



毎週水曜よる8時～8時54分

日本BS放送株式会社

個人投資家説明会資料

2016年6月30日

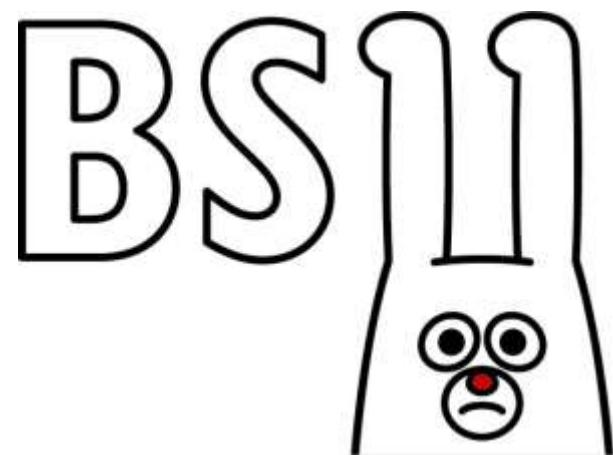
東証一部 コード: 9414

---

I 会社概要	… 3
II 事業環境	… 12
III 第2四半期決算概況と通期の見通し	… 17
IV 重点経営施策	… 27

---

# I 会社概要



## 会社概要

本社 東京都千代田区神田駿河台2-5

事業内容 全国無料のBSハイビジョン放送“BS11”  
チャンネルの運営

代表者 代表取締役会長兼社長 斎藤 知久

設立 1999年8月

資本金 4,183,198千円(2016年2月29日現在)

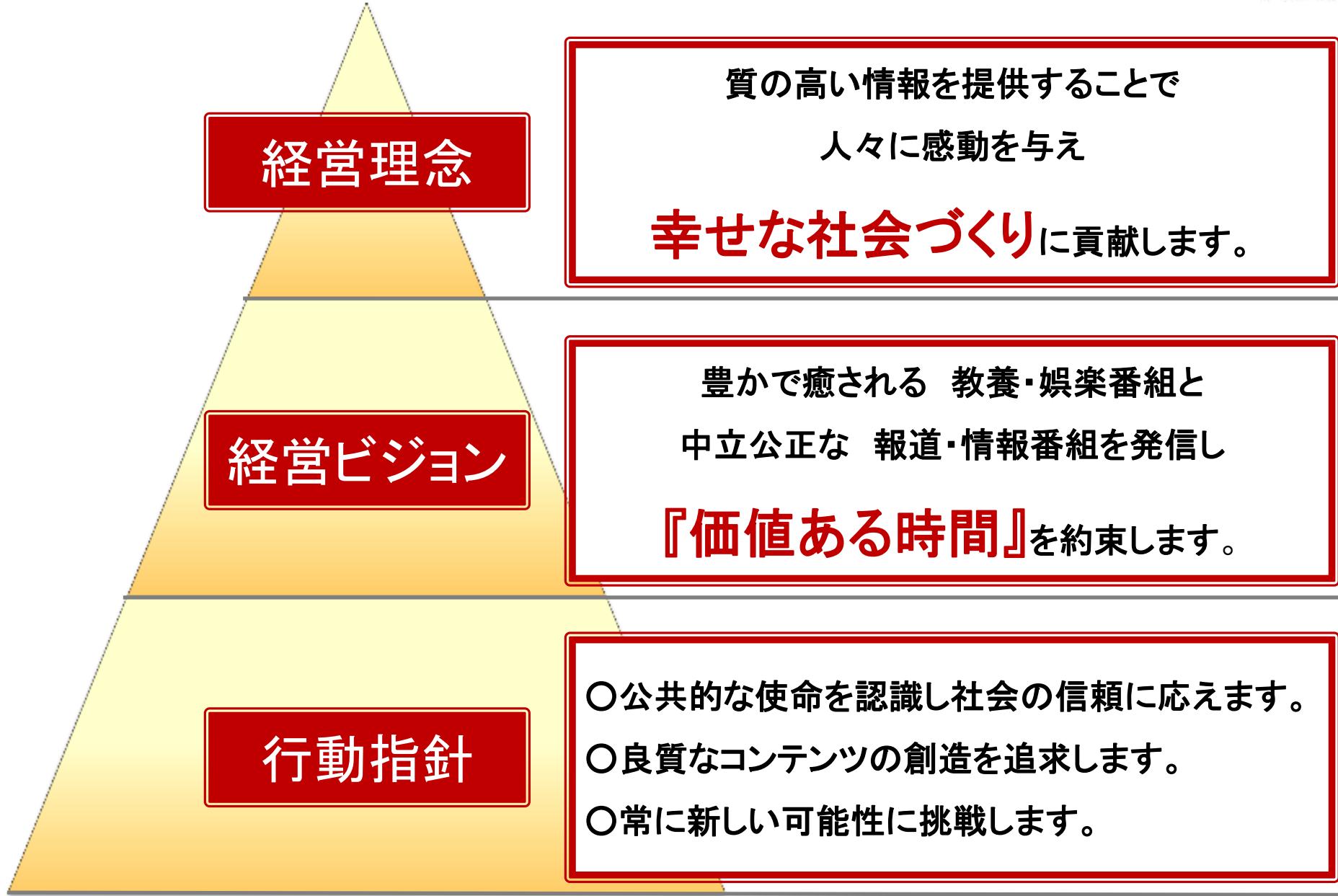
従業員数 81名(2015年8月31日現在)

## 沿革

1999年8月	株式会社ビックカメラにより、衛星放送の番組及び普及に関する調査研究を目的として設立
2000年12月	BSデジタルデータ放送開始
2004年9月	東経110度CSデジタル放送開始
2007年12月	BSデジタルハイビジョン放送(BS11)開始
2010年 4月	一般社団法人日本民間放送連盟に入会
2010年11月	株式会社ジュピターテレコム(J:COM)において再送信開始
2011年10月	接触率調査(BSパワー調査)に参加
2014年3月	東京証券取引所市場第2部へ上場
2015年3月	東京証券取引所市場第1部へ上場

## コーポレートガバナンスの基本的な考え方

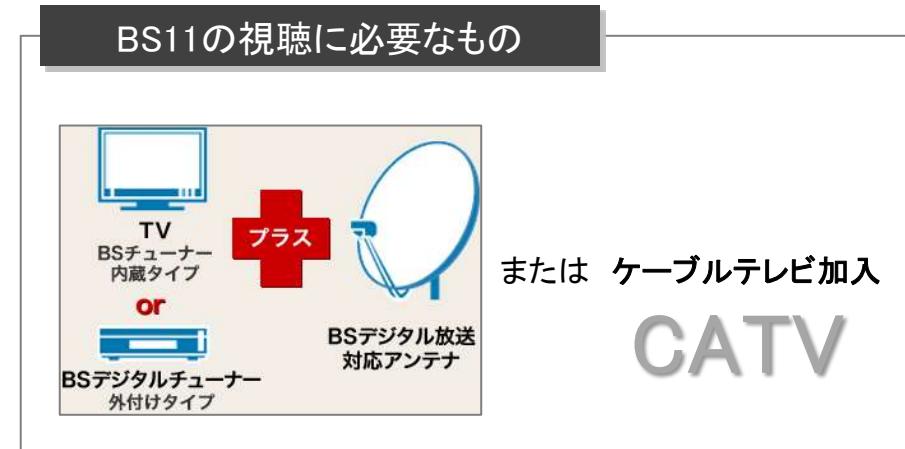
当社は、国民共有の希少資源である電波を預かる放送事業者として公共的使命と社会的責任の重要性を深く認識しています。 「質の高い情報を提供することで人々に感動を与え幸せな社会づくりに貢献します」という経営理念のもと、企業の持続的な成長と中長期的な企業価値向上を図るため、実効性のあるコーポレートガバナンスを実現してまいります。



