



事業計画及び成長可能性に関する事項

タメニー株式会社

東証グロース 6181

2022年5月13日更新

1. ビジネスモデル

Business Model

婚活・カジュアルウェディングを起点に5つの戦略領域で事業を展開

(2022年3月31日時点)



(1) 事業の内容

主力事業のビジネスモデル及び商品・サービス ①婚活事業

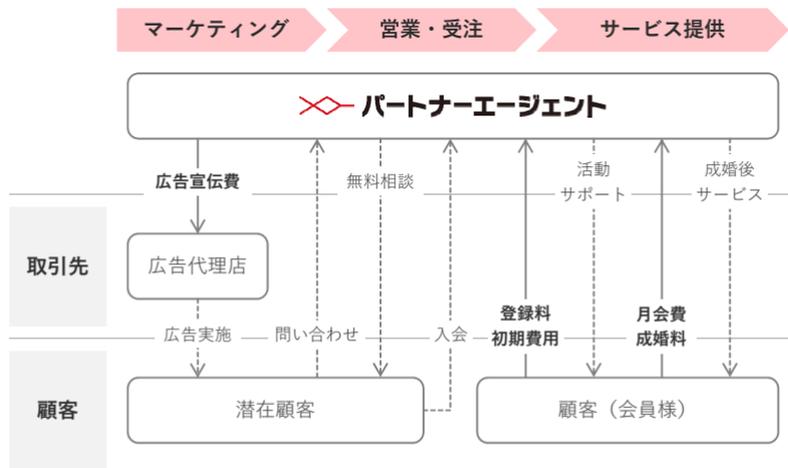
結婚相談所



パートナーエージェント

パートナーエージェント

想像を超える成婚コンシェルジュサービスと独自のマッチングシステムにより成婚までの活動をサポートする仲介型の結婚相談所業界No.1*の成婚率を実現



婚活パーティー

OTOCON

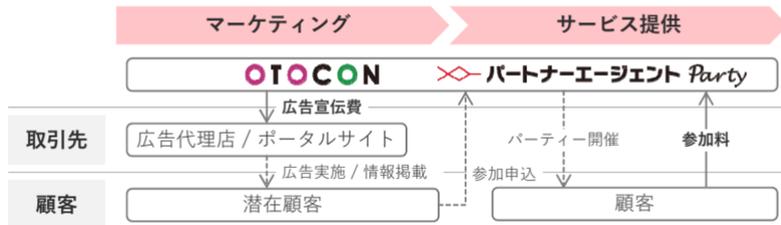
OTOCON

業界最安水準で均一価格を導入した、気軽に参加できる婚活パーティー
2013年提供開始以降累計参加者数は120万人を突破



パートナーエージェント Party

まじめで嘘のない出会いにこだわり、独自のカップル成立ノウハウを盛り込んだまったく新しい仕様のワンランク上の婚活パーティー



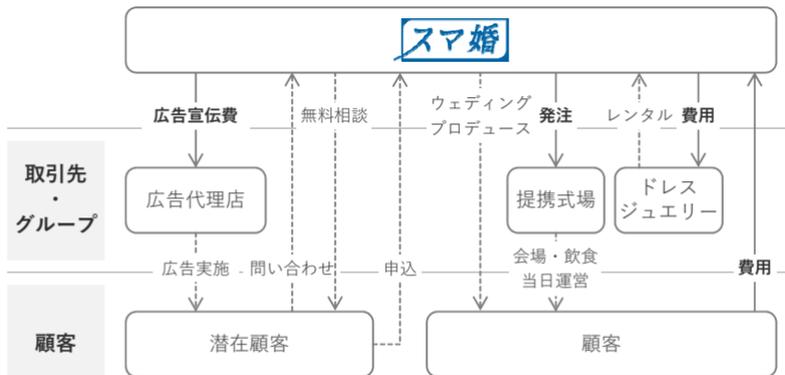
カジュアル挙式披露宴等プロデュース

スマ婚

スマ婚

カジュアルな挙式披露宴をはじめ、会費制パーティー、少人数挙式など、ゲスト人数や予算に合わせ、多様なスタイルの「安く」「美しく」「自由な」結婚式をプロデュース

マーケティング 営業・受注 サービス提供



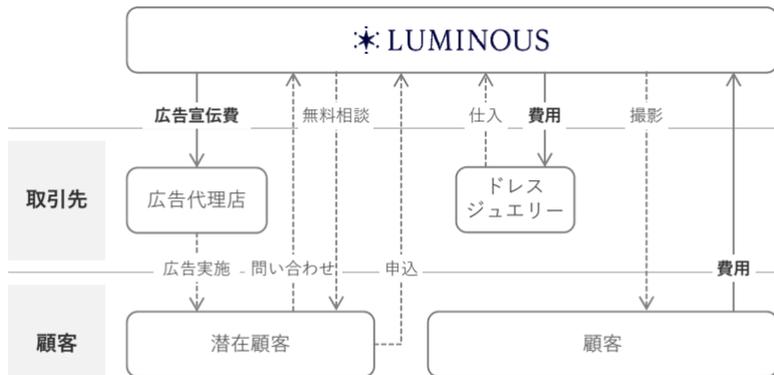
フォトウェディング

studio LUMINOUS

studio LUMINOUS

世界一美しい花嫁姿を実現するため美しさに徹的にこだわり、写真を残すだけでなく花嫁の体験にフォーカスした、「結婚式よりも、結婚式らしい」フォトウェディング

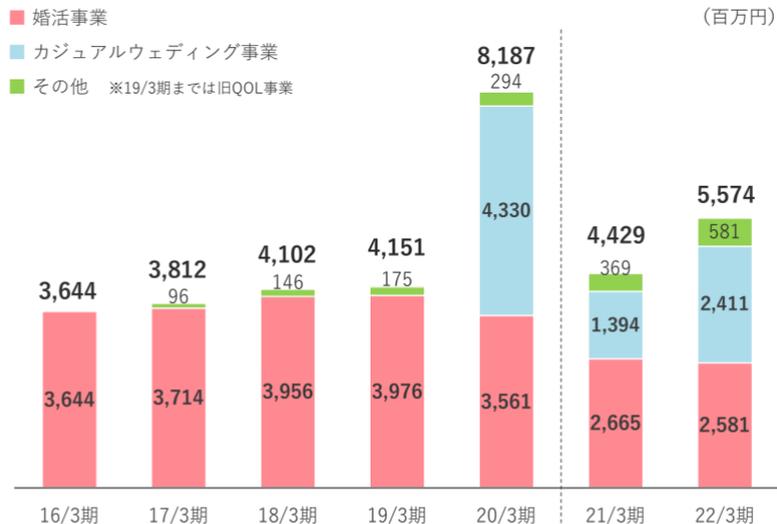
マーケティング 営業・受注 サービス提供



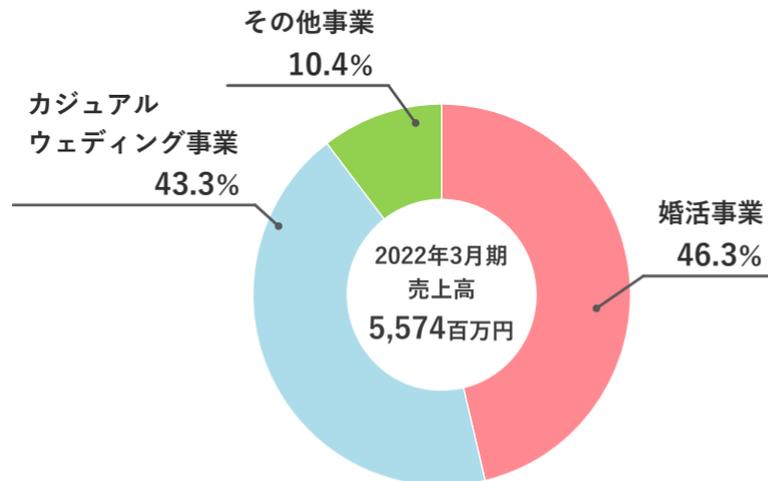
主力事業の婚活事業とカジュアルウェディング事業で売上の90%以上を占める

- ・2019年3月期までは婚活を中心に事業領域を拡大
- ・2019年4月に(株)メイションをグループ化し、婚活事業単一からカジュアルウェディング事業との二本柱の収益構造へ
- ・2021年3月期は新型コロナ影響でカジュアルウェディング事業が大幅減収も、2022年3月期は同事業のフォトウェディングが伸長し全社業績は回復傾向へ

