

|| 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 >>>](#)

2023年1月18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. 2023 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要	01
2. 2023 年 3 月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画の進捗について	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
■ 今後の見通し	13
1. 2023 年 3 月期の業績見通し	13
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	20

## ■ 要約

### 逆風下で LP ガス事業はシェア拡大の好機となる可能性

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である。320 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（アブサース）※<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（アブサース）：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・育成に注力している。

※<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. 2023 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要

2023 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 8.4% 増の 104,110 百万円と 2 期連続で増収、過去最高を更新した。第 2 四半期末の継続取引顧客件数が 3,242 千件と前年同期比から 117 千件増加したことに加えて、エネルギー仕入価格に連動した販売価格の上昇により、エネルギー事業の売上高が同 21.9% 増と大幅増となったことが主因だ。一方、営業利益は同 18.6% 減の 4,253 百万円と減益となった。CATV 事業やアクア事業が増益となったものの、LP ガスの仕入価格高騰による影響や顧客獲得費用の増加等が減益要因となった。また、営業外でベトナム関連会社に係るのれんの減損損失 17 億円を計上したことにより、経常利益段階では同 54.0% 減の 2,432 百万円と減益幅が大きくなった。会社計画に対しては売上高で 11 億円、営業利益で 7 億円程度上振れたものと見られる。なお、同社は 2022 年 9 月 15 日付で不適切な経費使用を理由に、代表取締役及び社長兼最高経営責任者の鴫田氏を解任し、同年 12 月 15 日付で特別調査委員会による調査報告書を公表したほか、同 23 日付で再発防止策及び関係者の処分を発表した。

#### 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 百万円と期初計画を据え置いた。売上高は LP ガスの販売価格上昇等により計画を上回る可能性が高く、過去最高を更新する見込みだ。一方、利益面では LP ガスの仕入価格上昇によるマイナス影響額が当初計画の 51 億円から 60 億円程度に膨らみそうなことから、計画並みに着地するものと予想される。継続取引顧客件数については前期末比 102 千件増の 3,295 千件を計画していたが、情報通信事業や CATV 事業において第 2 四半期まで想定を上回るペースで進捗していることから計画を上回る可能性が高い。

**TOKAI ホールディングス** | 2023 年 1 月 18 日 (水)  
 3167 東証プライム市場 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/ir/>

要約

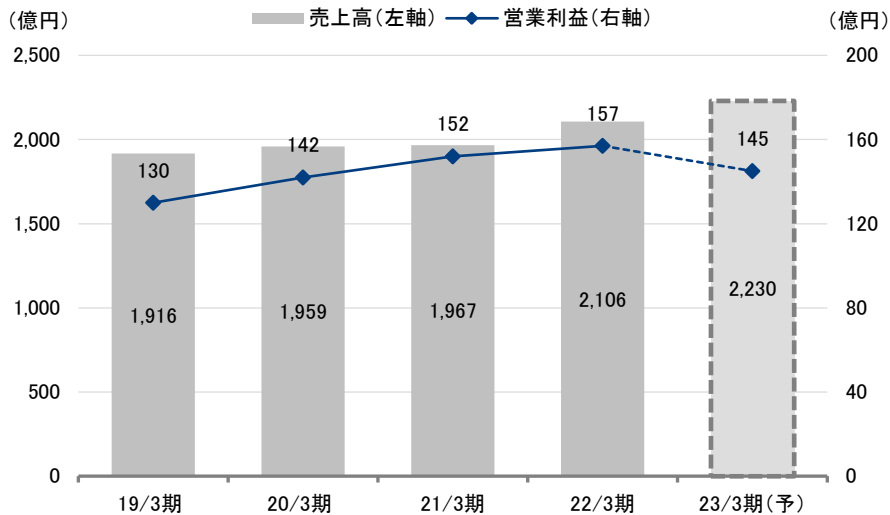
### 3. 中期経営計画の進捗について

2021 年 5 月に発表した中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」では、2022 年 3 月期から 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、その達成に向け取り組んでいる。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する戦略だ。計画 2 年目となる 2023 年 3 月期は、エネルギー価格上昇の影響によりいったん減益となるが、経営環境が厳しくなっている LP ガス業界においてシェアを拡大する好機になると考えられる。2024 年 3 月期以降は成長投資の効果が顕在化し、増益基調に転じる見通しだ。新規ビジネスの創出を視野に入れた M&A やアライアンスについても検討を進めており、今後の動向が注目される。

#### Key Points

- ・ 2023 年 3 月期第 2 四半期累計業績は減益となるも、売上高は過去最高を更新
- ・ 2023 年 3 月期業績は売上高、営業利益で会社計画を達成見込み。顧客件数は、情報通信事業、CATV 事業において想定を上回るペースで増加していることから、上振れの公算大
- ・ 中期経営計画の重点戦略を推進し、2024 年 3 月期以降に利益成長を加速
- ・ 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する方針

#### 業績推移



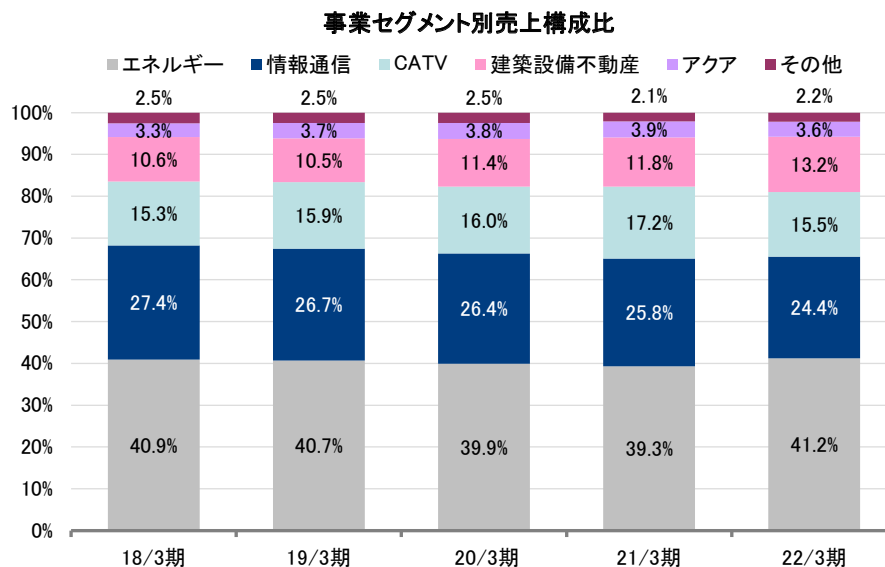
出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 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する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。直近5年間の事業セグメント別売上構成比の推移を見ると大きな変化はなく、祖業である「エネルギー事業」が約40%を占め、「情報通信事業」と「CATV事業」がそれに続き、3つの事業で全体の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。



