



2022年12月期 第2四半期

# 決算説明資料

株式会社IBJ  
(東証プライム 6071)

# ♡ IBJ

## Contents

目次

1 決算概要

2 事業別サマリ

3 成長戦略と  
中期経営計画

4 APPENDIX

# ♡ IBJ

## Contents

目次

1 決算概要

2 事業別サマリ

3 成長戦略と  
中期経営計画

4 APPENDIX

# 2022年12月期2Q累計連結業績概況

## 主力事業の売上伸長と不採算事業の整理で大幅増益

| 単位:百万円               | (参考)2021年12月期<br>2Q累計実績 | 4/27発表<br>2022年12月期<br>2Q累計予想(A) | 2022年12月期<br>2Q累計実績(B) | 増減額<br>(B)-(A) | 増減率<br>(B)/(A) |
|----------------------|-------------------------|----------------------------------|------------------------|----------------|----------------|
| 売上高                  | 6,755                   | 7,222                            | 7,366                  | +144           | + 2.0%         |
| 営業利益                 | 684                     | 666                              | 931                    | + 264          | + 39.7%        |
| 経常利益                 | 619                     | 663                              | 978                    | +315           | + 47.6%        |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期純利益 | 367                     | 490                              | 743                    | +253           | + 51.6%        |

# 2Q累計連結業績予想に対する上振れ要因

売上高

7,366百万円

予想比+144百万円

営業利益

931百万円

予想比+264百万円

## 要因1 加盟店事業

マーケティングの強化と  
営業チャネルの拡大で法人加盟増

2Q累計新規開業件数 **537件**  
(前年同期比+57.9%)

## 要因2 直営店事業

入会営業担当の育成強化により、  
パーティー経由の入会数増

2Q累計入会数 **9,570名**  
(前年同期比+18.2%)

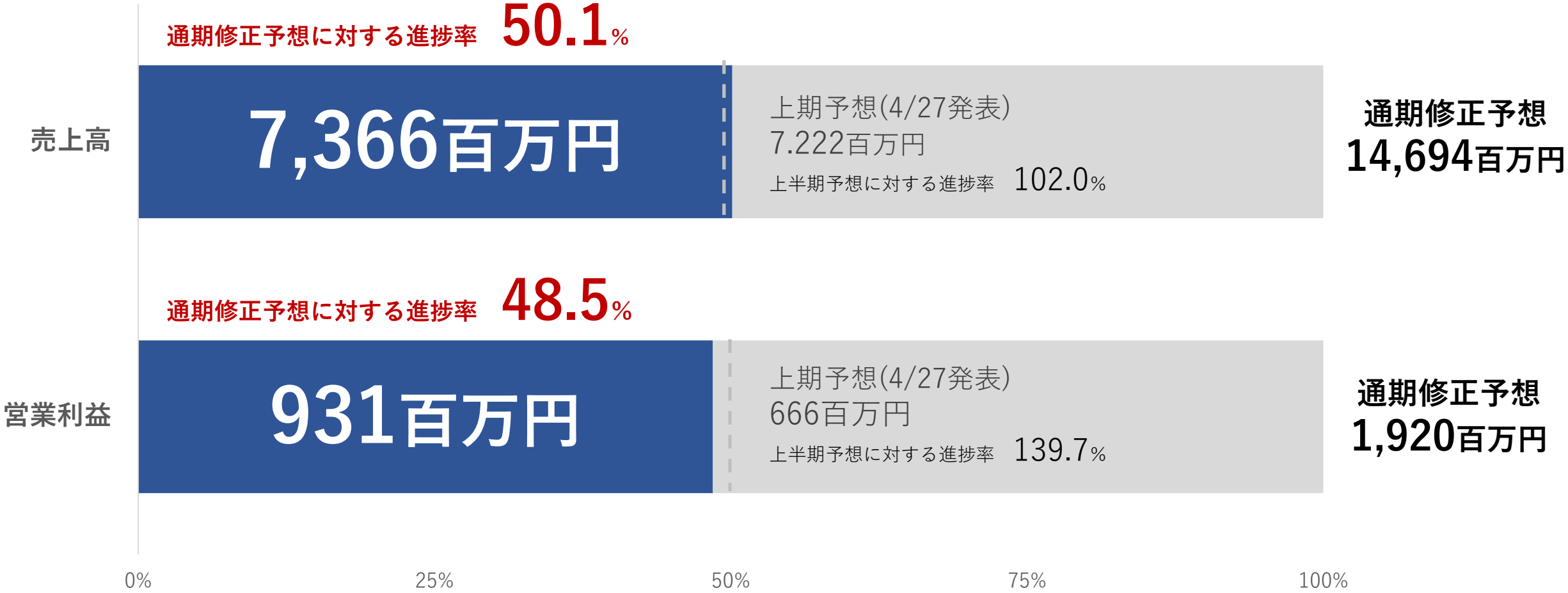
# 2022年12月期通期連結業績予想を上方修正

上期業績の大幅な増益により通期連結業績予想を上方修正

| 単位：百万円              | 4/27発表<br>2022年12月期<br>通期連結予想(A) | 2022年12月期<br>通期連結修正予想(B) | 増減額<br>(B)－(A) | 増減率<br>(B)/(A) |
|---------------------|----------------------------------|--------------------------|----------------|----------------|
| 売上高                 | 14,550                           | 14,694                   | +144           | +1.0%          |
| 営業利益                | 1,655                            | 1,920                    | +264           | +16.0%         |
| 経常利益                | 1,635                            | 1,950                    | +315           | +19.3%         |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 1,405                            | 1,658                    | +253           | +18.0%         |

# 通期連結業績修正予想に対する進捗

売上高・営業利益は通期修正予想に対して順調に進捗



# 貸借対照表(B/S)

(百万円)

|            | 2021年12月末 | 2022年6月末 | 増減額  | 主な増減要因                      |
|------------|-----------|----------|------|-----------------------------|
| 流動資産       | 7,440     | 7,315    | △125 |                             |
| うち現金及び預金   | 4,361     | 3,826    | △534 | Diverseの連結対象外による減少と短期借入金の返済 |
| 固定資産       | 5,873     | 5,930    | +56  |                             |
| うち有形・無形資産  | 3,399     | 3,314    | △85  | Diverse連結対象外によるのれんの減少       |
| うち投資その他の資産 | 2,473     | 2,616    | +142 | 投資有価証券の新規取得                 |
| 資産合計       | 13,314    | 13,245   | △68  |                             |
| 流動負債       | 4,363     | 3,927    | △436 | Diverse連結対象外による前受金、未払金の減少   |
| 固定負債       | 2,327     | 2,180    | △147 | 長期借入金を短期借入金に振替              |
| 負債合計       | 6,691     | 6,107    | △583 |                             |
| 資本金・資本剰余金  | 1,502     | 1,554    | +52  |                             |
| 利益剰余金      | 5,474     | 5,842    | +368 |                             |
| 自己株式       | △999      | △901     | +97  |                             |
| 評価換算差額等    | 193       | 263      | +69  |                             |
| 非支配株主持分    | 451       | 378      | △72  |                             |
| 純資産合計      | 6,623     | 7,138    | +514 |                             |
| 負債純資産合計    | 13,314    | 13,245   | △68  |                             |



# 損益計算書(P/L)

(百万円)

|                     | 2021年6月末 | 2022年6月末 | 増減額  | 主な増減要因                      |
|---------------------|----------|----------|------|-----------------------------|
| 売上高                 | 6,755    | 7,366    | +611 | 新規開業件数増・加盟金単価アップ、直営店事業の入会数増 |
| 売上原価                | 208      | 243      | +35  |                             |
| 売上総利益               | 6,546    | 7,123    | +576 |                             |
| 販売費及び一般管理費          | 5,857    | 6,191    | +334 | 人員増加による人件費増、ZWEI広告強化        |
| 営業利益                | 684      | 931      | +247 |                             |
| 営業外収益合計             | 16       | 51       | +35  |                             |
| 営業外費用合計             | 80       | 4        | △76  |                             |
| 経常利益                | 619      | 978      | +359 |                             |
| 特別利益合計              | 108      | 7        | △100 | 前期旅行事業の雇用助成金、新規投資有価証券売却益    |
| 特別損失合計              | 82       | 11       | △71  | 前期コロナ影響による旅行事業の休業分特損        |
| 税金等調整前当期純利益         | 645      | 975      | +329 |                             |
| 法人税等合計              | 234      | 278      | +43  |                             |
| 当期純利益               | 410      | 696      | +286 |                             |
| 非支配株主に帰属する<br>当期純利益 | 43       | △46      | △89  |                             |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 367      | 743      | +375 |                             |

# キャッシュフロー計算書(C/F)

(百万円)

|                | 2021年6月末 | 2022年6月末 | 増減     | 主な増減要因                       |
|----------------|----------|----------|--------|------------------------------|
| 営業活動によるCF      | 210      | 828      | +617   | 前期純利益の繰り越し                   |
| 投資活動によるCF      | △231     | △1,250   | △1,018 | 投資有価証券の取得による支出               |
| 財務活動によるCF      | △1,718   | △111     | +1,607 | Diverse連結外と前期ZWEIの長期借入金の一部返済 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 4,213    | 3,829    | △384   |                              |

# ♡ IBJ

## Contents

目次

1 決算概要

2 事業別サマリ

3 成長戦略と  
中期経営計画

4 APPENDIX

# 事業別サマリ

| 単位:百万円                |      | 2021年2Q累計実績 | 2022年2Q累計実績 | 増減額   | 利益率   |
|-----------------------|------|-------------|-------------|-------|-------|
| 加盟店事業                 | 売上   | 1,039       | 1,280       | + 241 | 60.7% |
|                       | 事業利益 | 680         | 776         | + 96  |       |
| 直営店事業                 | 売上   | 3,259       | 3,902       | + 643 | 24.2% |
|                       | 事業利益 | 628         | 944         | + 316 |       |
| マッチング事業               | 売上   | 1,879       | 1,540       | △ 339 | 8.5%  |
|                       | 事業利益 | 138         | 131         | △ 6   |       |
| ※5月1日よりDiverseを連結対象外へ |      |             |             |       |       |
| ライフデザイン事業             | 売上   | 577         | 642         | + 65  | 11.4% |
|                       | 事業利益 | 11          | 73          | + 61  |       |

※事業利益 = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費 + 長期前払費用償却費、内部取引調整済み

# 加盟店事業の四半期業績推移

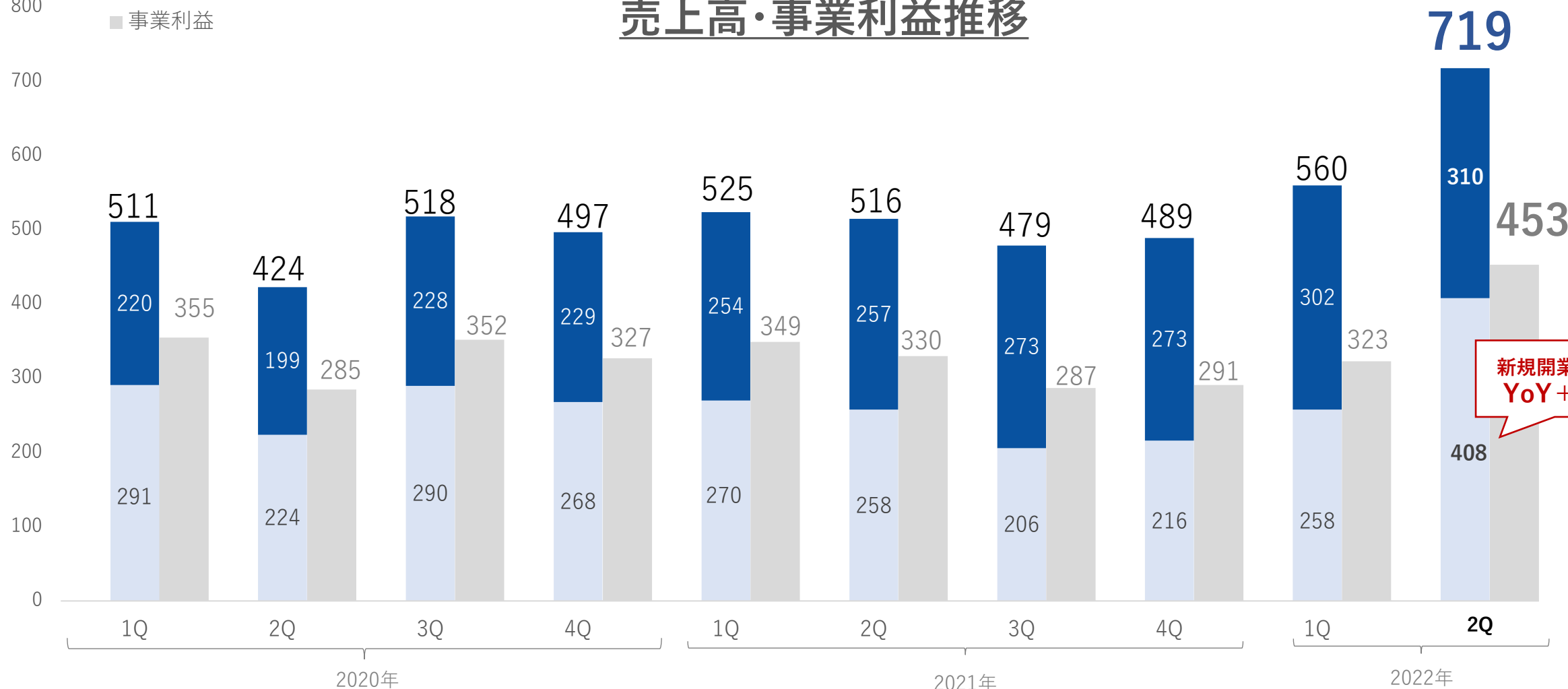
## 売上高719百万円(+40.0%)、事業利益453百万円(+37.1%)

