

INTERIM REPORT 2017

第67期 中間報告書

2016.3.1~2016.8.31

A D A S T R I A
—





平素は格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。
当社の第67期上期の(2016年3月1日から2016年8月31日まで)における事業のご報告をするにあたり、ご挨拶を申し上げます。

代表取締役 会長兼最高経営責任者(CEO) **福田 三太郎**

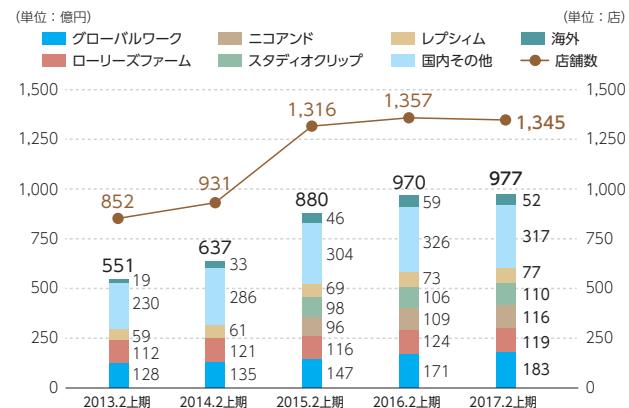
| | | 前年同期比 |
|----------------------|--------|---------|
| 売上高 | 977 億円 | +0.7 % |
| 営業利益 | 80 億円 | △1.0 % |
| 経常利益 | 80 億円 | △3.3 % |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 48 億円 | +16.6 % |

純利益は2期連続で過去最高益を更新

当上期の売上高につきましては、「グローバルワーク」「レブシム」「ジーナシス」などが牽引し、連結売上高977億円(前年同期比100.7%)と堅調に推移いたしました。

収益面につきましては、セール期にやや値下げ率が拡大したものの、原価の低減も進んだ結果、売上総利益率の改善基調が継続し、57.9%(前年同期比0.6ポイント増)となりました。一方、将来の成長に向けた投資を積極的に実施したこともあり、販管費率は49.6%(前年同期比0.7ポイント増)となり、営業利益は80億円(前年同期比99.0%)と概ね前年並みとなりました。その他、「平成28年 熊本地震」に関する損失82百万円を含む1億円を特別損失に計上した結果、

店舗数およびブランド別売上高推移



営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益



※「企業結合に関する会計基準」等を適用し、当期より、「四半期(当期)純利益」を「親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益」としております。

親会社株主に帰属する四半期純利益は48億円(前年同期比116.6%)と2期連続で過去最高益を更新いたしました。また、期初に公表した予想に対しては、売上高で未達となったものの、営業利益段階ではほぼ予想通りの利益を計上することができました。

さらなる成長に向けた“仕掛け”の時

昨年は実質的に過去最高益を更新し、それまでの改革の成果が表れた年となりましたが、私たちは67期からの3年を新たな成長に向けた“仕掛け”の時と位置づけ、着実に歩みを進めております。

国内ブランド事業におきましては、マルチブランド戦略を支えるプラットフォームを整備し、さらなる業容の拡大にも対応できる仕組みを構築してまいります。その施策の一つとして、67期下期より支店制度の導入を九州地区からスタートいたします。地域に密着した支店・館という単位で複数店舗をまとめ、ブランド横断で店舗へのきめ細かいサポートを行ってまいります。併せて、スペースコンポザーの谷川じゅんじ様にお力添えをいただき、17ブランドを束ねる「アダストリア」という企業そのもののブランディングにも着手いたしました。

また、社内にR&D室を設置し、デザイナー・パタンナー等のマネジメントを統合することで人材面からモノづくり体制を強化し、より一層商品の優位性を高めてまいります。

WEB事業は当上期も引き続き高い伸びを示しており、事業拡大に向けて必要なアプローチの整理も同時に進めております。[詳細はP7▶](#)

新規事業におきましては、ワイアードカフェ事業などを展開する株式会社カフェ・カンパニーとの合併会社を設立することを発表いたしました。カフェ・カンパニーの飲食事業のノウハウに、当社がアパレル事業で培ったチェーン運営ノウハウを融合し、新しいライフスタイル事業を展開してまいります。

そして、すべての事業の根幹となる基幹システムなどのビジネスインフラにつきましても、将来、我々が目指す姿を見据えてどのようなべきかブランドデザインを描いている最中です。

