

# 2014年度 中間決算説明会資料

うれしいをつなぐ。ひろげる。



2014年11月14日  
株式会社TOKAIホールディングス  
(証券コード:3167)

## アジェンダ

- 1 新中期経営計画 IP16 “**Growing**” P.2
- 2 主要事業の現況と今後の計画 P.4
- 3 2014年度上期実績 P.10
- 4 2014年度通期業績予想 P.16
- 5 より進んだ生活総合サービス事業者となるために P.19

<b>1</b>	<b>新中期経営計画 IP16 “Growing”</b>	P.2
2	主要事業の現況と今後の計画	P.4
3	2014年度上期実績	P.10
4	2014年度通期業績予想	P.16
5	より進んだ生活総合サービス事業者となるために	P.19

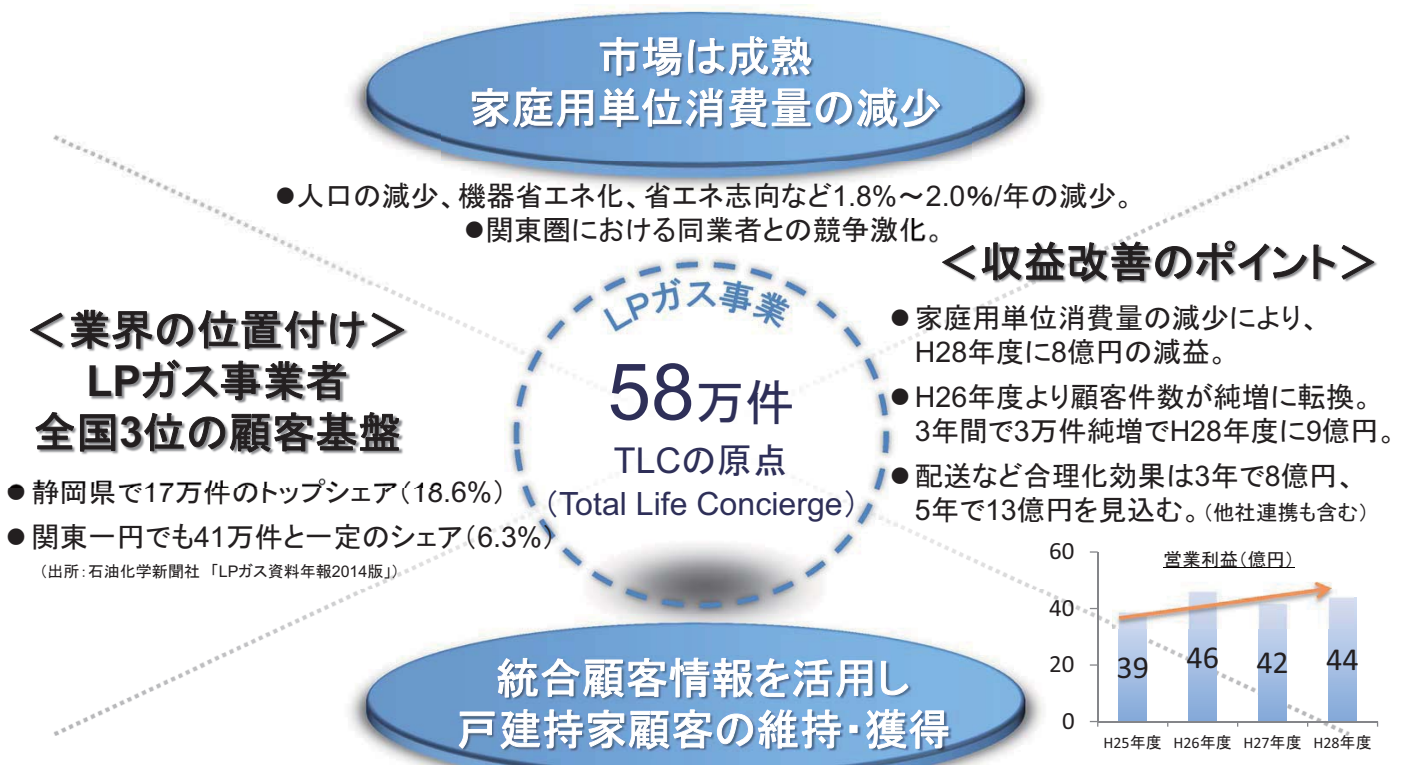
## 1. 6月公表の新中期経営計画 IP16 “Growing”

