

|| 企業調査レポート ||

TOKAI ホールディングス

3167 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2022年6月3日(金)

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 月期の業績概要	01
2. 2023 年 3 月期業績見通し	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 月期の業績概要	06
2. 事業セグメント別動向	08
3. 財務状況	12
■ 今後の見通し	14
1. 2023 年 3 月期の業績見通し	14
2. 中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」の進捗について	17
■ 株主還元策	21

要約

LP ガスの仕入価格高騰で 2023 年 3 月期は減益見込みながらも、 収益基盤となる継続取引顧客件数は順調に拡大

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。319 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、かつきめ細かくサポートし、顧客満足度の向上を目指すビジョンのこと。

1. 2022 年 3 月期の業績概要

2022 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 7.1% 増の 210,691 百万円、営業利益で同 3.7% 増の 15,794 百万円と 4 期連続で過去最高を更新し、会社計画（売上高 207,000 百万円、営業利益 15,240 百万円）に対しても上回って着地した。売上高は継続取引顧客件数の増加による増収や LP ガスの仕入価格に連動した販売価格の上昇、法人向け情報通信事業の拡大に加えて、建築設備不動産事業の M&A 効果が寄与した。一方、営業利益は、継続取引顧客の獲得コストが増加したものの、顧客件数増加による CATV 事業の増益や法人向け情報通信事業、建築設備不動産事業の増益等で吸収した。2022 年 3 月期末の継続取引顧客件数は前期末比 95 千件増加の 3,194 千件となった。なお、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 36 億円の減収要因となったが、販管費も同等程度減少したため、営業利益への影響はなかった。

2. 2023 年 3 月期の業績見通し

2023 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 5.8% 増の 223,000 百万円、営業利益で同 8.2% 減の 14,500 百万円を見込む。売上高は継続取引顧客件数の積み上げや LP ガスの販売価格上昇、建築設備不動産事業のさらなる拡大により増収が続く見込みだが、利益面では LP ガスの仕入価格高騰による影響（51 億円）をその他事業の増益でカバーしきれず減益に転じる見通しとなっている。継続取引顧客件数については前期末比 102 千件増の 3,295 千件を計画している。

要約

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

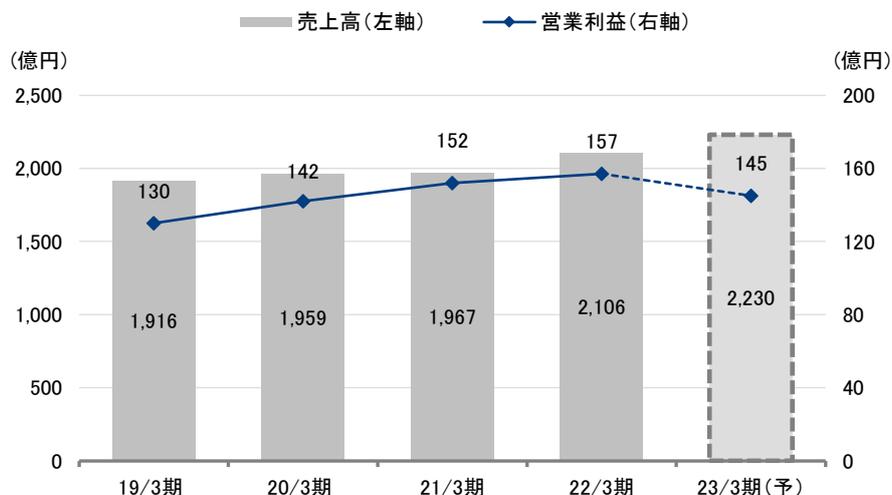
2021年5月に発表した中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」では、2025年3月期までの4年間で「Life Designの実現に向けた基盤を造るステージ」と位置付け、経営数値目標として2025年3月期に売上高2,450億円、営業利益186億円、継続取引顧客件数356万件を掲げた。4年間の年平均成長率は売上高で5.6%、営業利益で5.2%と堅実な成長を見込んでおり、前半の2年間で先行投資を積極的に行い、後半の2年間で利益成長を加速していく計画となっている。継続取引顧客件数目標の356万件については、M&Aも活用しながら積み上げていく。重点施策として、1) LNG戦略※の推進、2) TLC (Total Life Concierge)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成長を目指す。計画2年目の2023年3月期はエネルギー価格高騰の影響が利益面では出たものの、LPガスの顧客獲得の面ではM&Aも含めてチャンスが広がると見ることもできる。そのほか、法人向け情報通信事業やCATV事業、建築設備不動産事業については収益拡大が順調に進んでいる。今後はDX戦略の推進によるサービスの高付加価値化や業務効率化を図っていくほか、新規ビジネスの創出等にも取り組んでいく方針となっており、今後の動向が注目される。

※ 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月期は会社計画を上回る増収増益を達成、4期連続で過去最高を更新
- ・2023年3月期はエネルギー事業の仕入価格高騰で増収減益を見込むも、その他の事業は順調に拡大する見通し
- ・2025年3月期までの中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」は順調な滑り出し。2024年3月期以降は利益成長が加速見通し
- ・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

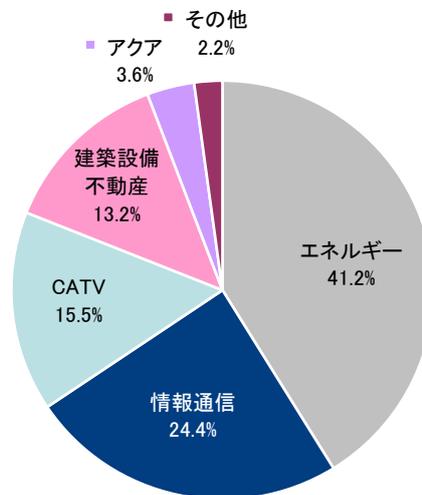
■ 事業概要

LPガスや情報通信、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(2022年3月期)を見ると、祖業である「エネルギー事業」が41.2%、「情報通信事業」が24.4%、「CATV事業」が15.5%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。

