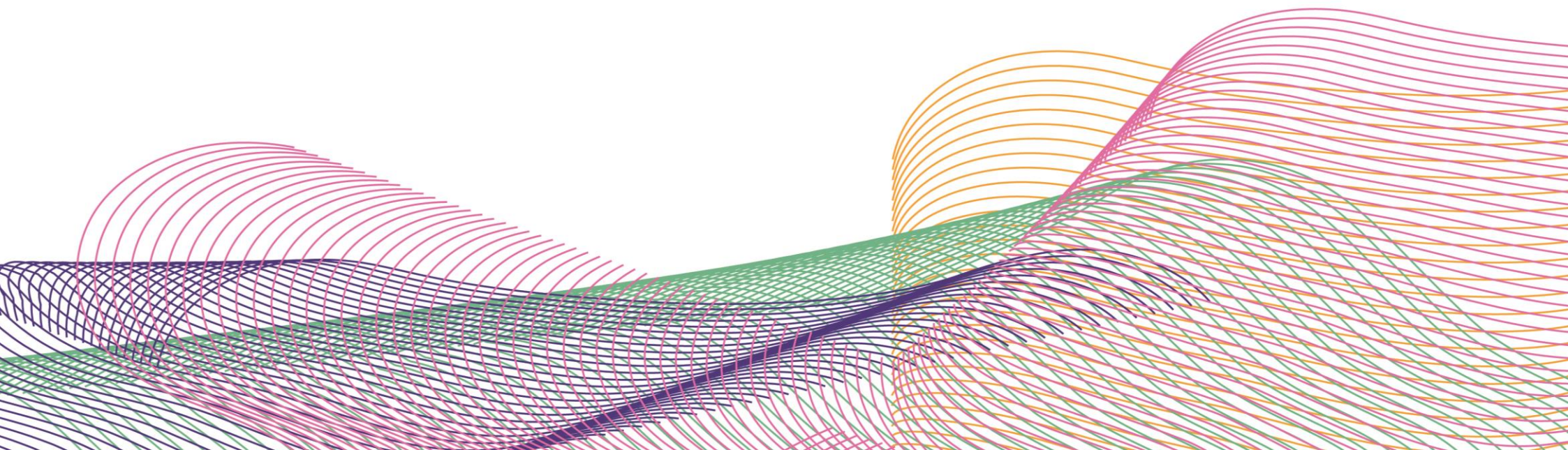


東リ株式会社

2025年3月期 決算説明会

2025年6月2日



目次

2025年3月期 決算概要

当社グループを取り巻く事業環境(2025年3月期)	P.3
2025年3月期 連結決算概要	P.4
東リグループの製品分野別 連結売上高構成	P.5
連結営業利益率 及び 製品分野別連結売上高の推移	P.6
連結営業利益 増減要因	P.7
連結貸借対照表	P.8
連結キャッシュ・フロー計算書	P.9
連結主要指標の推移	P.10
2025年3月期 トピックス	P.11-12

2026年3月期 業績見通し

2026年3月期 連結業績見通し	P.31
------------------	------

Appendix

会社概要	P.34
沿革	P.35
国内 及び 海外事業拠点	P.36
東リグループの事業体系	P.37
東リグループの特徴と強み	P.38
東リグループのESG経営について	P.39

新中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」

前中期経営計画「SHINKA Plus ONE」の振り返り	P.14-17
事業セグメントの改訂について	P.18
「SHINKA Plus ONE 2.0」の位置づけ	P.19
「SHINKA Plus ONE 2.0」の成長戦略	P.20-27
中期連結経営指標	P.28-29



2025年3月期 決算概要

当社グループを取り巻く事業環境(2025年3月期)

国内建設市場動向

建築着工統計	新築(面積) (前年比 ※1)	リフォーム リニューアル(金額) (前年比 ※2)
住宅	▲7.6%	+0.3 %
非住宅	▲5.9%	+4.6 %
事務所	+3.4%	▲18.7 %
店舗・宿泊施設	▲4.1%	▲2.7 %
学校	▲17.8%	+2.5 %
医療・福祉施設	▲27.8%	▲16.1 %

Point

- ▶ 住宅・非住宅ともに新築着工量は減少。
リフォーム・リニューアルは金額ベースで堅調に推移。
- ▶ 都市圏における大型再開発案件が増加。
- ▶ インバウンド需要の影響により、微減ながらも市場としては堅調に推移。
- ▶ 新築は減少するも、リニューアルは下げ止まり回復基調。
- ▶ 新築、リニューアルとも低調に推移。

出典:国土交通省「建築着工統計調査」及び「建築物リフォーム・リニューアル調査」

※1 当社事業との関連指標として、住宅は7ヶ月、非住宅は9-12ヶ月後方ヘシフトさせた数値

※2 2024年4月～2024年12月累計の前年比

その他事業環境

さまざまな社会情勢を背景とした物価上昇

建設コストの高止まり、人手不足

為替・金利の変動

Point

- ▶ 個人消費意欲の落ち込みに影響。
- ▶ さまざまな業種で人手不足が顕著となり、工期の延長等の影響が出ている。
- ▶ 地政学リスク、通商政策等による金融為替市場の混乱。

2025年3月期 連結決算概要

(単位:百万円 ※単位未満切り捨て)

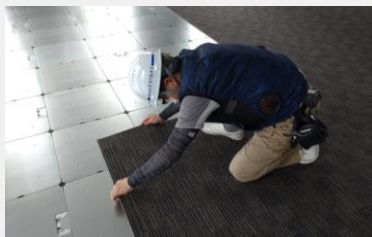
	2024年3月期	2025年3月期		
	実績	実績	前期比(%)	前期差
売上高	102,470	105,709	+ 3.2	+ 3,239
売上総利益 (売上高比率)	29,915 (29.2%)	30,659 (29.0%)	+ 2.5	+ 743
販売費及び一般管理費 (売上高比率)	24,937 (24.3%)	26,282 (24.9%)	+ 5.4	+ 1,345
営業利益 (売上高比率)	4,978 (4.9%)	4,376 (4.1%)	▲ 12.1	▲ 601
経常利益 (売上高比率)	5,240 (5.1%)	4,665 (4.4%)	▲ 11.0	▲ 575
親会社株主に帰属する当期純利益 (売上高比率)	3,689 (3.6%)	3,507 (3.3%)	▲ 4.9	▲ 182
総資産経常利益率 (ROA)	6.0%	5.0%	—	▲1.0ポイント
自己資本当期純利益率 (ROE)	8.6%	7.5%	—	▲1.1ポイント

Point

- プロダクト事業のビニル系床材・カーペット・壁装材、及びインテリア卸及び工事事業で売上が伸長。
- 2024年12月に一部製品の上代価格改定を実施。
- 物流コストの上昇や大型設備投資による減価償却費の増加、新製品発売に伴う見本費、ベースアップによる人件費等、さまざまなコストが増加。

東リグループの製品分野別 連結売上高構成

工事事業



インテリア関連製品の施工等

インテリア卸事業 (東リ製品を除く)

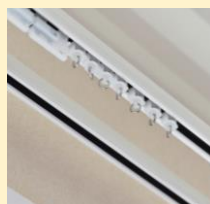


他社インテリア関連製品の仕入れ販売

ウィンドウトリートメント



カーテン

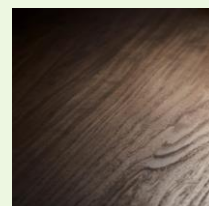


カーテンレール・ブラインド等(仕入商品)

