



ニフティライフスタイル

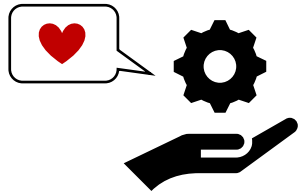
2024年3月期 第1四半期決算説明資料

2023年7月31日
ニフティライフスタイル株式会社
証券コード 4262

パーパス（存在意義）、ミッション（目指す姿）、ビジョン（マイルストーン）

Purpose

思いやりとテクノロジーで、一人ひとりの「幸せな暮らしの意思決定」を支え続ける。



私たちが実現したい世界、
それは誰もが「暮らしの主人公」になる世界です。

その世界を実現する第一歩として、
私たちは「暮らしのこだわり」を届け、
毎日をよりよくすることにチャレンジします。

Mission

誰もが「暮らしの主人公」になる世界を
実現する。

Vision 「暮らしのこだわり」を届ける。

中期経営計画（2024年3月期～2026年3月期）

1. 2024年3月期 第1四半期決算概要

2. 2024年3月期 第1四半期 各事業領域の概況

3. 事業方針及び重点施策

2023/6/30発表 事業計画及び成長可能性に関する事項資料 再掲

4. 2024年3月期 通期業績予想と株主還元

5. Appendix

1. 2024年3月期 第1四半期決算概要

2024年3月期 第1四半期決算ハイライト

売上高
749百万円

YoY+**5.1%**

計画に対しては順調に進捗。主力のニフティ不動産が全体を牽引したほか、SaaS型ビジネスであるDFOが安定的に成長。

売上高はYoY5.1%増の749百万円で、第1四半期としては設立以降最高を更新

営業利益
173百万円

YoY+**15.8%**

売上高の堅調な伸びに加え、集客効率最適化への取り組み等により、営業利益はYoY15.8%増の173百万円と増益

トピックス

- ・ニフティ不動産のアプリシリーズが累計1,000万ダウンロードを突破
- ・当社グループが持つ強みやアセットを活かし、事業基盤の強化を図るため、「不動産テック」「ウェルネステック」「クロステック」の3領域に事業ドメインを再定義

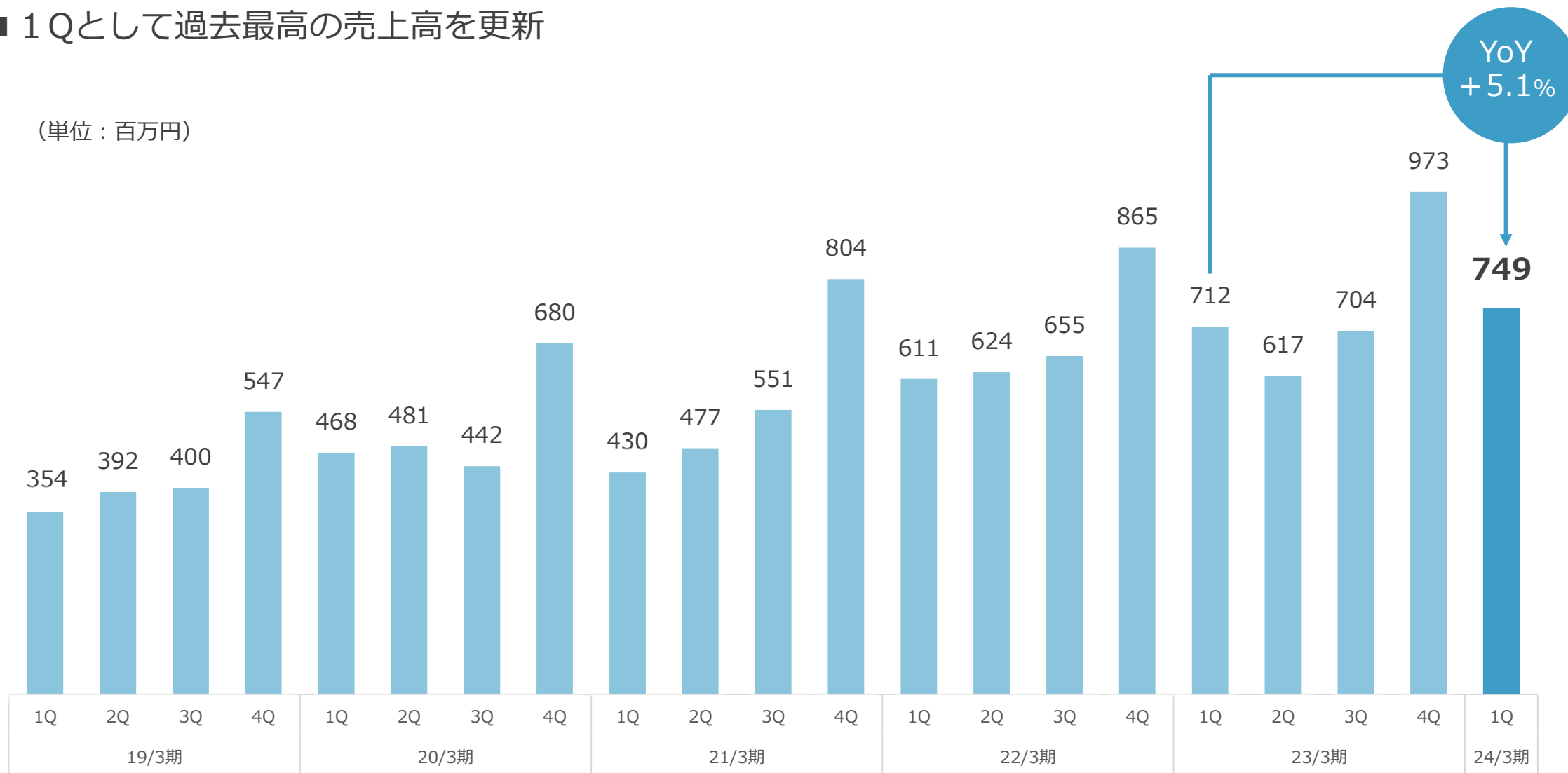
2024年3月期 第1四半期：連結損益計算書

(単位：百万円)	2024年3月期 第1四半期 (実績)	2023年3月期 第1四半期	YoY
売上高	749	712	+5.1%
売上総利益	562	531	+5.9%
営業利益	173	149	+15.8%
経常利益	175	148	+18.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	116	99	+17.2%
EBITDA	220	189	+16.7%

2024年3月期 第1四半期：四半期別売上高

■ 1Qとして過去最高の売上高を更新

(単位：百万円)



2024年3月期 第1四半期：コストマネジメント方針及び費用内訳

■ 集客効率最適化に向けた取り組み等により、販売促進費等の費用増は限定的

(単位：百万円)

今期のコストマネジメント方針

開発

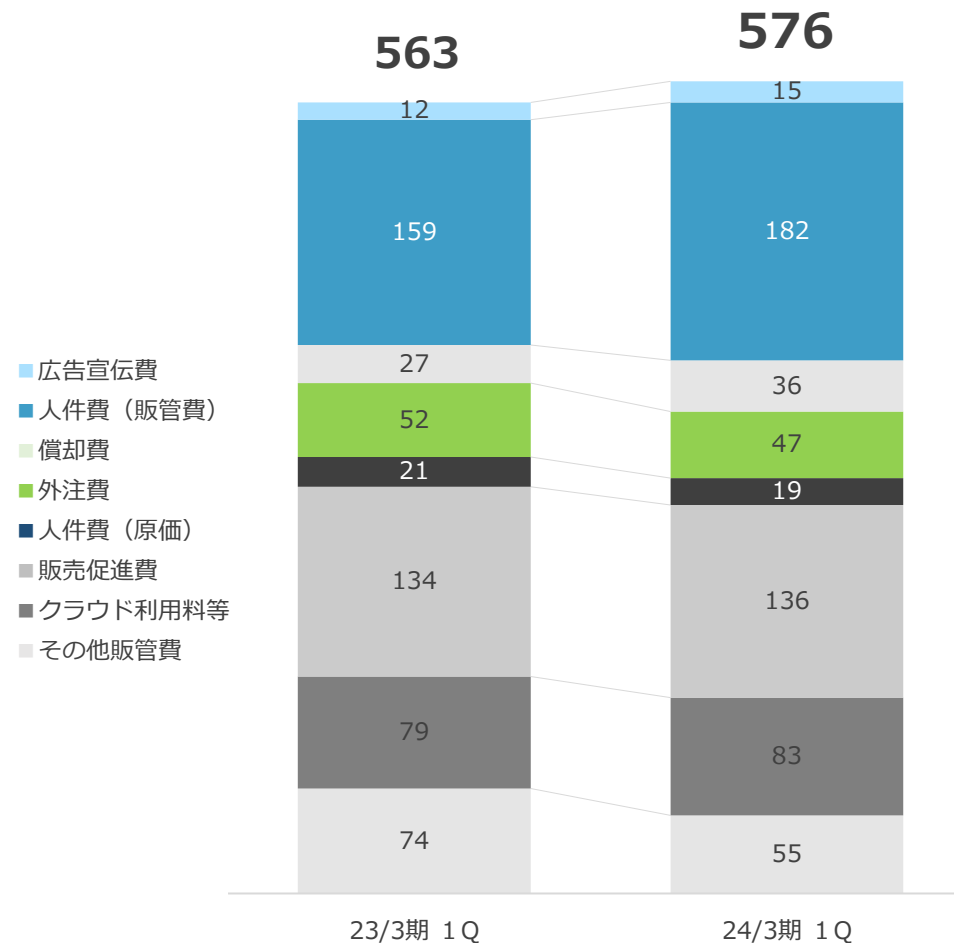
- 既存サービスの開発効率を向上
- 不動産周辺領域やウェルネス領域等に関わる新規開発を推進

