

特集

グループ連携を強化し スピードを上げて成長力確保へ

「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」完遂へ向けて

ヤマトグループは現在、成長性と収益性を兼ね備え、持続的成長を果たす企業グループへ向けて、革新的なビジネスの確立に取り組んでいます。

それまでの宅急便の成長で築いてきた経営資源を活用して、新たな成長事業の育成をはかることを柱とした中期経営計画

「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」もいよいよ最終年度を迎えます。

ヤマトホールディングス株式会社・代表取締役社長の瀬戸薫より株主の皆様へ、

中期経営計画のグループ事業の経過をご報告し、最終年度への決意と方針を表明いたします。



ヤマトホールディングス株式会社
代表取締役社長 瀬戸 薫

中期経営計画の進捗状況と、 今期への取り組み

第142期連結業績は、増収を果たしたものの、減益となりました。個別に見ると、成長力を発揮した事業もありましたが、全体として、事業構造改革に伴う費用に対応する成果を導くには至りませんでした。ただし、期後半から業績の上昇傾向を持続することができましたので、今期に良いかたちでつながったと考えています。

3か年計画で取り組む改革は、CSR(企業の

社会的責任)経営の実践を含め、加速度的に進展しているという感触を得ています。純粹持株会社制への移行後の、グループ各社の体制整備も進みまし、サービス・ラインアップの見直しや充実も急速に進め、補完を目的とした業務提携にも踏み出しました。成果をあげていく仕組みは整ってきたと見ています。

3か年計画最終年度の今期に入り、グループ各社それぞれが、事業成長への取り組みを実践しています。この勢いを持続させ、目標へ向けて経営陣、グループ社員一同ともに、邁進いたします。

グループ各社の状況報告と 今後へ向けた展開

3か年計画では、デリバリー事業の着実な成長に加えて、物流に付随して必要とされる情報・ロジスティクス・決済等のノンデリバリー事業の成長力を得ることを方針に掲げています。将来的にはノンデリバリー事業が全収入の約3割、収益では全体の4割程度まで伸ばそうとしています。その目標へ向け、デリバリー・ノンデリバリー各事業、各市場それぞれの特性に見合った戦略施策の実践に努めています。各事業のこれまでの経過と、最終年度の重点強化ポイントをご紹介します。

デリバリー事業

お客様の生活スタイルは多様化し、荷物を受け取る側の要望は高くなってきています。ヤマトグループではエリアセンター制の導入によってきめ細かいサービスができるようになりました。「すぐ行く、何度

でも行く」を合言葉に、荷物をお届けするところで、特にレベルの高いサービスを提供し、受取り人からの需要喚起によって荷物を出すお客様も宅急便を選ぶという好循環が生まれています。台車を使った集配など、効率化によってドライバーの営業力も増し、成果が出始めています。

商品開発においては、地域ごとに特色のある商品・サービスを開発し、より地域に密着させる「顧客対応型」のスタイルにシフトしつつあります。地域ごとに戦略をもってお客様の目線で商品開発を進めます。

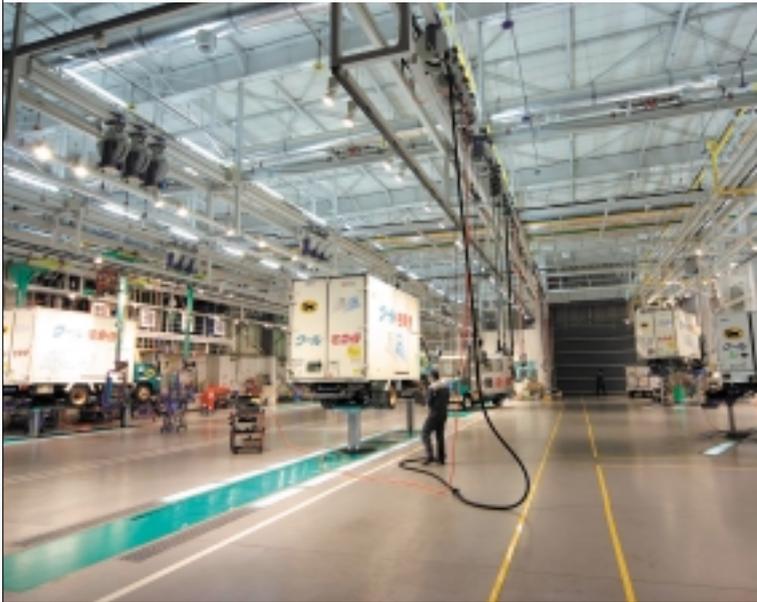
今期から、よりスピード感をもって新商品・新サービスの開発を行うことを目的として本社営業組織を7部制から3部制へシンプルに組み替えるなど、効率的な仕組みも整備しましたので、新たな成長軌道を描く準備が十分にできたものと見ています。今年10月の郵政民営化によって取り巻く事業環境は厳しさを増しますが、きめ細かなサービスを充分活かしてヤマトファンを増やしていきたいと考えています。

