



ニフティライフスタイル

2023年3月期 第3四半期
決算説明資料

2023年1月31日

ニフティライフスタイル株式会社

証券コード 4262

1. 通期業績予想の修正について
2. 2023年3月期 第3四半期決算概要
3. 2023年3月期 第3四半期 各サービスの業績
4. 主要KPIについて
5. 成長戦略について
6. appendix

1. 2023年3月期 通期業績予想の修正について

2023年3月期 通期業績予想の修正

■ 事業環境を踏まえ、業績予想の下方修正を発表

(単位：百万円)	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する 当期純利益	EBITDA
前回発表予想 (A)	3,339	1,034	1,033	711	1,173
今回発表予想 (B)	2,942	478	475	309	654
増減額 (B-A)	△397	△556	△557	△402	△519
増減率 (%)	△11.9	△53.8	△54.0	△56.6	△44.3
(ご参考) 前期実績 2022年3月期	2,756	935	913	603	1,073

業績予想修正に至った背景と営業利益の差異要因

背景

①売上高の計画未達

- ・ 2Qにおける顧客の販促費調整の影響で低調
- ・ 各サービスにおけるユーザー(MAU)の伸び悩み
⇒ニフティ求人のSEO評価の低下
⇒新規ユーザーの獲得不足

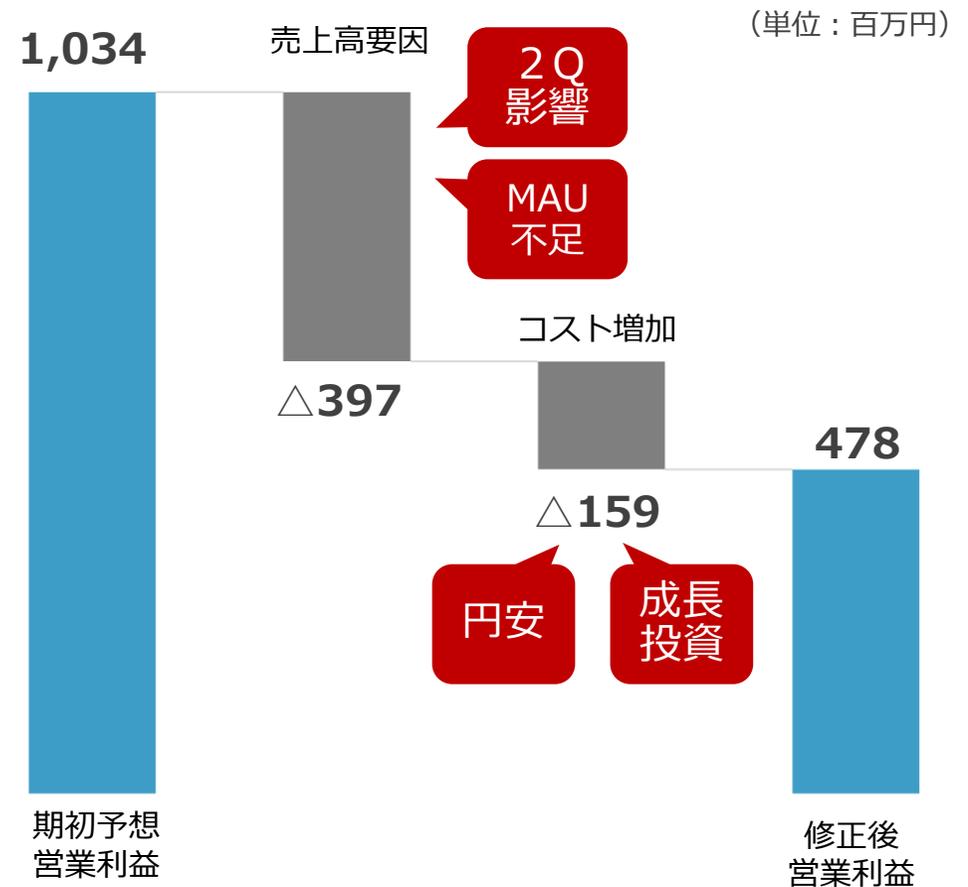
②売上原価・販管費の増加

- ・ 円安の影響によるクラウド利用料の増加
- ・ M&A関連費用の計上

③成長を見据えた追加投資

- ・ ブランディング強化に向け、期初想定よりも広告宣伝費を積み増し、タッチポイント強化

営業利益：期初計画からの差異要因



4Q以降の取り組みについて

【ユーザー獲得の強化】

- ・ 新規ユーザー獲得のための認知度向上策を再検討
⇒コンテンツ拡充やSNS強化による接点強化、広告宣伝費の投下も適切に実施
集客効果を最大にするため、UI/UX改善及びアプリ開発にも引き続き注力

【収益モデルの多様化】

- ・ 特定顧客やビジネス環境の影響を最小限にとどめられるよう、
新規アライアンスの強化による収益モデルの多様化を図る
- ・ M&Aの積極的な活用も引き続き検討

【投資についての考え方】

- ・ 適切な投資判断・意思決定を実施
- ・ 外部環境のモニタリングにも注力し、予測の精度向上に努める

⇒引き続き中期成長を目指した取り組みを進めていく

2. 2023年3月期 第3四半期決算概要

■ 売上高：2,034百万円 YoY+7.6%

3Q（累計）としての売上高は設立以来最高を更新。

累計でYoY+7.6%の増収になったものの、2Qにおける減少を補うまでには至っておらず、期初想定よりも低調に推移

■ 営業利益：344百万円 YoY△42.5%

テレビCM放映等ブランディング強化やアプリ開発を中心に積極的な先行投資を実施

■ トピックス

年末年始にニフティ不動産のテレビCMを実施、

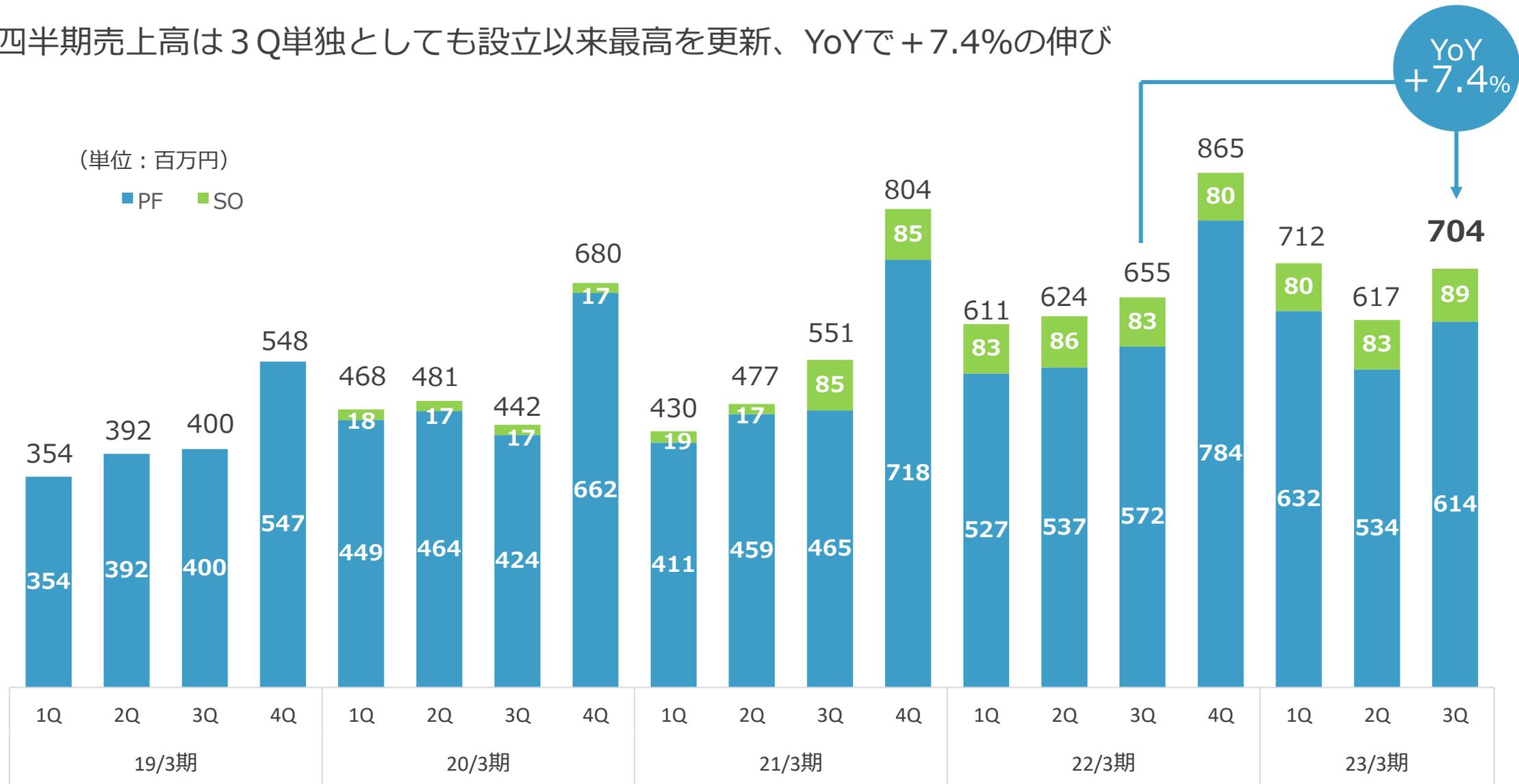
12月に実施したニフティ温泉の年間ランキングでは、過去最高数のユーザー投票を獲得

2023年3月期 第3四半期（累計） 決算概要：連結損益計算書

(単位：百万円)	2023年3月期 第3四半期	2022年3月期 第3四半期	YoY
売上高	2,034	1,891	+7.6%
売上総利益	1,491	1,446	+3.1%
営業利益	344	598	△42.5%
経常利益	342	576	△40.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	222	369	△39.7%
EBITDA	471	702	△32.9%

2023年3月期 第3四半期：四半期別売上高

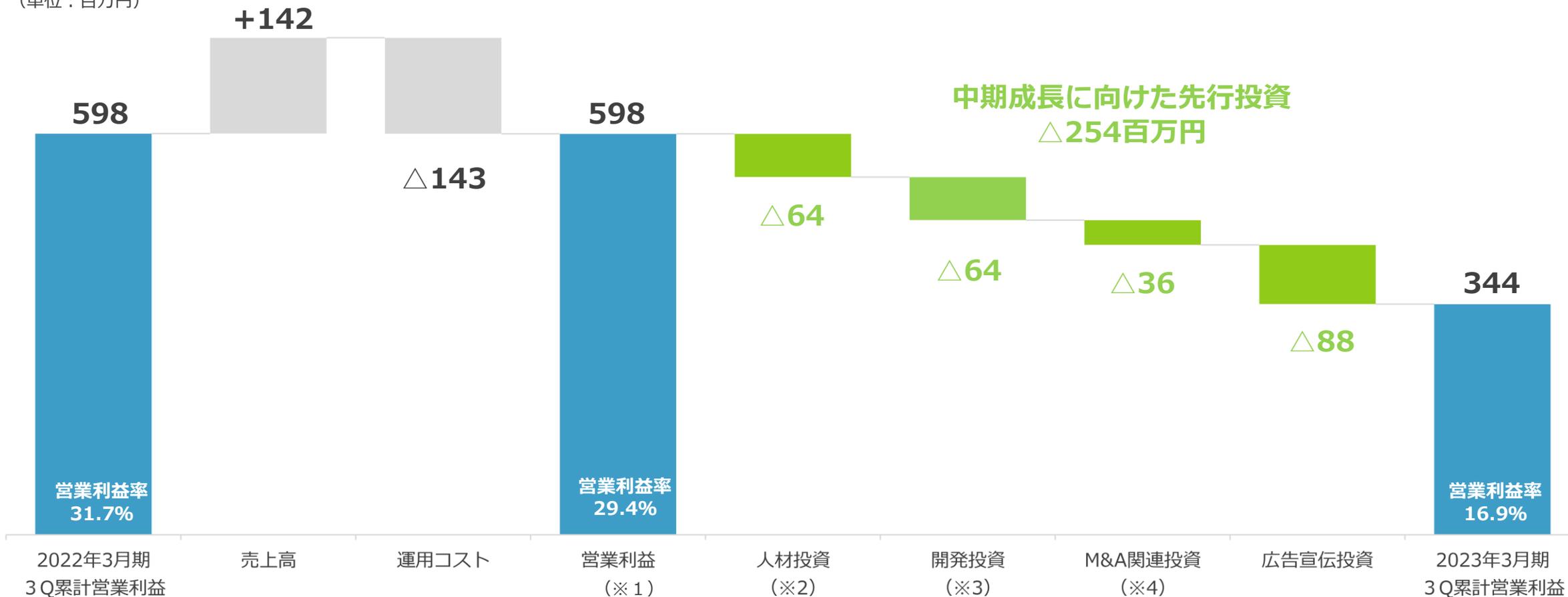
■ 四半期売上高は3Q単独としても設立以来最高を更新、YoYで+7.4%の伸び



2023年3月期 第3四半期 YoY営業利益差異分析

■ 中期成長に向けた先行投資への注力により、営業利益は344百万円にて着地

(単位：百万円)



※1 営業利益：中期成長に向けた先行投資を除く

※2 人材投資：人件費・採用費

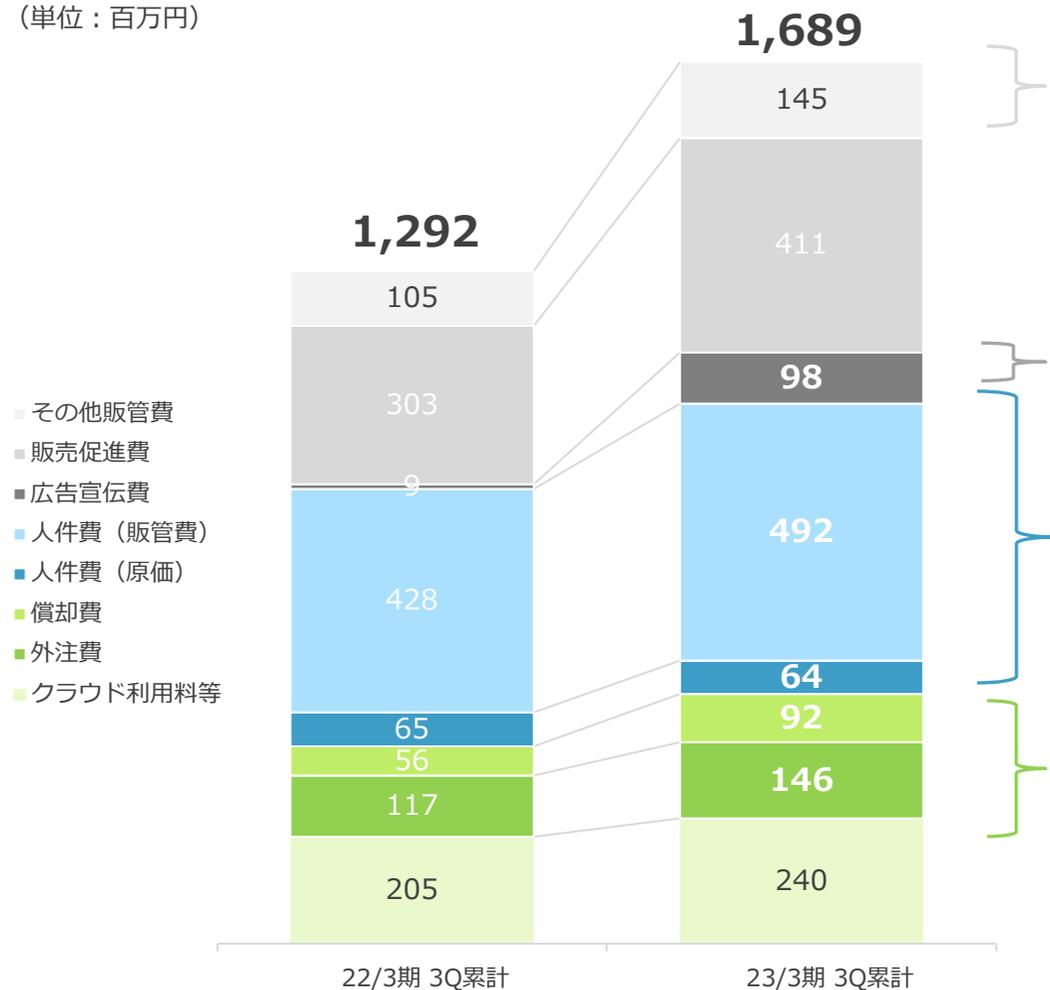
※3 開発投資：償却費・外注費

※4 M&A関連投資：M&Aに関わるプロフェッショナル費

2023年3月期 第3四半期 費用（売上原価・販売費及び一般管理費）内訳

■ 成長戦略に基づき、中期成長に向けた先行投資（人材投資、開発投資、広告宣伝投資）に注力

(単位：百万円)



