



**JPX-NIKKEI Mid Small**

2016-2017年度選定

 Tanseisha

# 2018年1月期 決算説明資料

## 株式会社丹青社

(証券コード：9743)

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

**PART 1**

## 会社概要

**PART 2**

- ① 2018年1月期業績概況
- ② 2018年1月期セグメント別業績概況

**PART 3**

- ① 中期経営計画の結果と評価
- ② 新中期経営計画の数値目標と還元方針
- ③ 新中期経営計画の施策概要
- ④ 今後の見通し

**PART1**

# 会社概要

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。  
 その後もエポックメイキングな空間創造に多数携わりながら、  
**「こころ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	1959年12月25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	1,157名（連結）
子会社	9社
営業拠点	国内11拠点 海外2拠点（上海・北京）
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		商業施設の運営・管理 事務サービス インターネット情報サービス		

## 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

■ 各種調査

■ プランニング

■ 異業種提携

■ ブランディング

■ プロジェクトマネジメント

■ デザインコンセプト

■ 平面レイアウト

■ 基本・実施設計

■ 設計監理

■ 制作・施工

■ 施設の管理運営

■ 保守、メンテナンス

■ 販促・イベント計画

■ 評価・検証・効果測定

### 「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。

お客様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。

## 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

賑わい  
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。**

## 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 251名
- ② 制作職 390名  
(内、一級建築士56名、一級施工管理技士208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 292社 (2018年1月現在)

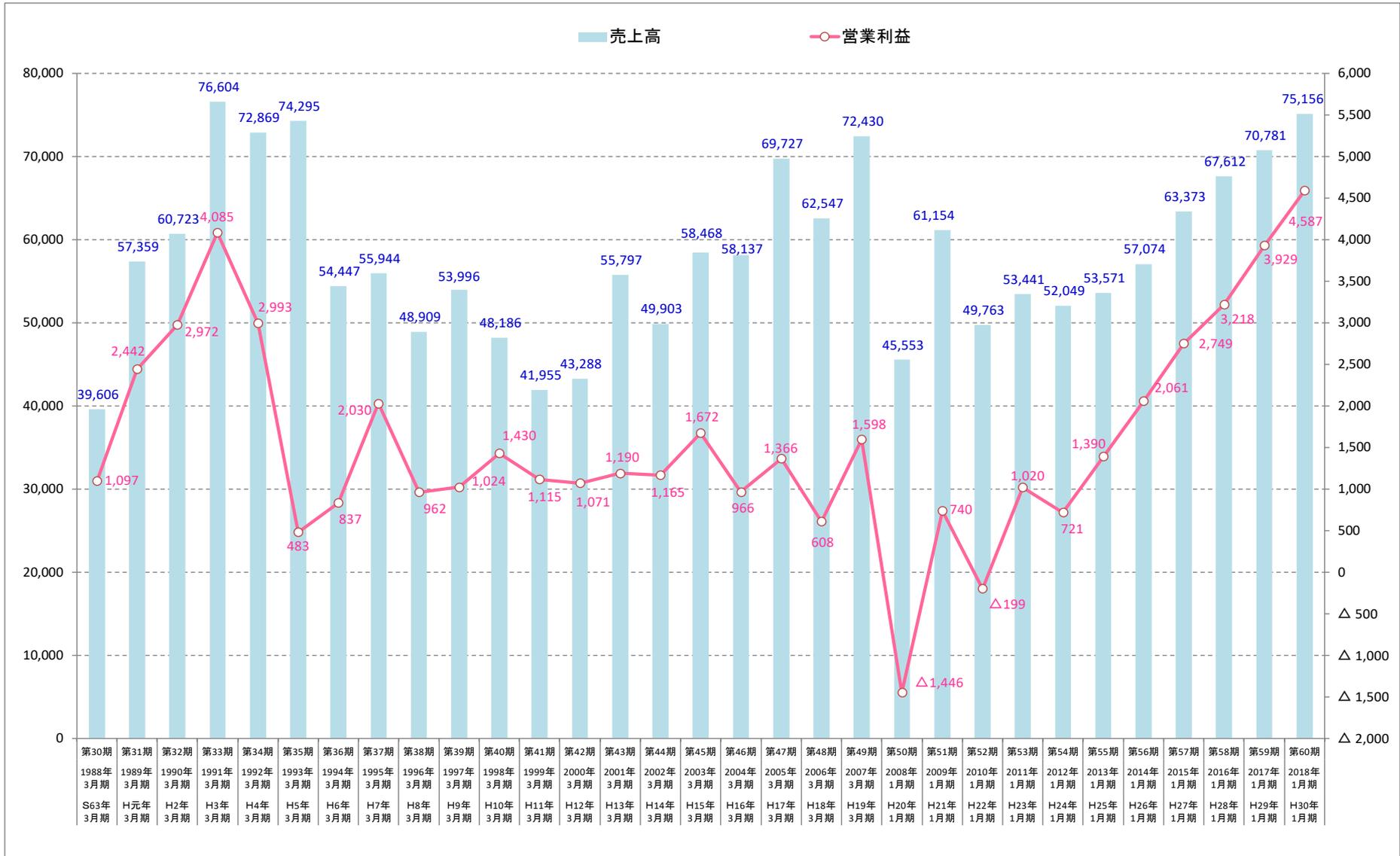
## 事業上の特長

- 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)

# 業績の推移① (連結売上高および営業利益の推移)

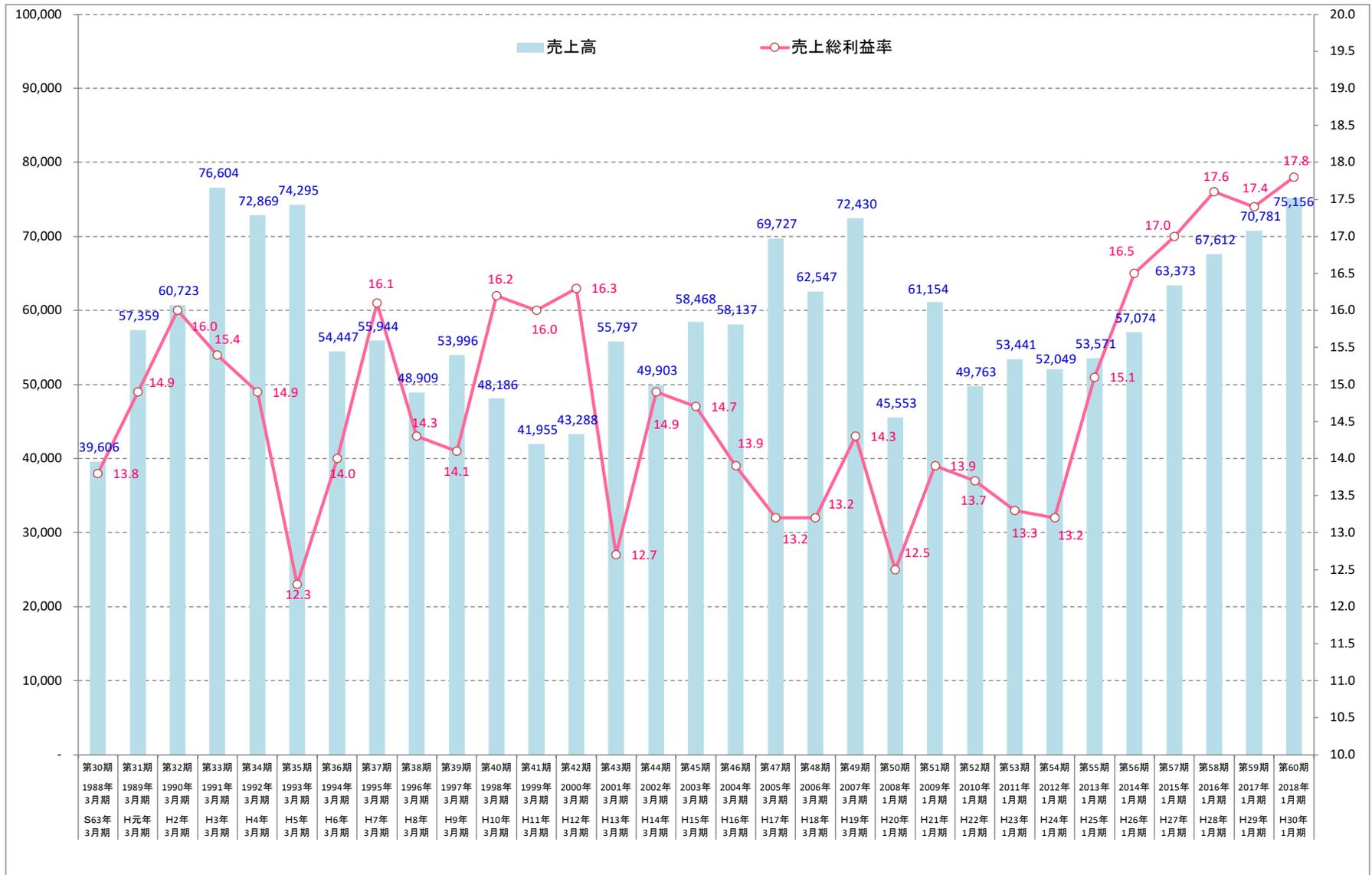
(百万円)

(百万円)



