

企業価値向上に向けた成長戦略



株式会社 A D ワークスグループ
代表取締役社長CEO 田中秀夫

2026年2月12日

コード番号：東証プライム 2982

問合せ先：専務取締役CFO 後藤 英夫

電話番号：03-5251-7641

Contents -目次-

- 01 はじめに
01 成長戦略見直しの背景 ━━━━━━ P3

CHAPTER 1 —FY2026 成長戦略（実行計画）

- 02 令和8年度税制改正の影響評価 ━━━━━━ P5
03 一棟再生販売事業 ━━━━━━ P7
04 不動産小口化事業 ━━━━━━ P12
05 オフィス区分事業 ━━━━━━ P13
06 成長戦略実現を可能にする組織・人的資本 ━━━━ P15

CHAPTER 2 —FY2027以降の成長に向けた戦略投資

- 07 事業ポートフォリオの拡張 ━━━━━━ P17
08 ノンアセット事業を含めた新規事業の推進 ━━ P20
09 経営基盤の強化（人的資本投資・ブランディング） ━━ P24



01 はじめに－成長戦略見直しの背景－

当社は2025年2月付「企業価値向上に向けた成長戦略」を公表し、FY2027までにROE13～14%の達成を財務目標として掲げ、各種施策を推進してまいりました。FY2025において、事業の進捗および収益性の改善が計画を上回った結果、**ROEは16.9%に改善し当該目標を前倒して達成**しております。

また、第2次中期経営計画（FY2024～FY2026）において掲げる「**税前利益30億円**」という目標も**FY2025時点で達成**しております。次なる成長曲線を株主・投資家の皆様に明確に示す必要性を認識しております。

一方、2025年12月19日に公表された「令和8年度税制改正大綱」の影響により、当社が成長ドライバーと位置付ける不動産小口化商品の需要は短期的に減少する可能性があります。当該影響を加味し、FY2026の単年度におけるROEは14.5%を見込んでおります。

しかしながら、当社は長期ビジョンとして掲げる定量目標「2034年に、税前利益200億円、BtoCシェア40%」は堅持し、FY2027以降において、いっそうの成長を企図しております。

これらの状況を踏まえ、**FY2026は既存の成長戦略を見直し、外部環境変化へ柔軟に対応する調整局面**と位置付けるとともに、第3次中期経営計画（FY2027～）における、さらなる企業価値向上に向けた基盤を構築してまいります。

当社グループは、ステークホルダーの皆さまおよび社会のご期待に応え、今後も企業価値向上に真正面から向き合ってまいりますので、変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

成長戦略発表
(2025.2)

成長戦略更新
(2026.2)

第3次中計
(2027～)

2034年ビジョン
(税前200億、BtoC40%)

CHAPTER 1

FY2026 成長戦略（実行計画）

02 令和8年度税制改正の影響評価

2025年12月19日、令和8年度税制改正大綱の公表と同日に「令和8年度税制改正への対応および成長戦略について」を開示しました。不動産小口化商品の販売に短期的な影響を見込みますが、中長期的な成長軌道は着実に維持・強化し、持続的な企業価値向上を目指してまいります

税制改正の影響について

- 令和8年度税制改正において、不動産小口化商品の相続税法上の評価方法が変更予定。不動産小口化事業の販売額はFY2025（年間235億円（税込））と比較して減少を見込む



成長戦略について

① 不動産小口化事業の方針見直し

- FY2026には一時的な減収が見込まれるが、純投資目線等での投資需要は安定的に維持される見込み
- 改正内容の明確化と市場理解の進展により、FY2027以降の販売動向は回復軌道に戻ると想定
- FY2026上期の販売動向や改正の追加情報を踏まえ、2026年夏頃を目途に同事業の中期計画をアップデート予定

② オフィス区分事業の成長加速

- FY2025開始のオフィス区分事業を成長加速。2026年に区分売上100億円、小口と合計で150億円を目指す
- 不動産小口化事業の営業人員を戦略的にシフト。成長ボトルネックだった人員不足を解消し、成長拡大を目指す

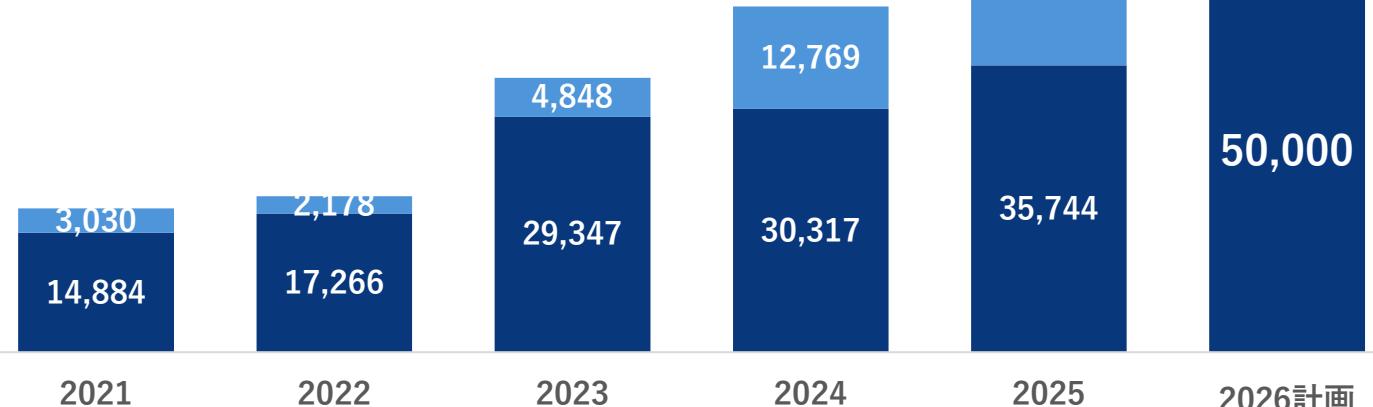
③ 一棟再生販売事業の力強い成長

- 2026年1月に実行した外部オーナー向けプロパティマネジメント事業の売却に伴い、PMスキルを要する人員約15名を一棟再生販売事業の物件価値向上業務にシフト。競争優位性の強化とさらなる力強い成長を企図

02 税制改正を踏まえた成長戦略の見直し

各事業別 FY2021～2025販売売上実績と FY2026計画（百万円）

- オフィス区分販売
- 不動産小口化商品販売
- 一棟再生販売



※2025年12月末時点の国内販売用不動産残高に、2026年1月末時点での契約済みもしくは決済済みの国内販売用不動産残高約258億円を加算。

FY2026のアップサイドシナリオ

不動産小口化事業は、外部環境を踏まえ保守的に当期計画50億円を設定（足元では顧客の投資検討や金融機関による顧客紹介が再開される動き）。

顧客需要の回復および金融機関紹介の稼働回復が前倒しで進む場合、2026年夏頃を目途に当期計画の見直しを検討

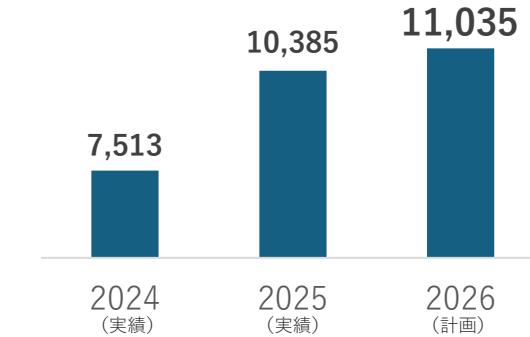
国内販売用不動産残高
計 688 億円(※)