壁装材



ビニル壁紙

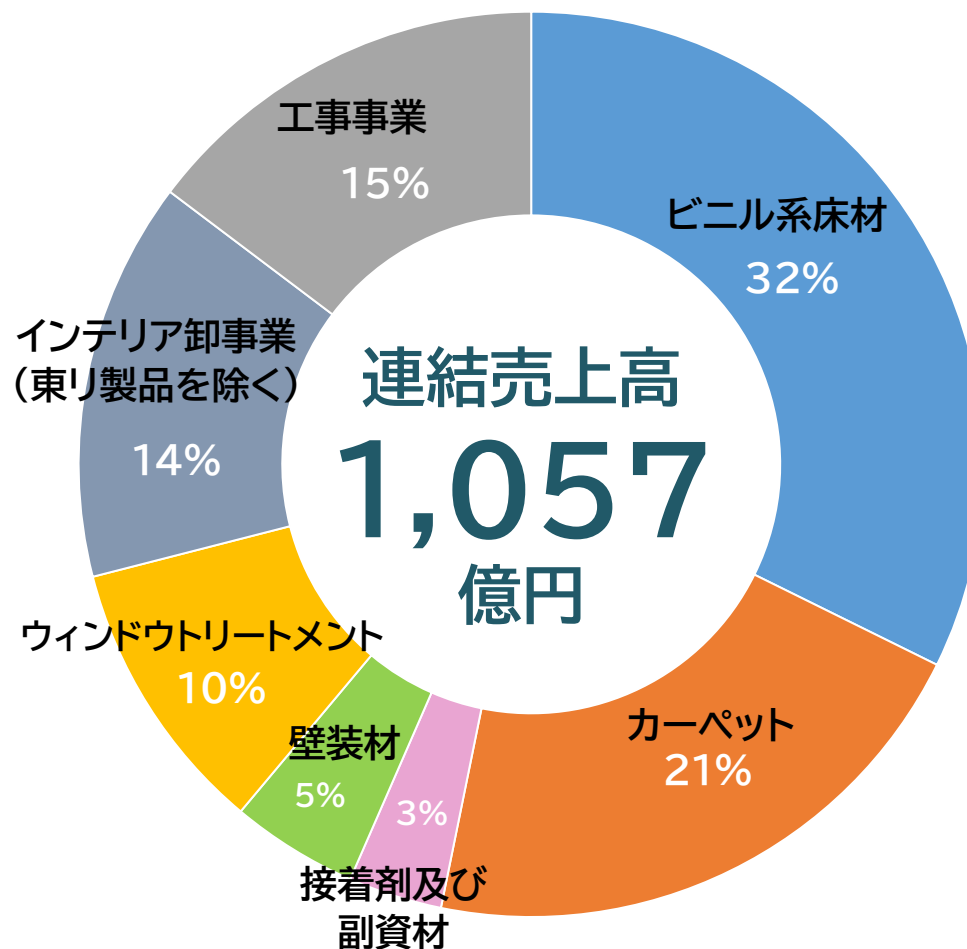


不燃化粧仕上げ材
リアルデコ

接着剤及び副資材



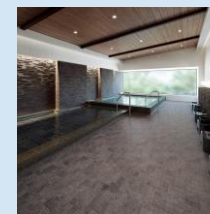
ビニル系床材用／カーペット用 接着剤



ビニル系床材

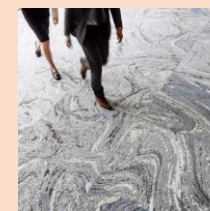


ビニル床タイル

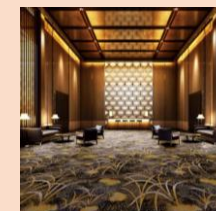


ビニル床シート

カーペット



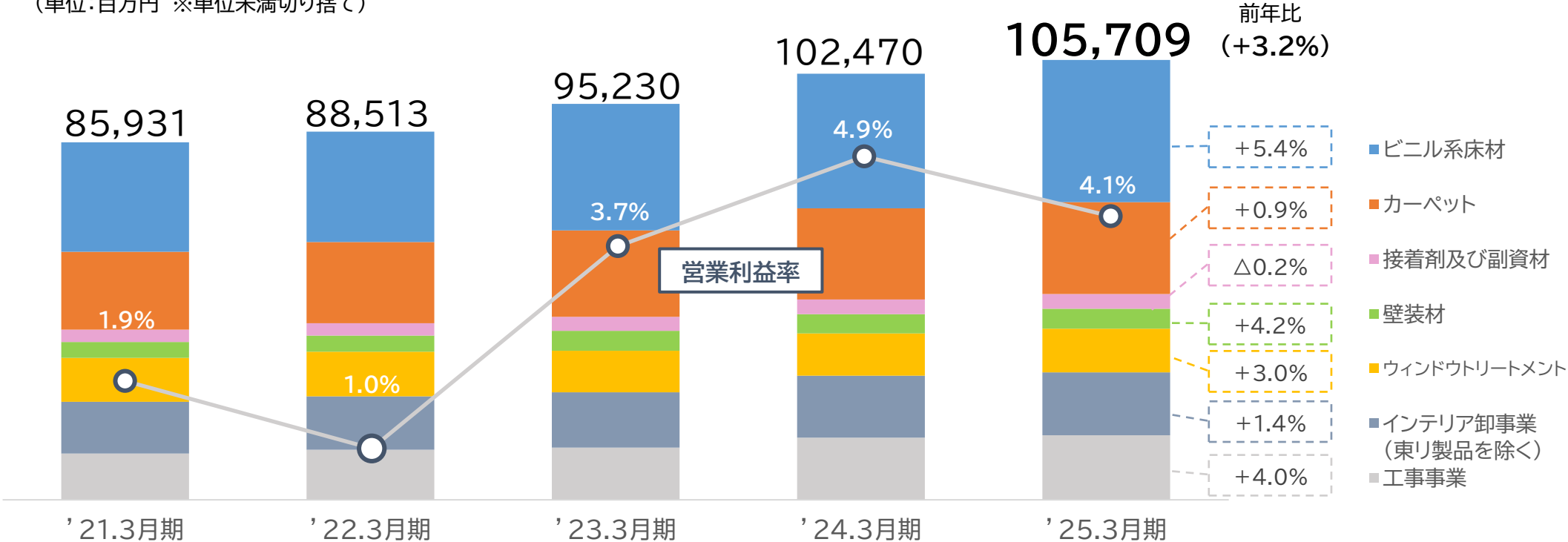
タイルカーペット



ロールカーペット

連結営業利益率 及び 製品分野別連結売上高の推移

(単位:百万円 ※単位未満切り捨て)

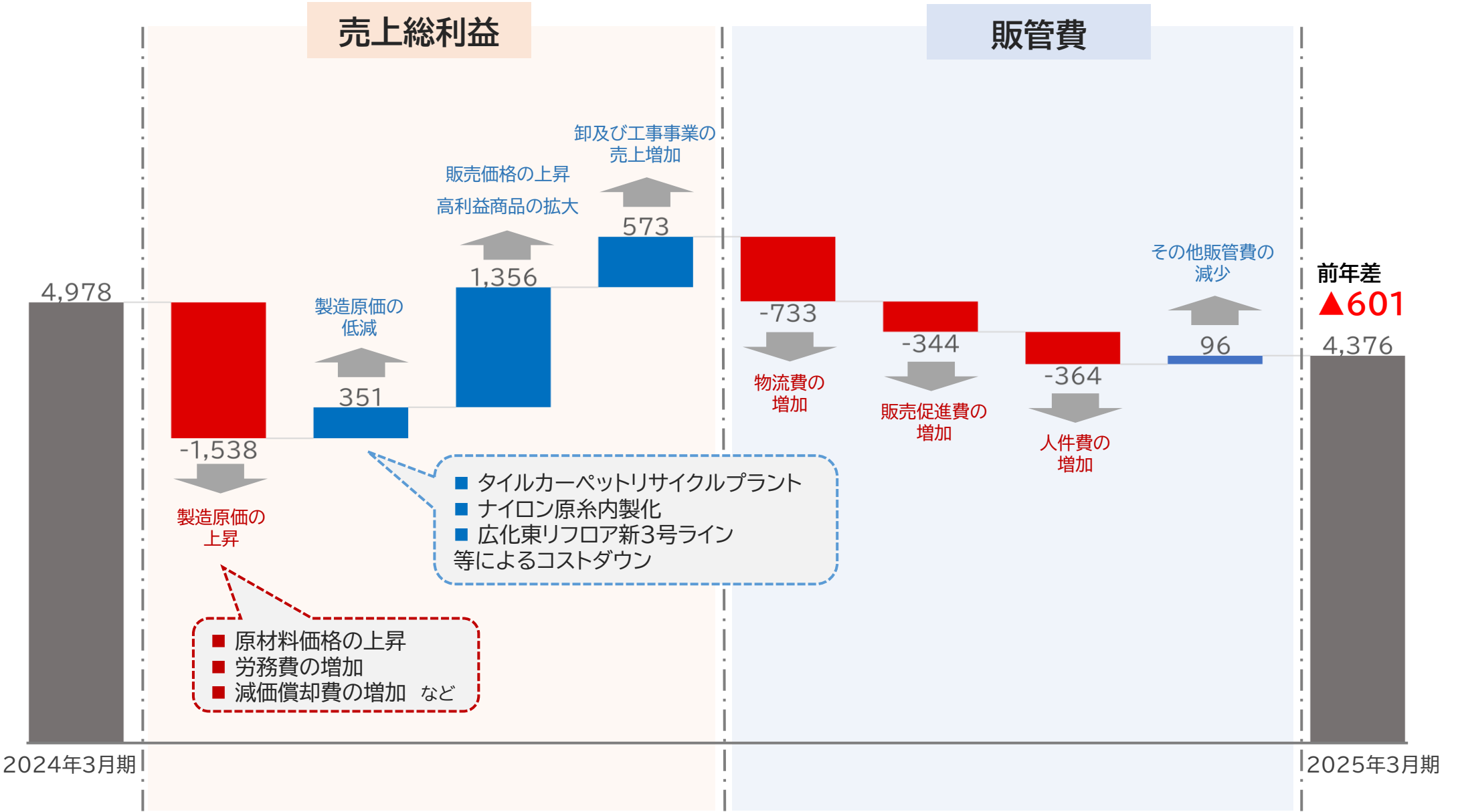


Point

全体	高付加価値製品を中心に販促活動に注力。また、原材料価格や物流費の上昇により、一部製品の上代価格改定を実施し、収益改善に努めた。
■ ビニル系床材	「シートコレクションNW」「NS800 ファイン・インレイド(特許取得)」を中心とした販促活動に注力。2024年12月には既設の床に「重ねて貼れる」当社独自の住宅用床タイル「クラシアルタイル」を新発売。
■ カーペット	宿泊施設やリニューアル向けとして、中・高級グレードのロールカーペットが好調に推移。環境配慮型タイルカーペット「GA-3600 サスティブバック」に新アイテムを追加発売するなど、売上高は前年を上回った。
■ 壁装材	主力シリーズの「東リ ウォールVS」「DECO POWER」を刷新し、市場での競争力を高めた結果、売上高は前年を上回った。
■ ウィンドウトリートメント	当社ブランドのカーテン売上高は前年を下回るも、グループ販売会社が扱うカーテンレール等の販売が好調に推移。

連結営業利益 増減要因

(単位:百万円 ※単位未満切り捨て)



連結貸借対照表

資産

(単位: 億円 ※単位未満切り捨て)

流動資産 529	▲1	流動資産 527
固定資産 379	+34	固定資産 413
2024年3月末		2025年3月末

Point

<流動資産>

- 現金・預金の減少 ▲14 等
－棚卸資産の増加 等による

<固定資産>

- 有形固定資産の増加 +22
－伊丹新混練工場棟やナイロン3号紡糸設備 等による
- 投資その他の資産の増加 +11 等
－投資有価証券の時価上昇 等による

負債／純資産

(単位: 億円 ※単位未満切り捨て)

