

|| 企業調査レポート ||

TOKAI ホールディングス

3167 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2021 年 6 月 16 日 (水)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2021 年 3 月期の業績概要	01
2. 2022 年 3 月期業績見通し	01
3. 中期経営計画「Innovation Plan 2024」について	02
4. 株主還元策	02
■ 事業概要	03
1. エネルギー事業	04
2. 情報通信事業	05
3. CATV 事業	05
4. 建築設備不動産事業	05
5. アクア事業	06
6. その他	06
■ 業績動向	06
1. 2021 年 3 月期の業績概要	06
2. 事業セグメント別動向	08
3. 財務状況	11
■ 今後の見通し	12
1. 2022 年 3 月期業績見通し	12
2. 中期経営計画	15
■ 株主還元策	20

■ 要約

新中期経営計画「Innovation Plan 2024」を発表、 “Life Design Group”の実現に向けた基盤構築に取り組み

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」を展開する総合生活インフラ企業。「Total Life Concierge（暮らしの総合サービス）構想^{※1}」の実現に加えて、2019年3月期より新たな戦略として「ABCIR+S（アブサーズ）^{※2}」を打ち出し、M&A戦略も推進しながらさらなる飛躍を目指している。

※1 Total Life Concierge 構想：同社グループが提供する様々なサービスにより、顧客の快適な生活を総合的、かつきめ細かにサポートし、顧客満足度の向上を目指すビジョンのこと。

※2 ABCIR+S:同社グループのデジタル技術革新に向けた戦略のこと。AI (A)、Big Data (B)、Cloud (C)、IoT (I)、Robotics (R)、Smart Phone (S) の頭文字をつなげた造語で、関連する新規サービスの創出・育成に注力する。

1. 2021年3月期の業績概要

2021年3月期の連結業績は、新型コロナウイルス感染症の拡大（以下、コロナ禍）の影響を受けながらも売上高で前期比0.4%増の196,726百万円、営業利益で同7.0%増の15,226百万円と4期連続増収、3期連続最高益を更新した。期末の継続取引顧客件数についても前期末比95千件増加の3,099千件と着実に増加した。売上高についてはエネルギー事業（LPガス・都市ガス事業）や情報通信事業が減収となったものの、CATV事業、建築設備不動産事業、アクア事業（宅配水事業）の増収でカバーした。また、営業利益については、巣ごもり需要や仕入単価の低下によりエネルギー事業が2ケタ増益となったほか、CATV事業、情報通信事業が増益に寄与した。情報通信事業では、クラウドサービスを中心とした法人向けビジネスがけん引した。

2. 2022年3月期業績見通し

2022年3月期の連結業績は、売上高で前期比5.2%増の207,000百万円、営業利益で同0.1%増の15,240百万円となる見通し。売上高はCATV事業を除くすべての事業セグメントで増収となる見通し。CATV事業については売上計上基準の変更に伴う目減りによるもので、実質ベースでは2%程度の増収となる。営業利益が横ばいにとどまるのは、LPガス事業を中心に顧客件数獲得費用を積極投下することに加えて、ワークスタイル改革のための環境整備費用を5億円程度織り込んでいることが要因だ。なお、継続取引顧客件数は前期末比96千件増加の3,195千件を見込んでいる。

3. 中期経営計画「Innovation Plan 2024」について

同社は今回新たに 2025 年 3 月期までの中期経営計画「Innovation Plan 2024」を発表した。10 年後のグループが目指す姿として“Life Design Group”（お客様の過ごしたいライフスタイルをデザイン・提案することを通じ社会課題の解決に貢献していく企業グループ）を掲げ、その実現に向けた基盤を構築する期間と位置付けている。生活インフラサービスの提供だけにとどまらず、「暮らしのサポート」や「ライフスタイルのデザイン・提案」を行うサービスへと事業領域を広げていくことで、持続的な成長を目指す。経営数値目標としては最終年度に、売上高 2,450 億円、営業利益 186 億円、継続取引顧客件数 356 万件を掲げる。今後 4 年間の年平均成長率は売上高で 5.6%、営業利益で 5.2% と堅実な成長を見込んでいる。また、顧客件数は前期末から 46 万件の増加となるが、このうち約 20 万件は LP ガス事業で拡大し、残り 11 万件を情報通信事業、9 万件を CATV 事業、5 万件をアクア事業で獲得していく。M&A についても引き続き前向きに検討していく方針だ。

4. 株主還元策

株主還元については、配当性向で 40 ～ 50% の範囲内で配当を実施していく方針を明らかにし、また、適宜自己株式の取得なども検討していくことにしている。2022 年 3 月期の 1 株当たり配当金は前期比横ばいの 30.0 円（配当性向 44.5%）を予定している。また、株主優待ではアクア商品や QUO カード、「TLC 会員サービス」のポイントなど複数の候補品から 1 つを 3 月末、9 月末の株主に贈呈している。株主優待も含めた単元当たり総投資利回りを現在の株価水準（2020 年 5 月 27 日終値 878 円）で試算すると 4.6 ～ 8.1% ※となる。

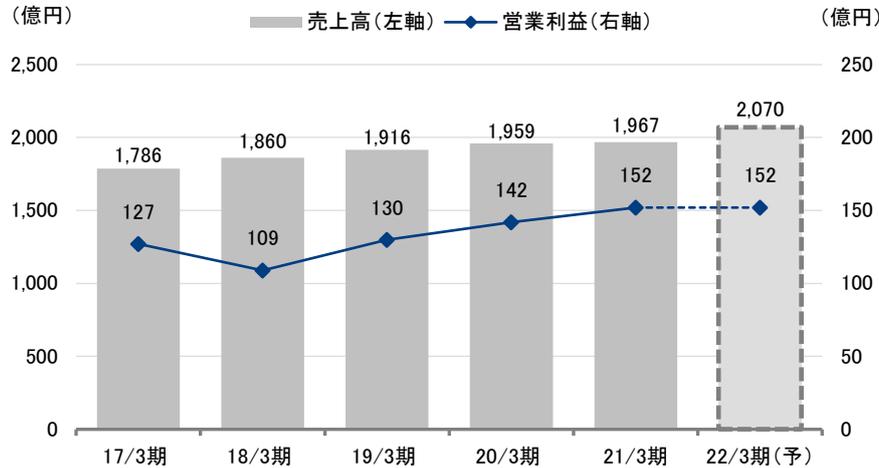
※ 株主優待を QUO カード、またはアクア商品で選択した場合。

Key Points

- ・ コロナ禍の影響を受けながらも、2021 年 3 月期は 4 期連続増収、3 期連続最高益を更新
- ・ 2022 年 3 月期は顧客基盤の拡大とワークスタイル改革のための費用が先行し、営業利益は前期比横ばい水準を見込む
- ・ 生活インフラサービス企業から、「暮らしのサポート」「ライフスタイルのデザイン・提案」をすすめる企業グループへ
- ・ 配当性向は 40 ～ 50% を目安に実施、自己株取得も機動的に実施していく方針

