

FuRyu

Precious days, always

第16期株主通信

2021年4月1日～2022年3月31日

フリー株式会社



証券コード: 6238



代表取締役社長
三嶋 隆

企業理念

人々のこころを豊かで幸せにする
良質なエンタテインメントを創出する！



フリューの4事業

ガールズトレンドビジネス

～すべてのGIRLSをHAPPYに！～

1.

プリントシール
事業

プリントシール機の企画・開発・
販売、プリントシール機専門店の
運営

2.

コンテンツ・
メディア事業

モバイルコンテンツの企画・開
発・配信、カラーコンタクトレ
ンズの企画・開発・販売、データ広
告、ファッションD2C

世界観ビジネス

～IPで世界のファンのこころを満たす！～

3.

キャラクタ
マーチャンダイジング
事業

クレーンゲーム景品・高価格帯
ホビーの企画・開発・販売

4.

ゲーム事業

家庭用ゲームソフト・スマート
フォン向けゲームの企画・開発
・販売、アニメの企画・製作

ごあいさつ

株主の皆さまには

平素より格段のご高配を賜り、

厚く御礼申し上げます。

ここに、第16期株主通信

(2021年4月1日から2022年3月31日まで)を
お届けいたします。

2022年6月

Q 当期(2022年3月期)の全体業績についてお聞 かせください。

当期の事業環境におきましては、新型コロナウイルス感染症の拡大を起因とした個人消費の低迷や、原油価格の高騰、物価上昇等、非常に厳しい環境で推移いたしました。

そうした中、当社グループは、プリントシール事業の拡大、若年女性層の顧客基盤を活用したマネタイズの多様化、キャラクターIP(知的財産)を利用した商品販売に注力してまいりました。

その結果、当期の連結業績は、売上高34,058百万円、営業利益3,709百万円、経常利益3,707百万円、親会社株主に帰属する当期純利益2,544百万円と、前期比*で増収増益となりました。

増収増益となった大きな要因は、キャラクタ・マーチャンダイジング(以下、キャラクタMD)事業の好調によるものです。これまで、当社グループの収益はプリントシール事業が中心となっておりますが、キャラクタMD事業が大きく伸び、二本目の柱にまで成長しております。

*2021年4月1日付で完全子会社のオールドット株式会社を設立したため、2022年3月期第1四半期より連結業績を開示しております。2021年3月期については連結業績を作成していないため、第16期株主通信では前期個別業績と比較しております。

Q 各セグメントの当期の主な取り組みをお教えく ださい。

プリントシール事業について、プレイ回数は年間合計で3,197万回(前期比105.9%)となり、新型コロナウイルス感染症拡大前の2020年3月期の7割程度に留まり、当初の見込みより非常に緩やかな回復となりました。

そうした状況の中、コロナ禍における戦略的な施策として、当期の冬機種から消耗品(シール紙)の値上げを実施しております。値上げにあたり、それに見合った付加価値を提供するため、筐体(プリントシール機)の開発にコストをかけ、魅力ある機種の開発に努めました。

この結果、セグメントの売上高は7,576百万円、営業損失は252百万円となりましたが、損失は前期比で大きく圧縮いたしました。なお、値上げの移行期間の施策は来期(2023年3月期)の夏までを予定しております。

コンテンツ・メディア事業について、プリントシール画像取得・閲覧サービス『ピクトリンク』の有料会員数は9月以降緩やかに回復基調となり、2022年3月末で146万人となりました。さらに、有料会員の中でも月額単価の高いプレミアム会員の占める比率が、前期末の9.5%から10.8%に上昇しております。

そのほか、カラーコンタクトレンズの販売では、新商品

『ramurie(ラムリエ)』を発売しました。データ広告事業では、順調に案件数が増加しております。また、ファッションD2C事業では2021年10月にECサイト『Olu.(オルドット)』をオープンし好調に推移しておりますが、立ち上げ期のため収益を上回る費用が発生いたしました。

