

A.D.W.
Group

SINCE 1886

株式会社エー・ディー・ワークス
2015年3月期第3四半期決算補足資料

2015年1月26日
株式会社エー・ディー・ワークス
東証JASDAQ:3250 <http://www.re-adworks.com/>

目次

I	2015年3月期第3四半期 決算概要	p.2-p.9
II	2015年3月期連結業績計画	p.10-p.12
III	CRM戦略の進捗	p.13-p.15
IV	参考資料(会社概要・株主構成・連結業績推移)	p.16-p.20
V	参考資料(A.D.W.グループビジネスモデルの特色)	p.21-p.28
VI	参考資料(経営課題と具体戦略)	p.29-p.38
VII	参考資料(第4次中期経営計画関連)	p.39-p.43

I - 2015年3月期第3四半期 決算概要

1. 2015年3月期第3四半期 総括

Topic

1

当第3四半期までに21棟の販売を完了

⇒通期連結業績計画に対し、売上高56.1%、経常利益61.2%の進捗

Topic

2

国内/米国収益不動産ともに仕入活動に注力

⇒当第3四半期までの仕入額は6,654百万円

Topic

3

当第3Q現在、**収益不動産の平均残高は11,203百万円**

⇒前第3Qより75.8%増加

2. 連結PLサマリー(対前期比)

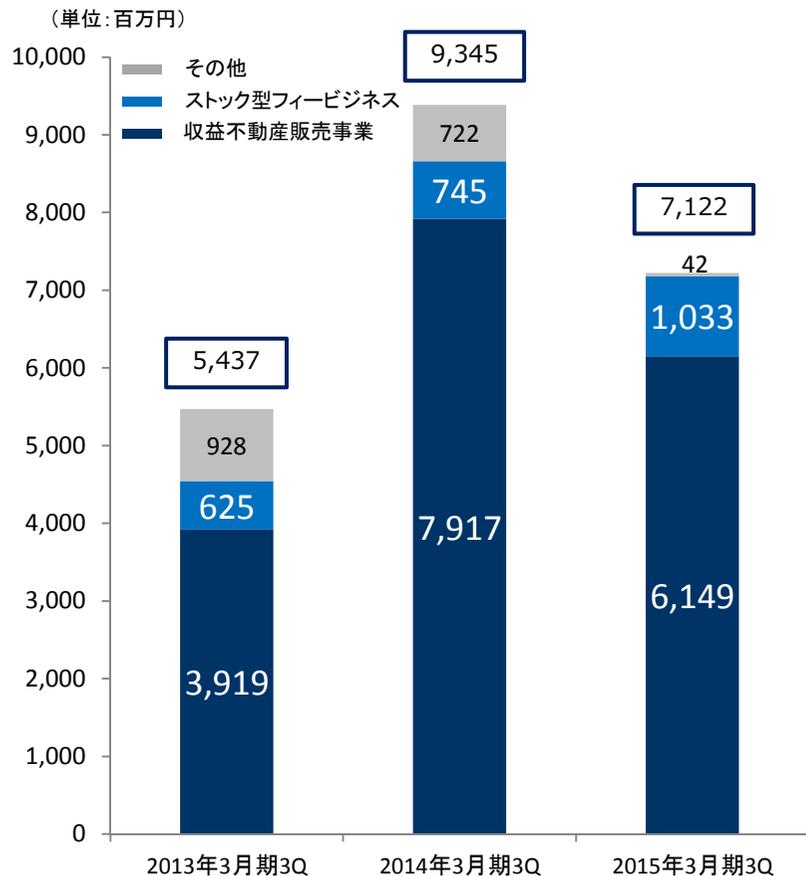
(単位:百万円)	2014年3月期 第3四半期		2015年3月期 第3四半期		対前3Q 増減率
	金額	売上比	金額	売上比	
売上高	9,345	100.0%	7,122	100.0%	-23.8%
売上総利益	1,745	18.7%	1,631	22.9%	-6.5%
販売管理費及び一般管理費	1,052	11.3%	1,199	16.8%	+13.9%
EBITDA	709	7.6%	455	6.4%	-35.8%
営業利益	692	7.4%	432	6.1%	-37.6%
経常利益	425	4.6%	306	4.3%	-28.1%
四半期純利益	256	2.8%	186	2.6%	-27.4%

Points

- 1- 売上高は前年同期に比べ23.8%減となったものの、賃料収入増が寄与し、売上総利益は6.5%減に留まる
- 2- 増床部分の家賃増に加え、人材投資を先行するなど規模拡大に伴う費用が増加

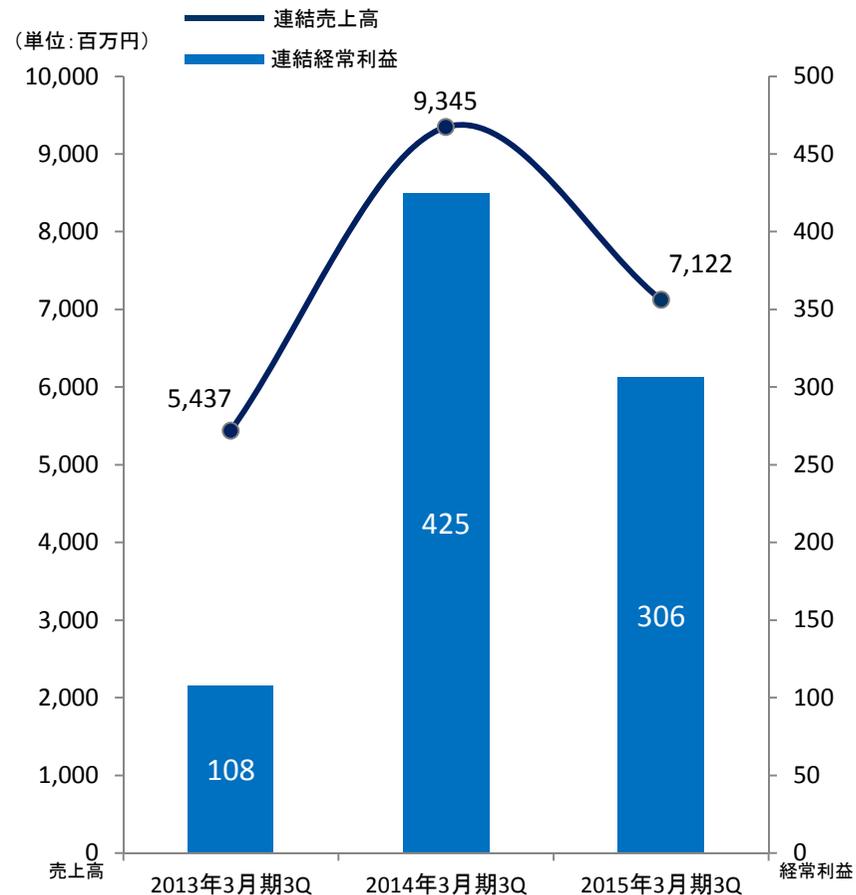
3. 連結業績の推移

連結売上高(事業別)の推移



(*1)セグメントごとの売上高にはセグメント間の内部売上高を含んだ数値を記載しております。
そのため、各セグメントの合計数値と連結売上高とは異なるものとなります。

