

ヤマトホールディングス株式会社
第146期第2四半期事業のご報告
(平成22年4月1日から平成22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。事業のご報告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。株主の皆様のご理解をいただきたくお願い申し上げます。

株 主 の 皆 様 へ



株主投資家の皆様におかれましては、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。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。

ヤマトグループは、宅急便事業を中心とするデリバリー事業を拡大させながら、経営資源である情報機能(IT)、物流機能(LT)、決済機能

(FT)を融合させることで、お客様の生活を便利にする新たな価値を創造し、グループ全体の持続的な成長に取り組んでいます。

当第2四半期(平成22年4月1日から平成22年9月30日まで)における経営環境としては、アジアを中心とした景気回復の兆しや、通販市場の伸長が見られるものの、生活者の節約意識の高まりや、円高による物流需要の低下など、依然として厳しい環境が継続しています。このような環境の中、ヤマトグループはお客様のご要望にお応えするため、宅急便の高度化、および他社にはない高付加価値サービスの開発と育成に努めました。

デリバリー事業においては、大口法人顧客の取扱数量の増加に伴い単価は下落したものの、生活者の視点に立った提案営業や、法人のお客様の不便を解消するソリューション営業を積極的に推進した結果、宅急便・クロネコメール便ともに前年同期の取扱数量を上回りました。また、配達品質の維持・向上に向けて、今後の宅急便の増量にも対応できる新たな取り組みを推進し、社員の採用を先行して実施しました。その結果、配達品質の向上と同時に、集配コストの抑制効果が出始め、第2四半期の3カ月は増益となりました。

デリバリー以外の事業においては、法人のお客様における業務の効率化、コストの削減を実現するビジネスモデルの積極的な拡販に努め、新規顧客の獲得と同時に、既存顧客との取引を拡大させました。その結果、BIZ-ロジ事業や

e-ビジネス事業を中心に堅調な推移となりました。

当第2四半期の連結業績は以下のとおりです。

(単位:百万円)

区 分	前第2四半期	当第2四半期	増減	伸率(%)
営業収益	580,431	597,857	17,425	3.0
営業利益	22,854	20,222	△2,632	△11.5
経常利益	23,967	21,377	△2,590	△10.8
四半期純利益	11,607	10,499	△1,108	△9.6

<経営施策の取り組み状況>

- ヤマトグループは、2008年4月よりスタートした中期経営計画「満足創造3か年計画」に基づき、「国内市場における革新的な物流システムの開発」「事業エリアのアジア地域への拡大」に取り組んでいます。最終年度にあたる当期は、昨年度までに開発したビジネスモデルを広く営業展開すると同時に、アジア地域における宅急便事業の確立に取り組んでいます。
- 国内市場においては、宅急便機能のさらなる強化や、他社にはない付加価値を提供する独自のビジネスモデルの積極的な拡販を推進し、事業展開のスピードを加速させました。今後もヤマトグループ独自の機能を活かしたビジネスモデルの創出と拡販を通じて、荷物を送るお客様、荷物を受け取るお客様の双方に利便性を提供してまいります。
- 事業エリアのアジア地域への拡大に向けては、上海・シンガポールにおける宅急便ネットワークの整備や国際間輸送サービスの多様化、日本において成功したビジネスモデルの展開に努めました。その結果、現地における認知度が徐々に向上し、宅急便のご利用が拡大し始めました。

これからも、ヤマトグループの総合力を結集して、企業価値を向上させてまいります。株主の皆様におかれましては、なお一層のご支援、ご鞭撻を賜りますよう、お願い申し上げます。

平成22年12月

代表取締役社長

山岡 繁

CONTENTS

- 株主の皆様へ ----- 1
- ITでお客様により密着したサービスを実現 ----- 2
- 事業概況(連結) ----- 5
- 第2四半期連結財務諸表の概要 ----- 7
- 株式の状況/会社概要/株主メモ ----- 10