

### デリバリー事業



#### 山内 雅喜

ヤマト運輸株式会社  
代表取締役社長 兼 社長執行役員

デリバリー事業では、社会的インフラとして、世の中の「信頼」と「期待」に応え、「一番身近で、一番愛される会社」を目指して、お客様の生活を便利にする事業展開に取り組んでいます。

デリバリー事業を取り巻く環境は、大きな転換点を迎えています。国内市場は、e-コマース市場拡大や企業間物流の多頻度小ロット化によって、物量が増加しています。また、人口の都市集中と、都市近郊への企業物流施設建設ラッシュによって物流が近距離化しており、通販企業などの異業種による宅配垂直統合や地域特化型宅配業者の参入が顕在化しています。そして、消費者側は、単身世帯や共働き世帯、高齢者世帯の増加によって、自分のライフスタイルに合わせた柔軟なサービスを求めるようになってきました。物量が増加する一方で、少子高齢化による人材確保難が加速しており、宅急便ネットワークと高品質なサービスの維持が重要な経営テーマとなっています。

このような環境下において、国内市場では、拡大する企業物流に対するソリューション提案力の強化と、消費者の多様なニーズに対応する商品やサービスの進化、拡大する地域活性化ニーズへの対応を進めています。また、これらと並行して高品質なサービスを維持するための体制強化を進めています。一方で、アジア各国の経済成長や関税障壁緩和を見据えて、各国における宅急便事業の拡大を進め、国内外一貫輸送プラットフォームの構築を推進しています。これらの取り組みによって、「バリュー・ネットワーキング」構想を実現していきます。

#### 2014年3月期の振り返り

中期経営計画「DAN-TOTSU3か年計画HOP」の最終年度として、成長のための基盤整備を実現するため、新しい物流コンセプトとなる国内最大級の総合物流ターミナル「羽田クロノゲート」や「厚木ゲートウェイ」を開設し、さらに「沖縄国際物流ハブ」を本格的に稼働させました。これにより、国内の流通と海外を結び、新たな物流イノベーションを起こすことで「バリュー・ネットワーキング」構想を実現する動きを着々と進め、計画していた基盤づくりを具現化いたしました。

国内市場においては、拡大の著しいe-コマース市場において、お客様の利便性を向上させるためコンビニエンスストアの受け取り窓口を拡大し、通販事業者の販売拡大の支援を図りました。企業間物流市場においては、宅急便ネットワークとグループ機能を活用したソリューション提案を行ってまいりました。また個人市場においては、受け手側の利便性を高めるために、「クロネコメンバーズ」の会員数を着実に増加させるとともに、「クロネコヤマトの荷物お問い合わせシステム」から会員様が宅急便の受取り日や時間帯を変更依頼できる新機能の追加、不在時におけるコンビニエンスストア受取り窓口の拡大など、利用を促進するための受取サービスを拡充いたしました。一方、地域行政と連携して、「お買い物便」などの生活支援サービスや、「高齢者見守り」などの行政代行サービスの案件数が全国で増加し、「生涯生活支援プラットフォーム」の確立に向けた取り組みが進みました。

海外市場においては、アジアの経済圏一体化により、モノ・カネ・情報のボーダーレス化が加速しており、国際間輸送に伴うリードタイムの短縮や、在庫コントロールを含めたトータル物流コストの抑制が求められる中、2013年10月より「沖縄国際物流ハブ」を活用した日本発香港間の「国際クール宅急便」の発売を開始し、高品質で多頻度に利用できる国際小口保冷輸送サービスを可能にしました。また「羽田クロノゲート」「厚木ゲートウェイ」の始動により、対アジアに向けた品質・スピード・コストメリットのすべてを向上させる物流ネットワークの基盤を整備しました。

収益面においては、拡大の著しいe-コマース市場において、当社の「ラストワンマイルネットワーク」を活かした差別化と配達品質が強みとなり、通販顧客を中心に大幅な増送につながり、宅急便については過去最大の取扱数量となりました。一方、クロネコメール便についてはコンプライアンスを重視した荷受の厳格化や競争環境の激化により取扱数量が減少しました。

費用面においては、急激な宅急便取扱量の増加に伴う輸送・集配体制の整備や「クール宅急便」の品質維持向上など、体制構築に係わる費用が増加し、また、2014年2月の記録的な大雪や消費税率引き上げに伴い一時的な費用も発生しました。

その結果、営業収益は前期比6.9%増加の1兆986億93百万円となりましたが、営業利益では前期比14.4%減少の358億74百万円となり、増収減益となりました。

## 2015年3月期の取り組み

2014年から新しい3か年計画である「DAN-TOTSU3か年計画STEP」がスタートしました。本計画では、前中期経営計画で整備した基盤を活用した新たな成長戦略を推進すると同時に、市場環境の変化に備えて強固な経営基盤づくりを継続していくために、3つの経営方針を掲げています。2015年3月期は、この3つの経営方針を実現するための施策を実行していきます。

### 1. 現場重視の全員経営復活によって、ヤマトブランドの価値を高める

社員一人ひとりが能力を発揮し、働き甲斐を感じる職場環境を作るために、「社員教育体系の拡充」や「人事評価制度の改訂」、「組織形態見直し」を行います。また、宅急便ネットワークと高品質な輸配送サービスを維持するために、「多様な人材の活用による体制増強」、「クール宅急便やクロネコメール便を中心とする業務フローの見直し」、「多彩な受取り窓口の整備」を推進していきます。