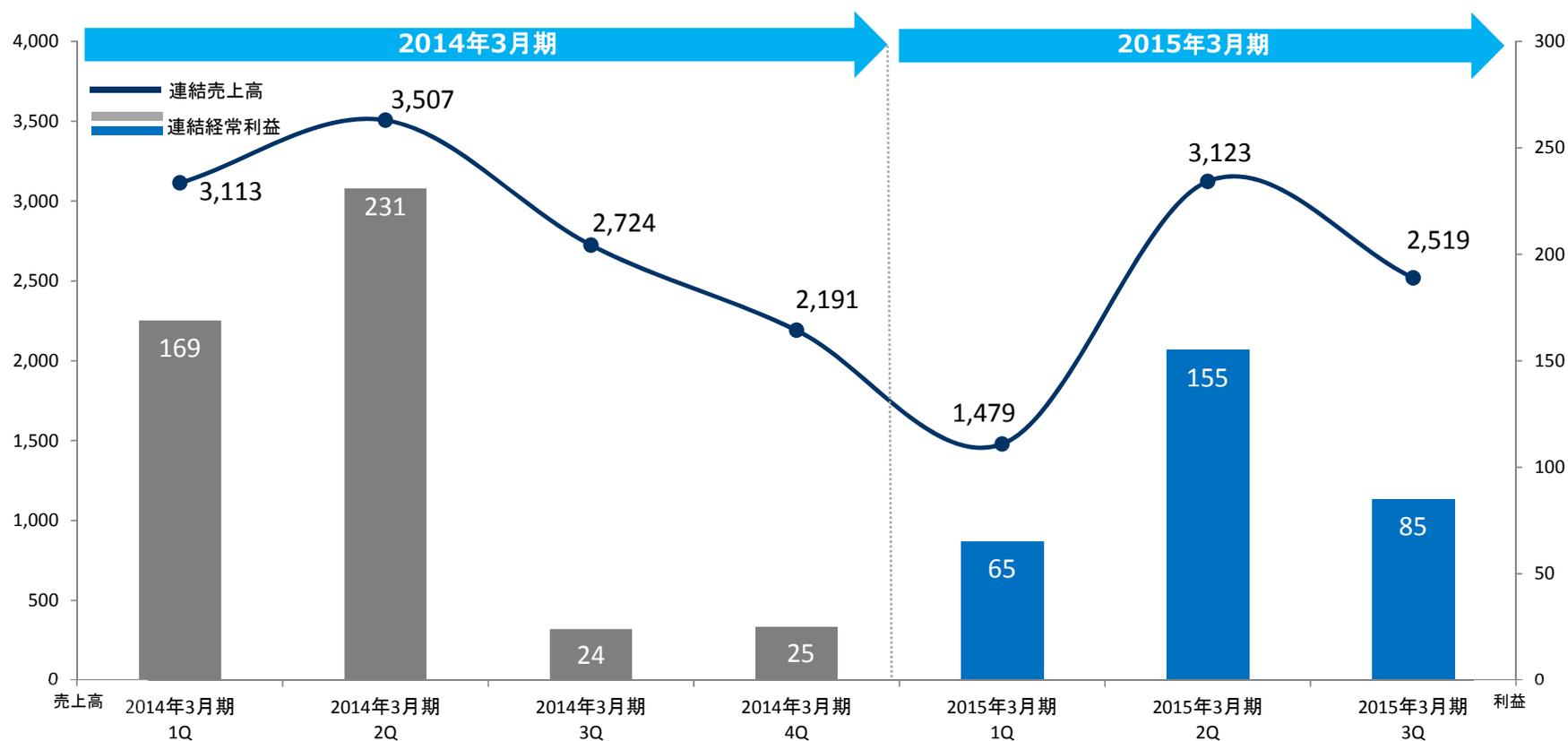
連結売上高/経常利益の推移



期初計画に従い、売上高/利益ともに着実に進展

4. 連結四半期業績の推移

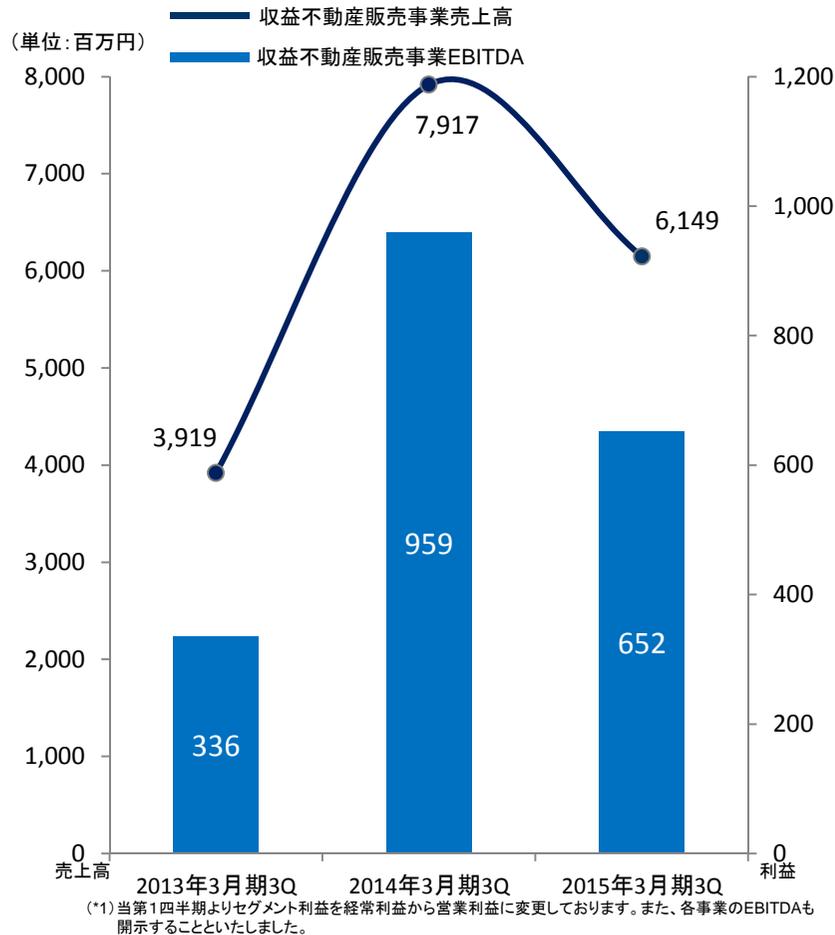
連結四半期業績の推移



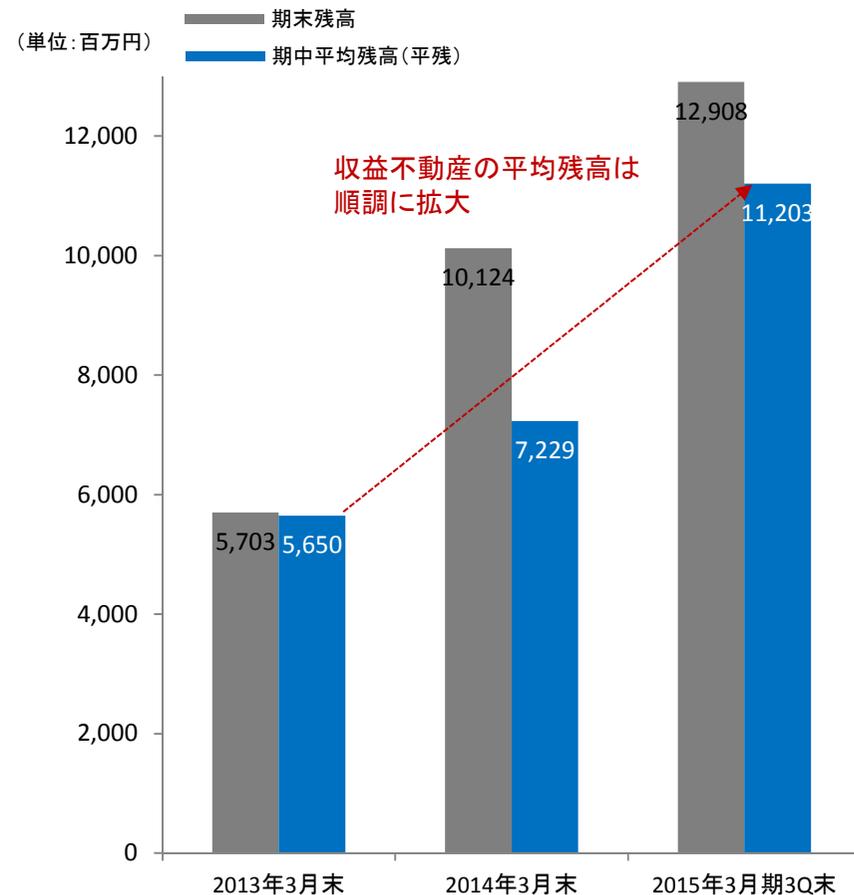
販売時期により四半期業績の変動幅が大きくなるのは事業特性
季節的な変動要因は特になく、当社の計画次第

