

「阪急阪神DXプロジェクト」について

～デジタル技術を積極的に活用し、これからも「安心・快適」、そして「夢・感動」をお届けします～

阪急阪神ホールディングスグループでは、以下のとおり「阪急阪神DXプロジェクト」に取り組んでまいります。

コロナ禍を契機として、人々の行動・生活拠点の変化やQOL[※]向上への意識拡大など、様々な社会変化が加速しており、これらは、今後も一層進展するものと想定されます。当社グループでは、そうした中でも持続的な企業価値の向上を実現すべく、今般、「阪急阪神ホールディングスグループ 長期ビジョンー2040年に向けてー」を策定し、その取組の一つとして、グループを挙げて「阪急阪神DXプロジェクト」を推し進めていくこととしました。

(※ QOL…Quality of Life)

「阪急阪神DXプロジェクト」では、後述の4つの取組方針に則った各種施策を展開し、本年4月に立ち上げた「DXプロジェクト推進部」を中心に、グループ全体で連携して具体的な取組を推進してまいります。

そして、当社グループは、本プロジェクトを通じて、お客様一人ひとりに寄り添いながら、ライフスタイルのデジタルトランスフォーメーション(DX)を推進し、お客様にさらに「安心・快適」な生活をお届けするとともに、当社グループが有する多様なコンテンツを活用して、デジタルとリアルをうまく組み合わせながら、「実体験」や「人とのふれ合い・コミュニケーション」等の不変のニーズから得られる「夢・感動」の提供を拡大してまいります。

<「阪急阪神DXプロジェクト」 4つの取組方針>

阪急阪神DXプロジェクト 4つの取組方針

1. お客様を「知る」取組

- ・ グループ共通ID「HH cross ID」の導入
- ・ 顧客データの統合・分析

HH cross



3. お客様が「デジタル時代の利便性」を最大限享受できる取組

- ・ 無料Wi-Fiサービスなどのインフラ
- ・ デジタルツイン、メタバース
- ・ 動画配信プラットフォーム



の整備

2. お客様に「伝える」取組

- ・ ライフスタイルの変化に対応した情報発信ツール（「HH cross TOWNS」アプリなど）の拡充
- ・ アプリ等のデジタルツールと既存媒体との連携により情報発信力をさらに向上

4. 当社グループの強みであるコンテンツを磨き上げる取組

- ・ 当社グループのコンテンツの再整理・蓄積
- ・ 当社グループが提供する「(旅行・ショッピングなどの)実体験」を新たなコンテンツとして発掘・磨き上げ
- ・ 新たなパートナーとのコンテンツの開発

「阪急阪神DXプロジェクト」の概要は、次ページ以降のとおりです。

◎ 「阪急阪神DXプロジェクト」の概要

当社グループでは、提供する様々なサービスの顧客情報に横串を指す形でグループ共通ID「HH cross ID」の供用を2021年8月に開始しました。今後、さらにHH cross 会員の拡大を図り、本IDを通じて得たデータを蓄積・分析していきます（1. お客様を「知る」取組）。

また、スマホアプリ等のデジタルツールの活用により情報発信力を向上させ、お客様とのつながりを強化すること（2. お客様に「伝える」取組）で、より満足度の高いサービスを提供できるようにしていきます。

さらに、無料Wi-Fiサービスやメタバース、動画配信プラットフォームなどのデジタルインフラを整備すること（3. お客様が「デジタル時代の利便性」を最大限享受できる取組）で、より利便性の高い新たなサービスを提供していきます。

そして、こうした取組を通じて蓄積・分析したデータを活用して、コンテンツをさらに磨き上げるとともに、新たな魅力ある商品の開発やサービスの改善につなげていきます（4. 当社グループの強みであるコンテンツを磨き上げる取組）。

このように、上記の4つの取組を有機的に結び付けて実行していくことで、お客様の利便性の向上や新商品の開発・サービスの改善を図り、好循環を実現してまいります。

<取組方針と具体的な施策>

1. お客様を「知る」取組

■ グループ共通ID「HH cross ID」の導入

当社グループでは、既存の顧客情報に横串を刺す形でグループ共通ID「HH cross ID」を導入しています。

これにより、お客様は、当社グループの様々なサービスを1つのIDでシームレスにご利用いただくことができます。

また、HH cross IDを通じてグループ横断的に顧客データを統合し、当該データの蓄積・分析を行うことにより、One to Oneマーケティングや各事業間の相互送客を実現し、ロイヤルカスタマーの拡大等を図っていきます。さらに、新たな商品・サービスの開発等にも活用し、顧客満足度の一層の向上につなげてまいります。



