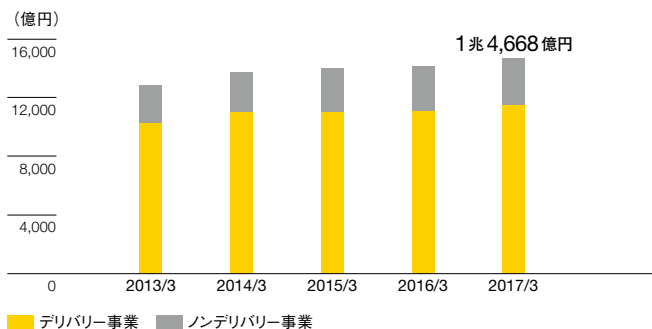


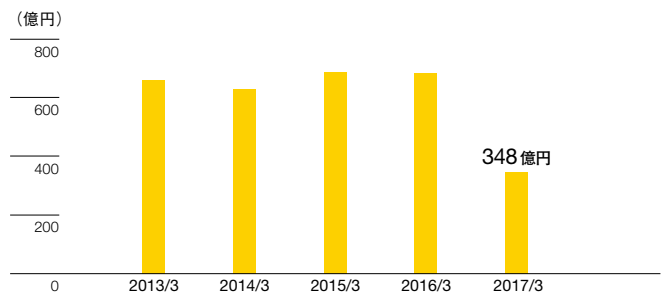
パフォーマンスハイライト

営業収益



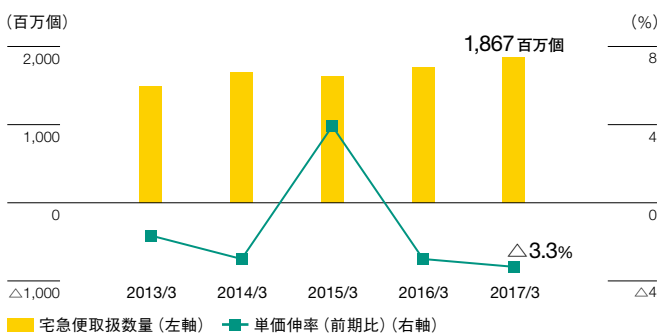
通販市場の拡大に加え、フリマサイト経由の取扱いが伸長したことなどにより、デリバリー事業において宅急便の取扱数量が増加したほか、ノンデリバリー事業において、主に既存サービスが堅調に推移したことにより、前期比3.6%増の1兆4,668億円となりました。

営業利益



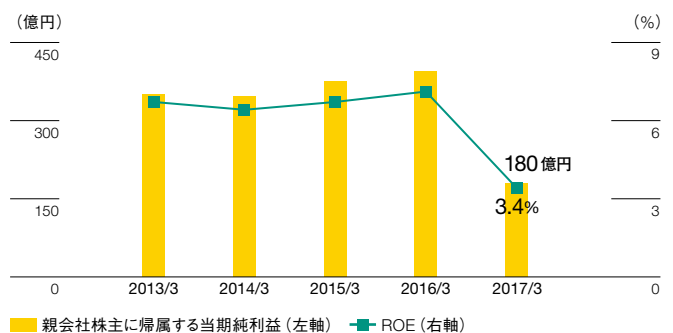
労働需給が逼迫する中、業務量増加に対応した戦力を確保するためのコストが嵩んだことや、新たに認識した労働時間に対する一時金を計上したことなどにより、前期比49.1%減の348億円となりました。

宅急便取扱数量／単価伸率 (前期比)



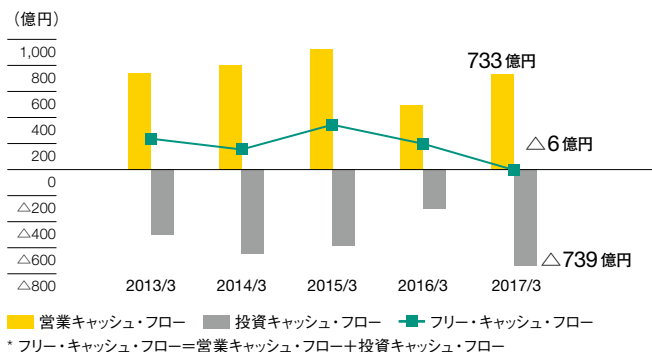
大口の通販事業者を中心に取扱数量が伸長したことに加え、C to C市場の拡大を牽引するフリマサイト経由の取扱いを中心に取扱数量が増加したことにより、宅急便取扱数量は前期比7.9%増の18億67百万個となりました。一方、宅急便単価は個数構成比が変化し、前期比3.3%の下落となりました。

親会社株主に帰属する当期純利益／ROE



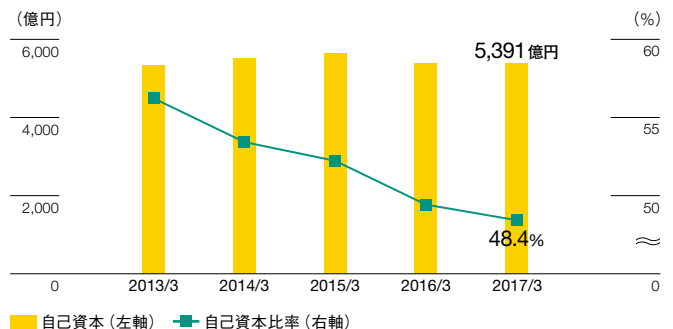
親会社株主に帰属する当期純利益は、前期比54.2%減の180億円となりました。これに伴い、ROEについても前期比3.7ポイント低下し、3.4%となりました。

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236億円増加したものの、投資キャッシュ・フローが前期比437億円減少したことから、フリー・キャッシュ・フローは前期比201億円の減少となりました。

自己資本／自己資本比率



親会社株主に帰属する当期純利益が期初予想を下回ったものの、資本政策の考えに基づき、配当と自己株式の取得を実施したことから、自己資本比率は前期比1.0ポイント低下し、48.4%となりました。