

社会から一番愛され
信頼される会社を目指して

目次

ヤマトグループの概要 01
 トップメッセージ 05
 重要な取り組み 09

特集

社会から一番愛され信頼される会社を目指して
 ―ヤマトグループのCSV..... 11

- 1** 一人暮らしの高齢者が安心して暮らせるように..... 13
- 2** 青森県の農林水産物の流通拡大のために..... 15
- 安全** 2014年度の主な実績と成果 19
 長距離輸送の安全確保 21
 航空貨物の安全確保 23
- 環境** 2014年度の主な実績と成果 25
 ビル・タウンマネジメントサービス 27
 不用品のリユース・リサイクル 29
- 社会** 2014年度の主な実績と成果 31
 高校生経営セミナー 33
 ダイバーシティ 35
- ガバナンス** 一人ひとりが高い倫理観を持った企業グループであり続ける。..... 37
- 経済** 中期経営計画「DAN-TOTSU 3か年計画 STEP」の概要と主要指標 39

WEB版掲載情報 40

編集方針

本報告書は、ステークホルダーの皆さまに、企業の社会的責任(CSR)に対するヤマトグループの姿勢と取り組みについて、より理解を深めていただくために作成しています。

現在、ヤマトグループは、グループ丸となって長期経営計画「DAN-TOTSU経営計画 2019」を推進しています。本報告書では、企業の社会的責任を果たしていくなかで、社員一人ひとりが「DAN-TOTSU」を目指して、取り組む姿を紹介しています。特に「安全」「環境」「社会」の取り組み報告では、ステークホルダーの皆さまの質問に社員が答える形式にすることで、読みやすく、わかりやすいレポートになるように努めました。

なお、コーポレートサイトにおいて、本報告書の内容および本報告書では掲載できなかった活動や詳細なデータを公開していますので、併せてご覧ください(WEB版掲載情報はP40に掲載)。

■ 参考にしたガイドライン等

GRI (Global Reporting Initiative) 「サステナビリティ・レポートガイドライン」第3.1版(G3.1)、第4版(G4)、環境省「環境報告ガイドライン(2012年版)」

■ 報告対象期間

2014年度(2014年4月～2015年3月)
 実績データは2015年3月末のものを使用し、異なる場合は明記しています。(活動報告については、一部に対象年度以前のもの、2015年4月以降のものを含まず。)

■ 報告対象範囲

ヤマトグループ各社(本ページ参照)の安全面、環境面、社会面、経済面に関わる活動。

■ 発行

2015年8月(次回発行予定 2016年8月)

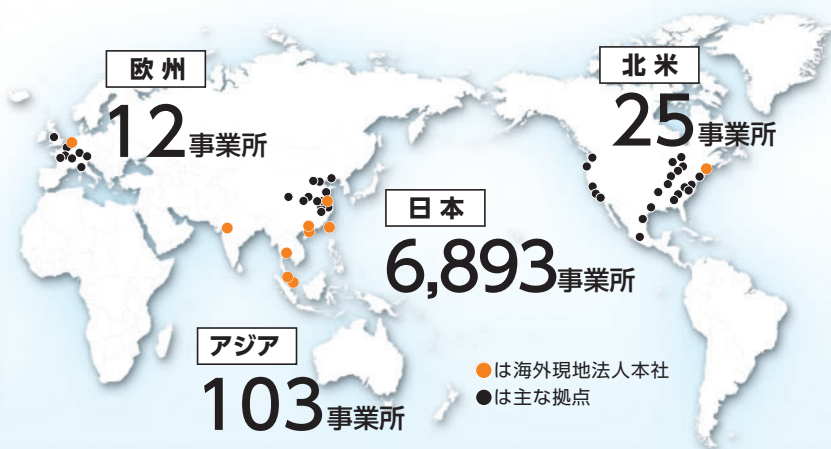
ヤマトグループの概要

「アジアNo.1の流通・生活」

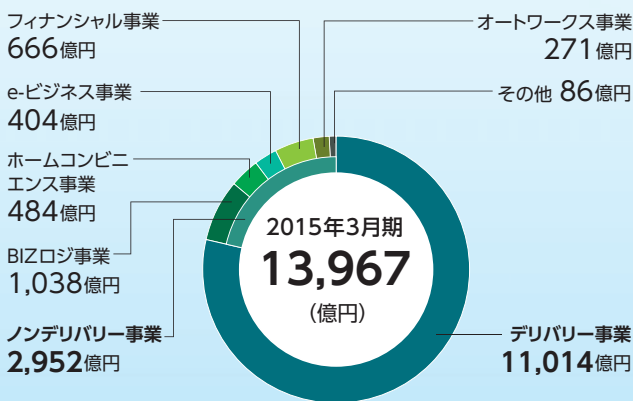
会社概要 (2015年3月31日現在)

商号 ヤマトホールディングス株式会社(YAMATO HOLDINGS CO., LTD.)
 本店所在地 〒104-8125 東京都中央区銀座二丁目16番10号
 創業 1919(大正8)年11月29日
 資本金 1,272億34百万円
 株式の状況 発行可能株式総数 1,787,541,000株
 発行済株式総数 454,684,992株
 株主数 37,059名
 事業内容 貨物自動車輸送業はじめ各種事業を営む会社の株式を所有し、経営管理およびそれに附帯する業務を行う。

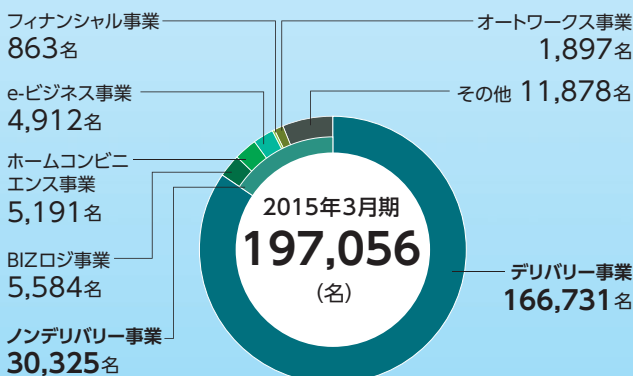
▼ 事業展開地域



▼ 事業別営業収益



▼ 事業別従業員数 (連結)



支援ソリューションプロバイダー」を目指して

デリバリー事業

国内 海外

日本で、アジアで、「新しい便利」を次々と生み出す宅急便サービス

宅急便などに代表される小口貨物輸送事業、そして国内の航空貨物輸送事業を担うヤマトグループ総合力の源です。

全国津々浦々まで配送サービス網をもち、送る側にも受け取る側にも常に高い利便性を実現できるようサービスの改良を重ねています。

また、台湾(2000年10月)、上海、シンガポール(2010年

1月)、香港(2011年2月)、マレーシア(2011年9月)でも、日本同様の宅急便サービスを提供しています。

グループ企業: ヤマト運輸(株) / 沖縄ヤマト運輸(株) / ヤマトグローバルエクスプレス(株) / ヤマトダイアログ&メディア(株) / エクスプレスネットワーク(株) / ヤマトコンタクトサービス(株) / ヤマト・スタッフ・サプライ(株) / ヤマト(中国)運輸有限公司 / 香港ヤマト運輸有限公司

海外

宅急便年間取扱個数(台湾含む)

1億1,121万個
(2015年3月期)

セールスドライバー

約 **1,100人**

宅急便センター

約 **50**センター



国内

シェア

1位 45.4%

宅急便年間取扱個数

16億2,204万個
(2015年3月期)

セールスドライバー

約 **60,000人**

宅急便センター

約 **6,000**センター



BIZロジ事業

国内 海外

ロジスティクス事業を中心に、企業のさまざまな物流課題を解決。

効率的・発展的な「モノ」の流れと保管に関するサービスを提供しています。海外現地法人との連携による一貫輸送サービスや海外生活支援のほか、国内ではリコールのサポートや医薬品の物流なども手がけます。



グループ企業：ヤマトロジスティクス(株)／ヤマトグローバルロジスティクスジャパン(株)／ヤマトマルチメンテナンスソリューションズ(株)／ヤマトパッキングサービス(株)／ヤマト包装技術研究所(株)／湖南工業(株)／米国ヤマト運輸(株)／欧州ヤマト運輸(株)／香港ヤマト国際物流有限公司／台湾ヤマト運輸(株)／ヤマト国際物流有限公司／マレーシアヤマト運輸(株)／ヤマトロジスティクスインド(株)／上海ヤマト倉庫有限公司／タイヤマト運輸(株)／インドネシアヤマト運輸(株)／メキシコヤマト運輸(株)／ヤマトロジスティクスベトナム(株)／シンガポールヤマト運輸(株)

ホームコンビニエンス事業

国内

引越、家具・家電の配送・設置などを中心に生涯生活をサポート。

引越や家財の配達・セッティングなど、「生活空間」におけるサービスを提供しています。また、全国の希少品を産地から直接お届けするなど、ご家庭や職場の不便を解消し、生活を豊かにする事業を展開しています。



グループ企業：ヤマトホームコンビニエンス(株)

e-ビジネス事業

国内

情報通信技術(ICT)を活用して、お客さまの業務プロセスの効率化を支援。

物流に関わる事業で磨き上げた追跡情報の提供を行う「トレーシング」、安心を提供する「セキュリティ」、早期に導入・実現する「パッケージ」の3つを兼ね備えたサービスをグループ内外に提供します。



グループ企業：ヤマトシステム開発(株)／ヤマトWebソリューションズ(株)



フィナンシャル事業

国内 海外

代金引換、電子マネー、クレジットなどに対応し、商品配送時に必要な決済機能を提供。

ヤマトグループの物流における商品配達時の代金回収事業(コレクト事業)や総合リース事業、クレジットファイナンス事業を展開しています。また、通信販売や企業間の物流における円滑な代金決済を通じて、お客さまの販売機会の拡大を支援しています。



グループ企業: ヤマトフィナンシャル(株) / ヤマトクレジットファイナンス(株) / ヤマトリース(株) / 香港ヤマトペイメントサービス有限公司

オートワークス事業

国内

運送事業者向けに車両管理から物流設備メンテナンスまで幅広いサービスを提供。

ヤマトグループの車両管理はもちろんのこと、そのノウハウを活かし、トラック事業者、バス事業者の車両管理をまるごとサポート。さらに、燃料供給、自動車保険、物流設備のメンテナンスなど、幅広いサービスを提供しています。



グループ企業: ヤマトオートワークス(株) / ヤマトオートワークス北信越(株) / ヤマトオートワークス沖縄(株) / ヤマトオートワークス岩手(株) / ヤマトオートワークス四国(株)

その他

国内

海外

幹線輸送事業、ボックスチャーター事業やシェアードサービスを中心に提供しています。

グループ企業: ボックスチャーター(株) / ヤマトボックスチャーター(株) / ヤマトマネージメントサービス(株) / ヤマトマルチチャーター(株) / 神戸ヤマト運輸(株) / (株)スワン / ヤマトアジア(株) / ヤマトティディキエクスプレス(株)



各種団体

グループでの福祉事業推進および福利厚生を担います。

ヤマトグループ企業年金基金 / ヤマトグループ健康保険組合 / 公益財団法人ヤマト福祉財団 / 社会福祉法人ヤマト自立センター

各事業のさらに詳しい情報をお知りになりたい方はこちらをご覧ください。

<http://www.yamato-hd.co.jp/business/index.html>





「社会的インフラ」となるサービスを次々と創造し、世の中の課題を解決し続けることで社会の皆さまとともに、新しい価値を創出してまいります。

新しい価値を創出する イノベーションの根底にあるもの—— それは、「世のため人のため」という思い

2016年1月に、ヤマトグループは宅急便事業を開始して40年目を迎えます。宅急便は、日本では今や、電気・水道・ガスなどと同様、無くてはならない「社会的インフラ」として多くの方々にご利用いただいております。そのことの大きな責任を自覚しております。私たちは、従来から自らの事業を「経済」のみならず「安全」「環境」「社会」の観点からも厳しく検証し、社会的責任(CSR)を果たすべく努めてまいりました。現在では、海外のお客さまも増え、その役割が大きくなっているため、今後いっそうの努力が必要な状況であると考えています。

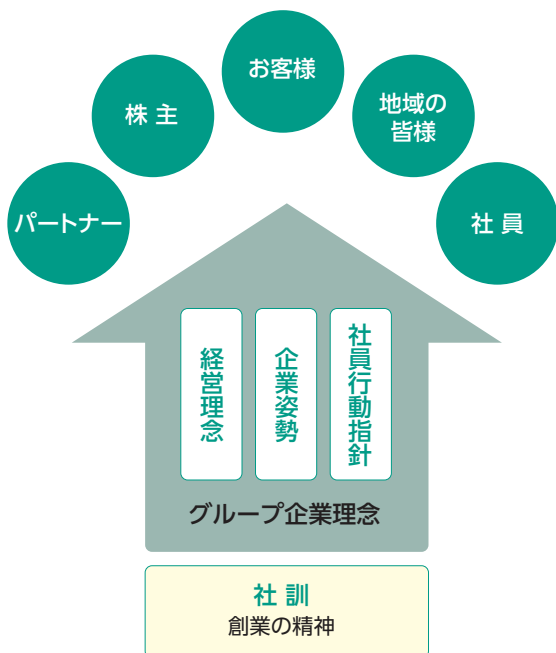
また、私たちは宅急便の開始以来、宅急便コレクトや、クール宅急便、ゴルフ宅急便など数多くのサービスを創造

してまいりました。いつの時代も、お客さまの課題を解決しながら企業としての経済的価値と社会的価値を同時に実現すること、すなわち「CSV(Creating Shared Value)」を追求してイノベーションを続け、今までに無かったサービスを次々と世の中に送り出してきたのです。その根底には、創業時の精神を受け継いだ「世のため人のため」という思いがあります。

今、日本は少子高齢化や過疎化といった大きな課題に直面しています。こうした状況を踏まえ、ヤマトグループの新たなCSVとして、グループ各社が保有する特色あるIT(情報技術)・LT(物流技術)・FT(決済技術)の機能を組み合わせ、課題解決のプラットフォームとしてお客さまにご利用いただいております。中でも、地方自治体など行政機関と連携して社会的課題の解決に貢献していく「プロジェクトG(Government)」に注力しており、高齢者を対象にした見守り

▼ グループ企業理念

「グループ企業理念」の構成図



社訓

- 一、ヤマトは我なり
- 一、運送行為は委託者の意思の延長と知るべし
- 一、思想を堅実に礼節を重んずべし

経営理念

ヤマトグループは、社会的インフラとしての宅急便ネットワークの高度化、より便利で快適な生活関連サービスの創造、革新的な物流システムの開発を通じて、豊かな社会の実現に貢献します。

企業姿勢

1. お客様の満足の追求
2. 人命の尊重
3. 働く喜びの実現
4. 法の遵守と公正な行動
5. 地域社会から信頼される企業
6. 環境保護の推進
7. 個人情報の保護
8. コミュニケーションの充実と共存共栄
9. 情報開示と説明責任の実践
10. 企業不祥事への対応

社員行動指針

1. 社会の一員としての役割
2. 法と倫理に基づいた行動
3. 職場ルールの遵守
4. 人間性を尊重する職場づくり
5. パートナーとの良好な関係の維持
6. お客様への最良のサービスの提供

や買い物サポートなどの「生活支援」、特産品の販路拡大などによる「販促支援」などに取り組んでおります。2015年7月までに1,198件の案件が検討され、そのうち288件がサービスとして提供中です。今後も「プロジェクトG」を推進していく中で、新たに「社会的インフラ」とも言えるサービスを創造し、世の中に貢献したいと願っております。(P11～18参照)

一方、カタログやパンフレットの送付にご利用いただいておりましたクロネコメール便は、2015年3月31日に廃止いたしました。その理由は、「信書」の定義が曖昧で分かりづらいにもかかわらず、クロネコメール便を利用して誤って「信書」を送られたお客さまが郵便法違反容疑で罰せられてしまうリスクをふせぐためです。実際、2009年7月以降、クロネコメール便を利用されたお客さまが「信書」にあたる文書を送り、

