

2013年3月期 第3四半期決算説明会 主な質疑応答（要旨）

Q1

今期予想の中で、宅急便取扱個数予想を引き下げっていますが、第3四半期に行った新規荷主獲得について効果はあったのでしょうか。

A1

- 大口法人については、ほぼ想定通りにご出荷いただけています。
- 一方、小口商流について当初の想定を高めに見積もっていたために乖離が発生しています。11月中旬以降、景況感の減速もあり、一社あたりの出荷個数が減少していますので、継続的に出荷していただけるよう、引き続き営業活動を続けていきます。

Q2

通販市場において価格競争が厳しくなっていますが、それに伴うヤマトへのプレッシャーはありますか。

A2

- 当社に対するプレッシャーは、業界全体での送料無料化傾向に関わらず常にありますが、配送だけでなく付加価値をつけたサービスを提供することで、お客様のトータルコストを下げるご提案をしています。

Q3

メール便における他社との競合状況について、今後の状況をどのように見通していますか。

A3

- 大口法人については付加価値を提供し、今後も取扱いを拡大できると思っています。
- 一方、小口商流においてはまだ競合状況が続くと見通しています。小口のお客様についても封入・封緘の付加価値サービスを提供するなど当社ならではのサービスを提供することで、取扱いを拡大していきたいと思っています。

Q4

来期の収入および費用について、今期に比べ大幅に増えそうな要因はありますか。

A4

- 費用に関しては、羽田クロノゲートおよび厚木ゲートウェイなどの大型物流ターミナルが稼動開始することによる減価償却費の増加がございます。
- 収入に関しては、宅急便およびメール便の営業強化と併せて、羽田クロノゲートおよび厚木ゲートウェイなどをグループで最大限活用し、運賃と運賃以外の付加価値をつけ、営業収益の底上げを図っていきたいと考えています。

Q5

今後の、パートタイマーを活用したチーム集配プロジェクト（フィールドキャストプロジェクト）について、考えを教えてください。

A5

- 今期上期については先行投資となりましたが、第3四半期より効果が出始めています。フィールドキャストプロジェクトを進めていく中で、労働生産性の向上だけでなく、サービス面での品質向上も実感できています。
- 今後は、より高い効果の出るエリアの選定をした上で、優先順位を決め、時間をかけて順次エリアを拡大していきます。

Q6

来期（2014年3月期）の設備投資はどれくらいでしょうか。

A6

- まだ計画を策定しておりませんが、今期通期予想を210億円引き下げた分、全てが来期へ後ろ倒しになるわけではありません。

Q7

通販事業者が自社配送を拡大する動きは、どのような影響を及ぼすとお考えでしょうか。

A7

- 現状の情報だけで判断するのは困難ですが、我々はそれらが必ずしも、我々の主力事業、つまり不特定多数の貨物を全国ネットワークで配送する宅配事業に対する直接的な脅威になるとは考えておりません。むしろ、限られたエリアの範囲の中を低コストで配送する仕組みを彼らと共同で考えていく機会でもありますので、柔軟かつ慎重に環境に対応していきたいと考えています。

以上