

ヤマト運輸の満足創造経営

事業戦略・環境戦略

2010年12月10日

ヤマト運輸株式会社

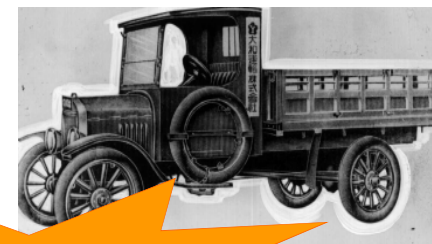
CSR推進部長 藤口 英治

会社の沿革

「三越を中心とした区域事業の時代」

- 1919年(大 8) 大和運輸設立
- 1923年(大12) 三越呉服店の商品輸送契約

(創業)



第1のイノベーション

「路線事業と“輸送のデパート”の時代」

- 1929年(昭 4) 東京～横浜間で定期便開始
- 1951年(昭26) 航空代理店業開始
- 1958年(昭33) 美術品輸送梱包事業開始



第2のイノベーション

「宅急便の開始と市場開発の時代」

- 1976年(昭51) 宅急便事業開始
- 1997年(平 9) 全国ネットワークの完成



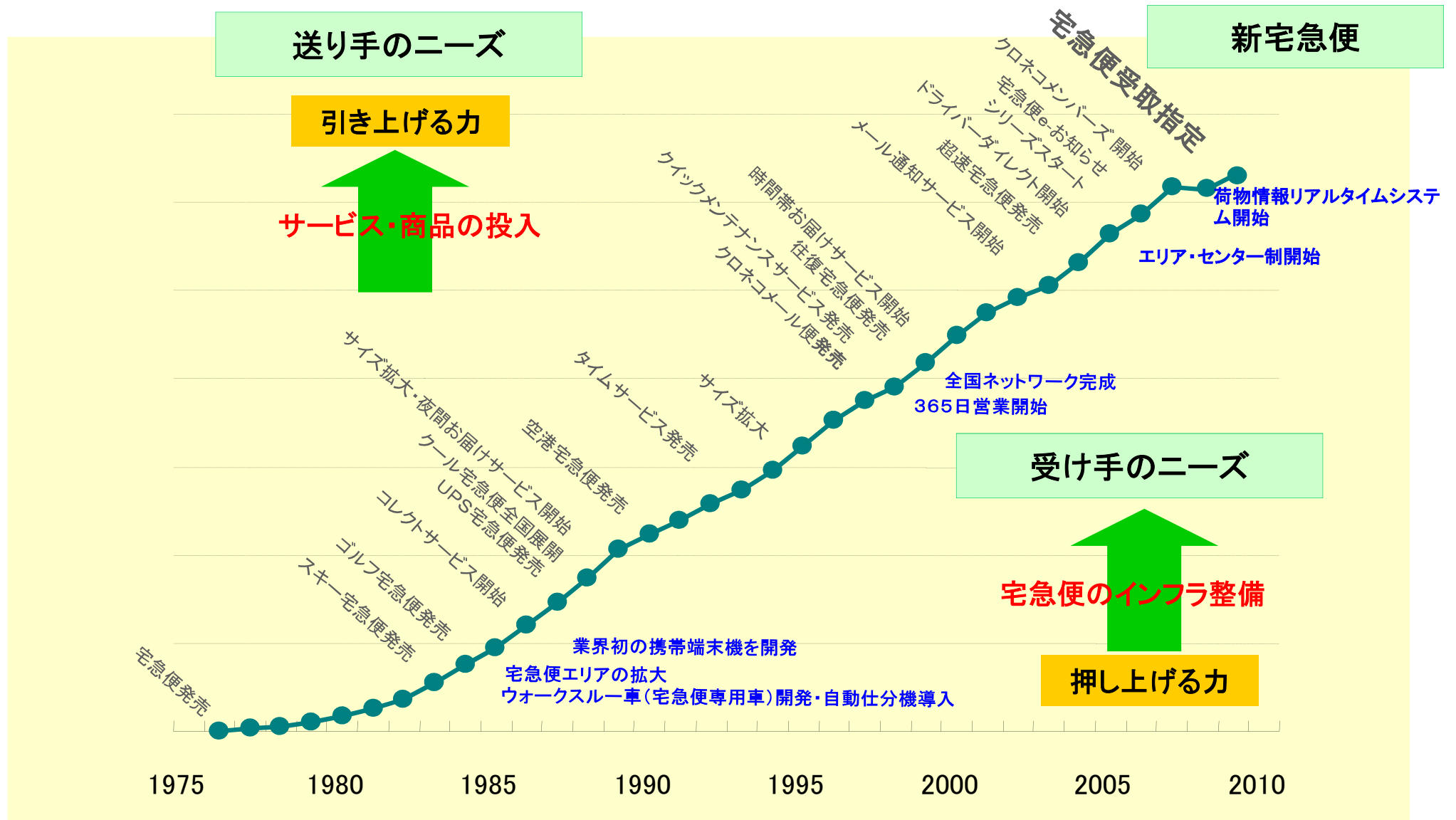
第3のイノベーション

「“新生ヤマト運輸”の時代」

- 2005年(平17) 持株会社制に移行 (ヤマトホールディングス設立)
- 2008年(平20) 満足創造3か年計画スタート
- 2009年(平21) バックオフィス業務を外部委託
- 2010年(平22) シンガポール・上海にて宅急便事業を開始



進化する宅急便



ヤマト運輸の環境戦略 (地球温暖化防止への取り組み)

