



ディップ株式会社（東証一部 2379）

**2020年2月期 第3四半期
決算説明資料**

2020年1月10日

1	2020年2月期 第3四半期 業績	P 2
2	2020年2月期 第3四半期 サイト別振り返り	P 9
3	人材サービス事業におけるトピックス	P 17
4	AI・RPA事業の進捗	P 26
5	2020年2月期 業績予想の修正	P 41
6	Appendix	P 45

1

2020年2月期 第3四半期 業績

当社は2018年2月期 第3四半期に連結決算に移行し、2020年2月期 第2四半期に非連結決算に移行しております。
2019年2月期発表資料においては連結決算の数値を開示しておりましたが、本資料においては非連結の数値及び増減率を記載しております。

【業績】 売上高が順調に伸長



(百万円)

	2019年2月期 第3四半期	2020年2月期 第3四半期	前年同四半期比	
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	11,072	11,925	+ 853	+ 7.7 %

【背景】

an事業終了に伴う影響（2019年11月25日に事業終了）

- ・ 代理店におけるバイトル販売が増加し、代理店経由売上高が大きく伸長
- ・ 直販営業においては、an顧客の新規獲得に向けて営業リソースを重点的に配置し、今後の売上拡大のための顧客基盤を強化
（anが展開した終了キャンペーン等もあり、第3四半期売上高への寄与は限定的）

AI・RPA販売を本格開始

- ・ 人材サービス事業営業人員による、派遣・飲食・小売の顧客企業に対する提案強化

【業績】 利益も順調に拡大



(百万円)

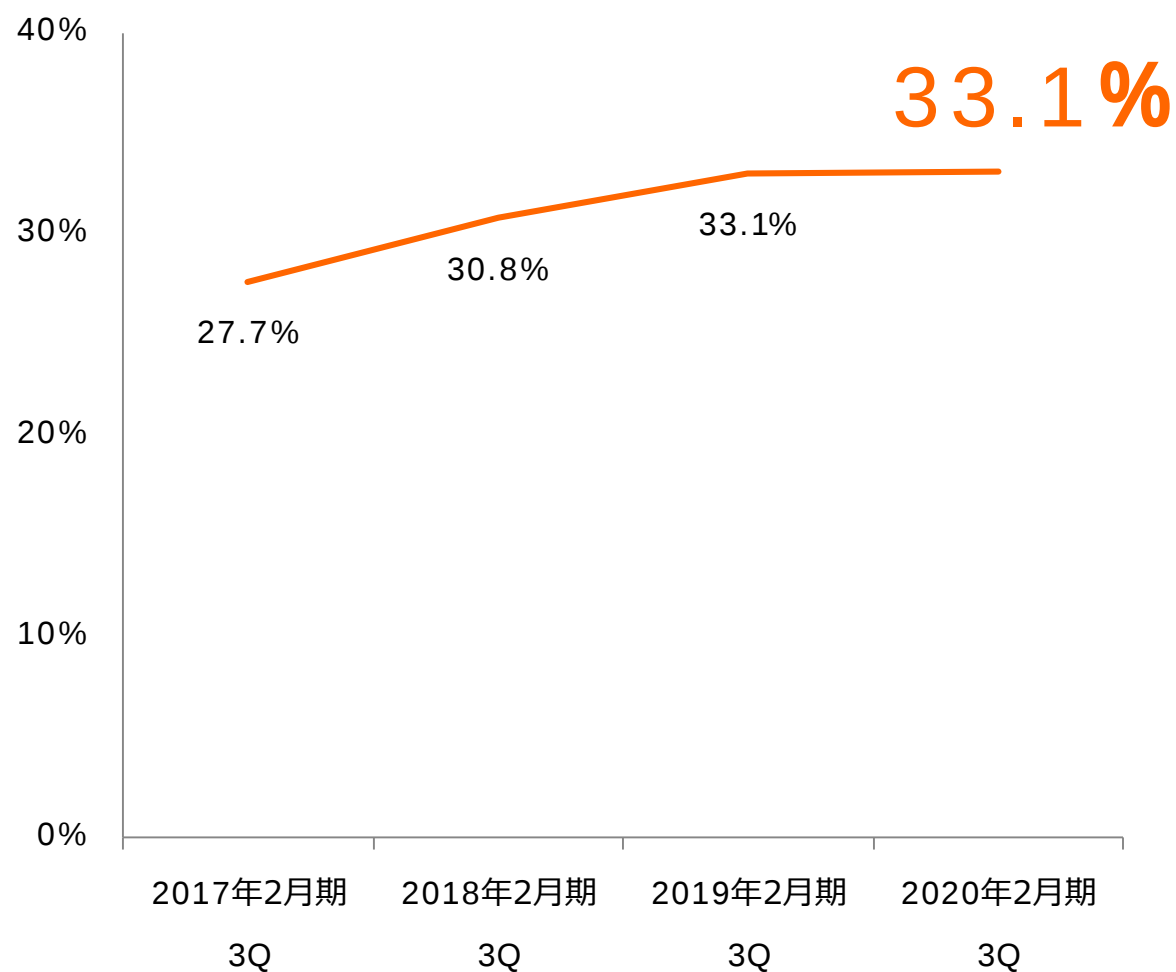
	2019年2月期 第3四半期		2020年2月期 第3四半期		前年同四半期比	
	実績	売上高比率	実績	売上高比率	増減額	増減率
営業利益	3,660	33.1%	3,944	33.1%	+ 283	+ 7.8%
経常利益	3,682	33.3%	3,951	33.1%	+ 269	+ 7.3%
四半期純利益	2,494	22.5%	2,713	22.8%	+ 219	+ 8.8%

【背景】

- ・ 広告宣伝費の効率化が奏功
- ・ AI・RPA事業に関連する費用が微増

【業績】 営業利益率は高水準を維持

■ 営業利益率



営業利益率
33.1%

【業績】

広告宣伝費を効率的に活用し、費用増加を抑制



■ 販売費及び一般管理費

(百万円)

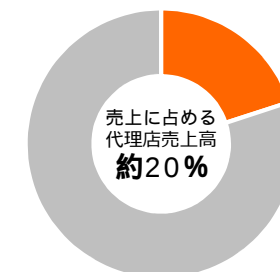
	2019年2月期 第3四半期		2020年2月期 第3四半期		前年同四半期比		背景
	実績	売上高 比率	実績	売上高 比率	増減額	増減率	
販売費及び一般管理費	6,728	60.8%	7,222	60.6%	+ 493	+ 7.3%	
人件費 ^{*1}	2,785	25.2%	3,015	25.3%	+ 230	+ 8.3%	・ 人員増加 (新卒、AI・RPA中途)
広告宣伝費 ^{*2}	3,035	27.4%	3,097	26.0%	+ 61	+ 2.0%	・ プロモーション費用の効率化 ・ 高い販売目標達成による代理店 インセンティブの増加
地代家賃	261	2.4%	264	2.2%	+ 3	+ 1.3%	
その他	645	5.8%	844	7.1%	+ 198	+ 30.8%	・ AI・RPA事業の開発関連費用 ・ 社員向け業務用PC入替

^{*1} 人件費には給与、福利厚生費等のほか採用関連費及び教育費を含む

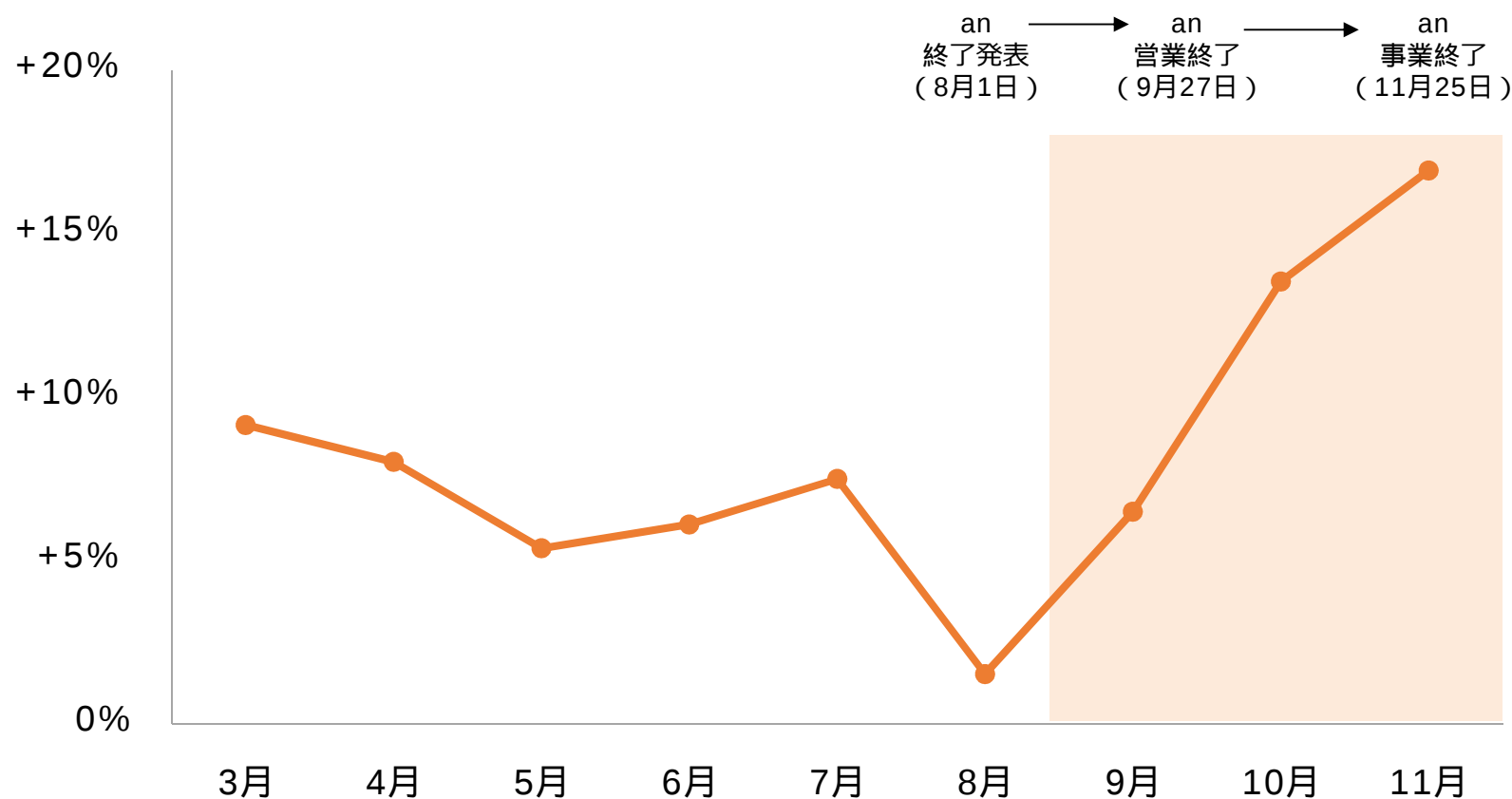
^{*2} 広告宣伝費には販売促進費を含む

【代理店】 代理店経由売上高が好調に推移

「an」サービス終了にともない、代理店各社の
バイトル販売が増加（11月の売上高成長率はYoY+16.9%）



■ 2020年2月期 代理店経由売上高成長率（前年同月比）の推移

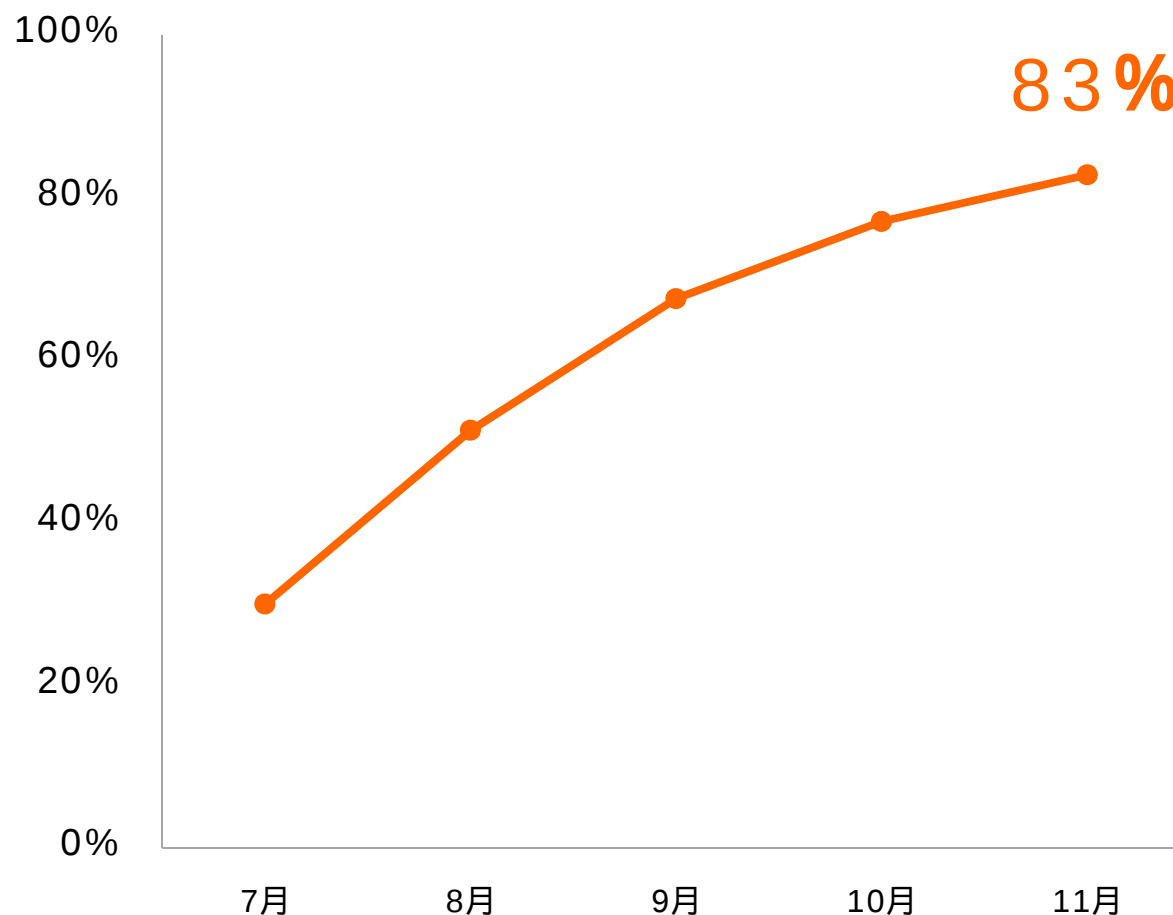
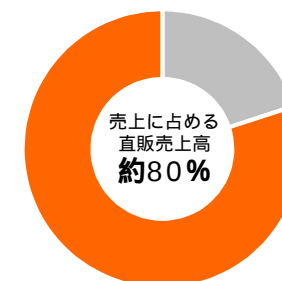


【直販】

将来の顧客基盤拡大につながるan顧客との新たな接点が増加



エリアごとにリスト化したan顧客 に直販営業が接触
(2.3万社が対象)



リスト化した
an顧客への接触率
(11月末時点)

83%

「an単独」または「an + バイトル以外の媒体」を利用している顧客

2

2020年2月期 第3四半期 サイト別振り返り

【バイトル営業実績】 売上高が順調に推移



■ 売上高 バイトル売上高にはバイトルNEXT売上を含む

(百万円)

	2019年2月期 第3四半期	2020年2月期 第3四半期	前年同四半期比	
	実績	実績	増減額	増減率
バイトル	8,872	9,624	+ 752	+ 8.5 %
うち バイトルNEXT	1,319	1,488	+ 168	+ 12.8 %

