

中期経営計画

(2008年3月期～2010年3月期)

Mid-term Management Plan

中期計画数値

Mid-term Plan Figures

中期
Mid-term

Jalux

(百万円) (Million yen)	2007年 3月期実績 March 2007	2008年 3月期予想 March 2008 E	2010年 3月期計画 March 2010 E	対 2007年3月期実績 Vs.07/3A	
				増減額 Increase/Decrease	平均成長率 CAGR
売上高 Net sales	114,113	120,000	150,000	35,887	9.5%
売上総利益 Gross profit	24,530	25,500	29,000	4,470	5.7%
営業利益 Operating income	3,246	3,500	4,800	1,554	13.9%
経常利益 Ordinary income	3,516	3,700	5,000	1,484	12.5%
経常利益率 Ratio of ordinary income to sales	3.1%	3.1%	3.3%	+0.2P	—
当期純利益 Net income	1,579	1,850	2,500	921	16.6%
ROE (自己資本当期純利益率)	11.4%	12.0%	12.7%	+1.3P	—
ROA (総資産当期純利益率)	4.0%	4.1%	4.1%	+0.1P	—
EPS (yen) (1株当り当期純利益)	124.01円	144.98円	195.92円	71.91円	—

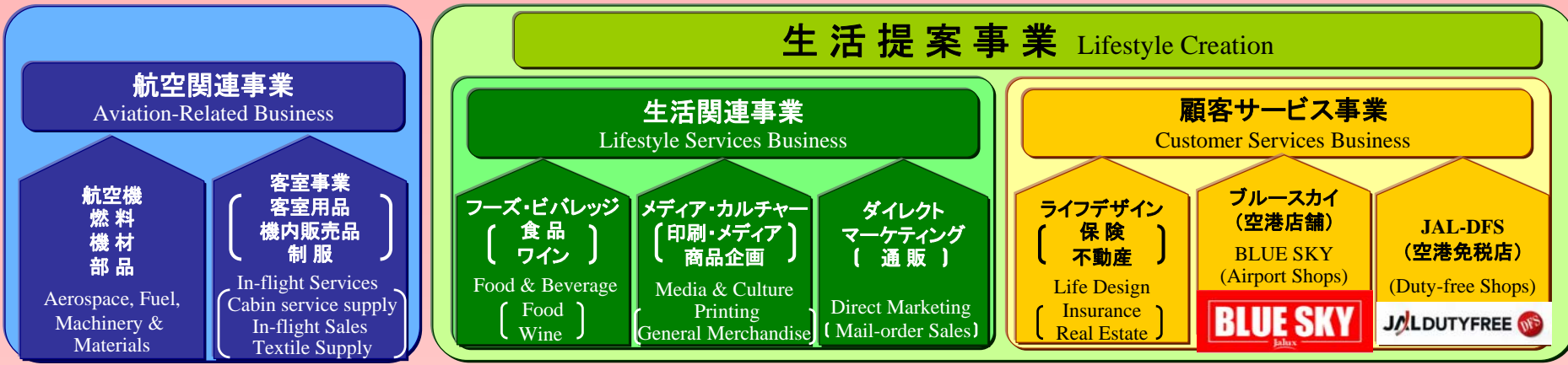
リテールを中心とする既存事業と、その発展としての新規事業により、10/3期に経常利益50億円を計画

We project ordinary income of ¥5 billion from established business centering on retail, and new business developing from the established business, by March 2010.

