



中期経営計画「Oneヤマト2023」に基づき、生活様式と流通構造の変化に対応するサプライチェーンの変革に向けて、お客様や社会のニーズに対し、総合的な価値提供に取り組んでいます。

平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

第157期第2四半期(2021年4月1日～2021年9月30日まで)における経済環境は、新型コロナウイルス感染症の影響が続く中、足元ではワクチンの普及による海外経済の回復や製造業を中心とした景況感の改善がみられるものの、世界的なサプライチェーンの混乱や原材料高に加え、円安、原油高の影響、今後の感染状況など不透明な要因が多く、依然として本格的な景気回復は見通しづらい状況にあります。また、新型コロナウイルス感染症の影響により、テレワークの推進、診療や教育分野におけるサービスのオンライン化など、消費行動や生活様式が変化し、全産業のEC化が加速しています。

このような状況下、ヤマトグループは経営理念に掲げる「豊かな社会の実現への貢献」を通じた持続的な企業価値の向上を実現するため、「Oneヤマト体制」のもと、これまでの「宅急便」中心の事業構造からお客様のビジネスの入口から出口まで幅広いお客様に価値提供できる企

業に向けて、中期経営計画「Oneヤマト2023」に基づき構造改革を推進しています。

これらの結果、当第2四半期(累計)の営業収益は、成長が加速するEC領域への対応により荷物の取扱数量が増加したことや、お客様の物流最適化に注力したことにより前年同期に比べ、増収となりました。また、営業利益については、経営資源の最適配置によるコストの適正化などを進めた結果、前年同期に比べ、増益となりました。

#### ■決算ハイライト

	前第2四半期(累計) (単位:億円)	当第2四半期(累計) (単位:億円)	増減 (単位:億円)	伸率
営業収益	8,060	8,654	↑ 594	7.4%
営業利益	269	316	↑ 47	17.7%
経常利益	279	369	↑ 89	32.2%
親会社株主に帰属する四半期純利益	141	146	↑ 4	3.1%

ヤマトグループは、グループ企業理念に基づき、法と社会的規範に則った事業活動を展開するとともに、コンプライアンス経営を推進しています。そして、企業価値の最大化を図ることを経営上の最重要課題の一つとして位置づけ、コーポレート・ガバナンスの取組みの中で、経営体制の強化に向けた施策を実践しています。

また、ヤマトグループは、中長期の経営のグランドデザインである経営構造改革プラン「YAMATO NEXT100」で掲げた「つなぐ、未来を届ける、グリーン物流」と、「共創による、フェアで、“誰一人取り残さない”社会の実現への貢献」という2つのビジョンのもと、サステナブル中期計画2023【環境・社会】を策定し、サステナブル経営の強化に取り組んでいます。

このうち、「環境」の分野では、設定した課題の解決に向けて、事業活動の環境負荷を減らす総量目標を定める

とともに、資材・車など、物流業界として革新的な技術の普及に貢献できる分野についても目標を定め、環境価値の創出に取り組んでいます。

また、「社会」の分野では、人材の多様性を尊重し社員が活躍できる職場環境を整備するとともに、社会の課題に向き合い共創による地域づくりを推進するなど、豊かな社会の実現に取り組んでいます。

これからも、ヤマトグループは、お客様や社会の多様化するニーズに対する総合的な価値提供を通じて持続的な企業価値の向上を推進してまいります。

株主の皆様におかれましては、今後もヤマトグループに、ご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長 社長執行役員

長尾 裕

