

2018年3月期 中間期決算説明会資料

2017年11月1日
株式会社TOKAIホールディングス
(証券コード:3167)

中間決算のハイライトとグループの方向性

TOKAIホールディングス
代表取締役社長 梶田 勝彦

中間決算のハイライト

➤ 今期収益は下期より増益に転じ、来期の営業利益140億円に向け順調なスタート

◎ 売上高は849億円と顧客増加等により増収(前年同期比+3.3%)

- 利益面は先行投資を実施し当初予想通りの減益
- 一方、CATV事業の顧客増、通信法人向け受注増が寄与し予想から4億円(+14.9%)上振れ

◎ グループの収益基盤である顧客件数は期首比26.3万件増

- LPガス事業、CATV事業における顧客獲得営業が順調に推移。中間期における顧客数の純増数は、既に前期年間顧客純増数6千件の2倍強となる13千件。
- M&Aによる25万件増加も加わり中間期末で今期末の顧客件数計画に対し84%まで進捗。

◎ 財務改善が進み自己資本比率は+1.5pの36.0%に

- 積極投資によりフリーキャッシュフローはマイナス(▲64億円)となった一方、転換社債行使(+24億円)で有利子負債残高は微増。
- EBITDA有利子負債倍率も前期末の2.0倍の水準を維持。

2

創業100年へ向かう3つのキーワード

- 当社は1950年に設立、ちょうど60年目にあたる2010年にホールディングス化。
- Innovation Plan 2020 JUMPの最終年となる2020年には創立70年を迎える。
- この4年間は、次の30年、つまり創業100年目に向かっていくグループの基盤づくりに重要な4年間。

「営業力」

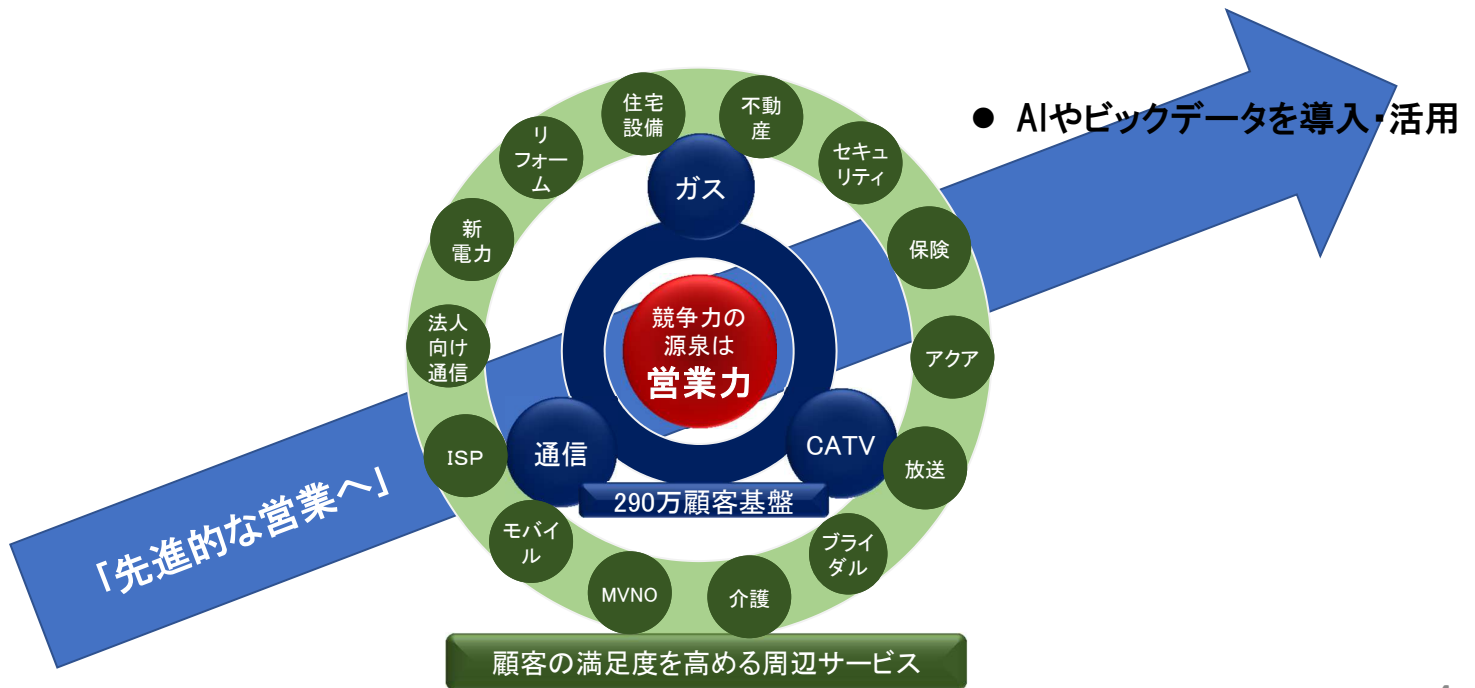
「第3の波を捉えるオープンイノベーション」

「グループ総合力の発揮」

3

グループの競争力の源は営業力

- グループの競争力の源泉はガスの直売時代から脈々と受け継がれる「営業のDNA」
- この営業力があって第2の成長期はCATV事業や通信事業で成長、290万件の顧客を構築
- この強い営業力を「先進的な営業」へ進化させ、さらなる顧客基盤の拡大を実現



4

第3の波を捉えるオープンイノベーション

- 第1の波は1950年の創業来のガス事業。エネルギー事業で国民の生活安定と質の向上に貢献。
- 第2の波は、1988年からの情報通信事業への参入。これにより国民生活レベルの高度化や多様化に貢献し、東海地方から全国へと確固たる事業基盤を確立。
- 新たな第3の波をとらえ、次の時代に顧客が求める新しい価値・サービスを創造し、われわれのものとしていく。この実現のために「オープンイノベーション」を推進

TOKAIグループ売上の推移

第1の波 戦後復興と国民生活水準の向上

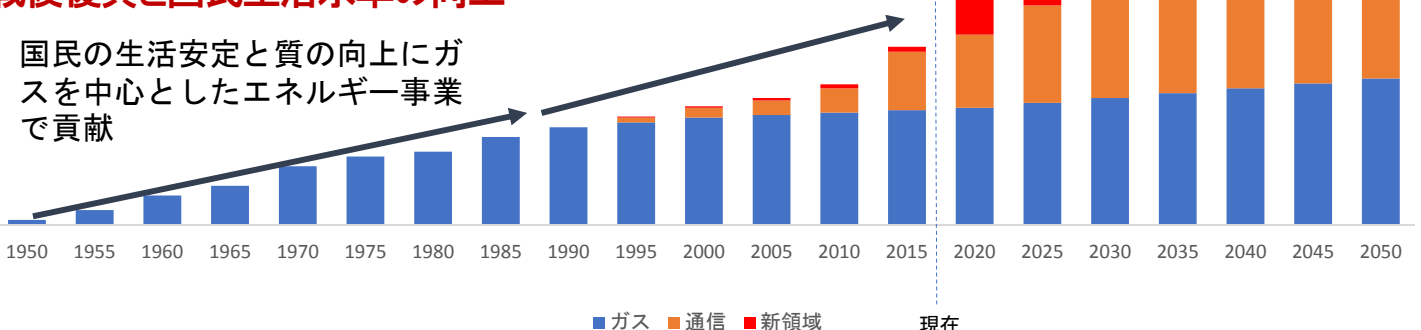
- ✓ 国民の生活安定と質の向上にガスを中心としたエネルギー事業で貢献

第2の波 情報通信革命

- ✓ ガス事業で培った顧客に対し、CATV、ブロードバンドなどの新サービスを提供し、国民生活水準の高度化、多様化に貢献

第3の波 第4次産業革命

- ✓ IoT、人口知能、自然エネルギーシェアリングエコノミー、仮想通貨、電気自動車etc



5

「OTS(On The Spot)ハウス」からスタート

- OTSハウスは、水・電気を完全自給自足する住宅。
- グループのCATVやブロードバンド、アクア、セキュリティのほか、IoT技術を駆使したスマートロックや、様々な家電を屋外からコントロールする家電コントローラーなど、これからの暮らしに顧客が求める新しい価値・サービスが組み込まれている。



