

ASNOVA

会社説明会資料

証券コード：9223

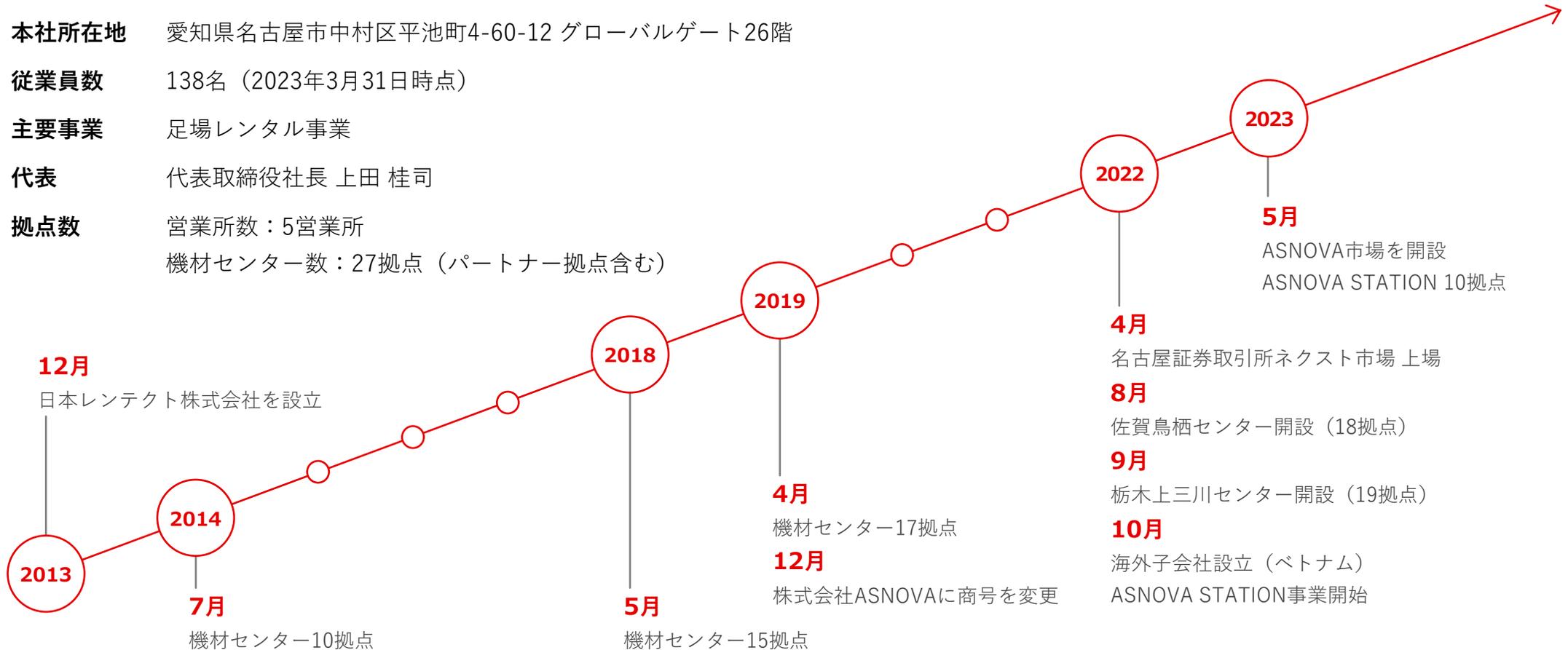
2023年7月31日

「カセツ」の力で、
社会に明日の場を創りだす。

ASNOVAは、パーパスを起点に成長へ挑んでいく。

会社概要

会社名	株式会社ASNOVA (ASNOVA Co., Ltd.)
本社所在地	愛知県名古屋市中村区平池町4-60-12 グローバルゲート26階
従業員数	138名 (2023年3月31日時点)
主要事業	足場レンタル事業
代表	代表取締役社長 上田 桂司
拠点数	営業所数：5営業所 機材センター数：27拠点 (パートナー拠点含む)



目次

- | | | | |
|-----------|----------------------|-------------|-----------|
| 01 | ASNOVAとは | > | 5 |
| 02 | 特徴と優位性 | > | 11 |
| 03 | 取り巻く市場環境と社会課題 | > | 24 |
| 04 | 成長戦略 | > | 31 |
| 05 | Appendix | > | 40 |

01

ASNOVAとは

くさび式足場の特徴

- くさび式足場は主に低層～中層建物（高さ45mまで）の工事で使用される。

くさび式足場

設置・解体が簡単

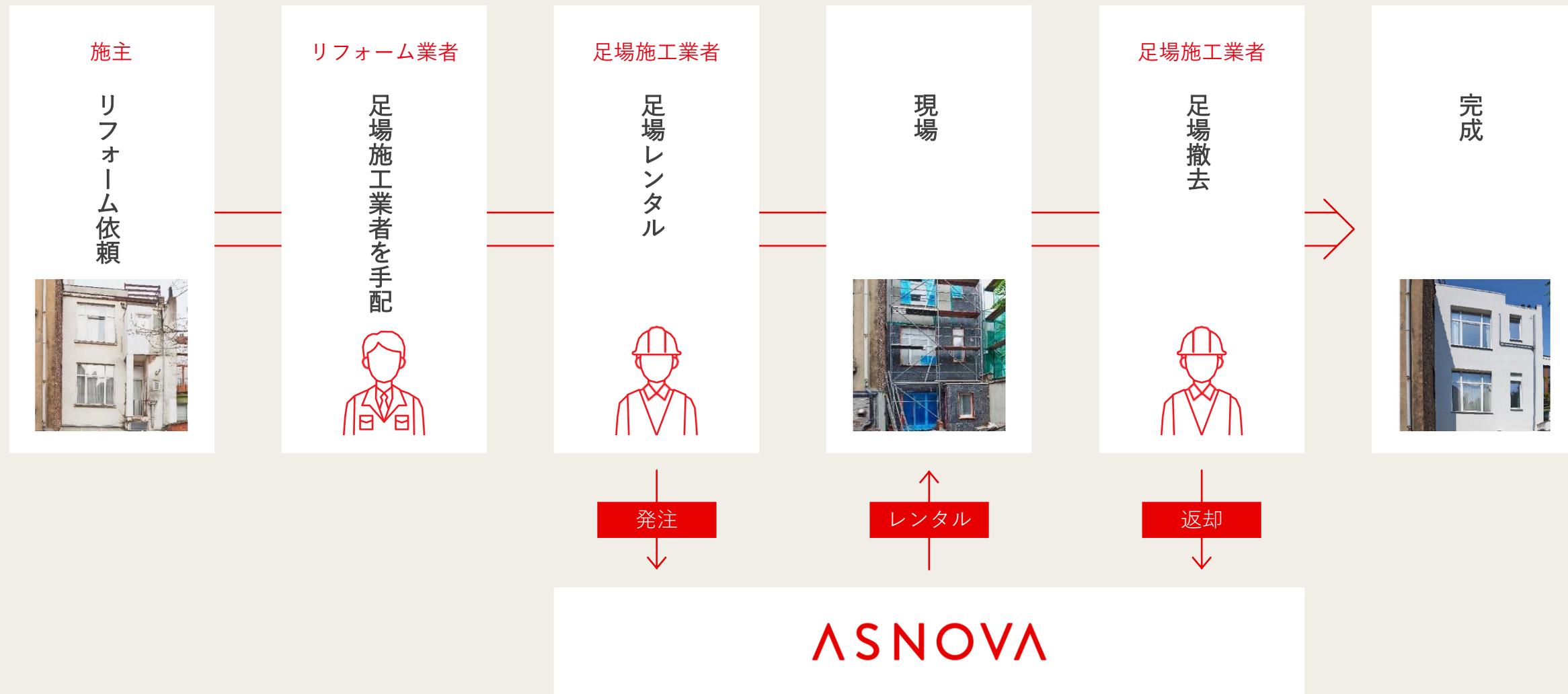
ハンマー1本で
組み立てができる



施工費用が抑えられる

- ・ 施工効率が高い
- ・ 運搬効率が高い
- ・ 保管効率が高い

ビジネスフロー



くさび式足場の使用割合

- くさび式足場は最も流通している足場であり、低中層マンションや住宅で多く使用される。
- マンションストック戸数のうち94.6%がくさび式足場の使用が可能。

■ マンションストック総数に対する割合



仮設業界におけるポジショニング

- 工事規模、顧客層の違いにより、枠組・次世代足場を取り扱う大手レンタル会社と棲み分けができています。
- くさび式足場レンタル業に特化している同業他社は、事業規模が比較的小さい非上場企業。

	会社規模	取り扱い機材	主な取引先
足場機材メーカー 大手レンタル会社	上場企業	枠組足場 次世代足場	<ul style="list-style-type: none"> ・大手ゼネコン ・中小ゼネコン ・大規模修繕会社 ・スーパーゼネコン ・大規模足場工事会社
ASNOVA	上場企業	くさび式足場	<p>多くのお客様と取引することでリスクを分散</p> <ul style="list-style-type: none"> ・足場施工業者 ・中小ゼネコン ・大規模修繕会社 ・ハウスメーカー ・塗装・防水会社 ・工務店 ・リフォーム会社 ・個人大工 ・設備会社 ・イベント会社
くさび式足場 取り扱い同業他社	非上場企業 小規模企業		

2024年3月期の業績予想

- 売上高は過去最高の3,857百万円、国内事業のみにおいては営業利益率は約12%を見込む。
- 営業利益についても国内事業の大幅伸長により、ベトナムへの積極的な投資を加味しても過去最高益の330百万円となる見通し。

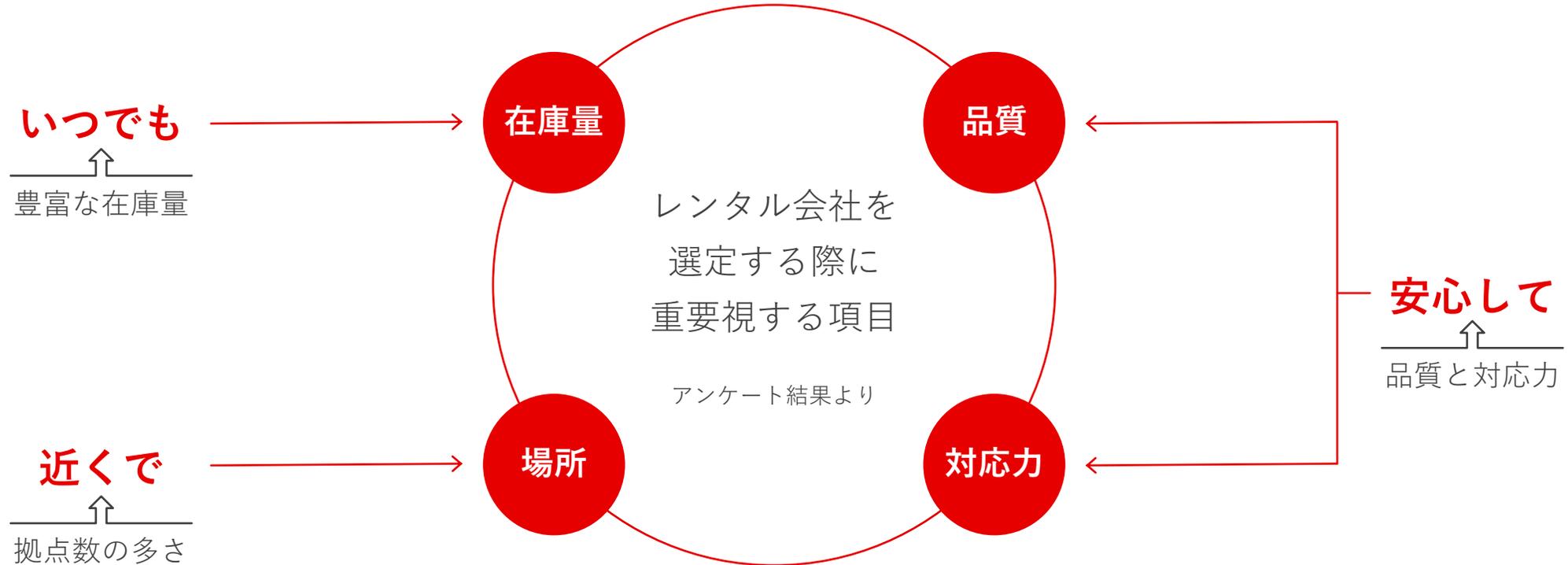
(単位：百万円)	2023年3月期実績 (連結)	2024年3月期予想		増減	前年比
		(連結)	内、国内事業		
売上高	3,141	3,857	3,826	716	+22.8%
売上総利益	805	1,074	1,123	268	+33.4%
営業利益	187	330	452	143	+76.1%
経常利益	212	310	444	97	+45.6%
当期純利益	144	182	314	38	+26.7%
売上高営業利益率	6.0%	8.6%	11.8%	+2.6pt	—

