

# 2025年3月期 第1四半期 決算説明資料

2024年7月30日 日本瓦斯株式会社



# 決算のポイント① 25/3期1Q実績(計画比)と通期見通し

概ね計画通り。顧客獲得順調で販管費が計画を上回った。通期利益計画に変更なし

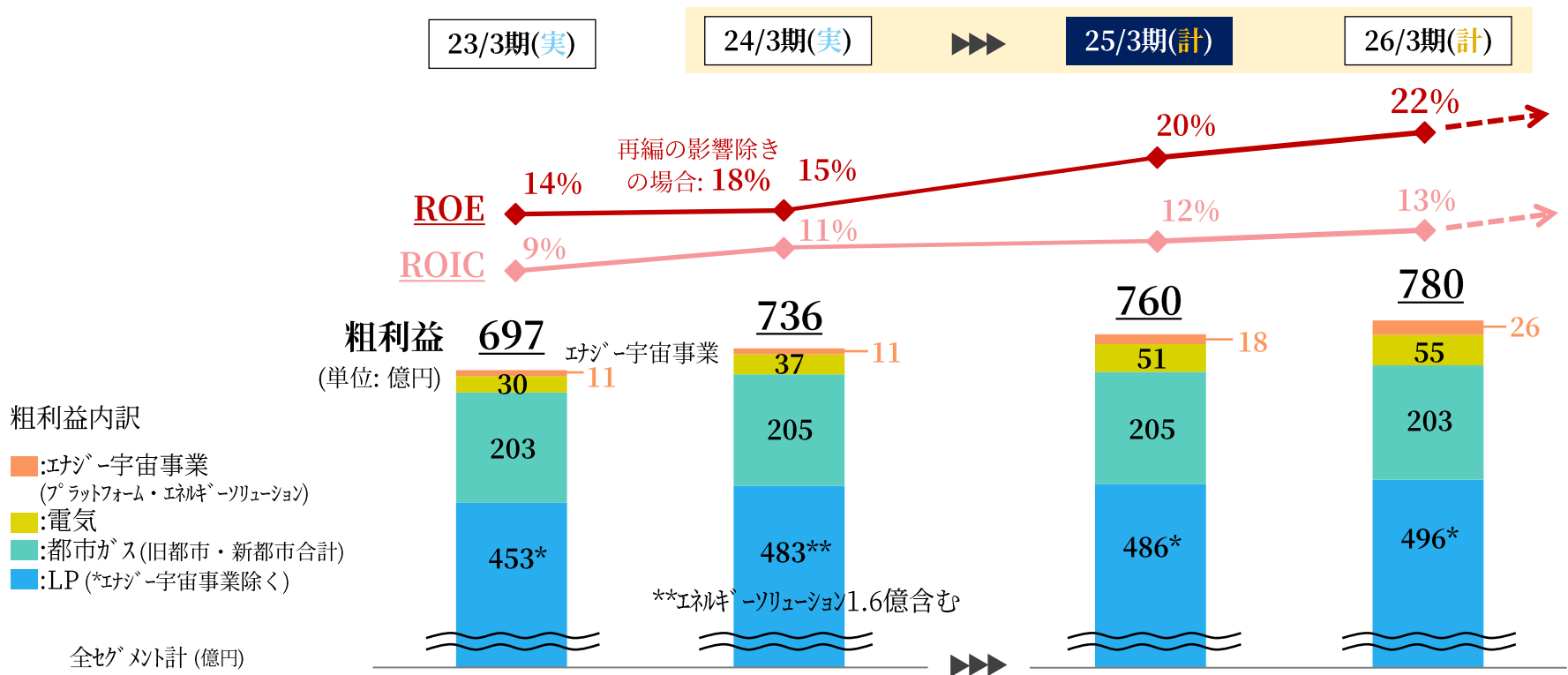
- 粗利はほぼ計画通り(同+1億)。販管費では、LP純増が13千件と大きく伸びて顧客獲得費が計画を上回った。超過分は2-4Qで吸収する。
- 通期の利益計画に変更なし。原価の変動に適切に対応する。

(億円)	25/3期(1Q/4-6月)		25/3期 通期計画		ポイント
	計画(4/30時点)	実績	見直前	見直後	
粗利益	168	169	760	760	
LPガス	116	113	506	504	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1Q: 高気温影響で販売量伸びず。家庭用利幅は概ね計画通り</li> <li>・通期: 家庭用利幅はやや拡大して見直し</li> </ul>
電気	6	7	51	51	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1Q: 概ね計画通り。利幅はやや計画を上回った</li> <li>・通期: 粗利は2Qに13億、下期に31億計上予定</li> </ul>
都市ガス(旧都市+新都市合計)	46	49	203	205	<スライドラグ> <ul style="list-style-type: none"> <li>・1Q: プラス影響は計画比+1.3億</li> <li>・通期: 新たに2Q想定(+0.1億)を計画に織り込む</li> </ul>
内、スライドタイムラグ	+0.1	+1.4	+0.1	+1.5	
販管費	144	148	560	560	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1Q: 顧客獲得費が計画上回った。2-4Qで吸収する</li> </ul>
営業利益	24	21	200	200	
純利益	16	15	140	140	<ul style="list-style-type: none"> <li>・25/3期通期は過去最高益を計画</li> </ul>
株主還元	-	-	102+[α]	132+[α]	<ul style="list-style-type: none"> <li>・配当計画は102億円。自社株買いは、6月に上限30億の買い入れ枠を発表(詳細P.16)</li> </ul>

# 決算のポイント② 3ヶ年計画(24/3~26/3期) 利益の詳細

26/3期に純利益150億円を達成する。ROE目標は25/3期20%、26/3期22%

■ 25/3期は3ヶ年計画の2年目。営業利益200億円への大幅増益に加えて、自己資本比率を最適化し(詳細P.14)、ROE20%とEPSの32%成長(95.6円→126.7円)を計画する



全セグメント計 (億円)	23/3期(実)	24/3期(実)	25/3期(計)	26/3期(計)
粗利益	697	736	760	780
販管費	546	562	560	560
営業利益	151	174	200	220
純利益	106	108	140	150
EPS	92.6円	95.6円	126.7円	138.9円

