

2011/10/27

TOKAIグループの主力事業の強化について (ガス事業のリフォーム事業への本格参入)

経営企画本部 経営戦略部



1 IP13達成のカギを握る主要3事業の新たな展開方針

	ガス事業	情報通信事業	CATV事業
利益	61億円(45%)	43億円(32%)	26億円(19%)
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"> 静岡県及び関東1都7県に顧客約67万件の「顔が見る顧客基盤」 グループ営業利益の45%を占める屋台骨 グループの地域密着事業の中核。57拠点・421名の営業員体制。 	<p><個人向け></p> <ul style="list-style-type: none"> ISP顧客約70万件(TNC:静岡県内ISP・@TCOM:全国ISP) モバイル顧客18万件 <p><法人向け></p> <ul style="list-style-type: none"> 高度な開発技術を持つSIer 企業システム(データ)の保全ニーズに対応したDC事業 自社NWの通信サービス 	<ul style="list-style-type: none"> 静岡県・神奈川県・埼玉県・千葉県・長野県・岡山県に顧客約55万件 グループ営業利益の19%を稼ぐ成長事業 地域密着の営業体制(5支店7社・171名) 大手通信事業者と同水準のサービスを展開
事業環境認識	<ul style="list-style-type: none"> CP価格の高止まりにより単位あたり利益の伸び悩み 消費世帯数の減少や1戸あたり単位使用量の減少により販売量は減少傾向 同業他社や他エネルギーとの価格競争の激化 	<p><個人向け></p> <ul style="list-style-type: none"> 有線BBの成熟化 スマートフォンの台頭 無線高速BBの拡大 <p><法人向け></p> <ul style="list-style-type: none"> DC事業の成長 企業向け通信市場とシステム開発市場の成熟化 	<ul style="list-style-type: none"> 放送市場の成長鈍化 有線通信事業の成長鈍化 大手競合によるサービスメニューの充実化・高品質化
展開方針	<ul style="list-style-type: none"> 市場の縮小は緩やか。グループ安定収益事業としてさらなる効率化・合理化を推進、 <p>総合リフォーム事業への本格参入により新たな基軸による成長路線を確立</p> <p>本日公表</p>	<p><個人向け></p> <ul style="list-style-type: none"> 次世代高速無線通信、データ通信MVNO、SaaS型サービス等の新サービスの提供 <p><法人向け></p> <ul style="list-style-type: none"> 企業向BCPソリューション及び中小企業のIT運用管理クラウドサービスの提供他 	<ul style="list-style-type: none"> CATV-FTTHインターネット、HD放送、VODサービス他、高品質サービスの提供 地域情報通信企業としてのプレゼンスアップを目的とした地域コミュニティサービス(様々な情報通信デバイス対応)の拡充
1	11月8日・9日「グループ事業戦略発表会」にて公表		

