

社会から一番愛され
信頼される会社を目指して



【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活動を紹介しています。
コーポレートサイトにてさらに詳しい活動内容を
報告していますので、ぜひご覧ください。



●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>

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」として「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。この報告書では、社会的インフラを担う企業としての私たちの取り組みをご紹介します。

目次

ヤマトグループのCSR…………… 3

特集

- 1 コミュニティ拠点を活用して…… 5
くらしをサポートする
- 2 高齢者を宅急便で見守る…………… 9
- 3 国際クール宅急便による
販路拡大で地域活性化…………… 11

安全

- 安全計画の策定…………… 14
- セールスドライバーの育成…………… 14
- 社員への安全意識浸透…………… 15
- 設備・安全システムの整備…………… 16
- 安全を確保する施策の海外展開…………… 16

環境

- 輸送のエコ…………… 18
- 施設のエコ…………… 19
- 商品のエコ…………… 19
- 地域とのエコ…………… 20

社会

- お客さまへの取り組み…………… 22
- パートナーへの取り組み…………… 22
- 株主・投資家への取り組み…………… 22
- 地域の皆さまへの取り組み…………… 23
- 社員への取り組み…………… 24

ヤマトグループの概要…………… 25

宅急便40周年…………… 29

ヤマトホールディングスのコーポレートサイトでは、ヤマトグループのさまざまなCSR活動や詳細なデータ、動画などを公開しています。ぜひご覧ください。



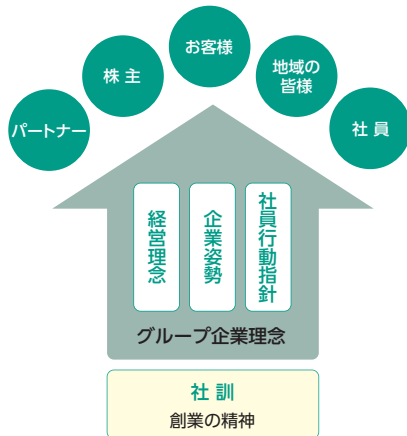
ヤマトグループのCSR

ヤマトグループは、「社会とともに持続的に発展する企業」「働く社員がいつまでも誇りと思える企業」を目指して、グループ社員全員で企業理念を共有することで、「CSR」をさらに推進しています。そして、社会の課題を解決するためのイノベーションを続け、今まで無かったサービスを次々と世の中に送り出し、新しい価値を創出してきました。

こうした取り組みを推進することが、ステークホルダーの皆さまからの信頼と期待に応えることにつながっていくと考えています。

▼ 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

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

社員行動指針

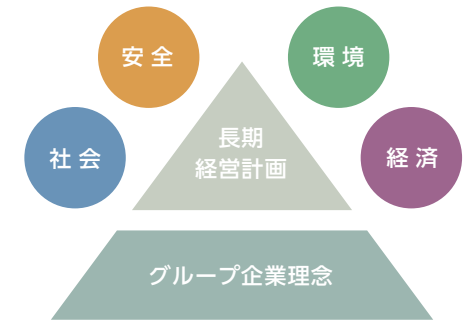
- 社会の一員としての役割
- 法と倫理に基づいた行動
- 職場ルールの遵守
- 人間性を尊重する職場づくり
- パートナーとの良好な関係の維持
- お客様への最良のサービスの提供

「安全」「環境」「社会」「経済」の4分野での責任を果たします。

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。

現在の長期経営計画「DAN-TOTSU 経営計画 2019」では、「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ています。

