

2018年8月7日

各位

会 社 名 株 式 会 社 グ リ ー ン ズ
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 松 井 清
(コード6547 東証第一部・名証第一部)
問 合 せ 先 取 締 役 管 理 本 部 長 伊 藤 浩 也
(TEL. 059-351-5593)

中期経営計画ローリングに関するお知らせ

当社は、2017年8月25日に2018年6月期を初年度とした中期経営計画を公表いたしましたが、当社では経営環境の変化等に対応するため、ローリング方式により中期経営計画を毎年度改定することとしております。

つきましては、このたび2019年6月期から2021年6月期までの3ヵ年を対象とした中期経営計画（ローリング方式）を策定いたしましたので、お知らせいたします。

概要につきましては、添付資料をご参照下さい。

なお、2018年6月期の業績及び2019年6月期の業績予想等につきましては、本日付で公表しております「平成30年6月期 決算短信」をご参照ください。

※本資料には、当社の将来における売上高・利益等の業績に関わる計画や見通しが含まれております。これらは、当社が現時点で把握、入手可能な情報からの判断および想定に基づく見通しを前提としており、実際の業績等は大きく異なる場合があることを予めご了承ください。

以上



株式会社グリーンズ

中期経営計画

2019年6月期～2021年6月期

2018年8月7日

目次

1. グリーنزビジョン	P. 3
2. 2019年6月期 中期経営計画の位置づけ	P. 4
3. 2019年6月期 中期経営計画の基本方針	P. 5
4. 業績目標	P. 6
5. 中期経営計画における成長イメージと重点戦略	P. 7
6. 財務戦略	P. 15