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

事業概要

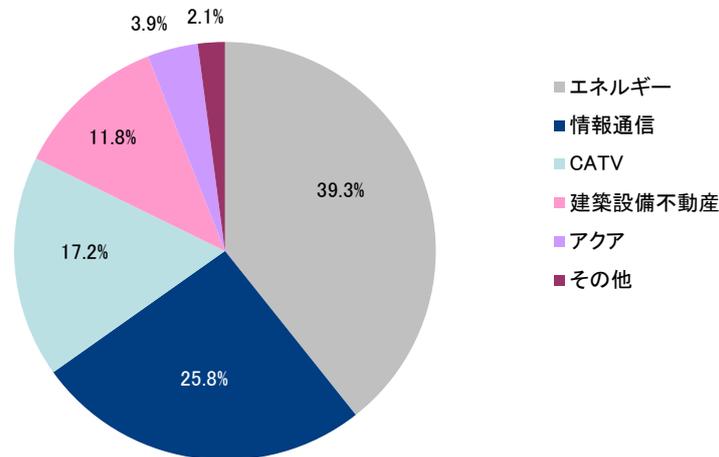
LP ガスやインターネット、CATV など各種生活インフラサービスを提供、経営ビジョンとして「Total Life Concierge」構想を掲げる

同社は静岡県を地盤に 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」を主軸に事業を展開しており、経営ビジョンとして「Total Life Concierge (TLC)」構想を掲げている。暮らしに関わるあらゆるサービスをワンコントラクト、ワンストップ、ワンコールセンターで総合的に提供し、顧客やその先の地域・社会・地球環境とのつながりを深めながら、人々の豊かな生活、地域社会の発展、地球環境保全に貢献し、日本を代表する生活総合サービス企業に成長していくことを目指している。

現在の事業セグメントは、「エネルギー事業」「情報通信事業」「CATV 事業」「建築設備不動産事業」「アクア事業」「その他」の6つに分けて開示している。事業セグメント別の売上構成比(2021年3月期)を見ると、祖業である「エネルギー事業」が39.3%、「情報通信事業」が25.8%、「CATV 事業」が17.2%となっており、これら3事業で全体の80%を超える水準となっている。事業セグメント別の内容は以下のとおり。

事業概要

事業セグメント別売上高構成比(2021年3月期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

1. エネルギー事業

エネルギー事業では、売上高の84.8%をLPガス事業、15.2%を都市ガス事業で占めている。主力のLPガス事業は(株)TOKAIで家庭・産業用を主に販売している。サービスエリアは静岡や関東圏が中心だが、2015年以降は南東北エリアや中部・東海、中国、九州エリアなど他エリアにも順次進出し、顧客数の拡大を図っている。契約件数は2021年3月末時点で681千件となっており、直販では岩谷産業<8088>、日本瓦斯<8174>に続く3番手となる。市場シェアは、地盤である静岡県で約2割とトップで、競争の激しい関東圏でも1割弱と2番手に位置する。LPガス利用世帯数は全国で約2,000万世帯あるため、全国シェアで見ると約3%の水準だが、今後も営業エリアの拡大とM&Aの推進によりシェアを拡大していく戦略となっている。国内のLPガス販売事業者数は中小零細企業も含めれば約1.7万社と多く、今後は大手資本による集約化が進行する見通しとなっている。

一方、都市ガス事業は東海ガス(株)が静岡県の焼津市、藤枝市、島田市で都市ガスの供給を行っているほか、2019年4月より群馬県の下仁田町、2020年4月より秋田県にかほ市でそれぞれ自治体が運営していた都市ガス事業を譲受し、販売を開始している。顧客件数は2021年3月末時点で63千件となっている。都市ガス市場については全国で193事業者(私営173、公営20)あり、このうち大手4社を除けば地域の中小規模事業者がほとんどとなっている。2017年4月にガス小売りの自由化が解禁されたことを契機に、同社でもM&A戦略により顧客獲得を進めていく方針を打ち出している。

事業概要

2. 情報通信事業

(株)TOKAI コミュニケーションズで展開する情報通信事業には、コンシューマー向けのISP(インターネットサービスプロバイダ)事業、モバイル事業(携帯電話販売事業)と、法人向けの通信回線提供サービス、データセンターサービス、クラウドシステム構築、システム開発受託事業等で構成されている。2021年3月期の売上構成比で見ると、コンシューマー向けで51.8%、法人向けで48.2%となっており、法人向けの比率が上昇傾向にある(2017年3月期の法人向けは35%)。

ISP事業は、全国をサービスエリアとする「@T COM(アットティーコム)」と静岡県をサービスエリアとする「TOKAI ネットワーククラブ(TNC)」の2つのサービスを展開しており、静岡県内でのシェアは約2割とトップを占める。また、2015年2月よりNTT(日本電信電話<9432>)から光回線の卸提供を受け、自社の光インターネット接続サービスとセットで提供する光コラボサービス(「@T COM ヒカリ」「TNC ヒカリ」)の提供も開始している。2021年3月末の顧客件数は、従来型ISPサービス等で395千件、光コラボサービスで337千件となっており、従来型ISPサービスから光コラボサービスへのシフトがここ数年で進んでいる。また、2017年よりMVNO※を利用する格安SIM/スマートフォン「LIBMO」の販売も開始しており、2021年3月期末の顧客件数は53千件となっている。

※ MVNO (Mobile Virtual Network Operator) : 携帯電話等の無線通信インフラを他社から借り受けてサービスを提供する事業者。

モバイル事業では、ソフトバンク<9434>の代理店として静岡県内を中心にモバイルショップ14店舗を展開しており、2021年3月末の顧客件数は206千件となっている。また、iPhoneの修理サービスを行うiCracked Storeを静岡県内に7店舗出店している。

3. CATV 事業

CATV事業はM&A戦略によりサービスエリアを徐々に広げてきた。2021年3月末現在、グループ会社9社において、静岡県、東京都、神奈川県、千葉県、長野県、岡山県、宮城県の1都6県をサービスエリアとして展開している。顧客件数は放送サービスで875千件、通信サービスで322千件、合計で1,198千件となる。CATV業界ではJ:COM((株)ジュピターテレコム)グループが視聴世帯数ベースで5割強のシェアを握るが、2番手以下はいずれも数%程度のシェアとなっている。同社のシェアも約3%だが、今後もM&Aの推進によりシェアを拡大していく方針となっている。

4. 建築設備不動産事業

建築設備不動産事業では、TOKAIが戸建や集合住宅、店舗、オフィスビル等の設計・建築、建物管理サービス、住宅設備機器の販売、不動産の開発・売買等を行っており、TOKAIと東海ガスがリフォーム事業を展開している。また、M&Aも推進しており、2019年9月に岐阜県に拠点を置く総合建設会社の日産工業(株)、2020年8月に愛知県内で電気設備工事を行う中央電機工事(株)、同年11月に静岡県内でビルメンテナンス事業を行う(株)イノウエテクノを連結子会社化している。

事業概要

5. アクア事業

アクア事業（宅配水事業）は、TOKAI が 2007 年に静岡県内でリターナブル方式（ボトル回収型）「おいしい水の宅配便」のサービス提供を開始し、2011 年からは静岡県以外のエリアでワンウェイ方式（ボトル使い切り型）「おいしい水の贈りもの うるのん」でサービス展開している。富士山の天然水を静岡県内にある 2 つの工場で製造しており、2021 年 3 月末の顧客件数は 162 千件となっている。業界全体の 2020 年末の顧客件数は 4,430 千件で着実に市場は拡大しており、同社のシェアは 4% 弱の水準（静岡県内は約 50%）となっている。