事業セグメント別売上高構成比(2022年3月期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

事業概要

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、九州エリアなどにも順次進出し、顧客数の拡大を図っている。契約件数は2022年3月末時点で715千件となっており、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、ここ数年は緩やかな減少傾向を辿っている。大手資本による集約化が進んでいるものと見られ、同社にとっても今後の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2022年3月末時点で70千件となっている。都市ガス事業者は全国で193事業者(私営175、公営18)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。2022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47%、法人向けが約53%と初めて法人向けがコンシューマー向けを上回った(2017年3月期の法人向けは約35%)。また、EBITDA(営業利益+減価償却費+のれん償却費)では法人向けが約83%を占めるまでになっている。

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、2022年3月末の顧客件数は、従来型ISPサービス等で415千件、光コラボサービスで346千件、「LIBMO」で55千件となっている。

※ 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。

事業概要

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15店舗を展開しており、2022年3月末の顧客件数は191千件と2016年3月期の236千件をピークに漸減傾向が続いている。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。2022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887千件、通信サービスで344千件、合計で1,231千件と緩やかながらも増加基調が続いている。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)を子会社化したのを皮切りに、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築事業者として、グループシナジーを生かしながら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、2022年3月末の顧客件数は165千件と緩やかに増加基調が続いている。業界全体の2021年末の顧客件数は4,650千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、2022年3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ヶ所を開業している。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

2022年3月期は会社計画を上回る増収増益を達成、 4期連続で過去最高を更新

1. 2022年3月期の業績概要

2022年3月期の連結業績は、売上高で前期比7.1%増の210,691百万円、営業利益で同3.7%増の15,794百万円、経常利益で同3.9%増の15,907百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同1.7%増の8,969百万円といずれも会社計画を上回る増収増益となり、4期連続で過去最高を更新した。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36億円の減少要因となったが、販管費も同程度額分減少したため、営業利益への影響は軽微であった。

2022年3月期連結業績

(単位：百万円)

	21/3期		会社計画	22/3期			
	実績	売上比		実績	売上比	前期比	計画比
売上高	196,726	-	207,000	210,691	-	7.1%	1.8%
売上原価	113,856	57.9%	-	125,479	59.6%	10.2%	-
販管費	67,643	34.4%	-	69,418	32.9%	2.6%	-
営業利益	15,226	7.7%	15,240	15,794	7.5%	3.7%	3.6%
経常利益	15,312	7.8%	15,320	15,907	7.5%	3.9%	3.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,815	4.5%	8,830	8,969	4.3%	1.7%	1.6%

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、エネルギー事業における仕入価格に連動した販売価格の上昇、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った。2022年3月期末の継続取引顧客件数は前期末比95千件増加の3,194千件とほぼ計画どおりであり、LPガス事業やCATV事業を中心に着実に積み上げた。また、TLC会員サービス※の会員数についても同107千件増加の1,086千件と順調に拡大した。

※ 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。

TOKAI ホールディングス | 2022年6月3日(金)
 3167 東証プライム市場 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/ir/>

業績動向

主要サービスの顧客数

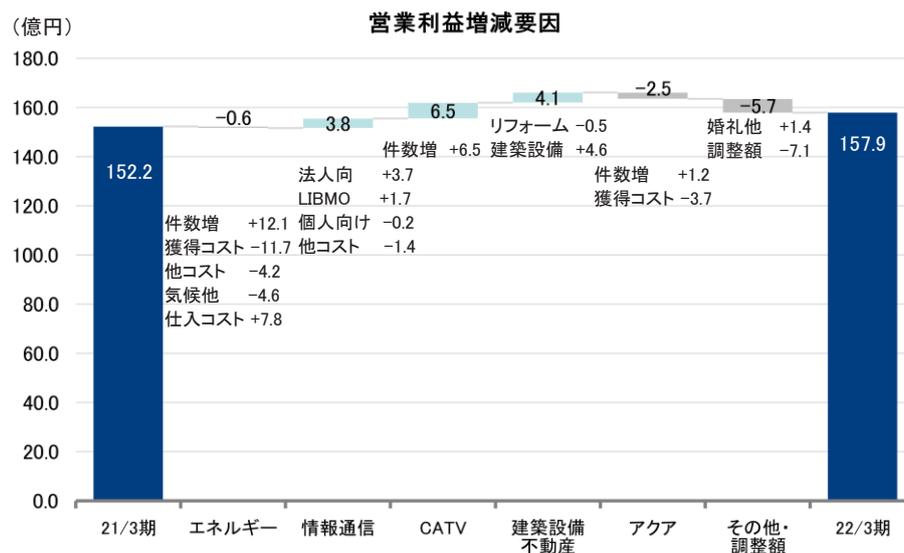
(単位：千件)

	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	前期末比増減数
エネルギー	684	713	744	785	41
LPガス	628	652	681	715	34
都市ガス	56	61	63	70	7
情報通信	787	761	785	816	31
従来型ISP等	419	389	395	415	20
光コラボ	327	324	337	346	9
LIBMO	41	48	53	55	2
CATV	1,063	1,154	1,198	1,231	33
放送サービス	789	862	875	887	12
通信サービス	274	292	322	344	22
アクア	156	161	162	165	3
モバイル	217	212	206	191	-15
セキュリティ	17	16	16	16	0
グループ合計顧客件数	2,902	3,003	3,099	3,194	95
(TLC会員数)	805	896	979	1,086	107

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。情報通信（従来型ISP等）には、21/3期よりISP付加サービス（PC訪問サポートサービス）、22/3期より同（PC遠隔サポートサービス）契約を含む

出所：「2022年3月期決算について」よりフィスコ作成

利益面では、エネルギー事業やアクア事業を中心に顧客獲得コストが15億円強増加したほか、ワークスタイル改革に伴う環境整備費用4億円弱を計上したものの、顧客件数増加に伴うCATV事業の増益や法人向け情報通信事業、建築設備不動産事業の増益等で吸収し、増益を確保した。



