

|| 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 8 月 30 日 (月)

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. 2022 年 3 月期第 1 四半期の業績概要	01
2. 2022 年 3 月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」の概要	02
■ 業績動向	03
1. 2022 年 3 月期第 1 四半期の業績概要	03
2. 事業セグメント別動向	04
■ 今後の見通し	08
1. 2022 年 3 月期の業績見通し	08
2. 中期経営計画	10
■ 株主還元策	12

## 要約

### 2022 年 3 月期第 1 四半期の売上高は過去最高を更新、 営業利益も社内計画を上回る進捗

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。300 万件を超える「顧客力」と多彩な商品・サービスをワンストップで提供する「総合力」、顧客ニーズに即応する「機動力」を強みに、ABCIR+S（アブサーズ）※<sup>1</sup> 戦略を推進しながら、「Total Life Concierge（暮らしの総合サービス）構想※<sup>2</sup>」の実現を目指している。

※<sup>1</sup> ABCIR+S（アブサーズ）：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。

※<sup>2</sup> 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。

#### 1. 2022 年 3 月期第 1 四半期の業績概要

2022 年 3 月期第 1 四半期の連結業績は、売上高で前年同期比 7.3% 増の 48,396 百万円、営業利益で同 14.7% 減の 3,226 百万円となった。継続取引顧客件数の増加等による増収や法人向け情報通信事業の拡大、建築設備不動産事業の M&A 効果等により、第 1 四半期として売上高は 2 期ぶりに過去最高を更新した。一方、営業利益は顧客件数増加等による増益や法人向け情報通信事業の増益があったものの、高気温による家庭用の LP ガス販売量の減少や LP ガス及びアクア事業における顧客獲得費用の増加が減益要因となった。ただ社内計画に対しては数億円程度上回ったものと見られる。2022 年 3 月期第 1 四半期末の継続取引顧客件数は前年同期末比 96 千件増加の 3,108 千件となった。

#### 2. 2022 年 3 月期の業績見通し

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 百万円とする期初計画を据え置いている。売上高は CATV 事業を除くすべての事業セグメントで増収を見込んでいる。CATV 事業は収益認識に関する会計基準の適用により減収となるが、実質ベースでは 2% 程度の増収となる見通しである。LP ガス、CATV、アクア事業を中心に継続取引顧客件数は前期末比 96 千件増加の 3,195 千件を目指す。利益面では、顧客獲得費用の増加やワークスタイル改革のための環境整備費用の計上等を見込んでいるため、前期比で若干の増益を確保する程度となる見通しだ。

要約

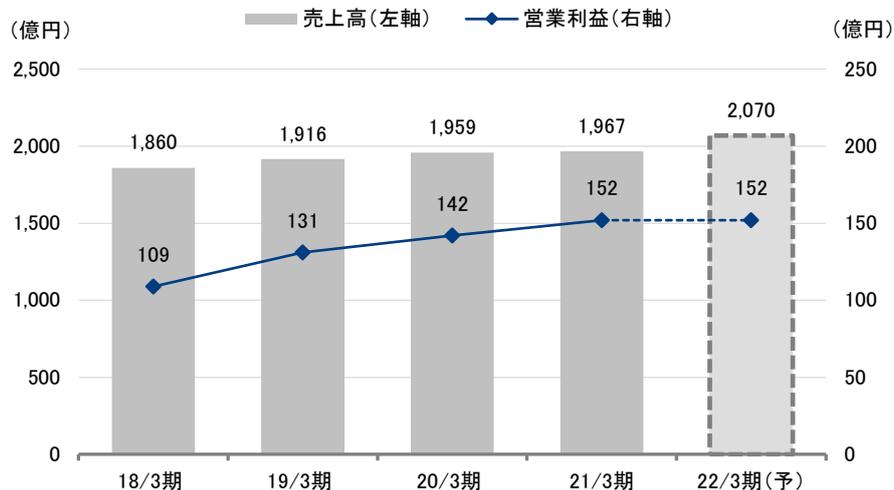
### 3. 中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」の概要

