COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

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 11 月 29 日 (月)

執筆：客員アナリスト
佐藤 譲
FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**

FISCO
FISCO Ltd.
https://www.fisco.co.jp

目次

■要約 01
1. 2022 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要 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”」の進捗について 02
■事業概要 03
1. エネルギー事業 04
2. 情報通信事業 04
3. CATV 事業 05
4. 建築設備不動産事業 05
5. アクア事業 05
6. その他 05
■業績動向 06
1. 2022 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要 06
2. 事業セグメント別動向 07
■今後の見通し 11
1. 2022 年 3 月期の業績見通し 11
2. 中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」の進捗 14
■株主還元策 18

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

要約

2022 年 3 月期も過去最高業績を連続更新する見通し

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。310 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）※1 戦略を推進しながら、「Total Life Concierge（暮らしの総合サービス）構想※2」の実現を目指している。

※1 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。
※2 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 2 四半期累計業績の概要

2022 年 3 月期第 2 四半期累計（2021 年 4 月～ 9 月）の連結業績は、売上高で前年同期比 6.9% 増の 96,060 百万円、営業利益で同 4.2% 減の 5,223 百万円となった。会計方針を変更した影響で売上高は約 11 億円の減額要因※となったが、継続取引顧客件数の増加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 2 四半期累計として過去最高売上高を更新した。一方、営業利益は継続取引顧客件数増加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、LP ガスやアクア事業における顧客獲得コストの増加、並びにワークスタイル改革の環境整備費用が発生したことにより減益となった。ただ、社内計画に対しては売上高、営業利益ともに数億円程度上回ったものと見られる。なお、2022 年 3 月期第 2 四半期末の継続取引顧客件数は前期末比 26 千件増加の 3,125 千件となった。

※ 2022 年 3 月期より収益認識に関する会計基準等を適用したことにより、CATV 事業で 10 億円、エネルギー事業で 9 億円の減少要因となった一方で、建築設備不動産事業で 5 億円、その他事業で 4 億円の増加要因となった。

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 百万円と期初計画を据え置いた。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 事業は会計方針変更の影響で減収となるが、実質ベースでは 1 ケタ増収となる見込みだ。また、下期は当初想定していなかった家庭用 LP ガスの値上げを実施するため、売上高に関しては計画をやや上回る可能性がある。一方、営業利益に関してはほぼ計画どおりとなる見通しだ。継続取引顧客件数を前期末比 96 千件増の 3,195 千件と期初計画の達成を目指すため、下期に顧客獲得コストを一段と積み増す予定にしているためだ。同社では増益を維持する範囲内で費用コントロールを実施していくものと見られる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

3. 中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」の進捗について

2021 年 5 月に発表した中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」では、今後 10 年をかけてサスティナブルに成長を続け、顧客の新しいライフスタイルをデザインすることを通じて社会課題の解決に貢献する「Life Design Group」を目指していくことを打ち出した。2025 年 3 月期までの 4 年間は「Life Design の実現に向けた基盤を造るステージ」と位置付けている。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% と堅実な成長を見込んでおり、前半の 2 年間は成長基盤を構築するための投資を先行し、後半の 2 年間で利益成長を加速していく計画となっている。グループ顧客件数は前期末比 15% 増の 355.8 万件を目標とした。また重点施策として、1）LNG 戦略※の推進、2）TLC の進化、3）DX 戦略の本格化、4）経営資源の最適配分、5）SDGs に向けた取り組み強化の 5 つを掲げ、これらを推進することで持続的な成長を目指していく。

※ LNG 戦略の LNG 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。

Key Points

- 2022 年 3 月期第 2 四半期累計業績は増収減益となるも、社内計画比では売上高、営業利益、経常利益とも上回る
- 2022 年 3 月期は顧客基盤拡大に注力しつつ、増収増益を維持する方針
- 2025 年 3 月期までの 4 年間を「Life Design の実現に向けた基盤を造るステージ」と位置付ける
- 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

業績推移

出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

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

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

1. エネルギー事業

エネルギー事業では、売上高の約 85% を LP ガス事業、約 15% 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 9 月末時点で 697 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 3% 強の水準だが、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で、シェア拡大余地は大きいと弊社では見ている。