私たちのコーポレートカルチャーは「答えを探し続けるという、答え。」です。変化を恐れることなく、その時その時のお客さまにとって最適な答えを探し、挑戦を続けてまいります。株主のみなさまにおかれましては、引き続きご支援、ご鞭撻を賜りますよう、お願い申し上げます。

3ヶ年計画進捗状況のまとめ

| | 3ヶ年計画 (2017年2月期~2019年2月期) | 上期までの進捗 | 下期以降の取り組み |
|-------------|-------------------------------------|--|--|
| 数値目標 (既存事業) | 売上成長率: 年平均5% 営業利益率: 10% | 上期営業利益率: 8.2% | 2017年2月期予想 営業利益率: 8.1% |
| 戦略 1 | マルチブランド戦略の深化と進化 | コーポレートブランディングプロジェクト開始 支店制度の実験開始 R&D室の設置を決定 | コーポレートブランディングプロジェクト継続 支店制度の本格展開開始 R&D室の稼働によりブランド横断的機能を強化 |
| 戦略 2 | 基幹ブランドの強化 | グローバルワーク大型店展開のための商品ラインアップ強化 ニコアンド韓国事業好転 | ニコアンド大型店の出店 |
| 戦略 3 | ライフスタイルを提案する 新カテゴリー・新規ブランド・事業の開発 | カフェ・カンパニーと合併会社設立の基本合意 新ブランド“LAKOLE”立上げ | 合併会社事業開始 LAKOLE 出店準備 |
| 戦略 4 | WEB事業の拡大 | グローバルEC・オムニチャネルサービス内容の検討 | 新ECシステムの要件定義 |
| 戦略 5 | 最新テクノロジーの活用による ビジネスインフラの強化・効率化 | 基幹システム・グローバルECシステムの刷新に向けた ブランドデザインの策定 | 基幹システムの要件定義 |

1953年、紳士服小売店としてスタートした当社は、時代に合わせて幾度もビジネスモデルをチェンジし、現在17ブランド・国内外で約1,300店舗を展開するファッションカジュアル専門店チェーンとして大きく成長しました。

多彩なブランド、多岐にわたる商品カテゴリーでお客さま一人ひとりのご期待にお応えするアダストリアの魅力を株主のみなさまへ今一度ご紹介させていただきます。

| | | | | |
|------|------|-------|----------|---------|
| アパレル | メンズ | レディース | キッズ | |
| 服飾雑貨 | シューズ | バッグ | ファッション小物 | アクセサリ |
| 生活雑貨 | 文具 | キッチン | 家具 | インテリア雑貨 |
| 飲 食 | カフェ | | | |

GLOBAL WORK

グローバルワーク

新しさのあるベーシックとシーズントレンドをMIXし、新鮮で着易いファッションを買いやすい価格で世界中の人々に提案します。

ターゲット: 20~30歳の男女、2~8歳の子供
 店舗数: 国内:187店、海外:11店
 売上高構成比: 18.8%

取扱商品: **メンズ** **レディース** **キッズ**
 シューズ **バッグ** **ファッション小物** **アクセサリ**

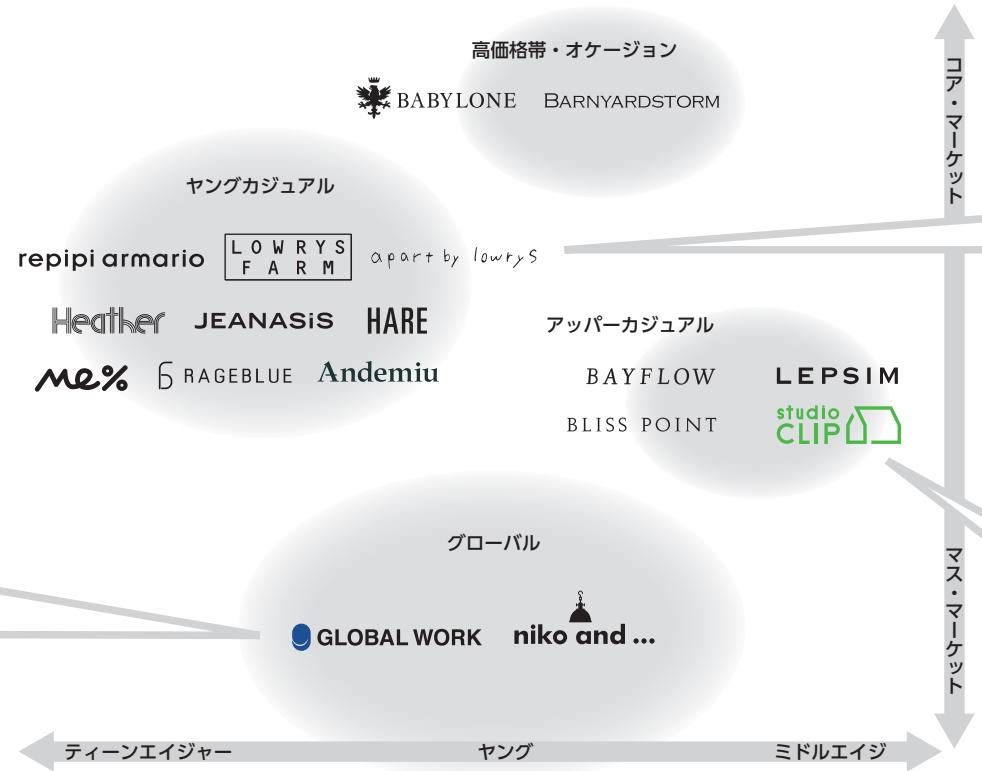
niko and ...

