



業界別マーケティングレポートシリーズ

警備・セキュリティ業界の

市場動向と未来市場予測

Market Trends & Future Outlook

Human × AI

最新 AI と人手編集による業界別レポート

AI.marketing

業界の概要

業界の動向

市場分析

業界の課題と機会

業界の将来展望

業界の現状と未来を予測し

徹底対策を！！ 完全無料 0円



本レポートは AI によって生成された内容を基に作成しております。内容には人手による確認・編集を行っておりますが、すべての情報の正確性・妥当性を保証するものではありません。

▶ 目 次

Chapter1 エグゼクティブサマリー（要約） 1P

Chapter2 業界の市場概況（PEST 分析） 2P

Chapter3 主要プレイヤーと業界構造 6P

Chapter4 経営環境と課題 7P

Chapter5 新たな潮流 9P

Chapter6 AI の活用について 11P

Chapter7 今後の展望と提言 16P

警備・セキュリティ業界は、国民の安全・安心への根源的な需要に支えられ、市場規模約 3.5 兆円で安定的に推移する、社会に不可欠なエッセンシャル産業です。特に、各種イベントの再開や社会インフラの維持に不可欠な存在として、その重要性は増す一方であり、中小企業にとって堅固な事業基盤となり得ます。

しかし、その社会的重要性の裏側で、業界は今、**「極端な人手不足と超高齢化」「労働集約型ビジネスに起因する低収益性」「テクノロジー化の遅れによる生産性の停滞」**という、極めて深刻な構造的課題に直面しています。これは、従来の「人（警備員）を現場に派遣する」という労働集約型モデルが限界に達しつつあることを示唆しており、特に資本金力や採用力で劣る中小企業にとっては、事業の存続を揺るがしかねない危機的状況です。

この大きな転換期を乗り越え、次世代のリーディングカンパニーを目指すためには、単なる「警備員の派遣業者」から脱却し、顧客の多様なリスクをマネジメントする**「安全・安心のソリューションプロバイダー」**へと変革することが絶対条件です。本資料では、その変革を実現するための羅針盤として、以下の3つの戦略的視点を深く掘り下げていきます。

【脱・人海戦術戦略】

テクノロジーを積極的に活用し、人と機械の最適なハイブリッド警備を提案することで、「価格」ではなく「提供価値」で選ばれるための具体的な手法を提示します。

【デジタルマーケティングの実践】

待ちの入札依存から脱却し、中小企業の限られたリソースでも実践可能なデジタルツールを駆使して、自社の専門性や信頼性を Web 上で発信し、優良な顧客を獲得する方法を解説します。

【新時代の人材戦略】

採用難を乗り越え、多様な人材（若手、女性、シニア）が誇りを持って長く働ける魅力的な職場環境を構築し、「選ばれる企業」になるための具体的な施策を提案します。

本資料は、最新の市場データと現場の実態に基づき、中小警備会社の経営者様が直面する課題の本質を的確に捉え、未来を切り拓くための実践的なアクションプランを提示することをお約束します。

2-1 市場規模と推移

警察庁の統計によると、日本の警備業の売上高は約 3 兆 4,800 億円（令和 4 年）前後で安定的に推移しています。内訳としては、施設警備、交通誘導警備、雑踏警備などが大きな割合を占めます。近年では、大規模な国際イベントの開催や、自然災害の頻発、サイバー攻撃の増加などを背景に、警備の対象領域は物理的な空間からデジタル空間へと拡大しており、潜在的な市場はさらに広がっています。

【警備業 売上高の推移と近年の動向】

年度	市場規模	警備業者数	主な市場背景
令和元年	約 3 兆 5,671 億円	9,929 社	大規模イベントを控え、雑踏警備の需要が増加。
令和 2 年	4 兆 3,425 億円	10,132 社	新型コロナウイルスの影響でイベントが中止・縮小。施設警備でも検温業務など新たな需要が発生。
令和 3 年	約 3 兆 4,379 億円	10,473 社	経済活動の制限が続くも、インフラ工事関連の交通誘導警備は底堅く推移。
令和 4 年	約 3 兆 4,364 億円	10,793 社	イベントの本格的な再開。人流の回復に伴い、雑踏・施設警備の需要が急回復。