注：営業利益の増減数値は間接費用配賦前ベース

出所：「2022年3月期決算について」よりフィスコ作成

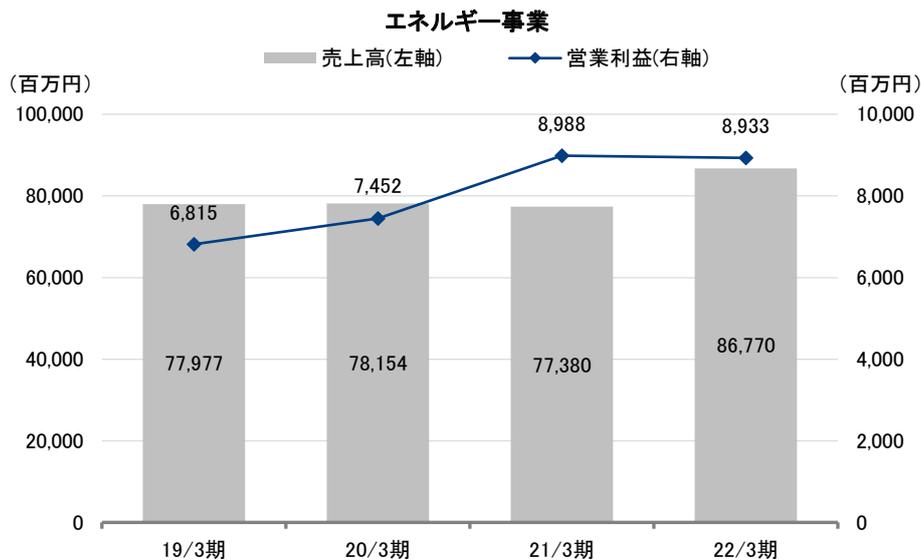
業績動向

法人向け情報通信事業、CATV 事業、 建築設備不動産事業が増収増益に

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期比 12.1% 増の 86,770 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 0.6% 減の 8,933 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 22 億円の減少要因となっており、実質ベースでは 15% 増収となっている。営業利益の増減要因を見ると、顧客件数の増加で 12.1 億円、仕入コストの改善（販売価格転嫁分含む）で 7.8 億円の増収要因となった一方で、顧客獲得コストの増加で 11.7 億円、気温変動・他（世帯当たり消費量減少）で 4.6 億円、人件費・その他コストの増加で 4.2 億円の減収要因となった。



※ 20/3 期以前は「ガス及び石油事業」
 注：利益は間接費用等配賦前ベース
 出所：「2022年3月期決算について」よりフィスコ作成

LP ガス事業の売上高は前期比 12.4% 増の 73,769 百万円となり、顧客件数は前期末比で 34 千件増加の 715 千件となった。増収要因は販売量の増加や仕入価格に連動した販売価格の上昇による。販売量については前期比 9.2% 増となり、内訳としては家庭用が 2.3% 増、工業用が 21.6% 増となった。また、販売価格については家庭用が戦略的な価格戦略を継続していることもあり前期比 1.2% 減となったものの、仕入価格に連動する産業用や卸売についてはそれぞれ 50% 前後の上昇となっており、増収要因の大半を占めた。家庭用については既存エリアで 20 千件増、新規エリアで 14 千件増となっており、新規エリアの開拓が順調に進んでいる。当期は 2021 年 10 月に熊本市（熊本県）、2022 年 1 月に福山市（広島県）にそれぞれ営業拠点を新たに開設し、顧客件数の増加に寄与している。また、M&A による顧客件数獲得についても 19 千件と、当初計画には届かなかったものの着実に進んでいる。

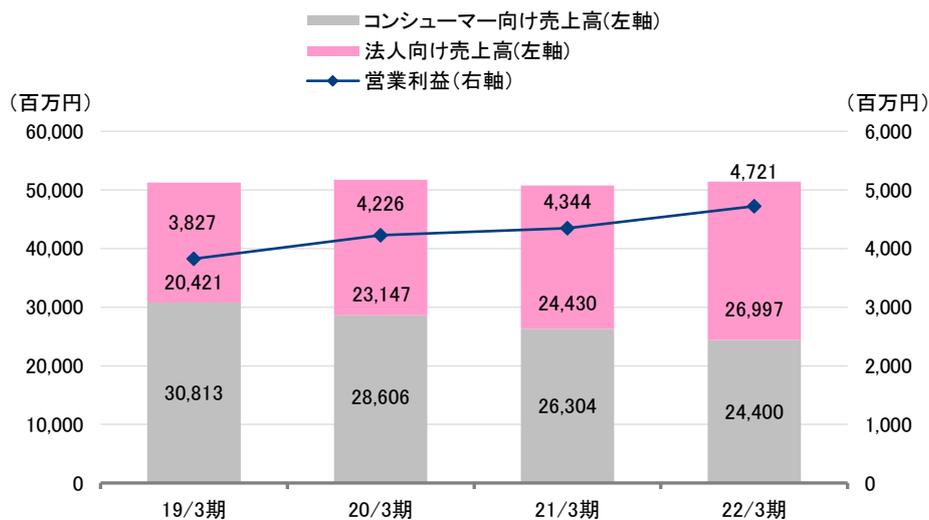
業績動向

都市ガス事業の売上高は前期比 10.7% 増の 13,000 百万円となり、顧客件数は前期末比 7 千件増加の 70 千件となった。産業用ガス販売量の増加や原料費調整制度による販売単価の上昇等が増収要因となった。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期比 1.3% 増の 51,398 百万円、営業利益は同 8.7% 増の 4,721 百万円と 2 期連続の増収増益となった。売上高の内訳を見ると、コンシューマー向け事業が同 7.2% 減の 24,400 百万円と減収傾向が続いたものの、法人向け事業が同 10.5% 増の 26,997 百万円と好調に推移した。営業利益は法人向け事業が増収効果により 3.7 億円の増益となったほか、コンシューマー事業も 0.2 億円の増益となった。ISP 事業は減収に伴い減益となったものの、LIBMO の収益改善によりカバーした。

情報通信事業


※ 20/3 期以前は「情報及び通信サービス事業」

注：利益は間接費用等配賦前ベース

出所：決算短信、「2022 年 3 月期決算について」よりフィスコ作成

コンシューマー向け事業の顧客件数について見ると、従来型 ISP 等は前期末比 20 千件増加の 415 千件となったが、付加サービスとなる PC 遠隔サポートサービスの契約件数を加えたことが要因で、従来型 ISP の顧客件数は減少傾向が続いている※。一方、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拡充を図ったことが奏功し、同 9 千件増加の 346 千件となった。ただ、携帯キャリアとの連携案件が増えたことで ARPU（顧客当たり平均売上高）が低下し、売上高の減少要因となった。LIBMO は料金プランの見直し等を実施したことにより、同 2 千件増加の 55 千件となった。

