

セグメント別事業概況

当期の概況

宅急便事業では、「まかせて安心」の基本理念の下、ヤマトグループの総合力を提供する提案営業とサービス品質の高度化による同業他社との差別化戦略を積極的に推進しました。

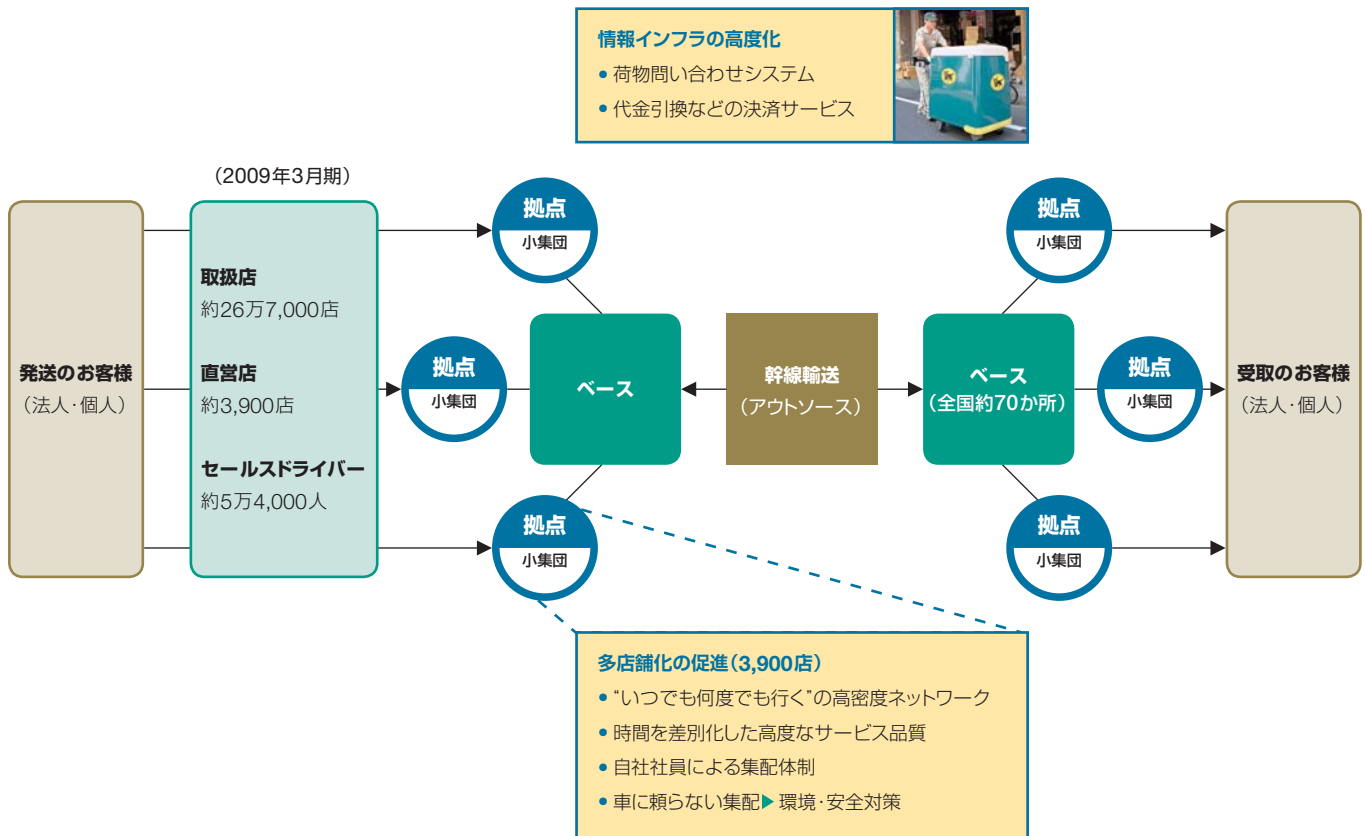
法人のお客様に対しては、ヤマトグループが宅急便で培った物流(LT)、情報(IT)、決済(FT)の3つの機能を組み合わせ、お客様の物流に関わる課題解決の支援に努めました。個人のお客様に対しては、多店舗化によるきめ細やかなサービス提供に加え、個人会員制サービス「クロネコメンバーズ」において、送り状発行や荷物問い合わせ機能などを拡充するなど利便性向上を推進する事業展開を行いました。一方、クロネコメール便事業は、印刷物の封入や封緘、宛名ラベル発行ソフトの提供など付加価値