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

エネルギー事業における 2022 年 3 月期の売上構成比を見ると、約 85% を LP ガス事業、約 15% を都市ガス事業が占めている。主力の LP ガス事業では (株) TOKAI 等で家庭・産業用 LP ガス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、顧客数を拡大している。顧客件数は 2022 年 9 月末時点で 731 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 2,400 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する戦略である。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 万社と多いことから、今後は大手資本による集約化が進むことが見込まれ同社のシェア拡大余地も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、群馬県下仁田町等で、にかほガス (株) が秋田県にかほ市で、関連会社の伊勢崎ガス (株) が群馬県伊勢崎市にて、それぞれ都市ガスを供給している。顧客件数は 2022 年 9 月末時点で 72 千件となっており、持分法適用関連会社である T&T エナジー (株) ※の東海エリアでの顧客件数も含まれている (販売手数料のみ売上計上)。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である。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る方針を打ち出している。

※ T&T エナジーは東京電力エナジーパートナー (株) との合併 (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

情報通信事業には、(株) TOKAI コミュニケーションズで展開する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及び MVNO ※事業)、及び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のほか、M&A でグループ化した会社等でソフトウェア開発や情報処理サービス等を展開している。2022 年 3 月期の売上構成比で見ると、コンシューマー向け事業が約 47%、法人向け事業が約 53% となっており、法人向け事業の比率が上昇傾向にある (2017 年 3 月期の法人向け事業は約 35%)。

※ 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。

ISP 事業では、静岡県内で「TOKAI ネットワーククラブ (TNC)」及び「Web しずおか」を、静岡県を除く全国で「@T COM (アットティーコム)」のブランドでサービスを展開しており、静岡県内のシェアは約 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を提供している。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、2022 年 9 月末の顧客件数は、従来型 ISP 等で 414 千件、光コラボで 358 千件、「LIBMO」で 62 千件となっている。

<b>TOKAI ホールディングス</b> 3167 東証プライム市場	2023 年 1 月 18 日 (水) <a href="https://www.tokaiholdings.co.jp/ir/">https://www.tokaiholdings.co.jp/ir/</a>
--	--

## 事業概要

モバイル事業では、ソフトバンク<9434>の販売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9月末の顧客件数は185千件となっている。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。2022年9月末時点でグループ会社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894千件、通信サービスで354千件、合計で1,247千件となる。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)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、2022年5月に岐阜県内で産業廃棄物(枝葉・小径木)等から木材チップを製造販売する(株)ウッドリサイクル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、2022年9月末の顧客件数は167千件となっている。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。

## 業績動向

### 2023 年 3 月期第 2 四半期累計業績は減益となるも、売上高は過去最高を更新

2023 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 8.4% 増の 104,110 百万円、営業利益で同 18.6% 減の 4,253 百万円、経常利益で同 54.0% 減の 2,432 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同 93.5% 減の 147 百万円となった。売上高は継続取引顧客件数の増加に加えて、エネルギー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等の拡大により 2 期連続で増収、過去最高を更新した。2023 年 3 月期第 2 四半期末における継続取引顧客件数は前期末比約 49 千件増の 3,242 千件となり、前年同期の純増数 26 千件を上回るペースで増加した。

営業利益は、LP ガスの仕入価格高騰の影響や顧客獲得費用の増加等により減益となった。ただ、会社計画に対してはエネルギー事業を中心に売上高で約 11 億円、営業利益で約 7 億上回ったものと見られる。経常利益が大幅減益となったのは、ベトナムで LP ガス販売事業を行う持分法適用関連会社※のコロナ禍による業績低迷を受け、のれんの減損処理を実施したため、約 17 億円の損失を計上した。持分法投資損失全体では、1,963 百万円と前年同期比で 1,856 百万円の増加となっている。また、特別損失として投資有価証券評価損 314 百万円及び固定資産除却損 401 百万円を計上したこともあり、親会社株主に帰属する四半期純利益についても大幅減益となった。

※ 2020 年 6 月にベトナムの大手 LP ガス販売事業者の一角である PETRO CENTER CORPORATION の子会社である MIEN TRUNG GAS JOINT STOCK COMPANY(LP ガス卸売事業)及び V-GAS PETROLEUM CORPORATION(LP ガス卸売業、容器製造業)に各 45% 出資した(出資額約 21 億円)。

#### 2023 年 3 月期第 2 四半期累計業績 (連結)

(単位：百万円)

