



Grow the new Story.
新しい物語で、新しい世界を、共に築く。

SGホールディングス株式会社

テーマ別説明会

<低温物流戦略>

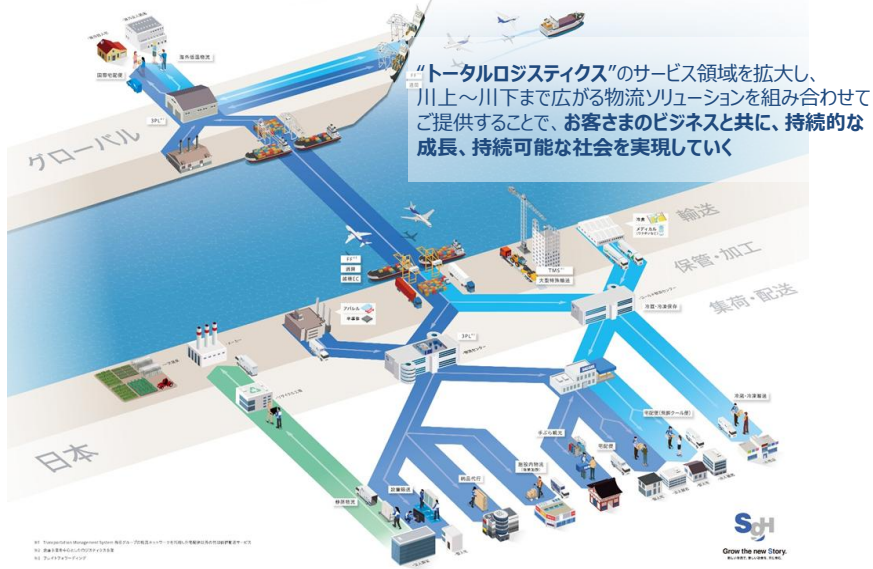
2025年11月26日

1. SGホールディングスグループ 成長戦略について



SGHビジョン2030 ～ありたい姿～

お客さまおよび社会において、必要不可欠な存在（＝インフラ）であり続ける



Copyright © 2025 SG HOLDINGS CO., LTD. All Rights Reserved.

2

始めに私高垣から当社グループの成長戦略の全体像とロジスティクス事業の低温物流の位置付けについて簡単にご説明させていただきます。

当社グループではSGHビジョン2030として、2030年度までのありたい姿を、「お客さまおよび社会において必要不可欠な存在、すなわちインフラであり続けること」と定めています。

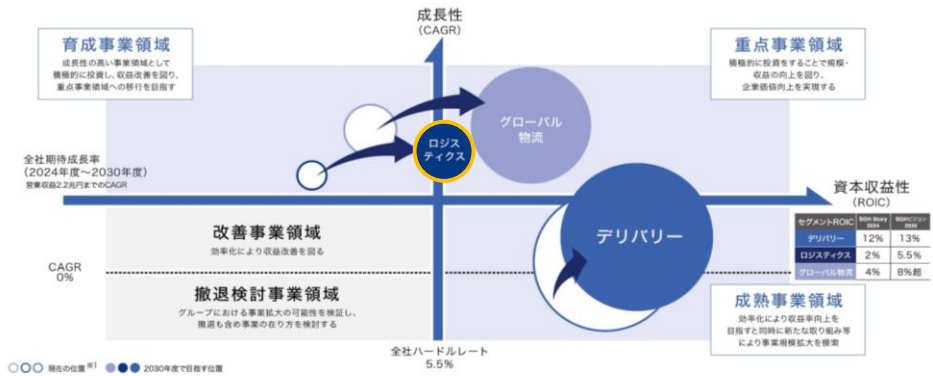
トータルロジスティクスのサービス領域を拡大し、川上から川下まで広がる物流ソリューションを組み合わせることで、お客さまのビジネスとともに持続的な成長と持続可能な社会の実現に貢献していきます。

トータルロジスティクスの提供においては、本日のテーマである低温物流も非常に重要な要素です。

低温物流に関して、デリバリー事業の佐川急便では、1999年から飛脚クール便として川下の宅配便における冷凍・冷蔵輸送に対応してきましたが、川上から川下までカバーする領域を拡張すべく、昨年、名糖/ヒューテックをグループに迎え、機能を強化いたしました。

低温物流領域の位置づけ

- "トータルロジスティクス"の高度化による持続的な成長を目指す中で、各事業領域の戦略の方向性を設定
- 各事業間のシナジーを拡大し、グループ全体の成長性と資本収益性をバランスよく維持・向上させる



【KPI（ロジスティクス事業）】

	2024年度実績	2027年度目標	2030年度目標
営業収益	1,430億円	2,500億円	3,000億円
営業利益	42億円	90億円	200億円

低温物流領域と国内3PL領域を両軸に収益基盤を強化し、ロジスティクス事業の重点事業領域への移行を目指す

当社グループは、SGHビジョン2030の実現に向けて事業ポートフォリオ戦略を策定し、各事業間のシナジーを拡大することで、グループ全体の成長性と資本収益性をバランスよく維持・向上させる方針としております。

本日のテーマである低温物流は、育成事業領域と位置づけているロジスティクス事業の成長ドライバーの1つであり、国内の常温の3PL領域と両軸で、ROICを高めながら事業を成長させ、セグメント全体の重点事業領域への移行を図ります。

営業収益の規模も2030年度には連結全体の15%弱まで引き上げてまいります。

低温物流戦略を語る：登壇者のご紹介



SGホールディングス(株)
代表取締役副社長 事業推進担当

本村 正秀

<略歴>

1980年 8月	東京佐川急便(株) (現：佐川急便(株)) 入社
2004年 6月	佐川急便(株) 常務取締役
2005年 3月	同社 専務取締役
2005年 9月	(株)JL 代表取締役社長
2007年 7月	(株)安全、ANZENGroup(株) 代表取締役社長
2011年 6月	kmホールディングス(株) 取締役
2012年 6月	国際自動車(株) 取締役
2012年 8月	ケイエム観光バス(株) 取締役
2015年 3月	SGフィルダー(株) ⁽¹⁾ 理事
2018年 3月	佐川急便(株) 理事
2018年 6月	佐川急便(株) 取締役
2019年 4月	同社 代表取締役社長 当社 執行役員 デリバリー・ロジスティクス事業担当
2019年 6月	当社 取締役 デリバリー・ロジスティクス事業担当
2025年 4月	当社 代表取締役副社長 事業推進担当 (現任)

