



平成22年12月17日

各 位

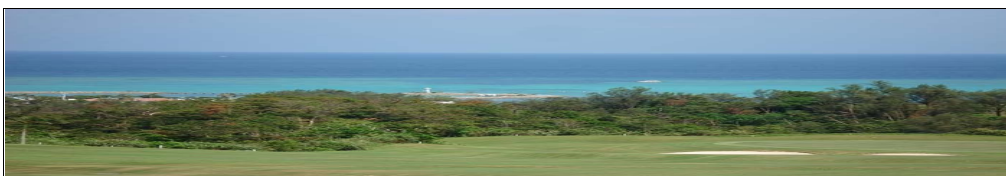
会 社 名 PGMホールディングス株式会社
代表者名 代表取締役社長 草深 多計志
(コード番号 2466 東証第1部)
問合せ先 財務経理本部長代行 馬 源
(TEL03-6408-8800)

中期経営計画（2011年～2013年）の策定に関するお知らせ

当社は、このたび2011年を初年度とする中期経営計画（2011年～2013年）を策定いたしましたのでお知らせいたします。

詳細につきましては添付資料をご覧ください。

以上



PGM Holdings K.K.
PGMホールディングス株式会社

中期経営計画
2010年 12月 17日

事前にPGMホールディングス株式会社の許可を書面で得ることなく、本書を転写・複製し、又は第三者に配布することを禁止します。本書は当社の本書日付現在の当社が合理的に信頼した情報に基づいて作成された資料です。本書に記載の情報は要約されており、完全なものではありません。本書は投資家への助言として依頼されるべきものではありません。本書に記載の情報についての正確性、妥当性ないし完全性について、明示・黙示の別を問わず一切の表明・保証はなされていません。本書に含まれる将来に関する事項は、当社の合理的に信頼した情報に基づいて記載されたものですが、その内容の確実性について何ら保証されているものではありません。本書は、いかなる法域においても配布・再配布が予定されているものではありません。本書は、いかなる証券の引受又は購入の申込又は勧誘を構成するものではなく、また形態の如何を問わずいかなる契約又は種約の構成となるものではありません。



PGMホールディングス株式会社

サマリー

PGMグループは2010年12月に事業環境の変化と運営戦略の変更を受け、財務目標を修正した新中期経営計画を策定しました。
この中期計画は2008年8月に発表した前回の中期計画に代わるものです。前回の中期計画は2008年から2009年にかけての景気悪化の前に策定されたもので、現状の市場環境に照らして計画の修正が必要と判断されたものです。

修正中期目標における主要財務係数: (億円)

	2010	2011	2012	2013
売上高	797	800	810	825
EBITDA	169	190	205	220
コスト削減目標	10	18	10	2

尚、PGMの新しい中期戦略は、「オペレーションの効率化」と「顧客ロイヤルティ向上」を柱としています。

(ご参考)2008年8月時点の中期計画: http://www.pacificgolf.co.jp/company/ir/materials/pdf/J_Mid_Term_2008.pdf

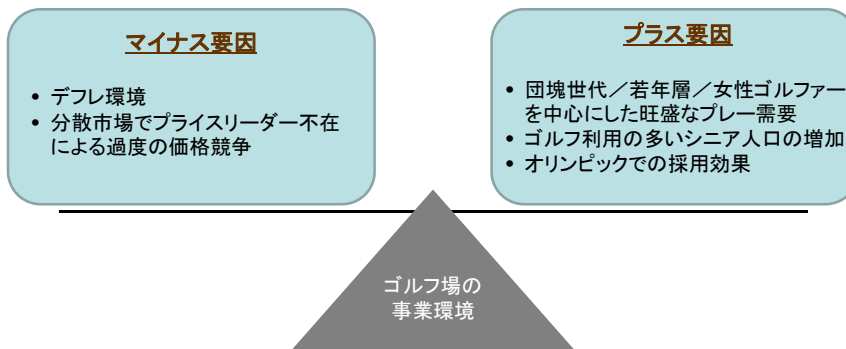


PGMホールディングス株式会社

1

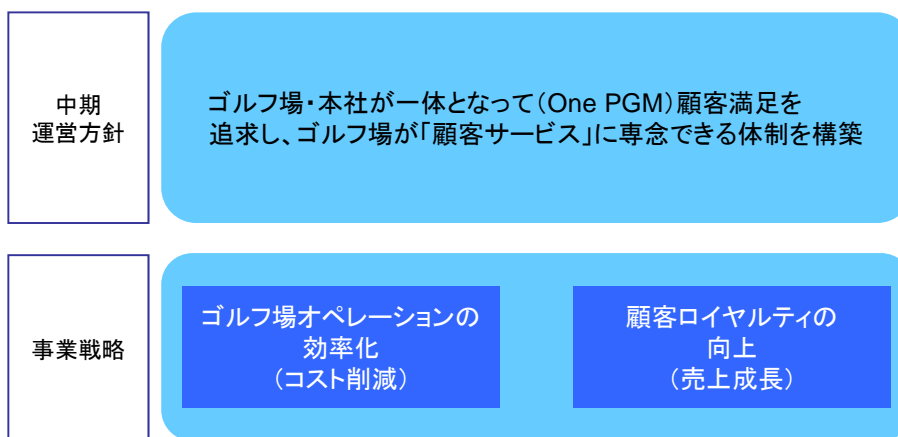
PGMを取り巻く環境

- 2008年から2009年にかけての景気悪化により、ゴルフプレー価格を含む多くの国内市場において、デフレが加速化
- 強いゴルフプレー需要にもかかわらず、2010年のPGMのゴルフ場での平均顧客単価は下落が続いた