# 業績の推移②（連結売上高および売上総利益率の推移）

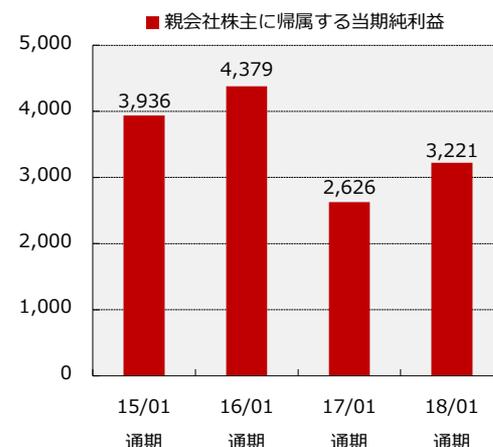
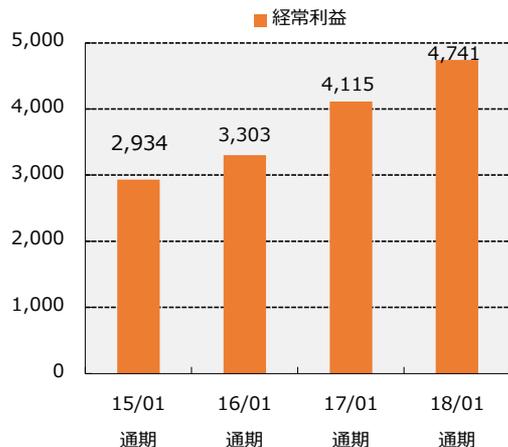
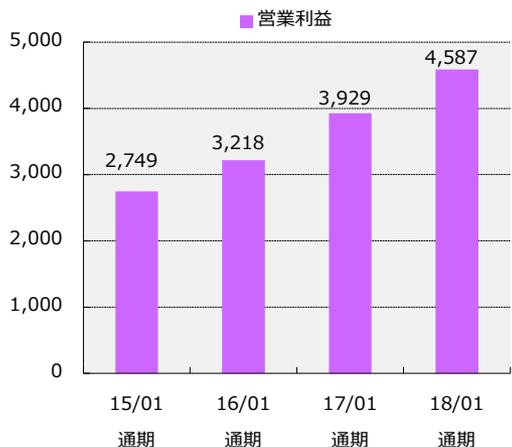
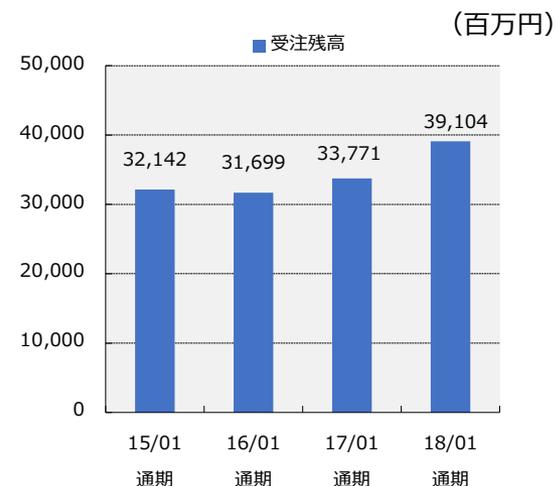
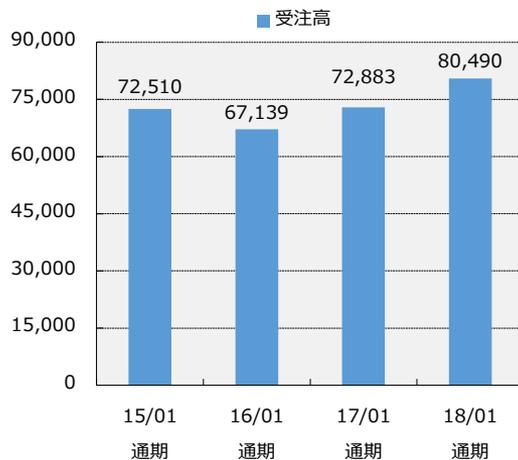
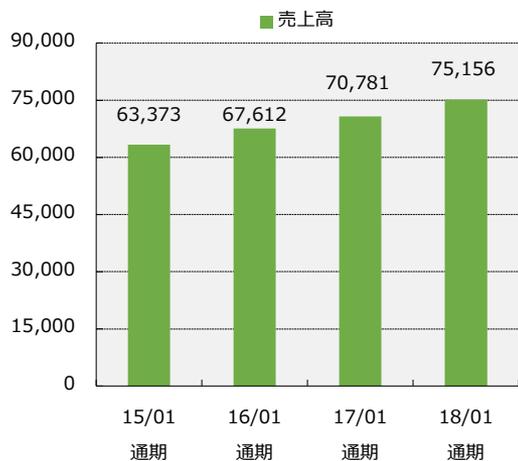
（単位：百万円，％）



## PART2

# ① 2018年 1月期 業績概況

- 引き続き市場環境が良好であったこと等により、前期比では増収・増益となった。
- 受注高、受注残高ともに前期を上回り、引き続き高水準で推移した。

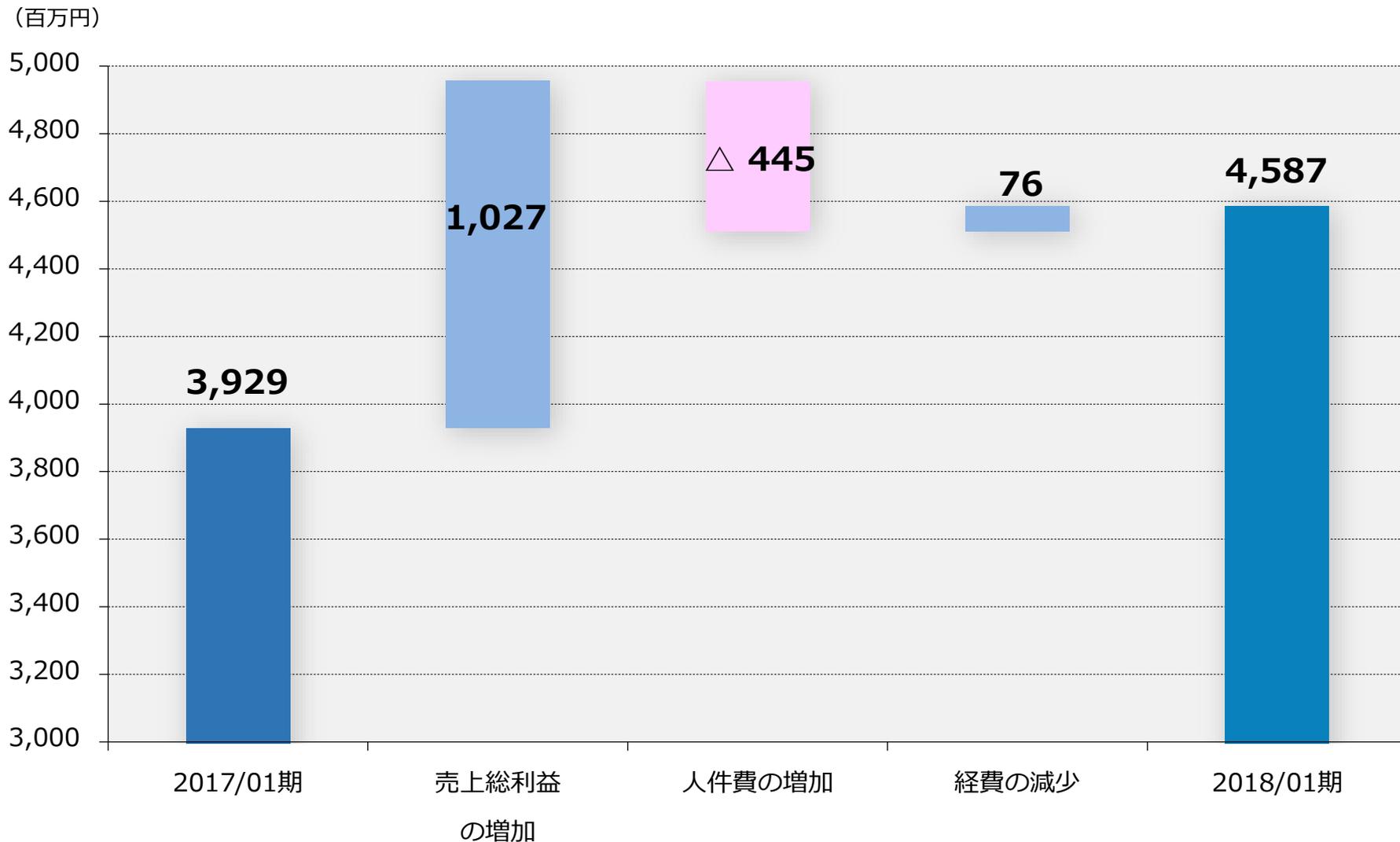


- 売上総利益率は前期比プラス0.4ポイントの17.8%となり、過去最高を更新した。
- 引き続き良好な事業環境を背景に、営業利益は過去最高を更新した。

(百万円)

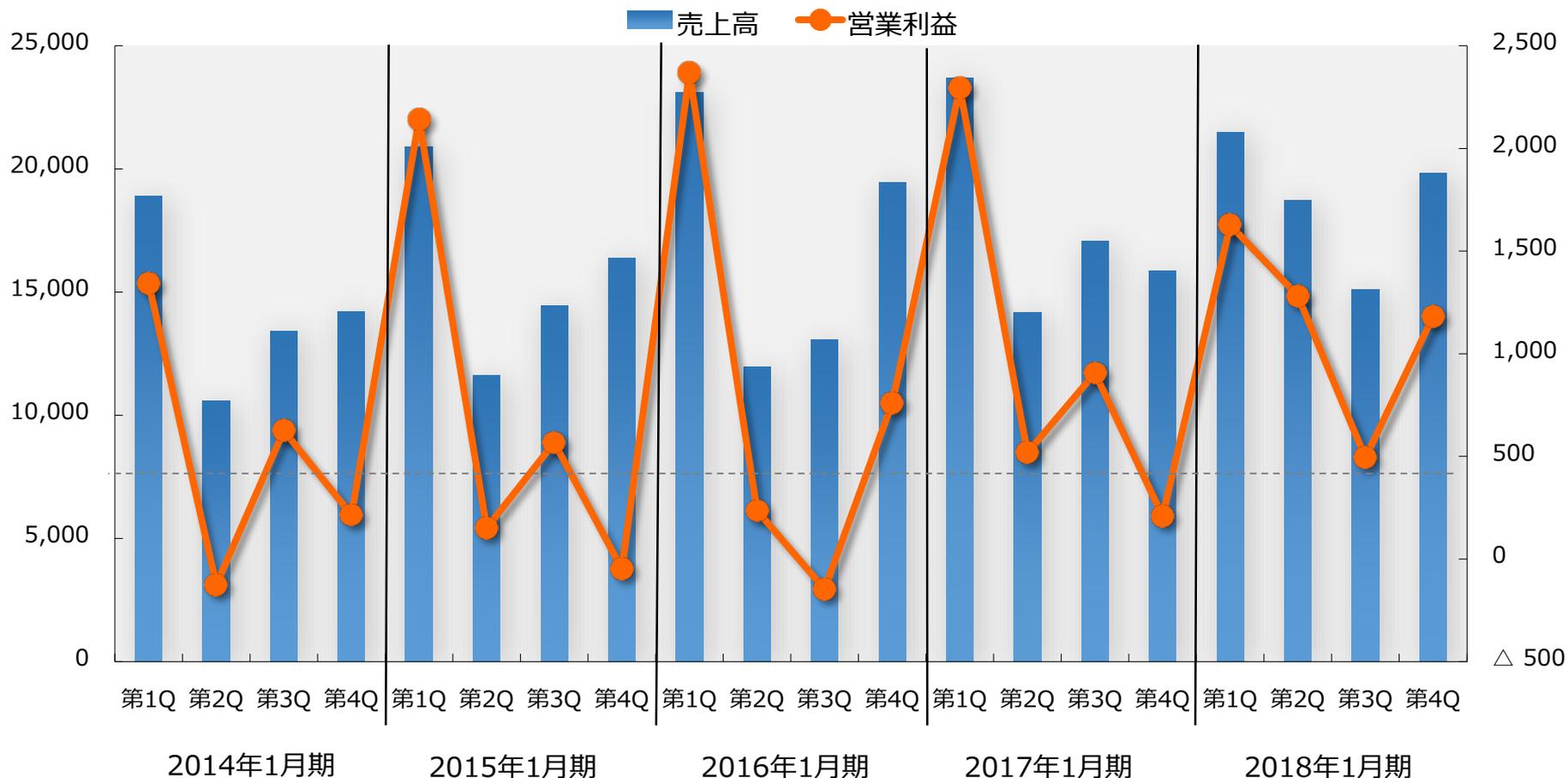
	17/01 通期		18/01 通期		増 減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売上高	70,781	100.0	75,156	100.0	4,374	—
売上原価	58,444	82.6	61,791	82.2	3,346	△0.3
売上総利益	12,337	17.4	13,364	17.8	1,027	0.4
販管費	8,407	11.9	8,777	11.7	369	△0.2
営業利益	3,929	5.6	4,587	6.1	658	0.6
営業外収益	229		222		△7	
営業外費用	43		68		25	
経常利益	4,115	5.8	4,741	6.3	625	0.5
特別利益	59		93		33	
特別損失	52		—		△52	
法人税・事業税	1,320		1,667		347	
法人税等調整額	176		△54		△230	
親会社株主に帰属する当期純利益	2,626	3.7	3,221	4.3	595	0.6
E P S (円)	54.58		66.96		12.38	
R O E (%)	11.8		13.3		1.5	

