



JPX-NIKKEI Mid Small

2016-2019年度選定



# 2021年1月期 第2四半期決算説明資料

株式会社 丹青社

(証券コード：9743)

<https://www.tanseisha.co.jp/>

# 目次

---

## PART1

会社概要

## PART2

- ①2021年1月期第2四半期業績概況
- ②セグメント別業績概況

## PART3

2021年1月期 業績見通し

# PART 1

## 会社概要

# ディスプレイ業とは

## 日本標準産業分類における定義

主として販売促進、教育啓蒙、情報伝達等の機能を発揮させることを目的として、店舗、博覧会場、催事などの展示等に係る調査、企画、設計、展示、構成、製作、施工監理を一貫して請負い、これら施設の内装、外装、展示装置、機械設備（音響、映像等）などを総合的に構成演出する業務を行う事業所をいう。

## 当社では…

人と人、人とモノ、人と情報が行き交う空間を「社会交流空間」ととらえ、空間やメディアを有効活用し、魅力ある「社会交流空間」を創造すること。

## 補 足

日本のディスプレイ業は、日本万国博覧会（1970年）のディスプレイ業務を契機に、ディスプレイ機能を飛躍的に向上させ、社会の発展とともに、“ショーウィンドウから都市計画まで”と言われるほど業務範囲を拡大させている。

# ディスプレイ業界の特徴

- ◆市場規模は1兆6,000億円程度（当社のターゲットとなるのは8,000億円程度）
- ◆業務内容が幅広い（あらゆる施設の調査、企画、設計、施工、運営管理）
- ◆特定分野に特化した中小企業が大半を占める（最大手でも市場シェアは10%程度）
- ◆景気動向に業績が左右されるケースが多い
- ◆各四半期ごとに利益が積みあがる構造ではない

<売上高の推移>

（単位：百万円）

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
乃村工藝社	115,841	125,859	143,689	未定
丹青社	75,156	82,677	81,678	70,600
スペース	50,746	46,458	50,151	38,000

※あらゆる分野で事業展開を行っている総合ディスプレイ業者は当社と乃村工藝社の2社のみ

丹青社の空間づくりは、創業者 渡辺正治が戦後活気づく百貨店の店内装飾を東京（上野）で手がけたことからスタートしました。

1970年万国博覧会のパビリオンづくりの実績を契機に躍進するなか、技術とクリエイティブに磨きをかけ続け、創業以来70余年、総合ディスプレイ業のフィールドを広げてまいりました。時代を読む目を力に、「ここを動かす空間づくり」への取り組みを続けています。

【商号】	株式会社丹青社
【設立】	1949年10月14日
【上場】	東京証券取引所市場第一部（証券コード：9743）
【資本金】	40億26百万円
【従業員数】	1,311名（連結）
【連結子会社】	7社(海外子会社拠点含む)
【営業拠点】	国内12拠点
【事業内容】	総合ディスプレイ業
【決算期】	1月31日

事業区分		事業内容	主要な施設	主要な取引先
ディスプレイ業	商業その他施設事業	商業施設全般（チェーンストア事業に係るものを除く）の内装（設計・施工）	百貨店・大型SC、各種専門店、飲食店、イベント・販促施設、アミューズメント施設、オフィス、ホテル、その他公共施設等	大手百貨店、電鉄会社、自動車メーカー、家電メーカー、住宅関連メーカー、アミューズメント企業等
	チェーンストア事業	チェーン展開型店舗施設の内装（設計・施工）	チェーン展開型の飲食店・アパレルショップ、コンビニエンスストア等	チェーン展開型の飲食店・アパレルショップ、コンビニエンスストア等
	文化施設事業	博物館、美術館、企業ミュージアム等の内装（設計・施工）	博物館、美術館、企業ミュージアム等	中央省庁、各地方自治体等
その他		事務サービス インターネット情報サービス		

# 業務の範囲（提供価値）

丹青社が提供する価値、  
それは「空間づくり」による課題解決力です。

空間づくりのあらゆるプロセスをサポート



- |                |             |                         |              |
|----------------|-------------|-------------------------|--------------|
| ■ コンサルティング     | ■ デザインコンセプト | ■ 設計監理                  | ■ 施設の管理運営    |
| ■ 各種調査         | ■ 平面レイアウト   | ■ 制作・施工                 | ■ 保守、メンテナンス  |
| ■ プランニング       | ■ 基本・実施設計   | ■ 空間演出のテクニカル<br>ディレクション | ■ 販促・イベント計画  |
| ■ 異業種提携        | ■ 空間演出提案    |                         | ■ 評価・検証・効果測定 |
| ■ ブランディング      |             |                         |              |
| ■ プロジェクトマネジメント |             |                         |              |

「空間づくり」のプロセスをトータルにサポート  
調査・企画からデザイン・設計、制作・施工、運営まで、空間づくりのあらゆるプロセスをサポートしています。  
お客さまのニーズにあわせてワンストップでプロジェクトの推進をお手伝いすることが可能です。



# 業務の範囲（提供価値）

顧客の抱える課題は様々・・・

集客

売上げ

情報  
伝達

P R

コスト  
削減

販わい  
創出

場の  
活用

丹青社は、顧客の課題解決のための  
ビジネスパートナーとして、その専門力を発揮しています。  
この空間づくりの原資となるのが  
デザイン、クリエイティブです。  
そして、顧客が抱えている課題を、  
「空間づくり」で解決する、お手伝いをしています。

# 当社の特長・強み

## 総合ディスプレイ業

- ① あらゆる分野の施設を対象として事業展開を行っている
- ② 「空間づくり」に関するプロセスをトータルでサポートすることが可能

## 空間づくりを支える技術力

- ① プランナー・デザイナー 258名
- ② 制作職 416名  
(内、一級建築士61名、一級施工管理技士221名)

