

- 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

### 編集方針

ヤマトグループは、様々なステークホルダーの皆様との長期的な信頼関係を構築するため、法定開示のみならず、ステークホルダーにとって必要と考えられる情報を、迅速、正確かつ公正公平に伝達することを方針としています。本レポートでは、ヤマトグループの2017年3月期の業績や取組みを中心に掲載しています。

なお、新中期経営計画を含む中長期的な取組みについては、下期に発行する追加レポートでお伝えする予定です。

本レポート

追加レポート\*



2017年3月期の  
業績や取組み



新中期経営計画を含む  
中長期的な取組み

\* 2018年3月期下期発行予定

### プロフィール

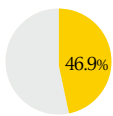
ヤマトグループの経営上の特徴、それは、「現場こそが経営の中心」という考え方です。創業の精神として1931年に制定し、1976年に宅急便サービスをスタートさせて以降、一度も変更していない社訓は、私たちヤマトグループの原点として位置付けています。ヤマトグループは、社会構造・市場・お客様（企業・消費者）ニーズの変化を、ビジネスの最前線にいる現場社員が機微に捉え、世の中が必要としていても、まだ世にないサービスを生み出してきました。こうした取組みが、今のヤマトグループの競争優位性となっています。



## 経営理念

ヤマトグループは、  
社会的インフラとしての宅急便ネットワークの高度化、  
より便利で快適な生活関連サービスの創造、  
革新的な物流システムの開発を通じて、  
豊かな社会の実現に貢献します。

### 宅配便サービス国内シェア



第**1**位

### 宅急便年間取扱数量



18億個

### セールスドライバー



約**6**万人

### 国内宅急便ネットワークカバー率



100%

### 従業員数



約**20**万人

### 宅急便センター



約**6**千店\*

\* 組織数