

株式会社 モスフードサービス

証券コード：8153



# モスの株主通信

第49期 第2四半期報告書 2020年4月1日～2020年9月30日



コロナ禍でネット注文やデリバリーを含む  
テイクアウトの取り組みを強化。  
多様化するニーズを積極的に取り込み、  
安全でおいしい「食」を支え続けます。

代表取締役社長

中村栄輔



Q

上期の営業状況と通期業績の見通しについてお聞かせください。

A

新型コロナウイルス感染症の拡大によって世界経済は急速に冷え込み、外食産業も非常に厳しい状況に直面しました。当社グループにおいても、政府や自治体からの要請に対応し、また地域の状況も踏まえ、店舗の一時休業や営業時間を短縮した期間がありましたが、人々の「食」を支えるという責任を果たすためにも、徹底した感染防止策を講じたうえで、可能な範囲で事業活動を継続するよう努めました。

店舗メンバーの体調管理や消毒の徹底、店舗でのソーシャルディスタンスの確保などはもちろん、少しでもお客様に安心してご利用いただけるよう、セルフレジやネット注文の推進、テイクアウトの強化などにも懸命に取り組みました。こうした取り組みが

奏功し、国内モスバーガー事業既存店売上高はすべての月で前年同月比プラスとなりました。また、コロナ対応と並行して、全社ミッションである「世界で認められる日本のおいしさとおもてなしを確立する」の実現を目指し、「Nothing is impossible」（不可能なことはない）をスローガンとして、中期経営計画の目標達成に向けた各種施策にも取り組みました。

上期の連結業績は、売上高が336億74百万円(前年同四半期比1.6%減)、営業損失1億53百万円(前年同四半期は営業利益9億円)、経常損失1億76百万円(前年同四半期は経常利益9億76百万円)となりました。最終損益は主に新型コロナウイルスの影響により、収益力の低下が見られる店舗等に係る減損損失8億86百万円を計上した結果、親会社株主に帰属する四半期純損失7億7百万円(前年同四半期は親会社株主に帰属する四半期純利益4億2百万円)となりました。



通期業績については、売上高680億円（前期比1.4%減）、営業損失5億円（前年同期は営業利益10億600万円）と予想しています。

中間配当金につきましては、上期業績結果を勘案し、誠に遺憾ながら3円減配となる11円とし、期末配当予想も11円とさせていただきます。今後、早期の業績回復に努めてまいります。



### 各事業での重点的な取り組みについてご紹介ください。

A

国内モスバーガー事業では、多様化するニーズへの対応がますます重要になってくると考えます。コロナ禍が収束しても、我々の日常生活が以前と同じ状況に戻ることは考えにくく、安全・安心や衛生に対する意識、そしてテイクアウトやデリバリーなどに対するニーズは、ますます高まると思われます。その一方で、コミュニケーションの場として、より安心できる食空間の提供も求められるはずで、ファストフードは元々、外食と中食の中間的な存在で、これら両方のニーズを取り込めてきましたが、お客様の利用動機に合わせた商品やサービス、店舗形態を、従来以上のスピード感をもって展開していかねばなりません。

海外事業では、今後も新規出店を重視していきます。上期は台湾、シンガポール、香港、タイにて店舗を増やし、海外店舗数は、2020年9月末現在で405店舗となりました。コロナの影響で一部地域の出店計画にやや遅れは生じましたが、全体としては計画を上回っており、今後も現地での感染状況などを見極めながら、積極的な出店を継続していく方針です。

その他飲食事業では、店内飲食中心の業態が多く、



コロナ禍において一時休業店舗が相次ぎ、また売上の回復も遅れております。ニューノーマル（新たな生活様式）を踏まえ、不採算店舗の閉店も行いながら、収益力の改善に取り組みます。このような中、上期には新業態となるカフェ型店舗「カフェ 山と海と太陽」の1号店や、「マザーリーフティースタイル」で初となる書店併設型の店舗をオープンしました。

また、モスブランドを活用した異業種企業とのコラボレーションも積極的に展開しており、新たなビジネスの可能性を探っています。



### 株主の皆様へのメッセージをお願いします。

A

新型コロナウイルス感染症の拡大という危機は、企業や国家の枠を越え、人類全体が試されているともいえる事態です。新しい価値観への対応も求められる中、環境の変化には迅速かつ柔軟に対応しながらも、我々が大切に守ってきた、できたてのおいしさなどには一切妥協することなく、幅広いお客様からご支持をいただけるよう努めてまいります。

