

セグメント別事業概況

デリバリー事業

デリバリー事業では、お客様にとって「一番身近で、一番愛される企業」を目指し、豊かな社会の実現に貢献するために、宅急便を中心とした事業展開に取り組んでいます。

長尾 裕

ヤマト運輸株式会社
代表取締役社長 兼 社長執行役員



事業紹介

デリバリー事業では、社会的インフラとして、世の中の「信頼」と「期待」に応え、「一番身近で、一番愛される企業」を目指して、「誰でも、欲しい物を、欲しい時に手に入れられる社会」そして「生活者が地域差なく豊かで便利な生活が送れる社会」を実現するために、グループ経営資源を活用し、お客様にとってより便利で快適なサービスを提供する事業展開に取り組んでいます。

デリバリー事業を取り巻く環境は、転換期を迎えています。国内市場は、e-コマース市場・個人間取引市場の拡大や企業間物流の多頻度小ロット化により、物量が増加傾向にあります。

また、人口の都市集中や通販企業などの異業種による物流参入が顕在化しています。そして消費者側は、核家族化や共働き世帯の増加によって、多忙な生活に合わせた合理的な荷物の受け取りニーズ

が高まり、柔軟なサービスを求めるようになっていきます。

一方で、少子高齢化による労働力不足や過疎化の影響が加速しており、宅急便ネットワークと高品質なサービスを維持するため、世の中の変化に対応できる環境整備を進めることが重要な経営テーマとなっています。

このような環境下において、国内市場では、企業物流に対するソリューション提案力の強化と、消費者の多様化するニーズに対応した商品・サービスの進化、地域活性化ニーズへの対応を更に進化させ、お客様に対する利便性を向上させていきます。また、これらと並行して高品質なサービスを維持・向上するために必要な体制強化を進めています。

一方で、海外市場では、アジア圏における新興国の急激な経済成長に伴い、宅急便事業のさらなる拡大を進め、国内外一貫輸送プラットフォームの構築を推進しています。

これらの取り組みにより、「バリュー・ネットワーク」構想では、物流を「コスト」ではなく、「バリュー（付加価値）を生み出す手段」に進化させ、お客様の業種・事業規模を問わない「物流改革」を実現していきます。

2015年3月期の振り返り

2015年3月期は、中期経営計画「DAN-TOTSU3か年計画STEP」の初年度として、前期までに築き上げた「成長のための基盤」をさらに強化し、機能させることで、社会的インフラとして世の中の「信頼」と「期待」に応えていくための取り組みを行いました。

具体的には第一に、変化していく環境の中で継続的なサービス品質を提供するため、収支構造の改革に取り組みました。改革の一環として収益構造については、宅急便における適正料金收受施策を

着実に推進したことにより、宅急便の増収を図ることができました。当社を取り巻く経営環境が厳しくなりつつある今、サービスの維持・向上には相応のコストがかかることをお客様にご説明し、サービスに見合った料金を頂戴することにご理解をいただくことができました。また、コスト構造については、業務量予測に基づく稼働設計の精度向上と、輸送量予測に基づく配車計画と実績管理の強化に取り組みました。

第二に、e-コマース市場の拡大に伴い、受け取りの利便性向上に対するお客様ニーズに対応するため、きめ細かいサービス提供に取り組みました。会員制サービス「クロネコメンバーズ」のお客様に向けては、通販商品購入時に、ヤマト運輸の直営店やコンビニエンスストアでの受け取りを選択できる「宅急便受取場所

選択サービス」の拡充を図りました。また、電子マネーカードを使用した簡単な決済により、宅急便を割引価格でご利用いただける、ヤマト運輸独自の「クロネコメンバー割」の利用が好調に推移しました。

第三に、「バリュー・ネットワーキング」構想の推進として、「羽田クロノゲート」「厚木ゲートウェイ」「沖縄国際物流ハブ」「国内・海外の宅急便ネットワーク」の連携が具体的に動き始め、香港に続き台湾向けにも「国際クール宅急便」を開始するなど、ネットワークの拡充に積極的に取り組みました。現在、アジアの5つの地域で宅急便・ロジスティクス・決済事業などを組み合わせた高付加価値サービスを提供していますが、今後はさらにボーダレス化が進み、域内のモノの流れにとどまらない越境物流が増えていくと予測しています。

これらの結果により、収益面では個人消費マインドの冷え込みや、2014年3月期における消費税増税前の駆け込み需要の影響等により取扱数量は伸び悩んだものの、営業収益は前期比0.2%増加の1兆1,014億39百万円となりました。利益面では業務量に見合ったコスト管理を徹底したことなどにより、営業利益は前期比9.6%増加の392億5百万円となり、増収増益となりました。

トップからのメッセージ

中期経営計画「DAN-TOTSU3か年計画STEP」の2年目となる2016年3月期についても、市場環境の変化に対応した強固な経営基盤づくりを継続します。環境変化を新しいビジネスチャンスと捉え、



この基盤を足掛かりに「さらなる構造改革」によって新しい価値を創り出し、後述の3つの経営方針を実現するための施策を実行していきます。

また、2020年3月期に向けて、新たな事業領域を拡大するとともに、付加価値を高め、事業の成長力を強化するための構造改革を実行していきます。

経営方針1

現場重視の全員経営を推進して、ヤマトブランドの価値を高める

企業活動を支える「信頼」という基盤を揺るぎないものへ変革するため、社員一人ひとりが能力を発揮し、チームとしての成長を通じてヤマトブランドの価値を高め、圧倒的なヤマト品質を全員で創り出します。そのために、「教育体制の強化」や「チーム力の強化」により現場力の向上を図り、ラストワンマイルネットワークをさらに強化します。これらと並行して、「ダイバーシティの推進」や「組織構造の再編」を行い、社員がイキイキ仕事のできる環境づくりを推進していきます。

