

## TOKAI ホールディングス

3167 東証 1 部

2014 年 12 月 22 日 (月)

Important disclosures  
and disclaimers appear  
at the back of this document.

企業調査レポート  
執筆 客員アナリスト  
佐藤 譲

### ■ 2Q 累計営業利益は期初計画を大きく上回る格好で着地

TOKAI ホールディングス <3167> は、静岡県を地盤に LP ガスを中心とした「エネルギー・住生活関連事業」と「情報通信事業」を展開する。「Total Life Concierge」（暮らしの総合サービス）構想を掲げ、2015 年 3 月期より新中期経営計画 3 年計画「Innovation Plan 2016 “Growing”」をスタート。最終年度となる 2017 年 3 月期に、売上高 2,095 億円、営業利益 126 億円の達成を目指す。

2015 年 3 月期の第 2 四半期累計（2014 年 4 月 -9 月期）の連結業績は、売上高が前年同期比 3.5% 増の 87,274 百万円、営業利益が同 341.7% 増の 1,816 百万円となり、営業利益に関しては期初計画の 720 百万円を大きく上回る格好で着地した。LP ガス事業における販売価格是正による増収効果が寄与したほか、アクア事業や情報通信事業を中心に、顧客獲得費用が想定よりも抑制できたことが増益要因となった。

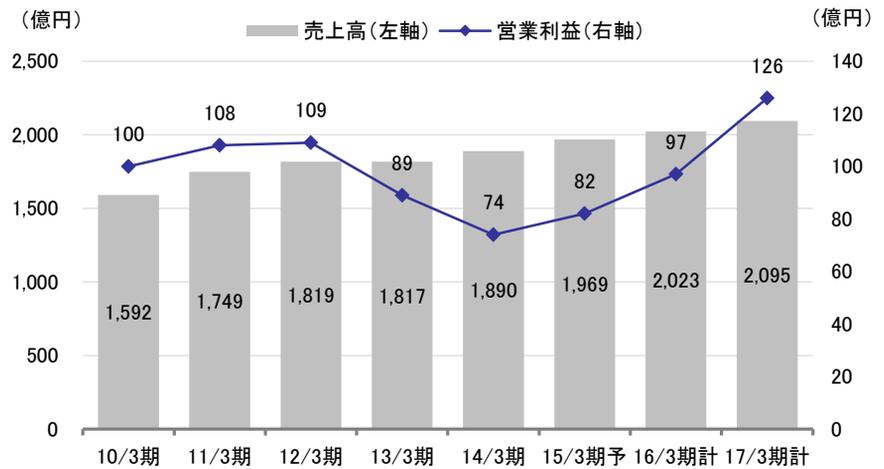
2015 年 3 月期業績は売上高が前期比 4.2% 増の 196,900 百万円、営業利益が同 20.0% 増の 8,870 百万円となる見通し。期初計画比では営業利益で 660 百万円の上方修正となり、第 2 四半期累計業績の上振れ分よりも小幅にとどめている。これは、NTT<9432> の光通信回線の卸売りが開始されることで、情報通信事業や CATV 事業における競争激化が見込まれ、顧客獲得費用の増加など、全体的に費用を保守的に見積もっているのが要因だ。

新中期計画における成長戦略として、「リテール顧客の囲い込みと複数取引の推進」、「電力販売への新規参入による TLC の実現」を重要戦略として進めていく。複数サービス取引に関しては、8 月よりテストマーケティングを開始しており、今期中に同社グループの主要サービスを対象に、複数サービス利用時のポイント還元率をアップする加入促進施策を導入していく。現在は複数サービス契約率が 7% にとどまっており、同施策の導入効果が期待される。また、電力販売サービスは 2016 年度の自由化以降、静岡並びに関東圏において参入を計画している。LP ガスや電気などの利用状況の確認だけでなく、地域のレジャー情報やお買い得情報など、各種コンテンツ情報も含めた付加価値の高い HEMS（住宅用エネルギーマネジメントシステム）情報システムを構築し、「Total Life Concierge」構想の実現を目指していく考えだ。

### ■ Check Point

- ・売上高は半期ベースで 5 期連続の増収となり過去最高を更新
- ・連結業績は期初計画から上方修正も、修正幅は保守的
- ・単元当たり総合利回りは魅力的な水準

### 業績推移(連結)と中期経営計画



※11/3期以前はザ・トーカイの連結業績

## ■ 決算動向

### 売上高は半期ベースで 5 期連続の増収となり過去最高を更新

#### (1) 2015 年 3 月期の第 2 四半期累計業績

10 月 30 日付で発表された 2015 年 3 月期の第 2 四半期累計 (2014 年 4 月 -9 月期) の連結業績は、売上高が前年同期比 3.5% 増の 87,274 百万円、営業利益が同 341.7% 増の 1,816 百万円、経常利益が同 423.1% 増の 1,585 百万円、四半期純利益が 225 百万円 (前年同期は 354 百万円の損失) と増収増益決算となった。売上高は半期ベースで 5 期連続の増収となり過去最高を更新している。また、期初会社計画比では、売上高こそ若干未達に終わったものの、利益ベースで大幅に上回る格好で着地し、2015 年 3 月期からスタートした新中期経営計画は順調な滑り出しを見せたと言えよう。

#### 2015 年 3 月期第 2 四半期累計業績 (連結)

(単位: 百万円)