この結果、セグメントの売上高は8,324百万円、営業利益は3,173百万円となりました。

キャラクタMD事業について、クレーンゲーム景品は市場拡大と人気IP関連商品のヒットがあり好調に推移しました。海外物販は中国のほか北米への販路拡大、高価格帯ホビーはアイテム数の増加を図りました。なお、当社はドル建てで仕入れを行っており、円安の影響でコストが増加しております。

この結果、セグメントの売上高は15,175百万円、営業利益は2,408百万円となり、売上・利益ともに大幅に伸ばしました。

ゲーム事業について、家庭用ゲームソフト事業では、当期発売の新作オリジナルタイトル『Caligula2(カリギュラツ)』『モナーク/ Monark』と海外ライセンス販売が好調に推移しました。また、ゲームアプリ事業では2021年9月に新作タイトルの『恋愛戦国ロマンスク〜影武者姫は運命をあやなす〜』をリリースしました。アニメ事業では、TVアニメ『ゆるキャン△』シリーズのBlu-ray&DVDの販売数が累計12万枚を超え(2022年3月末現在)、人気が続いております。また、来期には映画『ゆるキャン△』の上映が控えており、プロモーションに積極的に取り組みました。

この結果、セグメントの売上高は2,980百万円、営業利益は26百万円となり、黒字化を達成しました。

Q 今後の成長イメージ、成長戦略についてご説明ください。

当社グループの成長イメージは、安定収益事業・成長事業・投資事業の3つに分類して考えております。

一定の利益を確保し収益のベースとなる安定収益事業は、プリントシール事業と『ピクトリンク』です。それに加えてクレーンゲーム景品や海外物販、高価格帯ホビーが成長を

けん引します。成長事業と位置付けてはいるものの、すでに収益を生み出す事業として大きく成長し二本目の柱となっております。そして、5年10年先の成長に向けて新規事業を創出するために投資を継続してまいります。

戦略としては、ガールズトレンドビジネス(GTB)では、当社グループの圧倒的なガールズとの接点を利用し、各事業のガールズプロフィールを集約して事業間シナジーを最大化します。世界観ビジネス(SKB)では、強みである版元さまとの関係をさらに強化しながら、国内はクレーンゲーム景品、ゲーム・アニメ、中・高価格帯ホビーと幅広い商品展開を行います。加えて、中国をはじめとするアジア、北米・欧州と販売エリアを海外に拡大してまいります。

現在すでに立ち上がっている投資事業は、GTBでデータ広告、ファッションD2C、カラーコンタクト、SKBで海外物販、高価格帯ホビー、中価格帯ホビー、ゲーム、アニメです。ゆくゆくは100億円規模の事業にまで成長させ、三本目以降の柱とすべく取り組んでまいります。

Q 貴社のサステナビリティについてのお考えをお聞かせください。

経済的な事業成長と社会の持続性の両立を目指すことを基本として、特に当社グループが取り組むべき重要課題(マテリアリティ)を2021年度に改訂しました(p3もご参照ください)。この重要課題をいかに事業計画に取り込み、融合できるかを今後さらに深めてまいります。

また、重要課題の取り組みとして「動的ビジョンの実現」とも掲げておりますが、これは当社の理念体系の一部であり、ダイバーシティ&インクルージョンに関連した造語です。それぞれ違う個性を持ったひとりひとりの自己実現と会社の成長との両立を図る、当社の考え方を表しております。個人の「やりたいこと」と「できること」、会社の「やらねばならないこと」が重なる部分が、社員と会社がともに成長できる「やるべきこと」という価値観です。この価値観を基本として、だれもが働きやすく、多様な人材が多様な働き方で最大限に能力を発揮できる職場であり続けることを目指します。

Q 株主の皆さまへのメッセージをお願いいたします。

当社は、2022年4月1日に設立15周年を迎えました。これもひとえに、株主の皆さま、お客さま、お取引先さまをはじめとする皆さまのおかげと心より感謝申し上げます。

つきましては、株主の皆さまに感謝の意を表するため、2022年3月期の期末配当において、設立15周年記念配当を実施いたしました。2022年3月期の年間配当は、1株当たり37円の普通配当に記念配当15円を加え、1株当たり52円とさせていただきます。

