

Doing What It Takes

to be Asia's No.1 Airline

ANAを取り巻く大きな環境変化を踏まえ、2008年1月、経営ビジョン「アジアNo.1のエアライン」の具現化を目指す「ANAグループ 2008-11中期経営戦略」を策定しました。

激変する状況下で「アジアNo.1のエアライン」を実現していくためには、従来の発想やビジネスモデルを超えた革新的な取り組みが必要です。ANAは、新たな価値創造段階に進むべく、新規需要開拓や顧客満足度向上など、さらなる挑戦に取り組んでいきます。

新たなビジネスモデルが、今、始まる。 >>> Page 10

～航空貨物事業の成長を担う沖縄貨物ハブとエクスプレス事業～

第3の収益の柱として、ANAの成長の象徴ともなる航空貨物事業では、新事業領域に進出し、新たな需要を開拓していきます。積極的に経営資源を投下し、新たなビジネスモデルをスタートすることにより、事業規模拡大と収益性の強化の両立を目指します。

顧客満足度、アジアNo.1宣言。 >>> Page 14

～お客様の声を基点として、さらなる革新を図るプロダクト&サービス～

2010年3月期に「顧客満足度指標でアジアNo.1」の達成を目指し、オペレーションの安全性や定時性の向上などに加え、お客様の声に徹底的にこだわったプロダクト&サービスの進化を図り、さらなる顧客満足の向上を目指します。