

|| 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3月1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 3 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
■ 業績動向	03
1. 2023 年 3 月期第 3 四半期累計業績の概要	03
2. 事業セグメント別動向	04
3. 2023 年 3 月期の業績見通し	07
4. 中期経営計画「Innovation Plan 2024 “Design the Future Life”」	10
■ 株主還元策	12

要約

継続取引顧客件数が順調に拡大、売上高は過去最高を連続更新見通し

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・育成に注力している。

※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. 2023年3月期第3四半期累計業績の概要

2023年3月期第3四半期累計の連結業績は、売上高は前年同期比9.9%増の164,249百万円、営業利益は同8.5%減の8,466百万円となった。売上高は2期連続で増収となり、過去最高を更新した。継続取引顧客件数の増加に加えて、エネルギー事業の売上高が仕入価格に連動した販売価格の上昇により、同21.0%増と大幅増となったこと、法人向け情報通信事業も同7.9%増収と順調に拡大したことが主因だ。利益面は、LPガスの仕入価格高騰の影響や情報通信事業における顧客獲得費用の増加等が減益要因となった。なお、会社計画に対してはエネルギー事業を中心に売上高で38億円、営業利益で10億円程度上振れたものと見られる。

2. 2023年3月期の業績見通し

2023年3月期の連結売上高は、前期比5.8%増の223,000百万円と過去最高を更新する見通し。営業利益は同8.2%減の14,500百万円と期初計画を据え置いたが、経常利益は14,300百万円から同20.8%減の12,600百万円に、親会社株主に帰属する当期純利益は8,300百万円から同29.8%減の6,300百万円に下方修正した（2023年2月2日付）。経常利益はベトナムの持分法適用関連会社に係るのれんの減損損失1,746百万円を営業外費用に計上したことによる。親会社株主に帰属する当期純利益は、経常利益の減額に加えて特別調査費用312百万円※を特別損失に計上したことが修正要因となった。営業利益は第3四半期まで計画を上回るペースで進捗しているが、第4四半期にエネルギー事業で顧客獲得費用を積み増すほか、建築設備不動産事業の収益が受注低迷により下振れしそうなことから、通期では期初計画並みに落ち着く見通しだ。

※ 前代表取締役社長の不適切な経費の使用等に関する事実関係の調査に要した費用。

要約

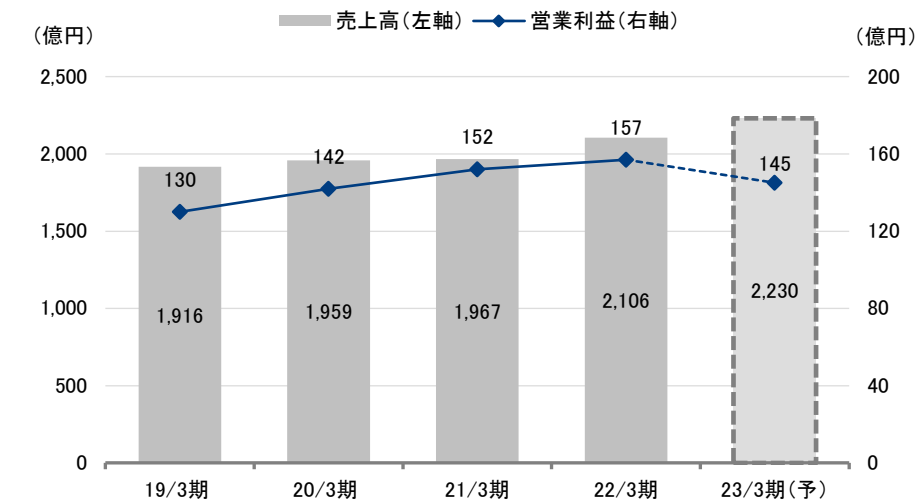
3. 中期経営計画の進捗について

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。2024年3月期以降は成長投資の効果が顕在化し、増益基調に転じるものと予想される。主力のLPガス事業やCATV事業などを中心に今後もM&Aを活用しながら継続取引顧客件数を積み上げ、またDX推進による業務効率の向上も図りながら安定した収益成長を目指す方針だ。

