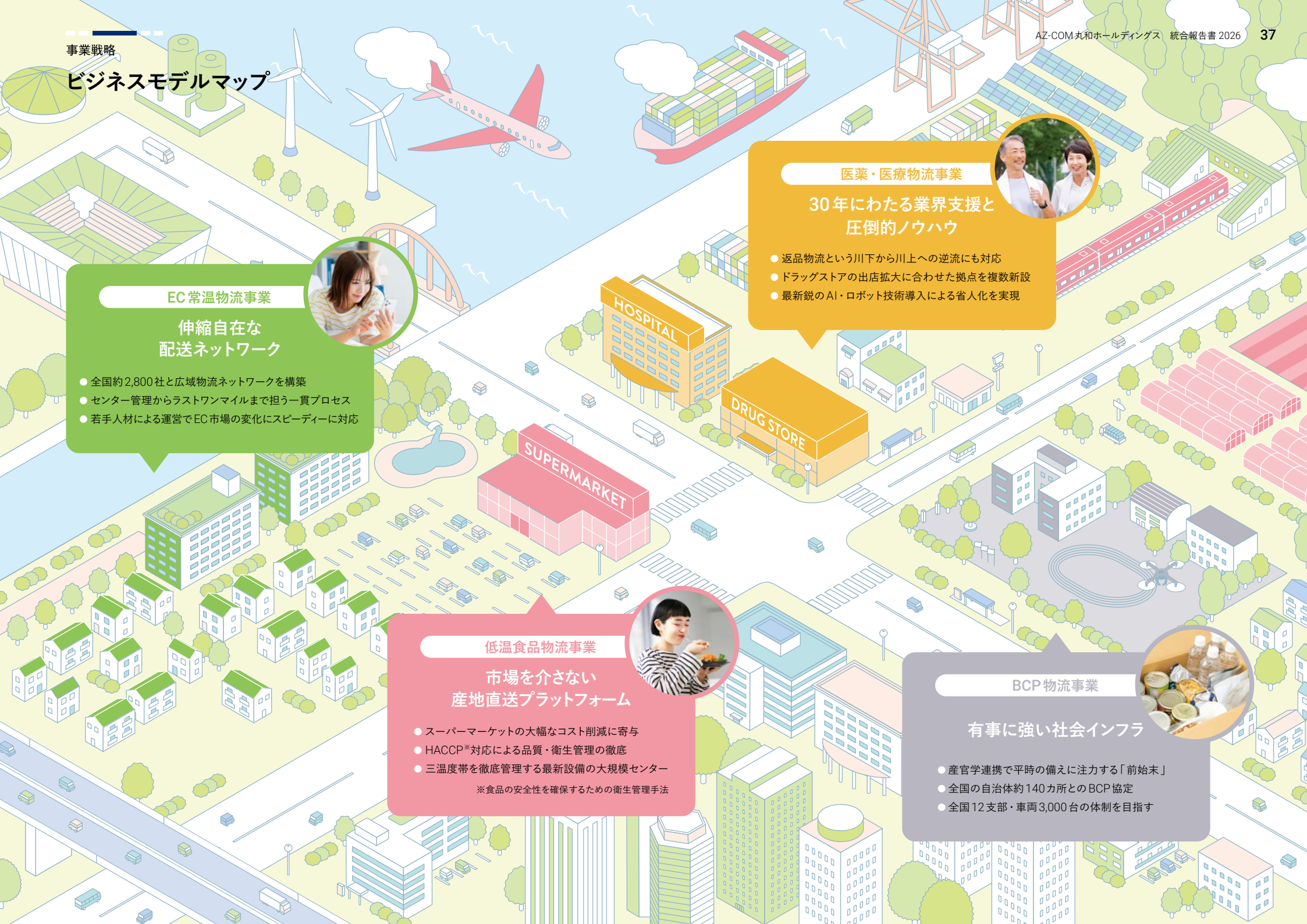
ビジネスモデルマップ



医薬・医療物流事業

30年にわたる業界支援と圧倒的ノウハウ

- 返品物流という川下から川上への逆流にも対応
- ドラッグストアの出店拡大に合わせた拠点を複数新設
- 最新鋭のAI・ロボット技術導入による省人化を実現

EC常温物流事業

伸縮自在な配送ネットワーク

- 全国約2,800社と広域物流ネットワークを構築
- センター管理からラストワンマイルまで担う一貫プロセス
- 若手人材による運営でEC市場の変化にスピーディーに対応

