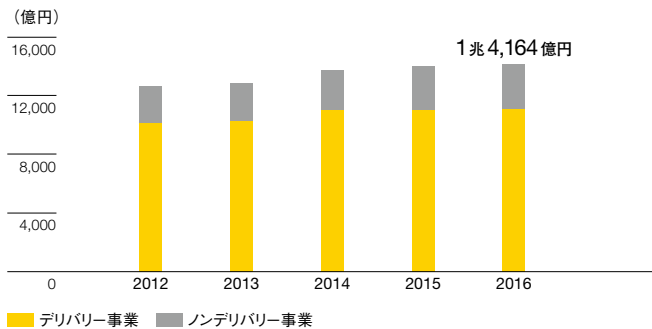


パフォーマンスハイライト

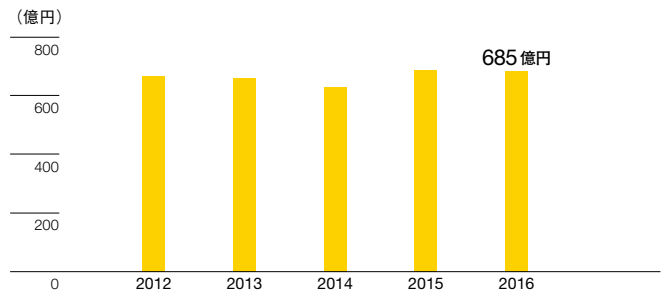
各年3月に終了した期

営業収益



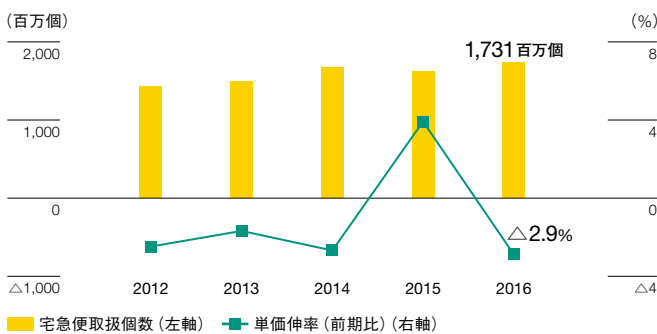
大口を中心とした通販顧客の出荷増や新サービスの伸長により、デリバリー事業における宅急便取扱個数が増加したほか、ノンデリバリー事業の堅調な成長により、前期比1.4%増の1兆4,164億円となりました。

営業利益



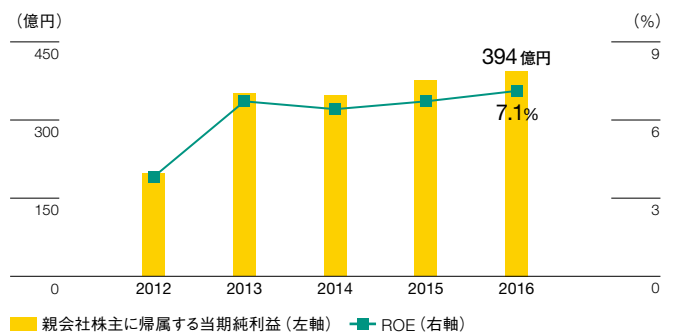
宅急便取扱個数に対してのコストコントロールは効いたものの、宅急便新サービスの伸長がクロネコメール便廃止による影響を補うに至らなかったことなどの結果、前期比0.6%減の685億円となりました。

宅急便取扱個数／単価伸率(前期比)



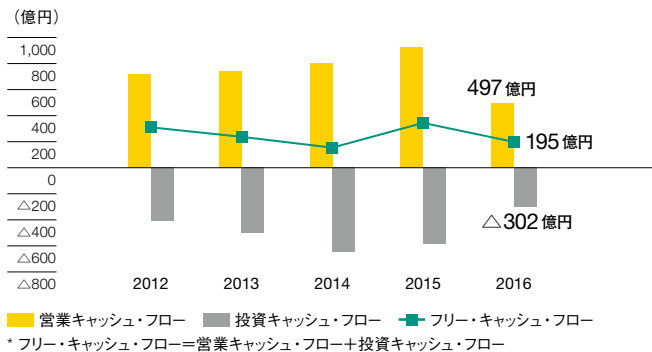
新サービスの伸長や大口を中心とした通販顧客の出荷増などが好調に推移し、宅急便取扱個数は前期比6.7%増の17億31百万個となりました。一方、宅急便単価は個数構成比が変化し、前期比2.9%減となりました。

親会社株主に帰属する当期純利益／ROE



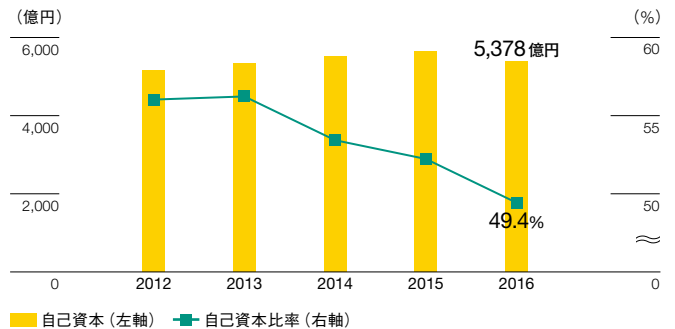
親会社株主に帰属する当期純利益は前期比5.0%増の394億円となりました。これに伴い、ROEについても前期比0.4ポイント上昇し、7.1%となりました。

営業キャッシュ・フロー／投資キャッシュ・フロー／フリー・キャッシュ・フロー*



営業キャッシュ・フローが前期比429億円減少し、投資キャッシュ・フローは前期比283億円増加したことから、フリー・キャッシュ・フローは前期比147億円の減少となりました。

自己資本／自己資本比率



アジア地域でのネットワーク拡大を図る投資などのため、社債を発行し運転資金へと充当したことから、自己資本比率は前期比2.8ポイント減の49.4%となりましたが、依然、高い健全性を確保しています。