

全日空は、本格的な自由競争時代に突入した航空業界の中で、競争をビジネスチャンスととらえ、顧客ニーズにかなった各種運賃を他社に先駆け市場に投入するなど積極的な経営を図りました。お客様からの評価は高く、市場競争力も高まり、そのプレゼンスは飛躍的に高まっています。50年の間、全日空はたゆまぬ努力により成長を続け、日本の空から世界の空へと翼を広げ、今や最も信頼される日本の航空会社となりました。全日空は、これからも航空会社の原点である基本品質に更に磨きをかけ、お客様からの信頼をより強固なものとし、世界のトップレベルの航空会社として新たな成長へチャレンジを続けていきます。

On Track for Renewed Growth

新たな成長への挑戦



Raising Quality Standards

基本品質の向上

全 日空は航空会社の原点となる基本品質を直視し、その向上のために日夜努力を続けています。

基本品質とは、航空輸送サービスを提供するにあたって、お客様の満足に直結する基本要素であり、「安全性」「定時性」「快適性」「利便性」の4つの要素があります。

安全性は基本品質の中でも根幹をなすもので、完璧な水準が要求されます。安全性は運航乗務員、整備士、客室乗務員のみならず全社員がその担い手であり、安全

全に関する厳しい訓練と緊張感が安全をより確かなものにしています。お客様に安心して全日空便をご利用いただくために、

年間22万便の安全運航を約1,800人の運航乗務員、約3,100人の整備士、それに約4,500人の客室乗務員をはじめとする全社員が支えています。（注1）

定時性は輸送機関として求められる重要な要素です。全日空の定時出発率

は世界でもトップレベルの水準であり、より精度を高めるために社内に横断的なプロジェクトを設け、定時性の向上に努めています。

快適性ではお客様に機内で十分満足いく時間を過していただくために、全日空のオリジナリティーを発揮しています。好評な機内バーカウンターや評判の機内食など、お客様のニーズに応えた機内サービス、エンタテインメントなどを他社に先駆け提供しています。

全日空はこれらの優れた品質によってクオリティーの高い航空輸送サービスをお客様に提供しています





が、それだけでは満足していません。お客様にもっと便利に、そしてスムーズに全日空をご利用いただくために、運航ダイヤ・予約・発券・グランドハンドリングの各場面でお客様の声に耳を傾け、改善と工夫を重ねています。

これら基本品質のひとつひとつを向上させていく地道な努力こそが、お客様の信頼を確かなものとし、全日空のブランド確立につながっています。



(注1)
社員数
全日空単体の人数です。

On Track for Renewed Growth

Further Reinforcing Our Core Domestic Routes

国内線基盤の充実

全 日空の事業基盤は日本国内に張り巡らされた国内線路線網にあります。創業以来、路線網の拡充を続け、子会社であるエアーニッポン(株)やエアー北海道(株)を含めた全日空グループの国内線は、2001年6月現在、150路線に毎日794便を運航しています。そして年間4,551万人のお客様にご利用いただくまでになりました。全日空グループの国内線シェアは約5割を占め、他社を圧倒的に引き離しています。

このように国内NO.1の航空会社として成長できたのは、お客様の信頼を得た成果であると確信しています。全日空は常にお客様の視点で考え、お客様の期待

に応える航空輸送サービスをリーディングカンパニーとして率先して実行してきました。2000年2月に航空法が改正され、航空運賃自由化の時代に突入しましたが、全日空はこの姿勢を貫き、全路線全便1万円のバーゲン型運賃「超割」をはじめとする新型営業割引運賃を設定し、需要喚起に努めました。好評を博している「超割」だけでも年間120万人のお客様にご利用いただき、全日空の競争優位性は他社を凌駕しています。

同時に徹底したイールドマネジメントを実施し、効果的な価格設定を行なった結果、運賃自由化の中でも収入を伸ばすことができました。イールドマネジメントの目的は便あたりの収入を最大にすることです。限られた座席を効果的に販売するために、単に旅客数を増やすのではなく、季節や時間帯に応じた営業割引運賃を駆使し、目的達成のため努力を行なっています。





運賃自由化の時代では収益性をいかに高めるかが大きな課題であり、勝ち残るための条件です。全日空は運賃自由化を追い風に、収益性向上を実現しました。

2000年7月には羽田空港の発着枠拡大に対応し、東京 - 松山線をはじめとする8路線で増便を行ないました。羽田空港は収益性の高い路線が集中した国内線最大の基幹空港であり、全日空グループはこの増便により国内線事業基盤を更に強固なものとしています。

また、全日空がオフィシャルエアラインをつとめる「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」オープンを記念して就航した「ANA ウィンデージェット」は好評で、国内での全日空の人気はますます高まっています。



On Track for Renewed Growth

Fortifying Our International Presence with Star Alliance

国際線のプレゼンス拡大

2001年3月期は、関西 - 欧州線の休止により国際線の事業規模が縮小したにも関わらず、好調な需要に支えられ旅客数は増加しました。なかでも収益性の高いファーストクラス、ビジネスクラスを利用するお客様が、前期と比べそれぞれ15%と27%増え、国際線の収益性は飛躍的に改善しました。

その大きな要因のひとつが、スターアライアンス加盟効果です。スターアライアンスは全日空を含め15の航空会社が加盟しており、2001年3月現在、世界129

か国894空港を結び、毎日約1万便を運航する世界最大の航空連合です。全日空は加盟各社と販売提携を行っており、加盟各社の販売チャネルを活用することが可能となりました。