資本構成の変化とシナジーの創出

Change in Capital Structure and Creation of Synergy

中期
Mid-term



航空関連ビジネスの付加価値向上 Enhance value-added for aviation related business

個人・法人顧客基盤の拡充 Expand private and corporate customer base

海外事業展開の拡充 Expand overseas business development

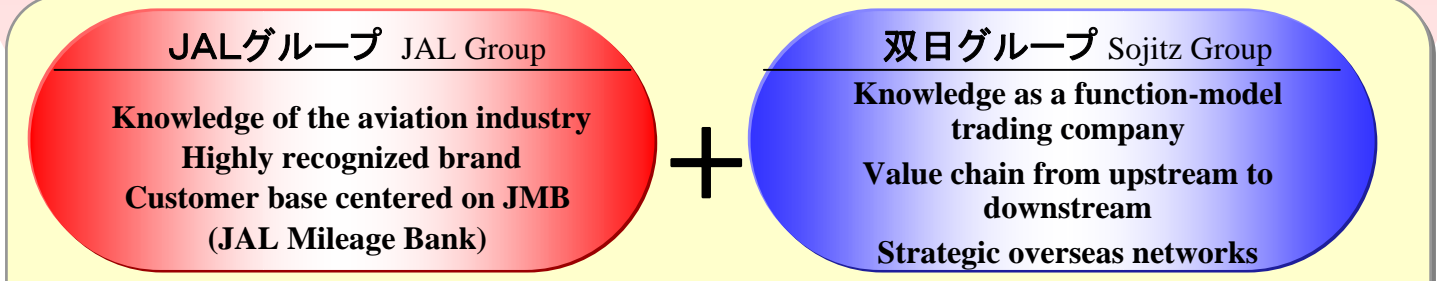
国内外 環境・インフラビジネスの推進 Promote environment and infrastructure business (domestic and international)

高付加価値ビジネスモデルの創出 Create business models with high value-added

国内外 情報ネットワーク・営業力の強化 Strengthen information networking and sales capabilities (domestic and international)

川上機能・企画開発機能の強化 Strengthen upstream and planning development functions

グループのリソースと機能を最大限有効活用した事業拡充 Business expansion maximizing efficiency of group resources and functions



Sojitz holds 30% and JAL 21% of JALUX due to share transfer on March 28, 2007

中期計画における重点事業(分野)

Key businesses in the Mid-term Plan (by Field)

中期
Mid-term



セグメント
Segment

航空関連事業
Aviation-Related Business

生活関連事業
Lifestyle Services Business

顧客サービス事業
Customer Services Business

重点事業
Key businesses

部品事業
Parts

通販事業
Direct mail

店舗事業
Stores

既存事業のナレッジを活かしシナジーの見込める分野に展開
Develop synergy in anticipated fields to exploit existing business knowledge

新規分野
New fields

環境分野
Environment

文化分野
Culture

厚生分野
Welfare

中期計画の確実な達成を目指す
Ensure achievement of mid-term plan

リテールビジネスのコアバリューチェーン

Core Value Chain of Retail Businesses

中期
Mid-term



空港 Airports

店舗 Shops



- 旭川
- 新潟
- 函館
- 青森
- 秋田
- 女満別
- 釧路
- 帯広

JALUX 空港店舗ネットワーク

- 福岡
- 北九州
- 出雲
- 大分
- 広島
- 神戸
- 大阪
- 関西
- 中部
- 那覇
- 奄美
- 熊本
- 鹿児島
- 松山
- 徳島
- 羽田
- 成田



航空機内 In-flight

機内販売品(卸) In-flight sales(wholesale)



機内サービス(卸) In-flight services (wholesale)



機内カタログ In-flight catalogs



日常生活 Daily life

DMカタログ DM catalogs



WEB



旅行動線における連続的でタイムリーなサービスの提供により収益性を向上
Increase profitability with delivery of successive timely travel services.

新規顧客開拓への取り組み

Efforts to Attract New Customers

中期
Mid-term

Jalux



店舗とWEB(PC・モバイル)の連動性向上
Enhance linkage among shops and Internet (PCs and mobiles)

旅行用品・保険等 専門性・利便性の向上
Increase specialization and convenience with travel goods, insurance etc.

マイレージ会員へのアプローチの強化
Strengthen approaches to mileage members

JALUX独自のショッピングサイトの構築
Build original JALUX shopping sites

アンテナショップ、イベント・催事の活用
Antenna shop and event & event hall activities

カタログ通販等 他社との提携・協働
Tie-ups and cooperation with DM catalog and other companies

旅行前や旅行以外のシーンにおける潜在顧客開拓を強化し規模を拡充
Enhance scale and cultivation of potential customers for pre- and non-travel scenes and enhance scale.