広告宣伝

- 利便性訴求による顕在/潜在層への長期的なブランディングを実施
- 効率を重視し、売上高比率を5%未満へ

販売促進

- CRMやコンテンツ強化によりオーガニック集客の改善を図るとともに、販売促進コストの最適化を行い、売上高比率を前年並みにて効率向上

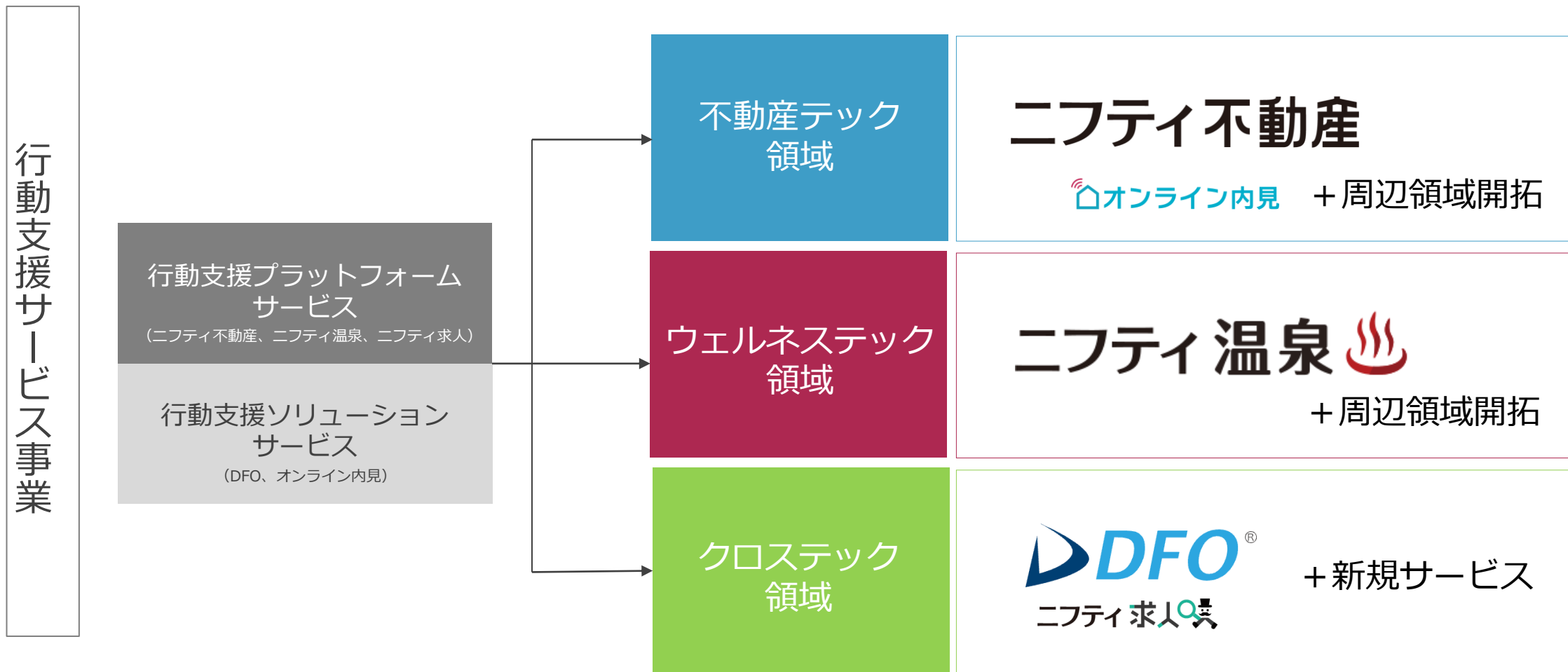


2. 2024年3月期 第1四半期 各事業領域の概況

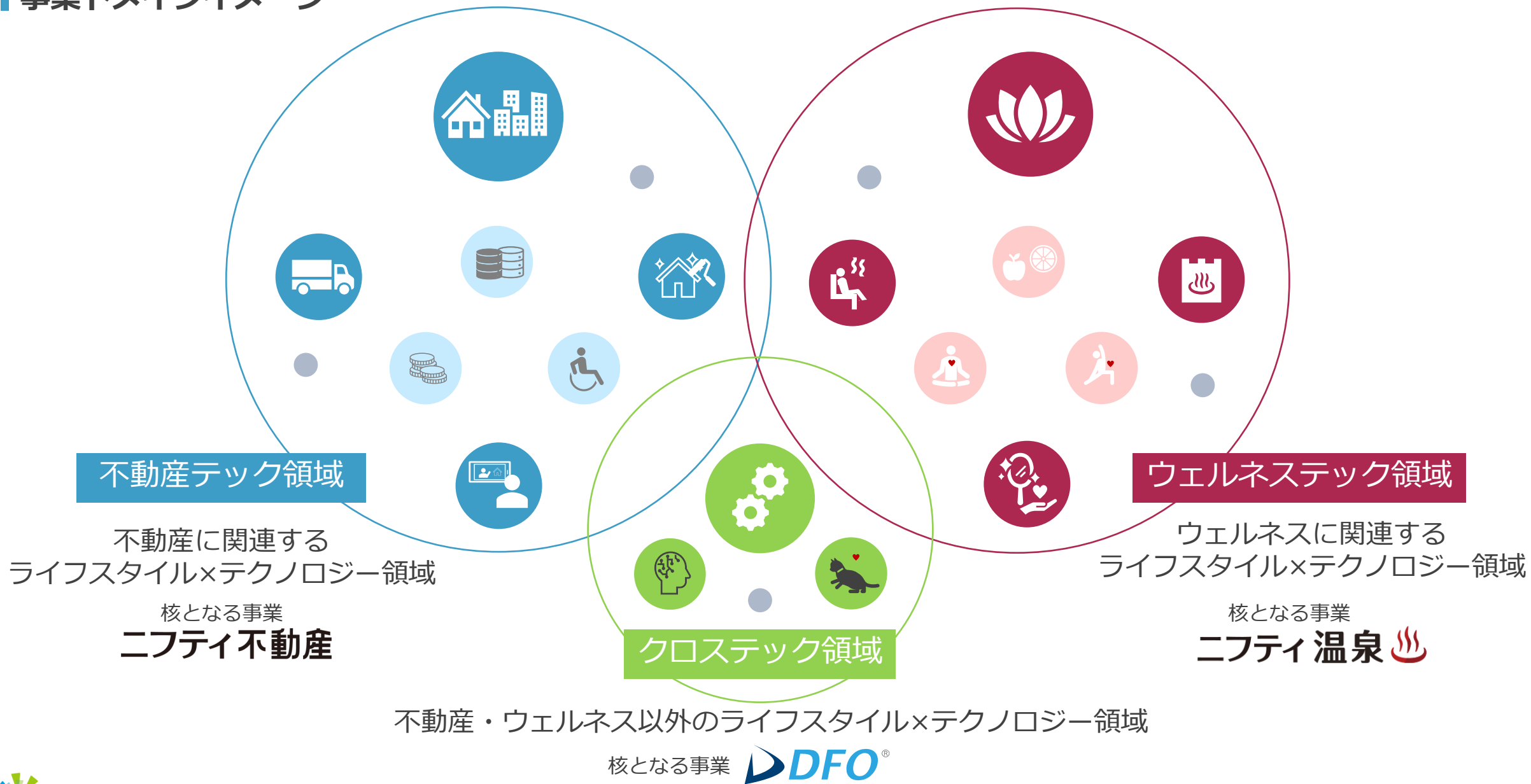
事業ドメインをライフスタイルテック市場3領域へと再定義（2024年3月期～）

変更前

変更後（2024年3月期～）



事業ドメインイメージ

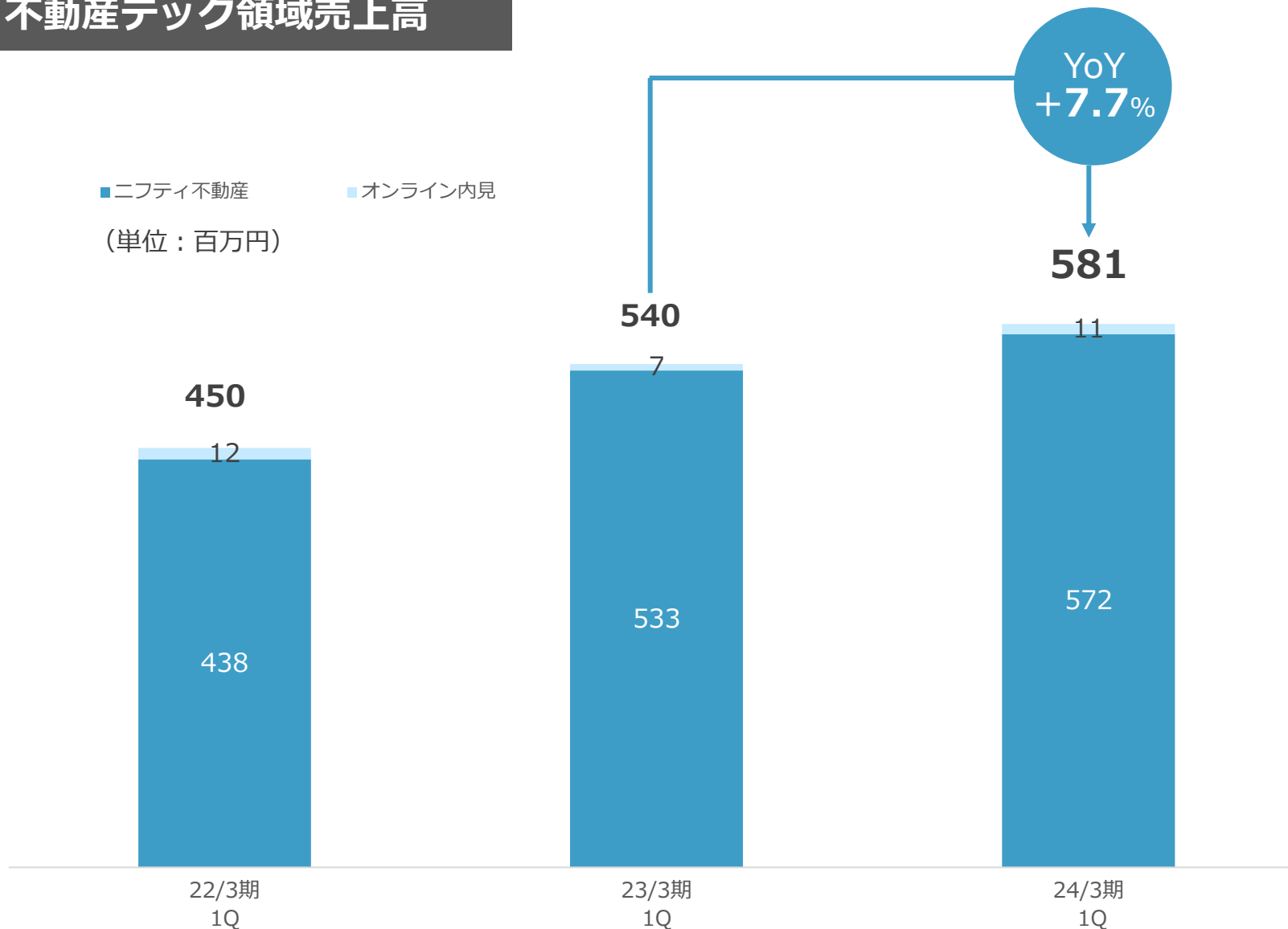


2024年3月期 第1四半期：不動産テック領域売上高

■ 第1四半期 売上高 ■

581百万円
(YoY + 7.7%)

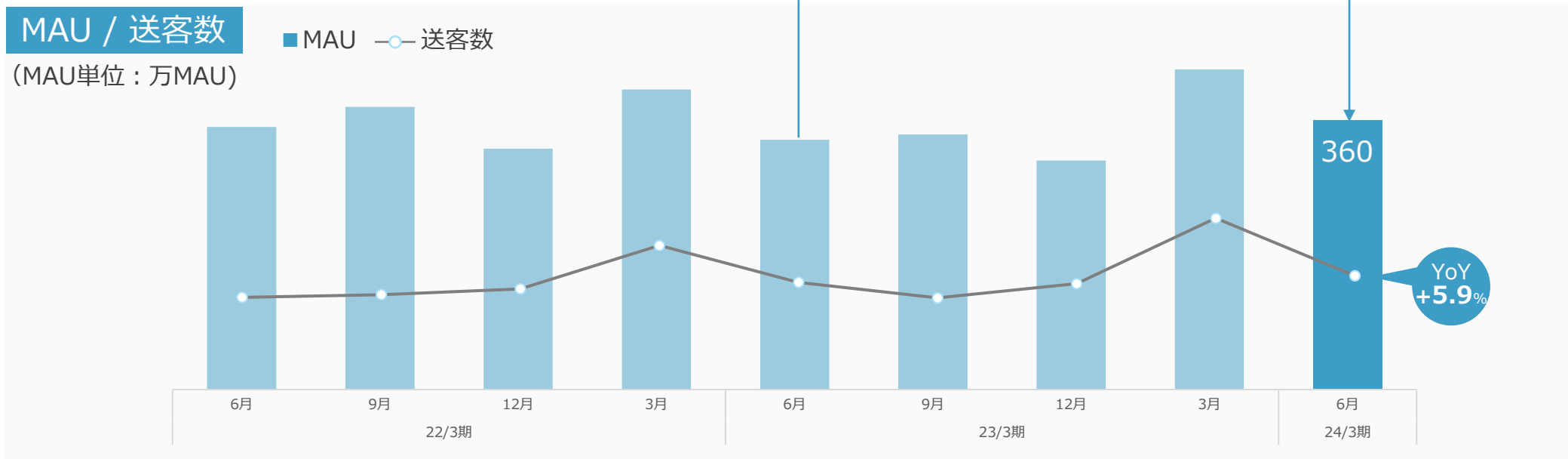
主力ビジネスであるニフティ不動産が全体を牽引。効率的なプロモーション実施に加え、オーガニック流入増加に向けた取り組みが進行。周辺領域開拓は、アライアンスパートナーへの送客サービスを軸とした展開を進行中



※不動産テック領域の売上高構成サービスは、「ニフティ不動産」と「オンライン内見」です。
※24/3期からの事業ドメイン再定義にあわせて、23/3期以前のデータも合わせて組み替えています。

