

2024年3月期 通期決算説明資料 (事業計画及び成長可能性に関する事項)

Unipos株式会社 証券コード：6550

2024年5月10日

2024年3月期 通期累計業績ハイライト

Unipos事業の売上高は前年同期比で135百万円増加となりました。コストは業績予想を上回る圧縮幅で着地し、営業利益は前年同期比で473百万円増加となりました。

売上高*1

930百万円

前年同期：795百万円

ストック売上高比率*1

90.7%

営業利益*1

▲510百万円

前年同期：▲983百万円

当期純利益*1

▲502百万円

前年同期：▲913百万円

◆コストダウン効果

人件費：対前年同期でマイナス180百万円を着地。計画対比ではマイナス81百万円を着地。

成長投資：対前年同期でマイナス143百万円を着地。計画対比ではマイナス72百万円を着地。

*1：2024年3月期累計会計期間

Contents

- 01 ビジネスモデルと事業内容
- 02 支援事例
- 03 当社が取り組む市場環境とポジショニング
- 04 2024年3月期 通期決算概要
- 05 2025年3月期 通期見通しと成長戦略
- 06 Unipos社の人的資本経営戦略について

「最高の集団を自らつくる」時代をつくる

企業の果たすべき役割は、変化し続けています。
事業成長だけでなく、社会的課題の解決も求められています。
はたらき手が減少する中で、この両立をどの様に実現するか。

それは **本来人間が持つ個々人の素晴らしい可能性を見出し、
主体的に集団に影響を与えること** で実現すると我々は信じています。

個人がその組織に所属する意義は、企業の存在意義（パーパス）の実現にほかなりません。

個人の可能性を発見し、自ら変化を起こすことで、
最高の集団が存在意義（パーパス）を一丸となって実現する組織集団を次々と生み出すこと。

これこそが企業の持続的な成長にもつながり、
さらに **次の素晴らしい時代をつくること** ができる と信じています。

Uniposと共に、「最高の集団を自らつくる」時代をつくりましょう。

はじめりは 段ボールから

社内に閉塞感が漂い離職が進む中、
「お互いの頑張りを知り、興味を
持ってほしい」という自社の課題
からUniposは始まりました。



ビジネスモデルと事業内容

Uniposとは?

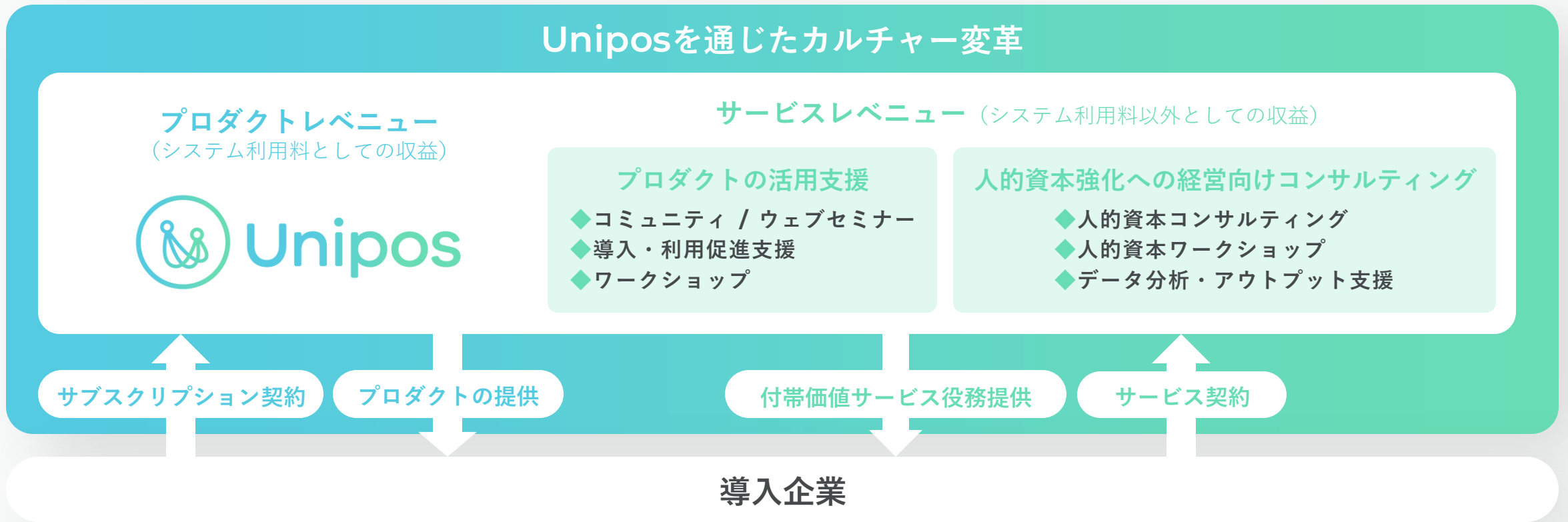
This is Unipos.

Uniposは、ピアボーナス®を軸とする
全社参加型カルチャープラットフォームです。
人と組織の行動力を引き出し、カルチャーを変えます。



当社のビジネスモデル

- Uniposはプロダクトと活用支援 / 経営支援の提供によって、人的資本の土台となる「カルチャー変革」の実現を支援する企業です。
- プロダクトによる優れたユーザー体験の実現による継続的な利用促進と、組織の中の理想的な活用方針を支援する事で実現します。



事業KPI：新規獲得と継続利用分を合わせたストック売上高（＝利用中アカウント数×アカウント単価）

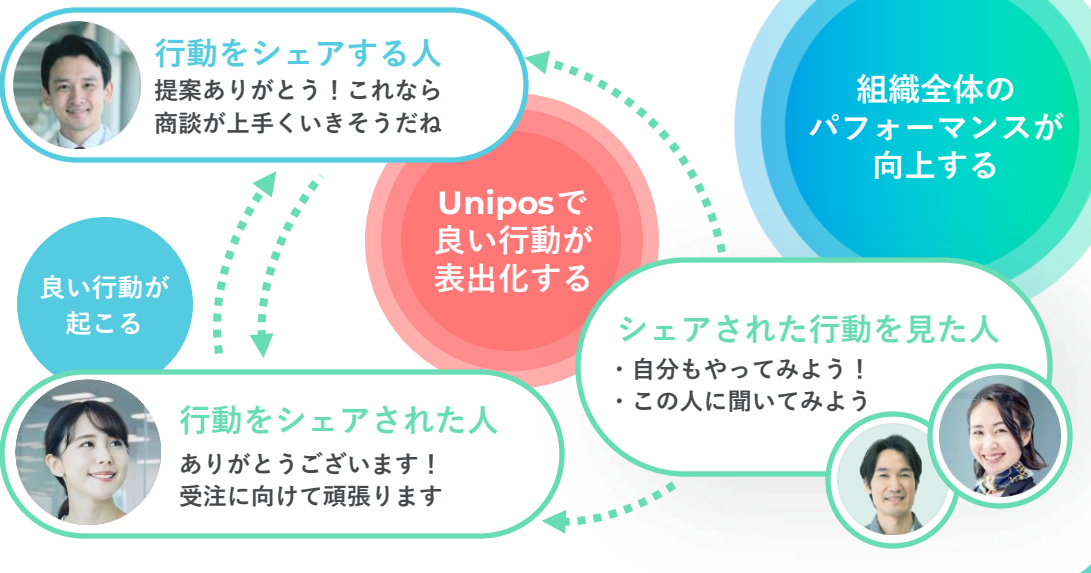
Unipos社の提供価値 | 人と組織の行動力を引き出し、カルチャーを変える

Uniposは感謝・称賛を通じて全社参加で良い行動を表出化する「プロダクト」と、数百社への支援で実証された「メソッド」を用いた実行支援の両輪で、カルチャー変革を実現を支援する唯一の企業です。