【背景】

an事業終了に伴う影響（2019年11月25日に事業終了）

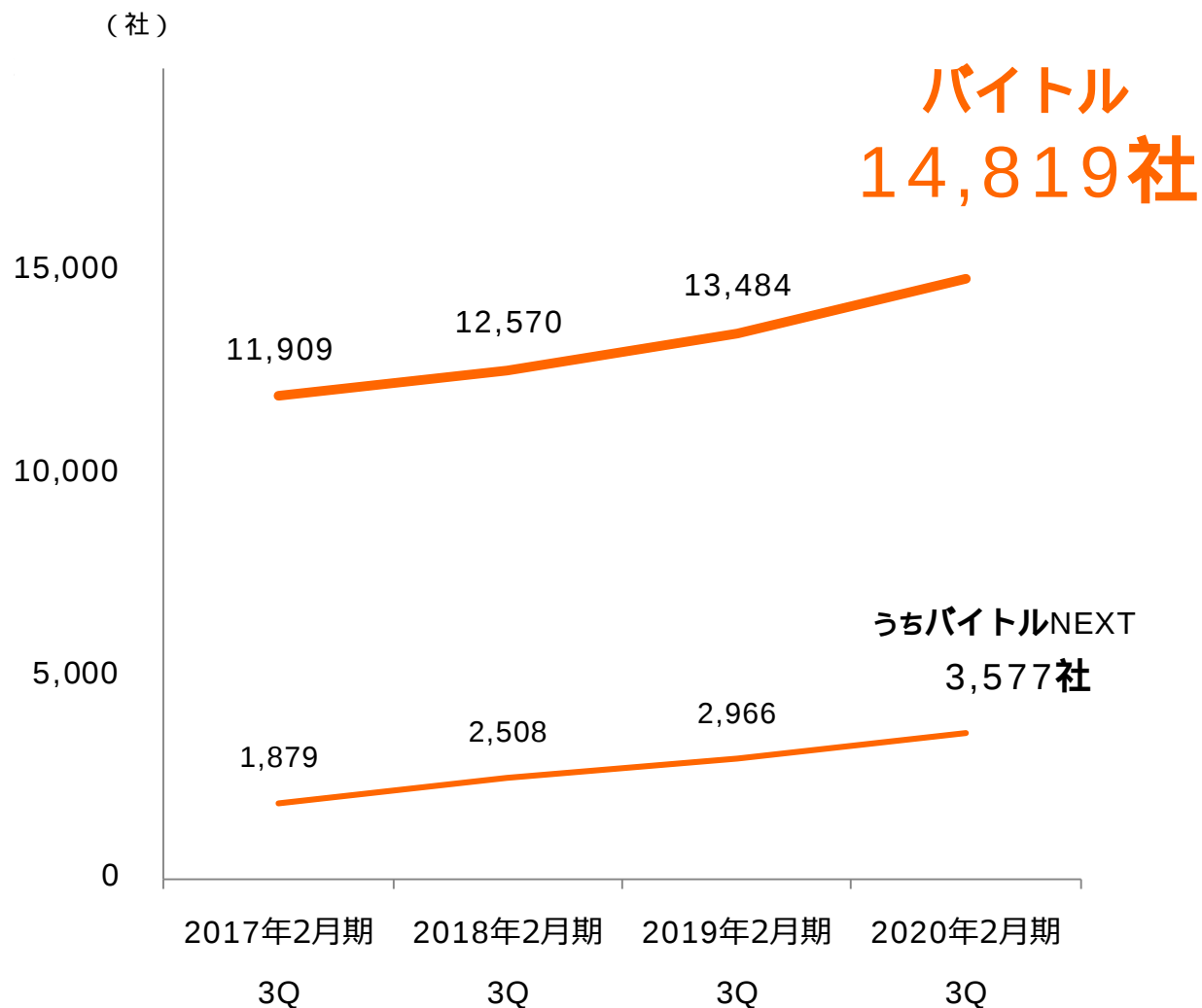
- ・ 代理店におけるバイトル販売が増加し、代理店経由売上高が大きく伸長
- ・ 直販営業においては、an顧客の新規獲得に向けて営業リソースを重点的に配置し、今後の売上拡大のための顧客基盤を強化
(anが展開した終了キャンペーン等もあり、第3四半期売上高への寄与は限定的)

【バイトル営業実績】 契約社数が順調に伸長



■ 月間契約社数（平均）推移

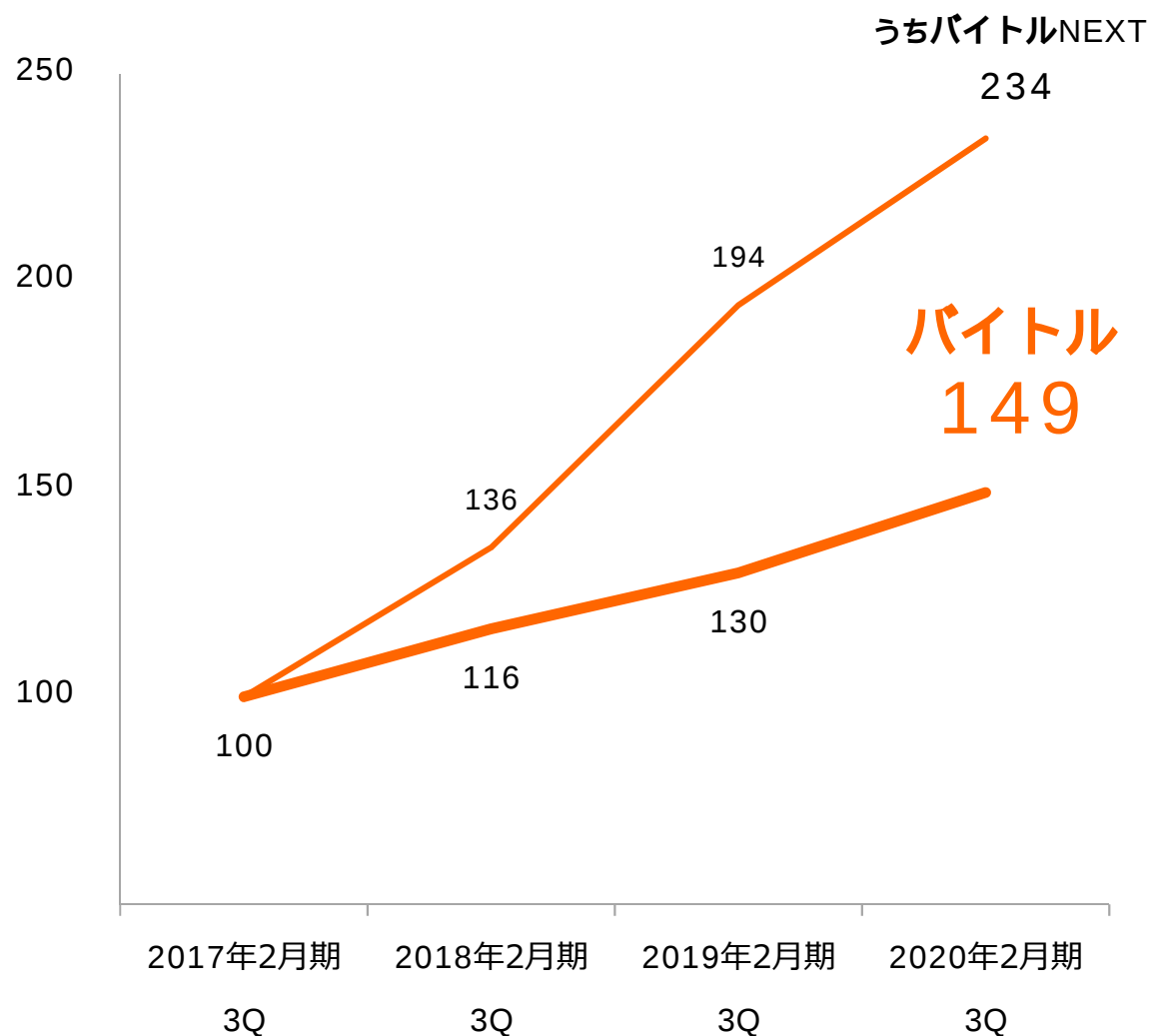
バイトル契約社数にはバイトルNEXT契約社数を含む



前年同四半期比
9.9%増
うちバイトルNEXT
20.6%増

【バイトル営業実績】 応募数も順調に増加

- **応募数推移**（2017年2月期3Qを100とした場合）
バイトル応募数にはバイトルNEXT応募数を含む



前年同四半期比
14.9%増
うちバイトルNEXT
20.7%増

【はたらこねっと営業実績】 売上高が堅調に推移



■ 売上高

(百万円)

	2019年2月期 第3四半期	2020年2月期 第3四半期	前年同四半期比	
	実績	実績	増減額	増減率
はたらこねっと	1,817	1,969	+ 152	+ 8.4 %
うち 派遣	1,569	1,620	+ 50	+ 3.3 %
うち 直雇用	248	349	+ 101	+ 40.7 %

【背景】

- ・ 直雇用売上が大きく伸長し、成長をけん引
- ・ 同一労働同一賃金の理解促進及び交渉過程における派遣採用の一時的な絞り込み

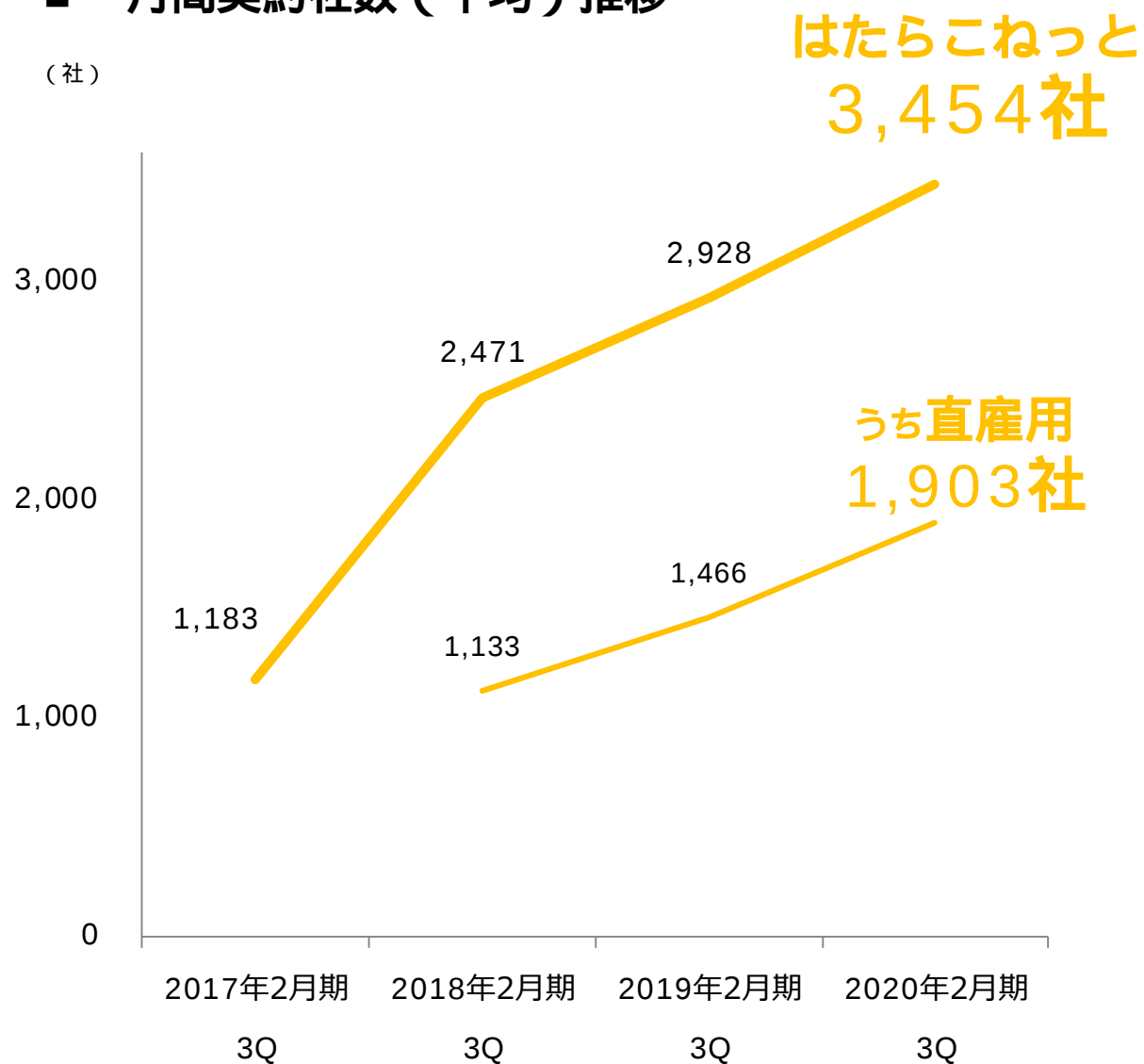
(注) 「はたらこねっと」はサービス開始以来、派遣会社が派遣社員の応募を集めるためのメディアの役割を果たしてまいりましたが、2017年より、派遣案件に加え一般の顧客企業による募集案件も掲載する総合サイトになりました。

