

株式会社 テー・オー・ダブリュー

# 個人投資家向け会社説明会

東証1部 4767

**本プレゼンテーションには  
平成21年5月8日現在の経営陣の将来に関する  
前提・見通し・計画に基づく予測が含まれています。  
社会・経済・競合状況の変動等に関わる  
リスクや不確定要因により、実際の業績が  
記載の予測と異なる可能性があります。**

- **事業概要と優位性**
- **平成21年6月期第3四半期 決算の概要と特色・傾向**
- **業績見通しと業界動向**
- **中期事業計画 進捗状況**
- **質疑応答**

株式会社テー・オー・ダブリュー  
専務取締役 第一本部長

**秋本 道弘** (54歳)

## 【略歴】

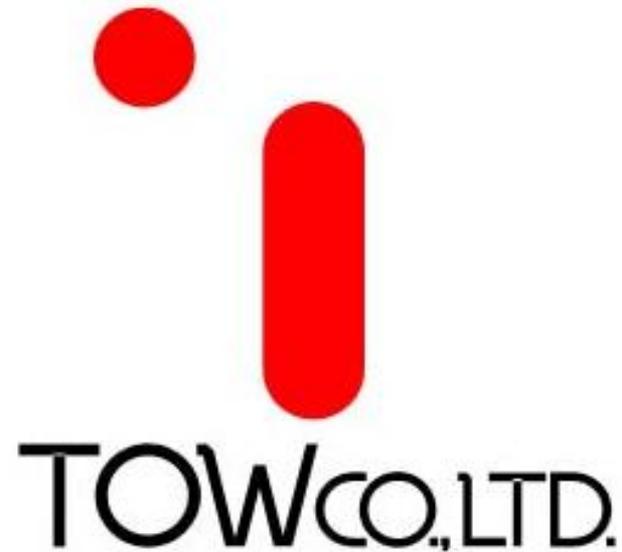
1954年 神奈川県出身

1977年 当社入社

1985年 取締役 就任

1995年 専務取締役制作本部長 就任

2001年 専務取締役第一本部長 就任(現任)

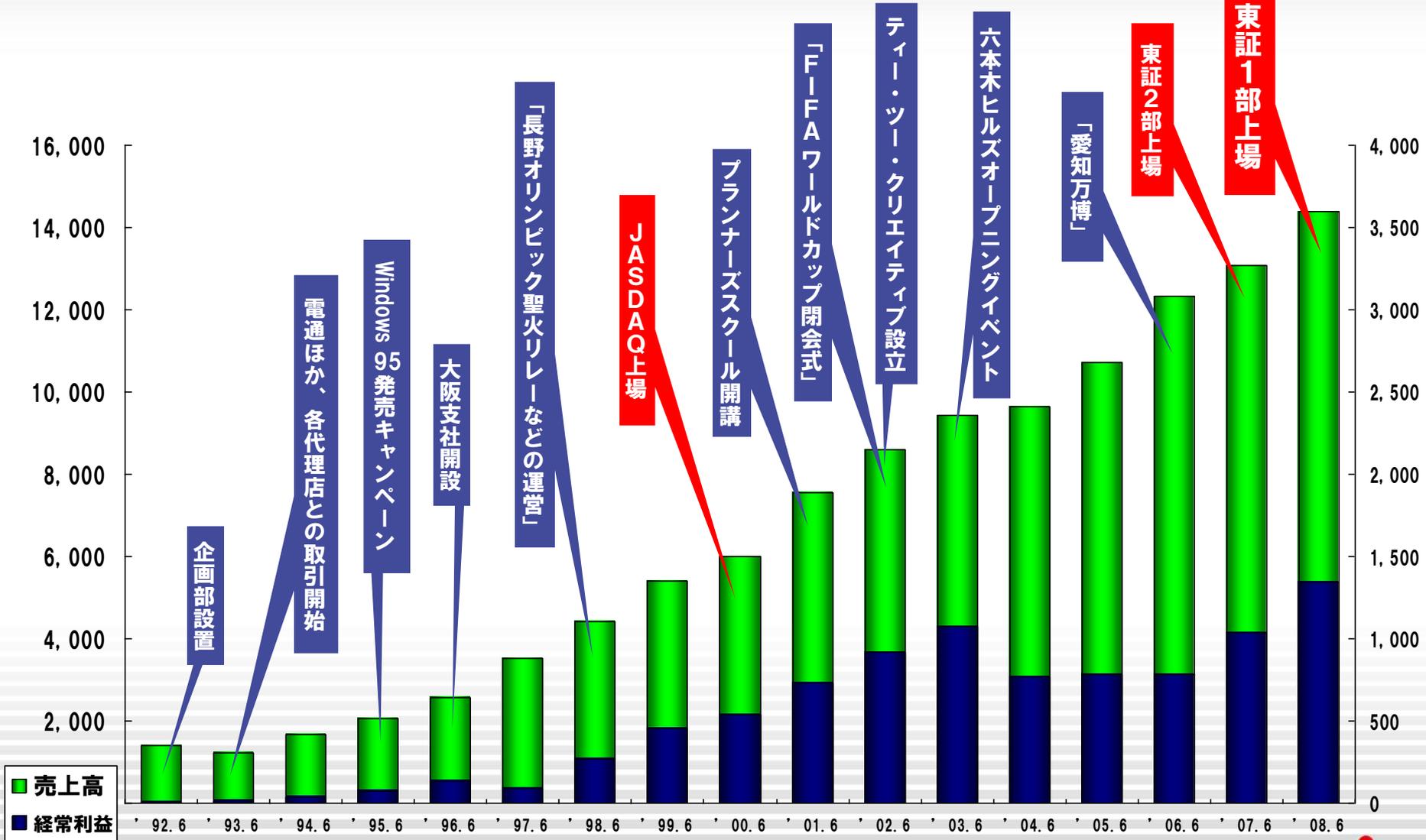


- TOWは、「国内イベント業界最大手のナンバーワン会社」
- 現在は、「総合プロモーション制作会社」として躍進中

- 社名 : 株式会社テー・オー・ダブリュー（証券コード：4767）
- 本社 : 東京都港区虎ノ門四丁目3番13号 神谷町セントラルプレイス
- 代表者 : 代表取締役社長 川村 治
- 設立 : 1976年7月
- 資本金 : 948百万円（平成20年6月末現在）
- 売上高 : 14,397百万円（平成20年6月期：連結）
- 経常利益 : 1,343百万円（平成20年6月期：連結）
- 従業員数 : 160名（平成20年6月末現在：連結）
- 主要業務 : ①イベントの企画・制作・運営  
②セールスプロモーションに関するグッズ・印刷物の企画・制作ほか