1. グリーنزビジョン

高い競争力を有するグローバルブランドホテルを
中心とした国内有数の中間料金帯のホテルチェーン

Performance



Satisfaction

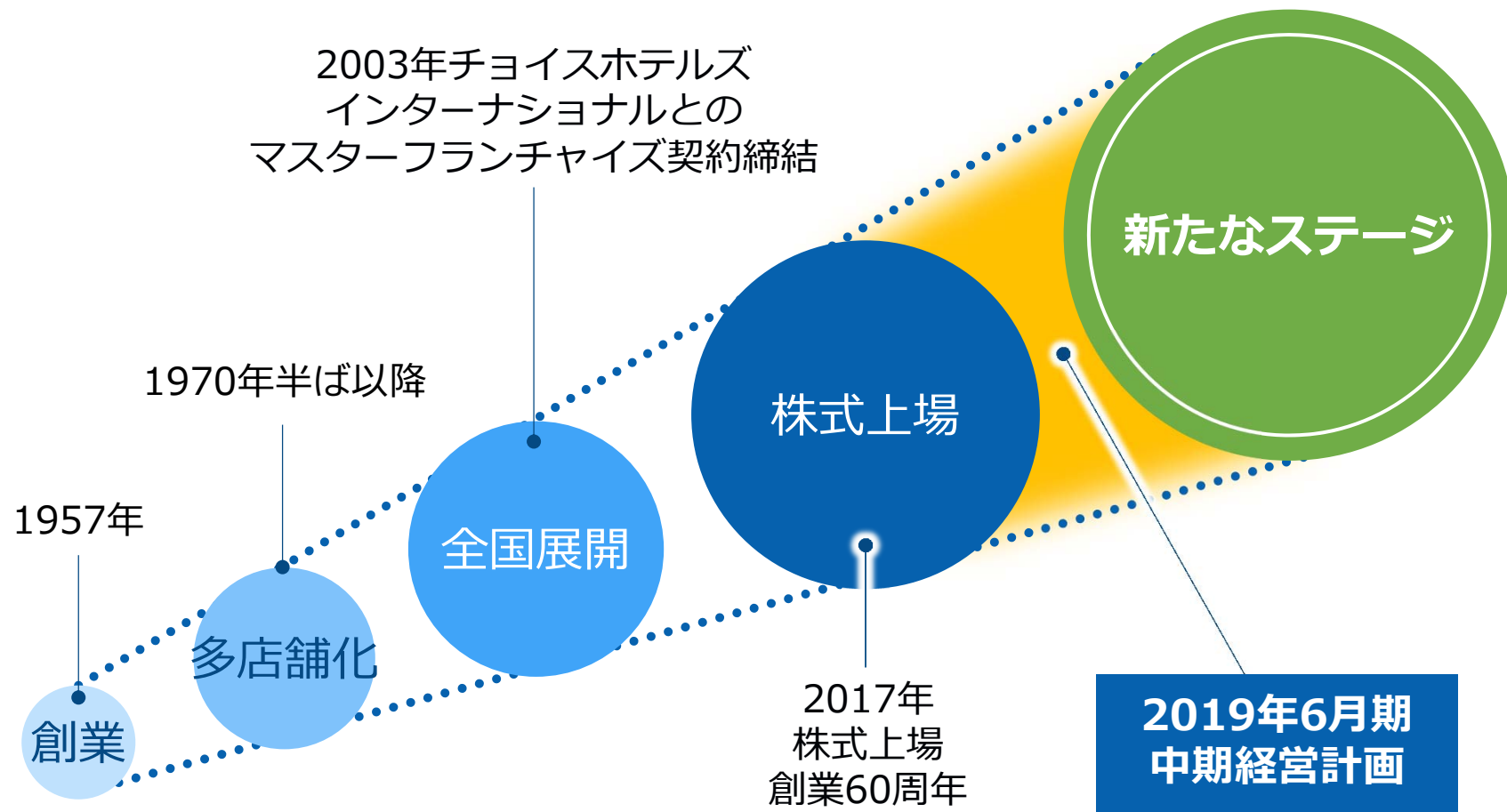
高い顧客満足度と従業員満足度を
実現した企業

Reliability

高い信頼性を誇る専門の中間料金帯
ホテルオペレーター

2. 2019年6月期 中期経営計画の位置づけ

新たなステージに向かう**基盤固め**の期間



3. 2019年6月期 中期経営計画の基本方針

新たなステージで成長を実現し、次なる**改革を推進**

- グリーنز企業目的、理念、ビジョンの実現を目指す。
- 持続的な成長と中長期的な企業価値、株主価値の最大化を目指す。
- 全てのステークホルダーとともに経営を推進し、社会の公器としての責任を果たす。