### 2. 収支構造を改革し、継続的な会社の成長と社員の豊かな生活を維持していく

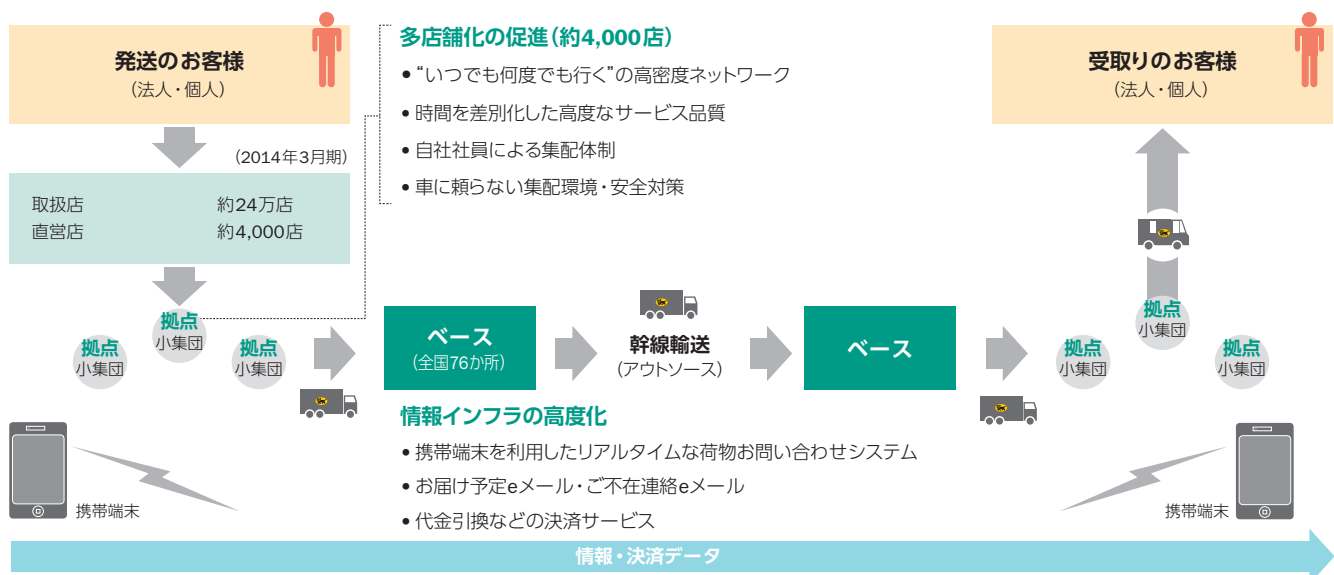
適正な料金設定や運賃収受を行うため、商品・サービスごとの原価を可視化し、管理会計制度を修正することで、収益管理を徹底します。一方で、コスト構造を改革するため、会員数が増加したクロネコメンバーズやヤマトビジネスメンバーズを活用して「フルデジタル化」を推進し、ITの積極活用によって社内業務を簡素化することで、業務負荷軽減とコスト削減を両立していきます。

### 3. バリュー・ネットワーキングを実現し、高度化するお客様のニーズに応えていく

バリュー・ネットワーキング構想の下、「大都市間当日配送」、「対アジア翌日配送」を実現するネットワークインフラ整備を行っていきます。併せて、大都市圏内の流動量増加に対応するため、都市圏ネットワークの再編成も実施します。対アジアにおいては、需要が拡大している国際クール宅急便の拡販を推進します。また、各物流拠点における高度なロジスティクスと組み合わせ、「BtoB向けソリューション」を積極的に展開していきます。これらのソリューションは、「送り手(供給)」側の視点だけでなく、「受け手(調達)」側の要望を捉えた「デマンドチェーン」の観点を重視して推進していきます。

新中期経営計画達成に向けた、上記を中心とする2015年3月期の取り組みを遂行するため、KPIによる経営管理システムを導入します。明確な目標設定と進捗の可視化を行い、環境変化に柔軟に対応しながら計画を着実に実行していきます。

## 宅急便の仕組み



## BIZ-ロジ事業



金森 均

ヤマトロジスティクス株式会社  
代表取締役社長 兼 社長執行役員

BIZ-ロジ事業では、ロジスティクスにイノベーションを起こす「LOGINNOVATION」のコンセプトの下、ヤマトグループの経営資源を活用した革新的なロジスティクスソリューションモデルの創出を通じて、お客様企業とその先にいる消費者へ満足・感動の提供を目指します。

### 2014年3月期を振り返って

2014年3月期は、日本経済の持ち直しに加え、国内においてロジスティクスを中心とした事業拡大が進んだことにより、営業収益は前期比4.0%増加の902億55百万円となりました。一方、世界景気の停滞による貿易関連事業の需要低迷と、

新たな拠点展開に伴う費用が増加した結果、営業利益は16.9%減少の34億4百万円となりました。

以下に、当期BIZ-ロジ事業で取り組んだ事例を2つ紹介します。

第1に、羽田クロノゲートと厚木ゲートウェイの完成に合わせて、高速ネットワークとロジスティクス機能を組み合わせた新たな物流サービスの提供に取り組みました。当社独自の物流システム「FRAPS」と連携することで、生産財や消費財を集約して梱包し、一括して工場や店舗に届ける「クロスマージ」により、納品リードタイムの短縮と、受取手の利便性の向上に貢献しました。また、新たな流通プラットフォーム拠点となる京浜島流通トリニティーセンターを開設しました。工業製品メーカーの製造と販売の前後工程を請け負うことで、メーカーが製造に特化できる環境づくりを行いました。今後さらに付加価値の高い物流サービスの提供を通じて、「日本のものづくりの再生」に貢献していきます。

