

2018年3月期 決算説明会資料

2018年5月9日
株式会社TOKAIホールディングス
(証券コード:3167)

2017年度決算のハイライトと 2018年度の要諦

TOKAIホールディングス
代表取締役社長 鴫田 勝彦

1

本日はお忙しい中、決算説明会にご参集いただきまして誠にありがとうございます。

私からは、昨日発表した2017年度決算のハイライトをまずお話しし、その後、2018年度の要諦について説明します。

2017年度決算のハイライト

▶ 昨年5月に公表した中期経営計画「Innovation Plan 2020 “JUMP”」初年度が極めて順調に進捗した

◎ 収益基盤である顧客件数は期首から31万件(+12.2%)純増

- LPガス事業、CATV事業、新規のLIBMO等の顧客獲得が順調に推移。年間の顧客純増数は、前期の年間顧客純増数6千件の6倍強となる39千件。
- さらに、M&Aを2案件仕上げたことにより27万件が加わり、想定どおり収益基盤を拡充。

◎ 売上高は1,861億円と顧客増加等により前期比74億円(+4.2%)の増収

- 利益面では期初に将来の成長を見据えた先行コスト投入による減益を想定、概ね想定線での着地。

◎ 引続き財務体質の改善をさらに進捗

- 自己資本比率が前期末から1.8pt向上して36.3%に。
- 引続き有利子負債残高を削減、有利子負債/EBITDA倍率も前期末の1.9倍を維持。

2

2017年度決算のハイライトについて、次の3点です。

1つめとして、グループの収益基盤である顧客件数が期首の256万件から31万件(12.2%増)増加して、期初に計画したとおりの288万件を達成したことです。

LPガス事業、CATV事業、新たに立ち上げたMVNOなどの新規顧客獲得が順調に進捗、年間の純増数が前期の6千件に対し6倍強の39千件に達しました。さらにCATV事業のM&Aを2案件仕上げたことにより27万件が加わり、想定どおり収益基盤の拡充を進めることができました。

2つめとして、売上高が1,861億円と、顧客件数の増加等により前期比74億円(4.2%増)の増収を達成したことです。

利益面では、期初に将来の成長を見据えた先行コストを積極的に投入して顧客基盤を拡充、その効果により2018年度からの最高益更新基調にのせていく年度と位置づけ、減益を想定しておりました。業績は全体として概ね期初の想定線で着地となりました。

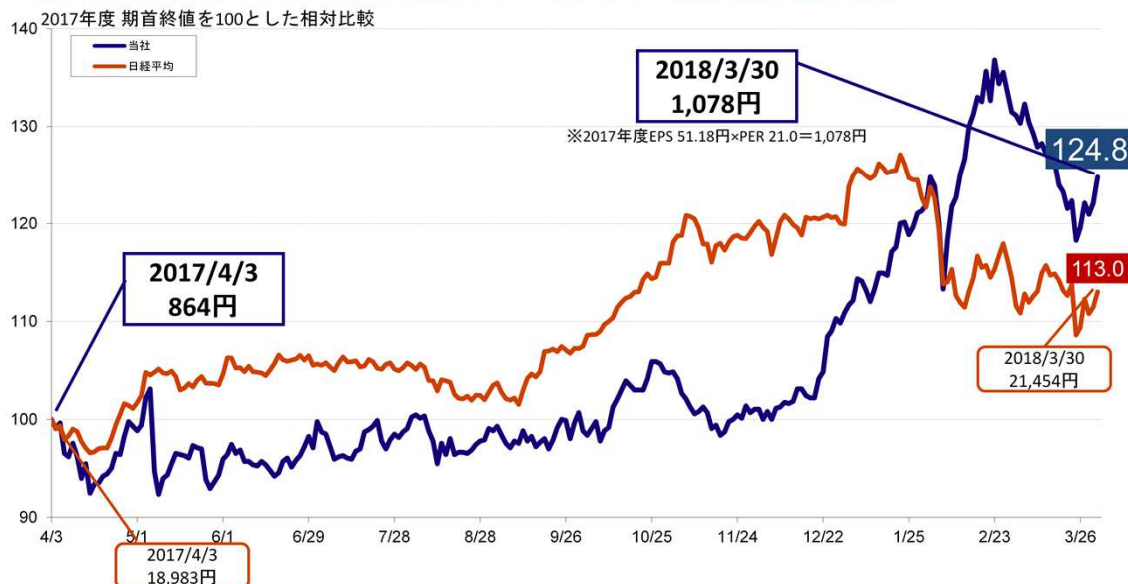
3つ目として、財務体質の改善を更に進めたことです。

当期純利益(66億円)の計上に加えて、2015年度に発行した転換社債型新株予約権付社債の転換(期首残高28億円のうち24億円が転換、4億円が繰上償還)が進んだことにより、自己資本比率が前期末の34.5%から1.8ポイント向上して36.3%となりました。有利子負債残高も510億円と、前期末の541億円から32億円を削減、有利子負債/EBITDA倍率も前期の1.9倍の水準を維持しました。

以上の3点が2017年度決算のハイライトとなりますが、昨年5月に公表した、2016年度の営業最高益128億円を2020年度に225億円まで引き上げていく中期経営計画IP20 JUMPの初年度が極めて順調に進捗したと評価しています。

期待に応えさらに成長させていく

- 2017年度期首から25%値上がり。同期間の日経平均株価の上昇幅(13%)をアウトパフォームした。
- 株価1,078円はPERで21倍、東証1部平均の14.79倍を上回る評価。



2017年度の当社株価については、期首(4月3日)の終値864円に対し、期末(3月30日)の終値が1,078円と、25%値上がりし、この期間の日経平均株価(18,983円→21,454円、13%上昇)をアウトパフォームする実績となりました。

株価1,078円の評価としては、PERが21倍(2017年度のEPS(実績)が51.19円)であり、東証1部の平均14.79倍を上回っています。

2017年度は、顧客基盤拡大に向けた先行投資を積極的に行うことにより、2016年度の最高益計上から一転減益となる業績予想でありましたが、IP20 JUMPで掲げた成長戦略に対し、マーケットからの期待度が高まったものと認識しています。

そのご期待に応えてグループをさらに成長させていくことが重要だと考えています。

2018年度の要諦について

4

つぎに2018年度の要諦について説明します。

4年間にFY2016比2倍とする中計

- 売上高をFY2016比1.9倍の3,393億円に、営業利益も同1.8倍の225億円に、顧客件数も同1.7倍の432万件以上に成長させるアグレッシブな中期計画。
- 資本効率も重視し、有利子負債/EBITDA倍率2.6倍、自己資本比率31.6%、ROE13.0%を計画する。

(単位：億円)	FY2016 実績	FY2017 計画	FY2018 計画	FY2019 計画	FY2020 計画
売上高	1,786	1,894	2,020	2,244	(1.9倍) 3,393
営業利益	128	114	140	162	(1.8倍) 225
当期純利益	73	64	79	87	(1.6倍) 115
総資産	1,611	1,698	1,738	1,912	(1.8倍) 2,834
有利子負債/EBITDA倍率	1.9倍	2.0倍	1.7倍	1.8倍	2.6倍
自己資本比率	34.5%	33.9%	35.6%	34.9%	31.6%
ROE	15.2%	11.1%	12.8%	13.0%	13.0%
顧客件数(万件)	256	288	299	372	(1.7倍) 432以上

※()はFY2016比較

5

まずは、改めまして中期経営計画IP20 JUMPのおさらいとなりますが、IP20 JUMPは、当社の創立70周年となる2020年度までの4年間の計画です。

最終年度である2020年度に売上高3,393億円、営業利益225億円、当期純利益115億円、顧客件数432万件以上と、2017年度からの4年間において、2016年度実績との対比で全ての数値をほぼ倍増水準に引き上げるアグレッシブな目標を掲げています。

IP20 “JUMP” 4つのキーメッセージ

➤ 2017年度からの4年間において、以下の4つのキーメッセージに沿って、成長を加速させる戦略を遂行していく。

1. 守りから攻めの経営に

2. M&Aの推進

3. 利益成長、ROE重視

4. 株主重視の姿勢は変わらない

6

この4年間において、

- ① 守りから攻めの経営に
- ② M&Aの推進
- ③ 利益成長・ROE重視
- ④ 株主重視の姿勢は変わらない

の4つのキーメッセージに沿って成長を加速する戦略を遂行していきます。

前期の拡大投資が奏功、過去最高益達成

- 前期に先行コストを積極的に投入した結果、課金件数が積み上がり収益基盤が拡充。
- IP20 “JUMP”の最終年度に向けた転換期となる年度、増益基調に反転させていく。