# 業績推移

単位：百万円



## 「イベント事業」とは

※赤線枠が当社の業務範囲

国・企業が費用を負担する イベント	博覧会	2005年愛知万博など
	文化／スポーツ	2002 FIFA World Cup™ 閉会式
		国体開・閉会式など
	広報	PRを目的として企業が費用を出す、 自動車の発表会など
販売促進	販売促進を目的としたもの	
	(モーターショーなどの展示会から携帯電話などの店頭キャンペーンまで幅広い)	
参加者が費用を負担する イベント	スポーツ	プロ野球など
	音楽	コンサート

## 「セールスプロモーション事業」とは

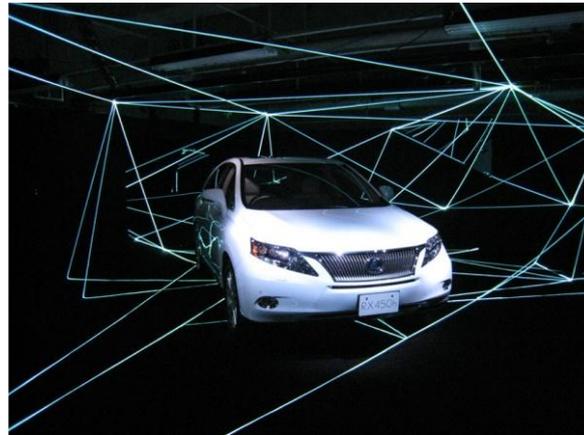
※赤線枠が当社の業務範囲

セールス・プロモーション (企業が費用を負担)	景品・グッズ	商品キャンペーン賞品・商品ベタ付けなど
	印刷物	店頭装飾・チラシ・バナー・のぼりなど
	Web	キャンペーンWebサイト・広告Webなど
	事務局運営	キャンペーン事務局運営 (電話対応・賞品発送など)

## 当社イベント実績



大手飲料メーカーによる  
有名モータースポーツ協賛イベント



大手自動車メーカー  
高級SUV試乗会イベント



国内ビールメーカー5社による  
ビールフェスティバル（六本木ヒルズ）



大手化粧品メーカーの  
商品体験イベント



国際サッカー大会閉会式

## 当社SP(販売促進施策)グッズ実績



大手飲料メーカー・  
有名ブランドのハンドタオル



大手薬品メーカー・  
ブランドキャラクター人形  
(店頭展示用および抽選懸賞品用)