■ 「データ分析ラボ」の活用

HH cross IDを通じて蓄積される顧客データ（属性・サービス利用実績等）の統合・分析を行うため、2021年4月に、東京大学との産学連携により「データ分析ラボ」を設立しました。当ラボでは、既に延べ約500万人分のデータ分析を終えており、現状の理解（認識）や問題把握を進めています。



今後も、統計解析や最新の機械学習等の様々な手法を駆使し、延べ約1,200万人に上るグループの顧客データの活用に向け、分析を進めてまいります。

2. お客様に「伝える」取組

■ お客様とのつながりの強化

スマホアプリ等のデジタルツールを通じて、顧客接点を拡充していくとともに、交通広告などの既存媒体と組み合わせることで、告知効果の最大化に努め、お客様とのつながりを強化していきます。具体的には、既存事業で開発済のアプリに加え、グループの様々なサービスの窓口として、2022年5月より、「HH cross TOWNS」※1アプリの運用を開始しました。

また、利用データを蓄積・分析することで、クロスセル※2の手法も用いながらお客様にリアルサービスのご利用いただくなど、お客様とのつながりのさらなる強化を図ってまいります。

※1 おでかけを快適にする機能を搭載したアプリ。まずは大阪梅田エリアにおいて、エリア巡回バス「うめぐるバス」のデジタル乗車券の購入やカフェ等の検索ができるサービスを開始した。今後、コンテンツの拡充や他のエリアへのサービスの拡大を予定している。

※2 他の商品・サービスの提案などにより、追加の購買・利用を促すこと。

3. お客様が「デジタル時代の利便性」を最大限享受できる取組

■ 無料Wi-Fiサービス「HH cross Wi-Fi」の展開エリアの拡大

当社グループでは、HH cross 会員向けのサービスとして、一部の鉄道車両や駅・商業施設・ホテルなど、沿線を中心に無料Wi-Fiサービス「HH cross Wi-Fi」を展開していますが、今後、展開エリアを順次拡大し、お客様の利便性の向上を図ります。

また、Wi-FiサービスをはじめとしたHH cross IDで得られる複数の利用データを組み合わせることにより、サービスの利用場所やシーンを分析して新たな商品・サービスの開発につなげてまいります。



■ メタバースの展開

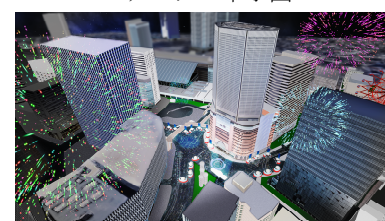
オンライン上のバーチャル空間であるメタバースにおいて、新しいサービスの展開に挑戦します。

当社グループでは、これまでデジタルツインを活用して「デジタル甲子園」や「JM梅田ミュージックフェス」などを実施し、相応の集客を図ってきました。これからも、このようなグループの「施設」や「街（沿線）」を活かした取組を拡大し、新たな収益源となるよう集客力を高めていきます。

また、外部パートナーとの連携を進めながら、リアルで展開する物販・広告などのサービスをバーチャルにも取り入れた事業モデルを確立することで、メタバースのさらなる可能性を追求してまいります。



<デジタル甲子園>



<JM梅田ミュージックフェス>

■ 動画配信プラットフォームの整備

当社グループが保有する豊富なコンテンツを配信できる独自のプラットフォームを自社で構築し、顧客の裾野拡大や動画の配信コストの内部化等を図ることを検討しています。配信にあたっては、旅行などこれまでコンテンツとして捉えていなかったコンテンツも充実させることにより、顧客満足度の向上を図っていきます。

また、本プラットフォームの利用データもHH cross IDと紐づけることにより、お客様のニーズを把握し、新たなコンテンツの開拓やさらなるサービスの改善につなげていくとともに、駅や商業施設、デジタルサイネージなど既存の広告媒体も活用しながらリアルな顧客接点も強化していきます。このようにリアル・デジタルをうまく組み合わせた取組を進めることにより、双方の集客力を高めてまいります。

4. 当社グループの強みであるコンテンツを磨き上げる取組

■ コンテンツの発掘・創出とその魅力度の向上

当社グループが保有する既存の豊富なコンテンツそのものを磨き上げていくのはもちろんのこと、これまで整理ができていなかったコンテンツについても、デジタル技術を活用しながら集約・蓄積するとともに、系統立てて整理し、アーカイブ化していきます。特に当社グループは、京阪神エリアを主要な事業基盤として多様な事業を展開しているため、こうした事業フィールドにおいてコンテンツを新たに発掘するなどして、その価値の創出・魅力度の向上を図っていきます。

