

TDSE株式会社

東証グロース：7046



事業計画及び 成長可能性に関する事項

2024.10.31

目次

- 01 – 会社概要
- 02 – 事業内容
- 03 – 競争優位性
- 04 – ビジネス環境（事業環境）
- 05 – 業績予想修正と「MISSION2025」進捗
- 06 – リスク情報

01 - 会社概要

COMPANY PROFILE

会社概要

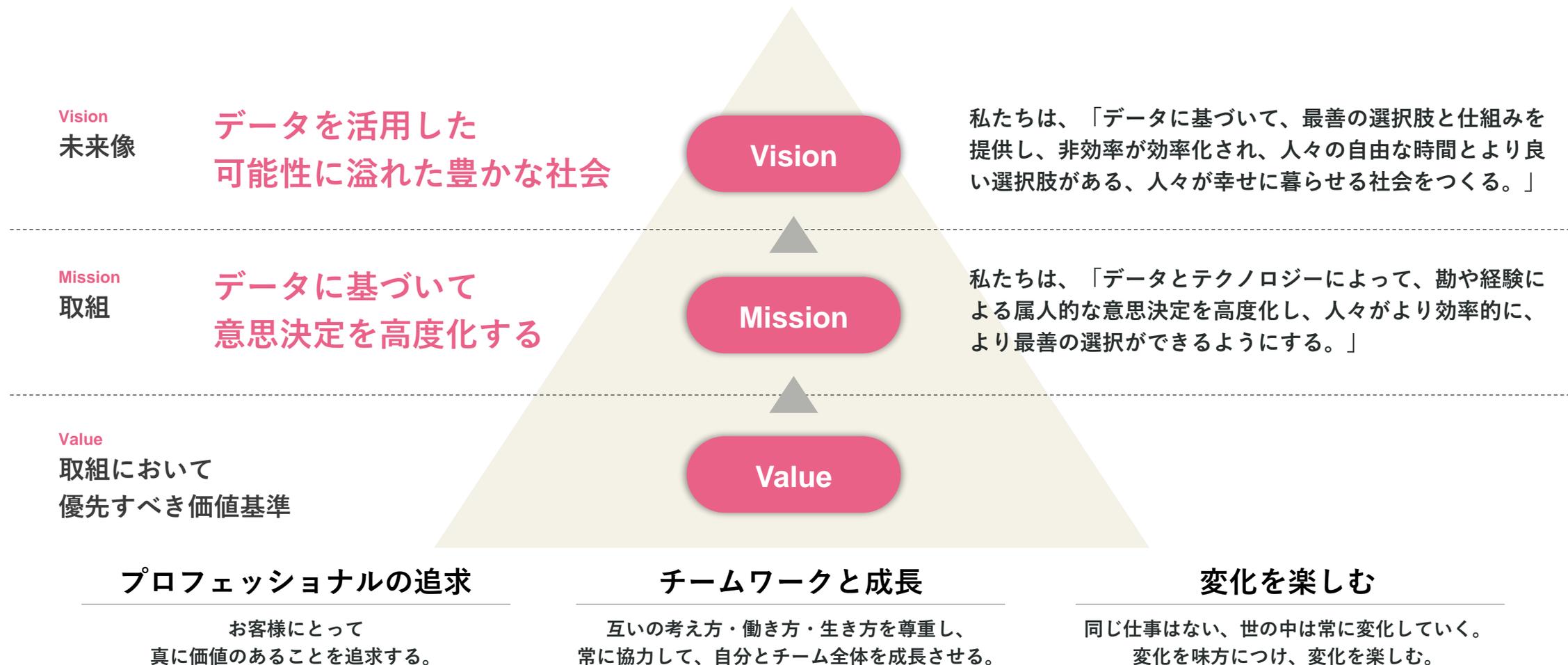
名称	TDSE株式会社
代表者	代表取締役社長 東垣 直樹
所在地	東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー27階
資本金	8億3318万円
設立日	2013年10月17日
上場情報	東京証券取引所 グロース市場（証券コード 7046）
上場日	2018年12月18日 東京証券取引所
事業	データ経営を目指す企業向けに AI技術を中心とした統合型ソリューションを提供
役職員数	169名（2024年10月1日現在） 参考：166名（2024年4月）、161名（2023年10月）、157名（2023年4月）



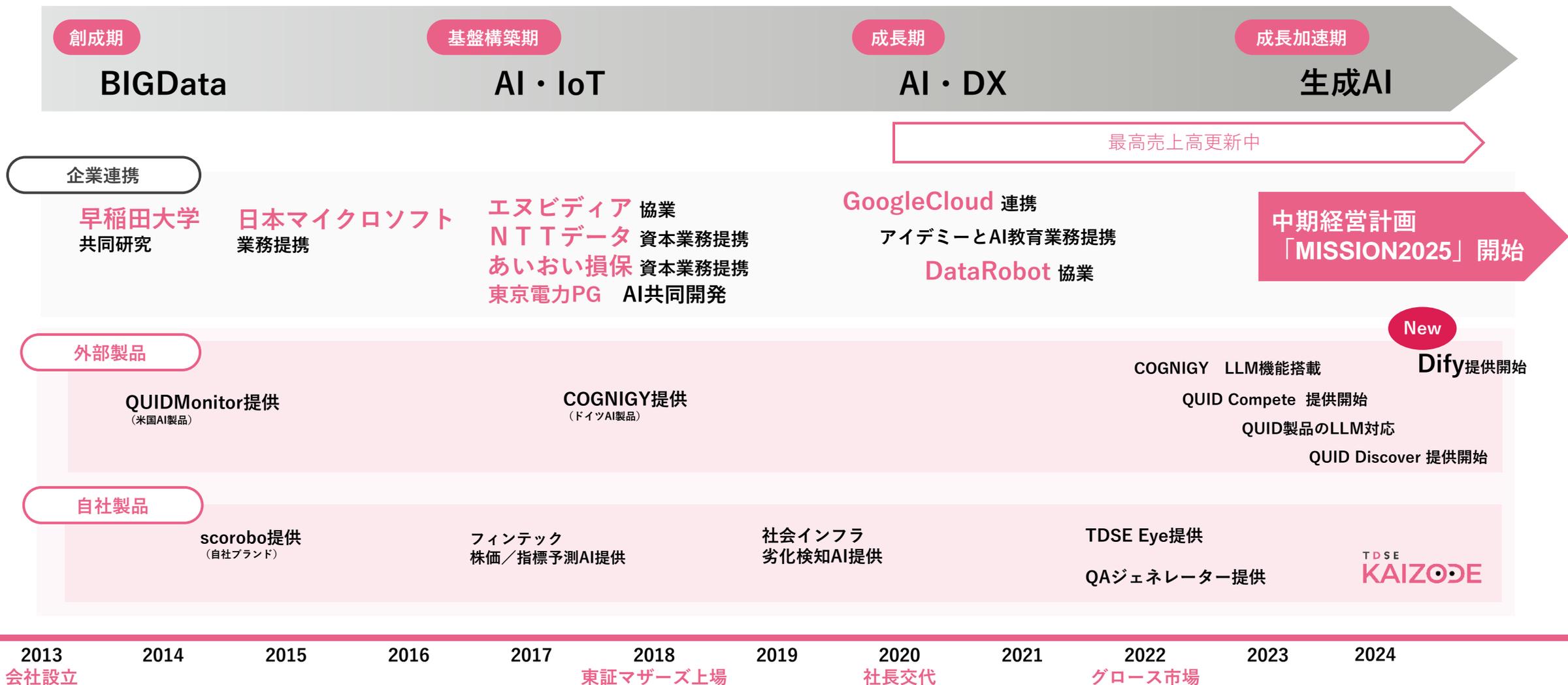
tdse.jp

Vision・Mission・Value

私たち「TDSE」は、社員一人ひとりが以下の実現に向けて、**主体的に考え・行動する組織**に変革します。



ビジネス変革

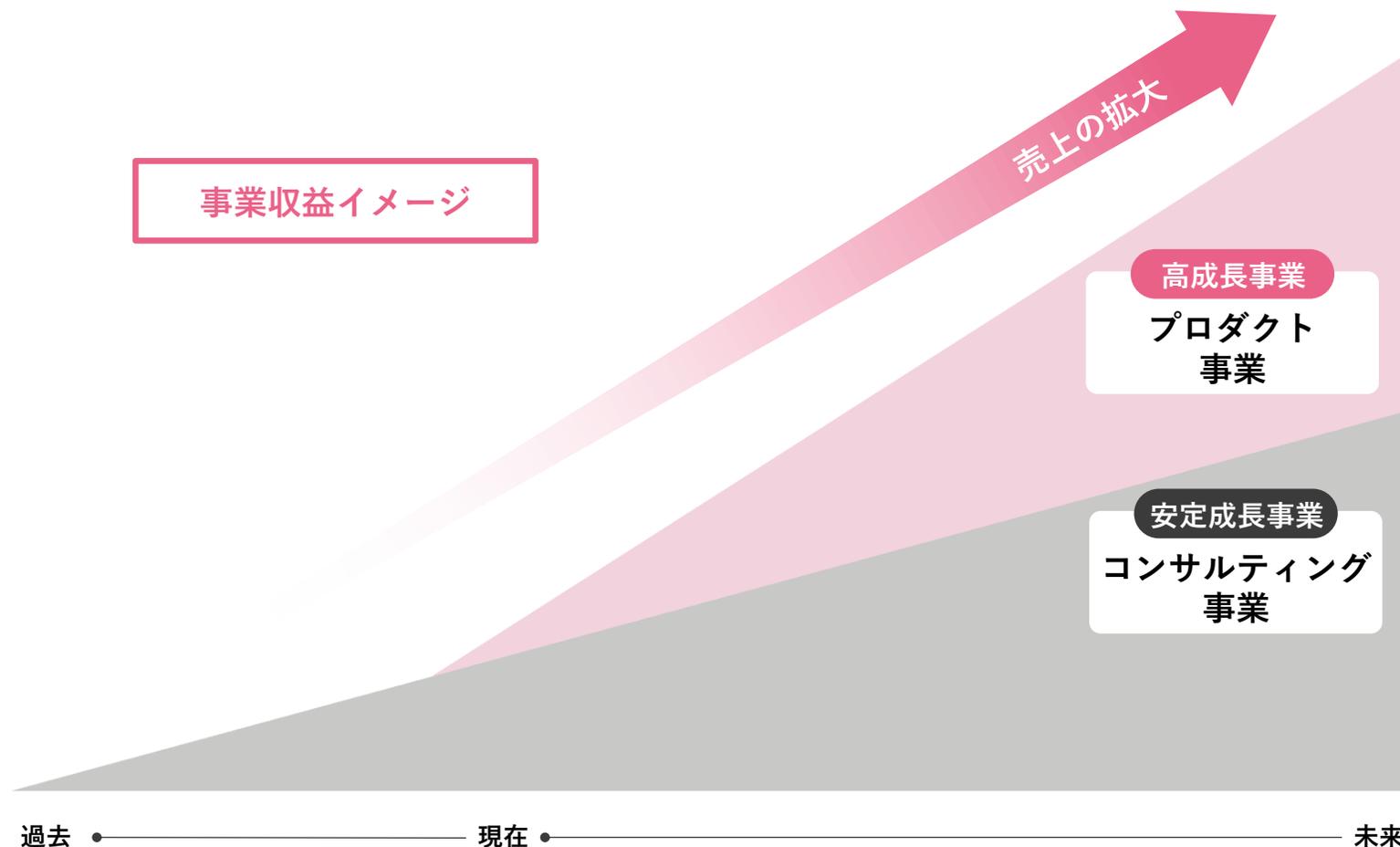
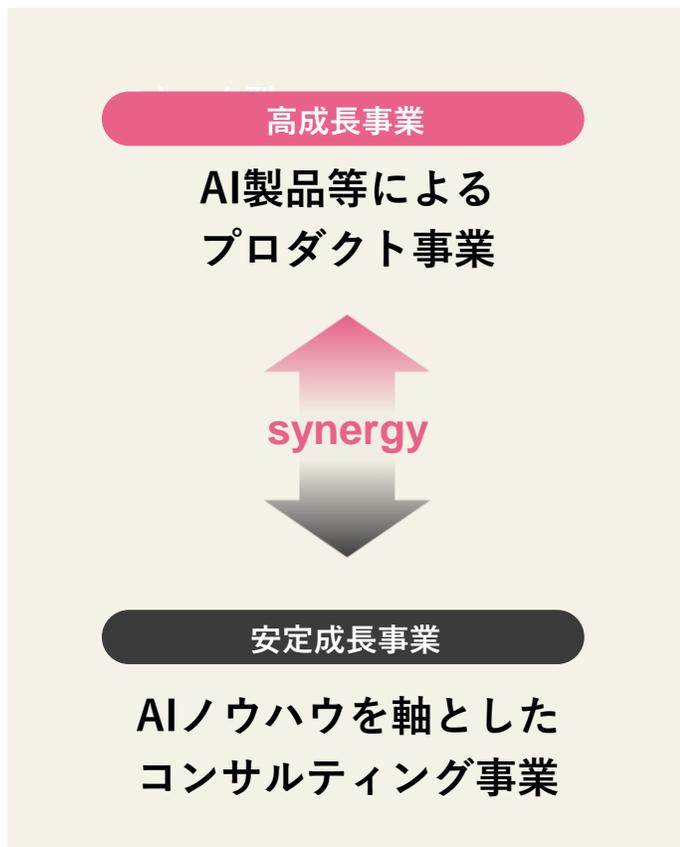