株主の皆様には引き続き当社の事業活動に対するご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

# コロナ禍での協力農家支援および店舗での対応策

『新型コロナウイルスに『かからない』『ひろげない』。一人ひとりができることを徹底しよう。』という基本方針の下、当社ではさまざまな対策を進めています。そして新しい価値観やニューノーマルが求められる中、当社の存在意義を今一度見つめ直し、これからも、お客様や協力農家の方々をはじめとするステークホルダーの皆様の期待に応えていきたいと考えています。



## モスの協力農家※1への支援策

※1 モスバーガー店舗で使用する野菜の生産者で、当社が独自に関係構築した全国約100産地、約2,700軒(2020年度)の農家のことです。できるだけ農薬や化学肥料に頼らない方法で栽培しています。

### ➡ “モスの協力農家”が生産する野菜の販売を支援

出荷量が急減したモスの協力農家への支援策の第一弾として、13種類程度の野菜、果物が入った「農家さんお助け！野菜セット モスバーガーバージョン」の販売支援を実施しました。当チェーンの野菜調達や仕分け業務を協業する(株)まつのと協し、モスの協力農家が生産した野菜をメインに梱包し、宅配にて販売することで、モスの協力農家の経営支援のほか、お客様のお買い物負担の低減にもなり、ご好評をいただきました。

※2020年12月現在は、「幸せ野菜ボックス モスバーガーバージョン」と名前を変えて、(株)まつとのホームページにて販売しています。



### ➡ 「mitasu × MOS BURGER」のセット販売を支援



mitasu × MOS BURGER お得な4種セット 特別バージョン  
※現在は販売を終了しています。

モスの協力農家支援策の第二弾として、(株)サンフーズジャパンが開発する家庭用半調理レトルト「mitasu(ミタス)」とコラボした、「mitasu × MOS BURGER お得な4種セット 特別バージョン」(2,480円/税込)の販売支援を実施しました。これは、「mitasu セット」の原料野菜にモスの協力農家の野菜(じゃがいも、にんじん、たまねぎ)を使用したものです。また、売り上げの一部を子供食堂の運営、子育て支援問題等に取り組むNPO法人トリプルエスに寄付いたしました。



## 店舗における対応策

### ➔ 分身ロボットを活用した「ゆっくりレジ」を実験導入

(株)オリイ研究所と協力し、分身ロボット「OriHime (オリヒメ)」\*1を活用した「ゆっくりレジ」の実験導入をモスバーガー大崎店で行いました。難病などによって外出が困難な人が店頭で設置された「OriHime」を遠隔操作してお客様と会話をしながらゆっくりと注文を受け付けるものです。テクノロジーを活用しながら、人のあたたかみを感じられるサービスの提供を目指すと共に、人手不足の解消と社会貢献の両立を目指してまいります。

\*1「OriHime」は株式会社オリイ研究所の登録商標です。

\*「ゆっくりレジ」は10月末で終了し、現在は「セルフレジ」のアシストとして、「OriHime」がモスバーガー大崎店でお客様対応をしています(曜日・時間などにより、実施していない場合があります)。



### ➔ タッチ決済、バーコード決済が可能となり、利便性が向上

キャッシュレス決済の選択肢を広げ、よりお客様の利便性を向上させるべく、「Visa のタッチ決済」「Mastercard®コンタクトレス」「JCBコンタクトレス」「American Express®コンタクトレス」等の、国際カードブランドのタッチ決済(非接触決済)サービスを新たに導入。さらに、「d払い」「au PAY」「PayPay」のバーコード決済も可能となり、大幅に利便性が向上しました。



※写真はイメージです。

### ➔ 「モスバーガー」初のテイクアウト専門店をオープン

withコロナ時代のスマートライフに合わせ、初のテイクアウト専門店「モスバーガー ヨークフーズ新宿富久店」をオープンしました。メニューは、通常店舗の全商品(ドリンクを含む)から人気の約6割にあえて絞り、お客様が選びやすいシンプルなメニュー構成としています。またソフトコールや番号札などの代わりに、モスバーガーとしては初めて「番号呼び出しボード」を採用しています。



