



山内雅喜

代表取締役社長 社長執行役員

ステークホルダーの皆様へ

ヤマトグループはこれまで、主力事業である「宅急便」を軸に、グループが持つIT(情報)・LT(物流)・FT(決済)といった機能を組み合わせ、お客様に高い付加価値を提供することで、着実に成長を遂げてきました。しかしながら、労働力人口の減少や、消費者行動の多様化に伴う急速なeコマース市場の拡大など、大きな環境変化に直面し、その結果、体制の構築が追い付かず、第一線で働く社員に大きな負担をかけてしまう事態に陥りました。変化への対応が遅れ、業績悪化を招いたことを重く受け止めており、今後の成長に向けて、事業・経営構造改革をなんとしても成し遂げます。

ヤマトグループは2019年11月に創業100周年を迎えますが、この100周年が我々にとっての一つの大きな節目であると捉えています。我々が直面している課題を解決し、次の100年も持続的に成長していくために、この度、2025年に向けた長期ビジョンを策定し、3か年の中期経営計画「KAIKAKU 2019 for NEXT100」をスタートさせました。

この長期ビジョンは、事業環境が大きく変化していく中、持続的な成長への道筋と青写真をしっかりと示したいという想いで策定しました。

今後も、社会的インフラとして豊かな社会の実現に貢献していくという創業より大切にしてきた企業姿勢は変わりませんが、デジタル化がますます進展する中、日々の事業活動で得られる情報と物流を一体化させ、モノを運ぶだけではなく、社会コストの低減や、情報を活かした最適な物流の仕組みを実現することで、お客様に対して、新たな付加価値を提供していきます。

ヤマトグループの原点は「全員経営」にあります。「全員経営」とは、社員一人ひとりがお客様のことを考え、自ら判断して行動することです。これがヤマトの集合体としての大きな強みであり、社員が働きやすく、働きがいをもってイキイキと働くことができこそ十分に発揮されるものです。

100周年までの3年間は、「働き方改革」を経営の中心に据え、「デリバリー事業の構造改革」、「非連続成長を実現するための収益・事業構造改革」、「持続的に成長していくためのグループ経営構造改革」の3つの改革を実行することで、経営基盤の強化を行う期間と位置付けています。そして、その基盤を活かし、次の100年においても着実な成長を実現していきます。

2017年12月

長期ビジョン「2025年のありたい姿」

ヤマトグループは、『輸送を起点』に、『地域社会』や『国内外の企業』との接点とそこで得られる情報を強みとし、『オープンなプラットフォーム』を構築することで、『新たな価値』を創出する