【はたらこねっと営業実績】 契約社数が好調に増加



■ 月間契約社数（平均）推移

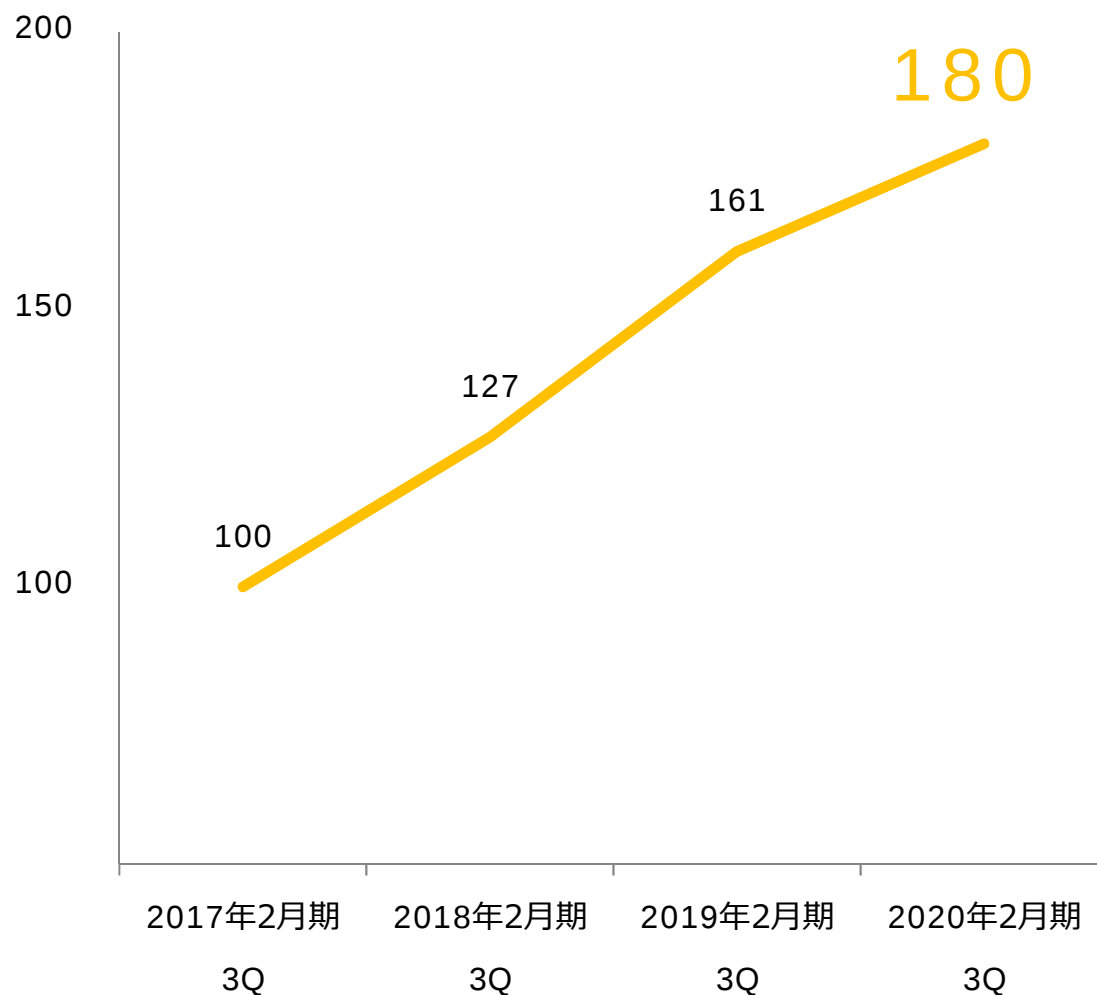
（社）



前年同四半期比
18.0%増
うち直雇用
29.8%増

【はたらこねっと営業実績】 応募数も大きく増加

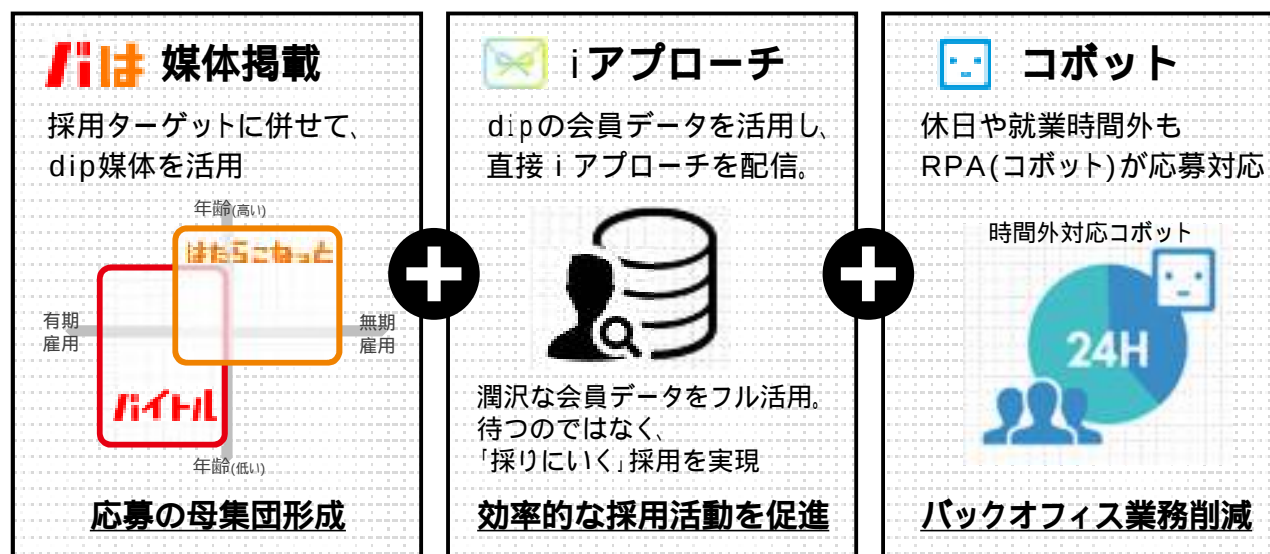
■ 応募数推移（2017年2月期3Qを100とした場合）



前年同四半期比
12.1%増

【派遣会社向け提案の強化】 媒体 + RPAの組み合わせ提案を開始

中小派遣会社に向け、
「媒体掲載（バイトル・はたらこねっと）+ iアプローチ + コボット」を
パッケージで提案（2019年12月開始）



ユーザーからの応募率向上を図るとともに、
派遣会社の業務効率向上をサポートすることにより、顧客の課題を解決

3

人材サービス事業におけるトピックス

郊外・地方への注力

キャンペーン展開

アプリ利用の推進

【郊外・地方への注力】
郊外・地方における売上が大きく拡大



■ 求人広告メディアの市場規模 ¹、当社シェアと売上高成長率

	市場規模	当社シェア	3Q売上高 前年同四半期比 ²
3大都市圏 都心	約1,050億円	20%以上	6.6%増
3大都市圏 郊外	約1,000億円	10~20%	9.0%増
地方	約 600億円	10%未満	23.3%増

¹ 当社推計

² 人材サービス事業全体

- ・ 3大都市圏 都心：東京23区、名古屋市、大阪市
- ・ 3大都市圏 郊外：首都圏1都6県、東海3県、近畿2府4県。「都心」に含まれる地域を除く
- ・ 地方：「都心」「郊外」に含まれる地域を除く

【キャンペーン展開】
しごと「選び」を訴求するCM第2弾を放映



乃木坂46の新TVCM
1月14日より放映開始

乃木坂46の新TVCMをご覧ください



下記URLよりご視聴いただけます
<https://campaign.baitoru.com/46/>

【キャンペーン展開】 渋谷のサイネージを活用したプロモーション第2弾を開始

渋谷「スクランブル交差点」に面する大型ビジョンで
新コンテンツを展開（放映時間の半分以上を占有）

【2020年1月1日～1月12日はお正月コンテンツを放映】



【キャンペーン展開】 主婦向け施策として大手スーパーでパート向けCMの放映を継続

全国のイオン¹及びイトーヨーカドー²の
レジ付近サイネージにてパート向けCMの放映を継続（5分に1回放映）

【イメージ】

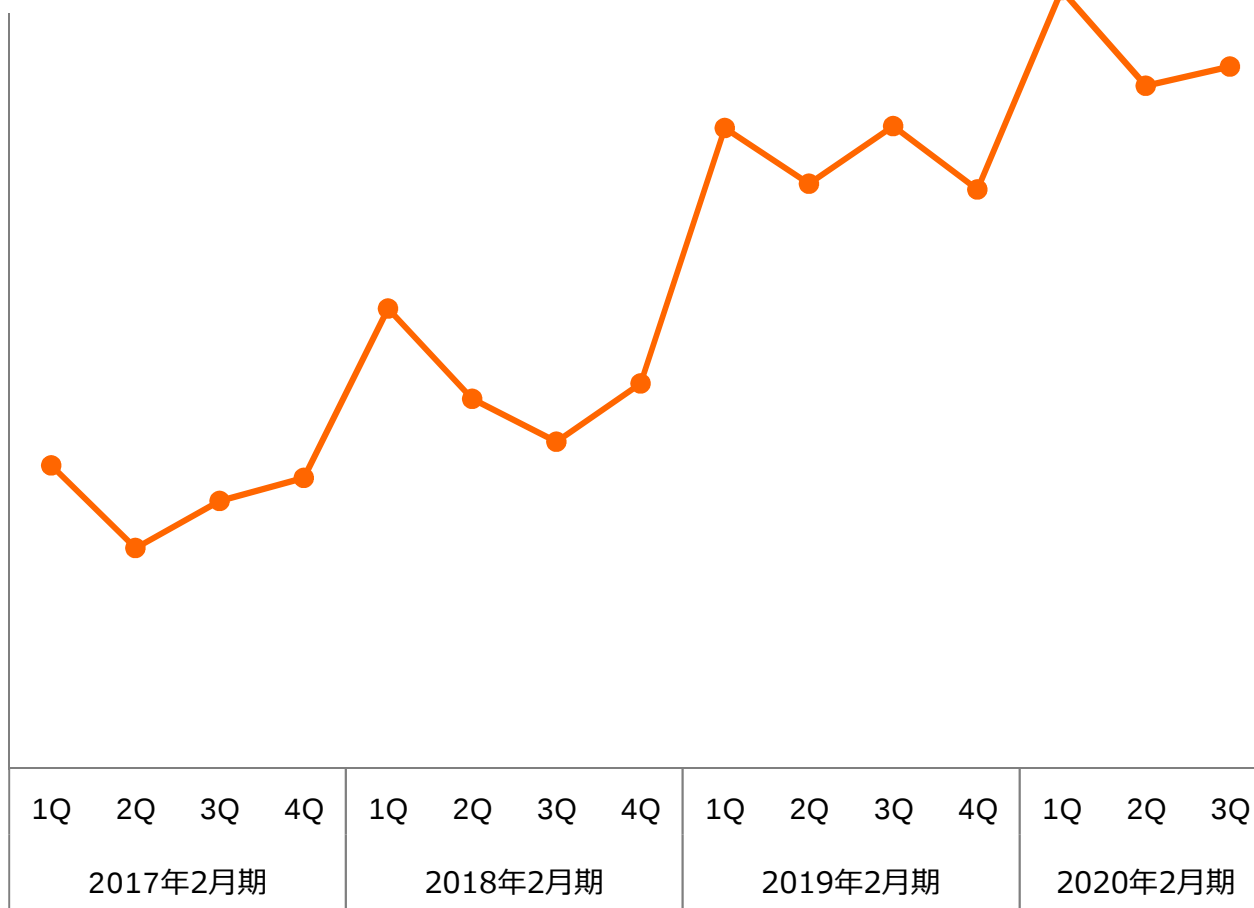


1 2015年5月～ ※2 2019年2月～

【アプリ利用の推進】 アプリ推進施策によりアプリダウンロード数が順調に増加

■ アプリダウンロード数推移

(件数)



