



2018年3月期 第3四半期（2017年4月～12月） 決算説明資料



株式会社MCJ

2018年2月2日

2018年3月期第3四半期 連結業績サマリー

会計・累計両期間の売上高・営業利益および経常利益において過去最高をさらに更新
 ➤ 計画通り第3四半期より前期比増益。過去最高の会計期間営業利益を達成

(百万円)	会計期間 (10月～12月)			累計期間 (4月～12月)		
	2017年3月期 第3四半期	2018年3月期 第3四半期	増減率	2017年3月期 累計	2018年3月期 累計	増減率
売上高	27,493	34,086	24.0%	78,034	90,050	15.4%
営業利益	1,733	2,472	42.6%	5,874	5,983	1.9%
経常利益	1,311	2,492	90.0%	5,787	6,022	4.1%
親会社株主に帰属 する当期純利益	960	1,663	73.3%	4,108	4,047	△ 1.5%

- 売上高はパソコン関連事業が引き続き好調。第3四半期に更に成長率が伸長し、会計・累計の両期間において過去最高を大幅に更新
- 各利益も過去最大規模の広告宣伝費用の投入にも関わらず、第3四半期会計期間としての過去最高を更新

2018年3月期の業績推移_対前年同期比較

当初計画通り第2四半期までは増収・減益も、第3四半期より増収・増益

➤ パソコン関連事業の継続的な好調に加え、保有不動産売却による一時収入の影響もあり、大幅な増収・増益を達成

2018年3月期第2四半期 累計期間

(百万円)	2017年3月期		2018年3月期		前年同期比	
	第2四半期 累計期間		第2四半期 累計期間			
	金額	売上対比	金額	売上対比	増減金額	増減率
売上高	50,540	100.0%	55,964	100.0%	5,423	10.7%
売上総利益	12,149	24.0%	12,623	22.6%	474	3.9%
営業利益	4,140	8.2%	3,511	6.3%	△ 629	△15.2%
経常利益	4,475	8.9%	3,529	6.3%	△ 945	△21.1%
税金等調整前当期純利益	4,303	8.5%	3,521	6.3%	△ 781	△18.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,147	6.2%	2,384	4.3%	△ 763	△24.3%

2018年3月期第3四半期 会計期間

(百万円)	2017年3月期		2018年3月期		前年同期比	
	第3四半期 会計期間		第3四半期 会計期間			
	金額	売上対比	金額	売上対比	増減金額	増減率
売上高	27,493	100.0%	34,086	100.0%	6,592	24.0%
売上総利益	6,298	22.9%	7,313	21.5%	1,014	16.1%
営業利益	1,733	6.3%	2,472	7.3%	738	42.6%
経常利益	1,311	4.8%	2,492	7.3%	1,180	90.0%
税金等調整前当期純利益	1,428	5.2%	2,477	7.3%	1,048	73.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	960	3.5%	1,663	4.9%	703	73.3%

2017年3月期上半期に実施しなかった全国TVCM等の大規模広告宣伝実施による販管費大幅増の影響により計画通り減益

先行投資である広告宣伝費用の一巡による利益を伴う売上の続伸により増益

【参考資料】 一時的な要因を除いた2018年3月期第3四半期会計期間業績

2018年3月期においては過去最大規模の広告宣伝費を吸収し、保有不動産売却に伴う一時的な影響を除いても第3四半期会計期間としての売上高・各利益は過去最高を記録

(百万円)	2017年3月期		2018年3月期			
	第3四半期 会計期間		第3四半期 会計期間		前年同期比	
	金額	売上対比	金額	売上対比	増減金額	増減率
売上高	27,493	100.0%	31,786	100.0%	4,292	15.6%
売上総利益	6,298	22.9%	6,793	21.4%	494	7.9%
営業利益	1,733	6.3%	1,952	6.1%	218	12.6%
経常利益	1,311	4.8%	1,972	6.2%	660	50.3%
税金等調整前 当期純利益	1,428	5.2%	1,957	6.2%	528	37.0%
親会社株主に帰属 する当期純利益	960	3.5%	1,323	4.2%	363	37.8%

2018年3月期第3四半期 連結損益計算書

第3四半期会計期間にて売上成長が更に加速した結果、過去最大規模の広告宣伝費用を吸収し
前期比大幅増益となり、累計期間の売上高・営業利益は過去最高を更新

(百万円)	2017年3月期 第3四半期		2018年3月期 第3四半期		前年同期比	
	金額	売上対比	金額	売上対比	増減金額	増減率
売上高	78,034	100.0%	90,050	100.0%	12,016	15.4%
売上原価	59,585	76.4%	70,113	77.9%	10,527	17.7%
売上総利益	18,448	23.6%	19,937	22.1%	1,489	8.1%
販売費 及び一般管理費	12,574	16.1%	13,953	15.5%	1,379	11.0%
営業利益	5,874	7.5%	5,983	6.6%	109	1.9%
経常利益	5,787	7.4%	6,022	6.7%	235	4.1%
税金等調整前 当期純利益	5,732	7.3%	5,998	6.7%	266	4.7%
親会社株主に帰属 する当期純利益	4,108	5.3%	4,047	4.5%	△ 60	△1.5%