PGMの中期運営方針・事業戦略

厳しい環境下で勝ち抜くために、ゴルフ場が顧客サービスに専念する運営体制の構築とオペレーションの効率化を通じたコスト削減、売上成長を柱とする事業戦略を策定



ゴルフ場オペレーション効率化の概要

顧客サービス以外の業務を効率化し、マルチタスク化、集中購買を通じてオペレーションコストを大幅に削減していく

施策	顧客サービス以外の業務集約化	ゴルフ場でのマルチタスク化	集中購買
目的	<ul style="list-style-type: none"> ● ゴルフ場の顧客サービス以外の業務を本社に集約し、効率化 ● ゴルフ場は顧客サービスに専念 	<ul style="list-style-type: none"> ● 労働生産性の向上 ● より顧客目線でのサービス提供 	<ul style="list-style-type: none"> ● PGMのスケールメリットを活かし原価を削減 ● ゴルフ場での請求書照合／支払業務を削減
内容	本社への移行業務例： <ul style="list-style-type: none"> ◆ 価格設定 ◆ ダイレクトメール発送 ◆ コンペ営業 ◆ レストランメニュー作成 ◆ 管理業務(人事、経理) 	マルチタスク業務例： <ul style="list-style-type: none"> ◆ フロントがプロショップ、マスター室、ホール業務等をサポート 	集中購買の対象品目例： <ul style="list-style-type: none"> ◆ 食材 関連 ◆ プロショップ商品 ◆ コース管理資材 ◆ 制服 ◆ スコアカード ◆ ボールマーカ



PGMホールディングス株式会社

4

顧客ロイヤルティ向上の概要

“顧客目線”を出発点にロイヤルティプログラム、PGMスタンダードに基づくサービス、個別プロダクトの提供を通じて顧客満足度を高め、売上増加につなげる

“顧客目線で考える”			
施策	ロイヤルティプログラム	PGMスタンダード	個別プロダクトの提供
目的	<ul style="list-style-type: none"> ● 高頻度顧客、予約申込者(幹事)の囲い込み 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「どのPGMコースでプレーをしても満足と感じるレベルのサービス」を提供することで、顧客満足度を高める 	<ul style="list-style-type: none"> ● 顧客の様々なニーズに応えるプロダクトを開発／提供することで満足度を向上
内容	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 来場頻度に応じたロイヤルティレベル(ステータス)の設定 ◆ ヤード付与／使用基準の見直し 	運営水準の統一化 <ul style="list-style-type: none"> ◆ クラブハウス管理 ◆ レストランメニュー ◆ コース管理(スコアカード等) 従業員トレーニング／評価	<ul style="list-style-type: none"> ◆ レストランメニュー(ヘルシーメニュー等) ◆ プレースタイル(スループレー等) ◆ ターゲット顧客に対するプログラム(シニア、女性等)

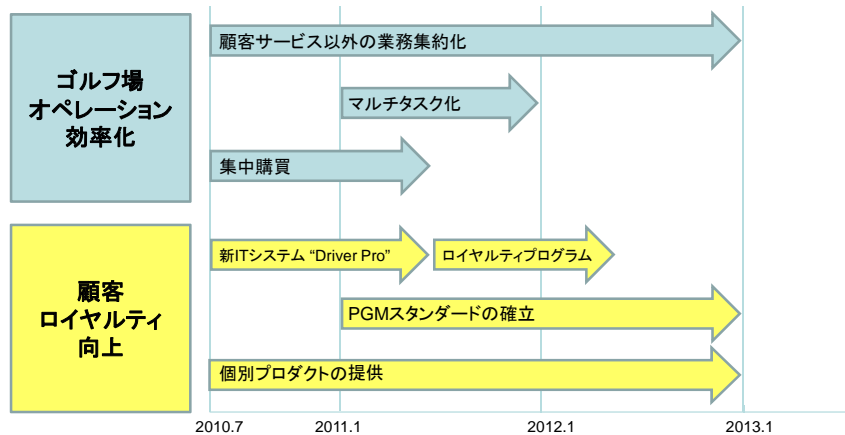


PGMホールディングス株式会社

5

実行スケジュール

一部の施策は既に着手済みであり、相当の効果が実現している。2012年度中には全ての施策が実行に移される

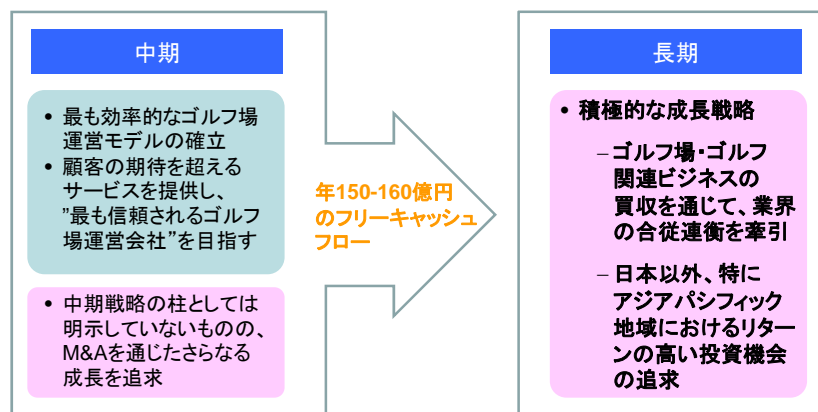


PGMホールディングス株式会社

6

今後の成長戦略

中期的には既存ゴルフ場の効率化・顧客満足向上を中心に戦略を実行する一方で、M&Aの機会を探り、長期的には国内・ゴルフ場ビジネスにとどまらない積極的な成長路線を目指す



PGMホールディングス株式会社

7