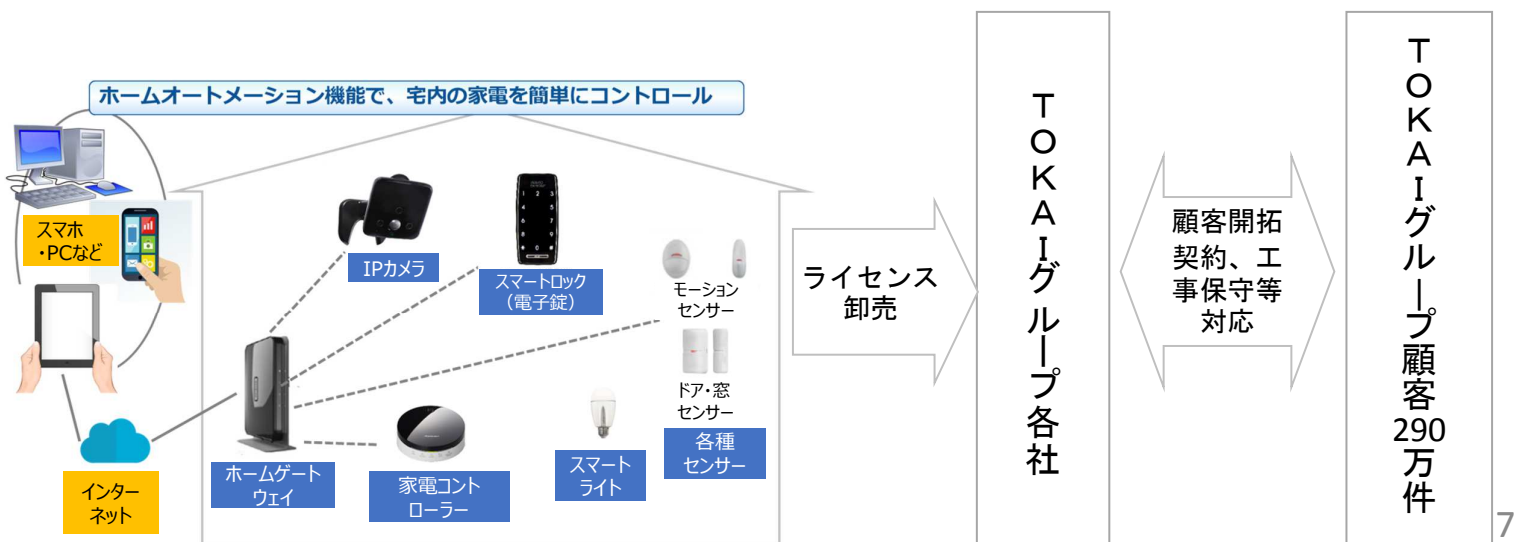
6

インテリジェントホームサービスの開始

- 「イツココミュニケーションズ」と提携しインテリジェントホームサービスを11月より当社CATV事業（国内1都5県）から開始。
- IoTサービスの本命のひとつで大きな市場ポテンシャルがある（今後6年間で市場は約5倍に）。
- グループの強みである営業力と顧客基盤がフル活用できる。過去、通信やISP、セキュリティ他、多角化の順応で培った販売手法や顧客対応についてのノウハウが活かせる。

東急グループのケーブルテレビ会社「イツココミュニケーションズ」が提供するインテリジェントホームサービス

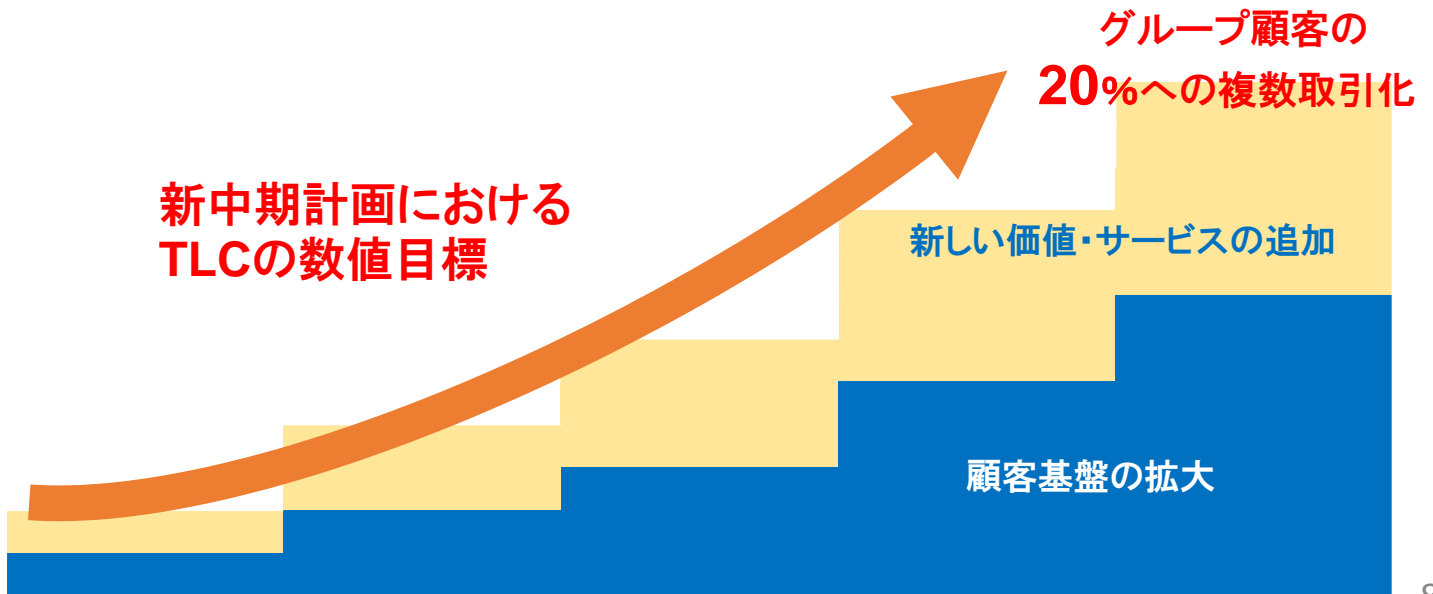
CATV事業を皮切りとして、TOKAIグループの新たな商材の一つとして販売推進していく考え



7

グループ総合力を発揮して力強く成長

- 競合他社と差別化するには、暮らしのサービス分野で、お客様からみてもっとも使い勝手のよいサービス事業者となる必要がある。
- 新中期計画におけるTLCの数値目標として、グループ顧客の20%への複数取引化を掲げている。
- 今後の4年間の取り組みで、次々と新しい価値・サービスを追加していくことにより、これまで複数取引化がなかなか進まなかったエリアについても進めていく。



8

中間期決算のポイント

中間期の増収減益は想定どおり

- ◎ 売上高は、東京ベイネットワークのM&A効果(7億円)等も加わり前期比27億円(3.7%増)の増収。
- ◎ 利益面は、新規顧客獲得、新サービス投入などの先行コストほかを20億円掛けたことによる減益だが、顧客基盤は期初の計画を上振れ、かつ、期初の業績予想に対しても、CATV事業や法人向け通信サービス事業が好調で、4億円(14.9%増)の上振れ。

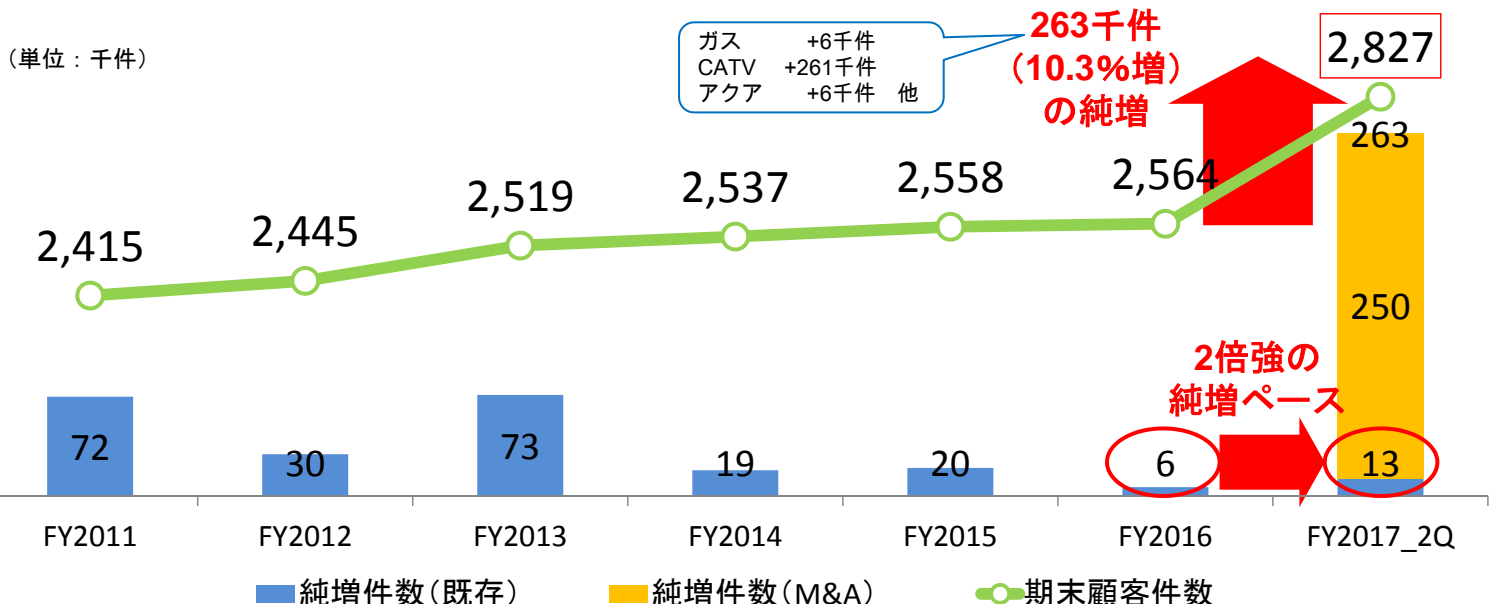
(売上高・利益:百万円、1株当たり利益:円)

	当期実績	前年同期	当初予想	前年同期比		当初予想比	
				増減額	増減率(%)	増減額	増減率(%)
売上高	84,911	82,201	86,000	+2,709	+3.3	△1,089	△1.3
営業利益	3,114	4,406	2,710	△1,291	△29.3	+404	+14.9
経常利益	3,143	4,428	2,650	△1,284	△29.0	+493	+18.6
四半期純利益	1,246	2,384	1,080	△1,137	△47.7	+166	+15.4
1株当たり利益	9.76	21.00	8.52	△11.24	△53.5	+1.24	+14.6

10

顧客件数は期首から26万件の大幅純増

- ◎ M&Aを除く既存部分の純増数も前期の年間6千件に対し、半期で13千件と2倍強のペース。
- ◎ 東京ベイネットワークのM&Aを期初計画より前倒し実施したことにより上振れ。
- ◎ 第3四半期以降の月次課金件数増加による収益増に繋がる成果。



11

自己資本強化を背景に成長投資を展開

- ◎ 転換社債の転換の進捗、四半期純利益の積上げにより、自己資本比率が向上。
- ◎ フリーキャッシュフローは、新規顧客獲得、新サービス投入などの先行コストほか20億円、東京ベイネットワークM&A12億円などの拡大投資を積極的に実施。
- ◎ 有利子負債/EBITDA倍率は、依然2.0倍の水準を維持。