Key Points

- ・2023年3月期第3四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・営業利益で期初計画を達成する見込み
- ・中期経営計画の重点戦略を推進し、2024年3月期以降は増益基調に転じる見通し

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2023年3月期第3四半期累計業績は減益となるも、売上高は過去最高を更新

1. 2023年3月期第3四半期累計業績の概要

2023年3月期第3四半期累計の連結業績は、売上高で前年同期比9.9%増の164,249百万円、営業利益で同8.5%減の8,466百万円、経常利益で同28.1%減の6,705百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同39.2%減の2,816百万円となった。

2023年3月期第3四半期累計業績（連結）

(単位：百万円)

	22/3期3Q		23/3期3Q		前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	149,420	-	164,249	-	9.9%
売上原価	89,321	59.8%	102,720	62.5%	15.0%
販管費	50,850	34.0%	53,063	32.3%	4.4%
営業利益	9,248	6.2%	8,466	5.2%	-8.5%
(持分法投資損益)	-178	-	-2,001	-	-
経常利益	9,324	6.2%	6,705	4.1%	-28.1%
特別損益	-1,000	-	-631	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	4,634	3.1%	2,816	1.7%	-39.2%
継続取引顧客件数(3Q末、千件)	3,142		3,258		3.7%

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の拡大等により2期連続で増収、過去最高を更新した。2023年3月期第3四半期末における継続取引顧客件数は前期末比64千件増の3,258千件となり、前年同期の純増数43千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コンシューマー向け情報通信事業における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38億円、営業利益で約10億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、2023年3月期第2四半期にベトナムでLPガス販売事業を行う持分法適用関連会社^{*1}に係るのれんの減損損失1,746百万円を計上したことなどにより、持分法投資損失が前年同期比で1,823百万円増加したことが主因だ。また、特別利益として投資有価証券売却益103百万円や負ののれん発生益51百万円^{*2}等を計上した一方、特別損失として固定資産除却損592百万円、特別調査費用312百万円を計上した。

^{*1} 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)。

^{*2} 2022年10月に株式取得(出資比率70%)により子会社化した沖縄ケーブルネットワーク(株)に係る負ののれん発生益。

業績動向

エネルギー事業は仕入価格高騰の影響により減益となるも、 その他の主力事業は増益を確保

2. 事業セグメント別動向

セグメント別業績

(単位：百万円)

<売上高>	20/3 期 3Q	21/3 期 3Q	22/3 期 3Q	23/3 期 3Q	前年同期比
エネルギー	55,191	53,437	58,717	71,069	21.0%
情報通信	38,834	37,831	38,206	39,662	3.8%
CATV	23,433	24,994	24,265	25,510	5.1%
建築設備不動産	14,919	14,815	19,025	18,840	-1.0%
アクア	5,603	5,778	5,811	5,720	-1.6%
その他	3,575	2,934	3,395	3,446	1.5%
合計	141,557	139,792	149,420	164,249	9.9%

<営業利益>	20/3 期 3Q	21/3 期 3Q	22/3 期 3Q	23/3 期 3Q	前年同期比
エネルギー	3,964	5,034	4,317	3,552	-17.7%
情報通信	3,366	3,081	3,492	3,563	2.0%
CATV	3,790	4,102	4,539	4,706	3.7%
建築設備不動産	1,242	1,094	1,126	1,195	6.1%
アクア	597	578	287	394	37.3%
その他・調整額	-3,682	-3,988	-4,514	-4,947	-
合計	9,278	9,901	9,248	8,466	-8.5%

注：営業利益は間接費用等配賦前ベース

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

主要サービスの顧客数

(単位：千件)