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販売を行っているほか、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 9 月末時点で 67 千件となっている。都市ガス事業者は全国で 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、同社も M&A 戦略により営業エリアの拡大を進めていく方針を打ち出している。

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（携帯電話販売代理店事業）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支援、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が約 52%、法人向けが約 48% となっており、法人向けの比率が上昇傾向にある（2017 年 3 月期の法人向けは約 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」）の提供を開始したほか、現在は大手携帯キャリアのサービスとセットにしたプランの提供も行っている。2017 年には MVNO ※を利用した格安 SIM/ スマートフォン「LIBMO（リブモ）」の販売も開始しており、2021 年 9 月末の顧客件数は、従来型 ISP サービス等で 386 千件、光コラボサービスで 339 千件、「LIBMO」で 54 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。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

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 198 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 5 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 9 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 881 千件、通信サービスで 333 千件、合計で 1,214 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 3% 程度だが、今後も M&A 戦略によりシェア拡大を目指している。

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 も積極的に推進している。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) を子会社化したことを皮切りに、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) イノウエテクニカ、2021 年 4 月に東海エリアで建物の大規模修繕工事や改修工事を行う (株) マルコオ・ポーロ化工を相次いで子会社化しており、東海エリアにおける総合建設事業者として、グループシナジーを生かしながらさらなる成長を目指している。

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」のブランド名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 9 月末の顧客件数は 165 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 9 月末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。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

業績動向

2022 年 3 月期第 2 四半期累計業績は増収減益となるも、社内計画比では売上高、営業利益、経常利益とも上回る

1. 2022 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要

2022 年 3 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高で前年同期比 6.9% 増の 96,060 百万円、営業利益で同 4.2% 減の 5,223 百万円、経常利益で同 3.9% 減の 5,284 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同 30.4% 減の 2,281 百万円と増収減益決算となった。ただ、社内計画比では売上高、営業利益、経常利益ともに数億円程度上回ったもようだ。親会社株主に帰属する四半期純利益については、特別損失として固定資産除却損 382 百万円、周年事業費用 208 百万円、その他損失 498 百万円※1 を計上したことにより減益率が大きくなっている。なお、2022 年 3 月期より会計方針を変更したことに伴い、売上高で約 11 億円の減少要因※2 となったが、営業利益への影響は軽微であった。

※1 子会社 2 社の元従業員が 2014 年から架空請求や会社資金の私的流用を行うなど、合わせて 541 百万円の不正な利益を得ていたことが名古屋国税局の税務調査により発覚し、関連費用として見込まれる額 498 百万円を計上した。
※2 CATV 事業で 10 億円、エネルギー事業で 9 億円、アクア事業で 1 億円の減少要因となった一方で、建築設備不動産事業で 5 億円、情報通信事業で 0.4 億円、その他で 4 億円の増加要因となっている。

2022 年 3 月期第 2 四半期累計業績（連結）

（単位：百万円）

	21/3 期 2Q 累計		22/3 期 2Q 累計		
	実績	売上比	実績	売上比	前年同期比
売上高	89,836	-	96,060	-	6.9%
営業利益	5,452	6.1%	5,223	5.4%	-4.2%
経常利益	5,499	6.1%	5,284	5.5%	-3.9%
特別損益	-67	-	-882	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	3,279	3.6%	2,281	2.4%	-30.4%
継続取引顧客件数（千件）	3,042		3,125	-	2.7%

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 2 四半期累計として 2 期ぶりに過去最高を更新した。2022 年 3 月期第 2 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 83 千件増加の 3,125 千件となった。また、TLC 会員サービス※の会員数についても同 85 千件増加の 1,023 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。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

増収にもかかわらず営業利益が減益となった要因は、エネルギー事業やアクア事業における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を計上したことによる。事業セグメント別では、エネルギー事業、アクア事業、その他・調整額が減益となり、情報通信事業、CATV 事業、建築設備不動産事業が増益となった。また、社内計画比ではエネルギー事業、情報通信事業、CATV 事業が上回っており、建築設備不動産事業、アクア事業、その他・調整額についてはそれぞれ若干程度下回る進捗となった。

注：営業利益の増減数値は間接費用配賦前ベース
出所：決算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により減益に