24/3期(実): 純利益108億円は再編関連の特損▲24億を負担後

# 決算のポイント③ 3ヶ年計画 利益計画の前提

LPと電気が利益成長を牽引。プラットフォームとエネルギーソリューションは26/3期に粗利26億を計画

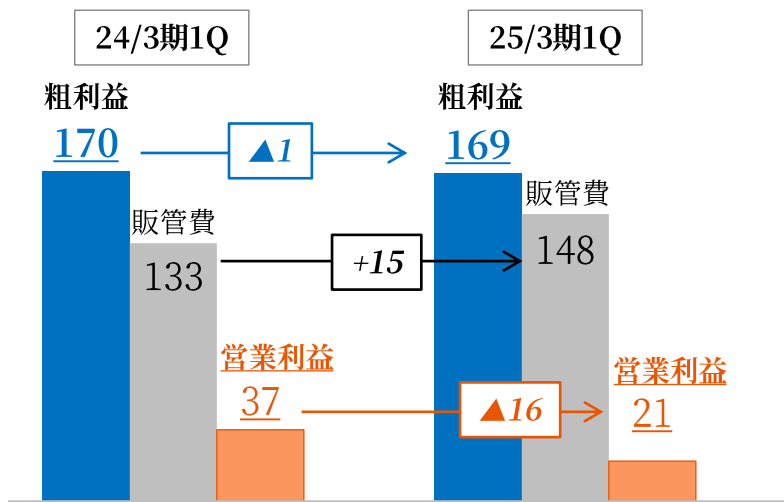
(億円)	23/3期(実)	24/3期(実)	25/3期(計)	26/3期(計)	コメント
<b>粗利(全セグメント合計)</b>	<b>697</b>	<b>736</b>	<b>760</b>	<b>780</b>	
<b>LPガス</b> (機器工事含みプラットフォーム除く)	<b>453</b>	<b>483</b>	<b>486</b>	<b>496</b>	
期末顧客数(千件) (括弧内前期比)	973	997(+24)	1,037(+40)	1,077(+40)	・利益計画への反映は慎重に見積もる
販売量(千トン) 家庭用/業務用	186/121	179/114	188/115	195/115	・最新の気温予想等踏まえ、25/3期家庭用▲4千トン減らし見直す(192千トン→188千トン)
家庭用利幅(円/kg)	212	233	220+α	[220]	・25/3期は通期で225円/kgを見込む
<b>都市ガス</b> (機器工事含む)	<b>203</b>	<b>205</b>	<b>205</b>	<b>203</b>	・25/3期は1-2Qのストイックプラス影響+1.5億を含む
販売量(千トン) 家庭用・業務用計	378	365	362	365	・最新の気温予想等踏まえ、25/3期▲3千トン減らし見直す(365千トン→362千トン)
<b>電気</b>	<b>30</b>	<b>37</b>	<b>51</b>	<b>55</b>	
期末顧客数(千件) (括弧内前期比)	320	345(+25)	445(+100)	545(+100)	・利益計画への反映は慎重に見積もる
販売量(GWh)	1,297	1,427	1,576	1,770	・25/3期: 前期比で寒い冬を予想、暖房需要増を見込む
利幅(円/kWh)	2.3	2.6	3.2	3.1	・25/3期: 価格を改定、利幅良化を見込む
<b>エネルギー宇宙事業(プラットフォーム)</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	・25/3期: 1Q粗利は3.5億。新保安PFはエリア拡大で受託件数増
<b>エネルギー宇宙事業(エネルギーソリューション)</b>	<b>-</b>	<b>[1.6]</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	・25/3期: 1Q粗利は0.6億。ハイブリッド給湯器は1Q(3ヶ月)で1.2千台販売(前期比で約3倍)

# 決算の実績① サマリー(24/4-24/6月) (前期比)

粗利は前期並み、特定の要因が影響。販管費は顧客獲得費が増、LP顧客が大きく伸長

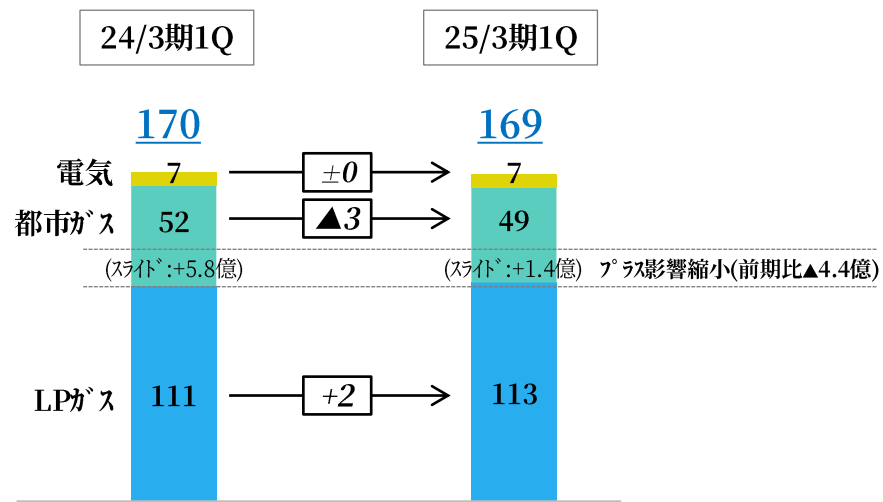
■粗利はほぼ前期並み、都市ガスのスライドラグのプラスが縮小、電気は販売量の少ない1Qに固定費負担が重しとなった。販管費は顧客獲得費が増(前期比+8億)、LPの顧客純増数が前期の5千から13千件に伸びた。

粗利益/販管費/営業利益 (億円\*)



粗利益内訳 (億円\*)

\*実数の単位未満は端数処理



※グループ組織再編に伴い、新たに都市ガスとLPガスの一部(24/3期 ※遡及と25/3期)についても収益認識基準適用後ベースで開示する

全セグメント合計 (億円)	24/3期 (1Q/4-6月)	25/3期 (1Q/4-6月)	増減	ポイント
粗利益	170	169	▲1	・LPで前期比+2億、業務用で利益拡大。都市ガスは同▲3億、スライドプラス影響が縮小
販管費	133	148	+15	・LPお客様純増数が大きく伸びて顧客獲得費が増(同+8億)
営業利益	37	21	▲16	
販売量(千トン) LPガス	70	69	▲1	・家庭用: 高気温の影響で単位消費量減、都市ガスは顧客数減も影響
都市ガス	85	79	▲6	・業務用: 顧客の省エネ取組みにより大口需要減、官公庁等向けも販売量減
電気(GWh)	258	285	+27	・顧客増により前期比増(23/6末:327千件→24/6末:355千件)

# 決算の実績② 販管費明細

1Qは計画比+4億。LP純増が大きく伸びて顧客獲得費が増えた。通期560億に変更なし

- 1Q販管費は148億と計画を4億上回った。これは1QのLP新規純増数が+13千件に伸長(前期1Qは+5千件)した為、顧客獲得費が計画を上回った。
- 通期の560億は変更しない。1Qの超過分は2-4Qで吸収する。獲得費は7月以降大きく減る見通し、液石法省令改正に伴いLP契約獲得方針を見直した。

\*実数の単位未満は端数処理。進捗(%)は億円表示処理後で算出

販管費明細 (億円)	25/3期		進捗 *対通期計	ポイント	24/3期	
	(通期計)	(1Q実)			(通期実)	(1Q実)
1.人件費	148	35	24%	・25/3期の昇給率は5%。従業員あたり増やす方針	142	34
2.減価償却費 <sup>(*)</sup>	84	20	24%		86	20
3.顧客獲得費用 <sup>(**)</sup>	59	25	42%	・前期比+8億、LPの純増数が大きく伸びた為(前期5千件→今期13千件)。前期1Qの約1/3の期間は訪問活動を停止していた。	72	17
4.IT費用	51	13	25%	・IT償却費が前期比増(+1億)、配送や保安向けシステムを運用開始	47	11
5.手数料等 <sup>(***)</sup>	43	12	28%	・架電等を通じて既存顧客との関係強化の取組みを実施。24/3期から保安・検針費等と統合	41	10
6.ガス関連機材等	35	10	29%	・新規契約数増加に伴いポンパ費用が前期比で増	34	8
7.ガスポンパ運搬費	33	8	24%		32	7
8.修繕費用 <sup>(***)</sup>	21	5	24%		19	4
9.租税公課・事業税	20	5	25%		20	5
10.通信費 <sup>(***)</sup>	12	3	25%		11	3
11.広告宣伝費	9	2	22%		8	2
12.旅費交通費	6	2	33%		6	1
13.コールセンター	6	1	17%		5	1
14.託送料	0	0	-	・グループ組織再編に伴い、今期から託送料6億(通期)を販管費→都市ガスの原価に振替	6	2
15.その他	33	8	24%		33	8
<b>合計</b>	<b>560</b>	<b>148</b>	<b>26%</b>		<b>562</b>	<b>133</b>

(\*) IT関連の償却は「4.IT費用」、のれんの償却は「15.その他」に計上 (\*ii) 顧客獲得費用はLPガス、都市ガス、電気に係る営業費用とサービスの合計

(\*\*\*) 24/3期から「保安・検針費等」を「5.手数料等」に統合

(\*)iv) ポンパや機材等の修繕費、ポンパ検査費用。検査費用の他社委託分は「5.手数料等」、自社実施分は「8.修繕費用」に含む (\*\*v) 顧客とのコミュニケーション費用、スパーク通信費用