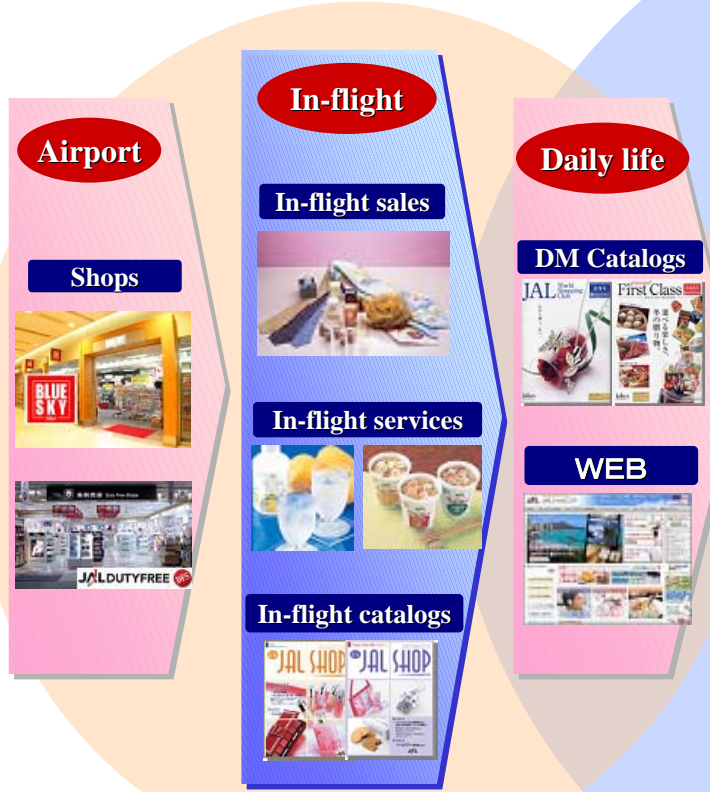
ライフタイムマネジメントへの発展

Development toward Lifetime Management

中期
Mid-term



マイレージプログラムの活用・顧客の会員化
Enhance mileage program activities and customer membership



マーケティングカ・ブランド力の向上
Enhance marketing and brand power

団塊・シニア世代に向けたニーズの創出
Create demand from baby boomer and senior citizen generations

サービスの領域と連続的価値の拡充
Enhance service domains and progressive value

文化分野の拡充
Enhance cultural areas

Create high value-added by cultivating education and interests including art and history.

厚生分野の拡充
Enhance welfare fields

Life-design support
(FP, property, lifestyle, travel, health)
JAL Vacations
(Resort property timeshare)
JALUX Good Time Home
(fee-paying senior citizens care home)

グループ(JAL+双日)のリソースを最大限活用
Activities to maximize group (JAL and Sojitz) resources

サービスの領域と連続的価値の拡充によりライフタイムマネジメントへと発展
Develop lifetime management by enhancing service areas and progressive values.