02

特徴と優位性

顧客がレンタル会社を選定する際に重要視する項目

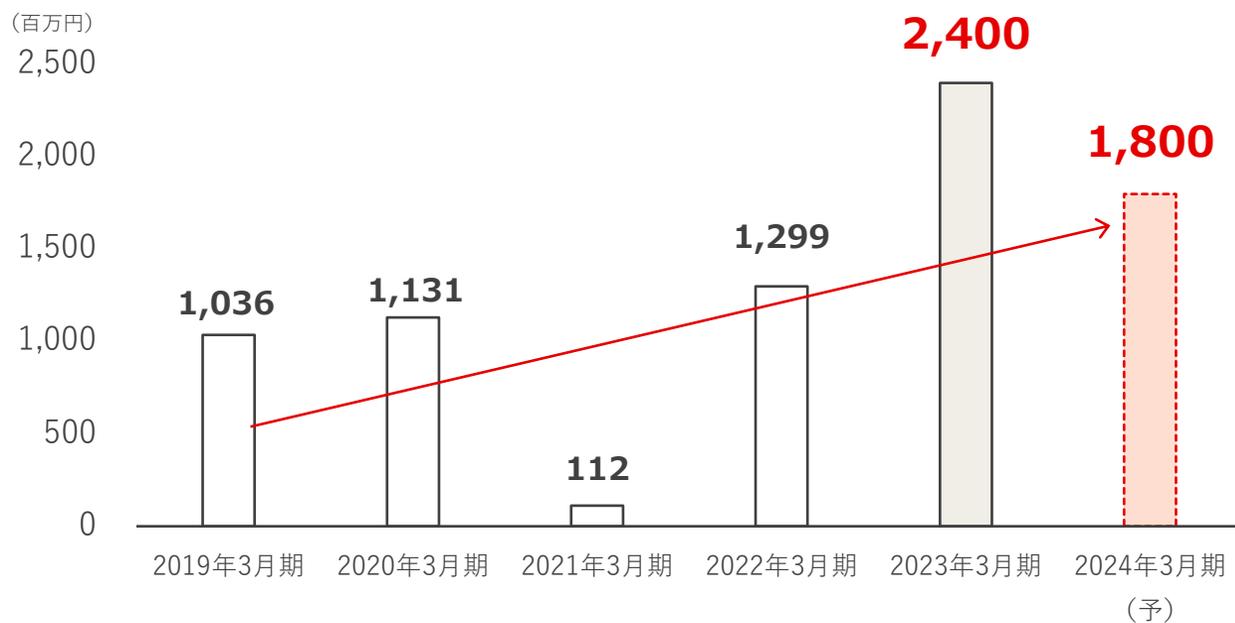
- お客様の声から、レンタル会社の選定には在庫量、拠点の近さ、機材の品質が重要という傾向を把握。
- お客様が求めている「いつでも、近くで、安心して」を当社では追求。



いつでも：足場機材への投資

- 2023年3月期は126億円の足場を保有し、2024年3月期は18億円の投資を予定。
- 機材の需要は旺盛でありながらも、バランスシートを考慮しながら今期は投資予定。

■ 投資額推移



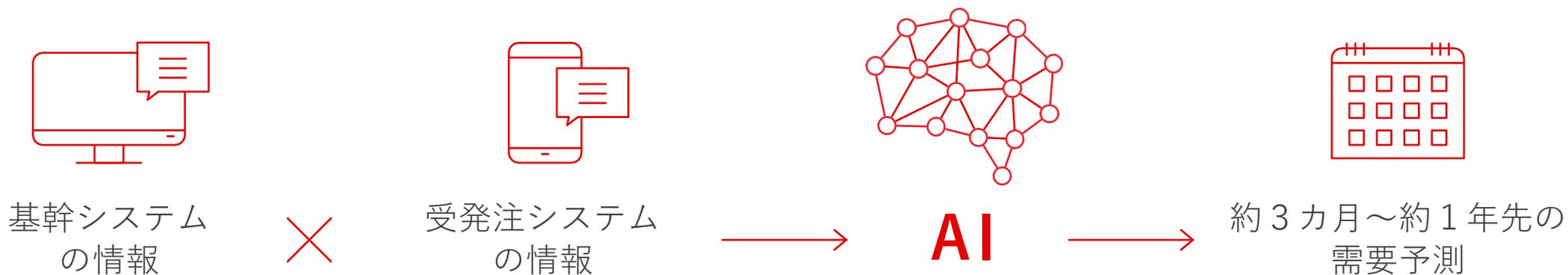
※2021年3月期は、新型コロナウイルスの影響により積極的な投資を行っていません。



[算出方法]
直近5年の平均仕入単価×保有量

いつでも：AI予測を用いた需要予測

- 各センターに適切な機材の量をAIで予測することで、失注を必要最低限に抑えることが可能となる。

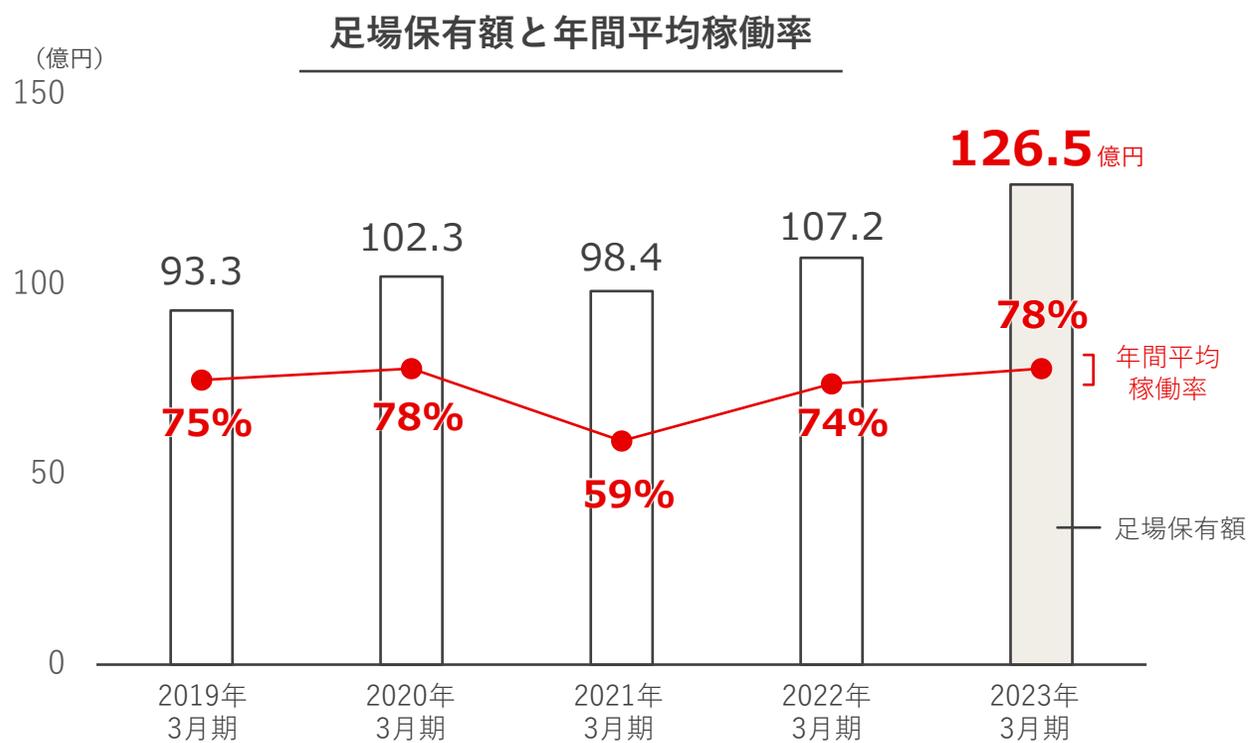


AI導入業界初 (当社調べ)

2023年3月期より導入し稼働率向上

いつでも：足場の保有量に対して、適正な稼働率を維持

- 機材投資により足場保有量を増やし、常に適正な稼働率を保つことで、「近くで、いつでも、安心して」を実現する。



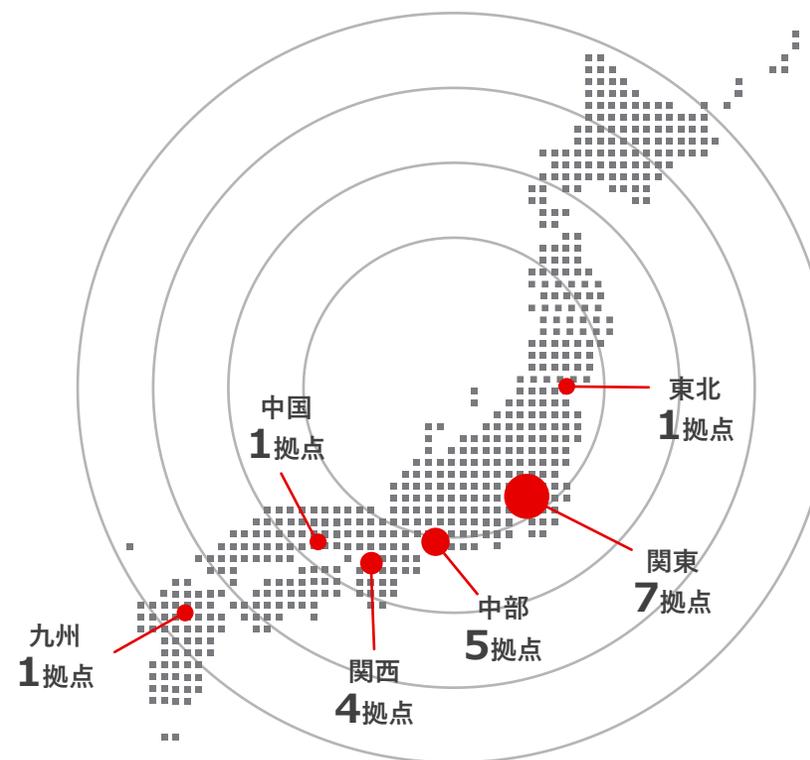
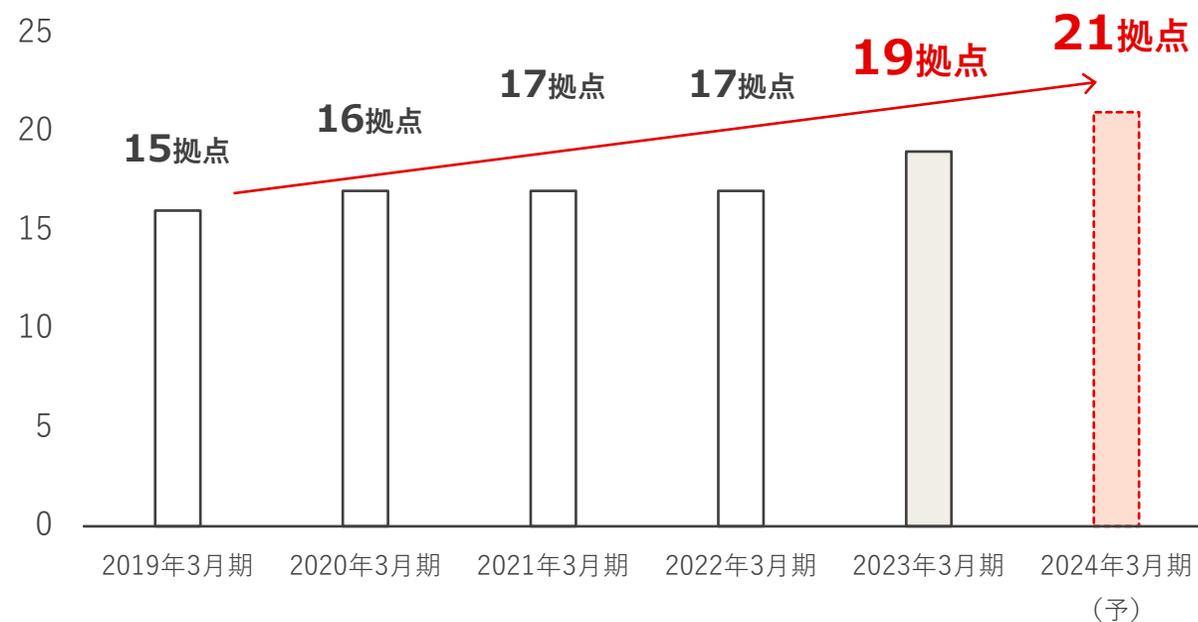
適正な稼働率を維持

