

提供価値を拡大してきた歴史(100年のあゆみ)

ヤマトグループは、時代の変化を先取りして、お客様が求める商品・サービスを提案することで今日の発展につなげてきました。日本で初めての路線事業として、定期積み合わせ輸送を開始。その後、不特定多数のお客様の配送ニーズに応える「宅急便」を発売し、個人～法人のお客様のニーズに応え、提供価値を拡大してきました。2019年に創業100周年を迎えましたが、事業環境の大きく急激な変化を踏まえ、持続的な成長と中長期的な企業価値向上を実現していくための構造改革に踏み出しました。

1919年
トラック運送会社
大和運輸創業



1919年頃
事業環境
貨物輸送の変化
(牛馬車・荷車からトラック輸送へ)

1960年頃
高度経済成長～安定成長
生活水準・購買力の向上

2000年頃
ライフスタイルの変化、
「宅配」から「個配」へ
ニーズが拡大

2020年～
新型コロナウイルスの
感染拡大
消費行動や
流通構造の変化

1929年頃
戦略の方向性
路線事業の開始
小口輸送需要への対応



1976年頃
宅急便の開始
●生活者のニーズに応える
商品・サービスの提供
●宅急便ネットワークの拡大

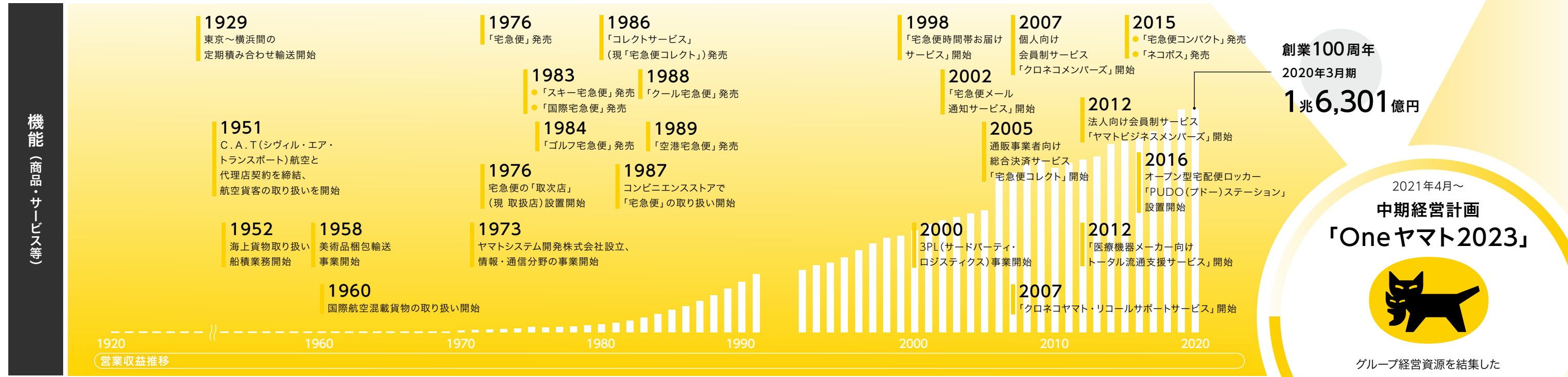


2000年頃
グループ経営の推進
●デリバリー事業の
さらなる進化
●ノンデリバリー事業の
自立的な成長



2013年頃
企業発物流におけるソリューションの創出
●付加価値の高い
事業モデルの創出
●ネットワーク革新に
よる事業基盤の強化





ネットワーク

国内における宅急便ネットワークの拡大
日本全土における面積比
1976年 3.4% → 1989年 99.5%

海外におけるネットワークの拡大

1935
関東一円の定期便ネットワーク完成

1952
海上貨物取り扱い
船積業務開始

1958
美術品梱包輸送
事業開始

1960
国際航空混載貨物の取り扱い開始

1973
ヤマトシステム開発株式会社設立、
情報・通信分野の事業開始

1976
宅急便の「取次店」
(現 取扱店)設置開始

1976年頃
「宅急便」発売

1983
●「スキー宅急便」発売
●「国際宅急便」発売

1984
「ゴルフ宅急便」発売

1986
「コレクトサービス」
(現「宅急便コレクト」)発売

1987
コンビニエンスストアで
「宅急便」の取り扱い開始

1988
「クール宅急便」発売

1989
「空港宅急便」発売

1997
宅急便全国ネットワーク完成

1998
「宅急便時間帯お届け
サービス」開始

2000
3PL(サードパーティ・
ロジスティクス)事業開始

2002
「宅急便メール
通知サービス」開始

2005
通販事業者向け
総合決済サービス
「宅急便コレクト」開始

2007
「クロネコヤマト・リコールサポートサービス」開始

2007
個人向け
会員制サービス
「クロネコメンバーズ」開始

2012
法人向け会員制サービス
「ヤマトビジネスメンバーズ」開始

2012
「医療機器メーカー向け
トータル流通支援サービス」開始

2015
●「宅急便コンパクト」発売
●「ネコポス」発売

2016
オープン型宅配便ロッカー
「PUDO(プドゥ)ステーション」
設置開始

2013
羽田クロノゲート
稼働開始

2020
海外現地法人27社
展開エリア25の国・地域(駐在員事務所・支店を含む)

2016
●マレーシア宅配大手のGD EXPRESS CARRIER BHD.
(現GDEX BHD.)と業務・資本提携を締結
●マレーシアに本拠地を置くOTLグループの株式取得

1980
YAMATO TRANSPORT
U.S.A., INC.(現 米国ヤマト運輸
株式会社)設立

1982
大和運輸(香港)有限公司
(現 香港ヤマト運輸
株式会社)設立

1983
シンガポールヤマト運輸
株式会社設立

1986
オランダヤマト運輸
株式会社
(現 欧州ヤマト運輸
株式会社)設立

2003
雅瑪多(上海)物流有限公司
(雅瑪多国際物流有限公司の前身会社)設立