	14/3 期 2Q 累計		15/3 期 2Q 累計				
	実績	対売上比	会社計画	実績	対売上比	前年同期比	計画比
売上高	84,315	-	88,500	87,274	-	3.5%	-1.4%
売上原価	53,567	63.5%	-	55,489	63.6%	3.6%	-
販管費	30,337	36.0%	-	29,969	34.3%	-1.2%	-
営業利益	411	0.5%	720	1,816	2.1%	341.7%	152.3%
経常利益	303	0.4%	270	1,585	1.8%	423.1%	487.2%
特別損益	-242	-	-	-371	-	-	-
四半期純利益	-354	-0.4%	-670	225	0.3%	-	-

注: 会社計画は期初予想。

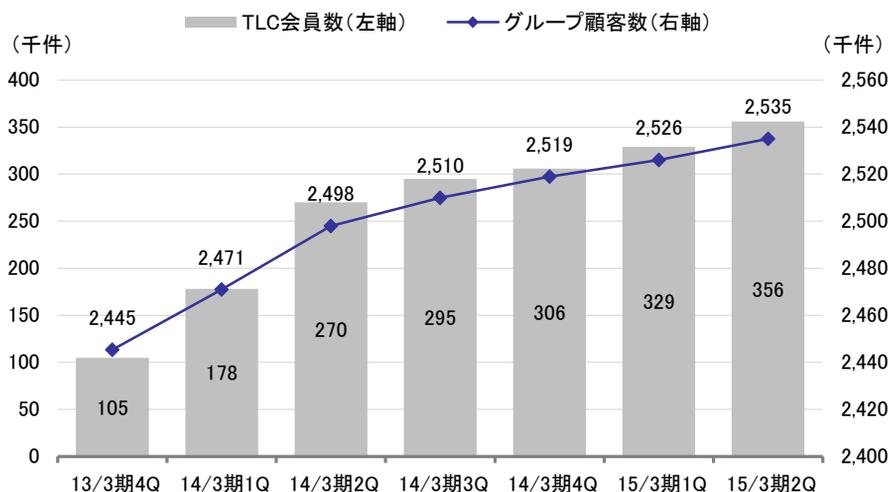
利益増の主な要因は、LP ガス事業における販売価格正効果と合理化効果、ブロードバンド事業やアクア事業における顧客獲得費用の抑制が進んだことなどが増益要因となった。

2014 年 12 月 22 日 (月)

■ 決算動向

なお、9 月末時点におけるグループ全体の顧客件数は、ブロードバンド事業やアクア事業の増加により、前年同期比 37 千件増の 2,535 千件と順調に拡大している。また、顧客の囲い込みやグループ内の複数サービス利用率拡大を目的として、2012 年 12 月より導入した「TLC 会員サービス」については、9 月末で 356 千件と順調に拡大し、全加入者に占める TLC 会員比率は 14% まで上昇した。TLC 会員拡大のため、ポイントを利用できる施設数を従前のイオングループ及び WAON 加盟店の 18.7 万ヶ所（2014 年 6 月末時点）から、新たに 8 月より、表のとおり拡充しており、会員数の増加につながっているものとみられる。

グループ顧客数とTLC会員数



TLC ポイント交換メニューの拡充

WAON ポイントへの交換	イオングループ及び WAON 加盟店 18.7 万ヶ所で利用可能
Suica ポイントへの交換	鉄道、バス、買い物等で利用可能
LuLuCa ポイントとの相互交換	静岡鉄道の電車・バス、しずてつストア、新静岡セノバ、Denbill 等で利用可能
TLC チケットへの交換	TLC チケット取扱店（飲食店やレジャー施設など静岡県内 129 店舗：2014 年 12 月時点）で利用可能
TLC セレクションとの交換	有名百貨店のグルメ、金券、TOKAI グループのアクア等に交換可能

## 販売価格是正及び生産性向上等がガス及び石油事業の増益に寄与

### (2) セグメント別状況

セグメント別の収益動向については以下のとおりとなる。

#### 第2四半期累計セグメント別業績

(単位：億円)

		13/3期2Q累計	14/3期2Q累計	15/3期2Q累計	増減額
ガス・石油	売上高	426	418	428	+9
	営業利益	18	12	20	+9
情報通信	売上高	185	189	195	+7
	営業利益	26	20	24	+4
CATV	売上高	118	120	121	+1
	営業利益	8	9	8	-1
建築・不動産	売上高	65	73	82	+9
	営業利益	1	2	1	-1
アクア	売上高	19	21	24	+3
	営業利益	-4	-13	-10	+3
その他・調整額	売上高	22	22	22	0
	営業利益	-24	-26	-26	-1
合計	売上高	836	843	873	+30
	営業利益	26	4	18	+14