	21/3 期 3Q 末	22/3 期 3Q 末	23/3 期 3Q 末	前年同期末比 増減数	前期末比 増減数
エネルギー	737	774	811	37	26
LP ガス	676	705	737	32	22
都市ガス	61	68	73	5	4
情報通信	763	779	838	59	22
従来型 ISP 等	375	382	411	29	-4
光コラボ	335	342	362	20	16
LIBMO	52	55	65	10	9
CATV	1,188	1,224	1,255	31	24
放送サービス	871	885	896	11	9
通信サービス	317	339	359	20	15
アクア	162	166	166	0	1
モバイル	209	195	182	-13	-9
セキュリティ	16	16	16	0	0
グループ合計顧客件数	3,063	3,142	3,258	116	64

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 21.0% 増の 71,069 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 17.7% 減の 3,552 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 58 億円、営業利益で約 8 億円の上振れになったと見られる。

主力の LP ガス事業の売上高は前年同期比 15.1% 増の 57,516 百万円となった。総販売量は前年同期比 3.1% 減となったものの平均販売単価が同 17.6% 上昇したほか、2022 年 3 月期に低調だった機器販売等が増加したことも増収要因となった。販売量の内訳を見ると、家庭用・業務用は前年同期比 0.5% 増と堅調に推移したが、産業用が同 5.8% 減と落ち込んだ。特定顧客向けの販売契約が 2022 年 3 月で終了したことが要因だが、利幅は薄く利益への影響は軽微である。平均販売単価の上昇は、仕入価格に連動した産業用や卸販売用の価格上昇が主因だが、家庭用についても 9.3% の上昇となった。

第 3 四半期末の顧客件数は前期末比で 22 千件の増加の 737 千件となった。増減の内訳を見ると、新規契約獲得で 26 千件、M&A 及びアライアンスによる獲得で 14 千件となり、中止・解約が 18 千件であった。また、既存エリア（静岡県及び首都圏）で 10 千件増、新規エリア（その他地域）で 12 千件増といずれのエリアにおいても顧客件数が増加した。

都市ガス事業の売上高は前年同期比 54.9% 増の 13,552 百万円となり、顧客件数は同 4 千件増の 73 千件となった。顧客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）※の契約分となっている。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で、そのほか機器販売等も回復した。

※ 2019 年に東京電力エナジーパートナー（株）と（株）TOKAI の合併会社として設立。東海 3 県にて都市ガスの小売事業等を展開している。

エネルギー事業の営業利益は前年同期比で 765 百万円の減益となった。増減要因の内訳を見ると、増益要因として顧客件数の増加で 6 億円、顧客獲得コストの減少で 0.2 億円、業務用機器販売・その他の増加で 6.8 億円となり、減益要因として仕入コスト高騰の影響で 15.3 億円（価格転嫁分 20.4 億円を控除後）、平均気温の上昇（前年同期比 0.2℃上昇）による販売量減少の影響で 5.5 億円となった。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、機器販売の増加などが挙げられる。

(2) 情報通信事業

情報通信事業の売上高は前年同期比 3.8% 増の 39,662 百万円、営業利益は同 2.0% 増の 3,563 百万円とおおむね計画どおりの進捗となった。

TOKAI ホールディングス | 2023年3月1日(水)
 3167 東証プライム市場 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/ir/>

業績動向

コンシューマー向け事業は売上高で同 0.6% 減の 18,194 百万円となり、EBITDA（営業利益 + 減価償却費）も顧客獲得コストの増加（前年同期比 5.3 億円増）により、同 31.8% 減の 817 百万円となった。ただ、第 3 四半期だけで見ると売上高は同 1.7% 増の 6,168 百万円、EBITDA は同 27.2% 増の 421 百万円と増収増益に転じた。第 3 四半期末の顧客件数は、従来型 ISP 等が前期末比 4 千件減の 411 千件、光コラボが同 16 千件増の 362 千件、「LIBMO」（格安 SIM サービス）が同 9 千件増の 65 千件となった。従来型 ISP 等が緩やかに減少した一方で、光コラボについては提携先の大手携帯キャリア経由での顧客獲得が増加となったほか、従来の家電量販店経由での顧客獲得も進んだ。また、「LIBMO」についてもデジタルマーケティング施策が奏功したほか、2022 年 12 月より（株）NTT ドコモの格安モバイルサービスの 1 つに採用※されたことも増加要因となった。

