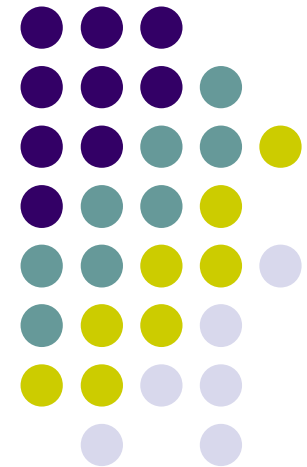


中期経営計画概要 2006年～2008年

2006年3月10日



目次



- 最終年度の連結業績目標
- 連結グループ会社概要
- 最終年度の単体業績目標
- 営業費用
- 商品別売上高
- 商品別営業収益
- 企画旅行販売チャネル別営業収益
- 団体旅行：ECC・その他団体別営業収益
- 成長戦略
 - 1, 「メイト」「ホリデイ」の販売拡大
 - 2, ECCへの取り組み強化
 - 3, プラットフォーム戦略の推進



最終年度の連結業績目標

百万円

	2005年予想	2005年実績	2006年予想	2008年目標	2006年との増減
営業収益	86,000	84,521	86,500	92,000	5,500
営業費用	84,000	82,561	84,300	84,800	500
営業利益	2,000	1,960	2,200	7,200	5,000

* 2008年営業利益: KNT本体で50億円、グループ会社22億円(旅行業約18億円、ホテル業約1億円、損害保険業約3億円)

連結グループ会社概要



旅行業: ツーリストサービス、ユナイテッドツアーズ、ケイアイイーチャイナ
相鉄観光、昭和トラベラーズクラブ
< 海外旅行会社 > 近鉄インターナショナル(USA、EUR、OCE)等

保険業: 再保険会社 H & M INSURANCE HAWAII
GRIFFIN INSURANCE

ホテル: 箱根高原ホテル、奥日光高原ホテル
沖縄都ホテル(持分法適用)

その他: 近畿日本ツーリスト情報システム、ツーリストエキスパート
近畿日本ツーリスト東京事務センターなど

連結子会社: 32社 持分法適用非連結子会社: 2社
持分法適用関連会社: 4社

最終年度の単体業績目標



百万円,%

	2005年予想	2005年実績	2006年予想	2008年目標	2006年 との増減
売上高	500,000	477,543	500,000	523,000	23,000
営業収益	70,000	68,005	70,000	75,000	5,000
収益率	14.0	14.24	14.0	14.34	0.34
営業費用	69,500	67,696	69,000	70,000	1,000
純費用	52,630	51,408	51,600	51,600	0
割戻手数料	16,870	16,288	17,400	18,400	1,000
営業利益	500	309	1,000	5,000	4,000

< 2006年予想と最終年との比較 >

* 営業収益は収益率のUP(売上減価パンフレットコスト 3億円、商品構成の変化等)で18億円、販売の拡大で32億円と50億円の増収。

* 営業費用の純費用は横ばい、プラットフォームによる提携販売の拡大で割戻手数料10億円の増加で、合計10億円の増加。

* 営業利益で40億円の増加。

営業費用(純費用)



2005年当初予想より 12億円の主な要因

- コンピューター経費： 3億円
- 事務所維持費： 3億円
- 人件費・退職給付費用等： 6億円

2005年実績と2006年予想の差異

- コンピューター経費： 2億円
- パンフレット発送等の運送費： 2億円
- 事務所維持費(店舗の改装等)：4億円
- CRM関連費用：2億円
- 人件費：給料手当は社員構成比の変化で減少、臨時給は増加。