2020年2月期3Q
前年同四半期比
9.3%増

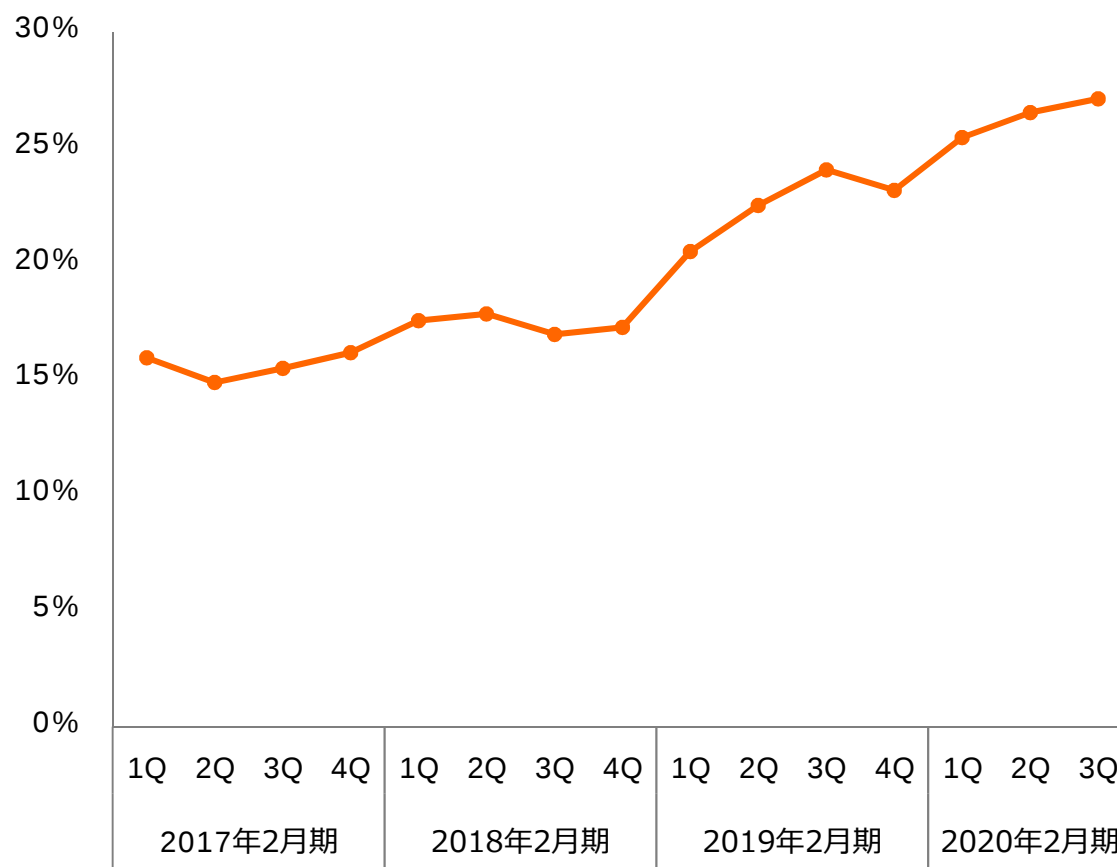
主なアプリ推進施策

- ・ 2017年5月～, 2018年1月～
乃木坂46TVCM
- ・ 2018年6月～
チームラボ無料招待
- ・ 2019年7月～
映画「天気の子」

【アプリ利用の推進】 アプリ経由応募が拡大

今後もアプリ利用を拡大し、ユーザーの囲い込みを図る

■ 全応募に占めるアプリ経由応募割合の推移

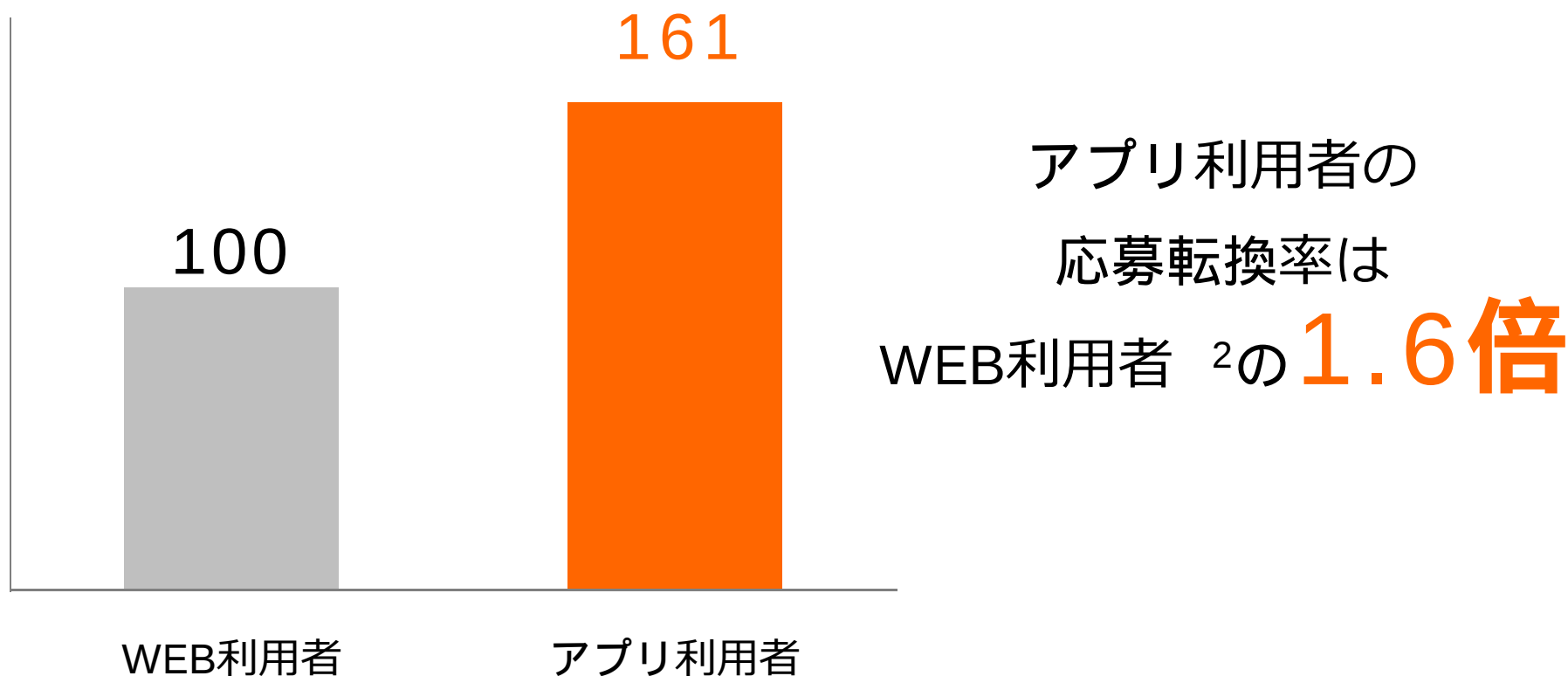


全応募に占める
アプリ経由応募の割合が
着実に増加

2020年2月期3Q
27.1%

【アプリ利用の推進】 応募転換率が高いアプリ利用者

■ 2020年2月期 第3四半期 応募転換率¹（WEB利用者を100とした場合）

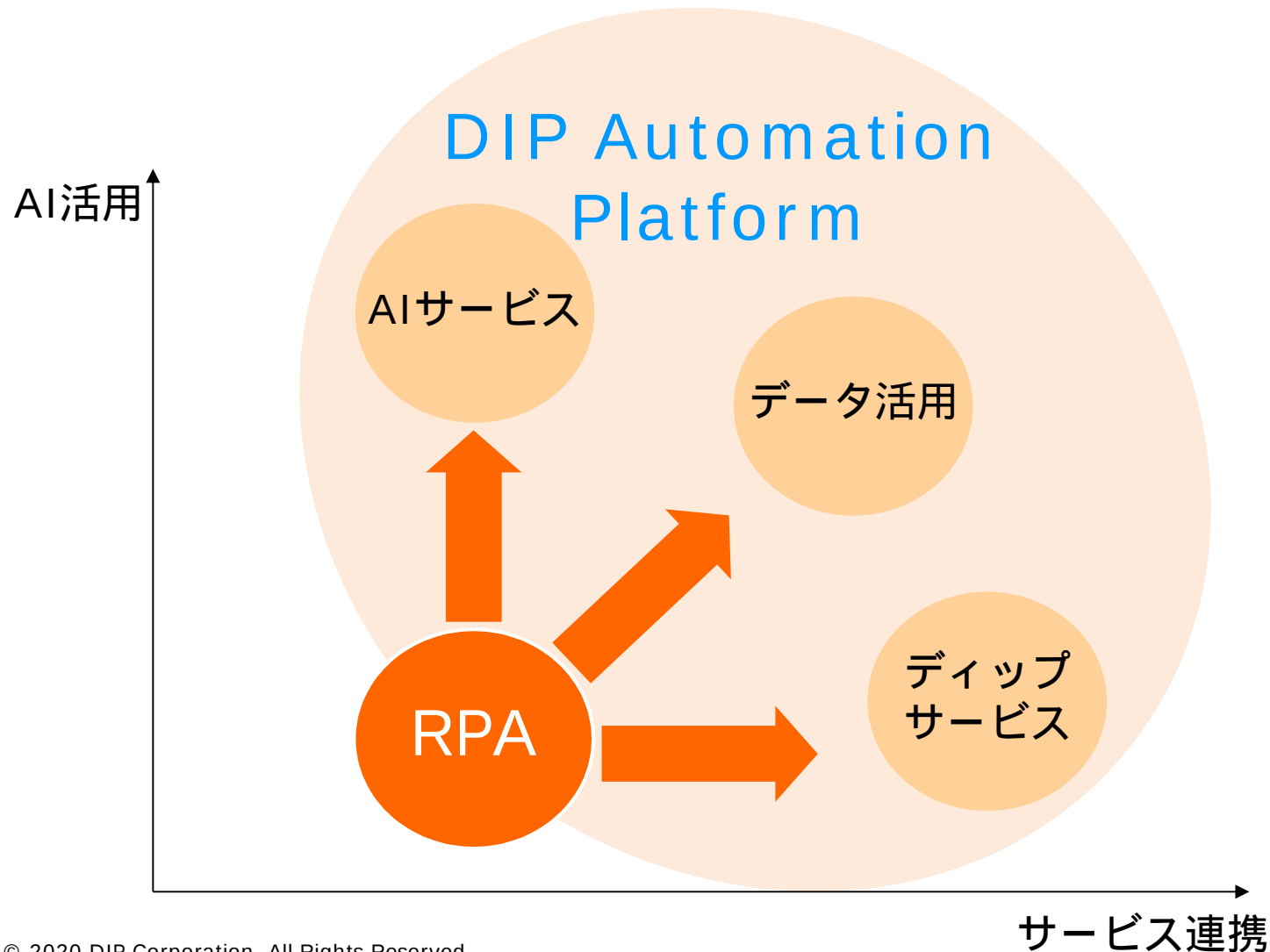


1 応募転換率：各チャネル毎の応募者数÷訪問者数

2 WEB利用者：PC及びスマートフォンブラウザ経由の利用者

4 AI・RPA事業の進捗

RPA販売で構築した幅広いネットワークをベースに、将来的にはAI搭載の自動化プラットフォーム（DIP Automation Platform）の構築を目指す



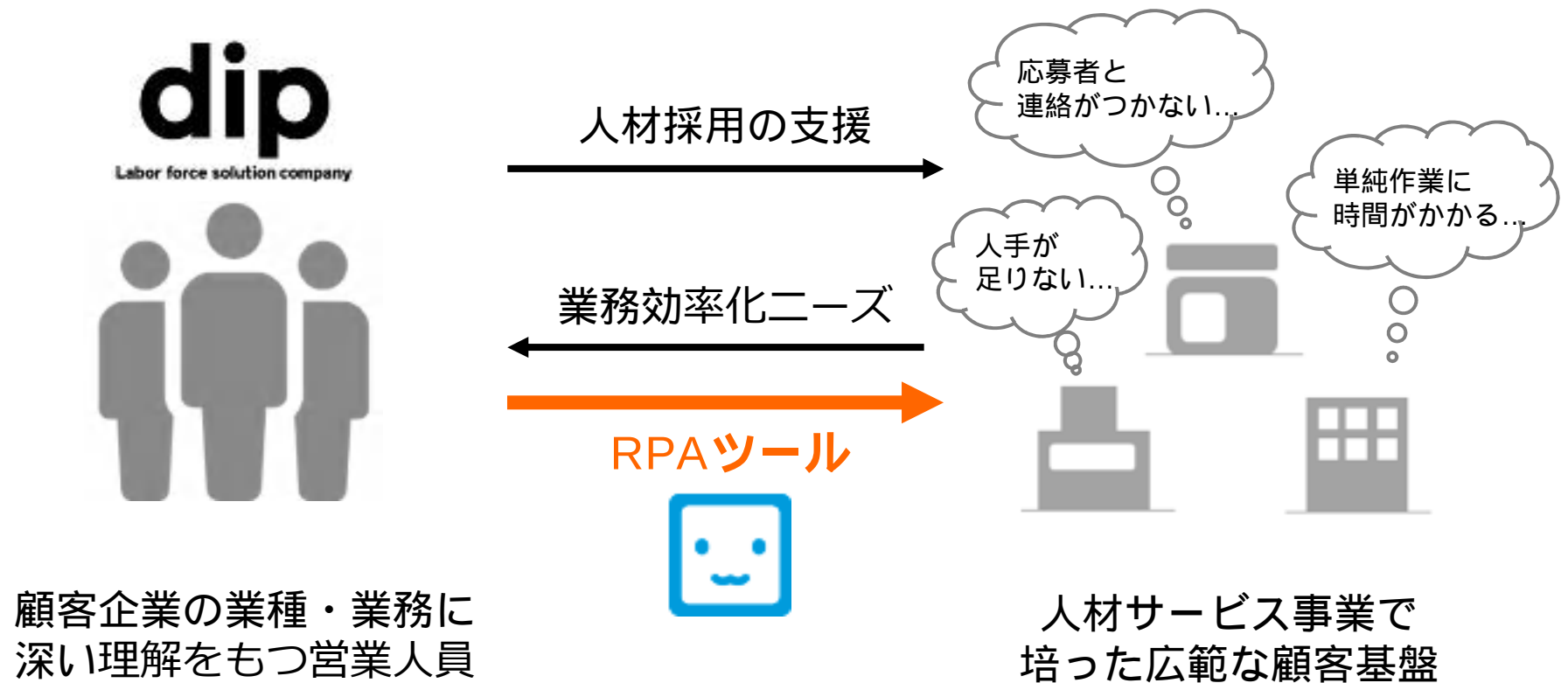
業務効率化をサポートするFAST RPA



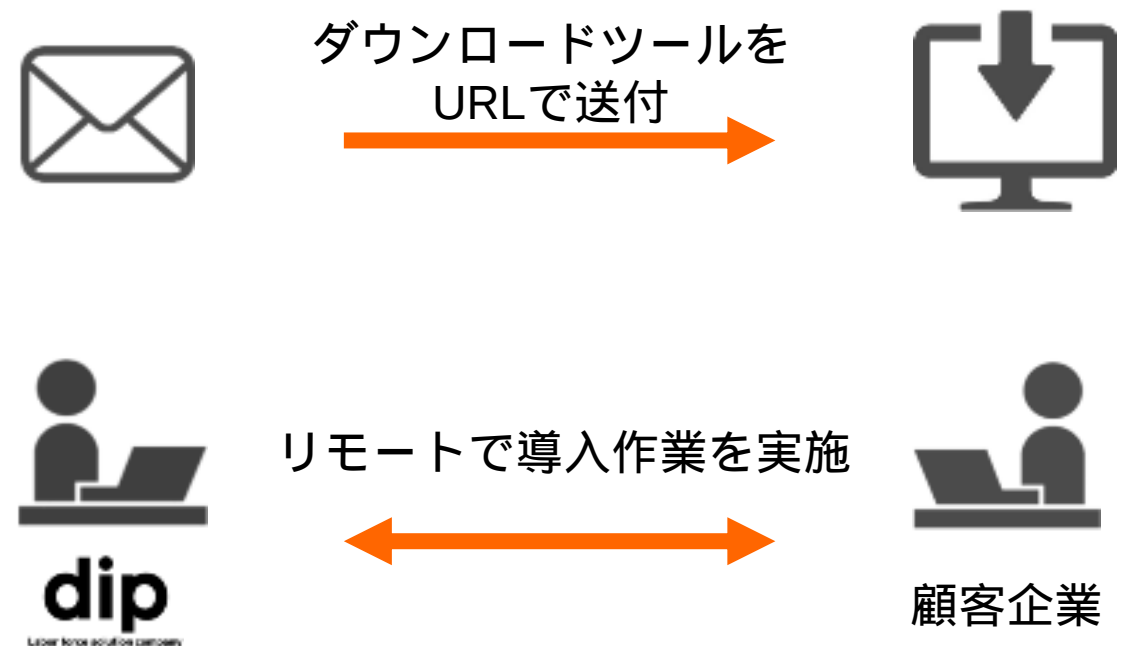
- 1 人材サービス事業の顧客基盤を製品開発・販売に活用
- 2 遠隔での導入・保守サポート体制
- 3 開発・導入コストゼロ
- 4 月額費用のみで保守まで対応