※ 2022 年 12 月 21 日から全国ドコモショップでエコノミー MVNO のサービスメニューの 1 つとして取り扱いを開始した。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」に続く 3 つ目のサービスとして「LIBMO」の取り扱いを開始した。

顧客件数が増加した一方で売上高が伸びていないのは、光コラボの 1 件当たり平均売上高が低下しているためだ。大手携帯キャリアとの提携契約分については光通信サービス部分の売上を除外して計上しているからである（売上総利益への影響はない）。ただ、こうしたマイナス影響も一巡しつつあり、第 2 四半期以降は前年同期比で若干ながらも増収に転じている点は注目される。

法人向け事業は売上高で前年同期比 7.9% 増の 21,468 百万円、EBITDA で同 6.4% 増の 5,182 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拡大したほか、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 3.5 億円の増益となり、コンシューマー事業では顧客件数の増加で 2.5 億円の増益、顧客獲得コストの増加で 5.3 億円の減益要因となった。「LIBMO」については収益化に至っていないものの、顧客獲得コストを除けば増収効果により 0.5 億円の損益改善要因になったと見られる。

(3) CATV 事業

CATV 事業の売上高は前年同期比 5.1% 増の 25,510 百万円、営業利益は同 3.7% 増の 4,706 百万円となり、会社計画に対して売上高で約 1 億円、営業利益で約 2 億円上回ったものと見られる。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た。なお、2022 年 10 月に沖縄ケーブルネットワークを子会社化したことにより売上高で 3.9 億円、営業利益で 0.5 億円の増額要因となったほか、負ののれん発生益 51 百万円を特別利益として計上した。

第 3 四半期末の顧客件数は放送サービスで前期末比 9 千件増の 896 千件、通信サービスで同 15 千件増の 359 千件となった。沖縄ケーブルネットワークの契約件数については現在精査中であることから、第 3 四半期末の顧客件数に含まれていない。有料契約件数は放送サービスで約 16 千件、通信サービスで約 10 千件と見られ、期末時点ではこれらが上乗せされる見込みだ。

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 1.0% 減の 18,840 百万円、営業利益は同 6.1% 増の 1,195 百万円と減収増益となった。計画比では売上高で約 16 億円下回り、営業利益はおおむね計画どおりの進捗となった。売上高は大型の設備工事や店舗等の新築工事等が減少したことにより減収となった。利益面では第 3 四半期に採算の良い受注案件が売上貢献したことで増益となった。ただ、第 3 四半期末の受注残高は前期末比で 11 億円減少しており、第 4 四半期の業績はやや苦戦する見通しとなっている。

(5) アクア事業

アクア事業の売上高は前年同期比 1.6% 減の 5,720 百万円、営業利益は同 37.3% 増の 394 百万円となった。第 3 四半期末の顧客件数は前期末比 1 千件増の 166 千件と若干増加したものの、巣ごもり需要の一巡による顧客当たり平均消費量の減少が減収要因となった。利益面では顧客獲得コストを抑制したことが増益要因となった。会社計画比では売上高で約 1 億円、営業利益で約 0.4 億円の下振れになったと見られる。

(6) その他・調整額

その他の売上高は前年同期比 1.5% 増の 3,446 百万円となった。内訳を見ると、介護事業が利用者数の増加により同 3.3% 増の 1,039 百万円となった。婚礼催事事業も婚礼・宴会需要の回復により同 42.8% 増の 736 百万円となったが、造船事業が船舶修繕の隻数減少により同 12.5% 減の 1,060 百万円に留まった。内部調整額も含めた営業損失は 4,947 百万円（前年同期は 4,514 百万円の損失）となった。