市場拡大によりニーズが高まり
稼働率が上昇する場合は
機材保有量を増やして対応

近くで：直営機材センター拠点の新規出店

- 2023年3月期は栃木県上三川と佐賀県鳥栖の2店舗出店。
- 顧客の利便性を追求し、足場レンタル需要の多いエリアにドミナント出店を行う。

■ 店舗展開拠点数



近くで：ASNOVA STATION（パートナーを通じた全国展開）

- レンタルサービスが行き届いていないエリアに「近くで」を実現する。



パートナーとともに地域を活性化する
フルサポート型サービス

- ▲ ASNOVA直営機材センター
- パートナー企業拠点
- ※パートナー拠点は今後の展開イメージ



近くで：ASNOVA STATION（パートナーを通じた全国展開）

- 当社の直営拠点だけではレンタルサービスが行き届かないエリアにおいて、パートナー企業と連携したレンタル事業を展開。
- ASNOVAからパートナー企業に対して足場機材や商標・ノウハウを提供し、パートナー企業はエンドユーザーへ足場機材をレンタル。



2022年10月 事業をローンチ

全国各地においても
「いつでも、近くで、安心して借りられる」を実現



足場機材
商標・ノウハウ
↓
レンタル料金
支援サポート料金



パートナー企業

機材を管理する
土地と人員を提供

機材レンタル
↓
レンタル料金



**エンドユーザー
（施行会社）**

展開イメージ

主要都市にある直営拠点から
距離の遠い地域・エリアを
パートナー企業がフォロー



▲ ASNOVA直営機材センター

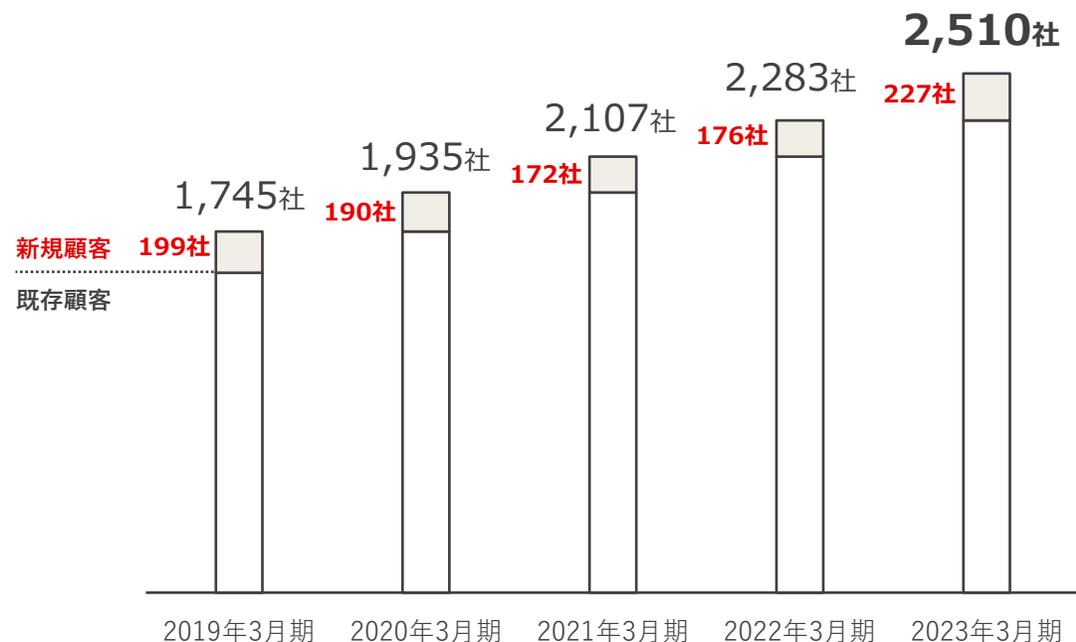
○ パートナー企業拠点

※パートナー拠点は今後の展開イメージ

安心して：お客様からの信頼

- 顧客数は2,500社以上。毎年200社近くの新規顧客を獲得。
- お客様に対して実施したアンケートでは非常に高い評価を得ている。

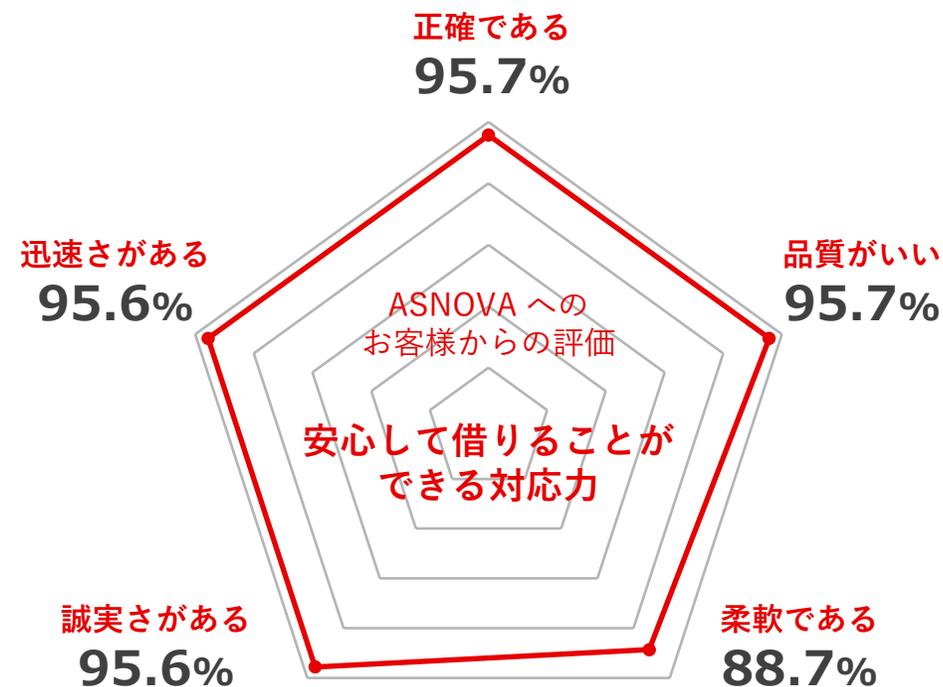
■ 顧客数



※新規顧客とは当該事業年度において新たに契約締結した顧客数であり、
既存顧客とは当該事業年度の前年度までに契約締結した顧客数を示しております。

■ 当社顧客アンケート結果

2022年6月自社調べ
アンケート結果 (129社)
「かなり優れている」
「少し優れている」を集計



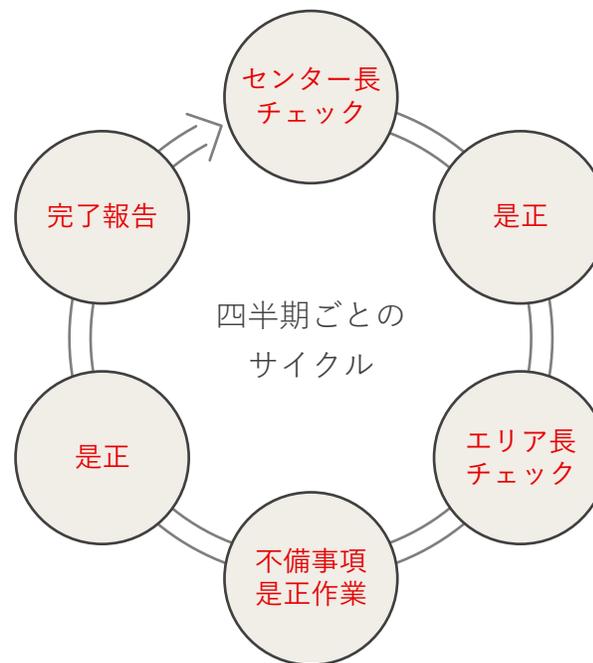
足場レンタルの参入障壁

- 拠点や足場への投資が大きいことや、独自の管理ノウハウをすでに確立していることが、他社企業にとっての参入障壁に。

■ 機材センターの数



■ ASNOVA独自の管理ノウハウ



ASNOVAの優位性

独自の管理ノウハウで
低い棚卸差異率※
(差異平均0.002%)



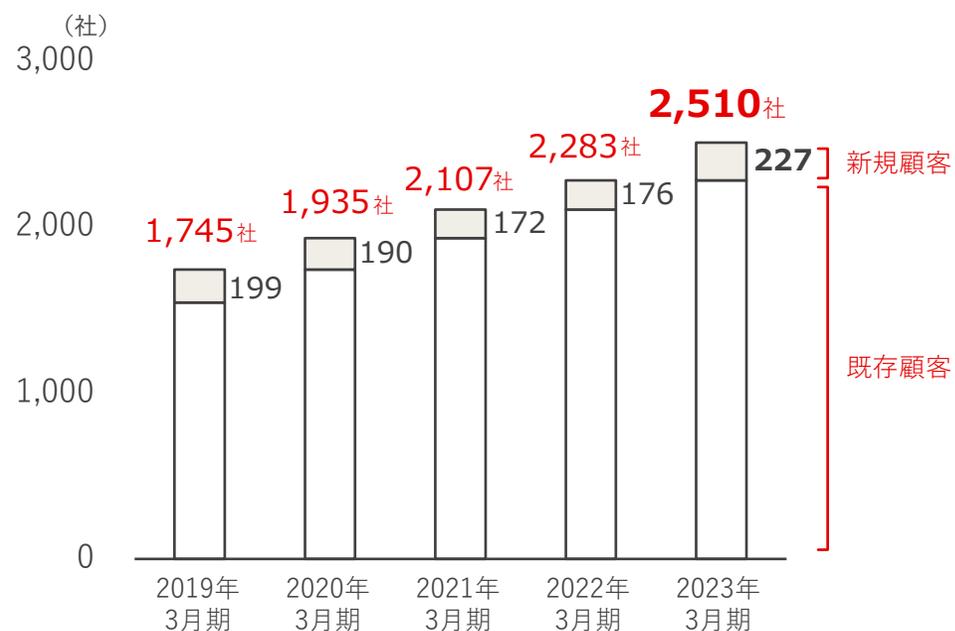
他社新規参入の
障壁になっている

※ 棚卸差異率は、当社機材センターにある仕入れや紛失などを勘案した理論上の足場在庫と実際にある足場在庫の差異です

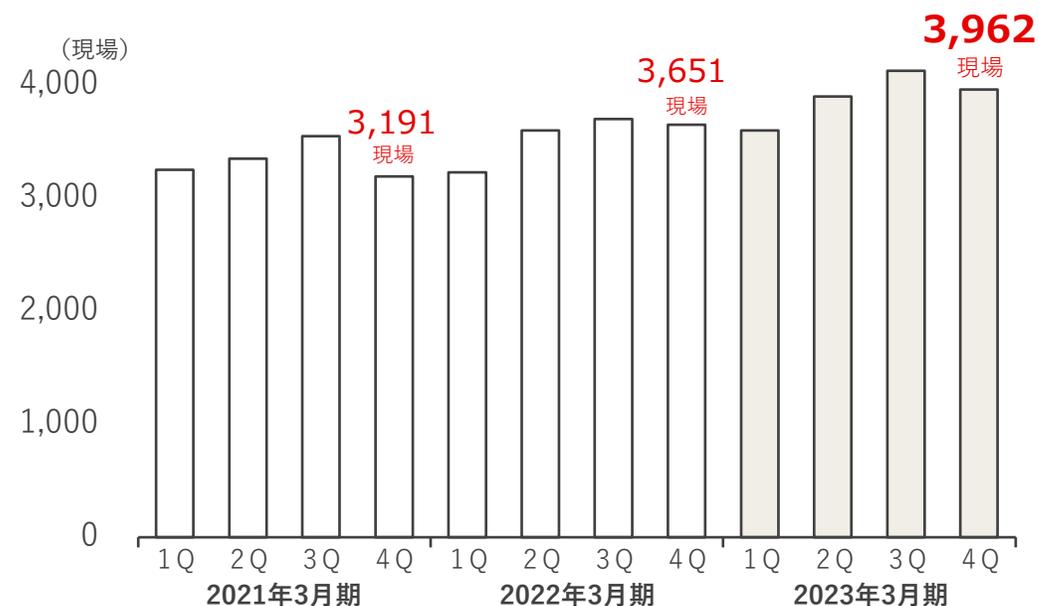
顧客数と現場数の推移

- 毎年200社前後の新規顧客を獲得。特定の顧客へ依存していないため、リスクを分散し安定した収益を実現。
- 顧客数と現場数がそれぞれ徐々に増加しており、ストック型ビジネスとして安定した成長が期待できる。