※出典：警察庁生活安全局生活安全企画課「令和 4 年における警備業の概況」

特筆すべきは、警備業者数と警備員数が微増傾向にある点です。これは、安定した需要を見込んでの新規参入がある一方で、業界全体として労働生産性が向上しておらず、売上を伸ばすためには人を増やすしかないという、労働集約型ビジネスの構造的課題を浮き彫りにしています。

2-2 市場の動向（PEST分析）

警備業界を取り巻く外部環境の変化は、事業戦略そのものを左右します。

【PEST分析】 P：政治的要因 E：経済的要因

	詳細な影響分析	中小企業への示唆
P 政治 (Political)	<p>■警備業法の改正・解釈運用の変更 警備員の教育基準の厳格化や、特定の業務（例：空港保安）における資格要件の高度化が進んでいます。法令遵守のコストは年々増加しており、対応できない企業は市場からの退出を迫られます。</p> <p>■公共事業・大規模イベントの動向 政府や自治体のインフラ投資計画、国際的なイベント（大阪・関西万博など）の開催は、交通誘導警備や雑踏警備の特需を生み出しますが、短期的な需要の波に乗り遅れるリスクも伴います。</p>	<p>■教育・研修体制への投資 法改正に迅速に対応できる社内教育体制を構築する。資格取得支援制度を充実させ、従業員のスキルアップを企業の強みとして顧客にアピールする。</p> <p>■情報収集とネットワークキング 自治体や建設業界の動向を常に注視し、地域の同業他社との連携（協業）も視野に入れ、大規模案件に対応できる体制を準備する。</p>
E 経済 (Economic)	<p>■人件費の構造的な高騰 全国的な最低賃金の大幅な引き上げは、警備員の給与に直接反映され、利益を著しく圧迫します。社会保険料の負担増も加わり、人件費は企業の経営を左右する最大の変動要因となっています。</p> <p>■熾烈な価格競争とダンピング 特に公共工事の入札などでは、価格のみで判断されるケースがまだまだ多く、採算度外視の低価格競争が常態化しています。これにより、警備員の待遇改善が進まず、人手不足に拍車をかけるという悪循環に陥っています。</p>	<p>■「警備計画」の付加価値化 単なる警備員単価の見積もりではなく、リスクアセスメントに基づいた最適な人員配置、機材活用を盛り込んだ「警備計画書」を詳細に作成・提案し、価格以外の価値を提示する。</p> <p>■特定業務への特化 交通誘導の中でも「高速道路規制作業」や、施設警備の中でも「病院」など、専門知識や資格が求められるニッチな市場に特化し、価格競争から脱却する。</p>

2-2 市場の動向（PEST 分析）

【PEST 分析】 S：社会的要因 T：技術的要因

	詳細な影響分析	中小企業への示唆
S 社会 (Social)	<p>■超高齢化と労働人口の激減 警備員の平均年齢は非常に高く、60代以上が大きな割合を占めています。若年層の入職者は極めて少なく、10年後には現在の警備体制を維持することすら困難になる「2035年問題」が現実的な脅威となっています。</p> <p>■安全・安心への意識変化 凶悪犯罪や自然災害の報道に触れる機会が増え、個人の防犯意識や企業の危機管理意識は高まっています。従来の「抑止力」としての警備だけでなく、より積極的な「予防」や「有事対応」への期待が高まっています。</p>	<p>■多様な働き方の導入 シニア層向けの短時間勤務、子育て世代向けの柔軟なシフト制、外国人技能実習生の受け入れと教育体制の整備など、「働きやすさ」を追求する。</p> <p>■企業理念・ビジョンの明確化 「私たちは、清掃を通じて地域の健康と快適な環境を創造する」といった社会貢献性を言語化し、Webサイトや採用面接で訴求する。これは、仕事の「やりがい」を重視する求職者に響きます。</p>
T 技術 (Technological)	<p>■監視カメラ・センサーの高性能化と低価格化 AIによる画像解析機能を搭載した監視カメラや、各種センサー、ドローンなどが急速に普及しています。これらは24時間365日稼働でき、人間の警備員が持つ弱点（見落とし、疲労など）を補完します。</p> <p>■遠隔監視・統合管理システムの進化 複数の現場のカメラ映像やセンサー情報を、遠隔地の監視センターで一元管理するシステムが進化しています。これにより、少ない人数で広範囲をカバーする効率的な警備が可能になります。</p>	<p>■テクノロジー導入の積極検討 すべてを自社で導入するのではなく、監視カメラメーカーや通信会社とパートナーシップを組み、「常駐警備員+AIカメラによる遠隔監視」といったハイブリッド型の警備プランを顧客に提案する。</p> <p>■警備員の役割の再定義 警備員を単なる「監視者」ではなく、テクノロジーを使いこなす「オペレーター」であり、緊急時に駆けつける「対応者」とすると再定義し、必要なスキル教育を行う。</p>