※ PC 遠隔サポートサービスの契約件数は 36 千件となっており、同数値を除けば 16 千件の減少となっている。

TOKAI ホールディングス | 2022年6月3日(金)
 3167 東証プライム市場 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/ir/>

業績動向

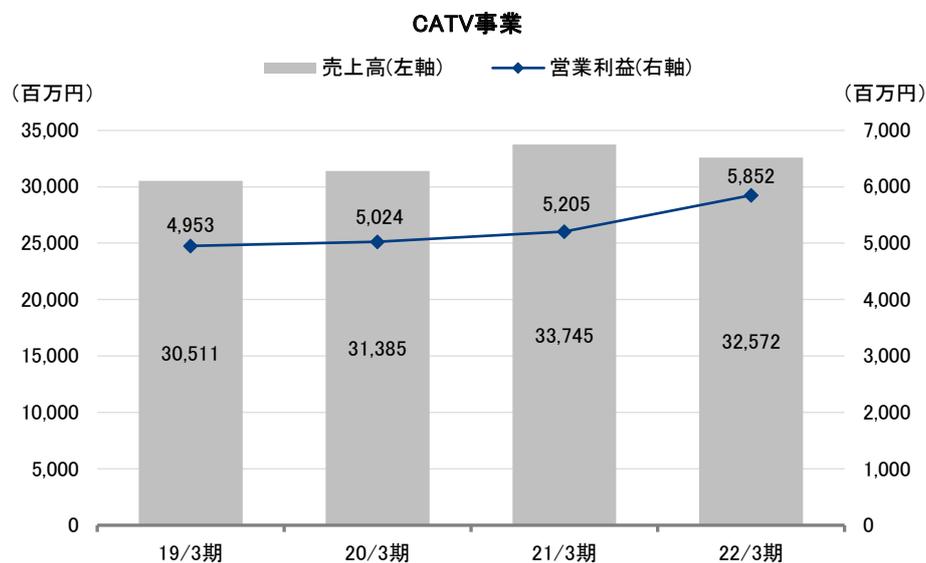
法人向け事業は Amazon Web Services (アマゾンウェブサービス。以下、AWS) の構築案件やクラウドサービスが順調に推移したほか、システム受託開発案件も増加した。2021年4月末にシステム開発会社の(株)クエリの全株式をTOKAI コミュニケーションズが取得し子会社化したことも収益増に貢献した※。クエリはモバイルアプリの開発力に定評があり、顧客先も大手企業が多い。今後は両社の技術力を融合することで、顧客へのさらなる付加価値の提供や取引先の拡大を見込んでいる

※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。従業員数は36名(2021年11月時点)

(3) CATV 事業

CATV 事業の売上高は前期比 3.5% 減の 32,572 百万円、営業利益は同 12.4% 増の 5,852 百万円となった。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 22 億円の減収要因となっており、実質ベースでは約 3% 増となり拡大基調が続いている。営業利益も顧客件数の増加による月額課金収益の増加と、のれん償却額は前期比 247 百万円減少したことにより過去最高を連続更新した。

顧客件数は放送サービスで前期末比 12 千件増加の 887 千件、通信サービスで同 22 千件増加の 344 千件となった。地域密着型の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、高速光通信サービスの提供エリアを拡大したことが顧客件数の増加、並びに ARPU の上昇につながっていると見られる。通信サービスの契約件数については、光化投資を進めている仙台 CATV(株)(宮城県)や(株)テレビ津山(岡山県)などで増加している。



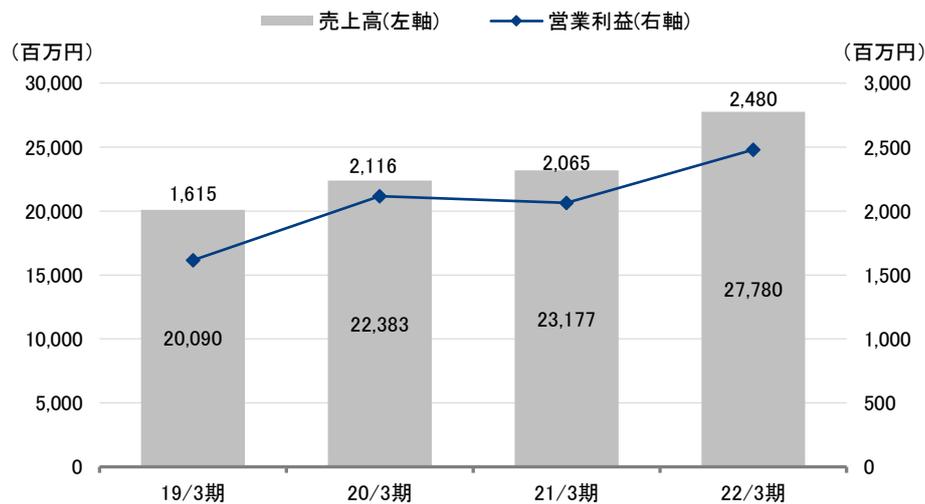
注：利益は間接費用等配賦前ベース
 出所：「2022年3月期決算について」よりフィスコ作成

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期比 19.9% 増の 27,780 百万円、営業利益は同 20.1% 増の 2,480 百万円となった。リフォーム事業は低迷したものの、2019 年以降グループ化した子会社※の業績が伸長するなど M&A 効果が大きく寄与した。具体的には、土木工事等を展開する日産工業の業績が、売上高で前期比 10 億円増、営業利益で同 2 億円増となったほか、2021 年 4 月に子会社化したマルコオ・ポーロ化工の業績（売上高約 21 億円、営業利益約 3 億円）が上乗せ要因となった。そのほか 2020 年に子会社化した 2 社（中央電機工事、イノウエテクニカ）も含めて、のれん償却額は前期比 159 百万円増加した。EBITDA（償却前営業利益）ベースで見ると、前期比 20.9% 増の 3,501 百万円となっている。

※ 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（2020 年 8 月子会社化）。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（同年 11 月子会社化）。マルコオ・ポーロ化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ている。