費用	増減要因
その他	うち、36百万円はM&A関連費用による増加
広告宣伝	テレビCM開始等ブランディング強化により YoY + 88百万円増加
人材投資	マーケティング/コーポレート部門の体制強化に伴う人件費の増加により YoY + 64百万円
開発投資	開発強化に伴う外注費及び償却費分により YoY + 64百万円の増加

3. 2023年3月期 第3四半期 各サービスの業績

事業セグメント「行動支援サービス事業」概要

- 「行動支援プラットフォームサービス」「行動支援ソリューションサービス」の2サービスを展開

プラットフォームサービス

ユーザーの情報検討と企業の集客を支援するサービス

不動産物件情報
検索プラットフォームサービス
ニフティ不動産



温浴施設の総合情報メディア
ニフティ温泉



求人情報検索プラットフォーム
ニフティ求人

ソリューションサービス

企業のWEBマーケティング業務をSaaS型のDX
ツール提供で支援するサービス

WEB広告入稿のための
データフィード最適化ツール
「DFO」の提供



不動産事業者向け
不動産取引業務のDXツール
「オンライン内見」の提供

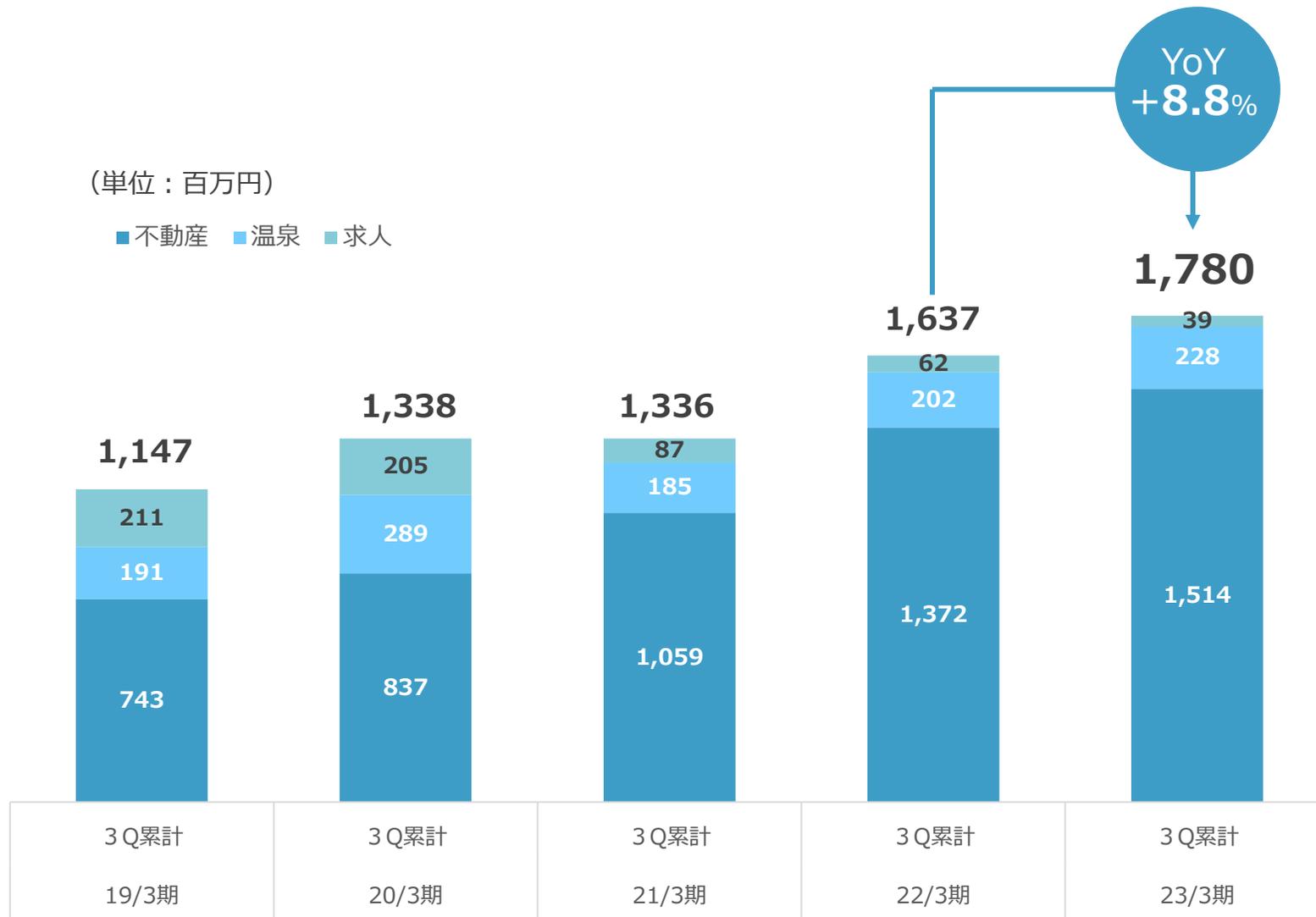
オンライン内見



2023年3月期 第3四半期（累計） 行動支援プラットフォームサービス売上高

(単位：百万円)

■ 不動産 ■ 温泉 ■ 求人

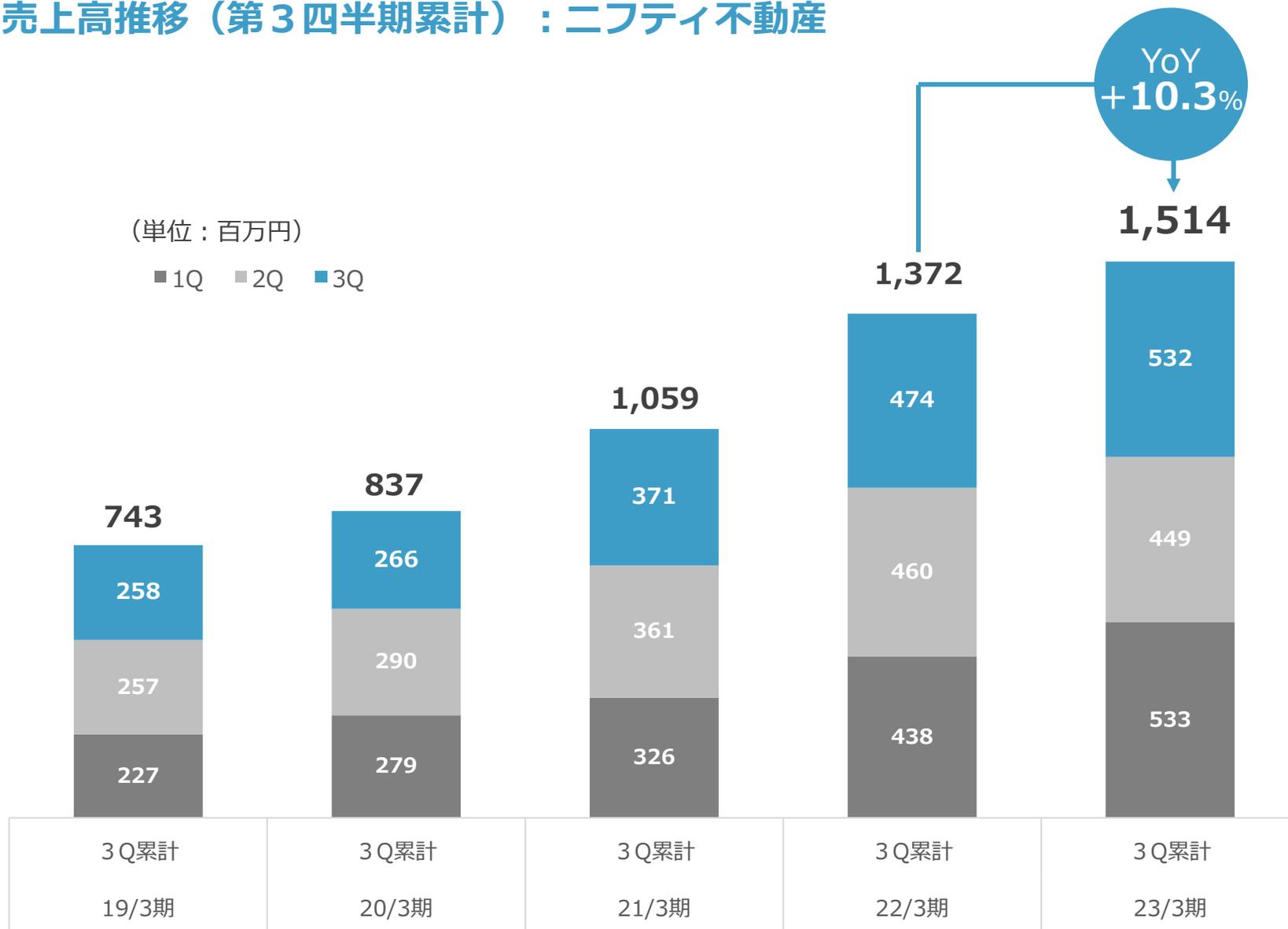


■ 3Q 累計売上高 ■

1,780百万円
(YoY+8.8%)

主カビジネスである
ニフティ不動産が
全体を牽引し、
3Q（累計）としては
過去最高を更新。

売上高推移（第3四半期累計）：ニフティ不動産



ニフティ不動産

■ 3Q 累計売上高 ■

1,514百万円
(YoY + 10.3%)

3Q（累計）としては過去最高を更新。
2Qに発生した一部顧客の販売促進費予算調整案件は3Qでは正常化したものの期初想定に比べ伸び率は低調に推移

- 新たなユーザー層を開拓し、オーガニック集客力を強化することが狙い
⇒ **ニフティ不動産のブランド認知度向上・アプリDL数増加を目指したプロモーションを実施**

- ✓ YouTube広告、WEBCM配信
- ✓ Instagramで「ファン化」を目指す発信
- ✓ HPでのランディングページ開設等によるアプリへの誘導強化策実行
- ✓ サッカーW杯期間中にコネクテッドTVへCM出稿
- ✓ 年末年始にかけて関東及び青森エリアでテレビCMを放映
(2022年12月25日～2023年1月15日まで)

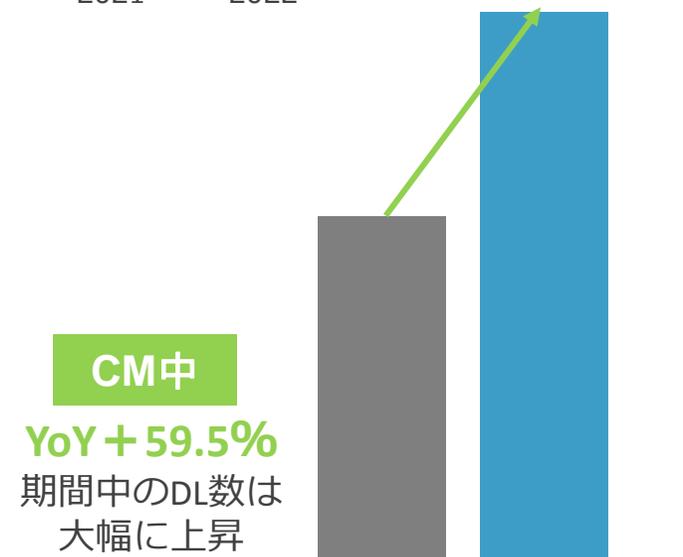


タレントの王林さんをイメージキャラクターに起用



CM効果速報：アプリDL数

■ 2021 ■ 2022



CM中
YoY +59.5%
期間中のDL数は
大幅に上昇

12/25～1/10

テレビCM放映期間中は
アプリDLがYoYで約60%伸長
⇒ **認知度向上に一定の効果**

- 新規ユーザーへの訴求強化、不動産業界における他社プロダクトとの差別化が狙い
⇒ 「もっと使いたくなる」アプリ開発でユーザー満足度向上へ

ユーザーの声



知りたい情報がきちんと掲載されているので、とても分かりやすかったです。
家賃シミュレーションがあっておおよその支払額があらかじめ分かるのも良いです。

物件の写真が豊富でイメージが掴みやすいです。

App Storeでの評価
(2022年12月31日時点)

4.3 / 5

6.3万件の評価



機能改善・新機能リリース件数：3Qまで約70件

※ iOS「App Store」及びAndroid「Google playストア」でのアップデート回数

■ 他事業者とのアライアンスも有効活用しながら、事業領域の開拓を進める方針



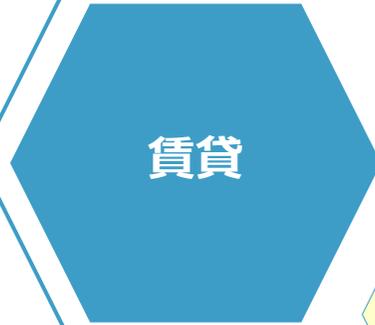
■ 23年1月より、株式会社レオパレス21と物件情報の連動を開始



■ 23年1月より 不動産売却のパートナーの選び方支援サービスを開始 (株式会社リクルートと連携)



■ 21年1月より、引越しコンシェルジュサービス開始 (株式会社リベロと連携)



■ 23年1月より、引越し用カードローン選び方支援サービス開始



■ 22年9月より、住宅ローンの選び方支援サービス開始

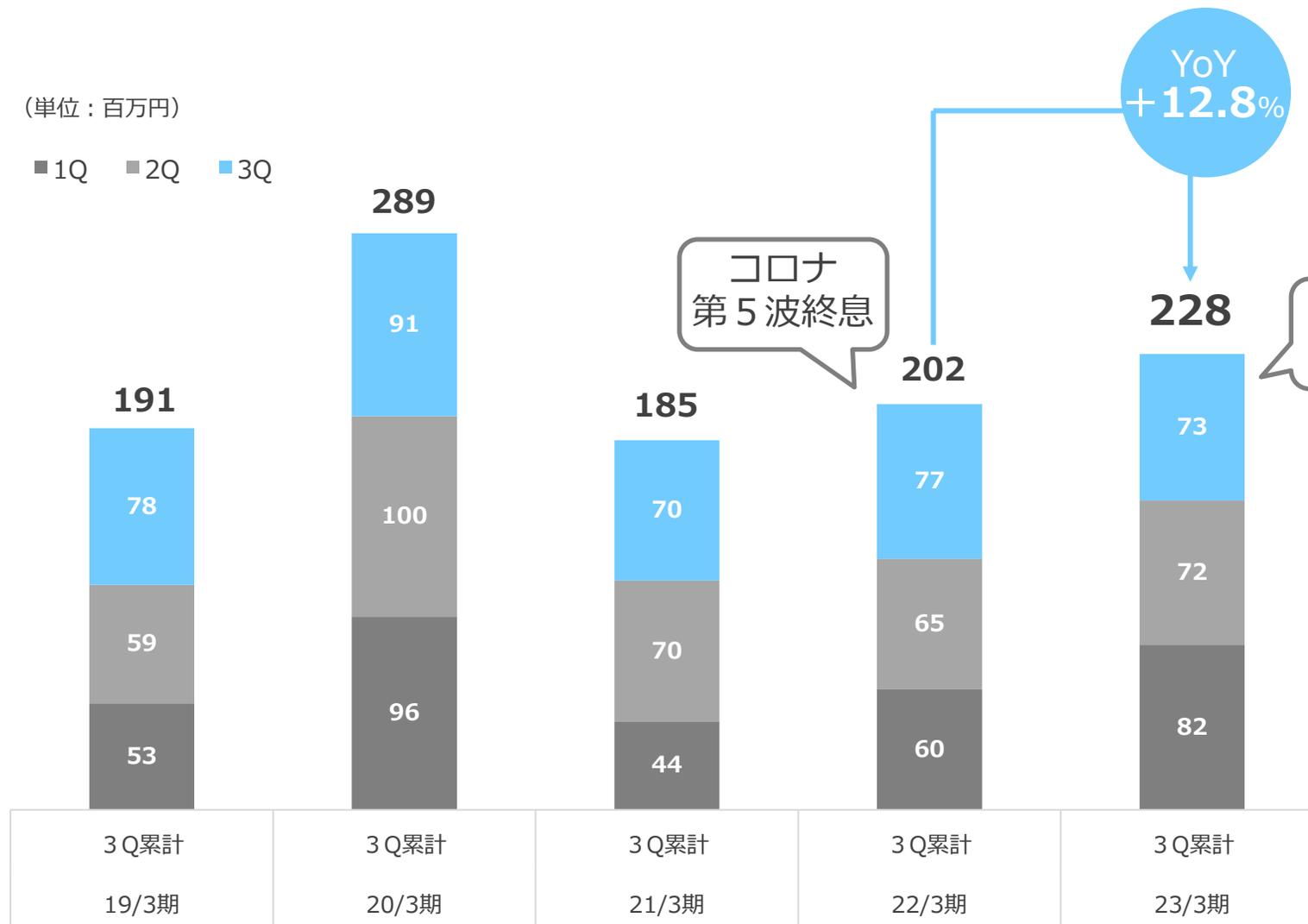


売上高推移（第3四半期累計）：ニフティ温泉

■ 3Q 累計売上高 ■

228百万円
(YoY+12.8%)