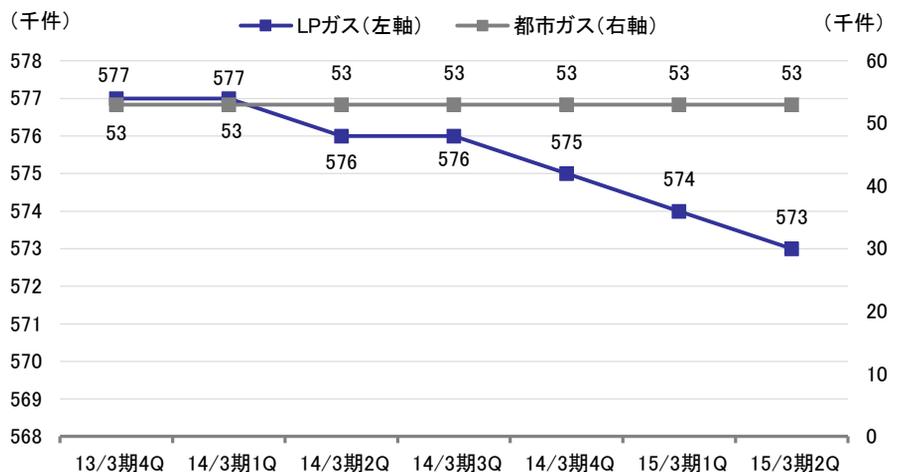
注：営業利益は間接費用等配賦前ベース

#### ○ガス及び石油事業

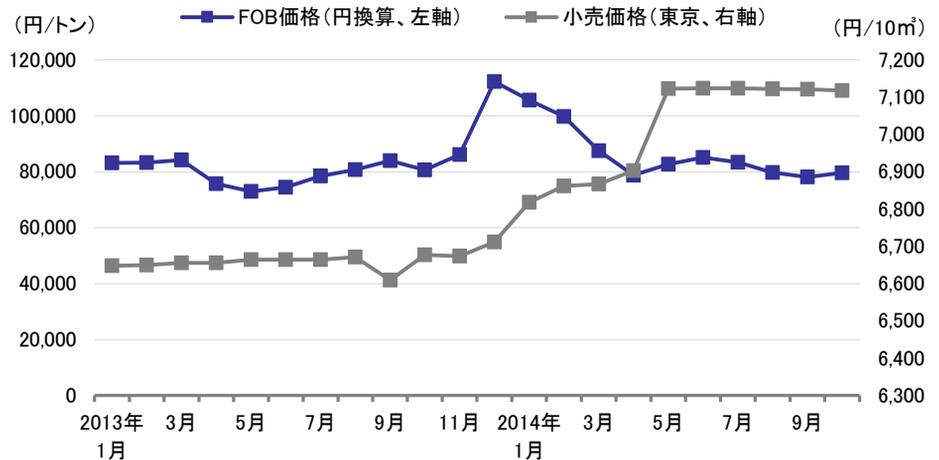
ガス・石油事業の売上高は前年同期比9億円増の428億円に、営業利益は同9億円増の20億円となった。主力のLPガス事業における顧客件数は前年同期末比で3千件減少の573千件と若干減少したが、夏場の低気温の影響でガス販売量が横ばいを維持したほか、ガス仕入価格の上昇で前下期に実施した販売価格是正の効果によって、売上高は1ケタ台の増収率となった。

また、都市ガス事業は顧客件数が前年同期末比横ばいの53千件となり、ガス販売量が前年同期を下回ったものの、原料費調整制度による販売単価の上昇で売上高は前年を上回った。営業利益は、LPガス事業における販売価格是正効果に加えて、生産性向上等による合理化効果5億円が増益に寄与した形だ。

#### ガス事業顧客件数推移



### LPガスのFOB価格と小売価格動向



出所：日本LPガス協会。

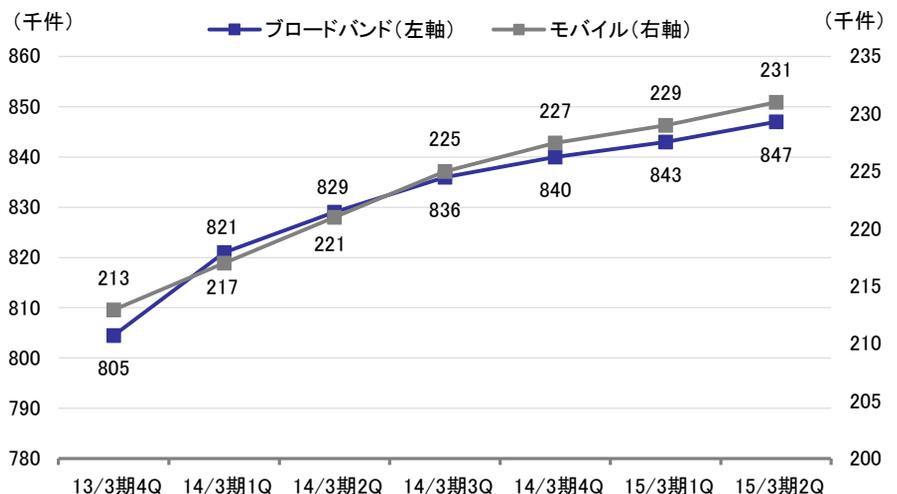
### ○情報及び通信サービス事業

情報通信事業の売上高は前年同期比7億円増の195億円、営業利益は同4億円増の24億円となり、営業利益率は10.4%から12.2%へ上昇した。増収要因は、コンシューマ向けのブロードバンドサービス事業における顧客件数の増加に伴う課金収入の増加や、大手Sierからのシステム開発受託の増加、法人向けの通信サービス及びデータセンターサービスの増加によるものである。なお、売上構成比ではブロードバンド事業が5割強、法人向け事業が4割弱を占め、残りがモバイル事業となっている。

