

社会から一番愛され
信頼される会社を目指して

WEB版



ヤマトホールディングス

目次

| | |
|---------------------------|----|
| トップメッセージ | 2 |
| CSRマネジメント | 6 |
| ヤマトグループの事業概要 | 8 |
| 「安全」「環境」「社会」重要な取り組み | 13 |

| | | |
|-----------|-------------------------|----|
| 特集 | 特集1 | |
| | 路線バスを活用した宅急便 | 17 |
| | 特集2 | |
| | エコでスマートな物流サービスの提供 | 21 |

| | |
|-----------------|----|
| 経済 | 25 |
|-----------------|----|

| | | |
|-----------|------------------------------------------|----|
| 安全 | 人命の尊重を最優先し 常に安全の達成に努めます | 26 |
| | 安全計画の策定と管理体制 | 28 |
| | セールスドライバーの育成 | 29 |
| | 社員への安全意識浸透 | 32 |
| | 設備・安全システムの整備 | 37 |
| | 労働安全衛生 | 41 |

| | | |
|-----------|----------------------------------------------------|----|
| 環境 | 「ネコロジー」を合言葉に、 環境にやさしい物流の仕組みをつくります | 43 |
| | 環境経営・推進体制 | 45 |
| | ネコロジーの全体像 | 51 |
| | 温暖化対策 | 57 |
| | 運転・輸送での取り組み | 58 |
| | 事業所での取り組み | 66 |
| | 資源循環環境 | 69 |
| | 環境保全への貢献 | 75 |

| | | |
|-----------|------------------------------------------------|-----|
| 社会 | ステークホルダーから信頼され、 期待される存在を目指します | 78 |
| | お客様とともに | 81 |
| | 社員とともに | 84 |
| | パートナー・とともに | 98 |
| | 株主・投資家とともに | 101 |
| | ステークホルダーコミュニケーション | 103 |
| | 社会貢献活動 | 104 |
| | 安全教育 | 106 |
| | 教育支援 | 110 |
| | CSVへの取り組み | 114 |
| | イベントの開催・協賛・参加 | 121 |
| | 障がい者の経済的自立支援 | 125 |

| | |
|--------------------|-----|
| ガバナンス | 128 |
|--------------------|-----|

| | |
|------------------|-----|
| 社外からの評価 | 134 |
| 第三者意見 | 136 |
| CSR情報の掲載方針 | 144 |
| ガイドライン対照表 | 145 |

トップメッセージ

世のため人のために、
常に新しい価値を
生み出し続ける会社であるために

ヤマトホールディングス株式会社
代表取締役社長

山内 雅喜



イノベーションを通じて社会的課題の解決に貢献

ヤマトグループは2019年に創業100周年を迎えます。その歩みは、宅急便をはじめとする、その時々が必要とされる多くの新しいサービスを生み出してきたイノベーションの歴史であり、「世のため人のため」という思いを持って、お客さまの課題を解決しながら企業としての経済価値と社会価値を同時に実現すること、すなわち「CSV(Creating Shared Value＝共通価値の創造)」を追求してきた結果ともいえます。

今、日本は少子高齢化や過疎化といったさまざまな課題に直面しています。こうした状況を踏まえ、ヤマトグループの新たなCSVとして地方自治体などと連携して社会的課題の解決に貢献していく「プロジェクトG(Government)」に注力しています。2017年6月までに1,971件の案件が検討され、そのうち611件がサービスとして提供中です。

グループ各社が保有するIT(情報技術)・LT(物流技術)・FT(決済技術)の機能を組み合わせ、地域住民、NPOといった方々や地域に根差した同業他社と連携してプラットフォームを構築し、地方自治体とともに課題解決に取り組んでいます。

例えば、一人暮らしの高齢者の状況を定期的に確認する「高齢者見守り支援」、商店まで買い物に行くのが困難な方のための「買い物サポート」、地域産業の衰退などの課題を持つ地域での「特産品の販路拡大支援」など、課題に合わせてヤマトグループの持つ機能を活用した提案を進めています。中でも、2015年度から開始した路線バスを活用した宅急便輸送「客貨混載(きやくかこんさい)」は、第13回 エコプロダクツ大賞において、「環境大臣賞」を受賞しました。過疎化が進む地域では、住民の足となる路線バス網の維持が困難になっています。本取り組みは、宅急便をトラックで運行していた区間の一部を路線バスに切り替えて輸送することで、CO₂排出量の削減につながることに加え、バス事業者にとってはバス路線網の維持につながる新たな収入源が確保されるなど、地域における課題解決と地域活性化につながることで評価されました。

また、現在は北海道、岩手県、兵庫県、熊本県、宮崎県の1道4県で地域のバス事業者とともに取り組んでおり、これらの取り組みを全国の過疎地へ広め、より地域へ貢献できるよう、ヤマト運輸では旅客運送用車両における貨物運送の規制緩和を提言しておりました。

この度、規制改革推進会議において規制緩和の必要性が認められ、旅客運送事業者、貨物運送事業者双方においてさらに利用し易い制度となります。今後もヤマトグループの機能を活用し、全国のお客さまへより良いサービスを提供するとともに地域社会への発展に貢献してまいります。

グループ企業理念

「グループ企業理念」の構成図



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。

企業姿勢

1. お客様の満足の追求
2. 人命の尊重
3. 働く喜びの実現
4. 法の遵守と公正な行動
5. 地域社会から信頼される企業
6. 環境保護の推進
7. 個人情報保護
8. コミュニケーションの充実と共存共栄
9. 情報開示と説明責任の実践
10. 企業不祥事への対応

社員行動指針

1. 社会の一員としての役割
2. 法と倫理に基づいた行動
3. 職場ルールの遵守
4. 人間性を尊重する職場づくり
5. パートナーとの良好な関係の維持
6. お客様への最良のサービスの提供

「バリュー・ネットワーキング」構想による価値の創造

ヤマトグループは、国内外のネットワークの革新により、物流を「コスト」から「バリュー（付加価値）を生み出す手段」に進化させ、お客さまの業種・事業規模を問わない「物流の改革」を通じて日本の成長戦略を支える、という「バリュー・ネットワーキング」構想を掲げています。

2013年に本構想の重要な役割を担う羽田クロノゲートを開設しました。これと同時に関東地区で厚木ゲートウェイが、2016年には中部地区で中部ゲートウェイが稼働しており、2017年10月には関西地区で関西ゲートウェイが稼働します。付加価値機能を持つ大型物流拠点が提供する圧倒的スピードと、IT、LT、FT、そして全国、アジアの宅急便のラストワンマイルのネットワークを融合させることで物流を進化させ、to C（個人宛）だけではなくBto（企業発）の物流を改革していきます。

今後も「バリュー・ネットワーキング」構想のもと、これまで以上に、お客さまの物流のスピードと品質を向上させながら、コスト削減を実現してまいります。



経営の最優先課題としてグループをあげて「働き方改革」を推進

デリバリー事業においては昨今のEコマースの急拡大による大幅な荷物の増加と労働需給の逼迫によって、体制の構築が追い付かず労働環境が悪化する事態になりました。

ヤマトグループが社会的インフラとしてお客様をはじめとする社会の期待に応えていくためにも、サービスを支えている「社員」がヤマトグループで働く誇りとやりがいを持って、日タイキイキと働くことが重要であると感じています。そこで、2017年2月に、ヤマト運輸では「働き方改革室」、その他のグループ会社においては「働き方創造委員会」を新設し、全社をあげて「働き方改革」への取り組みを開始しました。

また、デリバリー事業全体の事業モデルをこれからの時代に合わせて設計し直し、改革することを目的とした、「デリバリー事業の構造改革」を進めています。

今後も「働き方改革」を経営の中心に据えて、取り組んでまいります。

「安全」「環境」「社会」「ガバナンス」などの重要なCSRの取り組みを推進

ヤマトグループのCSRとは、企業理念に定める「人命の尊重」、「地域社会から信頼される企業」、「環境保護の推進」など10の企業姿勢に基づいて、「経済」のみならず、「安全」、「環境」、「社会」の分野における責任を果たし、ステークホルダーの皆さまからのご信頼・ご期待に応えることです。ヤマトグループは、ステークホルダーの皆さまをはじめとする社会各方面への影響を考慮に入れ、重要な課題、取り組みを決めてCSR活動を推進しています。

また、事業のグローバル化を進める中、国連が提唱する持続可能な成長を実現するための枠組み「国連グローバル・コンパクト」に2014年4月に署名し、「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」の4分野10原則の支持を表明いたしました。

私たちは、「企業価値」を営業利益などの財務的評価だけでなく、顧客満足、社会満足、社員満足、株主満足の総和と捉えており、CSR活動も含め、全体で企業価値を高めていくことが、グループの永続的発展につながると確信しています。これからもヤマトグループは、常に新しい価値を生み出し続け、「社会から一番愛され信頼される会社」となるべく、いっそう努力してまいります。今後も変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

ヤマトグループのCSR

ヤマトグループのCSR活動は、「グループ企業理念」に則り、「安全」「環境」「社会」「経済」の4分野を軸に展開しています。

良き企業風土づくりを継続することが、法令・社会規範に合った事業活動の推進に寄与し、ひいては今後のグループ全体の事業継続を可能にするものと考え、総力を挙げてCSRを推進しています。

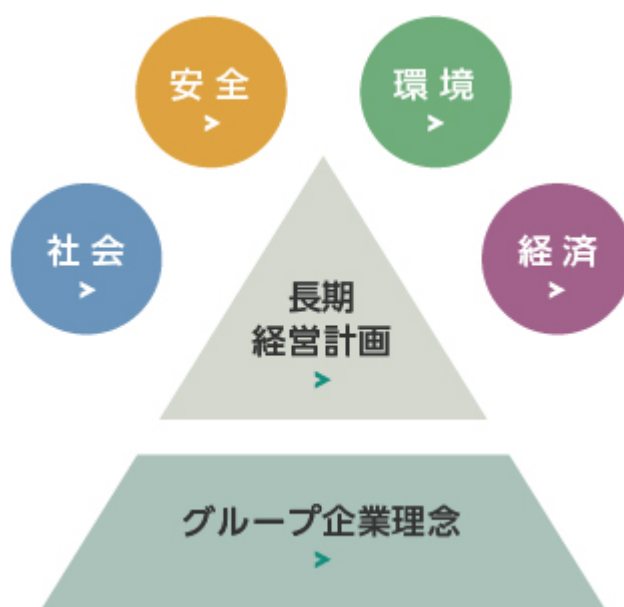


CSRマネジメント

CSRビジョン

ヤマトグループのCSR活動は、「グループ企業理念」に則り、「安全」「環境」「社会」「経済」の4分野を軸に展開しています。

良き企業風土づくりを継続することが、法令・社会規範に合った事業活動の推進に寄与し、ひいては今後のグループ全体の事業継続を可能にするものと考え、総力を挙げてCSRを推進しています。



CSRマネジメント体制

ヤマトグループ各社では、CSR活動の実効性を高めるため、「品質」「安全」「環境」などに関する外部認証を適宜取得しています。2016年度の取得状況は以下の通りです。

※ 情報セキュリティに関する認証の取得については「[情報セキュリティ](#)」を参照ください。

グループ各社の認証取得状況

| 認証 | 会社名 | 取得年 |
|-------------------------------|----------------------------------------------------|------|
| ISO9001 | ヤマト包装技術研究所(株) 本社 | 2008 |
| JIS Q 9001:2008/ISO 9001:2008 | ヤマトシステム開発(株) 地域統括営業本部 | |
| | 東京支店 千葉ロジスティクスセンター | 1997 |
| | 東京支店 東京SLC | 2008 |
| | 東京支店 新東京ロジスティクスセンター | 2005 |
| | 中部支店 中部ロジスティクスセンター | 2007 |
| | 中部支店 中部ロジスティクスセンター(稲沢) | 2007 |
| | 関西支店 大阪ロジスティクスセンター | 2007 |
| | 関西支店 大阪ロジスティクスセンター(東淀川) | 2007 |
| | 関西支店 大阪みなとロジスティクスセンター | 2011 |
| | 東京支店 羽田オンデマンドセンター | 2014 |
| | 東京支店 羽田オンデマンドセンター(大井分室) | 2005 |
| | 東京支店 羽田オンデマンドセンター(大井分室第2センター) | 2005 |
| | システムソリューションカンパニー | 2003 |
| | 新東京IDC | 2006 |
| | ヤマトロジスティクス(株) メディカルロジスティクスカンパニー 神奈川メディカルセンター | 2006 |
| ISO14001 | ヤマト包装技術研究所(株) 本社 | 2008 |
| ISO13485 | ヤマトロジスティクス(株) メディカルロジスティクスカンパニー 神奈川メディカルセンター | 2009 |
| 安全性優良事業所認定証(Gマーク) | 神戸ヤマト運輸(株) 大阪営業所で取得 | 2012 |
| | 沖縄ヤマト運輸(株) | 2015 |
| | ヤマト運輸(株) 2014年3月末時点で 2402事業所で取得 | |
| | ヤマトマルチチャーター(株) 全事業所で取得 | 2016 |
| | ヤマトボックスチャーター 2016年3月末時点で40事業所で取得 | 2016 |
| | ヤマトグローバルエクスプレス(株) 2017年3月末時点で、47事業所で取得 | 2015 |
| | ヤマトホームコンビニエンス(株) 2017年7月6日時点で34事業所取得 | |

ヤマトグループの事業概要

ヤマトグループは、純粋持株会社であるヤマトホールディングス(株)のもとに、大きく6つの事業で構成されています。グループの経営資源を活かして、2011年4月よりスタートした長期経営計画「DAN-TOTSU経営計画2019」を推進し、よりいっそうの企業価値の向上に努めています。

会社とグループの概要

会社概要

| | |
|---------|--------------------------------------------------|
| 商 号 | ヤマトホールディングス株式会社 |
| 本店所在地 | 〒104-8125 東京都中央区銀座二丁目16番10号 |
| 創 業 | 1919(大正8)年11月29日 |
| 資 本 金 | 127,234百万円 |
| 社 員 数 | 210,950名(連結) |
| 事 業 内 容 | 貨物自動車輸送業はじめ各種事業を営む会社の株式を所有し、経営管理およびそれに附帯する業務を行う。 |

(2017年3月31日現在)

デリバリー事業

「宅急便などを中心とした小口貨物輸送事業および国内の航空貨物輸送事業を担うヤマトグループ総合力の源。

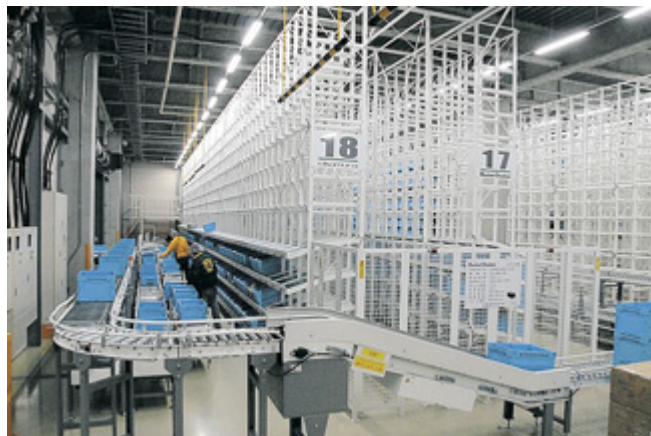
ヤマト運輸(株)／沖縄ヤマト運輸(株)／ヤマトグローバルエクスプレス(株)／ヤマトダイアログ＆メディア(株)／エクスプレスネットワーク(株)／ヤマトコンタクトサービス(株)／ヤマト・スタッフ・サプライ(株)／雅瑪多(中国)運輸有限公司



BIZ-ロジ事業

ロジスティクス事業を中心に、海外現地法人とも連携し、効率的・発展的な「モノ」の流れと保管に関するサービスを提供。

ヤマトロジスティクス(株)／ヤマトグローバルロジスティクスジャパン(株)／ヤマトマルチメンテナンスソリューションズ(株)／ヤマトパッキングサービス(株)／ヤマト包装技術研究所(株)／湖南工業(株)／米国ヤマト運輸(株)／メキシコヤマト運輸(株)／欧州ヤマト運輸(株)／香港ヤマト運輸(株)／台湾ヤマト運輸(株)／ヤマト国際物流(株)／上海雅瑪多倉庫有限公司／シンガポールヤマト運輸(株)／ヤマトティディキエクスプレス(株)／タイヤマト運輸(株)／マレーシアヤマト運輸(株)／ヤマトロジスティクスインド(株)／インドネシアヤマト(株)／ヤマトロジスティクスベトナム(有)



ホームコンビニエンス事業

引越事業、家具・家電の配送・設置事業、食料品等の生活必需品の販売事業を展開。

ヤマトホームコンビニエンス(株)



e-ビジネス事業

情報システム開発・システムパッケージ販売を展開。ヤマトグループを支える知見を内外に提供。

ヤマトシステム開発(株)／ヤマトWebソリューションズ(株)



フィナンシャル事業

物流における商品配達時の代金回収・決済に関する事業や総合リース事業を展開。

ヤマトフィナンシャル(株)／ヤマトクレジットファイナンス(株)／ヤマトリース(株)



オートワークス事業

車両整備事業、車両管理システムや各種保険を運送業者・バス事業者向けに提供。

ヤマトオートワークス(株)／ヤマトオートワークス北信越(株)／ヤマトオートワークス沖縄(株)／ヤマトオートワークス岩手(株)／ヤマトオートワークス四国(株)



その他

中長距離の幹線輸送事業、グループの事業を集約・統一したシェアードサービスを提供。

ボックスチャーター(株)／ヤマトボックスチャーター(株)／ヤマトマネージメントサービス(株)／ヤマトマルチチャーター(株)／神戸ヤマト運輸(株)／(株)スワン／ヤマトアジア(株)／雅瑪多(香港)有限公司／雅瑪多管理(中国)有限公司

各種団体

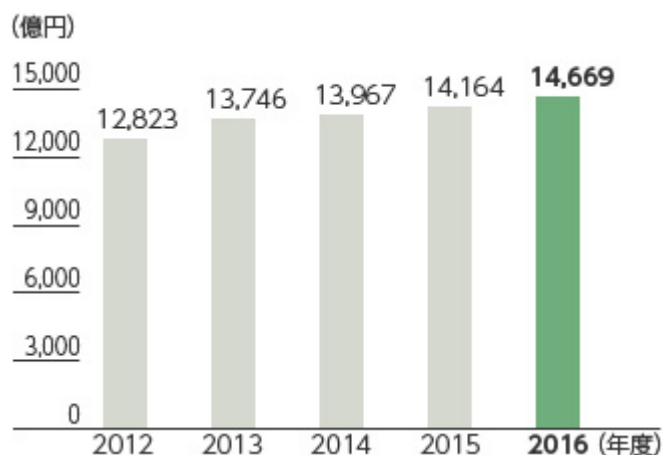
グループでの福祉事業推進および、福利厚生を担当。

ヤマトグループ企業年金基金／ヤマトグループ健康保険組合／公益財団法人ヤマト福祉財団／社会福祉法人ヤマト自立センター／一般社団法人ヤマトグループ総合研究所

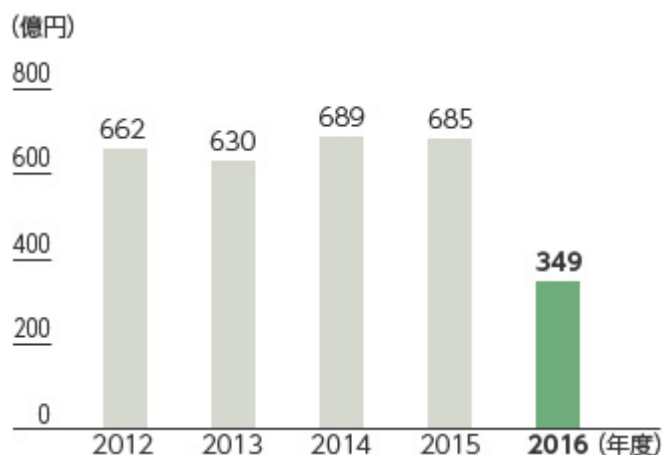
※会社名は2017年6月1日現在
※海外現地法人は通称で表記しています。

事業データ

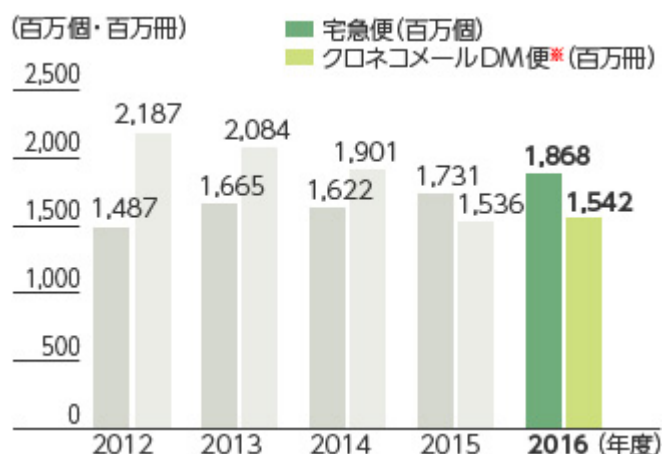
営業収益(連結)



営業利益(連結)

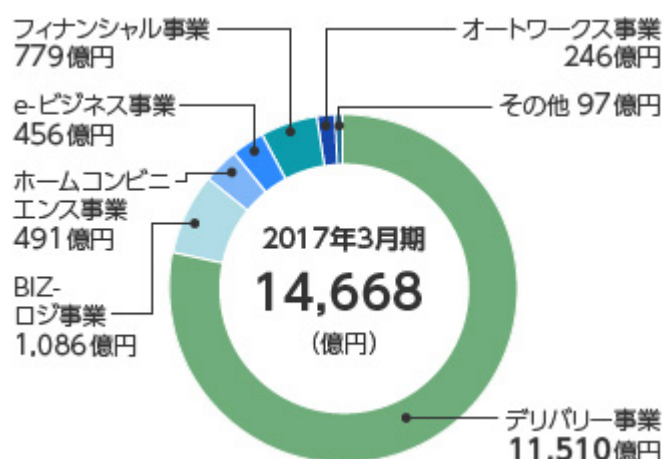


小口貨物取扱実績

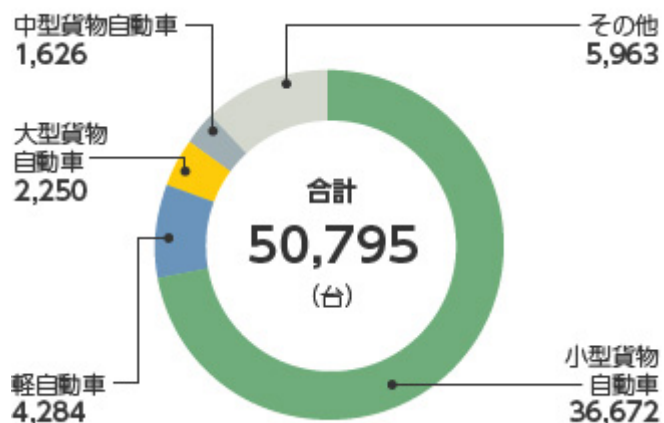


※ クロネコメール便は2015年3月31日をもって廃止

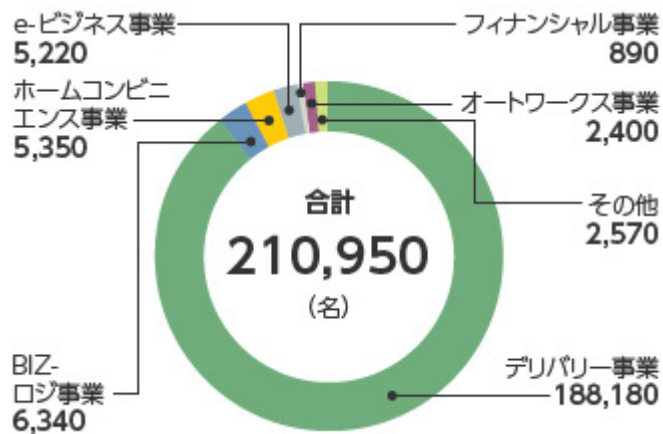
2016年度営業収益構成比



車両構成比(連結)

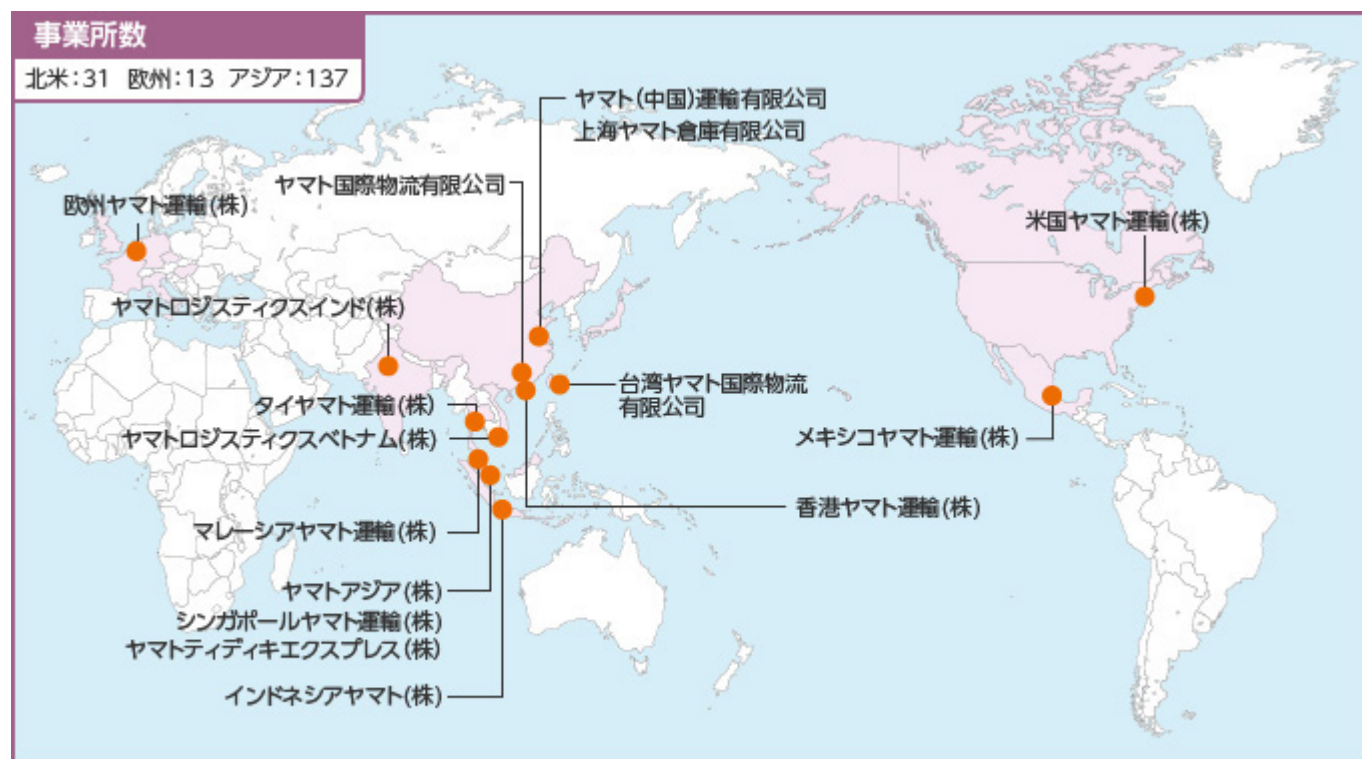


社員数



海外への事業展開

ヤマトグループは現在、北米・欧州・アジアに合計181事業所を展開しています。アジア圏各国との経済的な壁が少しずつ低くなっていく将来を見すえ、宅急便を中心にグループ全体で海外事業の強化を進めています。



(事業所数は2017年3月現在 ●は本社)

「安全」「環境」「社会」重要な取り組み

ヤマトグループの事業特性や戦略、社会への影響を踏まえて、重要性を特定し、取組を管理・推進していきます。

ヤマトグループでは、「安全」「環境」「社会」「経済」の分野でCSRを推進するにあたり、ヤマトグループとステークホルダーの皆様にとっての重要性、社会への影響度などを踏まえ、取り組み内容を決めています。

今後は、こうした重要なCSRの取り組みを管理・推進していくための仕組みづくりにもさらに注力していきます。



安全

人命の尊重を最優先し、常に安全の達成に努めます。 ▼

環境

「ネコロジー」を合言葉に、環境にやさしい物流の仕組みをつくります。 ▼

社会

ステークホルダーから信頼され、期待される存在を目指します。 ▼

安全

人命の尊重を最優先し、常に安全の達成に努めます。

| 事業 | 事故の防止 | 安全な職場環境の実現 | 安全・安心な生活の提供 |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| | SO2 | LA6 | |
| | | | |
| デリバリー事業 小口貨物輸送 (宅急便など) 国内 海外 | <ul style="list-style-type: none"> ● 交通事故の防止 | | <ul style="list-style-type: none"> ● 機密情報の適正処理 |
| ノンデリバリー BIZロジ 物流の改善、保管など 国内 海外 | <ul style="list-style-type: none"> ● 航空貨物の危険物搭載防止 ● 各国の交通事情に合わせた安全対策 | <ul style="list-style-type: none"> ● 労災事故の防止 ● メンタルヘルスケア | <ul style="list-style-type: none"> ● リコール品対応 |
| ホームコンビニエンス 引越支援、 家財の配達・配置など 国内 | | | <ul style="list-style-type: none"> ● ホームセキュリティ |
| オートワークス 車両管理サービス 国内 | | | <ul style="list-style-type: none"> ● トラック・バスの車両管理・整備 |
| e-ビジネス 情報システム開発 国内 | | | <ul style="list-style-type: none"> ● 商品サービスにおける情報セキュリティ確保 |
| フィナンシャル 決済などの金融サービス 国内 海外 | | | |
| ガバナンス | コンプライアンス／事業継続計画 (BCP)／情報セキュリティ／情報公開・コミュニケーション | | |

※ サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン：CSRLレポート作成に関する国際的なガイドライン

SO2 地域コミュニティに著しいマイナスの影響（現実のもの、潜在的なもの）を及ぼす事業

LA6 傷害の種類と、傷害・業務上疾病・休業日数・欠勤の比率および業務上の死亡者数（地域別、男女別）

環境

「ネコロジー」を合言葉に、環境にやさしい物流の仕組みをつくります。

| 事業 | CO ₂ 排出量削減 | | 廃棄物量の削減 | |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| | 輸送での取り組み | 施設での取り組み | リユース・リサイクルの取り組み | リデュースの取り組み |
| | EN3, 6, 15, 18, 30 | | EN1, 2 | |
| デリバリー事業 小口貨物輸送 (宅急便など) 国内 海外 | <ul style="list-style-type: none"> ● <u>エコドライブ</u> ● <u>低公害車の導入</u> | | <ul style="list-style-type: none"> ● <u>送り状のリサイクル</u> ● <u>使用済ペットボトルを原料とした制服の採用</u> | |
| ノンデリバリー BIZ ロジ 物流の改善、保管など 国内 海外 | <ul style="list-style-type: none"> ● <u>モーダルシフトの推進</u> ● <u>共同輸送による環境負荷低減</u> | | <ul style="list-style-type: none"> ● <u>機密文書リサイクルサービス</u> | <ul style="list-style-type: none"> ● <u>環境配慮型包装資材の開発</u> |
| ホームコンビニエンス 引越支援、家財の配達・配置など 国内 | <ul style="list-style-type: none"> ● <u>大型複合ビル内の物流一元化</u> | <ul style="list-style-type: none"> ● <u>省エネ活動</u> ● <u>自然エネルギーの活用</u> | <ul style="list-style-type: none"> ● <u>不用品のリユース・リサイクル</u> | |
| オートワークス 車両管理サービス 国内 | <ul style="list-style-type: none"> ● <u>ICTを活用した戸建住宅街一括配送</u> | | <ul style="list-style-type: none"> ● <u>廃タイヤのリサイクル</u> | <ul style="list-style-type: none"> ● <u>雨水の循環再利用</u> |
| e-ビジネス 情報システム開発 国内 | | | | |
| フィナンシャル 決済などの金融サービス 国内 海外 | | | | <ul style="list-style-type: none"> ● <u>ペーパーレス化</u> |
| ガバナンス | コンプライアンス／情報セキュリティ／情報公開・コミュニケーション | | | |

※ サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン：CSRレポート作成に関する国際的なガイドライン

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| EN3 組織内のエネルギー消費量 EN6 エネルギー消費の削減量 EN15 直接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ1) EN18 温室効果ガス(GHG)排出原単位 | EN30 製品の輸送、業務に使用するその他の物品や原材料の輸送、従業員の移動から生じる著しい環境影響 EN1 使用原材料の重量または量 EN2 使用原材料におけるリサイクル材料の割合 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

社会 ステークホルダーから信頼され、期待される存在を目指します。

| 事業 | ステークホルダーへの責任を果たす活動 |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| デリバリー事業 小口貨物輸送 (宅急便など) 国内 海外 | お客様 お客様満足度・品質の向上 ● サービス品質、作業品質向上の取り組み ● お客様のニーズによる商品開発 (スキー宅急便、ゴルフ宅急便など) |
| ノンデリバリー BIZロジ 物流の改善、保管など 国内 海外 | 社員 イキイキと働ける職場環境づくり LA3,10 ● 教育とキャリア開発 ● ワーク・ライフ・バランス ● 多様性の尊重 |
| ホームコンビニエンス 引越支援、 家財の配達・配置など 国内 | パートナー 公平・公正な取引／安全やサービス向上のための共働 ● 宅急便取扱店とのコミュニケーション |
| オートワークス 車両管理サービス 国内 | 株主 適切で公平な情報開示／コミュニケーションの充実 ● アニュアルレポートや株主向け冊子の発行 ● 決算説明会や国内外での投資家説明会の実施 |
| e-ビジネス 情報システム開発 国内 | 地域の皆様 社会教育の支援 SO1 ● 音楽宅急便「クロネコファミリーコンサート」 ● こども交通安全教室 ● クロネコヤマト環境教室 ● 高校生経営セミナー 地域と連携したCSVの推進 SO1 ● 「生活支援」「販促支援」「観光支援」などの実施 |
| フィナンシャル 決済などの金融サービス 国内 海外 | 障がい者の経済的自立支援 ● 公益財団法人ヤマト福祉財団による取り組み ● 障がい者の働くスワンベーカーリーの展開 ● 社員による寄付活動 |
| ガバナンス | コンプライアンス／事業継続計画(BCP)／情報公開・コミュニケーション |

※ サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン: CSRLレポート作成に関する国際的なガイドライン

LA3 出産・育児休暇後の復職率と定着率(男女別)

LA10 スキル・マネジメントや生涯学習のプログラムによる従業員の継続雇用と雇用終了計画の支援

SO1 事業のうち、地域コミュニティとのエンゲージメント、影響評価、コミュニティ開発プログラムを実施したものの比率



1 特集 「客貨混載」で、地域のお困りごと解消とサービスの向上を両立



▼
中山間地域では
バス路線網の維持が課題に

▼
バスの空きスペースを有効活用する「客貨混載」

▼
バス事業者、ヤマト運輸、地域住民3者のメリット

▼
全国で客貨混載の取り組みを拡大

▼
ステークホルダーの声
社員の声

社会課題

地方都市の沿岸部・中山間地域などでは、自家用車の普及や都市への人口流出などにより、公共交通の利用者数が減少傾向にあります。特に路線バスにおいては、年間で4～500路線が減便・廃止されるという状況が、2014年頃から続いています。

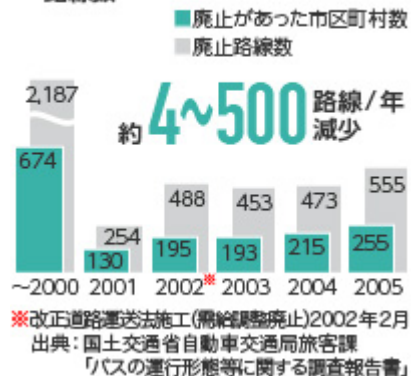
中山間地域ではバス路線網の維持が課題に

宮崎県の西部に位置し、山林に囲まれる西都市(さいとし)東米良(ひがしめら)地区と西米良村(にしめらそん)は、年々人口が減少し、高齢化率も約40%になるなど、県内でも特に過疎化や高齢化が進んでいる地域です。こうした地域の高齢者などにとって、都市部への公共交通手段として路線バスが重要な役割を果たしています。しかし、路線バスを運営する宮崎交通株式会社にとって、利用者が少ない路線の生産性を向上させることは非常に難しい問題とな