注記 (1) SGフィルダー(株)：SGHグループで人材派遣事業を展開する子会社

本日は低温物流戦略の全体像や具体的な取組みについて、代表取締役副社長事業推進担当の本村からご説明させていただきます。

本村は佐川急便での経験を活かしながら、現在は名糖/ヒューテックのグループ入り後のシナジー創出を含む、低温物流戦略全体の企画・遂行をリードする役割を担っています。

2. 国内屈指のコールドチェーン構築



ただいま紹介いただきました事業推進担当の本村でございます。

今年3月までは佐川急便の代表取締役社長を務めており、以前は本日ご参加いただいている皆さまへも、さまざまな場面でご説明の機会をいただきました。

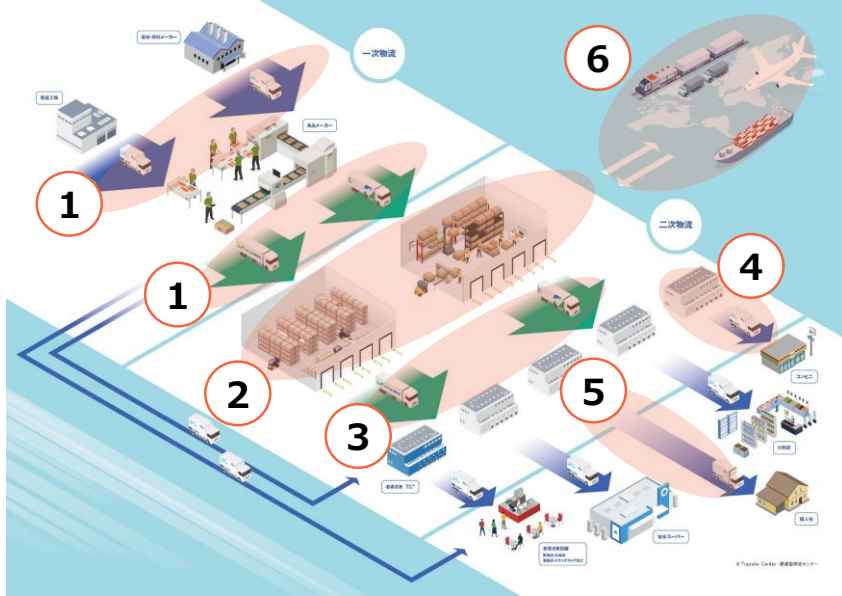
改めまして、今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

本日は、低温物流事業についてお話しさせていただきます。

これまで佐川急便では「飛脚クール便」を展開してまいりましたが、顧客ニーズの多様化・複雑化が進む中で、従来のクール便だけでは川下領域にとどまり、顧客の事業全体を支援することが難しい状況でございました。こうした状況のもと、当社グループは、より広範囲でお客様の事業をサポートできないかと模索しておりました。その中で、名糖運輸及びヒューテックノオリンがグループに加わり、当社の事業領域は拡大いたしました。

国内屈指のコールドチェーン サプライチェーンマップ

➤ "トータルロジスティクス"の領域を拡張し、低温物流領域においても川上から川下までワンストップでコーディネートが可能に



Copyright © 2025 SG HOLDINGS CO., LTD. All Rights Reserved.

6

当社グループで実際、何を行うことができるのか、絵でまとめています。

左上、川の流れに例えると川上から、

1. 原料・製品の輸配送

国内の生産者や海外の原料を、メーカー様の工場まで、また工場から倉庫まで輸配送できるようになりました。

2. 在庫管理・流通加工

冷凍・冷蔵施設でお預かりした在庫の管理に加え、出荷までの流通加工業務も対応可能です。

3. 卸・小売向け共同配送

チェーン展開されている小売店や卸・問屋のセンターへ、倉庫から共同配送を行い、効率化を図っております。

4. コンビニエンスストア向けセンター運営・配送

これまで十分にご説明できていなかった領域ですが、コンビニエンスストア向けの配送業務に加え、センター運営も担っております。

5. 個人宅向け配送

飛脚クール便を活用した個人宅への配送も引き続き行っております。

6. 国際物流対応

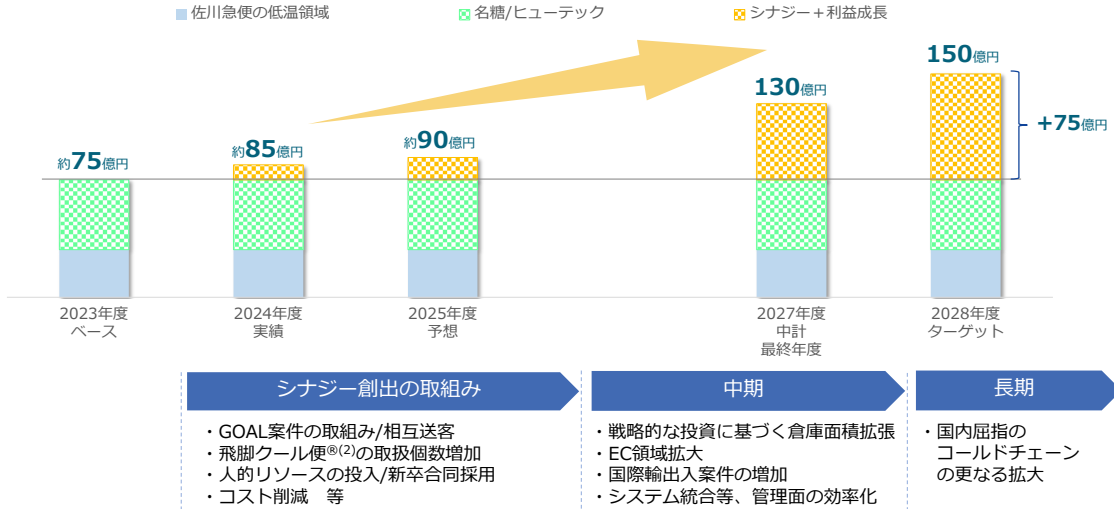
海外から日本への輸送、またその逆の海外展開についても、まだ課題はございますが、取組みを進めております。