大手全国紙・  
イメージキャラクターのカイロ



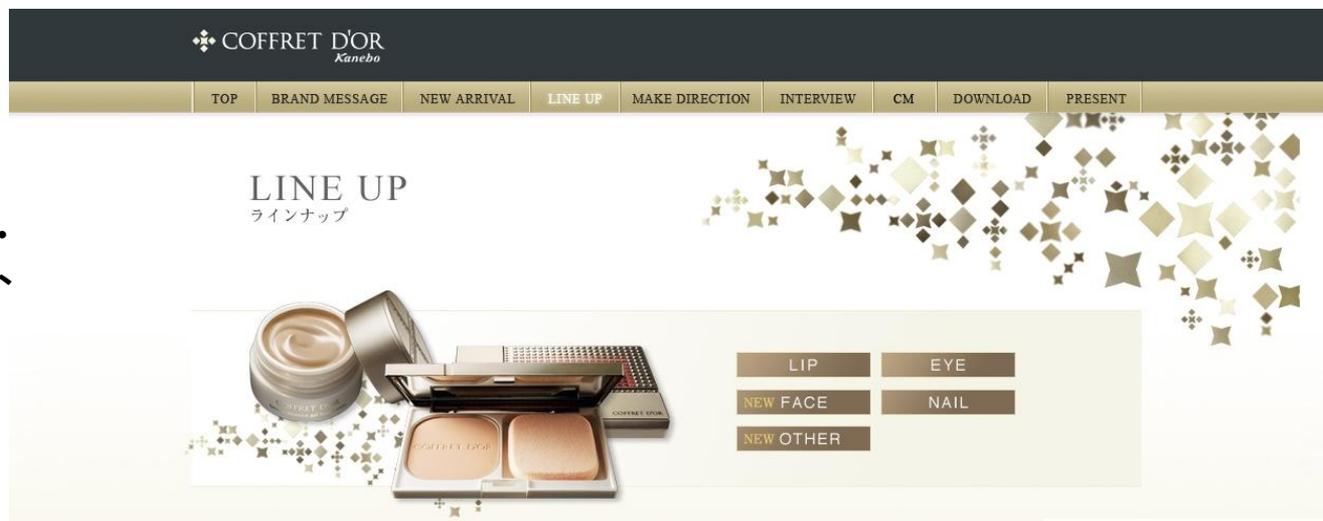
大手カップ麺メーカー・  
ラーメン具材型携帯ストラップ



大手インターネットプロバイダー・  
オリジナルマウス

# 当社業務内容③

## 当社Web案件実績



大手化粧品メーカー・  
新ブランドWebサイト



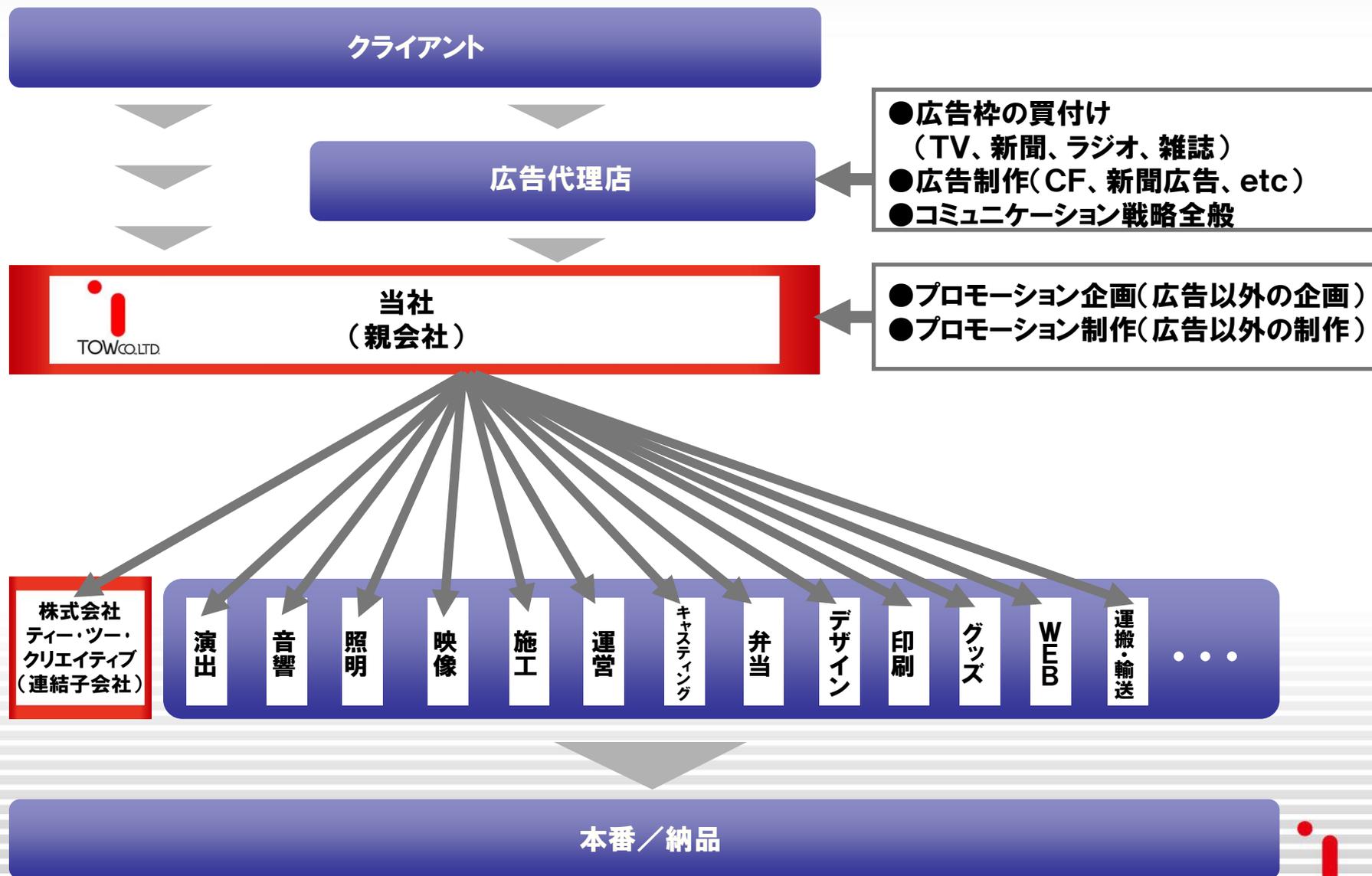
大手航空会社・  
夏キャンペーンWebサイト

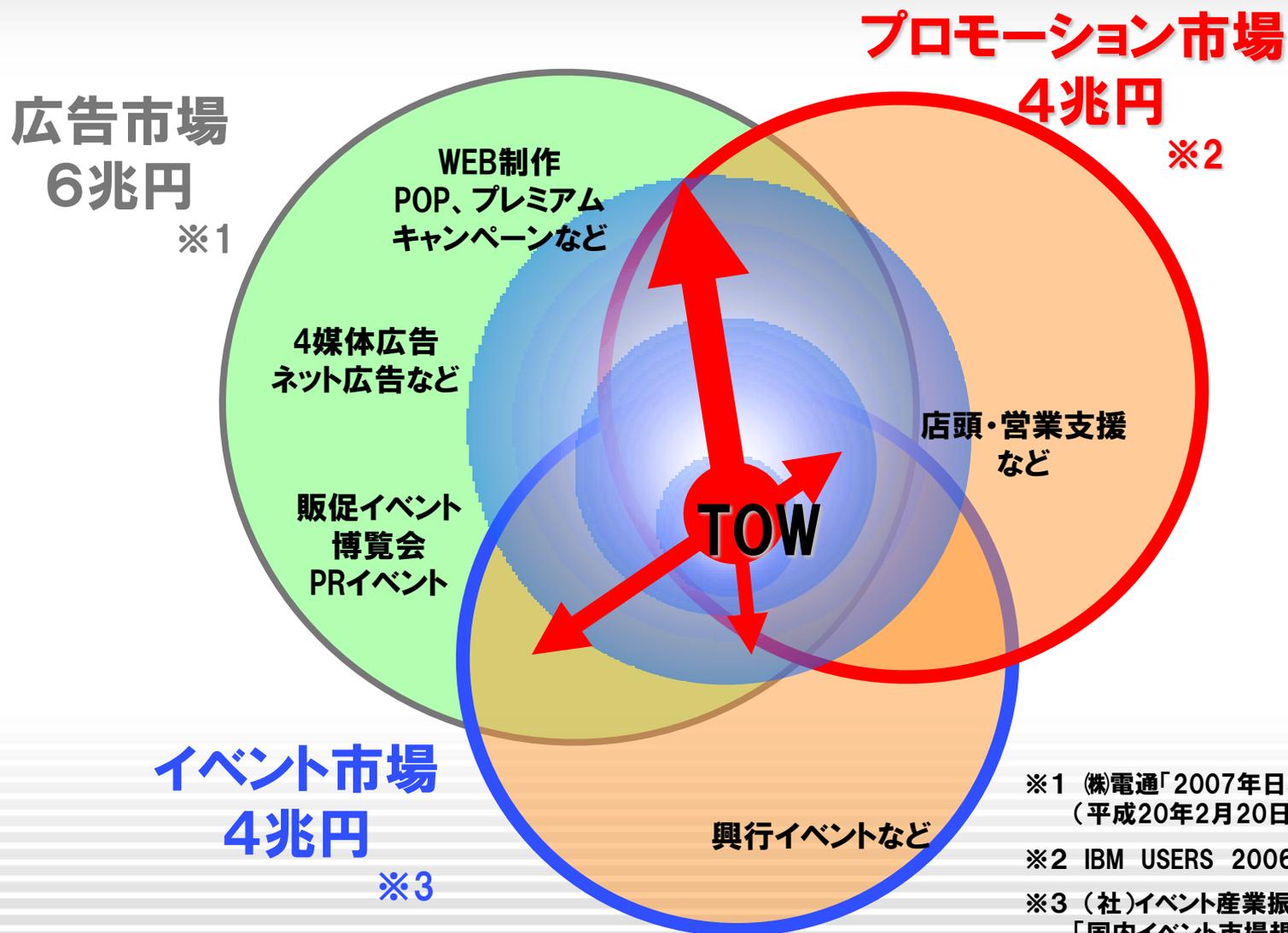


有名ゲーム機・  
新発売ゲームソフトWebサイト



大手自動車メーカー・  
新車プロモーションWebサイト





※1 (株)電通「2007年日本の広告費  
(平成20年2月20日発表)」による。

※2 IBM USERS 2006年5月号による。

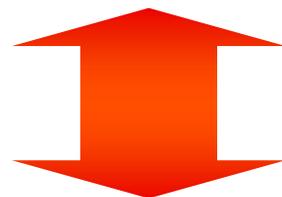
※3 (社)イベント産業振興協会  
「国内イベント市場規模推計結果報告書  
(平成18年10月発行)」による。

## 業界内競合の現状

- ・ 5～20人の中小、零細企業が大多数
- ・ 限られた大手広告代理店との取引
- ・ 特定領域だけの対応力



日本国内に  
8,000社



企画力、資金力、幅広い広告代理店との取引により  
専業最大手となる。

(総合プロモーション会社として唯一の上場会社)

マス広告衰退



プロモーションへの期待増大

誰もが同じモノを欲しい



広告が有効な時代



人によって好みが違う多様性の時代



きめ細やかなプロモーションの時代

かつてのTVCFのような決定打のない時代

さまざまな方法を効果的に組み合わせることが重要

“何をどのように組み合わせ、連動させるか”という企画力が鍵

## 総合的な企画力・制作力・営業力が重要

### 優位性1

他社に例を見ない、専門の「企画部門」がある（21名）

- 年間約2,000本の企画を、各得意先に提案