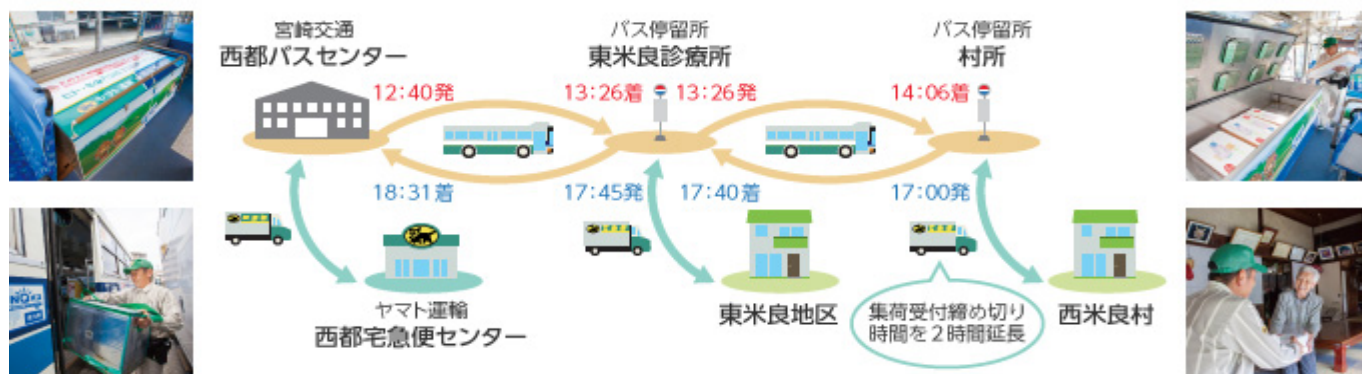
っていました。

一方、ヤマト運輸では西都市から両地域のお客さまへ宅急便を配達する際、西都市にある西都宅急便センターから約50kmの道のりを約1時間半かけて移動していました。また、西都宅急便センターに戻る時間を考えると、両地域のお客さまからの当日発送の荷物の集荷受付締め切り時間は15時ごろにせざるを得ず、お客さまにご不便をおかけしていました。

▼ 路線バス廃止のあった市区町村数と路線数



▼ 保冷専用BOXを搭載した路線バスの運行フロー



バスの空きスペースを有効活用する「客貨混載」

こうした課題を解決するために、ヤマト運輸は、西都市と西米良村を結ぶ路線バスで宅急便を輸送する「客貨混載」を提案しました。これは、既に地域を走る路線バスの座席を一部減らし、空きスペースを確保して、「バスの乗客(客)」と「宅急便の荷物(貨)」を「混載」して運ぶというものです。

まず、ヤマト運輸のセールスドライバー(SD)が、両地域のお客さまに配達する荷物を、西都宅急便センターから宮崎交通の西都バスセンターに運び、路線バスに積み込みます。この荷物を路線バスが運び、途中にあるバス停留所で、それぞれの地域を担当するSDに引き渡します。



▼ 客貨混載による3者のメリット



宮崎交通、ヤマト運輸、地域住民、3者にメリット

この取り組みは、3者それぞれにメリットがあります。

宮崎交通は、路線バスの空きスペースで宅急便を輸送することで、バス路線の生産性を向上し、路線網の維持につ

ながる新たな収入源を確保することができます。

ヤマト運輸は、両地区を担当するSDが西都宅急便センターに戻る必要がなくなるため、現地に滞在できる時間が増え、当日発送の集荷締め切り時間を17時まで延長できます。また、集配車両の走行距離を削減できるため、CO₂の排出量も低減できます。

そして地域住民の方にとっては、路線バスの路線網が安定的に維持されることで、都市部の病院やスーパーなど多様な施設へアクセスでき、生活基盤の維持・向上につながります。また、SDが両地区に滞在できる時間が増えるため、お客さまからの配達時間の変更などのご要望にも、より柔軟に対応できるようになります。さらに、集配時にお客さまの異変に気づいた場合、自治体に連絡する「見守り支援」も行うことで、地域住民の生活サービス向上にもつながることができます。

Topics

第13回 エコプロダクツ大賞「環境大臣賞」を受賞

2016年12月、エコプロダクツ大賞推進協議会主催の第13回エコプロダクツ大賞において、路線バスを活用した宅急便輸送「客貨混載」の取り組みが「環境大臣賞」を受賞しました。

トラックで運行していた区間の一部を路線バスに切り替えて輸送することによって、CO₂排出量を低減したこと、また、より地域に密着したサービスを行っていることなど、環境負荷低減に留まらない幅広い効果を生み出したことが評価されました。



▼客貨混載を運用中の路線バス



全国で客貨混載の取り組みを拡大

宮崎県内では、現在3路線で「客貨混載」の取り組みを行っています。2017年1月からは、西都市—西米良村間で「客貨混載」では日本初の「クール宅急便」の運用を開始しており、地域の特産品の出荷などに活用いただいています。新鮮な特産品の出荷が拡大できれば、地域産業の活性化にもつながると考えています。

また、現在では、宮崎県のほか北海道、岩手県、熊本県、兵庫県でも、各地の自治体、事業者などと協力しながら「客貨混載」の取り組みを行っています(2017年6月時点)。ヤマトグループは今後も、さまざまな視点から、高齢化や過疎化が進む中山間地域等における課題解決と地域活性化に取り組んでいきます。

ステークホルダーの声

より地域に貢献できる路線バスへ。

今回の提案をいただいた当初から、ヤマト運輸、当社、そして地域の皆さまにメリットとなる点が多いということで、前向きに検討していました。一方で、荷物の積み込みによって路線バスの運行に支障が出るのではとの懸念があったことも事実です。

運用にあたっては、ヤマト運輸がバスの運行時刻に合わせてくださっているお陰で、従来の路線バスのお客さまにもこれまでと変わらずご利用いただけています。取り組み開始後、お客さまからは良いアイデアだにご評価いただきました。「クール宅急便」の運用を開始するにあたっては、ヤマト運輸と共同で、長時間の運搬でも鮮度を保つことのできる専用の蓄冷材などを検討しました。

地域に貢献できる路線バスとして、今後もヤマト運輸と新しいことに取り組みたいと思っています。



宮崎交通株式会社
乗合部 部長
尾上 勝政 様

今後のサービス拡大にも期待しています。

西米良村の人口は県内で最も少なく、1,000人ほどです。今後、この地域はさらに高齢化が進み、都市部のスーパーや病院に行くのにバスを利用する人が増えてくると思います。そうしたなかで、バス路線が維持されることは住民にとって意味があると思います。また、買い物が困難になる方が増えれば、買い物支援サービスなども必要になってくると思います。

宅急便の最終集荷時刻が延長されたことによって、生鮮品などを出荷する事業者から便利になったとの声を聞きます。地元の特産物である柚子や鮎、西米良サーモンなどの出荷が今後増えてくれば、地域の活性化にも繋がると期待しています。



西米良商工会議所
会長 坂本 九州男 様

社員の声

蓄積したノウハウを他地域にも展開。

先に運用を開始した岩手県での客貨混載バスは、県内外の荷物が集まるベースと呼ばれる仕分け拠点と営業所との間の配送が主でしたが、宮崎県での取り組みでは、お客さまの軒先までの配送部分を客貨混載バスが担っているのが特長です。

当社としても、往復で約3時間かかっていたSDの移動時間を減らせたことで、ドライバーの負担軽減にもつながっています。また、最終集荷時刻が大幅に延びたことも、お客さまから好評をいただいています。そうしたなかで、地域の特産品など温度管理が必要な荷物が増えてきたため、保冷専用の荷台スペースを設けた客貨混載でのクール宅急便の運用も開始しました。日本初の取り組みとなりますが、ここで蓄積したノウハウを他の地域でも展開できればと考えています。



ヤマト運輸株式会社
宮崎主管支店 営業企画課
課長 佐藤 裕士



特集 2 エコでスマートな物流サービスの提供 ICTを活用した全国初の戸建て 住宅街一括配送を開始



▼
持続可能な都市
生活のために

▼
複数の宅配会社
の荷物をまとめ
て一括配送

▼
荷物情報の一括
管理で物流のオ
ンデマンド化を実
現

▼
コミュニティの一
員として、さまざ
まな取り組みを
実施

▼
ステークホル
ダーの声
社員の声

社会課題

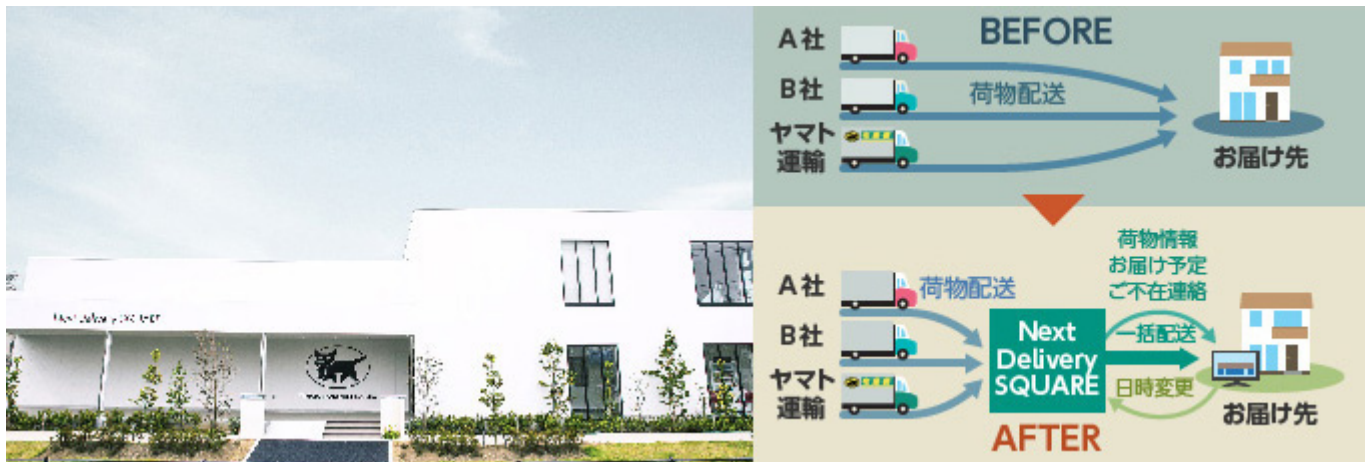
近年、都市部への人口集中に加え、市町村合併などが進展したことにより、人口20万人以上の都市に居住する人の割合が大幅に増加しています。これにともなうエネルギー消費の増加が課題となっており、全国各都市で低炭素かつ持続的な都市整備が多数プロジェクト化されています。

持続可能な都市生活のために

環境問題への危機意識から、従来の経済発展や成長の方法を見直し、「持続可能な発展」を図るという考え方が、社会に浸透しつつあります。

現在の日本は、地方では過疎化などの課題がある一方、都市では、人口集中によるエネルギー使用量の増大などの課題を抱えています。こうした課題を解決するために、都市部における持続可能な暮らしの実現に向けて何ができるの

か、日本各地で、「エコ」「スマート」「サステナブル」といったテーマを掲げた多くの都市整備プロジェクトが進められています。



複数の宅配会社の荷物をまとめて一括配送

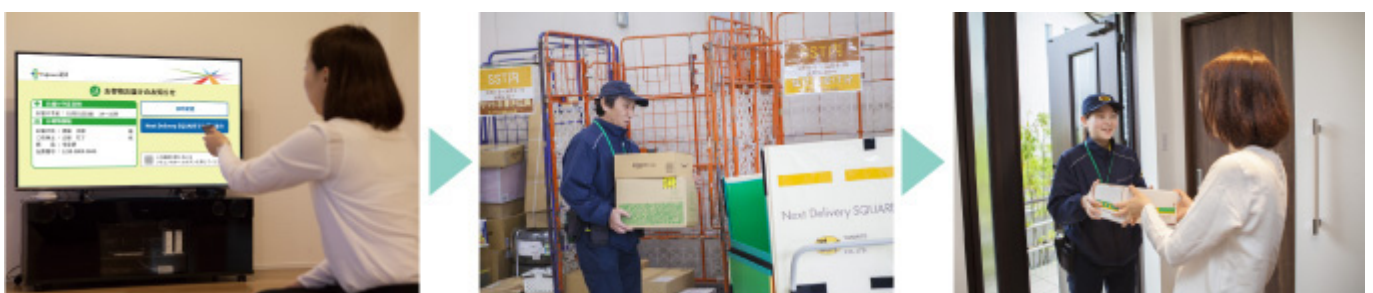
神奈川県藤沢市と民間企業が連携して立ち上げた「Fujisawa サステナブル・スマートタウン（以下、Fujisawa SST）」は、サーフィンで有名な湘南の海からほど近い場所にあります。ここでは、暮らし起点で実稼働するスマートタウンとして、街に関わる人々と持続可能なスマートライフを育み、新たなサービス・技術を取り入れ、100年先も続く街づくりが進められています。

ヤマト運輸は、Fujisawa SSTの環境目標に配慮し、街の情報ネットワークやコミュニティと連携して、街づくりを支えるスマート物流インフラの進化に取り組んでいます。2016年11月、このFujisawa SST内に街全体の総合的な物流インフラとなる「Next Delivery SQUARE（以下、ネクストデリバリースクエア）」を開業。他の宅配会社の荷物を集約し、ヤマト運輸がまとめてお届けする一括配送サービスを開始しました。商業施設向けの一括配送は従来から行っていましたが、戸建て住宅向けのサービスは、全国で初の取り組みです。

➤ [FujisawaSSTでの取組み、](#)
[Next Delivery SQUAREについての動画はこちら](#)

POINT「改正物流総合効率化法」の対象として認定

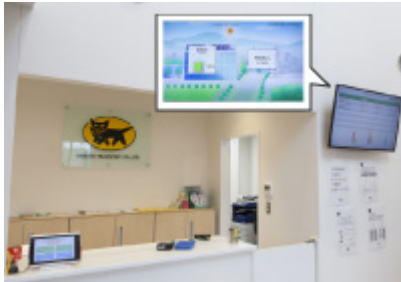
Fujisawa SSTでの一括配送事業は、2016年10月25日に、全国初の「改正物流総合効率化法」の対象として国土交通省より認定されています。



貨物情報の一括管理で物流のオンデマンド化を実現

ネクストデリバリースクエアでは、他の宅配会社の荷物を一度集約することで、Fujisawa SST内に配達する荷物の情報を管理できるようになりました。2017年3月からは、この情報を活用したサービスを開始。家庭に設置されているスマートテレビを使って、当日のお届け予定情報やご不在連絡を配信することにより、居住者ごとの配送ニーズに応える環境を整備し、物流のオンデマンド化を図っています。テレビ画面からまとめてお届け日時の変更や受取場所の指定ができるため、個々の宅配業者に連絡する必要がなく、荷物を別々に受け取る手間も省けます。また、街内の配送を台車や新スリーター（電動アシスト付自転車）で行い、安全性の向上も実現します。

さらに、特選品のお取り寄せやルームクリーニングなどの快適生活サポートサービスや、ネクストデリバリースクエアが開催するイベント情報などを紹介する特設サイトを開設しています。小田原漁港から朝獲れの鮮魚を当日にお届けする新たなサービスの提供を開始するなど、スマートテレビを通じた情報発信により、居住者の便利で豊かな生活を支援していきます。



POINT 環境配慮型配送センター

ネクストデリバリースクエアは、エネルギーを生み出すスマートな施設として、太陽光発電やLED照明の導入、建築資材の低炭素化などにより、従来のヤマト運輸の集配拠点と比べて約30%のCO2削減を実現しています。

コミュニティの一員として、さまざまな取り組みを実施

ネクストデリバリースクエアではこのほかにも、ヤマト運輸の社員がFujisawa SST周辺の幼稚園や小中学校に通う子ども向けに、交通安全の知識を教える「こども交通安全教室」を実施しているほか、働くことの大切さを伝えるために、子どもたちがSD（セールスドライバー）となって、街内の配達を体験する「職業体験」イベントなども開催しています。ヤマト運輸は単に荷物を運ぶだけではなく、この街の一員として、住民と連携しながら街づくりに取り組んでいます。これからも、ヤマトグループは、持続可能なコミュニティの実現に向けて、グループ各社が持つ機能を活かした提案を続けていきます。

ステークホルダーの声

官民一体となって、100年続く街づくりを進めます。

当社はFujisawa SSTを運営する協議会の代表幹事です。Fujisawa SSTは、2011年の東日本大震災をきっかけに、環境への配慮だけでなく、安心安全でサステナブルな暮らしを持続していくことも重要であると考えようになりました。2012年にヤマト運輸さまから今回の提案をいただいた際、この街の目指すところを深く理解してくださっていると感じました。そして、住民が参加するタウンミーティングでもサービスの内容についてご説明をいただき、実現にいたりしました。

Fujisawa SSTは、AIやIoTといった最先端の技術を使った新事業にもチャレンジしやすい環境です。街の発展に向けて、ヤマトグループさまの機能を活かした新たなサービスを今後も展開していければと思っています。



パナソニック株式会社
CRE事業推進部 部長
宮原 智彦 様

住民目線で新しいことにチャレンジしていきたいと思います。

私の部署は、Fujisawa SST内の住居のシステムなどを整備する業務を行っています。そのシステムのひとつが、各家庭に設置されているスマートテレビですが、ヤマト運輸のオンデマンドサービスがあるならと、新たにご契約くださるお客さまも増えました。また、小田原漁港の鮮魚取り寄せは、毎日どんな魚が入っているか分からないドキドキ感とその日の朝に獲れた鮮魚の味を、住民の皆さんも評価しています。

住民目線でさまざまな提案ができることがヤマト運輸の強みだと思っています。街のコンセプトや意義もよくわかってくださっていますし、これからも共に新しいことにチャレンジしていければと思っています。



Fujisawa SSTマネジメント株式会社
システムサービス部／事業創造部
マネージャー
亀田 隆 様

社員の声

街づくりにどのように貢献できるか、常に考えています。

Fujisawa SSTのネクストデリバリースクエアへの異動と聞いた時は、正直、自分にきちんと務まるのかと不安でした。戸建て向けの一括配送は日本初の取り組みでしたが、サービス開始以降、ご利用のお客さまからは、受け取りの手間が省ける、荷物の届くタイミングがわかるので嬉しいといった声をいただいています。

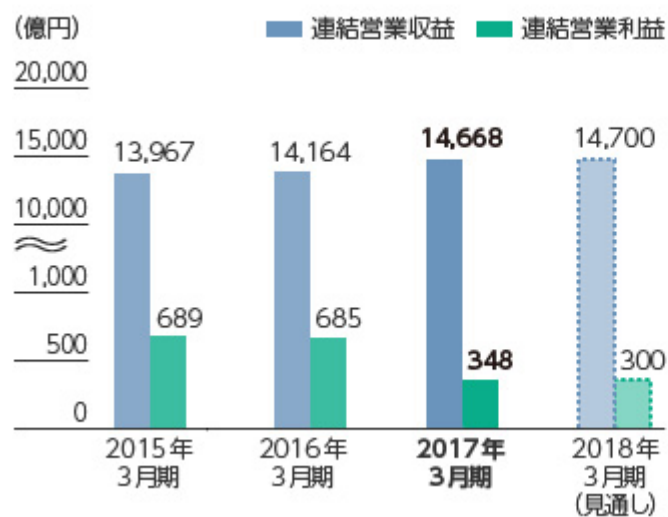
施設開設当初から計画していた「職業体験」も大好評で、今後も継続していく予定です。よりよい街づくりに向けてできることを増やしていきたいと考え、SDにも、積極的に街を歩き、街の人たちと会話することで、課題を発見するよう呼びかけています。SST内の他の企業とも協力し、新しいアイデアで街の活性化に貢献できればと思っています。



ヤマト運輸株式会社
藤沢辻堂支店 支店長
小泉 純也

経済

連結営業収益／連結営業利益



連結営業利益率

2.4%

2017年3月期

ROE(自己資本当期純利益率)

3.4%

2017年3月期

国内宅急便取扱量

1,867 百万個

2017年3月期

> [長期経営計画「DAN-TOTSU 経営計画 2019」の詳細はこちら](#)

安全



**人命の尊重を最優先し、
常に安全の達成に努めます。**

生活道路を使用し事業を行うヤマトグループにとって、地域の安全確保はなによりも大切です。「安全第一、営業第二」の理念のもと、輸送の安全を図る施策に力を注ぎ、業務上のいかなるときにも人命の尊重を最優先します。



ヤマトグループの取り組み

安全計画の
策定

> [詳細はこちら](#)

セールス
ドライバーの育成

> [詳細はこちら](#)

社員への
安全意識浸透

> [詳細はこちら](#)

設備・安全
システムの整備

> [詳細はこちら](#)

労働安全衛生

> [詳細はこちら](#)

2016年度の取り組み実績

| 取り組み | | 実績と成果 |
|------------------|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ● 安全計画の策定 | 輸送の安全を確保する計画 | <ul style="list-style-type: none"> ● 重大事故件数4件(重大交通事故4件、重大労災事故0件)無過失事故含む ヤマトグループでは、交通事故の発生を0件にすることを目指しています。ヤマト運輸では、「輸送の安全を確保する計画」を毎年策定しており、目標や取り組みなどを記載したポスターを全事業所に掲示しています。 ● 全国に配置した安全指導長312名 ヤマト運輸の各主管支店に安全対策の専門職「安全指導長」を配置し、セールスドライバーを指導しています。 |
| ● セールスドライバーの育成 | 技能向上のための教育 | <ul style="list-style-type: none"> ● 安全指導長・管理者の添乗指導を受けたセールスドライバー44,392名 ● 安全指導長による在籍者への安全研修2,331回 ● 安全情報誌や安全カレンダーの発行 ヤマト運輸では、セールスドライバー向けに安全運転のポイントなどを掲載した安全情報誌「セーフティ・ファースト」、全セールスドライバーが携帯する「運転者安全手帳」、危険感受性向上の訓練ができる「安全カレンダー」を発行しています。 |
| ● 社員への安全意識浸透 | 「交通事故ゼロ運動」の実施 | <ul style="list-style-type: none"> ● 「交通事故ゼロ運動」の実施 ヤマトグループでは、海外事業会社を含めたグループ全体で4月と9月に「交通事故ゼロ運動」を実施しています。なかでもヤマト運輸では、1970年から運動を継続しています。2016年度は、春は「一時停止・二次停止・指差喚呼」の徹底、秋は「TTS※の実践」をテーマに設定し、事故ゼロ達成を目指しました。 ※一時停止(止める)・二次停止(見せる)・指差喚呼(見つける) |
| | 表彰・コンテストの実施 | <ul style="list-style-type: none"> ● 永年無事故表彰受賞者 8,274名 ヤマト運輸、ヤマトホームコンビニエンス、ヤマトグローバルエクスプレス、ヤマトマルチチャーターでは、安全運転に優れ、無事故を続けているセールスドライバーを毎年、表彰しています。 ● 「ヤマト運輸全国安全大会」の開催 ヤマト運輸では、6回目となる社内安全大会を開催し、支社大会、沖縄ヤマト運輸、ヤマトグローバルエクスプレスの安全大会を勝ち抜いた56名が安全意識と運転技術について競いました。今回は2トンMPバン部門(AT車)も新設しています。 このほか、ヤマトホームコンビニエンス東北統括支店でもドライバーコンテストを実施しました。また、ヤマトマルチチャーターでは、社外のドライバーコンテストにも積極的に参加しました。 |
| | 安全な職場環境の実現に向けて | <ul style="list-style-type: none"> ● 労災事故防止の取り組み ヤマトグループでは、重大事故につながるようなヒヤリハット事例を共有し、安全な職場環境の実現に向けた施策を立案・推進しています。また、グループ各社においても、フォークリフト安全講習会や安全意識の向上を図る「安全週間」などの施策を実施しています。 |
| ● 設備・安全システムの整備 | 車両の整備 | <ul style="list-style-type: none"> ● 車両整備工場「スーパーワークス」23拠点 「スーパーワークス」はヤマトオートワークスが保有する24時間365日稼働の、作業効率が大幅に向上した整備工場です。全国71整備工場のうち23拠点がスーパーワークスとして稼働しています。 ● 整備士約940名、うち自動車検査員資格者約600名 ヤマトオートワークスでは、通常の整備資格に加え、整備完了車が保安基準に適合しているかを確かめる完成検査を行える自動車検査員資格の取得を積極的に推進しています。 |
| | 設備・ツールの導入 | <ul style="list-style-type: none"> ● ITシステム導入で、運転免許証の確認を徹底 ヤマト運輸では、目視確認に加えて携帯情報端末(ポータブル・POS)を活用して「ICカード免許証」を確認することで、ITの側面から運行管理業務を支援してコンプライアンスを徹底しています。 ● 安全でやさしい運転を支援する「See-T Navi(シー ティー ナビ)」を集配車両に導入 ヤマト運輸独自の車載システム「See-T Navi」が、安全集配ルートマップのデジタル化などにより、安全運転をサポートします。 |
| ● 安全を確保する施策の海外展開 | 各国の交通事情に合わせた安全対策 | <ul style="list-style-type: none"> ● 各国の交通事情に合わせた安全対策 各国(上海・香港・シンガポール・マレーシア・台湾)の安全・CSR担当者並びに安全指導者が、日本で開催された全国安全大会を視察し、運用手法などを習得する事で、各国独自での展開を促進しています。 |

安全計画の策定と管理体制

運転を含む日々の業務で安全を追及していくために、年度ごとに計画を立て、継続的に安全向上への取り組みを行う体制を確立しています。

教育・安全管理体制の構築

年度計画の策定と周知

社員一人ひとりが、常に「安全第一」と「人命の尊重」を最優先して業務に臨むために、ヤマト運輸では、年度ごとに輸送の安全に関する重点施策や計画を定めています。これを全社員に周知することで、安全への意識強化を図っています。

例えば、毎年の目標や取り組み内容などを記したポスターを作製し、全事業所に掲示しています。



「輸送の安全を確保する計画」ポスター

安全対策の専門職＝安全指導長を軸として

ヤマト運輸の安全戦略の基盤となるのは、1974年の導入以来、着実に当社の安全を支え続けてきた「安全指導長制度」です。

安全指導長とは各主管支店に配属された安全対策の専門職で、2017年4月現在、全国に312名。日々、管下のセンターを巡回しながら、法令の遵守、個人の運転レベルの向上、交通・労災事故防止の徹底に取り組んでいます。2016年度には、44,392名のセールスドライバー（SD）が安全指導長（および管理者）による添乗指導を受けました。



安全指導長による添乗指導

セールスドライバーの育成

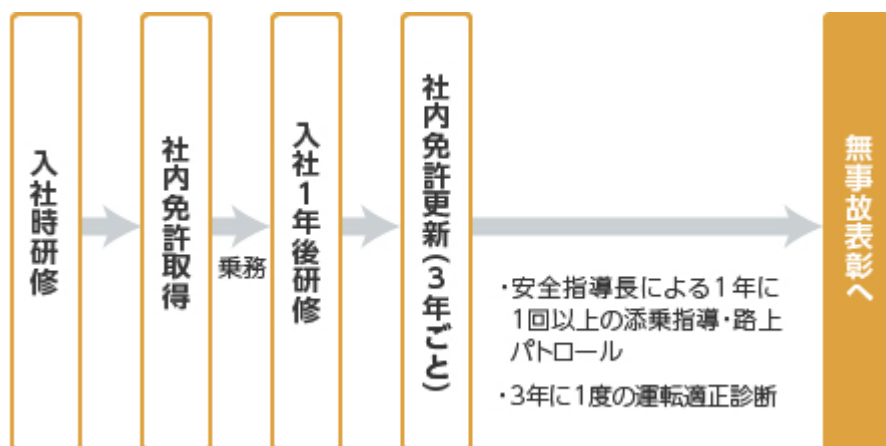
技能向上に向けた教育・指導

ヤマトグループでは、安全運転を厳守する優秀なドライバーを育成するため、教育制度の充実や日々のきめ細かな指導に取り組んでいます。

厳格な社内免許制度

厳しい適性検査により採用されたヤマト運輸のドライバーは、入社後約1カ月にわたる安全教育などの入社時研修を受け、社内免許を取得した後、初めて実際の乗務につくことができます。その後も、入社1年後研修、安全指導長・管理者による定期的な添乗指導・路上パトロール、3年に1回の運転適性診断などを通して、安全運転に磨きをかけていきます。

社内教育の流れ



路上パトロール・添乗指導

ヤマト運輸の全国の主管支店では、安全指導長・管理者がドライバー一人ひとりに対し、路上パトロール・添乗指導による直接安全指導を行っています。

1. 路上パトロール

エリアごとの集配ルートを巡回し、ヤマト運輸の集配車両を特定して運転行動を観察。走行時の速度超過、交差点での安全確認・指差喚呼、右折での一時停止などを厳しくチェックし、車両が停止した場所でドライバーに指導します。

2. 添乗指導

集配時に添乗し、安全運転・エコドライブをきちんと実行できているか、細部にわたって確認・指導します。

啓発・教育ツールの活用

ヤマト運輸では、安全への意識を高め、「安全第一」を実現するために、さまざまなツールを活用しています。安全情報を共有する安全情報誌「セーフティー・ファースト」、全ドライバーが携帯する「運転者安全手帳」、そして危険予知訓練で危険感受性を高めることができる「安全カレンダー」などがあります。



「安全カレンダー」

適切な駐車措置・ローギア発進と安全喚呼

ヤマト運輸では、「交通事故ゼロ」を目指す安全運転の基本事項として、駐車時には「ハンドルを左に切ってからエンジンオフ」「ギアをローまたはバック、オートマチック車ではP（パーキング）に入れる」「サイドブレーキを2度引く」「輪止めをかける」こと、また発進時には「車両を一巡し、周囲の確認をする」「ローギアでアクセルを踏まずにクラッチをゆっくりつないで発進」することの徹底に全社で取り組んでいます。

また、指差しと発声で安全確認を行う指差喚呼（安全喚呼）は、安全の確保に非常に有効です。意識を集中し、正確な判断ができるよう、朝礼時には動作に合わせて声を出し、確認を行います。



「ハンドルを左切り」「ギア入れ」「サイドブレーキ」「輪止め」での駐車を徹底しています。

国土交通省認定の運転適性診断実施機関による安全教育



ヤマトグループのドライバーは、適時「運転適性診断」を受診しています。運転適性診断とは、自動車運送事業者が雇用する運転者に受診させる適性診断です。

診断の種類には、義務診断（初任診断、適齢診断、特定診断）と任意診断（一般診断）がありますが、ヤマトグループのドライバーは、義務診断のほか、安全運転のために、3年に一度、一般診断も受診しています。

診断は、国土交通大臣の認定を受けた実施機関であるヤマト・スタッフ・サプライが事業の一環として実施しています。グループ内では、2016年度は約11,300名に対して診断を実施しました。

なお、ヤマト・スタッフ・サプライでは、同じく国土交通大臣の認定を受け、運行管理者等指導講習として「一般講習」「基礎講習」を実施しており、グループ内では約2,200名が受講しました。

詳細は「[CSVへの取り組み](#)」を参照ください。

安全関連データの活用



ヤマト運輸では、自社で収集している安全関連データと運転適性診断の結果を統計的に用いて、事故経験のあるセールスドライバー（事故惹起者）と無事故セールスドライバー（未惹起者）の傾向を客観的に把握しています。

これをもとに指導の必要があるドライバーを予測し、安全指導長（および管理者）による添乗指導の場で、個々のドライバーの運転のくせの改善などに向けた指導を実施することで、交通事故の未然防止に努めています。

社員への安全意識浸透

全社安全運動

ヤマトグループは、「安全第一、営業第二」の理念のもと、グループ全体で春・秋の「交通事故ゼロ運動」に取り組んでいるほか、各社がそれぞれの事業特性に沿った全社安全運動を展開し、安全の確保に努めています。

2016年度交通事故ゼロ運動

2016年度交通事故ゼロ運動の重点実施事項

春：『交差点における“防衛運転”を習慣づける』

秋：『交差点事故の撲滅』

ヤマト運輸では、1970年以来継続する春・秋の「交通事故ゼロ運動」や、労災事故防止を目指す「安全週間」を毎年実施し、安全の確保に取り組んでいます。

2016年度「春の交通事故ゼロ運動」では、交差点事故の特徴を周知し、交差点通行時における基本動作「一時停止・二次停止・指差喚呼」の徹底をテーマとして、安全会議の開催や添乗指導などに取り組み、事故ゼロ達成を目指しました。

同年「秋の交通事故ゼロ運動」では、「TTS※の実践」をテーマに設定。交差点事故傾向の把握に加えて、自身の運転適性診断結果の振り返りを行うことで事故を「自分事」としてとらえる取り組みを実施しました。

また、交通事故ゼロ運動期間中に対人・対物の有責事故ゼロを達成した主管支店に対し、その成果を讃えて表彰を行っています。

2016年度ダイヤモンド賞(6回以上連続無事故達成)受賞

春：山口主管支店

秋：羽田クロノゲート

※ 一時停止(止める)・二次停止(見せる)・指差喚呼(見つける)

※ 事故ゼロ運動の取り組みについては[交通事故の防止\(ヤマトグループCSR報告書2014【ハイライト版】\)](#)もご参照ください。



2016年度「秋の交通事故ゼロ運動」ポスター

定期的な安全教育で安全意識を強化



ヤマトグループ各社では、定期的な安全教育の実施を通じて、社員の安全意識を強化しています。例えば、台湾ヤマト運輸では、毎年各営業所で全社員を対象として安全衛生管理についての教育を実施しています。



台湾ヤマト運輸の安全教育

表彰・コンテストの実施

社内ドライバーコンテストの推進



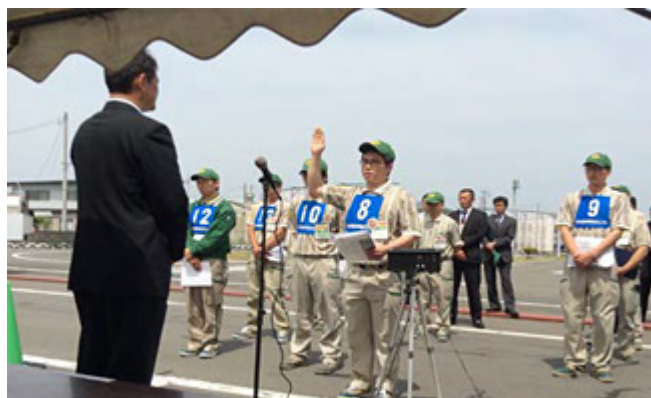
2016年10月、ヤマト運輸は第6回となる全国安全大会を開催。今回は、将来の車両体制に合わせるため、2トンMPバン※部門(AT車)を新たに創設し、安全にかかわるさまざまな社員が意識や技術を高める大会としました。支社大会、沖縄ヤマト運輸、ヤマトグローバルエキスプレスの安全大会を勝ち抜いた56名が、ハイレベルな戦いを繰り広げました。

このほか、ヤマトホームコンビニエンス西関東統括支店では、日常点検や運転技能に加えて、作業配送技術・接客技能なども対象とするコンテストを実施しています。大会では、作業開始終了時の挨拶・養生の設置や取り外し・キズ確認・お客様のニーズを引き出してご提案できるかというセールスの部分も採点。運転技術はもちろんのこと、今後はお客様への接客態度もますます重視して、研究を重ねていく考えです。

※ 低温輸送用車両の一種。



ヤマト運輸の全国安全大会



ヤマトホームコンビニエンスのドライバーコンテスト

整備技術・対応スキルコンテストの実施



車両の整備事業を営むヤマトオートワークスでは、2016年度、社員が日ごろ培ってきた整備技術・お客様対応のスキルを競い合うコンテストを開催しました。

当日は内容ごとに部門を分け、総勢33名の社員が参加して、整備技術の安全性・正確性、整備のスピード、同僚との連携の巧みさ、お客様対応スキルや保険の知識を競い合いました。



無事故の優秀ドライバー・事業所を表彰



ヤマトグループの「安全第一」は、ドライバーの日々の安全運転に支えられています。ヤマト運輸、ヤマトホームコンビニエンス、ヤマトグローバルエクスプレス、ヤマトマルチチャーターでは、安全運転に優れ、無事故を続けるドライバーに対し、毎年、表彰と褒賞を行っています。

また、ヤマト運輸では1年間無事故・無災害を達成したセンター3,245店、ベース1店にも安全優良店として表彰を行いました。



ヤマト運輸の永年無事故表彰式

2016年の永年無事故表彰受賞者数(名)

| 賞 | 無事故年数又は距離 | ヤマト運輸 | ヤマトホームコンビニエンス | ヤマトグローバルエクスプレス |
|--------------|-------------|-------|---------------|----------------|
| ダイヤモンド賞 | 25年又は270万km | 483 | 3 | 8 |
| 金賞 | 18年又は190万km | 1,088 | 6 | 15 |
| 銀賞 | 8年又は80万km | 2,589 | 51 | 33 |
| 銅賞 | 5年又は50万km | 1,435 | 53 | 24 |
| セーフティ・ドライバー賞 | 2年又は20万km | 2,343 | 109 | 28 |
| 合計 | | 7,938 | 222 | 108 |

※ ヤマトマルチチャーターの永年無事故表彰受賞者数は合計6名。

社外のドライバーコンテストに参加



ヤマトマルチチャーターでは、安全意識・安全知識・運転技術の向上、エコドライブの推進などを図るため、トラック協会の主催するドライバーコンテストに積極的に参加しました。2016年度は京都、滋賀、大阪、奈良、兵庫でコンテストに参加し、中でも京都府大会ではトレーラ部門で同社の代表が優勝、全国大会へ参加しました。