ブロードバンド事業の顧客件数は、前年同期末比18千件増の847千件と着実に増加を続けており、また、携帯電話の販売代理店事業となるモバイル事業の顧客件数は前年同期末比10千件増の231千件となった。

営業利益の増益要因は、法人向けサービスの増収効果に加えて、ブロードバンド事業における顧客獲得費用の抑制を進めたことが挙げられる。

### 情報通信事業顧客件数推移

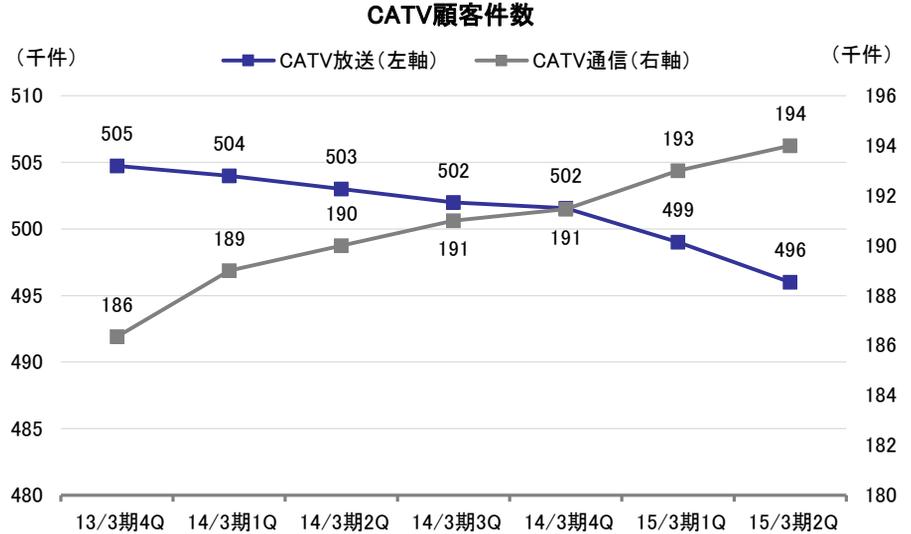


2014 年 12 月 22 日 (月)

## ○CATV 事業

CATV 事業の売上高は前年同期比 1 億円増の 121 億円、営業利益は同 1 億円減の 8 億円となった。大手通信事業者との競争激化で放送事業の顧客件数が前年同期末比 7 千件減の 496 千件となった一方で、通信サービスの顧客件数は 5 千件増の 194 千件となった。携帯電話事業者との提携によるセット割などの導入を進めた効果が出たものとみられる。

利益面では、東京キー局のデジタル区域外再放送が終了したことに伴い、顧客対応費用を 1 億円積み増したことが減益要因となっている。



## ○建築及び不動産事業

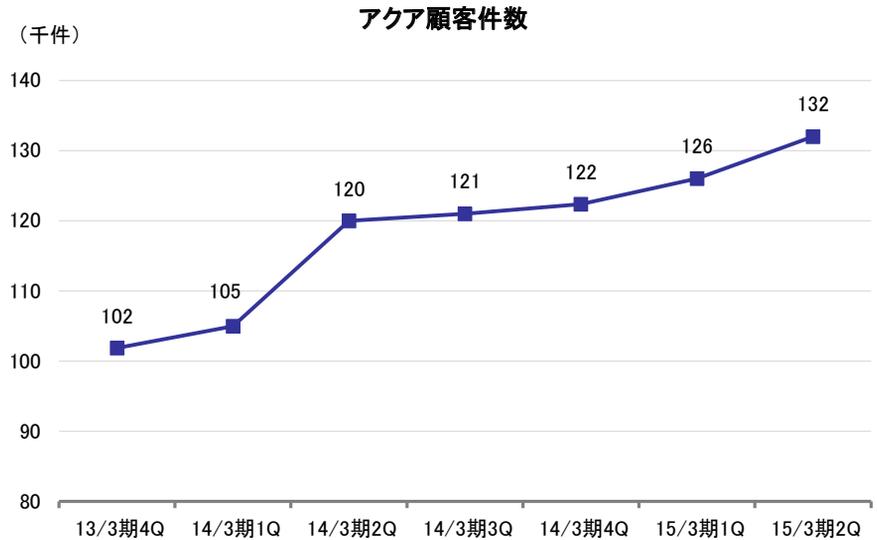
建築・不動産事業は売上高が前年同期比 9 億円増の 82 億円、営業利益が 1 億円減の 1 億円となった。増収要因の大半は、前期までガス・石油事業のセグメントに含めていた関東地区のリフォーム事業を、当期より建築・不動産事業に移管したものであり、実質ベースではほぼ横ばいとどまっている。新築マンションの引き渡しは順調に進んだものの、戸建住宅販売やリフォーム事業など、全体的に消費増税の影響で低調に推移した。

## ○アクア事業

アクア事業の売上高は前年同期比 3 億円増の 24 億円に、営業損失は 13 億円から 10 億円に縮小した。9 月末の顧客件数は 132 千件と前年同期末比で 12 千件増と順調に拡大している。