顧客数

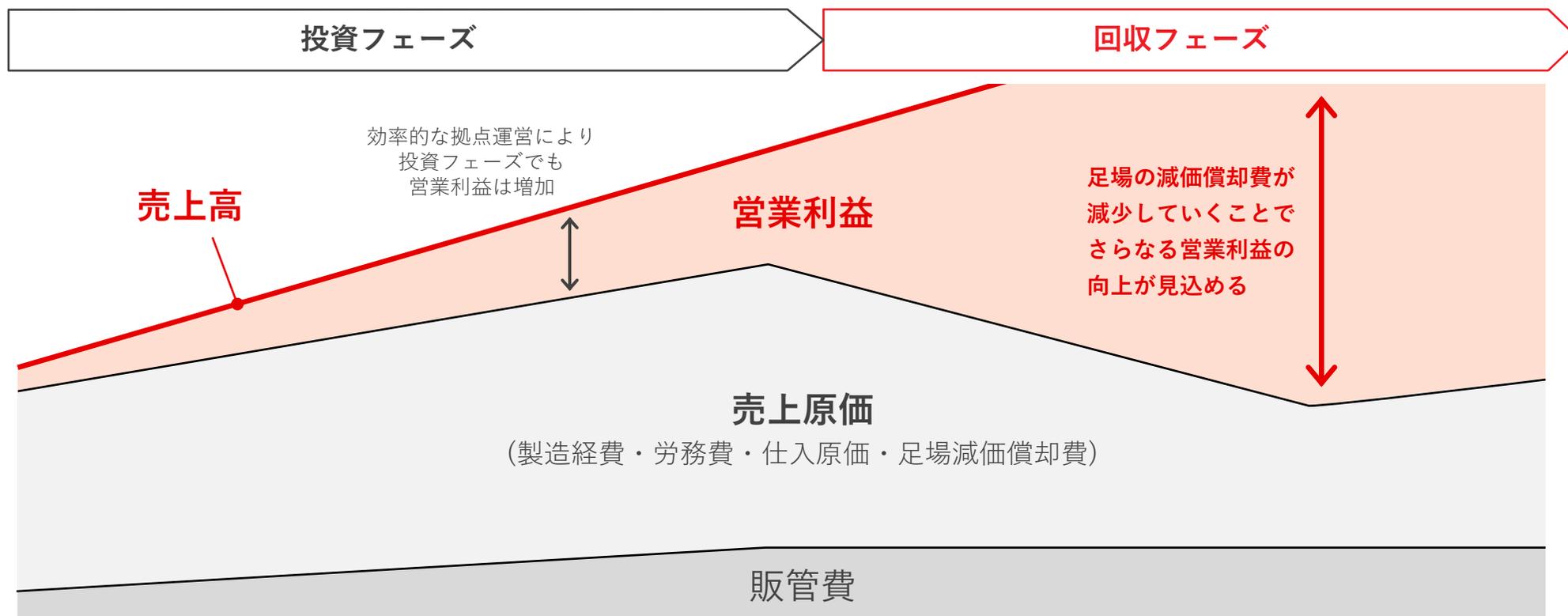


四半期末時点で稼働していた現場数



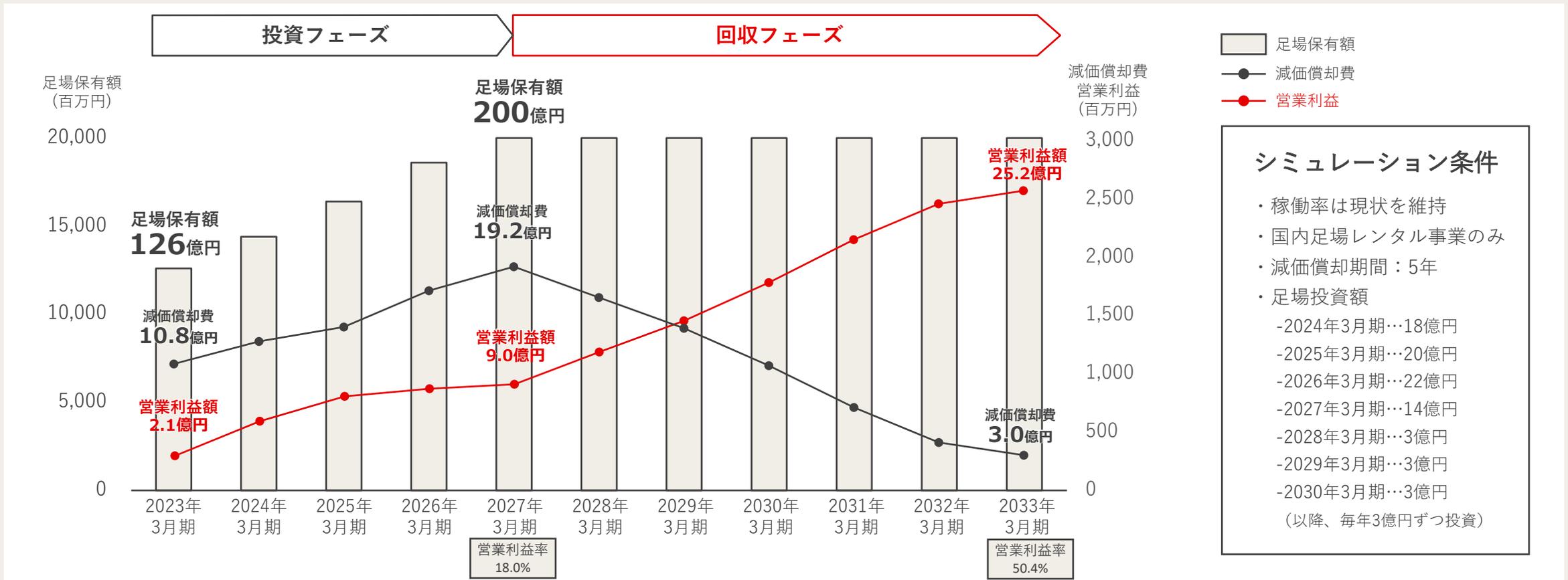
収益構造のイメージ

- 当面は「投資フェーズ」と位置づけ、足場保有量を増やすために積極的な投資を継続。
- 投資フェーズで売上原価の過半を占めている足場の減価償却費が「回収フェーズ」にて大幅に減少。



回収フェーズにおける減価償却費の特徴

- 足場の減価償却期間は5年であるが、足場は20～30年と長く使用が可能。
- 足場投資額を200億円でストップした場合、2033年3月期には営業利益率50%を超える。



03

取り巻く市場環境と社会課題

足場レンタル需要の拡大

- 「マンションリフォーム」「住宅リフォーム」「自然災害」の増加により足場の需要が伸びる。

増える社会課題と工事需要



社会課題

老朽化マンションの増加



需要

マンション修繕工事の増加

→P26-27



社会課題

中古住宅への関心の増加



需要

住宅リフォーム工事の増加

→P28



社会課題

環境変化による自然災害増加



需要

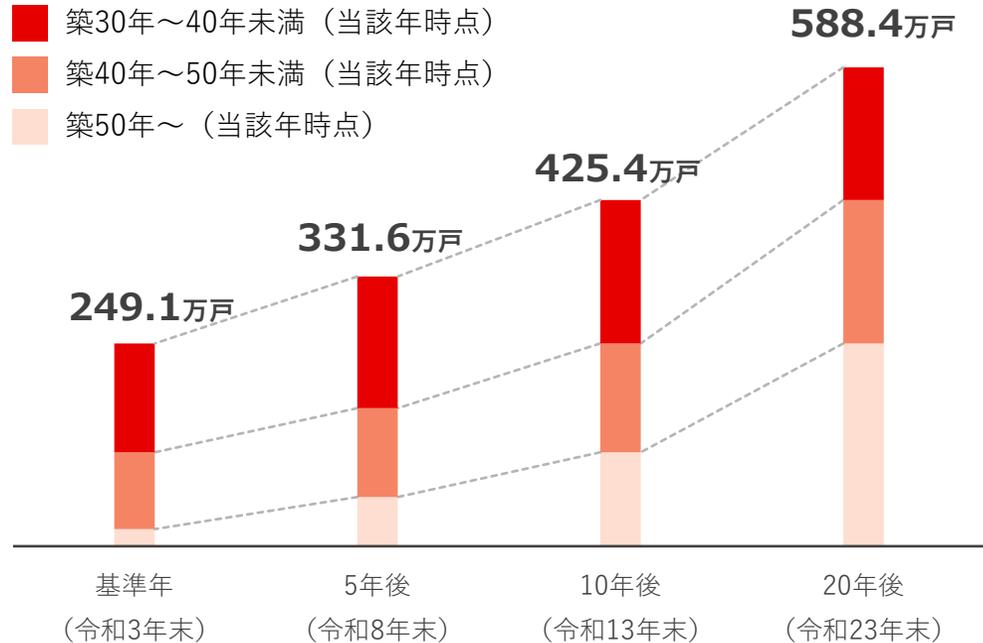
災害予防工事や復興工事の増加

→P29

高経年マンション増加

- 築30年以上の分譲マンションは多くの問題を抱えており、長期修繕計画に基づき12年周期で修繕が行われる。
- 増加する老朽マンションの改修を進めやすくするために、政府も法改正を検討している。

■ 築後30年以上の分譲マンション数



出典：国土交通省「築後30、40、50年超の分譲マンション数」(2021年末時点/2022年6月28日更新)

■ 修繕促進に向けて検討中の法改正

増加する老朽マンションの改修を後押しするため政府は分譲マンションの修繕方針などを決める住人集会について出席者の過半数の賛成で決議できるよう法改正を検討中。

共用部分の修繕

- 所有者の過半数の賛成が必要
- 欠席者は原則「反対」扱い

検討中の改正案 (赤枠は新規で検討開始)

- 出席者の過半数で決議可能

建て替え

- 所有者の5分の4の同意で決定

- 所在不明者を住人決議の対象から除外

- 所有者の4分の3以下で決定

専有部分のリノベーション

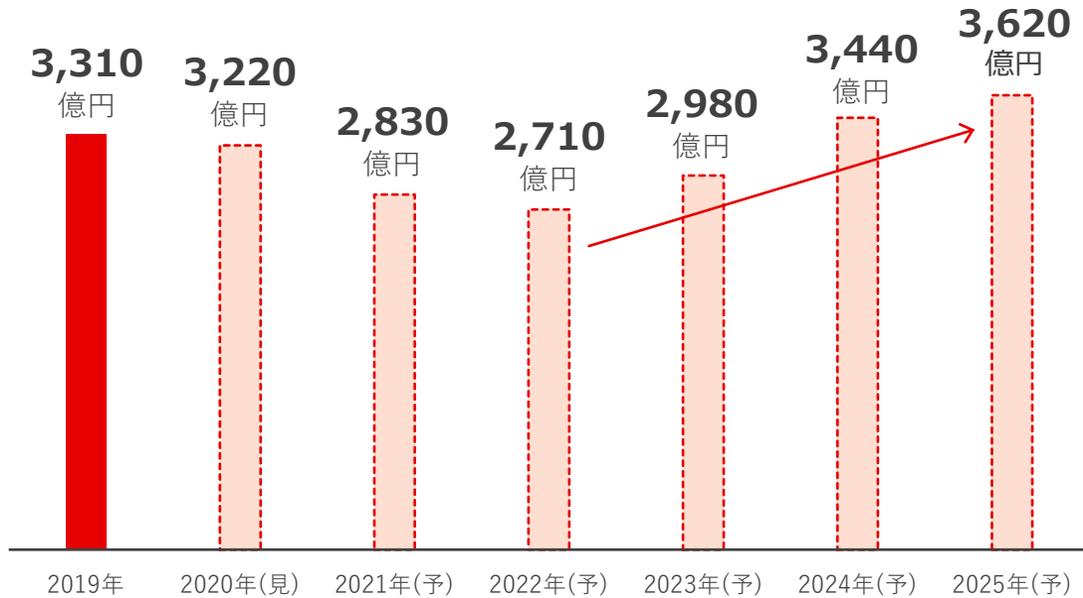
- 所有者全員の同意で決定

- 建て替えと同様の要件へ緩和

分譲マンション大規模修繕需要

- 大規模修繕工事は長期修繕計画に基づき、安定した需要が見込まれる。
- 仮設機材を必要とする工事が過半数を占めている。

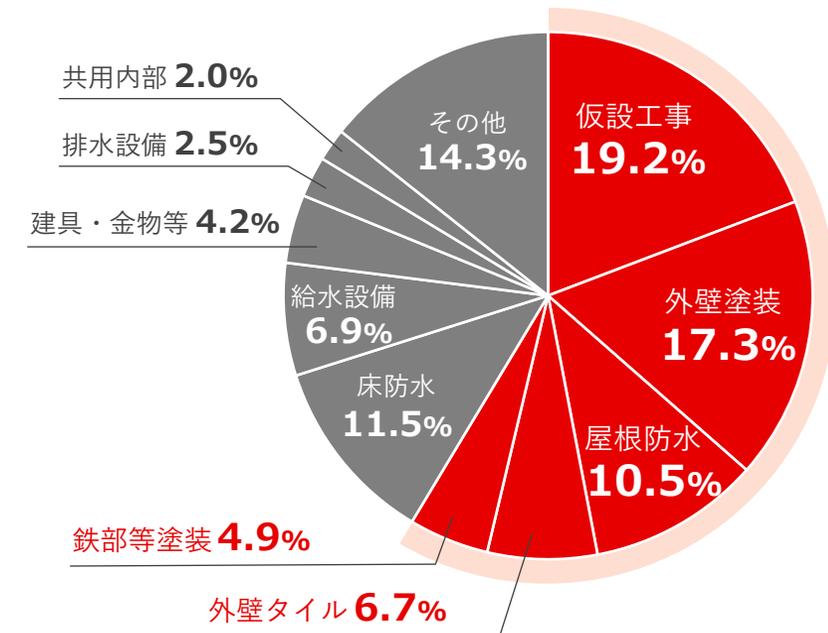
■ 分譲マンション大規模修繕工事市場規模



出典：矢野経済研究所推計

「上記数値は外壁塗装・鉄部塗装等、仮設工事が必要な工事のみの数値。給排水設備、電気・情報設備は含まない。全てのマンションが長期修繕計画を有しており、長期修繕計画に従って工事するものと仮定」