第2に、マルチメンテナンス事業において、一貫修理サポートサービスの拡大に取り組みました。家電修理に伴う部品の保管と供給にとどまらず、コールセンターでの受付・引取り・修理・動作確認、その後の発送業務までをネットワーク上の機能一体型拠点で完結させます。これにより修理日数の短縮や、迅速なカスタマーサポートを実現し、お客様満足度の向上に寄与しました。

## 2015年3月期の取り組み

2015年3月期は、中期経営計画「DAN-TOTSU3か年計画STEP」の初年度として、「バリュー・ネットワーキング」構想の下、ロジスティクスの分野を中心にお客様企業のバリューチェーンに変革を起こす取り組みを推進していきます。

国内事業においては、引き続き高付加価値モデルの創出と基盤事業の成長による事業拡大を図ります。具体的には中小通販業者向けの「在庫フリーモデル」があります。主要マーケットの近くに最少在庫を分散させることで、最短4時間のスピード配送を提供。物流投資をすることなく、リードタイムの短縮・作業品質の向上・コスト削減を実現します。

海外事業においては国内モデルのグローバル展開を図り、各地域のマーケットニーズに則したサービスを提供していきます。ドラッグストア向け消費財の納品に伴う通関・保管・輸送機能にトレース機能を組み合わせた一括調達納品モデルの

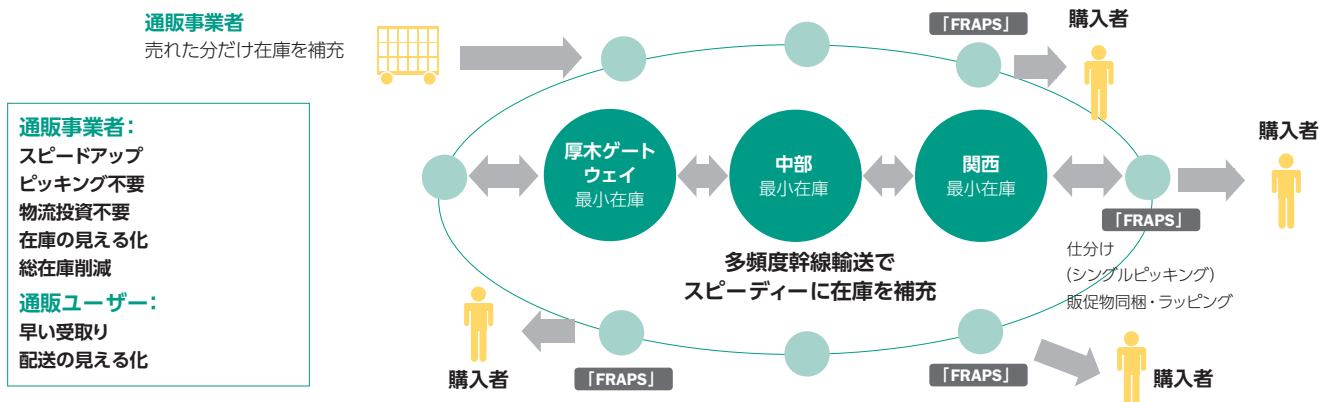


FRAPS

提供に向け、現地との積極的なアライアンスも視野に入れ、フレキシブルなグローバル事業展開を図ります。

BIZ-ロジ事業は、ヤマトグループの経営資源を有機的に結合し、ロジスティクスのボーダーレス化とイノベーションを通じて、豊かな社会の実現に貢献します。

## 在庫フリーモデル



## ホームコンビニエンス事業



### 市野 厚史

ヤマトホームコンビニエンス株式会社  
代表取締役社長 兼 社長執行役員

ホームコンビニエンス事業では、引越サービスや家財配送設置サービスに加えて、家庭内のご不便を解消する生活支援サービスを提供しています。また、そのネットワークを活用して、企業や行政などの法人顧客に対し、販売支援やコストダウンにつながる様々なご提案を展開しています。

### 2014年3月期を振り返って

2014年3月期は、「DAN-TOTSU3か年計画HOP」の最終年度として、成長分野である生活支援サービスの商品ラインナップを体系立てて整備し事業モデルを確立するとともに、事業運営の後方支援ならびにコスト構造改革を行い、経営体質の強化に努めました。

個人向けサービスにおきましては、引越関連サービスの販促活動を入り口に、2013年に発売を開始した、手間をかけずに生活環境を整えたいお客様のための「らくらくおかたづけパック」や遺品整理を安心して依頼されたいお客様のための「メモリアル整理サービス」に加えて、お部屋の清掃や不用品の買取りなど日常のお困りごとを解消するサービスや、流通の行き届かない過疎地域への家具・家電製品の出張販売サービスなどの生活支援サービスを積極的に展開し、時間や人手が不足しているお客様に大変ご好評をいただきました。

また、落ち込みが顕著であった家財配送設置サービスは、全国1つの指示系統で2マン配送できるネットワークや、お届け先での不用品引取り・お部屋の模様替え等の付加価値サー

