

日時 : 2022年5月13日(金) 14:30~15:40

登壇者 :

代表取締役社長	岡田 賢二
取締役(兼)専務執行役員 CCO(兼)コーポレート第2部門長	若松 京介
取締役(兼)常務執行役員 CFO(兼)CIO(兼)コーポレート第1部門長	勝 厚
常務執行役員 エネルギー・環境対策室長	普世 肅久
常務執行役員 ホームライフ部門長	内海 達朗
執行役員 カーライフ部門長	茂木 司
執行役員 産業ビジネス部門長	千村 裕史
執行役員 電力・ユーティリティ部門長	田中 文弥

*ホームライフ部門(以下「HL」部門)関連

Q : LP ガス価格の変化で在庫影響^{※①}が発生していると思うが、在庫影響を除いた場合、前期実績と比較してどうだったか教えてほしい。

A : 在庫影響を除いた実績は、前年と比べると若干のプラスとなっている。理由は、家庭用 LP ガスの伸びが堅調であったこと、海外事業、産業ガス事業での収益増によるもの。

前年実績との主な差異要因は、在庫影響/約 14 億円、海外事業/約 1 億円、産業ガス事業/約 1 億円、その他/▲ 6 億円という内訳。在庫影響額を差し引いた 21 年度実績と 20 年度実績を比べると、21 年度その他/▲ 6 億円は減損グルーピングの見直しによる影響等であり、当該差異を 21 年度実績に加味すると約 2 億円のプラスとなる(当該プラス要因は上記記載の海外事業と産業ガス事業)。

小売基盤の拡大は、小売販売数量が前年対比で 103%、小売軒数も 557 千軒となり、比較的順調に推移。海外事業はフィリピン ISLA 社の業績がコロナウイルス感染症(以下「コロナ」)影響からの復調もあり収益が回復。産業ガス事業はコロナ影響からのガス販売数量の復調や、容器検査事業の好調によって収益が回復。

※①…CP(LP ガス輸入)価格が上昇局面において、安価な在庫も含め販売する関係で、利幅が増大すること。

Q : HL 部門 2022 年度の当期純利益/計画値 26 億円の内訳について教えてほしい。

A : HL 部門の成長イメージについてご説明をさせていただきたい。基本方針として、従前どおり LP ガスの小売軒数拡大を掲げており、557 千軒から 21 千軒を増加させる計画としている(M&A で 34 千軒、離脱を加味しネットして 21 千軒)。小売基盤の拡大には 33 億円の投資を予定。また来期の HL 部門の合計投資額は 66 億円を計画しており、その主な内訳は、設備の維持 11 億円、新規獲得 8 億円、営業権買収 25 億円、LPWA^{※②} 0.6 億円、海外関連投資 20 億円。

基盤の維持拡大、LPWA による効率化、海外への投資の 3 つの成長エンジンにより、2022 年度計画の 26 億円を達成したいと考えている。

※②…Low Power Wide Area.の略称。消費電力を抑えて遠距離通信を実現する通信方式。

Q：カーボンニュートラル LP ガスの販売を行っていく予定はあるのか。

A：まずカーボンニュートラルに向けての HL 部門の取組みとしては、通常の事業活動における CO2 排出量の削減を LPWA の設置を進めることで大きく削減していきたいと考えている。LPWA は総小売軒数のうち、現在 6 割弱が設置済であり、2022 年度末時点では全体の 74%が設置済予定としており、設置率 70%を超える販売子会社がほとんどとなる。また、カーボンニュートラル LP ガスについては、現在元売が販売している国内認証されていないクレジット LP ガスの取組みを協議しており、今後の実効性については検討中である。

Q：岩谷産業(株)が昨今、東京ガスエネルギー(株)を買収したことについてどのように考えているか？また投資計画に変更はあるのか？

A：東京ガスエネルギーとは京葉地区で共同配送センターを運営、管理しており、今後も変わらずお取引を続けさせて頂き、岩谷産業とも深い親交があるので当社への影響は特になく考えている。通常の調達部分についても懸念材料というよりもむしろ今後の取引拡大につなげていきたい。

