



IBJ 婚活アンバサダー
森 香澄



2024年12月期第1四半期

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 事業別サマリー

③ 行政との連携を目指して
(中央官庁・地方自治体)

④ 参考資料

♡ IBJ
Contents
目次

1 決算概要

2 事業別サマリー

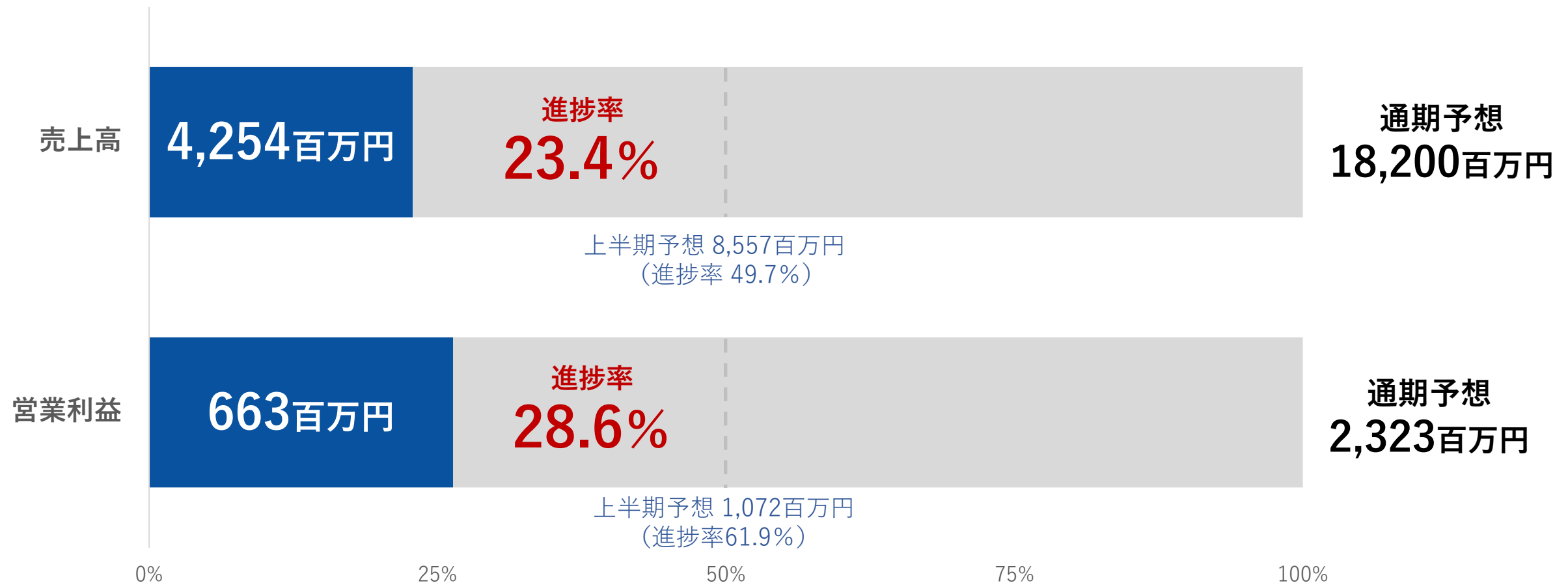
3 行政との連携を目指して
(中央官庁・地方自治体)

4 参考資料

売上高4,254百万円(前年同期比+10.1%)、営業利益663百万円(前年同期比+24.2%)

(百万円)	2023年12月期1Q 実績(A)	2024年12月期1Q 実績(B)	増減額 (B) - (A)	増減率 (B)/(A)
売上高	3,864	4,254	+390	+10.1%
営業利益	534	663	+129	+24.2%
経常利益	547	662	+114	+20.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	365	481	+115	+31.7%

売上高4,254百万円(進捗率23.4%)、営業利益663百万円(進捗率28.6%)と予想通りに進捗

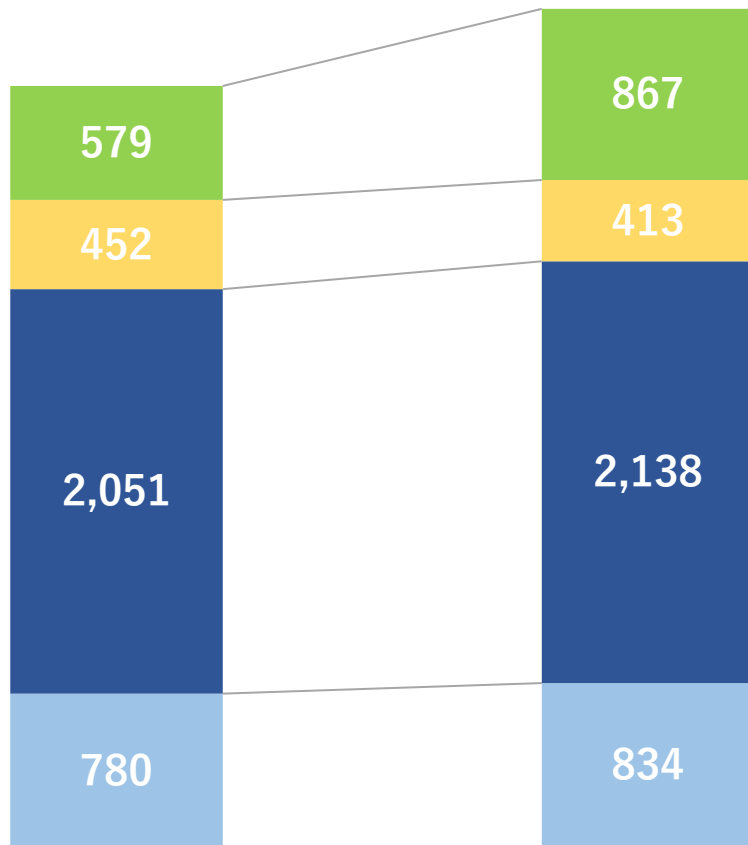


直営店・加盟店事業が全体の大半を占め事業全体を牽引し成長

事業別売上高

■ 加盟店事業 ■ 直営店事業 ■ マatching事業 ■ ライフデザイン事業

(百万円)



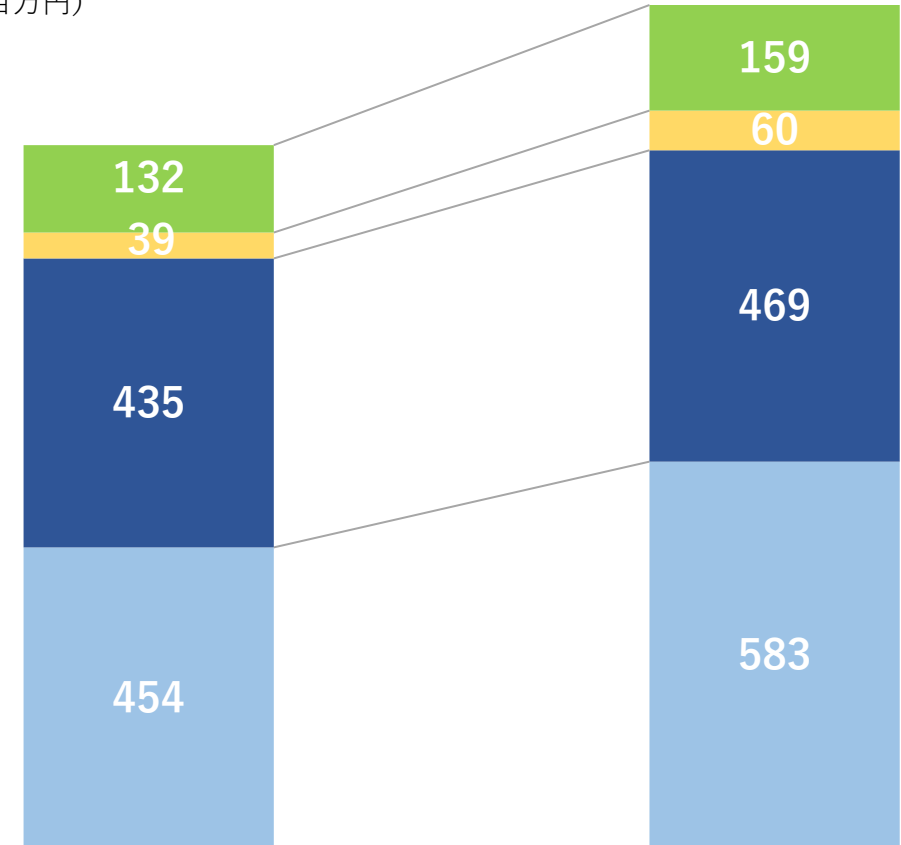
2023年1Q

2024年1Q

事業別事業利益

■ 加盟店事業 ■ 直営店事業 ■ マatching事業 ■ ライフデザイン事業

(百万円)