後ほど、競合他社との比較表をご覧くださいますが、こうした一気通貫で運営できる体制を持つ会社は、当社くらいだと考えております。

低温物流領域の利益成長イメージ

➤ 2027年度には営業利益130億円、2030年度には営業利益150億円を目指す

【低温物流領域：営業利益（のれん等償却前）の成長目線】



注記 (1) 上記グラフには名糖/ヒューテックのSGHに対するロイヤリティ費用を含まない (2) 「飛脚クール便」はSGホールディングス㈱の登録商標

Copyright © 2025 SG HOLDINGS CO., LTD. All Rights Reserved. 7

次に、コールドチェーンによる低温領域の拡大とシナジー創出についてご説明いたします。

当社グループは名糖/ヒューテックの事業発展とグループのシナジー創出を基盤とし、営業利益ベースで計画を策定しております。

2023年度の営業利益は約75億円で、そのうち飛脚クール便が約30億円を占めています。これを2027年度までに130億円、2028年度には150億円まで伸ばす計画です。

こうした成長を実現するため、私とともに「シナジー創出チーム」を組成しております。

チームはテーマごとに5名から10名で構成し、全体で約50名おります。兼務メンバーもおりますが、専属で十数名が参画しています。

事業推進の役割として、こうした計画を確実に達成するために、何をすべきかを明確化し、実行することが重要です。中期経営計画で掲げた7つの施策についても、業績の濃淡を踏まえ、見直しを行いながら、最適な目標に最短で到達できる施策を進めてまいります。

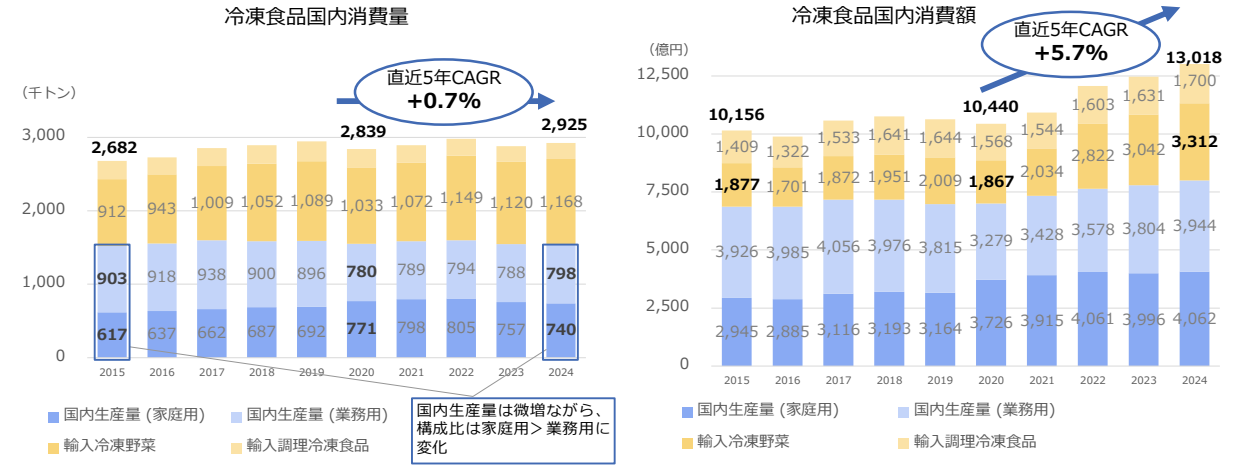
3. 低温物流市場



ここからは、低温物流市場の概況についてご説明いたします。

冷凍食品市場の概況

- 冷凍食品の国内消費量は微増傾向
- 一方、国内消費額では、輸入冷凍野菜の増加がけん引し、コロナ前（2019年度）比で122%と増加
- 冷凍食品市場の規模は増加傾向にある一方、低温物流全体としては倉庫のキャパシティ不足や老朽化等に課題



注記 (1) (一社) 日本冷凍食品協会「冷凍食品に関連する統計」から当社作成。「冷凍食品国内消費量」は、冷凍食品国内生産量・冷凍野菜輸入量・調理冷凍食品輸入量の合計

まず、冷凍食品市場についてです。

なお、こちらの内容は当社独自の調査も含んでおりますので、全体の概要としてご理解いただけますと幸いです。

左側のグラフは、国内の冷凍食品消費量を示しており、微増傾向にあります。

その中で、四角で囲んだ国内生産量は、

2024年度で153万8千トン（前年比0.5%減）となっていますが、

10年前の2015年と比較すると、家庭用の割合が増加していることが分かります。

業務用については、最近の傾向として、学校給食や病院、福祉施設などで需要が伸びています。

2020年頃から業務用はやや減少していますが、これはコロナウイルスの影響によるものと推察しております。

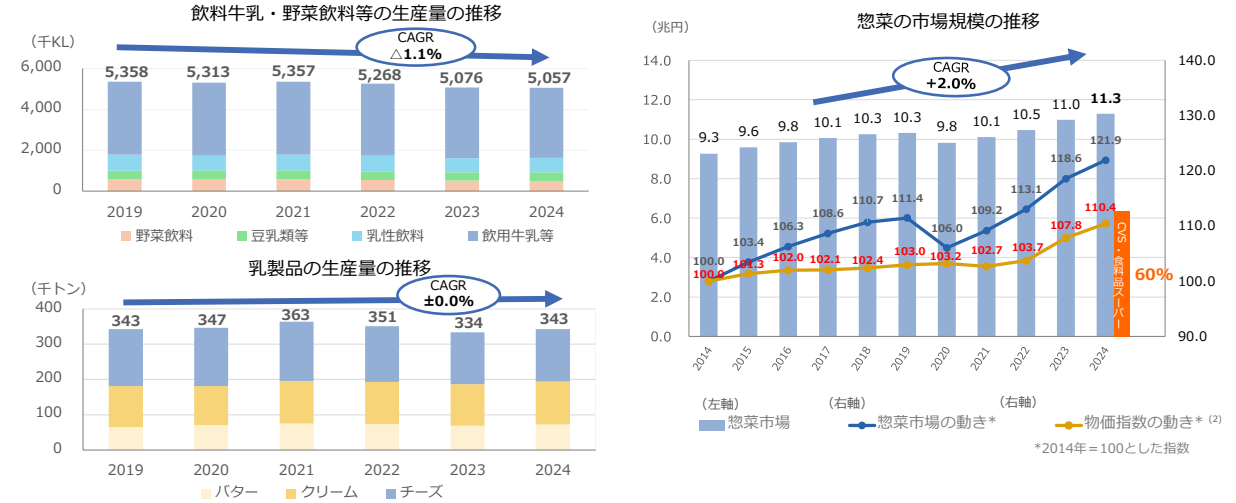
右側のグラフは国内の冷凍食品消費額を示しており、価格上昇に伴い全体的に増加しています。