02 - 事業内容

BUSINESS OUTLINE

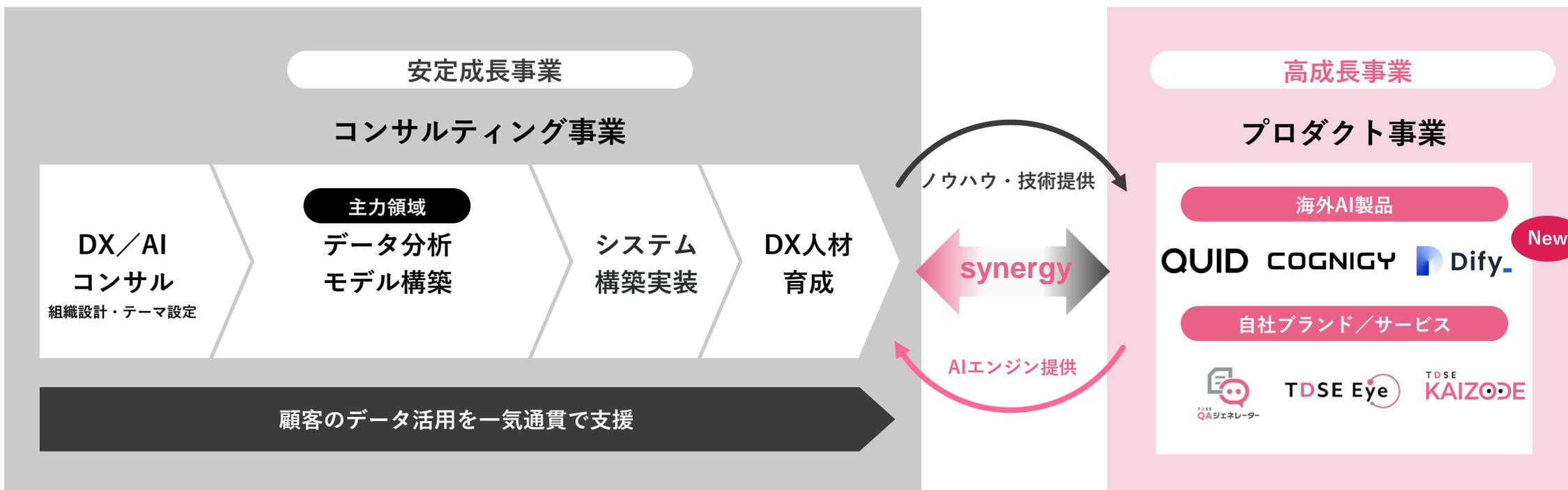
事業全体像

安定成長事業の「AIノウハウを軸としたコンサルティング事業」と
高成長事業の「AI製品等によるプロダクト事業」の2軸によるハイブリッドビジネスを展開。



事業構成図

コンサルティング事業では、経験豊富なデータサイエンティストによるAI技術を用いたデータ分析やDX/AIコンサルが主力であり、サービス・小売り・金融領域の大手企業を顧客に持つ。プロダクト事業では、海外AI製品、自社AIモジュールを中心に販売を手掛ける。



コンサルティングとプロダクトのハイブリッドとしても提供する場合もある

コンサルティング事業について～DX支援及びデータ利活用サービス



1 DX/AIアセスメント	2 DXコンサル	3 分析設計/分析	4 システム構築/実装	5 保守/チューニング	6 データサイエンティスト教育
<ul style="list-style-type: none"> 業務ヒアリング <ul style="list-style-type: none"> ・ビジネス視点 ・業務効率化視点 分析テーマの抽出 <ul style="list-style-type: none"> ・分析テーマの価値×難易度抽出 分析テーマの解決手法 (DS or ツール活用等含む) 設計 優先順位付け 	<ul style="list-style-type: none"> 組織設計 全社システム基盤方針策定 	<ul style="list-style-type: none"> 分析設計 分析実行 暫定分析基盤の構築 OJT 	<ul style="list-style-type: none"> (全社) 分析基盤設計 (全社) 分析基盤構築 AIモデルのインプリ 	<ul style="list-style-type: none"> システム保守 AIモデルチューニング 	<ul style="list-style-type: none"> エグゼクティブ教育 データサイエンティスト教育 (基礎～実践) e-Learning提供 (Aidemy社コンテンツ)

プロダクト事業について

企業との共同研究やプロジェクトを通じて、当社の将来基盤を築き上げるサービスとして、機能特化型のプロダクトを強化する。

欧米の先進AI技術を用いた製品を調査のうえ、機能が充実し、国内展開有望と考えられる海外AI製品「QUID」「Cognigy」を展開しており、新たに生成AIプラットフォーム「Dify」を展開

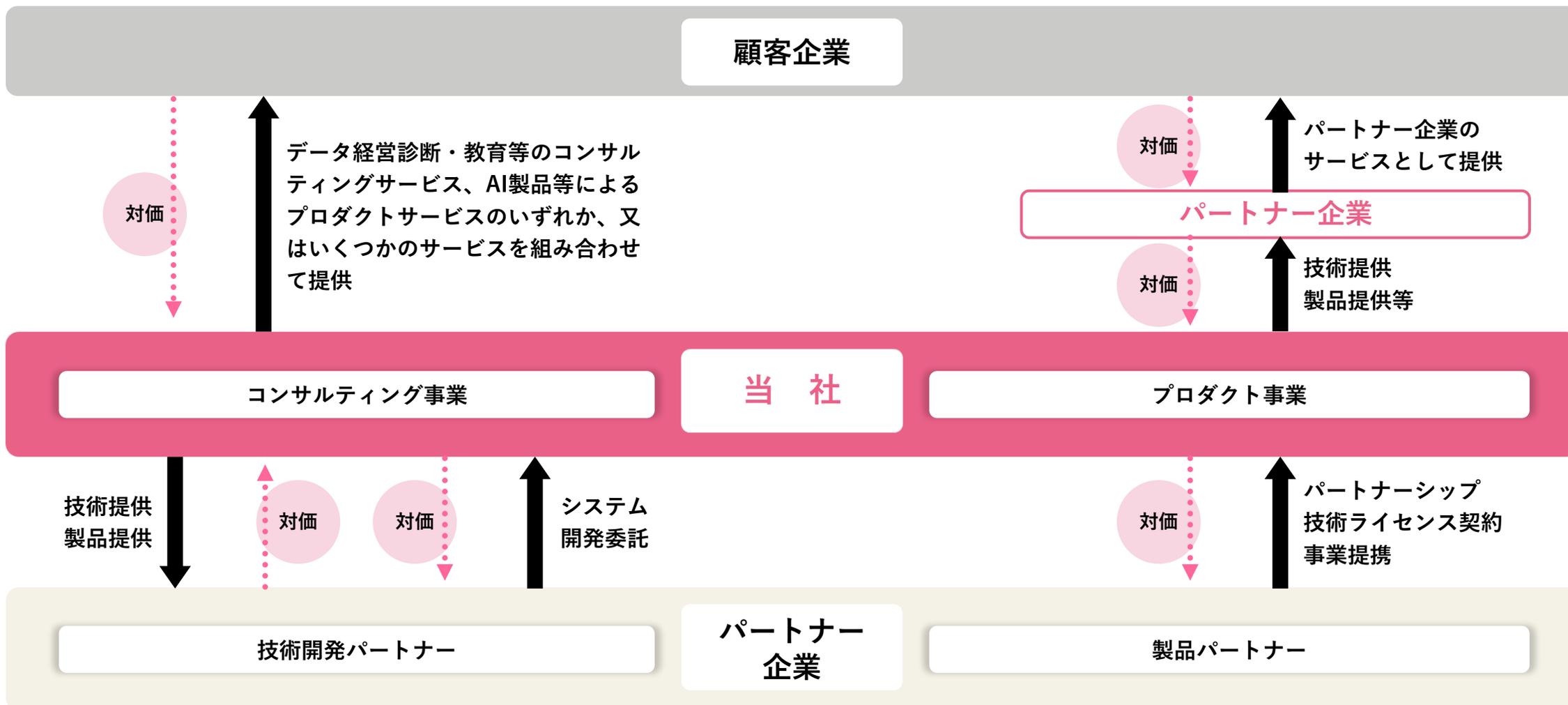


アライアンス企業との連携により、AI製品・モジュールを企画開発し、プロダクトサービスを展開

サービス提供における系統図

顧客企業との関係、そして技術開発パートナーや製品パートナーとの関係を示した系統図

凡例 対価 ビジネス



03 – 競争優位性

COMPETITIVE ADVANTAGE

コア・コンピタンス

創業より企業の経営課題解決を支えるAI/データ活用の専門集団として、コンサルティングからプロダクト提供まで行い、200社強の企業を支援。今後も更なる発展にむけ、当社の事業成長に必要な3つの強みを高める。

強み

1

国内最高峰の データサイエンティスト集団

有能な人財を採用することに加え、データサイエンティスト/データエンジニアの育成方法を開発し、共創し合う文化を醸成。更に人財が活躍できる仕組みを強化。

強み

2

ビジネス課題ファーストな 技術力と実績

ビジネス課題ファーストで、多様なデータからアルゴリズムや分析手法を構築し、技術力及びノウハウを蓄積してきた。常に先端技術を修得し、企業の課題解決に役立つ技術力と実用的なノウハウを積上げる。

強み

3

コンサルティングから プロダクト開発まで 一気通貫の実現体制

企業への実用化実績の知見を通じて、共通課題を抽出し、自社製品開発に取り込む体制。時代変化に柔軟であり、且つ価格競争に打ち勝つ製品開発を進めることで、多くの企業活動を支援。

多種多様な専門バックグラウンドをもつ技術集団

- 役職員169名のうち、約8割がデータサイエンティスト・エンジニア職で構成される技術集団
- データサイエンティストの9割が理系修士以上、その内5割が後期課程進学者・博士学位取得者で構成
- 上位10校は、東京大学大学院、京都大学大学院、大阪大学大学院等の有名大学をはじめとする大学出身者で構成

総勢 **135名**

(参考 2024年4月：134名、2023年10月：130名)

データサイエンティスト **101名**

(2024年4月：104名)

エンジニア

34名

(2024年4月：30名)

主な出身
研究所

欧州原子核研究機構 (CERN) スイスジュネーヴ
フェルミ国立加速器研究所 (FNAL) ミシカゴ
フランス国立宇宙研究センター (CNES) 仏パリ
フランス国立科学研究センター (CNRS) 仏パリ

東京大学宇宙線研究所
宇宙航空研究開発機構 (JAXA)
東北大学加齢医学研究所
高エネルギー加速器研究機構

主な出身
大学
(国内)

東京大学 京都大学 早稲田大学
大阪大学 筑波大学 東北大学
北海道大学 九州大学 など
修士以上 : 109名
後期課程・博士 : 58名

2024年10月現在

優秀な技術者の採用/育成と組織活性化に向けた環境

● 組織

技術要員の採用および育成を強化するため、コンサルティング事業本部直下に『人財強化組織』を設置し、採用と教育のクオリティを高め、業務のスピードアップを図る。

● 風土

人材強化に繋がる教育ノウハウが豊富に蓄積されており、技術習得に関する教育カリキュラムを充実させる。また社外メンバーとも渡り合えるよう自律的人材へ促す風土作りを進める。

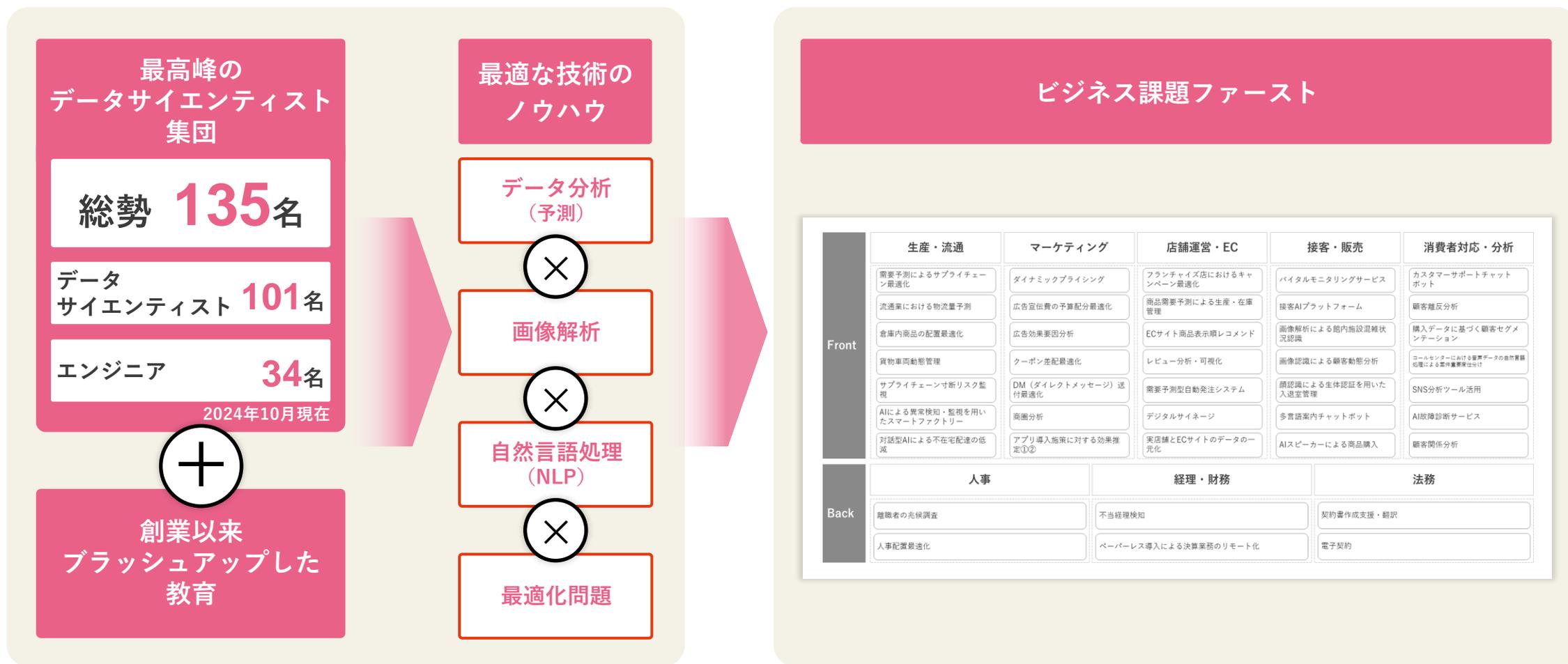
● 取組

スキル獲得と業績成果に応じた解像度の高い人事評価／報酬制度を運用中。一方で、社員モチベーション維持・向上に役立てるため、社員満足度を定期的に確認、各階層とのコミュニケーションを行い、各種施策を見直し、会社と社員間においてフラットな風土作りを目指す。



