



Innovation Plan2020 “JUMP”

～2020年度に向けてさらなる飛躍～

2017年5月18日

株式会社TOKAIホールディングス(証券コード:3167)

代表取締役社長 鴫田 勝彦

I .ホールディングス化後6年間の総括

1

まずは、昨日公表した2017年3月期の決算を含む、当社のホールディングス化以降6年間の総括です。

2017年3月期決算のサマリー

- 営業利益は前期の82億円に対し45億円の大幅増益(54.6%増)となり全ての利益項目が過去最高益更新。10月に上方修正した業績予想に対しても上振れして着地。顧客件数も引き続き純増。
- 財務体質改善も有利子負債541億円、自己資本比率34.5%とさらに進捗。
- 年間配当金は中計達成記念配当6円を加え、2期連続の増配で前期比倍増。

	前期実績	業績予想	実績
営業利益	8,245 百万円	12,750 百万円	12,750 百万円
当期純利益	3,458 百万円	6,500 百万円	7,337 百万円
顧客件数	2,558 千件	— 万件	2,564 千件
有利子負債残高	714 億円	— 億円	541 億円
自己資本比率	25.6 %	— %	34.5 %
年間配当金	14 円/株	28 円/株	28 円/株

2

2017年3月期決算のサマリーです。

連結業績は、営業利益128億円、(経常利益も128億円)、当期純利益73億円となりました。営業利益は前期の82億円に対し45億円(前期比54.6%増)の大幅増益となり、経常利益、当期純利益ともに過去最高益を更新しました。

また、第2四半期に上方修正した業績予想に対しても、全ての利益項目が上振れしての着地となりました。

期末の顧客件数は256万件となり、引き続き純増を果たしました。

財務面においても、有利子負債残高541億円、自己資本比率34.5%と、財務体質の改善がさらに進捗しました。

2017年3月期は、当社の第2次中期経営計画「Innovation Plan 2016 (IP16) “Growing”」の最終年度でした。過去最高益でIP16 “Growing”の計画値を達成したことから、2017年3月期の年間配当金は、中計達成記念配当6円を加え、1株当り28円と、前期の14円に対し倍増となります。前期(12円⇒14円)に続き2期連続の増配です。

IP13およびIP16の挑戦の成果

- ホールディングス化し「個社経営」から「グループ経営」への変革を遂行。
- 1次計画IP13での「財務改善」及び2次計画IP16“Growing”の「収益力強化」を通じ顕著な成果をあげた。
- 売上高はリテール顧客増加に伴い実質増収(1,933億円)だが、この間のガス仕入価格値下がりに伴う値下げの影響(△114億円)を受けた。

有利子負債残高	1,240 億円 2011年3月末	➡	541 億円 2017年3月末
自己資本比率	7.7 % 2011年3月末	➡	34.5 % 2017年3月末
1株当たり利益	27.17 円 2012年3月末	➡	64.46 円 2017年3月末
時価総額 (自己株含む)	527 億円 2011年4月1日	➡	1,190 億円 2017年3月31日
連結売上高	1,819 億円 2012年3月末	➡	1,786 億円 2017年3月末

3

2011年4月のホールディングス化以降の6年間、個社の経営からグループ経営への変革に挑戦してきました。

第1次計画の「Innovation Plan 2013 (IP13)」(2011年度～2013年度)では、財務体質の改善を最優先課題とし、第2次計画の「IP16 “Growing”」(2014年度～2016年度)では、収益力の強化に取り組んできました。

その結果、財務面では有利子負債残高をホールディングス化直前の2011年3月末時点の1,240億円から、2017年3月末時点では541億円と半分以上に削減、自己資本比率も同じく7.7%を34.5%と大幅に改善させることができました。
収益面においても、ホールディングス化初年度の1株当たり当期純利益27円17銭を64円46銭と、2倍超の水準に引き上げることができました。
時価総額も、ホールディングス化当日の527億円から1,190億円と、2.3倍に増大しています。

なお、連結売上高については、ホールディングス化初年度の1,819億円から2016年度には1,786億円と減少しておりますが、これはガス仕入価格低下に伴う販売価格の引下げ等によるものであり、リテール顧客の増加に伴う課金収入の増加や、情報通信の光コラボ化推進などにより、実質的には増収となっております。