不動産テック領域 主要KPI

ニフティ不動産



延べ掲載物件数

1,391 万件

アプリダウンロード数

1,005 万DL

※ 1 MAU (Monthly Active Users/月間アクティブユーザー数) : 各期末の月間の各デバイスユーザーの合算値 ※ 2 送客数 : 月間平均値 (2023年4月1日~2023年6月30日)
 ※ 3 延べ掲載物件数 : 2023年6月末時点 ※ 4 アプリダウンロード数 : 各年6月末時点の累計DL数、ニフティ不動産アプリシリーズ合計

2024年3月期 第1四半期：ウェルネステック領域売上高

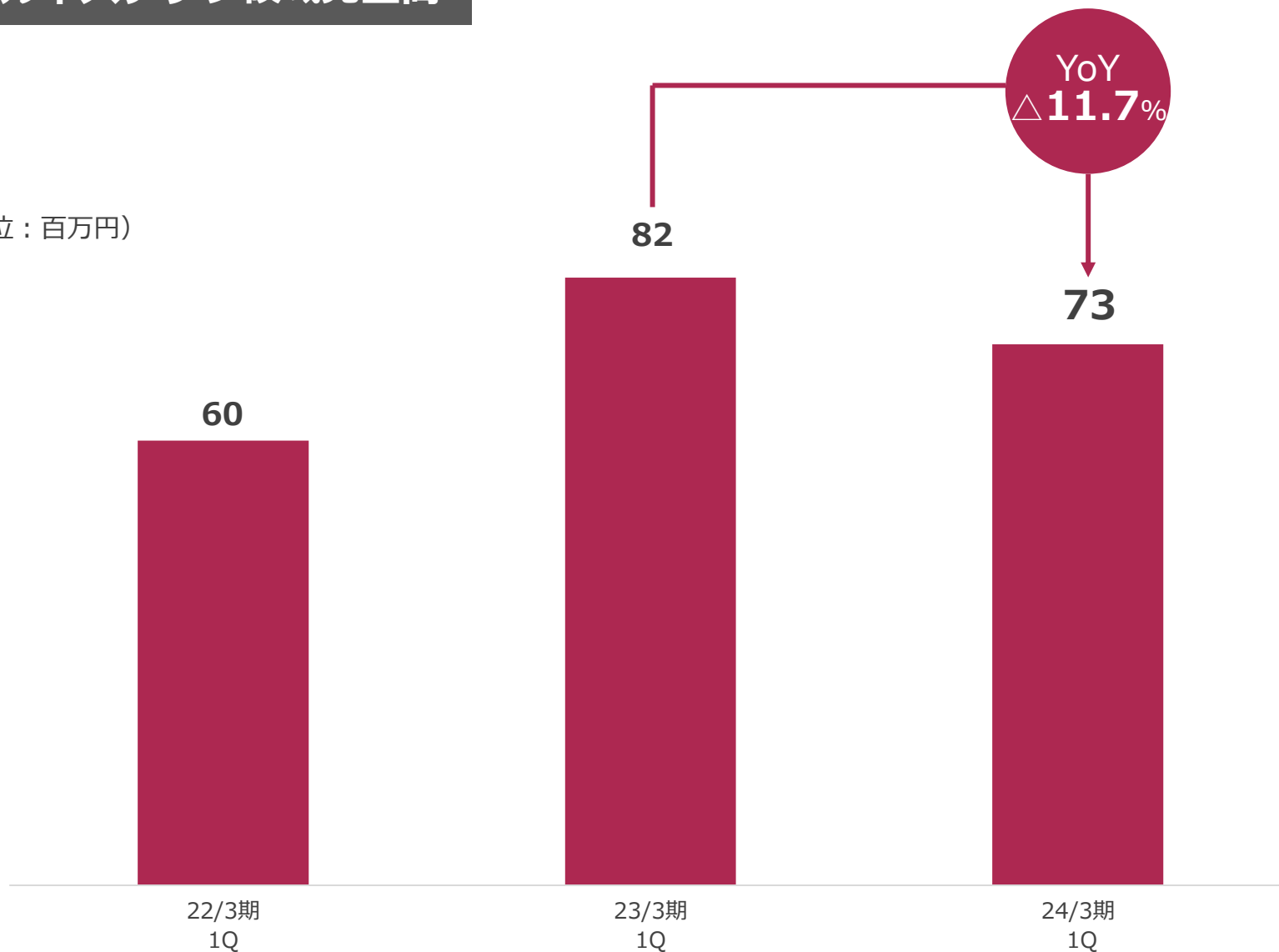
■ 第1四半期 売上高 ■

73百万円
(YoY▲11.7%)

体験型広告ビジネスにおいて、前年同期に受注したスポット案件に伴う一過性収益増の影響もあり縮小。

引き続きクーポン掲載施設の掘り起こしや体験型広告のクライアント獲得を目指し、営業強化を図る

(単位：百万円)



※ウェルネステック領域の売上構成サービスは、「ニフティ温泉」です。
※24/3期からの事業ドメイン再定義にあわせて、23/3期以前のデータも合わせて組み替えています。

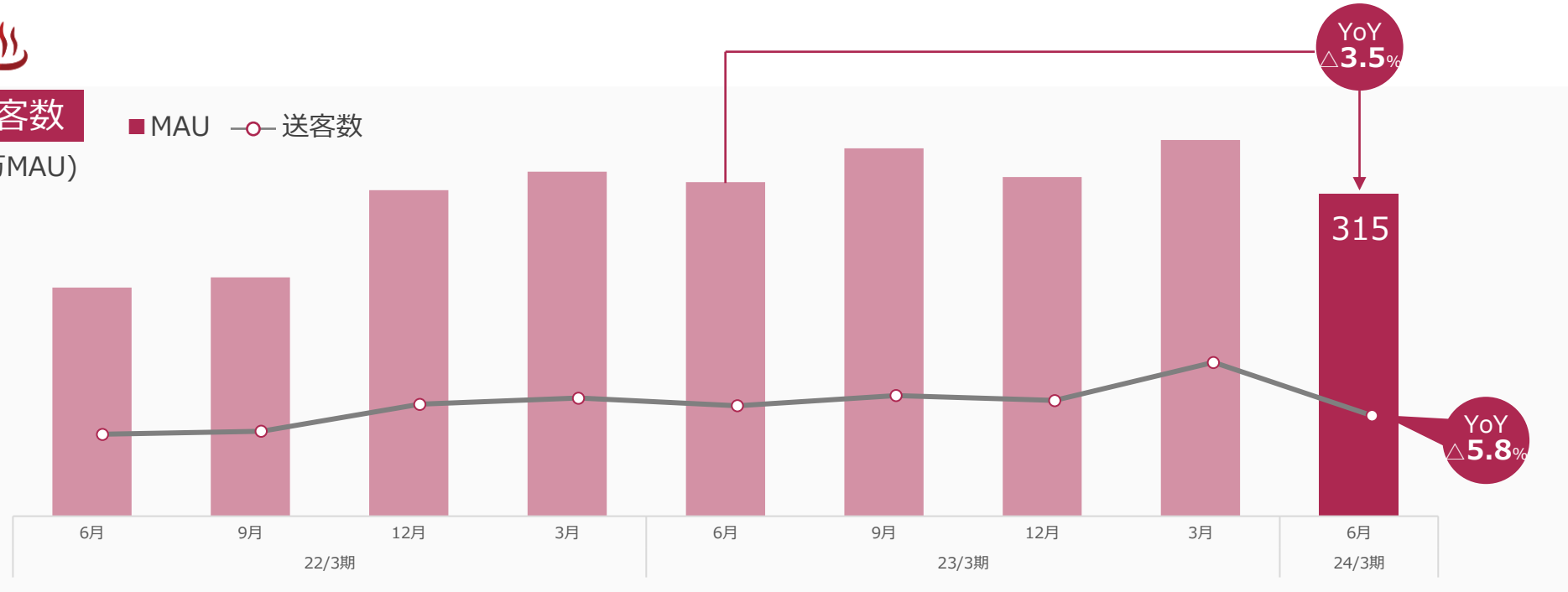
ウェルネステック領域 主要KPI

ニフティ温泉

MAU / 送客数

■ MAU ○ 送客数

(MAU単位：万MAU)



総掲載施設数



16,594 件

クーポン掲載施設数



485 件

※ 1 MAU (Monthly Active Users/月間アクティブユーザー数) : 各期末の月間の各デバイスユーザーの合算値 ※ 2 送客数 : 月間平均値 (2023年4月1日~2023年6月30日)
 ※ 3 総掲載施設数 : 2023年6月末時点 ※ 4 クーポン掲載施設数 : 2023年6月末時点

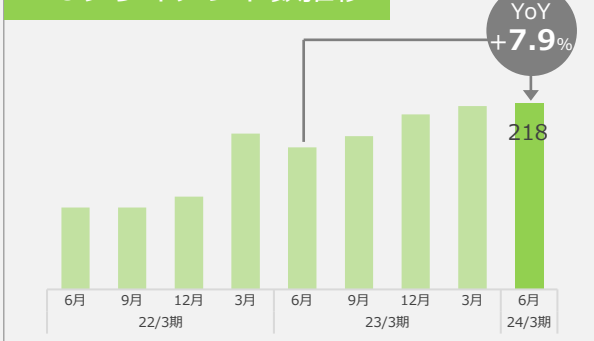
2024年3月期 第1四半期：クロステック領域売上高

■ 第1四半期 売上高 ■

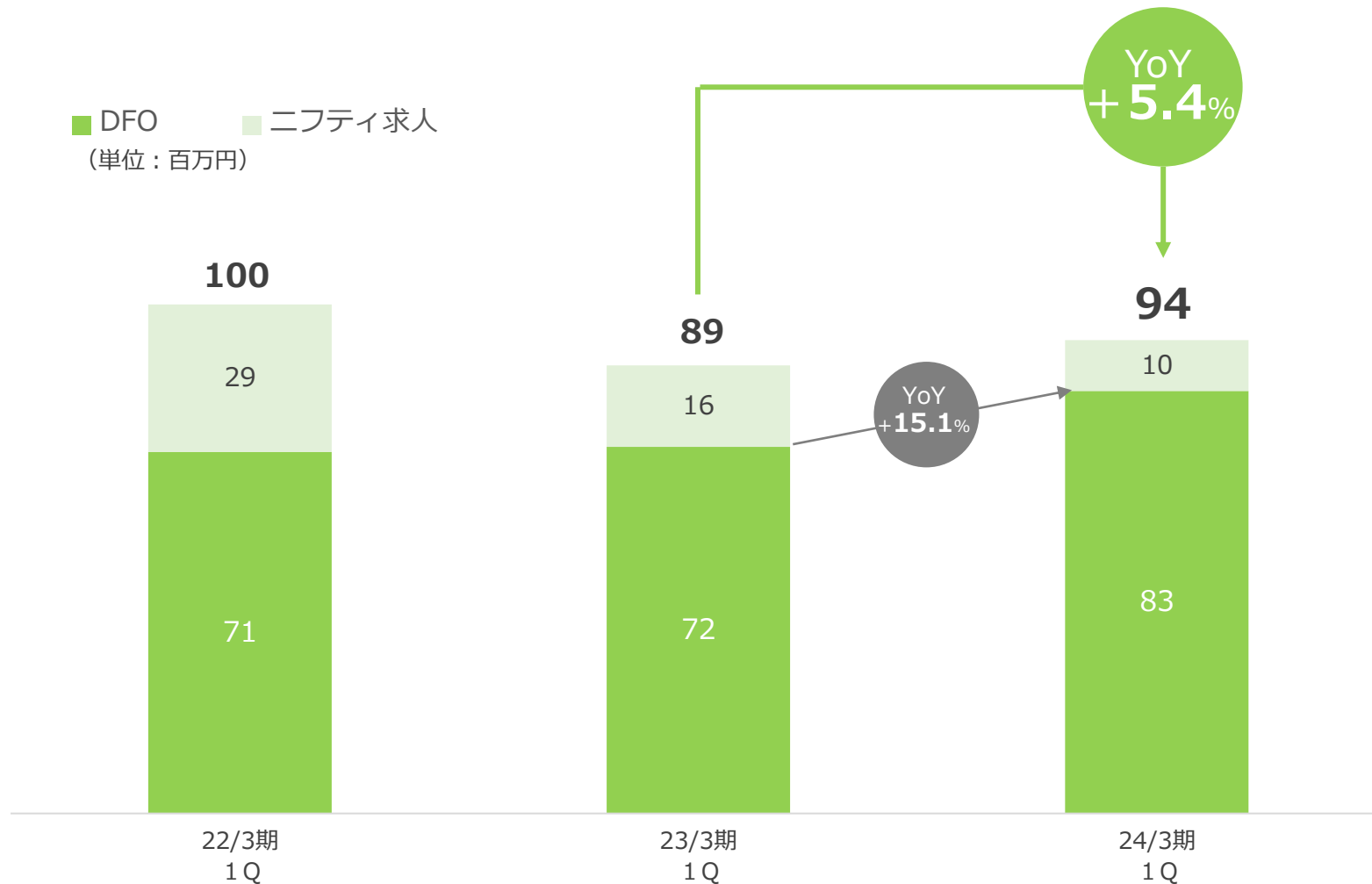
94百万円
(YoY + 5.4%)