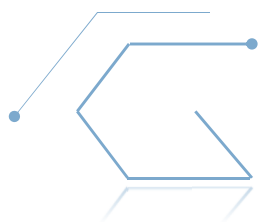
また、リアルで展開している事業をデジタルで展開することについても検討を進め、外部のパートナーと連携しながら、新たなコンテンツの開拓に挑戦してまいります。

なお、これら「阪急阪神DXプロジェクト」の取組については、まずは当社グループの沿線においてビジネスモデルを構築することとします。そのうえで、高機能なプラットフォームを低コストで利用できることをインセンティブとしてパートナー企業をさらに拡大し、沿線外も含めた関西エリア、そして関西以外の他地域での展開を目指してまいります。

「阪急阪神DXプロジェクト」の詳細は、別添資料をご参照ください。

以 上

【ニュースリリース配付先】青灯クラブ、近畿電鉄記者クラブ、大阪建設記者クラブ、大阪証券記者クラブ、国土交通記者会、兜倶楽部



阪急阪神DXプロジェクト

2022年5月20日

阪急阪神ホールディングス株式会社

目次

はじめに -阪急阪神DXプロジェクトが目指すもの-	・・・	2
阪急阪神DXプロジェクト 4つの取組方針	・・・	3
1. お客様を「知る」取組	・・・	4
2. お客様に「伝える」取組	・・・	8
3. お客様が「デジタル時代の利便性」を最大限享受できる取組	・・・	9
4. 当社グループの強みであるコンテンツを磨き上げる取組	・・・	12
「DXプロジェクト2.0」に向けて	・・・	15

■ 阪急阪神DXプロジェクトが目指すもの

本プロジェクトを通じて、お客様との接点の多様化を進め、お客様一人ひとりに寄り添いながら、ライフスタイルのデジタルトランスフォーメーション（DX）を推進する。

デジタルの利点を活かした取組を進め、沿線にお住まいの方をはじめとする多くのお客様に対して、**さらに「安心・快適」な生活をお届けする**とともに、当社グループが有する多様なコンテンツを活用して、デジタルとリアルをうまく組み合わせながら、「実体験」や「人とのふれ合い・コミュニケーション」等の不変のニーズから得られる**「夢・感動」の提供を拡大**していく。

阪急阪神DXプロジェクト 4つの取組方針

1. お客様を「知る」取組

- グループ共通ID「HH cross ID」の導入
- 顧客データの統合・分析



3. お客様が「デジタル時代の利便性」を最大限享受できる取組

- 無料Wi-Fiサービスなどのインフラ
- デジタルツイン、メタバース
- 動画配信プラットフォーム



の整備

2. お客様に「伝える」取組

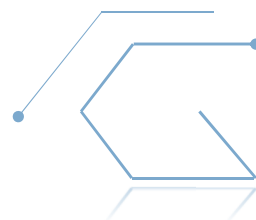
- ライフスタイルの変化に対応した情報発信ツール（「HH cross TOWNS」アプリなど）の拡充
- アプリ等のデジタルツールと既存媒体との連携により情報発信力をさらに向上

4. 当社グループの強みであるコンテンツを磨き上げる取組

- 当社グループのコンテンツの再整理・蓄積
- 当社グループが提供する「(旅行・ショッピングなどの)実体験」を新たなコンテンツとして発掘・磨き上げ
- 新たなパートナーとのコンテンツの開発

これら4つの取組を有機的に結び付けて実行していくことで、
お客様の利便性の向上や新商品の開発・サービスの改善を図り、好循環を実現

阪急阪神DXプロジェクト 4つの取組方針

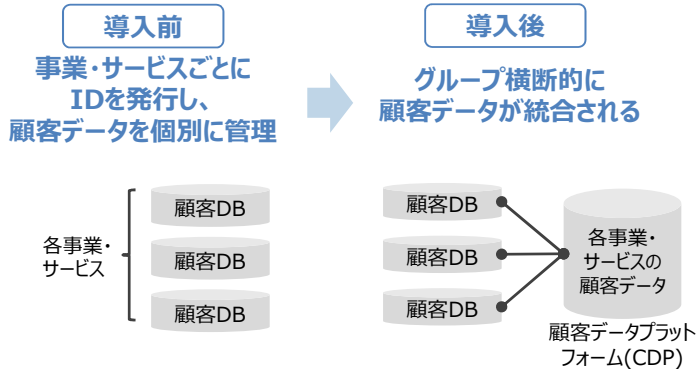


HH cross IDの導入により、シームレスなサービスとデータの統合を実現

HANKYU HANSHIN
HH cross

- ・当社グループでは、提供する様々なサービスの既存の顧客情報に横串を刺す形で**グループ共通ID「HH cross ID」**を導入した。
- ・これにより、お客様は、当社グループの様々なサービスを1つのIDで**シームレスにご利用**いただけることになる。
- ・また、HH cross IDを通じてグループ横断的に**顧客データを統合**し、当該データの蓄積・分析を行うことにより、**One to Oneマーケティング**や各事業間の**相互送客**を実現し、**ロイヤルカスタマーの拡大**等を図っていく。さらに、**新たな商品・サービスの開発等**にも活用し、顧客満足度の一層の向上につなげていく。