サウナブームや年間ランキング効果等でユーザー数が伸長しクーポン送客ビジネスは堅調に推移。コロナ第8波の影響もあり、体験型広告受注のキャンセル・延期発生し3Q単独ではYoY減。



- 12月に実施した年間ランキングでは過去最高の19万3,200票のユーザー投票を獲得。

【年間ランキング】 成果と今後の取り組み

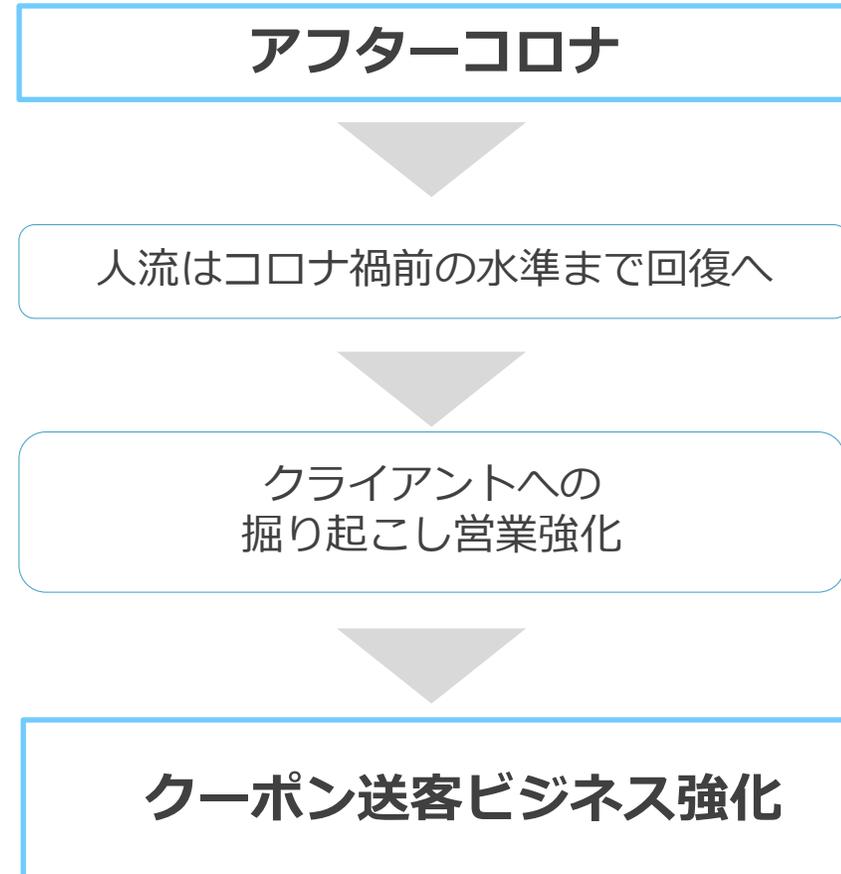
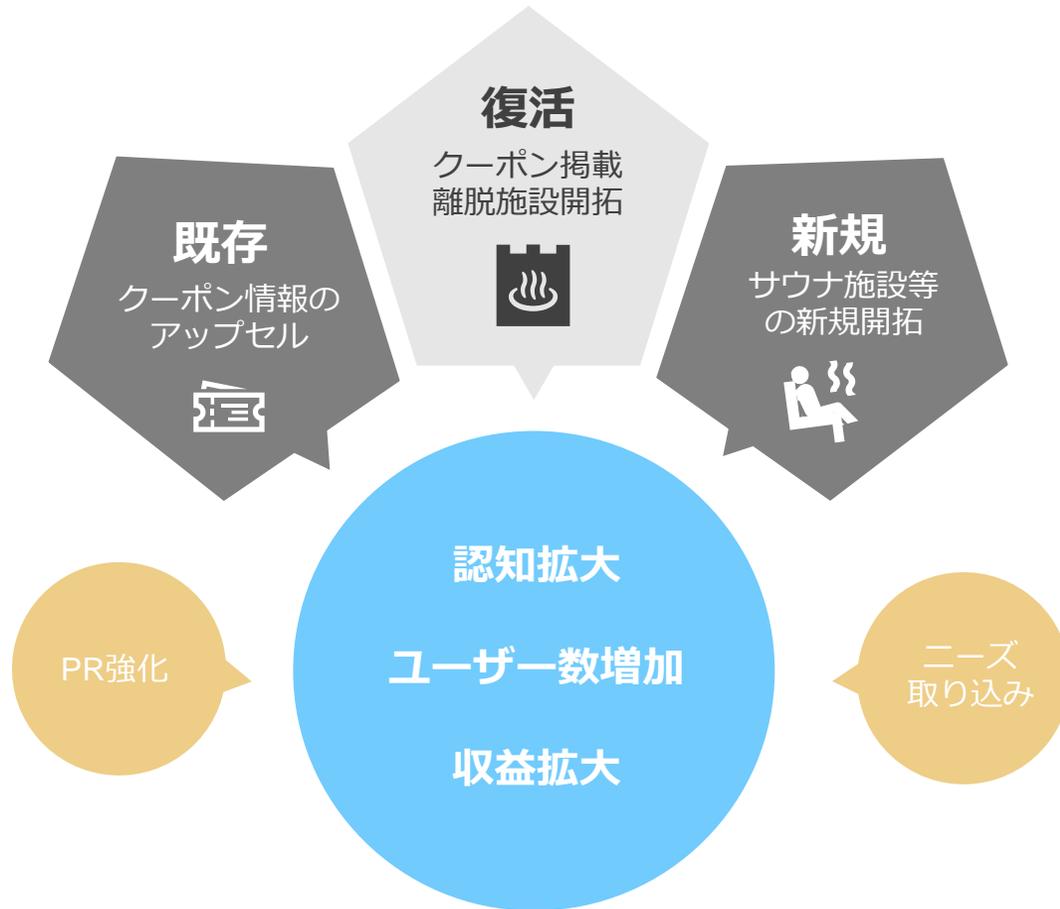
- ・ 認知度向上のため、初となる記者発表会を開催。タレントを起用したイベントを企画し、PRを強化
⇒ ネットメディアを中心に記事化され拡散
⇒ 受賞した各施設が独自にプレスリリースを出し、認知拡大に貢献
< 4Q以降の取り組み >
- ・ サウナ等の企画とクーポンを組み合わせたイベントの実施
- ・ ランキングとの相乗効果を狙った各種記事の掲載



第17回 ニフティ温泉
年間ランキング2022 授賞式の様子 (2022年12月14日開催)



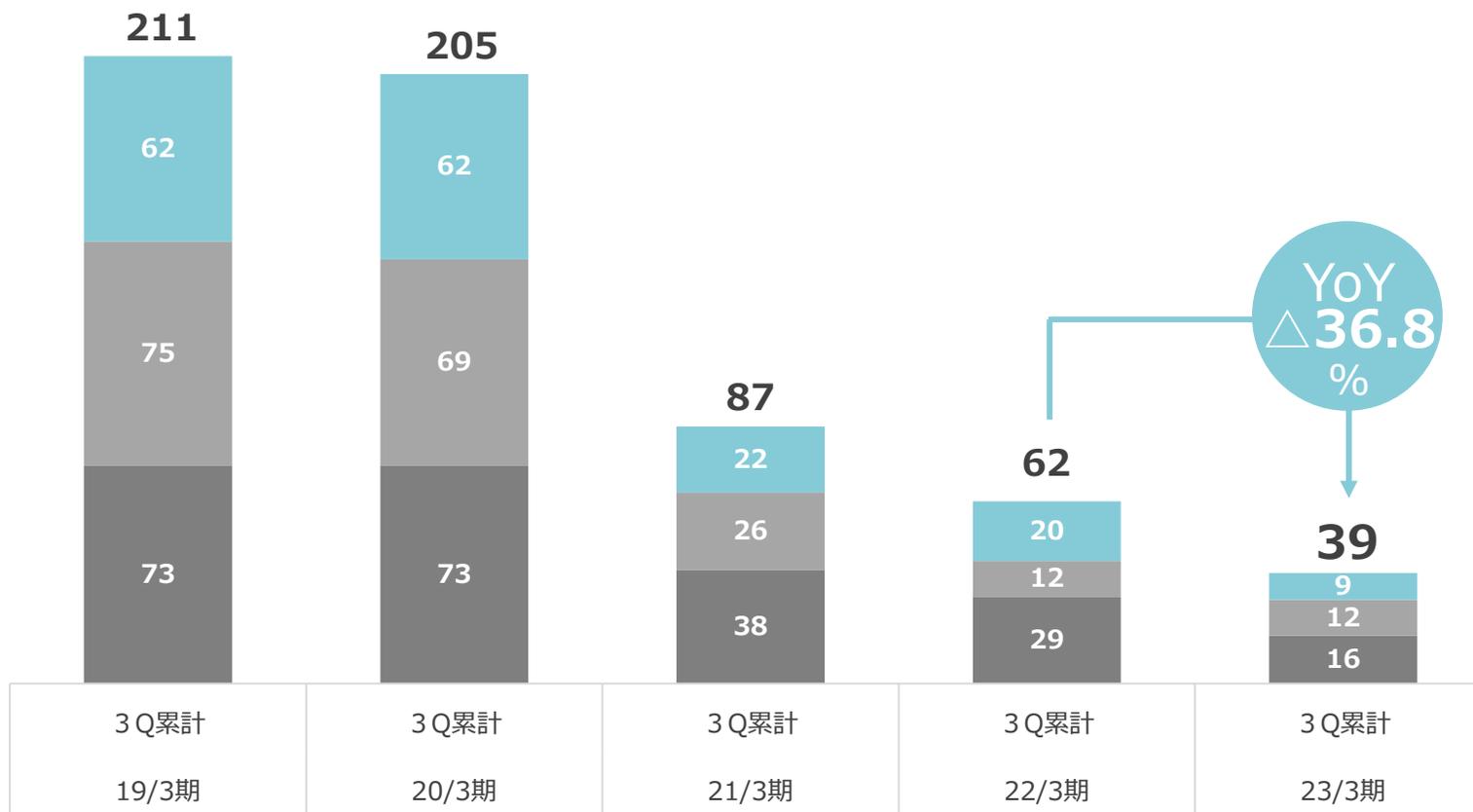
■アフターコロナの時流をフックに、営業強化策を図る



売上高推移（第3四半期累計）：ニフティ求人

(単位：百万円)

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q



■ 3Q 累計売上高 ■

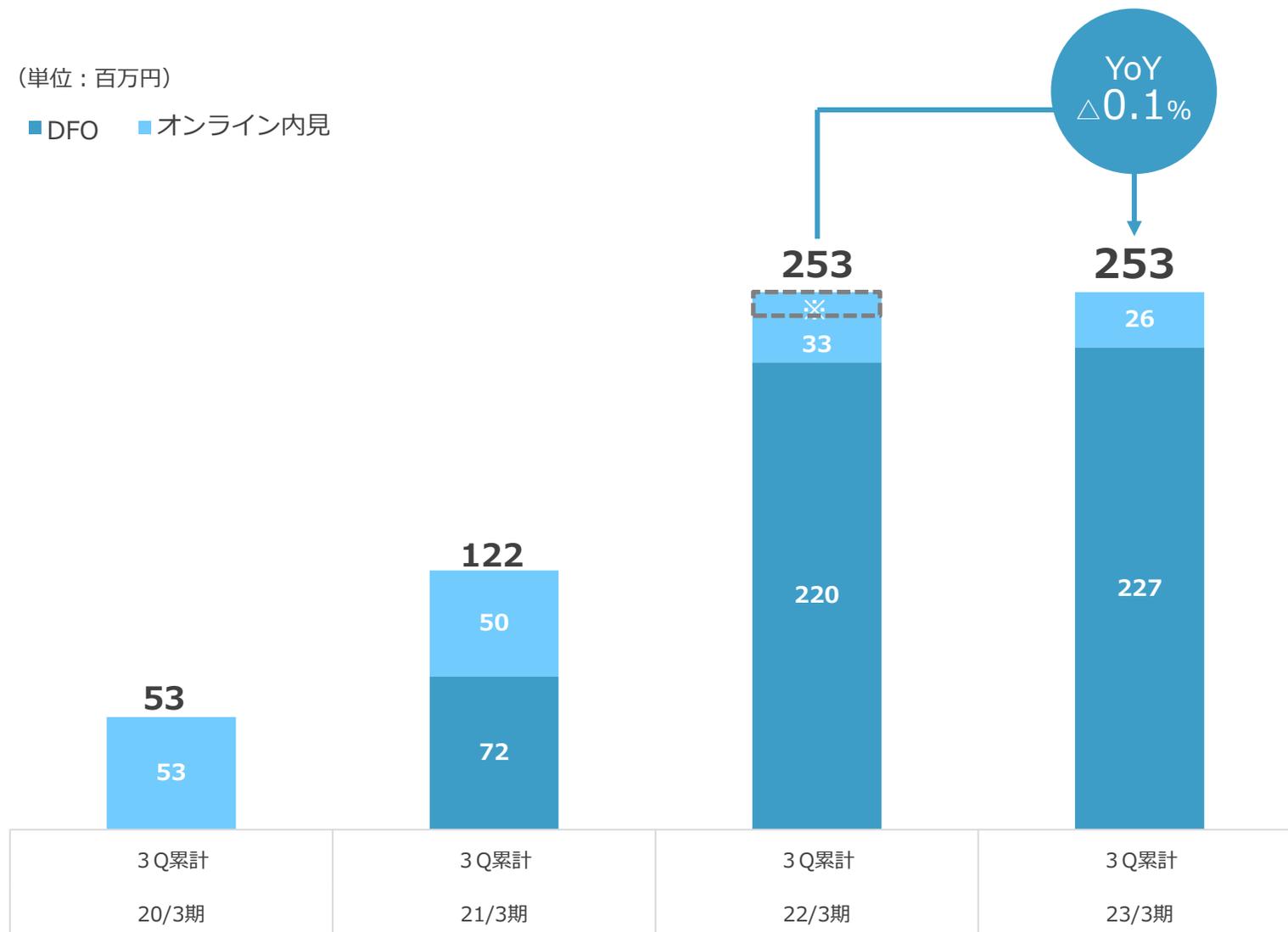
39百万円
(YoY Δ 36.8%)

SEO評価の低下により
ユーザーの減少傾向に
歯止めがかからず、
売上高は低調に推移

事業ポートフォリオ
見直しの一環として、
事業の位置付けを再検討

(単位：百万円)

■DFO ■オンライン内見



※受託事業終了影響分
9百万円

■ 3Q 累計売上高 ■

253百万円
(YoY△0.1%)