(単位：億円)	FY2016	FY2017	FY2018
	実績	実績	予想
売上高	1,786	1,861	1,956
営業利益	128	110	140
当期純利益	73	66	79

7

2017年度に先行コストを積極的に投入した結果、課金件数が積み上がり収益基盤の拡充を図ることができました。この拡大投資が功を奏し、2018年度は2期ぶりの過去最高益達成を目指します。

前期の減益からのV字回復を果たし、IP20 JUMPの最終年度2020年度の成長に向け、増益基調に反転させていきます。

業績予想については、後程詳細な説明を担当からさせますが、売上高1,956億円(95億円増収、前期比5.1%増)、営業利益140億円(30億円増益、同27.2%増)、当期純利益79億円(13億円増益、同19.6%増)の達成を目指します。

2018年度の重要な取組み

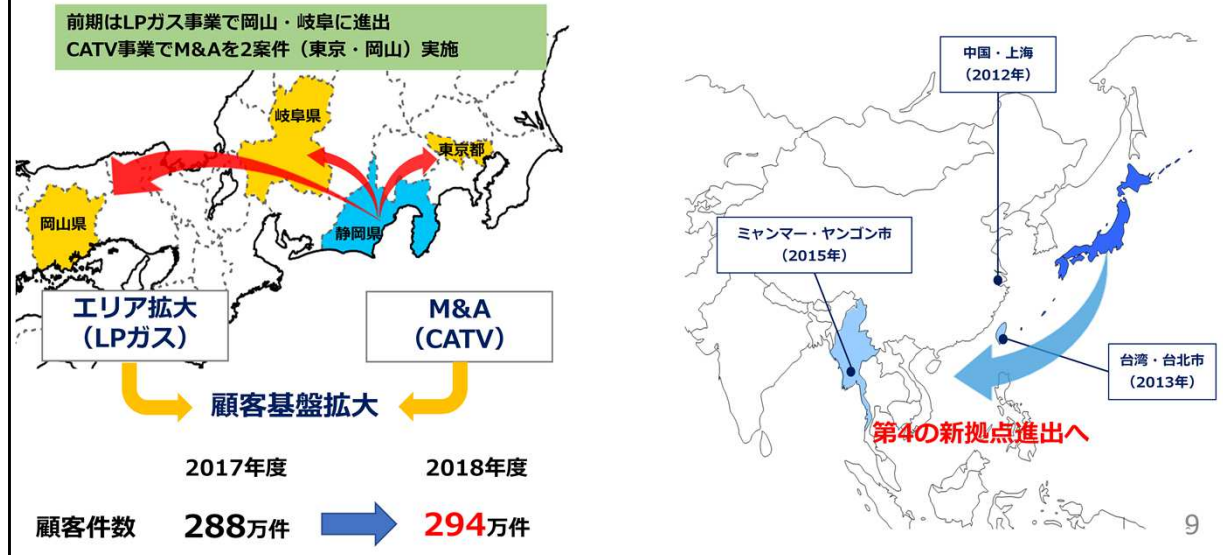
- ◎引続き顧客基盤拡大を継続、海外新拠点進出にも取り組む
- ◎M&AもFY2018期初に都市ガス事業が確定、引続き着実に進捗させる
- ◎ABCIR+Sの専任組織立上げ、事業の変革・成長を目指す

8

続いて、2018年度の重要な取組み(以下3点)について説明します。

引続き顧客基盤拡大、海外新拠点進出も

- ▶ 前期の大幅な顧客基盤純増に引続き、今期も積極的に取り組み年間65千件の純増を計画。
- ▶ 海外事業についても、上海・台湾・ミャンマーに続く、第4の新拠点進出に取り組む。



前期はLPガス事業のエリア拡大(岡山、多治見)や、CATV事業で2社のM&A(東京ベイネットワーク、テレビ津山)を実施したことも寄与して大幅な顧客件数の純増を果たしました。

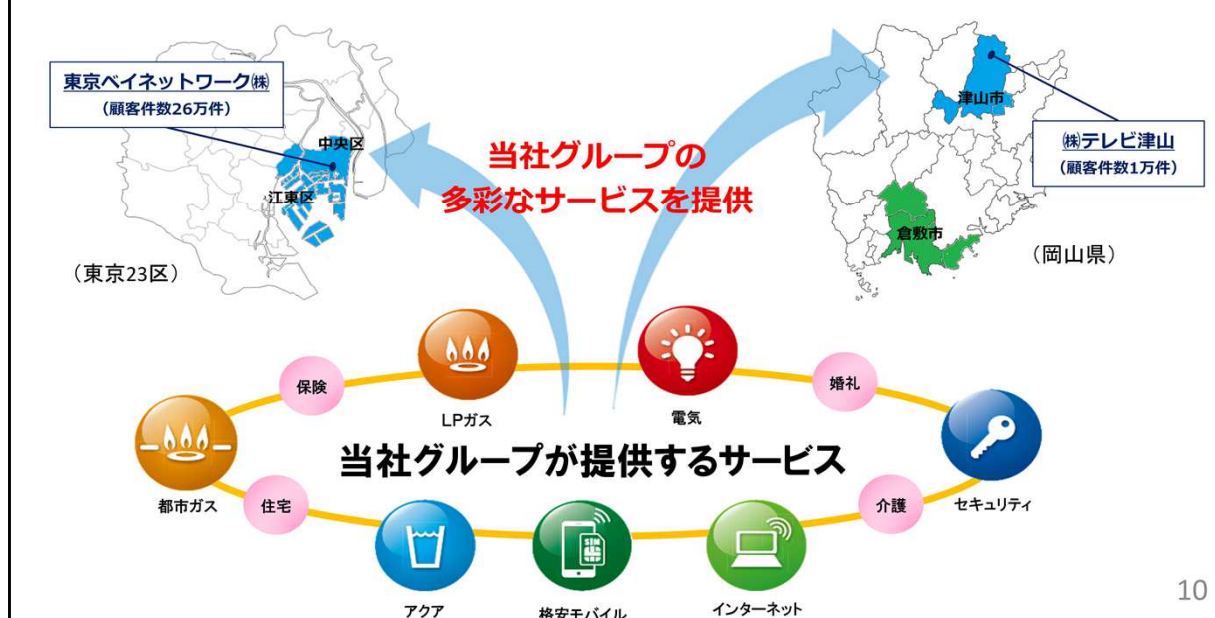
今期についても、引続きIP20 JUMPで掲げた成長を加速する戦略に沿って、顧客基盤の拡大に向けた積極的な取組みを継続していきます。

顧客件数については、期首の288万件から年間65千件(2.3%増)を増加させて294万件とする計画です。

また、海外事業についても、上海(2012年、アクア事業)・台湾(2013年、システム開発)・ミャンマー(2014年、LPガス配管事業)に続く、第4の新拠点進出に向けて取り組んでいきます。

前期にCATV2社をM&A、今後に期待

- IP20 “JUMP”は4年間に1,000億円の戦略的M&A、アライアンス投資を積極展開。
- 2017年度はCATV事業において2社をM&A、今後の成長に大いに期待。

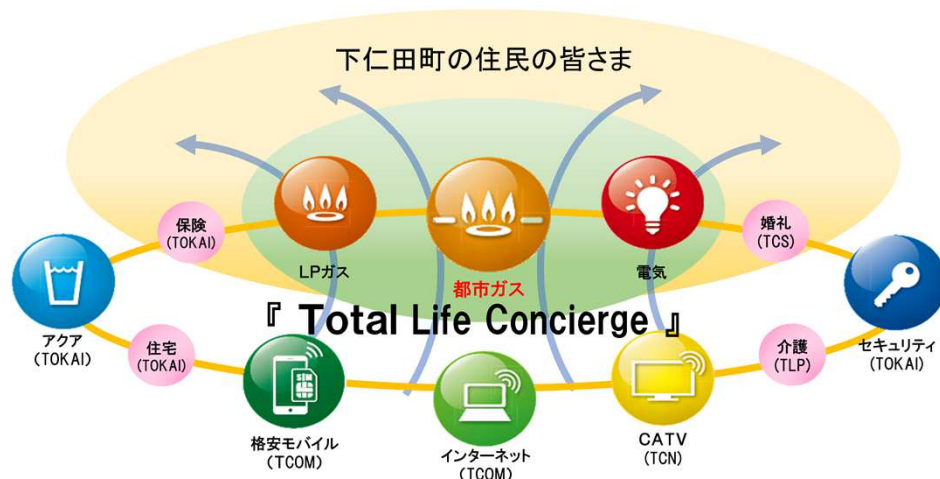


先程ご説明したIP20 JUMPのキーメッセージの1つであるM&Aの推進について、4年間で1,000億円のキャッシュを活用し、戦略的なM&A、アライアンス投資を積極的に展開していく計画に沿って、着実に進捗させています。