自己資本比率	34.5 % 2017年3月末	➡	36.0 % 2017年9月末
有利子負債残高	541 億円 2017年3月末	➡	550 億円 2017年9月末
営業キャッシュフロー	120 億円 2016年9月期	➡	79 億円 2017年9月期
投資キャッシュフロー	△47 億円 2016年9月期	➡	△69 億円 2017年9月期
フリーキャッシュフロー	74 億円 2016年9月期	➡	10 億円 2017年9月期
有利子負債/EBITDA倍率	2.0 倍 2017年3月期	➡	2.0 倍 2017年9月期

12

第2四半期決算のポイント

- ◎ 当中間期において、20億円の先行コストほかを注ぎ込んだことにより、以下に掲げる大きな成果を挙げることができた。下期も顧客基盤拡充投資を継続し、将来の増益に結び付けていく。

項目		当中間期 コスト(前年同期比)とその成果	
ガス事業 エリア拡大ほか	拠点新設コスト	△0億円	LPガス事業が岡山県(倉敷)に進出
	顧客獲得コスト	△5億円	LPガス新規顧客獲得件数 17千件→21千件、4千件増加
	新規顧客獲得料金	△4億円	
通信新サービスの 立上げ	LIBMO販促	△5億円	LIBMO顧客件数11千件純増
中止・解約防止	ガス事業	△4億円	LPガス中止・解約件数 18千件→15千件、3千件抑制
	通信ほか	△3億円	BB中止・解約件数 64千件→62千件、2千件抑制
計		△20億円	
課金件数の増加による増益など		＋7億円	LPガス事業、CATV事業、法人向け通信事業
連結営業利益 前年同期比		△13億円	

13

通期の連結業績予想

◎ 平成30年3月期の業績予想は、将来の成長に向けて収益基盤拡大を図るべく、エリア拡大、情報新サービスの販促、リテール顧客の解約防止等の先行費用他を織込み、前期比13億円の減益を見込む。

◎ 現時点で通期連結業績予想(平成29年5月9日公表)に変更なし。

(単位:百万円)

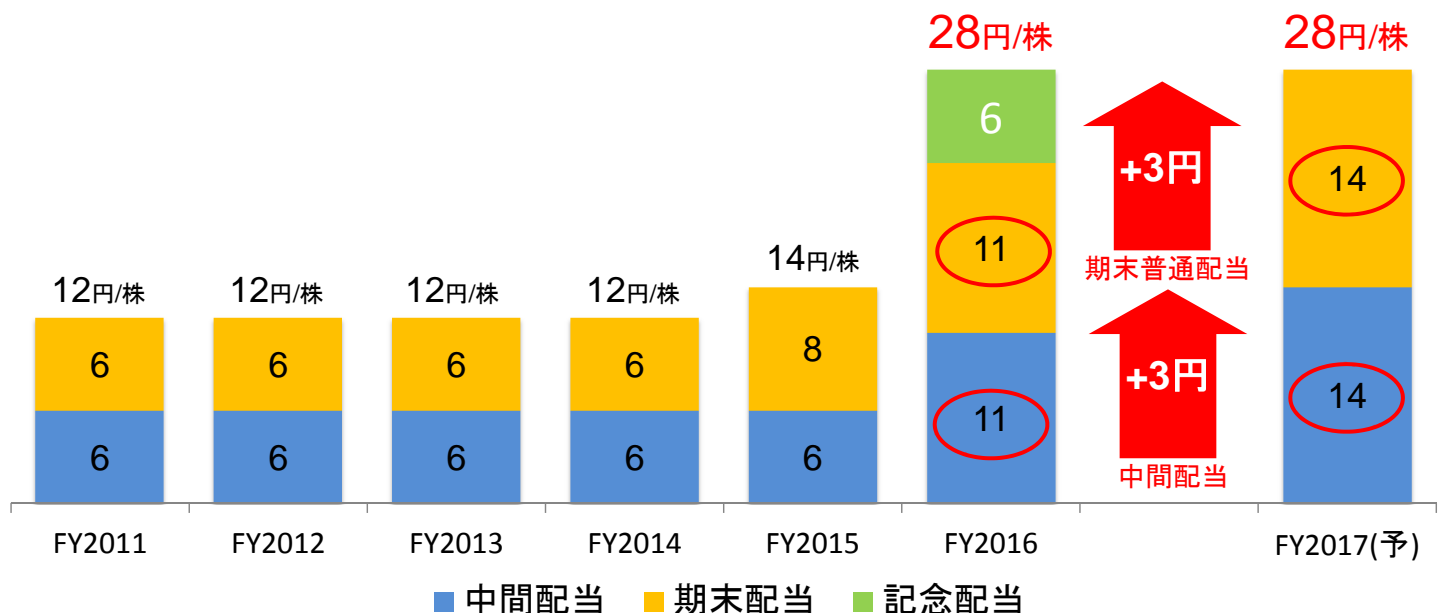
	当期予想 (平成29.4.1～平成30.3.31)	前期実績 (平成28.4.1～平成29.3.31)	前期比	
			増減額	増減率
売上高	189,400	178,631	+10,769	+6.0%
営業利益	11,410	12,750	△1,340	△10.5%
経常利益	11,360	12,775	△1,415	△11.1%
当期純利益	6,450	7,337	△887	△12.1%
1株当たり利益	50.88円	64.46円	△13.58円	△21.1%

14

配当予想

◎ 中間配当は14円/株で前年中間配当11円/株に対し3円の増配。

◎ 期末配当は期初予想の14円に変更なし。前期の年間28円を維持(前期の期末配当17円/株には記念配当6円を含んでおり普通配当は11円/株)。



15

LPガス事業について

グループのLPガス事業～ポジションとシェア

- ◎ 当社は直売消費者件数で業界第3位
- ◎ 静岡県内シェアは22%(LPG消費世帯80万世帯のうち当社顧客18万世帯)
- ◎ 関東圏では7%(LPG消費世帯614万世帯のうち当社顧客40万世帯)

順位	会社名	直売消費者数 (件)
1	岩谷産業(株)	870,000
2	日本瓦斯(株)	760,000
3	(株)TOKAI	593,856
4	東邦液化ガス(株)	351,000
5	(株)ミツウロコ	350,000
6	伊藤忠エネクス(株)	343,983
7	ENEOSグローブエナジー(株)	320,000
8	(株)サイサン	287,886
9	(株)ガスパル	250,106
10	堀川産業(株)	220,000
～	～	～
	合計	22,819,000

静岡県(18万世帯)

- LPG消費世帯80万世帯
- 静岡県内シェア22%(静岡県内トップシェア)

(出所: (株)石油化学新聞社「LPガス資料年報 VOL51 2017年版」(H29.3.30発行))

関東圏(40万世帯)

- LPG消費世帯614万世帯
- 当社シェア7%(関東で第2位)

(出所: (株)石油化学新聞社「LPガス資料年報 VOL51 2017年版」(H29.3.30発行))

LPガス事業を取り巻く外部環境～市場予測

- ◎ 家庭業務用ガス需要は2016年度の626万トンが2020年度には581万トンと、年率1.8%減少する見通し
- ◎ LPガス消費世帯数も2016年度2,420万世帯が2020年2,360万世帯と、年率0.6%減少すると予測

(1) LPガス需要予想

	2016年度 (平成28年度)	2020年度 (平成32年度)	2016年対比		年率 (%)
			増減	%	
家庭業務用	6,258千 t	5,813千 t	△445千 t	△7.1	△1.8
工業・都市ガス用	4,978千 t	5,592千 t	+614千 t	+12.3	+3.0
一般用合計	11,236千 t	11,405千 t	+169千 t	+1.5	+0.4

(出所: 経済産業省石油市場動向調査WG資料 2017.4.3付)

(2) 消費世帯数

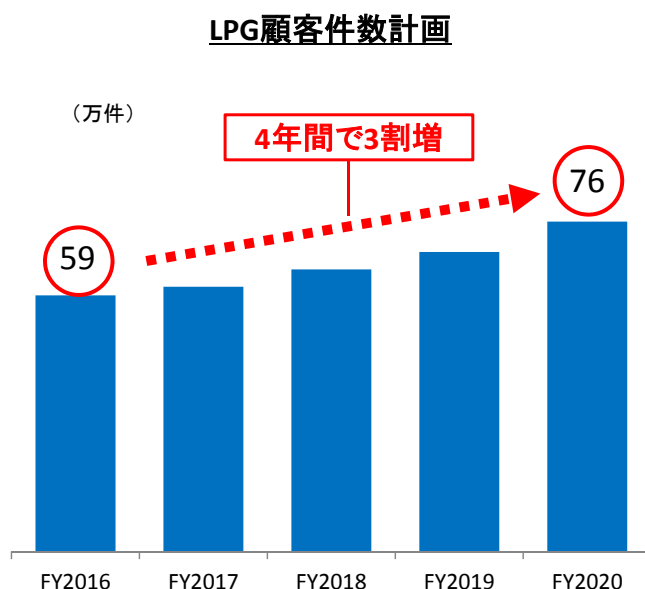
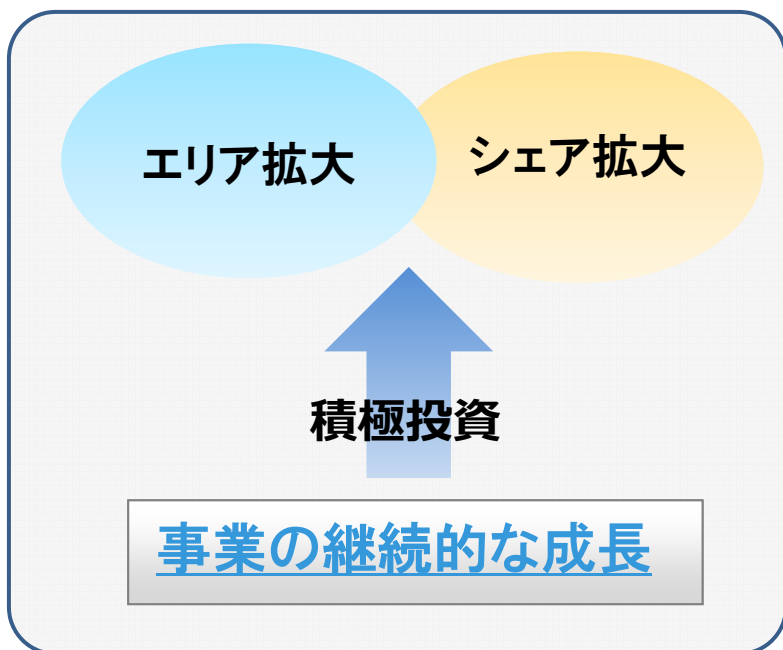
	2016年度 (平成28年度)	2020年度 (平成32年度)	2016年対比		年率 (%)
			増減	%	
総世帯数	52,950千世帯	53,053千世帯	+103千世帯	+0.2	+0.1
LPG消費世帯	24,189千世帯	23,578千世帯	△611千世帯	△2.5	△0.6
総世帯構成比	45.7%	44.4%	△1.2%		