- 総合的なプロモーション企画が可能（競合他社は特定領域のみの企画対応力）

### 優位性2

総合的なプロモーションをまとめて一括対応できる

#### イベント

展示会・  
セミナー

行政・文化  
スポーツイベント

社内催事  
イベント

記者発表会・  
PRイベント

街頭・店頭  
イベント  
／  
サンプリング

販促  
イベント

#### SP(販売促進)

店頭ツール  
店頭メディア

懸賞・プレミアム  
キャンペーン

Webサイト

- 総合的なプロモーション制作が可能（競合他社は特定領域のみの制作）

### 優位性3

全ての主要広告代理店との取引実績

- 大手トップ10の広告代理店を中心に、全ての主要広告代理店との取引実績あり（競合他社は、特定の代理店のみと取引）

# 平成21年6月期 第3四半期 決算の概要

# 平成21年6月期 第3四半期決算の概要(連結)

	平成20年6月期 第3四半期累計期間	百分比	平成21年6月期 第3四半期累計期間	百分比	平成21年6月期 通期 (計画)
売上高	10,621	100.0%	10,141	100.0%	15,230
売上原価	9,049	85.2%	8,503	83.8%	12,809
売上総利益	1,572	14.8%	※1 1,637	16.2%	2,420
販管費	618	5.8%	626	6.2%	910
営業利益	953	9.0%	1,011	10.0%	1,510
営業外損益	▲13	▲0.2%	▲5	▲0.1%	▲20
経常利益	939	8.8%	1,005	9.9%	1,490
特別損益	—	—	※2 ▲28	▲0.3%	191
税金等調整前四半期(当期)純利益	939	8.8%	976	9.6%	1,681
法人税、住民税及び事業税	426	4.0%	415	4.1%	740
過年度法人税等	—	—	92	0.9%	92
法人税等調整額	—	—	14	0.1%	▲31
四半期(当期)純利益	513	4.8%	455	4.5%	881

※1 主に粗利率が向上したことにより、売上総利益率が1.4ポイント向上しております。

(単位:百万円)