負債 450	+5	負債 456
純資産 457	+26	純資産 483
2024年3月末		2025年3月末

Point

<負債>

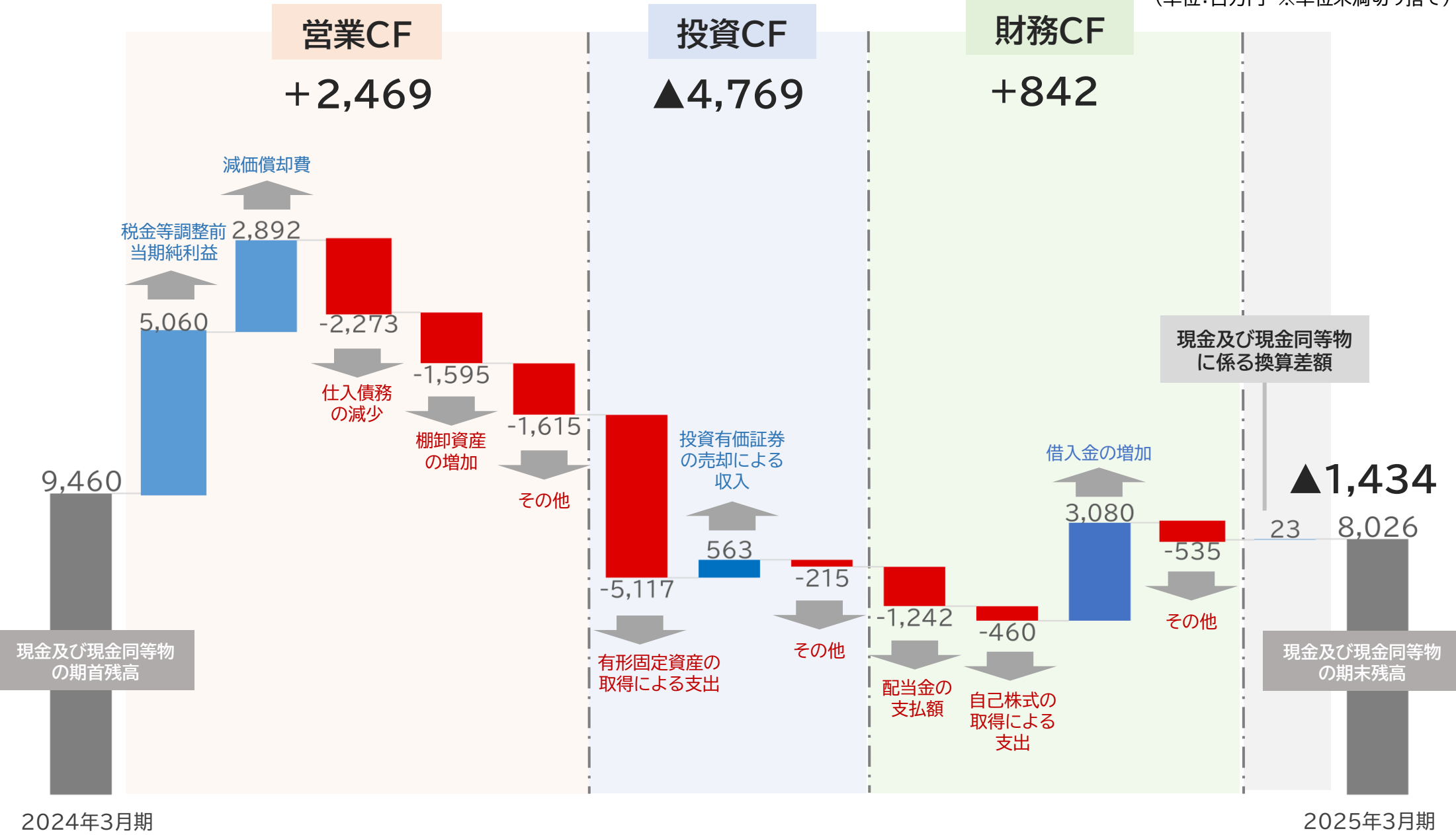
- 支払手形及び買掛金の減少 ▲25
- 有利子負債の増加 +30 等
(短期借入金+18 長期借入金+12)

<純資産>

- 利益剰余金の増加 +22 等

連結キャッシュ・フロー計算書

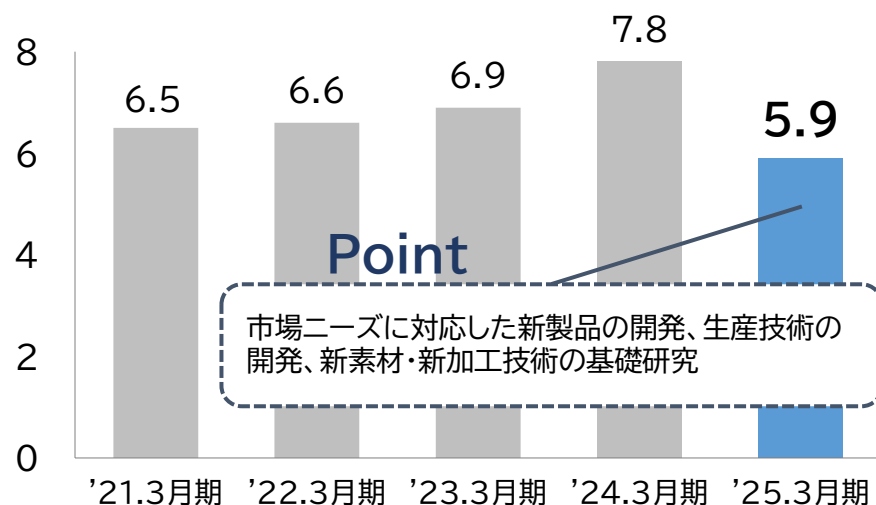
(単位:百万円 ※単位未満切り捨て)



連結主要指標の推移

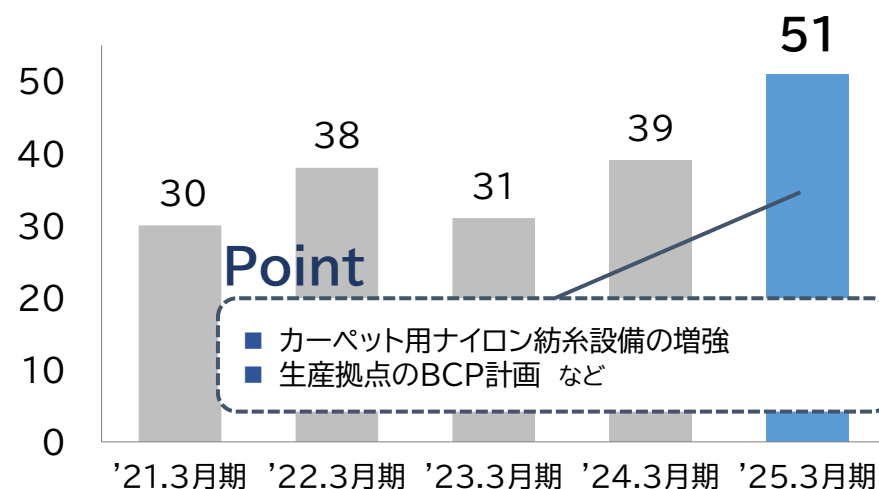
研究開発費

(億円)



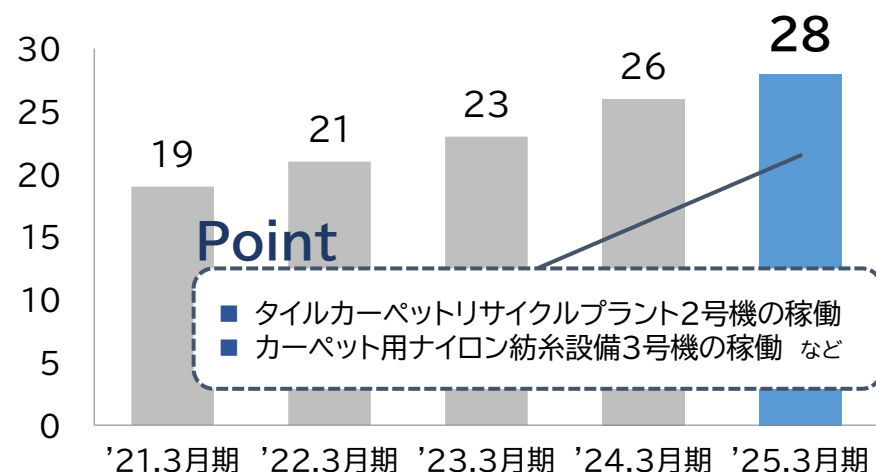
設備投資額

(億円)



減価償却費

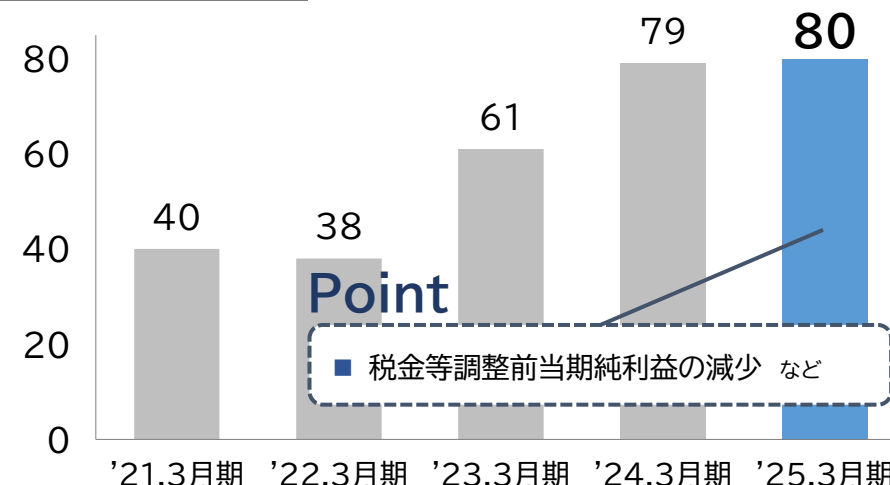
(億円)