2021年5月に発表した中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」では、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戦略を打ち出した。経営数値目標としては、最終年度となる2025年3月期に売上高2,450億円、営業利益186億円、継続取引顧客件数356万件を掲げている。4年間の年平均成長率は売上高で5.6%、営業利益で5.2%と引き続き堅実な成長を見込んでおり、顧客件数の拡大が計画達成の鍵を握ることになる。また、地球温暖化対策への社会的要請の高まりを受け、同社グループも2050年にカーボンニュートラル実現を目指すべく「カーボンニュートラル ビジョン」を策定し、その取り組みについても推進していく予定となっている。

#### Key Points

- ・ 2022年3月期第1四半期業績は売上高で過去最高を更新、営業利益は減益となるも計画比では上回る
- ・ 2022年3月期は顧客基盤拡大のための投資を行いつつ、利益ベースで若干の増益を確保する見通し
- ・ 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
- ・ 配当性向は40～50%を目安に実施、自己株式の取得も機動的に実施していく方針

#### 業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## 業績動向

### 2022年3月期第1四半期業績は売上高で過去最高を更新、営業利益は減益となるも計画比では上回る

#### 1. 2022年3月期第1四半期の業績概要

2022年3月期第1四半期の連結業績は、売上高で前年同期比7.3%増の48,396百万円、営業利益で同14.7%減の3,226百万円、経常利益で同12.5%減の3,353百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同23.5%減の1,870百万円と増収減益となった。

#### 2022年3月期第1四半期連結業績

(単位：百万円)

	21/3期1Q		22/3期1Q		前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	45,113	-	48,396	-	7.3%
売上原価	25,461	56.4%	28,677	59.3%	12.6%
販管費	15,868	35.2%	16,491	34.1%	3.9%
営業利益	3,783	8.4%	3,226	6.7%	-14.7%
経常利益	3,830	8.5%	3,353	6.9%	-12.5%
特別損益	-73	-	-235	-	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,445	5.4%	1,870	3.9%	-23.5%
継続取引顧客件数(千件)	3,012		3,108		3.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

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、法人向け情報通信事業の拡大、建築設備不動産事業におけるM&A効果などが増収要因となり、第1四半期として2期ぶりに過去最高を更新した。また2022年3月期第1四半期末の継続取引顧客件数は、LPガスやCATVを中心に前年同期末比で96千件増加の3,108千件となった。TLC会員サービス※の会員数についても同81千件増加の998千件と順調に拡大している。

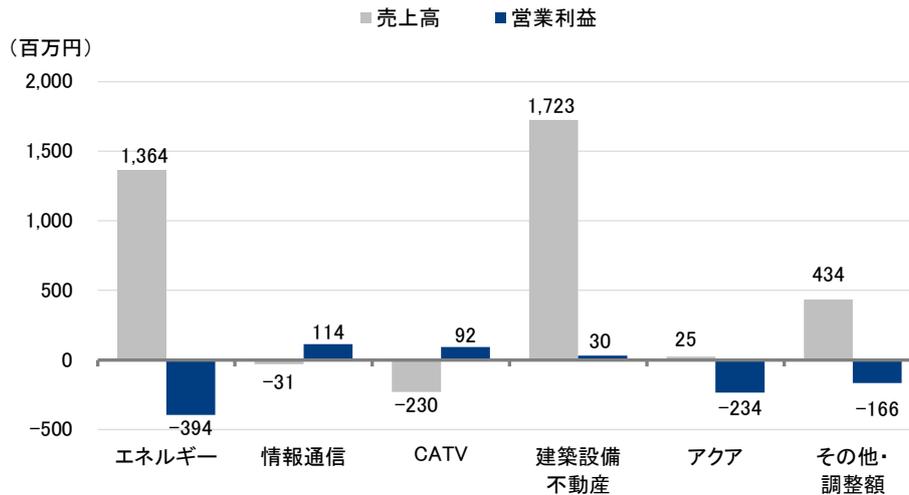
※ TLC会員サービスとは、同社グループのサービス利用者が入会できるサービスで、利用額に応じてポイントが付与されるほか、会員限定特典サービス等を受けることができる。

