

ヤマトグループは、創業時より「運ぶ」を通じて「豊かな社会の実現」に貢献してきました。

不確実性が高まるこれから先も、未来が問いかける課題に正面から向き合い、多種多様なパートナーとともに、

「イノベーションを起点」に、「新たな物流」「新たな価値」を創造していきます。

事業環境



1919年頃
貨物輸送の変化
(牛馬車・荷車から
トラック輸送へ)



1920年代末～
1930年代初頭
都市化と経済不況が
交錯する変化の時代



1970年代半ば～
高度経済成長期から
安定成長期への移行
より多様で個人化された
消費スタイルへの変化



2020年～
EC化の進展や
持続可能性志向による
消費行動や流通構造の変化

挑戦とイノベーション



1919年

トラック運送会社 大和運輸 創業

トラックの数が日本全国で204台に過ぎない中、創業者・小倉康臣はトラックが必ず貨物輸送の主役になるという強い信念のもと、4台を購入し、創意工夫によってトラック運送事業を開始しました。



1929年

日本初の路線事業 大和便の開始

日本で初めての路線事業として、東京～横浜間の定期便を開始しました。トラックの貸切輸送が主流だった中、定期便はドア・ツー・ドアの小口輸送に対応し、多様な事業者のニーズに応える革新的な物流システムに成長しました。



1976年

宅急便の開始

個人が手軽に荷物を送ることができる初の本格的サービス「宅急便」により、「個人向け小口配送市場」そのものを創出し、その後の日本の物流・消費行動を大きく変えるイノベーションとなりました。



2020年以降

宅急便ネットワークの強靱化と事業ポートフォリオの変革

消費行動や流通構造が大きく変化化する中、「グループ経営構造改革」によって経営資源を結集し、経営のスピードを向上しました。そして現在、「持続可能な未来の実現に貢献する価値創造企業」を目指し、宅急便ネットワークの強靱化と事業ポートフォリオの変革を進めています。

宅急便を基盤に多様なソリューションを創出

法人向けビジネス

- 1929 東京～横浜間の定期積み合わせ輸送開始
- 1951 C.A.T (シヴィル・エア・トランスポート) 航空と代理店契約を締結、航空貨客の取り扱いを開始
- 1952 海上貨物取り扱い船積業務開始
- 1958 美術品個包輸送事業開始
- 1960 国際航空混載貨物の取り扱い開始

宅急便関連

- 1973 ヤマトシステム開発 (株) 設立、情報・通信分野の事業開始
- 2000 3PL (サード・パーティ・ロジスティクス) 事業開始
- 2003 自動車整備部門をヤマトオートワークス (株) に統合
- 2007 「クロネコヤマト・リコールサポートサービス」開始
- 2012 法人向け会員制サービス「ヤマトビジネスメンバーズ」開始
- 1976 「宅急便」発売
- 1983 「スキー宅急便」「国際宅急便」発売
- 1984 「ゴルフ宅急便」発売
- 1988 「クール宅急便」発売
- 1989 「空港宅急便」発売
- 1997 宅急便全国ネットワーク完成
- 1998 「宅急便時間帯お届けサービス」開始
- 2007 個人向け会員制サービス「クロネコメンバーズ」開始
- 2020 EC事業者向け配送商品「EASY (イージー)」開始
- 2021 グループ経営構造改革 (グループ9社を1つのヤマト運輸に統合し、「Oneヤマト体制」を構築)
- 2021 LLPとして顧客のロジスティクス企画やSCM戦略構築への参画・支援を本格化
- 2024 コントラクト・ロジスティクス事業を手がける (株) ナカノ商会を連結子会社化
- 2021 宅急便の取り扱いサイズを拡大 (180・200サイズを新設)
- 2023 宅急便・宅急便コンパクト・EASYの国際基準に準拠した「カーボンニュートラリティ」を達成
- 2023 日本郵政グループとの協業により「クロネコゆうパケット」のサービスを開始
- 2024 同じく「クロネコゆうメール」のサービスを開始
- 2024 「クロネコメンバーズ」会員に「置き配」提供開始

変わるべからざる価値観

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

持続可能な未来の実現に貢献する価値創造企業