ニコアンド

人は、生まれてきたままでは何かたりない。niko and...は、人や、くらしに[スタイル]を加えることで自分らしさを創造するしあわせを提供します。

ターゲット: 25~35歳の男女
 店舗数: 国内:125店、海外:15店
 売上高構成比: 11.9%

取扱商品: **メンズ** **レディース**
 シューズ **バッグ** **ファッション小物** **アクセサリ**
文具 **キッチン** **家具** **インテリア雑貨** **カフェ**



マルチブランドですべてのお客さまの満足を創る

一人ひとりが“自分らしさ”をたくさん選択肢の中から選べるいま、当社はお客さま一人ひとりの感性と創造的な暮らしに、多彩なブランド展開でお応えします。

LOWRYS FARM

ローリーズファーム

クオリティ&リラックスをテーマに、普通の生活感覚を持った女性へ、飽きのこないベーシックアイテムと、シーズントレンドアイテムをミックスした清潔なコーディネートを提案します。

ターゲット: 20~30歳の女性 店舗数: 国内:154店、海外:39店
 売上高構成比: 12.2%

取扱商品: **レディース**
 シューズ **バッグ** **ファッション小物** **アクセサリ**

studio CLIP

スタディオクリップ

「今日の日を、忘れられない一日に。」
 特別じゃないなんでもない一日だったとしても、ちいさな出来事にも、見逃さずに、暮らしていきたい。スタディオクリップは、「わたしの家」をコンセプトに私らしいライフスタイルを提案しています。

ターゲット: 30~40歳の女性 店舗数: 国内:178店
 売上高構成比: 11.3%

取扱商品: **レディース**
 シューズ **バッグ** **ファッション小物** **アクセサリ**
文具 **キッチン** **家具** **インテリア雑貨** **カフェ**

JEANASIS

HEATHER

repipi armario

HARE

LEPSIM

レプシム

SIMPLEでありながら新しさを感じる。女性の日常に自然に溶け込む気取らないカジュアルスタイルを提案します。

ターゲット: 20~30歳の女性 店舗数: 国内:135店
 売上高構成比: 7.9%

取扱商品: **レディース** **マタニティ**
 シューズ **バッグ** **ファッション小物** **アクセサリ**

■ 基幹ブランドとして、さらなる存在感向上へ



グローバルワーク | 新タグライン「FEEL IT」を展開

グローバルワークは、お客さまに気持ちのいい“フィーリング(感覚)”をつくり出すために、ファッション(トレンド)とファンクション(機能性)の丁度良いバランスをいつも追求しています。商品の着心地や、体験、感情、驚きなど、お客さまがブランドを通じて得られる様々なフィーリングを大切に、“感じるものだけが、本物。”という意味を込めたタグライン「FEEL IT」を掲げたコミュニケーションを展開しています。

当期のTVCMでは、若者から絶大な支持を受けるロックバンド[Alexandros]に楽曲を提供いただき、4月の放映スタート時からSNSを中心に大きな話題を呼んでいます。