※ ( ) 内は前年同期比

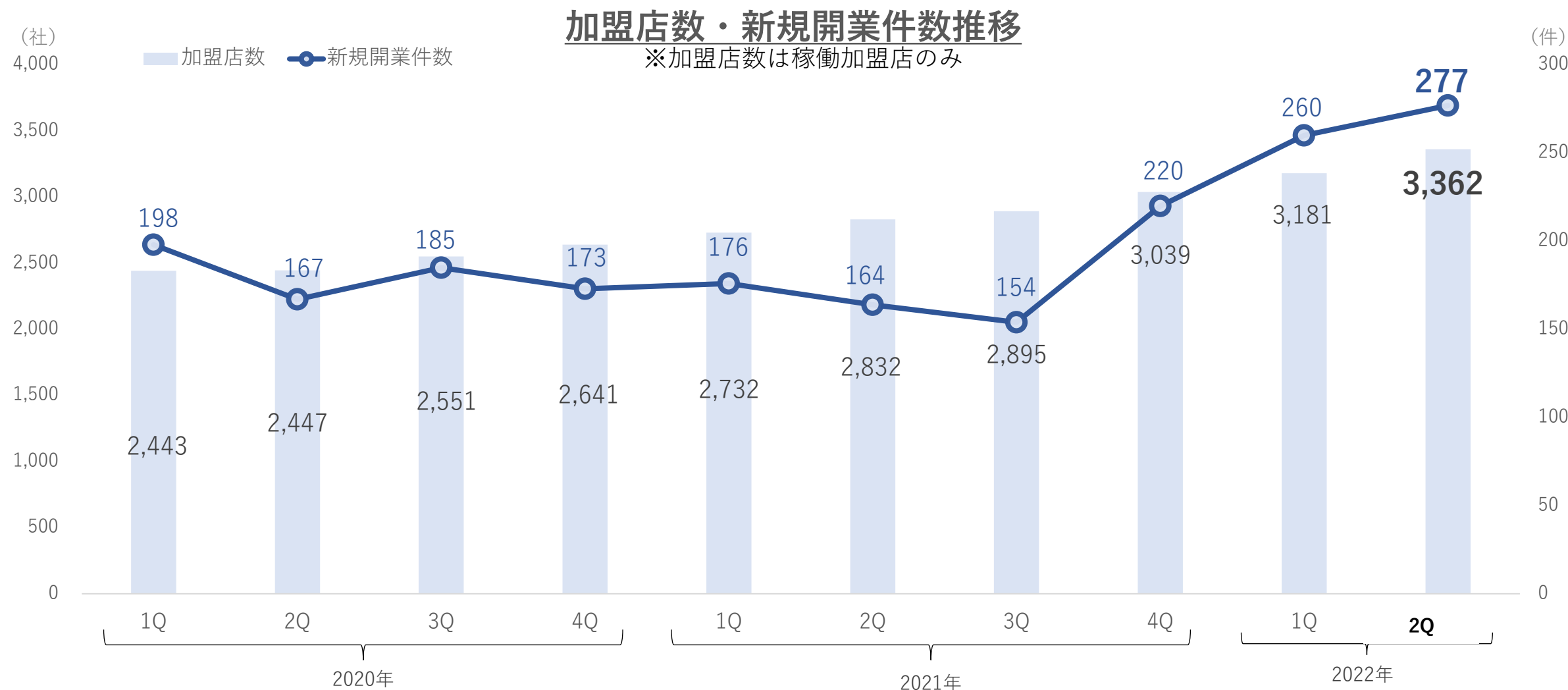
(百万円)

■ 加盟店売上高    ■ 開業支援売上高  
■ 事業利益

### 売上高・事業利益推移



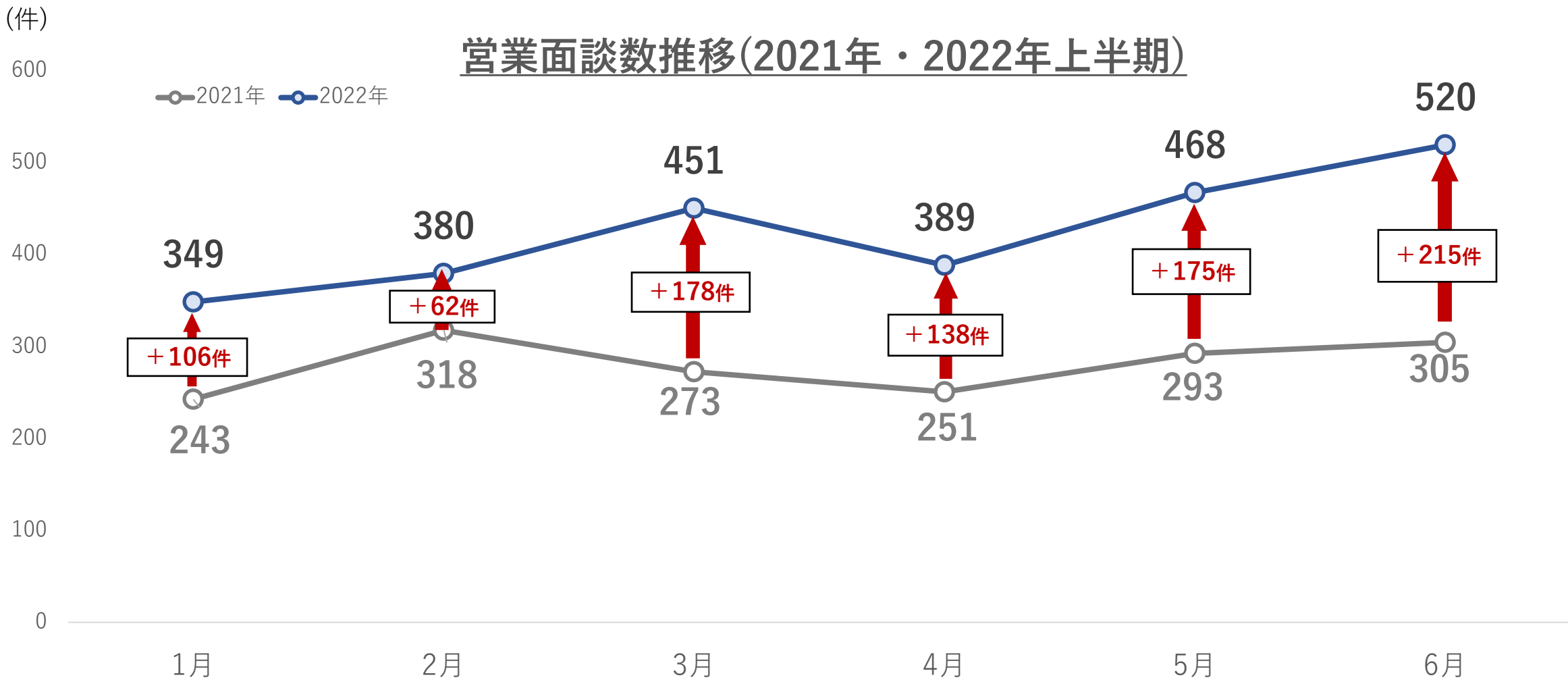
2022年2Qの月間新規開業件数は  
平均で92.3件に増加し、加盟店数は順調に伸長



# 新規開業件数の獲得戦略①

交通広告やPR(メディア掲載)などのマーケティング強化により  
問い合わせ数や営業面談数が増加、新規開業件数の獲得を後押し

営業面談数推移(2021年・2022年上半期)



