

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。

創業からの精神であるヤマトグループの「社訓」

一、ヤマトは我なり

ヤマトグループは、お金や設備以上に、「人」が最大の資本となって成り立っている会社です。社員を単なる「人材」ではなく、会社の財産としての「人財」と考え、何よりも「人を尊重」します。社員一人ひとりの「和」の力、「協力・結束・調和」が、ヤマトグループの企業としての力を生み出します。この「自分自身=ヤマト」という意識を持ちなさい」という言葉は、ヤマトグループの全員経営の精神を表しています。

一、運送行為は委託者の意思の延長と知るべし

ヤマトグループは、運送サービスを通して、お客様（委託者）のこころを受け継ぎ、責任と誠意とまごころをもって、迅速かつ正確に運び、お届けすることを事業の目的のひとつとしています。この言葉は、ヤマトグループの社員一人ひとりが“どうすれば、お客様にもっと満足していただけるか？”という「興味と熱意」を常に持つことの大切さを示しています。

一、思想を堅実に礼節を重んずべし

社会生活に欠くことのできない公共性の高いサービスに従事するヤマトグループの社員は、一人ひとりが、“いかに社会や生活のお役に立てるか？”ということ、常に念頭におかなくてはなりません。そのために、「礼節（礼儀と節度）」を重んじ、社会の一員としてコンプライアンス（法令、企業倫理等の遵守）を実践していきます。

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。本冊子は、経営戦略や事業概況、ガバナンスやCSRへの取り組みなど非財務情報を含めお伝えし、ヤマトグループについて総合的に理解を深めていただくことを目的としています。なお、ホームページにはより詳細な情報を掲載していますので、ぜひご覧ください。

不変の精神でさらなる進化へ

Contents

page 02 宅急便を軸に広がる事業基盤

page 04 新たな価値を創造する経営体制

page 06 ヤマトグループの中長期経営計画



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、物流会社ですが、社会構造・市場・お客様（企業・消費者）ニーズの変化を、ビジネスの最前線にいる現場社員が機微に捉え、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。こうした取り組みが、今のヤマトグループの競争優位性となっています。