株価はTOPIXを大きくアウトパフォーム

- 業績・財務の改善に加えて資本政策の効果が加わり、ベンチマークのTOPIXより大きくアウトパフォームする実績を残せた。



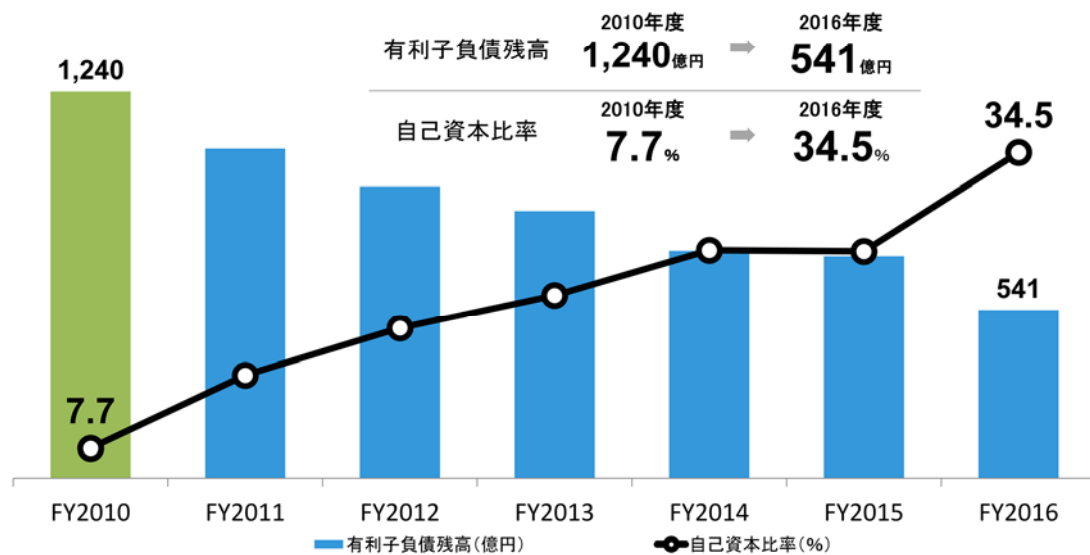
4

ホールディングス化以降の当社の株価推移です。

2011年4月1日の終値340円が2017年3月末には856円と2.5倍に上昇しました。TOPIXやLPガス同業他社の平均をアウトパフォームする実績となりましたが、これは、6年間の業績面の成長と財務面の改善に加えて、2015年度以降に行った様々な資本政策などについて、マーケットから評価いただいた結果であると考えております。

6年間で財務体質は上場平均水準に

- キャッシュフロー経営の徹底により多額の有利子負債を抱えた危機的状況から大きく改善。成長のための投資戦略展開の環境が整う。



5

2011年度からの6年間ににおける財務体質改善の足跡です。

キャッシュフロー経営の徹底により、有利子負債の削減を毎年継続して進めてまいりました。

自己資本比率も7.7%(2010年度)から34.5%(2016年度)と大幅に上昇し、上場会社の平均水準に達しました。

今後のグループの成長に向け、投資戦略を展開していくための素地が整ったと認識しています。

Ⅱ .IP20 “JUMP” 4つのキーメッセージ

6

2017年度より4年間、第3次中期経営計画「Innovation Plan2020 “JUMP” (IP20 “JUMP”）」を推進します。

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。まずは、この新たな計画の要諦について、4つのキーメッセージをご説明します。

1. 守りから攻めの経営に

- トップラインの成長を第一に「守りの経営」から「攻めの経営」に転じる。
- **次期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する。
- レバレッジを効かせて、M&Aやアライアンスの活用により成長戦略を遂行する。

7

1つ目は、「守りから攻めの経営に」です。

次の4年間は、トップラインの成長を第一に目指し、守りから攻めの経営に転じます。

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きます。

これまで6年間の財務体質の改善ステージから、今後4年間は、レバレッジを効かせて成長を加速する戦略を遂行していきます。

2.M&Aの推進

- M&Aにより、ガス、CATV、情報通信といった中核事業の収益基盤(顧客件数)の拡大を第一に取り組む。
- また、クロスセルを強化するため、グループのビジネスモデルの強みが活かせる月次課金型の生活関連サービス等を獲得する。