※キャッシュ・フローベース

EBITDA

(億円)



※EBITDA：税金等調整前当期純利益－受取利息＋支払利息＋減価償却費＋減損損失

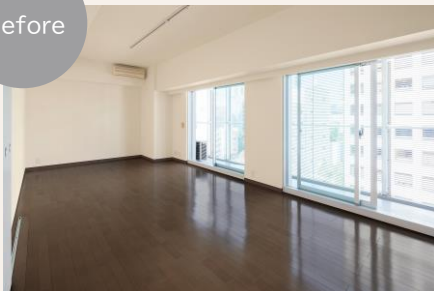
実行戦略

“モノづくり力”の強化

A コア事業の強靱化

「重ねて貼れる」住宅用床タイル「クラシアルタイル」を新発売

before



after



after



✓既存の床に重ね貼りが可能

✓賃貸住宅の入退去工事に最適

新たな住宅用床材として、賃貸住宅の入退去工事に最適な簡単リフォーム床タイル「クラシアルタイル」を2024年12月に新発売。

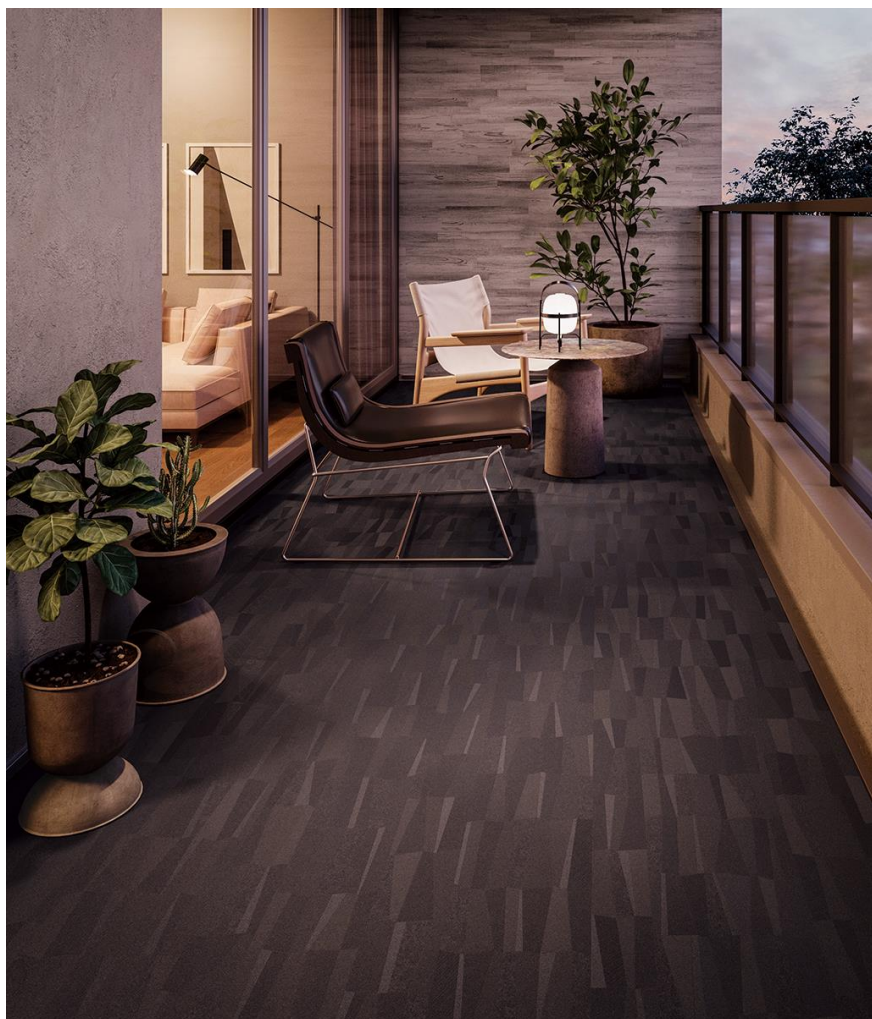
自然由来の炭酸カルシウムを主成分とする“Solid Core”層によりフローリングやクッションフロアなどの既存の床に重ね貼りができ、適度な硬さにより美しく仕上がるのが特長です。また、ピールアップ形接着剤での施工が可能で、賃貸住宅の入退去工事に最適な床材。

実行戦略

“モノづくり力”の強化

A コア事業の強靱化

東リ独自の新意匠「NS800 ファイン・インレイド」<特許取得>を新発売



広化東リフロア新3号ラインが生み出す「東リ独自の新意匠」

「SHINKA Plus ONE」における重要投資案件のひとつである広化東リフロア新3号ラインを活用した、防滑性ビニル床シート「NS800 ファイン・インレイド」(特許取得)を2024年12月に発売。ミクロサイズの微細(ファイン)チップからなるインレイド層と表面にほどこしたエンボス加工による陰影がもたらす意匠は、「東リ独自の新意匠」となっています。



新中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」

前中期経営計画「SHINKA Plus ONE」の振り返り

■ 重点戦略の取り組み成果

		主な成果
5つの重点戦略	A) コア事業の強靱化	・3大設備投資案件による製品競争力の向上、安定供給体制の構築 ・タイルカーペット「TOLI完全循環型リサイクルシステム」の推進 ・店舗向けリニューアルタイル「タフテックタイル」や防滑性ビニル床シート「NS800 ファイン・インレイド」、タイルカーペット「GA-3600 サスティブバック」等の独自製品開発
	B) 伸びしろ事業の成長拡大	・グローバル事業拡大に向けた北米販売子会社「TOLI North America」の設立 ・「江蘇長隆裝飾材料科技有限公司」の合併事業スタート、並びにビニル系床タイル製造に関する技術供与 ・スポーツ市場向け床材開発としてバレーボール競技専用床材「コネクトマット」の発売
	C) 第5事業の創造	・産学官連携による研究開発活動を推進
	D) グループ横断機能の強化	・リサイクル活動による産業廃棄物排出量削減 ・各生産拠点に太陽光発電システムを設置（創エネルギーによるCO2排出量の削減）
	E) 成長を支える経営基盤の構築	・人事評価制度、賃金体系を刷新し、エンゲージメント向上策を推進 ・キャピタルアロケーション計画の策定と株主還元方針の見直し

前中期経営計画「SHINKA Plus ONE」の振り返り

3大設備投資案件の着実な実行により、コア事業の競争力が大幅に強化

タイルカーペット リサイクルプラント

- 独自品開発
- 製造原価低減
- 産業廃棄物排出量削減

- 「SHINKA Plus ONE」期間中に1号及び2号プラントを稼働させ、タイルカーペットのリサイクル推進による産業廃棄物の削減及びリサイクル率の向上に大きく寄与。
- 当プラントで製造したリサイクルチップを使用する環境配慮型タイルカーペット「GA-3600 サスティブバック」の販売数量は大幅に増加。



タイルカーペット
リサイクルプラント

カーペット用 ナイロン紡糸設備

- 安定供給
- 製造原価低減
- 独自品開発

- 「SHINKA Plus ONE」期間中に、計3基のナイロン紡糸設備が稼働し、ナイロン原糸の内製化による安定供給と製造原価低減、新製品開発が実現。
- 自社内製糸を使用したタイルカーペットのアイテム比率の向上とともに、次世代新製品の開発に向けて、独自原糸の研究開発を進める。



カーペット用
ナイロン紡糸設備

広化東リフロア 新3号ライン

- 製造原価低減
- 独自品開発

- 2023年1月より稼働し、新たなビニル床シート生産ラインとして製造原価低減や製品品質の改善、新製品開発が進展。
- 防滑性ビニル床シート「NS800」や単層ビニル床シート「HITOEシリーズ」等、当社グループの主力製品の生産を担う。



広化東リフロア新3号ライン

前中期経営計画「SHINKA Plus ONE」の振り返り

■ 前中期連結経営指標と実績

項目(連結)	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	連結経営指標
売上高	885億円	952億円	達成 1,024億円	達成 1,057億円	1,000億円以上
営業利益	8.7億円	35.3億円	達成 49.7億円	達成 43.7億円	40億円以上
ROE	1.9%	6.5%	達成 8.6%	達成 7.5%	7.0%以上
リサイクル率	72.8%	79.2%	84.2%	達成 87.9%	85%以上
産業廃棄物排出量 (2019年度比)	微増	20.5%削減	達成 45.9%削減	達成 57.9%削減	40%以上削減

前中期経営計画「SHINKA Plus ONE」の振り返り

■ キャピタルアロケーション計画と実績（4年間の累計実績）



事業ポートフォリオのバリューアップ

事業セグメントの改訂について

中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」のスタートを機に、東リグループの事業ポートフォリオ戦略をより明確なものとするべく、2026年3月期の決算より報告セグメントを改訂。

改訂前

改訂後

		事業内容	主な製品・サービス
プロダクト事業 インテリア卸及び工事事業	① インテリア事業	・ 東リブランド製品の製造販売 ・ 各種インテリア資材の仕入販売 ・ 内装工事	▶ ビニル系床材・カーペット・カーテン・壁装材 ▶ カーテンレール・ブラインド・他各種インテリア資材 ▶ 内装工事・使用済みタイルカーペット回収 等 
	② グローバル事業	・ 東リブランド製品を中心とする輸出版売	▶ ビニル系床材・カーペット・カーテン・壁装材 等 
	③ 建材その他事業	・ 業際分野及び産業資材向け東リブランド製品の製造販売 ・ 建材及び住設機器等の仕入販売	▶ 浴室用シートやスポーツ市場向け製品 ▶ OEM供給を中心とする産業資材製品 ▶ 建材及び住設機器 ▶ 第5事業の事業化 等 