6. その他

その他には、TOKAI ライフプラス（株）の介護事業、トーカイシティサービス（株）の婚礼催事事業、東海造船運輸（株）の船舶修繕事業などが含まれる。介護事業は 2011 年より開始しており、2021 年 3 月時点で静岡県内にデイサービス施設 6 ヶ所、ショートステイ施設、介護付有料老人ホームを各 1 ヶ所運営しているほか、ケアプランセンター 2 ヶ所を開設している。また、婚礼催事事業は静岡県内で 1 施設の運営を行っている。

業績動向

コロナ禍の影響を受けながらも、2021年3月期は4期連続増収、3期連続最高益を更新

1. 2021年3月期の業績概要

2021年3月期の連結業績は、売上高で前期比0.4%増の196,726百万円、営業利益で同7.0%増の15,226百万円、経常利益で同5.8%増の15,312百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同7.0%増の8,815百万円となり、4期連続増収、3期連続過去最高益を更新した。会社計画に対してはコロナ禍の影響を一部の事業で受けたことにより、売上高は若干未達に終わったものの、利益に関しては経費抑制効果もあってすべての項目で上回って着地した。

2021年3月期連結業績

（単位：百万円）

	20/3期		会社計画	21/3期			
	実績	売上比		実績	売上比	前期比増減率	計画比増減率
売上高	195,952	-	205,300	196,726	-	0.4%	-4.2%
売上原価	116,662	59.5%	-	113,856	57.9%	-2.4%	-
販管費	65,065	33.2%	-	67,643	34.4%	4.0%	-
営業利益	14,224	7.3%	15,000	15,226	7.7%	7.0%	1.5%
経常利益	14,479	7.4%	14,870	15,312	7.8%	5.8%	3.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,241	4.2%	8,460	8,815	4.5%	7.0%	4.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

TOKAI ホールディングス | 2021年6月16日(水)
 3167 東証1部 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/>

業績動向

売上高は継続取引顧客件数の拡大に伴う月額課金収入の増加に加え、法人向け情報通信サービス事業の好調持続、建築・不動産事業における M&A 効果などが増収要因となった。継続取引顧客件数は前期末比で 95 千件増加の 3,099 千件となっている。事業別では CATV 事業（同 44 千件増）、LP ガス事業（同 30 千件増）、光コラボ（同 13 千件）の増加が目立った。また、TLC 会員数についても同 83 千件増の 979 千件と増加したほか、クロスセル率^{*}も前期末の 18.8% から 20.0% と着実に上昇した。

| ^{*} クロスセル率 = (サービス総契約件数 ÷ 顧客数) - 1。 |

主要サービスの顧客数

(単位：千件)

	18/3 期	19/3 期	20/3 期	21/3 期	前期比増減数
エネルギー	661	684	713	744	31
LP ガス	606	628	652	681	30
都市ガス	55	56	61	63	2
情報通信	817	787	761	785	24
従来型 ISP 等	465	419	389	395	6
光コラボ	323	327	324	337	13
LIBMO	29	41	48	53	5
CATV	1,032	1,063	1,154	1,198	44
放送サービス	775	789	862	875	14
通信サービス	257	274	292	322	30
アクア	146	156	161	162	1
モバイル	227	217	212	206	-6
セキュリティ	17	17	16	16	0
グループ合計顧客件数	2,876	2,902	3,003	3,099	95
(TLC 会員数)	699	805	896	979	83

注：千件未満四捨五入。情報通信と CATV で通信サービスが重複、合計値からは除外。

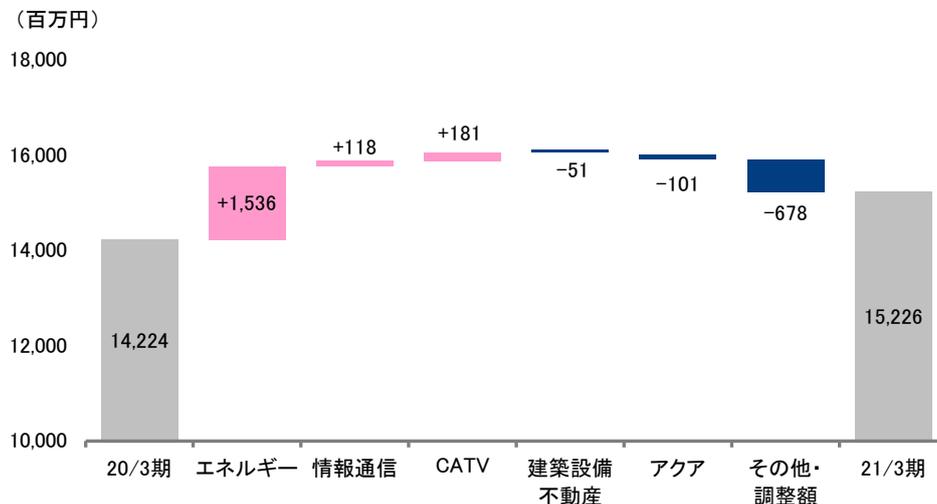
21/3 期より従来型 ISP 等に ISP 付加サービスの契約を加算している

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

営業利益の増減を事業セグメント別で見ると、コロナ禍の影響を強く受けた婚礼催事事業が含まれるその他・調整額が 678 百万円の減益となったほか、アクア事業、建築設備不動産事業で減益となったものの、エネルギー事業、情報通信事業、CATV 事業の増益でカバーする格好となり、特に、エネルギー事業の増益が大きく貢献した格好だ。

業績動向

事業セグメント別営業利益の前期比増減額



注：セグメント利益は間接費用等配賦前ベース
 出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

LP ガス事業は件数増加と仕入れコスト低減効果により大幅増益に

2. 事業セグメント別動向

事業セグメント別売上高

(単位：百万円)

	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	前期比
エネルギー	76,073	77,977	78,154	77,380	-1.0%
情報通信	50,894	51,234	51,753	50,735	-2.0%
CATV	28,386	30,511	31,385	33,745	7.5%
建築設備不動産	19,807	20,090	22,383	23,177	3.5%
アクア	6,200	7,004	7,416	7,622	2.8%
その他	4,706	4,781	4,858	4,065	-16.3%
合計	186,069	191,600	195,952	196,726	0.4%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

事業セグメント別営業利益

(単位：百万円)

	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	前期比
エネルギー	7,364	6,815	7,452	8,988	20.6%
情報通信	3,174	3,827	4,226	4,344	2.8%
CATV	3,554	4,953	5,024	5,205	3.6%
建築設備不動産	1,330	1,615	2,116	2,065	-2.4%
アクア	246	762	674	573	-15.0%
その他・調整額	-4,699	-4,916	-5,271	-5,949	-
合計	10,971	13,057	14,224	15,226	7.0%

※数値は間接費用等配賦前ベース
 出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

(1) エネルギー事業

エネルギー事業の売上高は前期比 1.0% 減の 77,380 百万円、営業利益（間接費用等配賦前営業利益となり、決算短信とは算出方法が異なる。以下、同様）は同 20.6% 増の 8,988 百万円となった。販売単価下落の影響により売上高が若干減収となったものの、顧客件数の増加や仕入れコスト減少に加えて、平均気温低下（前期比 0.3℃低下）や巣ごもり現象による世帯当たり消費量の増加により営業利益は大幅増益となった。利益増減要因の内訳を見ると、顧客件数の増加で 11.9 億円の増益、仕入コスト低減により 8.6 億円の増益（家庭用の販売単価下落によるマイナス影響 7 億円含む）、世帯当たり消費量の増加で 5.1 億円の増益（うち、気温低下で 1.5 億円、巣ごもり効果で 3.6 億円）となり、顧客獲得費用の増加 5.5 億円、その他コストの増加 4.7 億円を吸収した。