▼ ヤマトグループのCSR



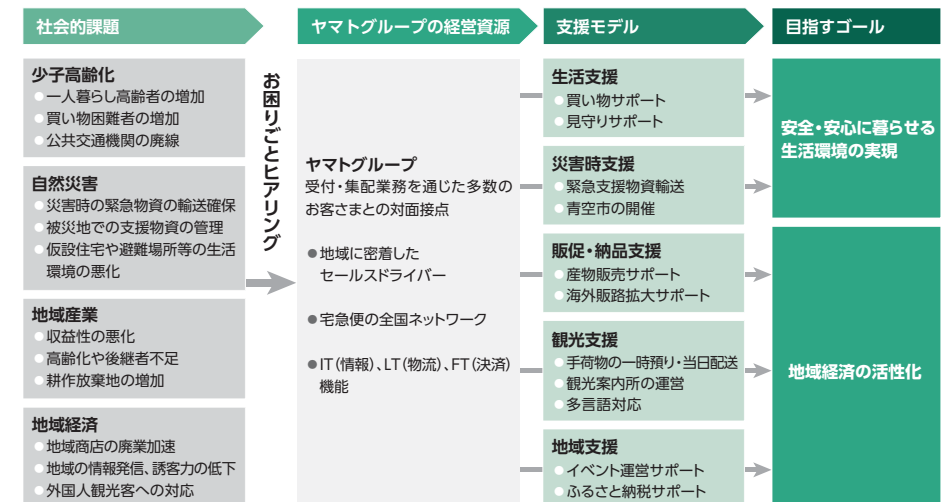
CSVの考えのもと地方自治体などと連携して、社会的課題の解決に貢献します。

ヤマトグループは、宅急便の開始以来、数多くのサービスを創造し、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「CSV (Creating Shared Value)」の取り組みを展開してきました。

現在の日本は少子高齢化や過疎化など

といった大きな課題に直面しているため、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)」に注力しています。2016年6月までに1,770件の案件が検討され、そのうち529件を実際にサービスとして提供しています。

▼ プロジェクトGが目指すこと



コミュニティ拠点を活用して

くらしをサポートする

日本最大規模のニュータウンとして計画・開発された東京都の多摩ニュータウン——
開発から約50年が経過し、居住者のライフステージの変化による課題が顕在化するなか、
ヤマトグループは、新たな取り組みとして「くらしのサポートサービス」を開始しました。

くらしのネコの手サポート — provided by ヤマトグループ
ネコサポステーション



多摩ニュータウンの
永山団地内と貝取団地内の
2カ所に設けたコミュニティ拠点
「ネコサポステーション」

「くらしのサポートサービス」で 地域コミュニティの活性化を目指す。

ヤマトグループは2016年4月28日から
東京都の多摩ニュータウンにお住まいの
方々の生活をより豊かにすることを目指す
「くらしのサポートサービス」を開始しました。

団地内に新たに設置したコミュニティ拠点
「ネコサポステーション」を活用して、地域
コミュニティの活性化を図るとともに、他の
宅配事業者の荷物をヤマト運輸がまとめて
お届けする一括配送や、自治体、民間企業が
協力して地域住民の生活をサポートする
サービスを提供しています。さらに地域に
お住まいの方々を採用し、さまざまな業務で
活躍していただくことも計画しています。