2. 事業セグメント別動向

（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 8.1% 増の 36,153 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 17.6% 減の 1,963 百万円となった。会計方針の変更による売上高の影響額は 9 億円の減少要因となっている。営業利益の増減要因を見ると、顧客件数の増加で 5.2 億円、仕入コストの低減で 0.6 億円の増益要因となった一方で、顧客獲得コストの増加で 5.0 億円、気温変動や巣ごもり需要の反動減による販売量の減少で 3.7 億円、人件費やその他コストの増加で 1.3 億円の減益要因となった。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

ただ、社内計画比では売上高、営業利益とも上回って進捗した。売上高については、仕入連動による販売価格の上昇や工業用の販売量増加を主因として約 10 億円の上振れとなった。また、営業利益は家庭用の顧客件数並びに顧客当たり販売量が計画を下回ったほか、解約防止コストや仕入れコストが計画を上回ったが、人件費や各種経費が計画を下回ったことにより全体では数億円の上振れとなった。LP ガスの顧客件数については前期末比で 16 千件の増加となったものの、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）で M&A 交渉が遅れた影響等により計画比では 0.8 千件下回っている。

LP ガス事業の売上高は前年同期比 10.3% 増の 30,712 百万円となり、顧客件数は前年同期末比で 30 千件増加の 697 千件となった。増収要因は販売価格の上昇と販売量の増加による。販売価格については家庭用が前年同期比 1% の上昇にとどまったが、仕入価格に連動する業務用や工業用が同 49% の上昇となり、全体では 2 ～ 3% の上昇となった。一方、販売量は前年同期の巣ごもり需要の反動減により、家庭用が前年同期比横ばい水準にとどまったが、業務用・工業用については同 35% 増となり、全体では同 14% 増となった。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た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 2.6% 減の 5,440 百万円、顧客件数で前年同期末比 6 千件増加の 67 千件となった。原料費調整制度による販売単価の低下等が減収要因となった。なお、顧客件数の増加分の大半は、持分法適用関連会社である T&T エナジー (株) における東海エリアでの契約件数増加※によるものとなっている（販売手数料のみ売上計上）。

※ T&T エナジーは、東京電力エナジーパートナー (株) との合弁（出資比率 50%）で 2019 年 10 月に設立され、愛知県、岐阜県、三重県の東海 3 県で都市ガスの小売事業等を行っている。

（2）情報通信事業

情報通信事業の売上高は前年同期比 0.7% 増の 25,302 百万円、営業利益は同 18.1% 増の 2,405 百万円と 2 期ぶりの増収増益に転じた。会計方針変更による売上高への影響額は 0.2 億円の増収要因となった。また、社内計画比で見ると売上高はコンシューマー向けで 2 億円下振れたものの、法人向けで 2 億円の上振れとなり、全体では計画どおりとなった。また、営業利益は法人向け、コンシューマー向けともに上振れており、全体で数億円の上振れとなっている。

コンシューマー事業の売上高は前年同期比 6.9% 減の 12,240 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 1.3 億円や LIBMO（格安スマートフォン）の収益改善 1.3 億円等によりその他コストの増加（ワークスタイル改革の環境整備費用）を吸収して、同 1.5 億円の増益となった。顧客件数は前年同期末比 17 千件増加の 779 千件と増加に転じている。内訳を見ると、従来型 ISP 等で同 7 千件増加の 386 千件※、光コラボで同 7 千件増加の 339 千件、LIBMO で同 3 千件増加の 54 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。また、LIBMO については料金プランの見直しを実施したことが収益改善につながっている。

※ 2021 年 3 月期第 4 四半期より従来型 ISP 等に ISP 付加サービスの契約件数も加えたため増加しており、同要因を除けば 2 万件程度減少していると見られる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

法人向け事業の売上高は前年同期比 9.0% 増の 13,061 百万円、営業利益は同 2.2 億円の増益となった。Amazon Web Services（アマゾンウェブサービス。以下、AWS）の構築案件やシステム受託開発案件の受注が想定以上に増加した。また、データ通信サービスやクラウドサービス等のストック型ビジネスも順調に増加している。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 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 2.5% 減の 16,081 百万円、営業利益は同 12.3% 増の 2,957 百万円となった。前述のとおり売上高は会計方針変更（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高から除外等）による影響で 10 億円の減収要因となっており、実質ベースでは約 4% の増収となっている。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ており、社内計画比でも営業利益は 1 億円強上回った。