LP ガス事業の売上高は前期比 0.6% 増の 65,638 百万円と 2 期ぶりに増収に転じた。顧客件数は前期末比 30 千件増加の 681 千件となり、件数の増加が増収要因となった。コロナ禍の影響で M&A やアライアンス交渉が遅延したため、当初の会社計画（703 千件）には届かなかったものの、純増件数としては前期の 24 千件を上回る実績となった。内訳を見ると、関東や静岡県など既存エリアで 19 千件増（前期は 8 千件増）、新規エリア※で 11 千件増（同 16 千件増）となっている。

※ 新規エリアとして 2015 年に仙台、いわき、豊川、2016 年に西三河、岐阜、2017 年に多治見、岡山、2018 年に福岡、2019 年に津、2020 年 6 月に春日井、四日市と合計 11 拠点で営業所を開設している。

一方、都市ガス事業の売上高は前期比 9.1% 減の 11,741 百万円となった。原料費調整制度により販売単価が低下したことに加えて、設備機器の販売減少が減収要因となった。顧客件数は前期末比 2 千増の 63 千件となっている。既存エリアの契約件数増加による。なお、都市ガス事業についても減収となったものの、仕入コストの低減により 3 億円程度の増益になったと見られる。

(2) 情報通信事業

情報通信事業の売上高は前期比 2.0% 減の 50,735 百万円、営業利益は同 2.8% 増の 4,344 百万円となった。売上高はコンシューマー向け事業の低迷により 11 期ぶりに減収に転じたが、法人向け事業の収益拡大により営業利益は 3 期連続の増益となっている。

コンシューマー向け事業の売上高は前期比 8.0% 減の 25,805 百万円となった。顧客件数は前期末比 24 千件増加の 785 千件と増加に転じたが、ARPU が減少したことにより減収となった。内訳を見ると、従来型 ISP 等の顧客件数は前期末比 6 千件増の 395 千件となり、光コラボについては同 13 千件増の 337 千件となった。大手家電量販店での販促キャンペーンを展開し、在宅勤務需要を取り込めたことが奏功した。光コラボを含めた ISP サービスについては、新規契約、解約件数ともに改善傾向となっており、全体的に見れば底打ち感が出てきている。格安スマートフォン「LIBMO」の顧客件数については同 5 千件増の 53 千件となった。新料金プランの提供を開始するなど、顧客ニーズに合わせた最適な提案を行うとともに、Web プロモーションを強化したことが増加につながった。営業利益については、前期比で 5.1 億円の減益となった。増減要因と見ると、「LIBMO」で 1.1 億円の増益となったが、ISP サービスの減収で 4.2 億円、顧客獲得コストの増加で 2.0 億円の減益要因となった。

業績動向

法人向け事業の売上高は前期比 5.5% 増の 24,430 百万円となった。企業のデジタルトランスフォーメーションへの取り組みが進むなか、クラウドサービスを導入する企業が増え、Amazon Web Services (AWS) のシステム構築やクラウド接続通信回線契約数が好調に推移したほか、システム受託開発も堅調に推移した。営業利益も増収効果により、前期比 6.3 億円の増益となった。

(3) CATV 事業

CATV 事業の売上高は前期比 7.5% 増の 33,745 百万円、営業利益は同 3.6% 増の 5,205 百万円となり、売上高は 8 期連続増収、営業利益は 6 期連続増益となった。期末顧客件数は放送サービスで前期末比 14 千件増の 875 千件、通信サービスで同 30 千件増の 322 千件と順調に拡大した。なお、前期末に仙台 CATV(株) を子会社化したことによって売上高で約 10 億円の増額要因となっており（営業利益はのれん償却後ベースで影響なし）、既存事業ベースでは 4% 程度の増収だったと見られる。

地域密着型の情報発信や番組制作に注力するとともに、大手動画配信事業者と提携しコンテンツの充実を図ったこと、4K 放送の対応を含めた光化投資を積極的に進めていることが契約件数の増加につながっている。光化によって高速通信サービスの提供エリアを拡大していることが、通信契約件数の増加につながっているものと考えられる。営業利益の増減要因を見ると、顧客件数の増加により 3.7 億円の増益となり、減価償却費の増加などを吸収した。

(4) 建築設備不動産事業

建築設備不動産事業の売上高は前期比 3.5% 増の 23,177 百万円、営業利益は同 2.4% 減の 2,065 百万円となった。2019 年 9 月に子会社化した日産工業^{※1} や 2020 年に子会社化した中央電機工事^{※2}、イノウエテクニカ^{※3} など M&A の効果により売上高で 16 億円、営業利益で 2 億円強の増額要因となっており、これらを除いた既存事業ベースでは売上高で 4% 減、営業利益で 12% 減程度だったと見られる。コロナ禍の影響で営業活動が制限され、建築工事や設備機器販売の売上が減少したほか、2020 年 3 月期の売上に寄与した学校の空調工事案件が一巡したことも減収要因となっている。

※1 日産工業は、岐阜県内で公共工事や一般建築などを手掛け、年間売上高は 20 億円規模。

※2 中央電機工事は愛知県内で電設工事業を従業員 30 名弱で展開している。

※3 イノウエテクニカは静岡県東部でビルメンテナンス事業を展開しており、年間売上高は約 5 億円。

なお、同社では M&A によって、土木・建築工事から空調・衛生・電気といった屋内工事、ビルメンテナンスまで総合的に提供できる体制を構築しており、今後、グループ力を結集しながら東海地方における事業規模拡大を推進していく戦略となっている。

(5) アクア事業

アクア事業の売上高は前期比 2.8% 増の 7,622 百万円、営業利益は同 15.0% 減の 573 百万円となった。コロナ禍の影響で 2021 年 3 月期の前半は大型商業施設等での営業活動が制限され苦戦したものの後半に挽回し、期末顧客件数は前期末比 1 千件増の 162 千件となった。営業利益の増減要因を見ると、件数増加に加えて巣ごもり需要によって世帯当たり消費量が増加したことにより 1.8 億円の増益、顧客獲得コストの減少で 0.1 億円の増益要因となった一方で、物流コストを中心としたその他費用の増加で 2.9 億円の減益要因となった。

業績動向

(6) その他

その他の売上高は前期比 16.3% 減の 4,065 百万円となった。内訳を見ると、介護事業は前期にサービス付き高齢者住宅を運営（19 室）する（株）テンダーを子会社化したことにより、同 5.8% 増の 1,314 百万円と増収となり、造船事業は船舶修繕の工事量増加で同 1.7% 増の 1,506 百万円となった。一方、婚礼催事事業はコロナ禍による婚礼の延期や宴会の自粛等が響いて、同 69.3% 減の 417 百万円と大きく減少した。なお、内部調整額も含めた営業損失は婚礼催事業の減収要因に加えて、社内共通費用が 2 億円増加したこともあり、5,949 百万円（前期は 5,271 百万円の損失）に拡大している。