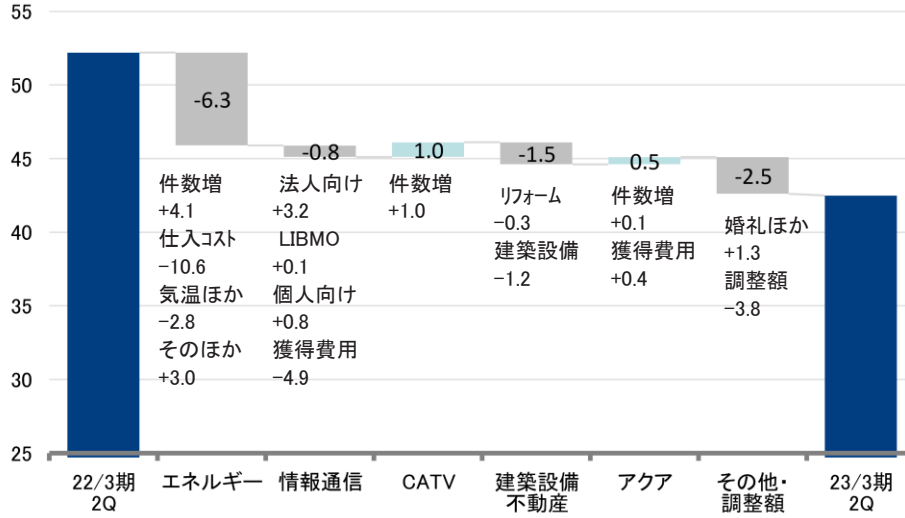
	22/3 期 2Q		23/3 期 2Q		前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	96,060	-	104,110	-	8.4%
売上原価	57,321	59.7%	64,874	62.3%	13.2%
販管費	33,516	34.9%	34,982	33.6%	4.4%
営業利益	5,223	5.4%	4,253	4.1%	-18.6%
(持分法投資損失)	107	-	1,963	-	-
経常利益	5,284	5.5%	2,432	2.3%	-54.0%
特別損益	-882	-	-560	-	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,281	2.4%	147	0.1%	-93.5%
継続取引顧客件数 (千件)	3,125		3,242		3.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成



業績動向

営業利益増減要因

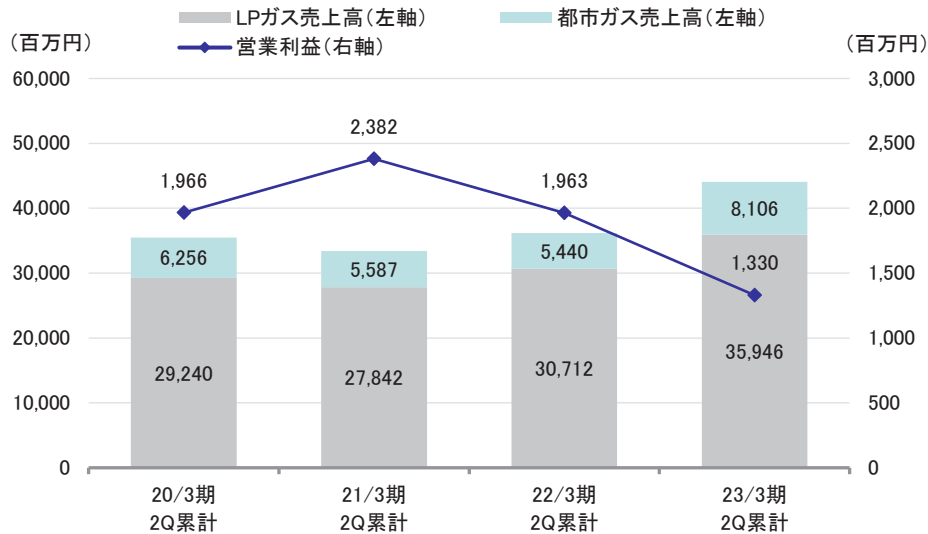


注：営業利益の増減数値は間接費用配賦前ベース  
 出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

(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 21.9% 増の 44,053 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）で同 32.2% 減の 1,330 百万円と増収減益となった。計画比ではエネルギー価格高騰の影響により、売上高で約 22 億円、営業利益で約 6 億円の上振れになったと見られる。

エネルギー事業



注：利益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

## 業績動向

LP ガス事業の売上高は前年同期比 17.0% 増の 35,946 百万円となった。顧客件数が前年同期比 34 千件増の 731 千件となったことに加えて、仕入価格に連動した工業用ガスの販売価格上昇が増収要因となった。顧客件数は前期末比で 16 千件の増加と前年同期と増加ペースは同等となった。内訳を見ると既存エリアで 7 千件増、新規エリアで 9 千件増といずれも増加した。計画比では 1 千件の下振れとなったが、M&A 及びアライアンスによる獲得件数が計画を 2 千件下回ったことが要因である。コロナ禍の影響で交渉期間が長期化する傾向となっているためだ。一方で、中止・解約は計画どおりとなり、新規獲得は計画を 1 千件上回るなど順調に推移した。

販売量については前年同期比で 3.0% 減となった。家庭用は同 1.7% 増となったものの、前期まで販売していた特定顧客向けの販売がなくなった影響で産業用が同 9.1% 減と減少したことが響いた。ただ、同取引の利幅は薄く利益への影響は軽微であった。全体の販売価格は前年同期比で約 2 割上昇したことになるが、大半は産業用の上昇によるもので、家庭用の価格上昇率は新規エリア等での顧客獲得を推進するため戦略価格で販売したこともあり小幅な上昇にとどまった。

都市ガス事業の売上高は前年同期比 49.0% 増の 8,106 百万円となり、顧客件数は同 5 千件増の 72 千件となったが、増加分の大半は T&T エナジーの契約分と見られる。このため増収要因の大部分は、原料費調整制度による販売単価の上昇によるものとなっている。

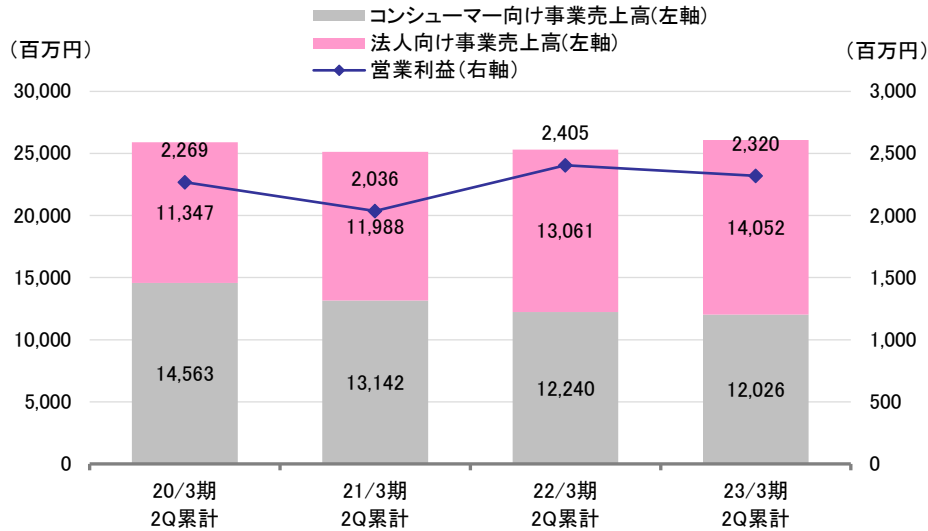
営業利益の増減要因について見ると、増益要因として顧客件数の増加で 4.1 億円、その他経費の削減効果で 3.0 億円、減益要因として仕入コスト高騰の影響で 10.6 億円（価格転嫁分 7.4 億円を控除後）、平均気温の上昇（前年同期比 0.2°C 上昇）による販売量減少の影響で 2.8 億円があった。また、計画比での上振れ要因としては、家庭用 LP ガスの仕入コストが想定を下回ったことや小売料金の価格改定効果に加えて、コスト削減に取り組んだことなどが挙げられる。