8

2つめのキーメッセージは「M&Aの推進」です。

M&Aを積極的に推進することにより、ガス、CATV、情報通信といった中核事業の収益基盤(顧客件数)の拡大を第一に取り組んでいきます。

また、クロスセルを強化するため、グループのビジネスモデルの強みが活かせる月次課金型の生活関連サービス等を獲得していきます。

3.利益成長、ROE重視

- 4年間で売上高を倍増させ、営業利益、純利益も、ともに2016年度比でほぼ倍増の水準とする。
- **ROE**についても13%と高水準の維持を目指す。

9

3つめのキーメッセージは「利益成長、ROE重視」です。

今後の4年間で、売上高を倍増させ、営業利益・当期純利益も、ともに計画最終年度2020年度には、前期比(2016年度比)でほぼ倍増の水準とします。

ROEについても、2020年度に13%と、高水準の維持を目指します。

4. 株主重視の姿勢は変わらない

- 株主還元方針は、継続的かつ安定的な還元で事業の成果を株主様と共有し、報いていく。
- 株主還元は、初年度の2017年度は、2016年度の1株当たり配当金28円(記念配当6円含む)を維持、普通配当として1株当たり28円を計画する。
- 2018年度以降は、連結純利益水準の向上に鑑み増配も検討していく。

10

最後、4つめのキーメッセージは「株主重視の姿勢は変わらない」です。

今後も継続的かつ安定的な還元で事業の成果を株主様と共有し、報いていく当社の株主還元方針に従っていきます。

当期(2017年度)の1株当たり配当金は、前期の年間28円を維持します。前期は中計達成記念配当6円を含んでいますが、当期は普通配当として1株当たり28円を計画します。次期(2018年度)以降については、連結純利益の水準が向上していく計画であり、さらなる増配も検討していきます。

Ⅲ.IP20 “JUMP”の数値目標

売上高をFY2016比2倍とする数値目標

- 売上高をFY2016比1.9倍の3,393億円まで、営業利益も同1.8倍の225億円まで成長させる。顧客件数も同1.7倍の432万件以上とする。
- 資本効率を重視した経営により、有利子負債/EBITDA倍率2.8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	2.0倍	2.4倍	2.2倍	2.0倍	2.8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

12

IP20 “JUMP”の主要経営指標数値です。

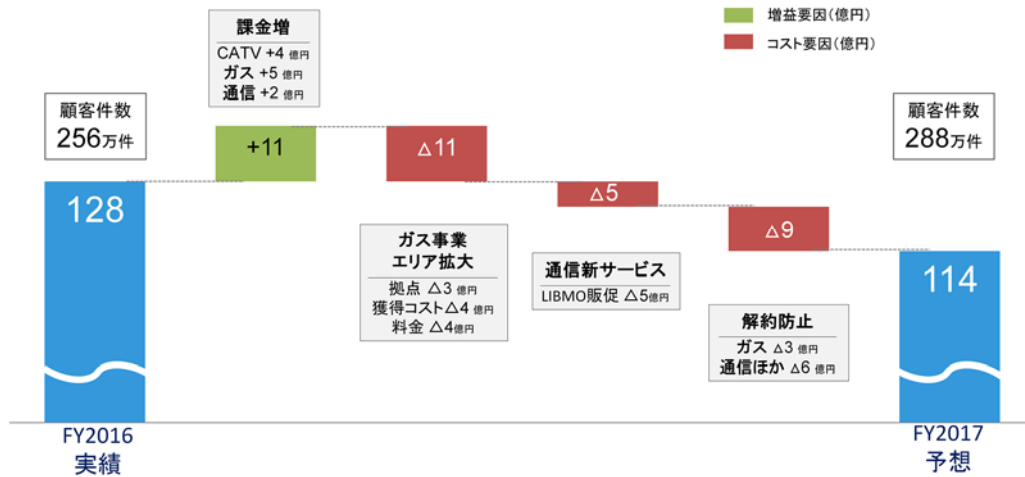
トップラインの成長は、2016年度の1,786億円に対し3,393億円と約2倍に、また利益面は、営業利益225億円と、同じく1.8倍に、当期純利益115億円も2016年度に対し1.6倍を計画します。

財務面では、レバレッジを効かせて成長のための資産を獲得して総資産を2,834億円(2016年度末比1.8倍)に拡大しますが、有利子負債/EBITDA倍率は2.8倍、自己資本比率31.6%、ROE13%と、資本効率も重視していきます。

グループの収益基盤である顧客件数は、2016年度末の256万件を432万件以上と、2016年度末比1.7倍以上に拡大させる計画です。

225億円に向け2017年度より積極投資

- 2020年度の営業利益225億円の達成には、既存事業を成長させることが必須で、もう一段の先行投資が不可欠。
- 上記達成のため、ガス事業でのさらなるエリア拡大、通信新サービスの投入、解約防止策などの先行費用他25億円をつぎ込み加入者を増加させていく。



13

2017年度の利益計画です。

2020年度の営業利益225億円を達成するためには、既存事業を成長させることが必須であり、先行投資が不可欠です。

2017年度は、CATV、ガス、情報通信での営業活動により、課金件数増加に伴う11億円の増益が見込めますが、将来の成長を見据え、先行投資25億円を織り込むため、前期比14億円の減益となる見通しです。