■ 大規模修繕工事内訳



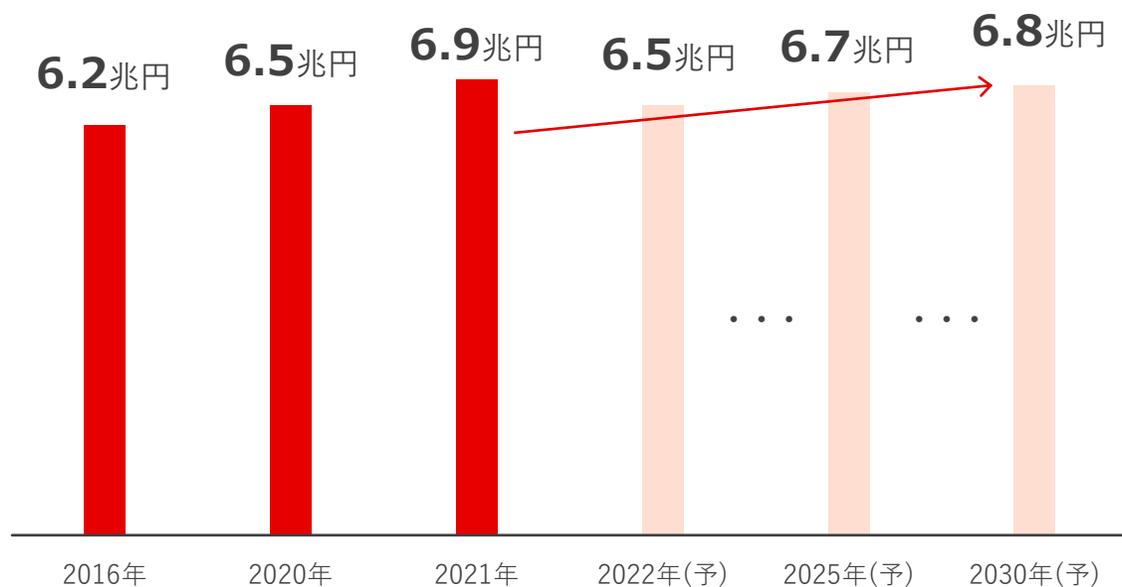
足場を必要とする工事が過半数を占める

出典：国土交通省「マンション大規模修繕工事に関する実態調査」

住宅リフォーム需要

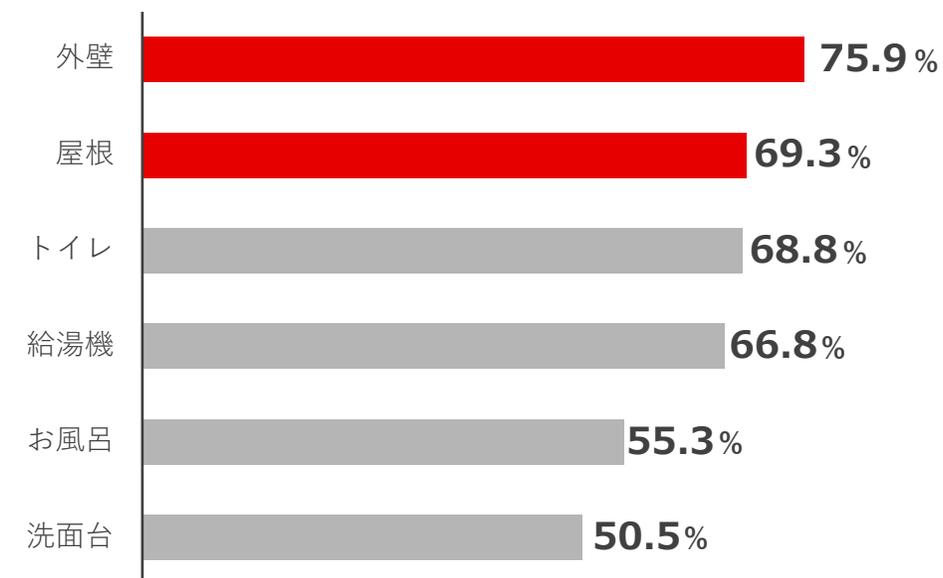
- 在宅時間の増加や国のバックアップにより中古住宅への関心が高まったことで、リフォーム市場は堅調に推移。

■ 住宅リフォーム市場推移



出典：リフォーム産業新聞「住宅リフォーム市場データブック2023」

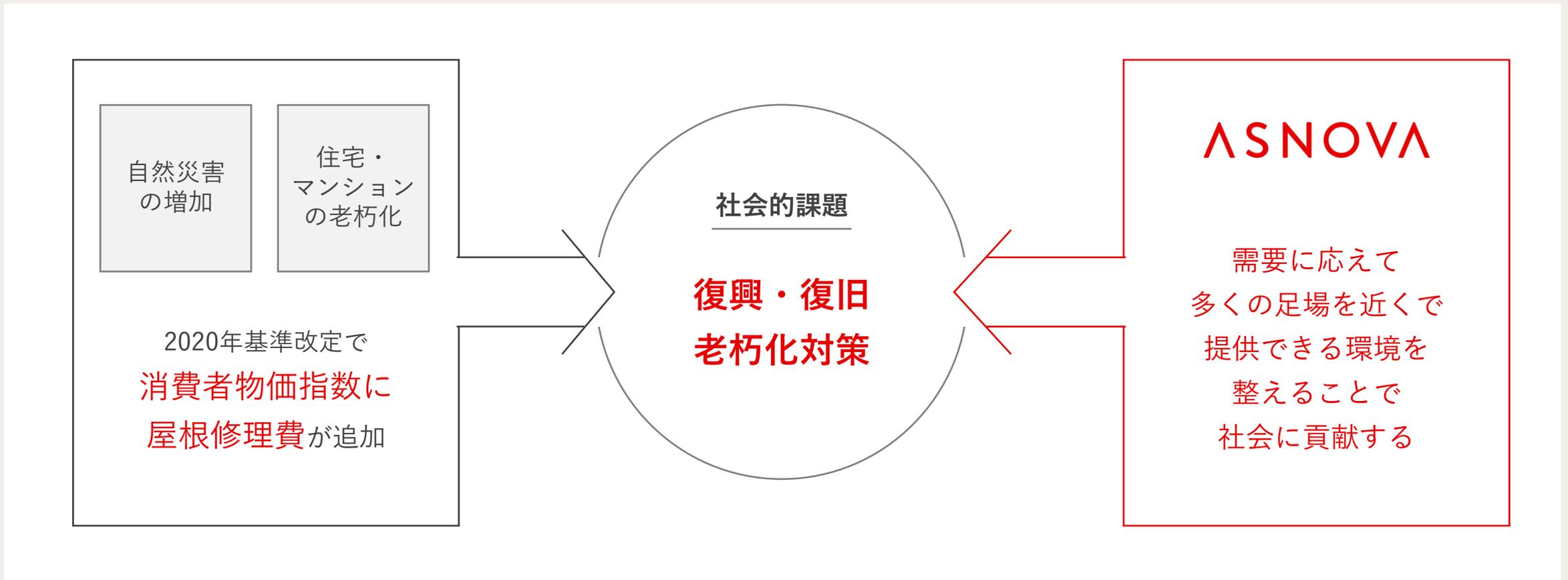
■ 戸建住宅リフォーム経験者の割合 (複数回答)



出典：リフォーム産業新聞 (2022年1月3日)

自然災害の増加

- 地球温暖化等の気候変動による影響から発生頻度及び被害額は増加。
- 自然災害に対する防災や住宅・マンションの老朽化は社会課題とされている。



ASNOVAが目指す「循環型社会」とは

- 気候変動や資源不足などの社会課題に対処するため、モノを皆でシェアするというビジネスモデルへの転換が重要。
- 足場レンタルは「足場をシェアする」という循環型ビジネスであり、社会課題の解決にも貢献する。

これまでのビジネスモデル

- 大量生産・大量消費・大量廃棄を前提とした「直線型ビジネス」

社会課題

- 気候変動や資源不足が世界レベルで深刻化
- 自然災害の急増により、家屋の損壊などが年々増加
- マンションをはじめとする建物の老朽化も問題に

価値観の変化

- SDGsに代表されるように、持続可能な社会への意識が高まる
- モノの所有に対する意識も変化。社会の共有財産として、必要なときに必要な量をシェア・レンタルする考え方が浸透

期待されるビジネスモデル

- モノを皆でシェアする「循環型ビジネス」への転換

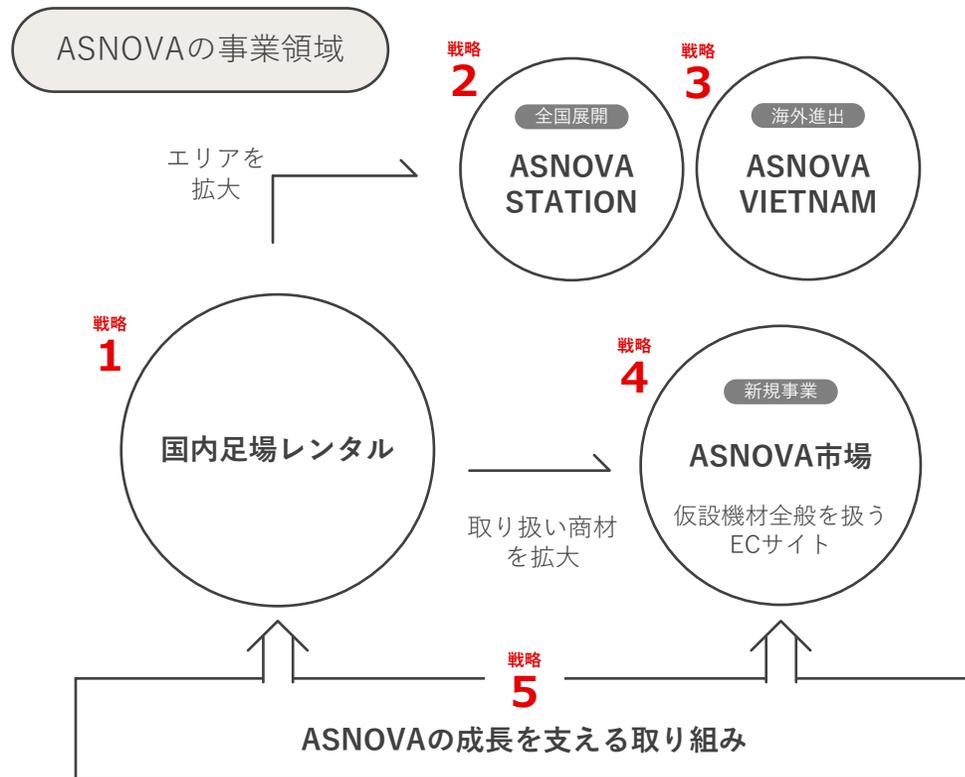


04

成長戦略

成長戦略の全体像

- 「足場レンタル」「ASNOVA STATION」「ASNOVA VIETNAM」の既存事業に注力し続ける。
- 経営基盤の強化に取り組みながら、新規事業「ASNOVA市場」を開始。企業の持続的な成長を目指す。