**(2) 情報通信事業**

情報通信事業の売上高は前年同期比 3.1% 増の 26,078 百万円、営業利益は同 3.5% 減の 2,320 百万円とおおむね計画どおりの進捗となった。

## 業績動向

## 情報通信事業



注：利益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

コンシューマー向け事業については、売上高で同 1.8% 減の 12,026 百万円と減収傾向が続き、EBITDA（営業利益 + 減価償却費）も、顧客獲得件数の増加により一時的に顧客獲得コストが膨らんだことで、同 54.3% 減の 396 百万円と減益に転じた。2022 年 9 月末の顧客件数は、従来型 ISP 等が前年同期比 28 千件増の 414 千件、光コラボが同 19 千件増の 358 千件、「LIBMO」（格安 SIM サービス）が同 8 千件増の 62 千件となった。このうち従来型 ISP 等については 2022 年 3 月期第 4 四半期より PC 遠隔サポートサービスの契約件数（36 千件）を加えたことが増加要因となっており、実質的には減少傾向が続いている。光コラボについては 2021 年 10 月より大手携帯キャリアと提携し、携帯ショップ経由での顧客獲得が進んだことに加えて、従来の販売ルートである家電量販店での顧客獲得も増加した。なお、大手携帯キャリアとの提携分については光通信サービス部分の売上が除外されるため、売上高への貢献度は低く、売上高が減少した要因となった（売上総利益への影響はない）。「LIBMO」については、デジタルマーケティング等の顧客獲得コストを積み増したことに加えて、競合サービスで通信障害が発生したことなどもあって顧客件数が順調に増加した。なお、第 2 四半期だけで見るとコンシューマー向け事業の売上高は前年同期比 0.2% 増の 6,065 百万円と若干ながら増収に転じており、2018 年 3 月期以降続いた減収トレンドがようやく下げ止まった状況となっている。

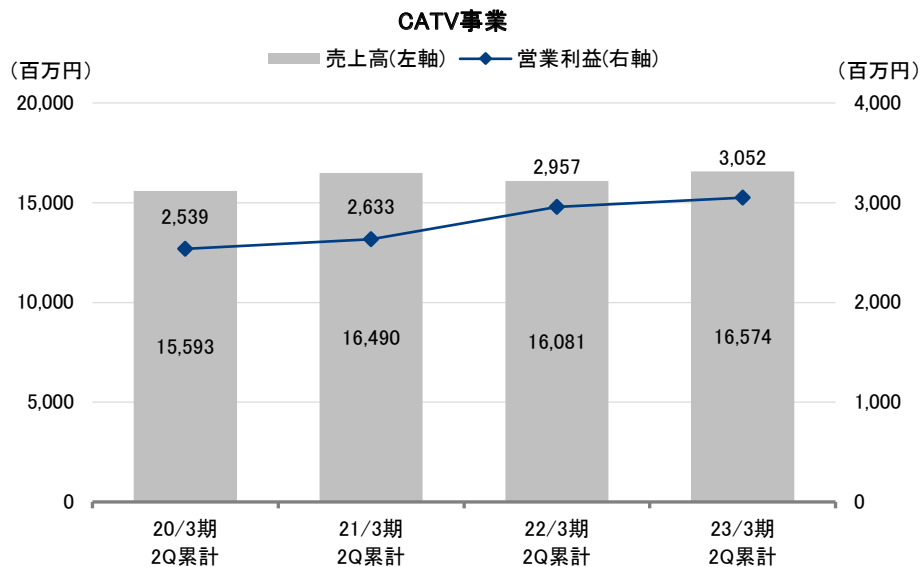
法人向け事業は売上高で前年同期比 7.6% 増の 14,052 百万円、EBITDA で同 7.8% 増の 3,536 百万円と増収増益基調が続いた。ストック型のクラウドサービスが順調に成長しているほか、受託開発案件の旺盛な受注を背景に増収となった。

営業利益の増減要因を見ると、法人向け事業が増収効果で 3.2 億円の増益となったほか、顧客件数の増加によりコンシューマー向け事業が 0.8 億円、「LIBMO」が 0.1 億円それぞれ増益となったが、顧客獲得費用が 4.9 億円増加したことにより全体では若干の減益となった。

業績動向

### (3) CATV 事業

CATV 事業の売上高は前年同期比 3.1% 増の 16,574 百万円、営業利益は同 3.2% 増の 3,052 百万円と会社計画どおりの進捗となり、過去最高業績を更新した。前年同期は会計基準の変更により減収となったが実質的には顧客件数の増加により増収となっており、安定成長が続いている。第 2 四半期末の顧客件数は放送サービスで前年同期比 13 千件増の 894 千件、通信サービスで同 21 千件増の 354 千件となった。地域密着型の番組制作や情報発信に注力したほか、大手動画配信事業者との提携による放送コンテンツの充実に取り組んだこと、高速光通信サービスの提供エリアの拡大により、放送+通信サービスのセット契約が増加したことなどが増収増益要因となっている。通信サービスの契約比率（通信サービス契約件数÷放送サービス契約件数）は前年同期の 37.8% から 39.6% に上昇した。