# 営業利益の増益要因（対前期比）



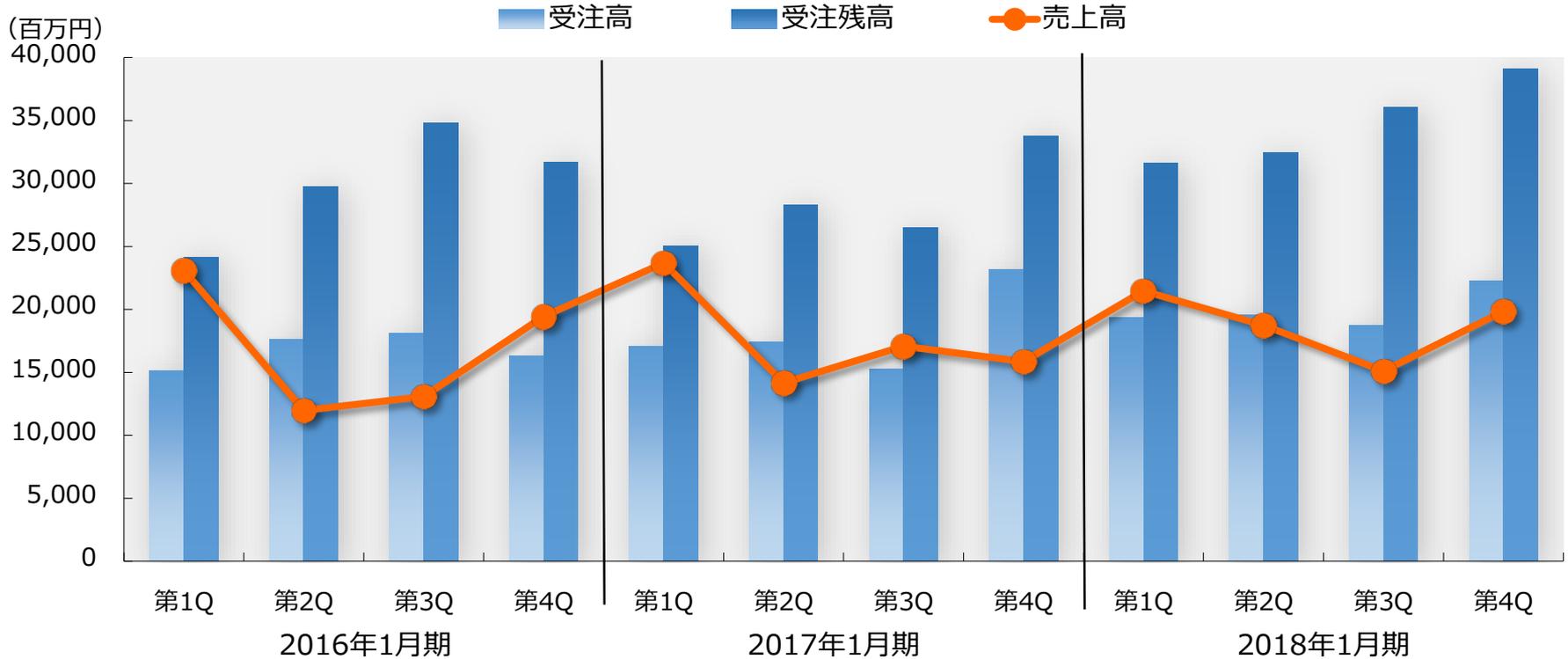
- 受注産業であるため、各四半期ごとに利益が積み上がる構造ではない。
- 第4四半期の営業利益には決算賞与の影響が含まれている。
- 2018年1月期はサービス分野の増加や案件の大型化等の影響で、過去の季節変動と異なる推移を示している。

(百万円)