2023年1Q

2024年1Q

※内部取引調整済み

※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

(単位：百万円)		2023年					2024年	YoY(増減額)	YoY(増減率)
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q		
加盟店事業	売上高	780	711	755	726	2,973	834	+ 53	+ 6.9%
	L開業支援事業	420	362	379	336	1,499	419	△1	△0.3%
	L加盟店事業	359	348	375	390	1,473	414	+ 55	+ 15.3%
	事業利益	454	396	496	479	1,827	583	+ 128	+ 28.3%
	L開業支援事業	218	171	217	195	802	269	+ 50	+ 23.1%
	L加盟店事業	235	225	279	284	1,024	313	+ 78	+ 33.2%
直営店事業	売上高	2,051	2,106	2,118	2,103	8,379	2,138	+ 87	+ 4.3%
	事業利益	435	455	486	473	1,850	469	+ 33	+ 7.8%
マッチング事業 <small>※IBJごはんデート(旧：Rush)のパーティー事業からアプリ事業への組替に伴い、遡及的に売上高・事業利益を変更</small>	売上高	452	464	470	450	1,838	413	△39	△8.6%
	Lパーティー事業	270	280	274	260	1,085	230	△39	△14.7%
	Lアプリ事業	182	183	196	190	752	182	+ 0	+ 0.4%
	事業利益	39	63	116	115	335	60	+ 20	+ 53.0%
	Lパーティー事業	0	28	52	57	139	22	+ 21	+ 2,489.2%
	Lアプリ事業	38	35	64	57	196	37	△0	△2.0%
ライフデザイン事業 <small>※2023年1QよりM&Aによる業績寄与あり</small>	売上高	579	579	2,485	812	4,457	867	+ 287	+ 49.6%
	事業利益	132	93	250	33	509	159	+ 26	+ 20.2%

※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

(期別)		2023年					2024年	YoY (増減)	YoY (増減率)	
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q			
結婚相談所事業 (加盟店+直営店)	結婚相談所数※	3,803	3,883	4,050	4,125	—	4,211	+408	+10.7%	
	入会数	12,225	13,087	13,496	12,554	51,362	13,639	+1,414	+11.6%	
	お見合い会員数※	91,410	93,370	94,508	94,035	—	95,432	+4,022	+4.4%	
	お見合い件数	178,172	192,070	197,754	196,819	764,815	205,706	+27,534	+15.5%	
	加盟店事業	新規開業件数※	268	220	239	217	944	225	△43	△16.0%
		入会数	7,317	7,910	8,526	8,208	31,961	8,624	+1,307	+17.9%
		お見合い会員数※	58,461	59,633	60,524	60,581	—	60,915	+2,454	+4.2%
		お見合い件数	108,110	118,079	120,472	122,527	469,188	125,561	+17,451	+16.1%
	直営店事業	入会数	4,908	5,177	4,970	4,346	19,401	5,015	+107	+2.2%
		お見合い会員数※	32,949	33,737	33,984	33,454	—	34,517	+1,568	+4.8%
お見合い件数		70,062	73,991	77,282	74,292	295,627	80,145	+10,083	+14.4%	

※結婚相談所数とお見合い会員数は各Q末時点

※ 新規開業件数については、開業支援事業部門以外の成約数も含まれます

(期別)		2023年					2024年	YoY (増減)	YoY (増減率)
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q		
マッチング事業	パーティー参加者数	95,715	91,375	82,731	75,946	345,767	70,610	△25,105	△26.2%
	パーティー開催本数	8,284	7,787	7,477	7,208	30,756	6,956	△1,328	△16.0%
	マッチング人数(アプリ)※	289,162	313,518	312,258	279,486	1,194,424	312,308	+23,146	+8.0%

※IBJごはんデート（旧：Rush）のパーティー事業からアプリ事業への組替に伴い、遡及的にマッチング人数を変更

(期別)		2023年					2024年	YoY (増減)	YoY (増減率)
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q		
ライフデザイン事業	面談数 (保険+ウエディング)	564	631	801	660	2,656	622	+58	+10.3%
	セルフフィット お見合い写真撮影件数	930	1,229	1,340	1,198	4,697	1,403	+473	+50.9%
	K village生徒数※ (韓国語+ボイトレ)	12,450	13,118	14,010	14,696	—	15,909	+3,459	+27.8%

※各Q末時点

(単位：百万円)	2023年					2024年	YoY (増減額)	YoY (増減率)
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q		
売上高	3,864	3,861	5,830	4,093	17,649	4,254	+ 390	+ 10.1%
売上原価	156	158	1,939	298	2,552	294	+ 138	+ 88.4%
売上総利益	3,707	3,702	3,891	3,795	15,096	3,959	+ 251	+ 6.8%
販売費及び一般管理費	3,173	3,272	3,114	3,305	12,865	3,295	+ 122	+ 3.9%
営業利益	534	430	776	489	2,230	663	+ 129	+ 24.2%
営業外収益合計	16	31	32	△0	80	3	△13	△76.9%
営業外費用合計	3	5	4	5	19	5	+ 1	+ 45.0%
経常利益	547	456	804	483	2,292	662	+ 114	+ 20.9%
特別利益合計	69	248	82	—	400	82	+ 13	+ 18.9%
特別損失合計	0	31	4	293	330	—	△0	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	365	440	571	252	1,629	481	+ 115	+ 31.7%

※補足

- ・売上原価の増加要因は「K Village」における連結子会社増加によるものです。
- ・営業外収益の減少要因は前期投資有価証券の売却によるものです。

(単位：百万円)	2023年				2024年	増減額 (前年通期比)	増減率 (前年通期比)
	1Q	2Q	3Q	通期	1Q		
流動資産	7,471	7,722	8,109	8,091	6,170	△1,920	△23.7%
うち現金及び預金	3,141	3,052	3,887	3,789	2,489	△1,299	△34.3%
固定資産	7,803	8,417	8,364	10,029	10,134	+105	+1.1%
資産合計	15,275	16,140	16,473	18,120	16,305	△1,815	△10.0%
流動負債	4,036	4,569	5,464	7,187	5,426	△1,761	△24.5%
固定負債	3,139	3,091	2,921	2,908	3,261	+352	+12.1%
負債合計	7,175	7,661	8,386	10,096	8,687	△1,408	△14.0%
純資産合計	8,099	8,478	8,086	8,023	7,617	△406	△5.1%
負債純資産合計	15,275	16,140	16,473	18,120	16,305	△1,815	△10.0%

※補足
・流動資産のうち現金及び預金の減少は自己株式取得や投資有価証券取得によるものです。

♡ IBJ
Contents
目次

① 決算概要

② 事業別サマリー

③ 行政との連携を目指して
(中央官庁・地方自治体)

