

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靭化 » P.25
- ブ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 (宅急便・宅急便コンパクト・EAZY・ネコポス・クロネコゆうパケット) 約23億個
- 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