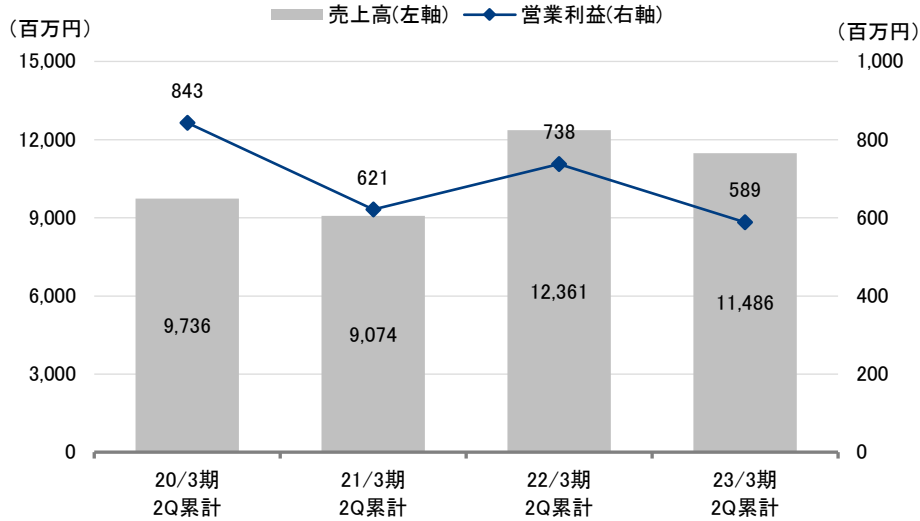
注：利益は間接費用等配賦前ベース  
出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

### (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 7.1% 減の 11,486 百万円、営業利益は同 20.2% 減の 589 百万円と減収減益に転じた。計画比でも売上高で約 10 億円、営業利益で 1 億円弱下回ったものと見られる。売上高の内訳を見ると、建築・設備工事は大型設備工事や店舗の新築工事等の減少により、同 12.7% 減の 7,721 百万円となったほか、土木工事も同 23.7% 減の 968 百万円と低迷した。一方で、不動産販売・管理事業は同 0.2% 減の 3,020 百万円と横ばい水準にとどまった。営業利益については、主に建築・設備工事で 1.2 億円、リフォーム事業で 0.3 億円それぞれ減少し減益となった。

なお、2022 年 5 月に子会社化した（株）ウッドリサイクルについては、従業員が数名程度で当面の業績への影響は軽微だが、産業廃棄物をリサイクルして製造販売している木材チップは木質バイオマス発電の燃料に用いられており、今後の需要拡大が期待される。将来的にはグループ内でバイオマス発電事業を展開することも視野に入れており、同事業に今後リソースを投入する予定にしている。

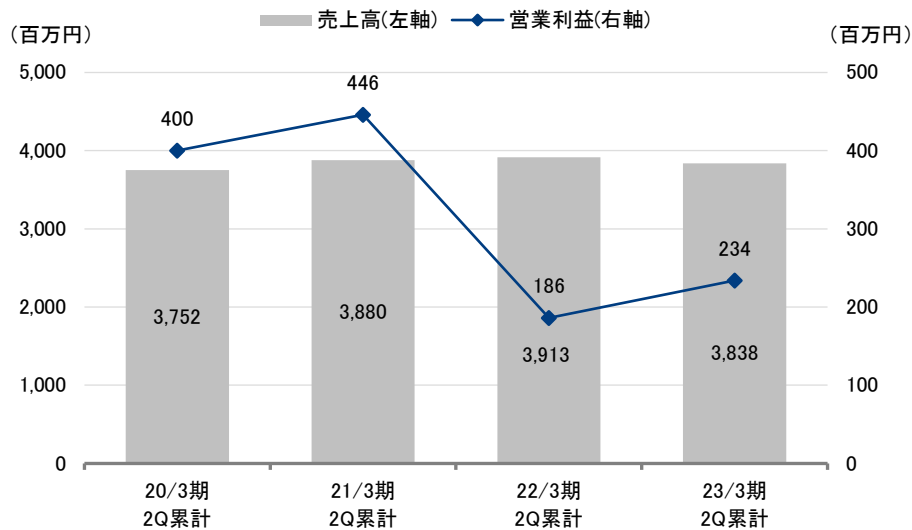
## 業績動向

**建築設備不動産事業**


注：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

**(5) アクア事業**

アクア事業の売上高は前年同期比 1.9% 減の 3,838 百万円、営業利益は同 25.8% 増の 234 百万円となった。2022 年 9 月末の顧客件数は前年同期比 2 千件増の 167 千件と増加ペースは鈍化したものの、おおむね計画どおりの進捗となった。売上高は 1 世帯当たり消費量の減少により減収となったが、営業利益については顧客件数の増加で 0.1 億円、顧客獲得費用の減少で 0.4 億円増加し増益となった。

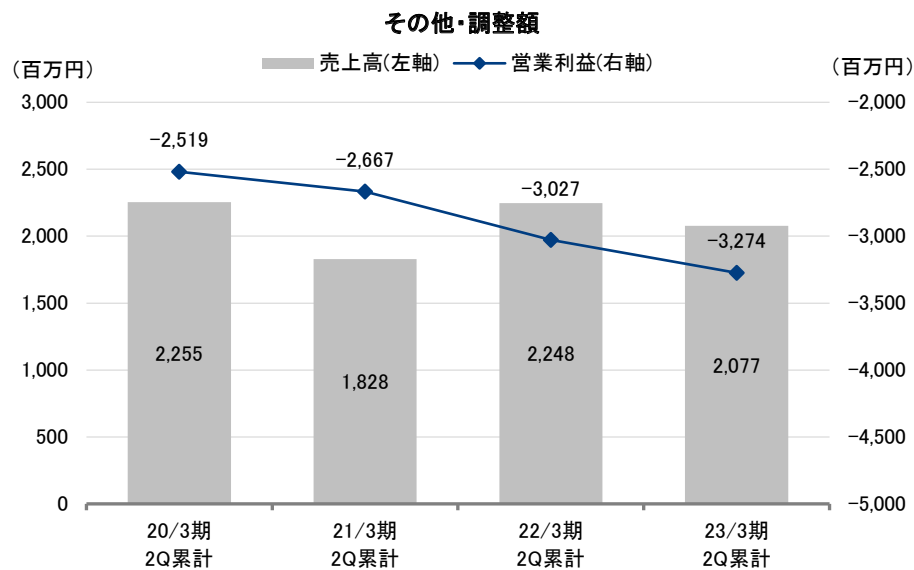
**アクア事業**


注：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

## 業績動向

**(6) その他・調整額**

その他の売上高は前年同期比 7.6% 減の 2,077 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 5.5% 増の 694 百万円となり、婚礼催事事業も婚礼・宴会需要の回復により同 41.2% 増の 398 百万円となった。一方で、造船事業が船舶修繕の隻数減少により、同 32.0% 減の 581 百万円と大きく落ち込んだ。内部調整額も含めた営業損失は 3,274 百万円（前年同期は 3,027 百万円の損失）となった。



