

ヤマトグループ
CSR報告書2006

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
REPORT 2006

目次 CONTENTS

編集方針	1
トップメッセージ	2
特集	
お客様に支えられて 宅急便30周年	3
事業概要	5
ヤマトグループのCSR	
グループ企業理念	7
社会から信頼されるヤマトであるために	9
安全	
HIGHLIGHT	
万全の車両整備体制で、ヤマトの「安全」を支える	13
安全確保への取り組み	15
環境	
HIGHLIGHT	
全社で地球温暖化防止に取り組んでいます	19
環境マネジメント	
環境保護活動の基本理念	21
推進体制と環境教育	22
環境影響	23
2005年度実績と環境保全の主要コスト	24
環境保護活動	
「ヤマト運輸 地球温暖化防止目標」の実現に向けて	25
車両台数抑制への取り組み	26
低公害な集配車両の導入を推進	27
モーダルシフトの拡大強化	28
廃棄物削減・リサイクルへの取り組み	29
環境コミュニケーション・グリーン購入	31
社会	
HIGHLIGHT	
「クロネコヤマト環境教室」がスタートしました	33
HIGHLIGHT	
雇用の創出	35
お客様とともに	37
株主とともに	40
社員とともに	41
パートナーとともに	44
地域の皆様とともに	45
(財)ヤマト福祉財団の活動	49
経済	
新規事業	51
財務データ	53
発行にあたって	54

「ヤマトグループCSR報告書2006」編集方針

ヤマトグループの純粋持株会社体制への移行(2005年11月1日)に伴い、従来の「ヤマト運輸CSR報告書」を2006年度版より「ヤマトグループCSR報告書」と改めました。発行主体はヤマトホールディングス(株)とし、グループ各社における、社会から信頼される企業であるためのさまざまな取り組みを報告しています。

(ヤマト運輸(株)では2000年度より「環境報告書」の作成をスタートし、第5号から「環境・社会報告書」、昨年の第6号からは「CSR報告書」として、社会性報告の充実に努めてきました。)

ヤマトグループのCSR活動は、「グループ企業理念」にのっとり、「安全」「環境」「社会」「経済」の4分野を軸として展開しています。そのため、本報告書でも大きく4つの章を立て、それぞれについての報告を行いました。また、「社会」の章では、ステークホルダーであるお客様・株主・社員・パートナー・地域の皆様と当グループの関わりについて、それぞれ報告しています。

読者には、お客様をはじめとする一般の消費者の方々を想定し、わかりやすい内容と表現を心がけました。

今号では、30周年を迎えた宅急便の歴史を特集に組み、また各章のトップには、「HIGHLIGHT」として特筆すべき事項についての詳細なレポートを掲載しています。

作成に当たっては、GRI「サステナビリティ リポーティング ガイドライン 2002」および環境省「環境報告書ガイドライン(2003年度版)」を参考としました。

ヤマトホールディングス(株)およびヤマト運輸(株)のホームページにも同内容を開示しています。

<http://www.yamato-hd.co.jp/>

<http://www.kuronekoyamato.co.jp/>

【対象期間】

2005年度(2005年4月～2006年3月)。ただし、発行が9月であるため、2006年4月以降の大きな取り組みや変化については、9月現在までの活動と将来の見通しを含んで記載しています。

【対象範囲】

ヤマトホールディングス(株)を主体とするヤマトグループ各社の環境保護活動・社会活動・経済活動。最も事業規模の大きいヤマト運輸(株)の報告を中心として、他のグループ会社についても記載内容の充実に努めました。

【発行】

2006年9月(次回発行予定:2007年9月)

グループ15万人の意識を結集させ、 「社格」の向上に努めます。

“経済のグローバル化”や“商品サイクルの短期化”に代表されるように、世の中やお客様のニーズなど、近年企業を取り巻く環境はめまぐるしく変化しており、企業経営においても、変化に対応するためのスピードを求められる時代となっております。

現在ヤマトグループは、創業以来「第3の改革」を推進しています。

今年30周年を迎えた宅急便の成長とともに築き上げてきたグループの経営資源を戦略的に配分し、既存事業の活性化と新事業の成長を促すことを目的として、昨年11月、ヤマトホールディングス(株)のもとに事業会社を結集させた「純粋持株会社体制」をスタートさせました。今年に入ってから、「経済のグローバル化」に対応した国際一貫輸送サービスの提供をめざし、他の企業グループとの業務提携および資本提携を実施するなど、経営のスピードを高めています。

グループを挙げた大規模改革を推進する中、ヤマトグループは収益性のみならず、公共性の高い企業グループとして、高い倫理観をもって公正に経営していかなければなりません。法令等の社会的基準に合致した事業活動を推進することは事業継続の大前提であると考えます。

2005年4月にスタートした中期経営計画「ヤマトグループ レポリューションプラン2007 新価・革進3か年計画」では、グループ基本方針の1つとして、「新たな規律の浸透 - CSR(企業の社会的責任)の自覚」を掲げております。この方針の実現のためには、ただ商品やサービスを提供するだけではなく、「安全」「環境」「社会」の各側面から貢献できているかを考え、取り組んでいかななくてはならないと認識しています。

公共の道路を使わせていただき、多くの車両を稼働して事業を営む者としての優先課題である地球温暖化防止対策については、車両を使わない集配の実施、低公害車の導入、省エネ運動の実施など、グループの総力を挙げてCO₂排出量の削減に取り組んでいます。また社会的活動については、“すべての人にやさしい企業”をめざし、障がいのある方々の自立支援、高齢者の雇用確保にも積極的に力を注いでいきます。

人に「人格(人柄、道徳的行為の主体としての個人)」があるように、会社には「社格」があります。私は、CSR推進とは、まさにこの「社格」を向上することであると考えております。ヤマトグループが扱う商品・サービスの中心には、常に15万人の社員(人財)が存在し、一人ひとりが正しい目的(安全確保、環境保全、地域との共生)のために意識を結集できれば、ヤマトグループの「社格」はさらに向上するものと信じております。

ヤマトグループは今後も「社会とともに持続的に発展する企業」「働く社員がいつまでも誇りと思える企業」をめざし、いっそう努力してまいります。皆様のご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

2006年9月

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



お客様に支えられて 宅急便30周年

2006年1月20日、宅急便は30周年を迎えました。30年前の発売当日に、お預かりした荷物は11個。それでも、お客様に便利にお使いいただけるようチャレンジを重ね、今では年間11億個以上の荷物を扱うまでに成長することができました。ヤマトに受け継がれる革新の遺伝子を見失うことなく、今後もお客様とともに進化を続けます。

1. 創業期 日本初の路線事業を開始

全国のトラック台数が204台だった1919年、ヤマト運輸(株)は銀座でトラック4台を保有する自動車輸送専門会社としてスタートしました。そして、創業11年目には、日本初の路線事業を開始。数年後には関東一円に輸送ネットワークを作り上げるほどに成長したのです。時代は高度成長期で、路線トラック事業が爆発的な伸びを示した時期でもありました。

ところが、暗い影が忍び寄ってきたのもそのころ。60年代半ば以降、高速道路が次々に完成し他社は長距離輸送にどんどん参入していきました。しかし、ヤマト運輸(株)は市場の変化を見逃し、出遅れてしまったのです。気付いた時にはすでに手遅れで、荷主さんは先発業者を

利用していました。そんな時、73年にオイルショックが発生。繁栄の道から一転し、経営危機がささやかれる会社になってしまったのです。



創業当時、トラックの前で記念撮影する創業者・小倉康臣(右端)と運転士たち

2. 宅急便開発 生き残りをかけたチャレンジ

1971年に社長になった小倉昌男は、ヤマト運輸(株)が低収益である理由を追求します。そして、それまで業界の常識だった「小口荷物は、集荷・配達に手間がかかり採算が合わない。小さな荷物を何度も運ぶより、大口の荷物を一度に運ぶ方が合理的で得」という理屈が誤りだと気付いたのです。小倉は「小口の荷物の方が、1kg当たりの単価が高い。小口貨物をたくさん扱えば収入が多くなる」と確信し、75年の夏「宅急便開発要項」を社内発表しました。この要項には「基本的な考え方」として

- [1] 需要者の立場になってものを考える
- [2] 永続的・発展的システムとして捉える
- [3] 他より優れ、かつ均一的なサービスを保つ
- [4] 不特定多数の荷主または貨物を対象とする
- [5] 徹底した合理化を図る

が記されていました。

この宅急便の原点とも言える「5箇条」をもとに、若手社員を中心としたワーキンググループが新商品開発を進

めたのです。

そして76年1月20日「電話1本で集荷・1個でも家庭へ集荷・翌日配達・運賃は安くて明瞭・荷造りが簡単」というコンセプトの商品『宅急便』が誕生したのでした。



宅急便の生みの親、小倉昌男



宅急便マニュアル

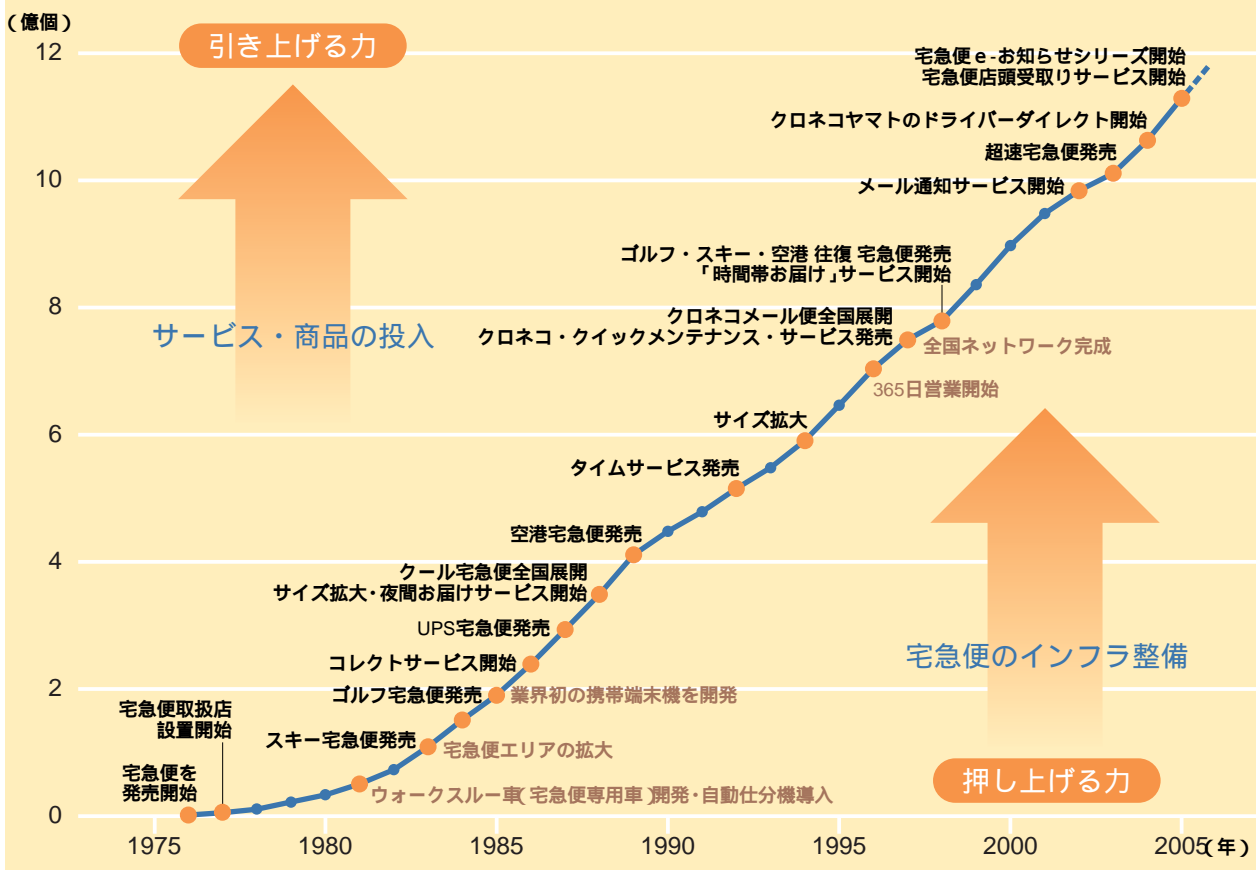
3. 宅急便成長期 新サービス・新商品の開発と、それを支える仕組み

発売開始後、おかげさまで宅急便はどんどん世の中に受け入れられることができました。その理由は、地域に密着したセールスドライバーをはじめとする社員が、何とかお客様のご期待にお応えしようと、お客様のニーズや

時代の要請を的確に捉えたサービス・商品を開発してきたからだと思います。

また、それらのサービスの高品質な提供を支えたのが、地道なエリア拡大や情報システムの充実でした。

宅急便のサービス・商品開発と取扱個数の推移



品質を支える情報システム

宅急便のスタートに伴い、ヤマト運輸(株)の情報システム「NEKOシステム」は、「一つ一つの荷物情報をセールスドライバーが簡単に処理できるシステム」へと移行、1980年10月にNEKO-POS(バーコードリーダー付簡易入力機)が全宅急便営業拠点へ配置されました。営業所で荷物情報の入力が可能となり、これによって貨物追跡システムが完成。1986年には携帯型のPOSが登場し、その後3度の改変を経て現在の「次世代システム」(P37参照)へ至っています。「お客様により近いところで入力し、事務作業の負担を軽減しながら、品質管理を行う」というシステム設計は、現在でもヤマト運輸(株)の情報システムの基本です。



ウォークスルー車の誕生

宅急便開始当時の集配車両はバンタイプでした。しかし、荷物が増加するにつれて、「車内での作業時でも腰をかがめる必要のない天井が高い車がほしい」という要望が出てきました。九州支社内の「車開発プロジェクトチーム」が1980年3月にベニヤ板による試作品を作成・提案。これを基本に自動車メーカーの協力を得て、1981年8月、試作車第1号が完成しました。



スタート時(1976)の集配車



ベニヤ板試作品(1980)



試作第1号車(1981)



現在のウォークスルー車(1999~)

事業概要

2005年11月1日、純粋持株会社 ヤマトホールディングス株式会社がスタートしました。

会社概要

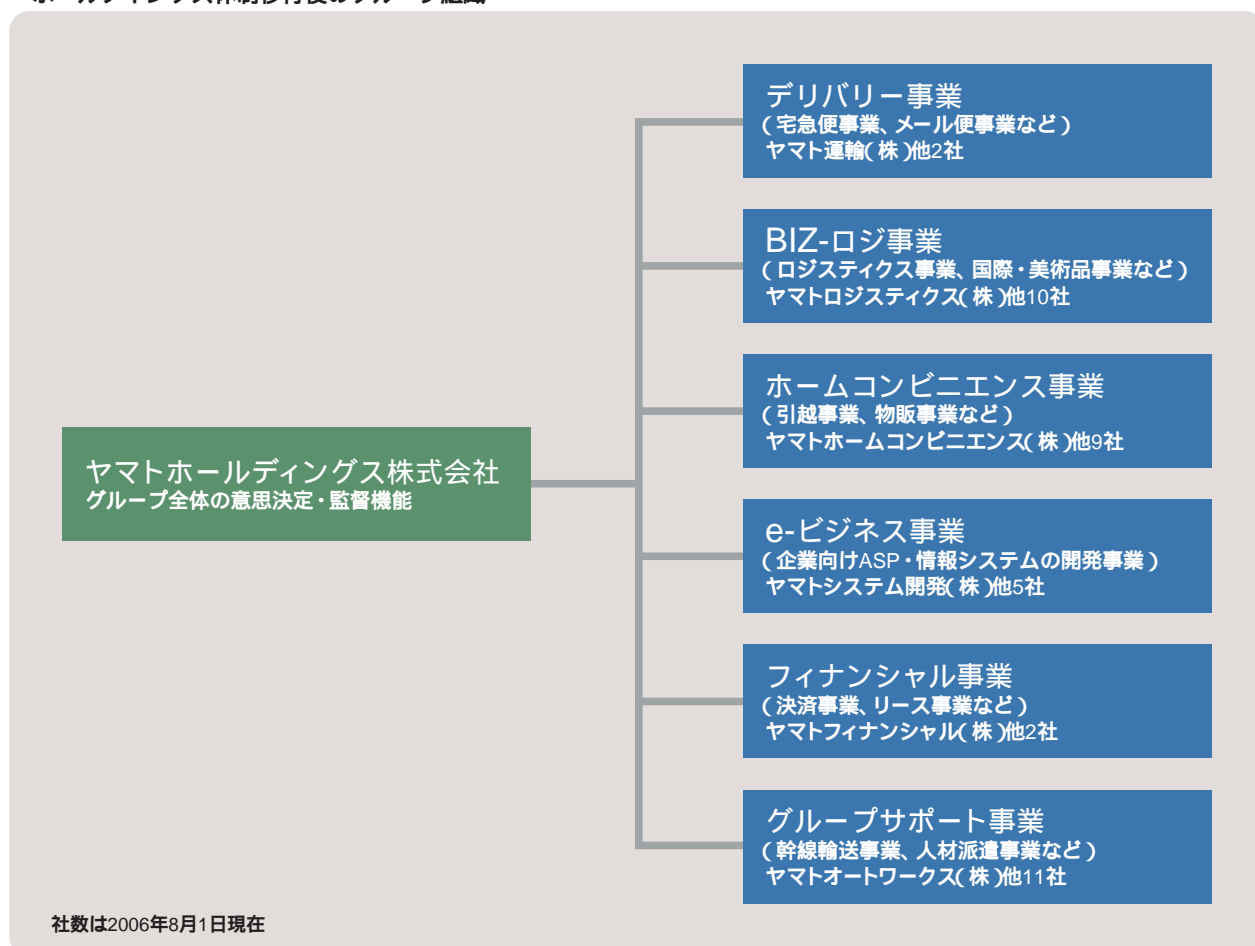
商号 ヤマトホールディングス株式会社
本店所在地 〒104-8125 東京都中央区銀座二丁目16番10号
創業 1919(大正8)年11月29日
設立 1929(昭和4)年4月9日
代表者 取締役社長 瀬戸 薫
資本金 1,205億75百万円

2005年11月1日、従来のヤマト運輸(株)を、グループ全体の「意思決定・監督機能」を有するヤマトホールディングス(株)と、デリバリーの「執行機能」を有するヤマト運輸(株)に分割し、事業持株会社体制から純粋持株会社体制へ移行しました。ヤマトホールディングス(株)がデリバリー事業を含めて6つの事業フォーメーションを束ねる新しいグループ体制となり、グループ全体の戦略的な意思決定と最適な経営資源の配分を機動的に行うこと

で、グループ全体の成長のスピードを加速させる体制を整えました。

2005年4月からスタートした中期経営計画「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」に基づき、デリバリー事業の着実な拡大を図りつつ、グループ経営資源を生かした非デリバリー事業の成長を加速させる事業戦略に着手し、さらなる企業価値の向上をめざしていきます。

ホールディングス体制移行後のグループ組織



各事業フォーメーションの事業内容と主要会社

デリバリー事業

宅急便・クロネコメール便を中心とした一般個人消費者、中小企業向けの小口貨物輸送事業です。「宅急便e-お知らせサービス」など、お客様のニーズに合わせて、きめ細やかなサービスを今後も展開していきます。

ヤマト運輸株式会社

設立 2005年3月31日 代表者 小倉 康嗣 資本金 500億円
本店所在地 〒104-8125 東京都中央区銀座二丁目16番10号



BIZ -ロジ事業

ロジスティクス事業、フォワーディング事業を中心とした企業間の物流を担う事業です。国内だけでなく海外の現地法人を含めてグローバルに展開しています。最適な物流を提案し、お客様のビジネスを強力にサポートしています。

ヤマトロジスティクス株式会社

設立 1999年11月17日 代表者 小川 悦男 資本金 18億8,000万円
本店所在地 〒104-0042 東京都中央区入船三丁目7番2号



ホームコンビニエンス事業

引越・物販事業を中心に、生活関連のサービスを幅広く展開しています。家具を1つから輸送する「らくらく家財宅急便」をはじめとして、家庭でのさまざまな不便や不満を解消し、便利で快適な生活が実現するよう各種サービスを提供しています。

ヤマトホームコンビニエンス株式会社

設立 1985年9月4日 代表者 土方 幹雄 資本金 8,000万円
本店所在地 〒103-0022 東京都中央区日本橋室町四丁目1番5号



e-ビジネス事業

主に企業向けの情報システム開発事業を展開しています。グループ内で蓄積した宅急便システムの開発ノウハウを活かして、さまざまな企業にパフォーマンスの高い情報サービスを提供しています。

ヤマトシステム開発株式会社

設立 1973年1月20日 代表者 川田 博 資本金 18億円
本店所在地 〒136-8675 東京都江東区南砂二丁目5番15号



フィナンシャル事業

一般消費者・中小企業向けに、金融・決済サービスを展開しています。通販事業者様向けの「宅急便コレクト」では代金引換やカード決済などさまざまな決済手段を取り揃え、わずらわしい決済業務の代行を行うなど、ヤマトグループの強みを活かしたフィナンシャルモデルを展開しています。

ヤマトフィナンシャル株式会社

設立 1986年7月5日 代表者 芝崎 健一 資本金 10億円
本店所在地 〒103-0022 東京都中央区日本橋室町四丁目1番5号



グループサポート事業

経理業務や人材派遣事業など、ヤマトグループ内で共通する業務を集約・統一化し、低コストかつ高精度な業務を展開しています。また、ヤマトオートワークス(株)で行っているトラックメンテナンス事業などは、今までグループ向けに展開してきた業務のノウハウを活かして、今後は外販をさらに進めていきます。

ヤマトオートワークス株式会社

設立 1957年10月30日 代表者 堀越 克己 資本金 3,000万円
本店所在地 〒135-0053 東京都江東区辰巳二丁目4番地17号



グループ企業理念

2005年4月、「グループ企業理念」をCSRの観点から見つめ直して改訂。グループ社員一体となって、社会とともに、持続的な発展をめざします。

>> 社会とともに、持続的な発展をめざして

宅急便をはじめとするヤマトグループの事業は、社会的インフラとして大きな社会的影響力をもつようになり、公共性の高い企業グループとして、ますます倫理観の高い経営が期待されています。

このような社会的要請に応え、企業市民としての責任を十分に果たしていくために、2005年4月、グループ企業理念をCSR(Corporate Social Responsibility = 企業の社会的責任)の観点から見つめ直し、改訂を行いました。

