

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

2023年6月23日



2023年3月期 通期業績ハイライト

Unipos事業の売上高は業績予想に対して95.1%で届かなかったものの、コストについては業績予想を上回る圧縮幅での着地。

Unipos売上高*1

795百万円

ストック売上高比率*1

91.2%

YoY成長率*2

37.8%

家賃関連費用 : 通期では対前期でマイナス▲224百万円で着地。計画対比ではプラス1百万円で着地。

人件費 : 通期では対前期でマイナス▲222百万円で着地。計画対比ではマイナス77百万円で着地。

成長投資 : 通期では対前期でマイナス▲177百万円で着地。計画対比ではマイナス49百万円で着地。

*1 : 2023年3月期第4四半期会計期間 *2 : 成長率は前年同期比

Contents

- 01 ビジネスモデルと事業内容
- 02 当社が取り組む市場環境とポジショニング
- 03 Uniposの導入・活用事例
- 04 2023年3月期 通期 決算概要
- 05 2024年3月期 通期 見通しと成長戦略
- 06 リスク情報

「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。
事業成長だけではなく、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。

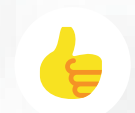


ビジネスモデルと事業内容

Uniposとは？

This is Unipos.

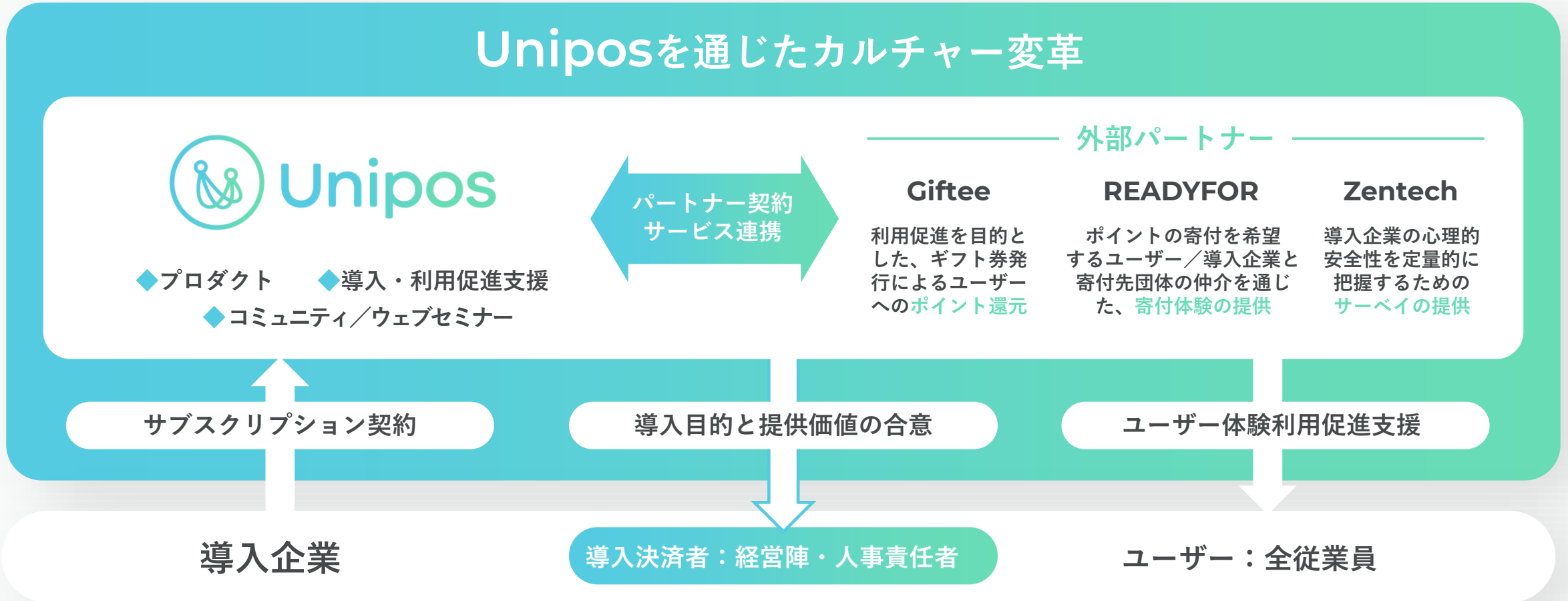
Uniposは、ピアボーナス®を軸とする
全社参加型カルチャープラットフォームです。
カルチャーを変え、人と組織の力を引き出します。



当社のビジネスモデル

- Uniposはプロダクトと伴走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」の実現をサポートします。
- プロダクトや外部パートナーとの連携等を通じて、優れたユーザー体験を顧客企業の全従業員へ提供し、継続的な利用を促進します。

Uniposを通じたカルチャー変革



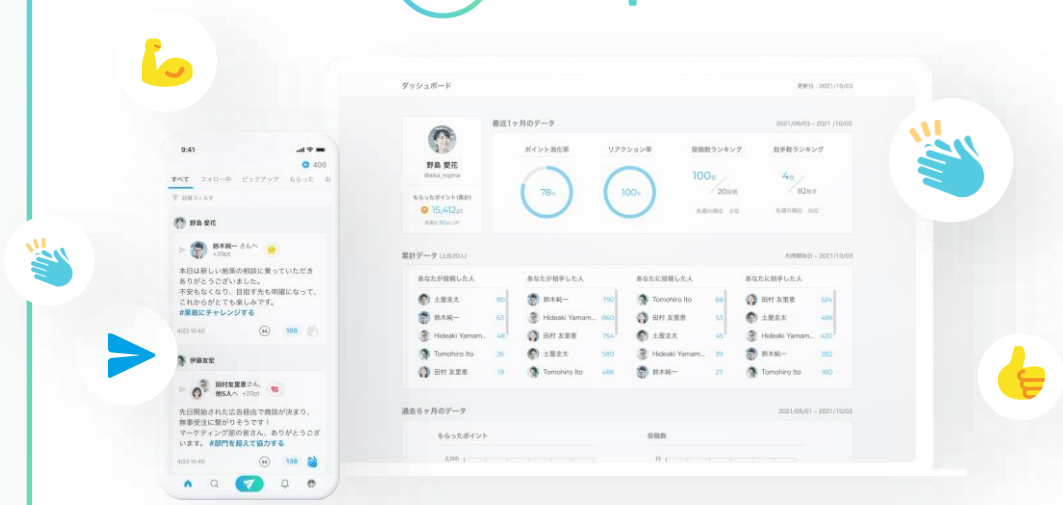
事業KPI：新規獲得と継続利用分を合わせたストック売上高(=利用中アカウント数×アカウント単価)

Uniposのサービス概要

Uniposは全社参加型で「良い行動」を表出化・増幅させることで、組織におけるカルチャー変革の基盤づくりをソフトウェアとサービスで支援する唯一の企業です。

約370社がご利用中

カルチャーを変え、
人と組織の力を引き出す



01 「見つけて、広がる」

称賛シェアで良い行動の見える化とエンゲージメント向上を実現

02 「溜まって、わかる」

協働データに基づき、マネジメントがリアルな組織状態を把握

03 「活用して、良くなる」

Uniposデータを活用し、他人事施策の浸透確度を向上

04 「共創し、実現できる」

カルチャー変革を導く
実行支援 / 変革者の
学習の場を提供

01 「見つけて、広がる」 | Unipos基本画面

「Unipos」は**全社参加型**で**良い行動をシェアし、カルチャーを変える**サービスです。
良い行動を見つける・見ることを習慣化し、全社的な称賛文化の醸成と、
個人のエンゲージメント向上を同時に実現します。

Uniposの特徴

1 タイムラインで
良い行動を把握

2 シンプルで
使いやすい設計

*Teams, Slack, Outlookでも利用可能

3 ポイント付与で
利用促進 / 定着化



01 「見つけて、広がる」 | ピアボーナス®の仕組み

従業員同士がオープンにお互いの良い行動を称賛 & シェアする仕組みです。
もらった人に加えて「おくれた人」にもポイントが届くため
オープンな共有が加速し、称賛文化が全社的に自然と広がります。



02 「溜まって、わかる」 | 各関係者が活用できる協働データ

現場の協働データが自然と蓄積されるため、**管理職・人事・経営層**が普段得づらい情報に触れられるようになり、現場理解や適切な施策実行をスムーズに進められます。

「管理職」のメリット

見えなかったメンバーの貢献や
仕事におけるつながりがわかり
1on1など、従業員フォローに活用できる

The screenshot shows a user profile for Akabane Hiroko (@akabane) with options to view the dashboard or follow members. Below it, a network diagram titled 'C. イメージ' shows connections between various departments: 営業本部/営業部/営業二部, 営業本部/営業部/営業部, 営業本部/営業部/営業部, 営業本部/営業部/営業部, 営業本部/営業部/営業部, and 営業本部/営業部/営業部.