増収にもかかわらず営業利益が減益となった要因は、高温や前年の巣ごもり需要の反動等の影響で家庭用のLPガス販売量が減少したこと(3億円の減益)、LPガス及びアクア事業で顧客獲得費用を積み増したこと(5億円の減益)などが挙げられる。ただ社内計画比では数億円程度上回っており、順調な滑り出しとなっている。上振れ分のうち約3億円はエネルギー事業によるもので、当初想定よりも人件費を中心としたコストを抑制できたことによる。また、法人向け情報通信事業についても約1億円上振れて推移した。

業績動向

なお 2022 年 3 月期より収益認識に関する会計基準を適用しており、従前の会計基準と比較して売上高で 3.6 億円の減少（エネルギー事業と CATV 事業で各 5 億円の減少、建築設備不動産で 4 億円の増加、その他（造船事業）で 3 億円の増加）、営業利益で 0.4 億円の増加要因となっている。

**2022年3月期第1四半期の事業セグメント別業績  
(前年同期比増減額)**



注1：収益認識に関する会計基準の適用による影響額は、エネルギー事業・CATV 事業で各 5 億円の減収、建築設備不動産事業で 4 億円の増収、その他で 3 億円の増収

注2：営業利益は間接費用等配賦前ベース

出所：決算短信補足説明資料よりフィスコ作成

## 情報通信、CATV、建築設備不動産事業が増益、エネルギー、アクア事業は顧客獲得費用の増加等で減益に

### 2. 事業セグメント別動向

#### セグメント別売上高

(単位：百万円)

	19/3 期 1Q	20/3 期 1Q	21/3 期 1Q	22/3 期 1Q	前年同期比
エネルギー	17,608	18,577	17,634	18,998	7.7%
情報通信	12,513	12,795	12,650	12,619	-0.2%
CATV	7,511	7,738	8,226	7,996	-2.8%
建築設備不動産	4,166	3,777	3,819	5,542	45.1%
アクア	1,653	1,798	1,896	1,921	1.3%
その他	1,100	1,116	885	1,319	49.0%
合計	44,553	45,804	45,113	48,396	7.3%

出所：決算短信補足説明資料よりフィスコ作成

**TOKAI ホールディングス** | 2021年8月30日(月)  
 3167 東証1部 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/>

業績動向

セグメント別営業利益

(単位：百万円)

	19/3 期 1Q	20/3 期 1Q	21/3 期 1Q	22/3 期 1Q	前年同期比
エネルギー	1,182	1,489	1,972	1,578	-20.0%
情報通信	724	1,217	1,110	1,224	10.3%
CATV	1,194	1,286	1,367	1,459	6.7%
建築設備不動産	213	213	233	263	12.9%
アクア	96	169	271	37	-86.3%
その他・調整額	-1,022	-1,145	-1,171	-1,337	-
合計	2,390	3,231	3,783	3,226	-14.7%

注：数値は間接費用等配賦前ベース

出所：決算短信補足説明資料よりフィスコ作成

主要サービスの顧客数

(単位：千件)

	19/3 期 1Q 末	20/3 期 1Q 末	21/3 期 1Q 末	22/3 期 1Q 末	前年同期末比 増減数
エネルギー	664	687	718	752	34
LP ガス	610	631	657	687	30
都市ガス	55	56	61	64	3
情報通信	810	778	760	781	21
従来型 ISP 等	451	411	383	391	8
光コラボ	327	326	328	337	9
LIBMO	32	42	50	53	3
CATV	1,039	1,069	1,161	1,206	45
放送サービス	778	791	864	878	14
通信サービス	261	278	297	328	31
アクア	151	157	159	164	5
モバイル	225	214	211	201	-10
セキュリティ	17	17	16	16	0
グループ合計顧客件数	2,883	2,907	3,012	3,108	96
(TLC 会員数)	731	830	917	998	81

