

# 中期経営計画

# 「Next Stage 2020」の進捗

*Progress of medium-term management plan*

## 企業理念

# 幸せづくりのパートナー

～人に社会に環境にもっと豊かな輝きを～

## 企業文化

# ”Challenge & Change”

環境の変化をいち早く捉え、  
新たな領域を切り拓いて自らを進化させていく

## 事業 コンセプト

航空分野で培われた「安心」「安全」を礎として、  
高品質で独自性のある事業・商品・サービスを創造する。

## 【JALUXグループ長期ビジョン】

世界中のパートナーとともに、『JALUX-VALUE』を  
創造するビジネスリーダー

## 中期経営計画「Next Stage 2020」

### 持続的成長への新たな挑戦

～航空・空港分野に独自の強みを有するグローバルな企業集団へ～

#### 外部環境

- 航空需要増・航空産業拡大
- 規制緩和・インバウンド需要増
- 消費市場の細分化
- 国内人口減、世帯構造変化
- アジア各国の経済成長

#### 内部環境

- 既存事業収益の拡大
- 海外・戦略拠点の収益貢献
- コア事業創出に向けた継続的な取組み
- 一部不採算事業の撤退
- 健全な財務状況・投資余力維持

# 重点戦略・海外重点エリア・戦略推進の基礎



## 【重点戦略】

- 1 収益基盤の拡大
- 2 新たなコア事業の創出と育成
- 3 事業ポートフォリオの最適化

海外重点  
エリア

ASEAN域

米国

## 【戦略推進の基礎】

人材の育成と  
組織力の強化

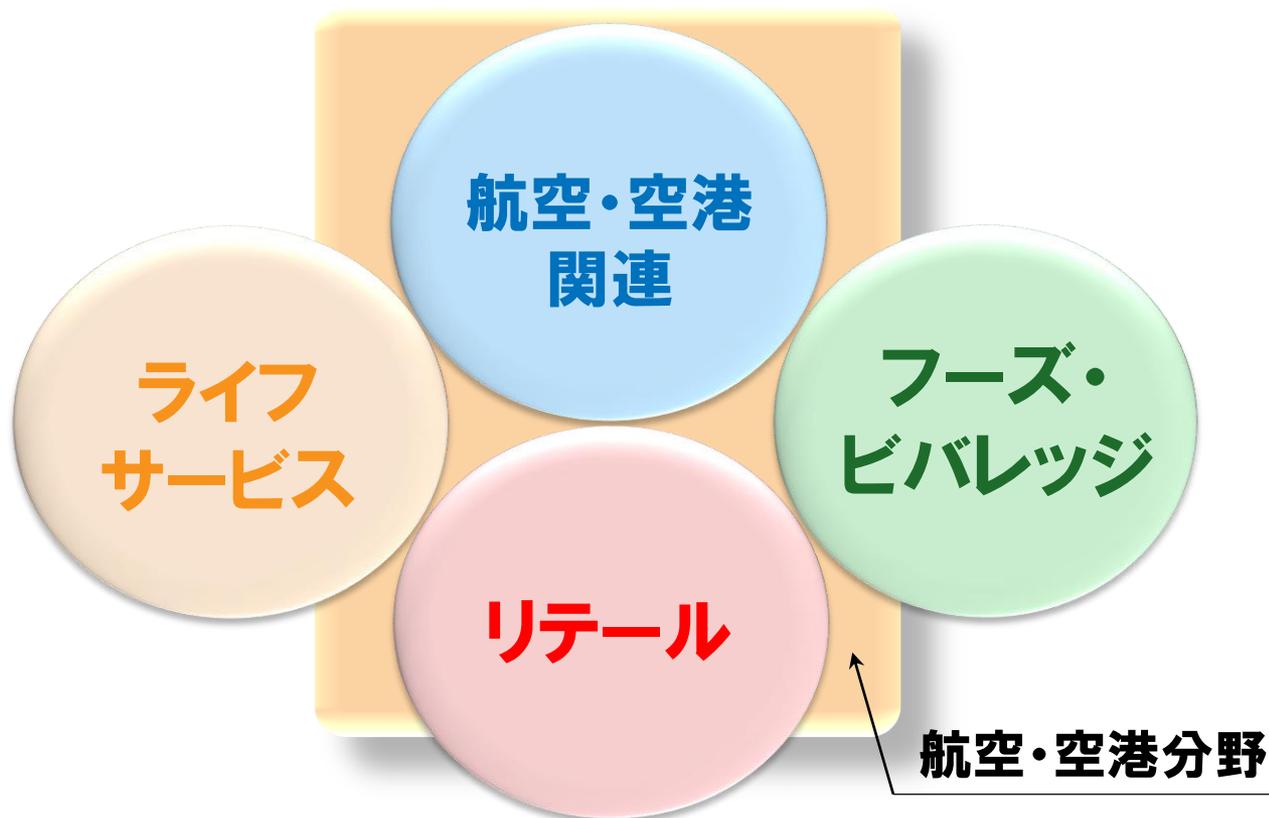
資金調達力と  
財務の健全性  
の確保

グループ経営  
の深化

# 4つの事業セグメント

2017年度より事業セグメントに対応した4事業本部体制へ移行。

<事業セグメント(事業領域)>



2018年度から執行役員が各事業本部長として指揮し、各事業セグメントにおける執行体制を強化。

# 計画達成へのロードマップ

## 【長期ビジョン】

世界中のパートナーとともに、『JALUX-VALUE』を創造するビジネスリーダー

Next  
Stage  
2020

## 【中期経営計画】

### 持続的成長への新たな挑戦

～ 航空・空港分野に独自の強みを有する  
グローバルな企業集団へ ～

#### [Second Step]

収益基盤の拡大

新たなコア事業の機軸化

事業ポートフォリオの最適化

2019

2018

#### [First Step]

2017

収益基盤の強化

新たなコア事業の開発・育成

2016

事業の選択と集中

着実に進行

一部収益化に貢献

一部不採算事業の撤退

# 事業方針と重点施策：航空・空港関連セグメント

## 事業方針

- 航空・空港でのニッチ市場を開拓し、大手企業にない競争優位性を確立
- 日本のエアラインで培った高品質な商品の供給・サービス提供を世界に拡大

## 重点施策

国内・海外拠点  