具体的には、ガス事業のエリア拡大、情報通信の新サービスの販促、リテール顧客解約防止などの先行費用他25億円を織り込み、収益基盤である顧客件数を2016年度末の256万件から288万件に32万件増加(前期比12.5%増)させていきます。

M&Aに1,000億円の投資枠を確保

- 外部成長の取込みのためM&A・アライアンス投資に1,000億円を活用する。
- 資本効率を意識した投資規律として、ROI(営業利益ベース)で8%の水準をターゲットにする。

	M&A計画
投資額	1,000 億円
売上高	1,169 億円
のれん償却前営業利益	84 億円
ROI(営業利益ベース)	8.4 %
のれん償却	40 億円

※投資額は4年間の累計値、収支は2020年度に織込んだ数値

14

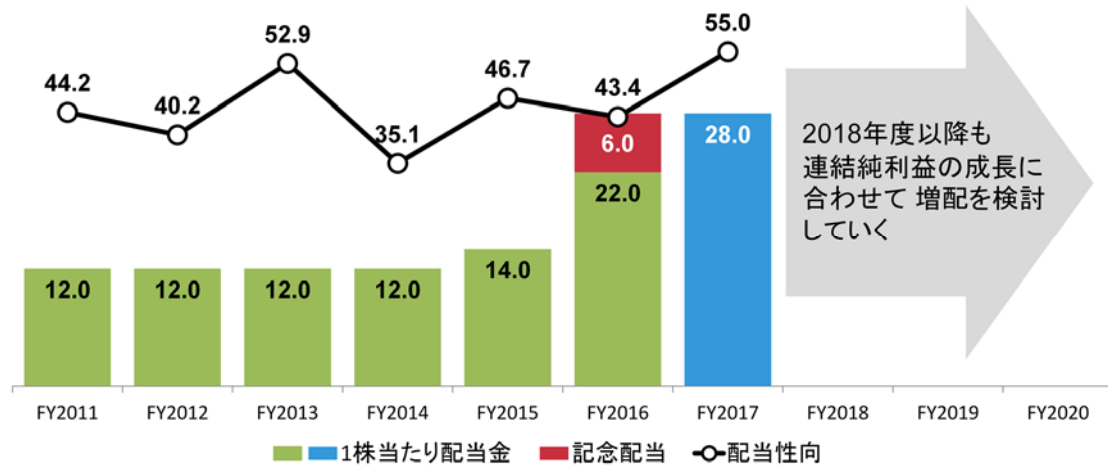
今後4年間において、外部成長を取り込むために1,000億円のM&A及びアライアンス投資枠を確保しています。

M&Aにより、売上高1,169億円、のれん償却前営業利益84億円、同利益ベースROIで8.4%の実現を目指します。

投資にあたっては、資本効率を意識した投資規律として、営業利益ベースROI8%の水準をターゲットとして進めていきます。

FY2017は28円配当を維持

- 継続的かつ安定的な還元で株主様に報いていく。
- 2017年度は、2016年の28円(6円記念配当含む)を維持、普通配当として1株当たり28円を計画。
- 2018年度以降の株主還元は、連結純利益の成長に合わせて増配を検討していく。



15

株主還元については、第1次中計期間(IP13:2011年度～2013年度)は、1株当たり12円配当を継続しました。第2次中計期間(IP16:2014年度～2016年度)では、2015年度に12円から14円に、また2016年度は28円配当(普通配当22円+記念配当6円)に、2期連続で増配しました。

2017年度は、2016年度の28円を維持して、普通配当として1株当たり28円を計画します。2018年度以降も、連結純利益の成長に合わせて増配を検討していきます。

IV.IP20 “JUMP”の主な取り組み

M&A戦略推進の柱

4年間で1,000億円の投資枠の設定

目的は中核事業の強化と新サービスの獲得

ガス事業、CATV事業、情報・通信事業分野に加え、新サービス分野にも投資。

M&A投資専門部署の設置

投資検討、実行、買収後の統合推進を担う部署を設置。
情報収集についてはM&A専門会社との協業強化に加え、ベンチャーキャピタル(VC)やパイア
ウトファンドとの連携強化を通じて将来のM&A候補先を探索。