法人へのアプローチを強化し、法人加盟の更なる増加を目指す

## 法人営業の組織体制を強化



+

法人営業専門の部隊を新設

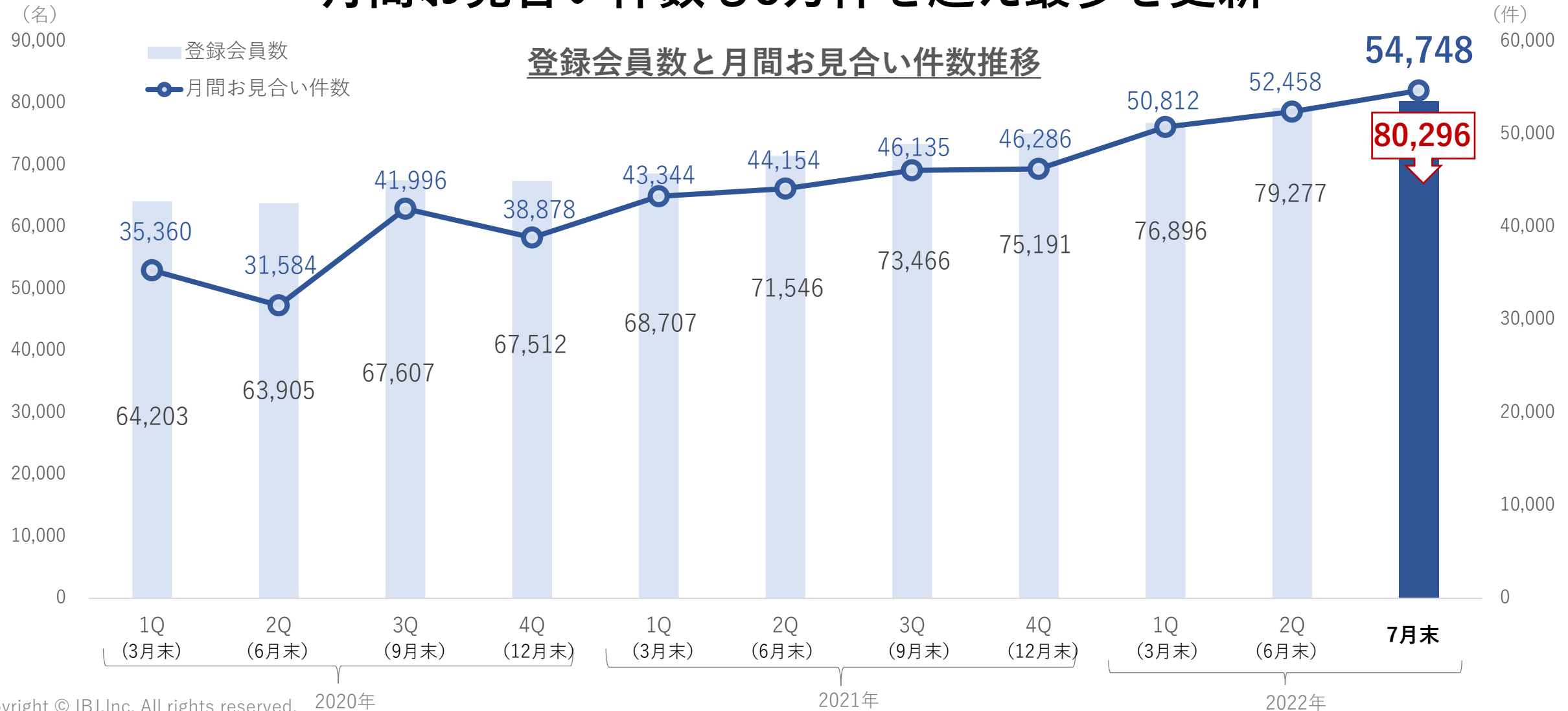


法人営業を強化し、法人加盟(加盟金320万円)や法人との提携数を増やしていく



## 登録会員数と月間お見合い件数の推移

登録会員数は順調に増加し7月末では**8万名**を突破、  
月間お見合い件数も5万件を超え最多を更新

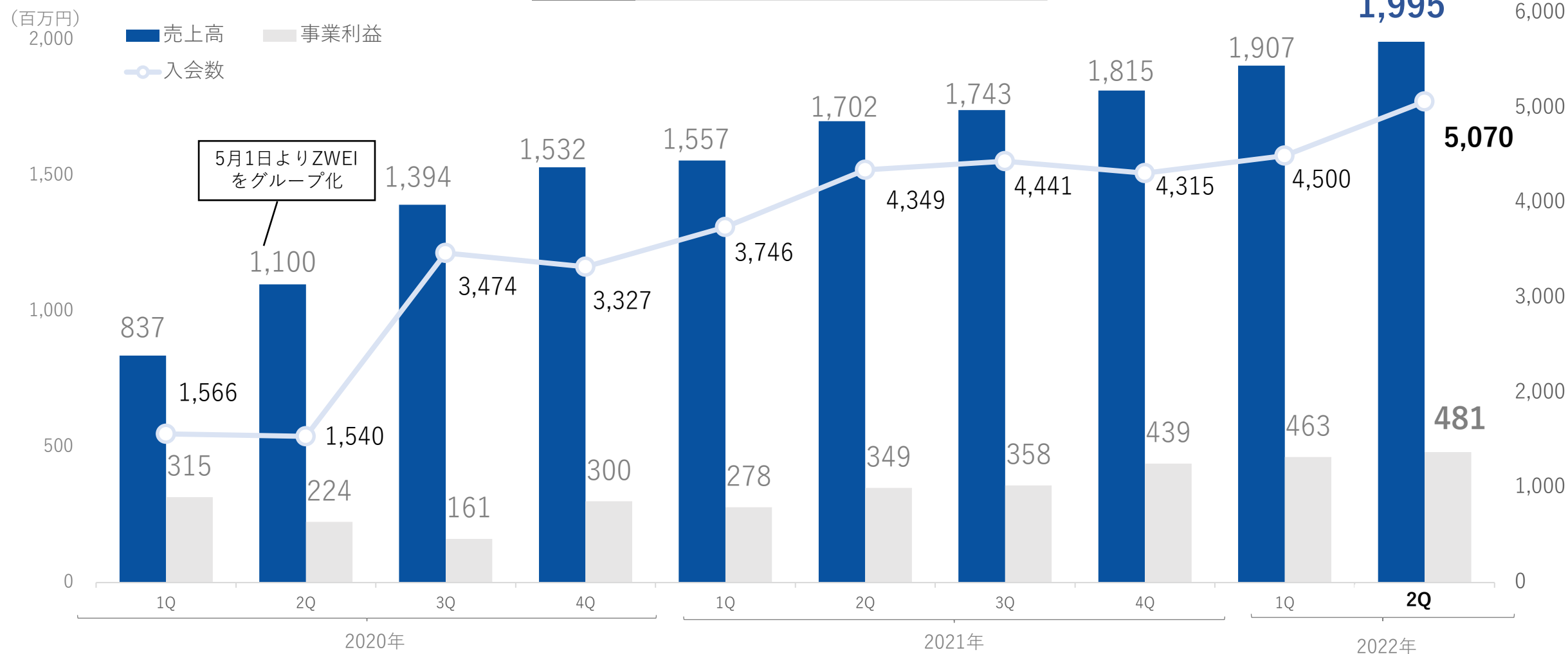


## 直営店事業の四半期業績と入会数の推移

売上1,995百万円(+17.2%)、事業利益418百万円 (+19.5%)

※ ( ) 内は前年同期比

## 売上高・事業利益・入会数の推移

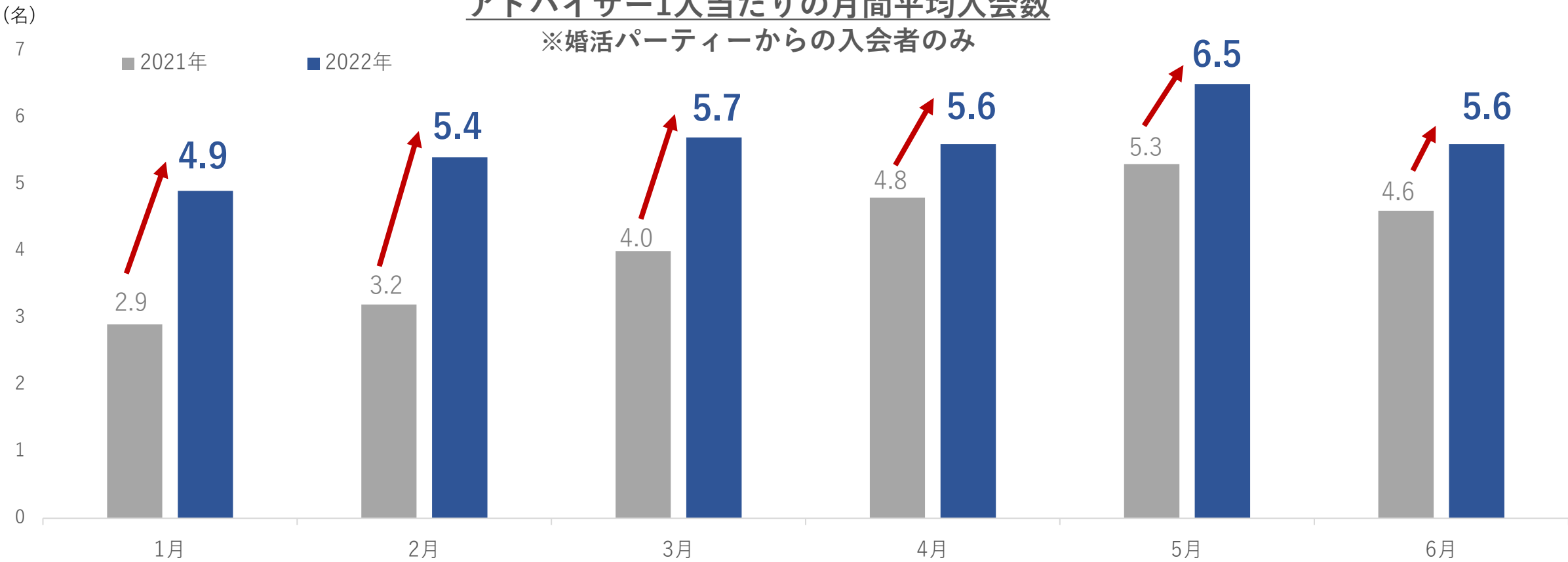


# 婚活パーティーから直営店への入会数が増加

アドバイザー(入会営業担当)にIBJ独自の入会メソッドが浸透し、  
婚活パーティーからIBJメンバーズ(直営店)への入会数が増加

アドバイザー1人当たりの月間平均入会数

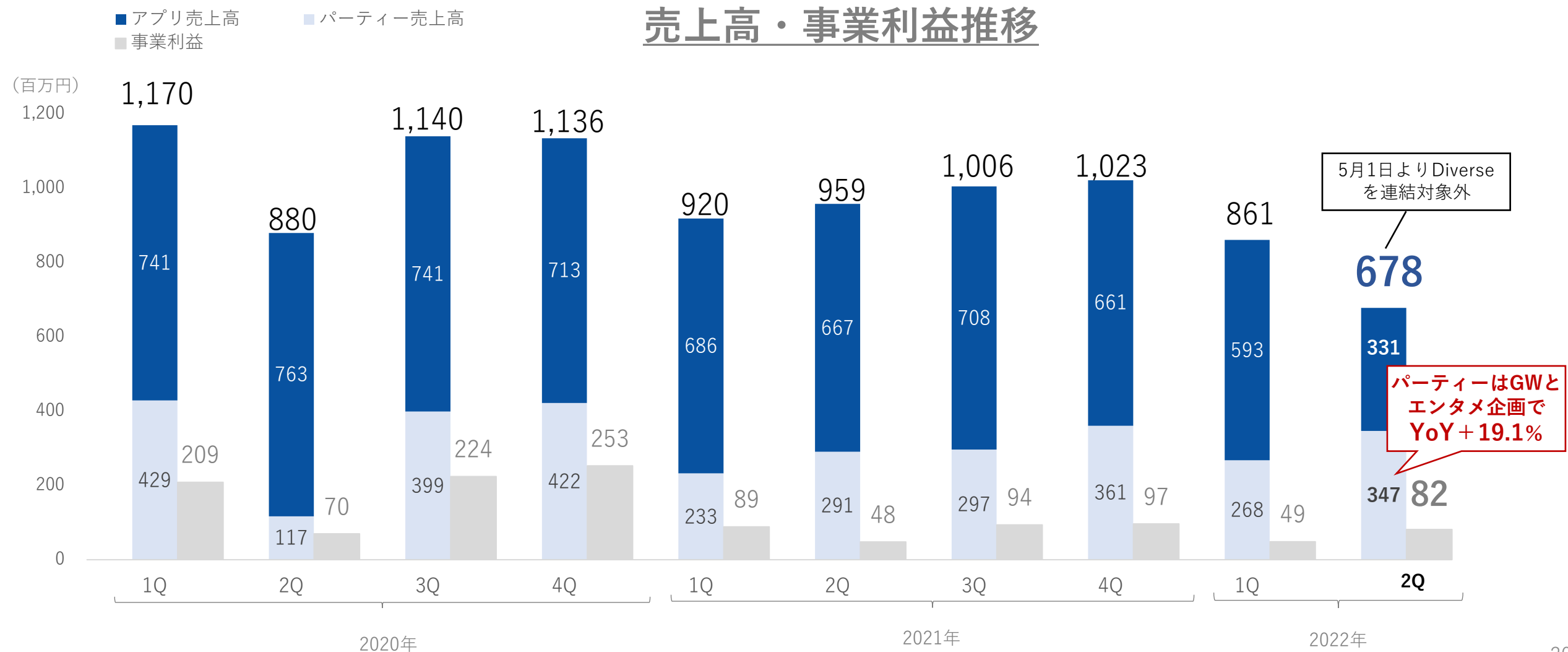
※婚活パーティーからの入会者のみ



売上高678百万円(△29.2%)、事業利益82百万円(+70.2%)

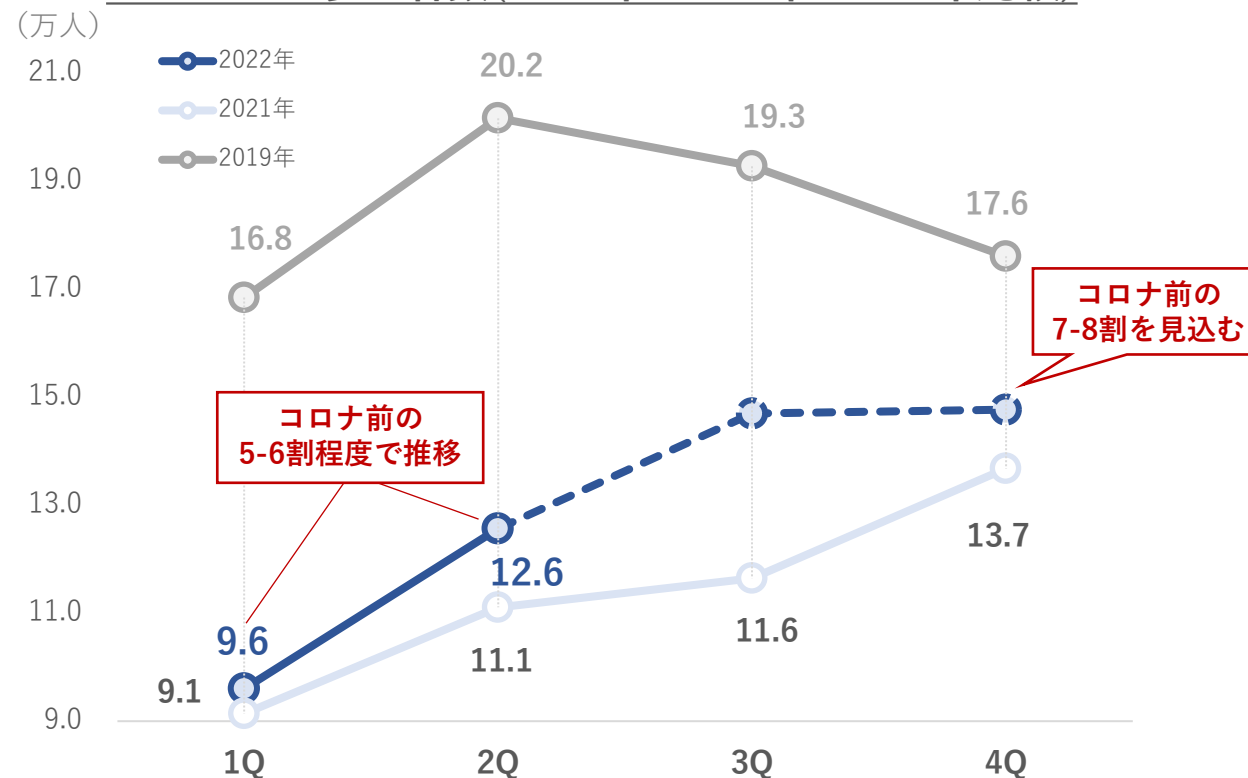
※ ( ) 内は前年同期比

## 売上高・事業利益推移



## 既存パーティーに加え、エンタメ企画で新規顧客を獲得し、 利益率の高い直営店事業へ送客

パーティー参加者数(2019年・2021年・2022年比較)