ビスにより、大型の家具・家電を取り扱う通販事業者や購入者様などの利便性を同時に向上させることでご好評をいただき、取り扱い件数が回復しさらに増加しました。

法人向けサービスにおきましては、家庭内発電装置や蓄電池などエコ関連住宅設備の輸入手続き・部品マージ・下見・配送・設置・工事・点検・修理などを一括して請け負う総合流通支援サービスを拡販し、大きく取り扱いを増やしました。同様にその範囲をIT機器、事務機器、厨房機器などに広げ、急成長を遂げています。

また、20年以上にわたって培ってきた日本各地の産物の調達能力を活かして、企業顧客の店舗集客力向上や福利厚生 の充実などを支援する物品調達サービスを開始し、多くのお客様にご利用いただきました。

営業収益は、引越・家財宅急便を中心に、日々の生活を豊かにする多様な生活支援サービスを展開したことに加え、住宅用設備や業務用設備を取り扱う法人顧客へのプラットフォーム型ソリューション営業の成果により順調に拡大し、487億23百万円となり、前期に対し9.2%増加しました。

また、営業利益は、収益に見合った下払費用と人件費の戦力投入管理を徹底したことに加え、オペレーション統合・事務集約の推進による固定費の圧縮に努めた結果、2億17百万円となり、前期に対し7億44百万円の改善となりました。

### 2015年3月期の取り組み

2015年3月期は「DAN-TOTSU3か年計画STEP」の初年度として、将来にわたって成長していけるような事業領域を拡大すべく「高付加価値モデルの創出」と健全な企業風土の醸成に向けた「経営基盤の強化」を図るとともに、両方のバランスを取りながら、「安定経営状態」を獲得してまいります。

個人向けサービスにおいて、特に注力する分野は生活支援サービスです。現代社会においては、ITや物流網の発達によって、家にいながらにして様々な手続きをしたり、物を購買したりすることが容易になりました。プライバシーが守られた空間である自宅においての消費活動は今後活発化する傾向にあり、単に不便の解消にとどまらず、個人個人の嗜好に合った生活スタイルの確立を目的とした消費がなされるものと思われます。お客様ご自身の時間の有効活用の観点から第三者に

サービスの提供を求める傾向も加速していくものと考えられます。当社は、日本全国各地でもお客様のご自宅にお伺いすることができ、大きいものでも重いものでも運べ、電気工事などを施工できる高い技術を有しています。このようなネットワークを活用して、「ご家庭内の困りごとの解消」と「個人個人の自己実現の支援」の両立を実現するサービスの提供を行ってまいります。

また、法人顧客に対するネットワークの応用も本格的にスタートしてまいります。2015年3月期より、2マン配送・設置といった当社の強みと、一定基準をクリアした優良な協力工事会社130社による工事、メンテナンス、アフターサービスのネットワーク(呼称:クロネコテクニカルネットワーク)を融合させた「テクニカルネットワーク事業」を展開し、住宅設備メーカー様等の本業支援と、エンドユーザー様の利便性を同時に

向上させるような、法人顧客に向けたワンストップサービスを提供してまいります。

上記の生活支援サービスや法人活動支援サービスは、当社の平日の業務量を増大させる効果があり、繁閑の差が平均化されることで生産性が向上し、利益を生みやすい体質へと改善が図れます。







経営基盤の強化に向けては、「YHC規範」を基礎とし、安全・コンプライアンス対策や接客対応の強化を図るとともに、事業運営の後方支援ならびにコスト構造改革を合わせて行い、「お客様・社会・社員に満足される企業」に向けて、健全で強固な経営基盤を構築し、安定的に利益を計上できるよう努めてまいります。

今後も社会から必要とされ、お客様からご愛顧いただける事業を展開し、企業価値を高めてまいります。

## Eコマースソリューションモデル

「B向け」ソリューション	ネットワークの強み ⇒ 当社の配送設置ネットワークと 全国工務店の工事ネットワークの融合	「C向け」ソリューション
<ul style="list-style-type: none"> <li>① 流通・物流加工 → 輸入/入庫/出庫管理 ※在庫管理・再販</li> <li>② 倉庫・保管機能 → 在庫保管</li> <li>③ 返品買取り機能 → 当社が買い取り、リサイクルショップで再販</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 1つの指示系統で全国の配送・設置・工事が完結</li> <li>② 片荷にならないBOX輸送</li> <li>③ EDIシステム</li> <li>④ 各種決済(代引き/ Web決済)</li> </ul>   	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 入替えサービス機能 → 家財の入替え 家具移動</li> <li>② 不用品買取り機能 → 再販による廃棄コスト削減</li> <li>③ 住環境サポートサービス</li> </ul>  

## テクニカルネットワーク事業モデル

高付加価値前工程	ネットワークの強み ⇒ 当社の配送設置ネットワークと 全国工務店の工事ネットワークの融合	高付加価値後工程
<ul style="list-style-type: none"> <li>① 海外調達</li> <li>② 国内調達</li> <li>③ マージ、キッティング、インストール、ローカライズなど</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 1つの指示系統で全国の配送・設置・工事が完結</li> <li>② 片荷にならないBOX輸送</li> <li>③ EDIシステム</li> <li>④ 各種決済(代引き/ Web決済)</li> </ul>   	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 点検</li> <li>② メンテナンス → 洗浄や草刈による故障の防止、発電効率の向上</li> <li>③ 修理 → パネルの異常箇所特定・交換</li> </ul>  