Q：2022 年度経営方針の中で、「地域創生型ビジネス」とあるが、具体的にはどういったものをイメージしているのか。

A：当社は伊藤忠燃料として創立して以来、卸売が強みで販売店との強固なネットワークがある。しかしながら近年、他の元売や同業他社も小売志向になっており、販売店とのネットワーク作りが以前より希薄になっている。一方、販売店は地域のネットワークを通じて独自に新たなビジネスに取り組んできている。こうした実態を踏まえて、当社の強みである地域に根差した販売店、事業会社などの地域ネットワークと伊藤忠グループのネットワーク、エネクスにおける商材・サービスの横展開を組み合わせ、「地域貢献型」「地域創生型」などと呼ばれる事業の掘り起こしを行っていきたくと考えている。例えば自治体の小水力発電、バイオマス発電などいくつか案件が出ており、当社がインキュベーション機能としてそういった案件を見つけて、販売店とのネットワーク強化につなげていきたい。

***カーライフ部門(以下「CL」部門)関連**

Q：日産大阪における新車販売において、半導体不足の影響は今年度どうなっていくのか。影響を解消できるのか。

A：今年度においてまだ解消まではいかず、厳しい環境は続くと思われる。今年度も生産減は続いているが、それを避けるべく車検や板金などのサービス事業や中古車販売事業などで収益を上げていきたい。EV 車の SAKURA が今月発表されており、来月から納車が始まる。今後は EV 車 3 車種(サクラ、リーフ、アリア)のラインアップで攻めていきたいと考えている。

新車の販売台数の前年比増減は、全国統計において、普通車・小型車・軽自動車合わせ約 10%減となっている一方、当社グループではほぼ前年同数(25 千台)と持ちこたえている。日産大阪販売は全国にある日産ディーラーの中でもかなりの販売力を有しており、台当たり収益率は向上している。新年度においてもいろいろな工夫をしながら収益を上げていけると考えている。

Q：2022 年度経営方針の「未来を見据えた CS^{※③}作り」、「CS 周辺の新たなビジネス展開」について教えてほしい。

A：“顧客基盤の拡大”の延長上に“領域の拡大”が必要であると考えており徹底的に実行していきたい。従来の楽天ポイント、Tポイントにさらに dポイントを加えることで顧客基盤を広げていきたい。また異業種との取組みについても行っていきたいと考えている。

※③…カーライフ・ステーションの略。当社が提案する複合サービス給油所。

Q：湯河原にある実証店 CS について、今年度はどのような取組みを実施していくのか？

A：リアルとネットの融合ということで楽天と提携し、ポイント経済圏^{※④}を活用した取組みを行っている。具体的には、通常インターネットからしか予約が出来ないサービスを、店舗でも申込みが出来るようにし、ポイント会員の利便性と普段 CS を利用しないポイント会員を店舗に集客していくという取組みを実証店舗で行っている。

※④…提携する複数の企業やサービスを横断して使える特典ポイントを消費者に付与することで提携企業サービスへの更なる消費行動を促し、多くの消費者を同じ商圈に囲い込むこと。

*** 電力・ユーティリティ部門(以下「PU」部門)関連**

Q：メガソーラーによる影響を除いた場合に、発電所を所有していることで業績が好調だったのか、外部市場価格による圧迫があったのかどちらか。

A：当社の電力調達においては、JEPX(日本卸電力市場)からの調達はほとんどない。従って、通常であれば市場価格の変動に伴う影響はほとんど受けない。当社の調達構造としては、相対取引、自社電源がある。全国平均の電源構成比と比較すると、石炭火力の比率が高めになっており、石炭価格の影響を受けやすい。前年実績との主な差異要因のうち、電力販売関連で▲15 億円となっているが、概ね当該影響を受けたということと、年度末に福島県沖地震があり仙台の石炭火力発電所が停まってしまったため、市場から調達せざるを得なくなってしまいその影響を受けたことが要因となっている。

Q：再生可能エネルギーのアセットを保有していくのか否かについての考えを教えてください。アセットを持つだけであれば金融投資家でもでき、事業会社が投資を外部に任せれば資本効率は上がるという側面があると思われる。アセットを他社に持たせて再生可能エネルギー事業を拡大していきたいのかそれとも何らかの理由でアセットを保有していきたいのかの方針を教えてください。