安全強化運動とあわせてデコレーションコンテストを実施



ヤマトロジスティクスでは、2016年12月に行われた第33回安全強化運動において、社員全員の安全運動への参加意識を高め、より安全強化に取り組むために、デコレーションコンテストを実施しました。このコンテストは、各事業所が安全意識の大切さを訴える内装（デコレーション）を考案し、その出来を競うものです。第2回目の実施となった今回は、独特の発想で熱心に取り組む事業所が増え、完成度・参画意識がともに高かった事業所の作品が表彰されました。



KYT(危険予知トレーニング)による安全への意識付けをコンセプトにセンター員各自の思いを表現(福岡海外生活支援センター)



廃材を活用してフォークリフトのミニチュアを作成(東京美術品支店)



センター一致団結への意気込みを季節感あるデコレーションで表現(成田ロジセンター)

安全意識の向上を目指す研修を実施

安全推進員を対象としたスキルアップ研修



ヤマトボックスチャーターでは、2016年6月22日～2017年3月16日までの計6回、ヤマトボックスチャーターの安全推進員(75名)、安全指導長(7名)を対象としたスキルアップ研修を行いました。

研修内容は座学と実技からなり、日常点検、運転姿勢、基本走行、夜間走行、危険回避と危険予測、スキッド走行、後退時の安全ポイントの各項目について、さらなる意識向上と技術・知識の深化を図りました。

フォークリフトオペレーター研修



ヤマトグローバルエクスプレスでは、日々フォークリフトの運転に携わる社員の意識・技術向上を目的に、フォークリフトオペレーター研修を実施しています。

2016年度は全国から107名のフォークリフトオペレーターが参加。ヤマト・スタッフ・サプライよりプロの講師を招いて、18回に分けて研修を開催しました。

研修では、実際にコースを作成し、フォークリフトを用いて航空コンテナの移動を繰り返しながら、安全操作に必要な基本動作について学ぶとともに、各人の運転のくせについても、丁寧な指導を受けて修正を図りました。



フォークリフトオペレーター研修

設備・安全システムの整備

車両の整備

車両の徹底した保守管理でヤマトグループの安全を支える



輸送の安全を確保するためには、車両の徹底した保守管理が不可欠です。ヤマトグループは全車両の定期点検および整備をヤマトオートワークスで実施し、過去の整備履歴を基に購入車両の選択、最適な台替タイミングの精査を実施しています。

ヤマトオートワークスは、ヤマトグループの集配拠点4,000カ所以上をカバーし、50,000台に及ぶ車両の点検整備を担っています。2017年3月末現在、日本全国に展開する71カ所の整備工場のうち、23工場は車両整備システムの効率化と環境への配慮、そして社員の働きやすさを追求した最新鋭工場「スーパーワークス」となっています。

「スーパーワークス」を含む大半の整備工場は24時間365日営業であり、故障発生時の迅速な対応はもちろん、年間を通じた一括管理により、すべての車両の法定定期点検に対応しています。さらに、車両の状態をこまめに確認、情報を蓄積することによって、故障する前に整備を行う「予防整備」を実現しています。約940人の整備士のうち、整備完了車が保安基準に適合しているかを確かめる完成検査を行える自動車検査員資格者は約600人（2017年3月末現在）にのぼっており、整備では、中間検査と完成検査を別の整備士が行うダブルチェックによって、検査の精度を高めています。

2015年4月には、整備士が技術を競い合う「メカニックコンテスト」を開催しました。このようにこれまで培ってきた技術をさらに磨き合い、高水準で効率的な整備体制を盤石なものですることで、ヤマトグループの安全をしっかりと足元から支えています。

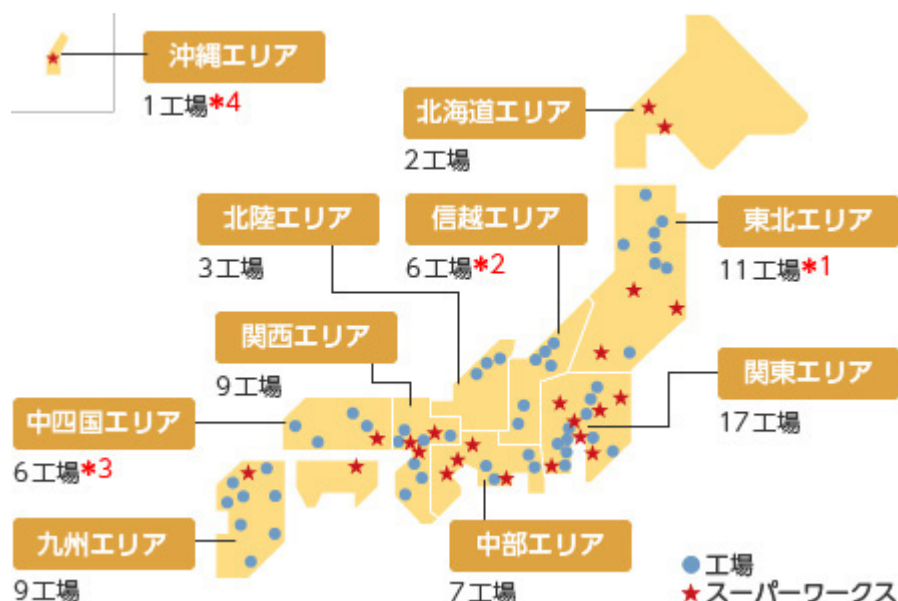


2015年9月に竣工した「スーパーワークス神戸工場」



工具を積んで出張整備診断を行う「リペアワークス」を導入

整備工場のネットワーク



- *1 ヤマトオートワークス岩手5工場を含む
- *2 ヤマトオートワークス北信越3工場を含む
- *3 ヤマトオートワークス四国1工場を含む
- *4 ヤマトオートワークス沖縄

設備・ツールの導入

See-T Naviの導入を推進

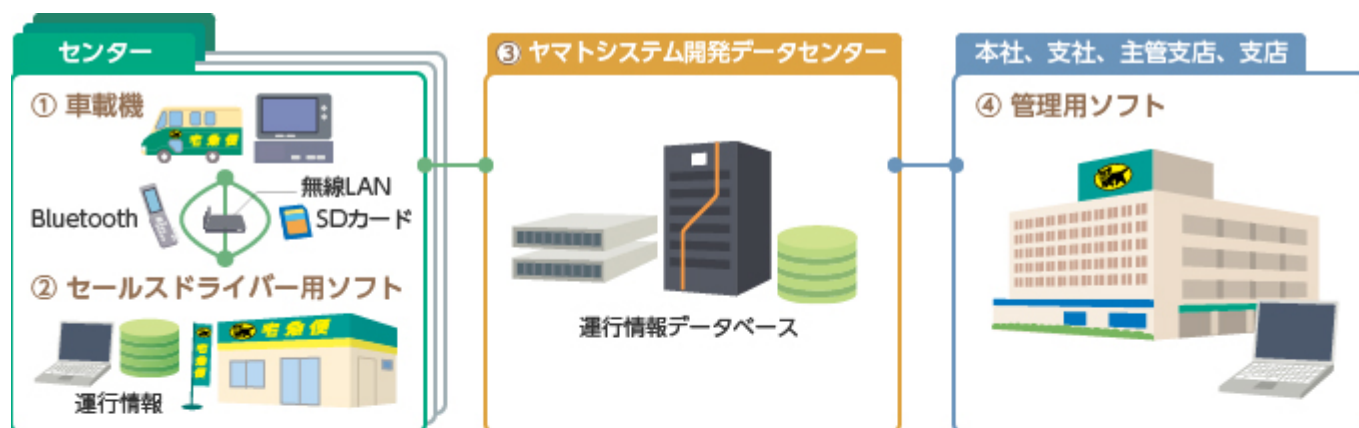
「See-T Navi」は、ヤマト運輸が2010年3月に開発、導入を開始した独自の安全・エコナビゲーションシステムです。ブレーキのタイミングや走行ルートなど、運転の細部までをデータ化＝見える化します。これにより、セールスドライバーが自分の運転を客観的に評価・改善したり、管理担当者がデータに則った個別指導を行うことができるようになりました。ヤマト運輸では、集配車への「See-T Navi」の導入を進めるとともに、その活用事例を支社単位の発表会で共有するなどの取り組みも実施し、セールスドライバーの安全運転を強力にサポートしています。この「See-T Navi」を、軽自動車を除く集配車両に搭載しています。

2016年10月には、See-T Naviの活用方法・教育方法を水平展開し、全社の安全意識の向上と交通事故の防止を図る「全国See-T Navi発表会」を前年に引き続き開催しました。当日は「各支社See-T Navi発表会」より選抜された代表者が参加し、運転適性診断や添乗指導の結果とSee-T Naviの評価を掛け合わせて分析するなどユニークな取り組みを発表しました。



全国See-T Navi発表会

「See-T Navi」システムイメージ図



① 車載機

- 高性能CPU搭載のディスプレイには、Bluetooth(ブルートゥース)・無線LAN機能を搭載。タッチパネルを採用することで、優れた操作性を実現しました。
- 国土交通省から認可されたデジタルタコグラフとドライブレコーダー機能を一体化しています。
- 法定三要素(車速、距離、時間)の取得・記録のほか、アイドリング・ローギア発進以外などを音声で警告したり、燃費情報の提供などを行います。

② セールスドライバー用ソフト

- 運転日報の出力などの日常業務を行うほか、電子地図への駐車箇所や走行禁止エリア、危険エリアの登録、車載機で収集したデータの閲覧などができます。

③ データセンター

- ヤマトシステム開発のデータセンターで電子地図への登録情報や運行データを管理します。

④ 管理用ソフト

- 本社、支社、主管支店、支店の管理担当者が、管下車両の前日までの運転実績データを「車両」「個人」「事業所」などの項目別で閲覧・分析し、指導することができます。

ドライブレコーダーの導入



ドライブレコーダーは、運転中の映像や音声を自動的に記録する装置です。ヤマト運輸、ヤマトホームコンビニエンス、ヤマトリースの各社では、社用車へのドライブレコーダーの導入を推進しています。このうちヤマトリースでは、デジタルタコグラフのデータも活用して日々運転状況の振り返りを行い、安全意識の高揚を図るとともに、CO₂削減につながるアイドリング抑制にも取り組んでいます。

「あたりまえ」のルールを遵守していくため、随時システムの見直しを実施



事業で自動車を使用するヤマト運輸にとって、運転免許証の期限切れや不携帯を防止することは極めて重要です。また、保有する車両には総重量5トンを超える「中型車」もあることから、中型免許を持たないドライバーが誤ってこれらの車両を運転することも防ぐ必要があります。

こうした背景を踏まえて、配達用の情報端末でICカード免許証の情報を読み取り、運転免許証・車検証の有効期限を確認できるシステム2014年1月から導入しており、2017年より新たに新設された準中型免許にも対応できるように準備を進めています。あわせて、各人の取得免許と個別の車両の情報をデータベース化し、チェック時にこれらを照合することで、乗り間違いがないかも確認できるようにしています。

このほか、機械による呼気のアルコール濃度測定なども欠かさず実施しています。例えば、沖縄ヤマト運輸では、専用ソフトを用いて呼気のアルコール濃度測定数値を測定時間とともに記録し、点呼記録簿の裏づけとして保管することで、管理の厳密化を図っています。「あたりまえ」のルールが厳密に守られるよう、有効な機器やシステムの導入を随時検討していきます。

労働安全衛生

事業所での労災事故防止

ベース・センターでの労災事故ゼロへ

ヤマト運輸では、労災事故のない安全な作業環境を実現し、社員が安心して業務に励むことができるよう、安全衛生管理体制の強化に取り組んでいます。2016年7月には、例年実施してきた「安全週間」の取り組み名称を改名し、「DAN-TOTSU3か年計画STEP 第13期労働災害ゼロ週間」を実施。達成目標をより明確にして取り組みました。今回の活動では、重点目標を以下のように定め、全事業所で労災事故撲滅に取り組みました。

【2016年度の重点目標】

- (1) つまずく、踏み外す等の「足元に起因する労働災害」を防止する
- (2) 挟む、巻き込む等の「ボックス移動時に関する労働災害」を防止する

事故を未然に防ぐ環境づくり

ヤマトパッキングサービスでは、5S推進を合言葉に日々作業現場の改善に努めています。安全意識や品質を高め、お客様が安心して荷物を託せる会社になるよう、今後も取り組みを続けていきます。



BEFORE

AFTER

作業エリアとフォークリフト走行エリアが一目でわかるよう床を色分けし、社員が安心して作業に専念できる環境を整備しました。

フォークリフト安全講習会・技能コンテストを実施



お客様からお預かりした商品や荷物の保管、出荷作業にフォークリフトを使用するグループ会社では、実地訓練や講習会、コンテストなどを実施して安全作業の徹底に努めています。

【安全講習会の実施例】



ヤマトボックスチャーターでは、フォークリフトによる重大事故を防止するため、外部の講師を招いてフォークリフト配置店・フォークリフト作業者を対象とする実技訓練を実施しました。



ヤマトグローバルエクスプレスでは2014年度から開催しているフォークリフト大会を2016年度も継続。全国から10名の出場者が集まり、コース走行、学科試験、日常点検整備などで技術を競い合いました。

【技能コンテストの実施例】



ヤマトロジスティクスでは職場の安全対策として、フォークリフトの乗務・作業担当者を対象に安全講習会を毎年開催しています。



ヤマトパッキングサービスでは、フォークリフト運転技術の向上と指導者の育成を目的として、2007年より毎年、技能講習会を開催しています。

環境



**「ネコロジー」を合言葉に、
環境にやさしい物流の仕組みをつくります。**

わたしたちヤマトグループは、企業の社会的責任である環境保護活動を「ネコロジー」と総称し、環境を意識した事業活動とともに、社員一人ひとりが常に環境保護の意識を持って、日々の業務に取り組みます。輸送の「包む」「運ぶ」「届ける」はもちろんのこと、その他のさまざまな取り組みを徹底的にエコロジー化して、環境にやさしい物流の仕組みを築きます。このような商品・サービスの提供を通じ、地域と共によりよい社会作りに貢献する企業を目指します。



ヤマトグループの取り組み



2016年度の取り組み実績

| 取り組み | 実績と成果 |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 輸送のエコ | <ul style="list-style-type: none"> ● 独自の安全・エコナビゲーションシステムを累計約32,000台の集配車両に導入 ヤマト運輸独自の車載システム「See-T Navi」が、燃費など運転状況の見える化により、エコドライブの精度を高めます。 ● 新スリーター（リアカー付電動自転車）を約5,200台導入 ヤマト運輸では、車両を使用しない集配の拡大に取り組んでいます。 ● 低公害車を約28,000台導入（ヤマトグループ全車両の55.9%） ヤマトグループでは、新スリーターや台車などを活用し、できるだけ車両を使わない集配を追求しています。また、必要な車両については低公害車へのシフトを進めています。 ● 鉄道と海運の合計取扱量 約43万トン ヤマト運輸とヤマトロジスティクスは、北海道の菓子商品を本州各地の催事場へ輸送するにあたり、その一部について鉄道輸送・海運輸送を活用することで、弾力的な運用とCO₂の排出削減を両立。一般社団法人 日本物流団体連合会の「第14回モーダルシフト取り組み優良事業者公表・表彰制度」で「モーダルシフト取り組み優良事業者賞（新規開拓部門）」を受賞しました。 |

| | | |
|--------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ● 施設の エコ | 社員一人ひとりが、エネルギーを大切にし、省エネ活動を実施します。 | ● ヤマトグループ全事業所に節電ポスターと室内温度設定ステッカーを掲示 夏季軽装(クールビズ)の徹底や照明の間引きによる節電に取り組んでいます。 |
| | 自然の力などを活用し、施設の省エネ化を推進します。 | ● 最新の環境技術を「羽田クロノゲート」に導入 自然エネルギーを利用した最新の環境技術を取り入れ、従来施設と比べて46%のCO ₂ 排出量を削減しています。また、施設で発生した不要物の100%リサイクルも実現しています。 |
| | グリーン購入やリサイクル、ペーパーレス化などを推進し、ゴミの排出量を減らします。 | ● グリーン購入率 83.7% (2015年度より0.4ポイント改善) 環境への負荷ができるだけ少ないものを選択し購入しています。 |
| ● 商品の エコ | リターナブル資材など環境配慮商品を開発・推進します。 | ● 環境に配慮した包装資材の開発・推進 ヤマト包装技術研究所では、緩衝材の不要な包装資材や、廃棄分別が簡単にできる包装資材を開発しています。 |
| | 業務の効率化を提案し、お客様の省エネに貢献します。 | ● 情報通信技術(ICT)を活かしたサービスの提供 商品の共同配送サービスや、共同利用型明細書Web通知サービスなどを提供し、さまざまな業種のお客様の業務効率化を支援しています。 |
| ● 地域との エコ | 地域社会の一員として、地域の環境保護活動に参画します。 | ● 地域の清掃活動に積極的に参加 |
| | 環境教室などを開催し、環境の大切さを伝えます。 | ● 「クロネコヤマト環境教室」を128回開催、約9,240人の子どもたちが参加 |

環境経営・推進体制

ヤマトグループ環境保護宣言のもと、全社にいきわたる推進体制を整備。
地球温暖化防止などの重点事項を中心に、全社で積極的な取り組みを推進しています。

ヤマトグループ環境保護宣言の制定



ヤマトグループは2003年、ヤマトグループ企業理念に基づく「環境保護宣言」を制定しましたが、社会の環境保護への関心の高まりや、2012年に制定したヤマトグループの環境保護活動「ネコロジー」の理念を踏まえて、2014年4月1日より「環境保護宣言」を改訂しました。新たな宣言では、環境保全活動を「輸送のエコ」「施設のエコ」「商品のエコ」「地域とのエコ」の4つの分野に分類。社員一人ひとりが取り組むべき具体的な活動を明示しました。

環境保護宣言（ネコロジー宣言）

わたしたちヤマトグループは、企業の社会的責任である環境保護活動を「ネコロジー」と総称し、環境を意識した事業活動とともに、社員一人ひとりが常に環境保護の意識を持って、日々の各業務に取り組みます。

輸送の「包む」「運ぶ」「届ける」はもちろんのこと、その他のさまざまな取り組みを徹底的にエコロジー化して、環境にやさしい物流の仕組みを築きます。

このような商品・サービスの提供を通じ、地域と共によりよい社会作りに貢献する企業を目指します。

重点事項

1. 輸送のエコ

「環境にこだわった輸送を実現します」

- 1 社員一人ひとりが、日々エコドライブを実践します。
- 2 低公害車の導入や台車、新スリーターなどを使った集配により、CO2などの排出ガスの削減を図ります。
- 3 他社との共同運行や電車、船などを使ったモーダルシフトの推進により、輸送の効率化を図ります。

2. 施設のエコ

「施設の省エネ化を推進します」

- 1 社員一人ひとりが、エネルギーを大切にし、省エネ活動を実施します。
- 2 自然の力などを活用し、施設の省エネ化を推進します。
- 3 グリーン購入やリサイクル、ペーパーレス化などを推進し、ゴミの排出量を減らします。

3. 商品のエコ

「環境配慮商品の展開をします」

- 1 リターナブル資材など環境配慮商品を開発・推進します。
- 2 業務の効率化を提案し、お客様の省エネに貢献します。

4. 地域とのエコ

「地域の皆様と環境コミュニケーションを強化します」

- 1 地域社会の一員として、地域の環境保護活動に参画します。
- 2 環境教室などを開催し、環境の大切さを伝えます。

制定 2003年 3月

改訂 2014年 4月

ヤマトグループ3か年計画【環境】(2017～2019年度)



地域にやさしく、地域から必要とされるグループであり続けるために 事業推進(満足の追求)と環境施策を両立させる

ヤマトグループは、「事業推進と環境施策の両立」をキーワードに環境保全活動に取り組んでいます。これを実現するために、2016年度からの3か年の目標として、「2009年度比、2019年度の営業収益の伸び率に対し、CO₂排出量を10%以上抑制すること」を掲げています。

新たな環境保護宣言に示した、「輸送のエコ」「施設のエコ」「商品のエコ」「地域とのエコ」の4つの活動分野を柱に、社員一人ひとりがより主体的に環境保全活動に取り組んでいくことを目指します。

ヤマトグループのCO₂排出量削減



ヤマトグループは、多くの車両を保有し、物流を中心とした事業を展開する企業グループの責務として、「事業の成長と高効率なエネルギー消費の両立」に努めています。

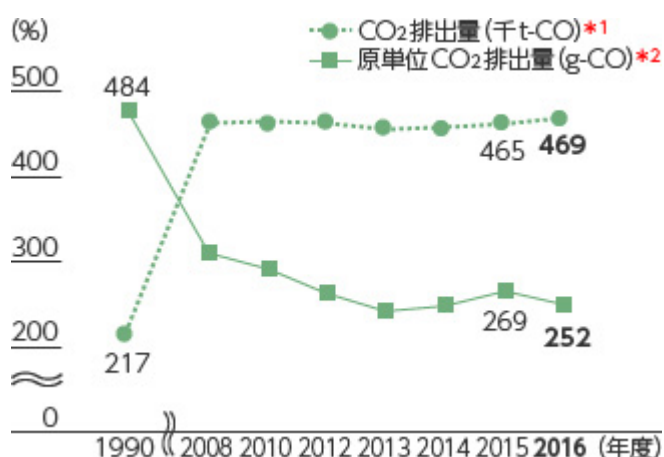
2016年度は、ヤマト運輸で使用している車両からのCO₂排出量は、宅急便取扱個数の増加により、469千t-CO₂と、前年度から4千t-CO₂増加しました。宅急便1個あたりのCO₂排出量(原単位CO₂排出量)については、251.7g-CO₂と、前年度から17.0g-CO₂減少しました。なお、原単位CO₂排出量の算出についてはクロネコメール便冊数を使用しておりましたが、2015年3月31日をもってサービスを廃止したため、2015年度の報告よりCO₂原単位排出量の計算方法を変更しました。

※1 「特定排出者の事業活動に伴う温室効果ガスの排出量の算定に関する省令」に基づき算出しています。

※2 変更前: 原単位CO₂排出量(g-CO₂) = CO₂総排出量 / 宅急便個数 + クロネコメール便冊数(宅急便換算値)

※3 変更後: 原単位CO₂排出量(g-CO₂) = CO₂総排出量 / 宅急便個数 + 宅急便コンパクト個数 + ネコポス

車両からのCO₂排出量推移(ヤマト運輸)



ヤマトグループのCO₂排出量について

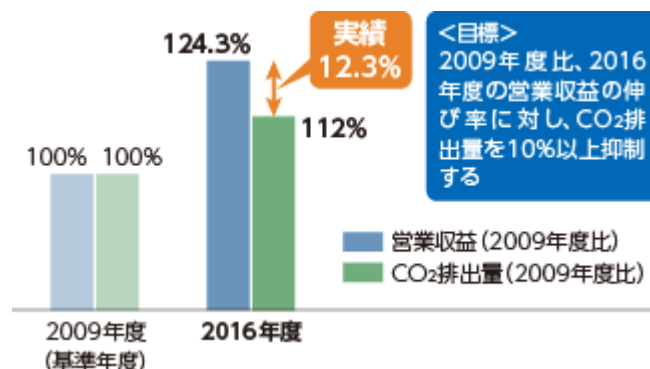
2014年度～2016年度の目標:

2009年度比、2016年度の営業収益の伸び率に対し、CO₂排出量を10%以上抑制する

2016年度実績:

ヤマトグループのCO₂排出量は、904,819t-CO₂(前年比100.6%)となりました。

営業収益(内部売上含む)は2009年度比124.3%、CO₂排出量は2009年度比112%の伸び率となり、営業収益の伸び率に対し、CO₂排出量の伸び率を12.3%抑制。



ネコロジー(環境保護活動)の推進体制



ヤマトグループの環境保護活動の中心となるのは四半期に一度開催している「地球環境委員会」です。グループ各社の環境担当者が集まり、各種情報の共有や、グループ全体での省エネ運動についての討議などを行い、グループ各社におけるより良い施策の推進を図っています。

環境影響と環境保護活動フロー



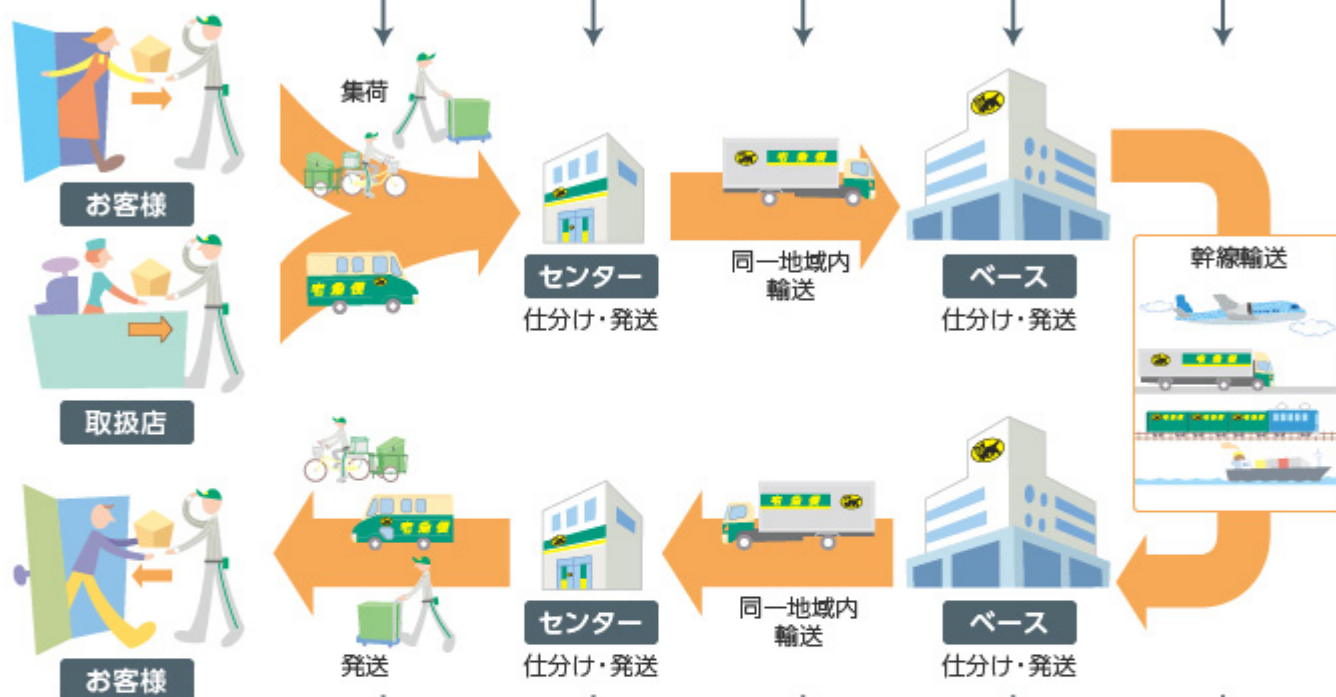
ヤマト運輸では、お客様への集配、事業所での作業、中長距離輸送など、宅急便事業のあらゆる局面で環境に及ぼす影響を把握し、対策を講じて、環境負荷削減に努めています。

INPUT

車両関連

| | 2016年度 | 前年比 |
|--------|-----------|--------|
| 軽油 | 168,584千l | 102.3% |
| ガソリン | 7,666千l | 96.6% |
| 液化石油ガス | 9,020千kg | 77.8% |
| 天然ガス | 213千l | 76.8% |

| | | | | |
|-----------------------------------------|------------------------------------|----|------------------------------------|--------------|
| 軽油、ガソリン、 液化石油ガス (LPG)、 天然ガス (CNG) | 電気、水、 ガス、梱包資材、 物流機材、 事務用品 | 軽油 | 電気、水、 ガス、梱包資材、 物流機材、 事務用品 | 軽油、電気、 重油 |
|-----------------------------------------|------------------------------------|----|------------------------------------|--------------|



OUTPUT

| | | | | |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------|
| 排出ガス、CO ₂ 、 NO _x 、PMなど、 騒音、振動 | 排水、排ガス、 廃棄物、騒音、 振動 | 排出ガス、CO ₂ 、 NO _x 、PMなど、 騒音、振動 | 排水、排ガス、 廃棄物、騒音、 振動 | 排出ガス、CO ₂ 、 NO _x 、PMなど、 騒音、振動 |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------|

環境保護活動

| | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> 低公害車の導入 台車・新スリーターの活用 エコドライブの推進 バス停方式の推進 See-T Naviの導入 | <ul style="list-style-type: none"> 台車主力の「サテライトセンター」拡大 省エネ運動 グリーン購入の推進 | <ul style="list-style-type: none"> エコドライブの推進 アイドリング・ストップの徹底 | <ul style="list-style-type: none"> 乾電池・蓄冷剤・物流機材のリサイクル ユニフォームのリサイクル 送り状のリサイクル 省エネ運動 グリーン購入の推進 | <ul style="list-style-type: none"> エコドライブの推進 アイドリング・ストップの徹底 モーダルシフトの推進 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|

車両関連

| | 2016年度 | 前年比 |
|---------------------|-----------------------------|------|
| CO ₂ 排出量 | 469,204 t-CO ₂ ※ | 101% |

※「特定排出者の事業活動に伴う温室効果ガスの排出量の算定に関する省令」に基づき算出しています。

主な環境投資



【ヤマト運輸】主要な環境への投資

(単位: 百万円)

| | 項目 | 2015年度 | 2016年度 | 前年比 |
|---------------|----------------|--------|--------|-------|
| 大気汚染・地球温暖化防止策 | 低公害車の導入 | 13,020 | 11,232 | 86.3% |
| | 新スリーター導入 | | | |
| | See-T Naviの導入 | | | |
| 廃棄物の削減・リサイクル | 廃棄物処理費 | 4,191 | 4,185 | 99.9% |
| | リサイクル処理費 | | | |
| | ロールボックスパレットの再生 | | | |
| | コールドボックスの再生 | | | |
| | エコマーク制服の購入 | | | |
| 合計 | | 17,211 | 14,829 | 86.2% |

ネコロジーの全体像

クロネコヤマトが行うエコロジーは「ネコロジー」
ヤマトグループの環境保護活動の合言葉です
「ネコロジー」には3つの理念があります。

1. ヤマトグループの社員は、一人ひとりが常に環境保護の意識を持って、日々の業務に取り組めます。
2. 運送の「包む」「運ぶ」「届く」はもちろん、その他のさまざまな取り組みを徹底的にエコロジー化し、環境にやさしい物流の仕組みを築きます。
3. クロネコヤマトをご利用いただくたびに、お客さまの環境保護の想いをかなえられるように、常に環境にやさしいサービスを考え続けます。

「ネコロジー」を胸に、私たちは全力で低炭素社会の実現に貢献していきます。

2012年10月に開設した「ネコロジー」ポータルサイトのトップ画面



URL <http://www.yamato-hd.co.jp/csr/necology/index.html>

(1) つつむ



【エコな包装資材を開発・活用】

ヤマト包装技術研究所では、緩衝材の不要な包装資材や、廃棄分別が簡単にできる包装資材を研究・開発しています。

2016年は、多様化が進んだタブレットに対応し、廃棄分別が簡単な「タブレット対応薄型精密BOX(フィルム緩衝材付き)」がラインナップに加わりました。



分別が簡単なフィルム緩衝材付き包装資材



Neko fit

【エコメールサービスを提供】

ヤマトパッキングサービスでは再剥離可能な宛名ラベルや接着テープを包装資材として使用することで、従来まで必要とされていた紙封筒やPP袋(ポリプロピレン樹脂)を使わずにダイレクトメールをお届けする「エコメール」サービスを開発。今後も地球環境に優しい包装方法をご提案していきます。

宛名ラベル



この部分にテープを貼るだけ

(2) はこぶ



ヤマト運輸では、できるだけ車両を「使わない」「使うならエコ」な車両、徹底して「使い方」にこだわるという3原則でCO₂削減に取り組んでいます。

また、ヤマト運輸が開発協力した電動アシスト付自転車「パス ギア カーゴ」がヤマハ発動機様より2013年11月に発売されるなど、運送業における自転車の利用拡大にも寄与しています。

1. 使わない……できるだけ車両を「使わない」

- エリアに応じた集配を推進し、車両台数を抑制
- 鉄道・海運へのモーダルシフトを推進

2. 使うならエコ……「使うならエコ」な車両

- 低公害な集配車両の導入

3. 使い方……徹底して「使い方」にこだわる

- エコドライブの推進

(3) とどく



【「宅急便受取指定」※1】

個人会員制サービス(無料)のクロネコメンバーズにご登録いただいた方を対象に、宅急便をお届けする前にeメールでお届け予定を通知し、eメールを受け取ったお客様はネット上でご希望の受け取り日・時間帯や受け取り方法(場所)を指定できるサービスを提供しています。これにより、配達を1回で完了させることが可能となるため、環境にもやさしいサービスといえます。

また、近年のスマートフォンの急激な普及を受けて、2016年1月から、国内トップのコミュニケーションアプリである「LINE」との連携サービスを開始しました。クロネコIDを「LINE」と連携すると、ヤマト運輸の公式アカウントのトーク画面で「お届け予定メッセージ」と「ご不在連絡メッセージ」を受け取ることができます。さらに11月からは、ヤマト運輸LINE公式アカウントの会話AIによる荷物問い合わせ機能を強化し、LINEのトーク画面で日時の変更や再配達の連絡などが完結するようになりました。こうした取り組みを通じて、ユーザーの利便性を大きく向上しています。



受け取り場所は、当社直営店、宅急便取扱店(コンビニエンスストアなど)、宅配ロッカーなどから選べます

【「Myカレンダーサービス」】

「Myカレンダーサービス」は、クロネコメンバーズのお客さまが、荷物を受け取る際にご都合の良い時間帯を、曜日ごとにあらかじめ登録できるサービスです。荷物のお届けがある際には、ご登録いただいた内容に基づき、事前にメールでお知らせします。

ネット通販などを頻繁に利用し荷物を受け取る機会の多いお客さまを中心に、「宅急便受取指定」でその都度日時を変更する手間が省け、便利になったと好評をいただいています。

【「宅急便受取場所選択サービス」※2】

受取場所選択サービスでは、特定の通販事業者様から購入する際に、注文の時点から受取場所をコンビニエンスストアなどの取扱店や、駅などに設置されているオープン型宅配便ロッカー・PUDOステーションを指定することができます。1軒ごとに配達するためのCO₂排出を減らすことができます。

※1、※2 ご利用条件があります



LINE画面

クロネコメンバーズホームページ <https://cmypage.kuronekoyamato.co.jp/portal/entrance>

【「オープン型宅配便ロッカー」の設置】

宅急便を受け取る利用者のさらなる利便性の向上と、再配達によって発生するCO₂排出の軽減のため、オープン型宅配ロッカーインフラの構築に取り組んでいます。2015年11月から首都圏の駅を利用した実証実験を進めてきましたが、今後は順次設置を進め、お客様が「受け取りたいタイミング」に「受け取りたい場所」で受け取れる環境を整備することで再配達によるCO₂排出をなくしていきます。

(4) 減らす



LEDはもちろん、より環境負荷の少ない省エネルギーの照明などをテスト・導入し、CO₂の排出量を減らしています。



ヤマトシステム開発東陽町オフィス

(5) リサイクル



リユース(再使用)、リサイクル(再資源化)にも積極的に取り組んでいます。

例えば、羽田クロノゲートでは、社員がゴミの分別に取り組み、物流施設で国内初となるゼロエミッション※を実現しています。

また、ヤマトホームコンビニエンスは引越時に不要になった家具・家電をお引き取りし、使用可能な物は再生・加工して、全国10店舗のリサイクルセンターで販売。これらのリサイクルセンターを拠点に、リユース品出張販売「クロネコキャラバン」も展開しており、2016年度は全国で約100回開催しました。また、リサイクルの取組みを拡大するため、認定事業者と連携し、小型家電リサイクルの回収を開始しました。

※ すべての廃棄物を再利用し、実質的なごみの量を「ゼロ」とすること。ヤマトグループでは社外施設と連携することで実現しています。



ペットボトル→制服→車内装部品と、2度のリサイクル

(6) 伝える



「クロネコヤマト環境教室」は次世代を担う子どもたちへ環境を守ることの大切さを伝える活動です。2005年秋のスタート以来累計3,121回開催、延べ231,979名が参加しました。(2017年3月末現在)



クロネコヤマト環境教室

(7) つくる



ヤマト運輸では、一部の大型物流ターミナルに太陽光パネルを設置しています。2013年10月にオープンした羽田クロノゲートには最大出力180kWh、2016年8月にオープンした中部ゲートウェイには最大出力100kWhの太陽光パネルを設置しました。