特に濃い黄色い部分、輸入冷凍野菜の伸びが顕著であり、全体ではコロナ前と比べて122%増加しています。

スーパーやコンビニでも見られるように、冷凍食品市場の規模は拡大していると見ております。

冷蔵（チルド）商品市場の概況

- 飲料牛乳・野菜飲料類、乳製品の生産量は2019年度より横ばい～縮小傾向
- 惣菜の市場規模は2024年に11.3兆円に達し、大きく伸長
- 2024年には惣菜の市場構成でコンビニエンスストア（CVS）及び食料品スーパーで約60%（約7兆円）を占める



続いて、冷蔵（チルド）商品市場についてです。

左上のグラフは、飲料牛乳及び野菜飲料等の生産量推移を示しており、直近5年間では微減傾向となっています。

左下のグラフは「乳製品」と記載していますが、業界的にはバター、クリーム、チーズなどの製品群を指しており、こちらは横ばい傾向です。

一方、近年大きく伸びているのが右側の惣菜市場です。

2024年には市場規模が約11兆円に達しており、2021年まで物価上昇の影響が小さかったことを考えると、物量ベースでは非常に大きな伸びといえます。

また、2024年の市場構成では、コンビニエンスストア（CVS）と食料品スーパーが惣菜市場の60%以上を占め、約7兆円の市場規模となっています。

このように、チルド市場では乳製品よりも惣菜領域が伸びている状況です。

現状、名糖運輸は惣菜市場で大きなシェアを持っていませんが、今後この領域をどのように確保していくかが重要な検討課題になると考えております。

4. シナジーの創出



先ほどご説明した低温物流市場において、シナジーを創出するため、PMIの前段階から両社の事業内容を詳細に分析してまいりました。

グループ化後においても、分析内容や仮説が正確であるかの検証と、現場への理解が重要だと考え、全国128の営業所のうち、私自身もこれまでに約80か所を訪問し、現場の強みを直接見てまいりました。

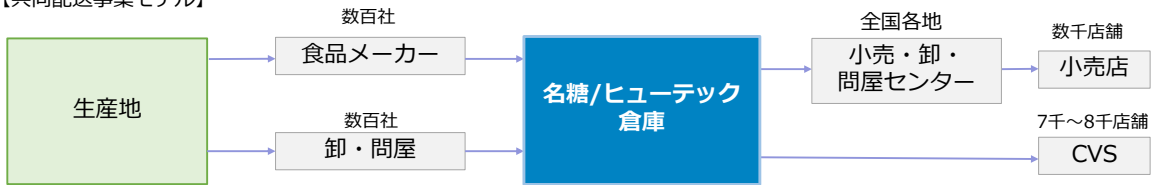
名糖運輸・ヒューテックノオリンの事業内容

- 名糖運輸：全国チルド共同配送事業・CVSセンター運営事業・顧客専用センター運営事業
- ヒューテックノオリン：全国冷凍食品共同配送事業・顧客専用センター運営事業・病院リネン事業

2025年3月末現在

	名糖運輸			ヒューテックノオリン		
人員	7,264名			3,911名		
車両	1,954台			879台		
事業所数	21	41	17	29	16	4
事業内容	全国共同配送	CVSセンター運営	専用センター運営 (輸送・3PL)	全国共同配送	専用センター運営 (輸送・3PL)	病院リネン
売上構成比	50%	28%	22%	57%	37%	6%

【共同配送事業モデル】



ここで、両社の事業内容を改めてご説明いたします。

名糖運輸は、共同配送事業、コンビニエンスストアのセンター運営事業、一部ドライ（常温）を含む専用センター運営事業を展開しており、構成比では共同配送事業が約半分を占めています。

ヒューテックノオリンは、全国規模の冷凍食品の共同配送事業、専用センター運営事業、病院向けリネン事業を行っており、売上構成比では共同配送が約57%となっています。

両社とも、売上の50%以上を占める共同配送事業について補足します。
 名糖運輸のチルド領域では、短期保存が前提で、前日または当日にセンターに納品された商品を、スーパーやコンビニのセンターへ配送する業務を担っています。
 一方、ヒューテックノオリンの冷凍領域では、賞味期限が長く、長期保存可能な商品をメーカーや卸・問屋から預かり、倉庫で保管したうえで共同配送を行います。

現在、メーカーは冷凍・冷蔵ともに数百社、配送先は卸センターやコンビニセンターなど、数千か所に及びます。こうした既存ネットワークに新たな商材やメーカーが加わることで、非常に高い利益率を実現できる業態となります。この領域をしっかりと育てることが、当社の成長戦略の一つです。

さらに、名糖運輸のコンビニエンスセンター事業についてですが、センター運営に加え、センターからコンビニエンスストアへの配送も担っており、全国で約5万5千〜6千程度ある店舗のうち、名糖運輸は7千〜8千店舗への納品業務を行っています。

低温物流領域における当社グループの強み

- 冷凍・冷蔵の共同配送事業、専用センター事業、3PL事業と幅広い事業を行っている
- 名糖は3PL事業拡大、ヒューテックは新規施設の開設を計画

[低温物流事業者の一覧]

	メーカー 共同配送	幹線 小口輸送	専用 センター	3PL	宅配便	特長
A社	○		○	○		幅広い事業展開
B社	○		○	○		輸送とセンター運営
SGH	○		○	○	○	幹線輸送・冷蔵冷凍倉庫運営
C社					○	宅配便に強み
D社	○		○			食品メーカーの共同配送
E社	○		○			流通企業の物流に強み
F社	○		○	○		チルド混載便
G社		○	○	○		全国の小口共同配送
H社		○		○		グループで全国配送
I社			○	○		食品・医療の3PLに強み
J社			○	○		卸販売事業が主力