5.主要事業①:収益不動産販売事業の概況

収益不動産販売事業の業績推移



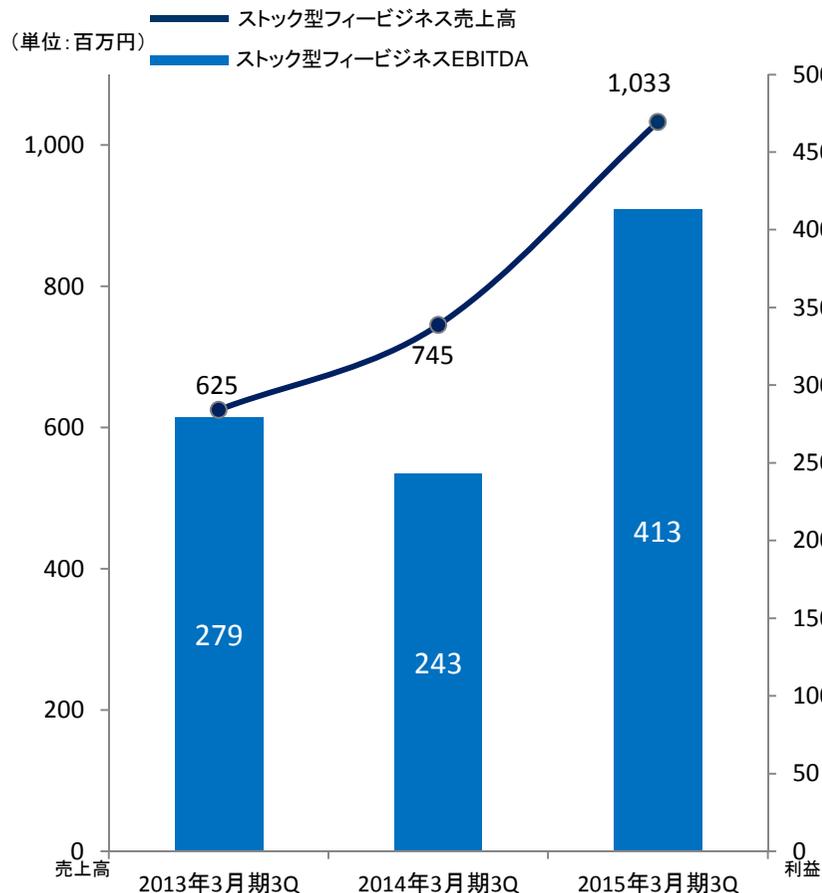
収益不動産残高の推移



販売活動/仕入活動ともに、概ね計画どおりの進捗

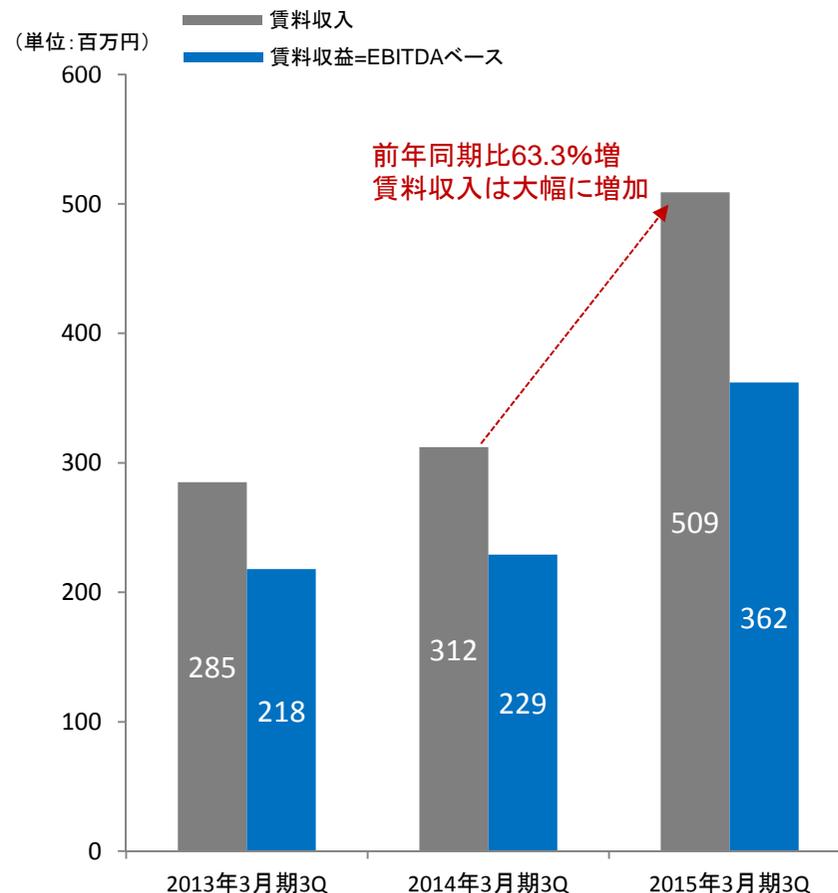
6.主要事業②:ストック型フィービジネスの概況

ストック型フィービジネスの業績推移



(*1) 当第1四半期よりセグメント利益を経常利益から営業利益に変更しております。また、各事業のEBITDAも開示することといたしました。

賃料収入/収益の推移



(*2) 賃料収益につきましては、前期まで経常利益ベースで表示しておりましたが、当第1四半期より、EBITDAベースで表示することといたしました。

賃料収入の増加に伴い、当事業収益は引き続き順調に推移

7. 連結B/Sサマリー

主要B/S項目サマリー

(単位:百万円)

	2013年3月期末	2014年3月期末	2015年3月期3Q末
	1回目ライツ・オファリング(ノンコミットメント型)約5億円の資金を調達	2回目ライツ・オファリング(コミットメント型)約22億円の資金を調達	
販売用収益不動産	5,703	10,124	12,908
有利子負債	5,006	7,483	9,544
純資産	2,896	5,496	5,330
総資産	9,117	14,274	16,150

(注)上記の「販売用収益不動産」には、貸借対照表上は仕掛販売用不動産に計上している物件及び固定資産に計上している物件も含んだ数値を記載しております。

II - 2015年3月期連結業績計画

8. 2015年3月期連結業績計画

第4次中期経営計画(2015年3月期-2017年3月期)

(単位:百万円)

	2014年3月期(実績)	2015年3月期(計画)	2016年3月期(計画)	2017年3月期(計画)
連結売上高	11,537	12,700	13,910	15,120
連結EBITDA	813	787	935	1,170
連結経常利益	450	500	600	800
連結ROE(期末)	4.9%	5.3%	6.0%	7.5%

(注)連結EBITDA(償却等前営業利益)は、連結営業利益に償却費等を加算して算出しております。償却費等には、減価償却費、ソフトウェア償却費、のれん償却費等のキャッシュアウトを伴わない費用を含みます。

当第3四半期までの進捗率は売上高56.1%、経常利益61.2%
2015年3月期連結業績計画に変更はなし

9.第4次中期経営計画:ガイダンス

収益不動産残高(平残)ガイダンス

		2015年3月期 第3四半期(実績)	2017年3月期 通期(3ヵ年後計画)	
Guidance	短期販売用収益 不動産残高(平残)	4,734	6,500	
	中長期販売用収益 不動産残高(平残)	5,227	8,500	

3か年後の収益不動産残高ガイダンスに対し、着実に推移
引き続き、収益不動産残高の積み上げに注力する方針

III – CRM戦略の進捗

10. CRM戦略①:オーナーズクラブの発展

オーナーズクラブの発展

オーナーズクラブ発足から1年、顧客(物件オーナー)から寄せられるニーズに応えるため、**より上質なサービス提供**を趣意として、オーナーズクラブの名称を変更「torch」から、「**Royaltorch**」へ



11. CRM戦略②:オーナーズクラブの発展

より充実したサービスに向けて

■1■ 専属のプライベートコンサルタント

- リレーション強化の役割として機能
- オーナーから集まる貴重な声を活かし、より上質なサービスへ

■2■ 不動産投資戦略づくりをサポート

- ニーズや状況に合致した不動産投資戦略の立案を個別にサポート
- 当社不動産経営診断システム「IEドック」による評価も貢献

■3■ 会員交流の場を提供

- 年間を通したセミナーや交流会に多くの会員が参加
- 会員同士の交流の場としても活用

IV - 参考資料（会社概要・株主構成・連結業績推移）

IV-1. 会社概要

- 社名 株式会社エー・ディー・ワークス (A.D.Works Co.,Ltd.)
- 本社 東京都千代田区内幸町1-1-7 NBF日比谷ビル13階
- 設立 創業1886年(明治19年)2月／法人化1936年(昭和11年)5月
- 資本金 19億3,774万円(2014年12月末現在)
- 上場日 2007年(平成19年)10月(東証JASDAQ:3250)
- 子会社 株式会社エー・ディー・パートナーズ(不動産管理)
株式会社エー・ディー・エステート(不動産開発等)
ADW-No.1 LLC(米国収益不動産事業)
ADW Management USA, Inc.(米国収益不動産管理)
- 従業員数 連結91名(2014年12月末現在)
- 役員

代表取締役社長 CEO	田中 秀夫
取締役 副社長	米津 正五
常務取締役 CFO	細谷 佳津年
取締役 上席執行役員	田路 進彦
取締役(社外)	本多 正憲
監査役(常勤・社外)	原川 民男
監査役(非常勤・社外)	蝦名 卓
監査役(非常勤・社外)	鈴木 龍介
監査役(非常勤・社外)	井口 寛二

IV-2. 株主構成(2014年12月31日現在)

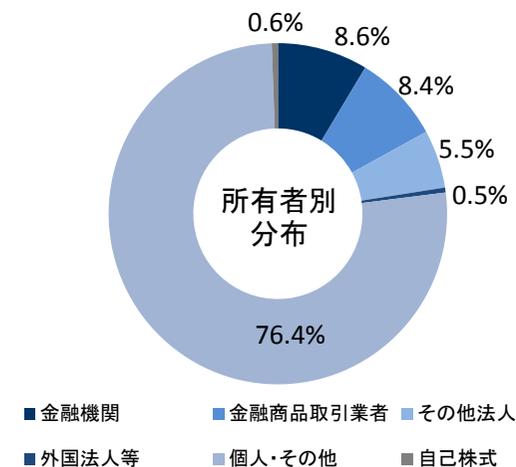
発行済株式数/株主数

発行済株式数: 223,876,000株 株主数: 13,234名

大株主の状況

		所有株式数 (株)	所有株式の割合 (%)
1	田中秀夫(当社代表取締役社長)	47,217,600	21.09%
2	日本証券金融株式会社	10,027,200	4.48%
3	有限会社リパティールハウス	9,416,000	4.21%
4	日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (役員株式報酬信託口・75695口)	7,782,300	3.48%
5	株式会社SBI証券	7,486,200	3.34%
6	松井証券株式会社	3,251,900	1.45%
7	楽天証券株式会社	2,010,000	0.90%
8	個人株主	1,620,400	0.72%
9	岩井コスモ証券株式会社	1,566,000	0.70%
10	日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (株式付与ESOP信託口・75595口)	1,534,000	0.69%

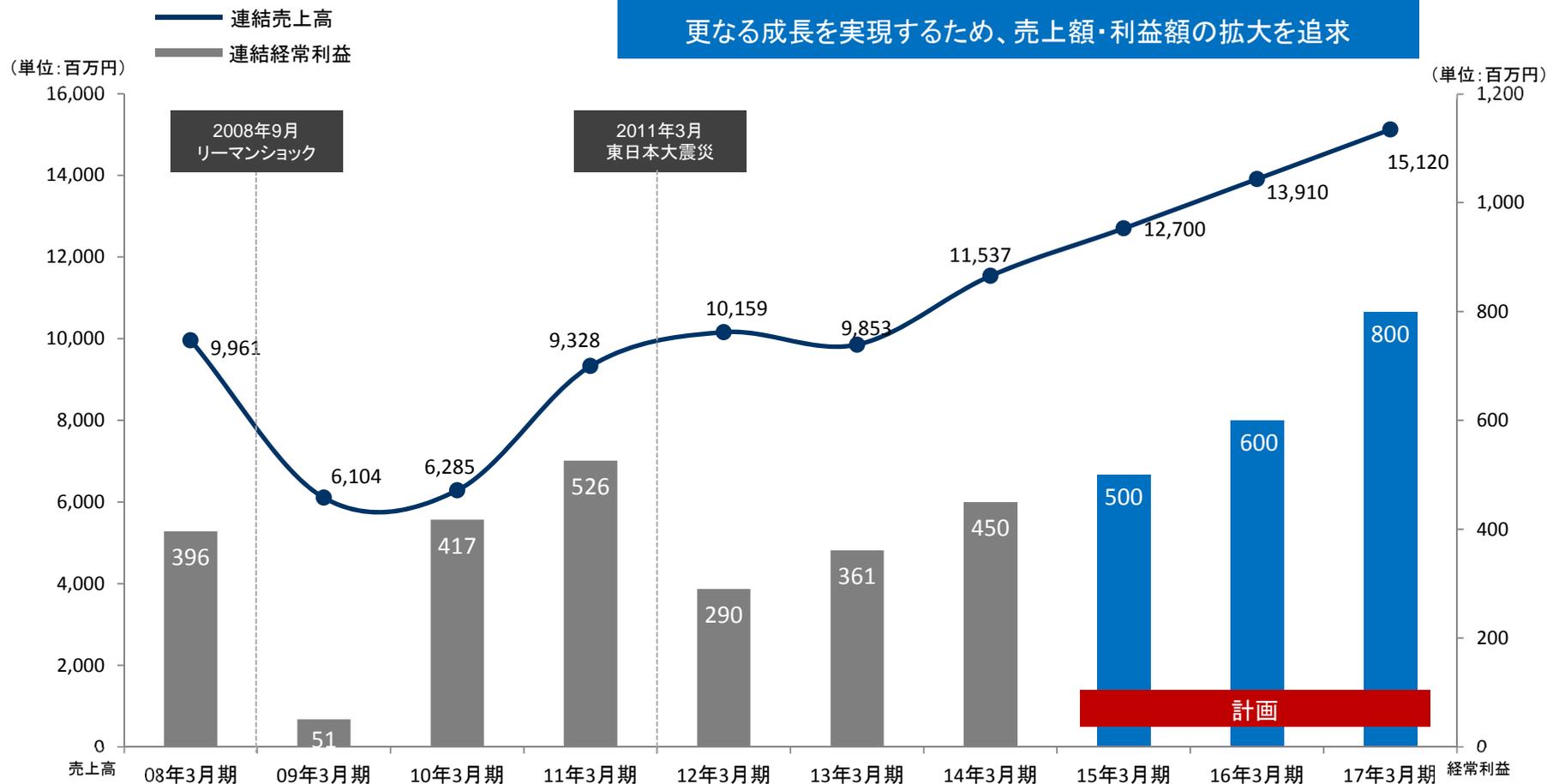
所有者別分布 (所有株式割合)