DFOはストック型で安定的な収益確保により、順調に成長。広告運用サービスのアップセル等もあり、DFO単独ではYoY+15.1%の83百万円で着地

DFOクライアント数推移



■ DFO ■ ニフティ求人
(単位：百万円)



※クロステック領域の売上高構成サービスは、「DFO」と「ニフティ求人」です。
※24/3期からの事業ドメイン再定義にあわせて、23/3期以前のデータも合わせて組み替えています。
※クライアント数（SaaSツールのみ、サイトごとの月間クライアント数）：各期末の月間数値
※ニフティ求人は今後の事業の方向性につき検討中

トピックス (ニフティ不動産)

ニフティ不動産

大手不動産まとめて検索
ニフティ不動産アプリ

累計
1,000万
ダウンロード突破!

App Store からダウンロード
Google Play で手に入れよう

※画面はイメージです

ニフティ不動産

NEW!

マンション情報検索機能の
提供開始!

(注1)
 全国のマンション情報から物件をまとめて検索!
 新着物件が掲載されたら通知でお知らせ!

※画面はイメージです

ニフティ不動産アプリシリーズ累計1,000万DL突破

- 問い合わせ行動意欲が高いアプリユーザーに向けて (WEBとの比較で5~10倍) 利便性向上とダウンロード獲得に注力
- 1,000万DLをフックとしたPRによる認知拡大や、機能や効率等の利便性の理解促進を行うブランディングも引き続き実施予定

売却ニーズも視野に“マンションページ”を展開

- 日本全国300万件のマンションデータベースを元にした、マンション基本情報と物件情報の提供により、ユーザー利便性や集客を拡大
- 賃貸/購入、新築/中古等にこだわらない情報検索や検討を可能とするとともに、売却等の新たなニーズ掘り起こしも推進

トピックス (ニフティ温泉)



サウナ関連情報をブックとした記事コンテンツの拡充

- ・ 継続するサウナブームに対し、多様化するユーザーのニーズを捉え、求められる情報や提案をきめ細かく発信
- ・ 利用データを活用したランキング定期配信や、サウナの楽しみ方を含めた提案企画等、当社ならではの訴求と発信を強化



ロコト投資数 10万円以上
掲載施設数 16,000以上
温泉・スパ・サウナ好きのための、役立つお得な情報がいっぱい
ニフティ温泉 <https://onsen.nifty.com>



アフターコロナの新たな入浴スタイルを提案

- ・ 温浴業界を下支えしていきたいと思いから、「思いやり浴」という新たな入浴スタイルを提案。希望する施設へポスターの無償提供を実施

3. 事業方針及び重点施策

中期経営計画に基づき、選択と集中及び適切なコストマネジメントで筋肉質な経営基盤を構築

1

ユーザー数拡大に加え、ブランド訴求精査やデータ活用強化等による集客効率の最大化と、各事業領域での既存事業の着実な成長を推進

2

自社リソースやM&A・アライアンス等を活用した各事業領域における周辺領域での事業開発の推進

3

23/3期の事業課題を踏まえ、売上高の着実な成長に加えて規律あるコストマネジメントによる営業利益成長を計画

ニフティ不動産

■短期的な認知向上から、利便性/優位性の理解度向上を重視する、長期的なブランディングへ深化

23/3期

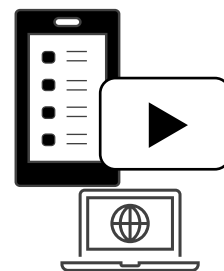
- ・ニフティ不動産のテレビCMを年末年始の短期間にて実施
- ・タレント起用の効果もあり、サービス名の認知進む

24/3期

- ・年間通したブランディング展開により、潜在層へのアプローチも強化
- ・情報量や機能性等、利便性への理解度向上につながる戦略へシフト



サービスの特長や機能にフォーカスした訴求発信へシフト
情報量やアプリ利用数、機能等の利便性や優位性の理解促進を重視したブランディングへ



動画形式でのわかりやすい発信
継続。利用シーンやニーズ別に利便性を伝え訴求喚起
記事コンテンツ拡充やデータ活用で潜在層へもアプローチ強化

ニフティ温泉

■クーポン送客ビジネスに加えて、一人ひとりに向けた「ライフスタイルの提案型メディア」へ

従来の
サービス

- ・ 温浴好きのための温浴レジャー情報データベース提供
- ・ クーポンや施設情報、ランキング情報等の定番ニーズへの対応主軸

これからの
サービス

- ・ 美容や健康習慣に関する支援へ領域を広げることにより、幅広いジャンルにおける潜在ニーズを掘り起こす
- ・ 自社編集員等のアンバサダー化による共感醸成も推進



ユーザーの興味関心データを分析し、美容や健康の提案情報を発信
温浴レジャーに限らない、心身の健康に関する支援を開始



自社編集員等のアンバサダー化により当社起点で情報発信
口コミ等ユーザーの声の活用により情報への共感も醸成

- データ分析活用強化に向けたシステム投資を実施、集客効率の向上・既存ビジネスの発展を目指す



データ活用による
新規ユーザーの効率的な獲得推進

ユーザーのナーチャリングによる
既存事業のリピートユース強化

周辺領域事業でのユーザー活用による
グループでのライフタイムバリュー（LTV）
最大化へ

中期成長に向けた事業領域別戦略



不動産テック領域

お部屋探しから
住まい全般の支援へ

- ・ お部屋探し支援の強化
- ・ 住まい全般の支援
- ・ 不動産事業者向け支援



ウェルネステック
領域

温浴からウェルネス全般へ
支援拡大

- ・ 温浴施設向けビジネスの深化
- ・ メーカー向けマーケティング支援
- ・ ウェルネス領域への進出



クロステック領域

グループ第3の事業の柱創出

- ・ 既存シーズの強化
- ・ インハウスによる新規領域への挑戦
- ・ 業務提携等による事業創出のスピード向上

4. 2024年3月期 通期業績予想と株主還元

2024年3月期 通期業績予想

(単位：百万円)	2024年3月期 通期予想	2023年3月期 通期	YoY
売上高	3,323	3,007	+ 10.5%
営業利益	694	571	+ 21.5%
経常利益	692	570	+ 21.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	457	339	+ 34.9%
EBITDA	892	747	+ 19.4%

株主還元

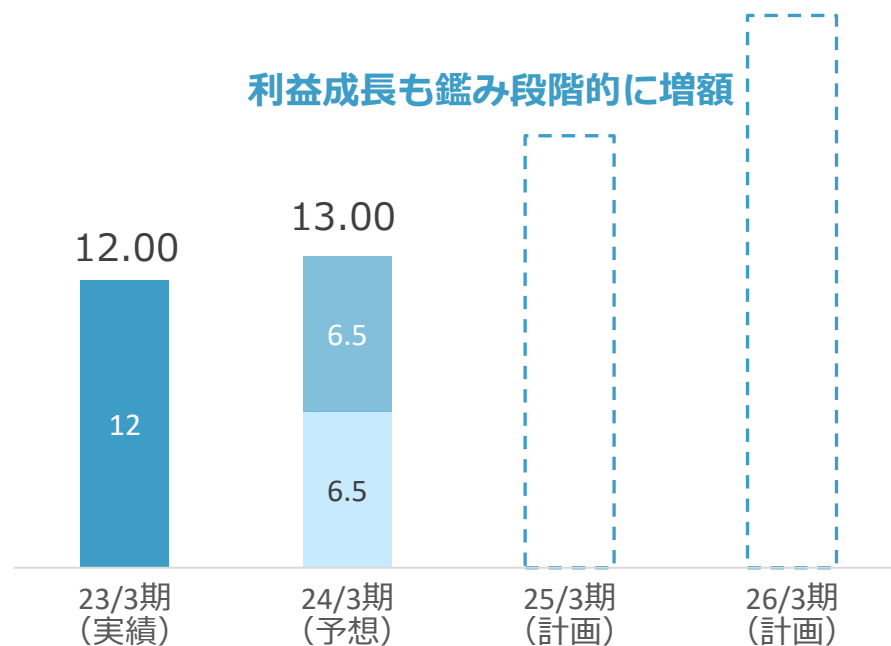
利益配分に関する基本方針

■ 中長期的な企業価値の向上に必要な投資を推進しつつ、安定的・継続的な株主還元を実施

2023年3月期 配当開始（初配）	2024年3月期 配当予想
1株当たり 12円	1株当たり 13円 (中間6.5円/期末6.5円)

■ 1株当たり配当金の推移（円）

■ 中間 ■ 期末



中期経営計画につきましては当社WEBサイトにて公開しております。
こちらをあわせてご覧ください。



<https://niftylifestyle.co.jp/ir/disclosure/>

5. appendix

2024年3月期 第1四半期：連結貸借対照表

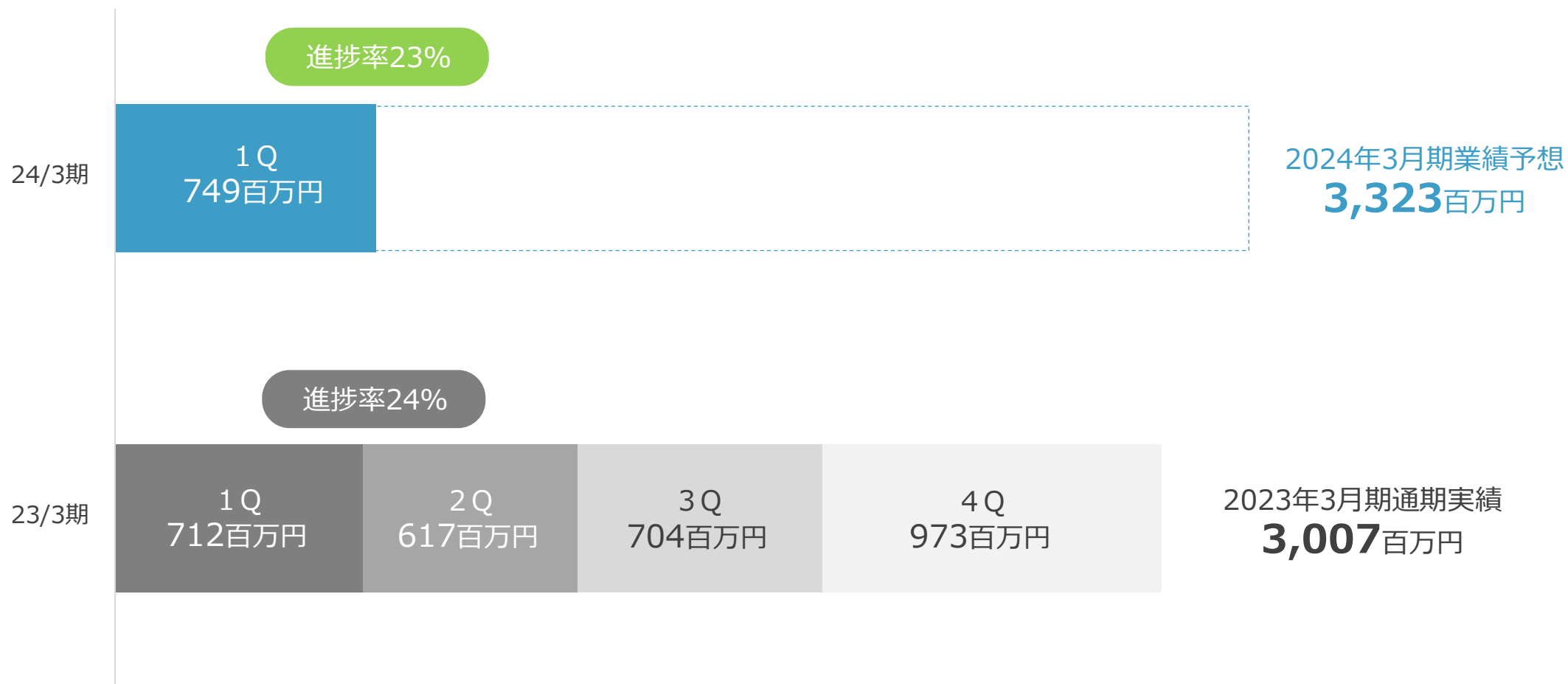
(単位：百万円)