# 全国どこでも無料で見られるBS放送局の運営

BS放送のチャンネル(全国)															
無料/有料	有料		無料					有料					無料		
リモコン	1	2	4	5	6	7	8	9	9	9	10	10	10	11	12
放送局名	(BS NHK 1)	(BS NHK プレミアム)	BS日テレ	BS朝日	BSTBS	BS JAPAN	BSフジ	WOWOW	WOWOW	WOWOW	スター・チャンネル1	スター・チャンネル2	スター・チャンネル3	当社	Tweev

地上波放送のチャンネル(関東)							
リモコン	1	2	4	5	6	7	8
放送局名	NHK総合	NHKEテレ	日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京	フジテレビ



## 紀行・教養

毎週水曜  
よる8時～8時54分



### 尾上松也の 古地図で謎解き にっぽん探究

日本各地の歴史的名所にスポットを当て、その地域ならではの風情に浸りつつ、専門家とともに古地図で様々な謎を解き明かしていきます。

毎週木曜  
よる10時～10時54分



### 京都 国宝浪漫

国宝、重要文化財をはじめ、京都を舞台に活躍した先人、歴史ミステリーなども交え、美しい映像と味わい深いナレーションで紹介します。

毎週金曜  
よる8時～8時54分



### 人情ふれあい いいなあ日本

人に出会い、人情に触れあい、その先に見えてくるニッポンの魅力を再発見できる番組です。

※上記の放送時間は7月4日(月)以降の放送時間となります。ご注意ください。

## エンターテインメント

毎週火曜  
よる8時～8時54分



### あのスターにもう一度逢いたい

スターをよく知る方をゲストに迎え、貴重なVTR、さらに昭和の世相を交えながらこれまで世に出なかったエピソードを次々と語ってもらいます。

毎週木曜  
よる11時～11時30分

関根勤と寺田ちひろが、あの話題の家電をDEEPに掘り下げる！  
家電ってやっぱり深面白い!!



