



ヤマトホールディングス

純粋持株会社体制への移行

当企業グループは、グループ経営を推進するためにグループ内の事業再編を行い、デリバリー事業、BIZ-ロジ事業、ホームコンビニエンス事業、e-ビジネス事業、フィナンシャル事業、グループサポート事業の6つの事業フォーメーションを確立するとともに、コーポレート・ガバナンスの変更、ネットワークの再構築を行ってきました。

その最終段階として、2005年11月、グループ全体の戦略的な意思決定と最適な経営資源の配分を行う

ことで成長のスピードを加速させるため、従来のヤマト運輸株式会社を、グループ全体の「意思決定・監督機能」を有するヤマトホールディングス株式会社と、デリバリー事業の「執行機能」を有するヤマト運輸株式会社に分割し、純粋持株会社体制へと移行しました。

従来の事業持株会社体制では、ヤマト運輸株式会社がグループ本社としての「意思決定・監督機能」とデリバリー事業本社の両方を行っていたことから、グループ全体の経営もデ

リバリー事業に偏っていました。今後は、非デリバリー事業を成長させる経営への転換を図るため、純粋持株会社のヤマトホールディングス株式会社はグループの各事業フォーメーションに対する「意思決定・監督機能」に特化し、経営のスピードを高め、より株主の皆様の視点に立った事業の評価や適切な経営資源の配分を行い、これによりグループ体制を一層強化し、さらなる企業価値の向上を目指していきます。

デリバリー事業

当事業では、宅急便・クロネコメール便を中心とした一般消費者・企業向け小口貨物輸送サービスを手掛けており、主力商品の宅急便は今年で発売から30周年を迎えました。クール宅急便、宅急便コレクトといったお客様の視点に立って開発された高付加価値商品とサービス品質を維持しており、今後も質の高いサービスを追求していきます。

BIZ-ロジ事業

当事業では、ロジスティクス事業・国際・美術品事業などの企業間物流を担っており、サービスパーツロジスティクスやメディカルロジスティクスなどによりサービス体制強化に努めています。創造的なロジスティクスサービスの提供とトータルコスト低減を通じて、顧客企業のSCMに貢献し、最適な物流システム提案を目指しています。

ホームコンビニエンス事業

当事業では、引越事業・生活サポート事業・流通サービス事業の3事業を柱とし、「地域に潜在する様々な不便を解消するために、地域毎に独自の新サービスを開発する」という理念のもと、取り組んでいます。2005年11月には「らくらく家財宅急便」を発売するなど、今後もお客様にとって利便性の高いサービスを提供していきます。

e-ビジネス事業

当事業では、企業向けASPサービスや情報システム開発などの情報サービス事業に取り組んでいます。「トレーシング」「セキュリティ」「パッケージ」の3つのキーワードを軸に、新しい商品開発を進めています。2006年には、重要書類の個別追跡管理サービスを開発するなど、今後も積極的な営業展開を進めていきます。

フィナンシャル事業

当事業では、企業・一般消費者向け決済・金融商品の提供に取り組んでいます。決済手段の多様化を進めるとともに、ヤマトグループの総合力を活かし、お客様に対して充実したフィナンシャルサービスを提供するため、2005年4月には、割賦債権買取業を営むファインクレジット株式会社を子会社化しました。今後も、「総合物流決済サービス事業」としての成長を目指します。

グループサポート事業

当事業では、自動車整備事業・幹線輸送事業・人材派遣事業を中心に、広義なシェアードサービス事業に取り組んでいます。

人事部門や経理部門といった当企業グループ会社内で共通する業務の集約など、経営資源を適切かつ最大限に活かすためのサポートをはじめ、今後はグループ外の企業に対しても営業展開を図っていくことにより、プロフィット化を目指します。

グループコーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

当企業グループでは、企業理念に基づいて、法と社会的規範に沿った事業活動を展開するとともに、コンプライアンス経営を積極的に推進しています。グループ内の経営資源を有効活用し、企業価値の最大化を図ることを経営上の最重要課題の一つと位置付け、経営体制の強化と各種施策を実践しています。

純粋持株会社体制への移行

当企業グループはグループ経営を推進するため、グループ内の事業再編に合わせ、ガバナンス体制も変更しました。

事業持株会社体制時は、親会社のヤマト運輸株式会社が、デリバリー事業を行うとともに各事業会社を束ねる体制となっていましたが、純粋持株会社体制への移行に伴い、グループ全体に対する「意思決定・監督機能」を有する当社と、事業の「執行機能」を有する各事業会社を明確に