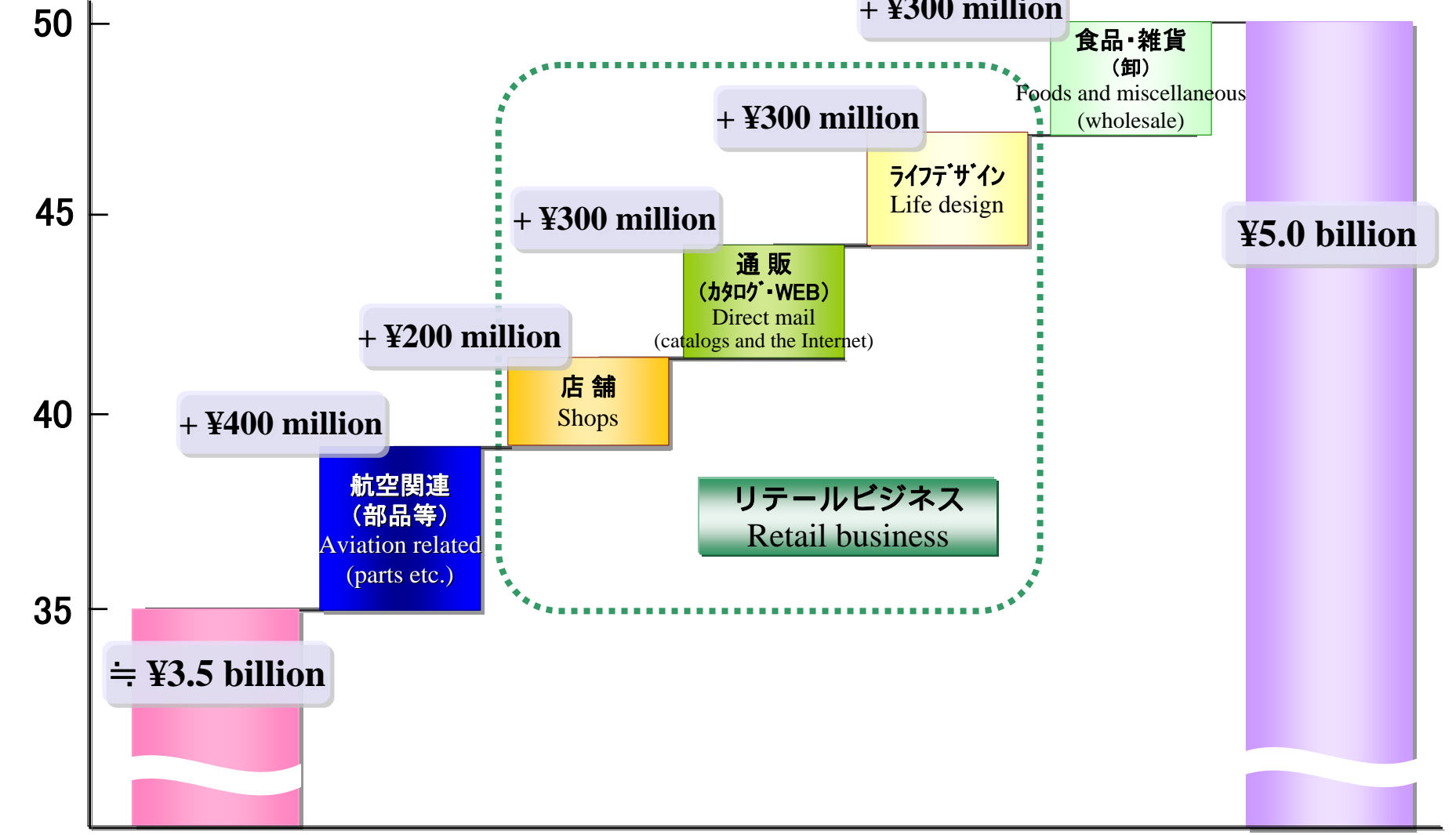
経常増益への寄与額(概算値)

Breakdowns of Increase in Ordinary Income (approx.)

中期
Mid-term



(unit: billion yen)



(Period ending) 07/3期

10/3期(計/E)

リテールビジネスの拡充による増益を中心に、中期期間中に約15億円の経常増益を計画
 We project 1.5 billion yen rise in ordinary income during mid-term plan centered on increased profit from expansion of retail business