※2 投資有価証券評価損が26百万円、本社移転費用が1百万円発生しております。

# 平成21年6月期 第3四半期決算の概要(個別)

	平成20年6月期 第3四半期累計期間	百分比	平成21年6月期 第3四半期累計期間	百分比	平成21年6月期 通期 (計画)
売上高	10,499	100.0%	10,039	100.0%	15,020
売上原価	9,025	86.0%	8,488	84.6%	12,759
売上総利益	1,474	14.0%	※1 1,550	15.4%	2,260
販管費	604	5.7%	614	6.1%	874
営業利益	870	8.3%	935	9.3%	1,385
営業外損益	36	0.3%	48	0.5%	39
経常利益	906	8.6%	984	9.8%	1,425
特別損益	—	—	※2 ▲28	▲0.3%	174
税引前四半期(当期)純利益	906	8.6%	955	9.5%	1,599
法人税、住民税及び事業税	391	3.7%	389	3.9%	690
過年度法人税等	—	—	92	0.9%	92
法人税等調整額	—	—	10	0.1%	▲27
四半期(当期)純利益	515	4.9%	463	4.6%	845

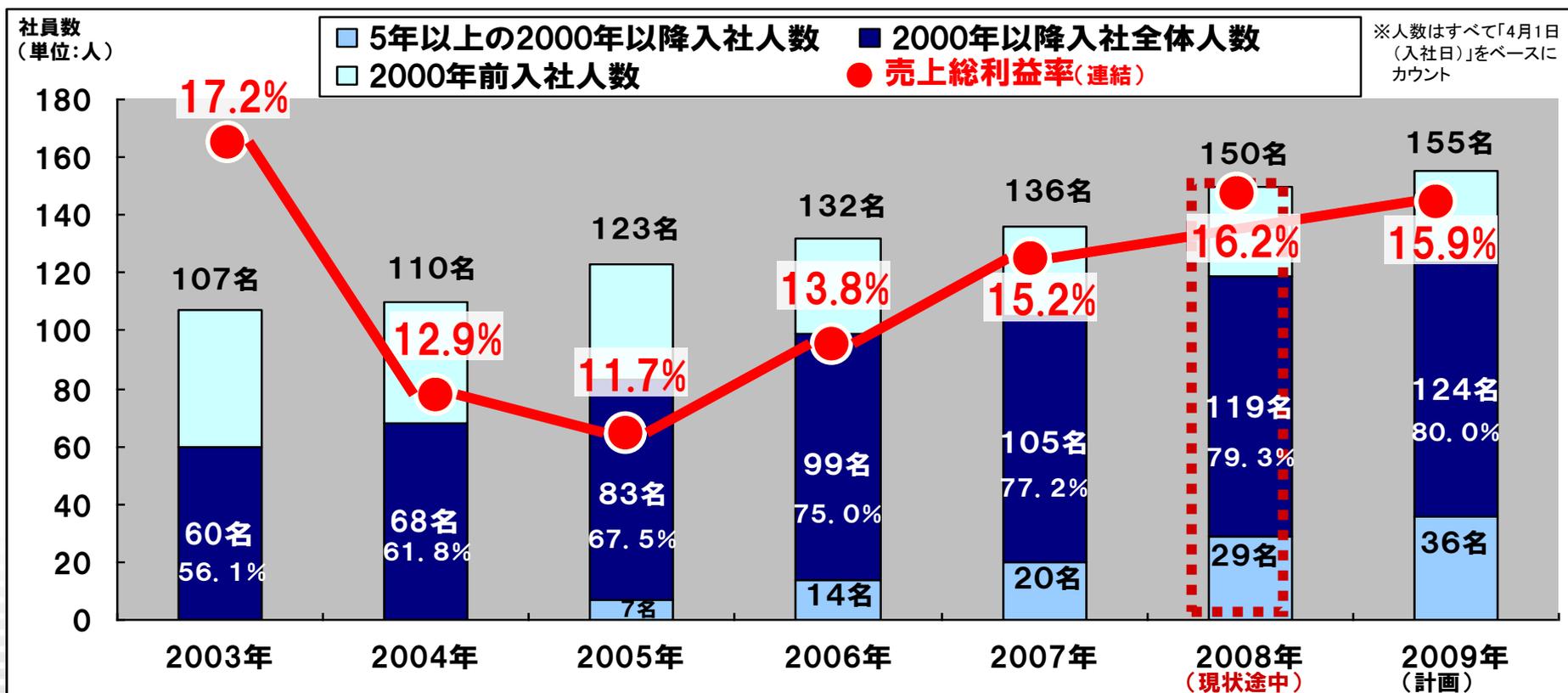
(単位:百万円)

※1 主に粗利率が向上したことにより、売上総利益率が1.4ポイント向上しております。

※2 投資有価証券評価損が26百万円、本社移転費用が1百万円発生しております。

# 収益性の向上

2000年以降入社者の若手社員の着実な成長により、  
収益性は回復傾向



- 教育システムの充実
- 受注管理システムの充実
- 会議体の充実



- 人材育成
- 案件管理
- 部門管理

## 価格帯別の前年同期対比

- 新規営業開発により、1,000万円以下案件はさらに増加
- 環境悪化は、1,000万円～2,000万円案件に影響

	前々第3四半期累計期間 (19年3月)	前第3四半期累計期間 (20年3月)	当第3四半期累計期間 (21年3月)	前期 (20年6月)
～1,000万円	646	688	700	914
1,000万円～2,000万円	120	143	117	201
2,000万円～5,000万円	94	104	100	137
5,000万円～1億円	26	26	32	35
1億円～	4	10	6	14
合計	890	971	955	1,301

(単位:件数)