# 決算の実績③ LPガス事業(前期比)

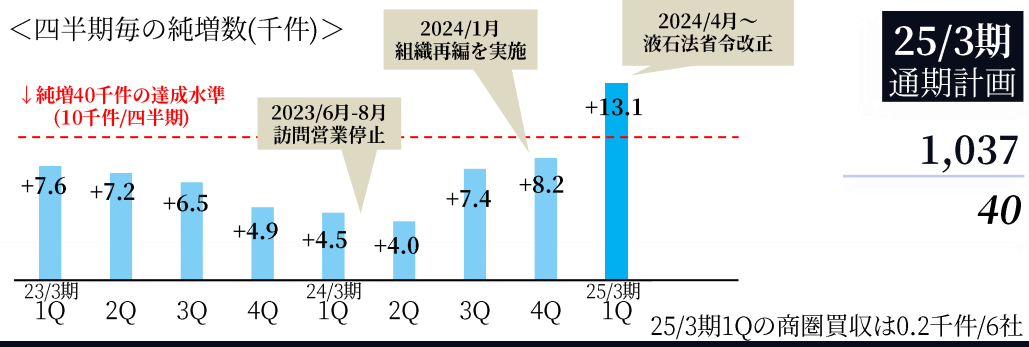
粗利増益。家庭用は高気温影響で販売量減。業務用で利益拡大。お客様純増数は好調

- 粗利は前期比+2億。高気温影響で家庭用の販売量減も、業務用で利幅拡大して利益伸ばした。
- 1Q(4-6月)お客様純増数は+13.1千件、年間目標40千件を上回るペース。組織再編で小売営業を統合し営業力を強化。液石法改正省令に伴い戸建営業を一層強化する。

\*実数の単位未満は端数処理。 \*増減は億円表示処理後で算出

LPガス(億円)	24/3期 (1Q/4-6月)	25/3期 (1Q/4-6月)	増減	ポイント	25/3期 通期計画
粗利益	111	113	+2		504
内、ガス	103	105	+2	・家庭用は前期比▲1億、業務用は同+3億	463
kgあたり(家庭用+業務用)	147円	152円	+5円	・利幅: 家庭用は前期並、業務用は拡大。価格改定に加えて、原料の動きがプラスに作用した。	153円 (家庭用+業務用)
内、プラットフォーム(PF)	2.9	3.5	+0.6	・新たに工事プラットフォームを追加しプラットフォーム事業を拡大(詳細はP.11)	14
内、機器その他(内、エネルギーソリューション)	6(0.3)	5(0.6)	▲1(+0.3)	・1Qはハイブリッド給湯器を約1.2千台販売(前期比で約3倍)	27(4)
ガス販売量(千トン)	70	69	▲1		303
家庭用	42	41	▲1	・家庭用: 前期比微減。顧客増も高気温の影響で単位消費量が減少	188
業務用	28	28	±0	・業務用: 前期比横ばい、飲食店等の商業用が伸びず	115

LPガス	24/3期 (1Q/4-6月)	25/3期 (1Q/4-6月)	増減
お客様数(千件)	977	1,010	+33
純増数(千件)	5	13	+8



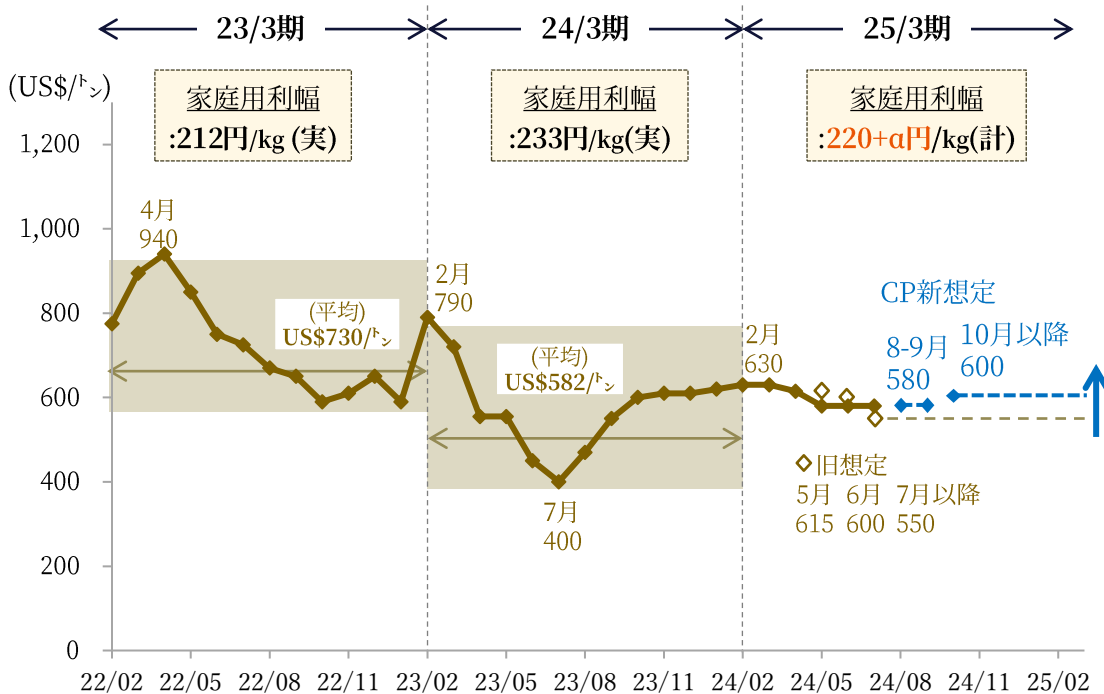
液石法改正省令に伴い、戸建の営業を一層強化し、解約数減少と顧客獲得費減少を想定する

# LPガス原料価格(CP)の推移

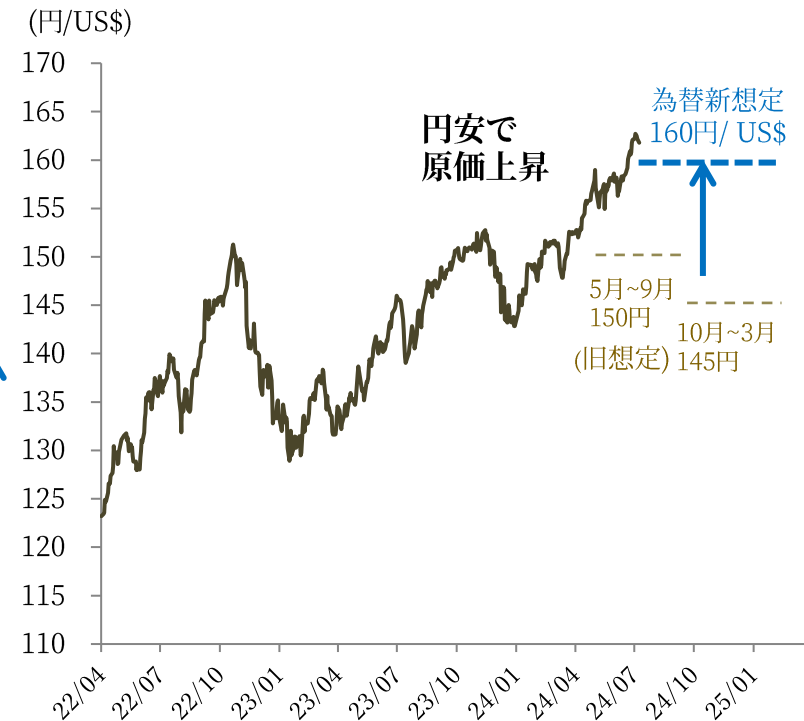
上期原価は想定通りを見込む。下期は原価想定上げるが利幅計画はやや拡大して見直す

- 円安の一方で原料価格は想定を若干下回って推移、上期の原価はほぼ想定通りを見込む。
- 下期は、原料(CP)想定を引き上げ、為替も145円→160円に変更して原価計画を見直す。原価の変動に適切に対応、家庭用利幅はやや拡大して見直す。

## LPガス原料価格(CP)の推移



## 為替相場(TTS)



(US\$/t)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2022年	740	775	895	940	850	750	725	670	650	590	610	650
2023年	590	790	720	555	555	450	400	470	550	600	610	610
2024年	620	630	630	615	580	580	580					

- \*ハイライトは25/3期1Qの原価
- \*CPは概ね2~3ヶ月後の原価を構成
- \*ほぼタイムラグなく販売価格改定可能 (商品の性質上、対象外もあり)