また、デリバリー基幹商品の再構築として、お客様の「リスク」を防ぐために2015年3月をもって、クロネコメール便を廃止し、2015年4月より、法人専用新サービスとして「クロネコDM便」をリリースしました。そして、さらなる利便性を創り出すため、2015年4月より「小さな荷物」をよりリーズナブルに運んでほしいというニーズに

対応した「宅急便コンパクト」「ネコポス」の小型商品をリリースしました。今後も大型商品の見直しやタッチポイント（お客様との接点）の拡充を図り、世の中へ新たな価値を提供します。

経営方針2

収支構造を改革し、継続的な会社の成長と社員の豊かな生活を維持していく

幹線ネットワークの革新とラストワンマイルの高度化により、輸送・集配のネットワーク構造を変革させるため、グループを含む「全体最適」を実現する仕組みを創り出します。そのために、物流ターミナルである「ベース拠点の戦略的な再配置」や荷物の出荷・在庫場所を選ばない「製販分離の本格運用」を行います。これらと並行して、次世代基幹システムである「第8次NEKOシステム」では、品質の可視化を目的とした「フルデジタル化」を加速させ、効率の良い配達を組み方やお届けする時間をきめ細かく予測することで、集配効率向上や不在の低減を実現し、お客様の利便性の向上と高効率な経営を両立します。

経営方針3

「バリュー・ネットワーキング」構想を実現し、高度化するお客様のニーズに答えていく

「バリュー・ネットワーキング」構想の具現化に向けて、デリバリー事業として、

「止めない物流」を実現します。「羽田クロノゲート」「厚木ゲートウェイ」に加え中部圏におけるゲートウェイや関西圏にもインフラを整備し、「沖縄国際物流ハブ」「国内・海外の宅急便ネットワーク」との連携により、「大都市間当日配送」や「アジア圏の翌日配送」をさらに拡大していきます。また、モノが止まらずにリードタイムを短縮し、在庫削減といったお客様にとっての高付加価値を実現することで、物流を「運ぶ」から「バリューを生み出す手段」へさらに進化させていきます。そのために、ヤマトグループの様々な機能を結集し、e-コマース事業者をトータルでサポートするパッケージサービスとして、2015年6月に「YES! (Yamato Ec Solutions)」をリリースしました。今後もオムニチャネルの拡大と合わせて、積極的に展開していきます。

また、「ヤマトクラウドデポ」による企業経営支援の推進や販路拡大に向けた「国際クール宅急便」の取り扱い国の拡大を推進します。

これらのソリューションは、「送り手（供給）」側の視点だけでなく、「受け手（調達）」側の要望を捉えた「デマンドチェーン」の視点を重視して推進していきます。

中期経営計画達成に向けた、上記を中心とする2016年3月期の取り組みに対して、環境変化に柔軟な対応を行いながら計画を着実に実行していきます。

BIZ-ロジ事業

BIZ-ロジ事業は、ロジスティクスにイノベーションを起こす「LOGINNOVATION」のコンセプトのもと、革新的なロジスティクスソリューションの創出を通じて、お客様企業とその先にいる消費者へ満足・感動の提供を目指します。



本間 耕司

ヤマトロジスティクス株式会社
代表取締役社長 兼 社長執行役員

事業紹介

BIZ-ロジ事業は宅急便ネットワークをはじめとしたグループの経営資源に、ロジスティクス機能、メンテナンス・リコール対応機能、国際輸送機能などを組み合わせることにより、革新的な物流システムを提供しています。

特に、2013年10月に稼働を開始した「羽田クロノゲート」では、陸・海・空すべての輸送モードに直結する立地を活かした「スピード輸送」と「24時間365日稼働の付加価値機能」を一体化した新しい物流モデルを提供しています。

2015年3月期の振り返り

2015年3月期は、「バリュー・ネットワーク」構想のもと、イノベーションを具体化することによる事業領域の拡大に取り組みました。

「羽田クロノゲート」では、ロジスティクス機能と宅急便ネットワークを活用して、ビジョンケア用品（使い捨てコンタクトレンズ製品）の配送サービスを開始しました。コンタクトレンズの出庫作業と、全国の販売店や個人のお客様への配送までをシームレスにつなぐことで、物流の効率化と配送スピードの向上を実現しました。

また、「厚木ゲートウェイ」では、当日にお届けできるネットワークを活かした、通販支援サービスの提供を進めました。翌日配達エリアの拡大と、流通在庫の最少化を両立させる「在庫フリー」の考え方を具体化することにより、中小通販事業者も大手通販と同質のサービス提供が可能となり、多くの通販事業者にご利用いただいています。

さらに、食品自主回収やリコール対応のニーズが高まる中、迅速な利用者対応窓口の開設や返金処理を支援するリコー

ルサポートサービスの拡大を図りました。製品を利用されるお客様の安全意識の高まりに対して、プロジェクト全体のコーデネートと宅急便ネットワークを活かしたスピーディーな製品回収が評価され、多くの企業に導入いただくことができました。

このように、スピード化・多機能化が求められる企業間物流において、最適なソリューションが提供できるよう事業を有機的に連携させ、体制の強靱化、スピード化を図りました。

その結果、営業収益は1,038億21百万円となり前期比15.0%増、営業利益は46億83百万円で前期比37.6%増となりました。

トップからのメッセージ

日本が世界に先駆けてイノベーションを生み出す拠点となっていくために、今後ま

すます国際化していくことが予想されます。

また、東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年に向けて、国境を越えた人の移動、企業の進出がさらに加速し、日本には世界中の資本と人材が集まるようになると考えています。

従来のサプライチェーンに変化が生じるこのタイミングは、BIZ-ロジの各事業にとっても大きなビジネスチャンスであり、最先端の技術や文化を世界の人たちに見てもらえる好機と捉えて、様々なソリューションを提供していきます。