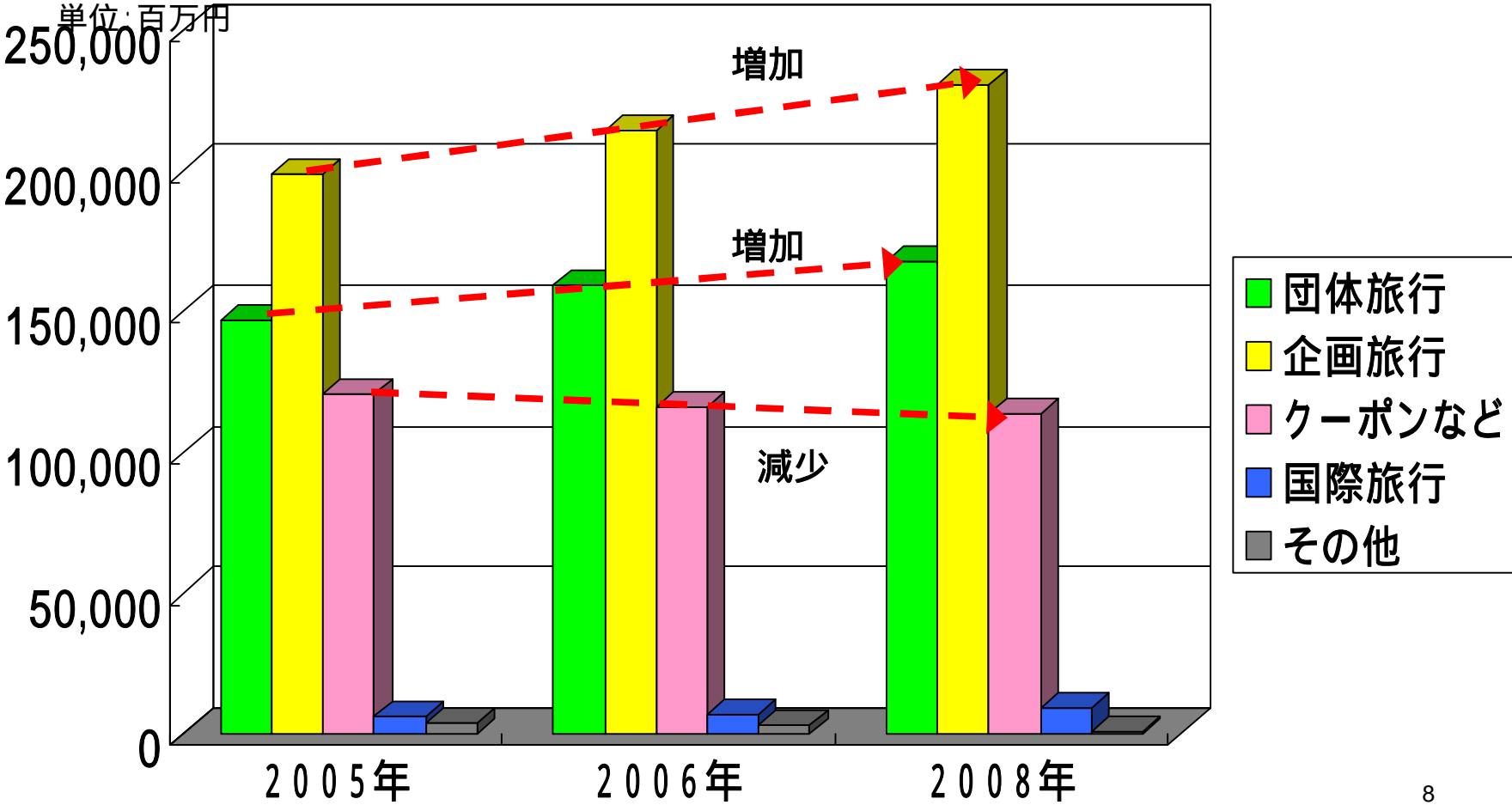
商品別売上高(単体)



百万円

	2005年予想	2005年実績	2006年予想	2008年目標	2006年との増減
団体旅行	159,700	147,337	159,500	168,100	8,600
企画旅行	207,700	199,197	214,300	230,500	16,200
クーポンなど	123,200	121,057	116,200	113,800	2,400
国際旅行	6,600	6,295	7,000	9,600	2,600
その他	2,800	3,657	3,000	1,000	2,000
合計	500,000	477,543	500,000	523,000	23,000
eビジネス	25,000	20,000	25,000	50,000	25,000

商品別売上高(単体)



商品別営業収益(単体)