羽田クロノゲート内フォーラム棟の太陽光パネル

温暖化対策

数多くの車両を使用して事業を営むヤマトグループにとって、地球温暖化防止は最優先のテーマの1つです。ヤマト運輸は輸送のCO₂排出量削減のために、「使わない」「使うならエコ」「使い方」という3つの戦略を立て、取り組んでいます。また、グループ各社においてもさまざまな環境保護への取り組みが進んでいます。

> 運転・輸送での取り組み

> 事業所での取り組み

温暖化対策

運転・輸送での取り組み

ヤマト運輸「輸送のCO₂削減3原則」

ヤマト運輸は輸送のCO₂排出量削減に向けて3つの原則を立て、取り組んでいます。

1. 使わない……できるだけ車両を「使わない」



【エリアに応じた集配を推進し、車両台数を抑制】

ヤマト運輸では、車両を使用しない、台車や新スリーター（リヤカー付き電動自転車）による集配の拡大に取り組んでいます。

一部に軽自動車を使う以外は車両を全く使わず集配を行うサテライトセンターは、市街地や住宅密集地域を中心に展開しています。またサテライトセンター以外でも、営業所から近いエリアの集配については台車や新スリーター、軽自動車を活用し、営業所から遠いエリアでは車両と台車を組み合わせるバス停方式を推進するなど、エリアに応じた集配方法の選択により車両台数の削減を図っています。



バス停ポイントに集配車を止め、そこからはセールスドライバーやフィールドキャスト（集配に係るパート社員）が台車などで集配



新スリーター。
約5,200台を導入しています。

【アシスト力を向上させた業務用電動アシスト自転車の導入の検証】

2014年10月からヤマハ発動機(株)とともに、アシスト比率を高めた電動アシスト自転車の業務への導入に関する検証を行っています。この取り組みは経済産業省「産業競争力強化法に基づく新事業活動計画」に基づき、同省と国土交通省の認定を受けて実施しているものです。現在、ヤマハ発動機(株)が開発した業務用電動アシスト自転車を、ヤマト運輸が集配業務で実際に使用することで、安全性や効率に関する検証を行っています。

現行の法令では、電動アシスト自転車のアシスト力は人がペダルを踏む力の最大2倍までと定められています。集配業務で重積載のリアカーを牽引する場合に、急な坂などでは発進に一定以上の脚力を要し、特に女性や高齢者にとっては身体的な負担が大きくなっていました。こうした背景を踏まえて、検証中の業務用電動アシスト自転車では、アシスト力が、人がペダルを踏む力の3倍まで引き上げられています。この車体が導入されれば業務での女性や高齢者の負担が減るとともに、運転免許未保持者が使用できるという自転車本来の性質から、人材活用の幅が広がることも期待できます。もちろん、CO₂を排出しない、環境にやさしい輸送の実現にも貢献します。

将来的には業務への電動アシスト自転車導入に関する規制緩和につなげ、経済活性化と低炭素社会の実現を目指します。



業務用電動アシスト自転車
パス ギア カーゴ

【路面電車とのコラボレーション】

ヤマト運輸は、京都市嵐山周辺で路面電車(嵐電)を運営する京福電気鉄道(株)の協力を得て、当該地域で2011年5月から路面電車を活用した宅急便の輸送に取り組んでいます。取り組みの内容は、それまで物流センターから嵐山担当営業所へ大型トラックで輸送し、そこから2トントラックなどに積み替えて配達していた宅急便を、電車と新スリーターで配送するというものです。

ヤマト運輸は今後も、電車などとのさまざまなコラボレーションによる実験に取り組み、その成果を検証しながら低炭素型集配システムの可能性を探っていきます。

【鉄道・海運へのモーダルシフトを推進】

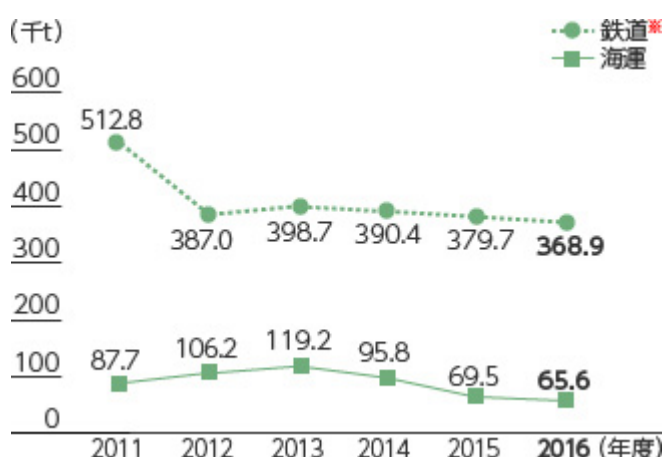


【中長距離の幹線輸送を鉄道や海運にシフト】

ヤマトグループは、「2009年度比、2016年度の営業収益の伸び率に対し、CO₂排出量を10%以上抑制する」という目標を掲げ、その取り組みの1つとして、鉄道・海運へのモーダルシフトを推進してきました。

ヤマト運輸では、トラック中心であった中長距離の幹線輸送を鉄道や海運にシフトし、トラックとの複合一貫輸送を推進。鉄道や海運はトラックに比べてエネルギー効率が高く、CO₂排出量が大幅に削減できるとともに、大気汚染防止や道路渋滞の緩和、コスト削減にも大きな効果があります。

モーダルシフト取扱量推移（ヤマト運輸）



※ 鉄道輸送の取り扱い量については、より精度の高いデータを得るため、2012年度～2014年度のデータ集計方法を2014年度報告より変更しています。

Topics

ヤマト運輸とヤマトロジスティクスが「モーダルシフト取り組み優良事業者賞（新規開拓部門）」を受賞

2016年11月、一般社団法人 日本物流団体連合会が主催する「第14回モーダルシフト取り組み優良事業者公表・表彰制度」において、ヤマト運輸とヤマトロジスティクスが「モーダルシフト取り組み優良事業者賞（新規開拓部門）」を受賞しました。

両社は、インバウンド需要などで取り扱いが増えている北海道の銘菓を本州各地の催事場へ輸送するにあたり、関東向けの商品を、従来は全てトラック輸送でしたが、一部を鉄道（札幌貨物ターミナル駅－隅田川駅間）と海運（苫小牧港－常陸那珂港間）を活用して輸送することとしました。これらの商材は関東の駅・港に到着後、ヤマトロジスティクスの神奈川ロジセンターで在庫管理し、ヤマト運輸の宅急便として出荷。多様な輸送スキームを構築したことで、柔軟な運用とCO₂の排出削減を両立し、年間を通じた需要の変化に柔軟に対応できる輸送体制を構築しました。



表彰式の様子。



【通運支店が追求するモーダルシフトの可能性】

ヤマト運輸通運支店はヤマトグループで唯一鉄道貨物輸送を取り扱う部門で、宅急便をはじめとする荷物やロールボックスパレットのほか、引越貨物やメーカーなどの荷主様のロット貨物などの幹線輸送において、鉄道へのモーダルシフトを推進しています。またグループ会社と連携して鉄道とフェリーを組み合わせた国際輸送サービスの提供にも取り組んでおり、さまざまな形で環境保全と物流ソリューションの両立に努めています。

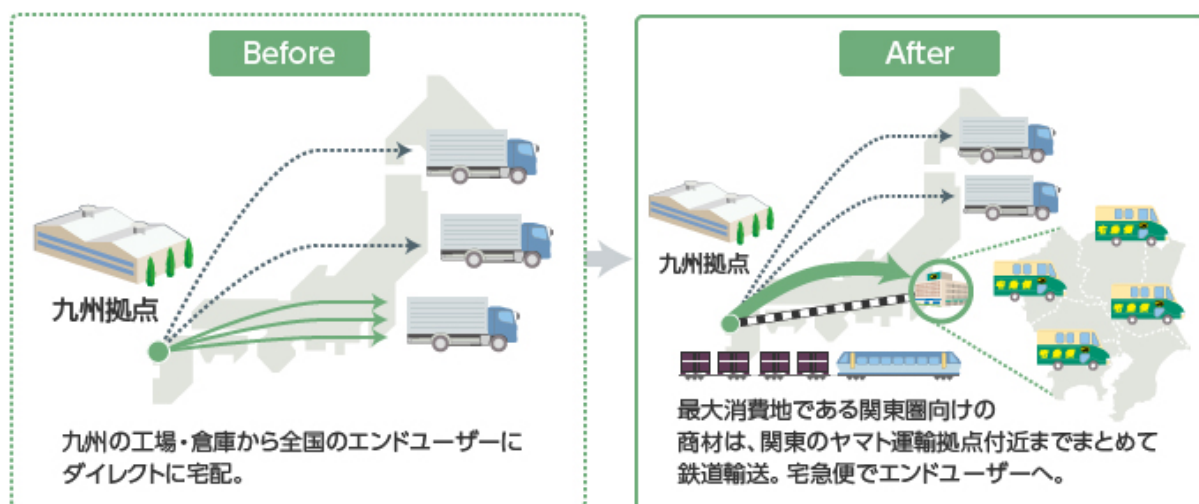


事例1

長距離輸送に鉄道を活用

九州の生産拠点から全国各地に商材を輸送していたお客様。最大消費地である関東圏向けの輸送で鉄道を活用する提案を行い、トラックの走行距離を短縮しました。

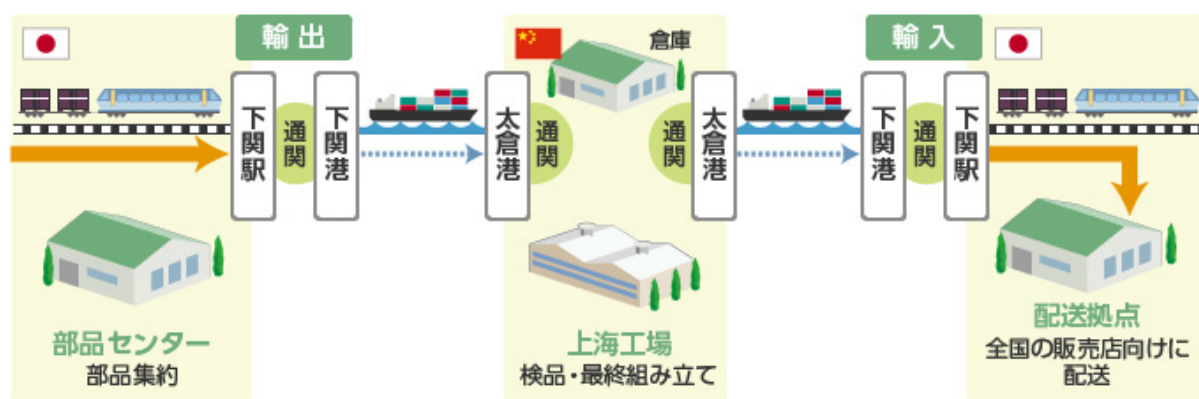
また、同様の仕組みを一般の宅急便にも活用し、年間約1,800tのCO₂を削減したことが認められ、2015年1月、一般社団法人 日本物流団体連合会が主催する「第13回モーダルシフト取り組み優良事業者公表・表彰制度」において、ヤマト運輸が「モーダルシフト最優良事業者賞(大賞)」を受賞しました。



事例2

【レール＆フェリー】による国際輸送

荷主様の製品のパーツを中国へ輸出し、中国で完成させた製品を輸入して荷主様にお届けする往復輸送を行います。ヤマトグループの国際輸送部門であるヤマトグローバルロジスティクスジャパンと連携し、国内鉄道と国際フェリーのシームレスな輸送を実現しました。12フィートコンテナを活用した、速くてリーズナブル、さらに環境にやさしい輸送です。





コンテナのままドア・ツー・ドアで輸送。
リードタイムを短縮することで、在庫圧縮にも貢献します。

事例3

【国際フェリーと貨物鉄道による一貫輸送サービス】

2013年4月、ヤマトグローバルロジスティクスジャパンは、下関港を発着する国際フェリー、日本国内の貨物鉄道、ヤマトグループの国内外ネットワークを組み合わせた、日本⇄中国、日本⇄韓国間における一貫輸送サービス「SHUTTLE LINK - SEA + RAIL」の販売を開始しました。航空輸送と比べ、リードタイムはプラス1日で、輸送コストを50%削減することも期待できます。また、鉄道・海運というCO₂排出量が少ない輸送モードを活用することで、環境保全にも大きく貢献します。



2. 使うならエコ……「使うならエコ」な車両



【低公害な集配車両の導入】

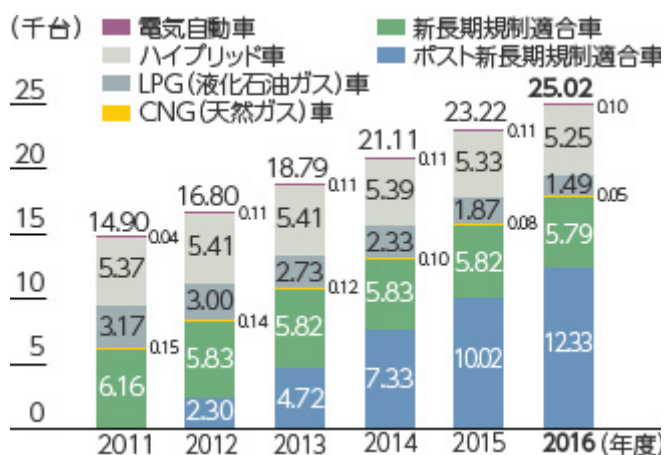
日本全国、宅急便の届かない場所はありません。どんな山奥にも、離島にも、そこに住むお客様がいらっしゃる限り、宅急便は届きます。その宅急便事業を支えているのが約43,000台（2017年3月末）の車両です。ヤマト運輸は、できるだけ車両を使わない集配を追求する一方で、必要な車両については低公害車へのシフトを進めています。

また、ヤマトボックスチャーター、ヤマトホームコンビニエンス、ヤマトグローバルエクスプレスなどグループ13社でも、低公害車導入への取り組みが進んでおり、グループ全体で約28,000台を導入しています。（ヤマトグループ全車両の55.9%）



ハイブリッド車

低公害車導入の推移（ヤマト運輸）



ヤマト運輸では、軽商用電気自動車100台を2011～2012年度にかけて導入し、その後も電気自動車の導入を進めてきました。2017年3月現在、103台の電気自動車を使用しています。環境未来都市などの環境に先進的に取り組む地域、世界遺産など環境への配慮が必要な地域を中心に選び、地方自治体と連携を図りながら導入を進めています。



愛知・名古屋主管支店での納車式（2013.3.1）



世界遺産・屋久島での納車式（2013.3.19）

3. 使い方……徹底して「使い方」にこだわる



【エコドライブの推進】

「環境保全」「安全運転」「燃費向上」を目指して

事業に車両を使用するヤマトグループ各社では、「環境保全」「安全運転」「燃費向上」のトリプル効果を実現するエコドライブに全力で取り組んでいます。

ヤマトグループのエコドライブ

| | |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 発進・加速時 | <ul style="list-style-type: none"> ・穏やかな発進 ・やさしいアクセル操作 |
| 2 通常走行時 | <ul style="list-style-type: none"> ・十分な車間距離 ・ムラのない運転 |
| 3 低速時・停車時 | <ul style="list-style-type: none"> ・早めのアクセル OFF ・エンジンプレーキの積極的使用 |
| 4 その他 | <ul style="list-style-type: none"> ・アイドリング・ストップなど |

「See-T Navi」を活用

ヤマト運輸では、主管支店におけるエコドライブ研修や、安全指導長による定期的な添乗指導などにより、エコドライブを促進してきました。これに加えて、2010年3月に独自の車載システム「See-T Navi」を開発、導入を進めています。

この安全・エコナビゲーションシステム「See-T Navi」の第一のポイントは、運転の「見える化」。今までアナログで確認していたセールスドライバーの運転がデータ化＝「見える化」されたことで、一人ひとりに対して効果的な運転支援が可能とし、人と環境にやさしい運転を実現します。2017年3月末時点で、ほぼ全ての集配車両（約32,000台）に導入しています。



「See-T Navi」では、運転日報や安全・省エネ運転日報に自分の運転が数字ではっきり表れます。日報を見せ合い、相互に検証し合うセールスドライバーたち（広島緑井センター）

温暖化対策 事業所での取り組み

夏季・冬季の節電活動



【グループ全体でCO₂排出量削減に取り組む】

ヤマトグループでは、ネコロジーの理念のもと、社員・お客さまの安全を優先し、国内グループ各社の事業を維持・継続できる節電対策を検討・実施しています。特に、エアコンなどの電力消費がピークを迎える夏季・冬季は、集中的に施策を実施しています。

主な取り組み

- ・政府の要請に合わせ、クールビズ・ウォームビズを徹底
- ・室温夏28℃、冬20℃への空調設定とフィルターの定期的交換清掃
- ・共同施設（トイレ・会議室・食堂・廊下等）不使用時の消灯



室内温度設定ステッカー



温度計を設置し、室温管理を徹底
（ヤマトホールディングス、ヤマト運輸）



エアカーテンの設置によって外気を遮断
（ヤマトシステム開発）

環境設備・再生可能エネルギーの導入



【新設の物流ターミナルにさまざまな環境配慮設備を導入】

ヤマトグループでは、2013年9月に竣工したグループ最大の総合物流ターミナル「羽田クロノゲート」で、数多くの環境配慮設備を導入しています。

「ボイド」による自然採光・自然換気のターミナル棟各階への取り込み、太陽や風、雨など自然の力を使ったさまざまな環境配慮、BEMS（ビルディングエネルギー管理システム）によるエネルギー管理を実施しており、同様の規模の物流施設と比較してCO₂排出量を約46%削減しています。また、施設で発生した不用物を100%リサイクルし、ゼロ・エミッションを達成しました。

【テレビ会議システムを導入】

ヤマトシステム開発では、社内の情報通信技術(ICT)を活かし、業務の効率化と環境負荷低減を推進しています。テレビ会議システムは、複数の拠点間における人の移動にかかる時間や交通費を削減し、生産性の向上に寄与するだけでなく、移動時のCO₂削減にも大きな効果があります。このシステムは、ヤマトホールディングスおよびヤマト運輸、ヤマトオートワークスなど、多くのグループ会社で活用しています。



東京—大阪をつなぐテレビ会議

【工場内の随所に環境負荷低減の仕組みを取り入れ】

ヤマトオートワークスが全国に23店を展開する最新鋭工場「スーパーワークス」は、環境負荷軽減の仕組みを随所に取り入れています。

整備過程で出た廃油を利用した床暖房、廃油やブレーキダストを吸引機で吸い込み空気を汚さないバキュームシステム、太陽光発電・蓄電システム、全館LED化、雨水をろ過した洗車水など、環境負荷軽減の可能性を徹底的に追求し、CO₂削減にも成果を上げています。



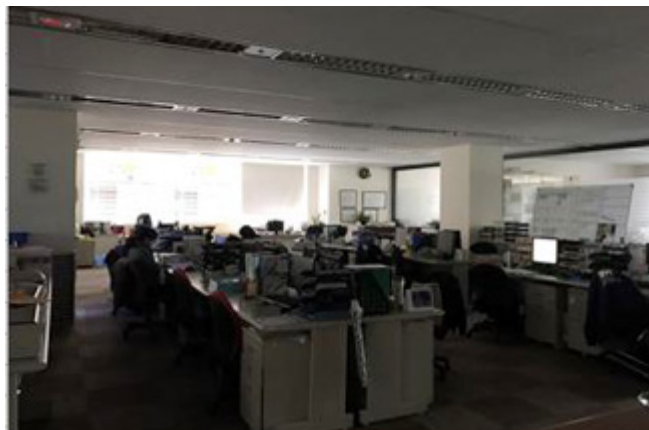
太陽光発電システム(スーパーワークス名古屋工場)

【定時退社の推進】

ヤマトマネジメントサービスは、毎月1回、定時退社時のフロアー斉退勤を行う「ネコロジーデー」を導入しています。こうした取り組みによって、長時間労働を抑制するだけでなく、電力などの使用抑制にもつなげています。

【昼休みに消灯を実施】

台湾ヤマト運輸では、12時から13時までの昼休みの間はオフィスの照明の電源を切り、省エネを心掛けています。こうした取り組みをはじめ、環境保全に貢献できるよう、さまざまな工夫をしています。



昼休みの間は消灯を実施

【自転車の活用】

台湾ヤマト運輸では、社員が会社から3キロ以内のお客様を訪問する際、台北市が貸し出している公用自転車を利用することとしています。

2015年度は上記に加えて、台北市内で引越サービスの利用者が集中している天母エリアへ訪問する際にも、公用自転車を利用することになりました。

これらの取り組みを、環境負荷軽減、交通渋滞の解消、コスト削減につなげることを目指しています。



公用自転車の活用

資源循環

さまざまな創意工夫で、業務に伴って発生する廃棄物の排出量削減・リサイクル推進に取り組んでいます。引越事業では、不要となった家財の買取サービスを行い、リユース・リサイクルを推進しています。

リユース・リサイクル

送り状からユニフォーム、廃タイヤ、物流機材までリサイクルを進めています



ヤマトグループは、業務のなかで使用するさまざまな資材のリサイクルに取り組み、環境負荷の低減を図っています。

【保存年限を過ぎた配達票・売上票をリサイクル】

ヤマト運輸は2004年から、保存年限を経過した宅急便の配達票・売上票のリサイクルに取り組んでいます。お客様が宅急便を送る際、ご住所などを記入いただく「送り状」のなかでも、受領印をいただく「配達票」、輸送者側の控えである「売上票」は、配達に関する記録の一部として社内に一定期間保存されます。これらを廃棄時にリサイクルすることで、少しでも資源を節約したいと考えています。

2016年度は1,494トンの配達票・売上票をリサイクルすることができました。

【ペットボトルから作られたエコマーク制服を導入】

ヤマト運輸からセールスドライバーに貸与する制服を、2009年6月より、ペットボトルから作られたエコマーク取得の制服にしています。エコマーク制服とは、総重量の50%以上にペットボトルの再生繊維が使われている制服で、その比率が高ければ、廃棄後に再度プラスチック資源を回収することも可能です。

ヤマト運輸では毎回、使用後にすべての制服を回収し、状態をチェックしています。そのうえで、まだ使用可能なものはクリーニングして再度貸与し、消耗が激しいものは外部のリサイクル業者に委託して、車の内装部品などにリサイクルしています。2016年度は337,444枚の制服を貸与し、18.19トンのプラスチック資源を回収しました。

【廃タイヤも再生】

2011年4月からは、車両整備会社やタイヤ販売会社にすべて任せていた廃タイヤ処理について、可能な限り中古タイヤに再生するスキームを作り、運用しています。2016年度の回収本数は91,194本で、うち22,657本を再生しました。これと同時に、ロングライフタイヤの導入により、交換頻度を減らす取り組みもすすめています。

このほかにも、ロールボックスパレットなどの物流機器、乾電池など、業務に関わるあらゆる物についてリサイクルの可能性を追求しています。

主要品目のリサイクル量(ヤマト運輸)

| 対象品目 | リサイクル量 | | |
|----------------|---------|---------|---------|
| | 2014年度 | 2015年度 | 2016年度 |
| 使用済み乾電池(t) | 15 | 12 | 11 |
| 送り状(t) | 2,531 | 1,925 | 1,494 |
| ユニフォーム(t) | 48 | 49 | 18 |
| 古紙(t) | 5,340 | 5,378 | 5,150 |
| ロールボックスパレット(本) | 155,110 | 167,066 | 162,339 |
| コールドボックス(本) | 69,579 | 74,450 | 76,616 |

※ 2016年度より集計方法を変更し、換算値としています。

資産有効利用サイト



ヤマト運輸では、社内資産の有効活用を推進するため、2016年8月に「資産有効利用サイト」を社内イントラ上に開設しました。施設の移転や集配方法の変更により余剰となってしまう物品の情報を、このサイトを通して全社に共有することで、廃棄することなく必要としている事業所へ移設・販売することが可能となりました。

2017年3月末までに544件の物品登録があり、その内の約半数が新しい活躍の場を得ています。

資源の有効活用に役立つサービス

引越時の不用品をリサイクル・リユース



ヤマトホームコンビニエンスでは、2010年11月から、全国で引越時の不用品買取サービスを提供しています。引越と同時に買い取ることでお客様の手間を軽減、家財量が減ることで引越費用も削減、家電リサイクル料金の負担がなくなるなど、お客様にとってメリットがあるだけでなく、ゴミの削減、不用品の再生利用などリサイクル・リユースの観点からも環境にやさしいサービスです。

買い取った家財は点検・清掃などの再生作業を経て、リサイクルセンターで販売され、レンタルサービスとしても提供されます。2013年度には、関東圏でのレンタル需要の増加に対応するため、リユース品の再生設備を備えた「東京フィールドサポートセンター」を羽田クロノゲート内に開設しました。

不用品買取サービスの流れ





リサイクルセンターは全国10カ所に展開



買い取った家電を丁寧に点検・清掃

Topics

「クロネコ小型家電リサイクルサービス」の開始

小型家電リサイクル法の施行から3年が経過しましたが、当初の目標通り回収が進んでいない現状があります。

そこで、2016年10月、ヤマトホームコンビニエンスは、小型家電リサイクル法の対象となるすべての家電製品を、家族引越、快適生活サポートサービスのご利用時にあわせて回収する「クロネコ小型家電リサイクルサービス」を開始しました。



家財宅急便で発生する発泡スチロールを回収・リサイクル



ヤマトホームコンビニエンスは、自社のサービスである「家財宅急便」で商品の梱包に用いられた発泡スチロールを、お届け先での開梱後に回収するサービスを実施しています。本サービスは、2008年1月に統合した株式会社ムービングのノウハウを活用したものです。

本サービスは、お客様の手元で廃棄される資材を再資源化し、焼却によるCO₂の排出を抑制することを目的としています。これに伴い、羽田支店では、発泡スチロールを粉碎・圧縮（減容化）する専用機を導入。2014年3月から、東京統括支店管下の支店で回収した発泡スチロールを減容化し、再生資源として業者に委託する取り組みを始めました。2017年5月までに回収、再生したプラスチック塊（インゴット）は20,000本、重量にして約100tに達しています。

今後は、家財宅急便の供給ネットワークを活用して、全店が回収した発泡スチロールを集約、再資源化していく計画です。



回収した発泡スチロールを
専用機で粉碎・圧縮

また、2015年7月に、ヤマトホームコンビニエンス羽田支店において、ビニール系廃棄物を圧縮（減容化）する機械を導入しました。年間で、重量にして約1tのビニール系廃棄物を圧縮し、ボールペンやクリアファイルの原料となる再生資源にリサイクルしています。



圧縮したビニール系廃棄物

不要な文書を回収・リサイクル



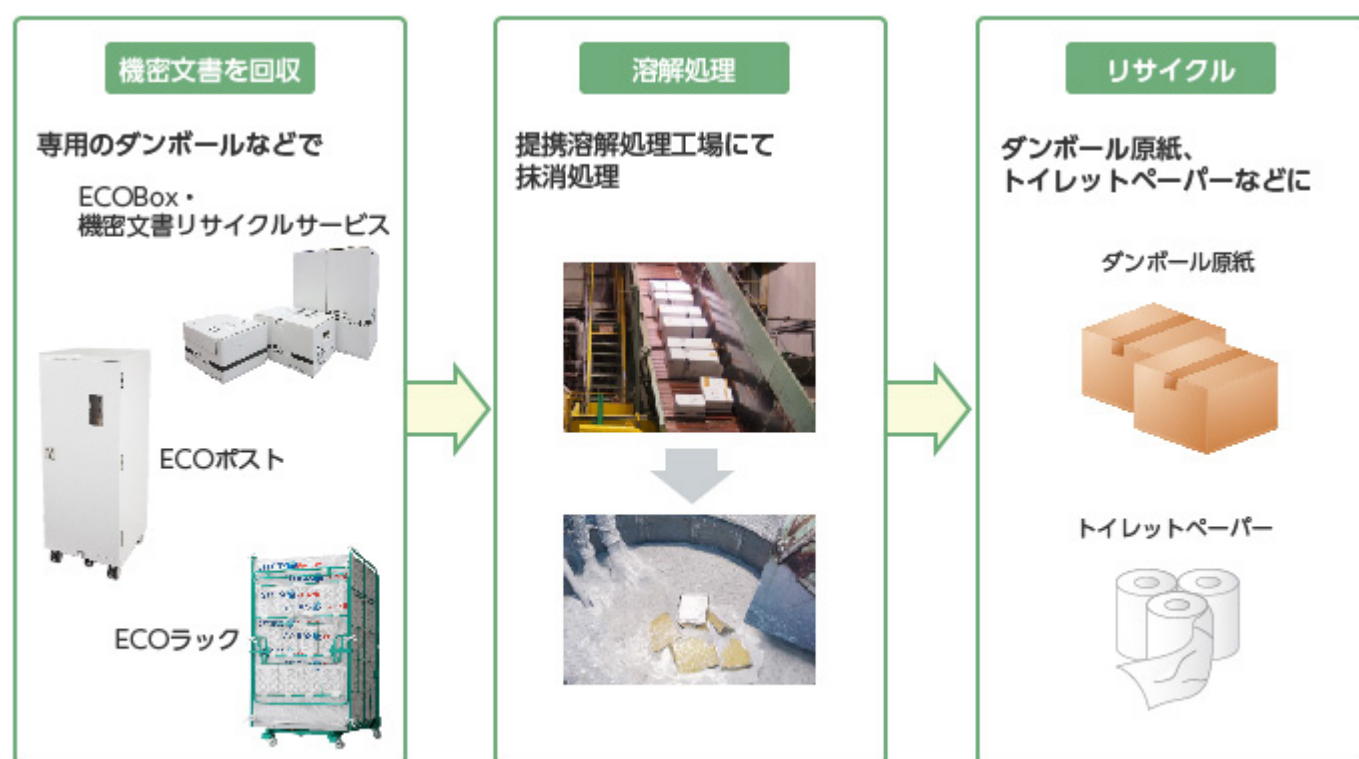
ヤマトロジスティクスの機密文書セキュアソリューション事業部では、不要になった重要文書を回収・溶解処理するリサイクルサービスを提供しています。

企業などで生じる不要文書の処理は、内部情報漏洩リスクへの配慮、クリップやステープル針の取り外しの手間など、時間と労力がかかることから、つい後回しにしてしまいがちです。本サービスでは、箱に詰まった文書を未開封のまま溶解させるという方法により、環境にも配慮しながら速やかな処理を実現。ユーザー様の負担軽減と不要文書のリサイクル率向上に貢献しています。

2016年度には19,100トンの文書を溶解処理しました。これは、トイレットペーパーにして約9,550万ロール分にあたります。

専用ホームページ

<http://www.y-logi.com/ylc/logistics/kimitsu/index.html>



※写真提供・撮影場所提供：
王子マテリア(株)江戸川工場 様

グリーン購入

グリーン購入



ヤマトグループ各社では、環境への負荷をできるだけ小さくするためにグリーン購入を推進しています。

ヤマト運輸では、2011年7月にグリーン購入ガイドラインを改定。「グリーン購入の積極的な推進」について通達を発信するとともに、社内購買サイト「べんりねっと」画面にガイドラインを掲載し、社内への周知を開始しました。べんりねっと掲載商品の内、グリーン購入法適合商品についてはその旨を明示し、また主管支店別のグリーン購入率実績を、毎月、全社に配信して、グリーン購入への意識の向上を図りました。これらの取り組みにより、2015年度のグリーン購入率は83.3%に達しています。

ヤマトフィナンシャルでは、2004年度よりグリーン購入推進への取り組みをスタートしました。グリーン購入費を四半期ごとにフィードバックして取り組みを強化することで、2004年度には63.2%だった購入比率は、2016年度には86.1%となりました。

グループとして、今後も引き続きべんりねっと掲載商品の適合商品への切り替えなどを推進し、さらにグリーン購入を促進していきます。

環境保全への貢献

ヤマトグループは、子どもたちに「環境の大切さ」を伝える「環境教育」に力を注ぎながら、事業所近隣での清掃活動などに積極的に参加するなど、環境保全という側面からもよりよい地域づくりに取り組んでいます。

クロネコヤマト環境教室

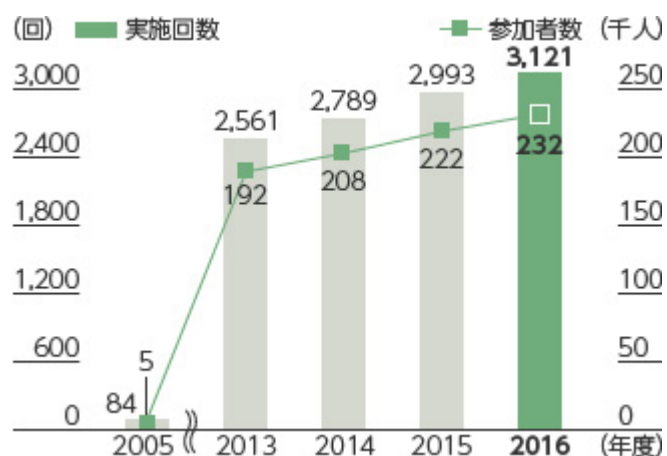
【2016年度】 128回開催、約9,000人の子どもたちが参加



次世代を担う子どもたちへの環境教育をサポートするヤマト運輸の「クロネコヤマト環境教室」。2005年10月のスタートから10年以上を経て、2016年度には累計3,121回、参加者数23万人を超えました。

学年に応じて副読本やシールブック、パネル・紙しばい・スライドなどを使って学んだあとは、実際に低公害車や新スリーターを見学。各主管支店が独自の工夫をこらして楽しい教室を開いています。

「クロネコヤマト環境教室」実施状況 [累計推移]



クロネコヤマト環境教室

生物多様性の保全

生物多様性の保全



羽田クロノゲートでは、地域環境との共生を目指す「社会貢献エリア」を設けています。敷地内に周辺の生態系に合致した多様な樹木を植栽するほか、自然石材を利用したビオトープを造成し、虫やメダカなどさまざまな生き物の棲み家としています。



自然石材を利用したビオトープ



生ごみの堆肥で育てたカブトムシ

【「チーム美(ちゅ)らサンゴ」の一員としてサンゴの保全活動を実施】

沖縄ヤマト運輸は、近年の海水温の上昇などが原因で沖縄の海で起こっている変化を見て沖縄県内外の企業が立ち上げた「サンゴ再生プロジェクト」に参加しています。同プロジェクトは、急速に姿を消しつつあるサンゴ礁を復活させ、「美(ちゅ)ら海を大切に作る心」を多くの人に広げていくことを目的としたものです。沖縄ヤマト運輸は、「チーム美らサンゴ」の一員として、サンゴの苗づくり・植え付け、外部へのPR活動などを支援しています。

これらの活動が評価され、「チーム美らサンゴ」は2015年12月、環境省主催の「第3回 グッドライフアワード」において環境大臣賞 最優秀賞を受賞しています。

ヤマトグループ各社の取り組み

地域環境向上のため清掃・美化活動に参加



ヤマトグループは、地域社会の一員として、その環境向上に貢献すべく、地元地域で実施される清掃・美化活動に随時参加しています。

【ヤマトグローバルエクスプレス】

ヤマトグローバルエクスプレスでは、2017年3月末までに全社員が社会貢献活動に参加することを目標とする「社会貢献活動3カ年計画」へ取り組み、これを達成しました。

一例として、2016年12月には東京都港区が実施している「芝地区クリーンキャンペーン～路上喫煙ゼロのまち！～」に本社スタッフ計18名が参加しました。本キャンペーンは、お互いに助け合えるまちをつくることを目的としています。当日は、路上喫煙等禁止に向けた啓発活動や、清掃活動、放置自転車や路上看板への警告札貼り付けなどに取り組みました。



芝地区クリーンキャンペーン～路上喫煙ゼロのまち！～

【ヤマトロジスティクス／ヤマトグローバルロジスティクスジャパン】

ヤマトロジスティクス及びヤマトグローバルロジスティクスジャパンは、東京都中央区が実施している「まちかどクリーンデー」に参加しています。

まちかどクリーンデーは、登録した団体や事業所が、毎月10日前後に自宅や事業所の回りを一斉に清掃し、清潔で美しい街づくりにつなげる試みです。この趣旨に賛同し、事業所周辺で毎月清掃活動を実施しています。