全体としては
ほぼ横ばいで推移。

DFOは
営業強化による増収で、
YoY+3.1%。

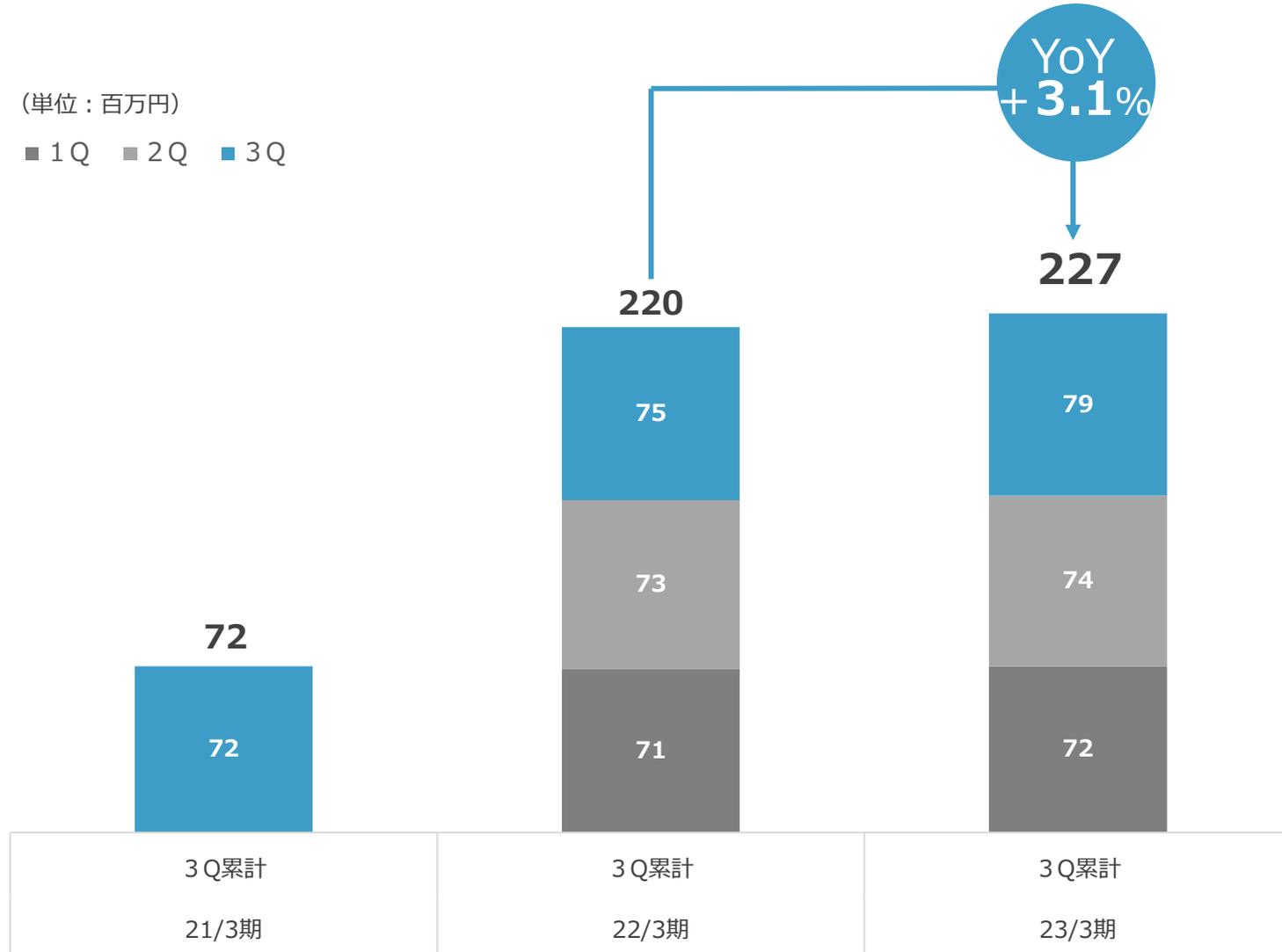
オンライン内見は
△21.7%と減少したが、
2021年9月での
受託事業終了分
(9百万円)を除けば
実質はプラス

売上高推移（第3四半期累計） : DFO



(単位：百万円)

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q



■ 3Q 累計売上高 ■

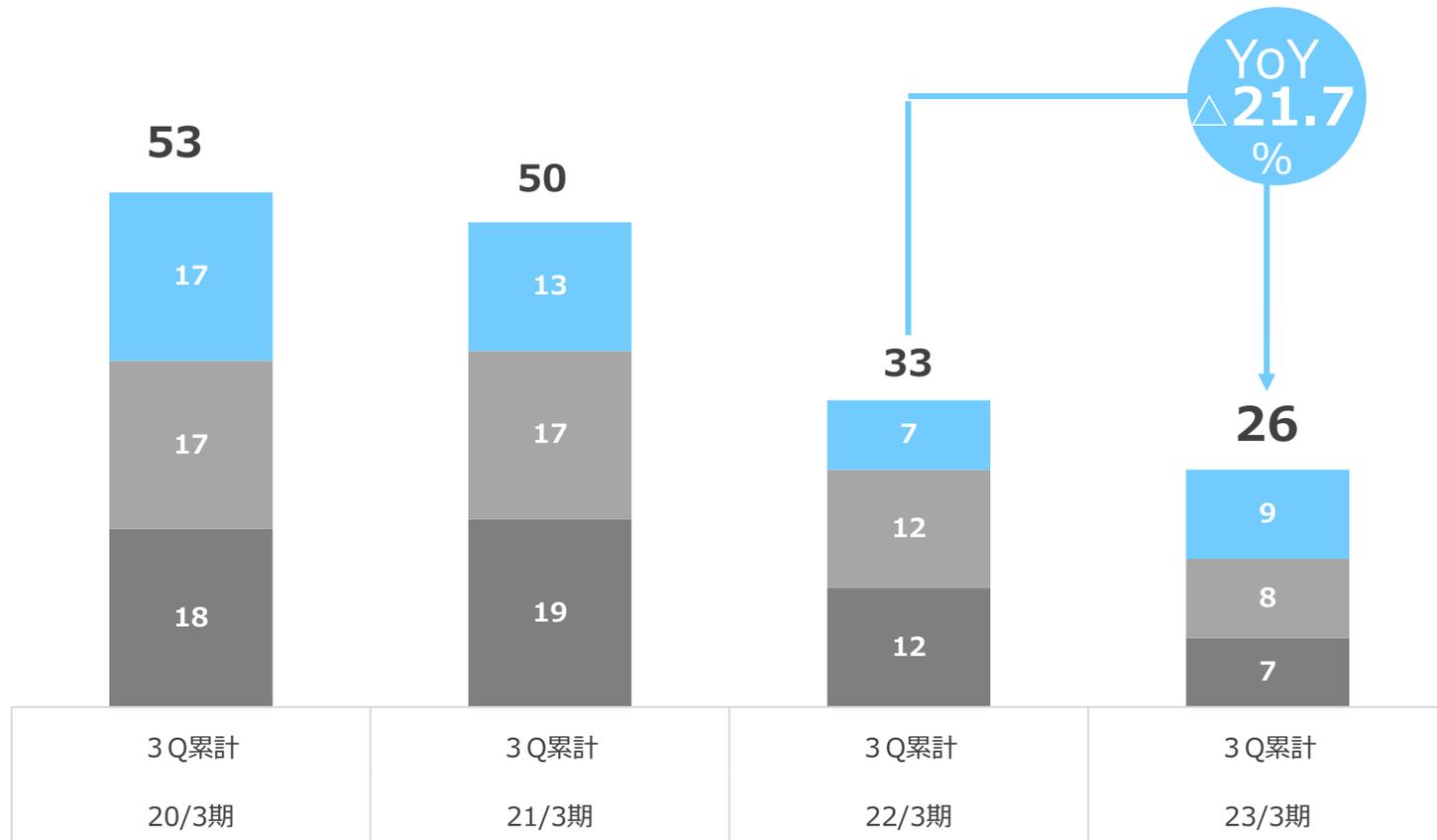
227百万円
(YoY+3.1%)

広告メディアのパートナーとの
オンラインセミナーや
営業連携に注力し、
クライアントの新規獲得を強化

売上高推移（第3四半期累計）：オンライン内見

(単位：百万円)

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q



オンライン内見

■ 3Q 累計売上高 ■

26百万円
(YoY Δ 21.7%)

3Q単独ではプラス。
不動産DX企業との業務提携
による新規取り組みによる
新規営業活動を強化



- 連結子会社である株式会社Tryellが、株式会社いえらぶGROUPと業務提携を開始。連携強化によるサービス利用事業者の拡大を推進



【業務提携の概要】

- ・ 全国約12,000社の不動産事業者が利用するいえらぶGROUPのクラウドサービス「いえらぶクラウド」のポータル連動機能による賃貸物件情報の連動
- ・ いえらぶGROUPからの顧客紹介等

■ 業務提携の意味とメリット

TryellはDXツール提供に加え、送客支援事業にも本格参入
収益モデルの多様化につなげて、事業拡大を目指す

4. 主要KPIについて

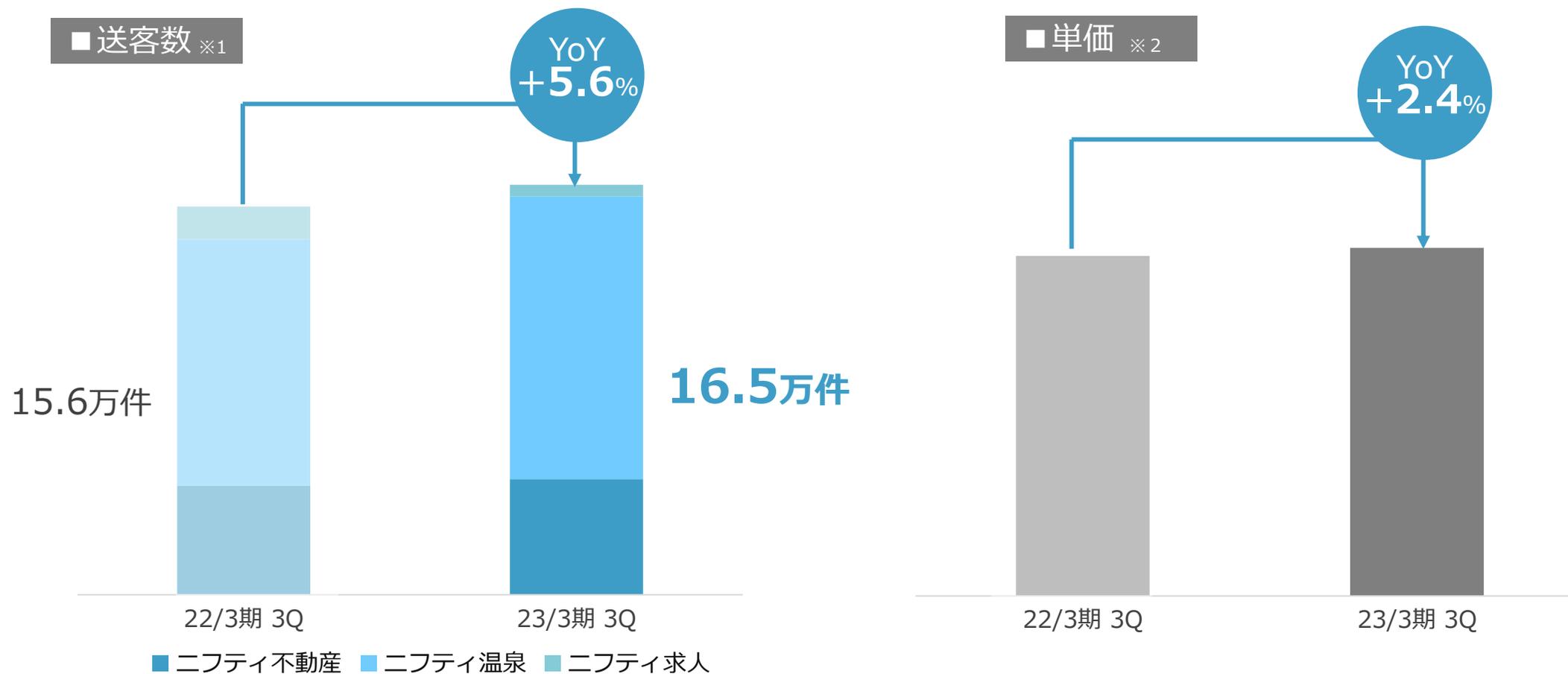
売上構成及び主要KPI

- 行動支援プラットフォームサービスの主要KPI：送客数（ユーザー数×送客率）×単価
- 行動支援ソリューションサービスの主要KPI：クライアント数×単価



行動支援プラットフォームサービスKPI：送客数／単価

■ 行動支援プラットフォームの送客数は、月間平均16.5万件、YoY + 5.6%の成長

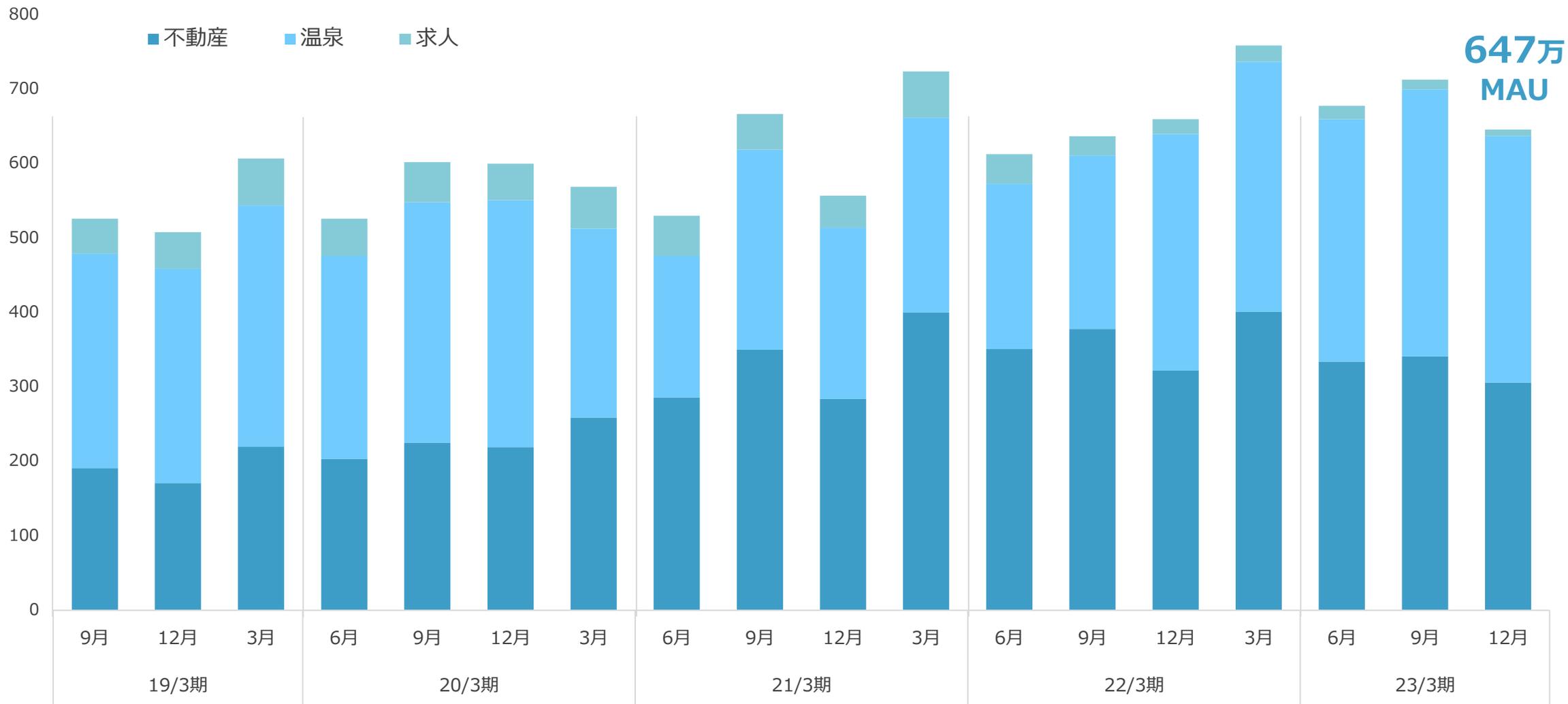


※1 送客数は、ニフティ不動産／ニフティ温泉／ニフティ求人の送客数の月間平均値合算（2022年4月1日～12月31日）

※2 単価は、4～12月の成果報酬売上高÷送客数で算出（2022年3月期 3Qを100として表示）

行動支援プラットフォームサービスKPI：ユーザー数（MAU）推移

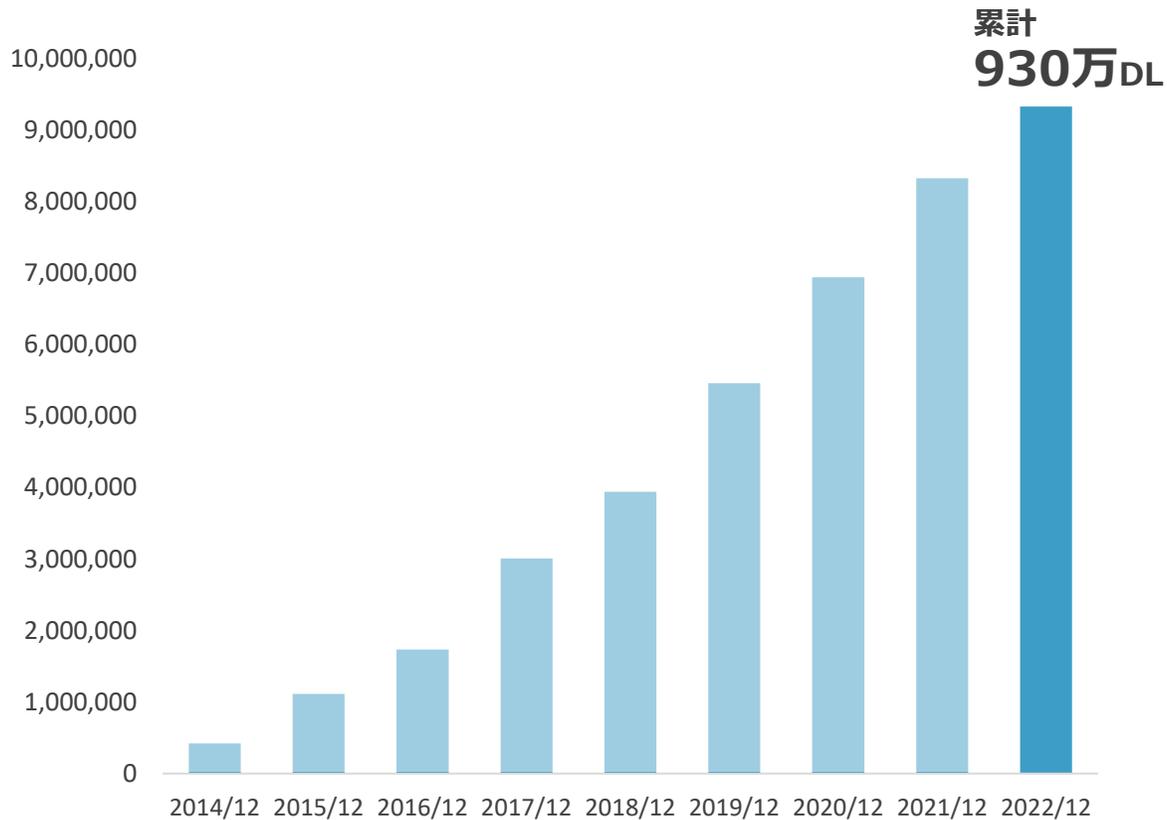
(単位：万人)