大きな効果が期待される中・大型案件は引き続き堅調

## 業種別売上高(個別)

「自動車」は前期のモーターショー案件の影響により減少するも、モーターショー以外の試乗会や複合プロモーション案件の受注により健闘。

	前第3四半期累計期間 (20年3月)	構成比	当第3四半期累計期間 (21年3月)	構成比	前期(20年6月)	構成比
情報・通信	2,590	24.9%	2,399	24.1%	3,485	24.7%
食品・飲料・嗜好品	1,111	10.7%	1,023	10.3%	1,750	12.4%
化粧品・トイレタリー	890	8.5%	783	7.9%	1,051	7.5%
自動車	2,525	24.3%	2,457	24.7%	3,582	25.4%
精密機器その他製造	803	7.7%	684	6.9%	883	6.3%
官公庁・団体	525	5.1%	501	5.0%	643	4.6%
金融	712	6.8%	654	6.6%	865	6.1%
流通・小売	519	5.0%	574	5.7%	606	4.3%
その他	732	7.0%	881	8.8%	1,232	8.7%
合計	10,411	100.0%	9,961	100.0%	14,101	100.0%

※企画売上高は除く

(単位:百万円)

これまでの環境(08年10月まで)

「マス広告続落。一方、プロモーションは増加傾向。」

現在の状況

- 「マス広告費を中心に、広告費全体は一層縮小傾向」
- 「プロモーション領域も急激に環境悪化」

「当社を取り巻く市場環境も、急速に悪化。」

- I 営業窓口拡大
- II 提案領域拡大等、新たな施策への取り組み強化
- III 提案の組み合わせの積極推進

# 企画力について(企画勝率)

企画競合(竹・梅)案件	前第3四半期累計期間 (20年3月)	当第3四半期累計期間 (21年3月)	前期(20年6月)
全体企画本数	1,437	1,795	1,825
制作移行案件 獲得数	452	499	576
勝率	31.5%	27.8%	31.6%

(単位:件数)

厳しい業界環境下の受注活動をカバーするため、  
新規営業開発を主とした積極的な企画提案を実施。

●勝率は、クライアント企業の広告・プロモーション予算見直しの影響を受けて、低下。

企画の質の向上・企画対応本数の一層の拡大が課題  
〈 複合提案 〉

	平成20年6月期 通期	平成21年6月期 通期	
			前期比
<b>売上高</b>	<b>14,397</b>	<b>15,230</b>	<b>5.8%増</b>
<b>売上総利益</b>	<b>2,182</b>	<b>2,420</b>	<b>10.9%増</b>
<b>営業利益</b>	<b>1,362</b>	<b>1,510</b>	<b>10.9%増</b>
<b>経常利益</b>	<b>1,343</b>	<b>1,490</b>	<b>11.0%増</b>
<b>当期純利益</b>	<b>729</b>	<b>881</b>	<b>20.7%増</b>

(単位:百万円)

# 四半期ごとの売上高の推移(連結)

	第1四半期 会計期間		第2四半期 会計期間		第3四半期 会計期間		第4四半期 会計期間		通期計
		構成比		構成比		構成比		構成比	
平成19年6月期	2,288	17.5%	4,145	31.7%	2,622	20.1%	4,013	30.7%	13,070
平成20年6月期	2,605	18.1%	5,188	36.0%	2,828	19.7%	3,775	26.2%	14,397
平成21年6月期(予)	2,881	18.9%	4,274	28.1%	2,985	19.6%	5,088	33.4%	15,230

(単位:百万円)

**第4四半期に大型イベントの受注あるも  
広告費の大幅削減の影響を受け厳しい状況**

# 中期事業計画の進捗状況

平成21年6月期(33期)～23年6月期(35期)

# 中期事業計画の概要(連結)

(単位:百万円)

期別 項目	平成20年6月期 第32期			平成21年6月期 第33期			平成22年6月期 第34期			平成23年6月期 第35期		
		百分比	伸び率		百分比	伸び率		百分比	伸び率		百分比	伸び率
売上高	14,397	100.0%	10.2%	15,230	100.0%	5.8%	16,210	100.0%	6.4%	17,210	100.0%	6.2%
売上原価	12,214			12,809			13,664			14,496		
売上総利益	2,182	15.2%	21.2%	2,420	15.9%	10.9%	2,546	15.7%	5.2%	2,714	15.8%	6.6%
販管費	819			910			904			935		
営業利益	1,362	9.5%	29.6%	1,510	9.9%	10.9%	1,642	10.1%	8.7%	1,779	10.3%	8.3%
営業外損益	▲ 19			▲ 20			▲ 18			▲ 17		
経常利益	1,343	9.3%	29.0%	1,490	9.8%	11.0%	1,624	10.0%	9.0%	1,762	10.2%	8.5%
特別損益	▲ 24			※ 191								
税金等調整前当期純利益	1,318	9.2%	29.5%	1,681	11.0%	27.5%	1,624	10.0%	-3.4%	1,762	10.2%	8.5%
法人税等	623			740			714			770		
過年度法人税等	—			92								
法人税等調整額	▲ 34			▲ 31								
当期純利益	729	5.1%	32.3%	881	5.8%	20.7%	910	5.6%	3.3%	992	5.8%	9.0%
正社員人数	160人			172人			184人			196人		

※ 東京都の再開発事業による本社移転に伴い、特別利益として都からの移転補償金2億88百万円及び特別損失として移転費用96百万円を見込んでおります。

※ 第33期に関しましては、平成20年11月10日に発表した業績修正の金額を記載しております。

「広告業界旧モデルの衰退」



企業業績の低迷 ▶ 広告総予算の削減

「広告からプロモーションへの変革が加速」

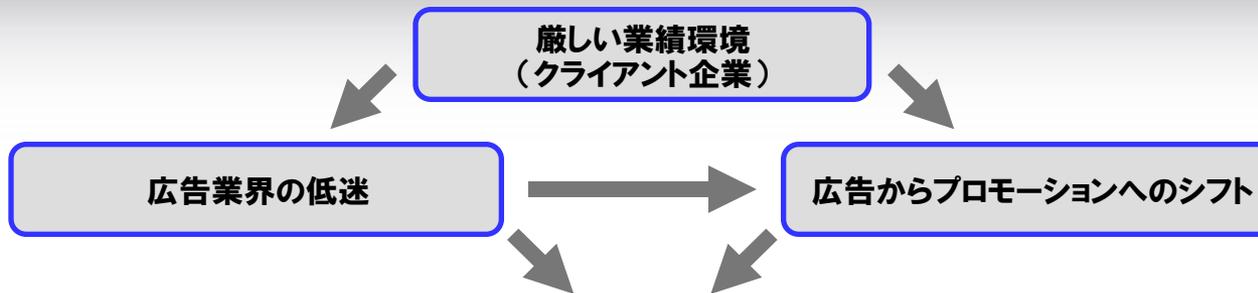
▶ 大手広告代理店が本気でプロモーションに取り組みを開始

厳しい環境ではあるが...