その1つに、日本国内に物流ネットワークを持たない海外企業に対して、貿易・保管・配送・回収・修理にわたるトータル物流アウトソーシングサービスを提供します。

2つ目に、増加する来日外国人が便利で快適に過ごせるよう、利用者の視点に立った生活関連サービスを提供していきます。

3つ目に、日本から海外に進出する企

業に対して、人の移動、設備・什器の輸送、物資の調達・貿易、現地での販売活動を複合的に支援するセールスチェーンを確立し、拡大するグループネットワークを活用することで、日系企業の海外展開をボーダレスにサポートするプラットフォームの構築に取り組みます。

「DAN-TOTSU経営計画2019」で掲げる「アジアNo.1の流通・生活支援ソリューションプロバイダー」の実現に向けて、BIZ-ロジ事業は「企業間物流のフロントランナー」の役割を果たしていきます。

そのために、事業が持つバリューチェーンの領域を広げる事業構造改革と、劇的なコスト低減を実現するコスト構造改革の推進を加速させていきます。

今後、これまで培ってきた基盤事業を高度化させ、グループの資源を活かすことにより、新しい付加価値を提供し、豊かな社会の実現に貢献していきます。



宅急便ターミナル内の「FRAPS*」

* Free Rack Auto Pick System :
ラストワンマイルネットワークのクラウド利用を可能にする
独自規格の流動型ラックによるピッキングシステムです。

羽田クロノゲートでの新しい物流モデル

家電修理機能、医療機器洗浄機能との連携により、
回収～メンテナンス～配送の
リードタイムを短縮



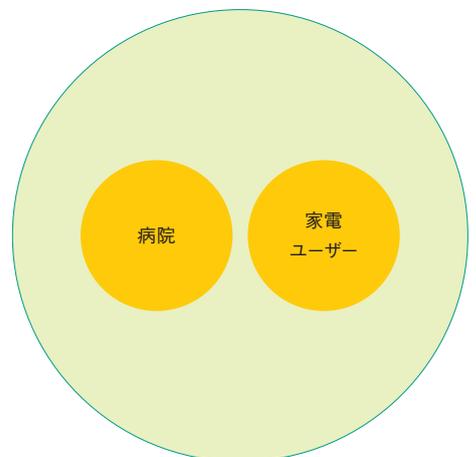
家電修理



医療機器洗浄



宅急便



ホームコンビニエンス事業

ホームコンビニエンス事業では、引越サービスや家財配送設置サービスに加えて、家庭内のご不便を解消する生活支援サービスを提供しています。

また、そのネットワークを活用して、企業や行政などの法人のお客様に対し、販売支援やコストダウンにつながる様々なご提案を展開しています。



市野 厚史

ヤマトホームコンビニエンス株式会社
代表取締役社長 兼 社長執行役員

2015年3月期の振り返り

2015年3月期は、「DAN-TOTSU3か年計画STEP」の初年度として、「高付加価値モデルの創出」と健全な企業風土の醸成に向けた「経営基盤の強化」に取り組み、経営体質の強化に努めました。

個人向けサービスにおいては、お部屋の清掃や不用品の買い取りなど、日常のお困りごとを解消する「快適生活サポートサービス」を2014年10月より正式販売し、全国エリアでのプロモーションや販売を推進しました。また、家財宅急便においては、5月より通販事業者様向けに配送時不用品引取や家具移動などが付加できる

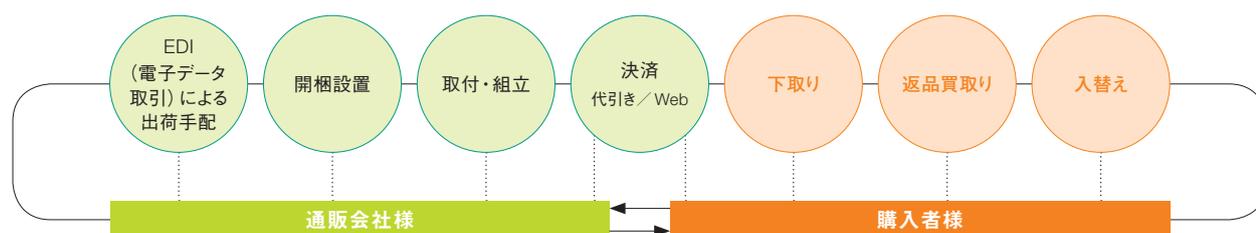
「らくらく家財宅急便eコマース・トータルサポートサービス」の販売を開始するとともに、9月には配達時にお届けする商品の初期設定や取り扱い説明などのオプションサービスを付加できるよう全面リニューアルを実施しました。また、離島や過疎地域への家具・家電製品等の出張販売サービスなども積極的に展開しました。

法人向けサービスにおいては、家庭内発電装置や蓄電池などの住宅設備、コピー機・複合機、デジタルサイネージ等の業務用設備の保管から配送・設置、工事・保守、メンテナンスまでをワンストップ

で提供する「テクニカルネットワーク事業」の販売を強化しました。また、長年にわたって培ってきた日本各地の調達能力を活かして、企業のお客様の店舗集客力の向上や福利厚生の実施などを支援する物品調達サービスを展開し、多くのお客様にご利用いただきました。

営業収益は、成長戦略商品である「快適生活サポートサービス」や「テクニカルネットワーク事業」などが伸びましたが、消費税増税後の反動減で家具や家電等の耐久消費材の取り扱いが減少した結果、484億75百万円となり、前期に対して0.5%減少しました。

らくらく家財宅急便 eコマース・トータルサポートサービス



営業利益は、人的関連費用の変動管理を徹底したことに加え、平日の生産性が向上したことにより、6億13百万円となり、前期に比べ181.9%、3億96百万円増加しました。