Product

全社参加型カルチャープラットフォーム

良い行動の表出化を全社で習慣化させる仕組み



Method

カルチャー変革メソッド & 実行支援

数百社で実証された「会社の良い行動の認識を揃え、増やし続ける」プロジェクトマネジメントの方法論



Product

全社参加型カルチャープラットフォーム「Unipos」
良い行動が全社レベルで広がる / わかる / 浸透する

1 全社の良い行動が見つかり、広がる



この前の仕事よかったよ。
素晴らしい挑戦だった！



土屋 圭太



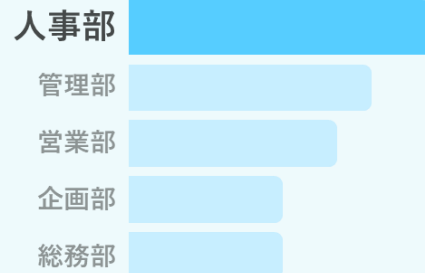
伊藤 友宏 さんへ
+100pt

経費精算のシステム化を進めてくれて
ありがとうございました。
申請がすごく楽になってとても助かっています！

4月23日 15:40



2 リアルな全社状況が 行動データでわかる



3 他施策への活用で さらに全社事化が進む



前向きに挑戦する

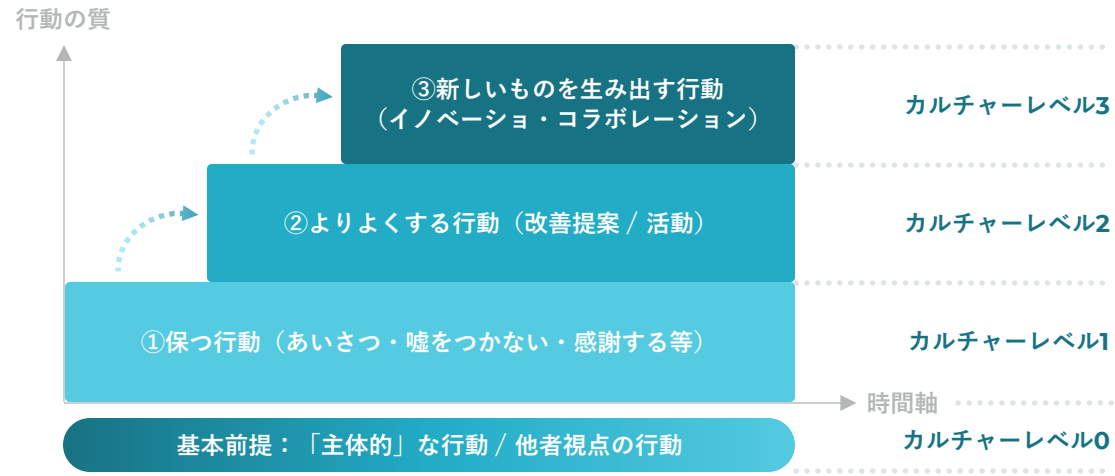


Method

数百社への支援から導いた「カルチャー変革メソッド」
貴社内で良い行動の認識を揃えるためのフレームワーク

カルチャーレベル

現在のカルチャー状態を把握し、
どの段階へ引き上げる事を目指すか



カルチャー変革プロセス

変革を阻害する落とし穴を回避すべく、
何をどのように実行するか

カルチャー変革プロセス	落とし穴	各種メソッド
Step 1 現場の現実を直視し 危機感を高める	危機感の認識に役職や役割で 差が生まれる	カルチャーレベル
Step 2 変革推進チームを作る	現場を巻き込むチームになっていない	「課題」を開示する 人的資本経営フレームワーク
Step 3 適切なビジョンを作る	経営戦略や事業成果の一貫性など ストーリーとして成立していない	推進行動フレームワーク
Step 4 変革ビジョンを周知する	抽象的 / 手触り感がない言葉が羅列され、 経営と人事がやっている何かという知覚になる / 日常業務との乖離の発生	行動表彰
Step 5 従業員の自発的な 行動を促す	小さな行動の変化を見逃しがちで 成果を定量結果にこだわってしまう	
Step 6 短期的な成果を生む	振り返り・改善が回されず やりっぱなしになる	
Step 7 さらに変革を進める	組織の変化に合わせて 目的の再解釈がされず形骸化してしまう	
Step 8 変革を根付かせる		

方向性の決定

変革の実行

変革の常態化

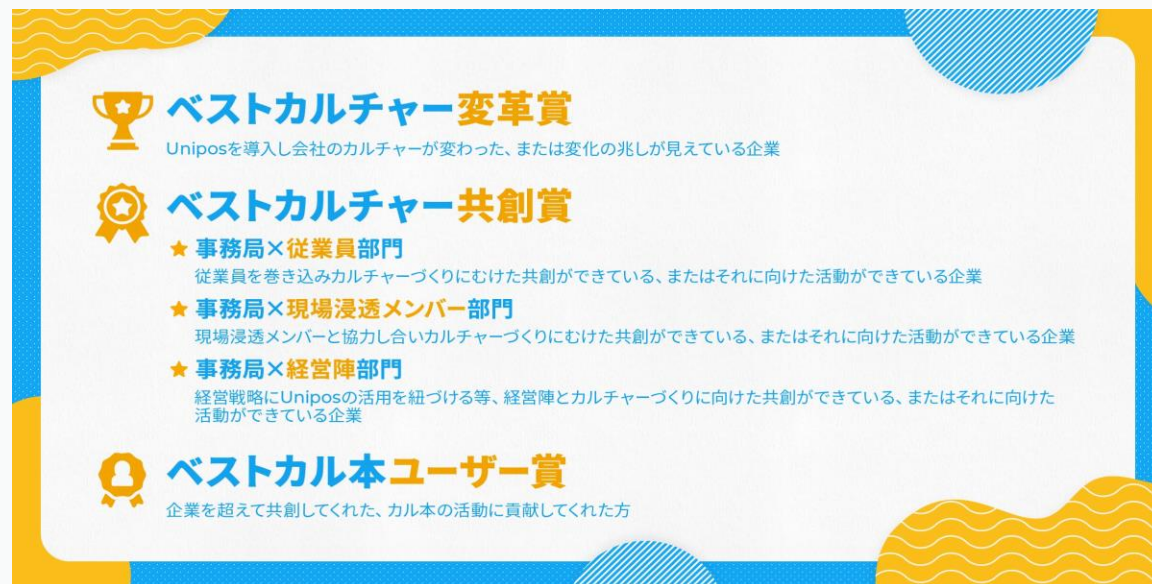
支援事例

Unipos支援事例紹介「カル本アワード2023」

2024年1月24日開催。

人的資本経営が注目される今、多くの企業が試行錯誤している“全社参加型の組織風土づくり”を推進し成功させたUnipos導入企業6社を表彰し、各社の取り組みを発表していただきました。

受賞企業様や受賞理由・コメント等は[こちら](#)を参照してください。



※Unipos最新導入事例が掲載された「[Unipos BLOG](#)」も合わせて参照してください。

当社が取り組む市場環境と ポジショニング

人的資本開示義務化を受けて注目を集める人的資本投資

社会要請としての人的資本

▼2022年8月

人的資本コンソーシアム設立。

▼2023年1月

2023年3月期有価証券報告書より

人的資本戦略の目標や実績の開示が義務化。



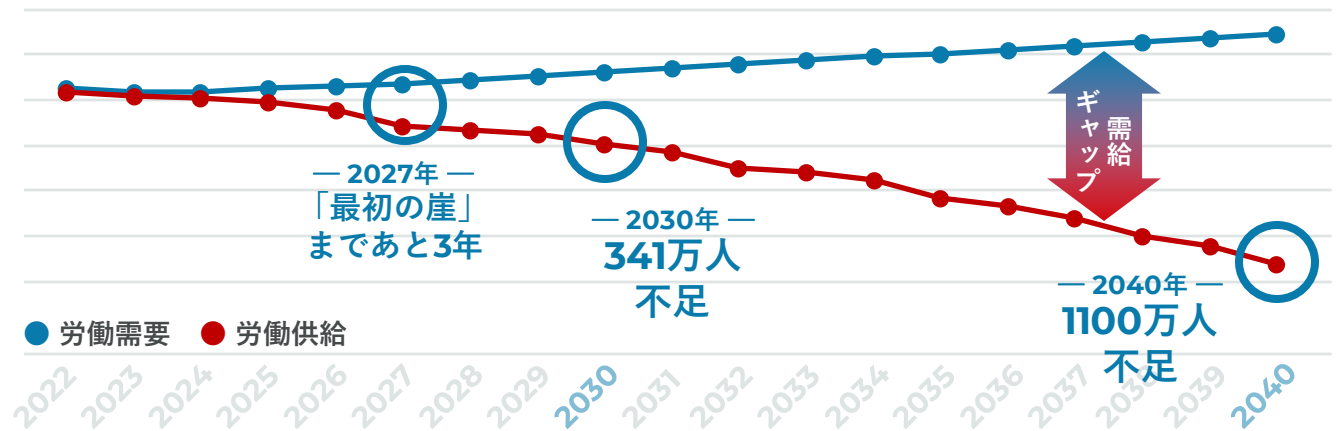
**Human
Capital
Management**
人的資本経営コンソーシアム

社会問題としての人的資本

日本は今後、労働需給ギャップが大きく拡大し、労働者不足が深刻化する。さらに、日本企業は世界的にもエンゲージメントスコアが低く※1、従業員数の多いエンタープライズ企業ほど採用や定着に抜本的なカルチャー改革が必要。