>> 「社訓」を原点とし、3つの柱で構成

ヤマトグループの企業理念は、「経営理念」、「企業姿勢」、「社員行動指針」という3つの柱で構成されています。

「経営理念」

ヤマトグループが事業を営んでいく目的や、企業としてこれからめざすべき方向を指し示したものです。

「企業姿勢」

経営理念を達成し実現していく上で、私たちヤマトグループが社会に約束し、常に実行していく基本となる考えです。

ヤマトグループは、公平、公正な競争を通じて利潤を追求するとともに、人権を尊重し、法令、国際ルールとその精神を遵守し、常に高い倫理観をもって行動することで、社会とともに持続的に発展できる企業をめざします。「社員行動指針」

ヤマトグループの社員が日々の行動の中で、社員としてあるべき姿を示します。

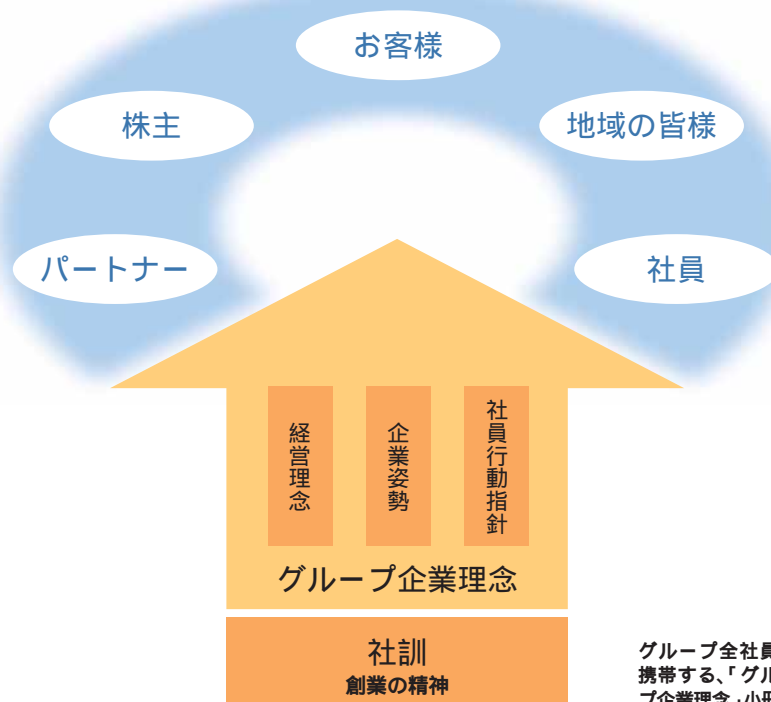
1. 社会の一員としての役割
2. 法と倫理に基づいた行動
3. 職場ルールの遵守
4. 人間性を尊重する職場づくり
5. パートナーとの良好な関係の維持
6. お客様への最良のサービス

という6項で構成されています。

また、企業理念の原点には、創業の精神としての「社訓」があります。

ヤマトグループは、グループ社員全員で企業理念を共有し、さまざまなステークホルダーとの対話を重ねつつ、「社会とともに持続的に発展する企業」、「働く社員がいつまでも誇りと思える企業」をめざして、CSRを推進していきます。

「グループ企業理念」の構成図



グループ全社員が携帯する、「グループ企業理念」小冊子

社 訓

- 一、 ヤマトは我なり
- 一、 運送行為は委託者の意思の延長と知るべし
- 一、 思想を堅実に礼節を重んずべし

経営理念

ヤマトグループは、
社会的インフラとしての宅急便ネットワークの高度化、
より便利で快適な生活関連サービスの創造、
革新的な物流システムの開発を通じて、
豊かな社会の実現に貢献します。

企業姿勢

1 お客様の満足の追求

ヤマトグループは、常にまごころを込めた良質のサービスを提供し、お客様に満足をお届けします。また、常に革新に挑戦し、生活利便の向上に役立つ新しいサービスを開発します。

2 人命の尊重

ヤマトグループは、人命の尊重を最優先し、常に安全の達成に努めます。

3 働く喜びの実現

ヤマトグループは、社員各人が自律性と自発性を発揮し、常に働く喜びに満ちあふれ、社員と家族が夢と誇りの持てる企業をめざします。

4 法の遵守と公正な行動

ヤマトグループは、常に法と社会的規範、国際ルールとその精神を遵守し、高い倫理観をもって公正に行動します。

5 地域社会から信頼される企業

ヤマトグループは、地域の一員として信頼される事業活動を行うとともに、障がいのある方の自立を願い、応援します。

6 環境保護の推進

ヤマトグループは、環境問題への取り組みが人類共通の課題であると認識し、環境保護活動を自主的・積極的に推進します。

7 個人情報の保護

ヤマトグループは、個人情報・顧客情報の取り扱いに関する方針を自主的に定め、適切な管理と保護に努めます。

8 コミュニケーションの充実と共存共栄

ヤマトグループは、株主、お客様、地域の皆様、パートナー、社員とのコミュニケーションを広く行い、互いの共存共栄を実現します。

9 情報開示と説明責任の実践

ヤマトグループは、常に正確で迅速な情報開示を行い、社会から信頼される「開かれた企業」をめざします。

10 企業不祥事への対応

ヤマトグループは、万一、企業理念に反するような事態が発生した時には、経営トップ自らが問題解決にあたる姿勢を明らかにし、原因究明と再発防止に努めます。

社会から信頼されるヤマトであるために

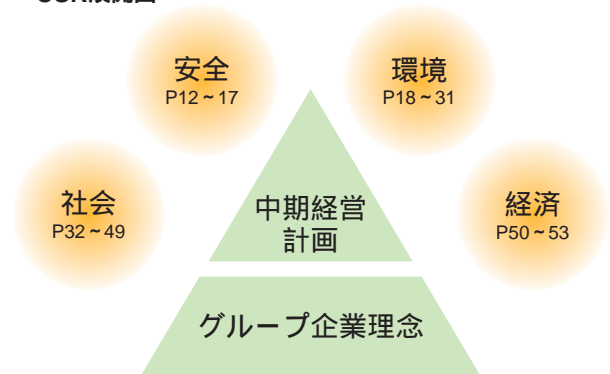
高い倫理観をもって公正に行動する、清潔な企業グループであるために、ガバナンスの強化、コンプライアンス・リスク管理体制の徹底に努めています。

ヤマトグループのCSR展開

ヤマトグループのCSR活動は「グループ企業理念」にのっとり、「安全」「環境」「社会」「経済」の4分野を軸として展開しています。また、2005年4月にスタートした中期経営計画「ヤマトグループレポリューションプラン 2007新価・革進3か年計画」では、グループ基本方針5項目の1つとして「新たな規律の浸透 CSRの自覚」を定めています。

社会的規範、基準に合致した正当な事業活動を推進することは、事業継続の大前提であるとの認識に基づくものです。

CSR展開図



コーポレートガバナンスの強化

ヤマトグループ各社の健全な経営と社会的信頼の向上を図るため、ヤマトホールディングス(株)では、コーポレートガバナンスのさらなる強化を推進しています。

>> 迅速で機動力ある経営のために

ヤマトグループ全体の意思決定・監督機能と、各事業の執行機能を明確に分離することを目的として、2005年11月に純粋持株会社体制に移行しました。

経営上の意思決定、監督、執行に関わる経営管理組織としては取締役会、経営諮問会議を設置し、重要事項の意思決定を迅速・的確に行うとともに、2006年4月からは執行役員会議を新設し、この会議に権限を委譲して機動的な執行が可能な経営体制としています。

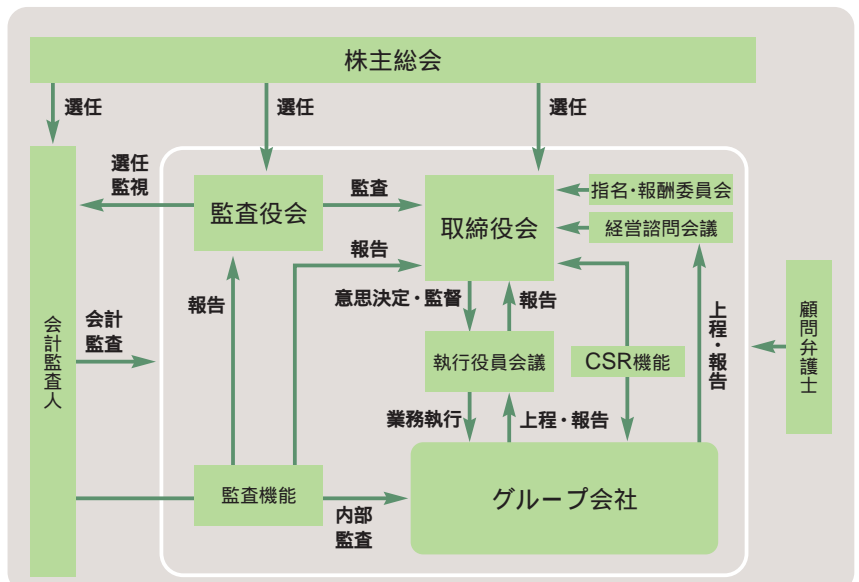
>> 監査機能の徹底

監査役は、常勤監査役2名と社外監査役2名で監査役会を構成し、取締役会、その他の重要な会議に出席するほか、業務執行の適法性に関して監査を行うなど、健全な経営と社会的信頼の向上に努めています。なおかつ、グループ監査役連絡会を定

期的に開催し、主要事業会社の常勤監査役と監査方針・監査方法などを協議するほか、情報交換に努めるなど連携強化を図っています。

また、内部監査機能として、監査担当がグループ各社に対して内部統制の有効性について監査を実施しており、その結果については、取締役および監査役に報告する体制を構築しています。

コーポレートガバナンス推進体制



>> さらに透明で健全な経営をめざして

社外取締役2名を中心として指名・報酬委員会を運営するとともに、2006年4月に内部統制の充実とよりスピーディな経営を実現するため、ガバナンス体制について以下の点を変更しました。

1. ヤマトホールディングス(株)に社長執行役員、役付執行役員、執行役員を選任する。
2. 事業フォーメーション代表会社社長をヤマトホールディングス(株)執行役員として選任する。
3. 役付執行役員に事業フォーメーションごとの担当を決め、計画達成に関して各社長と共同の責任を担う。

コンプライアンスの徹底

>> CSR推進の最優先課題として

社会からの信頼と共感を得るためには、法令や企業倫理にかなった行動を確立し、不祥事を起こさない体制を整えることが必要です。当グループでは、コンプライアンス経営の確立をCSR推進の最優先課題と定め、取り組みを進めています。

2003年3月には「コンプライアンス宣言」を行い、コンプライアンス委員会を設置。内部通報制度として、「コンプライアンス・ホットライン」や社長が直接目を通す「目安箱」を設けるなど体制を整備し、グループ会社47社、約15万人を利用対象としています。なお内部通報制度は、2006年4月施行の公益通報者保護法にも対応しています。

を浸透させることと、企業活動におけるリスクを未然に防止する仕組みを構築・管理することを目的としています。委員会メンバーには、社外弁護士を外部委員として組み入れ、法律専門家としての的確な意見を活用します。



コンプライアンス・セミナー(2006.5.30)

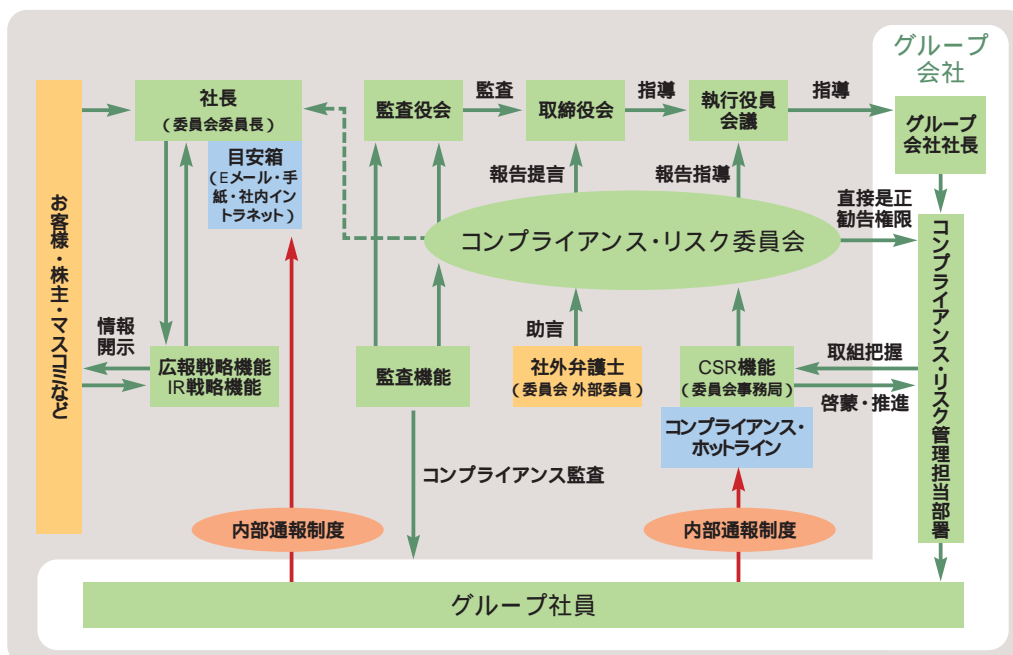
>> コンプライアンス・リスク委員会を設置

2005年11月の純粋持株会社体制への移行に伴い、グループ全体のコンプライアンスとリスク管理の推進体制を見直し、ヤマトホールディングス(株)においてコンプライアンス・リスク委員会を設置しました。本委員会は、グループ会社のコンプライアンス・リスク管理担当部署を統括し、グループ全体に企業倫理、法令遵守の考え方



ヤマト運輸(株)の全事業所に掲示されている「コンプライアンス宣言」ポスター

コンプライアンス・リスク管理体制



経緯と対応

「食品表示ラベル貼り替え事件」

経緯

ヤマト運輸(株)は、北東京主管支店における荷主様の依頼による「冷凍いくら醤油漬」の食品表示ラベルの貼り替え、および荷主様への貼り替え場所の提供について農林水産省から、また、倉庫業法で定める変更登録なしに荷物を保管するなどの行為について国土交通省から、2006年4月18日、厳重注意を受けました。

当社では、該当するお客様を戸別訪問して謝罪と対応をさせていただくとともに、発生の原因を「食の安全に対する意識」および「コンプライアンス精神」の欠如と認識し、早急に再発防止策に取り組みました。

再発防止策

1. 社内検査の実施

2006年3月9日より、不適切な食品表示ラベルの貼り替えなどについて、全物流システム支店で一斉点検を実施(当該事業所以外に運営上の問題点なしを確認)。

2. 食品の流通・倉庫業に関連する研修の実施

- ・食品を取り扱う全事業所責任者へのマニュアル配布などによる啓発(5月11日)。
- ・全役員が集まる会議における食の安全に対する啓発(5月12日)。
- ・倉庫業法および品質表示制度に関する説明会を開催(5月18日)。

3. コンプライアンス体制の見直しと徹底

- ・全役員、全主管支店長が出席する「コンプライアンス研修」を実施(5月30日)。
- ・社内セミナーでの研修必須事項として「食の安全」を取り入れ、さらにイントラネットや社内報によりコンプライアンスの徹底を図る(随時)。

当社では今回のことを社会の信頼を裏切る重大な事件として真摯に受け止め、チェック機能が動く組織体制の整備と、コンプライアンス精神の徹底に努めてまいります。

情報セキュリティ 個人情報保護への取り組み

ヤマトグループでは、多くのお客様の大切な個人情報をお預かりしています。以前より厳重な管理を行ってまいりましたが、企業の個人情報漏えい事件の続発など社会情勢を鑑み、2003年3月に「情報セキュリティ確保宣言」を行い、「個人情報の保護」「企業情報の守秘義務」「改ざん・隠ぺいの禁止」を重点遵守事項として、情報セキュリティの強化を図ってきました。

>> グループ2社がプライバシーマークを取得

ヤマトシステム開発(株)はヤマトグループの大量かつ機密性のある重要な情報を取り扱っており、早くから情報セキュリティへの取り組みを進めています。1999年にプライバシーマークを取得。以降もレベルの高い個人情報保護取扱責任者の増強、第三者によるセキュリティ検査の実施、継続した教育の充実などにより、グループの顧客信頼度向上に努めています。



プライバシーマーク: 経済産業省の外郭団体である財団法人 日本情報処理開発協会が、JISQ15001(個人情報に関するコンプライアンス・プログラムの要求事項)に適合し、個人情報の適切な保護のための体制を整備していると認定した事業者に対して、その事業活動における使用を承諾したマーク。マーク取得のためには、個人情報保護法(2005年4月施行)よりさらに厳格な実施内容が要求されます。

2006年5月には、ヤマトグループの物流決済を行っているヤマトフィナンシャル(株)もプライバシーマークを取得しました。通販事業者様向け決済サービス「宅急便コレクト」におけるお届け時のカード払い(2005年)などに伴い、個人情報の適切な管理はますます重要な責務となりました。管理体制の継続的改善を進め、取り組みの徹底強化を図っています。

今後もグループ各社へとプライバシーマーク認定を広げ、お客様に安心してヤマトのサービスをご利用いただけるよう、情報セキュリティへの取り組みを続けます。

経過報告

公正で公平な競争を求めて 対日本郵政公社訴訟

2004年9月28日、ヤマト運輸(株)は日本郵政公社に対し宅配便市場における不公正・不公平な競争条件の是正を求め、東京地方裁判所に対し不公正取引差止請求訴訟を提起しました。

しかしながら、約1年4カ月にわたる裁判の結果は、「郵政公社の行為は不公正な取引方法にはあたらない」という残念なものでした。この判決は、不公正取引や官業による民業圧迫などのない公正・公平な競争条件を求める当社としては到底容認できるものではありませんでしたので、2006年2月1日、東京高

等裁判所に控訴しました。

ヤマト運輸(株)は、アンフェアな条件下でもお客様に信頼され、選ばれるための努力を重ねる一方で、今後も公正・公平な競争の必要性を訴え続けていく所存です。

これまで、ヤマト運輸(株)の主張をご支援くださった、たくさんのお客様に厚く御礼申し上げますとともに、引き続きご支援、ご鞭撻のほどお願い申し上げます。

安全

公道を利用して事業を行っているヤマトグループにとって、地域の皆様の安全や安心の確保はなによりも大切です。安全運転はもちろん、常に人命の尊重を最優先し、その達成のための環境整備や研究・研鑽に努めます。





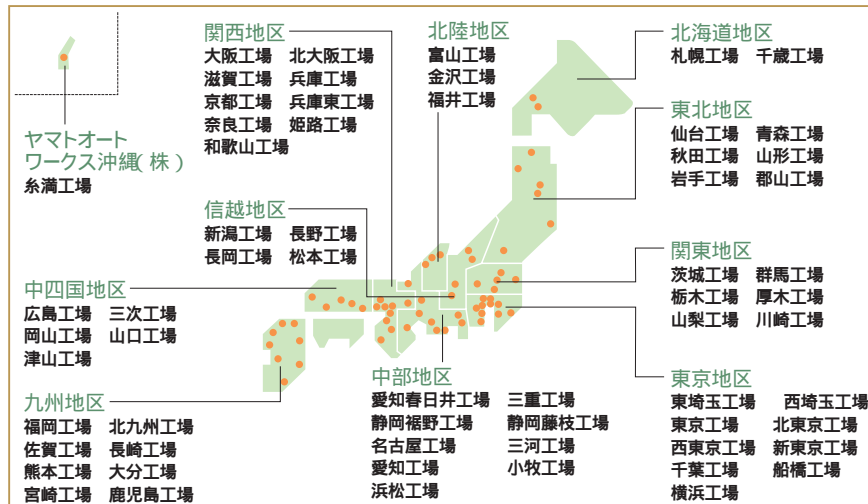
万全の車両整備体制で、ヤマトの「安全」を支えています

ヤマトグループの40,000台に及ぶ車両の点検整備・保守管理を行っているのが、ヤマトオートワークス(株)です。高い技術力と効率的な整備体制の実現により、ヤマトグループの安全確保に貢献しています。

>> 運送業界屈指の車両管理実績を基盤として

デリバリー事業の安全を確保するためには、車両の徹底した点検整備と保守管理が不可欠です。ヤマトオートワークス(株)の前身は、ヤマト運輸(株)の車両整備・管理部門。長年にわたって蓄積してきた経験と実績をもとに2003年10月、保険販売や荷役機器販売・修理を行うヤマト商事と統合し、新会社ヤマトオートワークス(株)となりました。現在はヤマトグループの40,000台に及ぶ車両の点検整備を担当するほか、一般のトラック運送事業

ヤマトオートワークス(株) 整備工場の分布状況



者・バス事業者も対象として、新車・中古車の購入から整備・管理・トラックボディリフォーム、保険販売まで、幅広く一貫したトータルサポート事業を展開しています。

>> 高水準で効率的な整備体制の実現

ヤマトオートワークス(株)の整備工場は2006年6月現在、日本全国に62カ所。そのほとんどが高速道路のインターチェンジ近くに設置され、ヤマトグループの配送拠点約3,300カ所をカバーしています。また、約600人の整備士のうち、完成検査を実施できる自動車検査員資格者が300人以上と高い整備技術を誇り、各種低公害車への対応も万全です。

安全確保のためには、法定定期点検の完全実施、稼動状況に合わせた出張点検や巡回保守を実施。さらに新たな試みとして、受託した車両の整備履歴(カルテ)をデータベース化して全国の工場で共有し、次回整備の際に活用するという取り組みも進めています。

高水準で効率的な整備体制により、ヤマトグループの安全をしっかり足元から支えています。

>> 最新鋭の設備とシステムによる夢の工場 「スーパーワークス」

2006年4月、ヤマトオートワークス(株)は、車両整備システムの効率化と環境への配慮、社員の働きやすさを追求した最新鋭の「スーパーワークス」東京工場を江東区辰巳に竣工しました。