【区分販売：100億円】
小口営業人員のシフトで
飛躍的成長を目指す

【小口販売：50億円】
税制改正の影響を受け
FY2026は調整局面

【一棟再販：500億円】
西日本展開・人員増強
により力強い成長を継続

連結限界利益推移 (百万円)

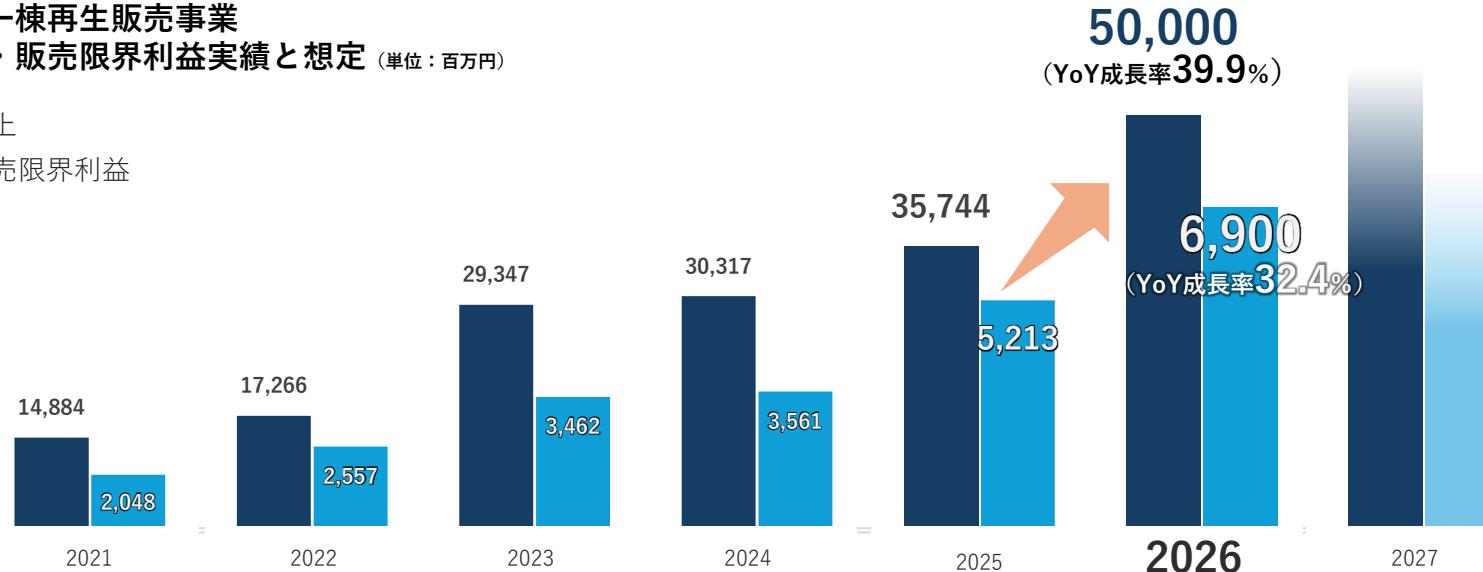


03 一棟再生販売事業 業績推移と当期計画

当社の基盤事業として引き続き業績を力強くけん引
コアスキルの深化と応用で収益性向上を目指す

国内一棟再生販売事業
売上・販売限界利益実績と想定 (単位:百万円)

■ 売上
■ 販売限界利益



- 長年培ってきた一気通貫型の再生販売モデルを基盤に、FY2026も成長を継続
- 資本回転・利益率の向上/エリア拡大/アセット多様化の3軸で成長を拡大(8頁参照)
- 市場の追い風と当社の競争優位性を背景に、成長市場でのシェア拡大を目指す(9頁参照)
- 事業売却(外部オーナー向けPM事業)に伴う人員の再配置を実行。当事業の戦略実効性が向上。

03 一棟再生販売事業 実行戦略

物件価値向上のための人員を大幅に強化

エリア拡充やアセット多様化によって、FY2026以降も大幅成長へ

1 資本回転率・利益率の向上

- バリューアップスピード・営業効率を高め、**資本回転率の維持・向上**
- テナントニーズを捉えた商品企画（セットアップオフィス等）や物件価値に応じた賃料増額交渉等の施策を徹底し、**販売限界利益率を向上**
- 2026年1月に売却した「外部オーナー向けPM事業」に従事していた**PMスキルを要する人員約15名をシフト**。さらに強固な組織基盤が構築

一棟再販事業の回転期間の改善



2 エリアの拡大

- 東京で培った再生ノウハウを**大阪・福岡**へ展開し、**マーケット草創期に参入**。
- 仲介ネットワークにおける**信頼と実績を先行して獲得し、成長拡大中**



3 アセットの多様化

- ホテルの取扱開始により**収益獲得機会を拡大**。
- 福岡市中央区にて**初のホテルアセットを取得**し、大規模な改修工事・リブランディングを実施の上2025年10月に営業開始。
- ホテル物件の開発や、他アセット物件のコンバージョンも推進。
新規事業（ホテル運営事業）の加速にも寄与

関西エリア仕入高推移 (百万円)



03 一棟再生販売事業 市場成長×競争優位性

1 インフレ下での実物資産需要の高まり

- 実物資産のインフレ耐性に着目した投資行動が拡大。賃料の自然上昇を取り込みやすい市況環境も後押しに。

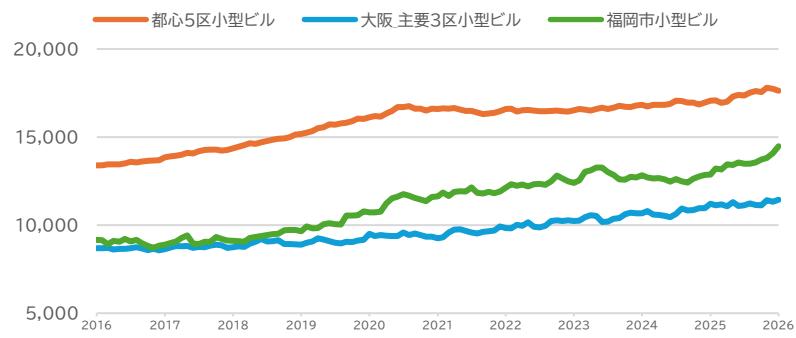
2 賃料の上昇による不動産価格の上昇

- 当社注力エリア（大都市圏）を中心に、インフレや空室率の低下を背景とした賃料上昇および物件販売価格の上昇傾向。

3 新築から中古不動産への需要シフト

- 新築不動産が建築費・人件費高騰の影響で価格高騰・供給減少が進む中、中古不動産市場の相対的な魅力が上昇し拡大基調。

当社注力エリア（大都市圏）の小型オフィス賃料推移(円/坪、共益費込)