労働需給ギャップとその解決策の概念図

*出所：リクルートワークス研究所『未来予測2040』より

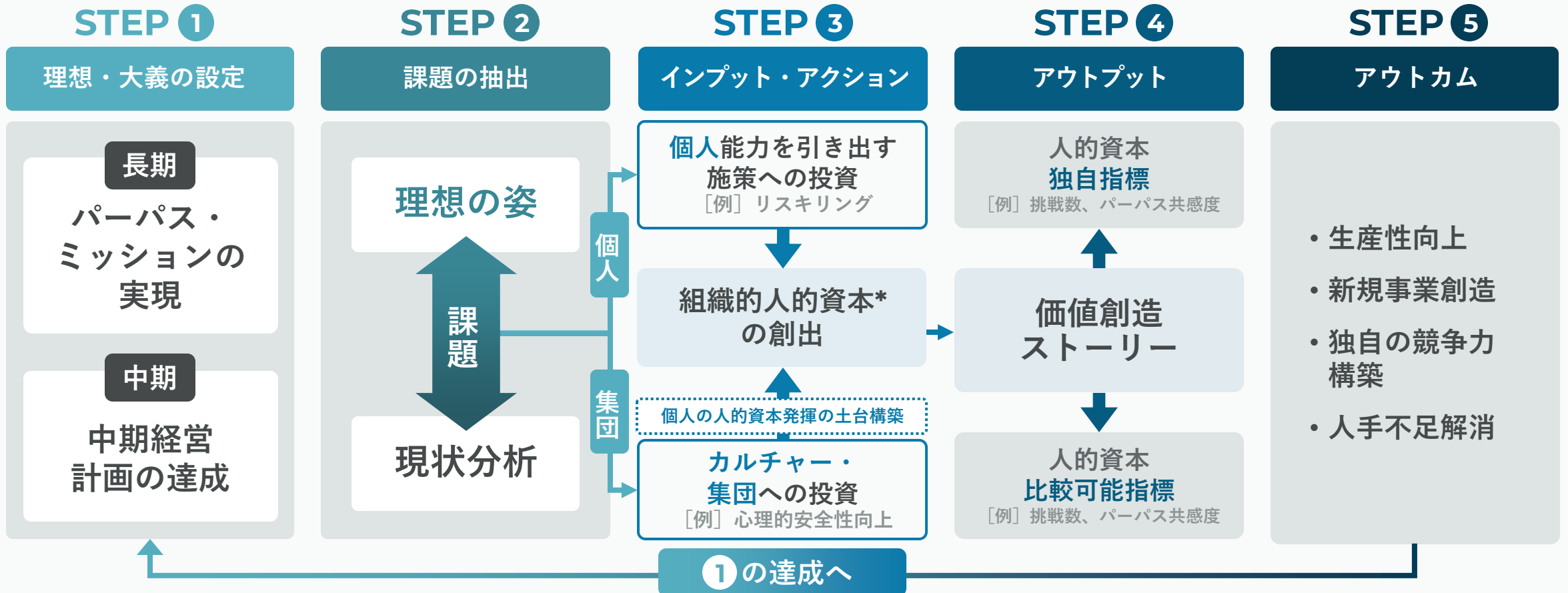


人的資本経営の強化が必須であり、
企業としての競争力や将来の企業価値評価にも直結する。

※1:State of the Global Workplace: 2023 Report出典

人的資本投資の基盤となる「カルチャー変革」

人的資本投資には複数のアクションがありますが、「カルチャー変革」はその基盤であり他のアクションにも大きく影響します。Uniposはプロダクトも含め独自の価値提供を元に、組織のカルチャー変革を支援します。

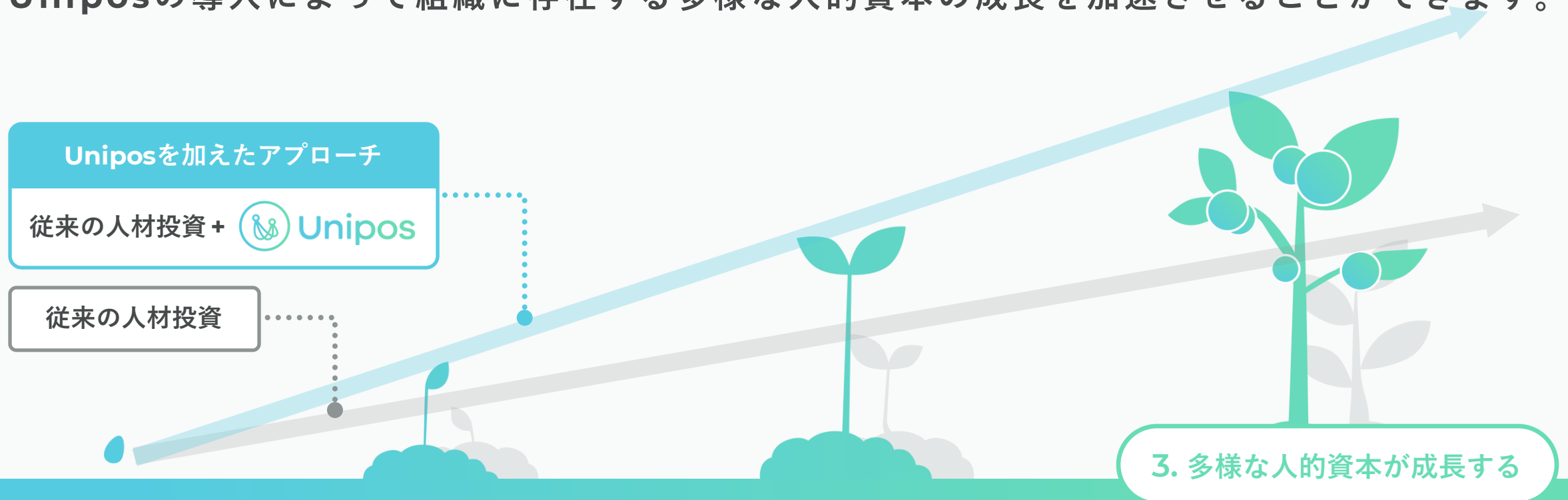


*自社独自の「個人の力を最大限発揮して生まれる共創力」
「競合優位性を生むための競争力」を合わせたものと定義

CC BY NC ND 人的資本経営フレームワーク(田中弦モデル)/ Unipos株式会社提供

Uniposの導入による健全なカルチャーの醸成と人的資本の成長

Uniposは組織の健全なカルチャー醸成・維持に大きく寄与します。従来の人的投資に加え、Uniposの導入によって組織に存在する多様な人的資本の成長を加速させることができます。



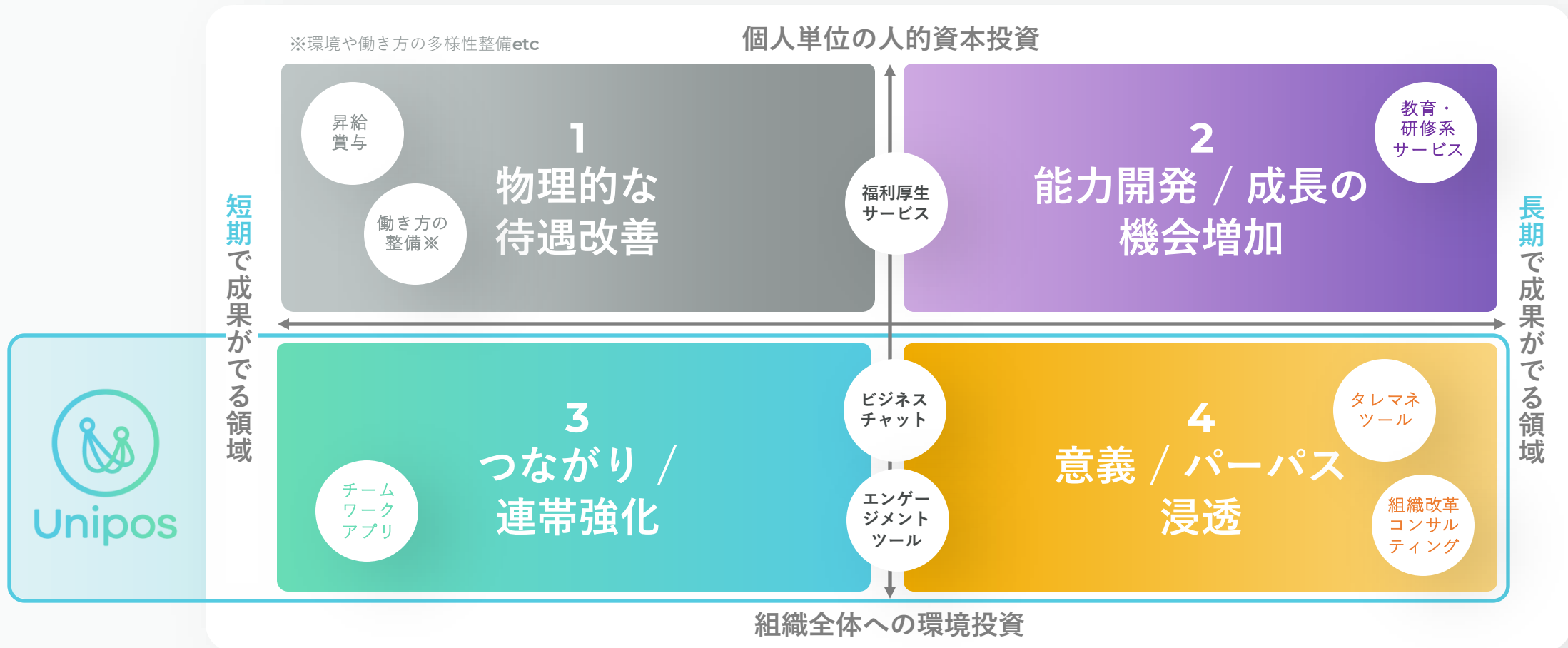
Uniposの導入 ⇒ 心理的安全性の向上 ⇒ 健全なカルチャーの醸成 ⇒ 良い行動の増加