### 関根勤 KADENの深い夜

毎週木曜  
よる11時30分～0時



### アニメ☆イレブン！

声優・久保ユリカが、アニメ・ゲーム・漫画など、11ジャンルの最新情報をお届けするエンタメ総合情報番組です。

※上記の放送時間は7月4日(月)以降の放送時間となります。ご注意ください。

## ニュース・経済

毎週月曜～木曜  
よる9時～9時54分



報道ライブ INsideOUT

『あなたと考える10年後の未来』  
旬のゲストをスタジオに招き、“生活者  
者の目線”で、日本の未来がよりよ  
くなるために必要な話を引き出します。

毎週金曜  
よる9時～9時54分

寺島実郎の未来先見塾  
～時代認識の副読本～



ニュースの背景などについて通常の  
報道番組では紹介しにくい世界の構  
造変化にまで立ち入り、その本質を  
探る対談番組です。

毎月第4月曜  
よる11時～11時54分

インタビューを通じて我々の視野が  
一気に広がるようなゲストの「異見  
＝異なる見解」を聞き、視聴者に伝  
えます。



財部誠一の  
異見拝察

※上記の放送時間は7月4日(月)以降の放送時間となります。ご注意ください。

## スポーツ

毎週月曜  
よる8時～8時54分



中畠清  
熱血！スポーツ応援団

熱いハートでアスリートたちを力一杯応援！アシstantはスポーツ大好き、20歳の元気娘・稻村亜美さん。ふたりが熱～く盛り上げます！

毎週月曜～金曜  
よる10時54分～11時



岡村咲の  
GOLF女子プロ流

女子プロ界でもスイングの美しさに定評がある岡村咲プロが、自分流のメソッドでアマチュアゴルファーのスコアアップをサポート！

特別番組



日本女子  
ソフトボールリーグ

オリンピック種目復帰が待望され、いま注目のソフトボール。日本女子ソフトボールリーグの熱戦をお届けします。

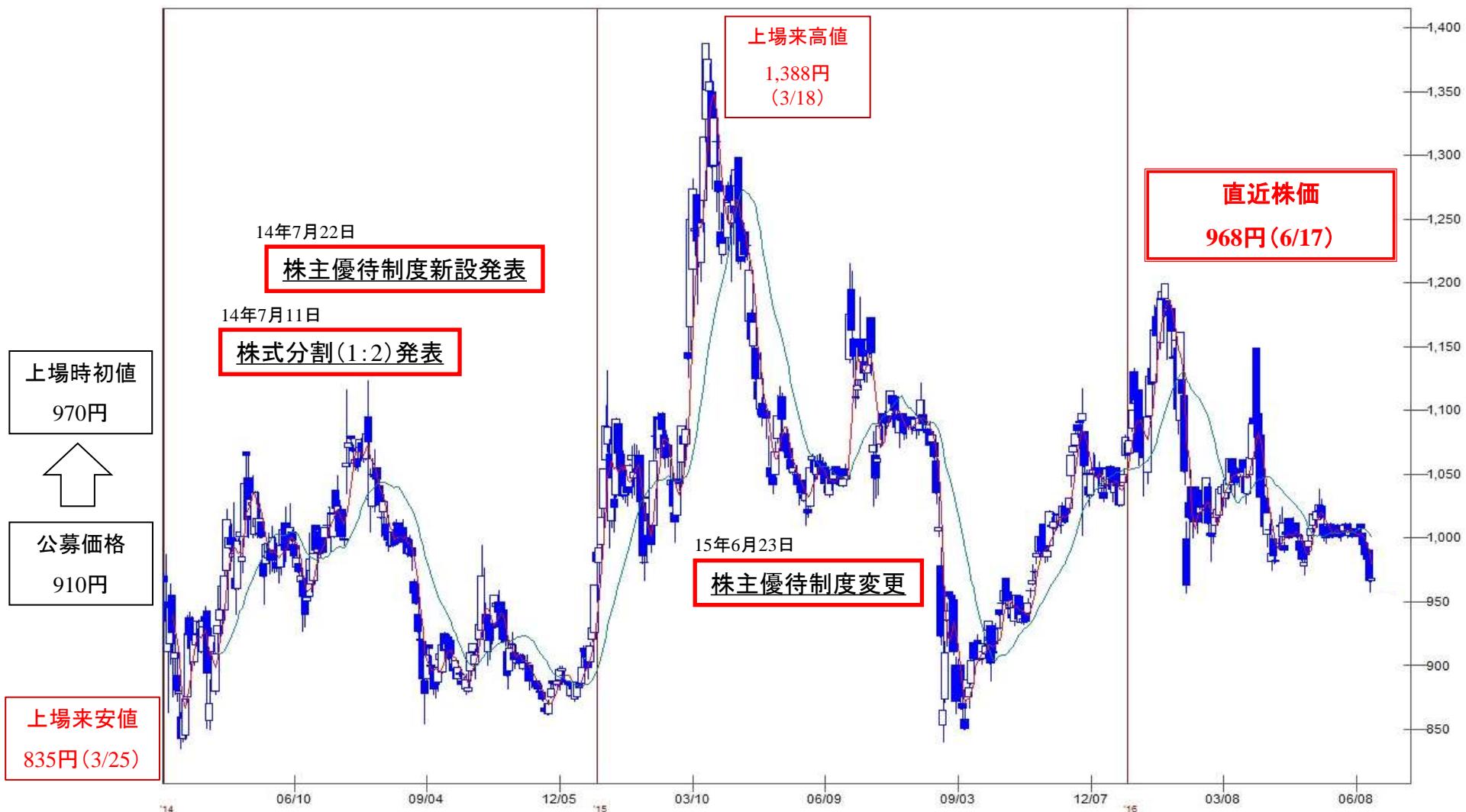
※上記の放送時間は7月4日(月)以降の放送時間となります。ご注意ください。

2014年3月12日

東証第2部上場

2015年3月12日

東証第1部指定



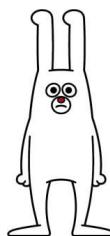
## II 事業環境





## POINT 1

全時間帯において、全国約4,000万世帯で  
同時に同一の放送を視聴可能



## POINT 2

BS放送の市場規模は毎年成長を継続



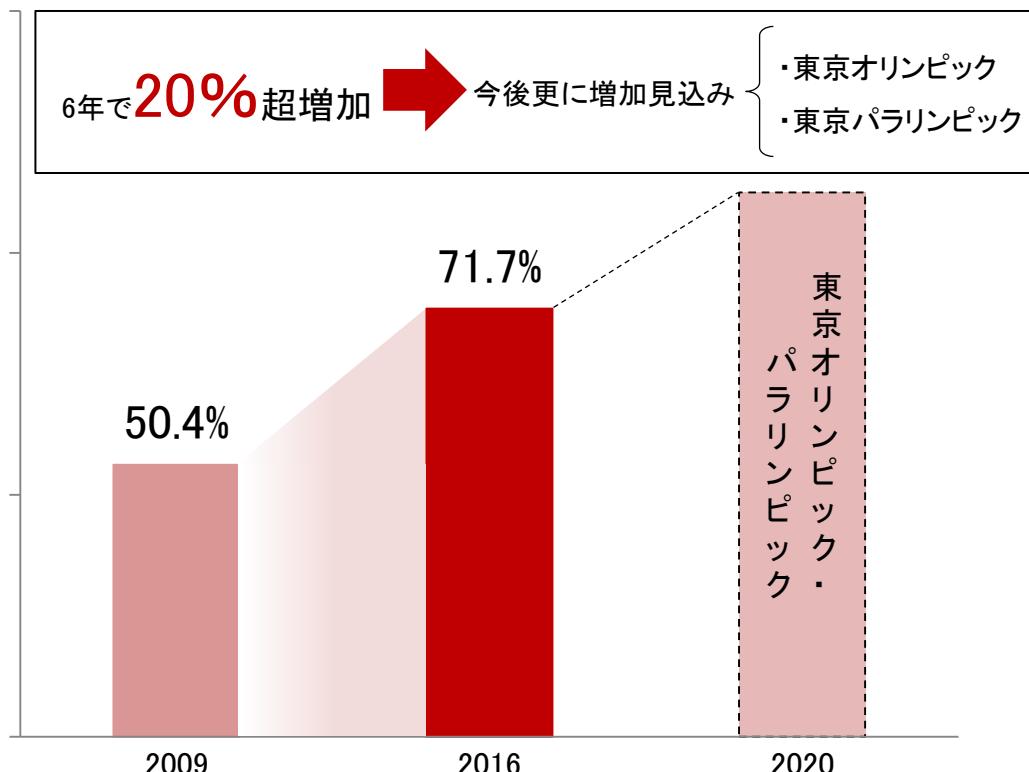
## POINT 3

地上波とは全く異なるコスト構造により  
高効率の広告ビジネスを実現

## 【全時間帯において、全国約4,000万世帯で同時に同一の放送を視聴可能】

- ◆2011年の地上テレビ放送完全デジタル化を契機に、BSチューナー搭載テレビ累計出荷数**1億3000万台**
- ◆パラボラアンテナ・ケーブルTVを利用したBS放送視聴可能世帯も**約4,000万世帯**まで普及(約70%)