「人事」のメリット

投稿・拍手など周囲への関心状況から
メンバー個人の今のリアルな状態や
社内のコミュニケーション実態がわかる

The dashboard displays '過去6ヶ月のデータ' (Data from the last 6 months) with two line charts: 'もらえたコメント' (Comments received) and '投稿数' (Number of posts). Below are two more line charts for '拍手数' (Claps) and a table of departmental performance.

部署	役職	人数 (2月時点)	2021/12	2022/01	2022/02	目標値
ビジネス本部/カスタマーディ...	全体	12	45%	64%	67%	60%
	リーダー	1	100%	100%	100%	60%
	未設定	11	40%	60%	64%	60%
ビジネス本部/事業企画室	全体	3	33%	33%	67%	60%
	リーダー	1	0%	0%	0%	60%
	未設定	2	50%	100%	100%	60%
ビジネス本部/マーケティング	全体	33	65%	61%	67%	60%
	リーダー	4	60%	100%	100%	60%
	未設定	29	66%	55%	62%	60%
プロダクト開発本部/デジタル...	全体	7	50%	83%	86%	60%
	リーダー	1	100%	100%	100%	60%
	未設定	6	40%	80%	83%	60%
コーポレート	全体	34	58%	56%	65%	60%
	リーダー	5	80%	40%	60%	60%
	経営層	29	54%	59%	65%	60%

「経営層」のメリット

バリューなど組織に求める行動様式の
浸透度がわかることに加えて、
日々の現場のトレンドが把握できる

The screenshot shows a social feed titled 'C. イメージ' with posts from '今週の注目されたUnipos'. Below the feed is a summary dashboard with three key metrics:

- 1. 相互理解の促進**: 共感指標 (Empathy Index) - 1投稿あたりの拍手人数 (Average claps per post): 平均 5.4 人 / 投稿 (Average 5.4 people / post)
- 2. 部署を超えた称賛**: 越境指標 (Cross-department Index) - 部署を超えて投稿をもらった人数 (Number of posts received from other departments): 平均 56.9 人 / 月 (Average 56.9 people / month)
- 3. 良い行動の奨励**: 挑戦指標 (Challenge Index) - 特定のチャレンジに関する投稿をもらった人数 (Number of posts received for specific challenges): 平均 39.1 人 / 月 (Average 39.1 people / month)

* 「イメージ」と記載されている機能及び画面は開発検討中です。仕様が変更される場合がございます。

03 「活用して、良くなる」 | Unipos × 人事施策の相乗効果

N : N（従業員X従業員）取り組みであるUniposと組み合わせることで、他の人事施策にも良い影響が生まれ、風土改革がより促進されます。



04 「共創し、実現できる」 | カルチャー変革を後押しする3つの支援

プロジェクト推進時に課題を感じやすい「知見や人脈の不足」を解消できる場を通じ、皆さまのカルチャー変革の挑戦が自然と続き、成功に近づくよう後押しします。

わかる

サクセス担当による自走支援

自走を見据えた導入・浸透の支援を通じて風土改革の落とし穴を未然に防ぎます。



つながる

コミュニティへのご招待

同じ志を持つ人とつながる場をご提供し、風土改革のリアルな悩みを解消します。



まなべる

限定ウェビナーの実施

業界の専門家やサクセス担当が登壇し、より専門的・実践的な情報を共有します。



*イメージは過去開催したウェビナーの一部になります。

Uniposの活用

得られる知見・人脈

カルチャー全般

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

人的資本投資への注目が集まっており、経済産業省及び金融庁がオブザーバーを務める人的資本経営コンソーシアムの法人会員数は、2022年8月時点の**320法人**※2から、2022年12月時点で**437法人**※2に増加しています。



**Human
Capital
Management**

人的資本経営コンソーシアム

人的資本の開示、本格的に開始 3月期決算企業から※1

～大手4,000社対象、満足度や離職率 金融庁～

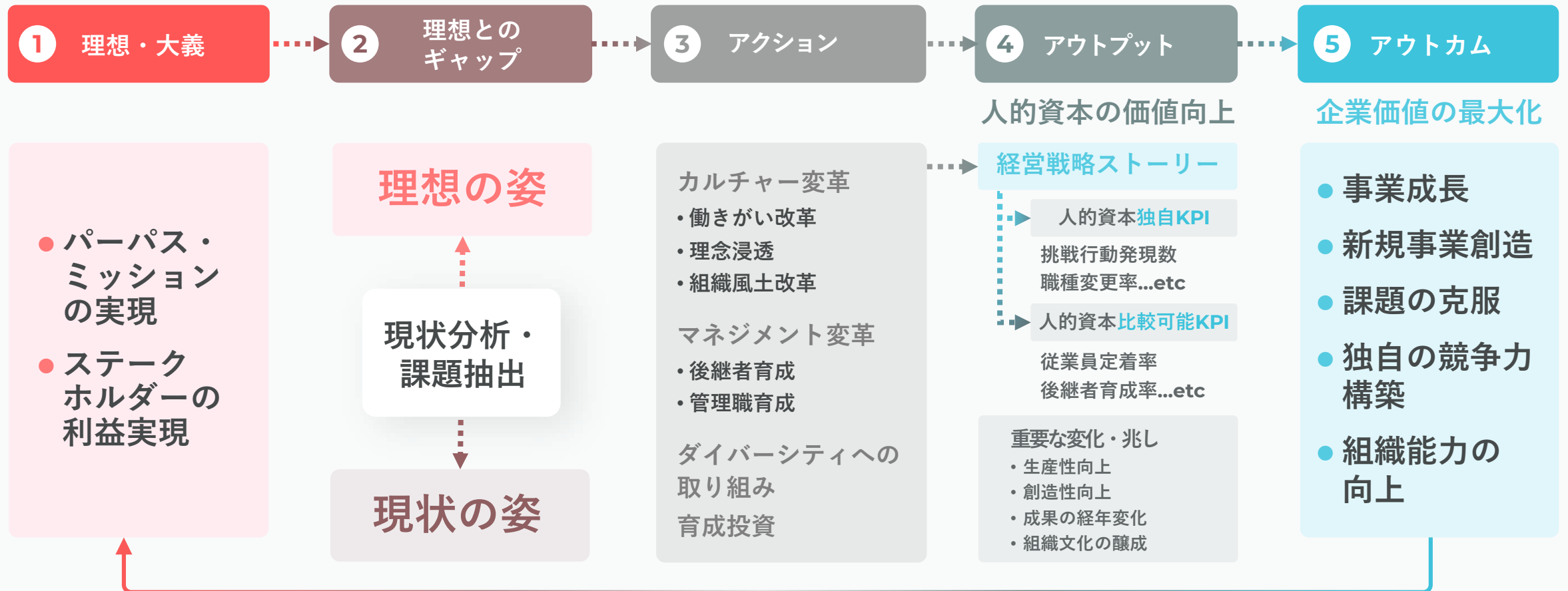
金融庁は**全ての**上場企業約**4,000社**に対し、**23年3月期以降の有価証券報告書**において、**人的資本の開示を義務付けた**。上場企業の多くは3月期決算企業であり、**開示に向けて早急な対応を迫られる**。

