



事業計画及び成長可能性に関する事項

ユーソナー株式会社

01 | 会社概要

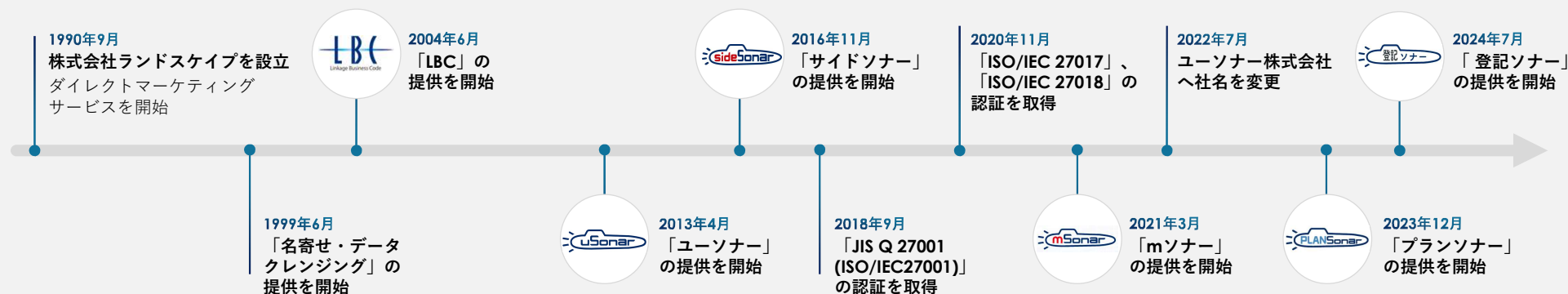
- 01 | 会社概要
- 02 | 事業内容
- 03 | 競争優位性
- 04 | マーケット環境
- 05 | 成長戦略
- 06 | KPIハイライト
- 07 | リスク事項
- 08 | Appendix

会社概要



会社名	ユーソナー株式会社
所在地	東京都新宿区西新宿三丁目20番2号 東京オペラシティ15F
代表者	代表取締役社長 長竹 克仁
設立年月	1990年9月10日
資本金	1億円(2024年12月31日時点)
従業員数	234名(2025年7月31日時点)
事業内容	データベースマーケティング事業

オフィスエントランス



固有名詞で社会を支える

**全ての法人情報、個人情報、経済情報、海外情報で、
社会に効率と安全とプライバシーを提供する**

世の中にはたくさんの固有名詞が溢れています。

しかし、情報が散在したままでは使い勝手がよくありません。当社は、データを、プライバシーの保護に配慮し、安全に管理しながらも、効率的に活用できる社会の実現に貢献したいと考えています。

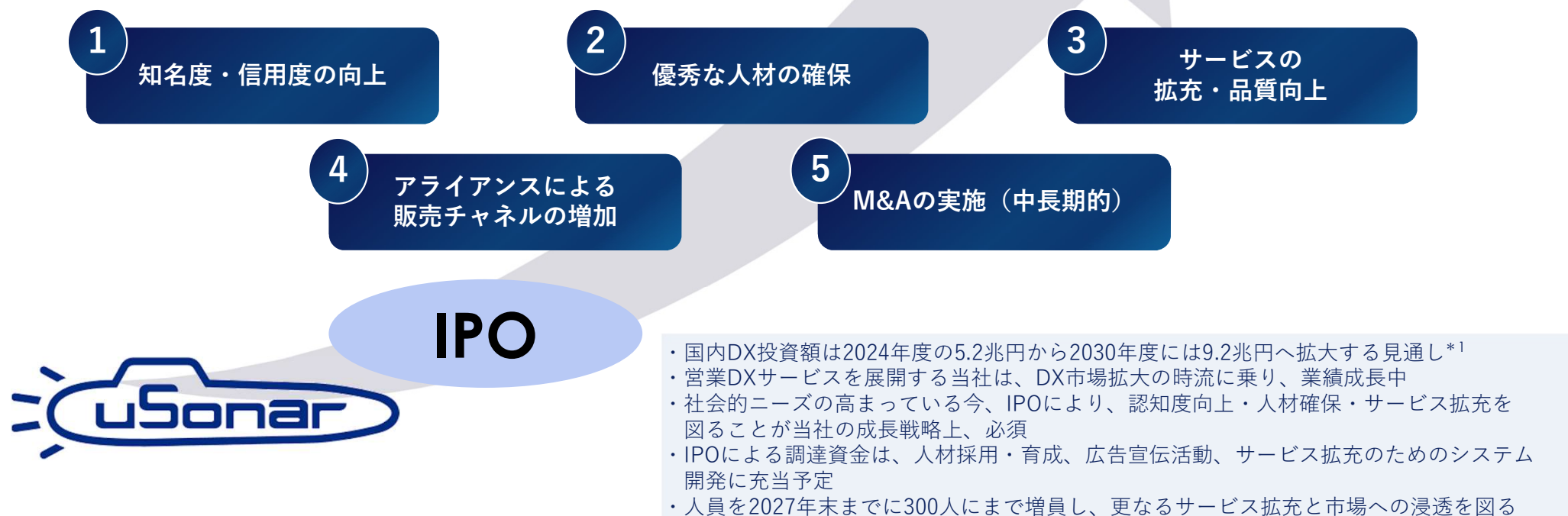
「法人データの専門商社」のような存在となり、世の中にあるデータをただ右から左に流すのではなく、情報の集約、クレンジング、名寄せといった長年培った技術を活かし、付加価値を高めた上で、お客様にとって最適な形で提供する。

それが、私たちの目指す姿です。



DX市場拡大の時流に乗り、業績成長中の今、IPOにより更なる成長と企業理念の実現を目指す

更なる成長と企業理念の実現





代表取締役会長

福富 七海

ローソン、カルチュア・コンビニエンス・クラブを経て、1990年当社を設立。
11年間社長を務める。
2001年に一度社長を退任するも2012年に復帰。
2019年に代表取締役会長CEOに就任。
2022年に代表取締役会長に就任。



取締役CIO

置田 富士夫

カネボウ、カルチュア・コンビニエンス・クラブを経て、1991年に当社に参画。
2000年取締役CIOに就任。



取締役CLO

羽根田 紀子

2000年、当社に新卒で入社後、管理部門の複数部署を担当。
2012年に人事部マネージャーに就任。
2020年に取締役に就任後、現在に至る。



代表取締役社長

長竹 克仁

2000年、当社に新卒で入社後営業を担当。
2012年に営業部マネージャーに就任。
2019年に代表取締役社長COOに就任。
2022年に代表取締役共同社長に就任。
2024年に代表取締役社長に就任。



取締役

北澤 光剛

2003年、当社に新卒で入社後、営業、経営戦略、財務経理を担当。
日清紡ホールディングスを経て、2024年9月取締役に就任。

02 | 事業内容

- 01 | 会社概要
- 02 | 事業内容**
- 03 | 競争優位性
- 04 | マーケット環境
- 05 | 成長戦略
- 06 | KPIハイライト
- 07 | リスク事項
- 08 | Appendix

あの会社は、どこへ向かおうとしているのか？

“兆し”をつかむことができれば、もっと深く寄り添える。

けれど、その“兆し”は捉えられることなく、静かにデータの海に沈んでいく。

『企業が動き出すそのときに、響く提案を届ける』

私たちは、そんな世界の実現に向け、独自に構築した法人データベースと、

“今”を映す行動データを掛け合わせ、“気づき”を生み出す。

データの網羅性、属性情報、インテントデータの拡充を通じ、

セールス & マーケティングをもっと“うれしい”体験へ。



法人データ整備の社会的要請が高まる中、ユーソナーは実用性・信頼性から支持を拡大

社会的背景

- 労働力不足と働き方改革の加速
- デジタル化（AI/SaaS）の進展とデータ量爆発
- 法規制・コンプライアンス対応の高度化

企業課題

- 営業・マーケティングの精度が上がらない
- システム連携が進まず、導入効果が限定的
- 法務・経理・審査など管理部門の負担増

生産性向上・リスク検知には法人データの整備・活用が不可欠

法人データベースの決定版“ユーソナー”

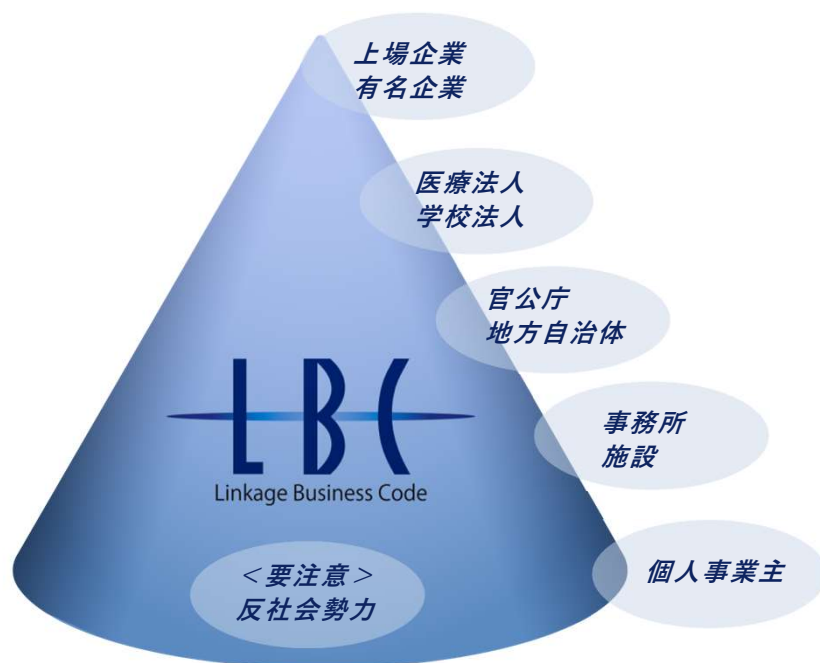
高精度×広網羅×
新鮮度

関心・行動データ
を含む属性情報

各種システムとの
柔軟な連携性・拡張性

堅牢なセキュリティ
対策

高い網羅性を誇る法人情報に、独自の属性情報（120項目以上^{*2}）と行動データを付与することで、**当社オリジナルの法人データベースを構築**



国内拠点（本社・事業所）

1,250万拠点^{*1}

下記の情報から日々、更新情報を反映
LBCの鮮度維持を実施

商業・法人登記簿	有価証券報告書	企業ホームページ チェック
その他ホームページ チェック	コールチェック	地図情報
法人 マイナンバー	新設法人データ	行政機関への 開示請求
新聞・官報	官公庁・地方自治体 の公開情報	顧客企業からの 調査依頼

*1 2025年6月時点

*2 2024年8月時点

主に**独自構築の法人データベース”LBC”**を活用した**“ソナーサービス”**をSaaSで展開
企業の課題や目的に応じて、**最適なソリューション**を柔軟に組み合わせてサービス提供



DXを支える管理SaaSツール群を、**管理から利活用へ。より、現場が成果を上げられるように**



データ基盤の統合・活用促進

- ・ 分断されていた法人情報を一元管理し、システム連携・業務効率化を実現



ターゲティング精度の向上

- ・ 行動データと法人属性を組み合わせることで、狙うべき企業を特定



営業成果の最大化

- ・ 見込み顧客の兆しを捉え、適切なタイミング・相手にアプローチ



新たな市場機会の発見

- ・ 自社データだけでは見えない“ホワイトスペース”や類似企業の抽出により、新規開拓余地を可視化



リスク対応・ガバナンスの強化

- ・ 反社チェックやインボイス対応など、整備された法人データが法令対応とガバナンスの基盤に

サービス別売上構成比



当社は法人データベース「LBC」を活用した「ソナーサービス」を主力事業として展開
全社売上高のうちストック型の売上高が全体の79%を占める安定した収益基盤を実現



*1 本ページの数値は全て2024年12月期

*2 当社法人データベース「LBC」と、顧客保有の企業データベースを組み合わせることで、未取引拠点や市場の把握、既存の取引先との関係・接点を活かした営業・マーケティングが可能になります。そのため、プランソナー/mソナーの導入時には、それらを有効活用いただくために、「ユーソナー」による顧客保有の企業データベースの正規化、「LBC」との突合を行うことを推奨しています。