事業別売上高（外部売上）の推移

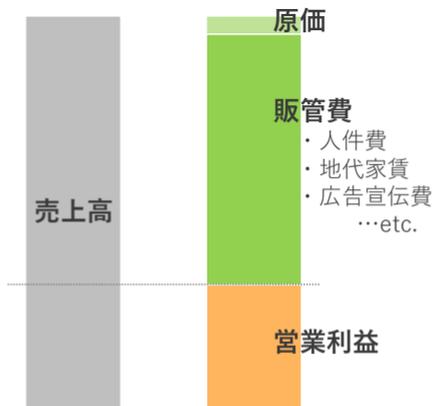


売上高（外部売上）構成比



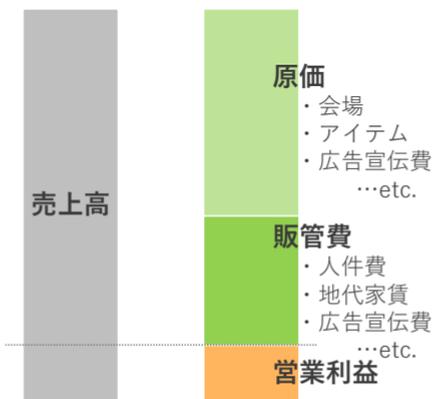
* 22/3期より従来の「婚活事業」「カジュアルウェディング事業」「その他事業」を再編し、新たに「婚活事業」「カジュアルウェディング事業」「テック事業」「ライフスタイル事業」「法人・自治体向け事業」の5区分に変更しており、21/3期の数値も22/3期に合わせて修正しております。なお、19/3期以前の「婚活事業」には「テック事業」等の一部が含まれております。

婚活事業

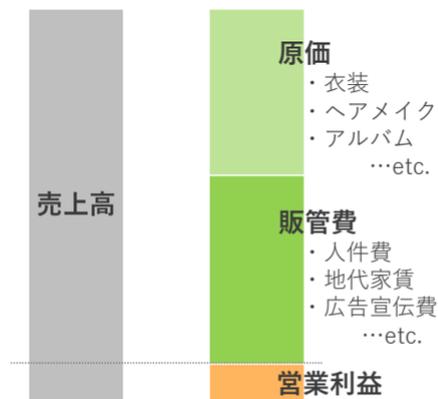


カジュアルウェディング事業

－ 挙式披露宴プロデューサー



－ フォトウェディング



2. 市場環境

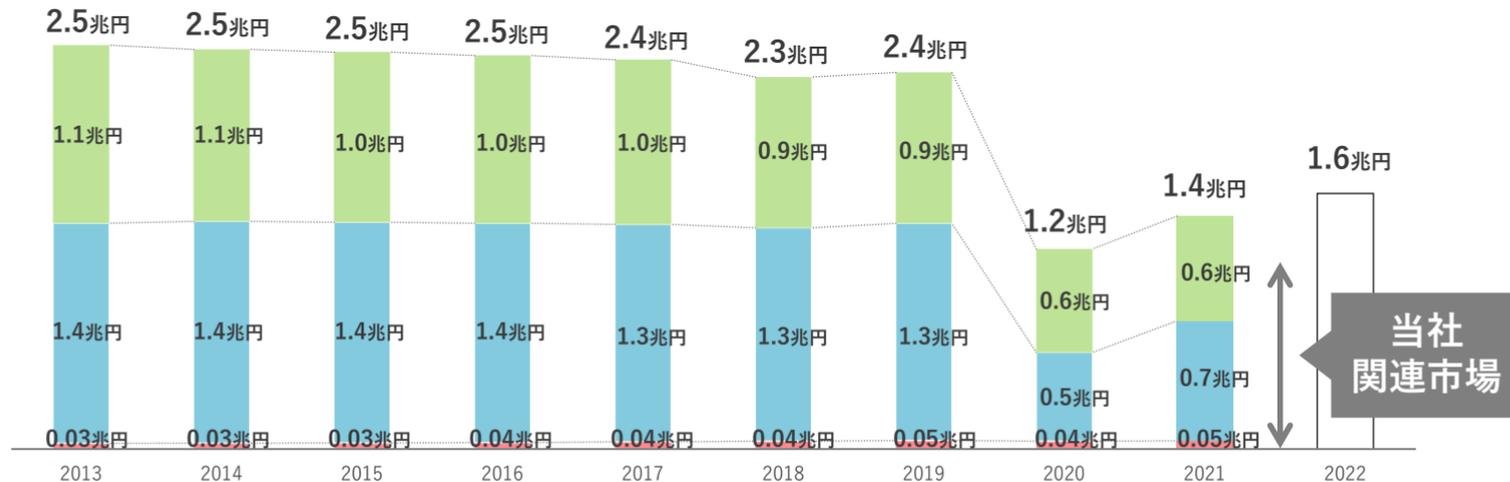
Market Insight

2021年度のブライダル関連市場規模は1.4兆円（YoY+17.6%）、新型コロナ影響を受けるも前年度から持ち直し

- ・ 2019年度までは一定規模で推移
- ・ 2020年度に新型コロナ影響により大幅に減少
- ・ 2021年度は市場が持ち直し前年度から+17.6%・新型コロナ前水準から約60%まで回復、2022年度は新型コロナ前水準から約70%まで回復見込み

ブライダル関連市場規模の推移

■ 婚活市場（オンライン恋活・婚活マッチングサービス除く） ■ ウェディング市場 ■ その他（ジュエリー・新婚旅行・家具等）

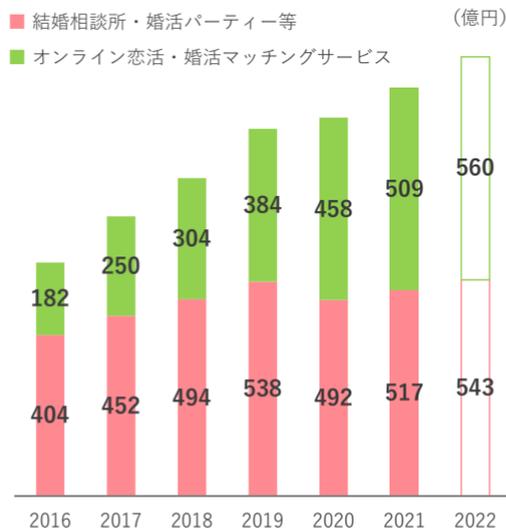


* 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑 2022」

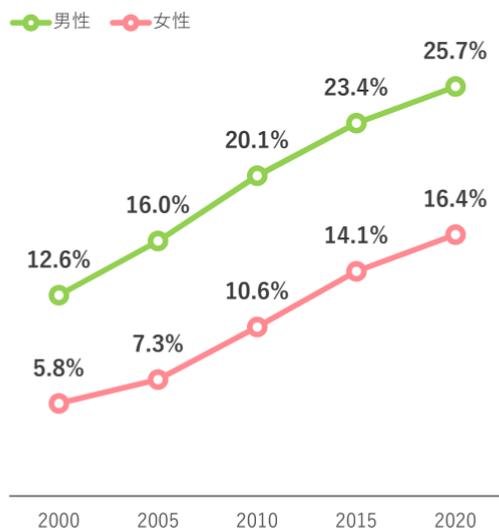
2021年度の婚活市場規模は1,026億円（結婚相談所・婚活パーティー等 517億円 / オンラインマッチングサービス 509億円）

- ・結婚相談所・婚活パーティー等はコロナ影響で一時縮小も2021年に成長傾向に転じる、オンラインマッチングサービスは継続成長、コロナ禍で需要拡大
- ・潜在顧客となる未婚者の割合は拡大傾向
- ・婚姻組数は微減傾向であるものの婚活サービスを利用して結婚した割合は拡大傾向