顧客件数は放送サービスで前年同期末比 13 千件増加の 881 千件、通信サービスで同 22 千件増加の 333 千件となった。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、光化投資の推進により高速通信サービスの提供エリアを拡大したことなどが顧客件数の拡大につながっている。

（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年同期比 36.2% 増の 12,361 百万円、営業利益は同 18.8% 増の 738 百万円となった。増収の内訳を見ると、M&A 効果で 20 億円、リフォーム工事など既存事業の回復で 8 億円、会計方針変更による影響で 5 億円の増収要因となっている。また、営業利益についてはリフォーム事業の回復で 0.8 億円、M&A 効果で 0.4 億円の増益となった。

M&A に関しては、2020 年 8 月に中央電機工事、同年 11 月にイノウエテクニカ、2021 年 4 月にマルコオ・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※。なお、社内計画比では売上高で約 3 億円、営業利益で数千万円下回った。M&A 子会社の業績が想定を下回ったことによる。同社では 2019 年 9 月に子会社化した土木建築会社の日産工業も含めて、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、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だ。

※ 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 0.9% 増の 3,913 百万円、営業利益は同 58.3% 減の 186 百万円となった。顧客件数は前年同期末比 4 千件増加の 165 千件となったが、巣ごもり需要の反動で顧客当たり消費量が減少したため売上高は微増にとどまった。利益面では、顧客件数の増加で 0.2 億円の増益となったものの、顧客獲得費用が 2.8 億円増加したことにより減益となった。社内計画比でも顧客件数の伸び悩みにより売上高、営業利益ともに若干下回る進捗となっている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（6）その他・調整額

その他の売上高は前年同期比 23.0% 増の 2,248 百万円となった。このうち会計方針の変更（造船事業において工事進行基準を採用）による影響で約 4 億円の増収要因となっており、同要因を除けば横ばい水準だったことになる。内訳を見ると、介護事業は利用者数の増加により同 0.3% 増の 657 百万円、造船事業は船舶修繕の隻数が増加したことや会計方針変更の影響により同 29.5% 増の 854 百万円、婚礼催事事業は、婚礼及び会議の利用について若干の回復が見られ同 150.5% 増の 281 百万円といずれも増収となった。

なお、内部調整額も含めた営業損失は 3,027 百万円と前年同期比で 360 百万円増加した。ワークスタイル改革の環境整備費用等を中心に調整額（費用）が 3.9 億円増加したことによる。

事業セグメント別売上高

（単位：百万円）

	19/3 期 2Q 累計	20/3 期 2Q 累計	21/3 期 2Q 累計	22/3 期	
				2Q 累計	前年同期比
エネルギー	33,948	35,766	33,430	36,153	8.1%
情報通信	25,154	25,911	25,131	25,302	0.7%
CATV	15,135	15,593	16,490	16,081	-2.5%
建築設備不動産	8,987	9,736	9,074	12,361	36.2%
アクア	3,490	3,752	3,880	3,913	0.9%
その他	2,123	2,255	1,828	2,248	23.0%
合計	88,840	93,015	89,836	96,060	6.9%

出所：決算短信及び決算補足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）

	19/3 期 2Q 累計	20/3 期 2Q 累計	21/3 期 2Q 累計	22/3 期	
				2Q 累計	前年同期比
エネルギー	1,084	1,966	2,382	1,963	-17.6%
情報通信	1,608	2,269	2,036	2,405	18.1%
CATV	2,330	2,539	2,633	2,957	12.3%
建築設備不動産	554	843	621	738	18.8%
アクア	291	400	446	186	-58.3%
その他・調整額	-2,393	-2,519	-2,667	-3,027	-
合計	3,475	5,500	5,452	5,223	-4.2%

注：数値は間接費用等配賦前ベース
出所：決算短信及び決算補足説明資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

主要サービスの顧客数

（単位：千件）

	19/3 期 2Q 末	20/3 期 2Q 末	21/3 期 2Q 末	22/3 期 2Q 末	前年同期比 増減数	前期末比 増減数
エネルギー	670	696	728	764	36	20
LP ガス	615	639	667	697	30	16
都市ガス	55	56	61	67	6	4
情報通信	804	770	762	779	17	-6
従来型 ISP 等	440	403	379	386	7	-9
光コラボ	328	324	332	339	7	2
LIBMO	36	43	51	54	3	1
CATV	1,046	1,076	1,179	1,214	35	16
放送サービス	781	794	868	881	13	5
通信サービス	265	282	311	333	22	11
アクア	156	159	161	165	4	3
モバイル	223	215	209	198	-11	-8
セキュリティ	17	16	16	16	0	0
グループ合計顧客件数	2,893	2,918	3,042	3,125	83	26
（TLC 会員数）	757	852	938	1,023	85	44

