

# 宅急便のアジア展開と お客様に喜ばれる 新サービスの提供を推進します。

ヤマトグループは  
中期経営計画「満足創造3か年計画」のもと、  
事業構造の改革や  
新たな価値の創造に取り組んでいます。  
2010年3月期の決算ならびに事業の動向、  
さまざまな改革の成果と今後の課題などについて、  
ヤマトホールディングス株式会社・代表取締役社長の  
瀬戸薫よりご説明いたします。



代表取締役社長 瀬戸 薫

## 2010年は 「宅急便グローバル化元年」

はじめに2009年度の業績の概況について説明  
してください。

2009年度も経営環境の面では、非常に厳しい  
状況が続き、40年ぶりの減収になりました。しか  
し、内容については新しい事業が着実に成長し、  
生産性向上の仕組みがうまく機能するなど、大変  
充実した年になりました。特に宅急便事業で

2008年後半から進めてきた生産性向上の取り  
組みが2009年度はフルに寄与したことで競争力  
も高まり、全体で営業利益10.2%増という結果を  
残すことができました。

2009年度は中期経営計画「満足創造3か年  
計画」の2年目の年であるとともに、ヤマトグル  
ープ創業90周年の節目の年でした。2009年度の  
大きなトピックスは何でしょうか？

最大のトピックスは、2010年1月に中国・上海、

## CONTENTS

■ 宅急便のアジア展開と お客様に喜ばれる新サービスの提供を推進します。 —— 1
■ TOPICS —— 5

■ 事業概況(連結) —— 8
■ 連結財務諸表の概要 —— 11
■ 株式の状況/会社概要/株主メモ —— 14

シンガポールで宅急便事業を開始したことです。事業エリアのアジア圏への展開という「満足創造3か年計画」の大きなテーマに沿って、「宅急便のグローバル化元年」の年となりました。

上海で行ったお客様満足度調査では非常によい結果が出ており、宅急便のサービスが喜ばれていることがわかりました。経済が発達する中で潜在的なニーズがあったのでしょうか。私たちが長年磨きあげてきた「クール宅急便」や「時間帯お届けサービス」など、これまで中国には存在しなかった洗練されたサービスをお届けしたことがお客様の満足につながったのだと思います。シンガポールもスタート時から順調な滑り出しで、これからはかなりのスピードで成長するのではないかと思います。



上海の宅急便営業所

今後は、上海・シンガポールの周辺地域を迅速に宅急便のエリアにすることで、相乗効果を生み出したいと思います。

また、海外展開に向けた施設面の拡充およびグローバル化の象徴として、羽田の複合ターミナルを今年度着工することになっています。

## 着実に浸透した 企業向けソリューションモデル

**企業向けサービスとして展開している5つのソリューションモデルの進展はいかがですか。**

2008年より、企業向けにヤマトグループの総合的な力を結集した5つのビジネスモデル（ソリューションモデル）を積極的に展開しており、本年は順調に拡大しました。

Today Shopping Service (TSS)、メンテナンスサポートサービスはいち早く浸透し、売上を伸ばしていましたが、2009年度はWeb出荷コントロールサービス、ヤマトインポートダイレクト、ネットスーパーサポートサービスでも成果が出てきて売上が拡大しました。

TSSでは、ネット通販で「夜頼んだ商品が朝には届いた」という驚きからエンドユーザーのお客様が大変喜んでくださり、通販事業者様も配送スピードが販促につながるということで、荷物を受け取るお客様、送るお客様の双方からご好評をいただいております。今後は、専用物流センターの整備を進めることで、TSSのネットワークをさらに拡充していきます。

Web出荷コントロールサービスは、百貨店などの受注担当者様と実際の商品出荷担当者様をシステムでつなぐことで、スピーディーな出荷を可能とし、特にギフト市場で広がりを見せています。

メンテナンスサポートサービスは、これまではパソコンやプリンターの修理が中心でしたが、現在は対象品目をもっと広げようとしています。また、修理品のお届けも現在の翌々日から翌日に進化させることで、さらに便利なサービスにする予定です。

ヤマトインポートダイレクトは、中国や韓国の商品を直接店舗に納品するケースが非常に増えています。一番のヒットは韓国からの切り花の納品です。私たちが直接店舗に納品することで店頭へ並ぶまでの時間が短縮され、花の鮮度が持ち、売上アップと物流コストの低下につながります。また、これからは輸出にも対応していくため「ヤマトグローバルダイレクト」と名称を変更する予定です。