また、その他の地域においても、自治体などが主催する地域清掃活動に積極的に参加しています。



ヤマトロジスティクス本社



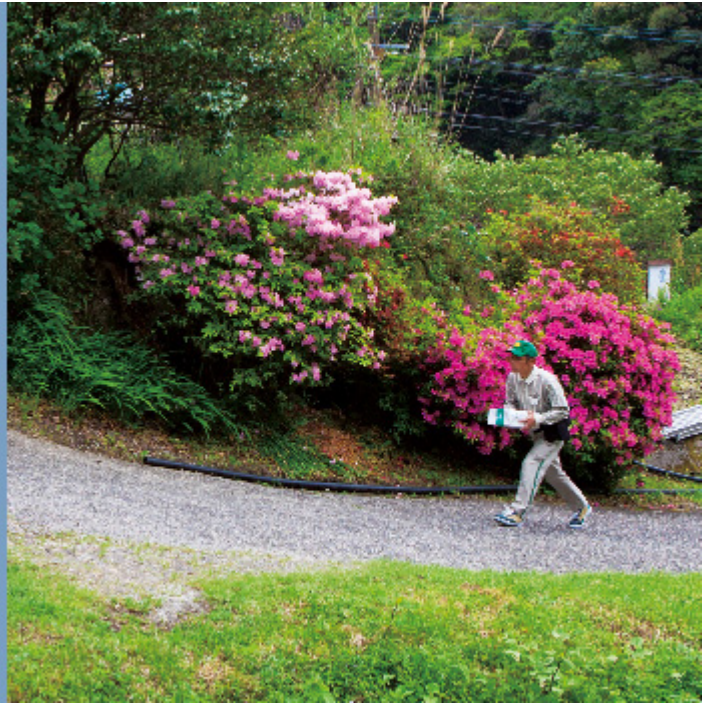
ヤマトロジスティクス愛知ロジセンター

社会



すべてのステークホルダーから信頼され、期待される存在を目指します。

ヤマトグループは、すべてのステークホルダーとの対話を大切にしながら、私たちが果たすべき社会的責任を自覚し、社会とともに持続的に発展する企業を目指します。また、事業や社会貢献活動を通して、地域社会の抱える課題をともに解決していきます。



ヤマトグループの取り組み

お客様とともに

社員とともに

パートナー
とともに

株主・投資家
とともに

ステーク
ホルダー
コミュニ
ケーション

社会貢献活動

> [詳細はこちら](#)

> [詳細はこちら](#)

> [詳細はこちら](#)

> [詳細はこちら](#)

> [詳細はこちら](#)

> [詳細はこちら](#)

2016年度の取り組み実績

| 取り組み | 実績と成果 |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ● お客様 | <p>対応品質の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> 接客対応コンクールの実施（サービスセンターオペレーター、ゲストオペレーター、セールスドライバー） 日々お客さまと接しているゲストオペレーターやセールスドライバーの接客対応（表情・動作・話し方・言葉遣いなど）、商品知識やコミュニケーションスキルなどについて審査を行い、表彰しています。 |
| ● 社員 | <p>教育・研修とキャリア開発</p> <ul style="list-style-type: none"> 外部講師による研修を実施 外部講師を招いての研修を積極的に実施しています。厚木主管支店では、外部講師の研修を受けた「接遇インストラクター」が「おもてなし研修」を実施しています。 |
| | <p>ワークライフバランス</p> <ul style="list-style-type: none"> 育児休業取得者715名 育児短時間勤務利用者570名 ヤマト運輸では配偶者も育児休業を取得している場合は、子どもが1歳2カ月を迎えるまで取得でき、育児短時間勤務は子どもが小学校4年生終了時まで取得することができます。 厚生労働省から「子育て支援に取り組む企業」として認定 2017年7月現在、3社が厚生労働省から「子育て支援に取り組む企業」に認定されています。ヤマトマネージメントサービス（2015年）、ヤマトロジスティクス（2013年）、ヤマトシステム開発（2011年） |
| | <p>多様性の尊重</p> <ul style="list-style-type: none"> 女性社員の活躍のためのプログラムの推進 女性リーダーの意欲や能力を引き出すべく、入社5年目以降のヤマトグループの女性社員を対象とした「女性リーダー・ミーティング」を開催。また、「上司向けセッション」を通して、女性の活躍推進に向けて上司に期待されることを学んでもらう取り組みも実施しました。 障がい者雇用2,310名（雇用率2.15%） 職場のバリアフリー化など障がい者が働きやすい職場づくりに引き続き取り組んでいきます。 |
| ● パートナー | <p>公正・公平な取引／安全やサービス向上のための共働</p> <ul style="list-style-type: none"> 宅急便の取扱店約21万店とのコミュニケーション セールスドライバーが日々取扱店を訪問するほか、酒屋、米屋などの一般取扱店向けに情報誌「クロネコだより」を発行しています。 |
| ● 株主 | <p>適切で公平な情報開示／コミュニケーションの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> アニュアルレポートや株主向けの冊子を発行 アナリスト向け決算説明会4回、北米、欧州、アジアでの機関投資家への訪問説明 アナリスト向け決算説明会4回や北米、欧州、アジアでの機関投資家への訪問説明をしています。 |
| ● 地域の皆様 | <p>社会教育支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 音楽宅急便「クロネコファミリーコンサート」年間9回開催、11,588人が来場 累計311回開催、延べ約45万人来場（1986年より実施） 「第11回ヤマト運輸高校生経営セミナー」—全国18校、81人が参加（2016年度） 累計100校、延べ557人参加（2006年より毎年実施） 「文部科学省青少年の体験活動推進企業表彰」審査委員会奨励賞を受賞。 「こども交通安全教室」—年間1,754回開催、18万人以上が参加 累計で27,871回開催、延べ人数で約2,900,000人が参加（2005年より実施） 「クロネコヤマト環境教室」—年間128回開催、約9,240人が参加 累計で3,121回開催、延べ231,979名が参加（2005年より実施） |
| | <p>地域と連携したCSVの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 全国各地で「生活支援」「販促支援」「観光支援」などを実施。 総案件数1,971件（うち運用中611件）、自治体との協定締結数368件（2017年6月末時点） 本業を通じて、企業と社会が共有できる価値の創造に取り組んでいます。 |

障がい者の経済
的自立支援

- 障がい者が経済的に自立できる職場づくりを支援
公益財団法人ヤマト福祉財団において、「経済的自立力」を備えるためのお手伝いとして「夢へのかけ橋プロジェクト」を実施しました。
- 障がい者にクロネコDM便の配達業務を斡旋
- 障がい者の働く「スワンペーカリー」を全国に29店舗展開
- 「夏のカンパ」で集まった金額7,289万円
ヤマトグループ約20万人の社員からカンパが寄せられ、ヤマト福祉財団と「あしなが育英会」に贈呈しています。

お客様とともに

ヤマトグループでは、事業のあらゆるステージにおいて、お客様満足を創造するための品質向上に取り組んでいます。社会的インフラを担う企業としてお客様の「信頼」と「期待」に応えることを目指し、高品質な輸配送サービスの実現に向けた取り組みを推進しています。

サービス品質の向上

サービス品質の向上



ヤマト運輸では、eメールやコールセンター・セールスドライバーへの電話により、日々、多くのお客様の声をいただいています。お客様の声は、現場の責任者へ情報伝達し、対応にモレがないかの履歴を残し管理するとともに、商品・サービスについてどんなご要望が多いのかを分析し、商品設計の見直し等に役立てています。今後もお客様の声に耳を傾け、お客様のご要望に沿える商品・サービスが提供できるように努めていきます。



コールセンター

対応品質の向上のために



ヤマト運輸では、接客対応などのサービス品質の向上を目指して、社員教育に取り組んでいます。これに加えて、社員一人ひとりのモチベーションアップを図るとともに、優れた接客対応を全社的に浸透させることを目的に、社員の接客対応コンテストを実施しています。

2016年度は「第4回全国ゲストオペレーター接客対応コンテスト」と「第2回全国セールスドライバー接客対応コンテスト」を開催。全国各地から予選を勝ち抜いたゲストオペレーターとセールスドライバー、また沖縄ヤマト運輸の代表も加えて、接客対応や商品知識、コミュニケーションスキルを競いました。



第2回全国セールスドライバー接客応対コンテスト



第4回全国ゲストオペレーター接客応対コンテスト

さらに、外部講師を招いての研修も実施しています。厚木主管支店ではこれに加えて、外部講師の研修を受け、関東支社から認定された「接客インストラクター」を、各ブロックに1名配置しています。2016年度はそれら接客インストラクターによる「おもてなし研修」を実施し、お客様満足の向上に磨きをかけるべく取り組みました。



講師として参加した10名の接客インストラクター

「ヤマトファン賞」でお褒めをいただいた社員を表彰



ヤマト運輸では、お客様にお褒めをいただいた社員を社内表彰する「ヤマトファン賞」という表彰制度を行っています。

対象は、セールスドライバー、コールセンターのオペレーター、ゲストオペレーターなどお客様と接するすべての社員です。受賞事例は日々の接客業務に活かすため、イントラネットで紹介しています。

2016年度は、6月に実施した「パーフェクトサービス月間」に合わせて、支社・主管支店を中心にサービス向上に取り組んだ結果、「ヤマトファン賞」の受賞件数が前年を大きく上回る11,717件に及びました。

作業品質向上に向けた社内コンテストを実施



ヤマト運輸では、全国各地のベースで仕分けを担う社員の作業品質の向上と、社員のモチベーション向上を目的に、社内コンテストを開催しています。

2016年度は、ベースに関する作業の技術と日々の改善活動を披露する社内イベント「ベースマスターズ2016」を羽田クロノゲート内で開催。荷物を仕分けるスピードや正確性、荷扱いを実技審査する「第2回ベース品質技能コンテスト全国大会」と、各ベースで取り入れている業務品質の向上につながるアイデアを発表する「第1回BGM(ベースグループマネジメント)改善活動発表会全国大会」の二つの大会で、業務に関する技術や品質の高さを競いました。



「第2回ベース品質技能コンテスト全国大会」の様子



「第1回BGM改善活動発表会全国大会」の様子

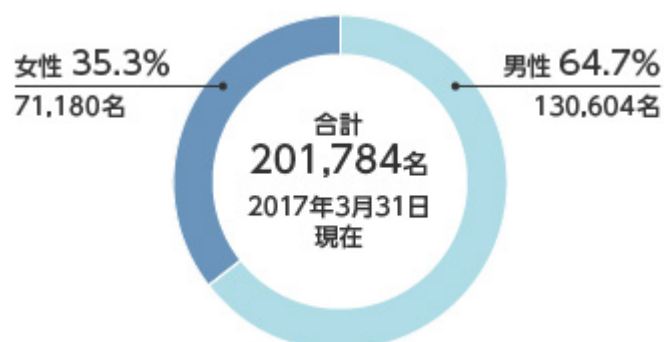
社員とともに

ヤマトグループは、「企業姿勢」に「働く喜びの実現」を定めています。約20万人の社員一人ひとりが「ヤマトグループの社員として、自ら判断し、積極的に行動する」という自立性と自発性を発揮する、活力と熱気に満ちた、社員と家族が夢と誇りをもてる企業を目指します。

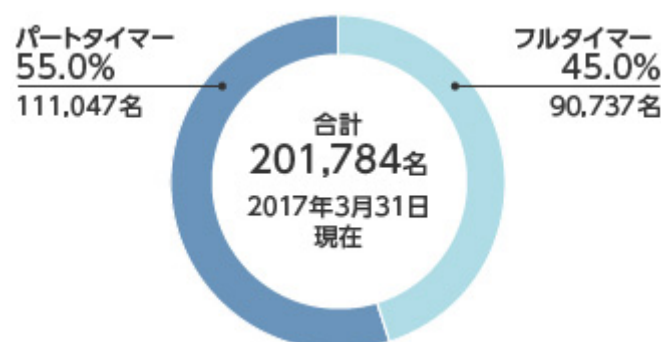
社員データ

社員構成

性別



雇用形態別



キャリアアップに向けた教育

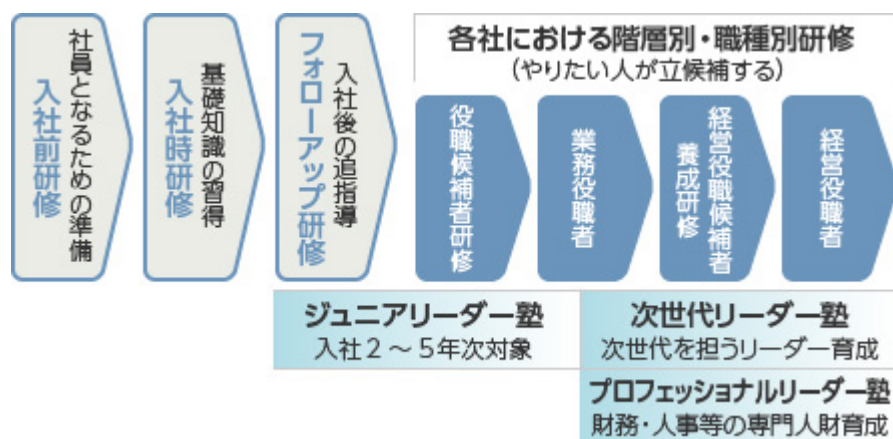
人事制度

ヤマトグループ各社では、公正な処遇により、社員一人ひとりが能力を十分に発揮できる人事制度を構築し、運用しています。役職者への登用では、立候補制度を設け、グループ各社で多くの意欲ある役職者が誕生しています。また、新規事業提案制度「Yamato Business Pioneer」では、斬新なアイデアを持つ社員の新たなビジネスへの挑戦を、グループ全体でサポートする体制を整えています。

また、「New Value チャレンジ」では、斬新なアイデアを持つ社員が新サービスや事業モデルの創出に挑戦できる体制を整えています。

こうした環境を整える一方で、社員のキャリア段階に応じた教育・研修を随時実施し、必要なスキルを身につけてもらうことはもちろん、社員が自らのキャリアを振り返り、今後のキャリアについて考える機会を提供しています。

社内教育の流れ



教育研修制度

教育制度についても、ヤマトグループは社員の「主体性」を重視しています。例えば、次世代のリーダー育成を目的としている「ジュニアリーダー塾」の参加も、原則手を挙げた社員が受けられる仕組みとなっています。このようにやる気のある社員を支援する教育制度を会社として整えています。

またグループ各社やヤマト運輸の各支社などでは、それぞれの事業特性に合わせた教育研修を実施しています。

グループ内ジョブローテーション

グループ連携意識の高い人材を育成し、事業推進や事業創出を牽引する人材の継続的な輩出に繋げることを目的として、グループ内ジョブローテーションを実施しています。社員を入社時の所属会社から異なる事業会社に転属することで、グループ各社が持つ強みを知り、その経営資源を組み合わせ、ソリューション提案が出来るような人材の育成を図ります。

グローバル人材交流研修



2016年度は、各社20代～30代の海外現地法人の社員や、日本で働く外国籍社員を中心に、ヤマトグループの企業理念や、リーダーシップ、チームビルディングに関する研修を約1週間にわたって行いました。また、全世界の海外現地法人ナショナルスタッフ幹部層20人ほどをシンガポールに招いて、グローバルリーダーカンファレンスを2泊3日で実施。ヤマトグループのグローバル事業戦略について討議しました。



研修最終日に羽田クロノゲート・宅急便センターを見学

「感動体験ムービー『絆』編～信頼関係が生まれるとき」



ヤマト運輸では2012年10月、職場で信頼関係が生まれ、絆が結ばれる瞬間を、社員の体験を元に9つのエピソードにまとめ、「感動体験ムービー『絆』編～信頼関係が生まれるとき」と題してムービーにしました。このほか「セールスドライバー(SD)」編と「事務・作業」編も作成しており、これらのムービーを社員に視聴してもらうことで、モチベーションアップや行動の変化につなげていきます。このムービーは主にSDやGOPなど、第一線ではたらく社員が参加する入社時研修や理念研修※の場で活用されています。

※ 理念の伝承とサービス品質の向上を目的とした研修。各主管支店で実施されており、2016年度には全社で約30,000名の社員が参加。

「クロネコアカデミー」



ヤマト運輸では2012年に関西支社で、「全社員が公平に学ぶことのできる環境」「教育体系の構築」を目的として「関西クロネコアカデミー」を設立。支社と各主管支店の教育組織が連動し、充実した教育環境で社員の業務スキル向上を目指して活動しています。

また、2016年4月にはヤマト運輸関東支社に「関東クロネコアカデミー」が設立されました。アカデミーでの学びがサービス向上につながり、そこからお客さま満足、社員満足、さらなるサービス向上という好循環を生み出しています。



研修風景

関西クロネコアカデミーでは、2015年10月に、着任1年未満の新任センター長を対象とした研修を開催しました。当日は11人が参加し、リーダーとしての心構えや、部下のまとめ方などを学びました。



研修風景

第1回 BIZロジQC大会の開催



ヤマトグループのBIZロジフォーメーション※1 6社で「QC※2 サークル活動」に取り組んでいます。この活動は、作業品質を維持・向上させるとともに、社員のモチベーションアップや、イキイキとした職場づくりに取り組むものです。2017年度は、1年間の活動を通して255のQCサークルチームが結成されました。3月10日には、このうち各事業代表の12チームによる「BIZロジQC大会」を開催し、互いの取り組み内容とその成果を披露しました。

2018年度以降は、BIZロジフォーメーション以外のグループ各社にも活動の輪を広げていきます。

※1 ヤマトグループ子会社のうち、プロフェッショナルな物流機能を磨き、企業向けのサービスを追求してきた6社の総称

※2 QC=Quality Controlの略。品質管理手法のこと。



「第1回BIZロジQC大会」の様子

はたらきやすい職場づくり

多様な人材の活用

【女性の活躍】

ヤマトグループでは、約70,000名（2017年3月31日現在）の女性が日々の業務に携わっています。これは全体の約35.3%に当たります。処遇に男女の区分はありません。

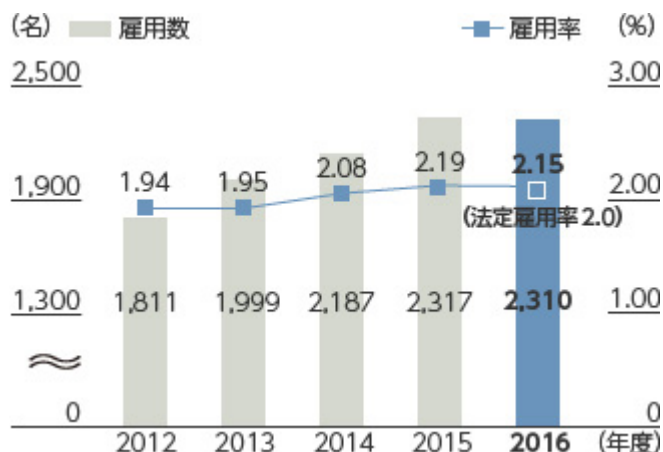
※ 詳細は、「[DAN-TOTSU](#)」を目指して [ダイバーシティ推進](#)をご覧ください。

【障がい者雇用】

ヤマトグループは、その企業姿勢に「障がいのある方の自立を願い、応援します」と表明。障がい者の雇用創出に継続して取り組んでいます。

2016年度の障がい者雇用実績は2,310名（2.15%）。雇用率の向上に向けて、引き続き、ハローワークや学校、就労移行支援施設と協力した採用活動に取り組むとともに、受け入れる会社側としての体制強化に向けて担当者会議の開催など、障がい者雇用に注力していきます。また、現場の理解を深めるために、各現場の管理者が学校などに見学に行き、自ら雇用したい人材と接点を持つなどの取り組みも続けていきます。

障がい者雇用率推移



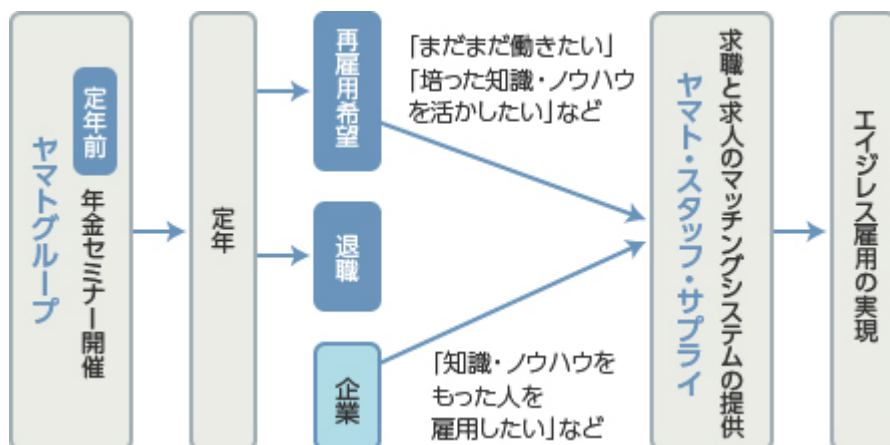
【定年後のライフプラン支援】

定年を前にした社員に年金制度や定年後の働き方、退職後のマネープランの作成などについて案内する「ヤマトライフプランセミナー」を実施しています。セミナーには配偶者同伴で参加することができ、社員とその家族のセカンドライフへのスムーズな移行を支援します。

また、ヤマト・スタッフ・サプライでは、定年後に再雇用希望者を登録し、本人の希望と適性を鑑みて、グループ内外の企業へと派遣しています。

定年者の再雇用は、長年培われた安全・サービスなどの高いスキルをグループ内に伝承・存続させていくという大きな意味をもちます。また、高いスキルをもった人材は、ヤマトグループ以外の企業でも大きな戦力となっています。

定年者再雇用フロー



ダイバーシティ推進に向けた教育

ダイバーシティ推進に向けた教育

【ダイバーシティ研修の実施】

ヤマトホールディングスでは、2016年度に、入社5年目以降のヤマトグループの女性社員を対象とした「女性リーダー・ミーティング」を開催しました。この取り組みは、社員のキャリア形成支援の一環として実施したもので、互いのリーダーシップのあり方や働き方に触れる機会を通じて、「自分らしい」リーダーのスタイルを確立するための意欲や能力を引き出す一助とすることを目的としています。当日は、役員講話や社内外の女性管理職によるゲスト講演・講義に加え、グループワークも実施しました。

【目的1】「自分らしい」リーダー像の確立

【目的2】リーダーに必要な素養と能力開発

【目的3】グループ内の人的ネットワーク構築



女性リーダー・ミーティング



このほか、2016年度は「上司向けセッション」を始めて開催しました。女性の部下を育成し、さらなる活躍を支援するうえで、上司に期待されていることを理解し、部下にとって強力な支援者になってもらうべく、必要な心構えや現場で起きている課題、その解決策などについて学んでもらいました。

【目的1】女性活躍推進の目的

【目的2】上司に求められる心構え

【目的3】現場で起きている課題と解決の方向性



上司向けセッション



ワーク・ライフ・バランスの実現

育児・介護と仕事の両立を支援



ヤマトグループでは、社員が育児・介護と仕事を両立できるように、さまざまな支援制度を整備しています。

主なグループ会社では、育児短時間勤務は「子どもが小学校4年生終了時」まで、介護休業は「上限365日」と、いずれも法定期間を上回る期間取得できるようにし、社員のワーク・ライフ・バランスをサポートしています。ヤマト運輸ではこれに加えて、育児短時間勤務を「申し出に関する子どもについて2回」まで取得可能とするなど、より制度が利用しやすい環境整備に各社で取り組んでいます。

育児・介護の支援制度（ヤマト運輸の例）

| | |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 育児休業 | ・配偶者も育児休業を取得の時は、子どもが1歳2カ月を迎えるまで取得できる ・事情によって2歳の誕生日の前日まで延長可能 |
| 子どもの看護休暇 | ・就学前の子どもについて1人であれば年5日、2人以上の場合は年10日まで取得できる |
| 育児短時間勤務 | ・子どもが小学校4年生終了時まで申請の上で取得できる ・1日4時間・5時間・6時間または8時間の勤務から選択可能 ・申し出に関する子どもについて2回まで取得可能 |
| 介護休業 | ・対象家族1人につき、通算365日を上限として取得できる |
| 介護短時間勤務 | ・対象家族1人につき、最長4年間取得できる ・1日4時間・5時間・6時間または8時間の勤務から選択可能 |

2016年度の育児休暇・育児短時間勤務取得者数（ヤマトグループ）

| | | 2016年度 |
|-------------|----|--------|
| 育児休業取得者数 | 男性 | 21 |
| | 女性 | 694 |
| 育児短時間勤務利用者数 | 男性 | 14 |
| | 女性 | 556 |

2016年度の育児休暇・育児短時間勤務取得者数（ヤマト運輸）

| | | 2015年度 | 2016年度 |
|-------------|----|--------|--------|
| 育児休業取得者数 | 男性 | 6 | 13 |
| | 女性 | 394 | 420 |
| 育児短時間勤務利用者数 | 男性 | 7 | 11 |
| | 女性 | 334 | 367 |

2016年度の介護休業取得者数・介護短時間勤務取得者数（ヤマトグループ）

| | | 2016年度 |
|-------------|----|--------|
| 介護休業取得者数 | 男性 | 15 |
| | 女性 | 18 |
| 介護短時間勤務利用者数 | 男性 | 27 |
| | 女性 | 15 |

こうした取り組みの結果、2017年7月現在、厚生労働省より「子育て支援に取り組む企業」として3社※が認定（次世代育成支援対策推進法に基づく）

され、くるみんマークを取得しています。

※ ヤマトマネジメントサービス、ヤマトロジスティクス(2013年)、ヤマトシステム開発(2011年)



社員と家族に向けて——福利厚生と相談窓口



グループイントラネット「イエネコネット」では、ヤマトグループ社員が利用できる福利厚生制度を分かりやすく紹介しています。また日常生活で困ったときの相談先として「総合相談窓口」を開設。社員およびその家族の悩みごとに各専門家が相談員として対応する体制を整えています。

育休後の復職を支援する勉強会を開催



札幌主管支店では、社員が子育てと仕事の両立について意見交換する「第2回こねこひろば」を2017年2月に開催しました。当日は妊娠中・育休中・復帰後のママ・パパが社内外※から集まり、それぞれにテーマを決めて、家事・育児・仕事の両立や、家族と会社に求めることなどについて話し合いました。

※ ヤマト運輸のほかグループ会社からも参加



第2回こねこひろば

社員満足の上

「満足ポイント制度」の継続で、褒めあい、育てあ文化が育っています



ヤマト運輸は、お客様・社員・社会に対して多くの満足を創造するため、2008年11月から「満足ポイント制度」を導入しています。この取り組みでは、自分が創造した満足に対する(1)仲間からの評価、(2)自分で立てた目標に対する自己評価、(3)会社(本社・支社・主管支店)からの評価をポイント化し、イントラネット内の専用画面から「満足BANK」に貯めていきます。これにより、各自が創造した満足の量や中身を数値で確認。一年の間に満足ポイントを一定数以上貯めることができた社員を「満足クリエイター」に認定し、ポイント数に応じて、ダイヤモンド・金・銀・銅のバッジを贈呈しています。

本制度は、社員が互いのよいところを認め合う「褒める文化」を醸成し、仕事への意欲を向上させるうえでも有効と考えています。ヤマトファン賞(詳しくは「[ヤマトファン賞](#)」でお褒めをいただいた社員を表彰)のページを参照ください)の受賞者増加や、荷物事故の減少など、品質面でもよい結果につながっています。

こうした活動はグループ会社にも広がっており、ヤマトシステム開発の「ハッピーポイント制度」、ヤマトホームコンビニエンスの「ありがとうポイント制度」、2012年度にスタートしたヤマトグローバルエクスプレスおよびヤマトロジスティクスなどBIZロジ6社による「満足ポイント制度」などがあります。さらに2015年度には、ヤマトオートワークスで「満足創造活動」がスタートしました。また、ヤマトフィナンシャルでは「知恵ッター」という掲示板システムにより、情報共有と褒める文化の醸成への取り組みを進めています。



「満足BANK」サイトトップページ

挑戦と成果を称える業績表彰制度



ヤマト運輸では、毎年度上期と下期の2回、対象期間内に成果を出した任意の成功事例を事業所やプロジェクト単位で表彰する業績表彰制度を設けています。『目的』と『取り組み』と『成果』の間に明確な因果関係があるなどの評価基準で選考し、特に優れたグループには「社長賞」が授与されます。

2016年度は877件のエントリーがあり、そのうち17件に社長賞が授与されました。また、半年間を通じて交通事故・労災事故・作業事故・クレームの発生件数ゼロ、加えてお褒め件数が1件以上を達成したセンター63店には「特別賞」が贈られました。

2016年度業績表彰エントリー数・受賞数(件)

| | エントリー | 社長賞 | 支社長賞 | 特別賞 |
|----------|-------|-----|------|-----|
| 2016年度上期 | 450 | 8 | 104 | 41 |
| 2016年度下期 | 427 | 9 | 104 | 22 |
| 計 | 877 | 17 | 208 | 63 |

全社員対象の提案制度「クロネコたまご」



「クロネコたまご」は、ヤマト運輸のすべての社員が業務改善や新商品・サービスに関する提案をすることができる制度です。自分が提案するだけでなく、他の社員の提案に対して、投票・意見を行うこともできます。

こうして寄せられた提案・意見のうち、実現に向けて検討する提案に「ヒント賞」を授与しています。

2016年度「クロネコたまご」応募数・受賞数(件)

| | 応募 | ヒント賞 |
|--------|-----|------|
| 2016年度 | 248 | 41 |

Topics

社内報「ヤマトニュース」が経団連のコンテストで受賞

ヤマト運輸では、社内コミュニケーションの活性化と社員のモチベーション向上を目的に、社内報「ヤマトニュース」を毎月約14万部発行しています。このヤマトニュースが、2017年3月、日本経済団体連合会が開催している企業の優れた社内報を表彰する「経団連推薦社内報審査」において月刊部門の「総合賞」を2年連続で受賞しました。第一線で働く社員にわかりやすく内容を伝えるためのさまざまな工夫が評価されました。



授賞式の様子



2017年4月号ヤマトニュース表紙

社員の健康増進

ヤマトグループ健康保険組合

2010年9月、ヤマトグループは、社員一人ひとりが「健康力」を高め、豊かな社会の実現に貢献することを目的として「ヤマトグループ健康宣言」を策定しました。これに基づき、ヤマトグループ健康保険組合は「健康」に関する様々な施策を実施し、社員と家族の「健康増進」と「疾病予防」を推進しています。



「ヤマトグループ健康宣言」ポスター

特定保健指導の実施

ヤマトグループ健康保険組合では、社員の「生活習慣病リスク」の減少を目指し、若年層のうちから特定保健指導を実施しています。

対象者の途中脱落を防ぐため、事業会社やパートナー企業と原因の分析や協議を重ね、指導方法をグループの特性に合わせたものに変更するなどした結果、完了率を約80%まで高めることができました。

特定保健指導受診者のうち約4割の対象者が、翌年、特定保健指導対象から脱却しています。

これらの成果が厚生労働省から高く評価され、「第5回健康寿命をのばそう！アワード」において「厚生労働省保険局長優良賞」を受賞しました。



「第5回健康寿命をのばそう！アワード」で「厚生労働省保険局長優良賞」を受賞

Topics

ヤマトクレジットファイナンスが健康優良企業として認定

ヤマトクレジットファイナンスは、健康優良企業を目指して、企業全体で健康づくりに取り組むことを宣言し、社員と家族の健康維持・促進に向けた取り組みを積極的に進めています。このことが認められ、2017年4月5日には、健康保険組合連合会東京連合会が認定する健康優良企業の第一号として「銀の認定」を取得しました。



健康優良企業認定証

乳がん検診バスの全国巡回

ヤマトグループ健康保険組合では、女性社員がよりいきいきと働ける職場環境づくりのため、乳がんの早期発見・早期治療を目的として、「より身近で」「より受けやすく」をモットーとする「無料乳がん検診バス」の全国事業所巡回を実施しています。

2016年度は全国135か所を巡回し、6,748人が受診、受診率は45.2%でした。

また、これらの取り組みが厚生労働省から高く評価され、「第5回健康寿命をのばそう！アワード」において「厚生労働省保険局長優良賞」を受賞しました。

今後も内容を拡充し、事業を展開していきます。



乳がん検診バス



「第5回健康寿命をのばそう！アワード」
ロゴマーク

喫煙対策



ヤマトグループ健康保険組合では、社員の卒煙を応援するための各種キャンペーンを毎年実施しています。喫煙者にタバコの害や健康被害について周知を図るとともに、有効な禁煙補助ツールを紹介し、自己負担額の一部を補助しています。

2016年度は喫煙者本人・サポーター・事業所が一体となって卒煙に取り組む「らくらく禁煙コンテスト」を実施し、全国で395名が卒煙に成功しました（卒煙率は18.6%）。

また、世界禁煙デー（5/31）に合わせた「1日禁煙」を呼び掛け、各社での禁煙推進活動に繋げています。



「らくらく禁煙コンテスト」ポスター

年金資産の運用

年金資産の運用



ヤマトグループ企業年金基金では2014年7月29日より、「年金資産の運用に関する基本方針」に、グローバルコンパクトや責任投資原則等の考え方に基づく社会的責任に配慮して年金資産の運用を行うことを規定しています。

パートナーとともに

取扱店、クロネコメイト、運送協力会社など、パートナーとの公正な取引、良好なコミュニケーションはヤマトグループ発展の基盤となります。良きパートナーシップの確立に努め、共存共栄を目指します。

取扱店



コンビニエンスストア、商店など全国約21万に及ぶ取扱店は、お客様とヤマト運輸とを結ぶ大切なパートナーです。

クロネコメイト(クロネコDM便の委託配達員)



「クロネコDM便」を支えるのは、全国で40,000名に及ぶ個人契約の委託配達員であるクロネコメイト(通称メイトさん)です。

運送協力会社



ヤマト運輸では、幹線輸送などの一部を一般貨物自動車運送事業者の皆様に委託しています。すべての運送協力会社と「傭車契約書」を締結しています。

コミュニケーション

日々の訪問で情報交換【取扱店】



ヤマト運輸からは、情報誌「クロネコだより」の発行や日々の訪問を通じて、ヤマトグループの事業活動の動きや新サービス、地域の情報などを随時お伝えし、また取扱店からは、宅急便をご利用いただくお客様の生の声・ご要望をうかがうなど双方向コミュニケーションを深め、サービスの向上に努めています。



毎日の集荷訪問でコミュニケーションを深めています



クロネコメイト連絡会を実施【クロネコメイト】



ヤマト運輸では、メイトさんとのコミュニケーションを促進し、業務の品質向上を図るため、年4回「クロネコメイト連絡会」を全国各地で開催。メイトさん同士のコミュニケーションや、ヤマト運輸からメイトさんへのお知らせ、逆にメイトさんからご意見をいただく場として、配達時の工夫や情報交換など、毎回たくさんの議論が交わされています。

また、情報誌「メイトプレス」を年4回発行し、地域で一番のメイトさんやメイト連絡会の様子などを紹介。全国のメイトさんのつながりを作っています。

パートナー会の開催



ヤマトグループ各社で、パートナーとの交流機会になるようなイベントの開催を随時検討しています。

2017年3月には、ヤマトシステム開発で、前年に引き続き、パートナー会を開催しました。本イベントは、事業活動にさまざまな形で協力いただいているパートナー会社を対象として、事業の方針やお願いなどを伝えるとともに、業務に関する意見交換などを通じて互いに親睦を深めることを目的としたものです。当日はパートナー会社48社から116名に参加いただきました。今後も本イベントを定期的に行い、ビジネス協業体制の強化につなげていきたいと考えています。



ヤマトシステム開発でのパートナー会

パートナーのCSR実践を支援

繁忙期前に安全情報を共有【運送協力会社】



ヤマト運輸は、運送協力会社を「ともにお客様の大切な荷物をお運びするパートナー」と捉えています。こうした考えのもと、ロジスティクス分野の最優先課題である「安全第一」を協力会社にも実践していただくべく、安全対策や安全研修などを積極的に実施しています。例えば、単身者の引越しが増える年度末などの繁忙期にあたっては、必ず事前に運送協力会社と協議の場を設け、事故事例の研究などを行っています。

株主・投資家とともに

ヤマトホールディングスでは、財務情報・非財務情報をバランスよく発信し、株主・投資家の皆様との双方向コミュニケーションに努めています。

引き続き、株主・投資家の皆様との建設的な対話の実現を目指し、企業価値の拡大を図っていきます。

株主・投資家とのコミュニケーション

株主総会の実施



2017年6月23日、第152期定時株主総会を銀座ブロッサム（中央会館）ホールにて開催しました。より多くの皆様に議決権を行使いただくために、インターネット上での議決権行使を可能にしているほか、法定よりも1週間早い、総会の3週間以上前に招集通知を送付しています。招集通知および決議通知は日本語版・英語版を用意し、議決権行使結果等の情報とともにホームページに掲載しています。

情報開示・コミュニケーション



ヤマトホールディングスではホームページ上に「株主・投資家情報」を掲載しており、「ディスクロージャーポリシー」に基づいて、決算関連の情報や、株価情報、説明会資料等の各種情報を、適時、適切に開示するよう努めています。

これに加えて、株主・投資家の皆様に向けた「アニュアルレポート」「株主の皆様へ」の発行や、経営陣との直接対話の機会創出を通じて、双方向コミュニケーションに努めています。

【2016年度の活動実績】

- ・アナリスト向け決算説明会（4回）
- ・海外IR（北米、欧州、アジア：各地年1回以上）
- ・「アニュアルレポート」の発行（1回）
- ・「株主の皆様へ」の発行（2回）
- ・スモールミーティング（2回）他、施設見学会等
- ・SR（Shareholder Relations）活動による株主様とのコミュニケーション（適宜実施）