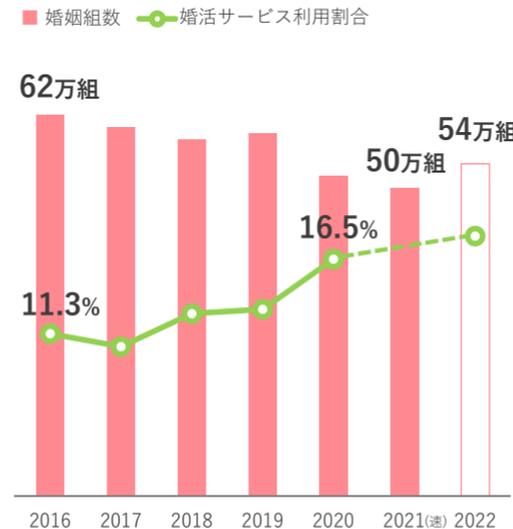
婚活市場規模の推移 *1



生涯未婚率の推移 *2



婚姻組数と婚活サービス利用割合の推移 *3

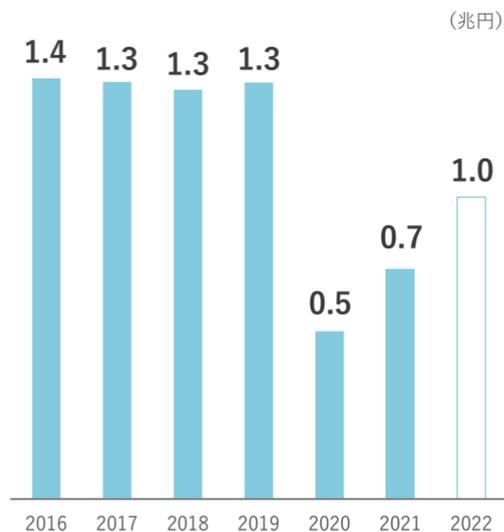


*1 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑 2022」 / *2 総務省統計局「国勢調査」 / *3 リクルートブライダル総研「婚姻組数予測」 「婚活実態調査2021」

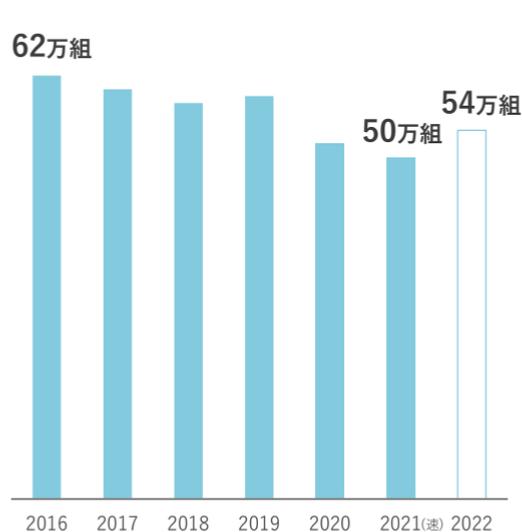
2021年度のウェディング市場規模は0.7兆円（YoY+37.3%）、新型コロナ影響も前年度から持ち直し

- ・ウェディング市場は概ね一定程度で推移していたが2020年にコロナ影響により大幅縮小、2021年以降は回復傾向
- ・潜在顧客となる婚姻組数は微減傾向
- ・従来型挙式披露宴の実施層が減少しカジュアルウェディングの実施層が拡大傾向、コロナ禍で少人数婚やフォトウェディング等の拡大が急速に進行する予測

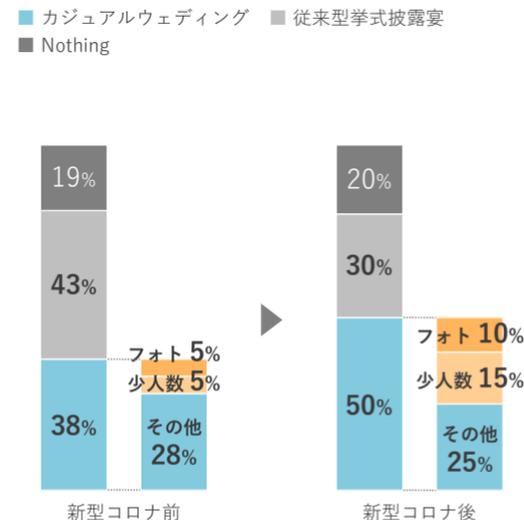
ウェディング市場規模の推移 *1



婚姻組数の推移 *2

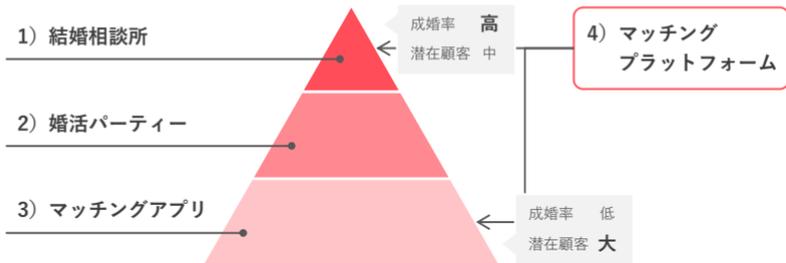


ウェディング施行割合の変化予測 *3



当社は高付加価値な結婚相談所を起点に全方位にサービス展開

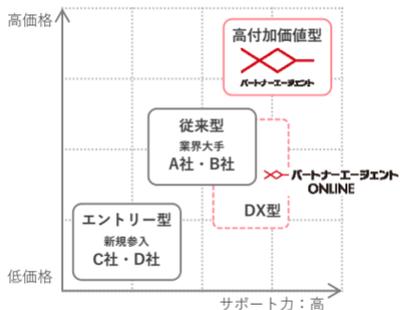
婚活市場全体



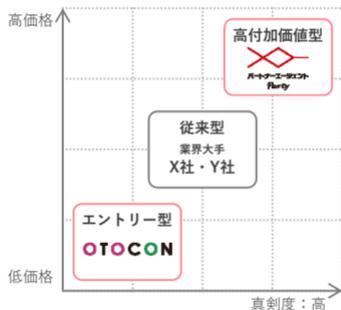
■ 各サービス領域における当社ポジション

- 結婚相談所**
サポートが手厚く高い成婚率を実現する**高付加価値型**を高価格帯で提供
- 婚活パーティー**
業界最安水準の低価格で気軽に参加できる**エントリー型**と結婚相談所のノウハウを活用して真剣な出会いにこだわる**高付加価値型**を展開
- マッチングアプリ**
結婚相談所の充実したサービスをアプリ完結で提供する**婚活型**
- マッチングプラットフォーム**
紹介可能会員数約3万人以上で**業界3位** (CONNECT-ship)

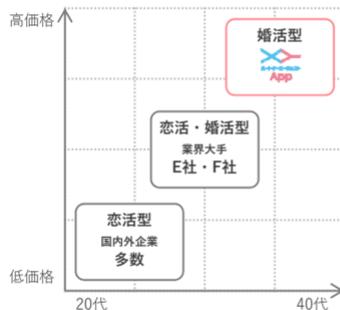
1) 結婚相談所



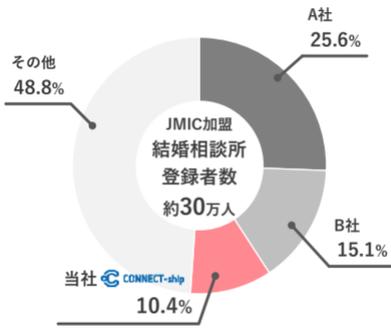
2) 婚活パーティー



3) マッチングアプリ



4) マッチングプラットフォーム

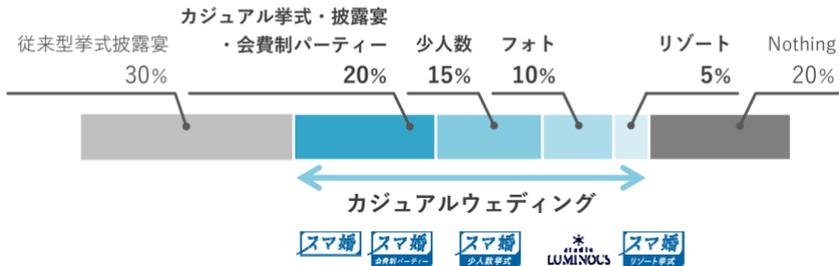


※2022年3月31日時点

* 神林龍・児玉直美 (2018) 「平成29年度結婚情報サービス業調査に関する報告書」 (一橋大学経済研究所とJMJC (一般社団法人日本結婚相手紹介サービス協議会) の共同実施調査) 及び各社HPより当社一部推計、JMJC加盟結婚相談所登録者数は各社HPを参考に弊社推計