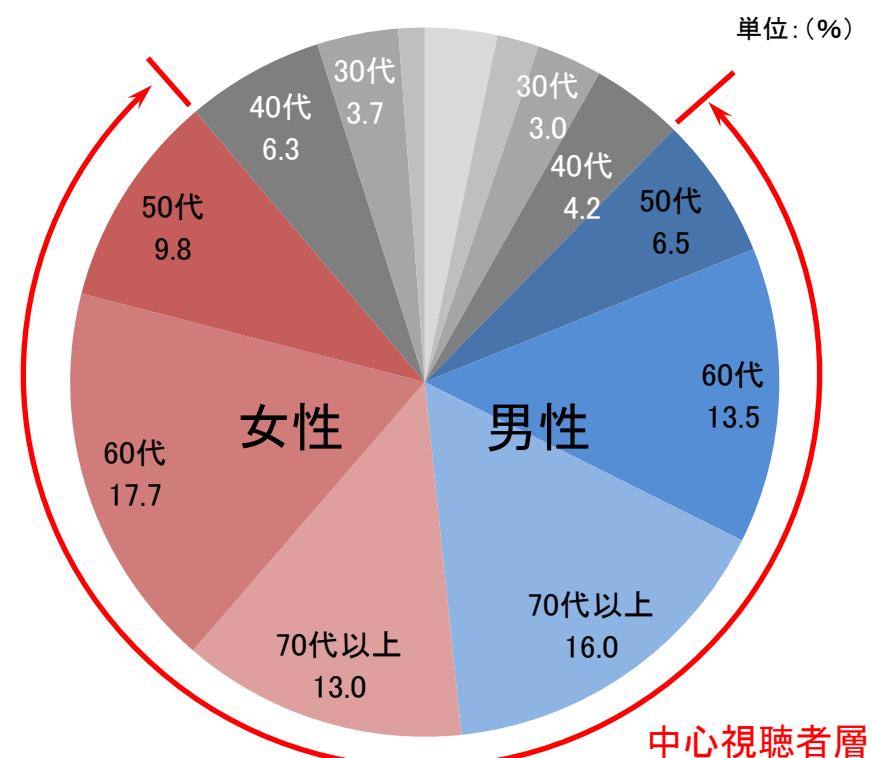
BSデジタル放送視聴可能世帯



(出所) ビデオリサーチ「BS世帯普及率調査」

※ 2009年は8月と10月調査の平均。2016年は2015年12月と2016年3月の平均。

民放BSよく見る層の性年齢構成

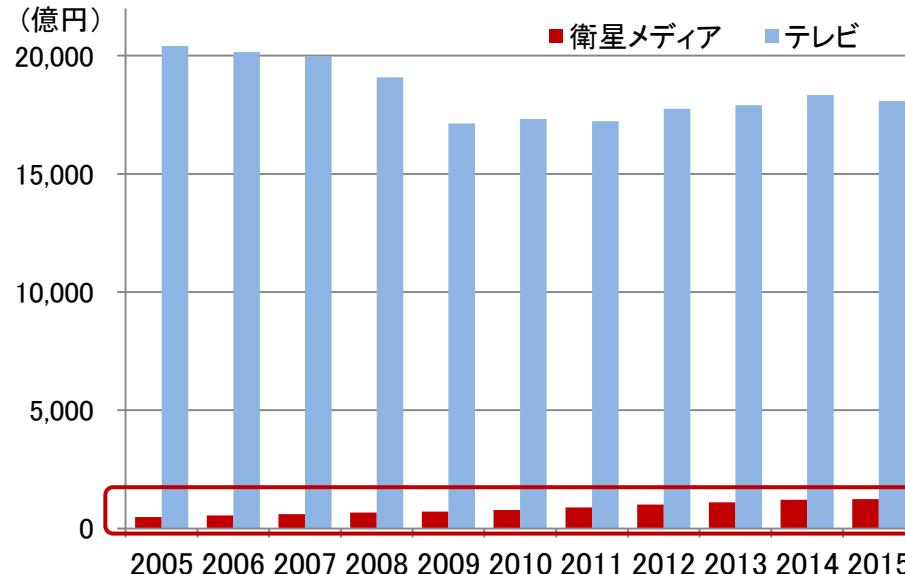


(出所)「BSデジタル放送メディアパワーガイド」

## 【BSの市場規模は毎年成長を継続】

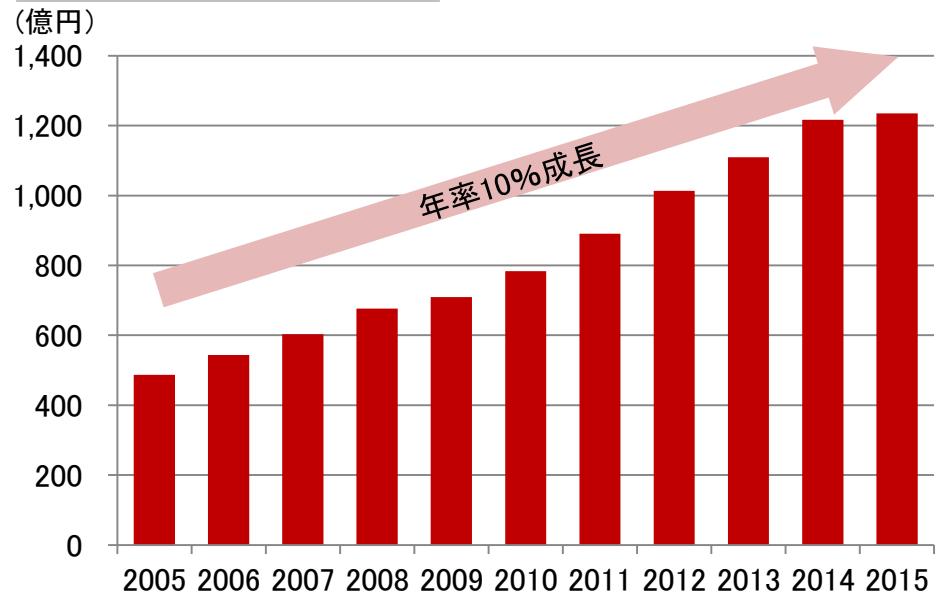
◆地上波の広告費が横ばいに対し、BS広告市場は成長を続ける

### 媒体別広告費

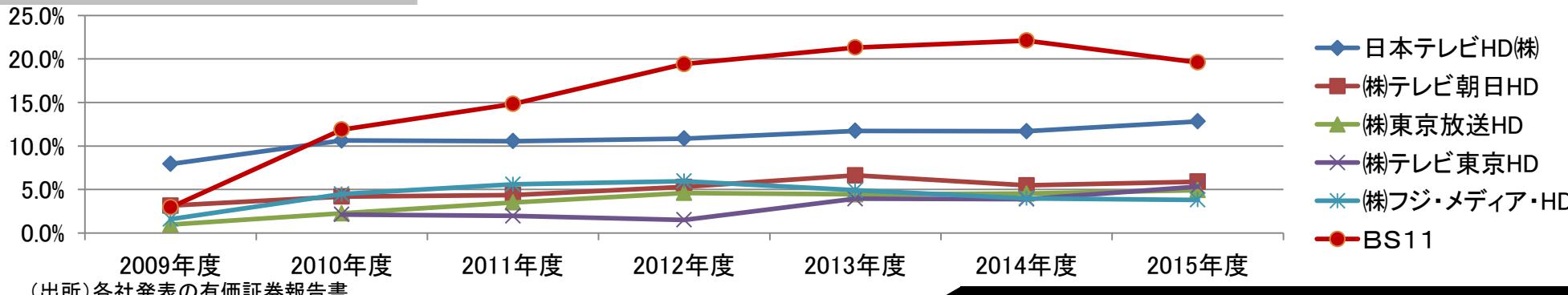


(出所)電通「日本の広告費」※衛星メディアにはBS放送、CS放送、ケーブルテレビが含まれる

### 衛星メディア広告費



### 競合他社との営業利益率比較



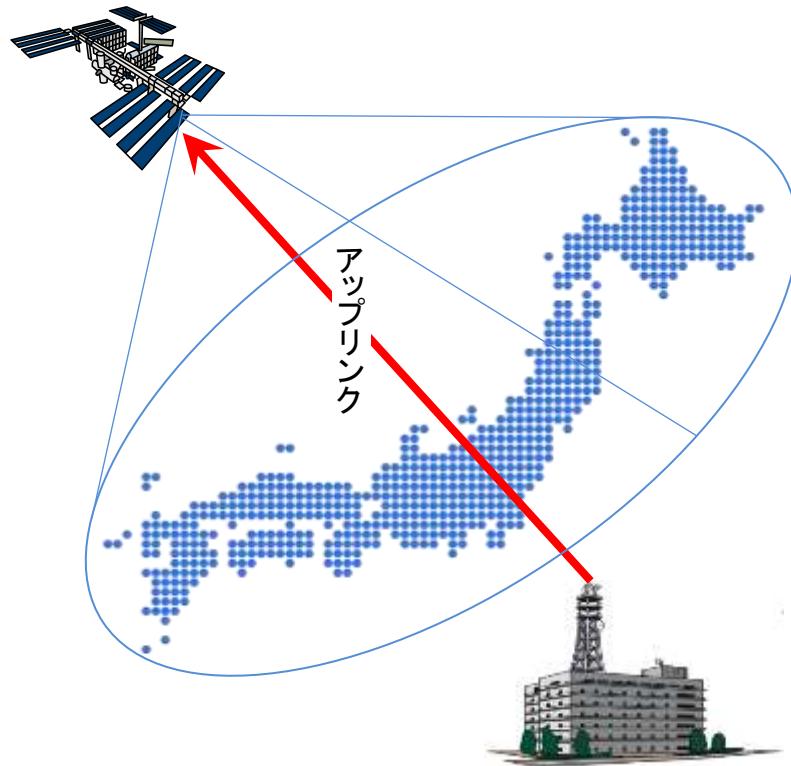
(出所)各社発表の有価証券報告書

# コスト構造の比較

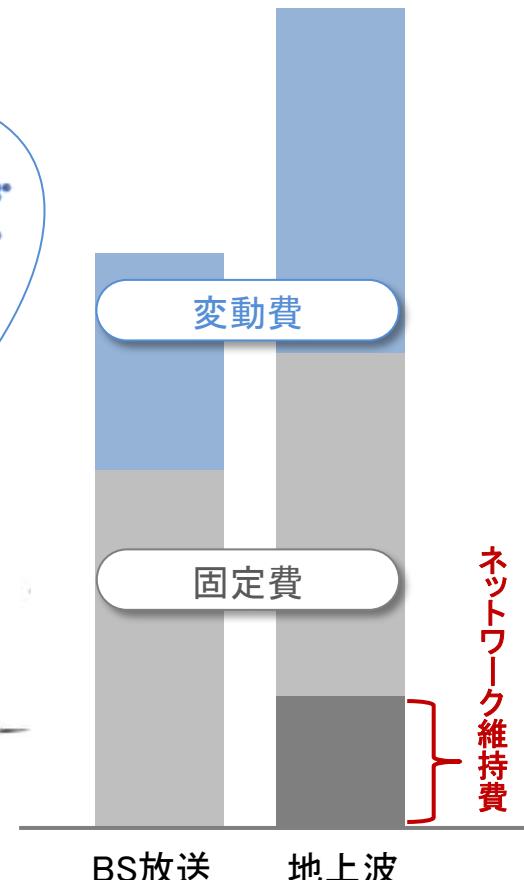
## 【地上波とは全く異なるコスト構造により高効率の広告ビジネスを実現】

◆地上波に比べ低コストでの放送 ⇒ 効率的な広告費で日本全国に放送可能

無料BS放送



コスト構造の比較



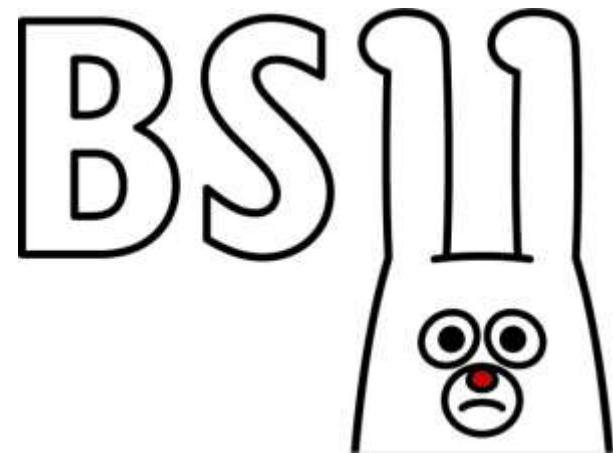
- ・日本全国に電波の送信が可能
- ・ネットワークの構築が不要

キー局系列の地上波放送



- ・少数チャンネル地域の存在
- ・嵩むネットワーク維持費

### Ⅲ 第2四半期決算概況と通期の見通し



2016年8月期 第2四半期 総括

売上高 **4,898百万円(前期比 12.5%増)**

営業利益 **1,184百万円(前期比 6.4%増)**

- 売上、利益とも計画・前年を上回って推移
- 高品質な自社制作番組の放送による広告枠の付加価値向上
- 番組視聴世帯数増加を目的とした効率的な広告宣伝の実施

(単位:百万円、下段は構成比)

	2015年8月期 第2四半期 累計	2016年8月期 第2四半期累計						
		実績	前年 同期比	増減額	計画 (期初)	計画比 (期初)	増減額 (期初)	主な変動要因(計画比)
売上高	4,354 (100.0%)	4,898 (100.0%)	+12.5%	+544	4,850 (100.0%)	+1.0%	+48	(売上高) タイム収入の好調による増加
売上総利益	2,319 (53.3%)	2,717 (55.5%)	+17.2%	+398	— (—)	—	—	(段階利益) ・売上高増加及び売上原価・販管費の効率的使用による利益増加
営業利益	1,113 (25.6%)	1,184 (24.2%)	+6.4%	+71	910 (18.8%)	+30.2%	+274	《利益増加の具体的要因》 <u>売上原価</u> : ・番組関連費用は計画内での効率的使用 ・その他原価項目の効率的使用
経常利益	1,096 (25.2%)	1,185 (24.2%)	+8.1%	+89	910 (18.8%)	+30.3%	+275	<u>販売管理費</u> : ・広告関連費用は計画内での効率的使用 ・その他販管費の効率的使用
