

「物流会社は規模重要」

SBSグループ M&A、提携で拡大路線



「一定の規模がないと勝てない」と話す鎌田代表

SBSグループ(鎌田正彦代表)は、M&A(企業の合併・買収)の推進や同業他社との資本提携などを視野に企業規模を広げ、収益拡大を図る。鎌田代表は「規模拡大で、売上高二千億、営業利益率5%で百億の利益が出る会社になりたい。十年ぐらいで(売上高)三千億はいきたい」と意気込む。(水谷 周平)

「物流会社は規模が大きかった。企業統制とコンプライアンス(法令順守)の徹底ができ、投資能力も強い規模があればリスクがあっても取り戻せる」(鎌田代表)。

これまでもM&Aで規模を広げてきたSBSグループ。平成十六年に雪印乳業の物流子会社・雪印物流(現・フーズレック)、十七年に東急傘下の東急ロジスティック(現・ティーエルロジック)を買収。十九年十二月期決算では、売上高千四百七十億円に到達し

た。そこへリーマン・ショックが到来。景気低迷による貨物量減少を受け、二十、二十一年と二期連続の減収に。売上減に対応したコスト削減の徹底や「強烈」な営業開拓で筋肉質な体制づくり、新規業務獲得を進めてきた。勝ち残りをかけたさらなる戦略として掲げるのが「規模へのこだわりの追求(同)だ」。

フーズレックでM&Aを検討中
ことし四月、ティーエ

ルロジコムが、家電系メーカー物流強化に向け日本ビクターの物流子会社・ビクターロジスティクスを傘下に。日本ビクターに持ちかけた物流業務アウトソーシングの営業提案が、M&Aに発展した。

M&Aのパートナーとして視線を向けるのは、物流子会社や荷主の物流部門、3PL(サードパーティー・ロジスティクス)や国際を強みにする物流企業。

「同じ業態の企業が一つのグループに集まり同じ志を目指すというのは日本でも珍しい。新しいスタイルの経営(同)」。ことしに入り、M&Aの案件も増加。フーズレックでは、チルド系物流子会社とのM&Aが検討段階にあるという。

「多国籍軍」で面白い会社に
「単独で生き残るのが厳しい状態。売り上げを倍以上にするにも五十年はかかる。複数で力をあわせて経営をして、弱いところを共同化するアラ

イアンス(提携)が必要(同)と同業他社との経営統合や資本面・業務面のアライアンスも視野に入れる。
「SBSは多国籍軍。色々な人間がいる。血が混ざっているほうが強い。明確な目標と戦略があれば人は集まってくる。成長して確固たる地位を築き、面白い会社にしていきたい(同)」。