ヤマト運輸株式会社
第140期中間事業報告書
（平成16年4月1日から
平成16年9月30日まで）
をお届けします。

当社では、企業の社会的責任として環境保護に積極的に取り組んでおります。事業報告書の発送方法につきましても、封筒を使わずに宛名ラベルと開放部のテープのみで送付する環境に配慮した方式を導入しています。株主の皆さまのご理解をいただきたくお願い申し上げます。

CONTENTS

株主の皆さまへ ---------- 1
ヤマト運輸は
公平で公正な競争を望みます ------ 2
事業概況（連結） ---------- 5
連結財務諸表の概要 ---------- 7
個別財務諸表の概要／会社概要 ------- 9
株式の状況／株主メモ ----------10

株　主　の　皆　さ　ま　へ

株主の皆さまにおかれましては、ますますご清栄のこととご拝察申し上げます。また、平素から格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

平成16年上半期におけるわが国経済は、輸送需要も増加傾向に転じ、緩やかながら景気回復に向けた兆しが見えてきました。こうした経営環境のもと、ヤマトグループでは増収に努める一方で、日本郵政公社をはじめとして激しさを増す宅配市場の状況を見据えて、デリバリー事業を中心とした営業力強化を推進し、さらなる企業価値向上に向けて努めてまいりました。この結果、連結経営状況につきましては、営業収益は5,139億円（前年同期比6.1％増）、経常利益は198億円（前年同期比16.4％増）となりました。また、退職一時金制度をキャッシュバランスプランに移行したことによる特別利益や減損会計の早期適用による特別損失を計上した結果、中間純利益は165億円（前年同期比158.8％増）となりました。

平成16年度の当社を取り巻く経営環境は、度重なる自然災害の影響や原油価格の高騰、さらなる日本郵政公社の攻勢等により、非常に厳しい状況が予想されます。ヤマトグループでは、こうした環境を新たな飛躍の機会と捉え、お客さまの便利を追求する企業姿勢のもと、新生進化3か年計画の完遂を目指して、経営改革を進めてまいります。

現時点における、平成16年度の営業収益は1兆600億円（前期比4.8％増）、経常利益は520億円（前期比7.1％増）を計画しております。日本郵政公社との公平・公正な競争をもとめつつ、お客さまに最善のサービスを提供し、ヤマトグループの企業価値を高め、株主の皆様をはじめ顧客・社員・取引先・地域社会等のステークホルダーの期待に応えていく所存です。

なお、当中間期の利益配当金につきましては、当初の予定どおり1株当たり9円とさせていただきました。

株主の皆さまには、今後とも一層のご支援とご理解を賜りますようお願い申し上げます。

平成16年12月

代表取締役社長　山崎　篤

ヤマト運輸は公平で公正な競争を望みます。

平成16年8月26日・27日、ヤマト運輸では、以下の意見広告を全国54の新聞に全面広告として掲載いたしました。この広告に込めた当社の考えを詳しくお伝えするとともに、多くの方々から寄せられたご意見の一部をご紹介します。

意見広告

クロネコヤマトは変えません。

宅急便をご利用のみみなさまへ。

来る11月18日（木）より、コンビニエンスストアチェーン・ローソンで宅急便ならびに宅急便関連商品・サービスの取り扱いを停止することになりました。これでお客様の身近な窓口が2つ減ることになりますが、この不便さを解消し、これまで通りの便利さでご利用いただけるよう、クロネコヤマトはより一層の努力を重ねています。

残念ながら、クロネコヤマトの契約がうち切られました。

ローソン本部は8月17日（火）、クロネコヤマトに対して宅急便の取扱店契約を中途解約するとの通告をしました。ローソン本部は、最終的に宅配サービスに「ゆうパック」を選んだことになります。かねてからローソン本部は、「宅急便」と「ゆうパック」のどちらも取り扱いたいとの意向を示していました。しかしながら、クロネコヤマトはどうしてもそれに納得できないのです。

みなさんはクロネコヤマトのわがままと思われるかもしれません。しかし。

わたしたちクロネコヤマトは、お客様の便利を最優先で考える企業風土に生きています。そして、他の宅配業者とも お客様のためという土俵で正々堂々競争したいと思っています。これまでもたくさんの競争があり、お互いに切磋琢磨しながらお客様によりよい商品・よりよいサービスを提供してきたという自負があります。公平な競争がしたいのです。公正な競争がしたいのです。その原則が守られないうちは、クロネコヤマトはお客様無視だ、とのお叱りもあるでしょう。けれども、それを覚悟で、あえてわたしたちはこの原則を貫き通したいのです。

日本郵政公社は独占事業であげた利益をもとに競争しようとしています。

まずお伝えしなくてはいけないのは、日本郵政公社の業務はすべて民間に開かれているわけではない、ということです。詳しいえれば、日本郵政公社には、民間企業が手を出せない領域があり、それを独占しています。手紙やハガキは日本郵政公社の独占事業なのです。だから、手紙やハガキの料金に、自由競争はありません。その一方、みなさんは驚かれるかもしれませんが、日本郵政公社は民間と競合する郵子小包（民間でいうメール便）で、大口のお客様に大幅な料金割引制度を適用しています。

クロネコヤマトは日本郵政公社との競争に賛成です。ただし、公正ならば。

民間企業はすこしでも大きな利益をあげ、法人税を払い、そしてなるべく多くを株主や従業員に還元するよう頑張っています。さて、宅配便業界は、わたしたち民間企業が、企業努力を重ねて新商品・新サービスを開発し、全国津々浦々にお届けできるネットワークをつくり、現在の規模まで市場を拡大させてきました。いま、このわたしたちの市場に、日本郵政公社がローソンを足がかりに入ってこようとしています。さらに日本郵政公社は、税制面などできまざまな優遇措置を受けているという事実があります。はたして、それが公平なのか。はたして、それが公正なのか。日本郵政公社が、民間が切り拓いた市場で競争をしかけるのはフェアプレーと言えるでしょうか。

クロネコヤマトはお客様に支えられてはじめて存在できる民間企業です。

クロネコヤマトはお客様のためにある、その企業姿勢を変えません。宅急便をはじめクロネコヤマトの商品・サービスは、すべてお客様の便利を追求してカタチになったものです。そしてこれからも、さらなる便利な商品・サービスを新しいアイデアで創出していきます。これこそが未来までクロネコヤマトが変えない企業姿勢であり、お客様から選ばれる民間企業としてあるべき企業姿勢であると考えます。

ヤマト運輸株式会社　〒104-8125　東京都中央区銀座2-16-10　03-3541-3411（大代表）　代表取締役社長　山崎 篤　http://www.kuronekoyamato.co.jp