IV-3. 過去からの業績推移

連結業績の推移

中期経営計画の実行により、売上・利益ともに安定した推移
更なる成長を実現するため、売上額・利益額の拡大を追求



(注)2008年3月期及び2009年3月期は連結財務諸表を作成していないため、単体決算のみになります。

第2次中期計画

第3次中期計画

第4次中期計画(進行中)

IV-4. 連結業績の推移(実績サマリー)

(単位:百万円)

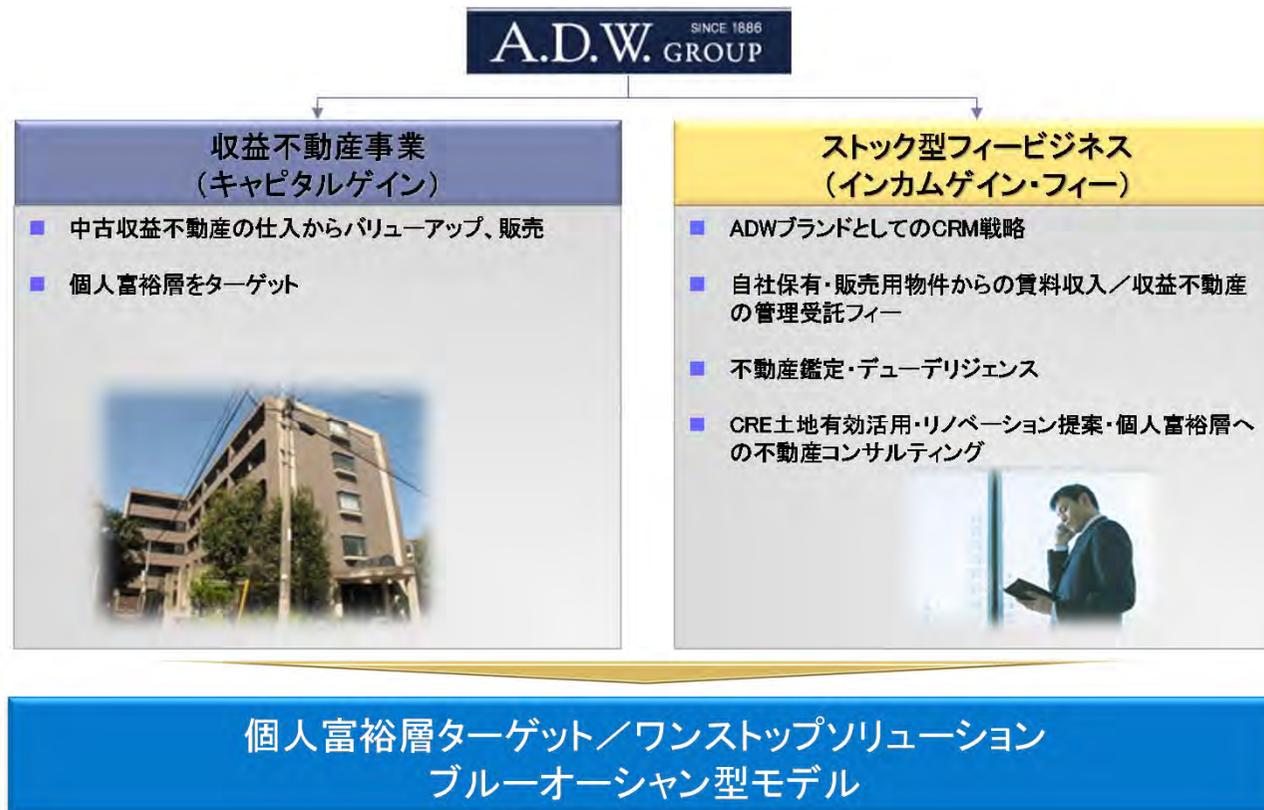
	2010年 3月期 (実績)	2011年 3月期 (実績)	2012年 3月期 (実績)	2013年 3月期 (実績)	2014年 3月期 (実績)
連結売上高	6,285	9,328	10,159	9,853	11,537
連結経常利益	417	526	290	361	450
連結当期純利益	220	300	140	216	270
純資産	1,835	2,132	2,205	2,896	5,496
総資産	6,666	8,537	6,258	9,117	14,274
収益不動産残高合計(期末)	4,416	6,114	3,810	5,703	10,124
賃料収入(売上)	235	407	380	416	460
売上高に占める賃料収入の割合(%)	3.8	4.4	3.7	4.2	4.0
従業員数(名)	38	44	53	59.5	67