※1 出所：日本経済新聞 2022年11月28日刊行 [人的資本の開示、来年開始 3月期決算企業から](#)

※2 出所：[人的資本経営コンソーシアムWEBサイト \(hcm-consortium.go.jp\)](http://hcm-consortium.go.jp)

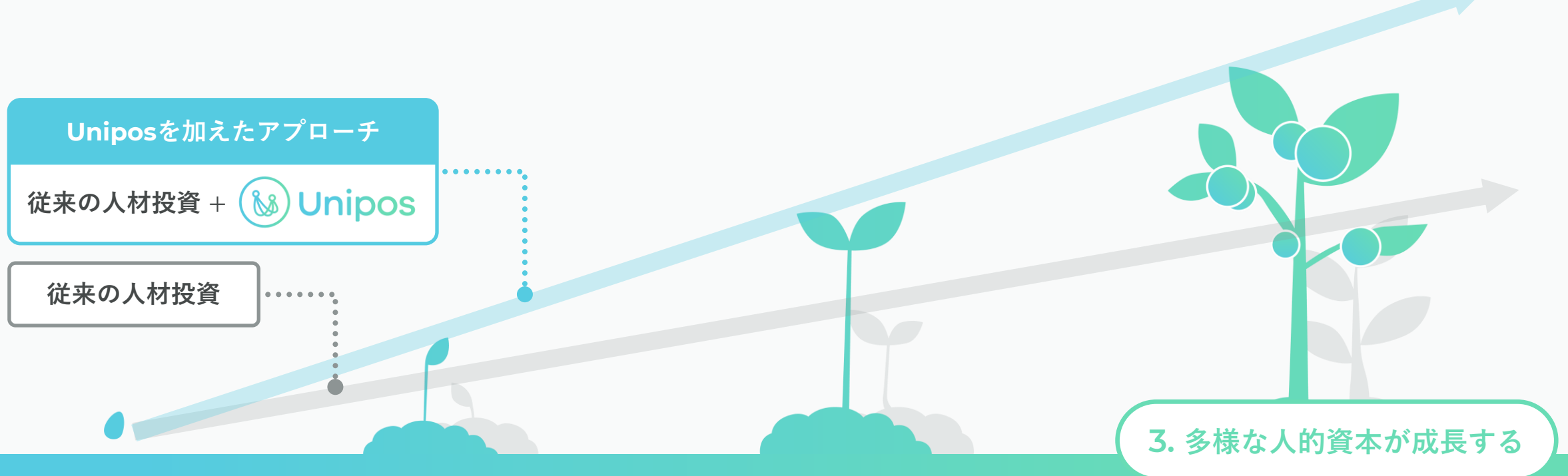
人的資本投資の基盤となる「カルチャー変革」

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。



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。



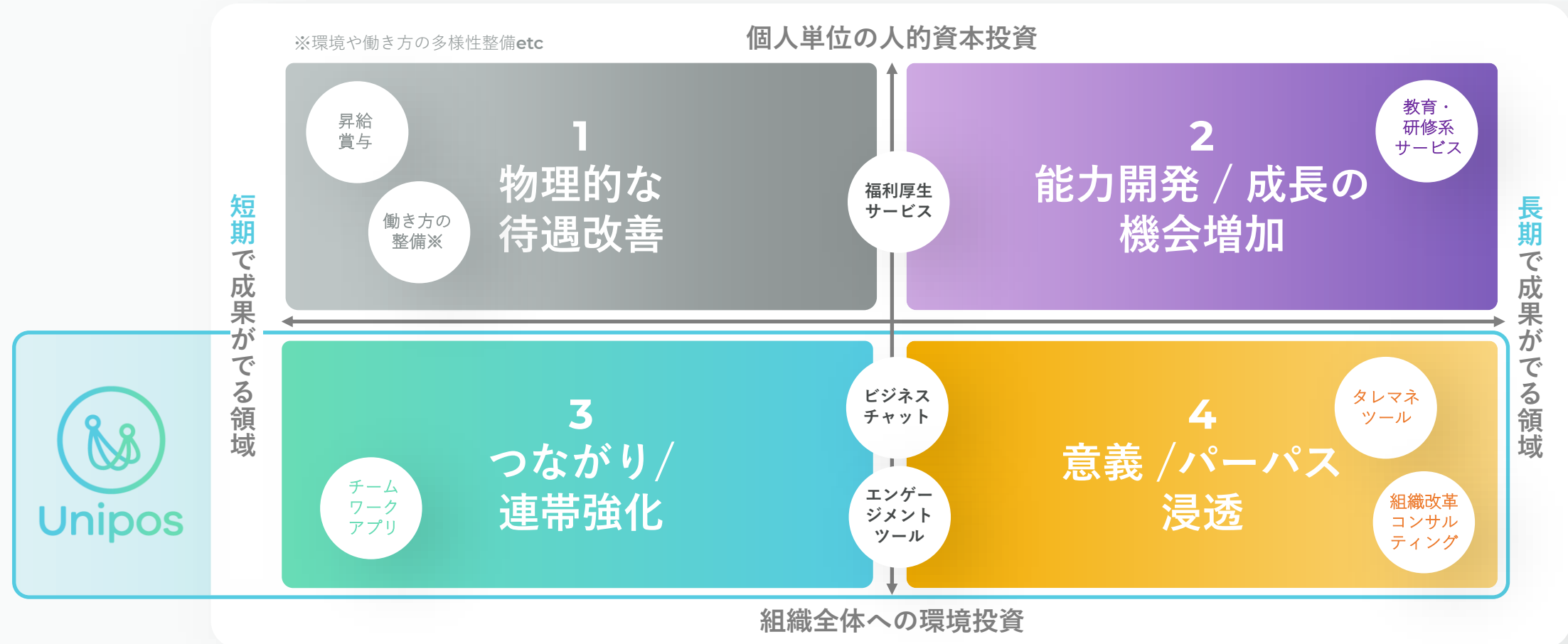
Uniposの導入 ⇒ 協働の基礎づくり ⇒ 心理的安全性の向上 ⇒ 健全なカルチャーの醸成