2-3 地域別の動向や格差

警備需要は、地域の人口密度や産業構造に大きく依存します。

■首都圏・大都市圏

【機会】

オフィスビル、商業施設、イベント、インフラ工事など、あらゆる警備需要が集中する巨大市場です。特に、再開発エリアでは建設関連の交通誘導警備が継続的に発生します。

【脅威】

大手警備会社が市場を寡占しており、中小企業は価格競争や人材獲得競争で常に不利な状況に置かれます。高い最低賃金が、そのまま経営コストに跳ね返ります。

■地方中核都市・観光地

【機会】

地元のイベントや祭りの雑踏警備、観光シーズンの交通誘導など、地域に根差した安定的な需要が存在します。地元の建設会社やイベント会社との強固な関係性を築くことが成功の鍵です。

【脅威】

シーズンによる需要の波が激しく、繁忙期の人員確保が大きな課題となります。人口減少が深刻な地域では、警備員のなり手そのものを見つけることが困難です。

■工業地帯・郊外

【機会】

大規模な工場や倉庫、物流センターなどの施設警備が主な需要となります。一度契約すれば長期的な関係が見込めるストック型のビジネスを展開しやすいエリアです。

【脅威】

市顧客である企業の景気動向に受注が左右されやすいです。また、警備の効率化・機械化（機械警備への移行）による契約見直しのリスクも常に存在します。

自社の拠点を中心とした商圏の特性（どのような施設が多いか、どのようなイベントがあるか）を深く分析し、その地域で最も必要とされる警備サービスは何かを見極める「地域戦略」が不可欠です。

警備業界は、一部の大手企業と、圧倒的多数の中小零細企業によって構成される、典型的なピラミッド構造です。

■ トッププレイヤー（総合警備保障会社）

【代表例】

セコム、ALSOK など。

【ビジネスモデル】

施設警備、機械警備、現金輸送、身辺警護など、あらゆる警備サービスを全国規模で展開。近年は警備の枠を超え、防災、メディカル、保険、DX 支援など、「安全・安心」を軸とした総合サービス企業へと進化しています。

【強み】

圧倒的なブランド力と信頼性、最新技術への巨額な投資、全国を網羅する営業・出動拠点網。

■ ミドルプレイヤー（系列系・専門特化型企業）

【代表例】

JR や私鉄、電力会社などの系列警備会社、空港保安やイベント警備に特化した専門企業など。

【ビジネスモデル】

親会社の施設警備を安定的に受注しつつ、そのノウハウを活かして外部顧客を開拓。あるいは、特定の分野で高い専門性を発揮し、大手と棲み分けています。

【強み】

安定した受注基盤（系列系）や、他社が追従できない専門性（専門特化型）。

■ スモールプレイヤー（大多数を占める地域密着型企业）

【ビジネスモデル】

主に交通誘導警備や雑踏警備、地域の小規模施設の常駐警備などを手掛ける。地元の建設会社やイベント会社、ビル管理会社などからの下請け業務が多いのが特徴です。

【強み】

地域社会との密接な関係、経営者のトップ営業による迅速な意思決定と小回りの利く対応力。

【課題】

慢性的な人手不足、低単価受注による低収益性、後継者不在など、業界の構造的課題を最も深刻に抱えています。元請けの意向に左右されやすく、経営基盤が脆弱な企業も少なくありません。

■ 業界の動向

人材確保と事業エリア拡大を目的とした、大手・中堅企業による中小企業の M&A が活発化しています。これは、経営者の高齢化や後継者不在に悩む中小企業にとって、事業と従業員の雇用を存続させるための有効な選択肢となりつつあります。

中小警備会社の経営者様が直面する課題は、単なる経営努力だけでは解決が難しい、根深く複合的なものとなっています。

【課題の本質 1】人手不足は「業界の魅力」そのものの問題

■採用の絶望的状况

「警備員」という職業に対するネガティブなイメージ（低賃金、長時間労働、危険など）が定着しており、若年層からは全く選ばれない職業の一つになっています。ハローワークに求人を出しても、応募は高齢者が中心で、体力的な基準や資格要件を満たせないケースも多々あります。