ビジネス課題解決にむけた最適な技術のノウハウ

ビジネス課題ファーストで、多様なデータからアルゴリズムや分析手法の最適な解決方法を見つけ出し、企業が抱えてきたビジネス課題の解決に結び付ける。



創業以来蓄積してきた技術ライブラリー

プロジェクト実績・技術・ノウハウの基礎情報を蓄積し、プロジェクト運営の効率化および AIモジュールを整備。300を超えるライブラリー「scorobox」を有しており、経験の浅い技術社員も活用できるビジネスモデルを確立。



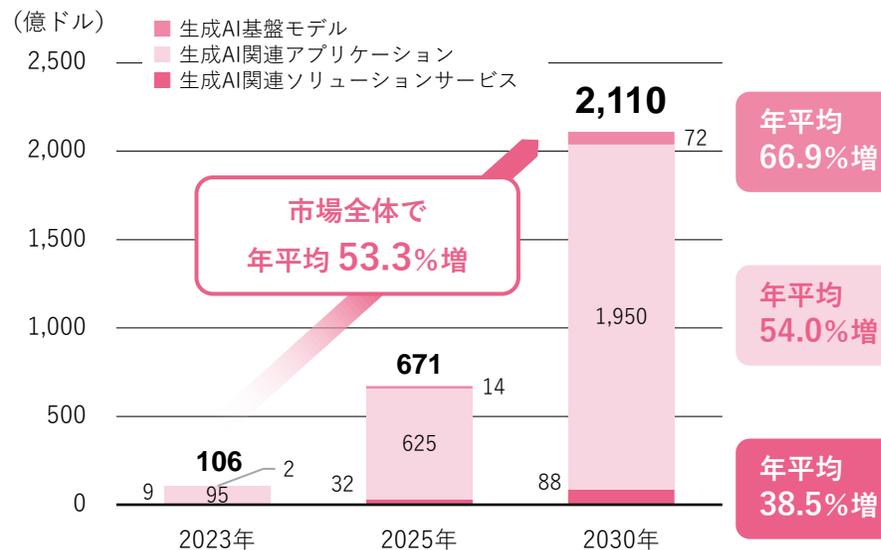
04 - ビジネス環境

BUSINESS ENVIRONMENT

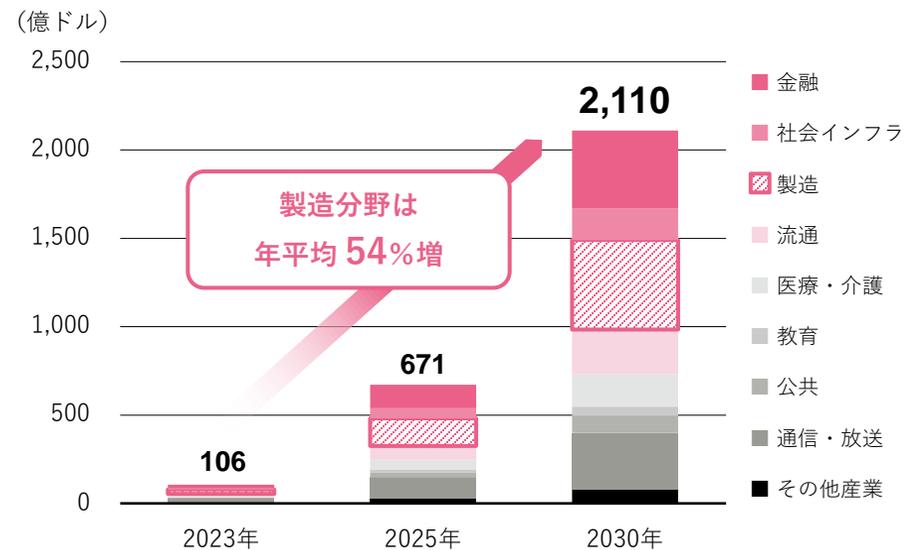
世界生成AI市場の見通し

生成AI市場の世界需要は年平均53.3%で成長、2030年には2110億ドルに達し、2023年の約20倍となる見込み。
 生成AIの利活用分野は一層広がる見込みであり、特に製造分野の伸長が著しく、年平均54%となり、507億ドルへ拡大。
 ⇒成長著しい魅力ある市場であり、当社は生成AIビジネスの渦中にある存在である。

生成AI市場の需要額見通し（世界）



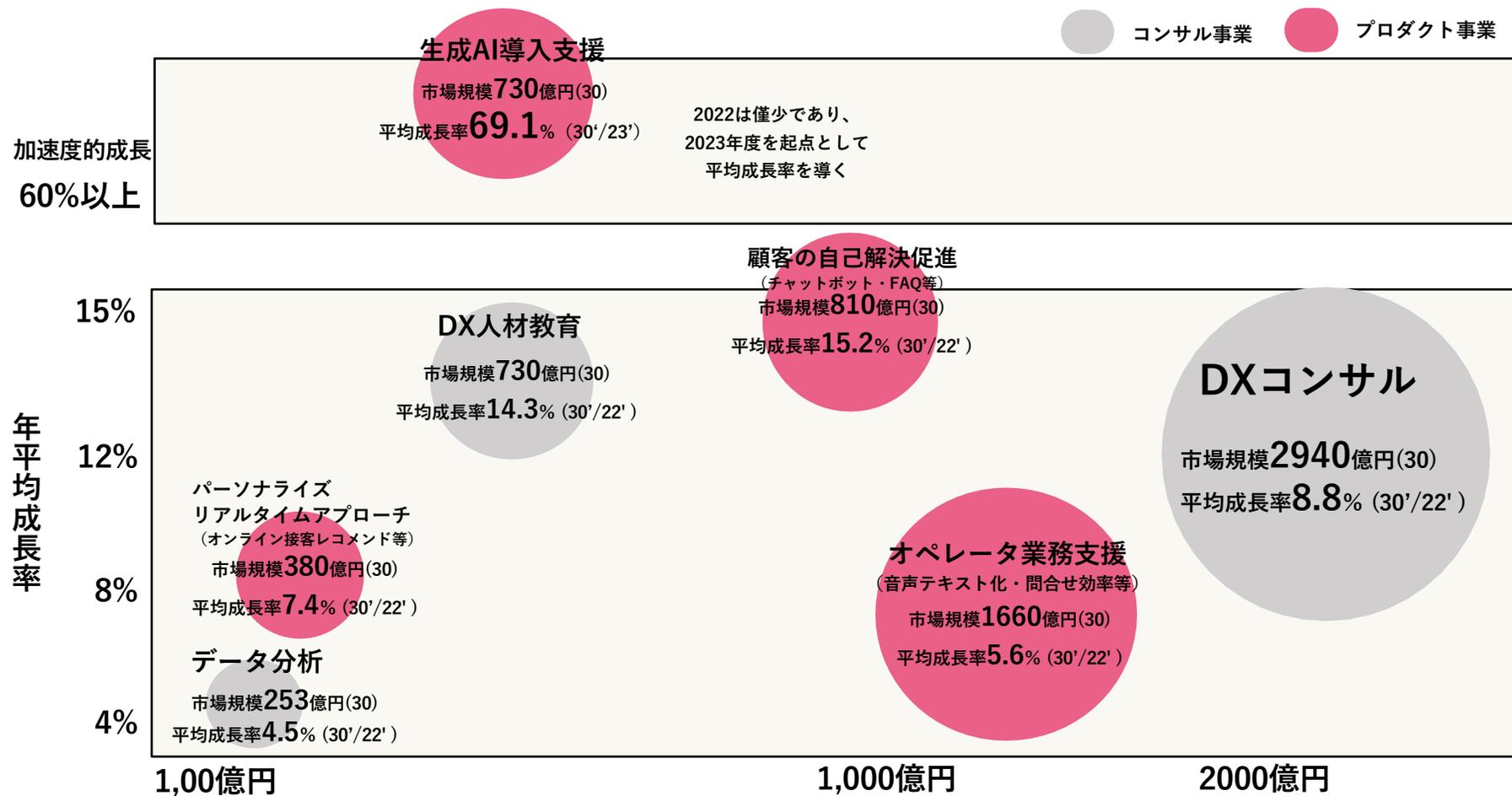
利活用分野 需要額見通し（世界）



出典：一般社団法人電子情報技術産業協会（JEITA）提供、2023年12月21日発表

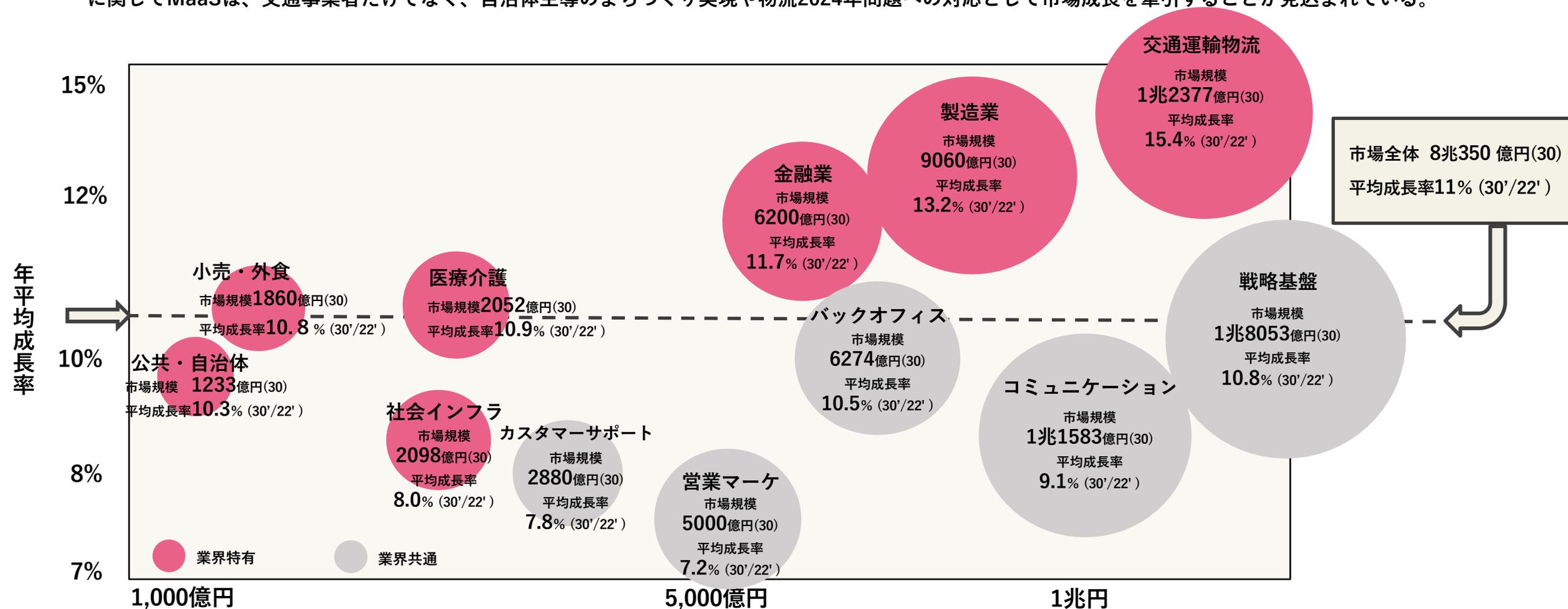
当社を取り巻く事業環境（サービス別）

主力サービス「データ分析」「DXコンサル」ともに注力領域として事業強化を進める。
 また、生成AI関連は技術革新も激しく、成長著しいことから、引き続き強化領域としてサービス強化に努める。



DXを取り巻く事業環境（ビジネス領域）

戦略基盤DXの規模が最も大きいですが、大手企業を中心にDX 戦略を支えるIT基盤や教育への投資が行われ、将来にわたり高水準での推移が見込まれる。次いで「コミュニケーション」「交通/運輸/物流」の市場規模が大きいですが、企業のシームレスなコミュニケーション環境整備とそれに伴うセキュリティ対策、交通系に関してMaaSは、交通事業者だけでなく、自治体主導のまちづくり実現や物流2024年問題への対応として市場成長を牽引することが見込まれている。



※株式会社富士キメラ総研「2024 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望（2024年3月公表）から当社作成

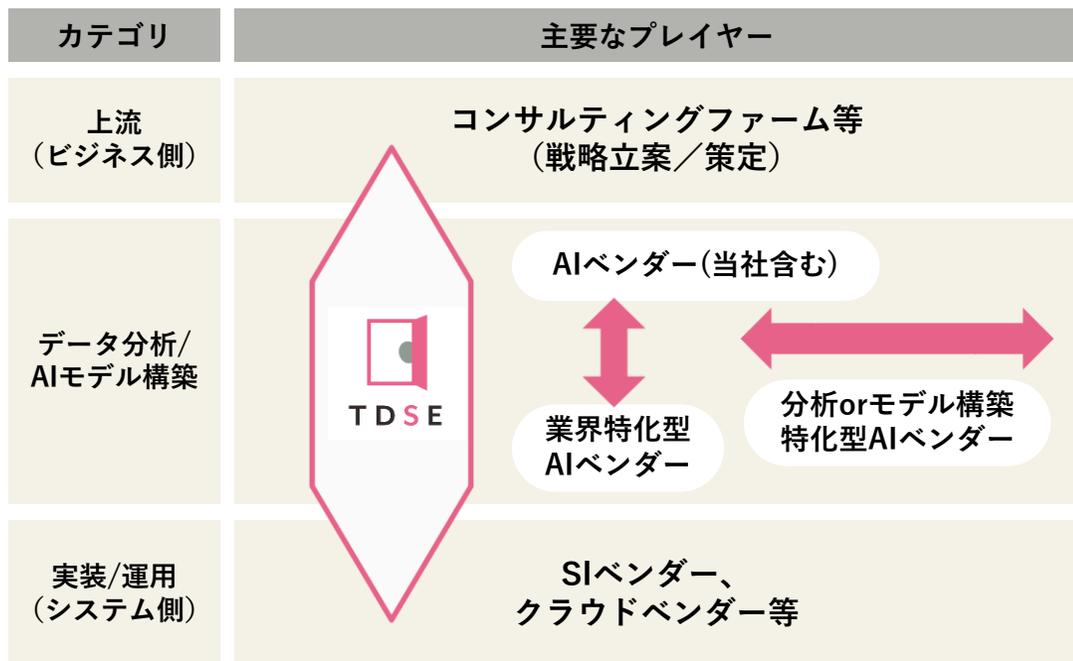
商流別事業環境

当社は、コンサルティング事業とプロダクト事業の両軸で事業を推進。

DX/AI/データ活用の市場は、全方位的なマーケット市場の広がりになるとの想定にもとづき、領域特化型でなく、全方位的に本市場をカバーしつつ、独自のポジショニングを形成している。