1. 肥料をまく

2. 人的資本が育つための土壌が整う

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」

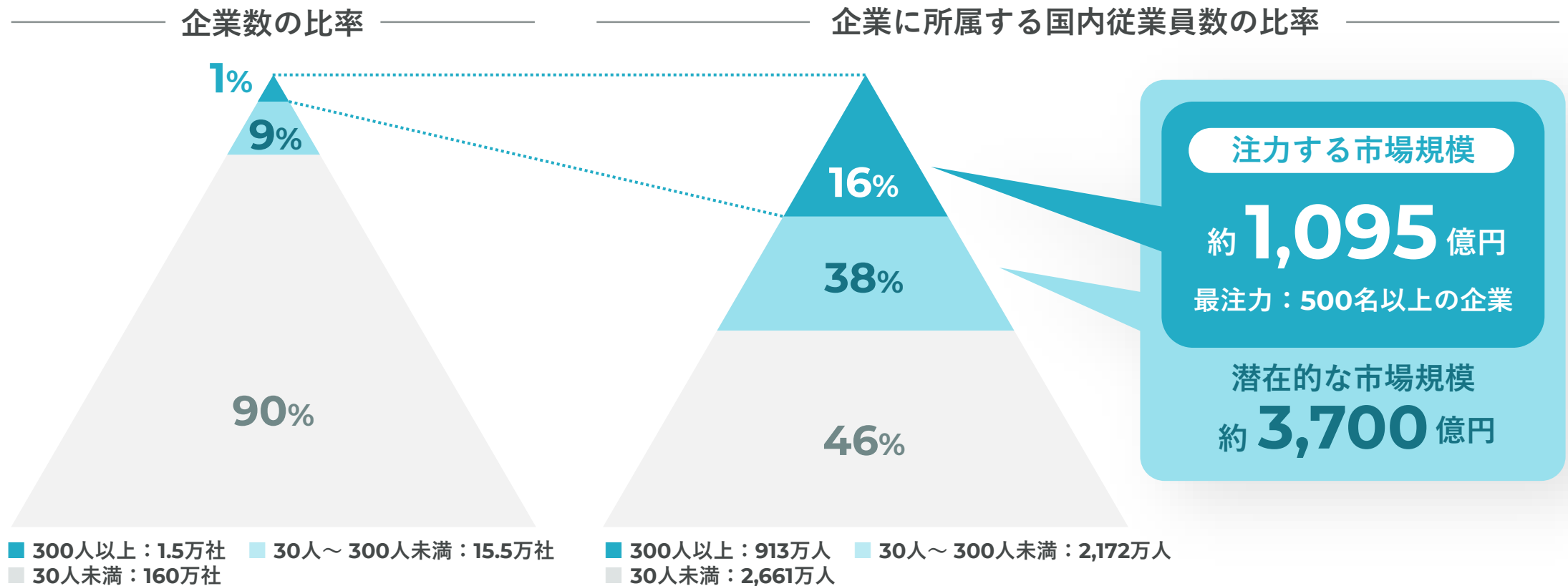
人的資本戦略の開示義務化を受け、大手企業を中心に「企業価値の向上や競争優位性の確立」に不可欠な人的資本投資の重要性が高まっています。Uniposは人的資本投資領域において、組織全体の環境へはたらきかけを通じて短期 / 長期でカルチャー変革を支援する独自のポジションと競合優位性を築いています。



※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・モートンセン、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。

Uniposの導入・活用事例

広がりを見せる導入事例

- コロナ禍以前から組織の課題や改革に悩んでいた企業での導入が進み、メーカー、小売業、金融業など多様な業種・分野へ拡大中。
- ピアボーンズにおけるリーディングカンパニーとして様々な業界での顧客の使用体験をデータとノウハウで保有・蓄積しています。

IT・情報通信



人材サービス



製造・メーカー



製薬



金融



小売・百貨店



不動産・建設



*一部導入の企業を含む。

導入事例 | アサヒグループジャパン株式会社様

全社員への導入による称賛風土の醸成に加え、人的資本の向上のため中長期での協働を開始



アサヒグループジャパン株式会社様※

事業内容

アサヒグループの日本事業における
経営戦略立案 / 経営管理

※アサヒグループジャパン株式会社様は、アサヒグループホールディングス株式会社様の100%子会社です。

導入の目的

「挑戦と革新」の環境づくりに向けた
「称賛し合う風土」の醸成

働き方の変化と共に、社内のことが見えなくなるなどのコミュニケーション課題が顕在化。企業理念である「挑戦と革新」の環境づくりの一環として、部署横断でのコミュニケーション活性化や互いに称賛し合う風土の醸成を目指し、Uniposを導入。

上記に加え、Unipos社とは組織改革において中長期で並走し、協働して人的資本の活用・改善を図っていく。

Comment

アサヒグループジャパンはグループ理念“Asahi Group Philosophy”のもと、さらなる成長を目指しており、そのためには社員一人ひとりが新たな挑戦と革新を起こし続けなければいけません。

その実現に向けて欠かせないのが上司部下・部署などを超えたコミュニケーションであり、その下支えとなる互いへの「感謝・称賛」を組織文化として根付かせるために最適なサービスがUniposであると確信しています。

Unipos社との協働が、変化の激しい時代における当社の成長とはたらく喜びを感じられる組織づくりの大きな力となることを大いに期待します。

アサヒグループジャパン株式会社
執行役員 人事部長
根来智之様

引用：当社サービスサイトプレスリリース掲載事例 [アサヒグループジャパンが人的資本の向上のため「Unipos」を導入～アサヒグループのイノベティブな企業風土づくりをサポート～](#)

活用事例 | 株式会社サンワカンパニー様

社内施策との相乗効果で、組織の縦割り化を阻止。目立ちにくい貢献の可視化にも寄与。



株式会社サンワカンパニー様

事業内容

キッチンや洗面化粧台などの住宅設備機器や
建築資材の企画開発 / インターネット販売

導入前の課題感

300名規模への組織拡大と複数拠点体制に加え、リモートワークの導入によって社内コミュニケーションの希薄化が加速。

オンラインチャットのやりとりのみではニュアンスが伝わりにくく、組織の縦割り化も進みつつあった。

また、大切だが目立ちにくい組織への貢献を社内に共有する手段がないことに対しても課題感を感じていた。

Before

導入後の効果

社内報や交流会などの既存の社内施策の効果が一時的なものに終わらず、Uniposによってさらに交流を深めることができた。

新卒社員の活躍も含め、限られた範囲のみでしか知られていなかった貢献とそれに対する称賛が全社に伝わるようになり、縦割り化の阻止に成功。

After

引用：当社サービスサイトプレスリリース掲載事例 [様々な社内施策に相乗効果をもたらし、組織拡大に伴う縦割り化を阻止](#)

2023年3月期 通期 決算概要

2023年3月期 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、営業サイクル長期化の影響もあり、売上高は803百万円と通期業績予想に対して未達。
- 人件費の圧縮と顧客獲得コストの低減が進み、営業損失は前年同期比で233百万円減少、計画対比で155百万円減少と大幅に改善しました。

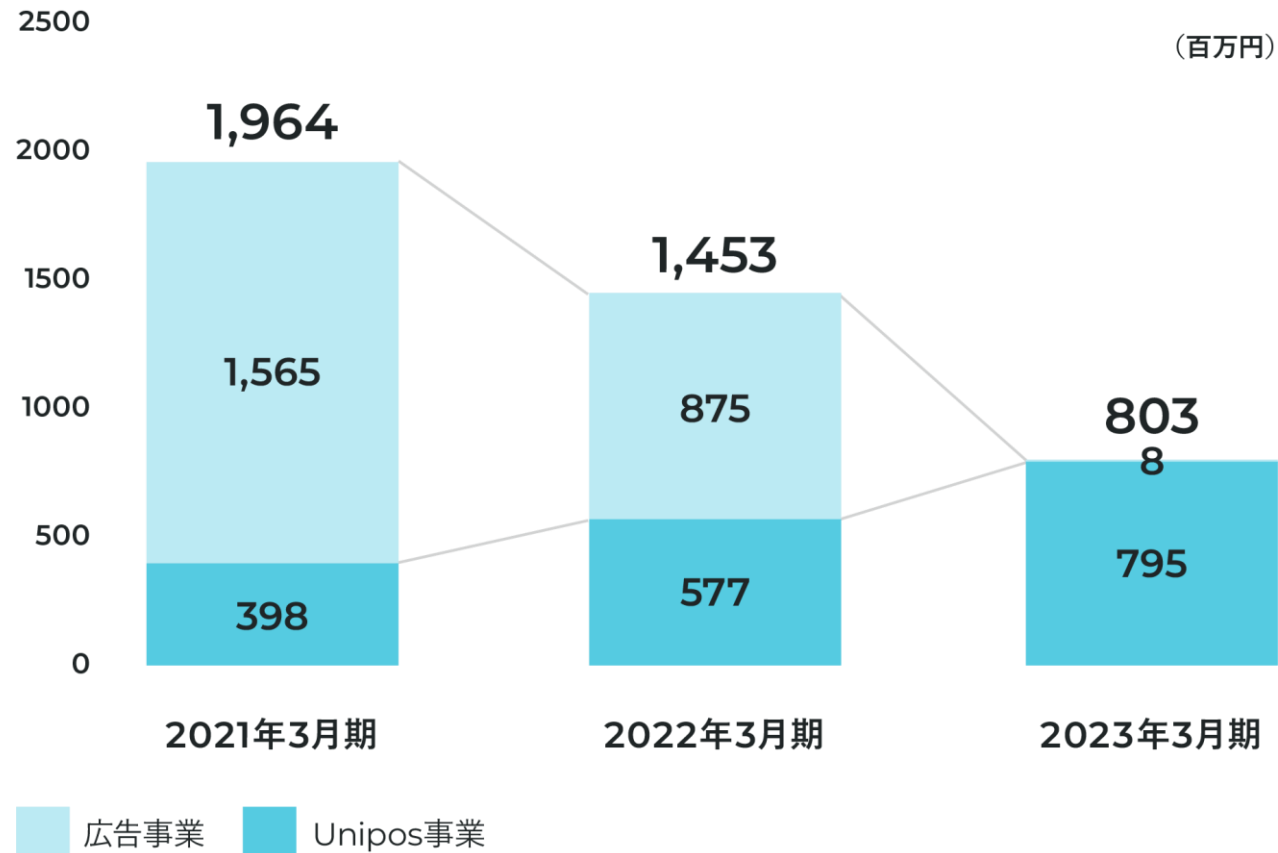
(百万円)	22年3月期 通期 (A)	23年3月期 通期 (B)	対 前年同期 (B-A)	23年3月期 業績予想 (C)	対 計画 (B-C)
売上高	1,453	803	▲650	838	▲35
営業利益	▲1,216	▲983	+233	▲1,138	+155
経常利益	▲1,197	▲976	+221	▲1,150	+174
税引前当期純利益	▲2,533	▲912	+1,621	▲1,150	+238
当期純利益	▲2,510	▲913	+1,597	▲1,154	+241