■ 世界で戦えるグローバルブランドとして着実に進化



ニコアンド | 韓国事業が好調

ニコアンドは韓国で江南店をはじめ5店舗を展開しています。当期より、韓国現地法人と日本のブランドチームの連携体制を強化しています。

マーケット特徴や気温差を考慮しながらも、これまでのローカル企画を軸とした単品訴求の売場から、日本の店舗と連動したスタイリングで提案する売場へと変更。さらに、家具・雑貨コーナーでは、使用シーンをイメージさせるディスプレイ演出を強化し、日本発ライフスタイルブランドとしての世界観の表現を大切にすることで、売上基調が大きく改善しています。

Before

ローカル企画を軸とした単品訴求提案



After

日本と連動したスタイリング提案



■ 顧客のニーズを確実に捉え、新ブランドも大きく成長



ベイフロー | デビュー3年目で50億円ブランドに

ベイフローは、ファッションを愛する大人の男女に向けた「上質なデイリーカジュアルウェア&生活雑貨」を展開するブランドです。当上期の売上高前年比は165.7%と躍進し、2014年春のデビューから3年目で50億円ブランドとなるペースで成長を続けています。

アパレル商品では計画生産によって商品の品質向上とコストの低減を両立し、リネンシャツやジーンズなど上質でベーシックなアイテムが支持されています。また、アメリカ西海岸風のサーフテイストを取り入れたアクセサリや、さりげなく憧れを感じられるインテリアの提案など、心地よい店舗づくりにもこだわっています。当下期には7店舗の出店を予定し、ますます勢いを増すベイフローにご期待ください。



■ ブランドの持つ特性を追求し、「深化と進化」を進め唯一無二の存在へ



ローリーズファーム | GIRLS TUNE FES 2016を開催します

売上高256億円(2016年2月期)、織研新聞社の「よく買うブランド」ランキング*でベスト10圏内にランクインするなど、長年にわたりたくさんのお客さまにご支持いただいているローリーズファーム。

当期最大のイベントとなる「GIRLS TUNE FES 2016」を全国4都市で今秋開催します。話題のアーティストや人気モデルが多数出演し、音楽とファッションを融合した新感覚のステージとなる予定です。いつもご愛顧くださるブランドファンのみなさまに、ローリーズファームでしか体験できない価値をお届けし、「全ての女の子に愛されるブランド」であり続けることを目指します。

*2016年6月22日織研新聞 ファッション専門学校17年春卒業予定者対象「就職意識調査」



■ 2017年3月、新ブランドデビュー

【ブランド名】LAKOLE(ラコレ)



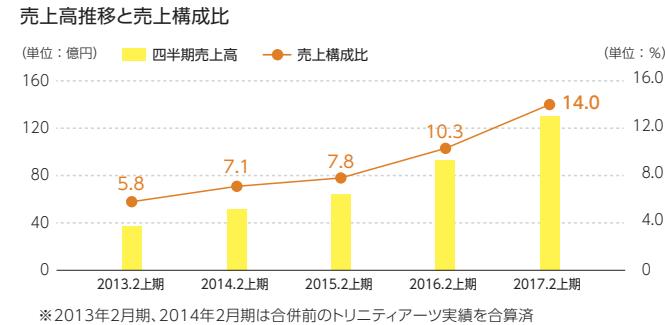
日常生活の中で使用する生活雑貨・家具・アパレル商品に、かるい、汚れない、早く乾くなど心地よく使用できる機能を加えることで上質でありながら「ラク」で無駄のないライフスタイルをご提案いたします。7月にデベロッパー向け展示会を実施し、50を超える出店オファーを頂戴いたしました。初年度はまず、10店舗前後をショッピングモール中心に出店していく計画です。



WEB事業のオムニチャンネル化・グローバル化を進め、 外部環境の変化とテクノロジーの進歩に適合した新しい小売のあり方を探る

公式WEBストア[.st] (ドットエスティ)は、ショッピング機能の強化をテーマにこれまで進化を続けてまいりました。買いやすい見やすいサイトを追求し、リアル店舗とのポイント共通化、販売スタッフによるスタイリング発信の充実、他社モールとの関係構築などを進めてきた結果、会員数は500万人を突破し、当上期のWEB売上高は130億円(前年同期比139.6%)、国内売上高全体の14%を占めるまでに成長いたしました。

中期経営計画において、「WEB事業の拡大」は重要な戦略です。さらなる成長に向けたWEB事業の取り組みを紹介いたします。



■ オムニチャンネルサービスの充実

高度なパーソナライゼーション、利便性・快適さの追求、ワクワクする体験の創出を軸に、当社が将来的に目指す顧客体験に必要なサービスを定義づけ、実店舗・WEBストアを問わないサービスの「質」の向上に努めてまいります。