出所：三幸エステート「市況データ」をもとに当社作成
※対象：基準階1フロア面積が20坪以上～50坪未満の賃貸オフィスビル

1 強固かつ安定的な組織体制の構築

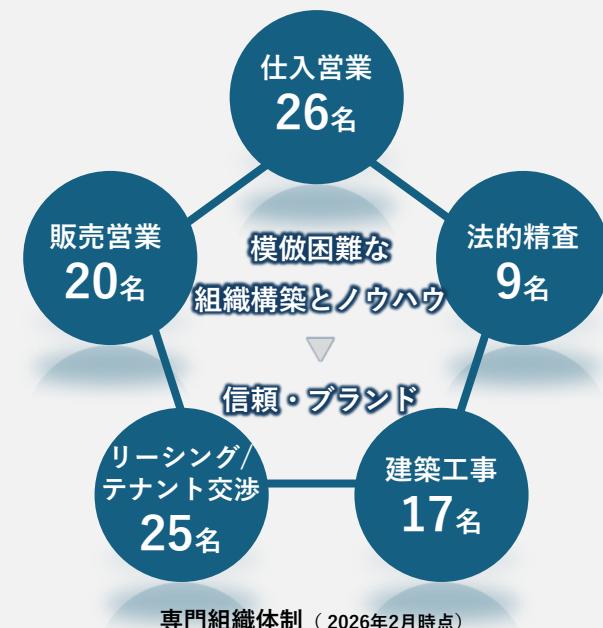
- 専門人材が多数在籍し、緊密に連携。中古不動産再生を一気通貫で実施できる強固な体制によって、継続的かつ安定的な事業推進が可能。
- 年間14,000件以上の物件情報を取得。幅広い知見とデータベース化された過去の検討案件情報をもとに、物件価値のポテンシャルを迅速に精査。
- 中古特有の法的瑕疵や相場以下の賃料も是正前提で検証し、機会損失を回避

2 良質な投資商品へ再生するノウハウ

- 物件コンディション・アセットに応じて、最適なバリューアップ戦略を策定。
- 法的瑕疵の是正や賃料プレミアム創出のための改修工事と、物件価値に即したリーシングや賃料改定を短期間で実行し、物件収益性を最大化。

3 仲介業者ネットワークからの信頼獲得とブランド認知

- 短期間で取引可否を検証し、確実に実行する組織力が信頼とブランドを構築。
- 上場REITや外資系不動産ファンド、大手不動産仲介業者と継続取引。取引安定性と信頼感が求められるVIP顧客の紹介も多数。





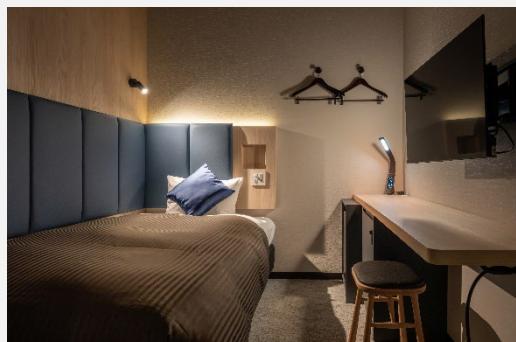
事例
①

福岡・渡辺通
新エリアで初のホテル改修

新エリア福岡での挑戦。博多駅からアクセス良好な渡辺通駅から徒歩8分のホテルを大規模改修。築15年、古い旅館のような内装だったホテルを需要に合わせて大幅に改裝。国内外の宿泊者が利用しやすいモダンなホテルへリブランディングした。

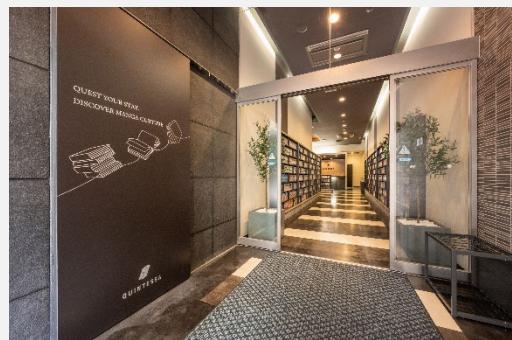


BEFORE 古い印象の共用エリアは利用も減りデッドスペースとなっていた



利用の減った大広間をキャビンブースに転用

3階の宴会用大広間を廃止し、個人宿泊者向けのキャビンブースを設置。大浴場を持つホテルだからこそそのリーズナブルな宿泊需要確保を実現。収益も向上した。



アプローチも刷新し気軽に泊まれるホテルに

アプローチや1階の共用スペースにはアートを施しちょっと覗きたくなるような施設に生まれ変わった。コミックを取り揃え日本の文化も楽しみながら宿泊できる。



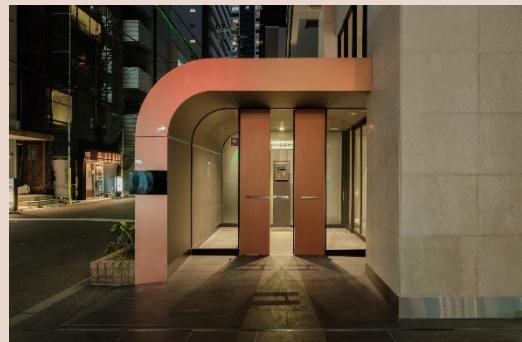
事例
②

大阪・淀屋橋

CASBEE®不動産 Aランク

共同住宅の大規模改修

大阪・淀屋橋駅から徒歩6分に位置する共同住宅の大規模改修プロジェクト。取得時は、安全性にも問題のあるほど各所劣化した状態で、11部屋の空室も抱えていた。アプローチ・エントランスはTOPPAN株式会社に委託し大幅にデザインを向上。街の歴史や単身向けであることを踏まえた改修を施した。大阪エリアで当社初となるCASBEE®不動産も取得した。



04 不動産小口化事業

FY2026は調整局面だが、FY2027以降に再成長へ 優良な不動産小口化商品への投資需要は今後も維持される見込み

- 不動産小口化事業は、税制改正の影響を受け、保守的に当期計画50億円を設定
- 足元では、優良な投資商品としての評価に基づき、顧客の投資検討の再開や紹介再開の動き。
- 顧客需要の回復および販売チャネルの稼働回復が前倒しで進む場合、2026年夏頃を目途に当期計画の見直しを検討
- FY2026は一時的な減収が見込まれるもの、健全で安定的な需要は高い確度で維持されると考えており、制度内容の明確化や市場理解の進展により、FY2027以降は回復軌道に戻る見込み。