また、2023年3月期の年間配当は、1株当たり38円を予想しております。株主還元の一層の充実を図るため、2023年3月期より新たな経営指標としてDOE*を加え、配当性向40%またはDOE5%を参考指標として配当を実施いたします。今後も安定的な配当と機動的な自己株式取得を通じて、株主の皆さまへの利益還元を努めてまいります。

当社が15年間隆々と成長してこれたのは、当社の存在理由である「人々のところを豊かで幸せにする良質なエンタテインメントの創出」が社会に求められていたからにほかなりません。今後もますますその求めは強まると考えております。15周年に満足することなく、100年続く会社を目指して、社員一丸となって事業に励んでまいります。

株主の皆さまにおかれましては、今後ともご支援、ご鞭撻のほどなにとぞよろしくお願い申し上げます。

*DOE(株主資本配当率)=ROE×配当性向



特集1 人々のこころを豊かで幸せにする フリーのサステナビリティ取り組み

フリーは、「人々のこころを豊かで幸せにする良質なエンタテインメントを創出する!」という企業理念のもと、すべてのステークホルダーの皆さまとの信頼関係の構築に努め、事業の継続性と社会の継続性の両立を図ってまいります。

サステナビリティ専用ページ

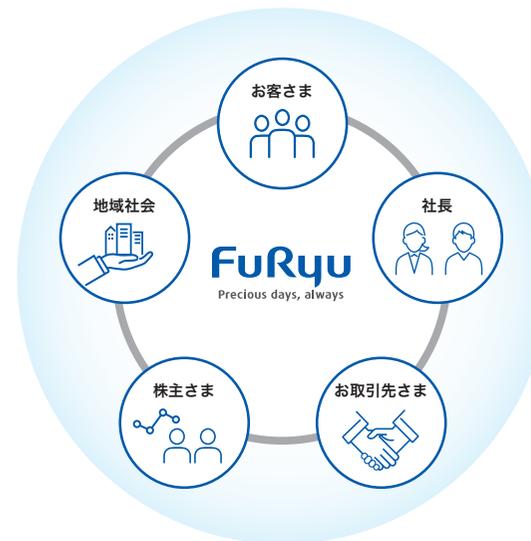
今後さらに充実させてまいります。
ぜひご覧ください。



<https://www.furyu.jp/sustainability>

事業の継続性

良質なエンタテインメント
の提供



社会の継続性

進化する次世代社会
多様化する価値観

重要課題と特定プロセス

フリーは、事業活動を通じて持続可能な社会に寄与するため、各事業が世の中に与える影響を踏まえ、あらゆる社会課題の中から特にフリーが取り組むべき重要課題を2020年3月期に特定。2022年3月期にその内容を最適化すべく改訂しました。

企業理念「人々のこころを豊かで幸せにする良質なエンタテインメントを創出する!」の実現の原点となる「企業行動指針」とISO26000と照らし合わせ、フリーの事業と関連のある社会課題を抽出。経営メンバーでのワークによるマッピング、各ステークホルダーへの調査や有識者による評価を経て特定しています。

特定プロセス

Step 1

社会課題の把握と抽出

ISO26000中核課題とフリーの企業行動指針及び事業領域を照らし合わせ、「子供・若者白書」(内閣府)であげられた社会課題を参考に、フリーの事業に関連する社会課題を抽出しました。

Step 2

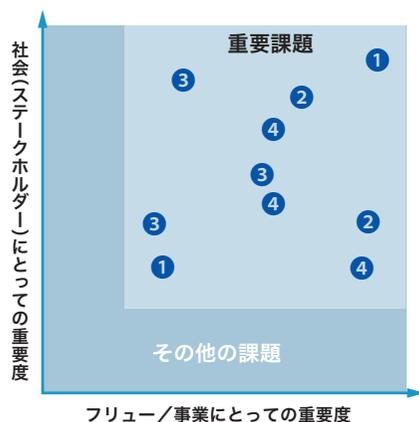
社会課題の重要度の整理

抽出した社会課題に関するステークホルダーの皆さまへの調査や、有識者による評価を踏まえ、社会(ステークホルダー)にとつての重要度と、フリーやフリーの事業にとつての重要度の2軸で整理しました。