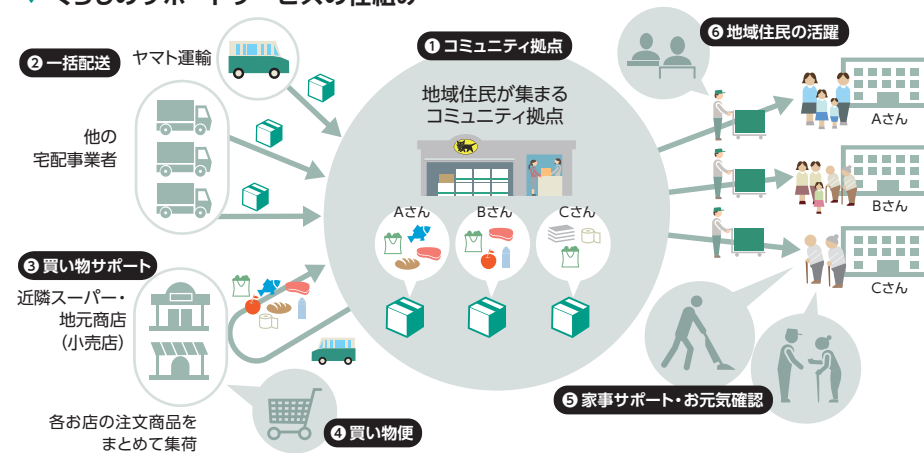


上: 多摩ニュータウン
のお客さまに荷物を
お届けするヤマト運輸
の車両



右: ネコサポステー
ション前に設置された
宅配ロッカーは、24時
間、365日受け取り可能

▼ くらしのサポートサービスの仕組み



- ① 多摩ニュータウン団地内に2カ所の拠点を設け、宅急便の受付だけでなく、買い物サポートの注文受付、NPOや団地自治会等との連携、市や地域の情報発信などに活用します。
- ② ヤマト運輸の宅急便だけでなく他の宅配事業者の荷物も集約し一括してお届けします。
- ③ 地域の小売店に代わって、電話やインターネット、コミュニティ拠点で商品の注文を受け付け、購入品を小売店から集荷し、ご自宅までお届けします。

- ④ 「購入品の持ち帰りに苦労している」という方のために、地域の小売店からご自宅まで購入品を当日中にお届けします。
- ⑤ 掃除や電球交換、家具の組み立てなどの家事サポートサービスを提供します。
- ⑥ 地域にお住まいの方々に拠点の受付や一括配送のスタッフとして活躍していただくことを目指します。

多摩ニュータウンという成熟した街をより魅力的なものにするために。

多摩ニュータウンは、東京都多摩市、八王子市、稲城市、町田市にまたがる約2,884ヘクタールの広大な土地に、高度成長期の都市部の人口・世帯増の受け皿として開発された日本最大規模のニュータウンです。

現在、約20万人が住む多摩ニュータウンですが、1970年代の入居開始当初から住まれている方々の高齢化が進むとともに、子供世代の進学や就職、結婚等による転出など、居住者の構成が大きく変化しています。開発から約50年を経た多摩ニュータウンでは、高齢者が住み続けられる環境と若い世代を新たに引き付ける魅力づくりが求められていました。

一方、ヤマトグループは、地方自治体など

行政機関と連携して、事業を通じた地域課題の解決を目指す「プロジェクトG」に注力しており、生活者へのお元気確認や買い物サポートなどの「地域生活支援」、特産品の販路拡大などの「地域産業の活性化支援」に取り組んでいます。

今回の「くらしのサポートサービス」では、ヤマトグループと独立行政法人都市再生機構(以下、UR都市機構)、多摩市のそれぞれの知見やノウハウを持ち寄り、居住者の暮らしの利便性を高め、子育て世帯など若年層の流入も促進し、さまざまな世代がつながるコミュニティ形成を促進することで、多摩ニュータウンという成熟した街をより魅力的なものにすることを目指しています。



左上・下:「買い物サポート」では、電話やインターネットだけでなく、「ネコサポステーション」でも商品の注文を受け付け
右:小売店でピックアップした商品をヤマト運輸が店舗から集荷し、お客さまの自宅までお届け



上:団地内での配送ではリアカー付電動自転車も使用
左下:他の宅配事業者の荷物も集約して一括配送 右下:家事サポートサービス

都市部における地域活性化の新たなモデルケースとして。

「ネコサポステーション」では、地域包括ケアセンターと連携して「ネコサポカフェ」を開催しています。今後は、子育て世代向けのイベントを開催することで、地域コミュニティの活性化に貢献します。

また、「くらしのサポートサービス」には、さまざまなサービスがあります。例えば、「一括配送」ではヤマト運輸が他の宅配事業者の荷物も集約し一括してお届けするので、お住まいの方は一度で各社からの荷物を受け取ることができます。地域を走る集配車が減るので、環境負荷の低減や安全性の向上という効果も見込まれます。

「買い物サポート」は、電話、インターネット、

「ネコサポステーション」で注文した商品を、地域の小売店から自宅までお届けするサービスです。近くにスーパーなどが少なく買い物に不便を感じている方が多かったことから、サービスの利用者は順調に増えています。

「家事サポート」も、お住まいの方からのお問い合わせが増えており、これらの声を踏まえて、サービスメニューを拡充していく計画です。

ヤマトグループは、今後、多摩ニュータウンでの取り組みが都市部における地域活性化の新たなモデルケースとなるよう、UR都市機構、多摩市、そして地域の皆さまと連携して取り組みを進めていきます。