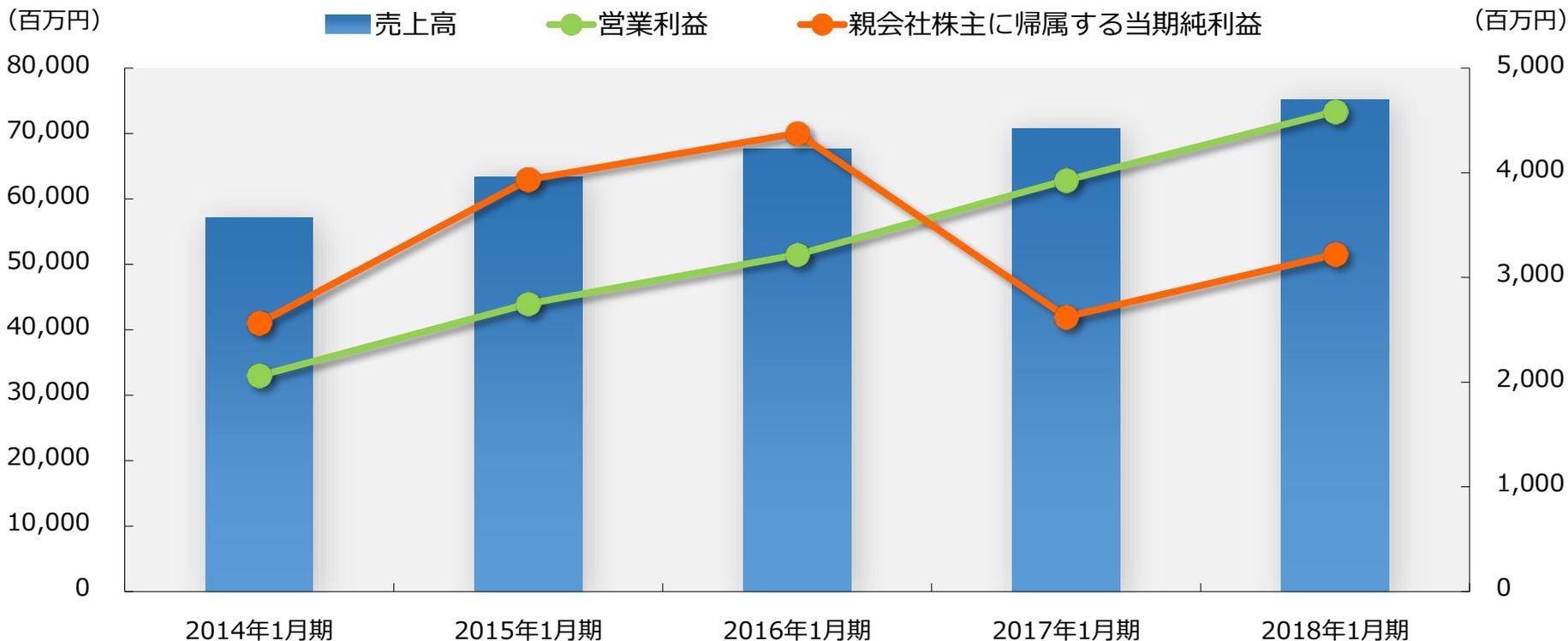
# 各四半期ごとの受注高・売上高・受注残高の推移

- 当第4四半期の売上高は前年同四半期を上回った。
- 受注高は前年同四半期を下回ったものの、受注残高は前年同四半期を上回り、引き続き高水準で推移した。



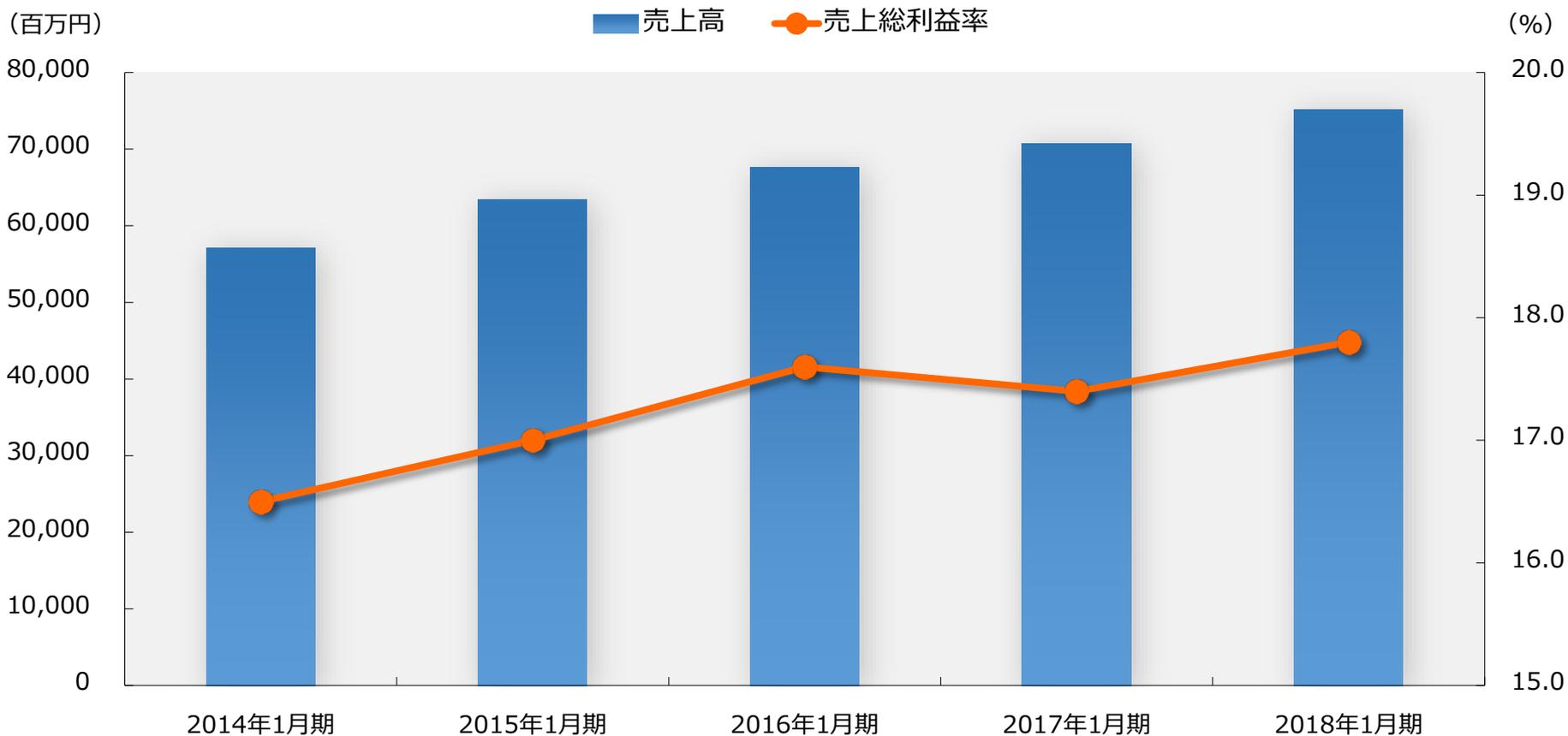
	2016年1月期				2017年1月期				2018年1月期			
	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q
売上高 (百万円)	23,110	11,977	13,076	19,448	23,675	14,180	17,071	15,854	21,476	18,742	15,097	19,839
受注高 (百万円)	15,118	17,603	18,104	16,312	17,069	17,392	15,287	23,133	19,370	19,545	18,698	22,876
受注残高 (百万円)	24,151	29,776	34,804	31,669	25,063	28,275	26,491	33,771	31,664	32,467	36,068	39,104

- 売上高、営業利益ともに前期を上回った。
- 2015年1月期及び2016年1月期については、マイナスの法人税等調整額を計上したことや、旧日本の土地及び建物の売却等により、親会社株主に帰属する当期純利益が通常より高く計上されている。



	2014年1月期	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期
売上高 (百万円)	57,074	63,373	67,612	70,781	75,156
営業利益 (百万円)	2,061	2,749	3,218	3,929	4,587
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	2,565	3,936	4,379	2,626	3,221

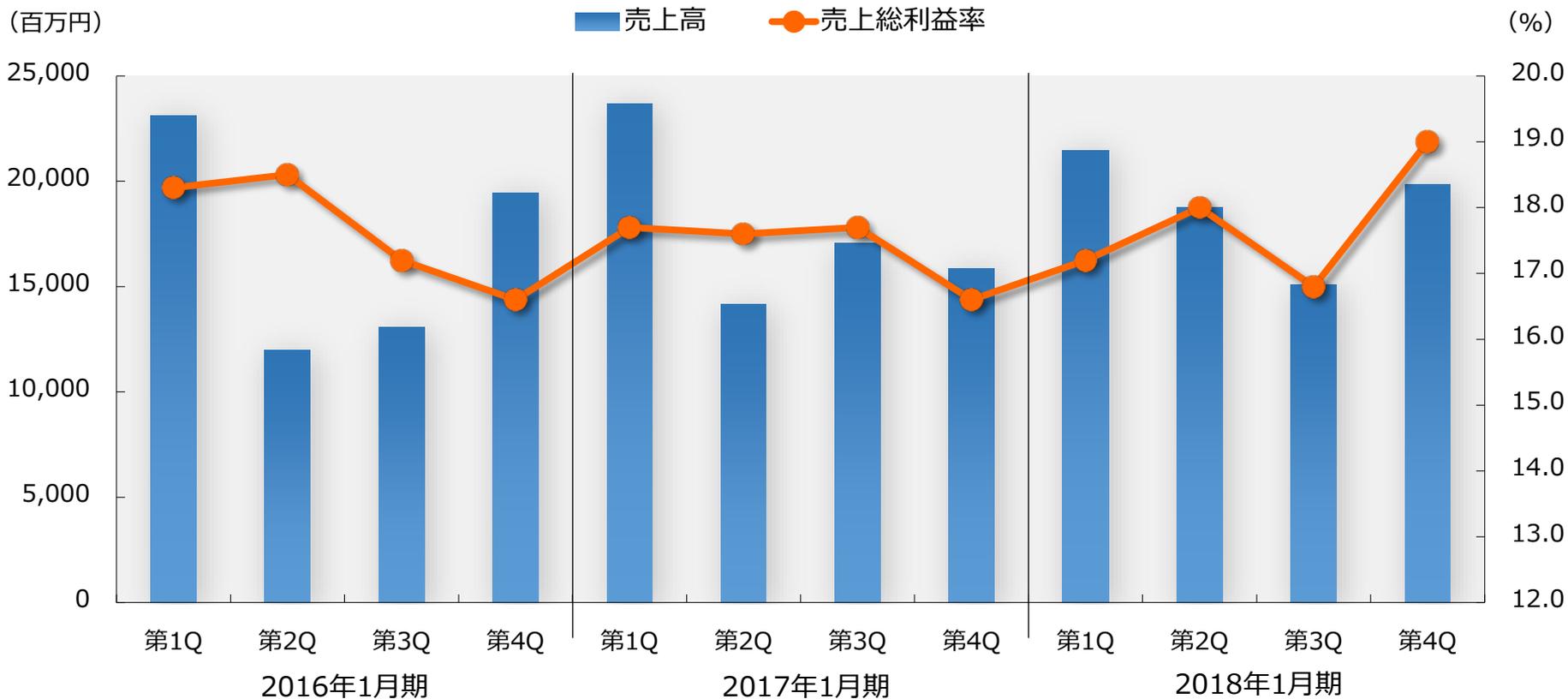
■ 売上総利益率は17.8%で前期を0.4ポイント上回り、過去最高となった。



	2014年1月期	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期
売上高 (百万円)	57,074	63,373	67,612	70,781	75,156
売上総利益率 (%)	16.5	17.0	17.6	17.4	17.8