1. 肥料をまく

2. 人的資本が育つための土壌（カルチャー）が整う

Uniposの人的資本投資領域におけるポジショニングは「組織全体への環境投資分野」

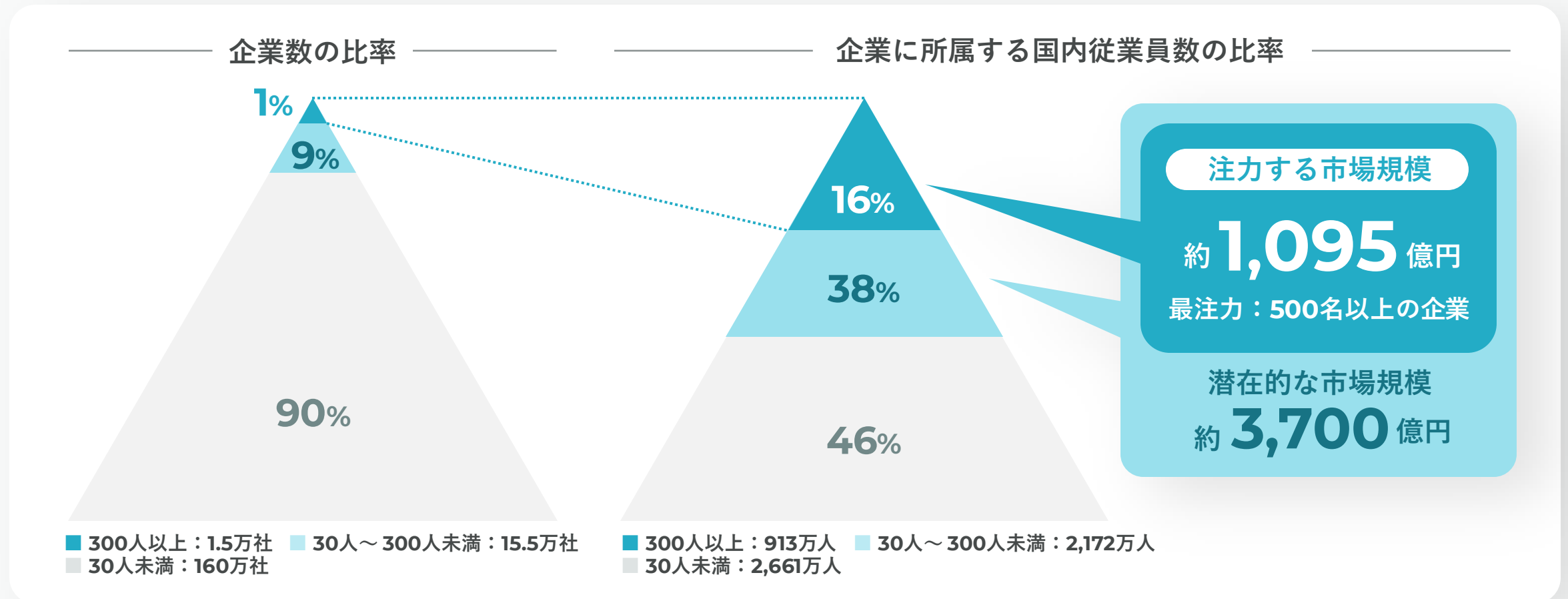
人的資本戦略の開示義務化を受け、大手企業を中心に「企業価値の向上や競争優位性の確立」に不可欠な人的資本投資の重要性が高まっています。Uniposは人的資本投資領域において、組織全体の環境へはたらきかけを通じて短期 / 長期でカルチャー変革を支援する独自のポジションと競合優位性を築いています。



※出典：「従業員価値提案を見直すべき時 人を惹き付け、離職を防ぐ」（ダイヤモンド社）マーク・モーテンセン,エイミー・C.エドモンドソン 「ハーバード・ビジネス・レビュー 2023年5月号」

潜在的な市場規模および当社が注力する顧客の市場規模

従業員規模300名以上の企業数は国内企業の1%であるにもかかわらず、労働に従事している従業員数では国内全従業員の16%を占めています。今後は30名以上の企業を対象顧客としつつ、その中でも受注単価の大きい500名以上のエンタープライズ企業に注力し経営資源を投下していきます。



※1 出所: 総務省・経済産業省「令和3年経済センサス活動調査」の統計データから当社作成 ※2 市場規模については、国内の従業員30人以上の企業における全従業員がUniposを1年間利用した場合として算出

※エンタープライズ企業とは、従業員500名以上と定義しております。

2024年3月期 通期 決算概要

2024年3月期 通期累計業績サマリー

- 人的資本開示の需要を受け、エンタープライズ企業※の獲得に経営資源を集中。結果として、売上高は930百万円と前年同期比126百万円増となりました。
- 人件費の圧縮と顧客獲得コストの低減が進み、営業利益は前年同期比で473百万円増と大幅に改善しました。また、業績予想対比で営業利益は104百万円増と業績予想を上回る着地となりました。

(百万円)	23年3月期 通期 (A)	24年3月期 通期 (B)	対 前年同期 (B-A)	24年3月期 業績予想 (C)	対 業績予想 (B-C)
売上高	803	930	+126	973	▲43
営業利益	▲983	▲510	+473	▲614	+104
経常利益	▲976	▲502	+474	▲620	+118
当期純利益	▲913	▲502	+411	▲624	+122

※エンタープライズ企業とは、従業員500名以上と定義しております。

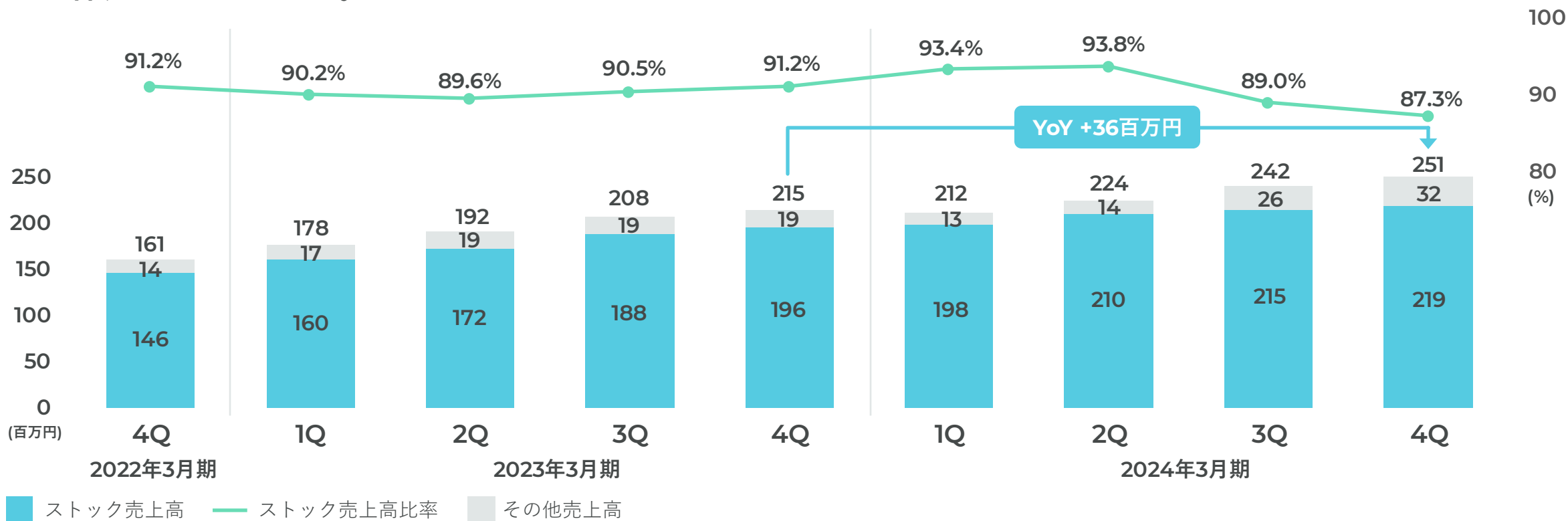
2024年3月期 通期累計業績推移サマリー

- 売上高は、毎四半期において堅実に伸ばしております。
- 原価は、減少傾向にあり効率的な開発体制の構築が進んでおります。
- 販売管理費は、セミナーやカンファレンスの開催状況に応じて広告宣伝費の変動がありつつも、大きなウェイトを占める販管人件費の削減が奏功し営業損失は改善傾向にあります。
- 第4四半期においては売上高を伸長させつつ、原価・販売管理費の引き締めを継続し、営業損失を大幅に改善することができました。