*3 ソナーサービス売上高の内訳を表す

At a glance



主要KPIは順調に成長中

売上高/売上高成長率

60.7億円

24/12期

20.6%

23/12期-24/12期

経常利益/経常利益率

9.0億円

24/12期

15.0%

24/12期

ソナーサービス^{*1}
ARR/ARR成長率
^{*2} ^{*3}

43.9億円

24/12期

23.3%

23/12期-24/12期

ソナーサービス^{*1}
契約件数^{*4}

841件

24/12期



ソナーサービス^{*1}
ARPA
^{*5}

43.5万円/月

24/12期

ソナーサービス^{*1}
Churn Rate^{*6}

0.36%

24/12期

従業員数

223名

24/12期

従業員離職率^{*7}

8.1%

24/12期

*1 ソナーサービス：法人データベース「LBC」を活用したサービス群（ユーソナー、プランソナー、mソナー等）

*2 ARR（Annual Recurring Revenue）：サブスクリプション型ビジネスにおける年間の定期的な収益。ARRは、12月時点でのユーソナーサービスにおける、月額サブスクリプション売上高に12を乗じて算出。

*3 ARR成長率：前年と比較したARRの増加率

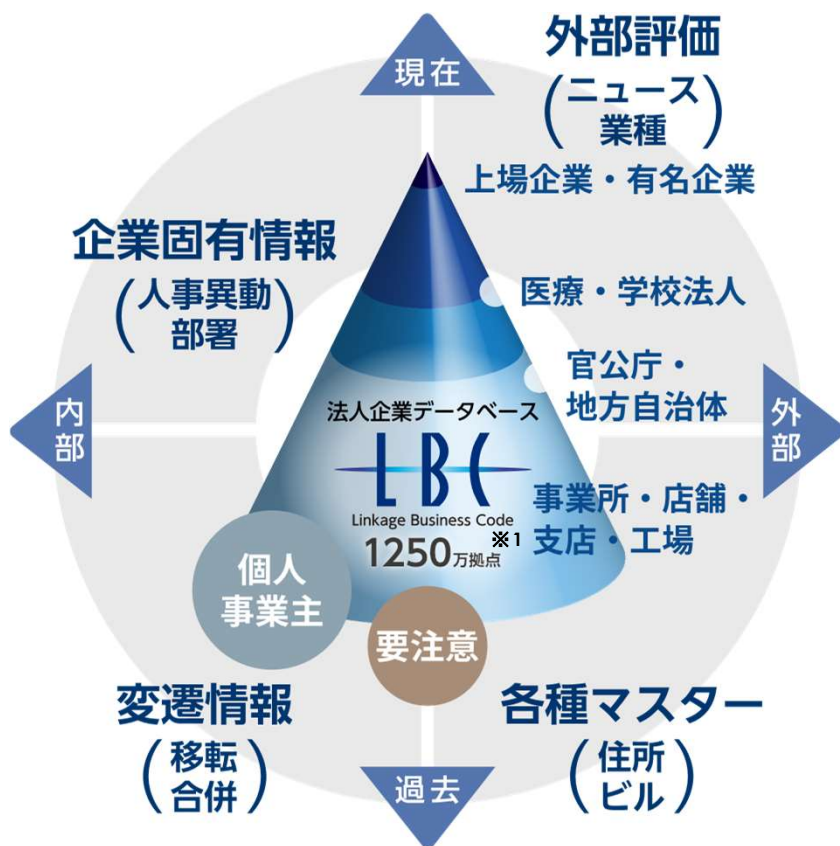
*4 契約件数は期末時点での契約件数を表す。期の途中で解約となった件数は含めない。

*5 ARPA（Average Revenue per Account）：1契約あたりの月間の平均収益額。12月単月のユーソナーサービスの月額サブスクリプション売上高を期末時点での契約件数で除して算出。

*6 Churn Rate（解約率）：直近1年間平均の月次解約率（解約に伴い減少する月額が、サービス全体の月額合計に占める割合）

*7 従業員離職率の計算方法は、離職者数 ÷ 1月1日現在（事業年度開始現在）の常用労働者数 × 100（％）

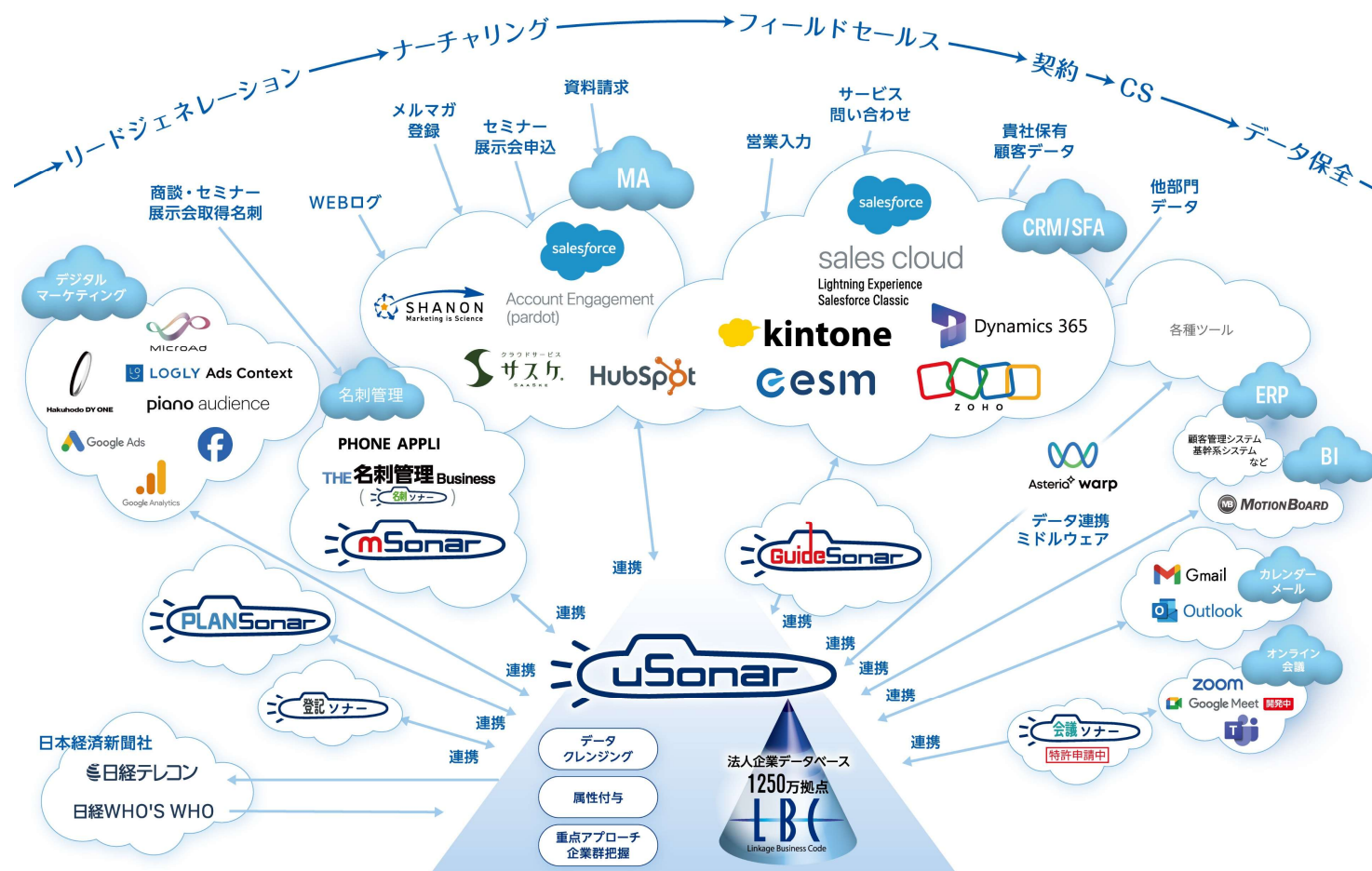
「ユーソナー」は、法人データベース「LBC」を活用し、顧客保有の法人データのメンテナンス工数削減、顧客分析の精度向上、営業・マーケティング活動の効率化・高度化を実現



「ユーソナー」で実現できること

重複データの 名寄せ	散在するデータの 統合・一元管理
顧客データへの 属性情報付与	企業情報の 自動更新
顧客情報の 入力負荷軽減	顧客傾向把握 (プロファイリング)
顧客企業別 実績集計	グループ内 未取引先把握
マーケット シェア把握	新規アプローチ リスト作成

「ユーソナー」は、データ連携により、SaaSプロダクト内の法人データの正規化、継続更新、企業属性の付与、未取引先データの反映などをシームレスに実現



他社SaaS（SFA/CRM/MA）とデータ連携し、データ利活用をサポート

Salesforce の登録情報

企業名	所在地	Webサイト
TEL	FAX	担当者情報

※名刺やフォーム入力情報など



ユーザーが付与する情報

正式な企業名	業種	従業員数
売上	事業所・拠点情報	グループ企業情報
決算月	ストーリー	LBCコード

など、89項目の企業属性情報を付与

取引先	
ユーザー株式会社	
LBC_業種名称1 情報提供サービス業	LBC_事業所状況フラグ 0
LBC_業種コード2 3929	LBC_事業所状況名称 非閉鎖
LBC_業種名称2 その他の情報処理・提供サービス業	LBC_合併先会社名
LBC_業種コード3 7281	LBC_上場区分フラグ 9
LBC_業種名称3 経営コンサルタント業	LBC_上場区分名称 非上場
LBC_法人マイナンバー 3011101023530	LBC_設立年(月) 199009
LBC_従業員数詳細レンジコード 07	LBC_代表者名 長竹 克仁
LBC_従業員数詳細レンジ名称 100~300人未満	LBC_代表者役職 代表取締役社長兼COO
LBC_当期利益詳細レンジコード 11	LBC_調査日 20210207
LBC_当期利益詳細レンジ名称 2億~5億円未満	LBC_グレード 6
LBC_売上高詳細レンジコード 06	ストーリーリスト DMP導入企業 / アクセス解析ツール導入企業 / ウェブツール導入企業 / ソーシャルプラグイン導入企業 / タグマネージャ導入企業 / ー

取引先やリードに付与が可能

「LBC」の企業情報を活かし、**戦略立案から現場営業の接点強化まで一貫支援**

プランソナー

市場を網羅した企業情報×自社データによる 
高精度ターゲティング



- 高い網羅性と豊富な属性を持つ法人データベース「LBC」から多様な切り口によりターゲットリストを抽出可能
- AIが自社顧客に類似する企業をリストアップ
- SFA連携により、リストごとのアプローチ状況を常時把握可能
- 自社保有データに「LBC」の属性を付与することで、精緻なマーケティングや営業の優先順位付けを実現
- 自社Webサイト来訪企業を可視化
- 特定分野への興味・関心を持つ企業を抽出（オプション）

mソナー

営業担当一人一人が持ち運べる、
名刺管理もできる企業情報アプリ



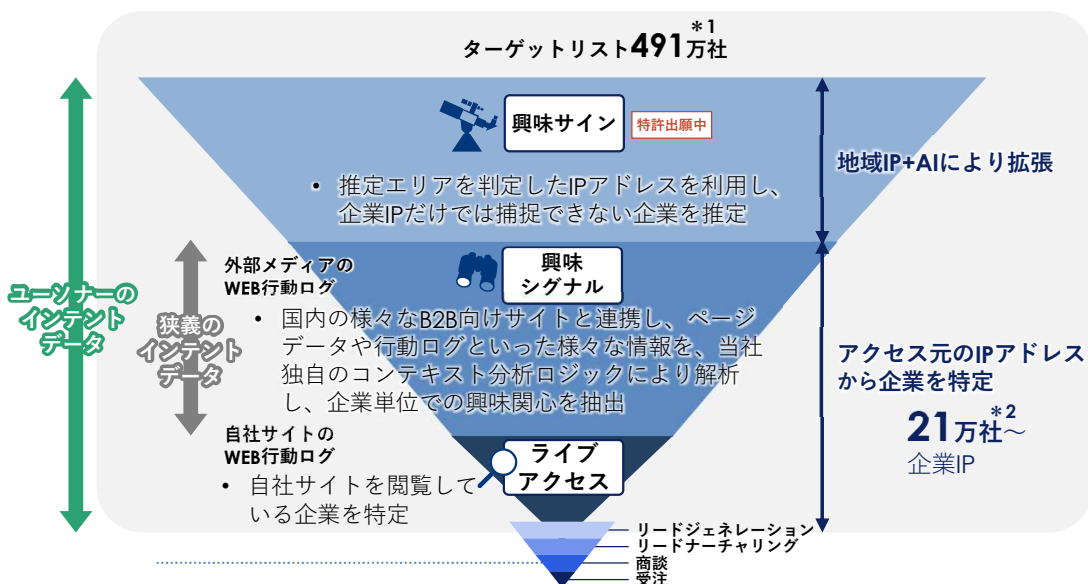
- 名刺管理アプリの基本機能を実装
- 名刺交換前でも、「LBC」の豊富な企業情報を即時参照
- モバイル端末で、いつでもどこでも顧客の名刺情報や企業情報、業界情報、人事異動、最新ニュースにアクセス可能
- SFA・CRMとのデータ連携により、既存取引先のグループ企業や拠点を把握し、関係性を活かした横展開が可能
- 要注意情報の把握により、営業先の選別が可能
- 同じ操作性でPCから利用できる「ガイドソナー」も提供中