647万
MAU

- アプリとWEBでは、アプリのほうがお部屋探しのニーズが高く、こだわりが強いユーザーが多い傾向。
アプリDL数は12月末時点で累計930万DL

■ニフティ不動産 累計アプリDL数推移



※2022年12月末時点、ニフティ不動産アプリシリーズ合計

■ニフティ不動産CVR (23/3期 12月)

アプリユーザーは
問い合わせ行動意欲が高い傾向

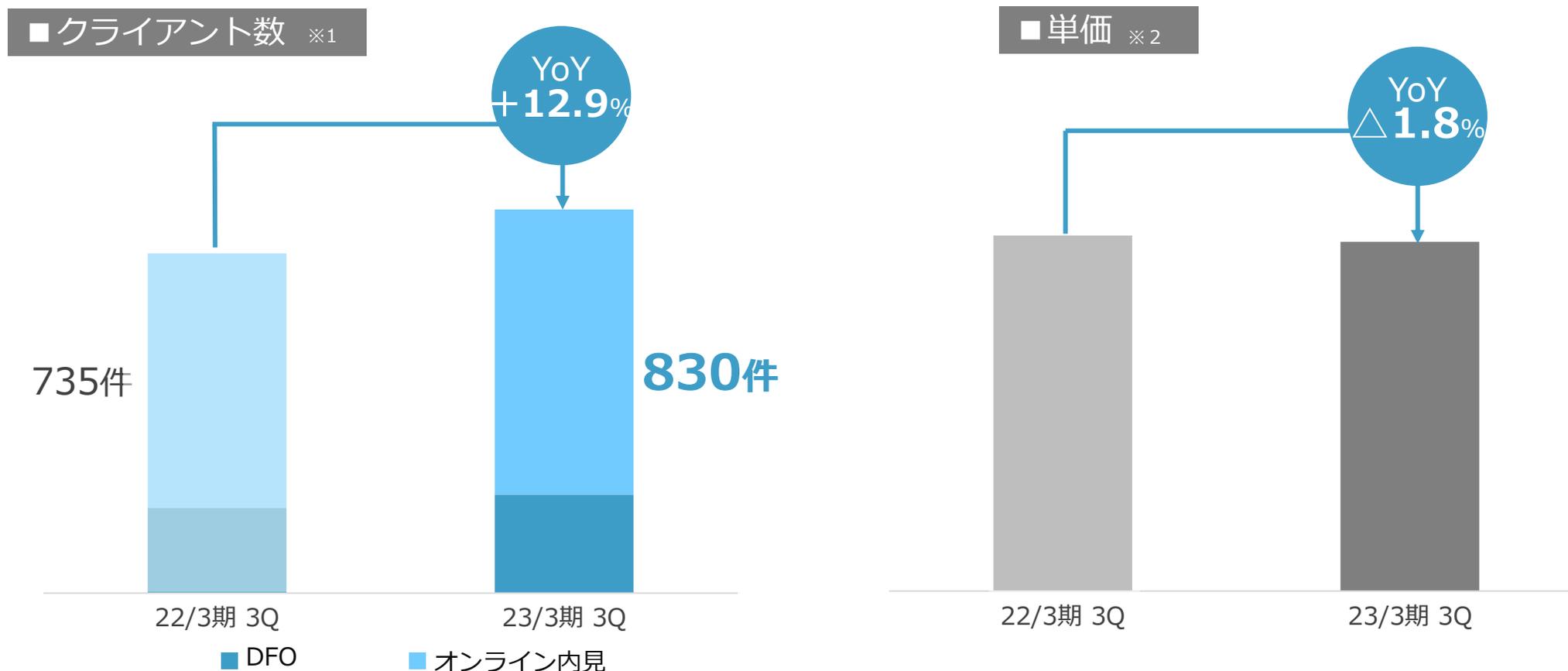
||
アプリからの送客率は
WEBと比較し**5~10倍**

↓
アプリの利便性向上と
ダウンロード獲得に注力



行動支援ソリューションサービスKPI：クライアント数／単価

- 行動支援ソリューションは、オンライン内見の顧客増加によりクライアント数は830件（YoY+12.9%）
DFOに比べてオンライン内見のほうが単価が低いことから、単価はYoY△1.8%にて推移