宅配水ワンウェイサービスでは前期に引き続き「ドラえもん」をイメージキャラクターとしてブランド「おいしい水の贈り物 うるのん」の認知度向上を進めたこと、関東に加えて、関西・北陸・東北エリアなどの大型商業施設での営業活動を強化したこと、多様な顧客ニーズに応えるため、パナジウムやミネラルなどの成分量を抑え、さらりとした飲み口を実現した天然水「さらり」を新商品として投入した効果などがでた。同事業の損益分岐点は顧客件数で 18 万件がターゲットとなっており、2017 年 3 月期の達成を目指している。

なお、営業利益の増益要因としては、顧客件数の増加による増収効果に加えて広告宣伝費が 1 億円程度減少したことが挙げられる。



### ○その他事業

その他事業においては、売上高が 22 億円、営業損失が 26 億円とそれぞれ前年同期並みの水準となった。介護事業で 7 月に「リフレアみずほ (デイサービス施設) (静岡市)、8 月に「リフレア上土 (介護付き有料老人ホーム及びデイサービス施設) (静岡市) を開設し、合計で 7 施設となっている。各施設とも利用者数は順調に増加し、売上高は増収となったが、一方で先行投資負担が増加したことで営業損失が拡大する形となっている。また、婚礼催事事業は挙式数の減少傾向が続いており、売上高の減少傾向が続いている。現在婚礼式場として静岡県内に 3 拠点を有しているが、このうち 1 拠点を 2015 年 3 月末に閉鎖することを決定している。

## 有利子負債残高や自己資本比率の通期目標を半年前倒しで達成

### (3) 財務状況

2014 年 9 月末の財務状況は表のとおりで、総資産残高は前期末比 9,143 百万円減少の 164,477 百万円となった。主に、売上債権や有形固定資産、現預金、のれんなどが減少要因となった。

一方、負債合計は前期末比 9,770 百万円減少の 125,521 百万円となった。主に有利子負債や支払債務などの減少によるものとなっている。純資産に関しては前期末比 627 百万円増加の 38,956 百万円となった。剰余金の配当流出があったものの、純利益やその他有価証券評価差額金の増加でカバーした。

有利子負債残高や自己資本比率は通期目標を半年前倒しで達成しており、財務体質の改善が順調に進んでいることがうかがえる。

## 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	12/3 期	13/3 期	14/3 期	15/3 期 2Q	増減額
流動資産	41,093	40,351	40,606	33,985	-6,621
（現預金）	2,602	4,235	3,182	2,146	-1,036
固定資産	142,470	137,147	132,928	130,434	-2,494
（のれん）	15,540	12,632	10,241	9,252	-989
総資産	183,735	177,642	173,620	164,477	-9,143
流動負債	85,179	82,563	78,905	71,703	-7,202
固定負債	71,374	61,068	56,385	53,818	-2,567
（有利子負債）	105,659	93,668	85,843	80,930	-4,913
負債合計	156,553	143,631	135,291	125,521	-9,770
純資産	27,181	34,011	38,329	38,956	627
主要経営指標					
自己資本比率	14.3%	18.6%	21.6%	23.1%	
有利子負債比率	402.1%	283.0%	229.4%	212.8%	

## 連結業績は期初計画から上方修正も、修正幅は保守的

## (4) 2015 年 3 月期の業績見通し

2015 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 4.2% 増の 196,900 百万円、営業利益が同 20.0% 増の 8,870 百万円、経常利益が同 18.6% 増の 8,320 百万円、当期純利益が同 43.9% 増の 3,740 百万円となり、利益ベースでは期初計画から上方修正を行っている。第 2 四半期累計の営業利益が計画から約 1,100 百万円上回って着地したことを考えると、通期の上方修正幅は保守的な印象を受ける。

この要因として、同社では 2015 年 2 月より NTT の光回線の卸販売が開始される予定であり、ブロードバンド事業や CATV 事業など競合する事業において顧客獲得費用が増加する可能性があることなどを挙げている。

## 2015 年 3 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	14/3 期		15/3 期 2Q 累計				
	実績	対売上比	期初計画	今回計画	対売上比	前期比	期初計画比
売上高	188,987	-	196,900	196,900	-	4.2%	0.0%
営業利益	7,392	3.9%	8,210	8,870	4.5%	20.0%	8.0%
経常利益	7,013	3.7%	7,380	8,320	4.2%	18.6%	12.7%
当期純利益	2,598	1.4%	3,200	3,740	1.9%	43.9%	16.9%

## サービス別契約件数

(単位：千件)

	12/3 期	13/3 期	14/3 期	15/3 期 予	増減数
ガス（LP ガス、都市ガス）	648	629	628	634	+6
セキュリティ	20	19	19	19	0
アクア	97	102	122	143	+21
情報通信（固定・無線）	758	816	854	876	+22
情報通信（モバイル）	193	213	227	238	+11
CATV	722	691	693	700	+7
CATV放送	542	505	502	496	-6
CATV通信	180	186	191	205	+14
合計	2,415	2,445	2,519	2,586	+67
TLC 会員数（千件）	-	110	306	396	+90

## セグメント別売上高

(単位：百万円)

	12/3 期	13/3 期	14/3 期	15/3 期予	前期比
ガス及び石油	94,794	94,519	97,229	97,800	0.6%
情報通信サービス	37,943	38,497	38,803	41,500	7.0%
CATV	24,292	23,786	24,187	24,600	1.7%
建築及び不動産	15,881	15,756	19,245	21,800	13.3%
アクア	3,522	3,750	4,378	5,400	23.3%
その他	5,498	5,374	5,142	5,800	12.8%
合計	181,931	181,684	188,987	196,900	4.2%