独自の“兆し”情報の提供（プレミアム機能）



インテント（興味・関心）の検知や、リスク（与信・コンプライアンス）の可視化を実現

企業の動きを検知する“興味シグナル/興味サイン”

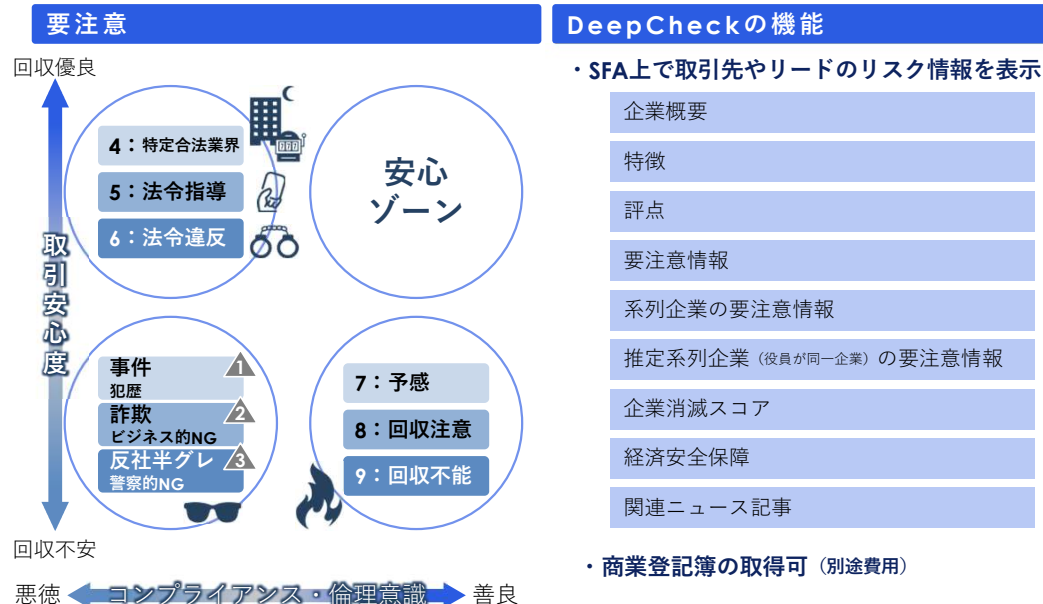


- Web行動ログを独自ロジックで解析し、企業のインテントを高精度に抽出（興味シグナル）
- さらに、地域IP情報とAIを活用し、検知対象を拡張（興味サイン）

*1 2025年8月時点の法人番号取得済み企業数（閉鎖分を除く）

*2 2025年8月時点

リスクを可視化する“DeepCheck”



- 公開情報と過去の履歴データをもとに、企業リスクを可視化
- 与信だけでなく、コンプライアンス観点での潜在リスクにも対応

お客様の声①



株式会社JTB様

名刺登録を簡易化、見込み企業リスト作成に必要な**名刺情報の登録が2.3倍に拡大**



導入前の課題

- お客さま情報を各営業拠点、各個人で管理しているため情報を有効活用できていなかった
- 法人営業活動に工数がかかっており、生産性に課題があった

導入の狙い

- 簡単に名刺取り込みができ、有益な企業属性の情報を紐づける
- 企業グループや事業所のつながりが名刺情報を起点として分かるようになる

導入効果

月の名刺登録数が**2.3倍にアップ**

- 手入力で行っていた当時
名刺登録数は月3,000枚
→導入後は**7,000枚**に増加



導入サービス



先端テクノロジーを実装

AIによるターゲティング「AIリスト」機能
最適な見込み企業リストをすぐ作成



株式会社ニトリ様

お客様と向き合う時間を創出したい！ **情報収集&登録の工数、年間1,300時間を削減**



導入前の課題

- 法人営業先の探索・ターゲティング、企業情報の収集が属人化していた
- 調査に時間がかかり、情報の登録が手間。お客様と向き合う時間が十分に確保できていない

導入の狙い

- 法人営業の業務改革プロジェクトを推進するなかで自社システムを開発
- 属人的な営業活動からの脱却
- IT化により営業をさらに戦略的に

導入サービス



導入効果

企業サーチ効率化&データ精度が向上、年1,300時間削減

信用調査のための収集
+
各種の企業情報の登録



業務効率化

● 3分→1分/件 375時間削減

+

● 5分→1分/件 1000時間削減

精度の高いターゲティング実現 時間も経費も効率化



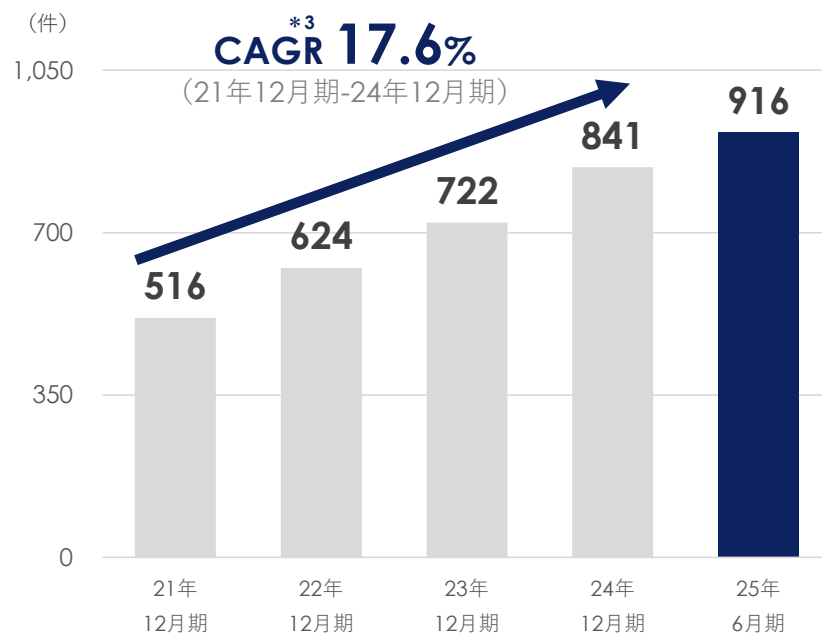
自社開発システム
ユーザー連携

- オフィス移転や社員寮あり企業に重点営業「ストーリー」リストを活用
- 自社サイト来訪あり企業に優先アポ「ライブアクセス」機能を活用

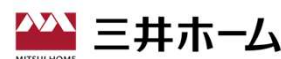
大手企業を中心に、様々な業界でユーソナーサービスの導入が進展

ソナーサービス^{*1} 契約件数^{*2}

契約件数は右肩上がりに成長



導入企業例



* 五十音順

- *1 法人データベース「LBC」を活用したサービス群（ユーソナー、プランソナー、mソナー等）
 *2 契約件数：年度末または上半期末時点でのサービスの契約件数（ID数に関わらず、1契約1件でカウント。1社で複数契約ある場合、各々1件でカウント。グループ企業で1契約の場合、1件でカウント）
 *3 CAGR（Compound Annual Growth Rate）：複利計算に基づく年間平均成長率

SaaSプロダクトとして高評価を連続受賞

「Grid Award 2025 Spring」7部門で最高位LEADER認定



IT Reviewで投稿されたレビューを元に四半期に一度支持された製品に贈られるAward



企業データベース部門

ABMツール部門

営業リスト作成ツール部門

セールスイネーブルメントツール部門

反社チェックツール部門

17期
連続

12期
連続

9期
連続

NEW

NEW



名刺管理ソフト部門

反社チェックツール部門

6期
連続

NEW



03 | 競争優位性

- 01 | 会社概要
- 02 | 事業内容
- 03 | 競争優位性**
- 04 | マーケット環境
- 05 | 成長戦略
- 06 | KPIハイライト
- 07 | リスク事項
- 08 | Appendix

ユーソナーの競争優位性が作り出す参入障壁

新規参入プレイヤー（例）

データ収集・整備に多大なコスト・
時間をかける必要あり

既存法人データベースプレイヤー（例）

^{*1} データクレンジング・^{*2} 名寄せ技術
には長年の試行錯誤が必要



1

模倣困難なデータベース

2

プロダクト開発力

3

非競争のポジショニング

*1 データクレンジング：入力ミスや欠損などの修正、古い情報の更新、略称や書式の統一を行い、データを正規化する処理

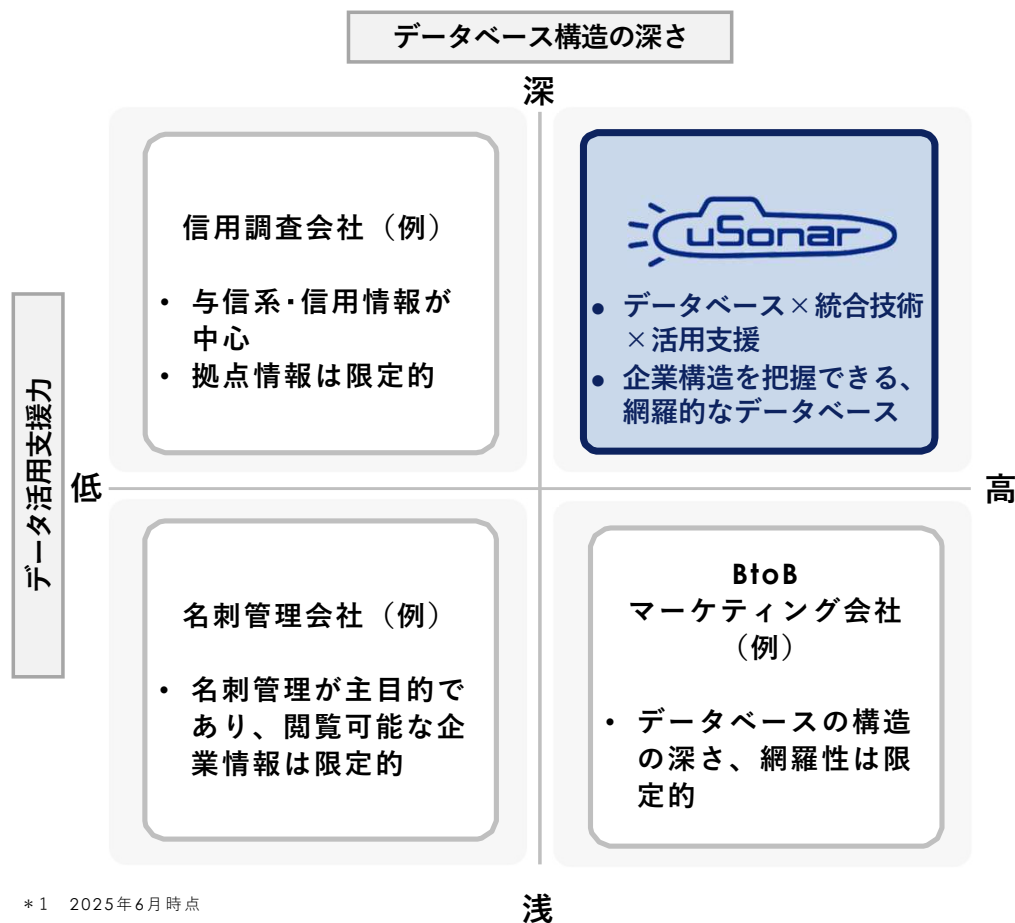
*2 名寄せ：複数のデータソースに散在する同一実体のデータを特定し、統合する処理

① データベース

市場における独自ポジション



「法人データ」 × 「活用支援」のハイブリッドモデルが選ばれる理由



*1 2025年6月時点

©uSonar Co., Ltd.<CONFIDENTIAL>

選ばれる理由

1 データベース × 技術 × 活用支援を一体化

- 企業情報を「検索できる」だけでなく「**名寄せ・統合できる**」
- 自社の**CRMやSFA**とスムーズに連携し、「**動かせるデータ**」として届ける支援体制

2 構造の深さと網羅性で選ばれる

- 約**1,250万件^{*1}**の**拠点データ**で本社・拠点単位のターゲティング
- グループ企業・系列・M&Aなどの**つながりや履歴情報**も網羅
- 「他社では取得できない企業構造が見える」と高評価