を加えた総合的な提案営業によって法人のお客様を中心に取引拡大が進み、取扱冊数は堅調に推移しました。

また、当期より、今後の持続的な成長に向けた経営基盤のさらなる強化を目的として生産性の向上に取り組んでまいりましたが、新たな仕組みの導入や業務量にあわせた適正要員の配置などが奏効し、収入に応じたコスト抑制において着実な成果が出ています。今後もさらなる改善を推し進め、収益体質強化に努めてまいります。

以上の結果、当期の営業収益は9,978億98百万円となり、前期に比べ1.7%の微増となりました。また、費用面で、生産性向上による諸費用の削減効果が見られたものの、計画した営業収益の未達が影響し、営業利益は311億23百万円となり、前期に比べ21.9%減少しました。

宅急便の仕組み



当期の概況

BIZ-ロジ事業では、ロジスティクスや国際貨物輸送をヤマトグループ内で完結させることで、お客様に適したソリューション提案営業を積極的に展開しました。

特に国内ロジスティクスにおける販売物流サービスは、物流にかかる時間の短縮と費用の削減を実現するビジネスモデルがお客様から好評をいただき、順調に推移しました。

そのため、24時間365日稼働のオートメーション化された自動倉庫「オートピックファクトリー」を2008年10月に埼玉県三郷市、11月に千葉県習志野市、2009年2月に大阪市に開設するなど積極的な事業展開を図りました。

今後は、この「オートピックファクトリー」と宅急便事業のきめ細かいネットワークとの融合による市場優位性を積極的に訴求し、事業拡大を図ってまいります。

また、国内ロジスティクスにおけるマルチメンテナンス事業においても、製品が故障したときに回収依頼の受付から回収、修理、返送などの一連の業務をヤマトグループ

内においてワンストップで受託することで、ユーザーである消費者の利便性や顧客企業のお客様満足度を高めるサービスとして好評をいただきました。この需要拡大を事業機会と捉え、2008年10月にマルチメンテナンス事業を「ヤマトマルチメンテナンスソリューションズ株式会社」に事業分割し、成長のスピードを高める事業展開を図りました。

国際ロジスティクスである貿易物流サービスは、輸出梱包作業と書類作成、通関手続きを1か所で同時進行することで輸出にかかる時間と費用を削減する「エクスポートファクトリー」の販売拡大に向け積極的に営業展開しましたが、景気の急速な減退による米国向けを中心とした輸出減少などが影響し減収となりました。

以上の結果、当期の営業収益は、主力である貿易物流サービスの不振に加え円高が影響し、929億47百万円となり、前期に比べ2.9%減少しました。また、営業利益は31億95百万円となり、前期に比べ37.9%減少しました。

リコールサポートサービス



LT・IT・FTの融合

グループ機能

デリバリー事業
(2009年3月期)
全国ネットワーク
取扱店: 約26万7,000店
直営店: 約3,900店
セールスドライバー: 約5万4,000人

デリバリー事業 輸送モード(宅急便・クロネコメール便等)

BIZ-ロジ事業 スピーディーな保守業務ネットワーク
(物流と簡易修理のワンストップサービス等)

ホームコンビニエンス事業 大物宅配の全国ネットワーク
(セッティングスキルを持ったテクニカルドライバー等)

フィナンシャル事業 多様な決済機能

e-ビジネス事業 データ作成/管理・トレーシング機能等

ホームコンビニエンス事業

当期の概況

ホームコンビニエンス事業では、付加価値の高い技術付き配送を全国展開するなど、お客様に便利で快適な生活を提供する事業展開を積極的に図りました。

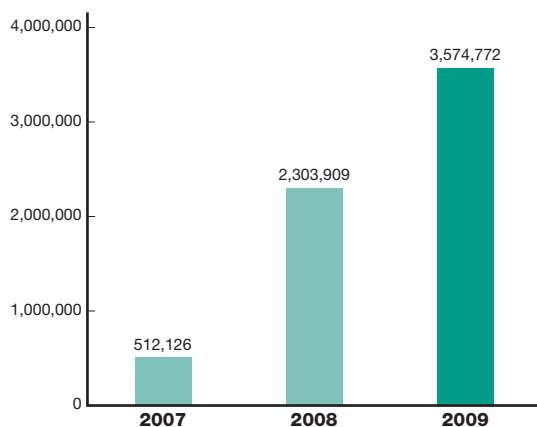
特に電化製品の据付け・設置を行うセッティングデリバリー事業は、全国ネットワークと技術力を強みに新規顧客を獲得するなど着実に市場への浸透が進みましたが、備車費などが増加した結果、減益となりました。