ヤマトグループは、環境問題への取り組みが人類共通の課題であると認識し、環境保護活動を自主的・積極的に推進します。 (ヤマトグループ「企業姿勢」)

「地球温暖化防止」への取り組み

車両台数の抑制



新スリーター
(リヤカー付き電動自転車)

低公害車の導入



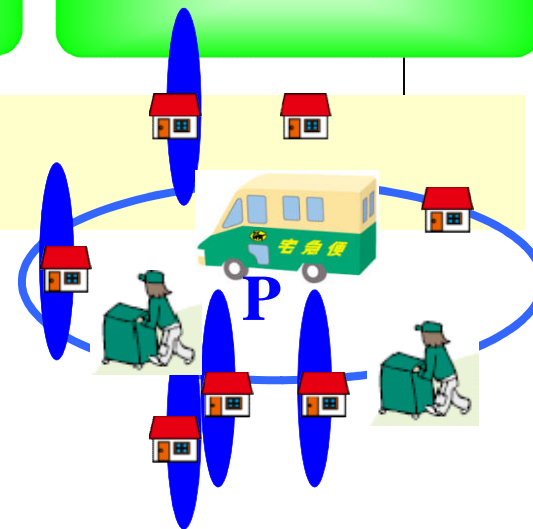
ウォークスルー・ハイブリッド車

エコドライブの推進



エコドライブ研修

走行距離の短縮



バス停方式集配

ゴミゼロ



電気自動車



See-T Navi

送り状から包装資材まで、ゴミの出ない宅急便を追求しています。

安全・エコな運転を支援 See-T Navi

Safety

安全

安全・エコナビゲーションシステム

見える化

Ecology

環境保護

Economy

経済性

Transport

輸送

See-T Navi

Navigation system

人が管理していたSDの運転を、ITの力で「見える化」。
まずは、より安全でエコな運転促進に活用。

- 車載機からの音声アナウンスで、セールスドライバーに安全やエコドライブの注意喚起をする機能
- 走行データを分析し運転の改善・指導につなげる機能
- 最適ルートを判別し効率の良い集配をサポートする機能

CO2排出量を台あたり 8%削減

集配車32,000台に搭載



See-T Navi 実際の音声アナウンス



ゴミゼロ リターナブル資材 FLIX(フリックス)

