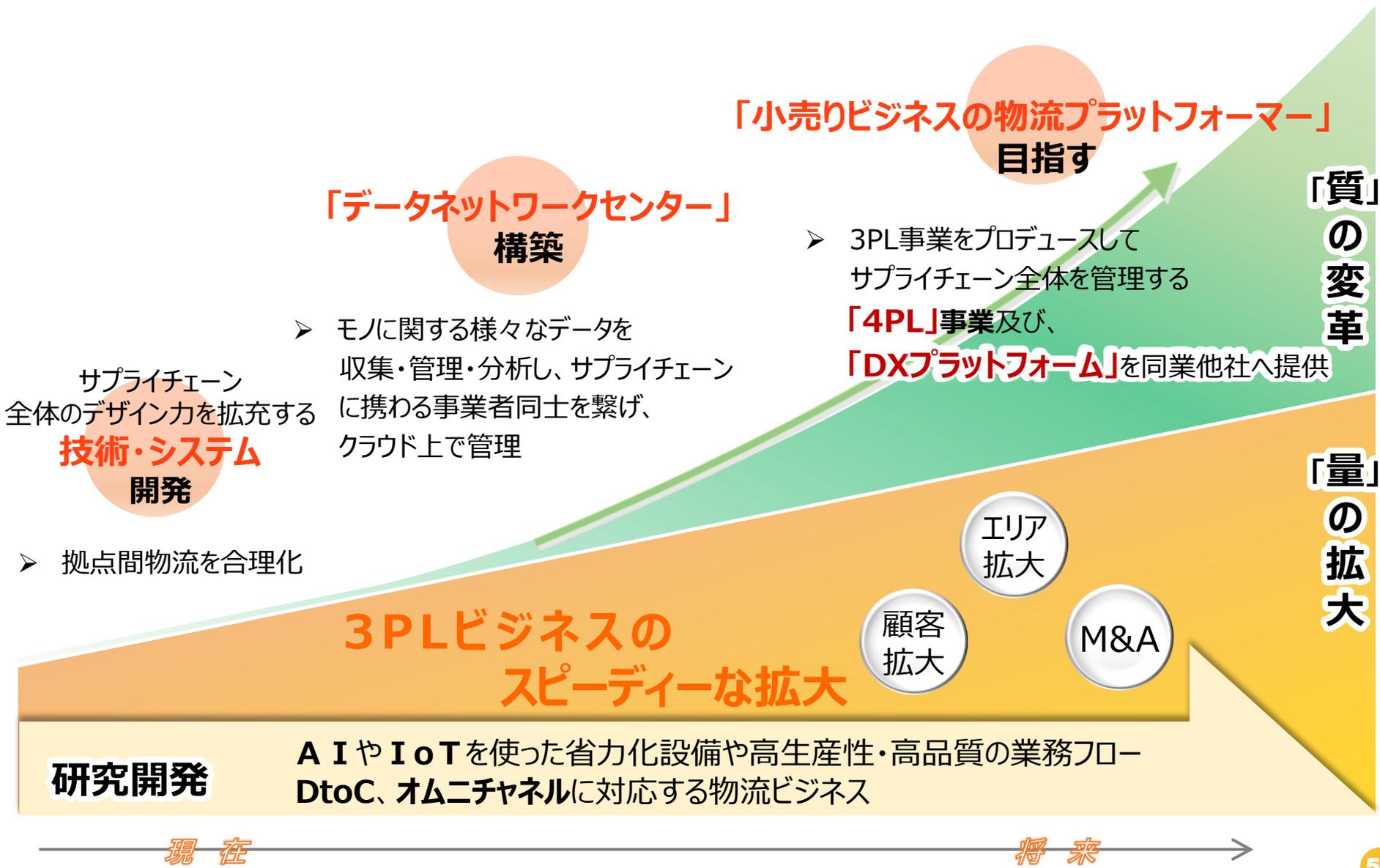
DC (在庫型)

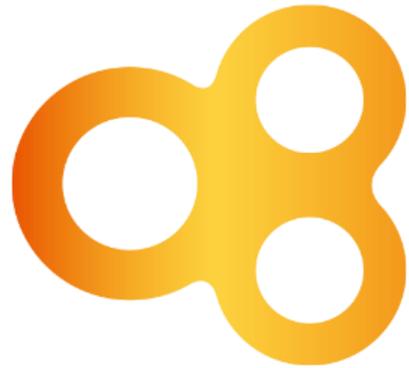
顧客の調整・需要により
大型センターへ移転



SCMセンター 【**自社拠点**】

物流ノウハウを最大限導入し、
エリア一体を担う自社物流拠点を開設





REAL LOGISTICS

Being Group