

Creating a New ANA Group

「新創業宣言」

経営環境の激変する2002年度から2003年度の2年間に着目し、経営の基本的考え方として進むべき道筋を示した「ANAグループ基本戦略構想—新創業宣言」を策定しました。この構想に基づいた抜本的な改革実行プランを推進していきます。

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。

グループ行動指針 6ヶ条

- 「安全」こそ経営の基盤、守り続けます。
- 「お客様」の声に徹底してこたわります。
- 「社会」と共に歩み続けます。
- 常に「挑戦」し続けます。
- 「関心」を持って議論し、「自信」を持って決定し、「確信」を持って実行します。
- 人を活かし、チームワークを「力」にし、強いANAグループをつくります。

ANAグループ経営ビジョン

ANAグループは、国内および日本とアジアそして世界の旅客・貨物輸送を担う航空事業を中核としてアジアを代表する企業グループを目指します。

—アジアを代表するとは、

- クオリティーで一番
- 顧客満足で一番
- 価値創造で一番

となることです。

この経営ビジョンを達成するために、経営の軸を「利益重視＝価値創造」に置き、戦略の軸を「お客様にこだわり徹底した差別化戦略を一貫・継続して実行する」ことに置きます。戦略を実行するための体制は「スピード重視」「社員個々人の意欲と持ち味を活かすこと」に重点を置きます。



Overview of Reform Plan

改革実行プランの概要

●商品開発戦略

「グループとして一本化したANAブランドを提供すること」を基軸として、メインターゲットであるビジネスカスタマーのニーズを常に先取りして提供することをコンセプトに、あらゆるシーンで「ANAらしさ」を感じていただけるおもてなしに徹することを行動指針として、強力に実施する。

●事業戦略

事業戦略の基軸は「利益重視」「差別化」「ANAブランドの価値創造」であり、「国内線では羽田路線」「国際線では成田路線」を中心として、現有のグループリソースを国内線・国際線で最適配置したネットワークを構築することで、グループ全体の競争力強化を図っていく。また、ANAらしさの創造に貢献するために、他企業との「提携戦略」を推進する。

●固定費の変動費化と業務改革の推進

グループ全体のコスト競争力強化の観点から、「人件費をはじめとした固定費の変動費化」や「各部門における業務改革」を実行する。また「業績の多寡や顧客満足度に応じて報酬にメリハリをつけていくこと」「多客期と不要期では生産体制に違いがある点の工夫」や「グループを含めた業務改革を通じて仕事の仕組み・やり方を工夫すること」で柔軟なコスト構造を目指す。

●先手必勝グループ航空会社再編モデル

グループ航空会社のビジネスモデルは、競争を勝ち抜くための基本要件である①スピーディーな経営のマネジメント②グループとしてのワンブランド化③グループ社員の働きがい・意欲の向上④コスト柔軟化一を満たす「最適なビジネスモデル」への再編が不可欠である。日本航空と日本エアシステムの再編に先行するために、2004年3月までに再編を完了する。

●経営執行体制・組織機能コンセプト

経営執行体制・組織体制を、スピード重視・お客様重視・効率重視の視点で見直す。事業持株会社制に移行し、戦略推進体制の強化を図る。

●個別重要課題についての取り組み

財務体質の改善を推進する。基本戦略構想の実行期間である2年間に収支改善を加速するとともに、戦略の絞込みにより投資の選択と集中および現有資源の最適活用を通じて、2005年3月期以降の安定した財務構造への転換を目指す。また、グループ全体の「販売力の集中と効率化」を実現するため、(株)エーエヌエー・セールス・ホールディングスを核とし、2003年4月を目標にグループの販売機能と国内線・国際線のホールセール機能を統合する。