V - 参考資料（A.D.W.グループビジネスモデルの特色）

V-1. 事業セグメント

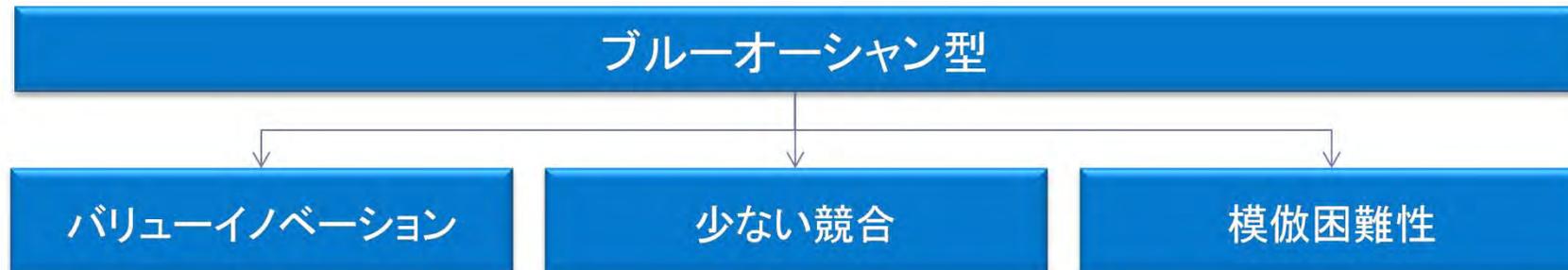
A.D.W.グループの事業の柱

流動性が高く、家賃収入が安定し、値下がりのリスクが相対的に低い
個人富裕層向け収益型投資用不動産周辺事業



V-2. A.D.W.グループビジネスモデルの整理

ビジネスモデルの特色



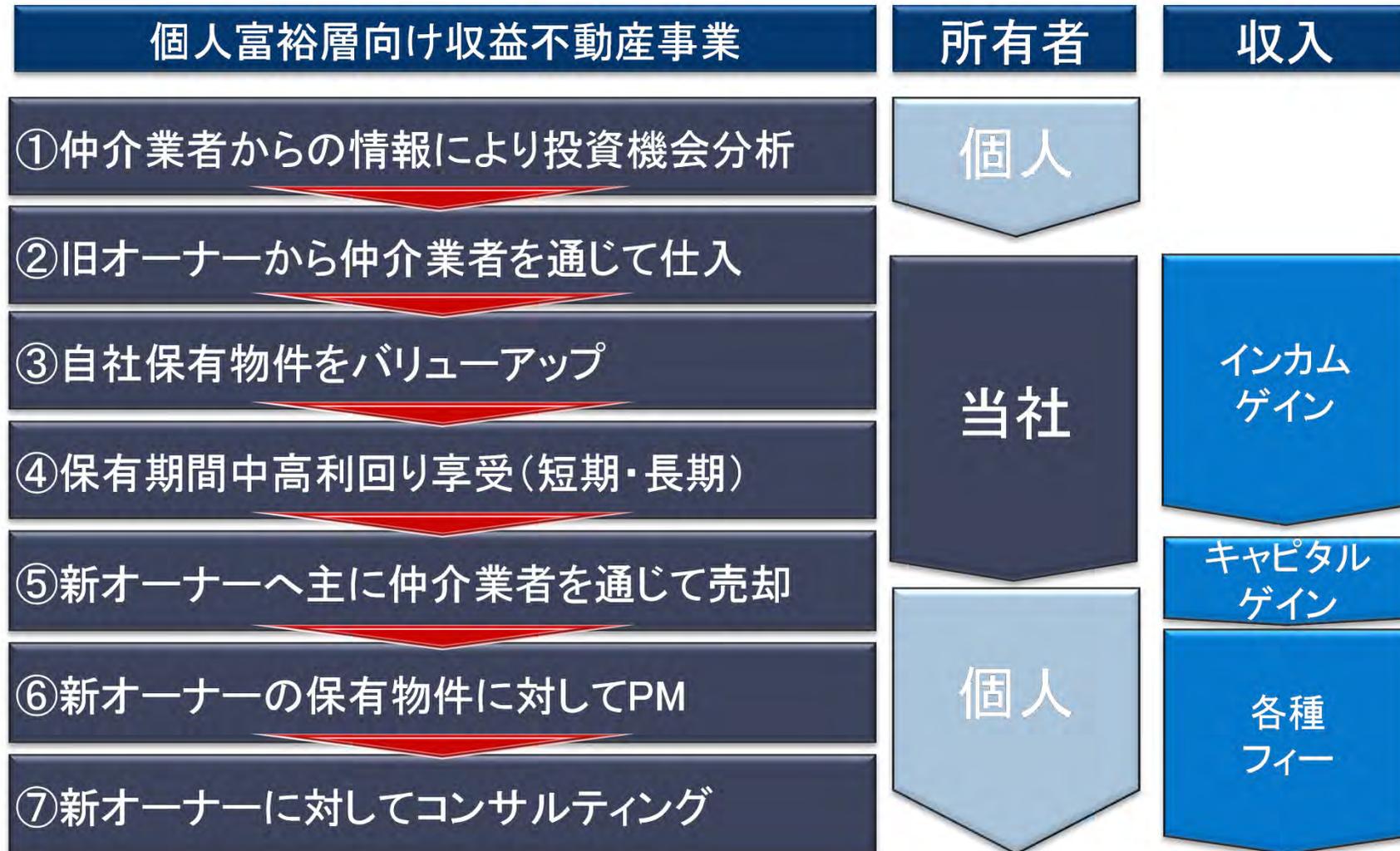
具体的な特色

- ①ワンストップソリューション
- ②多岐にわたる競争優位性と社会的意義
- ③安定的な収益構造の追求(課題)

従来の不動産業の「物件ありき」の発想からは全く異なる、
「ニーズありき」の“**オンリーワンビジネスモデル**”を目指す

V-3. ビジネスモデルの特色①

①ワンストップソリューション



V-4. ビジネスモデルの特色②

②多岐にわたる競争優位性と社会的意義

情報力	<ul style="list-style-type: none">・約3千人の仲介営業パーソンへのダイレクトアクセス実施・上場企業としての信用力による仲介業者からの優先的情報取得
確実な出口	<ul style="list-style-type: none">・個人富裕層という確実な出口の存在
バリューアップ力	<ul style="list-style-type: none">・賃料アップ・空室率低下に向けた商品価値向上のリノベーション力・遵法性適合物件として再生し不動産価値を向上
迅速な判断	<ul style="list-style-type: none">・迅速な判断による早期のキャッシュ化
高信頼性	<ul style="list-style-type: none">・中古不動産物件に付きまとう情報の非対称性問題解消
強固なオーナーとの関係	<ul style="list-style-type: none">・当社がワンストップで関与するため新オーナーは信頼性が高く購入可能。所有後PM・コンサルティング (GRM戦略)

社会的意義

V-5. 顧客ターゲット：個人富裕層

リーマンショック以前から現在



当社が個人富裕層向け事業にフォーカスした理由

- 景気の変動に左右されない収益不動産に対する購入ニーズの存在
- 富裕層に対する銀行の融資姿勢は不況下でも比較的左右されにくい
- 居住系収益不動産は賃料が安定しているため値崩れしにくい
- 小型(概ね3億以内)の居住系収益不動産は不況下でもキャッシュ化容易

厳しい事業環境でも、好不況にかかわらず、一定の取引ニーズがある
個人富裕層向けに特化した当社は事業安定性が高い

V-6. ビジネスモデルの特色③

③安定的な収益構造の追求

取得

首都圏12兆円の収益不動産ストックを背景に
ポテンシャルを活かしきれていない不動産の購入機会が多数存在

*出所: 首都圏収益不動産の市場規模は、野村総研「日本の不動産投資市場の概況2012」及び内閣府経済社会総合研究所「土地の資産額の都道府県別内訳(平成23年度)」、財団法人日本不動産研究所「市街地価格指数」を基に当社にて算出。

保有

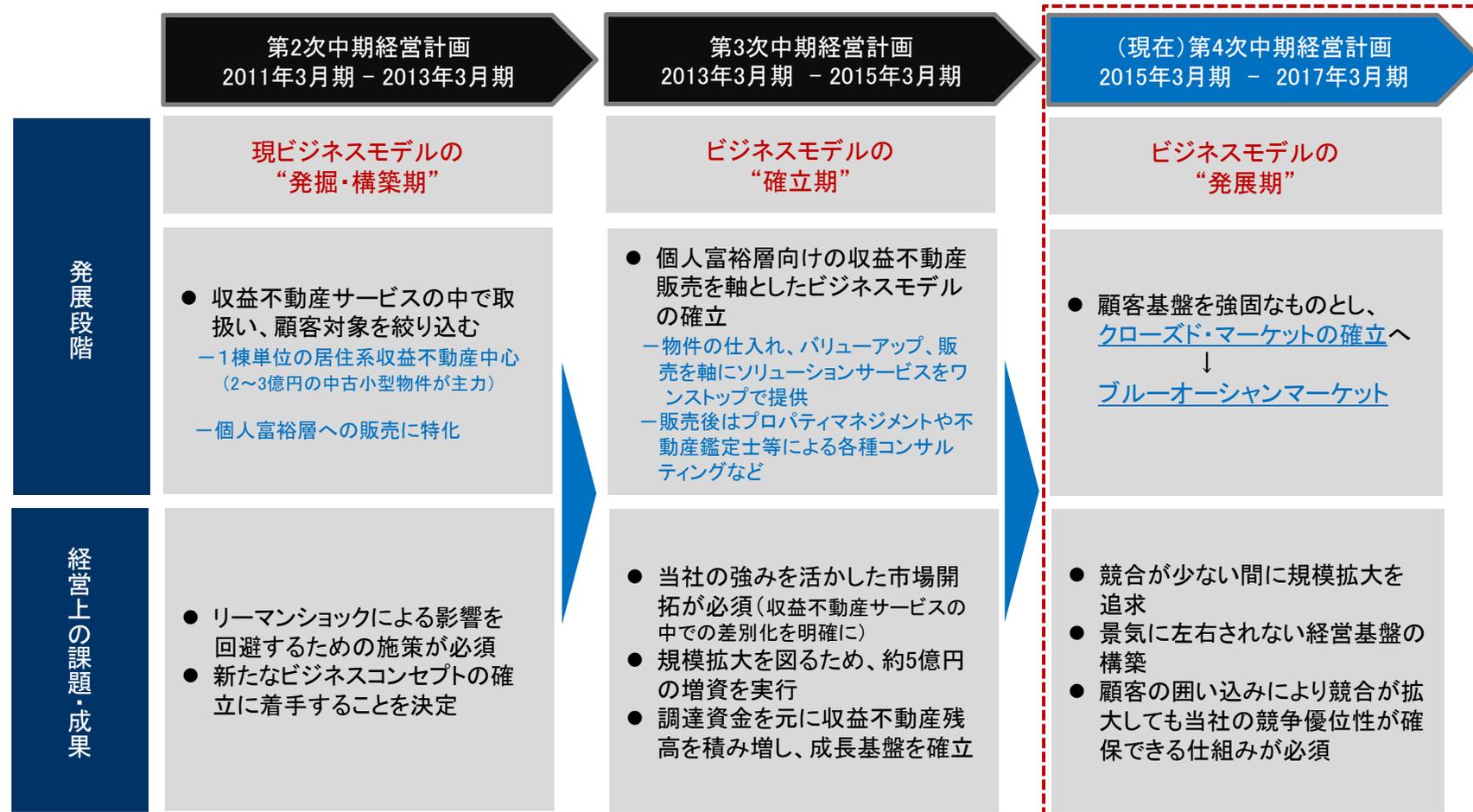
収益不動産残高を積み増し、賃料収入を増加させることで
安定収益基盤の確立が可能

売却

収益不動産の特性から不況期においても流動性確保
資産の早期のキャッシュ化が可能

V-7. 中期経営計画の変遷

第2次からの変遷(サマリー)



VI - 参考資料（経営課題と具体戦略）

VI-1. 第4次中期経営計画の前提①: 事業環境

事業環境分析(PES)

	機会(O)	脅威(T)
政治(P)	<ul style="list-style-type: none"> - 大胆な金融政策(イールド・ギャップの拡大) (不動産に対する投資ニーズの拡大) - 資産税課税の強化 (特に個人富裕層の節税対策ニーズ拡大) 	<ul style="list-style-type: none"> - リフレ政策の失敗 (金利上昇、賃料/土地価格の下落) - 不動産価格の上昇トレンド (不動産価格の高騰による利回り低下、投資適格不動産の減少) - 海外発の突発的なイベント発生 (株式市場をはじめ、不動産市況への影響も)
経済(E)	<ul style="list-style-type: none"> - オリンピック開催に伴う不動産価格/賃料上昇期待 (不動産投資に対する潜在ニーズの喚起) - インフレヘッジ不動産投資増加 (不動産に対する投資ニーズの拡大) 	<ul style="list-style-type: none"> - オリンピック開催/景気回復に伴う不動産価格の上昇 (利回り低下、投資適格不動産の減少、仕入競争激化) - 金利上昇による投資心理の冷え込み (個人富裕層への影響は限定的) - 参入企業増による仕入競争の激化 (景気リスクが小さい小型物件に着目する個人・同業者の増加)
社会(S)	<ul style="list-style-type: none"> - 東京圏の人口増加(~2020年) (投資条件には必須であり、リーシングにも利点) - 海外不動産投資マネーの流入 (海外からの日本評価、国内不動産市況の活況) 	<ul style="list-style-type: none"> - 長期的な少子高齢化・人口減 (人口減による賃貸不動産への影響) - 海外マネーの流入による不動産価格の高騰 (利回り低下、投資適格不動産の減少、仕入競争激化)