## 空間づくりを支える協力会社群

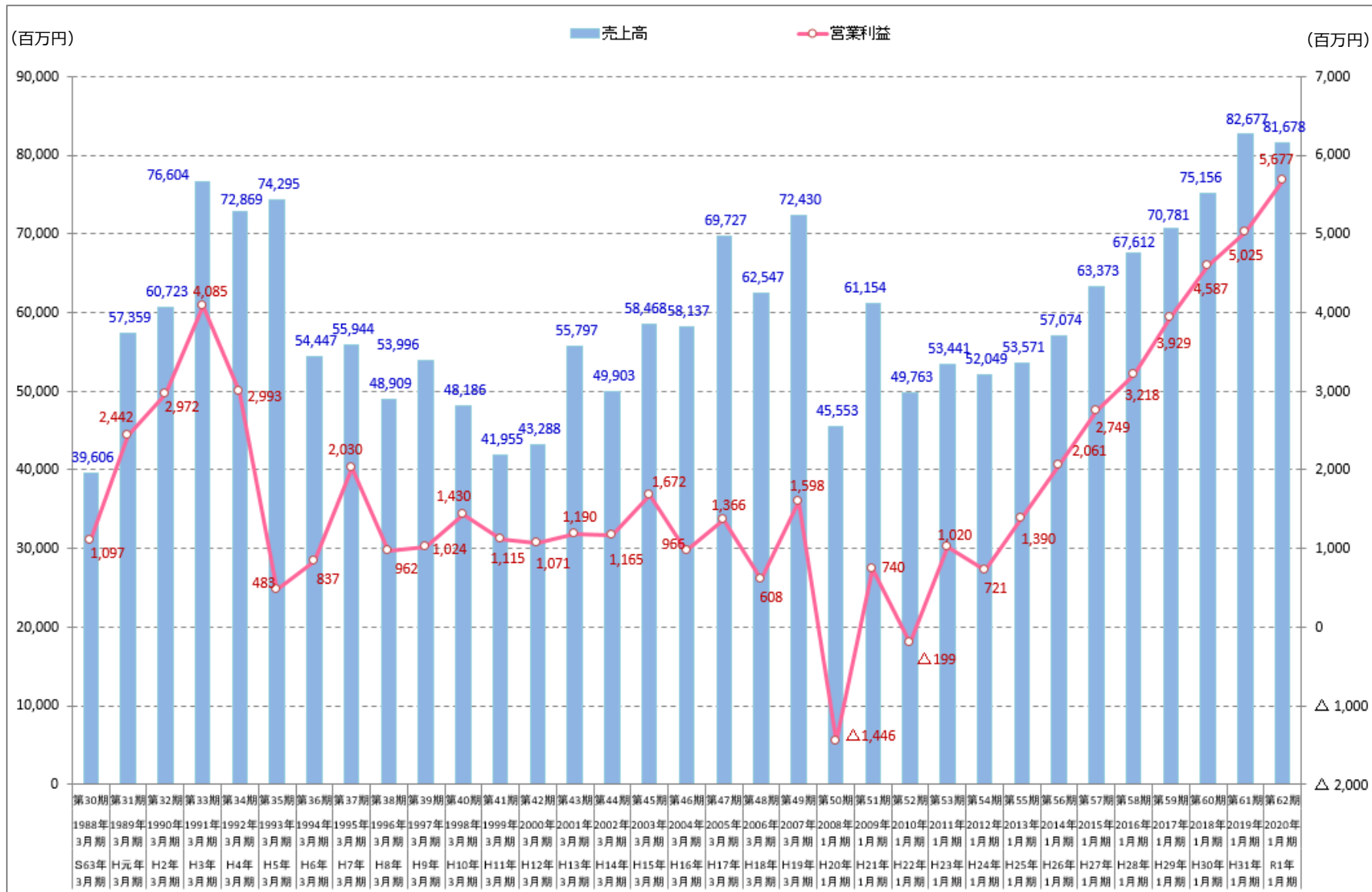
- ① 継続取引会社 約1,500社
- ② パートナー協力会社 240社

## 事業上の特長

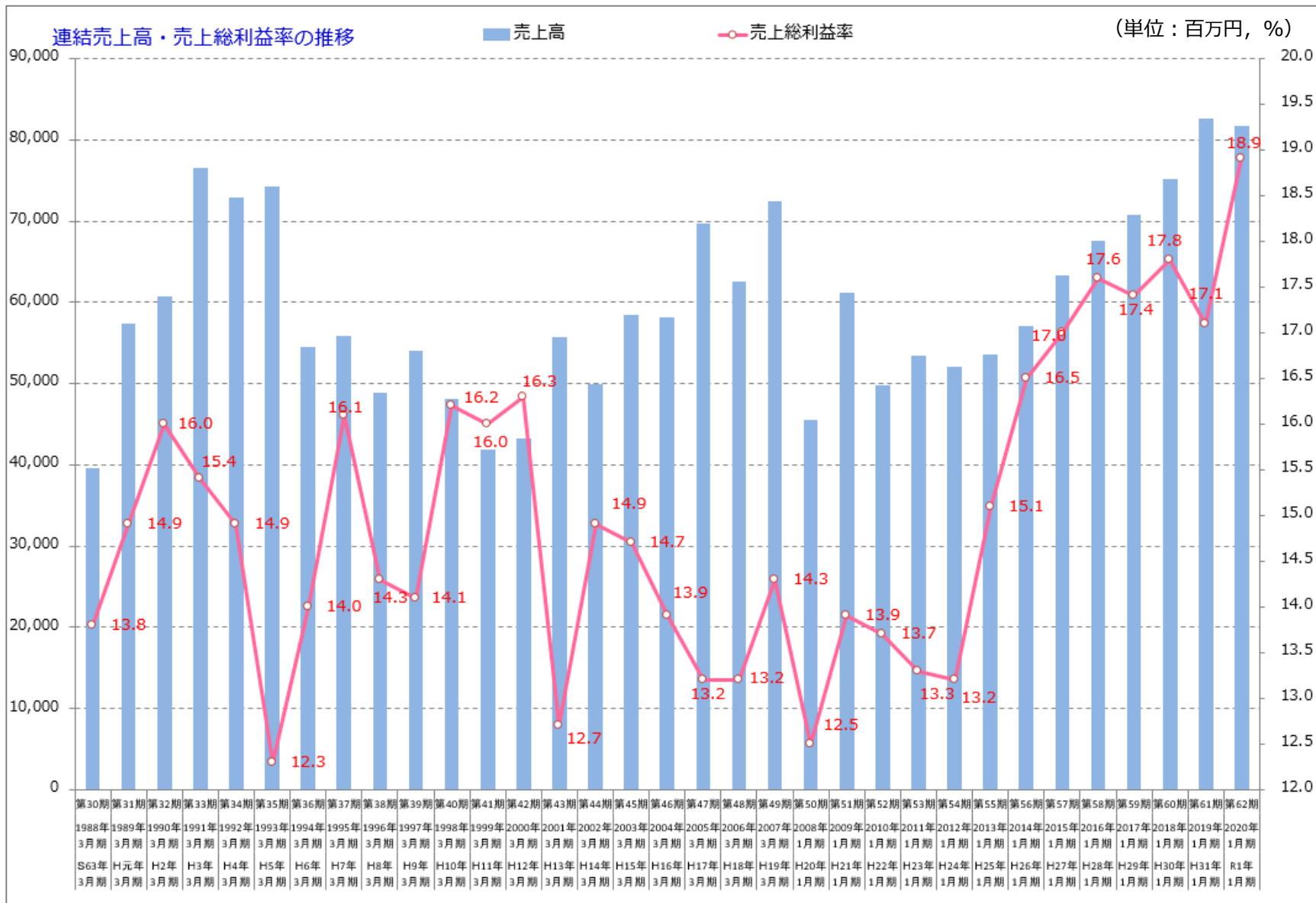
- ① 文化施設事業においては専門のシンクタンクを備え、業界No.1のシェア
- ② チェーンストア事業においては業界のパイオニアである  
(他社に先行して事業を立ち上げた競争優位性)

※2020年1月末現在

# 業績の推移① (連結売上高および営業利益の推移)



# 業績の推移② (連結売上高および売上総利益率の推移)



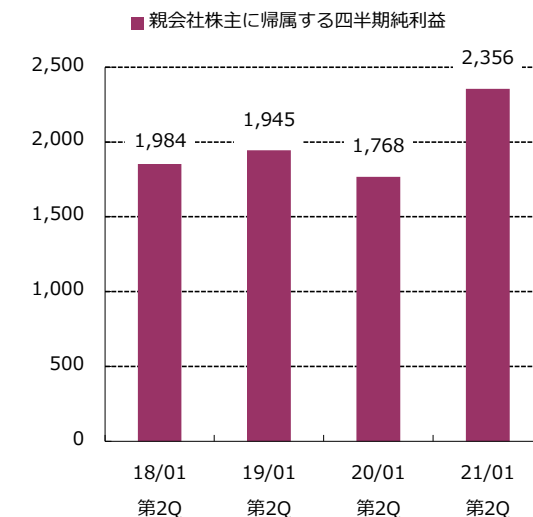
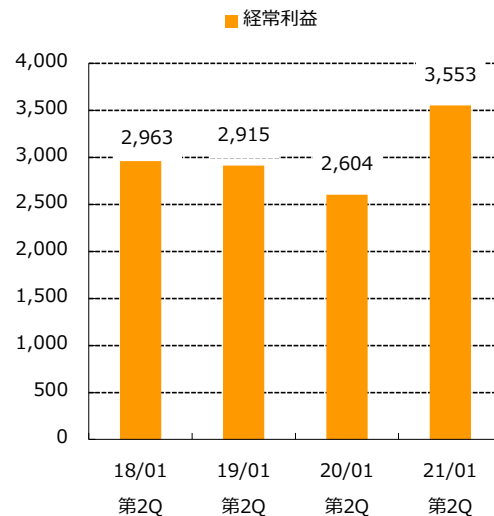
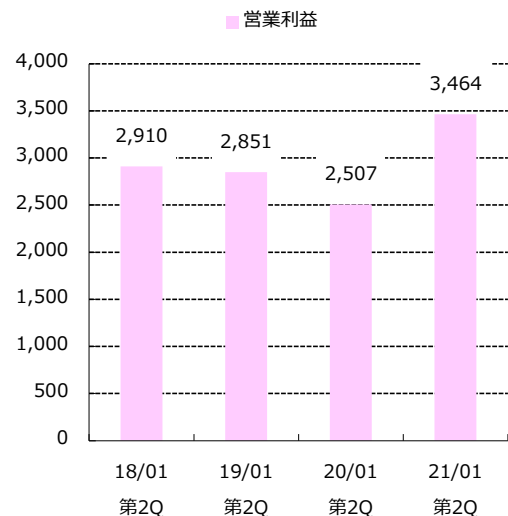
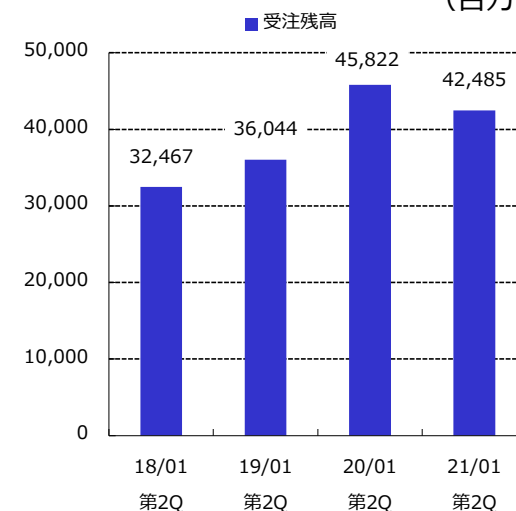
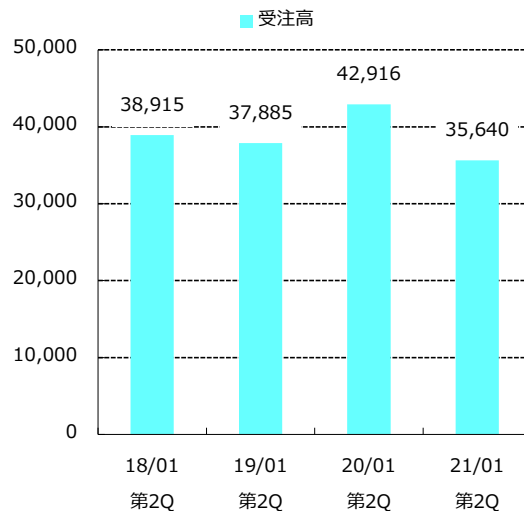
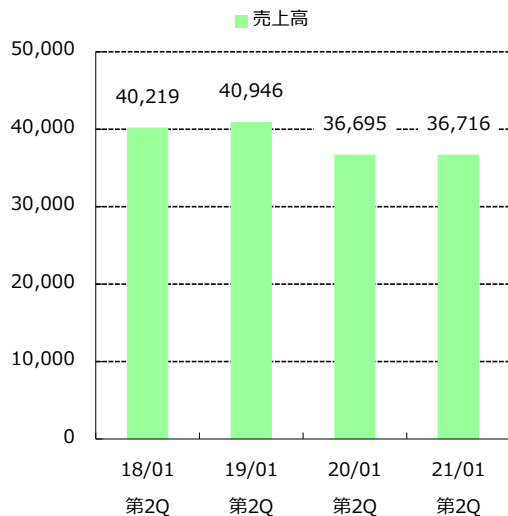
## PART2