- 前期中計「IP13」期間の課題である収益力低下に歯止めをかけてV字回復。
- 引き続き財務体質の改善を進め安定性を上げる。
- 継続かつ安定的な株主還元で株主に報いていく。

	2011/3期 実績	2014/3月期 実績	2015/3月期 予想	2016/3月期 計画	2017/3月期 計画
顧客件数 (万件)	234	252	259	266	273
売上高 (億円)	1,749	1,890	1,969	2,023	2,095
営業利益 (億円)	108	74	82	97	126
1株当たり利益 (円/株)	30.48	22.67	27.86	34.91	54.06
E B I T D A (億円)	263	249	252	267	287
有利子負債 (億円)	1,240	858	818	741	647
自己資本比率 (%)	7.7	21.6	23.0	25.1	28.6

1	新中期経営計画 IP16 “Growing”	P.2
2	主要事業の現況と今後の計画	P.4
3	2014年度上期実績	P.10
4	2014年度通期業績予想	P.16
5	より進んだ生活総合サービス事業者となるために	P.19

## 2-1. LPガス事業の現況と今後の計画



リテール事業(ガス・アクア・情報・セキュリティ・リフォーム・保険)で共有した情報を活用し、新規契約追加を推進。特に収益性の高い戸建持家中心に顧客基盤の維持・拡大を図る。

## 2-2. 都市ガス事業の現況と今後の計画

家庭用単位消費量の減少  
産業用需要で他エネルギー事業者との競合  
エネルギーシステム改革により、将来家庭用も自由化  
電力・都市ガス・LPガスとの競合

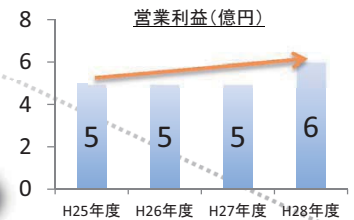
### <収益改善のポイント>

- 都市ガス顧客の拡大(2千件純増)
- 産業用需要の燃転を進め、総販売量を拡大。
- 家庭用需要家には介護予防リフォーム、中古住宅リノベーションを積極展開

### <供給エリアの概況>

- 静岡県焼津市、藤枝市、島田市に供給
  - ・需要家は5.3万件
  - ・販売量1.5億m<sup>3</sup>  
(大口需要家1.3億m<sup>3</sup>、小口需要家0.2億m<sup>3</sup>)

都市ガス事業  
供給エリアにおける  
普及率62%の  
地域に根差した  
事業者



同エリアにおける  
総合エネルギー企業として  
地域に選ばれ続ける存在へ

家庭用需要家には燃料電池(エネファーム)を積極展開。  
産業用需要にはコジェネレーションシステムを推進。蒸気・温水・電力供給にも。

6

## 2-3. アクア事業の現況と今後の計画

宅配水市場は今後も  
拡大基調

- 依然、飲料水に対するユーザーの安全・安心の関心・ニーズが高い。

### <収益改善のポイント>

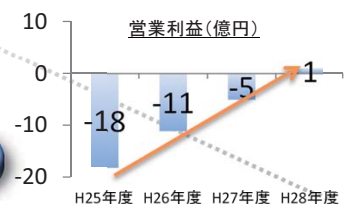
- 顧客件数を3年間で6万件純増。
- 顧客件数増・生産本数増に伴い、アクア工場の生産性の向上。
  - ・生産本数は3年間で2.9倍。(128万本→366万本)
  - ・生産コスト単価は3年間で35%向上。
- 収益性の高い定期配送コースを推進。

### <業界の位置付け> 宅配水事業者 全国6位の顧客基盤

- 静岡県で8万件のトップシェア(63.8%)
- 全国12万件(4.2%)と一定のシェア。

(出所:矢野経済研究所及び日本宅配水協会の資料から推計)