引越ソリューション事業では、ネットワークの強みを活かしたボックス単位輸送により法人向け引越への強化を図るため、2008年10月に引越商品のリニューアルを行い競争力強化に努めました。しかしながら、引き続き引越業界全体の市況低迷が影響したこともあり、利益を生み出すには至りませんでした。

以上の結果、営業収益は533億15百万円となり、前期に比べ8.9%増加しました。これに対し費用面で、備車費など下払経費が増加した結果、3億40百万円の営業損失となりました。

らくらく家財宅急便取扱数量

(単位：個)



セッティング講習



らくらく家財宅急便



当期の概況

e-ビジネス事業では、追跡情報を提供する「トレーシング」、お客様に安心を提供する「セキュリティー」、高品質かつ低価格でさらに早期導入を実現する「パッケージ」をキーワードとして、お客様の多様化するニーズに的確に対応する提案営業を行いました。

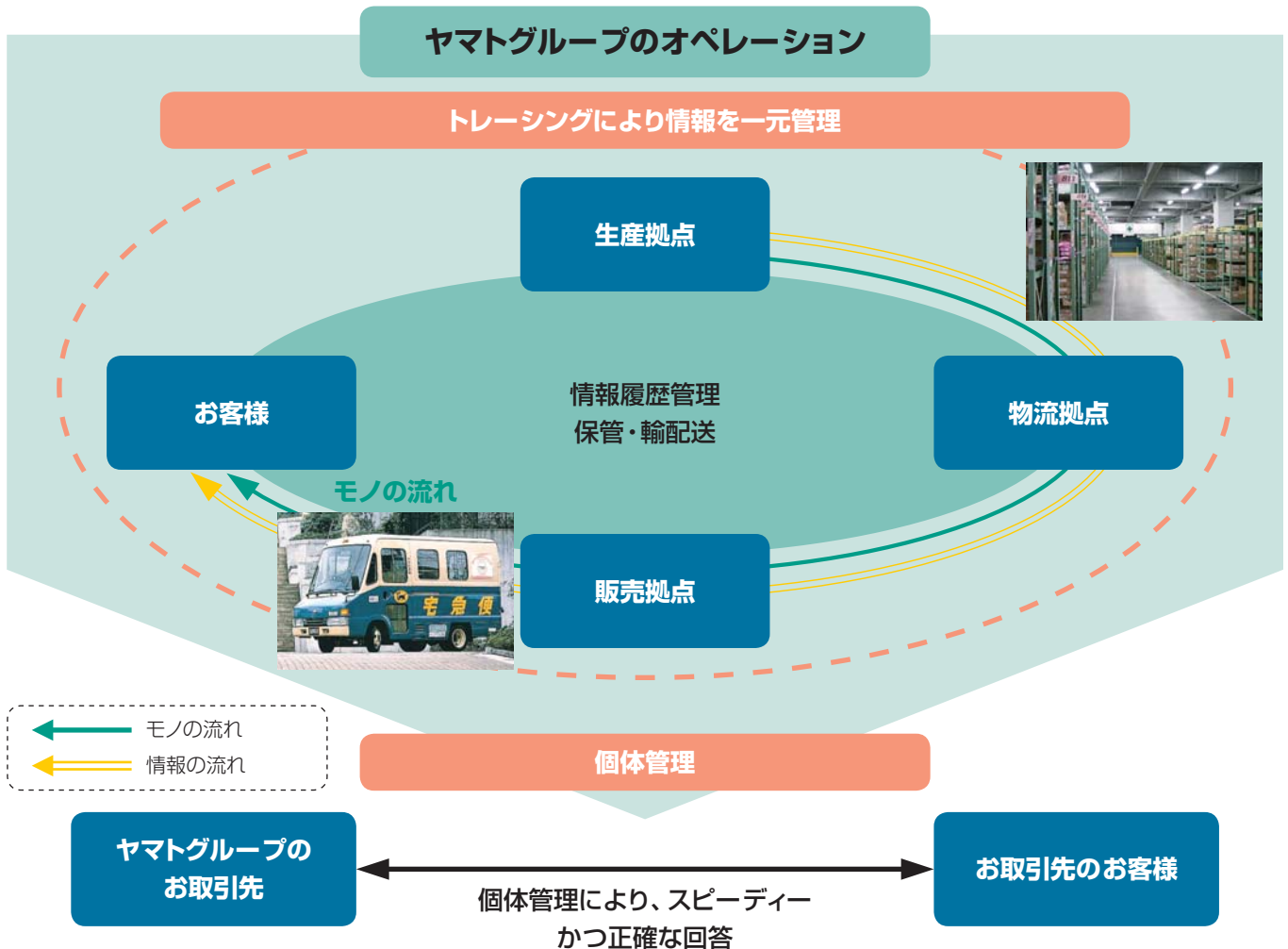
今後、需要拡大が見込まれるネットスーパー分野において、いち早くビジネスの機会を捉えるべく、スーパー