投資ニーズが増大する一方、投資適格不動産の仕入環境は厳しくなると想定

VI-2.第4次中期経営計画の前提②：自社強み

自社分析 (VRIO)

差別化された経済
価値
Value

- **情報ネットワーク**: 仲介会社や信託銀行等の不動産仲介業者に属する営業パーソン約3千名以上の直接情報網
- **物件発掘力**: 多くの物件情報の中から収益性向上が狙える物件を発掘する目利き力
- **情報の透明性確保**: 当社が買主であり、売主の立場だからこそできる物件情報の透明性/信頼性が確保できる体制

希少性
Rarity

- **取扱商品の選定と資金調達力**: 資金調達力のある上場企業の中で、居住系収益不動産の小型物件(1棟あたり平均2~3億円)に特化する業者はない。一方、資金力に乏しい非上場企業は一過性/単発の取扱いとなり、ビジネスモデルが異なる
- **独自のADビジネスモデル**: 不動産コンサルティング企業やプロパティ・マネジメント(PM)企業の中で、自己ポジションで収益不動産を保有している企業は少ない(コンサルティング・PMは、資金力不要のサービス業)

模倣困難性
Inimitability

- **個人富裕層へのアクセス**: 上場来7年に渡り、個人富裕層に収益不動産を販売し、その後、売主の立場でPMを継続して受託することで、強固な関係性を構築している顧客の存在
- **ADビジネスモデルの深化**: 顧客層の潜在ニーズ・将来ニーズを掘り起こす生涯時間軸の完全プライベート型コンサルティングの提供
- **手間と採算性**: 効率性・採算性重視の大手企業にとって、本業とのシナジーが生じないため移動障壁が存在

組織
Organization

- **ニーズ把握重視の社内組織**: 物件選定から、仕入、販売に至るまで1人の営業担当者が一貫して監督することで、価格を含めた顧客ニーズの把握が可能な体制(当社の出口戦略にも有効)
- **CRM実践のグループ体制確立**: ワンストップソリューション体制を強化し、不動産投資を軸にした完全コンサルティング型の実現。
高付加価値と低価格を両立可能な体制(物件販売の売却益と、サービスとしてのPM/オーナーズクラブ「Royaltorch」)

自社の強みを伸長すると同時に、可能な限り、これらの強みを活かし続ける戦略が必須

VI-3.第4次中期経営計画の前提③:顧客ターゲット

「個人富裕層」に特化した理由

富裕層マーケットの規模:76万世帯、純金融資産の総額は144兆円 (2011年時点)
 今後、少子高齢化を背景に遺言や生前贈与による相続対策ニーズが増加するため、富裕層マーケットは拡大傾向と予想
 (出典)「NRI富裕層アンケート調査結果(2012年11月)」,株式会社野村総合研究所

外部環境 (景気)

- 景気変動に左右されず**収益不動産の購入ニーズが常に存在する**
- 不況下でも富裕層に対する**銀行の融資姿勢は比較的左右されにくい**

顧客ニーズ

- 個人富裕層には、常に**旺盛な不動産投資に対する多様なニーズが存在する**
- 不動産運用の追加投資や見直し、税制などの法改正、団塊世代のリタイアによる遺産相続対策など

個人富裕層と 当社モデルとの 親和性

- 「物件ありき」や「サービスありき」の発想で事業を展開する不動産業者が多いなか、「**ニーズありき**」の**発想を重視し、従来より事業を展開**
- オーナーとのリレーションを重視し、適切なソリューションを提供し、**長期的なサポートが基本**
 ⇒「個人富裕層」との関係が強固なものにするビジネスモデルがすでに確立している

将来にわたって、「個人富裕層」を対象としたマーケットは有望かつ魅力的

VI-4.第4次中期経営計画の前提④:競合状況

競合分析(5Forcesより抜粋)

市場内競争

- 小型収益不動産、個人富裕層に特化した、上場企業の専門業者が存在しない
- 仕入競争には、景況により選定する仕入物件を拡張して対応
 <活況期>商品化(リノベーション・稼働率向上)に手間のかかる物件まで広げて選定、事業機会を確保
 <不況期>個人や中小不動産業者との競合率は低下、通常物件での事業機会が増加

参入リスク

- 各オーナーとの関係構築が軸となるADビジネスモデルを短期間で模倣することは困難
- 大手仲介業者の参入:フィービジネス優先で本格参入の動きは、現在のところ限定的
- 大手不動産会社の参入:本業とのシナジーが限定的で、現在のところ、組織的な参入の動きはない

他社と当社との スタンス比較

- 一般の不動産業者:「物件ありき」や「サービスありき」の発想で商品/サービスを販売
 ↑ 物件の販売に徹するスタンス(大量販売・効率性重視もしくは一過性取引)
- 当社:「ニーズありき」の発想を重視したコンサルティングが軸
 ↑ 投資商品として販売するため、販売後も長期でサポートするスタンス(長期スパンでの事業機会を獲得)

競合環境が厳しくなることを想定し、『クローズド・マーケット戦略』を本格化

VI-5.戦略①: 米国(カリフォルニア州)への事業展開

米国不動産投資を取り扱う背景

米国不動産投資メリットの認知向上により 国内富裕層からの投資ニーズが顕在化

【政治(P)からみた事業機会】

- 日銀金融政策による円高期の終焉
- 所得税最高税率の上昇による節税対策ニーズ増大

【経済(E)からみた事業機会】

- 米国経済の堅調な成長予測
- 邦人向け不動産担保ローンの整備
- インフレヘッジの不動産投資増

【社会(S)からみた事業機会】

- 米国人口の継続的な増加予測
- 米国における新規供給不足(恒常的な借家不足)

アクションプラン

■ 国内個人富裕層向けに販売を本格化

- ⇒ 国内のビジネスモデルを米国に転用
物件販売に留まらず、PM会社をグループに備え、
きめ細やかなサポートを実施
= 海外不動産投資に対する安心感/信頼に繋がる

■ 金融機関や税理士事務所等との連携 による新規顧客の開拓

- ⇒ 海外投資ニーズをもつ、個人富裕層の開拓には
不動産仲介業者以外に、他事業者との連携が有効と
判断



Pearl Street, Los Angeles



Redondo Beach Blvd., Torrance

VI-6.戦略②:プロパティ・マネジメントの位置づけ

当社グループのプロパティ・マネジメント(PM)

特徴

中古の1棟収益不動産(レジ/中小型ビル)特化型
プロパティ・マネジメントサービス

サービス
前提

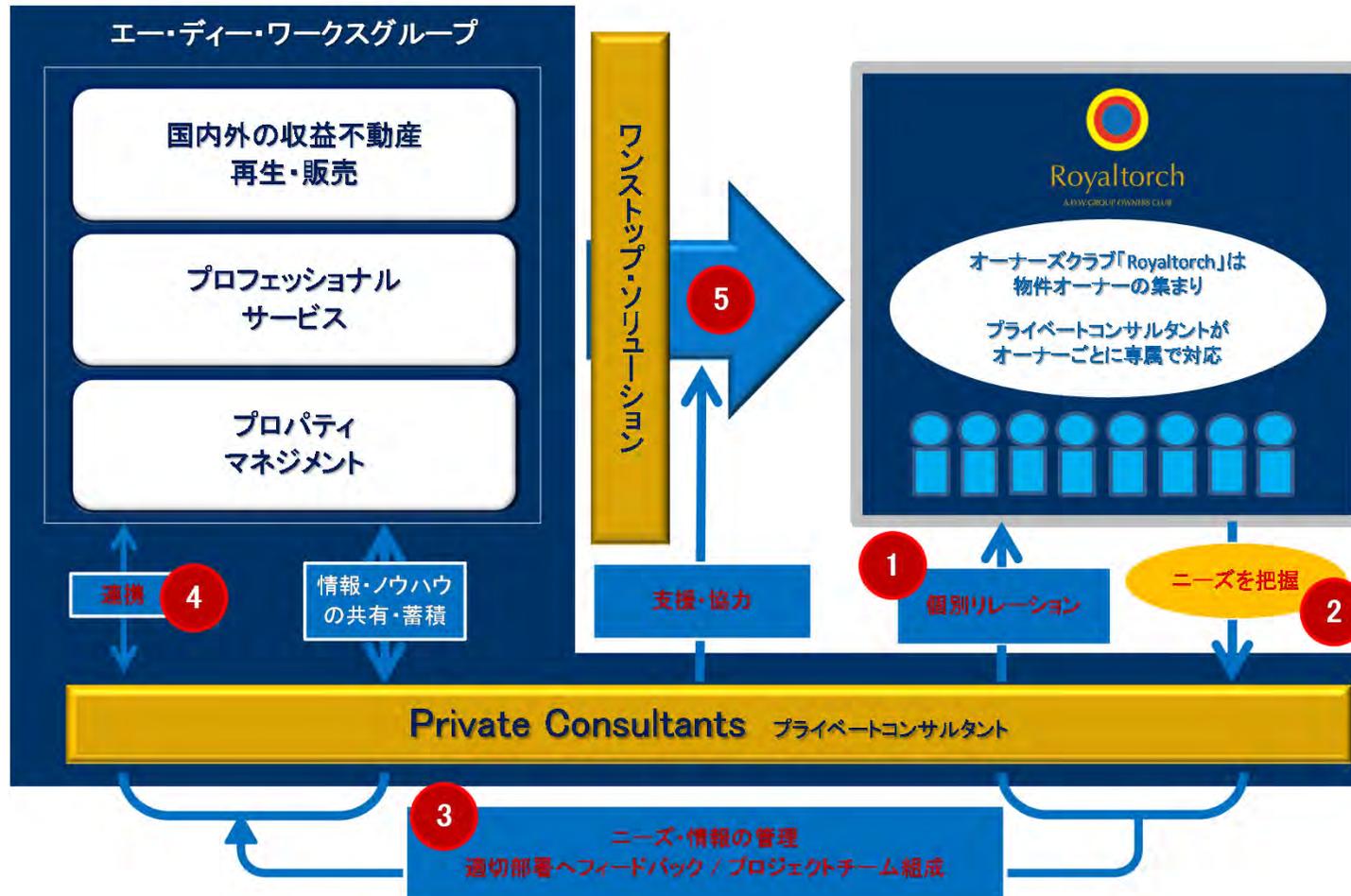
オーナーは個人富裕層中心
短期売買目的ではなく、長期保有前提のサービス内容

グループの
位置づけ

物件販売に始まり、PMは生涯取引に繋げるオーナーとの重要な接点
グループとしてCRM戦略を実践する上で、プライベートコンサルタントと効果的に
連携し、高付加価値/低価格の両立を狙う、クローズド・マーケット創設の一翼を担
う