顧客件数並びにセグメント別売上高については、期初計画を維持している。顧客件数ではアクア事業や CATV 事業のうち通信サービス、情報通信事業などが増加する見通しで、ガス事業に関しても、解約率を抑制することで若干ながら増加を見込んでいる。第 2 四半期累計までの進捗状況では、アクア事業が順調に推移しているものの、ガス事業や情報通信事業、CATV 事業は若干計画を下回っているものとみられる。

事業セグメント別の売上高では、すべての事業セグメントで増収を見込んでいる。消費増税の影響が長引いており、建築・不動産事業や情報通信事業などがやや計画を下回る進捗となっているが、下期以降の挽回が期待される。

営業利益に関しては、ガス・石油事業や情報通信事業、アクア事業が増益要因となり、CATV 事業や建築・不動産事業、その他事業の減益分をカバーして前期比 20% の増益となる見通しだ。

## ■ 新中期 3 ヶ年計画

### 新中期計画で 2017 年 3 月期に売上高 2,095 億円を目指す

#### (1) 中期計画 Innovation Plan2016 “Growing” の概要

同社は 2014 年 6 月に 2017 年 3 月期を最終年度とする中期計画「Innovation Plan 2016 “Growing”」を発表している。新中期計画の基本方針としては、「顧客件数の積み上げによる増収と収益性の向上」「財務体質改善の継続」「継続的かつ安定的な株主還元の実施」の 3 つを挙げている。

具体的な経営目標値としては、最終年度に売上高 2,095 億円、営業利益 126 億円の達成を目指していく（表参照）。営業利益は前期実績から 52 億円の増益となるが、このうち顧客基盤の拡大や顧客獲得コストの減少など「外部成長」で 27 億円の増益を、また、スケールメリットによる生産効率向上や償却負担減など「内部成長」で 25 億円の増益を見込んでいる。

#### 中期経営計画 (IP16 “Growing”) における経営指標目標値

	2014/3 期 実績	2015/3 期 予想	2016/3 期 計画	2017/3 期 計画
顧客件数 (万件)	252	259	266	273
売上高 (億円)	1,890	1,969	2,023	2,095
営業利益 (億円)	74	82	97	126
1 株当たり利益 (円)	22.67	27.86	34.91	54.06
EBITDA (億円)	249	252	267	287
有利子負債 (億円)	858	818	741	647
自己資本比率	21.6%	23.0%	25.1%	28.6%

営業利益増益要因分析 (14/3期→17/3期)

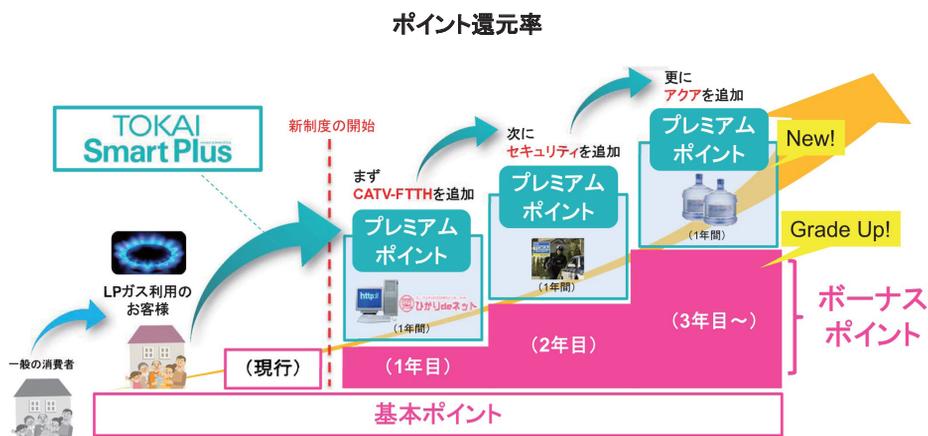
外部成長	顧客基盤の拡大	○先行投資事業が回収時期に ・アクア事業の契約件数は14/3末12万件→17/3末18万件 ・CATV事業のFTTH契約件数は14/3末19万件→17/3末22万件	+11億円
		○情報サービス事業でストックビジネスが拡大 ・クラウドサービス、データセンター事業等	+8億円
	顧客基盤の獲得コスト減少		+8億円
			小計 +27億円
内部成長	スケールメリット	○アクア事業の生産効率向上 ・14/3期128万本→18/3期366万本(2.9倍) ・生産コスト単価を3年間で35%効率化	+16億円
		○LPガス事業の配送等の効率化 ・配送コスト単価を3年間で15%効率化	
	償却負担の減少等		+9億円
			小計 +25億円
合計			+52億円

リテール顧客の囲い込みと複数取引の推進に注力

(2) リテール顧客の囲い込みと複数取引の推進

今後注力する取り組みとして、リテール顧客の囲い込みと複数取引の推進を挙げている。リテール顧客の囲い込みに関しては、前述したTLC会員数を拡大していくことで実現可能となる。9月末時点での同社顧客におけるTLC会員比率は14%とまだ低いものの、前述したように8月にはTLCポイントの交換先を大幅に拡充したほか、ポイントの有効期限も従来の1年間から3年間に延長するなど、利便性の向上も図っており、今後も着実な増加が見込まれる。