新中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」

位置づけ

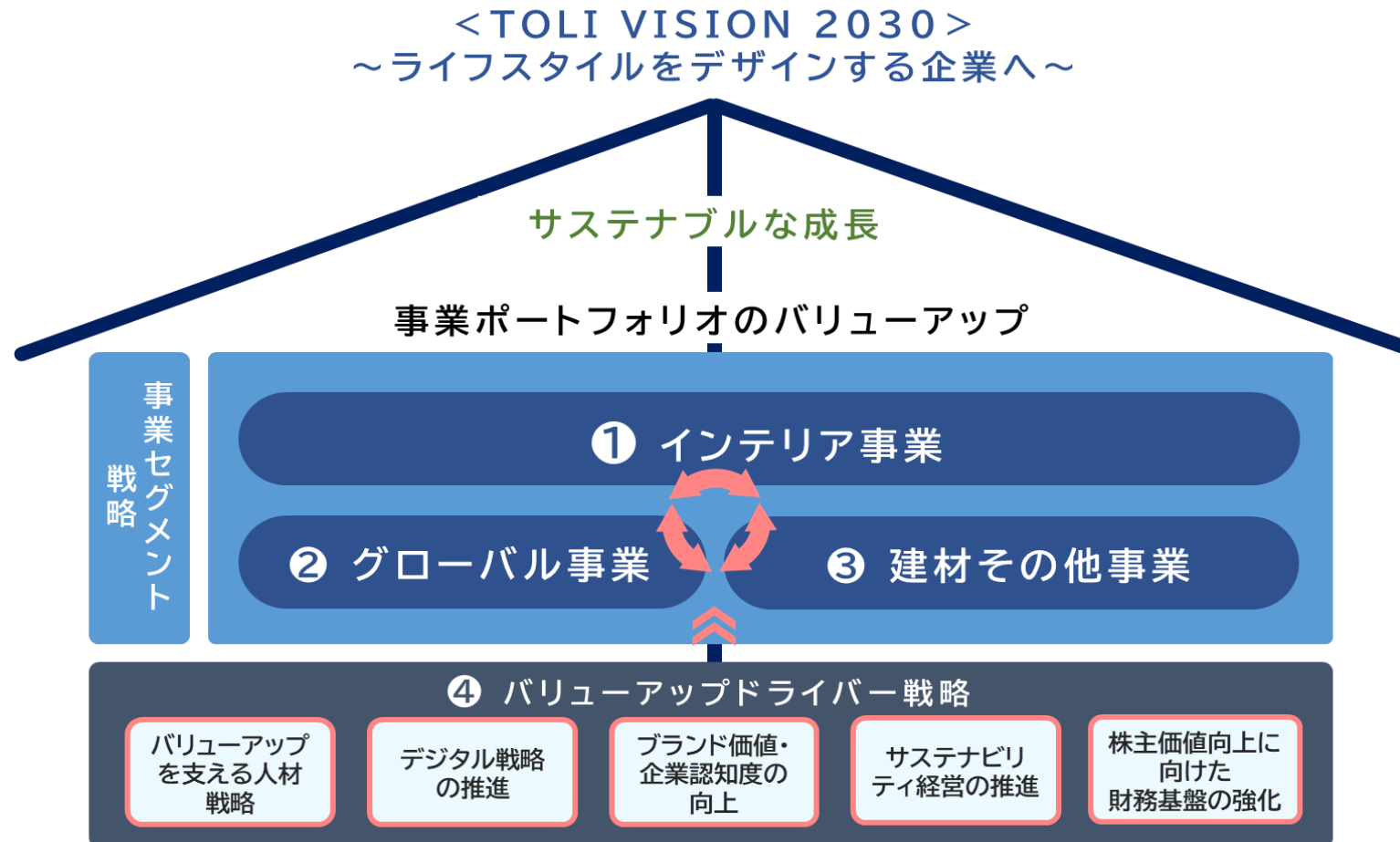
- ▶ <TOLI VISION 2030>の実現に向けた“さらなる進化への挑戦”フェーズ
- ▶ 「SHINKA Plus ONE」で実行した投資効果の最大化
- ▶ 新たな成長戦略を展開し、東リグループの持続的な成長を目指す



新中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」

成長戦略の全体概要

- ▶ 3つの事業セグメントに基づく成長戦略を推進
- ▶ 事業セグメントの成長を支える経営基盤の強化(バリューアップドライバー戦略)
- ▶ 事業ポートフォリオのバリューアップを図り、サステナブルな成長を目指す



新中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」

成長戦略の全体概要

① インテリア事業

- グループ事業推進力の源泉であり、事業収益性のさらなる向上を目指す
- 持続的成長に向けた積極的設備投資の推進
- 内製化戦略による製品安定供給体制の構築、コスト競争力の向上
- リサイクル活動・新技術活用による製品競争力の向上 ■ 空間デザイン・プロダクトデザインの進化

② グローバル事業

- 当社グループの伸びしろであるグローバル事業の拡大
- グローバル戦略商品展開・営業拠点強化による売上拡大
- 江蘇長隆裝飾材料科技有限公司(JCL)の事業強化

③ 建材その他事業

- 業際分野・産業資材向け製品の開発・拡販 ■ 技術的アプローチによる新たな市場・新規チャネルの開拓
- 新たな“事業のタネ”を開花へと導く

④ バリューアップドライバー戦略

- 加速度的な成長を目指すべく経営基盤の多面的強化
- 人的資本・デジタル・ブランド価値・サステナビリティ・株主価値を切り口とした機能強化

新中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」

成長戦略

① インテリア事業

持続的成長への投資

「SHINKA Plus ONE」

「SHINKA Plus ONE 2.0」

▶ 広化東リフロア3号ライン

- ・ビニル床シートの製造ライン新設
- ・独自デザイン防滑性床シート開発・発売



- ・独自デザインのビニル床シート発売
- ・販売数量拡大によるコストダウン効果の最大化

▶ タイルカーペトリサイクルプラント

- ・2基のリサイクルプラントの稼働
- ・使用済みタイルカーペットの回収量増大
- ・サスティバック(リサイクル)製品拡大



- ・リサイクル処理効率化設備によるリサイクル量の拡大
- ・エコマーク基準品のラインアップ拡充
- ・販売量・回収量増大によるコストダウン効果の最大化

▶ カーペット用ナイロン紡糸設備

- ・3基のナイロン原糸紡糸設備の稼働
- ・自社内製糸製品の拡大



- ・4基目のナイロン原糸紡糸設備の稼働
- ・原糸在庫倉庫の拡充
- ・自社内製糸製品の拡大によるコストダウンの最大化

「SHINKA Plus ONE 2.0」で実現すること

- ・設備投資効果の最大化
- ・新たな独自技術の確立に向けたさらなる投資

▶ さらなる挑戦

- ・デジタル印刷独自技術の確立

新中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」

成長戦略

② グローバル事業

グローバル事業の課題

- ・ ローカルニーズが多様化しており、国・地域別の製品対応が必要
- ・ 製品納入リードタイムの短縮
- ・ 売上規模が途上段階



グローバル事業の方向性

- ・ 各国の環境規制やニーズへの対応を効率的に実現
- ・ グローバル市場における東リグループの強みを発揮
- ・ 量的拡大に向けたグローバル事業展開の再整備

「SHINKA Plus ONE 2.0」

質的拡大

- 環境規制を中心としたグローバル戦略商品の開発
- 日本国内で築いた品質と機能、デザインを武器とした製品力の訴求
- 日本国内におけるグローバル戦略商品の効率的生産体制の構築
- 江蘇長隆裝飾材料科技有限公司のビニル床タイル事業強化

量的拡大

- 中国、ASEANにおける活動拠点の強化
- 北米市場等での現地在庫拠点の拡充
- 新規販売代理店・現地ローカルスタッフの拡充
- SNSによるボーダーレスブランディングの実施

「SHINKA Plus ONE 2.0」で実現すること

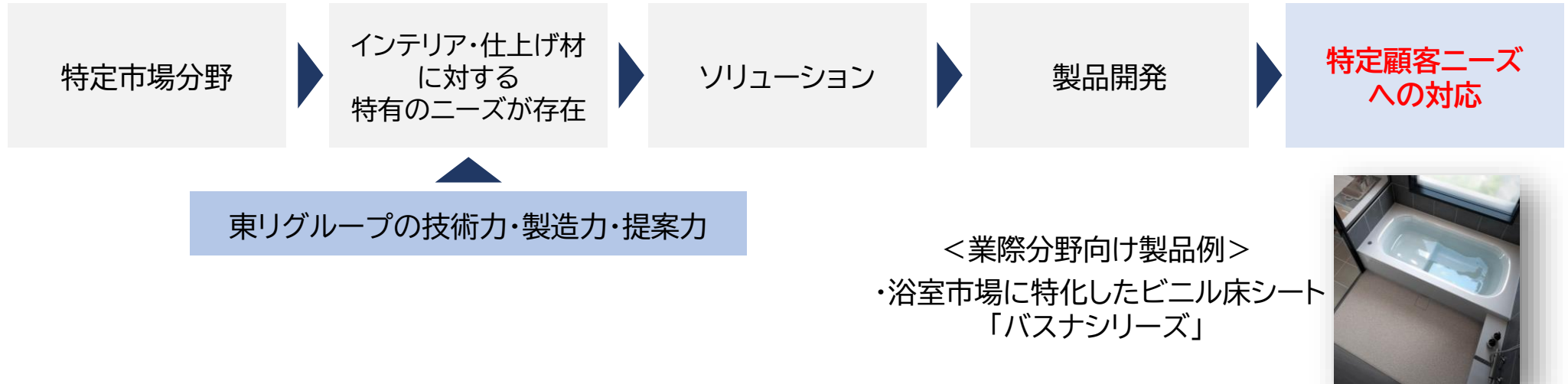
- ・ グローバル売上高40億円
- ・ グローバル向け製品リードタイムの短縮
- ・ 販売量拡大によるグローバル事業の黒字化

