

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

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。

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。

「統合レポート2018」では、中期経営計画「KAIKAKU 2019 for NEXT100」に基づき推進する施策を中心に、直近の状況も含め、ヤマトグループの中長期的な企業価値向上に向けた取り組みについてお伝えします。

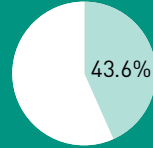
プロフィール

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)ニーズの変化の機微を、ビジネスの最前線にいる現場社員が捉え、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。こうした取り組みが、今のヤマトグループの競争優位性となっています。

宅配便サービス国内シェア

(2018年3月期末実績)

第**1**位



宅急便年間取扱数量

(2018年3月期末実績)

約**18**億個



国内宅急便ネットワーク カバー率

(2018年3月現在)

100%



従業員数

(2018年3月現在)

約**21**万人



セールスドライバー

(2018年3月現在)

約**6**万人



宅急便センター

(2018年3月現在)

約**7**千店*



* 組織数