

財務分析

連結の範囲

ヤマトグループは、2007年3月期(当期)末時点で、ヤマトホールディングス(株)(当社)および子会社46社、関連会社5社により構成されています。連結対象とする子会社は前期末時点で50社でしたが、グループの再編などにより当期末時点では37社となりました。なお、ヤマト物流設計(株)については重要性が増したため、当期より連結の範囲に含めています。一方、前期まで連結の範囲に含めていたYamato Transport(U.K.)Ltd.、雅瑪多(上海)物流有限公司およびワールドコンピューターセンター(株)については重要性が低下したため、当期より連結の範囲から除いています。また当期末において持分法を適用している非連結子会社および関連会社はありません。

営業概況

当期におけるわが国経済は、民間設備投資の拡大や個人消費の緩やかな増加に支えられ、景気は回復基調で推移しました。一方、トラック輸送業界においては、原油価格の高騰や改正道路交通法の施行、さらには日本郵政公社の低価格での攻勢による影響も含め、同業者間の競争は激化し、厳しい経営環境が続きました。

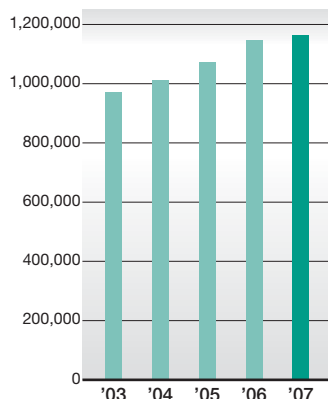
このような状況のもとでヤマトグループは、中期経営計画「ヤマトグループレボリューションプラン2007新価・革進3か年計画」の2年目を迎え、引き続きデリバリー事業の着実な拡大を図りつつ、グループの経営資源を生かした非デリバリー事業の成長を加速させる事業戦略を推進し、あらゆる業務領域においてプロセス改革を実践し、高効率経営を目指しました。

この事業戦略に基づき、ヤマトグループと日本郵船グループは、2006年5月10日に戦略的提携について合意し、両者が有する海外・国内の経営資源を有機的かつ効率的に最大限活用し、質の高いグローバルなロジスティクスサービスの提供を目指し、業務提携および資本提携を実施しました。

また、今後の市場の拡大が期待されるダイレクトメール市場においても、早急に優位性を確保すべく、2006年4月にドイツポスト・ワールドネット傘下のDHLグローバルメール・ジャパン(株)と日本国内におけるダイレクトマーケティング事業を行う合併会社を設立しました。

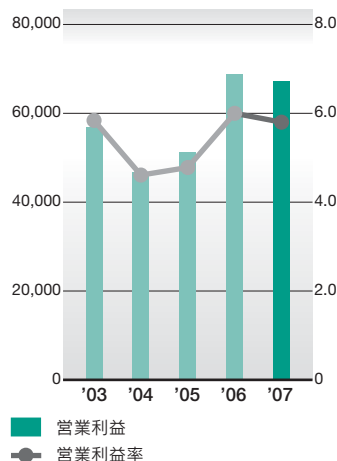
営業収益

(単位:百万円)



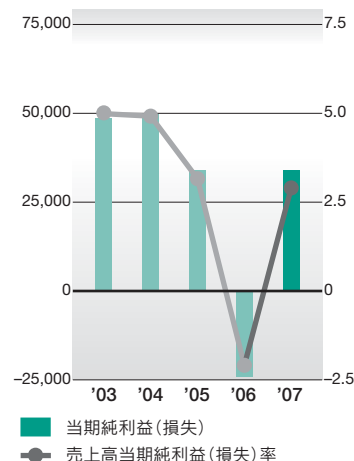
営業利益/営業利益率

(単位:百万円、%)



当期純利益(損失)/売上高当期純利益(損失)率

(単位:百万円、%)



さらに、2006年4月に発売したフランチャイズ形態による「JITBOXチャーター便」については、2006年8月より15社の企業グループによる販売体制が整い、企業間物流における新しいデファクトスタンダードを目指し、積極的な営業を展開しました。