VI-7.戦略③: CRM戦略の実行体制

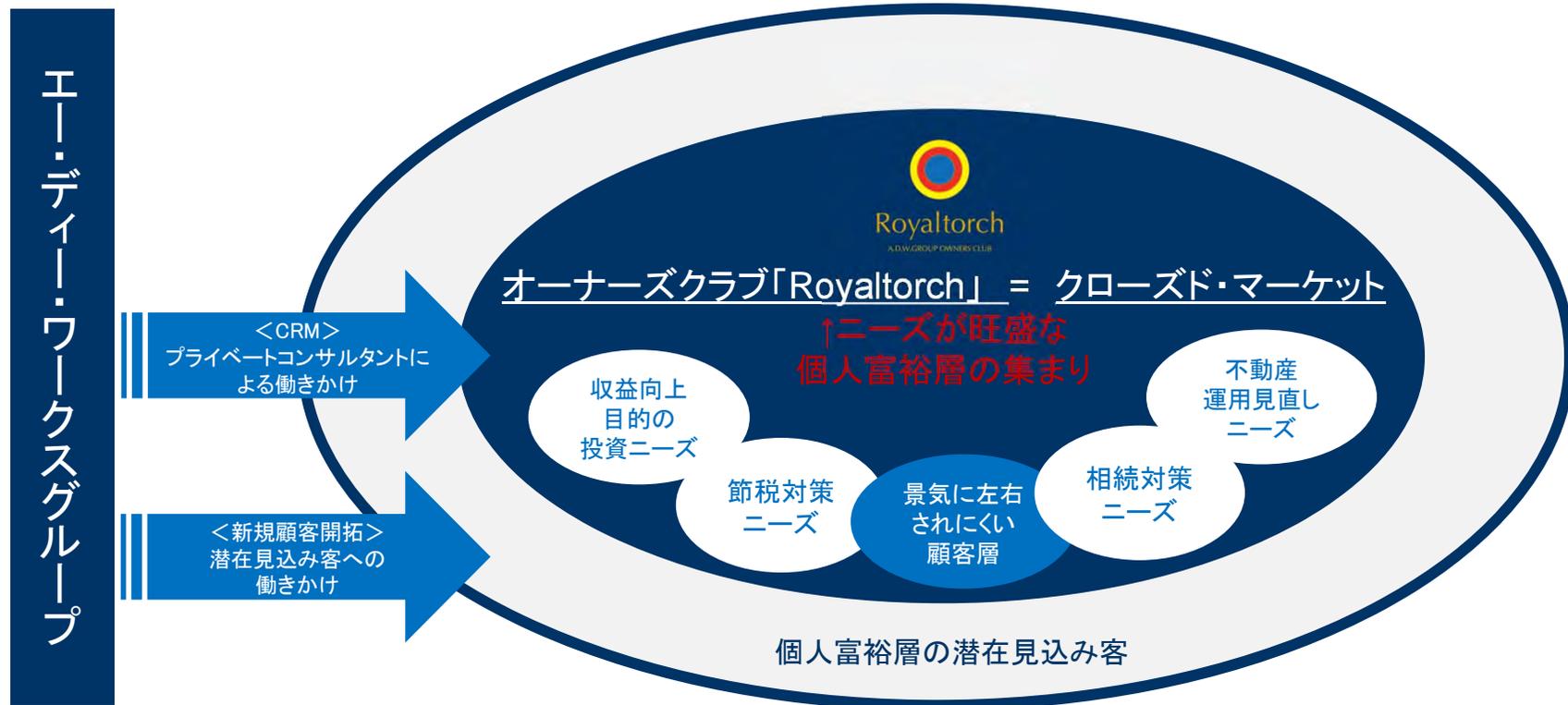
グループ体制



グループ全体でCRM戦略に取り組み、クローズド・マーケットの早期確立を目指す

VI-8.戦略④：潜在ニーズとクローズド・マーケット創設

ニーズが旺盛な当社グループの独自マーケット



顧客ターゲットを景気に左右されにくい個人富裕層に特化し、
 ニーズを喚起することで独自の魅力的なマーケットを創造
 (現在のマーケット規模は約500億円以上と推定、年間100～200億円規模で拡大する想定)

VI-9. 第4次中期経営計画による実現すべき目標

中期経営計画を通して実現すべき目標

Main
objectiveADビジネスモデルによる
ブルーオーシャンマーケットの確立

↑当社の考えるブルーオーシャンマーケットの定義は次のとおり

定義1: マーケットが拡大基調であること

定義2: 将来にわたり参入障壁が高いこと

顧客への高付加価値提供と低コスト化を両立し
競争優位性を高めつつ、独自に魅力的なマーケットを創造することで
本格的な成長軌道へ

VII - 参考資料（第4次経営計画関連）

VII-1. 第4次中期経営計画の基本方針と施策

第4次中期経営計画の基本方針

Policy
基本方針

- I. 事業規模の拡大と収益基盤の安定化
- II. ADビジネスモデルによるクローズド・マーケットの創造

重点施策

*Concrete
measures*
施策

収益不動産の積み増し

安定収益モデルへの転換

オーナー(顧客)への高付加価値の提供と低コスト化

不動産業界におけるユニークなポジショニングの確立

VII-2. 公表数値の関連性①

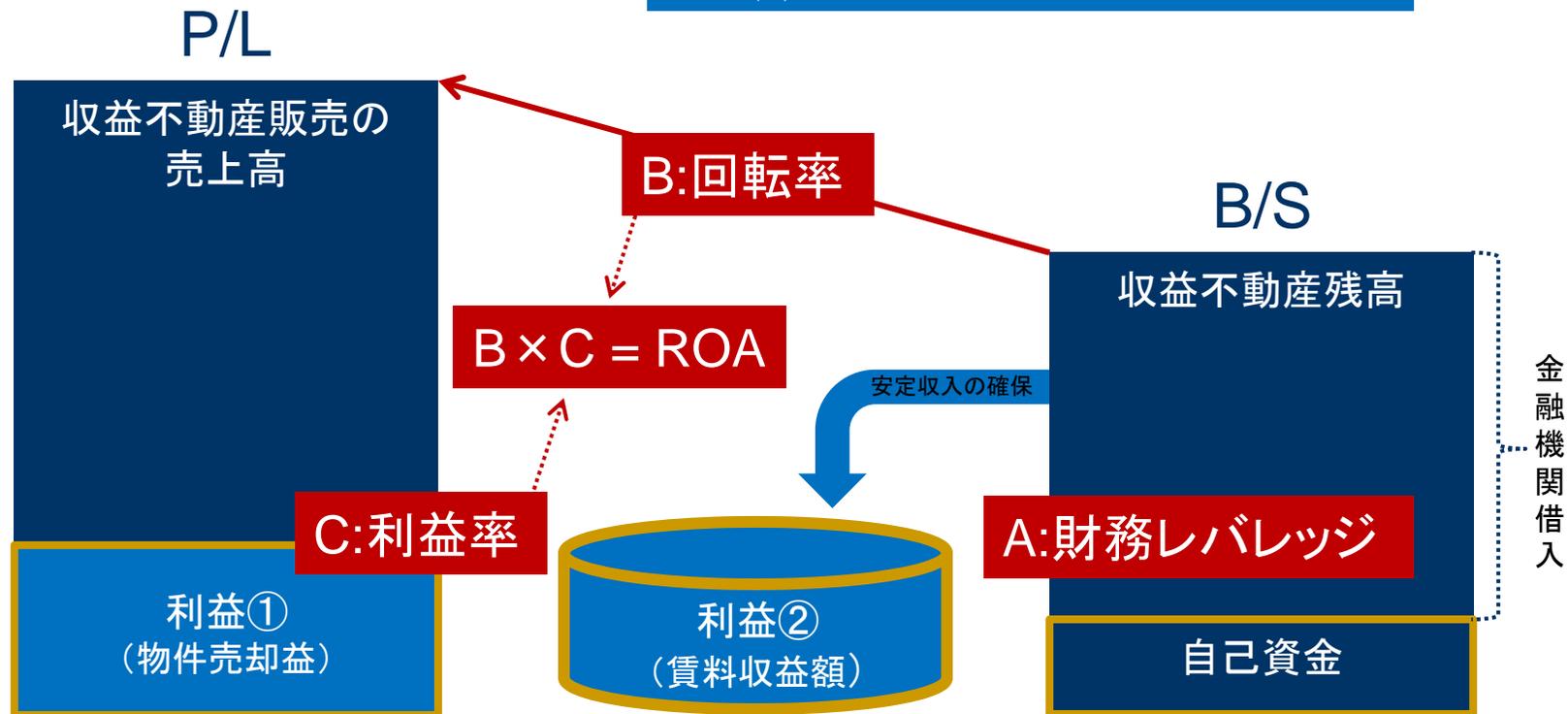
当社グループの公表数値及び指標の関連性

$$ROE = \text{財務レバレッジ(A)} \times \text{資産回転率(B)} \times \text{収益不動産販売の利益率(C)}$$

$\langle \text{収益不動産残高} / \text{自己資金} \rangle \quad \langle \text{売上高} / \text{収益不動産残高} \rangle \quad \langle \text{収益不動産販売に係る利益} / \text{売上高} \rangle$

