

価値創造プロセス

事業環境／社会課題

- お客様の「期待」「ニーズ」の多様化
- 産業のEC化の急進展
- 総人口の減少と地域社会インフラの衰退
- 労働人口の縮小
- 気候変動と資源減少

新型コロナウイルス感染拡大を契機に全産業のEC化がさらに加速

- 生活様式：さらなるEC化、非対面を含むオムニチャネル化
- 流通構造：在庫・供給ルートの全体最適化

当社グループが抱えていた問題点

宅急便を
中心とした
経営構造

- 戦略： 急増するEC荷物、法人領域物流に全て宅急便で対応するには限界
- 経営システム： 勤と経験に依った属人的な業務が多く素早い意思決定を行える経営の仕組みが弱い
- 組織・風土： 「全員経営」のヤマトの良き風土が埋没

経営資源／強み

顧客 基盤	法人顧客	▶ 顧客取引社数：200万社超 ▶ ビジネスメンバーズ：約130万社
	生活者	▶ クロネコメンバーズ： 約4,500万人
×		
人財	セールス 担当	▶ アカウントセールス／セールスドライバー： 6万人超
	カスタマー 担当	▶ ゲストオペレーター／ コールセンターオペレーター： 約2.5万人
×		
物流 ネットワーク	拠点 ネットワーク	▶ ベース・営業倉庫：約200拠点 ▶ 宅急便センター：約3,700拠点
	輸配送 ネットワーク	▶ 幹線／BtoBミドルマイル／ 宅急便・EAZYラストマイル
×		
情報	リアル・ デジタルの 顧客接点	▶ アカウントセールス／セールスドライバー／ ゲストオペレーター／ コールセンターオペレーター／ クロネコメンバーズ／ビジネスメンバーズ
	データ	▶ 荷物流動データ：年間20億個超
×		
財務 基盤	健全性	▶ 格付け：AA-

提供

- 生活者向け：さらなる生活利便性の向上
- 法人顧客向け：企業価値向上の支援(物流最適化、バックオフィス業務の効率化)
- 社会向け：環境負荷の低減と環境配慮

社会的インフラを

中期経営計画「

Oneヤマトに結集した経営
サプライチェーンの変革に

法人事業の強化

グループインフラの強靱化

データ
経営資

経営体制の刷新と
ガバナンスの強化

「運創業」を支える
人事戦略の推進

経営構造改革プラン

コーポレー

グルー

ヤマトグループは、創業の精神「社訓」を原点に、経営理念に掲げる「豊かな社会の実現への貢献」を目指しています。これまでの事業活動を通じて培ってきた人財や物流ネットワーク、顧客基盤などの経営資源をOneヤマトのもとに結集し最適な形に組み合わせ、加速する全産業のEC化に対応するサプライチェーンの変革に向け、個人、法人のお客様、そして社会全体に価値を提供することで、持続的な企業価値向上を実現していきます。

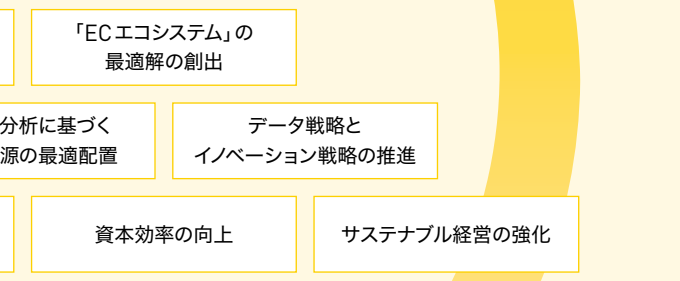


する価値

上
流効率化に留まらず、在庫の適正化や売上業務の効率化など経営課題の解決を支援) ジリエンスの向上、生活の質(QOL)の向上

担うヤマトグループ

Oneヤマト2023」
資源を最適な形に組み合わせ、
向けてEnd to Endで価値提供



「YAMATO NEXT100」

ト・ガバナンス

企業理念

目標(2024年3月期)

財務

連結営業収益：2兆円

連結営業利益：1,200億円

連結営業利益率：6%

親会社に帰属する当期純利益：720億円

ROE：10%以上

GHG*1排出量：2021年3月期比10%削減*2

GHG排出原単位：2021年3月期比10%削減*2

再生可能エネルギー由来電力：30%使用

*1 温室効果ガス
*2 国内連結会社および(株)スワンの自社排出

環境・社会*

社員*31人当たり営業収益向上：2021年3月期比16%増加

社員1人当たり残業時間：2021年3月期比20%削減

有給休暇取得率：90%

*3 換算人員

重大交通事故件数*4：0件

交通事故(対人事故)件数：2020年3月期比50%削減

重大労働災害件数*5：0件

休業災害度数率：2020年3月期比20%削減

*4 有責死亡交通事故 *5 死亡労働災害