### ① 2021年1月期第2四半期 業績概況

# 2021年1月期 第2四半期 サマリー情報

- 引き続き収益性を重視した事業活動を行った結果、前年同期比で増益となった。
- 受注高は、新型コロナウイルス感染症拡大による緊急事態宣言の発令により受注活動が停滞したこと等から、前年同期を下回った。

(百万円)



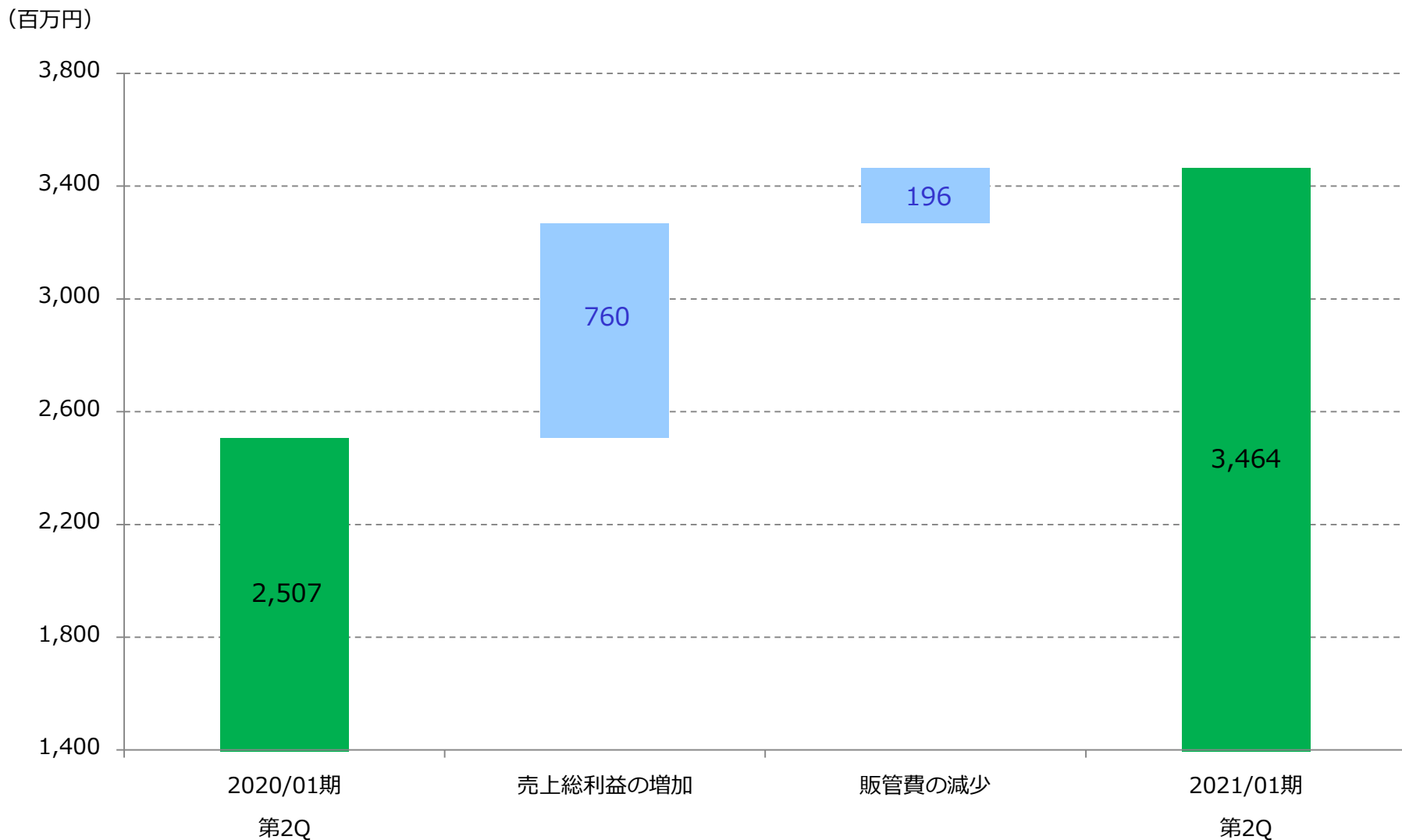
# 2021年1月期 第2四半期 P/L 概況

- 売上総利益率は、収益性重視の事業活動を行った結果、21.2%となり過去最高を更新した。
- 販管費は、受注活動の停滞により営業経費等が抑制されたことにより、前年同期比で△1億96百万円となった。

(百万円)

	20/01 第2Q		21/01 第2Q		増 減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売上高	36,695	100.0	36,716	100.0	21	
売上原価	29,673	80.9	28,934	78.8	△739	△2.1
売上総利益	7,021	19.1	7,782	21.2	760	2.1
販管費	4,514	12.3	4,318	11.8	△196	△0.5
営業利益	2,507	6.8	3,464	9.4	956	2.6
営業外収益	104		99		△5	
営業外費用	7		9		2	
経常利益	2,604	7.1	3,553	9.7	948	2.6
特別利益	72		2		△70	
特別損失	4		64		59	
法人税・事業税	796		835		39	
法人税等調整額	107		299		192	
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,768	4.8	2,356	6.4	587	1.6
E P S (円)	37.02		49.53		12.51	
R O E (%)	6.5		8.0		1.5	

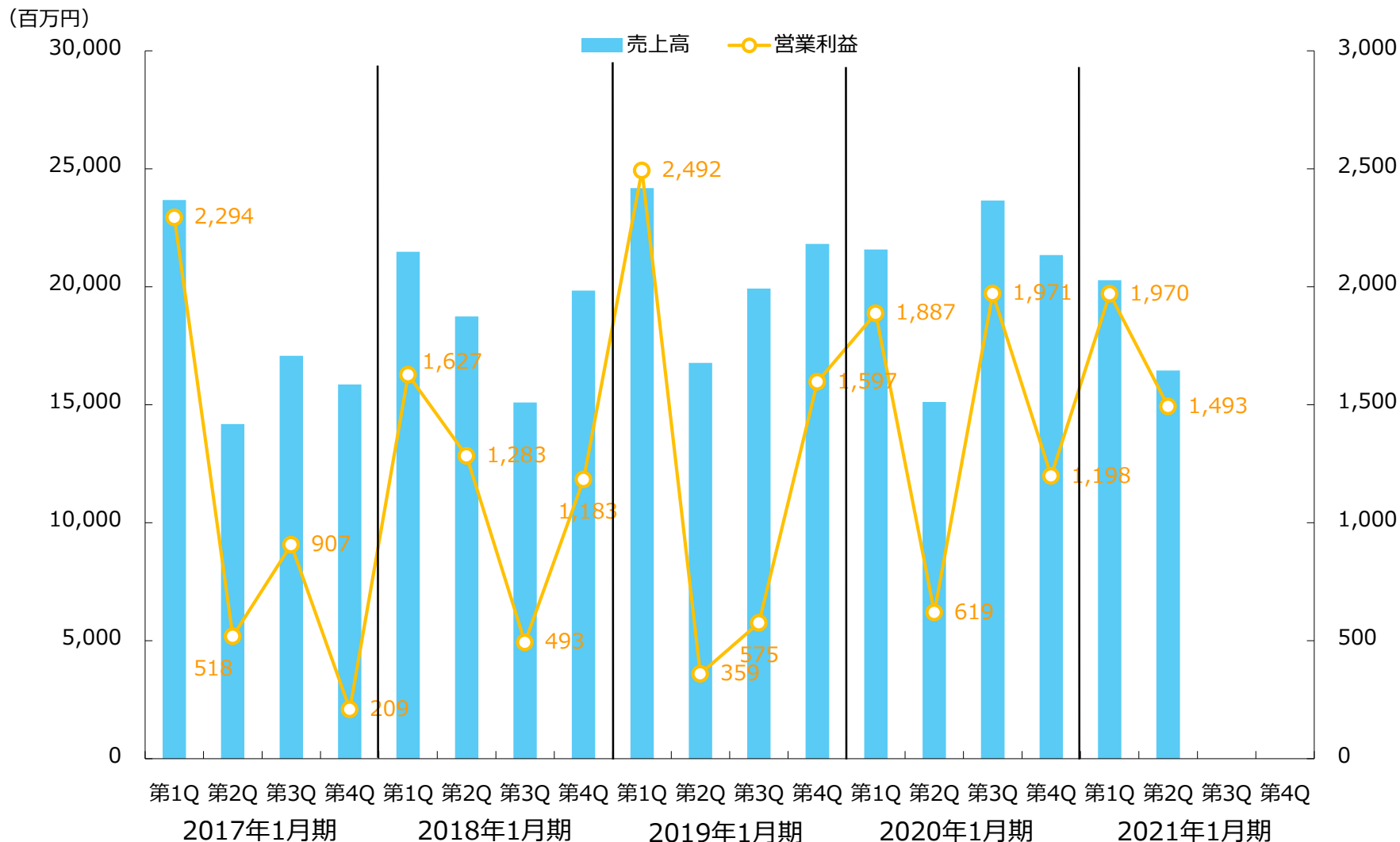
# 営業利益の増益要因 (対前年同期比)