3 比較検討される中でも"選ばれ続ける理由"がある

- 価格競争ではなく「**精度・拡張性・接続性**」での評価
- 情報の量・質・技術力・導入支援の4点で**バランスの取れた設計**
- 実務部門に支持される実用性の高さ

① データベース

長年の情報蓄積による唯一無二のデータベース



「LBC」は「深さ」「幅広さ」「新鮮さ」を蓄積することで常に価値向上を行う

深さ



インターネット
普及前からデータを

30年以上
積み上げ

国内 **1,250万拠点**^{*1}
の情報を蓄積

幅広さ



公的情報
企業の興味関心
Web上の情報など
**幅広い情報を
収集**

業界、業種を限定せず
様々な分野で使えるデータ
120項目以上^{*2}を蓄積

新鮮さ



日々、様々なデータ
ソースから収集される
**最新の情報に
更新**

項目ごとに
随時アップデートし、
データ鮮度を高く維持

*1 2025年6月時点

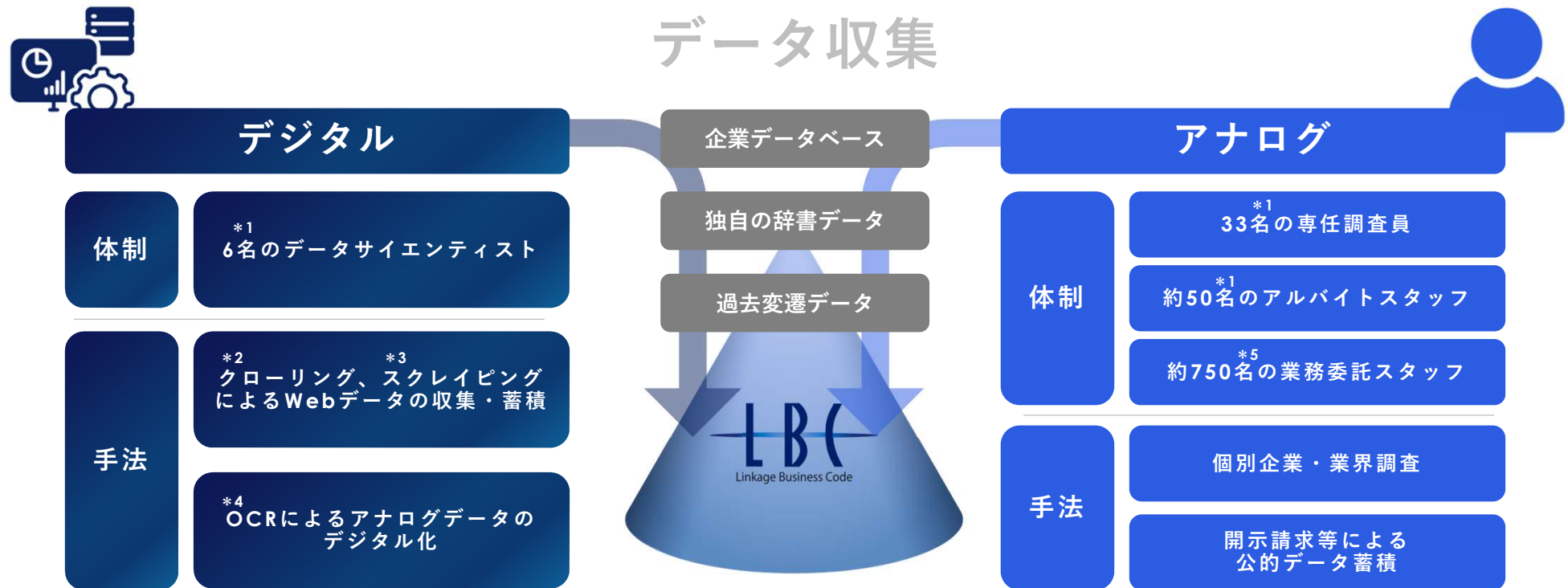
*2 2025年8月時点

① データベース

LBCの価値の源泉となる情報収集力



LBCを競争優位の源泉と位置づけ、デジタル手法・アナログ手法の両面からリソース投下



- *1 2025年8月時点
- *2 クローリング：Webページを自動巡回し情報を収集する技術
- *3 スクレイピング：Webページから特定データを抽出する技術
- *4 OCR（Optical Character Recognition）：画像やPDF内の文字を認識しテキストデータに変換する技術
- *5 直近1年間のアクティブな業務委託スタッフ数の月平均（月々の人員数の合計÷12で算出）

① データベース

長い時間をかけて積み上げてきたクレンジングのノウハウが強み



データベースの構築には、**データの辞書が必要**

当社は収集した情報を整理する**高度なクレンジングノウハウを保有**

過去情報マスター（例）

当社が保有するナレッジを使用

■社名変更 パナソニックLSネットワークス(株) *2022/4に社名変更	▶ パナソニックEWネットワークス(株)
日本ユニシス(株) *2022/3に社名変更	▶ BIPROGY(株)
(株)三城ホールディングス *2022/4に社名変更	▶ (株)バリミキホールディングス
■移転 ビー・エム・ダブリュー(株)の場合 東京都千代田区丸の内1丁目9-2 グラントウキョウサウスタワー *2022/2に移転	▶ 東京都港区東新橋1-9-1 東京汐留ビルディング
住友化学(株)の場合 東京都中央区新川2丁目27-1 東京住友ツインビル東館 *2021/11に移転	▶ 東京都中央区日本橋2丁目7-1 東京日本橋タワー

統廃合・移転など
企業再編に伴う
情報変更

市町村合併マスター（例）

全国地方公共団体コード*に準拠

■熊本市(政令指定都市化に伴い区分け) 熊本市手取本町 熊本市和泉町	▶ 熊本市中央区手取本町 ▶ 熊本市北区和泉町
■栃木市(合併) 下都賀郡岩舟町	▶ 栃木市岩舟町

*一般公開されている住所情報のコード

住所情報の標準化

企業名ナレッジマスター（例）

当社が保有するナレッジを使用

■表記違い キュービー(株)	▶ キュービー(株)
ニッカウイスキー(株)	▶ ニッカウイスキー(株)
JAL	▶ 日本航空(株)
ICU	▶ 国際基督教大学
(株)東京放送ホールディングス	▶ (株)TBSホールディングス
(株)イトーヨーカドウ イトーヨーカドー	▶ (株)イトーヨーカ堂
NEC(株) NECニホンデンキ(株) ニッポンデンキ(株) ニホンデンキ(株)	▶ 日本電気(株)

略称情報を
正式名称に変換

書式統一マスター（例）

■漢数字の統一 東京都千代田区丸の内一丁目	▶ 東京都千代田区丸の内1丁目
■記載漏れ、誤記等の補正 東京都新宿 東京都新宿区市ヶ谷 東京都港区白金代	▶ 東京都新宿区西新宿 ▶ 東京都新宿区市谷 ▶ 東京都港区白金台
■拗音の統一 東京都渋谷区幡ヶ谷	▶ 東京都渋谷区幡ヶ谷

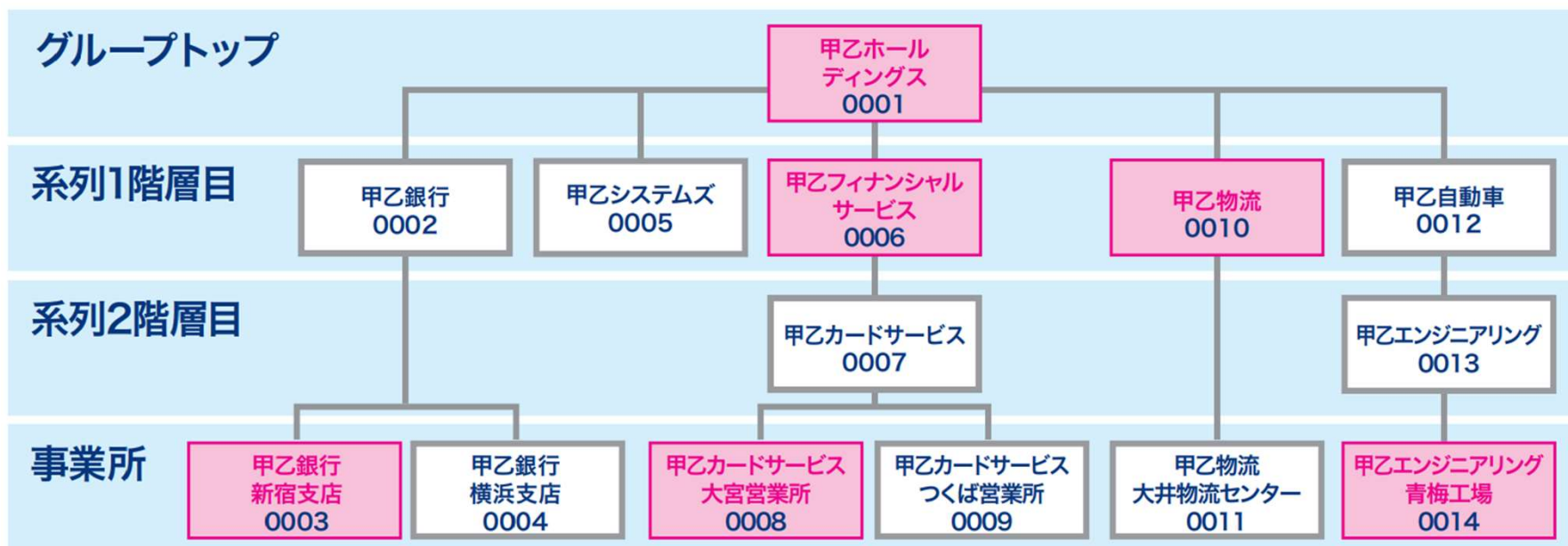
住所情報の標準化

① データベース

系列の可視化



関連する拠点をグルーピングすることで、企業グループ単位でのデータ管理を可能にし、未取引拠点の把握、既存の接点を活かした営業活動をサポート



LBCコードにより、資本関係（親子会社）、
拠点関係（本店－事業所）を可視化

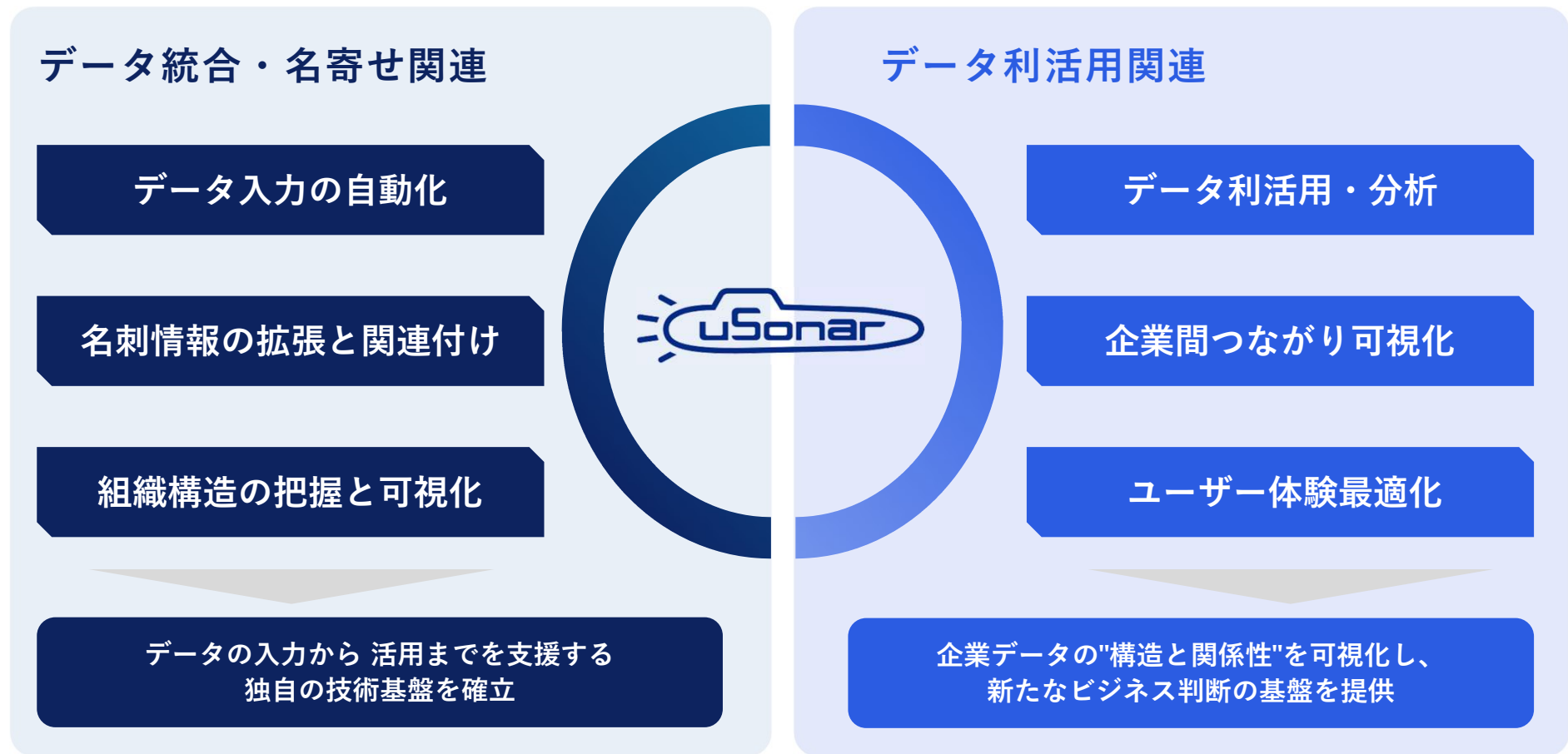
LBC	本社LBC	親会社LBC	系列LBC	系列トップLBC	社名	事業所名
0001	0001	0001	0001	0001	甲乙ホールディングス	
0002	0002	0001	0001	0001	甲乙銀行	
0003	0003	0001	0001	0001	甲乙銀行	新宿支店
0004	0004	0001	0001	0001	甲乙銀行	横浜支店
0005	0005	0001	0001	0001	甲乙システムズ	
0006	0006	0001	0001	0001	甲乙フィナンシャルサービス	
0007	0007	0006	0006	0001	甲乙カードサービス	
0008	0008	0006	0006	0001	甲乙カードサービス	大宮営業所
0009	0009	0006	0006	0001	甲乙カードサービス	つくば営業所
0010	0010	0001	0001	0001	甲乙物流	
0011	0011	0001	0001	0001	甲乙物流	大井物流センター
0012	0012	0001	0001	0001	甲乙自動車	
0013	0013	0012	0012	0001	甲乙エンジニアリング	
0014	0014	0012	0012	0001	甲乙エンジニアリング	青梅工場

