

価値創造プロセス

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。

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とした全産業のEC化のさらなる加速

- 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、法人領域物流の全てに従来の宅急便で対応するには限界

経営システム： 勘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

目指す姿

- 経営理念：** 豊かな社会の実現に貢献
- 環境ビジョン：** つなぐ、未来を届ける、グリーン物流
- 社会ビジョン：** 共創による、フェアで、
“誰一人取り残さない”社会の実現への貢献



持続的な企業価値向上

経営資源／強み (2021年3月現在)

顧客基盤	法人顧客 ▶ ビジネスマンバース：約 136万社 生活者 ▶ クロネコメンバーズ：約 4,900万人
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 2.4万人
物流ネットワーク	拠点ネットワーク ▶ 法人関連オペレーション拠点：約 400拠点 輸配送ネットワーク ▶ 宅急便センター：約 3,600拠点 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／ビジネスマンバース データ ▶ 荷物流動データ：年間 20億個超
財務	健全性 ▶ 格付け： AA-

提供する価値

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 (物流効率化に留まらず、在庫の適正化や売上最大化、バックオフィス業務の効率化など経営課題の解決を支援)

社会向け： 環境負荷の低減と環境レジリエンスの向上、生活の質(QOL)の向上

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%**
- 親会社株主に帰属する当期純利益：**720億円**
- ROE：**10%以上**

環境・社会*

- 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**
- 社員*3人当たり営業収益向上：2021年3月期比**15%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%**
- 重大交通事故*4件数：**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*5件数：**0件**
- 休業災害度数率：2020年3月期比**20%削減**

*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 *3 換算人員 *4 有責死亡交通事故 *5 死亡労働災害

社会的インフラを担うヤマトグループ

中期経営計画「Oneヤマト2023」

Oneヤマトに結集した経営資源を最適な形に組み合わせ、サプライチェーンの変革に向けてEnd to Endで価値提供

サプライチェーンをトータルに支援する、経営パートナーへの進化	「ECエコシステム」の創出		
グループインフラの強靱化	データ分析に基づく経営資源の最適配置	データ戦略とイノベーション戦略の推進	
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	資本効率の向上	サステナブル経営の強化

経営構造改革プラン「YAMATO NEXT100」

コーポレート・ガバナンス

グループ企業理念

環境・社会の目標詳細はP36～37をご参照ください。