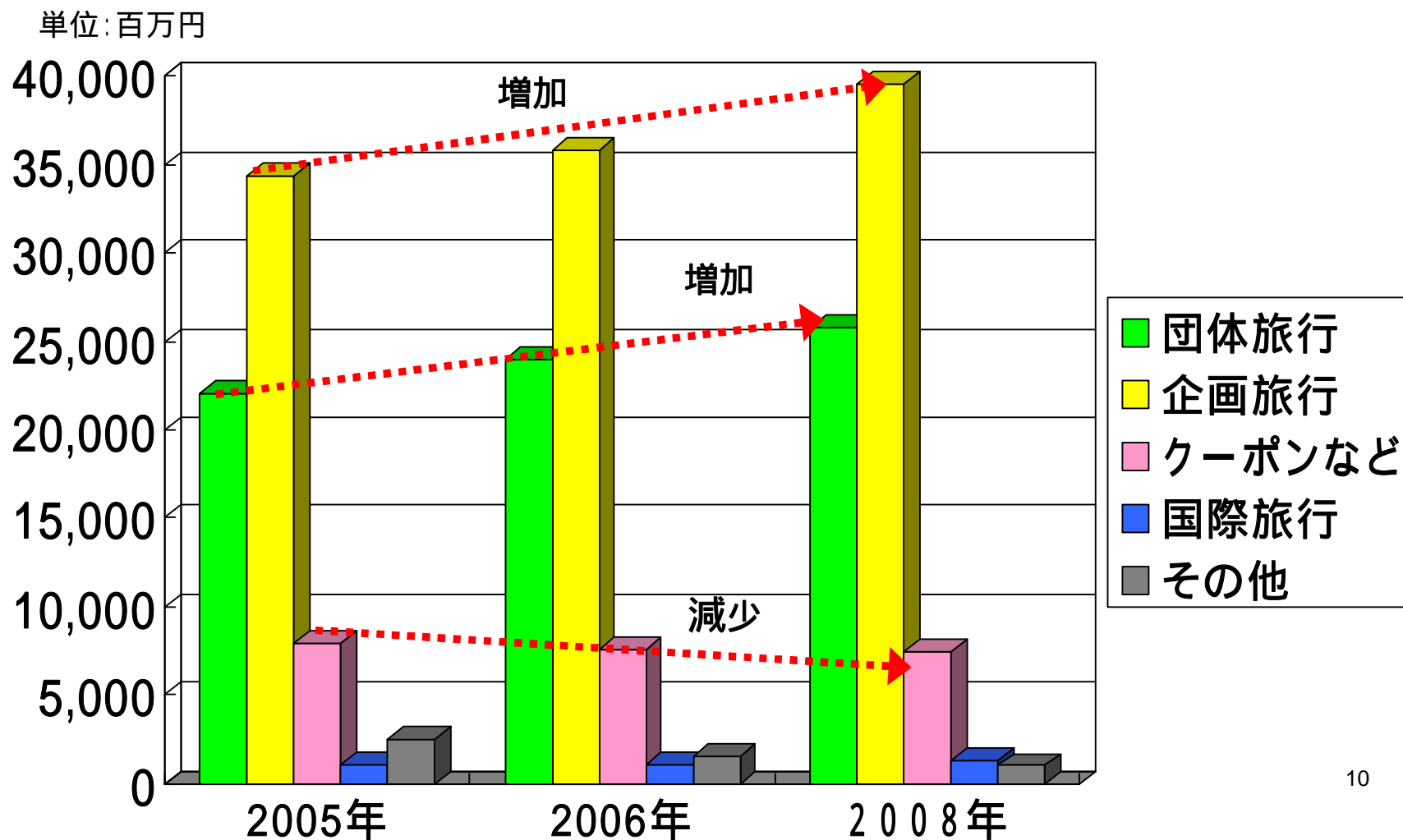


百万円

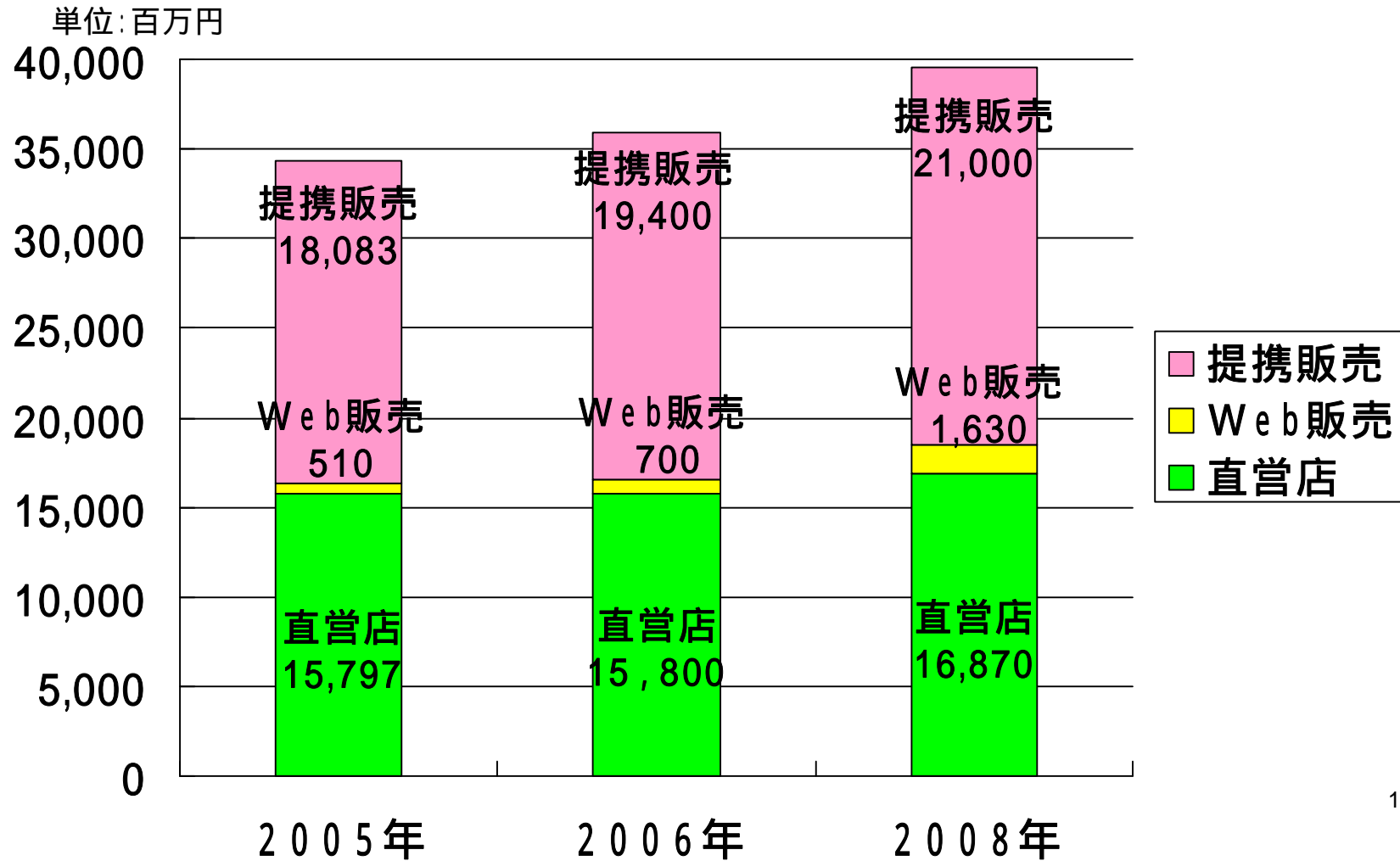
	2005年 実績	収益率	2006年 予想	収益率	2008年 目標	収益率	2006年と の増減
団体旅行	22,062	14.97	24,000	15.04	25,800	15.35	1,800
企画旅行	34,390	17.26	35,900	16.75	39,500	17.14	3,600
クーポン など	7,937	6.56	7,500	6.45	7,400	6.50	100
国際旅行	1,084	17.22	1,000	14.29	1,300	13.54	300
その他	2,532	69.24	1,600	53.33	1,000	100.00	600
合計	68,005	14.24	70,000	14.00	75,000	14.34	5,000



商品別営業収益(単体)