		24/3期 6月末	23/3期 期末	増減額
流動資産	合計	4,764	4,736	+27
	現預金	4,295	4,206	+89
	売掛金	434	504	△69
	その他	34	26	+8
固定資産	合計	548	563	△15
	ソフトウェア	301	292	+8
	のれん	82	92	△9
	その他	164	178	△14
資産	合計	5,312	5,300	+12
負債	合計	514	547	△32
純資産	合計	4,797	4,753	+44
	資本金	1,260	1,259	+1
	資本剰余金	1,176	1,175	+1
	利益剰余金	2,353	2,313	+40
	新株予約権	7	5	+1
負債・純資産	合計	5,312	5,300	+12

2024年3月期 第1四半期：売上高進捗状況

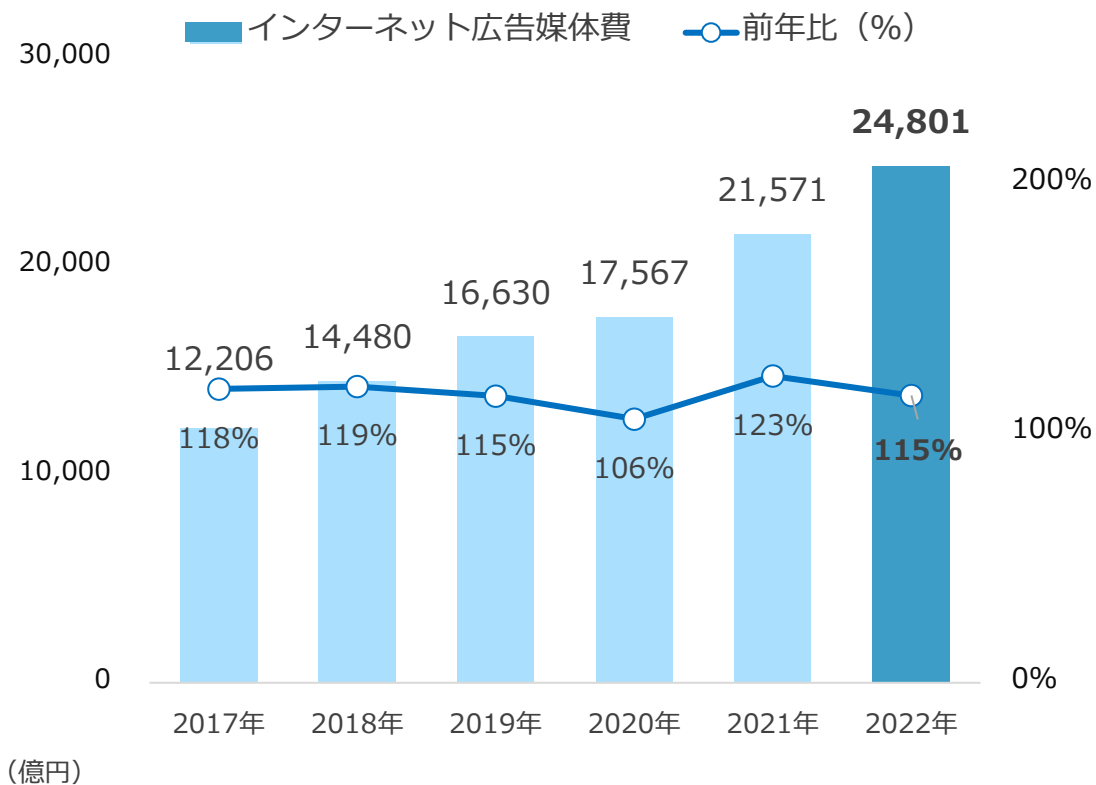
■計画に対して着実に進捗。

主力であるニフティ不動産に季節要因があるため、売上高は第4四半期偏重の傾向



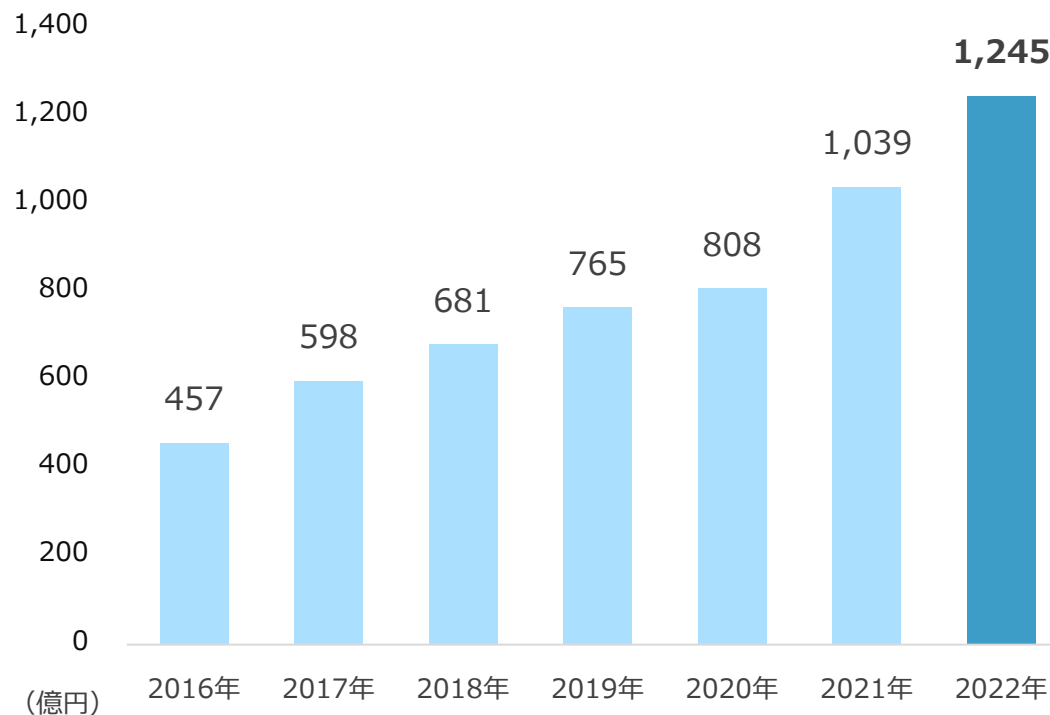
■ インターネット広告市場の拡大に伴い、不動産関連インターネット広告費も、2ケタ成長見込み