【HH cross IDの活用イメージ】



【ID活用のメリット】

お客様にとってのメリット：

様々なサービスのシームレスな利用が可能に

HH cross会員になることで・・・

- グループのサービスであれば新たな会員登録が不要
- 1つのIDで様々なサービスへのログインが可能に
- HH cross会員限定のサービスを受けられる など

当社グループにとってのメリット：

データ分析ラボ（P.6参照）でデータを分析し、新たな商品・サービスの開発等につなげていく



顧客データの分析

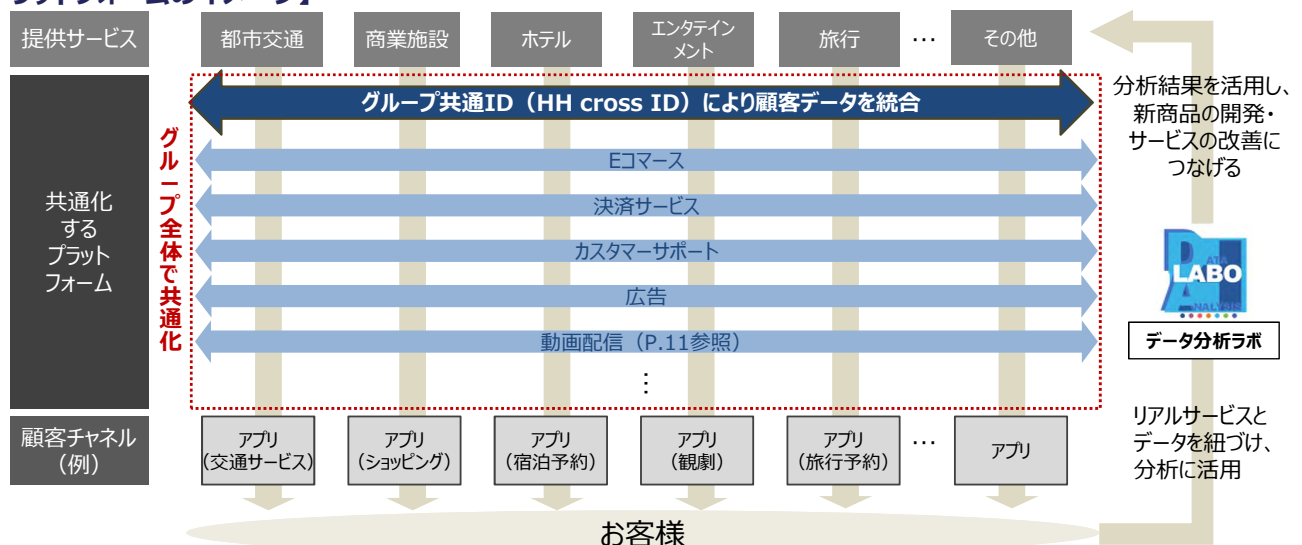


新たな商品・サービスの開発等

様々なサービスで共通利用できるプラットフォーム（基盤）の構築

- ・顧客データの統合に向けては、既にHH cross IDに係るプラットフォームを構築しているが、今後は、Eコマース・決済サービス・カスタマーサポートなど、グループの様々なサービスで共通利用できるプラットフォームの整備を加速していく。
- ・グループ各社がこうしたグループ共通のプラットフォームを活用することで、グループ横断的に顧客データの分析等が行えるようになり、それらの結果を新商品の開発やサービスの改善につなげていく。