の連携強化

航空関連アセット  
ビジネスの展開

空港運営事業と  
周辺ビジネスの拡大

## セグメント利益

(共通経費配賦前営業利益)

(億円)



### ◆2020年度に向けた成長機会

- ・民間航空機の需要増大
- ・整備市場規模の拡大
- ・空港民営化(国内外)の流れ

### ◆今後の課題

- ・拠点間連携における機能強化

# 重点施策の今年度の取組み:航空・空港関連セグメント

## ①国内・海外拠点の連携強化

- 日本、米州、欧州、シンガポール拠点の連携強化による商圈拡大
- 既存運営空港における整備事業への取り組み
- 名古屋中京地区、西日本地区での航空機部品事業の拡大

## ②航空関連アセットビジネスの展開

- 航空機及びエンジンリース事業の拡大
- 航空機及びエンジン売買に関する仲介事業



## ③空港運営事業と周辺ビジネスの拡大

- JALグループとの連携による既存運営2空港での事業拡大
- 新たな空港運営参画に向けた活動



# 事業方針と重点施策：航空・ライフサービスセグメント

## 事業方針

- 実業を通じて、社会の発展や暮らしの質(QOL)の向上に貢献
- 専門性を高めた專業子会社をもって機動的な事業運営を実現

## 重点施策

空港周辺不動産開発  
シニア向け事業の推進

保険事業の深耕  
と拡幅

環境配慮型資機材の  
製造・販売強化

## セグメント利益

(億円)

(共通経費配賦前営業利益)



### ◆2020年度に向けた成長機会

- ・空港周辺不動産の需要拡大
- ・高齢者向け住宅の需要増加、多様化
- ・環境に配慮した商品ニーズの拡大

### ◆今後の課題

- ・新規事業の収益貢献

# 重点施策の今年度の取組み: ライフサービスセグメント

## ① 空港周辺不動産開発・シニア向け事業の推進

- 空港沿線を中心とした総合的な不動産事業の開発
- 機動的な投資による良質なアセットの拡充



## ② 保険事業の深耕と拡幅

- BPO事業の拡大とオペレーション効率の向上

※BPO (Business Process Outsourcing) 事業: 個人向け保険業務の一環である顧客サービス業務 (契約手続きやコールセンター業務など)の一部を受託する事業。



## ③ 環境配慮型資機材の製造・販売強化

- 米州におけるAQUA PATCH販売網の構築とアジア・北欧への横展開
- AQUA BLACKの販売体制強化

※AQUA PATCH : 水をかけると固まる道路補修材。

※AQUA BLACK : 中温化アスファルト合材プラント設備。



# 事業方針と重点施策：リテールセグメント

## 事業方針

- Made in/by JAPAN商材の開発・世界発信(海外店舗展開等)
- 顧客層の変化を先読みした商品開発・商品ポートフォリオの最適化

## 重点施策

多様な顧客ニーズに応える  
サービス・商品力の向上

海外リテール  
店舗の展開

オリジナル商品の企画開発  
とブランディング

## セグメント利益

(億円)

(共通経費配賦前営業利益)