トップからのメッセージ

中期経営計画「DAN-TOTSU3か年計画STEP」の2年目となる2016年3月期においても、「高付加価値モデルの創出」と健全な企業風土の醸成を目指した「経営基盤の強化」の両立を目指した経営を進めていきます。

個人向けサービスにおいては、2014年に全国販売を開始した「快適生活サポートサービス」の商品ラインナップの拡充を進めます。現代社会においては、ITや物流網の発達によって、家にいながらいつでも様々な手続きをしたり、物を購買したりすることが容易になりました。プライバシーが守られた空間である自宅における消費活動は今後活性化する傾向にあり、単なる不便の解消といったニーズにとどまらず、「自分らしく、快適に過ごしたい」といった個人の嗜好に合った生活スタイルの確立を目的とした消費はますます進んでいくと思われれます。私たちヤマトホームコンビニエンスは、重いものでも嵩張るものでも全国一つの指示系統でコントロールできる2マンネットワークを所持する唯一の企業です。また、第一線の社員は電気工事士、古物取り扱い、産業廃棄物収集運搬など高度な技術と資格を有しています。引越や家事代行サービスで培ったきめ細かなサービ

スも提供できます。そして何よりも安心してご自宅の玄関を開けていただけるクロネコブランドを持っています。クロネコブランドを活かして、引き続き、「ご家庭内のお困りごとの解消」と「個々人の自己実現の支援」の両立を実現するサービスを提供していきます。

法人向けサービスにおいては、「テクニカルネットワーク事業」の販売強化に加え、オフィス引越や快適生活サポートサービスで培ったノウハウと2マンネットワークを活用した「オフィスケアソリューションサービス」をスタートさせます。什器やオフィス機器のクリーニングによる資産効率改善支援、電気料金等のコスト削減支援、スケールメリットを活かした調達支援など中小企業を中心にソリューション営業を推進します。

また、「3R（リデュース・リユース・リサイクル）市場」へのサービス展開を図っていきます。これまでも当社では、引越の際に発生する不用となった家具・家電等をレンタルとしての再利用や、当社のリサイクルセンター、流通が不便な離島や過疎地域へ青空市で販売するなどのリユースの展開をしていました。このほか、3R市場へのサービス展開の一環としては、エコキュートや太陽光等のエネルギー関連設備が販売から約10年が経過し、今後、商品寿命を迎えていきます。この分野にグループ各社と連携して配送同時回収、工事、分解・分別までの再資源化に向けたワンストップサービスを展開していきます。また、2015年に入り通販事業者様向けに大型家電リサイクル商品を配送と同時



家具の移動



換気扇の清掃

に現地査定、回収、指定取引先場所まで持込む「家電リサイクルサポートサービス」を販売しています。通販業者様のコンプライアンス経営に寄与すると同時に、循環型社会の実現に向けた一介になれる様に推進を強化します。

経営基盤の強化に向けては「YHC*規範」を基礎とし、安全・コンプライアンス対策や顧客対応の強化を図るとともに、事業運営の後方支援ならびにコスト構造改革を行い「お客様・社会・社員に満足される企業」に向けて、健全で強固な経営基盤を構築します。

今後も社会から必要とされ、お客様からご愛顧いただける事業を展開し、企業価値を高めていきます。

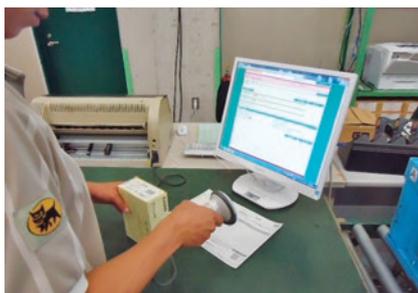
* YHC：ヤマトホームコンビニエンス

e-ビジネス事業

e-ビジネス事業は、グループをICT (Information and Communication Technology) で支援し、「バリュー・ネットワーキング」構想を具現化するとともに、グループの経営資源である物流機能と決済機能を組み合わせた最適なソリューションを提供し、お客様の事業発展に貢献します。

星野 芳彦

ヤマトシステム開発株式会社
代表取締役社長 兼 社長執行役員



MVNO 事業者* 向け業務支援

* MVNO (Mobile Virtual Network Operator) 事業者：仮想移動体通信事業者。携帯電話やPHSなどの物理的な通信回線網を自社では持たず、実際に保有する他の事業者から借りて自社ブランドにて通信サービスを提供する事業者のこと。

事業紹介

e-ビジネス事業では、企業向けクラウド型 (ASP/SaaS) サービスや情報システムの開発・運用などの情報サービス事業に取り組んでいます。

ICTを切り口に、お客様のパートナーとしてその業務プロセスの効率化を推進することにより、潜在的な課題の解決を支援し、顧客の販売拡大やコスト削減につながるソリューション提案を積極的に行っています。

2015年3月期の振り返り

e-ビジネス事業では、お客様の業務プロセスの効率化や潜在的な課題の解決に向けて、情報機能に物流機能、決済機能を融合させたソリューション提案を積極的に行いました。また、ヤマトグループ全体の事業展開に伴うシステム開発および運用を行いました。

電子マネー関連サービスにおいては、フィナンシャル事業と連携し、複数のブランドの電子マネーが1台で決済できる「マルチ電子マネー決済端末」の設置・運用を

推進してきました。当期においては、アミューズメント市場に本格展開し、端末の設置と利用を拡大させました。

e-ロジソリューション事業では、通信機器事業者様やケーブルテレビ事業者様など、製品の個体管理を必要とするお客様に向けては、宅急便事業の荷物追跡ノウハウを活用した“モノ”の流れや所在を可視化するサービスを提供しています。当期においては、MVNO* 市場の拡大に合わせたMVNO* 参入事業者向け機器設定・再生サービスが事業展開を加速させ、セットアップ・ロジソリューション事業として、e-ロジソリューション事業から独立した事業として管理し始めました。

e-オンデマンドソリューション事業では、製薬業界のお客様をはじめとして、販促品の管理・オンデマンド印刷・適時配送により営業効率アップや在庫削減を実現するサービスを展開し、堅調に推移しています。

