

日時 : 2023年11月10日(金) 15:00~16:05

登壇者 :

代表取締役 社長CEO	吉田 朋史
取締役(兼)専務執行役員 ホームライフ部門長	若松 京介
取締役(兼)常務執行役員 カーライフ部門長	茂木 司
取締役(兼)執行役員 CFO(兼)CIO(兼)コーポレート第1部門長	今沢 恭弘
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
執行役員 コーポレート第2部門長(兼)経営企画部管掌(兼)投資戦略室管掌	渡辺 聡

### ホームライフ部門(以下「HL 部門」)関連

Q : HL 部門では前期末比で直売顧客軒数が 8 千軒増加しているが、来年度の目標軒数や営業権の買収の目標数値を教えてください。

A : 直売顧客軒数は 2024 年 3 月末時点で 58 万 7 千軒を目指しており、2023 年度合計で 2022 年度末比 2 万 2 千軒増(下期で 1 万 4 千軒増)を目指している。軒数は日々の営業努力によっても増加しており、顧客の他社への乗り換えや都市ガスへの燃転による離脱を差し引いた後の数値として 2022 年度末比 2 万 2 千軒の増加を目指している。

Q : HL 部門のスマールビジネスの詳細、規模感について教えてください。

A : スマールビジネスの具体例としては、数年前から西日本で始めた LP ガスを使用したコインランドリー事業が挙げられる。業績には大きな影響を与えないが、着実にマネタイズを行っており、現時点で 7 か所運営しており、今後も立地がよければ投資を行っていききたい。また健康に配慮したお弁当宅配事業を 2023 年度期初に岡山でスタートしており、当初は苦労があったものの、現在 KPI は改善傾向であり今後も注力していく。その他、東北にて冬場の都市ガス向け給湯器の故障修理対応を行っており、故障トラブルに対して暫定的な対応を行い、そこから給湯器の営業に繋げていく活動を拠点限定で開始している。このような LP ガス周辺領域の地域密着型ビジネスを、M&A を絡めた手法で増やしていきたいと考えている。

Q : LPWA<sup>※①</sup>のゴールド認定のグループでの進捗状況と、2024 年度の計画を教えてください。

A : LPWA のゴールド認定についてはグループ会社 8 社中 7 社が認定を受けており、2023 年度は伊藤忠エネクスホームライフ東北(株)と(株)エネアーク関西でゴールド認定を取得している。また 2024 年度に(株)エコアがゴールド認定を取得予定。今年度末にグループ累計設置率(開栓ベース)が 94%達することを見込んでおり、拠点統廃合、配送の合理化に資するものと考えている。

※①…低消費電力無線通信技術。LPG 検針数値取得や開閉栓の自動化を行う。

Q : LP ガス物流の 2024 年問題<sup>※②</sup>について、取引先とはどのように進めているのか進捗を教えてください。

A : 上期の実績としては、小規模ではあるが期初に運送会社の M&A を実施している。LP ガスの小口配送に至っては配送するだけでなく、保安の知識・資格が必要となるため、資格を持った若い社員を養成したいがなかなか新入社員が集まらない状況が続いている。一方で以前から地域毎で同業他社と配送センターを共同で運営し合理化を推進しているが、更に余

地が無いか検討しているところである。将来に備えて今後も合理化・効率化作業を進めていきたい。

- ※②…物流・運送業界において、働き方改革法案によりドライバーの労働時間に上限が課されることで生じる問題の総称。ドライバーの時間外労働時間が年間 960 時間に制限されることで、一人当たりの走行距離が短くなり、長距離での運送が難しくなると懸念されている。

### **カーライフ部門(以下「CL 部門」)関連**

Q : CS<sup>※③</sup>数が前期末から 20 か所減少しているが（前年上期は 6 か所減少）当期の減少数が多い理由と特に減少しているエリアまたは直営 CS であるか否かについて教えてほしい。

A : 減少数の多寡については特に理由はなく偶然、時期が重なったためである。具体的な理由は、後継者不足、採算性、老朽化などによる廃業等が挙げられ、エリアについては特定の偏りはなく、また直営もあればそうでない CS もある。売却した福岡セントラルの CS も然り 50～60 年経過した CS は継続して運営すべきかを検討しなければならなかったり、また外部環境変化により昨今、交通量が減少したエリアなどは収益的な要因により運営を継続するか検討する必要であったりする。下期においても 20 か所の減少とまではいかないが数店舗の減少を見込んでいる。一方で、増加要因もあり、下期に新規で獲得する CS を見込んでいる。

- ※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 : 石油製品の需要、ガソリンより軽油が伸びている理由は？

A : 販売子会社であるエネクスフリース(株)によるものであり、要因としては、既存店でのコロナ影響の緩和が寄与したこと、新たに代行店が 8 社 9 店舗増加したこと、そして大口需要家に対して直接販売するインタンクによる販売も増加したことなどによるものである。