※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。

※前期については連結ベースの金額を記載しております。当社の連結子会社であったUnipos GmbHは2022年3月31日付で解散及び清算の決議をしたことにより、当期より連結決算の対象範囲から除外しております。前期、当期におけるUnipos GmbHの影響額は僅少であるため簡便的に前期連結ベースの数字と比較しております。

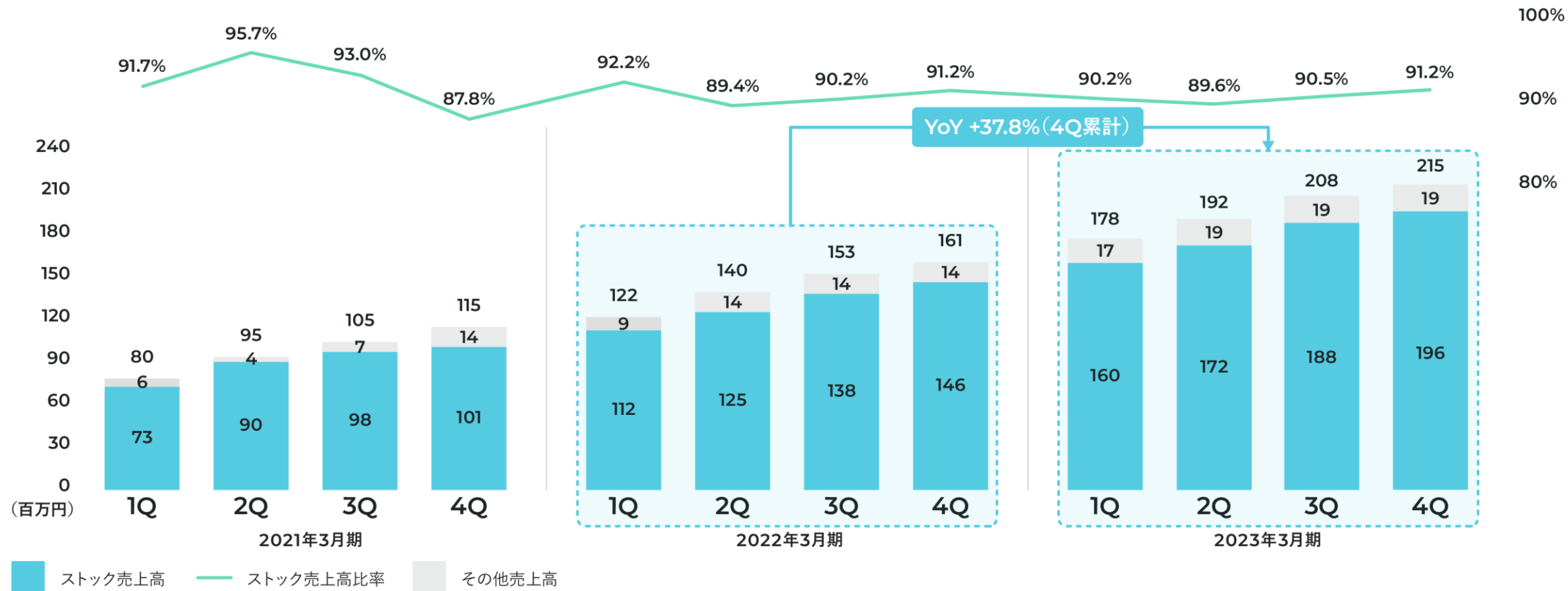
売上高推移（年間）

売上高総額の減少は、広告事業の終了による影響です。前頁で述べた営業サイクル長期化の影響もあり、前回公表していた+45%以上というYoY成長率目標に対し、23年3月期のUnipos事業売上高は22年3月期通期に対して+37.8%の成長率となる795百万円で着地しました。



Unipos事業売上高推移（3ヶ月実績）

23年3月末現在の顧客件数は371件*。一社当たりの売上が高いエンタープライズ企業に経営資源を集中しており、安定的な収益構造を保ちながら、売上は着実に伸びております。