以上の結果、当期の営業収益は前期比1.5%、166億7百万円増加し、1兆1,615億68百万円となりました。一方、費用面では原油価格高騰の影響やデリバリー事業における諸費用の増加もあり、営業利益は前期比2.3%、15億60百万円減少の671億61百万円となりました。営業利益率は前期比0.2ポイント低下し、5.8%となりました。当期純損益は、前期の239億68百万円の純損失に対し、当期は338億13百万円の純利益となりました。当期純損益の改善は主に、前期に計上したデリバリー事業の事業分割に伴う土地評価損の計上が当期にはなかったためです。当期純利益率は、前期の-2.1%から、当期は2.9%に改善しました。

セグメント情報

各事業セグメントの状況は以下のとおりです。

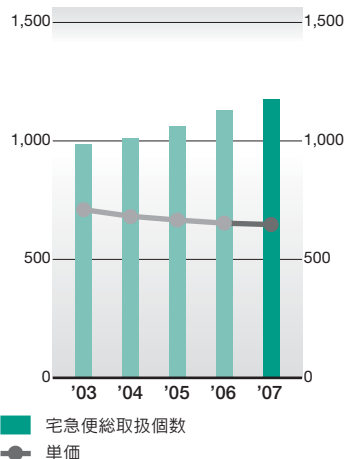
<デリバリー事業>

デリバリー事業は、宅急便事業やメール便事業など、主に一般個人消費者や中小企業向け小口貨物輸送サービス事業を行う事業です。

宅急便事業は、「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、セグメントした市場ごとに積極的な営業を展開しました。2006年11月にはネットオークションを利用されるお客様に、落札後の決済から配送までを安心して便利に利用していただける「オークション宅急便」を発売するなど、お客様の利便性の向上を図りました。その結果、宅急便の総取扱個数は11億74百万個となりました。このうちクール宅急便は前期比5.7%、7百万個増加し、1億45百万個となりました。商品代金の支払いを商品と引き換えに行う宅急便コレクトは、前期比6.5%、5百万個増加しました。またスピーディで確実な時間内配達を約束するタイムサービスは、前期比2.6%増加の18百万個にとどまりました。宅急便単価は、前期の653円から6円下落し、647円となりました。

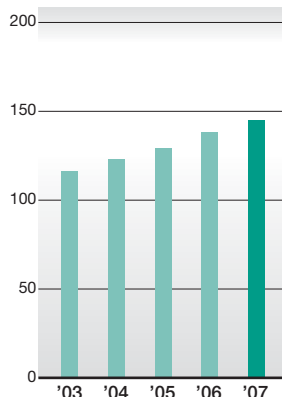
宅急便総取扱個数／単価

(単位:百万個、円)



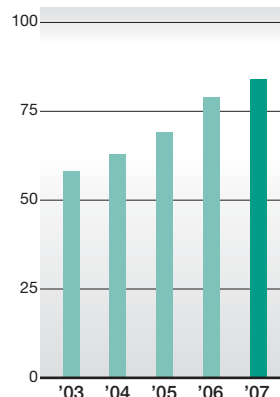
クール宅急便総取扱個数

(単位:百万個)



宅急便コレクト総取扱個数

(単位:百万個)



クロネコメール便事業につきましては、2006年4月よりメール便事業本部を設置し、品質・作業生産性の向上を目的とした体制強化に取り組みました。また、2006年10月には商品のリニューアルを実施するとともに、「クロネコメール便速達サービス」を発売するなど、積極的な営業を展開しました。その結果、クロネコメール便の総取扱冊数は19億70百万冊となり、前期比13.6%、2億35百万冊増加しました。クロネコメール便単価は、前期の69円から3円下落し、66円となりました。

以上の結果、テリバリー事業の営業収益は9,346億7百万円と、前期比2.9%、263億79百万円増加しました。一方、費用面においては原油価格の高騰、改正道路交通法の施行の影響およびクロネコメール便の配達体制の強化に伴う費用の増加があり、営業利益は433億2百万円と、前期比7.7%、36億8百万円減少しました。

宅急便総取扱個数と単価

3月31日終了の連結会計年度	2003	2004	2005	2006	2007
宅急便総取扱個数(百万個)	983	1,011	1,063	1,128	1,174
クール宅急便	115	122	129	137	145
宅急便コレクト	58	63	68	78	83
タイムサービス	16	16	17	17	18
単価(円)	710	682	666	653	647