配当金と配当性向の推移および計画

当期予想
March '08E

+

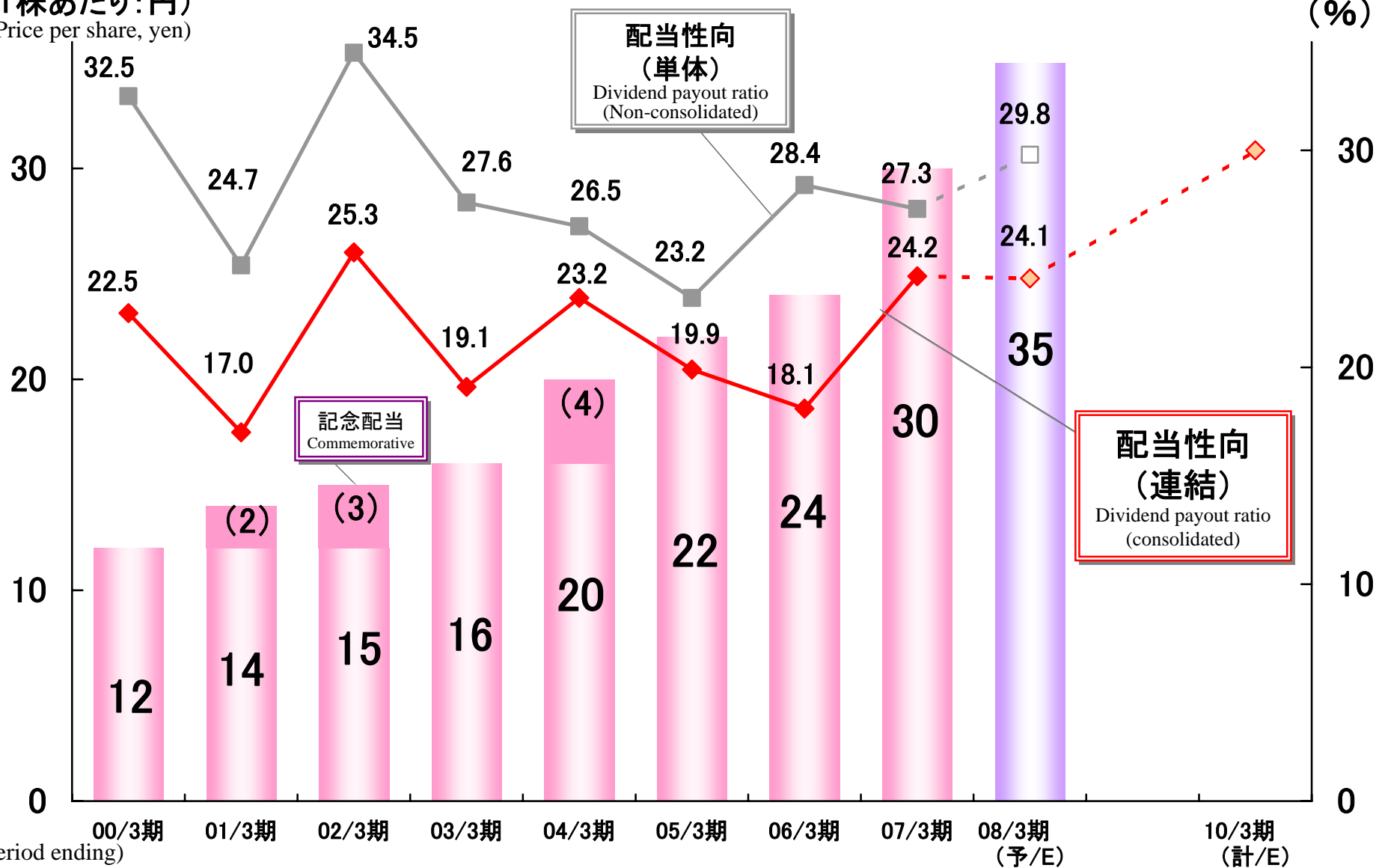
中期
Mid-term



Dividends and Payout Ratio Trends and Projections

(1株あたり:円)
(Price per share, yen)

(%)