当社はカジュアルウェディングの全顧客ニーズに対応するラインナップ

ウェディング市場全体イメージ



■ 各サービス領域における当社ポジション

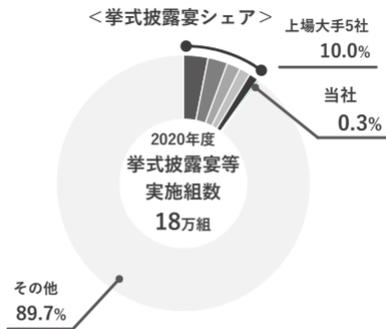
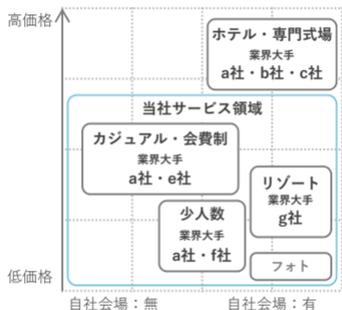
1) 挙式披露宴等

カジュアル挙式・披露宴・会費制パーティー・少人数挙式・リゾート挙式を低価格帯で提供
 各種サービスの組み合わせにより、ゲスト人数や予算に合わせたスタイル提案が可能

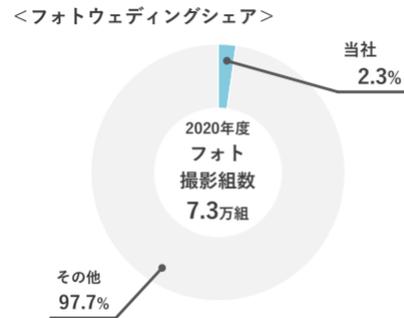
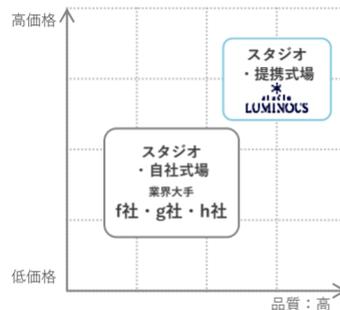
2) フォトウェディング

高品質なフォトウェディングを高価格帯で提供
 国内6カ所の自社スタジオでの撮影に加え、株式会社エスクリをはじめとする提携式場でのロケーション撮影も可能

1) 挙式披露宴等



2) フォトウェディング

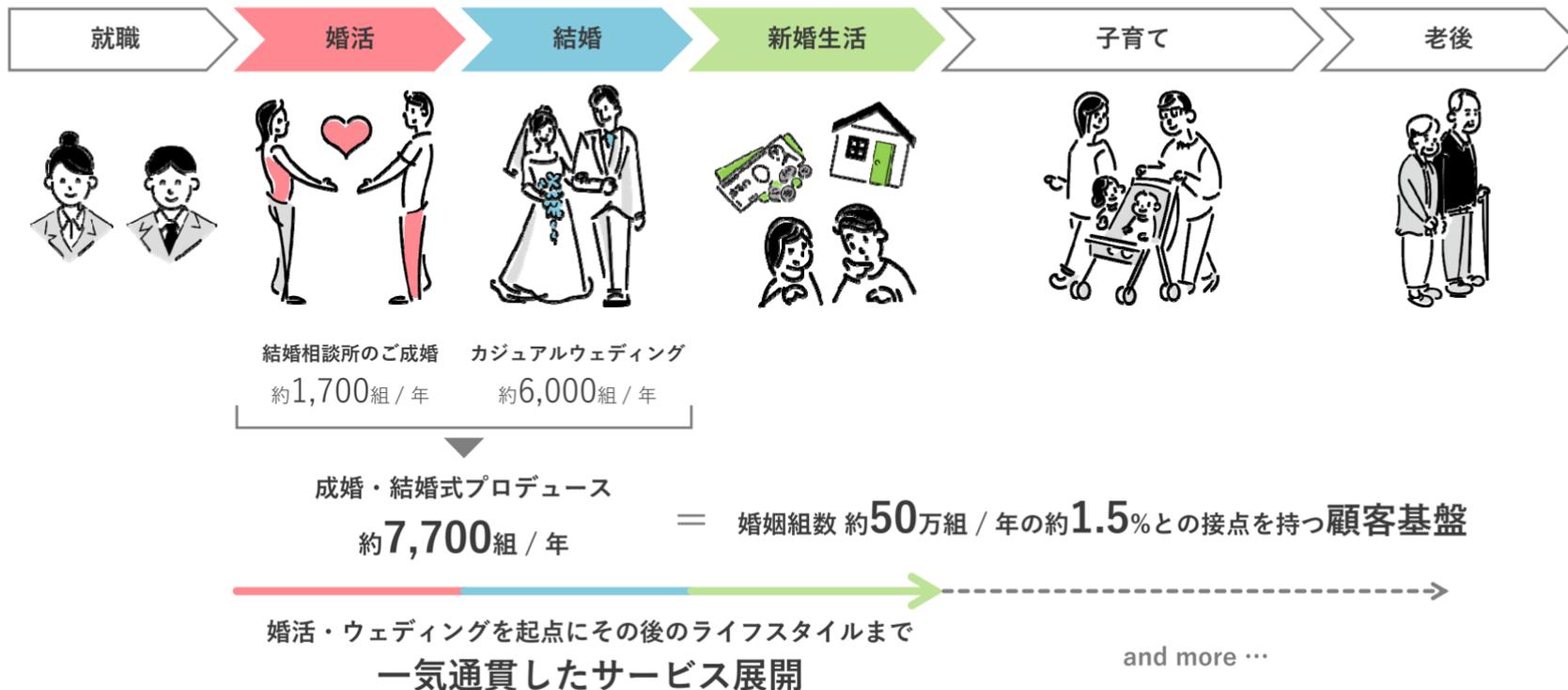


* リクルートブライダル総研「結婚トレンド調査」、ウェディングパーク「『ナシ婚』に関する実態調査」及び各社HPより当社一部推計
 * 2020年度挙式披露宴等実施組数及び2020年度フォト撮影組数はリクルートブライダル総研「結婚総合意識調査」を基に当社推計

3. 競争力の源泉

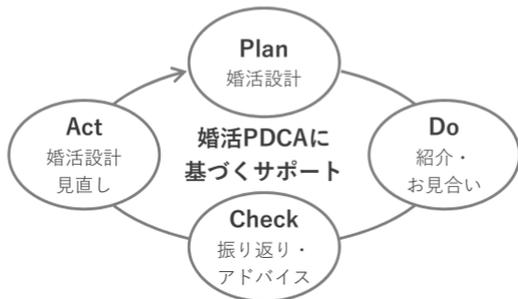
Our Strength

婚活・ウェディング・ライフスタイルまで一気通貫したサービス展開 / 年間約7,700組の新郎新婦との接点を持つ顧客基盤



一般的な結婚相談所の約3倍の顧客成果＝成婚を実現

■ 独自の成婚コンシェルジュによる手厚いサポート

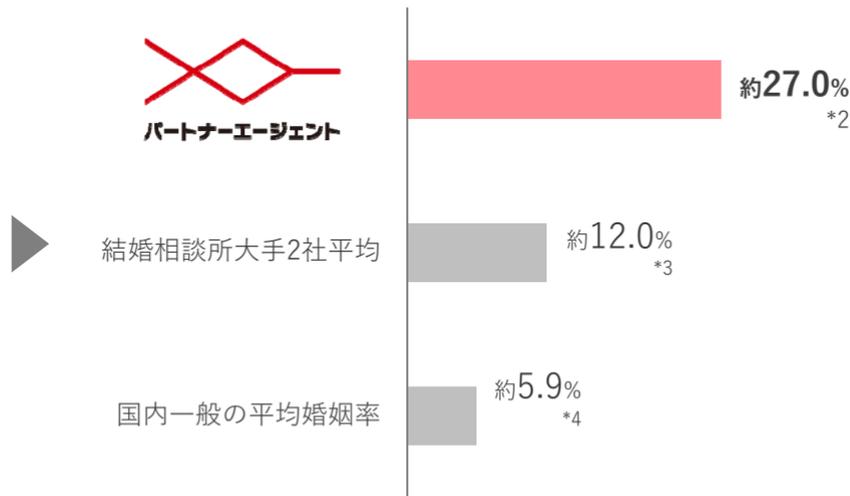


■ 業界最大級の紹介可能人数

- ・ **パートナーエージェント 約7.5万人^{*1}**
- ・ A社 約7.6万人^{*2}
- ・ B社 約4.5万人^{*2}

^{*1} 当社が運営する婚活事業者間会員相互紹介プラットフォーム「CONNECT-ship」の有効会員数 約3.1万人と
 パートナーエージェントが加盟するプラットフォーム「SCRUM」の登録会員数 約4.3万人の合計
^{*2} 2022年3月、各社HPより当社推計