## 国内モスバーガー事業の取り組み

すべてはお客様のニーズを起点としながら、商品の魅力を高める取り組みや、地域に密着した店舗運営を大切に  
したプロモーションを展開しています。



創業以来、累計13億個<sup>※1</sup>を売り上げる  
人気No.1商品

## モスの定番「モスバーガー」を さらにおいしくリニューアル

「モスバーガー」は、ハンバーガー自体が珍しかった1972年の創業当時に誕生した看板商品です。日本人の繊細な味覚にも合う理想の味を求め、ミートソースは100回以上の試作を繰り返し、苦労の末に完成させました。以来、本質的な“変わらぬおいしさ”を守りながら、時代や消費者の嗜好に合わせて進化を続けてきました。そして今回、「モスバーガー」のミートソースを2017年7月以来3年ぶりにリニューアルしました。

### リニューアルのポイント

Point  
1

#### ソースの具材感をアップ

ミートソースだけでも食感が感じられるよう、具材の大きさにこだわりました。玉ねぎは食感が残るよう大小2種類のサイズにカットし、牛・豚の挽き肉も豚肉を少し粗めの挽き具合にすることで具材感をアップさせました。

Point  
2

#### 味に深みやコクをプラス

“洋”のミートソースに液体塩こうじ、煮詰めたお酢<sup>※2</sup>、にがりといった“和”のテイストを取り入れて、味に深みやコクを加え、“日本のミートソース”に仕上げました。液体塩こうじで旨みやコクを、煮詰めたお酢によってソース全体の味にキレを出し、さらににがりを少量入れることで味に奥深さをプラスしています。

※1 当社調べ ※2 酢のとがった酸味をとり、コクやまろやかさを出すために煮詰めたものです。

## モスの看板商品がお子さま向けメニューとして初登場!

## 「ワイワイモスバーガーセット〈スライスチーズ入り〉

「小さなお子さまにもモスバーガーの味に親しみを持ってもらいたい」という想いの下、創業時から続く看板商品の「モスバーガー」をお子さま向けにアレンジした商品です。ミートソースの量など商品設計を研究し、さらにケチャップやスライスチーズを加えることで、ミートソースの旨みやコクを残しつつ、酸味を抑えてお子さまにも食べやすいハンバーガーに仕上げました。





## おいしさ評価&リピート意向が最も高いロングセラー商品を斬新アレンジ! 「マンハッタングラムチリ ロースカツ」発売



CMは山本彩さんを起用

「ロースカツバーガー」は、発売以来30年以上にわたって根強い人気を誇る定番商品です。今回、男性に人気の高い同商品を、女性にも選ばれる商品へとイメージ転換するため、斬新なアレンジを加えた「マンハッタングラムチリ ロースカツ」を期間限定で発売しました。ニューヨーカーに人気のマンハッタングラムチャウダーをベースにした酸味のあるピリッと辛いソースに、たっぷりの彩り豊かな野菜を合わせており、こだわりのロースカツを違った味わいで楽しめる新感覚のハンバーガーです。 ※現在は販売を終了しています。

## “地元愛” がテーマ

## ご当地限定シェイクが続々登場

モスバーガーでは、日本各地の食材や特色を活かした魅力ある商品づくりを行っています。今年8月～10月頃にかけては、“地元愛”をテーマに各地の特産品を使用した「地域限定『ご当地シェイク』」を相次いで販売しました。群馬・栃木限定の「まぜるシェイク とちおとめ」、東北限定の「福島白桃シェイク」、北海道・沖縄限定の「まぜるシェイク 北海道富良野産メロン」「まぜるシェイク 沖縄雪塩シークワサー」、新潟限定の「まぜるシェイク ルクチェ」、北陸・中京限定の「まぜるシェイク 五郎島金時」など、各地の産地支援や、地域活性化を応援する取り組みとして販売を行いました。

※現在は販売を終了しています。



# TOPICS

2020年度上期の主なトピックスをご紹介します。

## 「2020年度淡路島産たまねぎ祭り」開催

5年目を迎える今年は、関西・中国・四国地域のモスバーガー272店舗で、モスの協力農家の畑で栽培された淡路島産の新たまねぎを使用した「淡路島のこだわり農家さんがつくったたまねぎバーガー 和風しょうゆ仕立て」を限定販売しました。