ストアICTソリューション事業では、小売業者様の中元・歳暮ギフト品の出荷や通販事業者様の返品交換などの引取を行うサービスを展開し、堅調に推移しています。

海外展開においては、ヤマトグループのアジア進出に歩調を合わせてICTの側面からサポートしています。

以上の結果、営業収益は、消費税増税に伴うIT関連投資の反動減などにより404億87百万円となり、前期に比べ0.8%減少しました。営業利益は、新規事業所の開設に伴う費用が高んだことなどにより77億57百万円となり、前期に比べ3.7%減少しました。

トップからのメッセージ

中長期の取り組みとしては、「バリュー・ネットワーキング」構想の具現化をICTで

加速させます。そのために、高付加価値モデルの創出と基盤事業の確実な成長を実現するとともに、外部環境に影響されないよう経営体質の強化を図ります。

高付加価値モデルの創出としては、ヤマトグループの経営資源を連携し、お客様の業務プロセスを効率化するICTソリューションを市場ごとに展開していきます。

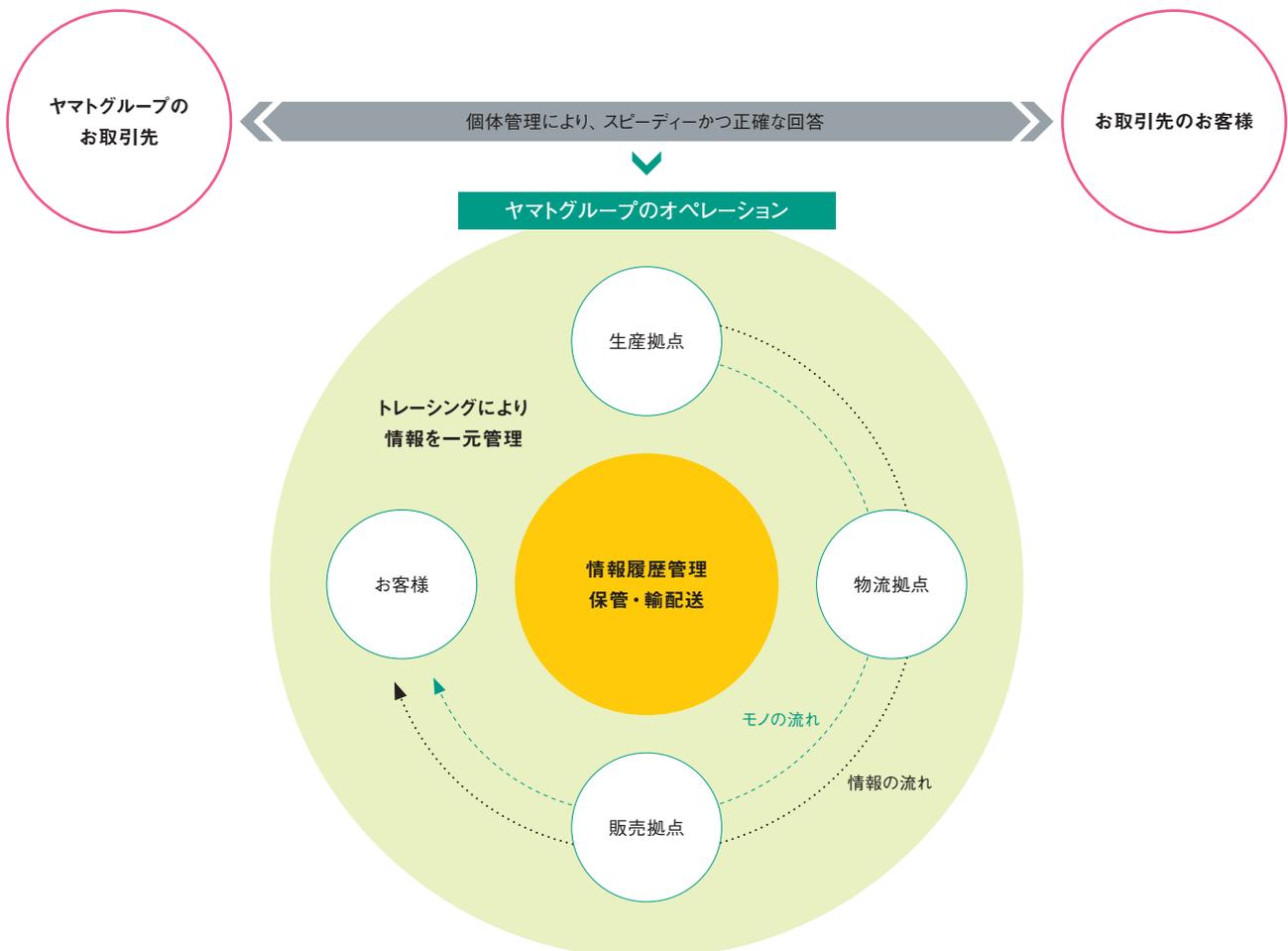
基盤事業の確実な成長としては2つあり、1つ目は、これまで業務ノウハウを蓄積してきた事業に関しては、自分たちの強みを発揮できる市場で業務ノウハウを高度化していきます。2つ目は、メイン市場が明確な事業に関しては、お客様の業務プロセス全体の効率化とその周辺環境をサ

