

「2025年3月期通期決算説明会」主な質疑応答（要旨）

Q1 宅配便市場の動向をどのように見ているか教えてください。

- 宅配便市場は、EC化・小口多頻度化が進展し、中長期的に市場規模が拡大していくと見えています。また、EC化の進展に伴い、既存の物流事業者のみならず、自社物流化を進める事業者なども含めた競争環境の中で、お客様のニーズに応じた、より良いサービスを提供していくことが重要になると考えています。
- このような状況も踏まえ、当社は宅急便の提供に留まらず、サプライチェーン全体における法人顧客の経営課題を解決するソリューションビジネスを成長領域と位置付けています。国内外の倉庫や貨物専用機（フレイター）を含めた輸配送ネットワーク、ロジスティクスや通関、不動産関連のノウハウなどのグループ経営資源を活かした付加価値の高いソリューションを法人顧客に提供することで、利益成長を加速させていきます。

Q2 2026年3月期業績予想における宅配便3商品の平均単価や取扱数量の考え方、および取扱数量減少に対するオペレーションの見通しや手ごたえを教えてください。

- 相対的に単価の高い宅急便部門（顧客：小口法人・個人）では、平均単価はほぼ前年並み(+0.2%)ですが、取扱数量を拡大する(+2.8%)想定です。セールスドライバーがお客様に向き合い、より良いサービスの提供に専念できる環境を整備する「営業所改革」を柱に、お客様のニーズを捉えた商品・サービスの開発、地域の市場性に基づく拠点展開、ふるさと納税市場におけるシェア拡大などに取り組んでいきます。
- 法人部門（顧客：大口法人）では、前期も取り組んできたプライシング適正化交渉の結果が反映し始めていますが、引き続き、付加価値に応じた適正なプライシングに注力することで、平均単価を押し上げる(+4.0%)想定です。
- また、法人部門のプライシング適正化により取扱数量が減少する(△0.6%)ことを予め想定し、取扱数量の変化に応じて柔軟に対応できるよう、オペレーションの変革にも並行して取り組んでいます。

Q3 2025年3月期より導入したフレイターの状況および今後の見通しを教えてください。

- 前期より運航を開始したフレイターは、安定したオペレーション体制を確立できた一方、営業面では、スピード輸送という付加価値を活かした展開をさらに進めていきます。
- 具体的には、エクスプレス事業の宅急便部門（顧客：小口法人・個人）および法人部門（顧客：大口法人）において、半導体関連や自動車関連の部品・サービスパーツや生鮮品など緊急性の高い輸送ニーズを取り込むとともに、グローバル事業では、国際フォワーディングや通関機能等と組み合わせ、法人顧客のグローバルサプライチェーンの前後工程も含めた付加価値を提供していきます。
- これらの取組みにより、フレイターの先行投資に対する利益創出の早期化を図っていきます。

Q4 バランスシート・マネジメント強化における不動産セール・アンド・リースバックの考え方を教えてください。

- 宅急便ネットワークの強靱化や法人ビジネスの成長に向けて拠点戦略を推進しており、その中で不動産の取得・保有方法について、適宜検討しています。
- 不動産は所有が目的ではなく、それを活用してどのようなサービスを提供するかが重要であり、事業推進の過程で保有意義のない不動産があれば、売却等によりキャッシュを創出し、成長投資などに配分していく考えです。

以上