もっと詳しく知りたい方は
WEBへ



宅急便で

高齢者を見守る

ヤマト運輸は2010年から「プロジェクトG」の一つとして、「一人暮らし高齢者の見守り」という取り組みを、全国各地の自治体と連携し試行錯誤を重ねながら進めてきました。2016年6月現在、125の自治体と協定を結び、地域の課題に合わせた取り組みを展開しています。



セールスドライバーが配達の際に一人暮らしの高齢者の状況を確認

一人暮らしの高齢者が、住み慣れた地域で安心して暮らせるように。

近年、社会問題となっている「高齢者の孤独死」。これを未然に防ぐために、一人で暮らす高齢者を見守る目の重層化が必要になっています。しかし、各地の自治体では、その役割を担う民生委員が人手不足に陥っており、民間業者の協力が求められています。

そこで、ヤマト運輸では宅急便のネットワークを活用し、地方自治体と連携して、無理なく、低コストで安心を提供する取り組みとして、高齢者見守り支援を各地で展開しています。



高齢者の中には、セールスドライバーの配達を心待ちにする人も



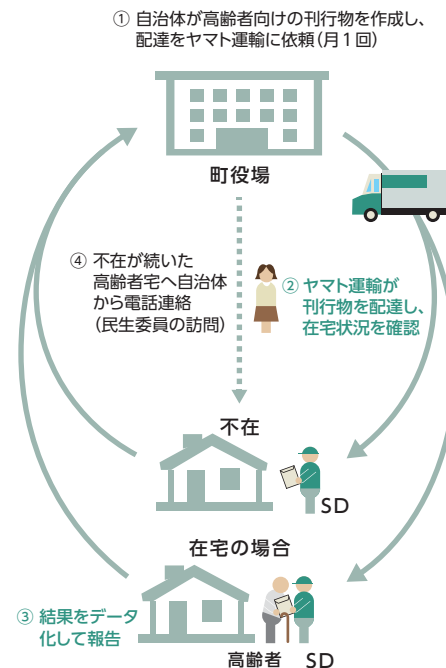
自治体の発行する高齢者向け定期刊行物を「宅急便として配達すること」が「見守り」に。

標準的なサービスの仕組みは、まず自治体に高齢者向けの刊行物を用意していただきます。それを、ヤマト運輸のセールスドライバー(SD)が宅急便として高齢者に手渡しします。そして、配達した結果を集約して、自治体に報告します。こうして、自治体は刊行物を用意することで、一人暮らしの高齢者の状況を定期的に確認できるようになります。

各地で展開するこうした見守り支援は、地域の課題に応じて形が変わります。例えば、買い物困難者が多い地域では、「買い物代行」と「見守り」を組み合わせたサービスも展開しています。

これからもヤマトグループは、地域のニーズに合わせて、地域の皆さまとともに、高齢者が安心して暮らせる社会の実現に貢献していきます。

▼ 定期刊行物のお届けによる 高齢者見守り支援の例



もっと詳しく知りたい方は WEBへ



国際クール宅急便による

販路拡大で地域活性化

日本の「旬」の食材を少量多頻度の輸送で新鮮なままアジア市場にお届けする——ヤマトグループでは、国際クール宅急便を2013年から開始。競争力の高い日本各地の農水産品の海外への販売拡大を支援しています。



お客さまのさまざまなニーズを聞き取り、柔軟に対応



鮮度が重要な生鮮品は保冷機能付トラックで輸送



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



香港のレストランで提供される青森県産の活ホタテの刺身

アジア市場で高まる日本食へのニーズ。販路拡大のポイントは、「物流」。

近年、日本の農水産品は食の安全・安心を重視するアジア市場でニーズが高まっています。また、TPP*など貿易自由化に向けた動きに伴って、日本政府も農水産品の輸出拡大、6次産業化を政策として進めています。

しかし、国際間保冷輸送には小口輸送と呼ばれる少量の荷物を運ぶ物流サービスが少なく、農水産品の鮮度を保ったまま輸送する仕組みが求められていました。また、生産者にとっては海外販路の開拓にも課題がありました。