# 決算の実績④ 電気事業(前期比)

粗利は計画よりやや良い。新料金メニュー開始で顧客獲得ペース加速

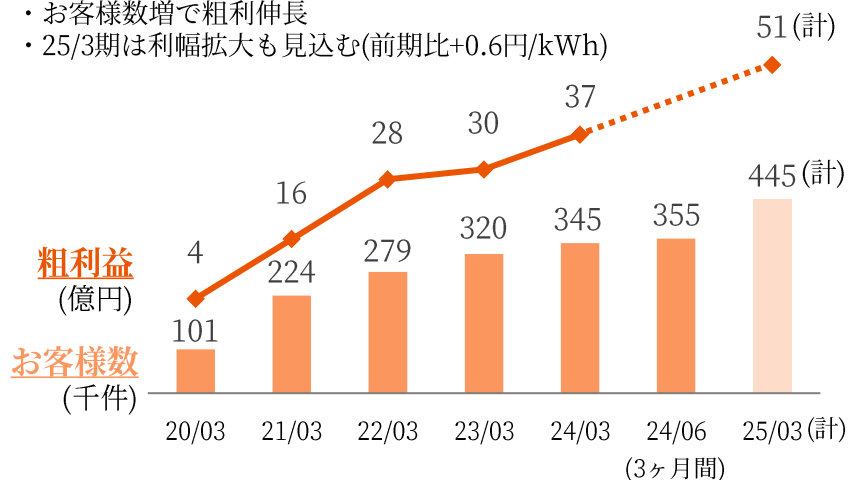
- 1Q粗利は前期並みだが、これは、今期から原価に毎月定額の固定費が発生、最も販売量が少ない1Qは利益が圧縮された。販売量が拡大する4Q(1Qの1.7倍)はkWhあたり利益が大きく伸びる。
- 4月から新メニューで対象顧客層を拡大、顧客獲得ペースが加速している。

\*実数の単位未満は端数処理。 \*増減は億円表示処理後で算出

電気	24/3期 (10/4-6月)	25/3期 (10/4-6月)	増減	ポイント	25/3期 通期計画
粗利益(億円)	7	7	±0	・ 1Qの利幅は前期比▲0.4円/kWh。最も少ない1Qの販売量で今期から発生した固定費を負担したため。販売量多い4Qで利幅は大きく伸びる	51
kWhあたり	2.9円	2.5円	▲0.4円		3.2円
お客様数(千件)	327	355	+28	・ 電気セット率：22%(前期比+2%) ・ 純増数は回復傾向。新メニュー開始でターゲット層拡大、営業強化し獲得増に繋げる	445
純増数(千件)	7	9	+2		100
電気販売量(GWh)	258	285	+27	・ お客様数増で販売量伸長	1,576

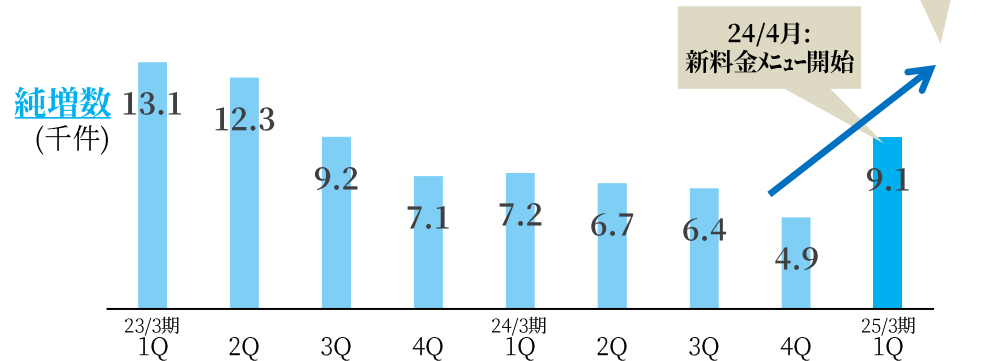
## 電気粗利益/お客様数の推移

- ・ お客様数増で粗利伸長
- ・ 25/3期は利幅拡大も見込む(前期比+0.6円/kWh)



## お客様純増数の推移

- ・ 足元(4-6月)の純増数は増加傾向
- ・ 新メニュー開始で営業を強化



# 決算の実績⑤ 都市ガス事業(前期比)

スライドのプラス影響が縮小して粗利が前期比▲3億、販売量は業務用で減少

- 1Qの粗利は、スライドのプラス影響が縮小(前期+5.8億→今期+1.4億)したことで3億円の減益。
- 販売量は、家庭用はほぼ前年並み、業務用で減少した。顧客の省エネ取組みが進んだ。

\*実数の単位未満は端数処理。 \*増減は億円表示処理後で算出

\*グループ組織再編に伴い、新たに都市ガスにも収益認識基準を適用。24/3期1Q実績も遡及し、収益認識基準ベースで開示する

都市ガス(億円)	24/3期 (1Q/4-6月)	25/3期 (1Q/4-6月)	増減	ポイント	25/3期 通期計画
<b>粗利益</b>	<b>52</b>	<b>49</b>	<b>▲3</b>		<b>205</b>
内、ガス	47	43	▲4		184
内、スライドタイムラグ	内、+5.8	+1.4	▲4.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>1Q(4-6月): +1.4億(計画比+1.3億)</li> <li>通期: 新たに2Q(7-9月)プラス影響+0.1億を織り込む</li> </ul>	内、+1.5
内、託送収益等	3	3	±0		11
内、機器・工事等	2	3	+1		10
<b>ガス販売量(千ト)</b>	<b>85</b>	<b>79</b>	<b>▲6</b>		<b>362</b>
内、旧都市(家庭用/業務用)	64(23/41)	63(23/40)	▲1(±0/▲1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>家庭用: 旧都市は前期比横ばい。新都市は減、顧客数減が影響</li> <li>業務用: 設備の省エネ化等により大口需要減、新都市は官公庁等向けの落札数が減少して販売量減</li> </ul>	288(108/180)
内、新都市(家庭用/業務用)	21(12/9)	16(11/5)	▲5(▲1/▲4)		74(42/32)
1Q(4-6月)の <b>小売件数/純増数(千件)</b>	<b>625/▲14</b>	<b>593/▲8</b>	<b>▲32/+6</b>	<p>&lt;四半期毎の純増数(千件)&gt; ・新都市の純減数は縮小している</p>	<b>628/+27</b>
内、旧都市	381/+1	387/+1	+6/±0		393/+7
内、新都市	244/▲15	206/▲8	▲38/+7		234/+20