書類送検もしくは警察から事情聴取されたケースは計8件ののぼりました。

法違反の認識がないお客さまが容疑者になるリスクを放置することは、ヤマトグループの企業姿勢と社会的責任に反するものであり、このままでは「安全で安心なサービスの利用環境」と「利便性」を持続的に両立させることは困難であると判断し、やむを得ずクロネコメール便を廃止する決断に至りました。これまでご愛顧いただいたサービスの廃止によってお客さまにできる限りご不便をおかけしないように、代替のサービスとして「クロネコDM便」を提供するとともに、「宅急便コンパクト」や「ネコポス」など、新しいニーズにお応えするサービスを開発し、お客さま第一の姿勢を今後とも継続してまいります。



「宅急便」を活用した一人暮らし高齢者見守りの取り組み



各地の特産品の販路拡大を支援することで、地域経済の活性化に貢献

日本の成長戦略を支えるために 「バリュー・ネットワーキング」構想を推進

ヤマトグループは、長期経営計画「DAN-TOTSU経営計画2019」の下、創業100周年を迎える2019年に「アジアNo.1の流通・生活支援ソリューションプロバイダー」になることを目指しており、2014年度から進めております中期経営計画「DAN-TOTSU3か年計画STEP」では、「バリュー・ネットワーキング」構想の推進と、健全な企業風土の醸成に取り組んでいます。

近年、国内外の事業環境は大きく変化しつつあり、着実に成長するためには、自らを変革していかなければなりません。

「バリュー・ネットワーキング」構想とは、国内外のネットワークの革新により、物流を「コスト」から「バリュー（付加価値）」を生み出す手段に進化させ、お客さまの業種・事業規模を問わない「物流の改革」を通じて日本の成長戦略を支える、という構想です。

2013年に、本構想の中核施設となる羽田クロノゲートを開業いたしました。この施設は、国内外の各地を結びつける

好立地を活かしたスピード輸送に、修理・組み立て・加工・洗浄などの付加価値機能を一体的に提供し、お客さまのビジネスを支援するものです。

また、主要地域にゲートウェイ（物流ターミナル）を建設する計画を進めております。これらの施設に高効率の仕分け機能を持たせることで「24時間発着同時仕分け」を可能にし、主要都市間の「当日配達」と同時に、輸送コスト低減と省力化による労働力不足の緩和を実現してまいります。2013年に関東地区で厚木ゲートウェイを稼働させており、今後、2016年度に中部地区の三河ゲートウェイ、2017年度に関西地区でも新しいゲートウェイの稼働を予定しています。

さらに海外向け輸送では、東アジアの中心に位置し、24時間通関が可能な「沖縄国際物流ハブ」の機能を活用し、日本の「旬」の食材を少量多頻度の輸送で新鮮なままお届けする国際クール宅急便を香港、台湾、そしてシンガポールへ拡大しています。今後も「バリュー・ネットワーキング」構想のもと、これまで以上に、お客さまの物流のスピードと品質を向上させ



2015年4月から発売を開始した、「小さな荷物」の宅配に最適な、対面配達サービス「宅急便コンパクト」と投函サービス「ネコポス」



羽田クロノゲートでは、修理に関わる業務をすべて集約、情報を電子化し、業務効率が向上

▼ 中期経営計画 DAN-TOTSU3か年計画STEP (2014年度～2016年度)

2019で目指す姿	アジアNo.1の流通・生活支援ソリューションプロバイダー						
コンセプト	「バリュー・ネットワーキング」構想の推進 & 健全な企業風土の醸成						
グループ基本戦略	グループ基本戦略① ネットワークの革新を契機とした高付加価値モデルの創出 コアコンピタンスである全国、アジアのラストワンマイルネットワークをシームレスに融合させ、「顧客視点のソリューション」と「コスト競争力」に裏付けされた顧客満足を実現する	グループ基本戦略② ガバナンスの強化とCSRの推進 事業成長の基盤を強化するとともに、事業領域拡大に伴うリスクを低減する					
		<table border="1"> <tr> <td>社会満足</td> <td>安心・信頼される品質の提供</td> </tr> <tr> <td>社員満足</td> <td>企業理念の浸透</td> </tr> <tr> <td>株主満足</td> <td>健全な財務体質</td> </tr> </table>	社会満足	安心・信頼される品質の提供	社員満足	企業理念の浸透	株主満足
社会満足	安心・信頼される品質の提供						
社員満足	企業理念の浸透						
株主満足	健全な財務体質						

ながら、コスト削減を実現してまいります。また、当社は、2015年8月、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会のオフィシャルパートナーとなりました。荷物輸送パートナーとして、大会の円滑な運営はもちろん、効率性や安全性の向上と環境負荷の低減を両立する付加価値の高い物流で東京2020大会が掲げる史上最高の大会の実現を支援してまいります。

「安全」「環境」「ガバナンス」などの重要なCSR課題への取り組みを推進

「DAN-TOTSU3か年計画STEP」で掲げる健全な企業風土とは、CSRをまっとうすることに他なりません。そしてヤマトグループのCSRとは、企業理念に定める「人命の尊重」「地域社会から信頼される企業」「環境保護の推進」など10の企業姿勢に基づいて、長期経営計画を具現化し事業を拡大していく中で、「安全」「環境」「社会」「経済」の4分野の責任を果たし、ステークホルダーの皆さまからのご信頼・ご期待に応えることです。そこで、CSRについては、ステークホルダーの皆さまをはじめとする社会各方面への影響などを考慮に入れて重要な課題、取り組みを決めております。(P9~10参照)

特に安全面については、5万台以上の車両を保有し、生活道路を使用させていただいて運送業を営む企業グループとして、地域にやさしい運転を行うなど皆さまの安全や安心を確保することを何よりも重視し、「交通事故ゼロ」「労災事故ゼロ」の実現に、強い信念をもってグループ全員で取り組んでおります。(P19~24参照)

環境面については、ヤマトグループ全体の環境保護活動を「ネコロジー」と名付け、物流の「包む」「運ぶ」「届ける」



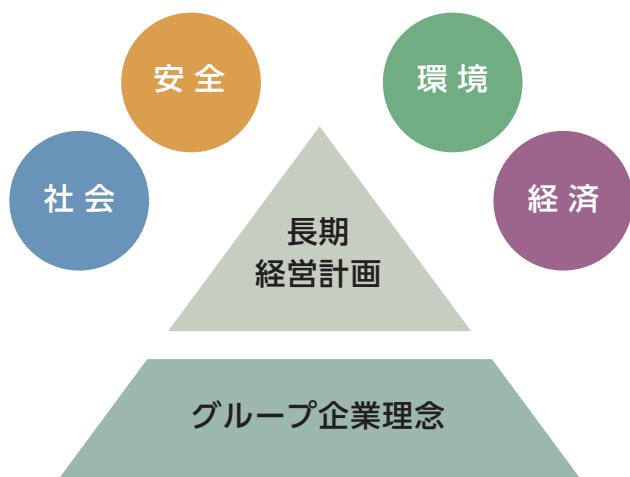
場面では当然のこと、グループ内のあらゆる事業活動を徹底的にエコロジー化し、環境にやさしい物流の仕組みづくりに取り組んでおります。(P25~30参照)

また、事業のグローバル化を進める中、国連が提唱する持続可能な成長を実現するための枠組み「国連グローバル・コンパクト」に2014年4月に署名、「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」の4分野10原則の支持を表明いたしました。

私たちは、「企業価値」を営業利益などの財務的評価だけでなく、顧客満足、株主満足、社会満足、社員満足の総和と捉えており、CSR活動も含め、全体で企業価値を上げることが、グループが継続的に成長し、存続していくことにつながると考えています。これからもヤマトグループは、「社会から一番愛され信頼される会社」となるべく、いっそう努力してまいります。今後も変わらぬ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 

▼ ヤマトグループのCSR



ヤマトグループのCSR活動は、「グループ企業理念」に則り、「安全」「環境」「社会」「経済」の4分野を軸に展開しています。

2011年4月からの長期経営計画「DAN-TOTSU経営計画 2019」においては、基本戦略の1つとして「ガバナンスの強化とCSRの推進」を定めています。良き企業風土づくりを継続することが、法令・社会規範に合った事業活動の推進に寄与し、ひいては今後のグループ全体の事業継続を可能にするものと考え、総力を挙げてCSRを推進しています。

ヤマトグループの事業特性や戦略、社会への影響を踏まえて、重要性を特定し、取り組みを管理・推進していきます。

ヤマトグループの重要なCSRの取り組み

事業	安全			環境	
	人命の尊重を最優先し、常に安全の達成に努めます。			「ネコロジー」を合言葉に、環境にやさしい物流の仕組みをつくります。	
	事故の防止 SO2	安全な職場環境の実現 LA6	安全・安心な生活の提供	CO2排出量削減	
				輸送での取り組み	施設での取り組み
				EN3, 6, 15, 18, 30	
デリバリー事業 小口貨物輸送 (宅急便など) 国内 海外	<ul style="list-style-type: none"> ● 交通事故の防止 →P21 		<ul style="list-style-type: none"> ● 機密情報の適正処理 	<ul style="list-style-type: none"> ● エコドライブ ● 低公害車の導入 	
ノンデリバリー BIZロジ 物流の改善、保管など 国内 海外	<ul style="list-style-type: none"> ● 航空貨物の安全確保 →P23 ● 各国の交通事情に合わせた安全対策 		<ul style="list-style-type: none"> ● リコール品対応 	<ul style="list-style-type: none"> ● モーダルシフトの推進 ● 共同輸送による環境負荷低減 	
ホームコンビニエンス 引越支援、家財の配達・配置など 国内		<ul style="list-style-type: none"> ● 労災事故の防止 ● メンタルヘルスケア 	<ul style="list-style-type: none"> ● ホームセキュリティ 	<ul style="list-style-type: none"> ● 大型複合ビル内の物流一元化 →P27 	<ul style="list-style-type: none"> ● 省エネ活動 ● 自然エネルギーの活用
オートワークス 車両管理サービス 国内			<ul style="list-style-type: none"> ● トラック・バスの車両管理・整備 		
e-ビジネス 情報システム開発 国内			<ul style="list-style-type: none"> ● 商品サービスにおける情報セキュリティ確保 		
フィナンシャル 決済などの金融サービス 国内 海外					
ガバナンス	コンプライアンス／事業継続計画 (BCP)／情報セキュリティ				

※1 サステナビリティ・レポート・ガイドラインとは：CSRレポート作成に関する国際的なガイドライン

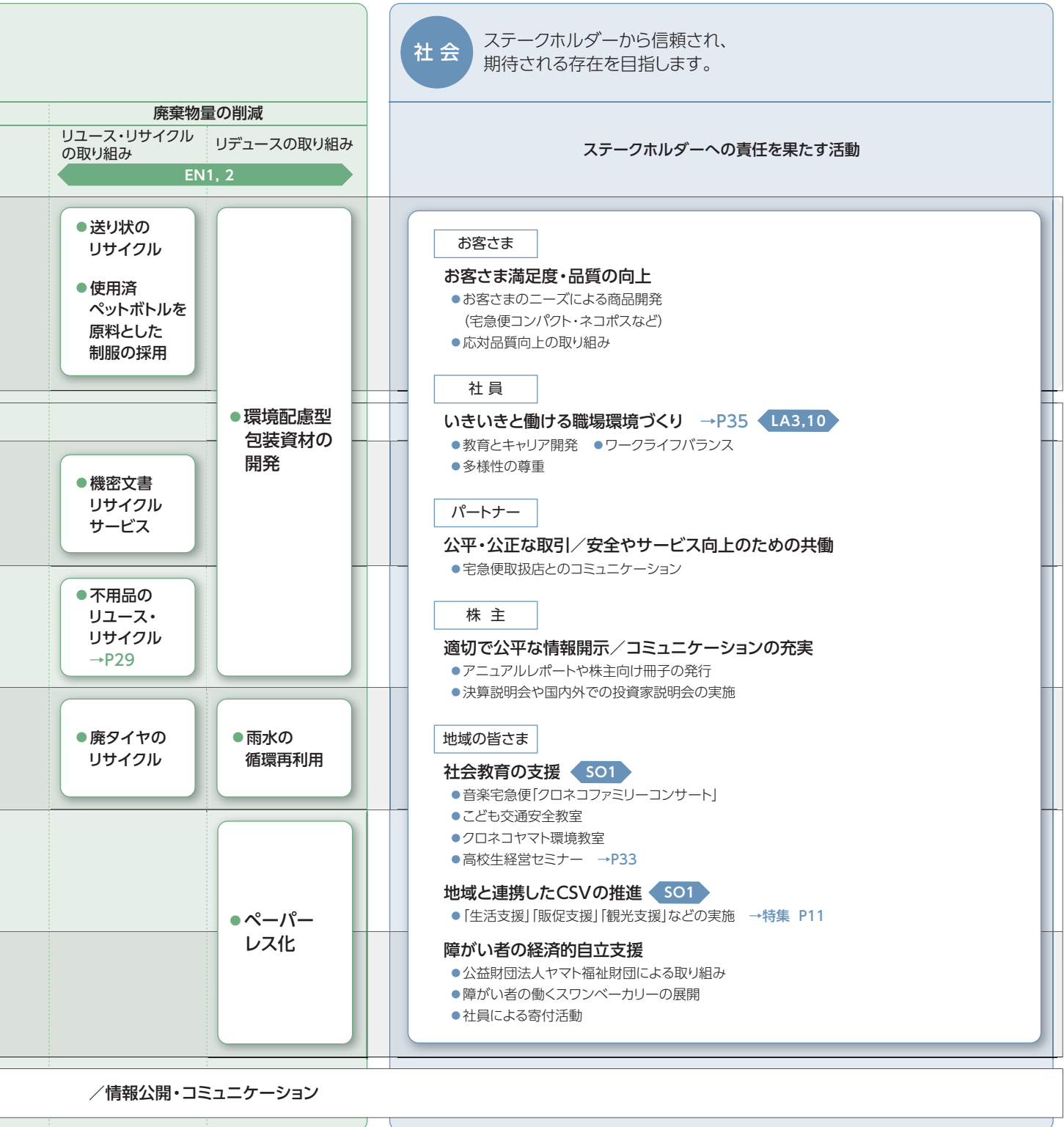
SO2 地域コミュニティに著しいマイナスの影響（現実のもの、潜在的なもの）を及ぼす事業 / LA6 傷害の種類と、傷害・業務上疾病・休業日数・欠勤の比率および業務上の死亡者数（地域別、男女別） / EN3 組織内のエネルギー消費量 / EN6 エネルギー消費の削減量 / EN15 直接的な温室効果ガス（GHG）排出量（スコープ1） / EN18 温室効果ガス（GHG）排出原単位 / EN30 製品の輸送、業務に使用するその他の物品や原材料の輸送、従業員の移動から生じる著しい環境影響 / EN1 使用原材料の重量または量 / EN2 使用原材料におけるリサイクル

ヤマトグループは、デリバリー事業の拡大やノンデリバリー事業の成長加速、海外展開の強化などを目標に掲げた長期経営計画「DAN-TOTSU経営計画 2019」の達成にグループを挙げて取り組んでいます。

こうした長期経営計画の推進に伴って、「私たちが果たすべき責任」や「ステークホルダーの皆さまからの期待」、「社会への影響」もますます大きくなっていきます。ヤマトグループでは、「安全」

「環境」「社会」「経済」の分野でCSRを推進するにあたり、ヤマトグループとステークホルダーの皆さまにとっての重要性、社会への影響度などを踏まえ、取り組み内容を決めています。

2014年度は、今後の情報開示のレベルアップに向けて、「サステナビリティ・レポート・ガイドライン」第4版^{*1}を参考に、重要性の高い取り組みについて開示項目の検討を進めました。