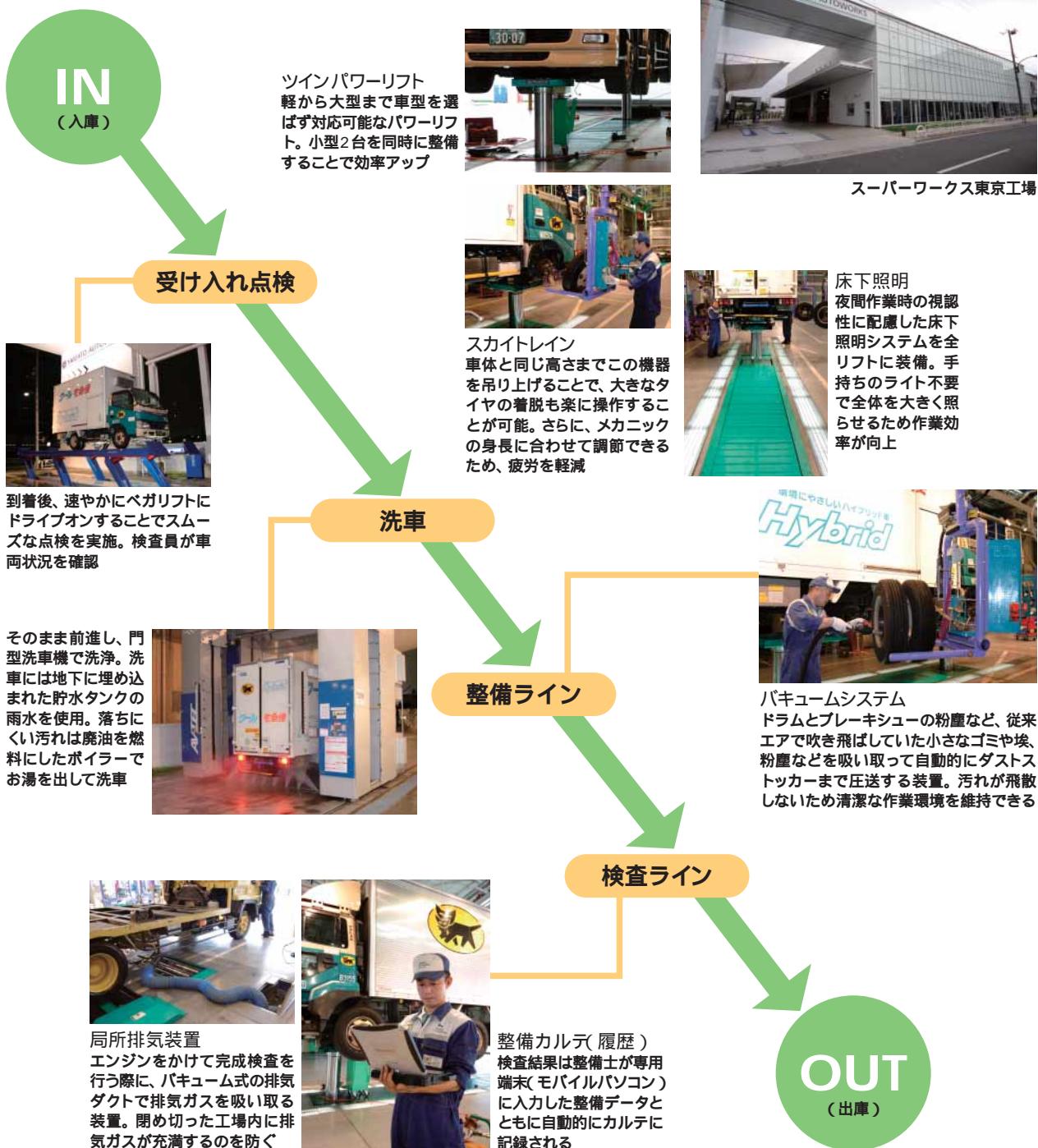
スーパーワークスでは、整備スタッフ全員が自動車検査員資格をもち、高品質なサービスの提供をめざしています。作業場には、効率を高めるため、入庫から出庫ま

で1度も入れ替えを必要としないワンウェイ方式を採用。お客様の車両の稼働を止めない整備を提供するため、24時間作業可能な整備環境を整えています。

また、雨水を利用した温水洗車機、作業中の粉塵や廃油・排ガスを吸い取るバキュームシステムなど、人と環境にやさしい設備・工夫が随所に施されています。

東京工場は札幌、三重に続く3番目のスーパーワークスで、2006年6月には糸満工場(ヤマトオートワークス沖縄(株))もオープン。今後は全国に展開を図り、業界の最先端に行くサービスを実現していきます。

スーパーワークス東京工場のメンテナンスフロー
(入庫から出庫まで、一筆書きのワンウェイ方式)



安全確保への取り組み

エコドライブ運動の継続・拡大、安全の専門職「安全指導長」を中心とする指導体制強化など、あらゆる角度から「安全」の確保に努めています。

グループ全体でエコドライブ運動を継続

省燃費運転(エコドライブ)は、大気汚染物質や温室効果ガスの排出を抑えるとともに、やさしい穏やかな運転の実践により、安全性を飛躍的に向上させます。

ヤマト運輸(株)では、これまでもすべてのドライバーが「大気汚染・地球温暖化防止」「安全」「燃費削減」をめざしてエコドライブの実践に努めてきましたが、2004年4月からは取り組みを拡大し、ヤマトグループ全体でエコドライブ運動を推進しています。

>> エコドライブ講習会の実施

ヤマト運輸(株)の全国72カ所にある各地域の主管支店では、宅急便センター長*1・安全担当*2、さらには全セールスドライバー*3の受講を目標として積極的にエコドライブ講習会を開催しています。

講習は、基本的に

普段の運転でテストコースを走行して燃費を計測
VTRや資料映像を使った座学講習で、エコドライブの知識とポイントを学習

講習で学んだことを活かして再びテストコースを走り、燃費を計測

2回の計測結果における各受講者の燃費改善率を発表し、講師によるまとめ

という流れで実施されます。エコドライブのテクニックを学び、その効果を実感することで、エコドライブ徹底への意識を高める構成となっています。



エコドライブ講習会
(高知主管支店 / 2005.5.24)



>> 「eco-Dr(エコ・ドライバー)」認定制度

2004年より、セールスドライバーの意欲向上とエコドライブのさらなる推進のため、「eco-Dr」認定制度を導入。所定の研修を終了し、主管支店で設定した基準をクリアしたドライバーを「eco-Dr」と認定しています。また、エコドライブの一環でもあるアイドリング・ストップについては、継続して全車にわたる徹底を推進しています。

今後もエコドライブの徹底に取り組んでいきます。

*1 宅急便センター長：宅急便センターは、宅急便関連商品の集配業務の最前基地で、お客様からもっとも近い窓口。宅急便センター長は、自らも集配業務を担当するセールスドライバーで、地域の宅急便センターの営業・サービス責任者。

*2 安全担当：宅急便センター内で、特に安全において仲間をリードする安全のリーダー。

*3 セールスドライバー：集配業務だけでなく、セールス活動全般を行う、地域におけるヤマトの顔。

ヤマトグループが推進するエコドライブ運動
(『エコドライブへの手引』より)

3つの取り組み

- 1 発進・加速時
ローギア発進、早めのシフトアップ
- 2 通常走行時
車間距離を十分とって等速運転
- 3 減速時・停車時
エンジンブレーキを活用して緩やかに減速



安全最優先の体制と日常業務における取り組み

>> 安全指導体制

ヤマト運輸(株)は、常に「安全第一」を考え、安全運転、安全作業を徹底し、業務のあらゆる場面において人命の尊重を最優先としています。

安全指導担当として、本社に社会貢献部、各主管支店に社会貢献課および安全指導長、各宅急便センターに安全担当をおき、その緊密な連携によって安全確保の徹底を図っています。

安全指導長制度

安全指導長は安全対策の専門職で、各主管支店において、

安全指導活動の効果的推進

安全レベルの向上

交通・労災事故の防止施策の積極的推進

を図ります。2006年3月現在、全国に210名の安全指導長が配置され、セールスドライバーの安全教育に当たっています。また、安全指導長の指導技術向上により全社的な安全管理のレベルアップを図るため、定期的に安全指導長研修を実施しています。



安全指導長研修
(2005.9～10月)

セールスドライバー採用基準

セールスドライバー採用時には適性を厳しくチェックしています。また、入社後には安全教育などの研修を受け、乗務試験をパスしてはじめて、ウォークスルー車を運転することができる仕組みとしています。実際の業務に就くのは、入社約2カ月後となります。

>> 日常業務の中での取り組み

各宅急便センターでは、毎日の朝礼・点呼時に基本ルールの確認や危険箇所についての情報交換を実施。また、毎月1回安全会議を開き、テーマを定めて安全確保の徹底を図っています。

安全ルートマップの作成

セールスドライバーは、それぞれの担当エリアで安全に集配を行うためのルートを記した安全ルートマップを作成します。安全に安心して走行できる道路の選択、安全面・効率を考慮した駐車位置の設定、危険度の高い右



前年同月に発生した事故・災害と、その要因、注意すべき事項などを掲載し、再発防止に役立てる「危険予知カレンダー」



すべてのセールスドライバーが携帯する「運転者安全手帳」

折を少なくするルートの設定、危険箇所の確認などがポイントとなります。

>> 安全運転研修施設を開設

ヤマト運輸(株)関東支社は、2005年8月、埼玉県上尾市の支社伝票倉庫敷地内に安全運転研修施設を開設しました。

従来、安全運転研修は各主管支店単位で行われてきましたが、集配車が出入りするベースでの実技のため時間・場所に制約があり、個別指導が難しいなどの課題がありました。

第1号となる研修施設は関東支社担当地域のほぼ中心に位置して通いやすく、車両の出入りがないのでこれまで以上に充実した研修が可能となります。また、

指導者などの育成訓練

目的に沿った訓練

支社統一の訓練

ヤマト研修方式に対する反復訓練

再教育の徹底

などに一貫して取り組めるという数多くのメリットがあります。

ヤマト運輸(株)では、この第1号施設の運営を通して安全運転研修施設の仕組みを確立し、全国への展開を図っていきます。



第1号の「安全運転研修施設」

>> 永年無事故運転者を表彰

ヤマト運輸(株)の「安全最優先・事故ゼロ」活動は、セールスドライバーの日々の安全運転に支えられています。安全運転に優れたドライバーに対し、毎年、ダイヤモンド賞(無事故年数25年又は無事故走行270万km)など各賞の表彰を行っています。2005年度は、ダイヤモンド賞58名を含む9,359名が受賞しました。

2005年度の永年無事故表彰受賞者

賞	無事故年数又は距離	受賞者数(名)
ダイヤモンド賞	25年又は270万キロ	58
金賞	18年又は190万キロ	716
銀賞	8年又は80万キロ	2,074
銅賞	5年又は50万キロ	2,616
セーフティ・ドライバー賞	2年又は20万キロ	3,895



永年無事故運転者表彰式典
(2006.5.29)

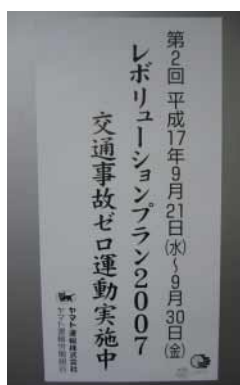
>> 事故ゼロ運動

セールスドライバーの一人ひとりが「絶対に事故を起こさない運転」への意識を高め、実践していくために、ヤマト運輸(株)では、毎年2回(春・秋)「事故ゼロ運動」を実施しています。

2005年度は「基本ルールを徹底し、期間中の交通事故をゼロとする」をスローガンとして、4月6日～15日、9月21日～30日に実施。「交差点での右左折時の一時停止、安全確認の徹底」を統一の重点目標として全社で取り組みました。

また、各宅急便センターでは、さらにエリアの実情に合

わせたセンターごとの目標を設定して、事故ゼロをめざしました。



「事故ゼロ運動」ポスター



全社員が「事故ゼロ宣言」
バッジを胸に運動に取り
組みました

ヤマト運輸(株)千葉主管支店が 「安全優良事業所」に

2005年11月1日、ヤマト運輸(株)千葉主管支店が「安全優良事業所」として交通安全協会から表彰を受けました。

行政や警察署との連携による事故ゼロ運動の展開や、交通安全に関する情報交換など、日ごろの積極的な安全活動が高く評価されたものです。また、通学路における児童の安全誘導など、地道な地域貢献活動の積み重ねも評価につながっています。

千葉主管支店では、2005年10月に担当する113宅急便センターすべての安全担当が整備管理者の資格を取得しました。今回の受賞を励みとして、さらに志気高く、安全活動に取り組んでいきます。



交通安全協会理事
長より表彰を受け
る渡辺主管支店長

民間唯一の運転適性診断事業者として、貨物運送企業の「安全」を支援

2005年4月にヤマト運輸(株)安全・教育事業本部から運転適性診断事業を継承したヤマト・スタッフ・サプライ(株)は、国土交通省が認定した民間唯一の(法定)運転適性診断事業者として、安全・教育事業を展開しています。

2005年度は、ヤマトグループの約8,800名の運転適性診断を行い、運転分野の安全性向上の一端を担いました。グループ以外の企業からも、約4,000人が受診しています。2006年4月より、軽微事故発生者などを対象に、産業カウンセラーと個別に面談し、自分の運転をふりかえる「個別診断」を開始しました。また、新人ドライバー研修や運行管理者試験対策講習など、安全責任者

やドライバーを対象とする「安全研修」も実施しており、精度の高い診断・研修によって、ヤマトグループおよび各企業の安全確保を支援し、安全な社会の実現に寄与しています。



運転適性診断における
「機械式検査(C式運転適
性診断)」

環境

数多くの車両を使用して事業を営むヤマトグループにとって、地球温暖化・大気汚染防止対策は最優先のテーマです。環境問題への取り組みが今や地球規模の課題であることを認識し、日々の行動を通して環境保護を推進していきます。





全社で地球温暖化防止に取り組んでいます

地球温暖化防止は、ヤマトグループの最優先のテーマです。ヤマト運輸(株)では、主管支店ごとにそれぞれの地域性に合わせた活動を展開。総力を挙げてCO2排出量の削減に取り組んでいます。

「車両ゼロ」をめざすサテライトセンターの展開

東東京主管支店

千代田区、中央区など東京の中枢地区を担当する東東京主管支店の目標は、「車両ゼロ」。これは夢でもなんでもなく、2006年6月現在、管下全135店の宅急便センターのうち121店が、車両を全く使用しないサテライトセンターとして稼働しています。2003～2005年度の3年間では38店のサテライトセンターを出店、104台の車両を削減しました。これは、地球温暖化防止への取り組みを進めるヤマト運輸(株)の中でも、群を抜いた数字です。

「千代田、中央という地域特性があってはじめてできたことだと思っています。目標まであと14センターですが、これが難しい。霞ヶ関、永田町などの官庁街では、なかなかいい出店場所に出会えません。現場のセールスドライバーから上がってくる情報をもとに検討を重ね、チャレンジを続けています」と営業企画課の徳永慶祐課長。

セールスドライバーも、サテライト化には前向きです。

「車で集配する時に感じていた不便が一気に解消され、事故などのストレスやプレッシャーからも解放される。機動力アップでお客様へのサービスも向上する。さらには環境にもやさしい。メリットは本当にたくさんありますから」と管下築地エリア支店の大橋猛史支店長。

初の「車両ゼロ」主管支店の実現も、遠い日ではなさそうです。



台車を押して街を行く。顔見知りのお客様も日々増えていきます(築地本願寺前宅急便センター)



築地は中央卸売市場など活気に満ちたエリア。サテライトの機動力を活かして、朝8時台には配達50%を終了します。(大橋エリア支店長)

朝昼晩のセンター周辺の清掃、騒音防止対策や繁忙期前の近隣へのご挨拶など、地域の皆様とのコミュニケーションも大切にしています。(徳永課長)



リヤカー付き電動自転車「新スリーター」の活躍

南東京主管支店

「車両に頼らない集配」の実現

南東京主管支店では、地球温暖化防止に向けて、2012年までに世田谷区内の車両を現在の半分にすることを目標としています。都市型センターでは、出店時の車庫確保や集配中の駐車場不足が深刻な状況にあり、また2006年6月からさらに厳しさを増した駐車違反取締りに悩みながらの集配作業では、セールスドライバーがサービスの質を維持することが難しくなるなどの理由によります。

そんな中で新しい集配手段として選んだのが、リヤカー付き電動自転車「新スリーター」。エンジンがないのでCO₂やNO_xなどの地球温暖化ガスや大気汚染物質の排出がゼロ、また免許不要というのも大きなメリットでした。「もう車両はいらない!」の掛け声のもと導入を進め、2006年3月現在、管下では95台が稼働、2005年度は集配車を実質12台減車しました。

新スリーターが住宅街を走り回る

世田谷大原宅急便センター

新スリーターが大活躍しているのが世田谷大原宅急便センター。2006年7月現在、軽自動車1台と5台の新スリーターで、東京都世田谷区の大原1丁目と北沢4~5丁目の約640㎡をカバーしています。

「導入前には積載量や効率の面で、若干不安もありましたが、実際に使用してみると、いいことづくめ。小回りがききスピーディな集配ができるので、お客様へのレスポンスもよくなり、騒音、駐車違反の心配も少ない。なにより地域のお客様から好評で、街中で声を掛けていただけのがうれしいですね」と松山良基センター長。

台車時代比べてセールスドライバーの疲労も軽減し、センター内にはいつも元気な笑い声が溢れています。

新スリーターの特長

電動自転車
充電式バッテリー
のアシストで坂道
も快走

保冷ケース
クール宅急便の荷
物も集配可能

リヤカー
ヤマトのオリジナル特注
品で、タイヤストッパー、
スタンドも装備



小回りがきくので住宅街の路地でも効率よく集配



専用カバー付きリヤカーには100kg以上積載可能。自転車は特注スタンド付きで、積み卸し時も安心です

地域の皆様からの依頼で、集配時には「防犯パトロール」の腕章をつけ、地域の防犯活動にも協力しています。(松山センター長)



エコドライブの徹底で全社1位の省エネを実現

エクスプレス九州主管支店

2005年度「冬季省エネ運動」において、「CO₂削減」「エコドライブ」「省エネ」全3部門で1位という大きな成果を上げたのが、エクスプレス九州主管支店です。

取り組みの中心となったのは「安全につながるエコ

環境活動は、担当者の頑張りだけでは推進できません。明確で実践的な指導を行った3名の安全指導長、意欲的に取り組んだ管下全社員に感謝します。(細矢 薫主管支店長)



「冬季省エネ運動」成果表彰式

ドライブ」。10~11月に全セールスドライバーを対象とするエコドライブ研修を実施し、エンジンブレーキ使用比率などをデータとして体感することで、技術の全体的なレベルアップを図りました。また、12月からは本格的なアイドリング・ストップにも取り組みました。

「CO₂削減」では集配コースをすべて見直し、移動の重複や無駄な待機がないかを検証。「省エネ」では、こまめな消灯とエアコン設定温度20度の厳守などが成果に結びつきました。

運動で芽生えた安全・環境・コストへの意識を大切に、運動期間後も日々着実に取り組みを進めています。



環境保護活動の基本理念

「大気汚染・地球温暖化防止」「ゴミの排出量削減」「グリーン購入推進」を中心に基本方針を策定。環境保護活動の継続的向上を図っています。

ヤマトグループ環境保護宣言

ヤマトグループによる環境保護活動は、企業の社会的義務であり、またヤマトグループが地域の一人として信頼される事業活動を行う上でますます重要性が高まっています。

ヤマトグループの各委員会は、環境保護活動推進の要としてそれぞれの立場で社員の環境保護活動への参加意識を高め、グループ企業理念や強化されている環境関連法令を踏まえ、以下の重点事項を柱にさらに積極的な取り組みを行うこととします。

基本方針

- 1 大気汚染防止対策および地球温暖化防止対策を積極的に推進する。
 - (1)大気汚染防止対策
低公害車を積極的に導入するとともに最新規制適合車への代替をすすめ、排出ガスの低減を図る。
NOx、PM法および各地域の条例を遵守する。
 - (2)地球温暖化防止対策
エコドライブ運動を推進する。
ハイブリッド車の積極的導入および車両の小型化を図り、CO₂削減を推進する。
自動車を使用しない集配作業を推進する。
モーダルシフトを推進する。
省エネルギーを推進する。
- 2 廃棄物の分別によりゴミの排出量を削減する。
 - (1)品目ごとのリサイクル方法を明確にし、リサイクル量を拡大。
 - (2)反復使用可能な梱包資材の開発および使用を推進し、廃棄物を削減。
- 3 グリーン購入を積極的に推進する。
 - (1)グリーン購入ガイドラインに基づき「グリーン購入」を推進。
 - (2)グリーン購入基本原則に基づき、ヤマトグループおよびサプライヤーを含めたより広範囲での意識高揚を図る。
 - (3)環境マーク適合品の拡大。
- 4 社員の環境への意識向上を図り、地域の環境保護活動に積極的に貢献する。
- 5 廃棄物処理費やその他環境対策費用などの数値・数量を正しく把握し開示する。

推進体制と環境教育

2005年4月、推進体制の組織改正を実施。地球温暖化防止に向けて、CO₂削減の諸策に取り組む「グリーン物流小委員会」を新設しました。

推進体制の組織改正により地球温暖化対策の強化を図りました

2005年4月、ヤマト運輸(株)では温暖化防止のさらなる推進のため、環境保護活動推進体制の組織改正を実施しました。

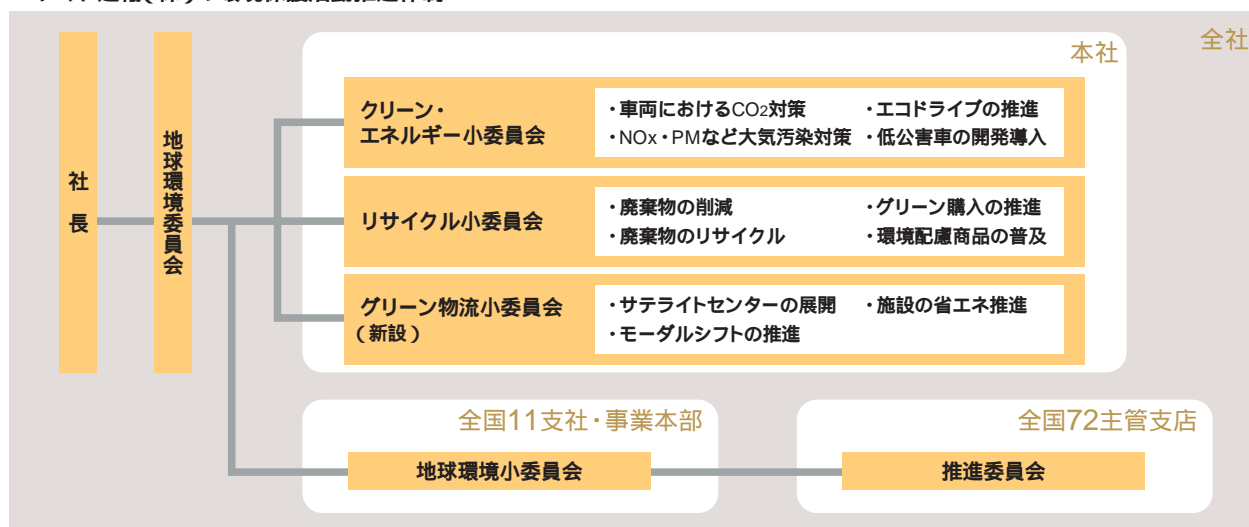
全社の環境保護活動の中心となるのは、社長に直結する地球環境委員会で、その下部組織として、これまで「クリーン・エネルギー」「リサイクル」「グリーン購入」各小委員会が、当社の事業に関わる地球環境問題の研究と対策・立案を行ってきました。今回の改正では、グリーン購入小委員会の業務をリサイクル小委員会に移管し、新たに「グリーン物流小委員会」を設置しました。この小委員