# 都市ガス原料費調整(スライドタイムラグ)の影響

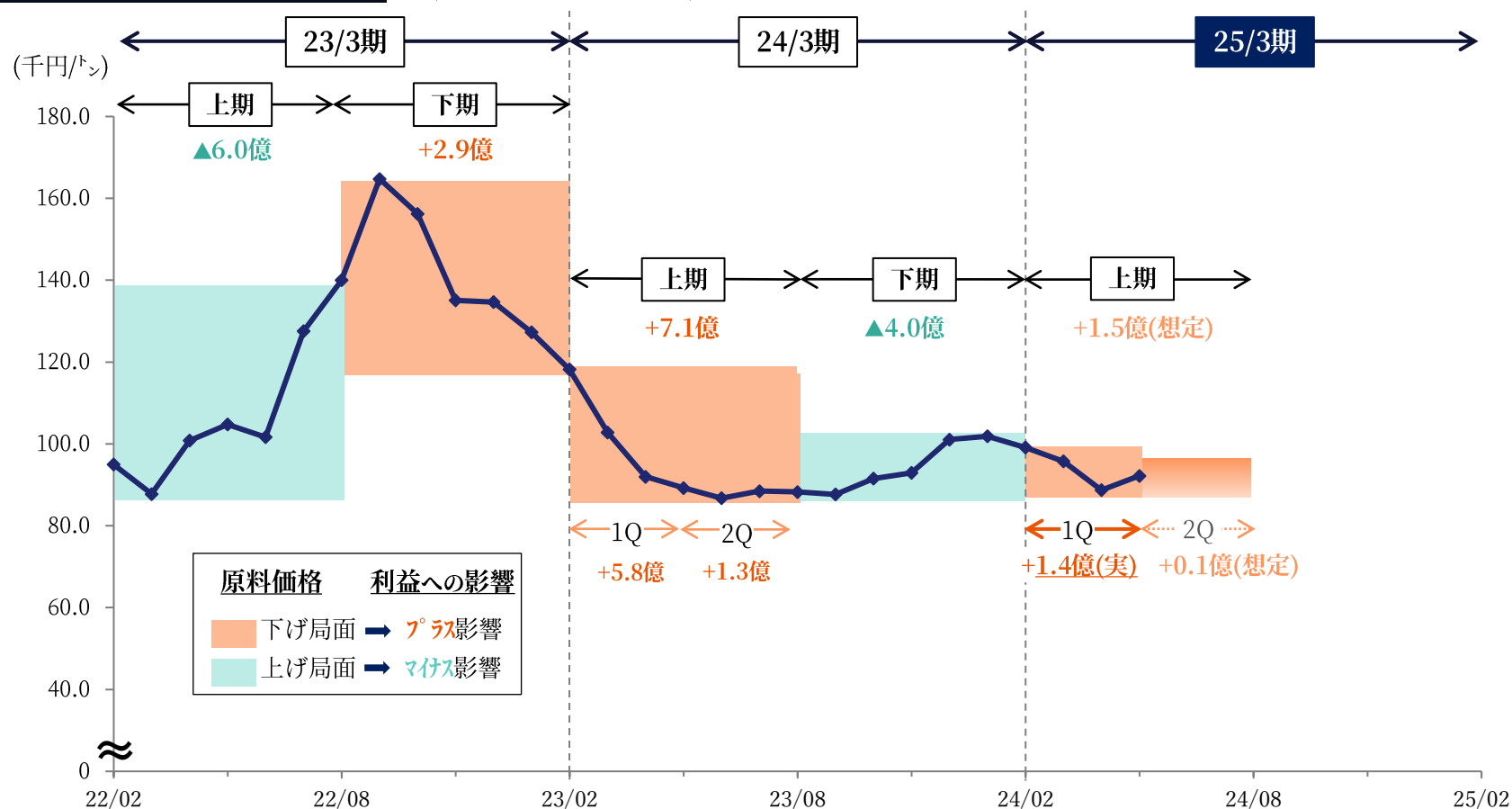
1Q(4-6月)スライド影響は+1.4億。新たに2Q(7-9月)想定+0.1億を通期計画に織り込む

■ 1Qのスライド影響は+1.4億、原料が想定を下回って推移し計画よりプラス影響大(計画比+1.3億)。2Qのスライド影響を+0.1億と見積もり新たに計画に織り込む。前期比では、上期のプラス影響は先期+7.1億→今期+1.5億に縮小見込(▲5.6億)、都市ガスの前期比減益要因を構成する。

## LNG原料価格(CIF)\*の推移

※数字は収益認識基準ベースでのスライドタイムラグ影響  
(旧都市・新都市ガス合計)

\*CIF: 日本に輸入されるLNGの平均価格



# 決算の実績⑥ エナジー宇宙事業

エナジー宇宙事業(プラットフォーム、エネルギーソリューション)粗利は、25/3期:18億、26/3期:26億を計画

- 24/1月の組織再編で、インフラ/プラットフォーム機能をエナジー宇宙に集約。BtoB営業を強化し本格化させる。
- プラットフォームは前期比増。都市ガス向けサービスを提供する新都市PF・新保安PFの対応エリアを拡大。
- エネルギーソリューションは、今期は機器販売に重点を置く。エネルギー利用最適化サービスに向けて、まずは分散型エネルギー機器の普及拡大に取り組む。

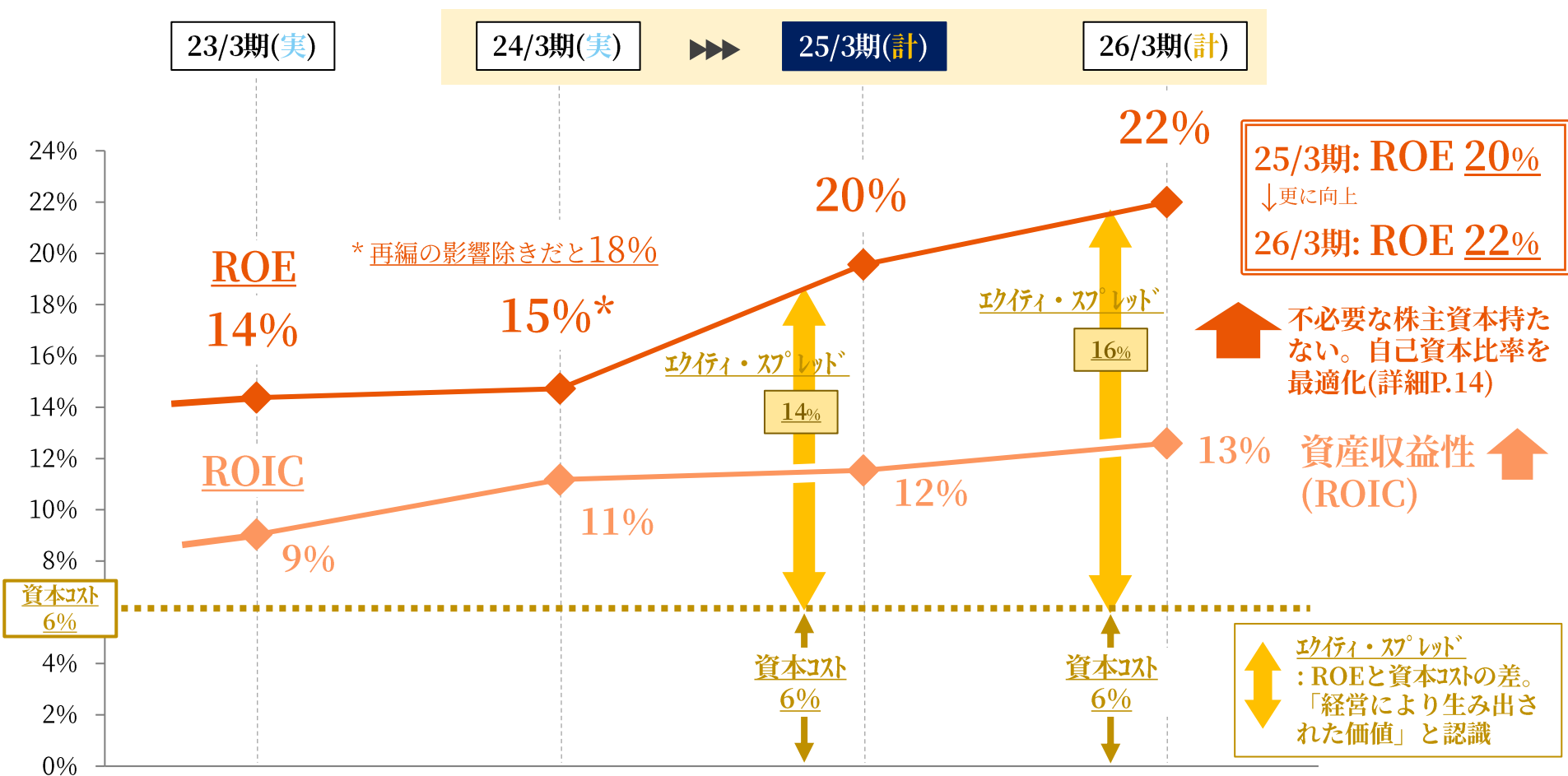
プラットフォーム(億円)	24/3期	25/3期		26/3期 (計)	ポイント
	(1Q実)	(1Q実)	(通期計)		
<b>粗利益</b>	2.9	3.5	14	18	
1). LPG託送 (ス്പ・ス蛍、充填・配送)	0.1	0.1	1	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>業界全体で配送効率化への関心高まる。全国のガス会社を対象にスマートメーターや配送システムの導入を提案</li> </ul>
2). 新規参入PF(新都市PF、新保安PF等)、PFアツリ、工事PF	2.8	3.4	13	16	<ul style="list-style-type: none"> <li>新保安PF：対応エリア拡大し、都市ガス向け保安対応件数が増加。他社のLPガス保安受託も目指す</li> <li>工事もPFのメニューに追加。外部向けガス・電気の工事を拡大</li> </ul>
エネルギーソリューション(億円)	24/3期	25/3期		26/3期 (計)	ポイント
	(1Q実)	(1Q実)	(通期計)		
<b>粗利益</b>	0.3	0.6	4	8	
ハイブリッド給湯器(台)	0.4千	1.2千	5千	8千	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売台数は前期比約3倍に伸長。通期5千台に向けて、全支店で営業を強化</li> </ul>