コンサルティング事業

DX/AI黎明期より分析/AIモデル構築のハイレベルなデータ活用スキルを軸に、全業界向けにお客様のデータ活用のテーマ抽出～データ分析/AIモデル構築～システム構築、教育まで一気通貫でサービスを提供



プロダクト事業

コンサルティング事業で蓄積されたノウハウを基に、自社独自のAIモジュールを開発・提供。また、海外での優れた技術を搭載したサービス/製品/プラットフォームを販売



業界における各企業との協力

業務内容や目指す事業モデルが完全に一致している同業会社は見受けられない。

業界の垣根を越えて、企業との協力や機能の補完をしながら、共栄していくことが必要であると当社では考えている。



企業協業：当社を取り巻くAIビジネス業界は、顧客のビジネス課題解決にむけ、コンサルティングファームやベンダー企業と協力関係を持つことで、最適なサービスを提供することがある。昨今コンサルティングファームやベンダー企業でもデータサイエンティストを確保し、分析サービスを展開していることから、本領域に強みを持つ当社は、それら企業と機能を補完しながら、共栄していくことが必要と考えている。

競合環境：同業各社は、当社と比較しても中規模の先が多く、現時点では市場において圧倒的なシェアを確保している、または確保できるような先は見受けられない。業務内容や目指す事業モデルが完全に一致している同業会社はなく、いずれの会社も競合は一部に留まっている。

05

TDSE 中期経営計画 **2023-2025**
– 業績予想修正と「MISSION 2025」進捗

MID-TERM MANAGEMENT PLAN

2024年度上半期主要業績の結果

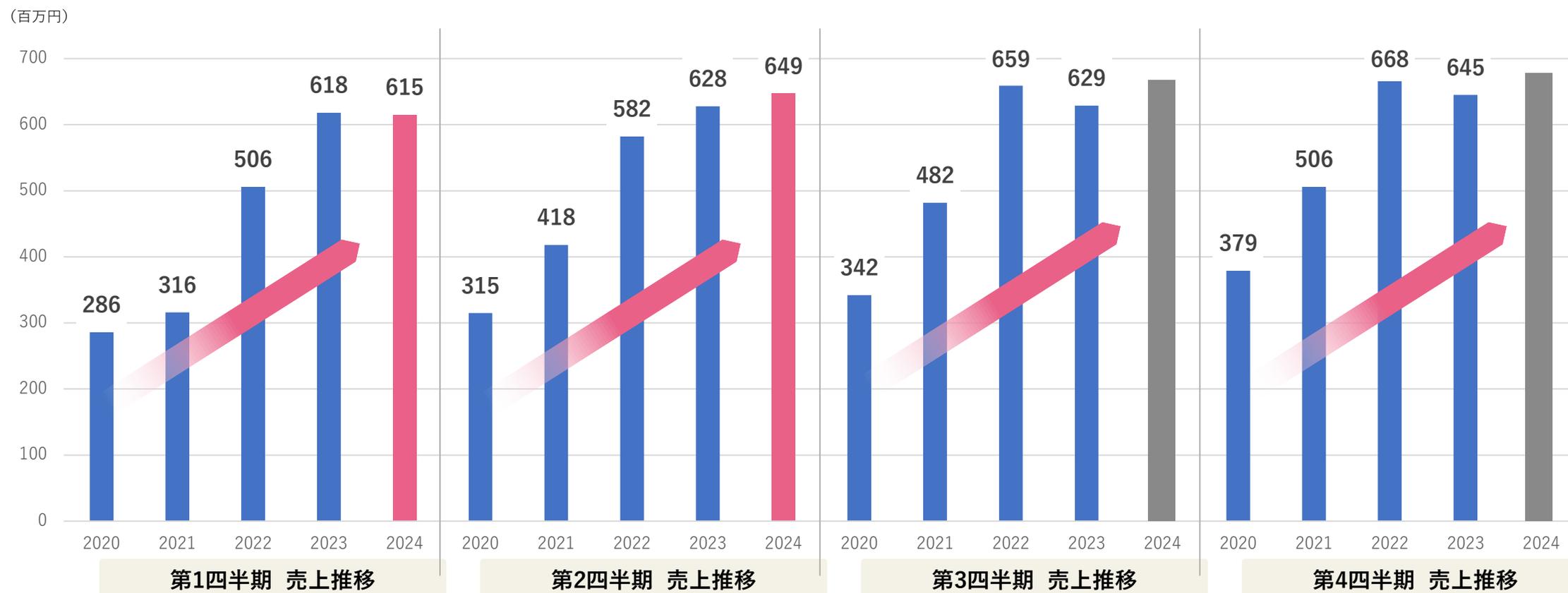
コンサル事業では成長に欠かせない営業強化に取り組み、プロダクト事業では拡販強化を一層進めた結果、売上高は対前年を若干上回る。一方、営業強化・技術員採用を目的とした投資が集中したことから、利益面は対前年を大きく下回る結果となった。

(百万円)

	2020年度 上半期	2021年度上半期		2022年度上半期		2023年度上半期			2024年度上半期		
			対前年比		対前年比		対前年比	計画進捗率		対前年比	計画進捗率
売上高合計	602	734	122%	1,088	148%	1,246	114%	48%	1,265	101%	44%
営業利益	-29	60	黒字	124	206%	115	93%	41%	80	70%	28%
営業利益率	—	8%	—	11%	—	9%	—	—	6%	—	—
経常利益	-12	60	黒字	125	208%	117	94%	42%	79	67%	27%
当期純利益	136	40	30%	57	143%	80	140%	41%	52	65%	27%

四半期毎の業績推移

四半期毎売上推移は下表の通りであり、季節要因による売上高の著しい変化は少なくなる傾向。
今年度第1四半期では、対前年比で若干マイナスとなったが、第2四半期以降では対前年アップが進む想定。



コンサル事業とプロダクト事業の総括

(年間目標・上半期実績)

コンサルティング事業の経営指標と取組総括

KGI年間目標進捗率 (年間目標・上半期実績)

売上高

要改善

年間事業計画 **25.0**億円 実績 **10.9**億円 遂行率 **43%**

占有率 **86%** (前年89%)

売上対前年比 **98%**

新規

0.2億円

対前年比 **32%**

既存／新規
割合

既存

10.7億円

対前年比 **103%**

売上分布
(事業部別)

KPI達成状況

技術人員数

要改善

2025目標 **141**名 (2025/4)

現在 **126**名 (2024/10)

125名 (2024/4)

リーダー育成数

要改善

2025目標 **41**名 (2025/4)

現在 **37**名 (2024/10)

35名 (2024/4)

プロダクト事業の経営指標と取組総括

KGI年間目標進捗率 (年間目標・上半期実績)

売上高

良好

年間事業計画 **3.3**億円 実績 **1.7**億円 遂行率 **52%**

占有率 **14%** (前年11%)

売上対前年比 **124%**

新規

0.3億円

対前年比 **89%**

既存／新規
割合

既存

1.4億円

対前年比 **137%**

KPI達成状況

SMM事業

良好

●新規開拓数 (達成率153%)
目標 **15**件以上 実績 **23**件

●既存案件継続率
目標 **80%**以上 実績 **85.4%**

CAS事業

要改善

●新規開拓数 (達成率20%)
目標 **10**件以上 実績 **2**件

●既存案件継続率
目標 **90%**以上 実績 **100%**

コンサルティング事業の振り返りと取組

1. コンサル事業の業績振り返りと課題
2. 需給アップにむけた取組及び計画（供給面確保と需要面確保の双方にむけて）

* 2024年5月15日開示の事業計画及び成長可能性に関する事項P29-33に該当

コンサルティング事業の上半期業績結果について

重要課題として営業強化策を推進してきたが、主要業績である売上高は対前年比98%と昨年度を下回り、また事業計画25億円に対し、遂行率43%と足踏み状況となった。

売上高

改善要

10.9億円 対前年比 98%

年間計画 25.0億円 遂行率 43%

既存

占率 98%

継続

1,072百万円

対前年比 103%
1社当り5,106万円

新規

占率 2%

改善要

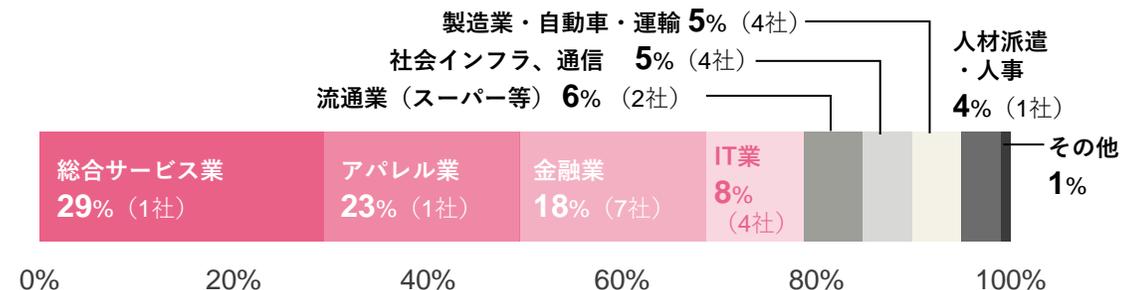
20百万円

対前年比 32%
1社当り250万円

補足) 新規売上：当年度に新規取引開始した顧客売上、既存売上：全体の売上から新規売上を除いた売上

- 継続的に戦略投資が進む既存顧客と関係強化することで、アプローチ強化を進めた結果、一部顧客で売上拡大に繋がる。
- 新規顧客獲得にむけた各種施策に取り組中だが、新規顧客の売上高対前年比32%と大きく下回る結果となり、改善余地が大きい。

サービス提供顧客分析



売上規模別顧客分析



営業強化策に関する上半期業績振返り

営業施策を全体的に見直してきたが営業強化は未だ途上段階、さらなる取組強化及び改善策を進める

営業強化にむけた取組（2024年期初）

1. 営業力強化とプロセス管理徹底にむけて

- 営業技術体制を改編し、営業力強化に繋がる育成含めた人員強化、顧客フォロー及び提案体制見直し推進
- 社内KPIを整理し、特に新規開拓時のプロセス管理を徹底

2. アライアンス（TDSEネットワーク）強化

- 当社と補完できるSIerやコンサルファームとの関係強化
- 新たなツールベンダーとのパートナーシップ提携

上半期を終えて振返り

上半期取組

- 新規営業を新KPIで管理、第1・第2四半期とも案件数は確保
- 商談プロセスを整備し、リードから商談化までの初動を見直し
- 外部マーケ専門人材活用、施策全般見直し、リードは増加傾向

- 新たなケイパビリティ補強を目指すコンサル企業と連携（共同開拓）
- 製造業のコンサル部門と連携開始（共同開拓）

今後の課題

- 1案件当たり新規売上の向上
- 営業企画/管理人材の増強
- マーケ施策のさらなる推進

- 既存アライアンスの強化に伴う共同獲得案件の増加
- 新規アライアンスの開拓

新技術およびサービスを伴う取組

成長分野であるLLM関連テーマは引き続き増加傾向

事例 1

LLMによる開発プロセスの高度化



大手SI企業様

システム開発プロセスを見直し、効率化、品質向上をしたい



開発プロセスにおいて、多数のソリューションをLLMを用いて標準プロセス化

事例 2

営業資料作成の自動化



インターネット企業様

営業提案をより効率的に実施したい



LLMを活用して営業資料の作成プロセスを自動化

技術力向上にむけた取組 (2024年期初)

1. テーマ別技術獲得にむけて

- 因果推論・数理最適化・MLOps等テーマ別組織の新設
 - チームの役割と責任を明確化することで推進を図り、高度な技術提案やPJ実行力強化を目指す
- LLM特化組織の新設
 - 成長著しく技術変化も激しいLLMのキャッチアップと取組強化
 - 文字・画像・音声・数値等異なるデータ種に対応するマルチモーダルAI等
 - QAジェネレーター等を展開するプロダクト事業との連携強化

上半期を終えて振り返り

上半期取組

- 新組織で注目領域の知識獲得が進む
- LLM領域でRAGの知識獲得が進む
- DataBricksの知識獲得が進む

今後の取組

- CFML等高度データ活用の提案強化
- LLM展開にむけた強化策の推進
- LLM技術人材の育成・確保
- Difyを軸としたRAG技術力強化
- DataBricks活用人材の育成