2022年4Qのパーティー参加者数は  
コロナ前(2019年)の7~8割程度の戻りを見込む

### マッチング事業(パーティー)



### エンタメ企画

タイアップやYouTuberとのコラボ企画などエンタメ性の高い企画

若者受けする新企画で  
20代の新規顧客を獲得

エンタメ企画参加者のうち

**20代は33%**

見込み客送客

### 直営店事業

IBJメンバーズ  
by IBJ

サマリエ

zwei

より真剣な婚活アプリを目指し、ブライダルネットと  
youbrideでターゲットのすみ分けを行い会員数増を狙う

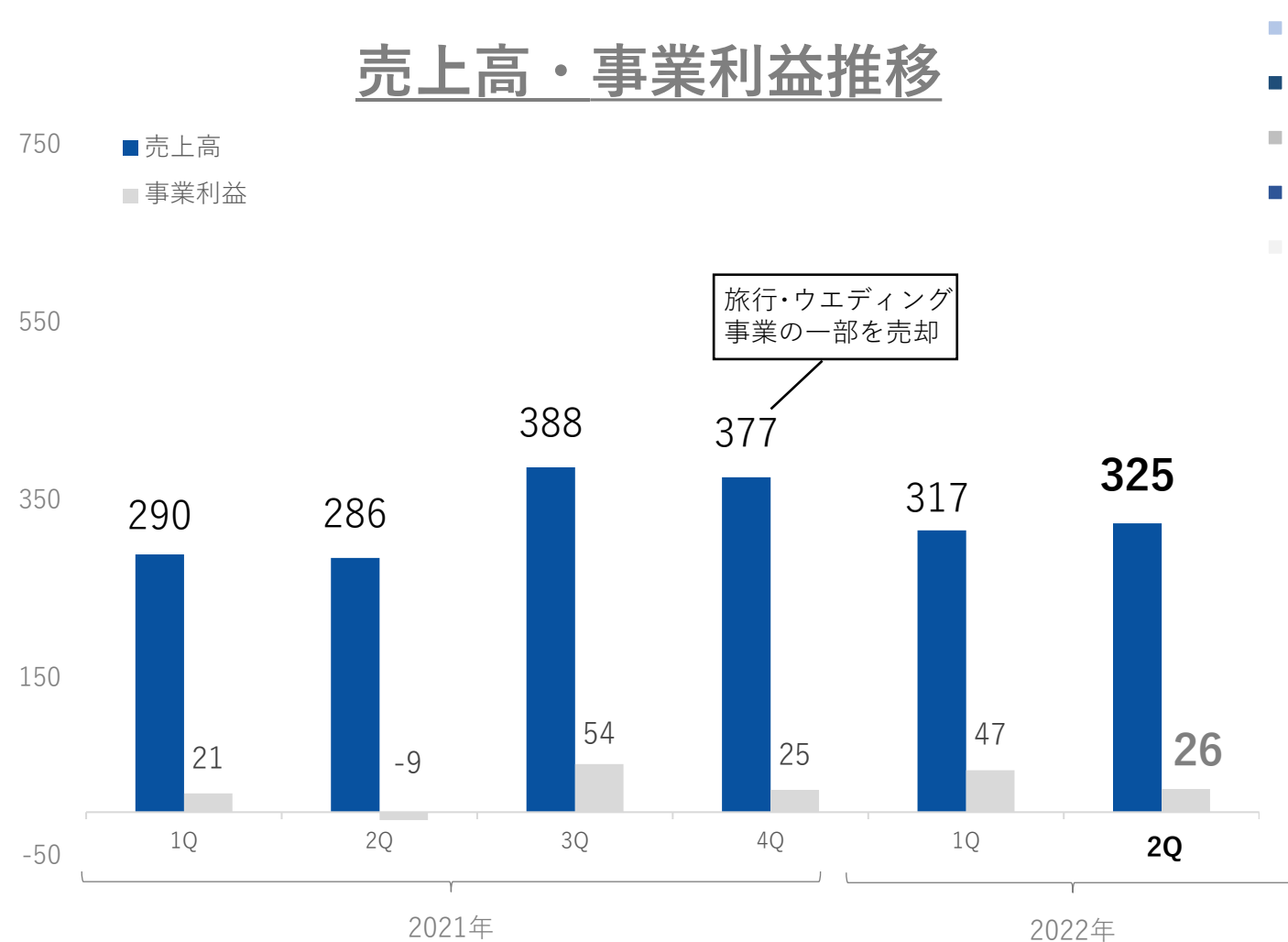
|        | ブライダルネット                                                                                                       | youbride                                                                                    |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 年齢層    | 20代後半～40代後半                                                                                                    | 30代後半～50代後半                                                                                 |
| ターゲット層 | <ul style="list-style-type: none"><li>・ アプリ利用経験あり<br/>(他社アプリで出会いがなかった)</li></ul>                               | <ul style="list-style-type: none"><li>・ アプリ利用経験なし</li><li>・ 再婚希望者</li></ul>                 |
| 課金     | 男女同額(2,000～3,980円)                                                                                             | 男女同額(2,400～5,380円)                                                                          |
| サービス特徴 | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 婚シェルによる手厚いサポート</li><li>・ 日記機能やコミュニティ機能、<br/>お相手紹介などコンテンツの豊富さ</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 初心者向けのシンプルで使いやすいデザイン</li><li>・ 再婚OKな会員の多さ</li></ul> |

## 売上高325百万円(+13.7%)、事業利益26百万円

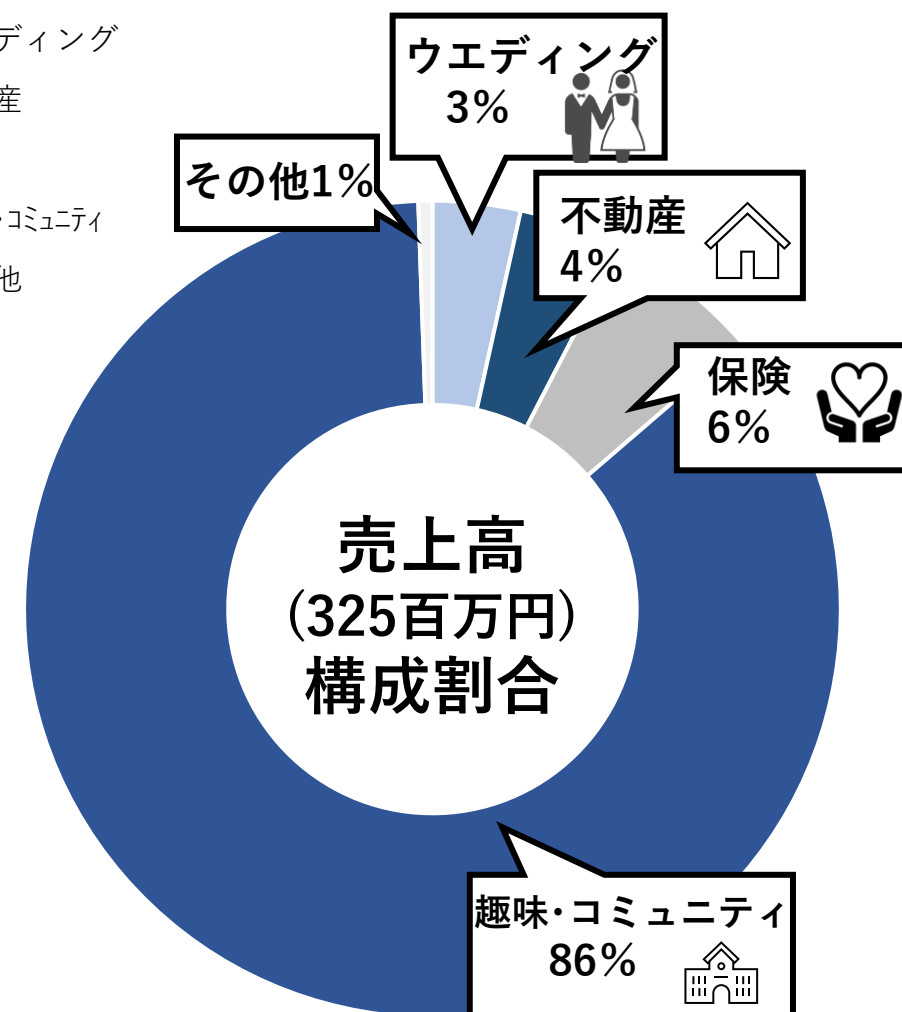
※ ( ) 内は前年同期比

(百万円)

### 売上高・事業利益推移



- ウェディング
- 不動産
- 保険
- 趣味・コミュニティ
- その他



# ♡ IBJ

## Contents

目次

1 決算概要

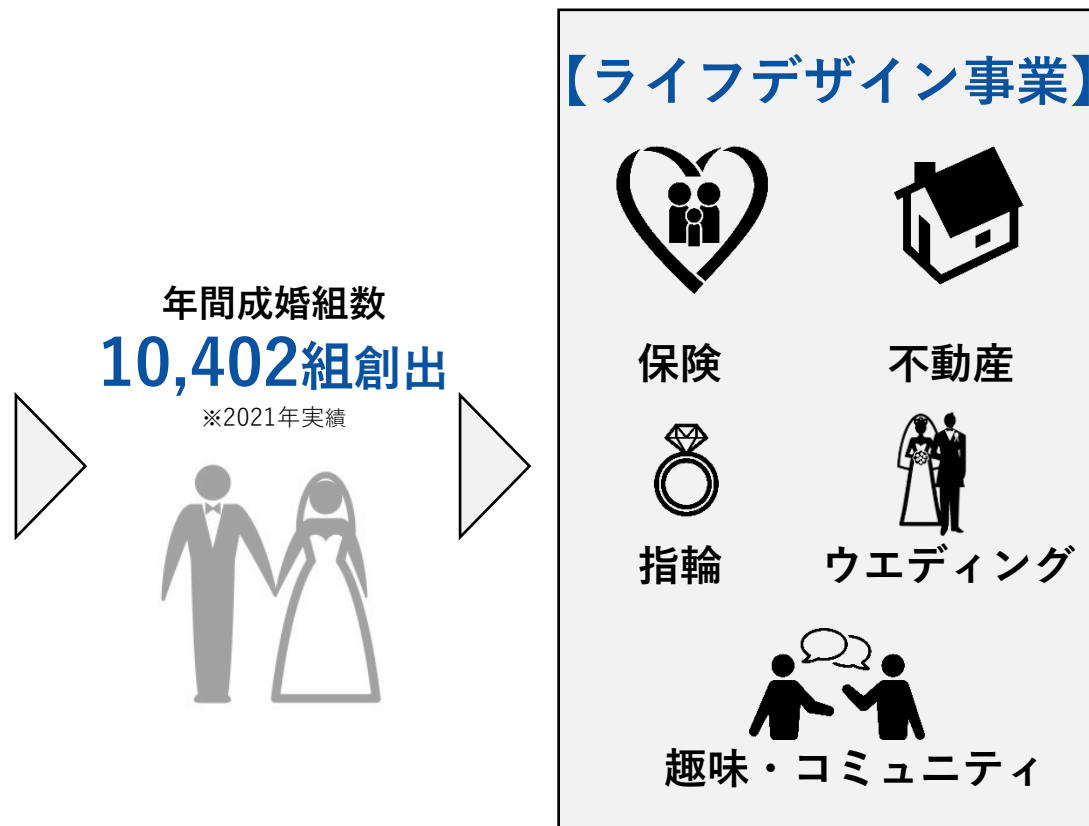
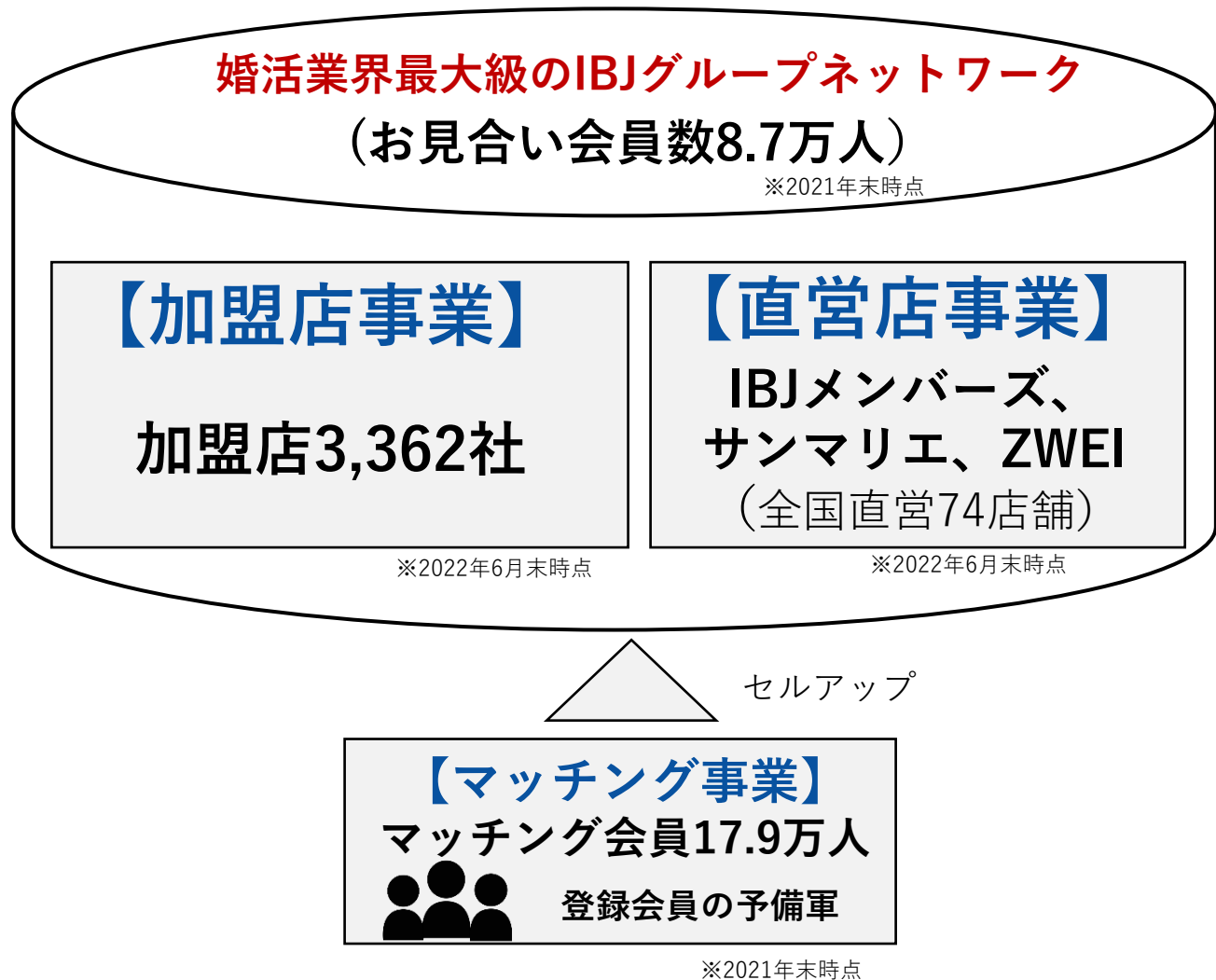
2 事業別サマリ