低温食品物流事業

市場を介さない産地直送プラットフォーム

- スーパーマーケットの大幅なコスト削減に寄与
- HACCP※対応による品質・衛生管理の徹底
- 三温度帯を徹底管理する最新設備の大規模センター

※食品の安全性を確保するための衛生管理手法

BCP物流事業

有事に強い社会インフラ

- 産官学連携で平時の備えに注力する「前始末」
- 全国の自治体約140カ所とのBCP協定
- 全国12支部・車両3,000台の体制を目指す

AZ-COM丸和グループの競争優位性

物流マネジメント業

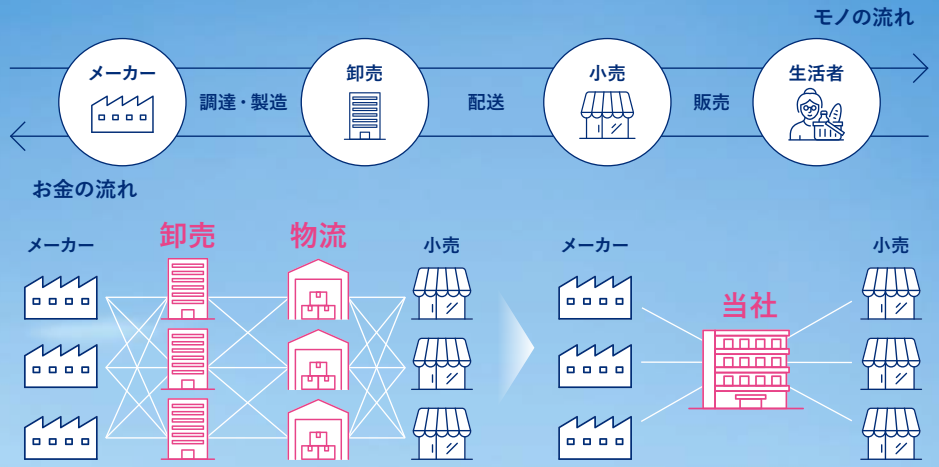
物流の6大機能をまるごと請け負い、
取引先企業にとって必要なモノの流れ（物流）をスムーズに管理



×

物流プロデュース業

モノの流れ（物流）を再設計し、AI・IoT等の最先端の技術を取り入れ、
スピーディー、ローコスト、効率よく・正確にモノを供給する仕組みを創る



「モノの流れ」の中で非効率が発生し、
物流コストを圧迫している状態

自社だけでは整理しきれない物流を
スマートにプロデュース

一気通貫のワンストップサービスを提供する
3PL&プラットフォームカンパニー

ラストワンマイル事業

地域特性に寄り添う配送網と広域的なパートナー連携
DX投資と組織再編で物流基盤強化を図る

市場環境と当事業の強み

当社グループのラストワンマイル事業は、消費者の暮らしに最も近い物流領域を担い、日々の生活と地域社会を支える重要な事業です。市場では、EC利用の定着・拡大に伴って配送物量が増加し、繁閑差にも対応できる安定的な配送キャパシティの確保がこれまで以上に求められています。

一方で、ドライバー不足の深刻化に加え、時間外労働の上限規制をはじめとする法改正への対応、燃料価格の高騰など、事業環境には多くの課題があります。限られた人員と稼働時間の中でサービス品質を維持するためには、従来の車両中心の運営にとどまらず、配送の効率化と担い手の多様化を同時に進める必要があります。

こうした環境下での当事業の強みは、地域特性や生活様式に応じて配送網を柔軟に設計できる点にあります。全国の中小都市へ拠点を拡大するとともに、若手人材と地域に精通した経験者を組み合わせ、地域に根差した安定的な運営体制を構築しています。また、車両配送に加えて、自転車や台車などを活用した配送を展開し、置き配などの多様な受取ニーズにも対応しています。さらに、パートナー企業との車両連携により繁閑差を吸収し、ドライバーの稼働時間を抑制するほか、EV導入や台車配送の拡大を通じて環境負荷の低減にも取り組んでいます。足元では、物量と稼働車両の増加、料金改定の成約、生産性向上施策が増収増益に寄与しており、センターの統廃合や新設に伴う一時的な費用を適切に管理しながら、中期経営計画2028のもとでDX投資と組織再編を加速しています。その一環として、2026年10月には組織再編に伴い軽貨物専門の「LinksMile Japan株式会社」を発足させており、今後も持続可能性と収益性を兼ね備えた物流基盤の構築を進めていきます。