※1 「DFO」クライアント数は、DFOの商品メニューである「DFO-M」「DFO-P」を利用しているサイト数の合計（各期末時点）

※1 「オンライン内見」クライアント数は、「オンライン内見LIVE」「オンライン内見VIDEO」を利用している店舗数の合計（各期末時点）

※2 単価は、「行動支援ソリューション」のSaaS型サービス合計売上÷合計クライアント数にて算出（2022年3月期3Qを100として表示）

5. 成長戦略について

第2成長フェーズにおける注力項目

主カビジネスの深耕

- ・ニフティ不動産及びニフティ温泉の2サービスに注力

周辺領域の開拓

- ・各サービス周辺領域ビジネスの新規開拓
- ・ユーザー情報の有効活用による提供価値の最大化

CRM活用の強化

- ・リピート利用の促進によるロイヤリティの醸成
- ・サービス間相互利用によるユーザー数拡大

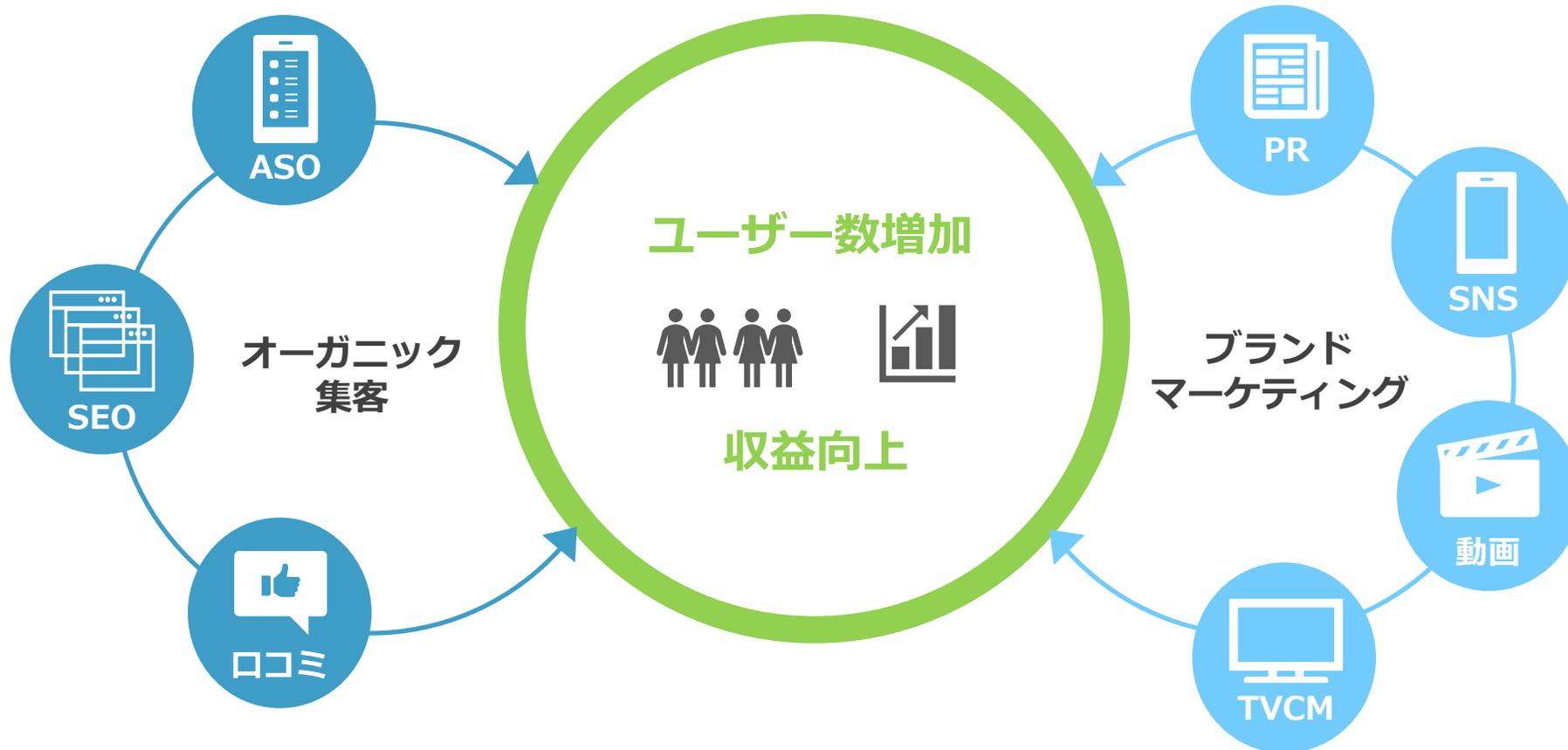
事業ポートフォリオの強化

- ・既存事業の強化やM&A戦略による新しい収益の柱の構築

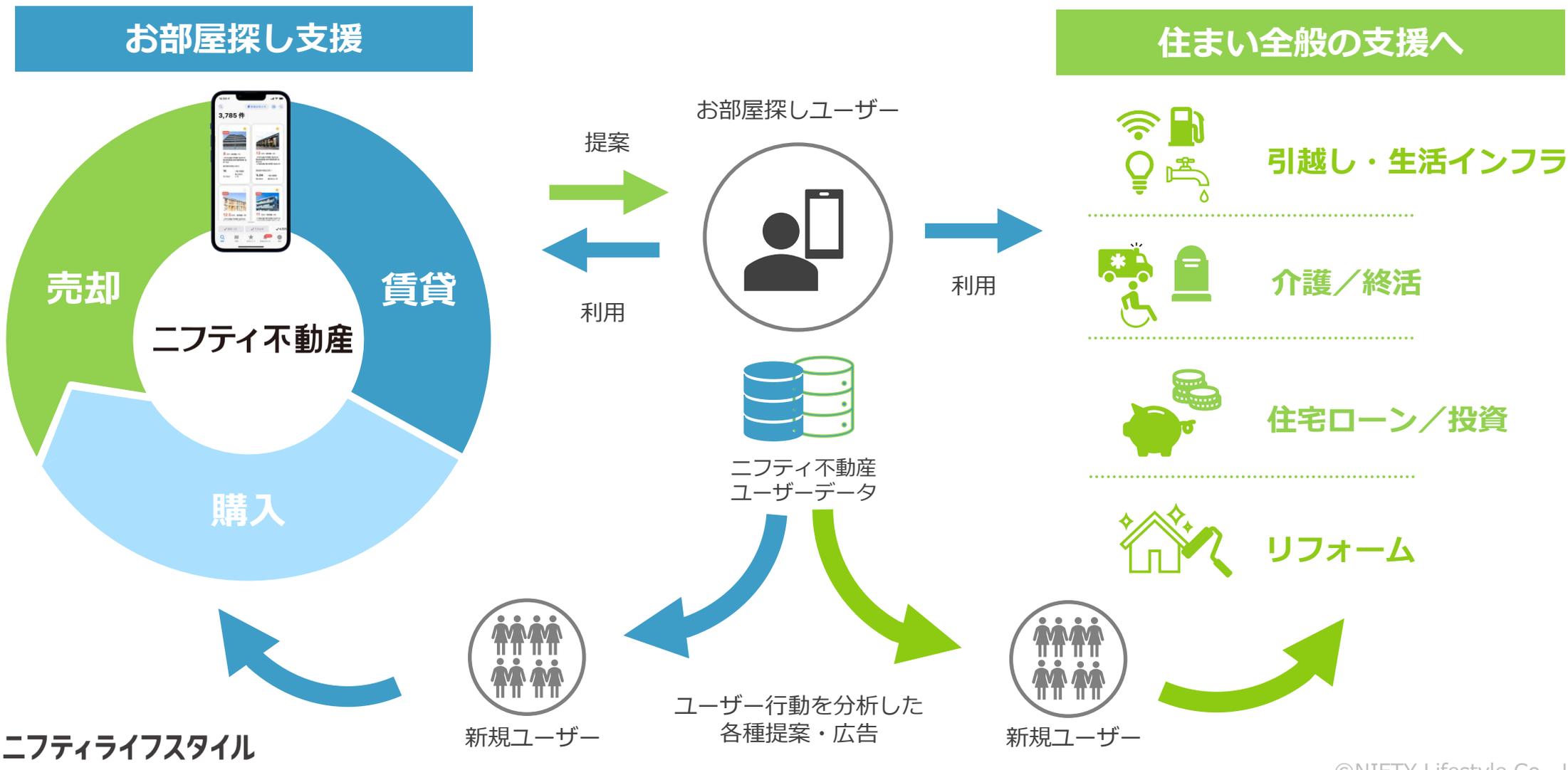
■ 主カビジネスの深耕

- 「ニフティ不動産」「ニフティ温泉」の主カ2サービスに注カ、認知度向上によるユーザー数増加、収益向上を目指す

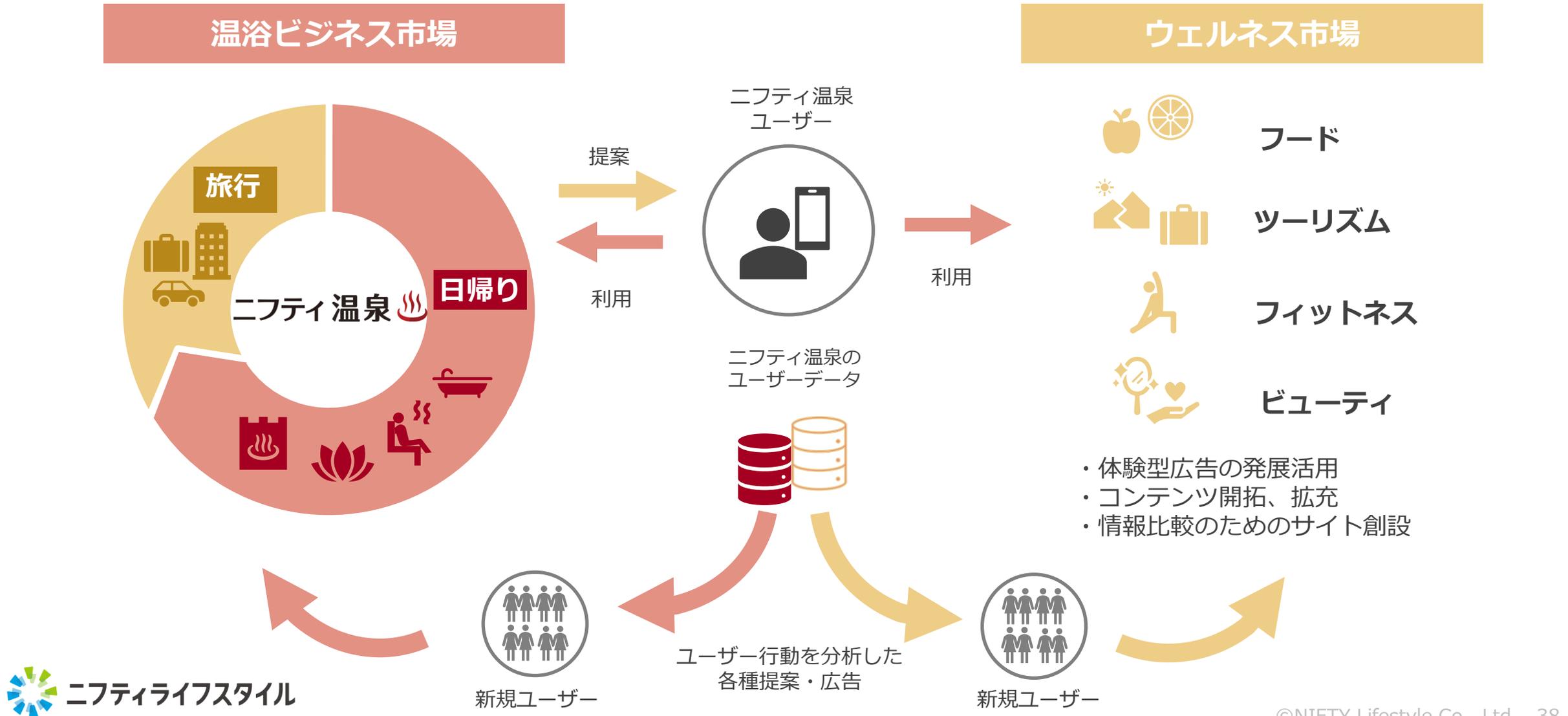
ニフティ不動産
ニフティ温泉 



■ 周辺領域での提供価値とユーザー基盤の拡大を目指す

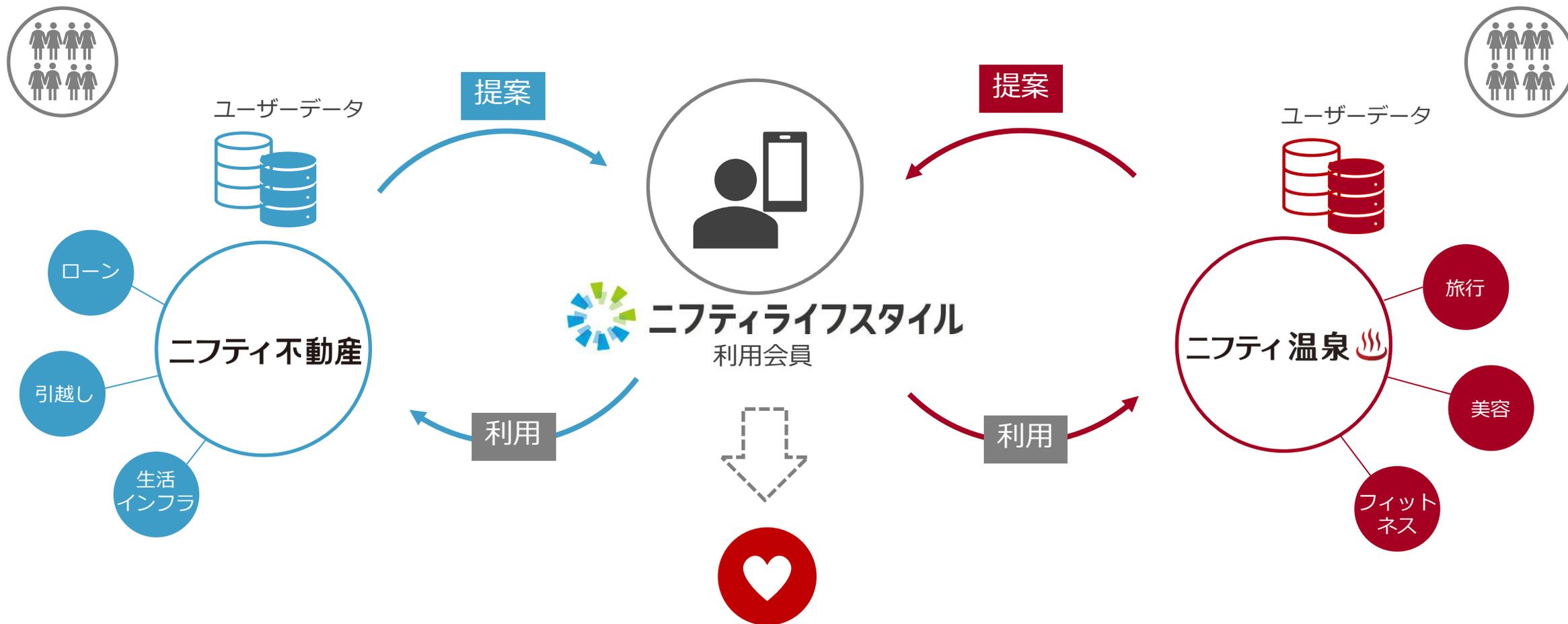


■ 温泉会員のライフスタイルデータを収集・分析、ウェルネス市場への参入を目指す



CRM活用の強化

- まず主力ビジネスであるニフティ不動産とニフティ温泉を中心に、顧客提供価値を高める取り組みを強化。リピート利用を促進させ、ファンユーザー拡大に努める



事業ポートフォリオの強化

- 主力のプラットフォームサービス以外についても、持続的成長のできるビジネスへ

新しい収益の柱の確立へ

- 不動産事業者への付加価値提案の加速
 - ・ DXツール提供に加え、送客支援にも注力
- 他サービスとの差別化を図るため、顧客に向けた新規サービスの提供へ

- データフィードを活用したSaaS事業に加え、インターネット広告等デジタルマーケティング事業を拡大

- 事業の位置付け含め、方針を再検討

- 事業領域の拡大に向けたM&A、資本業務提携及び自社での事業開発を通じて、より強固な事業基盤を構築

 オンライン内見

 DFO®

ニフティ求人 

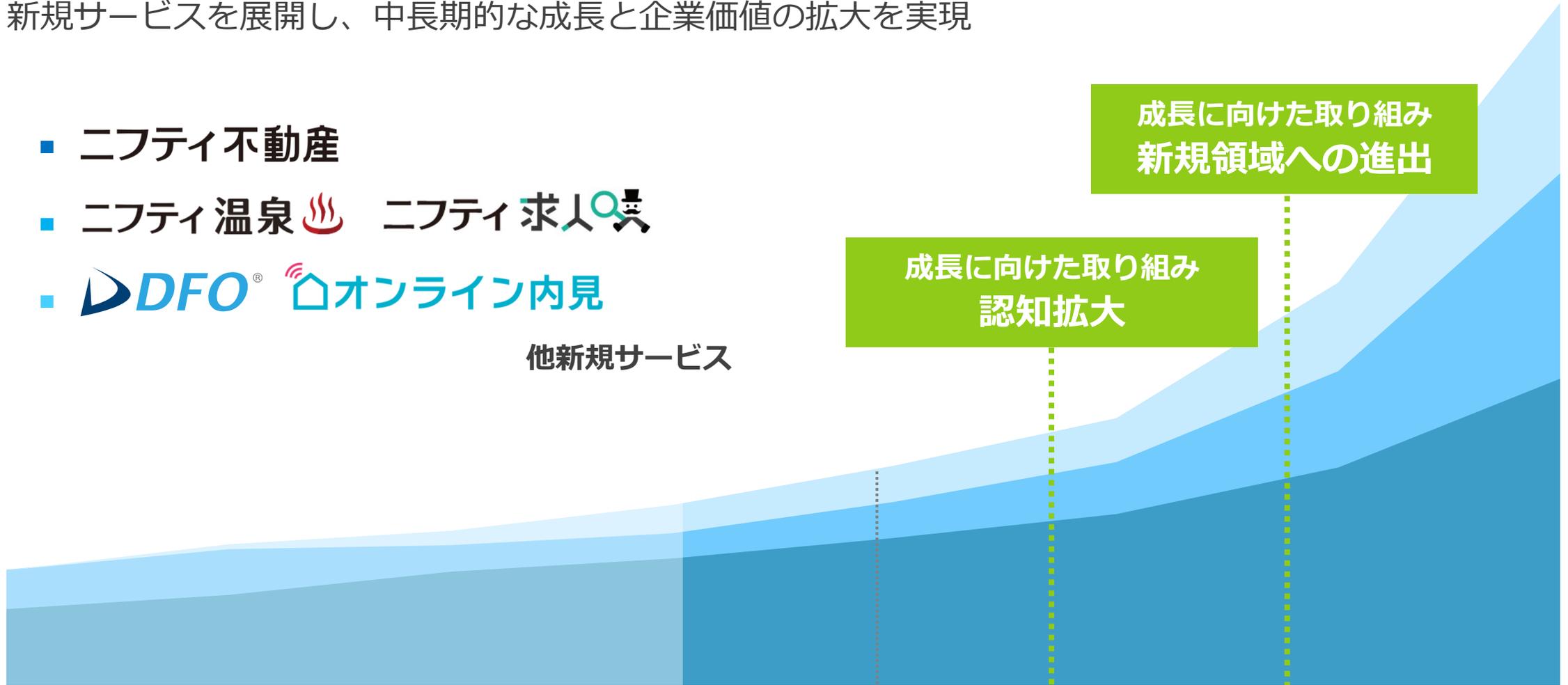
新規サービス

中長期の成長に向けて

- ライフスタイル領域×テクノロジーにより、行動支援サービス事業を拡大するとともに新規サービスを展開し、中長期的な成長と企業価値の拡大を実現

- ニフティ不動産
- ニフティ温泉  ニフティ求人 
-   オンライン内見

他新規サービス



現在

企業価値向上に向けた取り組みをすすめてまいります

■ IR活動：認知度の向上をめざし、情報発信のための施策を検討・強化

- ✓ 決算説明動画の配信（年4回を予定）
- ✓ 個人投資家説明会の開催
- ✓ メディア登壇 等

23
年3
月期
実績
紹介

5月28日 個人投資家説明会登壇（ログミーファイナンス）

8月1日 決算説明動画公開（YouTube配信）

9月30日 ラジオNIKKEI「相場の福の神」ゲスト出演

10月4日 岡三オンライン証券にて会社説明動画公開

10月11日 松井証券マネーサテライト「社長に聞く」出演

11月1日 決算説明動画公開（YouTube配信）、決算説明動画書き起こし公開（ログミーファイナンス）

12月20日 マネックス証券にて個人投資家向けオンライン会社説明会開催（ライブ配信）

6 . appendix

会社概要

■ 会社名	ニフティライフスタイル株式会社
■ 所在地	東京都新宿区北新宿二丁目21番1号 新宿フロントタワー
■ 代表者	代表取締役社長 成田 隆志
■ 設立日	2018年2月23日
■ 資本金	1,250,000千円
■ 従業員数	62名（7名）※
■ 証券コード	4262（東証グロース）
■ 子会社	株式会社Tryell

※2022年12月末時点
括弧内は臨時従業員（アルバイト）数

コーポレート・メッセージ

想像以上を、みつけよう。

“一人ひとり”のライフスタイルを便利で豊かに。



ビジネスモデル

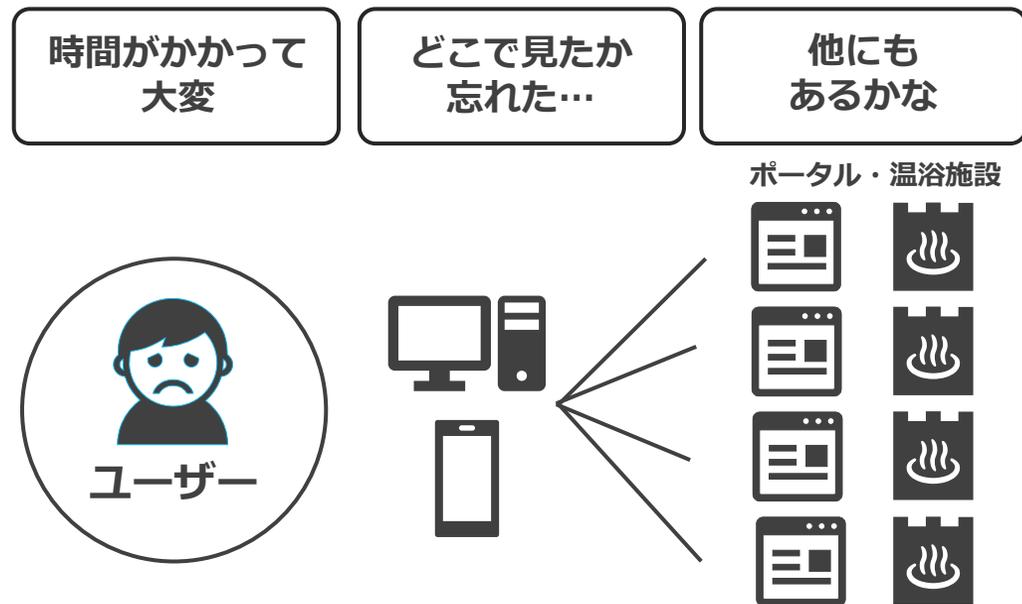
■ ライフスタイル領域×テクノロジーで、生活者と企業の支援を行い、世の中をより便利に



行動支援プラットフォームサービスのユーザー価値

- 世の中の膨大な情報を収集・最適化し「まとめて検索できる」プラットフォームとして提供

ユーザーが抱える課題…



複数のサービスを見るのが大変

当社サービスを使うと…



まとめて検索できて便利

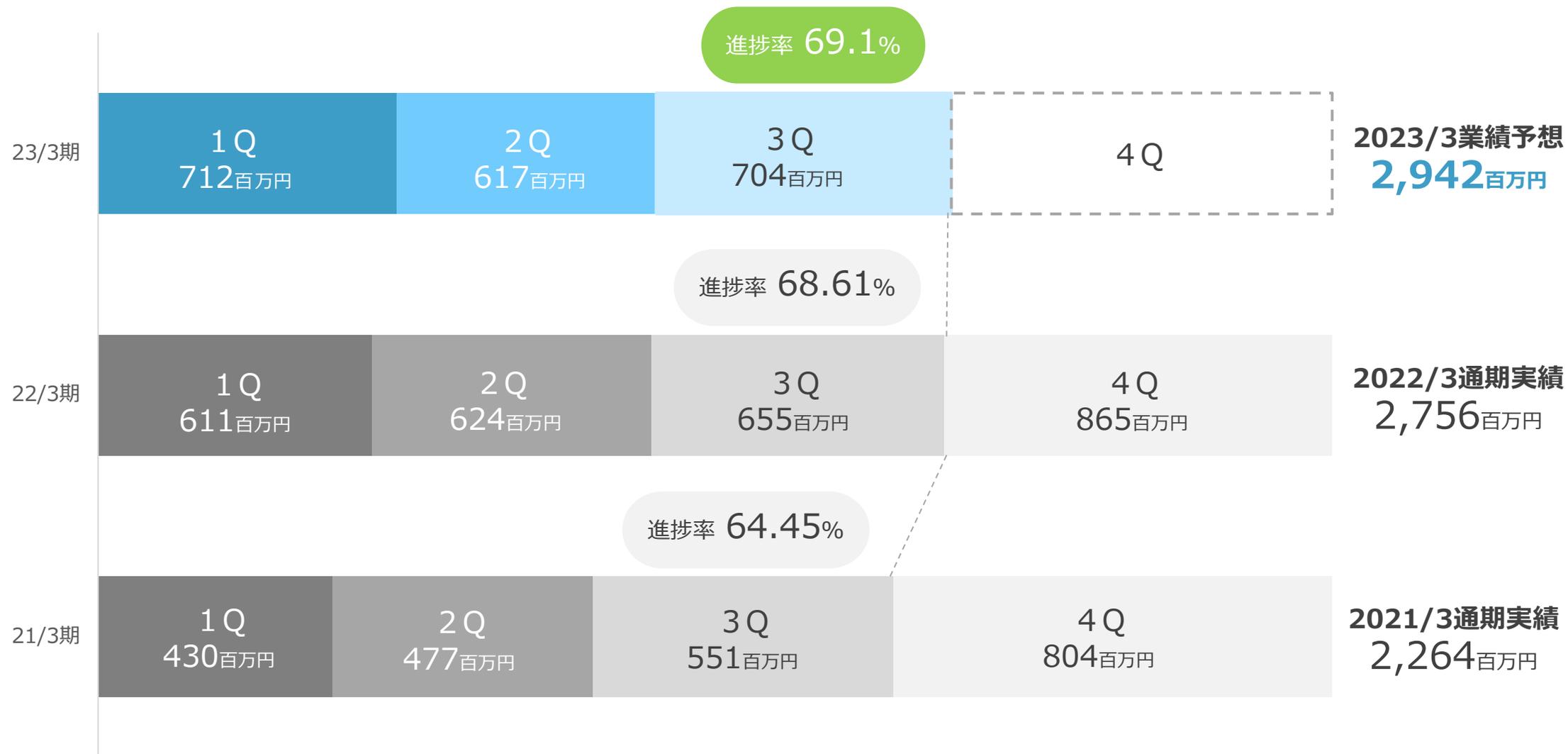
2023年3月期 第3四半期 連結貸借対照表

(単位：百万円)