当社にとって絶好の機会

大幅な修正をすることなく  
中期事業計画達成に向けて努力



## 営業力強化

- I 3本部制・SP専門部署設立
- II 新人事制度

## 提案力の強化

- I トップクリエイターとの協業体制
- II 異業種とのアライアンス強化
- III プランナーズスクール拡大

## イベント制作力と 収益率の向上

- I ESN※セミナー開催による関係強化
- II 子会社・T2クリエイティブの強化
- III 制作管理チームの設置

## ブランド構築

- I 大型主催事業への参画
- II 毎年2冊の発刊継続
- III 日本イベント大賞『制作賞』の継続
- IV 大学キャリア教育プログラム

## 人材育成

- I OJT制度の推進
- II 教育研修プログラムの拡大  
(カリキュラムテーマ拡大・非正社員研修)
- III 社内共有情報のデータベース化

※ESN・・・当社独自で全国の人材・会社を束ねる「イベントスタッフネットワーク」

中期事業計画の達成

プロモーションのNo.1総合制作会社へ

## プロモーション提案力強化

### 1. トップクリエイターとの協業体制

## プロデューサー・おちまさと氏と年間契約 締結



#### おちまさと氏 プロフィール

現在まで数多くのテレビ番組の企画・構成・演出・プロデュースを手掛ける。さらに様々な分野でのデザイン、音楽プロデュース、作詞、ラジオパーソナリティー、CM監督、企業プロデュース、本の執筆、講演活動などで活動。



## プロモーション提案力強化

### II. 異業種とのアライアンス強化

- Web関連
- 医療・健康領域
- 調査



- OOH(屋外広告)
- 人材派遣 etc

今後とも業種の拡大・スピードアップを図る

# 提案の質と領域の拡大を狙う

# 提案力の強化

## プロモーション提案力強化

### III. プランナーズスクール拡大

企画力の成長促進

例年の1コース → 2コース制に拡充



## TOW プランナーズスクール

イベントプランナー養成コース    プロモーションプランナー養成コース

**■開講期間：2008年9月6日(土)～2009年3月7日(土)修了式**

■定員：各30名(2コース合計60名) ※定員に達し次第、締切とさせていただきます。    ■対象：大学3年生以上30歳位まで

■応募方法：弊社ホームページ内の応募フォームに必要事項を記入してお申し込みください。    ■受講料：年間/63,000円(税込)

■お問い合わせ先：「TOWプランナーズスクール事務局」TEL.03-3502-8887 (昼休：社務専用)

## 9月開講第9期生募集!

第一線の現役講師陣が、プロを育てる実践型スクール。いよいよ第9期開講!!

従来の“イベントプランナー養成コース”に加え  
“プロモーションプランナー養成コース”を新設。  
より専門的にパワーアップ!!

詳細は、<http://www.tow.co.jp/>  
コチラまで!!

#### イベントプランナー養成コース 全18回

【講師】	【講義テーマ】	【開講日程】
阿部 和彦 株式会社センターイベント 企画室長	イベントプランニングの基本	2008年 9月 13日(土) 20日(土) 27日(土)
小林 雄二 株式会社エー・オー・ダブリュー 企画室長	企画発想と現場構築の演出	2008年 10月18日(土) 25日(土) 11月8日(土)
三野 邦雄 株式会社エー・オー・ダブリュー 社本 運送	経験価値プロモーションとしてのイベント	2008年 11月15日(土) 22日(土) 29日(土)
澤田 裕二 株式会社SD 代表取締役社長	人を巻き込み、感化する空間デザイン	2008年 12月 6日(土) 13日(土) 20日(土)
鈴木 聡 株式会社エー・オー・ダブリュー 企画室長	イベントプランニング総論	2009年 1月 24日(土) 31日(土) 2月7日(土)
清水 勝男 株式会社エー・オー・ダブリュー 企画	プレゼンテーションテクニック	2009年 2月 21日(土) 28日(土) 3月7日(土)

#### スペシャル講義 (両コース共通)

<p>2008年 9月6日(土)</p> <p><b>おちまさと</b> プロデューサー 「ロジカル合理主義 プロデューサー術」</p>	<p>2008年 11月1日(土)</p> <p><b>嶋 浩一郎</b> 株式会社博報堂ケトル クリエイティブディレクター・編集者 「ケトル式キャンペーンの つくりかた」</p>
<p>2009年 1月17日(土)</p> <p><b>内山 光司</b> GT INC. クリエイティブディレクター 「Creative 3.0」</p>	<p>2009年 2月14日(土)</p> <p><b>岸 紅子</b> 業務アナリスト 株式会社コロン 代表取締役 「ホリスティック コミュニケーションとは？」</p>