技術人員増強にむけた計画と取組

2025年度
目標

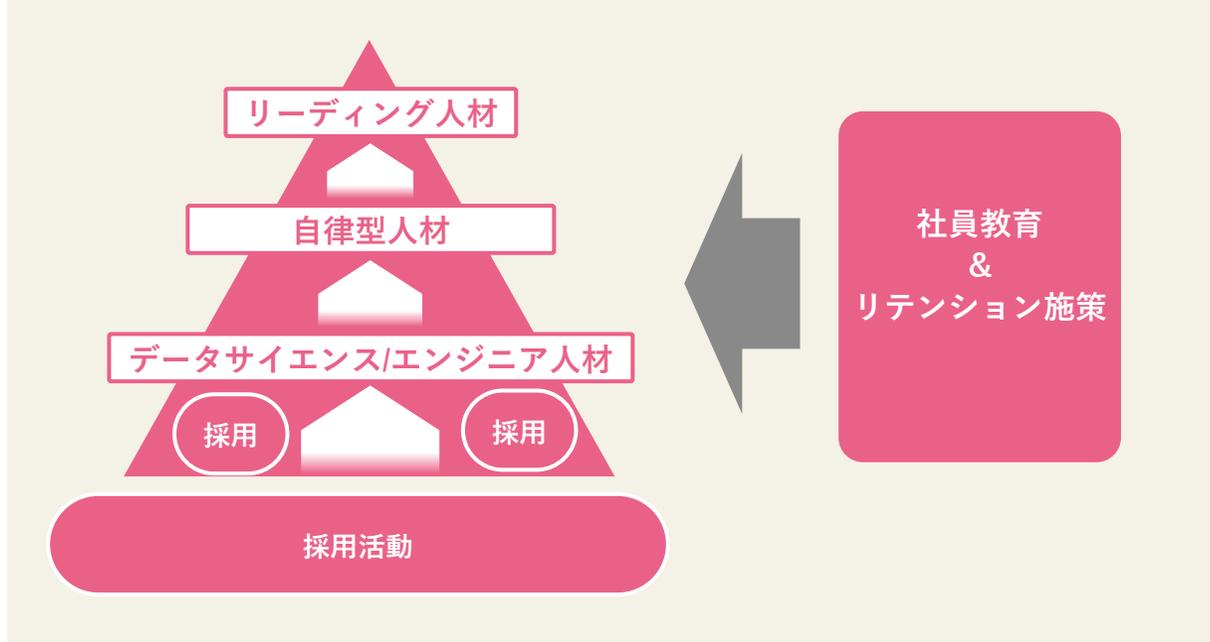
技術人員 **目安141名** 現在126名

リーダー人員 **目標 41名** 現在 37名

戦略上の修正について

- ・技術員の離職が想定より発生しており、採用及びリテンションを強化するが、141名を絶対達成数とせず、足元案件を踏まえながら採用数も調整
- ・育成及び採用により、リーダー数は37名へ（中計ゴールまで残り4名）達成時期を当初4月から昇格タイミングとなる6月に延期

リーディング人材育成推進



新規 人材ポートフォリオの再編

変動の激しい時代に即したニーズに対応するため
人材ポートフォリオを再整備

急成長を続ける生成AI市場の渦中にある当社では、データサイエンスやエンジニアといった職種の採用育成でなく、LLMエンジニアや業務展開に長けたコンサル型人材など、プロジェクト遂行に最適な体勢を構築するための職種再整理を進め、次期中計を狙いとした人材ポートフォリオ再構成を進める

経営指標推移

※コンサルティング事業部内の人員数

2022年度	2023年4月	2024年4月	2024年10月 要改善
<ul style="list-style-type: none"> ● 技術人員 100名* ● リーダー人員 31名 	<ul style="list-style-type: none"> ● 技術人員 118名 ● リーダー人員 33名 	<ul style="list-style-type: none"> ● 技術人員 125名 ● リーダー人員 35名 	<ul style="list-style-type: none"> ● 技術人員 126名 (1名増) ● リーダー人員 37名 (2名増)

※修正箇所は、ブラウン色とし、アンダーラインを引く

※当初計画は2024年5月15日開示の事業計画及び成長可能性に関する事項P33に掲載

主要業績に関する計画及び取組

2024年度
売上高目標

当初計画

25.0億円

対前年比 112%

修正計画

22.7億円

対前年比 101%

中計最終年度
2025年度目標

29.0億円

2024年計画比 128%

振返りを踏まえた下半期取組（2024年度）

1. 営業強化策

- ・ プリセールス活動の専任チーム化を推進
- ・ 営業力強化に繋がるマネジメント人材を獲得
- ・ 顧客企業との共同イベントの開催

2. アライアンス強化

- ・ DataBricks社との連携強化（3月～）
- ・ Difyを軸とするLLM関連の開発案件開拓（9月～）
- ・ 新たに三菱総合研究所との協業を開始（10月～）
- ・ 製造系コンサル、メディアコンサルとも連携（通年）

戦略上の修正について

- ・ 営業強化策は改善余地が大きいいため、2024年度目標を当初の25.0億円から22.7億円へ下方修正（10%削減）
- ・ 中計最終年度である2025年度目標29億円は、「営業強化策が浸透する前提」としたオーガニック成長に加え、「強化領域でのM&A」を進め、当初計画を変更せず、達成を目指す

中計最終年度（2025年度）

- ・ 強化された営業態勢を軸に、大手顧客との堅固な関係を確立、生成AI関連の案件開拓を進める。さらに新規営業KPI指標を増幅させ、アライアンス推進による案件も大幅に増やす。
- ・ 先進的製品を取り扱うプロダクト事業との連携を密にし、特にDify開発を進める人財を充実させ、両部協力のもと生成AI案件の獲得を進める。
- ・ 従来のデータ分析領域だけでなく、LLM領域など急拡大分野、コンサル事業の人材強化に繋がるM&A施策を進め、人材ポートフォリオを再整備、案件獲得が進む組織態勢へ変化させる。

プロダクト事業の振返りと取組

1. プロダクト事業全体の業績振返り
2. 当社が属する市場の見通し
3. プロダクト事業における取組と計画

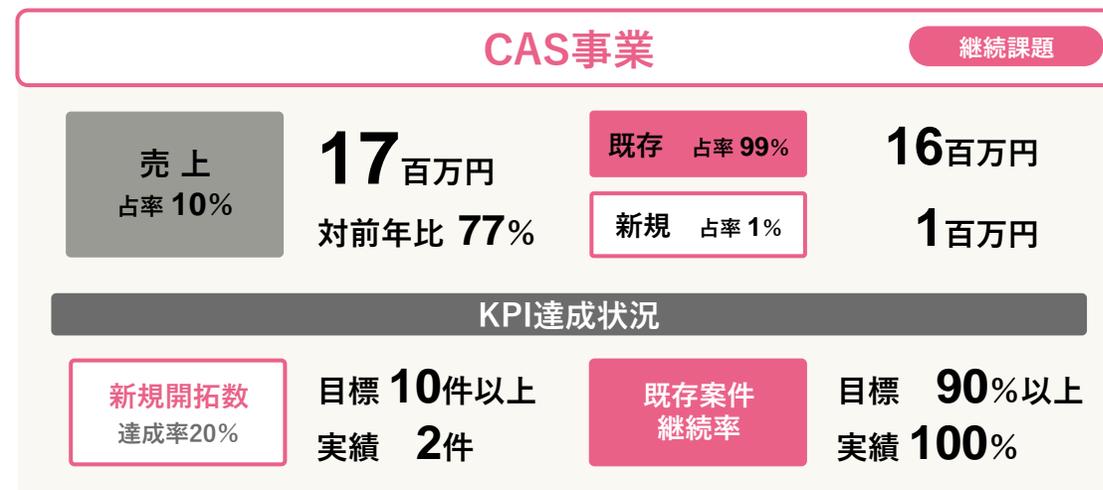
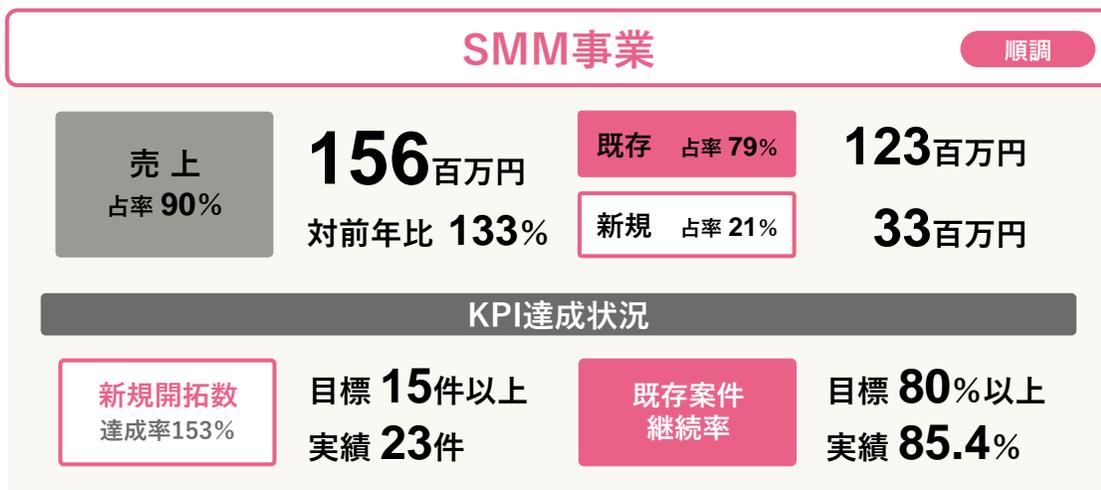
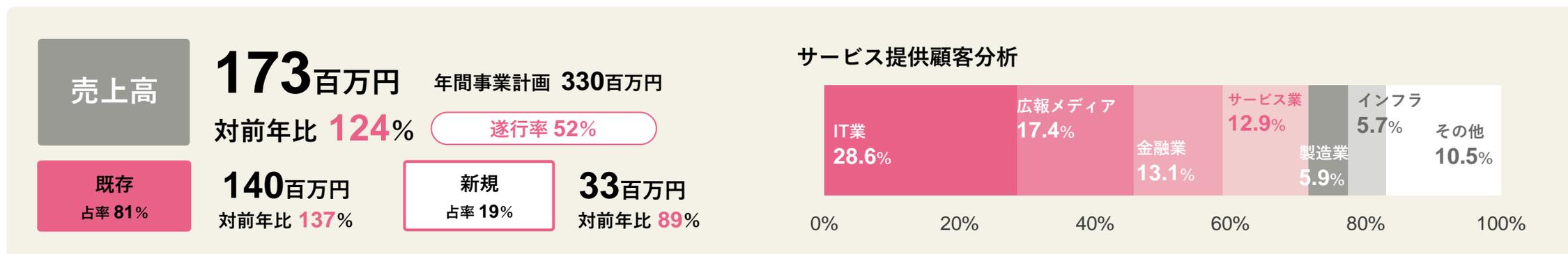
※略称について SMM：ソーシャルメディアマーケティング CAS：カンバセーショナルAIソリューション

* 2024年5月15日開示の事業計画及び成長可能性に関する事項P34-49に該当

プロダクト事業全体の業績振り返り

中期経営計画“MISSION2025”の2年目中盤を迎えるが、市場成長に伴い業績好調であった。

- ・ ソーシャルメディアマーケティング（SMM）Gは、想定以上の新規契約（対前年比160%）を獲得（営業人材増強が功を奏した）。
- ・ カンパセーションAIソリューション（CAS）Gは、件数不足であるも1件当たり規模が大きくなる。
生成AIにむけた各種改良を追加することで、顧客ニーズに対応する提案及び効率的な開発を実現した。



プロダクト事業の取組と製品強化

自社製品を研究開発するラボ拠点としてベトナム企業との連携を進め、開発効率化を進める。上半期プロダクト事業の主だった取組は下記の通りであり、今後もLLMを中心に研究開発強化を継続。

SMM事業

1. 機能拡充



生成AI機能『AI Summary』と『Ask Quid』を新規搭載し、膨大な収集データからLLMで回答を実現

2. 製品開発



レビューデータの収集及びLLMでの分析機能を追加。データ+LLMの組合せで機能を拡充を継続

CAS事業

1. 導入事例



大手金融機関向け追加開発を継続、ノウハウ蓄積
大手企業複数社向けにPoCを開始

2. 研究開発の進捗



LLMを活用したQA生成サービス提供を開始

優先事項 生成AI技術対応

SMM事業、CAS事業ともに技術革新の激しい生成AI市場においては、自社開発のみならず、海外先端技術を有する企業との提携を経て、市場スピードに対応したLLMサービスの供給態勢（技術&営業）を構築することが求められる

トピックス プロダクト事業における取組

- 日経CNBCの新NISA特番にてQuidMonitorが活用
- 生成AIアプリ「Dify」開発企業と国内初のパートナーシップ

Quid Monitorメディア活用

日経CNBC 昼エクスプレス 2024年8月9日(金)

『SNSのAI解析で見る新NISAのホンネ』

弊社取締役池野と日経CNBCキャスター岡村氏が、新NISA導入前後から現在に至るまで、消費者の意識変化と相場の関係性を踏まえて今後の見通しと注目点を解説

11月6日には、米国大統領選挙における政党及び候補者に対するSNS分析を実施し、市場への影響度をアナリストと共に解説



出典：日経CNBCオフィシャルHPより 左) 岡村氏 右) 池野

新製品「Dify」開始

生成AIアプリ 構築プラットフォーム



ノーコードで直感的に生成AIサービスを構築可能な日本語対応のプラットフォーム
RAG構築が効率的に展開できるDifyをベースにLLMサービス開発を展開

Difyの特徴

- 1 **多様なLLMに接続が可能**
OpenAI、Anthropic、Azure OpenAI、Llama2、Hugging Face、Replicateなど、さまざまな大規模言語モデル（LLM）と接続が可能。必要に応じてLLMを柔軟に切り替えることで、様々なビジネスニーズに適応
- 2 **RAGによるナレッジ機能**
DifyはRAGエンジンが標準搭載。RAGは自社に蓄積された大量の業務文書・規定などの社内情報、外部の最新情報を参照し、回答することができる技術。これにより企業情報を元に回答することが可能に。
- 3 **外部ツールやAPIの連携**
Google検索、Slackなどの外部ツールをはじめ、Dell-E、Stable Diffusionといった画像生成AIツールと連携することも可能。外部ツールやAPIと連携させることで、自社に合わせたAIサービスの開発により、業務の自動化を実現。