ノンデリバリー事業

ヤマトグループは従来、宅急便をはじめ、一般の消費者向けサービスで強みを発揮し成長してきました。さらに法人向けサービスや海外事業など、成長余力の高い分野に市場を拡大できれば、より強固な経営基盤を形成することができます。そこで、これらの分野への新たな商品・サービスを通じて、豊かなポテンシャルを持ったビジネスユニットを確立しようと努めています。



地域特性に着目したリヤカーつき電動自転車での集配



車両整備・保守管理を行うヤマトオートワークス(株)の整備工場

最も成果をあげているのが、自動車整備事業です。ヤマトグループの5万台を超える自動車整備インフラ・ノウハウをトラック輸送事業者に外販しました。24時間・365日の営業体制で、休日・早朝・深夜の車検を実施していますので、お客様は車検

期間中の代車が不要となり、コスト削減に寄与しています。また整備事業から派生して保険・燃料調達等、一連のサービスを提供することで、収益率の高いビジネスへと成長を続けています。

BtoBの分野では「JITBOXチャーター便」を発売しました。セイノーグループ他14社との提携により、スピードを早めて全国展開をはかり、デファクトスタンダードの確立を目指します。

BIZ-ロジ事業では、組織の横断化を進め、単機能売りから複合機能売りへ展開を広げることでお客様のニーズに対応が可能となり、企業物流のトータルコストを低減するさまざまな仕組みづくりが可能となりました。海外についても、日本郵船グループと提携し、きめ細かい輸出入サービスを一貫して行える体制を確立しました。お客様からの期待も高く、将来の成長が楽しみな分野になってきました。

新価・革進3か年計画

グループ経営目標

宅急便ネットワークに新たな価値を組み合わせ、グループ全体の成長力を加速します。

グループ全体のあらゆる業務領域においてプロセス改革を実践し、高効率経営を実現します。

グループ基本方針

- 1 新たな成長力の確保(事業収入の拡大)
- 2 新たなサービス品質の革命(競争優位性における格段の差別化)
- 3 事業を通じた、社員の自己実現(働く環境の整備)
- 4 新たな業務効率化の徹底追及(高収益体質の確立)
- 5 新たな規律の浸透(CSR 企業の社会的責任の自覚)

ホームコンビニエンス事業は、「らくらく家財宅急便」など、ヤマトグループのネットワークに家具・電化製品の設置という技術を加えた商品が、お客様から評価され、大きな成長を果たすなど、成果が出始めています。

グループの情報ネットワーク機能・ノウハウを活用するe-ビジネス事業では、宅急便の荷物追跡で培った「トレーシング」に、「パッケージ」「セキュリティー」を加えた3つをキーワードに取り組んでいます。カード部門による受託計算処理サービス、通販事業者向けの総合ビジネス・パッケージ販売、重要情報を追跡するASPサービスなど独自商品が、多様な企業のお客様から評価され、順調に伸びています。

宅急便の代金引換決済を主なサービスとしてきたフィナンシャル事業でも、お客様の要望を取り入れて、企業物流や貿易における決済の新たなソリューションを提供し始めています。

第142期は、事業による成長度合いに多少の差がみられたものの、それぞれにおいて着実に成果を出しつつあったと認識しています。今期は成長しつつある事業それぞれをIT・LT・FTの融合としてグループ連携を強化させ、顧客対応型のソリューションを提供することで利便性の高いオンリーワンサービスを追求していきます。

CSRを機軸に据えたグループ経営の加速化と、将来の事業目標

私たちは、宅急便ほか公道を使わせていただいで提供するサービスを、数多く手がけています。その性格上、CSRについては、ひときわ重く受け止めなければならないと考えています。高い倫理観を持って経営や現場の業務に臨み、法令遵守を根底に「安全」「環境」「社会」への配慮を徹底的に追求します。

今後とも経営陣から社員まで、全員が倫理を重んじる企業文化をきちんと形成し、会社としての「社格」を、より高めたいと考えています。そして改革への実践的な取り組みをさらに加速させ、継続的な成長という、終わらない課題にチャレンジしてまいります。

3か年計画を通じて個々の事業は、かなり充実してきました。近い将来に、より成長力を持ったヤマトグループに生まれ変わる手ごたえは、確かにあります。当面の3か年計画での取り組みを確実に遂行しながら、成長への種を蒔き、育成に努め、着実に歩を進めていく考えです。

株主の皆様を含め、多様なステークホルダーの方々に、ヤマトグループのこうした姿勢をご理解いただくために、今後とも継続的に良好なコミュニケーションをはかってまいりたいと考えています。