※現在は販売を終了しています。

## 「モスファーム広島」安芸高田農場を設立

モスバーガー店舗で使用する生鮮野菜の安定した調達と、産地との協力体制強化を目指して、広島県安芸高田市に「モスファーム広島」安芸高田農場を設立しました。2021年春よりレタスの栽培を開始する計画です(年間収穫総量:約360トン)。モスファームは全国で8例目となり、中国・四国地方では初の設立となります。



4月



5月



6月



## 「グリーンバーガー」全国販売開始!

2020年3月から東京都ならびに神奈川県内の計9店舗にて先行販売し、初日に1店舗あたり平均30個以上を売り上げるなど、大好評いただいた商品です。全国販売のご要望も複数あり、5月から全国販売開始となりました。発売以降、お客様からは動物性食材を使用しないバーガーの商品化に対する喜びの声をいただいています。



※現在は店舗限定で販売しています。

## 「モスライスバーガー海老天めんたい味」 「モスライスバーガーよくばり天めんたい味(海老とかきあげ)」 期間限定販売

海老の天ぷらは、衣に花を咲かせるように手作業で揚げています。「モスライスバーガー海老天めんたい味」は、その海老の天ぷらを贅沢に2本使用し、「モスライスバーガーよくばり天めんたい味<海老とかきあげ>」は、海老の天ぷら1本に海鮮かきあげを加えて、天丼を食べているかのような満足感を味わっていただけるボリューム満点の商品です。



海老天めんたい味



よくばり天めんたい味

※現在は販売を終了しています。

## その他飲食事業 新店紹介

### バリエーション豊かなドリンクとハンバーガーが楽しめる 「カフェ 山と海と太陽 アスティ静岡店」

カフェスタイルでクイックサービスと価値ある商品をご提供する新業態の店舗です。カフェでありながら野菜をふんだんに使った彩り豊かなハンバーガーをご用意し、お食事としても手軽にご利用いただけます。専属パティシエのスイーツや食事に合うクラフトビールなど、通常のモスバーガーでは扱っていないメニューを取り揃えています。



### 「TSUTAYA BOOKSTORE」併設型の店舗 「マザーリーフティースタイル グランエミオ所沢店」

「マザーリーフティースタイル」は、紅茶とアメリカンワッフルが楽しめるお店「マザーリーフ」の姉妹ブランドです。本格的な紅茶をセルフサービススタイルで気軽にカジュアルに楽しめるお店をコンセプトに展開しています。マザーリーフティースタイルが、書店併設型の店舗をオープンするのは今回が初めてとなります。





## 「フルーツティー」「タピオカフルーツティー」期間限定販売

3種のフルーツをたっぷりを使用した、アジアンスイーツのような「フルーツティー」です。フローズンフルーツを入れることで、紅茶やフルーツの風味が薄まりにくく冷たさも長持ちするため、テイクアウトにもおすすめです。また「フルーツティー」に台湾産ブラックタピオカをプラスした、贅沢なドリンクもご用意しました。



※現在は販売を終了しています。

## 大好評の「海老天七味マヨ」が復活!

代表的な日本料理「海老の天ぷら」に、日本三大七味唐がらしの一つと言われる京都老舗の「七味家本舗」の七味を使用した、日本生まれのモスバーガーならではの商品です。2019年9月～11月に期間限定で販売し、約290万食を売り上げるなど、多くのお客様にご好評いただきました。その後も復活を望む声が多く寄せられたことから、期間限定で復活しました。



※現在は販売を終了しています。

7月



8月



9月



## 「スマートパイ(国産りんごフィリング)」を定番商品として新発売

国産りんごフィリング(パイやタルトなどの中に詰める具材)を、紅茶の茶葉を練り込んだパイ生地で包んだ、揚げたて熱々のアップルパイです。ワンハンドで手軽に食べられるスマートさから、「スマートパイ」と名付けました。テイクアウト需要が高まっていることもあり、時間が経ってもサクリとした食感が続くよう工夫をしています。



## 「まるごと!レモンのジンジャーエール」を期間限定で新発売

くし切りのレモンを丸ごと1個入れた炭酸ドリンクです。シロップには瀬戸内産のはっさくとレモンを使用し、果肉感や風味が残るよう皮まで加えて仕立てています。はっさくのさのう(粒)も残してシロップにすることで、つぶつぶとした食感や特長的なほろ苦さ、爽やかな酸味をより味わえるようにしました。