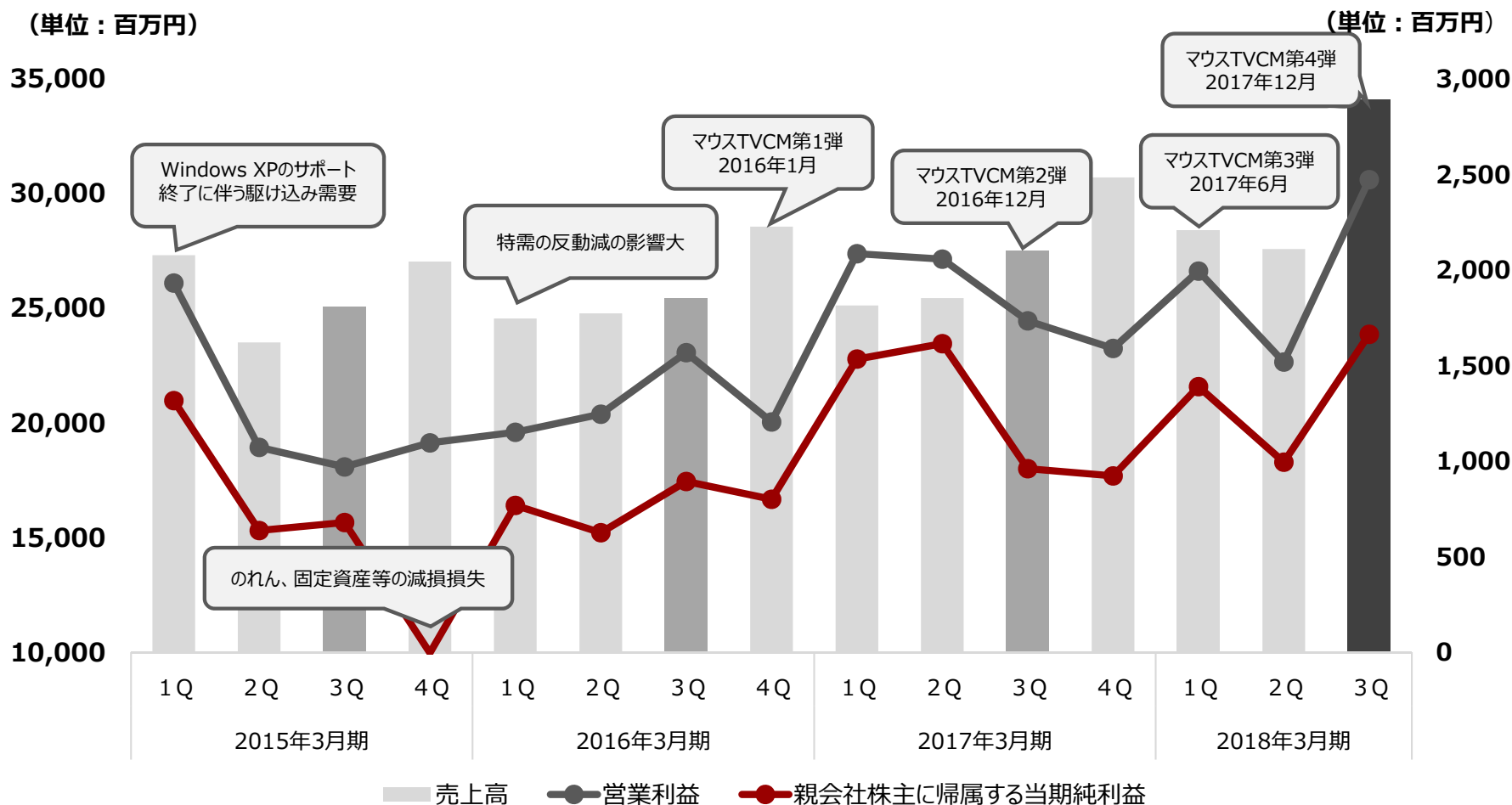
2018年3月期 連結業績計画に対する達成率

通期連結業績計画に対し売上高が好調に推移していることから、利益面においても計画達成に向け順調に推移中

(百万円)	通期連結業績計画に対する達成率			※一時的な要因を除く達成率	
	2018年3月期 第3四半期 実績	2018年3月期 通 期 計 画	達成率	2018年3月期 第3四半期 実績	達成率
売 上 高	90,050	114,953	78.3%	87,750	76.3%
営 業 利 益	5,983	8,000	74.8%	5,463	68.3%
経 常 利 益	6,022	8,013	75.2%	5,502	68.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,047	5,470	74.0%	3,707	67.8%

- 売上高は第3四半期においてパソコン関連事業の増収基調が更に加速
- 営業利益以下の各利益も、保有不動産売却による影響を除いても計画比順調に推移

過去最大規模の広告宣伝費計上にも関わらず売上高に加え 営業利益でも会計期間において過去最高水準を達成



(百万円)	2015年3月期				2016年3月期				2017年3月期				2018年3月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高	27,301	23,501	25,062	27,024	24,544	24,766	25,429	28,547	25,109	25,431	27,493	30,693	28,395	27,568	34,086
営業利益	1,931	1,071	969	1,095	1,150	1,245	1,567	1,204	2,084	2,056	1,733	1,589	1,993	1,518	2,472

セグメント情報

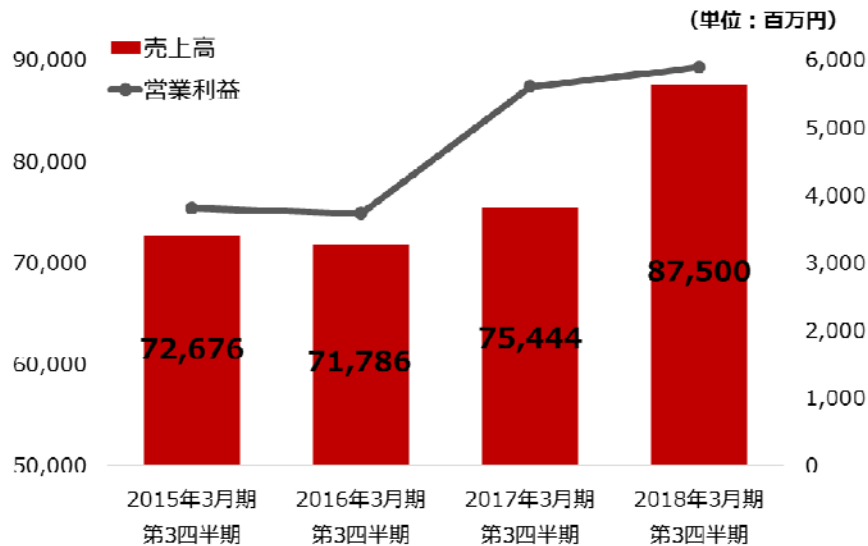
ロ パソコン関連事業

➤ 売上高 875億円（前年同期比16.0%増）

- 高付加価値、特化型製品の好調に加え、知名度向上策等の各種取組みにより第3四半期にて更に売上成長が加速
- 引き続き、EC販売および法人向け販売を中心に好調を維持。取り扱い各ブランドで販売が増加
- 欧州でのモニタ販売は安定的な成長を維持し、引続き成長に寄与
- ✓ **以上の結果、16.0%増という大幅成長を継続**