建設設備・不動産事業


注 1：20/3 月期以前は「建築及び不動産事業」

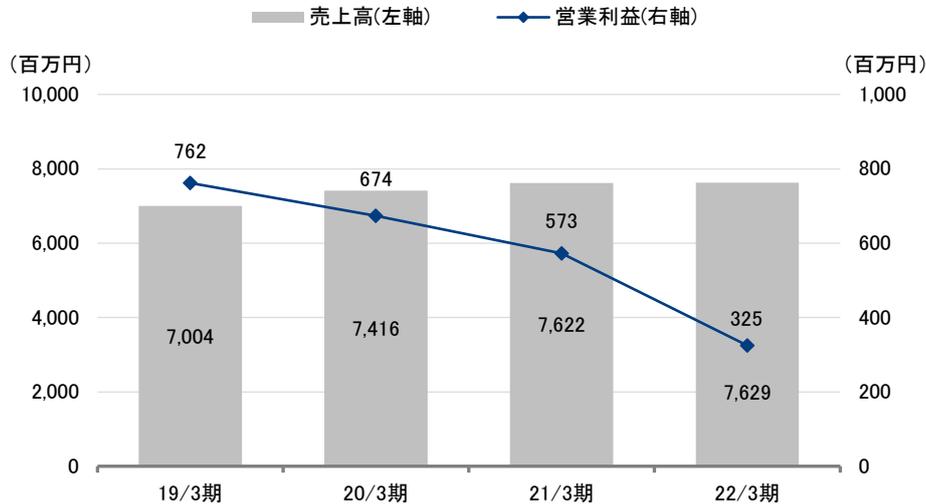
注 2：利益は間接費用等配賦前ベース

出所：「2022 年 3 月期決算について」よりフィスコ作成

(5) アクア事業

アクア事業の売上高は前期比 0.1% 増の 7,629 百万円、営業利益は同 43.3% 減の 325 百万円となった。顧客件数は前期末比 3 千件増加の 165 千件となったものの、巣ごもり需要の反動で世帯当たり消費量が減少し、売上高は横ばい水準にとどまった。利益面では、顧客件数の増加で 1.2 億円の増益要因となったが、顧客獲得コストの増加 3.7 億円を吸収できなかった。

業績動向

アクア事業


注：利益は間接費用等配賦前ベース

出所：「2022年3月期決算について」よりフィスコ作成

(6) その他・調整額

その他の売上高は前期比 11.7% 増の 4,540 百万円となった。内訳を見ると、介護事業は利用者数の増加により同 2.9% 増の 1,353 百万円、造船事業は船舶修繕の隻数が増加したことにより同 11.1% 増の 1,673 百万円、婚礼催事事業は婚礼及び会議の利用で若干の回復が見られ同 54.9% 増の 646 百万円といずれも増収となった。また、内部調整額も含めた営業損失は 6,518 百万円と前期比で 569 百万円増加した。ワークスタイル改革の環境整備費用（オフィ斯里ノベーション、IT 機器導入費用等）を 4 億円弱計上したことが主因だ。

自己資本比率は 40% 台を堅持、 今後も営業活動で獲得したキャッシュについては M&A を含めた成長投資と株主還元で充実にしていく方針

3. 財務状況

2022年3月期末の財務状況を見ると、資産合計は前期末比 5,499 百万円増加の 184,473 百万円となった。主な変動要因を見ると、現金及び預金が 834 百万円減少したほか、デリバティブ評価差額資産の減少等により流動資産「その他」が 1,787 百万円減少した一方で、売上債権が 2,243 百万円、有形固定資産が 4,216 百万円、投資その他資産が 811 百万円、無形固定資産が 306 百万円それぞれ増加した。

負債合計は前期末比 2,609 百万円増加の 105,527 百万円となった。ヘッジ取引にかかる預かり保証金の減少等により流動負債「その他」が 3,027 百万円減少した一方で、有利子負債が 2,019 百万円、固定負債「リース債務」が 1,540 百万円、支払手形及び買掛金で 1,441 百万円増加した。また、純資産合計は前期末比 2,890 百万円増加の 78,946 百万円となった。配当金支出で 4,072 百万円、繰延ヘッジ損益で 1,918 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 8,969 百万円を計上したことが増加要因となった。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

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

TOKAI ホールディングス | 2022年6月3日(金)
 3167 東証プライム市場 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/ir/>

業績動向

財務の健全性を示す自己資本比率については、純資産の増加により前期末比0.3ポイント上昇の41.9%となった。有利子負債依存度は23.5%から23.9%とやや上昇したが、有利子負債/EBITDA倍率は1.39倍とほぼ前期の水準を維持しており、問題のない水準と判断される。キャッシュ・フローの状況についても、営業キャッシュ・フローが売上債権の増加や法人税等の支払額増加により20,808百万円と前期から減少したものの、投資キャッシュ・フローを差し引いたフリーキャッシュ・フローは6,216百万円と引き続き安定したプラスを維持している。フリーキャッシュ・フローについては、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。今後も営業活動で獲得したキャッシュについては、M&Aを含めた成長投資や株主還元へ充当していく方針だ。

連結財務諸表

(単位：百万円)

	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	増減額
資産合計	167,606	169,972	178,974	184,473	5,499
(現金及び預金)	4,164	4,629	5,577	4,743	-834
負債合計	103,711	103,989	102,917	105,527	2,610
(有利子負債)	50,604	48,272	42,128	44,147	2,019
純資産合計	63,894	65,982	76,056	78,946	2,890
自己資本比率	37.4%	38.0%	41.6%	41.9%	0.3pt
有利子負債依存度	30.2%	28.4%	23.5%	23.9%	0.4pt
有利子負債/EBITDA倍率	179.8%	162.8%	135.8%	139.2%	0.03倍

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)

	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期
営業キャッシュ・フロー	21,605	22,535	32,223	20,808
投資キャッシュ・フロー	-12,443	-12,131	-17,068	-14,592
フリーキャッシュ・フロー	9,162	10,404	15,155	6,216
財務キャッシュ・フロー	-8,147	-10,375	-14,064	-6,905

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2023年3月期はエネルギー事業の仕入価格高騰で増収減益を見込むが、 その他の事業は順調に拡大する見通し

1. 2023年3月期の業績見通し

2023年3月期の連結業績は、売上高で前期比5.8%増の223,000百万円、営業利益で同8.2%減の14,500百万円、経常利益で同10.1%減の14,300百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同7.5%減の8,300百万円となる見通し。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、建築設備不動産事業の拡大、エネルギー販売価格の上昇等が増収要因となる。一方、利益面ではエネルギー事業を除くすべての事業で増益を見込むものの、仕入価格高騰の影響によりエネルギー事業の減益が足を引っ張る格好となる。継続取引顧客件数については前期末比102千件増加の3,295千件とさらなる積み上げを目指している。