4. 業績目標

当期純利益は**CAGR12.7%の高い成長**を目標

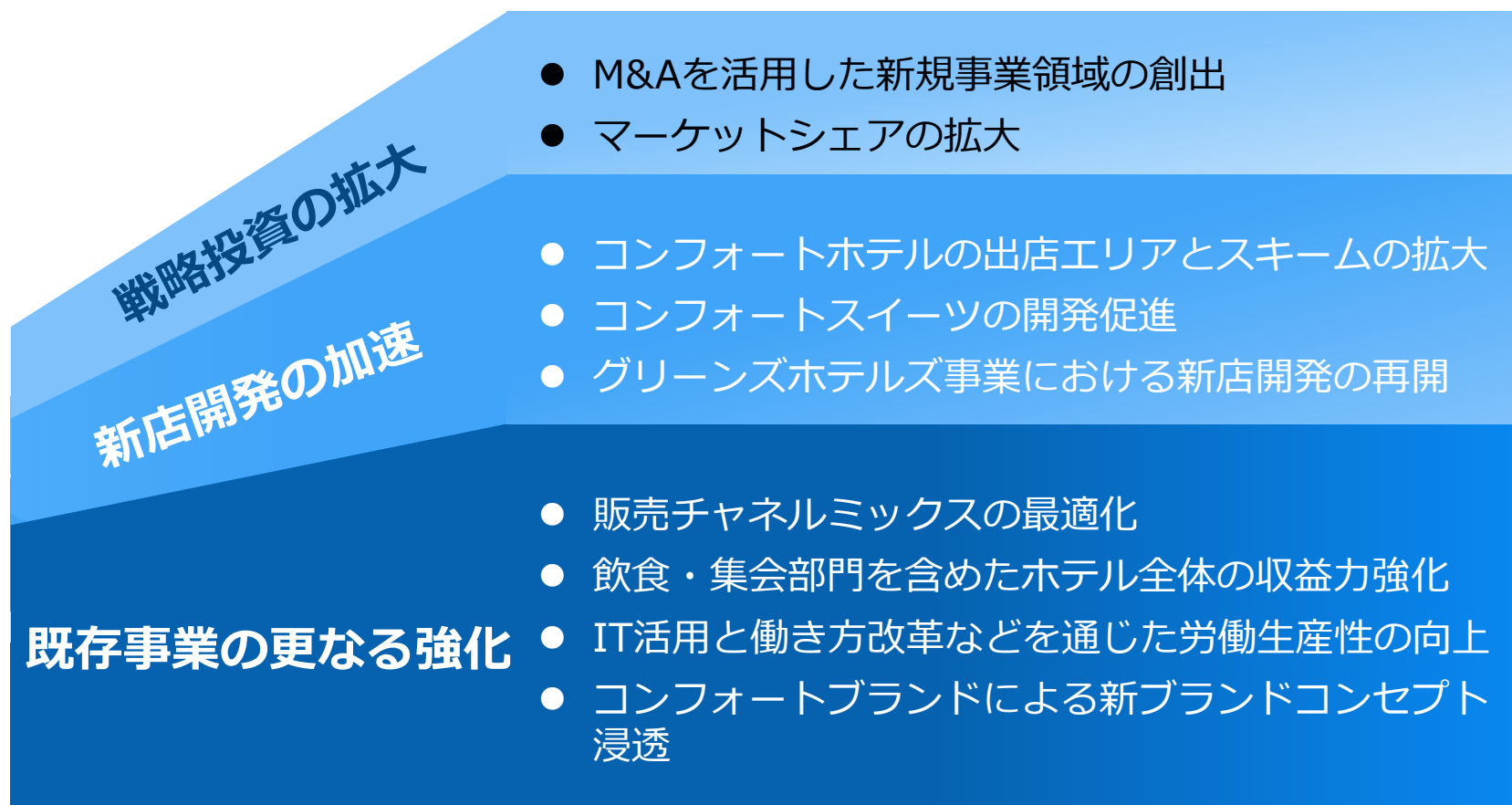
(百万円)

	2018年6月期 実績	2019年6月期 予想	2020年6月期 目標	2021年6月期 目標	18/6~21/6 CAGR*
売上高	27,143	31,026	32,000	34,000	7.8%
営業利益	1,908	2,273	2,400	2,600	10.9%
経常利益	1,864	2,258	2,400	2,600	11.7%
当期純利益	1,189	1,507	1,600	1,700	12.7%

*CAGR : Compound Annual Growth Rate (年平均成長率)