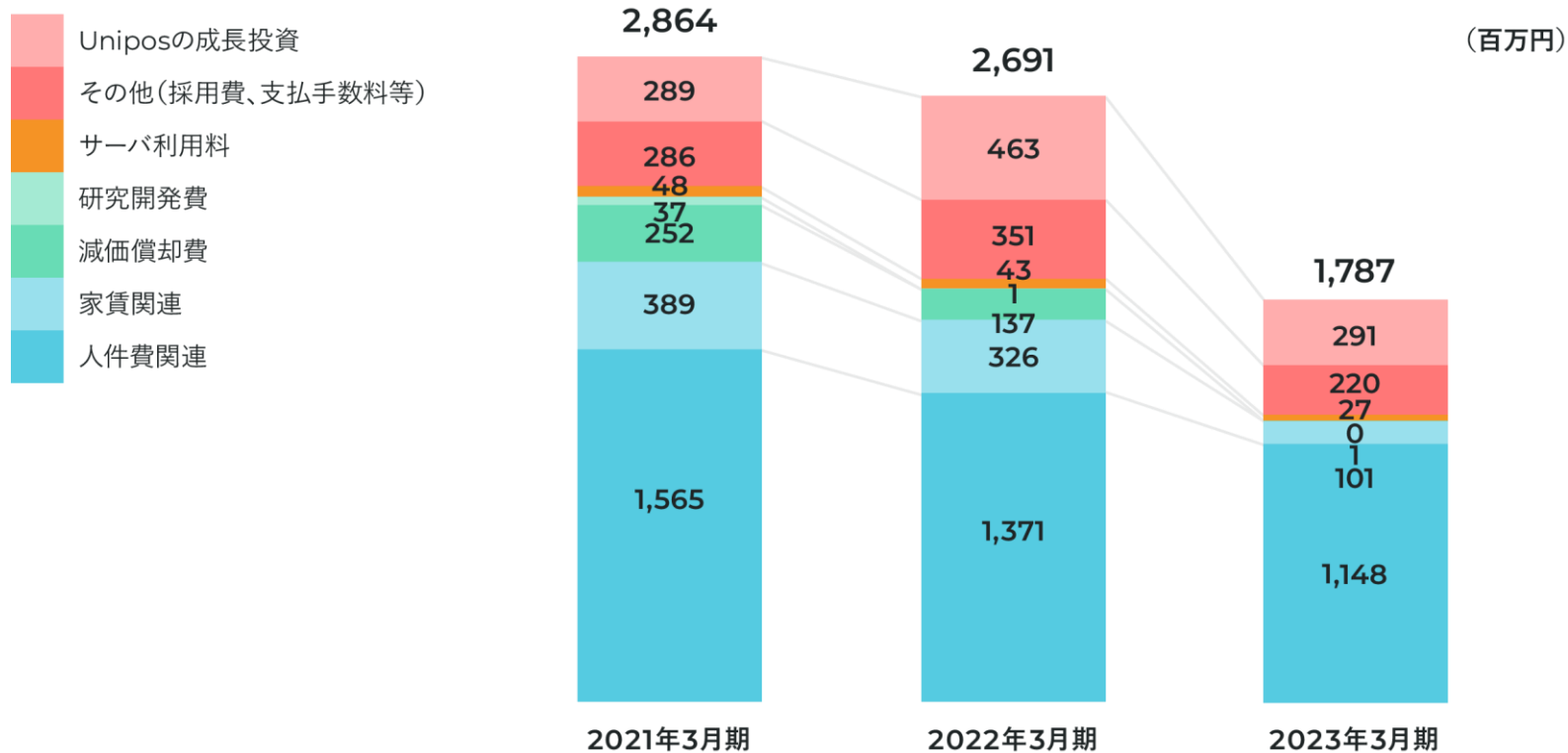


ストック売上高：継続課金対象となる月額料金 その他売上高：初期費用等の一時的な費用

*ユーザー利用料の契約件数のみを記載。過去開示の件数は一時停止中の企業(件数)なども含まれていたが、当該契約件数は一時停止企業および解約済企業を含めず算出。

原価・販管費推移（年間）

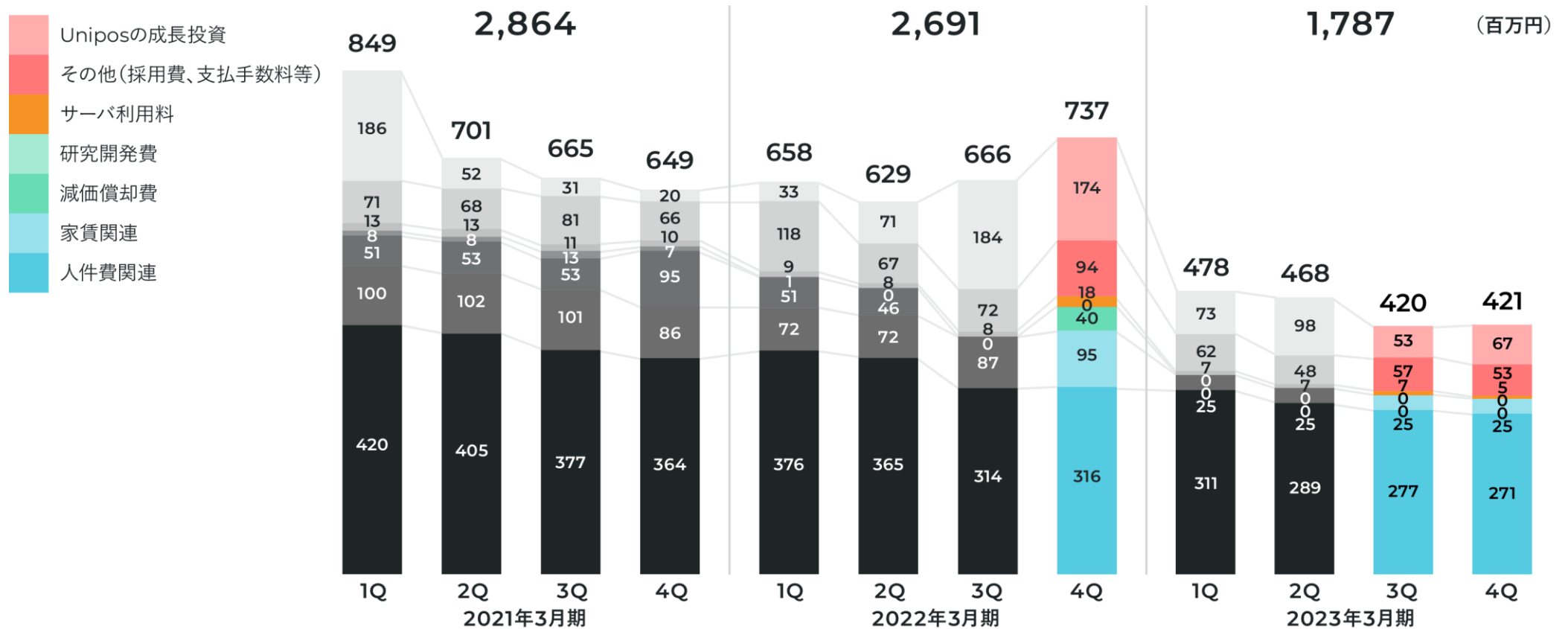
- 当期は対前期で**マイナス904百万円の1,787百万円**で着地しました。
 - コスト圧縮が進んだ主な要因としては、オフィス移転に伴う家賃関連費用の減少、事業規模を踏まえた組織体制の見直しに伴う人件費の圧縮が進んだことによります。
 - 成長投資は顧客獲得コストが低減したことに伴い291百万円で着地しました。これは前回削減目標として公表していた120百万円の削減に対し、それを上回る172百万円の削減となりました。



※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。

原価・販管費推移（3ヶ月実績）

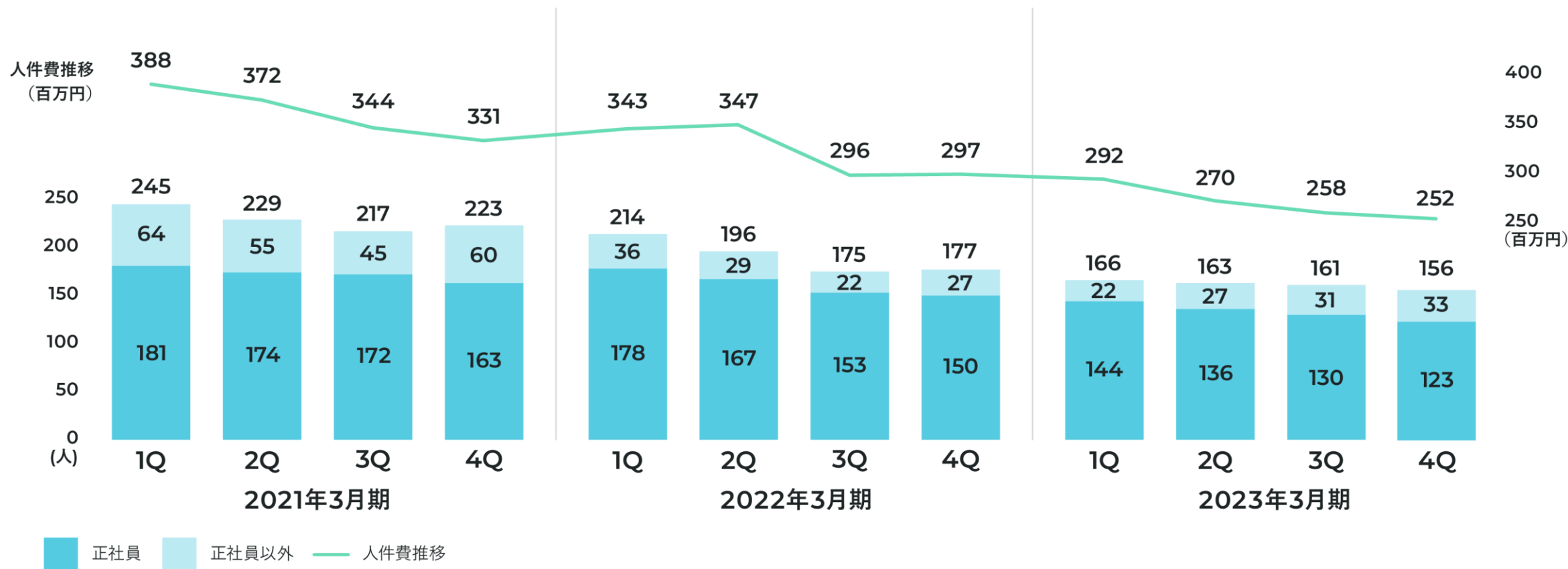
- 23年3月期は、第1四半期から第4四半期にかけて全体的にコストの圧縮が進みました。
- コストの見直しにより、24年3月期も更なるコストの圧縮を図っていきます。



