



平成23年3月18日

各 位

上場会社名 株式会社ロイヤルホテル
代表者 代表取締役社長 川崎 亨
(コード番号 9713 大証第2部)
問合せ先 執行役員財務部長 中村雅昭
(TEL 06-6448-1121)

中期経営改善計画について

当社はこの度、平成23年度から平成25年度の3ヵ年を対象とする、中期経営改善計画を策定いたしましたので、その概要をお知らせいたします。

◇基本方針

競合ホテル進出が激しい大阪でトップホテルとしての確固たる地位を取り戻すため、まずはリーガロイヤルホテル（大阪）を中心に経営資源を配分し、攻めの営業体制を整えてまいります。客室の全面改装を始め、料飲施設の新設、ブライダル特化施設の新設など、平成23年度より3ヵ年で約100億円の設備投資を計画しています。また、グループ全体の営業力を強化するため、組織再編とあわせ、人事面においても世代交代を進め、若手社員の積極登用を行い、時代の変化に対応できる体制を築いてまいります。

詳細は以下の通りです。

記

1. 積極的な設備投資

リーガロイヤルホテル（大阪）における設備投資は以下の通りです。

(1) 客室の全面改装

ビジネス対応のシングルルームから、世界のVIPがご利用になる「ロイヤルスイート」まで、多種多様な客室がある強みをさらにいかすため、カテゴリ毎にゾーニングを行い、それぞれに合わせた客室の魅力を高めるために、全客室の改装を実施いたします。これによりターゲット層を定めた販売戦略を展開いたします。

① ラグジュアリーフロアの拡張（タワーウイング 14～27階）

a. 「ザ・プレジデンシャルタワーズ」（タワーウイング 23～27階）

最高級カテゴリーに位置する「ザ・プレジデンシャルタワーズ」は、平成14年の設置以来、多くのお客様に支持されてきましたが、顧客ニーズ・ライフスタイルの変化に合わせ、10年ぶりの全面改装を実施いたします。同時に、パーソナルコンシェルジュのサービスの内容もさらに充実させ、ハイグレードなサービスを提供してまいります。

- b. 「リーガロイヤルホテル ザ・タワーズ (仮称)」(タワーウイング 14～22階)
タワーウイングの14～22階の客室をグレードアップし、専用のフロントを設置いたします。客室数を限定することにより、より洗練されたサービスの提供が可能となります。

② アップスケール・ミッドスケールフロアの充実

ウエストウイングとタワーウイングの8～11階を、ビジネス・団体需要に適応させるため、改装を実施いたします。

a. ビジネスゾーン (ウエストウイング 6～14階)

ウエストウイングの6～14階をビジネスゾーンとし、隣接する大阪国際会議場・当社宴会場の利用に伴う宿泊など、大阪市内のビジネス需要を受け入れるゾーンとして明確化し、居住性をさらに高めるための改装を実施いたします。

b. 団体ゾーン (タワーウイング 8～11階)

タワーウイングの8～11階を団体ゾーンとし、訪日外国人旅行者の増加が今後加速化することを睨み、アジアインバウンドやMICEビジネス^(*)の需要を積極的に受け入れるため、ツインルームの増設などの改装を実施いたします。

^(*) MICE---Meeting, Incentive, Convention/Congress & Event/Exhibition

(2) 料飲施設の新設

リーガロイヤルホテルは、海外の一流ホテルや三ツ星レストランで経験を積んだシェフを80余名擁しています。これらのシェフが腕を振るうことで「食のロイヤル」との評価をいただくようになり、またレストラン店舗数でも全国有数の規模を誇ります。この強みをさらに強化するため、以下のレストラン新設を検討しています。

① ダイニング・レストランの新設

「食のロイヤル」を具現化するレストランとして、さまざまな顧客ニーズに合わせたオールデイダイニングの平成23年8月開業を予定しています。朝食では和洋中のブッフェ料理からなる「日本一の朝食」を、ランチおよびディナーでは、女性客・ファミリー層・三世代顧客にもお楽しみいただける雰囲気の中、季節感ある食材を、ライブ感たっぷりに提供いたします。

② 鉄板ダイニングの新設

当社の最高級フレンチ「レストラン シャンボール」の要素を取り入れた鉄板焼レストランを新展開いたします。「素材・ワイン・シェフ」の三拍子揃った鉄板ダイニングで、リーガロイヤルホテルでしか味わえない多彩な食のシーンを提案します。

その他レストランについても、トレンドとニーズを捉え、魅力ある施設へと順次改装してまいります。

(3) ブライダル強化

競争が激しいブライダル業界において、多くのお客様に評価をいただき、大阪でも有数の実績を有しております。この強みをさらに活かすため、以下の施策を検討しております。

① ブライダル特化施設の新設

ゲストハウスおよびホテル間競争の中で絶対的優位を築くため、ホテル内敷地にブライダルの特化施設を新設いたします。これにより、ブライダル件数の大幅増加を図ります。

② ブライダルゾーンの設置

既存施設の中でも人気の高い宴会場を含むエリアを「ブライダルゾーン」として内装を一新し、「ロイヤルウェディング」をより魅力的に演出します。

尚、これらの施策以外にも、ブライダル事業を当社の最重要セグメントのひとつとして明確化するため、宴会部ブライダル課を「ブライダル部」として昇格させ、営業体制を強化します。

(4) パレロイヤル（高級ショッピングアーケード）の新たな展開

年間300万人のお客様が来館されているリーガロイヤルホテルの強みを活かすため、ホテル内に高級ブランドを中心としたテナントを誘致し、「魅力ある街づくり」を新たに進めてまいります。

2. 組織再編

セールス&マーケティング機能の充実と商品力の大幅な向上を目的として組織再編を行います。同時に大幅な権限委譲により意思決定を迅速化します。

(1) マーケティング部

マーケティングに長けた人材を集中させ、グループ全体の販売戦略を立案すると共に、オペレーション統括部との協働で、商品力を向上させます。

商品分野（宿泊・料飲・宴会・ブライダル）別に責任者を配置し、グループホテル全体に戦略を展開し、総合力を高めます。

(2) セールス統括部

法人・代理店・宿泊・ブライダルのセールス活動を一体的に行うことで、ホテル全体売上の最大化を図ります。分野毎の連携を強化し、総合力を発揮します。

(3) オペレーション統括部

セールス&マーケティングとホテルオペレーションとの責任範囲とミッションを明確にするため、オペレーションに専念するオペレーション統括部を新設いたします。サービス強化を進め、顧客満足度の向上を図ります。

(4) 品質管理部

「ロイヤルスタンダード」（当社の品質基準）に基づいた商品（サービス・料理・設備）の定期的検証を行います。また改善指導により、商品力と顧客満足度の向上を追求します。

3. その他施策

(1) 外国人スタッフの採用

アジアからの訪日観光客の増加傾向を捉え、外国語教育を充実させると共に、外国人スタッフの採用も積極化いたします。受入体制を充実し海外からのゲストに安心とやすらぎを提供してまいります。

(2) IT投資

日進月歩のIT環境の変化に対応し、Wi-Fiなどの無線環境を整備するなど、館内でのインターネット環境を大幅に改善し、内外顧客の利便性を高めます。

(3) ユニフォームの刷新

レストランの新設、改装にあわせてユニフォームを一新いたします。新たなリーガロイヤルホテルのおもてなしの姿をご覧ください。

4. 業績目標（連結）

（単位：億円）

	平成23年度	平成24年度	平成25年度
売上高	500	510	525
営業利益	13	15	20
設備投資額	35	50	25

以上