分離しました。これは、当社と事業会社とを一体的に展開し、内部統制を充実させ、よりスピーディーな経営を実践することが狙いです。

純粋持株会社体制への移行により、これまで以上に株主の皆様の視点に立った事業の評価や経営資源の配分を行うなど、グループ体制を一層強化し、さらなる企業価値の向上を目指していきます。

また、当企業グループは、2005年4月からスタートした「ヤマトグループレボリューションプラン 2007 新価・革進3か年計画」に基づいて、新たな成長力の確保と徹底した高効率経営を目指しています。当計画の目標達成とさらなる成長の実現に向けて、2006年4月より、意思決定・監督機能を担う取締役と、経営の執行を担う執行役員を明確に分け、取締役会から執行役員会に大きく権限を委譲しました。これにより、内部統制の充実と、よりスピーディーな経営を実践していきます。

施策の実施状況

当企業グループの意思決定、監督および執行に係る経営管理組織として、取締役会、経営諮問会議、執行役員会議を設置し、重要事項の意思決定を迅速かつ的確に行える経営体制としています。また、事業年度毎の経営責任の明確化を図るため、取締役の任期は1年としています。

監査役については、常勤監査役2名と、当社とは利害関係のない社外監査役の2名の計4名で監査役会を構成しています。監査役は、取締役会、その他の重要な会議に出席するほか、業務執行の適法性に関して監査を行うなど、健全な経営と社会的信頼の向上に努めています。

内部監査機能としては、グループの内部監査部門を通じ、内部統制の有効性について監査を実施しており、その結果については、取締役および監査役に報告する体制を整えています。さらに、グループ監査役連絡会を定期的を開催し、主要事業会社

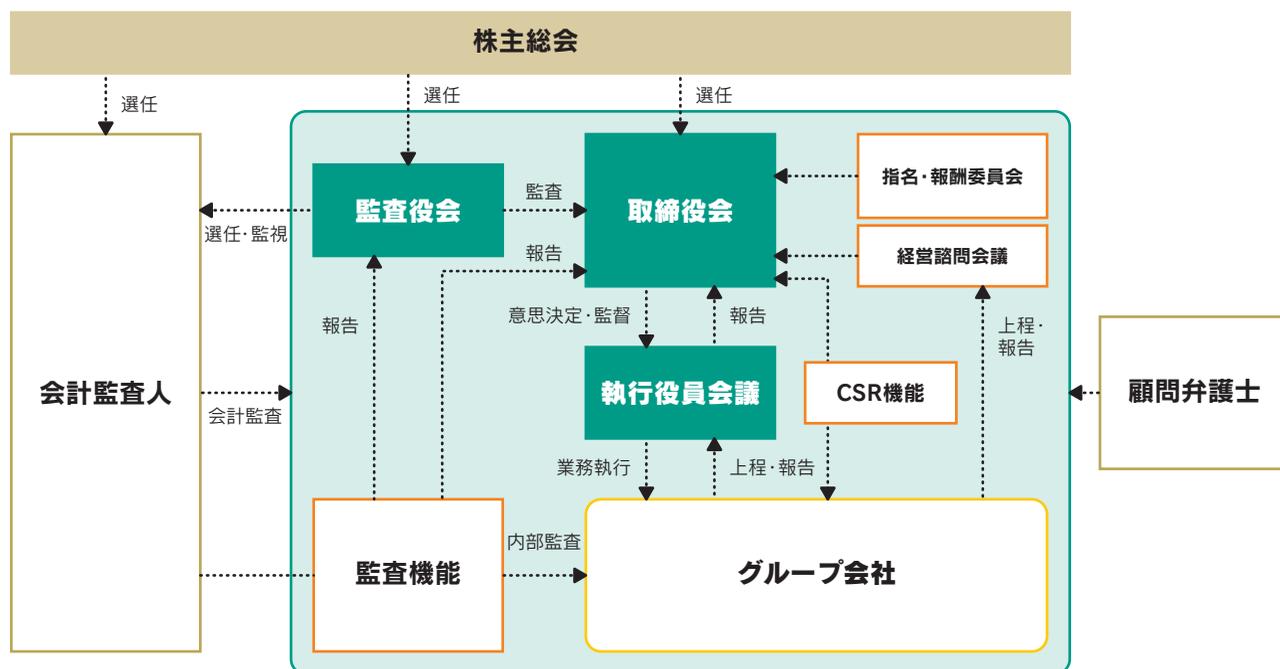
の常勤監査役と監査方針、監査方法などを協議するほか、情報交換を行うなど、連携強化も図っています。