インターネット広告媒体費



※出典：(株)電通「2022年日本の広告費」インターネット広告媒体費総額の推移

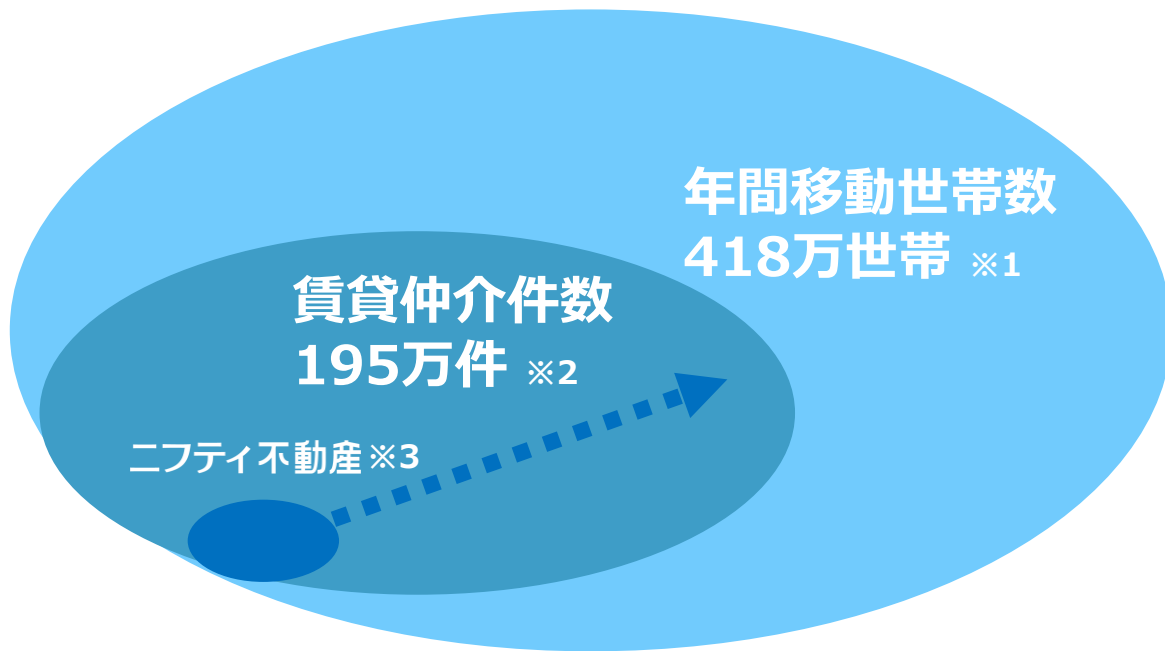
不動産・住宅設備 インターネット広告費（推定）



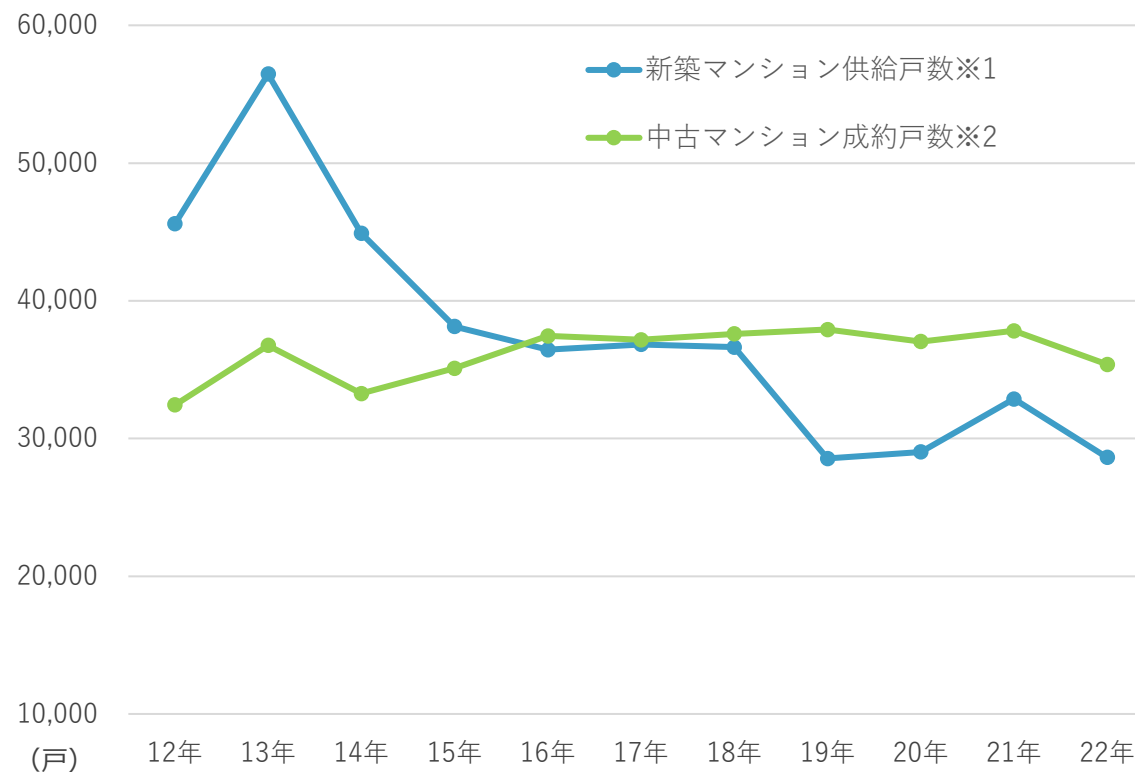
※(株)電通「2022年日本の広告費」をベースに当社試算

- 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成約戸数は、新築戸数の供給減も受けて堅調推移

賃貸市場（仲介件数）



売買市場（首都圏新築・中古マンション流通件数）



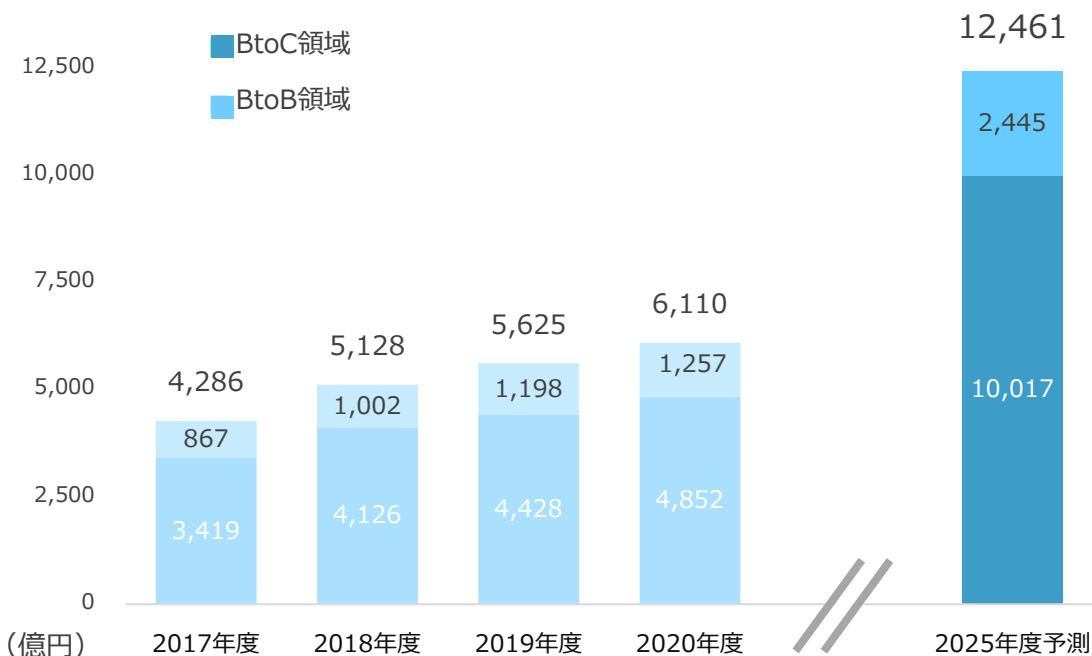
※1 野村総合研究所「2040年の住宅市場と課題」のデータを元に当社試算
 ※2 出典：矢野経済研究所 個人向け不動産仲介市場に関する調査（2019年）2019年8月20日発表
 2020年予測値、個人向け居住用賃貸物件の仲介件数ベース
 ※3 ニフティ不動産からの送客数実績より当社試算

※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

市場環境（3）不動産テック関連市場 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

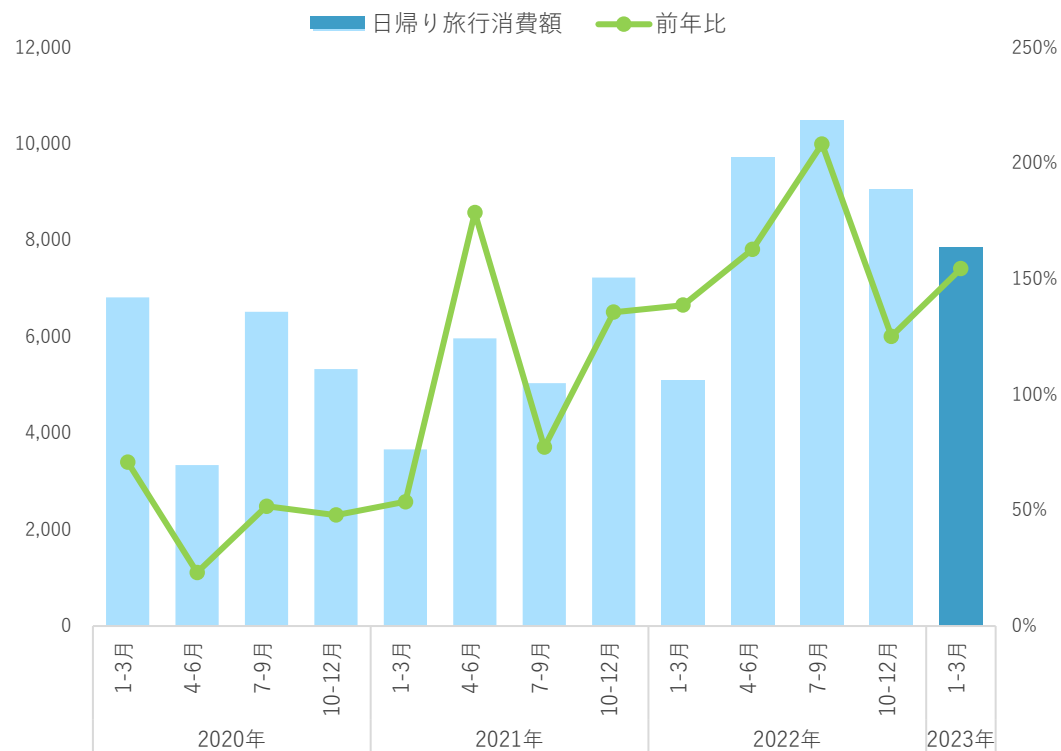


市場環境（4）日帰り旅行関連 動向

- 国内旅行実施の状況はコロナ禍以前の状況に戻りつつある。
この先1年以内の旅行意向では、4分の3が「行きたい」と回答

日帰り旅行消費動向

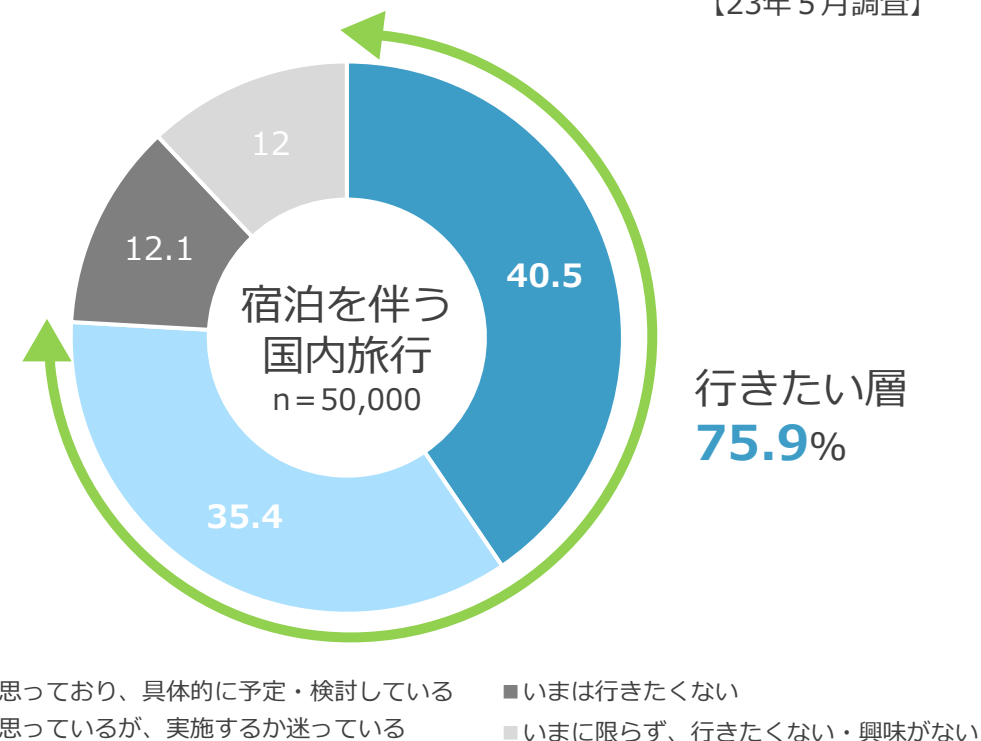
(単位：億円)