2017年度には、CATV事業において、東京ベイネットワーク、テレビ津山の2社を連結子会社としました。東京ベイネットワーク(期末件数26万件)の提供エリアは、中央区・江東区と、今後人口の増加が見込まれている有望なエリアです。テレビ津山(同1万件)も規模は大きくありませんが、グループが展開するLPガスをはじめとした様々な商材で攻めていけるマーケットであり、今後に大きな期待をしているところです。

今期も既にガス事業のM&Aが確定

- 既公表どおり、下仁田町のガス事業譲受けに関して契約成立、2019年4月より引継。
- ガス以外にも、グループが掲げるTLC(トータルライフコンシェルジュ)をビジョンとする、多彩な生活関連サービスを提案し、よりよい暮らしの実現に寄与していく。
- 2018年度も引き続きM&Aやアライアンスを進捗させていく。



現在、26案件・1,900億円のM&A案件を検討中

11

さらに、今期に入って先日公表したとおり、下仁田町が運営するガス事業の譲受けに関して契約が成立し、2019年4月1日より事業を引き継ぐ予定となりました。

当エリアでは都市ガス以外にも、グループが掲げるTLC(トータルライフコンシェルジュ)をビジョンとする、多彩な生活関連サービスを提案し、地域の皆様のよりよい暮らしの実現に寄与してまいります。

これまで創業地である静岡県志太地域(焼津市・藤枝市・島田市)で展開していた都市ガス事業の広域展開の第一歩を踏み出すこととなりますが、これを機に都市ガス事業のさらなる業容拡大にも大きく期待をしています。

このほかにも現在のところ、26案件・総額1,900億円のM&A案件を検討中であり、2018年度も引き続きM&Aやアライアンスを進捗させていきます。

情報通信分野における当社グループの成長

社会環境の変化とニーズに対応し、情報通信分野はグループの柱として成長。

1978年



法人向け情報通信事業に参入

1996年



個人向け情報通信事業に参入

2011年



統合顧客データベースを構築
グループ共通の「TLC会員サービス」を開始

2017年



格安モバイルサービスに本格参入

法人向け情報通信事業

◆売上高(2017年度実績)

19,191百万円

個人向け情報通信事業

◆売上高(2017年度実績)

31,704百万円

◆顧客件数(2018年3月末時点)

2,052千件

12

当社グループは、エネルギー分野と並び、情報通信分野におけるインフラ提供によって成長してまいりました。

1978年に当時は情報処理事業と呼ばれていた法人向け情報通信事業に参入、またインターネットが一般化しつつあった1996年には個人向けの情報通信事業、いわゆるISP事業に参入しました。

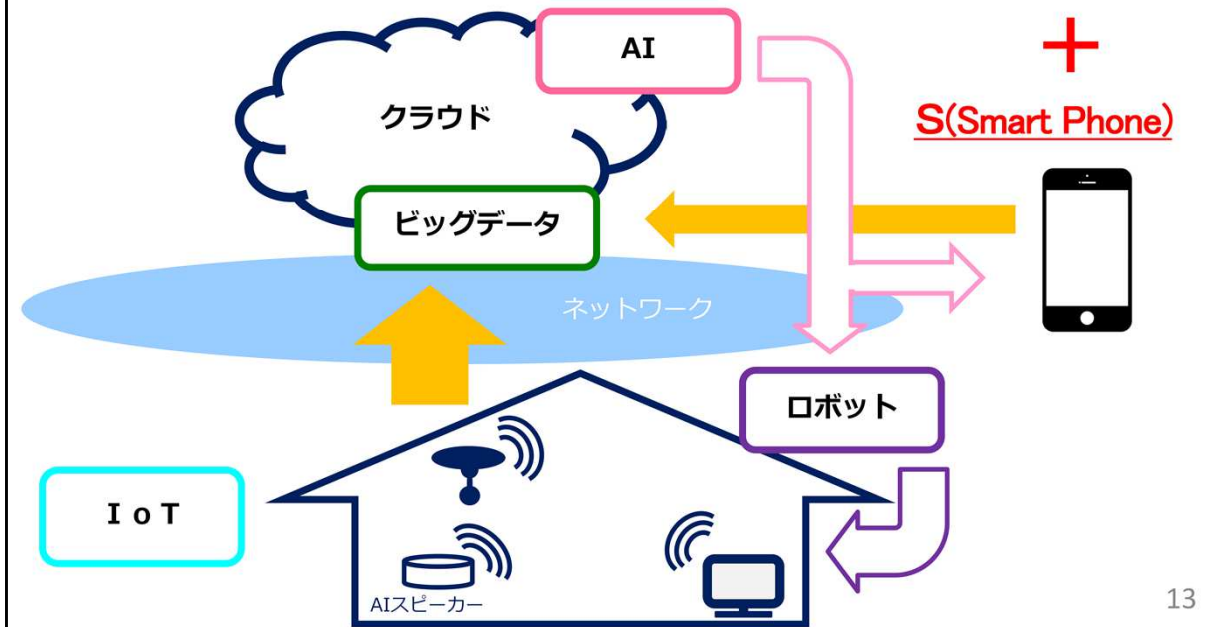
もちろんグループの中での情報活用においても、各事業に分散していた顧客情報を統合するデータベースを構築、これによってグループ統合での顧客還元制度であるTLC会員サービス、いわゆるポイントサービスを展開することが出来ました。

近年においても通信事業における固定回線から移動回線へのシフトやスマートフォンの普及拡大を捉え、格安MVNOサービスであるLIBMOを展開しました。

こうした社会構造の変化・そしてニーズに対応し、当社グループの情報通信事業は法人向けでは売上高19億円、個人向けでは顧客数が20万件を突破するなど、順調な成長を遂げています。

『ABCIR+S』の技術革新

A(AI)・B(Big Data)・C(Cloud)・I(IoT)・R(Robotics)



13

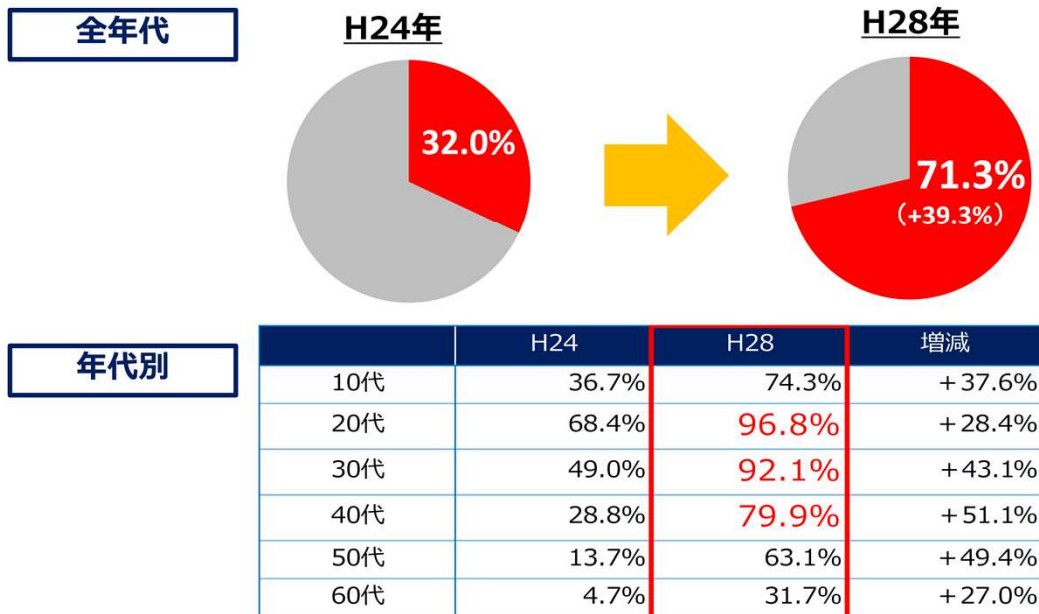
当社グループがこうした情報通信インフラの提供を推進する中で、社会では「第4次産業革命」の真っ只中にあり、今までにない新たな技術による新たなサービスが開発され、実用化されようとしています。