3 成長戦略と  
中期経営計画

4 APPENDIX



## 婚活業界最大級のIBJグループネットワークとノウハウで成婚創出



※お見合い会員数とは、日本結婚相談所連盟、IBJメンバーズ、サンマリエ、ZWEIの結婚相談所サービスに登録している会員数

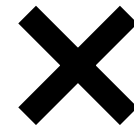
※マッチング会員数とはPARTY☆ PARTY、Rushの登録会員数のうち1年以内にログイン履歴のある会員数+ブライダルネット、youbride、YYCの有料会員数

# IBJの強み「システム×ヒト」

婚活のDX化に加えアナログな人の手によるサポートの質で差別化



システム



ヒト

婚活業界のDX化を牽引するプラットフォーム

会員の婚活行動  
を一元管理

AI分析による精度  
の高いマッチング

日本最大級の会員数を  
保有するデータベース



IBJ独自のIBJメソッドを駆使し、  
心地の良い「おせっかい」を徹底

サポート1  
婚活プランニング  
(婚活計画)

サポート2  
お見合いサポート  
(お見合い～交際)

サポート3  
交際サポート  
(交際～成婚)



## 日本の人口減少・少子化問題の解決に向けて、 重要指標とその先行指標となるサブ指標を策定

### 重要指標とサブ指標のロードマップ

|                           | 2021年実績 | 2024年予  | 2027年予  |
|---------------------------|---------|---------|---------|
| <b>重要指標</b><br>成婚組数       | 10,402組 | 15,000組 | 25,000組 |
| <b>重要指標</b><br>加盟店数       | 3,039社  | 5,000社  | 10,000社 |
| <b>サブ指標</b><br>お見合い会員数※1  | 8.7万人   | 13.2万人  | 20.0万人  |
| <b>サブ指標</b><br>マッチング会員数※2 | 17.9万人  | 19.5万人  | 25.0万人  |

※1 お見合い会員数とは、日本結婚相談所連盟、IBJメンバーズ、サンマリエ、ZWEIの結婚相談所サービスに登録している会員数

※2 マッチング会員数とは、PARTY☆PARTY、Rushの登録会員数のうち1年以内にログイン履歴のある会員+ブライダルネット、Diverse（youbride・YYC）の年度末有料会員数（2022年以降はYYC除く）

# 成婚組数と加盟店数達成に向けた施策

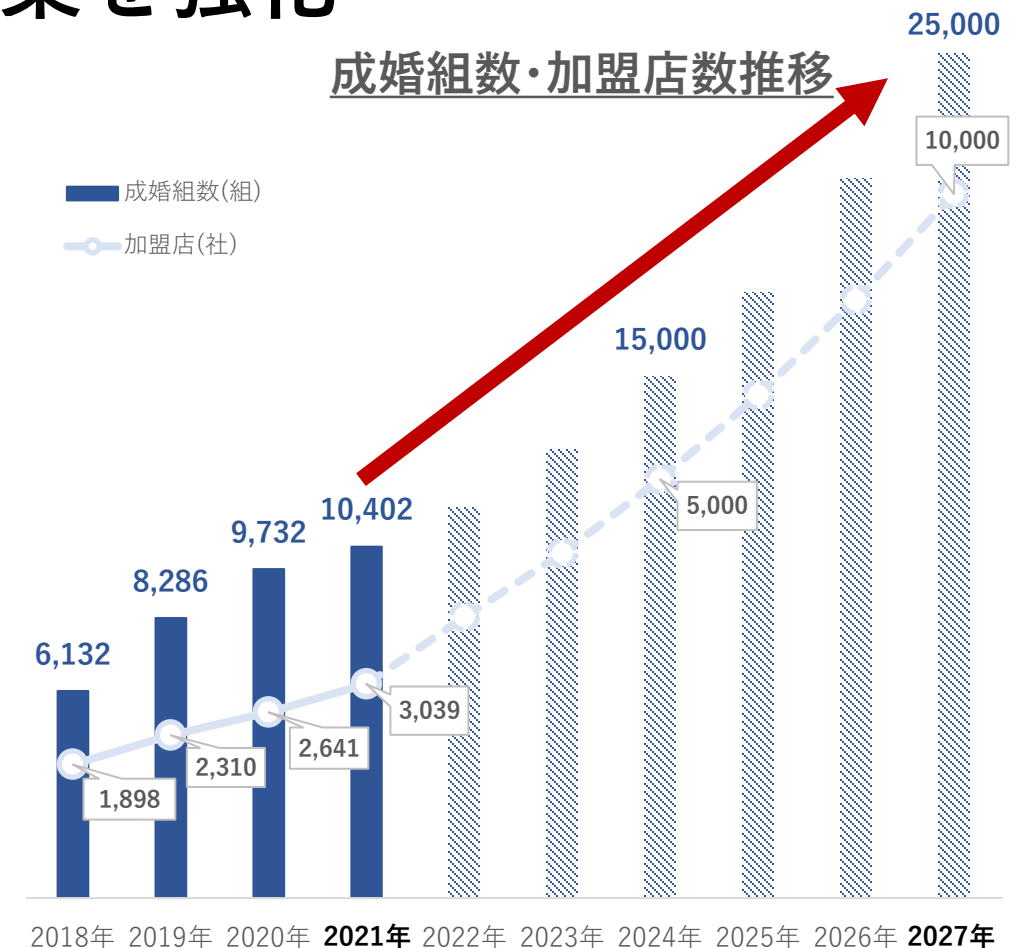
成婚組数5% (2.5万組) と加盟店数1万社を目指し  
加盟店・直営店事業を強化