会は、

サテライトセンターの展開によるCO₂排出量削減
モーダルシフト推進によるCO₂排出量削減
施設の省エネ推進

という3つの課題に取り組んでいきます。

また、地域にあっては、全国11支社・事業本部に設置された地球環境小委員会、全国72主管支店の推進委員会と、その事務局である社会貢献課を中心に環境保護活動を推進。社員一人ひとりにいきわたる推進体制のもと、全社一丸となって環境保護活動を推進しています。



環境教育・法令遵守

>> 情報の共有化と、環境意識向上をめざして

環境保護活動の質的レベルアップを図るには、全社員が環境問題への認識を深め、自覚と意欲をもってそれぞれの役割を果たしていく必要があります。ヤマトグループ各社では、社員の啓発のための環境教育を重視し、その充実に努めています。

ヤマト運輸(株)では2005年度も、社内報「Yamato News」(月刊)や社内イントラネットを通して、当社の環境対策に関する情報、社員が取り組むべきこと、取り組

みの方法などを詳細に、わかりやすく伝え、情報の共有化と環境意識の向上を図りました。

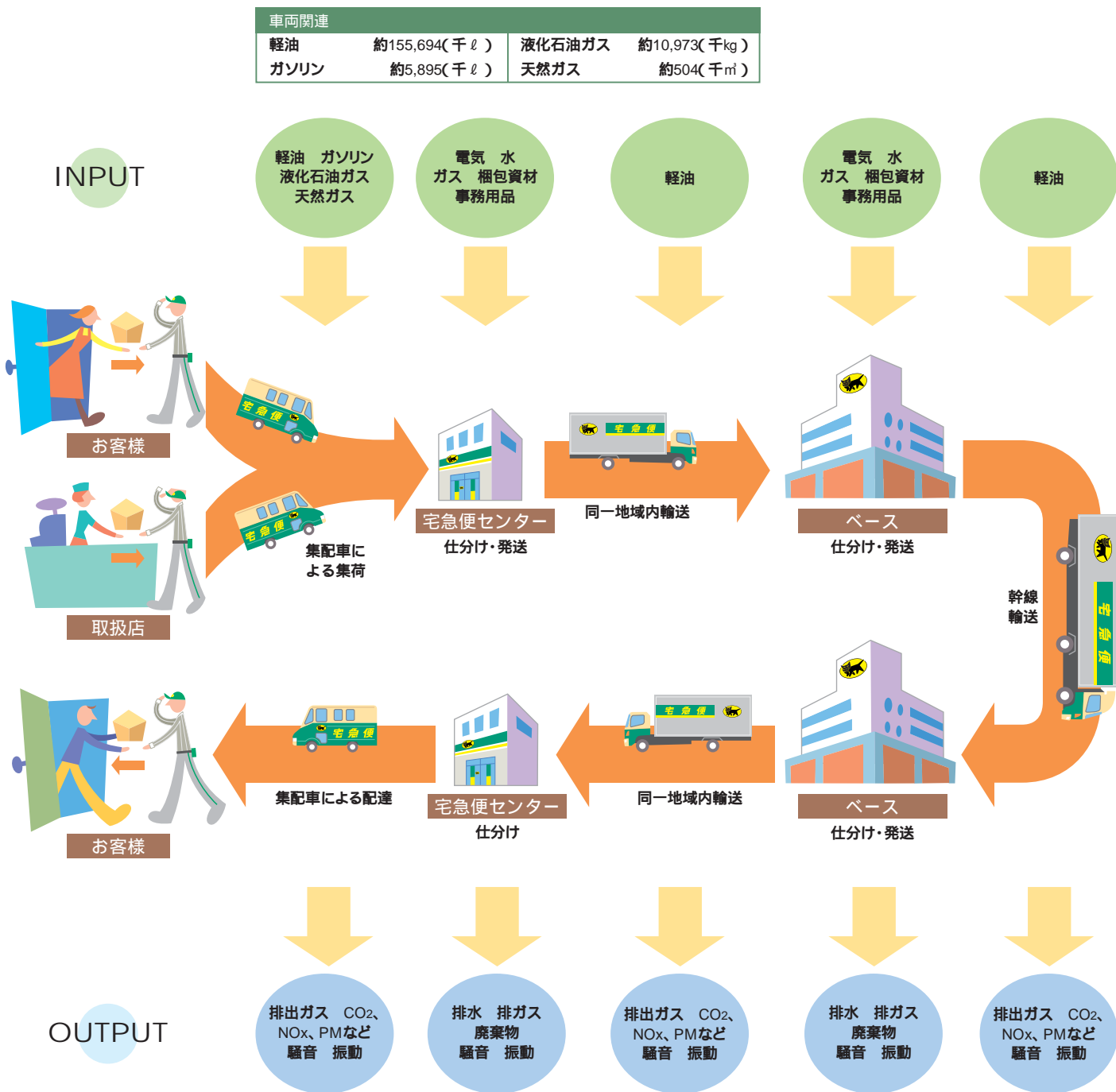
>> 環境関連法令を遵守

ヤマトグループでは、事業に関わる法令や地方条例を遵守して、環境保護活動を推進しています。また、環境関連の法規制に関する最新情報に常に注意を払い、将来の動向を正確に把握して、新たな動きにも迅速に対応できる態勢を整えています。

環境影響

事業活動が環境に及ぼす影響を、できる限り正確に把握するよう努めています。下図はヤマト運輸(株)の宅急便事業に伴う環境影響のフロー図です。

宅急便事業に伴う環境への影響



車両関連			
軽油	約155,694(千ℓ)	液化石油ガス	約10,973(千kg)
ガソリン	約5,895(千ℓ)	天然ガス	約504(千m ³)

車両関連	
CO ₂ 排出量	456,239tCO ₂

全事業所における廃棄物発生総量(リサイクル率)	
可燃ゴミ	31,084t(35.8%)
不燃ゴミ	22,603t(73.8%)
粗大ゴミ・その他	2,118t(52.5%)

2005年度実績と環境保全の主要コスト

ヤマト運輸(株)では、数値を伴う年度目標を設定して活動を展開。未達成の項目については結果を十分に検証し、次年度における向上を図ります。

2005年度実績と2006年度目標

2005年度は、「サテライトセンターの設置」「モーダルシフトの推進」「環境マーク適合品の拡大」「地域の環境保護活動の推進」について、目標を達成。「低公害車の導入」では、ハイブリッド車で目標を上回りましたが、総数

ではわずかに及びませんでした。2006年度には「エコドライブの推進」「リサイクル率の向上」「グリーン購入の推進」とともに、取り組みの強化を図ります。

2005年度の目標・実績と2006年度目標(ヤマト運輸)

項目	2005年度目標	2005年度実績	2006年度目標
低公害車の導入 (内ハイブリッド車の導入)	4,850台 (1,017台)	4,843台 (1,018台)	5,504台 (1,679台)
サテライトセンターの設置	累計750店	781店	900店
エコドライブの推進	前年比3%の燃費向上	前年比-3%	前年比5%の燃費向上
モーダルシフトの推進	モーダルシフト 累計18区間	23区間	
リサイクル率の向上	53.0% ・ 全支社での伝票リサイクルシステム構築 ・ 廃乾電池リサイクル率100%	51.8% 100%	・ 伝票リサイクルの推進 ・ リサイクル品目の拡大
グリーン購入の推進	文具・事務用品60%	59%	60%
環境マーク適合品の拡大	新規適合品20点追加	23点	20点
地域の環境保護活動の推進	環境教室の実施 70回	84回	140回

環境保全の主要コスト

環境保全を目的とする設備導入、環境コミュニケーションなどに費やした費用の数値を正確に把握するよう努めています。2005年度の環境保全主要コストの集計結果は

下表の通りで、前年より572百万円の減少となっています。今後も、さらに精度の高い集計と公表の体系の検討を進めます。

2005年度環境保全主要コスト(ヤマト運輸)

(単位:百万円)

主な取り組み(内容・数量)		2004年度	2005年度
大気汚染・ 地球温暖化防止対策	低公害車導入(708台)	6,217	5,634
	PM減少装置の取り付け(593台)		
	サテライトセンター出店(181店)		
	モーダルシフト推進の倉庫賃借		
	エコドライブ運動推進(ポスター、ステッカー、冊子、バッジ)		
	リフターの導入(騒音対策を兼ねる/85台)		
	電気式フォークリフトの導入(169台)		
廃棄物の削減・ リサイクル	廃棄物処理費	2,060	2,136
	リサイクル処理費(乾電池ゼロエミッション・伝票リサイクル)		
	ロールボックスパレット(68,931本)・コールドボックス(38,700本)の再生		
騒音防止対策	超静音台車の導入など	190	125
環境 コミュニケーション	「CSR報告書」の発行	7	8
	HPに環境サイト作成、その他イベントなど		
合計		8,474	7,903

地球温暖化防止対策

「ヤマト運輸 地球温暖化防止目標」の実現に向けて

地球温暖化防止に向けて、高い目標を設定し、戦略を立て、活動を推進しています。宅急便1個当たりのCO2排出量は、少しずつ減少しています。

2012年には、宅急便1個当たりのCO2排出量を30%削減

>> 運送業を営む企業の社会的責任として

2005年2月の「京都議定書」発効に伴い、地球温暖化防止への世界的取り組みは、法的効力をもつ新段階へ入りました。

ヤマト運輸(株)は、運送業を営む企業の社会的責任として、早くから温暖化防止対策を推進してきました。2003年9月には「ヤマト運輸 地球温暖化防止目標」を策定し、2012年度には、企業としての成長を維持しつつ、CO2排出総量を2002年度比で99%に抑制、宅急便1個当たりのCO2排出量を30%削減するという高い目標を掲げました。

>> 2つの戦略による取り組みの推進

この高い数値を達成するために、当社は2つの大きな戦略を立てました。

戦略1 車両台数抑制 (P26参照)

戦略2 低公害な集配車両の導入 (P27参照)

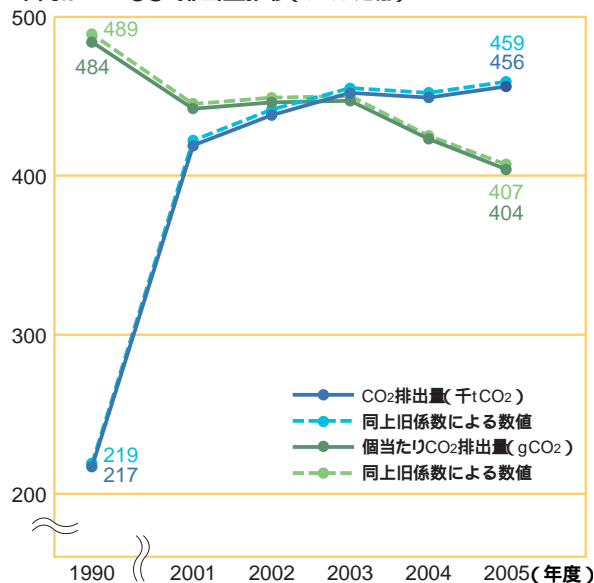
この戦略による取り組みの進捗により、宅急便個数の増加に対して、CO2排出量を微増に抑制。宅急便1個当たりのCO2排出量は少しずつ減少し、2005年度は404g CO2(1990年度比で17%削減)となっています。

2006年度より、CO2排出係数は、環境省「事業所からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン」(平成15年7月)を参照しています。過去に遡り、この係数にて再算出しています。

「ヤマト運輸 地球温暖化防止目標」

ヤマト運輸は企業としての成長を維持しながら、2012年度のCO2排出総量を2002年度比で99%に抑制します。そのために、原単位排出量(宅急便1個当たり)のCO2排出量を30%削減します。

車両からのCO2排出量推移(ヤマト運輸)



宅急便個数	448	948	983	1,011	1,063	1,129
-------	-----	-----	-----	-------	-------	-------

(百万個)

ストップ! 温暖化

全社省エネ運動にエコドライブを取り入れました

ヤマト運輸(株)は、温室効果ガス排出量6%削減をめざす国民的プロジェクト「チーム・マイナス6%」に参加し、全社を挙げて夏・冬の省エネ運動に取り組みました。

2005年11月11日から3カ月半にわたって展開した「ストップ! 温暖化 冬季省エネ運動」では、電気に限定せず、車両燃料の消費抑制にまで範囲を拡大。エコドライブ(アクセルを踏み込まない発進)の実行、室温20℃設定、事業所ごとに工夫をこらした省エネ対策の実施などの活動により、CO2排出量の削減に努めました。また、成果を上げた優秀な主管支店への表彰を行っています(P20参照)。



運動期間中、全社員が携帯した「温暖化防止カード」も、運動の趣旨や温暖化防止へのアドバイスを記載



「ストップ! 温暖化 冬季省エネ運動」ポスター

地球温暖化防止対策

車両台数抑制への取り組み

「2012年累計1,000店」の目標をめざし、サテライトセンターの出店を加速。また、エリアに応じて集配方法を工夫し、車両台数抑制に努めています。

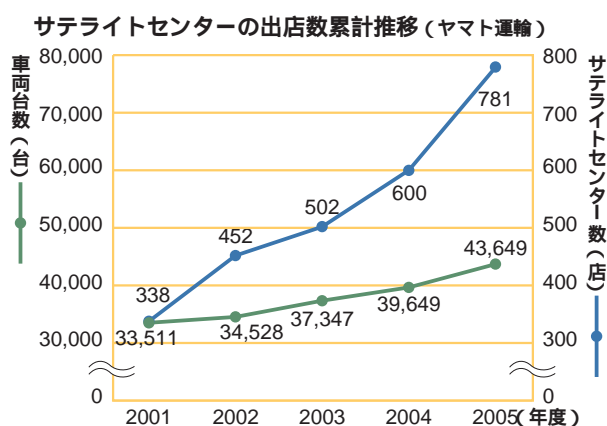
台車主力の「サテライトセンター」を積極的に出店

ヤマト運輸(株)では、自動車を使用せず、台車や新スリーター(リヤカー付き電動自転車)で集配を行うサテライトセンターの出店を拡大しています(一部軽自動車使用)。

市街地や住宅密集地域における集配効率を高め、年々の荷物の増量に伴う車両台数の増加を抑制して、地球温暖化ガス・大気汚染物質の排出量削減を図るものです。

また、環境配慮のみにとどまらず、違法駐車や交通渋滞の解消など、交通公害を削減する、人と町にやさしい新たな集配システムです。

2005年度には181店を増設し、2006年3月末現在でサテライトセンターは全国に781店となりました。2012年目標の累計1,000店をめざし、今後もさらに拡大を図ります。



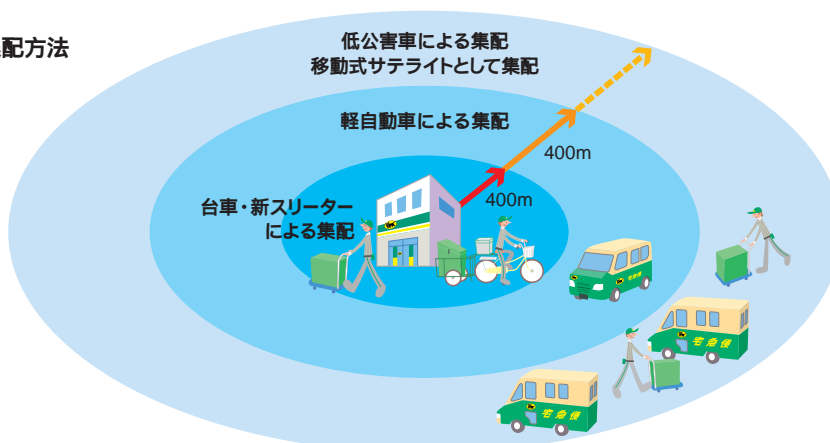
エリアに応じた集配方法を選択

ヤマト運輸(株)では、お客様に、より身近で高品質なサービスが提供できるよう、宅急便センターの数多い出店を進めています。

宅急便センターからの距離が短い集配については台車

や新スリーター、軽自動車を活用し、また集配車と台車集配アシストを組み合わせる移動式サテライトなどさまざまな工夫により車両台数の削減を図っています。

エリアに応じた集配方法



地球温暖化防止対策

低公害な集配車両の導入を推進

「2012年導入累計20,000台」の目標に向けて、低公害車導入を推進。2005年度には4,843台となりました。軽自動車の導入は、目標達成間近です。

ハイブリッド車を主軸として

「2012年度までの低公害車導入20,000台」を目標に掲げるヤマト運輸(株)では、常に年度計画に基づいて取り組みを進めています。

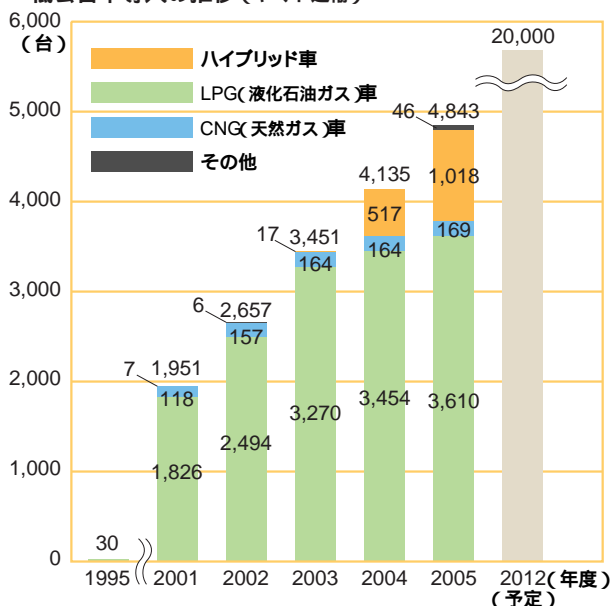
2003年度より、導入の主軸をLPG車からハイブリッド車に移行しました。自動車メーカーと共同で開発したヤマト仕様のハイブリッド2t集配車は、CO₂排出量を既存ディーゼル車に比べて30%以上削減(当社比)。燃費もディーゼル車比30%以上の向上を実現した環境にやさしい車です。また、従来のディーゼル車に比べて、走行時の騒音や振動音も削減できます。

2005年度はハイブリッド車501台を中心に708台の低公害車を導入し、低公害車総数は4,843台、全車両比11%となりました。



ハイブリッド車

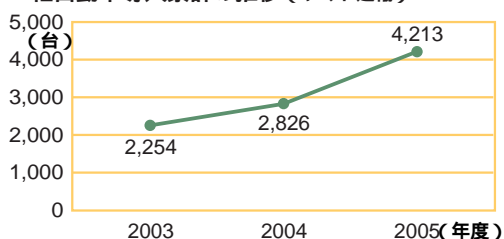
低公害車導入の推移(ヤマト運輸)



低燃費な軽自動車を活用

宅急便センターから半径400~800mのエリアでは、CO₂、NO_x、PM排出量の削減に効果的な軽自動車を積極的に活用しています。2012年度までの導入目標を5,000台としており、2005年度は1,387台の軽自動車を導入、累計4,213台となりました。

軽自動車導入累計の推移(ヤマト運輸)

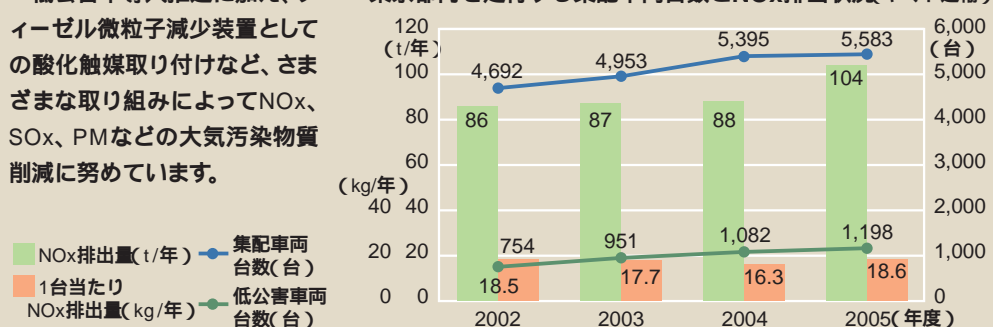


ストップ! 大気汚染

大気汚染物質の排出抑制に努めています

低公害車導入推進に加え、ディーゼル微粒子減少装置としての酸化触媒取り付けなど、さまざまな取り組みによってNO_x、SO_x、PMなどの大気汚染物質削減に努めています。

東京都内を走行する集配車両台数とNO_x排出状況(ヤマト運輸)



NO_x排出量は国土交通省関東運輸局東京陸運支局あてに提出する自動車排出窒素酸化物総量規制に係る毎年度分「実績報告書」の記載要領に従い計算した数値です。更新年度ごとのNO_x排出係数(g/km)は、更新年数、また、指定低公害車ごとに指定された係数を用いています。

地球温暖化防止対策

モーダルシフトの拡大強化

ターミナル駅構内に仕分け拠点を設置、他企業との連携によるコンテナの有効活用など、さまざまな取り組みによりモーダルシフトを推進しています。

トラックと鉄道・海運の連携による「第二の全国ネットワーク」形成へ

>> モーダルシフト輸送区間を拡大

ヤマト運輸(株)では、多くのトラックを有する企業として1987年よりモーダルシフトへの取り組みを強化してきました。モーダルシフトとは、トラック中心であった中長距離の幹線輸送を鉄道や海運にシフトし、トラックとの複合一貫輸送を行うことをいいます。鉄道や海運は貨物自動車に比べてエネルギー効率がが高く、CO₂排出量を大幅に削減するとともに、大気汚染防止や道路渋滞の緩和、コスト削減にも大きな効果があります。

鉄道では、関東～北海道など18区間(前年度7区間)で実施。貨物ターミナル駅構内に倉庫を賃借して仕分け拠点として活用、他企業との連携によるコンテナの往復利用などの取り組みを続けていますが、2005年度は大雪の影響などにより前年度比99.6%(取扱量)にとどまりました。

海運では、有明～苫小牧など5区間(前年に同じ)で実施。本州と北海道を結ぶ長距離フェリー4航路で、トレーラーの無人航送システムを確立し、2005年度は、前年度比123%(取扱量)となっています。