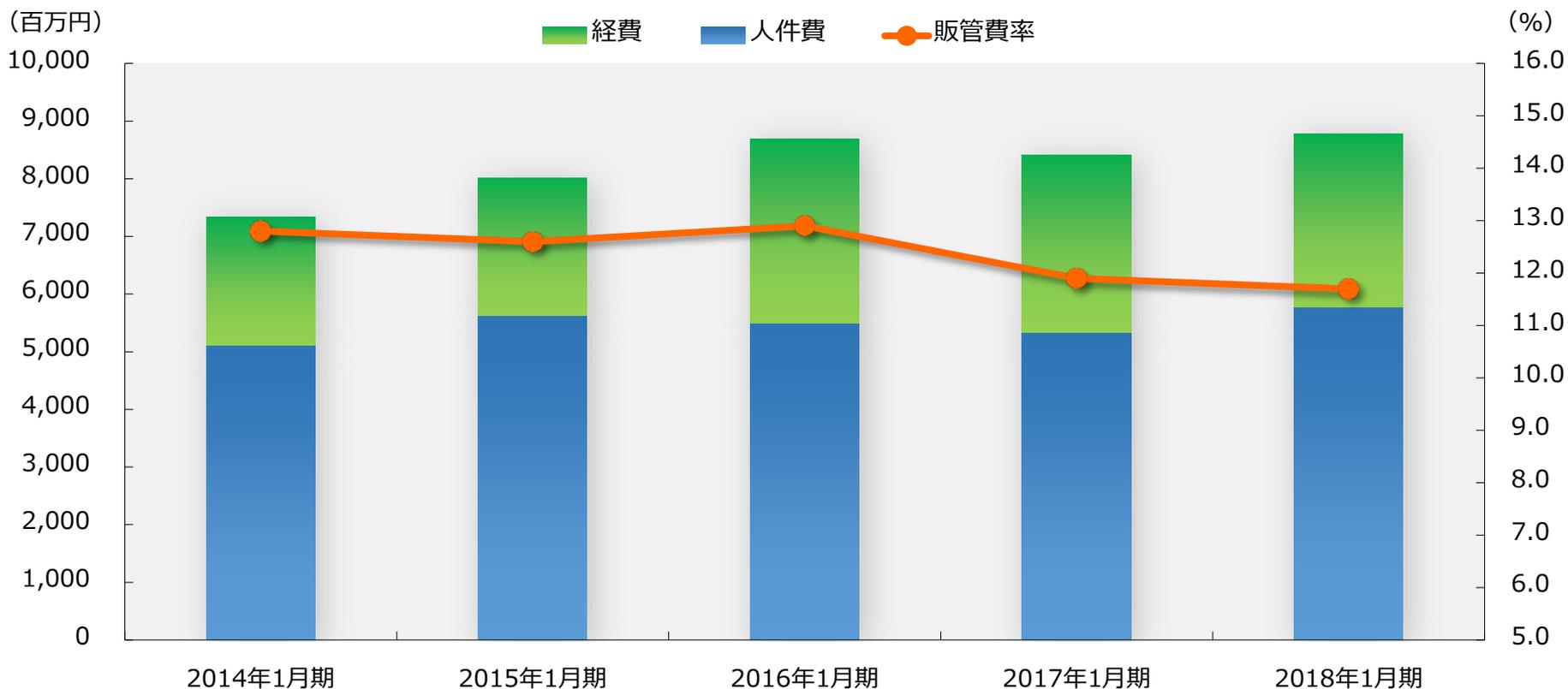
# 売上高および売上総利益率の推移（各四半期ごと）

■ 当第4四半期の売上総利益率は前年同四半期を上回り、引き続き高水準で推移している。



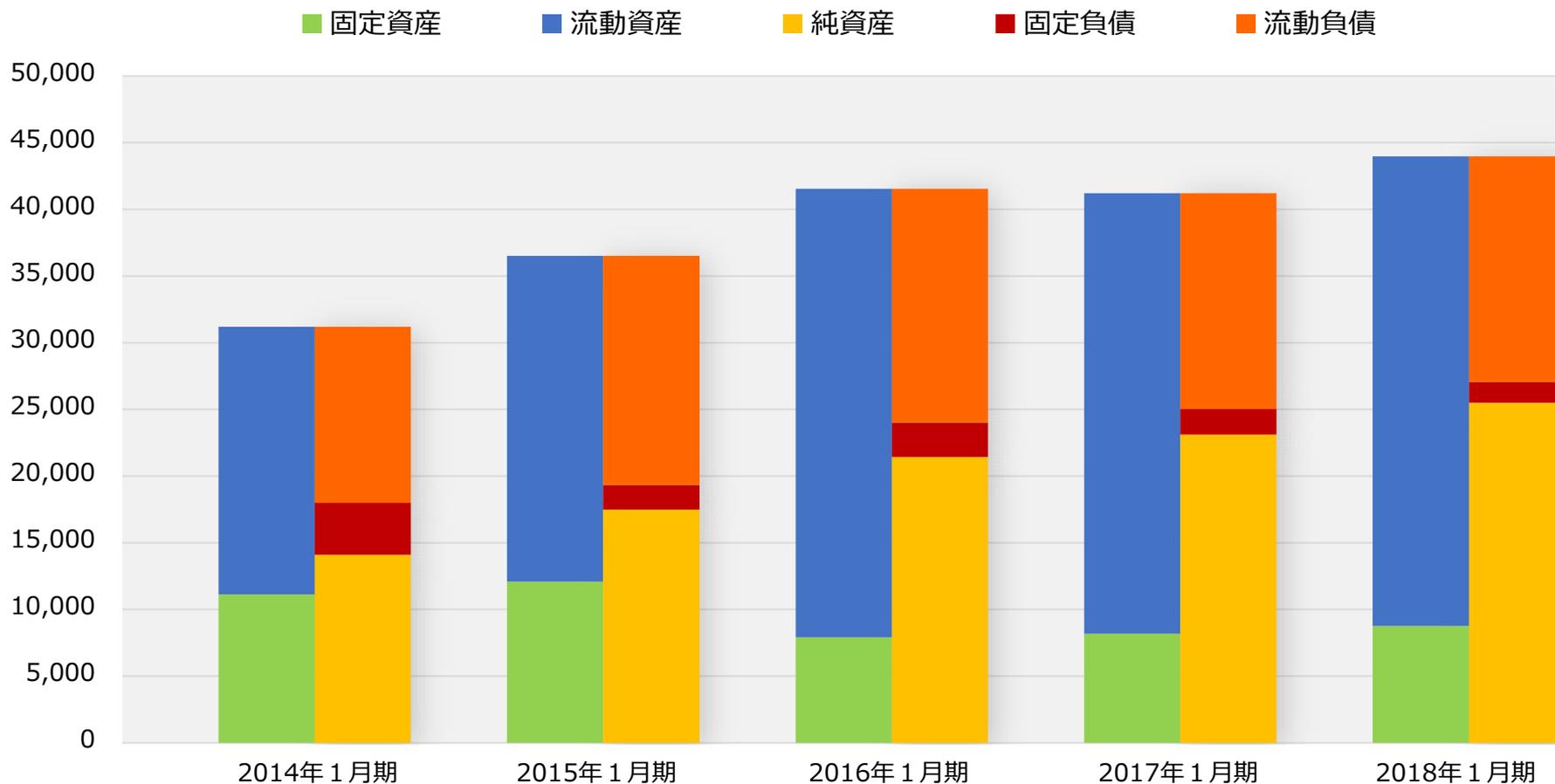
	2016年1月期				2017年1月期				2018年1月期			
	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q
売上高 (百万円)	23,110	11,977	13,076	19,448	23,675	14,180	17,071	15,854	21,476	18,742	15,097	19,839
売上総利益率 (%)	18.3	18.5	17.2	16.6	17.7	17.6	17.7	16.6	17.2	18.0	16.8	19.0

- 人件費が増加したものの、売上が前期比で6.2%増加し、販管費率は△0.2ポイントとなった。
- 従業員数の推移（連結） 2017年1月：1,131人 2018年1月：1,157人となり、26人増加。



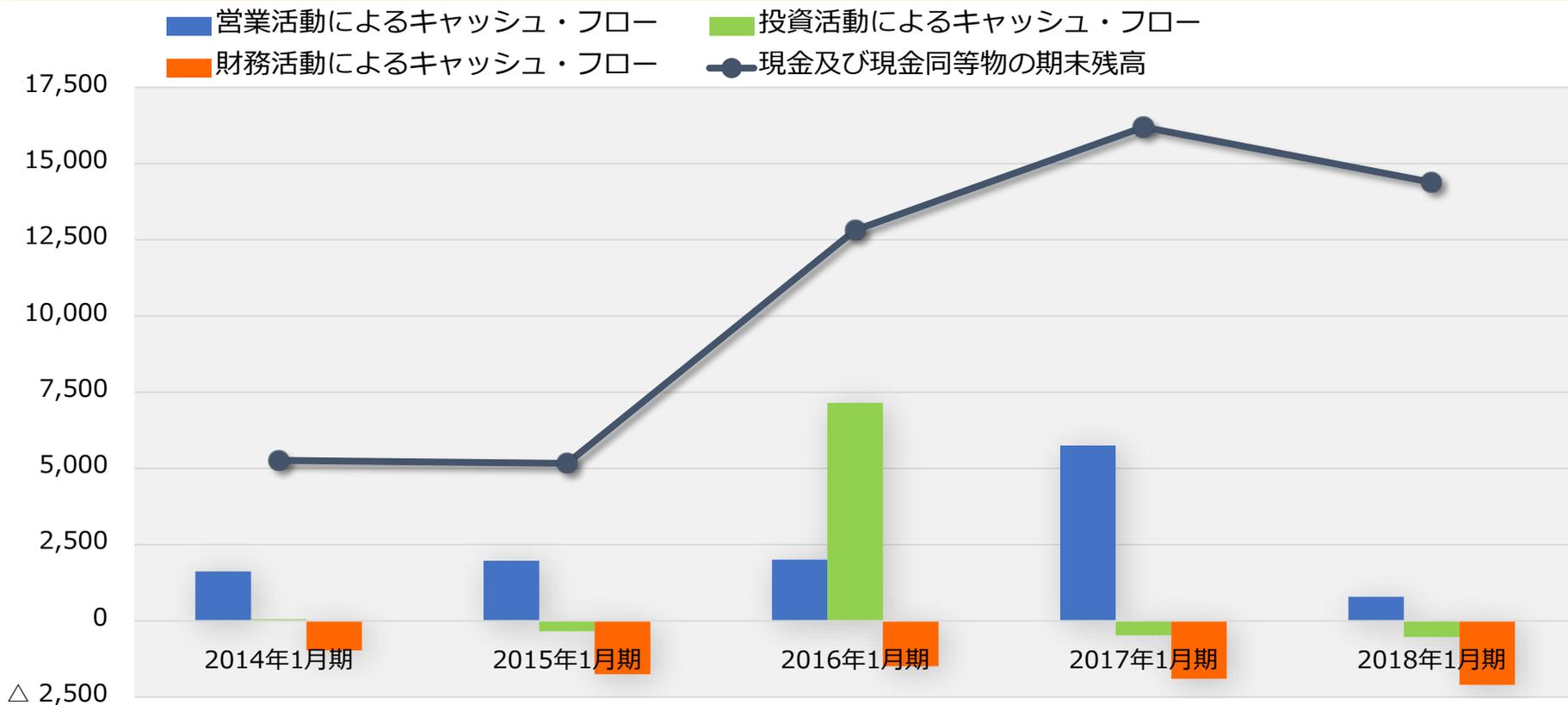
	2014年1月期	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期
人件費 (百万円)	5,115	5,624	5,495	5,332	5,777
経費 (百万円)	2,215	2,390	3,201	3,074	2,999
販管費率 (%)	12.8	12.6	12.9	11.9	11.7

- 自己資本は255億10百万円となり、前年同期比で24億円の増加となった。
- 自己資本比率 58.0 % (前年同期比+1.9ポイント)



	2014年1月期	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期
自己資本 (百万円)	14,098	17,488	21,422	23,110	25,510
自己資本比率 (%)	45.2	47.9	51.6	56.1	58.0

■ 税金等調整前当期純利益を48億34百万円計上したものの、営業活動によるキャッシュ・フローが、7億90百万円となったこと等により、現金及び現金同等物の期末残高は143億84百万円となった。



(単位: 百万円)	2014年1月期	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,623	1,969	2,009	5,755	790
投資活動によるキャッシュ・フロー	51	△343	7,153	△479	△526
財務活動によるキャッシュ・フロー	△965	△1,752	△1,490	△1,905	△2,099
現金及び現金同等物の期末残高	5,266	5,162	12,819	16,196	14,384

## PART2

# ②2018年1月期 セグメント別業績概況

商業その他施設事業	市場環境は引き続き良好であり、大型の企業PR施設の他、ホテル、テーマパーク、オフィス等の新改装案件を多く手掛けたこと等から、売上高、営業利益ともに前期を上回った。
チェーンストア事業	アパレル分野、飲食店分野、その他専門店分野ともに堅調に推移し、また、習熟度が高まり、収益性も維持したため、売上高、営業利益ともに前期を上回った。
文化施設事業	各種博物館・科学館等の案件を多く手掛け、売上高は前期を上回ったが、収益性については前期に及ばず、営業利益は前期を下回った。
その他	ディスプレイ業以外の商業施設の運営管理、事務サービス等が堅調に推移し、売上高、営業利益ともに前期を上回った。

(百万円)

	売上高		
	17/01	18/01	増減
商業その他施設事業	43,214	44,202	987
チェーンストア事業	16,264	19,516	3,251
文化施設事業	10,691	10,792	100
その他	610	645	34
調整額	—	—	—
合計	70,781	75,156	4,374

