

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。

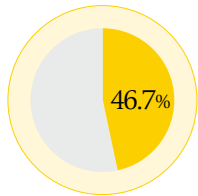


プロフィール

ヤマトグループの経営上の特徴、それは、「現場こそが経営の中心」という考え方です。創業の精神として1931年に制定し、1976年に宅急便サービスをスタートさせて以降、一度も変更していない社訓は、私たちヤマトグループの原点として位置付けています。ヤマトグループは、社会構造・市場・お客様（企業・消費者）

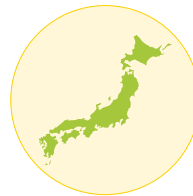
ニーズの変化を、ビジネスの最前線にいる現場社員が機微に捉え、世の中が必要としていても、まだ世にないサービスを生み出してきました。こうした取組みが、今のヤマトグループの競争優位性となっています。

宅配便サービス国内シェア



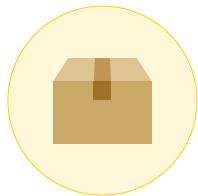
第1位

国内宅急便ネットワークカバー率



100%

宅急便年間取扱個数



17億個

従業員数



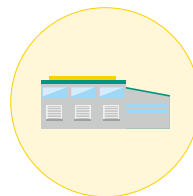
約20万人

セールスドライバー



約6万人

宅急便センター



約6千店*

* 組織数

編集方針

ヤマトグループは、さまざまなステークホルダーの皆様との長期的な信頼関係を構築するため、法定開示のみならず、ステークホルダーにとって必要と考えられる情報を、迅速、正確かつ公正公平に伝達することを方針としています。本冊子は、経営戦略や事業概況、ガバナンスやCSRへの取組みなど非財務情報を含めお伝えし、ヤマトグループについて総合的に理解を深めていただくことを目的としています。なお、ホームページにはより詳細な情報を掲載していますので、ぜひご覧ください。