2023年3月期業績は売上高・営業利益で期初計画を達成する見込み

3. 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 20.8% 減の 12,600 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 29.8% 減の 6,300 百万円となる見通し。売上高と営業利益は期初計画を据え置いたが、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益を今回下方修正した。ベトナムの持分法適用関連会社に係るのれんの減損損失 1,746 百万円を営業外費用に、特別調査費用 312 百万円を特別損失にそれぞれ計上したことが下方修正要因となる。

2023年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	22/3 期		23/3 期				
	実績	売上比	期初計画	修正計画	売上比	前期比	計画修正額
売上高	210,691	-	223,000	223,000	-	5.8%	-
営業利益	15,794	7.5%	14,500	14,500	6.5%	-8.2%	-
経常利益	15,907	7.5%	14,300	12,600	5.7%	-20.8%	-1,700
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,969	4.3%	8,300	6,300	2.8%	-29.8%	-2,000
1 株当たり当期純利益 (円)	68.49		63.43	48.12			
継続取引顧客件数 (千件)	3,194		3,295	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 | 2023年3月1日(水)
 3167 東証プライム市場 | <https://www.tokaiholdings.co.jp/ir/>

業績動向

売上高については建築設備不動産事業の下振れ分をエネルギー事業の上振れでカバーし、会社計画を若干上回る可能性が高い。営業利益についても建築設備不動産事業の下振れや内部調整額の負担増をエネルギー事業の上振れでカバーし、期初計画を確保できる見通しだ。営業利益は第3四半期まで計画を約10億円上回るペースで進捗しているが、第4四半期にエネルギー事業で顧客獲得コストを積み増すことや建築設備不動産の減益、内部調整額の負担増などで相殺される見込みとなっている。なお、継続取引顧客件数については期初計画の3,295千件（前期末比101千件増）を若干上回る可能性が高い。CATV事業の顧客獲得が順調に進んでいるほか、LPガスや光コラボ、「LIBMO」などでも増加が見込まれるためだ。

セグメント別業績見通し

（単位：百万円）

<売上高>	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期(予)	前期比	3Q進捗率
エネルギー	78,154	77,380	86,770	91,300	5.2%	77.8%
情報通信	51,753	50,735	51,398	53,200	3.5%	74.6%
CATV	31,385	33,745	32,572	34,400	5.6%	74.2%
建築設備不動産	22,383	23,177	27,780	31,500	13.4%	59.8%
アクア	7,416	7,622	7,629	7,700	0.9%	74.3%
その他	4,858	4,065	4,540	4,900	7.9%	70.3%
合計	195,952	196,726	210,691	223,000	5.8%	73.7%

<営業利益>	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期(予)	前期比	3Q進捗率
エネルギー	7,452	8,988	8,933	6,520	-27.0%	54.5%
情報通信	4,226	4,344	4,721	5,100	8.0%	69.9%
CATV	5,024	5,205	5,852	6,040	3.2%	77.9%
建築設備不動産	2,116	2,065	2,480	2,560	3.2%	46.7%
アクア	674	573	325	595	83.1%	66.2%
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%	58.4%

注：23/3期は期初計画。営業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

(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（期初計画ベース、以下同様）。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）を計画している。このうちLPガス事業については、2023年3月期第3四半期までの進捗は計画に対して8千件下回っているが、第4四半期にM&A案件が寄与するほか顧客獲得コストを積み増すこともあり、期末ベースでは前期末比35千件増の750千件が見込まれる。

業績動向

(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 3 四半期までで従来型 ISP 等と光コラボの合計で 773 千件と計画を超過しており、「LIBMO」についても 65 千件と順調に推移している。このため、売上高については計画を達成できる見込みだ。営業利益は、顧客獲得コストが増加していることもあり減益となる可能性が高い。とは言え、第 3 四半期は前年同期比で増収増益に転じており、収益トレンドとして上向きになってきている点はポジティブに捉えられる。

法人向け事業は前期比 1 ケタ後半の増収増益となる見通し。引き続きクラウドサービス等のストック型ビジネスが積み上がっており、増収増益要因となる。受託開発ビジネスについても堅調に推移する見通しだ。