※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

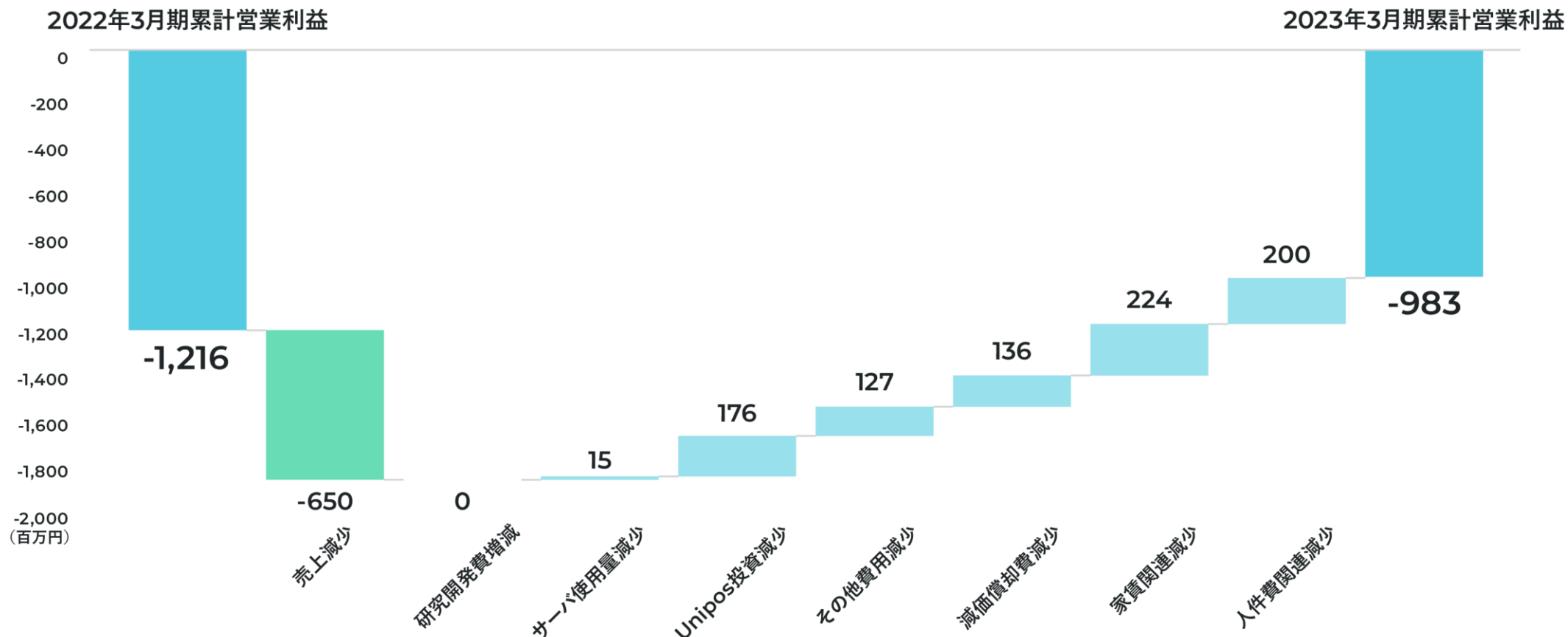
- 前期である22年3月期に実施した構造改革に伴い、今期においても人件費の圧縮が進み、対前期でマイナス211百万円の1,072百万円（16%減）で着地。引き続き組織体制の最適化を図ります。