材料の割合 / **LA3** 出産・育児休暇後の復職率と定着率(男女別) / **LA10** スキル・マネジメントや生涯学習のプログラムによる従業員の継続雇用と雇用終了計画の支援 / **SO1** 事業のうち、地域コミュニティとのエンゲージメント、影響評価、コミュニティ開発プログラムを実施したものの比率

社会から一番愛され 信頼される会社を目指して ——ヤマトグループのCSV

ヤマトグループは、創業100周年を迎える2019年に「アジアNo. 1の流通・生活支援ソリューションプロバイダー」と「社会から一番愛され信頼される会社」になることを目指しています。

そして、地域の経済や社会と共生し、貢献したい——このような思いから、地域社会と企業が共有している価値を本業を通じて創造する「CSV」(Creating Shared Value=共通価値の創造)の取り組みを展開しています。

これまで、地域住民の生活を支援するサービスは主に地方自治体が担ってきました。

しかし、地方自治体の財政状況の悪化や、高齢者の増加、民生委員の高齢化などによって、地域住民へのサービスの低下や、サービスそのものの存続が困難になっているのが現状です。

また、都市と地方の格差拡大、過疎化や地域産業の衰退などの課題もあります。

そこで、ヤマトグループ各社が保有するIT(情報)・LT(物流)・FT(決済)の機能を、地域住民、生産者、NPOといった方々や、地域に根ざした同業他社にも自由に使っていただける「プラットフォーム」として提供し、地方自治体(Government:ガバメント)と一緒にあって地域の課題解決に取り組んでいます。それが「プロジェクトG」です。



見守りサポート(青森県黒石市)

行政が発行する刊行物を月1回、宅急便として配達することで、高齢者の見守り支援サービスを実現。



お買い物サポート(高知県大豊町)

商店まで買い物に行くのが困難な住民向けに買物代行サービスを実施。利用者が高齢者の場合は体調確認など、見守りサービスも提供。

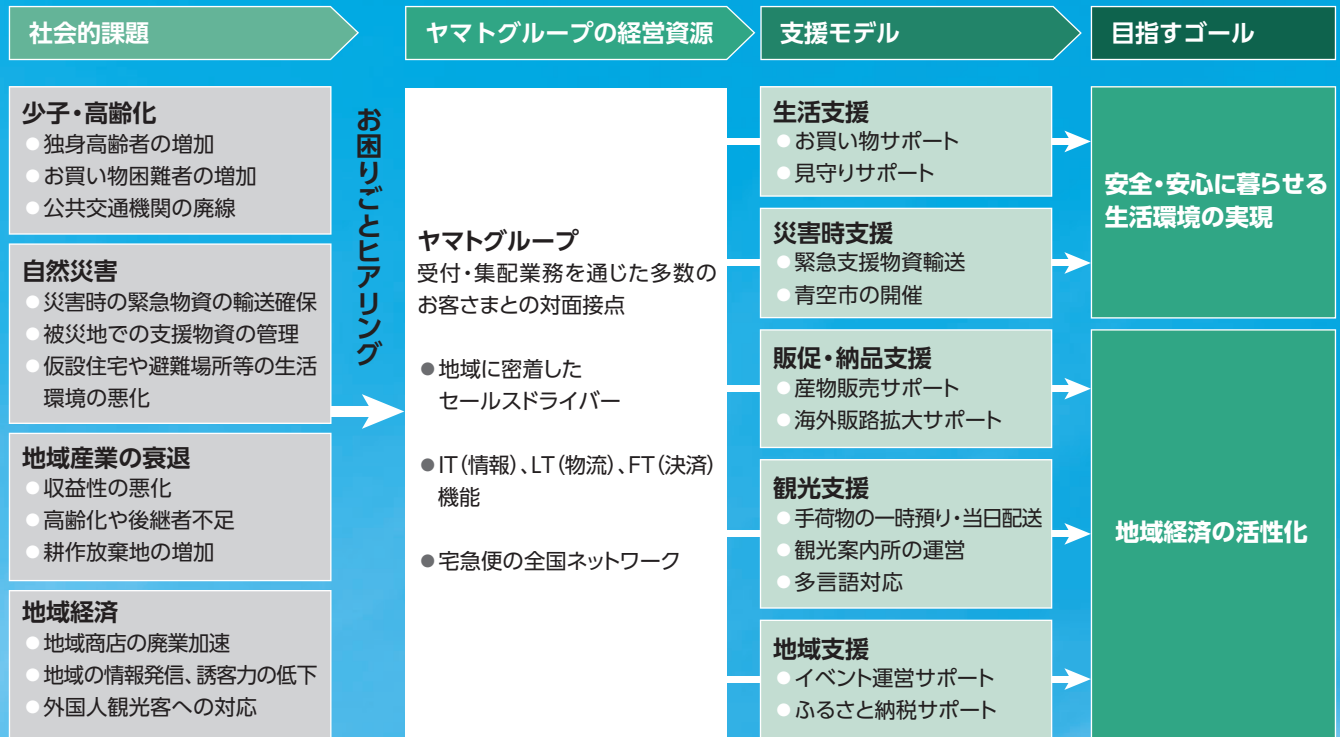


産物販売サポート(山口県周南市)

朝採れた野菜を庭先で集荷し、道の駅へ納品。今までご自身で出荷ができなかった農家の方々に新たなやりがいを提供。



▼ プロジェクトGが目指すこと



プロジェクトGの推進状況

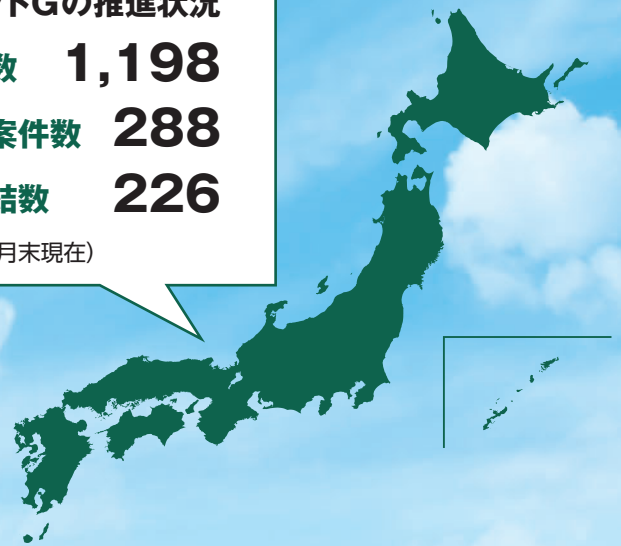
総案件数 1,198
運用中案件数 288
協定締結数 226

(2015年7月末現在)



観光支援(大阪府大阪市)

手ぶらで観光やショッピングを楽しめるおもてなしサービスを提供するため、JR難波駅に直結し、大阪の玄関口の一つであるOCATに受付窓口を開設。また、観光庁から「手ぶら観光」のサービス拠点として15店舗が認定を受けました。



WEB掲載情報

動画で見る
ヤマトグループのCSV



一人暮らしの高齢者が安心して暮らせるように

宅急便のネットワークを活かした 高齢者見守りの取り組み。

ヤマト運輸は2010年から全国各地で、「プロジェクトG」の一つとして、試行錯誤を重ねながら見守りの取り組みを展開してきました。その中で、2013年4月、青森県黒石市で開始した取り組みは、無理なく、低コストで、安全・安心を提供できる取り組みとして地方自治体や地域の皆さまに受け入れていただきました。そして、今回、青森県深浦町でも、黒石市をモデルとした取り組みを開始しました。深浦町では65歳以上人口の比率を示す高齢化率が県内で3番目に高い41.1%に達しており、民生委員の不足も重なって、一人暮らしの高齢者を個別訪問することが難しくなっていました。その結果、一人暮らし高齢者の健康状態が把握できないばかりか、転居していることすら把握できない——そんな課題を解決するために、ヤマト運輸は深浦町と「深浦町ひとり暮らし高齢者等見守り便宅配事業契約」を締結し、70歳以上の一人暮らしの方を中心とした約550世帯を対象に、高齢者見守りの取り組みを開始しました。



青森県西津軽郡深浦町



WEB掲載情報



動画で見る

● 見守りサポート



セールスドライバー(SD)が
配達の際に高齢者の状況を確認

既存の宅急便ネットワークを活用した 取り組みのため、すぐに導入することが可能です。

深浦町は当初、臨時職員を雇用して高齢者の見守りをすることを検討していました。しかし、すぐに新たな職員を増やすことはできず、増やすことができたとしても、教育に時間と労力がかかります。そんな悩みを即座に解決したのがヤマト運輸の宅急便を利用した高齢者見守りの取り組みでした。特に、評価いただいたのは、既にある宅急便のネットワークを活用することで、すぐに導入できることです。

町役場が毎月高齢者向けに配布する刊行物を、通常の配達業務と一緒に宅急便として高齢者に手渡します。そして、セールスドライバー (SD) が配達した結果を集約して、深浦町役場の地域



行政は刊行物として、高齢者向けに生活に役立つ情報を提供



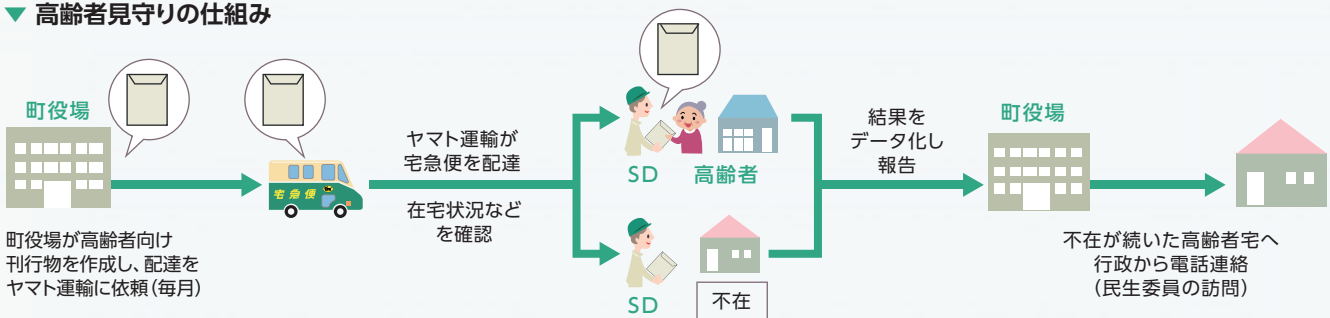
刊行物は通常の荷物と一緒に配達

包括支援センターに報告します。町役場は刊行物を用意するだけで、一人暮らしの高齢者が「健康を損なっていないか」「登録されている住所に居住しているのか」などを無理なく、確実に確認することができます。ヤマト運輸がこのサービスを開始してから、約50名の高齢者が転居等の理由により対象外であることがわかりました。

こうした取り組みは、深浦町の広報誌「広報 ふかうら」でも紹介され、地域に密着した高齢者のための「見守り便」として着実に町の方々に認知されつつあります。

ヤマト運輸が目指しているのは、行政が無理なく、コストをかけ過ぎずに継続できることです。これからも地域のニーズに合わせて、サービスの形を変えながら、地域の皆さまとともに、新しい価値を生み出し続けていきます。

▼ 高齢者見守りの仕組み



深浦町のご担当者様から ヤマト運輸のネットワークを活かして、 すぐに導入できるのが魅力。



深浦町役場
地域包括支援センター 主任保健師
阿部 文亮 様

ヤマト運輸のセールスドライバーは、毎日、宅急便を配達するために、地域をまわっているので、そのネットワークを活かせば、すぐに見守りサービスが導入できる「即戦力」である点が魅力でした。

行政側もこの取り組みの導入をお知らせするなど工夫した結果、順調に進んでいます。

今後もヤマトグループのノウハウを活かして、深浦町の課題解決に協力していただければと思います。

ヤマト運輸担当者 より良いサービスの実現を 目指します。



ヤマト運輸(株) 青森主管支店
津軽西支店 支店長
高橋 正治

高齢者見守りの取り組みを開始するにあたって、深浦センターのSD全員が認知症の高齢者への対応を勉強するセミナーを受講するなど、いろいろと準備しました。

運用開始当初は試行錯誤するところがありましたが、課題を随時解決しながら、取り組みも軌道に乗り始めました。今後もより良いサービスの実現を目指します。

青森県の農林水産物の流通拡大のために

クール宅急便を使って、国内へ、海外へ。 販路拡大を多面的にサポート。

本州最北端に位置する青森県。その食糧自給率は120%近くあり、全国平均の約3倍にもなります。

りんごをはじめ、にんにく、ごぼう、ながいもは日本一の収穫量を誇り、魚介類ではヒラメ、ホタテ、ウニなどが有名です。


そんな青森県が経済活性化の手段として打ち出したのが「攻めの農林水産業」、つまり農産物や水産物を全国へ、さらに海外にも売り出していくことです。

しかし、従来の物流システムでは、鮮度が重要な魚介類や青果物を翌日に配送できるエリアは東北地方を中心とした

近隣エリアに限られていました。そこで、このような青森県の抱える課題に対して、ヤマト運輸は「クール宅急便」を活用し、

青森県の新鮮な農産物や水産物を日本全国へ、さらには海外へと、翌日配達できる地域を大幅に拡大する物流改革を提案しました。



WEB掲載情報 

動画で見る

- 産物販売サポート
- 海外販路拡大サポート



お客様のさまざまなニーズを
聞き取り、柔軟に対応

**翌日の午前中にお届けできる割合が
7.5%から84.7%に。**

2014年7月、ヤマト運輸と青森県の間で「青森県総合輸送プラットフォーム構築に係る連携協定」を締結し、鮮度が重要な農林水産物のスピード輸送の実現を目指した取り組みがスタートしました。

まずヤマト運輸は通常の宅急便の幹線輸送とは別に「青森-仙台間」の幹線ルートを新設。また、特に翌日配達に困難だった中部から九州へは、仙台から大阪まで航空輸送ネットワークを利用し、大阪から陸送することとしました。これによって、日本国内の居住者に対し、発送翌日の午前中にお届けできる割合が7.5%から84.7%へ大幅に増加。また、大阪から沖縄を経由して香港や



荷物にはA! Premium対象品であることを示すステッカー貼付



台湾などへも最短翌日に荷物を届けることができるようになりました。

輸送時間の短縮と、クール宅急便を活用した鮮度・品質を保持した付加価値の高い物流によって、青森県産品の国内外への流通拡大を支援するこの輸送サービスは、「A! Premium」と名付けられ2015年4月27日から運用を開始しました。

青森県は説明会などを通じて、「新たなビジネスチャンスの獲得」「生産者・漁業者の所得向上」という「A! Premium」の狙いを積極的に告知してきたことから、サービスを利用する事業者は順調に増えています。利用者からは「小ロットからでも出荷できるというメリットがとて大きい」「自分たちがつくったものを直接消費者に届けられることが嬉しい」などの声をいただいています。



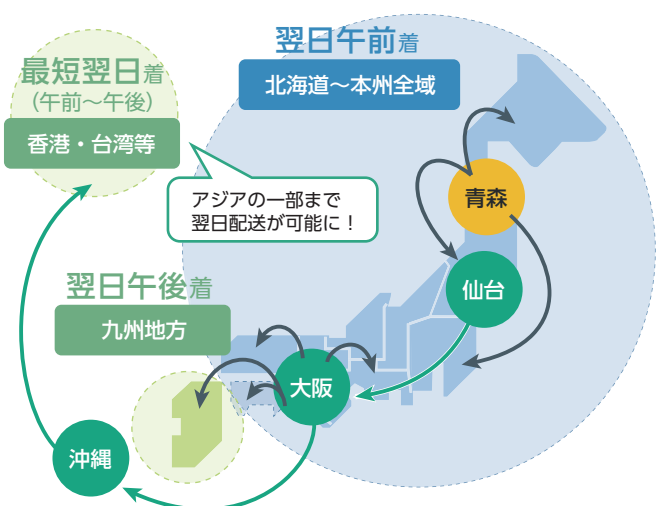
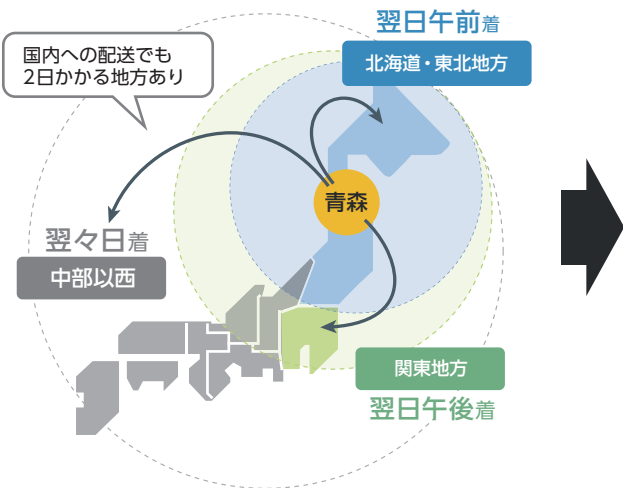
鮮度が重要な生鮮品は保冷機能付きトラックで輸送