(百万円)	24年3月期1Q	24年3月期2Q	24年3月期3Q	24年3月期4Q
売上高	212	224	242	251
原価	72	69	63	58
売上総利益	139	155	178	192
販売管理費	337	287	299	251
販管人件費	198	184	178	175
地代家賃	17	16	17	18
広告宣伝費	41	24	44	4
その他	81	63	60	54
営業利益	△198	△132	△121	△58

Unipos事業売上高推移（3ヶ月実績）

- 当第4四半期はストック売上高比率は**87.3%**、売上高は前年同期比で**36**百万円増加しました。
- ストック売上高比率は低下するも、ストック売上高は過去最高であり、エンタープライズ企業向けの人的資本経営コンサルティング等のその他売上が顕在化したことで売上高全体はクロスセルにより伸長しております。

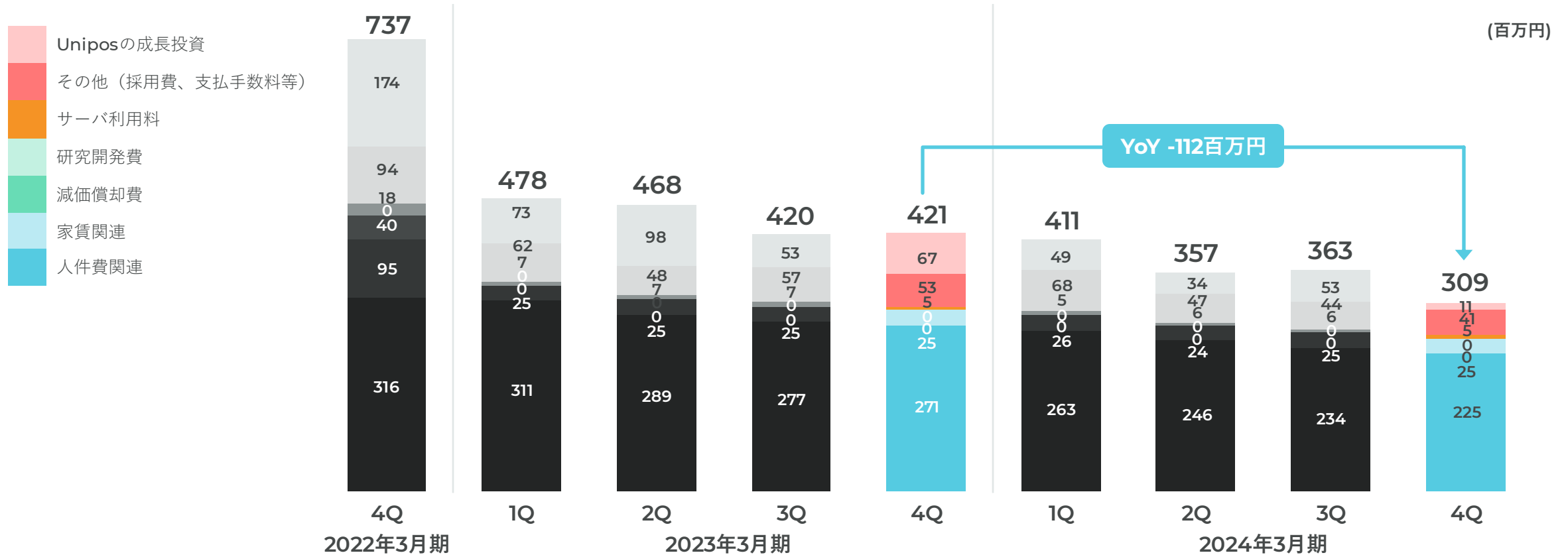


ストック売上高：継続課金対象となる月額料金 その他売上高：初期費用、コンサルティング等の一時的な料金

※導入企業数を開示しておりましたが、エンタープライズ企業に経営資源を集中し、KPIとして相応しくないため本開示より非開示としております。

原価・販管費推移（3ヶ月実績）

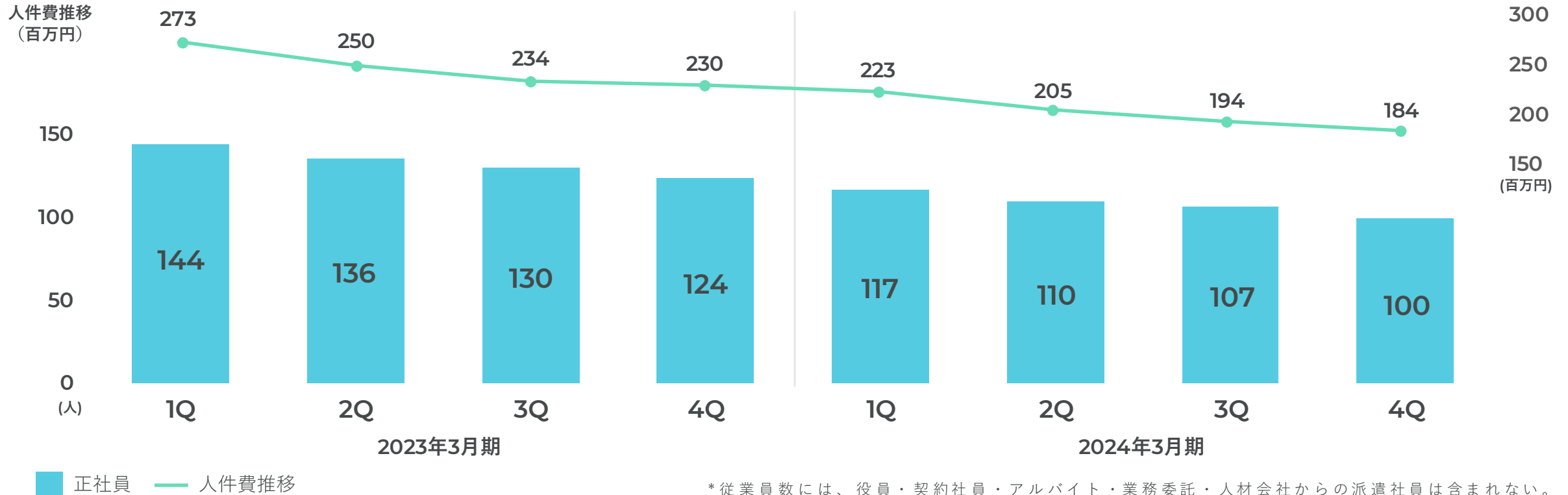
- 当第4四半期は、メリハリのある成長投資により成長投資額は大幅に減少しております。
- 継続して人件費関連やその他費用の削減も進んでおり、全体的としては前年同期比で112百万円減とコストの圧縮が進みました。



※2022年3月期第2四半期決算説明資料より原価を含んだ費用合計の数値で表示。なお、ソフトウェア資産勘定への振替前の数値。

人件費・従業員数の推移

- 事業の構造改革、組織体制の見直しに伴い、今期においても人件費の圧縮が進み、対前年同期比で**46百万円減の184百万円（20%減）**で着地。
- 同時に事業活動・開発体制の生産性向上を高めるため、教育投資・AI投資やプロセスの見直しによる業務効率化に注力。今後も生産性向上を進めてまいります。



*従業員数には、役員・契約社員・アルバイト・業務委託・人材会社からの派遣社員は含まれない。

営業利益増減要因

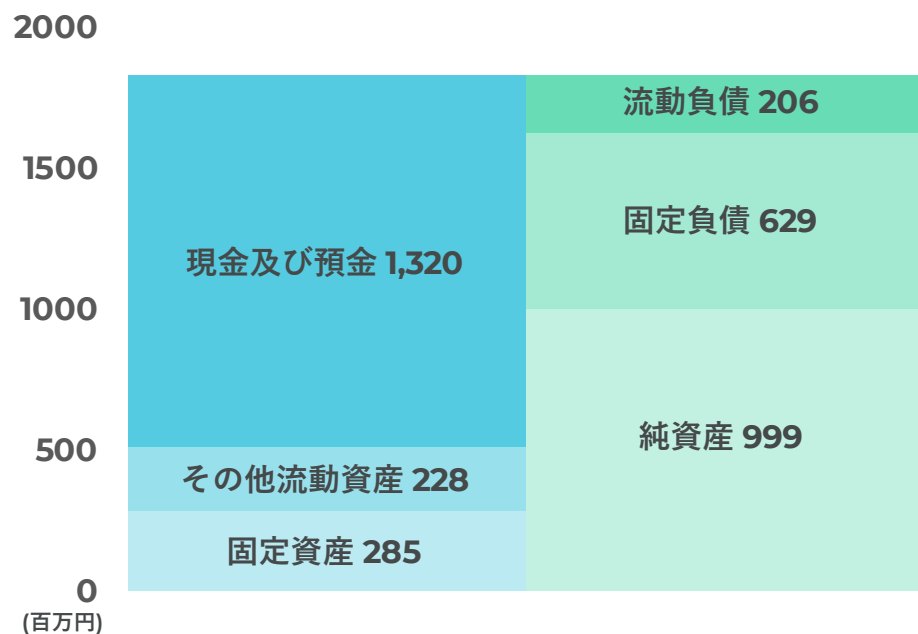
- 売上高が前年同期比で126百万円増加し、さらには人件費などのコストの圧縮が進んだ形となり、営業利益は対前期で+473百万円の▲510百万円で着地しました。