クロネコメール便総取扱冊数と単価

	2003	2004	2005	2006	2007
クロネコメール便総取扱冊数(百万冊)	606	994	1,432	1,734	1,970
単価(円)	103	84	73	69	66

<BIZ-ロジ事業>

BIZ-ロジ事業は、主に企業間の物流サービスを行う事業で、航空事業、海運事業、ロジスティクス事業などが含まれます。

BIZ-ロジ事業は、日本郵船グループとの戦略的提携に基づき、2006年10月より郵船航空サービス株式会社と成田国際空港発の共同混載を開始し、さらに、2006年12月には中部国際空港および関西国際空港発も開始しました。また、「JITBOXチャーター便」を利用した「機密文書セキュアサイクルパック」の販売を2006年12月に開始するなど、お客様のニーズに対応してきました。しかし、航空輸送需要の低迷や価格競争激化の影響があり、フォワーディング業務・ロジスティクス業務とも厳しい状況が続きました。

航空事業の営業収益は当期より航空貨物収入の計上方法を変更したこともあり、前期比29.5%、198億35百万円減少し、473億87百万円となりました。海運事業の営業収益は、前期比7.1%、14億11百万円増加し、211億58百万円となりました。ロジスティクス事業の営業収益は前期比13.0%、22億72百万円減少し、152億67百万円となりました。その結果、BIZ-ロジ事業の営業収益は913億92百万円と、前期比18.0%、200億95百万円減少しました。営業利益は37億95百万円と、前期比6.0%、2億41百万円減少しました。

<ホームコンビニエンス事業>

ホームコンビニエンス事業は、主に一般個人消費者中心の生活者向けサービス事業や物品販売を行っています。

引越事業は、競争激化による厳しい市場環境が続いたものの、「らくらく家財宅急便」は法人顧客の獲得などにより順調に推移し、営業収益は前期比5.5%、18億63百万円増加し、355億31百万円となりました。一方で物品販売は、食品・飲料の販売自粛の影響が残り、前期比9.5%、22億96百万円減少し、218億82百万円となりました。その結果、ホームコンビニエンス事業の営業収益は449億83百万円と、前期比1.1%、4億84百万円増加しました。費用面では諸経費の削減に努めた結果、営業利益は13億47百万円と、前期比253.2%増加しました。

<e-ビジネス事業>

e-ビジネス事業は、主に企業向けASP・情報システム開発事業を行っています。

e-ビジネス事業では、「トレーシング」「セキュリティ」「パッケージ」をキーワードとして、グループの経営資源を活用したオンリーワンサービスの提供に努めるとともに、2006年8月より重要情報追跡ASPサービスを開始するなど積極的な営業を展開し、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ました。その結果、e-ビジネス事業の営業収益は307億14百万円と、前期比9.8%、27億31百万円増加しました。営業利益は50億29百万円と、前期比39.3%、14億17百万円増加しました。

<フィナンシャル事業>

フィナンシャル事業は、主に企業、一般消費者向け決済・金融商品提供事業を行っています。

フィナンシャル事業は、2006年5月より「らくらく家財宅急便」のコレクトサービスの取扱を開始し、お客様の利便性の向上に努めるとともに、2006年8月には本人認証サービス(3Dセキュア)を宅急便コレクト注文時カード払いに導入し、ネットショッピングにおいて安心して取引ができる環境整備を行いました。その結果、フィナンシャル事業の営業収益は484億30百万円となり、前期比7.5%、33億90百万円増加しましたが、費用面では、支払利息および貸与資産消却費の増加等があり、営業利益は90億49百万円と、前期比5.9%、5億70百万円減少しました。

<その他の事業>

その他の事業は、ヤマトオートワークス(株)を中心とした車両整備事業、ボックスチャーター(株)を中心としたボックスチャーター事業を主として取り組んでおります。

その他の事業のうち、車両整備事業では、トラック運送事業者を対象とした移動を止めない車検をはじめ、お客様の車両維持管理すべてを行い、トータルなコストダウンを実現することで、取扱台数が順調に伸びました。また、2006年10月には、バス整備事業においても、同様なサービスを提供するため、共同出資会社を設立しました。また、「JITBOXチャーター便」については、15社の企業グループでの販売体制が整ったことにより、取扱本数は順調に推移しました。