アクア事業  
“うるのん”  
“ドラえもん”で  
ブランドが浸透



ブランドの更なる浸透を図り  
拡大する需要を取り込む

3年間20億円改善

重点商品“富士の天然水 さらり※”を投入して商品ラインナップを拡充し、幅広い顧客に訴求。

集客力の高い大型商業施設を中心とした販売チャネルでの拡販。

※ 「うるのん」の新品で、従来のミネラルやバナジウムがたっぷりの「富士の天然水」に比べてさらりとした飲み口の天然水。ターゲットを広げるために投入した戦略商品

7

## 2-4. ブロードバンド事業の現況と今後の計画

### ブロードバンド市場の伸びは鈍化

- 固定ブロードバンド市場はH27年度をピークに成熟市場へ
- NTT独占規制の緩和に伴う光回線サービスの卸売りが始まる。

### <業界の位置付け> ISP事業者 売上高全国4位

(出典:日経流通新聞「2014年11月5日掲載記事」)

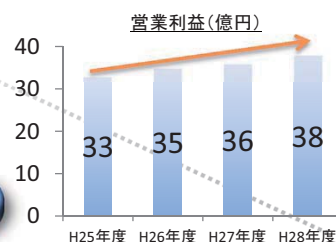
- 静岡県で24万件のトップシェア(27.4%)
- 関東エリア52万件のシェア(4.4%)

(出所:総務省公表資料「ブロードバンドサービス等の契約数の推移(平成26年3月末現在)」より推計)



### <収益改善のポイント>

- 顧客件数を3年間で8万件純増。
- ISPシステムを刷新し、2ブランドのバックヤード業務の効率化を推進。



### 家電量販店大手3社での獲得 シェア73%を活かして顧客拡大

獲得効率の高い店舗へ営業部隊を集中させ、効率よく顧客を獲得。

8

## 2-5. CATV事業の現況と今後の計画

### 有料多チャンネル放送は市場縮小 FTTH及びCATV-NETは増加傾向

- 区域外再放送の終了
- 大手通信事業者との価格競争、放送サービスでの競合

### <業界の位置付け> CATV事業 売上高全国2位

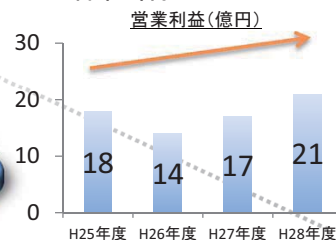
(出典:日経流通新聞「2014年11月12日掲載記事」)

- グループ放送顧客50万件  
(ホームパスに占める放送加入率47%)



### <収益改善のポイント>

- CATV-FTTH顧客件数を3年で3万件純増。
- H26年度区域外再放送の影響を0.9万件にとどめ、純増へ転換。3年間で0.5万件純増。



### 放送・通信サービスの価格優位性で 地域シェアを拡大

集合バルク方式の放送基本無料プラン+付加サービスで新たな放送顧客を拡大。  
携帯電話会社との提携(スマホ割)を梃子に競争力のある価格で通信顧客を拡大。  
更に、4K/8K・放送光化・地域無線サービス等サービス価値向上で地域に浸透。

9

1	新中期経営計画 IP16 “ <b>Growing</b> ”	P.2
2	主要事業の現況と今後の計画	P.4
3	2014年度上期実績	P.10
4	2014年度通期業績予想	P.16
5	より進んだ生活総合サービス事業者となるために	P.19

### 3-1. 連結P/L及び主要指標

- 5期連続の増収で過去最高を更新。営業利益は前年同期比4倍強と大幅に改善。IP16 “**Growing**”が極めて順調にスタート。
- 5月8日公表の業績予想を大きく上回って着地。営業利益は2.5倍へ。