## e-ビジネス事業



星野 芳彦

ヤマトシステム開発株式会社  
代表取締役社長 兼 社長執行役員

e-ビジネス事業では、企業向けクラウド型(ASP/SaaS)サービスや情報システムの開発・運用などの情報サービス事業に取り組んでいます。

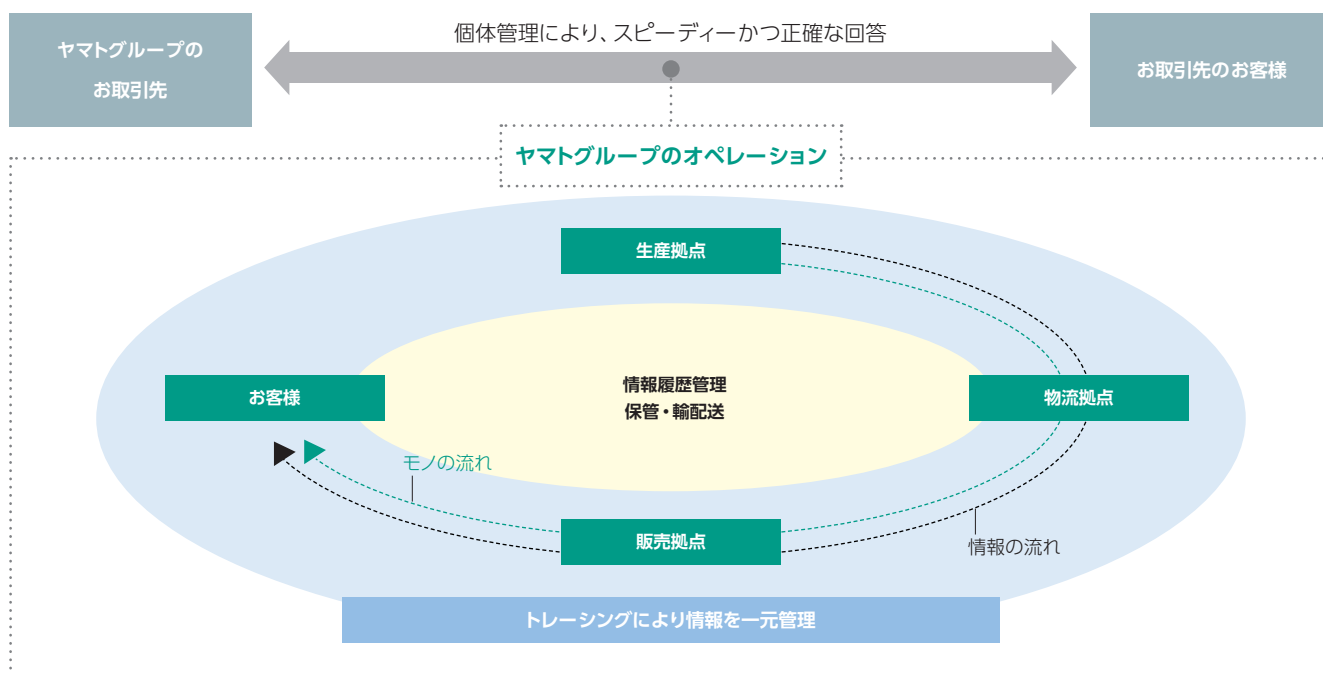
ICT (Information and Communication Technology) を切り口に、お客様のパートナーとしてその業務プロセスの効率化を推進することにより、潜在的な課題の解決を支援し、顧客の販売拡大やコスト削減につながるソリューション提案を積極的に行っています。

### 2014年3月期を振り返って

e-ビジネス事業では、お客様の業務プロセスの効率化や潜在的な課題の解決に向けて、情報機能に物流機能、決済機能を融合させたソリューション提案を積極的に行いました。また、ヤマトグループ全体の事業展開に伴うシステム開発および運用を行いました。

電子マネー関連サービスにおいては、フィナンシャル事業と連携し、複数のブランドの電子マネーが1台で決済できる「マルチ電子マネー決済端末」の設置・運用を推進してきました。

## e-ロジソリューション



当期においては、チェーン展開企業や飲食、小売、アミューズメントなど幅広い業種・業界のお客様に端末の設置・ご利用が拡大しました。

e-ロジソリューション事業では、通信機器事業者様やケーブルテレビ事業者様など、製品の個体管理を必要とするお客様に向けては、宅急便事業の荷物追跡ノウハウを活用した“モノ”の流れや所在を可視化するサービスを提供しています。当期においては、既存サービスのご利用が拡大したことに加え、精密機器・医療機器メーカーが病院などに製品をレンタルする際の予約管理・入在庫管理・在庫管理を支援するサービスを推進するなど、事業の展開を加速させました。

e-オンデマンドソリューション事業では、製菓業界のお客様をはじめとして、販促品の管理・オンデマンド印刷・適時配送により営業効率アップや在庫削減を実現するサービスを展開し、事業を拡大させました。

e-通販ソリューション事業では、通販・EC市場の拡大に合わせた通販・EC関連サービスを展開し、事業を拡大させました。

チェーンストアソリューション事業では、小売業者様の中元・歳暮ギフト品の出荷や通販事業者様の返品交換などの引取りを行うサービスを展開し、事業を拡大させました。

海外展開においては、ヤマトグループのアジア進出に歩調を合わせてICTの側面からサポートしています。また、ヤマトグループのアジア展開事業と連携を図りながら、当社独自のサービスも台湾、シンガポールで積極的に展開しています。

以上の結果、営業収益は、情報機能と物流機能を合わせたサービスなどが拡大したことにより415億38百万円となり、前期に比べ12.1%増加しました。営業利益は、電子マネー関連サービスの先行費用などがあったものの、生産性の向上およびコスト削減に取り組んだことにより79億54百万円となり、前期に比べ13.8%増加しました。