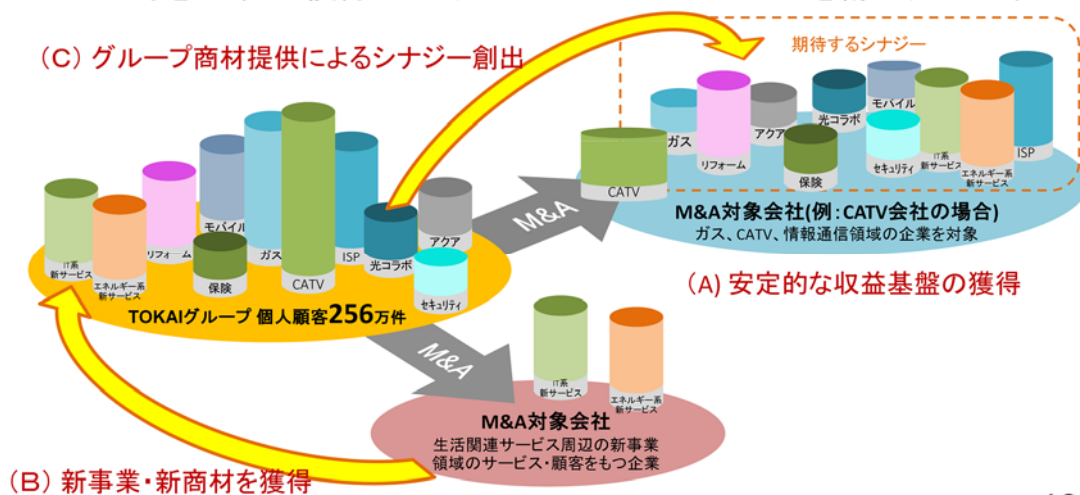
17

まずは、M&A戦略推進の柱です。

今後4年間で1,000億円の投資枠を設定しました。
ガス事業、CATV事業、情報通信事業からなる当社中核事業の分野に加えて、新サービスの獲得にも投資を行い、中核事業の強化と新サービスの獲得を目指します。
M&A戦略を進めるにあたり、投資の検討・実行に加えて、買収後の統合推進を担うM&A投資専門部署を新たに設置します。

M&Aによる顧客拡大とサービス拡充

- TOKAIグループの既存事業での自前成長に加え、収益基盤を持つ企業とのM&Aにより連結業績の上積みを狙う(A)。
- またグループのビジネスモデルの強みが活かせる、月次課金型の生活関連サービス等を外部より獲得し(B)、クロスセルによるシナジーを創出する(C)。



18

投資の方向性については、まずは、安定的な顧客基盤を持っている企業をターゲットと考えています。その顧客基盤を獲得することで連結業績の上積みを狙い、そして当社グループ商材の提供によりシナジーの創出を見込みます。

また、新たな生活関連事業やサービスを取り込み、グループ内に展開することにより、シナジーを最大化を図ります。

収益基盤獲得によりシナジー創出が可能

- 仮に5万件の顧客基盤を持つCATV事業者(売上高15億円の事業者モデル)を買収した場合、その顧客に対してグループの様々な生活関連商材の販売が可能。
- 当社の実績をもとに、下記3商材だけを見積っても、年間売上高にして約3億円、営業利益でも約6千万円のシナジーの創出が見込まれる。



通信サービス販売

顧客件数のうち
1割をCATV-FTTHに切替

年間売上高 営業利益
50百万円 / **25**百万円

- 約10%へCATV-FTTHから自社FTTHサービスの提供が可能(CATVNETより切り替え)と想定。1件当たり年間売上高増額1千円/月(利益率10%)。
- 当社のCATVエリア内のCATV-FTTHシェアは30%となっている。



アクアサービス販売

顧客件数のうち
3%に販売

年間売上高 営業利益
67百万円 / **10**百万円

- 3%(6%普及率の1/2)のお客様に対しクロスセルの可能性があると想定(1件当たり年間売上高3.8千円/月・利益率15%)。
- 当社の都市ガスエリア内シェアは6%となっている。