に対して、安価なイニシャルコストで、短期間で事業展開を支援するシステムを構築しました。

今後は、グループ総合力を提供できる優位性の訴求を推し進め、早急に事業拡大を図ってまいります。

以上により、営業収益は322億73百万円となり、前期に比べ1.6%減少しました。また、費用面で、仕入原価など下払経費が増加した影響により、営業利益は60億59百万円となり、前期に比べ2.7%減少しました。

e-ロジトレーシングソリューション



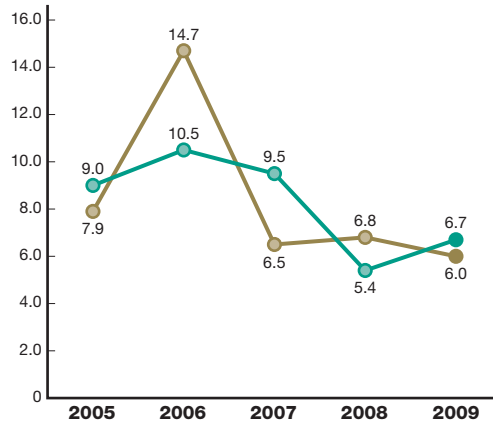
当期の概況

フィナンシャル事業では、商品配達時の代金回収業務から企業間物流決済への事業拡大を推進する中で、お客様の要望にあわせたあらゆる決済手段への対応に取り組んでいます。この方針に基づき、通販事業を手掛けるお客様に向けて、ネット総合決済サービス「クロネコwebコレクト」のパソコン版を2008年8月、モバイル版を2009年3月に開始するなど利便性を訴求し、通販事業者の販売力向上につなげる事業展開を推進しました。

これにより、営業収益は536億8百万円となり、前期に比べ4.2%増加しました。これに対し費用面で、諸費用が増加したこともあり、営業利益は105億6百万円となり、前期に比べ3.8%減少しました。