② プロダクト開発力

特許による参入障壁



特許の取得により、データ統合・名寄せ・データ利活用において確固たる参入障壁を確立



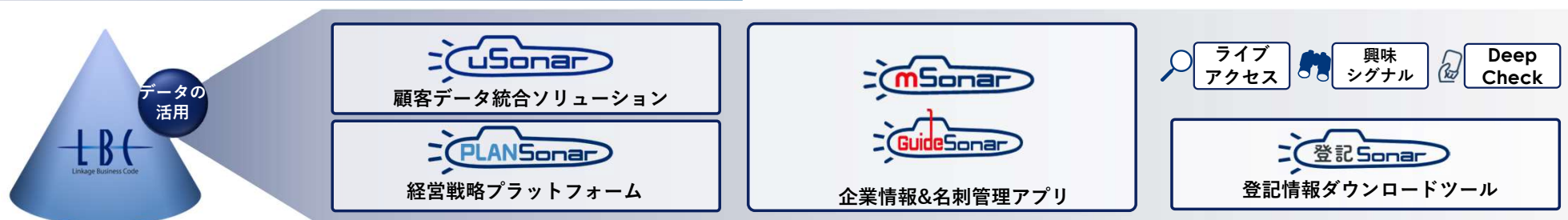
② プロダクト開発力

“LBC”データ活用を実現するマルチプロダクト



当社エンジニアチームは、LBCデータのポテンシャルを最大限発揮するための
自由なアイディアとそれを実装する高いプロダクト開発力を有する

当社プロダクトラインナップ



LBCを活用し、複数の自社プロダクトを展開

プロダクトアイデア創造を後押しする職場環境

オフィス



テーマパーク型オフィス
豊かなアイデア創造をサポート

食事



無料の昼食など飲食の補助で
社員の健康をサポート

カウンセリング



社外のカウンセリング制度導入でメンタルケアのサポート

ダイバーシティ



女性育休復帰率
100%

社員からの評価スコア

3.96/5.00点



75,497社中
上位1%の高スコア

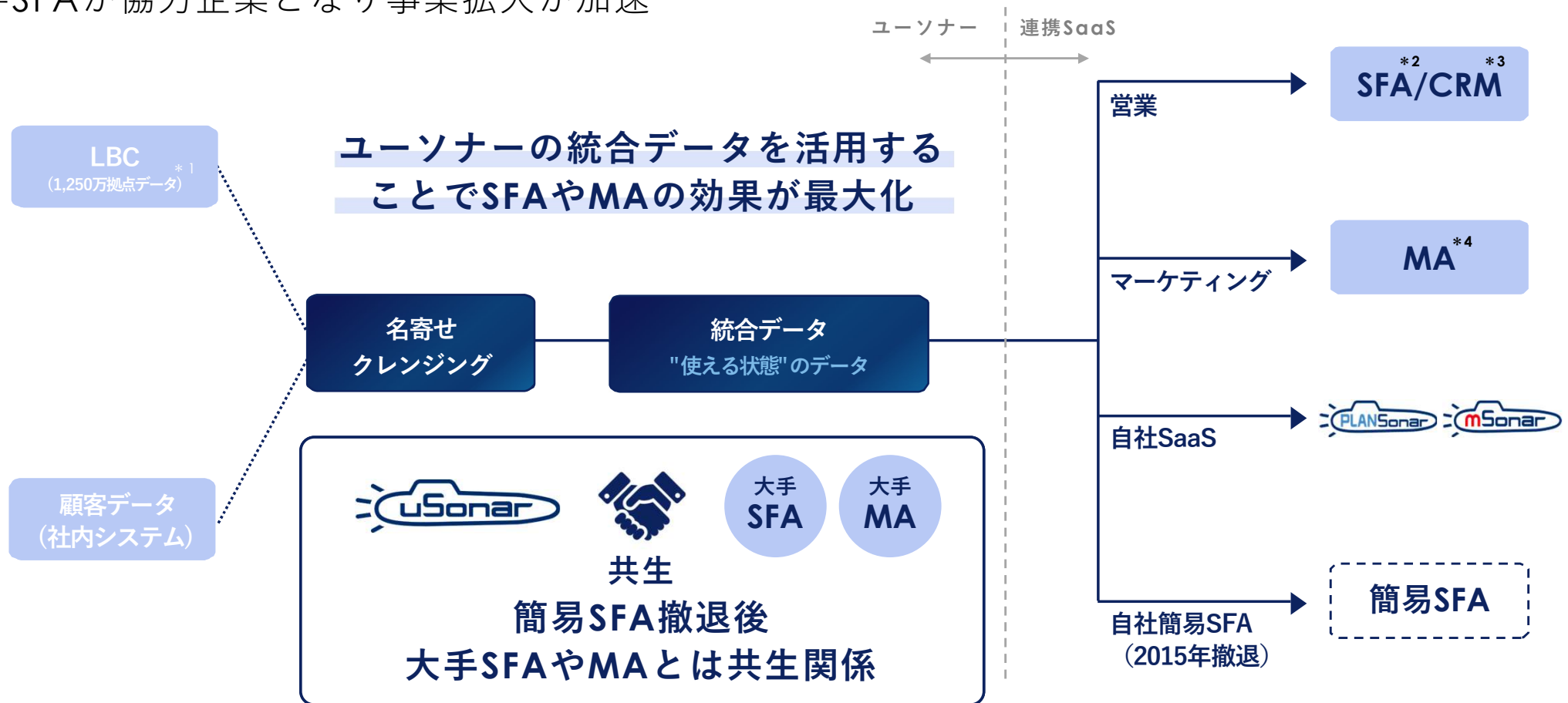
※openworkの総合評価参照
(2025年8月12日時点)

③ 非競のポジショニング

大手SFAとMAとは共生関係を構築



簡易SFA事業から撤退し、競争しない戦略をとることで、独自のポジショニングを確立
大手SFAが協力企業となり事業拡大が加速



*1 2025年6月時点

*2 SFA (Sales Force Automation) : 営業活動の効率化と管理を目的に、顧客情報や案件ステータスの管理・共有、営業活動の分析等を実施できるツール

*3 CRM (Customer Relationship Management) : 顧客情報や行動履歴、顧客との関係性を管理し、顧客との良好な関係を構築・促進するための戦略やツール・システム

*4 MA (Marketing Automation) : マーケティング活動の効率化と自動化を目的に、メルマガの自動配信、顧客データの分析、マーケティングキャンペーンの効果測定等を実施できるツール

③ 非競のポジショニング

パートナーからの評価



Salesforceからもパートナーとして高い評価を受賞。共生関係を構築

Salesforce Japan Partner Award 2025 ユーソナー 2賞 同時受賞！

Customer Success部門

受賞



AppExchangeサイトで多くのレビューを獲得され、かつ、ユーザーから高い評価を得ているパートナー

Growth部門

受賞



各業界における幅広い知見と高い技術力を発揮し、Salesforceビジネスの推進だけでなく、業界におけるSalesforce認知度の向上を推進いただいたパートナー

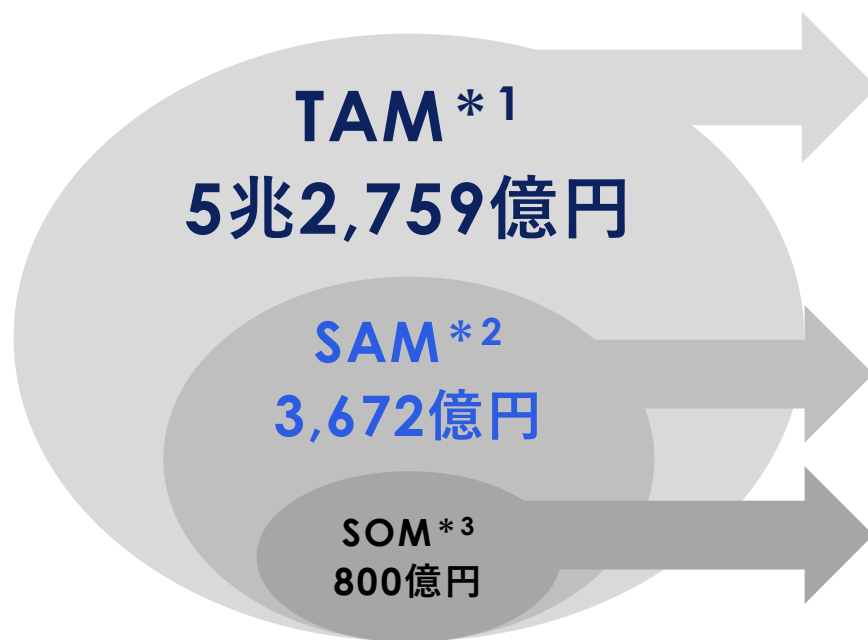
04 | マーケット環境

- 01 | 会社概要
- 02 | 事業内容
- 03 | 競争優位性
- 04 | マーケット環境**
- 05 | 成長戦略
- 06 | KPIハイライト
- 07 | リスク事項
- 08 | Appendix

国内においてDX関連投資は着実な成長が見込まれており、**MAやSFAなどのマーケティングツールは企業活動になくてはならない存在**となることが予想される

ユーソナーの市場規模と市場の成長要因

2024年時点の市場規模



市場の成長要因

デジタルトランスフォーメーション市場

- ・ 業務のデジタル化と共に、データ活用の投資拡充が継続
- ・ データ活用による生産性向上やリードタイム短縮を目的に、製造業における伸びが拡大
- ・ 人手不足や高齢化により、特に小売業界において関連投資の拡大が継続

SFA・MA・CRM市場

- ・ AI機能とデータ分析により、マーケティングツールが単なる業務効率化ツールから企業の競争優位性を強化する基盤へと変革
- ・ ツールの機能拡張・高付加価値商品により単価の上昇が見込まれる

国内エンタープライズ向け市場

- ・ ターゲットである国内の売上100億円以上の企業に広範なアップサイドが存在

* 上記は当社が想定する各市場の潜在的な最大規模を意味しており、2025年9月現在で当社が営む事業の客観的な市場規模を示す目的で算出されたものではありません。

* SFA (Sales Force Automation) : 営業活動の効率化と管理を目的に、顧客情報や案件ステータスの管理・共有、営業活動の分析等を実施できるツール