※現在は販売を終了しています。

## 「まるごと!レモンのジンジャーエール with ふじりんごソース」新発売

ソースに国産ふじりんごの果肉をたっぷり使用し、手作りジャムやコンポートをイメージして、香料を使用せずに上品な味わいに仕上げました。果肉たっぷりで、りんごのシャキシャキとした食感がアクセントとなり、レモンの酸味とジンジャーエールの爽やかさも相性抜群の一品です。



※現在は販売を終了しています。

## モスブランドを活用した新ビジネスの展開

### UHA 味覚糖社との初コラボ商品「つむモスグミ」販売

パンズ、パティ、トマト、レタス型のグミを積み上げて遊べる商品です。パンズがオレンジ味、パティがコーラ味、トマトがストロベリー味、レタスがマスカット味で、自分だけのオリジナルの組み合わせを楽しみながらお召し上がりいただけます。ご家族やお友達とオリジナルのグミハンバーガーを作ってお楽しみいただけます。

※現在は販売を終了している店舗がございます。



### ミールキット Kit Oisix

### 「時を忘れる 魅惑のポロネーゼ」期間限定発売

食品宅配事業大手のOisix社と初コラボで、「モスバーガー」のミートソースをパスタ用ソースにアレンジしたミールキット「Kit Oisix」を共同開発し、Oisixサイトにて期間限定発売しました。簡単調理で本格的なソースのポロネーゼが楽しめる逸品で、新しい生活様式下における“新たな食体験のあり方”として人気を集めました。

※現在は販売を終了しています。



# 連結決算ハイライト

(単位：百万円)

	2019年3月期		2020年3月期		2021年3月期	
	第2四半期 (累計)	通期	第2四半期 (累計)	通期	第2四半期 (累計)	通期 (予想)
売上高	33,733	66,264	34,208	68,985	33,674	68,000
売上総利益	16,807	32,665	17,259	34,231	16,016	—
営業利益又は営業損失(△)	938	517	900	1,060	△153	△500
経常利益又は経常損失(△)	1,025	724	976	1,232	△176	△400
親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益 又は 親会社株主に帰属する四半期(当期)純損失(△)	△110	△907	402	365	△707	△1,600
純資産	47,085	45,460	45,488	45,100	43,956	—
総資産	61,315	60,588	63,331	64,348	62,399	—
営業活動によるキャッシュ・フロー	860	837	2,800	5,661	327	—
投資活動によるキャッシュ・フロー	△181	△2,217	△11	△401	768	—
財務活動によるキャッシュ・フロー	△714	184	△1,011	△2,465	△1,252	—
現金及び現金同等物の 四半期末(期末)残高	10,952	9,795	11,020	12,056	11,876	—

## 各事業内容

モスグループは「食を通じて人を幸せにすること」という経営ビジョンのもと、国内モスバーガー事業、海外事業、その他飲食事業の3つの事業と、それらを支援するその他の事業を展開しています。

### 国内モスバーガー事業

標準タイプの「モスバーガー」のほか、都市部を中心としたカフェタイプの「モスカフェ」などの店舗展開を進めています。



1,270店舗

### 海外事業

9つの国と地域(台湾、シンガポール、香港、タイ、インドネシア、中国、オーストラリア、韓国、フィリピン)で展開しています。



405店舗

### その他飲食事業

紅茶専門店「マザーリーフ」、フードコート向けの本格パスタ店「ミアクッチーナ」など、新たなFC店舗モデルの開発を進めています。



37店舗

### その他の事業

(株)エム・エイチ・エス(衛生検査)、(株)モスクレジット(金融・保険)、(株)モスシャイン(アウトソーシング)が、グループ内の事業・業務を側面から支援しています。



特例子会社 (株)モスシャイン

※店舗数：2020年9月30日現在



# 会社・株式情報

(2020年9月30日現在)

## 会社概要

商号 株式会社モスフードサービス  
MOS FOOD SERVICES, INC.