(出所: 石油化学新聞社、2017年版LPガス資料年報)

18

LPガス事業の中期計画～方針と件数拡大計画

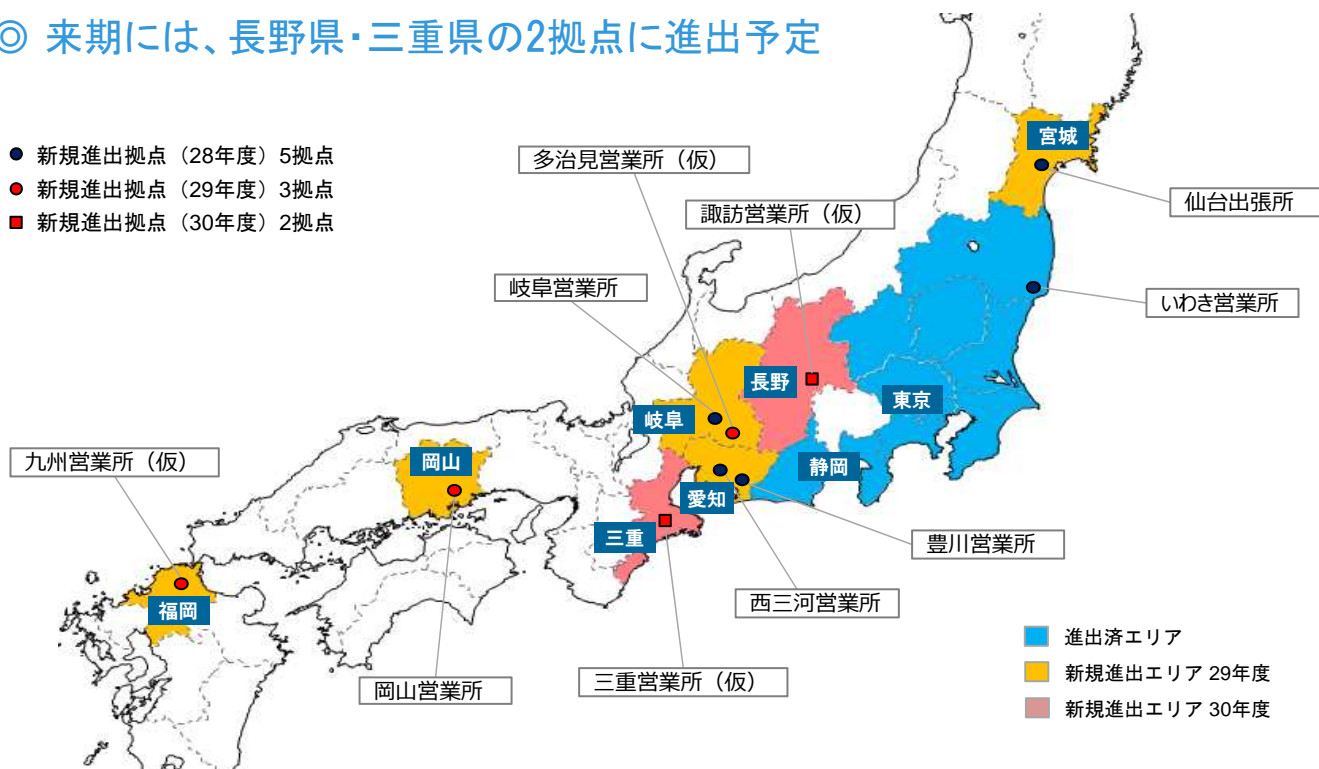
- ◎ LPガス市場は成熟し、家庭・業務用は縮小基調
- ◎ エリア拡大、シェア拡大に向けた積極投資を実施し、事業の継続的な成長を実現
- ◎ 顧客件数を4年間で3割増の76万件まで拡大させる計画



19

営業エリアの拡大施策

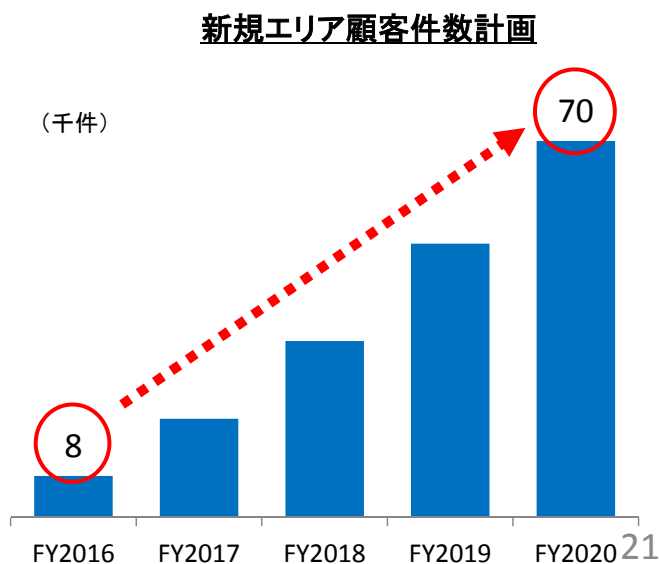
- ◎ 2015年度より中部エリア(岐阜県・愛知県)、東北エリア(宮城県)の5拠点(いわき、仙台、豊川、岐阜、西三河)に進出
- ◎ 今期は岡山に進出。今期末までには更に2拠点(多治見・九州)へ進出予定
- ◎ 来期には、長野県・三重県の2拠点に進出予定



新規エリアの顧客基盤獲得を目指す

- ◎ 既存エリアにおける当社シェアは8.4%(LPG消費世帯694万世帯のうち当社顧客58万世帯)
- ◎ 新規エリアにおいては、全10拠点のLPG消費世帯418万世帯に対し、各拠点が1万件の顧客基盤獲得を目指す
- ◎ 4年後の2020年度には新規エリアの顧客件数を70千件に拡大する計画

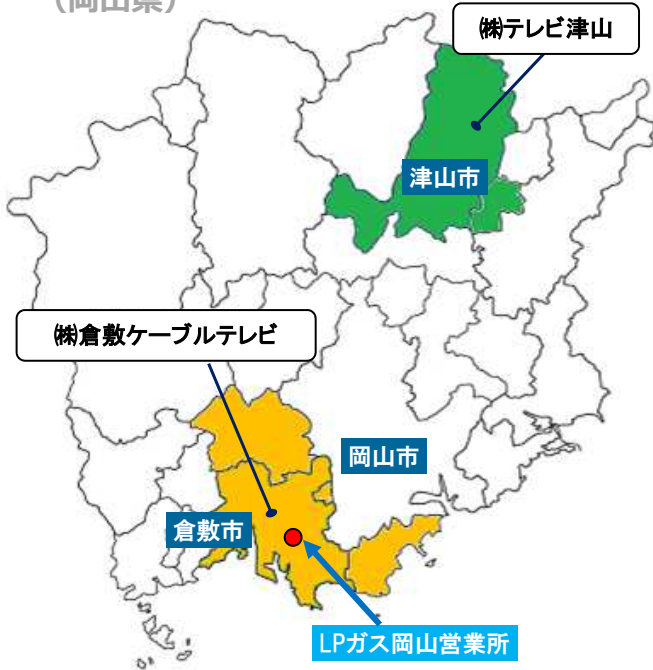
	既存エリア (実績)	新規エリア (計画)
LPG消費世帯数	694万世帯	418万世帯
当社顧客	58万世帯	10万世帯
シェア	8.4%	2.4%



岡山エリアでもLP事業を展開

- ◎ 新規エリアのうち岡山(倉敷)については、当社グループのCATV事業を展開しており、そのエリアで新たにLPガス事業を開始
- ◎ CATV事業の知名度や顧客基盤を活かして積極的な営業活動が可能

(岡山県)