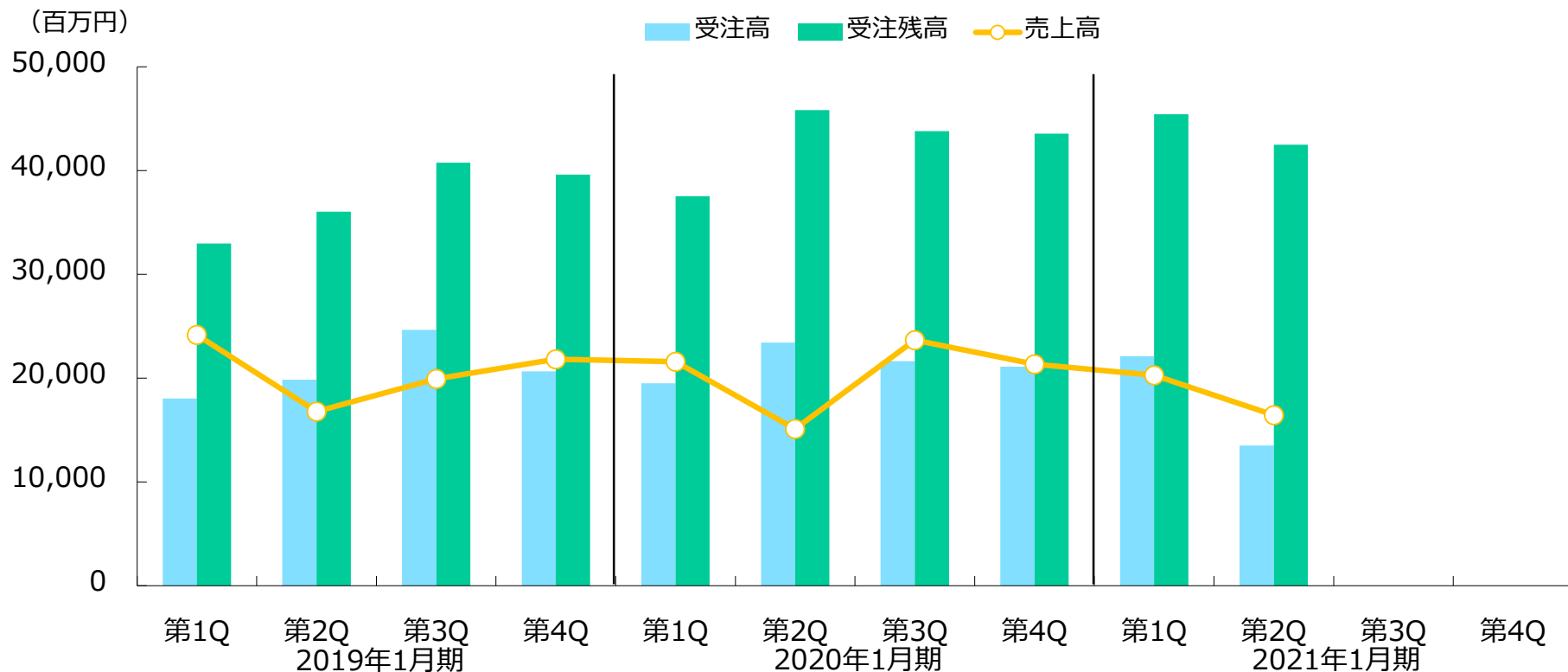
# 四半期ごとの変動要因について

- 受注産業であるため、各四半期ごとに利益が積み上がる構造ではない。
- 第1四半期の売上高は、官公庁関連の案件が多いことから、他の四半期との差が大きい。
- 第4四半期の営業利益には決算賞与の影響が含まれている。



# 各四半期の受注高・売上高・受注残高の推移

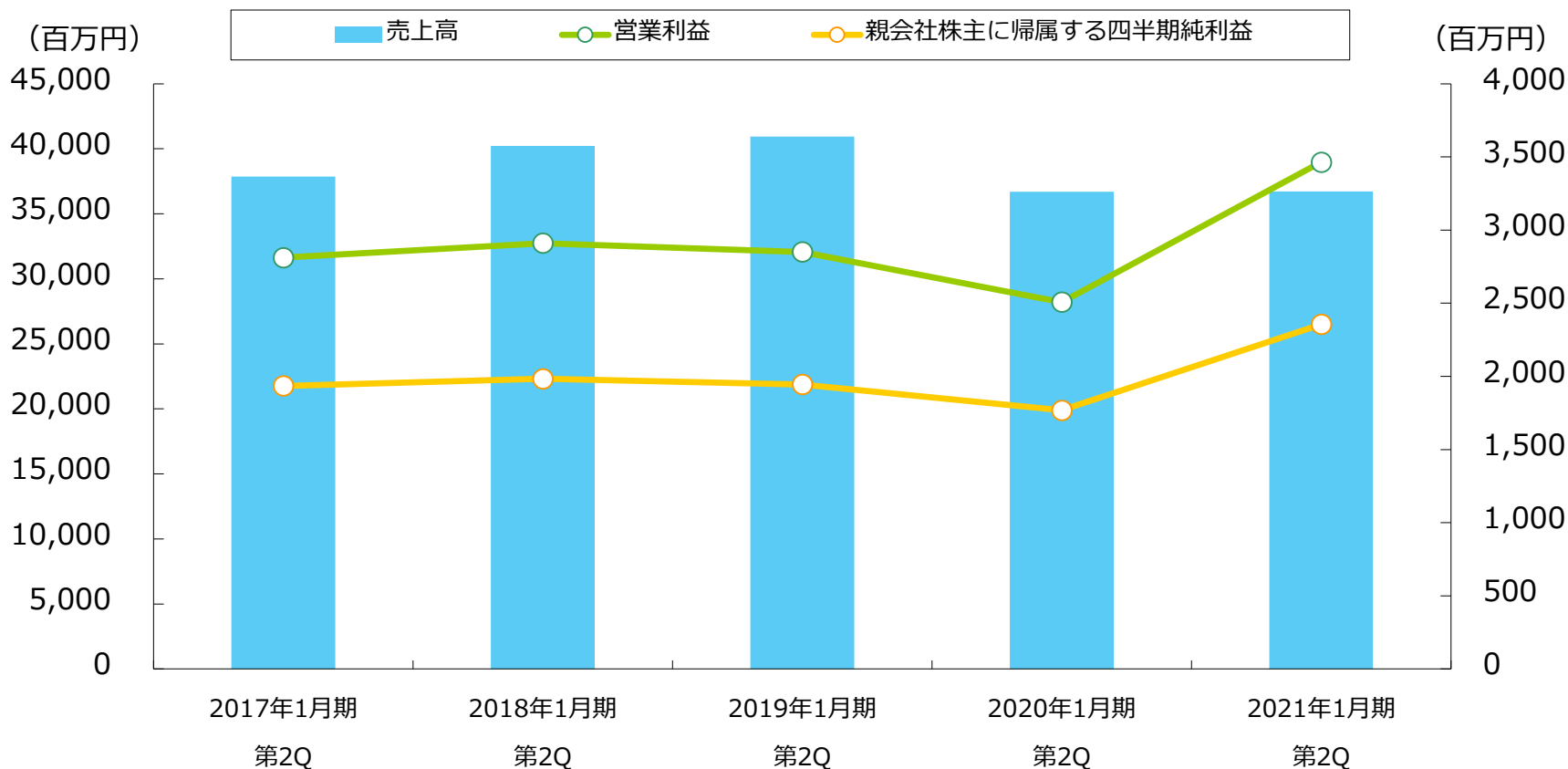
● 受注高および受注残高は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により受注活動が停滞したため前年同期を下回った。



	2019年1月期				2020年1月期				2021年1月期			
	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q
売上高 (百万円)	24,173	16,772	19,916	21,814	21,578	15,116	23,649	21,334	20,272	16,443		
受注高 (百万円)	18,037	19,847	24,636	20,651	19,494	23,421	21,627	21,095	22,125	13,514		
受注残高 (百万円)	32,969	36,044	40,763	39,600	37,516	45,822	43,800	43,561	45,414	42,485		