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 4Q より従来型 ISP 等に ISP 付加サービスの契約を含む。

出所：決算短信補足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年同期比 7.7% 増の 18,998 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 20.0% 減の 1,578 百万円となった。このうち LP ガス事業の売上高は同 9.5% 増の 16,197 百万円となり、顧客件数は前年同期末比 30 千件増加の 687 千件となった。増収要因は販売価格の上昇によるもので、家庭用については前年同期比 1.8% の上昇にとどまったが、仕入価格に連動する産業用や卸売用については同 40% 強の上昇となり、増収分の大半を占める格好となった。一方、家庭用については前年同期と比べて平均気温が高く推移したこと、並びに巣ごもり消費の反動減もあって契約世帯当たりのガス消費量が減少し、全体の販売量も前年同期比で 1.5% 減となった。利益面では、家庭用販売量の減少で約 3 億円、顧客獲得費用の増加で約 3 億円の減収要因となっている。なお仕入価格上昇による家庭用 LP ガスの利益への影響については、既に 2022 年 3 月期分の仕入量相当分の予約を終えていることからほとんどなかった。

都市ガス事業については、売上高で前年同期比 1.3% 減の 2,800 百万円、顧客件数で前年同期末比 3 千件増加の 64 千件となった。原料費調整制度による販売単価の低下が減収要因となった。

**(2) 情報通信事業**

情報通信事業の売上高は前年同期比 0.2% 減の 12,619 百万円、営業利益は同 10.3% 増の 1,224 百万円となった。コンシューマー向け事業の売上高は同 6.1% 減の 6,186 百万円と減収基調が続いたが、営業利益は顧客獲得コストの減少や LIBMO (格安スマートフォン) の収益改善により同 30 百万円の増益となった。また、顧客件数は前年同期末比 21 千件増加の 781 千件と増加に転じている。内訳を見ると、従来型 ISP 等で同 8 千件増加の 391 千件、光コラボで同 9 千件増加の 337 千件、LIBMO で同 3 千件増加の 53 千件となっており、このうち光コラボについては大手携帯キャリアとの提携によるメニューの拡充を図ったことが増加につながっている。ただ光コラボ契約のなかで携帯キャリアとの連携案件が増えたこと等により ARPU (顧客当たり平均売上高) が低下し、減収要因となった。

法人向け事業の売上高は前年同期比 6.1% 増の 6,432 百万円、営業利益は同 80 百万円の増益となった。Amazon Web Service (AWS) の構築案件やクラウドサービス等のストック型ビジネスが順調に拡大したほか、システム受託開発も回復し増収増益基調が続いた。なお 2021 年 4 月末に、システム開発会社の (株) クエリの全株式を (株) TOKAI コミュニケーションズが取得し子会社化している。クエリの持つ技術力を融合することで、顧客へのさらなる付加価値の提供や取引先の拡大を見込んでいる (クエリの 2020 年 12 月期業績は売上高 355 百万円、営業利益 39 百万円)。

**(3) CATV 事業**

CATV 事業の売上高は前年同期比 2.8% 減の 7,996 百万円、営業利益は同 6.7% 増の 1,459 百万円となった。前述のとおり売上高は収益認識に関する会計基準の適用で 5 億円目減りしており、実質ベースでは約 3% 増となっている。顧客件数が着実に増加していることが増収増益要因となった。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するなど放送コンテンツの充実に取り組んだことや光化投資による高速通信サービスの提供エリアを拡大したことにより、顧客件数は放送サービスで前年同期末比 14 千件増加の 878 千件、通信サービスで同 31 千件増加の 328 千件となった。