注：千件未満四捨五入。ISP と CATV キャリアプランで通信サービスが重複、合計値は除外。
　　21/3 期 4Q より従来型 IPS 等に ISP 付加サービスの契約を含む。
出所：決算説明会資料、決算補足説明資料よりフィスコ作成

今後の見通し

2022 年 3 月期は顧客基盤拡大に注力しつつ、増収増益を維持する方針

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）、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。第 2 四半期までの通期計画に対する進捗率は売上高で 46.4%、営業利益で 34.3% となっており、直近 3 年間の平均進捗率はほぼ同様のペースとなっている。親会社株主に帰属する当期純利益は、前述のとおり第 2 四半期に特別損失を計上したため進捗率が 25.8% と低くなっているが、下期に特別利益を計上することも視野に入れており、最終的には計画どおり微増益を確保するものと予想される。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

社内計画比では第 2 四半期累計で、売上高は約 10 億円、営業利益は数億円程度上回る進捗となっている。売上高についてはエネルギー事業において期初に想定していなかった家庭用 LP ガスや都市ガスの値上げを下期に実施する見込みとなっているため、通期でも上振れする可能性が高いと弊社では見ている。一方、営業利益に関しては下期に顧客獲得コストを積み増して、継続取引顧客件数で期初計画の 3,195 千件の達成を目指していることから、ほぼ計画並みに着地する見通しだ。なお会計方針の変更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、営業利益への影響に関しては軽微となっている。

2022 年 3 月期連結業績見通し

（単位：百万円）

	21/3 期		22/3 期			2Q 進捗率	直近 3 年間平均進捗率
	実績	売上比	会社計画	売上比	前期比		
売上高	196,726	-	207,000	-	5.2%	46.4%	46.5%
営業利益	15,226	7.7%	15,240	7.4%	0.1%	34.3%	33.9%
経常利益	15,312	7.8%	15,320	7.4%	0.1%	34.5%	34.1%
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%	25.8%	34.3%
1 株当たり当期純利益（円）	67.32		67.42		0.2%		
継続取引顧客件数（千件）	3,099		3,195		3.1%		

出所：決算短信、決算補足説明資料よりフィスコ作成

（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。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℃の低下を想定していたため、下期以降の値上げは計画の上振れ要因となる。仕入価格が高騰しているが、家庭用についてはすでに前期までに予約を終えており、値上げは利益増要因となる。ただ、上振れた利益については顧客獲得コストに充当していく方針としており、その規模によって営業利益は計画を下回る可能性もある。一方、業務用や工業用については仕入価格と販売価格が連動するため、利益面での影響はない。

当面の課題は LP ガスの顧客件数拡大にある。LP ガスの顧客件数は前期末比 57 千件増加の 738 千件を計画していたが、第 2 四半期までの実績は 15 千件の増加にとどまっており、下期に獲得ペースを加速していく必要がある。通期計画の増減内訳を見ると、新規獲得で 43 千件増、解約で 23 千件、M&A・アライアンスで 36.8 千件となっているのに対して、第 2 四半期までの実績は新規獲得で 18 千件、解約で 13 千件、M&A・アライアンスで 10 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取り込みを強化していく必要がある。新規獲得については既存エリアでの獲得に加えて、2021 年 10 月より新たに熊本市に営業拠点を開設したほか、2022 年 1 月を目途に広島県への進出も検討している。これら新規進出エリアでの顧客獲得を見込んでおり、顧客獲得コストも増加する見通しだ。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ものの、下期に料金値上げが見込まれているため通期売上高は 2 期ぶりに増収に転じる見通しとなっている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（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んでいる。第 2 四半期累計の営業利益は社内計画を数億円程度上回ったが、コンシューマー向けサービスで顧客獲得コストを積み増すことから、ほぼ計画どおりに着地するものと予想される。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 千件を計画していたが、第 2 四半期までの実績は ISP サービスで同 6 千件の減少、LIBMO で同 1 千件の増加にとどまるなど進捗が遅れている。