成婚率 業界No.1^{*1}



^{*1} 株式会社ビッグツリーテクノロジー&コンサルティング 2020年4月調べ
^{*2} 2020年3月期実績 / ^{*3} 2020年6月、各社HPより当社推計
^{*4} 2010年4月～2015年の国勢調査から国内の年間平均成婚率を算出

成婚率No.1 *1 のノウハウを生かしたワンランク上の婚活パーティーと業界最安水準 *2・均一価格の婚活パーティーを展開

◇ パートナーエージェント Party

■ 独身誓約書必須

信頼できる出会いを実現するため、すべてのパーティーで参加時に独身誓約書への署名必須
業界初の各種証明書提出必須のパーティーも企画



■ 参加者の事前見える化

希望条件を事前に登録することで、
条件にマッチする相手が参加するパーティを選ぶことができる業界初の仕組み



■ 成婚率No.1のノウハウを活用

成婚率No.1のパートナーエージェントの独自の
カップル成立ノウハウを活用した様々な企画や
支配人のサポートで成果が出るパーティーを実現



OTOCON

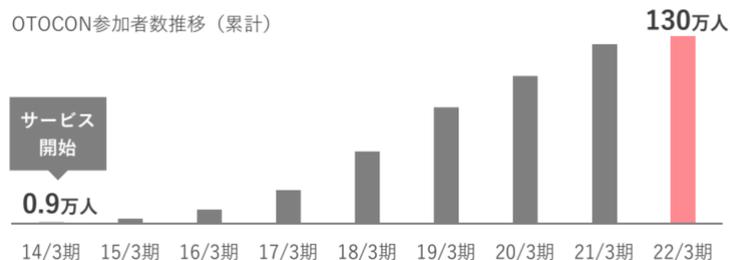
■ 業界最安水準・均一価格

	男性参加料	女性参加料
OTOCON	3,500円	500円
X社	3,500-5,000円	500-2,500円
Y社	3,500-6,000円	1,000円
Z社	4,900-5,000円	1,000-2,000円



累計参加者数 130万人突破

OTOCON参加者数推移 (累計)



高認知度のブランド / 独自の会場仕入れで安く質のいい結婚式を実現

■ 「スマ婚」ブランドの高い認知度

Q. 結婚式を挙げる際のサービスとしてご存知のものはありますか？

→ 知らない

名前を知っている / 聞いたことがある
具体的サービス内容など詳細まで知っている] = 認知

他サービスの
約**2**倍の認知度

スマ婚

約55.2%

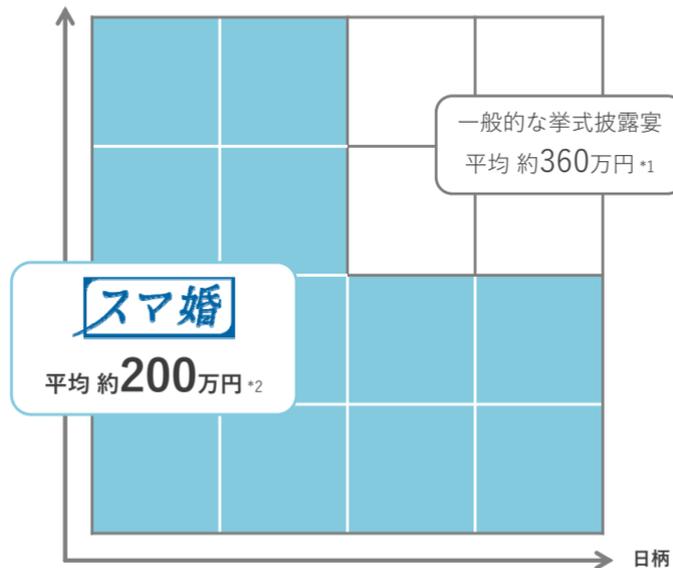
ウェディングプロデュース
大手2サービス平均

約12.0%

* 当社調べ（調査期間：2020年9月28日-10月1日 / 調査協力：株式会社クロスマーケティング / 調査対象：20-49歳の未婚女性）

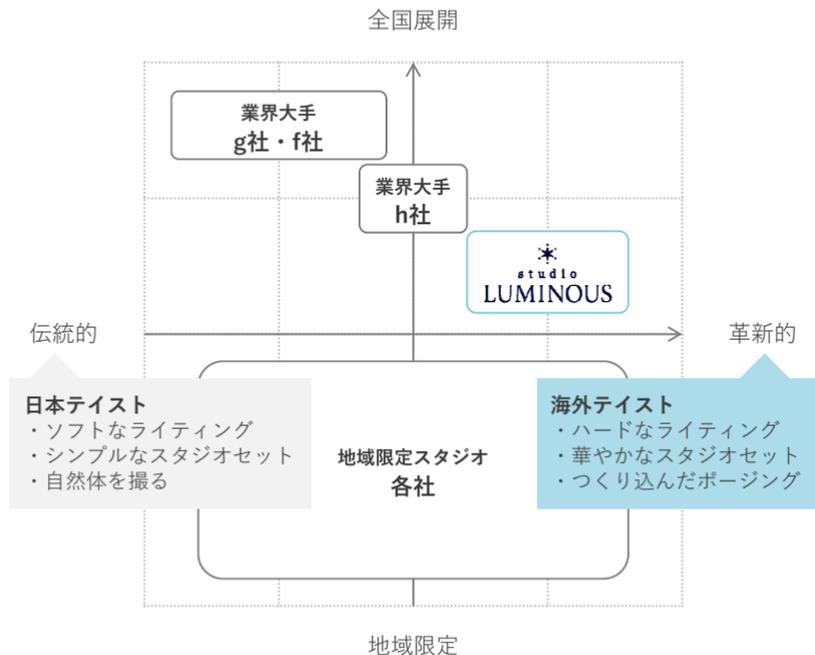
■ 会場費用を抑える独自の仕入れノウハウ

人気会場



*1 ゼクシィ「結婚トレンド調査2020」 / *2 2020年3月期実績

革新的で質の高い海外テイストのフォトウェディングを全国展開



■ 洗練されたスタジオセット

- ・花嫁が最も美しく映えるように設計した国内6拠点の自社スタジオ
- + 提携9会場でのロケーション撮影



■ 最先端のフォトレタッチ技術

- ・基礎調整 (色、明るさ、コントラスト等)
- ・ボディライン調整
- ・フェイスライン・パーツ調整



■ 自社育成のカメラマン

- ・25名の正社員カメラマン (2022年3月現在)
- ・社内にフォトアカデミーを設置、自社スタジオに合わせた撮影研修を実施



高い満足度を実現

お客様満足度 4.4点/5点満点*

4. 事業計画

Business Plan

全社方針

トレンドや社会変化に即座に対応できる **柔軟な事業構造へ** ～コロナに負けない企業体質構築～

1

短期業績回復

経営合理化と事業構造改革

販売費及び一般管理費の固定費圧縮
婚活事業・カジュアルウェディング事業ともに環境に左右されないサービス強化

2

グループCRM整備

顧客基盤の利活用

顧客アクセスの仕組み構築
組織体制強化

3

財務基盤強化

債務超過解消 1年以内 / 借入金返済 3年以内

収益性向上 : 2022年3月期 下半期純利益 1.6億円 (計画)
財務基盤強化 : 新株予約権発行等により 6.3億円調達 (実施済)
第三者割当による新株発行により2.9億円調達予定 (2021年12月29日払込期限)