リフォーム販売

マーケットシェアの
1割に販売

年間売上高 営業利益
150百万円 / **25**百万円

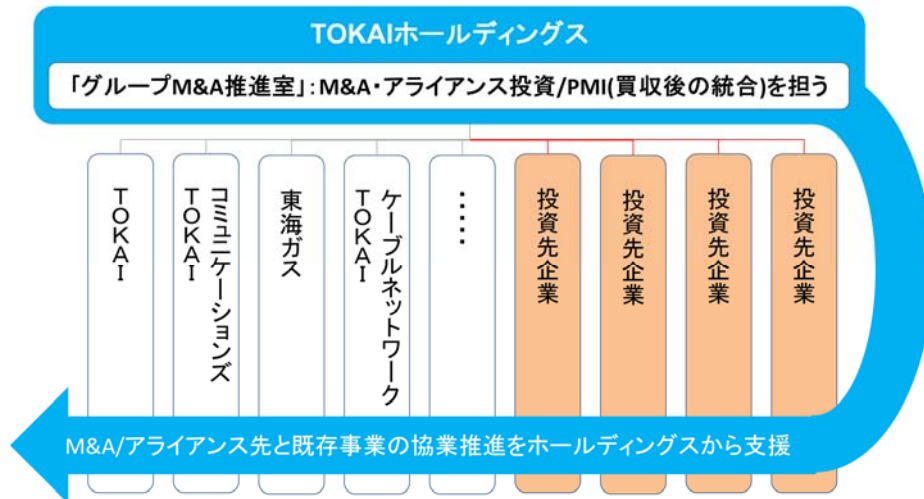
- 10%のリフォーム需要を獲得し1件当たり平均販売額30千円が可能と想定。
- 当社の都市ガスエリア内での獲得率は12%で1件当たり平均30千円・利益率17%の実績である。

19

シナジー創出のモデルケースとして例を挙げると、仮に5万件の顧客基盤を持つCATV事業者(売上高15億円の事業者モデル)を買収した場合、その顧客に対してグループの様々な生活関連商材の販売が可能となります。
当社の実績をもとに、通信サービス、アクア、リフォームの3商材だけを見積っても、年間売上高にして約3億円、営業利益でも約6千万円のシナジーの創出が見込まれます。

投資専門部署を設置

- ホールディングス内にM&A/アライアンスの専門部署を設置。
- 投資案件の検討、買収/投資の実行、及びその後の経営統合をこの部署で主導。



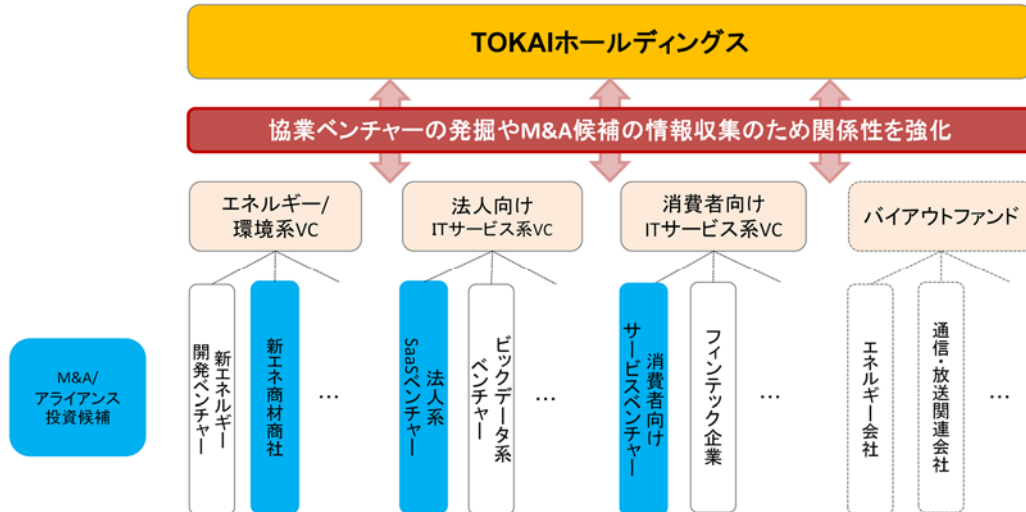
20

投資専門部署については、ホールディングス内に「グループM&A推進室」を新たに設置します。

投資案件の検討をはじめ、買収・投資の実行に加えて、その後のPMI(経営統合プロセス)を主導していきます。

有望な投資先企業を発掘

- 実績あるベンチャーキャピタル(VC)やバイアウトファンドとの接触を密にし、「成長の芽」に関する情報収集や将来のM&A候補先探索の為にネットワークを広く張る。



21

有望な投資先企業の発掘については、M&A専門会社との協業強化に加え、実績のあるベンチャーキャピタル(VC)やバイアウトファンドとの連携強化を通じて情報収集を行い、将来のM&A候補先を探索していきます。
以上の戦略により、4年間で1,000億円のM&A投資を行い、グループの成長を実現していく考えです。

複数取引率を2020年度までに20%へ向上

■ TLC構想『顧客の生活を支える様々なサービスをワンストップ・ワンコントラクト・ワンコールセンターで提供』の完成に向けて、グループ横断で取り組みを推進する。

◆256万件の顧客基盤に対し、複数取引(クロスセル)施策を更に推進し、複数取引率を2020年度までに20%へ向上させ、解約防止とともに1顧客あたりのARPU増により+17億円の営業利益基盤の拡大を目指す。