精密機器の梱包時のゴミゼロを実現

1 優れた環境性

リターナブルによりゴミゼロを実現！
末端での資材廃棄解消

2 簡単な作業性

「入れて」「包んで」「空気を抜く」の
3ステップの簡単な作業。

3 広範囲な汎用性

形状が違う商品、兼用で運用可能！

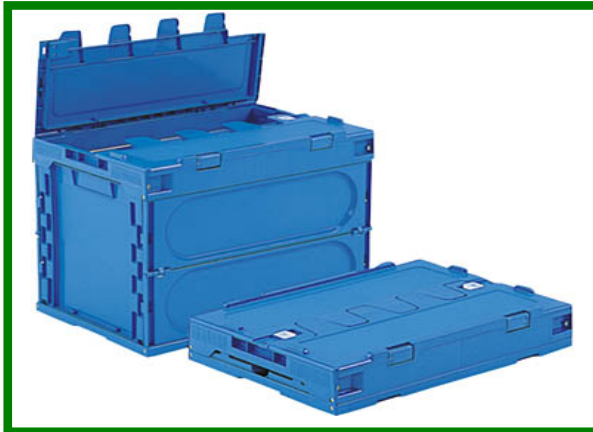


付属ポンプで
空気を抜くだけ！



ゴミゼロ リターナブル資材

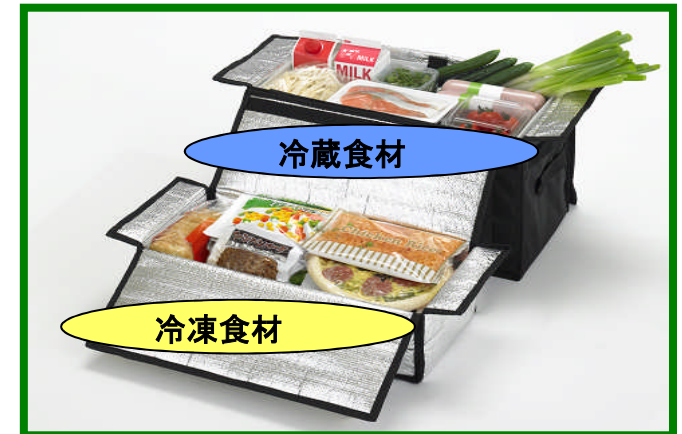
①折りたたみコンテナ



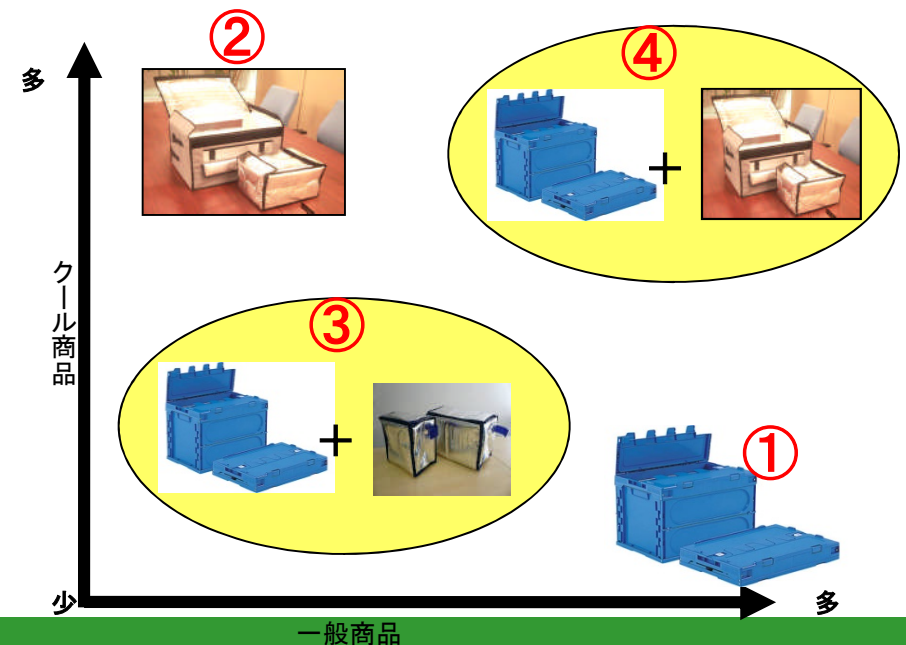
②クールボックス(大)、(大ハーフ)