【「コボット」の特徴】

人材サービス事業の顧客基盤を製品開発・販売に活用

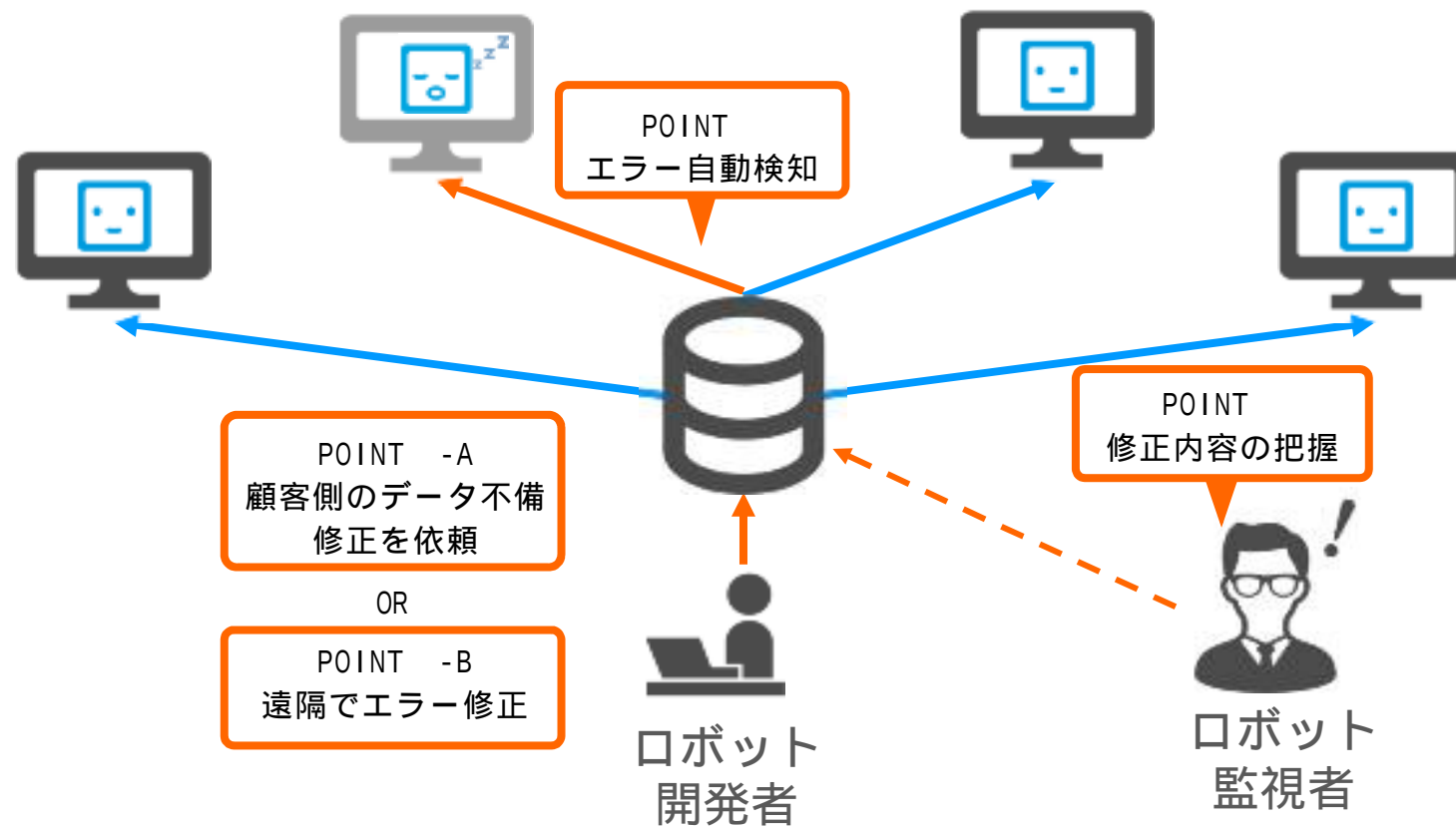


【「コボット」の特徴】 遠隔での導入・保守サポート体制（導入）



- ・ディップの開発（プリセールス）担当が遠隔で導入
- ・最短 1 時間で導入

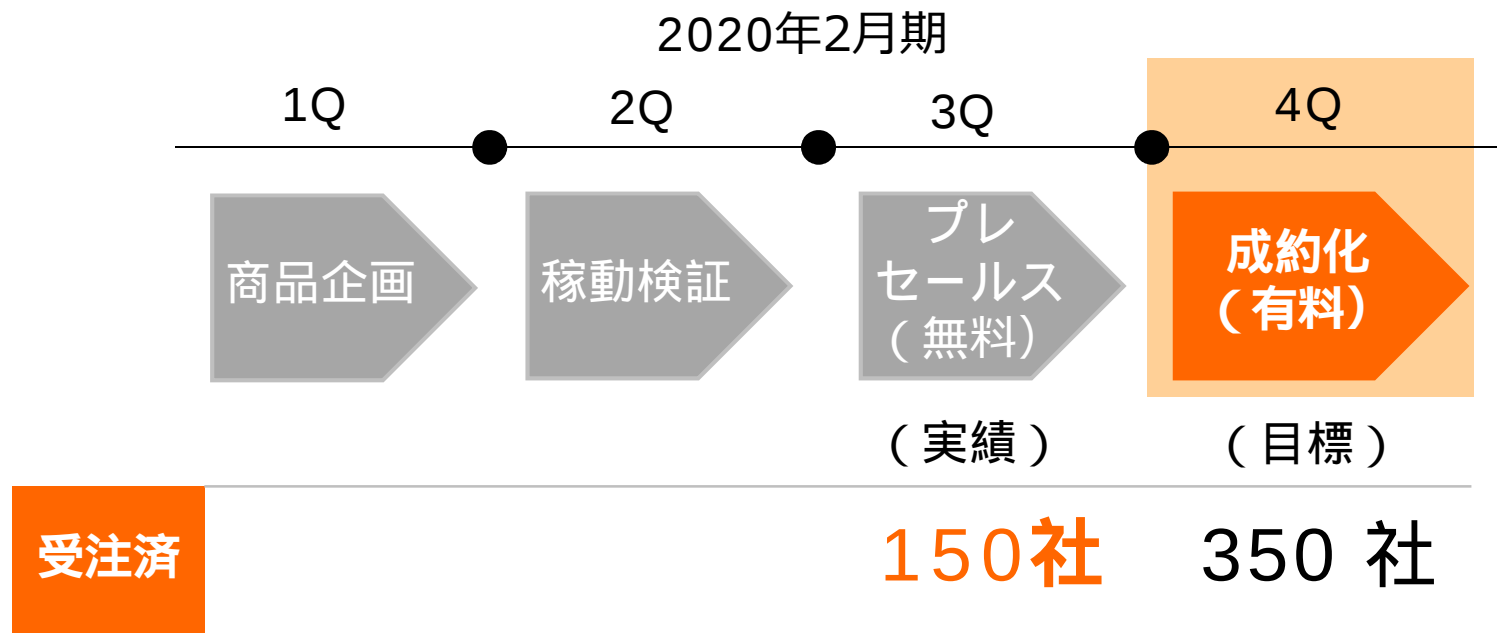
【「ロボット」の特徴】 遠隔での導入・保守サポート体制（保守サポート）



- ・ 環境やシステム変更にあわせ適宜ロボットを修正

【派遣企業向け「コボット」】 契約社数は順調に拡大

11月末時点で、目標（100社）を大きく上回る150社と契約締結済



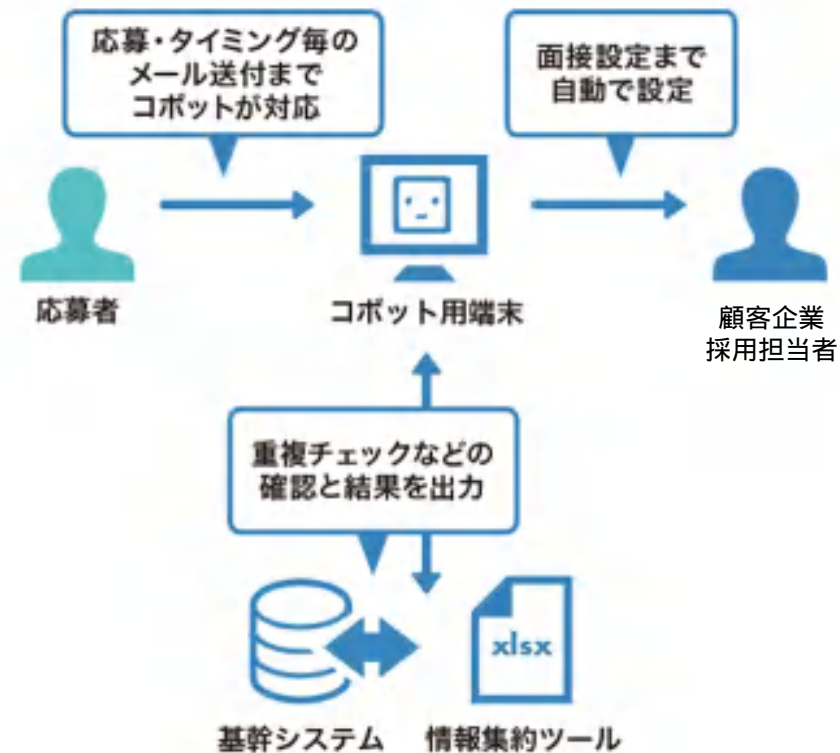
派遣会社用
基幹システム
提供会社との提携

- ・ユニテックシステム社
 - ・ビジネスアプリケーション社
 - ・エスアイ・システム社
- 利用企業約5,000社へコボットの導入を推進

3社の顧客合計。当社既存顧客との重複あり

【派遣企業向け「コボット」】 「コボット」導入企業による評価

月間250応募のA社「応募対応コボット」の導入事例



面接設定率の向上効果

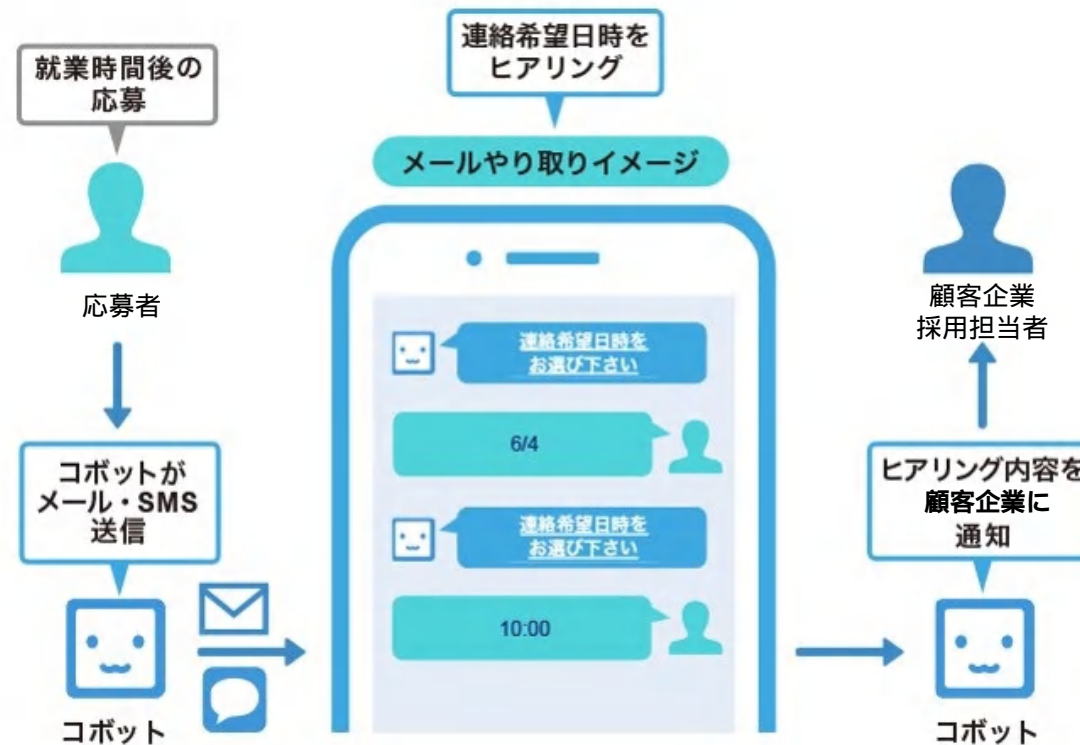
45%から53%へ8 pts向上

業務時間の削減効果

月間33時間の削減

【派遣企業向け「コボット」】 「コボット」導入企業による評価

月間100応募のB社「時間外対応コボット」の導入事例



面接設定率の向上効果

41%から63%へ22pts向上

【飲食・小売業向け「面接コボットライト」】 11月より販売開始、300社と契約締結済（11月末）

さらに機能を拡充した「面接コボット（仮）」を4月より提供予定

- 応募が届くと即時、応募者に面接希望日をチャットで確認
採用担当者（店長）の負担を軽減するとともに、面接率・採用率アップに寄与

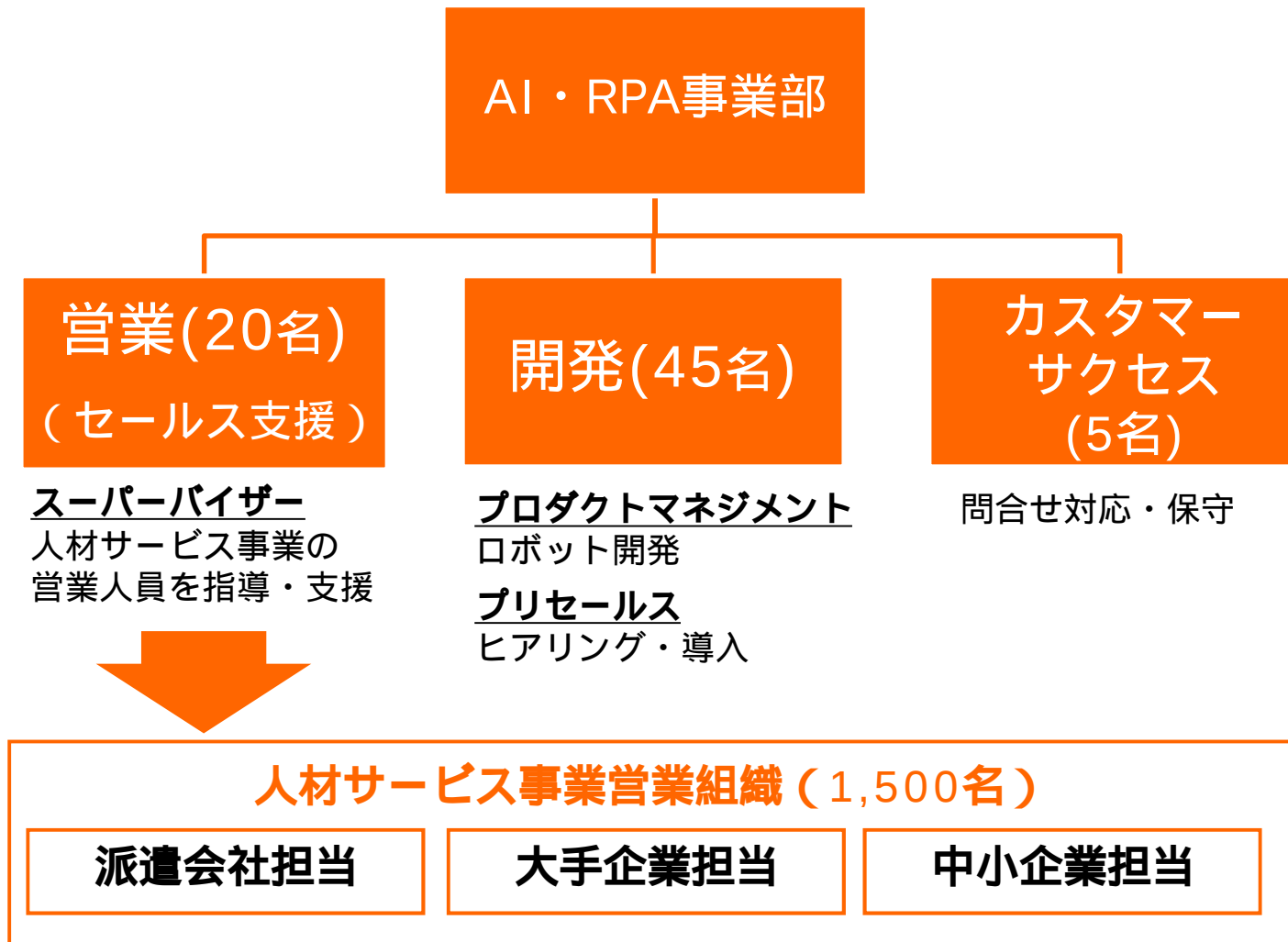


顧客側でロボット導入を行わないクラウド型のサービス。媒体掲載（バイトル・はたらこ）とパッケージで販売



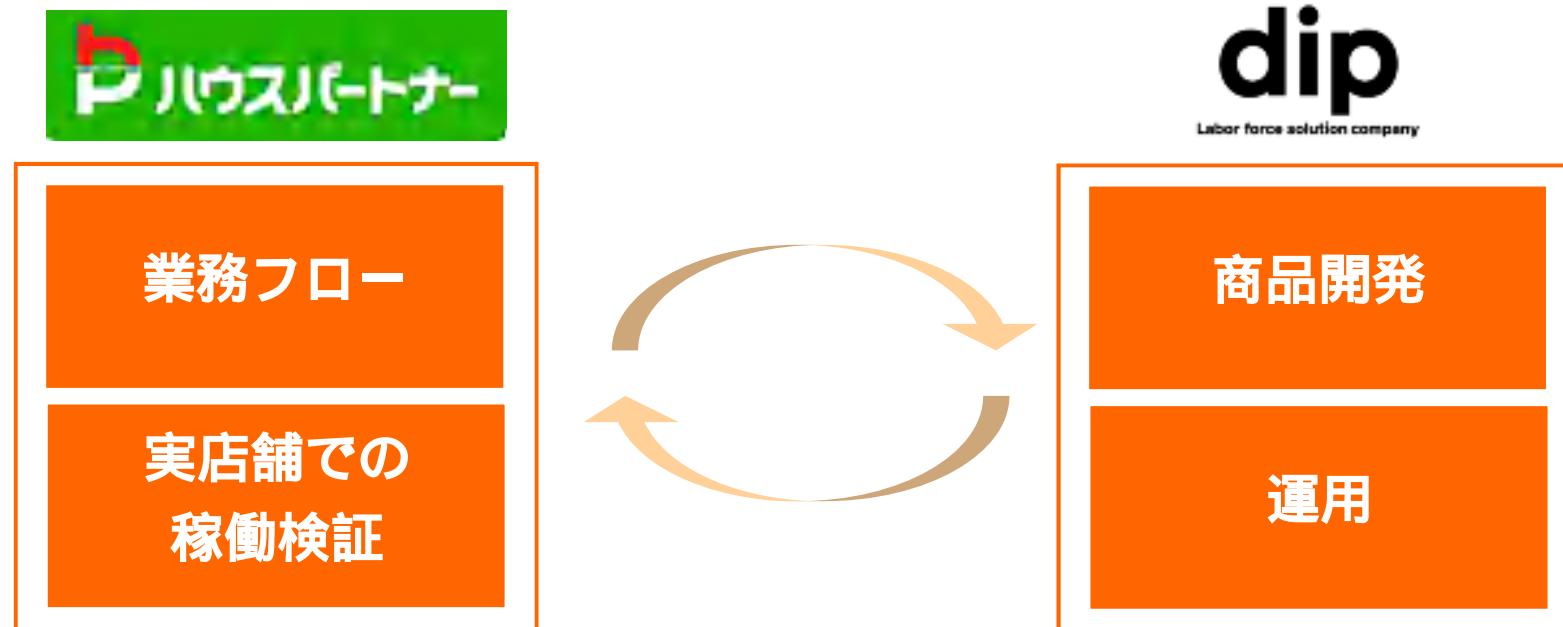
下記URLよりご視聴いただけます
<https://youtu.be/5i4gAj70cr0>

AI・RPA事業部全体で現在70名体制、期末までに100名体制を目指す



2020年1月現在

株式会社ハウスパートナーホールディングス と協業し
賃貸管理・仲介分野の業務を効率化する商品の開発を進める
(現在稼働検証中)



2020年4月に提供開始予定

千葉県内の賃貸仲介件数ランキングで、2018年度10年連続賃貸仲介件数1位を獲得（全国賃貸住宅新聞社調べ）

2020年2月期末には、1,850社の受注を見込む

	2019年11月末		2020年2月末
派遣企業向け コボット	150社		350社
飲食・小売業向け 面接コボットライト	300社		1,500社 累計
合計	450社		1,850社

「コボット」開発・提供の進捗

- 派遣企業向け「コボット」商用販売開始（9月）
- 飲食・小売業向け「面接コボットライト」提供開始（11月）
- 「不動産」業向けに提供開始予定（2020年4月）③

		販売開始		稼働検証中		開発着手中	開発予定
対象業務	広告運用						
	請求処理						
	勤怠管理						
	契約管理						
	出稿関連						
	応募受付 面接設定						
		人材派遣	飲食小売	人材紹介	警備	医療介護	不動産
		対象業種					