※ 環太平洋戦略的経済連携協定

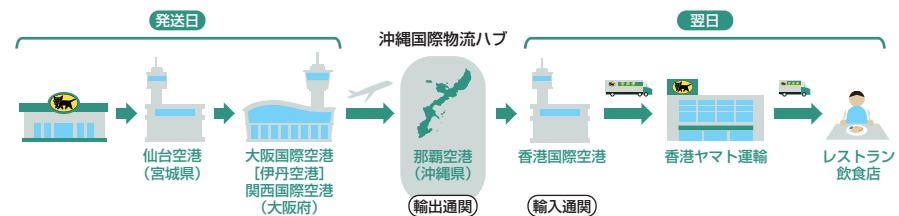
地域経済の活性化を目指す 地方自治体や生産者をサポート。

ヤマトグループでは、こうした課題を解決するために、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」を香港向けに開始。その後、台湾、シンガポール、マレーシアへとサービス提供地域を拡大しました。

2016年5月現在、青森県をはじめ7つの地方自治体と連携協定を結び、農水産品の海外市場への販売拡大を支援しています。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サポートしていきます。

▼ 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、日本の農水産品をより新鮮なまま香港にお届けできます。2016年6月、「国際クール宅急便」は、サービス産業生産性協議会が主催する「第1回日本サービス大賞」において、国土交通大臣賞を受賞しました。



もっと詳しく知りたい方は WEBへ

安全

人命の尊重を最優先し、常に安全の達成に努めます。

生活道路を使わせていただき事業を行うヤマトグループにとって、地域の皆さまの安全の確保はなによりも大切です。「安全第一、営業第二」の理念のもと、安全運転に努め、輸送の安全を図る施策に力を注ぎ、業務上のいかなるときにも人命の尊重を最優先します。



安全計画の策定

● 輸送の安全を確保する計画

ヤマトグループでは、年度ごとに輸送の安全に関する重点施策や計画を定めています。これを全社員に周知することで、安全への意識強化を図っています。



ヤマト運輸では毎年目標や取り組み内容などを記したポスターを全事業所に掲示。



全国に配置した安全指導長

301名



安全性優良事業所「Gマーク※」

2,698事業所で取得



重大事故件数

7件
(2015年度グループ合計)

セールスドライバーの育成

● 技能向上のための教育

ヤマトグループでは、運転技能向上のため、教育制度の充実や日々のきめ細かな指導に取り組んでいます。ヤマト運輸では、主管支店に配置した、安全指導長・安全専門講師による定期的な添乗指導や教育を実施しています。



安全指導長の添乗指導



安全指導長の添乗指導を受けたセールスドライバー

2015年度 38,432名



安全指導長による在籍者への安全研修

2015年度 20,303名

※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

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、中でもヤマト運輸では、1970年から運動を継続しています。



「2015年 春の交通事故ゼロ運動」ポスター



ヤマトグローバルエクスプレスのフォークリフト大会

● 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て取り組んでいます。また、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。



ヤマト運輸の全国安全大会

● コンテスト・表彰の実施

ヤマトグループでは、安全意識と運転技術について競う全国安全大会を毎年開催しています。また、安全運転に優れ、無事故を続けてい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、表彰しています。



ヤマト運輸の永年無事故表彰式



永年無事故表彰受賞者*

9,361名

*ヤマト運輸他4社合計

設備・安全システムの整備

● 車両の整備

「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73整備工場のうち23拠点がスーパーワークスです。



スーパーワークスでの車両整備



車両整備工場「スーパーワークス」

23 拠点



整備士数

約 940名



左記、整備士数のうち
自動車検査員資格者

約 590名



集配車両に搭載された「See-T Navi」

● 設備・ツールの導入

ヤマト運輸独自の車載システム「See-T Navi」による安全集配ルートマップのデジタル化や、ドライブレコーダーの導入などによって、セールスドライバーの安全運転をサポートしています。