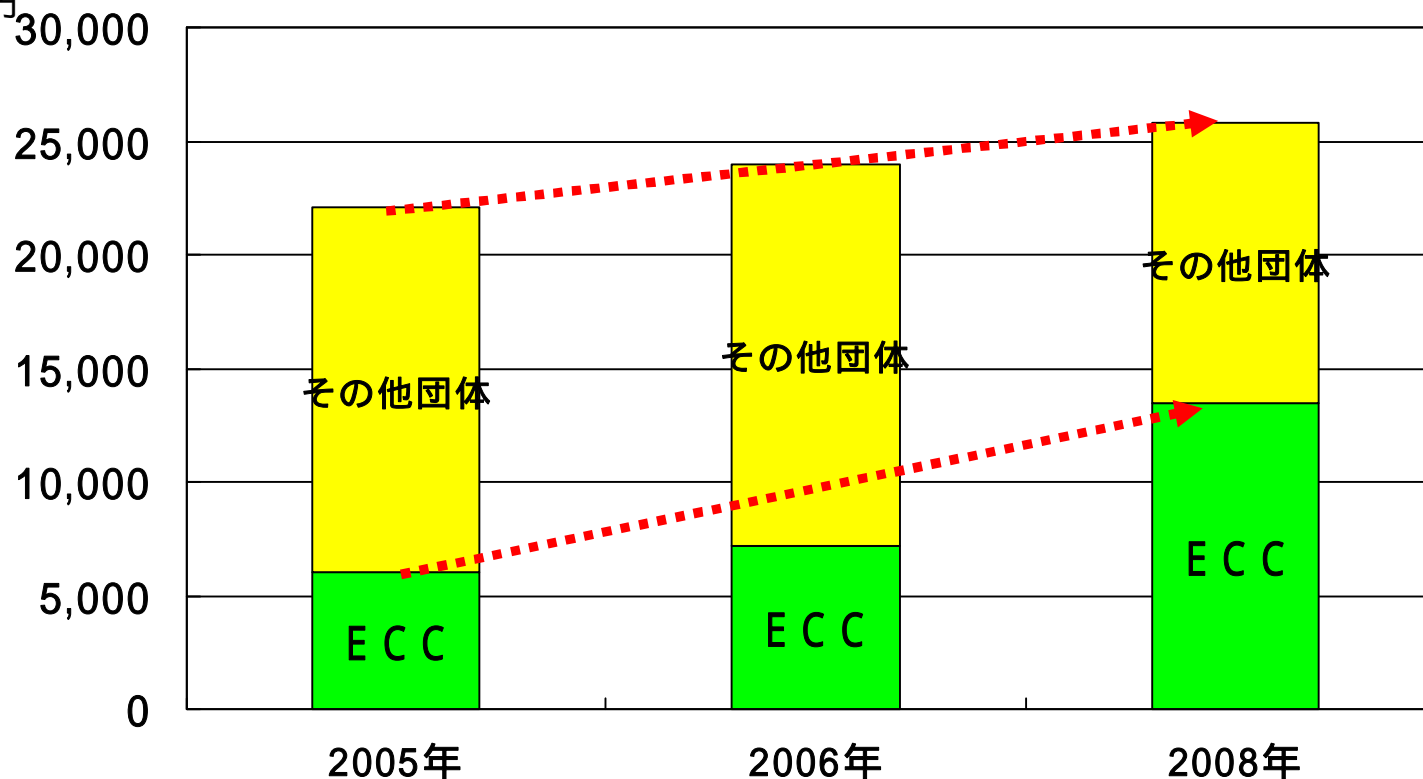
企画旅行販売チャンネル別営業収益



団体旅行: ECC・その他団体別営業収益



単位: 百万円



	2005年実績	2006年予想	2008年予想
その他団体	16,062	16,800	12,300
E C C	6,000	7,200	13,500
計	22,062	24,000	25,800



成長戦略

- 1, 企画旅行「メイト」(国内パッケージ)
「ホリデイ」(海外パッケージ)の販売拡大
- 2, 団体旅行:ソリューション提案による
ECCへの取り組み強化
- 3, プラットフォーム戦略の推進

1、「メイト」「ホリデイ」の販売拡大 商品・店舗・提販戦略



商品展開: アクティブシニアをターゲットに春には新シリーズを商品化

店舗展開: 直営店は店舗コンセプトを明確にし、次世代型店舗を展開
4月に都内に次世代型店舗のパイロット店をオープン。コミュニケーションとコンサルティング機能を重視した店舗デザイン

TSによる量販店やショッピングゾーンへの小規模店舗の展開

提携販売の拡大: OEM販売やチャーター等の共同企画・販売の強化

< 今年のチャーター戦略 > オフラインダイレクト

地方空港発着フライトを増やし、エアーズロック1,000名、カナダ1,000名をはじめ2万名(前年比140%)の目標



クロスメディア戦略

- 一般的に従来旅行業の重荷といわれている「リアル店舗」、「優秀な社員(人財)」、「パンフレット」の3つを強みにする。
- 「リアル店舗」、「人財」、「パンフレット」と「パソコン」、「携帯電話」、「デジタルテレビ」の融合。
- 今まで実験的に行ってきた「カシャ旅」を本格稼働する。
- 夏を目処に携帯電話で「本日の宿」を販売する。
- Web、携帯と印刷物などの販売ツールをうまく融合させることでWeb專業者に勝ち、インフラを持つ携帯キャリア各社はもちろんのこと通信企業や出版会社に限らず、会員システムやポイントシステムを有する優良企業やカード会社との連携強化を図っていく。