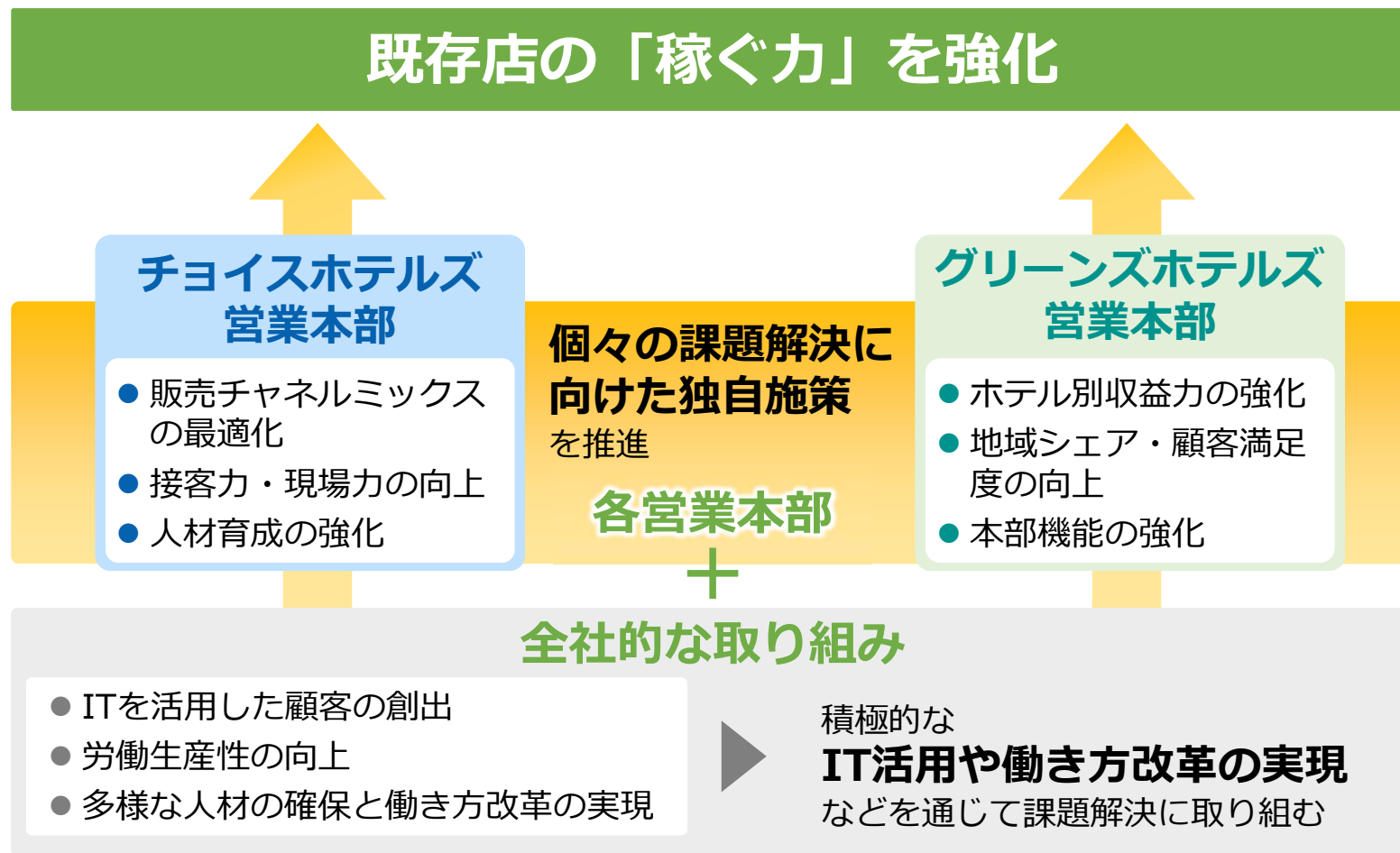
5. 中期経営計画における成長イメージと重点戦略

3つの重点戦略で新たなステージへの基盤固めを行う



5-1-1. 既存事業の更なる強化

各営業本部の独自施策に加えて、全社的な取り組みで
既存店の「稼ぐ力」を強化



5-1-2. 新ブランドコンセプトの浸透

新ブランドコンセプト“Color your Journey. 旅に、実りを。”
の浸透を通じてLTR* (他者推奨意向)80%を達成

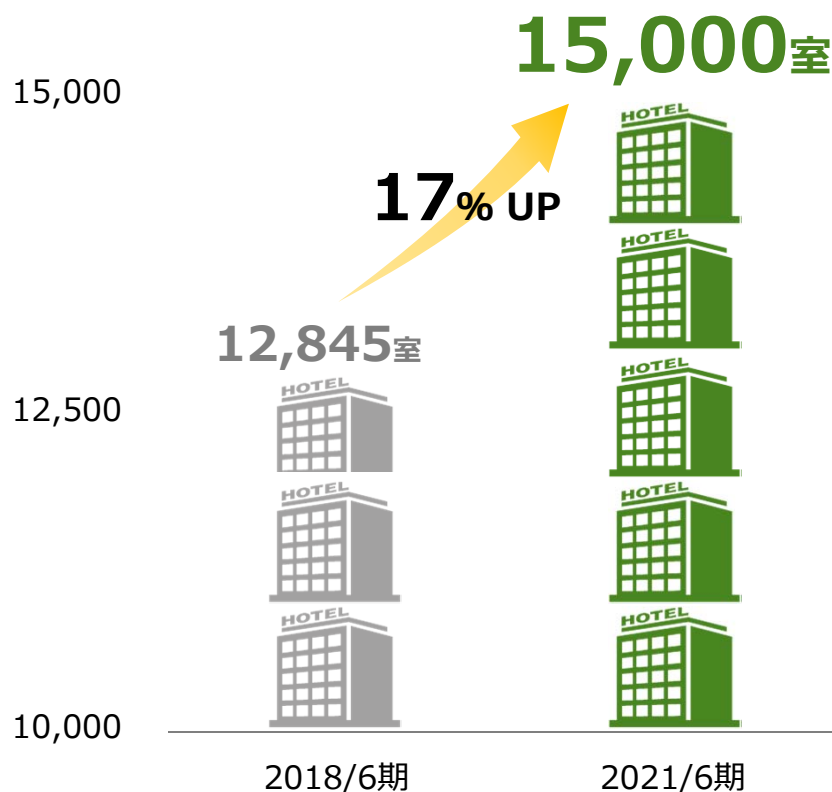


- 従来のコンフォートホテルが培ってきた“安心・安全”、“快適・快眠・朝食のバランスの良さ”、“明るさ・さわやかさ”に加え、お客様ひとりひとりの旅がより実りの多いものになるように、新しい商品・サービス、社内教育プログラムを導入

5-2-1. 新店開発の加速

多様な出店戦略を通じて、
3年後に**国内トップ10以内の運営客室数・15,000室**を目標

国内トップ10以内のホテルチェーンへ



施策

- 都市別の宿泊需給バランスを踏まえて
コンフォートホテルブランドの出店エリアを
拡大
- 戦略的な立地においては、所有スキームでの
出店も検討
- レジャー需要やインバウンド需要の見込める
立地ではコンフォートスイーツを積極展開
- 狭小土地ではグリーンスホテルズ事業でも
新店開発
- 引き続き、リブランド、コンバージョン、
事業譲受案件にも対応

5-2-2. 出店戦略

<p>事業</p>	 <p>チョイスホテルズ</p>	 <p>グリーンスホテルズ</p>
<p>ブランド</p>		<p>特定のブランドにこだわらない</p>
<p>エリア</p>	<p>首都圏や政令指定都市・中核都市を中心に、宿泊需要が期待される全国の都市</p> <p>インバウンドを中心としたレジャー需要の見込める観光立地及び一部空港立地</p>	<p>現在展開中のエリア（東海、北陸、西日本）とのシナジーを意識しつつ、宿泊需要が期待される全国の都市</p>
<p>スキーム</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 新築物件の賃貸借・運営受託 ● 所有（戦略的な立地のみ） ● 既存物件のリブランド（コンフォートインのみ） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 既存物件のリブランド（賃貸借、事業譲受、M&A等） ● 新築物件の賃貸借（狭小土地、エリア限定）