株主の皆様に対する利益還元

ヤマトグループでは、配当性向30%を目標とし、安定的な配当の実施をはじめとした株主の皆様への利益還元を機動的・継続的に行っています。2016年度の1株あたり配当金（期末配当）は、14円とし、既に実施済みの中間配当金1株当たり13円と合わせて、年間配当額の合計は1株当たり27円となりました。また、2016年度においては、株主価値向上を目的として100億円、423万株の自己株式取得を実施しました。

厳しい経営環境のなかで、今後も引き続き事業戦略を着実に遂行し、営業利益を伸長させていきます。また、中長期的な成長に向けて積極的な投資と機動的な資本政策を実行し、株主価値の向上を図っていきます。

Topics

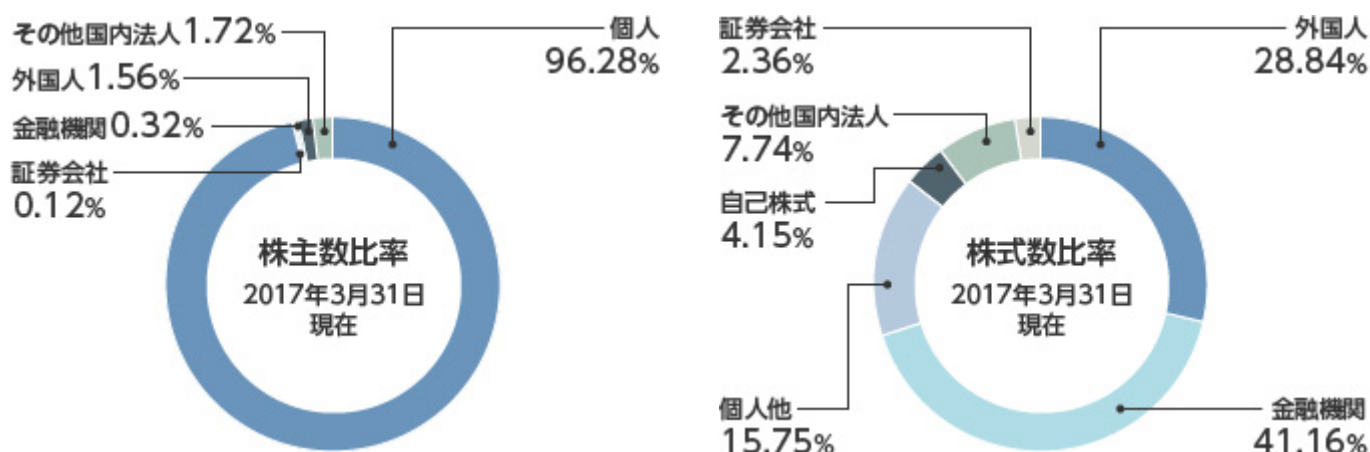
「SNAMサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に選定

ヤマトホールディングスは2017年6月、損保ジャパン日本興亜アセットマネジメントが運用する「SNAMサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に選定されました。同インデックスは、ESG（環境、社会、ガバナンス）の取り組みについて評価が高い企業に幅広く投資できることを重視しており、調査会社から一定以上の評価を得ている企業から構成されています。



株式の状況（2017年3月31日現在）

株式の状況（2017年3月31日現在）



ステークホルダーコミュニケーション

ヤマトグループの経営理念、企業姿勢や、安全・環境・社会についてのさまざまな取り組みをステークホルダーの皆様へ伝え、ご理解いただくために、公演等を通じてコミュニケーションの充実を図っています。

羽田クロノゲート 見学コースの一般公開

羽田クロノゲート 見学コースの一般公開



ヤマトグループは、大型物流拠点「羽田クロノゲート」に見学コースを設け、2014年2月4日から無料で一般公開しています。

本見学コースは、2019年の創業100周年に向けて、グループの歴史や宅急便サービスの進化の紹介を通じて、これまでの成長を支えていただいたお客様への感謝の気持ちをお伝えしようと開設したものです。コース内には、宅急便の仕組みやヤマトグループの歴史、またグループ全体で推進する「バリュー・ネットワーキング」構想や、環境への取り組みについて、実際に「見て」「聞いて」「触って」「体験して」いただくための5つのアトラクションをご用意しています。

法人のお客様にグループのサービスを活用した物流改善をご提案するセミナーや、小学生を対象に宅急便を送る体験ができるイベントなども開催しています。

※ 見学コースの詳細や予約については[こちらのページ](#)をご覧ください。



羽田クロノゲート 見学者コリドー

社会貢献活動

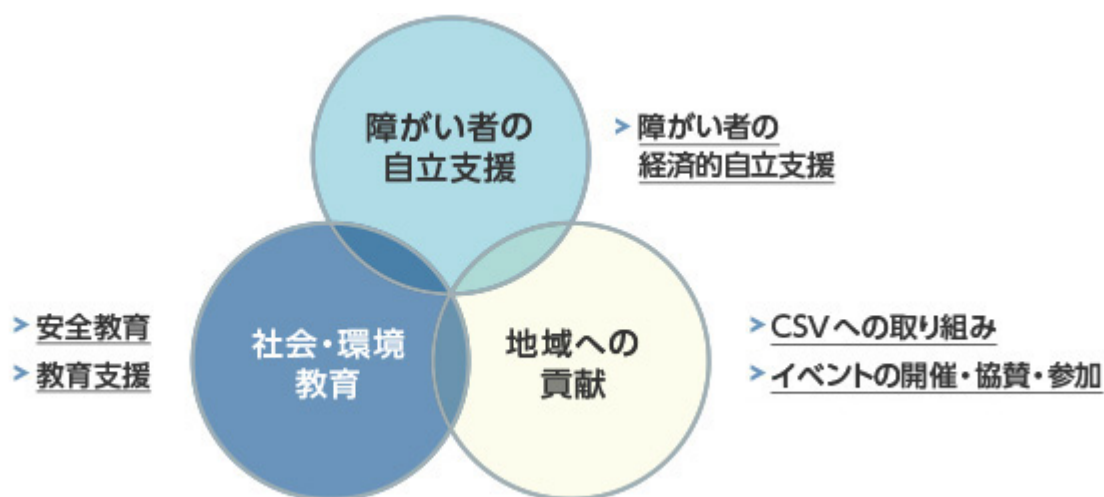
ヤマトグループは、株主、お客様、地域の皆様、パートナー、社員とのコミュニケーションを広く行い、互いの共存共栄を実現します。

生活シーンにおける便利さ・快適さに対するニーズ、そしてビジネスシーンでの一貫性のある物流ソリューションに対するニーズの深まりは、常にヤマトグループにとって挑戦すべき課題です。グループ社員一人ひとりが、「どうしたらお客様に満足していただけるか」を常に考え、より良いサービスやビジネスモデルを提供して、日々お客様満足の創造に取り組んでいます。

ヤマトグループの社会貢献活動

豊かな地域づくりに貢献することは、地域における企業市民としての使命であり、ヤマトグループの成長と発展の基盤です。

ヤマトグループの社会貢献活動のテーマは3つ。地域に根づいて事業活動を展開するヤマトであればこそできる『地域への貢献』、子どもたちの健全な育成をサポートする『社会・環境教育』、そしてヤマト福祉財団と連携して取り組む『障がいのある方々の自立支援』です。



社会・環境教育

> 安全教育

> 教育支援

地域への貢献

> CSVへの取り組み

> イベントの開催・協賛・参加

障がい者の自立支援

> 障がい者の経済的自立支援

社会貢献活動 安全教育

ヤマトグループは、地域の人々、特に子どもたちに交通安全の大切さを伝える「安全教室」の開催に力を注いでいます。自社で機会を設けることはもちろん、関連イベントなどにも積極的に参加しています。

こども交通安全教室

[2016年度] 1,754回開催、18万人以上の子供たちが参加



子どもの交通事故防止はヤマトグループの大きな願いです。ヤマト運輸では1998年より、地域の子どもたちに交通ルールや交通安全への知識を伝える「こども交通安全教室」を全国各地で実施してきました。セールスドライバー(SD)を中心とした社員が地元の保育所・幼稚園・小学校に出向き、着ぐるみなどを用いて楽しく、分かりやすく交通安全について指導します。特に集配車の乗車体験は、実際に運転席に座ってSDの死角を体験し、あわせて車の内部を見学するという内容で、普段できない体験が子どもたちや、保護者、先生方にも好評を博しています。

2016年は全国で1,754回開催し、18万人以上の子供達が参加しました。累計では開催回数約2万7000回以上、約290万人に参加していただいています。

また、この取り組みは海外も含め、グループ各社にさまざまな形で広がりを見せています。

【ヤマト運輸三重主管支店】

三重主管支店では2017年2月、小学生以下の児童を対象にした体験イベント「交通安全フェスタin熊野」に参加し、紙芝居や車の死角体験、制服を着てのなりきり体験などを実施しました。同イベントへの参加は今回で3回目となり、年々来場者が増えています。今回は親子連れ100人に来場いただきました。



標識クイズの様子

【本社・南東京主管支店】

本社サービスセンターと南東京主管支店では、2016年10月、手話と日本語の二つの言語で教育を行っている私立ろう学校の明星学園（東京都品川区）にて、大井警察署が主催する安全教室に参加し、幼稚部・小学部向けに手話でこども交通安全教室を開催しました。当日は手話を用いて、子どもたちと右左右と後ろを確認することの大切さを伝え、交通安全を呼びかけました。



子どもたちに手話で挨拶する様子

【ヤマトグローバルエクスプレス】

ヤマトグローバルエクスプレスでは2016年度、全国で25回のこども交通安全教室を開催しました。

2016年6月には、東京都江戸川区の保育園で、横断歩道の渡り方について寸劇を実施したほか、ウォークスルー乗車体験では死角の体感を通じて車の周りに潜む危険性を学んでいただきました。

実際に、どのような危険が生じるのかを問いかけ、考えていただくことで、自ら危険を発見するための意識づけを促しています。

【マレーシアヤマト運輸】

マレーシアで初めて「こども安全教室」を開催しました。幼稚園児13名と先生をマレーシアヤマト運輸本社に招待し、「死角」の体感や横断歩道の正しい渡り方を学習してもらいました。子どもたちにもわかりやすいよう、お母さんと子どもが道路を一緒に歩く中で危険箇所、危険な行為について学んでいくというストーリーを紙芝居で伝えるなどさまざまな工夫を施し、社員にとっても安全について考えを深める機会となりました。今後も定期的な開催を続けていきます。



マレーシアで初の安全教室を開催

【ヤマト(中国)運輸有限公司／ヤマト国際物流有限公司】

ヤマト(中国)運輸有限公司とヤマト国際物流有限公司は、2016年9月・10月に上海市内の幼稚園2か所で共同のこども安全教室を開催しました。

ウォークスルー車を使用し車の死角を体験してもらうとともに、「横断歩道の安全な渡り方」「車の周りでは遊ばない」ことを学んでもらいました。



上海市内の幼稚園での安全教室(2016年9月)

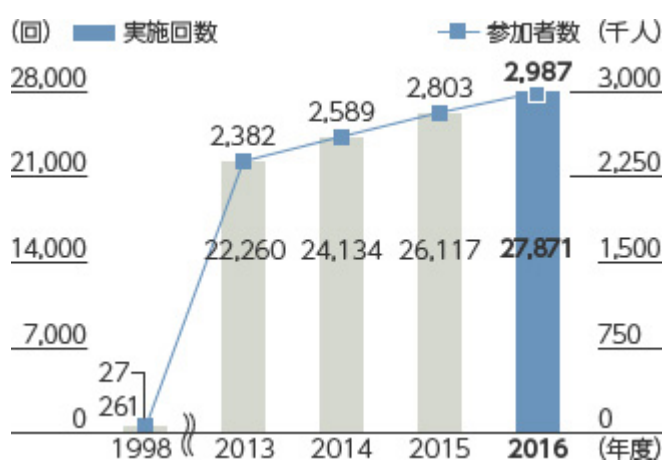
【ヤマトボックスチャーター】

ヤマトボックスチャーターでは2014年度、大型車両を使用したこども交通安全教室を開催しました。教室では、大型車ならではの死角の大きさなどを体感することを通じて、小型車・中型車とは異なる危険を想定しなければいけないことを実感いただきました。



ヤマトボックスチャーターによるこども交通安全教室

「こども交通安全教室」実施状況 [累計推移](ヤマト運輸)



その他の取り組み

交通安全誘導の実施



【ヤマトパッキングサービス】

ヤマトパッキングサービスでは、毎年春、秋の全国交通安全運動期間中、地域住民の方々と一緒に横断歩道での誘導を実施しています。約15年以上にわたり取り組んでいることが評価され、深川警察署ならびに深川交通安全協会から感謝状をいただきました。



横断歩道での誘導

地域に合わせた活動を実施



【ヤマトグローバルエクスプレス北日本主管支店】

ヤマトグローバルエクスプレス北日本主管支店では、雪の時期でも実施できる社会貢献活動を検討し、2016年2月に消火栓の除雪作業を行いました。

当日は札幌西営業所、札幌ソリューション営業所、北日本主管支店の社員から20名が参加し、地域の安全性向上に貢献しました。

今後もさまざまな角度からボランティア活動を続けていきます。



消火栓の除雪作業のお手伝い

社会貢献活動 教育支援

ヤマトグループは、未来を担う子供たちの学びを助け、働くことへの興味を育てることを目的に、講演会や職業体験などを積極的に実施しています。

高校生向けの経営セミナーを開催

高校生向けの経営セミナーを開催



ヤマト運輸では、「高校生経営セミナー」を毎年開催しています。このセミナーは、高校生がより広い視野を持って社会との関わりを認識し、自らの意志で進路を開拓するきっかけになることを目的に、2006年度から毎年実施しているものです。

第11回を迎えた2016年度は、全国から18チーム・81名が参加しました。セミナーではまず、ヤマト運輸の社員がメンター（助言者）として高校生に職場を案内し、当社のサービスなどについて説明。その後、「お客様の利便性向上のための新サービスの企画 ～キーワードはフルデジタル化～」をテーマに、約6か月にわたり企画立案に取り組んでもらいました。

- ※1 「ヤマト運輸高校生経営セミナー」は、文部科学省主催の「平成26年度 青少年の体験活動推進企業表彰」において「審査委員会奨励賞」を受賞しています。詳細は[公式サイト](#)をご覧ください（外部ホームページに移動します）。
- ※2 高校生経営セミナーについては、「[“DAN-TOTSU”を目標として 高校生経営セミナー](#)」もご覧ください。



最終発表会の集合写真



優勝した長野県屋代高等学校の発表の様子

クロネコヤマト環境教室の開催

クロネコヤマト環境教室の開催



ヤマト運輸では、次世代を担う子どもたちへの環境教育をサポートするため、「クロネコヤマト環境教室」を2005年10月から開催しています。詳細は「[環境保全への貢献](#)」を参照ください。

仕事のやりがいや大変さを紹介

「職業体験」を行うテーマパークに協賛



ヤマト運輸では、子供達にさまざまな職業を体験してもらう各種のテーマパークに協賛し、子供サイズの集配車や台車で宅急便の集配の体験をおこなっています。

東京都の「[キッザニア東京](#)」、兵庫県の「[キッザニア甲子園](#)」に、「宅配センター」パビリオンを出展。施設内に再現された「街」で働く体験などを通じて、社会と自分との関わり、経済の仕組み、お金とは何か、仕事とは何かなどを学ぶ機会を提供しています。

このほか、千葉県の「[Kandu\(カンドゥー\) 幕張新都心](#)」、宮城県「仙台子ども体験プラザ」の「スチューデントシティ」にも出展しています、京都府の「京都市スチューデントシティ」にも出展しています。



京都市スチューデントシティ

各地の職業体験イベントに参加

ヤマト運輸では、各地の自治体や商業施設で開催されている職業体験イベントに参加し、地域子ども達がさまざまな仕事についての理解を深める機会を提供しています。

2016年度は、香川県高松市丸亀町商店街で開催された小学生向けの職業体験イベント「カメザニア」に参加。子どもたちに宅急便の配達を体験してもらいました。



「カメザニア」での職業体験の様子

小・中学生などを招いて職業体験を実施

【ヤマト運輸】

ヤマト運輸では、各地のベースやセンターで小学校を中心に社会科見学や職業体験の受け入れを行っています。また、民間企業研修として小学校の教職員を受け入れ、物流業への理解を深めていただいています。



小学校の教職員が物流業を体験

【シンガポールヤマト運輸】

シンガポールヤマト運輸では、2016年11月、地域貢献の一環として、シンガポール日本人学校の中学生を対象とする職業体験を実施しました。参加者4人には、パソコンを使用して社内用のポスターを作成していただき、企画のノウハウやメッセージの伝え方を学んでいただきました。また“ヤマト体操”の体験や社員インタビュー、倉庫見学も実施し、ヤマトグループのサービスや宅急便が届くまでの流れについて理解していただきました。



中学生向け職業体験を実施



【ヤマトシステム開発】

ヤマトシステム開発では、例年、中学生の職業体験プログラムを実施しています。2016年度は11月と1月に実施し、合わせて8名の中学生に参加いただきました。

プログラムでは、社会人の基本となるビジネスマナー学習から、物流センターの見学、物流作業体験、ホームページ作成などにいたるまで、3日間をかけて社会人の心構えや仕事の流れを学んでいただきました。



中学生向け職業体験(2017年1月)

【ヤマトホームコンビニエンス】

ヤマトホームコンビニエンス東京統括支店北砂支店では、例年、小学生の職業体験を行っています。挨拶、名刺交換から始まり、家財の梱包やトラックへの積み込みにいたるまでの引っ越し作業を体験していただき、大きな荷物を運ぶことの大変さや達成感、安全のために守るべきルールの大切さを学んでいただいています。



小学生向け職業体験

本業のノウハウを活かした社会貢献

障がい者向けの「パソコン教室」を開催



ヤマトシステム開発では、障がい者の方々を対象とした「パソコン教室」を毎月一回開催しています。

教室は社員がボランティアで講師をつとめ、パソコンの起動方法から簡単な文書作成や表計算まで、受講者の皆さんに楽しく学んでいただいています。

2011年度のスタート以来、毎年この教室から「日本語ワープロ検定」や「情報処理技能検定」の合格者を出しています。



パソコン教室

社会貢献活動

CSVへの取り組み

ヤマトグループは、地域社会と企業が共有している価値を、本業を通じて創造していく、というCSV（Creating Shared Value＝共有価値の創造）の考えに基づいて、全国各地の自治体と連携しながら、これまでにない事業形態の創出に取り組んでいます。

「運ぶ」ことを通して生活全般を支援

高齢化が進む各地で「高齢者の見守りの取り組み」を展開



少子化や都会への人口集中が進み、過疎化・高齢化は全国的な課題となっています。そうしたなかで、近隣に家族がいない高齢者を定期的に訪問し、健康状態などをチェックすることの必要性が増してきました。そこでヤマト運輸は、自治体などと協力し、定期的な配達とあわせて高齢者の在宅状況などを確認する「高齢者の見守りの取り組み」を2010年度から展開しています。

2017年3月時点で、全国の自治体や関係機関と364件の協定を結びました。それぞれの地域の状況も踏まえて、活動内容を随時見直ししながら、今後も活動地域を広げていきます。

※ 詳細はヤマト運輸ホームページ「[地域の課題解決取り組み事例](#)」を参照ください。（外部ホームページに移動します）

【青森県黒石市の見守りの取り組み】

青森県黒石市では、2013年4月から「高齢者見守りの取り組み」を開始しました。

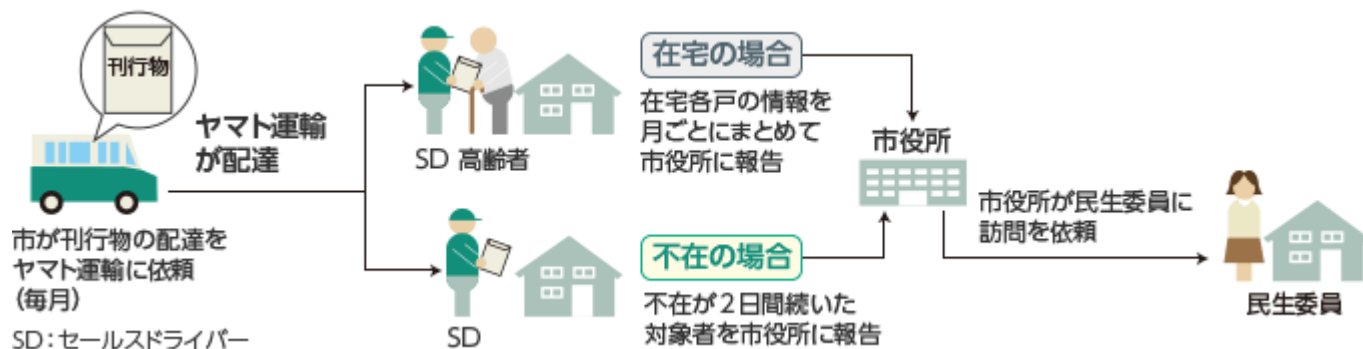
高齢者見守りの取り組みの特徴は、シンプルな仕組みにあります。まず、市が「一人暮らし高齢者」向けの刊行物を定期的に作成し、その配達をヤマト運輸に依頼。セールスドライバー（SD）が荷物を受取人である高齢者に手渡しし、あわせて健康状態などを確認します。このとき、2日間続けて不在であれば、市に報告します。このように手間やコストを最小限に抑える仕組みとすることで、事業の継続性・採算性を確保しつつも、確実に行政機関が異変を察知できるようにしています。

※ [特集「ヤマトグループのCSV」](#)も参照ください。



SDは荷物を手渡しして、近況を確認する。

高齢者見守りの仕組み



※ 青森県黒石市での見守り事業の詳細は「[地域と連携したCSVの推進（ヤマトグループCSR報告書2014【ハイライト版】）](#)」をご覧ください。

リユース品の出張販売で生活支援を実現

リユース品の出張販売で生活支援を実現

ヤマトホームコンビニエンスは、廃校となった小学校の体育館や公民館などを活用して、中古の家電や家具などを出張販売する「クロネコキャラバン」を毎月開催しています。各市町村のホームページで案内していただくなど、町おこしのイベントとして行政と一緒に取り組むことにより、現在では来場者数が約22万人ほどにまで増え、地域の皆様の集いの場所としても人気が出てきました。

2016年度には、全国で317回のクロネコキャラバンを開催しました。今後もお客様のニーズに合わせた商品やサービスを販売し、また、お客様とのコミュニケーションを大切にしながら、地域の課題解決に貢献していきます。



リユース品の出張販売で生活支援を実現

配送サービスの活用で日本の旅を安心・安全・快適に

配送サービスの活用で日本の旅を安心・安全・快適に

近年、日本を訪れる外国人の数は増加を続け、2016年には累計2,404万人に達しています。観光庁の「訪日外国人の消費動向(平成28年 年次報告書)」によると、その約2割は団体ツアーを利用しておらず、自ら大きな荷物を持って日本国内を移動しているのが現状です。

2017年4月現在では、ヤマト運輸の26店舗が、「手ぶら観光」のサービス拠点として認定を受けています。



金沢駅「クロネコほっとステーション」

ヤマト運輸の手ぶら観光サービス拠点の詳細については、以下のサイトをご覧ください。

- 日本語 : <http://www.kuronekoyamato.co.jp/hands-freetravel/index.html>
- 英語 : <http://www.kuronekoyamato.co.jp/en/hands-freetravel/index.html>

安全な運転を支えるサービスの提供

安全な運転を支えるサービスの提供

ヤマト・スタッフ・サプライは、自社の事業として「安全教育事業」を展開しています。本事業は、ヤマトグループ内・グループ外の両方を対象として、運転適性診断や資格取得支援など、「安全な運転」を支えるサービスを提供するものです。

このうち運転適性診断については、2016年度は約31,767名の受診があり、そのうち約20,500名はヤマトグループ外の方でした。関東・関西・中部地区では出張での診断も実施しており、ご好評をいただいています。診断には、新たに採用されたドライバーが乗務前に受診する「初任診断」など、法で定められた義務診断のほか、すでに業務にしている在籍ドライバー向けの「一般診断」、事故発生者向けには、カウンセラーとの個別面談による「個別診断」「特定診断」があり、“気づき”を促すことで今後の安全運転の継続や事故の再発防止をとともに目指していきます。

また、資格取得支援としては、運行管理者試験対策講座や衛生管理者試験対策講座など、事業運営上必須となる各種資格取得のための試験対策講座を展開し、高い合格率を維持しています。

このほか、フォークリフト運転技能講習では、2016年度の受講者が1,577名となりました。ペーパードライバーの方のための「フォークリフト技能向上コース」もご好評をいただいております。リーチ式フォークの練習ができる設備を備えた教習施設も展開しています。

また、国土交通大臣より運行管理者等指導講習※1の実施機関として認定を受け、「一般講習」のほか、運行管理者※2や補助者になろうとする方を対象とした「基礎講習」も実施しています。実務経験豊かな講師によるわかりやす

い講義と土日・祝祭日を絡めた日程の多さが支持をいただき、多数の方に受講していただいています。

今後もお客様のご要望にお応えできるよう、メニューの充実をはかり、安全な社会の実現に寄与していきます。

※1 運行管理者やその補助を行う方を対象とした、運行管理の実務や必要な管理手法、関係法令などに関する講習

※2 運行管理者試験に合格した者などの中から事業者が選任した、輸送の安全を確保するための責任者

※3 運転適性診断、指導講習については、以下のURLも参照ください。

●運転適性診断について <http://www.mlit.go.jp/jidosha/anken/03safety/instruction.html>

●指導講習について <http://www.mlit.go.jp/jidosha/anken/03safety/dispatcher.html>

地域活性化への取り組み

「客貨混載」の取り組み

ヤマト運輸では、地域の自治体やバス会社と協力し、乗客と荷物を同時に運ぶ「客貨混載」を進めることで、過疎化や高齢化が進む中山間地域におけるバス路線網の維持と、物流の効率化による地域住民の生活サービス向上に取り組んでいます。

【客貨混載のメリット】

・地域のお客様

過疎地域のバス路線網が維持され、安定的に路線バスを利用できるようになるため、病院やスーパーなど多様な施設へアクセスでき、生活基盤が安定。セールスドライバーが地域に滞在する時間が増えることで、集荷締め切り時間が延長するなど、宅急便のサービスもより便利にご利用いただけます。また、地域を走る車両の台数が削減されることで交通安全や環境への効果も期待されます。

・バス会社

路線バスの空きスペースで宅急便を輸送することで、バス路線網の維持につながる新たな収入源を確保することができ、生産性が向上します。

取り組みの第1号として、岩手県北バスとヤマト運輸岩手主管支店が、盛岡駅と宮古駅を結ぶ都市間路線バスと宮古駅と重茂半島を結ぶ一般路線バスの2路線で「客貨混載」を開始し、2015年6月3日に出発式を行いました。他の路線での活用も引き続き検討しています。



盛岡駅での出発式

また、宮崎交通とヤマト運輸宮崎主管支店でも、2015年10月に西都市ー西米良村間、2016年6月には延岡市ー高千穂町間および諸塚村ー日向市間を結ぶ路線において「客貨混載」を開始しました。この取り組みにより、高千穂町から県内への当日便を開始するなど、地域住民の生活サービス向上を実現しています。



延岡市での出発式

コミュニティ拠点を活用したくらしのサポート

ヤマトグループは2016年4月28日から、東京都の多摩ニュータウンで、住民の方の生活をより豊かにすることを目指す「くらしのサポートサービス」を開始しました。

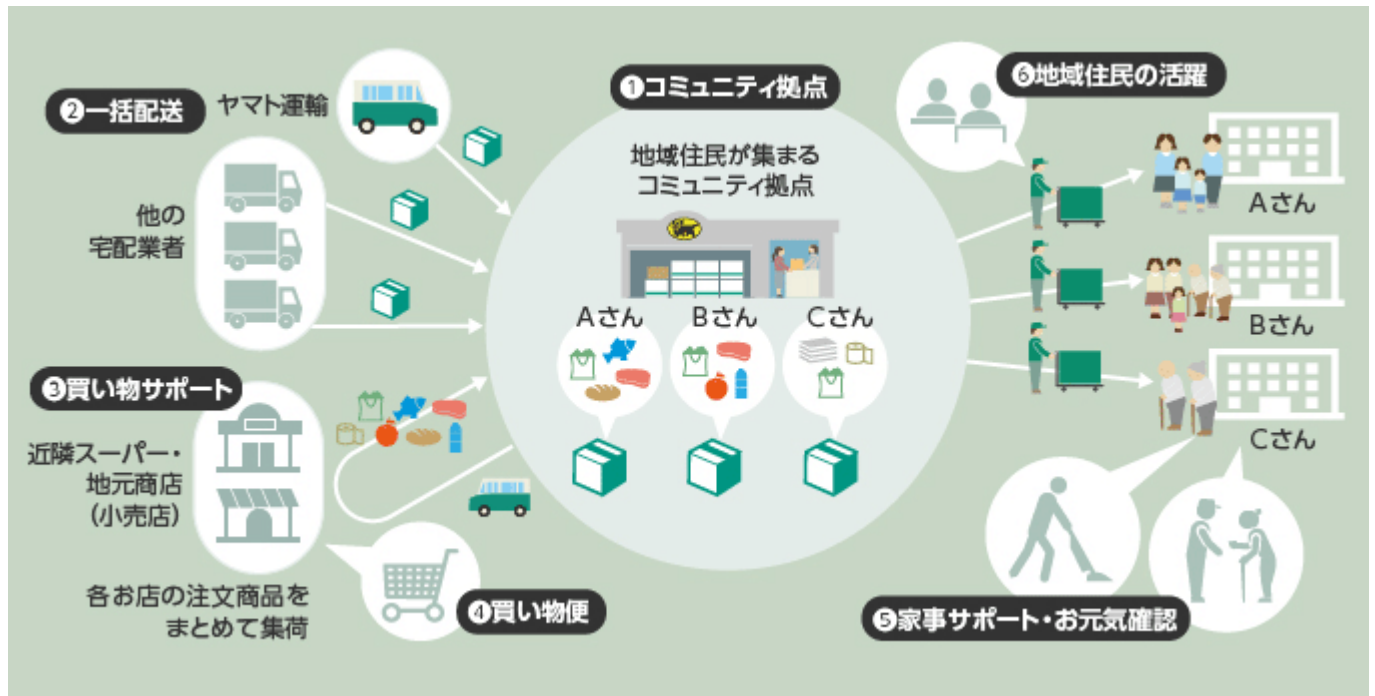
団地内に新たに設置したコミュニティ拠点「ネコサポステーション」を活用し、地域コミュニティの活性化を図るとともに、他の宅配業者の荷物をヤマト運輸がまとめてお届けする一括配送や、自治体、民間企業が協力して地域住民の生活をサポートするサービスを提供しています。

多摩ニュータウンでの取り組みが都市部における地域活性化の新たなモデルケースとなるよう、今後も、UR都市機構、多摩市、そして地域の皆様と連携して取り組みを進めていきます。



「ネコサポステーション」を活用して地域の方の暮らしをサポート

くらしのサポートサービス



※ 「くらしのサポートサービス」の詳細は「[コミュニティ拠点を活用して暮らしをサポートする\(2016年度ハイライト\)](#)」をご覧ください。

国際クール宅急便による農水産品の販路拡大

近年、日本の農水産品は食の安全・安心を重視するアジア市場でニーズが高まっています。またTPPなど貿易自由化に向けた動きに伴って、日本政府も農水産品の輸出拡大、6次産業化を制作として進めています。

しかし、国際間保冷輸送には小口輸送と呼ばれる少量の荷物を運ぶ物流サービスが少なく、農水産品の鮮度を保ったまま輸送する仕組みが求められていました。また、生産者にとっては海外販路の開拓にも課題がありました。

ヤマトグループでは、こうした課題を解決するために、世界初の国際間一貫保冷小口輸送サービス「国際クール宅急便」を香港向けに開始。その後、台湾、シンガポール、マレーシアへとサービス提供地域を拡大しました。

2017年6月現在、青森県をはじめ14の地方自治体と連携協定を結び、農水産品の解題市場への販売機会拡大を支援しています。

国際クール宅急便 輸送の流れ(青森-香港間の場合)



※ 国際クール宅急便による農水産品の販路拡大についての詳細は[「事例2 販促・納品支援 産物販売サポート 海外販路拡大サポート \(2015年度ハイライト\)」](#)をご覧ください。

Topics

ヤマトグループの6社が「PAS 1018」の認証を取得

2017年5月、ヤマト運輸株式会社など6社が、小口保冷配送サービスに関する国際規格「PAS 1018」の認証を取得しました。

PAS 1018は、小口保冷配送サービスのうち、荷物の積み替えを伴う輸送形態を対象とした認証規格です。車両に搭載されている保冷库などの温度管理を中心に、配送中の積み替え作業に関する要求事項が規定されています。世界各国で保冷宅配便サービスの需要が高まっている背景を受けて、ヤマトホールディングスを始め、日本国内の保冷宅配便サービスを扱う事業者、海外の業界団体などの組織が参画し、2017年2月に策定されました。

本認証の取得には第三者機関による審査などが必要となります。サービスの品質を客観的に保証するこのような認証制度を活用し、お客様により安心してご利用いただけるサービスの実現を目指します。

地方自治体や企業との協定締結



ヤマトグループは、「社会から一番愛され、信頼される会社」となるため、地域密着型のサービスを提供し、地域を活性化させることに重点を置いています。この地域の活性化という課題に取り組むためには、地方自治体や企業との協力関係も重要です。ヤマトグループでは地方自治体や企業と協定を締結し、地域の活性化に貢献しています。

案件別内訳(2017年6月末現在)

| | 総案件数 | 運用中 | | | 協定数 | 運用中 | |
|--------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | 有償 | 無償 | 合計 | | 有償 | 無償 |
| 見守り支援 | 319 | 9 | 152 | 161 | 145 | 7 | 130 |
| 買い物支援 | 210 | 12 | 22 | 34 | 20 | 5 | 13 |
| 産物支援 | 179 | 18 | 33 | 51 | 15 | 5 | 8 |
| 観光支援 | 185 | 18 | 35 | 53 | 20 | 9 | 9 |
| イベント支援 | 104 | 9 | 25 | 34 | 6 | 2 | 4 |
| 災害支援 | 277 | 1 | 125 | 126 | 117 | 1 | 112 |
| ふるさと納税 | 340 | 58 | 13 | 71 | 8 | 5 | 0 |
| 客貨混載 | 28 | 0 | 9 | 9 | 6 | 0 | 4 |
| 包括支援 | 39 | 3 | 13 | 16 | 13 | 3 | 10 |
| その他 | 290 | 8 | 48 | 56 | 18 | 2 | 14 |
| 計 | 1,971 | 136 | 475 | 611 | 368 | 39 | 304 |

社会貢献活動

イベントの開催・協賛・参加

「全国離島交流中学生野球大会」への協賛

「全国離島交流中学生野球大会」への協賛



ヤマト運輸は、2016年8月22日～25日に開催された国土交通大臣杯第9回全国離島交流中学生野球大会、通称「離島甲子園」に協賛しました。

本大会は、対外試合の難しい離島の球児に交流の機会を作ろうと2008年に始まったものです。ヤマト運輸は、大会が目指す「離島の未来を担う少年少女の交流、夢と希望と勇気をもつ大切さ、離島を誇りに思う心の醸成」という目的に共感し、第一回から協賛しています。今回は、離島にまで張り巡らされたヤマト運輸の全国ネットワークを活用して大会に参加する選手たちの荷物の配送をお手伝いしたほか、オリジナルスポーツタオルの配布、応援メッセージを集めたのぼり旗の贈呈を行いました。

今大会の開催地は島根県隠岐の島。日本全国から23チームが参加し、沖縄県の宮古島アララガマボーイズが優勝を飾りました。



離島甲子園

音楽宅急便「クロネコファミリーコンサート」

> [詳細はこちら](#)

地域のイベントへの参加

地元の日本人学校のイベントで日本の農産品を販売



【香港ヤマト運輸】

香港ヤマト運輸では、地域貢献を目的として、香港日本人学校小学部 大埔校の一般開放イベントである「ランタナ祭」に毎年参加しています今回のイベントは2017年1月に開催され、当日はさまざまな催し物を実施しました。なかでも国際宅急便を利用して日本から直送したリンゴ（長野県産）やイチゴ（熊本県産・青森産）ぶどう（青森産）の販売が大変好評で、開始1時間半ほどで完売しました。また、学校の敷地内でこども交通安全教室も開催し、車両内部の様子や車両の死角などについて学んでいただきました。



普段見ることが出来ない車両の内部をご案内

「豊洲フェスタ」への参加



【ヤマトシステム開発】

ヤマトシステム開発は、地域貢献の一環として、江東区豊洲文化センターが主催するイベント「豊洲フェスタ」に毎年参加しています。2016年度は10月22日～23日に開催されました。

当日は、「ペーパークラフトで『まち』をつくろう！」と題し、作成済みのペーパークラフトを思い思いに並べて自分だけの「まち」をつくるコーナーと、ペーパークラフトの“つくる楽しさ”を体験できるコーナーをブース内に設け、2日間で延べ373人の方にお越しいただきました。