注：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

**主要サービスの顧客数**

(単位：千件)

	20/3 期 2Q 末	21/3 期 2Q 末	22/3 期 2Q 末	23/3 期 2Q 末	前年同期比 増減数	前期末比 増減数
エネルギー	696	728	764	804	40	19
LP ガス	639	667	697	731	34	16
都市ガス	56	61	67	72	5	3
情報通信	770	762	779	834	55	18
従来型 ISP 等	403	379	386	414	28	-1
光コラボ	324	332	339	358	19	12
LIBMO	43	51	54	62	8	7
CATV	1,076	1,179	1,214	1,247	33	16
放送サービス	794	868	881	894	13	6
通信サービス	282	311	333	354	21	10
アクア	159	161	165	167	2	2
モバイル	215	209	198	185	-13	-6
セキュリティ	16	16	16	16	0	0
グループ合計顧客件数	2,918	3,042	3,125	3,242	117	48

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 4Q より ISP 付加サービス（PC 訪問サポートサービス）、22/3 期 4Q より同（PC 遠隔サポートサービス）の契約を含む

出所：決算短信、決算補足説明資料よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2023年3月期業績は売上高、営業利益で会社計画を達成見込み。 顧客件数は情報通信事業、CATV事業における増加ペースから上振れの 公算大

#### 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8,300百万円と期初計画を据え置いた。第2四半期までの進捗率は売上高で46.7%、営業利益で29.3%、経常利益で17.0%となっており、直近3年間の平均進捗率（売上高46.2%、営業利益35.8%、経常利益35.9%）と比較すると、売上高は順調に進捗している一方で、営業利益、経常利益はやや遅れ気味となっている。

#### 2023年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	22/3期		23/3期		前期比	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			
売上高	210,691	-	223,000	-	5.8%	46.7%	46.2%
営業利益	15,794	7.5%	14,500	6.5%	-8.2%	29.3%	35.8%
経常利益	15,907	7.5%	14,300	6.4%	-10.1%	17.0%	35.9%
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%	1.8%	34.8%
1株当たり当期純利益(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、決算補足説明資料よりフィスコ作成

下期についてはエネルギー価格の値上げが進むことから、売上高については計画を上振れする可能性が高く、営業利益も第2四半期まで計画を上回るペースで推移していることから、通期でも計画を確保できるものと予想される。一方、経常利益に関しては第2四半期に計上した持分法投資損失が響き、未達となる可能性が高い。なお、継続取引顧客件数については前期末比101千件増の3,295千件を計画しているが、情報通信事業やCATV事業の顧客件数が第2四半期まで想定を上回るペースで伸長していることから、3,300千件前後まで増加する可能性があると思われている。

**TOKAI ホールディングス** | 2023 年 1 月 18 日 (水)  
 3167 東証プライム市場 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/ir/>

今後の見通し

なお、M&A の取り組みとしてグループの CATV 事業を担う (株) TOKAI ケーブルネットワークが、2022 年 10 月に沖縄ケーブルネットワーク (株) を子会社化した (出資比率 70.0%)。顧客件数は約 100 千件で、収益規模は売上高で約 16 億円、営業利益で約 1 億円程度となるが、2022 年 3 月期に光化投資を実施したことで減価償却費が増加しており、2023 年 3 月期の営業利益は収支均衡水準が見込まれている。また、同年 10 月に TOKAI コミュニケーションズが物流倉庫の管理システムを開発する (株) ジェイ・サポートを子会社化した (出資比率 100.0%)。今後、同社グループにおける物流業界の顧客企業に対して、ジェイ・サポートのシステムを導入提案していくほか、ジェイ・サポートの顧客企業に対して TOKAI グループのソリューションサービスの導入提案を進める予定である。ジェイ・サポートの売上規模は約 4 億円と小規模だが、グループ化し「ヒト・モノ・カネ」を支援することで事業規模の拡大を図る方針だ。

**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	2Q 進捗率
エネルギー	78,154	77,380	86,770	91,300	5.2%	48.3%
情報通信	51,753	50,735	51,398	53,200	3.5%	49.0%
CATV	31,385	33,745	32,572	34,400	5.6%	48.2%
建築設備不動産	22,383	23,177	27,780	31,500	13.4%	36.5%
アクア	7,416	7,622	7,629	7,700	0.9%	49.8%
その他	4,858	4,065	4,540	4,900	7.9%	42.4%
合計	195,952	196,726	210,691	223,000	5.8%	46.7%

< 営業利益 >	20/3 期	21/3 期	22/3 期	23/3 期 (予)	前期比	2Q 進捗率
エネルギー	7,452	8,988	8,933	6,520	-27.0%	20.4%
情報通信	4,226	4,344	4,721	5,100	8.0%	45.5%
CATV	5,024	5,205	5,852	6,040	3.2%	50.5%
建築設備不動産	2,116	2,065	2,480	2,560	3.2%	23.0%
アクア	674	573	325	595	83.1%	39.3%
その他・調整額	-5,271	-5,949	-6,518	-6,315	-	51.8%
合計	14,224	15,226	15,794	14,500	-8.2%	29.3%

注：数値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

**(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 エナジー契約分による増加) 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。2023 年 3 月期第 2 四半期までの進捗は計画を 1 千件程度下回っているが、LP ガス事業者にとって市場環境の厳しさが増すなかで、下期は M&A・アライアンス戦略を強化し、遅れを挽回する方針となっている。