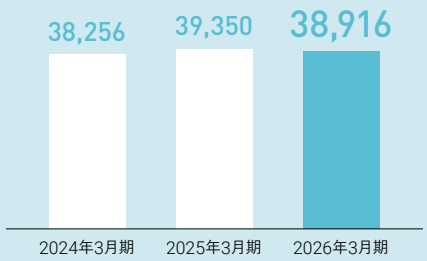
ラストワンマイル車両（EV車）

LinksMile Japan
リンクスマイル ジャパン -LMJ-

LinksMile Japan株式会社

売上高推移

（単位：百万円）



前期比
-1.1%

主な取引先

- アマゾンジャパン
- コープみらい
- ヤマト運輸 ほか

リスク

- ○ ドライバー不足・高齢化の進行
- ○ 燃料価格の高騰
- ○ 労務コスト上昇
- ○ 再配達による配送効率低下

対策

- ○ EC・ネットスーパー利用の定着による需要拡大
- ○ 置き配や家電設置等付加価値サービスの伸長
- ○ EV車導入や配送最適化DXによる他社差別化



EC常温輸配送事業

AZ-COMネットワークとDXで輸送力確保
IT投資と人材強化で環境変化に強い体制構築

市場環境と当事業の強み

当社グループのEC常温輸配送事業は、EC市場の拡大を背景に、幹線輸送、店舗向け配送、路線集配から家具・家電の配送・設置まで、幅広い物流ニーズを支えています。市場では、EC化率と物量の上昇により輸配送需要が拡大する一方、物価上昇による消費マインドの低下や、顧客企業の戦略変更、統合・廃業に伴う輸送量の変動がリスクとなっています。また、慢性的なドライバー不足や労働時間規制、燃料などの仕入原価の高止まりが続き、待機時間の削減や納品条件の見直しを荷主企業と協働して進めることが不可欠です。

食品・医薬品分野では、冷凍・冷蔵・常温の三温度帯に対応する輸送需要も高まっています。当事業は、大型・中型・小型車両を組み合わせた多様なサービスに加え、仕分け、配送で培った高難度オペレーションの実績を有しています。全国の運送会社などの会員企業で構成されるAZ-COMネットワークを活用し、物量や地域に応じて輸送力を柔軟に確保できることも強みです。さらに、DXと統合配車センターにより輸送リソースを全体最適化し、輸送拠点の開発による空車時間の削減や、顧客との協働による長時間運行の解消を進めています。

人材面ではドライバー採用を強化するとともに、健康サポートや脳ドックなどを通じて確保・定着・育成を強化しています。足元では、物量と稼働車両の増加、料金改定、生産性向上が増収に寄与しています。今後も中期経営計画2028に基づくIT投資、組織再編、人員再配置を前倒しで進め、環境変化に強い輸配送体制を構築していきます。



