

マネージメントメッセージ II

成長は次なるステージへ

「満足創造3か年計画」の基本戦略

定量的目標と、その達成に向けた取り組み

ヤマトグループは、次なる成長のステージに向けて、2008年2月、新中期経営計画「満足創造3か年計画」を発表しました。この計画の事業におけるメインテーマは、ヤマトグループの事業エリアをアジア圏へ拡大させていくことの布石作りであり、これまで以上にグループ経営が重要となってきます。

数値目標

	2007年3月期 (実績)	2011年3月期 (目標)	07年 3月期比
営業収益	¥11,615	¥14,500	24.8%
営業利益	671	1,000	49.0%
営業利益率	5.8%	6.9%	19.0%
ROE(自己資本利益率)	7.8%	10.0%	28.2%

それでは、2008年2月に発表した新中期経営計画「満足創造3か年計画」の内容についてご紹介しましょう。

前述の通り、中期経営計画「ヤマトグループレボリューションプラン2007新価・革進3か年計画」においては、連結営業収益は1兆2,259億74百万円、連結営業利益は681億80百万円を計上しました。

次の成長ステージである「満足創造3か年計画」においては、最終年度である2011年3月期連結営業収益は1兆4,500億円、連結営業利益1,000億円を目指します。また、意識する指標として、営業利益率6.9%、ROE10.0%を掲げています。

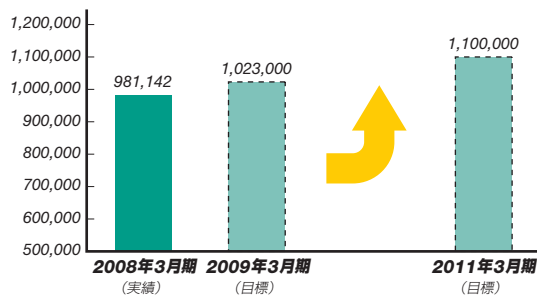
これらの目標を達成するために、私は、ヤマトグループのコアビジネスであるデリバリー事業の安定的高成長と、BIZ-ロジ事業をはじめとした非デリバリー事業の不連続成長、つまり飛躍的な成長を実現していきたいと考えています。

デリバリー事業、非デリバリー事業別数値目標

デリバリー事業

営業収益

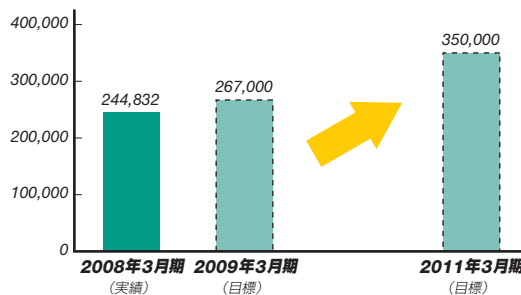
(単位:百万円)



非デリバリー事業

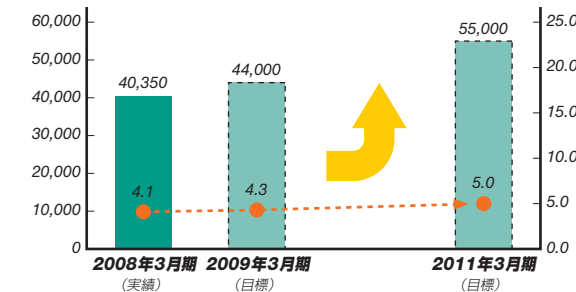
営業収益

(単位:百万円)



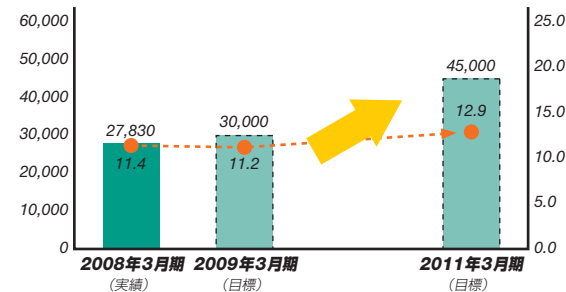
営業利益/営業利益率

(単位:百万円)



営業利益/営業利益率

(単位:百万円)





今後は、生産地と消費地の分離によって、ますます国際間の物流が加速することが予想されるとともに、海外と国内を結ぶ物流の需要増加も予想されます。したがって、この3年間は、ヤマトグループの事業エリアをアジア圏へ拡大させていくとともに、シームレスなグローバル・サプライチェーン・ロジスティクスによる差別化が基盤となってくるでしょう。なぜならば、現状では、海外からの輸入をみても、輸入業務、国内配送、代金決済、情報履歴管理までのトータルな支援サービスを行っている会社はないからです。

そして、この差別化戦略が実現可能なのは、国内における磐石な集配ネットワークと長年蓄積したノウハウがあるからだと思います。私たちが新価・革進3か年計画において注力してきた施策が効果として現れるのがこの3か年計画であると私は確信しています。

資本政策

ヤマトグループは、事業投資と自己株式取得を含む株主還元をバランスよく行うとともに、当期純利益を増額させ、一株当たり当期純利益の向上によって2011年3月期ROE10%を達成していきたいと考えています。

事業投資は、ネットワークを中心とした設備投資や、新規事業や新商品の開発への投資および企業価値を高めるための投資など、グループ全体の成長のために活用していきたいと考えています。

配当性向は、連結の当期純利益を基準に30%を目標とし、自己株式につきましては、資本政策の一環としてM&Aへの活用など、弾力的に考えています。