具体的に言うと、AI、ビッグデータ(Big Data)、クラウド(Cloud)、IoT、ロボティクス(Robotics)の5つの技術革新に加え、スマホ(Smart Phone)の普及が急速に進んでいます。

サプライヤーは、IoTネットワークにより顧客の属性や嗜好等の情報を収集してビッグデータとしたものをクラウドに蓄積し、AIで性向分析を行い、最適な提案を、最適なタイミングで、顧客のスマホに提示することができるようになります。

スマホ利用率の拡大

◆スマホ利用率は4年前の32.0%から71.3%へ急拡大。



14

一方で、消費者側においても、スマホの利用が急速に広がっています。スマホの利用率は、4年前には全年代で32%でしたが、これが最近では7割を超え、71.3%となっています。

年代別には、20代・30代がとりわけ高く、9割を超えています。50代で6割、60代でも3割と、広い世代に渡って普及が進んでいます。

スマホ利用時間の増加

- ◆スマホでネットを利用する者の平均利用時間（1日あたり）は、平日1.5時間、休日2時間。ネットで多くの情報を取得する時代になっている。

	平日	休日
全年代	97.1分	136.8分
10代	160.3分	269.8分
20代	141.0分	188.6分
30代	82.2分	117.5分
40代	82.9分	112.0分
50代	68.6分	78.9分
60代	46.5分	60.7分

出所：総務省「平成28年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」

15

加えて、スマホの一日の利用時間も年々増加しております。スマホを使ってインターネットを利用する時間で言えば、平日が1.5時間、休日が2時間を超えており、情報収集手段として広く活用されています。

また、スマホは、ネット以外にも、コミュニケーションツールとしての機能や、SNS、音楽、動画、カメラ等々、いまや私どもの生活になくてはならないアイテムとなっていることは間違いありません。

消費者の購買契機の変化

◆商品やサービスを選ぶときの情報源は、「販売員の説明」とともに「インターネット」が重要になってきている。

	商品やサービスを選ぶときに意識すること	%
1	家族、友人、知人からの情報	52.4%
2	インターネットサイト	47.7%
3	チラシ・パンフレット	44.6%
4	販売員の説明	41.1%
5	テレビ・ラジオCM	27.0%
6	新聞、雑誌等の広告	19.8%
7	新聞、雑誌等の記事	16.8%
8	テレビ・ラジオ番組	13.5%

出所：消費者庁「平成28年度消費者意識基本調査」

16

このようなスマホの普及に伴い、消費者の購買行動も変化しています。

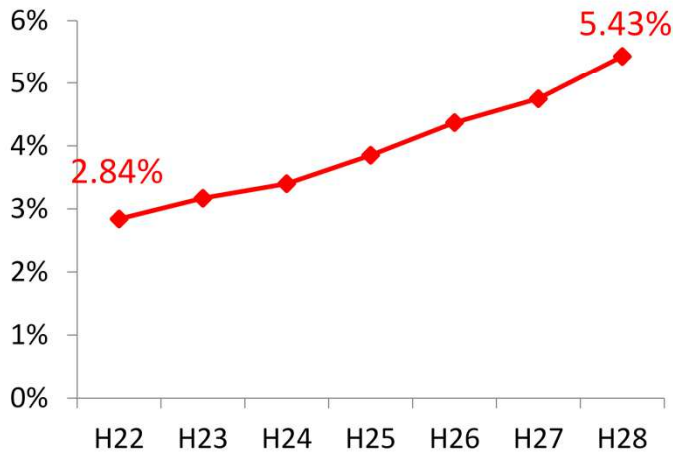
消費者の『商品やサービスを選ぶときの情報を得る機会』として、最も高いのが「家族、友人、知人からの情報」で52.4%、2番目に高いのが「インターネットサイト」で47.7%、3番目が「チラシ・パンフレット」で44.6%、4番目が「販売員の説明」で41.1%となっています。

当社グループの営業員が日頃行っている「提案営業」ももちろん重要ですが、「インターネット」がそれを上回ってきたことに注視しなければならないと考えています。

EC(Electronic Commerce)化率の上昇

◆日本国内のEC化率は5.4%。先を行く米国は7%、中国は15%超。今後も成長・拡大が予想される。

国内EC化率の推移



H28EC化率 (分類別)

	分類	%
1	事務用品、文房具	33.61%
2	生活家電、PC等	29.93%
3	書籍、映像・音楽ソフト	24.50%
4	雑貨、家具、インテリア	18.66%
5	衣類・服装・雑貨等	10.93%
6	化粧品、医薬品	5.02%
7	自動車、自動二輪車	2.77%
8	食品、飲料、酒類	2.25%
9	その他	0.75%
	合計	5.43%

出所：経済産業省「平成28年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」

17

また「インターネット」でモノを買うトレンドも増加基調にあり、現在、日本国内のEC (Electronic Commerce) 化率は5.4%となっています。先を行く米国が約7%、中国が15%超ですので、今後も拡大していくことが予想されます。

とりわけ、事務用品・文具や、生活家電・PCといった分野はEC化率が高く、既に約3割に浸透しています。

ディスラプティブ・イノベーション (Disruptive Innovation)

営業力
(従前からの強み)

×

ABCIR+S

- A (AI)
- B (Big Data)
- C (Cloud)
- I (IoT)
- R (Robotics)
- +
- S (Smart Phone)

『ABCIR+S』を活用し、顧客との間で
『**ディープリー・コネクティッド**』を構築する。
(**Deeply Connected**)

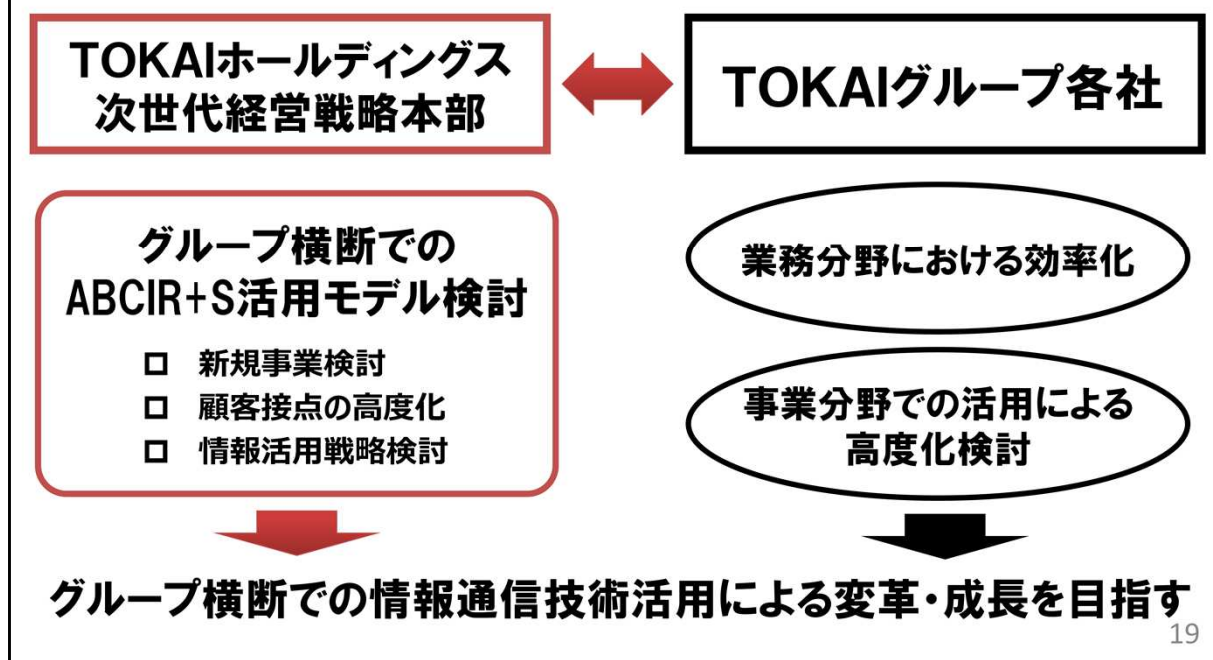
18

このような大きな時代の変革の中で、当社グループが飛躍的な成長を遂げるためには、これまでの常識を打ち破る『ディスラプティブ・イノベーション (Disruptive Innovation) = 破壊的イノベーション』が必要です。