(株)倉敷ケーブルテレビ	
提供エリア総世帯数	26万件
▪ 放送顧客	9万件 (提供エリア世帯の約35%)
▪ 通信顧客	3万件

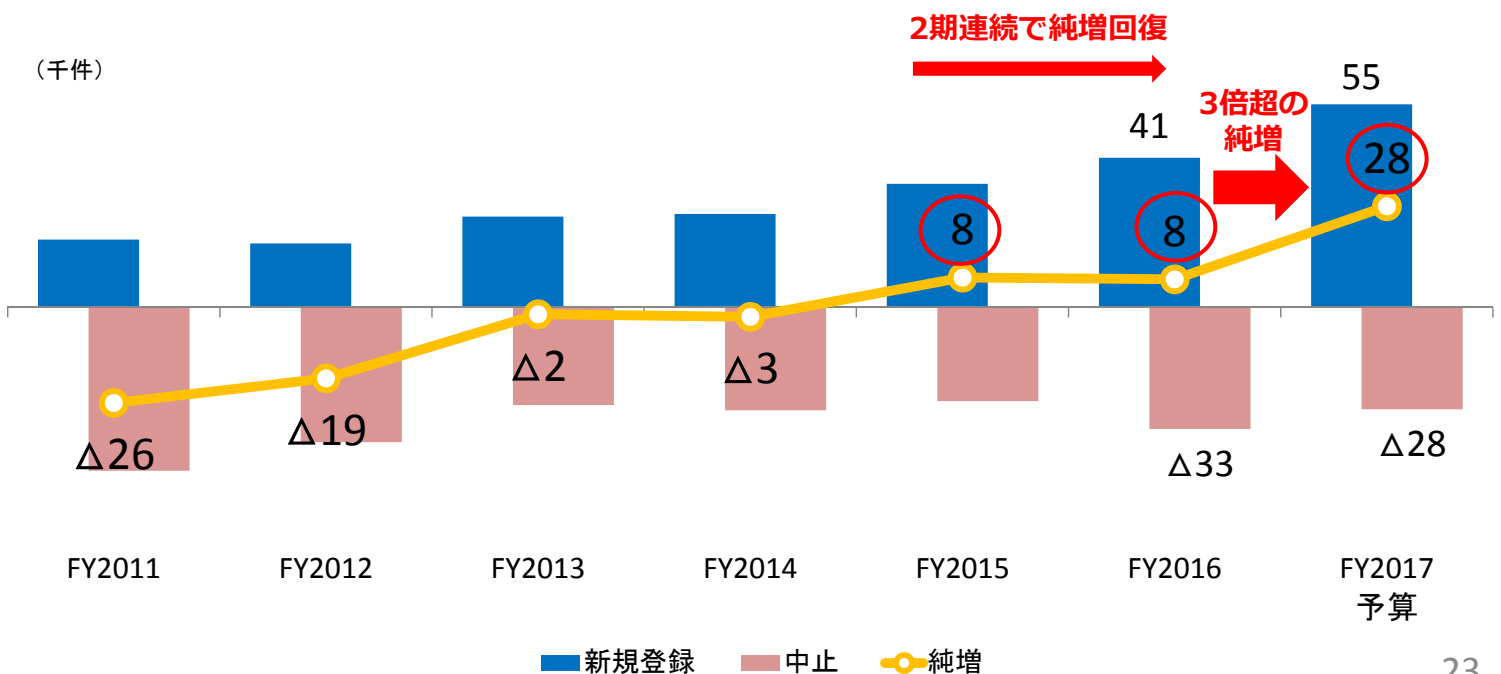
知名度・顧客基盤を活用

積極的な営業活動

22

顧客純増件数の推移～前期の3倍超を計画

- ◎ 2014年度まで純減傾向が続いていたが、直近2期連続で純増を回復
- ◎ 今期は先行投資をかけ、新規登録件数を伸ばす一方で解約防止にも注力
- ◎ 年間で前期の3倍超となる28千件の純増を目指す



23

情報通信事業について

グループ情報通信事業～リテール向け 市場予測

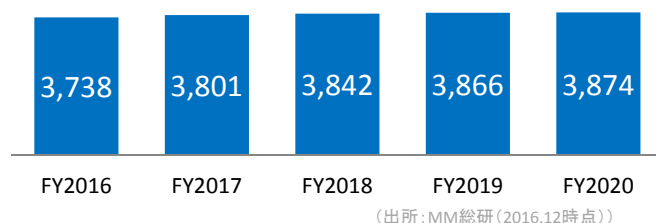
- ◎ 情報通信事業の構成はリテール向けと法人向けの2本柱
- ◎ 国内ISP事業者において当社は売上高で業界第4位
- ◎ 静岡エリアにおけるシェア(TNC)23.1%、関東営業拠点エリアにおけるシェア(@T-com)4.1%
- ◎ ブロードバンド市場は年率1%の微増トレンドだが、MVNO市場は大きな成長が見込まれる

順位	事業者名	部門売上高 (百万円)
1	NTTコミュニケーションズ(OCN)	153,580
2	ジュピターテレコム	116,604
3	ニフティ(@nifty)	52,982
4	TOKAIコミュニケーションズ (@TCOM/TNC)	20,076
5	イツ・コミュニケーションズ (iTSCOM.net)	8,922

※ 2014.11.5付、日経流通新聞

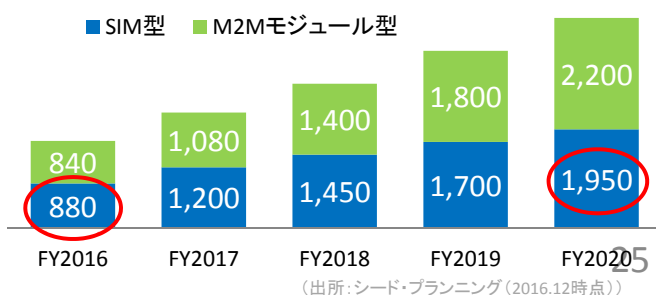
固定ブロードバンド市場予測

(万件)



MVNO契約件数市場予測

(万件)

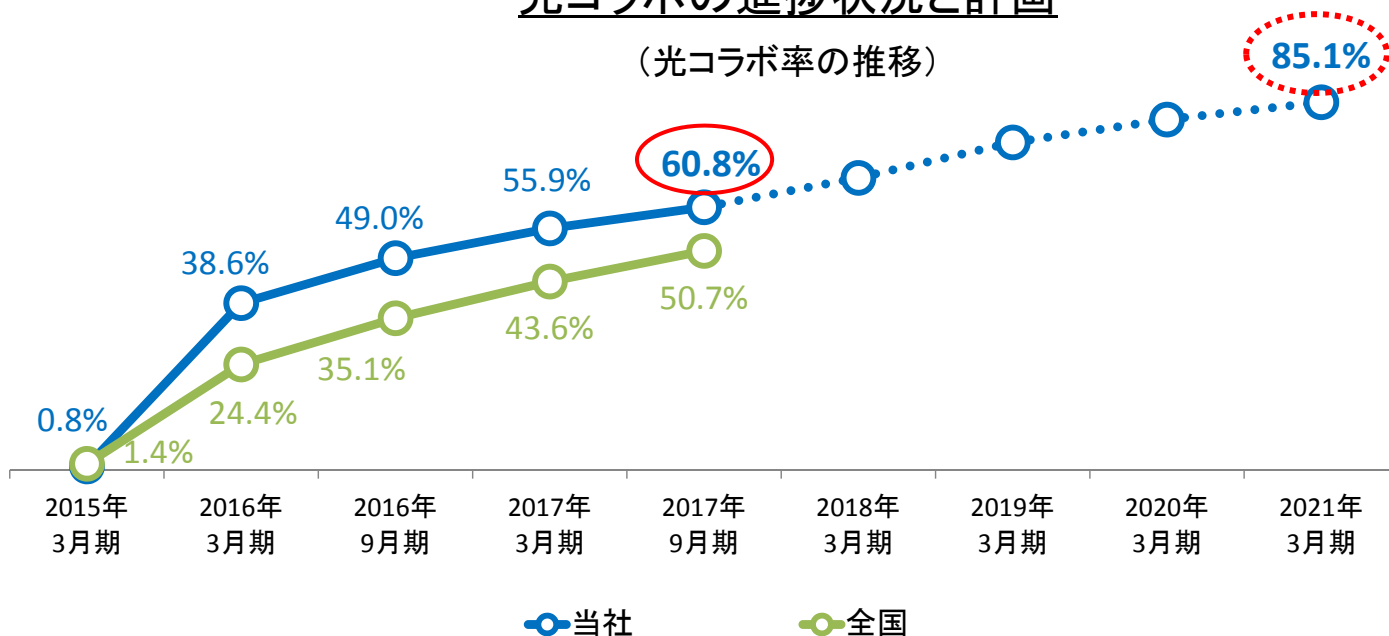


光コラボ販促を強力に推進

- ◎ 当中間期までに光コラボ率を61%まで進捗
- ◎ 4年後までに光コラボ率を85%まで高めていく計画

光コラボの進捗状況と計画

(光コラボ率の推移)

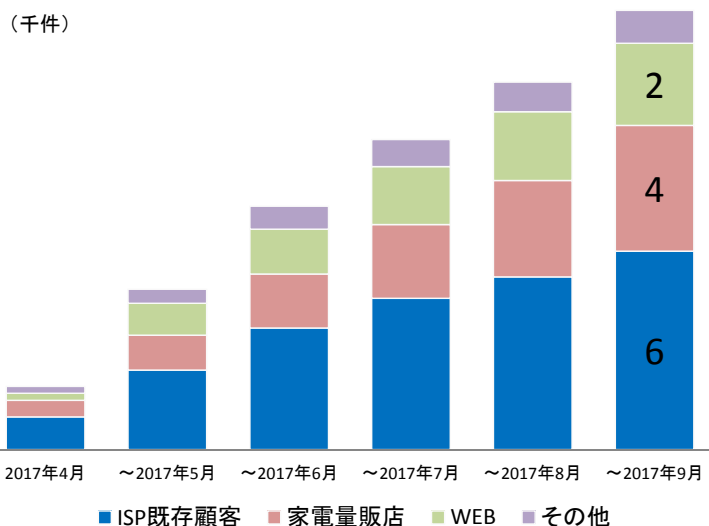


$$\text{光コラボ率} = \frac{\text{光コラボ<転用+新規>期末件数}}{\text{フレッツ光期末件数+光コラボ<転用+新規>期末件数}}$$