## 成婚組数増加施策

- ① 直営店の会員基盤拡大とIBJメソッドの向上
- ② 加盟店への支援強化とノウハウ伝播

## 加盟店数増加施策

- ① 地方銀行との提携拡大  
2022年3月に山梨中央銀行との提携開始、15例目となる地銀提携
- ② 婚活と親和性の高い事業や組織との連携



## 婚活と親和性の高い事業や組織との連携強化

### ホテルニューオータニ

ホテル業界大手、厳正な審査を  
通過したハイクラスの会員が入会



### 築地本願寺

築地本願寺倶楽部の会員限定で婚活  
をサポート



### テイクアンドギヴ・ニーズ

ウエディングに関する豊富な知見を  
活かして、婚活を全面的にサポート



IBJメソッドや相談所ネットワークを活用し、連携して成婚数増加を目指す

# 中期経営計画(2021-2027年)達成に向けた戦略

## 2027年売上高300億円、営業利益50億円達成に向けた戦略

### 戦略1 ▶ 新たな集客チャネルの開拓

マッチングサービス経験者を直営店・加盟店事業にトスアップ

### 戦略2 ▶ 収益ポイント拡充、 付加価値増強によるLTVアップ

婚活の周辺にある潜在的商流を捉え収益化

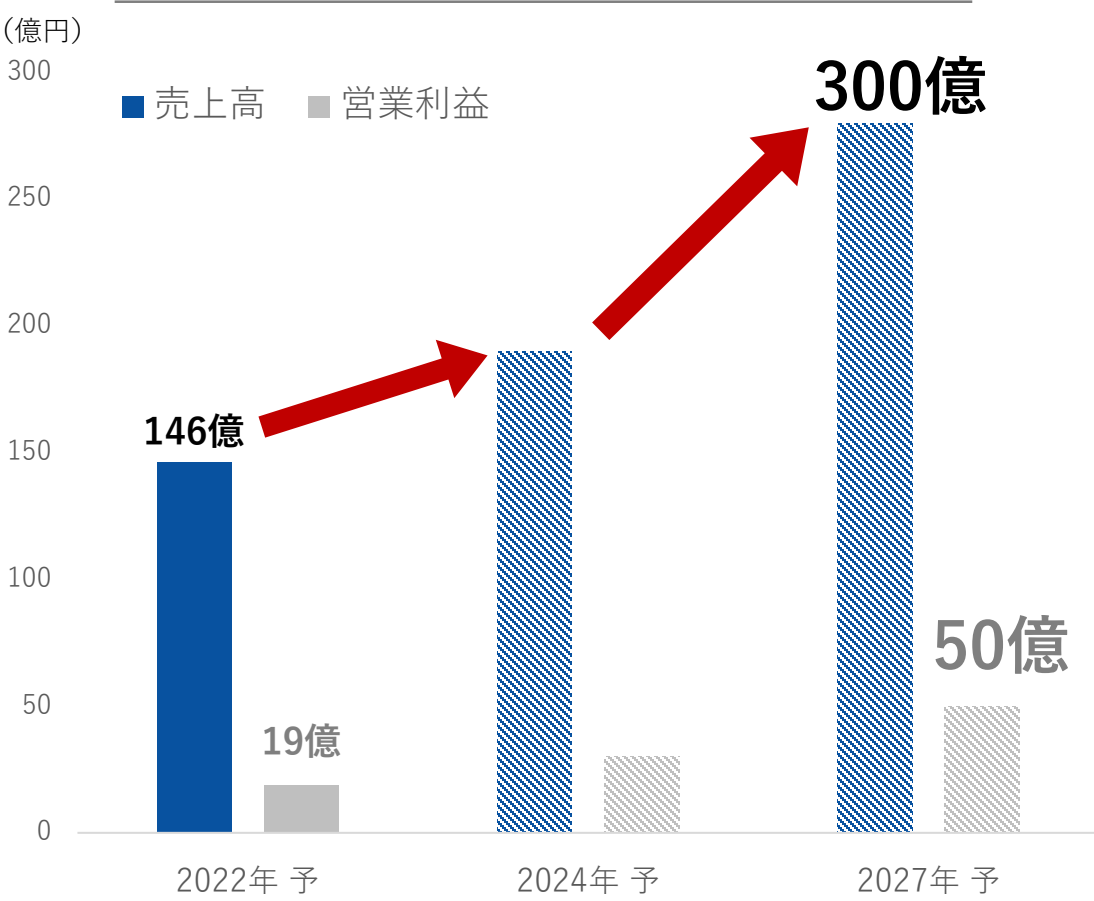
### 戦略3 ▶ 加盟店への支援拡充

加盟店支援強化により事業と会員基盤拡大へ

### 戦略4 ▶ コーポレートブランディング強化

「結婚・婚活＝IBJ」の定着と加盟店の求心力UPを目指す

売上高300億円・営業利益50億円の進捗





## マッチングサービス経験者を直営店・加盟店事業にトスアップ

マッチングアプリでは  
うまくいかないあなたへ

最高の出会いから

お悩み

マッチングサービス経験者の

相手の気持ちがわからない

- ・ 相手が結婚目的なのか
- ・ 相手が交際に対して真剣なのか

結婚に至るまでが難しい

- ・ 交際から結婚へのステップアップが難しい

マッチング事業

PARTY☆PARTY  
Rush  
ブライダルネット  
youbride

婚活パーティーからの  
入会割合54.2%※

※2022年2Q累計のIBJメンバーズ総入会数に  
対する婚活パーティーからの入会者の割合

直営店事業

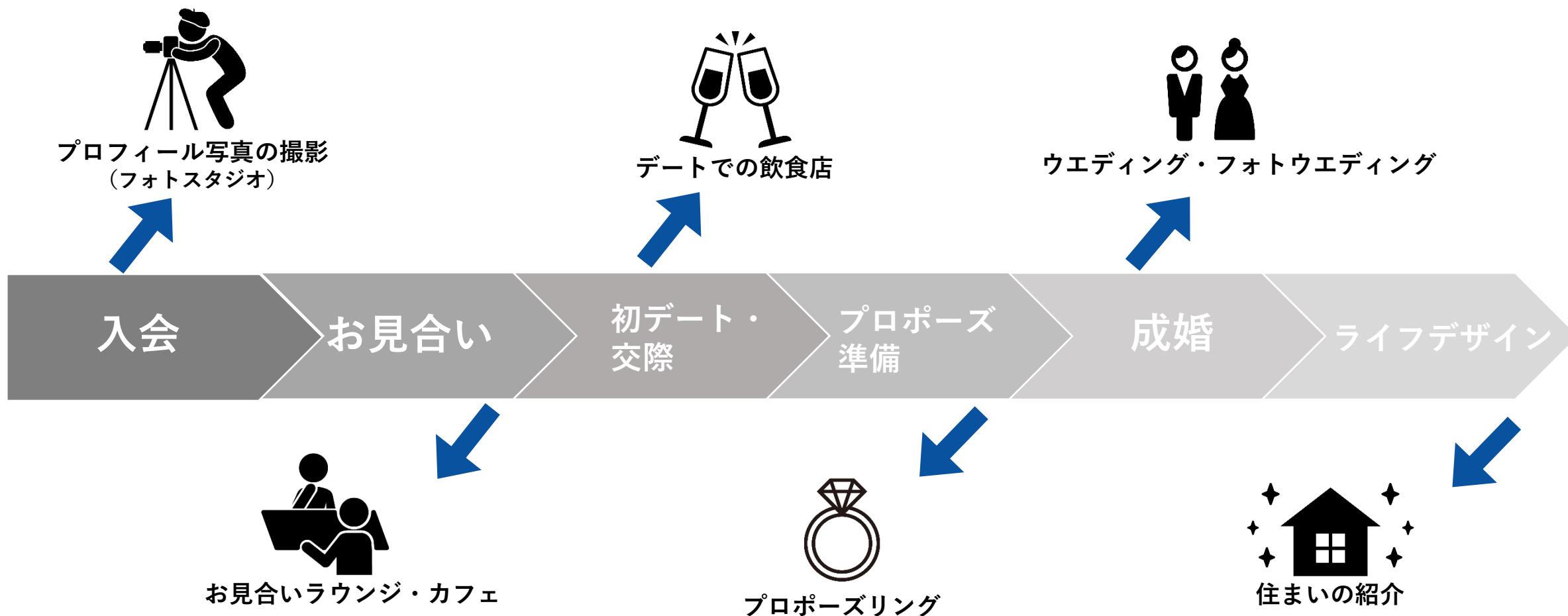
IBJメンバーズ  
サンマリエ  
ZWEI

加盟店事業

日本結婚相談所連盟  
加盟店 3,362社

※2022年6月末時点

## 婚活の周辺にある潜在的商流を捉え収益化





## 加盟店支援強化により事業と会員基盤拡大へ

### 研修カリキュラムのアップデート

必修研修では学びきれない『基礎知識』を身につけるため、eラーニング研修を開始



#### 研修内容

- ・会員のお見合い～交際までのサポート方法
- ・ホームページの作成
- ・料金プランの作り方                      など

### 加盟店のブランディング強化

仲人の人柄や思い等が伝わる内容で動画制作、自社(加盟店)HPや連盟サイト内で掲載予定



本社の専用スタジオで7月から撮影開始

### 入会促進ページのリリース

IBJアワードを受賞された加盟店限定で入会促進のための特設ページを開設



IBJオススの実績の高い加盟店をPICK UP

ドラマや映画などに多数出演されている白石糸さんを起用、  
結婚相談所の利用者をターゲットに広告ビジュアルを変更



掲載路線 

東京メトロ、都営地下鉄、Osaka Metro、  
名古屋鉄道、福岡地下鉄の大都市圏で掲載がスタート

▲新ビジュアル:タレント白石糸さん

# ♡ IBJ

## Contents

目次

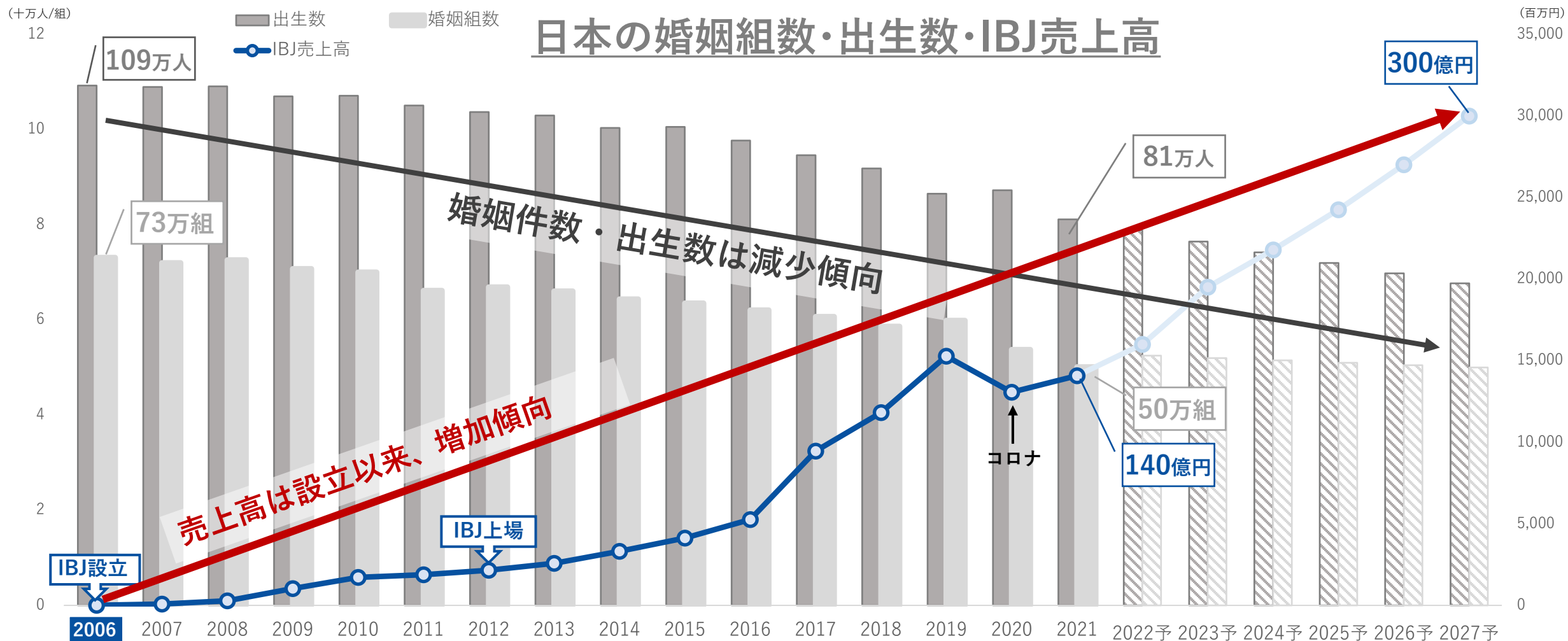
1 決算概要

2 事業別サマリ

3 成長戦略と  
中期経営計画

4 **APPENDIX**

## 日本の婚姻組数・出生数が減少傾向の中、IBJの業績は増加傾向



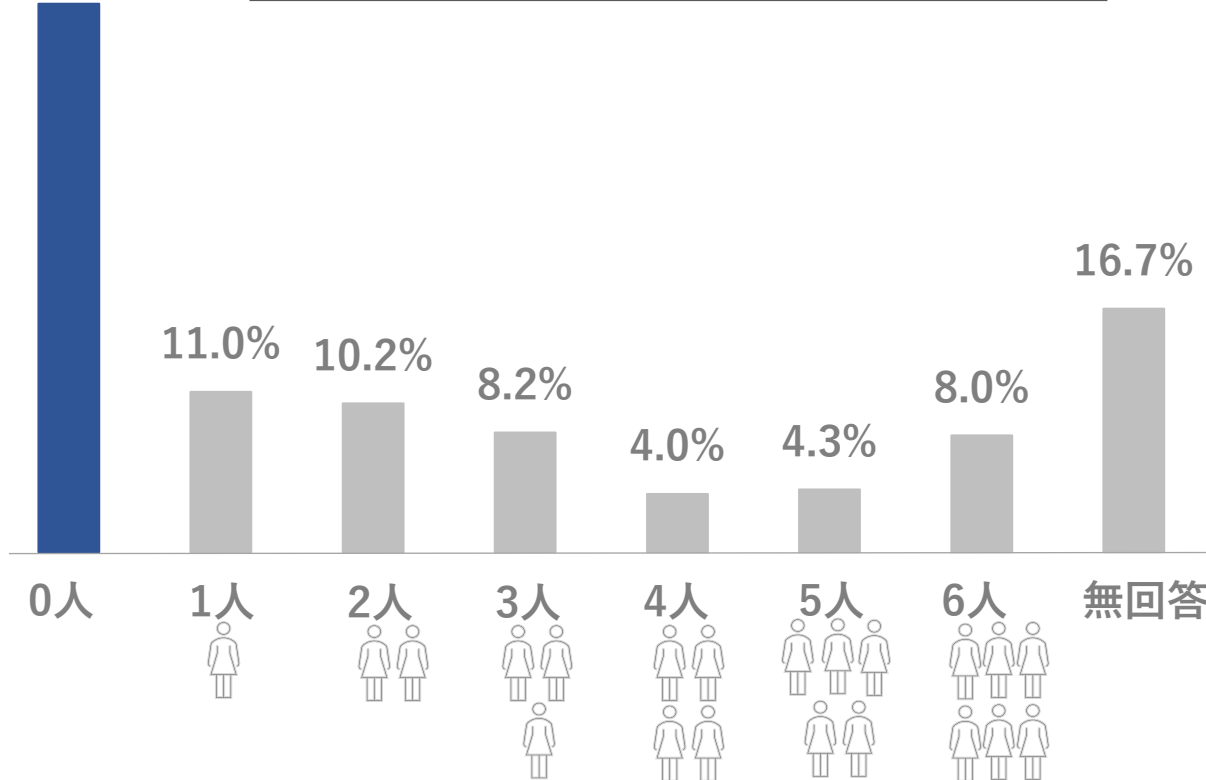
※出典：厚生労働省「令和2年(2020)人口動態統計（確定数）の概況」（1947年～2020年）、年間成婚組数令和3年12月分（人口動態統計月報年計(概数)）を基に作成