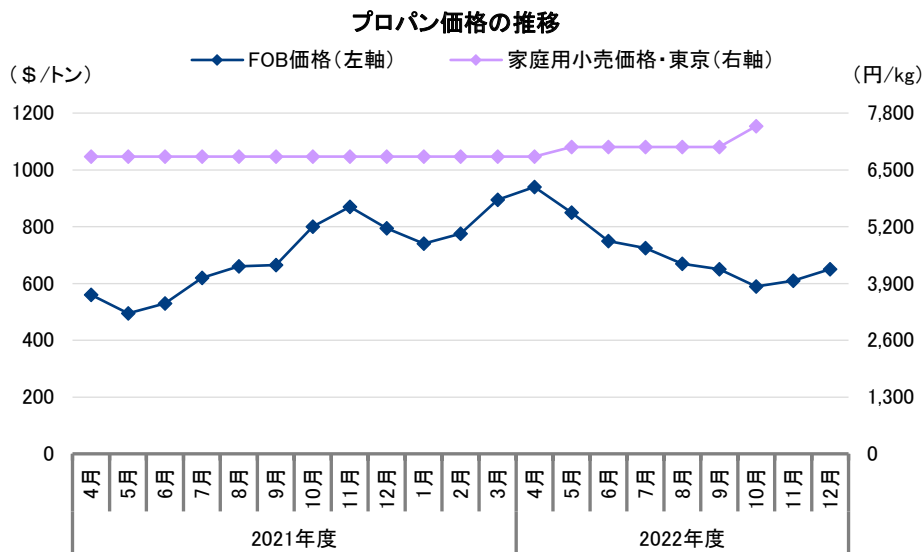


TOKAI ホールディングス | 2023 年 1 月 18 日 (水)  
 3167 東証プライム市場 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/ir/>

今後の見通し

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上昇の影響で 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 億円等としている。仕入価格の指標となる FOB 価格※は 2022 年 4 月の 940 ドル / トンをピークに 12 月は 650 ドル / トンまで低下するなど沈静化しているものの、為替が円安に進んだこともあって、期初計画の想定レートよりも上回る水準となっているようだ。そのため、仕入価格上の影響額は 60 億円程度に拡大する見通しとなっている。一方で、家庭用 LP ガスの料金も値上げが進みつつあることから、一部は値上げで相殺できると見られる。このため、売上高については会社計画を上回る公算が大きいと予想される。営業利益では計画並みに落ち着くものと予想される。なお、仕入価格上昇の影響額が大きいのは、2022 年 3 月期の仕入価格が実勢価格よりも低い水準で予約できていたためだ。2022 年 3 月期の FOB 価格は円建て換算で 78 千円 / トンであったが、予約を進めていた 2021 年 3 月期の平均価格は 44 千円 / トンの水準だった。2022 年 4 月～ 10 月の平均価格は 98 千円 / トンだが、10 月は 85 千円 / トンまで低下している。2024 年 3 月期の FOB 価格が低下すれば、仕入及び販売価格のタイムラグにより、利益面では増益要因となる。

※ FOB 価格：サウジアラビアから輸入業者への販売価格。



注：「FOB 価格 = サウジアラビアから輸入業者への引渡価格」  
 出所：日本 LP ガス協会よりフィスコ作成

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」で同 14 千件増の 69 千件を計画していたが、第 2 四半期までで従来型 ISP 等と光コラボの合計で 772 千件と計画を超過しており、「LIBMO」についても 2022 年 12 月 21 日から新たに全国のドコモショップで取り扱いを開始したことから、その動向次第で上積みできる可能性が出てきている。ドコモショップではエコノミー MVNO としてエヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ(株)の「OCN モバイル ONE」、フリービット <3843> の「トーンモバイル」を取り扱っているが、「LIBMO」が 3 つ目のサービスとして加わった。「Ahamo」よりもさらに低料金でスマートフォンを利用したいユーザー向けに訴求していく。以上から、売上高については当初計画を確保できる見通しだが、利益面では第 2 四半期までに膨らんだ顧客獲得費用を下期にどのようにコントロールするかによって変わってくるものと思われる。

一方、法人向け事業は前期比 1 ケタ台後半の増収増益となる見通し。第 2 四半期末時点でクラウドサービス等のストック型ビジネスの受注残高が前期末比で 15 億円増加しているほか、受託開発ビジネスについても同 5 億円増加するなど、豊富な受注残を抱えていることから通期も計画どおりの増収増益が見込まれる。

## (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% 増と着実な増収増益を見込んでいる。顧客件数は沖縄ケーブルネットワークの子会社化による上積み分も含めて放送サービス、通信サービス合計で前期末比 42 千件増の 1,273 千件を計画していたが、足元の顧客件数は計画をやや上回るペースで推移しており、売上高については若干上振れする可能性がある。

## (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んでいたが、第 2 四半期までの状況を勘案すると計画の達成は厳しそうで、減収減益となる可能性もある。ただ、ここ数年 M&A で取得したグループ会社間のリソースを活用することで外注費の削減などに取り組んでおり、今後徐々にシナジーが顕在化してくるものと期待される。

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 千件増の 167 千件と微増で計画していたが、第 2 四半期までに計画を達成しており、下期もさらに件数を上積みする方針である。商業施設での対面営業だけでなく、デジタルマーケティングを強化することで顧客獲得コストを引き下げ、収益性の改善も同時に進める方針だ。その他については、介護事業や婚礼催事事業を中心に前期比 7.9% 増と増収基調が続く見通し。

## 中期経営計画の重点戦略を推進し、 2024 年 3 月期以降に利益成長を加速させる

### 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む。今回の中期経営計画は、「LDG」の実現に向けて経営基盤を構築する期間となる。

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、親会社株主に帰属する当期純利益 110 億円を掲げた。年平均成長率は売上高、営業利益ともに 5% 台となり、前半の 2 年間で先行投資を積極的にを行い、後半の 2 年で投資の成果を刈り取る計画だ。2023 年 3 月期はエネルギー価格上昇の影響でいったん減益に転じる見通しとなっているが、2024 年 3 月期以降は増益基調に転じるものと予想される。また、継続取引顧客件数は 2025 年 3 月期末で 356 万件と 4 年間で 46 万件の増加を目指す。