2023年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	22/3期		会社計画	23/3期	
	実績	売上比		売上比	前期比
売上高	210,691	-	223,000	-	5.8%
営業利益	15,794	7.5%	14,500	6.5%	-8.2%
経常利益	15,907	7.5%	14,300	6.4%	-10.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,969	4.3%	8,300	3.7%	-7.5%
1株当たり利益(円)	68.49		63.43		
継続取引顧客件数(千件)	3,194		3,295		3.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

TOKAI ホールディングス | 2022年6月3日(金)
 3167 東証プライム市場 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/ir/>

今後の見通し

セグメント別業績

(単位：百万円)

<売上高>	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期(予)	前期比
エネルギー	78,154	77,380	86,770	91,300	5.2%
情報通信	51,753	50,735	51,398	53,200	3.5%
CATV	31,385	33,745	32,572	34,400	5.6%
建築設備不動産	22,383	23,177	27,780	31,500	13.4%
アクア	7,416	7,622	7,629	7,700	0.9%
その他	4,858	4,065	4,540	4,900	7.9%
合計	195,952	196,726	210,691	223,000	5.8%

<営業利益>	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期(予)	前期比
エネルギー	7,452	8,988	8,933	6,520	-27.0%
情報通信	4,226	4,344	4,721	5,100	8.0%
CATV	5,024	5,205	5,852	6,040	3.2%
建築設備不動産	2,116	2,065	2,480	2,560	3.2%
アクア	674	573	325	595	83.1%
その他・調整額	-5,271	-5,949	-6,518	-6,315	-
合計	14,224	15,226	15,794	14,500	-8.2%

注：数値は間接費用等配賦前ベース
出所：決算説明資料、取材よりフィスコ作成

(1) エネルギー事業

エネルギー事業の売上高は前期比 5.2% 増、営業利益は同 27.0% 減と増収減益を見込む。顧客件数は LP ガス事業が前期末比 42 千件増加の 757 千件、都市ガス事業が同 9 千件増の 79 千件 (T&T エナジーによる増加) となり、LP ガス事業の純増数は前期の 34 千件から拡大する計画となっている。2022 年 3 月期はコロナ禍の影響で M&A・アライアンス交渉が長引き、顧客獲得件数が目標に届かなかったが、2023 年 3 月期はその取り組みをより一層加速していく方針となっているためだ。

営業利益の増減要因を見ると、減益要因としては仕入価格高騰の影響で 51 億円、人件費・経費の増加で 9 億円、世帯当たり消費量の減少で 5 億円 (年間平均気温が前期比 0.2 度上昇する前提) となり、増益要因として販売価格の値上げで 20 億円、顧客件数の増加で 8 億円、顧客獲得維持コストの減少で 9 億円等となっている。仕入価格高騰の影響額が大きいように見えるが、これは 2022 年 3 月期の家庭用 LP ガスの仕入価格について実勢価格よりも低い水準で予約ヘッジしていたことによる。また、仕入価格の前提については現状の価格※よりも低い水準で設定しているため、今後も価格が高止まりするようであれば仕入コストが膨らむことになるが、その部分については販売価格に転嫁していくことになる。

※ 2022 年 4 月のプロパンの FOB 価格 (サウジアラビアから輸入業者への販売価格) は 940 ドル/トン。

また、販売価格の値上げ効果が 20 億円と小さいように見えるが、新規エリアなどでは顧客獲得のために戦略価格を設定していることが一因となっている。一方、顧客獲得維持コストが減少するのは、M&A・アライアンスによる顧客獲得を増やしていく方針となっているためだ。なお、2023 年 3 月期も新規営業拠点として、愛知県西部エリアに 1 拠点開設する予定となっている。

今後の見通し

(2) 情報通信事業

情報通信事業の売上高は前期比 3.5% 増、営業利益は同 8.0% 増を見込んでいる。このうち、コンシューマー向け事業については売上高で前期比微減、営業利益で同微増益を見込んでいる。顧客件数は従来型 ISP 等と光コラボの合計で前期末比横ばいの 760 千件、LIBMO は同 14 千件純増の 69 千件を計画している。LIBMO に関しては、価格競争力を高めた料金プランを 2022 年 2 月に導入しており、3 月に 2 千件の新規顧客を獲得するなどその効果が出ているようで、2023 年 3 月期通期でも新規顧客の獲得で 26 千件を見込んでいる。

一方、法人向け事業は前期比 1 ケタ台後半の増収増益を見込んでいる。クラウドサービスの旺盛な需要に対応していくほか、2022 年 3 月期から開始した中国の現地日系企業向けのクラウドインテグレーション事業にも取り組んでいく計画となっている。また、システム受託開発についても豊富な受注残を背景に順調な成長が見込まれている。

(3) CATV 事業

CATV 事業の売上高は前期比 5.6% 増、営業利益は同 3.2% 増と堅調に推移する見通し。引き続きネットワークの光化やコンテンツの充実に取り組んでいくことで、顧客件数の積み上げを図っていく。顧客件数は放送サービス、通信サービスの合計で前期末比 42 千件増加の 1,273 千件を計画している。

(4) 建築設備不動産事業、アクア事業、その他

建築設備不動産事業の売上高は前期比 13.4% 増、営業利益は同 3.2% 増と増収増益を見込む。売上高については M&A で子会社化した各社で顧客情報の共有化や相互送客に取り組み、シナジーを高めていくことで 2 ケタ成長を目指す。一方、利益面では 2022 年 3 月期に日産工業の業績が好調だった反動もあって伸び率はやや鈍化すると見ている。

アクア事業の売上高は前期比 0.9% 増、営業利益は同 83.1% 増と 4 期ぶりの増益に転じる見通し。顧客件数は前期末比 1.5 千件増加の 167 千件と微増にとどめ、商業施設での対面営業だけでなく、テレマーケティングや Web 等の非対面型営業も展開していくことで 1 件当たりの顧客獲得コストを引き下げ、収益性の改善を図っていく。