>> 二温度帯対応の鉄道クールコンテナを導入

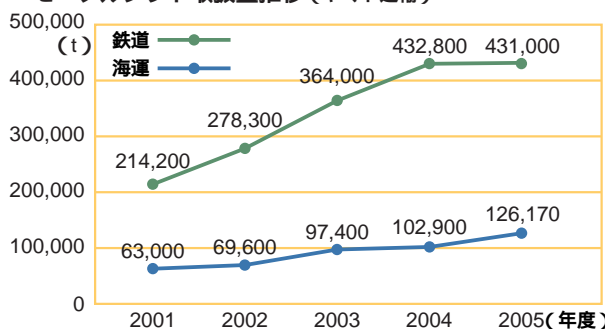
2006年4月、東京～九州間の幹線輸送に、二温度帯対応の鉄道クールコンテナを導入し、テスト運用を開始し

ました。

従来、クール宅急便の幹線輸送では、冷蔵・冷凍機能をもつ専用のコールドボックスごとトラック・鉄道に積み込んでいましたが、クールコンテナでは通常のロールボックスパレットが使用できるため、約30%積載効率が向上します。今回の取り組みでは、CO₂排出量を年間で約850t削減できる見通しです。

導入のクールコンテナは、内部に可動式の間仕切りを設け、二温度帯(冷凍・冷蔵)に対応できます。また、GPS機能を搭載し、万が一温度異常が発生した場合にも緊急対応が可能です。

モーダルシフト取扱量推移(ヤマト運輸)



二温度帯対応の鉄道クールコンテナ。この取り組みは、2005年10月にグリーン物流パートナーシップ会議モデル事業に認定されています

ストップ! 温暖化

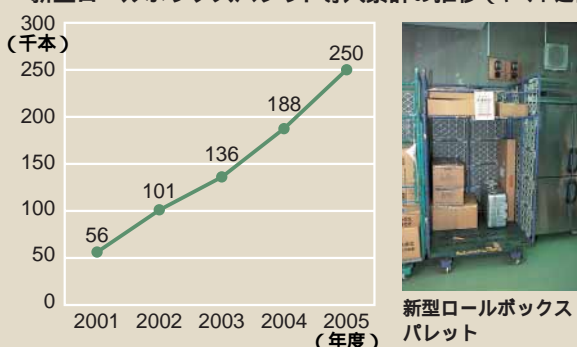
新型ロールボックスパレットの導入を進めています

ヤマト運輸(株)では、お客様のお荷物を安全に効率よく輸送するために、目的地域別に荷物をまとめるロールボックスパレットを使用しています。

2000年度以降切り替えを進めている新型ロールボックスパレットは、コンパクトに折り畳みが可能なため、返送時などの輸送効率が向上し、高い省エネルギー効果があります。また、樹脂製の静音キャスターを採用し、作業騒音も減少しています。

2005年度は62,000本を導入し、累計250,000本となっています。

新型ロールボックスパレット導入累計の推移(ヤマト運輸)



新型ロールボックスパレット

廃棄物削減・リサイクルへの取り組み

業務に伴って発生する廃棄物の削減に努めるとともに、車両、荷役機器、送り状、乾電池、ユニフォームなどのリサイクルを推進しています。

廃棄物の総排出量測定の精度を高め、削減とリサイクルに努めています

ヤマト運輸(株)では1999年より、事業活動に伴って排出されるすべての廃棄物について、その総排出量を数値で把握することに取り組んできました。

全国各地に展開する事業所の総計を算出するため「廃棄物処理状況報告書」を作成し、各支社・事業本部は、そのフォーマットにのっとり毎月の実績をリサイクル小

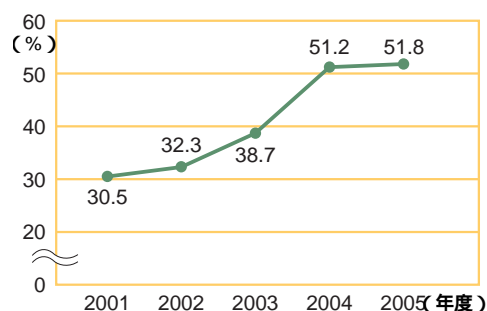
委員会に送るとともに、廃棄物の状況を確認し、継続して排出量の削減とリサイクル率アップを図っています。

2005年度の廃棄物総排出量は55,805t(前年比99.9%)、内リサイクル量28,925t、廃棄量26,880tで、リサイクル率は51.8%でした。

2005年度の種別別廃棄物処理状況(ヤマト運輸)

種類	発生総量(t)	リサイクル量(t)	廃棄量(t)	リサイクル率(%)	
可燃ゴミ (事業系一般廃棄物)	紙類	13,529	10,154	3,375	75.1
	紙類以外	17,555	976	16,579	5.6
不燃ゴミ (産業廃棄物)	22,603	16,684	5,919	73.8	
粗大ゴミ・その他 (産業廃棄物)	2,118	1,111	1,007	52.5	
計	55,805	28,925	26,880	51.8	

廃棄物のリサイクル率推移(ヤマト運輸)



送り状からユニフォームまで、リサイクルの可能性を追求しています

使用済み乾電池のリサイクル

ヤマト運輸(株)のクロネコメール便の業務において、penscanna携帯端末に使用する乾電池の量は全社で年間約200万本に及びます。

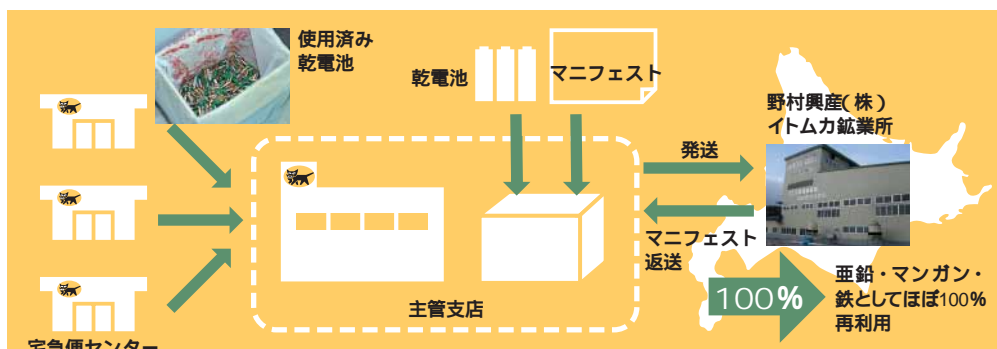
従来、使用済み乾電池は各地域で廃棄物処理業者に委託してきましたが、廃棄物の削減と資源の有効活用を推進するため、2004年2月から乾電池のリサイクルに取り組んでいます。使用済みとなった乾電池は各主管支店に集約し、再生工場へ送り、亜鉛・マンガン・鉄などに再資源化されます。また、最終処理までの流れはマニフェスト

スト(産業廃棄物管理票)によって厳重管理しています。2005年度は24tの乾電池をリサイクルしました。

送り状のリサイクル

送り状の配達票・売上票については、従来、所定の保存年限経過後に製紙会社に持ち込んでトイレトペーパーに再生し、当社のPB商品「得選市場」として販売してきました。2004年からは、送り状のゼロエミッションリサイクル達成を目標に取り組んでいます。全国7カ所のリサイクル工場で、全エリアに対応可能な体制を構築。情報セキュリティ確保のため、封をした送り状保管箱ごと

乾電池リサイクルフロー図(ヤマト運輸)



クロネコメール便の集配で使用するpenscanna

輸送・リサイクル処理を行い、処理後は製紙会社の発行する廃棄証明書を各主管支店が責任をもって確認しています。

事業活動により発生する大量の廃棄送り状を資源として有効に活用するため、今後も取り組みを推進します。

ユニフォームのサーマルリサイクル

ヤマト運輸(株)では、セールスドライバーの使用済みのユニフォームを回収し、これを燃料化することで熱エネルギーとして再利用するサーマルリサイクルを実施しています。この取り組みでは、省資源、廃棄物削減を図るとともに、固形燃料化したものを石炭に代わる補助燃料として特殊発電用ボイラーの熱源に利用することにより、燃焼時のCO₂排出量を約70%削減しています。

事務所における古紙回収・リサイクル

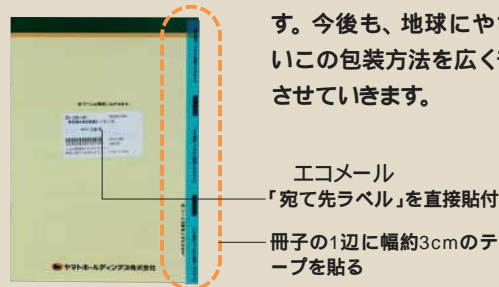
ヤマト運輸(株)では、全国の事務所古紙の分別回収とリサイクルを推進しています。各事務所における独自の工夫と、全社的な古紙リサイクルシステムの構築により、継続して古紙回収量の増加を図っています。2005年度は前年度より973t増の10,154tを回収しました。

環境にやさしい部分包装システム「エコメール」

ヤマトパッキングサービス(株)では、2004年より、大幅なゴミ減量を実現した部分包装システム「エコメール」を販売しています。

宛先ラベルとテープを直接冊子に貼りつけて発送。受け取った後、ラベルや部分包装のテープは、跡を残さず簡単にはがすことができます。

従来必要だった紙封筒やPP(ポリプロピレン樹脂)袋が不要となるため、省資源・コスト削減が可能。全面包装と比べて重量で90%以上のゴミ減量につながります。今後も、地球にやさしいこの包装方法を広く普及させていきます。



中古トラックの有効活用を図るトータル車両管理システムを構築しています

トラックの購入から廃車までを総合的に管理

会員制に基づく車両管理事業を行っているヤマトオートワークス(株)では、年間を通して保守管理している会員様の車両を、中古車として会員間で流通させる仕組みを作りました。それにより、所有者や使用条件が変わっても、個々の車両の適正な廃車時期まで継続したメンテナンスを維持することができ、車両の使用期間の延命と、良好な車両状態の維持を実現、さらに廃棄物削減に寄与します。

また、廃車に伴う環境負荷を低減するため、車両ボディのリサイクルにも取り組んでいます。廃車となった車両のボディ部分を取り外し、不良箇所を修理作業や塗装作業を施して再生した後、新しいシャーシーに取り付けることで、廃車時の廃棄物削減が可能となります。



修理作業中のボディ



「TCB」第1号。長期使用のためのさまざまな工夫が盛り込まれています



修理・塗装を終了し、再生したボディを新しいシャーシーに取り付け

リフォームできる車両ボディ「TCB」を開発

2005年度には、メーカーと共同で「TCB〔TWOシャーシーONEボディ〕と名づけたボディを開発し、販売を開始しました。通常の車両ボディよりも耐久性のある素材を採用し、高い防錆性とリフォームのしやすさを追求して、トラックボディのシャーシーは廃車してもボディは利用し、「使い捨て」とならないための工夫が施されています。

ロールボックスパレットなど物流機材のリサイクル

宅急便やクール宅急便をお届け地域ごとにまとめ、保護するロールボックスパレットやコールドボックスは、宅急便事業に欠くことのできない荷役機器です。ヤマトオートワークス(株)の修理工場では、輸送を重ねて使用不可能となったボックスを分解修理し、再生しています。

2005年度は、ロールボックスパレット68,931本、コールドボックス38,700本の修理を行いました。

当社では今後も整備技術やリフォーム技術の向上に努めるとともに、車両整備、ボディリフォーム、施設メンテナンスなどの事業を通じて、廃棄物の削減を進めていきます。



ロールボックスパレット(左)、コールドボックス(右)の修理。パーツごとに分解して、曲がりや歪みの修正、溶接、キャスター交換などを行う

環境コミュニケーション・グリーン購入

環境保護活動に関する情報発信・コミュニケーションに努めています。また、独自の環境マーク認定などによりグリーン購入を推進しています。

環境コミュニケーション

>> 教育活動への取り組み

ヤマト運輸(株)では、当社の環境への取り組みをより深くご理解いただくため、教育活動にも積極的に取り組んでいます。

2006年8月1日には、東京都港区立芝中学校の1年生8人を本社にお迎えしてミニ環境教室を実施。「車両台数抑制」「モーダルシフト」「エコドライブ」など、当社が取り組んでいるCO₂削減対策などについて理解を深めていただきました。



中学生へのミニ環境教室
(2006.8.1)

>> エコカーイベントへの出展

ヤマト運輸(株)は、環境に配慮した低公害車への理解と、よりいっそうの普及を図るエコカーイベントに当社の低公害車両を出展しています。

2006年6月3日～4日には、神奈川県横浜市みなとみらい21赤煉瓦倉庫で「エコカーワールド(環境省他主催)」が開催されました。当社では2001年以来、継続してこの

イベントに参加、2tウォークスルーLPG車を出展しています。

>> CSR報告書・ホームページ

ヤマト運輸(株)では2000年度より「環境報告書」を発行し、環境保護活動の詳細を報告してきました。年々社会性報告の比重を増やし、現在の「CSR報告書(今号より発行主体はヤマトホールディングス(株))」では、ヤマトグループのCSR活動の軸となる「安全」「環境」「社会」「経済」の4項目について、当グループの基本姿勢、取り組みを明確にお伝えするべく努めています。

また、ヤマト運輸(株)の環境保護活動に関心をもたれている皆様が手軽に情報を入手できるよう、ホームページに環境サイトを開設。環境保護活動の全体像から細部の取り組みに進んでいくページなど工夫をこらして、充実を図っています。このサイトはヤマトホールディングス(株)のホームページからも閲覧できます。



2005年版「CSR報告書」



ヤマト運輸(株)ホームページの「環境保護活動」サイト

グリーン購入の推進

ヤマト運輸(株)では、2003年3月より全社統一の文房具購買管理システム「べんりねっと」の運用を開始。購入品目にグリーン購入の対象商品を増やして、グリーン購入を推進しています。2005年度の文具・事務用品のグリーン購入率は全社で59%でした。

また、独自の環境マークを1994年に制定し、印刷物や包装資材などで基準を満たすものに認定を行ってきました。2005年度は、23点を新たに認定し、環境マークを表示しました。環境マーク認定品は、2006年3月末現在で累計151点となっています。



当社の「環境マーク」



2005年度の認定品より

社会

ヤマトグループは、さまざまなステークホルダーと広く
コミュニケーションを行い、
「ヤマトが果たすべき社会的責任」を意識した事業活動を推進し、
社会・地域とともに持続的に発展する企業をめざします。





「クロネコヤマト環境教室」がスタートしました

「クロネコヤマト環境教室」は、小学生への環境教育をサポートする出張型教室。ヤマト運輸(株)が新たに始めた、全社で取り組む社会貢献活動です。今後、活動の輪を大きく広げていきます。

>> 全社で取り組む社会貢献活動に「環境」を

ヤマト運輸(株)が全社で取り組む社会貢献活動といえば、まず第一に「子ども交通安全教室」があります。子どもの交通事故防止をめざして1998年にスタートしたこの活動は、2005年8月には参加児童累計100万人を突破し、日本全国に根付いています(P45参照)。

「安全」については「子ども交通安全教室」では、同じくヤマト運輸(株)が力を注いでいる「環境」についても、ヤマトの大きなネットワークを活かした全社的な取り組みができないだろうか。そうして始まったのが、「クロネコヤマト環境教室」です。

目的は、次世代を担う子どもたちへの環境教育をサポートすること。それは、多くの車両を使用して事業を行う企業としての社会的責任でもあります。

また、子どもたちに教えることを通して、社員自身の環境意識向上や、実際に取り組んでいる環境保護活動の再認識なども目的の1つとしています。

>> 「地球温暖化防止」をテーマとして

「クロネコヤマト環境教室」のシステムは、社員が学校に向いて教室を開く出張型。対象は、授業でも運輸・環境を学習する小学校5~6年生です。

そして、教室のテーマは、「宅急便の仕組みと地球温暖

化防止」。

数ある地球環境問題の中で「地球温暖化」を選んだのは、人類が直面している最重要課題であるとともに、運送業を営む当社の最優先取り組み事項でもあるからです。子どもたちにも身近な「クロネコヤマト」の温暖化防止対策を通して、環境保護への取り組みの大切さを知り、さらには、一人ひとりの行動の大切さを実感してもらいたいと思っています。

副読本。教室では閉じてもらって進行する場面も多いのですが、学習内容をいつでも思い出せるよう、ポイントを網羅した構成になっています。写真やイラストを多用し、子どもたちに楽しく学んでもらう工夫をこらしました



こんなふうに行われている！「クロネコヤマト環境教室」

1. 宅急便の仕組み

黒板には、「ユミちゃんが自宅でセールスドライバーに預けた荷物が、翌日遠くのおばあちゃんの家に着くまで」の大きなルート図が貼られます。図に沿って、写真カードを活用しながら宅急便の仕組みを解説。宅急便が1カ所に長くとどまることなく運ばれていく仕組みに子どもたちは興味津々です。

また、「ヤマトが1年に届ける荷物の数は？」「ヤマトには何台の車がある？」などのクイズには、元気よくいくつもの手が挙がります。

2. 地球温暖化を学ぼう

副読本を使って、地球温暖化の仕組みと原因、温暖化がもたらすさまざまな影響、さらには世界・国家規模で始まっている温暖化防止への取り組みを解説していきます。授業で学習している子どもたちからは、なかなか難しい質問も飛んできます。

3. クロネコヤマトの温暖化防止対策

再びルート図に戻り、先ほど学習した宅急便の流れに乗せて、ヤマトの取り組みを解説していきます。ここではたくさんの写真カードが登場。ヤマトの低公害車である

ハイブリッド車やLPG車の写真には「見たことある!」、サテライトセンターでの台車集配の写真には「これで本当に配りきれなの?」など、活発に反応が返ってきます。

4. みんなも協力できるかな?

副読本を使い、「テレビをつけっぱなしにしない」など、子どもたち自身ができる温暖化防止対策7項目をチェック。みんなの毎日の心がけが温暖化防止につながることを知ってもらいます。

5. 実際に見てみよう

座学のあとは校庭に出て、ヤマトの低公害車を見学。時にはサテライトセンターの台車や「新スリーター」(P20参照)も登場します。触って、乗って、楽しく実車体験してもらいます。

2005年度は、10月のスタート以来、各地で84回の「クロネコヤマト環境教室」を開催しました。

現在は各主管支店の社会貢献課社員を中心に実施していますが、進捗状況に応じてエリア・宅急便センター単位に移行を図り、より地域に密着しつつ、活動の輪を広げていきたいと考えています。

各地で開催された「クロネコヤマト環境教室」



荏原小学校
(愛媛主管支店 2006.3.15)



高瀬小学校
(郡山主管支店 2006.3.7)



西小学校
(浜松主管支店 2006.2.6)



等々力小学校
(南東京主管支店 2006.2.23)

参加した小学生の皆さんから いただいたお手紙より

ぼくは、最初地球温暖化がどんなのか分からなかったけど、勉強をして身近なことが温暖化になっていることが分かりました。だからぼくもこれから気を付けることにします。

いろいろこまかくおしえてくれたので、いろいろわかりました。すごいと思ったのは、レーザーキャナです。こんどからは自然をだいじにします。

温暖化で、いろいろ被害をおこすとは思わなかった。クロネコヤマトの人達は、地球温暖化防止にさんかしているなと思いました。ぼくもさんかしたいなと思いました。

地球が熱くなる原因や、二酸化炭素をへらすためにできることを教えてもらい、私は、自分の家でもやってみたく思いました。環境を大切にしないと地球にいる生き物も困るので、気をつけたいと思います。

これからは、今日知ったことを家庭や、学校でもつかっていきたくです。お父さんや、家の人にも、いっぱいおしえてあげたくです。



雇用の創出 多様な人材が生き生きと働けるヤマトであるために

ヤマトグループの社員は約150,000人。その一人ひとりの個性と人権を尊重し、働きがいのある職場の提供に努めています。また、障がい者の自立支援、高齢者の雇用確保にも力を注いでいます。

シルバー世代の積極的雇用

ヤマト・スタッフ・サプライ(株)

団塊の世代が一斉に定年を迎えることにより予想される社会の状況 企業が保持する技術の喪失、企業活動の停滞などが、いわゆる「2007年問題」として注目されています。ヤマトグループにおいても、2007年度以降、定年退職者が毎年約700人を越える規模になると予測しています。

ヤマト・スタッフ・サプライ(株)は、2002年1月に設立。ヤマトグループの定年退職者を登録し、再びヤマトグループ、あるいは本人の希望と適性を鑑み、グループ以外の企業へと派遣しています。

シルバー世代の再雇用は、改正高齢者雇用安定法の継続雇用制度に対応するだけでなく、永年培われた安全・サービスなどにおける高いスキルをグループ内に伝承・存続させていくという大きな意味をもっています。また、高いスキルをもった人材は、グループ以外の企業でも大きな戦力となっています。来るべきエイジレス時代に対応する新しい形の人材派遣会社として、ヤマト・スタッフ・サプライ(株)は今後も高齢者の雇用確保、人材の有効活用に取り組んでいきます。

大好きな仕事を
続けることができ、
充実の日々



西埼玉主管支店
飯能双柳宅急便センター
菅野 良二

ヤマト運輸には1984年10月にセールスドライバーとして入社。グループ長、安全担当などを歴任して、2005年8月に定年退職しました。すぐにヤマト・スタッフ・サプライに登録したのは、まだまだ身体も丈夫で、働きたかったこともあります。なにより、日々お客様と接するセールスドライバーの仕事が好きだからです。

この再雇用制度のいいところは、意欲があればしっかりと働けること。高齢者が対象の職場は勤務日数が少ない所が多いのですが、私は週5日勤務で、仕事をしているという実感があります。

2006年6月からは、希望通り自宅に近い今の宅急便センターへ転勤でき、身体も楽になりました。昔からの仲間も多く、担当する山間部の集配は自分の性に合っているようで、心楽しい毎日です。

障がい者の地域社会での自立を支援

「ヤマト自立センター」

2005年9月、ヤマトグループは「社会福祉法人 ヤマト自立センター」を設立。埼玉県新座市の協力を得て、2006年5月より知的障がい者通所授産施設「スワン工舎新座」を開設し、就労支援を開始しました。



2006年5月23日にオープンした「スワンベーカリー」「スワンランドリー」も同じ建物に併設されています

「自立」とは、地域社会で普通に生活すること

スワン工舎の目的は、「障がい者の地域社会での自立」です。「自立」=健康で文化的な普通の生活を送るためには、経済的な裏づけを欠くことはできません。スワン工舎は、パンの製造販売とクリーニング事業を通じて働く喜びや知識・技術を伝え、一般就労への移行を支援することで「自立」の実現をめざします。