Step 3

重要課題(マテリアリティ)の特定

経営会議での承認後、取締役会決議を経て、以下の重要課題を特定しました。



1 良質なエンタテインメントの創出

- ・安心安全の確保と品質の向上
- ・事業を通じた環境への配慮



3 未来を切り拓く次世代の応援

- ・次世代への挑戦の支援
- ・青少年の健やかな育成
- ・地域コミュニティへの貢献



2 動的ビジョンの実現

- ・働きがいのある職場環境の推進
- ・企業価値向上を担う多様な人材の育成



4 健全な経営基盤

- ・情報セキュリティとプライバシーの保護
- ・公正公平な取引と健全な調達
- ・知的財産の保護と啓発活動



TVアニメ『ゆるキャン△』シリーズ

担当チームインタビュー

当社は、アニメ『ゆるキャン△』制作委員会の幹事会社として、アニメの委員会運営、クオリティ管理、宣伝業務を担っています。また、映像及びグッズ販売、イベント主催等、キャラクター IP(知的財産)を利用したビジネスを展開しています。

今回、各業務を担うリーダーにお話をお聞きました。

▲ 作品の魅力やこだわりについて

この作品で特にこだわっている所は、実際にあるモノのディテール、再現度です。道具の持ち方や使う順番など、その本来あるアウトドアの魅力を損なわないように、とにかく細部まで追求して表現したことが、魅力のひとつとしてファンに伝わっていると思います。

道具だけでなく、その土地の風景や食事シーンなどもそうです。京極義昭監督やアニメスタッフは、山梨に出向き、ロケハンを繰り返し行いました。そうした取材から生まれるリアリティの追求により、アニメを観ているユーザーは、実際にキャンプに行った気持ちとなり、そこに監督の細かい演出が加わることで、キャラクターの息遣いや食事シーンなどもよりリアルに感じられたのだと思います。

▲ 地方自治体との連携について

物語のモデル地となった山梨県や静岡県などをはじめ、自治体と協力した取り組みを行っています。山梨県では、モデルとなった学校での校庭キャンプをはじめ、様々なイベントを毎年開催しています。また静岡県では、県内を3つのコースで周るスタンプラリーを実施しました。

地域活性化が目的ですが、主催する自治体の担当者さんが『ゆるキャン△』に愛情を持って、ファンの方々に寄り添ったイベントを数多く企画してくださっています。



「週末も山梨にいます。ゆるキャン△」



映画『ゆるキャン△』

2022年7月1日(金)
全国ロードショー!

最新情報はコチラ▶▶

<https://yurucamp.jp/cinema/>



『ゆるキャン△』シリーズとは?

山梨県を舞台に女子高校生たちがキャンプをしたり日常生活を送る様子をゆるやかに描いた人気アニメ。TVシリーズ放送後、映画『ゆるキャン△』が7月1日公開予定。

▲ 企業タイアップやイベントなど幅広いIPビジネスを展開

企業タイアップは作品を盛り上げるだけでなく、企業さまの商品やサービスを通じて『ゆるキャン△』を知らない人にも作品が届く効果があるため、積極的に取り組んでいます。『ゆるキャン△』の世界観にあったもの、地域に根付いたものなど様々なタイアップを今後もリリース予定です。大手コンビニエンスストアさまとのキャンペーンも予定しています。

イベントは、今後は山梨県・甲府駅前にて『ゆるフェス△』の開催が決定しています。アニメ関連だけでなく、キャンプギアメーカーや自治体のブースあり、地元グルメありの複合的なイベントです。『ゆるキャン△』をひとつのきっかけとして、作品を知らない方にも楽しんでいただけるイベントとなるよう取り組んでおります。



「日清カレーメシ」とコラボした「外でカレーメシキャンペーン」

▲ 映画『ゆるキャン△』の見どころは?