➤ 営業利益 58億円（同5.1%増）

- 計画通り第3四半期に大幅増益となった結果、上期までの減益を跳ね返し前期比増益で着地

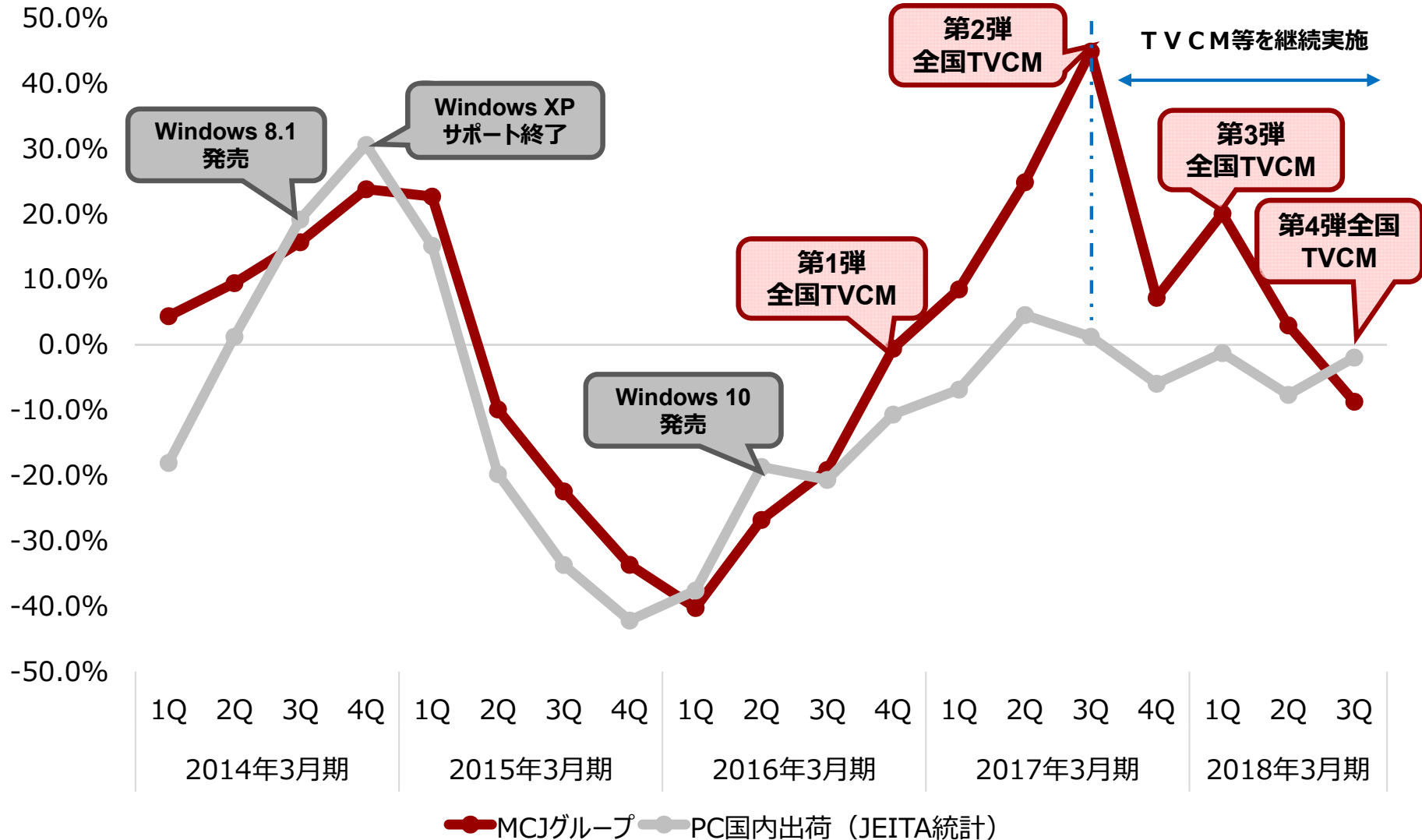


パソコン関連事業 (百万円)	2017年3月期 第3四半期		2018年3月期 第3四半期		前年同期比	
	金額	構成比率	金額	構成比率	増減額	増減比率
売上高	75,444	96.7%	87,500	97.2%	12,055	16.0%
営業利益	5,604	95.4%	5,889	98.4%	285	5.1%

※ 上記表には、連結消去及び全社費用等の金額が含まれていないため、「連結売上高」数値と各セグメント数値の合計値とが異なります。なお、構成比は、「連結売上高」数値を基に算出しております。
 ※ 上記表には、保有不動産売却による一時収入を含んだ数値となっております。

パソコン出荷台数増減率の推移

市場全体が軟調に推移するなか、
当社グループ出荷台数は意図的な価格政策の調整により前年同四半期比減にて推移



※ 上記グラフは、四半期（会計期間）ごとの出荷実績を前年同期と比較したものです。

中期経営計画に向けた主な施策

マウスコンピューター G-Tune : Garage大阪店OPEN



大阪に2店舗目となる
G-Tune : Garage 大阪店を
2017年12月にOPEN！



上図：内装イメージ

マウスコンピューターのゲームパソコンブランド「G-Tune」の現行シリーズをすべて展示。パソコンのみならず、ゲーマー向けディスプレイや、長時間プレイを快適にするゲーミングチェア、正確な操作に不可欠な各種ゲーミングデバイスを取りそろえ、専門性の高い売り場となっております。

MCJグループ 価格.comプロダクトアワード2017 デスクトップパソコンカテゴリ独占受賞



『価格.com プロダクトアワード 2017』パソコン部門デスクトップパソコンカテゴリにて、当社連結子会社である株式会社マウスコンピューターのゲーミングPCブランド「G-Tune」、「mouse」ブランドのデスクトップ製品が金・銅を、株式会社ユニットコム「iiyama PC」のゲーミングPCブランド「LEVEL∞」製品が銀賞を受賞し、当社グループの独占受賞となりました。これらはいずれも国内生産製品で、24時間365日のアフターサービスを行っております。

セグメント情報

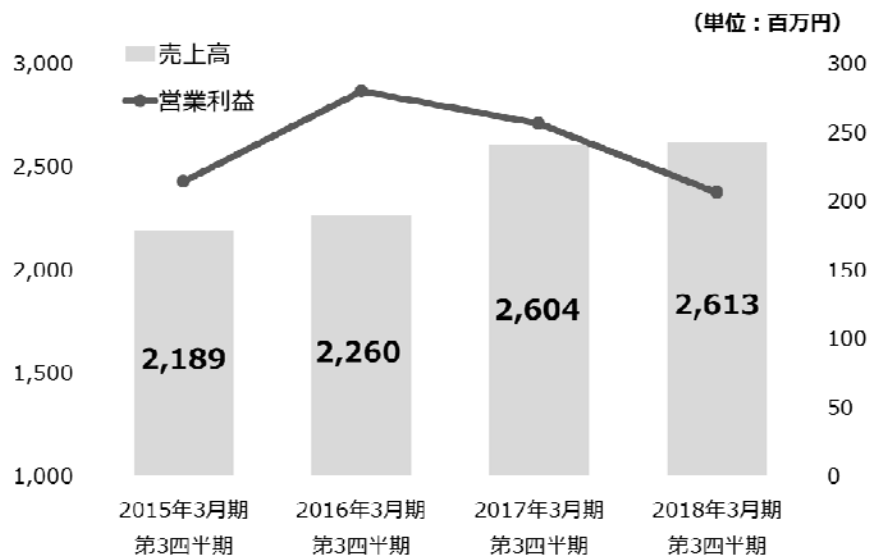
□ 総合エンターテインメント事業

➤ 売上高 26億円（前年同期比0.3%増）

- 前期におけるフランチャイズ出店に伴う一時収入の影響に加え、不採算店舗の整理を計画的に実行した結果、店舗数及び既存店舗売上は前期比減
- アパホテル開業に伴う新規の売上計上により、全体売上高は前期と同等で着地

➤ 営業利益 2億円（同19.4%減）

- 前期におけるフランチャイズ出店の影響に加え、アパホテル開業に伴う一時的な費用の計上により前期比で販管費が増加し、営業利益は前期比大幅減



総合エンターテインメント事業 (百万円)	2017年3月期 第3四半期		2018年3月期 第3四半期		前年同期比	
	金額	構成比率	金額	構成比率	増減額	増減比率
売上高	2,604	3.3%	2,613	2.9%	8	0.3%
営業利益	256	4.4%	206	3.5%	△ 49	△ 19.4%

※ 上記表には、連結消去及び全社費用等の金額が含まれていないため、「連結売上高」数値と各セグメント数値の合計値とが異なります。なお、構成比は、「連結売上高」数値を基に算出しております。