特に、会員拡大のための新たな施策として、今期中の導入を予定している「TOKAI Smart Plus」を展開することによって、会員数の拡大と同時に複数サービス利用者の拡大も合わせて促進していく戦略だ。「TOKAI Smart Plus」とは、既存会員が新サービスを追加するごとに1年限定で1万円相当分のプレミアムポイントを付与するサービスで、2年目以降は複数取引の継続期間に応じてボーナスポイントを従来の2倍以上に引き上げる予定とのこと。ユーザーによっては、同社が提供するサービスを利用すればするほど、ポイント還元率がアップし、お得感が増す仕組みとなっている。



対象となるサービスは、ガスやインターネット接続、CATV、アクア、セキュリティなど当社がリテール向けで展開しているすべてのサービスとなる。従来、同社の顧客で複数サービスを利用している顧客は全体の7%の水準しかなく、複数サービスの利用率向上が経営課題となっていた。今回の施策導入によって、各サービスの利用料金は従来と変わらないものの、加入者は複数サービスを利用することで値下げ効果が期待できることになり、今後の複数サービス加入率の向上が期待される。

当社にとってはポイント還元負担は増えるものの、一方で顧客の囲い込みができるほか(＝解約率低下)、営業マンが新規顧客開拓の際に、複数のサービスを勧めることが可能となり、顧客獲得費用が劇的に下がる可能性がある。このため、複数サービス加入率の上昇による収益の成長ポテンシャルも大きいと言えよう。なお、中期計画の中では今回の施策導入効果を織り込んでおらず、業績の上振れ要因となる可能性がある。

## 電力小売り解禁により、電力販売サービスに参入する方針

### (3) 電力販売を視野に入れた取り組み

2016年度の電力小売り解禁により、当社では電力販売サービスに参入する方針を打ち出している。既に、複数の大手電力事業者と交渉は進んでおり、解禁と同時に静岡県や関東エリアでのサービスを開始したい考えだ。

当社では電力の販売だけをするのではなく、HEMS(住宅用エネルギー管理システム)情報システムを構築することで、付加価値の高いサービスを提供していくことを目指している。具体的には、電気やガスなどの利用状況をタブレット端末で確認できるようになるほか、地域のレジャー情報やスーパーなど小売店舗のお買い得情報など、日常生活で便利と感じる様々な情報コンテンツを載せていくことによって、付加価値の高いサービスを実現していく。これらコンテンツに関しては、業界大手との連携を進めながら充実させていく考えだ。

#### 電力販売を視野に入れた TLC の取り組み



出所：会社資料

当社は電力販売に先立って、経済産業省が HEMS 情報基盤の普及を進めるために実施する「大規模 HEMS 情報基盤整備事業」に参画することが決まっている。同プロジェクトでは、静岡県で 2015 年 4 月より 1 年間かけて約 1,000 世帯を対象にモニタリング調査を行う予定となっている。

2014年12月22日（月）

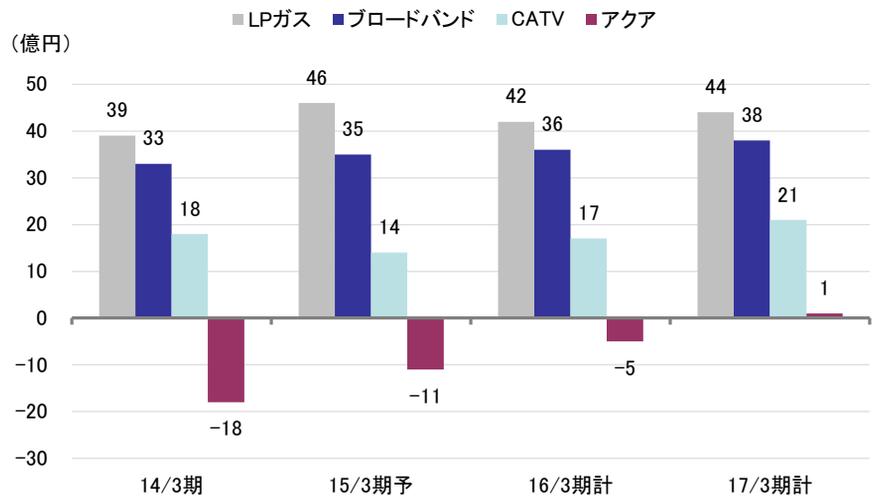
今後、住宅のオール電化が進むことになれば、LPガス事業を展開する同社にとってはマイナス要因となる。このため、電力販売参入は同社が掲げる「Total Life Concierge」（暮らしの総合サービス）構想の実現や、今後の収益成長に向けて必要不可欠な事業となる可能性が高く、今後の取り組みが注目される。

## アクア事業は、2017年3月期に初の黒字化を計画

### (4) 主力事業の見通し

中期計画における主要サービスの営業利益計画はグラフのとおりとなっており、見通しの前提は以下のとおりとなる。

主要サービスの営業利益見通し



### ○LPガス事業

LPガス事業は、同社の中核事業であり国内では第3位の顧客基盤を保有している。うち静岡県ではトップシェア(18.6%)、関東エリアでは6.3%のシェアを持つ。LPガスの市場見通しは、人口の減少や省エネ志向の高まりを背景に、家庭用単位消費量で年率1.8～2.0%減少を想定。また、市場環境としては同業者との競争激化が続くことを想定し、業界の再編・集約化が進むとみている。

