

ヤマト運輸株式会社
第140期中間事業報告書
(平成16年4月1日から
平成16年9月30日まで)
をお届けします。

当社では、企業の社会的責任として環境保護に積極的に取り組んでおります。事業報告書の発送方法につきましても、封筒を使わずに宛名ラベルと開放部のテープのみで送付する環境に配慮した方式を導入しています。株主の皆さまのご理解をいただきたくお願い申し上げます。



株主の皆さんにおかれましては、ますますご清栄のこととご拝察申し上げます。また、平素から格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

平成16年上半期におけるわが国経済は、輸送需要も増加傾向に転じ、緩やかながら景気回復に向かう兆しが見えてきました。こうした経営環境のもと、ヤマトグループでは増収に努める一方で、日本郵政公社をはじめとして激しさを増す宅配市場の状況を見据えて、デリバリー事業を中心とした営業力強化を推進し、さらなる企業価値向上に向けて努めてまいりました。この結果、連結経営状況につきましては、営業収益は5,139億円（前年同期比6.1%増）、経常利益は198億円（前年同期比16.4%増）となりました。また、退職一時金制度をキャッシュバランスプランに移行したことによる特別利益や減損会計の早期適用による特別損失を計上した結果、中間純利益は165億円（前年同期比158.8%増）となりました。

平成16年度の当社を取り巻く経営環境は、度重なる自然災害の影響や原油価格の高騰、さらなる日本郵政公社の攻勢等により、非常に厳しい状況が予想されます。ヤマトグループでは、こうした環境を新たな飛躍の機会と捉え、お客様の便利を追求する企業姿勢のもと、新生進化3か年計画の完遂を目指して、経営改革を進めてまいります。

現時点における、平成16年度の営業収益は1兆600億円（前期比4.8%増）、経常利益は520億円（前期比7.1%増）を計画しております。日本郵政公社との公平・公正な競争をもとめつつ、お客さまに最善のサービスを提供し、ヤマトグループの企業価値を高め、株主の皆様をはじめ顧客・社員・取引先・地域社会等のステークホルダーの期待に応えていく所存です。

なお、当中間期の利益配当金につきましては、当初の予定どおり1株当たり9円とさせていただきました。

株主の皆さんには、今後とも一層のご支援とご理解を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長 山崎 駕

CONTENTS

株主の皆さまへ	1
ヤマト運輸は	
公平で公正な競争を望みます	2
事業概況（連結）	5
連結財務諸表の概要	7
個別財務諸表の概要／会社概要	9
株式の状況／株主メモ	10

株主の皆さんへ

**ヤマト運輸は
公平で公正な競争を望みます。**

平成16年8月26日・27日、ヤマト運輸では、以下の意見広告を全国54の新聞に全面広告として掲載いたしました。この広告に込めた当社の考えを詳しくお伝えするとともに、多くの方々から寄せられたご意見の一部をご紹介します。



この広告を 出した理由は 何ですか?

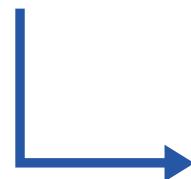


8月26日・27日にかけて、全国の新聞紙面に「クロネコヤマトは変えません。」という意見広告を掲載しました。これは、日本郵政公社と公平で公正な競争がしたいというクロネコヤマトの思いを、直接、お客さまや世の中にお伝えしたいと考えたからです。

宅配便の市場は、民間企業が努力を重ねて、新商品・サービスを開発し、全国にお届けできるネットワークを作り、現在の規模まで市場を拡大させてきました。

しかし、日本郵政公社は独占事業での利益とさまざまな優遇措置をもとに、民間企業と競合する事業領域で、価格で競争しようとっています。これは、公平で公正な競争条件ではありません。現状の不公平さを皆さんに知っていただくとともに、「民間でできることは民間に」という郵政民営化の基本理念に立ち戻って議論をしたいと思っています。

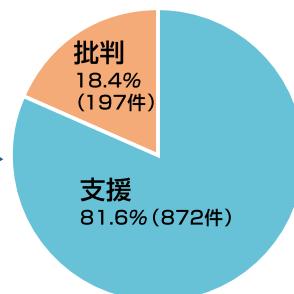
広告に対して どのような反響が ありましたか?



新聞の意見広告に対しては、掲載以来たくさんの方々からご意見をお寄せいただきました。8割を越える方々が当社の意見にご支持くださっています。

■ 意見広告に対する反響件数

(8月26日～9月7日
ヤマト運輸本社 お客様サービス部集計)



批判

- 併売を拒否しないで、敢えてローソンという土俵で、郵政公社を打ち負かしてほしいと思います。
- 消費者の立場としては、安い方が良いというのが正直な気持ち。

支援

- 宅配便をここまで伸ばしてきた、いや宅急便を作り上げてきたヤマトに対して国がしたことはただ呆れてしまいます。宅配便を作る過程で、国は宅配事業に規制しつづけてきて、市場が育ってきたら郵便局もやるんですね。
- 「公正な競争」がもっとも大切です。貴社が本気でおこなう「官」への「正義の喧嘩」には応援せざるにはいられません。
- ヤマトのSD・サービスはダントツで最高だと思います。頑張ってください。

広告で述べている 「新しいアイデア」 とは何ですか?



クロネコヤマトでは、お客さまが潜在的に感じているストレスを解消する「新しいアイデア」を形にし、宅急便というサービス品質のステージを、一段高めていきたいと考えています。

そのひとつとして、平成16年11月から「ドライバーダイレクト」というサービスを開始しました。(下記参照) お客さまの身近にいる担当ドライバーがご用件を直接承るようになることで、お客さまのさまざまなお要望に、柔軟にスピーディーにお応えすることができるようになります。お客さまに“いつ来るのか分からない”というストレスを感じさせず、気持ち良く荷物をお受け取りいただける仕組みへと大きく進化いたしました。

わたしたちクロネコヤマトは、
お客様の便利を最優先で考える企業風土に生きています。
これからも法令を遵守し、自らの知恵と努力をもって公平な競争を行い、
お客様の便利を追求する商品・サービスを提供してまいります。

日本郵政公社に対する提訴について

日本郵政公社が優遇措置を受けたまま、事業を肥大化する不公平・不公正な競争条件の是非を司法の場で明らかにするため、平成16年9月28日東京地方裁判所に、独占禁止法に基づいた不公平取扱止めの提訴を行いました。

裁判の経過につきましては、逐次、当社ホームページ等でお知らせしてまいります。

The left screenshot shows an ad for 'Driver Direct' (ドライバーダイレクト) with the headline 'Your request to a delivery person who can respond directly!' (お客様のご要望にスピーディーに応えます!) and text encouraging customers to contact drivers directly for various services like delivery at specific times or handling of不在 (absent) deliveries.

The right screenshot shows another ad for 'Driver Direct' with the headline 'Please let me know if you have a schedule!' (お客様のご都合をお聞かせください!) and text about drivers responding quickly to scheduled deliveries.