四半期純利益	708 (16.3%)	802 (16.4%)	+13.2%	+93	567 (11.7%)	+41.5%	+235	

(単位:百万円、下段は構成比)

	2015年8月期 第2四半期累計	2016年8月期 第2四半期累計			
		実績	前年同期比	計画	計画比
売上高	4,354 (100.0%)	4,898 (100.0%)	+12.5%	4,850 (100.0%)	+1.0%
タイム収入	3,055 (70.2%)	3,594 (73.4%)	+17.6%	3,467 (71.5%)	+3.7%
スポット収入	1,132 (26.0%)	1,218 (24.9%)	+7.6%	1,321 (27.2%)	▲7.8%
その他	166 (3.8%)	86 (1.7%)	▲48.3%	61 (1.3%)	+39.8%

## 主な増減要因(前年同期比)

- タイム収入
  - ・通販番組の新規クライアント獲得、既存通販枠単価が引き続き上昇したことによりタイム収入増加
  - ・アニメ番組放送時間枠増加によるタイム収入増加
- スポット収入
  - ・韓国ドラマの根強い人気に支えられ、間に放送する通販スポット販売が引き続き堅調に推移
  - ・BS放送の媒体価値向上に伴い、純広スポットも順調に増加
- その他
  - ・アニメ製作委員会への出資に伴う配当金収入

(単位:百万円、下段は売上比)

	2015年8月期 第2四半期累計	2016年8月期 第2四半期累計		
		実績	前年同期比	主要な増減要因
番組関連費用(原価)	1,240 (28.5%)	1,245 (25.4%)	+0.4%	
番組購入費	195 (4.5%)	185 (3.8%)	▲5.0%	新規通販枠の獲得に伴う購入番組の減少
番組制作費	1,045 (24.0%)	1,060 (21.6%)	+1.4%	放送番組内容の充実による増加
放送関連費用(原価)	313 (7.2%)	339 (6.9%)	+8.4%	
放送委託費	277 (6.4%)	277 (5.7%)	-	
技術費	35 (0.8%)	61 (1.2%)	+74.4%	放送関連施設充実のための施設移設費用増加
広告関連費用(販管費)	247 (5.7%)	418 (8.5%)	+69.1%	
広告宣伝費	222 (5.1%)	377 (7.7%)	+69.7%	番組視聴世帯数増加に向けた広告宣伝活動の強化による増加
販売促進費	25 (0.6%)	40 (0.8%)	+63.2%	機械式視聴世帯数調査開始による増加 (2015年4月開始)

# 貸借対照表／キャッシュ・フロー計算書の概要

BS 11

貸借対照表

(単位:百万円、下段は構成比)

	2015年8月期末	2016年8月期	
		第2四半期末	増減額
流動資産	7,892 (52.8%)	7,741 (52.3%)	▲151
固定資産	7,049 (47.2%)	7,065 (47.7%)	+16
資産合計	14,942 (100.0%)	14,807 (100.0%)	▲135
流動負債	1,782 (11.9%)	1,123 (7.6%)	▲659
固定負債	72 (0.5%)	60 (0.4%)	▲11
負債合計	1,854 (12.4%)	1,184 (8.0%)	▲670
純資産合計	13,087 (87.6%)	13,622 (92.0%)	+535
負債・純資産合計	14,942 (100.0%)	14,807 (100.0%)	▲135