#### 中期経営計画 (IP24) 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		
ROIC	9.2%				→		9.9% 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

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

今後の見通し

### 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
<b>グループ合計顧客件数</b>	<b>310</b>	<b>319</b>	<b>330</b>	<b>356</b>	<b>46</b>

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である。M&A も活用しながら事業エリアを広げていくと同時に、収益性を重視した「選択と集中」にも取り組みながら、継続取引顧客件数の積み上げを図る方針だ。

法人向け情報通信事業では、クラウドサービス関連事業のさらなる成長が見込まれる。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、今後グループシナジーを高めていくことで、東海エリアを中心に事業拡大を図る戦略である。海外展開についてはコロナ禍の影響でやや動きが鈍いものの、中長期的な視野に立ち推進する。

### 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する。TLC 会員アプリや 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もとに、データ分析プラットフォーム「D-sapiens (ディーサピエンス)」の活用によるデジタルマーケティング施策によって、LTV (顧客生涯価値) の最大化を目指す。現状は各種施策のトライアルを行いながら評価・分析・改善を行っている段階にある。

直近では 2022 年 12 月にシャープ <6753> 及びそのグループ会社である (株) AIoT クラウドと、スマートライフの実現に向けたデータ利活用に関する実証実験を進めることを発表した。シャープ等が開発する AIoT ※ 家電「COCORO+」と同社グループの家庭用エネルギーソリューションから収集する様々な生活データを掛け合わせることで、スマートライフ実現への検証を行っていく。顧客向けサービスとしては、ガスや家電製品の効率的な使用方法の提案や、スマート家電のリモートコントロールサービスなどが挙げられる。また、住環境における CO<sub>2</sub> 排出量削減に向けた研究なども取り組む予定だ。

※「AIoT」は、AI と IoT を組み合わせ、あらゆるものをクラウドの人工知能とつなぎ、ヒトに寄り添う存在に変えていくビジョンのことで、シャープの登録商標となっている。

今後の見通し

#### 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」にも取り組む方針だ。

#### 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成長投資に 650 億円、残りを財務基盤の強化や株主還元に充当する方針である。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、自己株式取得についても必要と判断すれば機動的に実施する意向である。

#### 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」を公表した。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 CO<sub>2</sub> 削減施策を明らかにしている。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 CO<sub>2</sub> 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 CO<sub>2</sub> 削減に取り組んでいく。また、再生可能エネルギーの利用についても積極的に推進する方針だ。

#### f) 新規分野の取り組み

「LDG」の実現に向けて、既存事業に加えて「ヘルスケア・農業・教育・シニアサービス・EV」をテーマとした新規分野への取り組みを進めている。ヘルスケア分野では、ライフログテクノロジー（株）と共同で 2022 年 7 月より新たなソリューションサービスの実現に向けた実証実験を開始している。具体的には、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 会員に利用してもらい、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。また、同年 7 月に（株）倉敷ケーブルテレビ（岡山県）において、24 時間営業のフィットネスクラブを 1 店舗オープンした。農業分野では（株）TOKAI ベンチャーキャピタル&インキュベーションが、静岡県でオリーブ生産及びオリーブオイル・加工品の販売等に取り組む（株）クリアファームに出資を行った。今後もこれら新規分野への取り組みや出資については将来の種になるものとして積極的に取り組む方針だ。

※ 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のことで 2016 年にリリースされ、ダウンロード件数は 150 万件に達した。

#### (3) 代表取締役の解任と再発防止策の発表について

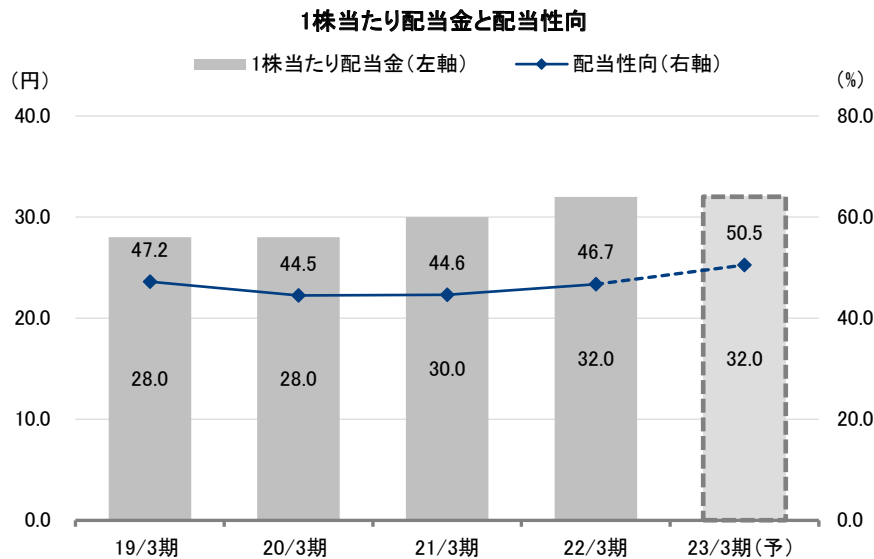
同社は、2022 年 9 月 15 日付で不適切な経費使用を理由に、代表取締役及び社長兼最高経営責任者の鶴田氏を解任し、後任として取締役であった小栗氏が就任したことを発表した。その後、特別調査委員会を立ち上げ、関連事項に関する調査を行い、同年 12 月 15 日に調査報告書を、同 23 日に再発防止策及び関係者の処分を発表した。再発防止策としては、コンプライアンス意識の徹底、社長に関する経費処理の在り方の見直し、役員に対する牽制を行う体制の強化、指名・報酬委員会の決定プロセスの透明化、社内役員と社外役員との意見交換会の実施などに取り組むことを挙げている。

## 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する方針

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いる。配当金については、配当性向で40～50%を目安に実施する方針で、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QUOカードの贈呈など各種優待を実施しており、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12月27日終値855円）で試算すると4.9～8.5%となる（株主優待をQUOカードもしく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種類の中から1点と当社グループ結婚式場共通婚禮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