# 売上高・営業利益・親会社株主に帰属する四半期純利益の推移

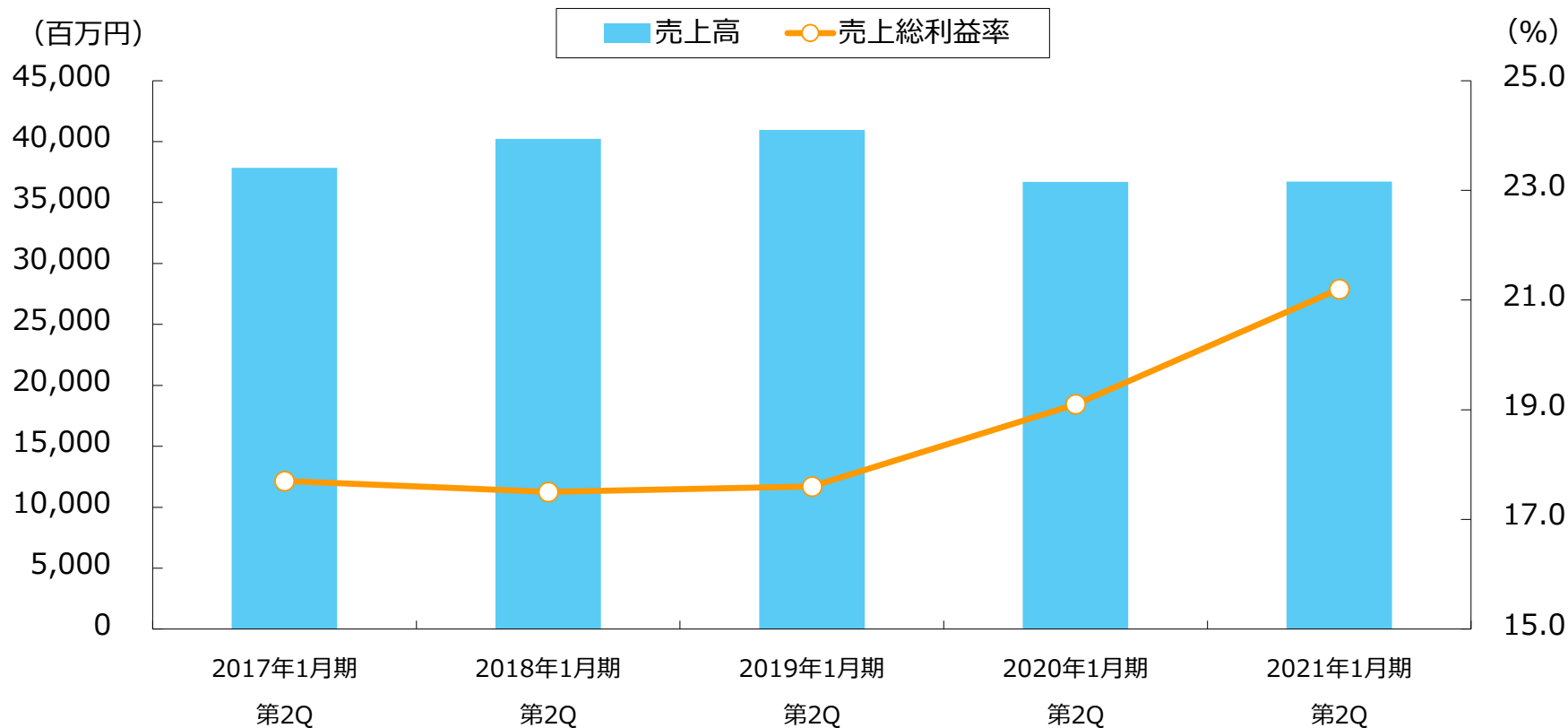
● 売上高、利益面ともに前年同期を上回った。



	2017年1月期第2Q	2018年1月期第2Q	2019年1月期第2Q	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q
売上高 (百万円)	37,855	40,219	40,946	36,695	36,716
営業利益 (百万円)	2,812	2,910	2,851	2,507	3,464
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (百万円)	1,935	1,984	1,945	1,768	2,356

# 売上高および売上総利益率の推移

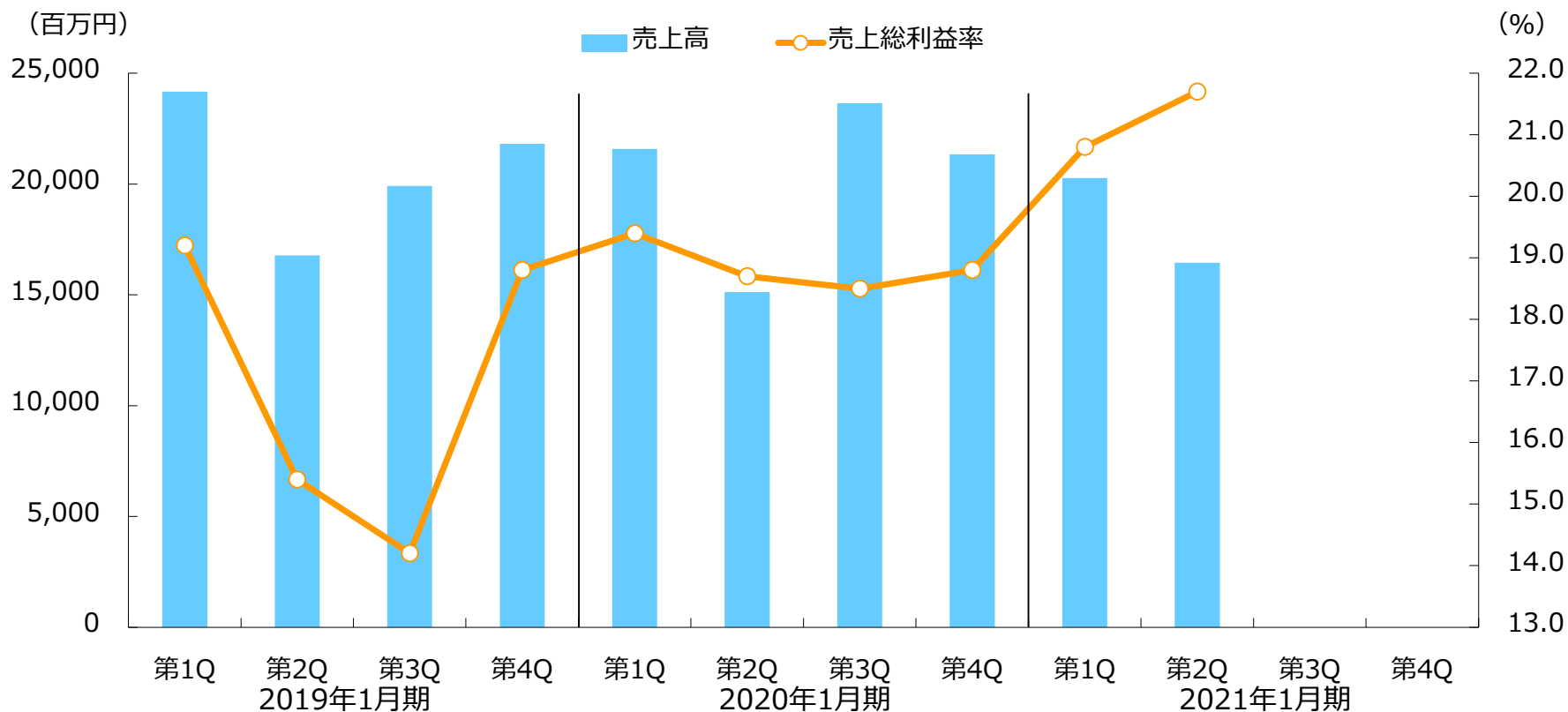
● 売上総利益率は、前年同期比で2.1ポイント増加し、過去最高を更新した。



	2017年1月期第2Q	2018年1月期第2Q	2019年1月期第2Q	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q
売上高 (百万円)	37,855	40,219	40,946	36,695	36,716
売上総利益率 (%)	17.7	17.5	17.6	19.1	21.2

# 売上高および売上総利益率の推移（各四半期）

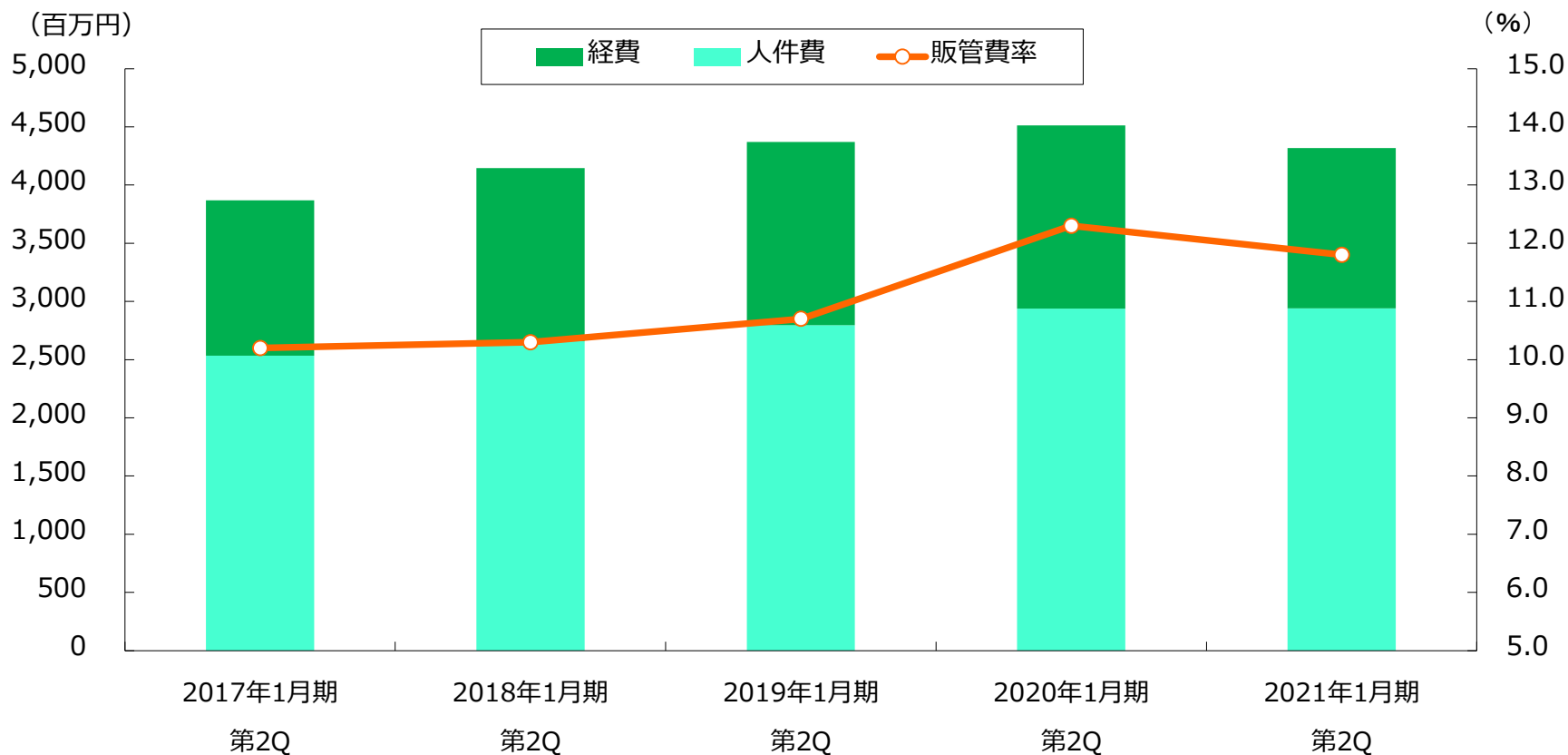
● 当第2四半期の売上総利益率は収益性重視の事業活動を行った結果、21.7%となった。