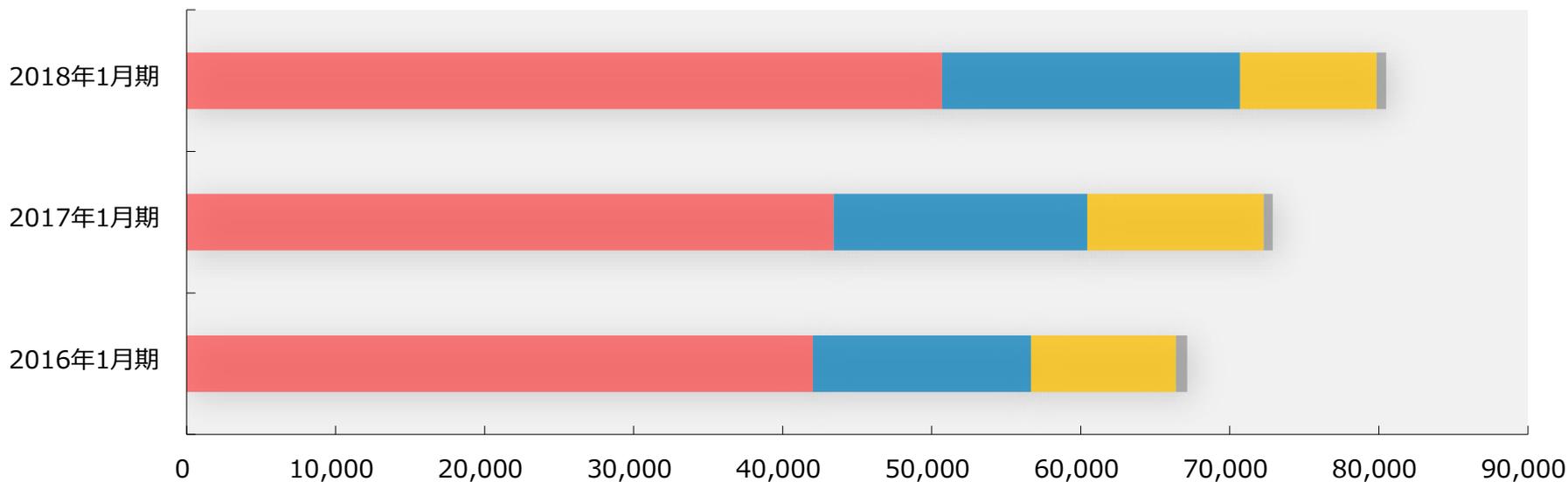
	営業利益		
	17/01	18/01	増減
商業その他施設事業	1,970	2,539	568
チェーンストア事業	956	1,145	189
文化施設事業	811	694	△117
その他	179	205	26
調整額	11	2	△8
合計	3,929	4,587	658

■ 良好な市場環境を背景に、商業その他施設事業およびチェーンストア事業の受注高は堅調に推移し、前期比で76億7百万円増加となった。

(百万円)

	16/01	17/01	18/01	前期比増減
商業その他施設事業	42,029	43,418	50,692	7,274
チェーンストア事業	14,624	17,011	20,000	2,989
文化施設事業	9,730	11,843	9,151	△2,692
その他	754	610	645	34
受注高合計	67,139	72,883	80,490	7,607

■ 商業その他施設事業 ■ チェーンストア事業 ■ 文化施設事業 ■ その他

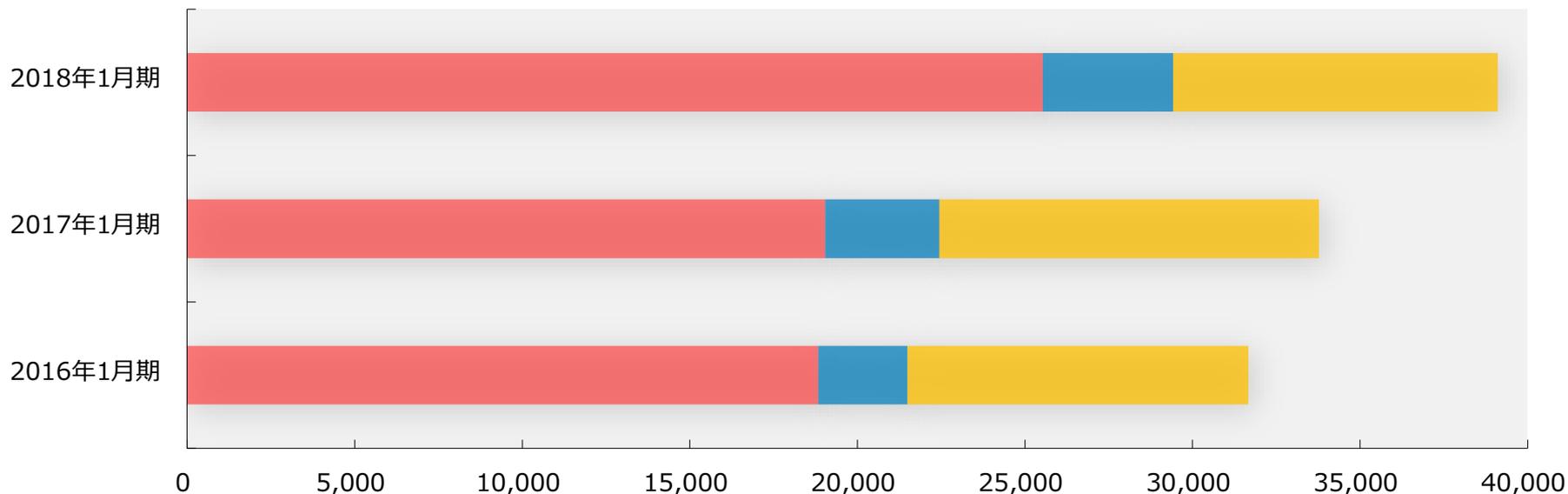


■ 商業その他施設事業の受注残高が64億90百万円増加し、全体では前期比53億33百万円増加した。

(百万円)

	16/01	17/01	18/01	前期比増減
商業その他施設事業	18,834	19,038	25,529	6,490
チェーンストア事業	2,664	3,410	3,894	484
文化施設事業	10,170	11,322	9,681	△1,640
その他	—	—	—	—
受注残高合計	31,669	33,771	39,104	5,333

■ 商業その他施設事業    ■ チェーンストア事業    ■ 文化施設事業



## PART3

# ① 中期経営計画の結果と評価

## 目標

連結ROE 10%以上、配当性向50%以上  
「安定的」に営業利益40億円以上を計上できる企業体質へ！

施策（強化ポイント）	結果
<b>1 盤石な生産基盤の確立</b>	
⇒“パートナー協力会社”制度を導入し制作体制を強固にする	パートナー協力会社への発注比率 →60%以上を達成 ※ 発注比率：外注コストに占める割合
<b>2 ICT・演出技術分野のサービス強化</b>	
⇒空間構築における付加価値（映像・音響・機械装置・情報システム等）の提供サービスを強化	・ICT・演出技術関連の受注高 →136億円を達成（目標は120億円以上）
<b>3 時間価値の追求</b>	
⇒競争力強化および顧客満足の上を目指し、納期・工期の短縮を目指す	・新工法等の積極的な採用による工期短縮を実現 ・専門の分科会を設置
<b>4 デザインカの強化</b>	
⇒当社商品価値の原動力としてデザインカの強化	・事業部の垣根を超えたデザイナーの連携を実現

全ての指標で  
目標を達成

目標とする 指標	目標数値	結 果 (2018年1月期実績)
営業利益	40億円以上	<b>45億87百万円</b>
R O E	10%以上	<b>13.3%</b>
配当性向	50%以上	<b>53.8%</b>

## PART3

# ②新中期経営計画の数値目標と 還元方針

- 中期経営計画最終年度である2021年1月期計画は、売上高875億円、営業利益61億円。
- 2020年東京オリンピック・パラリンピック関連の売上計上は、2021年1月期～2022年1月期。

(百万円)

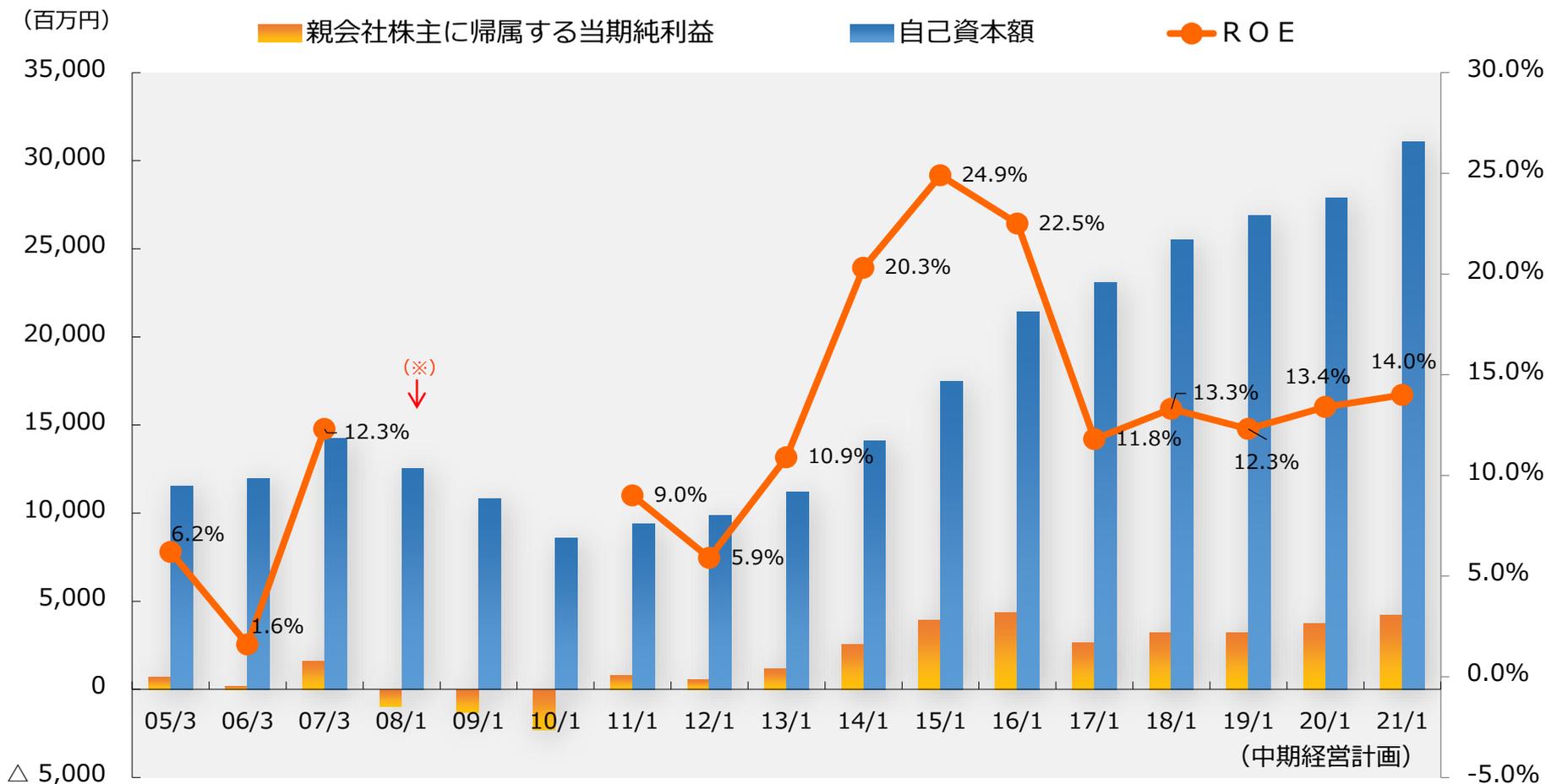
	2019年1月期 (計画)		2020年1月期 (計画)		2021年1月期 (中期経営計画最終年度)	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)
受注高	81,000		88,000		90,000	
売上高	79,000	100.0	84,000	100.0	87,500	100.0
売上総利益	13,600	17.2	14,500	17.3	15,400	17.6
営業利益	4,700	5.9	5,400	6.4	6,100	7.0
経常利益	4,800	6.1	5,500	6.5	6,200	7.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,230	4.1	3,750	4.5	4,200	4.8
E P S (円)	67.14		77.95		87.30	
R O E (%)	12.3		13.4		14.0	