■ 海外ECの本格スタート

2016年7月より、中国『Tモール』に出店、好調なスタートを切っております。各国のEC市場の特色と、これまで日本で培った当社独自の運営ノウハウの強みを掛け合わせることで、海外事業全体の拡大を担うべく強力な推進体制を構築します。



創業の地「水戸」への想い

アダストリアは1953年、茨城県水戸市で「福田屋洋服店」として創業いたしました。以来60余年、地域の継続的な発展と活性化を目指す活動や団体を、様々なかたちで応援させていただいております。

Art 水戸芸術館

水戸芸術館は、高さ100mの塔をシンボルとし、コンサートホール、劇場、現代美術ギャラリーの3つの専用空間で構成された複合文化施設です。水戸市街の中心地に位置し、地域の文化活動の拠点としても、その活動の輪を拡げています。アダストリアは、水戸市民のみなさまに寄り添う水戸芸術館の事業に共感し、水戸芸術館と、その専属楽団である水戸室内管弦楽団への寄付を長年にわたり続けております。



音楽は人が生きる上で絶対に必要なものとは思いませんが、何らかの力を持っていると思いますので、市のみなさんと協力して、音楽をより身近に感じていただけるようなことが出来れば嬉しいです。私の音楽家としての経験から言えば、音楽の場合は市民の方にその活動が受け入れられるということが一番大事なことだと思います。音楽・演劇・美術の3つが効率よく機能して、館の活動が街の人たちにもしみわたるようになり、身近に親しんでいただければ、私としては嬉しいし、本望です。

水戸芸術館館長・水戸室内管弦楽団総監督
小澤征爾

photo by Shintaro Shiratori

Sports サイバーダイン茨城ロボッツ

サイバーダイン茨城ロボッツは、茨城県水戸市を本拠地とするB.LEAGUE2部東地区に所属するプロバスケットボールチームです。スポーツを通じて地域を盛り上げるチームの理念に賛同し、2016年より、オフィシャルスポンサーを務めます。さらに、試合を華やかに彩るロボッツ・チアリーダー「RDT」への衣装提供をスタートしました。



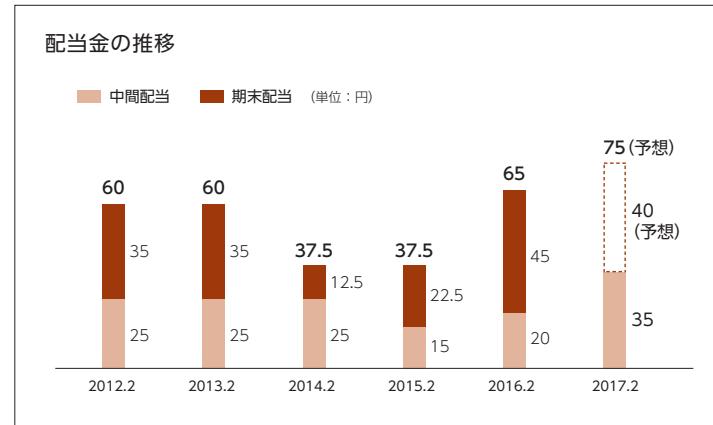
©IRSE Masato Suzuki

Culture 水戸ご当地アイドル(仮)

茨城県水戸市公認「みとの魅力宣伝部長」としてアイドル活動を通じて地域の経済と文化を盛り上げる「水戸ご当地アイドル(仮)」の活動に賛同し、ステージ衣装の提供を行っています。徳川光圀(水戸黄門)のように諸国を漫遊し、水戸市を全国にPRする彼女たちの元気なパフォーマンス、水戸市ならではの衣装を、ぜひ一度ご覧ください。



株主のみなさまへの利益配分につきましては、顧客としても株主としても満足していただけるよう、魅力あるブランドの開発、商品の提供に必要な事業への投資を行い、一層の企業価値(株主価値)の向上を図っていくとともに、配当や自己株式の取得などを通じて利益還元に努めております。