	2019年1月期				2020年1月期				2021年1月期			
	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q
売上高 (百万円)	24,173	16,772	19,916	21,814	21,578	15,116	23,649	21,334	20,272	16,443		
売上総利益率 (%)	19.2	15.4	14.2	18.8	19.4	18.7	18.5	18.8	20.8	21.7		

# 販売費及び一般管理費の推移

- 販管費率は、受注活動の停滞により、営業経費等が抑制されたこと等から前年同期比で△0.5ポイントとなった。
- 従業員数の推移（連結） 2019年7月：1,269人 2020年7月：1,311人となり、42人増加。

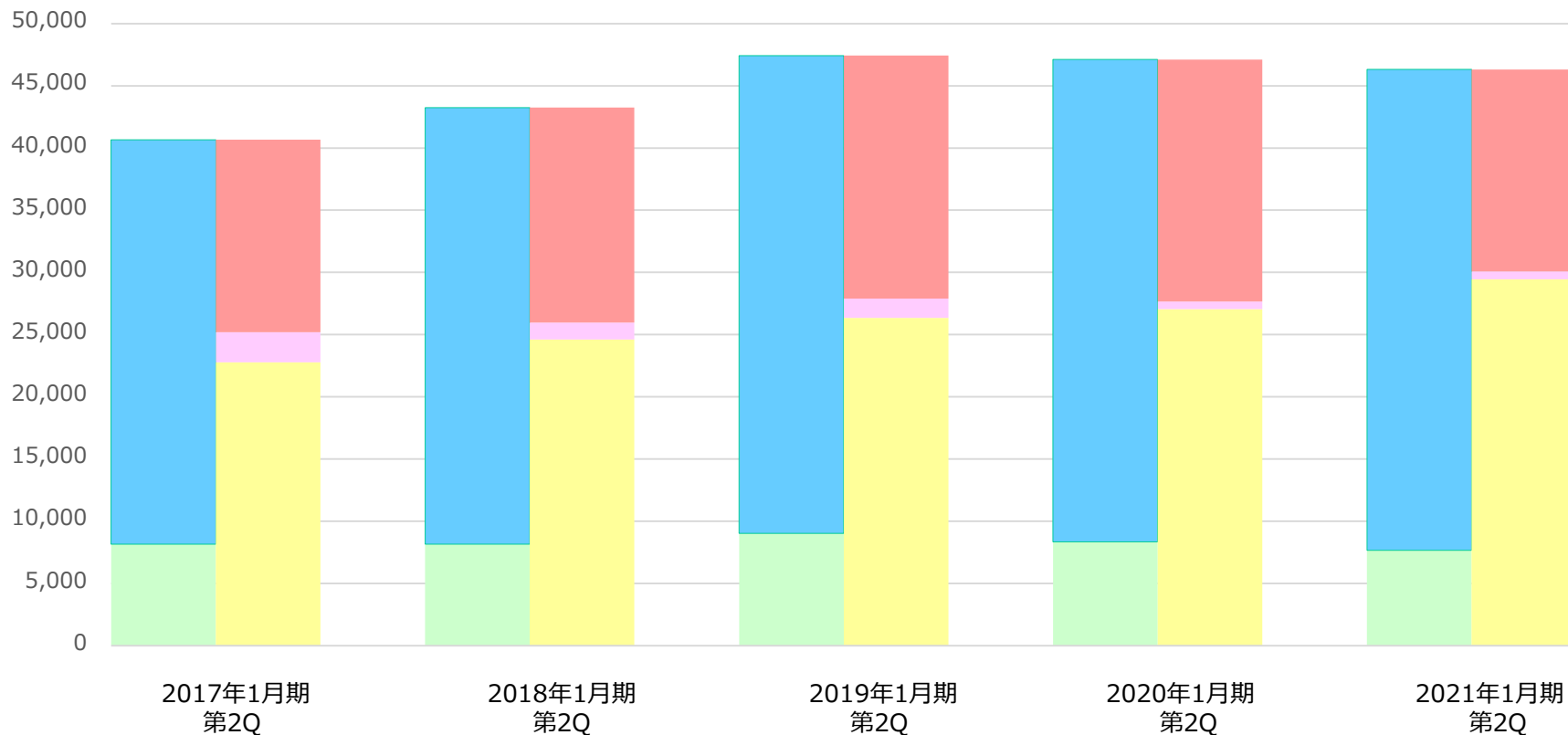


	2017年1月期第2Q	2018年1月期第2Q	2019年1月期第2Q	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q
人件費 (百万円)	2,534	2,658	2,796	2,939	2,941
経費 (百万円)	1,336	1,487	1,574	1,574	1,376
販管費率 (%)	10.2	10.3	10.7	12.3	11.8

# B/S 主要項目の推移

- 自己資本は294億35百万円となり、対前年同期比で23億83百万円の増加となった。
- 自己資本比率 63.6%（前年同期比+6.2ポイント）

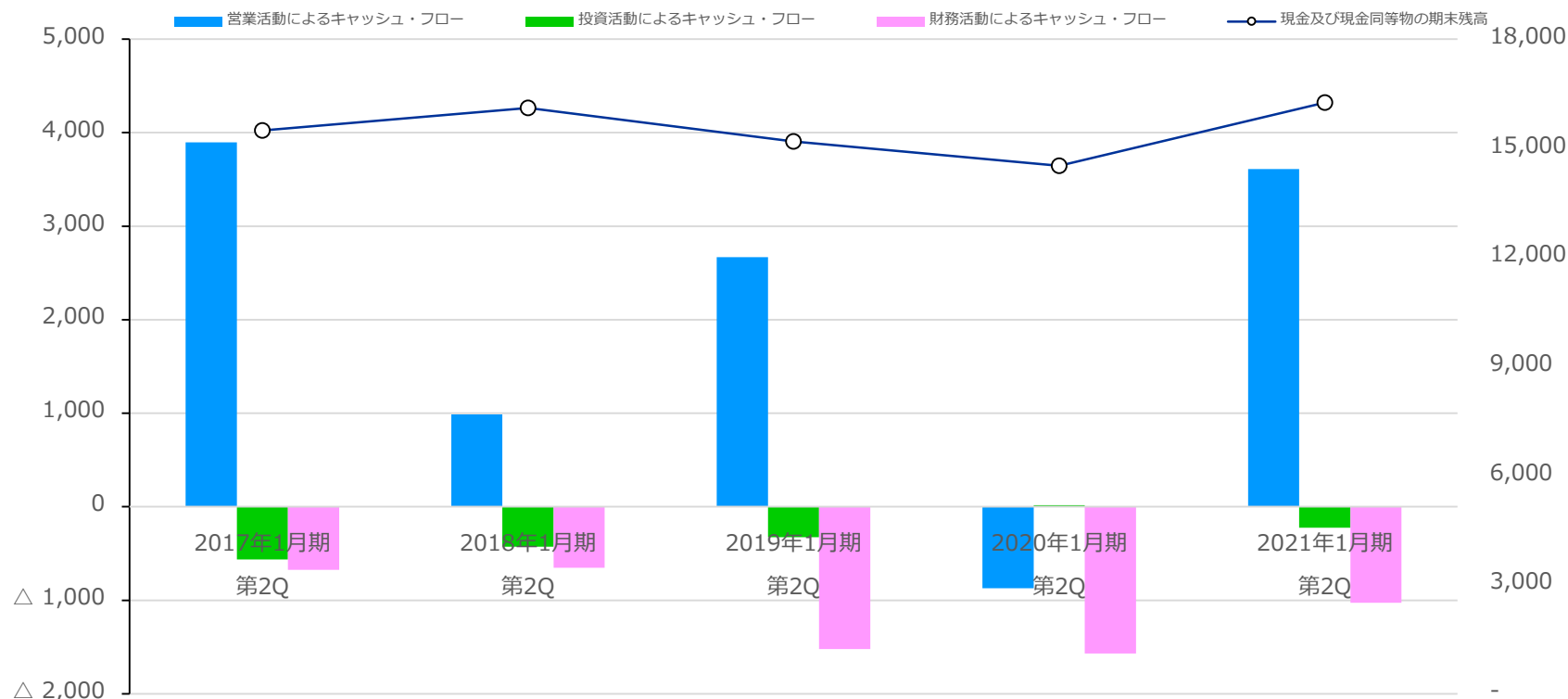
■ 固定資産 ■ 流動資産 ■ 純資産 ■ 固定負債 ■ 流動負債



	2017年1月期第2Q	2018年1月期第2Q	2019年1月期第2Q	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q
自己資本 (百万円)	22,778	24,615	26,343	27,051	29,435
自己資本比率 (%)	56.0	56.9	56.2	57.4	63.6

# キャッシュ・フローの推移

●未成工事支出金等が17億34百万円増加し、支払手形・工事未払金等が11億28百万円減少したものの、税金等調整前四半期純利益を34億91百万円計上したことに加え、受取手形・完成工事未収入金等が45億9百万円減少したこと等により、営業活動によるキャッシュ・フローは、36億12百万円となった。



(単位: 百万円)	2017年1月期第2Q	2018年1月期第2Q	2019年1月期第2Q	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,896	988	2,670	△871	3,612
投資活動によるキャッシュ・フロー	△562	△427	△326	16	△223
財務活動によるキャッシュ・フロー	△675	△652	△1,522	△1,568	△1,025
現金及び現金同等物の期末残高	15,491	16,109	15,190	14,514	16,256