■定着率の低さ

不規則な勤務時間、厳しい気象条件下での長時間勤務、社会的な評価の低さなどから、心身ともに疲弊し、早期に離職する人が後を絶ちません。キャリアアップの道筋が見えにくく、将来への希望を持ちにくいことも、定着を妨げる大きな要因です。

【課題の本質 2】低収益性は「ビジネスモデル」の限界

■「人件費+わずかな経費」という価格構造

警備料金の大部分は警備員の人件費であり、企業の利益となる管理経費を十分に確保できない価格構造が定着しています。人件費が上がれば、利益は直接的に減少します。

■価格決定権の欠如

発注者側が優位な立場にあることが多く、特に下請けの場合は元請けから提示された単価を呑むしかありません。自社で価格をコントロールできないため、付加価値を乗せた価格設定が極めて困難です。この「言い値で買ったたかれる」構造が、業界全体の収益性を押し下げています。

【課題の本質 3】教育・研修は「コスト」か「投資」かのジレンマ**■法定教育の負担**

警備業法で定められた新任教育（20時間以上）や現任教育（年10時間以上）は、企業の義務です。しかし、教育期間中は警備員を現場に配置できず、売上が立たないため、中小企業にとっては大きなコスト負担となります。

■投資への躊躇

本来、質の高い教育はサービスの品質を高め、顧客満足度や事故防止につながる「投資」です。しかし、日々の資金繰りに追われる中で、法定以上の教育にリソースを割く余裕がないのが実情です。結果として、警備員のスキルが向上せず、サービスの同質化を招いています。

【課題の本質 4】後継者問題は「事業の将来性」への不安**■事業承継の魅力のなさ**

上記のような深刻な課題を抱える事業を、自分の子供や従業員に継がせたいと心から思える経営者は多くありません。多額の個人保証や、終わりの見えない人手不足との戦いを考えれば、事業承継を躊躇するのは当然とも言えます。

■未来を描けない事業

「今のままでは、5年後、10年後はどうなるのか…」という漠然とした不安。テクノロジー化の波に乗り遅れ、ただ人を送り出すだけのビジネスモデルに未来を見いだせず、自らの代で廃業を決断する経営者も増えています。

絶望的な課題ばかりではありません。社会の変化は、新たな警備の形、新たなビジネスチャンスを生み出しています。

■テクノロジーとの融合（ハイブリッド警備）

【具体例】

商業施設において、日中は女性警備員が案内・巡回業務を行い、夜間は AI 監視カメラとセンサーによる遠隔監視に切り替える。異常を検知した場合のみ、機動隊員が駆けつける。

【ポイント】

人にしかできないソフトな対応（おもてなし、安心感の提供）と、機械が得意な 24 時間の高精度な監視を組み合わせることで、コストを最適化しつつ、警備の質を向上させることが可能です。「人か機械か」の二元論ではなく、「人と機械の協働」を提案できる企業が、これからの市場をリードします。

■専門分野への特化と深化

【具体例】

・ イベント警備コンサルティング

主催者に対し、過去のデータや周辺情報からリスクを分析し、最適な警備計画、観客の動線計画、緊急時の避難誘導計画までをトータルで提案する。

【具体例】

・ サイバーフィジカルセキュリティ

工場の生産ラインなど、サイバー攻撃が物理的な設備に損害を与えるリスクに対し、IT セキュリティ会社と連携して、監視や不正侵入防止策を提供する。

【ポイント】

特定分野で圧倒的な実績とノウハウを蓄積することで、「〇〇の警備なら、あの会社にしか頼めない」という唯一無二のポジションを築くことができます。これは、最も効果的な価格競争からの脱却策です。

■「ソフトサービス」の価値向上**【具体例】**

施設警備員が、単なる警備だけでなく、簡単なコンシェルジュ業務や、AEDの操作・普通救命講習の知識を持つことで、施設の付加価値向上に貢献する。交通誘導警備員が、丁寧な言葉遣いや分かりやすい誘導で、周辺住民や通行者から感謝される存在になる。

【ポイント】

警備員の「人間性」や「ホスピタリティ」を新たな価値として提供する視点です。質の高い人材教育を通じて、警備員を「施設の顔」「現場の顔」としてブランディングすることが、顧客満足度と従業員のモチベーション向上につながります。

■BPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）としての警備**【具体例】**

企業や自治体の「受付業務」や「夜間電話対応業務」などを、警備業務と一括で請け負う。

【ポイント】

24時間体制で人材を配置できる警備会社の特性を活かし、周辺業務をまとめてアウトソーシングとして受託することで、顧客の業務効率化に貢献し、新たな収益源を確保するモデルです。

警備業界は、伝統的に紹介や入札に頼る「待ち」の営業が主流でした。しかし、人手不足の時代だからこそ、自社の魅力を積極的に発信し、優良な顧客や求職者を引き寄せる「攻め」のマーケティングが不可欠です。AI は、そのための強力なパートナーとなります。

1. AI による「信頼を勝ち取る Web サイト」構築支援

【課題】

古いホームページがあるだけで、自社の強みや信頼性が全く伝わっていない。どんな情報を発信すれば、顧客や求職者に響くかわからない。

AI 活用シナリオ

【STEP1】ターゲット顧客の課題を AI に分析させる

プロンプト (AI への命令文) 例

あなたは危機管理の専門家です。地域の夏祭りを主催する商店街の組合長が、雑踏警備を依頼する警備会社を探しています。その組合長が抱えているであろう不安や、警備会社に求める条件を具体的に 10 個挙げてください。

AI の回答 (例)

【不安】

「本当に事故なく安全に運営できるだろうか?」「予算が限られているが、十分な警備ができるか?」「過去にトラブルはなかったか?」...

【求める条件】

「地元でのイベント警備実績が豊富」「警察との連携がスムーズ」「丁寧な対応で来場者に安心感を与えてくれる」...

【STEP2】 課題解決型のコンテンツ（施工事例）を AI と共作する

プロンプト（AI への命令文）例

上記の課題や条件を踏まえ、当社の「〇〇市民祭り」での警備実績を、Web サイトに掲載するための施工事例記事の構成案を作成してください。信頼性と専門性が伝わるようにしてください。

AI の回答（例）

1 案件概要

〇〇市民祭り（来場者数、日時、場所）

2 お客様（主催者）の課題

（AI が分析した課題を基に記述）

3 当社からのご提案

リスク分析に基づいた警備計画（具体的な配置人数、重点警戒ポイント、ドローンの活用など）

4 警備当日の様子

（写真と共に、丁寧な誘導や迷子対応などのエピソードを記述）

5 お客様の声

（主催者からの感謝のコメント）

6 担当者より

イベント警備で当社が大切にしていること

【STEP3】 AI の構成案に、自社の魂を吹き込む

AI が作った骨子に、実際の現場写真や、隊員の想い、顧客からの生の声を加えることで、説得力のある「物語」が完成します。これは、他社には真似できない強力な営業ツールとなります。

【効果】

このような質の高い施工事例は、価格以外の「信頼性」や「実績」という判断基準を顧客に提供し、安易な価格競争から脱却する第一歩となります。また、求職者にとっても「自分たちがやる仕事の社会的意義」を感じるきっかけとなり、採用力の向上にも繋がります。

2. AI による「求人応募を増やす」採用マーケティング

【課題】

求人広告の文章がいつも同じで、魅力が伝わらない。応募が全く来ない。

AI 活用シナリオ

【魅力的な求人キャッチコピーの作成】

プロンプト (AI への命令文) 例

当社は地域密着の警備会社です。20 代の若者や、警備未経験の女性にも興味を持ってもらえるような、警備の仕事のやりがいや魅力を伝えるキャッチコピーを 10 個考えてください。「人の役に立つ」「ヒーロー」といったキーワードを入れてください。

【働く人のインタビュー記事作成支援】

プロンプト (AI への命令文) 例

65 歳で未経験から入社し、交通誘導警備で活躍しているベテラン警備員へのインタビュー記事を作成します。その記事の構成案と、インタビューで聞きたい質問リストを作成してください。

【効果】

AI を壁打ち相手にすることで、自社だけでは思いつかなかったような、求職者の心に響く言葉や切り口を発見できます。「給与」や「勤務地」といった条件面だけでなく、「やりがい」や「職場の雰囲気」といった感情面に訴えかけることで、応募の質と量を向上させます。

備・セキュリティ業界は、社会の安全を守る最後の砦として、その使命がなくなることはありません。しかし、その役割を担う企業のあり方は、根本から変わらなければ生き残れない時代です。中小企業がこの変革の主役となるための、5つの具体的なアクションプランを提言します。

