

ANAスナップショット

2010年3月31日現在

ANAグループの目指す姿

ANAグループは2010年3月に、これまでの「アジアNo.1」という目標を継続するとともに、事業の視点を世界に置いて成長を目指すこと、そして世界のお客様に「ANAの価値を届けたい」という想いを明確にすべく、グループ経営ビジョンを改定しました。

ANAグループ経営理念

基本理念 私たちのコミットメント

ANAグループは、「安心」と「信頼」を基礎に

- 価値ある時間と空間を創造します
- いつも身近な存在であり続けます
- 世界の人々に「夢」と「感動」を届けます

ANAグループ安全理念

安全は経営の基盤であり

社会への責務である

私たちはお互いの理解と信頼のもと
確かなしくみで安全を高めていきます

私たちは一人ひとりの責任ある誠実な
行動により安全を追求します

ANAグループ

経営ビジョン

ANAグループは、航空事業を中核に、
世界の旅客・貨物輸送を担う、
アジアを代表する企業グループを目指す。

アジアを代表するとは、

- ◆ クオリティで一番
- ◆ 顧客満足で一番
- ◆ 価値創造で一番

となることである。

ANAグループのポジション

日本国内で最大の路線網を持ち、国内線旅客数では日本最大級を誇るANAグループ。国際線でもアジア、欧州、北米とバランスの取れた運航路線を有しており、世界でも有数の航空企業グループとなっています。

国内線輸送旅客数

7位

2010年3月期において、国内線輸送旅客数は世界第7位（国内トップ）。総輸送旅客数でも世界第12位の航空企業グループです。

出典：国際航空運送協会（IATA）

国内線旅客数シェア

47.6%

国内線では日本最大の路線網を有するANAグループは、厳しい環境の中、国内線輸送旅客数のシェアも着実に上昇を続け、2010年3月期では47.6%となっています。

出典：国土交通省

1日当たり飛行便数

1,054便

ANAグループでは、需給調整を行いながらネットワークの拡充を図っており、国内線では945便/日、国際線では109便/日が就航しています。（それぞれ旅客・貨物合計。2010年7月1日現在）

ANAグループの成り立ち

1952年、第2次世界大戦により壊滅した日本の定期航空事業を再興することを目的に創業したANAは、安全運航を第一に半世紀以上にわたって、着実な発展を遂げてきました。

- 1952年12月 日本ヘリコプター輸送(株)として設立
- 1953年 2月 ヘリコプターを使って営業開始
- 1953年12月 東京―大阪間の貨物輸送をはじめとして逐次営業路線を拡大
- 1957年12月 社名を全日本空輸(株)に変更
- 1958年 3月 極東航空(株)と合併
- 1961年10月 東京、大阪証券取引所市場第二部に上場
(1972年に一部に指定替え)
- 1963年11月 藤田航空(株)を吸収合併
- 1971年 2月 国際線不定期便運航開始(東京―香港線)
- 1986年 3月 国際定期便を運航開始(東京―グアム線)
- 1999年10月 航空連合スターアライアンスに加盟
- 2003年 3月 累計旅客数(国内線・国際線合計)10億人を達成
- 2007年 6月 ホテル事業を売却し航空運送事業に経営資源を集中



1964年、ボーイング727型機が東京―札幌線で運航を開始しました。



1986年には、初の国際定期便、東京―グアム線の運航を開始しました。



1999年には、スターアライアンス加盟を記念して特別塗装機を就航しました。

社会的責任投資への組み入れ状況

ANAは、環境保全に向けた積極的な行動、ステークホルダーとの建設的な関係構築、人権擁護に対する取り組み、贈収賄防止に対する取り組みといった社会的責任に関するFTSE4Good Indexの基準を満たした企業として、FTSE4Good Indexの対象銘柄に継続して採用されています。あわせて、Storebrand社のBest in Class、モーニングスター社会的責任投資株価指数(MS-SRI)、Dow Jones Sustainability Asia Pacific Indexなどの主要な指標に採用されています。