進捗：中期経営計画に向けた主な施策 ～M&A：R-Logic連結子会社化～

- 2017年9月に発表の通り、2018年1月31日を実行日としてR-Logicへの払込が完了
 - 払込完了により、R-Logicの株式の60%を取得
 - 株式の取得に加え、当社グループ役員2名がR-Logicの取締役を兼務、また、当社グループ社員を1名出向

□ 割当の概要※1

当社への割り当て 新株数	501,260株（取得分115,860株、引受分385,400株）
払込期日 （取得分）	2018年1月31日
払込期日 （引受分）	2018年1月31日

- 会社概要、グローバル展開及び今後の事業展開のイメージ、今後の見通しについては次頁参照

▼R-Logic（シンガポール及びマレーシアの工場）の様子



RLOGIC
Redefining Reverse Logistics

※1 払込価額については、当事者間の守秘義務に基づき非開示としておりますが、外部専門家による株式価値の算定結果を踏まえ、公正妥当な金額にて取得

【再掲】 中期経営計画に向けた主な施策 ～M&A：R-Logic連結子会社化～

□ R-Logic の株式取得及び同社の第三者割当増資引受により、発行済株式数の60%を取得し、当社の連結子会社化を予定

- アジア地域においてパソコンやモニタ、スマートフォンを中心に、IT 関連製品の修理や技術サポートを提供するアジア最大規模の会社

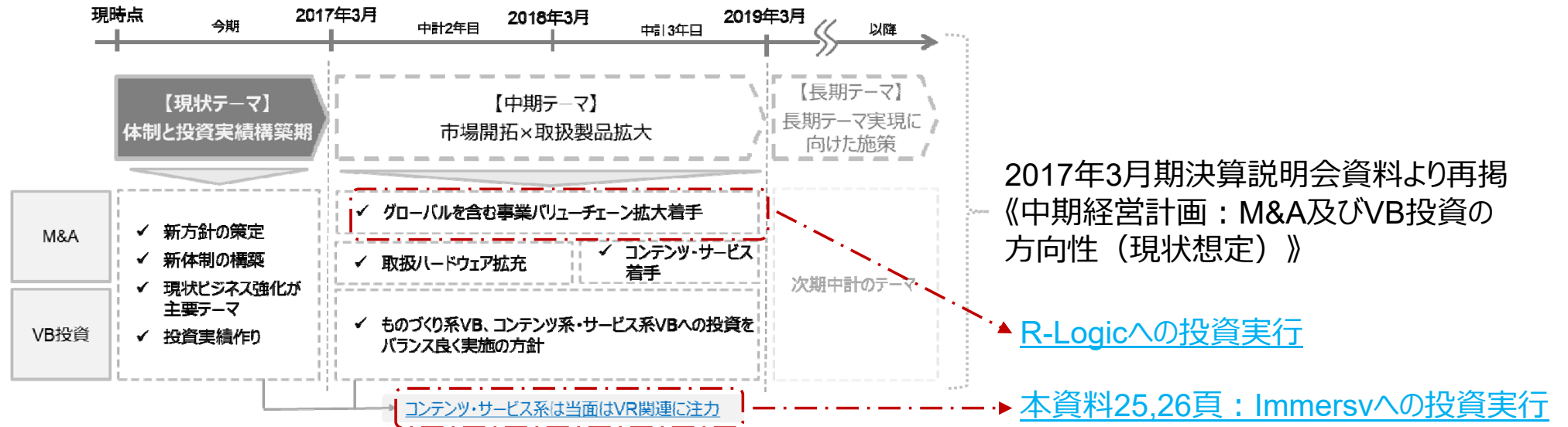
□ R-Logic 会社概要

名 称	R-Logic International Pte Ltd
所 在 地	3014A Ubi Road 1 #04-01 Singapore 408703
代表者の役職・氏名	Tan Keng Boon
事 業 内 容	アジア地域におけるIT 製品の修理・技術サポートの提供
資 本 金	610 千シンガポールドル (50 百万円) ※1
直近連結経営成績 2017年3月期※1※2	売上高 38,957千シンガポールドル (3,226百万円) 当期純利益 3,119千シンガポールドル (258百万円)
設 立 年 月 日	1999年3月1日
大 株 主	Tan Keng Boon, Tan Wai Boon, Lim Chwee Heng, Chia Chee Leong
上場会社と当該会社との関係性	当社と当該会社との間には、記載すべき資本関係・人的関係・取引関係はありません。 また、当社の関係者及び関係会社と当該会社の関係者及び関係会社との間には、特筆すべき資本関係・人的関係・取引関係はありません。

- 株式取得の相手先 創業メンバーである既存株主。全員一部株式を売却
- 今後のスケジュール 株式譲渡及び第三者割当増資実行日：2018年1月31日（予定）
- 今後の見通し 2018年3月期における当社グループの業績に与える影響は無し（2019年3月期よりP/L連結開始）