戦略1 足場保有量のさらなる増加に向けた投資の継続

戦略2 ASNOVA STATIONの拠点網拡大

戦略3 ベトナムにおける足場レンタルの認知拡大

戦略4 新規事業「仮設機材の総合サイト」の立ち上げ

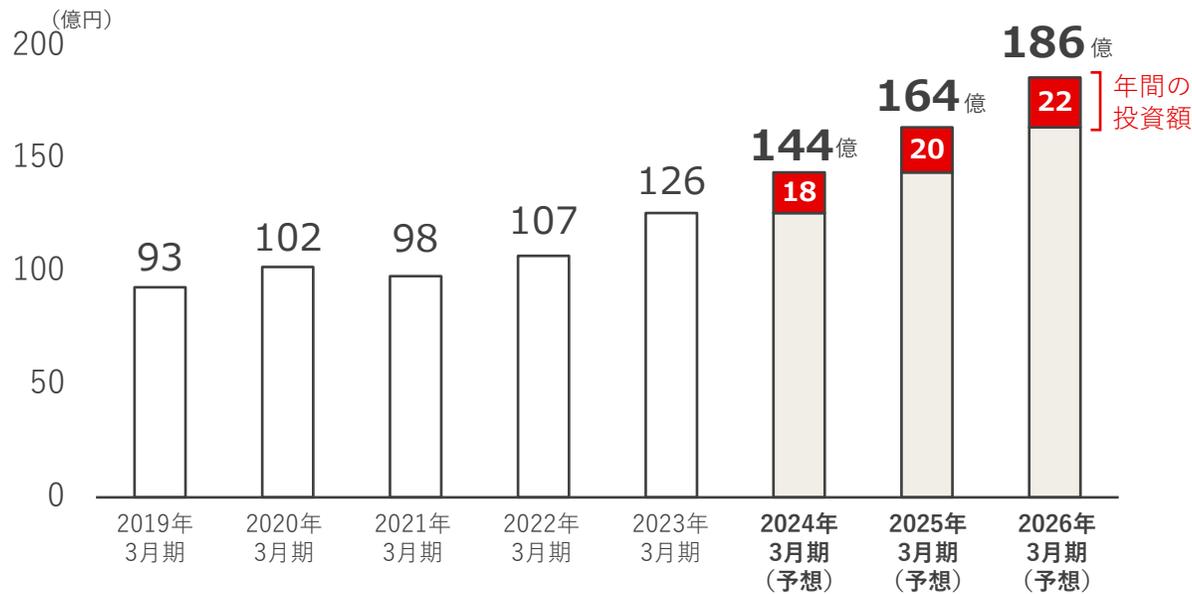
戦略5 成長を支える3つの取り組みの推進

戦略1：足場保有量のさらなる増加に向けた投資の継続

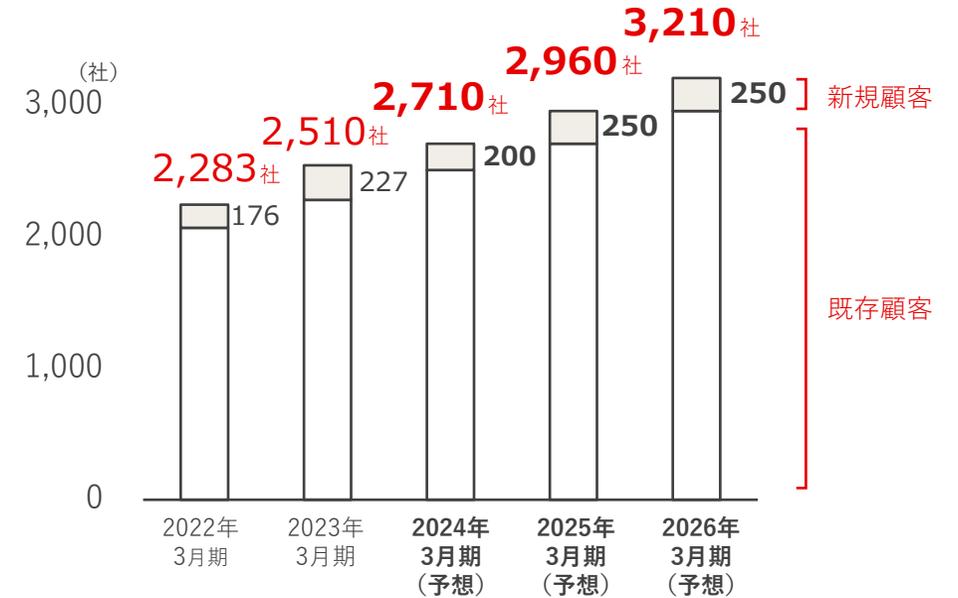
- 拠点網拡大やベトナム進出などに伴う需要増加を見据え、機材を安定して供給するために投資を継続。
- 毎年200~250社ほど増加する新規のお客様に対応するためにも積極的な投資を続け、“いつでも借りることができる”を実現する。

足場保有額の推移

毎年20億円前後の投資を継続



契約顧客数の推移

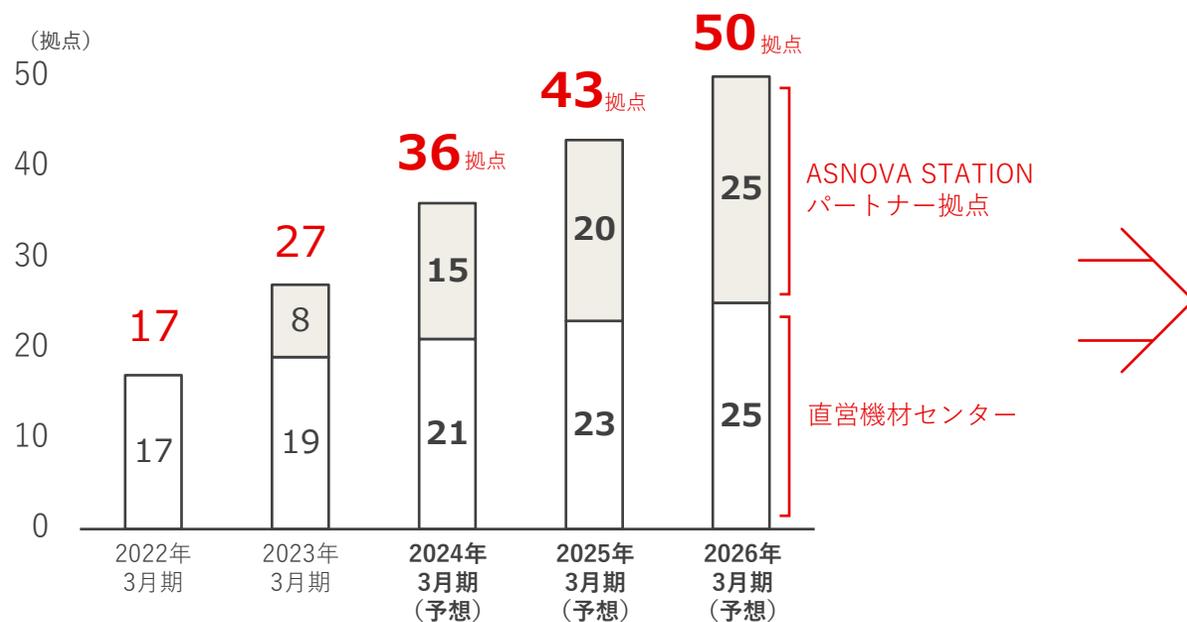


[算出方法] 直近5年の平均仕入単価×保有量

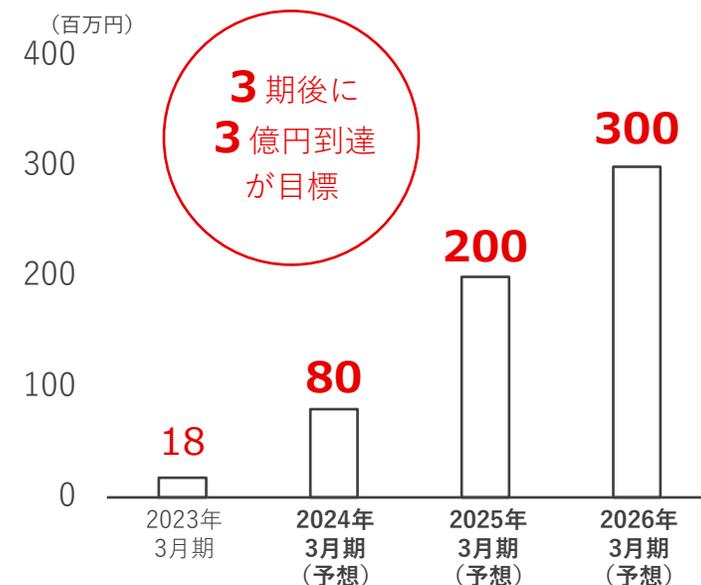
戦略2：ASNOVA STATIONの拠点網拡大

- 毎年2カ所の直営機材センターの新設に加えて、直営機材センターと商圈が被らないエリアを中心にパートナー拠点を拡大。
- さまざまな地域でレンタルできる環境を整備することで売上高の拡大を目指す。

拠点数の推移



ASNOVA STATION 売上高推移



戦略3：ベトナムにおける足場レンタルの認知拡大

- 日本での足場レンタル事業で培ったノウハウを生かし、経済成長が続き建設ラッシュに沸くベトナムへ進出。



戦略3：ベトナムにおける足場レンタルの認知拡大

- 経営基盤を構築し、現地での「くさび式足場」や足場レンタル事業、および当社の認知拡大を目指す。
- 中長期的にはベトナムにおける足場レンタルのシェアNo.1獲得を目指していく。

成長のための重点取り組み

現地における経営基盤の確立

- 現地で人材を採用し、育成・マネジメントを推進
- 日本でのノウハウを生かし、機材センターの安定的な運営を実現

くさび式足場やASNOVAの認知向上

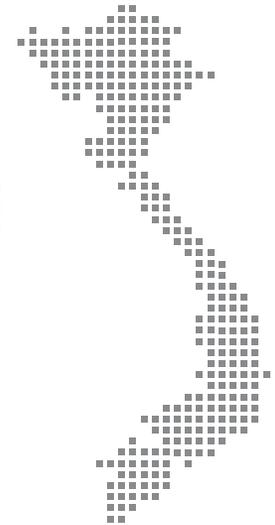
- くさび式足場の施工効率の良さを発信
- ベトナムにおいて当社のブランディングを推進

圧倒的なくさび式足場の保有量を目指す

- 3年間で足場保有を3,000トン（約10億円）まで増やす
- 日本製の高品質な足場を提供



ベトナムで
シェアNo.1
獲得へ



戦略4：新規事業「仮設機材の総合サイト」の立ち上げ

- 業界内外の方が仮設機材の買取と販売をネット上で決済できるECサイト「ASNOVA^{いちば}市場」を2023年5月にローンチ。
- 本来廃棄されるはずだった足場を買取・販売することで循環型社会に貢献。「日本一の仮設機材の総合サイト」を目指す。

足場業界の近況

- 自然災害の増加や建物の老朽化などに伴う足場の需要と社会性の高まり
- 鋼材価格の高騰による機材の買い控え
- 機材の購入を減らしレンタルへ移行の流れ

ASNOVA 市場

2023年5月 サービス開始

「日本一の仮設機材の総合サイト」を目指して



URL → <https://asnovaichiba.com/>

- 仮設機材の買取と販売への需要の高まりを受け、**足場レンタルとは別軸の新規事業を創出**
- 不要な足場を買い取り、安価で販売することで**必要な「場所」や「人」に足場を提供し、循環型社会への貢献を目指す**
- 一般の方も含めた多くの皆様が「いつでも」「ほしいときに」仮設機材を購入できるよう**商品ラインナップの拡充を図る**

戦略5：成長を支える3つの取り組みの推進

- 既存事業や新規事業を支える経営基盤の強化として、3つの取り組み（人事制度）を推進。
- 人材採用や社員の成長につなげることで、“明日の場”を創りだせる文化の醸成と、循環型社会の実現を担える人材の育成を図る。