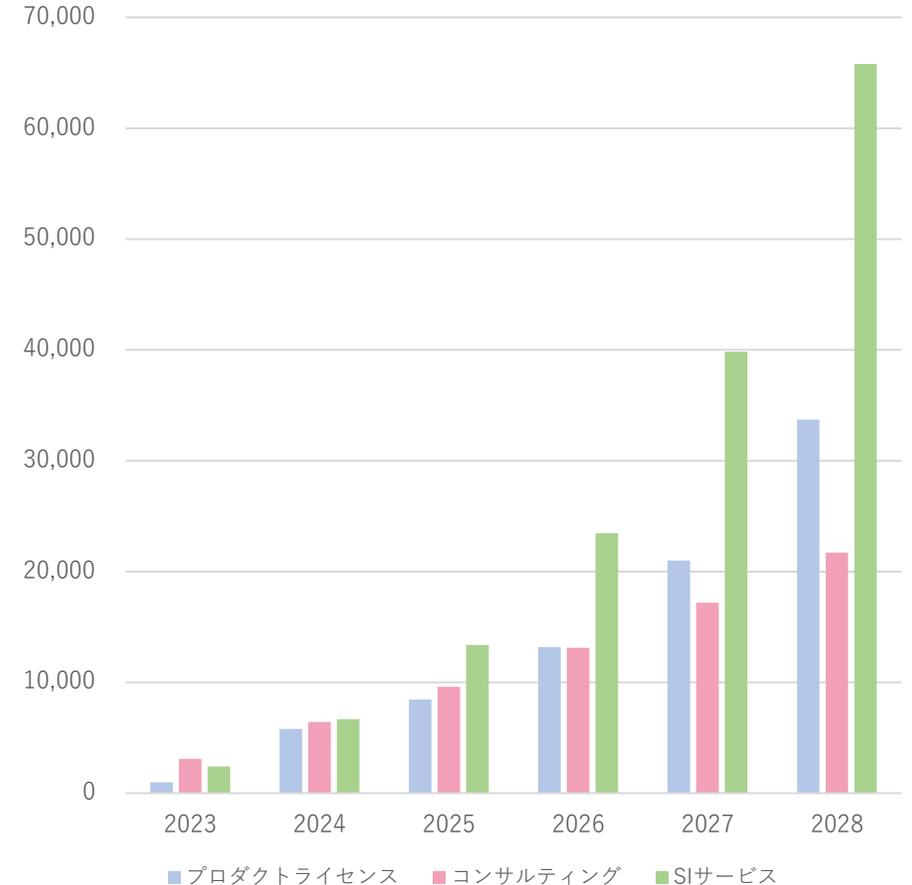
製品説明URL <https://dify.tdse.jp/>

法人向け生成AI - ソリューション別成長率について

法人向け生成AI市場においては、近年アセスメントやPOC伴うコンサルティング需要が多い中であるが、この先数年のサービス展開が浸透していくに際して、SIサービスが最も大きく成長し、次いでプロダクトライセンスが占める見込み。プロダクト事業が目指すプロダクト&インテグレートの方方向性に合致。

カテゴリ	2023	2024	2025	2026	2027	2028	CAGR% (28/23)
プロダクトライセンス	977	5,805	8,460	13,185	21,000	33,700	103
独自開発LLM (生成AI開発基盤込み)	230	460	1,110	2,295	4,500	8,700	107
汎用LLM (OpenAI等)	747	5,295	7,210	10,890	16,500	25,000	102
コンサルティング	3,113	6,413	9,611	13,115	17,200	21,700	48
アセスメント、調査	2,074	3,862	5,395	7,127	9,200	11,000	40
POC、結果フィードバック	765	1,751	2,833	3,819	5,000	6,400	53
SIサービス	2,415	6,682	13,379	23,450	39,850	65,800	94
LLM開発、RAG、ファインチューニング	600	2,557	5,349	9,250	15,000	23,500	108
組込実装	1,815	4,125	8,030	14,200	24,850	42,300	88
合計	6,505	18,900	31,450	49,750	78,050	121,200	78

(単位：百万円)



※出典：2024年8月デロイトトーマツミック経済研究所-法人向け生成AI導入ソリューションサービス市場動向データを当社加工

(単位：百万円)

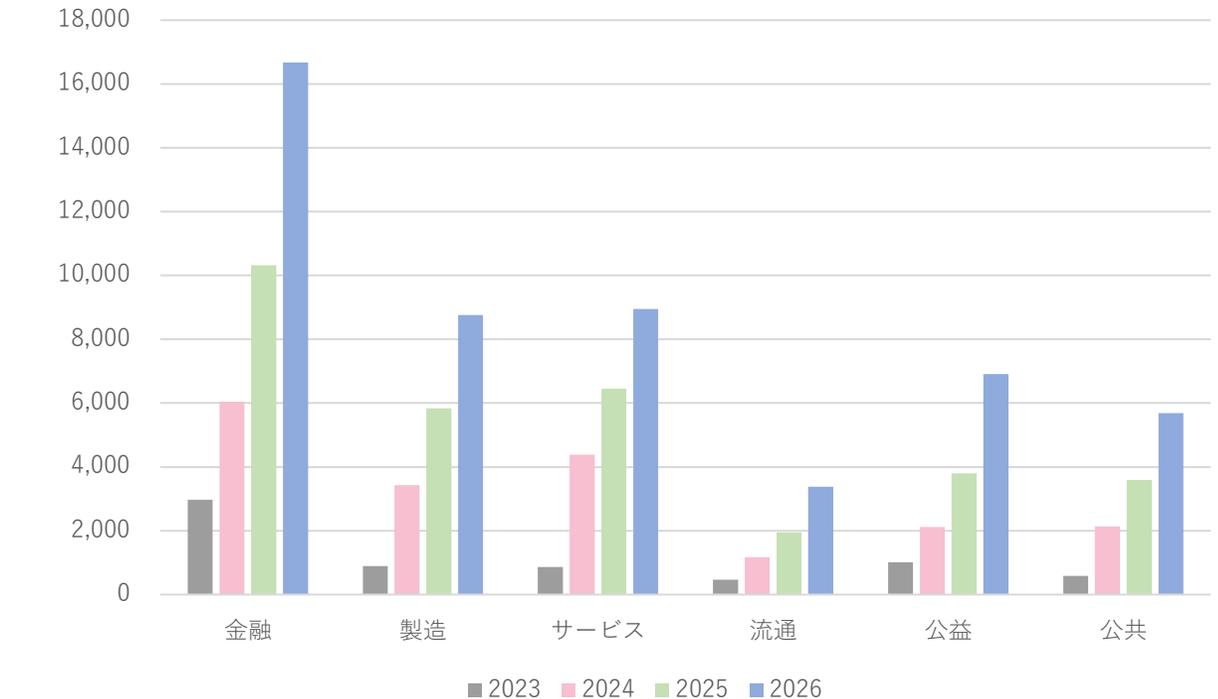
法人向け生成AI - 業界別成長率について

法人向け生成AI市場の業界別展開を見ると、近年は先行して金融業が最も多く、市場順位としても数年後も変わらないが、製造業やサービス業、公共事業の3分野の成長率が大きくなることが見込める。展開力が強い業界を攻略し、ノウハウを蓄積することが市場競争で勝ち残れるものと認識。

カテゴリ	2023	2024	2025	2026	CAGR% (26/23)
金融	2,969	6,045	10,325	16,670	78
製造	889	3,425	5,840	8,760	114
サービス	859	4,385	6,455	8,950	118
流通	464	1,170	1,945	3,380	94
公益	1,015	2,120	3,800	6,905	89
公共	584	2,135	3,585	5,685	114
合計	6,780	19,280	31,950	50,350	95

(単位：百万円)

(単位：百万円)



※出典：2024年8月デロイトトーマツミック経済研究所-法人向け生成AI導入ソリューションサービス市場動向データを当社加工

プロダクト事業の2024年度計画

年間売上高目標

戦略面の改良

事業方向性

当初計画

3.3億円

対前年比 114%

修正計画

3.4億円へ上方修正

対前年比 116%

- ・ プロダクト事業は成長余地が高いことから、当初計画値よりも上方修正実施。
- ・ 膨大な情報源であるソーシャルメディア市場と技術の急成長を見込む生成AI市場、二つの市場拡大を意識した需要が急速に高まる。
- ・ 今後のプロダクト本部では『生成AI+Data』を軸とした事業運営を行うため、組織再編も念頭に、市場の速度感を意識した拡大路線を進める

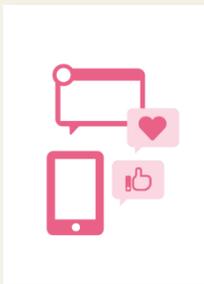
SMM事業

製品ラインナップ拡充に向けて

製品優位性を持つQUIDブランドの認知度アップを強化しつつ、新製品「KAIZODE」のLLM対応に向けた改良を続ける

年度の見通し

今後もSNSマーケティング市場の成長率が急伸していくため、潜在顧客も多く、企業ニーズも幅広いことから、市場全体を盛り立てるリーダー的存在としてQUIDブランドの拡販を進め、国内ローカルニーズに対応できる「KAIZODE」機能拡充を展開



KPI達成目標

新規開拓数

15件/年以上

既存案件継続率

80%

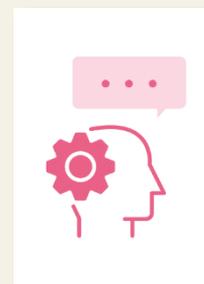
CAS事業

製品ラインナップ拡充に向けて

生成AI市場の高まりを受けて、生成AI製品「Dify」取扱いを開始し、「QAジェネレーター」「Cognigy」等の特性を活かした開発効率化を進める。

年度の見通し

LLMニーズの高まりにより、引き合いが増加傾向であり、生成AIサービスとしての「Dify」、業務チャットボット開発としての「Cognigy」展開するとともに、QAジェネレーターの独自優位性を活かした取組で企業開拓を強化



KPI達成目標

新規開拓数

10件/年以上

既存案件継続率

90%

※修正箇所は、ブラウン色とし、アンダーラインを引く

※当初計画は2024年5月15日開示の事業計画及び成長可能性に関する事項P44に掲載

プロダクト事業の成長を担う全体製品構成図

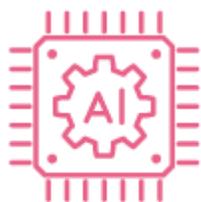
SMMとCAS両事業を構成する製品サービス群

生成AI×Data活用を兼ねたサービス



国内生成AI市場の現状認識

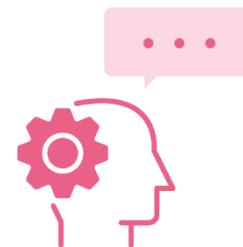
外部環境



国内でも生成AIサービスを展開するビジネスに期待が高まっており、生成AIへの投資、関連ビジネスへの参入が増加



IT投資額が大きい金融業や製造業での利用が市場を牽引しており、大手金融機関などで実証実験や導入が進む。



社内チャットによる汎用的な先行利用が進んでおり、企業独自のGPTを構築し、チャットボットやAIアシスタントを導入するケースが多い

市場の見通し

- 専門的分野での活用も実証実験が立ち上がっており、現状テキスト処理/生成への注目が高いが、画像・音声の処理/生成における技術革新により適用範囲がさらに広がると予測できる
- ただし、社内情報を外部のLLMへ展開することに抵抗を感じている企業が極めて多いことも事実、LLMをそのままQAシステムとして活用するには個人情報や規程・基準書などの機密情報を読むセキュリティ上の課題もあるため、実証実験後の実用には一定の課題が残る

今後の市場戦略

上記課題を解決するため、海外先進技術を取込み、自社サービスの早期展開

SNSマーケ市場における現状認識

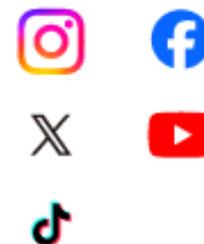
ソーシャルリスニングツール「QUID製品」の優位性



QUID製品は高性能、高品質であり、数多くの世界的な有名企業にて活用されている。



昨今の生成AIブームにより、LLM対応など柔軟に性能効能にむけたレベルアップも対応し、今後も継続して機能拡張を進める。



各種SNSベンダーと使用権含めたライセンス契約も締結していることから、幅広く市場調査や企業分析もリアルタイムで可能

市場の見通し

安価なSNS分析ツールでは、**ライセンス契約を締結していない製品が多く、提供が難しくなることから今後収束を辿っていく一方で、QUID同様にライセンス契約を締結し、最新AI機能を充実させている海外SNS分析ツールを提供する限られた企業に集中すると予想される**

今後の市場戦略

今後もSNSマーケ市場の成長率が急伸していくことから、潜在顧客も数多く、企業ニーズも幅広くあるため、国内市場全体を盛り立てるリーダー的存在として当社が位置づけられることを目指す。国内ローカルニーズを取り入れた機能を搭載した製品サービスを展開することで広く企業展開を目指すものとする。



(参考) ソーシャルメディアリスニング – Quid Monitor

製品概要と特長



企業概要	QUID社（旧NetbaseQUID）、アメリカシリコンバレー発の企業
製品概要	<p>Quid Monitorは、各ソーシャルメディア（以後、SNS）ベンダーとオフィシャル契約を締結し、X（旧Twitter）・Facebook・InstagramなどSNS上にあるテキスト・画像を収集・分析する高性能なソーシャルリスニングツール（世界トップクラスの実績と性能を保有）直近、LLM機能としてAI SummaryとAsk Quidを搭載し、さらに優位性を高める</p>
国際評価	<p>海外で非常に支持されているブランド、多くのグローバル企業で利用 導入事例 コカ・コーラ、ニューヨークタイムズ、ウォルマート、ロイズ銀行、ワーナーブラザーズ、セブンイレブン、BCG等多数</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">        </div>
特長・強み	<p>豊富な対応メディア 膨大なSNSデータをオフィシャル契約で提供（データ使用契約締結）</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 50か国以上の言語対応 ● リアルタイムで多種多様の分析が可能 ● 標準装備のAPIで他システムとの連携が容易
市場の動き	<p>従来は、X社が無償APIデータ提供を行い、SNS分析ツールのコモディティ化が進み、国内でも安価なサービスが増えたが、2022年にイーロンマスクによる買収に伴い、従来行ってきた無償使用が不可となり、有償化へ方針変換となった。 無償サービスを楽しんできた安価な製品は淘汰される時代となり、当社取扱いQuidMonitorは使用契約を締結していることから市場での優位性を確保</p>