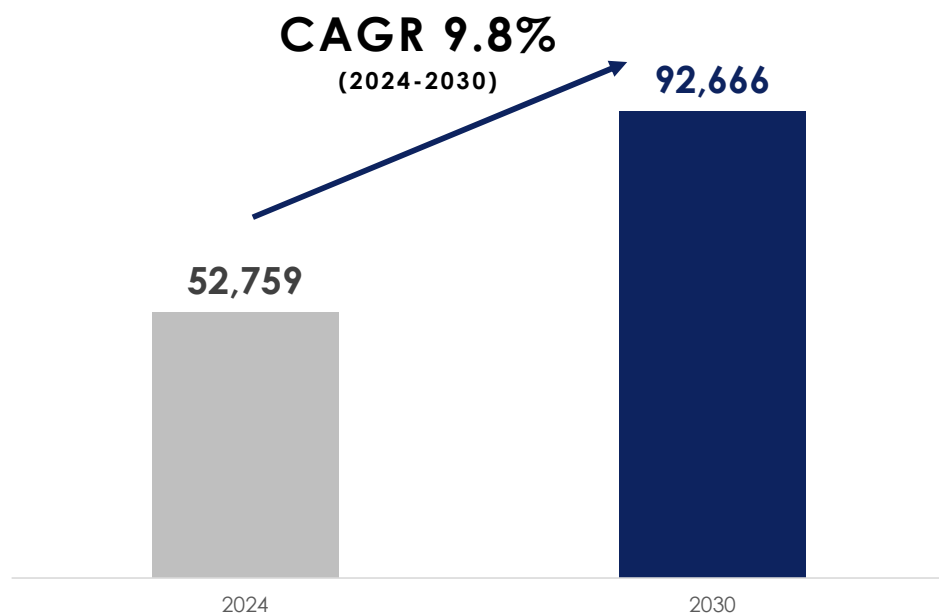
* MA (Marketing Automation) : マーケティング活動の効率化と自動化を目的に、メルマガの自動配信、顧客データの分析、マーケティングキャンペーンの効果測定等を実施できるツール

* CRM (Customer Relationship Management) : 顧客情報や行動履歴、顧客との関係性を管理し、顧客との良好な関係を構築・促進するための戦略やツール・システム

MA・CRM・SFA市場は、DX市場の中でも特に高成長が見込まれている領域

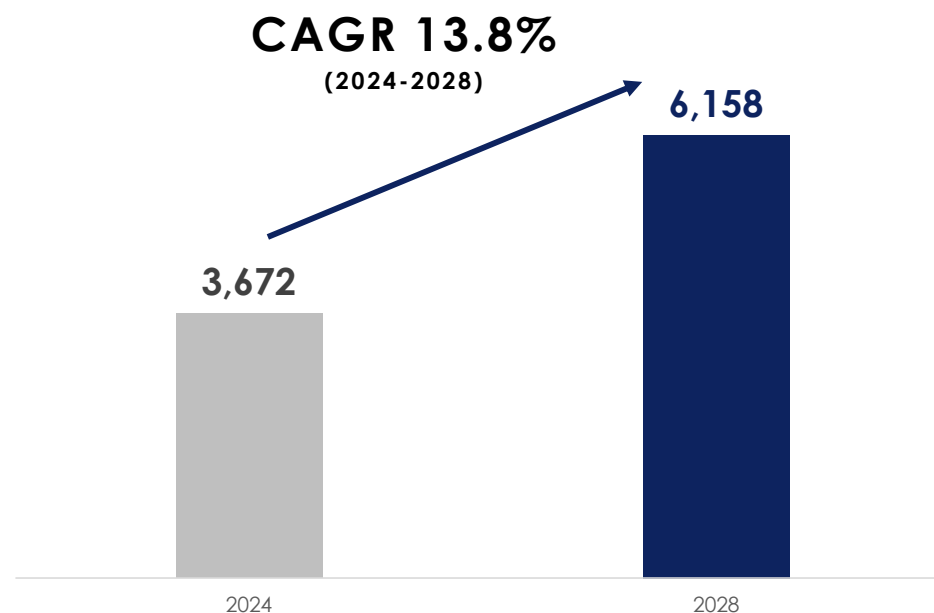
国内DX投資額の推移予想^{*1}

(億円)



国内MA・CRM・SFA市場予測^{*2}

(億円)



*1 出典：富士キメラ総研 プレスリリース「『2025 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望 市場編』まとまる（2025/4/24発表 第25043号）」

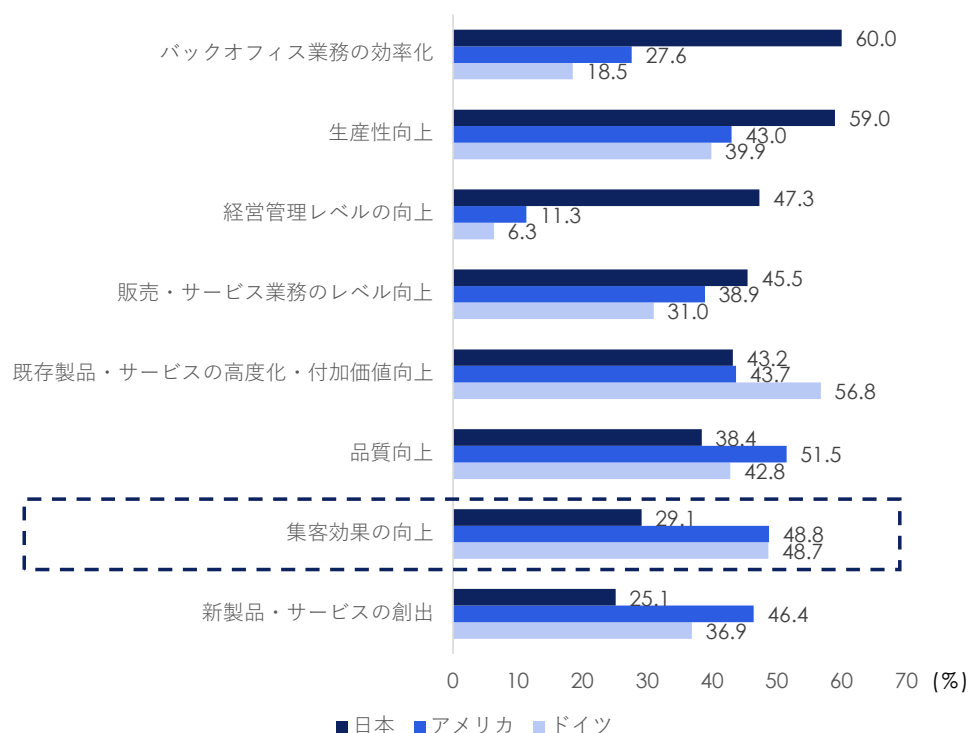
*2 出典：矢野経済研究所 プレスリリース「デジタルマーケティング市場に関する調査を実施（2025年）」

国内のデータ活用営業支援の成長余地

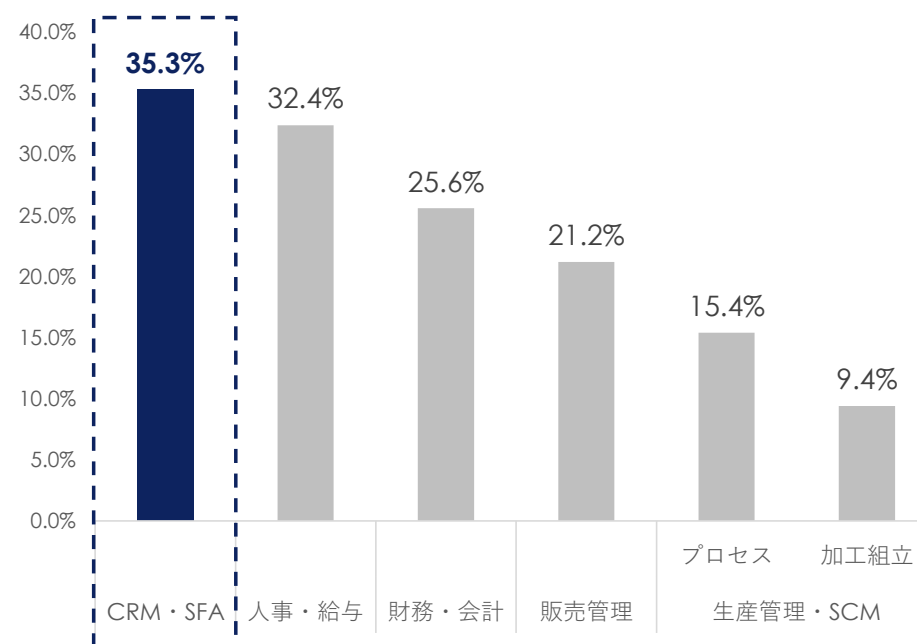


日本国内においては、営業支援におけるデータ活用が十分に進んでいないのが現状であり、**企業のMA・SFA・CRMツールにも大きく導入余地が残存**

日本と他国におけるデータ利活用目的の比較*1



用途別導入予定のソフトウェア*2



*1 出典：独立行政法人情報処理推進機構「日米独比較で探る成果創出の方向性「内向き・部分最適」から「外向き・全体最適」へ」

*2 出典：矢野経済研究所 プレスリリース「ERP及びCRM・SFAにおけるクラウド基盤利用状況の法人アンケート(2025年)」

05 | 成長戦略

- 01 | 会社概要
- 02 | 事業内容
- 03 | 競争優位性
- 04 | マーケット環境
- 05 | 成長戦略**
- 06 | KPIハイライト
- 07 | リスク事項
- 08 | Appendix