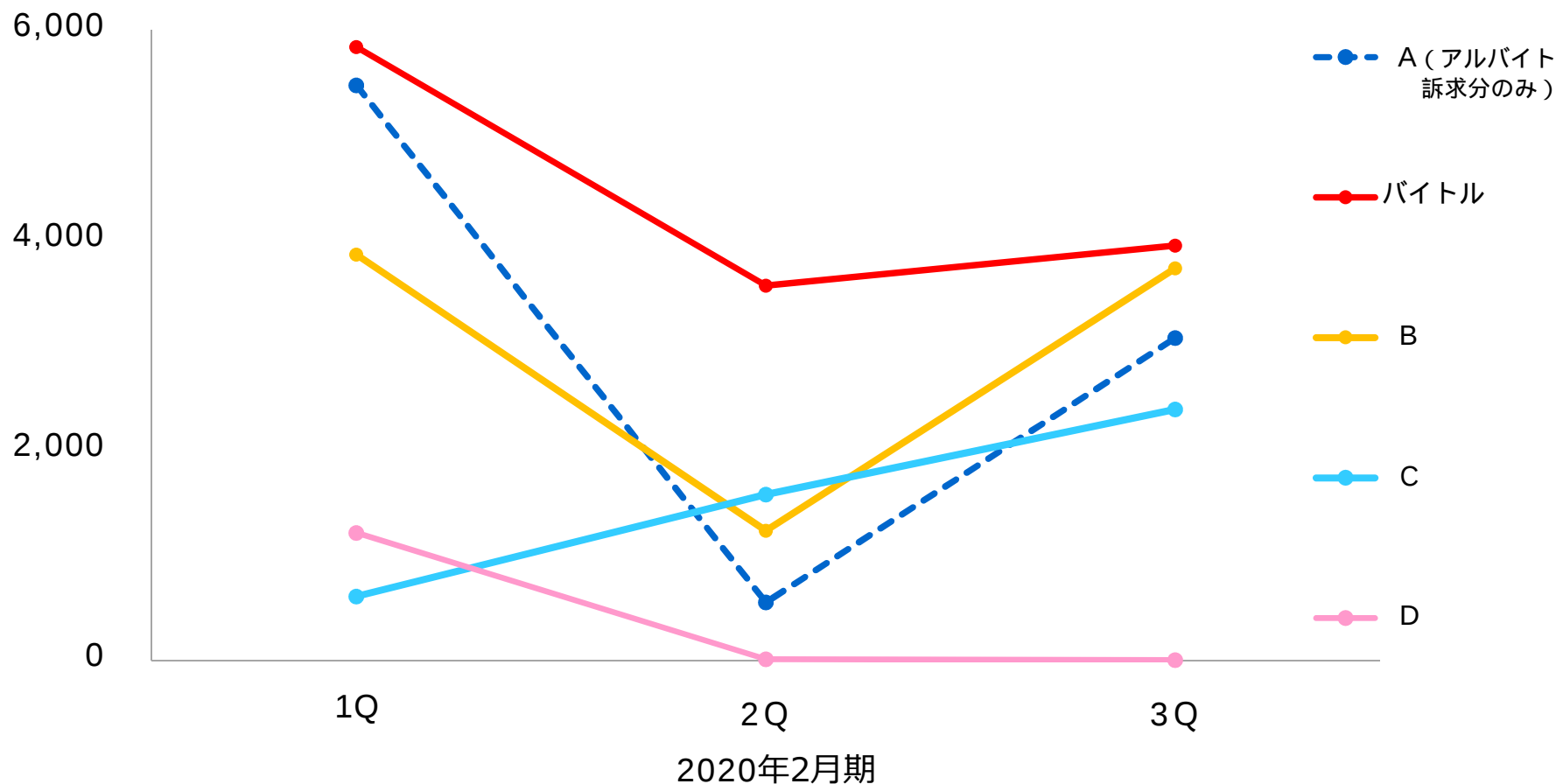
5

2020年2月期 業績予想の修正

an事業終了発表以降、他媒体とのシェア獲得競争が激化

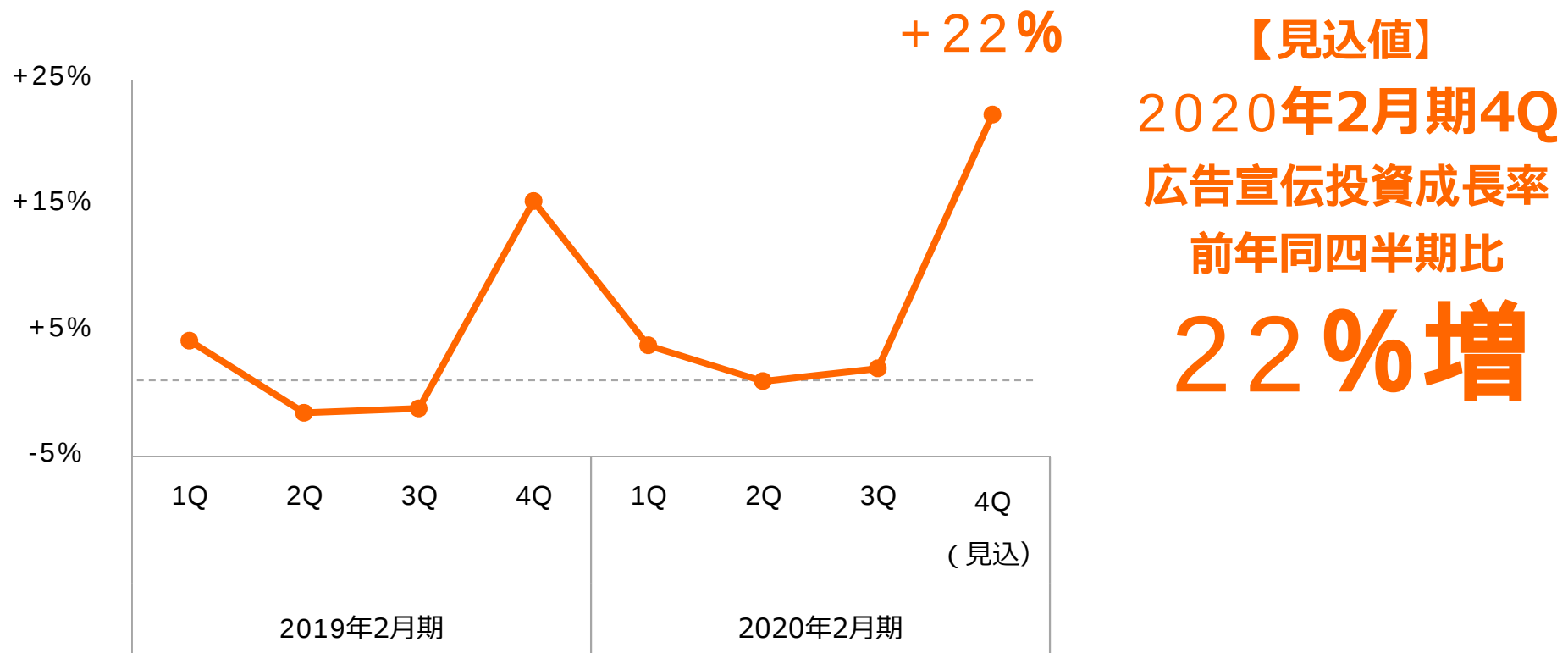
他媒体の広告出稿量が2Qに比べて大幅に増加

■ 各社GRPの推移（四半期）



「売上高成長率と応募数成長率を連動させる」運用方針を一時的に変更
集中的な広告投資でanユーザーのさらなる獲得を図る

■ 広告宣伝投資成長率の推移（前年同四半期比）



2020年2月期1Q～3Qにおける広告宣伝費の効率化等により、利益が上振れ
営業利益・経常利益・当期純利益を上方修正

【2020年2月期 個別業績予想】

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円
前回発表 (A)	45,500	12,800	12,800	8,700
	～ 46,600	～ 13,600	～ 13,600	～ 9,300
今回発表 (B)	45,500	13,500	13,500	9,200
	～ 46,600	～ 14,000	～ 14,000	～ 9,500
(参考) 前期実績 (2019年2月期・個別業績)	42,167	12,828	12,859	9,112

6 Appendix

会 社 名	ディップ株式会社
設 立	1997年3月（第23期）
代 表 者	代表取締役社長 兼 CEO 富田 英揮
所 在 地	東京都港区六本木3-2-1
資 本 金	1,085百万円（2019年2月末時点）
売 上 高	42,176百万円（2019年2月期 連結）
従 業 員 数	1,883名（2019年11月30日時点の正社員）
事 業 内 容	インターネットによる求人情報提供サービス
上 場 市 場	東証一部（証券コード：2379）

Labor force solution company

人材サービスに加え、AI・RPAを提供する
『**労働力の総合商社**』として、
労働力の諸問題を解決します

Human labor force

(人材サービス事業)

dip ディップのバイト情報
バイトル

dip 社員の求人サイト
バイトル **NEXT**

dip 自分らしく働きたらく
はたらこねっと

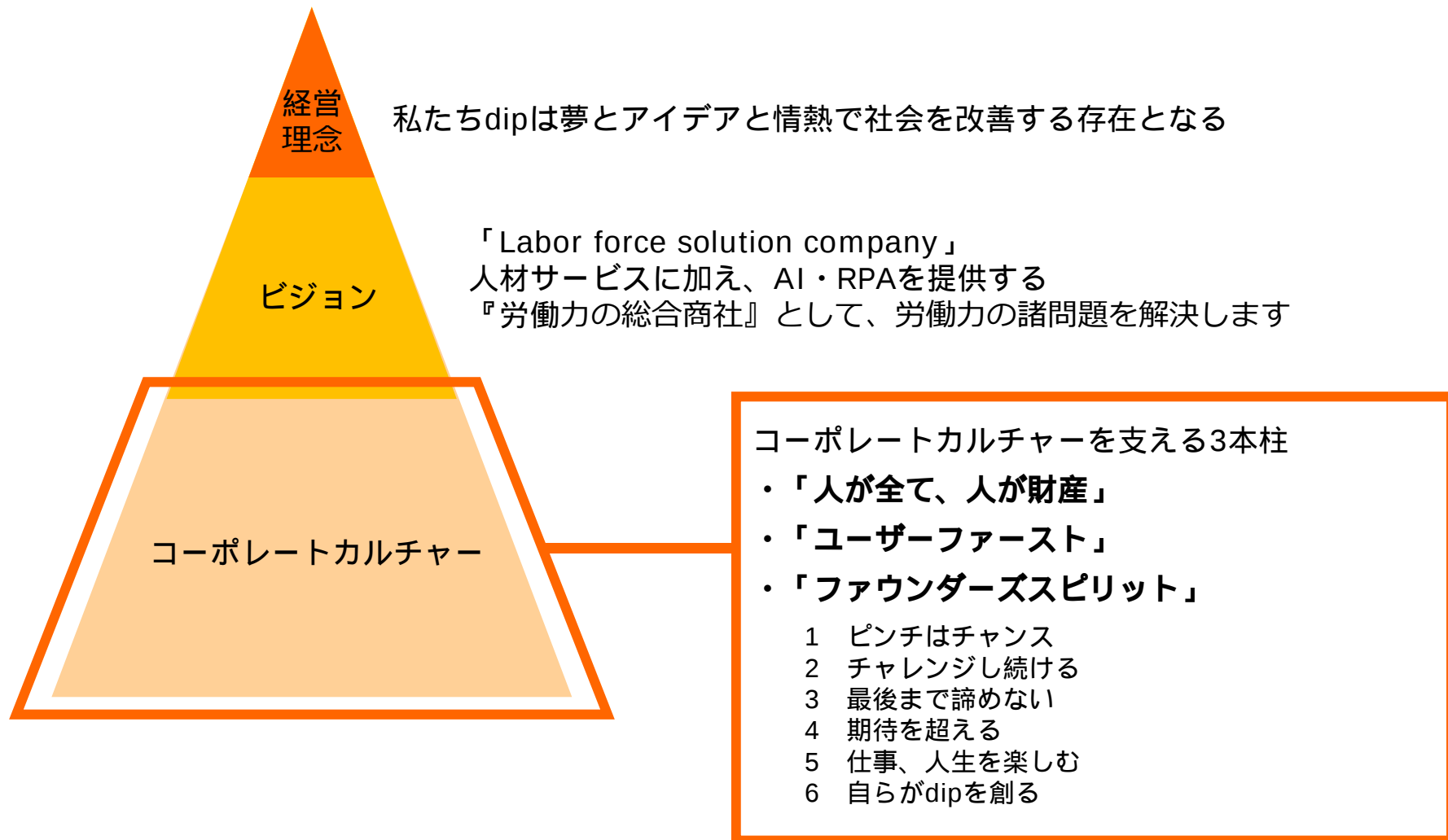
dip ディップの派遣・業務委託サービス
ナースをはたらこ



Digital labor force

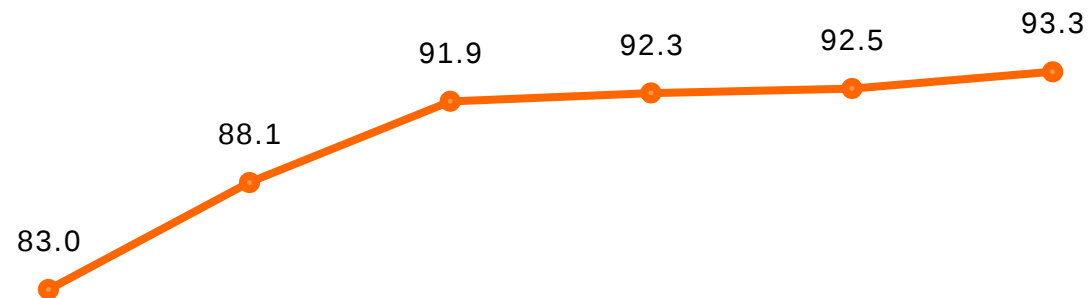
(AI・RPA事業)

コボット



■ 人材サービス事業全社員に占める新卒プロパー社員の割合

(%)



2015年 2月期末	2016年 2月期末	2017年 2月期末	2018年 2月期末	2019年 2月期末	2020年 2月期末 (予想)

組織・人員の強み

コーポレートカルチャーに基づく
育成・戦力化を図りやすい
新卒社員を中心とした組織

2020年4月には
428名が入社予定



2019年10月 内定式

■ 社員総会

設立月である3月に全社員が一堂に会し、
「経営方針発表」「通期表彰式」「懇親パーティー」を実施

「通期表彰式」では会場が一体となって受賞者を祝福



■ 表彰制度

【月次・四半期・半期表彰者】

保養所（ドリームハウス・逗子市）での BBQパーティー

【通期表彰者】（全従業員の10%）

ハワイ旅行に招待

いずれも現地で 役員がホスト役を務め労を称える



■ 社員交流促進

- ・ 社内SNS「TUNAG」
- ・ 社内報「Dreamers」
- ・ 部門間交流会
「ツナグバ！」
- ・ 同好会支援



■ 従業員満足度調査（ESサーベイ）

全従業員を対象に年1回実施
社内の現状を把握し、改善策や方針策定に反映

■ その他

【永年勤続賞】

- ・ 5年毎に祝金支給・特別有給休暇付与・表彰

【教育 / 自己啓発支援】

- ・ ディップ大学
(オンライン動画学習、グロービス選抜研修等)
- ・ Dip English Course

【キャリア開発】

- ・ ツキイチ (月次個人面談)
- ・ 社内公募制度・自己申告制度
- ・ ドリームインキュベーション制度

■ 働き方・福利厚生

- ・ 出産・育児のための各種休暇・休業制度
- ・ フレキシブルワーク
- ・ フレックスタイム制度
- ・ テレワーク制度
- ・ 副業・兼業
- ・ ESOP (退職金制度)
- ・ 従業員持株会
- ・ 福利厚生総合サービス
(ベネフィット・ステーション) 等

2020年2月期第3四半期 貸借対照表



(百万円)

	2019年2月期末 (2019年2月28日)	2020年2月期 第3四半期末 (2019年11月30日)	増減額
資産	33,704	36,464	+2,760
現金及び現金同等物	14,741	15,686	+945
売上債権	4,783	5,490	+706
棚卸資産・その他流動資産	774	391	-383
有形固定資産・無形固定資産	6,251	6,885	+634
投資その他の資産	7,152	8,010	+857
負債	7,804	7,557	-246
仕入債務	227	204	-22
その他流動債務	6,693	6,370	-323
固定負債	883	982	+99
純資産	25,899	28,907	+3,007
資本金	1,085	1,085	0
資本剰余金	1,958	1,969	+11
自己株式	-2,401	-4,169	-1,767
利益剰余金	24,414	29,060	+4,645
評価換算差額等	-8	-18	-10
新株予約権	851	980	+128

2020年2月期第3四半期 損益計算書



(百万円)

	2019年2月期 第3四半期		2020年2月期 第3四半期		前年同四半期比	
	実績	売上高 比率	実績	売上高 比率	増減額	増減率
売上高	11,072	100.0%	11,925	100.0%	+853	+7.7%
売上原価	683	6.2%	759	6.4%	+75	+11.0%
売上総利益	10,388	93.8%	11,166	93.6%	+777	+7.5%
販売費及び一般管理費	6,728	60.8%	7,222	60.6%	+493	+7.3%
人件費 ^{*1}	2,785	25.2%	3,015	25.3%	+230	+8.3%
広告宣伝費 ^{*2}	3,035	27.4%	3,097	26.0%	+61	+2.0%
地代家賃	261	2.4%	264	2.2%	+3	+1.3%
その他	645	5.8%	844	7.1%	+198	+30.8%
営業利益	3,660	33.1%	3,944	33.1%	+283	+7.8%
経常利益	3,682	33.3%	3,951	33.1%	+269	+7.3%
四半期純利益	2,494	22.5%	2,713	22.8%	+219	+8.8%

*1 人件費には給与、福利厚生費等のほか採用関連費及び教育費を含む

*2 広告宣伝費は販売促進費を含む

2019年2月期第3四半期の数値については、比較のため非連結での数値を記載しております。

2020年2月期第3半期 キャッシュフロー計算書



(百万円)

現金及び現金同等物 期首残高		14,741	
営業活動によるCF		+ 8,167	
投資活動によるCF	無形固定資産の取得による支出	-1,602	
	投資有価証券の取得による支出	-439	
	関係会社株式の取得による支出	-380	
	その他	-84	
財務活動によるCF	自己株式の取得による支出	-1,805	
	配当金の支払額	-2,983	
	その他	+ 71	
現金及び現金同等物 四半期末残高		15,686	