税制改正後も変わらない投資メリット

1 好立地の優良不動産に500万円から投資可能

※1口100万円。最低出資金額は対象不動産により異なる

2 管理運用の手間がかからない

※エー・ディー・ワークスに一任

3 口数毎に分配が可能。資産承継を効率化

当社が選ばれる理由

1 一棟収益不動産で20年以上の事業実績

2 良好な運用トラックレコード

3 東証プライム上場企業としての信頼性

販売時想定利回りを上回る運用実績

FY2025 実績配当利回り2.94%

※FY2025における運用中の全23物件の平均値を算出

※販売時想定利回り：2.65%（95%稼働時）～2.85%（100%稼働時）

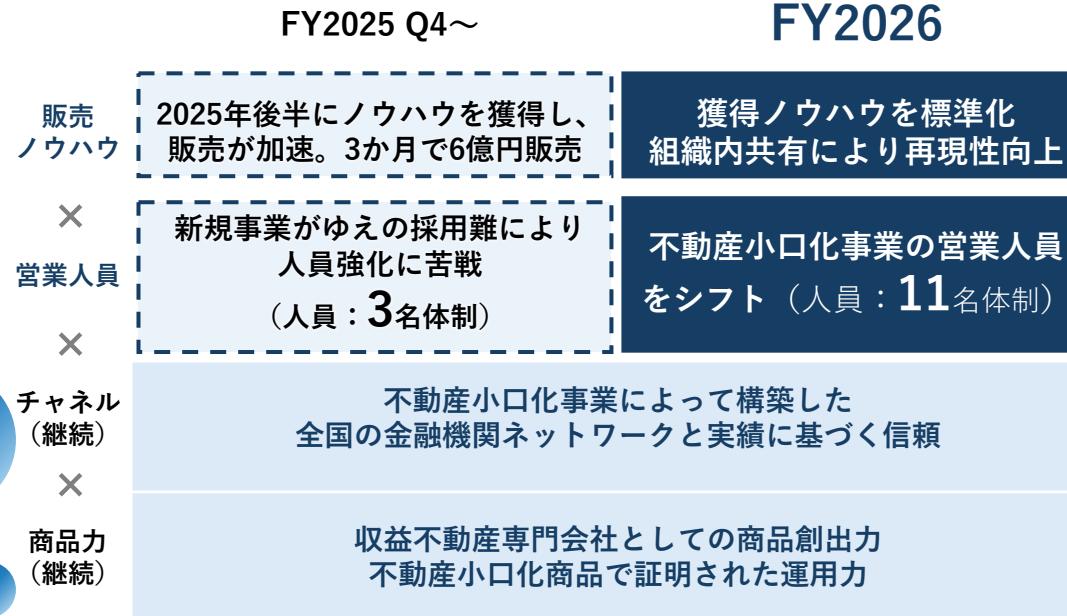
ARISTO

05 オフィス区分事業 業績計画

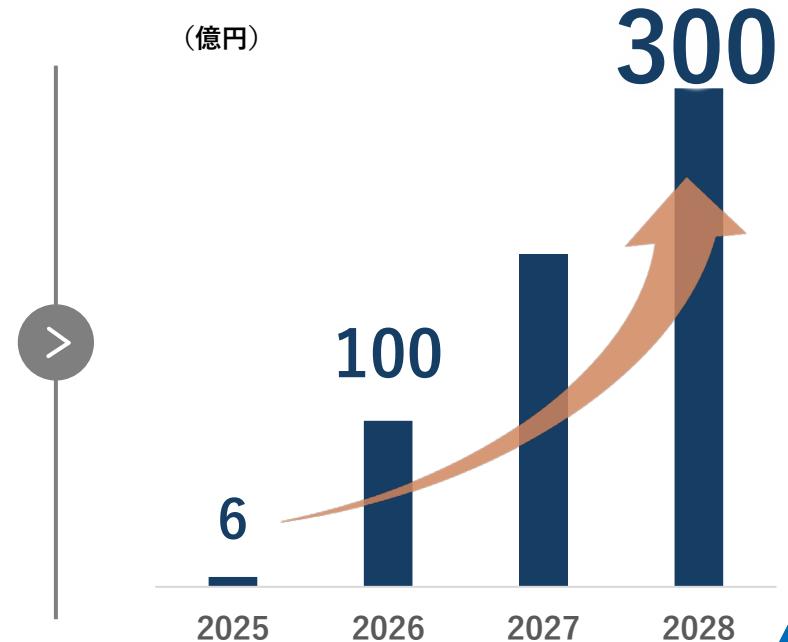
FY2026に売上100億円へ成長加速し、新たな成長ドライバーに既存事業で構築した経営資源に、ノウハウと人員が加わり販売力強化

- 2026年に販売売上100億円、2028年には販売売上300億円へと急成長を企図。
- 事業開始後、2025年後半に販売ノウハウが蓄積し販売加速。ノウハウを標準化し組織内に浸透
- 不動産小口化事業にて金融商品販売スキルを培った営業人員を8名シフトし、販売力強化
- 成長ボトルネックの解消に伴い、寡占化マーケットに参入し、既存事業の強みを活用してシェア獲得を狙う。

成長ボトルネックが解消



3年で主力事業へ成長 (販売売上目標)



05 オフィス区分事業 参入障壁×競争優位性

既存の強みを生かし、寡占化市場でシェア獲得を目指す

オフィス区分マーケットの参入障壁

一定の参入障壁により、2～3社による寡占化市場が形成

- ・ 安定的な優良物件の仕入力と、オフィス区分商品としての商品化ノウハウ
- ・ 個人顧客向けの販売組織の構築と販売チャネルの安定的確保

当社が参入できる理由（競争優位性）

1 成熟した金融商品販売チャネルと営業組織

- ・ 不動産小口化事業を通じて、**全国500社以上の金融機関や会計事務所等の顧客紹介チャネル**を構築。
- ・ 2025年後半にオフィス区分商品の販売ノウハウを獲得。
- ・ 2026年に不動産小口化事業から**金融商品販売ノウハウを持つ営業人員8名**を戦略的にシフト。

2 収益不動産専門会社ならではの優良な商品創出力

- ・ 物件仕入人員25人以上/商品化人員20人以上（一級建築士7人・一級建築施工管理技士2人(2026年2月時点)）による**専門性の高い組織を構築済み**。模倣困難なオペレーション体制で良質な商品供給を実現。

3 上場企業・不動産小口化商品運用実績による信頼獲得

- ・ 東証プライム市場上場企業として、徹底した品質の確保とコンプライアンス管理を実行。
- ・ **一棟再販事業の商品化実績と不動産小口化商品の良好な運用実績**に基づき、顧客及び顧客紹介チャネルからの信頼獲得が可能。

06 成長戦略実現を可能にする組織・人的資本

FY2025の人的資本投資施策により、経営戦略の浸透が促進しエンゲージメントが改善
事業環境の変化に自律的かつ柔軟に対応可能な組織へと進化

事業成長を促進する良質な組織文化の醸成

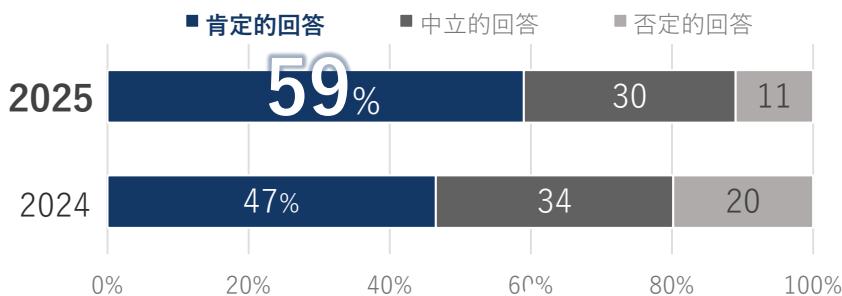
- FY2025以降の各種施策により、**経営方針に対する理解度・納得度**が向上
- 従業員の**目標達成意欲と貢献意欲の高まり**により、組織越境・挑戦行動が増加
- 結果、経営方針に沿って、**自発的に横断的な体制整備・育成体制の構築**が進む良好な組織文化が醸成

オフィス区分事業の成長戦略実現に寄与



異なる事業においても、それぞれの知見・ノウハウを積極的に共有・学習し、自律的に事業成長を推進する組織が形成

-エンゲージメントスコア(※)推移-



※クアルトリクス合同会社提供のエンゲージメントサーベイ[®]全社員対象に実施
※全設問の内、エンゲージメントに関する以下設問の回答を集計：

「私は、仕事を通じて個人として達成感を得ている」
「私は、当社を素晴らしい職場として、知人に勧めると思う」
「当社では、仕事を成し遂げるために求められる以上の貢献をしようという気持ちになる」