# 20～30代男性の入会割合

独身男性(20～30代)の37.6%が交際経験ナシ  
しかしながら真剣な出会いを求める20～30代男性の  
結婚相談所ニーズは高まっている

37.6%

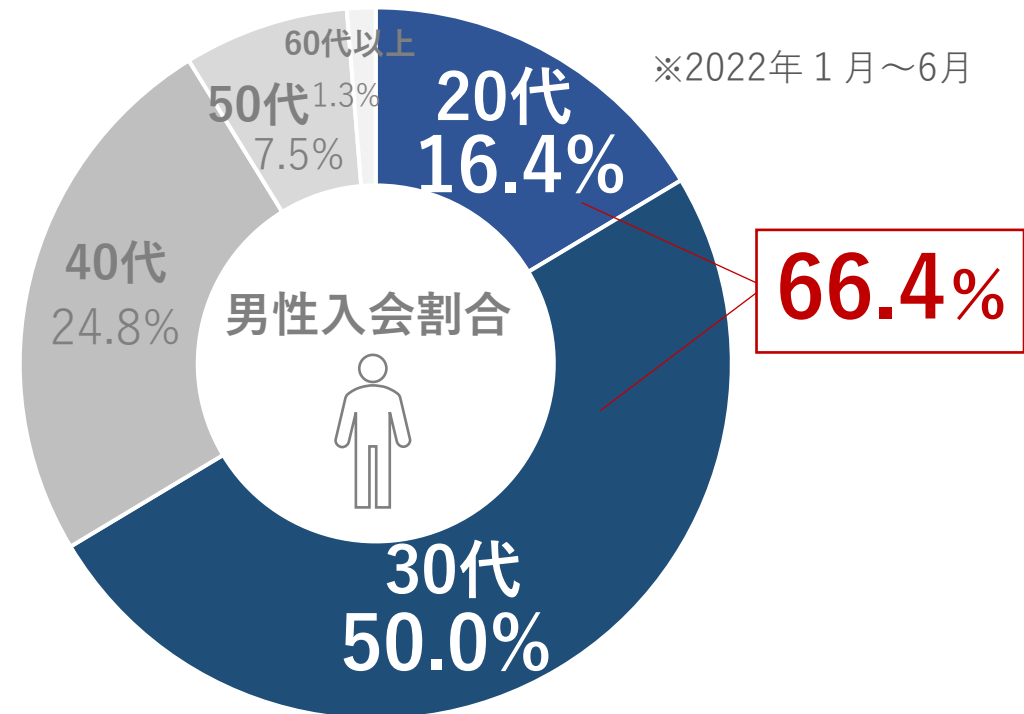
【政府統計】 20～30代男性の交際人数



※出典：男女共同参画白書 令和4年版

【直営店事業】 年齢別の男性入会割合

※2022年 1月～6月



直営店3ブランドでは20～30代の  
男性入会者が6割を占める

## 良質な会員層とIBJの誇る成婚サポートによって成婚を伸ばしていく

**お見合い回数**

|    |              |
|----|--------------|
| 男性 | <b>11.0回</b> |
| 女性 | <b>10.0回</b> |

**年齢**

|    |            |
|----|------------|
| 男性 | <b>38歳</b> |
| 女性 | <b>35歳</b> |

**在籍日数**

|    |                     |
|----|---------------------|
| 男性 | <b>301日</b> （約10か月） |
| 女性 | <b>244日</b> （約8ヶ月）  |

2022/6/2

**IBJ成婚白書～2021年度版～**  
をリリース



9,987名の成婚実績から導き出した  
『成婚しやすさ』を分析

**男性年収**

**600～700万円**

**交際数**

|    |           |
|----|-----------|
| 男性 | <b>5人</b> |
| 女性 | <b>4人</b> |



有力他連盟の一角と業務提携し、より強固な基盤に

日本結婚相談所連盟  
by 

## 強み

①成婚主義の仲人型結婚相談所

②業界トップの会員数と加盟店数

会員数:79,277名

加盟店数:3,362社

※2022年6月末時点

③お見合いシステムと加盟店への支援

業界屈指のシステムと加盟店の立ち上げを  
強力に支援



## 他連盟



日本ブライダル連盟

会員数約66,000名

良縁ネット  
会員数約40,000名

コネクトシップ  
会員数31,507名

全国結婚相談所  
事業者連盟  
会員数29,991名

日本仲人連盟  
会員数約14,000名

日本仲人協会  
会員数約10,000名

日本成婚ネット  
会員数9,759名

※各社HPより参照

※日本ブライダル連盟、コネクトシップは2022年6月末時点

※全国結婚相談所事業者連盟、日本成婚ネットは2022年5月時点

※良縁ネットは2021年1月時点、日本仲人協会は2018年7月時点

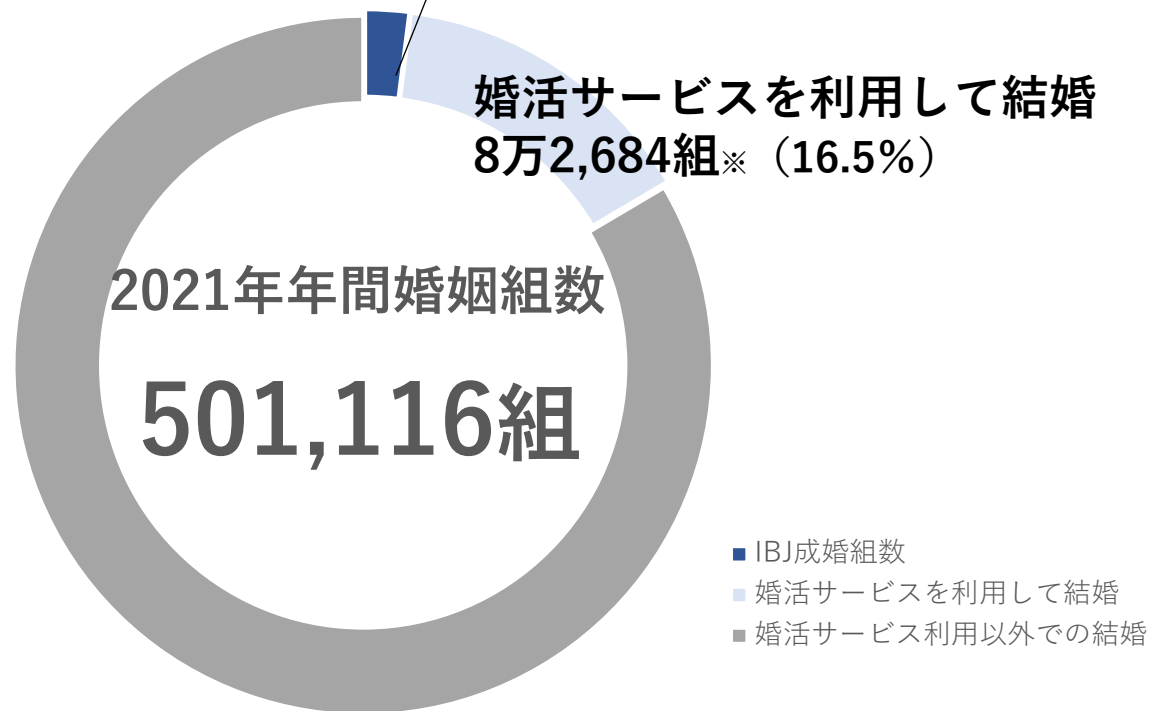
※日本仲人連盟は2022年8月8日時点のHPより参照

マッチングアプリとの差別化を図り、婚活市場で相談所マーケットを拡大させる

# 成婚ベースの業界シェア

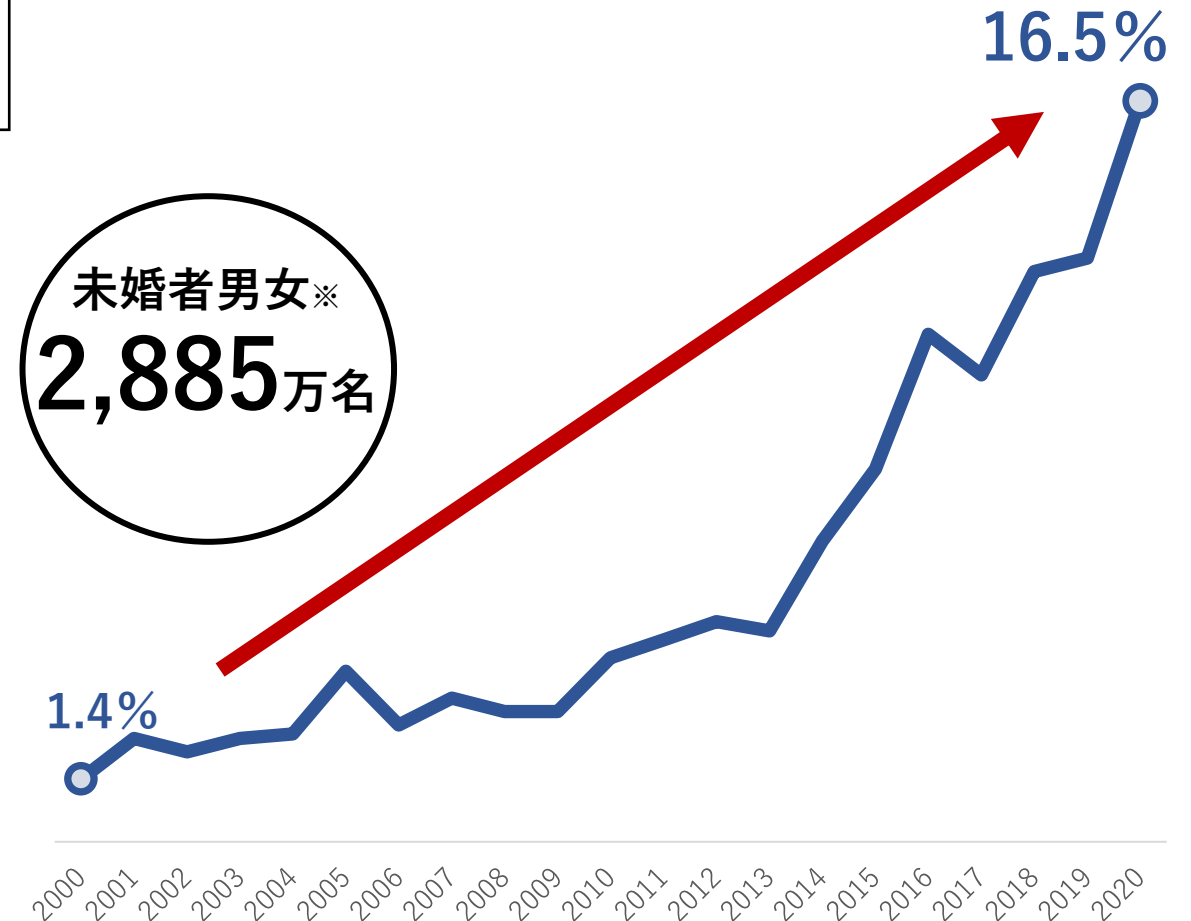
成婚ベース業界シェア 12.6%

♡IBJ 10,402組 (2021年)