※当社調べ

物量（2024年度比）		
名糖	共同配送	95%
	CVS	102%
	3PL	105%
ヒューテック		99%

名糖
3PL事業を拡大
ヒューテック
増床計画

ここでは、低温物流事業者の競争環境と当社グループの強みについてご説明いたします。

上表は、順不同で11社の事業者を記載しています。
 最大規模の事業者は売上で約2,500億円、最小規模では約400億円となっています。
 各社の得意分野については、丸印で示しております。
 SGホールディングスは、今回の名糖/ヒューテック、そして佐川急便のクール便事業を合わせると、業界内で3位から4位程度のポジションになると見込んでいます。

下表の物量増減についてはお示しの通りです。共同配送は商品単体のピース数で計算できますが、コンビニ関連はカゴ単位、3PLは流通加工量など、指標が異なる点をご理解ください。

また、低温物流の全体像を補足すると、倉庫については自社倉庫に加え、名糖・ヒューテックともに、外部委託の倉庫に100万ケース単位で荷物を預けています。
 今後の顧客成長を見据えると、外部倉庫の適切な確保は重要なポイントです。

シナジー創出に向けた7つの営業戦略

➤ 7つの営業施策の取組みより、2025年上期では営業利益+8.9億円（2024年3月期上期対比）を実現

(億円)

No.	項目	施策	今期 進捗	2024年3月期上期対比	
				営業収益	営業利益
1	既存顧客への拡販	名糖/ヒューテック既存顧客へのグループソリューションを活かした提案	○	+ 32.3	+ 6.2
	↳ 物流効率化の取組み	ヒューテックリードタイム1日延長による安定供給の実現			
2	低温EC	保管・流通加工から配送までの一貫ソリューションの提供	○	+ 10.8	+ 1.5
3	低温TMS	デリバリー事業TMSチームとの連携による低温TMS提供	●	+ 11.2	+ 1.4
4	低温共同配送	名糖/ヒューテックの既存施設・ルートを活かした共同配送提案	△	+ 1.1	+ 0.3
5	リソースの共同利用	名糖/ヒューテック、佐川急便の中継センターや路線輸送の共同利用	△	+ 0.4	+ 0.1
6	BtoBロット配送	小・中ロットのBtoB向けクール輸送の提供	△	+ 0.1	+ 0.0
7	海外低温物流	日本国内から海外までの一気通貫ソリューションの提供、ベトナムコールドチェーンの構築	△	+ 4.4	△ 0.6
合計			○	+ 60.3	+ 8.9

こちらは、2026年3月期第2四半期の決算説明会の際にもお示したシナジー創出の取組み状況に関する資料ですが、記載順については営業利益ベースの効果額が大きい順に並び替えております。

既存顧客の拡大で約6億円、
低温ECで約1億5千万円、
TMS関連で約1億4千万円、
その他お示しの通りでございます。

海外低温物流については、課題があり、現状ではマイナスとなっています。
背景として、ベトナムに3カ所の倉庫がありますが、そのうちホーチミンの第3倉庫の稼働が8カ月遅れたことがあります。立ち上げ費用が発生した他、現在も倉庫の稼働率は約半分程度にとどまっていますが、今後、稼働率が上がれば改善が進むと見込んでおります。

この後から、各施策の具体的な取組みについて、事例を交えてご説明させていただきます。

事例紹介 | No.1 既存顧客への拡販

➤ 適正料金収受の進展に加え、新規案件の受託も進捗

事例① 【名糖】大手小売店向けの共同配送業務＜新規受託＞

- ・ 既存顧客である食品メーカーA社様が大手小売店に提供している商品の共同配送業務を新規受託

営業収益見込（年間）：約**700**百万円

事例② 【名糖】総合スーパーのセンター配送業務＜新規受託＞

課題： お客さまが利用していた配送業者が撤退。迅速な配送スキームの再構築が必要に

解決法： 当社グループのインフラを活用し、チルド便・ドライ（常温）便の配送体制をスムーズに手配
初日はイベントにより通常の3倍の物量となったものの、確実な納品を実現

➡ お客さまの満足度も高く、他拠点の配送についても交渉中

営業収益見込（年間）：約**280**百万円

まずは、既存顧客への拡販に関する事例です。

1つ目は、食品メーカーA社様の共同配送業務です。

この業務は新規案件ですが、小売店への配送に加え、専用センターへの納品を含む共同配送の領域であり、非常に効率のよい業務となっています。

2つ目は、総合スーパーのセンター配送業務です。

既存の配送業者様が撤退することとなり、配送ができないということでご相談をいただき、グループ全体で協力し、チルドとドライ（常温）の共同配送ネットワークを構築しました。

事例紹介 | No.1 物流効率化の取組み

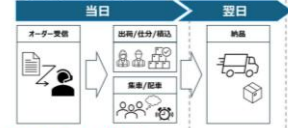
【ヒューテック】リードタイム1日延長による安定供給の実現

目的 法令遵守、将来インフラの維持に向けた配送体制の見直し

効果

- ①作業時間帯を日中中心に変更。深夜時間帯の作業量を削減
- ②車両調達時間延長による車両確保力の向上
- ③エリア集約（今後拡大予定）

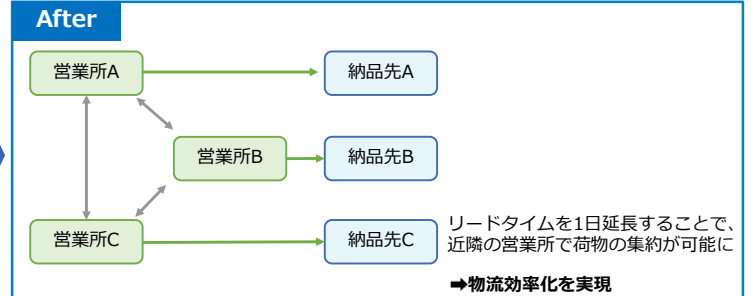
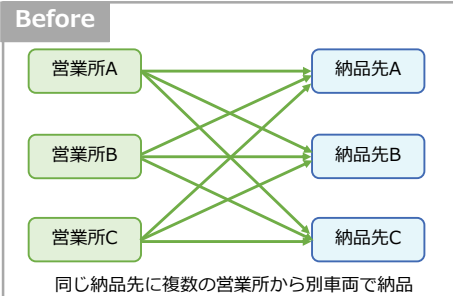
■現在のリードタイム



■変更後のリードタイム



[エリア集約の考え方]



