

ヤマトグループのCSV (共有価値の創造) 活動

Sustainability

社会とともに歩み、 成長するヤマトグループ

ヤマトグループは社会のさまざまな「変化」を自らの成長機会につなぐことで、自社の競争力向上を図っています。

ヤマトグループのリスク・課題と取組み方針

ヤマトグループが認識しているリスクや課題、それらに対する独自の取組みをご紹介します。

認識する「変化」	←ヤマトグループのアプローチ→	成長機会につなげる取組み
物流のグローバル化	「バリュー・ネットワーキング」構想の実現 アジアでの取組み加速 eコマース事業者・フリマサイトとの連携	ネットワーク革新の実現 →詳しくはP.20をご覧ください。
ASEAN市場の高成長、 TPPによる貿易の活発化や 域内物流のニーズ拡大		沖縄を核としたボーダレスネットワークの拡大 →詳しくはP.22をご覧ください。
ニーズの多様化 (eコマース市場・個人間取引市場の拡大)		オークションサイトやフリマサイトと連携 →詳しくはP.43をご覧ください。
労働力不足	「バリュー・ネットワーキング」構想を支える人材戦略	多様な人材の確保・育成 →詳しくはP.44～45をご覧ください。
少子高齢化などの社会課題の進行	行政と連携したプラットフォーム構築 (プロジェクトG)	地方自治体との連携強化 →詳しくはP.46～47をご覧ください。 ・客貨混載の路線拡大 ・見守り支援・リコール回収 ・くらしのサポートサービス ・ダイバーシティ
CO ₂ 排出および廃棄物量の増大	環境にやさしい物流の仕組みの構築	モーダルシフトの推進による環境負荷の軽減と 物流効率化の両立 →P.49をご覧ください。



変化：ニーズの多様化 (eコマース市場・個人間取引市場の拡大)

タッチポイント戦略による顧客接点の強化と利便性向上

ライフスタイルの変化とeコマース市場の拡大に伴い、商品や荷物を受け取る側のニーズも多様化してきています。時代の変化に合わせ、新しいサービスを次々と提供してきたヤマトグループでは、欲しいタイミングで受け取りたい、非対面で受け取りたいといった新たなご要望にお応えすべく、「コミュニケーション強化」と「受取拠点の多様化」に取り組む「タッチポイント戦略」を推し進めています。

コミュニケーション強化

eコマースサイトとの連携

- 注文時に自宅以外の配達先を選べる機能
- 個人集荷ニーズに対応

サイトとの連携により、直営店だけでなく、コンビニエンスストアでも伝票発行や発送が可能となりました。

また、一部サイトとの連携においては、匿名配送にも対応しています。

連携済みのフリマ・オークションサイト：

メルカリ／フリル／オタマート／minne／ヤフオク！／ラクマ

クロネコメンバーズ：e-お知らせシリーズ

ネットで日時受取場所変更や再配達受付

「LINE」との連携

コミュニケーションチャネルの拡大

受取拠点の多様化



課題：労働力不足

「バリュー・ネットワーキング」構想を支える人材戦略の実践

「バリュー・ネットワーキング」構想を通じて、新たな価値・サービスを提供していくには、従来の枠組みにとらわれない柔軟性と幅広い視野を持った人材が不可欠です。ヤマトグループは、さまざまなバックグラウンドを持った人材を採用することで、新しい価値観を

社内に吹き込み、グループ全体の企業価値、また社会と共有できる価値の創出につなげていきたいと考えています。新しい価値を生み出すのは人材です。性別、年齢、国籍問わず、社員一人ひとりがイキイキと活躍できる職場環境づくりに努めています。

詳しくは、次ページをご覧ください。