- 商業その他施設事業において、東京オリンピック・パラリンピックや、都市再開発関連の案件の増加による需要を取り込み、売上高及び営業利益の拡大を目指す。

(百万円)

		2019年1月期 (計画)	2020年1月期 (計画)	2021年1月期 (中期経営計画最終年度)
受	商業その他施設事業	48,000	54,500	55,400
	チェーンストア事業	20,300	20,700	21,800
	文化施設事業	12,000	12,100	12,100
	その他の	700	700	700
	注高計	81,000	88,000	90,000
売	商業その他施設事業	47,200	51,600	53,000
	チェーンストア事業	19,600	20,600	21,700
	文化施設事業	11,500	11,100	12,100
	その他の	700	700	700
	上高計	79,000	84,000	87,500
営	商業その他施設事業	2,590	3,340	3,580
	チェーンストア事業	1,110	1,170	1,440
	文化施設事業	800	690	880
	その他の	200	200	200
	調整額	—	—	—
営業利益計	4,700	5,400	6,100	

■ 資本の充実を図るなか、純利益の拡大により、ROE 10%以上を維持する。



(※) 08/1期は決算期の変更により、4月から1月までの10ヵ月決算

(注) 2011.1期～2015.1期については、税金費用が少ないため、親会社株主に帰属する当期純利益及びROEが高く計上されております

(注) 2016.1期については、旧日本の土地の売却等により特別利益を計上し、親会社株主に帰属する当期純利益及びROEが高く計上されております

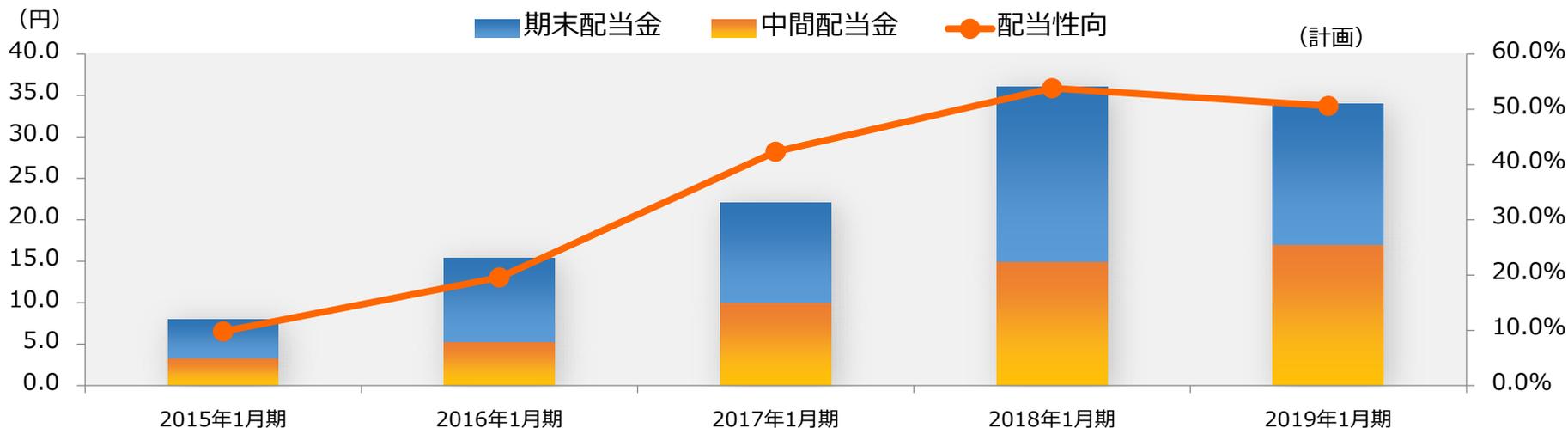
## 【重視する経営指標】

ROE 10%以上

## 【連結配当性向】

配当性向50%以上が還元目標

※ 2016年1月期までは当期純利益が通常より高く計上されているため配当性向は低くなっております



	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期 (計画)
中間配当金 (円)	3.33	5.33	10.00	15.00	17.00
期末配当金 (円)	4.67	10.00	12.00	21.00	17.00
合計 (円)	8.00	15.33	22.00	36.00	34.00
連結配当性向 (%)	9.8	16.8	40.3	53.8	50.6
発行済株式総数 (株)	32,282,714	48,424,071	48,424,071	48,424,071	48,424,071

※ 2014年2月1日付で株式分割 (1 : 1.3)、2015年8月1日付で株式分割 (1 : 1.5) を実施しているため、1株あたり配当金については全て株式分割の影響を遡及させて記載しております。

※ 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

## PART3

# ③新中期経営計画の施策概要

## 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 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</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 先端コンテンツの応用演出の強化</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る起用・統括できる人材の育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 2021年1月期に関連受注高224億円</li> </ul>
<b>3 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 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 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>	

## ①生産基盤の強化

### 目的

- ・東京オリンピック・パラリンピック、その後も見据えた、需要増加への対応
- ・大型案件、地方案件の受注拡大

### 「パートナー協力会社」制度の継続

- パートナー協力会社への発注比率60%以上を目標とした計画発注を継続
- 大型案件に対応できる「パートナー協力会社」数の増加

### 地方における協力会社体制の整備

- 需要が伸びている中部、関西、沖縄地方で協力会社体制を整備する。

## ②先端コンテンツの応用演出の強化

各案件で先端コンテンツ応用演出要素の適用・導入を加速する

- 2021年1月期には先端コンテンツの応用演出関連の受注高224億円を目指す

「コンテンツメーカー」を目指しノウハウの蓄積し外部連携を強化

先端の社内外クリエイターを組み合わせる起用・統括できる人材の育成

ICT・演出技術関連案件の受注高



SCビジネスフェア2018 丹青社ブース  
撮影：牧野 弘

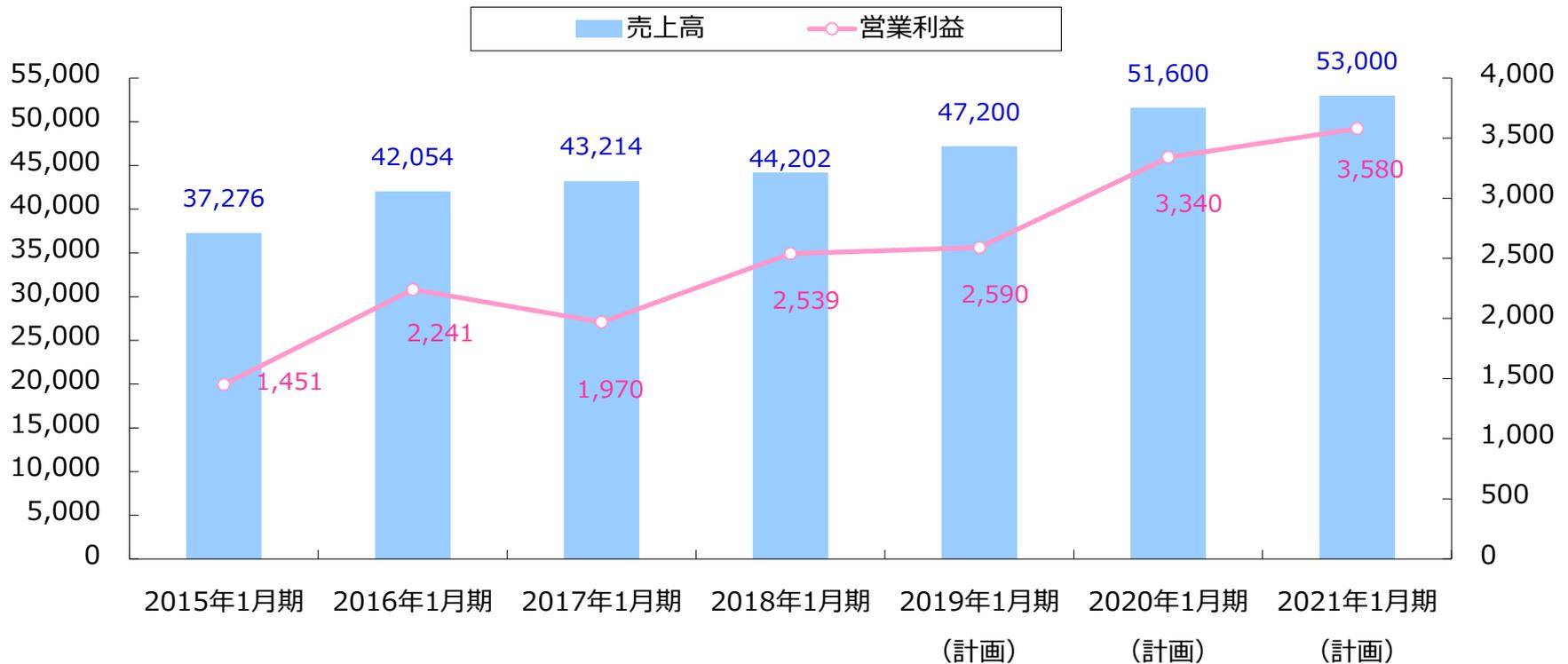
セグメント	分野	現状～2020年	2020年以降
商業その他施設事業	商業分野 (百貨店・量販店・複合商業施設・専門店)	市場規模は大きいですが、競争は厳しい。インバウンドに係る「モノ消費」は一巡したが、今後は「コト消費」に関連した市場拡大が見込まれる。	2020年以降も訪日外国人の消費を狙った設備投資は続くと予想される。
	プロモーション分野 (イベント・展示会・販促施設)	企業の展示会やショールーム等販促投資需要は増加傾向。また、ICTを活用した周辺需要も伸びてきている。	ICTを活用した周辺需要はさらに大きく伸びる可能性あり。(空間の演出、コンテンツの見せ方等)
	サービス分野 (ホテル・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。	2020年以降も観光立国に向けたインフラの再整備や都市再開発、統合リゾート計画等で需要が続く。
チェーンストア事業	飲食店分野		
	アパレル分野	商業その他施設事業と同様の傾向。	
	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。	東京オリンピック・パラリンピック後(2020年後)の公共投資見通しの懸念材料もあるが、インバウンド需要から地域活性化のニーズは高まると予想される。
	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。	PFI、PPPの需要は引き続き拡大が見込まれる。