-エンゲージメントサーベイ結果抜粋-

- 「経営戦略の浸透」「経営層への信頼」に関する設問が、いずれも20pt以上改善し、組織力向上に寄与
- 当社では、仕事を成し遂げるために求められる以上の貢献をしようという気持ちになる（66%/12pt上昇）
▶業績達成意欲の向上
- 意見が合わないときでも、私は同僚と互いに敬意をもって接している（87%/14pt上昇）
▶心理的安全性が高く、組織内シナジーが向上

※%数値は肯定的回答の割合

CHAPTER 2

FY2027以降の成長に向けた戦略投資

07 事業ポートフォリオの拡張 戰略方針

コアスキルの強化による、アセット事業の進化とノンアセット事業創出を推進
「当社の強み」 × 「成長市場」に経営資源を重点配分し、企業価値を最大化

コアスキルの強化 (アセットビジネス)

- ・ 一棟再生販売事業を核として、物件価値向上力を強化し、深化・展開していく。
- ・ 金融商品化・運用力を強化し、顧客基盤と投資対象の拡張を進める。

次なる成長フェーズ (ノンアセットビジネス)

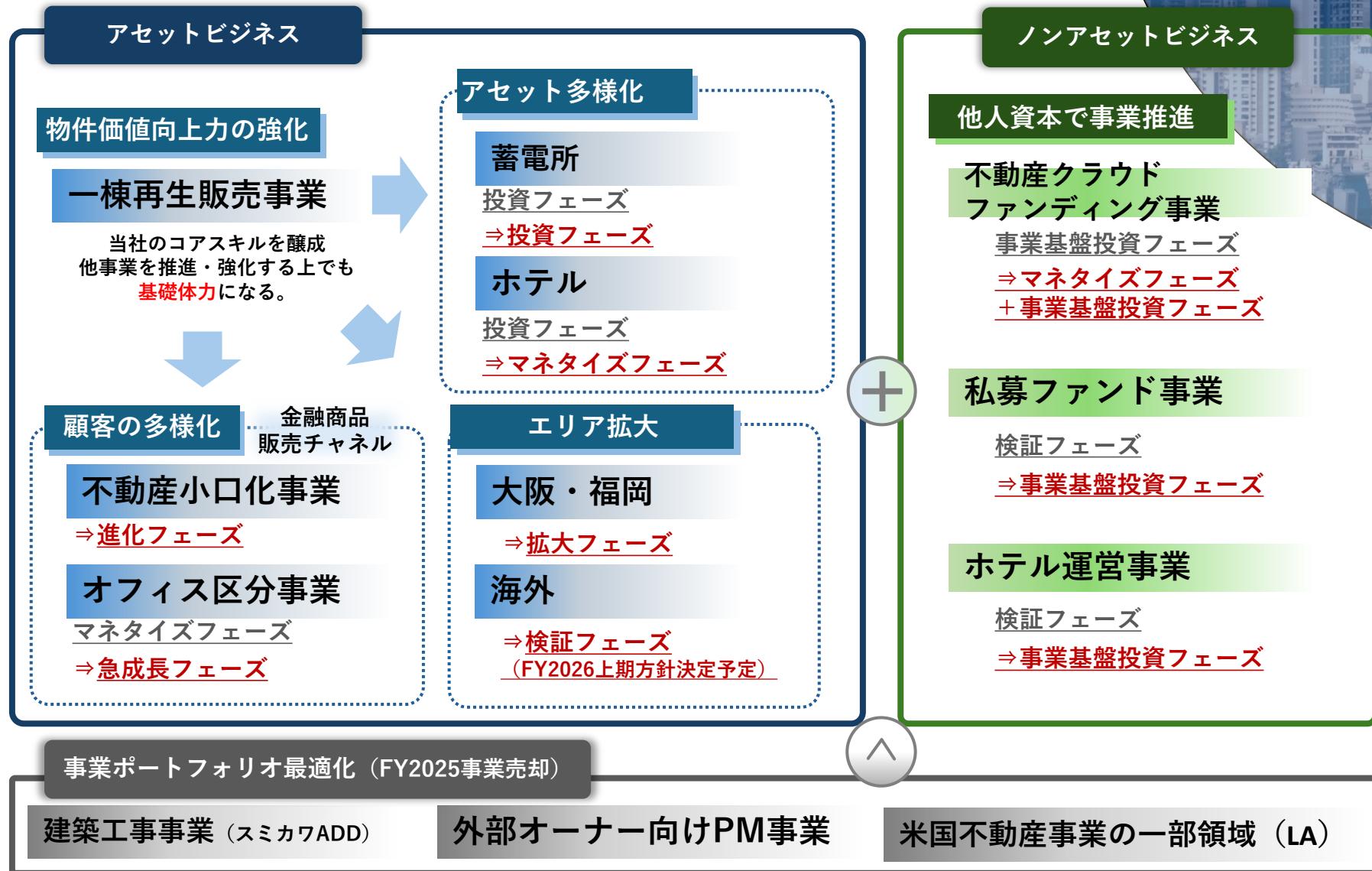
- ・ アセット事業の進化に加え、ノンアセット事業の基盤構築・検証を推進し、資本効率の最大化と強固な収益基盤を目指す。

ポートフォリオの最適化 (経営資源の集中)