▼ ヤマト運輸のサービスによる配達地域の変化

→ 陸輸ルート → 空輸ルート

Before 国内で翌日午前中にお届けできる割合 **7.5%**
(人口カバー率)

After 国内で翌日午前中にお届けできる割合 **84.7%**
(人口カバー率)



青森県の農林水産物の流通拡大のために

クール宅急便を使って、国内へ、海外へ。
販路拡大を多面的にサポート。

**競争力の高い日本の食材を国際クール宅急便で
香港、台湾、そしてシンガポールへ。**

「A! Premium」によって、国内だけでなく海外への販路拡大につながる新たな商流も生まれつつあります。

「A! Premium」のテスト期間中であった2015年2月、香港の高級日本食レストランチェーンが、国際クール宅急便（冷蔵）を利用して青森県産の活ホタテを仕入れました。レストランチェーンの責任者は香港に届いた商品のあまりの鮮度の良さとおいしさに驚き、「A! Premium」の本稼働後の6月からは青森県産の活ホタテ、ヒラメ、生ウニを仕入れ、青森フェアも開催されました。新鮮さを売りにした刺身などは、通常に比べ2割程度高い販売価格にもかかわらず、現地の消費者から大変好評を得ています。



香港の日本食レストランに到着した青森県産の活ホタテ



香港で提供される青森県産
活ホタテの刺身

ヤマト運輸は2013年10月に、世界初の国際間一貫保冷小口輸送サービス「国際クール宅急便」サービスを香港向けに開始し、2015年には台湾、シンガポールへとサービス提供地域を拡大してきました。

このような海外市場への販売拡大の取り組みは、同じ課題を持つ他の地方自治体とも連携し推進しています。例えば、2015年3月には、熊本県がヤマト運輸と連携し、専用通販サイト「くまもと美食倶楽部」を立ち上げ、熊本県産のイチゴやトマト、マダイなどの販売を開始しています。また、愛媛県、宮崎県でも同様に県産品の国内外への流通拡大に関する連携協定を締結しています。

新潟県南魚沼市でも、2015年6月から温泉熱を利用したハウス栽培の「ゆきぐに温泉マンゴー」などを香港の通販サイトで紹介し、販売を開始しました。海外への販売では、商品代金の回収に関わる決済だけでなく検疫・通関などの手続き、書類作成などのサポートも実施していきます。

これからも、グループ各社の持つ「機能」と「ネットワーク」を活かした多面的なサポートで、地域経済の活性化を目指す地方自治体や生産者を後押ししていきます。

**香港の日本食レストランチェーンの
責任者様から
鮮度の良さとおいしさに驚いています。**



MAXIM'S CATERERS LTD.
千両寿司部門 責任者
BEN YU 様

商品が日本から発送された翌日に香港に届くので、その鮮度の良さに驚かされます。活ホタテの刺身は通常より高い価格設定にも関わらず、1日30食も注文がある人気メニューです。食材の鮮度の良さは他店との差別化にも役立っています。

今後も新たな食材の輸入を予定しているため、どんな商品が届くか楽しみにしています。

**香港ヤマト運輸担当者
日本食材へのニーズは年々高まっています。**



香港ヤマト運輸有限公司
営業主任
PEGGY CHEUNG

香港から日本への旅行客は年々増えており、日本で食べておいしかったものを香港でもまた食べたいというニーズが高まっています。

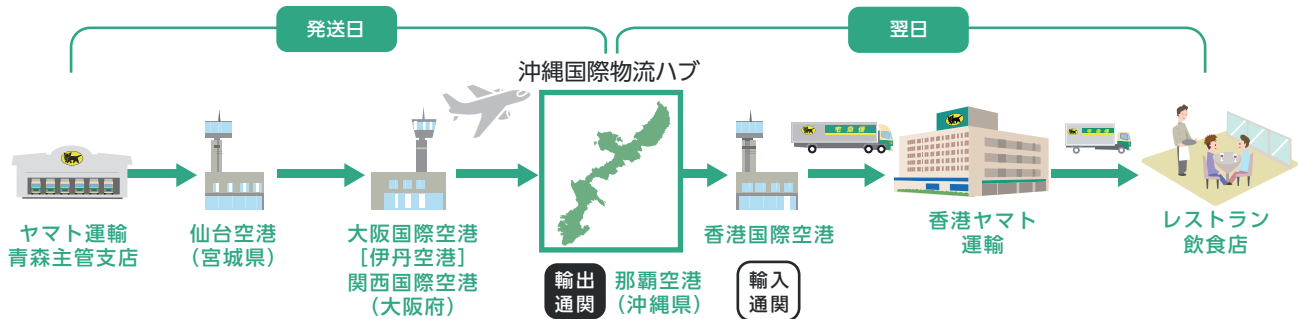
日本食のレストランも増えていて、特にお寿司をはじめとした新鮮な魚介が人気です。千両寿司様からも国際クール宅急便が実現した活ホタテの「鮮度の良さ」を高く評価していただいています。



香港のお客さまへ荷物をお届けする香港ヤマト運輸の車両

▼ 世界初 香港向けの国際間一貫保冷小口輸送サービス「国際クール宅急便」

「24時間365日スピード通関」を実現する沖縄国際物流ハブを活用した輸送リードタイムの短縮、徹底した温度管理による保冷（冷蔵・冷凍）輸送によって、青森県のおいしい農林水産物をより新鮮なまま香港にお届けできます。



青森県知事から

自慢の県産品をより多くの人に味わっていただけるようになりました。

青森県は首都圏などの大消費地から遠く、物流面で「時間」「距離」「コスト」という3つの課題を抱え、自慢の青森県産品をお客さまにお届けしたくても、思うようにできませんでした。私は就任以来、「攻めの農林水産業」を推し進め、2014年7月にヤマト運輸と協定を締結し、物流面での支援をいただき課題解決に取り組んできました。

この協定に基づいて、2015年4月から開始した「A! Premium」は、ヤマト運輸の持つスピード輸送と保冷一貫輸送を活かして、「より早く」「より遠く」「より安く」青森県産品をお客さまの元へお届けする新しい輸送サービスです。「A! Premium」の開始により、青森県の地理的なハンディキャップを克服し、新鮮でおいしい青森県産の野菜や果物、魚介類を日本全国だけでなく、海外のお客さまにも味わっていただくことができるようになり、心から感謝しています。このチャンスを最大限に活かすよう、県を挙げて取り組みを盛り上げていきたいと思っています。



青森県知事 三村 申吾 様

安全計画の策定

● 輸送の安全を確保する計画 SO2 LA6

全国に配置した安全指導長 **288名**
 ヤマト運輸の各主管支店に安全対策の専門職「安全指導長」を配置し、セールスドライバーを指導しています。

安全性優良事業所「Gマーク」を **2,402事業所**で取得

ヤマト運輸では、事業所でのGマーク*取得を推進することで、より安全な企業となることを目指しています。

* 公益社団法人全日本トラック協会が認定交付する「安全性優良事業所」のシンボルマーク

重大事故件数 **4件**

(グループ全体
 重大交通事故4件、重大労災事故0件)

ヤマトグループでは、交通事故の発生を0件にすることを目指しています。ヤマト運輸では、「輸送の安全を確保する計画」を毎年策定しており、目標や取り組みなどを記載したポスターを全事業所に掲示しています。



「輸送の安全を確保する計画」ポスター

セールスドライバーの育成

● 技能向上のための教育

安全指導長の添乗指導を受けたセールスドライバー

26,166名

安全専門講師による
 研修受講者

46,617名

ヤマト運輸では、全国69か所の主管支店に「法令」「実技交通安全」「安全衛生」の専門知識をもった社員を1名ずつ講師として配置しています。

安全情報誌や安全カレンダーの発行

ヤマト運輸では、セールスドライバー向けに安全運転のポイントなどを掲載した安全情報誌「セーフティー・ファースト」、全セールスドライバーが携帯する「運転者安全手帳」、危険感受性向上の訓練ができる「安全カレンダー」を発行しています。



安全指導長の添乗指導

社員への安全意識浸透

● 「交通事故ゼロ運動」の実施

ヤマトグループでは、春と秋に「交通事故ゼロ運動」を実施しており、なかでもヤマト運輸では、1970年から運動を継続しています。2014年度秋の交通事故ゼロ運動では、「基本ルールを徹底し、コジロオ君*を守ろう」をテーマに事故ゼロ達成を目指しました。

* 運転中に特に気をつけるべき対象を示した標語。
 コ(子ども)・ジ(自転車)・ロ(老人)・オ(オートバイ)



「2014年 秋の交通事故ゼロ運動」ポスター

● 労災事故防止の取り組み

ヤマトグループでは、重大事故につながるようなヒヤリハット事例を共有し、安全な職場環境の実現に向けた施策を立案・推進しています。また、グループ各社においても、フォークリフト安全講習会や安全意識の向上を図る「安全週間」などの施策を実施しています。

SO2 地域コミュニティに著しいマイナスの影響(現実のもの、潜在的なもの)を及ぼす事業
 LA6 傷害の種類と、傷害・業務上疾病・休業日数・欠勤の比率および業務上の死亡者数(地域別、男女別)

社員への安全意識浸透

● コンテスト・表彰の実施

「ヤマト運輸全国安全大会」の実施

ヤマト運輸主催で全国安全大会を開催し、ヤマト運輸各支社、沖縄ヤマト運輸、ヤマトグローバルエクスプレスの大会を勝ち抜いた45名が安全意識と運転技術を競いました。

永年無事故表彰受賞者 **8,620名**

ヤマト運輸、ヤマトホームコンビニエンス、ヤマトグローバルエクスプレス、ヤマトマルチチャーターでは、安全運転に優れ、無事故を続けているセールスドライバーを毎年、表彰しています。



ヤマト運輸全国安全大会

設備・安全システムの整備

● 車両の整備

車両整備工場

「スーパーワークス」**22拠点**

「スーパーワークス」はヤマトオートワークスが保有する24時間365日稼働の、作業効率が大幅に向上した整備工場です。全国71整備工場のうち22拠点がスーパーワークスになりました。

整備士 約 **880名**

(うち自動車検査員資格者 約650名)
 ヤマトオートワークスでは、通常の整備資格に加え、整備完了車が保安基準に適合しているかを確かめる完成検査を行える自動車検査員資格の取得を積極的に推進しています。



スーパーワークスでの車両整備

● 設備・ツールの導入

ITシステム導入で、
 運転免許証の確認を徹底

ヤマト運輸では、目視確認に加えて携帯情報端末(ポータブル・POS)を活用して「ICカード免許証」を確認することで、ITの側面から運行管理業務を支援してコンプライアンスを徹底しています。

安全でやさしい運転を支援する

「See-T Navi」を集配車両に導入

累計

約 **32,000台**

ヤマト運輸独自の車載システム「See-T Navi」が、安全集配ルートマップのデジタル化などにより、安全運転をサポートします。



集配車両に搭載された「See-T Navi」

安全を確保する施策の海外展開

● 各国の交通事情に合わせた安全対策

シンガポール、マレーシアで、安全大会「ドライバーコンテスト」を開催するとともに、安全のイベントにも参加しています。



シンガポールでの
 ドライバーコンテスト



マレーシアでの
 ロードセーフティーカーニバル

長距離幹線輸送や企業間物流で、「安全第一、営業第二」に取り組む。

日本全国に宅急便をお届けするための都市間を結ぶ長距離の幹線輸送や、企業間を結ぶチャーター便など、さまざまな場面で「安全第一、営業第二」に取り組んでいます。女性ドライバーの活躍の幅も広がっており、女性ならではの視点で「安全第一」を実現しています。

▼ データで見る取り組み

永年無事故表彰受賞者※

8,620人
(2014年度)

※ 安全運転に優れ、無事故を続けるドライバーに対し、無事故年数または距離に応じて、毎年、表彰と褒章を行っています。

Q 長距離輸送の安全確保のために大切なことは？

A ドライバーに無理をさせない勤務スケジュールとドライバー自身も無理をしないことです。（山本）

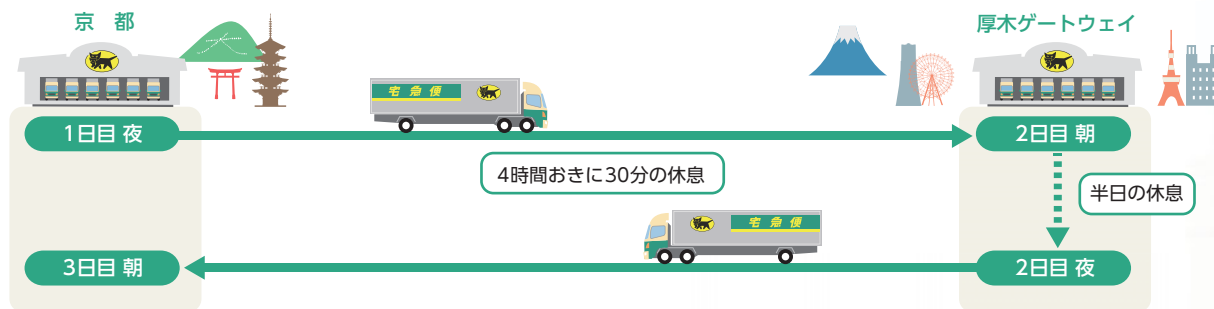


「ヤマトグループで運転の仕事をしている」と言うと、宅急便を思い浮かべる方が多いと思いますが、私が所属しているヤマトマルチチャーターでは都市間の幹線輸送を行っており、私は大型(10t)トラックで長距離輸送をしています。関西圏のヤマト運輸の営業所を回って荷物を積載し、各地の「ベース」と呼ばれる大型の荷物仕分けターミナルまで幹線道路を利用して運びます。

例えば、京都から神奈川県厚木ゲートウェイまで運ぶ場合、走行距離は約480km。夜に京都を出て、翌朝厚木に到着し、半日休息してから夜に厚木を出発して、翌朝に京都に戻るとい、合計3日間の勤務スケジュールです。また、長距離走行中は4時間おきに30分間休憩することが義務付けられているので、高速道路のパーキングエリアなどに車を止めて仮眠を取っています。

走行中は、絶対に無理をせず、車間距離を十分に空け、できるだけ追い越し車線を走行しません。ヤマトグループの「安全第一、営業第二」の理念を実践しています。

▼ 長距離幹線輸送(京都・厚木間)の勤務スケジュール



乗務前の機械による呼気アルコール濃度測定



出発前にタイヤのボルトを点検



長距離輸送に高速道路の利用は欠かせない

Q 安全運転の技術は、どのようにして身につけるの？

A 実際に起こった事故の情報から勉強し、運転技術の競技会にも参加しています。(南)



