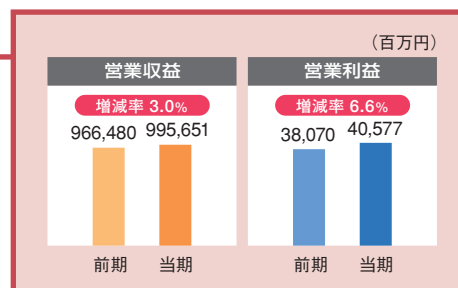


事業概況(連結)

▶ 事業フォーメーション別の概況

→ デリバリー事業

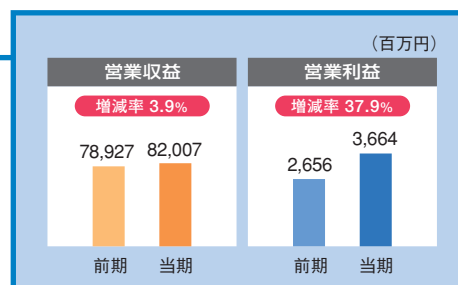
- ① 宅急便機能の高度化に向けては、お客様の玄関先における伝票印字機能の提供や、パソコンや携帯電話で荷物の受取日時・場所を指定できるサービスの提供に取り組みました。
- ② サービス品質のさらなる向上に向けては、フィールドキャストと呼ばれるパート社員を活用した集配チームを構成し、お客様の在宅率の高い時間帯に台車を用いた一斉配達を行う手法を推進しました。
- ③ 海外における宅急便事業では、上海・シンガポールにおける集配ネットワークの整備や積極的な営業活動を推進しました。また、2月より香港における宅急便事業を開始しました。



区 分	前 期	当 期	増 減	伸 率(%)
宅急便(百万個)	1,262	1,348	86	6.8
クロネコメール便(百万冊)	2,262	2,312	49	2.2

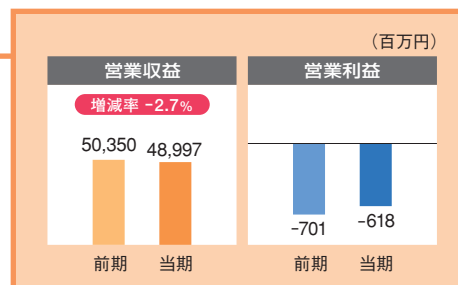
→ BIZ-ロジ事業

- ① 「輸送時間の短縮による販売機会の増大」「在庫圧縮を通じた経費削減」という価値を提供する国際一貫輸送サービス「グローバルダイレクト」では、日中間の高速フェリーを活用したサービスを強化しました。
- ② 最短8時間、一部地域では4時間で通販商品をお届けする「Today Shopping Service」(トゥデイ・ショッピング・サービス)では、運用拠点の拡充や作業効率の向上に積極的に取り組み、好調な推移となりました。
- ③ また、デジタル家電製品の回収・修理・配達の一括受託サービスや、メーカー企業様のリコール関連業務を総合的に支援するサービスが受託件数を増加させました。



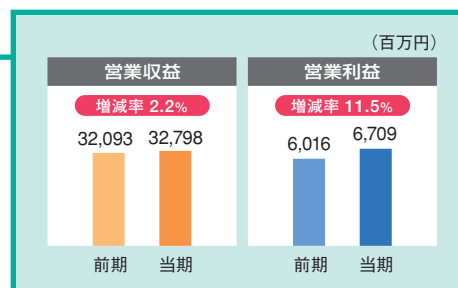
→ ホームコンビニエンス事業

- ① 家具・家電製品の配送サービスでは、家電製品の据付設置サービスに加えて大型家電製品の修理サービスが拡大しました。
- ② 引越事業においては、多様な引越サービスの展開に加えて、家電製品のレンタルやリサイクルなど、輸送する家財量自体の削減を通じて、引越における手間や費用を削減するサービスを推進しました。



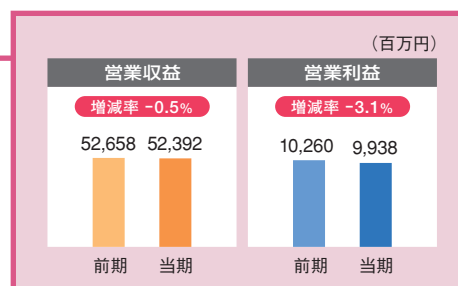
→ e-ビジネス事業

- ① 「ネットスーパーサポートサービス」では、ネットスーパーの運営支援を通じて、過疎地域などにおける買い物困難者に貢献するなど、社会的な問題への対応から導入件数が増加しました。
- ② 「販促品オンデマンドサービス」では、お客様の販促品在庫の管理・出庫に加えて、パンフレットなどを必要な時に必要な分だけ印刷し、必要な場所に送るといった他社にはない利便性からお客様のご利用が増えました。