配当性向の目標値を連結ベースに変更し、2010年3月期に配当性向(連結)3割を目指す

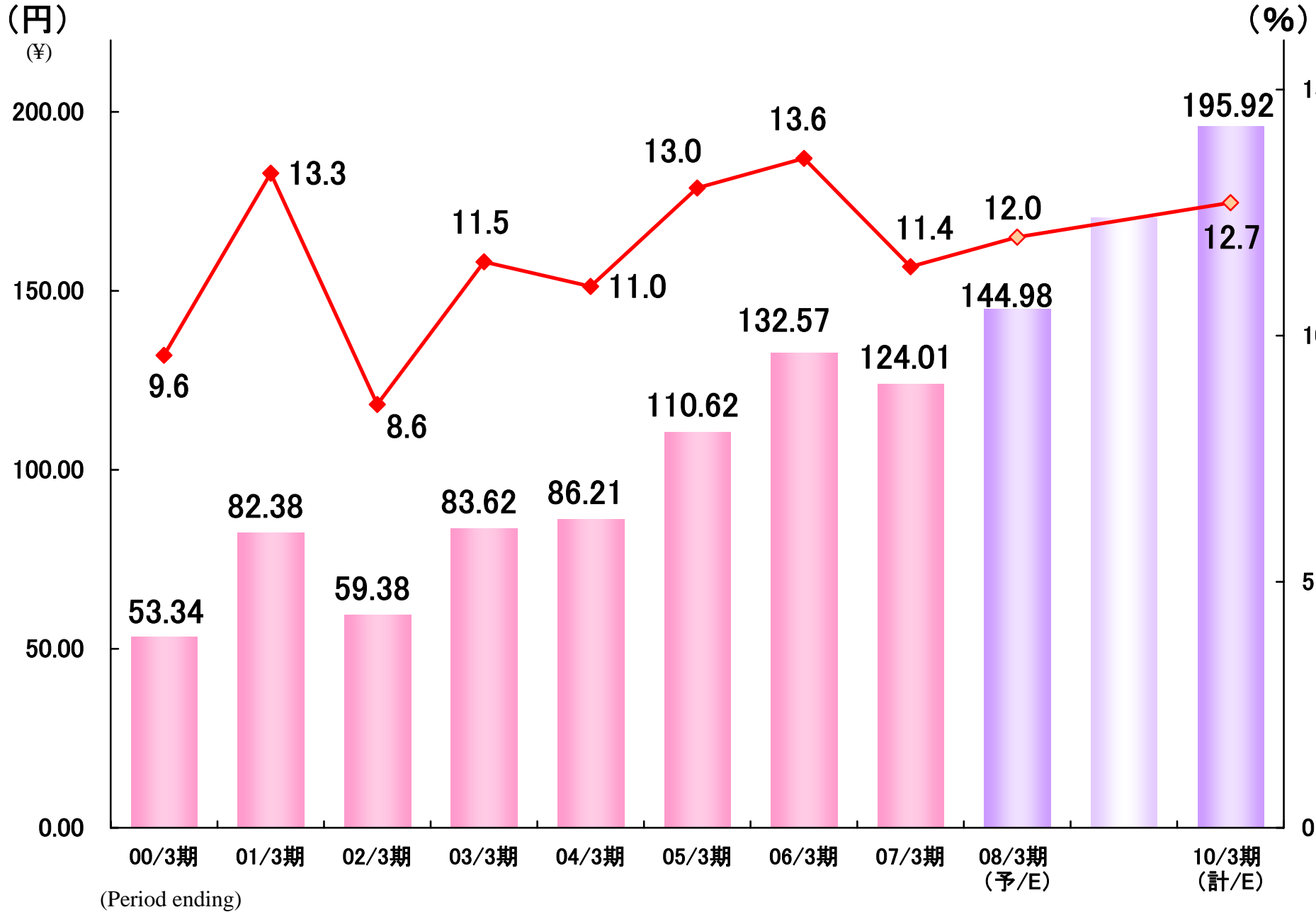
Dividend payout targets set to change to consolidated basis and reach 30% by period ending March 2010