パン厨房は清潔で明るく、手作りパンはお客様に大好評。1日に何度も焼いて補充するほど人気のパンもあります

レジでは、いっぱい笑顔でお客をお迎え

ベーカリー&ランドリーの展開

スワン工舎の利用者定員は20名。2006年7月現在、10~40代の19名(男性13名、女性6名)が生き生きと働いています。

ベーカリーには、(株)スワンが全国に展開している「スワンカフェ&ベーカリー」のノウハウを投入。初の試みとなるランドリーは、工程が細分化でき、障がい者の携わりやすい作業が多い、制服・作業着などの水洗いを中心に工場・企業からの需要が見込めるなどの理由で選ばれました。



確実な一般就労への道筋を

障がい者施設・作業所は短時間勤務が多いのですが、スワン工舎では一般会社に就職しても戸惑わないよう8時間勤務が基本です。

「養護学校を出ていきなり一般会社に就職しても、ギャップがあって長く続かない人が多い。かといって授産施設などにいる期間が長くなると、一般就労が難しくなる傾向があります。学校卒業後の1~2年をスワン工舎で働き、一般就労のための十分な準備と訓練を経て、社会に巣立ってほしいと考えています」と、ヤマト自立センターの道祖土博理事。

今後は、雇用可能な職場を開拓し、就職への橋渡しまで行っていく計画です。



ランドリーでは現在、ヤマト運輸(株)の全国の事業所から届いたユニフォームを洗濯しています



まず通所者の希望を聞き、一人ひとりの個性や適性を考えて作業内容を決めています。スタートしてまだ2カ月ほどですが、仕事場に笑顔が増えてきました。(道祖土理事)

「スワンベーカリー」についてはP46をご参照ください

障がい者雇用で山口県雇用開発協会賞を受賞

ヤマト運輸(株)山口主管支店

障がい者雇用に取り組むヤマト運輸(株)の中でも、障がい者雇用率3.28%(2005年6月現在、法定雇用率1.8%)と全社トップの山口主管支店が、2005年9月、山口県雇用開発協会賞を受賞しました。障がい者の積極的な雇用、適切な職場配置、バリアフリー施設改善、関連機関との連携による障がい者の職域拡大への努力などが受賞理由に挙げられています。



山口主管支店スタッフ。モットーは「力まず、弛まず、ノーマライゼーションの実現」

お客様とともに

お客様のご満足を至上の命題とし、常に未知の領域にチャレンジして、社会や生活を便利にする高品質なサービスの開発に取り組んでいます。

すべてはお客様のために それがヤマトの基本です

>> お客様の声に応えて、進化を続ける

生活に便利さ、快適さを求めるお客様のニーズの深まりは、常に、ヤマトグループにとっての課題であり、挑戦です。ヤマトグループは、お客様からのこうした要望に応じて「スキー宅急便」「ゴルフ宅急便」「宅急便コレクト」「クール宅急便」「宅急便タイムサービス」など宅急便にさまざまな工夫を加えるとともに、情報システムサービスや、家庭生活を便利にするサービスをお届けし、お客様の支持をいただいています。

今後もさらに、お客様によりサービスを提供できる拠点・集配・情報のネットワークを完成させ、いっそう高度なサービスを実現していきます。

>> 徹底してお客様の利便性向上を追求

2004年10月にスタートした「クロネコヤマトのドライバーダイレクト」では、全国のセールスドライバーが携帯電話でお客様とダイレクトにつながり、個々のお客様のご要望に合わせたフレキシブルでスピーディな対応を実現しました。

2005年度は、7月より全国でお届け時のクレジットカ

ード決済ができる「宅急便コレクト」をスタート。さらに、配達不在時に即座にeメールでお客様にお知らせし、再配達の手続きができる「ご不在連絡eメール」や、コンビニエンスストアで荷物を受け取れる「宅急便店頭受取りサービス」など、お客様の利便性向上に着目した新サービスを次々にお届けしています。

>> お客様からの評価を励みとして

日本経済新聞社他がまとめた「第18回日経企業イメージ調査」で、ヤマト運輸(株)は「顧客ニーズへの対応に熱心である(一般個人の部)」の項目で1位を獲得しました。週刊ダイヤモンドの企業イメージ調査140社ランキングでは、ヤマトホールディングス(株)が総合で8位、「地域への貢献」の項目で4位にランクインしています。また、調査会社(株)J.D.パワー アジア・パシフィックによる宅配便顧客満足度調査2005(個人市場編)では、ヤマト運輸(株)が「宅配便サービス顧客満足度」1位に選ばれました。これらを励みとして、今後も「お客様の立場に立って考える」「他よりも優れ、かつ均一なサービスを保つ」という宅急便スタート以来の基本精神のもと、時代の変化に応じた新しいサービスの創出に努めていきます。

「荷物情報リアルタイムシステム」が「MCPC award 2006」グランプリ賞受賞

ヤマト運輸(株)の「荷物情報リアルタイムシステム」が、モバイルコンピューティング推進コンソーシアム* (以下MCPC)主催の「MCPC award 2006」において、グランプリ賞を受賞しました。

この賞は、MCPCが、モバイルコンピューティングの導入によって高度なシステムを構築し、顕著な成果を上げている企業や団体・自治体を表彰するものです。

「荷物情報リアルタイムシステム」は、「次世代システム」であるPP(ポータブルパス)携帯電話などを活用して、荷物情報の完全リアルタイム化を実現したものです。PPで読み取ったデータは、携帯電話の無線経路でリアルタイム(約15分ごと)にアップロードするため、より正確な荷物の状況をインターネットに反映させることができます。

また、このシステムの導入により、「宅急便コレクト」の

お届け時カード払い、「宅急便e-お知らせシリーズ」「宅急便店頭受取りサービス」など、高品質な各種新サービスが可能となりました。

ヤマト運輸(株)では今後も、便利で快適なサービスのご提供と業務の効率化を両立させるため、モバイルコンピューティングの可能性を追求していきます。

MCPC award 2006 表彰式

モバイルコンピューティング推進コンソーシアム



表彰式にて、開発を担当した情報システム部のメンバー

* モバイルコンピューティング推進コンソーシアム: モバイルコンピューティングの普及促進のために、技術上・運用上の課題調査、課題への対応、共同研究、開発の推進などを進め、情報化社会の発展拡大に貢献している団体。

お客様の声をかたちにして、2005年度にスタートした新サービス

通販事業者様向け総合決済サービス 「宅急便コレクト」

2005年7月スタート

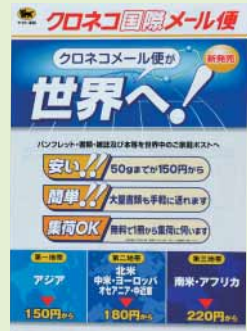
ヤマトグループでは、通販市場の拡大に伴い、商品受け取り時の決済手段をもっと充実させてほしいとのご要望を、通販事業者様・お客様双方からいただいていた。「次世代システム」の導入を経て、「お届け時カード払い」の全国展開を開始。また通販事業者様向け総合決済サービスとして「コンビニ・郵便局払い」「パソコン・携帯払い」を追加し、決済方法の多様化を図りました。



手軽に、安く、海外へもメール便 「クロネコ国際メール便」

2005年7月スタート

「日本国内同様、海外へも手軽に安くクロネコメール便の発送を行う」というコンセプトのもと、ヤマト運輸(株)は日本発全世界宛の「クロネコ国際メール便」を発売しました。取り扱うのは、カタログ・パンフレット・書類・雑誌および本などの非信書で、全国70のヤマト運輸(株)の物流システム支店を取り扱い窓口としてスタート。2006年6月15日からは、全国約6,000の宅急便センターに窓口を拡大しています。



大きな家具・家電を宅急便感覚で送る 「らくらく家財宅急便」

2005年11月スタート

ヤマトホームコンビニエンス(株)は、個人で送ることが難しいソファやベッド、冷蔵庫などの大きな家具や家電を、宅急便感覚で気軽に宅配する「らくらく家財宅急便」を発売しました。お電話1本でご希望の時間帯に伺い、ドライバーと作業スタッフが荷物を包装して送ります。配達も宅急便同様、全国翌日又は翌々日に時間指定ができ、料金はお荷物の大きさや行き先によって決まる、わかりやすい料金体系としています。



eメールでさらに利便性をアップ 「宅急便e-お知らせシリーズ」

2005年11月スタート

ヤマト運輸(株)は、荷物に関する各種情報をeメールでお知らせする「宅急便e-お知らせシリーズ」を開始しました。会員のお客様が配達時にご不在の場合にはeメールで「ご不在連絡」を送信し、すぐ再配達依頼が可能。また、お客様が荷物発送後にホームページ上で荷物情報を登録された場合には「お届け完了」を送信するなど、eメールをフル活用した便利なラインナップとなっています。



宅配ロッカーから宅急便が送れる 「宅配ロッカー発送サービス」

2005年11月スタート

マンション備え付けの宅配ロッカーは、これまで荷物を「受け取る」だけでした。「発送もできれば便利なのに」というお客様の声に応えて、ヤマト運輸(株)が始めたのが「宅配ロッカー発送サービス」です。宅配ロッカーに荷物を入れて、ホームページへパソコン・携帯電話からお申し込みいただくと、セールスドライバーが集荷します。また、集荷の完了と運賃(クレジットカードによる精算)は、eメールでお知らせします。



近くのお店で宅急便が受け取れる 「宅急便店頭受取りサービス」

2006年2月スタート

生活形態の多様化に伴い、「宅急便を深夜・早朝に受け取りたい」というご要望が増えてきました。ヤマト運輸(株)はそれに応えて、ご不在で持ち帰った宅急便をお客様がご指定された近くのお店(コンビニエンスストアなど)で受け取れるサービスを開始しました。ご不在連絡票でご利用の可否を確認いただいた上、パソコン・携帯電話でヤマト運輸のホームページからのお申し込みとなります。



お客様の視点に立ってホームページをリニューアルしました

ヤマト運輸(株)のホームページには毎月9,000万を超えるアクセスがあります。たくさんのお客様に、より便利にご利用いただけるよう、2005年11月、リニューアルを行いました。

インターネットサービスのニーズの高まりに対応して、Webサービスの利用入り口をトップページにわかりやすく配置。各種お問い合わせシステムや運賃料金検索など、利用頻度の高い機能を整理して集約。さらに、目的に合わせてご利用いただけるよう、「個人のお客さま」と「法人・個人事業主のお客さま」のトップページを別々に設けました。

また、ヤマトホームコンビニエンス(株)が2005年9月に実施した「クロネコヤマト引越センター」ホームページのリニューアルでは、お客様がアクセスしやすいドメイン(www.008008.jp)を採用し、ご自分で簡単に単身引越の見積を算出できるなどの新機能をご提供しています。

純粋持株会社体制への移行に伴い、2005年11月にはヤマトホールディングス(株)のホームページも開設。ヤマトグループでは、ホームページを大切なお客様とのコミュニケーションツールと捉え、今後も各社で内容の充実に努めていきます。

ヤマト運輸のホームページ・リニューアル

「個人」「法人・個人事業主」それぞれのお客様用にトップページを設定



ここからWebサービスにログイン

利用頻度の高い各種検索サービスをまとめて表示

各サービスを利用目的・シーンごとに整理して表示

サービスセンターに寄せられたお客様の声を社内にフィードバック

ヤマト運輸(株)の全国72カ所のサービスセンターには、2003年よりフリーダイヤルを導入。1日総計30万件を超える集荷・再配達のご依頼や各種お問い合わせ、ご要望などに対応しています。直接お客様と接するセールスドライバーに対して、サービスセンターのスタッフは「声の窓口」。的確で気持ちのよい対応を徹底し、お客様にご満足いただけるよう努めています。

また、お客様からのお褒めやお叱り、ご意見は、より高品質なサービスへの契機ともなります。社内イントラネットや社内報に随時掲載し、情報の共有化を図るとともに、業務の品質向上に役立っています。

>> 接客対応のアンケートを継続実施

サービスセンターでは、インターネットから集荷・再配達を申し込まれたお客様の一部を対象に、担当セールスドライバーの「身だしなみ」「言葉づかい」「挨拶」「笑顔」などに関するアンケートへのご協力をお願いします。回収数は毎月約2,500件。アンケート結果は、改善を要する件については速やかに対処するとともに、お客様からの貴重な情報として蓄積し、お客様に本当にご満足いただける接客対応の徹底に役立っています。

>> ヤマトファン賞

ヤマト運輸(株)は、まごころをこめたサービスでお客様の期待に応え、満足していただくことを何よりも大切に行っています。

お客様に喜んでいただいた事例を全社員で共有し、日々の接客業務に活かすことを目的として、従来、本社で受けたお褒めの対象者への表彰を行ってきました。2004年9月には、受理場所を全社に広げ、業務外でのお褒めも表彰対象とする「ヤマトファン賞」に改め、第一線の社員の意欲向上を図っています。

「ヤマトファン賞」には「サービス賞(仕事ぶり)」「スマイル賞(接客対応)」「プラスワン賞(業務外)」があり、スタート以来2006年3月までに3,895名が表彰を受けています。



横浜主管支店サービスセンター

株主とともに

株主・投資家の皆様に対しては、迅速、正確、かつ公平な会社情報の開示に努めるとともに、業績に基づいた利益配当を実施しています。

常に株主の視点に立った情報開示を徹底

ヤマトホールディングス(株)では、投資者への適時適切な会社情報の開示が健全な証券市場の根幹をなすものであることを十分に認識するとともに、常に投資者の視点に立った迅速、正確かつ公平な会社情報の開示を行えるよう、社内体制の充実などに努めています。

>> IRメールマガジンの配信

「株主・投資家情報」のホームページをリニューアルし、株主・投資家の皆様にぜひお伝えしたいプレスリリースなどを、メールでお送りする「IRニュース配信」サービスを開始しました。このほか、今回のホームページのリニューアルに伴い、個人投資家の皆様へ向けたコーナーを新設し、当グループの経営計画や財務情報、社訓、歴史などさまざまな角度から見たヤマトグループを紹介しています。また、当社の株価が市場の20分遅れで閲覧できるコーナーなど、情報面の充実を図りました。

事業概況

2005年度の連結業績は、営業収入が1兆1,449億円(前期比6.8%増)、営業利益は687億円(前期比34.2%増)、経常利益は711億円(前期比33.0%増)となりました。一方、当期純利益につきましては、財務体質をより強固にするために計上したデリバリーの事業分割に伴う土地の評価損などにより239億円の純損失となりました。

今後の経済状況につきましては、景気は回復基調が続くものと期待されるものの、原油価格の動向などの不透明な要因があり、ヤマトグループを取り巻く経営環境は依然予断を許さぬ状況が続くものと予想されます。また、

>> 株主の皆様とのコミュニケーション

機関投資家や証券アナリストの皆様向けに、毎年「アニュアルレポート」「事業報告書」を発行。四半期ごとの説明会を実施し、社長以下担当役員とのコミュニケーションを図っています。2005年度は延べ400人以上の方々にご出席いただきました。

また、当社の事業活動への理解を深めていただくために施設見学会を随時実施。個別のミーティングは年間150件以上にのぼっています。



「株主・投資家情報」ページをリニューアル



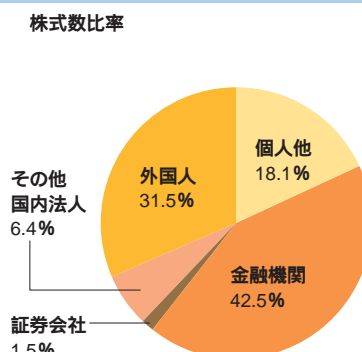
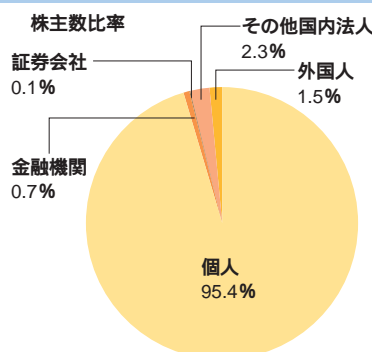
「アニュアルレポート(右)と「事業報告書」(左)

正式に民営化が決まった日本郵政公社を含め、同業者間の競争激化も予想されます。

このような中でヤマトグループは、中期経営計画でめざす、デリバリー事業の着実な拡大と非デリバリー事業の大幅な成長を両立させる事業戦略を加速させていきます。そのために、常にお客様の視点に立って品質向上に努めるとともに、お客様のさらなる利便性の向上に役立つオンリーワンサービスの開発に、グループを挙げて取り組んでいきます。

株式の概況 (2006年3月31日現在)

発行可能株式総数 1,787,541,000株
 発行済株式総数 457,062,665株
 株主数 29,284名



社員とともに

社員一人ひとりが自律性と自発性を発揮する、活力と熱気、働く喜びに満ち溢れた企業をめざし、職場環境のさまざまな整備に努めています。

「働きがい」を実現する制度

>> 人事・評価制度

ヤマト運輸(株)の人事制度には、「個の視点」をキーワードに、「社員を中心とした経営」の考え方を盛り込んでいます。

評価制度では、一方的に上司から評価されるのではなく、同僚からも評価を受け、上司に対しても意見が言えるという360度評価を取り入れ、上司は職場の所属員全員からの意見を受けて、よりよい職場環境の実現に努めています。

また、役職者への登用は、自ら手を挙げて立候補することを前提としています。立候補後、面接で選抜された候補者は半年間の研修を通して学び、最終的な試験を通過して役職候補者資格を取得。次期役職者はこの資格をもつ人の中から登用されていきます。年齢にかかわらず意欲のある者にチャンスを与える仕組みにより、職場の活性化を図っています。

>> 教育研修制度

ヤマト運輸(株)の教育研修制度には、「入社前研修」「入社時研修」「1~3年次研修」「役職候補者研修」「海外

現法基幹要員養成研修」などがあります。またヤマトグループでは、各社に蓄積されたノウハウを共有化することでグループ全体の能力向上をめざす「グループ人事交流研修」を実施しています。

さらに、若手リーダー育成への取り組みを進め、2005年度には「次世代リーダー塾」(ヤマトグループ) 2006年



6月には「女性リーダー研修」(ヤマト運輸(株))をスタートしました。

女性リーダー研修

>> ヤマトグループベンチャー制度

従来の事業モデルにこだわらない柔軟で斬新な社員のアイデアを発掘し、お客様のニーズを先取りした新事業を生み出すために、2002年9月よりヤマトグループベンチャー制度「Y-Venture Dream」を設けました。2006年3月末現在、ヤマトコンタクトサービス(株)とドリームクリエイト(株)の2社が順調に事業を展開しています。

教育体制強化を図っています

ヤマト運輸(株)では、お客様から信頼と安心をいただける社員を育成し、併せて社員の定着率向上を図るため、教育体制の強化を進めています。

>> 全主管支店に教育専任者を配置

2006年3月より、全国72主管支店に教育専任者を配置しました。入社時・在籍者研修を中心に教育全般を担当し、社員がヤマトで働く喜びを実現できるようにサポートします。また、教育専任者の集合研修を実施して、情報共有および教育スキル向上に努めます。

>> 新人セールスドライバーの定着率向上プロジェクト

2005年度、関東支社では、新人セールスドライバーの定着と品質向上をめざして定着率向上プロジェクトをス

タートしました。

入社前の業務体験、体系的な実務研修の強化、適切な配置、メンタル面のサポート、入社後の定期的なフォローアップ研修という5つの対策を実施し、確実な成果を上げることができました。

この取り組みは業績表彰のヤマト運輸社長賞(P43参照)を受賞し、全国展開が決まっています。



実務研修。主管内に作ったオープンセットで配達時の流れを確認(横浜主管支店)

仕事と生活を調和させる制度・システム

>> 育児・介護と仕事の両立

ヤマト運輸(株)では、フルタイム・パートタイムを合わせて49,243名の女性が日々の業務に携わっています(2006年7月15日現在)。これは全体(137,771名)の約36%に当たります。処遇に男女の差別はありません。

育児や、高齢化社会に伴い必要性の高まっている介護と仕事の両立をサポートするために、さまざまな制度を設けています(右表)。なお、この制度は男女の区別なく利用することができます。

>> 心と身体の健康を守る

健康診断

ヤマト運輸(株)では、年1回(深夜業に従事する社員には年2回)、各事業所で定期健康診断を実施しています。

社内カウンセラー制度

1995年より社内カウンセラー制度を導入、1998年より全国の主管支店・支社・事業本部に社内カウンセラーを配置し、悩みのある社員へのカウンセリングを行っています。

>> 社員福祉センター

ヤマト運輸(株)では、慶弔共済給付や融資などの福祉関係業務の窓口を社員福祉センターに1本化し、社員サービスの充実と諸手続きの効率化を図っています。

育児・介護の支援制度(ヤマト運輸)

育児休業制度	子どもが1歳の誕生日を迎えるまで休業できる制度。保育園の入園都合や、何らかの事情がある場合には、子どもが2歳の誕生日を迎えるまで延長することが可能です。
子どもの看護休暇制度	小学校就学前の子どもが病気やけがをした場合、1年に5日まで、看護のための休暇を取ることができます。
育児のための深夜労働・残業辞退の制度	子どもが小学校1年生を終了するまで、午後10時～午前5時までの深夜業務と、1年で150時間以上(1カ月24時間以上)の時間外労働を辞退することができます。
育児短時間勤務制度	子どもが小学校1年生を終了するまで、1日4時間あるいは6時間の短時間勤務ができます。
介護休業制度	介護を要する対象家族1人につき、通算して365日を上限として介護休業を取得することができます。
介護短時間勤務	介護を要する対象家族1人につき、最長4年間の短時間勤務をすることができます。

与えられたチャンスをしっかり受け止め、大きな転換期の中、力を尽くして頑張っています。



ブックサービス(株)
代表取締役社長
久保田 妙子

“サプライズ人事” 私の社長就任はまさにこの言葉がピッタリだったと思います。入社以来15年間ずっと広報畑を歩き、ブックサービスへ出向になって半年でグループ初の女性社長へ。ライン長を経験したこともなく、今思うと怖いもの知らずだったと思いますが、与えられたチャンスはしっかり受け止めていこうと決心しました。

私自身、仕事上で性別を意識することはなく、逆に「女性社長」を強調されることに違和感すら覚えます。しかし、周囲の目に「女性にやらせたら、どうなるか」といった要素があるのは事実でしょう。その意味では、今後、経営役職をめざす女性の方々に迷惑がかかってはならない、それ以上に、社員にとって恥ずかしくない、信頼のおける経営責任者になろうと強く思ってきました。