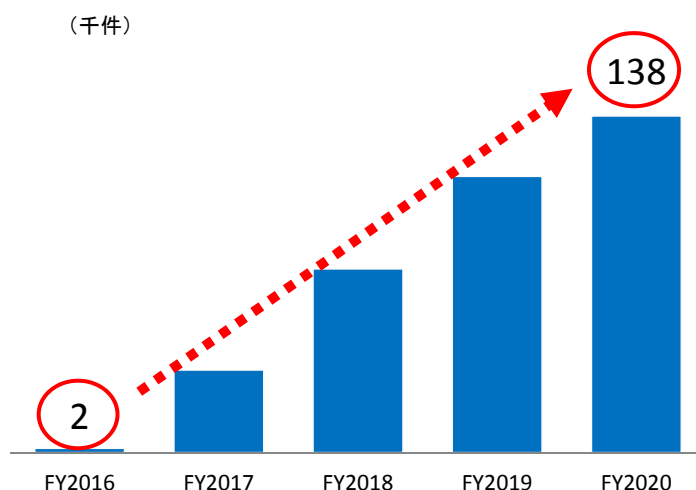
MVNOの順調な立上げ

- ◎ 今年2月に格安SIMサービス「LIBMO」の発売開始
- ◎ TLCビジョンを具現化する戦略商品として順調な立上げ
- ◎ 販売チャネルでは、既存ISP顧客、家電量販店、WEBルートが好調
- ◎ 市場拡大を追い風に、4年後の件数を14万件まで伸ばす計画

主要チャネル別獲得件数(累計)



LIBMO顧客件数計画



グループ情報通信事業～法人向けビジネスの基盤

- ◎ 総延長6,000kmに及ぶ光ファイバーネットワークを自前で構築
- ◎ 通信需要が最も高い関東圏から東京・名古屋・大阪を經由し岡山に至るエリアに施設
- ◎ データセンタ、光ファイバーネットワーク、システム開発力の三位一体の総合的なソリューションを提供

グループの情報通信事業やCATV事業のバックボーン
となっている光幹線の
敷設総距離は 約 **6,000km**

(敷設総距離の内訳)

情報通信事業 2,618 km

CATV 事業 3,551 km

※幹線・支線含む(引き込み線は除く)

※2017年3月末現在

岡山データセンタ



岡山

名古屋

大阪

焼津

厚木

大手町



静岡データセンタ

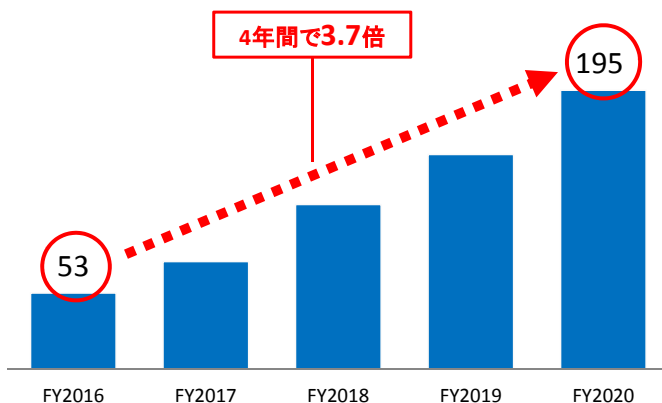
28

クラウド関連が大きく成長

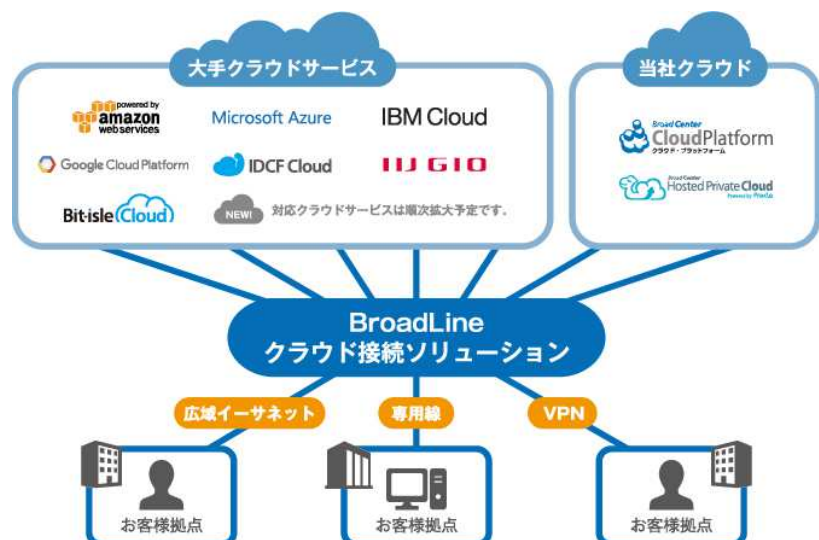
- ◎ 大きな成長が見込まれるクラウド関連サービスに注力
- ◎ 法人向けネットワーク市場におけるクラウド接続サービスは2016年度の53億円が2020年度には195億円と、3.7倍の成長
- ◎ 最大手AWSのほか、大手パブリッククラウドとの接続ソリューションをフルカバー

法人向けクラウド接続サービス市場予測

(億円)



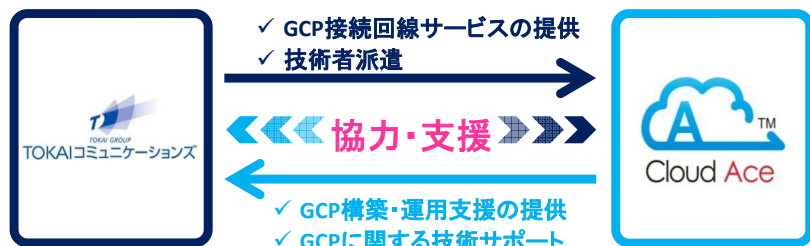
(出所: 富士キメラ総研(2016年9月)、IDC Japan(2017年1月))



クラウドエース社との資本業務提携

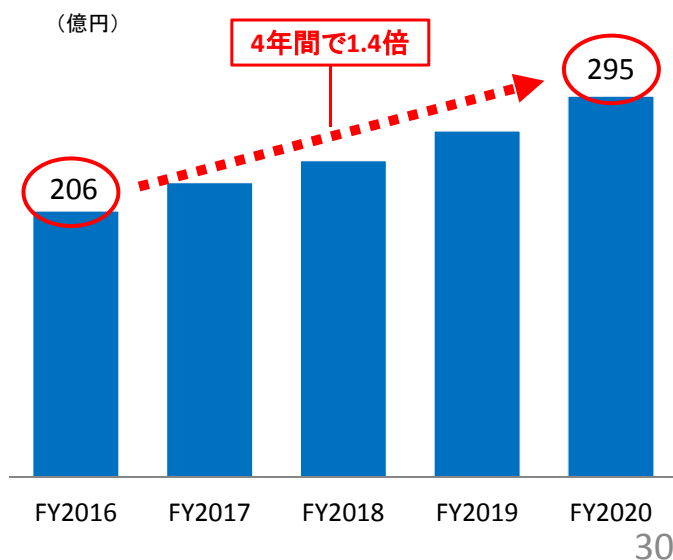
- ◎ グーグルクラウド専業国内No.1のベンチャー企業 クラウドエース社と資本業務提携
- ◎ 成長分野であるクラウドソリューションにおける売上高は前年比2倍超の伸び
- ◎ 4年後には法人向け通信事業の売上高を2016年の206億円から、295億円に成長させる

