


価値を生み出す源泉

ここに挙げた6つの資本は、100年超の歴史で社会とともに築き、磨き上げてきた独自の価値の結晶です。
それは、私たちのゆるぎない競争優位の源泉であるとともに、未来の価値創造の起点でもあります。



人的資本

共通の理念のもとに結集した多様なバックグラウンドを持つ人材

資本の状態


- 社員数 約17万人
- セールスドライバー 約5.4万人
- 社員意識調査※1 働きやすさ 70%
働きがい 59%
- 障がい者雇用率※2 3.3%
- 女性管理職(役職者)比率※1 6.6%

※1 国内連結会社および(株)スワン
※2 国内連結会社および(株)スワン(障害者雇用状況報告対象外の会社については除く)

資本の強化策

人事戦略 >> P.37

- 事業構造改革に伴う人材の適正配置
- 付加価値を創出する人材の育成・採用
- 職場環境の整備／組織風土の醸成



社会関係資本

100年超の歴史で築いた信頼に基づく顧客、パートナー、地域社会とのつながり

資本の状態

- 個人向け会員制サービス登録者数 約5,900万人
- 法人向け会員制サービス登録社数 約180万社
- ビジネスパートナー(継続的取引先) 約5,500社


資本の強化策

提供価値の拡大 >> P.25

- 顧客ニーズを捉えた商品・サービスの開発

社会戦略 >> P.49

- サプライチェーンマネジメントの推進
- 地域コミュニティでの取組み



物流資本

社会的インフラとして品質と効率を追求し、進化を続ける物流ネットワーク

資本の状態

- 国内宅急便ネットワークカバー率 100%
- ラストマイル集配拠点 約2,800拠点
- 集配車両 約4.4万台
- ターミナル 約80拠点
- 法人向け拠点 約400拠点
- 展開エリア 世界23の国・地域


資本の強化策

宅急便ネットワークの強靱化 >> P.25

- プライシングの適正化と宅急便収入の拡大
- オペレーティングコストの適正化

法人向けビジネスの拡大 >> P.29

- 大型DC・FC案件の提案・獲得
- 顧客のグローバルビジネスに対する付加価値創出
- M&A戦略



環境資本

環境投資がつくる、GHG排出量の削減と顧客への価値提供を可能にするグリーン基盤

資本の状態

- GHG 排出量削減率 △15%(2021年3月期比)
- 再エネ電力使用率 55%
- EV 約4,200台
- 太陽光発電設備 約130基


資本の強化策

「グリーン・モビリティ」の事業化 >> P.33

- 環境・社会課題の解決を通じた経済価値の創出

環境戦略 >> P.45

- GHG 排出量の削減
- グリーンデリバリーの実現



知的資本

宅急便を通じて蓄積したビッグデータと未来を創造するイノベーション能力


資本の状態

- 宅配便年間取扱数量 約23億個
(宅急便・宅急便コンパクト・EASY・ネコポス・クロネコゆうパケット)
- デジタル投資 約140億円
- デジタル人材 約820名

資本の強化策

デジタル戦略 >> P.43

- 事業と一体となったDXの推進



財務資本

持続的な成長に向けた投資を可能にする強固な財務基盤

資本の状態

- 自己資本比率 46.5%
- D/Eレシオ 0.29倍
- 格付(R&I) AA- (2025年6月10日時点)

資本の強化策

資本効率をより重視した経営の浸透 >> P.13

数値はいずれも2025年3月末時点

数値はいずれも2025年3月末時点