【プラットフォームのイメージ】

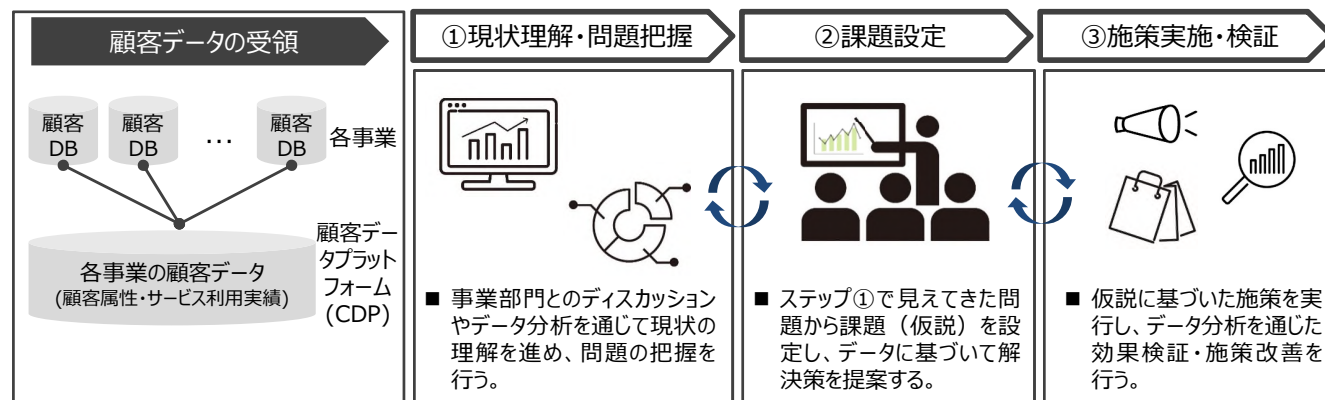


最新の分析手法を活用して、顧客データの統合・分析を推進

- 顧客データ（属性、サービス利用実績等）の統合・分析を行うため、2021年4月に、東京大学との産学連携により「データ分析ラボ」を設立した。
- 同ラボでは、統計解析や最新の機械学習等の様々な手法により分析を進めており、既に延べ約500万人分のデータについて、現状の理解（認識）・問題把握（下記①）のための分析を終えている。
- 今後も、HH cross IDを活用し、グループ横断的に統合された顧客データの分析を進め、延べ約1,200万人に上るグループの顧客データの活用を支援していく。



【データ分析ラボの業務プロセス】



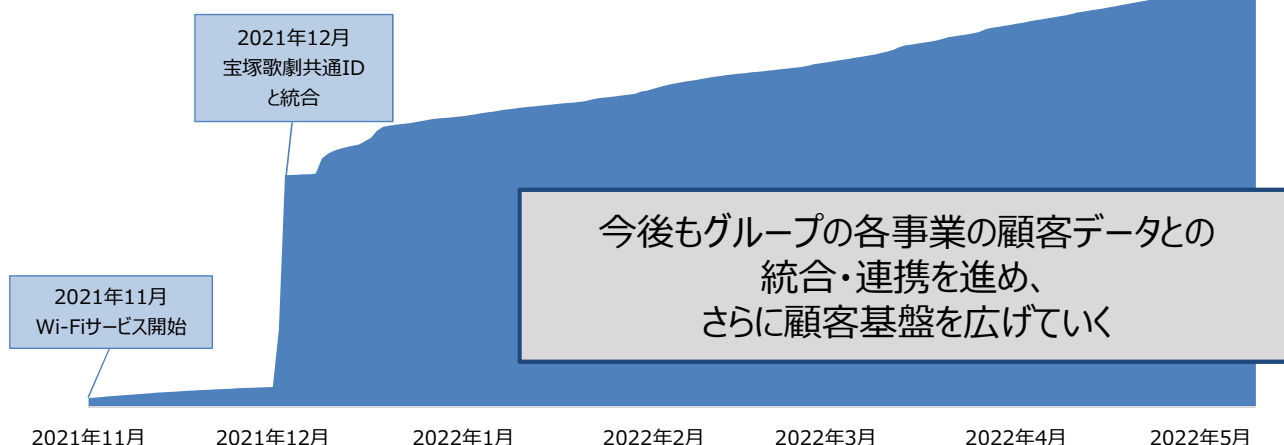
HH cross会員数は、順調に増加

- HH cross IDは、デジタルツインを用いた展示会「デジタル甲子園」を開催した2021年8月より供用を開始。その後、通信サービス「HH cross Wi-Fi」の提供や、「宝塚歌劇共通ID」「阪急交通社の会員ID」との統合・連携を通じて、会員数は順調に増加している。