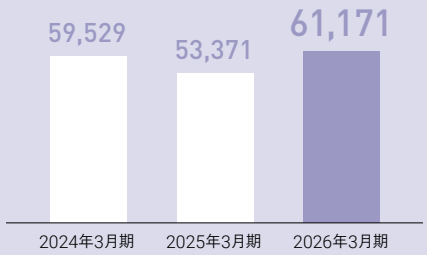
大型トラック（10t）



丸和通運のクールコンテナ

売上高推移

（単位：百万円）



前期比
+14.6%

主な取引先

- ヤマト運輸
- アマゾンジャパン
- PALTAC ほか

リスク

- ○ 長距離トラックドライバーの労働規制（2024年問題等）に伴う輸送能力の制限
- ○ 幹線輸送コストの上昇

対策

- ○ 複数社での共同輸送やモーダルシフト需要の獲得
- ○ 幹線ネットワーク共有化による稼働率と輸送効率の向上

EC常温3PL事業

「毎時決算」導入で低コストかつ高品質な運営実現
若手中心運営体制の全社展開を加速

市場環境と当事業の強み

当社グループのEC常温3PL事業は、商品の入荷・保管・出荷などを一体的に担い、拡大するEC物流を支える事業です。EC化率は伸びが緩やかになりつつも上昇を続け、大手EC事業者や卸・小売企業による物流センターの開設需要、大型案件の受託機会は引き続き拡大しています。一方、消費マインドの低下や顧客企業の戦略変更、統合・廃業による物量変動に加え、人材の確保・育成が事業継続の鍵を握ります。当事業は、大手EC専用センターの運営実績と、小売常温品の多品種・多様な取り扱いへの対応力を有しています。5S、安全管理、作業標準を徹底し、1時間単位で実績を確認して改善する「毎時決算」を導入。工程別データの蓄積とセンター間比較により、生産性と保管効率を高め、少人数でも管理できる低コスト・高品質な運営モデルを構築しています。

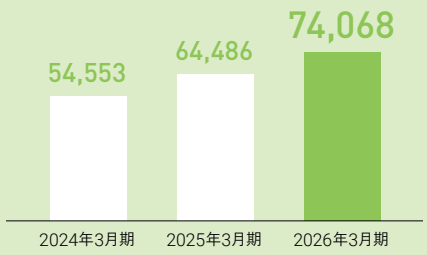
さらに、これまでグループ入りした事業会社との連携を通じて、運営ノウハウ、資本力、人材獲得力を強化し、大規模センターを立ち上げられる体制を整え、2026年8月時点で大手EC専用センターとして17拠点を運営しています。現場では入社3年未満の社員が8割以上を占め、20代のセンター長や複数拠点を担うマネージャーが育つなど、若手中心の運営が定着し、離職率も全社平均を下回っています。物量増加や稼働率向上、料金改定、生産性改善を増収増益につなげつつ、運営・育成モデルの全社展開を加速していきます。


青梅事業所（2025年3月開設）


横浜杉田事業所（2025年8月開設）

売上高推移

（単位：百万円）



前期比
+14.9%

主な取引先

- アマゾンジャパン
- ダスキン ほか

リスク

- ○ 主要顧客への依存度の高さ
- ○ 大型セール期等の急速な物量波動への対応負荷
- ○ 庫内作業員確保の難化

対策

- ○ EC事業者の物流アウトソーシング推進
- ○ 自動化マテハンやロボティクス導入による大規模拠点管理の付加価値化

低温食品3PL事業

多様な輸送手段で一気通貫のサプライチェーンを構築「AZ-COM Matsubushi EAST」で生産性向上図る

市場環境と当事業の強み

当社グループの低温食品3PL事業は、食品の調達から保管、輸配送、店舗・消費者への供給までを一体的に支え、顧客企業の経営課題の解決に貢献する事業です。食品スーパーマーケット市場では、ドラッグストアなど異業種の参入で競争が激化し、産直品やPB、惣菜といった付加価値商品による差別化が重要になっています。冷凍食品の流通拡大や商品仕様の多様化、BCPを目的とした在庫拠点への需要が高まる一方、物価上昇によるコスト削減圧力、ドライバーの労働時間規制、燃料単価や最低賃金の上昇が課題となり、持続可能な物流体制が求められています。当事業は、経営貢献型ロジスティクス「AZ-COM7PL」を通じ、メーカーからスーパーマーケット・ネットスーパーまでを結ぶ一気通貫のサプライチェーンを構築しています。商流と物流の分離、店舗作業の改善、青果の産直導入に加え、産地セミナーや鮮度にこだわった商品の開発を通じて仕入れ面も支援しています。

また、トラック、クールコンテナ、ANA Cargoの航空便、RORO船を組み合わせ、温度管理や国際輸送を含む多様なニーズに対応しています。全国の荷主専用センターに加え、旗艦拠点「AZ-COM Matsubushi EAST」を低温物流、DX実装、グループ・センター間連携の中核とし、生産性の向上を図っています。同センターは免震機能を備え、BCP対応の強化にも寄与しています。

今後は、若手を育成し即応力の高い現場をつくるとともに、製造・販売・配送の垂直統合と企業間の水平連携、コールドチェーンを維持する産直プラットフォームを推進します。引き続き、取扱物量の拡大と「AZ-COM Matsubushi EAST」の稼働率向上を図り、将来を見据えた持続可能な物流インフラの構築に取り組みます。