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

海外でも、各地の事業所が安全大会「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。



シンガポールヤマト運輸での
ドライバーコンテスト



マレーシアヤマト運輸では、国が主催する安全イベントに参加し、準優勝

環境

「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。

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



新スリーター



台車

● 車両をできるだけ使わない集配の追求

新スリーター（リヤカー付電動自転車）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。また他社との共同運行や鉄道、船などを使ったモーダルシフトの推進により、輸送の効率化を図っています。



新スリーター

約5,000台



低公害車

約26,000台

(ヤマトグループの全車両の50.9%)



鉄道と船での宅急便輸送量

約45万トン

(鉄道コンテナ 約32,600台分)

● エコドライブの実践

ヤマト運輸独自の車載システム「See-T Navi」^{シーティーナビ}による、燃費など運転状況の見える化や、エコドライブ研修などによってエコドライブの精度を高めています。

TOPICS

お荷物を一度で届けることによって、再配達時のCO₂排出量を削減しています。

個人向け会員サービス「クロネコメンバーズ」とコミュニケーションアプリ「LINE」を連携したことで、LINEでも配達日時や受け取り場所を変更できるようになりました。また、複数の

事業者が利用できるオープン型宅配ロッカーの設置も進めています。こうした取り組みによって、お客さまの利便性を向上させると同時に、再配達時のCO₂排出量を削減していきます。



LINE画面

施設のエコ



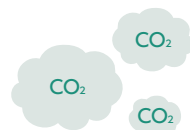
羽田クロノゲート



羽田クロノゲート内フォーラム棟の太陽光パネル

● 施設の省エネ化を推進

羽田クロノゲートでは自然エネルギーを利用した最新の環境技術を取り入れ、同様の規模の物流施設に比べて約46%のCO₂排出量を削減しています。



同様の規模の物流施設に比べた
羽田クロノゲートのCO₂排出削減量

約 **46%**

商品のエコ

● 環境配慮商品の開発推進

ヤマト包装技術研究所では、緩衝材が不要な包装資材や、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「クイックフィット」



機密文書リサイクルサービス



重要文書処理システム
「エコボックス」

● リサイクルの取り組み

ヤマトグループでは、お客さまの不要になった重要文書を回収・溶解処理し、リサイクルするサービスを提供しています。

地域とのエコ

● 地域の環境保護活動に参加

ヤマトグループ各社では、地域社会の一員として地域の清掃活動に積極的に参加しています。

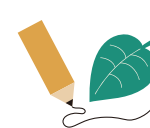


事業所周辺の清掃活動



● クロネコヤマト環境教室の開催

ヤマト運輸では、小学生を中心に環境教室などを開催し、環境の大切さを伝えています。活動開始以来の累計で2,993回開催し、延べ222,743人が参加しました。



2015年度 **204** 回開催



14,309 人参加

● リユース品の出張販売

ヤマトホームコンビニエンスでは、引越時などに発生する不要になった家電や家具を洗浄・修理し、「クロネコキャラバン」として全国各地で出張販売を行っています。



リユース品の出張販売「クロネコキャラバン」

社会

すべてのステークホルダーから信頼され、期待される存在を目指します。

ヤマトグループは、すべてのステークホルダーとの対話を大切にしながら、自分たちが果たすべき社会的責任を自覚し、社会とともに持続的に発展する企業を目指します。

また、事業や社会貢献活動を通して、地域社会の抱える課題とともに解決していきます。



お客さまへの取り組み

● 対応品質の向上

ヤマト運輸では、接客対応レベル向上のための社員教育などにより、サービス品質の向上を目指しています。定期的にコンテストを行い、日々、宅急便センターなどでお客さまと接しているセールスドライバーと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。



セールスドライバーによる接客対応の様子

パートナーへの取り組み



セールスドライバーによる訪問



情報誌
「クロネコだより」

● 宅急便の取扱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。

宅急便の取扱店



約 **22** 万店

株主・投資家への取り組み

● 適時・適正な情報開示と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するなど、積極的な情報開示を行っています。また、年4回の決算説明会や、国内に加え北米、欧州、アジアでも機関投資家への訪問説明を行っています。