※1 日本円換算表記は、1シンガポールドル82.82 円で換算したもの
 ※2 2017年3月期については、監査前の連結財務諸表に基づくもの

【再掲】 中期経営計画に向けた主な施策 ～M&A：R-Logic連結子会社化～



□ R-Logic社との提携による当社グループのグローバル展開のイメージ

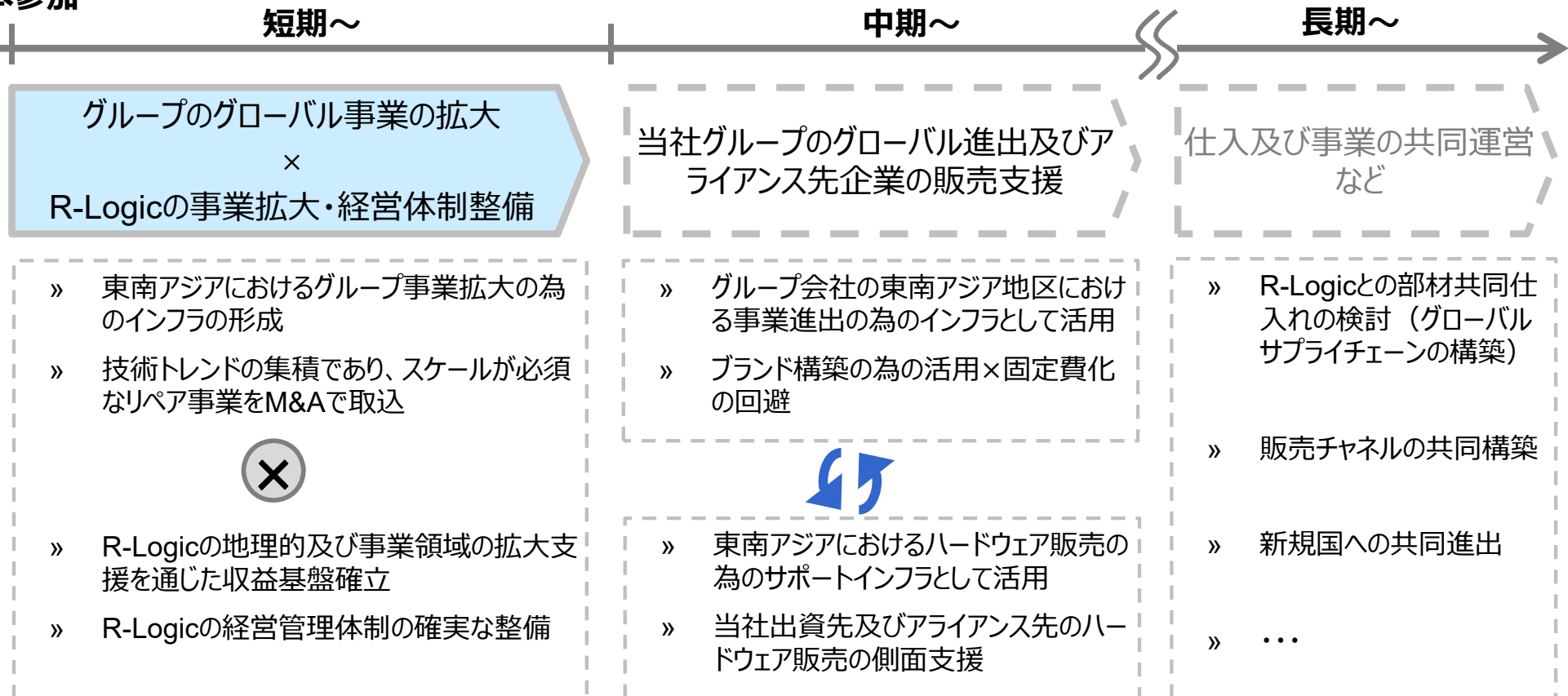


【再掲】 中期経営計画に向けた主な施策 ～M&A：R-Logic連結子会社化～

- 当社グループ及びアライアンス先の東南アジアにおける、グローバル展開に向けたハードウェア販売の為にインフラ構築を目的とする
 - ブランド力の構築による販売側面の支援及び技術力の底上げを図る 《サポート能力による差別化》
 - インフラとして必須な一方で、技術力に加え収益化に向けたスケールが求められ自前での構築が困難なりペア事業をターゲット 《固定費化を避けつつ、グループに必要な機能を取込》

□ 今後の事業展開のイメージ

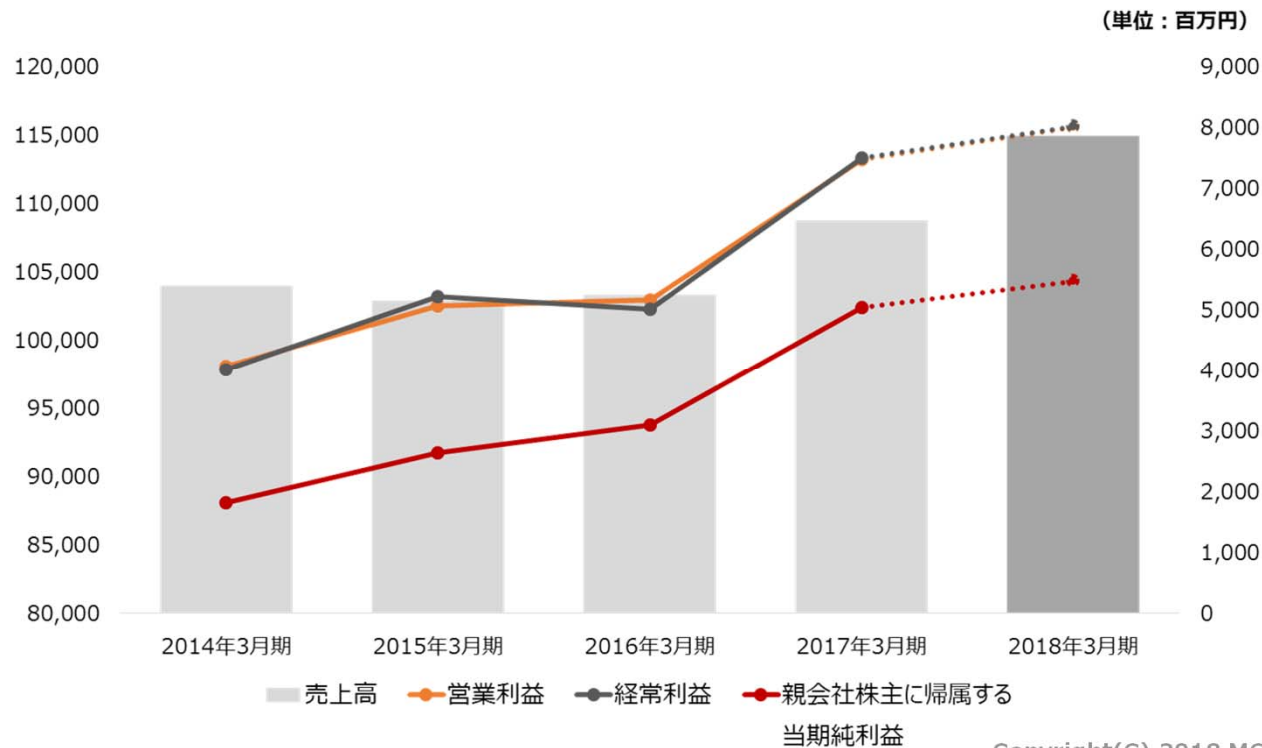
資本参加



通期連結業績計画

前期達成した過去最高売上高・最高益を超える計画値を設定
現時点においては期初発表の計画より修正なし

(百万円)	2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期 (計画)
売上高	104,003	102,889	103,288	108,727	114,953
営業利益	4,061	5,068	5,167	7,463	8,000
経常利益	4,005	5,217	5,014	7,503	8,013
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,812	2,627	3,087	5,030	5,470



株主還元 配当金について

さらなる株主還元強化に向け、配当性向目標を25%以上より30%以上に修正
合わせて配当性向を当初計画の25.0%より5%引き上げ、**30.0%**へ上方修正

	実績			当初計画	修正後計画
	2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2018年3月期
年間1株当たり 配当金	10円00銭	13円00銭	26円00銭	28円13銭	33円75銭
配当性向	18.6%	20.5%	25.1%	25.0%	30.0%