**TOKAI ホールディングス** | 2021年8月30日(月)  
 3167 東証1部 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/>

業績動向

**(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年同期比 45.1% 増の 5,542 百万円、営業利益は同 12.9% 増の 263 百万円となった。増収の内訳を見ると、M&A 効果で 8 億円、既存事業の回復で 5 億円、収益認識会計基準の変更による影響で 4 億円となる。M&A では 2020 年 8 月に中央電機工事(株)、同年 11 月に(株)イノウエテクニカ、2021 年 4 月に(株)マルコオ・ポーロ化工を子会社化しており、これら子会社の売上が加算された格好だ<sup>※</sup>。2019 年 9 月に子会社化した土木建築会社の日産工業(株)も含めて、東海エリアにおける総合建築・設備工事会社としての基盤を固めており、今後グループシナジーによりさらなる事業規模拡大を推進していく戦略となっている。

<sup>※</sup> 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。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、年間売上高は約 5 億円。マルコオ・ポーロ加工は愛知県でマンションや公共施設の大規模修繕工事等を展開し、2020 年 4 月期の売上規模は約 22 億円。

**(5) アクア事業**

アクア事業の売上高は前年同期比 1.3% 増の 1,921 百万円、営業利益は同 86.3% 減の 37 百万円となった。顧客件数は前年同期末比 5 千件増加の 164 千件(約 3% 増)となったが、巣ごもり消費の反動で世帯当たり消費量が若干減少したことにより、増収率は約 1% にとどまった。利益面では、顧客獲得費用を前年同期から 2 億円積み増したことが減益要因となった。2021 年 3 月期末第 1 四半期末の顧客件数は新型コロナウイルス感染症の拡大(以下、コロナ禍)で大型商業施設等での営業活動が制限された影響で 2020 年 3 月期末比 2 千件減少したが、2022 年 3 月期第 1 四半期末の顧客件数は通常の営業活動を実施したことにより 2021 年 3 月期末比 2 千件の増加となり、概ね会社計画どおりの進捗となった。

**(6) その他・調整額**

その他の売上高は前年同期比 49.0% 増の 1,319 百万円となった。内訳を見ると、造船事業は船舶修繕の隻数が増加したことや収益認識に関する会計基準の適用の影響により、同 79.0% 増の 580 百万円と大きく伸長した。一方、介護事業はコロナ禍でデイサービスの利用者数が減少したことにより、同 1.8% 減の 317 百万円と低迷した。また婚礼催事事業については、婚礼及び会議の利用について若干の回復が見られ同 484.0% 増の 161 百万円となったが、コロナ禍以前となる 2020 年 3 月期第 1 四半期の売上水準(274 百万円)と比べると依然、低水準であることに変わらない。

なお内部調整額も含めた営業損失は 1,337 百万円と前年同期比で 166 百万円増加したが、主に社内共通費用の増加によるものとなっている。ワークスタイル変革の実施に伴うオフィスの環境整備に取り組んでいる。

## ■ 今後の見通し

### 2022 年 3 月期は顧客基盤拡大のための投資を行いつつ、利益ベースで若干の増益を確保する見通し

#### 1. 2022 年 3 月期の業績見通し

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 百万円と期初計画を据え置いている。売上高は継続取引顧客件数の積み上げや法人向け情報通信事業の拡大、建築設備不動産事業における M&A 効果等により増収を見込む。利益面では、今後の成長を見据えて継続取引顧客基盤の拡大に注力していくことや、ワークスタイル改革のための環境整備費用（約 5 億円）や設備投資拡大に伴う減価償却費の増加（約 5 億円）などを見込んでいるため、若干の増益にとどまる見通しとなっている。第 1 四半期の営業利益は計画を上回ったが、上振れ分については顧客獲得費用等に充当し、顧客基盤の拡大を優先課題として取り組んでいく方針だ。