現在、わが社は創業20年。「読みたい本が手に入らない」というお客様の不便を解消すべく、宅急便ネットワークを活用し日本で初めて書籍通販を開始した会社ですが、今、大きな転換期を迎えています。厳しい状況の中で、なんとか頑張れるのも、役員の方々や昔の仲間、同期のさりげないサポートと叱咤激励、そしてブックサービスという会社が好きで入った社員たちの笑顔があつてこそです。社会が便利になる新たな一翼を構築したい、「役に立つ」ことのやりがいと楽しさを社員に実感させたい、グループの一員として責任を果たせる企業になりたい。この3つを実現させるために、これからも尽力します。

労働災害防止への取り組み

ヤマト運輸(株)では、労災事故のない安全な職場を実現し、社員が安心して業務に励むことができるよう、安全衛生管理の向上に努めています。

>> 安全衛生委員会を軸として

安全衛生委員会は、基本方針などを定め、重要案件を審議する中央安全衛生委員会と、各事業所で活動する職場安全衛生委員会とで構成されています。職場安全衛生委員会では、安全対策示達事項、事故・災害発生原因の調査および防止対策、安全衛生意識の高揚徹底、安全衛生教育および訓練の実施ほかを審議・推進し、各事業所での安全確保に努めています。

また、各事業所に配置された安全管理者は、作業場所・方法などに危険がある場合における応急・防止措置、安全装置、保護具など危険防止施設の性能の定期点検および整備ほか

などを実施し、安全衛生活動におけるリーダーとしての役割を果たします。

>> 労災防止グッズの導入を推進

大量の荷物を仕分けするベースでは、多くのロールボックスパレット(P28参照)が行き交います。作業時の労災防止を目的として、労災防止グッズを積極的に導入しています。

2005年11月に導入を開始した「アキレスガード」は、ボックスが足にぶつかった時の衝撃を緩和し、アキレス腱を保護するもので、導入後、足部の労災事故は大きく減少しています。また、2006年7月には、ボックスに挟まれた時に手を守る「手甲保護手袋」を導入しました。



アキレスガード

社員の士気と意欲を高める褒賞制度

日々の仕事における創意工夫や努力が結果として実を結んだ時、また現場から業務の向上につながる優れた提案が出された時、ヤマト運輸(株)はそれを相応に評価することで、社員の意欲向上と職場の活性化を図っています。

>> 業績表彰制度

業績表彰制度は、会社の業績向上につながった成功事例をチームやプロジェクト単位で自己アピール(本社スタッフを除く)、優れた内容のグループを表彰するものです。賞には、支社長賞・本部長賞があり、さらにその中から特に優れたグループが社長賞に選ばれます。評価項目は利益貢献性、地域貢献性、社会貢献性、独創性、汎用性の5つです。

また、半年間を通じて交通事故・労災事故・荷物事故・クレームがゼロの宅急便センターには「特別賞」が授与されます。

>> 提案制度

提案制度は、すべての社員を対象とした、「業務の改善と効率化」および「社員の意欲向上」を目的とする制度です。寄せられた提案は、「効果・利益」「実施の難易度」「独創性」を基準として担当部署で審査され、採用となったものについては「提案委員会」にて褒賞を決定し、社長名で表彰します。

2005年度下期業績表彰社長賞 地域への貢献・安全劇団いざ開幕 福岡主管支店社会貢献課

ヤマト運輸(株)福岡主管支店では、子どもたちや高齢者の交通事故防止を願い、2つの安全劇団「くろねこ安全隊」「交通安全まもるんジャー」を結成しました。

楽しい劇を通して交通事故から身を守る知識を伝える公演は子どもたちに大好評。「ぜひうちにも来て」との依頼も増えて、2005年度下期には26の保育園・幼稚園で公演を行い、約1,730名の子どもたちが参加しました。2006年4月からは高齢者施設への慰問もスタートしています。

業績表彰の選考では、「地域とのコミュニケーション、さらには社員の安全意識向上を図る絶好の取り組みであり、社会貢献性の高い活動」との評価により、社長賞を獲得しました。



くろねこ安全隊。子どもたちの笑い声がっぱいの交通安全教室



「まもるんジャー」は子どもたちの人気者

パートナーとともに

パートナーとの公正な取引、良好なコミュニケーションは、ヤマトグループの発展の基盤と認識し、よきパートナーシップの確立に努めています。

公正で対等・平等な取引で共存共栄を図る

ヤマトグループでは、「社員行動指針」に「パートナーとの良好な関係の維持」を定めています。

・ 備車会社や仕入業者などのパートナー選定に当たっては、「品質」「価格」「安定供給」など、第三者から見て常に公正で明朗な基準によって行います。

・ ヤマトグループの社員は、パートナーに対し品格や礼儀に欠ける態度をとることなく、敬意をもって接し、取引上の地位を利用して無理な要求を押し付けたりしてはな

りません。パートナーとは常に対等・平等な立場に立ち、お互いの共存共栄を実現するよう努めます。

また、「不正な取引の禁止」では、「独占禁止法」などの法令を遵守し、常に公平で自由な競争を行い、不当な取引制限や不正な取引は一切行わないことを定めています。

当社のパートナーとの連携は、すべてこの原則に基づいて行われています。

運送協力会社とのパートナーシップ

ヤマト運輸(株)では、ベース間の幹線輸送などの一部を、一般貨物自動車運送事業者を中心に協力していただいています。2005年12月現在、取引を行っている運送会社は約1,350社。すべての取引先と「備車契約書」を締結し、特に「法定速度の遵守」については、書面の取り交わしを徹底しています。

また、ともにお客様の大切な荷物をお運びするパートナーとして、「安全第一」を重要・最優先課題とし、

- ・ 過積載させない、無理な運行計画・指示をしない
 - ・ 道路・気象情報などを積極的に伝達
 - ・ 安全管理の徹底を申し入れ
 - ・ 定期的に意識高揚のための安全研修などを実施
- などを行うことによって、安全管理に努めています。

2005年度には、年末繁忙期における注意事項の徹底のため「協力会社安全会議」を各地で開催するなど、さらに進んだ取り組みも始まりました。

取扱店とのパートナーシップ

宅急便の取り扱い窓口をしていただいている取扱店は、ヤマト運輸(株)とお客様とのパイプ役ともいえる大切なパートナーです。毎日の定期的な集荷訪問でコミュニケーションを深めるとともに、2006年7月からは取扱店とのコミュニケーション誌「クロネコだより」を発行して、ヤマトグループの事業活動の動きや、新サービス、地域の情報などを随時お伝えし、良好なパートナーシップを築くよう努めています。

また、取扱店からは、宅急便をご利用いただくお客様の生の声・ご要望を教えてもらい、貴重な情報として業務に役立てています。2005年2月にスタートした、お客様からお申し込みいただいた内容を無料で送り状に印字してお渡す「宅急便送り状印字サービス」は、ここから生まれたものです。

2005年度はのぼり旗をヤマトのシンボルカラー(ヤマトイエローとヤマトグリーン)でリニューアルし、10月ま

でに全国の取扱店での交換を終了しました。新しいのぼり旗のもと、双方向コミュニケーションを深めながら、さらなる地域密着をめざしたサービスを提供していきます。



取扱店は全国に289,598店(2005年度末)、新しくなったのぼり旗が目印です



「クロネコだより」

地域の皆様とともに

「すべての人にやさしい企業」であるために、ヤマトグループは事業分野以外にもさまざまな活動に取り組み、地域とともに成長することをめざしています。

「こども交通安全教室」は、開催1万回、参加人数100万人を突破しました

ヤマト運輸(株)は、事業活動において常に「安全第一」を重視しています。中でも子どもの交通事故防止は重要なテーマの1つです。当社では地域の子供たちに交通ルールや事故防止のための知識を伝えるため、全国各地で「こども交通安全教室」を実施しています。2005年度は、園児(保育園・幼稚園)を中心に、約71,000人が参加したほか、地域の皆様のご要望により高齢者対象の安全セミナーなども実施しました。

1998年にスタート以来、着々と取り組みを進め、2006年5月には1万回を突破、参加児童数も2005年8月に100万人を超えています。

指導を担当するのはすべて当社の社員で、子どもたちへの安全教育だけでなく、社員自身の安全意識高揚の場としても機能しています。



ウォークスルー車の乗車体験(第二柿の木幼稚園/松戸栄町宅急便センター 2005.10.13)



クロネコのお面と着ぐるみが大人気(習志野台第一保育園/船橋習志野台宅急便センター 2006.4.26)

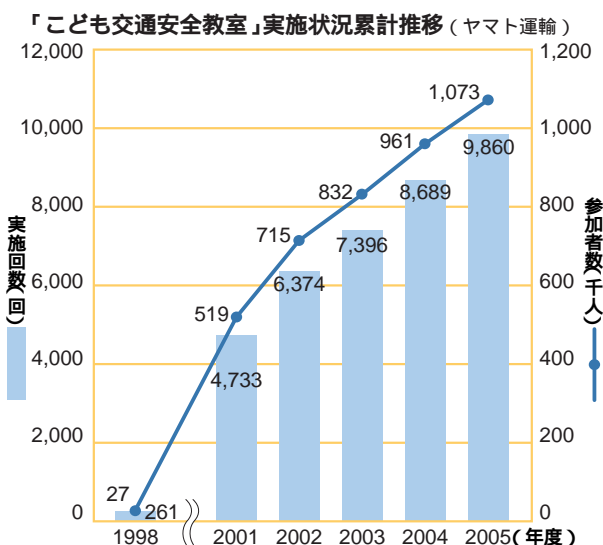
音楽宅急便がリニューアル 「クロネコファミリーコンサート」へ

ヤマトグループでは、社会貢献活動の一環として、良質のクラシック音楽を全国各地の方々に無料で楽しんでもいただくコンサート「音楽宅急便」を毎年開催しています。2005年度は、北海道から熊本まで全国9カ所で公演を行いました。これまでの20年間(1986~2005年)に通算で206回開催し、延べ30万人近くの方々をお招きしています。2006年からは「クロネコファミリーコンサート」として内容もリニューアル。全国10カ所でパワーアップした公演をお届けしています。



ふくやま芸術文化ホールで行われた「音楽宅急便~おしゃべり好きなコンサート~」(2005.5.26)

実施に当たっては、会場のあるエリアの担当ドライバーも参加して、着ぐるみを着たりクイズ形式で交通ルールを解説するなど工夫を凝らし、わかりやすい指導をめざしています。また、会場にはヤマトの集配車を持ち込んで、子どもたちに試乗させたり、実際に動かしたりしながら「見て、触れて、考える」安全指導に努めています。



日本赤十字社と締結しました 災害時救援物資の搬送協定

ヤマト運輸(株)では、災害時に備えて日本赤十字社との協力体制を構築するため、2005年11月、「救援物資に関する搬送協定」を締結しました。

災害が発生した場合、被災された方々が生活を送る上で必要な救援物資を迅速に調達し、供給する必要があります。また、各地から送られてくる水や食料などの救援物資を各地域・避難所にいかに円滑に配送するかが急務となります。日本赤十字社は災害時のライフライン確保のため、コンビニエンスストアと災害時の救援物資の調達協定を締結するとともに、ヤマト運輸(株)との間で「救援物資の搬送協定」を結びました。

当社は全国ネットワークをもつ物流のプロフェッショナルとして、災害時の救援物資を素早かつ確に搬送することで、日本赤十字社の災害救援活動をサポートします。

障がい者の自立支援1 「スワンペーカーリー」チェーン

(株)スワンは、「障がいのある人もない人も、ともに働き、ともに生きていく社会の実現」というノーマライゼーションの理念を実現させるため、(財)ヤマト福祉財団がヤマト運輸(株)とともに設立しました。

障がい者の雇用確保と自立できる賃金支給を目的に、1998年6月スワンペーカーリー銀座店が第1号店としてオープンして以来、直営店3店、チェーン店15店を各地に展開しています(2006年3月31日現在)。

2005年度は、埼玉県「深谷店」、大阪府「大東店」、神奈川県「県立大学駅店」の3店を出店。障がい者の就労数は、直営店29名、チェーン店150名となっています。



「スワンペーカーリー 県立大学駅店」「スワンカフェ&ペーカーリー 大東店」

障がい者の自立支援2 メール便配達事業と助成金事業

ヤマト運輸(株)では、障がい者の自立支援の一環として2004年10月から、障がい者施設や作業所による「クロネコメール便」配達事業を開始。障がい者の「自立」と「社会参加」をめざす(財)ヤマト福祉財団を窓口に、メール便配達業務を提供しています。

障がい者施設や作業所が契約主体となりますが、配達業務の内容や1冊当たりの配達委託単価(賃金)は個人契約のメール便配達員と同じです。2006年3月末現在、104カ所の施設・作業所が参入し、504名の障がい者の方々がメール便配達の仕事に就いています。

また(財)ヤマト福祉財団が実施している助成金事業の助成先選考作業のサポートを2004年3月より行っています。この助成金事業には毎年全国から1,500件もの応募があり、審査をさらに厳正なものとし、実り多い助成を実現するため、現地調査に当社各主管支店が協力しています。2005年度からは、各支社において助成金贈呈式も開催しています。

子ども向け職業・社会体験施設「キッズニア東京」に出展します

「キッズニア東京」とは?

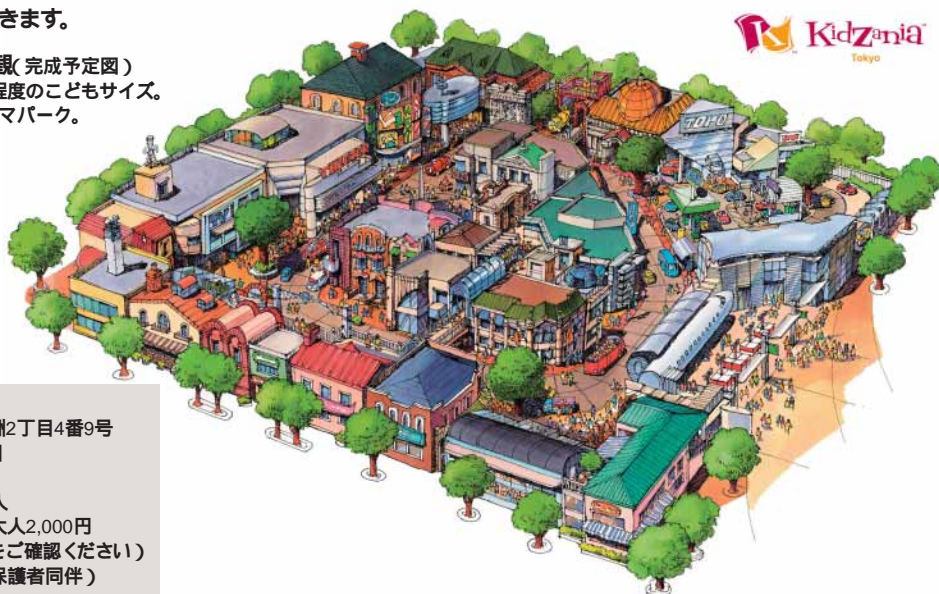
2006年10月5日に東京都江東区豊洲にオープン予定の「キッズニア東京」は新しい形の子ども向け職業・社会体験型テーマパーク。施設内には本物そっくりな空港・ラジオ局・新聞社・警察署・消防署・病院からお菓子工場まで約50種類のパビリオン(お店や仕事場)が子どもサイズで立ち並んでいます。“子どもたちが楽しみながら、職業や自分の役割について考える場を提供すること”を目的とし、子どもたちはいろいろな仕事や社会体験にチャレンジすることができます。

「キッズニア東京」の概観(完成予定図)
建物や乗り物は実際の2/3程度の子どもサイズ。
ふきぬけ2階の全天候型テーマパーク。

子どもたちの自主性を重んじる施設のため、大人は外から見守るだけで、プログラムへの参加はできません。インターネットや読書ができる大人用スペースが用意される予定です。

ヤマトのパビリオンは?

約50種類のパビリオンは現実社会の業種・職業を広く紹介できるように構成されています。ヤマト運輸(株)が出展するパビリオンのテーマは、もちろん「宅急便の仕事」。物流の仕組みや役割を楽しく学べるプログラムを提供します。子どもたちが荷物の集荷・配達などの仕事を体験することで、挨拶やマナー、真心をこめたサービス、仕事を最後までやりぬくことの大切さなどを学んでもらいたいと考えています。



「キッズニア東京」概要

所在地:東京都江東区豊洲2丁目4番9号

開業予定:2006年10月5日

総面積:約1,800坪

施設収容人数:年間70万人

入場料:子ども3,000円、大人2,000円

休日料金(詳細はWebをご確認ください)

対象:2~12歳の子ども(保護者同伴)

<http://www.kidzania.jp>

全国の事業所における 取り組み

ヤマト運輸(株)の各事業所では、それぞれの地域で独自の環境保護活動・社会貢献活動を継続して行っています。

北海道支社

交通安全教育に参加協力

[札幌主管支店]では、今年も「サマーフェスタ IN Makomanai 2006」実行委員会の要請を受け、7月1日に真駒内オープンスタジアムで子ども交通安全教室を開催しました。車両内輪差による巻き込み、道路横断時の飛び出し、トラックの死角などの危険について、子どもたちに具体的に指導しました。



総合福祉センター祭りの実行委員会に

[函館主管支店]では、2005年8月21日に、福祉活動の拠点となる総合福祉センターで、住民、ボランティア、福祉施設などの関係団体が協力しあって開催する祭りに実行委員会として参加し、20人が会場設置を手伝いました。

東北支社

地域のパトロール活動に協力

[山形主管支店] [宮城主管支店] [郡山主管支店]では、子どもたちの安全を守るために、学校や警察署と協力して集配車両にステッカーを貼付し、パトロール活動を実施。地域の犯罪防止に取り組んでいます。そのほか[宮城主管支店]では特別積合協議会主催の道路清掃活動に参加しています。

障がい者の「ねぶた」をサポート

[青森主管支店]では、8月2日～7日に開催されたねぶた祭りに100人が参加。障がいのある人たちが引くねぶたの安全運行をお手伝いしました。



北信越支社

一般ドライバーへ安全運転の呼びかけ

[長岡主管支店]では、毎年「春の全国交通安全運動」として、県境道の駅「市振の関」にて糸魚川警察署と富山県入善警察署主催の合同出陣式に参加。その後に交通指導所を設け、一般ドライバーへの安全運転の呼びかけを手伝っています。



地域の安全と清掃活動に協力

[長野主管支店]では、全国交通安全運動期間中に安全協会とともに、横断歩道での誘導やエリア内のカーブミラーの清掃を行いました。また警察署や防犯協会に協力して、集配車17台に子どもを守るための「あんしんの車」ステッカーを貼付しています。

不法投棄物の監視

[金沢主管支店]では、廃棄物の不法投棄を抑止するため、金沢市リサイクル推進課を中心としたネットワークに賛同し、定期的な合同パトロール、集配中における不法投棄物の発見・報告活動を実施。全国交通安全運動に伴い、通学路における横断歩道での誘導も行っています。

東京支社

子どもたちを犯罪から守る活動に参加

[北東京主管支店]では、2006年7月、戸田市との協定を締結。[西東京主管支店]でも同月、多摩地域のネットワークに参加。両主管支店ともに集配車両にステッカーを貼付し、子どもたちを守る防犯活動に協力しています。

地域の清掃と資源リサイクル活動

[南東京主管支店]では、地域の清掃活動、横断歩道での旗振りのほか、前年度に引き続き世田谷区の「安全安心まちづくり運動」に賛同し、防犯活動に協力し

関東支社

交通安全指導と清掃活動

[群馬主管支店]では、2006年4月10日に桐生市、前橋市、高崎市、藤岡市、中之条町において、小・中学校付近の通学路のカーブミラー清掃を総勢52名で実施しました。



[埼玉主管支店]では、要所交差点にてパンフレットとティッシュを配布し、安全運転を呼びかけました。

[船橋主管支店]では、鎌ヶ谷市が全国交通安全運動に合わせて開催している「市民祭り」に毎年協賛会社として参加し、安全集会、パレードなどに協力しています。

[川崎主管支店] [厚木主管支店]では、全国交通安全運動期間中に、学童登校時の安全確保のために横断歩道にて旗振り、誘導を行いました。

地域の防犯ネットワークに協力

[西埼玉主管支店]では、横断歩道での旗振りや誘導、通学路やカーブミラーの清掃を行ったほか、PTA・教育委員会の依頼を受け、一部宅急便センターで「子供あんしん110番の家」を引き受け、自転車に「パトロール中」のステッカーを貼付しています。

[千葉主管支店] [横浜主管支店]でも集配車に防犯ステッカーを貼るなどして、パトロールに参加しています。

ています。また独自の取り組みとして、2001年からペットボトルの回収・リサイクルを実施しています。2005年度は483,579本を回収・リサイクルしました。[東東京主管支店]では、2006年3月7日より毎週火曜日に主管支店周辺の清掃を行っています。



中部支社

中学校の安全教室に協力

[浜松主管支店]では、新居中学校と菊川西中学校から依頼を受け、安全教室を開きました。集配車の4tトラックを持ち込み、車の特性や自転車の接触事故について検証しました。

環境を考えるイベントに参加

[新静岡主管支店]と[沼津エリア支店]では、2006年6月18日に開催された

「2006フェスタ・コスタ・デル・ゴミ IN 千本浜」に社員とその家族約30名が参加し、清掃ボランティア活動を行いました。このイベントは、「楽しみながらゴミを拾い、環境について考えよう」をテーマに沼津市の主催で行われているもの。参加者たちは、全国松原100景にも選ばれた「千本松原」とその周辺の海岸のゴミを拾った後、ゴミに関するクイズや展示を通して環境問題への関心を深めました。

関西支社

子どもたちと一緒に取り組む環境保全

[滋賀主管支店]では、当社と地域の児童が一緒になって環境問題に取り組めるものはないかと考え、クロネコヤマト環境教室を通じて、バイオディーゼル燃料の原料となる使用済み天ぷら油の回収を呼びかけました。環境教室を開催した5年生が中心となって回収を行い、ペットボトルで30本以上の使用済み天ぷら油



が集まりました。

環境対策を積極的にアピール

[京都主管支店]では、地域の小・中学校による見学体験学習を積極的に実施。児童らに当社の車両・環境対策への取り組みなどを紹介しています。また、「京都市都心部(まちなか)グリーン配送推進委員会」に参加。都心部から配送車を中心にエコカーへと代える「京(みやこ)・まちなかエコカー普及運動」に賛同し、ハイブリッド車、CNG車などの低公害車を積極的に導入する「トップランナー宣言」をしました。