経営合理化と事業構造改革推進

■ 販売費及び一般管理費の固定費圧縮

- ・ 販管費は21/3期→22/3期で13.0億円減（前期比22.8%減）
- ・ 減少要因は主に人件費、広告販促費、地代家賃

■ 販管費（百万円）



■ 環境に左右されないサービス強化

- ・ 婚活：成婚機会拡大と顧客成果（成婚）最大化を推進

オンライン結婚相談所
展開本格化

パートナーエージェント ONLINE



高望みから、はじめよう。
(オンタイムで)
成婚率 業界 No.1

AI婚活システム
リニューアル

gooのAI

gooのAIエンジン導入
マッチング精度を向上

業界最大級（※）の
マッチングプール確立

SCRUM

SCRUMとデータ連携
紹介可能会員数7万名超へ

※当社調べ

- ・ カジュアルWD：顧客動向に合わせたプロダクトを開発

スマ婚少人数挙式+家族写真
「新マイクロウェディング」提供開始



前撮り需要獲得に向け
「和装前撮り特別プラン」提供開始

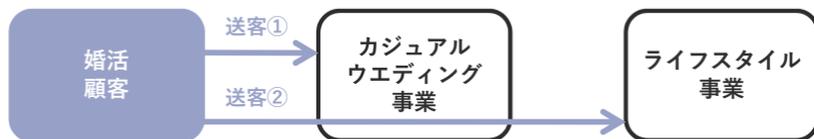


顧客基盤の活用

■ 顧客アクセスの仕組み構築／組織体制強化

- ・従来の婚活（成婚者）を起点とした送客体制からグループ顧客全体の相互送客体制へ
- ・送客に係る基盤再整備（マニュアル策定、研修強化、目標値設定等）

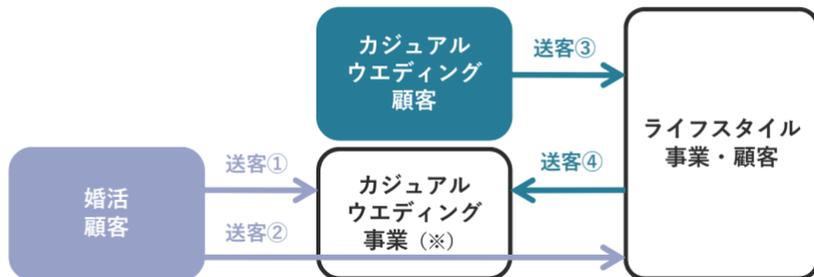
<従来の送客体制>



婚活（成婚者）を起点とした送客体制

- ①婚活顧客→結婚式プロデュース・ブライダルジュエリー提供
- ②婚活顧客→保険提供等

<現在の送客体制>



グループ顧客全体の相互送客体制へ

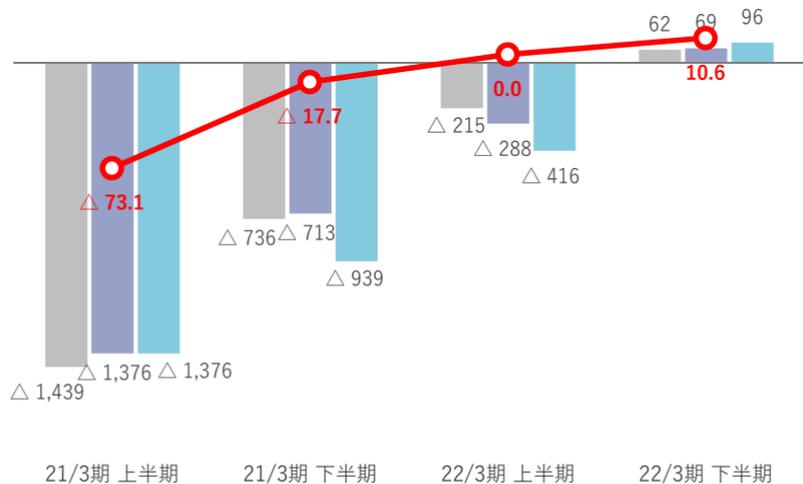
- ①婚活顧客⇒結婚式プロデュース・ブライダルジュエリー提供
- ②婚活顧客⇒保険提供等
- ③カジュアルウエディング⇒保険提供等
※事業内送客（挙式披露宴⇄結婚式二次会 ⇄フォトウエディング）
- ④ライフスタイル⇒ブライダルジュエリー提供

債務超過解消 1年以内 / 借入金返済 3年以内

■ 収益性向上

- ・ 22/3期下半期は段階利益の全てが黒字化
- ・ 21/3期上半期→22/3期下半期でEBITDAマージンは83.7pt改善

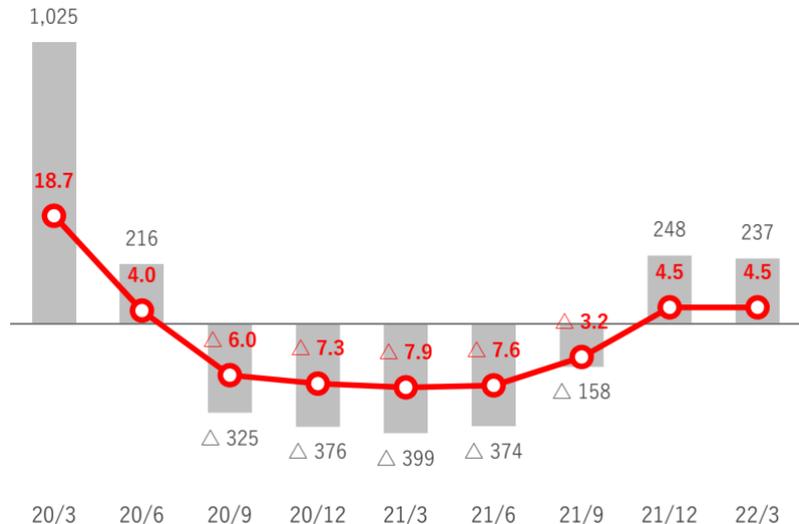
■ 営業利益 ■ 経常利益 ■ 親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円) ○ EBITDAマージン (%)



■ 財務基盤強化

- ・ 21/12で債務超過解消
- ・ 自己資本比率は20/6水準まで回復

■ 純資産 (百万円) ○ 自己資本比率 (%)