5-3-1. 戦略投資の拡大

50億円の戦略投資枠を活用して成長をドライブ

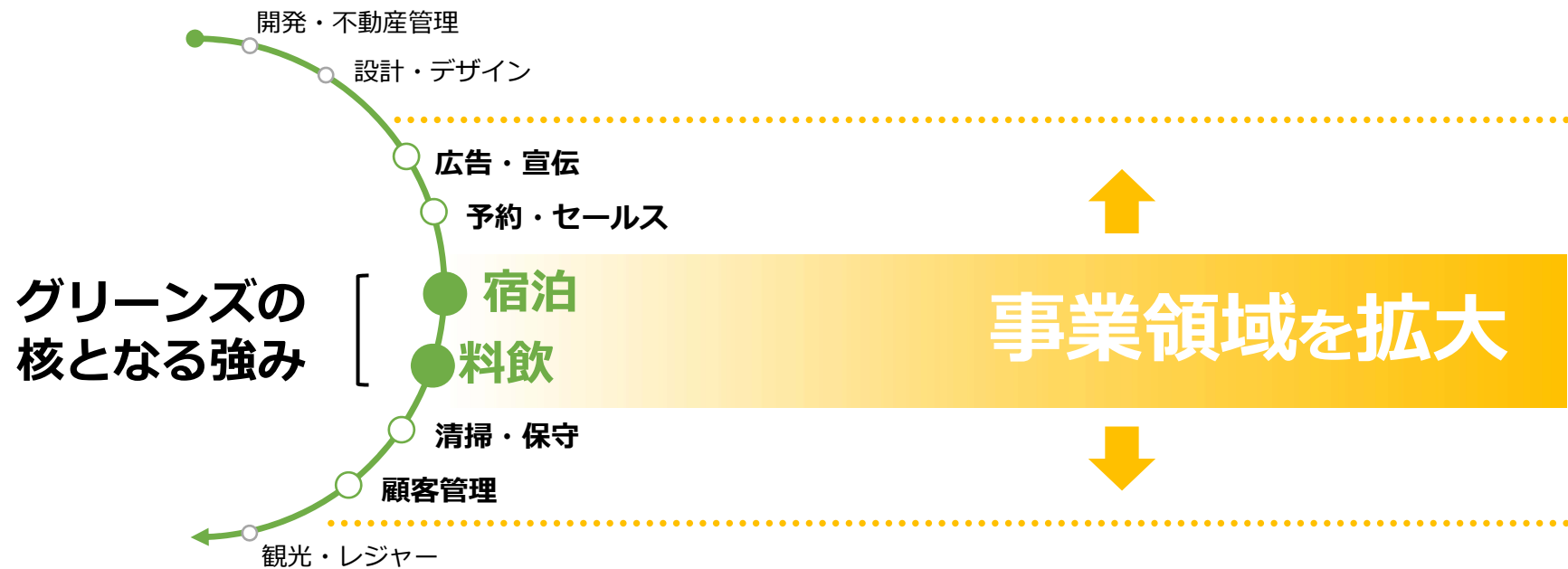


戦略投資枠の用途例

- ホテルチェーンのM&A
- 新規事業領域の創出
- 所有形態による出店
- 事業譲受
- 戦略的改装投資の実施
- 戦略的な人材・IT投資

5-3-2. 事業領域の拡大

グリーンズの核となる強みである
「宿泊」「料飲」を起点に事業領域を拡大

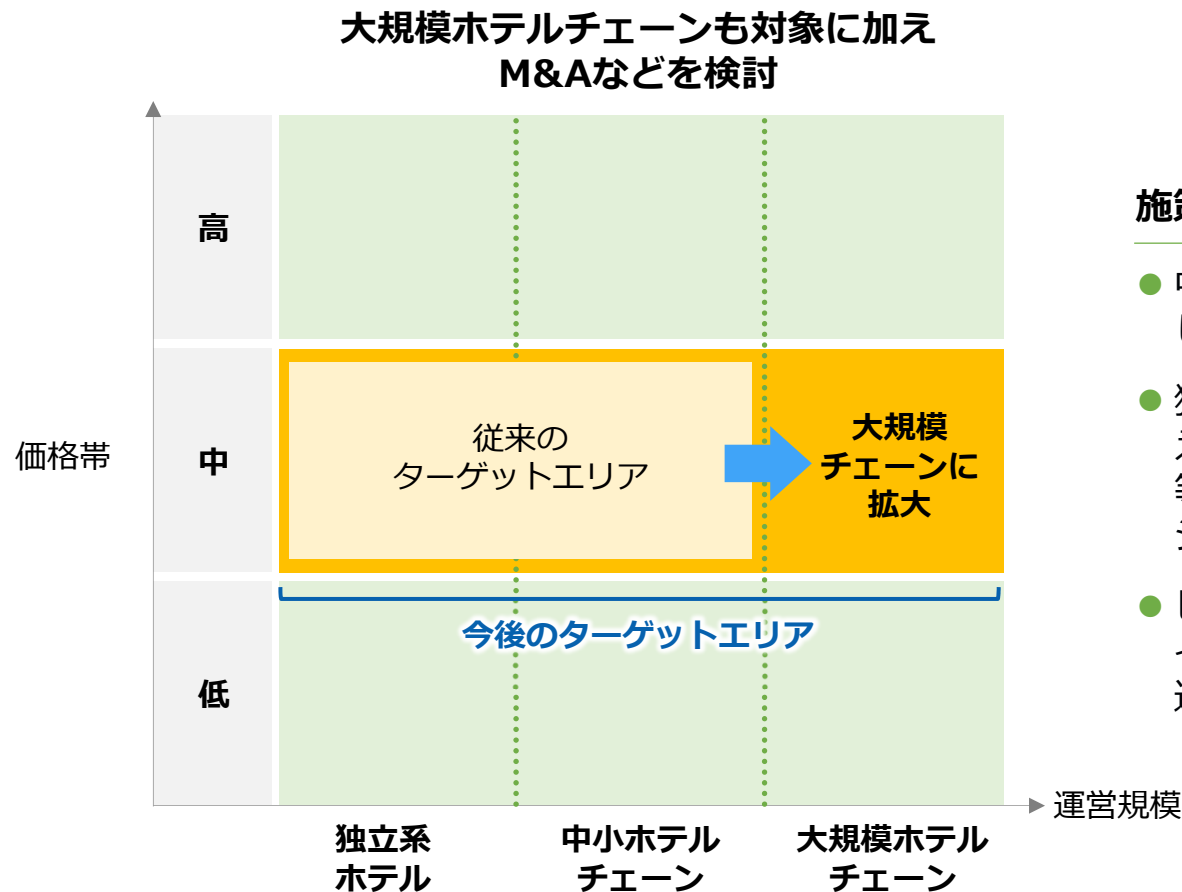


対象領域

当社の強みである専門ホテルオペレーターとして、更に運営力強化に繋がる領域をまずはターゲット

5-3-3. マーケットシェアの拡大

M&Aなどの多様なスキームにより
中間料金帯のマーケットシェアを拡大



施策

- 中間料金帯ホテルオペレーターとしてのポジショニングを強化
- 独立系や中小ホテルチェーンに加え、大規模ホテルチェーンのM&A等の機会も視野に、マーケットシェア拡大を志向
- ビジネス需要中心からレジャー・インバウンド需要等を幅広く取り込む

6. 財務戦略

成長投資と健全な財務基盤のバランスを追求

	2018年6月期 実績	2019年6月期 予想	2020年6月期 目標	2021年6月期 目標
ROE (%)	13.63%	15.00%	14.30%	13.80%
DEレシオ (倍)	0.4	0.3	0.2	0.1
自己資本比率 (%)	54.5%	61.4%	66.0%	71.0%

*戦略投資は含まず

免責事項

本資料は、当社の業績および今後の経営戦略に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券ならびに当社商品への募集・勧誘・営業等を目的としたものではありません。

また、注記を行っている場合を除き、2018年6月30日現在のデータに基づいて作成しております。

なお、当資料に掲載された計画・見通し等は、作成時点での当社が把握し入手可能な情報からの判断および想定に基づくものであり、経営環境の変動等により今後変更される可能性があり、実際の業績等は大きく異なる場合がありますことを予めご了承ください。

■ お問い合わせ先

株式会社グリーンス 総務部

電話：059-351-5593

E-mail：greens-info@greens.co.jp