

2013年3月期 第2四半期決算説明会 主な質疑応答（要旨）

Q1

通期営業利益予想を700億円と据え置かれていますが、費用に対する下期の施策を具体的に教えてください。また、デリバリー事業の要員計画を第1四半期時予想より1,800人減少させていますが、業務量に対応できるのでしょうか。

A1

- 収入に連動して増減する変動費について管理を徹底します。人件費については労働時間の管理、また繁忙期における外部への委託管理も徹底していきます。
- デリバリー事業の要員計画は第1四半期より1,800人減少させていますが、うち1,700人はパート社員減少によるものです。パート社員数についてはすでに上期で確保できていると捉えており、下期に向けては生産性を上げ、その効果を刈り取っていきたいと考えております。

Q2

宅急便の取扱数量について、小口商流における新規荷主獲得による効果は10月末時点でどれくらいと捉えていますでしょうか。また、新規荷主獲得による単価下落の懸念はありますか。

A2

- 10月より新規荷主獲得を積極的に行っていますが、通常月よりも多い契約を獲得できています。荷物をお預けいただくのは11月～12月頃からと見込んでいますので、宅急便の取扱数量に寄与するのはもう少し先だと思います。
- 一方、単価についてですが、全体単価で見ると引き続き大口法人市場が好調なことによる構成比の変化で前年より下落していますが、新規荷主獲得による単価下落は心配していません。一つ目の理由は競争環境が落ち着いているためです。二つ目の理由は、値下げによる獲得ではなく、付加価値をつけたソリューション提案を推進していることが挙げられます。単なる配送だけの営業ではなく、グループ内の機能を合わせて営業していますので、単価下落の要素にはならないと捉えております。

Q3

宅急便におけるリテール市場が低調だった理由を教えてください。

A3

- 業界ごとに分析してみると、景況感の影響もあったものと思いますが、主に製造業、卸業などが低調だったように見受けられます。昨年、製造業や卸業などにおいて東日本大震災の復興需要があり、その反動減でリテール市場が低調だったのではと考えています。
- また、新規アカウントが少なくなったことも要因の一つだと思います。新規荷主獲得については現在営業活動を積極的に行っています。

Q4

メール便について、今期下期より荷受厳格化の影響が一巡するのでしょうか。メール便に対する取り組みについて教えてください。

A4

- メール便取扱冊数について9月までは前年同月に比べマイナスでしたが、10月からは前年を超える水準になっています。荷受厳格化の影響が一巡することに加え、宅急便センター単位でのソリューション営業により、小口商流からの発送冊数を確保し、構成比を変えることで単価下落を防ぎたいと考えています。
- また、大口法人顧客に対しても封入・封緘作業などを含めた営業をしていきます。

Q5

上期を振り返って、費用について計画より上回ったものはありますでしょうか。

A5

- 人件費について、パート社員数増によるものと、残業代が計画より上回りました。
- また、備車費についても若干計画より上回ったと思います。下期に向けては、変動費管理を徹底してまいります。

Q6

設備投資計画を第1四半期時計画から140億円減らした要因を教えてください。

A6

- 上期を踏まえ、設備投資計画を精査した結果、翌期へ繰り越せるものを繰り越したためです。羽田クロノゲートへの主な設備投資は変更していません。

以上