④ 参考資料

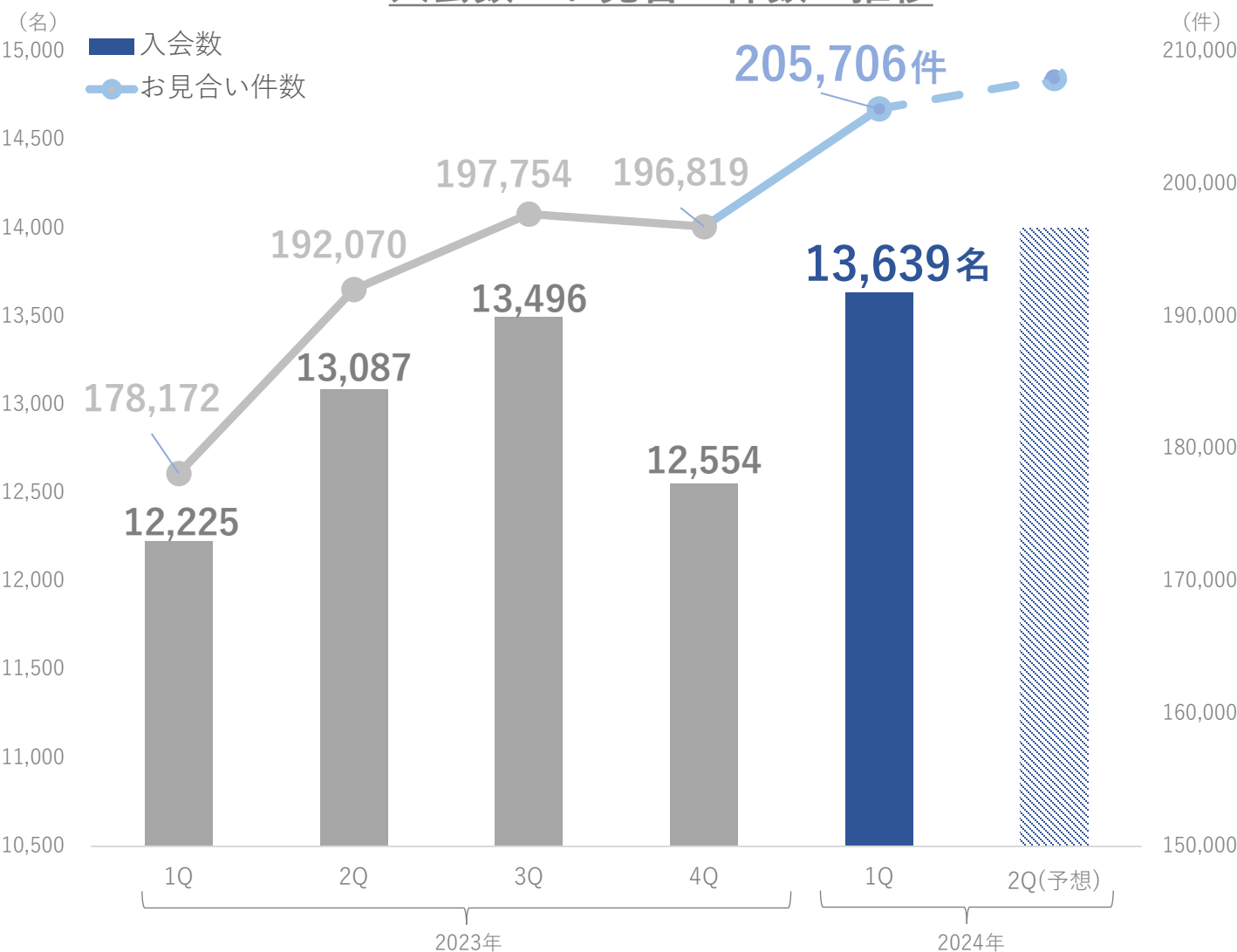
「直営店 + 加盟店」による日本最大の婚活プラットフォームを運営



「マッチング事業」は「結婚相談所事業」のゲートウェイサービス、
 「ライフデザイン事業」は増えていく成婚数を主にターゲットにしたサービス

入会数とお見合い件数はそれぞれ過去最高値を更新

入会数・お見合い件数の推移



入会数増加の要因

- ・成婚者増加による口コミなどで知名度向上
- ・加盟店の立ち上げ支援による集客力強化



お見合い件数増加の要因

- ・会員基盤拡大によりお見合い相手の増加
- ・仲人による積極的なお見合い申込への後押し



成婚者数増加

上記要因が組み合わさりKPIは**乗数的**に増加

連盟の「組織力」向上とIBJメソッド浸透に向け 都道府県単位のグループピングによる新施策（ブランチ制度）を導入

ブランチ制度とは

都道府県ごとの定例会や交流会の仕組み

A県ブランチ

B県ブランチ

C県ブランチ



A県担当スタッフ

B県担当スタッフ

C県担当スタッフ

IBJ連盟本部

ブランチ制度導入のメリット

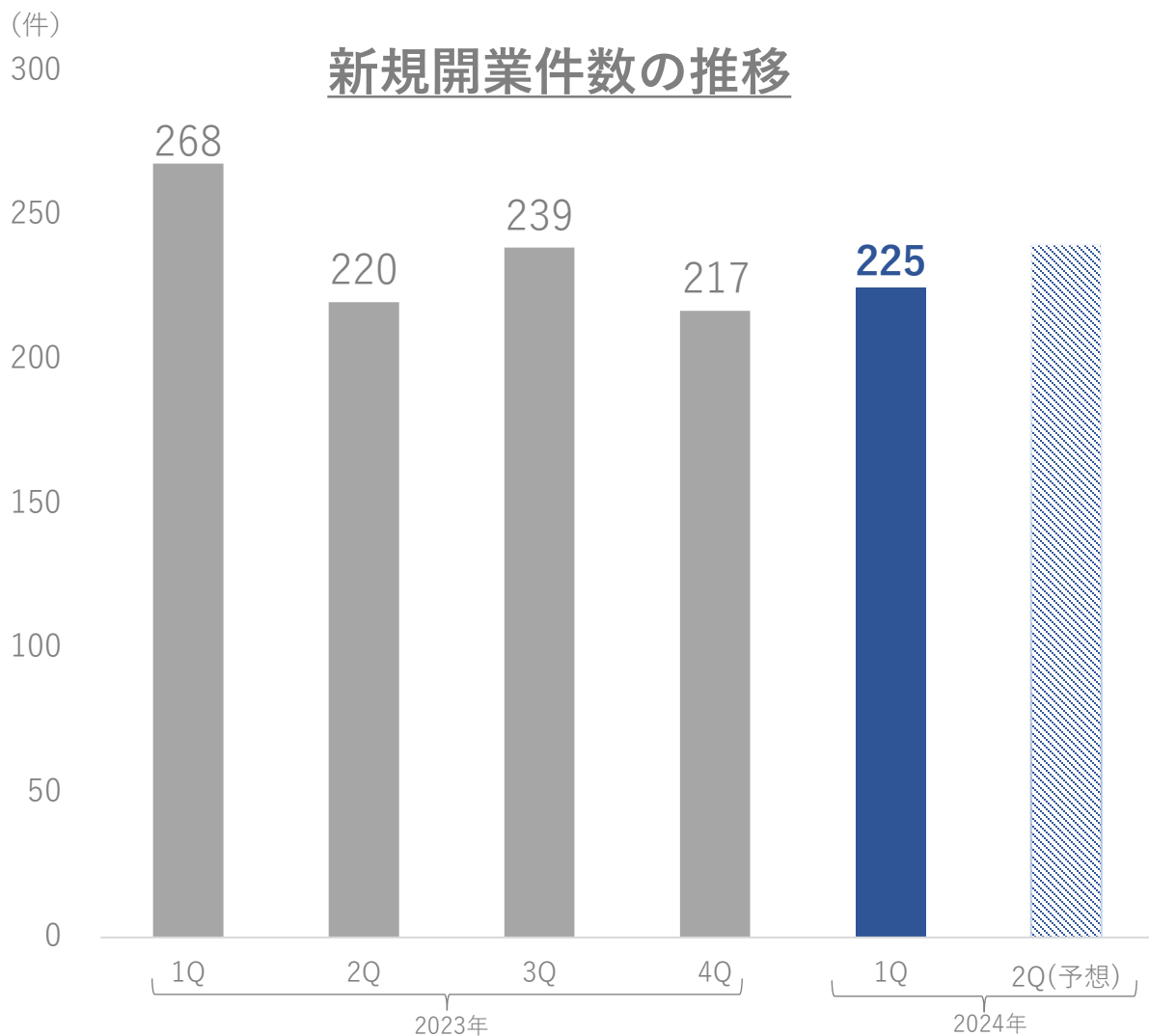
- ①全加盟店へのIBJメソッド浸透
- ②加盟店同士の交流強化でモチベーション向上
- ③ブランチごとに合わせたIBJからのサポート