私の職場は、山本さんと違い、小型(2t)トラックに乗って市街地で企業間を結ぶチャーター便の集荷・配達をしています。安全への取り組み姿勢は同じです。長年トラックのドライバーをしていましたが、ヤマトグループに入社して、安全意識がさらに高まりました。毎日同じ地域を走ることにより、自ずと通学路などの注意をしなければならない場所がわかってきます。その結果、注意をしなければならない場所を常に意識するようになると、スピードを出さないのではなく、出せなくなりました。また、実際に他で起こった事故の事例は社員に周知されているので、自分の運転に役立っています。

運転技術の社外競技会に参加していることも、安全運転に役立っています。2013年と2014年の京都府トラックドライバー・コンテスト「女性ドライバーの2t車」部門で優勝し、全国大会に出場しました。全国大会では、全国から集まった優秀なドライバーたちの運転を見て学び、意見交換もできたことで、運転技術を磨いていくモチベーションがさらに高まりました。

Q 女性ドライバーとして、今後の課題は？

A 重責を自覚しながら安全運転に努めます。(山本)



私自身、子どもと道を歩いているときに大型のトラックが横を通ると怖さを感じます。そのため、歩行者の方の気持ちを考えて運転しています。また、運転にはあせりが禁物ですので、駐車をする際などは、特に慎重に行います。その様子を見ていた方から「優しい運転だね」と褒められたことがありました。

今後、ヤマトグループは東名阪の当日配達を実現するための大型物流ターミナルである厚木ゲートウェイに続き、中部地方に三河ゲートウェイ、関西地方にも新たなゲートウェイを稼働させる予定です。それらの主要拠点と各地をつなぐ幹線輸送の頻度はますます高くなり、私たちの仕事の重要性が増すことになると思います。「安全第一、営業第二」の理念を常に心がけ、今後も安全運転に努めていきます。

ヤマトマルチチャーター(株)
BC京都営業所

南 多佳子

ドライバー歴20年。
2013年に入社。

(一社)京都府トラック協会様から

**ヤマトグループのドライバーは、
技術・マナーを兼ね備えています。**

当協会は京都府下のトラック運送事業者が加盟する団体ですが、ドライバーの運転技術向上を図り、交通事故を防止するために、毎年6月に京都府トラックドライバー・コンテストを開催しています。ヤマトグループからは、毎回、他の会社の模範となるような技術とマナーを兼ね備えたドライバーが参加されており、好成績を残されています。

今後は交通安全の取り組み以外に、お客さまが安全性が高く、安心して利用できるトラック運送事業者を選ぶための一つの基準である「Gマーク※」の取得をさらに推進いただき、お客さまに広く認知されるよう周知活動にもご協力していただければと思っています。

一般社団法人京都府トラック協会
適正化事業部 業務課

小松 宏畑 様

※ 公益社団法人全日本トラック協会が認定交付する「安全性優良事業所」のシンボルマーク

WEB掲載情報



写真で見る「長距離
輸送の安全確保」



ヤマトマルチチャーター(株)
京都支店

山本 真理子

ドライバー歴14年。
1998年に大型免許を取得し、
2013年に入社。



「危険物／保安推進マイスター」たちが 航空機への無申告危険物搭載を防ぐ。

航空便事業や国際宅急便事業を展開しているヤマトグローバルエクスプレスは、2009年から、安全な航空輸送を支える専門家「危険物／保安推進マイスター」を育成してきました。その役割は、航空便の増加にともなって、いっそう重要度を増しています。

▼ データで見る取り組み

危険物／保安推進 マイスター*

(ヤマトグローバルエクスプレス(株)内)

73名

(2015年6月現在)

* 危険物や保安に関して十分な知識と理解を持ち、他の社員を指導・教育できる社員

Q 航空便では運べないものがあるの？

A ドライアイスや整髪料のスプレー缶など
「危険物」に該当するものは原則運べません。(三浦)



急ぎの荷物を送るときに便利で、たくさんのお客さまにご利用いただいている航空便ですが、送り主さまにご注意いただきたいのは、地上では危険とは思えないものも航空法上で「危険物」に該当する場合があります、ということです。例えば、化粧品や整髪料などの高圧式スプレー缶などは航空輸送ができません。また、保冷に使われるドライアイスなどは、申告の上、一定の条件を満たさないと輸送できない旨が航空法の施行規則で定められています。そのため、航空便をご利用いただく際には、送り状のお客さま控えの裏面やお客さまへお配りしているご案内などをご確認いただき、「危険物」に該当するものが荷物に入っていた場合は、危険物を荷物から取り除いていただくか、事前に申告をしていただくようお願いしています。

そのうえでヤマトグループでは、安全な航空輸送を実現するために、無申告の危険物が航空機に搭載されないように努めています。具体的にはセールスドライバーによる集荷時、受付窓口での荷受け時、仕分け作業時に中身の申告内容の確認と外装点検をし、さらに航空貨物搭載店であるヤマトグローバルエクスプレスが荷物をX線検査します。無申告の危険物を発見した場合は、送り主さまにご連絡のうえ、対応方法を確認させていただきます。こうした取り組みの重要な担い手が、全国に73名配置している「危険物／保安推進マイスター」です。

写真左から
ヤマトグローバルエクスプレス(株)
関東主管支店
関東クロノゲートベース店
危険物／保安推進マイスター
安藤 聡志
丸山 芽衣
ベース長
三浦 啓一

羽田空港へ搬入する航空便を仕分ける
関東クロノゲートベース店で、
航空輸送の安全を守る。

Q 危険物／保安推進マイスターの役割は？

A 無申告危険物の搭載を排除し、航空便の利便性と安全性を支えているのが、「危険物／保安推進マイスター」です。(安藤)



私たち「危険物／保安推進マイスター」は社内試験に合格した専門家で、ベース店・航空貨物搭載店に少なくとも1人ずつ配属されています。その役割のひとつは、航空貨物を安全に輸送するために、荷物をX線検査し、無申告危険物を検出・排除することです。加えて、社内で危険物の知識や見分け方を教育、指導する役割も担っています。

さまざまな注意が必要な航空貨物ですが、速さにおいて航空便に勝るものはありません。私は羽田空港で最終便の搭載を担当していますが、お客さまからは、翌朝9時には届くという利便性を評価していただいております。そんなお客さまのニーズにお応えするためにも、私たち「危険物／保安推進マイスター」が中心となって無申告危険物の搭載を排除し、安全な航空輸送を支えています。

Q 今後の目標は？

A 知識と技術を磨いて、航空保安に貢献することです。(丸山)



2009年から「危険物／保安推進マイスター」になった私は、安全な航空輸送を支えるという強い意志のもと仕事に取り組んでいます。私自身はもちろん、私が指導しているスタッフが無申告危険物を見逃すことが無いよう、毎日緊張感を持って仕事をしており、日々の業務の中で「危険物／保安推進マイスター」という職務の重要性を実感しています。

2015年6月に社内で初めて開催された危険物搭載防止コンテストでは、関東主管支店を代表して出場し、全国から選出された「危険物／保安推進マイスター」たちと技術と知識を競い合いました。残念ながら優勝には届きませんでしたが、出場選手の正確かつスピーディな技術に刺激を受けました。今後はこれまで以上に知識と技術を磨いて、航空保安にいつそ貢献していきたいと思っています。

(株)ANA
Cargo様から



航空貨物業界の安全を牽引する取り組みに期待します。

当社は、貨物専用機や旅客機による国際線・国内線ネットワークを活用し、グローバルなサービス展開をしており、ヤマトグループから航空便の荷物を引き受け航空機に搭載します。危険物／保安推進マイスター制度を導入された2009年以降、ヤマトグループからの無申告危険物の荷物の引き受けが1件もないことから、本制度の大きな効果が出ていると思います。

また、2015年から開始された危険物搭載防止コンテストなどの取り組みも航空貨物業界の安全を牽引するものであり、これからも他社の見本となるような取り組みを推進してもらおうと期待しています。

株式会社 ANA Cargo
取締役
国内貨物事業部長

楳山 則昭 様

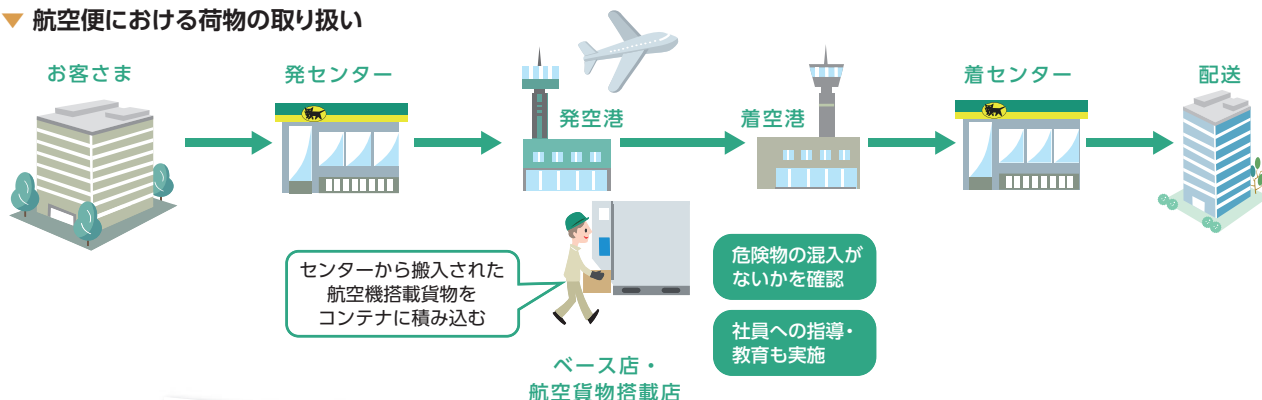
WEB掲載情報



写真で見る「航空貨物の安全確保」



▼ 航空便における荷物の取り扱い



X線検査装置で、荷物を一つずつチェック



検査の終わった荷物は航空コンテナへ積み込み

ネコロジー

環境にやさしい、物流をつくらう。

環境保護宣言(ネコロジー宣言)

わたしたちヤマトグループは、企業の社会的責任である環境保護活動を「ネコロジー」と総称し、環境を意識した事業活動とともに、社員一人ひとりが常に環境保護の意識を持って、日々の各業務に取り組みます。輸送の「包む」「運ぶ」「届ける」はもちろんのこと、その他のさまざまな取り組みを徹底的にエコロジー化して、環境にやさしい物流の仕組みを築きます。このような商品・サービスの提供を通じ、地域と共によりよい社会作りに貢献する企業を目指します。

輸送のエコ



● 社員一人ひとりが、日々エコドライブを実践

独自の安全・エコナビゲーションシステムを
累計約32,000台の集配車両に導入

ヤマト運輸独自の車載システム「See-T Navi」が、燃費など運転状況の見える化により、エコドライブの精度を高めます。

● 他社との共同運行や電車、船などを使ったモーダルシフトの推進

鉄道と海運の
合計取扱量 約 **49**万トン (2013年度
約51万トン)

● 低公害車や台車、新スリーターなどを使った集配

新スリーター
(リヤカー付電動自転車) 約 **4,700**台 導入

TOPICS

産業競争力強化法に基づく新事業計画において、経済産業省および国土交通省の認定を受け、ヤマト運輸では、ヤマハ発動機株式会社とともに、アシスト力を引き上げた業務用電動アシスト自転車を活用し、安全面や集配業務の効率化についての検証を行っています。

低公害車 約 **23,000**台 導入
(ヤマトグループ全車両の46.0%)

ヤマトグループでは、新スリーターや台車などを活用し、できるだけ車両を使わない集配を追求しています。また、必要な車両については低公害車へのシフトを進めています。



新スリーター



電気自動車



台車

ヤマトグループのCO₂排出量 EN18

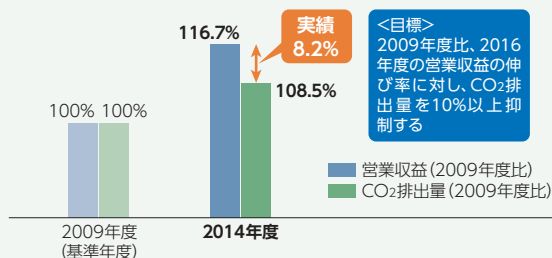
2014年度～2016年度の目標:

2009年度比、2016年度の営業収益の伸び率に対し、CO₂排出量を10%以上抑制する

2014年度実績:

ヤマトグループのCO₂排出量は、877,104t-CO₂(前年比98.7%)となりました。

営業収益(内部売上含む)は2009年度比116.7%、CO₂排出量は2009年度比108.5%の伸び率となり、営業収益の伸び率に対し、CO₂排出量の伸び率を8.2%抑制。



EN15 直接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ1)
EN18 温室効果ガス(GHG)排出原単位

施設のエコ

- 社員一人ひとりが、エネルギーを大切に、省エネ活動を実施

ヤマトグループ全事業所に環境保護宣言ポスターと室内温度設定ステッカーを掲示

夏季軽装(クールビズ)の徹底や照明の間引きによる節電に取り組んでいます。



室内温度設定ステッカー



環境保護宣言ポスター

- 自然の力などを活用し、施設の省エネ化を推進

最新の環境技術を「羽田クロノゲート」に導入

自然エネルギーを利用した最新の環境技術を取り入れ、従来施設と比べて46%のCO₂排出量を削減できる見込みです。

- グリーン購入やリサイクル、ペーパーレス化などを推進

グリーン購入率 **84%以上** (2013年度より2%以上向上)

環境への負荷ができるだけ少ないものを選択し購入しています。

商品のエコ

- リターナブル資材など環境配慮商品を開発・推進

環境に配慮した**包装資材**の開発・推進

ヤマト包装技術研究所では、緩衝材の不要な包装資材や、廃棄分別が簡単にできる包装資材を開発しています。



緩衝材不要の「Neco fit」



廃棄分別の簡単な「精密機器ボックス」

地域とのエコ

- 地域社会の一員として、地域の環境保護活動に参画

地域の**清掃活動**に積極的に参加



清掃活動への参加

- 業務の効率化を提案し、お客さまの省エネに貢献

情報通信技術(ICT)を活かしたサービスの提供

商品の共同配送サービスや、共同利用型明細書Web通知サービスなどを提供し、さまざまな業種のお客さまの業務効率化を支援しています。

- 環境の大切さを伝える環境教室などを開催

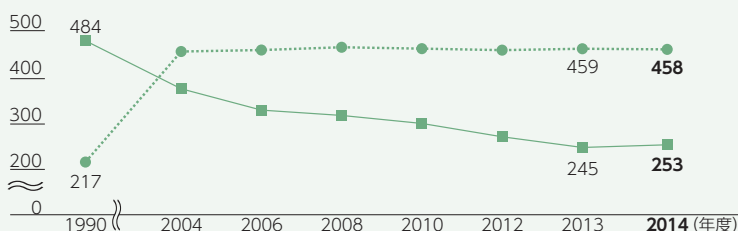
「クロネコヤマト環境教室」

年間 **228回** 開催
15,820人 参加

累計2,789回開催 20万8,434人参加

ヤマト運輸の車両からのCO₂排出量

EN15 EN18



● CO₂排出量(千t-CO)^{*1}
■ 原単位CO₂排出量(g-CO)^{*2}

※1 「特定排出者の事業活動に伴う温室効果ガスの排出量の算定に関する省令」に基づき算出しています。

※2 原単位CO₂排出量 = $\frac{\text{CO}_2\text{総排出量}}{\text{宅急便個数} + \frac{\text{メール便冊数}}{\text{宅急便換算値}}}$

大型複合ビル内の物流一元化で、合理化と環境負荷低減を実現。

大型複合ビルなどに専用の物流インフラを構築する、ヤマト運輸の「ビル・タウンマネジメントサービス」。ホテル、住居、オフィス、会議場、飲食店街などからなる、「虎ノ門ヒルズ」にも導入され、館内物流の合理化と環境負荷低減に貢献しています。

▼ データで見る取り組み

宅配車両の駐車・荷さばき時間

従来は……約40分※



ビル内物流の一元化で

……約10分に
(約30分短縮)

※ 虎ノ門ヒルズと同規模ビルにおける所要時間
(ヤマト運輸調べ)