2 ガス事業のリフォーム事業への本格参入

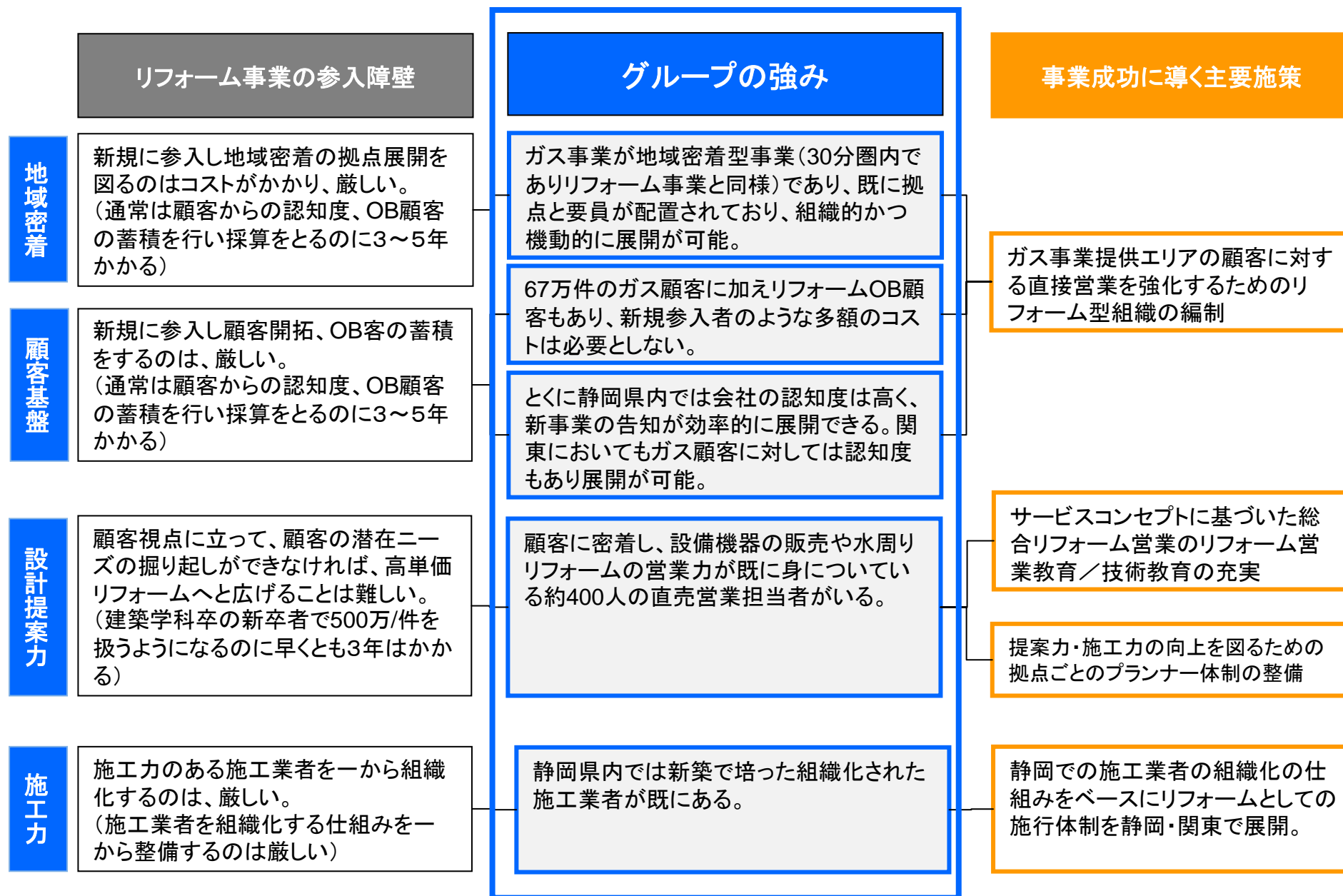
基本構想

- (1) 拡大が見込めるリフォーム市場にガス事業者として参入し、安定収益事業であるガス事業の収益基盤のさらなる強化を図る。既にグループの都市ガス事業でこの取り組みを開始しているが、LPガス事業もこの分野に2012年4月より本格的に打って出る。
 - リフォーム市場規模の拡大が見込めること
※2010年6兆円が2020年には7.5兆円(矢野経済研究所の予測)
 - “水回り”と”エネルギー”に強い当社の強みを活かせる絶好の事業であること。
 - なにより67万件の継続ガス需要家を有することが圧倒的な優位点であること。
- (2) “設備更新型リフォーム”から”本質改善型のリフォーム”に広げることで、拡大する需要の取り込みを図っていく。顧客のリフォームニーズに幅広く対応できる総合リフォームに取り組む。
 - 総合リフォームを展開してきた住設本部リフォーム事業を直売事業部に移管しこの事業の強化を図る。
 - エコ・耐震・バリアフリーのテーマが今後伸びる。この成長分野のニーズを幅広く対応するためには総合リフォームでなくてはならない。
- (3) 設計提案力および・営業効率を高めるためには建築士・コーディネータ等の専門要員を採用、施工体制を再構築して組織強化を図る。
 - 価格競争に陥らない付加価値を売りにした“高い設計提案力と施工力”で勝負する。
- (4) リフォームを通じ顧客視点のソリューション力を強化する。TLC推進の戦略と位置づける。

3 目標とするリフォーム事業規模(5年後の姿)

- リフォーム売上高 約 **100億円** / 年
日本国内ベスト15位に入る規模(現状63位)を目指す
 - 一人あたり営業生産性 **5,500万円** / 人
 - 平均工事単価 100万円 / 件
 - 年間工事件数 10,000件 / 件
 - 拠点数 **約20拠点** / 静岡及び関東
 - 営業要員数 230名 / 静岡及び関東
-

4 リフォーム事業に活かせるグループの強みと施策



5 今後の展開のステップ

リフォームプロジェクトチーム発足

(H23.11月～)

- － 事業計画の策定
- － プランナー・営業組織の検討
- － 施工体制の構築

総合リフォーム研修による営業力強化

(H23.11月～)

※前倒しで展開し知識／技術を習得する

TOKAIグループとしてリフォーム本格展開

(H24.4月1日)