アニュアルレポート

地域の皆さまへの取り組み

● 音楽宅急便「クロネコファミリーコンサート」

本物の、いい音楽を年齢や地域を超えてすべての人にお届けしたいという思いで1986年から開催し、2015年に30周年を迎えることができました。累計で302回開催し、延べ約44万人が来場されています。



● ヤマト運輸高校生経営セミナー

ヤマト運輸では、高校生がより広い視野を持って社会との関わりを認識し、自らの意志で進路を開拓するきっかけになることを目的に2006年から毎年実施しています。2015年度は19チーム、95人が参加しました。

● こども交通安全教室

ヤマト運輸では、地域の子どもたちに交通ルールや交通安全への知識を伝えることを目的に全国各地で実施しています。1998年から累計で26,117回開催し、延べ2,802,852人が参加しました。



● 職場体験プログラム

ヤマトシステム開発では、中学生向け職業体験プログラムを実施しており、2015年度は10月、11月、1月の計3回行い、延べ12人が参加しました。

● 障がい者の経済的自立を支援

(公財) ヤマト福祉財団では、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。また、「スワンベーカー」を全国に29店舗展開し、365人の障がい者が働いています。



スワンベーカー

社員への取り組み

● ダイバーシティの推進

ダイバーシティ意識の醸成を目的にヤマトグループの全経営役職者約400名を対象にダイバーシティ・マネジメント研修を実施するなど、定期的な研修を行っています。



ダイバーシティ・マネジメント研修



育児休業取得者

610人

(内、男性41人)



育児短時間勤務利用者

474人

(内、男性9人)

介護休業取得者

25人

(内、男性9人)

介護短時間勤務利用者

29人

(内、男性13人)

● ワークライフバランスの推進

2015年4月までに4社が厚生労働省から「子育て支援に取り組む企業」に認定されました。

<認定された会社>

- ・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)

● 障がい者雇用の推進

職場のバリアフリー化など働きやすい職場づくりに取り組んでおり、雇用率は2.19%です。

障がい者雇用

2,317名

● キャリアプランに合わせた研修を実施

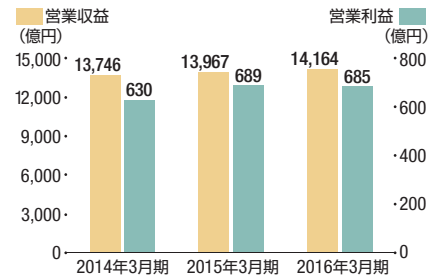
「ジュニアリーダー塾」「グループ内ジョブローテーション」「グローバル人材交流研修」「理念研修」など、さまざまな研修を実施しています。

ヤマトグループの概要

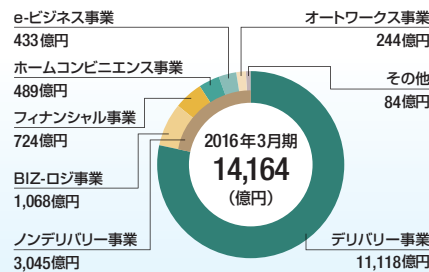
会社概要 (2016年3月31日現在)

商号 ヤマトホールディングス株式会社
 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 127,234百万円
 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 411,339,992株
 株主数 35,079名
 社員数 197,056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付随する業務を行う。

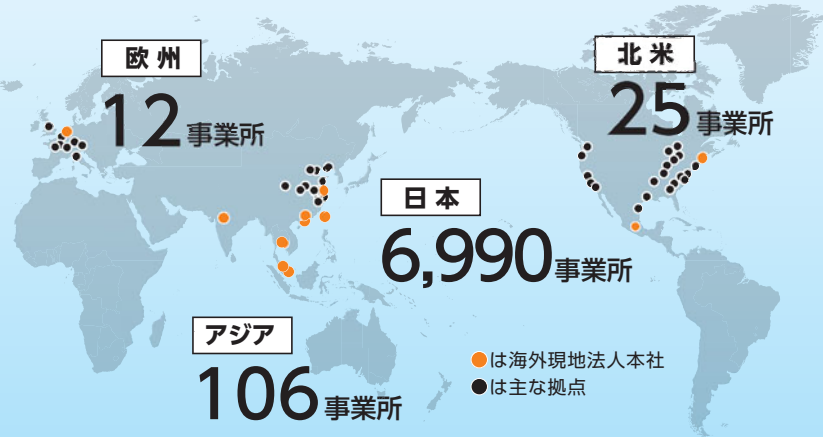
営業収益、営業利益(連結)