(公表数値の関連性イメージ図)

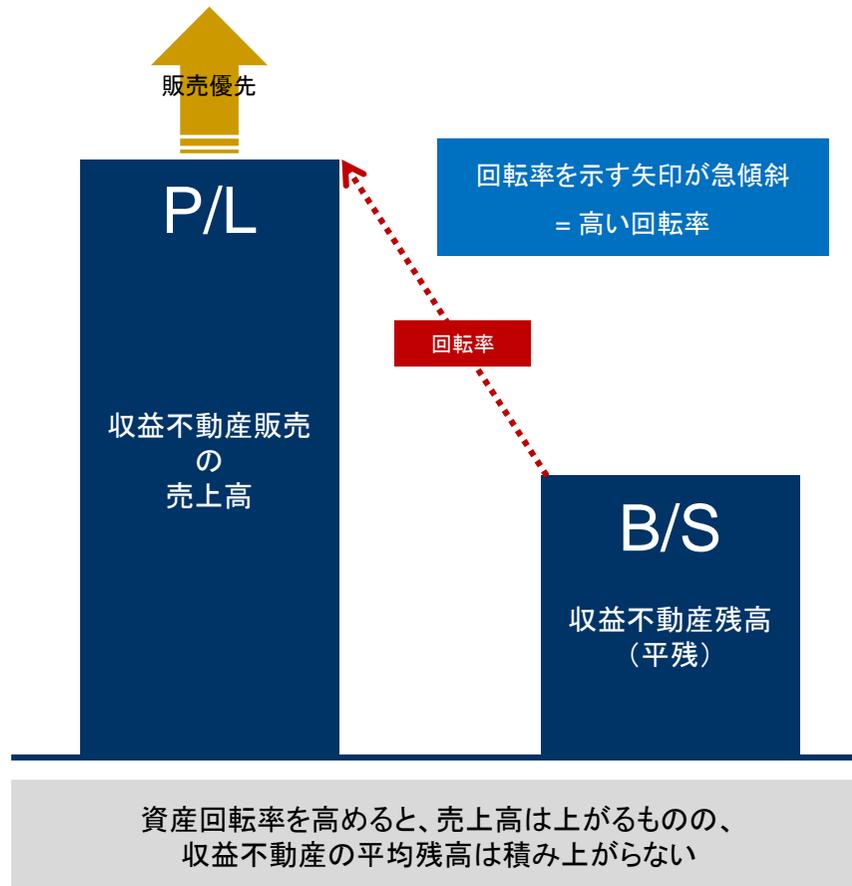
$$ROA(\%) = \text{収益不動産販売に係る利益} / \text{収益不動産残高}$$



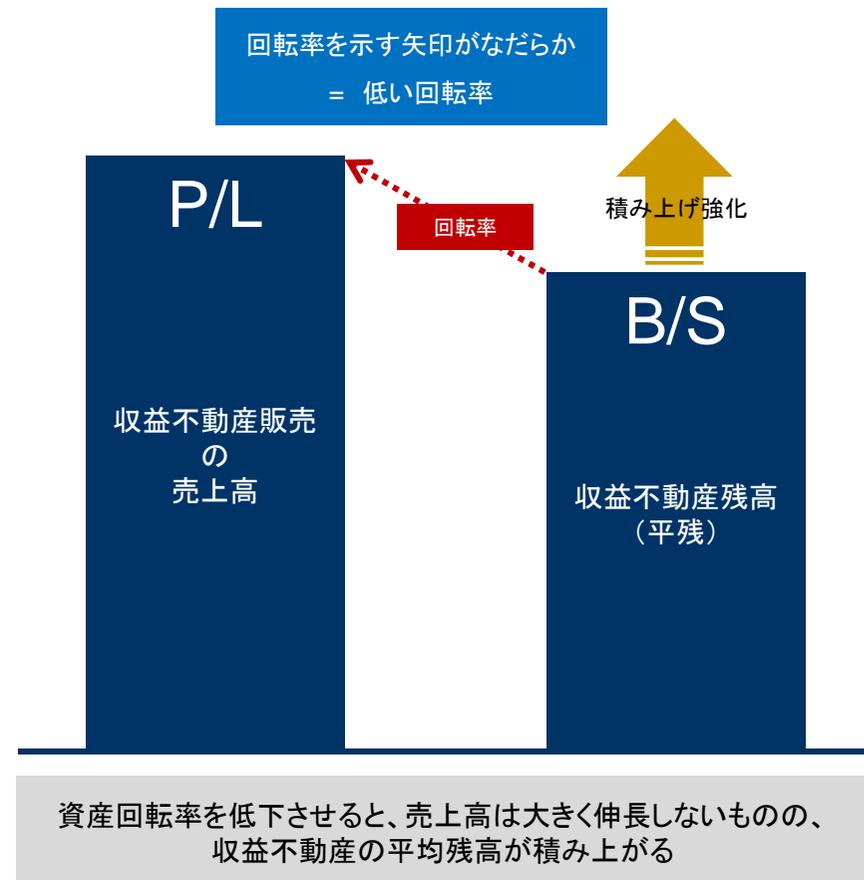
VII-3. 公表数値の関連性②

収益不動産残高と回転率の関係

過年度のイメージ(通期)



今後のイメージ(通期)

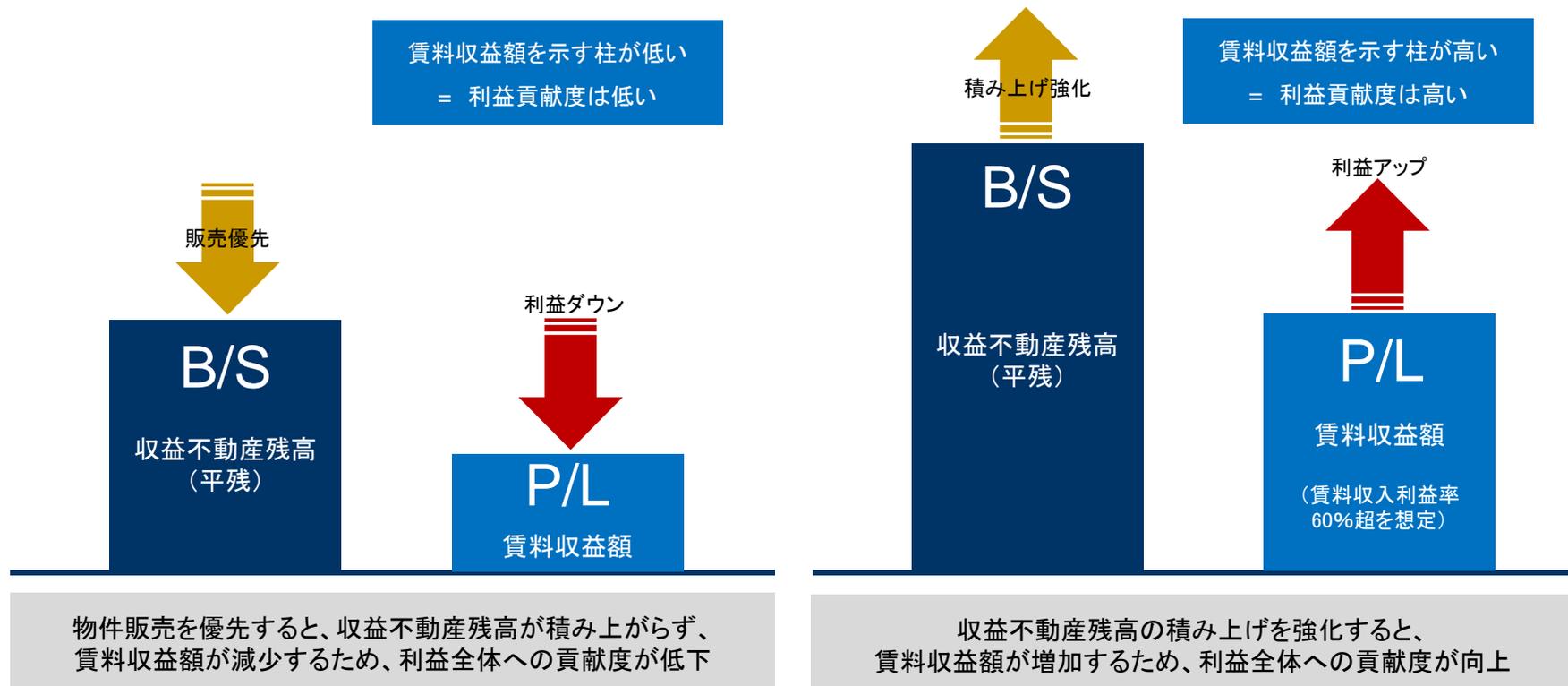


VII-4. 公表数値の関連性③

収益不動産残高と賃料収益額の関係

過年度のイメージ(通期)

今後のイメージ(通期)



本資料は当社グループについてご理解いただくために作成したものであり、当社への投資勧誘を目的としておりません。また、本資料に含まれる将来の見通しに関する部分は、現時点で入手可能な情報に基づき判断したものであり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績等は、さまざまな要因の変化等により、これらの見通しと異なる場合がありますことをご了承ください。

当社はグループ全体の経営目標を「計画」として公表いたします。当社の「計画」は経営として目指すターゲットであり、確度の高い情報等をもとに合理的に算出された「予測値・見通し」とは異なるものであります。また、当社では、グループ全体の確度の高い情報及び合理的であると判断される情報を基に、各四半期における進捗の見通しを「フォーキャスト」として、随時更新し開示しております。

本資料に記載されたデータには、当社が信頼に足りかつ正確であると判断した公開情報の引用が含まれておりますが、当社がその内容の正確性・確実性を保証するものではありません。

お問い合わせ先：株式会社エー・ディー・ワークス 経営企画室
TEL：03-4500-4208
E-mail：ir@re-adworks.com