◆クロスセルを推進するインフラとして、顧客情報の活用とともにオムニチャネル、ワンコールセンター化、請求システムの統合によるCS向上で、グループの営業力を支える。

◆複数取引で更にお得になるTLCポイントに加え、TLC会員・当社グループ顧客であることのメリットを多面的に提供する取り組みを強化し、よりTLCコンセプトのプレゼンスを高めることを目指す。



22

主な取り組みの2つめは、TLCの推進です。

TLCとは、Total Life Conciergeの略で、ホールディングス化と同時にグループのビジョンとして掲げ、お客様の生活を支える様々なサービスを、ワンストップ・ワンコントラクト・ワンコールセンターで提供していくことを目指しています。

グループ256万件の顧客基盤に対し、クロスセル施策をさらに推進し、2020年度までに複数取引率を20%へと向上させ、解約防止やARPU増加の効果により、17億円の営業利益の増大を目指していきます。

①LPガス事業

LPガス市場は成熟し、家庭・業務用は縮小基調へ(今後4年で▲7.1%)

家庭用単位消費量は減少基調

(出所:経済産業省石油市場動向調査WG資料(H29.4.3))

(人口の減少、機器省エネ化、省エネ志向など2%/年程度減少)

＜業界の位置付け＞
LPガス事業者
全国3位の顧客基盤

- 静岡県で18万件のトップシェア(22.5%)
- 関東一円でも41万件(8.1%)と一定のシェア
(出所:石油化学新聞社「LPガス資料年報2017版」)

当社シェアの拡大に向け
顧客件数を3割増の

76万件へ

新規エリアでの

獲得件数を9倍に

新規営業エリア進出

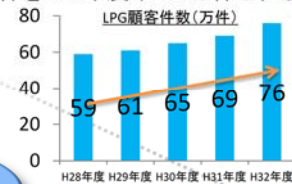
(新たに5拠点で累計10拠点)

既存エリアを含めM&Aを積極的に推進し

顧客基盤を更に盤石に

＜主たる中期目標＞

- 新規エリアを含め顧客件数を4年間で3割増の76万件まで拡大
- 新規エリアにおける顧客件数H28年度末8千件をH32年度末で7万件とする



グループ他事業を展開するエリアを中心に営業エリアを拡大し、新規顧客の獲得を図る。

23

最後に主要事業の取り組みについて、ご説明します。

LPガス市場は成熟市場であり、今後家庭業務用需要の縮小が見込まれています。また、人口減や省エネ化などの影響を受けて家庭用の単位消費量も年2%程度の減少が続いています。

グループのLPガス事業は、業界内で全国第3位の顧客基盤を誇っています(静岡ではトップ、関東では2位)。

この4年間に新規営業エリアへの進出(新たに5拠点で累計10拠点)に加え、M&Aの積極的な推進により顧客基盤をさらに盤石なものとしていきます。

2020年度末には、顧客件数を3割増しの76万件に拡大、新規エリアにおける獲得件数も9倍(8千件→7万件)とする計画です。

②都市ガス事業

ガスシステム改革の小売自由化がスタート
自由化の初期段階は大手電力が参入する大都市部での競争がメイン
LPガス同様、家庭用単位消費量は減少基調

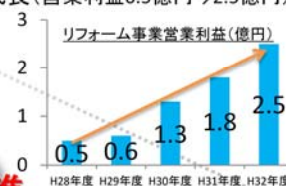
<供給エリアの概況>

- 静岡県焼津市、藤枝市に供給
 - ・需要家は5.4万件
 - ・販売量1.4億m³
(大口需要家1.2億m³、小口需要家0.2億m³)

グループでTLC展開が
最も進んでいる事業
さらに積極的に推進
リフォーム事業は
4年間で5倍成長

<主たる中期目標>

- 合理化等により価格競争力を高め利益を確保し、M&Aの効果も含めガス事業で2.3億円の増益
- リフォーム事業の1顧客あたりの売上3万円は業界屈指の実力。今後4年間で5倍成長(営業利益0.5億円→2.5億円)



M&Aによるエリア拡大と
同業者とのアライアンスを積極的に推進

M&Aでのエリア拡大に加え、同業者とのアライアンスによるシナジーを目指す。
導管延長投資を進め、新たな産業用需要を取り込んでいく。

24

都市ガス業界においては、小売り自由化がスタートしましたが、この初期段階では大手電力が参入する大都市部での競争がメインと認識しています。

また、LPガス同様、家庭用単位消費量の減少傾向が続いています。

グループの都市ガス事業は、創業地である静岡県の焼津市・藤枝市で展開し、エネルギー事業者としてのブランド・信頼を確固たるものとし、グループ内で最もTLCが進んでいます。