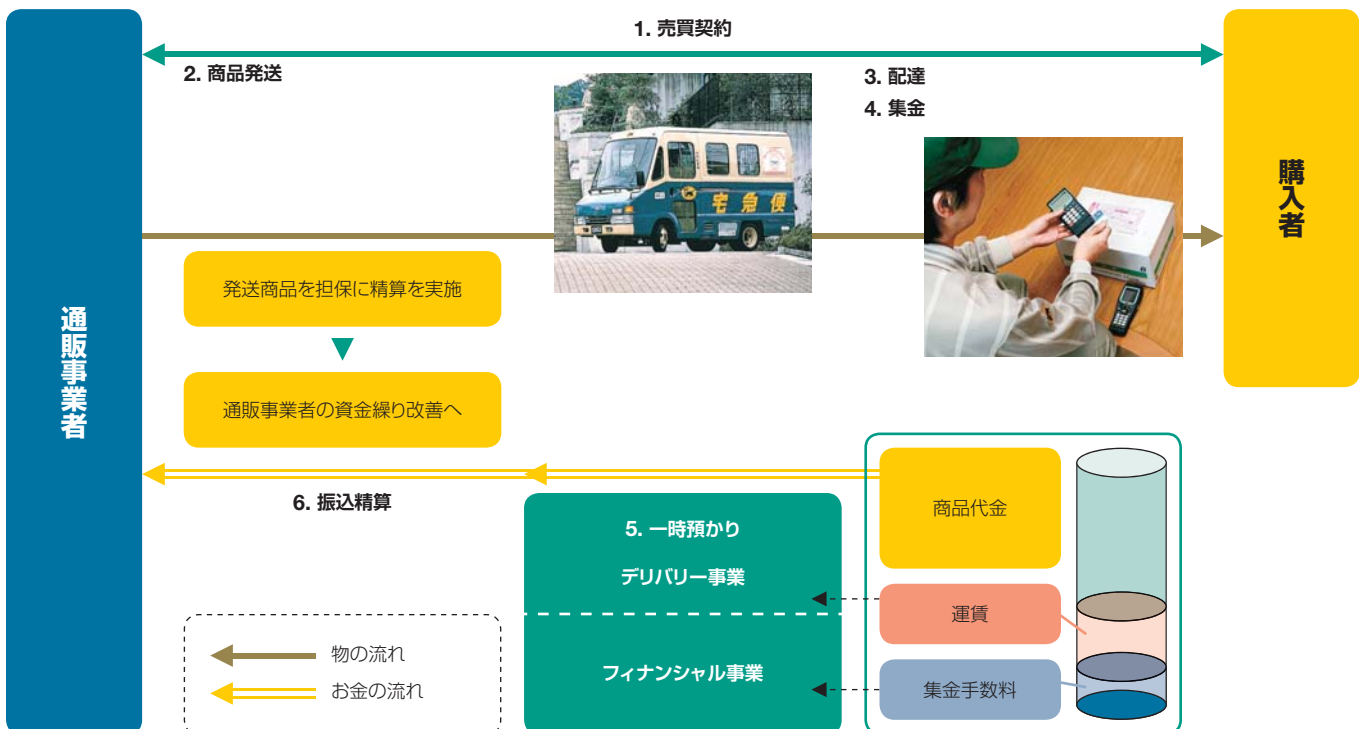
成長する通信販売市場と宅急便コレクト

(単位: %)