財務体質の強化が進み、 今後も M&A を含めた成長投資を積極的に推進していく方針

3. 財務状況

2021 年 3 月期末の財務状況を見ると、資産合計は前期末比 9,001 百万円増加の 178,974 百万円となった。主な変動要因を見ると、関連会社株式の取得や保有株式の評価額が増加したこと等により投資有価証券が 3,860 百万円増加したほか、有形固定資産が 3,447 百万円、現金及び預金が 948 百万円それぞれ増加した。

負債合計は前期末比 1,071 百万円減少の 102,917 百万円となった。支払手形及び買掛金が 2,192 百万円、ヘッジ取引にかかる預かり保証金の増加などにより流動負債「その他」が 2,407 百万円それぞれ増加した一方で、有利子負債が 6,144 百万円減少した。また、純資産合計は前期末比 10,073 百万円増加の 76,056 百万円となった。配当金支出で 3,678 百万円減少した一方で、親会社株主に帰属する当期純利益 8,815 百万円を計上したこと、繰延ヘッジ損益が 2,802 百万円、その他有価証券評価差額金が 926 百万円、退職給付に係る調整累計額が 1,005 百万円それぞれ増加したことによる。

財務の健全性を示す自己資本比率については、前期末の 38.0% から 41.6% に上昇し、有利子負債依存度も 28.4% から 23.5% に低下するなど、財務の健全性については年々向上している。キャッシュ・フローの状況についても、営業キャッシュ・フローが 32,223 百万円の収入、投資キャッシュ・フローが 17,068 百万円の支出となり、フリーキャッシュ・フローは 15,155 百万円の収入と引き続き安定したフリーキャッシュ・フローを生み出している。フリーキャッシュについては、配当金支出のほか有利子負債の返済等にほぼ充当している格好となっている。コロナ禍で財務体質を悪化させる企業が増加するなかで、每期安定したフリーキャッシュ・フローを生み出す安定した収益基盤を構築していることは注目される。今後もフリーキャッシュ・フローについては、M&A を含めた成長投資や株主還元を充実していく方針となっている。

業績動向

連結財務諸表

(単位：百万円)

	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	増減額
資産合計	165,993	167,606	169,972	178,974	9,001
（現金及び預金）	3,143	4,164	4,629	5,577	948
負債合計	104,543	103,711	103,989	102,917	-1,071
（有利子負債）	50,980	50,604	48,272	42,128	-6,144
純資産合計	61,450	63,894	65,982	76,056	10,073
自己資本比率	36.3%	37.4%	38.0%	41.6%	3.6pt
有利子負債依存度	30.7%	30.2%	28.4%	23.5%	-4.9pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

キャッシュ・フローの状況

(単位：百万円)

	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期
営業キャッシュ・フロー	20,909	21,605	22,535	32,223
投資キャッシュ・フロー	-11,488	-12,443	-12,131	-17,068
フリーキャッシュ・フロー	9,421	9,161	10,403	15,155
財務キャッシュ・フロー	-9,527	-8,147	-10,375	-14,064

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2022年3月期は顧客基盤の拡大と ワークスタイル改革のための費用が先行し、 営業利益は前期比横ばい水準を見込む

1. 2022年3月期業績見通し

2022年3月期の連結業績は、売上高で前期比5.2%増の207,000百万円、営業利益で同0.1%増の15,240百万円、経常利益で同0.1%増の15,320百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同0.2%増の8,830百万円を見込んでいる。継続取引顧客件数の積み上げや受注案件の拡大により増収となるものの、LPガス顧客獲得の強化やワークスタイル改革のための環境整備費用（約5億円）など成長投資を積極的に投下していく方針となっていること、また、設備投資拡大に伴い減価償却費が5億円増加することなどで、利益については2021年3月期並みの水準となる見通しだ。

TOKAI ホールディングス | 2021年6月16日(水)
 3167 東証1部 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/>

今後の見通し

2022年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	21/3期		22/3期		前期比
	実績	売上比	会社計画	売上比	
売上高	196,726	-	207,000	-	5.2%
営業利益	15,226	7.7%	15,240	7.4%	0.1%
経常利益	15,312	7.8%	15,320	7.4%	0.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,815	4.5%	8,830	4.3%	0.2%
1株当たり利益(円)	67.32		67.42		0.1%
継続取引顧客件数(千件)	3,099		3,195		3.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

継続取引顧客件数については前期末比 97 千件増加の 3,195 千件を計画している。主に LP ガス事業で 57 千件、CATV 事業で 25 千件、アクア事業で 9 千件、「LIBMO」で 8 千件の増加を見込んでいる。なお、2022 年 3 月期より収益認識基準を変更することに伴い、売上高で 30 億円強のマイナス要因が発生するため、実質的な増収率は約 7% となる（営業利益の影響は無い）。同社は自社サービスを提供する際に、他社サービスをセットにして販売するケースがあり、他社サービスの料金部分が売上高から除外されることになる。事業セグメント別での影響額を見ると、CATV 事業で 20 億円、エネルギー事業で 15 億円の減収要因となる。また、情報通信事業に関してはコンシューマー向けで 2.5 億円の減収となるが、法人向けで 6.5 億円の増収要因となる。

(1) エネルギー事業

エネルギー事業の売上高は前期比 4.0% 増、営業利益は 5.6% 減と増収減益を見込んでいる。金額ベースでは 31 億円の増収、5 億円の減益となるが、売上高については目減り分が 15 億円あるため、実質的には 6% 増収を見込んでいることになる。販売単価は前期比横ばい、年平均気温については 0.1°C の低下を想定しており、顧客件数の拡大が増収要因となる。

LP ガスの顧客件数は前期末比 57 千件増の 738 千件、都市ガス事業は横ばいの 63 千件となる。LP ガスの純増件数については 2021 年 3 月期が 30 千件だったことから、獲得ペースを加速する計画となっている。内訳を見ると、新規獲得で 43 千件、解約で 23 千件、M&A・アライアンスで 36.8 千件となっており、2021 年 3 月期実績（新規獲得 32.5 千件、解約 25 千件、M&A・アライアンスで 22.3 千件）と比較すると、新規獲得で 10.5 千件、M&A・アライアンスで 14.5 千件の上積みを狙っている。M&A・アライアンスについては 2021 年 3 月期にコロナ禍の影響で遅れていた案件等の交渉を纏めていく。新規獲得については既存エリアでの獲得に加えて、2022 年 3 月期も新たに西日本エリアで 2 拠点営業所を新設する予定にしており、新規エリアでの獲得も増やしていく方針だ。

TOKAI ホールディングス 3167 東証 1 部	2021 年 6 月 16 日 (水) https://www.tokaiholdings.co.jp/
--------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------

今後の見通し

営業利益で 5 億円の減益要因を見ている理由として、新規獲得コストの増加が挙げられる。新規獲得件数の増加分で約 7 億円の費用増要因となる。なお、年明け以降の市況高騰によって、プロパンの仕入価格上昇が想定されるが、同社では家庭用について 2021 年 3 月期までにすべて予約ヘッジを完了しており、実質的には 2022 年 3 月期もマージンの改善により 10 億円程度の増益要因になることが見込まれている。販売価格が 2021 年 3 月期の水準を上回って上昇することがあれば、さらにマージンが改善することになるが、同社では顧客獲得や解約防止のための費用に投下していく方針となっている。いずれにしても、利益面では保守的な計画になっていると弊社では見ている。一方、都市ガス事業については、2021 年 3 月期第 4 四半期に契約件数が 2 千件程度増加したこともあり、2022 年 3 月期は堅調な推移が見込まれる。