株主のみなさまへの還元については、のれん償却前連結配当性向30%を基本方針としつつ、安定性も考慮して実施してまいります。

当期の中間配当金につきましては、1株当たり35円とさせていただきます。期末配当金は40円、年間配当金を1株当たり75円と予想しております。

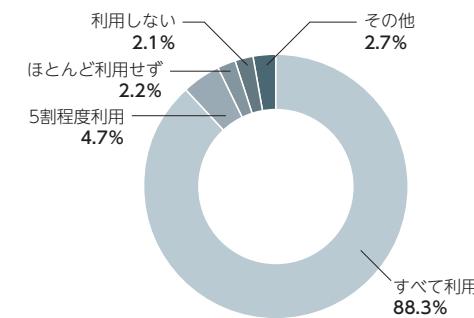
※2016年3月1日付けで実施した1:2の株式分割を考慮した数値を記載しております。

当社では、株主のみなさまのご意見・ご要望をお聞きし、今後の事業活動に活かしたいと考え、第66期年次報告書をお送りしたすべての株主のみなさまを対象に葉書形式のアンケートを実施いたしました。ご協力いただいたみなさまにあらためてお礼申し上げますとともに、その結果の一部を以下のとおりご報告申し上げます。

みなさまからいただきました貴重なご意見やご要望を真摯に受け止め、今後の事業活動に活かしてまいりたいと考えておりますので、変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

1 「株主優待」と「店舗」利用状況について

株主優待の利用状況



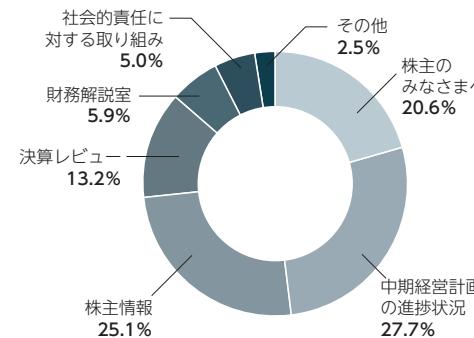
当社店舗の利用状況

| 選択肢 | 20代以下 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代 | 80代以上 |
|-------------|-------|------|------|------|------|------|-------|
| 株主になる以前から利用 | 53.8 | 68.1 | 55.1 | 49.3 | 27.8 | 13.8 | 10.0 |
| 株主になってから利用 | 43.8 | 27.7 | 40.9 | 42.4 | 49.6 | 57.7 | 57.5 |
| 今後、利用してみたい | 0.8 | 2.2 | 1.4 | 2.9 | 8.1 | 8.9 | 7.5 |
| 利用しない | 0.8 | 1.5 | 2.2 | 4.7 | 10.7 | 13.0 | 12.5 |
| その他 | 0.8 | 0.5 | 0.4 | 0.7 | 3.8 | 6.6 | 12.5 |

株主優待を「すべてご利用」が88.3%と最多となり、昨年と比べても1.4ポイント増加しました。また当社店舗の利用状況では、「株主になってから利用」の比率が2ポイント増加し、約90%の株主のみなさまにご利用いただいております。

今後はさらに魅力ある商品開発を進めるとともに、株主のみなさまにもブランド情報を積極的に発信してまいります。 [P3-4、5-6ブランド情報掲載](#)

2 第66期年次報告書で興味を持った項目



もっとも興味を持たれたコンテンツは「中期経営計画の進捗状況」の27.7%、次いで「株主情報」の25.1%となりました。

全体的に様々なコンテンツに興味をもっていただけました。今後も株主のみなさまへ有益な情報コンテンツを発信していくとともに、見やすさも追求して報告書の充実を図ってまいります。

調査概要

調査対象: 全株主21,719名
 調査方法: 第66回定時株主総会決議ご通知に同封(2016年5月27日発送)
 有効回答者数: 1,834名(返送率: 8.4%)

株主優待制度

株主のみなさまには、株主であると同時に当社ブランドのファンであっていただきたいという思いから、当社の株主優待制度は、商品引換券といたしております。

当社株式をご所有の株主のみなさまに、全国の当社店舗でご利用可能な商品引換券を贈呈させていただきます。

(権利確定日: 毎年2月末日)



| 所有株式数 | 商品引換券贈呈額 |
|-------------------|----------|
| 100株以上200株未満 | 3,000円 |
| 200株以上2,000株未満 | 5,000円 |
| 2,000株以上10,000株未満 | 10,000円 |
| 10,000株以上 | 20,000円 |