ポートするような仕組みを提供し、事業領域を拡大していきます。

グループのIT戦略としては、各グループ会社の上流工程に参画し、IT戦略として新たな技術を研究・活用していきます。

e-ビジネス事業は、ICTを切り口にヤマトグループの経営資源である物流機能と決済機能を組み合わせた最適なソリューションをお客様に提供するとともに、各グループ会社の継続的な事業成長を支える、新しい技術の研究・開発に取り組んでいきます。

e-ロジソリューション



フィナンシャル事業

フィナンシャル事業では、国内外で決済・金融ソリューションを提供し、生活者の便利と事業者の流通改革を実現する強力なパートナーとなることを目指し、様々な決済手段での対応に取り組んでいます。



栗栖 利蔵

ヤマトフィナンシャル株式会社
代表取締役社長 兼 社長執行役員



お届け時電子マネー払い



マルチ電子マネー決済端末

事業紹介

フィナンシャル事業では、国内外で決済・金融ソリューションを提供し、生活者の便利と事業者の流通改革を実現する強力なパートナーとなることを目指し、通販商品配達時の代金回収業務や企業間の決済業務など、お客様の要望に合わせた、様々な決済手段への対応に取り組んでいます。長期経営計画「DAN-TOTSU 経営計画2019」においては、通販事業を中心とした決済における「シェアNo.1」を目指し、EC市場での戦略強化を進めるとともに、決済に関わるソリューション提案の推進に取り組めます。

2015年3月期の振り返り

BtoC市場では、成長を続けるネット通販に向けて、入金管理や精算までの事務処理機能を一括して提供する「クロネコwebコレクト」だけでなく、商品の受取後に確認してからコンビニで支払える「クロネコ代金後払いサービス」についてもサービスを拡充し、積極的な営業展開を図りました。例えば、お客様の注文時に利便性を向上させ

るような「継続課金」「金額変更」といった機能強化を行い、ECサイト構築会社とのアライアンスを強化するなどの取り組みを推進しました。また、普及率、活用シーンが拡大している電子マネー市場に対応し、マルチ電子マネー決済端末のレンタルに加えて、販促支援までを行う包括的なソリューション提案を推進しました。

国内BtoB市場においては、「クロネコあんしん決済サービス」を通じて、売り手側の販路拡大と買い手側の信用取引を支援するとともに、業務の効率化につなげ、売掛金管理や未回収リスクの低減といった価値を提供しました。買い手事業者によるWeb申込み、審査スピードアップ等、機能の向上も積極的に行いました。

リース事業は、お客様のニーズを捉えて、車両探しの支援や提案を行ったり、車齢の長期化による修繕費やリース料の低減に関わる提案を行ったりすることにより、戦略商品の「3年オペレーティングリース」や「中古車リース」の収益が拡大しました。

海外では、すでに展開しているエリア（上海・シンガポール・香港・マレーシア）にて現地競合他社との差別化を追求し、

現地のお客様の習慣・ニーズに合わせた提案をしました。さらに海外のお客様（買い手）が日本の通販を利用する際にクレジットカードで決済できる「越境決済サービス」について、海外に販路を拡大したいと考える通販事業者をターゲットに海外通販セミナーを開催しました。

以上の結果、営業収益は666億58百万円となり、リース事業が順調に推移したことに加え、電子マネーの決済件数が増加したことなどにより、前期に比べて6.3%増加しました。営業利益は消費税増税の反動減等の影響もあり、89億18百万円と、前期に比べ5.2%減少しました。

トップからのメッセージ

BtoC市場においては、ECを中心として通販市場がさらに拡大していくと見込まれ、通販事業者には、様々な決済ソリューションを提供していきます。そのためには、戦略商品「クロネコwebコレクト」の機能強化を行うとともに、新しく通販事業を始めようとする事業者に対して、簡単に立ち上げられるパッケージ商品の開発など、新たな

取り組みを実施します。また、サービスサイトのリニューアルなどプロモーションにおいても積極的に展開し、通販事業者への訴求力を高めていきます。

一方、生活者に対しては、「安心・安全・便利」に欲しい商品を購入していただけるよう「クロネコ代金後払いサービス」によるコンビニ決済を拡充するなど、多様化するニーズに柔軟に対応していきます。

今後は、「決済」という単機能の提供にとどまらず、グループの総合力を活かしたトータルソリューション提案により、通販事業者・生活者双方に利便性を享受いただけるよう、さらに取り組んでいきます。

BtoB市場においては、「クロネコあんしん決済サービス」の営業体制強化としてグループの営業力を活用するとともに、ターゲット顧客をセグメントしてソリューション提案することによって、成長を加速させます。さらには、調達納品市場等における決済機能と配送との連携など新しい取り組みにも積極的に挑戦します。