1. 事業モデルの変革：「人貸し業」から「安全コンサルタント」へ

【アクションプラン】

顧客に警備の見積もりを提出する際、必ず「警備計画書」を添付し、なぜその人員・配置が必要なのかをリスク分析に基づいて専門家として説明する習慣をつける。

防犯カメラやセンサーを販売する企業とアライアンスを組み、「機器販売＋設置工事＋遠隔監視＋緊急時対応」をワンストップで提供できる体制を構築する。

地域の企業や自治会向けに、無料の「防犯診断セミナー」や「防災訓練ワークショップ」を開催し、潜在的な顧客との接点を作り、専門家としての認知度を高める。

2. 営業スタイルの変革：「入札依存」から「Webでの指名獲得」へ

【アクションプラン】

まずは Google ビジネスプロフィールを整備し、自社の基本情報、警備風景の写真を掲載し、顧客からの口コミ投稿を依頼することから始める。

本資料6章を参考に、月1本でも良いので、「施工事例」や「警備に関するお役立ち情報」をWebサイトに掲載し、情報資産を蓄積していく。

自社の専門分野（例：イベント警備）と地域名（例：〇〇市）を組み合わせたキーワードで、少額からでもWeb広告（リスティング広告）の出稿を試してみる。

3. 現場業務の変革：「アナログ管理」から「デジタル活用」へ

【アクションプラン】

警備員との業務連絡や指示を、電話や FAX から、ビジネスチャットツール（例：LINE WORKS など）に切り替える。これにより、指示の履歴が残り、情報共有が迅速・正確になる。

警備報告書や出退勤管理を、スマホで完結できる安価なクラウドサービスに移行し、現場と事務所の事務作業を徹底的に効率化する。

ドライブレコーダーやウェアラブルカメラを導入し、警備員の安全確保と、万が一の際の証拠保全に活用する。

4. 人材戦略の変革：「集まらない」から「集まり、定着する」組織へ

【アクションプラン】

制服のデザインを一新し、機能的でスタイリッシュなものにすることで、警備員のモチベーション向上と企業のイメージアップを図る。

「資格手当」を大幅に増額し、個人のスキルアップが直接給与に反映される、公平で透明性の高い給与体系を構築する。

社長や幹部が、定期的に各現場を巡回し、現場で働く警備員に直接「ありがとう」と声をかける。承認と感謝の文化を醸成することが、離職率低下の最大の特効薬となる。保全に活用する。

5. 経営マインドの変革：「孤軍奮闘」から「オープンな連携」へ

【アクションプラン】

自社だけでは対応できない大規模案件や、自社の専門外の依頼に対して、積極的に地域の同業他社と連携する。敵ではなく、共に業界を盛り上げる「パートナー」と捉える。

事業承継を視野に入れている場合、早期に M&A アドバイザーなどの専門家に相談し、自社の企業価値を客観的に把握しておく。それは、事業改善の指標にもなる。

厳しい時代であるからこそ、変革を断行した企業には、かつてないほどの大きなチャンスが待っています。本資料が、貴社の勇気ある一歩を力強く後押しできることを、心より願っております。

【お取り扱いおよび著作権に関するご注意】

1. 著作権について

本 PDF コンテンツに関する著作権および一切の知的財産権は、ラフロックス株式会社に帰属します。個人的な学習の範囲を超える、以下の行為を固く禁じます。

本コンテンツの全部または一部を、複製、スキャン、デジタル化すること。

本コンテンツの全部または一部を、第三者に対して貸与、譲渡、共有、配布、販売、送信（インターネット上へのアップロードを含む）すること。

本コンテンツの内容を、許可なく改変、翻訳、翻案すること。

2. 免責事項

本書に掲載されている情報は、著者の経験や AI リサーチに基づいたものですが、その効果や成果を保証するものではありません。実践はお客様ご自身の判断と責任において行ってください。

本書の情報を利用したことによる、いかなるトラブルや損失・損害に対しても、著作者および販売者は一切の責任を負いかねます。

本書に掲載されている情報は、2025年9月現在のものです。AI 関連ツールや各種プラットフォームの仕様変更により、将来的に情報が古くなる可能性があることをご了承ください。

3. その他

本コンテンツをダウンロードいただいた時点で、上記すべての事項に同意したものとみなします。

ご理解とご協力のほど、何卒よろしくお願い申し上げます。

AI.marketing

運営会社：ラフロックス株式会社
www.rough-marketing.com/

 roughRocks