同社は顧客獲得コストの積み増し以外にも、ISP サービスでは大手携帯キャリアとの提携によるサービスメニューの拡充を図ったほか、LIBMO についても下期から（株）NTT ドコモの「ドコモ光」とセットにしたサービスの提供を NTT ドコモ系列の販売代理店でも一部開始しており、これら施策による顧客件数の増加が期待される。一方、法人向け事業についてはシステム受託開発やクラウド構築支援案件の需要が引き続き旺盛で、通期業績も増収増益となる見通しだ。

（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。会計方針変更の影響で 20 億円の減収要因となるが、実質的には 2% 程度の増収となる。また、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 千件増の 883 千件、通信サービスで同 18 千件増の 340 千件）を計画している。第 2 四半期末で同 16 千件の増加（うち放送サービスで同 5 千件増、通信サービスで同 11 千件増）と計画をやや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、営業利益ともに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が増加する傾向にあり、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、イノウエテクニカ）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・ポーロ化工の業績が上乗せされることなどが増収増益要因となる。

（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 千件増加の 171 千件を計画し、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。ただ、第 2 四半期までの顧客件数が前期末比 3 千件の増加と計画を下回っており、下期に顧客獲得コストを積み増す予定にしていることから、売上高、営業利益ともに計画を下回る可能性がある。

（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ライアント端末の購入費やオフィスの見直しに伴う関連費用の計上で 4 億円程度を計画している。なお、同社並びに東京本社では出社率を 5 割程度としており、オフィススペースの縮小を段階的に進めている。第 2 四半期末でフロア面積を 20% 削減し、最終的には前期末比 40% 程度を削減する計画となっている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

2025 年 3 月期までの 4 年間を「Life Design の実現に向けた基盤を造るステージ」と位置付ける

2. 中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」の進捗

（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企業」を目指し、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）」のさらなる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、持続的な成長を続け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” の実現に向けた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 億円を掲げた。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が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。

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

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

継続取引顧客件数は、2021 年 3 月期末の 310 万件から 4 年間で約 15% 増となる 356 万件を目指す。主力サービスである LP ガスは 68 万件から 88 万件に、ISP 等（光コラボ含む）は 73 万件から 80 万件に、LIBMO は 5 万件から 9 万件に、CATV（放送サービス）は 87 万件から 90 万件にそれぞれ拡大していく計画で、モバイル（携帯電話販売代理店）のみ 20 万件から 19 万件と微減を見込んでいる。計画達成の鍵を握るのは LP ガスと ISP、LIBMO 等のサービスで、顧客獲得コストの積み増しによって 2022 年 3 月期下期にどれだけ顧客件数を増やすことができるか注目される。

継続取引顧客件数

（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）5 つの重点戦略

中期経営計画における重点戦略として、同社では以下の 5 点に取り組んでおり、現時点ではおおむね順調に進捗している。

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。既存エリアでのシェア拡大や新規エリアへの展開によって、主力のガス事業、CATV 事業、アクア事業を中心に収益基盤である顧客件数の拡大に取り組んでいく。また、法人向け情報通信事業では、AWS について導入コンサルティングから設計、構築、接続回線、監視運用サービスに至るまで全行程をワンストップで提供できる強みを生かして、クラウドサービス関連事業の拡大に取り組んでいく。AWS 関連では国内での豊富な実績をもとに、2021 年 9 月から中国に現地法人を持つ日本企業の AWS 利用をサポートする「AWS 中国リージョン対応ソリューション」の提供も開始しており、今後は海外の需要も取り込んでいくことにしている。建築設備不動産事業においては、既述のとおり M&A 戦略の推進によって総合建設事業者としての基盤を固めており、今後グループシナジーを生かしながら東海エリアを中心に事業規模の拡大を目指していく考えだ。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

b）TLC の進化

顧客の潜在ニーズを察知し、新しいライフスタイルをデザイン・提案するためのデジタルマーケティングを推進していく。約 310 万件の顧客データを一元管理するデータ分析プラットフォーム「D-sapiens」を活用することで顧客に最適なサービスを提案し、高付加価値化、顧客体験の向上を図っていく。デジタルマーケティングの具体的な取り組みとしては、アクア事業において AI 分析によって顧客の解約予兆を察知し、解約防止施策を打つなどしている。また、直近では非対面でも商談可能な Web 感謝祭サイトを構築し、新たな需要の掘り起こしに取り組んでいる。まだ、これら施策によって大きな効果は得られていないものの、今後も様々な施策を企画し、そのデータを収集して評価、分析、改善を続けていくことで、デジタルマーケティング施策の効果も大きくなっていくものと思われる。