### ◆2020年度に向けた成長機会

- ・航空旅客需要の増加
- ・インバウンド市場の伸長
- ・ASEAN諸国における経済成長

### ◆今後の課題

- ・販売力・企画開発力の強化

# 重点施策の今年度の取組み:リテールセグメント

## ①多様な顧客ニーズに応えるサービス・商品力の向上

- 人員体制強化、人材育成、システム活用によるサービス向上
- 「トラベル」「グルメ」をテーマにしたコンテンツの開発



## ②海外リテール店舗の展開

- ASEAN域内における新たな免税店舗の出店検討
- スイーツ店舗の海外展開



## ③オリジナル商品の企画開発とブランディング

- 提携工場やグループ内連携によるオリジナル商品の企画・製造体制の強化
- オリジナル商品のプロモーション強化



# 事業方針と重点施策：フーズ・ビバレッジセグメント

## 事業方針

- 「世界の食文化を日本へ、日本の食文化を世界へ」のコンセプトのもと商品開発・商材発掘を推進
- 加工・製造分野の強化によるバリューチェーンの拡大

## 重点施策

世界中のより良い商材の  
国内輸入販売拡大

高付加価値商品の  
海外輸出展開

加工・製造分野強化

## セグメント利益

(億円)

(共通経費配賦前営業利益)



### ◆2020年度に向けた成長機会

- ・日本食ブームの到来
- ・農林水産物、食品の輸出拡大
- ・食の安全・安心に対する意識の高まり

### ◆今後の課題

- ・気候変動による調達リスクの軽減

# 重点施策の今年度の取組み:フーズ・ビバレッジセグメント

## ①世界中のより良い商材の国内輸入販売拡大

- 評価の高いワインリストの構築と販売強化
- 新たな商材・産地の開発



## ②高付加価値商品の海外輸出展開

- 国内生鮮食品の海外展開
- 日本製造の良質な酒類(日本酒・焼酎)の海外輸出



## ③加工・製造分野強化

- 水産加工品のラインナップ拡充
- 土産菓子などのオリジナル商品の開発



# 【TOPICS】高付加価値商品の海外輸出展開

➤ **タイ初 日本生鮮卸売市場『トンロー日本市場』を2018年6月開業予定**

＜外観イメージ＞



＜出店エリア＞

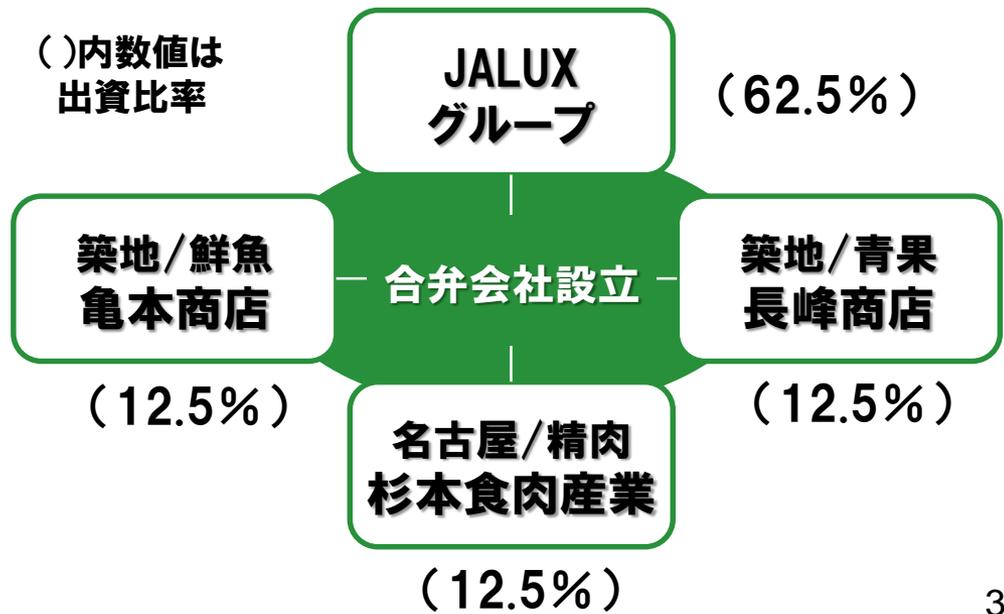
- ・スクンビット・トンローエリア
- ※バンコクの中でも特に日本食レストランの多いエリア

## 【合併会社概要】

会社名：J VALUE CO., LTD  
 設立年月日：2018年3月15日  
 資本金：44,440,000バーツ

### 事業内容：

タイ バンコクにおける日本産生鮮食材(鮮魚・野菜・果実・牛肉等)の業務用卸売市場の運営



# 2018年度 連結業績予想

	2017 年度実績	2018 年度予想	2020 年度目標
連結経常利益	51.7億円	55億円	80億円
ROE (自己資本当期純利益率)	12.8%	13.0%	15.0%
ROA (総資産経常利益率)	11.1%	10.9%	12.0%
(参考)			
連結売上高	1,534億円	1,600億円	2,000億円
セグメント利益*	64億円	70億円	105億円

\*セグメント利益: 共通経費配賦前営業利益合算値