#### プロモーションプランナー養成コース 全18回

【講師】	【講義テーマ】	【開講日程】
脇 浩一 フリーランスプランナー	プロモーションプランニングの基本	2008年 9月 13日(土) 20日(土) 27日(土)
関根 英作 株式会社博報堂ケトル クリエイティブディレクター	メディアニューtral時代の クリエイティブコミュニケーション	2008年 10月18日(土) 25日(土) 11月8日(土)
江田 浩 株式会社博報堂ケトル クリエイティブディレクター	成功するインタラクティブ、 その発想・企画・演出法!!	2008年 11月15日(土) 22日(土) 29日(土)
舟木 真也 株式会社エー・オー・ダブリュー アートディレクター	プロモーションを正しく導く クリエイティブの力	2008年 12月 6日(土) 13日(土) 20日(土)
川本 達人 株式会社エー・オー・ダブリュー 企画室長	プロモーションプランニング総論	2009年 1月 24日(土) 31日(土) 2月7日(土)
清水 勝男 株式会社エー・オー・ダブリュー 企画	プレゼンテーションテクニック	2009年 2月 21日(土) 28日(土) 3月7日(土)

株式会社エー・オー・ダブリュー 東京本社 / 〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-26-5 虎ノ門17ビル2F TEL.03-3502-8887 / FAX.03-3502-0800 <http://www.tow.co.jp/>

※上記の講師及び日程等は、変更する場合があります。



## イベント制作力と収益率の向上

### 制作管理チームの設置



**当期から専任の制作管理チームをスタート**

- 協力機関情報の整備
- 基準価格表の再設定と各本部への指導
- 個別案件の原価管理指導

**現在推進中。**

## ブランド構築

### 1. 大型主催事業への参画

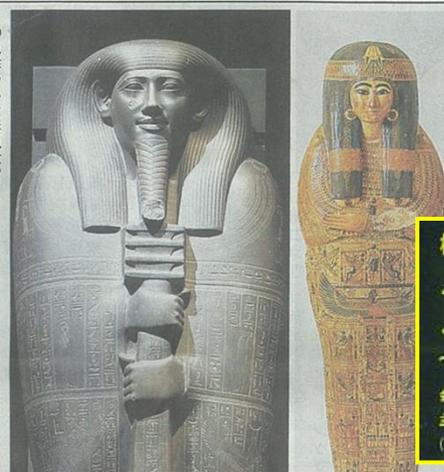
#### 『海のエジプト展』

～海底からよみがえる、古代都市アレクサンドリアの至宝～

現在、2009年6月開催に向けて、制作進行中

※パンフレット

※2009年1月7日 朝日新聞朝刊に掲載



横浜開港150周年 朝日新聞創刊130周年

## 海のエジプト展

～海底からよみがえる、古代都市アレクサンドリアの至宝～

会 期：2009年6月下旬～9月下旬 会 場：パシフィコ横浜  
主 催：朝日新聞社、TBS、「海のエジプト展」実行委員会  
(朝日新聞社、TBS、博報堂、博報堂DYメディアパートナーズ、TOW)

■会 期：2009年6月27日(土)～9月23日(水・祝) 会期中無休  
■会 場：パシフィコ横浜 ホールD  
■主 催：朝日新聞社、TBS、「海のエジプト展」実行委員会  
(朝日新聞社、TBS、博報堂、博報堂DYメディアパートナーズ、TOW)

## ブランド構築

### II. 継続的な出版戦略

・毎年2冊の発刊継続

TOWプランナーズスクール  
校長の本が出版



- タイトル:『夢を勝ちとるプレゼン』
- 著者:当社顧問  
TOWプランナーズスクール校長  
清水勝男
- 出版:(株)日経BP企画
- 刊行:2008年12月6日
- 部数:4000部(初版)

### III. 日本イベント大賞 『制作賞』の継続

・イベント大賞『制作賞』の継続

第4回日本イベント大賞『制作賞』  
表彰式実施。



※なお、大賞の「島耕作社長就任会見 & 乾杯式」  
は当社制作案件

## 人材育成

### 教育研修プログラムの拡大

- ・カリキュラムテーマ拡大
- ・非正社員研修
- ・社員の原価管理の強化

階層別研修に加えて、  
テーマ別研修を拡大。

(各種プロモーションやイベント専門領域)



「原価管理セミナー」

「予算組み立ての基礎の基礎」から  
「協力機関選定のポイント」まで、  
充実したナレッジを共有化

## 若手社員の成長 → 福利厚生の実

● **出産祝金**（出産時30万円支給）

● **育児手当の実**（第1子:5万円/月、第2・3子:3万円・月）

● **全社での学資保険の加入**

（保険料は会社が負担 / 中学卒業時 最大120万円支給）

## 日本初の、新しい配当方針を発表

利益配分の指標に、連結ベースの「配当性向」および「株価配当利回り」の考え方を採り入れ、

●来期（平成22年6月期）の連結業績予想の当期純利益に対して、  
**配当性向40%**で算出された一株当たりの予想配当金

●本決算発表日（平成21年8月6日予定）の前日の終値に  
**株価配当利回り4.5%**を乗じて算出された一株当たりの配当金

この2つを比べて高いほうを最低配当金として配当金を決定する



株主の皆様への、長期的な視点からのさらなる利益還元を目指すものであり、  
当社の積極的なIR活動の一つとして取り組んでまいります。

## マンスリー個人投資家説明会

個人投資家の皆様に対し、より開かれたIRコミュニケーションを図るために、当社会議室にて、アットホームな形で定期的（月1回）に会社説明会を開催しております。

- 今後のスケジュール： 09年6月13日(土) 11:00-12:00  
7月11日(土) 11:00-12:00  
8月22日(土) 11:00-12:00  
9月12日(土) 11:00-12:00



●会場 : 当社会議室（東京都港区虎ノ門四丁目3-13 神谷町セントラルプレイス）

- 内容 : ①会社概要  
②直近決算状況の説明  
③今後の見通し  
④質疑応答



●参加者 : 約10名～20名の個人投資家の方々（非株主の方、歓迎）

- 申込方法 : ▼この後、企業展示スペースで当社スタッフに直接お声掛け下さい  
▼または、下記の連絡先へ、お電話下さい

(株)テー・オー・ダブリュー 管理本部IR担当 03-5777-1888

厳しい環境は、我々にとって「チャンス」。  
新体制でチャレンジしてまいります。