## PART2

### ②2021年1月期第2四半期 セグメント別業績概況

# 2021年1月期 第2四半期 セグメント別業績概況

● 商業その他施設事業	新型コロナウイルス感染症拡大による受注活動の停滞や工事の中断及び工期の変更等の影響を受けたものの、主にサービス分野（オフィス、エンターテインメント施設、空港関連施設等）の新改装案件については堅調に推移したことから、売上高は前年同期並みとなった。セグメント利益については、収益性を重視した事業活動を行った結果、前年同期を上回った。
● チェーンストア事業	主に飲食店分野及びその他専門店分野において、大型案件が増加したこと等により、売上高、セグメント利益ともに前年同期を上回った。
● 文化施設事業	大型案件が延期したこと等から売上高は前年同期を下回った。しかしながら、前年同期に比べ収益性の高い案件が多かったこと等により、セグメント利益は前年同期を上回った。
● その他	新型コロナウイルス感染症拡大の影響等により、ディスプレイ業以外のインターネット情報サービス等についても需要が減少したため、売上高、セグメント利益ともに、前年同期を下回った。

(百万円)

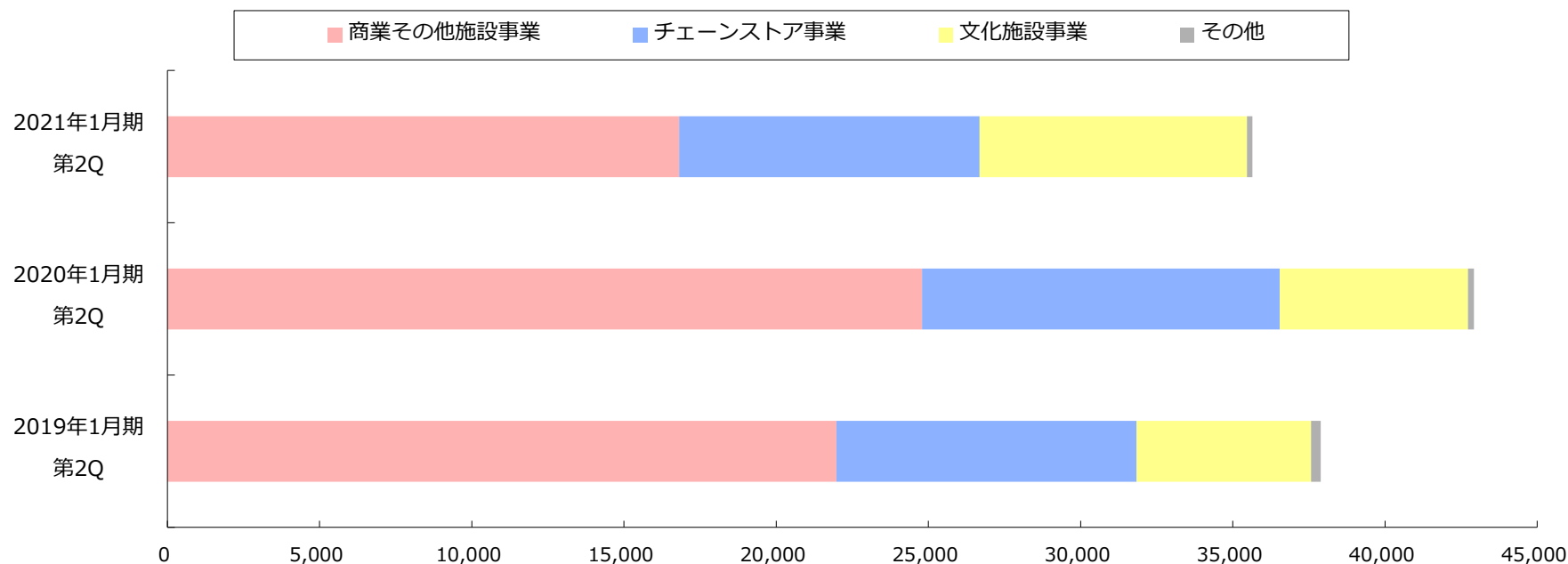
	売上高			セグメント利益		
	20/01 第2Q	21/01 第2Q	増減	20/01 第2Q	21/01 第2Q	増減
商業その他施設事業	21,206	20,745	△461	1,536	2,278	741
チェーンストア事業	9,840	10,716	876	592	674	82
文化施設事業	5,453	5,079	△374	284	460	176
その他	195	175	△19	109	73	△36
調整額	—	—	—	△16	△22	△6
合計	36,695	36,716	21	2,507	3,464	956

# セグメント別 受注高の状況

●新型コロナウイルス感染症拡大の影響による受注活動の停滞等により、主に商業その他施設事業の受注高が減少し、全体では前年同期比で72億76百万円の減少となった。

(百万円)

	19/01 第2Q	20/01 第2Q	21/01 第2Q	前年同期比増減
商業その他施設事業	21,979	24,790	16,814	△7,975
チェーンストア事業	9,854	11,746	9,865	△1,880
文化施設事業	5,737	6,184	8,784	2,600
その他	313	195	175	△19
受注高合計	37,885	42,916	35,640	△7,276

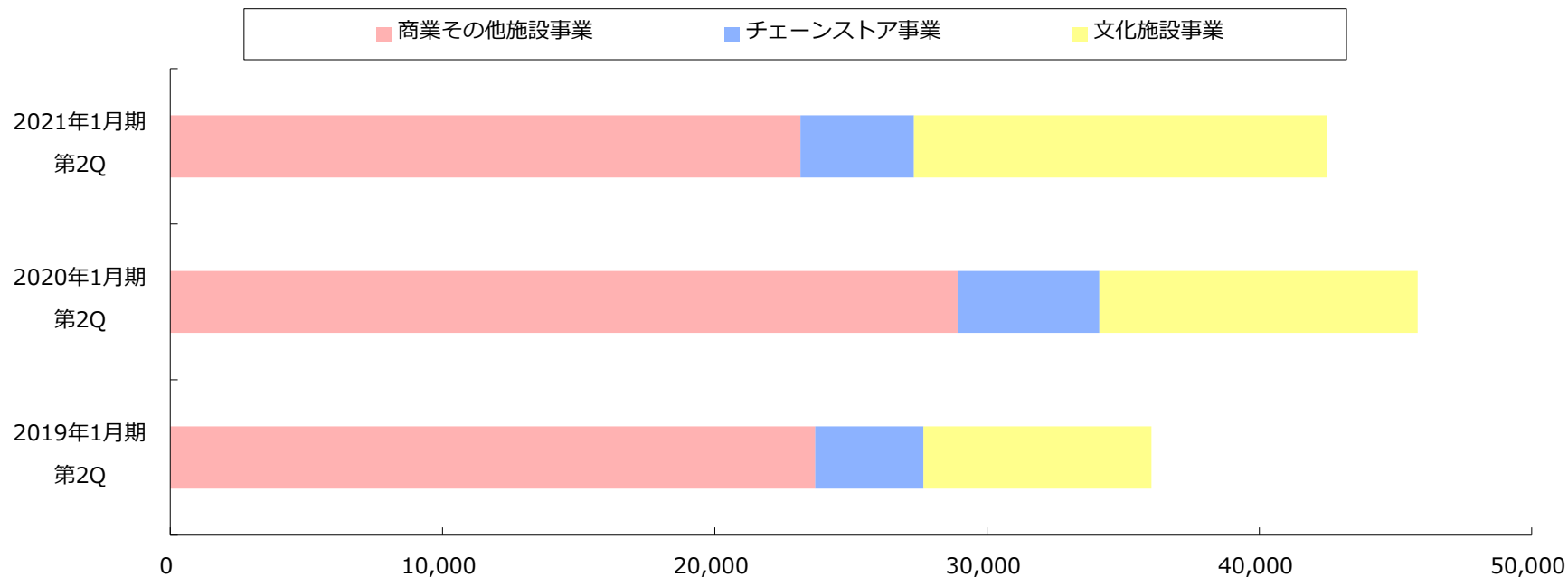


# セグメント別 受注残高の状況

●受注残高は、主に商業その他施設事業において新型コロナウイルス感染症拡大の影響による受注活動の停滞に伴う受注高の減少を受け、前年同期を下回った。

(百万円)

	19/01 第2Q	20/01 第2Q	21/01 第2Q	前年同期比増減
商業その他施設事業	23,694	28,922	23,148	△5,773
チェーンストア事業	3,967	5,208	4,167	△1,040
文化施設事業	8,382	11,691	15,169	3,477
その他	—	—	—	—
受注残高合計	36,044	45,822	42,485	△3,336



# PART 3

## ① 2021年1月期 業績見通し

# 新型コロナウイルス感染症拡大による影響

当社の事業特性上、新型コロナウイルス感染症拡大のような事態が業績に与える影響は、遅行する傾向にある。

## 市場環境への影響

商業その他施設事業	東京オリンピック・パラリンピックを含むイベントの中止・延期・自粛、設備投資の抑制、大型開発の延期・長期化
チェーンストア事業	クライアントの出店計画修正
文化施設事業	官公庁関連の計画延期・縮小等

## 事業活動への影響

商業その他施設事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・受注活動の停滞</li> <li>・緊急事態宣言による工事の中断や工期の変更</li> <li>・海外で製造・加工を行っている各種建材、家具什器等の調達難 ⇒調達難については解消済み。</li> </ul>
チェーンストア事業	
文化施設事業	緊急事態宣言期間中は運営施設を休館していたが、現在は再開。

# 2021年1月期 業績計画

- 緊急事態宣言の解除等により、経済活動に再開の動きが出てきたものの、当事業年度中は新型コロナウイルス感染症拡大の影響が継続することを前提に、減収・減益の計画。
- 受注高は、新型コロナウイルス感染症拡大による影響により需要が減少しており、前年同期を下回る見込み。
- 営業利益は売上高の減少及び稼働率の低下並びに一定の分野で価格競争が激しくなっていること等を踏まえ、収益性の悪化を想定して、前年同期を下回る見込み。