#### 2022 年 3 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	21/3 期		会社計画	22/3 期	
	実績	売上比		売上比	前期比
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 株当たり当期純利益 (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。第 1 四半期末では同 9 千件の増加にとどまっており、第 2 四半期以降に挽回していくことになる。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。なお収益認識に関する会計基準の適用による業績への影響額は、CATV 事業やエネルギー事業を中心に売上高で 30 億円強の減収要因となるものの、営業利益に関しては軽微となっている。

#### (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む。収益認識に関する会計基準の適用の影響を除いた増収率は約 6% となる。前提となる家庭用 LP ガスの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。

## 今後の見通し

LP ガスの顧客件数は前期末比 57 千件増加の 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 月期の 30 千件から増加ペースが加速する計画となっている。内訳を見ると、新規獲得 43 千件、解約 23 千件、M&A・アライアンス 36.8 千件となっており、新規獲得と M&A・アライアンスによる顧客獲得をさらに増やしていく戦略となっている。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増を見込んでいる。

営業利益の減益要因としては、LP ガス事業における顧客獲得コストの増加（前期比約 7 億円増）が挙げられる。第 1 四半期の営業利益は計画比で上振れたが、第 2 四半期以降の顧客獲得費用に充当していく計画となっている。一方、都市ガス事業については顧客件数に大きな変化はないことから、前期比横ばい水準で推移することが見込まれる。

### (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準を見込む。コンシューマー向けの顧客件数は、ISP サービス（光コラボ含む）で前期末比横ばい水準の 732 千件、LIBMO で同 8 千件増加の 61 千件を計画している。顧客獲得競争が続くなかで、光コラボは大手携帯キャリアとの提携による件数増加、LIBMO は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。売上高は若干増を見込んでいるものの、ARPU が想定よりも低下していることから若干の下振れリスクがあると弊社では見ている。利益面では、顧客獲得コストの積み増しにより減益となる見通しだ。一方、法人向けについてはクラウドサービスなどストック収入の拡大と受託開発の回復により 1 ケタ台の増収増益を見込んでいる。

### (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% 増と減収増益を見込む。収益認識に関する会計基準の適用で 20 億円の減収要因（セット販売している大手携帯キャリアの通信サービス料金分を売上から除外）となるが、実質的には顧客件数の拡大により 2% 程度の増収となる。

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同 8 千件増加の 883 千件、通信サービスで同 18 千件増加の 340 千件を計画している。第 1 四半期末で同 8 千件の増加と計画を上回る進捗となっており、今後も同様のペースで顧客獲得が進めば、売上高は計画を上振れする可能性がある。またインフラの光化対応を進めてきたことで放送サービスと同時に通信サービスを契約する顧客も増加しており、1 顧客当たり売上単価の上昇に伴う収益性向上も見込まれる。

### (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。コロナ禍で 2021 年 3 月期に落ち込んだ反動でリフォーム工事など既存事業の売上が回復するほか、2021 年 3 月期に子会社化した 2 社（中央電機工事、イノウエテクノカ）が通年で寄与すること、2021 年 4 月に子会社化したマルコオ・ポーロ化工の売上が上乗せされることが増収増益要因となる。

今後の見通し

#### (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 千件増加の 171 千件を見込んでいる。顧客当たり平均売上高は、巣ごもり需要の反動で若干低下する前提となっている。営業利益については、増収に伴う増益分を顧客獲得費用の増加で相殺し、横ばい水準にとどまると見ている。

#### (6) その他・調整額

その他事業の売上高は前期比 14.6% 増となる見通し。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、テレワーク環境に対応したシンククライアント端末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。出社率を 5 割程度とするため、オフィススペースの縮小を段階的に進め、最終的には前期末比 4 割程度を削減する計画となっている。