KATARUVA

～カタルバ～

多様なメンバーが
当社の課題や未来について
対話を重ねる場（語る場）

全部門から集まった参加者が
合宿やワークショップを通して
新たな価値を創出

→P41

ASNOVA WAY

社員の成長を支援し
パーパスを体現する人材を
育成するための人事制度

「習慣」「変化」「挑戦」「人間力」
「知識」「安心」の6つをテーマに
充実した教育制度を整備

→P42

ASNOVA Challenge System

新規事業の責任者に
応募しやすくするための制度
開発から事業化まで支援

事業開発から事業部創出まで
サポートしながら、事業責任者の
育成と組織の活性化を図る

→P43

「足場といえば、ASNOVA」を目指して。

循環型社会の実現を目指していく過程で、
足場レンタルの普及や業界の活性化、人材不足の解決を進め、
「足場」というフィールドにおいて
リーディング・カンパニーとしての地位確立に挑戦していきます。

05

Appendix

KATARUVA ～カタルバ～

- さらなる成長のために1泊2日でいくつかのテーマについて語り合う合宿「KATARUVA」を実施。
- 第1回は全部門から計10名が参加して開催された。

KATARUVA ASNOVAの明日を“語る場”

全部門から人が集まり語り合うことで
新たな発想が生まれ、価値の創出につながる



通常業務や日常から離れ、
合宿で膝をつき合わせて対話することで
新しい発見と発想が生まれる



豊かな発想を生み出すために
性別・年齢、キャリア、立場などを越えて
それぞれの価値観を尊重

第1回 (2022年11月17日、18日)

開催場所：岐阜県高山市

議論テーマ1：人事制度「ASNOVA TRY」の課題は何か？

テーマ2：新規顧客獲得のために何をすべきか？

テーマ3：マッチングサービス事業で
足場施工業者に喜んでもらうためには？

第2回 (2023年2月16日、17日)

実施場所：京都府京都市

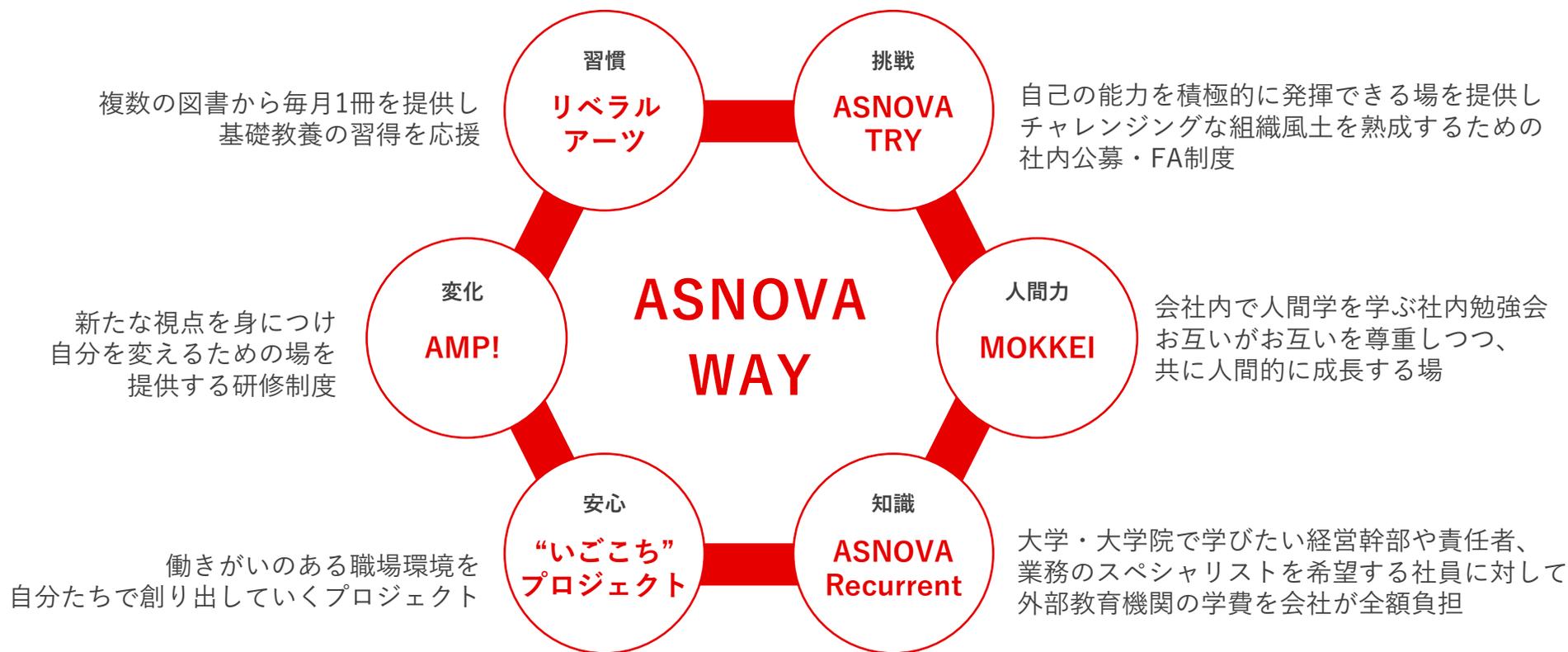
議論テーマ1：資格取得支援制度の今後の在り方

テーマ2：離職率を低下させるために

テーマ3：一般層にくさび式足場を普及させるためには

ASNOVA WAY

- 新たな事業やサービスを担う人材を育成するためにさまざまな人事制度を用意。
- 今後も人材育成や風土醸成には積極的に投資をしていく方針。



ASNOVA Challenge System

- 2021年から新規事業へのチャレンジ制度「ASNOVA Challenge System」を導入。
- 制度を使うことで、所属や役職を問わずまだ世に出ていない新規事業のリリースに携わることが可能。

ASNOVA Challenge Systemの目的

事業責任者の育成を進め
組織の活性化を図る

新規事業開発から
事業部創出までの明文化

審査会にて新規事業責任者を選定



事業化条件の設定と達成までの支援



事業部の創出

オウンドメディア「カケルバ」関連記事



「お客さまとは対等でありたい」という
思いが生んだ新規事業への情熱

[https://www.asnova.co.jp/
kakeruba/fg2fhh0000000bup.html](https://www.asnova.co.jp/kakeruba/fg2fhh0000000bup.html)



営業経験が活かした新サービス
「ASNOVA市場」

[https://www.asnova.co.jp/kakeruba/
20230512.html](https://www.asnova.co.jp/kakeruba/20230512.html)

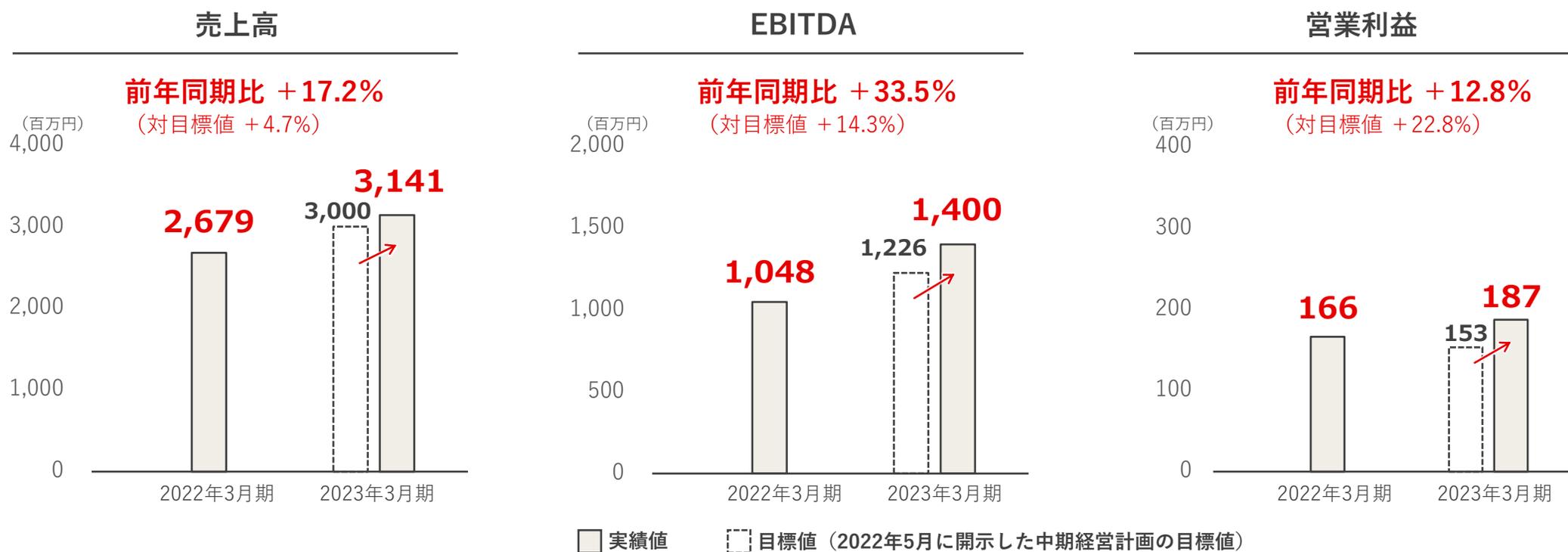
業績概要

- 低中層マンションの大規模修繕などのリフォーム需要が想定以上に高まり、売上高は前年比増の3,141百万となった。
- 中古機材の販売による一時的な利益よりも足場保有量確保を優先するため、中古販売を抑制（第9期1億2,000万円⇒第10期3,700万円）。その結果経常利益、当期純利益が前年を下回るも営業利益は増加。

(単位：百万円)	2022年3月期	2023年3月期	増減	前年比
売上高	2,679	3,141	461	+17.2%
売上総利益	810	805	-5	-0.6%
営業利益	166	187	21	+12.8%
経常利益	287	212	-74	-26%
当期純利益	204	144	-60	-29.5%
売上高営業利益率	6.2%	6.0%		
EBITDA	1,048	1,400	351	+33.5%

前年同期および目標値との比較

- 売上高は前年同期比17.2%増で着地。
- 積極的な投資によりEBITDAは3.5億円上回りながらも、営業利益は前期比+12.8%増で着地。

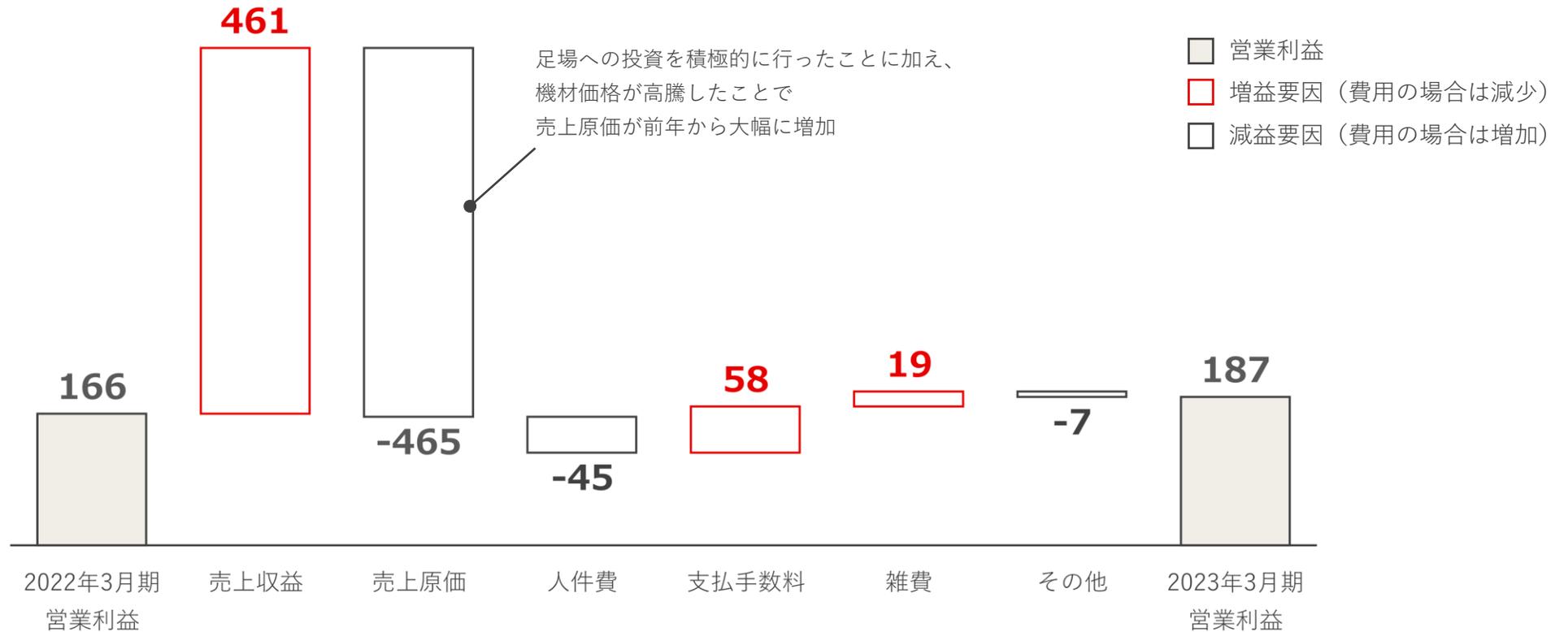


※2022年3月期は単体決算、2023年3月期は第3四半期より連結決算となっております

営業損益増減要因分析

- 前年に引き続き足場や拠点への投資を積極的に行ったことに加え、機材価格の高騰もあり売上原価が大きく増加。

(単位：百万円)