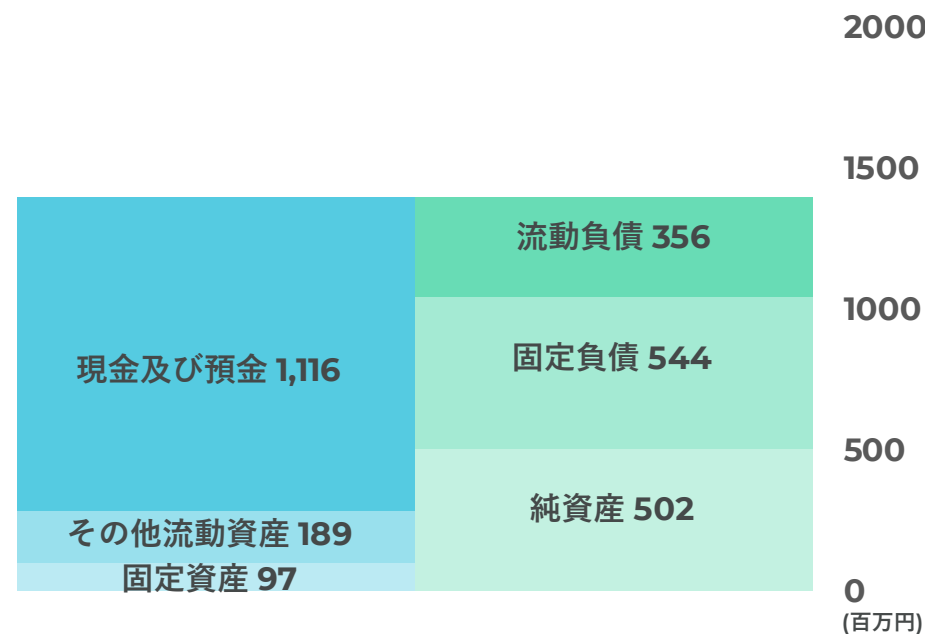
バランスシート の 状況

- キャッシュマネジメントの精緻化により、依然として十分なバランスを保持しております。
- 下期より契約内容を一部見直し、契約期間における利用料を一括で受領する前受金型の契約形態に移行しております。今後も高いキャッシュ比率を維持しつつ費用対効果の高い成長投資やサービス開発を進めてまいります。

2023年3月期 第4四半期



2024年3月期 第4四半期



■ 固定資産 ■ その他流動資産 ■ 現金及び預金 ■ 純資産 ■ 固定負債 ■ 流動負債

2025年3月期 通期見通し と成長戦略

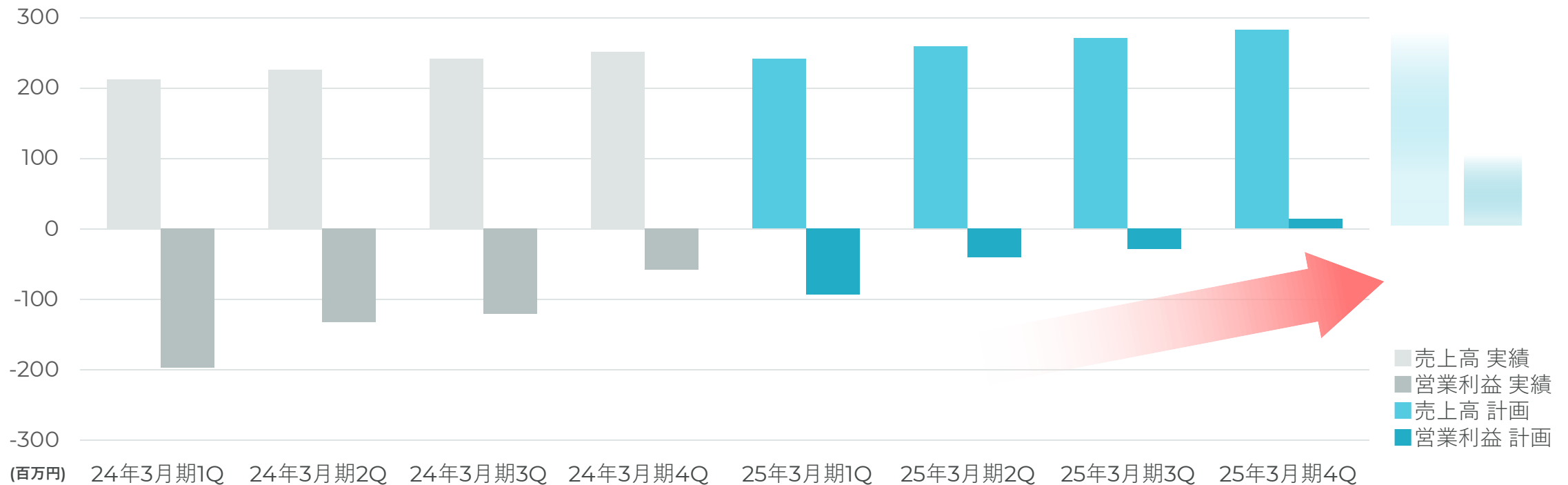
2025年3月期 累計業績予想サマリー

- 売上高は1,056百万円と、前期比126百万円増（13.6%増）となる見込みです。
- 営業利益は、徹底的なコスト削減及び効果的な営業戦略により利益体質の強化を進め、前期比364百万円増の▲146百万円となる見込みです。
- 当期純利益は、移転費用等の発生を見込んでおり、▲143百万円となる見込みです。

(百万円)	25年3月期 通期予想	前期比	24年3月期通期
売上高	1,056	+126	930
営業利益	▲146	+364	▲510
経常利益	▲138	+364	▲502
当期純利益	▲143	+359	▲502

2025年3月期 累計業績予想推移サマリー

- 売上高は、毎四半期において堅実に伸びていく見込みになります。
- 原価は、引き続き効率的な開発体制の構築を進め、コストの減少を見込みます。
- 販売管理費は、第3四半期に大規模なセミナーやカンファレンスの開催を見込んでおり、広告宣伝費の変動がありつつも年間としては減少傾向を見込みます。
- オフィスの移転を第3四半期に予定しており、第4四半期以降の固定費削減を見込んでいます。
- 第4四半期においては売上高の伸長やコストの引き締めにより黒字転換を見込んでおります。



成長戦略の振り返り

マーケティング投資

2023年6月公表時の戦略

TVや雑誌を中心とした人的資本関連のメディア露出増を含め、確立しつつある長期的ブランド資産をベースに、マーケティング費用を圧縮しつつ顧客を継続的に獲得できる状態を実現してまいります。

振り返り及び進捗状況

24年3月期は、23年3月期に比べて成長投資を143百万円削減しながらも、量・質共に事業成長に足るリード獲得を実現。人的資本領域の情報発信を通じ、ブランド資産を高めTVやビジネス誌を中心に人的資本関連のメディア露出が増え、エンタープライズ企業からの引き合いも増加。25年3月期もマーケティング費用を圧縮しつつ継続的に顧客獲得を目指します。

CAC（顧客獲得コスト）の最適化

2023年6月公表時の戦略

ノウハウを形式知化し、マーケティング活動へ展開することによるCAC改善、また顧客支援から得られた知見や情報発信による人的資本領域の第一人者としてのブランドポジションの確立による、顧客からの問い合わせ経由の商談獲得によりCAC改善を実現してまいります。

振り返り及び進捗状況

24年3月期は、人的資本領域の情報知見の発信と、顧客支援から得られたノウハウをカルチャー変革メソッドとして体系化・発信することによりCAC改善に大きく寄与しました。25年3月期については、カルチャー・組織風土改革・人的資本関連ならUniposという想起を目指し、さらなるCAC（顧客獲得コスト）の最適化を図ってまいります。

LTV（顧客生涯価値）の向上

2023年6月公表時の戦略

導入規模の小さい企業における全社利用や、エンタープライズ企業における大規模ユーザーの同時利用を可能とするプロダクトやサービスサポート体制を提供し、顧客満足度の向上、継続率の向上や全社拡大によりLTVの向上を実現してまいります。

振り返り及び進捗状況

24年3月期は基本利用料の見直しを行いつつ、カルチャー変革に必要な出た活用機能の強化とエンタープライズ企業向けコンサルティングサービスや、サービスサポートの増強したことで、基本利用料の見直しに見合う満足度向上ラインナップを充実させた。25年3月期においてもプロダクトやサービスの拡充によりLTVの向上の継続を図ってまいります。