映画では、主人公たちの社会人になった姿が描かれており、『ゆるキャン△』の魅力が詰まった見応えある作品になっています。今までずっと『ゆるキャン△』を応援していただいている方はもちろん、社会人になった主人公たちのストーリーを描くにあたって、ぜひ同世代の方にも観て共感していただきたいです。女の子たちが抱えるストレートな感情がそのまま丁寧に描かれています。映画を観た後に、例えば実家に電話してみようとか、観た方それぞれが何かのアクションにつながる「きっかけ」が作れたら嬉しいです。

フリーとして今年で15周年にして映画製作は初めてのチャレンジです。TVシリーズとは違った切り口で、新たな層にも『ゆるキャン△』を届けることができれば嬉しいです。

▲ 今後の展開、展望

現在意識していることは、様々な産業やサービス・商品、地域などと『ゆるキャン△』の間で、ファンの相互流入をさらに推し進めることです。

例えば、アウトドアが好きだから『ゆるキャン△』を観る、『ゆるキャン△』が好きだから実際のアウトドアにも挑戦してみるというように、それぞれの顧客が相互にいきかう状態にしていければと思います。地方自治体との連携も同様で、地域社会への貢献につながっているとすでに実感しています。

今までアニメはIPやコンテンツビジネスと捉えてきたのですが、『ゆるキャン△』はアニメファンにとどまらないひとつのプラットホームとするべく取り組んでまいります。世代やターゲットを問わず、半永続的に『ゆるキャン△』が愛されることを目指します。



インタビュー協力：『ゆるキャン△』チームの皆さま

TOPICS

1 ディズニースペシャルモード搭載！ 第1弾は「ミッキー&フレンズ」「アリエル」が登場

人気プリントシール機『Melulu』シリーズの最終バージョンアップ機『Melulu3』にディズニーのキャラクターたちをシールふちにデザインしたスペシャルな内容をお楽しみいただける「ディズニースペシャルモード」を搭載しました。スペシャルモードは4期間分用意があり、いずれも実施期間のシーズナルな雰囲気味わえる内容となっております。

第1弾(5月12日～6月30日)は「ミッキー&フレンズ」と「アリエル」が登場。第2弾(7月20日～8月31日)以降も季節に合わせた「ミッキー&ミニー」とディズニープリンセス等のデザインを2種類合わせて展開予定です。



TOPICS

2 お手頃価格な新フィギュアブランド 『TENITOL(テニトル)』始動

当社は、「TENITOL-ERU(手に取れる) 価格感で、TENITOL-ITAI(手に取りたい)と思わせるものを。」をコンセプトとした新しいフィギュアブランド『TENITOL(テニトル)』を開始しました。

これまで培った“キャラクター×ものづくり”のノウハウを活かし、企画・造形・品質へのコダワリはそのままに、お手頃な価格感の中で、限界までクオリティを追求するシリーズです。日本国内のみならず、全世界にも展開します。



TENITOLの第1弾商品
右:『TENITOL 初音ミク Light』
左:『TENITOL 初音ミク Dark』



Art by lack ©Crypton Future Media, INC. www.piapro.net piapro

TOPICS

3 完全新作の王道PRG 『聖塔神記 トリニティトリガー』発売決定！

Nintendo Switch™、PlayStation®4、PlayStation®5向けに、フリーオリジナルのゲームソフト『聖塔神記 トリニティトリガー』を2022年9月15日(木)に発売します。

主人公のシアンは、ある日出会った「トリガー」と呼ばれる不思議な生物とともに、自身が背負う過酷な運命を変えるべく、かつて神々の争いが起きた自然豊かなフィールド「トリニティア」へと旅に出ます。豪華スタッフ陣を起用し、3人1組で協力して戦いや発見を通じた冒険を楽しめる、王道PRGとなっています。



ライフスタイルブランド『Olu.(オールドット)』ECサイト

グループ会社であるOlu.株式会社が運営する、ライフスタイルブランド『Olu.(オールドット)』及び同名のECサイトが2021年10月1日(金)にスタートいたしました。