IBJメソッドを全加盟店が再現し 入会者・成婚者数の増加を狙う

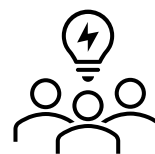
組織体制強化とマーケティングの適正化で事業利益率が前年同期比で12.3%増加

新規開業件数の推移



各ラインの役割強化を目的とした取組み

マーケティング



CPA・CPOを意識した適切なマーケティング

リードセールス



指標を獲得件数から獲得案件の成約率へ

営業



案件管理を徹底 新人の育成に注力

取組みの結果、無駄を排した適正な利益水準に到達



次のフェーズとして量的拡大を推進

2月中旬より開始したプライシング戦略で顧客単価向上を目指す

IBJメンバーズ

単価向上を狙いプライシングを見直し

最高単価プラン

価格改定前
約40万円

活動サポート
+お見合い



価格改定後
約29万円

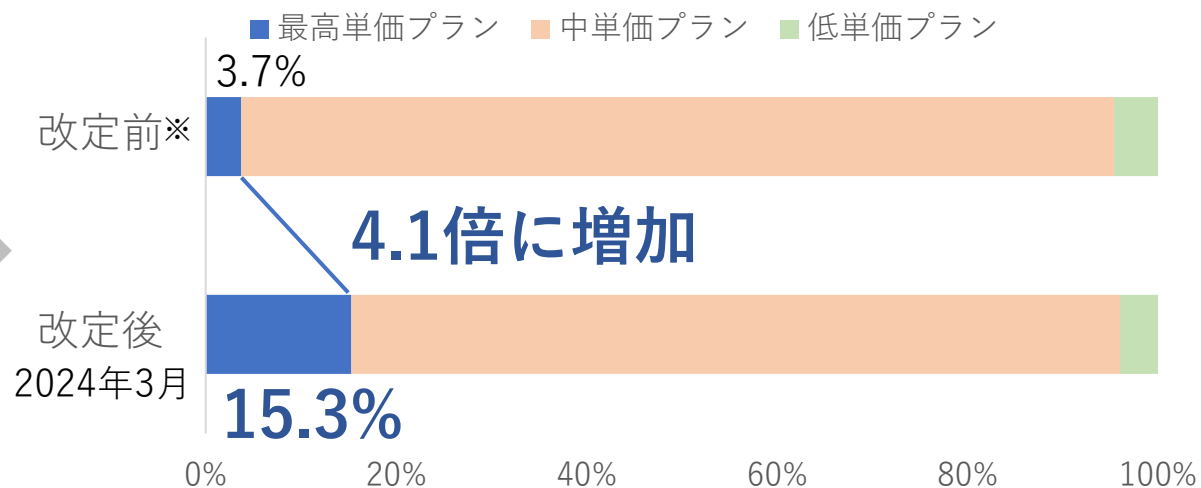
活動サポート
+お見合い



NEW

セルフコーチング
講座・検定

最高単価プランの入会数が増加

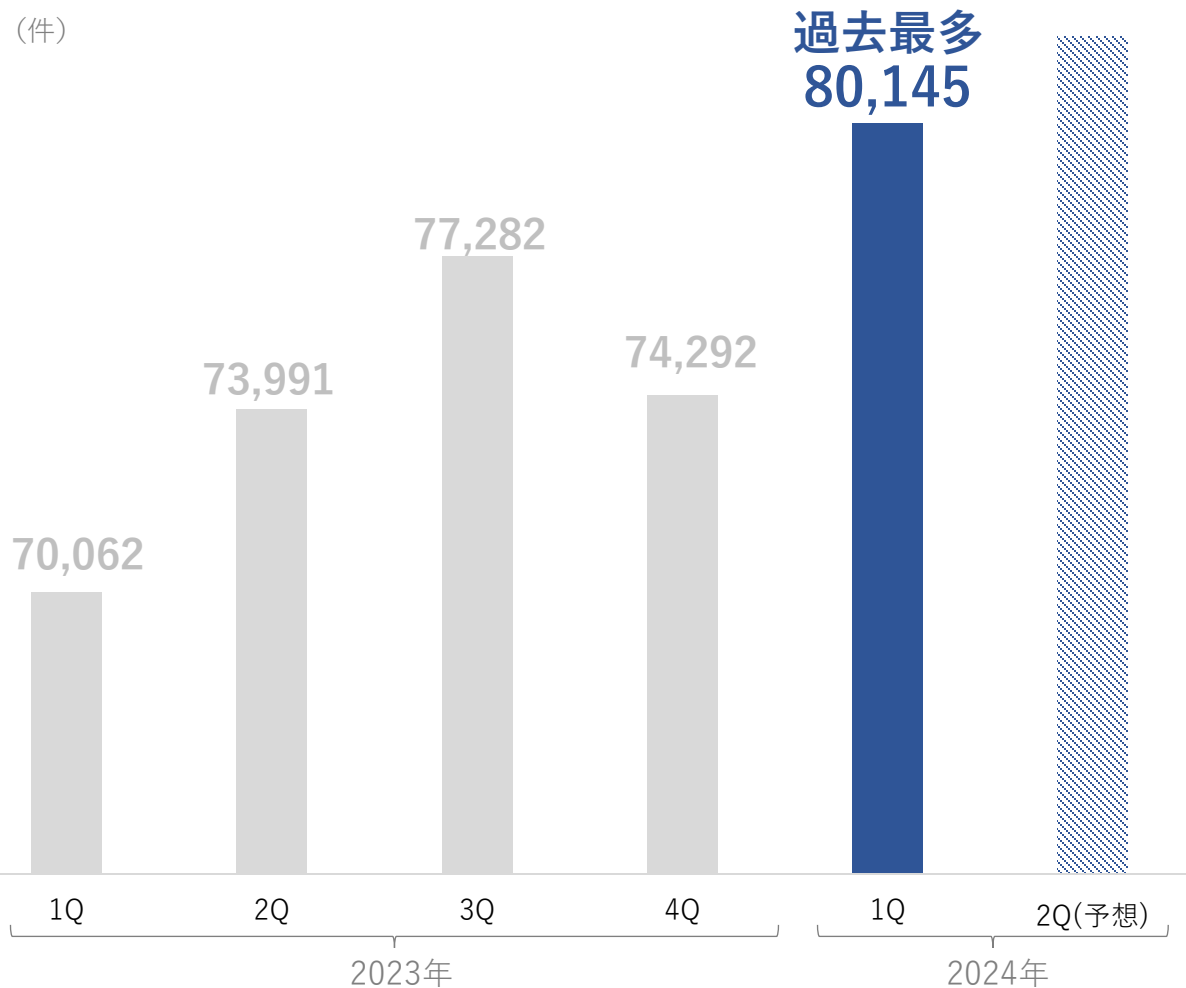


※2023年8月～2024年1月までの6ヵ月平均

2024年3月の平均顧客単価は改定前より約**1.5万円増加**

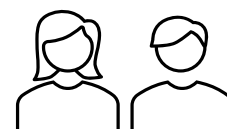
グループ相談所の入会数と会員数増加によりお見合い件数はQで初の8万件超え

直営3ブランドお見合い件数の推移

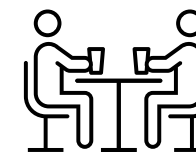


営業スタッフの育成に注力し入会数増加

入会数
前年同期比
7.1%増

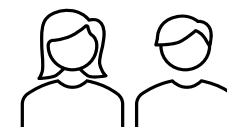


お見合い件数
前年同期比
19.7%増



プライムマリッジの事業譲受で会員基盤拡大

お見合い会員数
前年同期比
20.3%増



お見合い件数
前年同期比
30.4%増



直営店事業の入会数増加に繋がる結婚意欲が高い潜在顧客を集める

①コンセプト明確化で確度の高い潜在顧客を集める

コンセプト	エンタメパーティー (街コン)	婚活パーティー
年齢層	20～50歳	25～39歳
顧客層	カジュアルな出会い	結婚相手探し
狙い	潜在顧客の獲得	直営店への送客