(百万円)

	2020年1月期				2021年1月期			
	第2Q実績		通期実績		第2Q実績		通期計画	
	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)
受注高	42,916		85,639		35,640		64,700	
売上高	36,695	100.0	81,678	100.0	36,716	100.0	70,600	100.0
売上総利益	7,021	19.1	15,406	18.9	7,782	21.2	13,000	18.4
営業利益	2,507	6.8	5,677	7.0	3,464	9.4	3,700	5.2
経常利益	2,604	7.1	5,870	7.2	3,553	9.7	3,800	5.4
親会社株主に帰属する当期純利益	1,768	4.8	4,074	5.0	2,356	6.4	2,400	3.4
E P S (円)	37.02		85.53		49.53		50.38	
R O E (%)	6.5		14.8		8.0		8.4	

※通期連結業績予想については、2020年6月10日付で未定としておりました予想を2020年9月11日付で公表しております。

※上記予想は現在において入手可能な情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいて作成したものであり、新型コロナウイルス感染症拡大の収束時期の変動のような潜在的な不確実性が含まれております。実際の業績は、今後の様々な要因により予想値とは大きく異なる可能性があります。

# 2021年1月期 セグメント別 業績計画

- 商業その他施設事業においては、売上高の減少および稼働率の低下により収益性が悪化する見込み。
- チェーンストア事業においては、価格競争が激しくなっている影響を受け、収益性が低下する見込み。

(百万円)

		2020年1月期		2021年1月期	
		第2Q実績	通期実績	第2Q実績	通期計画
受注高計	商業その他施設事業	24,790	51,622	16,814	34,600
	チェーンストア事業	11,746	23,217	9,865	18,700
	文化施設事業	6,184	10,359	8,784	11,100
	その他	195	441	175	300
	計	42,916	85,639	35,640	64,700
売上高計	商業その他施設事業	21,206	49,880	20,745	40,700
	チェーンストア事業	9,840	21,501	10,716	20,000
	文化施設事業	5,453	9,855	5,079	9,600
	その他	195	441	175	300
	計	36,695	81,678	36,716	70,600
営業利益計	商業その他施設事業	1,536	4,017	2,278	2,500
	チェーンストア事業	592	1,234	674	840
	文化施設事業	284	237	460	260
	その他	109	176	73	100
	調整額	△16	11	△22	—
計	2,507	5,677	3,464	3,700	



# 株主還元に関する方針

## 【重視する経営指標】

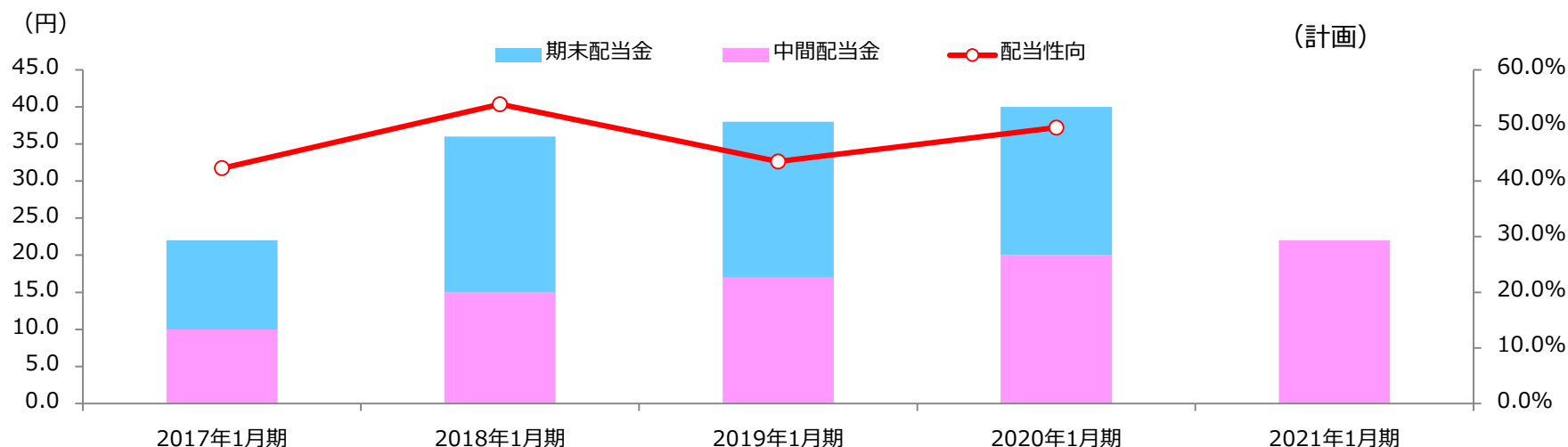
ROE 10%以上

## 【連結配当性向】

還元目標は配当性向50%以上

※ 2019年1月期および2020年1月期については、特別利益の要素を除いたうえで、50%還元としております。

※ 2021年1月期の期末配当予想については、次年度以降の経営環境ならびに業績動向が現時点で不明瞭であるため、引き続き未定とさせていただきます。なお、今後、算定が可能となった時点で速やかにお知らせいたします。



	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期	2020年1月期	2021年1月期 (計画)
中間配当金 (円)	10.00	15.00	17.00	20.00	22.0
期末配当金 (円)	12.00	21.00	21.00	22.00	未定
合計 (円)	22.00	36.00	38.00	42.00	—
連結配当性向 (%)	40.3	53.8	43.5	49.1	—
発行済株式総数 (株)	48,424,071	48,424,071	48,424,071	48,424,071	48,424,071

※ 当社の配当基準日は、中間配当：7月31日 期末配当：1月31日

目 標	■ 連結ROE 10%以上 ■ 配当性向50%以上 ■ 営業利益率7%	
	施策 (強化ポイント)	目 標
<b>1</b>	<b>生産基盤の強化</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「パートナー協力会社」制度は継続</li> <li>・制作業務の効率化と生産性向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パートナー協力会社への発注比率60%以上 ※ 2020年7月実績：発注比率60.9%</li> <li>・大型案件に対応できる生産基盤の確立</li> <li>・関西、中部、沖縄地域での協力会社体制の整備</li> </ul>
<b>2</b>	<b>先端コンテンツ応用演出の強化</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各案件で先端コンテンツ応用演出の導入を加速</li> <li>・社内外のクリエイターを組み合わせ起用、統括できる人材の育成</li> </ul>	先端コンテンツ応用演出関連の受注高 <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年7月実績 62億円</li> <li>・2021年1月期目標 168億円</li> </ul>
<b>3</b>	<b>デザイン力の強化</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・組織をデザインセンターとして統合・一体化</li> <li>・若手デザイナーを積極登用しスキルを継承</li> </ul>	
<b>4</b>	<b>安全・高品質の追求</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・対制作職教育の専門部門を設置</li> </ul>	
<b>5</b>	<b>働き方改革と生産性向上</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・働き方改革への取り組みと多様なワークスタイルの実現</li> </ul>	

# 市場環境／事業環境の見通し

セグメント	分野	現状～2020年	withコロナ（2020年以降）
商業その他施設 事業	商業分野 （百貨店・量販店・複合商業施設・専門店）	市場規模は大きいですが、競争は厳しい。インバウンドに係る「モノ消費」は一巡したが、今後は「コト消費」に関連した市場拡大が見込まれる。	新しい生活様式に合わせて空間に求められる付加価値が変化。
	フロンティア分野 （イベント・展示会・販促施設）	企業の展示会やショールーム等販促投資需要は増加傾向。また、ICTを活用した周辺需要も伸びてきている。	
	サービス分野 （ホテル・ブライダル、交通チャネル、エンターテインメント）	観光立国の政策、訪日外国人の増加に伴い、空港施設、ホテル、アミューズメント施設等の需要が伸びている。	
チェーンストア 事業	飲食店分野	商業その他施設事業と同様の傾向。	テクノロジーを活用した店舗の増加等、今後は、リアル空間とデジタル技術の融合が急速に進み、デジタル技術を活用した空間の需要拡大が見込まれる。
	アパレル分野		
	その他 （コンビニ、教育施設等）		
	メンテナンス分野	店舗保守・ファシリティサポート市場は拡大傾向にある。	
文化施設 事業	展示空間	現状、官民ともに投資は増加傾向。	
	プロデュース	当社の取扱いは未だ少数だが、PFI、PPPの需要は増加傾向。	

# withコロナ時代に向けて

## 取り組んでいる活動

### 【働き方】

- ・在宅勤務等のテレワーク制度を積極的に活用した勤務形態へ移行
- ・オンライン会議等のツールを活用したコミュニケーション

### 【事業活動】

- ・分野ごとにwithコロナ時代に向けた新しい空間デザインの創出
- ・バーチャル空間でのイベント等の実施

## 今後取り組む活動

### 【働き方】

- ・引き続き、各種制度・ツール等を駆使し、業務効率を落とすことなく生産性を維持
- ・社内事務の更なる電子化

### 【事業活動】

- ・経済活動再開により発生する顧客の投資需要を確実に取り込む
- ・従来の対面営業に加えて、デジタル上での顧客とのコミュニケーションを強化
- ・リアルとデジタルを融合した社会に向けて、新しい空間体験を創出
- ・デジタル技術を活用した新たな空間価値の創出に向けて、あらゆるジャンルの企業と協創・協業を目指す

# 株式会社 丹青社

(証券コード：9743)

<https://www.tanseisha.co.jp/>

I Rに関するお問い合わせ  
総務部 I R担当  
( ir @ tanseisha.co.jp )