今後の成長戦略

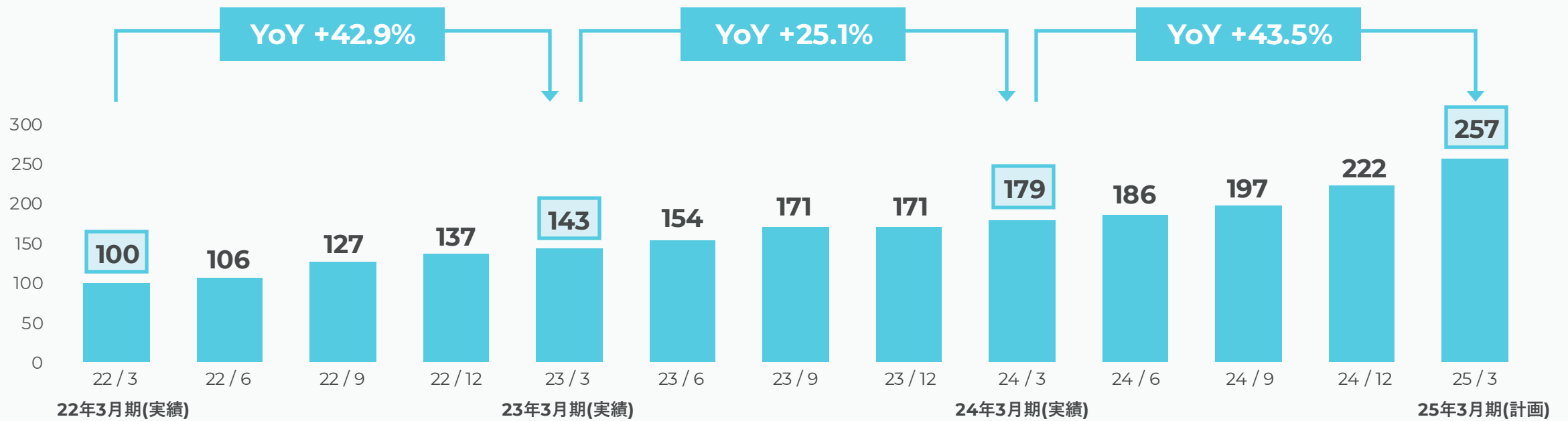
- 黒字化に向け、引き続き費用対効果の高い施策に絞ったマーケティング投資の実行や機能・サポート体制の拡充を通し、「CAC（顧客獲得コスト）の最適化」と「LTV（顧客生涯価値）の向上」を進めます。
- カルチャー改革と人的資本領域において、知見や情報の発信→プロダクト / サービス拡充による顧客満足度の向上→顧客への価値提供の形式知化のサイクルを回す事により実現します。



売上予想の実現に向けた具体的な取り組み

- 2022年3月時点から2024年3月時点にかけて、エンタープライズ企業におけるストック売上高は約80%の成長率を実現しております。上場企業の人的資本開示の義務化を受け、人的資本投資に対する予算配分が高まっていることから引き続きエンタープライズ企業を中心に経営資源を投下していくことが適切な経営戦略であると考えております。
- 全社一括導入を前提とした新規顧客受注と既存顧客拡大を進め、2025年3月時点においては2022年3月比で157%の成長を見込んでおります。

■ 22年3月期時点のエンタープライズ企業におけるストック売上高を100とした場合の推移



※エンタープライズ企業とは、従業員500名以上と定義しております。

コストマネジメントの具体的な取り組み

- TVや雑誌を中心とした人的資本関連のメディア露出増を含め、確立しつつある長期的ブランド資産をベースに、マーケティング費用を圧縮しつつ顧客を継続的に獲得できる状態を実現してまいります。
- 独自の人的資本戦略に基づき人的資本への投資を行い、既存社員の生産性向上を図ります。
- Chat GPT等のAI技術を積極的に活用し、全社のオペレーションコスト削減にも取り組んでまいります。

取り組み内容

コストインパクト

マーケティング費用

積極的なメディア露出等を活用することによる、さらなる顧客獲得コストの低減

約16百万円の削減

人件費

事業規模を踏まえた組織体制の最適化/既存メンバーの配置最適化

約165百万円の削減

オペレーションコスト

開発やカスタマーサポート領域を中心としたAI技術の活用による工数削減

業務委託費用などの抑制

➡ 総額およそ180百万円の圧縮

具体的なマーケティング活動

人的資本関連 / カルチャー変革のオピニオンリーダーとして広報露出を強化し、プッシュ型の広告宣伝費を抑制、受注率を高める施策に資源を集中。

人的資本経営の オピニオン発信

日経への掲載等マスパブリシティの広報活動は引き続き強化。

人的資本における顧客内の議論を助けるフレームワークを提案するなど顧客支援内容をコンテンツ強化



オウンドメディア

<https://unite.unipos.co.jp/>

- 「組織風土改革を知り、学び、活かす」ことができるオウンドビジネスメディア『UNITE』の立ち上げ
- メディアミックスの核としてコンテンツを継続的に発信



大規模なイベントへの 登壇や自社開催

人的資本経営推進協会が主催する人的資本経営サミット2023に登壇。また、経営・人事責任者向けのオンラインイベントを開催。



Unipos社の 人的資本経営戦略について

人的資本戦略サマリー

前年の振り返り

- 主要KPIであるeNPSスコアは、-39.8（23年5月）から-48.8（24年3月）に悪化した。工夫を繰り返しても事業目標値に届かない状況や、プロダクトや自組織の効力を感じにくい状況が続いたことが要因と捉えている。
- テーマに掲げていた「パーパスの探求」「挑戦行動の増加」「越境行動の増加」に対しては、マイパーパスの言語化、挑戦行動の推奨、学習機会の活用などで、成果やより良い変化が現れた。個々の生産性や付加価値創造活動が高まってきた。
- また、個々の活動が周囲に影響し、切磋琢磨する姿や協働するような事例も増加した。これをさらに継続、拡大することで、組織的人的資本が強まる手応えを感じている。

今期テーマ

- 自身と組織、プロダクトに情熱を持ちコミットメントする意味でeNPSを主要KPIとしてきたが、本来私たちが目指したことが、万人に推奨できる状態ではなく「**個々の自分らしさを発揮する**」×「**帰属意識が高い**」が両立した状態であることを再認識し、それは**インクルージョンを高めることと解釈を揃えた**。
- その上で「**個々の付加価値創造活動を組織的人的資本に昇化させる**」を活動のテーマとし、前年から実施している個々の人的資本投資を継続・推進しながら、周囲との学び合いや経営課題に対する全社参加型のプロジェクトを継続的に行い、自社パーパスにある「**最高の集団を自らつくる**」を体現していくこととした。

主なKPI指標

1.インクルージョンスコア

- 全社に取るアンケートの中で4つの設問のTOP2Boxをインクルージョンスコアとする
- **目標：60%**（前期実績51.5%）

2.挑戦指標

- Unipos投稿で挑戦を表現する特定ハッシュタグのある投稿をもらった社員の割合/月
- **目標：50%**（前期実績32.0%）

3.越境指標

- Unipos投稿で所属本部以外の仲間から投稿をもらった社員の割合/月
- **目標：60%**（前期実績39.3%）

4.プロジェクトによる課題解決数

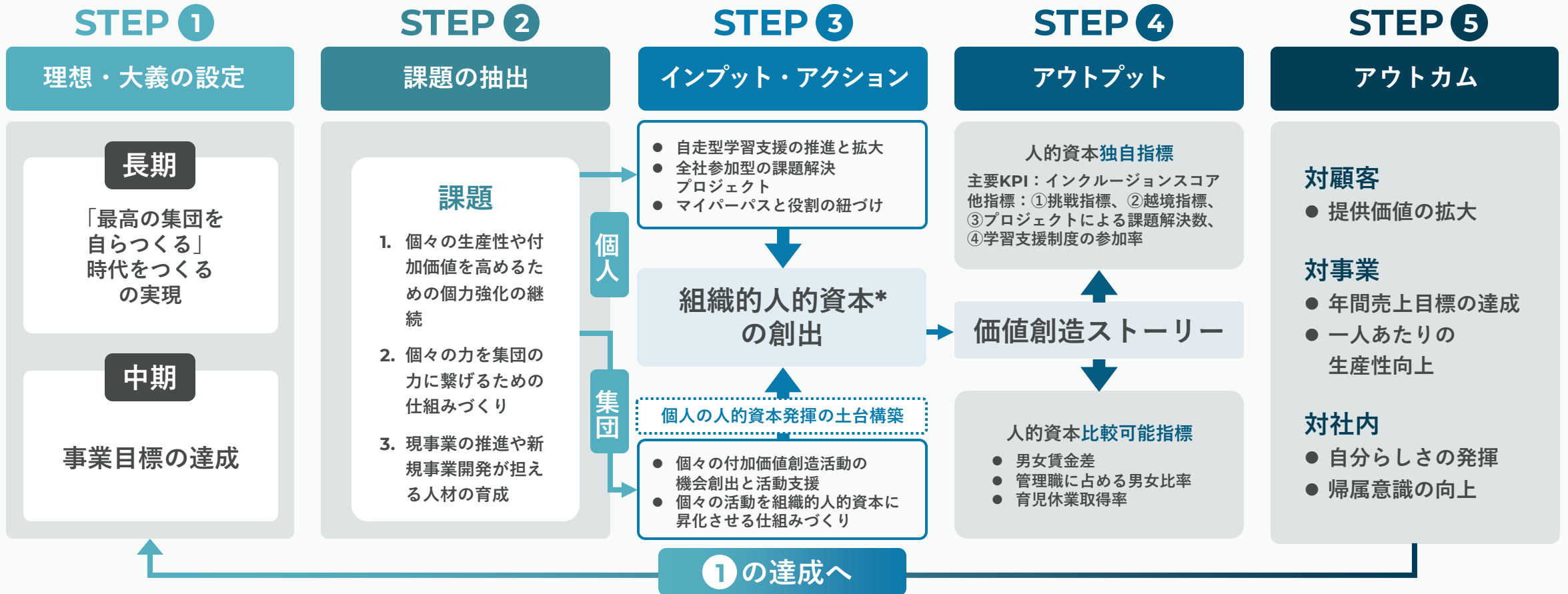
- 3ヵ月サイクルで年間4サイクル。経営課題を全社参加型のPJを組成し活動する
- **目標：課題解決数16件/年**