この4年間では、M&Aによるエリア拡大やアライアンスによるシナジー獲得を進めることにより、ガス事業で増益を果たし、加えて、地域における信頼を活かしてTLCをさらに積極的に推進し、リフォーム事業の5倍成長を目指していきます。

③ブロードバンド事業

(出所:MM総研予測(2016年12月末時点))

ブロードバンド市場の伸びは鈍化するが今後も微増基調(2,919万世帯・今後+2.3%/年)
MVNO市場はSIMロック解除を契機に今後大きな成長(880万契約→4年後1,950万契約)

- NTT光回線卸の開始を機に携帯キャリア等の新規プレイヤーがブロードバンド市場に参入。(出所:シード・プランニング予測(2016年12月時点))
- MVNO事業者の躍進により大手携帯キャリアも対応を迫られる。

＜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(23.1%)
- 関東エリア50万件(4.1%)のシェア。
(出所:総務省情報通信統計データベース(2016年12月末現在))

光コラボの推進
自社MVNOサービスや
新サービスとの
セット提供で
ARPU・AMPUの
拡大を推進

＜主たる中期目標＞

- FTTHの光コラボ率をH32年度末85.1%に。これに伴いARPUを3,048円/件・月(H28年度比+20.9%)に向上
- MVNO(LIBMO)の顧客をH32年度末14万件とし売り上げを更に積み上げ



付加価値サービスを更に追加
自社ブランドサービスを充実

LIBMOやTOKAI SAFE(セキュリティサービス)等を付帯させブロードバンドの長期利用促進。
IT保険等の新たな情報関連自社サービスを開発しARPUの向上を目指す。

25

ブロードバンド市場は、市場の伸びは鈍化していくものの、今後も微増基調が見込まれています。一方、MVNO市場は、SIMロック解除を契機に大きな成長が見込まれています。

グループのブロードバンド事業は、ISP事業者として全国4位のプレゼンスがありますが、この4年間では、光コラボの推進に加え、LIBMO(格安SIMサービス)など新サービスを充実させてお客様にセットで提供していくことで、長期利用の促進やARPU及びAMPUの向上を目指していきます。

また、市場の拡大を追い風に、MVNOでも自社ブランドLIBMOの顧客件数を、この4年間で14万件に伸ばしていく計画です。

④CATV事業

国の政策の後押しもあり2020年に向け4K放送視聴ニーズの増加期待
有料放送加入世帯数の構成は衛星・IPTVと比べてもCATVが圧倒的

- 今後普及が予想される4K放送の視聴においてはCATV事業者が優位
- 大手通信事業者との差別化が課題。

＜業界の位置付け＞
都市型CATV売上高
全国3位

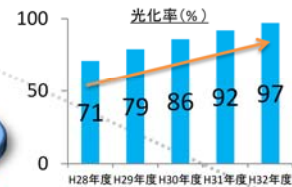
(出典:日経流通新聞「2016年11月9日掲載記事」)

- グループ放送顧客51万件
(ホームパスに占める加入率48%)
- グループ通信顧客23万件

自前光ファイバーネットワーク
を最大限に活用した
サービス展開
放送・通信顧客を4年で
9万件純増させる

＜主たる中期目標＞

- エリア内の光化率をH32年度末迄に
ほぼ100%(H28年度比+25.7%)
- 放送顧客件数を4年で3万件純増、
通信顧客件数も6万件純増させる



4K放送視聴ニーズの増加を最大の
チャンスと捉え放送顧客基盤を拡大

4K放送とインターネットを合わせた価格優位性のあるサービスを投入し顧客基盤拡大。
行政と連携し地域に特化した防災情報等を配信し利便性を向上。
自治体と連携し高速通信網未整備地域へFTTH、地域BWA等のインフラ構築に協力。

26

東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年に向けて、4K放送視聴ニーズが高まっていくことが予測されています。有料放送加入世帯の構成はCATVが圧倒的であり、4K放送の視聴方法においては、CATV事業者が優位にあるものと認識しています。グループのCATV事業は、都市型CATV事業者で全国3位に位置していますが、自前で敷設した高速・大容量の光ファイバーネットワークを活用した、放送と通信を組み合わせたサービスを展開しています。

4K放送と通信を合わせた優位性のあるサービス提供により、この4年間で放送顧客3万件、通信顧客6万件、合わせて9万件的顧客を純増させていく計画です。

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
〒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