### 2015年3月期の取り組み

1つ目として、商品力を強化します。既存サービスのブラッシュアップはもちろんのこと、e-ビジネス事業・ヤマトグループの経営資源を組み合わせ、より多くのサービス創造、事業創出を進めます。

2つ目として、販売力を強化します。全国に広がる市場に対し、顧客ニーズの掘り起こしを行うため、6つの支店を作り地域密着の提案ができる販売体制を築きます。また、ヤマトグループとの連携を強化し、ソリューション力を高めます。

3つ目として、品質を重視します。お客様に満足していただくためには、お客様とのつながりを大切にし、信頼／安心の良好な関係を築き、お客様目線でサービスレベルの向上を図ります。

e-ビジネス事業は、ICTを切り口に、ヤマトグループの経営資源である物流機能と決済機能を組み合わせる最適なソリューションを提供し、お客様の事業発展に貢献してまいります。



## フィナンシャル事業



### 栗栖 利蔵

ヤマトフィナンシャル株式会社  
代表取締役社長 兼 社長執行役員

フィナンシャル事業では、国内外で決済・金融ソリューションを提供し、生活者の利便性と事業者の流通改革を実現する強力なパートナーとなることを目指し、通販商品配達時の代金回収業務や企業間の決済業務など、お客様の要望に合わせた、あらゆる決済手段への対応に取り組んでいます。グループ長期経営計画「DAN-TOTSU経営計画2019」においては、通販事業を中心とした決済における「シェアNo.1」を目指し、EC市場での戦略強化を進めるとともにその他金融商品の拡充に取り組んでまいります。

### 2014年3月期を振り返って

B2C市場では、成長を続けるネット通販に向けて、クレジットカードやコンビニ決済、電子マネーなどのあらゆる決済手段の提供に加え、入金管理や精算までの事務処理機能を一括して提供する「クロネコWebコレクト」のサービスを拡充し、「リピーター向け決済機能」「予約販売機能」などの新しい機能で積極的な営業展開を図りました。また、普及率、決済件数、活用シーンが拡大している電子マネー市場に対応し、マルチ電子マネー決済端末のレンタルサービスの提供を開始しました。既存の据置型だけでなく、各地で行われる短期間のイベ

ント等、電子マネー決済の利用シーンをお客様に提案するなど、決済手段の提供に加えて、販促支援までを行う包括的なソリューション提案を推進しました。

また、国内B2B市場においては、「クロネコあんしん決済サービス」を通じて、売り手側の販路拡大支援と買い手側の信用取引を支援するとともに、合わせて業務の効率化につなげ、売掛金管理や未回収リスクの低減といった価値を提供しています。また、買い手事業者によるWeb申込み、審査スピードアップ等、機能の向上も積極的に行いました。

リース事業は、トラックリースにおいて、対象市場を従来の運送事業者から、自ら運送行為を行う自家物流事業者へ拡大し、販売を強化しました。また、新たな市場での顧客ニーズを捉え、「リースバック」「3年オペレーティングリース」といった新商品を開発して商品力を高め、販売推進することで収益を拡大しました。

さらに、海外で決済ソリューションを提供している上海、シンガポール、香港、マレーシアにおいては、現地競合他社との差別化を追求し、小切手での決済が浸透しているシンガポール、香港において小切手決済のサービスを導入するなど、現地のお客様の習慣・ニーズに合わせた提案をした結果、決済件数、収益ともに前期を上回る成果を上げました。

以上の結果、営業収益は627億28百万円となり、大手通販業者様との取引拡大による「宅急便コレクト」の増量、電子マネーの決済件数が増加したことなどにより、前期に比べて10.6%増加しました。営業利益は94億6百万円となり、前期に比べ10.4%増加しました。

### 2015年3月期の取り組み

B2C市場においては、どこでも簡単にインターネットを利用できる環境が定着し、ネット通販市場、ひいてはEC市場全体の拡大が今後も見込まれることから、主力である代金引換に加えて、ネット通販市場における戦略商品「クロネコWebコ

レクト」の機能強化を行い、合わせて営業プロセスの改革、アライアンスの推進等、販売力強化に向けても並行して取り組んでいきます。

また、購入者・通販事業者の多様化するニーズに柔軟に対応するため、「クロネコ代金後払いサービス」によるコンビニ決済、マルチ電子マネー端末のレンタルサービス展開による電子マネー決済の拡大で、安心・安全・快適な決済サービスの提供を図っていきます。

通販事業者に対しては、自社決済サービスにとどまらず、ヤマトグループの総合力を活かしたトータルソリューション提案を行い、多様化するニーズに柔軟に対応しながら、付加価値を提供するため商品開発、営業力の強化に取り組んでいきます。

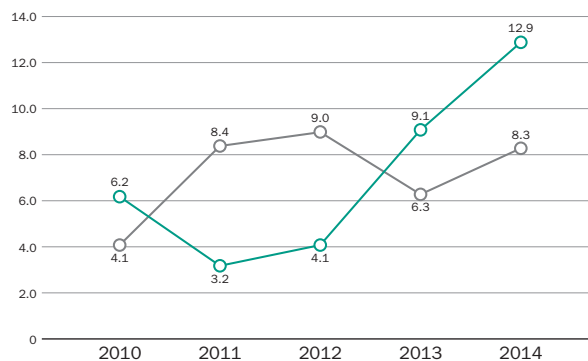
B2B市場においては、「クロネコあんしん決済サービス」の営業体制強化として、グループの営業力を活かし、ターゲット顧客をセグメントしたソリューション提案により成長を加速させていきます。