“自分を大切に時間をお届けする”をミッションに、トレンド感あふれるアパレルや雑貨など、良いものを安心してリーズナブルに提供しております。

サービス名

公式サイト

公式Instagram

取扱商品

運営元

『Olu.(オールドット)』

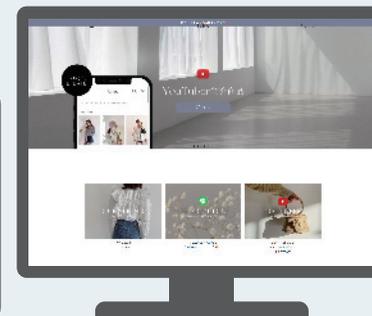
<https://olu.co.jp>

<https://www.instagram.com/olu.myself/>

アパレル、コスメ、ファッション雑貨

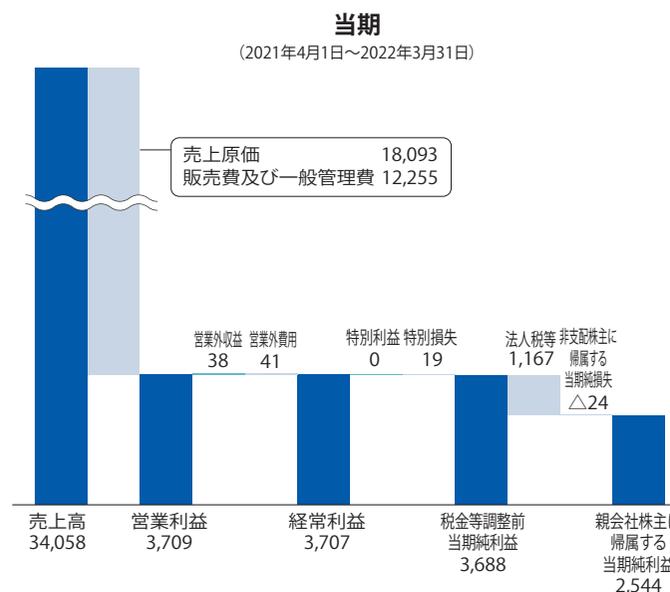
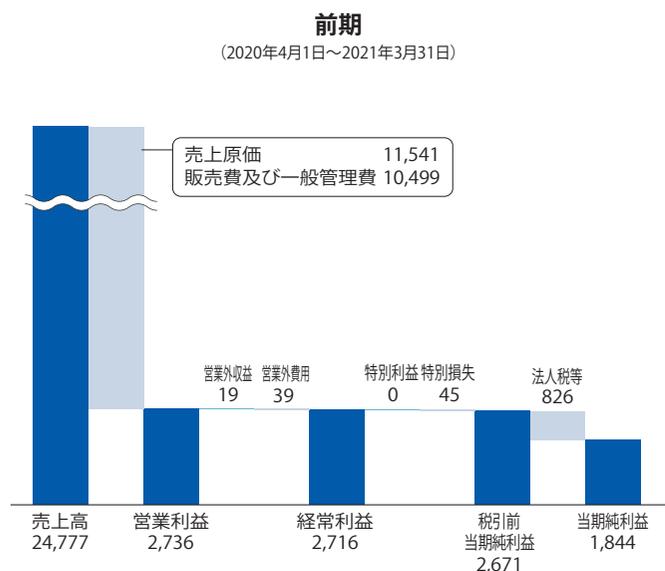
Olu.株式会社

Olu.

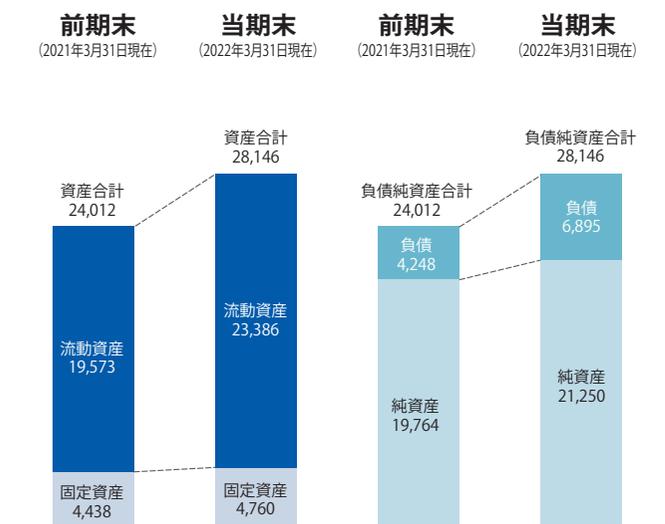


▶連結損益計算書の概要(単位:百万円)