HANKYU HANSHIN
HH cross

【HH cross会員数】

2022年5月現在
約**21**万人

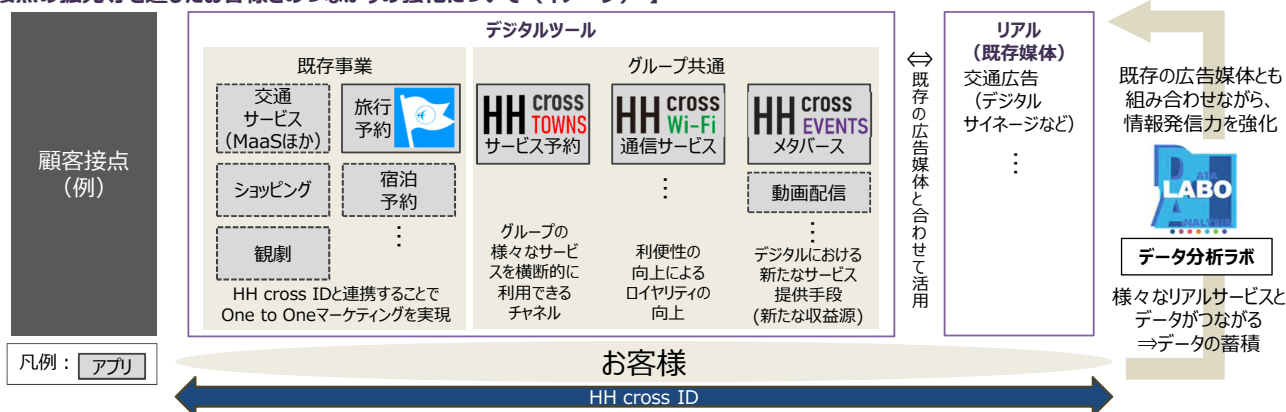


デジタルツールと既存媒体の組み合わせ等により、お客様とのつながりをさらに強化

- サービスの提供にあたっては、効果的な情報発信などを通じてお客様とのつながりをさらに強化していくことが必要である。
- そのために、まずはスマホアプリ等のデジタルツールを通じて**顧客接点を拡充**していくこととする。
- 具体的には、既存事業で開発済のアプリに加え、グループの様々なサービスの窓口として、2022年5月より、「HH cross TOWNS」アプリの運用を開始。今後は、交通・旅行・宿泊等の予約機能の追加も検討していく。
- ただ、各種デジタルツールでは多くの情報を提供できる一方で、お客様にはその中から必要な情報を選択いただく必要があるため、交通広告などの既存媒体と組み合わせることで、告知効果の最大化に努めていく。
- また、こうした取組を通じて、より多くの顧客データを獲得し、HH cross IDで統合のうえこれらを蓄積・分析することにより、**クロスセル※の手法も用いながらお客様にリアルサービスをご利用いただく**など、お客様とのつながりのさらなる強化を図っていく。

※ 他の商品・サービスの提案などにより、追加の購買・利用を促すこと。

【接点の拡充等を通じたお客様とのつながりの強化について（イメージ）】



沿線を中心に無料Wi-Fiサービスの展開エリアを拡大

- 当社グループでは、HH cross会員向けのサービスとして、一部の鉄道車両や駅・商業施設・ホテルなど、沿線を中心に**無料Wi-Fiサービス「HH cross Wi-Fi」を展開**している。
- 今後も、**展開エリアを順次拡大**し、お客様の利便性の向上を図るとともに、Wi-FiサービスをはじめとしたHH cross IDで得られる複数の利用データを組み合わせることにより、**サービスの利用場所やシーンを分析して新たな商品・サービスの開発につなげていく**。

【無料Wi-Fiサービス展開エリア】(2022年5月20日現在)



メタバースにおいて、新しいサービスの展開に挑戦

- ・当社グループでは、「実体験」を通じて得られるリアルな感動や、人々とのコミュニケーションなどを、デジタル技術を用いてバーチャルでも実現していくことで、お客様に新たなライフスタイルを提案していきたいと考えている。
- ・そうした取組として、2021年度には、デジタル化した阪神甲子園球場における展示会「デジタル甲子園」や、大阪梅田の街を舞台にした音楽祭「JM梅田ミュージックフェス」などを実施した。これからも、このようなグループの「施設」や「街(沿線)」を活かした取組を拡大し、**新たな収益源となるよう集客力を高めていく**。
- ・また、これらの取組の推進にあたっては、これまで外部パートナーと連携して進めてきているが、今後はそれをさらに加速しながら、新たなコンテンツを開拓するとともに、リアルで展開する物販・広告などのサービスをバーチャルにも取り入れた事業モデルを確立することで、**メタバースのさらなる可能性を追求していく**。

【これまでの取組例】

「DXが変革するマネジメントのあり方やエンタテインメントの世界 in デジタル甲子園」(2021年9月7～10日)