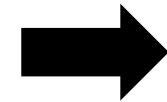
②婚活パーティーの開催人数を変更し
人柄重視の参加者を集める

最大16対16



出会う人数を重視
第一印象重視

一人一人ゆっくり
話せる形式に



最大8対8



出会うの質を重視
価値観・人柄重視



直営店の入会営業機会向上に寄与

(顧客生涯価値)

一気通貫したサービス提供による優位性を活かし、LTVを高める

婚活領域

ご成婚

ライフデザイン領域

仲人



伴走型
サービス



バトンタッチ

会員情報共有

(ヒアリング内容等)

プランナー



成婚カップルをサポート



優位性①

- ・結婚まで寄り添った仲人への信頼度が高く
ライフデザイン領域への送客効果が高い

優位性②

- ・婚活中のヒアリング内容をもとにした
ニーズに沿った適切な提案
- ・商品購入や契約以外にも今後の人生設計を
プランナーと行うため納得感が高い

(顧客生涯価値)

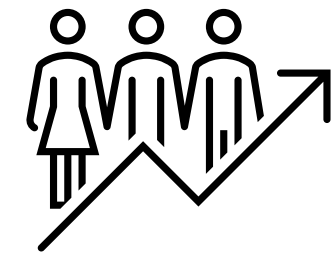
M&Aを視野に入れた事業領域拡大でLTVを高め業績向上を図る

事業拡大を想定する領域

営業利益 5 ~ 10億円規模のM&A

IBJの事業基盤を
活用できる事業領域 or 潜在的ニーズの高い
新たな事業領域

ex) ウエディング、家事代行、教育、美容etc...

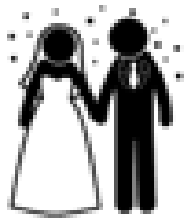


事業領域拡大で
LTVをさらに高める



保険・資産運用

成婚カップル



ウエディング
navi

住まい探し

結婚式

ライフステージに合わせたサービス展開

新たな収益柱として韓国好きのニーズを捉え
日韓最大の韓国コミュニティとして事業を拡大していく

日韓最大の韓国コミュニティ

語学コミュニティ事業
K Village 韓国語
 2024年1Q末生徒数
13,374名
 (前年同期比+19.8%)

美容コミュニティ事業
 (韓国コスメECショップ)
K Village Meon


音楽コミュニティ事業
 (ボイトレ・ダンススクール)
NAYUTAS
 by K Village
 2024年1Q末生徒数
2,535名
 (前年同期比+97.3%)

周辺領域
 ライブ制作事業

 i-motto inc.


韓国好き
潜在顧客層
急速に拡大中

相互連携

相互連携



韓国情報メディア事業
K Village MODULY
 累計DL数
 2024年1Q末 **40,026件**
 (前年同期比+52.3%)

♡ IBJ
Contents
目次

① 決算概要

② 事業別サマリー

③ 行政との連携を目指して
(中央官庁・地方自治体)

④ 参考資料

行政を巻き込み少子化の抜本的な解決を目指す

現状の少子化対策は「子育て支援」が中心

・子育てへの経済的支援



・共働き世帯に対する育休取得の推進



不足

・成婚カップルを生み出す



IBJの働きかけ
ノウハウ提供

♡ IBJ 婚活支援 = 少子化対策

少子化の根本的な原因は
若い世代を中心とした未婚化・晩婚化

日本の完結出生児数※

(夫婦の最終的な平均出生子ども数)

1972年

2021年

2.20人 → 1.90人

夫婦間の出産は50年前から2人近くと変わらず
少子化問題を解決するには成婚を増やすことが重要

※出典：国立社会保障・人口問題研究所「第16回出生動向基本調査（2021年）」

業界団体に「婚活カウンセラー認定教育機関」として認定された ナッジ（おせっかい）のノウハウを行政に提供し、婚活支援を強化

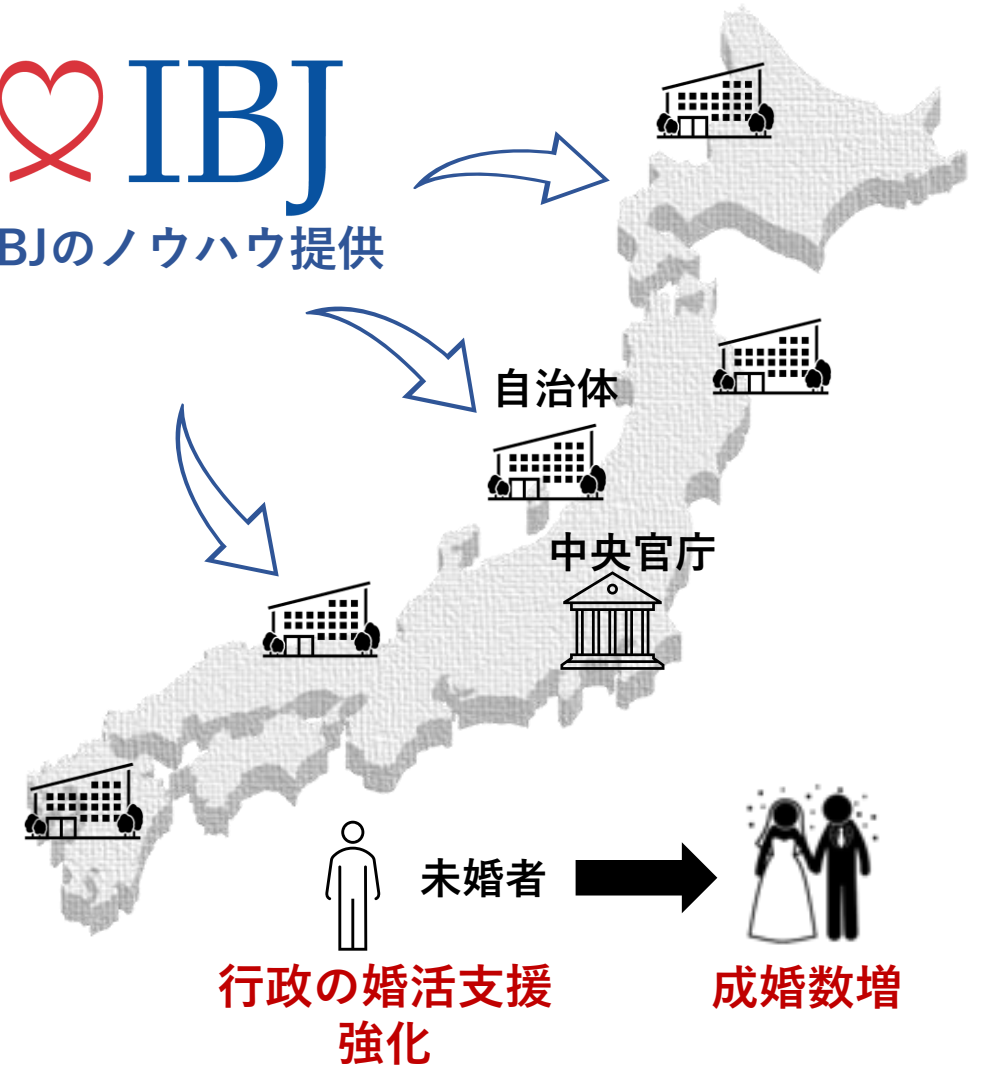
結婚相談所業界のNPO法人
「日本ライフデザインカウンセラー協会」が
『婚活カウンセラー認定教育機関』にIBJを認定