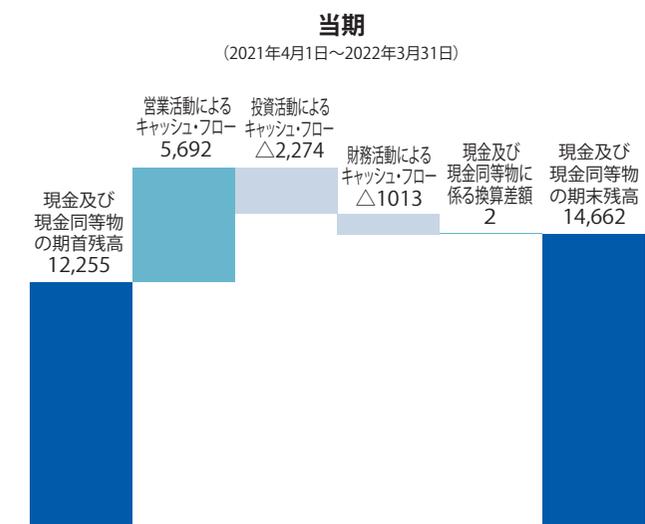
※2021年3月期については連結業績を作成していないため、参考として前期個別業績と比較しております。



▶連結貸借対照表の概要(単位:百万円)

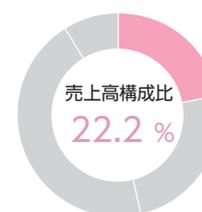


▶連結キャッシュ・フロー計算書の概要(単位:百万円)



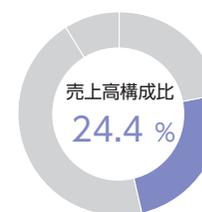
プリントシール事業 売上高 7,576 百万円

新機種として2021年6月に『97% (キューナナパーセント)』、10月に『猫と彼女。』、2022年2月に『ハルイロセカイ』を発売しました。また、プレイ回数回復に向けた施策として人気アーティストを起用したプロモーションや、コラボ企画を行った結果、当期のプレイ回数は3,197万回(前期比105.9%)となりました。



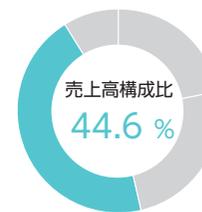
コンテンツ・メディア事業 売上高 8,324 百万円

『ピクトリンク』の有料会員数は、緊急事態宣言解除後は緩やかに増加し、2022年3月末では146万人となりました。カラーコンタクトレンズ販売では、新商品を発売しましたが、外出需要の減少等により売上は前期比で減少しました。データ広告事業は、案件数及び売上が順調に増加しております。ファッションD2C事業は、ECサイトをオープンし順調に売上を伸ばしましたが、立ち上げ期のため収益を上回る費用が発生しました。



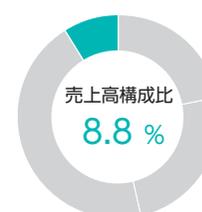
キャラクタ・マーチャンダイジング事業 売上高 15,175 百万円

人気漫画作品、人気アーティスト及び世界的人気ゲーム等の多数の新規キャラクター版権の獲得とその商品化を行いました。クレーンゲーム景品は市場の拡大と人気IP関連商品のヒット、海外物販は中国に加えアメリカへの販路拡大、高価格帯ホビーはアイテム数の増加等により売上・利益ともに大きく伸ばしました。



ゲーム事業 売上高 2,980 百万円

家庭用ゲームソフト事業では、オリジナルタイトル2本、ゲームアプリ事業では1本の新作タイトルをリリースしました。アニメ事業は、TVアニメ『ゆるキャン△ SEASON 2』のビデオグラム販売や製作委員会の配分金収入等により好調に推移しました。



会社概要 (2022年3月31日現在)