顧客基盤拡大／単価向上／解約率低減により安定的かつ持続的な成長を目指す

1 顧客基盤拡大

グループ内深耕×業界内横展開
による効率的な顧客基盤の拡大

代理店活用による
チャネルの拡大

2 単価向上

豊富なプロダクトを活用した
クロスセルによる単価向上

導入企業における利用者数の
増加による単価向上

3 解約率低減

LBCと他システムの連携の
提案促進による解約率低減

データ品質やUI/UXの
継続的改善による解約率低減

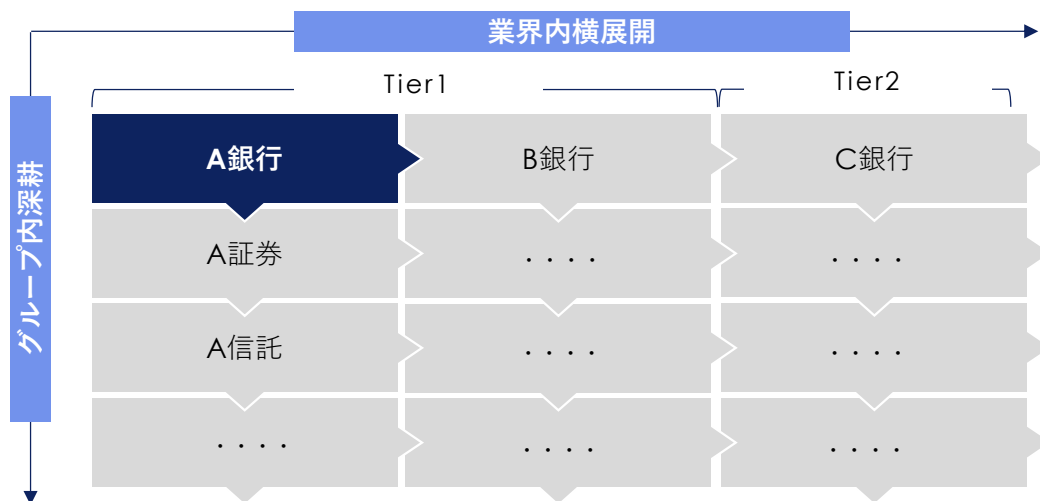
顧客基盤の拡大



業界のトップ企業及びグループ企業を押さえることで効率的に顧客基盤を拡大

センターピン戦略による効率的な顧客拡大を目指す

認知度向上施策と営業体制強化によって、センターピンとなり得る企業の獲得を目指す。今後は直販営業だけではなく、代理店販売も強化



「グループ内深耕 × 業界内横展開」

広範な拡大余地

法人データベース整理の概念が浸透することで、潜在需要が更に顕在化していくことを見込む

売上100億円以上企業数*1

15,016社

約24倍

契約社数*2
620社
24/12期

「約24倍の開拓余地」

*1 2025年8月現在の当社データベース内の売上100億以上の一般企業の件数

*2 2024年12月時点の継続取引先のうち、直近年度の売上が100億円以上である企業の数（当社調べ）

単価の向上施策



法人データベース活用を根付かせるCSの強化によって、既存プロダクトに加え、新規プロダクトへのクロスセルによる単価向上を目指す

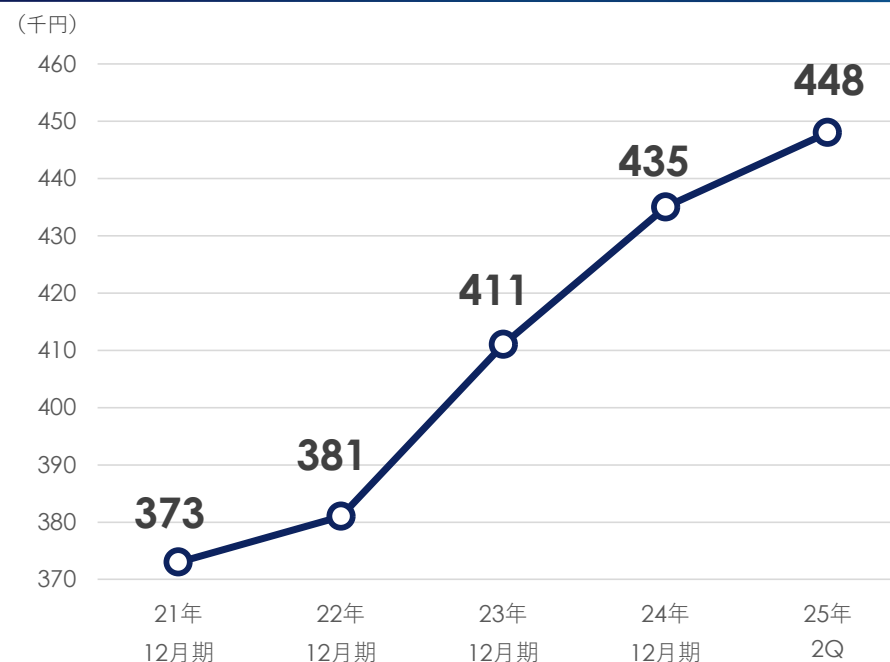
クロスセルによる単価の向上



*1
クロスセル比率は27%のため、
単価向上の余地は大きい

*1 クロスセル比率は、2024年12月時点で、全てのソナーサービス（ユーソナー・プランソナー・mソナー）を導入している契約件数を、ソナーサービス全体の契約件数で除して算出

ソナーサービス^{*2} / ARPA^{*3}



*2 ソナーサービス：法人データベース「LBC」を活用したサービス群（ユーソナー、プランソナー、mソナー等）

*3 ARPA：1契約あたりの月間の平均収益額。年度末または上半期末時点のソナーサービスの月額サブスクリプション売上高を年度末または上半期末時点での契約件数で除して算出。

独自の取り組みにより、低い解約率を実現

低解約率を実現する独自の施策

サービスの有効活用/利用率向上の働きかけ

- －SFA/MA等との連携によるLBC有効活用を提案
- －CSによる導入後サポートによる利用率向上

サービスの品質向上

- －ユーザーからの要望を速やかにサービスに反映
- －データ品質やUI/UXの継続的な改善
- －新サービスの定期的な開発・投入

サービスの自社利用

- －当社サービスを自社の営業・マーケティング活動において積極的に活用し、顧客への提案に反映

顧客接点の強化

- －顧客とのリレーションの構築・強化

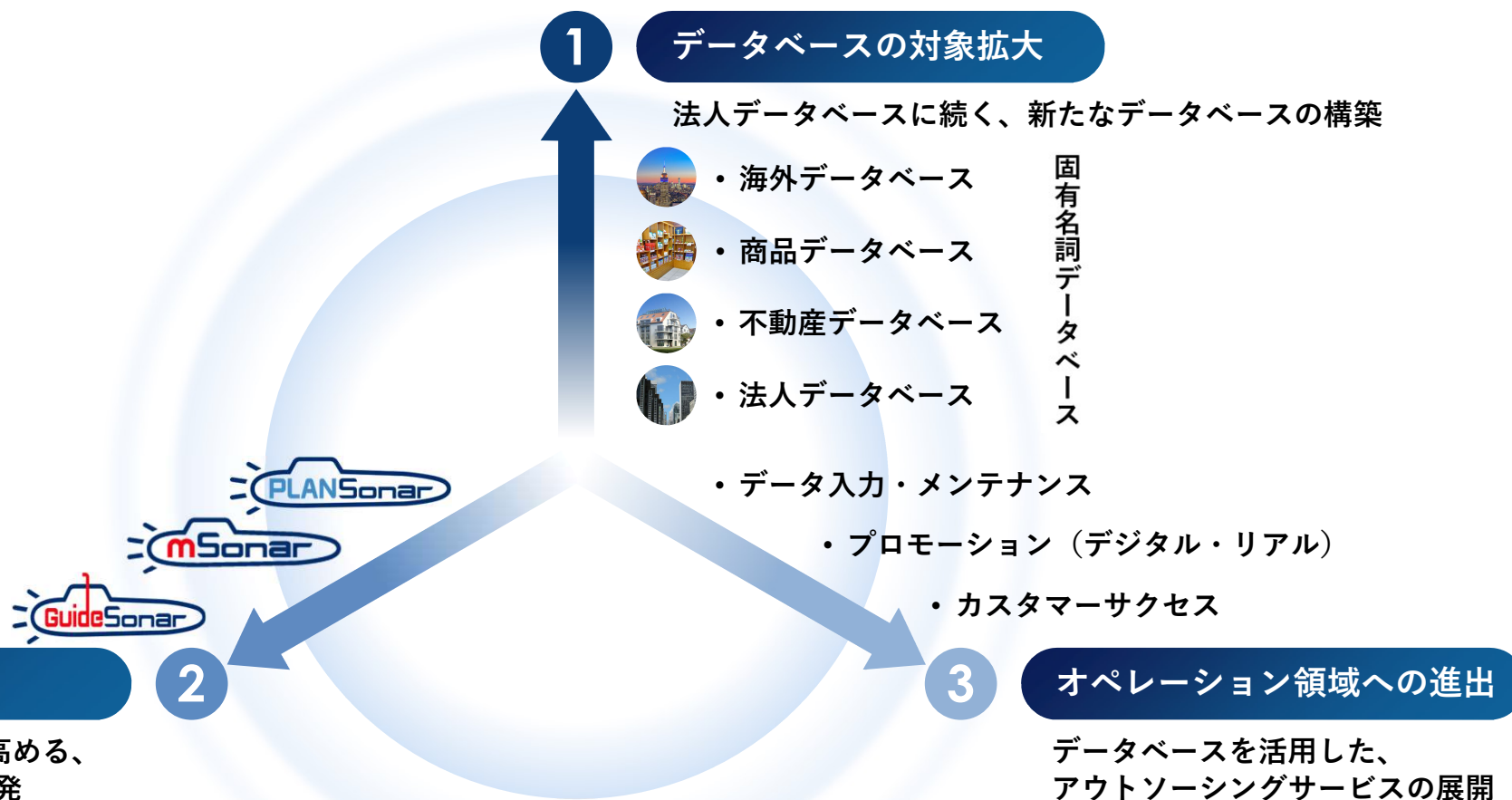
ソナーサービス^{*1}/12か月の平均解約率^{*2}



*1 法人データベース「LBC」を活用したサービス群（ユーソナー、プランソナー、mソナー等）

*2 月次解約率：解約に伴い減少する月額が、サービス全体の月額合計に占める割合

データベースの対象拡大を核に、更なるSaaSサービスの開発に加え、データベースを活用した周辺領域での事業展開を目指す



06 | KPIハイライト

- 01 | 会社概要
- 02 | 事業内容
- 03 | 競争優位性
- 04 | マーケット環境
- 05 | 成長戦略
- 06 | KPIハイライト**
- 07 | リスク事項
- 08 | Appendix

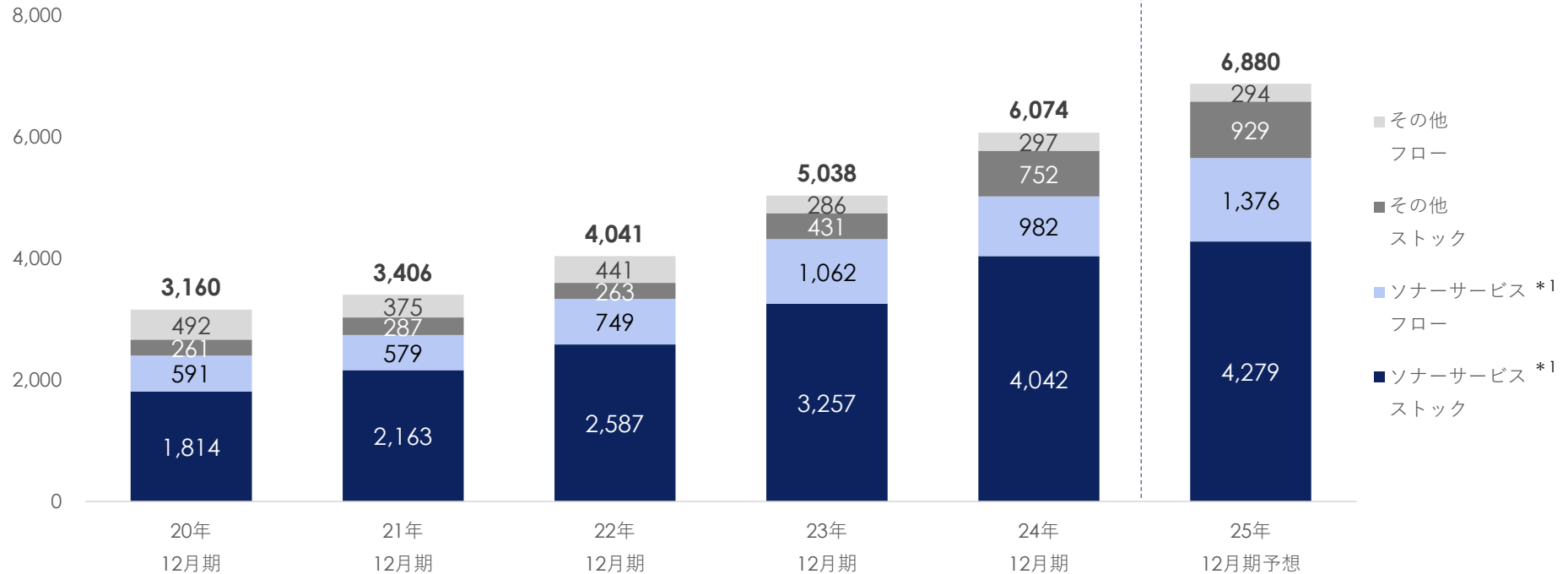
KPIハイライト①



製品競争力向上・認知度の向上により、2021年より成長が加速
 全社売上高のうちストック型の売上高が全体の79%^{*2}を占める安定した収益基盤を実現

売上高

(百万円)



