

ヤマトグループ、
21世紀のチャレンジ

デリバリー事業を核に、 多角化へのベースを構築

6月27日の第138期株主総会後に開催された取締役会にて、山崎篤常務取締役の代表取締役社長就任と、有富慶二取締役社長の代表取締役会長就任が決定しました。この新体制のもとで、昨年4月にスタートしたヤマト運輸の中期経営計画「ヤマトグループ新生進化3か年計画」を推進していきます。

郵政事業庁の公社化に伴い、事業環境の大きな変化が予想されるなかで、これからのヤマト運輸の経営方針や事業戦略などについて、新社長と新会長からご案内させていただきます。



取締役会長 有富 慶二

取締役社長 山崎 篤

まず有富会長に、社長交代の背景と新社長への期待を語っていただきます。

有富 3期6年の社長在任中、お客様の支持の獲得に努め、柱である宅急便事業を中心として、10期連続の増収増益を達成することができました。しかし、どんな商品でも永続的な成長はありません。元気うちに次への布石を打つことが必要です。そこで第138期に、ヤマト運輸グループ全体を活性化し、ヤマト運輸ならではの「ヤマトグループ新生進化3か年計画」を策定し、実行に移してまいりました。新人事制度や組織などの構造面で整備を進め、第139期からは、いよ

いよ現場での新しい活動を推進していきます。このチャレンジにはフレッシュな体制であたるべきと考え、社長交代を決断しました。山崎社長は、自分を律することができる人物です。数字に強く、現場実務にも精通していますから、バランスのとれた経営を推進できると期待しています。

就任にあたり、山崎社長の抱負をお聞かせください。また、ヤマトグループ全体のかじ取りを、どう進めていこうとお考えでしょうか。

山崎 日々成長するヤマトグループを支える責任の重さをしっかり受け止め、

基本姿勢を崩さず、挑戦したいと思っております。ヤマト運輸には、絶対変えてはならない経営の基本方針として「安全第一、営業第二」「サービスが先、利益は後」「全員経営」の3つの絶対目標があります。有富会長を含め、先人が牽引し、育ててきた良質な企業文化です。この基盤に、「社員が働きやすい環境をつくる・権限を委譲して仕事を任せる・新しい芽を摘まない」という私自身の経営スタイルを融合して、「ヤマトグループ新生進化3か年計画」を実践していく考えです。



取締役社長 山崎 篤

郵政事業の民営化の動きも加速化し、業界の変化も激しくなりそうですが。

山崎 私たちは、民間にできることは民間が、地方にできることは地方が行うべきだと考えています。日本郵政公社のサービスは非常に優れていますが、その独占的な事業運営でカバーしきれない、潜在的なサービス市場があります。ヤマト運輸は、それを見出し、新市場として育てていくことに力を注ぎます。同公社を、強力なライバルと認識していますが、お互いに切磋琢磨して、新市場に夢を持って進出していきたいと考えています。

個々の事業ではどういう姿勢で臨みますか。

山崎 宅急便では、ライバルと競争するために、より魅力ある商品をラインアップしていくことが求められます。第139期には宅急便の翌日配達エリアの拡大・伝票発行ソフトの高度化など、今まで以上にパワーアップをめざします。

一方、平成9年に全国展開したクロネコメール便は、今年年間約600億円を売り上げるヤマト運輸の第2の柱に成長してきました。4月からリニューアルし、カタログやチラシを中心に、市場拡大をねらいます。米国の市場と比較すると日本は10分の1程度と言われています。独占で市場が抑制されている可能性もあり、もっと使いやすくすれば、市場は広がると思っています。例えば、当社ではお客様の立場で考え、A4サイズで発送しやすい料金体系を採用しています。現在、市場全体では70億通程度あると試算していますが、その倍ほどは潜在需要があると見込んでいます。

有富 ライバルとの激しい競争のもとで、クロネコメール便をお客様から選んでいただくためには、「品質」がキーになります。需要の掘り起こしとともに、正

確な配達、スピードなど多様な品質向上のアプローチを追求する考えです。

「ヤマトグループ新生進化3か年計画」では、グループでの取り組みも重要視されていますね。

有富 元々この計画のねらいは、グループの経営資源を活用して、次世代の成長の柱を創っていくところにあります。今、着々とヤマトグループが今後取り組むべき事業のフォーメーションを決定し、体制を整えています。

山崎 この事業フォーメーションをご紹介しますと、

(1) デリバリー事業

宅急便・クロネコメール便など

(2) BIZ-ロジ事業

サプライチェーンマネジメントの中のB to Bを対象とする企業間物流サービスの提供

(3) ホームコンビニエンス事業

引越や家事代行など地域密着型生活支援サービスの提供

(4) e-ビジネス事業

企業向けASP事業や情報システム開発の提供

(5) フィナンシャル事業

企業や一般消費者向け決済

サービスの提供

(6) グループサポート事業

上記(1)～(5)の各事業の支援の6つになります。

第139期は、事業フォーメーションに魂を入れ、実践していく年にあたります。現状ではデリバリー事業がグループ全体の売上の約8割を占めていますが、これからは他の5事業も、大きく成長させていきたいですね。デリバリー事業を凌駕するような事業の育成を図り、ヤマトグループを新しいかたちに進化させていく考えです。そこで一番重要となってくるのが、社員のヤル気だと考えています。そのために、社員の理解と意欲の増大につとめ、全社一丸となって取り組んでいきます。

新社長、新会長のチームワークで、新時代の物流業界をリードする、ヤマト運輸とヤマトグループの確かな歩みを期待しています。



取締役会長 有富 慶二