（ご参考）ナースではたらこの売上高

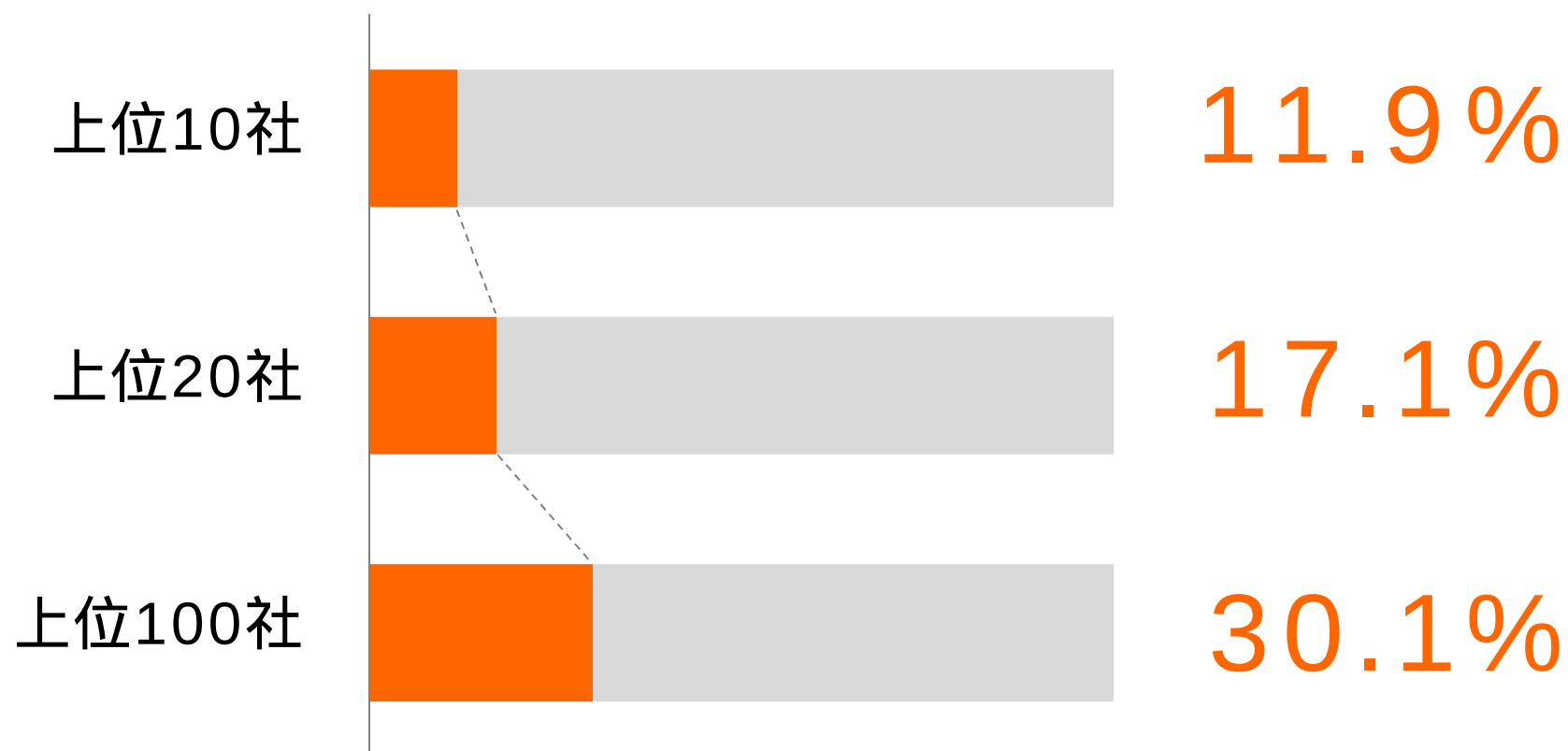
■ 売上高

（百万円）

	2019年2月期 第3四半期	2020年2月期 第3四半期	前年同四半期比	
	実績	実績	増減額	増減率
ナースではたらこ	379	322	-57	-15.0%

(ご参考) 特定顧客への売上依存度は低い

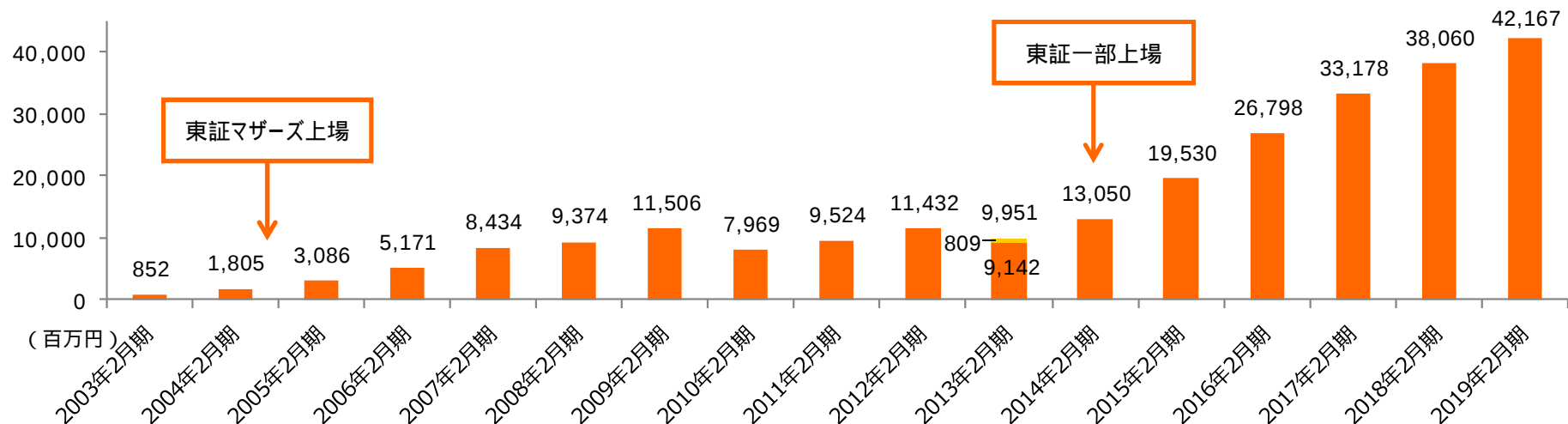
■ 総売上高に占める上位顧客の売上高 (2020年2月期3Q)