(参考) QUID社との関係強化とテキストマイニング製品KAIZODE

当社取組と計画



<p>当社</p>	<p>当社は、Quid Monitorの国内正規販売パートナー。 累計100社を超える国内企業へ提供（日本生命、日本航空、TOTO、読売テレビ、日経CNBC等） 複数の代理店販売網を強化することにより売上拡大中。</p>
<p>見込</p>	<p>ソーシャルメディアマーケティング市場にて拡大し続ける広告・運用領域（国内1兆円規模）を成長領域と認識 ソーシャルリスニングツールビジネスだけでなく新たな領域へのビジネス展開が望ましい</p>
<p>自社開発 計画</p>	<p>非構造データ分析のノウハウを活かし、グローバル展開に強みを持つQUID製品に加え、国内ローカルニーズに適用できるようメディアデータ分析の高度化を目指し、効果的な分析結果を提供できる製品サービスを構築（2023年度より企画開発）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 新製品「KAIZODE」を提供（2024年4月） 2) LLMと連携した自然文による分析機能を実装（2024年10月） 3) 対応メディアの拡充及び多言語化を計画（進行中） 
<p>運用イメージ</p>	<p>収集 必要条件にて、SNSデータを収集</p> <p>整理 投稿内容により、投稿を自動分類</p> <p>評価 AIにより、質の可視化/推奨/予測を実施</p> <p>可視化 AIの推奨より、担当者が容易に広告・運用に活用</p>

(参考) 対話型AIプラットフォーム – COGNIGY

製品概要と特長

COGNIGY

企業概要	ドイツデュッセルドルフ発、2016年にドイツで設立されたベンチャー企業
製品概要	最先端の自然言語処理 (NLP) と自然言語理解 (NLU) 技術を強みとしており、自由度が高く、導入／開発スピードが速い。欧州自動車メーカー、銀行、航空会社など、欧米市場においてグローバルで500社以上導入、顧客拡大中。
国際評価	エンタープライズ型対話型AIの国際マーケットで、 リーダークラスの称号を調査会社ガートナーが認証 （3年連続）。競合はIBM、Google製品など、Cognigyは対話型AIの中でも最高レベルのエンタープライズ要件に対応
特長・強み	<ol style="list-style-type: none"> 20以上のチャンネルと30以上の業務システムとのコネクタを装備し、短期間で拡張性の高い対話型AI開発を可能とするプラットフォーム OpenAI社のGPTシリーズに加えて、米「Claude3」米「Gemini」等のLLM機能を搭載 多言語対応のバーチャルエージェントは、機械翻訳と連携し100ヶ国語以上をサポート。日本語の会話フローのみで、複数言語展開が可能 ハンズオーバー機能を標準装備し、有人チャットへシームレスに展開。オペレーター向けに回答支援や、ルーティン業務（個人認証など）を自動化する機能を搭載し、業務負荷の軽減を実現 ビジネスユーザーが簡単に開発が可能となるローコード仕様 GUIによるグラフィカルなエディターでAIエージェントを迅速かつ簡単に作成
当社	2018年、シリコンバレーに進出していたベンチャーCognigy社を調査、グローバル販売代理店契約を国内初締結 2019年、Cognigy社以外で世界初のCognigy SaaS環境をGoogle Cloud上に構築、サービス提供を開始 現在アジアパシフィック唯一の正規販売パートナー。国内実績はNTTデータ、熊本市、川崎重工、はせがわ、大手金融機関 今後は、LLMに回答をさせるのではなく、LLMの機能を活用して効率的にAIアシスタントを構築できる仕組みとして提供

(参考) 生成AI – TDSEQAジェネレーター

製品概要と特長



製品概要

オントロジーと生成AI技術等を活用した**当社独自開発の生成AIサービス**（業界初、当社調べ）

特長

- 規程、基準書やマニュアルなどのドキュメントから当社AIが膨大な組合せのQ（質問）とA（回答）を自動生成
- 他社含め多くのチャットボット製品で利用されているNLPの精度向上が可能
- 対話型AIと組み合わせることにより、より複雑な問い合わせ業務にも精度高く対応可
- セキュアな環境で個別に企業独自のQAを作成するため、学習データが外部へ流用される心配不要

活用事例

規約やマニュアルを活用

構造化された文章（章立てなど）
テキストを大賞



AIにて自動解析

独自のAI技術を活用し自動解析



QAを自動生成

AI自動解析で出力された
QとAの組み合わせを活用



現状と今後について

現状

現在モジュール化したAIを活用し、QA自動生成サービスとしてデータサイエンティストによるソリューションを展開
（対象：製品マニュアル、コールセンター対応文書や記録、有価証券報告書、企業調査レポート、金融商品説明書・約款、研究論文）
多くの企業に展開できるようSaaS版製品として展開し、ライセンス販売を開始（2023年度）

計画

競争優位性を確保するために、**NLUやRAGの精度向上のためのQA生成サービスとして継続**（2024年9月現在）

TDSE 中期経営計画 **2023-2025**

業績予想修正と『MISSION2025』進捗

* 2024年5月15日開示の事業計画及び成長可能性に関する事項P50-55に該当

2024年度事業計画修正について

コンサル事業における営業強化は改善途上であることから売上計画を見直し、さらに人的資本増強（営業強化や技術人材）に対する投資抑制は実施しないことから利益も大幅に見直すこととする。

(百万円)

	2020年度		2021年度		2022年度		2023年度		2024年度				
		対前年比		対前年比		対前年比		対前年比	当初計画		修正計画		
										対前年比		当初計画比	対前年比
売上高	1,323	96%	1,723	130%	2,415	140%	2,521	104%	2,837	113%	2,613	92%	103%
コンサル事業					2,185	-	2,229	102%	2,503	112%	2,272	90%	101%
プロダクト事業					230	-	292	127%	333	114%	341	102%	116%
営業利益	50	40%	217	434%	265	122%	271	102%	284	105%	140	49%	51%
営業利益率	3.8%	-	12.6%	-	10.8%	-	10.7%	-	10.0%	-	5.3%	-	-
経常利益	68	54%	219	322%	267	122%	274	103%	284	103%	138	48%	50%
当期純利益	190	211%	148	78%	168	114%	200	119%	196	98%	95	48%	47%

※2024年度当初計画は決算短信並びに事業計画及び成長可能性に関する事項P53にて掲載、修正計画は2024年10月31日決算短信にて発表。

中期経営計画『MISSION2025』の取組とゴールイメージ

最終年度にむけた 取組及び課題

- コンサル事業 : 営業課題は緊急かつ重要な課題であり、早期に営業改革
- プロダクト事業 : 予想以上の成長率を確保しており、計画以上の達成
- 資本提携及びM&A : 中計最終年度に実現するよう、計画策定及び候補選定

取組

- 安定成長にむけ、中核事業であるコンサル事業の営業体制を確固たるものとし、市場成長に劣らない営業改革を進める。
- プロダクト事業強化は順調に進み、今後も技術革新激しい生成AI市場を主戦場とするAI製品の拡充、販売力強化を進める。
- 既存サービスだけでの成長でなく、当社が属する市場加速を見据え、既存事業も含めた資本提携やM&A等を積極的に進める。

ゴールイメージ

- コンサル及びプロダクト事業ともに著しい成長可能性が確保され、AI市場でも成長著しい領域への調査・技術獲得が進み、事業ポートフォリオ変革が実現し、ミニマム目標33億円以上を達成。
- 企業との資本提携やM&Aは、当社の成長戦略を担う戦略の一つである認識のもと、当社ポートフォリオに加えるビジネスアセット候補が複数選定され、経営層主導でM&Aが複数進行。

【進捗】 資本提携及びM&Aの方向性と計画について

- 2024年9月より国内企業および海外企業を対象にアプローチ開始
- 短期視点および中長期視点から、資本提携およびM&Aの対象領域を選定
- 資本提携を伴う事業会社とのパートナーシップ構築も検討

短期視点（～2025）

M&A対象

サービス開発が加速する生成AI分野、またデータエンジニアリング領域に属する企業

売上規模感

上記を生業とした企業：1～5 億円規模想定

中長期視点（～2028）

M&A対象

プロダクト事業を補強する
自社製品やサービスをもつ企業

売上規模感

上記を生業とした企業：1～4 億円規模想定

全体通じて

- 非連続成長を進めるにあたって、弊社が保有しないアセットを保有する事業会社とパートナーシップを設け、事業シナジーを発揮できるよう企業との資本提携についても積極的にアクションを続ける。
- 「MISSION2025」のみならず、次期中計もM&Aは当社の重要な戦略として位置づけ、経営層中心で遂行する。

※上記視点で積極的に検討を進めているが、経済状況により変化する可能性も考えられる

【進捗】 R&D組織新設と新技術獲得にむけた加速

AIビジネスの加速へ

データテクノロジーラボ

設立及び取組内容

- 社長直属の独立組織、AI先端技術の調査・検証を担い、横断的連携を担う（2024年7月新設）
- 先行して生成AIのRAG技術に関する調査を遂行（2024年8月～）

設立前の課題感

-  知識の偏在化
-  スピード感の低下
-  長期視点の不足

運営上の狙い

ラボによる調査内容が全社横断的に浸透、アイデア創出が進み、ビジネス適用される動きが加速

ラボと事業部の
横断的連携



- 自社製品への先端技術の活用
- AIエンジニアの知識底上げ
- 最新技術を活かす提案内容

05 MID-TERM MANAGEMENT PLAN

『MISSION2025』の達成目標と取組方針

中期経営計画
MISSION2025
FY2023-2025

KGI

既存事業も含めたM&Aで※売上高 33億円達成を目指し、
新規事業による非連続上乗せも含め37億円を目指す

事業
方針

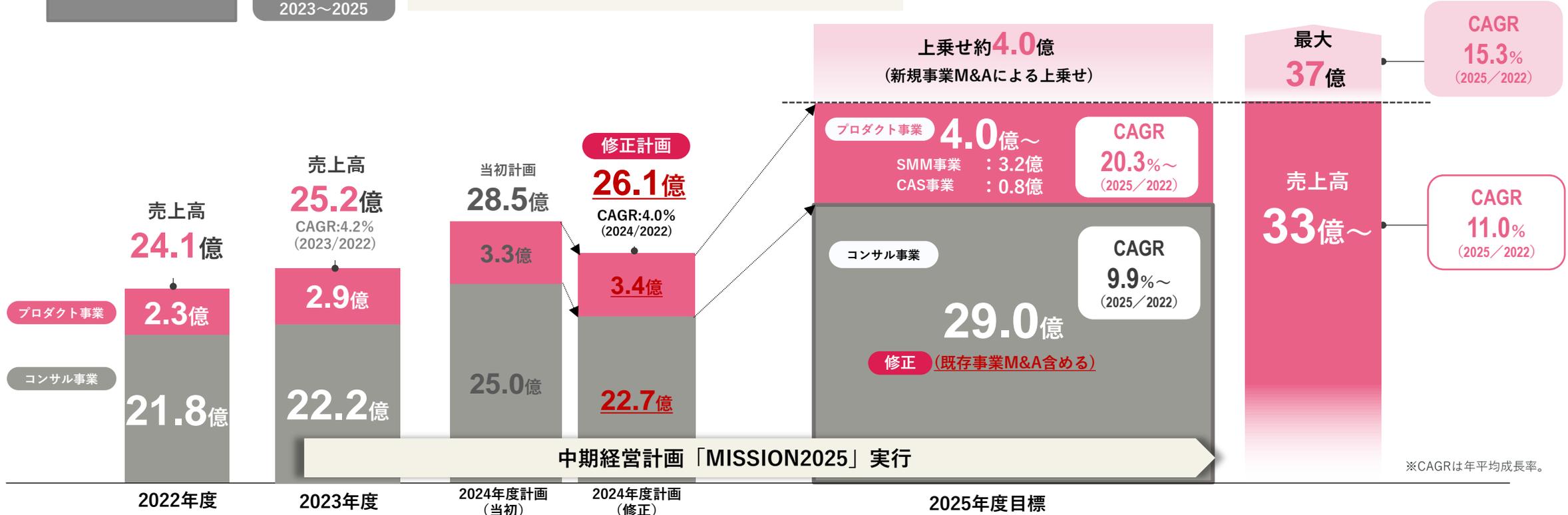
- ① コンサルティング事業の持続的な成長を確保し、高成長事業としてプロダクト事業のサービスを強化
- ② 既存事業によるオーガニック成長に加え、新たにM&A・資本提携による非連続成長に取り組む

利益指標
2023~2025

売上高営業利益率は10%以上維持

戦略上の修正事項（要因と取組）

当初はオーガニック成長のみで中計ゴールである2025年度33億円以上の達成を目指していたが、既存事業であるコンサル事業の成長率低下に伴い、新機軸のみで検討していたM&Aを既存事業であるコンサル領域までM&A対象を拡げることで2025年度コンサル事業29億円達成を実現し、成長著しいプロダクト事業と合わせ、全社でMIN33億円以上MAX37億円の達成を目指す。



※修正箇所は、ブラウン色とし、アンダーラインを引く

※当初計画は2024年5月15日開示の事業計画及び成長可能性に関する事項P52に掲載

『MISSION2025』のKGIおよび経営指標目標推移

コンサルティング事業

営業力強化、リーダー人材育成（育成体系化含）人材獲得、先進技術取組、M&A

KGI 重要目標達成指数

売上高 **29億円**

安定的成長を持続させるため、採用及び育成など人的資本への投資を継続する事業モデル。**修正** 既存事業分野のM&Aを進める

修正

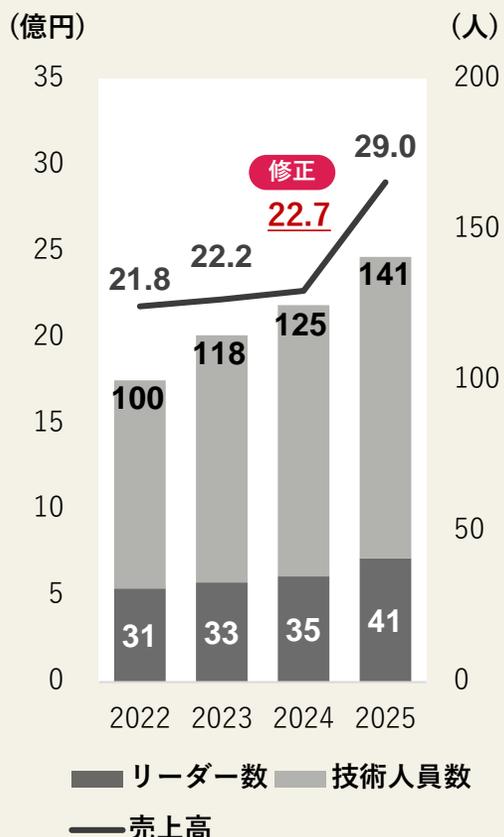
経営指標目標（2025年6月）

育成と採用に重きを置いた指標

- 技術人員数（コンサル事業部内）
141名（社員純増数は対前年で確認）※
 - リーダー数
41名（プロジェクトを束ねる人員）※
- 修正** ※いずれも達成時期を2025年6月へ延期