		23/3期 3Q	22/3期末	増減額
流動資産	合計	4,488	4,382	105
	現預金	3,990	3,891	98
	売掛金	447	477	△30
	その他	50	12	37
固定資産	合計	613	585	28
	ソフトウェア	341	264	76
	のれん	104	135	△30
	その他	167	185	△18
資産	合計	5,101	4,967	133
負債	合計	484	577	△92
純資産	合計	4,617	4,390	226
	資本金	1,250	1,250	-
	資本剰余金	1,166	1,166	-
	利益剰余金	2,196	1,974	222
負債・純資産	合計	5,101	4,967	133

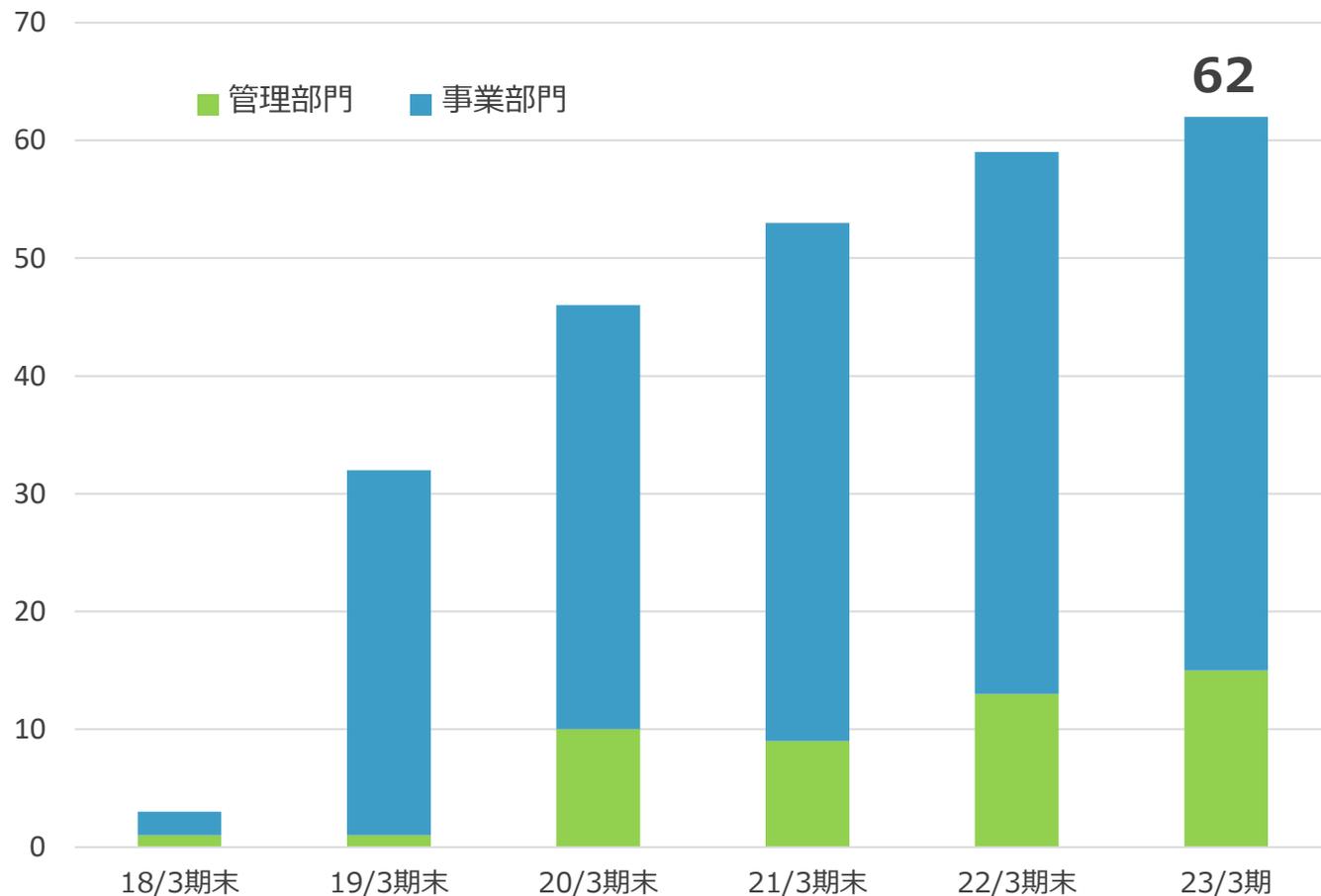
業績予想修正後の第3四半期時点の通期業績予想進捗（売上高）

- 4Q偏重というニフティ不動産の季節要因を活かし、達成のため更なる取り組みを進める



新たな価値創造のための人員獲得進捗

(単位：人)



※正社員・契約社員数推移、23/3期は12月末現在の人数

採用進捗状況

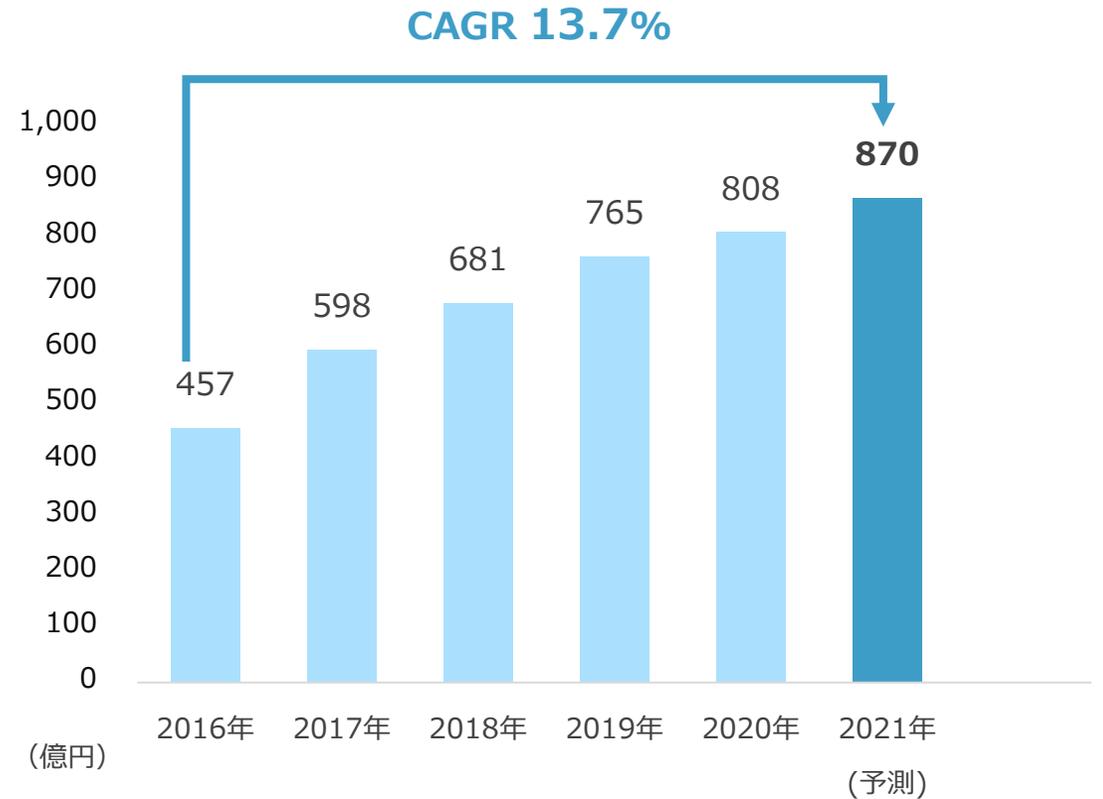
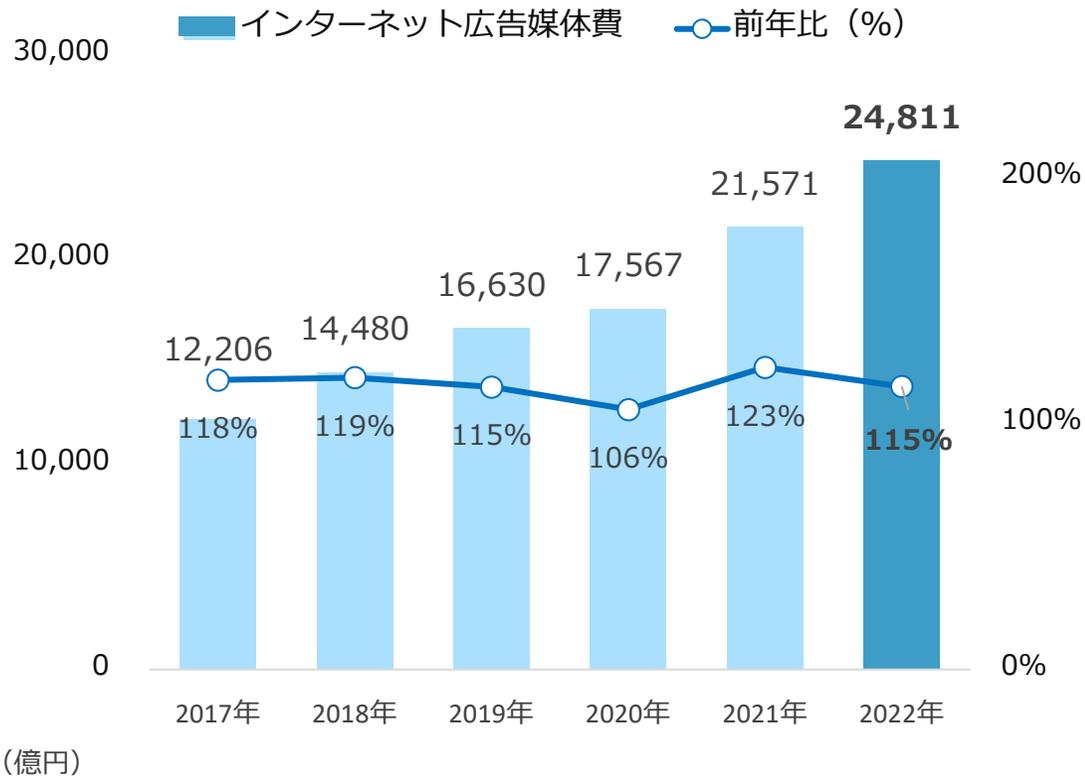
- ・当第3四半期までに事業部門において価値創造系（企画・マーケティング関連）スキルを持つ従業員の数が増加