● 通信販売売上高(前年同期比)
● 宅急便コレクト個数(前年同期比)
出所: 社団法人日本通信販売協会

代金引換サービス



トラックメンテナンス事業

当期の概況

トラックメンテナンス事業では、車両の稼働を止めない24時間365日の車両整備サービスの提供により、トラック・バス事業者のお客様を支援する事業拡大を行いました。

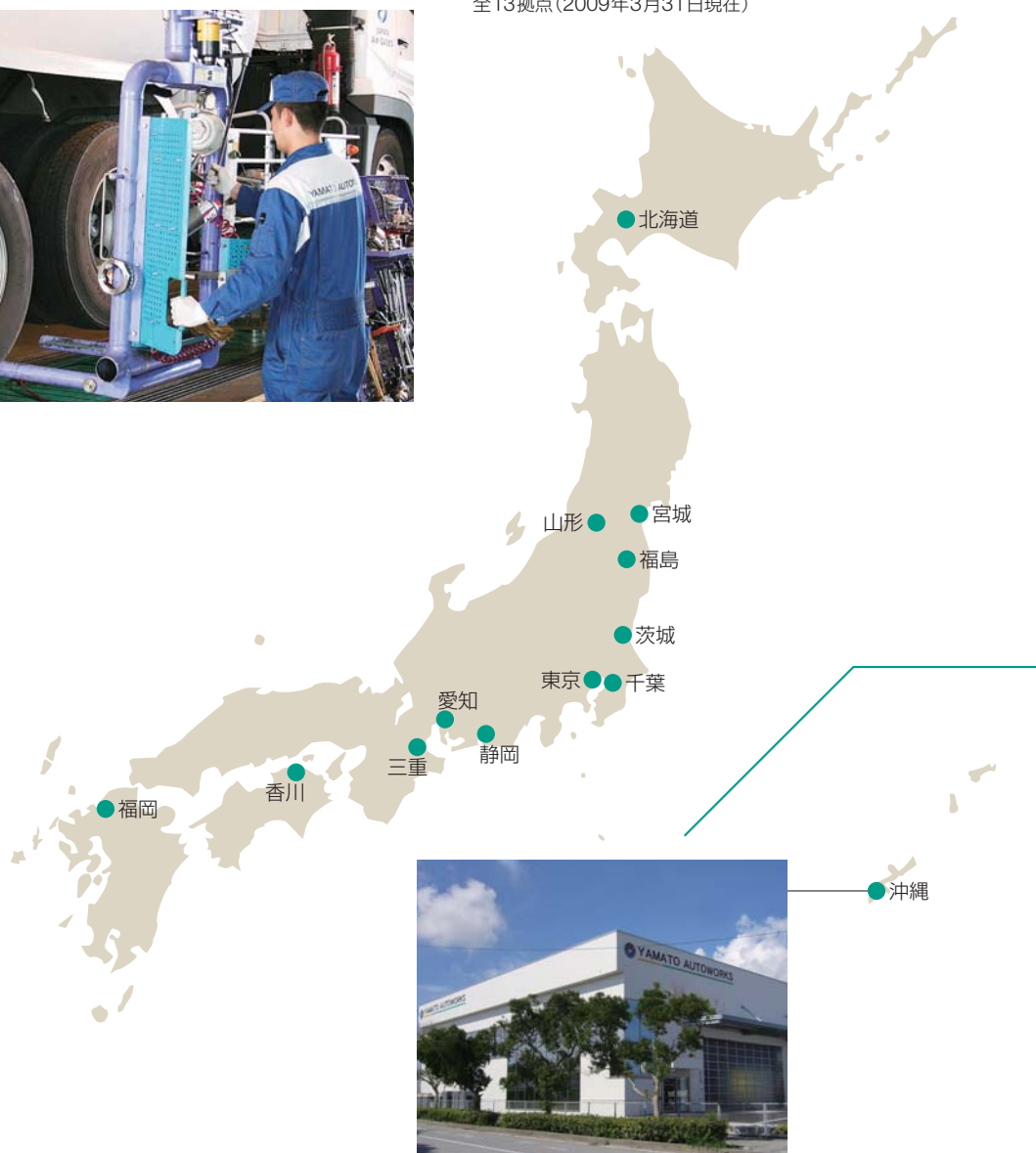
そのため、車両整備工場（スーパーワークス）の千葉工場を7月から本格稼働させるなど、4拠点を増設。当期末時点で13拠点とし、積極的な拠点展開を図りました。

また、会員企業様向けに管理車両の整備実績や履歴情報をwebで提供する「車両管理システム」の運用を開始するなど、お客様の利便性向上に努めました。

これらの取り組みにより、営業収益は175億55百万円となり、前期に比べ54.0%増加しました。営業利益は先行投資による費用が増加したため、17億11百万円となり、前期に比べ16.9%減少しました。

スーパーワークスの所在地

全13拠点(2009年3月31日現在)



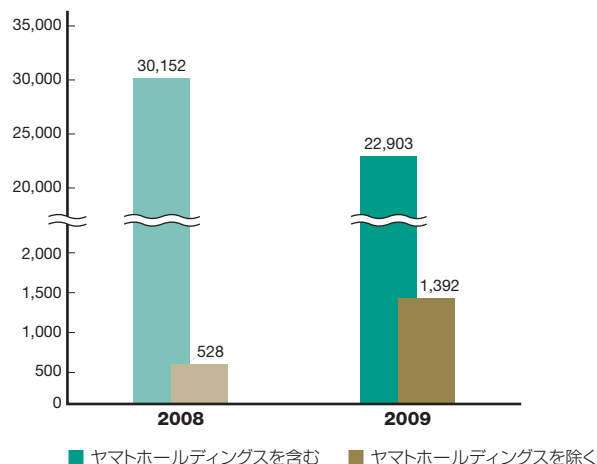
当期の概況

「JITBOXチャーター便」は、企業間物流におけるボックス単位のジャストインタイムでの納品や多頻度小ロット納品など商品特性の市場への浸透を図るため、15社の企業グループによる販売体制で積極的な営業を展開したものの、下期以降、企業の生産調整による荷動きの鈍化もあり、取扱本数は減少しました。

これらにより、当期の当事業の営業利益は、ヤマトホールディングス(株)がグループ各社から受け取る配当金などを除くと13億92百万円となり、前期に比べ163.9%増加しました。

営業利益

(単位:百万円)



JITBOXチャーター便の取扱実績

(単位:本)