5.学習支援制度の利用率

- 学び合いの機会となる自走型学習支援制度
- **目標：60%**（前年実績39.0%）

人的資本経営フレームワーク

顧客への提供価値の拡大などのアウトカムに向けて、今期は「個々の付加価値創造活動を組織的人的資本に昇化させる」をテーマに、次のようなインプット・アクションを行います。



*自社独自の「個人の力を最大限発揮して生まれる共創力」「競合優位性を生むための競争力」を合わせたものと定義

CC BY ND 人的資本経営フレームワーク(田中弦モデル)/ Unipos株式会社提供

インクルージョンスコア

前年の振り返りを経て、私たちが目指していることは、誰しにも推奨できる集団（eNPSスコアで「親しい人や家族に推奨できるか？」と問うスコア）ではなく「個々の自分らしさを発揮する」×「帰属意識が高い」が両立した状態であることを再認識し、それはインクルージョンを高めることと解釈しました。

独自の指標としてインクルージョンスコアを採用し、以下にある4つの設問に対して明らかにポジティブな回答をする比率を上げることで、自分自身、組織、プロダクトそれぞれの効力感が高まる状態を目指します。



Unipos社のインクルージョンスコア

以下4つの質問に対して6段階の回答を用意し、
うちTOP2Boxの回答をした社員比率を指標とする
今期の目標は60.0%（前年は51.5%）

1. 私はUnipos社ではたらく意義を感じている（前年56.2%）
2. 私は社会や顧客など世の中の誰かに対し、価値ある仕事をしている（前年59.2%）
3. 私は自分のありたい姿を達成するための要素が社内にあると感じられている（前年40.8%）
4. 私は自分が会社から必要とされていると感じる（前年50.0%）

その他の指標

継続的な事業目標達成に向けて、ライフステージを問わず、全従業員が事業と組織にコミットできる状態の実現を目指しています。前年から、男女の賃金差は縮小し、男性の育児有業取得率も上がっています。引き続き、従業員が“長期的なキャリアを想起しやすい環境づくり”に取り組みます。

男女の賃金差

(2024年3月末時点の年収)

現状

84.2% → 88.0%

平均年齢 女性：33.7歳 男性：32.3歳

役職者を除いた賃金差は96.3%となり、
一般社員の賃金差はほぼなくなっている

※割合は女性社員の平均年収÷男性社員の平均年収にて算出

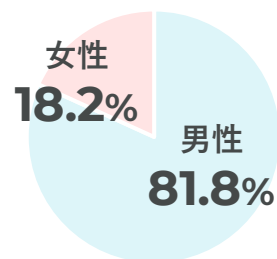
目標

賃金差ゼロ

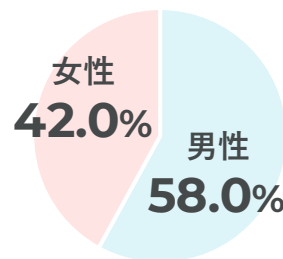
管理職に占める

男女比率

(2024年3月末時点)



参考：正社員に占める男女比率
(2024年3月末時点)



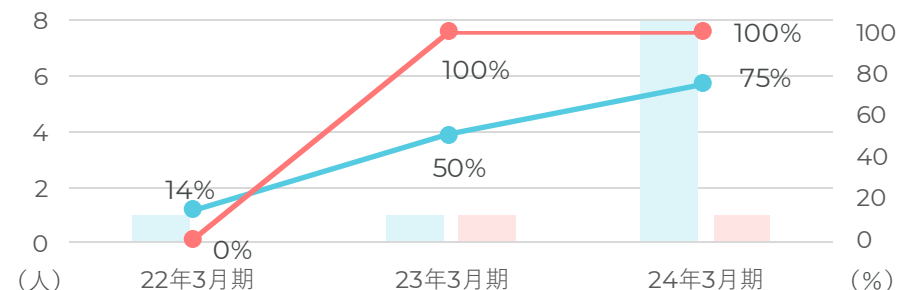
eNPSスコア

-39.8% → -48.4%

(2023年3月末時点)

(2024年3月末時点)

育児休業取得率 (3か年推移)



■ 男性人数 ■ 女性人数 ● 男性比率 ● 女性比率

※男性：育児休業取得者数÷配偶者が出産した社員数。
育休取得していない2名のうち1名は、今期に取得予定
※女性：育児休業取得者数÷出産した社員数

➡ 男女ともに100%取得を目指す

リスク情報

主なリスク項目と対応策

その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、本書提出日現在において当社の判断したものであり、将来において発生の可能性のあるすべてのリスクを網羅するものではありません。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

	リスク項目	顕在化可能性	影響度	対応策
Uniposの競合	類似サービスの新規参入が起こる可能性	中～高	中～大	<ul style="list-style-type: none"> ● マーケティング投資により早期に顧客を増加させ、Uniposのブランドを確立さらなる機能開発により、機能比較されても負けない地位を堅持 ● 商標権や特許権など知的財産権の取得及び保持
システムの安定性	24時間稼働、年中無休での運用が求められているものがあるため、システムの安定的な稼働が当社グループの業務遂行上必要不可欠	低	中～大	<ul style="list-style-type: none"> ● 使用しているサーバー設備やネットワークの監視や、定期的なデータのバックアップ等、システム障害の発生防止に注力
情報セキュリティ	利用者個人を特定できる情報等を取得しており、不正アクセスや情報漏洩等に対する個人情報の厳格な管理が必要	低	中～大	<ul style="list-style-type: none"> ● 個人情報の管理については、社内でのアクセス権限の設定、アクセスログの保存、外部データセンターでの情報管理、個人情報管理に関する規程の整備を実施。 ● 従業員に対し個人情報保護についての教育等を通じて関連ルールの存在を周知徹底し、意識の向上を図ることで関連ルールの遵守に務める ● 情報セキュリティマネジメントシステムの国際規格である「ISO27001(ISMS)」の認証を取得
人的資本投資の動向に関するリスク	国内外の経済活動や景気同行等により、ターゲット企業の人的資本投資意欲が減衰する可能性	低～中	中～大	<ul style="list-style-type: none"> ● 人的資本投資の継続的な投資の必要性・有用性を周知する ● ソフトウェア以外のサービスを拡充し、収益の多角化を図る

会社概要

会社名	Unipos株式会社
所在地	東京都渋谷区神宮前5-52-2 青山オーバルビル 7F
市場情報	東京証券取引所 グロース市場 (6550) 2017年6月27日上場
許認可	認証基準 : ISO / IEC 27001:2013 / JIS Q 27001:2014 認証登録番号 : IS 695197



Unipos株式会社 代表取締役社長CEO 田中弦 著

「心理的安全性を高める リーダーの声かけベスト100」

全国の書店・オンラインストアで販売中

受賞実績



日本の人事部「HRアワード2018」優秀賞
(組織変革・開発部門)



Work Story Award 2018
グループ審査員特別賞



Work Story Award 2018 テーマ部門賞
(働きがい、モチベーション、エンゲージメント)



J-Startup

経済産業省「J-Startup」
プログラム特待生に選出



BOXIL SaaS AWARD 2021 Autumn
人事・給与部門
「ピアボーナス@」カテゴリ No.1サービス



【本資料の取扱いについて】

- 本資料には、Unipos株式会社に関連する見通し、将来に関する計画などが記載されています。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおり、様々な要因により実際の業績が本資料の記載と著しく異なる可能性があります。
- また、本資料に含まれる当社以外の事項・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、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。
- 次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は、2025年3月期の通期決算発表時期（2025年5月頃）を予定しております。