損益の状況

営業費用

当期の営業費用は、前期比1.7%、181億67百万円増加して1兆944億7百万円となりました。営業費用の主な内訳は、下表のとおりです。

営業費用の内訳	(単位:百万円)		
3月31日に終了する連結会計年度	2006	2007	増減
人件費	¥ 563,267	¥ 580,188	¥16,921
下払い	387,956	402,605	14,649
車両費	31,502	34,968	3,466
その他経費	250,463	243,424	(7,039)
内部消去	(156,948)	(166,778)	(9,830)
合計	¥1,076,240	¥1,094,407	¥18,167

営業費用の主な増加要因は、人件費と下払いの増加です。クロネコメール便の品質向上を目的とした集配戦力の強化のため、人件費は前期に比べ、169億21百万円の増加、下払いは、前期に比べ、146億49百万円の増加となりました。

なお、当期の従業員数は、デリバリー事業のパートタイマーおよびフルタイマーの増加などにより、前期の152,787人から4,866人増加し、157,653人となりました。

その他の損益

その他の費用(純額)は3億36百万円となり、前期に比べて606億73百万円改善しました。これは主に、前期に計上したデリバリー事業の分割に伴う土地評価損601億61百万円が影響しています。

当期純利益

当期の税金等調整前当期純利益は、前期の77億12百万円から591億13百万円改善し、668億25百万円となりました。法人税等は前期比11億94百万円増加し、324億70百万円となりました。

当期の税金等調整前当期純利益から法人税等324億70百万円および少数株主利益5億42百万円を差し引いた当期純損益は、純損失を計上した前期から577億81百万円改善し、338億13百万円の純利益となりました。

これにより、1株当たり当期純利益は75.59円となり、ROEは7.8%となりました。

なお、年間配当金は前期と同額の1株当たり20.00円としました。

キャッシュ・フロー

＜営業活動によるキャッシュ・フロー＞

当期の営業活動における収入は807億63百万円となり、前期に比べ39億12百万円の減少となりました。これは、クロネコメール便の配達体制の強化に伴う人件費の増加により、営業利益が前期に比べ15億60百万円減少したこと、および法人税等の支払額が前期に比べ24億60百万円増加したことによるものです。

＜投資活動によるキャッシュ・フロー＞

当期の投資活動における支出は608億98百万円となり、前期に比べ66億27百万円の増加となりました。これは、主に有形固定資産の取得による支出が471億17百万円となり、前期に比べ55億51百万円増加したこと、および日本郵船(株)との戦略的提携に伴う株式取得および関係会社株式の売却によるものです。

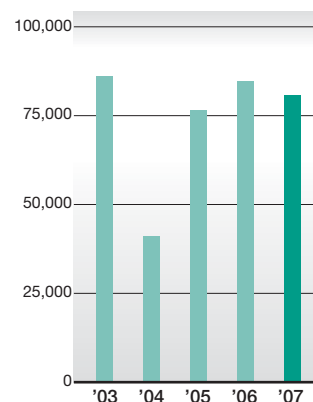
＜財務活動によるキャッシュ・フロー＞

当期の財務活動における支出は151億72百万円となり、前期に比べ101億83百万円の減少となりました。これは、主に社債の発行による収入49億43百万円および日本郵船(株)を引受先として自己株式の処分を行ったことによるものです。

以上の結果、当期末における現金及び現金同等物は1,301億45百万円となり、前期末に比べ46億41百万円の増加となりました。

営業活動による キャッシュ・フロー

(単位:百万円)



財政状態

当期末の流動資産は前期末比4.8%、194億95百万円増加し、4,251億3百万円となりました。主な要因は、受取手形及び売掛金の増加によるものです。

投資その他の資産は、前期末比10.4%、114億92百万円増加し、1,214億76百万円となりました。主な増加要因は、日本郵船(株)との戦略的提携に伴う株式取得などによる投資有価証券の増加100億80百万円です。

以上の結果、当期末の総資産は、前期末比4.6%、364億99百万円増加し、8,297億21百万円となりました。

負債合計は、主に固定負債の増加により、前期末比3.3%、121億19百万円増加し、3,780億26百万円となりました。

流動負債では、短期借入金で前期末比105億6百万円減少したものの、支払手形及び買掛金の増加などがあり、ほぼ前期末並みの2,847億26百万円となりました。固定負債は、主に長期借入金や社債の増加により、前期末比11.4%、95億18百万円増加し、933億円となりました。