- ・ 当社の強みを活かせる成長市場を見極め、経営資源を重点的に配分。
- ・ 成長・撤退の選別と資源再配置を進め、事業のスケール化と新規事業の創出を徹底。

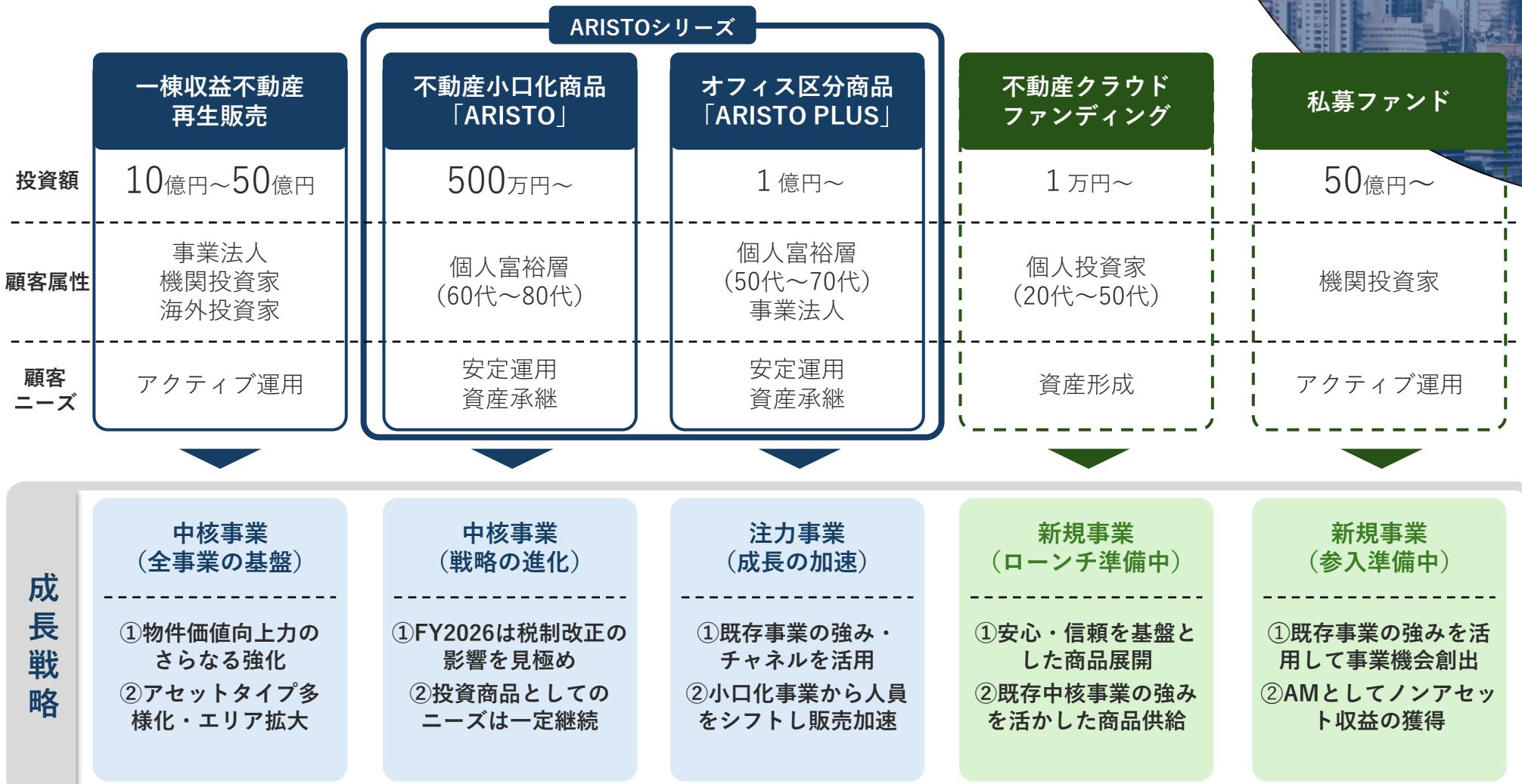
07 事業ポートフォリオの拡張 詳細図

※事業フェーズの進捗: FY2025 ⇒ FY2026



参考：商品・顧客の多様化

オフィス区分事業の成長を加速。不動産CF事業・私募ファンド事業へ参入準備中
当社の強みを活かす事業構成を戦略的に拡充し、多様な顧客にサービス提供

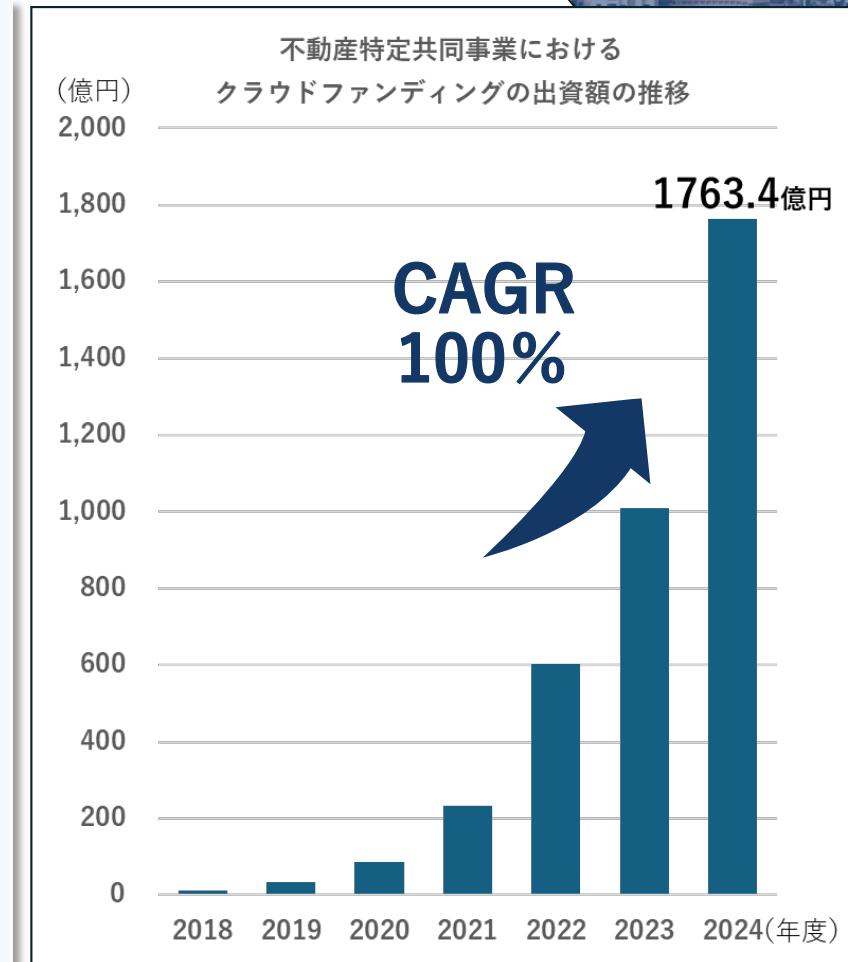
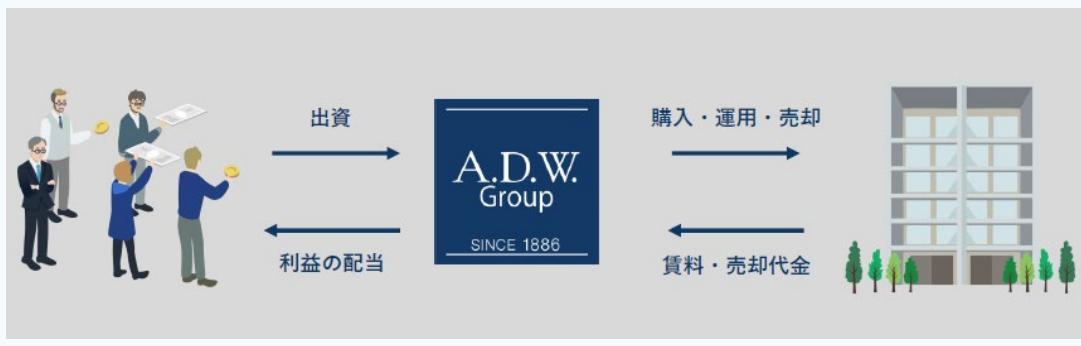


08 不動産クラウドファンディング事業

マネタイズ | FY2026以降

拡大するマーケットにおいて、既存事業の強みを活かして
シェア拡大とノンアセットビジネス化を目指す

- 投資家の募集や利益の配当まで全てWEB上で完結する不動産クラウドファンディング。少額から出資できることから、マス層まで顧客ターゲットとなり、**市場は急速に成長**
- 目下、**許認可手続きや、商品となる物件の取得を推進**。既に複数物件を取得済み
- 許認可取得時期やプロモーション戦略との兼ね合いから、**ローンチ時期を再検討**
- 収益不動産売買を20年以上続けてきたからこそ**情報量と不動産目利き力で、品質と信頼度の高い運用・サービス**の提供を目指す
- 2026年以降のブランディング・マーケティング強化を土台に、**良質な商品性と、東証プライム上場企業運営による安心感**を顧客に訴求
- 数年内に追加の免許取得で**ノンアセットビジネス化予定**



