

社会的インフラを担うヤマトグループ

1919年創業のヤマトグループは、宅急便をはじめ、それまで世の中になかった多くのサービスを創出し、今では社会的インフラを担う企業となりました。昨今、事業を取り巻く環境は大きく変化しており、新型コロナウイルス感染症の拡大や国際情勢の不安定化を背景に、消費行動や流通構造の変化が加速しています。また、持続可能な社会の実現に向けて、企業による積極的な関与や課題解決の重要性がより高まっています。

このような環境下、ヤマトグループは、グループ各社の経営資源を結集したOneヤマト体制のもとでスタートさせた中期経営計画「Oneヤマト2023」に基づき、これまでの「宅急便サービス」中心の事業構造を変革し、お客様のビジネスの入口から出口まで、幅広く価値提供できる姿を目指す取組みを加速させています。

この取組みを通じて、経営理念に掲げる「豊かな社会の実現」に貢献し、持続的な成長と企業価値向上を実現していきます。

グループ概要*

* 2022年3月期または2022年3月現在

営業収益

1兆7,936億円

営業利益

771億円

法人関連
オペレーション拠点*1

約400拠点

宅急便営業所

約3,500拠点

国内宅急便ネットワーク
カバー率

100%

海外展開

25の国と地域

社員数

約21.6万人

セールスドライバー

約6万人

宅配便サービス
国内シェア*2

第1位 シェア 46.6%

宅配便年間取扱数量
(宅急便・宅急便コンパクト・
EAZY・ネコポス)

約22.7億個

EAZY年間取扱数量

約4.6億個

*1 営業倉庫、法人顧客向け集配拠点など
*2 国土交通省「宅配便等取扱個数の調査及び集計方法」をもとに算出

CONTENTS



見通しに関する注記

本レポートには、ヤマトホールディングス株式会社の将来についての計画や戦略、業績に関する予想および見通しの記述が含まれています。これらの記述は、本レポートの作成時点で入手可能な情報に基づいたものです。これらの記述には経済情勢、消費者動向、為替レート、税制や諸制度などに関わるリスクや不確実性が多く含まれています。このため実際の業績は、当社の見込みとは異なる可能性のあることをご通知おきます。

編集方針

ヤマトグループは、様々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。本レポートは、経営戦略や事業概況、ESG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。

参考ガイドライン

・経済産業省
「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」



・IFRS Foundation (国際会計基準財団)
統合報告フレームワーク

01

ヤマトグループの価値創造

- 01 社会的インフラを担うヤマトグループ／編集方針
- 02 グループ企業理念
- 04 提供価値を拡大してきた歴史
- 06 持続的成長に向けた構造改革
- 08 価値創造プロセス
- 10 パフォーマンスハイライト

12

Oneヤマトで向かう先

- 12 社長メッセージ
- 16 CFOメッセージ
- 18 中期経営計画「Oneヤマト2023」
- 20 法人顧客への「End to End」での価値提供
- 26 「ネットワーク・オペレーション構造改革」
- 30 「Oneヤマト2023」の改革を支えるデジタル戦略の推進
- 32 サステナブル経営の強化
- 34 サステナブル中期計画2023
- 36 グリーン物流の実現に向けた環境戦略
- 40 「運創業」への転換を支える人財マネジメント
- 43 持続的成長を支える安全・安心施策

46

コーポレート・ガバナンス

- 46 取締役会議長、指名報酬委員会委員長によるメッセージ
- 48 コーポレート・ガバナンス
- 56 取締役／監査役／執行体制

60

財務セクション

- 60 10か年データ／業績ポイント
- 62 連結財務諸表

68

企業データ

- 68 グローバルネットワーク
- 69 会社情報／株式情報