	2014/3月期	2015/3月期	2015/3月期	前年同期比	前回予想比
	2Q累計 実績	2Q累計 予想	2Q累計 実績		
売上高	843 億円	885 億円	<b>873 億円</b>	+3.5%	△1.4%
営業利益 (売上高比率)	4 億円 0.5%	7 億円 0.8%	<b>18 億円</b> 2.1%	+341.7% +1.6%	+152.3% +1.3%
経常利益 (売上高比率)	3 億円 0.4%	3 億円 0.3%	<b>16 億円</b> 1.8%	+423.1% +1.5%	+487.2% +1.5%
四半期純損益 (売上高比率)	△4 億円 △0.4%	△7 億円 △0.8%	<b>2 億円</b> 0.3%	— +0.7%	— +1.0%
1株当たり四半期純損益	△3.10 円/株	△5.83 円/株	<b>1.96 円/株</b>	+5.06 円/株	
E B I T D A	92 億円	—	<b>105 億円</b>	+13 億円	

## 3-2. セグメント別売上高

- 全てのセグメントにおいて売上高が拡大。
- アクア・ブロードバンドなどリテール顧客の件数増加に伴う課金収入の増加や、マンション販売・法人向けの情報通信ビジネスが拡大。
- 前期の下期に実施したLPガス価格転嫁も寄与。

	2014/3月期 2Q累計実績	2015/3月期 2Q累計実績	前年同期比
ガス及び石油	418 億円	<b>428 億円</b>	+9 億円
情報通信	189 億円	<b>195 億円</b>	+7 億円
CATV	120 億円	<b>121 億円</b>	+1 億円
建築・不動産	73 億円	<b>82 億円</b>	+9 億円
アクア	21 億円	<b>24 億円</b>	+3 億円
その他・調整額	22 億円	<b>22 億円</b>	+0 億円
合計	843 億円	<b>873 億円</b>	+30 億円

12

## 3-3. セグメント別営業利益

- 事業規模拡大により利益も増加。
- LPガス、ブロードバンド、アクアで合理化や顧客獲得コスト抑制などの効果で利益率が向上。

※ 間接費用等配賦前ベース

	2014/3月期 2Q累計実績	2015/3月期 2Q累計実績	前年同期比
ガス及び石油 (売上高比率)	12 億円 2.8%	<b>20 億円</b> 4.7%	+9 億円 +1.9%
情報通信 (売上高比率)	20 億円 10.4%	<b>24 億円</b> 12.2%	+4 億円 +1.8%
CATV (売上高比率)	9 億円 7.5%	<b>8 億円</b> 6.9%	△1 億円 △0.6%
建築・不動産 (売上高比率)	2 億円 3.4%	<b>1 億円</b> 1.7%	△1 億円 △1.7%
アクア (売上高比率)	△13 億円 △62.7%	<b>△10 億円</b> △40.4%	+3 億円 +22.3%
その他・調整額 (売上高比率)	△26 億円 △116.4%	<b>△26 億円</b> △118.2%	△1 億円 △1.8%
合計 (売上高比率)	4 億円 0.5%	<b>18 億円</b> 2.1%	+14 億円 +1.6%

13

### 3-4. 連結B/S及び主要指標

- IP13で成果をあげた財務体質の改善が更に加速。
- 有利子負債残高及び自己資本比率は、年間目標を半期前倒しで達成。

	2013年9月末	2014年3月末	2014年9月末	前期末比
総資産	1,683 億円	1,736 億円	<b>1,645 億円</b>	△91 億円
負債	1,350 億円	1,353 億円	<b>1,255 億円</b>	△98 億円
純資産	333 億円	383 億円	<b>390 億円</b>	+6 億円
有利子負債残高	905 億円	858 億円	<b>809 億円</b>	△49 億円
自己資本比率	19.3 %	21.6 %	<b>23.1 %</b>	+1.5 %

14

### 3-5. グループ顧客件数

- 前年同期末から4万件増加し、254万件に拡大。
- ブロードバンドを主体とする情報通信及びアクアがグループ継続取引顧客数の純増を牽引。
- 特にアクアは前年同期末比で、12千件の増加と10%の拡大。