▲不動産特定共同事業の利活用促進ハンドブック（令和7年7月）より 当社作成

08 系統用蓄電所事業

マネタイズ | FY2027以降

国策に基づく成長市場で収益機会を拡充
運用開始準備を進めつつ、新拠点確保を加速

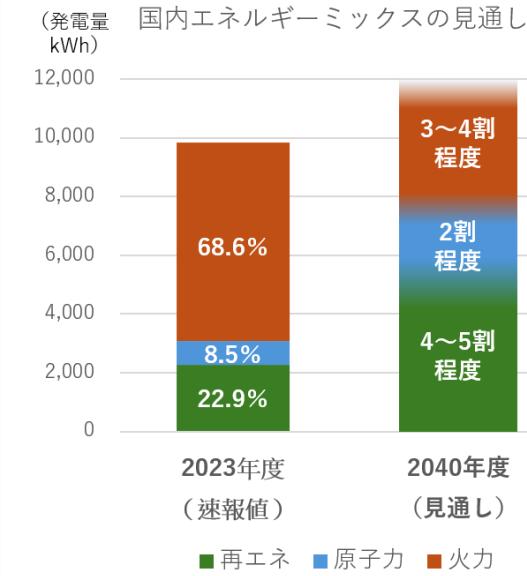
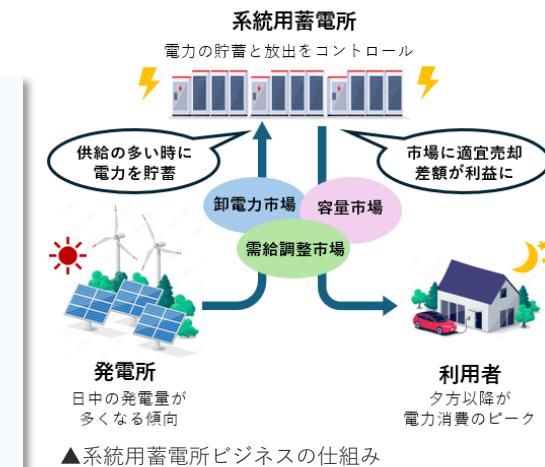
- 電力の売却益による安定収入が期待できる系統用蓄電所事業。国策であるエネルギー基本計画に基づいた成長市場へ参入
- 約1年で運用開始準備が整う比較的小規模の拠点を中心にスピーディに展開し成長初期段階のマーケットへの早期進出による地位確立・事業機会の獲得を図る
- 2026年1月に1号案件が竣工（同年3月以降稼働）。取得済みの2号拠点と3号拠点も運用開始に向け推進。（年内に計10拠点の確保を目指す）
- 将来的にはファンド化によるノンアセットビジネスへの展開も見据える



◀ 第1号拠点
三重県松阪市にて
2026年1月竣工

第2号拠点
熊本県益城町にて
2026年8月稼働開始予定

第3号拠点
鹿児島県鹿児島市にて
2026年12月稼働開始予定



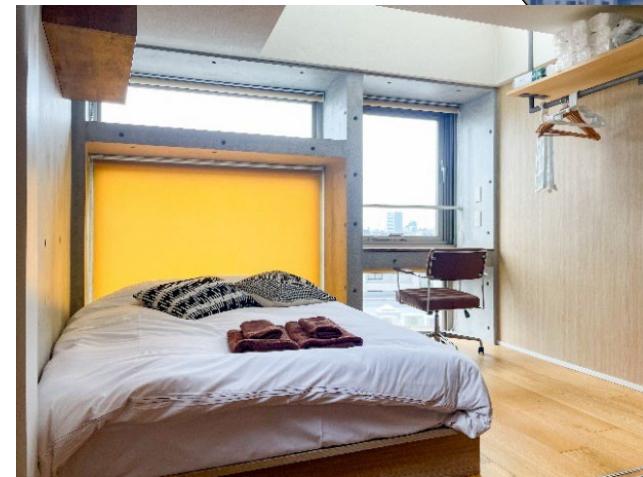
08 ホテルオペレーション事業

マネタイズ | FY2027以降

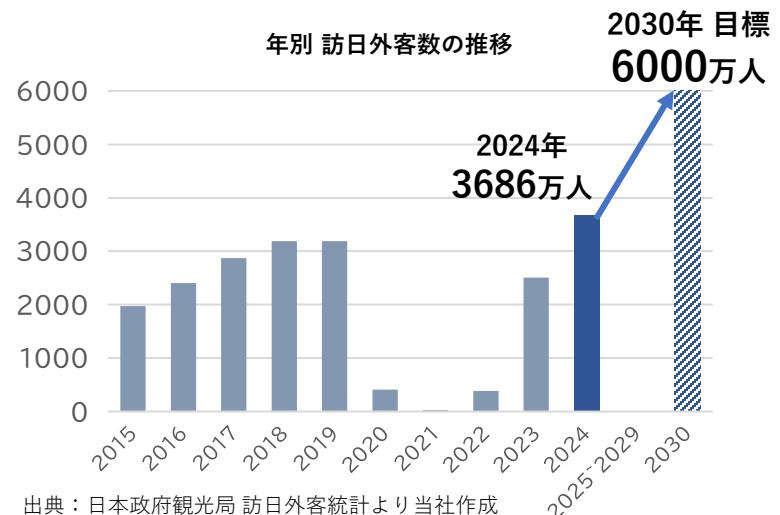
インバウンド増加を追い風に、ホテル運営への参入を検証 既存事業とのシナジー創出とノンアセット収益の獲得へ

- 訪日外国人旅行者の増加により継続的な成長が見込まれるインバウンド市場に参入し、一棟再販事業のアセット拡充戦略とのシナジー創出とノンアセットビジネス収益機会の創出を目指す。
- 需要が高まる、短期滞在者向けの**民泊**、ビジネス渡航者向けの**サービスアパートメント（SA）**、家族連れインバウンド旅行客向けの**SA型ホテル**への参入を企図。
- 2025年に保有物件「U place 下北沢」で**民泊・SAの事業検証**を開始し、**高い稼働率と収益性を確保**。
- 一棟再販事業のアセット拡充戦略のもと、福岡市中央区にて**初のホテルアセットを取得**し、大規模な改修工事・リブランディングを実施の上2025年10月に営業開始。
- 2027年夏～秋頃に竣工予定の**自社開発ホテルにおける自社運営を計画**するとともに、並行して2027年以降、外部アセットの運営受託を推進するべくノウハウ・人員の獲得を推進

	民泊	サービスアパートメント	サービスアパートメントホテル
ターゲット	個人・家族での観光客	ビジネス・研修滞在者	観光・ビジネス両対応
法的枠組み	住宅宿泊事業法（年間180日以内）	賃貸借契約または旅館業法	旅館業法
想定滞在期間	数日～数週間	数週間～数カ月	数日～数カ月
収益モデル	短期利用による高単価収益	中長期滞在による安定収益	柔軟な料金設定による収益最大化