リース事業は、「中古車リース」「リースバック」「3年オペレーティングリース」を戦略3商品とし、安全・環境・品質・顧客開拓といった経営課題の解決を支援する付加価値サービスを通して他社との差別化を図り、契約拡大に取り組んでいきます。

海外市場においては、B2C市場で越境決済が急速に拡大す

## 成長する通信販売市場と宅急便コレクト

(単位：%)

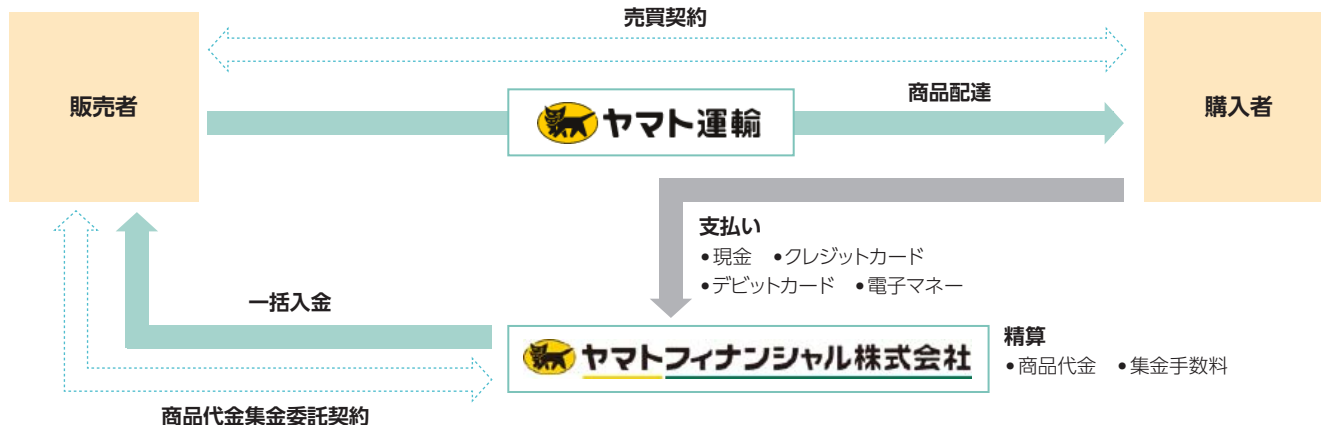


○ 通信販売売上高(前期比)  
 ● 宅急便コレクト個数(前期比)  
 出所：公益社団法人日本通信販売協会

中で、日本から進出している店舗販売事業者の販路拡大の支援を行うなど、着実に決済件数の拡大を図っていきます。また、B2B市場においては、「グローバル調達支援サービス」等、国際貿易に関わる決済サービスをよりご利用いただきやすいものへ進化させます。

このような状況の下、「バリュー・ネットワーキング」構想に基づくソリューション提案を通して、生活者の利便性と事業者の流通改革を実現するパートナーを目指してまいります。

## 「宅急便コレクト」代金引換サービスの流れ



## オートワークス事業



### 佐々木 敬史郎

ヤマトオートワークス株式会社  
代表取締役社長 兼 社長執行役員

オートワークス事業は、「オンリーワンビジネスからナンバーワン企業へ」のビジョンの下、ヤマトグループのDNAである「お客様の立場に立って不便を便利に変えていく」という視点に立脚し、車両を扱う物流・流通事業者向けの車両整備工場として、「24時間365日営業」「稼働を止めない整備」「時間軸車検」「巡回点検」など、業界初のメンテナンスサービスを次々と拡充し、「法定点検の遵守」「車両整備における利便性」「整備費用の削減」といった価値を提供しています。

さらには、「施設や設備機器の維持保全」「保険代理店業として最適な保険提案」という機能を付加することで、お客様の事業運営に貢献できるワンストップサービスを実現しています。

### 2014年3月期の振り返り

営業収益は256億50百万円(前期比 10.4%増)、営業利益は32億72百万円(前期比 22.7%増)となり、前期に対し増収増益となりました。

作業効率面に加え、太陽光発電やLED照明などを新たに導入した環境対応新モデル型整備工場「スーパーワークス」を、貨物取扱量日本一の名古屋港湾岸地区に1箇所出店したことで、全71工場中22店がスーパーワークスとなりました。そして、お客様の軒先で車両の簡単な修理・点検などを行うサービスを拡充し、利便性向上を図ってまいりました。

さらには、安全な運行による交通事故の削減、より適切な運行による燃料消費量の節約、ドライバーの労務管理強化を支援する、独自かつ安価で操作しやすい「簡易型デジタルタコグラフ」の販売を新たに開始し、お客様の安心・安全に貢献できるサービスの拡充にも努めてまいりました。

このネットワーク力とソリューション提案力を活かすことで、主要指標である車検台数が約78,500台となり、前期に対し1,900台の取り扱い台数増につながりました。

### 2015年3月期への取り組み

2015年3月期は、物流・流通事業者の経営を支えながら新たな流通支援を提案するソリューション企業へと事業変革を推進し、営業収益280億円(前期比:9.2%増)、営業利益36億円(前期比:10.0%増)への成長を目指します。