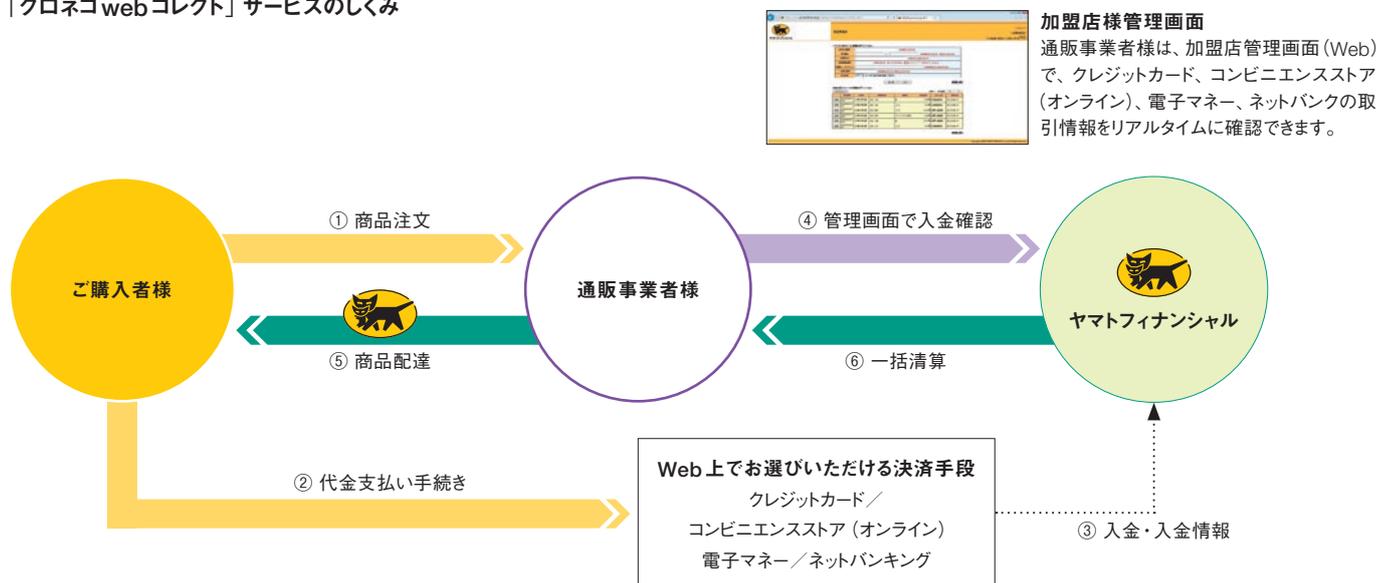
リース事業においては、大型車両の新車を中心としたファイナンスリースに加えて、新車でありながらリース料を安価に提

供できるオペレーティングリース、期間満了を迎えた良質の車両を事前に把握・提供できる中古車リースなど、グループのネットワークと車両に関するトータルソリューション提案によって、収益成長と利益率の向上を図ります。

海外市場においては、すでに展開しているエリアでは、代金引換を宅急便の付加価値サービスの一つとして位置付け、さらなる品質向上のサポートを行います。新興国エリアにおいては、新たな収益基盤として、消費者ニーズに即した新しいEC関連サービスの開発を推進し、将来のペイメント事業の拡大に取り組みます。その先行として、BtoB市場において「グローバル調達支援サービス」等、国際貿易に関わる決済サービスを推進します。

フィナンシャルフォーメーションでは、「バリュー・ネットワークング」構想に基づくソリューション提案を、「FT(決済機能)」の立場で付加価値をさらに高めていくことによって、生活者の便利と事業者の流通改革を実現するパートナーを目指します。

「クロネコwebコレクト」サービスのしくみ



オートワークス事業

オートワークス事業では、「オンリーワンビジネスからナンバーワン企業へ」のビジョンのもと、物流・流通事業者様へ「車両整備における利便性の向上」「整備費用の削減」という価値を中心に「24時間365日営業・お客様の稼働を止めないサービス」を展開しています。



佐々木 敬史郎

ヤマトオートワークス株式会社
代表取締役社長 兼 社長執行役員

事業紹介

オートワークス事業は、「オンリーワンビジネスからナンバーワン企業へ」のビジョンのもと、ヤマトグループのDNAである「お客様の立場に立って不便を便利に変えていく」という視点に立脚し、車両を扱う物流・流通事業者向けの車両整備工場として、「24時間365日営業」「稼働を止めない整備」「時間軸車検」「巡回点検」など、業界初のメンテナンスサービスを次々と拡充し、「法定点検の遵守」「車両整備における利便性」「整備費用の削減」という価値を提供しています。

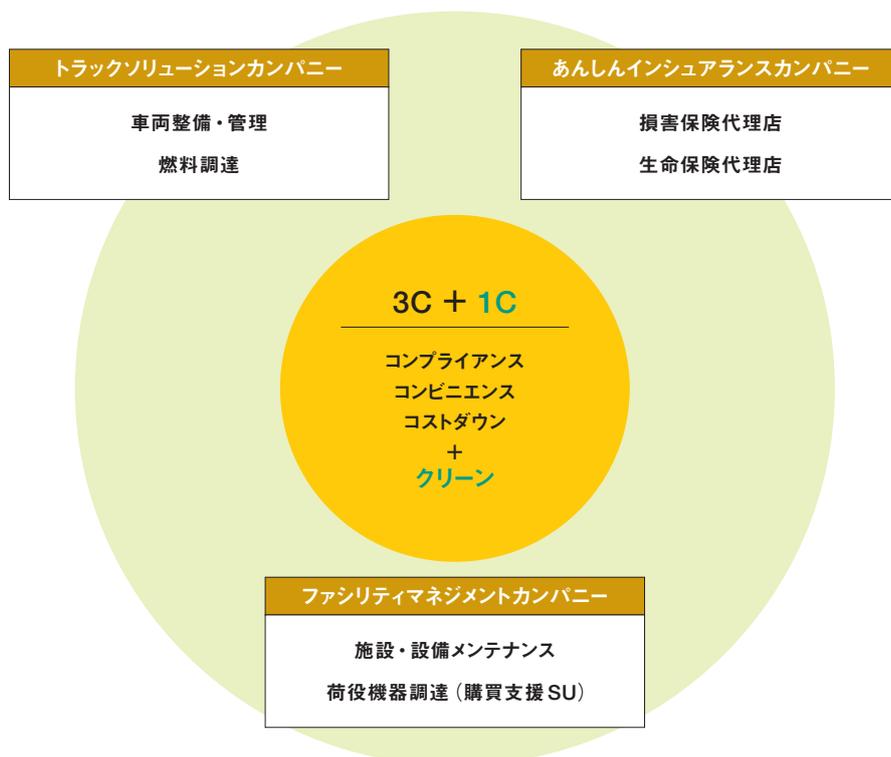
さらに、ファシリティやリスクマネジメントの領域を加え、「施設や設備機器の維持保全」「保険代理店業として最適な保険提案」という機能を付加することで、お客様の事業運営に貢献できるワンストップサービスを実現してきました。現在は、さらなるマネジメントの進化と安心・安全な物流インフラの実現に注力しています。