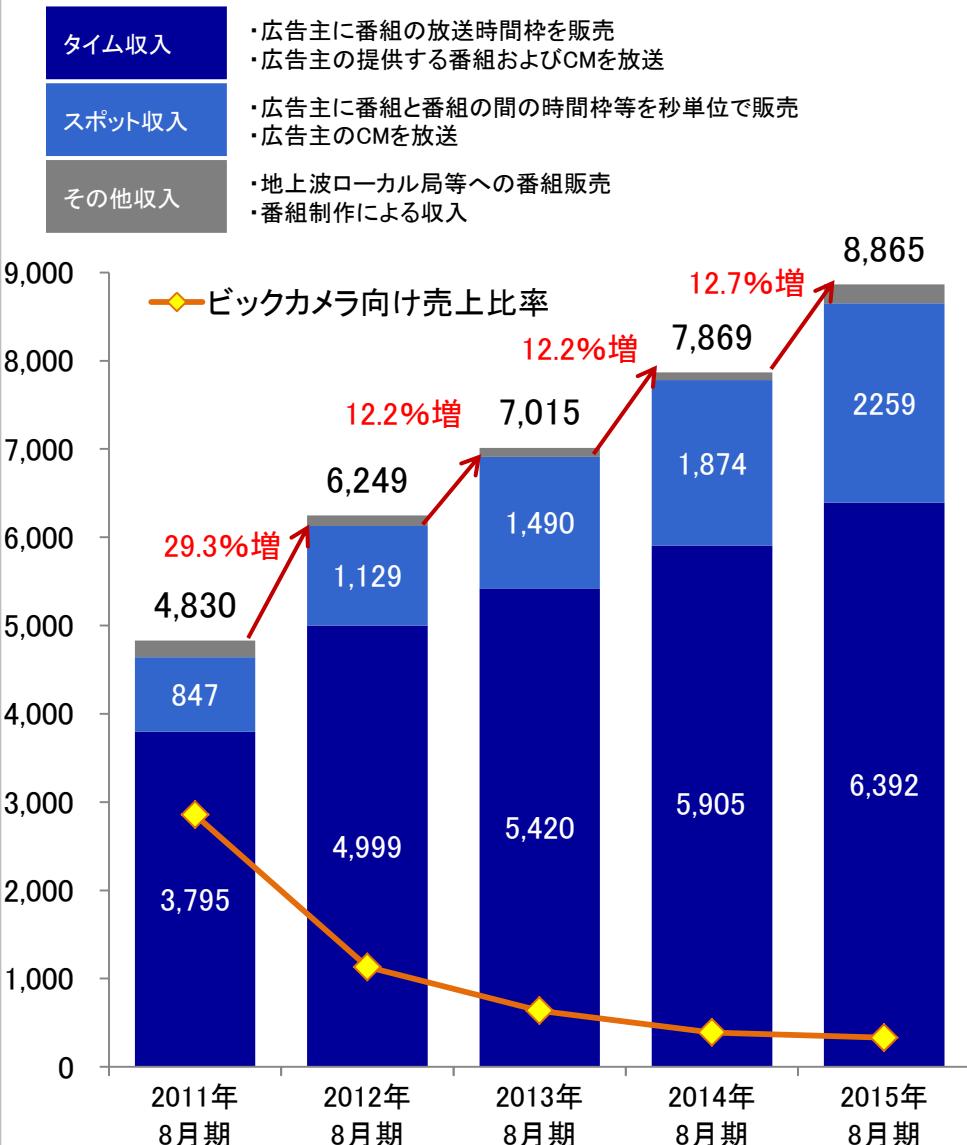
キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

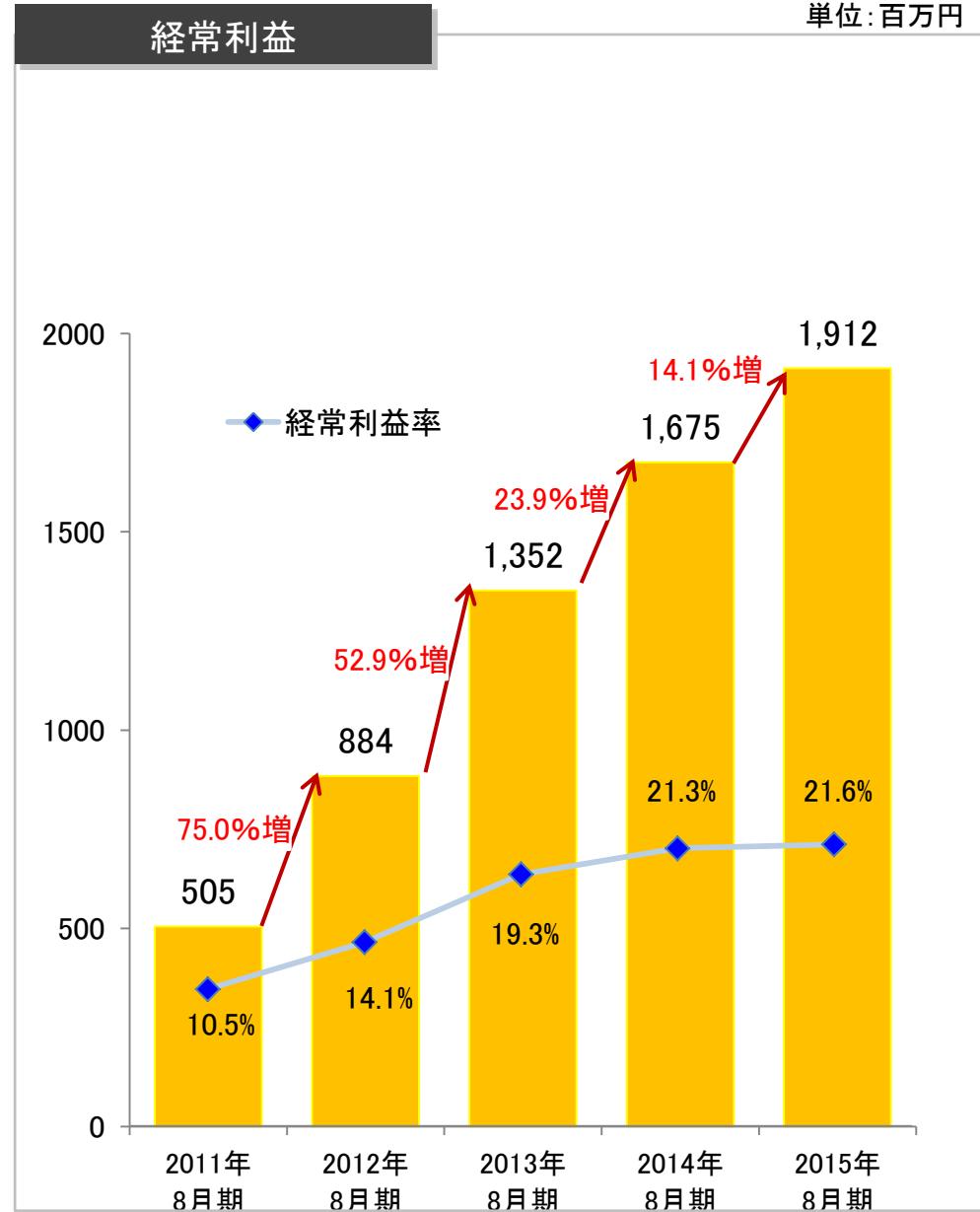
	2015年8月期 第2四半期累計	2016年8月期 第2四半期累計
営業キャッシュ・フロー	858	705
税引前当期純利益	1,096	1,185
減価償却費	79	119
売上債権の増減額(▲は増加)	▲25	▲51
仕入債務の増減額(▲は減少)	▲53	▲14
未払費用の増減額(▲は減少)	▲119	6
法人税等の支払額	▲83	▲481
投資キャッシュ・フロー	▲73	▲530
有形固定資産の取得による支出	▲67	▲537
財務キャッシュ・フロー	▲233	▲275
配当金の支払額	▲222	▲266
現金及び現金同等物の増減額	551	▲100
現金及び現金同等物の期首残高	4,794	6,131
現金及び現金同等物の期末残高	5,346	6,031

## 売上高

単位:百万円



## 経常利益



売上高は**10,200**百万円(前期比15.1%増)、営業利益は**2,000**百万円(前期比2.0%増)、  
当期純利益は**1,350**百万円(前年比11.0%増)を計画