(2) 情報通信事業

情報通信事業の売上高は前期比 3.2% 増、営業利益は横ばい水となる見通し。金額ベースで 16 億円の増収となるが、収益認識基準の変更により 4 億円の増額要因となるため、実質的には 2% 程度の増収を見込んでいることになる。

コンシューマー向けについては、ISP サービス（光コラボ含む）の顧客件数を前期末比横ばい水準で見えており、「LIBMO」については 8 千件増加の 61 千件を計画している。「LIBMO」については大手キャリアの格安スマホとの競争が激しくなると見られるが、料金プランの見直しや Web プロモーションの強化等で顧客件数の増加を目指す。ISP サービスの顧客件数はほぼ横ばい水準となるため、売上高については若干増となるが、顧客獲得コストの積み増し等により営業利益は減益で見込んでいる。一方、法人向けについては引き続きクラウドサービスなどストック収入の積み上げが進むほか受託開発も堅調に推移し、1 ケタ台の増収増益となる見通し。

なお、2021 年 4 月末に IT システムやスマートフォンアプリの受託開発、Web 制作・運用等のシステム開発事業を展開する（株）クエリの全株式を取得し、子会社化している。クエリの持つ技術力と TOKAI コミュニケーションズの強みであるクラウド・ネットワーク領域のインテグレーションを相乗することで、法人向け情報通信事業の体制強化並びにサービス提供領域の拡大を推進していくことにしている。

(3) CATV 事業

CATV 事業の売上高は前期比 3.5% 減、営業利益は同 7.7% 増と減収増益となる見通し。金額ベースで売上高は 12 億円の減収、営業利益は 4 億円の増益となる。売上高については収益認識基準の変更で 20 億円の減額要因となり、実質的には 2% 程度の増収を見込んでいることになる。

顧客件数は前期末比 25 千件増の 1,223 千件、うち放送サービスで 8 千件増の 883 千件、通信サービスで 18 千件増の 340 千件を計画している。光化率の上昇とともに放送サービスと合わせて通信サービスを契約する顧客も増加傾向となっており、1 顧客当たり売上単価が上昇することによって収益性も向上する見通しだ。なお、設備投資額は光化投資やエリアの増強工事などもあり、2021 年 3 月期の 57 億円から 66 億円に増加するが、年間投資額としてはピークとなり、2023 年 3 月期以降は M&A 案件がなければ横ばい水準で推移する見通しだ。

今後の見通し

(4) 建築設備不動産事業

建築設備不動産事業の売上高は前期比 25.2% 増、営業利益は同 14.5% 増と 2 ケタ増収増益を見込んでいる。金額ベースでは売上高で 59 億円、営業利益で 3 億円の増加となる。コロナ禍で 2021 年 3 月期に落ち込んだ反動増に加えて、2021 年 3 月期に子会社化した 2 社（中央電機工事、イノウエテクニカ）が通年で寄与すること、2021 年 4 月に子会社化した（株）マルコオ・ポーロ化工が上乘せ要因となる。同社は愛知県でマンションや官公庁施設の大規模修繕工事等を展開しており、今後、市場の拡大が見込まれる大規模修繕事業の営業・技術ノウハウを TOKAI が吸収し、中京エリアにおける事業拡大を推進していくことになる。従業員数は 35 名の会社だが、協力会社として 105 社、技術者 250 名のネットワークを構築しており、2020 年 4 月期の売上高が約 22 億円となっている。TOKAI の設備工事業の売上高は約 30 億円となっており、グループシナジーを高めていくことにより、一段の成長が期待される。

(5) アクア事業

アクア事業の売上高は前期比 4.3% 増、営業利益は横ばいとなる見通し。顧客件数は前期末比 9 千件増の 171 千件を見込んでいる。顧客当たり平均売上高は、2021 年 3 月期の巣ごもり需要の反動もあって若干低下する前提となっている。営業利益については、商業施設等でのプロモーション活動を中心とした顧客獲得コストの増加により横ばいととどまると見ている。

(6) その他

その他事業の売上高は前期比 14.6% 増、金額で 6 億円の増収となる見通し。コロナ禍のマイナス影響が一巡し、介護事業が堅調に推移するほか、婚礼催事事業についても回復を見込んでいる。一方、社内調整額も含めた損失額は 3 億円前後拡大する見込みとなっている。ワークスタイルの改革に伴って、テレワーク体制に対応した情報機器の購入やオフィスの見直しに伴う費用で 4 億円程度を計画している。出勤率を 5 割程度とするため、オフィススペースについて段階的に縮小を進め、最終的に 4 割程度を削減する計画を立てている。

生活インフラサービス企業から、「暮らしのサポート」 「ライフスタイルのデザイン・提案」をする企業グループへ

2. 中期経営計画

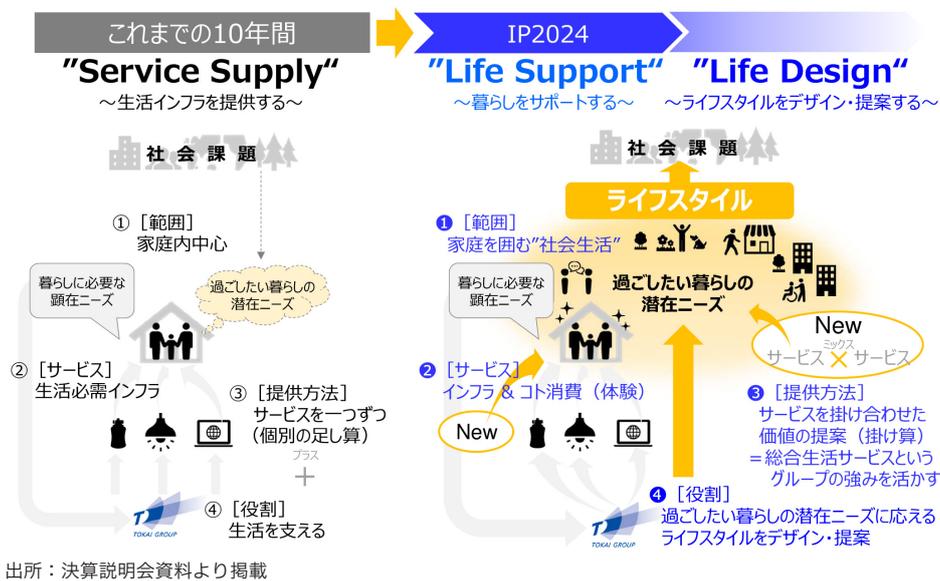
(1) 次の 10 年に向けた基本コンセプト

同社は 2022 年 3 月期からスタートする 4 年間の中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」を発表した。コロナ禍をきっかけとして生活様式が大きく変化し、SDGs 等への取り組みが社会全体で注目されるなか、同社の目指す将来像もこうした時代の求める方向性に応え、「サステナブルに成長し続け、人々の生活を創る企業グループ」とした。また、10 年後のグループが目指す姿を“Life Design Group”とし、「お客様の過ごしたいライフスタイルをデザイン・提案することを通じて、社会課題の解決に貢献していく」方針を示し、この姿勢を持って同社が掲げる経営ビジョン「TLC（トータルライフコンシェルジュ）」の充実に取り組んでいくこととした。