## 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

2022 年 3 月期からスタートした 4 年間の中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」では、コロナ禍で生活様式が大きく変化するとともに、SDGs 等への取り組みが社会全体で注目されるなか、10 年後のグループが目指す姿を“Life Design Group”とした。「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。

従来は、家庭内を中心とした生活インフラサービス（ガス、通信、放送等）を提供する企業として、それぞれ顧客基盤を拡大していくことで成長を続けてきたが、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ていく。また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、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」及び「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。今回の中期経営計画は、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。

#### (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。利益面では前半の 2 年間で先行投資を積極的に行うため利益成長が低くなるが、後半にこれら投資の効果が顕在化し利益成長も加速していく計画となっている。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 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8月30日(月)  
 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

**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%
<b>グループ合計顧客件数</b>	<b>309.9</b>	<b>355.8</b>	<b>45.9</b>	<b>15.0%</b>

出所：取材よりフィスコ作成

**(3) カーボンニュートラル ビジョン**

同社は2021年5月に、地球温暖化対策に関する取り組み方針をまとめた「カーボンニュートラル ビジョン」を発表した。同社グループで2050年にカーボンニュートラルの達成を目指しており、その前段階として、2030年までのCO<sub>2</sub>削減施策として、以下の取り組みを推進していく。

a) ガスを利用する顧客の住宅のCO<sub>2</sub>排出量を17万トン削減する(2020年度の家庭向けガスのCO<sub>2</sub>排出量の50%に相当)。内訳としては、高効率ガス機器等の普及で7万トン、住宅への太陽光発電設備の設置により10万トンを削減する。これら取り組みは既に実施しているものだが、今後さらに強化していく。

b) 自らの事業活動から発生するCO<sub>2</sub>を1.3万トン削減する(2020年度のCO<sub>2</sub>排出量の70%に相当)。具体的には、事業所における太陽光発電設備の設置や電気自動車の導入、再生可能エネルギーの活用、LPガスの自動検針システム導入やIT活用による配送ルート最適化等に取り組んでいく。

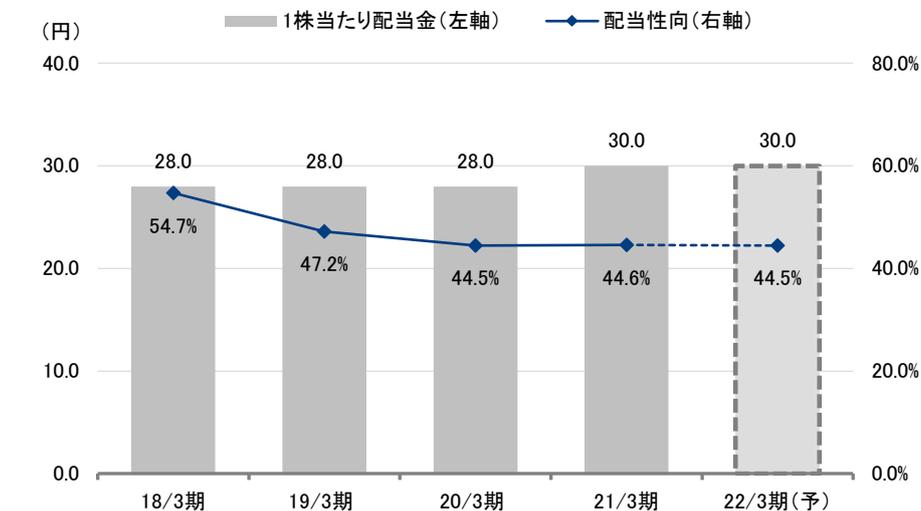
## ■ 株主還元策

### 配当性向は40～50%を目安に実施、 自己株式の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の導入に加えて、状況に応じて自己株式の取得も実施するなど、従来から株主還元には積極的に取り組んでおり、今後もその方針に変わりはない。配当金については、配当性向で40～50%を目安に実施していく方針としており、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8月6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）。

1株当たり配当金と配当性向



株主還元策

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