▲民泊として運営中の「U place 下北沢」内装

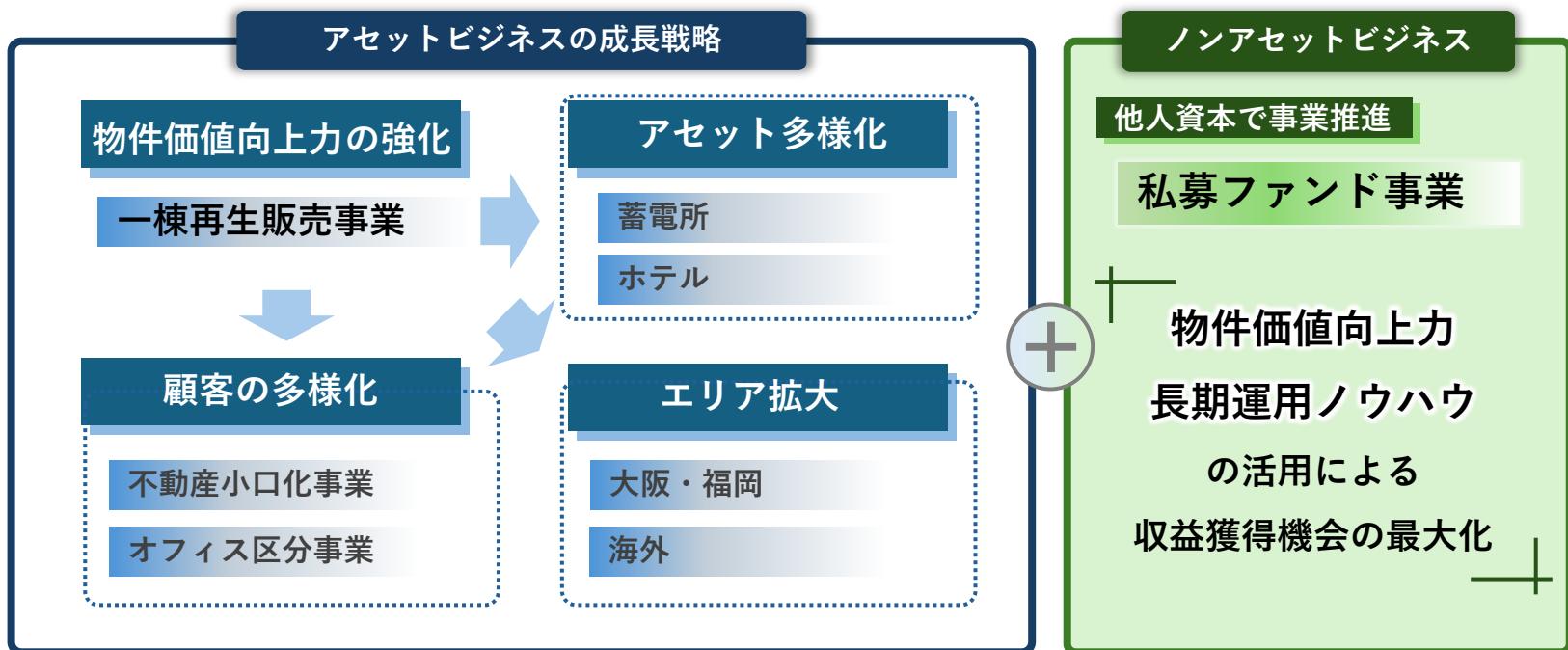


08 私募ファンド事業

マネタイズ | FY2027以降

再販・開発物件をファンドへ循環させ、AMとして運用に寄与 ノンアセットビジネスとして、資本効率の最大化を企図

- 一棟再生販売事業の仕入競争力が向上。ファンドスキームを活用し、AMとして物件運用に寄与
- 自己資本の制約にとらわれずに事業機会と収益獲得機会の最大化を企図（ノンアセットビジネスの拡大）
- 既存事業の強み（物件価値向上力・長期運用ノウハウ）を活かせるバリューアップファンド等へ参入
- FY2026に第1号ファンドの組成を目指し、人員・物件確保を促進



09 経営基盤の強化① 人的資本投資

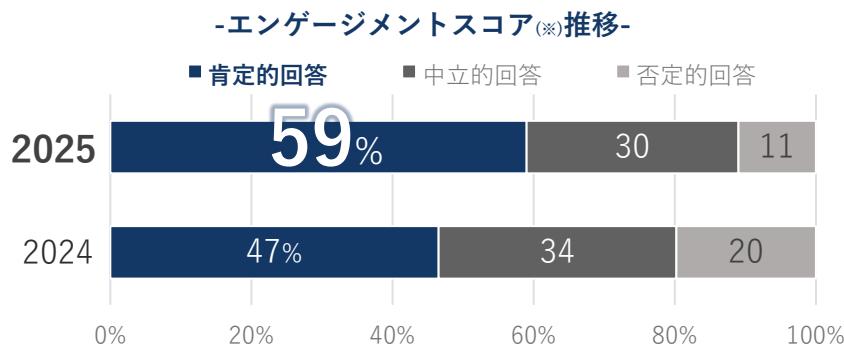
生産性向上に寄与するエンゲージメント向上施策の効果が顕在化
引き続き、人的資本投資に注力し、成長戦略の実効性を高める

■ FY2025実施施策

- 管理職研修（約1,900時間、31時間/人×参加者 約60名）を実施。マネジメント力向上による組織力強化
- 管理職層・次期管理職層を対象とした合宿（約2,300時間、20時間/人×参加者 約115名）を実施。
経営戦略の浸透と経営課題に対する議論による、経営施策の実行力向上
- 経営層と従業員の双方向コミュニケーション機会の創出（半期に一度の経営方針発表、各種イベント）

■ 従業員エンゲージメント向上実績

- エンゲージメントスコアの改善（「経営戦略の浸透」「経営層への信頼」に関する設問がいずれも20pt以上改善）
- それと連動して離職率は大幅に低下



※クアルトリクス合同会社提供のエンゲージメントサーベイを全社員対象に実施
※全設問の内、エンゲージメントに関する以下設問の回答を集計：
「私は、仕事を通じて個人として達成感を得ている」
「私は、当社を素晴らしい職場として、知人に勧めると思う」
「当社では、仕事を成し遂げるために求められる以上の貢献をしようという気持ちになる」



09 経営基盤の強化② ブランディング強化

BtoC事業拡大に向けた先行投資として、ブランディングを本格化
専門人材によって施策効果を検証しつつ、投資対効果を最大化

■ ブランディングによる価値基盤の構築

- 140周年を契機に、企業価値向上に向けた先行投資としてブランディング施策を推進
- 各ステークホルダーに対する発信強化・露出増加による当社ブランドの認知度向上と理解・共感を促進



■ マーケティングによる顧客/売上拡大

- プロダクトマーケティングを強化し、BtoC事業（小口化事業・区分オフィス事業・CF事業）の成長を促進し、長期ビジョン（BtoC比率40%）を目指す。
- WEBサイト戦略（SEO/AIO対策）を構築し、各種事業の顧客流入チャネルを強化し売上拡大

140周年記念式典／TV CM

屋外・交通広告／WEBマーケティング

“ADWブランド”的認知向上

A.D.W.
Group
顧客獲得・売上拡大
優秀な人材の採用・定着

さらなる企業価値向上の
基盤構築

本資料に関する注意

本資料は当社グループについてご理解いただくために作成したものであり、当社への投資勧誘を目的としておりません。また、本資料に含まれる将来の見通しに関する部分は、現時点で入手可能な情報に基づき判断したものであり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績等は、さまざまな要因の変化等により、これらの見通しと異なる場合がありますことをご了承ください。

当社はグループ全体の経営目標を「計画」として公表いたします。当社の「計画」は経営として目指すターゲットであり、確度の高い情報等をもとに合理的に算出された「予測値・見通し」とは異なるものであります。

本資料に記載されたデータには、当社が信頼に足りかつ正確であると判断した公開情報の引用が含まれておりますが、当社がその内容の正確性・確実性を保証するものではありません。

お問い合わせ先

株式会社ADワークスグループ グループ戦略部門 経営戦略・IR統括部



ir@re-adworks.com



03-5251-7641