□ 1株当たりの期末配当金額の計画を33円75銭へ

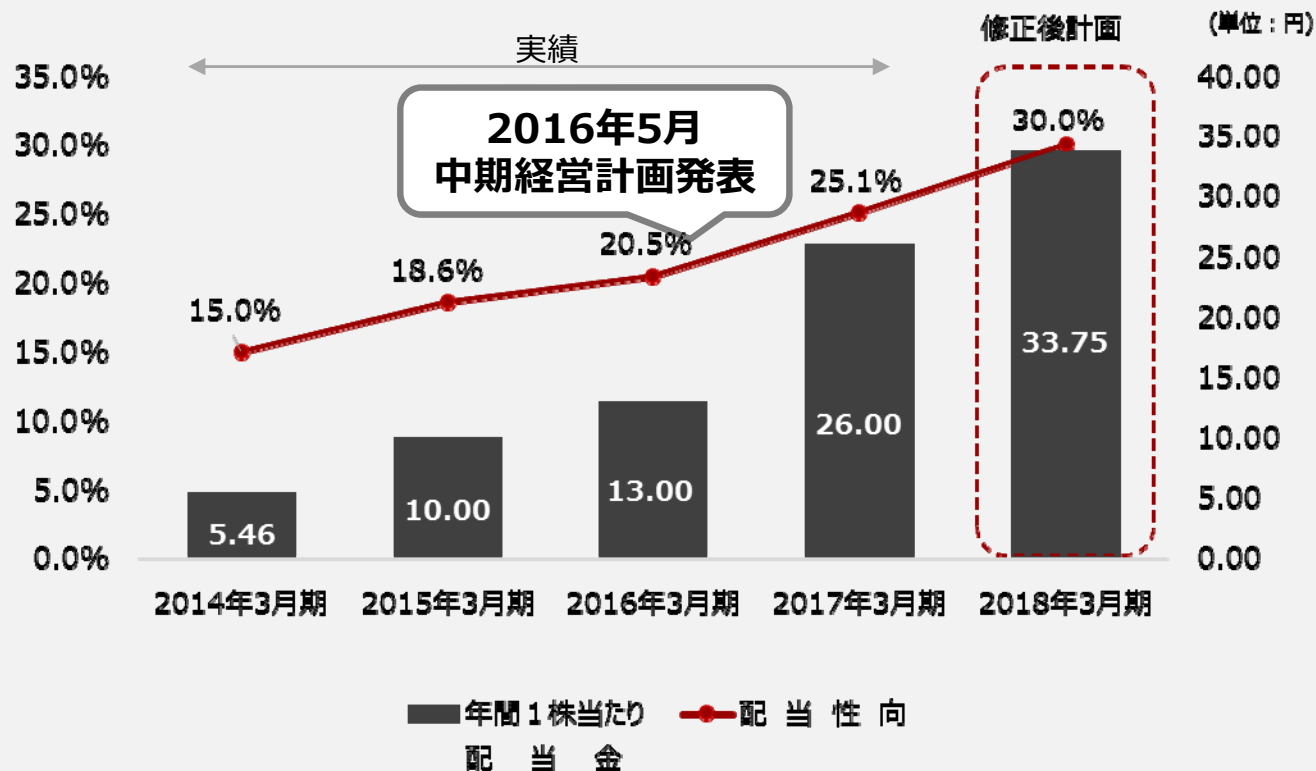
- 2018年3月期業績計画における親会社に帰属する当期純利益は54億円
- 当初計画配当性向25.0%より30.0%へ上方修正
- 以上の結果、1株当たりの期末配当金額の予想を**33円75銭**へと上方修正

【参考資料】 配当性向および年間1株当たり配当金推移

□ 積極的な株主還元に取り組み、2016年5月に策定の『中期経営計画2017-2019』策定時の目標から、配当性向目標・配当金ともに大幅に引き上げ

- 当時の配当性向目標20%以上から2年間で10%引き上げ
- 年間1株当たり配当金についても、今期において中計策定以前比2倍以上の金額を計画

修正後計画推移



株主還元 株主優待制度について

引き続き2018年3月期も株主優待制度を実施予定

① 1,000株以上

1万円相当の当社オリジナルカタログ

(グループ製品及び飲食料品を予定) より1点選択+②

<商品一例>

7インチタブレットPC / 21.5型液晶ディスプレイ / 米20kg

／国産牛すきやき肉 / かに・いくらセット / アイスセット

／とらふぐ料理セット / うなぎ蒲焼 / 日本酒セット 等

※商品は変更する場合がございます



② 100株以上1,000株未満

『パソコンワンコイン診断サービス』利用券

(500円×2枚)