③ 2温度クールコンテナ



- ①一般商品のみの場合
- ②クール商品のみの場合
- ③一般商品+クール少量の場合
- ④一般商品もクール商品も両方多い場合



環境教育 クロネコヤマト環境教室

授業でも運輸・環境を学習する小学校5年～6年生を対象とし、社員が学校に出張して教室を開催しています。

累計参加人数:延べ約10万人

※2009年度末

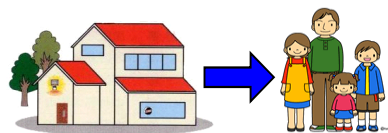
累計開催回数:1,423回

※2009年度末



新 宅急便

宅配から“個配”へ



受取るお客様のストレス解消



受取るお客様に特化した 更なる利便性の追求

7次NEKOシステム

×

クロネコメンバーズ

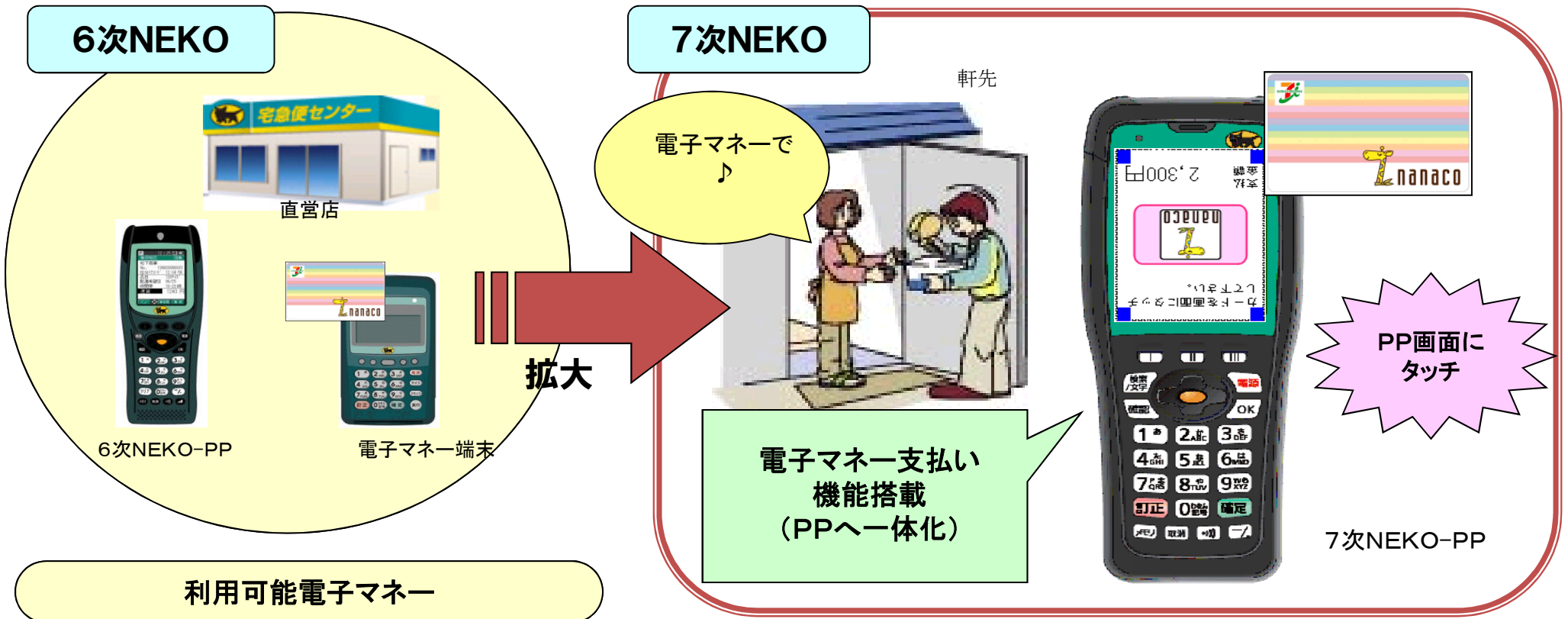
お客様の中へ

コンテンツの拡充

新! 宅急便

軒先での電子マネー決済

2009年6月より開始している直営店の店頭受付での電子マネー決済機能を「7次NEKO-PP」に搭載し、電子マネーの利用可能場所を軒先まで拡大しました。



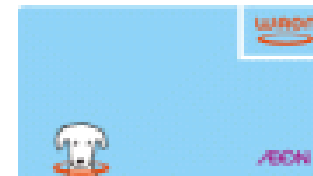
利用可能電子マネー



「Edy」
(エディ)



「nanaco」
(ナナコ)



「WAON」
(ワオン)

環境にやさしい物流モデル地区

羽田物流ターミナル