2017年3月期の営業利益は2014年3月期実績比5億円増の44億円を計画。内訳は、家庭用単位消費量の減少で8億円の減益を見込む一方で、顧客件数の増加分(+3万件)で9億円、共同配送の取り組みや、関東・静岡での間接部門の統合など合理化効果で8億円の増益を見込んでいる。

営業戦略としては、リテールサービス事業で共有した情報を活用し、顧客件数の拡大や、追加契約に向けた営業を進めていく方針としている。

### ○ブロードバンド事業

ISP（インターネットサービスプロバイダー）事業者として、静岡県では27.4%とトップシェア、関東エリアでは4.4%のシェアを持つ。市場見通しは、有線ブロードバンド市場が2016年3月期をピークに成熟市場に入ると想定。また、NTTの光回線卸売の解禁により競争の激化が進むとみている。

2017 年 3 月期の営業利益は、2014 年 3 月期実績比で 5 億円増の 38 億円を計画。家電量販店大手 3 社における顧客獲得基盤を活かして、顧客件数を 3 年間で 8 万件増加させるほか、ISP システムを刷新し、現在運営している「@T COM(全国エリアを対象とした ISP)」「TNC(静岡県に特化した ISP)」の 2 つのブランドのバックヤード業務の効率化を進めることで、計画達成を目指す。

#### ○CATV 事業

CATV 事業者として売上高は全国 2 位。ホームパス 107 万件に占める放送加入率 47%と地域メディアとしての地位を確立している。市場環境としては、大手通信事業者との放送サービス競合で価格競争が続くことを想定している。

こうしたなか、2017 年 3 月期の営業利益は 2014 年 3 月期実績比で 3 億円増の 21 億円を見込んでいる。携帯電話会社との提携（スマホ割）をテコに CATV 通信サービスの顧客件数を 3 万件純増させるほか、放送サービスもマンション等の集合住宅向けに、集合バルク方式による「放送基本料無料プラン+付加サービス」の提案を進め、新規顧客の獲得を進めていく。

#### ○アクア事業

宅配水事業者では全国 6 位の顧客基盤を有し、静岡県内では 63.8%とトップシェア、全国では 4.2%のシェアを持つ。飲料水に対する「安全・安心」のニーズは依然高く、宅配水市場は引き続き成長が続くと想定。

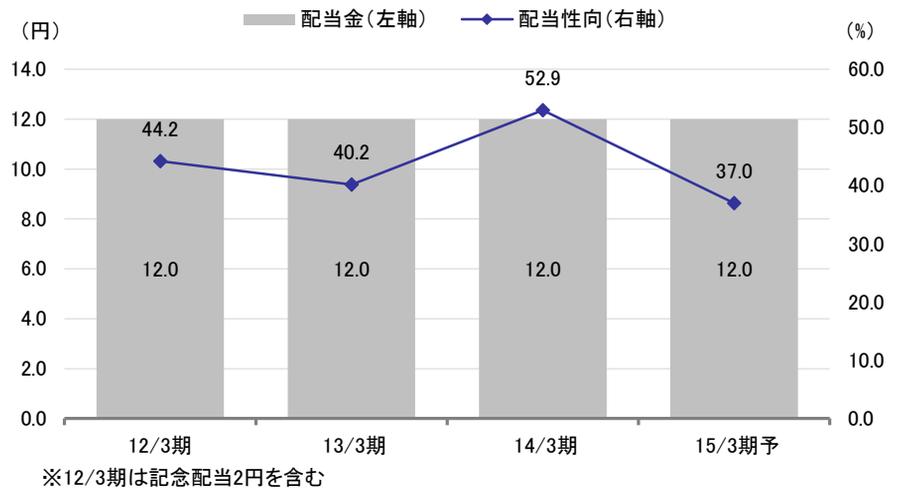
2017 年 3 月期の営業利益は、2014 年 3 月期実績比 19 億円増の 1 億円と初の黒字化を計画している。多様なニーズに応えるため、商品ラインナップを拡充し、また大型商業施設を中心とした販売チャネルでの拡販を強化することで、顧客件数を 3 年間で 6 万件純増する。また、収益性の高い定期配送コースでの契約を推進していく。その他、顧客数の拡大に伴う工場の生産性向上効果も見込まれる（生産本数は 3 年間で 2.9 倍増の 366 万本、生産性は 3 年間で 35% 向上）。

## ■株主還元策

### 単元当たり総合利回りは魅力的な水準

株主還元策として、配当金に関しては安定配当を基本方針としているが、持株会社体制移行後、3 期間の実績配当性向は 40% を超えており、2015 年 3 月期も 30% 以上となる見通し。また、株主優待としては単元株当たり 1,800 円相当のアクア商品（うるのん「富士の天然水」等）、または 500 円相当の QUO カード、1,000 円相当のお食事券、1,000 円相当のグループ総合会員サービス「TLC 会員サービス」のポイントのいずれかを 3 月末と 9 月末の年 2 回贈呈する。現在の株価水準で見た単元当たり総合利回りは約 9% となる計算で（アクア商品を選択した場合）、魅力的な水準と言えよう。

### 配当金と配当性向



#### ディスクレーマー（免責条項）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