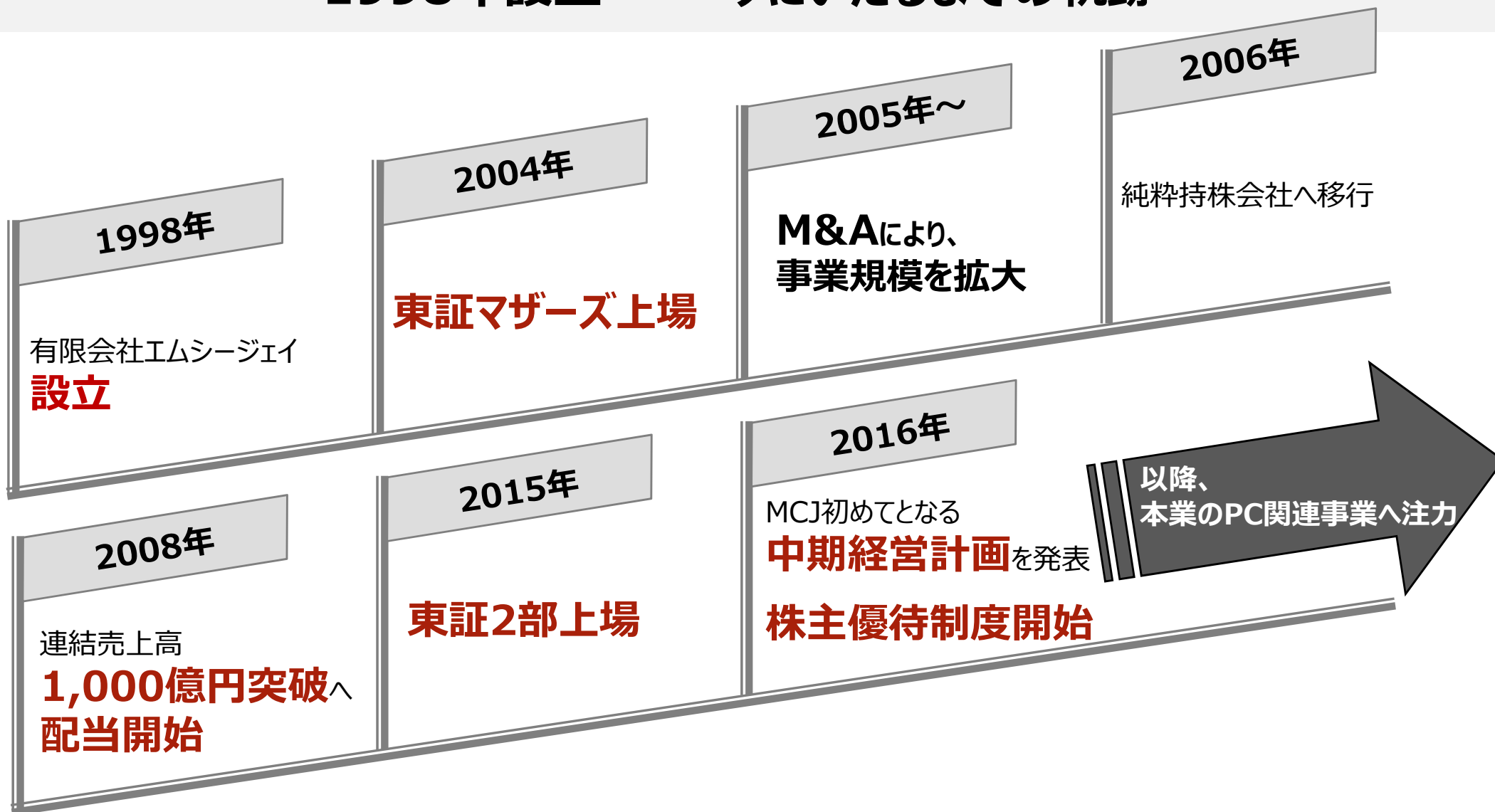


Appendix

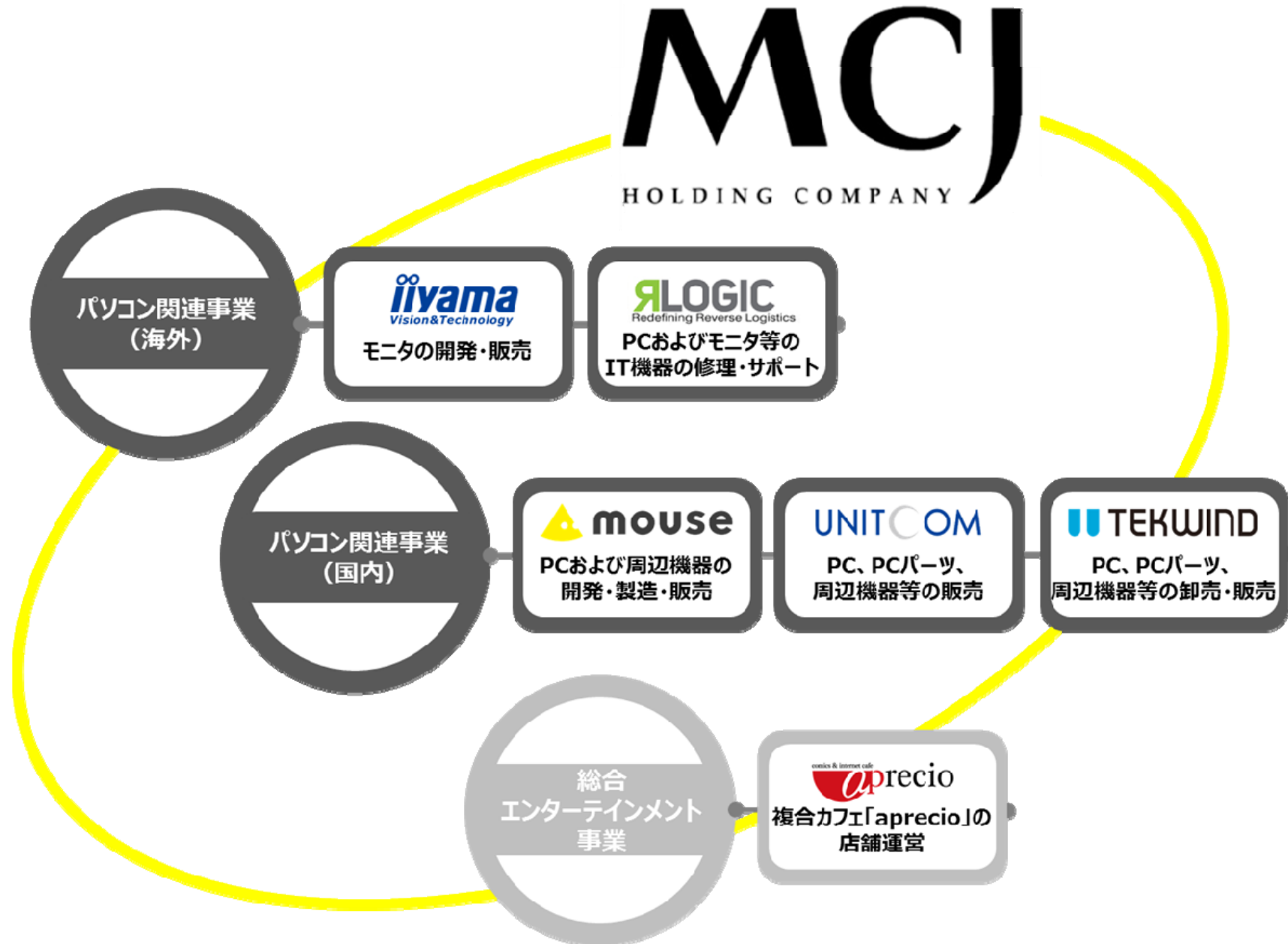


- 商号** : 株式会社MCJ (英語表記 MCJ Co.,Ltd.)
- 設立** : 1998年8月
- 代表者** : 代表取締役会長兼CEO 高島 勇二
- 資本金** : 3,854,491,300円
- 従業員数 (連結)** : 1,216名 (2017年12月末)
- 発行済株式数** : 50,870,600株
- 証券コード** : 6670 (東京証券取引所第2部上場)