今後の見通し

従来は、家庭内を中心とした生活インフラサービスを提供する企業として、ガスや通信、放送などのサービスを個別に提供し、積み上げていくことで成長を続けてきた。しかし、今後は対象市場を「家庭を囲む“社会生活”」と従来よりも範囲を広げ、提供するサービスも生活インフラサービスだけでなく、コト消費（体験）に関連するサービスなどに領域を広げていく。そして、これらサービスを掛け合わせることで、過ごしたい暮らしの潜在ニーズに応えていく「暮らしのサポート」、「ライフスタイルをデザイン・提案する」生活総合サービス企業として発展していくことを目指している。そして、今回発表した中期経営計画の4年間は、こうした「Life Design Group」の実現に向けて、経営基盤を構築する期間と位置付けている。

「生活インフラの提供」から、「暮らしのサポート」「ライフスタイルのデザイン・提案」への発展



(2) 経営数値目標

中期経営計画における経営数値目標として、2025年3月期に売上高2,450億円、営業利益186億円、親会社に帰属する当期純利益110億円とし、4年間の年平均成長率は5%台と堅実な成長を計画している。利益面では中期経営計画前半の2年間に先行投資を積極的に行うため利益の成長が低くなるが、後半にこれら投資の効果が利益面で貢献する見通しとなっている。また、資本効率を意識した経営を進めていく方針で、ROEに関しては2021年3月期の12.7%に対して13%以上、同様にROICは9.2%に対して9.9%以上の水準を目指す。自己資本比率については、投資も継続していくことから40%程度とほぼ2021年3月期並みの水準を見込んでいる。

TOKAI ホールディングス | 2021年6月16日(水)
 3167 東証1部 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/>

今後の見通し

中期経営計画 (IP24) 経営数値目標 (2021年5月発表)

	21/3期 実績	22/3期 計画	23/3期 計画	24/3期 計画	25/3期 計画	年平均成長率
売上高 (億円)	1,967	2,070	2,210	2,320	2,450	5.6%
営業利益 (億円)	152	152	156	165	186	5.2%
親会社株主に帰属する当期純利益 (億円)	88	88	90	95	110	5.7%
営業キャッシュ・フロー※ (億円)	224	218	230	240	260	3.8%
顧客件数 (万件)	310	320	332	344	356	3.5%
配当性向	44.6%		40～50%			
ROE	12.7%		→		13%以上	
ROIC	9.2%		→		9.9%以上	
自己資本比率	41.6%		→		40%程度	

※営業キャッシュ・フロー = 営業利益 + 減価償却費 - リース支払料 - 税金支払
 出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

継続取引顧客件数については、前期末の309.9万件から355.8万件を見込んでいる。最も増加するのはLPガスで19.9万件的増加となる。次いで、光コラボを含むISPサービスが7.3万件、CATVの通信サービスが6.4万件、アクアが5.2万件、LIBMOが4.1万件となる。唯一、モバイルについては1.6万件的減少を見込んでいる。LPガスについてはサービスエリアの拡大やM&Aなどを今後も積極的に進めながら顧客件数を伸ばしていく方針だ。また、都市ガスやCATVについてはM&Aが決まれば、さらに上乗せされる可能性もある。

顧客件数

(単位：万件)

	21/3期	25/3期	増減数	増減率
LPガス	68.1	88.1	20.0	29.2%
都市ガス	6.3	7.3	1.0	15.9%
ISP等(光コラボ含む)	73.2	80.5	7.3	10.0%
LIBMO	5.3	9.4	4.1	77.4%
CATV(放送)	87.5	90.3	2.8	3.2%
CATV(通信)	32.2	38.6	6.4	19.9%
アクア	16.2	21.4	5.2	32.1%
モバイル	20.6	19.0	-1.6	-7.8%
セキュリティ	1.6	1.8	0.2	12.5%
グループ合計顧客件数	309.9	355.8	45.9	15.0%

出所：取材よりフィスコ作成

(3) 重点戦略

同社は目標を達成していくために、以下の5点を重点戦略として掲げている。

a) LNG戦略の推進

LNG戦略とは、Local（既存エリアにおけるシェア拡大）、National（国内新規エリアの拡大）、Global（海外への展開）の3つの頭文字を組み合わせたものとなる。事業エリアを着実に広げていくと同時に、収益性を重視した「選択と集中」の観点から顧客件数を積み上げ、成長を目指していくことになる。

今後の見通し

なお、国内新規エリアの拡大としては、エネルギー事業で西日本への展開を予定（LP ガス事業で 2022 年 3 月期に 2 拠点新設）しているほか、建築設備不動産事業においてはここ 1～2 年で推進してきた M&A 戦略によって、関東と中京圏での事業拡大を目指す。また、海外展開についてエネルギー事業に関して、ベトナムをはじめとする東南アジアにおいて現地企業に出資するなど足場づくりを行っているほか、情報通信事業では中国、インドネシアにおいて、国内で豊富な実績を有している AWS の導入支援ビジネスを展開していく予定にしている。

b) TLC の進化

顧客の過ごしたいライフスタイルをデザイン・提案していくための布石として、デジタルマーケティングによって顕在化しているニーズや潜在ニーズの分析を行いながら、オープンイノベーションを活用することで新サービスの拡充及び創出を図っていく方針だ。

デジタルマーケティングに関しては 2021 年 3 月期に本格運用を開始したデータ分析基盤「D-sapiens」によって、全国 300 万人の顧客データを一元管理・分析することによって顧客ニーズや解約予兆を迅速に発見し、最適なサービスの提案や解約防止などのマーケティング施策を行っていくことで顧客基盤の拡大と成長につなげていく。

また、オープンイノベーション戦略として、2021 年 4 月に（株）TOKAI ベンチャーキャピタル&インキュベーションを設立し、スタートアップ企業への出資を通じて新たな技術やアイデア、人材を獲得する新規事業の探索と構築を開始する。投資対象としては、医療・ヘルスケア、教育、農業、EV、シニアサービス等を検討している。医療・ヘルスケア分野では健康増進につながるサービスなど、農業に関しては都市部の遊休地を活用したシェアリングサービスを行うなど様々なサービスが想定される。スタートアップ企業が持つアイデアや技術と、同社が持つ幅広い顧客基盤及び生活インフラサービスなどを組み合わせることで、新規事業の早期育成も可能になると思われる。

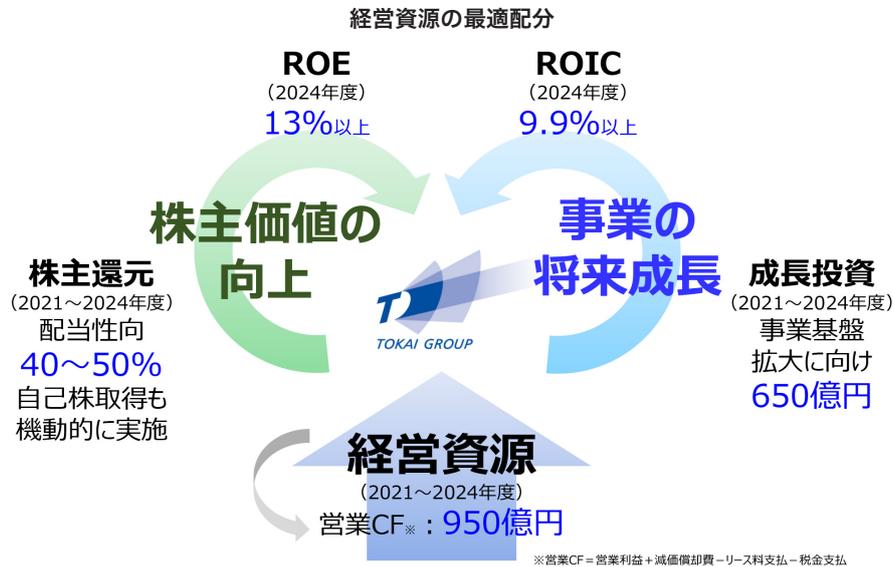
c) DX 戦略の本格化

「ABCIR+S」を活用した DX 戦略によって、LNG 戦略や TLC の進化などの将来に向けた取り組みを横断的、かつ効率的に推進していく。デジタルワークプレイスによる生産性向上や業務効率化もその一環となり、経営の DX を推進していくことで、こうした重点戦略の取り組みを加速していくことも可能と見られる。