品質に定評がある全日空便の販売は好調で、海外での自社販売体制の整備も進み、これまで弱点とされてきた海外での販売力を一気に強化することができました。

国際線の収益力向上は、路線再編という形でも強力に進めています。中期経営計画で掲げた「選択と集中」という経営方針に従い、関空路線の再編・縮小と成田路線への経営資源の集中を行なっています。ビジネス需要は国際線事業の収益性を左右する重要な要素であり、その伸びが当面見込めない関空発欧州路線などの低需要路線の休止を進めています。一方で関西でも需要が多く、人気の高いホノルル線を2000年3月から新規に開設し、安定的な収入の確保を図るとともに、2001年1月には低コスト運航を目的とした子会社(株)





エアー・ジャパンが運航を開始し、関空路線の一部移管を進め、収益性向上に努めています。2002年5月には成田空港の新滑走路オープンを控えており、これを新たなビジネスチャンスとし、主力路線のデイリー運航化を進めるなど収益力をさらに高めていく計画です。

利便性の高い羽田空港を国際線に活用していこうという動きが現実のものとなっています。2001年2月には深夜早朝時間帯を使った国際チャーター便の運航が許可され、全日空もホノルル線、グアム線の運航を行ないました。羽田空港は全日空の拠点空港で国内線から国際線への乗り継ぎが非常に便利のため、羽田空港からの国際線就航は全日空にとって大きなメリットがあり、積極的に対応していこうと考えています。

ANA マイレージクラブ会員数もこの1年間で140万人増加し、2001年6月現在680万人を超え、全日空ファンは確実に増加しています。国際線でも全日空のプレゼンスは高まっています。

On Track for Renewed Growth



Pursuing Customer Convenience and Satisfaction

お客様第一主義の実践

お 客様の意見に率直に耳を傾け、お客様のニーズに応えた航空輸送サービスを提供していこうという「お客様第一主義の実践」が、全日空の経営方針です。当社では2000年12月にお客様アンケートを実施し、約12,000人の方からいただいた貴重なご意見を参考に、最も利便性の高い航空会社となるために具体的な改善に着手しました。

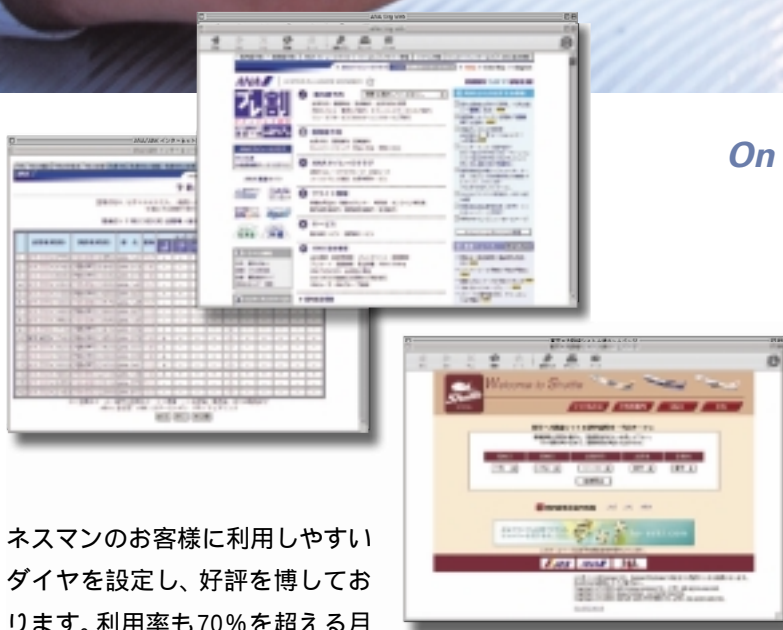
「いつでもどこでも予約をしたい」このようなお客様のニーズに応え、2001年4月から一般電話でも24時間予約(注2)を可能としました。予約センターのオペレーターが不在の深夜早朝時間帯にVナビ(音声自動応答システム)を活用することで実現したものです。携帯電話を利用した予約は、既に2000年8月から世界の航空会社に先駆けスタートしており、これは24時間どこにいても予約ができます。また、航空券購入期限(注3)の撤廃も行ないました。2001年6月から実施し、出発時まで航空券を購入すればよいように改め、より便利な仕組に改善しました。これら全日空オリジナルのスムーズ搭乗サービスを「楽乗」と呼んでいます。

全日空ではIT技術を駆使した利便性の高い予約システムも提供しています。インターネット予約は好評で、今後も増え続けるものと予測しています。さらに簡単に全日空グ

ループ便をご利用いただくために、チケットレスサービスの拡充を進めています。ご予約いただいた後、インターネットでのクレジットカード決済サービス、コンビニ支払サービス、郵貯即日決済サービスなど、各種の支払手段で事前にお支払を済ませていただければ、ご搭乗当日に空港で航空券をピックアップするだけという大変便利なシステムです。更に運賃を一律2%割引にする「プレ割」もあり、お客様にとって運賃面でもメリットがあります。

運航面では、2000年7月に日本航空、日本エアシステムと共同で東京 - 大阪間にシャトル便の運航を開始しました。航空三社で運航間隔を調整した上で、ビジ





On Track for Renewed Growth

ネスマンのお客様に利用しやすいダイヤを設定し、好評を博しております。利用率も70%を超える月が続いています。2001年4月には増便を行ない、更に利便性は高まりました。

企業理念である「The First Choice」実現に向け、お客様に最初に選ばれる航空会社を目指して、全日空グループはチャレンジを続けてまいります。

(注2)

24時間予約

「Vナビ」での予約・解約・予約の確認・チケットレスサービスは、ANAマイレージクラブ会員専用のサービスです。

(注3)

航空券購入期限

国内線の制度。予約後6日以内に購入しなければ、予約が取り消されるというものです。座席を有効に販売するために長年採用されてきましたが、お客様から改善の要望が出されていました。