当企業グループは、既存経営管理組織によるチェック・アンド・バランスを機能させるとともに、コンプライアンス経営を確立させ、株主の皆様から信頼される企業を目指し、CSR機能が事務局となり、法律や企業倫理を遵守するための活動を行っています。今後も、評価対象となる各部門での統制自己評価(CSA:

Control Self Assessment)を基本に、内部監査を中心とした牽制機能を充実させ、内部統制が効果的に機能するシステムを構築し、実施していきます。

また、指名・報酬を諮問し、取締役会に提案する指名・報酬委員会を社外取締役2名を中心に運営することにより、経営の透明性を高めるとともに、さらなる企業価値の向上に努めていきます。

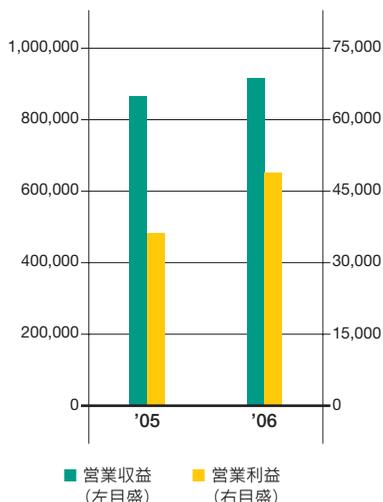
コーポレート・ガバナンス体制図



デリバリー事業

営業収益／営業利益

(百万円)



デリバリー事業においては、宅急便事業・クロネコメール便事業といった一般消費者・企業向け小口貨物輸送サービス事業に取り組んでいます。

2006年3月期の宅急便の総取扱個数は11億29百万個となり、前期比6.2%増加、また、営業収入は7,373億99百万円と、順調な1年となりました。

宅急便事業では、「まかせて安心」の基本理念のもと、多様化するお客様のニーズに柔軟に対応するため、市場別にセグメントした積極的な営業を展開したことが、増収の第一の理由に挙げられます。2005年11月には、宅急便のお届け予定からお届け完了、ご不在時には、宅急便のお届けがあったことをお知らせする「宅急便e-お知らせシリーズ」と、マンション備え付けの宅配ロッカーから宅急便を発送できる「宅配ロッカー発送サービス」、2006年2月には、ご不在で受け取れなかった宅急便を24時間ご都合の良い時間にコンビニエンスストアなどで受け取ることができる「宅急便店頭受取りサービス」を開始するなど、お客様の多種多様なニーズに対応したサー

ビスの提供により、利便性の向上を図ってきました。

一方、クロネコメール便事業では、総取扱冊数が17億35百万冊と前期比21.1%増加し、営業収入は1,205億49百万円となりました。

これは、法人顧客との取引拡大や、販売窓口の拡大などの営業強化に努めてきたことが理由に挙げられます。

デリバリー事業においては、市場競争の激化により、宅急便ネットワークにおけるオペレーションのコスト競争力を高めることが非常に重要な課題となっています。当企業グループでは、2003年4月からの宅急便エリア・センター制導入により、よりきめ細かいサービスを提供するために従来の営業所を細分化、現在では約5,900の宅急便センターで営業を展開しており、電話対応・経理・人事など従来各営業所で行ってきた業務は主管支店で集約するなど、コスト競争力の強化に努めています。