ビル・タウンマネジメントサービス実績

108か所
(2014年度末現在)

Q 大型複合ビル内の物流一元化って何のこと？ なぜ環境負荷が減るの？

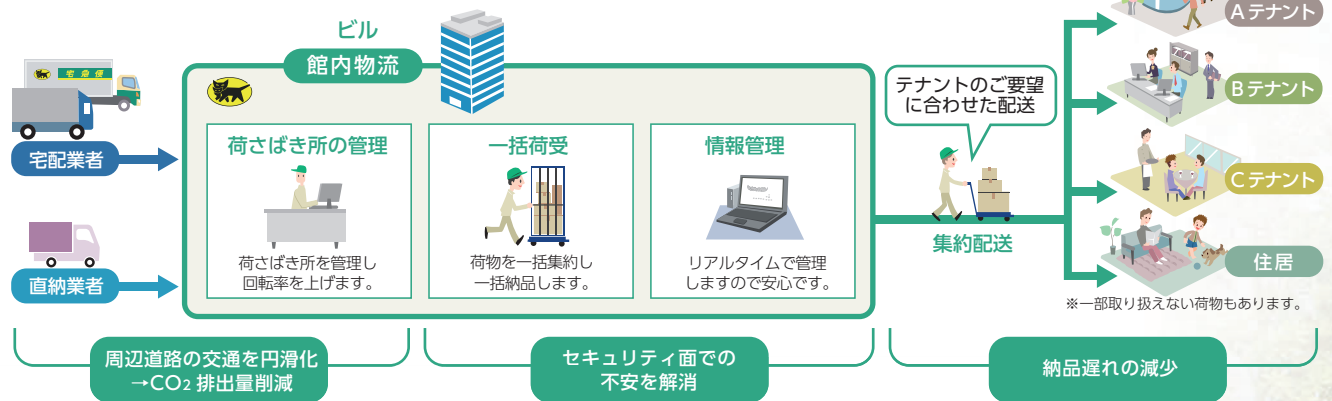
A 集配の無駄をなくすことが省エネにつながります。(久保)



大型複合ビルの場合、通常、テナントさまごとに荷物を納品するため、さまざまな配送業者がビルの内部に入ります。そうすると、ビルの駐車場や荷さばき所が混雑し、テナントさまへの納品が遅れることがあります。そして、駐車場・荷さばき所に入れなかったトラックが周辺道路で待機することがあるため、燃料の無駄遣いによるCO₂排出量の増加や渋滞の発生など周辺環境の悪化につながっていました。このような問題を解決するのが、ヤマト運輸の「ビル・タウンマネジメントサービス」です。

このサービスを導入していただいている東京都港区の虎ノ門ヒルズでは、社員が24時間常駐し、ビル全体の荷受、納品を一括して実行し、館内物流を一元化しています。同規模のビルでは、通常、トラックからの荷降ろし、搬入、納品に約40分かかりますが、虎ノ門ヒルズでは私たちが搬入と納品を行い、他の配送業者は荷降ろしだけを行うので、約10分で完了します。その結果、駐車場や荷さばき所の混雑が解消し、周辺交通の円滑化やトラックの燃費向上、CO₂排出量の削減などに役立っています。また、ビル内の配送業者は私たちヤマト運輸1社のみですので、セキュリティ面が向上し、ビルのオーナーである森ビルさまやテナントさまから喜ばれています。

▼ 「ビル・タウンマネジメントサービス(大型複合ビルなどでの館内物流一元化)」の仕組みと効果



荷さばき所から
荷物を館内に入れるのはヤマト運輸の仕事



飲食店さま向けの
荷物を分類する小型保冷庫



店舗へ荷物を運ぶ様子

Q ヤマト運輸のセールスドライバーとは違う制服ですね。

A このビルでの業務のためにデザインしたもので環境にも配慮しています。(久保)



この制服は、虎ノ門ヒルズの「ビル・タウンマネジメントサービス」専用です。

他の配送業者と契約しているテナントさまもいらっしゃるのですが、私たちが気兼ねなく利用してもらえるように、また、一般の来館者さまが食事や買い物を楽しんでおられる雰囲気や溶け込めるように、黒とグレーを基調とした、ヤマト運輸の通常の制服とは違うデザインにしました。ジャケットの素材は、通常は廃棄される、ウールの生地や端材を使用しています。ポロシャツは、適切な労働環境が確保された「BSCI認証」取得工場で作成し、環境や安全衛生にも配慮しています。この制服、社員にも、テナントさまにも好評です。

Q このサービスの今後の目標は？

A さらに顧客満足度を追求していきます。(久保)



虎ノ門ヒルズセンターには、約30名の社員が所属しています。毎日、私たちはテナントさまに荷物や包装資材をお届けし、荷物やリターナブル資材を回収しながら、ご要望やご意見をお伺いします。テナントさまと顔なじみになり、お困りごとをお聞きし、解決していくことで、さらなるサービス向上につなげることができます。

例えば、「入退館管理」「開業前搬入」など業務効率向上のための仕組みや、「手荷物一時預かり」や「ポーター」業務、「手ぶら宅配」といったサービスなど、さまざまなオプションを用意しています。これまで、どのサービスをご利用いただければ良いか、既存サービスをどう改善していくべきかを、テナントさまや森ビルさまともよく話し合い、サービスを拡充させてきました。これからも、さらなる顧客満足度を追求していきます。

森ビル(株)様から



これからも新しいサービスを共につくっていききたい。

虎ノ門ヒルズの物流管理業務の委託先選定の際、ヤマト運輸からの提案は、当社の想定していた虎ノ門ヒルズエリアの活性化案と一致しており、業務への考え方や新しい事に取り組む姿勢も当社と通じる面を感じて、今回、虎ノ門ヒルズの物流管理業務をお願いする事になりました。開業後もテナントのお客さまのお届け希望時間帯にきめ細やかに対応していただくなど、大変好評をいただいています。

今後も物流の専門家としての視点でお客さまのメリットとなる新しいサービスをどんどん提案いただき、共に実現していきたいと思っています。

森ビル株式会社 管理事業部 施設管理部
虎ノ門管理グループ
グループ長補佐

藤原 孝裕 様

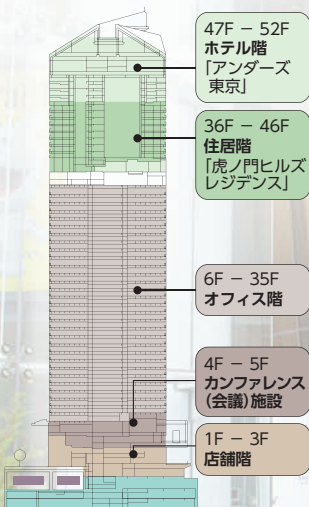
WEB掲載情報



写真で見る「ビル・タウンマネジメントサービス」



▼ 虎ノ門ヒルズ (東京都港区)



写真中央
ヤマト運輸(株) 新東京主管支店
虎ノ門ヒルズセンター センター長
久保 みゆき

入社以来、数多くの館内物流業務を担当。「虎ノ門ヒルズ」にはオープン前の準備段階から責任者として携わった。



不用家電・家具をリユースして ネコロジー※を推進。

引越、家財の配達や設置を手掛けるヤマトホームコンビニエンスには、不用になった家電や家具が集まります。これらを廃棄するのではなく、きれいにしてレンタル・販売する事業が「環境にもお財布にもやさしい」と評判になっています。

※ ネコロジー：ヤマトグループの環境保護活動の総称。P25参照。

▼ データで見る取り組み

不用家電・家具の引き取り

年間約 **45,000** 点

レンタルで提供

年間 **36,466** 点

販売店(リサイクルセンター)

全国 **8** 店舗

(上記は2014年末現在)

Q 引越し支援事業では、不用になった家電や家具が集まってしまうのでは？

A リユース用としてレンタル・販売しています。(増田)



家電リサイクル法には、不用家電を製造業者に適切にリサイクルさせるための「リサイクル料金」が定められています。一人用の小型冷蔵庫を廃棄する場合、リサイクル料金の約3,600円に収集運搬料金を加算した金額が、通常請求されます。また、不用家具にも処分料金がかかります。そこで、ヤマトホームコンビニエンスが引越をお手伝いする場合、もう一度使えるもの、つまりリユースできる物については料金を基本的には頂戴せず、リユース品として回収します。製造から6年以内のものであれば買い取りも行います。まだ使えるものを廃棄するのは、もったいないですし環境にもよくありません。

集まった家電・家具はきれいにして全国に8か所あるリサイクルセンターで販売しています。また、転勤や単身生活など短期間だけ家電が必要な方に貸し出す「クロネコおまかせレンタル」事業を始めました。リユース品の家電をリーズナブルな料金でレンタルできるので、「環境にもお財布にもやさしい」とご好評をいただいています。この事業が始まったのは2009年からですが、リユース品をレンタルするお客さまが増え、携わるスタッフの数も3倍以上になりました。最近では、個人のお客さまだけでなく、法人のお客さまとの契約も増えています。

写真左から
ヤマトホームコンビニエンス(株)
羽田クロノゲート
東京フィールドサポートセンター
増田 史治

関東地区での「クロネコおまかせレンタル」事業の功労者。事業をさらに発展させることが目標。

三澤 理佳

家電3品の洗浄、動作確認工程の責任者として、商品の品質向上に取り組む。

Q リユース品の家電・家具の品質は大丈夫？

A 洗浄、動作確認、修理を徹底していますから安心してお使いいただけます。(三澤)



私は家電の洗浄・動作確認工程の責任者をしています。例えば洗濯機や冷蔵庫であれば、外装だけでなく、内側も含めてすべて洗浄・点検しています。また、機能面で不具合が起きないように、洗濯槽を回してみたり、冷蔵庫の冷え具合を確認したりと、家電ごとに異なるチェックシートで確認し、安心して使っていただけるように、丁寧な作業を心掛けています。

一つの家電をよみがえらせるために、汚れに合わせた洗浄や効率よく点検できる方法を考えるなど、さまざまな工夫が必要ですが、本来であれば廃棄される家電を、私が洗浄・動作確認することによって、多くの人々にもう一度、安全・安心にご利用いただけることは、大きなやりがいになっています。

Q リユース品事業の今後の目標は？

A さまざまなお客さまのニーズにお応えしていきます。(増田)



販売拠点であるリサイクルセンターは全国に8か所ありますが、「近くにリサイクルセンターがないけれど、リユース品を実際に見て購入したい」というお客さまのニーズにお応えして、各地で出張販売も行っています。「クロネコキャラバン」と称するこの出張販売会は2011年から開始し、2014年度は200回開催しました。大変好評をいただいております。毎回楽しみにして来て下さるリピーターのお客さまもいらっしゃいます。例えば、熊本県阿蘇市では、廃校になった小学校を利用して開催し、地元の方が農産物を販売する隣で家電・家具を販売するなど、地元の方と一緒に地域活性化につながる企画に参加させていただきました。

これからもお客さまの声に耳を傾け、形を変えながら、リユース品事業の利用者を拡大し、「ネコロジー」を推進していきます。

なみの高原
やすらぎ
交流館様から



クロネコキャラバンは好評でした。

当館で「クロネコキャラバン」を開催した際にも大型冷蔵庫や洗濯機、家具などが飛ぶように売れるのを見て、びっくりしました。来場者の方からは、「普段からなかなか新品は買えないし、都市部のリサイクルショップに行く時間もないので、こうしたリユース品の出張販売はとても助かる」との声をもらい、大好評のうちに終わりました。

リユース品の販売は、捨てられるはずだった家具や家電が再利用されるので、環境保全に貢献しているし、買う側も安く良いものが手に入るので、非常に良い取り組みだと思います。

今後も各地で、「クロネコキャラバン」を開催し、リユース品の販売機会を継続して提供していただきたいと思います。

熊本県阿蘇市 なみの高原 やすらぎ交流館館長

望月 克哉 様

WEB掲載情報



写真で見る
「不用品のリユース
・リサイクル」



▼ 不用品をリユースする仕組み

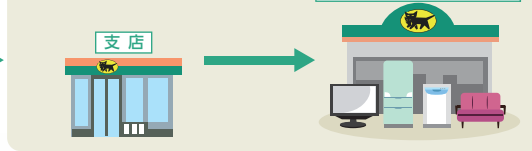
引越しをされるお客さま

不用品引き取り



ヤマト
ホームコンビニエンス

支店



商品を「洗浄」「動作確認」「修理」して、再利用

フィールドサポートセンター



リサイクル
センター

で
販売



レンタル
商品として
提案



出張販売
クロネコ
キャラバン



高圧洗浄機で洗濯機の外装を洗浄



離島や過疎地などでも、リユース品を販売する「クロネコキャラバン」を展開

お客さまへの取り組み

● 対応品質の向上

全国ゲストオペレーター 接客対応コンテストの実施

日々お客さまと接しているゲストオペレーターの接客対応(表情・動作・話し方・言葉遣いなど)、商品知識やコミュニケーションスキルなどについて審査を行い、表彰しています。



接客対応の様子

パートナーへの取り組み

● 公正・公平な取引／安全やサービス向上のための共働

宅急便の取扱店約23万店とのコミュニケーション
セールスドライバーが日々取扱店を訪問するほか、酒屋、米屋などの一般取扱店向けに情報誌「クロネコだより」を発行しています。



セールスドライバーによる訪問



情報誌「クロネコだより」

株主への取り組み

● 適切で公平な情報開示／コミュニケーションの充実

アニュアルレポートや 株主向けの冊子を 発行し、情報開示を行っています。

アナリスト向け決算説明会4回や
北米、欧州、アジアでの
機関投資家への訪問説明をしています。



社員への取り組み

● 教育・研修とキャリア開発 LA10

キャリアプランに合わせた研修を実施

「ジュニアリーダー塾」「グループ内ジョブローテーション」「グローバル人材交流研修」などさまざまな研修を実施しています。



グローバル人材交流研修

● ワークライフバランス LA3

厚生労働省から認定

「子育て支援に取り組む企業」

2015年4月までに4社が認定されました。
ヤマトマネージメントサービス(2015年)、ヤマト運輸
(2014年)、ヤマトロジスティクス(2013年)、ヤマトシステム
開発(2011年)



次世代認定マーク
(愛称:くるみん)

育児休業取得者 **527名**

育児短時間勤務利用者 **435名**

● 多様性の尊重

女性社員の活躍のためのプログラムの推進

BIZロジフォーメーションにて、女性社員向けの「キャリアデザインセミナー」を実施。基本的なキャリアデザインの知識を身につけ、各々のキャリアについて考える機会を設けることでモチベーションアップを図っています。



キャリアデザインセミナー

障がい者雇用 **2,187名**

(雇用率2.08%)

職場のバリアフリー化など障がい者が働きやすい職場づくりに引き続き取り組んでいきます。

LA3 出産・育児休暇後の復職率と定着率(男女別)
 LA10 スキル・マネジメントや生涯学習のプログラムによる従業員の継続雇用と雇用終了計画の支援
 SO1 事業のうち、地域コミュニティとのエンゲージメント、影響評価、コミュニティ開発プログラムを実施したものの比率

地域の皆さまへの取り組み

● 障がい者の経済的自立支援

経済的に自立できる職場づくりを支援

公益財団法人ヤマト福祉財団において、障がい者が「経済的自立力」を備えるためのさまざまな取り組みを実施しています。

1,651人の障がい者に

クロネコDM便の配達業務を斡旋

障がい者の働く「スワンベーカリー」を全国に28店舗展開

スワンは、「スワンベーカリー」直営店4店、チェーン店24店を展開しています。



スワンベーカリー

「夏のカンパ」で集まった金額7,214万円

ヤマトグループ約20万人の社員からカンパが寄せられ、ヤマト福祉財団と「あしなが育英会」に贈呈しています。

● 地域と連携したCSVの推進 SO1

「生活支援」「販促支援」「観光支援」など

本業を通じて、企業と社会が共有できる価値の創造に取り組んでいます。



高齢者見守り支援

運用中 総案件数
288件/1,198件

協定締結数 **226件** (2015年7月末時点)