また、最終日の終了間際には、「まち」で使用したペーパークラフトをプレゼントする「じゃんけん大会」も開催しており、毎年の恒例となっています。今回もたくさんの方に楽しんでいただきました。



豊洲フェスタ

地域交流イベントの開催

羽田クロノゲートで夏祭りを開催



【ヤマト運輸】

ヤマト運輸は2016年8月6日、前年に引き続き、羽田クロノゲートの地域貢献ゾーンを一般公開し、夏祭りを開催しました。

焼きそばやから揚げなど夏祭りらしい食べ物・飲み物の販売はもちろん、羽田クロノゲートで育ったカブトムシの抽選会などを実施。地域の方々によるダンスや演奏など、素晴らしいパフォーマンスも披露され、地域のお客様との親睦を深めることができました。



夏祭りの様子

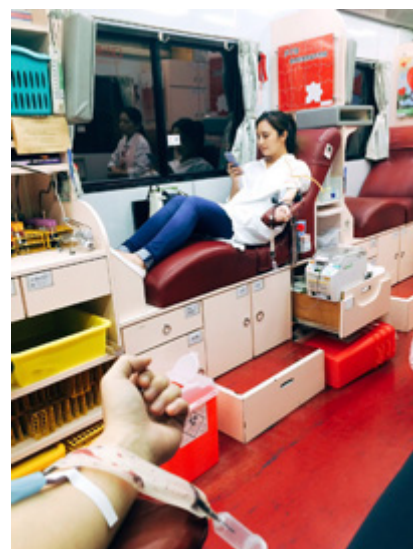
ボランティアへの参加

献血活動に協力



【台湾ヤマト運輸】

台湾ヤマト運輸は、2017年5月10日と2017年5月15日に、地域で行われた献血活動に参加しました。



社員が献血に参加

海外チャリティーイベントへの参加



シンガポールヤマト運輸では、2016年9月、社会貢献の一環として、チャリティーイベント「Bare Your Sole 2016」に参加しました。

本イベントは2.5kmもしくは5kmを素足で歩くチャリティーイベントで、参加費用は、家を建てることを通じて貧困や劣悪な住まいの問題を解決し人々の希望を築く支援団体「Habitat for Humanity Singapore」に寄付されます。シンガポールヤマト運輸からは35名が参加しました。

なお、参加に当たってはオリジナルタオルも作成するなど、チームが一体となれるように工夫。イベントへの参加が、社員が部署を越えてつながり、団結力を強化する機会ともなりました。



チャリティーイベント「Bare Your Sole 2016」に参加



アフガニスタンの子どもたちに絵本を届ける運動に参加



【ヤマトシステム開発】

ヤマトシステム開発では、公益社団法人シャンティ国際ボランティア会(SVA)の「絵本を届ける運動」に賛同し、2013年度から継続的に参加しています。



「絵本を届ける運動」

社会貢献活動

障がい者の経済的自立支援

公益財団法人ヤマト福祉財団の活動



(公財)ヤマト福祉財団は、宅急便の生みの親であり、ヤマト運輸の元会長である故・小倉昌男が、引退後に私財を投じて、1993年に設立しました。「地域社会から信頼される企業」というヤマトグループの企業姿勢に基づき、「障がい者の経済的自立支援」に活動内容を絞り込んで、グループの社会貢献活動を担う別働隊として機能しています。

【「夢へのかけ橋プロジェクト」の推進】

「夢へのかけ橋プロジェクト」は、「障がい者の働く場」を経済的に自立した「夢ある職場」へと変えるために行動を起こすプロジェクトです。

具体的な活動として、経済的自立力を備えた新しい福祉について学ぶ「パワーアップフォーラム」(<http://www.yamato-fukushi.jp/works/seminar/>)と、新しい福祉を実現するために行動を起こす施設の合同研修会である「夢へのかけ橋」実践塾を開催しています。さらに、「夢へのかけ橋」実践塾の塾生が起こす事業をモデル化して、将来水平展開できるようにするための「夢へのかけ橋」事業改革モデル化資金も用意しています。

2016年度は東京・大阪に加えて盛岡、福岡の4箇所です「パワーアップフォーラム」を開催しました。また、今期で4年目に入った「夢へのかけ橋」実践塾は、弁当・配食サービス塾が終了し、封入・封緘サービス3期生を迎えて、4塾となりました。

2017年度の「パワーアップフォーラム」は、東京、大阪、金沢、福岡の4箇所で開催する計画です。



パワーアップフォーラム



「夢へのかけ橋」実践塾

【雇用促進事業】

障がい者の方が働ける機会を増やすため、各グループ会社で雇用促進や就労支援に取り組んでいます。

ヤマト運輸 クロネコDM便配達業務での人材起用

2004年10月から、「障がい者のクロネコメール便配達事業」(現:障がい者のクロネコDM便配達事業)と題して、ヤマト運輸のクロネコメール便配達業務を障がい者施設に斡旋する事業に取り組んでおり、2015年4月より、クロネコDM便の配達業務の斡旋を継続して行います。



ヤマト自立センタースワン工舎

業務訓練を通して一般就労を支援するヤマト自立センタースワン工舎は、パンの製造・販売、衣類のクリーニング、ビル清掃の各サービスを通して、障がい者の方の知識や技術の習得、求職活動、就労後の定着を図り、地域で自立した生活ができるよう支援します。



【助成事業】

福祉施設の経済的自立をお手伝いすべく、新商品開発や生産性向上に必要な道具や設備の購入を支援する助成金事業を行っています。また、障がい者の自立や社会参加に取り組む事業・活動を助成するほか、障がいのある大学生に奨学金を贈呈しています。



【ヤマト福祉財団 小倉昌男賞】

障がい者の自立支援や雇用の創出・拡大、労働条件の改善などを積極的に推し進めた功労をたたえ小倉昌男賞を贈呈しています。



グループ会社の活動



【台湾ヤマト】

台湾ヤマトでは、福祉財団である台湾伊甸基金會から積極的に障がい者を雇用しています。業務内容は物流センターの整理業務などで、現在は男女あわせて2名が活躍しています。



台湾伊甸基金會から障がい者を雇用

その他の活動



【「夏のカンパ」の実施】

ヤマトグループ企業労働組合連合会では毎年「夏のカンパ」を実施しています。2016年度はヤマトグループ約20万人の社員から7,289万円のカンパが寄せられました。このカンパ金は、障がい者の自立と社会参加を支援する（公財）ヤマト福祉財団と、病気や事故、災害などで親を亡くした子どもたちを物心両面で支援する「あしなが育英会」に贈呈しています。

公共の道路を利用して仕事をする企業の労働組合として、交通事故犠牲者の遺族を支援することを目的に始まった「夏のカンパ」も30年目となり、これまでに集まったカンパ総額は総額13億円を超えています。

コーポレートガバナンス

コンプライアンス

グループ全体で内部統制を強化。

ヤマトグループでは、グループ全体に健全な企業風土を浸透させ、不正やミスを防止し業務を有効かつ効率的に進めるために、内部統制システムを構築しています。

ヤマトホールディングスは会社法に基づき内部統制システムの基本方針を定め、併せてグループ各社も内部統制の強化を図っています。さらに2008年4月より適用された金融商品取引法に基づく内部統制報告制度に対応するため、ヤマトグループの主要な会社には内部統制の専任者を配置し、業務ルールの見直しや業務の標準化を進めてきました。また、ヤマトホールディングスの監査担当と主要なグループ会社の内部監査担当部署それぞれにおいて、業務がルールに従って有効に実施されているかをチェックし、逸脱したものがあれば直ちに改善する体制を構築しており、2017年3月31日現在のヤマトグループの財務報告に係る内部統制も有効であると判断し、財務省関東財務局へ報告書を提出しています。

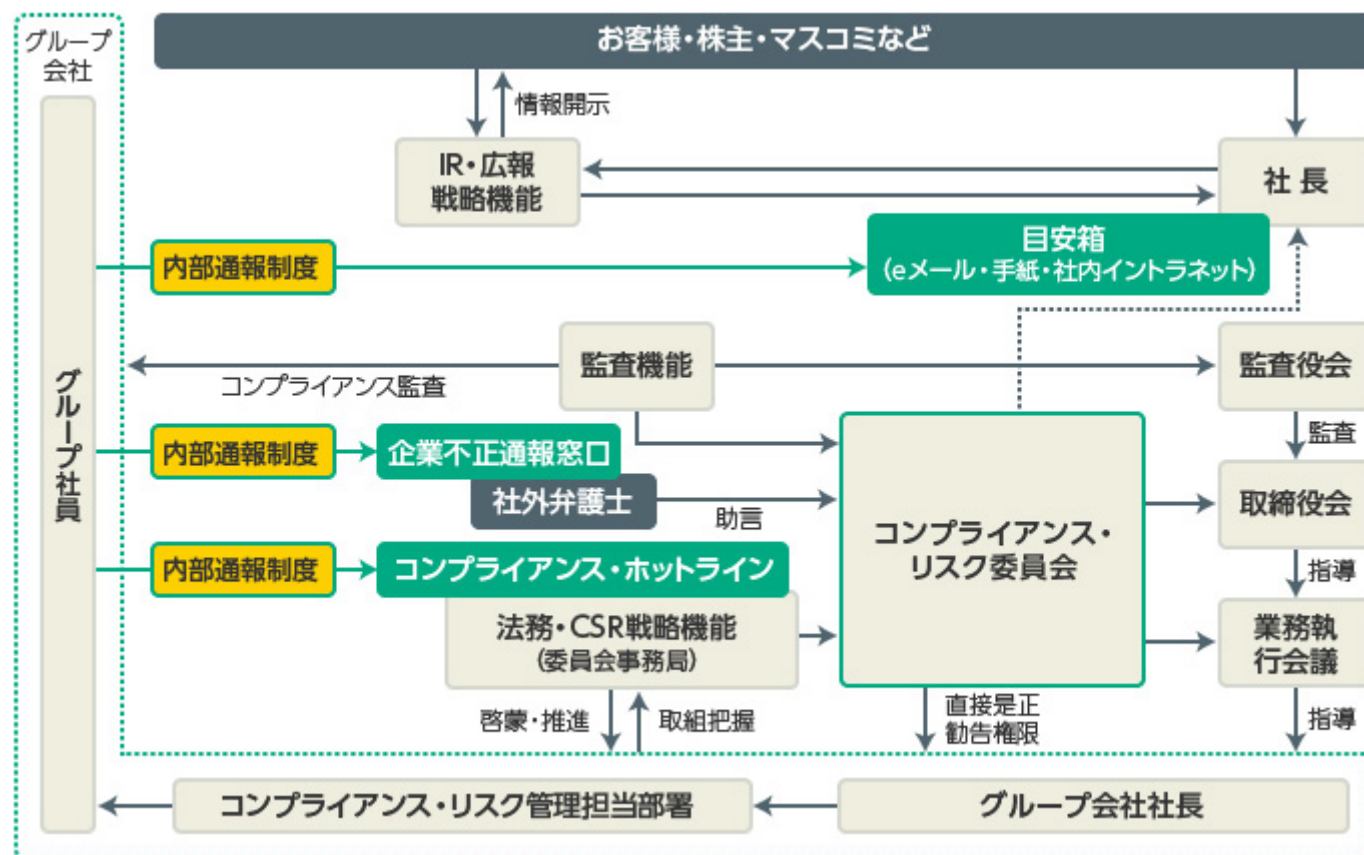
コンプライアンス経営の確立をCSR推進の最優先課題と定めて。

ヤマトグループでは、法令や企業倫理に従い、不祥事を起こさない体制を整えるため、コンプライアンス経営の確立をCSR推進の最優先課題と定め、取り組みを進めています。

社会におけるヤマトグループの責任や姿勢についてまとめた「グループ企業理念」のほか、「コンプライアンス宣言」により、法令および企業倫理などの遵守を宣言しています。グループ各社の全事業所においてはコンプライアンス宣言のポスターを掲示し、コンプライアンス違反事例をイラストなどで分かりやすく説明することにより、コンプライアンスへの意識と注意を喚起しています。

ヤマトグループの役員および社員は、これらに基づき誠実に行動することが求められ、ヤマトホールディングスのコンプライアンス・リスク委員会を中心に、グループ各社のコンプライアンス・リスク管理担当部署がその遵守を推進しています。

コンプライアンス・リスク管理体制



また、内部通報制度として、「企業不正通報窓口」、「コンプライアンス・ホットライン」や「目安箱」といった窓口を設け、電話やeメールによる通報や相談を通じて、社内リスク情報を直接把握できるようにし、コンプライアンス違反の防止などにつなげています。

事業継続計画(BCP)

過去の震災の経験を活かし、「大震災」にもより適切に対応できるように改良。

宅急便という社会的インフラを担う企業グループとして、不測の事態においても安定したサービスの継続が期待されているヤマトグループでは、2009年5月に発生した新型インフルエンザ(H1N1)を契機に、事業継続計画(BCP)を策定しています。

「人命最優先」と「事業の早期復旧を目指す」という対応方針に基づいたこのBCPをもとに、東日本大震災(2011年)、熊本地震(2016年)に際しても対応を行いました。これらで得た知見を基に、被災地における公的救援物資輸送協力などの被災地復興支援に組織的に取り組むためのマニュアルを追加しました。今後発生する可能性が高く、大規模な被害が予測される首都直下地震や南海トラフ地震などに備えるため、より実効性を高められるよう、随時見直し・整備を進めていきます。

Topics

熊本地震発生時に、貴重な文化財の避難に協力

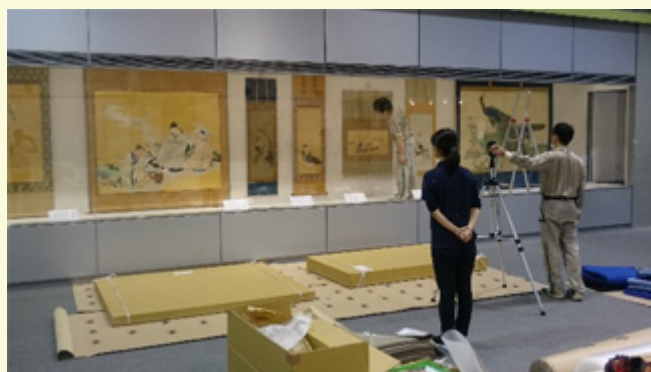
熊本地震の最初の揺れが発生した2016年4月14日夜、ヤマトロジスティクス・京都美術品支店の社員は、八代市立博物館にて翌日から開催される「円山応挙展」出展作品の展示作業を行っていました。地震発生により急きょ中止の判断がなされ、余震が続くなか、文化財でもあるこれらの作品を守るために学芸員の皆様と協力し、迅速に全作品を無傷で避難させました。そして、1年を経た2017年4月、展覧会の開催が実現しました。

今後も災害などに際して必要な対応を迅速に実施できるように努めていきます。

お客様より

熊本地震の最中、当館の作品避難輸送が無事に成功したのは、ひとえに京都のヤマトロジスティクスの皆様のご理解・ご協力の賜物です。皆様の文化財および業務に対する真摯な姿勢と熱意、丁寧な技術・作業のおかげで貴重な作品を救うことができました。

八代市立博物館未来の森ミュージアム
学芸係長 鳥津 亮二(とりづ りょうじ) 様



開催前の展示作業の様子(2017年4月)

情報セキュリティ

「情報セキュリティ確保宣言」を定めるとともに、各種認証の取得も推進。

ヤマトグループでは、多くのお客さまの大切な個人情報をお預かりしています。以前から厳重な管理を行ってききましたが、企業による個人情報漏えい事件の続発などの社会情勢に鑑み、2003年3月に「情報セキュリティ確保宣言」を行い、「個人情報の保護」「企業情報の守秘義務」「改ざん・隠ぺいの禁止」を重点遵守事項として、情報セキュリティの強化を図ってきました。

2016年には初めて、海外を含めたグループ全社で「情報セキュリティ意識向上運動」を実施し、グループ会社それぞれの業態に応じた独自の意識向上策を実施しました。

これからも個人情報の適切かつ安全な取り扱いのために、情報セキュリティに関するルールの浸透、教育機会の拡充などにより、顧客信頼度向上に努めていきます。

また、情報セキュリティに関する各種認証をグループ各社の事業所ごとに取得しています。

グループ各社のセキュリティ関連認証取得状況(2017年8月現在)

| 認証 | 会社名 | 取得年 |
|--------------------------|------------------------------|------|
| JISQ15001 (プライバシーマーク) | ヤマトシステム開発(株) | 1999 |
| | ヤマトフィナンシャル(株) | 2006 |
| | ヤマトコンタクトサービス(株) | |
| | 本社 | 2007 |
| | 東京コンタクトセンター | 2015 |
| | 埼玉コンタクトセンター | 2007 |
| | 都城インテリジェントコンタクトセンター | 2010 |
| | 和歌山コンタクトセンター | 2012 |
| | 鳥取インテリジェントコンタクトセンター | 2013 |
| | 登米コンタクトセンター | 2013 |
| | 関東マザーセンター | 2014 |
| | 関西マザーセンター | 2015 |
| | ヤマトWebソリューションズ(株) | 2007 |
| ISO27001 | ヤマトロジスティクス(株) | 2010 |
| | ヤマトマルチメンテナンスソリューションズ(株) | 2006 |
| | ヤマトマネージメントサービス(株) | 2011 |
| | ヤマトクレジットファイナンス(株) | 2016 |
| | ヤマト運輸 | |
| | 本社 | 2015 |
| | 羽田クロノゲート | 2017 |
| | 厚木主管支店 | 2017 |
| | ヤマトシステム開発 | |
| | 新東京IDC | 2004 |
| | 大阪IDC | 2002 |
| | クレジットカード非接触型 大型加盟店向データ処理サービス | 2009 |
| | クレジットカード端末設置申込書受付センター業務 | 2012 |
| | CAT共同利用システム | 2013 |
| | 口座振替依頼書仕分け発送業務 | 2013 |
| | 会員アプローチサービス | 2014 |
| | 共同利用型明細書Web通知サービス | 2014 |
| | 緊急無効手配代行運用 | 2014 |
| | 端末設置申込書(新規)登録関連業務 | 2015 |
| | 口振システム(開発) | 2015 |
| | クレジット端末設置申込書受付センター業務(開発) | 2015 |
| | お申込Web受付サービス | 2015 |
| | 決済NW | 2015 |
| | 決済情報DB | 2015 |
| | ヤマトパッキングサービス(株) | |
| | 本社 | 2005 |
| | ドキュメントロジスティクスカンパニー | 2005 |
| | ヤマトコンタクトサービス(株) | |
| | 本社 | 2006 |
| | 東京コンタクトセンター | 2015 |
| | 埼玉コンタクトセンター | 2007 |
| | 都城インテリジェントコンタクトセンター | 2010 |
| | 和歌山コンタクトセンター | 2012 |
| | 鳥取インテリジェントコンタクトセンター | 2013 |
| | 登米コンタクトセンター | 2013 |
| | 関東マザーセンター | 2014 |
| | 関西マザーセンター | 2015 |

| | | |
|------------------|-------------------------------------|--------------|
| | ヤマト包装技術研究所(株) 本社 包装試験センター | 2009 2009 |
| | ヤマトロジスティクス(株) 機密文書セキュアソリューション事業部 | 2016 |
| ISO20000 | ヤマトシステム開発(株) | 2006 |
| PCIDSS | ヤマトシステム開発(株) クレジットカード決済業務 | 2006 |
| | WEB明細サービス業務 | 2011 |
| 情報セキュリティ監査企業台帳登録 | ヤマトシステム開発(株) | 2004 |

社外からの評価

| 受賞年月 | 賞名など | 実施主体 | 対象 | 関連ページ |
|--------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2016年 | | | | |
| 10月 | 改正物流総合効率化法に基づく総合効率化計画の第1号に認定 | 国土交通省 | ヤマト運輸 | ▶ エコでスマートな物流サービスの提供 |
| 11月 | 第14回モーダルシフト取り組み優良事業者公表・表彰制度 モーダルシフト取り組み優良事業者賞(新規開拓部門) | 一般社団法人日本物流団体連合会 | ヤマト運輸 ヤマトロジスティクス | ▶ ヤマト運輸とヤマトロジスティクスが「モーダルシフト取り組み優良事業者賞(新規開拓部門)」を受賞 |
| 6月 | 「SNAMサステナビリティ・インデックス」構成銘柄に選定 | 損保ジャパン日本興亜アセットマネジメント株式会社 | ヤマトホールディングス | ▶ 株主・投資家とともに |
| 6月 | 第17回 物流環境大賞 物流環境保全活動賞 | 一般社団法人日本物流団体連合会 | ヤマト運輸 | ▶ CSVへの取り組み |
| 6月 | 第1回 日本サービス大賞 国土交通大臣賞 | サービス産業生産性協議会 | 国際クール宅急便 | ▶ 国際クール宅急便による販路拡大で地域活性化 |
| 2015年 | | | | |
| 2月 | 低炭素杯2015 企画・審査委員特別賞 | 低炭素杯実行委員会 (環境省およびプラチナ構想ネットワーク後援) | ヤマトホールディングス | ▶ 公式サイト(外部サイトに移動します) ▶ ネコロジーの全体像 |
| 2月 | 第18回 環境コミュニケーション大賞 地球温暖化対策報告優秀賞 (地球・人間環境フォーラム理事長賞) | 環境省、一般財団法人地球・人間環境フォーラム | ヤマトグループCSR報告書2014【ハイライト版】 | ▶ 第18回 環境コミュニケーション大賞「地球温暖化対策報告優秀賞」を受賞 ▶ PDFダウンロード (「過去の報告書」よりご覧いただけます) |
| 2月 | 平成26年度「青少年の体験活動推進企業表彰」 審査委員会奨励賞 | 文部科学省 | ヤマト運輸 | ▶ 第9回ヤマト運輸高校生経営セミナーの開催について ▶ 教育支援 |
| 1月 | 第18回環境経営度調査 運輸部門第2位 | 日本経済新聞社 | ヤマトホールディングス | ▶ 公式サイト(外部サイトに移動します) ▶ 環境経営・推進体制 |

| 受賞年月 | 賞名など | 実施主体 | 対象 | 関連ページ |
|--------------|------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2014年 | | | | |
| 12月 | 平成26年交通関係環境保全優良事業者等大臣表彰 | 国土交通大臣 | ヤマト運輸 | <ul style="list-style-type: none"> ➤ 国土交通大臣表彰「平成26年交通関係環境保全優良事業者等大臣表彰」を受賞 ➤ 運転・輸送での取り組み |
| 11月 | 第3回 健康寿命をのばそう！アワード 厚生労働省健康局長 企業部門 優良賞 | スマート・ライフ・プロジェクト事務局 (厚生労働省 健康局 がん対策・健康増進課) | ヤマトグループ健康保険組合 | <ul style="list-style-type: none"> ➤ 公式サイト (外部サイトに移動します) ➤ 社員とともに |
| 11月 | 第8回製品安全対策優良企業表彰 特別賞 | 経済産業省 | ヤマトマルチメンテナンスソリューションズ | <ul style="list-style-type: none"> ➤ ヤマトマルチメンテナンスソリューションズが「第8回製品安全対策優良企業表彰特別賞」を受賞 |
| 9月 | 日本ヘルスサポート学会 第7回学会賞 実践活動部門賞 | 日本ヘルスサポート学会 | ヤマトグループ健康保険組合 | <ul style="list-style-type: none"> ➤ 公式サイト (外部サイトに移動します) ➤ 社員とともに |
| 7月 | 第2回プラチナ大賞 大賞および総務大臣賞 | プラチナ大賞運営委員会(プラチナ構想ネットワーク) | ヤマトホールディングス | <ul style="list-style-type: none"> ➤ 第2回プラチナ大賞にて「まごころ宅急便」の取り組みが大賞および総務大臣賞を受賞 |
| 5月 | 第15回 物流環境大賞 | 一般社団法人日本物流団体連合会 | ヤマト運輸 | <ul style="list-style-type: none"> ➤ 第15回 物流環境大賞を受賞 ➤ 事業所での取り組み |

第三者意見

(2017年8月)

慶應義塾大学総合政策学部教授

玉村 雅敏



本意見の位置づけと留意事項

この「第三者意見」は、「ヤマトグループCSR報告書2017※」の記載内容および、2017年8月に、筆者の判断のもとで実施した関係者へのインタビュー調査、ならびに、これまでに実施した同社の「プロジェクトG」に関する調査研究に基づいて執筆しています。

※「ヤマトグループCSR報告書2017」は2016年度(2016年4月～2017年3月:活動報告は対象年度以前や以降を含む)を対象にしたもので、「ハイライト版(冊子)」と「フルレポート版(Web)」が発行されており、本意見は両者を対象としています。
また、本意見の執筆にあたり、同社のCSRに関する考え方の変遷やPDCAサイクルの確認を行うために、同社のWebサイトにて公開している、過去の「CSR報告書」等も参照しています(2000-2003年度は「環境報告書」、2004年度は「環境・社会報告書」、2005年度以降は「CSR報告書」)。

本意見は、ヤマトグループからは独立した立場で、「CSR報告書2017」等で示された、同社の「CSRに対する考え方:企業姿勢・重要事項の設定・実施内容・体制など」と「CSR報告書の記載内容:客観性・理解の容易さなど」について、筆者の専門性のもとで検討し、その「優れていること」と「今後に期待すること(改善状況と課題)」についての意見を記載したものです。

1. CSRに対する考え方:企業姿勢・重要事項の設定・実施内容・体制など

<優れていること>

ヤマトグループでは、「ヤマトグループは、グループ企業理念に基づき、CSRをまっとうすることが経営そのもの」という考え方を前提に、CSR報告書2017のトップメッセージのタイトルとしても「世のため人のために、常に新しい価値を生み出し続ける会社であるために」と掲げています。

「グループ企業理念」を支える、同社の根幹となる考え方は、1931(昭和6)年に制定された、創業の精神である「社

訓」に示されています。特に、その1つ目において「ヤマトは我なり」と示されているとおり、ヤマトの社員は「自分自身＝ヤマト」であり、そういった社員一人ひとりの力を結集した全員経営の精神を重視することを、同社のWebサイトにて解説しています。

社会との接点である個々の社員が「ヤマトは我なり」の姿勢で活動する同社は、一人ひとりの社員がCSRの担い手としての役割を担いうる経営方針を持ち合わせており、強みとなり得るものと思います。

実際に、同社は、個々の社員が、現場や顧客の声から実感・直面した社会課題(困りごと)に対して各種サービスを構築・定着させ、社会インフラを担う企業の「社会的責任」を果たしています。代表的な例としては、約40年前に、いつ届くか分からない・集荷も出来ないという状況に対して構築した小口貨物の宅配システム「宅急便」をはじめ、通販ビジネスの拡大に不可欠であった決済機能を付加した「宅急便コレクト」、鮮度を保持したまま送れる「クール宅急便」、荷物を届ける時間を指定できる「時間帯サービス」など、社会の困りごとに挑むサービスを創出してきています。

このように、2019年に創業100周年を迎えるヤマトグループは、宅急便をはじめとして、様々なイノベティブなサービスを生み出してきました。それは、顧客の課題を解決しながら、企業としての経済価値と社会価値を同時に実現する「CSV(Creating Shared Value＝共有価値の創造)」を追求してきた結果ともいえます。

そして、そういった同社の姿勢を加速させるものとして、地方自治体や地域団体などと連携して、社会課題の解決に挑戦する「プロジェクトG(Government)」にも注力しており、CSR報告書2017では、2017年6月までに1971件の案件が検討され、そのうち611件がサービスとして提供していることが説明されています。

このプロジェクトGは、ヤマトグループによるCSVとして、自治体や地域団体などのステークホルダーと連携し、それぞれの強みを活かした「協業型」の社会システムを構築していくもので、その案件やサービス数も年々増加しています(2016年6月で案件1770件・サービス提供529件であったものが、2017年6月までに案件1971件・サービス提供611件となり、案件201件・サービス82件の増加)。現場経験や顧客の声を通じて、課題に対する実感をもつヤマト社員が本気度高く活動し、多様な主体と連携する協業型の仕組みを構築していること、ヤマトグループ各社が持つLT(物流技術)・IT(情報技術)・FT(決済技術)の機能をプラットフォームとして提供することで、自治体や地域団体等との協業を生み出していき、その結果、解きほぐしにくかった社会課題の解決へと前進するきっかけを提供していることなど、全国各地で社会インパクトを与えるものとなっています。

プロジェクトGでの実践としては、これまで、地方での取り組みが多く見られましたが、2016年4月から、都市近郊部における事例として、ヤマトグループ・UR都市機構・多摩市による検討・協業を通じて「くらしのサポートサービス」が開始され、また、2015年度には、「国際クール宅急便」などのヤマトグループが海外展開を強化してきた基盤を活かして、青森県等の自治体と連携し、海外の飲食店と日本各地の生産者をつなぐ支援にも取り組み、ヤマトグループならではの「新機軸(イノベーション)」を創出しています。

さらにCSR報告書2017では、その特集の1つ目として、宮崎県において地域住民・宮崎交通・ヤマト運輸の3者にメリットがある「貨客混載」の協業モデルの解説を行い、その経験をもとに、さらに踏み込んだ挑戦としての2017年1月よりクール宅急便の実践を推進していることを解説しています。また、特集の2つ目として、まちぐるみで先駆的な挑戦を行うスマートシティであるFujisawa サステナブルスマートタウンにおいて、エコでスマートな物流サービスを構築し、街でのくらしをトータルサポートすることや、物流のオンデマンド化とコミュニティ活動の推進でくらしの快適さを向上することなど、都市部における社会課題である、人口集中によるエネルギー使用量の増大などの課題に挑戦する都市型モデルの実践を解説しています。このように、多様な主体との協業での挑戦や経験を基盤に、ヤマトグループのプラットフォームを活かした、さらなる挑戦が示されています。これまでに行われてきた高齢者の見守りや生活支援(買い物支援等)、貨客混載、災害復興支援、観光支援、地域活性化支援、国際展開支援などに加えて、中山間地域で持続可能な仕組みづくりや地域主体による事業展開の可能性を広げる協業モデル構築、都市近郊部でのくらし支援や先駆的なモデル開発、協業の経験をもとにした展開など、多様な社会課題(困りごと)に対して、より踏み込んだ展開が行われています。

社会との接点となる、社員一人ひとりの力にこだわるヤマトのスタイルに加えて、社会インフラを担う企業として、多様な主体とともに協業で社会課題に挑む「プロジェクトG」を推進することで、CSR報告書2017の表紙などで示している「社会から一番愛され信頼される会社を目指して」を実現することが可能となる体制整備が進んでいると思います。

＜今後に期待すること(改善状況と課題)＞

■「CSR報告書2016の第三者意見」に関する状況と「今後に期待すること」

CSR報告書2016に対する第三者意見において、「今後に期待すること」として、以下の観点を提示しました。

- (1) 毎年「CSRに関する改善テーマ」を確認し、持続的な改善を実践していくこと
- (2) 海外展開にあわせたCSRのあり方
- (3) バリューチェーン全体で、「ヤマトは我なり」である社員一人ひとりがどのようにCSR/CSVに関わっていくのか、より明示的に確認出来るようにする仕組みやその情報発信をすること
- (4) プロジェクトGに関して、課題に挑戦する現場でのヤマト社員の試行錯誤を行いやすくすること
- (5) プロジェクトGに関する全国での実践を相互に学習や影響し合うこと
- (6) プロジェクトGに関して、構築したモデルを他の地域に提供すること、その際に、現場での試行錯誤を促進・支援するための体制の整備
- (7) プロジェクトGに関して、(より協業型のスタイルを進化させ)具体的な制度等の課題について、協働での設計・構築を推進する体制の整備
- (8) プロジェクトGに関して、全国で展開されている案件の全体像を捉えやすくすること
- (9) グループ企業の総合力を活かしたプロジェクトGの展開

これらの指摘事項に関してどのような状況にあるのか、2017年8月に関係者へのインタビュー調査を実施しました。その調査や実際のCSR報告書2017の内容をもとに、改善状況を検証します。

(1) 毎年「CSRに関する改善テーマ」を確認し、持続的な改善を実践していくこと

同社は、デリバリー事業の拡大、ノンデリバリー事業の成長、海外展開の強化などに取り組んでおり、その結果、期待される「社会的責任」は大きくなってきていますが、同社は、グループ企業理念のもとで、その影響やステークホルダーの期待等を検討・把握した上で、CSRにおいて取り組むべき重要事項を明確化しています。

こういった前提のもと、CSR報告書2016への第三者意見の「今後に期待すること」として、『毎年「CSRに関する改善テーマ」を確認し、持続的な改善を実践していくこと』について指摘をしました。

CSR報告書2017では、その「ハイライト版(冊子)」では、「安全」「環境」「社会」の3つの切り口ごとに、新たに扉ページを設定し、挑戦していることの明確化、ならびに、「2016年度の注目の取り組み」として象徴的な実践を解説するようになりました。また、「フルレポート版(Web)」では、「2016年度の取り組み実績」の項目を設けて、より詳細に、取り組み内容とその実績と成果を解説しています。そこでは、できるだけ数字を用いて成果を示すことも行っています。

これらの改善の結果として、同社のCSRにおける改善テーマとその対応状況・実績が検証できるようになっており、評価できるものです。

そういった改善を踏まえつつ、今後は、「CSRに関する改善テーマ」を事前に掲げ(Plan)、その実施(Do)や検証(Check)・改善(Action)を行うPDCAサイクルをより定着させること、そのために、「CSRに関する改善テーマ」について、(事後的な報告書に掲載するだけでなく)、根拠を明確にした上で事前に設定をし、Webサイト等を活用して適宜発信することが期待されます。また、可能であれば、第三者意見に対しても、同様に検証や発信を行うことも期待されます。

(2) 海外展開にあわせたCSRのあり方

同社は、海外展開の強化に取り組んでいます。CSR報告書2016への第三者意見の「今後に期待すること」として、「海外展開にあわせたCSRのあり方」を検討することを指摘しました。

CSR報告書2017では、冊子版において、新たに「ヤマトグループのグローバルなCSR活動」のページが設けられました。また、Webサイトでは、新たに構築された「社会貢献活動 検索ページ」において、「海外の取り組み」を検索可能にし、発信を行っています。結果として、グローバルな展開を行う同社が、地域の事情等も踏まえながら、CSR活動を行っていることが示されるようになりました。

今後は、グローバルなCSR活動においても、一定の仮説のもとでのCSR活動の充実にあわせて、充実した情報掲載が可能なWebサイトへの掲載を前提に、状況把握ならびに継続的な発信に努めていくことが期待されます。

- (3) バリューチェーン全体で、「ヤマトは我なり」である社員一人ひとりがどのようにCSR/CSVに関わっていくのか、より明示的に確認出来るようにする仕組みやその情報発信をすること
- (4) プロジェクトGに関して、課題に挑戦する現場でのヤマト社員の試行錯誤を行いやすくすること
- (5) プロジェクトGに関する全国での実践を相互に学習や影響し合うこと
- (6) プロジェクトGに関して、構築したモデルを他の地域に提供すること、その際に、現場での試行錯誤を促進・支援するための体制の整備

筆者の判断で2017年8月に実施したインタビュー調査では、支社ごとに、年2回、CSR/CSVに関する検討会議を行っていることの解説を受けました。そこでは、他の支社の好事例を相互に学びあうことが行われているとのことでした。また、CSRに関する社内コミュニケーションをより効果的に行うことの課題認識も示されました。冊子やWebサイトのみならず、例えば、職場等で目にしやすいよう、ポスターなどで掲示することや、社内報でのCSR掲載コーナーなどが想定され、「ヤマトは我なり」である社員一人ひとりがどのようにCSR/CSVに関わっていくのか、身近な活動として実感でき、具体的な行動に結びつくことを意図した発信や表現方法の充実も今後期待されます。

プロジェクトGは、全国各地での実践が進み、相互での学習や影響し合うことをさらに促進させることが重要になってきています。また、プロジェクトGの各案件において、現場レベルで様々な試行錯誤が行われており、徐々に進化し続けています。現場での試行錯誤を促進するために、様々な支援も行われています。今後は、社内での相互学習がより促進されるよう、現場での試行錯誤において直面している課題や、その促進・支援における実施内容等について、社内コミュニケーションを充実させていくことで、より実効性が高まることが期待されます。

(7) プロジェクトGに関して、(より協業型のスタイルを進化させ)具体的な制度等の課題について、協働での設計・構築を推進する体制の整備

プロジェクトGは、ヤマトグループの創業以来の理念を促進させるものであり、その加速化や定着化、そしてさらなる進化が重要となります。

プロジェクトGのあり方としては、以下の類型があり得ると思います。

プロジェクトG 1.0: 企業が持ち合わせている要素(プラットフォーム)を社会に提供可能にする

プロジェクトG 2.0: 求められる社会ニーズに応える仕組みを構築する

プロジェクトG 3.0: 多様な主体とともに協業モデルを構築し、共有価値を共創する

同社の実践では、CSR報告書の特集等で示されているとおり、現場での試行錯誤を通じて3.0のモデルが主流になっていると思います。その結果、社会における新機軸を実現でき、社会課題の解決へと前進する仕組みづくりが実現しています。