A：投資判断の際に重要視していることは、ブラウンと呼ばれる“中古案件”なのか、または“FIT(固定価格買取制度)案件”なのか、あるいは“投下資本が大きい(投下資本が大きいにも関わらず収益率が低い)案件”なのかという点。投下資本が大きい案件については他人資本を活用していく可能性が高いと考えている。逆に自社で持ちたいアセット(電源)は FIT ではない案件であり、自社で一から開発したものである。FIT で発電した電気は再生可能エネルギー賦課金の対象にもなっていることから自社で使用できないが、非 FIT で発電した電気は自社電源として利用することができるため、自社保有し運用していくことが基本的な考え方。

*** 全社関連**

Q：現在の 4 部門という組織体制はどれくらい続けられると考えているのか？電力を CL 部門や HL 部門と連携していくというような施策があるように、今後はユーザー目線で組織を最適化していくのか、それとも既存の組織体制で臨んでいく方が良いと考えているのか組織的な戦略について教えてください。

A：現在は 4 部門であるが、元々電力事業は数年前までは産業ビジネス部門(IB 部門)の中にあり、それが分離して今の 4 部門になったという経緯がある。以前は石油事業とガス事業の 2 つのセグメント中心に組織化されていたが、2 つのセグメントの間には高い敷居があった。その敷居をどう下げていくのかというのが、当社においてこの 10 年間の課題でもあったが、4 部門となっている現在ではそれぞれの部門間の敷居の高さは非常に低くなっている。具体的取組みの一つとして CL 部門傘下にあったエネクスオートというレンタカー等を手掛けるグループ会社が現在は PU 部門傘下のエネクスライフサービスという電力小売を手掛けるグループ会社と合併した。違う事業のように見えるが、双方ともに販売チャネルがインターネットであるという共通項から統合している。従って今後、次々と有機的に事業の組み合わせが変わっていくと考えており、現状の 4 部門についてもそう長くは続かないであろう。組織とは融

通無碍に構成されるべきであり、当社はそのようなカタチを目指している。

Q： 海外事業の展開について今回の資料にはあまり積極的な記載がなかったが、現状どう考えているか教えてほしい。

A： 新型コロナウイルス感染症の影響もあり、ここ2年間ほどは新たな案件がなかなか進まなかった。10年程前から海外展開の検討も始め、6年前位にインドネシアで産業ガス事業に参入したが、率直に言うと同事業はなかなかうまくいかなかった。その理由として、国の事情の知識や知見が不足していたことが挙げられるが、参入したことによって貴重な経験も得られ、その後の投資に続いている。フィリピンの ISLA 社に対する投資やタイにおける WP エナジー社との業務資本提携が新たにある(WP エナジー社案件はコロナ影響を受け遅れていた部分があるが、今年以降動いていく)。タイでは他にも、自家消費型太陽光発電等の事業を行う会社を設立しており、今後はこれらを積極的にやっていきたい。また、ベトナムで洗車事業を始めているが、まだ本格的には収益化に至っていない。小さい事業ではあるが、本事業をきっかけにして他事業への展開も検討していきたいと考えている。まだアメリカやヨーロッパに展開する体力はないが、アジアにおいては積極的に行っていきたい。

また、海外事業を進めていく上で、海外事業に対応し得る人材を育成することを目的に、海外就労研修を2年間ずつ交代で行っている。残念ながらコロナの影響もあり、2年間にならず滞っているところもあるが継続している。総論で言えば、今後も海外展開をかなり積極的に行っていく予定。

Q： ここ数年の ROE の動きを見ると、10%未満で推移しているが、10%を超えないように意識しているのか。

A： 10%を超えたいと思っているが、なかなか超えられないのが実情。利益が積み上がっていくと、株主資本が増加し、それによって ROE のハードルが上がってしまうという繰り返しになっている。

※会社名等含め、敬称略

.....
* 問合せ先：財務経理部 IR・企画課／今泉・中村
03-4233-8025 enex_irpr@itcenex.com
.....

以上