婚活カウンセラーに必要な知識が体系的に学べる

- ①コンプライアンス知識 ②カウンセリングの心得 ③サポートの実践方法




IBJのノウハウ提供

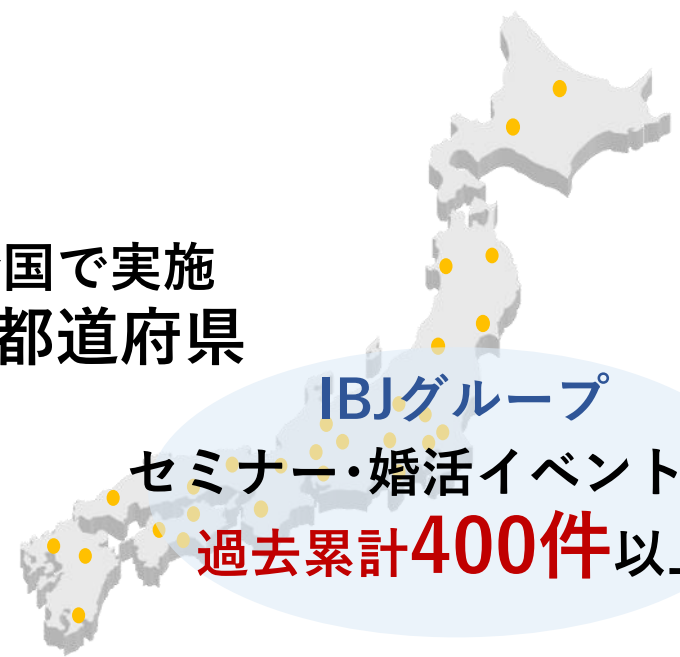


セミナーや婚活イベント受託に加え 認定資格取得奨励による実践的な支援で婚活支援の一助を担う

佐賀県「であいサポートセンター」スタッフ研修の様子



全国で実施
25都道府県



IBJグループ
セミナー・婚活イベント受託
過去累計**400件**以上



IBJのノウハウを中央官庁・地方自治体に普及し 婚活のインフラ基盤の担い手を目指す



IBJ
Contents
目次

① 決算概要

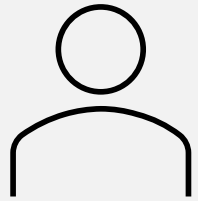
② 事業別サマリー

③ 行政との連携を目指して
(中央官庁・地方自治体)

④ 参考資料

直営店事業

直営店会員



初期費用：9~29万円
月会費：1.5万円
成婚料：20万円

※一人当たりの価格

成婚サポート

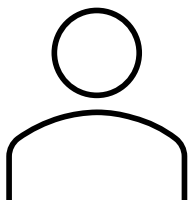


カウンセラー

【直営店事業】
IBJメンバーズ
Zwei
サンマリエ

加盟店事業

IBJ加盟店会員



初期費用：10万円～
月会費：1万円
成婚料：20万円

※価格設定は加盟店ごとに異なる
※一人当たりの価格

IBJ加盟店



加盟金：個人160万円
(開業金) 法人320万円
月会費※：平均単価3万円

※相談所ごとの会員数に応じて異なる

成婚サポート



仲人

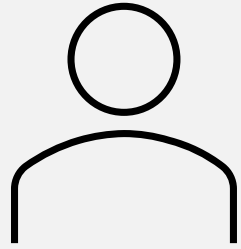
システムとノウハウ

【加盟店事業】

IBJ

パーティー事業

参加者



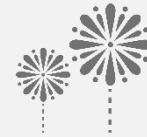
パーティー参加費(1開催)
1,000~7,500円

※一人当たりの平均価格 (PARTY☆PARTYのみ)