- ・開発強化にむけ、引き続きエンジニアの積極採用、育成を推進
- ・周辺領域拡大のための営業力強化にも注力

■ インターネット広告市場の拡大に伴い、不動産関連インターネット広告費も、2ケタ成長見込み

インターネット広告媒体費（推定）

不動産・住宅設備 インターネット広告費（推定）

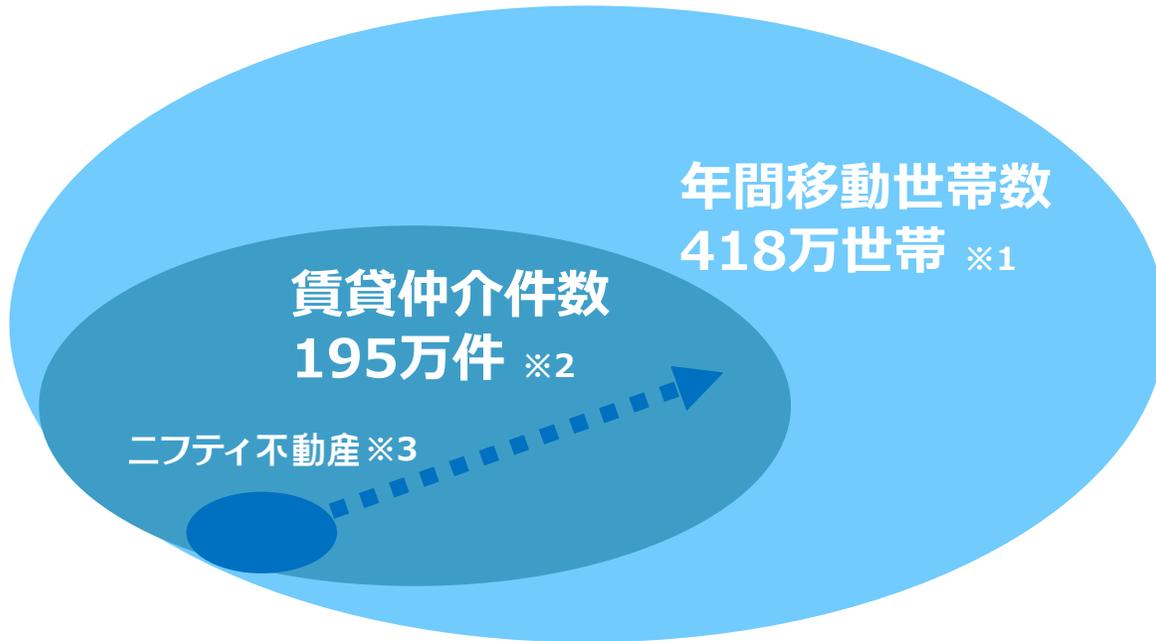


※出典：(株)電通「2021年日本の広告費」インターネット広告媒体費総額の推移（予測）

※(株)電通「2021年日本の広告費」をベースに当社試算

- 賃貸市場における移動世帯数及び仲介件数は、年間数百万件の規模にてニーズ安定
- 売買市場における中古マンションの流通件数は、コロナ下を含めて堅調に推移

賃貸市場（仲介件数）

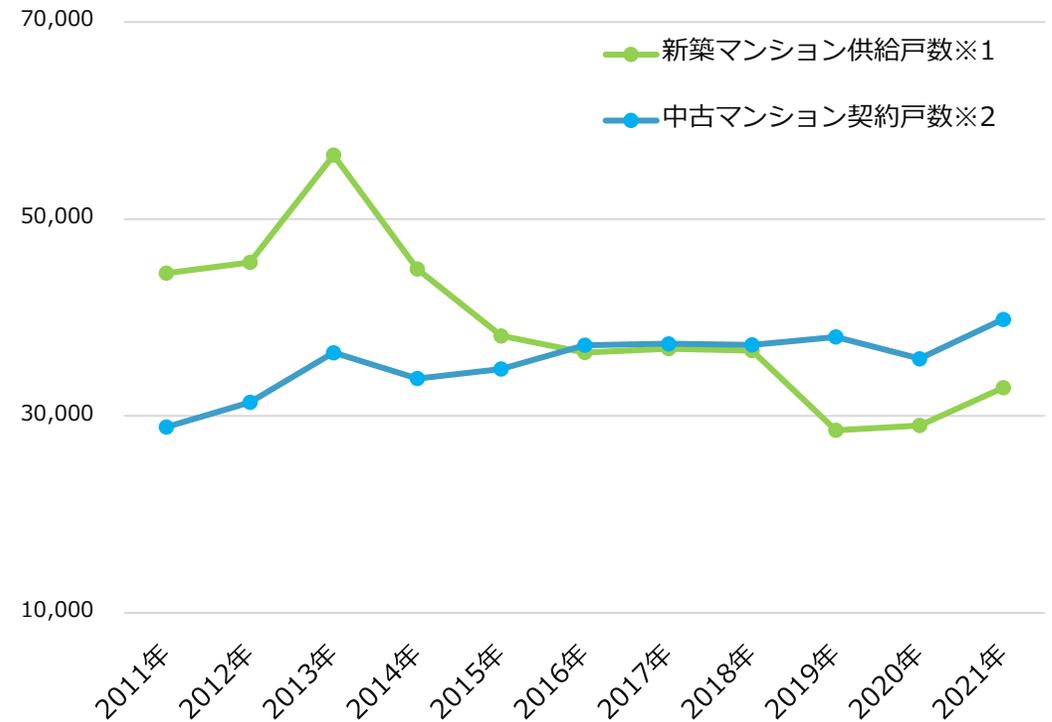


※1 野村総合研究所「2040年の住宅市場と課題」のデータを元に当社試算

※2 出典：矢野経済研究所 個人向け不動産仲介市場に関する調査（2019年）2019年8月20日発表
2020年予測値、個人向け居住用賃貸物件の仲介件数ベース

※3 ニフティ不動産からの送客数実績より当社試算

売買市場（首都圏新築・中古マンション流通件数）

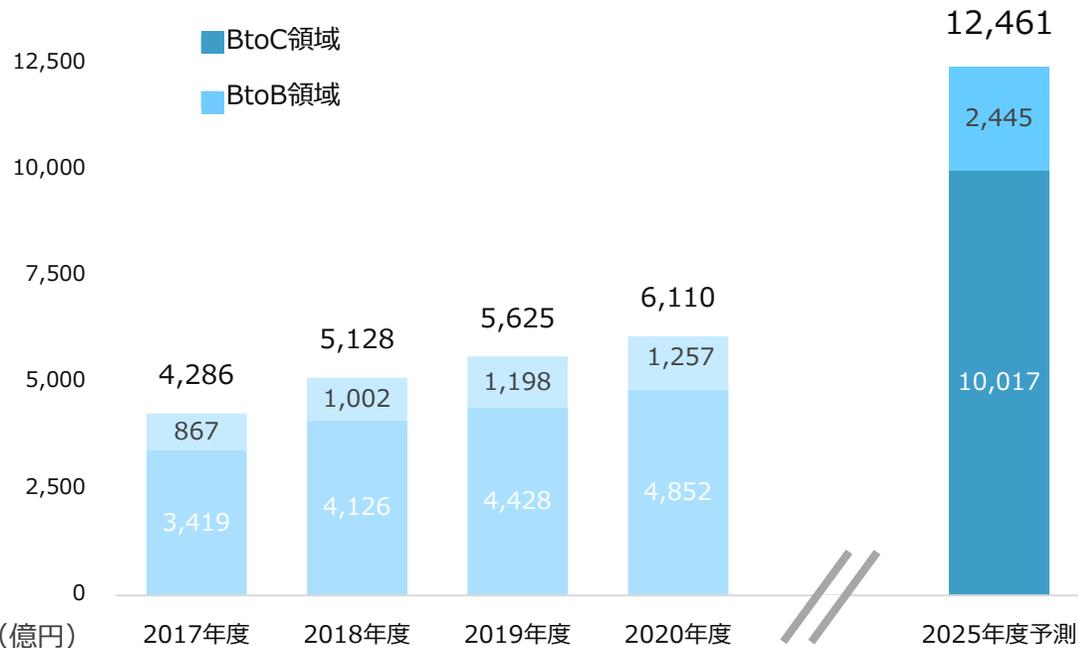


※1 出典：株式会社不動産経済研究所 首都圏 新築分譲マンション市場動向

※2 出典：公益財団法人東日本不動産流通機構 首都圏不動産流通市場の動向

- 不動産テック市場については、2025年度にて1兆円規模まで拡大予測
- 宅地建物取引業法の改正により、不動産取引書面の電子化等のDXが促進

不動産テック市場



※出典：矢野経済研究所 不動産テック市場に関する調査を実施（2021年）2021年8月17日発表

BtoC領域として ①物件探し等のメディア ②マッチングサービス ③設計・施工サービス ④住宅ローン ⑤クラウドファンディング（不動産型）⑥物件利用（シェアリング）仲介を、BtoB領域として ⑦マッチングサービス ⑧不動産情報提供サービス ⑨不動産仲介・管理業務支援／価格査定系 ⑩VR（仮想現実）／AR（拡張現実）技術を活用した支援サービス ⑪IoT（クラウド型監視カメラ／画像解析／スマートロック）を対象として、事業者売上高ベースで算出

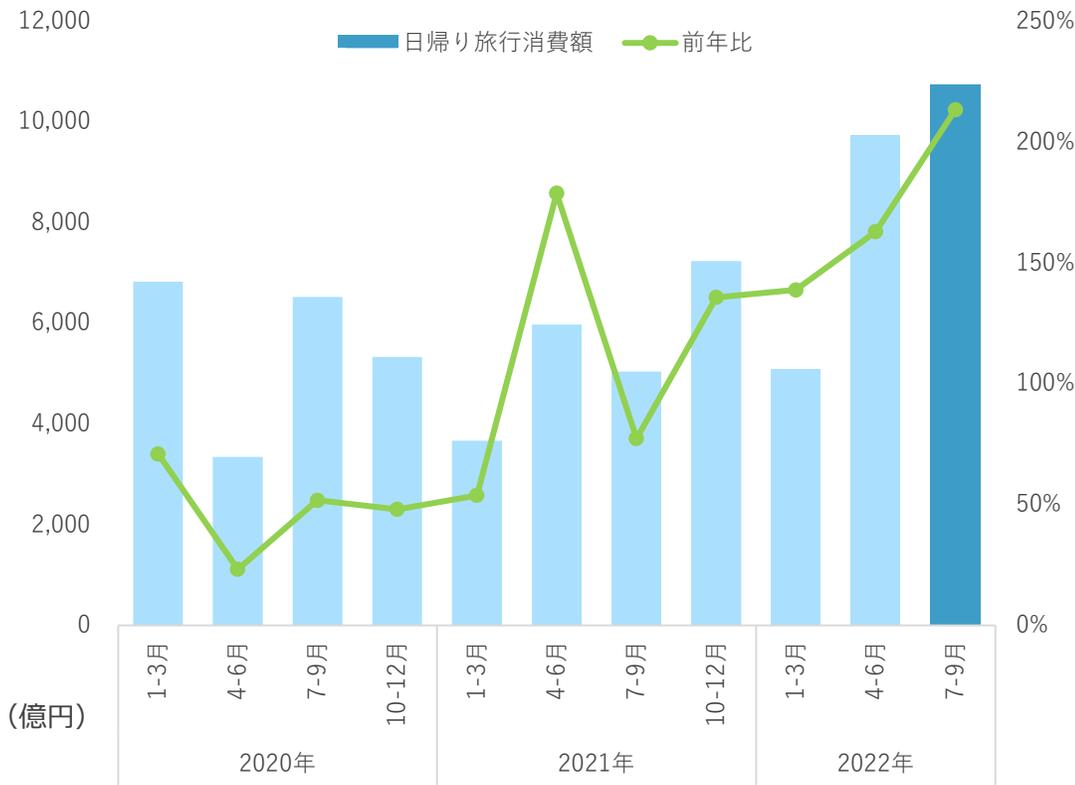
宅地建物取引業法の改正

2022年5月18日 宅地建物取引業法の改正



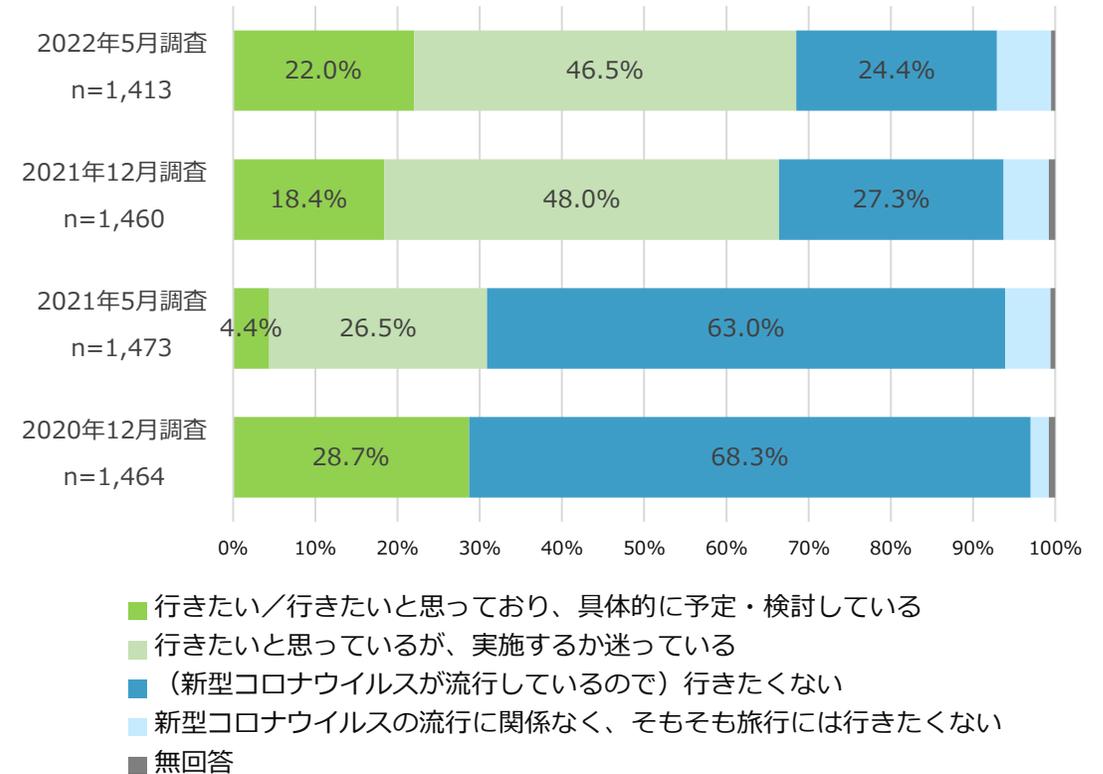
- 日帰り旅行の消費動向は、コロナ影響による落ち込みから増加傾向
- コロナ禍における国内旅行意欲は、2021年末を転機として回復傾向

日帰り旅行消費動向



※出典：国土交通省 観光庁 日帰り旅行消費動向 2022年7-9月期（速報）

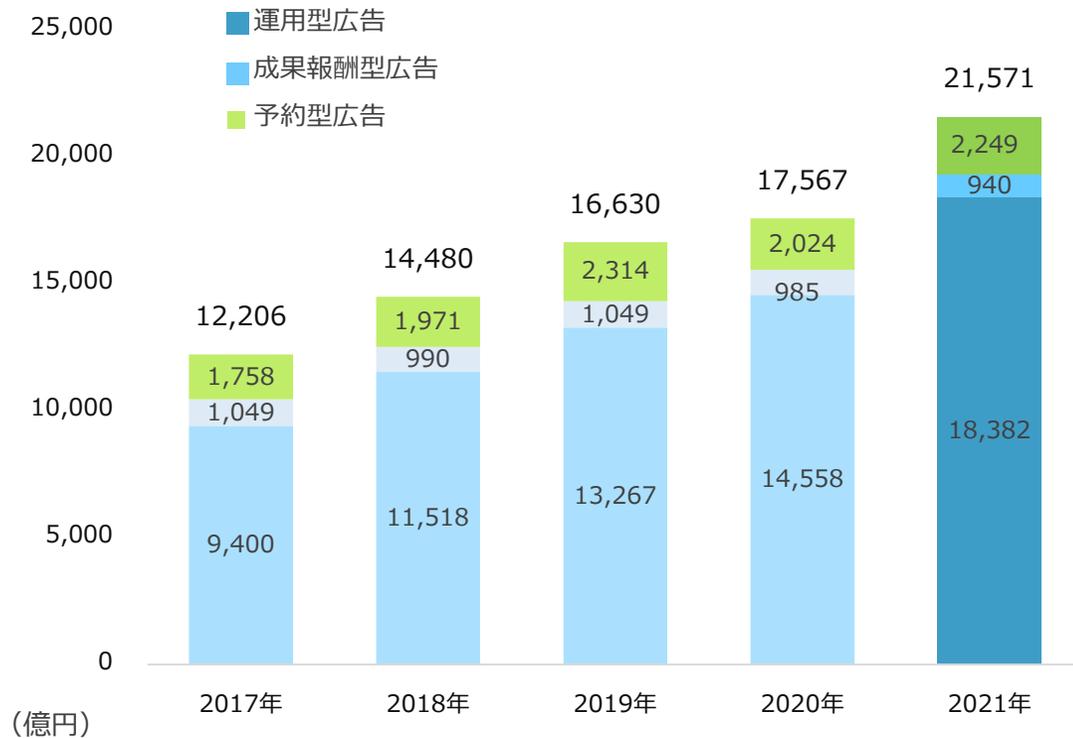
コロナ禍における国内旅行意欲



※出典：公益財団法人日本交通公社 新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向

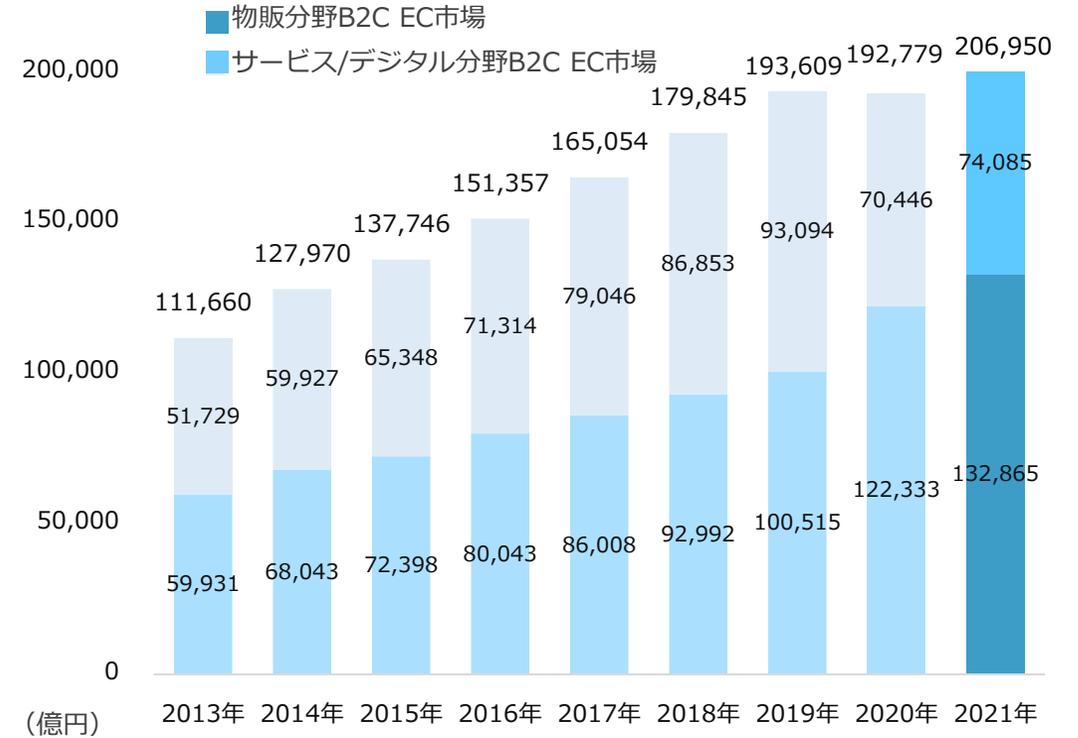
- インターネット広告媒体費の取引手法別構成比は、運用型広告を中心に2ケタ成長継続
- 電子商取引市場（EC市場）の物販分野は、コロナ下での需要も追い風に拡大加速

インターネット広告媒体費 取引手法別構成



※出典：(株)電通「日本の広告費」インターネット広告媒体費 取引手法別構成比

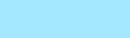
電子商取引市場（EC市場）



※出典：経済産業省「2022年8月12日 電子商取引に関する市場調査の結果」国内電子商取引市場規模（BtoC及びBtoB）

コーポレートガバナンス体制

■ 23年3月期より社外取締役を増員し、ガバナンス体制の強化を実現

 = 独立社外役員

取締役会（社内5名+社外3名）



取締役
成田 隆志



取締役
広田 朋美



取締役
松澤 尚樹



取締役
浅野 雄太



取締役
野島 亮司



社外取締役
小川 卓



社外取締役
森 泰一郎



社外取締役
礪崎 実生

監査役会（社内1名+社外2名）



監査役
藤城 哲哉



社外監査役
寺西 章悟



社外監査役
角野 里奈

指名報酬委員会（任意） （社内2名+社外3名）



委員長

ASO(App Store Optimization)

アプリストアにおいて、自社アプリの表示率を向上させることにより、アプリダウンロード数や利用ユーザー数を拡大する集客施策のこと。

CRM(Customer Relationship Management)

顧客との関係を管理しながら、その関係を長期的に深めていくマネジメント手法のこと

CAGR(Compound Annual Growth Rate)

複数年にわたる成長率から1年あたりの平均を求めた年平均成長率のこと

DFO(Data Feed Optimization)

ECサイトなど多商材のWEBサイトで、WEB広告用の商品データを広告媒体ごとに最適化するための手法や取り組みのこと

DX(Digital Transformation)

デジタルテクノロジーにより企業の収益構造の転換や新たな事業創造等を図る取り組みのこと

MAU(Monthly Active Users)

WEBサイトやアプリ等において、月あたり1回以上の利用や活動があったユーザー数のこと

SEO(Search Engine Optimization)

検索エンジンの検索結果において、自社サイトの表示順位を向上させることにより、サイト利用ユーザー数を拡大する集客施策のこと

SaaS(Software as a Service)

提供者側のサーバーで稼働するソフトウェアをインターネット等を経由して、ユーザーが必要な機能のみを選択して利用できるサービスのこと

UI(User Interface)

アプリケーションソフトウェアをユーザーが操作する方法のこと

UX(User Experience)

サービス等の利用を通じてユーザーが得る体験のこと

■ 本資料の取扱いについて

- 本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれていますが、これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。そのため、将来の結果や業績を保証するものではありません。
- 本資料の記述に記載された結果に影響を与える要因には、国内外の経済情勢や、当社の関連する業界動向などが含まれますが、これらに限られるものではありません。
- 本資料において当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性、適切性等については何ら検証しておらず、またこれを保証するものではありません。

想像以上を、みつけよう。



ニフティライフスタイル