当社グループの最大の強みは創業来68年培った『営業力』であり、これに磨きをかけていくことはもちろん重要ですが、それとともに、『アブサーズ (ABCIR+S)』を活用した顧客接点強化にも努め、顧客との間で『ディープリー・コネクティッド (Deeply Connected)』な関係を築くことこそが今後の競争に打ち勝つ重要な戦略であると考えています。加えて、『アブサーズ (ABCIR+S)』を活用した「新規事業の開発」や「業務の効率化」にも注力していかなければならないと考えています。

「ABCIR+S」専任組織を立ち上げ

TOKAIホールディングスに「次世代経営戦略本部」を設置。



このために、この5月から、ホールディングス内に専任組織として「次世代経営戦略本部」を立ち上げました。

これまで事業毎に行っていた検討にも横串を指し、またグループとしての活用モデルを検討することによって、具体的な新規事業、顧客接点の高度化、情報活用を成し遂げ、これまでの情報インフラ提供に加え、事業の変革・成長を図っていきます。

2017年度決算と 2018年度業績予想のポイント

20

2017年度決算のポイントについて説明します。

先行コストを投じ積極的な営業を展開

- ◎ 2018年度以降を最高益更新基調にのせるため、エリアを拡大し、通信新サービスを投入、さらに解約防止等の先行コスト他を投じる等、成長の為の活動を積極展開した。
- ◎ その結果、グループの収益基盤である顧客件数を大幅に増加させた。
- ◎ 利益面は、上記の先行コスト他が前期比37億円増加した一方、顧客件数増加による増益も18億円となり、来期以降の収益基盤を確立した。

(売上高・利益:百万円、1株当たり利益:円)

	当期実績	前期	当初予想	前期比		当初予想比	
				増減額	増減率 (%)	増減額	増減率 (%)
売上高	186,069	178,631	189,400	+7,438	+4.2	△3,331	△1.8
営業利益	10,971	12,750	11,410	△1,779	△14.0	△439	△3.8
経常利益	11,191	12,775	11,360	△1,584	△12.4	△169	△1.5
当期純利益	6,620	7,337	6,450	△716	△9.8	+170	+2.6
1株当たり利益	51.19	64.46	50.88	△13.27	△20.6	+0.31	+0.6

21

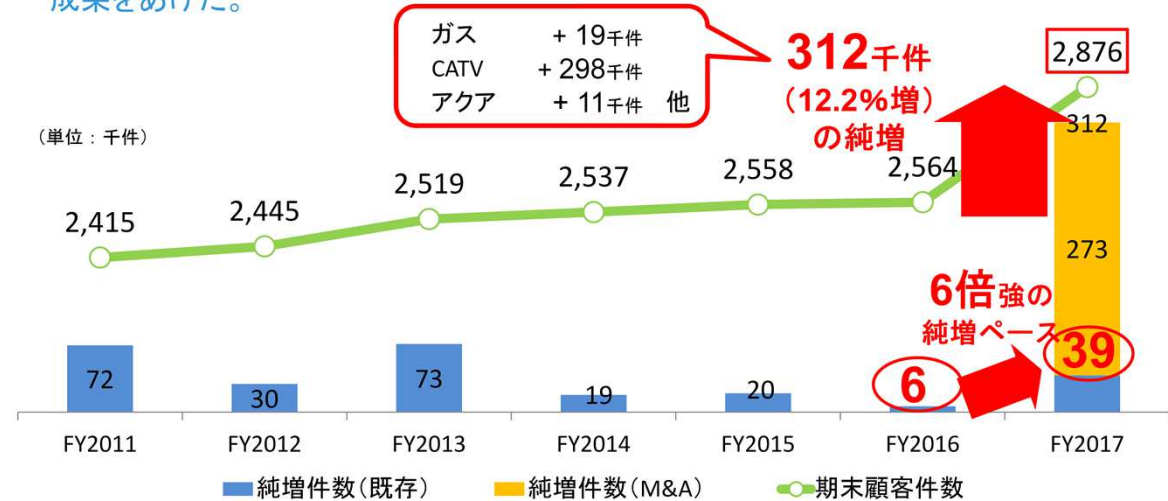
2018年度以降を最高益更新基調にのせるため、LPガスのエリア拡大・通信新サービス投入、解約防止等の先行コスト他を投じる等、成長に向けた事業活動を積極的に展開しました。

その結果、グループの収益基盤である顧客件数を大幅に増加させ、目標の288万件を達成しました。

この先行コストが前期比37億円増加した一方、顧客件数増加による増益も18億円となり、来期以降の収益基盤を確立することができました。

顧客件数は期首から31万件の大幅純増

- ◎ M&Aを除く既存事業の純増数は前期の年間6千件に対し39千件と6倍強増加。
- ◎ さらに東京ベイネットワーク、テレビ津山のM&Aが273千件嵩上げ。
- ◎ 期初の目論見どおり計画を達成、今後の月次課金件数増加による収益増に繋がる成果をあげた。



22

グループの顧客件数について、期首の256万件から31万件(12.2%)の大幅な純増で288万件となりました。

M&Aを除いた既存事業の純増数が前期の6千件に対し、6倍強に増加して39千件の純増となりました。さらにCATV事業のM&Aが273千件嵩上げしています。

今後の月次課金件数増加による収益増に繋がる大きな成果をあげました。

自己資本強化を背景に成長投資を展開

- ◎ 転換社債の転換と当期純利益の計上により自己資本比率がさらに1.8ポイント向上。
- ◎ 新規顧客獲得、新サービス投入などの先行コストほか37億円、M&A投資12億円等の拡大投資を積極的に実施したことからフリーキャッシュフローは一時的に減少したものの、有利子負債を継続して削減し、有利子負債/EBITDA倍率も前期水準を維持。

自己資本比率	34.5% 2017年3月末	➡	36.3% 2018年3月末
有利子負債残高	541 億円 2017年3月末	➡	510 億円 2018年3月末
営業キャッシュフロー	267 億円 2017年3月期	➡	209 億円 2018年3月期
投資キャッシュフロー	△110 億円 2017年3月期	➡	△115 億円 2018年3月期
フリーキャッシュフロー	157 億円 2017年3月期	➡	94 億円 2018年3月期
有利子負債/EBITDA倍率	1.9 倍 2017年3月期	➡	1.9 倍 2018年3月期

23

財務面では転換社債の転換と当期純利益計上により自己資本比率が引き続き1.8ポイント向上して36.3%となりました。

今期は、将来の成長に向けた新規顧客獲得等の先行コスト投入や、M&A投資等の積極的な拡大投資により、フリーキャッシュフローが一時的に減少しましたが、引続き有利子負債残高を32億円削減、有利子負債/EBITDA倍率も1.9倍と、前期水準を維持しました。

2017年度決算のポイント(コスト増と効果)

- ◎ 前期は、成長の為の先行コスト他を前期比37億円増加させて注ぎ込んだ。その結果顧客件数が増加し、今後の収益拡大のベースを確立した。
- ◎ 顧客件数増加による期中の増益効果も、当初想定した11億円が18億円に増加、来期以降の増益に繋がる収益基盤を確立した。

項目		先行コスト(前期比)とその成果		
		当初	実績	
ガス事業 エリア拡大ほか	拠点新設コスト	△3億円	△2億円	LPガス事業が岡山県(倉敷)・岐阜県(多治見)に進出
	顧客獲得コスト	△4億円	△8億円	LPガス新規顧客獲得件数 41千件→47千件、6千件増加
	新規顧客獲得料金	△4億円	△7億円	
通信新サービスの 立上げ	LIBMO販促	△5億円	△7億円	LIBMO顧客件数 27千件純増
中止・解約防止	ガス事業	△3億円	△5億円	LPガス中止・解約件数 33千件→28千件、5千件抑制
	通信ほか	△6億円	△8億円	BB中止・解約件数 124千件→115千件、9千件抑制
先行コスト増加による影響		△25億円	△37億円	
顧客件数の増加による増益など		+11億円	+18億円	LPガス事業、CATV事業、光コラボ、法人向け通信事業
LPガス単位消費量の増加		-億円	+3億円	
その他		-億円	△2億円	
連結営業利益 前期比		△14億円	△18億円	

24

先行コストを注ぎ込んで、エリア拡大・新規顧客の獲得や中止・解約の抑制を躊躇することなくやりきったことにより、顧客基盤の拡充が進みました。
この成果が今後の収益拡大のベースを確立しました。

具体的な成果としては、

LPガス事業が新規エリアに進出(岡山・多治見)