- ・当社グループの代表的な施設である阪神甲子園球場をデジタル化し、展示会を開催。同期間中、延べ約4万人を集客した。
- ・バーチャル企業展示会の集客と事業性を検証
- ・出展企業は26社(26ブース)、著名人のセミナーを24枠で開催
- ・来場者はHH cross IDでログイン(同IDを用いた初のサービス)



「JM梅田ミュージックフェス」(2022年3月12～13日)

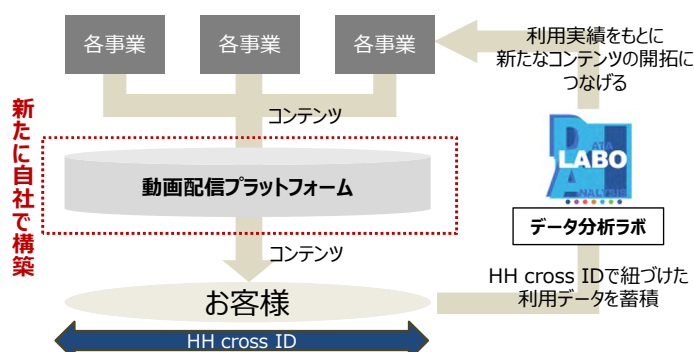
- ・当社グループの最重要拠点である大阪梅田の街をデジタル化し、音楽祭を開催。同期間中、延べ約7万人を集客した。
- ・ブースゾーンでは、企業や団体が展示・物販・各種イベントを展開し、ステージゾーンではVTuber等のバーチャルアーティストが音楽ライブを実施
- ・本音楽祭で得られたノウハウを活かし、今後もさらに内容を充実させて、同会場を活用したイベントを展開する予定



10

グループが保有する豊富な動画コンテンツを配信できる独自のプラットフォームを整備

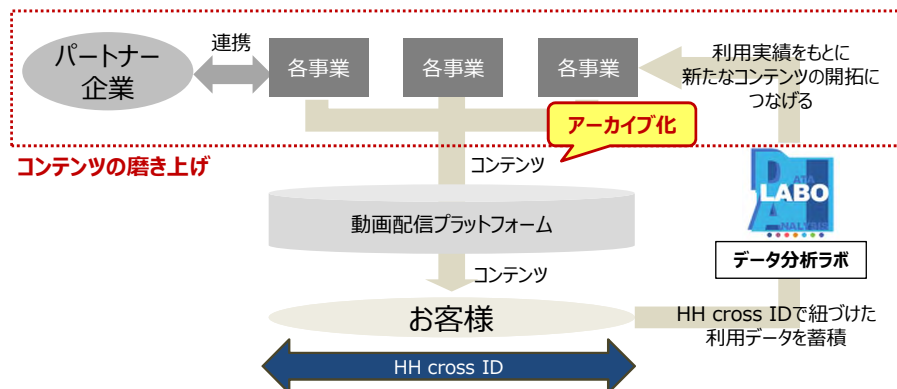
- ・当社グループでは、旅行(沿線の観光を含む)・ショッピングなど様々な「実体験」を提供しているが、これまでこれらをコンテンツの一つとしては捉えていなかった。ただ、エンタテインメントをはじめ、こうした「実体験」の魅力を動画として配信していくことは、当社グループの魅力度の向上や潜在的な需要の発掘に向けて極めて有用である(TVの「旅番組」に根強いニーズがあることが一例)。
- ・当社グループのコンテンツの中にはすでに動画配信を行っているものもあるが、こうした既存の動画配信サービスとうまく組み合わせながら、**グループのコンテンツを配信できる独自のプラットフォームを自社で構築し、顧客の裾野拡大や動画の配信コストの内部化等を図る**ことを検討している。配信にあたっては、旅行などこれまでコンテンツとして捉えていなかったコンテンツも充実させることにより、顧客満足度の向上を図っていく(次頁)。
- ・また、本プラットフォームの利用データもHH cross IDと紐づけることにより、お客様のニーズを把握し、**新たなコンテンツの開拓やさらなるサービスの改善につなげていく**とともに、駅や商業施設、デジタルサイネージなど既存の広告媒体も活用しながらリアルな顧客接点も強化していく。このようにリアル・デジタルをうまく組み合わせた取組を進めることにより、**双方の集客力を高めていく**。