# 資本戦略① ROIC・ROEの計画 (24/3期-26/3期)

ROEは財務上の最重要KPI、25/3期:20%を計画。ROIC高めながら、 unnecessaryな株主資本は持たない

- 25/3期ROE20%、26/3期22%を計画。高収益資産(LPガス、IT)を積み上げてROIC高める。
- 調達サイトでは、 unnecessaryな株主資本は持たない。自己資本比率引き下げでROEを更に向上。

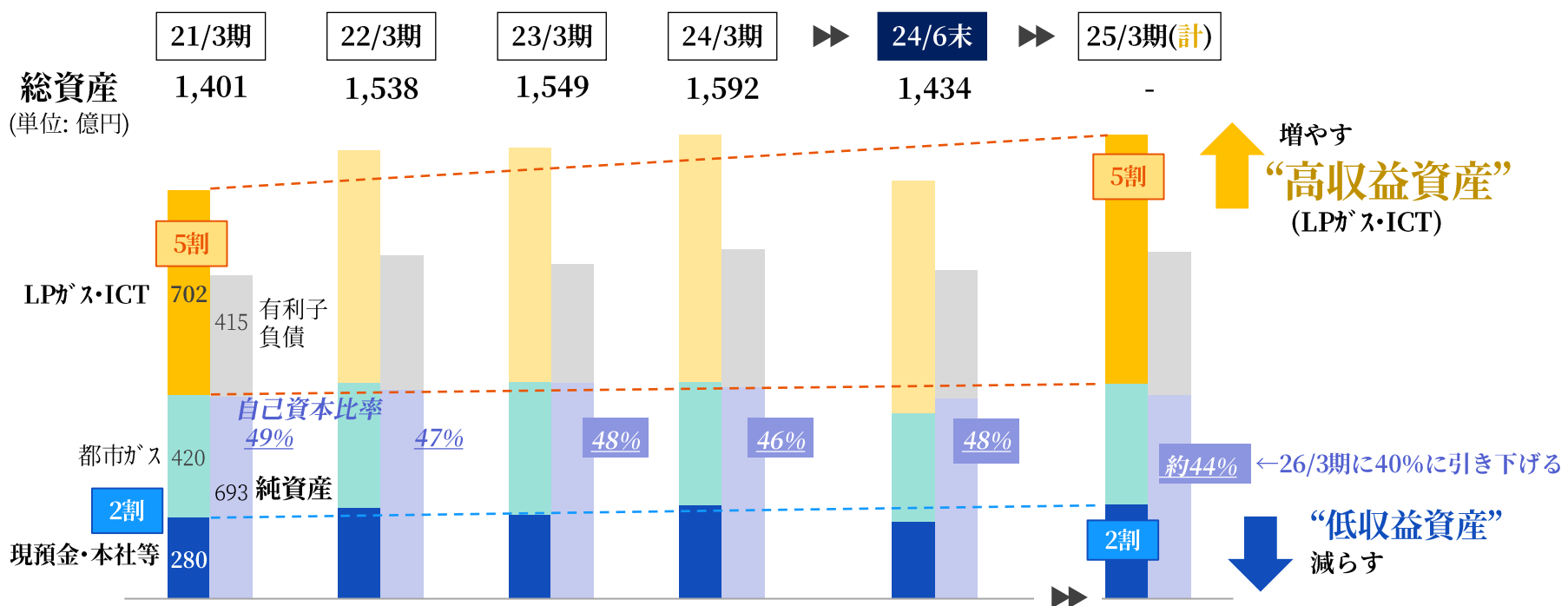
※ROE・ROIC数値は2023/4/27時点から変更済



# 資本戦略② B/S

ROICは25/3期12%を計画。高収益資産(LPガス・ICT)の割合高めてROIC上げる

■ 資産規模を大きく増やさず、高収益資産への投資を進めてROICを向上させてきた。調達サイトでは、不必要な株主資本を持たず、自己資本比率を最適化する。ROICを高めてROE向上に繋げる。



↑ 増やす  
“高収益資産”  
(LPガス・ICT)

← 26/3期に40%に引き下げる

↓ “低収益資産”  
減らす

純資産(株主資本)大きく増やさず  
**純利益拡大**

	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3(計)
純利益(億円)	94	100	106	108	140
ROIC <sup>(*1)</sup>	9%	8%	9%	11%	12%
ROE <sup>(*2)</sup>	14%	14%	14%	15%	20%

	21/3	→	25/3(計)
純利益	94億		140億
純資産	693億		[700]億
ROE	14%		20%

(\*1) ROIC=NOPAT÷(前期と当期の“有利子負債+純資産”の平均値) (\*2) ROE=純利益÷(前期と当期の純資産の平均値) (\*1)(\*2)小数点第1位を四捨五入

# 資本戦略③ 資本調達(自己資本比率)最適化

3年間で自己資本比率を48%→40%に引き下げて最適化する、24/3期は46%。

■ 24/3~26/3期の3年間で、有利子負債を活用して自己資本比率を48%→40%に引き下げ、資本調達を最適化する。財務基盤は充実しており、M&Aに対応する能力も十分。