新中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」

成長戦略

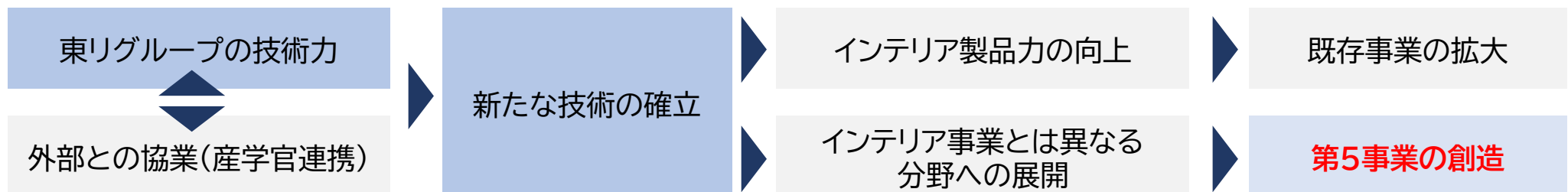
③ 建材その他事業

業際分野・産業資材向け東リブランド製品（一部OEM供給を含む）の製造販売



第5事業の創造

※第5事業：ビニル系床材・カーペット・壁装材・ウィンドウトリートメントに次ぐ、5番目となる事業



「SHINKA Plus ONE 2.0」で実現すること

・事業ポートフォリオの多様化（販売チャネルの拡充・新たな事業のタネの事業化）

新中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」

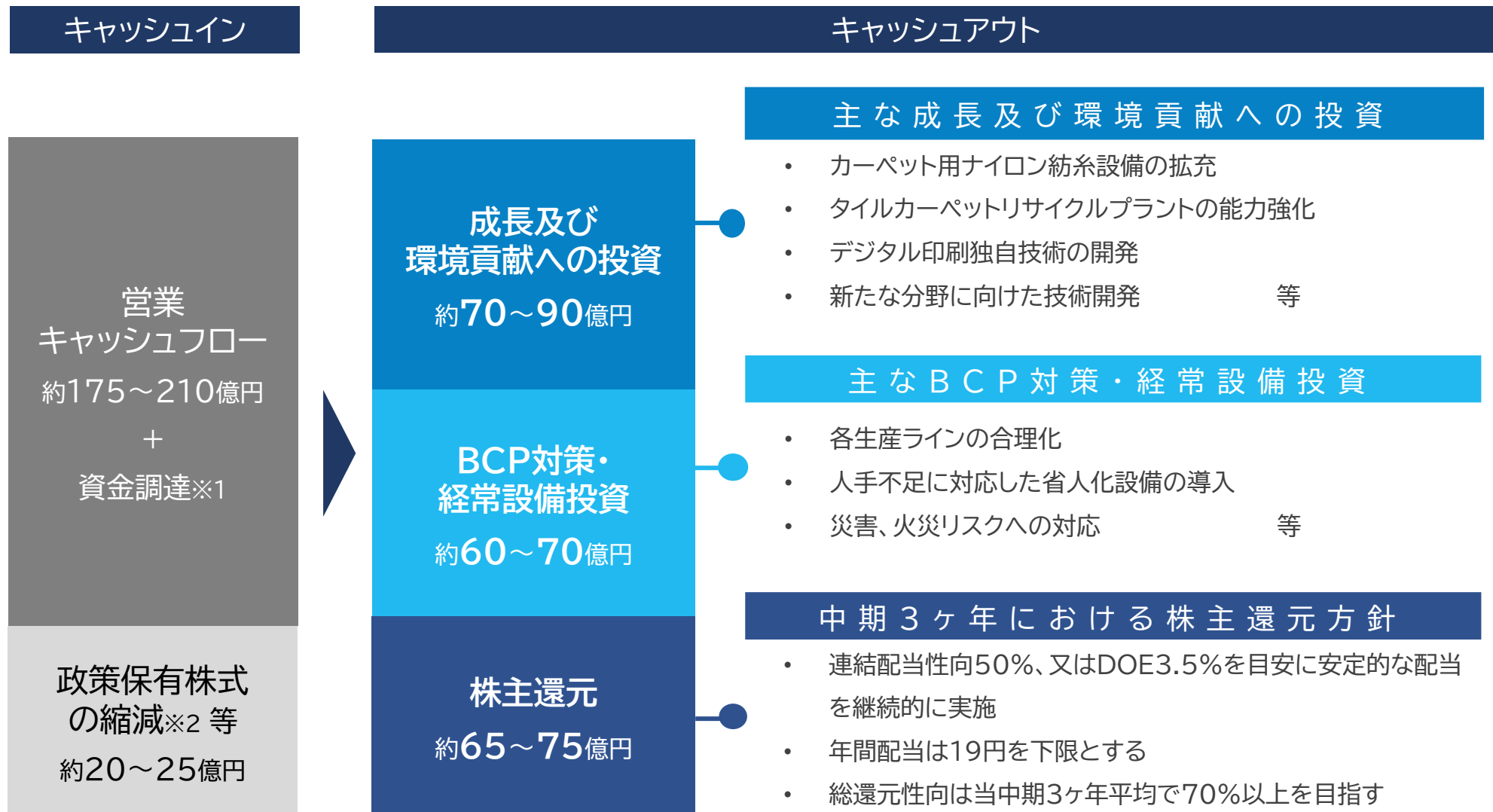
成長戦略

④ バリューアップドライバー戦略

バリューアップドライバー	戦略	実現すること
バリューアップを支える人材戦略	・バリューアップを目指した必要人材の育成・確保 ・健康経営の推進 ・キャリアプラン支援	・人的資本の永続的な向上
デジタル戦略の推進	・デジタル活用によるさらなる業務効率化 ・新たなプロモーション手法の開発	・お客様目線での商品選定プロセスの改善
ブランド価値・企業認知度の向上	・事業ポートフォリオ戦略の明示 ・SNS等の活用による企業PR手法の多様化	・幅広い投資家様からの関心度アップ ・若年層の企業認知度向上
サステナビリティ経営の推進	・東リグループESG経営の推進 ・環境保全活動、社会貢献活動の実施 ・コーポレートガバナンスの最適化	・社会と東リグループの持続可能性の実現
株主価値向上にむけた財務基盤の強化	・キャピタルアロケーション計画に基づく積極的投資 ・株主還元の充実	・資本コストを上回る効率性の実現

新中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」

資本政策: キャピタルアロケーション計画(3ヶ年の計画累計)



※1 今後の成長・環境投資等の資金需要に応じた借入金等の資金調達も想定

※2 政策保有株式の縮減方針: 連結純資産に対する政策保有株式の比率を2028年3月末までに10%以下に縮減

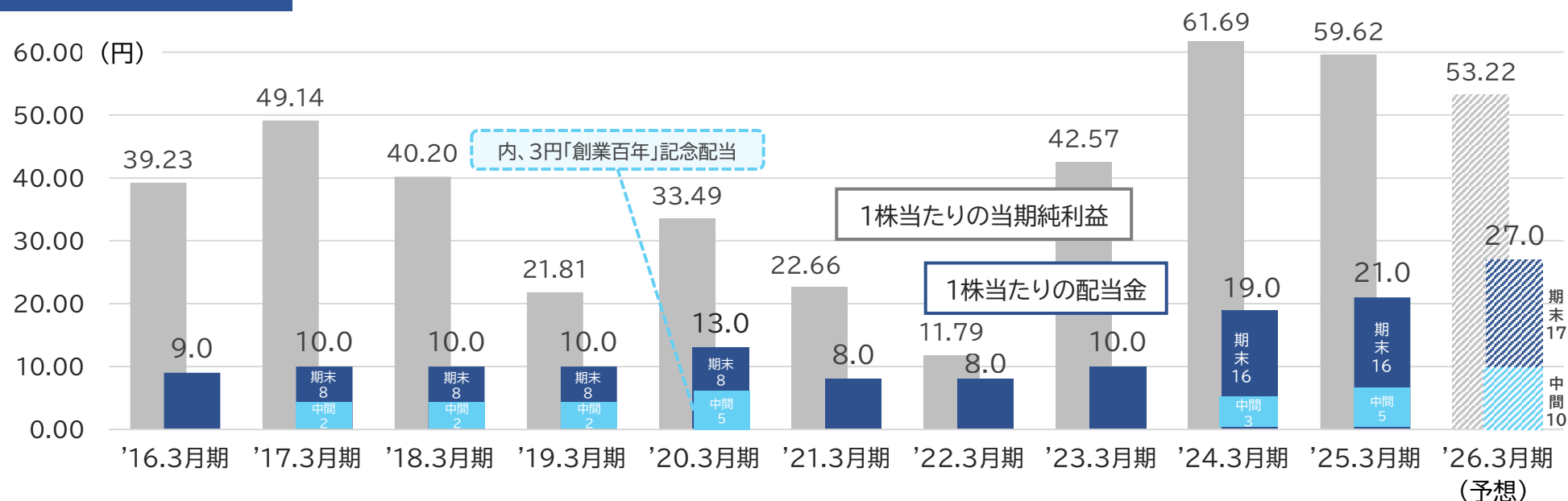
新中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」

資本政策:株主還元方針

「SHINKA Plus ONE 2.0」における株主還元方針

- ・ 企業価値向上に資する研究開発や生産設備などへの投資に向けた内部留保の確保と株主還元のバランスに配慮するとともに、業績並びに資金需要等を総合的に勘案した上で、連結配当性向50%、又はDOE3.5%を目安に安定的な配当を継続的に実施いたします。
- ・ 過去最高益であった2024年3月期の年間配当金19円を下限とします。
- ・ 株主資本の最適化に向けて政策保有株式の売却並びに自己株式の取得を弾力的に実施し、総還元性向は当中期3ヶ年平均で70%以上を目指します。

配当金推移(円)