PARTY☆PARTY
by IBJ



・店舗型パーティー
婚活パーティー専用ラウンジでの開催



・エンタメパーティー
会場にとらわれず、多種多様な会場で開催
例:水族館、花火大会etc



IBJメンバーズ

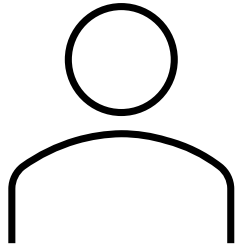
IBJメンバーズへの
入会をお勧めする

マッチング



アプリ事業

アプリ会員



月会費
2,000~5,380円

※追加オプションなどで変動

入会から出会うまでを
サポート

Bridal Net

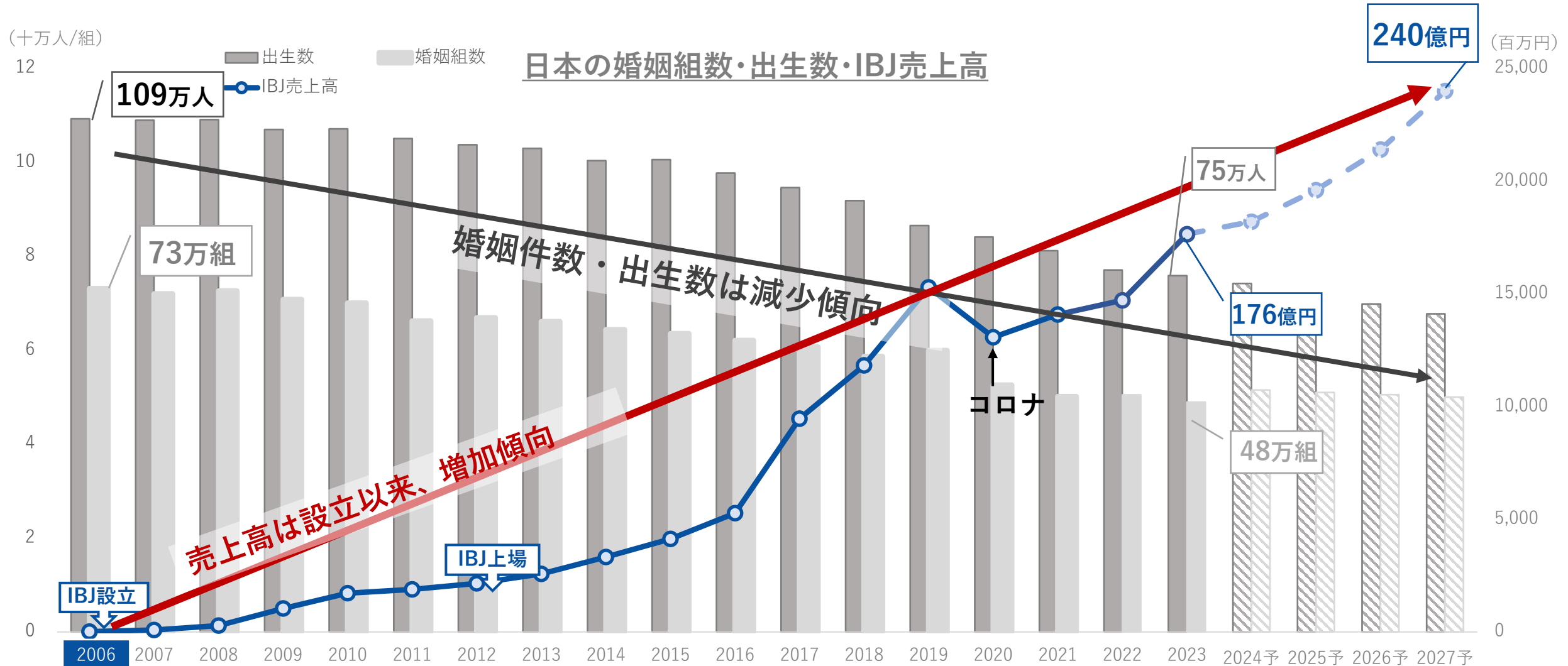
youbride

PARTY☆PARTY
by IBJ

直営相談所

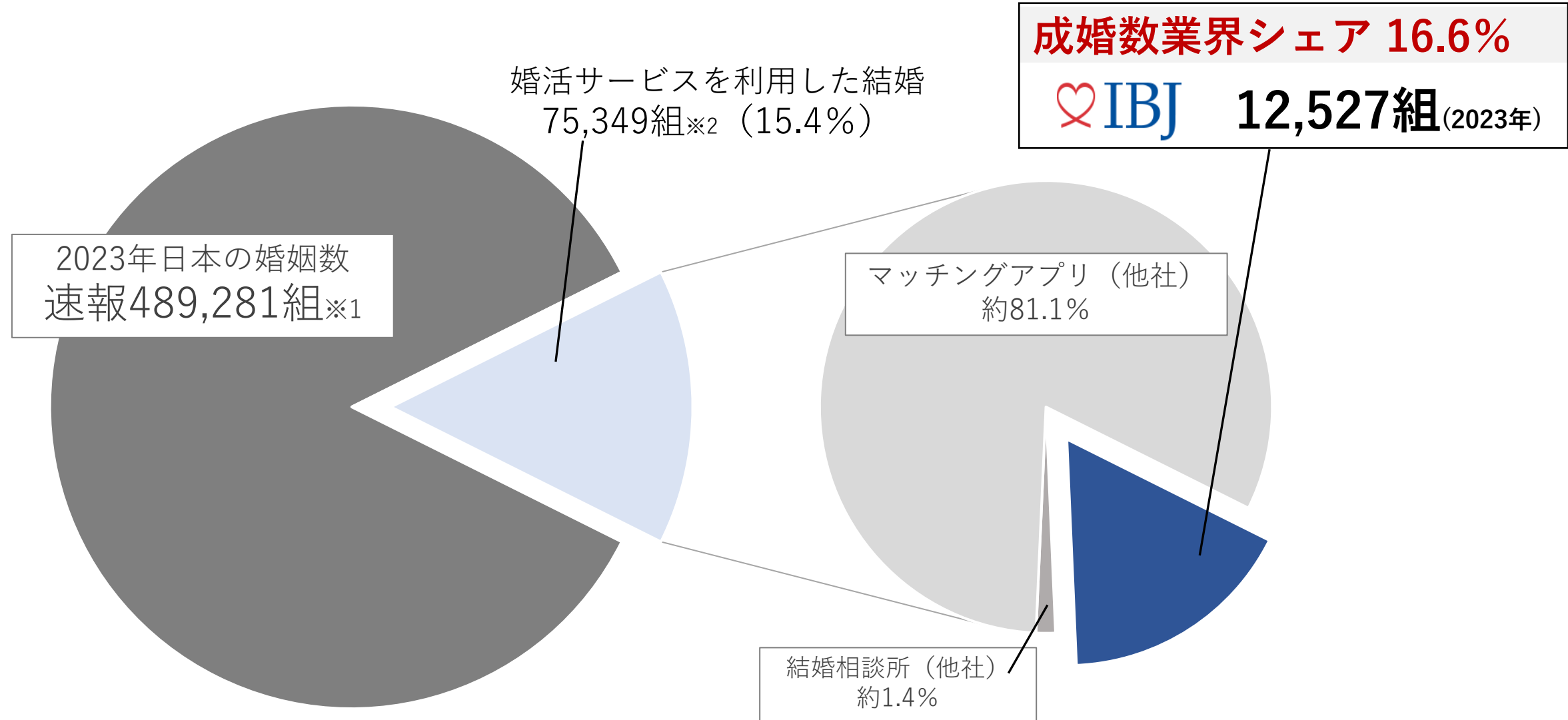
婚活意欲の高い
会員を送客

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



※厚生労働省「令和4年(2022)人口動態統計(確定数)の概況」(1947年~2022年)、
2023年は厚生労働省「人口動態統計速報(令和5年(2023)12月分)」を基に作成

婚活業界での成婚数シェアは16.6%と業界屈指のシェアを誇る



※1 2023年年間婚姻組数は厚生労働省「人口動態統計速報（令和5年(2023)12月分）」より引用
※2 婚活サービス利用割合「婚活実態調査2023(リクルートプライダトル総研調べ)」の割合に基づいて算出し作成

人気急上昇中のタレント 森香澄さん を起用した交通広告も引き続き強化

東京23区内 11,500台のタクシーでCM放送 

交通広告は新たな路線を増やし強化 
東京メトロ銀座線・丸ノ内線、東海・関西エリアのJR路線



▲イメージ（ニュース風動画+CM動画の2本立てで放送）



▲新ビジュアル

車内広告用のステッカー

10,635枚に増加
(前回比+3,750枚)

年間の広告接触者数想定※

2023年4月～2024年3月

3億5,877万人



2024年4月～2025年3月

4億2,324万人

+18.0%

更なる認知拡大に寄与

総再生回数約**233万回**※

※4月1日～7日の期間内のCM再生回数合計

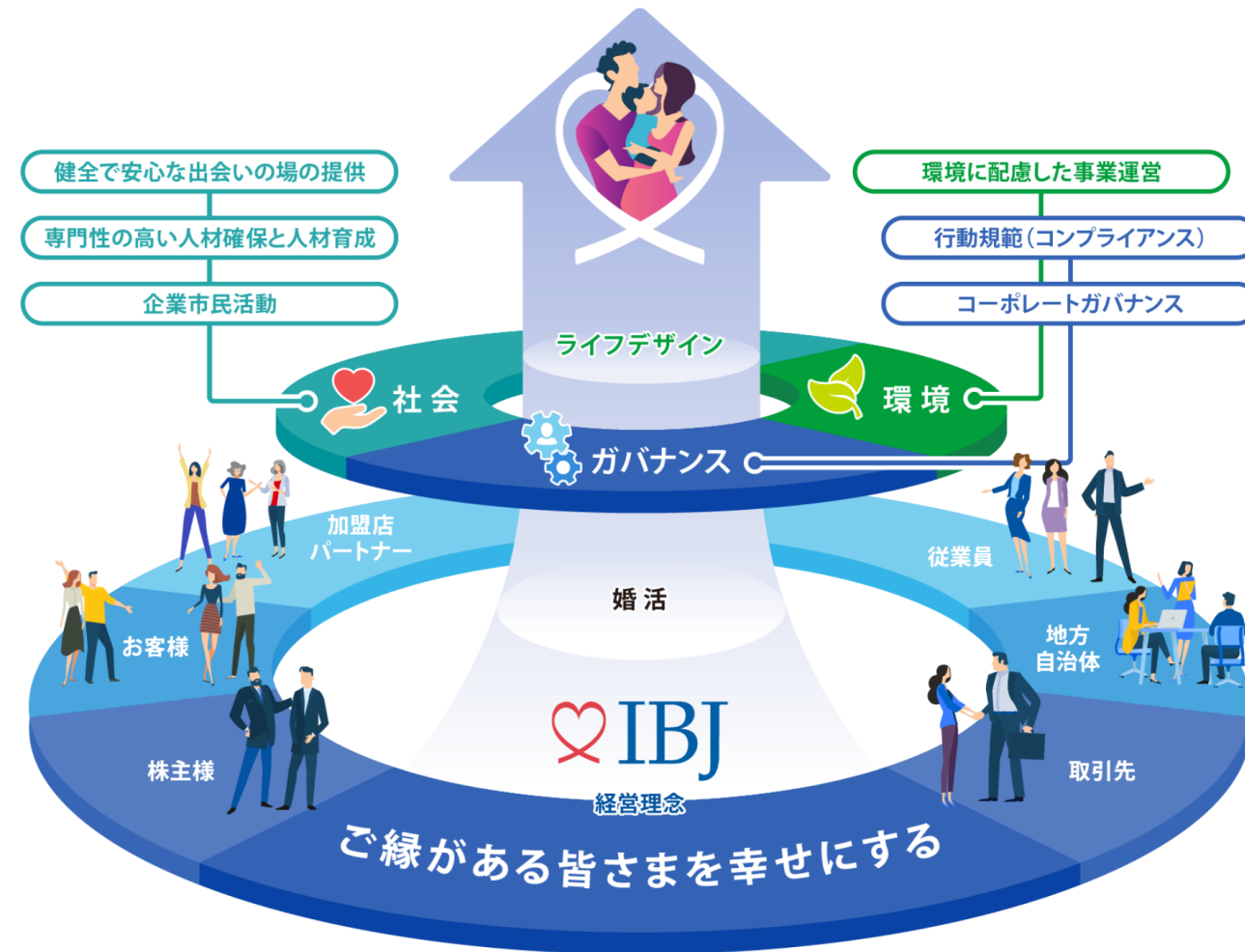
* ターゲット人口：「SOTO/ex2023」VR(男女12～69歳) 「ACR/ex2022」VR(男女12～69歳) * GRP：「SOTO/ex2023」VR「ACR/ex2022」VR(男女12～69歳)

* 1日当たり利用回数：「SOTO/ex2023」VR 「ACR/ex2022」VR(男女12～69歳) * 路線導入率：電鉄データ * 広告注目率：「TOKYO METRO MEDIA DATA2015」 「JEKI MEDIA DATA 2019」