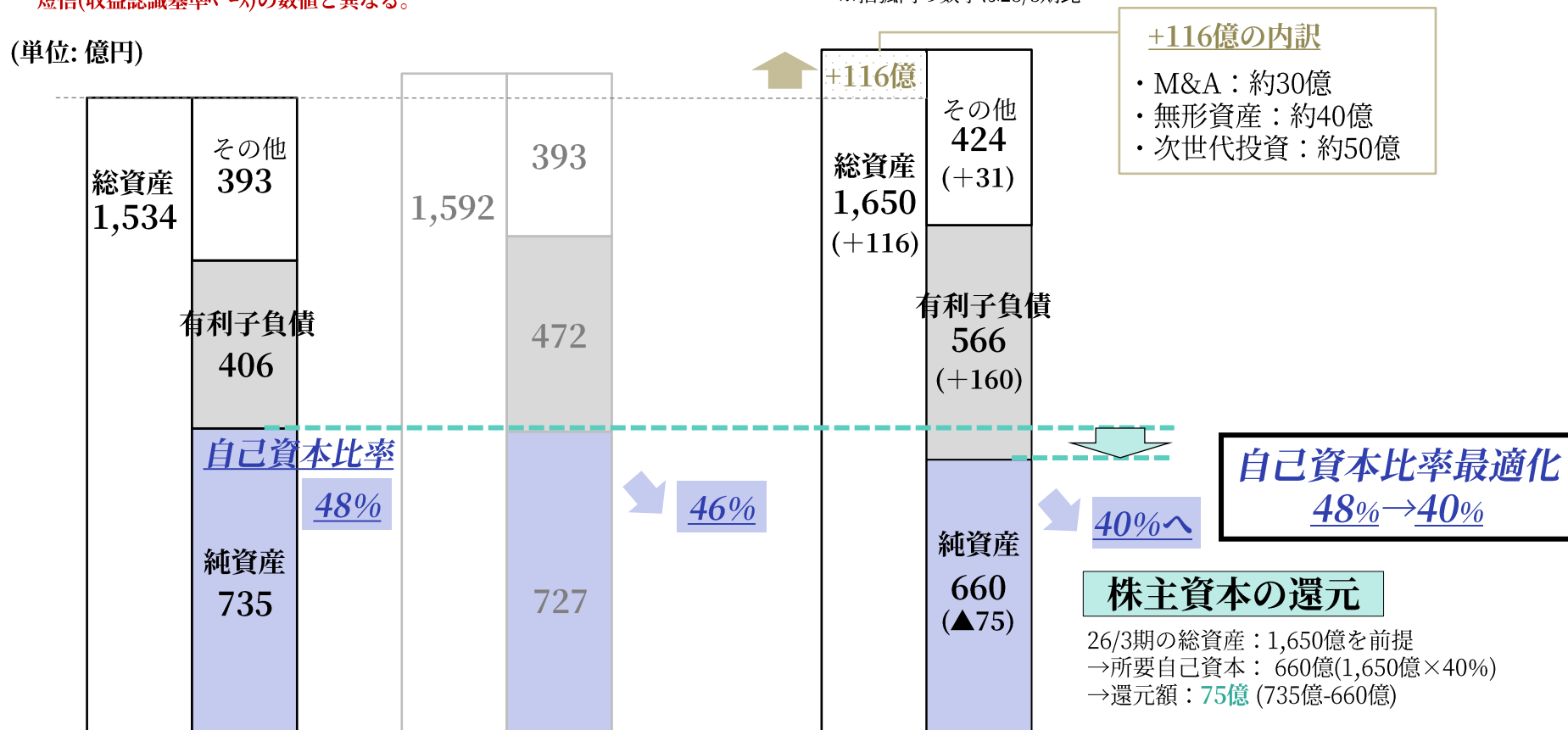


※26/3期の数値は2023/4/27時点から変更

※23/3期の数字は都市ガス収益認識基準適用前。  
短信(収益認識基準へ)の数値と異なる。

※括弧内の数字は23/3期比

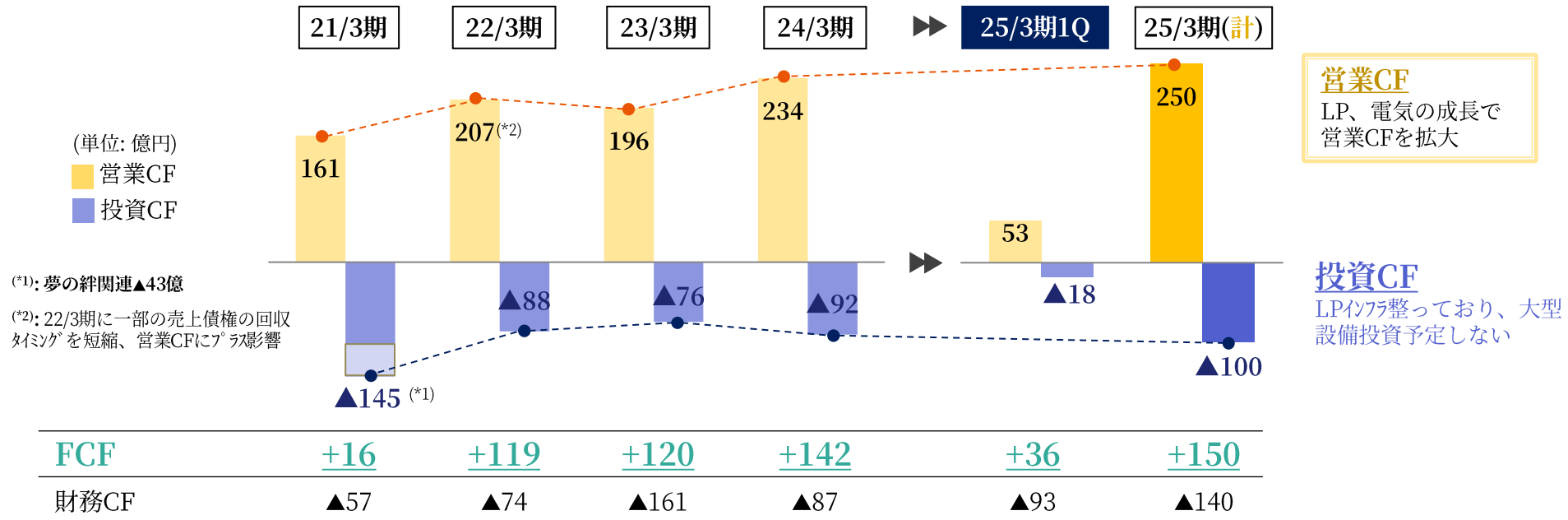
(単位: 億円)



# 資本戦略④ Cash Flow

LPと電気の成長で営業CF伸ばす。投資CFは大規模投資予定せず、今期FCFは拡大する

■ LPと電気の顧客増による成長で営業CFを伸ばす。LPのインフラ整っており大規模設備投資は予定しない。LP商圏買収に重点を置き、投資を積み増す。今期もFCF拡大を計画。



投資内訳(億円)	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期1Q	25/3期(計)
LPG	87	34	16	25	2	35
内、LP商圏買収	内、18	3	3	5	0	内、20
ICT	15	21	29	30	7	25
旧都市	53	43	33	41	9	40
その他(投資有価証券等)	▲10*	▲10*	▲2*	▲5*	0	0

(償却) ▲41  
 ✓LPG: M&A投資積み増す  
 ✓ICT: 新規投資は一巡、25/3期からは運用フェーズへ  
 ✓都市ガス: 投資徐々に減る

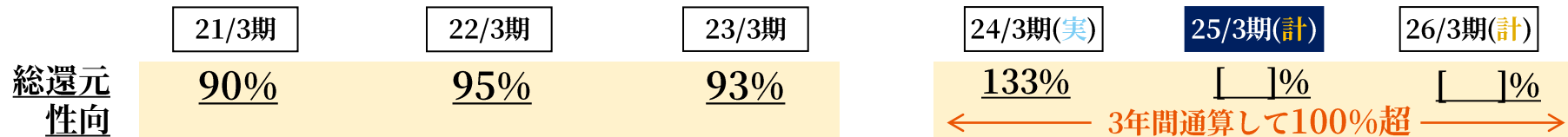
(\*マイナス表記はキャッシュフローにプラス)



# 資本戦略⑤ 株主様への還元

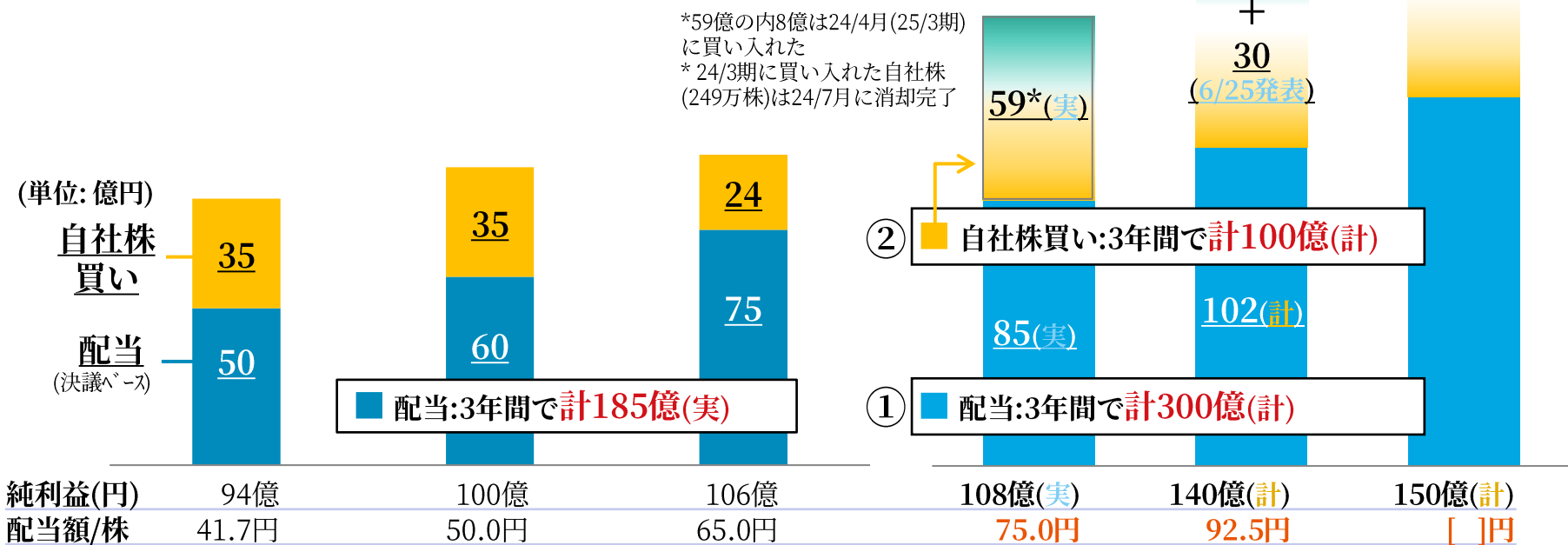
24/3-26/3期の3年間は利益成長しながら還元を強めるステージ、24/3期は総還元性向133%