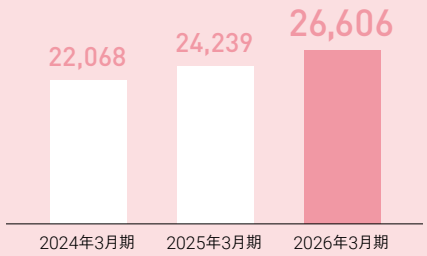

AZ-COM Matsubushi EAST



トウモロコシの積み込み作業

売上高推移

（単位：百万円）



前期比
+9.8%

主な取引先

- ベルク
- ベイシア
- マミーマート
- コープ東北サンネット事業連合
- ヤマザワ
- マルアイ

リスク

- ○ 冷凍・冷蔵設備の稼働に伴う電気代等エネルギーコストの高騰
- ○ 厳格な温度・衛生管理のトラブルリスク
- ○ 24時間365日運用に伴う人手不足

対策

- ○ 冷凍食品やネットスーパー等の需要拡大
- ○ スーパーマーケット・生協の物流統合・アウトソーシング加速
- ○ 大型専用センターへの集約によるシェア拡大

医薬・医療3PL事業

DCとTCのハイブリッド運営を全国で展開
2028年竣工予定の新拠点で首都圏体制整備

市場環境と当事業の強み

当社グループの医薬・医療3PL事業は、高度な品質管理のもと、医薬品の保管から輸配送、返品までを一貫して担い、人々の健康と暮らしを支える社会的意義の大きい事業です。市場では物価上昇が続く一方、インバウンド需要の増加によりサービス消費が拡大しています。また、業界再編や医薬品のEC化が進み、販売・購買チャネルも変化しているため、その動きを先読みした柔軟な対応が求められます。品質・温度管理やトレーサビリティに対する要求が高まる中、医薬品を安定的に供給する社会的責任は一層大きくなっています。労働力不足や各種コストの上昇に加え、薬機法やGDPガイドラインへの対応も重要な課題です。

当事業は、アズコムMC名古屋センターの稼働により、国内6カ所の出荷センターと1カ所の返品センターからなる全国ネットワークを構築し、高品質なサービスを一気通貫で提供しています。DC(在庫保管型)機能とTC(通過型)機能を併せ持つハイブリッド型の運営により、顧客ごとに異なる出荷形態に応じた物流ソリューションを実現しています。さらに、「アズコムMC名古屋センター」「アズコムMC福岡センター」の開設により西日本の物流体制を強化し、メーカー、卸、小売までサプライチェーン全体を支援しています。DXによる省人化・効率化、若手育成による即応力の向上、コスト管理の徹底に加え、生産性向上施策と料金改定も収益改善に寄与しています。

今後は、2028年9月に竣工予定の基幹センター「AZ-COM Matsubushi WEST」について、免震構造や先端設備を備えた施設として計画的に準備を進め、広域輸配送機能とBCP対応力を備えた、首都圏の医薬・医療物流を支えるプラットフォーム構築を目指します。

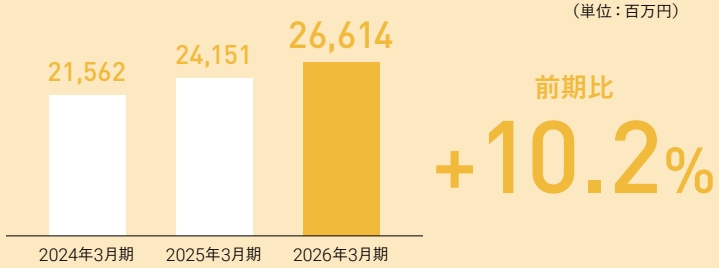

アズコムMC福岡センター



パレタイジングロボット

売上高推移

（単位：百万円）



前期比
+10.2%

主な取引先

- マツキヨココカラ&カンパニー
- アルフレッサ ほか

リスク

- ○ 医薬品の適正流通(GDP)ガイドライン対応による管理コスト増加
- ○ 薬価改定に伴う製薬・卸からのコスト削減圧力

対策

- ○ GDP準拠の高品質物流を扱える事業者への需要集中
- ○ 製薬メーカーや卸業者間の共同物流推進
- ○ ドラッグストアや在宅医療向け需要の伸長