d) 経営資源の最適配分

同社では今後 4 年間で合計 950 億円の営業キャッシュ・フロー（経営資源）の創出を見込んでおり、これらの最適配分として、事業基盤拡大のための成長投資に 650 億円を投下し、2024 年度には ROIC9.9% 以上の水準を目指す。株主還元については、配当性向 40-50% の範囲で配当を実施するとともに、自己株式の取得も機動的に実施していく。経営資源の最適配分を通じて、事業の将来成長と株主価値向上を目指す。

今後の見通し



出所：決算説明会資料より掲載

e) SDGs に向けた取り組み強化

SDGs に向けた取り組みとして、同社では Green 戦略、ワークスタイル改革、ガバナンスの強化の3点を重点施策として取り組んでいく方針だ。

1) Green 戦略

Green 戦略では、カーボンニュートラル化されたガスの調達及び販売に取り組み、2050年までに販売するガスを脱炭素化し、カーボンニュートラルの達成を目指す。その前段階として、2030年度までのCO₂削減の取り組みとして、事業運営におけるCO₂削減と、ガスを利用する住宅のCO₂削減の2点に取り組んでいく。

事業運営に係る部分では、「ABCIR+S」の活用（自動検針による最適なタイミングでの販売、配送ルート最適化）によるCO₂削減と、各事業所でのCO₂排出量削減に取り組み、2030年度に自らの事業活動で発生するCO₂を1.3万トン削減することを目標とする（2020年度の排出量1.8万トンの70%に相当）。また、ガスを利用する住宅でのCO₂削減に関しては、高効率ガス機器や太陽光発電の設置などにより2030年度にCO₂排出量を17万トン削減する（家庭向けガスのCO₂排出量36万トンの半分に相当）。2030年以降については、革新的な技術の導入によりカーボンニュートラルの達成を目指していく考えだ。

2) ワークスタイル改革

柔軟な働き方による多様な人材の活躍に向け、ワークスタイル改革に取り組んでいく。従来から実施しているフレックスタイム制度に加えて、2021年4月より出社率50%、オフィス床面積40%削減を目指し、テレワーク体制を本格的に整備し、2024年度には全社員を対象にリモートワークを導入する（エッセンシャルワーカー除く）。時間や場所にとらわれず快適・安全に働ける環境を整備するため、スマートフォンやパソコンの貸与を行い、また、在宅勤務手当の支給を開始する。

そのほか、女性や障がい者などに対する雇用機会の創出を図り、2030 年にかけて女性管理職を 10 倍に増やしていくほか、介護・育児などとの両立ができるような環境を整備し、2030 年までに介護理由による離職率 0% を目指す。

3) ガバナンスの強化

中長期的な企業価値向上に向けたガバナンス体制強化の取り組みとして、取締役の構成見直しや指名委員会、報酬委員会、投資検討委員会、グループコンプライアンス・リスク管理委員会など様々な委員会を設置している。

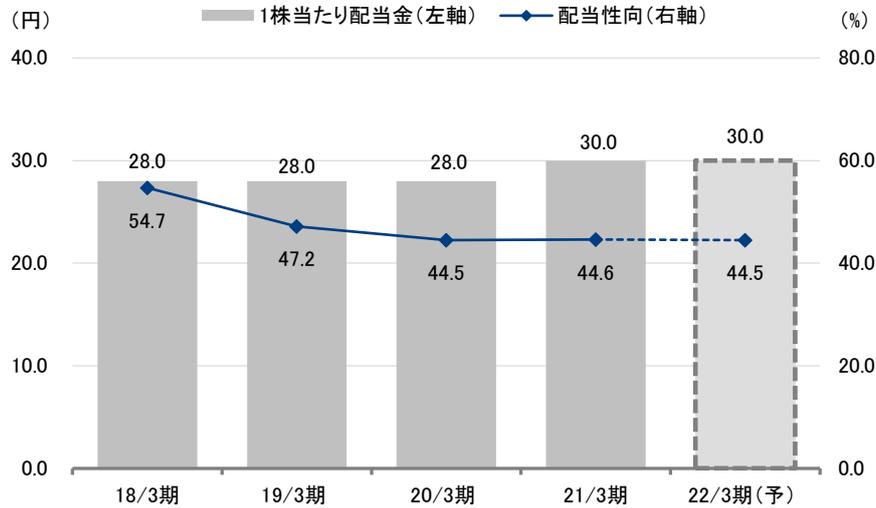
■ 株主還元策

配当性向は 40 ~ 50% を目安に実施、 自己株取得も機動的に実施していく方針

同社は株主還元策として、配当金や株主優待制度に加えて、状況に応じて自己株式の取得も実施し、株主還元には積極的に従来から取り組んできた。株主還元方針として、継続的かつ安定的な還元で事業の成果を株主と共有していくことを掲げており、今回、新たに配当性向 40 ~ 50% の範囲内で配当を実施していくことを明示した。2022 年 3 月期の 1 株当たり配当金は前期比横ばいの 30.0 円（配当性向 44.5%）を予定している。

また、3 月末、9 月末に 100 株以上保有している株主に対して、保有株数に応じて各種優待を実施している。100 株保有の株主の場合、2,050 円相当のアクア商品（うるのん「富士の天然水さらり」等）、500 円分の QUO カード、1,000 円分のお食事券、1,000 円相当の「TLC 会員サービス」のポイント、「LIBMO」の利用料金 2,100 円分（350 円 / 月 × 6 ヶ月間）の割引のいずれかを贈呈する。株主優待も含めた単元当たり総投資利回りを現在の株価水準（2021 年 5 月 27 日終値 878 円）で試算すると 4.6 ~ 8.1% となる（株主優待を QUO カード、またはアクア商品で選択した場合）。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向


出所：決算短信よりフィスコ作成

株主優待の内容

3月末、9月末の株主に対して、下記5種類のなかから1点と当社グループ結婚式場共通婚礼10%+10万円割引券(割引上限20万円)及び「ヴォーシエル」「葵」食事券20%割引券(12枚綴り)を贈呈

保有株数	100～299株	300～4,999株	5,000株以上
アクア商品	2,050円相当	4,100円相当	8,200円相当
QUOカード	500円分	1,500円分	2,500円分
グループレストラン食事券	1,000円分	3,000円分	5,000円分
TLCポイント	1,000円相当	2,000円相当	4,000円相当
LIBMO月額利用料金	2,100円分	5,100円分	11,280円分

出所：ホームページよりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

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。

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、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

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・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、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、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

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、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp