

マネージメントメッセージ

当企業グループは2005年11月、純粋持株会社体制へと移行しました。これにより、グループ各社が持っている経営資源を組み合わせ、魅力あるサービスを展開するとともに、経営手法を抜本的に改革し、市場競争力を高めていきます。現在、6つの事業フォーメーションを設定し、これらの領域で斬新で価値あるビジネスモデルを構築しています。それぞれの分野で培ってきた事業インフラやノウハウをはじめとした経営資源を総合し、これまでにないシナジー効果を創出していきます。



有富 慶二
取締役会長

瀬戸 薫
代表取締役社長
社長執行役員

Q. 2006年3月期の事業環境と業績についてご説明下さい。

当社は、継続的な成長とコストコントロール力を有する企業グループを目指して、改革に取り組んできました。そして現在、ヤマト運輸株式会社の主力商品である宅急便が発売から30周年を迎えるなど、大きな変革の節目を迎えています。

2006年3月期は、2003年3月期に達成した過去最高益を更新し、大幅な増収増益を果たしました。営業収益は1兆1,449億61百万円となり、前期比6.8%の増加となりました。

これに対し、費用面では原油価格高騰の影響があったものの、コストコントロール力の強化に努めた結

果、営業利益は687億21百万円と、前期比34.2%増加しました。これに営業外収益を含めた経常利益は711億95百万円となり、前期比33.0%の増加となりました。一方、当期純損益は、財務体質をより強固にする目的で、デリバリーの事業分割に伴う土地の評価損を計上したことなどにより、239億68百万円の純損失となりました。

トラック輸送業界においては、原油価格高騰に加え、民間の宅配市場に積極的に参入してきた日本郵政公社の影響もあり、価格競争をはじめとした同業者間の競争は激しく、厳しい経営環境が続きました。

このような状況のもとで、2007年の郵政民営化をはじめとした今後のさらなる厳しい競争環境が予想される中、当企業グループは成長力を維持・拡大できる事業構造への転換を目指し、当期より中期経営計画「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」をスタートさせました。さらに2005年11月1日には、従来のヤマト運輸株式会社を、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式会社と、デリバリー事業の「執行機能」を有するヤマト運輸株式会社に分割し、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。

これにより、純粋持株会社であるヤマトホールディングス株式会社が、デリバリー事業を含めた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、成長のスピードを加速させる体制が整いました。そして中期経営計画に基づき、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活かして非デリバリー事業の成長を加速させる事業戦略に着手するとともに、あらゆる業務領域においてプロセス改革を実践し、高効率経営に取り組んでいく考えです。

Q. ヤマトグループの企業価値向上に対する考え方、施策についてお聞かせ下さい。

当企業グループの経営戦略は、事業フォーメーション各社がそれぞれターゲットとする市場に十分に絞り込み、グループが保有する経営資源を相互に有効活用することにより、そのセグメントした市場でのトップシェアを獲得することを目指しています。

この経営戦略を実現するため、当企業グループでは2005年4月より、「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」を一斉にスタートさせました。当計画では、グループ経営目標として、

①「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」

②「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」

の2つを掲げ、企業および個人のお客様へ新たな利便性を提供し、グループの業務領域を創造していく一方で、既存事業においても費用構造の抜本の見直しを行い、常に効率的な経営を実現していきます。

その一環として当社は、2006年2月27日にセイノーホールディングス株式会社と業務提携を行い、4月3日には、従来の「クロネコボックスチャーター便」を発展させ、流通在庫や仕掛在庫削減を目指す荷主企業に対し、中ロットの荷物を中長距離の区間でジャストインタイムで納品する機能を提供することにより、お客様のSCM(サプライチェーンマネジメント)構築に貢献する「JITBOX(ジットボックス)チャーター便」を発売しました。これにより、企業間物流における新しいデファクトスタンダードを目指します。

また、同じく4月3日には、今後の市場拡大が期待されるダイレクトメール市場での優位性を早急に確保すべく、ドイツポスト・ワールドネット傘下のDHLグローバルメール・ジャパン株式会社と日本国内におけるダイレクトマーケティング事業を

行う合併会社を設立しました。

当企業グループを取り巻く経営環境は、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など、ますます厳しい状況にあります。当企業グループでは、上述の中期経営計画の達成に向け、経営のスピードを高めるとともに、企業グループの統制機能も充実させ、グループ全体の企業価値向上を図っていきます。

Q. 2005年11月に純粋持株会社体制へ移行されましたが、その狙いについてお聞かせ下さい。

2005年4月にスタートした「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」に沿って、当企業グループは、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活かして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たほか、あらゆる業務領域においてプロセス改革を実践し、高効率経営に取り組んでいます。その中で、2005年11月、事業持株会社体制から純粋持株会社体制へ移行し、ヤマトホールディングス株式会社が、デリバリー事業を含めた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ました。

純粋持株会社体制への移行の目的は、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、成長のスピードを加速させ、流通構造を高度化する仕組みを創造することです。これまでの事業持株会社体制では、事業の構成上、デリバリー事業の比重が大きい傾向にありました。今後は、そうした枠組みにとらわれることなく、他社との提携をも視野に入れ、グループの有形・無形の経営資源を総合し、ロジスティクステクノロジー・フィナンシャルテクノロジー・インフォメーションテクノロジーを組み合わせた高度な仕組みを創造し、これまでにないシナジー効果を創出していきます。現在、グループの総力を挙げて非デリバリー事業の成長を加速させるため、BU(ビジネス・ユニット)と呼ばれる新事業の立ち上げを行っています。当企業グループは、「お客様の顔が見えるまでセグメントされたニッチな市場で、オンリーワンの事業を目指す」ことが、非デリバリー事業を成長させるための鍵であると考えており、純粋持株会社体制は、これに向けた最適な組織であると確信しています。

Q. ヤマトグループの利益配分についての基本方針をお聞かせ下さい。

当社は、グループ経営に基づいて、6つの事業フォーメーションを展開しています。したがって、利益配当に

ついては、連結の当期純利益を基準に配当性向30%を目処とし、業績に基づいた配当を実施していくこととしています。当連結会計年度の利益配当金については、1株当たり期末配当金を2円増配の11円とし、実施済みの1株当たり中間配当金9円と合わせて、年間配当金は20円としました。

また、内部留保資金については、ネットワークの強化および新規事業の開拓などの設備投資や、将来の企業価値を高めるための投資など、グループ全体の成長のために活用するとともに、株主の皆様への還元の一環である自己株式の取得に活用していきます。なお、2006年2月23日開催の取締役会の決議により、自己株式の市場買付を実施し、4,478千株を99億99百万円で取得するとともに、3月9日に12,459千株の自己株式を消却しました。

Q. ヤマトグループのCSRに対する取り組みについてお聞かせ下さい。

創業以来、当企業グループでは、社会・環境・地域社会などに十分配慮した事業活動を行い、社会とともに継続的な発展を目指していくことが重要だと考え、お客様・株主の皆様・ビジネスパートナー・地域社会などさまざまなステークホルダーとの

関わり合いを大切にし、社会から信頼される企業グループを目指してきました。ヤマトホールディングス株式会社のCSR機能が事務局となり、既存の経営管理組織によるチェック・アンド・バランスを機能させるとともに、コンプライアンス経営を確立させ、法律や企業倫理を遵守するための活動を行っています。

また、当企業グループは1995年に、いち早く創業当時の考え方を凝縮した「ヤマト運輸企業理念」を明文化しましたが、制定から10年を経た2005年4月に見直しを行い、企業不祥事への対応、情報開示と説明責任の実践、個人情報の保護などを新たに盛り込み、「ヤマトグループ企業理念」を策定しました。当企業グループの社員は、この企業理念や社訓、方針、目標や最新の中期経営計画を盛り込んだ小冊子をいつも持ち歩いており、これらを理解し、実践することを心掛けています。

取締役会長
有富 慶二

代表取締役社長
社長執行役員
瀬戸 薫