● 社会教育支援 SO1

音楽宅急便「クロネコファミリーコンサート」

年間10回開催、
 13,818人来場

累計293回開催、
 延べ約43万人来場
 (1986年より実施)

2015年、30年目を迎えます。



クロネコファミリーコンサート

ヤマト運輸高校生経営セミナー

2014年度
 19校、84人参加

累計63校、延べ381人参加
 (2006年より毎年実施)

「文部科学省青少年の体験活動推進企業表彰」審査委員会奨励賞を受賞。



ヤマト運輸高校生経営セミナー

こども交通安全教室

年間1,874回開催、
 207,613人参加

累計24,134回開催、
 延べ約258万9,000人参加
 (1998年より実施)



こども交通安全教室

クロネコヤマト環境教室

年間228回開催、
 15,820人参加

累計2,789回開催、
 延べ20万8,434人参加
 (2005年より実施)



クロネコヤマト環境教室

東日本大震災復興事業について

ヤマト運輸の寄付金(宅急便1個につき10円)をベースに、お客さまにもご協力をいただきながら公益財団法人ヤマト福祉財団が2011年から1年間実施した「東日本大震災 生活・産業基盤復興再生募金」による寄付総額は約142億円となりました。この助成により31件の復興事業が進められてきましたが、2015年2月の福島県の小野町病院の完成をもって福島県松川浦の防災林復興事業を除くすべての事業が完了しました。

2014年4月から始まった防災林復興事業では松の植樹を続けており、その成長が待たれています。ヤマトグループは被災地の生活・産業が完全に復興を遂げるまで、災害の記憶を風化させることなく、これからも見守り続けていきます。

助成先の詳細につきましては、ヤマト福祉財団のホームページをご覧ください。
<http://www.yamatowf-saisei.jp/index.html>

高校生経営セミナー 社会と関わる力を育んでゆく。

2014年に9回目を迎えた、ヤマト運輸の社会貢献活動「高校生経営セミナー」のテーマは「新たなネコロジー※の企画立案～事業を通じてみんなでエコ社会を実現しよう～」。シンガポールからの参加を含む19チームが経営陣に企画を発表しました。

※ ネコロジー：ヤマトグループの環境保護活動の総称。P25参照。

▼ データで見る取り組み

9回目の開催
(2006年から)

19チーム
(海外1)

84名が参加
過去最多を記録

Q 優勝チームに聞く……頑張ったポイントは？

A 企画した後の調査に、時間と労力を
費やしました。(松本さん/永津さん/山村さん)



東京電機大学高校の私たちが企画したのは、「エコ」で、採算が見込める地元・小金井市の活性化にも役立つ事業で、乾燥させた生ごみを宅急便で回収して肥料に変え地元農家に販売する、というものです。

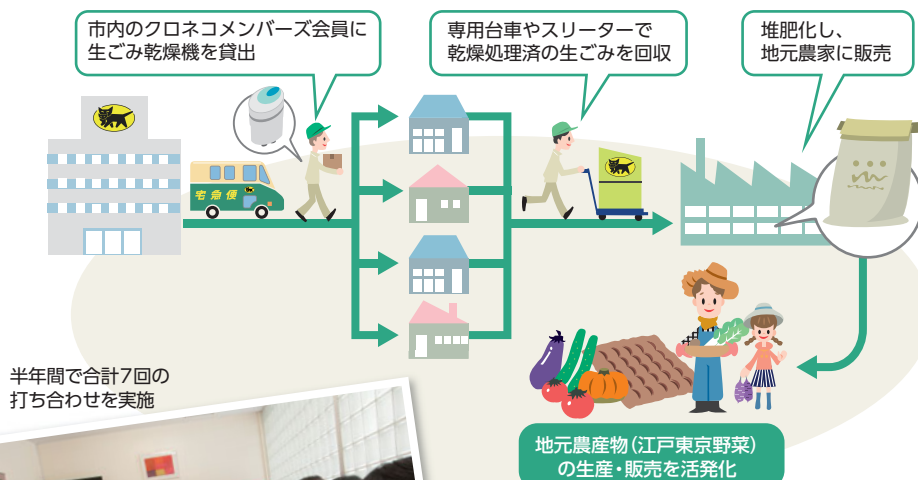
最初は「企画が固まれば、後は簡単だろう」と思っていたのですが、実際は違いました。それまであまり行ったことがなかった市役所に足を運んで資料を集めたり、法律を調べたり、企業に問い合わせたり……。一番苦労したのは、市役所や企業に電話をすること。友だちとは、いつも携帯電話で話しているのに、会ったことのない方々に電話するのは、慣れるまで少し怖かったです。

最終発表会当日は、「半年かけて練り上げた企画だから大丈夫」と思っていたものの、審査員の方から「肥料の価格設定は適正か?」と質問されて一瞬ヒヤッとしました。でも、念入りに調査していたので自信を持って答えられました。優勝できて、本当に嬉しいです。

▼ 第9回「高校生経営セミナー」の日程



▼ 優勝した東京電機大学高校チームの事業企画



ヤマト運輸の経営陣を前に
プレゼンテーション

ごみ焼却場が無い小金井市では、ごみ問題が地域の課題として取り上げられています。そこで、家庭から出る可燃ごみの約半分を占める生ごみを減らすために堆肥化することを考えました。まず、市内のクロネコメンバーズ(無料の個人会員サービス)会員の希望者を対象に生ごみ乾燥機を貸し出します。処理済みの生ごみを回収、プラントで発酵させて堆肥化した後、農家に販売します。また、高齢となった江戸東京野菜の生産者が指導者となって後継者を育成し、江戸東京野菜の生産量を増やすことで地元農業の活性化につなげます。

Q メンターの役割とは？

A 社会との関わり方を学び、進路を切り開く力を身につけるサポートをすることです。(長部／黒光)



「高校生経営セミナー」の目的は、高校生が視野を広げて社会との関わりを認識し、自らの意志で進路を開拓していくきっかけにもらうこと。参加チームは約6か月間、その年のテーマに沿って事業を企画し、ヤマト運輸の社員は「メンター」として高校生が5つの能力を育む手助けをします。

1つ目の能力は「最後まで諦めずにやり遂げる力」。優勝した3人は、見事にやり遂げました。2つ目、3つ目は「コミュニケーション能力」と「リサーチ・分析力」。最初は、市役所や企業への電話をためらっていましたが、私たちが「わからないことは訊ねようよ」と何度か促すうちに、進んで電話がかけられるようになりました。また、関連する法律を知らなければならぬこと、綿密な調査が必要なことを実感するようにもなりました。4つ目の「タイムマネジメント力」には非常に感心しました。3人とは半年間で合計7回打ち合わせをしましたが、毎回必ず「宿題」を計画通りに進めていました。5つ目の「プレゼンテーションスキル」も、審査員からの厳しい質問に動じることなく、立派なものでした。その結果、彼女たちの地元・小金井市が抱えるごみや農業などに関する問題を、広い視野で総合的に捉え、調査し、考え抜いた企画が高く評価されたのです。

Q 高校生たちと接して得られたものは？

A 社員教育にもつながる点が多くありました。(大学)



「高校生経営セミナー」では、社員が高校の先生方と相談しながらメンターを務めます。今回は埼玉主管支店と東京主管支店の人材育成課が合同で高校生をサポートしました。

「間違えても『違う』と否定せず、疑問を投げかけるなどして気付いてもらう」「一人だけでは心が折れそうな難しいことでも、仲間と一緒に乗り越えられることを知ってもらう」などのメンターの心得は、社員教育にもつながると思います。

前列左から
東京電機大学高等学校
(東京都小金井市)

松本 萌花さん
永津 好香さん
山村 真由さん

東京電機大学高校は「高校生経営セミナー」の第1回目に参加して以降毎年出場。今回、初めて優勝を手にした。



後列左から
ヤマト運輸(株)
埼玉主管支店 人材育成課
課長 長部 久美子

黒光 祥子

東京主管支店 人材育成課
課長 大学 敬一

参加した高校生のメンターとして、約半年間にわたって、高校生にアドバイスしながら、彼女たちの企画立案をサポートした。

(公社)ジュニア・アチーブメント
日本様から



生徒へ向き合う姿勢は、企業姿勢そのものです。

ヤマト運輸に協賛していただいている「高校生経営セミナー」は2014年で9回目を迎えました。忙しい業務のなか、約半年近くという長期間、担当チームの生徒たちに寄り添っていただくことは、そう簡単にはできません。生徒へ向き合うその誠実な姿勢は、ヤマト運輸の企業姿勢そのもので、何が生徒にとって一番大切なのかを最優先に考えて下さるので、心から信頼しています。

こうした取り組みが評価され、平成26年度「文部科学省青少年の体験活動推進企業表彰」において審査委員会奨励賞を受賞することができたことを、本当に嬉しく思います。

公益社団法人ジュニア・アチーブメント日本
理事・事務局長

黒木 自子 様

WEB掲載情報



写真で見る

「高校生経営セミナー」



ヤマトグループの永続的发展に向けて ダイバーシティを推進します。

約20万人の社員がいるヤマトグループでは、ステークホルダーから信頼され、市場変化に強い国際競争力のある企業グループになるために、性別や国籍、年齢など、一人ひとりの違いを認め、受け入れることを大切にしています。

▼ データで見る取り組み

ヤマトグループ社員数

197,056人

男性 127,207人
(64.6%)

女性 69,849人
(35.4%)

(上記は2014年末現在)

Q ヤマトグループにとって「ダイバーシティ推進」とは？

A 社員も会社も成長するために、一人ひとりが輝ける環境をつくることです。(上原)



ヤマトグループは性別、年齢、国籍、ライフスタイルなどが異なり、そのバックグラウンドも多岐にわたる多様な社員に支えられています。

今後、少子高齢化や労働力不足、ニーズの多様化など、さまざまな社会構造の変化に対応しなければなりません。そのために、多様な価値観や、発想、気づきをもった社員一人ひとりを尊重し、その能力を最大限に発揮できる職場にすることが必要です。仕事と育児の両立支援や、時間や体力に制約がある人への働き方の見直し、パート社員の意見やアイデアに耳を傾ける仕組みなど、今までの取り組みを継続・進化させ、一人ひとりが輝ける環境をつくります。

意識的に多様な社員の価値観を組織に取り入れ、事業の競争力強化や成長にもつなげていくこと。——それが「ダイバーシティ推進」であると考えています。

▼ ヤマトグループのダイバーシティ推進

さまざまな社会構造の変化

少子高齢化、労働力不足、ニーズの多様化など

一人ひとりの能力が
最大限に発揮できる環境づくり

性別、国籍、年齢などに関わらない、
多様な価値観や、発想、気づき

事業の競争力強化や成長

さまざまな意見やアイデアから
新しい価値をつくり出すこと

右から
ヤマトホールディングス(株)
ダイバーシティ推進室
室長
山内 美緒

アシスタントマネージャー
沢津橋 豪

上原 祥世

2014年8月に発足した
ダイバーシティ推進部の
メンバー。現在3名で
グループ全体の
ダイバーシティ活動を
統括し、支えている。

Q 女性も多く働いているけど、働きやすい職場なの？

A 女性が働きやすい職場をつくるのが、誰もが働きやすい職場をつくることにつながります。(沢津橋)



ヤマトグループには女性社員が約7万人在籍し、全社員の約35%を占めています。例えばヤマト運輸では、営業所でお客さま対応をするゲストオペレーターや荷物の集配をするセールスドライバー、コールセンターで働くオペレーターなど、さまざまな職種で女性が活躍しており、お客さまにより近い視点での提案や改善活動など、職場の活性化にも貢献しています。

社内の制度も整っており、勤務時間に制約がある社員も、仕事と家庭のバランスを上手に取りながら働いています。現在、厚生労働省より「子育て支援に取り組む企業」として、ヤマトシステム開発、ヤマトロジスティクス、ヤマト運輸、ヤマトマネージメントサービスの4社が認定されています。



次世代認定
マーク
(愛称:くるみん)

社会構造が変化していく中で、このような柔軟な働き方や、お互いを尊重し、ほめ合う風土などは、女性だけでなくすべての社員から求められることだと考えています。これまで以上に、働きやすい職場をつくっていききたいと思います。

Q ダイバーシティの今後の目標は？

A グループ一丸となって推進していくことで、「次なるイノベーション」を生み出す土台をつくります。(山内)



ヤマトグループでは、2014年8月にダイバーシティ推進室が発足し、3つの柱を軸としてダイバーシティを推進しています。1つ目は、「ダイバーシティの意識の醸成」です。一人ひとりがダイバーシティ推進に関する共通の認識を持つ必要があります。2つ目に、「働きやすい環境づくり」です。働き方の見直しやワークライフバランスの推進など、どんな人でも平等に力を発揮できる環境を整えなければなりません。最後に、「キャリア形成の支援」です。すべての社員一人ひとりが仕事を通じて成長を実感できるように支援をしていきます。また、グループ各社においてもダイバーシティ推進者を配置し推進体制を整え、各社の状況や課題に応じたアクションプランをもとに、本格的に動き始めました。

ヤマトグループの多様な社員がイキイキと活躍できる環境を整え、新しいサービスや新たな価値を創造する人材を育てることで、「次なるイノベーション」を生み出す土台をつくっていきます。

アパショナータ,
Inc. 様から



「全員経営」の考え方をダイバーシティにも活かしてください。

ダイバーシティ推進室を設置して、まず社内のダイバーシティ調査を行ったと聞いています。その調査結果と日本の社会・経済環境の分析を踏まえて導き出したヤマトグループ全体のダイバーシティの推進の方向性は間違っていないと思います。

これからは具体的な行動計画を実行していく段階です。取り組みを推進しながら定期的に進捗を確認し、うまくいかなければそのつど修正すればよいのです。何よりも一歩一歩着実に進めていくことが重要です。

ダイバーシティ推進には「全員参加」が重要です。ヤマトグループの社訓には「全員経営」の精神が示されており、こうした考え方をダイバーシティ推進にも活かしていただきたいと思います。

アパショナータ, Inc.
代表

パク・スックチャ 様

WEB掲載情報



写真で見る
「ダイバーシティ」



ヤマトグループの ダイバーシティ基本方針

ヤマトグループは、社員の多様性を尊重し、一人ひとりが能力を最大限に発揮することが新たな価値を生み出すイノベーションの源泉となり、会社の成長と豊かな社会の実現につながると考えています。ヤマトグループのDNAである「全員経営」の考え方のもと、多様な人財がイキイキと活躍できる職場環境の整備と、多様な人財の育成により、グループ全体でダイバーシティを推進します。



違う色が混ざることによって、新たな色を生み出します



コーポレート・ガバナンス

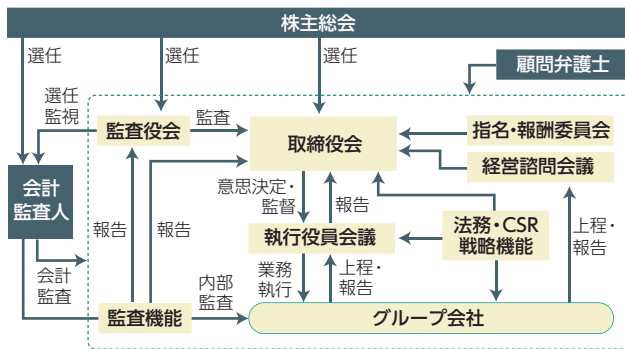
「経営の健全性の確保」、「迅速かつ適正な意思決定と事業遂行の実現」を基本方針として。

純粋持株会社であるヤマトホールディングスおよびグループ各社は、「経営の健全性の確保」、「迅速かつ適正な意思決定と事業遂行の実現」を基本方針として、コーポレート・ガバナンスの強化に取り組んでいます。

ヤマトホールディングスでは、グループ全体の経営上の意思決定、執行および監督に関わる経営管理組織として、取締役会、経営諮問会議、執行役員会議を設置し、重要事項の意思決定を迅速・的確に行う体制としています。