その他については売上高で前期比 7.9% 増と増収基調が続く見通し。介護サービスや造船事業は横ばい圏となるものの、婚礼催事事業の増収を見込んでいる。

2025年3月期までの中期経営計画は順調な滑り出し、 2024年3月期以降は利益成長が加速見通し

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

(1) 経営ビジョンと経営数値目標

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、同社グループが10年後に目指す姿を“Life Design Group” (LDG) と位置付けた。「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「Total Life Concierge (TLC)」のさらなる充実に取り組んでいく。今回の中期経営計画は、「LDG」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。

「LDG」に向けての取り組みとして、レジャー、ヘルスケア、生活サポートをテーマとして、複数のプロジェクトを地盤である静岡県を中心に小規模ながら開始している。ヘルスケア分野では、フィットネスクラブの運営をテレビ津山で開始する予定となっている。生活サポート分野では食品の宅配サービスを開始したほか、コインランドリーを東海ガスのショールーム内にオープンする予定となっている。今後も生活サポートや防災、観光などの観点からも新規プロジェクトの検討を行い、順次サービス化していく予定で、暮らしの基盤づくりや地域共存などの社会貢献を、事業活動を通じて行っていく。

経営数値目標は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売上高・営業利益ともに5%台と堅実な成長を計画している。前半の2年間で先行投資を積極的に行うため、利益成長は後半に加速していく計画となっている。初年度となる2022年3月期の業績は計画をやや上回る順調な滑り出しとなった。2023年3月期はエネルギー価格高騰の影響により利益面で一旦落ち込むものの、誤差の範囲内と考えられる。

中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」経営数値目標 (2021年5月発表)

(単位: 億円)

	21/3期		22/3期		23/3期		24/3期	25/3期	年平均成長率
	実績	当初計画	実績	当初計画	修正計画	当初計画	当初計画		
売上高	1,967	2,070	2,107	2,210	2,230	2,320	2,450	5.6%	
営業利益	152	152	158	156	145	165	186	5.2%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	88	88	90	90	83	95	110	5.7%	
営業キャッシュ・フロー※	224	218	208	230	212	240	260	3.8%	
継続取引顧客件数 (万件)	310	320	319	332	330	344	356	3.5%	
配当性向	44.6%		46.7%		50.5%	40~50%			
ROE	12.7%		11.8%		-	-	13%以上		
自己資本比率	41.6%		41.9%		-	-	40%程度		

※営業キャッシュ・フロー=営業利益+減価償却費-リース料支払-税金支払

注: 数値は四捨五入で記載

出所: 決算説明会資料、決算短信よりフィスコ作成

TOKAI ホールディングス | 2022年6月3日(金)
 3167 東証プライム市場 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/ir/>

今後の見通し

収益基盤となる継続取引顧客件数については、LP ガス事業でやや下振れたものの、2023年3月期以降に巻き返していく予定で、2025年3月期末にグループ全体で356万件を目指していく方針に変わりはない。また、今後のM&A 案件の成約状況によっては上振れする可能性もあると弊社では見ている。2021年3月期末から4年間でもっとも顧客件数の増加を見込んでいるのはエネルギー事業で、21万件増加の95万件を計画している。M&A・アライアンスも進めながら既存エリア並びに新規エリアでのシェア拡大を図っていく。CATV 事業については想定をやや上回るペースで顧客件数が増加しており、今のペースでいくと2025年3月期末の129万件も上振れする可能性がある。

一方、ISP等（光コラボ含む）については、顧客獲得競争の激化が続いていることもあり、2025年3月期末の81万件はやや下振れする可能性がある。同様にアクア事業についても顧客獲得競争が激しく、直近は足踏みした状況となっており、2025年3月期末の21万件に向けてハードルが高くなってきている。同社では従来の対面販売営業だけでなく、テレマーケティングやWeb プロモーションなど非対面型営業にも注力していくことで顧客数の積み上げを図っていくことにしている。

事業別継続取引顧客件数

(単位：万件)

	21/3期	22/3期	23/3期 (予)	25/3期 (予)	21/3期比 増減数
LP ガス・都市ガス	74	79	84	95	21
ISP 等（光コラボ含む）	73	76	76	81	7
LIBMO	5	6	7	9	4
CATV（放送・通信）	120	123	127	129	9
アクア	16	17	17	21	5
モバイル	21	19	19	19	-2
セキュリティ	2	2	2	2	0
グループ合計顧客件数	310	319	330	356	46

注：数値は四捨五入で記載
出所：取材よりフィスコ作成

(2) 重点戦略の進捗状況

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。特に、主力のLP ガス事業については新規エリアの拡大を進めながら顧客件数の積み上げを図っていくことにしている。

また、法人向け情報通信事業では、AWSの導入支援からインフラサービスの提供に至るまで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。中国でのクラウドインテグレーション事業についても着手しており、中期的に収益貢献が期待される。建築設備不動産事業ではM&A 戦略によって総合建設事業者（土木工事、電気工事、給排水工事、空調工事、大規模修繕工事等）としての基盤を固めており、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を拡大していく戦略だ。初年度の進捗状況としては、LP ガス事業の顧客件数が計画に届かなかったものの、それ以外はおおむね順調に進んでいるものと評価される。

今後の見通し

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。TLC 会員アプリや各種サービスの会員ページ、LP ガスのスマートメーター等から収集した顧客属性等の情報を、データ分析プラットフォーム「D-sapiens」によって分析し、顧客行動を AI で予測することで解約予兆を早期発見しその対策を打つほか、新規サービスに関して最適な見込み顧客に最適なタイミングで提案することが可能になると見ている。AI を活用したデジタルマーケティング施策が機能するようになれば、収益性のさらなる向上につながるが見込まれる。なお、TLC 会員アプリについては、現在の登録件数 29 万件から 2025 年 3 月期末に 80 万件を目標としている。

c) DX 戦略の本格化

DX 戦略では、約 320 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進め、「業務効率化」「サービスの高付加価値化」を実現していく。また、技術やノウハウを持ったベンチャー企業等とも協業しながら「新たなビジネスの創造」にも取り組んでいく。具体例として、2022 年 5 月にライフログテクノロジー（株）とヘルスケア分野での新たなサービスやソリューションの実現に向けた実証実験を行うことを発表した。