	2013年9月末	2014年3月末	2014年9月末	前年同期比
ガス (LPガス・都市ガス)	629 千件	628 千件	<b>626 千件</b>	△3 千件
情報通信 (固定・無線)	842 千件	854 千件	<b>863 千件</b>	+21 千件
情報通信 (モバイル)	221 千件	227 千件	<b>231 千件</b>	+10 千件
CATV	693 千件	693 千件	<b>690 千件</b>	△3 千件
アクア	120 千件	122 千件	<b>132 千件</b>	+12 千件
セキュリティ	19 千件	19 千件	<b>18 千件</b>	△1 千件
合計	2,498 千件	2,519 千件	<b>2,535 千件</b>	+37 千件

※ 件数は千件未満四捨五入。情報通信(固定・無線)とCATVにおいて通信サービス件数が重複した表示であるが、合計値からは除いている。

15



1	新中期経営計画 IP16 “Growing”	P.2
2	主要事業の現況と今後の計画	P.4
3	2014年度上期実績	P.10
4	2014年度通期業績予想	P.16
5	より進んだ生活総合サービス事業者となるために	P.19

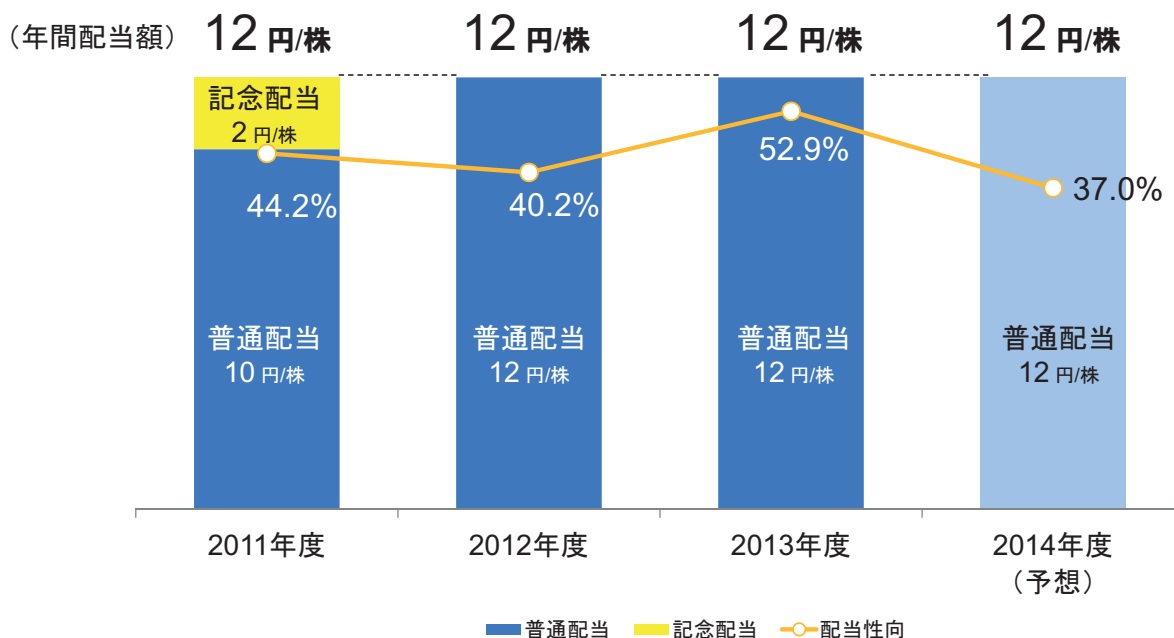
## 4-1. 2014年度通期業績予想の上方修正

- 上期実績が当初予想を上回って進捗したこと等を鑑み、通期業績予想を上方修正。
- 2期連続の増収(過去最高の更新)、3期ぶりの増益を計画。

	2014/3月期 実績	2015/3月期 前回発表予想	2015/3月期 今回発表実績	前年比	前回発表比
売上高	1,890 億円	1,969 億円	<b>1,969 億円</b>	+79 億円	—
営業利益 (売上高比率)	74 億円 3.9%	82 億円 4.2%	<b>89 億円</b> <b>4.5%</b>	+15 億円 +0.6%	+7 億円 +0.3%
経常利益 (売上高比率)	70 億円 3.7%	74 億円 3.7%	<b>83 億円</b> <b>4.2%</b>	+13 億円 +0.5%	+9 億円 +0.5%
当期純利益 (売上高比率)	26 億円 1.4%	32 億円 1.6%	<b>37 億円</b> <b>1.9%</b>	+11 億円 +0.5%	+5 億円 +0.3%
1株当り当期純利益	22.67 円/株	27.86 円/株	<b>32.47 円/株</b>		