純資産合計は、4,516億95百万円となり、前期末に比べ243億80百万円の増加となりました。これは、主に当期純利益338億13百万円を計上した一方で、自己株式の買付を99億98百万円行ったこと、剰余金の配当により93億80百万円減少したこと、および日本郵船(株)との戦略的提携に伴う自己株式の処分によるものです。

以上により、自己資本は4,452億63百万円となり、自己資本比率は前期末比0.3ポイント改善し、53.7%となりました。

資本的支出

当期の資本的支出はほぼ前期並みの488億81百万円となりました。事業セグメント別の内訳は以下のとおりです。

	(単位:百万円)	
	2006	2007
テリバリー事業	¥32,539	¥33,132
BIZ-ロジ事業	1,539	1,507
ホームコンビニエンス事業	381	408
e-ビジネス事業	1,465	605
フィナンシャル事業	11,825	11,773
その他の事業	1,086	1,408
内部消去	30	48
合計	¥48,865	¥48,881

テリバリー事業のネットワーク資産の増減は以下のとおりです。

	2006	2007	増減
車両台数(台)	54,693	51,386	(3,307)
事業所数(店)	10,777	13,171	2,394
取扱店(店)	289,598	282,719	(6,879)

今期の見通し

今期の経営環境は、原油価格の動向などの不透明な要因や、同業者間の競争激化など、引き続き厳しい状況が続くものと予想されますが、このような状況の中で「テリバリー事業の着実な拡大と非テリバリー事業の大幅な成長」を図るため、品質の向上に努めるほか、さらなる利便性の向上に役立つオンリーワンサービスの開発に注力します。

今期は、税制改正に伴う減価償却制度の変更の影響を考慮し、営業収益1兆2,400億円、営業利益720億円、当期純利益390億円を見込んでいます。

主なリスクファクター

ヤマトグループが事業を遂行していくうえで、投資者の判断に重要な影響を及ぼす可能性のある事項には、以下のようなものがあります。

なお、文中の将来に関する事項は、当期末現在において当社グループが判断したものです。

営業収益における宅急便依存度の高さ

当社グループの連結営業収益に占める宅急便事業の構成比は当連結会計年度において6割以上を占めており、他の事業と比べて、宅急便事業の業績が当社グループの業績に与える影響は大きなものとなっています。

宅急便事業は、国内の景気動向の影響を少なからず受けます。また、取り扱う荷物の中に農産物がありますが、天候不順等自然の影響を受けます。さらに、中元、歳暮等贈答用の荷物については、慣習が時代の趨勢によって見直される傾向があります。これらの要因により市場の伸率が鈍化した場合には、当社グループの業績に影響を与える可能性があります。

また、荷物を発送するお客様にとっては、宅急便は宅配便サービスの中の選択肢の1つであり、必要不可欠なものではありません。当社企業グループは価格による差別化よりもサービス内容や配達品質による差別化を図っておりますが、同業者間の激しい価格競争の結果、想定した範囲を超える単価の下落やお客様の他社への乗り換えが発生した場合には、当社グループの業績に影響を与える可能性があります。

人材の確保

当社グループの展開する事業は労働集約型の事業が多く、労働力としての質の高い人材の確保、またe-ビジネス事業等の専門分野においても、同様に人材の確保が重要であります。そこで、優秀な人材を継続的に採用し、適正な要員配置を行うことと、労働環境を整備し教育体制を充実させて社員の定着を図ることが、当社グループの成長にとって必要となりますが、これらが達成できなかった場合には、当社グループの将来の成長が鈍化し、当社グループの業績に影響を与える可能性があります。

人材流出による事業ノウハウの社外流出

当社企業グループは、他社とのサービスの差別化を図るため、新商品の開発、ネットワークの構築方法等各種のノウハウを蓄積してまいりました。これらの蓄積したノウハウの大半は法的な保護をすることが難しいため、人材流出とともにノウハウが外部に流出し、第三者に類似するサービスを提供されることを効果的に防止できず、当社グループの業績に影響を与える可能性があります。