ライフログテクノロジーが開発・運営する健康管理アプリ「カロミル※」を同社の「TLC 会員サービス」を通じて利用してもらい、その利用データ等から会員の健康管理サポートにつながる新たなサービスを検討することを目的としたものとなる。今後もこうした案件に積極的に取り組みながら「LDG」を目指していくことになる。

※ 食事写真を撮るだけで AI が画像を解析、自動計算された栄養価を記録・可視化する健康管理アプリ。2016 年にリリースされ、ダウンロード件数は 2022 年 4 月時点で 140 万件に達している。

d) 経営資源の最適配分

中期経営計画では、4 年間で合計 950 億円の営業キャッシュ・フロー（経営資源）の創出を見込み、これらの最適配分として事業基盤拡大のため成長投資に 650 億円を振り向ける。同社は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としている。具体的には、2025 年 3 月期に ROIC 9.9% 以上、ROE 13% 以上を目指し、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、自己株の取得も機動的に実施していく。

初年度となる 2022 年 3 月期は営業キャッシュ・フロー 218 億円のうち、既存事業への投資や M&A 資金など将来への成長投資として 160 億円を、株主配当として 41 億円をそれぞれ振り向けた。前半の 2 年間は先行投資期間でもあり、成長投資への配分比率が高くなっているが、後半には利益成長とともに株主還元の比率が高まっていくものと予想される。

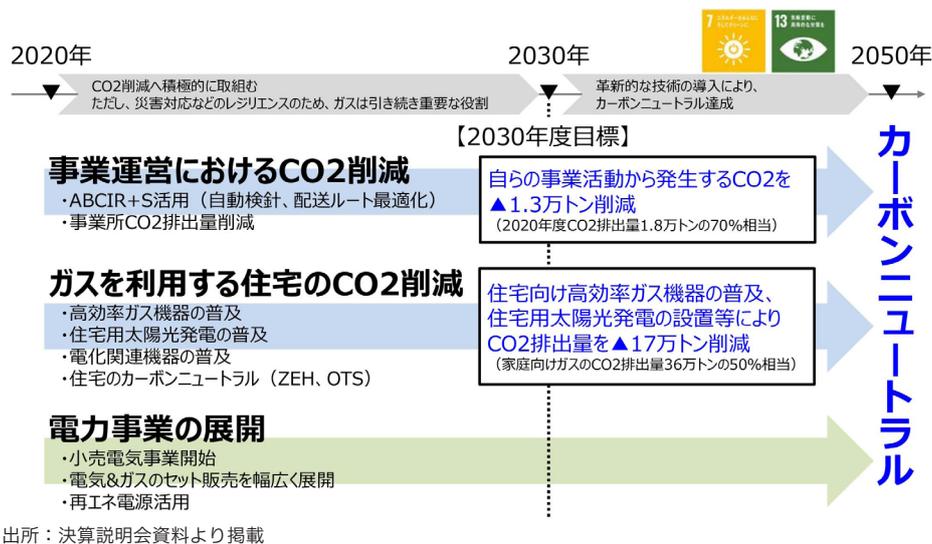
今後の見通し

e) SDGs に向けた取り組み

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。同社グループでは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CO₂削減施策を打ち出している。具体的には、LPガスの自動検針導入及び配送ルート最適化等によるCO₂削減のほか、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CO₂削減に貢献していく。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、CO₂排出量をオフセットして実質的にCO₂排出量をゼロとする「カーボンニュートラルガス」の販売を開始したほか、2022年1月からはアストモスエネルギー（株）からカーボンニュートラルLPGを購入するなど、LPガス事業においてもカーボンニュートラルの実現に向けた取り組みを推進している。

※ 省エネ設備の導入や再生可能エネルギーの利用によるCO₂等の排出量削減や、適切な森林管理によるCO₂等の吸収量をクレジットとして国が認証する制度。

カーボンニュートラルビジョン



また、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、ハード面の整備だけでなく、在宅勤務手当の導入、デジタルワークプレイスの整備などに取り組み、出社率50%、オフィス床面積40%削減の目標に対して、順調に進捗している。そのほか、安全衛生、健康増進、働き方改革の3つの柱からなる「TOKAI グループ健康経営大綱」を制定し、グループ一体となって健康経営に取り組んでいる。2022年3月にはこうした取り組みが評価され、経済産業省と東京証券取引所が共同で実施する「健康経営銘柄」にも選定されている。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、従業員が働きやすく、健康で働き続ける環境づくりを推進していく方針だ。

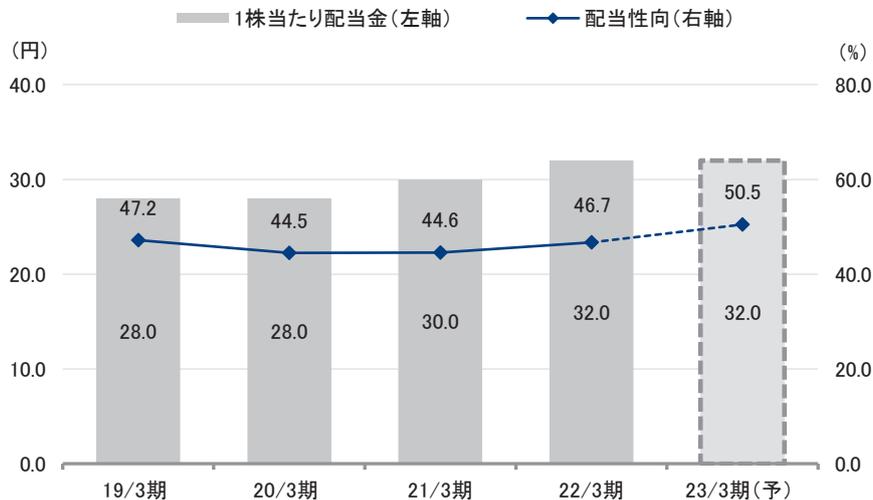
■ 株主還元策

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、2023年3月期の1株当たり配当金は前期と同額の32.0円（配当性向50.5%）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カードまたはQUOカードPay、もしくは、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（2022年5月20日終値860円）で試算すると4.9～8.5%となる（株主優待をQUOカードまたはQUOカードPay、もしく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



出所：決算短信よりフィスコ作成

TOKAI ホールディングス | 2022年6月3日(金)
 3167 東証プライム市場 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/ir/>

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種類の中から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カードまたはQUOカードPay	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