売上拡大に重きを置いた取組

- 重要課題として営業強化を進める



※詳細は『コンサルティング事業の振返りと取組』を参照

プロダクト事業

離反防止および新規獲得（デジマと代理店強化）、ラインナップ強化、M&A

KGI 重要目標達成指数

売上高 **4億円～**

先行投資期間は利益少ないが、ビジネス拡大時期から高い売上成長率、高い利益率となる事業モデル

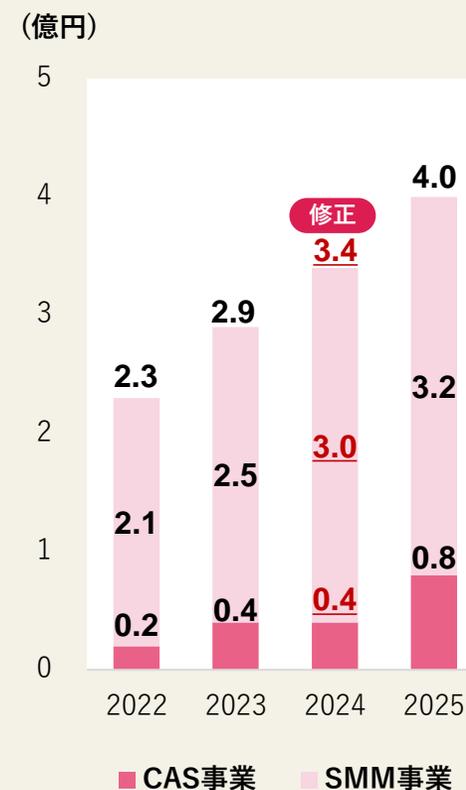
経営指標目標（各年度）

開拓と継続に重きを置いた指標

- SMM事業**
- 新規開拓数 **15件以上**
 - 既存案件継続率 **80%以上**
- CAS事業**
- 新規開拓数 **10件以上**
 - 既存案件継続率 **90%以上**

新規開発に重きを置いた目標

- プロダクトラインナップの増強



※詳細は『プロダクト事業の振返りと取組』を参照

※生成AI市場でのビジネス展開を舵を切ることから、SMMとCAS事業統合を視野に

※修正箇所は、ブラウン色とし、アンダーラインを引く

※当初計画は2024年5月15日開示の事業計画及び成長可能性に関する事項P54に掲載

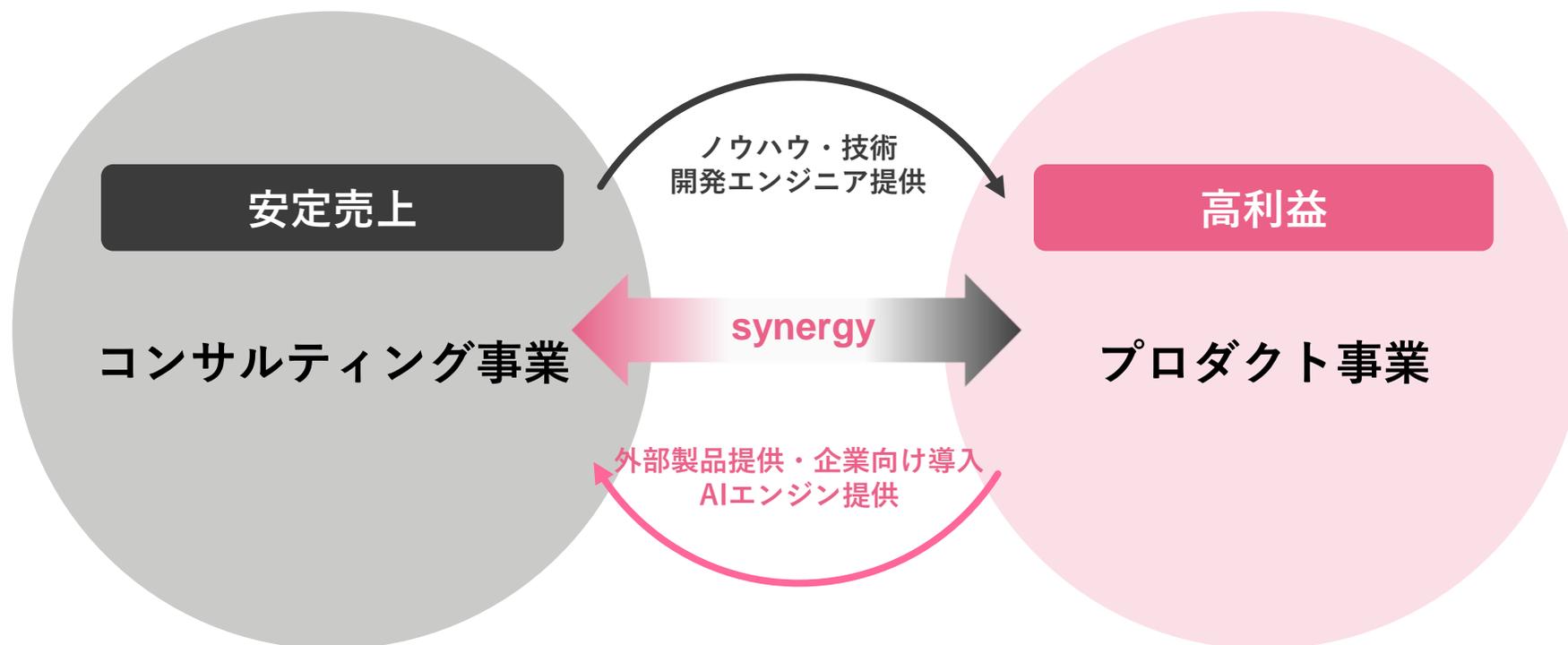
TDSE 中期経営計画 **2023-2025**

『MISSION2025』 一参考資料

TDSEのビジネスモデル

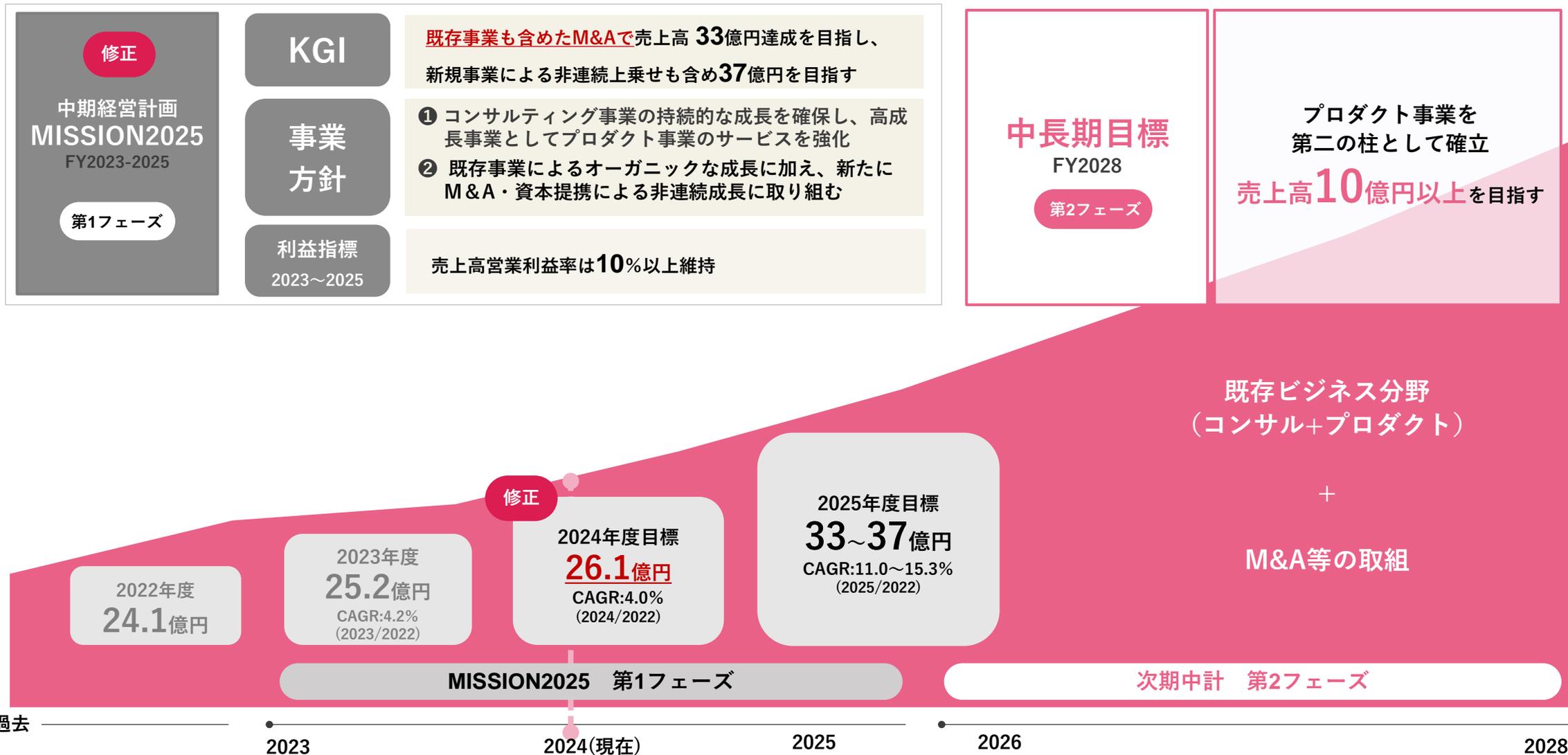
データ利活用/DX推進を中心とした顧客課題解決型のコンサルティング事業とそこから得たノウハウを元にしたAI製品/サービスの提供を通じたプロダクト事業の両軸で **安定かつ収益性の高いビジネスの実現** を目指す。

事業価値サイクル



05 MID-TERM MANAGEMENT PLAN

中長期目標を見据えた中期経営計画『MISSION2025』



※修正箇所は、ブラウン色とし、アンダーラインを引く

※当初計画は2024年5月15日開示の事業計画及び成長可能性に関する事項P55に掲載

プロダクト戦略について

自社製品「TDSEシリーズ」の製品改良・ラインナップ強化を続け、販売強化を進めるとともに、QUID・Cognigyなど先進技術を搭載した海外製品を武器としたプロダクト事業の加速的成長を図る。

自社プロダクト

AI市場での注目製品となる生成AI「TDSE QAジェネレーター」を軸として、自社製品のラインナップ強化を図り、画像AI「TDSE Eye」の自社ブランドとしての確立を図る。

生成AI

オントロジー技術を活用した
QA自動生成サービス



画像AI

最先端の異常検知サービス



テキストマイニング



他社プロダクト

OpenAI社のGPT機能など新しい先端技術を搭載した製品/サービスを欧米にて調査のうえ、TDSEの武器となりえる製品/サービスの提供を続ける

ソーシャルメディアリスニング
サービス

QUID



対話型AIプラットフォーム

COGNIGY

生成AIプラットフォーム



New

06 – リスク情報

RISK INFORMATION

リスク情報

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクは以下のとおりです。その他のリスクについては、有価証券報告書等の「事業等のリスク」をご参照ください。

リスク	概要	影響度	影響期間	対応方針
事業環境に関するリスク	技術革新の影響	中程度	中期	当該分野は新技術の開発が相次いでおり、変化の激しい業界となっている。当社は、顧客ニーズに応じた競争力のあるサービスを提供できるよう、人材の採用・育成や技術、ノウハウ等の取得に努めている。
	景気動向及び業界動向の変動による影響	中程度	中期	当社は景気動向に影響を受けにくくなるようビジネスモデルの変換やリスク分散を行っている。また当社は攻略する業界を1つ2つと限定しておらず、幅広い領域においてサービスを提供することによって、環境変化に影響が受けにくい収益構造となるよう事業運営を進めている。
	システム障害	中程度	短期	顧客へのサービス提供が妨げられるようなシステム障害の発生やサイバー攻撃によるシステムダウン等を回避すべく、稼働状況の監視、及びシステムの冗長化、セキュリティ対策等による未然防止策に努めている。
事業体制に関するリスク	人材の確保	中程度	中期	データサイエンティストやコンサルタント人材の採用のため、当社独自の採用ネットワークや多様な採用方法を用いて優秀な人材の獲得に努めている。また、社内教育や社内コミュニティの場を通じて、人材育成にも力を入れている。

お問い合わせ

お問い合わせ先

TDSE株式会社 IR担当

〒163-1427 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー27階

 investors@tdse.jp

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は2025年5月を予定していますが、経営環境の変化により計画修正する場合は適宜更新情報を反映します。

- 本資料にて開示されている、当社に関連する業績見通し、計画、方針、経営戦略、目標、予定、将来の数値・数額、事実の認識・評価などといった、将来に関する情報をはじめとする歴史的事実以外のすべての事実は、当社が本資料の発表日現在入手している情報に基づき、現時点における予測、期待、想定、計画、認識、評価等を基礎としているものであります。
- また、見通し、予想数値を算定するためには、過去に確定し正確に認識された事実以外に、見通し・予想を行うために不可欠となる一定の前提を使用しています。
- これらの事実または前提については、その性質上変化することがあり、客観的に正確であるという保証も、また将来その通りに実現するという保証もありません。これらの事実または前提が、客観的には不正確であったり将来実現しないこととなりうるリスクや不確定要因は多数あります。
- 資料に記載されています会社名、システム名、製品名は一般に各社の商標または登録商標であり、本目的のみ使用するものとします。
- 本資料の利用は、他の方法により入手された情報とも照合確認し、利用者の判断によって行って下さいますようお願い致します。

この文書は、著作権法及び不正競争防止法上の保護を受けております。文書の一部或いは全てについて、TDSE株式会社から許諾を得ずに、いかなる方法においても無断で複写、複製、転記、転載、ノウハウの使用、企業秘密の開示等を行うことは禁じられております。本文記載の社名・製品名・ロゴは各社の商標または登録商標です。