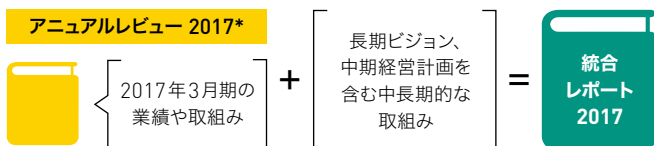


- 一、ヤマトは我なり
- 一、運送行為は委託者の意思の延長と知るべし
- 一、思想を堅実に礼節を重んずべし

編集方針

ヤマトグループは、様々なステークホルダーの皆様との長期的な信頼関係を構築するため、法定開示のみならず、ステークホルダーにとって必要と考えられる情報を、迅速、正確かつ公正公平に伝達することを方針としています。

この度、新たな長期ビジョンと中期経営計画を発表したことに伴い、2017年9月に公開した「アニュアルレビュー 2017」に中長期的な企業価値向上に向けた取組みの内容を追加し、「統合レポート 2017」として改めて発行しました。



* 2017年9月発行

プロフィール

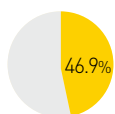
ヤマトグループの経営上の特徴、それは、「現場こそが経営の中心」という考え方です。創業の精神として1931年に制定し、1976年に宅急便サービスをスタートさせて以降、一度も変更していない社訓は、私たちヤマトグループの原点として位置付けています。ヤマトグループは、社会構造・市場・お客様(企業・消費者)ニーズの変化の機微を、ビジネスの最前線にいる現場社員が捉え、世の中が必要としていても、まだ世にないサービスを生み出してきました。こうした取組みが、今のヤマトグループの競争優位性となっています。

経営理念

ヤマトグループは、
社会的インフラとしての宅急便ネットワークの高度化、
より便利で快適な生活関連サービスの創造、
革新的な物流システムの開発を通じて、
豊かな社会の実現に貢献します。

宅配便サービス国内シェア

(2017年3月期末実績)



第**1**位

宅急便年間取扱数量

(2017年3月期末実績)



18億個

セールスドライバー

(2017年9月現在)



約**6**万人

国内宅急便ネットワークカバー率

(2017年9月現在)



100%

従業員数

(2017年9月現在)



約**20.8**万人

宅急便センター

(2017年9月現在)



約**7**千店*

* 組織数