不法投棄の防止に協力

[兵庫主管支店] 姫路主管支店]では、廃棄物の不法投棄・野外焼却防止に協力し情報提供をしています。また兵庫主管支店では地域防犯のための安全・安心パトロールにも参加しています。

中国支社

少年犯罪防止運動に協力

[広島主管支店]では、広島県警、教育委員会主催の少年犯罪防止運動に参加し、夏休み期間中「万引き防止ステッカー」を集配車に貼って協力しました。また全国交通安全運動期間中には、広島東原センターと大町センターが交通安全協会・PTAと協力し、学童の横断中の旗振り、安全誘導をしました。

地域の清掃活動に参加

[三次主管支店]では、廃棄物の不法投棄防止活動に参加。集配車にポスターを貼り、アピールしました。[岡山主管支店]では、「旭川アダプト・プログラム一斉清掃」に参加し、25名が後楽園周辺の旭川の清掃活動に協力しました。[津山主管支店]では、鳥取エリア、倉吉エリアなどにて、一般道路のカーブミラーの清掃をしました。

四国支社

歩いて四国路を清掃



[愛媛主管支店]では、毎年8月8日に四国の道路を一斉に清掃する「クリーンウォーク四国」に25名が参加し、早朝7時から1時間ほど歩いて道路の清掃を

しました。

地域の交通安全指導に協力

[香川主管支店]では、香川県トラック協会坂出支部が主催する毎月15日の街頭活動に参加し、交通安全指導を行っています。

「海をきれいにする運動」に参加

[徳島主管支店]では、毎年6月開催の「海をきれいにする運動」に20名前後が参加し、近隣の月見ヶ丘周辺を清掃しました。また、春と秋の「全国交通安全キャンペーン」に参加し、3カ所で10名前後の社員が警察署と協力して交通安全を呼びかけました。

九州支社

救命活動や福祉施設慰問で社会貢献

[福岡主管支店]では、救急救命講習普通講習を受講し、いつでも社会に貢献できる態勢を整えています。2005年度は200名が受講しました。また、毎年社会福祉施設や老人ホームを慰問し、ゲームや演劇などで楽しんでいただいています。

周辺道路を定期的に清掃

[佐賀主管支店]では、毎週月曜日に周辺の一般道路の清掃を実施しています。開始当初は空き缶、たばこの吸い殻、紙くずなどのゴミが目立ちましたが、少しずつ成果が出てきれいになってきました。



青少年犯罪の防止に協力

[鹿児島主管支店]では、国分地区地域安全モニターおよび霧島市青少年育成センター青少年補導委員として、地域の安全全般にわたり活動しています。また、鹿児島県高速道路交通安全協議会が主催する春の交通安全キャンペーンに参加し、高速道路利用者として安全意識の高揚に努めています。

エクスプレス本部

地域の清掃と交通安全指導に尽力

[岡山営業所] 徳島営業所]では施設周辺の清掃活動を実施しています。

[出雲空港営業所]では、通学路上での安全誘導に力を入れています。登校中の児童に積極的に声をかけ、指導をしています。

[中部支店] 関西主管支店]九州主管支店]の各店でも、継続的に通学路交差点での旗振りや周辺道路の清掃を行い、地域の皆様の安全と環境衛生に努めています。



心身に障がいのある人々の自立と社会参加を支援 (財)ヤマト福祉財団の活動

(財)ヤマト福祉財団は、障がい者の自立と社会参加の支援を目的として1993年に設立されました。財団の母体となっているのは、ヤマトホールディングス(株)と、ヤマト運輸労働組合連合会、各グループ会社の社員と労働組合員、約15万人です。障がいのある人もない人もともに働き、ともに生きていく社会の実現 このノーマライゼーションの思想を基本理念として、2005年度もさまざまな活動を行いました。

助成事業

2005年度は一般助成82件・5,960万円、奨学金34名・2,040万円、合計8,000万円の助成を行いました。

各種類別の助成実績

種別	件数	助成額(円)
障がいのある大学生への奨学金の供与	34件	20,400,000
障がい者施設の改善・整備、備品などの購入資金援助	67件	51,600,000
その他、障がい者福祉を目的とする活動に対する援助	15件	8,000,000
合計	116件	80,000,000



「ペンギン村第二共同作業所(福島県)/軽トラックの購入費を助成



「NPO法人さんしょうの会(岐阜県)/作業所の増築費用を助成

啓発事業

「ヤマト福祉財団ニュース」を発行

財団の活動をより広く人々にご理解いただくため2004年に創刊した「ヤマト福祉財団ニュース」(12万部)は、2005年度には6号(春)～9号(冬)を発行、ヤマトグループを中心とする一般の希望者・福祉関係者に配布しました。小規模作業所の取り組みや、さまざまな現場で働く障がい者の方々のレポートなどを掲載し、内容の充実にも努めています。



「ヤマト福祉財団ニュース」

自主事業

共同作業所運営の活性化と経営力強化を図る「パワーアップセミナー」を開催

1996年度より毎年、障がい者施設の幹部職員を対象とした教育研修「パワーアップセミナー」を開催しています。「月給1万円からの脱却をめざして」をテーマに、共同作業所の経営力・商品力アップによって障がい者の収入向上をめざすセミナーで、2005年度は全国9カ所で297名が受講しました。

厚生労働省障害保健福祉部の協力で、2006年4月より施行される障害者自立支援法について、担当行政官による解説や質疑応答が行われたほか、一般企業からも講師を招いて販売についての考え方を学びました。



北海道ブロック「パワーアップセミナー」

功績のあった人を顕彰

「ヤマト福祉財団 小倉昌男賞」を贈呈

障がい者就労施設や一般企業で、障がい者の就労支援や職業指導、処遇改善などで功労著しく、他の模範と認められる個人2名に、毎年「ヤマト福祉財団賞」を贈呈しています。2005年度より、故小倉昌男前理事長の名に因んで「ヤマト福祉財団 小倉昌男賞」と名称を改めました。

2005年度は、労働条件改善などにより障がい者の生活向上に大きく貢献した、知的障害者通所授産施設すまいる(東京都調布市)施設長の太田勇さん、名古屋市障害者雇用支援センター所長の宮崎潔さんの両氏が受賞されています。



「ヤマト福祉財団 小倉昌男賞」贈呈式(2005.12.7)

小倉昌男前理事長逝去

2005年6月30日、宅急便の生みの親で、元ヤマト運輸(株)代表取締役会長・前当財団理事長の小倉昌男が亡くなりました。1995年にヤマト運輸の経営から退いて以降は、福祉の仕事に専念。享年80歳でした。故人の志は、当財団およびヤマトグループの社員一人ひとりがしっかりと受け継いでまいります。



「お別れの会」には3,300人にも及ぶ方々のご参列をいただきました(2005.8.8)

経済

ヤマトグループは、従来の考えにしばられることなく、未知の領域に対して常にチャレンジし、社会や生活を便利にする新しいサービスを考え出し、提供し続けていきます。



新規事業

ヤマトグループは、生活関連サービスのみならず、企業物流や流通の分野でもパ
イオニアであることをめざし、国内外での展開を行っています。

事業再構築

クロネコメール便を明確に事業として分離

スタート当時は宅急便事業の副産物的なビジネスだ
ったクロネコメール便も、今年年間17億冊の規模にまで
成長しました。ヤマト運輸(株)では、このクロネコメ
ール便の品質をさらに向上させ、お客様にもっと便利にご
利用いただくために、2006年4月1日、宅急便とメール便
の組織を明確に分離。メール便全体を事業として捉える
ために、メール便事業本部を設立しました。

新組織では、それまで全国70カ所のベース店で宅急便
と並行して行われていたメール便の仕分け作業を、いく
つかのメール便ベース店に集約し、メール便ゼネラルマ
ネージャーを配置する予定です。

メール便の「品質向上」に特化して、お客様に喜ばれる
サービスを提供していきます。

新規事業の創出

ボックスチャーター(株)「JITBOXチャーター便」事業の推進

ヤマトホールディングス(株)は、ロールボックスパレ
ット1本単位での貸切輸送を行うJITBOXチャーター便事
業を早急に全国展開するために、2006年3月、セイノー
ホールディングス(株)からボックスチャーター(株)に出
資を受け、フランチャイズ方式による事業展開を開始し
ました。

事業の基幹商品である「JITBOX(ジットボックス)チャ
ーター便」は、流通・仕掛在庫削減をめざす荷主企業に

対して、中ロットの荷物をジャストインタイム(JIT)で納
品する機能を提供します。

ヤマトグループ・西濃運輸グループ各社に加え、2006
年7月には、日本通運(株)、8月には各地の路線トラック
会社12社がフランチャイジーとして事業に参加していま
す。今後、JITBOXチャーター便事業を企業間物流の「デ
ファクトスタンダード」として確立することをめざしてい
きます。

ヤマトダイアログ&メディア(株)ダイレクトマ - ケティング事業会社を設立

2006年4月、ヤマトホ - ルディングス(株)と、ドイツボ
スト・ワ - ルドネット傘下のDHLグロ - バルメ - ル・ジャ
パン(株)は、日本国内におけるダイレクトマ - ケティ
ング事業を行う合弁会社「ヤマトダイアログ&メディア
(株)」を設立しました。

同社では、ヤマトグループがもつ配送ネットワークとド
イツポスト・ワールドネットがもつダイレクトメール(DM)
に関するさまざまなノウハウを結びつけ、DMの企画・制
作から発送・配達後の顧客反応の分析などの一貫したサ
ービスを提供します。

クロネコメール便の配送業務にとどまらず、付加価値
の高いサービスをお客様に提案していくことで、さらなる
事業成長をめざしていきます。



DHLグロ - バルメ - ル・ジャパン(株)と契約締結
(2006.4.1)

郵船ヤマトグローバルソリューションズ(株) ヤマトグループと日本郵船グループの戦略的提携

2006年5月、ヤマトホールディングス(株)と日本郵船(株)は、業務提携および資本提携を行うことで合意しました。この戦略的提携の実現により、ヤマトグループと日本郵船グループの双方が有する海外・国内のネットワークを有効活用し、グローバルな総合物流事業におけるリーディングポジションの確立と、よりいっそうの顧客サービスの充実を図ります。

2006年6月には共同出資会社「郵船ヤマトグローバルソリューションズ(株)」を設立。両グループの業務提携

の中核になる会社として、国際物流における一貫輸出入ロジスティクスサービス、中国市場をターゲットとする企業間物流サービス、ICタグを利用した輸送部材管理・リースサービスの三分野の事業開発に取り組んでいきます。

日本郵船(株)と共同出資会社設立
(2006.5.10)



国際物流におけるグローバルな業務提携 ヤマトロジスティクス(株)と郵船航空サービス(株)

2006年5月、ヤマトロジスティクス(株)と郵船航空サービス(株)は、国際物流におけるグローバルな業務提携を行うことで合意しました。国内外の経営資源を最大限に活用し、企業競争力の強化を図るとともに、より高品質な国際物流サービスを提供することでお客様および社

会に貢献することをめざします。

業務提携により、まず両社で航空貨物のCo-Load(共同混載)を開始。2006年中を目途に共同事業会社を設立し、両社の強みを最大限に活かした国際間一貫輸送におけるオペレーション事業を運営していきます。

百貨店との新しい関係

物流フルアウトソーシングの受託

ヤマト運輸(株)は、2006年3月、(株)高島屋の各種物流業務を一括受託しました。その内容は従来の百貨店と物流会社の枠を超え、多様な物流サービスを展開するものです。

当社では2004年3月から関東地区における(株)高島屋の配送を受託してきましたが、その結果、

配送日数の短縮、配送戻り品の減少、きめ細かな配達・再配達的时间帯指定など、サービス品質が向上し

顧客評価が高まった。

人件費などの固定費、設備費(投資)などを変動化できた。

などの高い評価をいただき、今回の全国15店舗での配送とともに、流通加工を含めた「物流フルアウトソーシング」の受託となりました。

また、情報システム構築・大型家具配送などについてはヤマトグループ各社が協力しています。

輸送網の進化

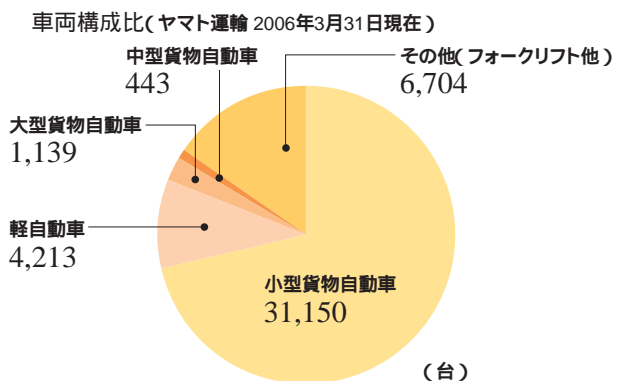
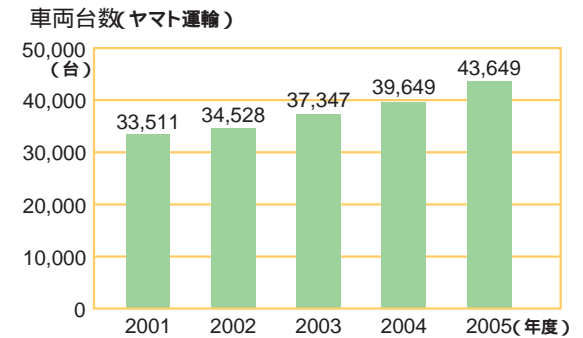
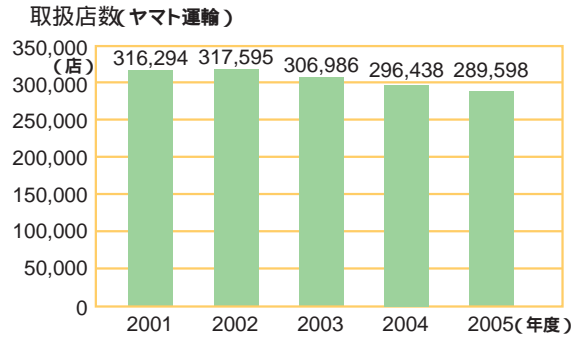
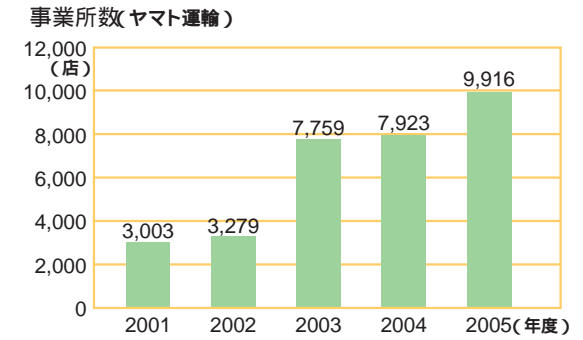
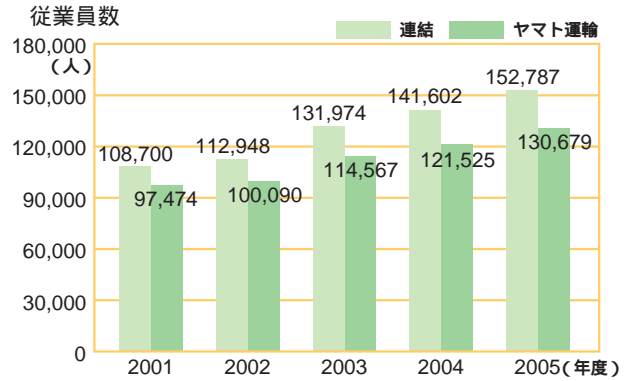
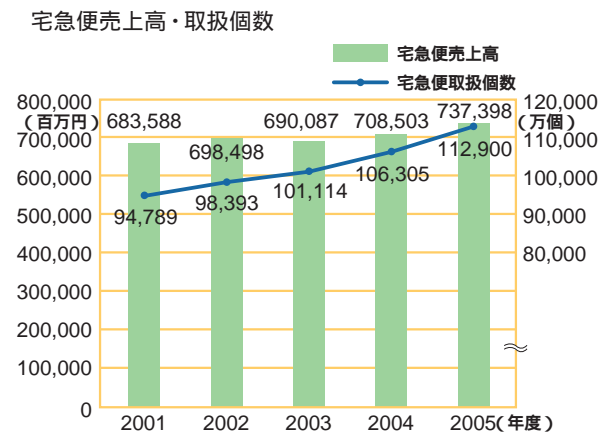
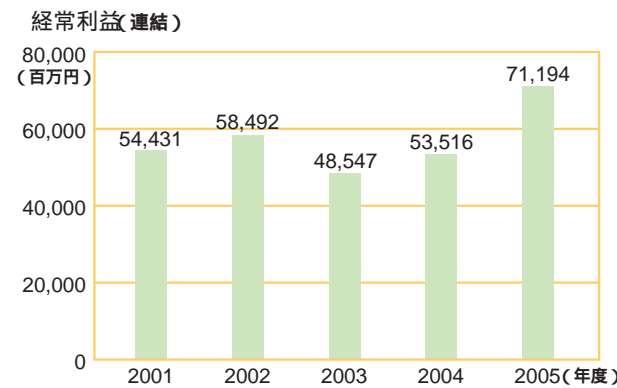
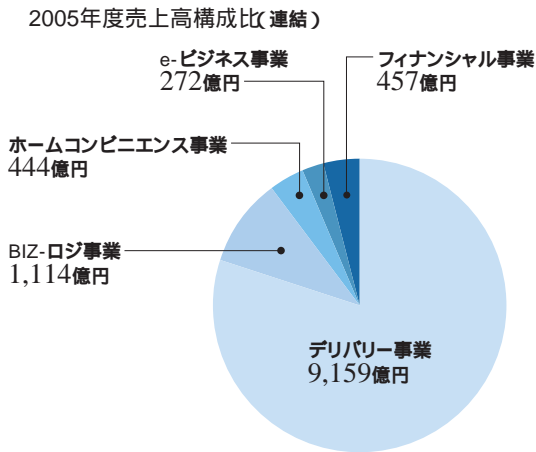
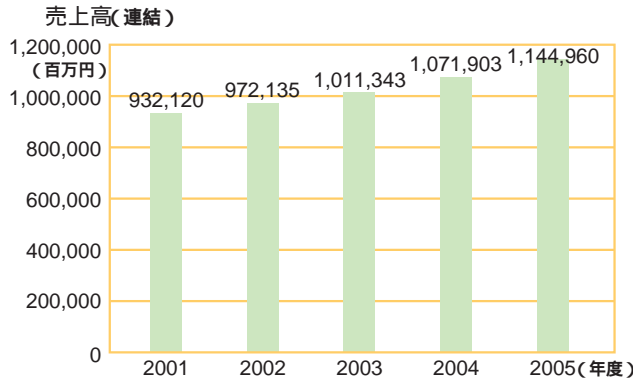
大阪・岐阜主管支店がリニューアルオープン

ヤマト運輸(株)では、お客様により質の高いサービスを提供するため、輸送網の充実に努めています。2005年度は岐阜と大阪の主管支店を新築・移転。いずれもトラック着車スペースを拡大し、仕分能力の大幅アップ、高品質を維持する低温仕分室の設置など最新鋭の優れた機能を有します。また、個人情報保護を重視し、セキュリティ管理を万全にしています。



大阪主管支店(2005.10.31竣工)

財務データ



「CSR報告書2006」の 発行にあたって

「ヤマトグループCSR報告書2006」をここに無事発行することができました。ご関係者の皆様に心から感謝申し上げます。

今回は、ヤマトグループが純粋持株会社体制に移行し、ヤマトホールディングス(株)が発行主体となって初めてのCSR報告書の発行となりました。ヤマトグループ全体の社会的責任に関わる取り組みについて、より充実した報告ができるよう、ヤマト運輸(株)を中心とした各グループ会社を広く取材し、「十分な情報開示」と「わかりやすい報告書作成」を心がけて編集にあたりました。なお本報告書の内容は、ヤマトホールディングス(株)ホームページでもご覧いただけます。

今年の1月、宅急便事業を開始して30周年という、ヤマトグループにとって大きな節目を迎えました。今後も、さまざまなステークホルダーの皆様と広くコミュニケーションを図り、地域とともに発展する企業グループをめざす所存です。

最後にCSRの根幹と認識しておりますコンプライアンスの実践につきましては、ヤマトホールディングス(株)に新設しましたコンプライアンス・リスク委員会を中心に、グループ各社のコンプライアンス責任部署と連携をし、取り組んでおります。「グループ企業理念」にのっとり、事業継続の大前提である法令や社会的規範に合致した事業活動を行い、その上で、グループ社員一人ひとりが、地域の安全や環境保護、社会貢献などにおいて責任を果たすことで、「社会とともに持続的に発展する企業」をめざしてまいります。

皆様にはヤマトグループの姿勢をご理解いただくとともに、忌憚のないご意見を頂戴できればと願っております。

ヤマトホールディングス株式会社
執行役員 CSR担当

栗栖利蔵



編集後記

本書の作成に当たり、ヤマトホールディングス(株)CSR担当とヤマト運輸(株)社会貢献部で「編集チーム」を組織し、グループ内での取り組みを広く集めました。また、各章のトップにハイライトとしてレポートを掲載するなど、多くの方にとって読みやすい章立て、内容、表現を心がけました。

グループ内でもっともCSR活動がさかんなヤマト運輸(株)に関する報告が中心となりましたが、今後は個社の取り組みにスポットを当

てるだけでなく、グループをあげた共通の実施項目を掲げ、グループ全体での取り組みを報告できるようにしたいと考えております。

また、企業経営をとりまく社会的要因の変化の中で、ヤマトグループがあるべきCSR体制の実現を図るため、今よりいっそうの努力をしてまいります。

ヤマトホールディングス(株)CSR担当
ヤマト運輸(株)社会貢献部

表紙は、ヤマトグループのシンボルカラーであるヤマトイエローとヤマトグリーンで構成しています。

ヤマトイエロー：イエローのイメージである「希望・幸福・愉快・知恵・探求・クリエイティブ」と、ヤマトグループの企業理念「常に新しいサービス・事業を創造し続け、社会の発展とともに自社の成長を図る」を表しています。

ヤマトグリーン：グリーンのイメージである「安全・くつろぎ・親愛・新鮮・豊か・成長・さわやか・自然・環境」と、ヤマトグループの企業理念「安全第一・環境と共存する」を表しています。

本報告書についてのお問い合わせは下記にお寄せください
ヤマトホールディングス株式会社 CSR担当
〒104-8125 東京都中央区銀座二丁目16番10号
TEL 03-3541-4141 FAX 03-5565-3427
ホームページ <http://www.yamato-hd.co.jp/>