(単位:百万円、下段は構成比)

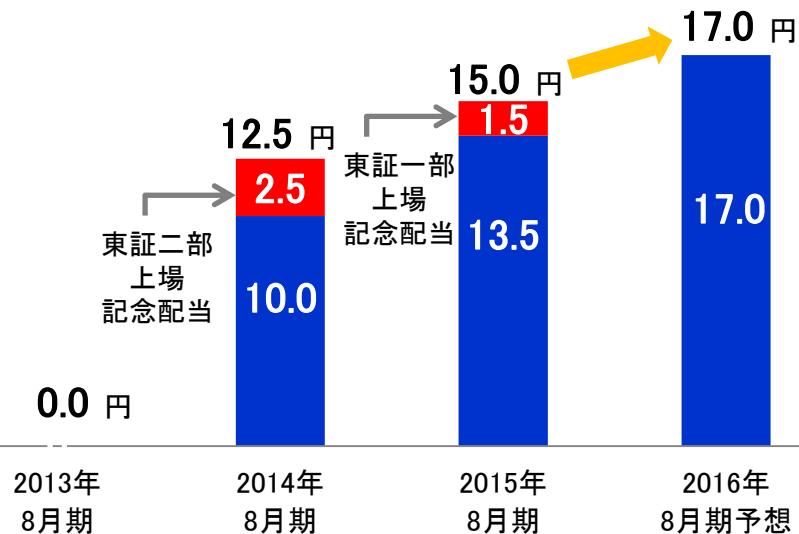
	2015年8月期		2016年8月期					
	第2四半期 累計	通期	第2四半期累計		通期計画			増減額
		実績	前年同期比	計画	前年同期比			
売上高	4,354 (100.0%)	8,865 (100.0%)	4,898 (100.0%)	+12.5%	10,200 (100.0%)	+15.1%	+1,334	
タイム収入	3,055 (70.2%)	6,392 (72.1%)	3,594 (73.4%)	+17.6%	7,581 (74.3%)	+18.6%	+1,188	
スポット収入	1,132 (26.0%)	2,259 (25.5%)	1,218 (24.9%)	+7.6%	2,455 (24.1%)	+8.7%	+195	
その他	166 (3.8%)	214 (2.4%)	86 (1.7%)	▲48.3%	164 (1.6%)	▲23.4%	▲50	
営業利益	1,113 (25.6%)	1,960 (22.1%)	1,184 (24.2%)	+6.4%	2,000 (19.6%)	+2.0%	+39	
経常利益	1,096 (25.2%)	1,912 (21.6%)	1,185 (24.2%)	+8.1%	2,000 (19.6%)	+4.6%	+87	
当期純利益	708 (16.3%)	1,216 (13.7%)	802 (16.4%)	+13.2%	1,350 (13.2%)	+11.0%	+133	

## 期末配当金を2円増配、17.0円を計画

### 配当政策の基本方針

- 当社は、BSデジタル放送事業者という高い公共性に鑑み 永続的且つ健全な経営の維持に努めるとともに、財務体質の強化と内部留保の充実を考慮しつつ、将来の事業展開等を総合的に勘案した上で、長期にわたり**安定した利益配当を継続的に実施する方針**です。
- 年1回**の期末配当を行うことを基本とします。

### 年間配当金



	2013年8月期	2014年8月期	2015年8月期	2016年8月期(予想)
年間配当	0 円	12.5 円	15.0 円	17.0 円
普通配当	0 円	10.0 円	13.5 円	17.0 円
記念配当	0 円	2.5 円	1.5 円	0 円
1株当たり当期純利益	91.87 円	77.67 円	68.34 円	75.83 円
ROE	18.1%	12.4%	9.7%	-

(注) 1. 2013年12月16日付株式分割(1対2)、及び2014年8月1日付株式分割(1対2)を遡及計算して記載。

## 2015年8月期末より株主優待制度を拡充。長期保有株主優待制度を新設

### 株主優待制度の概要

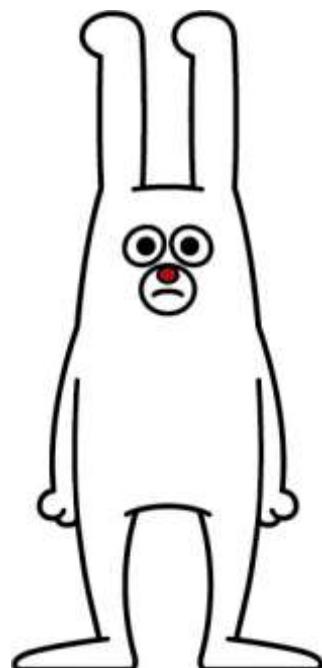
- ・8月末日、2月末日を基準日として、年2回の株主優待を実施
- ・ビックカメラグループ全店で利用可能な「ビックカメラ商品券」1,000円券1枚を贈呈
- ・各基準日現在の当社株主名簿に記載または記録された当社株式1単元(100株)以上保有されている株主様が対象

### 長期保有株主優待制度の概要

- ・以下の2要件の両方に該当する株主様に対し、「ビックカメラ商品券」(1,000円券)を追加贈呈。
- ①基準日(毎年8月末日、2月末日)の当社株主名簿に連続3回以上同一株主番号で記載または記録されたこと
- ②当社株式1単元(100株)以上を継続して保有されていること

基準日	2月末日	8月末日
贈呈時期	5月	11月
株主 優待制度		
贈呈内容	ビックカメラ商品券1,000円券1枚	ビックカメラ商品券1,000円券1枚
長期保有株主 優待制度		ビックカメラ商品券1,000円券1枚

## IV 重点経営施策



## 持続的な成長への基本戦略=「3つの“力”」と「5本の矢」

持続的成長に必要な3つの“力”



・企画“力”

視聴者やクライアントのニーズを捉え、的確な企画立案

・キャスティング“力”

映像の「商品価値」を高めるスタッフ・出演者のキャスティング

・マーケティング“力”