設立年月日 昭和47(1972)年7月21日

資本金 114億1,284万円

主な連結子会社 株式会社モスストアカンパニー  
株式会社エム・エイチ・エス  
株式会社モスクレジット  
株式会社モスダイニングなど9社  
他に、持分法適用会社10社

## 役員

代表取締役 取締役社長 中村 栄 輔

取締役常務執行役員 福島 竜 平

取締役常務執行役員 内田 優 子

取締役上席執行役員 太田 恒 有

取締役(社外取締役) 高岡 美 佳

取締役(社外取締役) 中山 勇

常勤監査役 永井 正 彦

常勤監査役 臼井 司

監査役(社外監査役) 村瀬 孝 子

監査役(社外監査役) 藤野 雅 史

## 株式の状況

発行可能株式総数 101,610,000 株

発行済株式総数 32,009,910 株

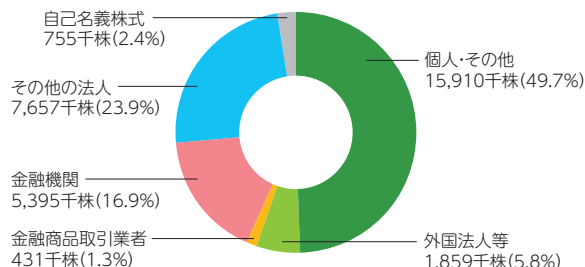
株主数 39,049 名

## 大株主

株主名	所有株式数 (千株)	持株比率 (%)
株式会社日本カストディ銀行	2,354	7.53
紅梅食品工業株式会社	1,400	4.48
株式会社ダスキン	1,315	4.21
株式会社ニッソー	1,214	3.89
日本生命保険相互会社	1,209	3.87
日本マスタートラスト信託銀行株式会社	1,115	3.57
山崎製パン株式会社	718	2.30
株式会社三菱UFJ銀行	528	1.69
日本ハム株式会社	431	1.38
STATE STREET BANK WEST CLIENT-TREATY 505234	369	1.18

※当社は自己名義株式を755千株保有しておりますが上記の大株主より除外して  
います。

## 所有者別株式分布状況



# 株主インフォメーション

## 株主優待制度

所有株式数に応じて、全国のモスグループ店舗\*及びミスタードーナツ店舗（一部店舗除く）で利用できる株主優待券を、年2回ご提供しています。

\*モスグループ店舗:モスバーガー、モスカフェ、モスプレミアム、モスド、マザーリーフ、カフェ 山と海と太陽、ミアクッチーナ、あえん、シェフズブイ、グリーングリル など。

※株主優待券は、モスカードのMOSポイントに交換することができます。

発行月 6月、11月（予定）

対象基準 単元株（100株）以上の株式を所有している方が対象となります。6月発行分は、3月末日現在の株主名簿に登録されている方が対象です。11月発行分は、9月末日現在の株主名簿に登録されている方が対象です。

優待内容 100株以上300株未満  
年間2,000円分（500円×2枚を年2回）  
300株以上500株未満  
年間6,000円分（500円×6枚を年2回）  
500株以上1,000株未満  
年間10,000円分（500円×10枚を年2回）  
1,000株以上  
年間20,000円分（500円×20枚を年2回）

有効期限 6月発行分 翌年3月末日まで  
11月発行分 翌年9月末日まで

## 株式についてのご案内

事業年度 4月1日～翌年3月31日

期末配当金基準日 3月31日

中間配当金基準日 9月30日

定時株主総会 毎年6月

株主名簿管理人、  
特別口座口座管理機関 三菱UFJ信託銀行株式会社

同連絡先 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部  
東京都府中市日鋼町1-1  
TEL 0120-232-711

郵送先 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号  
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

上場金融商品取引所 東京証券取引所

公告方法 電子公告による

公告掲載URL

<http://www.pronexus.co.jp/koukoku/8153/8153.html>

（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には、日本経済新聞に公告します。）

## PICK UP MENU!!

期間  
限定

冬の季節におすすめの  
定番あったかデザート

「おしるこ（粒あん）」



北海道十勝産の上品な甘みのあずきを使用したおしるこに、北海道名産市産の「はくちょうもち」を使用した丸餅を入れ、モスオリジナルの和風デザートにアレンジ。「はくちょうもち」は、固くなりやすくやわらかさが長持ちするので、テイクアウトにも適しています。

モスグループで初めての統合報告書を発行

## MOS REPORT

（モスグループ統合報告2020）



ESGの観点から事業におけるマテリアリティ（重要課題）を提示した“モスグループのマテリアリティ”や、当社のESGの取り組みなど、全58ページにわたり紹介しています。



<https://www.mos.co.jp/company/csr/report/>



この冊子の印刷には、グリーン電力を一部使用しています。