※出典：国土交通省 観光庁 日帰り旅行消費動向 2023年1-3月期（速報）

この先1年以内の国内旅行意向

Q. この先1年以内に観光・レクリエーション旅行に行きたいと思いますか？
【23年5月調査】

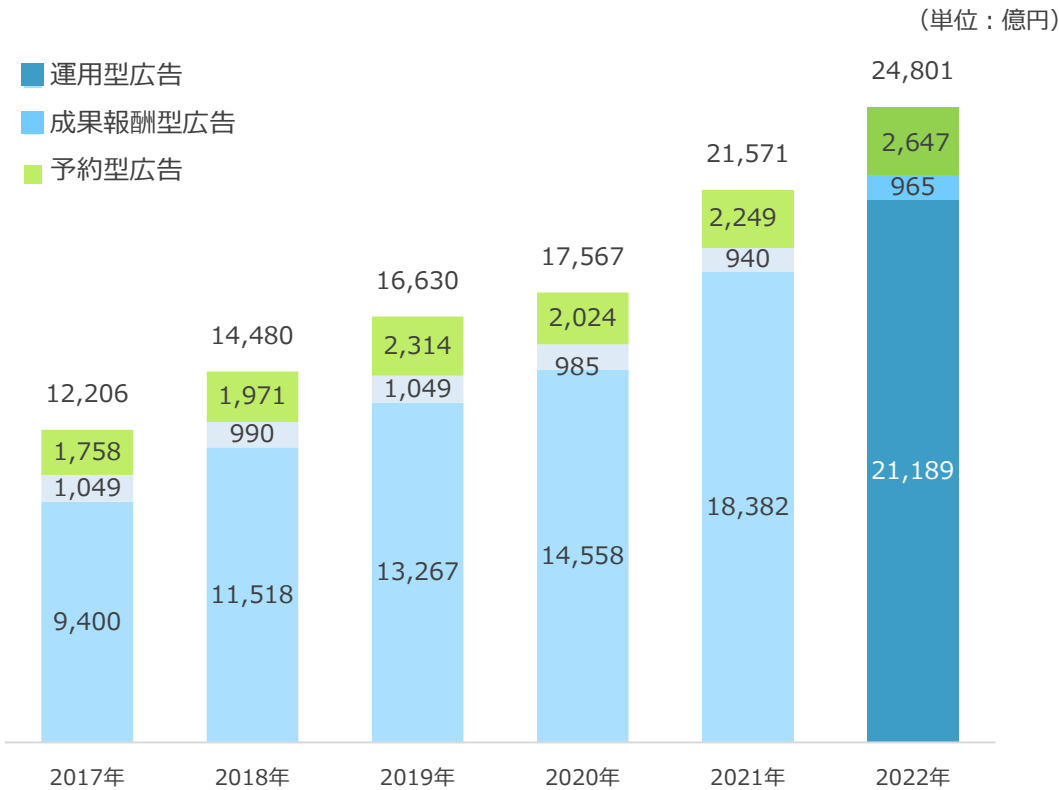


※出典：公益財団法人日本交通公社 新型コロナウイルス感染症影響下の日本人旅行者の動向（その23）

市場環境（5）運用型広告、EC関連動向

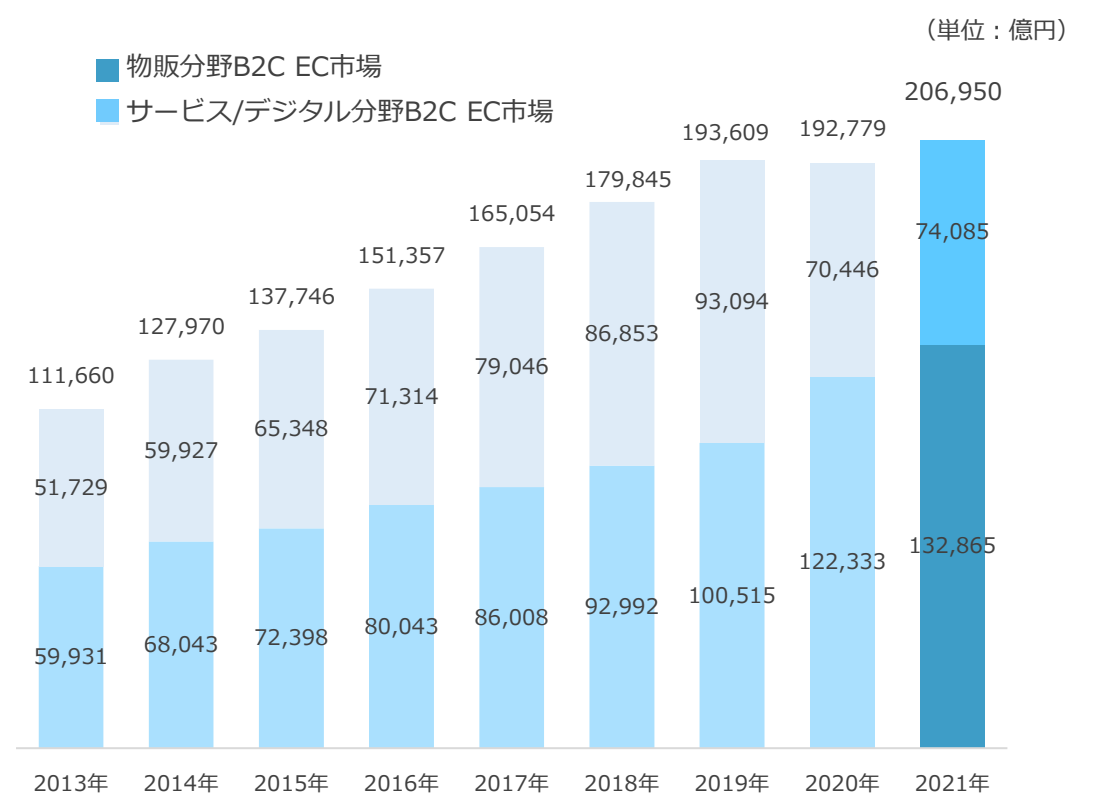
- インターネット広告媒体費の取引手法別構成比は、運用型広告を中心に2ケタ成長継続
- 電子商取引市場（EC市場）の物販分野は、コロナ下での需要も追い風に拡大加速

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）

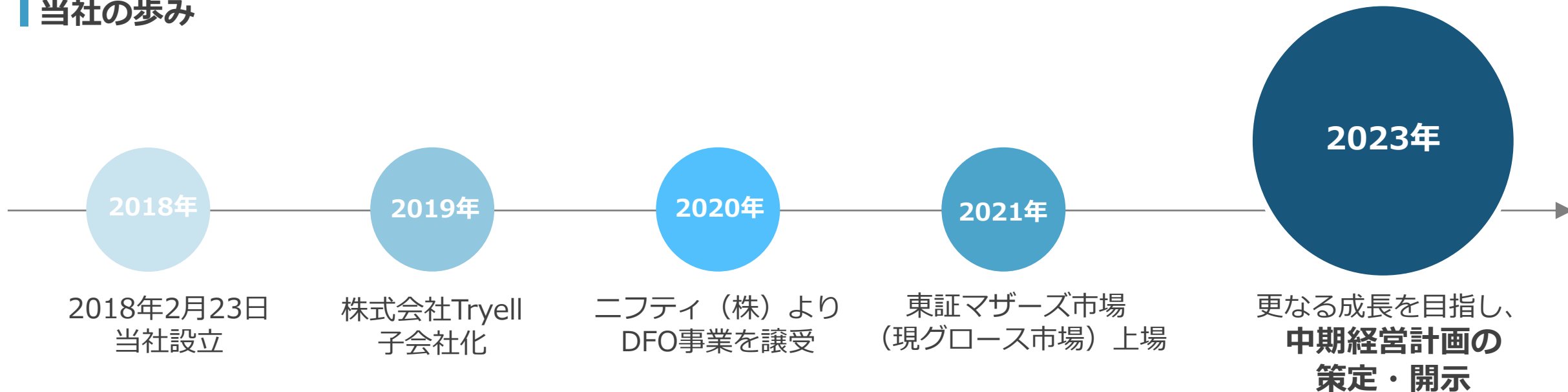


※出典：経済産業省「2022年8月12日 電子商取引に関する市場調査の結果」国内電子商取引市場規模（BtoC及びBtoB）

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	12億6,025万円 <small>※2023年6月末時点</small>
■ 従業員数	69名（6名） <small>※</small> <small>※単体、2023年6月末時点 括弧内は臨時従業員（アルバイト）数</small>
■ 証券コード	4262（東証グロース）
■ 子会社	株式会社Tryell

当社の歩み



- 1986年
株式会社エヌ・アイ・エフ設立
（現富士通クラウドテクノロジーズ株式会社）
- 1987年
NIFTY-Serveサービス開始
- 1991年
社名をニフティ株式会社に改称
- 1999年
@niftyサービス開始
- 2000年
ニフティ不動産、ニフティ求人サービス開始

- 2003年
ニフティ温泉サービス開始
- 2008年
DFOサービス開始
- 2014年
オンライン内見サービス開始
- 2017年
ニフティ(株)、
富士通クラウドテクノロジーズ(株)とニフティ(株)に分社化
ニフティ(株)※現当社親会社はノジマグループ傘下へ

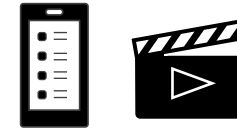
当社を取り巻く外部環境

ライフスタイルの多様化



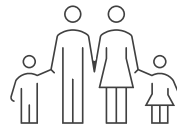
テレワークやフリーランス等、新しい働き方が定着しつつある中、地方移住への関心が高まる等、暮らし方・働き方・価値観が多様化

情報流通構造の変化



デジタルデバイスが進化。受け手のニーズに合ったツール（スマートフォンやタブレット等）やコンテンツ（SNSや動画等）が台頭

人口減少社会



少子高齢化の加速による労働力不足への懸念
健康志向の高まりでウェルネス領域への
注目集まる

DX化の加速



コロナ禍を契機に取り組みが加速。会議や電子契約等リモート環境整備のほか、ビッグデータやAIの活用、自動化領域の拡大も進む



膨大な情報量

いずれのサービスも提供開始から約20年と歴史があり、取引先との強固な信頼関係を構築しており、国内最大級の情報を束ねて掲載することが可能となっている

ニフティ不動産

掲載物件数のべ1,300万件

※2023年6月末現在

ニフティ温泉

掲載施設数のべ16,000件

※2023年6月末現在

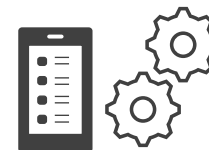
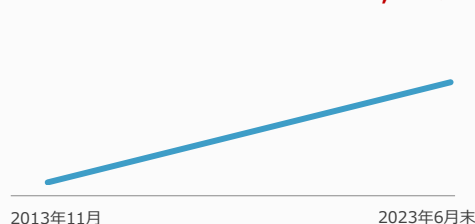


ユーザー集客力

ユーザー目線のアプリ開発に注力しており、各サービスのアプリDL数は堅調に推移。またWEBマーケティングの効果的な活用等もあり、成約確度の高いユーザーの獲得・送客につなげている

アプリDL数推移※

1,054万DL



情報処理分野における 技術とノウハウ

膨大なデータを瞬時に加工できる情報処理を得意とする。重複物件の名寄せ処理の実現や、独自の検索システムによるデータの高速処理を実施

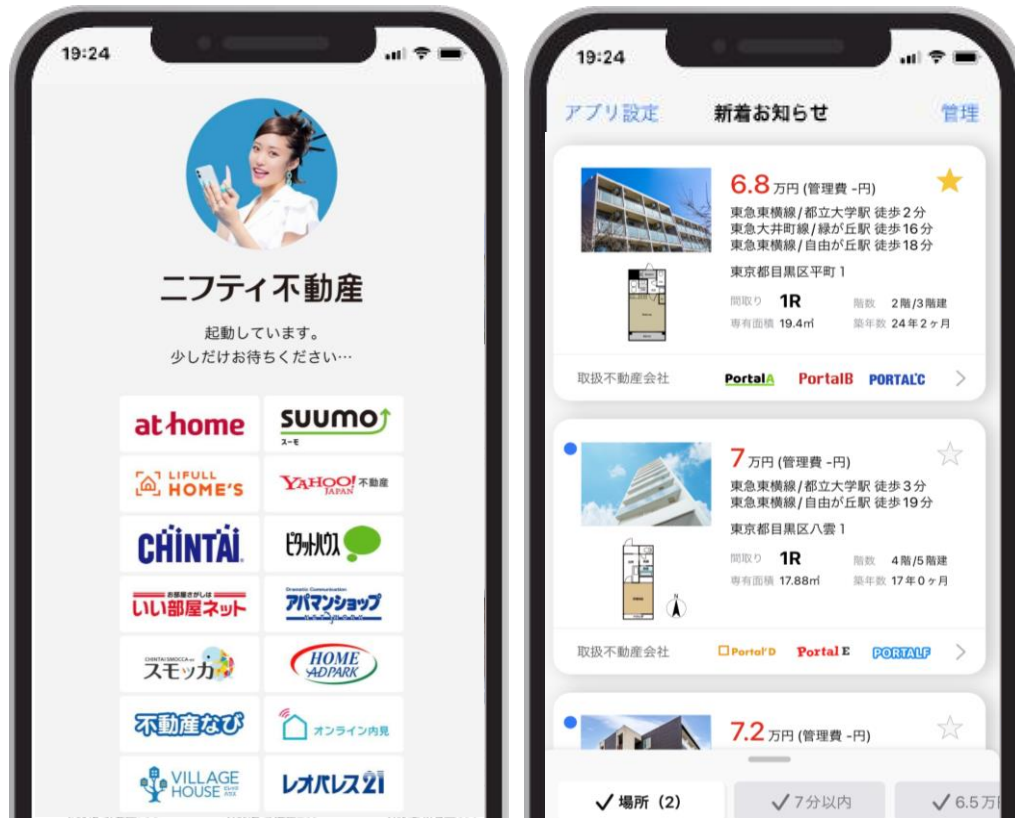


名寄せによる一覧性

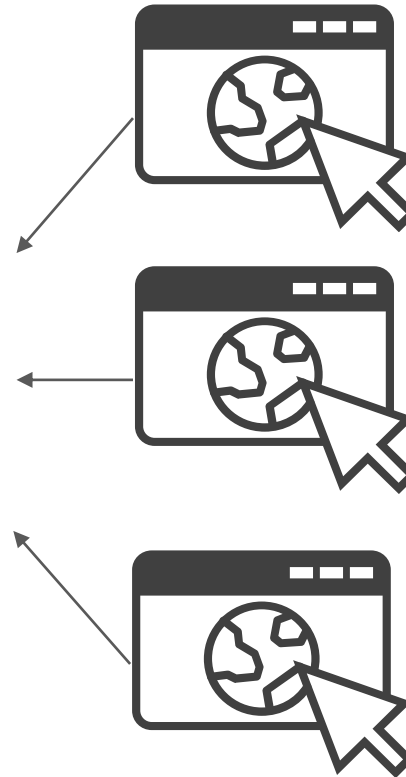


130超のこだわり条件

ニフティ不動産

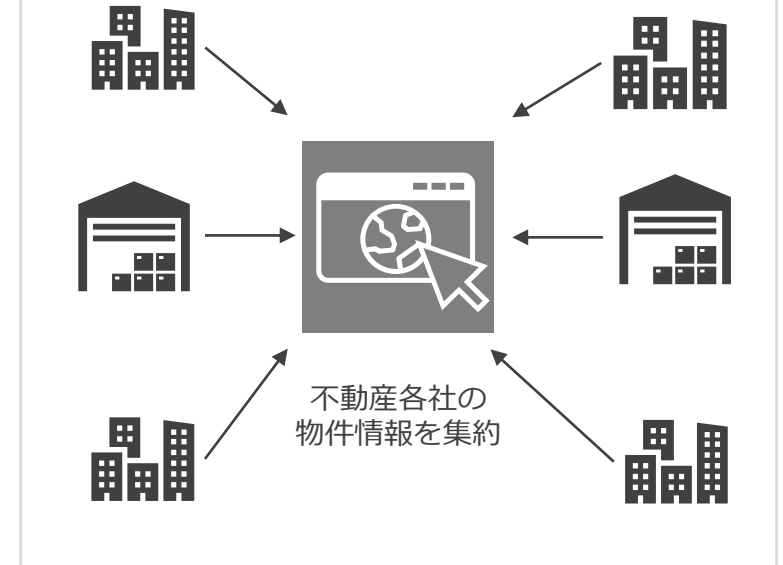


不動産ポータル



不動産ポータルとは...