クラウドエース社との提携によるシナジー効果



- クラウドサービス提供範囲の拡大
- 接続回線サービスの拡販
- 人材育成、資格取得

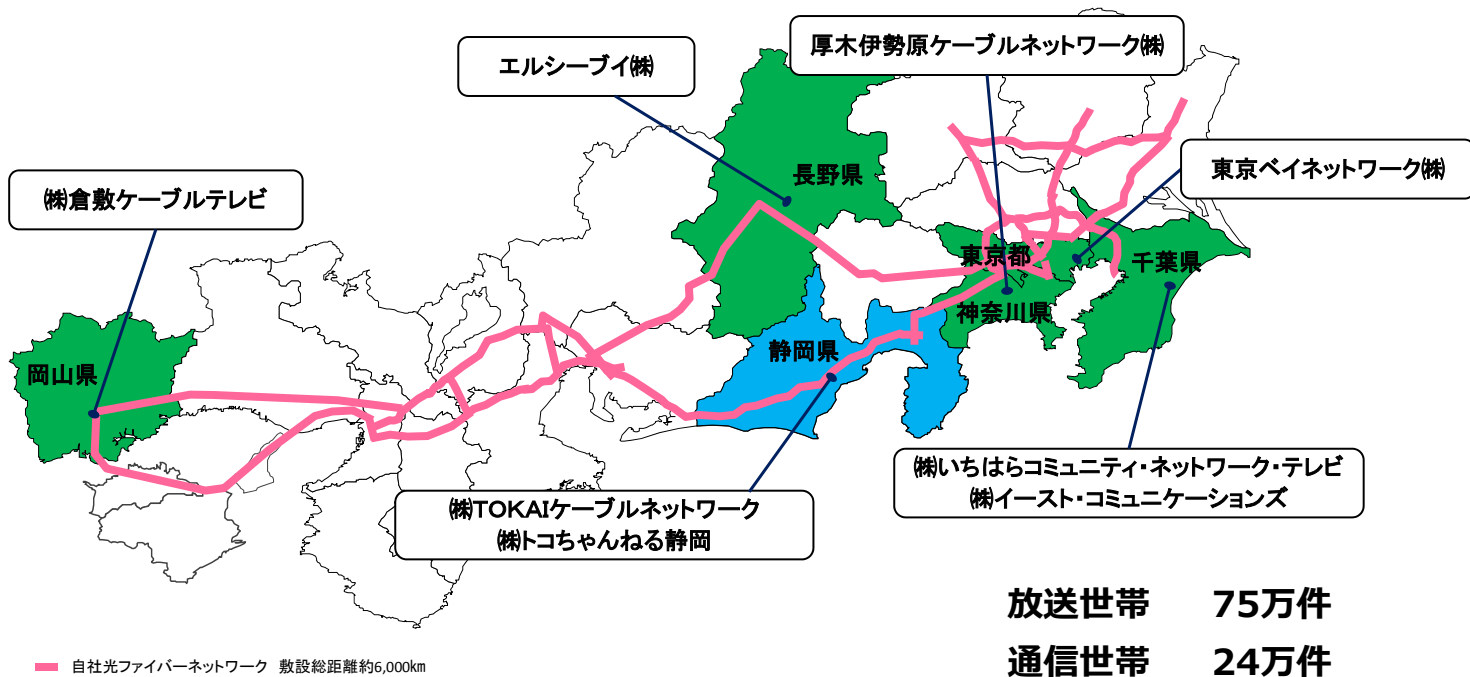
法人向け通信事業の売上高中期計画



CATV事業について

グループのCATV事業

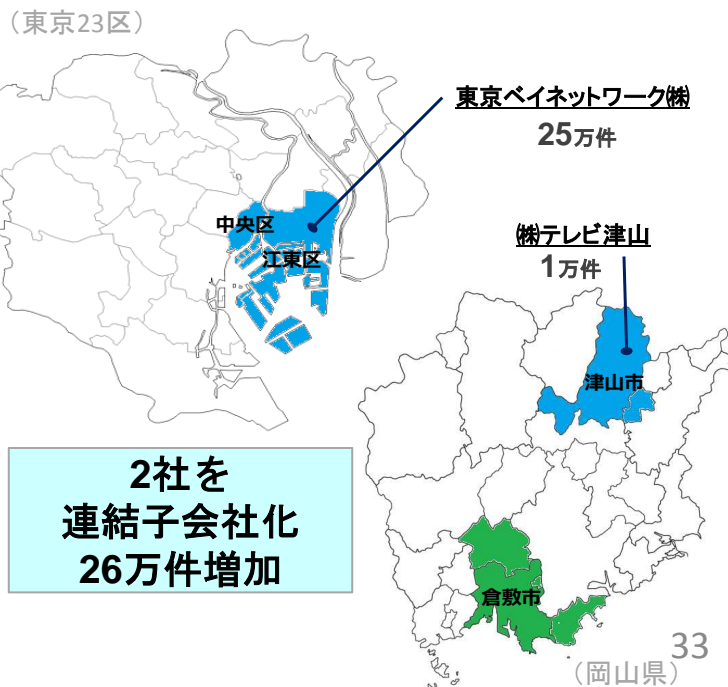
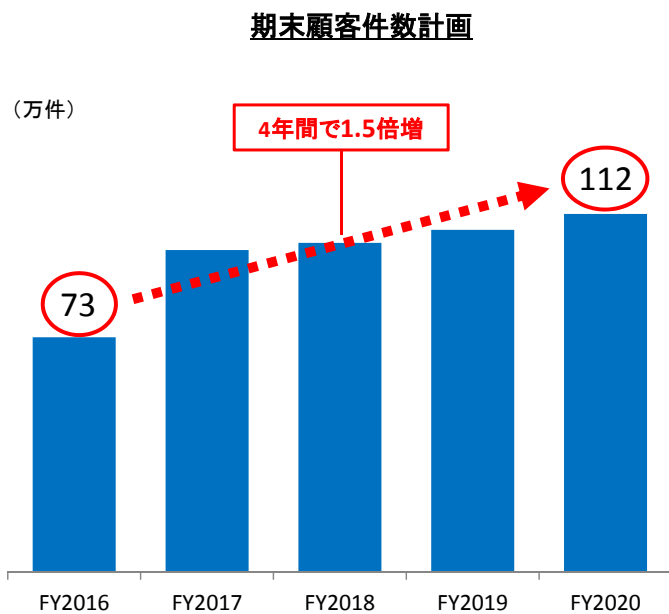
- ◎ 静岡県、東京都、神奈川県、千葉県、長野県、岡山県の1都5県で事業を展開
- ◎ 顧客数は、放送75万件、通信24万件の合計99万件(2017年9月末時点)



放送世帯	75万件
通信世帯	24万件
計	99万件

CATV事業の中期計画～M&Aによる拡大

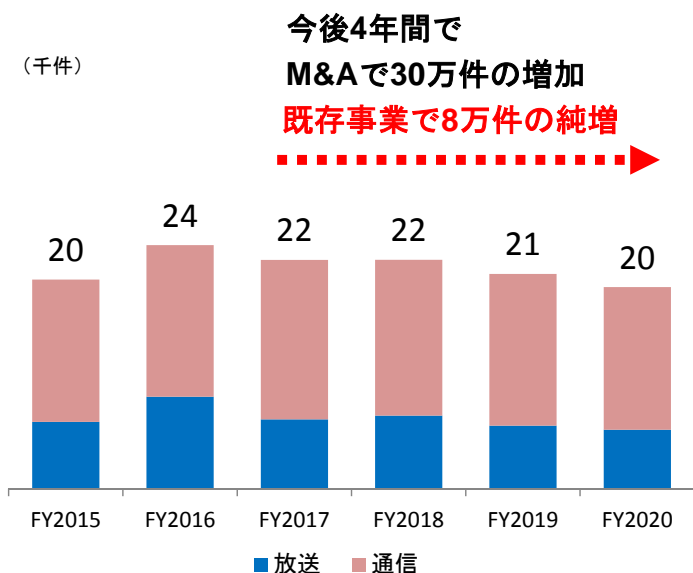
- ◎ 4年間で前期末の顧客件数(73万件)を1.5倍増、38万件増やす計画(うち、30万件はM&A)
- ◎ 今年7月に東京ベイネットワークの株式を追加取得して連結子会社化
- ◎ 本日、岡山県津山市にあるテレビ津山の連結子会社化を公表



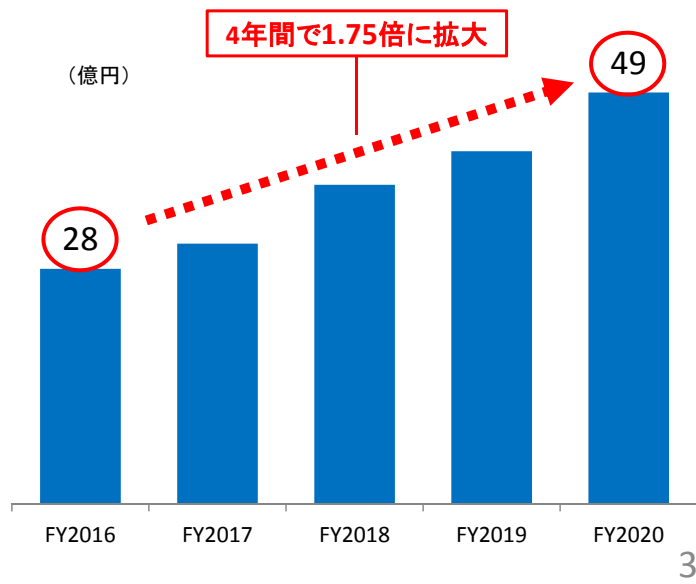
CATV事業の中期計画～顧客件数拡大による増益

- ◎ M&A以外にも、今後4年間で毎年2万件、8万件の純増を見込む
- ◎ 過去も2万件ペースで純増させてきており、十分達成可能
- ◎ 営業利益も4年後には前期の1.75倍への増益を見込む

純増件数計画



営業利益計画



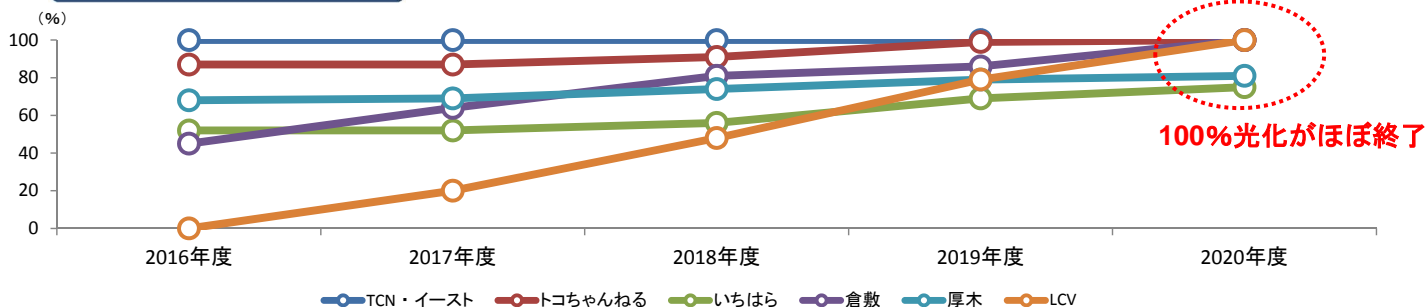
グループCATV事業の強み～自前の光ファイバー網

- ◎ 放送と通信の融合の時代を見据え、平成18年よりFTTH化を推進
- ◎ 2020年度までには、当社CATVエリアの100%光化がほぼ終了する見込み
- ◎ これらが放送と通信顧客の増加をもたらし、今後の事業拡大に寄与