全社方針

トレンドや社会変化に即座に対応できる **柔軟な事業構造へ**

～中長期視点で再成長に向けた基盤整備推進～

1

高収益体制の確立

中核事業の収益安定化とその他事業の収益拡大

中核事業（※）は入会促進を再開、2023年3月期上半期は広告投資を積極化
その他事業（※）は新規投資抑制も有力パートナーとの連携強化等で更なる収益貢献実現

2

プロダクトの競争力強化

社会環境の変化に耐えうる競争優位性を確立

DX推進によるプロダクト強化、
社会課題への積極対応等

3

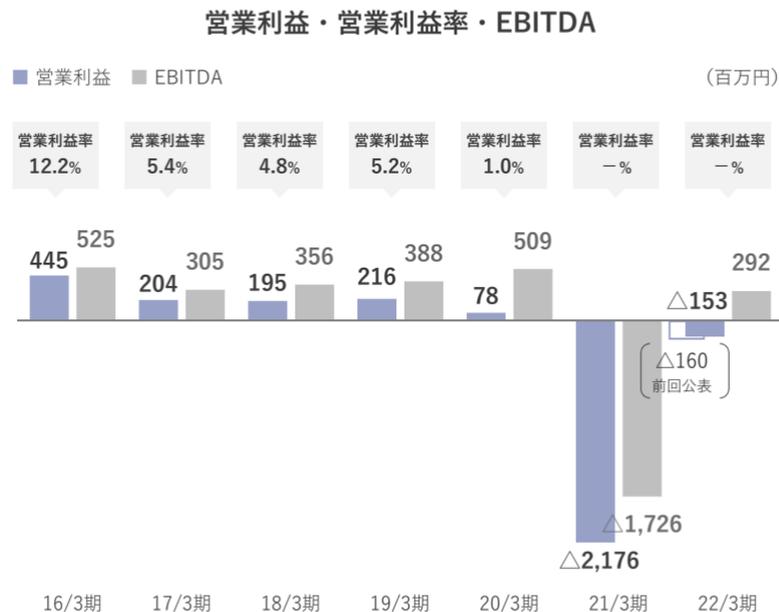
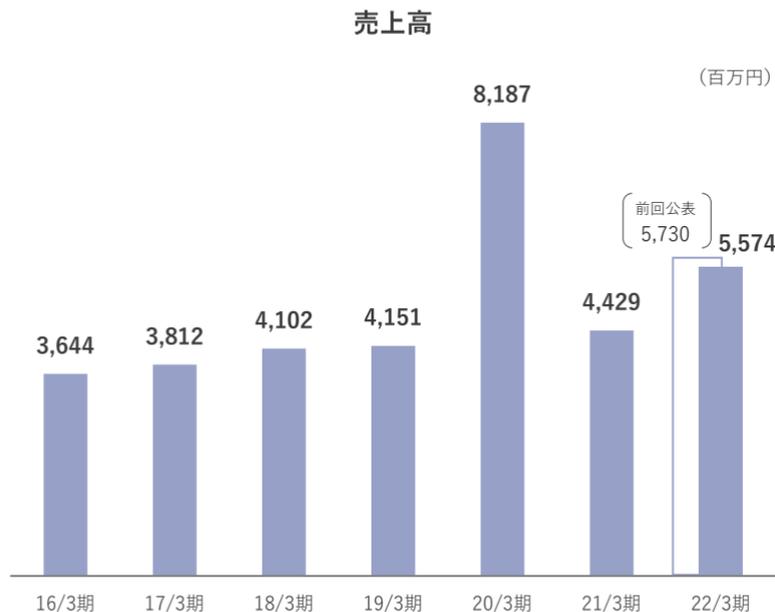
財務基盤強化

健全かつ安全な財務基盤確立

2022年3月期末に債務超過解消、2022年6月下旬に上場廃止に係る猶予期間解除見込み
引き続き、借入金の早期返済、一定の内部留保確保を推進

売上高 / 営業利益 / 営業利益率 / EBITDA*を重要な経営指標とし持続的向上をめざす

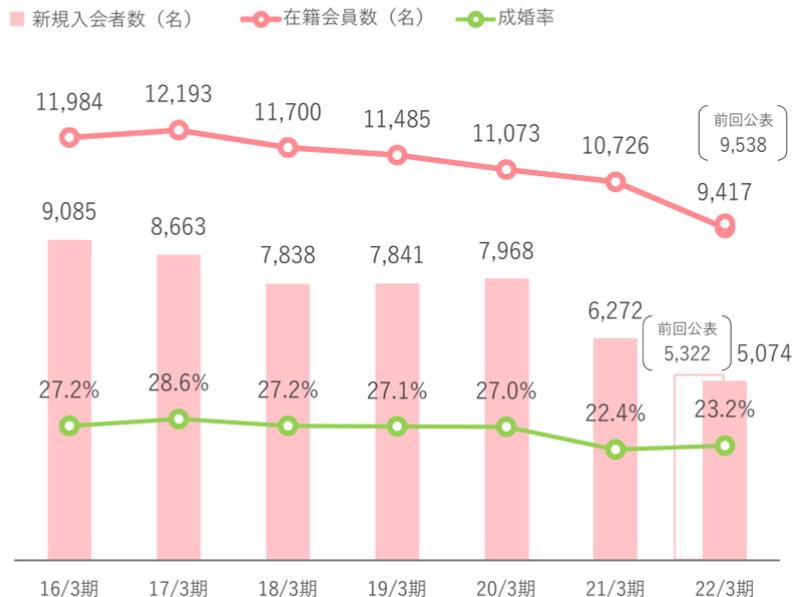
- ・当社グループの収益獲得状況を測定する基礎的な指標として売上高・営業利益・営業利益率を採用
- ・グループ会社の株式取得にかかるのれん等を資産として多く保有するため、償却費等の影響を補正した実質収益力を測定する指標としてEBITDAを採用
- ・22/3期は概ね前回公表（21/12/17付）通り着地／売上高 前回公表から2.7%減、営業損益 前回公表から6百万円改善



* 営業利益に償却費を加えて算出

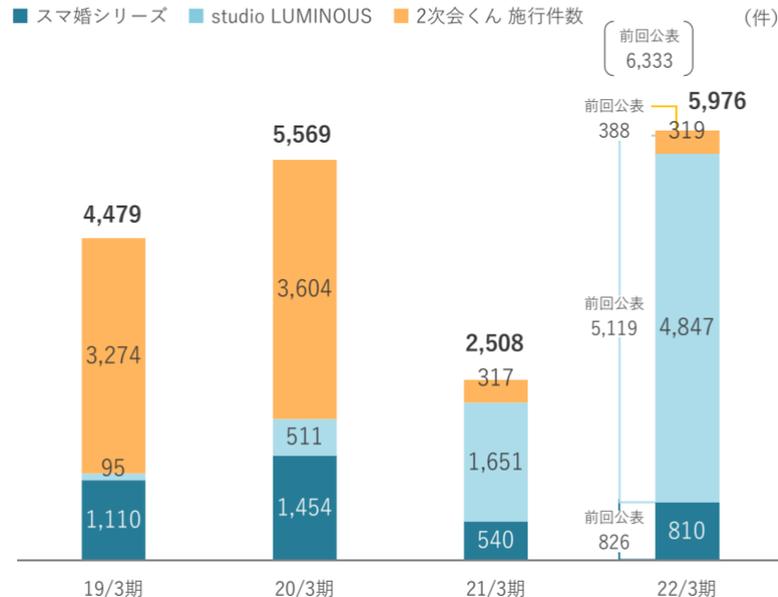
婚活事業

- ・マーケットシェアを測定する指標として**新規入会者数・在籍会員数**を採用
- ・サービス品質を測定する指標として**成婚率**を採用
- ・22/3期は新型コロナ再拡大を踏まえ戦略的に入会促進抑制、これにより前回公表（21/12/17付）から在籍会員数は1.3%減、新規入会者数は4.7%減



カジュアルウェディング事業

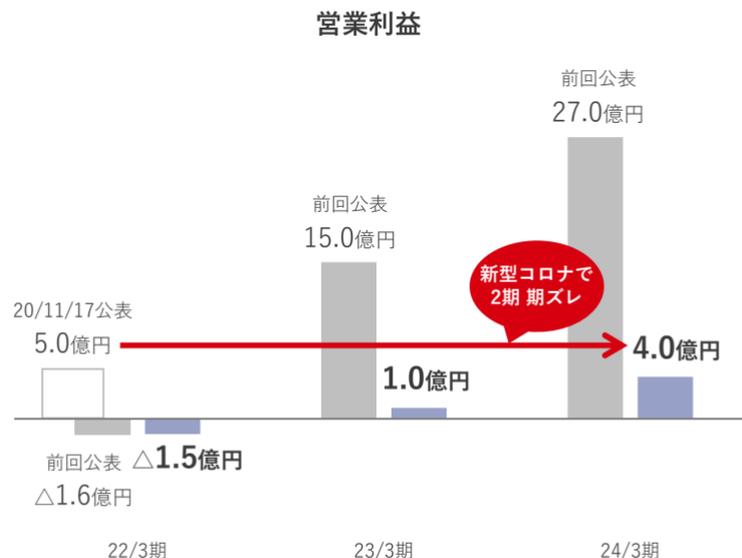
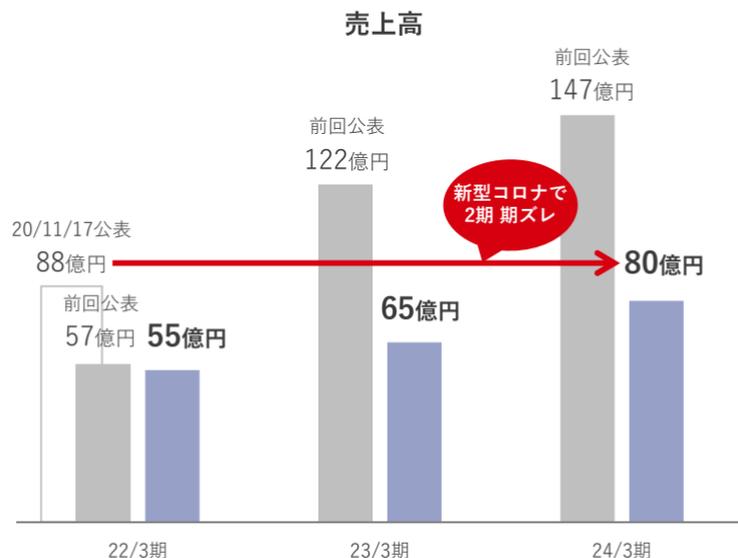
- ・マーケットシェアを測定する指標として**施行件数**を採用
- ・22/3期は新型コロナ再拡大でstudio LUMINOUSで一部施行延期等が発生、これにより前回公表（21/12/17付）から全施行件数は5.6%減