Copyright © 2025 SG HOLDINGS CO., LTD. All Rights Reserved. 16

次に、既存の業務の中での物流効率化の取組みとなります。

ヒューテックでは、2025年度6月度よりリードタイムを1日延長し、従来のオーダー受信日の「翌日」納品から、「翌々日」納品へ全面的に移行しました。

リードタイムの1日延長はお客さまのビジネスにも大きな影響を与えるものですが、ヒューテックでは事前準備を重ね、約400社のお客さまにご理解をいただいたことで、この取組みを実現しました。

この改革の目的は、2024年問題への対応と、持続可能な配送体制の構築です。効果としては、深夜作業から日中業務への移行や、車両配車時間の余裕を確保したことによる効率化が挙げられます。

さらに、リードタイムを確保したことで、今後エリア集約の効果も期待できると考えています。スライド下の図をご覧ください。

従来、例えば関東エリアで営業所A・B・Cがそれぞれ車両を手配し、同じ納品先に配送し、非効率な状況が発生していました。

今回のリードタイム延長により、右側の図のように配送を集約し、効率化が可能となります。

この取組みは6月に開始したばかりですが、年間では億単位のコスト削減が見込まれ、将来的にはさらに大きな効果が期待できます。

事例紹介 | No.2 低温EC

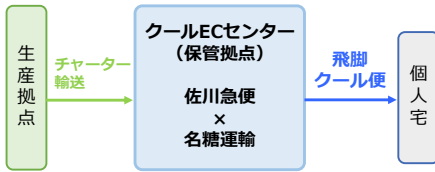
低温EC：保管・流通加工から配送までの一貫ソリューションの提供

課題

- ・ 納品までのリードタイムが長期化
- ・ 地方からのEC出荷コストが増大
- ・ 事業者様の出荷作業負担が大きい
- ・ 出荷作業が追い付かない状況
- ・ 需要波動への対応が困難

事例①

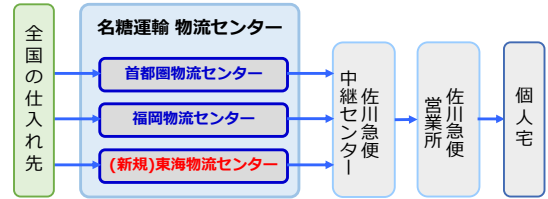
- ・ 地方から出荷倉庫への横持輸送をTMSで最適化
- ・ 複数事業者から集約して出荷する、または出荷作業を当社グループで実施することで、物流コスト削減や作業負担の低減に寄与



営業収益実績（上期）：約**1,624**百万円

事例②

- ・ 名糖運輸の物流センターを使用することで、配送効率向上による物流コスト削減やリードタイムの短縮等を実現



営業収益実績（上期）：約**933**百万円

Copyright © 2025 SG HOLDINGS CO., LTD. All Rights Reserved. 17

続いて、低温ECに関する取組みです。

上段に記載のお客さまの課題を解決したワンストップのソリューション事例を2つご紹介いたします。

事例①は、ふるさと納税関連の事例ですが、お客さまとしてはふるさと納税を実施する自治体様、また、ふるさと納税のポータルサイトを運営する会社様などがあります。

ふるさと納税の返礼品を、左側の名糖運輸のクールECセンターでお預かりし、流通加工を行って、佐川急便の飛脚クール便で消費者へ配送しています。

事例②は、定期便型のtoC向けクール食材配送の事例です。

宅配便の輸送は、出荷地から消費地までの距離が遠ければ遠い程、料金が高くなります。

コストを抑え、かつ配送日数を減らしたいというお客さまのニーズに応え、全国から集めた商品を、首都圏・福岡・東海などの消費地近くにセンターを構え、そこから配送する仕組みを構築いたしました。

冷凍・食品関連のEC市場は、現在最も伸びている分野の一つです。

効率化の工夫もしながら、しっかり取り組んでいきたいと考えています。

事例紹介 | No.3 低温TMS

低温TMS：デリバリー事業TMSチームとの連携による低温TMS提供

➤ 佐川急便は以前から、協力会社のネットワークを通じて低温TMSのサービス提供を行い、様々な課題を解決

	事例①	事例②	事例③
ケース	お菓子・ケーキの店舗輸送（関東圏:約80店舗）	鉄かごに入った春キャベツの大量輸送	苗の輸送
課題	- 工場の待機車両が問題に - 即日配送が必要	イレギュラーな荷物のため、配送業者を探すのが困難	- 猛暑で苗の温度管理が必要 - 早朝の荷降ろしによる暑さ対策にも限界
解決策	- 出荷別・方面別に応じた最適な配車を行うことで、工場の待機車両をなくす - 物流コストの最適化にも寄与	当社のインフラを駆使することで大型のクール車両を手配	クール車両手配の提案により温度管理と作業時間帯の変更に寄与



**過去から様々な低温TMSのサービス提供を行ってきたが、
名糖/ヒューテックとの連携によりTMS網が以前より拡大**

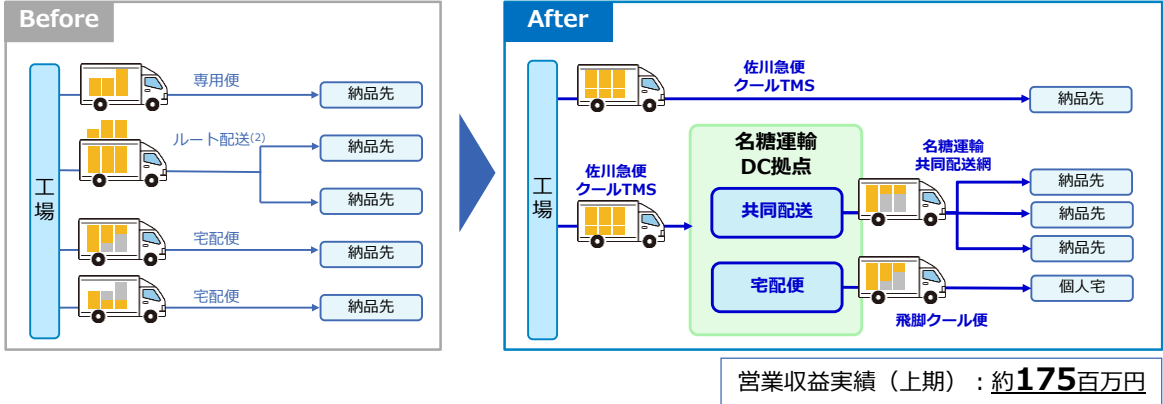
続いて、低温領域におけるTMSについてご説明いたします。
TMSとは「Transportation Management System」（当社グループの物流ネットワークを活用した宅配便以外の付加価値サービス）の略で、簡単に言えば貸切チャーター便です。もともと佐川急便でも取り組んでいた領域ですが、今回、名糖/ヒューテックがグループ入りしたことで、より機能強化が可能となりました。