■ 会社概要 (2016年8月31日現在)

| | |
|--------|---|
| 名称 | 株式会社アダストリア |
| 本部住所 | 東京都千代田区丸の内1-9-2 グラントウキョウサウスタワー 10F |
| 電話番号 | 03-6895-6000 (代表) |
| 設立 | 1953年10月22日 |
| 資本金 | 2,660百万円 |
| 事業内容 | 衣料品・雑貨等の企画・製造・販売 |
| 主要取引銀行 | 三菱東京UFJ銀行 常陽銀行 みずほ銀行 三井住友銀行 |
| 社員数 | 正社員4,756名(グループ合算) |
| 店舗 | 国内:1,237店舗/海外:108店舗 |
| グループ会社 | Adastria Asia Co., Ltd. 方針(上海)商貿有限公司 波茵特股份有限公司 Adastria Korea Co., Ltd. 株式会社アダストリア・ロジスティクス 株式会社アダストリア・ゼネラルサポート |

■ 取締役・監査役 (2016年8月31日現在)

| | | | |
|---------------------------|--------|-------|--------|
| 代表取締役 会長兼 最高経営責任者(CEO) | 福田 三千男 | 常勤監査役 | 松田 毅 |
| 取締役 最高執行責任者(COO) | 松下 正 | 監査役 | 横山 哲郎 |
| 常務取締役 | 木村 治 | 監査役 | 前川 渡 |
| 取締役 | 倉重 英樹 | 監査役 | 海老原 和彦 |
| 取締役 | 松井 忠三 | | |
| 取締役 | 阿久津 聡 | | |
| 取締役 | 堀江 裕美 | | |

※取締役のうち、倉重 英樹、松井 忠三、阿久津 聡、堀江 裕美は、会社法第2条第15号に定める社外取締役です。

※監査役のうち、横山 哲郎、前川 渡、海老原 和彦は、会社法第2条第16号に定める社外監査役です。

■ 株式の状況 (2016年8月31日現在)

| | |
|----------|--------------|
| 発行可能株式総数 | 150,000,000株 |
| 発行済株式総数 | 48,800,000株 |
| 株主数 | 17,242名 |

大株主(上位10名)

| 株主名 | 所有数(千株) | 持株比率(%) |
|------------------------------------|---------|---------|
| 株式会社フクソウ | 16,267 | 33.3 |
| 豊島株式会社 | 2,000 | 4.1 |
| 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口) | 1,783 | 3.7 |
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口) | 1,247 | 2.6 |
| 株式会社良品計画 | 1,108 | 2.3 |
| 福田三千男 | 1,041 | 2.1 |
| 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9) | 867 | 1.8 |
| 福田穰仕 | 790 | 1.6 |
| MELLON BANK TREATY CLIENTS OMNIBUS | 721 | 1.5 |
| THE BANK OF NEW YORK 133522 | 687 | 1.4 |

所有者別株式分布状況

| 所有者 | 株主数(名) | 株式数(千株) | 構成比(%) |
|------------|--------|---------|--------|
| 外国人 | 253 | 11,696 | 24.0 |
| 個人・その他 | 16,786 | 7,659 | 15.7 |
| 金融機関 | 52 | 8,254 | 16.9 |
| 事業会社・その他法人 | 102 | 19,918 | 40.8 |
| 金融商品取引業者 | 49 | 1,271 | 2.6 |
| 合計 | 17,242 | 48,800 | 100.0 |

*個人・その他には自己株式を含めて表示しています。

■ 株主メモ

| | |
|--------------|-------------|
| 事業年度 | 3月1日～翌年2月末日 |
| 期末配当金受領株主確定日 | 2月末日 |
| 中間配当金受領株主確定日 | 8月31日 |
| 定時株主総会 | 毎年5月 |

株主名簿管理人および
特別口座の口座管理機関

三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
〒1137-8081 東京都江東区東砂7-10-11
Tel. 0120-232-711 (通話料無料)

同連絡先

上場証券取引所 東京証券取引所 第一部

公告の方法

電子公告により行う
公告掲載URL:<http://www.adastria.co.jp/ir/koukoku/>
(ただし、電子公告によることができない事故、その他のやむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載して行います。)

- (ご注意)
- 株主さまの住所変更、単元未満株式の買取請求その他各種手続きにつきましては、口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
 - 特別口座に記録された株式に関する各種手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取次ぎいたします。
 - 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。



株式会社アダストリア

[証券コード:2685]

〒100-6610 東京都千代田区丸の内1-9-2 グラントウキョウサウスタワー 10F
Tel. 03-6895-6000 (代表) Fax. 03-6895-6080