取締役会は取締役6名（社外取締役2名を含む）で構成され、事業年度ごとの経営責任の明確化を図るため、任期は1年としています。監査役は、常勤監査役2名と社外監査役2名で監査役会を構成し、取締役会など重要な会議への出席などを通して取締役の職務の執行を監査しています。また、グループ監査役連絡会を定期的に開催し、主要事業会社の常勤監査役と監査方針・監査方法などを協議するなど全社的な監査機能の強化を推進しています。なお、すべての社外取締役と社外監査役について、東京証券取引所の定めに基づく独立役員として指定し、同取引所に届け出ています。

コーポレート・ガバナンス推進体制



コンプライアンス

グループ全体で内部統制を強化。

ヤマトグループでは、グループ全体に健全な企業風土を浸透させ、不正やミスを防止し業務を有効かつ効率的に進めるために、内部統制システムを構築しています。

ヤマトホールディングスは会社法に基づき内部統制システムの基本方針を定め、併せてグループ各社も内部統制の強化を図っています。さらに2008年4月より適用された金融商品取引法に基づく内部統制報告制度に対応するため、ヤマトグループの主要な会社に内部統制の専任者を配置し、業務ルールの見直しや業務の標準化を進めてきました。また、ヤマトホールディングスの監査

担当と主要なグループ会社の内部監査担当部署それぞれにおいて、業務がルールに従って有効に実施されているかをチェックし、逸脱したものがあれば直ちに改善する体制を構築しており、2015年3月31日現在のヤマトグループの財務報告に係る内部統制も有効であると判断し、財務省関東財務局へ報告書を提出しています。

なお、2015年5月1日に「会社法の一部を改正する法律」および「会社法施行規則等の一部を改正する省令」が施行されたこととともない、内部統制システム構築に関する基本方針のなかでも、ヤマトグループの業務の適正を確保するための体制および監査に関する体制について現状に即して見直し、法令の改正に合わせて具体的かつ明確な表現へ変更しました。

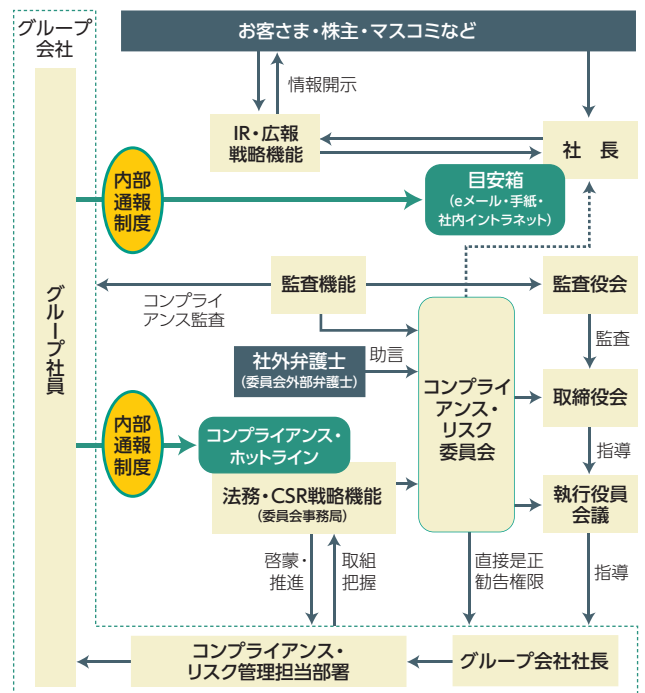
コンプライアンス経営の確立を最優先課題と定めて。

ヤマトグループでは、法令や企業倫理に従い、不祥事を起こさない体制を整えるため、コンプライアンス経営の確立をCSR推進の最優先課題と定め、取り組みを進めています。

社会におけるヤマトグループの責任や姿勢についてまとめた「グループ企業理念」のほか、「コンプライアンス宣言」により、法令および企業倫理などの遵守を宣言しています。グループ各社の全事業所においてはコンプライアンス宣言のポスターを掲示し、コンプライアンス違反事例をイラストなどで分かりやすく説明することにより、コンプライアンスへの意識と注意を喚起しています。

ヤマトグループの役員および社員は、これらに基づき誠実に行動することが求められ、ヤマトホールディングスのコンプライアンス・リスク委員会を中心に、グループ各社のコンプライアンス・リスク管理担当部署がその遵守を推進しています。

コンプライアンス・リスク管理体制



また、内部通報制度として「コンプライアンス・ホットライン」や「目安箱」といった窓口を設け、電話やeメールによる通報や相談を通じて、社内リスク情報を直接把握できるようにし、コンプライアンス違反の防止などにつなげています。

「クール宅急便」の温度管理について

2014年10月に「クール品質改善対策本部」を設置して以降、「クール宅急便品質管理対策推進室」の設置、全国への「品質指導長」職の配置、各拠点での「クール宅急便 作業リーダー」の任命などを行い、再発防止策徹底に努めています。

2015年6月には「総量管理システム」を導入しました。クール宅急便の需要ピーク(7月、12月)の間、車両などクール設備の配備を増やすとともに、全国拠点で日別のクール宅急便到着量を事前予測し、設備を最適に配備することでキャパシティ超過を防止します。

本システムの導入により、クール宅急便においても「お届け日指定サービス」を利用いただけるようになるなど、お客さまの利便性向上にも貢献すると考えています。今後もクール宅急便のサービス品質維持・向上に努めてまいります。

事業継続計画 (BCP)

東日本大震災の経験を活かし、「大震災」にもより適切に対応できるように改良。

宅急便という社会的インフラを担う企業グループとして、不測の事態においても安定したサービスの継続が期待されているヤマトグループでは、2009年5月に発生した新型インフルエンザ(H1N1)を契機に、事業継続計画(BCP)を策定しています。

「人命最優先」と「宅急便事業の継続」という対応方針に基づいたこのBCPをもとに、2011年の東日本大震災に際しても対応を行いました。今後発生する可能性が高く、大規模な被害が予測される首都直下地震や南海トラフ地震などに備えるため、見直し・整備を進めていきます。

情報セキュリティ

「情報セキュリティ確保宣言」を定めるとともに、各種認証の取得も推進。

ヤマトグループでは、多くのお客さまの大切な個人情報をお預かりしています。以前から厳重な管理を行ってまいりましたが、企業による個人情報漏えい事件の続発などの社会情勢に鑑み、2003年3月に「情報セキュリティ確保宣言」を行い、「個人情報の保護」「企業情報の守秘義務」「改ざん・隠ぺいの禁止」を重点遵守事項として、情報セキュリティの強化を図ってきました。

これからも個人情報の適切かつ安全な取り扱いのために、情報

セキュリティに関するルールの浸透、教育機会の拡充などにより、顧客信頼度向上に努めていきます。

また、情報セキュリティに関する各種認証をグループ各社の事業所ごとに取得しています。

グループ各社のセキュリティ関連認証取得状況(2015年8月現在)

認証、会社名	取得年
JISQ15001(プライバシーマーク)	
ヤマトシステム開発	1999
ヤマトフィナンシャル	2006
ヤマトコンタクトサービス 本社	2007
東京コンタクトセンター	2015
埼玉コンタクトセンター	2007
都城インテリジェントコンタクトセンター	2010
和歌山コンタクトセンター	2012
鳥取インテリジェントコンタクトセンター	2013
登米コンタクトセンター	2013
関東マザーセンター	2014
ヤマトWebソリューションズ	2007
ヤマトロジスティクス	2010
ヤマトマルチメンテナンスソリューションズ	2010
ヤマトマネージメントサービス	2011
ISO27001	
ヤマト運輸 本社	2015
ヤマトシステム開発 新東京IDC	2004
大阪IDC	2002
クレジットカード非接触型大型加盟店向データ処理サービス	2009
クレジットカード端末設置申込書受付センター業務	2012
CAT共同利用システム	2013
口座振替依頼書仕分け発送業務	2013
会員アプローチサービス	2014
共同利用型明細書Web通知サービス	2014
緊急無効手配代行運用	2014
端末設置申込書(新規)登録関連業務、口座システム(開発)、クレジットカード端末設置申込書受付センター業務(開発)、お申込Web受付サービス、決済NW、決済情報DB	2015
ヤマトパッキングサービス 本社(人事担当、総務担当、企画担当、情報担当)	2005
ドキュメントロジスティクスカンパニー(営業部、運用管理部、企画室、東京工場、埼玉工場、羽田工場)	2005
ヤマトコンタクトサービス 本社	2006
東京コンタクトセンター	2015
埼玉コンタクトセンター	2007
都城インテリジェントコンタクトセンター	2010
和歌山コンタクトセンター	2012
鳥取インテリジェントコンタクトセンター	2013
登米コンタクトセンター	2013
関東マザーセンター	2014
ヤマト包装技術研究所 関東第一支店、オペレーションセンター、 包装ソリューション事業部、経営管理部、研究開発室	2009
ISO20000	
ヤマトシステム開発	2006
PCIDSS	
ヤマトシステム開発 クレジットカード決済業務 WEB明細サービス業務	2006 2011
情報セキュリティ監査企業台帳登録	
ヤマトシステム開発	2004

中期経営計画「DAN-TOTSU 3か年計画 STEP」の概要と主要指標

中期経営計画の概要

ヤマトグループは、2011年1月に長期経営計画「DAN-TOTSU 経営計画 2019」を策定し、創業100周年にあたる2019年に「アジアNo.1の流通・生活支援ソリューションプロバイダー」になることを目指しています。各ステークホルダーの満足度をDAN-TOTSU(ダントツ)にするため、「よりグローバルに」「地域と生活により密着しながら」をテーマに事業を展開しています。

「バリュー・ネットワーキング」構想を積極的に推進し、付加価値の高い事業モデルの創出と、ネットワークの革新によるコスト構造改革を確固たるものにするとともに、お客さまとの約束を守る「健全な企業風土」の醸成に向けたガバナンスの確立を通じ、事業面、品質面、コスト構造面で地域・社会・お客様・株主・社員の満足度を向上させる、バランスのとれた経営を遂行します。

計画の進捗

「DAN-TOTSU 経営計画 2019」では、2019年までの9年間をHOP、STEP、JUMPの3つのフェーズに分けています。

第1フェーズとなる「DAN-TOTSU 3か年計画 HOP」では、これまでにない付加価値機能を有する「羽田クロノゲート」と「厚木ゲートウェイ」の竣工、「沖縄国際物流ハブ」を活用した国際小口輸送ネットワークの拡充など、事業基盤やネットワークの強化を図りました。

第2フェーズの「DAN-TOTSU 3か年計画 STEP」では、2014年度から2016年度にかけて、HOPで構築した基盤を活用するとともに、最終の3か年計画(JUMP)で大きく飛躍をするために事業基盤やネットワークの強化を継続して行います。

この計画に基づき、2014年度は、グループ各社の経営資源を活かした高付加価値モデルの創出や既存事業の高度化に注力しました。

このうちデリバリー事業においては、個人消費が停滞したこと、前期末の消費増税前の駆け込み需要の影響があったことから取扱数量が伸び悩んだものの、適正料金収受施策を推進したことで宅急便の単価は上昇しました。これに加えて、コスト管理を徹底することで、増益につなげました。また、ノンデリバリー事業においては、既存サービスの拡充に取り組むとともに、グループ各社が横断的に連携してお客さまの課題解決に当たる営業を積極的に行いました。

これらの施策の結果、2014年度は前年度比で増収増益を達成することができました。

今後も、長期経営計画「DAN-TOTSU 経営計画 2019」の達成に向けて、物流に新たな価値を生み出し、日本の成長と豊かな社会の実現に貢献していきます。

主要指標の状況

連結営業収益

(億円)

20,000

15,000

10,000

5,000

0

12,823

13,746

13,967

14,300

2013年
3月期

2014年
3月期

2015年
3月期

2016年
3月期
(見通し)

連結営業利益

(億円)

1,000

750

500

250

0

662

630

689

720

2013年
3月期

2014年
3月期

2015年
3月期

2016年
3月期
(見通し)

当期純利益

(億円)

500

400

300

200

100

0

351

348

375

430

2013年
3月期

2014年
3月期

2015年
3月期

2016年
3月期
(見通し)



本報告書では、より重要性の高いCSR活動を読みやすくお伝えすることを目指しています。本報告書で掲載できなかった活動や詳細データ、第三者意見はコーポレートサイトで報告しています。また、特集の内容については動画でもご覧いただけます。

マネジメントアプローチ

- CSRニュース
- トップメッセージ(本誌P5~8)
- 「安全」「環境」「社会」
…重要な取り組み(本誌P9~10)
- ヤマトグループの事業概要
- CSRビジョン
- 経営計画
- グループ企業理念
- ガバナンス(本誌P37~38)
- 社外からの評価

特集の内容を
動画でもご覧
いただけます。

特集

社会から一番愛され信頼される会社を目指して
——ヤマトグループのCSV
(本誌P11~18)



CSR活動報告

経済

- 経済(本誌P39)

安全

- “DAN-TOTSU”を目指して
長距離輸送の安全確保(本誌P21~22)
- “DAN-TOTSU”を目指して
航空貨物の安全確保(本誌P23~24)
- 安全計画の策定
- セールスドライバーの育成
- 社員への安全意識浸透
- 設備・安全システムの整備
- 労働安全衛生

環境

- “DAN-TOTSU”を目指して
ビル・タウンマネジメントサービス(本誌P27~28)
- “DAN-TOTSU”を目指して
不用品のリユース・リサイクル(本誌P29~30)

CSR活動報告

環境

- 環境経営・推進体制
- ネコロジー活動の全体像
- 温暖化対策
ヤマト運輸「輸送のCO₂削減3原則」
運転・輸送での取り組み
事業所での取り組み
- 資源循環
- 環境保全への貢献
- 環境コミュニケーション

社会

- “DAN-TOTSU”を目指して
高校生経営セミナー(本誌P33~34)
- “DAN-TOTSU”を目指して
ダイバーシティ(本誌P35~36)
- お客さまとともに
対応品質の向上
お客さまニーズへの対応
- 社員とともに
- パートナー・取引先とともに
- 株主・投資家とともに
- ステークホルダーコミュニケーション
- 社会貢献活動
CSVの取り組み
安全教育
教育支援
障がい者の経済的自立支援
イベントの開催・協賛・参加
その他の地域貢献

データ

- CSR情報の掲載方針
- 第三者意見
- ガイドライン対照表

WEB掲載情報全体に
対して第三者意見を
いただいています。

編集後記

この度は「ヤマトグループCSR報告書2015」をお読みいただきありがとうございます。

本年は、「安全・環境・社会・経済」という4つの軸での整理に加え、ヤマトグループのCSVの取り組みを特集として掲載しました。恒常的に実施している活動の一覧と、社員がお客さまからの質問にお答えしながら取り組みを紹介する構成としています。

私たちのCSR活動は、ステークホルダーの皆さまのご協力

により成り立っており、この場をお借りして心より感謝申し上げます。また、本報告書で取り上げられなかった事例や動画等をコーポレートサイトに掲載しておりますので、あわせてご参照いただければ幸いです。今後も皆さまのご意見を参考にCSR報告書を充実させてまいります。引き続きよろしく願いいたします。

(ヤマトグループCSR報告書制作チーム)



ヤマトホールディングス

【ハイライト版】

本報告書はハイライト版としてヤマトグループの主なCSR活動を掲載しております。コーポレートサイトにて、さらに詳しい活動内容を掲載しておりますので、ぜひご覧ください。



● 本報告書についてのお問い合わせは下記にお寄せください ●

ヤマトホールディングス株式会社

法務・CSR戦略 担当

〒104-8125 東京都中央区銀座二丁目16番10号

TEL 03-3541-4141 FAX 03-5565-3427

E-mail csr-report@kuronekoyamato.co.jp

コーポレートサイト <http://www.yamato-hd.co.jp>



本冊子には植物由来のインキを使用しています。