LPガス新規顧客獲得件数が41千件→47千件に増加

新サービスのMVNO「LIBMO」の顧客件数が27千件純増

LPガスの中止・解約件数を33千件→28千件に抑制

等の成果を挙げる事ができました。

先行コストが期初に想定した25億円増に対し37億円の増加となった一方で、顧客件数増加による増益効果も想定した11億円が18億円に拡大、来期以降の増益に繋がる収益基盤を確立することができました。

拡大投資が奏功し今期は過去最高益を更新

- ◎ 前期および今期の顧客増加の成果として、顧客増に伴う月次課金件数増加等による増益が21億円見込めること、さらに前期より先行コスト等が今期8億円減少する効果で29億円の増益が見込まれる。
- ◎ 今期も引続き先行コストを投じて顧客件数の増加を着実に図り、2019年度、2020年度に向けた増益の基盤づくりを着々と進めていく。

(単位:百万円)

	当期予想 (FY2018)	前期実績 (FY2017)	前期比	
			増減額	増減率
売上高	195,600	186,069	+9,531	+5.1%
営業利益	13,960	10,971	+2,989	+27.2%
経常利益	13,880	11,191	+2,689	+24.0%
当期純利益	7,920	6,620	+1,300	+19.6%
1株当たり利益	60.48円	51.19円	9.30円	+18.2%

25

2018年度の連結業績予想について説明します。

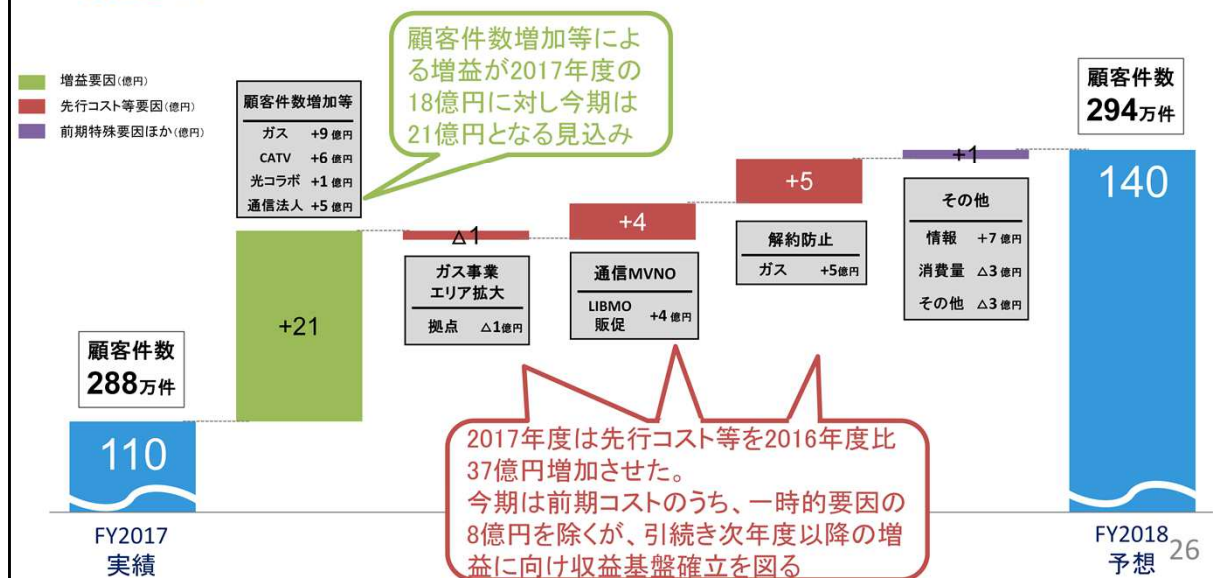
2017年度に実施した顧客拡大投資が功を奏し、2期ぶりに過去最高益を更新する見込みです。

前期および今期の顧客増加の成果として、顧客増に伴う月次課金件数増加等による増益が21億円見込め、さらに前期より先行コスト等が8億円減少する効果で29億円の増益が見込まれます。

引続き顧客基盤の拡充を着実に図り、2019年度、2020年度に向けた増益の基盤づくりを着々と進めていきます。

2018年度増益のポイント

- ◎ 顧客件数の増加(2017年度312千件増、2018年度65千件増)の成果として、2018年度の延課金件数が増加し、これによる収益増が21億円見込まれる。
- ◎ 引続き顧客基盤の拡充を進めるが、先行コストは前期特有のコスト等が8億円減少する見込み。



2018年度の営業利益について、前期の110億円から30億円増益させ140億円とする計画です。

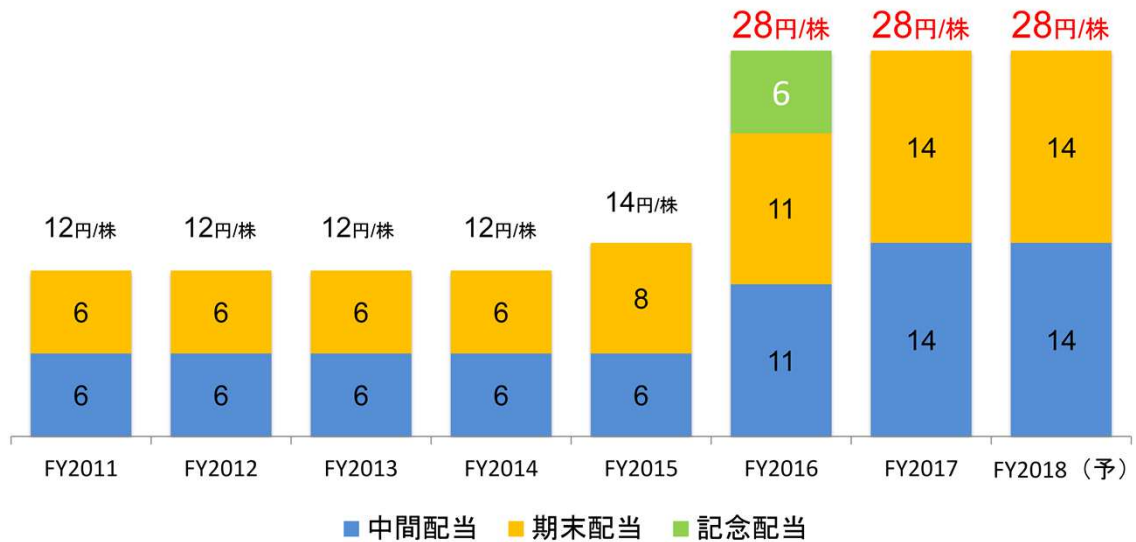
2017年度と2018年度の取組みの成果として、顧客件数が増加(2017年度312千件増、2018年度65千件増)し、課金件数が増加すること等による増益が前期の18億円に対し、21億円に拡大することが見込まれます。

引続き先行コストを投じて次年度以降の増益に向けて顧客基盤の拡充を進め、今期末には294万件と前期末の288万件から6万5千件増加させる計画です。

先行コストについては前期特有のコストが8億円減少する効果もあり、顧客件数増加による増益と合わせて29億円の増益が見込まれます。

継続的かつ安定的な配当方針

- ◎ 2017年度は、既に公表の通り、継続的かつ安定的な配当に努めていく方針のもと、2016年度の記念配当6円を含む水準の年間28円/株を普通配当として維持。
- ◎ 2018年度も同様に1株当たり28円を計画する。



27

株主還元について、継続的かつ安定的な配当に努めていく方針のもと、2017年度は、2016年度の記念配当6円を含む年間28円を普通配当28円として維持します。

2018年度についても、同様に1株当たり28円を計画します。

LPガス事業について

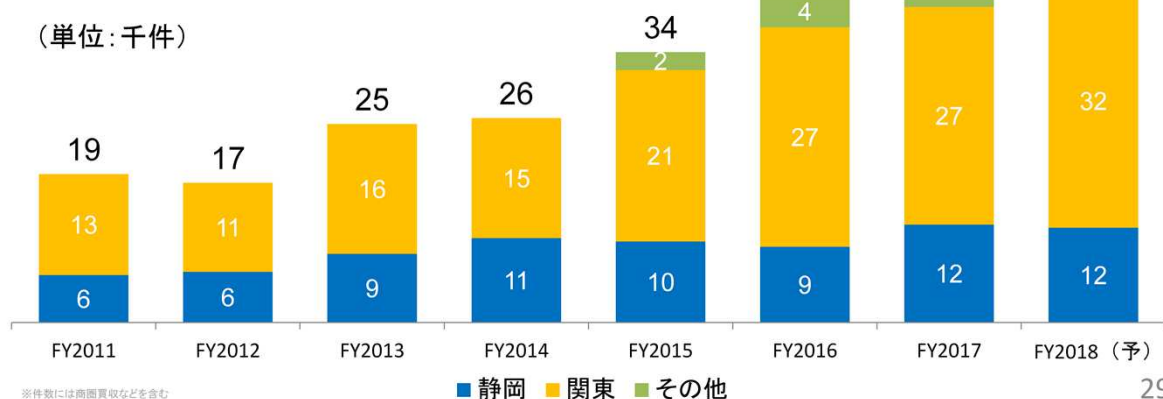
28

続いて主要事業のポイントについて説明します。
まずは、LPガス事業です。

新規顧客の獲得力は着実に向上

- ◎ 2015年度から従来の静岡県・関東一円のエリア外への拡大を開始。
- ◎ ホールディングス化した2011年以降、営業体制・資金面の強化により獲得力は年々、着実に高まってきている。
- ◎ 2017年度は前期比15%増の約5万件を獲得。2018年度は、既存および拡大エリアで30%増の6万件の顧客を獲得する計画。
- ◎ 獲得力強化は他社との競合上の抑止にも繋がるためさらに高めていく。