*1 ソナーサービス：法人データベース「LBC」を活用したサービス群（ユーソナー、プランソナー、mソナー等）

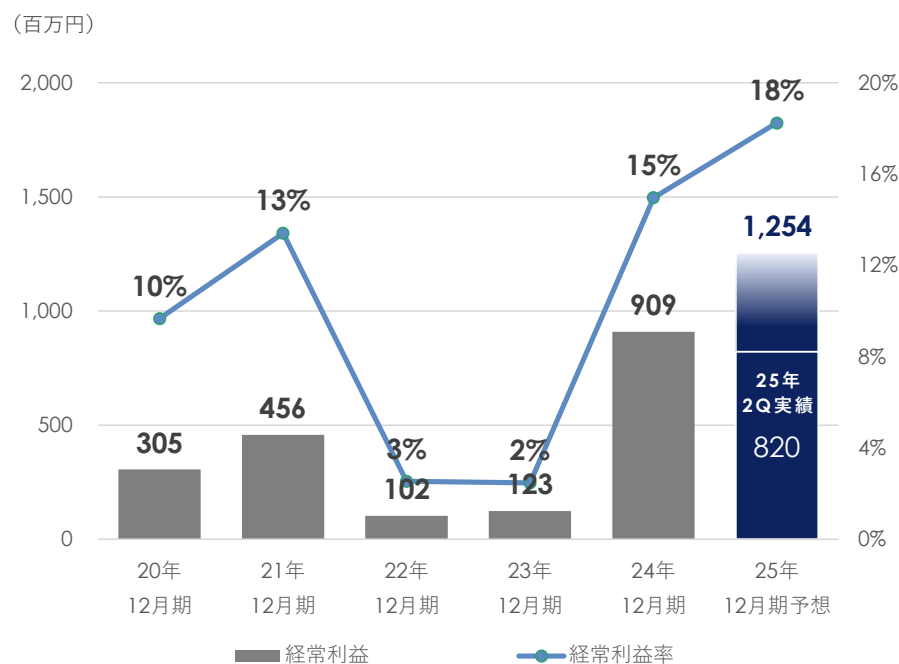
*2 2024年12月期末時点

KPIハイライト②



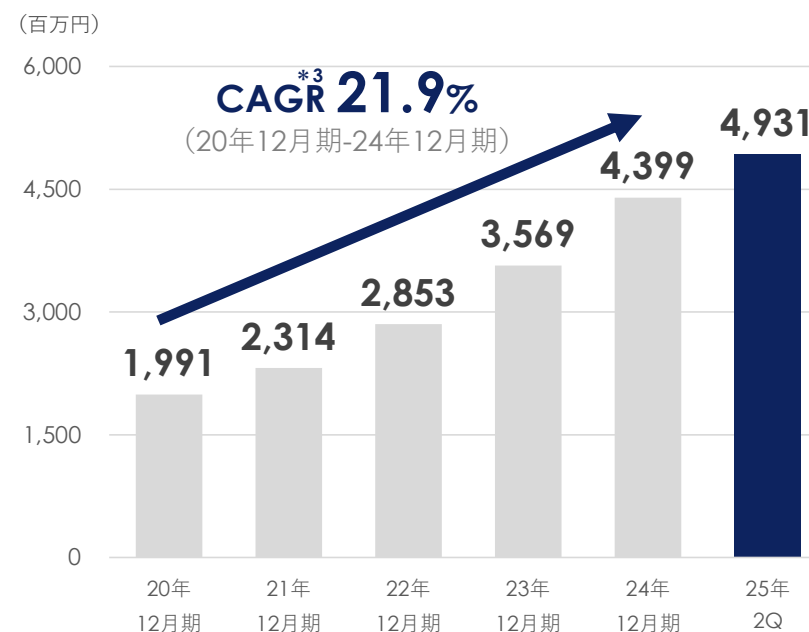
経常利益/経常利益率

2024年はストック型売上高の続伸により大幅増益
2025年通期も経常利益率の改善を予想



ソナーサービス^{*1} /ARR^{*2}

ARRは成長率が高く、安定した収益を創出



- *1 法人データベース「LBC」を活用したサービス群（ユーソナー、プランソナー、mソナー等）
 *2 ARR（Annual Recurring Revenue）：サブスクリプション型ビジネスにおける年間の定期的な収益。ARRは、12月時点（25年2Qについては2025年6月時点）でのソナーサービスの月額サブスクリプション売上高に12を乗じて算出。
 *3 CAGR：複利計算に基づく年間平均成長率

財務ハイライト：損益計算書



単位：百万円	2020年12月	2021年12月	2022年12月	2023年12月	2024年12月	2025年12月予想
売上高	3,160	3,406	4,041	5,038	6,074	6,880
売上原価	1,043	912	1,982	2,176	2,316	2,581
うちデータ仕入	221	157	748	798	653	676
売上総利益	2,117	2,494	2,058	2,862	3,758	4,298
販売費及び一般管理費	1,807	2,033	1,949	2,746	2,847	3,037
うち給与及び手当	762	846	903	1,038	1,196	1,041
うち広告宣伝費	42	50	137	655	441	402
営業利益	309	460	109	115	910	1,261
営業外収益	1	0	3	14	3	3
営業外費用	5	4	9	6	5	10
経常利益	305	456	102	123	909	1,254
特別利益	0	1	-	1	6	-
特別損失	6	1,000 ^{*1}	-	6	-	79
税引前当期純利益	299	△542	102	118	915	1,175
当期純利益	203	△353	64	74	634	768

*1 主に企業データベースの強化のため、9.9億円で商業登記簿を購入したことによる特別損失

財務ハイライト：貸借対照表



単位：百万円	2020年12月	2021年12月	2022年12月	2023年12月	2024年12月	2025年12月 予想
流動資産合計	1,986	2,378	2,756	2,993	3,870	5,717
現預金	1,600	1,864	2,245	2,428	3,222	4,860
固定資産合計	936	1,055	950	952	1,070	1,418
資産合計	2,922	3,433	3,707	3,945	4,941	7,136
流動負債合計	1,238	1,269	1,362	1,755	1,989	2,060
固定負債合計	510	634	391	161	293	447
有利子負債合計 * 1	854	1,036	776	536	306	296
負債合計	1,749	1,903	1,753	1,917	2,283	2,508
純資産合計	1,173	1,530	1,953	2,028	2,658	4,627
負債・純資産合計	2,922	3,433	3,707	3,945	4,941	7,136

* 1 短期借入金、1年内償還予定の社債、1年内返済予定の長期借入金、社債、長期借入金の合計額

07 | リスク事項

- 01 | 会社概要
- 02 | 事業内容
- 03 | 競争優位性
- 04 | マーケット環境
- 05 | 成長戦略
- 06 | KPIハイライト
- 07 | リスク事項**
- 08 | Appendix

主要なリスク及び対応策



主要なリスク	リスク対応策	発生可能性	発生時期	影響度
経営環境の変化について 当社の提供する「ユーソナー」を中心とするサービスは、企業を対象としており、当該企業のIT投資予算にもとづいて購買いただいております。企業側のIT投資マインドが減退する場合には、新規契約社数の低迷並びに契約済みの顧客企業からの解約、販売単価の減少も予想され、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	当社では、顧客企業の業務効率化に寄与し、営業活動や顧客データ管理において不可欠なサービスを提供することで、IT投資マインドが減退する中でも新規契約を獲得し、既存契約を維持できるよう努めております。また、サービス品質の向上や、顧客企業への適時・適切なフォローを通じて、顧客満足度の向上に努めております。	中	特定時期なし	中
技術革新について 当社は、インターネット関連技術を基盤にしたサービスを提供しております。インターネット関連技術は、新技術の開発やそれらを利用した新サービスの導入が相次いで行われており、変化が激しくなっております。激しい環境変化への対応が遅れた場合には、当社のサービスの陳腐化、競争力の低下が生じる可能性があります。また、環境変化への対応のために新技術及び新サービスに多大な投資が必要となった場合には、当社の事業活動並びに財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	当社では、新技術についての情報収集や、新技術に関する知見を持つ人材の積極的な採用を進め、新技術の当社への導入及びそれを活かした新サービスの提供を継続的に行っております。	中	特定時期なし	中
情報の流出について 当社は、事業を展開する上で、個人情報を含む顧客情報を取扱っております。当社（役職員や委託先の関係者を含みます。）の故意・過失、又は悪意を持った第三者のサイバー攻撃等により、これらの情報の流出や消失などが発生する可能性があります。こうした不測の事態が生じた場合、当社の信頼性及び企業イメージが低下し、顧客企業の獲得・維持が困難になるほか、損害賠償やセキュリティシステム改修のために多額の費用負担が発生する可能性があります。その結果、当社の事業計画及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	当社は、情報セキュリティマネジメントの国際規格「JIS Q 27001(ISO/IEC27001)」等の認証取得及び「個人情報保護基本規程」の制定を行い、その遵守とともに情報管理体制の整備強化に努めております。	低	特定時期なし	大

*1 その他のリスクについては、有価証券届出書等の「事業等のリスク」をご参照ください。

08 | Appendix

- 01 | 会社概要
- 02 | 事業内容
- 03 | 競争優位性
- 04 | マーケット環境
- 05 | 成長戦略
- 06 | KPIハイライト
- 07 | リスク事項
- 08 | Appendix**

顧客データ統合ソリューション「ユーザー」



顧客保有の法人データをクレンジング^{*1}し、「LBC」と突合することで、データの名寄せ^{*2}・一元管理、継続更新、未取引先企業の可視化などを実現



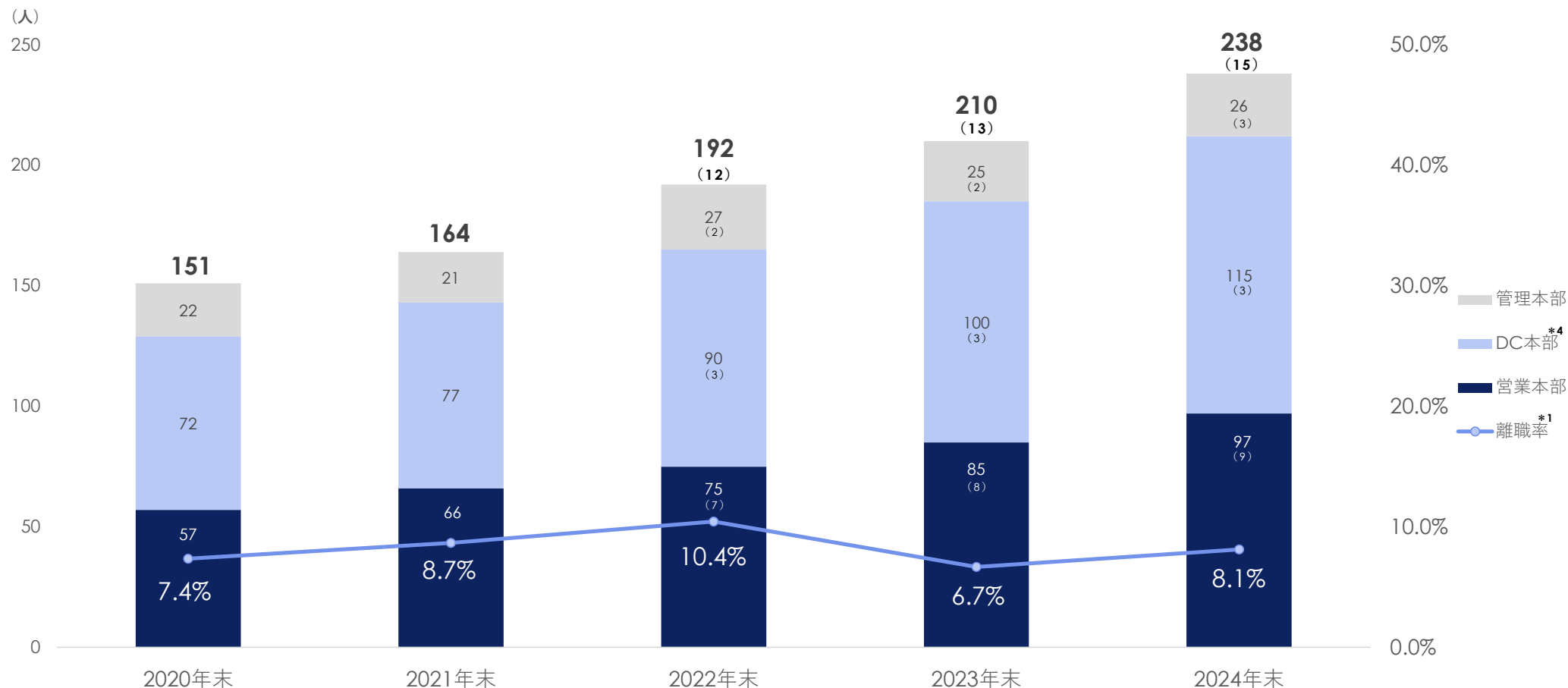
*1 クレンジング：入力ミスや欠損などの修正、古い情報の更新、略称や書式の統一を行い、データを正規化する処理

*2 名寄せ：複数のデータソースに散在する同一実体のデータを特定し、統合する処理

社員数・離職率の推移



営業・システム開発を中心に採用し、社員数増加。離職率は業界平均より低く推移



*1 従業員離職率の計算方法は、離職者数 ÷ 1月1日現在（事業年度開始現在）の常用労働者数 × 100（%）

*2 厚生労働省『令和5年雇用動向調査結果の概況』にて「一般労働者」の「情報通信業」における2023年の離職率は12.4%

*3 当社は2022年より委任型執行役員制度を採用しております。（）内は執行役員の人数で内数です。

*4 データコントロール本部：当社データベース「LBC」の構築や、SaaSプロダクトを開発する部署

本資料に掲載されている情報には、将来の見通しに関するものが含まれています。これらの情報は、現時点で当社が入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、リスクや不確実性を含むものです。当社としてその実現や将来の業績を保証するものではなく、実際の業績はこれら将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。上記の実際の業績に影響を与える要因としては、一般的な業界および市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。本資料における将来情報に関する記載は、上記のとおり本資料の作成時点のものであり、当社は、それらの情報を最新のものに随時更新する義務も方針も有しておりません。また、本資料の全部または一部は、当社の承諾なしに、いかなる方法もしくは媒体または目的においても、複製、公表または第三者に伝達（直接であるか間接であるかを問いません。）することはできません。本資料は、当社に関する情報提供を目的としたものであり、国内外を問わず、いかなる有価証券、金融商品または取引に関する募集、投資の勧誘または売買の推奨を目的としたものでもありません。本資料は、金融商品取引法またはその他の法令もしくは諸規則に基づく開示書類ではありません。本資料の次回の開示については、2026年2月を予定しております。