## 【外部環境】

- ・東京オリンピック・パラリンピック関連ならびに首都圏を中心とした各都市の再開発案件の増加
- ・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

## 【方針】

- ・東京オリンピック・パラリンピック関連案件は重要プロジェクトとして受注活動を展開
  - ・ホテル案件では、品質・価格対応力のある調達先を確保し、内装＋F F Eを基本に受注を拡大
  - ・先端コンテンツを活用したプロモーション分野の拡大強化
- ※FFEはFurniture Fixture and Equipmentの略

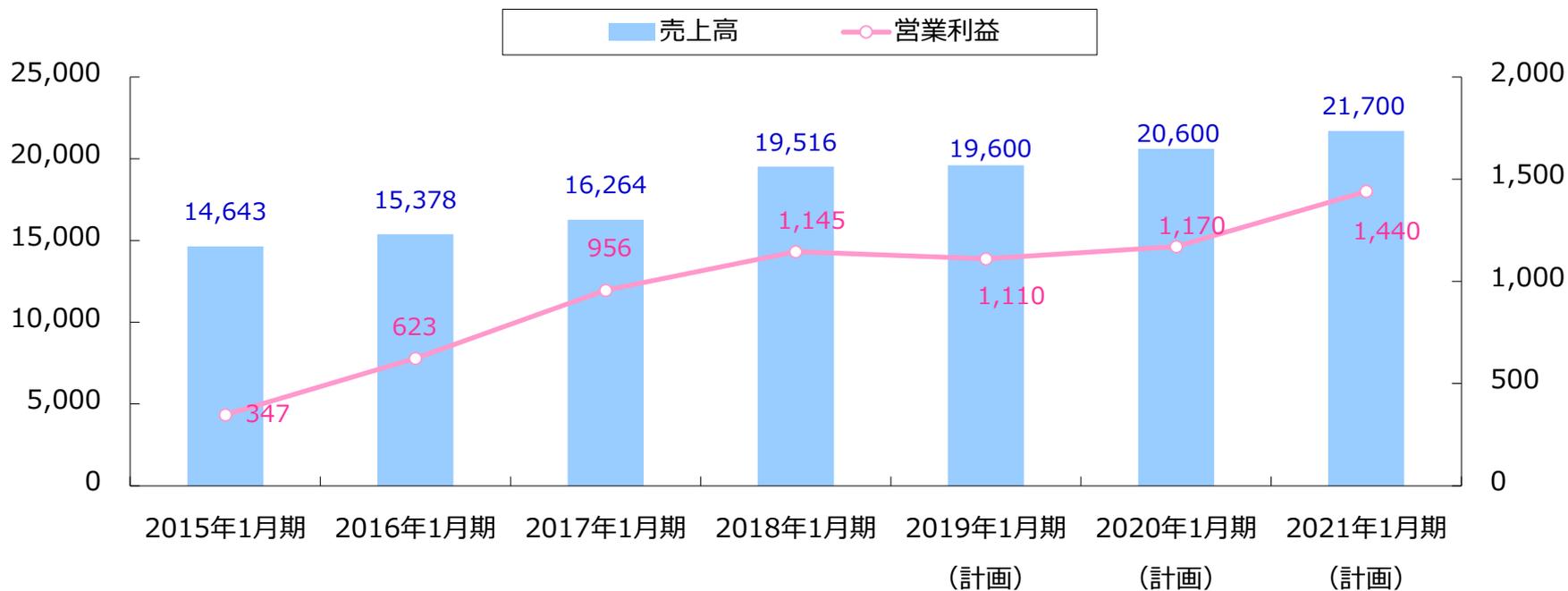


## 【外部環境】

- ・アパレル分野：厳しい競争下にあり、出店コストの抑制は厳しさを増している
- ・飲食店分野：消費者ニーズに対応した新ブランドの開発等の投資を継続している
- ・その他：その他（コンビニエンスストア等）は全般的に大手独占化ならびに出店場所の多様化が進行している（病院内、駅構内、学校内、官庁内等）
- ・メンテナンス分野：店舗保守・ファシリティサポート需要は拡大傾向にある。

## 【方針】

- ・引き続き利益率の向上を目指す（習熟度の向上）
- ・中長期的に新たな新改装需要の取り込みが期待される市場の開拓
- ・需要増が見込まれるメンテナンス分野の拡大

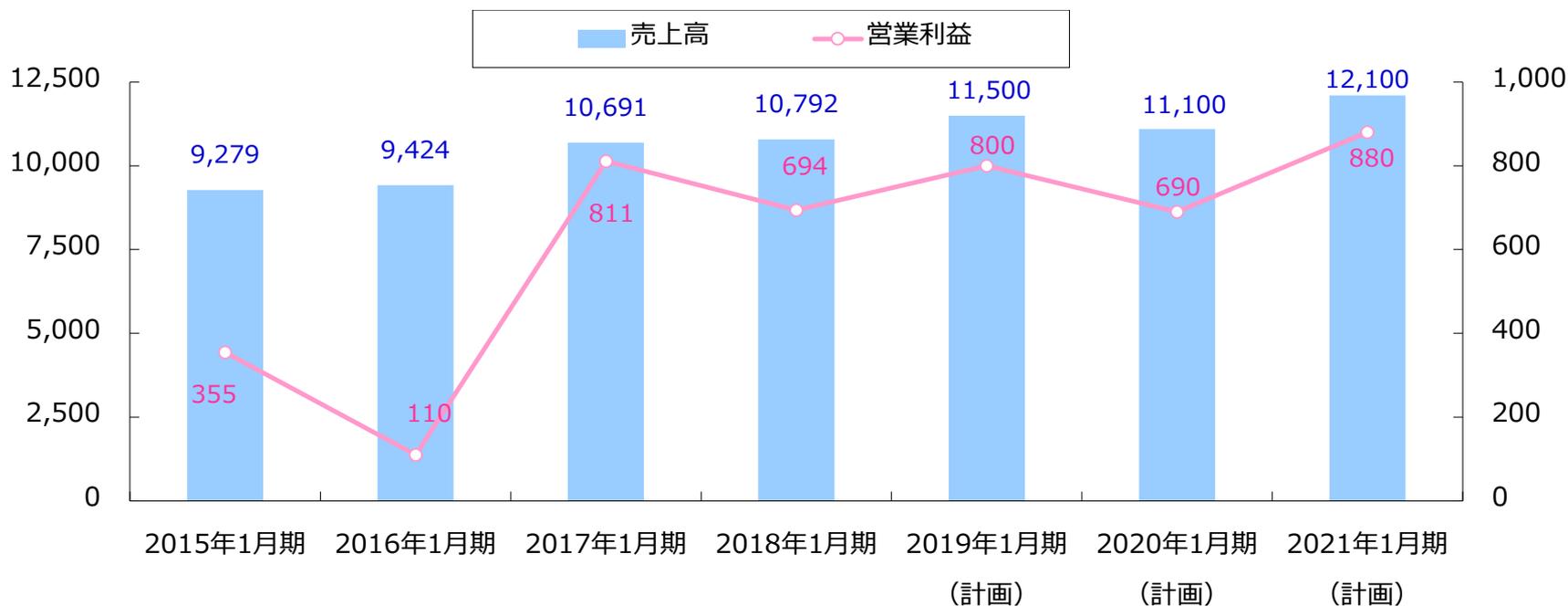


## 【外部環境】

- ・当社がターゲットとする公共投資（地方創生・観光）は横ばいから微増が見込まれる

## 【方針】

- ・地方創生・観光に関連した案件を中心に受注活動を行う
- ・長年培った展示ノウハウを活かし、民間展示分野の更なる取り込みを図る



## PART3

### ④今後の見通し

## 当社が受注を目指す分野と受注規模

- 競技施設関連（環境演出）
- プロモーション関連
- 周辺施設（ホテル、交通インフラ、商業施設の新改装等）

## 想定売上高

- **約100億円**

## 売上計上の時期

- 主に2020年1月期～2022年1月期

当社の受注機会となり得る都市再開発案件が増加

東京オリンピック後も継続する計画も

### 主な再開発案件

品川～田町間の  
新駅計画

▼  
暫定開業は  
2020年頃

渋谷駅中心地区  
再開発計画

▼  
完成は  
2027年頃

丸の内、大手町、  
有楽町地区

▼  
地区再開発計画

観光関連

▼  
地方創生、  
IR（統合リゾート）等

## 目標

# 2020年以降も増益基調を継続させる

- コト消費拡大に伴う空間へのニーズの高度化・多様化に柔軟に対応できる生産基盤・技術力を身に着ける
- 安定成長を継続するために、商品価値そのものを高める



観光をキーとして、インバウンド、文化観光、MICE、IR需要は伸び、その部分をターゲットとする事で持続的成長は可能



JPX-NIKKEI Mid Small

2016-2017年度選定

# 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 )