### **産業ビジネス部門(以下「IB 部門」)関連**

Q : IB 部門は下期に大きく業績が伸びることが見込まれているが、プラス要素として何があるのか。また中期経営計画ではどの分野を重要視しているか。

A : 上期は石油製品の国内市況が大きく下落したことで在庫評価損や船舶燃料の若干の下振れにより、2023 年度上期では純利益予算に対して 35%の進捗となっている。他セグメントは好調であり、特にアスファルトは、下期に道路工事の受注が多く行われ需要期に入ることから下期のプラス要素として見込んでいる。また Adblue<sup>®※④</sup>の販売数量も通年で非常に好調に増加(前年同期比約 110%)しており、また工業ガスや法人カード等もこの調子で事業が進めば、上期のマイナスをカバーし計画である当期純利益 31 億円は達成できるものとして取り組んでいる。成長戦略については、コア事業と新規事業の強化という両建ての成長戦略を立てている。コア事業については安定的な補修事業が見込めるアスファルト事業、環境志向のさらなる強まりを想定し、環境商材やガス関連事業をコア事業の強化分野として取り組んでいき、新規事業については全くノウハウのない分野に手を出すのではなく、コア事業の強化分野の周辺事業をさらに強めていく方針である。先般、リリースしたニチレキ社との資本業務提携もその一つで当社が主として取扱うストレートアスファルトではなく、ニチレキ社はストレートアスファルトを加工した“改質アスファルト”を取り扱っており当社のアスファルト販売事業の強化、並びに当社の成長戦略に資すると考えている。

- ※④…高品位尿素水アドブルー<sup>®</sup>。トラックやバスなどのディーゼルエンジンから出る排ガスに噴霧することで窒素酸化物(NOx)を無害化する環境商材。®AdBlue(アドブルー)はドイツ自動車工業会(VDA)の登録商標です。

## 電力・ユーティリティ部門(以下「PU 部門」)関連

Q : メガソーラー売却はいつ行ったか？

A : 高崎のメガソーラーは 2023 年 6 月末にエネクスインフラ投資法人へ売却を行った。

Q : 前年同期比で低圧販売の数量が増加しているが、中期的な戦略として低圧を伸ばしていくのか、もしくは他に戦略があるのか？

A : 中期的な戦略としては 2 つあり、まず一つ目はシンプルであるが家庭向けの電力供給件数を 2025 年度末に 50 万件、2030 年には 100 万件までに増やすことを目標としている。また供給件数の増加に伴い Non-FIT<sup>※⑤</sup>の太陽光発電や LNG のガス発電設備への投資を行うことで盤石な供給体制を整える。二つ目は、レンタカー分野においてカースタレンタカーというブランドで進出しており、現時点で約 550 店舗、顧客数は 32 万件にまでに成長している。まずは 50 万件を目指し、電力とモビリティの合計で 100 万件を成長戦略の核として取り組んでいる。

※⑤…再生可能エネルギー源を用いて発電された電気を、国が定める価格で電気事業者が一定期間買い取ることを義務付けた制度である固定価格買取制度(FIT 法)に依存しない、電気の売却先や買取価格、買取期間など法的拘束を受けないもの。

## 全社関連

Q : 2023 年度の上期で太陽光発電や CS 跡地の売却により大きく利益を出しているが、売却に至った背景について教えてほしい。固定資産売却により部門毎に ROE や ROIC の向上を図っているのか、もしくは一過性の収益であったのか。また対外的には公表していないが、各部門で純利益以外にも KPI として ROE や ROIC があるのか。

A : PV の売却理由については大きく 2 つあり、まず再生可能エネルギー施設の価格が非常に高騰しており、売却に適したタイミングであった。九州の CS 跡地については立地が良いにも関わらず現在使用しておらず資産の有効活用をするために売却した。

ROE や ROIC は部門毎よりも事業毎に重要視しており、どのビジネスを伸ばし、管理するかについて、昨年度は部門長が 8 回集まって議論を行った。個別の公表は行っていないが、事業毎に資本効率を考えながら伸ばしていく事業と撤退する事業を取捨選択し、事業の入れ替えを行う。

また中期経営計画は ROE や ROIC 等の指標を強く意識し、策定している。現事業から成る ROE に満足はしておらず、高い資本効率を考慮した上で、積極的に投資を行うことで ROE や ROIC の向上に努めたいと考えている。

Q : 特に HL 部門や CL 部門において、人手不足や人件費の上昇が業績に与える影響について、先行きの見通しも交えて教えてほしい。

A : 【HL 部門】

現時点では HL 部門グループにおいて人手不足に係る大きな影響はあまりなく、深刻な問題とはなっていない。数年前から LPWA による集中監視システムを普及させており、2022 年度では拠点の統廃合を 9 箇所行うことで業務の効率化を図り、拠点の省力化は進んでいる。但し、保安で点検などを行う人材や設備士資格の研修を務める講師等のプロフェッショナル人材が高齢化により不足しているので、リスキング等を活用して人材確保に努めていきたい。

【CL 部門】

主な事業会社であるエネクスフリード(株)(従業員約 2,000 人)と日産大阪販売(株)(従業員約 2,300 人)においては人手不足が課題となっている。両社で 3~4%程度の賃上げを行っているが、依然として整備士や CS スタッフが不足しているた

め、現在の従業員の残業が増えてしまっている。現状は積極的な中途採用による人員確保やシステムの導入による業務効率化により人材不足をカバーすべく取り組んでいる。

【その他】

当社はグループ全社で見れば人手が多く、これは新規事業を展開できるキャパシティーがあり、アセットを入れられる余地があるということで“プラス”要因であると考えており、人材活用を推進し、中期経営計画の達成に向け取り組んでいきたい。

以上