ネットスーパーサポートサービスは、普及するのにだいぶ時間を要しましたが、地域密着型のスーパー事業者様などへのサービス導入が進んできました。システムから配送まで当社の仕組みを一括で導入して下さるお客様も増えており、今後大いに拡大の可能性があると考えています。また、インターネットを使えない方向けに、タッチパネルで注文ができる端末「ネコピット」を用意し、普及に努めております。

### ヤマトのサービスを使うメリットが企業のお客様に浸透してきているということですね。

はい。「ヤマトは必ずニーズを満たしてくれる」「注文に応えた仕組みを作ってくれる」という声をいろいろな企業様からお聞きます。われわれに対する信頼感が高まってきていると思いますね。

### クロネコメンバーズを中心に新しいサービスを提供

国内では新たな情報システムである次世代NEKOシステムが導入され、「宅急便受取指定」など新たなサービスが登場しました。システムが変わったことで、これからどんなことが可能になるのでしょうか。

次世代NEKOシステムは、これまで進めてきた受け取り手（エンドユーザー）の方々へのサービスをさらに高めるために導入したものです。その第一弾として、クロネコメンバーズという会員制サービスに登録していただいたお客様を対象に、「宅急便受取指定」を始めました。

このサービスは、クロネコメンバーズのお客様に宅急便のお届けを事前に通知するサービスで、必要に応じて受取日時や場所を変更できるなど、荷物の受け取りを一層便利にしています。

新システムでは、セールスドライバーの使う端末に電子マネー読み取り機能を搭載しており、運賃や通販代金の支払いに電子マネーを利用できるようになりました。今後は、クロネコメンバーズのカードを電子マネー化して、買い物を含めたさまざまなシーンでメンバーズカードをご利用いただけるようにしたいと思います。



次世代（第7世代）NEKOシステム

一方、今年3月から、安全・エコナビゲーションシステム「See-T Navi」（シーティーナビ）を集配車に取り付け始めました。これはドライバーが道路状態を把握したり運転指導に活用したりするなど、安全で環境にやさしい運転を行うための装置です。今後、次世代NEKOシステムとSee-T Naviを連動させる



ことで、配達時に「あと何分くらいで配達に伺える」という予告メールをお客様にお送りするなど、次世代NEKOシステムと連携して進化したサービスを提供していきます。



See-T Naviのタッチパネル画面

このように、グループが持つ経営資源をうまく組み合わせながら、お客様の利便性を追求した新しい事業を開発していきたいと思えます。

### 生産性向上については、どのように進んでいますか。

デリバリー事業に関しては、荷物の仕分けや積み込みにおける業務改革を行いました。これまでは、ドライバーが自分の配達する荷物の仕分けと積み込みを何工程もかけて行っていました。しかし、積み込みを配送車が停車するブロック単位にまとめたことで、パートの作業アシストでも短時間で仕分け、積み込みができるようになりました。ドライバーは入社するとすぐに配達に出ることができます。

また、今後は配達・集荷の仕組みを改善して生産性を向上させたいと思えます。まず、「フィールドキャスト」と呼ばれるパートスタッフを活用して、午前10時までに配達を完了する比率を高めます。そうすれば、10時以降の空いた時間を使って、ネットスーパーなどの地域商品の当日お届けにどんどん対応でき

ます。「フィールドキャスト」の活用により、生産性向上とサービス品質の向上が両立するのです。

### 厳しい経済状況が続く中で、今後ヤマトグループがどのような強みを発揮していけるのか、株主の皆様へのメッセージをお願いします。

今年3年目となる「満足創造3か年計画」は、不況の影響もあり、数字的には当初の予定どおり進んでいない部分もありますが、事業の内容としては着実な進歩を遂げております。また、新しいサービスの提供や社員の意識の高まりを通じて、お客様の喜びの声が増えています。そのような喜びの声が社員のさらなるモチベーションの向上につながり、もっとお客様に良いサービスを提供しようと考えているようになっていきます。

今年、「満足創造3か年計画」の総仕上げとして、クロネコメンバーズを中心に、便利なサービスをどんどん創出します。また、生産性を高めてサービス品質の向上に取り組むと同時に、アジアエリアの展開と新しいソリューションモデルの創出を迅速に行います。今年には現在の中期経営計画に加え、次の中期経営計画の足がかりになるような年にしたいですね。