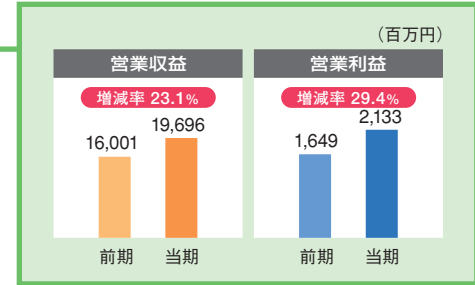
→ フィナンシャル事業

- ① 宅急便の代金引換時においては、業界で唯一、複数の電子マネー決済に対応したサービスを広く展開しました。また、平成23年5月より新たにSuica(スイカ)などの交通系電子マネーもご利用いただけるようになりました。
- ② リース事業では、新たにメンテナンスリースを提供するとともに、インターネットにおける中古車販売サイトを通じた窓口の拡大をはかりました。



→ トラックメンテナンス事業

- ①トラック・バスの車両整備事業においては、お客様のご都合の良い時間帯に整備を行う「時間軸車検」や月々の整備費用を平準化する「メンテナンスパック12カ月定額払い」など独自のサービス展開と同時に整備工場の新設を推進した結果、車両整備台数が順調に増加しました。

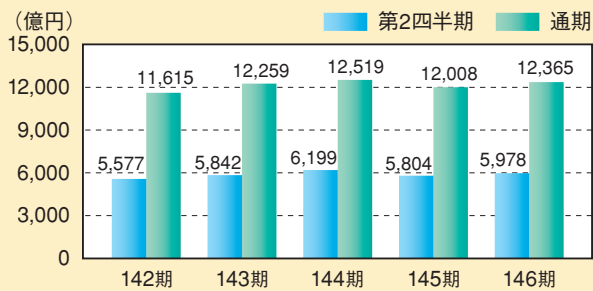


■ 2011年3月期業績ハイライト

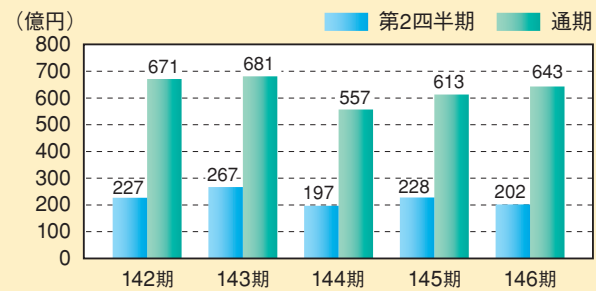
(単位:億円)

	2011年3月期	2010年3月期	前年比較	
			増減	伸率(%)
営業収益	12,365	12,008	356	3.0
営業利益	643	613	29	4.8
経常利益	659	633	26	4.2
当期純利益	332	322	9	2.9

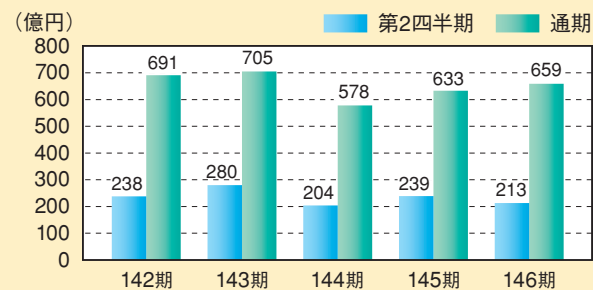
営業収益



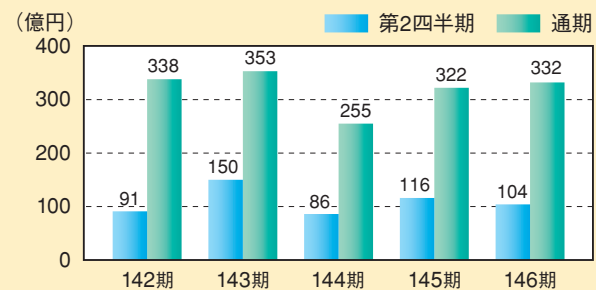
営業利益



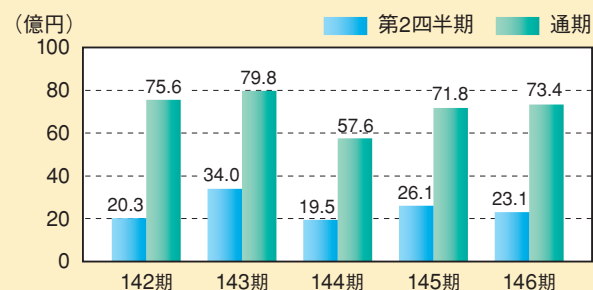
経常利益



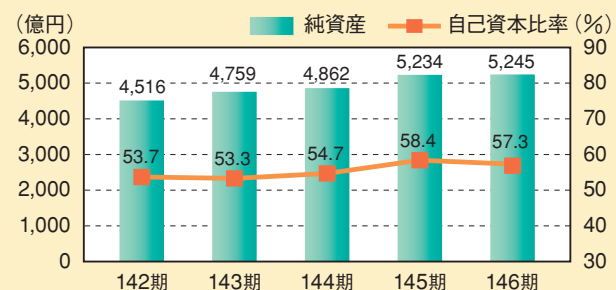
当期(四半期)純利益



1株当たり当期(四半期)純利益



純資産/自己資本比率



●1株当たり当期(四半期)純利益は、期中平均株式数(自己株式除く)で算出しております。