## 潜在市場規模は拡大

婚活サービスを通じて結婚した人の割合



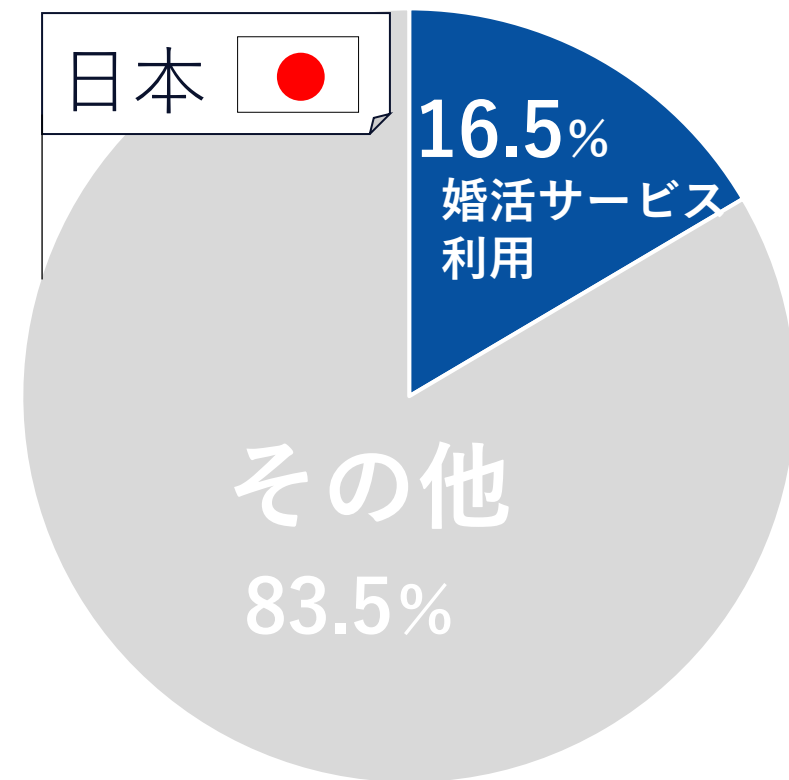
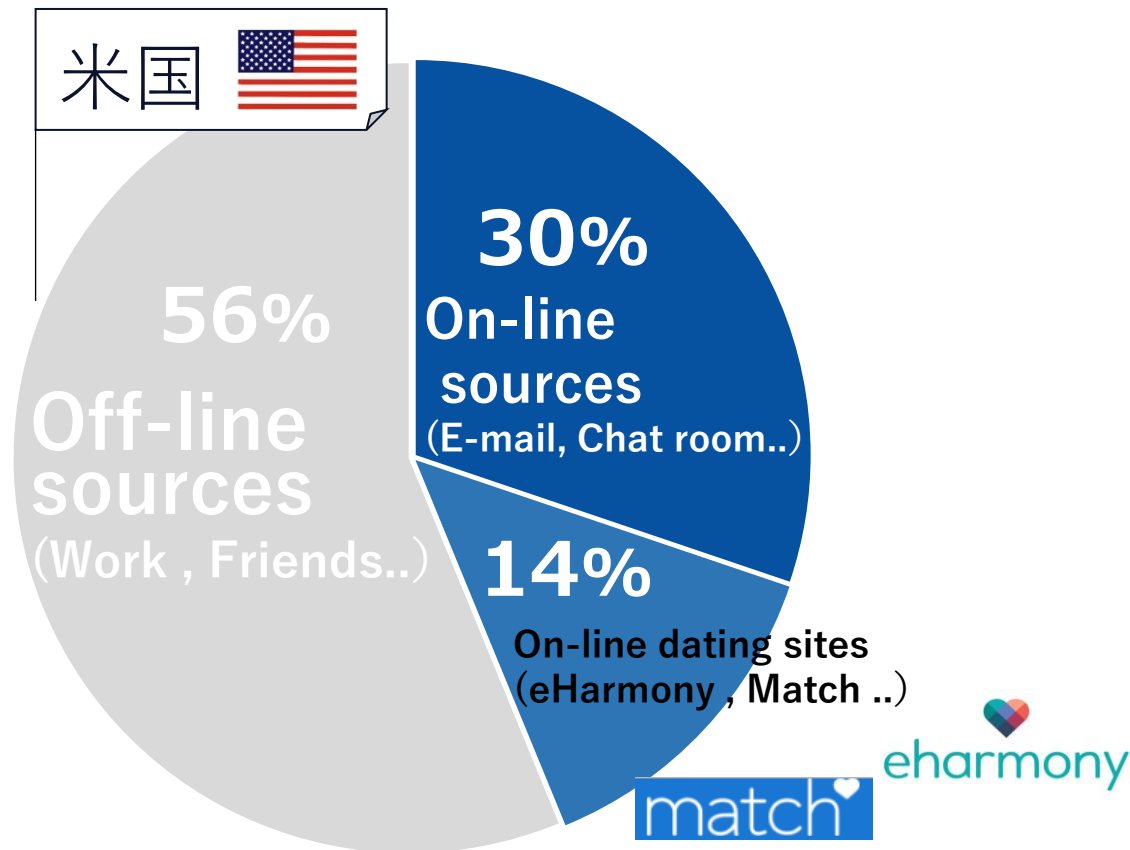
※平成27年国勢調査 抽出速報集計結果（結果の概要）、2021年日本の年間婚姻組数実績501,116組（厚生労働省、令和3年12月分（人口動態統計月報年計（概数）の概況）を参照  
※年間成婚組数令和3年12月分（人口動態統計月報年計（概数） × 婚活サービス利用割合「婚活実態調査2020（リクルートブライダル総研調べ）」の割合に基づいて算出し作成



# 米国と比較した日本の婚活市場規模

米国と比べ日本は約2.7倍の市場成長余地がある

米国及び日本における成婚者数のうち婚活サービスを活用した割合



調査対象: 全国の20~49歳の男女50,000  
婚活サービス: 結婚相談所、婚活サイト・アプリ、恋活サイト・アプリ、婚活パーティ・イベント婚活などのサービスのいずれかを利用し、そのサービスで「結婚できた」と回答した人の割合  
対象者: 既婚者・初婚者および再婚者も含む  
出典: 婚活実態調査2020 (リクルートブライダル総研調べ)

IBJが加盟店数、会員数、お見合い件数(月間)  
で圧倒的な大差をつけて堂々の3冠 ※独自調査



## 加盟店数部門

 **日本結婚相談所連盟(IBJ)**  
**3,362社**  
※2022年6月末時点の稼働加盟店

 **日本仲人協会**  
**約1,800社**

 **日本ブライダル連盟**  
**約1,600社**



## 会員数部門

 **日本結婚相談所連盟(IBJ)**  
**79,277名**  
※2022年6月末時点の活動会員数

 **日本ブライダル連盟**  
**約66,000名**

 **良縁ネット**  
**約40,000名**



## 月間お見合い件数部門

 **日本結婚相談所連盟(IBJ)**  
**52,458件**  
※2022年6月末時点

 **コネクトシップ**  
**25,330件**

 **全国結婚相談事業者連盟**  
**6,167件**

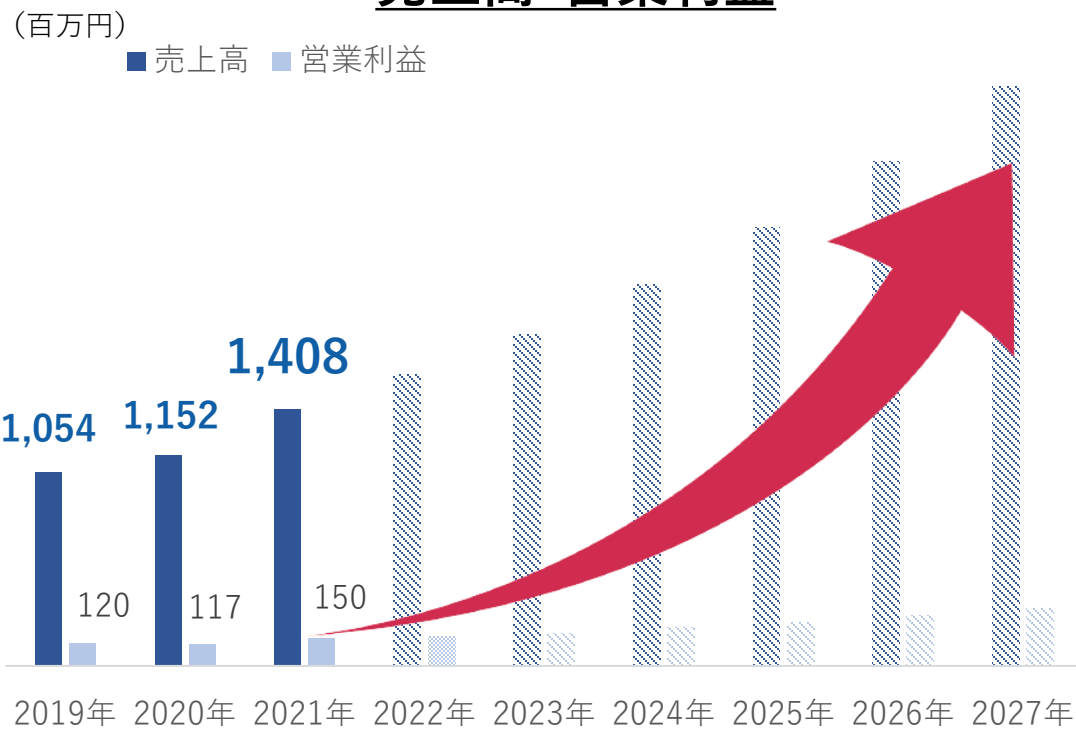
※各社HPより参照、良縁ネットの会員数は2021年1月時点で提携連盟も含めた登録会員数、全国結婚相談事業者連盟のお見合い成立件数は2021年1月～12月実績を12カ月で割った月平均

※日本ブライダル連盟の加盟店数は2022年6月時点でBIUシステムに登録している相談室数、日本仲人協会の加盟店数は2018年7月時点

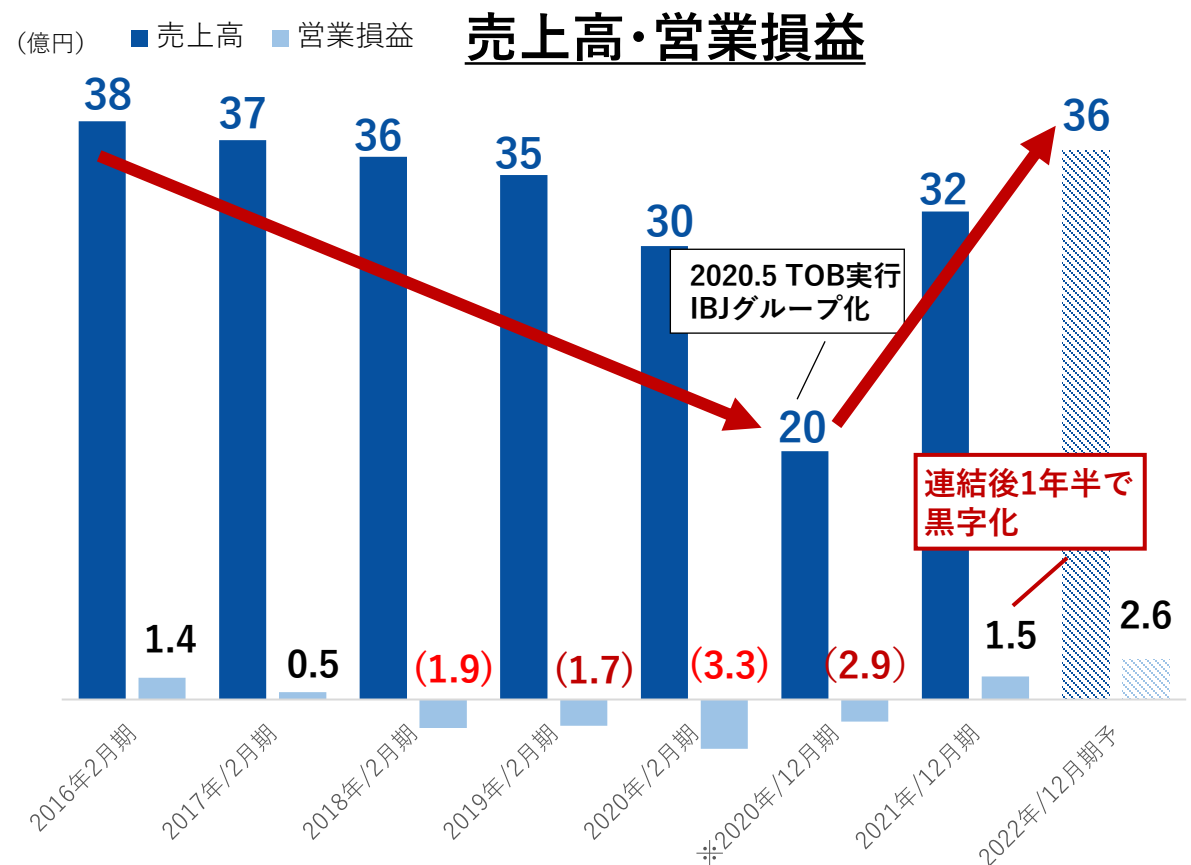
システム×ヒトの強みでグループ化した企業の立て直しに成功  
今後も独自のビジネスモデルを活かした経営戦略でM & Aを推進

 **サマリエ** 2019年1月にグループ化

## 売上高・営業利益



 **Zwei** 2020年5月にグループ化



※2020年/12月期はIBJ連結が5～12月だが記載は他年度との整合性を合わせて3～12月としております。  
※ZWEIの売上高・営業損益2016年/2月期～2020年/2月期までは日経会社情報DIGITALより引用

## 加盟店事業

- 加盟金 個人160万円・法人320万円 ※小規模法人 加盟金190万円（従業員数30名未満）
- 月会費 1.5万円 ■登録料 2,000円/入会1名 ■活動費 500円/会員1名

## 直営店事業

- 初期費用（登録料・活動サポート費）9.4万円～36.4万円/入会1名
- 月会費 1.4万円～1.6万円/会員1名
- 成婚料 20万円

## マッチング事業

マッチングアプリ

- 月額単価 2,000円～5,380円

婚活パーティー

- パーティー参加費 平均3,020円

## 加盟店の主な収益モデル ※価格設定は加盟店ごとに異なります

- 初期費用（登録料・活動サポート費）10万円/入会1名
- 月会費 1万円/会員1名
- 成婚料 20万円

# 株式会社IBJ / IBJ,Inc

〒160-0023

東京都新宿区西新宿1-23-7 新宿ファーストウェスト 12・17F

この資料は投資の参考に資するため、株式会社IBJ（以下、当社）の現状をご理解頂くことを目的として当社が作成したものです。当資料に記載された内容は、2022年8月現在において一般的に認識されている経済・社会等の情勢及び当社が合理的に判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により予告なしに変更される可能性があります。

公式LINEアカウントにて  
IR情報を配信しております





人と人をつなぐのは、人だと思ふ。