不動産情報に特化した専門サイト



- 大手不動産ポータルサイトの物件情報をまとめて比較・検討できるお部屋探しサービス。
掲載物件数は延べ1,300万件（2023年6月末時点）と国内最大級で、アプリを中心に展開

競争優位性

■ 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

	不動産テック領域主力ビジネス 「ニフティ不動産」の競争優位性
情報量	ニフティ不動産の掲載物件のべ1,300万件等※ 圧倒的な情報量を誇る ※2023年6月時点「ニフティ不動産」延べ掲載物件数
比較性	大手ポータルサイトの掲載情報を横断的に一括 で比較できるため、効率の良い検討が可能
利便性	130項目以上に上るユーザーの詳細な「こだわり 条件」を設定でき、充実の物件情報等を比較 可能
独自性	名寄せ技術により集約した膨大な情報を見やす く一覧表示。また、ユーザーの検討状況に合わ せて独自ロジックによるレコメンドを実行

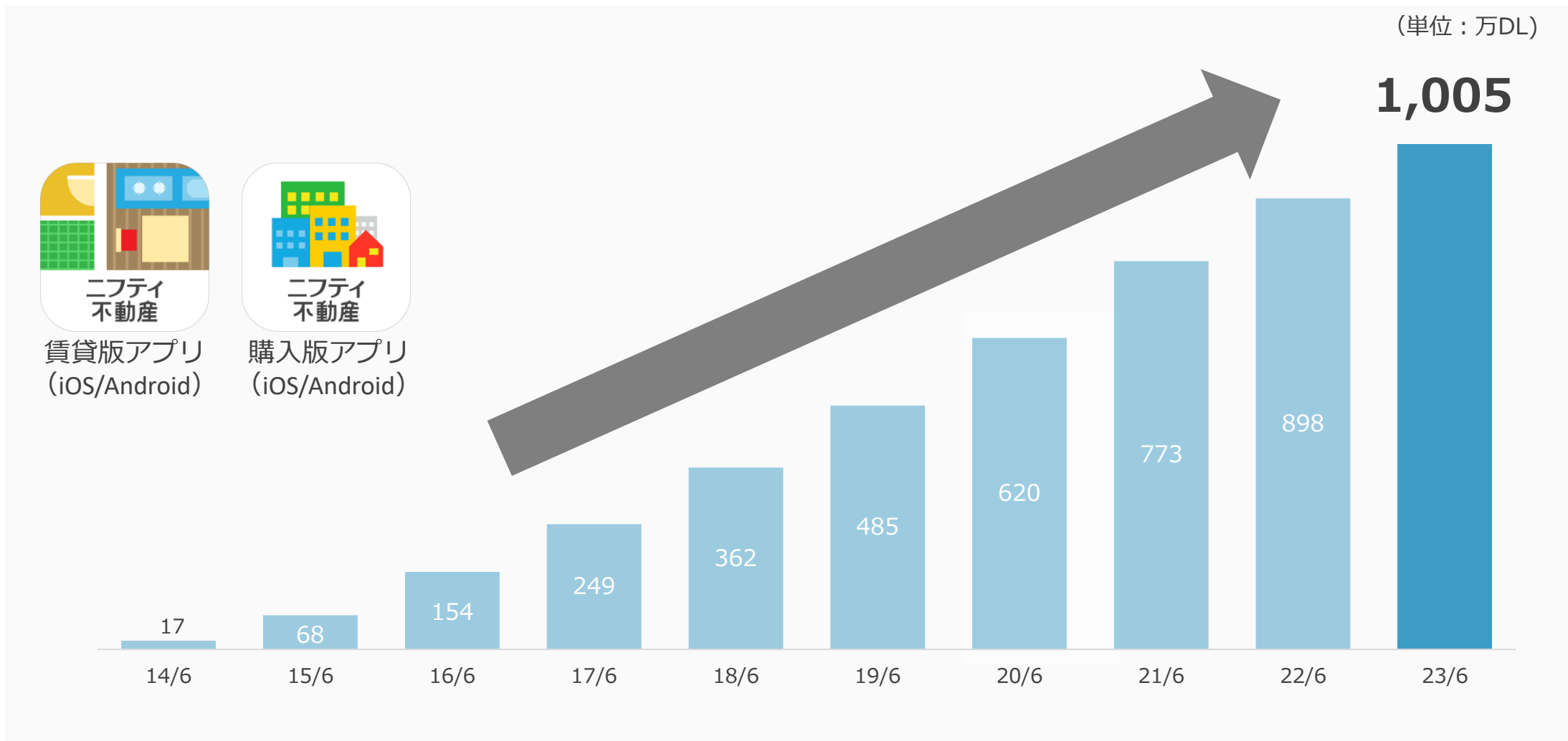
当社サービスを使うと…



まとめて検索できて時短・便利

ニフティ不動産 アプリ累計ダウンロード数推移

■ 2023年6月に累計1,000万ダウンロードを突破



※アプリダウンロード数：各年6月末時点の累計DL数、ニフティ不動産アプリシリーズ合計

ビジネスモデル：不動産テック領域

当社サービス



日本最大級の温浴施設総合情報検索プラットフォーム

ニフティ温泉

- 全国の日帰り温浴施設やスパなどに関する情報やお得なクーポン、口コミ等を掲載する独自メディア。各種ランキングや記事などのコンテンツ提供のほか、温浴施設と連携した広告プランの提案も実施

掲載温浴施設数

約**16,000**施設※

※2023年6月末時点

月間ユーザー数

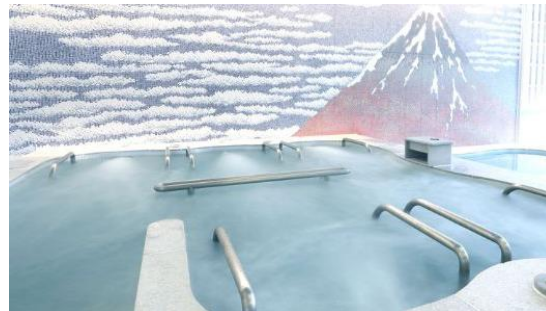
約**360**万ユーザー※

※2022年度平均

会 員 数

全国約**67**万人※

※2023年6月末時点



ビジネスモデル：ウェルネステック領域

当社サービス

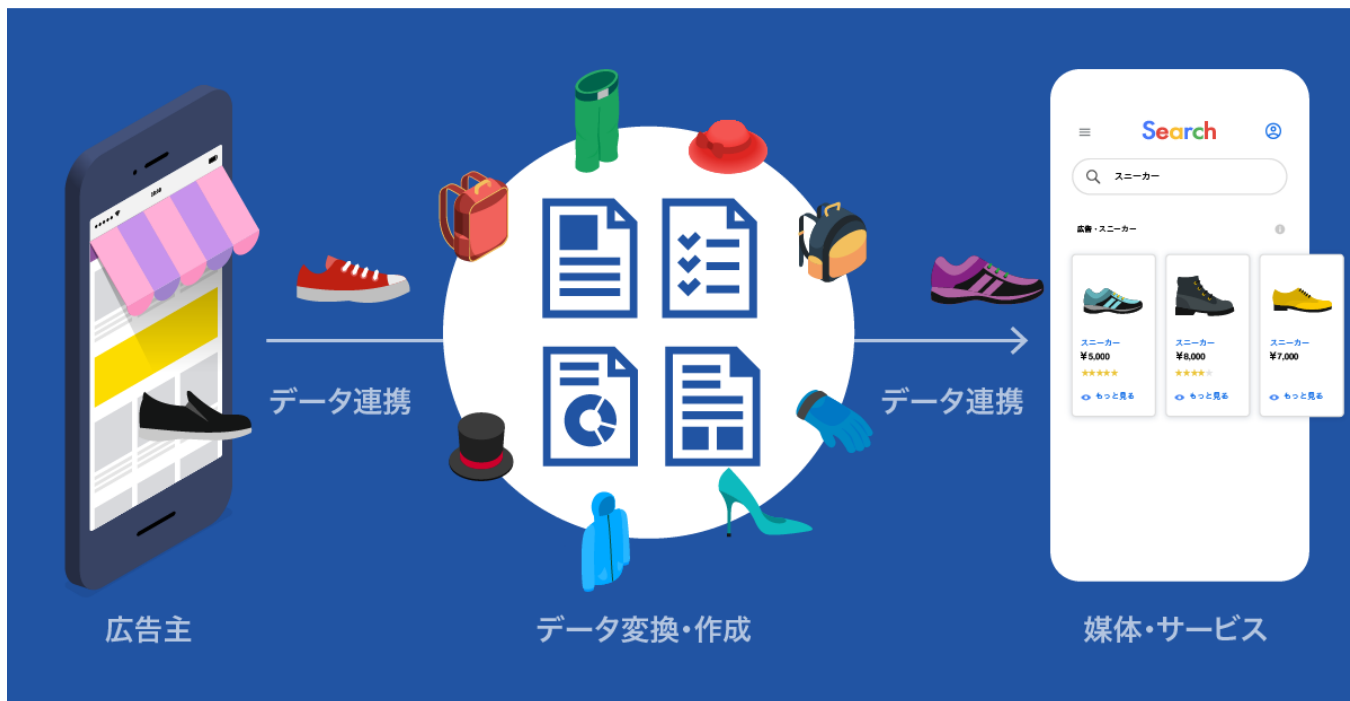
ニフティ温泉 



SaaS型 インターネット広告入稿支援 マーケティングツール



■ インターネット広告出稿時に、商品データを最適な広告配信フォーマットへ自動変換する広告入稿支援ツール“DFO(Data Feed Optimization)”をSaaS型ビジネスとして提供。



導入実績※



※導入実績は一部抜粋（2023年6月末時点）

ビジネスモデル：クロステック領域

当社サービス



■ SaaSツール販売

DFO PREMIUM

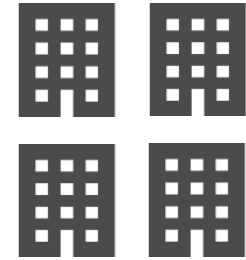
DFO manager

ツール提供 (SaaS型)

月額利用料

クライアント

EC企業・広告代理店等



■ 広告運用サービス

データフィードのプロフェッショナルによる広告運用サービス。データフィードと広告運用の窓口のワンストップサービスを行うことで、効率良く広告効果の最大化を図ることが可能



広告運用支援

運用手数料

クライアント

EC企業・広告代理店等



用語集

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手法や施策のこと

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

LTV(Life Time Value)

顧客生涯価値の意。ある顧客が自社の利用を開始してから終了するまでの期間に、自社がその顧客からどれだけの利益を得ることができるのかを表す指標

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。



ニフティライフスタイル