基本コンセプト

3つの「C」ともう1つの「C」

オートワークス事業は、物流・流通事業者の経営支援を切り口に、3つの「C」を柱としてワンストップサービスを提供しています。1点目が、経営の基盤であるコンプ

ライアンス。移動型工場「リペアワークス」により、法定点検の実施率を向上させました。2点目が、利便性の追求であるコンビニエンス。24時間365日稼働体制を推進し、車両が稼働していない時間帯に車検・整備を行うことができる体制構築を目





整備機能を搭載した専用トラック「リペアワークス」



タイヤの残溝、空気圧点検等

指しています。3点目が、事業用車両の稼働率向上支援や調達力を活かしたコストダウン。代替等の余剰車両保有を抑制する施策や、法定点検実施率向上を目的とした予防整備を推進することで、突発的なコストの抑制へとつなげています。また、全国ネットワーク力を活かした最適な部品および燃料の調達を行い、高品質かつ低コストな商品・サービスをお客様に提供しています。

そして、次なる「C」が、ネコロジーを推し進めるクリーン。時代背景に伴い、自社の環境への取り組みとして、太陽光発電機能やLED照明などをスーパーワークスに導入しました。そして電気自動車（EV）化の将来を見据え、メンテナンスに関わる新技術対応の体制を強化しています。また、リビルドやリユース部品の推奨などの再資源化にも積極的に取り組み、社会やお客様の環境対応を支援していきます。

基本戦略1 「信頼へ」より近く、より深く、共に創る

① お客様の近くへ（サービスネットワークへの進化）

主要都市へのスーパーワークス配備と診断機能を伴った出張サービスを強化することで、地域のお客様に密着したサービスを提供すると共に、BCP観点での輸送インフラ維持を推進いたします。

② より深く（マネジメント領域への深化）

保守維持の視点から「調達支援」「車両・施設・設備・流動機材のマネジメント」「リスクマネジメント」の機能を、ITを活用した上で更に深化させ、お客様の視点に立つサービスへと昇華させることで、稼働を止めない永続的なバリューサイクルを創出していきます。

③ 共に創る明日へ（真価を創出）

パートナー企業との連携を強化し、車両や施設設備のメンテナンス周辺サービスの拡充を図ることで真の価値を創出し、物流・流通事業者の輸送品質向上に貢献していきます。

基本戦略2 健全な企業風土の醸成

社員一人ひとりが最大限に力を発揮し、信頼を深め合う環境（褒め合う文化）をつくりあげると同時に、法務・財務の強化を図り、ガバナンスを強化することで、企業理念に則った健全な企業風土を醸成していきます。

2015年3月期の振り返り

営業収益は、前期比5.9%増加の271億53百万円となり、営業利益は前期比14.1%増加の37億33百万円となったことから、前期に対し増収増益となりました。

全国28か所の工場で車両会員向け標準サービスとして「リペアネットワーク」を開始し、自社工場だけでなく、整備機能を搭載した専用トラック「リペアワークス」でお客様を定期訪問し、オイル交換・タイヤ点検等の各種サービスを行いました。さらに国家資格を持ったメカニックによるお客様の整備担当者への問診により、車両管理に関するお困りごとの解消や計画的な整備の支援も行いました。

このネットワーク提案力を活かすことで、主要指標である車検台数が約79,600台となり、前期に対し1,050台の取り扱い台数増につながりました。

トップからのメッセージ

2020年3月期までに、物流・流通事業者の経営効率化パートナーとなり、お客様の事業構造を変革させ、コスト削減のみならず、消費価格の低減まで含めた良い循環に貢献し、成長を目指します。

また、調達支援や保険によるリスク管理、施設・設備の一括管理機能をさらに強化させ、マネジメント領域の拡大を目指します。さらに車両・流動機材の追跡や防災、BCP強化支援等のお客様の流通業務の中での新たな市場の創造を図り、建設分野への進出、海外への展開を含め、新たなターゲット層の獲得を目指していきます。

その他

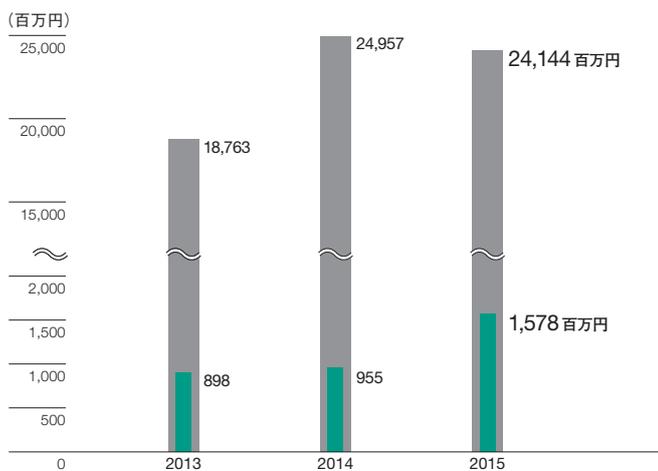
「JITBOX チャーター便」は、複数の企業グループのネットワークを用いたボックス輸送を通じて、お客様に「適時納品」や「多頻度適量納品」という付加価値を提供しています。2015年3月期においては、情報システムの進化や品質の改善に取り組んだことに加え、既存のサービスが好調であったことにより、収益を伸ばしました。

その他の営業利益は、ヤマトホールディングス株式会社がグループ各社から受け取る配当金を除いて15億78百万円となり、前期に比べ65.2%増加しました。



JITBOX チャーター便

営業利益



■ ヤマトホールディングス株式会社を含む ■ ヤマトホールディングス株式会社を除く

JITBOX チャーター便の取扱実績