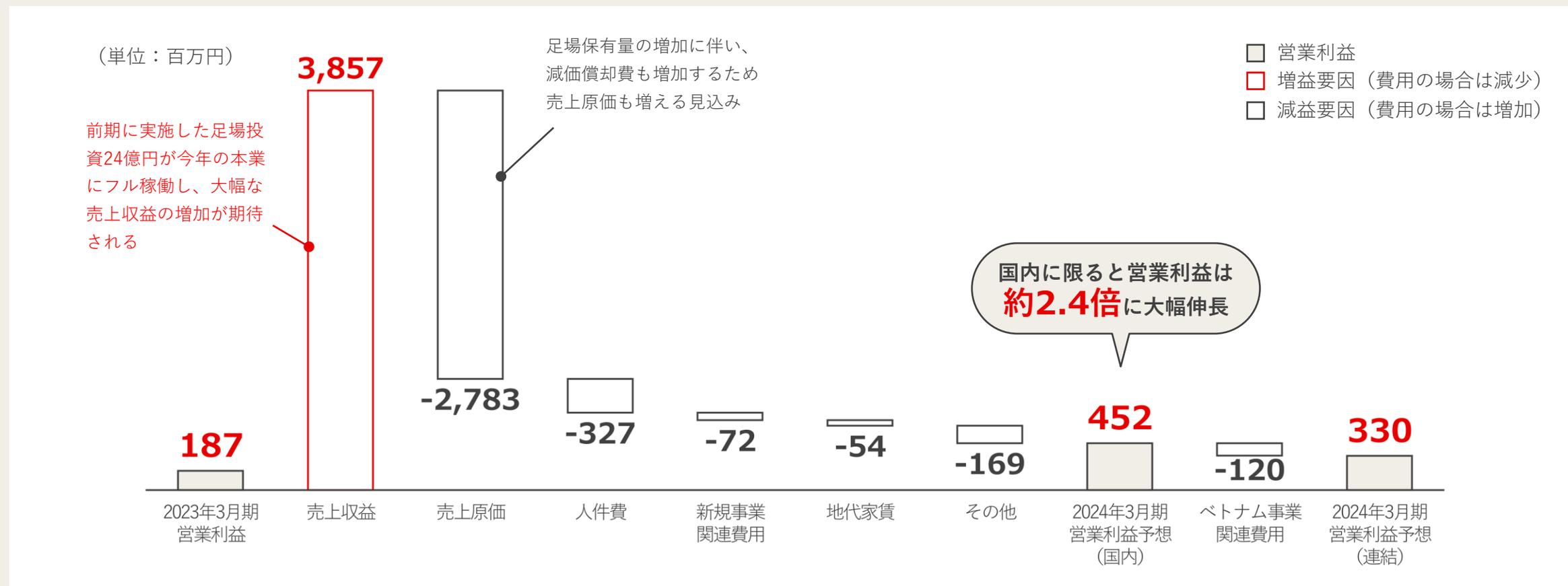
2024年3月期の業績予想

- 売上高は過去最高の3,857百万円、国内事業のみにおいては営業利益率は約12%を見込む。
- 営業利益についても国内事業の大幅伸長により、ベトナムへの積極的な投資を加味しても過去最高益の330百万円となる見通し。

(単位：百万円)	2023年3月期実績 (連結)	2024年3月期予想		増減	前年比
		(連結)	内、国内事業		
売上高	3,141	3,857	3,826	716	+22.8%
売上総利益	805	1,074	1,123	268	+33.4%
営業利益	187	330	452	143	+76.1%
経常利益	212	310	444	97	+45.6%
当期純利益	144	182	314	38	+26.7%
売上高営業利益率	6.0%	8.6%	11.8%	+2.6pt	—

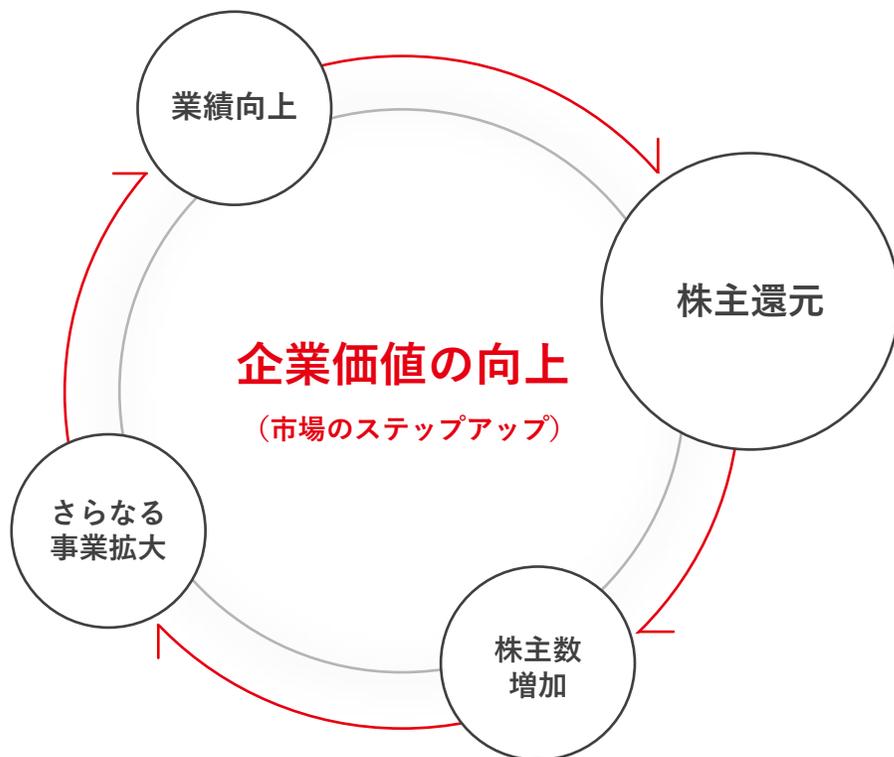
2024年3月期の営業利益予想

- 投資フェーズであるベトナム事業関連費用を除くと、営業利益は452百万円と前年同期比の2.4倍に大幅伸長する見込み。
- 利益の約27%をベトナム事業に投資し、シェアの獲得と売上の拡大を図る。



株主還元について

- 事業資金の流出を避けながら内部留保を充実させ、業容拡大を目指すとともに、株主還元も重要施策として意識。中長期的な視点で、市場のステップアップも含めた企業価値の向上を図る。



株主還元の方針

- 業績好調に伴う、株主還元の強化
- 株式の流動性向上
- 投資家層の拡大・株主数の増加
- 新たな投資家層へアプローチなどを目的に適宜実施

ASNOVAプレミアム優待倶楽部

保有株式数に応じて、ASNOVAプレミアム優待倶楽部で優待商品と交換できる株主優待ポイントを年2回進呈
(3月末時点・9月末時点の株主)

ASNOVA
Premium
プレミアム優待倶楽部

増配

- 2024年3月期の中間配当より、1株あたり3.5円から4円へ増配（2023年5月31日の1:2の株式分割後は1株1.75円から2円に）。
- 2024年3月期の年間配当は7.5円から8円に（2023年5月31日の1:2の株式分割後は1株3.75円から4円に）。

2024年3月期 年間配当予想

株式分割前

1株 **7.5円** ⇒ 増配 **8円**

2023年5月31日
1:2の株式分割

株式分割後

1株 **3.75円** ⇒ 増配 **4円**

2円 + **2円**
中間配当 期末配当

目的

- 業績好調に伴う、株主還元強化
 - 新たな投資家層へアプローチ
- 今後も少しずつでも増配できるような業績向上に注力

株主優待の拡充

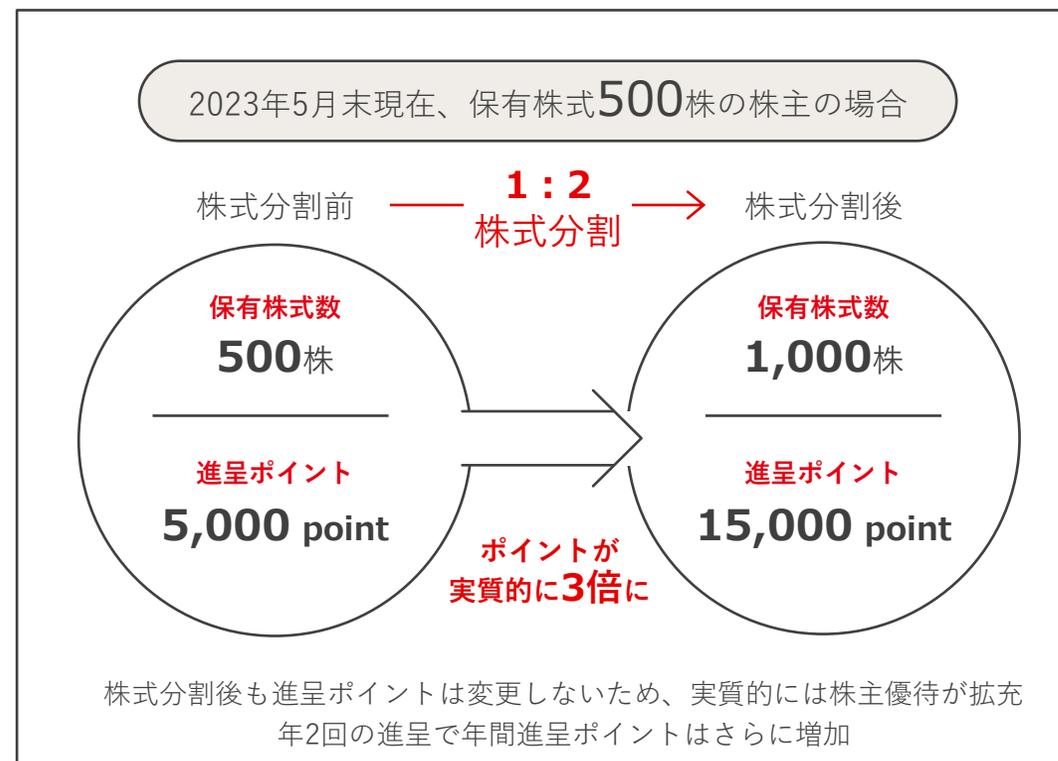
- 2023年5月31日の株式分割後も「ASNOVAプレミアム優待倶楽部」の進呈ポイントは変更しないことで、実質的に優待制度を拡充。

ASNOVAプレミアム優待倶楽部

保有株式数に応じて、優待商品と交換できる株主優待ポイントを年2回進呈
(3月末時点・9月末時点の株主)



3月末、9月末保有株式数	進呈ポイント (年2回)
500株～599株	5,000 point
600株～699株	7,000 point
700株～799株	9,000 point
800株～899株	11,000 point
900株～999株	13,000 point
1,000株～	15,000 point



SDGs実現に向けて

- ASNOVAは社会的な課題に向き合い、レンタル事業を通じて社会課題の解決を目指す。
- 持続可能な社会を目指すために、SDGs達成に寄与する。



ASNOVA公式オウンドメディア「カケルバ」

- 2022年4月1日より公式オウンドメディア「カケルバ」を開設。
- 「カケルバ」を通してASNOVAの思想や新たな取り組みに関するプロセスを発信する。

公式オウンドメディア
「カケルバ」



<https://www.asnova.co.jp/kakeruba/>



ASNOVA公式 SNS情報

LINE

@asnova



Twitter

@ASNOVA9223



Facebook



YouTube



将来の見通しについて

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、資料作成時点において当社が入手している情報に基づき策定しているため、リスクや不確実性を含んでおり、当社がその実現を約束する趣旨のものではありません。

実際の業績は、経済環境の変化や提供するサービスの動向等のさまざまな要因により、将来の見通し等と異なる場合があります。

IR活動に関するお問い合わせ先

株式会社ASNOVA

経営企画室

TEL : 052-589-1848 FAX : 052-589-1849

MAIL : 9223ir@asnova.co.jp

WEB : <https://www.asnova.co.jp/>



ASNOVA

会社説明会資料

証券コード：9223

2023年7月31日

ASNOVA

会社説明会資料

証券コード：9223

2023年7月31日