1998年設立 ～ 今にいたるまでの軌跡



MCJグループ 主要子会社紹介



経営ビジョン及び事業方針

相乗効果

取扱製品（ハード）
の拡充

コンテンツ・サービス分野
への事業領域の拡大

設定の背景/考え方

情報に「アクセスする、発信する、共有する」手段としてのデバイスの多様化とユーザーニーズの多様化

ハードウェア・サービスはそれぞれ独立関係ではなく、相互依存関係であり、ビジネスとしても一貫して捉えるのが自然

- 形は変われども情報への接点としてのハードウェアは無くならない
- ハードウェアは成長産業

- ハードウェアよりも事業ドメインは意外とスタティックな世界
- ハードウェア以上の成長ポテンシャル

中計上の方向性/目標

- PC、スマホ、タブレット以外の取扱ハードウェア拡充
- ウェアラブル、VR、AR、ドローン、IoT...
- ハードウェアからのイノベーションを継続推進

- 既存ハード事業と親和性のあるサービス等の開拓
- コンシューマー向けコンテンツ、法人向けソフトウェア...
- サービスからのイノベーションを取込む

目標達成手段

- 自社グループによる開発
- 優良ベンチャー企業との連携
- 自社バリューチェーンを活用した新VB投資方針

- 優良ベンチャー企業との連携・出資
- M&Aによる事業ドメインの拡大
- 新たなM&A方針の策定

中長期ビジョン実現に向けたM&A・アライアンス方針【中計資料より再掲】

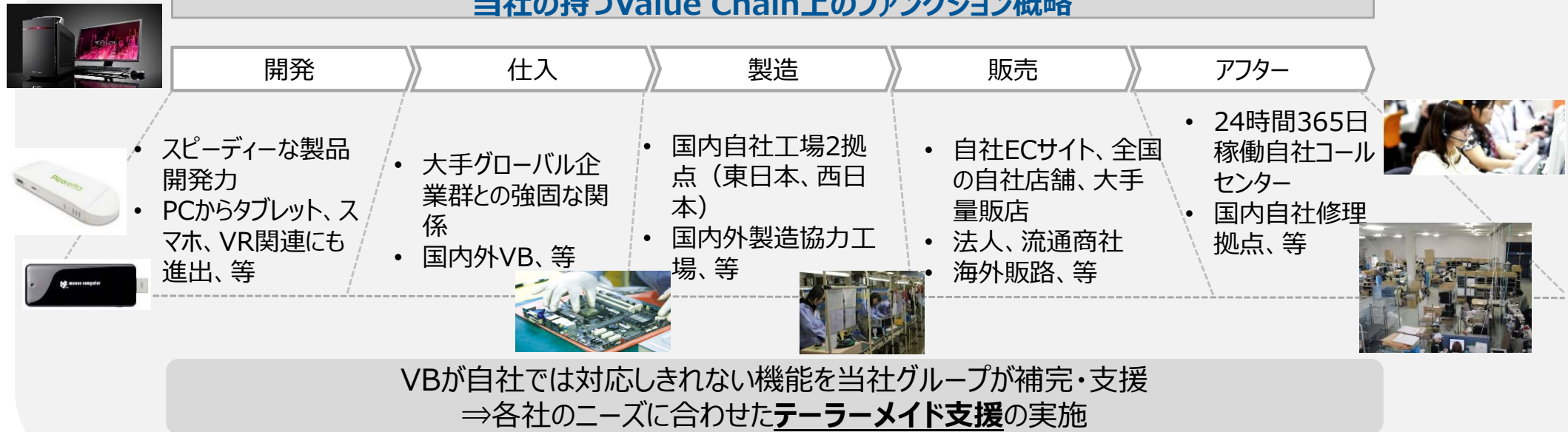
- ビジョン実現の為に、以下の方針にてM&A・アライアンス戦略を推進する
 - 既存事業強化を軸としつつ、将来の種まきを過度なリスクを取らない範囲で実施

M&A・事業アライアンスに係る大方針	方針	M&Aの目的等
既存事業関連① Value Chain強化	<ul style="list-style-type: none"> » 既存の開発、仕入、販売、保守等の既存Value Chain機能の強化を狙う » グループに無い機能、弱い機能の補完を目的とする 	<ul style="list-style-type: none"> » 各グループ会社の擁するValue Chain機能の拡充ニーズに基づく » 今後の事業拡大の為にオペレーション上の基盤再強化を目的とする
既存事業関連② 製品・顧客軸強化	<ul style="list-style-type: none"> » 取り扱い製品、販売先顧客軸での既存事業の強化を狙う » 新たな製品群、業界を含む顧客層の開拓を目的とする（但しデバイスに限らない例：ソフト等） 	<ul style="list-style-type: none"> » 各グループ会社の足元の営業ニーズ、営業戦略に合致した個別テーマを設定 » “入り口”たる取り扱いデバイス拡充に伴う商流の強化を目的とする
新規事業関連	<ul style="list-style-type: none"> » ITデバイスによらない、既存事業の枠外の投資 » ソフトウェア、セキュリティー、コンテンツ等。領域は限定せずも、特定領域に過度にベットはせず 	<ul style="list-style-type: none"> » デバイスを活用する事業への進出によりデバイス事業との相乗効果を狙う » 将来の事業の柱の一つとなりうる事業の探求を目的とする

中長期ビジョン実現に向けたベンチャー投資方針【中計資料より再掲】

- 最先端のデバイス情報取得や取り扱いデバイスの拡充に、ベンチャー育成をミックス
 - ▶ 昨年度3月24日にIRにて発表済みの“ものづくりベンチャープラットフォーム構想”

当社の持つValue Chain上のファンクション概略



投資基本方針

- » 日本におけるものづくり系ベンチャー企業の支援プラットフォームとなる事を目指す
- » 開発から販売、アフターサービスの全てに係る、投資先が必要な事業上の機能を投資先へ提供し、事業上のバリューアップありきの投資を実行
- » IT系ガジェットを中心とするものづくり系ベンチャーをその投資対象とする
- » 同時に海外ものづくりベンチャーの日本進出におけるパートナーとなる事を目指す

主要各社の戦略的方向性【2017年3月期決算説明資料より再掲】

主要な方向性

2017年3月期 主な取組み

<p>マウス</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 製品開発、広告積極化による認知度向上 ✓ より効率的な営業を追及 ✓ オペレーション基盤の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ 認知度向上策 × ユーザーニーズを捉えた製品投入 ❑ VR関連製品の取り扱いに注力 ❑ サポート強化
<p>ユニットコム</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ サポート等の付加価値サービスの拡大 ✓ 販売チャネルミックス適正化 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ 店舗を利用した利益率の高いサポートビジネスへの注力 ❑ 店舗網を活用しVR関連製品、IoT製品の取り扱いを開始 ❑ EC、法人に注力
<p>テックウインド</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 取扱製品の拡充 ✓ 法人向けソリューションビジネスの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ 新製品発掘 × 新規取引先開拓 ❑ 利益率重視のビジネスを展開
<p>iiyama</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 既存製品に加え新製品開発による需要開拓 ✓ 販売強化 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ タッチパネル及びデジタルサイネージ分野へ引き続き注力 ❑ 既存製品のラインナップや新製品の開発 ❑ マーケティング積極化及び人員増加で販売強化
<p>aprecio</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 機動的な店舗政策 ✓ 立地に合わせた設備・サービスの拡充 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ 店舗の閉鎖、子会社の吸収合併によるオペレーション強化 ❑ サービスの拡充として、店舗を利用した体験型マーケティングを実施

重要視する事業上の経営管理指標【2017年3月期決算説明資料より再掲】

財務面での方針

4つの最重要KPIにおいては、すべての指標にて目標値を達成

目標値及び実績	目標値	通期実績	前期実績	
	営業利益率	5%程度	<u>6.9%</u>	5.0%
	ROIC	10%以上	<u>17.4%</u>	11.6%
	ROE	10%以上	<u>19.1%</u>	13.0%
	配当性向	20%以上*1	<u>25.1%*2</u>	20.5%

今後の見通し

□ 配当性向を除く3指標は現在の企業ステージにおいては継続的な上昇を意図するものではない

- » 成長企業として広告宣伝等の先行投資を継続する等の売上拡大策を当面は図る方針：過度に営業利益率を高めるよりは、当面は営業利益の額を追及
- » 同じく企業規模拡大及び事業ドメイン拡大に向けてM&A等を推進する見込み：一時的にROE、ROICに影響を及ぼす可能性
- » 配当性向は基本ステイ又は上げる方針

*1) その後2016年10月31日取締役会にて配当性向目標を25%に修正

*2) 配当性向については、2017年6月に開催予定の定時株主総会において承認されることを前提として記載

免責事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現時点において入手可能な情報及び合理的であると判断する一定の前提及び将来の業績に影響を与える不確実な要因に係る仮定を前提として作成されており、実際の業績等は様々な要因によりこれらの見通しとは異なる可能性があります。

当社は、これらの将来の見通しに関する事項を常に改定する訳ではなく、またその責任も有しません。

尚、実際の業績等に影響を与える主な項目例は以下の通りとなりますが、将来見通しに影響を与える項目はこれらに限定されるものではありません。

- » 当社グループの事業領域を取り巻く各種経済情勢
- » 当社グループの製品・サービスに対する需要
- » 新製品等開発に係る当社グループの能力及び新製品・サービスの動向
- » M&Aや他社との事業等の提携
- » 資金調達環境、為替動向等の財務を取り巻く環境
- » 事故・自然災害等

< IR及び本資料に関するお問い合わせ >

株式会社MCJ
経営企画室 広報IR担当

TEL : 03-6739-3991
HP : www.mcj.jp/

MCJ
HOLDING COMPANY