

2022年3月期通期 I R 説明会 主な質疑応答（要旨）

Q1 2023年3月期、法人部門の営業利益をどのように増加させていくのか教えてください

- 中期経営計画「One ヤマト 2023」では、「宅急便」サービスの提供に加え、海外を含む法人のお客様のビジネスの上流領域から下流領域まで、「End to End」で価値提供するための基盤構築に取り組んでいます。
- 本計画の初年度にあたる2022年3月期は、グループ9社の経営資源をヤマト運輸に結集し、「One ヤマト」で法人のお客様に向き合う「法人営業・アカウントマネジメント体制」を整備しました。
- 国内外にサプライチェーンを展開するお客様を中心に、顧客のサプライチェーン全体に貢献するソリューション案件の獲得が進み始めており、本計画2年目以降、順次成果につながると想定しています。
- なお、2023年3月期のスタートにあたり、法人のお客様に対する営業体制を再設計しました。アカウントマネジメント体制を地域まで浸透させることで、顧客とのさらなるリレーション強化と提供価値の拡大を進めていきます。

Q2 コスト構造改革の内容と成果が表れる時間軸を教えてください

- 中期経営計画「One ヤマト 2023」では、収益構造改革とともにネットワーク・オペレーション全体を最適化するコスト構造改革を推進しています。
- 個人のお客様の配送ニーズに対応するために開始した宅急便のネットワークとオペレーションは、顧客や荷物構成の現状と今後の変化に合わせて、再設計するため、現在キャパシティの拡大と品質向上および、拠点間輸送や各拠点での仕分け作業・事務・管理コストの適正化に向けて、抜本的な見直しを進めています。
- 拡大する EC 需要を当社の利益成長につなげるため、2021年3月期は EAZY CREW による配達体制を整備するとともに、2022年3月期は大手 EC 事業者様の集荷から仕分け・輸送・ラストマイルまでのオペレーションプロセスを簡素化した EC 物流ネットワークの構築を進め、短期間でキャパシティを創出しました。
- 本計画2年目である今期は、仕分けターミナルと配達機能を統合した、EC 荷物専用のラストマイル拠点（EC デリバリーセンター）の設置を進めるとともに、従来の宅急便ネットワークにおける小規模な営業所を集約・再配置することで、ネットワーク全体の品質向上とコストの適正化を進めます。

- また、着ターミナル（ベース）と営業所の一体化、発ターミナル（ベース）と着ターミナル（ベース）の機能分離など、仕分けターミナルの機能を再定義し、拠点間輸送のコストや、各拠点での作業・事務・管理コストを適正化させていきます。
- なお、拠点の集約・再配置を進める上では、当社のネットワーク・オペレーション戦略に適した物件を確保していく必要がありますが、本計画期間において一定の成果を出すように進めていきます。

Q3 2023年3月期連結業績予想における宅配便単価の考え方や取組みを教えてください

- EC需要の増加に伴い、投函サービスであるネコポスや、小さいサイズの宅急便が増加していること、大口のEC事業者様からの出荷が増加していることなどにより、2022年3月期は、宅配便の平均単価が前年を下回りました。
- 2023年3月期の宅配便（宅急便・宅急便コンパクト・EAZY・ネコポスの合計）の平均単価は、前期と同水準を予想しております。
- 国際情勢の不安定化などにより、燃料代などの仕入れコストが上昇しているため、法人のお客様にその一部をご負担いただく交渉を進めながら、プライシングの適正化を図っていきます。

以 上