事例として、お菓子やケーキの店舗配送、鉄かごに入った大量の青果物輸送、苗の輸送など、様々なニーズにお応えしてまいりました。
今後も名糖/ヒューテックのリソースも使いながら推進してまいります。

事例紹介 | No.4 低温共同配送（低温TMS/低温EC含む）ハイブリッド案件

- 課題**
- ・ 既存物流委託会社への依存
 - ・ 小売店からの需要拡大
 - ・ リソースの欠如による供給不足

- 解決策**
- ・ 佐川急便クールTMSと名糖運輸のDC拠点⁽¹⁾及び共同配送を活用し、荷物の行先や物量に適した輸配送体制を構築。製造から販売までワンストップの輸配送を実現



注記 (1) 保管在庫型の物流拠点 (2) 特定の日時とルートで、あらかじめ決まった店舗や事業所等に荷物を配送すること

次に、低温共同配送・低温TMS・低温ECを組み合わせたハイブリッド案件をご紹介します。
事例は東北地方の乳製品メーカー様です。

現在、商品の売れ行きが好調で、供給が追いつかない状況でした。従来は他社の宅配便中心で配送していましたが、コスト面・時間面・出荷制限などの課題がございました。

そこで、当社の東北エリアの佐川急便営業担当と名糖運輸の営業が連携し、新しいスキームを構築しました。

右側の現行スキームでは、

- ・ 工場から首都圏・関西まで大型トレーラーで輸送
- ・ 11カ所のTC型拠点（通過型拠点）を活用し、そこから共同配送を実施
- ・ 共同配送に適さない配送先（個人宅等）には飛脚クール便を併用

こうしたハイブリッドモデルにより、顧客の要望に応えながら、効率化とコスト削減を実現しています。

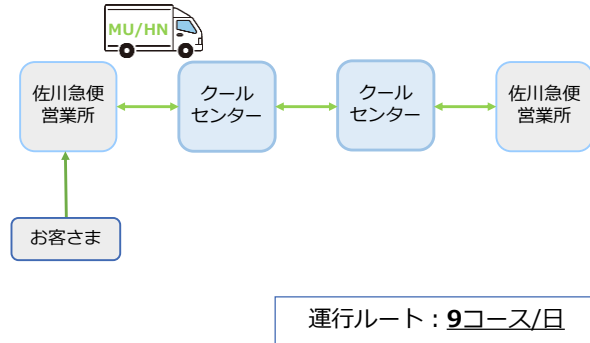
事例紹介 | No.5 リソースの共同利用

リソースの共同利用：名糖/ヒューテック、佐川急便の中継センターや路線輸送の共同利用

➤ 名糖/ヒューテックのリソースを活用し、佐川急便の集配業務の効率化を実現

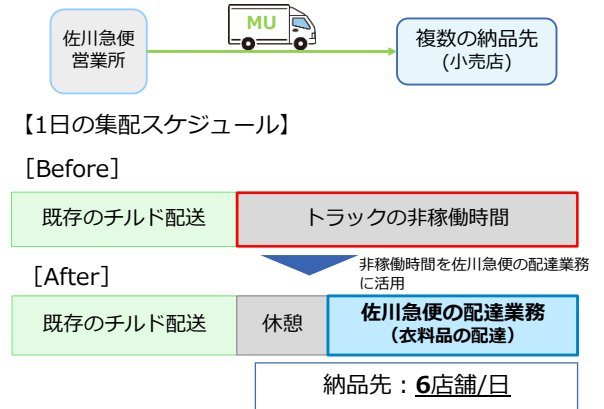
事例①

- 外部委託していた飛脚クール便の拠点間輸送を徐々に名糖/ヒューテックの車両にて運行
- 物量増による増便にも対応可能



事例②

- 佐川急便の配達業務（常温）を、増車増員を行わず、名糖のコース見直しにより実現



Copyright © 2025 SG HOLDINGS CO., LTD. All Rights Reserved. 20

こちらは既存リソースの共同利用の事例です。

これら取組みは、まだ始まったばかりですが、今後さらに進めていく必要があると考えています。

事例①は、佐川急便の飛脚クール便における拠点間輸送の事例です。

従来はパートナー企業に委託していたところを、現在は名糖/ヒューテックの車両を活用し、少しずつ自社運行に切り替えています。

事例②は、佐川急便の営業所から名糖運輸の車両を使って、ドライの貨物を大手衣料品小売店へ配送する事例で、名糖運輸の空き時間を活用し、効率的な運行を実現しています。

特に名糖/ヒューテックは夜間運行が多いため、昼間の空き時間を佐川急便の業務に組み込むことで、車両稼働率を大幅に向上できます。結果として、1日10～12時間稼働の車両が、最大で20時間近く稼働可能となり、車両コストや人件費等を考慮しても、非常に効率的な運行が可能になります。

ただし、これらの取組みについては、既存パートナー企業との関係もあるため、急激な切り替えではなく、段階的に進めていく方針です。

事例紹介 | No.6 BtoBロット配送

BtoBロット配送：小・中ロットのBtoB向けクール輸送の提供

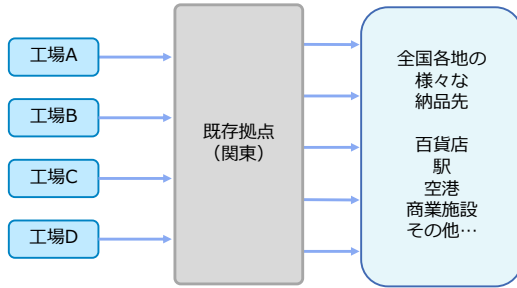
課題

- ・ toBの小ロット低温輸送は、宅配便になる場合が多く割高
- ・ また、toBの小ロット低温輸送に対応できる企業が限られており、出荷制限がある

事例

- ・ 当社グループの共同配送網の活用及び、関西方面への幹線輸送の見直し
- ・ 既存拠点（関東）の見直し及び、関西エリアの新拠点の利用

[現状のサプライチェーン]