新中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」

中期連結経営指標

2028年3月期目標

収益性目標

連結売上高

1,130億円以上

連結営業利益

50億円以上

環境負荷低減目標

リサイクル率

88.5%以上

産業廃棄物排出量
(2019年度比)

58%以上 削減

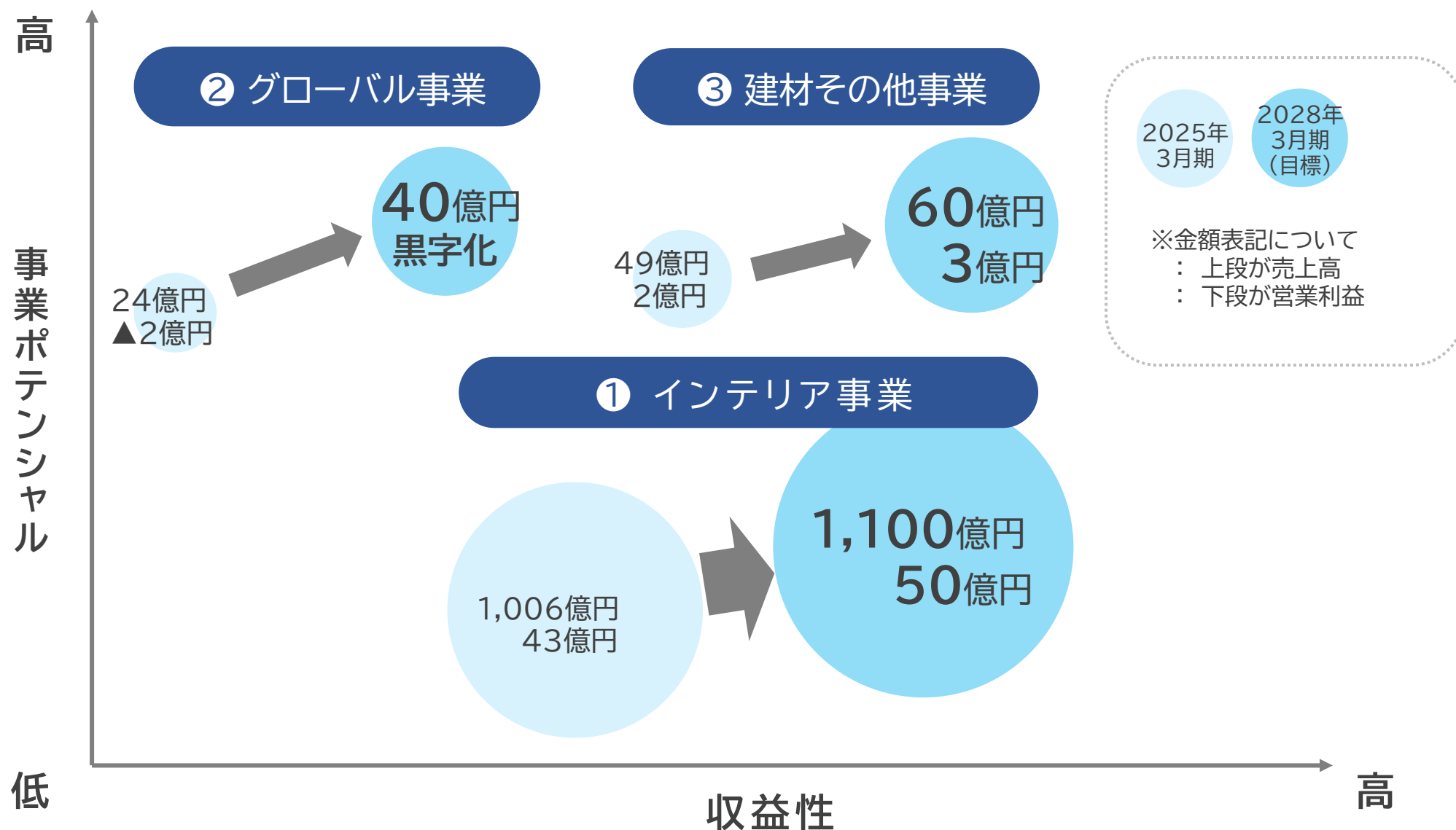
効率性目標

ROE

8.0%以上

新中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」

中期連結経営指標の達成に向けた 事業セグメント別チャレンジ目標





2026年3月期 業績見通し

2026年3月期 連結業績見通し

(単位: 百万円 ※単位未満切り捨て)

	2025年 3月期	2026年3月期			
		上期		通期	
		通期	前期比(%)	通期	前期比(%)
売上高	105,709	49,500	+ 4.4	108,000	+ 2.2
営業利益	4,376	400	▲ 60.5	4,000	▲ 8.6
経常利益	4,665	500	▲ 56.4	4,200	▲ 10.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,507	300	▲ 56.5	3,100	▲ 11.6

Point

- 2026年3月期は、新中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」初年度となる。
- 新製品を中心とする販促活動を推進し、インテリア事業のシェアアップによる売上拡大を目指す。
- 利益面では、大型設備投資による製造原価低減や上代価格改定による収益改善を図るものの、一時的な減価償却費の上昇や大型の新製品改廃に伴う販売促進費、人的資本への投資など、成長戦略の実行に伴う費用の増加を見込む。

将来見通し等に関する注意事項



IRに関する
お問い合わせ先

東リ株式会社
経営企画部

e-mail

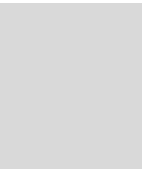
toli_ir@toli.co.jp

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。

本資料における、将来予想に関する記述につきましては、当社の目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。

また、業界動向や外部環境認識等に関する記述につきましても、信頼できるとされる各種データに基づいて作成していますが、当社はその正確性や完全性を保証するものではありません。

本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。



Appendix



会社概要

会社名

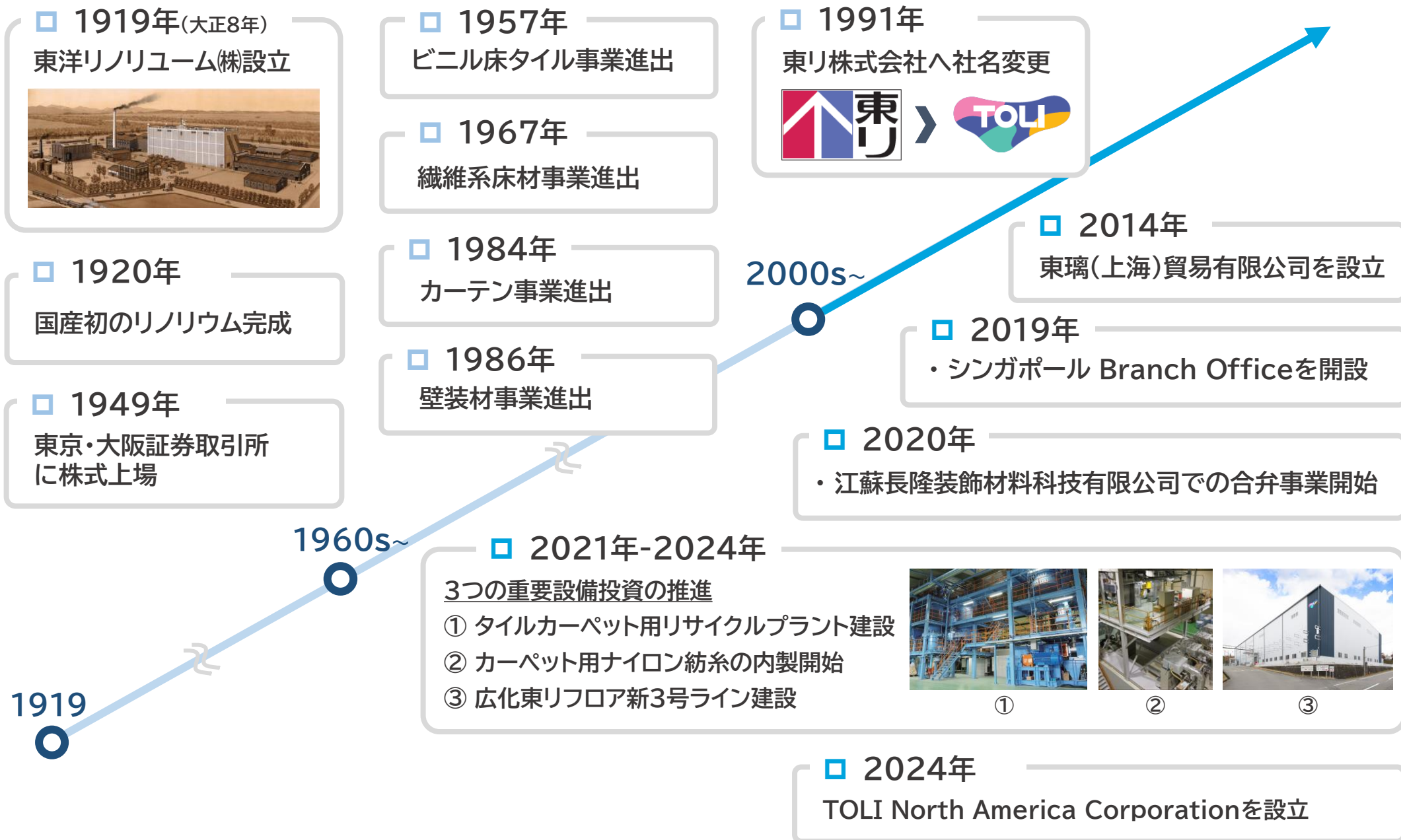
東リ株式会社



業態	インテリア商品の製造及び販売
創業	1919年(大正8年)12月1日
本社所在地	兵庫県伊丹市東有岡5丁目125番地
売上高	連結 1,057億9百万円(2025/3月期)
経常利益	連結 46億65百万円(2025/3月期)