今後、この3.0レベルの実践が、全国各地でさらに促進され、熟度が上がっていくことが期待されます。ただし、プロジェクトGが取り組む社会課題の領域では、実践を通じた試行錯誤から、本質的な課題が明らかになることがあり得ます。また、社会システムや制度的な設計や改革が求められることにも直面します。その際の進め方としては、課題に挑戦する現場でのヤマト社員の試行錯誤を行いやすくすることや、より協業型のスタイルを進化させ、具体的な制度等の課題についても、協働での設計・構築を推進する体制を整備することが期待されます。

今後期待されることとして、こういったプロジェクトGをさらに推進・普及させるための課題や、その改善状況などを、年度単位で明確にすること、ならびに公表することが期待されます。

(8) プロジェクトGに関して、全国で展開されている案件の全体像を捉えやすくすること

CSR報告書2016への第三者意見の「今後期待すること」として、CSR報告書2016(冊子やWebサイト)では、特集等を通じて、特徴あるプロジェクトGの実践を解説しており、その役割や価値を示している一方で、全国で展開されている数多くの案件の全体像が捉えにくい状況にあること、全国で展開されるプロジェクトGの全体感も魅力があるものであり、新たな協業に繋がるきっかけとなることも想定されることを指摘しました。

CSR報告書2017では、Webサイトにおいて実践紹介の充実や情報の更新なども行われ、記載内容が充実してきています。また、ヤマト運輸ホームページ「地域の課題解決取り組み事例」ページにおいても情報が充実し、CSR報告書(Webサイト)からのリンクなども提供されています。CSR報告書2016の段階と比較して、一定の改善がみられます。

(9) グループ企業の総合力を活かしたプロジェクトGの展開

ヤマトグループは、デリバリー事業、BIZロジ事業、ホームコンビニエンス事業、e-ビジネス事業、ファイナンシャル事業、オートワークス事業、その他の各種事業を推進しています。そういったグループ企業の総合力を活かしたプロジェクトGの展開について、すでにいくつかの実践はありますが、今後さらなる推進を行うことや、事業の連動性を高めることでの実効性を増加させていくこと、可能性のあるアプローチを多角的に検討することなども期待されます。

■ CSR報告書2017の第三者意見として「今後に期待すること」

社会からの期待として、重要な社会インフラを担う企業であるヤマトグループにおける「働き方改革」の観点があります。

CSR報告書2017では、トップメッセージを示すことや経常的に行ってきたことの解説はありますが、特別な言及は行われていません。CSR報告書2017の発行時期の兼ね合いから、具体的な施策や実施内容としての記載を行うことに限界があったことが想定されますが、着目すべき重要なテーマであるため、実効性の高い「働き方改革」の実施とあわせて、今後、適宜更新可能なWebサイトのCSR報告書における発信を充実していくことが期待されます。

第三者意見として、これまでに指摘した内容は以下の通りとなります。次年度以降に検証することを期待します。

- (1) 「CSRIに関する改善テーマ」を事前に掲げ(Plan)、その実施(Do)や検証(Check)・改善(Action)を行うPDCAサイクルをより定着させること
- (2) 第三者意見に対しての検証や発信を行うこと
- (3) グローバルなCSR活動においても、一定の仮説のもとでのCSR活動の充実にあわせて、充実した情報掲載が可能なWebサイトへの掲載を前提に、状況把握ならびに継続的な発信に努めていくこと
- (4) CSRIに関する社内コミュニケーションをより効果的に行うこと。「ヤマトは我なり」である社員一人ひとりがどのようにCSR/CSVに関わっていくのか、身近な活動として実感でき、具体的な行動に結びつくことを意図した発信や表現方法の充実。
- (5) プロジェクトGに関して、社内での相互学習がより促進されるよう、現場での試行錯誤において直面している課題や、その促進・支援における実施内容等について、社内コミュニケーションを充実させていくことで、より実効性を高めること
- (6) プロジェクトGをさらに推進・普及させるための課題や、その改善状況などを、年度単位で明確にすること、ならびに公表すること
- (7) グループ企業の総合力を活かしたプロジェクトGの展開
- (8) 実効性の高い「働き方改革」の実施とあわせて、WebサイトのCSR報告書における発信を充実していくこと

2. CSR報告書の記載内容:客観性・理解の容易さなど

<優れていること>

ヤマトグループのCSR報告書は、2016年度より、「ハイライト版(冊子)」と「フルレポート版(Web)」の組み合わせで提供されています。冊子は小型化し、詳細や網羅性のある解説はWebサイトにて示すことを前提に、特筆したい現在の動きや数値等の掲載を冊子に行っています。

CSR報告書の形式や提供・活用方法は、それぞれの企業の観点や戦略からの工夫が求められるものです。

冊子については、総合的かつ網羅的に示された印刷媒体が提供されることは魅力的ではありますが、宅急便などのヤマトグループの商品やサービスは、一般の方も利用するものであるため、配布しやすく、また手軽に閲覧していただけるように、2016年度から小型化や掲載内容の特色化・重点化などの工夫が行われています。ステークホルダーと

のコミュニケーションを重視する観点からの工夫は重要であり、実際に活用する場面の設計や、その活用状況等を確認しながら、持続的に、今後のスタイルを検討されることを期待します。

2017年度の冊子では、2016年度版と同様に、「安全」「環境」「社会」の切り口で発信していますが、それぞれの扉にあたるページを設定し、「2016年度の注目の取り組み」を特集することや、各所で「TOPICS」として囲み記事を充実させることで、2016年度における実践から特に注目すべきことを伝える工夫がされています。

また、『「安全」「環境」「社会」に関する重要な取り組み』の掲載は、2016年度はWebサイトのみの掲載でしたが、2017年度は冊子においても掲載が行われるようになり、ヤマトグループのCSRにおいて何に重点的に取り組んでいるのかを伝えることが行われています。

Webサイトでは、その特性を活かし、例えば、動画の活用を通じて、ヤマトグループのCSRに対する姿勢と取り組みを理解しやすくするなど、コミュニケーションしやすくする工夫を行うことや、過去の特集などへのリンクを用意し、より理解を促しやすくすることなどを行っています。また、その年の特集テーマのコンテンツを充実させていくことで、特に着目することの具体化なども行っています。

2017年度のWebサイトでは、「社会貢献活動 検索ページ」が提供されるようになりました。これまで、「安全」「社会」「環境」のそれぞれに掲載されていましたが、「活動テーマから探す」「地域から探す」「社名から探す」といった検索機能で把握できるようになり、そのヤマトグループにおける具体的な活動内容を一元的に把握できるようになりました。ヤマトグループは、各現場での様々な実践が行われているため、今後は、適宜、Webサイトへの情報掲載を行うよう、情報収集方法の工夫が期待されます。

Webサイトの特集では、冊子よりも情報を充実させることや、ステークホルダーの声・社員の声を記載することなど、より詳細に伝える工夫が行われています。

概して、CSR報告書では、レポート作成がメインになりやすいところを、冊子とWebサイトを組み合わせて、コンテンツの充実や説明可能性を高めることで、安定的にコミュニケーションをする体制を整えています。こういった基盤を活かした、ステークホルダーとのコミュニケーションのさらなる促進に期待します。

＜今後に期待すること＞

■「CSR報告書2016の第三者意見」に関する状況と「今後に期待すること」

CSR報告書2016に対する第三者意見において、「今後に期待すること」として、以下の観点を提示しました。

- (1) 数値指標に関して、経年の変化が捉えられるようにすることや、相対的なデータを提供すること、それらから目指す方向性や課題を示すこと
- (2) 成果の定義や定量化が困難な領域において前進状況を示すこと
- (3) ESG(環境・社会・ガバナンス)投資やインパクト投資の潮流との関係
- (4) Webサイトで、常に動いているヤマトグループのCSRを実感しやすくすること
- (5) CSR報告書のあり方の改善テーマを毎年明確にすること

これらの指摘事項に関してどのような状況にあるのか、2017年8月に関係者へのインタビュー調査を実施しました。その調査や実際のCSR報告書2017の内容をもとに、改善状況を検証します。

- (1) 数値指標に関して、経年の変化が捉えられるようにすることや、相対的なデータを提供すること、それらから目指す方向性や課題を示すこと
- (2) 成果の定義や定量化が困難な領域において前進状況を示すこと

全般的に、数値を用いた説明がされていることは評価できますが、CSR報告書2016への第三者意見の「今後に期待すること」として、経年の変化が捉えられるようにすることや、相対的なデータを提供すること、それらから目指す方向性や課題を示すことを指摘しました。また、数値については、項目によって、数値記載の有無やレベル感のばらつきが見られること、例えば、「安全」の分野では、多くが、実現した成果(アウトカムやインパクト)が数値で明示され、同社に重要な観点として徹底していることが読み取れますが、「環境」「社会」については、(可能な限り定量的に示されていますが)実施内容(アウトプット)の記載や、定性的な説明となっているものが見られることや、成果の定義や定量化が困難な領域もありえますが、その場合は、社会において果たしていることを丁寧に補足すること、(定性的な記

載であったとしても)年次での変化や差分が読み取れるようにすることで前進状況を示すことが求められることを指摘しました。

CSR報告書2017では、特にWebサイトにおいて、経年情報を充実させることや、「環境」の分野などでヤマトグループ全体をグラフで掲載するなど、数値として捉える努力を行い、把握できたものの開示が進められていました。今後も、数値指標の充実や経年変化を把握することが期待されます。ただし、技術やコストの面から数値化が難しい領域もあり、また、成果の定義や定量化が困難な領域もありえますが、その場合は、社会において果たしていることを丁寧に補足すること、年次での変化や差分が読み取れるようにすることで前進状況を示すことが、今後とも期待されます。

(3) ESG(環境・社会・ガバナンス)投資やインパクト投資の潮流との関係

CSR報告書2016への第三者意見の「今後に期待すること」として、ESG(環境・社会・ガバナンス)投資やインパクト投資の潮流に適合するための情報開示や数値情報の発信などを、より訴求できるように行うこと(ただし、IRとCSRは、ねらいや目的が異なるものであるため、(完全に統合させるということではなく)どのような関係や方針とするかの検討が求められること)を指摘しました。

この観点については、記事の掲載や数値の開示などを行ってきていますが、今後とも継続的に検討することが期待されます。

(4) Webサイトで、常に動いているヤマトグループのCSRを実感しやすくすること

Webサイトは、情報の改訂や発信を容易にすることができものです。CSR報告書2016への第三者意見の「今後に期待すること」として、「CSRニュース」の欄では、授賞や協定の締結、イベント出展等を適宜発信していますが、より戦略的に、CSRの推進状況や、各種イベント実施や協定締結などの後の状況についても発信することで、常に動いているヤマトグループのCSRが実感しやすいものとなりえることを指摘しました。

CSR報告書2017では、「社会貢献活動 検索ページ」を構築したことで、より多角的に発信が可能となっています。今後は、その仕組みを活用し、継続的に情報発信を行っていくことが期待されます。

(5) CSR報告書のあり方の改善テーマを毎年明確にし、発信すること

CSR報告書のあり方については、毎年、持続的に改善をし続けるものであるため、今後とも、継続的に、どのような方針を掲げて改善を行っているのか、毎年の改善事項の明確化とその状況についても発信することを期待します。

■ CSR報告書2017の第三者意見として「今後に期待すること」

SDGs(持続可能な開発目標)との関係や考え方を示すことで、グローバルレベルも含めて、多様な主体と連携等を促しやすくなる可能性があります。ヤマトグループとして、どのような考え方をするのか検討することが期待されます。

中期経営計画の策定などとの関係から、Webサイトでの記載の更新が可能な要素がある場合は、適宜、更新を行うことも期待されます。

第三者意見として、これまでに指摘した内容は以下の通りとなります。次年度以降に検証することを期待します。

- (1) 数値指標の充実や経年変化の把握、成果の定義や定量化が困難な領域において前進状況を示すこと
- (2) ESG(環境・社会・ガバナンス)投資やインパクト投資の潮流との関係
- (3) 「活動検索ページ」等を活用し、継続的に情報発信を行い、常に動いているヤマトグループのCSRを実感しやすくすること
- (4) CSR報告書のあり方の改善テーマを毎年明確にし、発信すること
- (5) SDGs(持続可能な開発目標)との関係や考え方を示すこと
- (6) 中期経営計画の策定などとの関係から、Webサイトでの記載の更新が可能な要素がある場合は、適宜、更新を行うこと

ご意見をいただいて

ヤマトグループのCSR活動報告について、貴重なご意見ならびにご提言をいただき、誠にありがとうございます。

本年のCSR報告書では、ヤマトグループのCSR活動をステークホルダーの皆さまにより理解していただけるよう冊子版では「安全・環境・社会」のそれぞれの分野で2016年度、特に注力した取り組みを取り上げ、WEB版では、グループのCSR活動を検索しやすいよう「活動検索ページ」を新たに設けました。

これらで紹介した取り組みは、ヤマトグループの社員一人ひとりが地域のお客様のために何ができるかを考え実践した結果であり、玉村様からはこれらの取り組みについて、多様な社会課題に対してより踏み込んだ展開が行われているとの評価をいただき、大変光栄に思います。

「働き方改革」では社員一人ひとりがイキイキと誇りを持って働くために、経営の最優先課題とし取り組んでおります。本年のCSR報告書では掲載しきれなかった取り組みなどは、ヤマトホールディングスホームページ内の「CSRニュース」などを活用し順次ご報告させていただきます。

また昨今、「持続可能性(サステナビリティ)」の実現が叫ばれおり、一例として2015年に国連で採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成や「ESG投資」が日本でも急速な広がりを見せています。ヤマトグループにおいても、これらにおける情報を積極的に開示しつつ、その開示情報をしっかりと整理し、ステークホルダーの皆さまとより安定したコミュニケーションが取れるよう工夫してまいります。

今後も、社員がヤマトグループに誇りを持ち続け、地域のお客様に何ができるかを各々が考え実践できる風土・理念を大切に、グループ一丸となって地域社会に貢献してまいります。



ヤマトホールディングス株式会社
上席執行役員
法務・CSR戦略担当

大谷 友樹

CSR情報の掲載方針

本サイトは、「グループ企業理念」に掲げる『お客様』『社員』『パートナー』『地域の皆様』『株主』の各ステークホルダーに、CSR（企業の社会的責任）に対するヤマトグループの姿勢と取り組みについて、より理解を深めていただくために作成しています。

ヤマトグループでは、冊子を「ハイライト版」として位置づけ（詳しくは本サイト内「[PDFダウンロード](#)」をご覧ください）、WEBサイトにおいて、冊子では掲載できなかった活動や詳細なデータを公開しています。

WEBサイトにおける2016年度版からの主な変更点

- 「[トップメッセージ](#)」の掲載内容を更新（2017年8月時点のメッセージに）
- 2017年度特集※として「[路線バスを活用した宅急便](#)」「[エコでスマートな物流サービスの提供](#)」を新たに掲載（2016年度版の特集記事は「[過去のハイライト記事](#)」へ）
- ヤマトグループの社会貢献活動を活動の種類や地域別に探せる「[社会貢献活動検索ページ](#)」を新設
- その他、各報告ページのパフォーマンスデータ、取り組み状況に関する記載を更新

※ 本年度版より、特集ページタイトルの年次表記をわかりやすさの観点から見直しています。これにともない、「[過去のハイライト記事](#)」に掲載されている過年度報告のページタイトルも修正しました。

【参考にしたガイドライン等】

GRI（Global Reporting Initiative）「サステナビリティ・レポート・ガイドライン」第3.1版（G3.1）、第4版（G4）
環境省「環境報告ガイドライン（2012年版）」

【報告対象期間】

2016年度（2016年4月～2017年3月）

実績データは2017年3月末のものを使用し、異なる場合は明記しています。

（活動報告については、一部に対象年度以前のもの、2017年4月以降のものを含みます。）

【報告対象範囲】

[ヤマトグループ各社](#)の安全面、環境面、社会面、経済面に関わる活動。

【発行】

2017年8月（次回発行予定 2018年8月）

【第三者意見】

冊子と本サイトによる報告について、客観性・信頼性を高めるため、[第三者意見](#)をいただいています。

ガイドライン対照表

GRIガイドライン第4版(G4)に基づく対照表を本ページに掲載しています。

一般標準開示項目(中核)

| 項目 | 指標 | 掲載箇所 |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| 戦略および分析 | | |
| G4-1 | a. 組織の持続可能性の関連性と組織の持続性に取り組むための戦略に関して、組織の最高意思決定者(CEO、会長またはそれに相当する上級幹部)の声明を記載する。 | トップメッセージ |
| G4-2 | a. 主要な影響、リスクと機会について説明する。 | トップメッセージ |
| 組織のプロフィール | | |
| G4-3 | a. 組織の名称を報告する。 | ヤマトグループの事業概要 > 会社概要 |
| G4-4 | a. 主要なブランド、製品およびサービスを報告する。 | ヤマトグループの事業概要 > 会社とグループの概要 |
| G4-5 | a. 組織の本社の所在地を報告する。 | ヤマトグループの事業概要 > 会社概要 |
| G4-6 | a. 組織が事業展開している国の数、および組織が重要な事業所を有している国、報告書中に掲載している持続可能性のテーマに特に関連のある国の名称を報告する。 | ヤマトグループの事業概要 > 海外への事業展開 |
| G4-7 | a. 組織の所有形態や法人格の形態を報告する。 | 株主・投資家情報 > 株式・株主情報 > 株式の基本情報 > 大株主 |
| G4-8 | a. 参入市場(地理的内訳、参入セクター、顧客および受益者の種類を含む)を報告する。 | ヤマトグループの事業概要 > 海外への事業展開 |
| G4-9 | a. 組織の規模(次の項目を含む)を報告する。 ・総従業員数 ・総事業所数 ・純売上高(民間組織について)、純収入(公的組織について) ・株主資本および負債の内訳を示した総資本(民間組織について) ・提供する製品、サービスの量 | ヤマトグループの事業概要 |
| G4-10 | a. 雇用契約別および男女別の総従業員数を報告する。 b. 雇用の種類別、男女別の総正社員数を報告する。 c. 従業員・派遣労働者別、男女別の総労働力を報告する。 d. 地域別、男女別の総労働力を報告する。 e. 組織の作業の相当部分を担う者が、法的に自営業者と認められる労働者であるか否か、従業員や請負労働者(請負業者の従業員とその派遣労働者を含む)以外の者であるか否かを報告する。 f. 雇用者数の著しい変動(例えば観光業や農業における雇用の季節変動)があれば報告する。 | 社員とともに > 社員データ |
| G4-11 | a. 団体交渉協定の対象となる全従業員の比率を報告する。 | — |
| G4-12 | a. 組織のサプライチェーンを記述する。 | — |
| G4-13 | a. 報告期間中に、組織の規模、構造、所有形態またはサプライチェーンに関して重大な変更が発生した場合はその事実を報告する。例えば、 ・所在地または事業所の変更(施設の開設や閉鎖、拡張を含む) ・株式資本構造の変化、その他資本の形成、維持、変更手続きの実施による変化(民間組織の場合) ・サプライヤーの所在地、サプライチェーンの構造、またはサプライヤーとの関係の変化(選択や終了を含む) | — |
| 外部イニシアティブへのコミットメント | | |
| G4-14 | a. 組織が予防的アプローチや予防原則に取り組んでいるか否か、およびその取り組み方について報告する。 | — |
| G4-15 | a. 外部で作成された経済、環境、社会憲章、原則あるいはその他のイニシアティブで、組織が署名または支持したものを一覧表示する。 | 国連グローバル・コンパクトへの加盟について |

| | | |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| G4-16 | a.(企業団体など)団体や国内外の提言機関で、組織が次の項目に該当する位置付けにあるものについて、会員資格を一覧表示する。 ・ガバナンス組織において役職を有しているもの ・プロジェクトまたは委員会に参加しているもの ・通常の会員資格の義務を超える多額の資金提供を行っているもの ・会員資格を戦略的なものとして捉えているもの | — |
| 特定されたマテリアルな側面とバウンダリー | | |
| G4-17 | a. 組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっているすべての事業体を一覧表示する。 b. 組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっている事業体のいずれかが報告書の掲載から外れていることはないか報告する。 | ヤマトグループの事業概要 > 会社とグループの概要 ※制限事項がある場合は注記 |
| G4-18 | a. 報告書の内容および側面のバウンダリーを確定するためのプロセスを説明する。 b. 組織が「報告内容に関する原則」をどのように適用したかを説明する。 | — |
| G4-19 | a. 報告書の内容を確定するためのプロセスで特定したすべてのマテリアルな側面を一覧表示する。 | 「安全」「環境」「社会」重要な取り組み |
| G4-20 | a. 各マテリアルな側面について、組織内の側面のバウンダリーを次の通り報告する。 ・当該側面が組織内でマテリアルであるか否かを報告する ・当該側面が、組織内のすべての事業体(G4-17による)にとってマテリアルでない場合、次の2つの方法のどちらかを選択して報告する —G4-17の一覧に含まれており、その側面がマテリアルでない事業体または事業体グループの一覧、または、 —G4-17の一覧に含まれており、その側面がマテリアルである事業体または事業体グループの一覧 ・組織内の側面のバウンダリーに関して具体的な制限事項があれば報告する | — |
| G4-21 | 各マテリアルな側面について、組織外の側面のバウンダリーを次の通り報告する。 ・当該側面が組織外でマテリアルであるか否かを報告する ・当該側面が組織外でマテリアルである場合には、当該側面がマテリアルである事業体または事業体グループ、側面がマテリアルとされる理由となった要素を特定する。また、特定した事業体で当該側面がマテリアルである地理的所在地を記述する ・組織外の側面のバウンダリーに関する具体的な制限事項があれば報告する | — |
| G4-22 | a. 過去の報告書で提供した情報を修正再記述する場合には、その影響および理由を報告する。 | ※随時注記 |
| G4-23 | a. スcopeおよび側面のバウンダリーについて、過去の報告期間からの重要な変更を報告する。 | ※随時注記 |
| ステークホルダー・エンゲージメント | | |
| G4-24 | a. 組織がエンゲージメントしたステークホルダー・グループの一覧を提示する。 | — |
| G4-25 | a. 組織がエンゲージメントしたステークホルダーの特定および選定基準を報告する。 | — |
| G4-26 | a. ステークホルダー・エンゲージメントへの組織のアプローチ方法(種類別、ステークホルダー・グループ別のエンゲージメント頻度など)を報告する、またエンゲージメントを特に報告書作成プロセスの一環として行ったものか否かを示す。 | — |
| G4-27 | a. ステークホルダー・エンゲージメントにより提起された主なテーマや懸念、およびそれに対して組織がどう対応したか(報告を行って対応したものを含む)を報告する。また主なテーマや懸念を提起したステークホルダー・グループを報告する。 | — |
| 報告書のプロフィール | | |
| G4-28 | a. 提供情報の報告期間(会計年度、暦年など)。 | CSR情報の掲載方針 |
| G4-29 | a. 最新の発行済報告書の日付(該当する場合)。 | CSR情報の掲載方針 |
| G4-30 | a. 報告サイクル(年次、隔年など)。 | CSR情報の掲載方針 |
| G4-31 | a. 報告書またはその内容に関する質問の窓口を提示する。 | CSR情報の掲載方針 |
| GRI内容索引 | | |
| G4-32 | a. 組織が選択した「準拠」のオプションを報告する。 b. 選択したオプションのGRI内容索引を報告する。 | — |

| | | |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| | c. 報告書が外部保証を受けている場合、外部保証報告書の参照情報を報告する。 | |
| 保証 | | |
| G4-33 | a. 報告書の外部保証に関する組織の方針および現在の実務慣行を報告する。 b. サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基準を報告する。 c. 組織と保証の提供者の関係を報告する。 d. 最高ガバナンス組織や役員が、組織のサステナビリティ報告書の保証に関わっているか否かを報告する。 | — |
| ガバナンス | | |
| G4-34 | a. 組織のガバナンス構造(最高ガバナンス組織の委員会を含む)を報告する。経済、環境、社会影響に関する意思決定の責任を負う委員会があれば特定する。 | ガバナンス |
| 倫理と誠実性 | | |
| G4-56 | a. 組織の価値、理念および行動基準・規範(行動規範、倫理規定など)を記述する。 | 企業情報 > グループ企業理念 |

特定標準開示項目

| 項目 | 指標 | 掲載箇所 |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| マネジメントアプローチ開示 | | |
| G4-DMA | a. 側面がマテリアルである理由を報告する。当該側面をマテリアルと判断する要因となる影響を報告する。 b. マテリアルな側面やその影響に関する組織のマネジメント方法を報告する。 c. マネジメント手法の評価を、次の事項を含めて報告する。 ・マネジメント手法の有効性を評価する仕組み ・マネジメント手法の評価結果 ・マネジメント手法に関連して調整を行った場合、その内容 | — |
| 経済 | | |
| 経済パフォーマンス | | |
| G4-EC1 | 創出、分配した直接的経済価値 | ヤマトグループの事業概要 > 事業データ |
| G4-EC2 | 気候変動によって組織の活動が受ける財務上の影響、その他のリスクと機会 | — |
| G4-EC3 | 確定給付型年金制度の組織負担の範囲 | — |
| G4-EC4 | 政府から受けた財務援助 | — |
| 地域での存在感 | | |
| G4-EC5 | 重要事業拠点における地域最低賃金に対する標準最低給与の比率(男女別) | ※処遇に男女の差はありません |
| G4-EC6 | 重要事業拠点における、地域コミュニティから採用した上級管理職の比率 | — |
| 間接的な経済影響 | | |
| G4-EC7 | インフラ投資および支援サービスの展開と影響 | 2016年度特集 > 路線バスを活用した宅急便 2016年度特集 > エコでスマートな物流サービスの提供 社会 > 社会貢献活動 |
| G4-EC8 | 著しい間接的な経済影響(影響の程度を含む) | — |
| 調達慣行 | | |
| G4-EC9 | 重要事業拠点における地元サプライヤーへの支出の比率 | — |
| 環境 | | |
| 原材料 | | |
| G4-EN1 | 使用原材料の重量または量 | — |

| | | |
|-------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| G4-EN2 | 使用原材料におけるリサイクル材料の割合 | — |
| エネルギー | | |
| G4-EN3 | 組織内のエネルギー消費量 | — |
| G4-EN4 | 組織外のエネルギー消費量 | — |
| G4-EN5 | エネルギー原単位 | — |
| G4-EN6 | エネルギー消費の削減量 | — |
| G4-EN7 | 製品およびサービスが必要とするエネルギーの削減量 | — |
| 水 | | |
| G4-EN8 | 水源別の総取水量 | — |
| G4-EN9 | 取水によって著しい影響を受ける水源 | — |
| G4-EN10 | リサイクルおよびリユースした水の総量と比率 | — |
| 生物多様性 | | |
| G4-EN11 | 保護地域の内部や隣接地域または保護地域外の生物多様性価値の高い地域に所有、賃借、管理している事業サイト | — |
| G4-EN12 | 保護地域や保護地域外の生物多様性価値の高い地域において、活動、製品、サービスが生物多様性に対して及ぼす著しい影響の記述 | — |
| G4-EN13 | 保護または復元されている生息地 | 環境 > 環境保全への貢献 > 生物多様性の保全 > 【「チーム美(ちゅ)らサンゴ」の一員としてサンゴの保全活動を実施】 |
| G4-EN14 | 事業の影響を受ける地域に生息するIUCN レッドリストおよび国内保全種リスト対象の生物種の総数。これらを絶滅危険性のレベルで分類する | — |
| 大気への排出 | | |
| G4-EN15 | 直接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ1) | 環境 > 環境経営・推進体制 > ヤマトグループのCO₂排出量削減 |
| G4-EN16 | 間接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ2) | — |
| G4-EN17 | その他の間接的な温室効果ガス(GHG)排出(スコープ3) | — |
| G4-EN18 | 温室効果ガス(GHG)排出原単位 | — |
| G4-EN19 | 温室効果ガス(GHG)排出量の削減量 | — |
| G4-EN20 | オゾン層破壊物質(ODS)の排出量 | — |
| G4-EN21 | NO _x 、SO _x 、およびその他の重大な大気排出 | — |
| 排水および廃棄物 | | |
| G4-EN22 | 水質および排出先ごとの総排水量 | — |
| G4-EN23 | 種類別および処分方法別の廃棄物の総重量 | — |
| G4-EN24 | 重大な漏出の総件数および漏出量 | — |
| G4-EN25 | バーゼル条約2 付属文書I、II、III、VII に定める有害廃棄物の輸送、輸入、輸出、処理重量、および国際輸送した廃棄物の比率 | — |
| G4-EN26 | 組織の排水や流出液により著しい影響を受ける水域ならびに関連生息地の場所、規模、保護状況および生物多様性価値 | — |
| 製品およびサービス | | |
| G4-EN27 | 製品およびサービスによる環境影響緩和の程度 | 環境 |
| G4-EN28 | 使用済み製品や梱包材のリユース、リサイクル比率(区分別) | 環境 > 資源循環 > リユース・リサイクル |
| コンプライアンス | | |
| G4-EN29 | 環境法規制の違反に関する高額罰金の額、罰金以外の制裁措置の件数 | — |
| 輸送・移動 | | |
| G4-EN30 | 製品の輸送、業務に使用するその他の物品や原材料の輸送、従業員の移動から生じる著しい環境影響 | 環境 > 環境経営・推進体制 > 環境影響と環境保護活動フロー |
| 環境全般 | | |
| G4-EN31 | 環境保護目的の総支出と総投資(種類別) | 環境 > 環境経営・推進体制 > 主な環境投資 |
| サプライヤーの環境評価 | | |
| G4-EN32 | 環境クライテリアにより選定した新規サプライヤーの比率 | — |

| | | |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| G4-EN33 | サプライチェーンにおける著しいマイナス環境影響（現実的、潜在的なもの）、および行なった措置 | 環境 > 環境経営・推進体制 |
| 環境に関する苦情処理制度 | | |
| G4-EN34 | 環境影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度を通じて申立、対応、解決を行ったものの件数 | — |
| 社会 | | |
| 労働慣行とディーセント・ワーク | | |
| 雇用 | | |
| G4-LA1 | 従業員の新規雇用者と離職者の総数と比率（年齢、性別、地域による内訳） | — |
| G4-LA2 | 派遣社員とアルバイト従業員には支給せず、正社員に支給する給付（主要事業拠点ごと） | — |
| G4-LA3 | 出産・育児休暇後の復職率と定着率（男女別） | — |
| 労使関係 | | |
| G4-LA4 | 業務上の変更を実施する場合の最低通知期間（労働協約で定めているか否かも含む） | — |
| 労働安全衛生 | | |
| G4-LA5 | 労働安全衛生プログラムについてモニタリング、助言を行う労使合同安全衛生委員会に代表を送る母体となっている総労働力の比率 | — |
| G4-LA6 | 傷害の種類と、傷害・業務上疾病・休業日数・欠勤の比率および業務上の死亡者数（地域別、男女別） | — |
| G4-LA7 | 業務関連の事故や疾病発症のリスクが高い労働者数 | — |
| G4-LA8 | 労働組合との正式協定に定められている安全衛生関連のテーマ | 安全 > 労働安全衛生 > ベース・センターでの労災事故ゼロへ |
| 研修および教育 | | |
| G4-LA9 | 従業員一人あたりの年間平均研修時間（男女別、従業員区分別） | — |
| G4-LA10 | スキル・マネジメントや生涯学習のプログラムによる従業員の継続雇用と雇用終了計画の支援 | 社会 > 社員とともに |
| G4-LA11 | 業績とキャリア開発についての定期的評価を受けている従業員の比率（男女別、従業員区分別） | — |
| 多様性と機会均等 | | |
| G4-LA12 | ガバナンス組織の構成と従業員区分別の内訳（性別、年齢、マイノリティーグループその他の多様性指標別） | — |
| 男女同一報酬 | | |
| G4-LA13 | 女性の基本給と報酬総額の対男性比（従業員区分別、主要事業拠点別） | ※処遇に男女の差はありません |
| サプライヤーの労働慣行評価 | | |
| G4-LA14 | 労働慣行クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率 | — |
| G4-LA15 | サプライチェーンでの労働慣行に関する著しいマイナス影響（現実のもの、潜在的なもの）と実施した措置 | — |
| 労働慣行に関する苦情処理 | | |
| G4-LA16 | 労働慣行に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数 | — |
| 人権 | | |
| 投資 | | |
| G4-HR1 | 重要な投資協定や契約で、人権条項を定めているもの、人権スクリーニングを受けたものの総数とその比率 | — |
| G4-HR2 | 業務関連の人権側面についての方針、手順を内容とする従業員研修を行った総時間（研修を受けた従業員の比率を含む） | — |
| 非差別 | | |
| G4-HR3 | 差別事例の総件数と実施した是正措置 | — |
| 結社の自由と団体交渉 | | |
| G4-HR4 | 結社の自由や団体交渉の権利行使が、侵害されたり著しいリスクにさらされているかもしれないと特定された業務やサプライヤー、および当該権利を支援するために実施した対策 | — |

| | | |
|------------------|-------------------------------------------------------------|---|
| 児童労働 | | |
| G4-HR5 | 児童労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、および児童労働の効果的な根絶のために実施した対策 | — |
| 強制労働 | | |
| G4-HR6 | 強制労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、およびあらゆる形態の強制労働を撲滅するための対策 | — |
| 保安慣行 | | |
| G4-HR7 | 業務関連の人権方針や手順について研修を受けた保安要員の比率 | — |
| 先住民の権利 | | |
| G4-HR8 | 先住民族の権利を侵害した事例の総件数と実施した措置 | — |
| 人権評価 | | |
| G4-HR9 | 人権レビューや影響評価の対象とした業務の総数とその比率 | — |
| サプライヤーの人権評価 | | |
| G4-HR10 | 人権クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率 | — |
| G4-HR11 | サプライチェーンにおける人権への著しいマイナスの影響（現実のもの、潜在的なもの）および実施した措置 | — |
| 人権に関する苦情処理制度 | | |
| G4-HR12 | 人権影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数 | — |
| 社会 | | |
| 地域コミュニティ | | |
| G4-SO1 | 事業のうち、地域コミュニティとのエンゲージメント、影響評価、コミュニティ開発プログラムを実施したものの比率 | — |
| G4-SO2 | 地域コミュニティに著しいマイナスの影響（現実のもの、潜在的なもの）を及ぼす事業 | — |
| 腐敗防止 | | |
| G4-SO3 | 腐敗に関するリスク評価を行っている事業の総数と比率、特定した著しいリスク | — |
| G4-SO4 | 腐敗防止の方針や手順に関するコミュニケーションと研修 | — |
| G4-SO5 | 確定した腐敗事例、および実施した措置 | — |
| 公共政策 | | |
| G4-SO6 | 政治献金の総額（国別、受領者・受益者別） | — |
| 反競争的行為 | | |
| G4-SO7 | 反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により法的措置を受けた事例の総件数およびその結果 | — |
| コンプライアンス | | |
| G4-SO8 | 法規制への違反に対する相当額以上の罰金金額および罰金以外の制裁措置の件数 | — |
| サプライヤーの社会への影響評価 | | |
| G4-SO9 | 社会に及ぼす影響に関するクライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率 | — |
| G4-SO10 | サプライチェーンで社会に及ぼす著しいマイナスの影響（現実のもの、潜在的なもの）および実施した措置 | — |
| 社会への影響に関する苦情処理制度 | | |
| G4-SO11 | 社会に及ぼす影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度に申立、対応、解決を図ったものの件数 | — |
| 製品責任 | | |
| 顧客の安全衛生 | | |
| G4-PR1 | 主要な製品やサービスで、安全衛生の影響評価を行い、改善を図っているものの比率 | — |
| G4-PR2 | 製品やサービスのライフサイクルにおいて発生した、安全衛生に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数（結果の種類別） | — |

| 製品およびサービスのラベリング | | |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| G4-PR3 | 組織が製品およびサービスの情報とラベリングに関して手順を定めている場合、手順が適用される製品およびサービスに関する情報の種類と、このような情報要求事項の対象となる主要な製品およびサービスの比率 | — |
| G4-PR4 | 製品およびサービスの情報とラベリングに関する規制ならびに自主的規範の違反事例の総件数(結果の種類別) | — |
| G4-PR5 | 顧客満足度調査の結果 | — |
| マーケティング・コミュニケーション | | |
| G4-PR6 | 販売禁止製品、係争中の製品の売上 | — |
| G4-PR7 | マーケティング・コミュニケーション(広告、プロモーション、スポンサー活動を含む)に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数(結果の種類別) | — |
| 顧客プライバシー | | |
| G4-PR8 | 顧客プライバシーの侵害および顧客データの紛失に関して実証された不服申立の総件数 | — |
| コンプライアンス | | |
| G4-PR9 | 製品およびサービスの提供、使用に関する法律や規制の違反に対する相当額以上の罰金金額 | — |