現状は関西エリアの配送を受託。
引き続き当社の提案力を発揮し、お客さまの
サプライチェーン効率化を実現しながら、
営業収益の更なる拡大を目指す

営業収益見込（年間）：約**51**百万円

*2025年10月開始

最後に、BtoBロット配送の取組みについてご説明します。現状ではまだ十分に軌道に乗っていませんが、少し取組みが進んでいます。

BtoBロット配送とは、小ロットの低温輸送荷物を効率的に輸送する取組みです。

通常、小ロットの低温輸送は宅配便の領域で、当社の飛脚クール便も1～4個程度の小口配送に適したサービスです。一方で、一部お客さまからは「5個～10個、場合によっては30個程度まとめて送りたい」というニーズをいただいていたが、飛脚クール便ではキャパシティの問題等でそうしたニーズに十分お応えすることは難しく、また、他の物流事業会社でもそうした柔軟な対応が可能である会社は限られている状況にあります。

佐川急便ではこうした相談が多く寄せられていたことを踏まえ、BtoBロット配送については、シナジー創出に向けた施策の策定時から、重要項目として認識し、トライアルを重ねるなど、サービス化に向けたビジネスとしての組み立てを検討してまいりました。

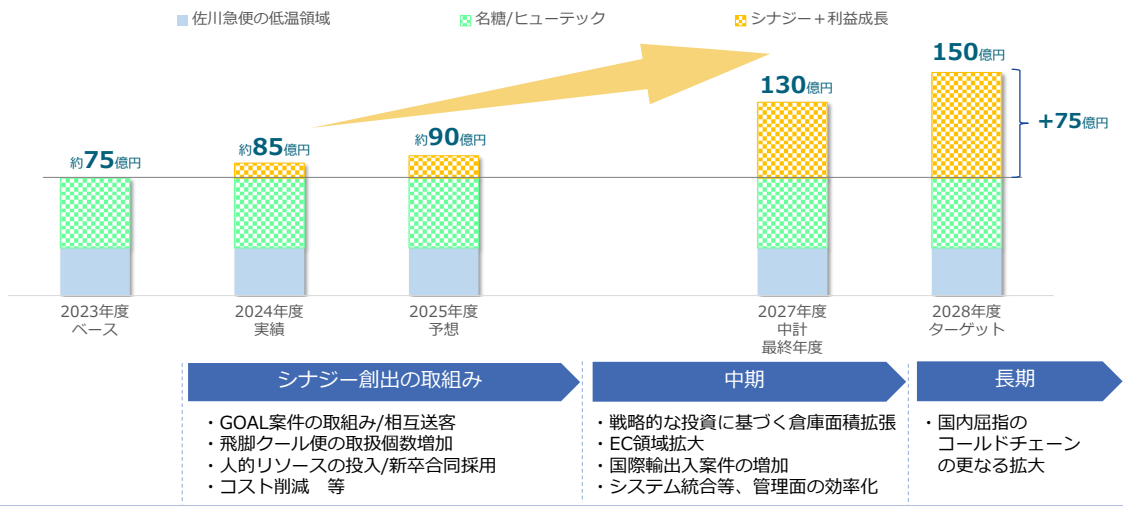
トライアルではコスト面などの課題もありましたが、一定の取扱量の見込みが立ったことでクリアとなり、2025年10月から、将来的に拡大が見込める拠点を定め、運行を開始しました。スライド下の図にあるように、空港や百貨店、商業施設など、顧客の商品が集まる場所には同様の商品を扱う店舗も多く、今回構築した輸送ルートを活用した共同配送の拡大余地があります。年内は繁忙期のため、年明けに向けて、こうした拠点へのBtoBロット配送提案を本格化する準備を進めています。

共同配送は物量が増えれば非常に利益率の高い事業です。この領域は、今後特に注力してまいります。

【再掲】低温物流領域の利益成長イメージ

中期経営計画及び、ターゲットとなる2028年度の目標を確実に達成するため、各施策の売上目標も見直しながら成果の出る取組みから着実に実行してまいります

【低温物流領域：営業利益（のれん等償却前）の成長目線】



最後に、繰り返しとなりますが、中期経営計画及び、ターゲットとなる2028年度の目標を確実に達成するため、各施策の売上目標も見直しながら成果の出る取組み、今後成長が見込まれる領域への取組みについて着実に実行してまいります。

私からのご説明は以上です。ご清聴ありがとうございました。

ディスクレイマー

本資料は、SGホールディングス(株)（以下、「当社」とします）及びそのグループ会社（以下、当社とあわせて、「当社グループ」とします）の企業情報等の提供のために作成されたものであり、国内外を問わず、当社の発行する株式その他の有価証券への勧誘を目的とするものではありません。また、本資料の全部または一部を当社の承諾なしに公表または第三者に伝達することはできません。

本資料に、当社に関連する見通し、計画、目標などの将来に関する記述がなされています。これらの記述には、「予想」、「予測」、「期待」、「意図」、「計画」、「可能性」やこれらの類義語が含まれることがありますが、これらに限られるものではありません。これらの記述は、当社が現在入手している情報に基づき、本資料の作成時点における予測等を基礎としてなされたものです。また、これらの記述は、一定の前提（仮定）の下になされています。これらの記述または前提（仮定）は、客観的には不正確であったり、または将来実現しないという可能性があります。

このような事態の原因となりうる不確実性やリスクとしては、金利の変動、株価の低下、為替相場の変動、保有資産の価値変動、信用の低下、国内外の企業の生産活動または個人消費の低迷、原油価格の高騰、人件費の高騰、EC市場の低成長、システム・事務・人的・法令違反リスク、不正・不祥事の発生、風評・風説等によるイメージ・信用の低下、事業戦略・経営計画が奏功しないリスク、業務範囲の拡大等に伴う新たなリスク、経済・金融環境の変動、競争条件の変化、大規模災害等の発生、業務提携・外部委託等に伴うリスク、繰延税金資産の減少その他様々な要因が挙げられますが、これらに限られません。

なお、本資料における記述は本資料の日付（またはそこに別途明記された日付）時点のものであり、当社は、それらの情報を最新のものに随時更新するという義務も方針も有しておりません。これらの要因により、将来の見通しと実際の結果は必ずしも一致するものではありません。

また、本資料に記載されている当社グループ以外の企業等にかかわる情報は、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。