【放送光化】 FTTH … 配信能力・障害耐性・耐久性に優れる



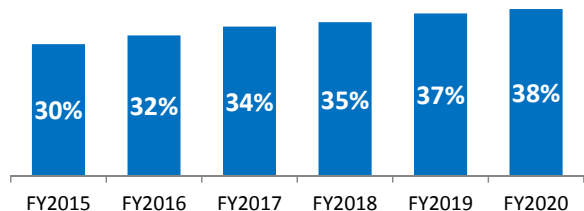
放送光化スケジュール



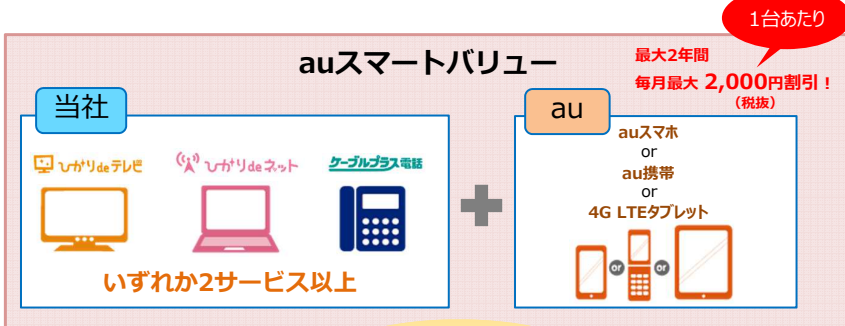
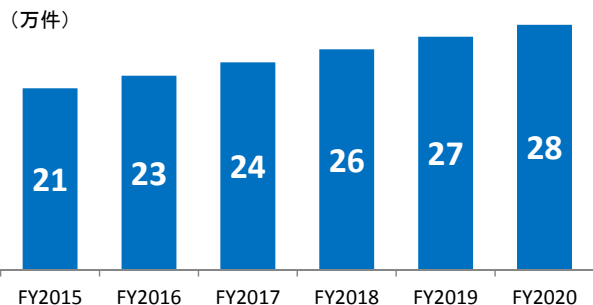
グループCATV事業の強み～キャリアとの連携

- ◎ 当社CATVエリアにおける固定ブロードバンド通信サービスの当社シェアは30%超
- ◎ 収益率の高い自前のFTTHサービス顧客は順調に増加
- ◎ 大手キャリアとのアライアンスは両者の営業チャネルやユーザ層の違いもあり、お互いWIN-WINの関係

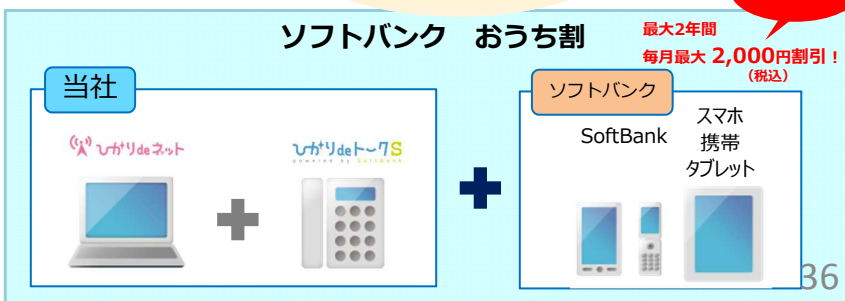
固定ブロードバンド通信サービスシェア



顧客件数計画(通信)



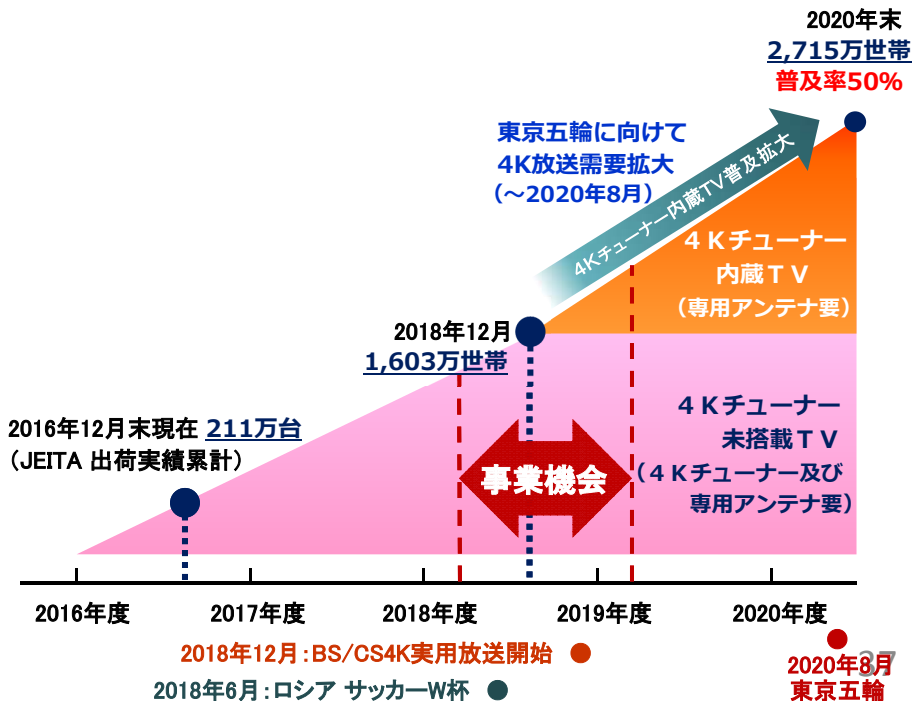
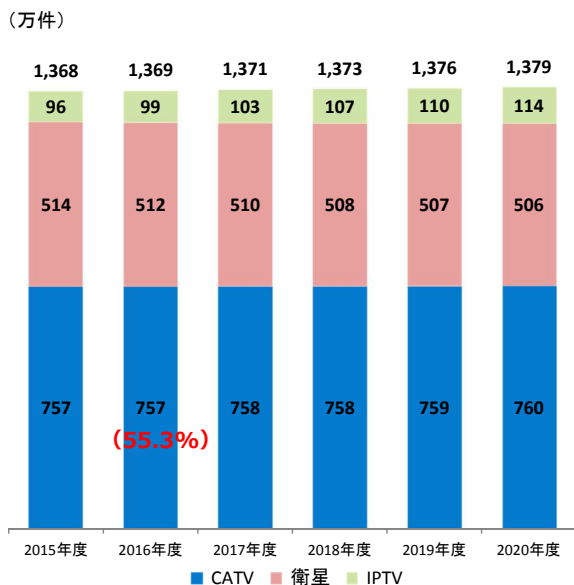
WIN-WIN



グループCATV事業の強み～4K放送への対応

- ◎ 有料放送(CATV・衛星・IPTV)の視聴者のうち55%がCATVを視聴
- ◎ 東京五輪が開催される2020年には4Kテレビが50%普及すると予想
- ◎ 4K放送に対応可能な光ファイバーによる需要の拡大が見込める

有料放送世帯数予測

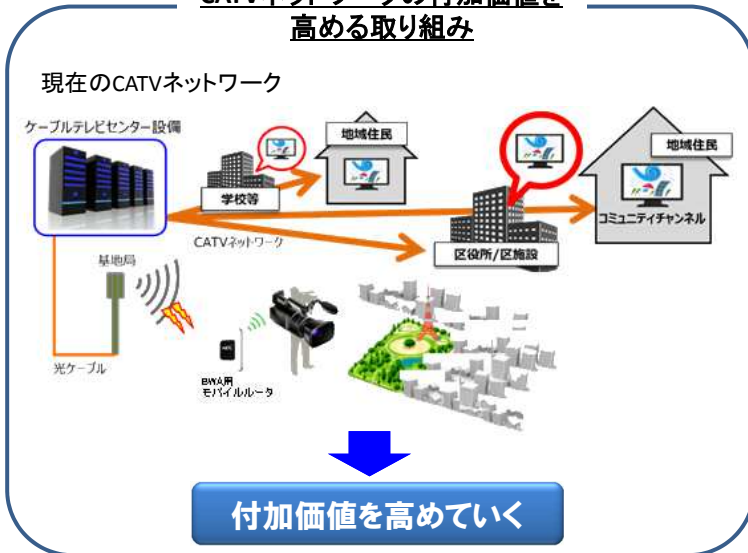


(出所: 野村総合研究所「ITナビゲーター2017年版」)

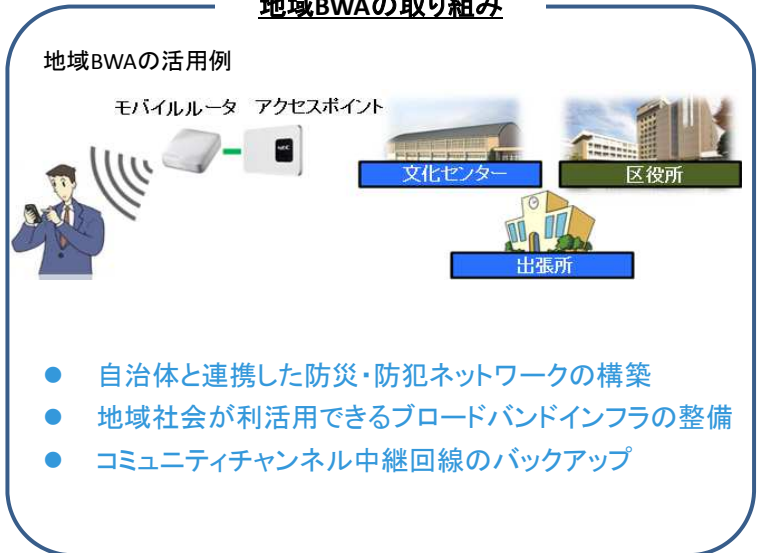
グループCATV事業の強み～ネットワークの付加価値向上に向けて

- ◎ 今後普及が進むIoTビジネスなど、時代が求めるサービスを提供していく
- ◎ CATVネットワークの付加価値を高める投資
- ◎ 地域無線ネットワーク“BWA”（Broadband Wireless Access）の積極的な取り組み
- ◎ これらの取り組みがCATV事業の継続、永続的に成長するための鍵

CATVネットワークの付加価値を高める取り組み



地域BWAの取り組み



38

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 IR室
〒105-0022 東京都港区海岸1丁目9番1号 浜離宮インターシティ
TEL: (03)5404-2891
FAX: (03)5404-2786
<http://tokaiholdings.co.jp>
e-mail: hd-info@tokaigroup.co.jp

うれしいをつなく。ひろげる。



39