### 作業効率と環境面を追求したスーパーワークス



スーパーワークス名古屋工場  
2013年4月竣工

### 簡易型デジタルタコグラフ:アースドライブDTU-1



2013年8月発売開始

## 基本戦略1:「信頼へ」より近く、より深く、共に創る

### ①お客様の近くへ(サービスネットワークへの進化)

主要都市へのスーパーワークス配備と診断機能を伴った出張サービスを強化することで、地域のお客様に密着したサービスを提供するとともに、BCP観点での輸送インフラ維持を推進します。

### ②より深く(マネジメント領域の深化)

保守維持の視点から「調達支援」「車両・施設・設備・流動機材のマネジメント」「リスクマネジメント」の機能を、IT活用した上でさらに深化させ、お客様の視点に立つサービスへと昇華させることで、稼働を止めない永続的なバリューサイクルを創出していきます。

### ③共に創る明日へ(真価を創出)

パートナー企業との連携を強化し、車両や施設設備のメンテナンス周辺サービスの拡充を図ることで真の価値を創出し、物流・流通事業者の輸送品質向上に貢献していきます。

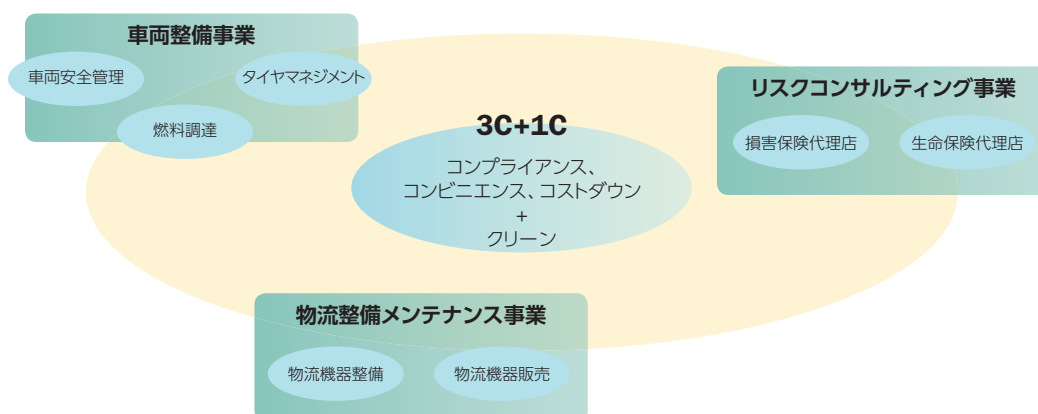
## 基本戦略2:健全な企業風土の醸成

社員一人ひとりが最大限に力を発揮し、信頼を深め合う環境(褒め合う文化)を作り上げると同時に、法務・財務体質の強化を図り、ガバナンスを強化することで、企業理念に則った健全な企業風土を醸成していきます。

## 基本コンセプト 3つの「C」と1つの「C」

オートワークス事業は、物流・流通事業者の経営支援を切り口に、3つの「C」を柱としてワンストップサービスを提供しています。1点目が、経営の基盤であるコンプライアンス。移動型工場「リペアワークス」により、法定点検の実施率を向上させました。2点目が、利便性を追求したコンビニエンス。24時間365日稼働体制を推進し、車両が稼働していない時間帯に車検・整備を行うことができる体制構築を目指しています。3点目が、事業用車両の稼働率向上支援や調達力を活かしたコストダウン。代替等の余剰車両保有を抑制する施策や、法定点検実施率向上を目的とした予防整備を推進することで、突発的なコスト抑制へとつなげています。また、全国ネットワーク力を活かした最適な部品および燃料の調達を行い、高品質かつ低コストな商品・サービスをお客様に提供しています。

そして、もう1つの「C」が、ネコロジーを推し進めるクリーン。時代背景に伴い、自社の環境面における取り組みとして、太陽光発電機能やLED照明などをスーパーワークスへ導入しました。さらに電気自動車(EV)化の将来を見据え、メンテナンスにおける新技術対応の体制を強化しています。また、リビルドやリユース部品の推奨や、廃棄バッテリーなどの再資源化に積極的に取り組み、社会やお客様の環境対応を支援していきます。



## その他



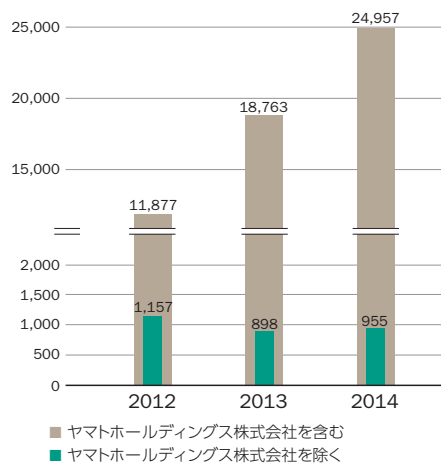
JITBOXチャーター便

「JITBOXチャーター便」は、複数の企業グループのネットワークを用いたボックス輸送を通じて、お客様に「適時納品」や「多頻度適量納品」という価値を提供しています。2014年3月期においては、メーカー企業様などのご利用拡大や、イベント出展に係る輸送案件などが増加し、取扱本数は着実に増加しました。

その他の営業利益は、ヤマトホールディングス株式会社がグループ各社から受け取る配当金などを除くと9億55百万円となり、前期に比べ6.3%増加しました。

### 営業利益

(単位:百万円)



### JITBOXチャーター便の取扱実績

(単位:本)