(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いるようで、売上高、営業利益ともに計画を若干上回るものと予想される。

(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 3 四半期までの業績と受注残高を勘案すると計画の達成は厳しそうで、増収減益となる可能性がある。同社ではここ数年 M&A で取得したグループ会社間の連携により外注費の削減に取り組むなど、収益力の強化を図っており、2024 年 3 月期以降はこうした効果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 千件の計画に対して、第 3 四半期末で 166 千件とほぼ射程圏となっている。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の抑制を図っており、収益性も向上する見通しだ。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月期以降は増益基調に転じる見通し

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

(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、「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」を目指す方針を打ち出した。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、前半の2年間で先行投資を積極的に行い、後半の2年で投資の成果を刈り取る計画だ。

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 実績	22/3期		23/3期		24/3期 当初計画	25/3期 当初計画	年平均成長率
		当初計画	実績	当初計画	修正計画			
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	63	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%		66.5%		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

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）	21/3期比 増減数	
				25/3期（予）	増減数
LPガス・都市ガス	74.4	78.5	83.6	95.4	21.0
ISP等（光コラボ含む）	73.2	76.1	76.0	80.5	7.3
LIBMO	5.3	5.5	6.9	9.4	4.1
CATV（放送・通信）	119.8	123.1	127.3	128.9	9.1
アクア	16.2	16.5	16.7	21.4	5.2
モバイル	20.6	19.1	19	19.0	-1.6
セキュリティ	1.6	1.6	1.6	1.8	0.2
グループ合計顧客件数	309.9	319.4	329.5	355.8	45.9

注：数値は四捨五入

出所：取材よりフィスコ作成

業績動向

(2) 重点戦略**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、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っていく。

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基に、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。

c) DX 戦略の本格化

DX 戦略では、約 325 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」を推進するほか、技術やノウハウを持ったベンチャー企業等との協業による「新たなビジネスの創造」にも取り組んでいく。

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。併せて、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 CO₂ 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 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 削減に取り組んでいく。

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ベンチャー企業への出資・協業なども行いながら進めている。

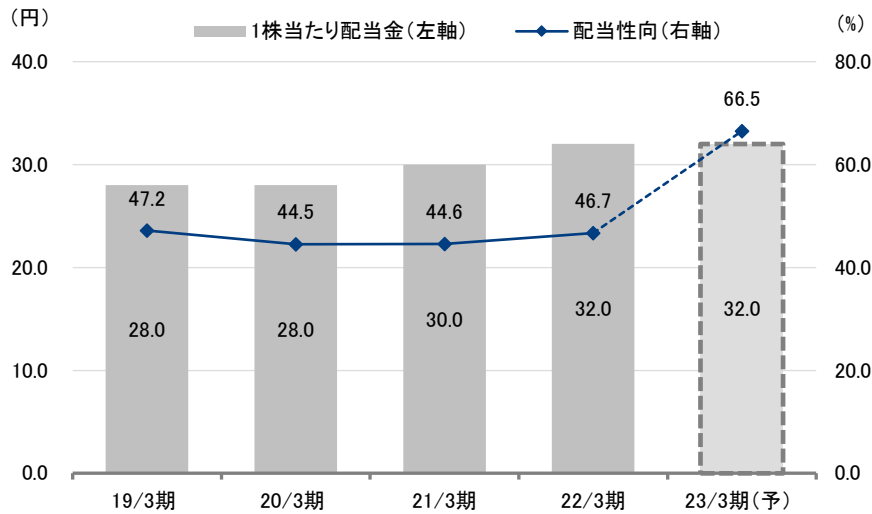
株主還元策

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66.5%）を予定している。

また、3月末及び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（2023年2月7日終値857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）。

1株当たり配当金と配当性向



出所：決算短信よりフィスコ作成

株主優待の内容

3月末、9月末の株主に対して、下記5種類の中から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	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