

## 2017～2020 年度 中期経営戦略について

### ～ 地域と世界を繋ぐグローバルエアラインに進化する ～

株式会社ソラシドエア(本社:宮崎県宮崎市 代表取締役社長:高橋 洋)では 2017～2020 年度中期経営戦略を策定しました。

前経営計画(2015-2016 年度)期間は、世界情勢の先行きの不透明、国内の競争激化など、取り巻く環境が大きく変化するなか、経営ビジョン『新たな成長に向け、強いソラシドエアになる』のもと、安全で高品質な運航、サービスの提供を第一に、「株式会社ソラシドエア」への社名変更、国際線チャーター便の運航(宮崎-高雄、羽田-仁川)、オペレーション体制の強化、構築等、社員一丸となり着実に前経営計画を遂行するとともに、熊本地震からの復旧、復興に全力を尽くしました。

今般、2017～2020 年度中期経営戦略において経営ビジョンを『地域と世界を繋ぐグローバルエアラインに進化する』と定め、安全運航を堅持しながらも、成長の歩みを止めることなくソラシドエアらしいサービスの提供により安心して快適な空の旅を提供し、お客様や地域にとってなくてはならないエアラインであり続けると共に、新たな領域での更なる成長に向けて一層の企業価値の向上と社会への貢献を図ってまいります。

本中期経営戦略では、これらの達成のため、以下の戦略を実行します。

#### 1. 経営ビジョン

『地域と世界を繋ぐグローバルエアラインに進化する』

#### 2. 基本方針

「当社の強みや独自性を発揮しつつ、事業規模の更なる拡大と持続的な収益力確保を進め、一層の企業価値の向上と社会への貢献を果たしていける会社へと成長を遂げる」

#### 3. 重点課題

➤ 3つの観点

①らしさの追求 ②フィルド<sup>®</sup>の拡大 ③将来を見据えた組織・機能・人財

➤ 6つの成長の柱

①オペレーション品質の向上 ②マーケティング・営業力の強化 ③サービス・プロダクト品質の向上  
④組織・人財の強化 ⑤社内風土・ロイヤリティ強化 ⑥強固な経営基盤づくり

#### 4. 定量目標

(1) 損益関連

売上高営業利益率 4%以上 ユニットレベニュー=8.8 円以上 ユニットコスト=8.5 円以下

(2) オペレーション品質

就航率 99%以上

#### 5. 事業戦略

(1) 路線・便数計画

① 国内線

2018 年度を目途に国内線を拡充する

中長期的な売上の拡大及び利益確保に向けて、競合環境等を踏まえつつ既存路線/便数について継続的に分析・評価を行うとともに、路線の拡大を目指します。

② 国際線

現有機材を有効活用しチャーター便で経験を積み、2019 年度中の定期便化を目指す  
チャーター便の運航を継続的に実施するとともに、国内線とあわせて海外とのネットワークの構築によるお客様の利便性向上と効率的な運航体制を検討します。

(2) 機材計画

路便計画に合わせ中長期的な効率性等を考慮し、中期経営戦略期間中に 2 機の増機を計画します。

(3) 生産計画

	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
運航予定便(便)	24,572	25,493	26,813	26,740
提供座席キ口(百万)	4,419	4,560	4,765	4,752

※上記に国際定期便分は含まず

## 6. 損益計画

2018年度を目途に国内線を拡充することにより、2019年度には売上高400億円超えを目指します。また、費用面においても本邦エアライン最高水準のコスト競争力に更なる磨きをかけ、当期損益については中期経営戦略期間中10億円超えを目指します。

(単位:億円)

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
売上高	379	396	416	420
営業損益	14	19	21	17
当期損益	10	13	11	13

営業利益率(%)	3.9	5.0	5.2	4.2
ユニットコスト(円) (参考:燃油費除)	8.3 (6.8)	8.3 (6.6)	8.3 (6.6)	8.5 (6.8)

為替前提(円/ドル)	115	115	115	115
原油価格前提(ドル/バレル)	55	60	60	60

※上記に国際定期便分は含まず

※ なお2016年度決算は、売上高381億円、営業利益39億円、当期利益24億円を見込んでおります。

## 7. 主要な取り組み

経営ビジョン及び基本方針を実現するため、安全やオペレーション品質を確保しつつ、個別戦略を実行していきます。

特に本中期期間においては①「らしさの追求」のためブランド戦略とそれに基づくマーケティング戦略に加え、今回新たにサービス・プロダクト戦略を策定し、地域の良さをお客様に届けるなど、顧客満足度の向上とお客様への訴求を強化していきます。②「フィールドの拡大」については、訪日旅客も含めた新たなマーケットを開拓し利用者利便の向上と地域/地元へ根差した公共交通機関としての責任を果たす事業戦略を構築します。③これらの成長を支え競争に打ち勝っていく「人財」の育成を加速していきます。

### (1) 安全推進

当社において“安全運航”は第一の使命であり、全てに優先される最重要課題となります。本戦略では社会的責務を果たし、航空会社として存在しつづける事を目標として、「SMS(Safety Management System)の進化、強化」を重要課題として実行します。

(2) 事業戦略

取り巻く環境を勘案し、中長期的な売上の拡大及び利益確保を目的に、既存路線を評価し新規路線を含めて路便の張り方を継続検討し展開します。あわせて経済合理性を考慮しつつ、路線に合わせた機材数、保有形態等の最適化を適宜進めます。

(3) オペレーション戦略

安全運航と定時運航を堅持し快適性及び利便性を更に向上させます。また、オペレーション体制の強化と充実したサポート体制を確立していきます。更に生産本部(運航本部、整備本部、運送本部)内の連携を強化し、お客様視点にたったオペレーションを提供します。

(4) ブランド戦略

ソラドエアが目指すべきブランドコンセプト・ポリシーに基づき、九州・沖縄の翼といった当社の強みを生かしブランド価値を高め、他社との明確な差別化や一貫したブランド価値の訴求と認知度の向上を目的に、①らしさの追求、②ブランドイメージの向上/確立、③インナーブランディングの推進を重要課題として実行します。

(5) マーケティング・営業戦略

新しいサービスやマーケット・販売チャネルの変化に機動的に対応するとともに、ビジネス需要、インバウンド需要への積極的な取り組みを行います。

(6) サービス・プロダクト戦略

多様化する顧客のニーズにフィットするサービスの提供と地域色を生かした他社との差別化により、厳しい競争環境の中でも選ばれ続ける存在(価値)を確立するために、①企画・開発力の強化、②継続的な品質向上、③人的サービスの向上を重要課題として実行します。

(7) 人財戦略

「自律と自発」「改革と成長」「グローバル対応」をキーワードに、いかなる環境変化にも対応し得る確固たる土台を支える人財を育成していきます。

(8) 経営基盤の強化

当社が更なる継続的な成長を実現するための企業体質と経営基盤の強化を目的として、①CSR経営のさらなる推進、②財務戦略の強化、③ITの戦略的活用を重要課題として実行します。

以上