売上依存度：上位顧客の売上高合計÷売上高

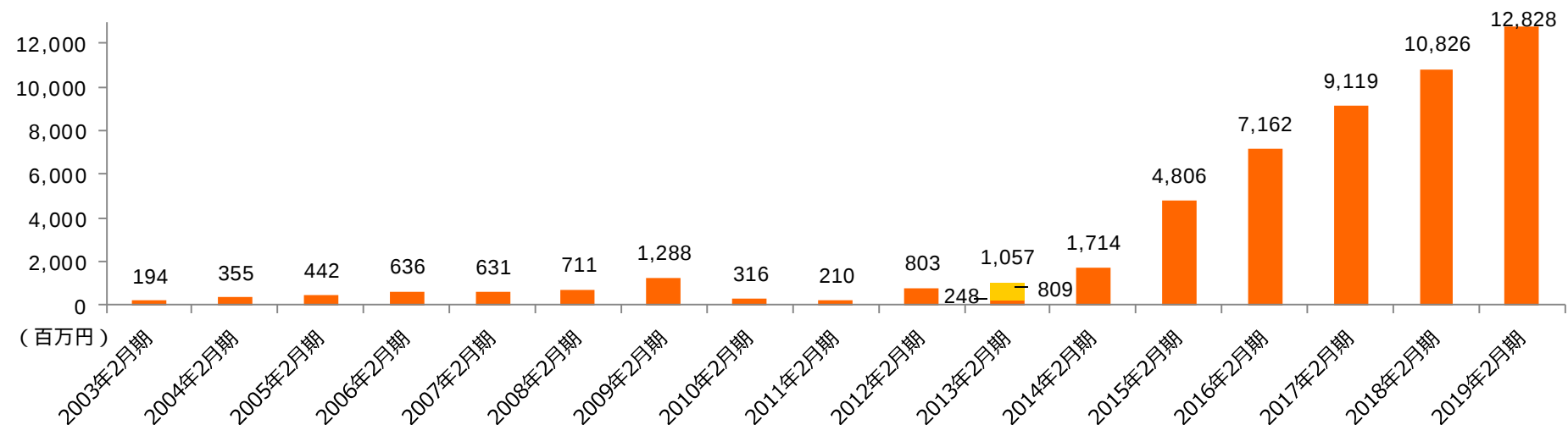
■ 売上高推移

ナースではたらこ売上認識時点変更による影響額

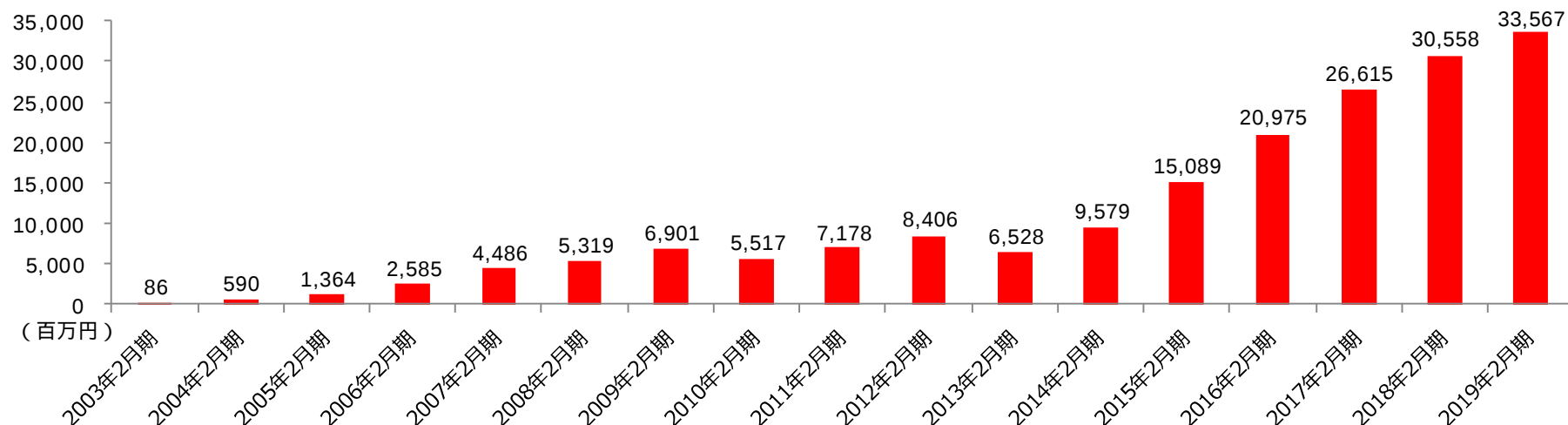


■ 営業利益推移

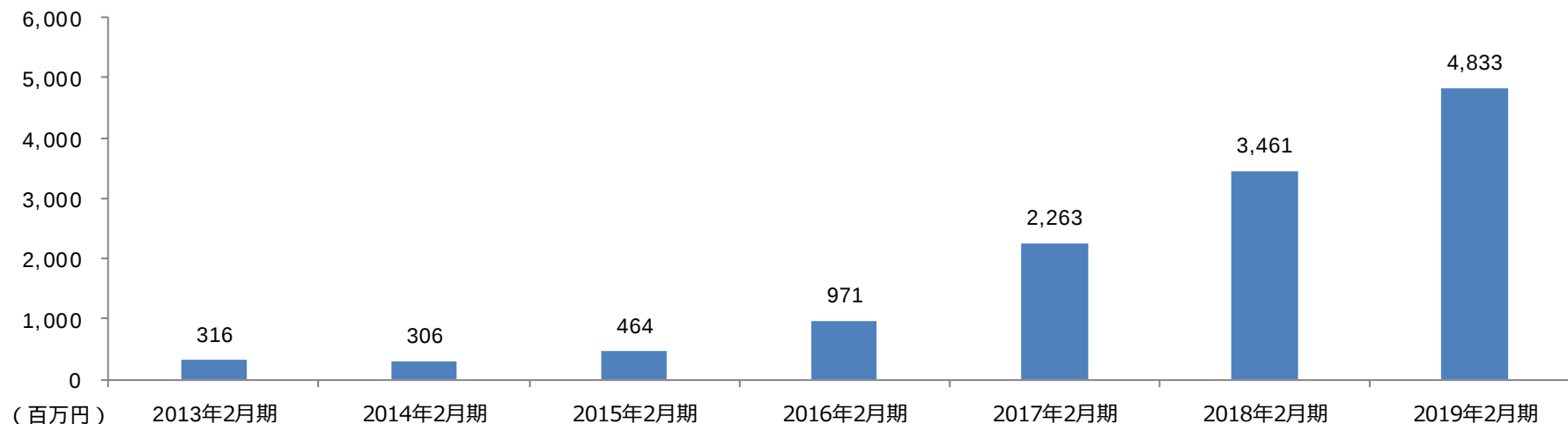
ナースではたらこ売上認識時点変更による影響額



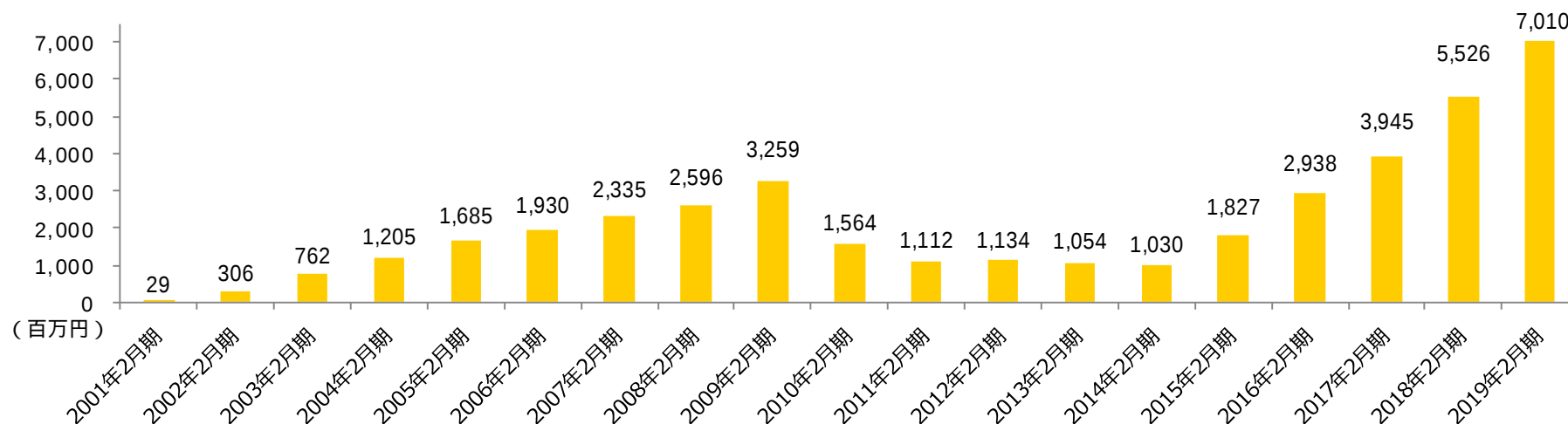
■ バイトル売上高推移（バイトルNEXT売上高を含む）



■ バイトルNEXT売上高推移

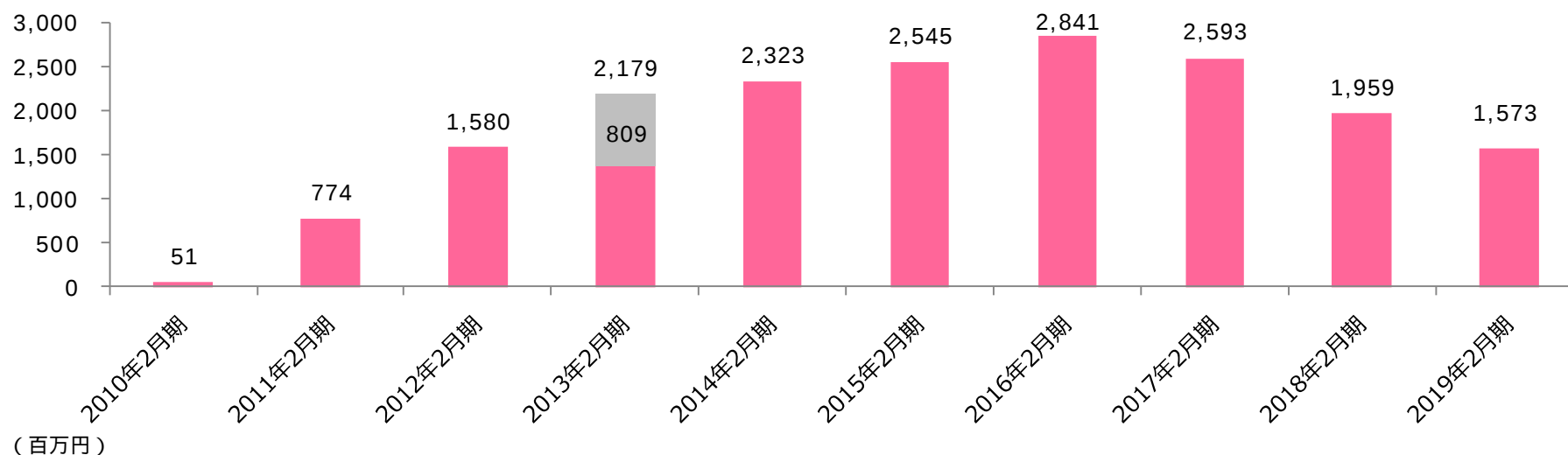


■ はたらこねっと売上高推移



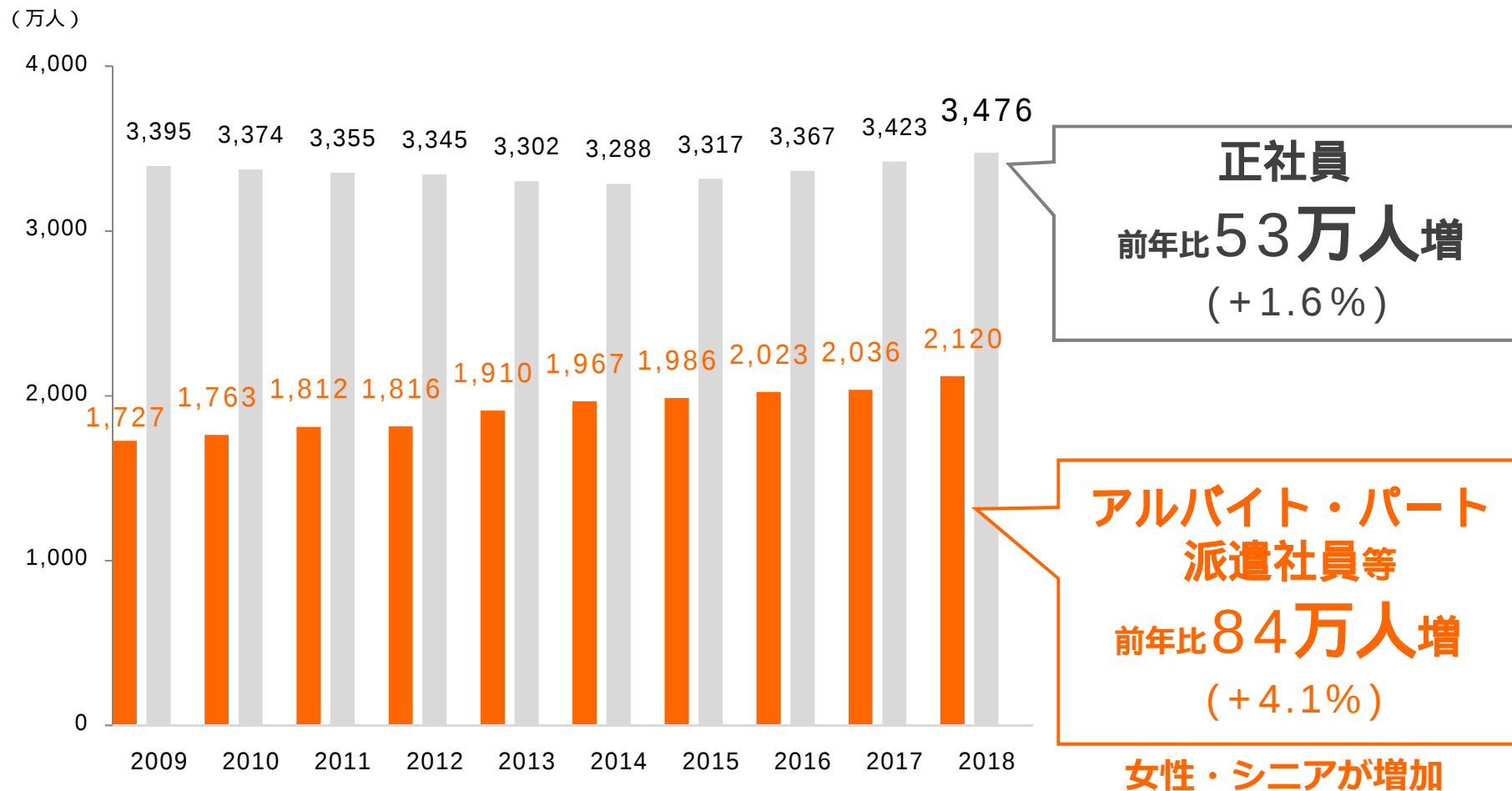
■ ナースではたらこ売上高推移

■ ナースではたらこ売上認識時点変更による影響額



【市場環境】 アルバイト・パート・派遣社員の雇用者数が増加傾向

■ 雇用形態別 雇用者数の推移

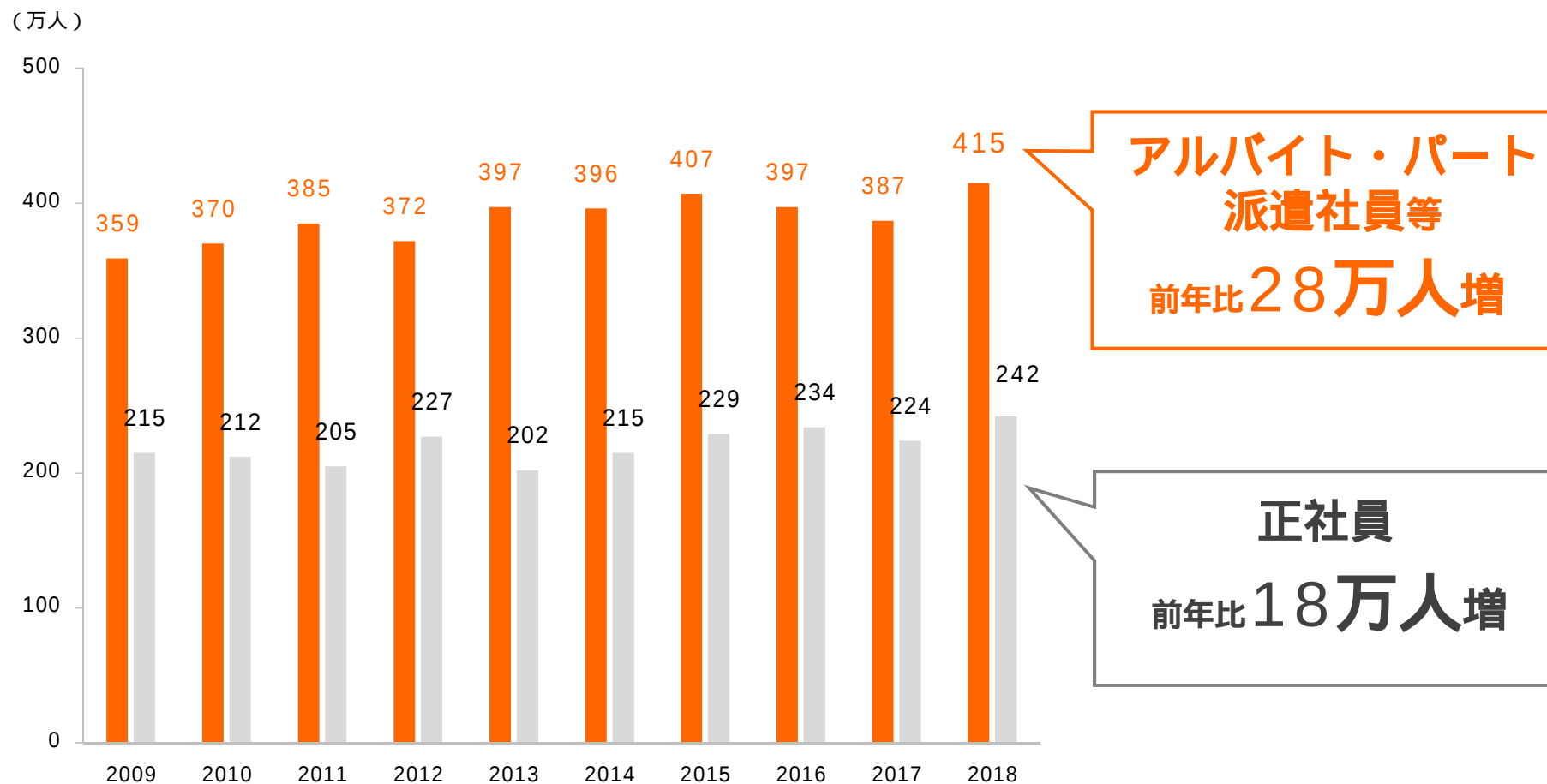


出典：総務省統計局「労働力調査」

【市場環境】

アルバイト・パート・派遣の新規就業・転職者数が増加傾向

■ 雇用形態別 新規就業・転職者数*の推移



*転職者：就業者のうち前職のある者で、過去1年間に離職を経験した者

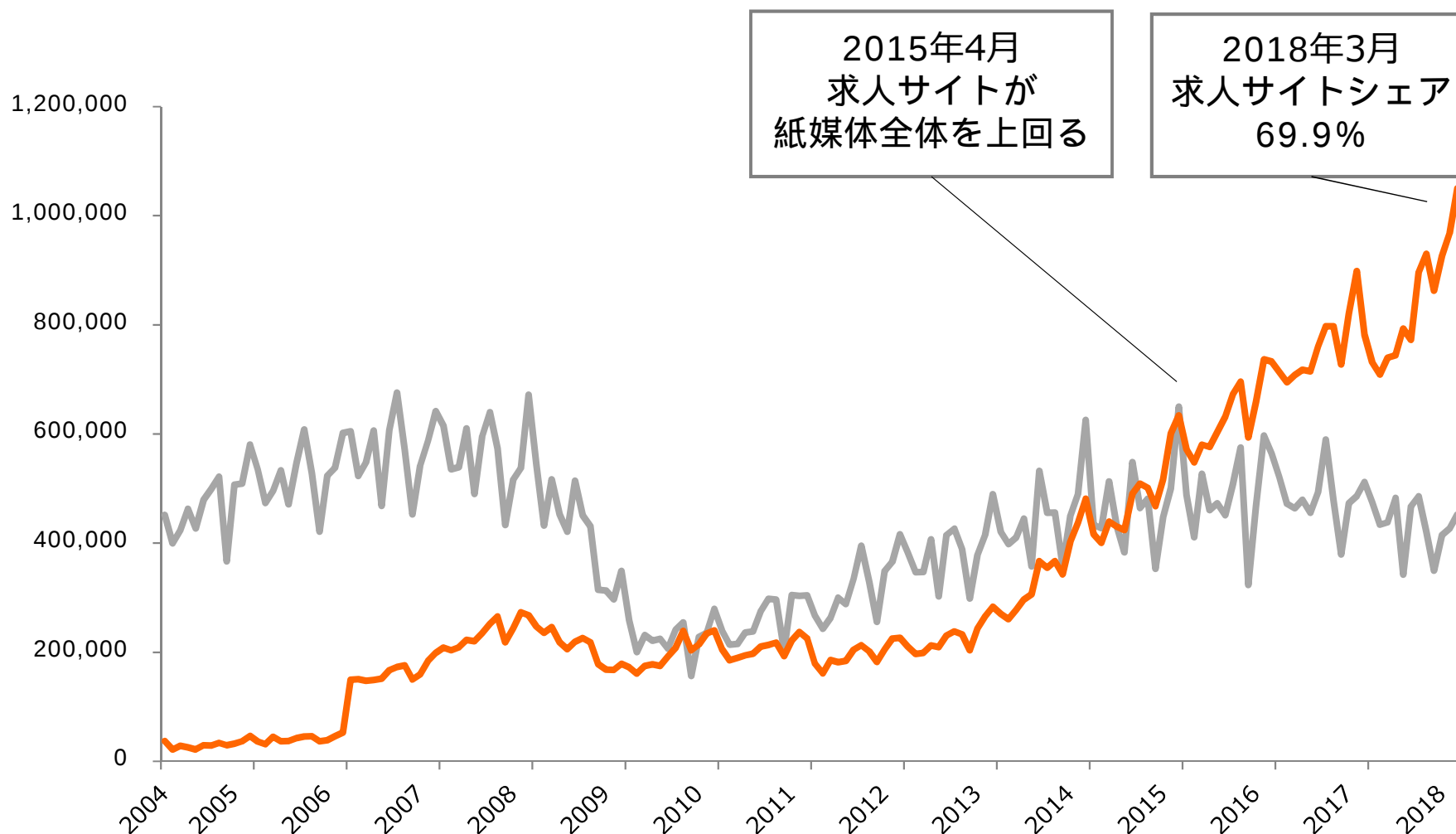
新規就業者：就業者のうち過去1年間に新たに仕事に就いた者

出典：総務省統計局「労働力調査」

【市場環境】

WEB求人サイトの広告件数が紙媒体を上回り推移

■ 求人サイト、紙媒体合計 の広告件数の推移



有料求人情報紙、フリーペーパー、折込求人広告の合計

出典：全国求人情報協会

【サステナビリティ】 ダイバーシティの推進への取り組み

女性の活躍推進に関する取り組み

■ 女性社員比率^{*1}

46.3%

■ 女性管理職比率^{*1*2}

31.9%

■ 女性取締役比率^{*1}

33.3%



- ・厚生労働大臣よりえるぼし（最高位）を取得
- ・出産・育児のための休暇・休業制度を導入
- ・産休・育休取得、復帰率は100%^{*3}

障害者雇用の促進

■ 障害者雇用率推移

2016年2月期

1.02%



2019年2月期

2.07%

- ・全国求人広告協会の「障がい者雇用支援キャンペーン」に賛同
- ・当社サイトで障害者雇用案件の無料掲載等のキャンペーンを実施

*1 2019年12月1日時点

*2 全企業平均は7.7% (2019年8月 帝国データバンク調べ)

*3 2018年2月期実績

【サステナビリティ】

「くらし体験ツアー」で、地方の雇用創出に貢献

地方自治体と連携した「くらし体験ツアー」を全国各地で実施
2019年2月末までに45イベントを実施、総動員数は約900名

- **大分県中津市 & 日田市くらし体験ツアー（2019年7月実施）**
定員20名に対し231名が応募



バイトル「くらし体験ツアー」サイト：<https://www.baitoru.com/rr/>

ガバナンス体制 / 執行体制（2020年1月1日現在）



取締役	
富田 英揮	代表取締役社長 兼 CEO (最高経営責任者)
岩田 和久	取締役 COO (最高執行責任者) 兼 人材サービス事業本部長 兼 経営管理本部長
植木 克己	取締役 CIO (最高情報責任者) 兼 商品開発本部長
前原 路代	取締役*1*3
志立 正嗣	取締役*1*3
田邊 えり子	取締役*1*3

監査役	
大友 常世	常勤監査役
小林 功一	監査役*2*3
江尻 隆	監査役*2
望月 明彦	監査役

執行役員	
井上 剛恒	人材サービス事業本部 東日本エリア領域管掌 兼 首都圏エリア事業部長
池田 克	人材サービス事業本部 中西日本エリア事業部長
北里 友宏	人材サービス事業本部 HR事業部長
佐賀野 淳	人材サービス事業本部 ビジネスソリューション事業部長
羽田 吾立	人材サービス事業本部 事業企画統括部長
三浦 日出樹	AI・RPA事業部長
笠松 利旭	商品開発本部 メディアプロデュース統括部長 兼 ディップ総合研究所長 兼 アプリ推進室長
進藤 圭	商品開発本部 次世代事業統括部長
鬼頭 伸彰	CHO (最高人事責任者) 兼 人事本部長
浜辺 真紀子	経営管理本部 コーポレートコミュニケーション統括部長
新居 晴彦	経営管理本部 経営統括部長

*1 社外取締役 *2 社外監査役

*3 株式会社東京証券取引所の定めに基づく独立役員として指定し、同取引所に届け出ております。

免責事項

- 本資料に記載された将来情報等は、本資料作成時点における弊社の認識、意見、判断及び予測であり、その実現を保証するものではありません。様々な要因の変化により実際の業績や結果と乖離が生じる可能性がありますのでご承知おき下さい。
- 本資料に記載されている弊社及び弊社以外の企業に関わる情報は、公開されている情報などから引用しており、その情報の正確性などについて保証するものではありません。
- 本資料は、弊社をご理解いただくための情報提供を目的としたものであり、弊社が発行する有価証券への投資を勧誘するものではありません。本資料に全面的に依拠した投資等の判断は差し控え願います。

IRに関するお問い合わせ先

ディップ株式会社	IR担当	E-mail	finance@dip-net.co.jp
		URL	https://www.dip-net.co.jp