(単位:千件)



こちらは2011年度からの新たに登録したお客様の件数推移を示したグラフです。

LPガスのマーケットが既に成熟化している中、2015年度からは従来の静岡県、関東一円(1都7県)に加えて営業エリアのさらなる拡大を図っています。

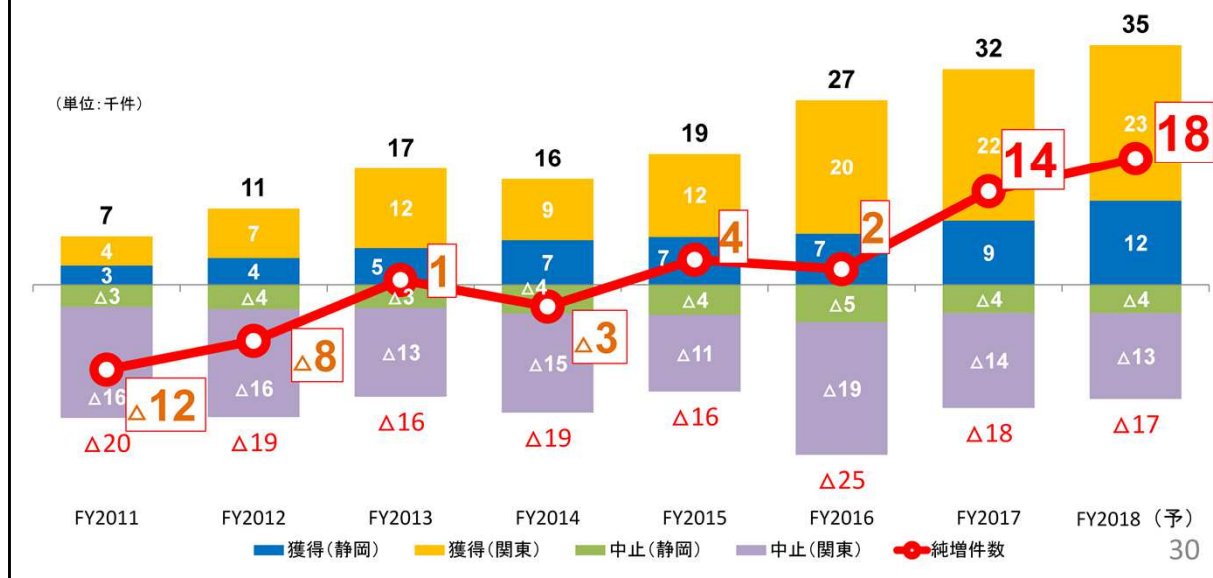
また、既存エリア内においても、シェアの拡大に向けて、積極的な営業を展開しています。

HD化した2011年以降、営業体制・資金面の強化により獲得力が着実に高まってきています。

2017年度は、前期比15%増の約5万件を獲得、2018年度は、既存および拡大エリア合わせて前期比30%増の6万件を獲得する計画です。他社競合上の抑止にも繋がるため、獲得力をさらに強化していきます。

LPガス事業者間の競合が優位に

- ◎ 2015年度からは当社が優位な状況に転じている。
- ◎ 2017年度は積極的にコストを掛け獲得数を伸ばす一方、解約防止にも注力した結果、さらに競争力をつけた(純増14千件)。2018年度も競争優位に展開していく。



こちらのグラフは、既存エリアにおけるLPガス事業者間での競合状況を示しています。

2015年度からは当社が優位な状況に転じています。

2017年度には、思い切ってコストを注ぎ込んで、獲得数を伸ばす一方で解約防止にも注力したことでさらに競争力をつけ、純増14千件と、その成果が現れています。

2018年度も純増18千件と、競合優位に展開していきます。

情報通信事業について

31

続いて情報通信事業です。

クラウド関連サービス市場がさらに拡大

- ◎ クラウド関連サービスに今後大きな成長が見込まれると注目。
- ◎ 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市場は2016年度の53億円が2020年度には195億円と、3.7倍の成長が見込まれている。

法人向けクラウド接続サービス市場予測



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

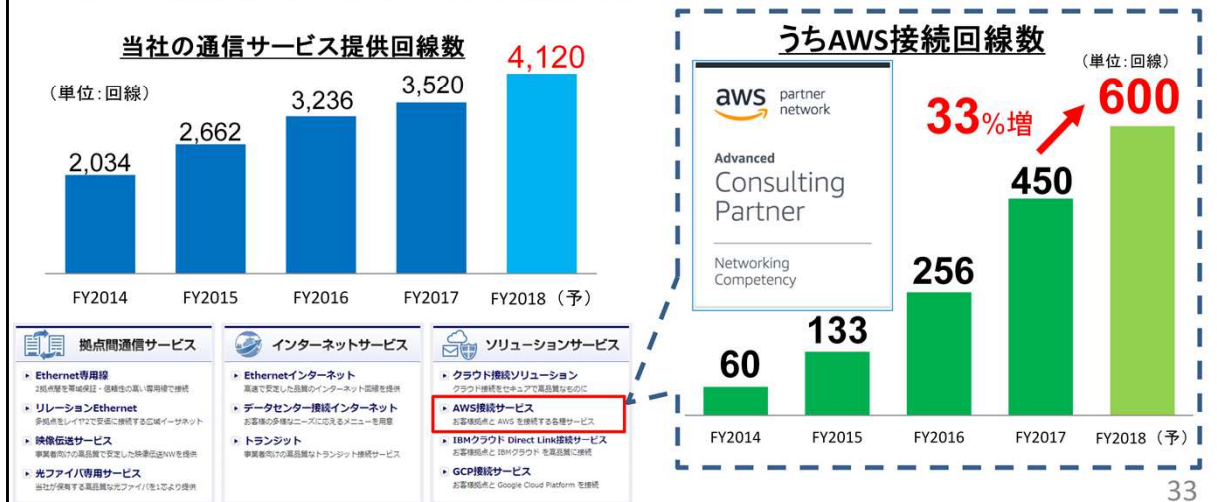
32

当社の情報通信事業はリテール向けと法人向けの2本柱で構成しています。法人向けで特に注目している分野の1つとして、今後大きな成長が見込まれるクラウド関連サービスがあります。

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市場は、2016年度の53億円が2020年度には195億円と、4年間で3.7倍の大きな成長が見込まれています。

クラウド接続サービス推進により伸長

- ◎ お客様のオンプレミスシステムと、大手パブリッククラウドサービスを接続するクラウド接続サービスの提供を積極的に推進。
- ◎ クラウド接続サービスの需要を取り込み、法人向けネットワークサービスを大きく伸長させていく計画。
- ◎ 特にAWSとの接続回線においては、国内初取得となる「AWSネットワーキングコンピテンシー認定」を強みとして、2018年度は前年比大幅増(+33%)を計画。



そのような市場環境の中、当社は法人のお客様のオンプレミスシステムと、大手パブリッククラウドサービスとを、セキュアに高品質で接続するクラウド接続サービスの提供を積極的に推進しています。