## 4-2. 2014年度の配当予想

- 継続的かつ安定的な還元方針を継続。
- 中間配当6円に期末配当6円を加え、5月8日の公表どおり年間12円を予定。



18

1 新中期経営計画 IP16 “Growing”

P.2

2 主要事業の現況と今後の計画

P.4

3 2014年度上期実績

P.10

4 2014年度通期業績予想

P.16

5 より進んだ生活総合サービス事業者となるために P.19

19

# 5-1. より進んだ生活総合サービス事業者となるために

## 1. リテール顧客の囲い込みと複数取引の推進

- 当社グループのビジネスモデルの収益基盤であるリテール顧客を囲い込み、顧客への提供サービス数を増加させることが、グループ成長のための要諦。
- TLCポイントの還元メニューを拡充して魅力を向上。
- ポイント還元率をアップして複数取引化・継続化を促進。

## 2. 電力の販売に向けた取り組み

- 2年後のエネルギー自由化に備え、総合エネルギー事業者として、電力販売に向けた仕組みの構築を着実に進めていく。
- 第一歩として、経済産業省の「大規模HEMS情報基盤整備事業」に参画し、電力販売に向けたノウハウを積み上げていく。
- 電力データに加え顧客情報を収集し、お客様に合ったサービス・情報を提供する仕組みづくりをICT技術を活用して進めていく。

20

# 5-2. TLCポイントの還元メニューを拡充して魅力を向上

- “TLCポイントがたくさん貯まる”、“色々なものに交換できる”へ。お客様の幅広い嗜好に対応。
  - ✓ TLCポイントの有効期限を1年間から3年間に延長。TLCポイントの交換先を拡大。
- 254万件のお客様の囲い込みに向け、TLC会員化を加速させる。



21

## 5-3. ポイント還元率をアップして複数化・継続化を促進

- “乗り換えたらお得”、“使い始めてみたら良かった”、“使い続けるお客様を大切にしてくれる”へ。
- スtock型の収益基盤を強化し、トップライン・ボトムラインを上げていく。
  - ✓ “サービス追加“に対する特典「プレミアムポイント」を新設。魅力的なポイント数を特典として付与する施策「TOKAI Smart Plus」を展開。
  - ✓ “複数取引の継続期間”に応じボーナスポイントを強化。継続利用のお客様への還元率アップ。



22

## 5-4. 電力販売を視野に入れたTLCの取り組み

- 経済産業省の「大規模HEMS情報基盤整備事業」へ参画。
  - ✓ エネルギー使用情報を収集・分析し、電力販売参入に向けたノウハウを積み上げていく。
- HEMS情報システムを構築していく。
  - ✓ 顧客情報の収集、お客様に合ったサービス・情報をICT技術を活用して提供していく。
  - ✓ このサイクルを繰り返し顧客情報資産を積み上げていく。



23

## 5-5.生活総合サービス事業者としての地位を高めていく

- 「TLC会員サービス(顧客を囲い込む仕組み)」、「TOKAI Smart Plus(複数取引化を進める施策)」、「HEMS情報システム(顧客ニーズを収集・分析する仕組み)」をツールとして、生活総合サービス事業者としての地位を高めていく。更なるグループの成長へ。



24

本資料で記述されている業績予想並びに将来予測は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、様々な要因の変化により、実際の業績は記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。

本資料に関するお問い合わせは下記までお願い致します。

株式会社TOKAIホールディングス 広報・IR室  
〒420-0034 静岡市葵区常磐町2丁目6番地の8  
TEL: (054)275-0007  
FAX: (054)275-1110  
<http://tokaiholdings.co.jp>  
e-mail: [hd-info@tokaigroup.co.jp](mailto:hd-info@tokaigroup.co.jp)