2023年3月期に黒字転換、以降、収益拡大基調へ

■ 前回公表値（21/12/17付）との差異

- ・ 前回公表は2020年11月17日付「3か年中期経営計画」数値で、22/3期下半期から新型コロナが一定程度収束し経済が緩やかに回復している環境を前提
- ・ しかし、新型コロナの収束が依然見通せず、ウクライナ情勢等の地政学リスクもあり経済環境は不透明な状況が続くことが予測され、一定程度業績に影響を及ぼすことを前提としたことから23/3期E-24/3期Eの数値を修正
- ・ なお、3か年中期経営計画の業績目標の達成は当初想定から2期ズレ込む見込み



■ 前回公表値（21/12/17付）との差異

- ・ 前回公表値は2020年11月17日付で開示した「3か年中期経営計画」の数値となっており、22/3期下半期から新型コロナが一定程度収束し経済が緩やかに回復している環境を前提
- ・ しかし、新型コロナの収束が依然見通せず、ウクライナ情勢等の地政学リスクもあり経済環境は不透明な状況が続くことが予測され、一定程度業績に影響を及ぼすことを前提に変更したことから23/3期Eの数値を修正

2023年3月期 セグメント別業績

(億円)		22/3期 実績	23/3期 (前回公表)	23/3期 (今回公表)
婚活	売上高	25.8	46.0	26.4
	営業利益	8.3	16.0	6.9
カジュアル ウェディング	売上高	24.1	64.0	32.2
	営業利益	△2.1	13.0	0.3
テック	売上高	1.4	5.3	1.6
	営業利益	0.2	2.5	0.7
ライフ スタイル	売上高	0.7	0.8	0.5
	営業利益	0.1	0.3	0.0
法人・ 自治体向け	売上高	3.7	5.0	4.1
	営業利益	0.8	2.1	0.6

重要な経営指標見通し（事業別）

	22/3期 実績	23/3期 (前回公表)	23/3期 (今回公表)	
婚活	新規入会者数（名）	5,074	10,880	6,835
	在籍会員数（名）	9,417	14,775	9,782
カジュアル ウェディング	施行件数（件）	5,976	15,195	6,936
	- スマ婚シリーズ	810	1,832	889
	- 2次会くん	319	2,363	654
	- studio LUMINOUS	4,847	11,000	5,393

決算資料（決算短信・説明資料・ファクトブック）及びコーポレートサイトにて詳細公表

■ 2022年3月期実績

- ・新型コロナ等の影響を受けるも事業構造改革や経営合理化等が奏功、中核事業で利益率改善、その他事業で収益伸長
- ・売上高、営業利益、経常利益は概ね計画通り
- ・親会社株主に帰属する当期純利益は特別利益（助成金）の一部が次期計上で計画から若干下振れ

(億円)	22/3期計画 (11/15付)	22/3期実績				計画増減
		上半期	下半期	通期		
売上高	57.3	28.0	27.7	55.7	△1.5	
営業利益	△1.6	△2.1	0.6	△1.5	+0.0	
経常利益	△2.3	△2.8	0.6	△2.1	+0.1	
親会社株主に帰属する 当期純利益	△2.5	△4.1	0.9	△3.2	△0.7	

■ 2023年3月期進捗

- ・四半期毎の進捗を決算資料及びコーポレートサイトで公表
- ・コーポレートサイト <https://tameny.jp/>

日興IR 2021年度 企業ホームページ
「新興市場最優秀」「総合優秀」に選定



ニュース お問い合わせ

理念 会社情報 事業内容 ESG 株主・投資家情報 採用情報

English

よりよい人生をつくる。

この時代に、この国に生まれ、堕ちた私たちは縁が重なり、今ここにいる。

この世に生まれていない笑顔を、幸せを、我々でしか成し得ない企業活動を通じてつくる。

5. リスク情報

Business Risks

(1) 認識するリスクと対応策

主要な認識するリスクと対応策

リスク	顕在化の可能性 / 時期	顕在化した場合の影響度	対応策
<p>■ 市場動向</p> <p>非婚化傾向の増大、挙式披露宴非実施傾向の増大、経済情勢の悪化等により、結婚を希望する方、婚姻組数、挙式披露宴を実施する方が著しく減少した場合、婚活・カジュアルウェディングの既存市場が縮小する可能性がある。</p>	中 / 中長期	大	<ul style="list-style-type: none">・ 社会情勢、生活様式、世代別のニーズや各種トレンドの変化に対するマーケット情報の収集分析・ 婚活やウェディングのトレンドの変化を見据えた継続的な既存サービス見直しと新規市場開拓に向けた新サービスの企画開発
<p>■ 競合</p> <p>大規模な資本や強力なマーケティング力、高い知名度・ブランド力を有する企業等の当社グループ事業領域への新規参入や事業規模拡大等によって競争が激化した場合、顧客流出やそれに対処するための様々なコストの増加等が発生する可能性がある。</p>	低 / 中長期	大	<ul style="list-style-type: none">・ 各事業で他社との差別化による顧客支持獲得・維持に努める
<p>■ 個人情報を含む情報資産の管理</p> <p>当社グループが保有・管理する情報資産について、不正アクセス、改ざん、漏えい等が発生した場合、当社グループに対する信用の低下及び適切な対応を行うためのコスト負担が生じる他、当該情報漏えいによって第三者に損害が生じた場合、当社グループに対する損害賠償請求等による負担が生じる可能性がある。</p>	低 / 不明	大	<ul style="list-style-type: none">・ 情報資産の外部漏えいや不正アクセス、改ざん等を防止するための社内規程制定・運用・ ISO27001（情報セキュリティマネジメントシステム）やPマークの認証取得、維持・ 定期的な内部監査や認証機関による監査、役員・従業員への教育・ 取り扱う情報に応じ社外関係先との機密保持に係る誓約書等締結
<p>■ 婚活関連サービスにおける安全性・健全性維持</p> <p>当社の結婚相手紹介サービス利用者の情報詐称、わいせつ行為、誹謗中傷、商業利用、その他の犯罪行為や不適切行為が発生した場合、当社グループに対する信用の低下及び適切な対応を行うためのコスト負担が生じる可能性がある。</p>	中 / 不明	大	<ul style="list-style-type: none">・ 本人確認等の厳格な実施・ 利用規約における制限事項及び各種禁止事項の明記・ ユーザーサポートやモニタリングの徹底

リスク	顕在化の可能性 / 時期	顕在化した場合の影響度	対応策
<p>■ 新型コロナウイルス感染症</p> <p>新型コロナウイルス感染症拡大がさらに長期化し、緊急事態宣言の再発令等により経済情勢等が悪化した場合、事業活動の停止や顧客減少等が発生し、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性がある。</p>	中 / 短期	大	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 事業構造改革及び経営合理化の実施（済） ▶ 中長期視点で再成長基盤構築に着手 （高収益体制の確立、プロダクトの競争力強化、財務基盤強化）

※ その他のリスクや対応策の詳細については、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

今後の開示

本資料のアップデートは今後、通期決算の発表時期に開示を行う予定です。次回開示予定は2023年5月です。

免責事項

本資料は、業界動向及び事業内容について、当社グループによる現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。

既に知られたもしくは未だ知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。また、当社グループの実際の将来における事業内容や業績などは、本資料に記載されている将来展望と異なる場合があります。

－ 本件に関するお問い合わせ先 －

タメニー株式会社 IR担当

〒141-0032 東京都品川区大崎1-20-3 イマス大崎ビル3階

TEL : 03-6685-2800 (IR直通 / 平日10-18時) Mail : ir-contact@tameny.jp

よりよい人生をつくる。



Tameny