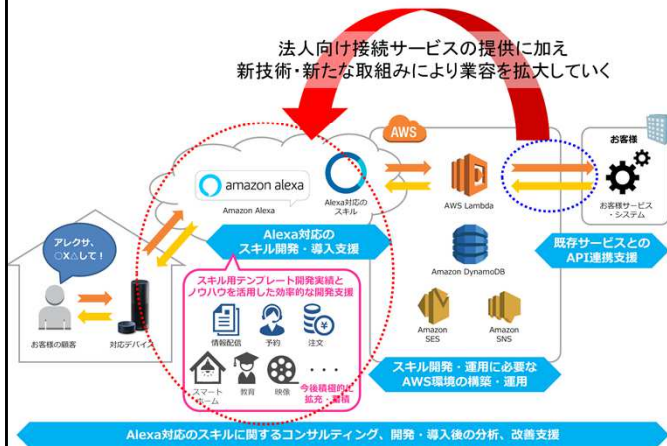
特に最大手であるアマゾンウェブサービス(AWS)において、当社はシステムインテグレーションなどの実績が豊富なパートナーとして、「APN(AWS Partner Network)アドバンスドコンサルティングパートナー」に認定されています。

更に昨年度新設されたネットワーク分野で特に優れた導入実績を持つ企業として「AWSネットワーキングコンピテンシー認定」を国内企業として初取得しました。これらの強みを活かして、2018年度のAWS接続回線数は前期比33%の大幅な増加を計画しています。

このクラウド接続サービスの需要を取り込むことにより、法人向けのネットワークサービスを大きく伸ばしていく計画です。

「Amazon Alexa」開発支援等を通じて新分野で業容拡大

- ◎ クラウド接続サービスで培った技術・ノウハウと実績を活かし、「Amazon Alexa」対応スキル開発支援サービスの提供を開始。
- ◎ 自社宅配飲料水の音声発注システムを開発し提供を開始(2017/11/8 プレスリリース)。
- ◎ 新たな領域にも注力し、個人向けおよび法人向け情報通信事業の業容を拡大させていく。



「Amazon Alexa」に対応する各種機能(スキル)の開発・導入をワンストップで提供



34

さらに、クラウド接続サービスで培った技術・ノウハウと豊富な実績を活かし、アマゾンのAI音声認識サービス「Amazon Alexa」に対応する開発支援サービスの提供も開始しました。

AIスピーカーについては、昨年10月の発売以降、消費者向けに様々な機能が拡充されています。

当社が手掛けた音声による宅配水サービスのボトル注文や、当社がお手伝いさせてもらった高速バス予約サービスなどがリリースされています。

この種の開発・導入案件については、現在、複数の大手企業とその関連グループから多くの引き合いがあり、グループ内のABCIR+Sにも関連します。

このような新たな領域にも注力し、個人向け及び法人向け情報通信事業の業容を拡大させていく考えです。

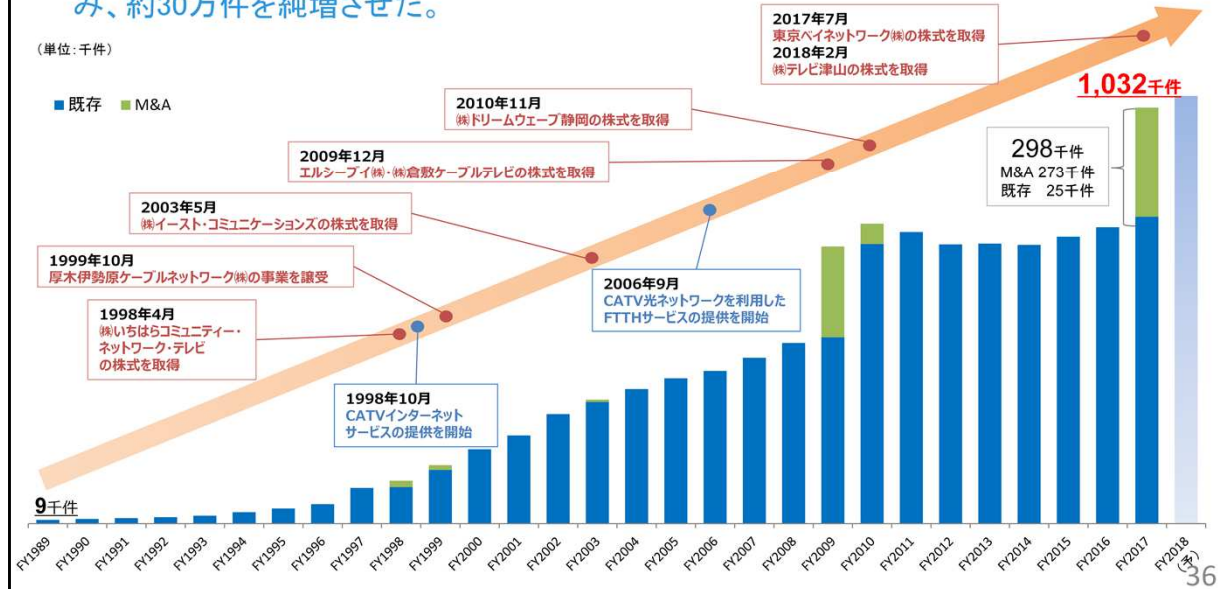
CATV事業について

35

続いてCATV事業です。

CATV事業の顧客基盤が拡大

- ◎ 当社のCATV事業は、M&Aで拠点を拡大し(国内1都5県)、グループの強みである営業力により顧客を増やし、現在では100万件を有する事業となった。
- ◎ 2017年度は既存エリアの獲得営業による25千件増に加え、M&Aで273千件を取り込み、約30万件を純増させた。



当社のCATV事業は1988年に実施したM&Aから始まり、その後もM&Aで拠点を拡大したうえで、グループの強みである営業力により顧客基盤の拡充を進め、現在では1都5県に100万件のお客様を有する事業となりました。

2017年度には東京ベイネットワーク・テレビ津山のM&Aにより273千件を取り込み、既存エリアにおいても、放送12千件、通信13千件、合わせて298千件のお客様を増加させています。

2018年度も放送12千件、通信17千件、合計29千件の増加を計画しています。

自前の光ファイバー網がCATV事業の強み

- ◎ 放送通信融合の時代を見据え、2006年よりラストワンマイルまでのFTTH化を開始、2020年度までには、当社CATVエリア全域の光化がほぼ終了の見込み。
- ◎ これにより通信サービスの高い収益力を実現、更に今後は4K・8Kの放送高度化にも対応しうるネットワークとしてグループ競争力の源泉となっている。
- ◎ 公共的な総合情報通信ネットワーク、また地域メディアとしての期待もますます高まる中、地域密着事業の強みを活かし、他社との資本提携なども視野に拡大していく。

(放送光化スケジュール)

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度～
TCN (100%通信光化済み)	センター構築	放送通信	セット光化	放送のみ顧客 光巻取り開始	2024年度に 完了予定
イースト (100%通信光化済み)		センター 構築	放送通信顧客 セット光化	放送のみ顧客 光巻取り開始	2022年度に 完了予定
トコちゃんねる (放送光配信開始済み)	光化エリア率90% 放送通信 セット光化	99%	100%	100%	2025年度に 完了予定
いちばら (並行して通信光拡張)	光化エリア率52%	56% センター 構築	69%	75%	2025年度に 完了予定
倉敷 (並行して通信光拡張)	光化エリア率65%	81% センター 構築	86%	100%	2026年度に 完了予定
厚木 (並行して通信光拡張)	光化エリア率69%	74% センター 構築	79%	83%	2026年度に 完了予定
LCV (新たに放送通信光化)	光化エリア率18%	46% センター構築	76%	100%	2024年度に 完了予定
津山 (新たに放送通信光化)	光化エリア率0%	下期より光化開始 センター構築	55% センター構築	80% 放送通信セット光化	2024年度に 完了予定

当社のCATV事業の最大の特徴は、センター設備からお客様のお宅までを光ファイバーで繋いだネットワークにあります。

放送通信融合の時代を見据え、2006年から大容量の通信・映像・音声に対応したFTTH化を自前で進捗させており、2020年度には提供エリア全域の光化をほぼ終了させる計画です。

この光ファイバーネットワークが当社CATV事業の固定ブロードバンド通信サービスの高い収益率を実現、さらに4K/8K衛星放送等、放送の高度化にも対応するネットワークであり、グループ競争力の源泉となっています。

CATV事業については、今後、放送・通信サービスの提供にとどまらず、公共的な総合情報通信ネットワーク、また地域メディアとしての期待もますます高まる中、地域密着事業の強みを活かし、他社との資本提携なども視野に拡大していく考えです。

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1-9-1 浜離宮インターシティ11F
TEL: (03)5404-2891
FAX: (03)5404-2786
<http://tokaiholdings.co.jp>
e-mail: hd-info@tokaigroup.co.jp