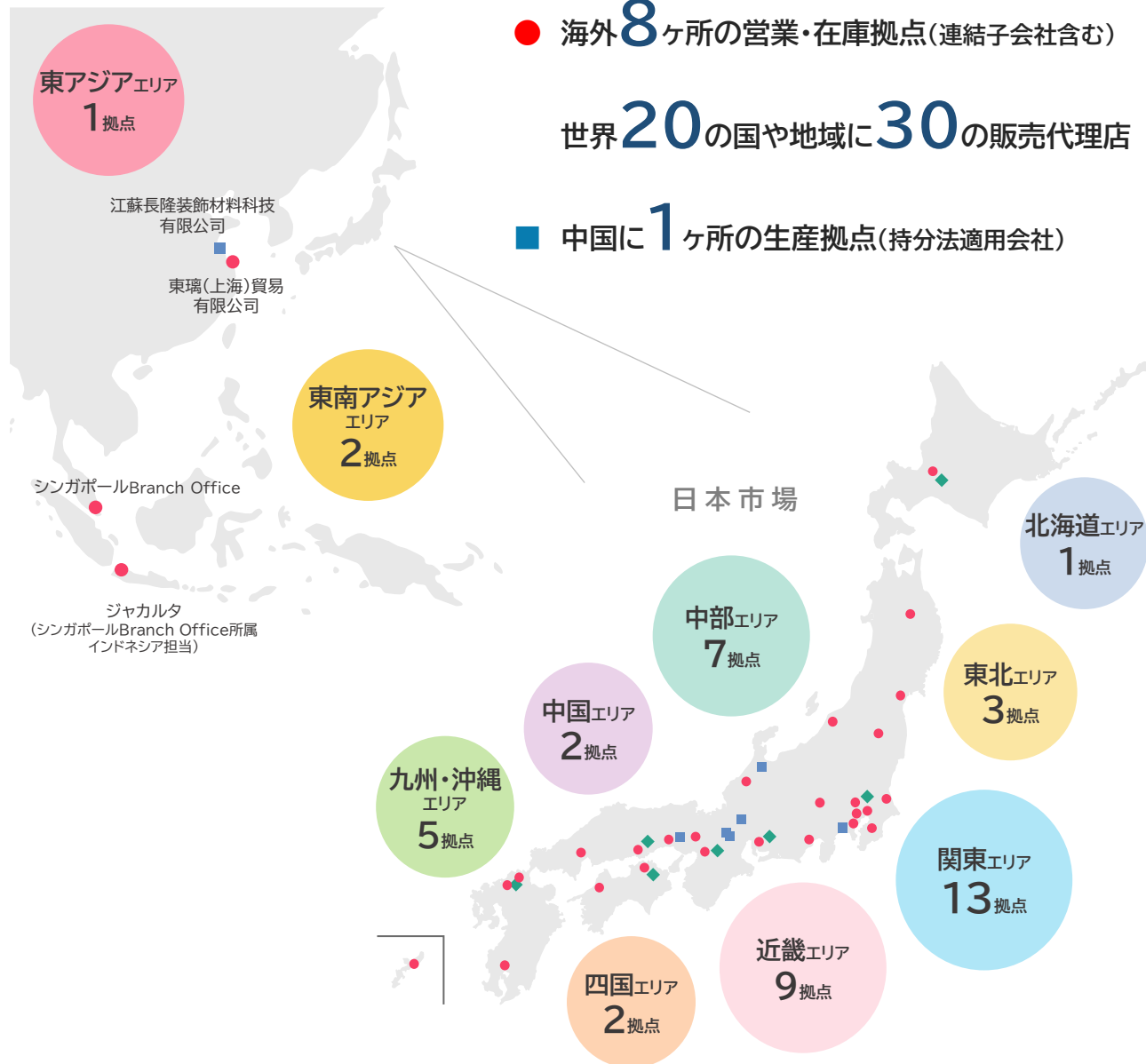
親会社株主に帰属する 当期純利益	連結 35億7百万円(2025/3月期)
資本金	連結 68億55百万円(2025/3月期)
従業員数	連結 1,910名 個別 905名
証券コード	7971 東証スタンダード

沿革

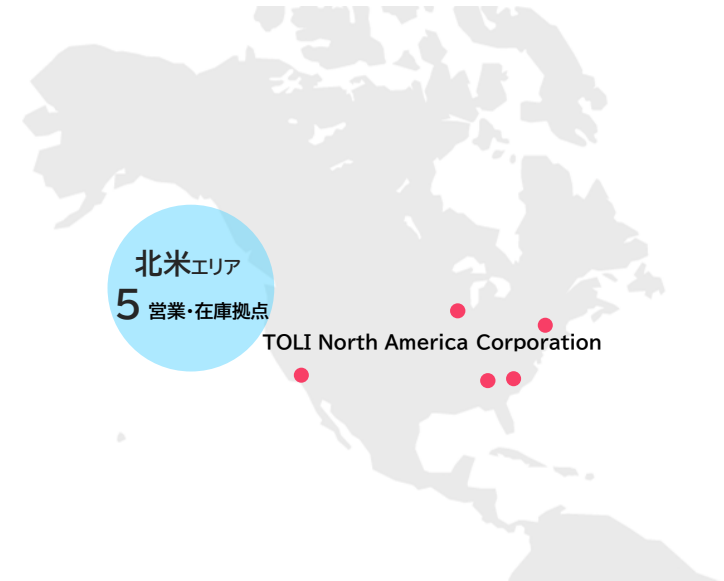


国内 及び 海外事業拠点

アジア市場

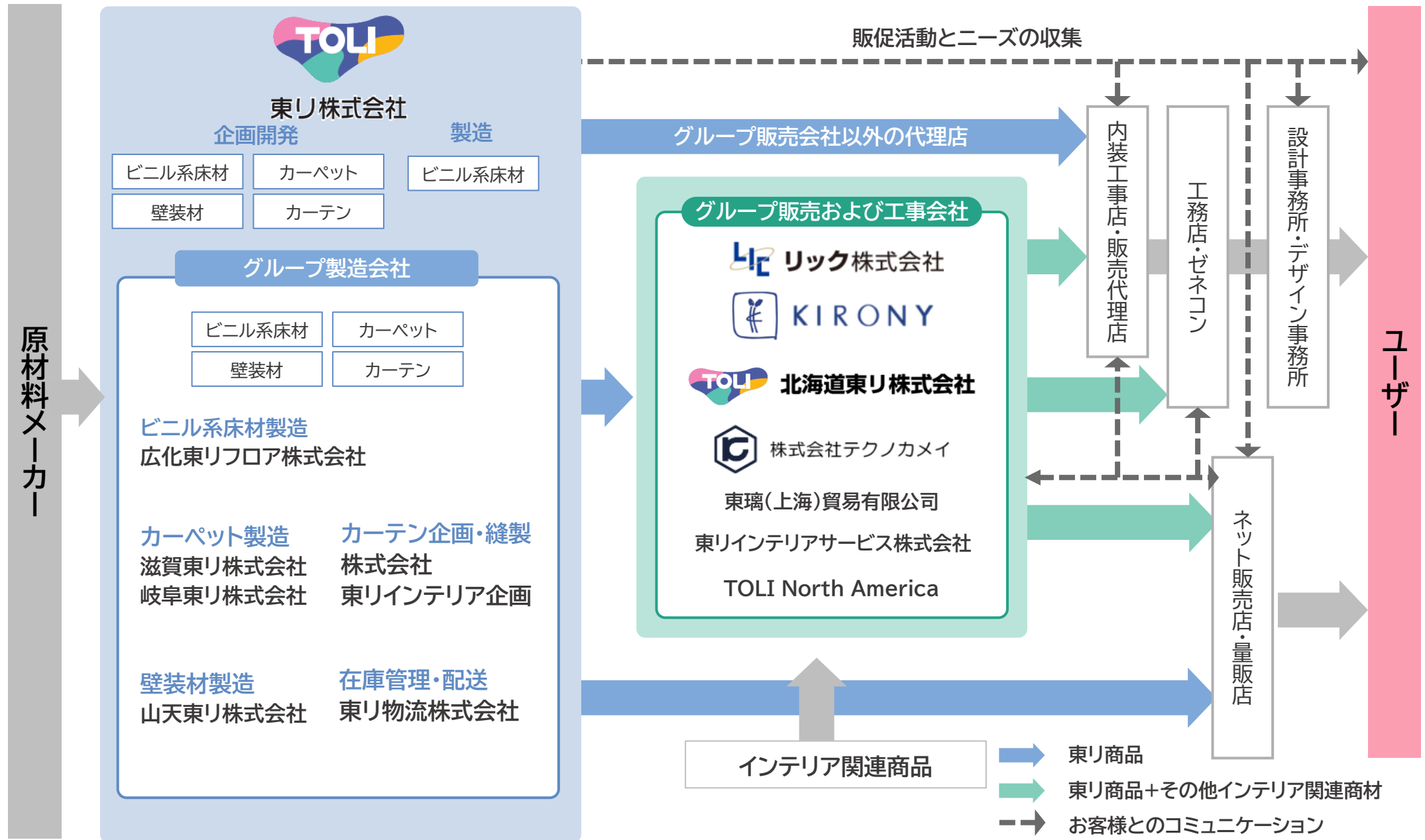


北米市場



- 北海道から沖縄まで国内42営業拠点
(東リ単体の拠点数)
- 国内に約370社の販売代理店
- 国内6ヶ所の生産工場(連結子会社含む)
- ◆ 国内7ヶ所のショールーム

東リグループの事業体系



東リグループの特徴と強み

百年の歴史で培った信頼と技術をベースに、商品の企画・デザインから製造・販売・物流・施工・アフターフォローに至るまでを東リグループで一貫して推進し、さまざまなニーズにお応えし、更なる「信頼と技術」を蓄積することが、当社グループの強みです。



東リグループのESG経営について