データベースを用いて潜在的な需要を喚起し効果的に戦略実行

重点施策としての「5本の矢」

①自社制作番組の選択と集中

- ・人気番組に集中して資源を投下
- ・番組を「作品」から「商品」へと昇華

②情報番組の選択と拡大

- ・プレミアエイジへのホスピタリティの強化
- ・イベント等番組連動企画の立ち上げ

③スポーツ＆エンターテインメントの強化

- ・新たなニーズの発掘と適切な対応
- ・「癒し」や「楽しみ」を提供する番組作り

④アニメ番組の強化

- ・得意分野の更なる強化
- ・目指すのは「アニメといえばBS11」

⑤地方局とのコラボレーションの強化

- ・独立局の強みを生かした差別化施策
- ・日本各地の「いいもの」を全国へ発信

## ①自社制作番組の選択と集中

## 【2016年4月に大幅な改編を実施、7月には更にブラッシュアップ】

既存番組の時間移動を含めると、平日プライムタイムで**97.6%**という驚異的な改編を実施

毎週新作を放送するレギュラーファン組も新たに開始しており、自社制作番組へ資源を集中



## ②情報番組の選択と拡大

## 【「買い物＝最も身近なエンターテインメント」を日本全国へ】

## ・プレミアエイジへのホスピタリティ強化

全国どこからでも、いいものを欲しい時に購入。

BS放送の特徴である「全国どこでも見られる」ことを活かし、「買う」というエンターテインメントをお届けする。

全国各地で産出される「いいもの」を紹介することで、気軽に買いに行くことが難しいプレミアエイジに対して、「買う楽しみ」を提供。

## ③スポーツ＆エンターテインメントの強化

## 【新たなニーズの喚起と、「熱気」「癒し」の提供】

## ・中畠清 热血！スポーツ応援団

元祖・絶好調男！ の熱血MC中畠清さんが「神スイング」で話題になった稻村亜美さんと共に、すべてのスポーツを、あらゆる角度から熱血応援！

## ・日本女子ソフトボールリーグ

昨年はビックカメラ高崎の優勝で幕を閉じた日本女子ソフトボールリーグ。今年も熱戦をお届けする。

## ・柳家喬太郎のイレブン寄席

公演チケットがなかなか取れないと言われる柳家喬太郎師匠を中心とした高座を当社社屋で公開収録するなど、落語ファンには堪らない番組。



#### ④アニメ番組の強化

## 【得意分野の更なる強化 「アニメと言えばBS11」】

### ・アニゲー☆イレブン！

人気声優 久保ユリカさんをMCとしてアニメ・ゲームなど様々な情報を多彩なゲストと共に紹介する自社制作の情報番組。

「他では見られないコアな情報番組」を合言葉に、歌手や声優だけでなく、アニメやゲームのプロデューサーなど製作スタッフをゲストに迎えて作品に込めた「思い」や「本音」を引き出していく。

### ・無料BS放送局随一のアニメ放送本数

無料BS放送局としてはアニメ放送本数が最も多い特徴を持つ。

2016年6月よりコンテンツ事業部から「アニメ事業部」に改組し取組みを強化。

フルハイビジョン画質の番組を日本全国で同時に見られるBS波の特性を生かし、今後もアニメファンから支持されるラインナップを取り揃えて放送する。

### ・製作委員会への出資

アニメの放送のみならず、製作委員会へ出資しチームの一員となることにより、より深くアニメに関わっていく。戦略的かつ積極的に製作委員会へ参加し、より良いコンテンツを視聴者に届けられるよう製作段階から一緒に作り上げるとともに、委員会参加各社とのリレーションを強化していく。



2016年7月～9月のアニメ番組表

## ⑤地方局とのコラボレーション強化

## 【2016年4月には全国のローカル局とタイアップし桜前線を放送】

## ・全国桜リレー中継

京都・醍醐寺の桜生中継特別番組を皮切りに、日々移ろいゆく全国の桜を  
「報道ライブ INsideOUT」内で放送。

独立系BS局の強みを生かし、全国のローカル局とタイアップすることで全国各地の  
「旬」を切り取って全国に紹介。

## ・地方局・地方公共自治体との共同製作番組

「京都・国宝浪漫」  
「京都 夜桜 生中継 春らんまんの醍醐寺から」  
「佐賀 バルーンフェスタ」

など、「地元だけが知るいいところや面白いイベント」の番組を共同製作。

地方ローカル局で放送後、BS11で全国放送することで両社に得のある番組を制作。

## ・地方ローカル局の協力による良質な番組制作

「有田焼創業400年 人間国宝 井上萬二 新たなる創造と挑戦」  
など、地元の制作会社ならではの長期密着取材によるドキュメンタリーをはじめ  
取材先との良好な関係に裏打ちされた、深く良質な番組制作を実現。



# 【4月大型改編に係る広告展開】

## 新キャッチフレーズ



動画、ポスター、看板、新聞など大規模に広告展開を実施。

各媒体を同時に有機的に展開することで、視聴誘導と共に「BS11」を印象付ける。



## 看板・動画広告展開

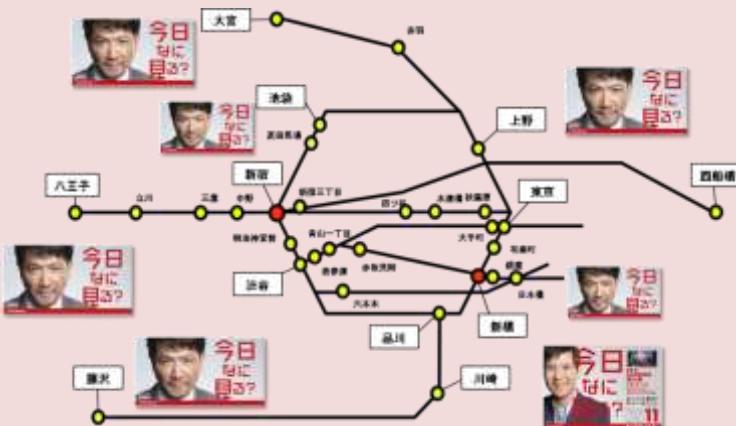
### ・地上波、トレインチャンネルへのスポットCM展開

北海道、東京、静岡、名古屋の各地上波

ローカル局でスポットCMを放送。

また、首都圏、関西エリアのトレインチャンネルでの動画広告も展開。

### ・首都圏各駅へのポスター展開



### ・ビックカメラ、ソフマップ壁面看板展開



ビックカメラ有楽町店



ソフマップ秋葉原本館

## イベントへの出展

### ・AnimeJapan2016



来場者13.5万人と日本最大のアニメイベントへ出展。今年は初めてのステージイベントと公開収録を実施し、多くの観客を集めた。

### ・東京モーターサイクルショー2016



来場者13.2万人のオートバイイベント。当社番組「MOTORISE」の公開収録、コラボグッズの販売を実施。公開収録にはゲストとして藤岡弘、さんを迎える他にも当社放送アニメ「ばくおん！」とのコラボイベントも実施し、会場を盛り上げた。



## コンテンツ販売実績(例)

### ・世界豪華客船紀行

世界各地の豪華客船で巡る極上の旅をお届けする紀行番組。プレミアエイジに人気のコンテンツ。



### ・憧憬！大人のゴルフ旅(Season1・Season2)

日本各地の名ゴルフコースをプロゴルファーが紹介すると共に、ゴルフ場周辺の見どころも紹介する一風変わったゴルフ紀行番組。



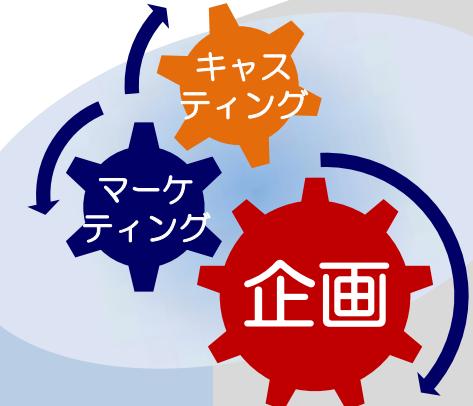
### ・日本ほのぼの散歩

日本各地を散策し、魅力的な、いいところを紹介する癒し番組。各地で出会った地元の方々との暖かな交流も人気の秘密。



(収益)

成長のキーワード=

**広告単価****× 広告数**

- 本資料は日本BS放送株式会社(以下、当社)の業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料には当社の業績、戦略、事業計画などに関する将来的予測を示す記述および資料が記載されております。これらの将来的予測に関する記述および資料は過去の事実ではなく、発表時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予測です。
- また経済動向、他社との競合状況などの潜在的リスクや不確実な要因も含まれています。  
その為、実際の業績、事業展開または財務状況は今後の経済動向、業界における競争、市場の需要、その他の経済・社会・政治情勢などの様々な要因により、記述されている将来予測とは大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。

【本資料及び当社IRに関するお問い合わせ先】

日本BS放送株式会社

経営戦略局 経営戦略部

TEL 03-3518-3025(9:00~18:00 土日・祝日を除く)

URL <http://www.bs11.jp/>