営業収益構成比(連結)



事業展開地域 (2016年6月現在)



デリバリー事業

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。

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。



グループ会社: 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) / 雅瑪多(中国)運輸有限公司

BIZ-ロジ事業

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。



グループ会社: 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) / メキシコヤマト運輸(株) / 欧州ヤマト運輸(株) / 香港ヤマト運輸(株) / 台湾ヤマト運輸(株) / ヤマト国際物流(株) / 上海雅瑪多倉庫有限公司 / シンガポールヤマト運輸(株) / ヤマトティディエクスプレス(株) / タイヤマト運輸(株) / 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) / インドネシアヤマト(株) / ヤマトロジスティクスベトナム(有)

ホームコンビニエンス事業

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。

グループ会社：ヤマトホームコンビニエンス(株)



e-ビジネス事業

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。

グループ会社：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

代金引換、電子マネー、クレジットなどに対応し、商品配達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やリース事業、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。

グループ会社：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)



オートワークス事業

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。

グループ会社：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

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。

グループ会社：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)

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当。

各種団体：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 / 一般社団法人ヤマトグループ総合研究所



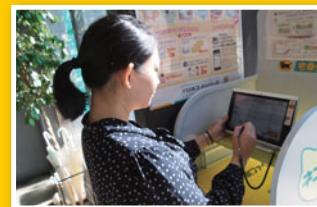
2016年、宅急便は40周年を迎えました。

2016年1月、ヤマトグループは宅急便事業を開始して40周年を迎えることができました。私たちは、1976年に「宅急便」というサービスを開始して以来、スキー宅急便やクール宅急便など新しいサービスを次々と世の中に送り出してきました。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した。これからも、世の中の課題を解決し続けることで、宅急便をご利用いただき、支えてくださった皆さまの期待に応えながら、共に新しいサービスを創出していきたいと考えています。



2015年 宅急便コンパクト/ ネコポス

通販やネットオークションの広がりにより、小さなものを送る機会が増えたことを受けて、専用BOXを使って、お得に送れる「宅急便コンパクト」と、ポストに投函する「ネコポス」サービスを発売しました。



2007年 個人会員制サービス クロネコメンバーズ

荷物を送るときも受け取る時も、より便利にご利用していただけるようサービスを開始。店頭端末「ネコピット」で送り状を簡単に作成できるようになるなど、ITを活用したサービスを拡充しました。

1998年 時間帯お届けサービス

ライフスタイルの変化にともない、受け取る方の満足を考えたサービスが誕生しました。



1987年 クール宅急便

食の鮮度に対する意識の高まりを受け、生鮮食品や冷凍食品を、最適な温度で素早くどこにでもお届けする「クール宅急便」を開始しました。



1983年 スキー宅急便

重いスキー板を抱えてスキー場に向かうお客さまに手ぶらでスキーを楽しんでいただきたいと地元社員が考案したサービス。宅急便とレジャーが結びつくサービスの第一弾となりました。

1976年 宅急便サービス開始

当時、個人から個人に荷物を送るためには郵便局や国鉄に荷物を持ち込む必要がありました。この不便を解消したのが、電話1本で集荷し翌日配達する「宅急便」でした。



2003年度
年間10億個
突破

2013年度
年間15億個
突破

2015年度
年間17億個
突破

2013年 国際クール宅急便

香港向けに開始後、2015年には台湾とシンガポール、2016年にはマレーシア向けにサービスを拡充し、日本の旬な食材を新鮮なまま、アジアへお届けできるようになりました。



2000年 アジアでの宅急便展開

台湾を皮切りに、シンガポール、上海、香港、マレーシアでも、日本同様の宅急便サービスを提供しています。