EPS (1株当り当期純利益)とROEの推移および計画

EPS and ROE Trends and Projections

当期予想
March '08E

中期
Mid-term

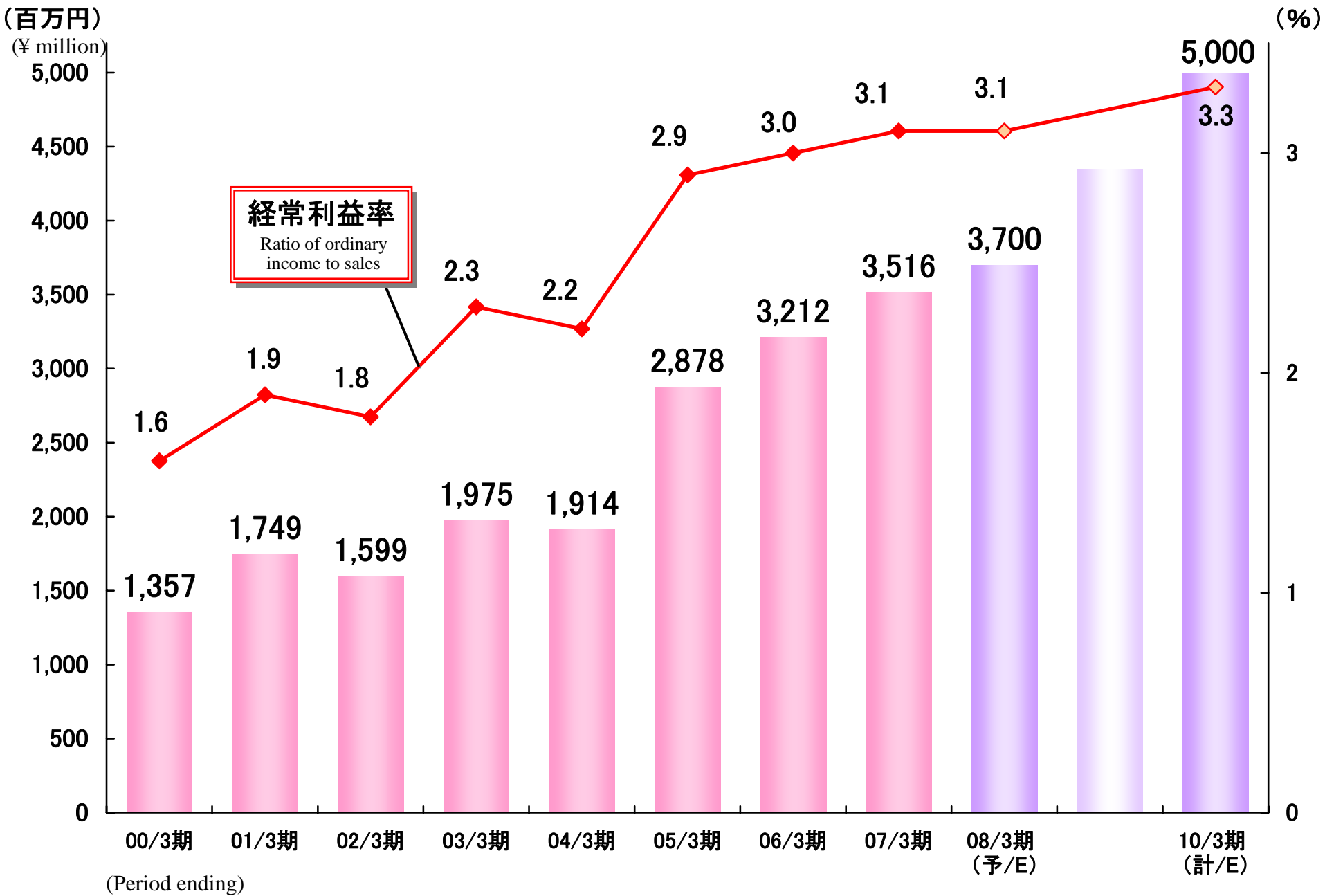


経常利益の推移および中期計画値

Ordinary Income Trends and Projections

当期予想
March '08E

中期
Mid-term



経常利益率
Ratio of ordinary income to sales

(Period ending)