11

コンテンツを発掘・創出し、魅力度を高めていく

- 当社グループは、多様なコンテンツを豊富に有していることが競争力の源泉の一つであるが、今後、デジタル化が加速するにつれて、コンテンツの価値はますます高まっていくものと思われる。当社グループがリアルではもちろんのこと、デジタルにおいても成長していくためには、リアル・デジタル双方において、魅力あるコンテンツを提供し続けていくことが肝要である。
- そこで、当社グループが保有する既存の**豊富なコンテンツそのものを磨き上げていく**のはもちろんのこと、これまで整理ができていなかったコンテンツについても、デジタル技術を活用しながら**集約・蓄積**するとともに、系統立てて**整理し、アーカイブ化**していく。特に当社グループは、京阪神エリアを主要な事業基盤として多様な事業を展開しているため、こうした事業フィールドにおいて**コンテンツを新たに発掘**するなどして、**その価値の創出・魅力度の向上**を図っていく。
- また、リアルにおいて展開している事業をデジタルで展開することについても検討を進め、外部のパートナーと連携しながら、**新たなコンテンツの開拓**に挑戦していく。



12

《参考》 多様な顧客接点を活かした顧客データの分析・サービス拡充のイメージ

- 駅や商業施設・エンタテインメント施設など、HH cross Wi-Fiの導入エリアを拡大することにより、お客様の利便性の向上を図るとともに、お客様のご利用状況をもとに、より詳細な分析を行い、サービスの拡充や顧客還元施策等に活用していくことが可能となる。

【顧客データの分析・サービス拡充のイメージ】



Wi-Fi等のご利用状況をもとに、各エリアのデータを蓄積



移動データや各種サービスの利用実績等を分析・サービスの拡充に活用



● 顧客のサービス利用状況を分析

- 移動の内容
(例：阪急大阪梅田⇄西宮北口)
- 曜日×滞在時間
- 居住地(エリア)
- 時間帯
- 気象データとの組合せ
- 利用データとの組合せ など

● サービスの拡充に活用

- 顧客セグメントに応じたプッシュ通知やコンテンツの配信
- 待ち時間に楽しめるコンテンツの提供
- ご利用状況に応じた顧客還元施策
- 嗜好や属性の近い潜在顧客へのPR など

お客様のご利用状況やニーズを把握し、顧客ロイヤリティの向上や新規顧客の獲得につなげる

13

《参考》 訪日外国人観光客に向けた展開イメージ

- 沿線のお客様と同様に、訪日外国人に向けても、HH cross IDを活用したワンストップの各種サービス(通信・移動・決済等)を提供することができれば、観光やビジネスにおける利便性が大きく向上する。

訪日外国人 への展開

- 日本人向けに提供している**各種サービス**(通信・移動・決済等)を**多言語化**し、訪日外国人に対しても**HH cross IDを通じワンストップ**で提供

【訪日外国人へのサービス提供のイメージ】

HH cross IDの取得に向けたPR

- 当社グループの沿線を訪れる外国人に対して、HH cross IDの認知向上のためのPRを実施
- 旅マエやホテル予約時に、また訪日後の当社グループのサービス利用時にIDの取得を促進



多言語対応の
WEBサイト・
SNSなどを通じて
海外へPR



訪日外国人



HH cross IDを通じ 各種サービスをワンストップで提供

- 各種サービス（通信・移動・決済等）の多言語化や、訪日外国人専用アプリの開発を検討
- 各種サービスをワンストップで利用できる環境を整備
- 帰国後、データの分析結果を踏まえて当社からアプローチをかけることも可能に



交通サービス



専用アプリ

- ・無料Wi-Fiサービス
- ・予約・決済サービス ほか



ショッピング



外貨両替



宿泊

「DXプロジェクト2.0」に向けて



沿線においてビジネスモデルを構築し、他地域への展開を目指していく

- Step 1**
- 今後、HH cross IDを軸に、複数の既存サービス・新規サービスを組み合わせることにより、**特定のエリアにおいて、お客様の利便性を向上させることで「リアル・デジタルとも面で囲い込む」モデルの構築を目指す。**
 - まずは、当社グループの沿線において、パートナー企業と、当社グループが構築したID認証や顧客管理等のプラットフォームを共同利用することで、コストのシェアを図りながら、**A 地元利用、B 沿線外からの(外国人に限らない)インバウンド、C (沿線から)沿線外へのアウトバウンド**、の各モデルを確立し、顧客データを蓄積していく。
- Step 2**
- その後、関西において、高機能なプラットフォームを低コストで利用できることをインセンティブとして、**パートナー企業をさらに拡大していく。**パートナー企業の拡大を通じ、実績を一層積み重ねてデータの蓄積を進めることで、**データ分析の信頼度をより高めることが可能となる。**
- Step 3**
- さらに、将来的には、**関西以外の地域のパートナー企業と連携し、同様のモデルを他の地域で展開することを目指す。**

⇒これらを通じて、当社グループの中長期的な成長につなげていく。