クロスメディア戦略

具体的な取り組み



< 平成17年 >

2月 「カシャ旅」サービス開始

QRコードで読み取る携帯電話での宿泊予約の販売

7月 「旅ツウ」オープン

インターネット販売会社マーキュリー22との提携販売により、
新たにサイトをOPEN

7月 「Map Fan Web」商品提供

10月 携帯3キャリア (NTTドコモ、AU、ボーダフォン) に
カシャ旅の公式サイトオープン

< 平成18年 >

2月 マーキュリー22と資本提携

2, ECCへの取り組み強化



ソリューション提案力の強化

研修等による人材の育成

例) 地域振興プロデューサー養成の研修
営業力強化研修の実施

ナレッジの共有化、業務の効率化のため、ECC専門店を集中化
(H18年1月から)

旅行業のノウハウを生かした事業領域の拡大

地域再生プロジェクトに人を派遣: 鳥羽、稚内、芦原、桑名
公設民営(指定管理者制度に参入)

別府ビーコンプラザ(H18年4月)、

島根県立古代出雲歴史博物館(H19年3月)

地域ブランディング事業への取り組み(国内旅行のインバウンド)

3 , プラットフォーム戦略の推進



目的

旅行業の現状を根本的改革的改革するため、共有可能な機能は会社の枠を超えてプラットフォームを組み、各社でシナジー効果を生み出していく。

共有プラットフォームの基準…キーワードは「個性」

- それぞれが保有しなくても会社の「個性」に影響しないもの
- 「個性」に多少の影響があっても共有化により大幅にコスト構造が変わるもの
- 「共有化」「標準化」により営業力の強化になるもの



他社(同業・異業種)との協業体制の構築

業務・販売・資本提携、商品提供など、様々な形での販売・業務上の連携を進め、各社が単独で持っているプラットフォームを共有化する。

プラットフォームの7つのアイテム

- 商品企画・造成・販売
- 予約販売システム
- Web販売機能
- 国内・海外仕入
- 社員教育システム
- リスクマネジメント
- 駅・グループの活用



具体的な取り組み

<一部の会社をご紹介>

相鉄観光

- メイト・ホリデイのインスタシェアが30%強に。売上高は前年比メイト153%、ホリデイ171%にアップ

読売旅行

- 当社がランドを提供したチャーターアライアンスとして昨年夏にエアーズロック、アイスランドを販売
- 当社の危機管理のプラットフォームを共有し、バリ島でのテロに際し当社のリカバリーセミナーや研修旅行に参加、危機管理情報を配信
- 北海道キャンペーンの共同展開

南海国際旅行

- メイト・ホリデイの売上実績は前年比131%にアップ
- 営業所のない沿線の駅構内にパンフレットラック20台配備し、南海沿線住民に宣伝告知とカシャ旅の販促実施
- 当社のカウンター実務者研修に同社から8名参加



具体的な取り組み

昭和トラベラーズクラブ

- 昨年12月22日に、昭和自動車グループの子会社であった昭和トラベラーズクラブを子会社化
- 昭和グループはトヨタ系の会社として販社、レンタカー、L&F(ロジステック&フォークリフト)、修理などの会社11社を含む総勢31社、6,000名の社員数を抱える北部九州地区の優良企業群
- 北部九州地域における販売ネットワークの拡充と地域密着型団体・昭和グループ内での営業を推進中

フライト・センター株式会社(Fcm Travel Solutions社)

- 平成17年8月にオーストラリア最大の総合旅行会社とビジネストラベル分野の業務提携し、同社のBTM事業子会社のFcm Travel Solutions社の顧客とのBTM契約を受注(年間業務出張取扱高は約1億円)
- 今後、同社が契約している約50社のグローバル企業の日本支社、東京支店の出張ビジネスの取り扱いを取り込む。
今年の目標は5社、売上高6億円



今後の展開

- 1, 地域新聞社およびその系列旅行会社との連携
KNTが得意とする団体営業でのソリューション提案力を新聞社の情報ネットワークで活かす。
- 2, インハウス系旅行会社との業務・販売提携
両者でプラットフォームの共有化を進めていく。
 - TIASのサポート業務の利用を開始
 - TS海外土産品のWebリンクを開始
 - TEXの添乗員派遣の交渉を開始
 - グループイントラ内のホームページから当社のホームページへのリンク
- 3, ある分野に強い会社との資本提携
旅行需要のある特定分野(国際会議等)において、歴史・信頼・実績を持つ会社との資本提携を含んだ提携交渉