c）DX 戦略の本格化

同社は、今回の中期経営計画策定と同時に DX 戦略も策定している。DX 戦略では、全国約 310 万件の顧客データや「ABCIR+S」を最大限に活用することで既存ビジネスモデルの最適化をさらに進めていく。また、DX による「業務効率化」や「サービスの高付加価値化」を実現していくと同時に、スタートアップ企業等との協業による「新たなビジネスの創造」にもチャレンジしていく。2021 年 4 月には新規事業創出に向けたオープンイノベーション戦略の一環として、（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ている。

d）経営資源の最適配分

中期経営計画では、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、残り 300 億円については株主還元や株主価値の向上に充当していく方針としている。2022 年 3 月期第 2 四半期累計実績では、営業キャッシュ・フロー 114 億円のうち、成長投資に 90 億円（既存事業 63 億円、M&A27 億円）、残り 21 億円を配当金に充当しており、最適配分については計画どおり進捗した。

e）SDGs に向けた取り組みの強化

SDGs に向けた取り組みとして、2021 年 5 月に「TOKAI グループ カーボンニュートラルビジョン」を公表している。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_2 削減施策を打ち出している。具体的には、「ABCIR+S」の活用（LP ガスの自動検針導入、配送ルート最適化等）によって事業活動における CO_2 削減に取り組んでいくほか、高効率ガス機器や太陽光発電システムの住宅への普及促進等によって住宅における CO_2 削減に貢献していくとしている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

今後の見通し

出所：決算説明会資料より掲載

また、2021 年 8 月には都市ガス事業において、J- クレジット制度※を活用し、CO_2 排出量をオフセットして実質的に CO_2 排出量をゼロとする「カーボンニュートラルガス」の販売を開始した。販売先は SDGs の取り組みに前向きな自治体や企業等となる。「ゼロカーボンシティ」を表明した静岡県藤枝市と「ゼロカーボンシティの実現に向けての連携協定書」を同年 8 月に締結しており、今後もこうした取り組みが増えていく可能性がある。

※ J- クレジット制度：省エネ設備の導入や再生可能エネルギーの利用による CO_2 等の排出量削減や、適切な森林管理による CO_2 等の吸収量をクレジットとして国が認証する制度。

2021 年 10 月には初期費用 0 円で太陽光発電システムを住宅に設置できる「TOKAI ZERO SOLAR」の提供も開始した。同社が初期設置費用をすべて負担し、サービスの利用中は光熱費の削減メリットを利用者は享受できるほか、契約期間※終了後は設備一式を無償で取得できるほか、発電した電気を無料で利用することができるといったメリットがあり、住宅への太陽光発電システムの普及を促進し、CO_2 排出量の削減に貢献していく。

※ 契約期間は 10 ～ 15 年で発電容量や周辺環境、設置条件等によって異なる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

今後の見通し

「TOKAI ZERO　SOLAR」の提供開始

出所：決算説明会資料より掲載

そのほか、2021 年 4 月よりテレワーク主体となる新しい働き方を導入し、ハード面（パソコンやスマートフォン）の整備に加え、在宅勤務手当やデジタルワークプレイスの整備を実施している。また、ペーパーレス化の推進や電子印システムの導入検討など業務プロセスの改善についての取組みを進めており、今後もワークスタイル改革による柔軟な働き方を実現し、多様な人材が活躍できる環境を整備していく考えだ。

ガバナンス体制の強化についても推進している。2021 年 2 月には新たに指名・報酬委員会を設置し、取締役会の機能の独立性、客観性と説明責任をさらに強化した。また、多様性及び専門性確保の観点から、社外取締役を取締役の 3 分の 1 以上とし、女性取締役も登用している。

■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。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

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 11 月 9 日終値 867 円）で試算すると 4.6 ～ 8.2% 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）。

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 点と同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

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

重要事項（ディスクレーマー）

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・表示したものですが、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