- 24/3-26/3期は、大型設備投資を予定せず、加えて自己資本比率の最適化を実施中であり還元を強める3年間となる。24/3期の総還元性向は133%、今期は6月に自社株買い30億円を発表した。
- 顧客数拡大で利益水準自体も切り上げながら、高次元での成長と還元のバランスを目指す。



③ 資本最適化による自社株買い:3年間で計75億(計)

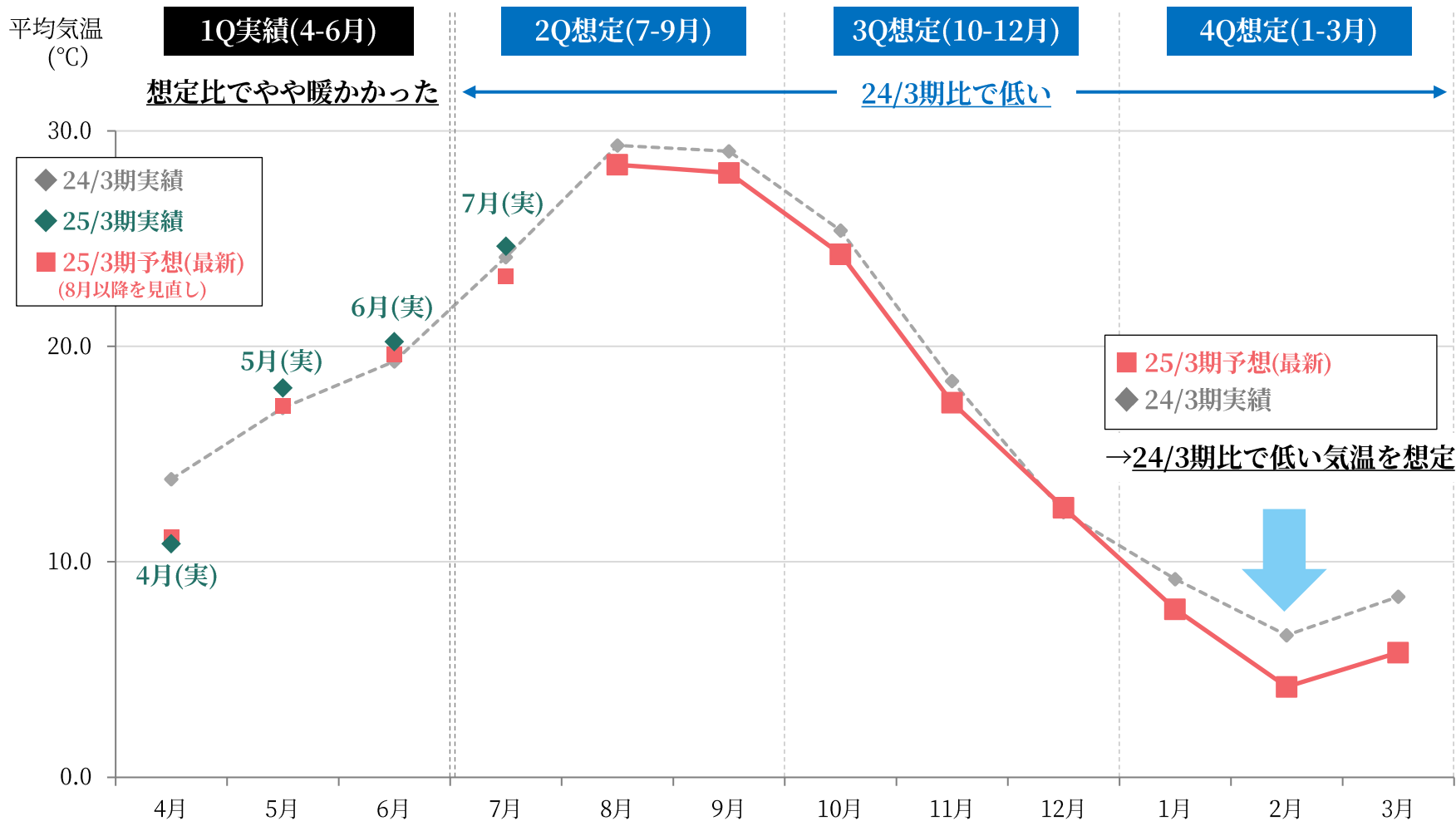
(③の詳細P. 14)



# 平均気温

1Qは想定比でやや暖かい気温となった。2Q以降は前期比低い気温となる想定

- 1Qは想定比やや暖かかった。4月-7月は寒気の影響が弱く、暖かい空気に覆われ高気温が続いた。
- 今冬(4Q)は、前期に高気温をもたらしたエルニョ現象終息の情報に基づき、前期比低い気温を予想。



(\*1):25/3期の気温予想は、専門情報機関の情報。

(\*2):気温実績は東京都の平均気温(参照元:気象庁ホムページ)

# 25/3期の利益計画詳細

変更点: LP家庭用利幅はやや拡大して見直す。販売量は気温予想踏まえ計画をやや下げる

■ LP家庭用利幅は221円→225円/kgにやや拡大して見直す。販売量は計画をやや下げる、気温想定をやや暖かい方向に見直す。都市ガスは、2Qスライドプラス影響を+0.1億と見積もり計画に織り込む。

	上期 (4-9月)				下期 (10-3月)				通期計画	
	24/3 (実)	25/3(計)		コメント	24/3 (実)	25/3(計)		コメント	25/3(計)	
		見直前	見直後			見直前	見直後		見直前	見直後
<b>LPガス(家庭用)</b>		(4/30発表)	(7/30発表)		(4/30発表)	(7/30発表)		(4/30発表)	(7/30発表)	
粗利益(億円)	173	176	174		247	248	250		424	424
販売量(千ト)	65	69	67		115	122	121	・ CP想定をUS\$550→600/トに、為替 想定を145円→160円/US\$に見直す ・ 利幅はやや拡大して見直す	192	188
利幅(円/kg)	265円	253円	259円	・ 1Q: 販売単価が計画比上振れた	215円	203円	207円		221円	225円
単位消費量(kg/件)	78kg	81kg	78kg	・ 1Q: 高気温影響で伸びず	136kg	141kg	140kg	・ 気温想定をやや暖かい方向へ見直す	223kg	218kg
<b>LPガス(業務用)</b>										
粗利益(億円)	11	17	17	・ 1Q: 前期比利幅拡大、原料の動きが 影響	26	23	22		40	39
販売量(千ト)	52	53	53		62	62	62		115	115
<b>都市ガス (旧都市+新都市合計)</b>										
粗利益(億円)	83	76	78	・ 上期: 1Qスライド影響が想定より良化	101	106	106	・ 現時点で下期スライド影響を+0.1億で計画	183	184
販売量(千ト)	159	157	154	・ 1Q: 家庭用は高気温影響で伸びず。 業務用は顧客の省エネ取組みで減	207	208	207	・ 気温想定をやや暖かい方向へ見直す	365	362
<b>電気(主に家庭用)</b>										
粗利益(億円)	18	19	20		19	32	31		51	51
販売量(GWh)	665	713	688	・ 1Q: 春先の暖房需要が伸びず	762	889	888	・ 下期の販売量は上期の1.3倍	1,601	1,576
利幅(円/kWh)	2.7円	2.6円	3.0円	・ 1Q: 原価が計画比下振れた	2.5円	3.6円	3.5円	・ 販売量の多い下期は上期対比で利幅 拡大、電源固定費負担の影響	3.2円	3.2円