その結果、当期のデリバリー事業の営業収入は9,159億52百万円となり、前期比5.7%増加しました。

BIZ-ロジ事業

BIZ-ロジ事業においては、ロジスティクス事業・国際・美術品事業など、SCMの中のB2B(企業間ビジネス)を対象とする企業間物流サービス事業に取り組んでいます。

2006年3月期の当事業の営業収入は1,114億88百万円となり、前期比0.7%の微増にとどまりました。

これは、航空輸送需要の低迷や価格競争激化の影響から、フォワーディング業務・ロジスティクス業務ともに厳しい状況が続いたことが理由として挙げられます。

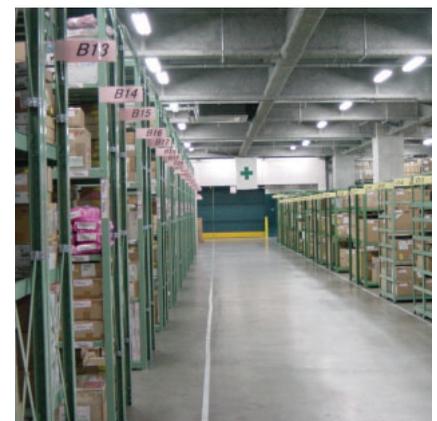
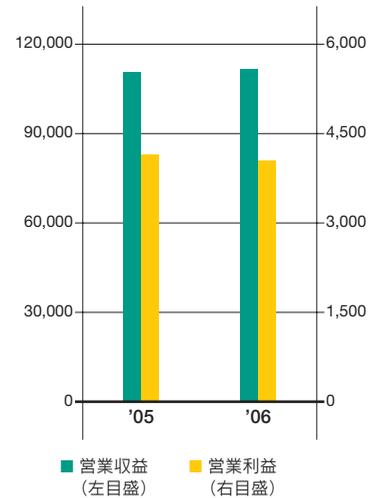
このような市場環境のもと、当事業では、ロジスティクスサービスと国際物流を合わせた営業の一体化によるトータルな物流提案営業を推進しています。中でも、緊急性の高い保守業務における代品・部品配送

については、緊急事態に備えて24時間365日体制で対応するサービスパーツロジスティクスを展開しています。また、医療品については、生産拠点から医療機関までをトータルに、当企業グループのインフラを活用して調達・流通加工・保管・お届けを行うメディカルロジスティクスなど、事業におけるサービス体制強化に努めています。

メディカルロジスティクスにおいては、改正薬事法で定められる履歴管理をサポートしているほか、ヤマトロジスティクス株式会社の東京BIZロジセンター(東京都大田区)では、医療機器製造業許可を取得し、製造工程に含まれている「包装・表示・保管」業務を同社の責任管理下でサービス提供しています。

営業収益/営業利益

(百万円)

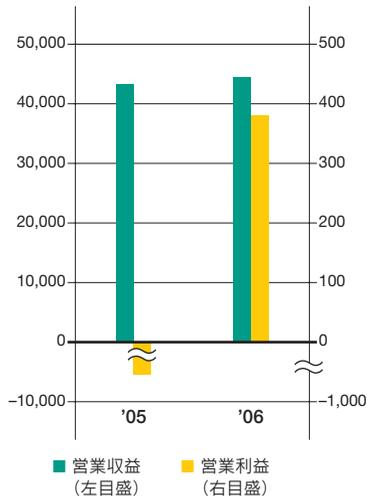


東京BIZロジセンター

ホームコンビニエンス事業

営業収益／営業利益(損失)

(百万円)



ホームコンビニエンス事業では、引越事業・生活サポート事業・流通サービス事業の3事業を中心に、地域密着型生活支援サービス事業に取り組んでいます。

2006年3月期、引越事業においては、競争激化により厳しい市場環境が続きましたが、「得選市場」などの物品販売が順調に推移し、当事業の営業収入は444億98百万円となり、前期比2.6%増加しました。

2005年11月には、インターネットオークションで家具や家電を売買されたお客様、少ない荷物で引越しをされるお客様をターゲットとした「らくらく家財宅急便」を発売しました。

これまで大型の家具や電化製品は、メーカーから量販店を經由して個人のお客様へ販売されるのが主流でした。しかし、近年、ネットオークションなどの普及により、個人間での大型家具や電化製品の取引が増加したこと、また、通常の販売網以外にも、メーカーから直接購入するオンラインショッピングの需要が伸びていることを受けて、これらの製品を発送する際に宅急便感覚で利用でき、据え付けまでを行うサービスを商品化しました。今後も、利便性の高いサービスの提供に注力していきます。



e-ビジネス事業

e-ビジネス事業では、企業向けASPサービスや情報システム開発などの情報サービス事業に取り組んでいます。2006年3月期の営業収入は、272億79百万円となり、前期比で11.7%増加しました。

これは、クレジット・信販業界向けの情報処理サービスが好調に推移したことが主因となっています。また、当事業においては、業種別営業体制を確立し、注文請負型からソリューション提供型への戦略の転換を図っており、トレーシングやセキュリティの要素を加えた提案をするなど、積極的な営業を展開しています。

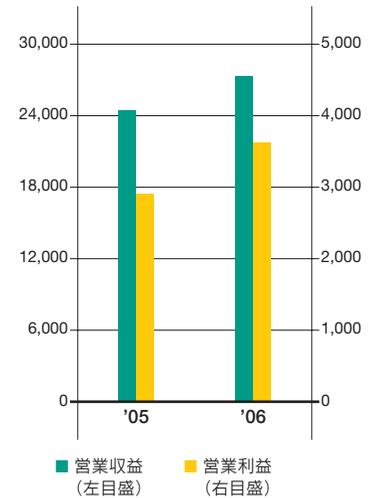
年間100億件というトランザクション処理能力の実績から生まれた信頼性の高い情報処理サービス、