商号	フリー株式会社
本社所在地	〒150-0032 東京都渋谷区鶯谷町2-3 COMSビル2F
設立	2007年4月1日
資本金	16億3,921万円
従業員	488名(連結)

役員の状況 (2022年6月24日現在)

取締役	代表取締役社長	三嶋 隆
	専務取締役	吉田 真人
	常務取締役	稲毛 勝行
	取締役	笹沼 理成
	社外取締役	小竹 貴子
	社外取締役	宇野 健人
監査役	常勤監査役	中村 隆行
	社外監査役	山崎 想夫
	社外監査役	吉羽 真一郎

株式の状況 (2022年3月31日現在)

発行可能株式総数	104,400,000株
発行済株式の総数	28,296,000株
株主数	10,425名

大株主(上位10名)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
風流商事株式会社	4,040,000	14.77
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,092,400	7.65
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,894,600	6.92
フリー社員持株会	892,000	3.26
田坂 吉明	840,000	3.07
吉田 真人	840,000	3.07
三嶋 隆	820,000	3.00
TM株式会社	800,000	2.92
稲毛 勝行	750,000	2.74
GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL	742,194	2.71

※持株比率は自己株式(935,766株)を控除して計算しております。

会社沿革

1997年	オムロン株式会社にてエンタテインメント分野の新規事業として開始
1998年	プリントシール事業に参入
2001年	モバイルコンテンツ事業に参入
2002年	クレーンゲーム景品事業に参入
2003年	オムロンエンタテインメント株式会社設立
2007年	マネジメント・バイアウトにより、フリー株式会社として独立
2009年	ゲーム事業に参入
2012年	株式会社ウィーヴ全株式取得
2014年	株式会社コアエッジへ資本参加
2015年	東証一部上場
2018年	株式会社コアエッジを連結子会社化
2019年	株式会社ウィーヴを吸収合併 株式会社コアエッジの全株式を譲渡
2021年	株式会社CODE SHAREと合併で オルドット株式会社を設立
2022年	オルドット株式会社の全株式を取得

株主メモ

事業年度	4月1日から3月31日まで
定時株主総会	毎年6月
剰余金の配当の基準日	3月31日
株式の売買単位	100株
株主名簿管理人及び 特別口座管理機関	みずほ信託銀行株式会社
連絡先・郵便物送付先	〒168-8507 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 みずほ信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-288-324 (フリーダイヤル)
証券コード	6238

株主優待制度

フリー・ プレミアム 優待倶楽部

株主さまが保有する株式数に応じて、株主優待ポイントを進呈いたします。ポイント数に応じて、こだわりグルメやスイーツ、銘酒、テーブルウェア、体験ギフトなど特設サイトに掲載されている2,000点以上の商品からお好みの商品をお選びいただけます。

次年度の3月末日現在において同一の株主番号で当社株式を保有していただいている場合に限り、ポイントの繰り越しが可能です(最大2年間有効)。ポイントを繰り越すことにより、高額ポイントの商品もお選びいただけます。

お申込み手続きについて

優待商品や株主さま限定の特設Webサイト登録方法などを記載した「フリー・プレミアム優待倶楽部のご案内」を2022年5月下旬にお送りしております。ご案内に記載のとおり、Webサイトにて登録いただけますようお願い申し上げます。インターネットにて登録ができない株主さまにおいては、電話にてお申し込みいただくことはできませんが、ご選択いただける商品に限りがあることをご了承ください。

対象となる株主さま

毎年3月末日現在の株主名簿に記載または記録された、当社株式5単元(500株)以上を保有する株主さま

保有株式数	進呈ポイント数
500~999株	5,000 point
1,000株以上	10,000 point

※進呈ポイント数などサービス内容は変更する可能性があります。

優待商品一例

◎4,000pt~



◎5,000pt~



◎20,000pt~



株式等に関する マイナンバーの お届出のお願い

- 株式等の税務関係のお手続きに関しては、マイナンバーのお届出が必要です。
- お届出が済んでいない株主さまは、お取引の証券会社等へマイナンバーのお届出をお願いします。

フリー株式会社