IBJの価値創造は結婚カップル創出により未婚化・少子化問題解決に貢献し、ご縁がある皆さまを幸せにする

5つのテーマ

テーマ	コミットメント
社会	多様な価値観・結婚観を広い視野で認めていく社会づくりに貢献
経済	安全で健全な出会いの場の維持と向上で結婚市場の活性化と成長拡大を牽引
社員	誰もが自分らしく個性や強みを発揮し、個の成長が経営成果につながる組織づくり
組織	業界をリードする企業にふさわしいレジリエントな経営基盤を構築
環境	環境と調和した企業活動の推進で「未来世代の健全な地球環境」に貢献



IBJサービスから結婚カップルを生み出す



社会問題	解決する事項	KPI
①高齡化問題	加盟店数増、仲人数増 (シニア層の雇用促進、孤独化対策)	加盟店数7,000社 お見合い会員数17.3万名
②地方問題	加盟店数増、地方会員数増 (地方創生、事業承継問題)	
③少子化対策	会員数増、成婚組数増 (未婚化対策、出生数UP)	成婚組数20,000組 (日本の年間婚姻組数の4%)

E (環境)		
マテリアリティ	ゴール	ターゲット
・環境に配慮した事業運営 (操業の環境効率)		7.3
電力消費削減 (残業削減・LED照明導入) 紙使用量削減 (ペーパーレス化)		13.1

S(社会)		
マテリアリティ	ゴール	ターゲット
・安全な出会いの場の提供 (データセキュリティ、個人情報保護)		4.4
・専門性の高い人材確保と人材育成 (ダイバーシティ&インクルージョン、育成プログラム)		8.1 8.2 8.5
・企業市民活動 (コミュニティへの貢献) (地方企業・地方銀行、自治体との連携で婚活事業活性化)		10.3 16.3

G (ガバナンス)		
マテリアリティ	ゴール	ターゲット
・行動規範		16.3
・コーポレートガバナンス		16.5
機動的かつ弾力的な経営と 経営監視機能の充実により		16.6
経営の健全性・透明性を確保		16.7

結婚に対する利点を発信することで結婚に前向きな若者を増やしていく

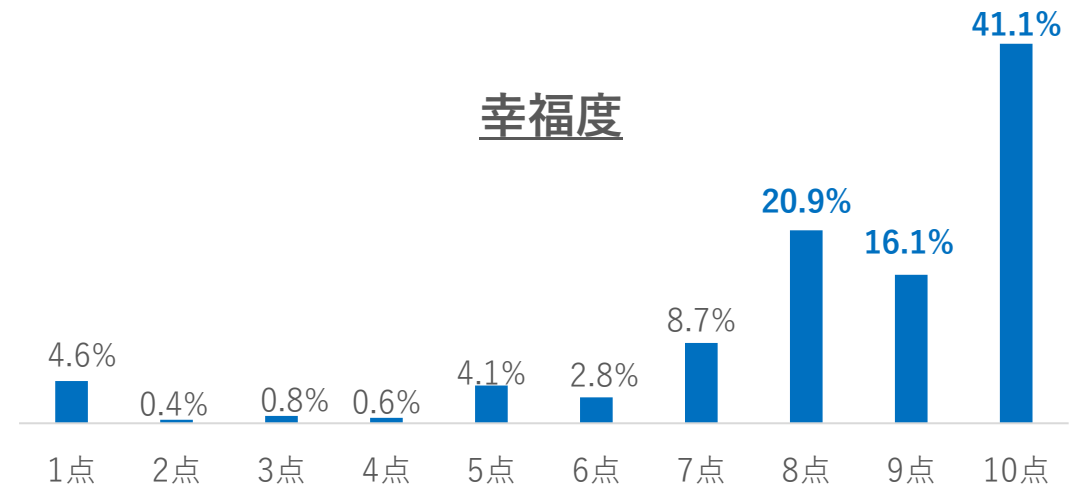
- 結婚の利点は男女ともに第1位は「子供や家庭を持てる」という回答が最も多かった

出典：国立社会保障・人口動向問題研究所「第15回出生動向基本調査」を基に作成

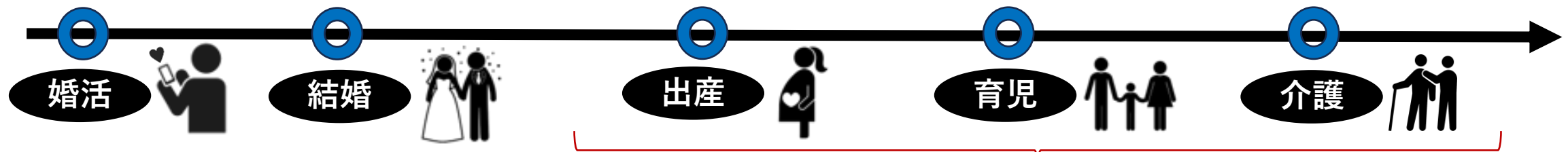
利点の項目	男性	女性
子供や家庭を持てる	33.6%	47.7%
精神的安らぎの場が得られる	32.3%	29.7%
親や周囲の期待に応えられる	14.6%	19.1%

- 結婚生活の幸福度は高い
8点～10点とつけた人が78.1%

出典：当社調べ（調査期間2022年2月16日～3月1日、IBJネットワークで成婚した男女1,860人）



成婚後も持続的にサポートすることで結婚に対するハードルを下げ需要を捉える



成婚後、IBJで今後の人生についてライフプランニング

経済的不安
(結婚資金・養育費等)

育児への不安
(子育てできるのか)

仕事への不安
(仕事がし辛い)

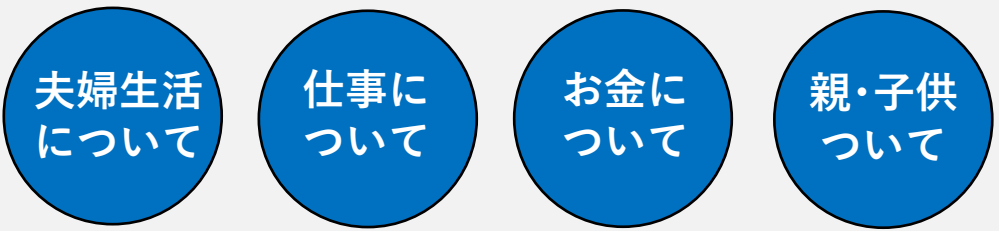


一般社団法人プリナップとの取り組み事例

結婚前に夫婦の在り方を考え、婚前契約などの書類作成サービスを提供



婚前契約書・公正証書で定めること



今後は成婚後の不安やリスクを解消する制度や取り組みの拡充も検討

2006

- ・株式会社IBJ設立、日本結婚相談所連盟事業を開始
- ・前身企業より、ブライダルネット事業とPARTY☆PARTY事業を承継

2012

- ・大阪証券取引所（現東京証券取引所）JASDAQ市場に株式上場

2014

- ・東京証券取引所 市場第二部へ市場変更

2015

- ・東京証券取引所 市場第一部へ銘柄指定

2018

- ・Forbes Asia「Asia's 200 Best Under A Billion」選出
- ・不動産事業を運営するIBJファイナンシャルアドバイザー株式会社を設立

2019

- ・株式会社サンマリエと株式会社 K Village Tokyoをグループ会社化

2020

- ・株式会社ZWEIをグループ会社化

2022

- ・東京証券取引所 プライム市場に移行

2023

- ・年間成婚組数12,527組創出（日本の婚姻組数の2.6%）
- ・株式会社オーネットとの資本業務提携

2024

- ・結婚相談所数が4,200社を突破

会社名 株式会社IBJ

設立 2006年2月

所在地 東京都新宿区西新宿1-23-7
新宿ファーストウエスト12・17F

従業員数 1,258名（2024年3月）

役員	代表取締役社長	石坂 茂
	常務取締役	土谷 健次郎
	取締役	横川 泰之
	社外取締役	梅津 興三
	社外取締役	村上 芽
	社外取締役	佐藤 舞
	常勤監査役	ニツ矢 有紀
	監査役	寺村 信行
	監査役	高橋 修平

上場市場 東証プライム市場（6071）



東証プライム市場(証券コード6071)

株式会社IBJ / IBJ,Inc

〒160-0023

東京都新宿区西新宿1-23-7

新宿ファーストウエスト 12・17F

この資料は投資の参考に資するため、当社（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、2024年5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しておりますが、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、人だと思う。