24時間365日安定稼働によるビジネスサポート、東京・大阪のバックアップ体制の中で、「トレーシング」「セキュリティ」「パッケージ」をキーワードとした新しいビジネスを開発していきます。

2006年には、「セキュリティ」をキーワードとした、重要書類の個別追跡管理サービス「重要情報追跡ASPサービス」を開発しました。当サービスは、金融機関や会員申込書など、個人情報の厳重管理を目指す企業をターゲットとして拡販していきます。今後も宅急便の荷物追跡システムで培った個別追跡管理のノウハウをパッケージ化し、グループ以外の企業に積極的に提供していきます。

営業収益／営業利益

(百万円)



ヤマトシステム開発株式会社 本社東陽町事業所

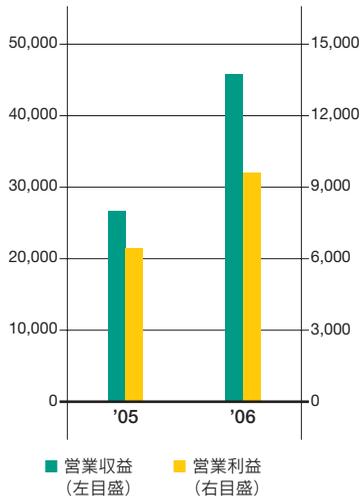


サーバールーム

フィナンシャル事業

営業収益／営業利益

(百万円)



フィナンシャル事業では、企業や一般消費者向け決済などの金融サービス事業に取り組んでいます。

当事業は、お客様の利便性を高めるため、決済手段の多様化を図り、主に中小企業向けに未収、割賦などを取り入れた新しい物流決済サービスを提供していく考えです。その際にファイナクレジット株式会社の持つ与信機能および債権管理機能を活用するため、2005年4月に同社を子会社化しました。

以上により、ファイナクレジット株式会社を含めた2006年3月期の営業収入は457億44百万円となり、前期比で71.7%増加しました。

2005年7月には、通販事業者向け総合決済サービス「宅急便コレクト」

を発売。代金引換、お届け時および注文時のカード払い、コンビニエンスストア・郵便局払い、パソコン・携帯払いといった多彩な決済手段を揃え、積極的な営業を展開しています。

また、2005年11月には、「宅急便コレクト」を利用している通販事業者のお客様向けに、インターネット上で販売商品の入金状況の確認、精算書の確認などができるサービス「宅急便コレクトinfoBOX」を開始しました。従来の対面売買から販売チャネルが拡大したことにより、商品の流通量が増加している近年の状況を受け、今後も通販事業者向けをはじめとしたトータルな金融サービスを提供していきます。



グループサポート事業

グループサポート事業では、自動車整備事業・幹線輸送事業・人材派遣事業など、広義のシェアードサービス事業に取り組んでいます。

当事業では従来、人事部門や経理部門といった、当企業グループ会社内で共通する業務の集約など、経営資源を適切かつ最大限に活かすためのサポート業務に取り組んできましたが、蓄積されたノウハウや新事業をベンチマークとして、グループ外の企業に対しても営業を展開するなど、プロフィット化を進めています。

その一例として挙げられるのが、ヤマトオートワークス株式会社です。

ヤマトオートワークス株式会社は、グループ内の資産である4万台

の車両整備および管理業務を行ってきたノウハウをもとに、「運送業者のためのベストパートナー」を目指しています。新車・中古車の購入から整備・管理・ボディーリフォーム、車両管理、さらには保険・物流施設メンテナンスなど、幅広く一貫したサービスの提供で、運送事業者の効率的な経営に貢献しています。

2006年4月には、事業用トラック事業者の利便性を向上させ、さらなるコスト削減を実現するために、斬新な発想を取り入れた工場（スーパーワークス）の第3号店を、札幌工場、三重工場に続き東京地区に竣工しました。

さらに、当社は2006年2月、セイノーホールディングス株式会社と

業務提携を行い、同年4月には、従来の「クロネコボックスチャーター便」を発展させ、流通在庫や仕掛け在庫削減を目指す荷主企業に対し、中ロットの荷物を中長距離の区間でジャストインタイムで納品することにより、お客様のSCM構築に貢献する「JITBOXチャーター便」を発売しました。「JITBOXチャーター便」については、さらに同年5月に日本通運株式会社、6月には路線トラック会社12社と業務提携を行うなど、企業間物流における新デファクトスタンダードとして確立することを目指しています。