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

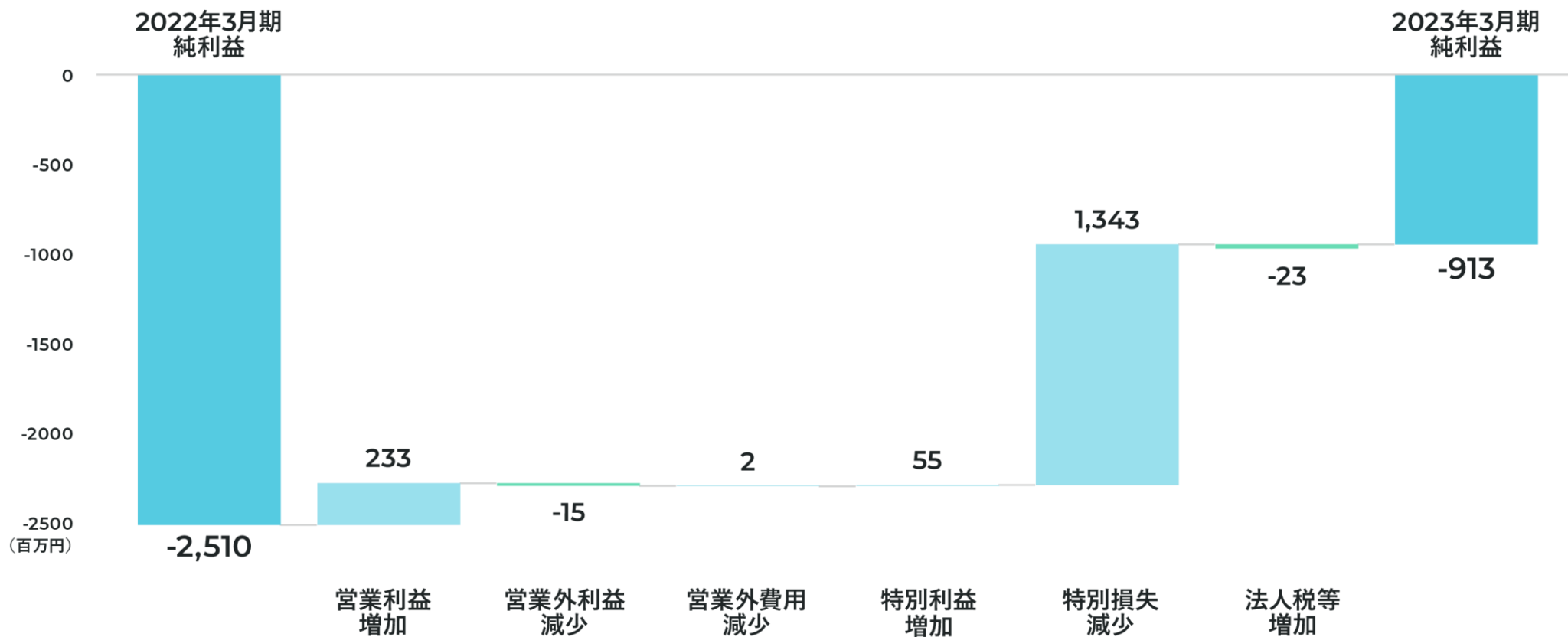
営業利益増減要因

広告事業終了に伴う売上減少の一方で、それを上回る形でコストの圧縮が進んだ形となり、累計営業利益は対前期でプラス233万円の▲983百万円で着地しました。



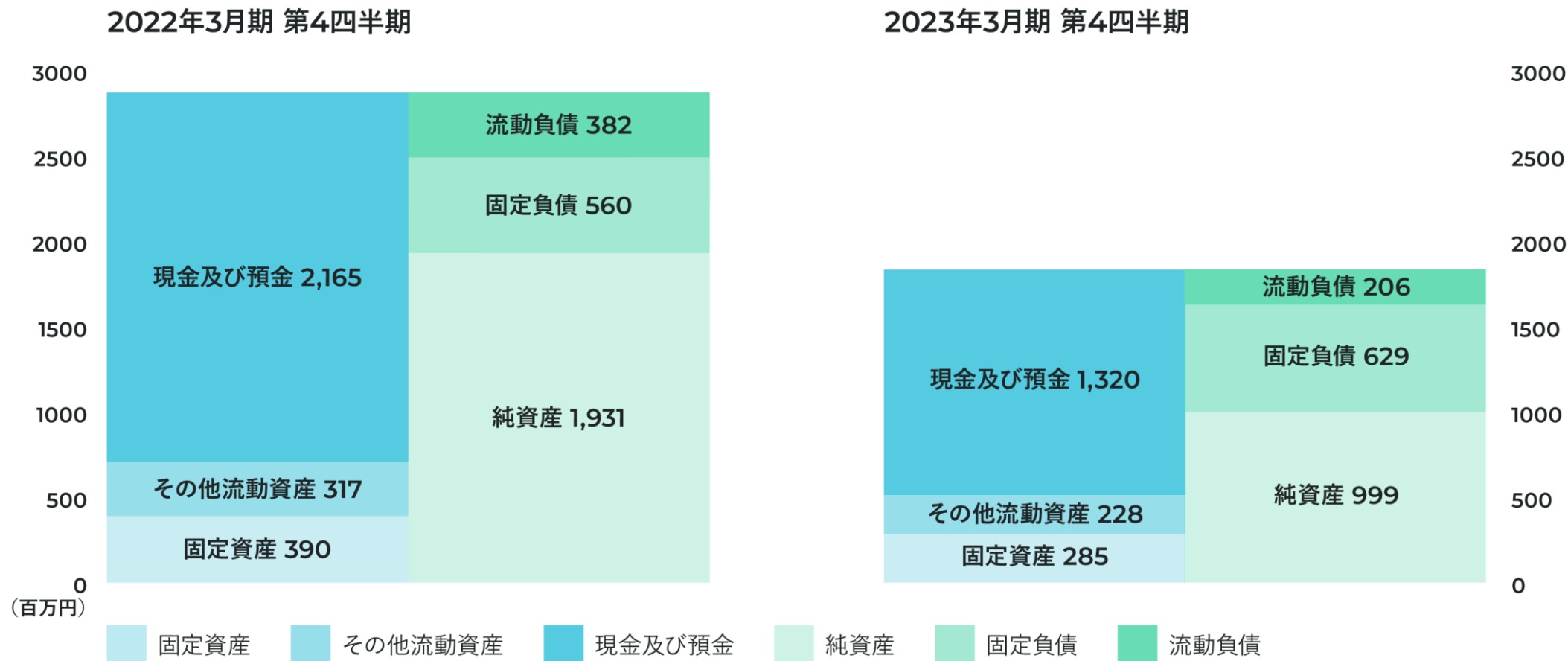
純利益増減要因

前期は減損損失ならびにオフィス移転費用により多額の特別損失が発生したため、累計純利益を押し下げましたが、当期については特別損失の発生はありません。



バランスシート of 状況

依然としてキャッシュは潤沢な状態を維持できており、十分なバランスを保持。引き続き各種コストを圧縮しつつ、事業成長に向け費用対効果の高い投資を継続していく予定です。



2024年3月期 通期見通し と成長戦略

2024年3月期 累計業績予想サマリー

- 売上高予想は**973**百万円。
- 営業利益は、赤字幅の縮小を目指したコストマネジメントを行い、コストを昨期対比で**200**百万円圧縮し、**▲614**百万円となる見込みです。
- 当期純利益は、**▲624**百万円となる見込みです。

(百万円)	24年3月期 通期予想	前期比	23年3月期通期
売上高	973	+170	803
営業利益	▲614	+369	▲983
経常利益	▲620	+356	▲976
税引前当期純利益	▲620	+292	▲912
当期純利益	▲624	+289	▲913

前回公表の成長戦略の振り返り

マーケティング 投資

2022年6月公表時の戦略

新規顧客の獲得効率が良く、投資効果が高い自社ウェビナーを継続的に実施。(年2回程度予定)
商談・受注へ繋がる新規顧客リードの獲得・最大化を目指す。

振り返り及び進捗状況

年2回の自社大型ウェビナー開催やその他の施策を通し、22年3月期に比べてより投資効率性の高いリード獲得に成功。24年3月期については、23年3月期に獲得したリードが商談・受注へ繋がるように中長期的に育成していくことと、より一層投資効率性を見極めることで、CAC（顧客獲得コスト）の最適化を図っていく。

Sansan(株)との 連携強化

2022年6月公表時の戦略

資本業務提携先であるSansanが持つ日本有数の人材/人事情報を活用し、ターゲット顧客におけるライトパーソンへのアプローチが可能に。商談化率/受注率の更なる向上へ向け人的交流(人員派遣)も含め、連携を強化。

振り返り及び進捗状況

社外取締役2名を迎え、主に経営戦略への提言や受注獲得/顧客単価上昇に関するノウハウを提供頂いている。また、Sansan社からの顧客紹介により、一定エンタープライズ企業についても導入実績が出ている。

機能・サポート 体制の拡充

2022年6月公表時の戦略

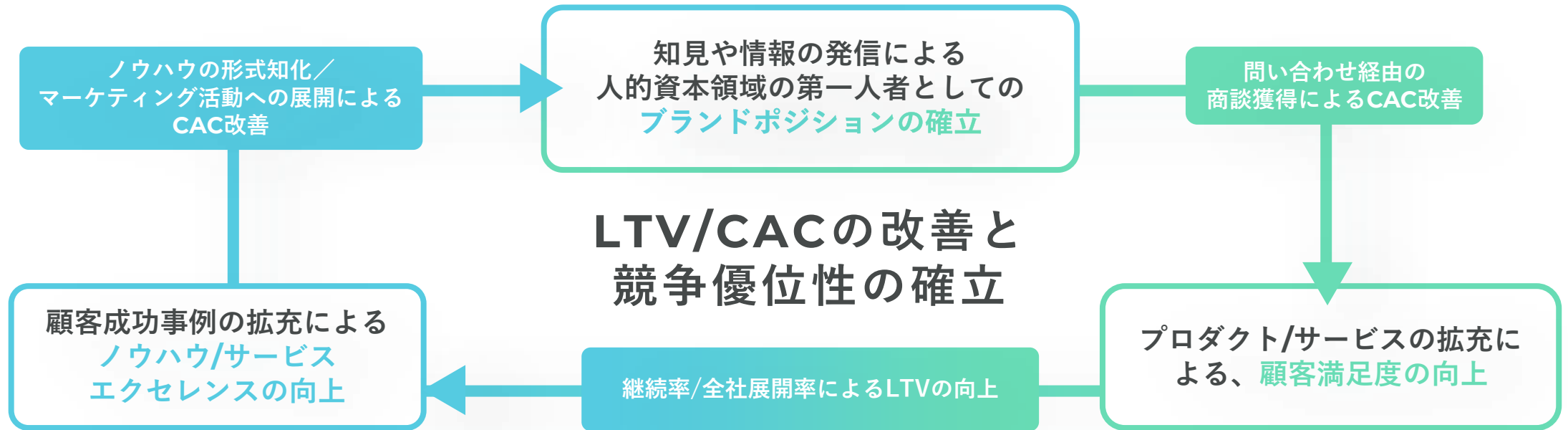
導入規模の小さい企業における全社利用、大企業における大規模ユーザの同時利用という相反する状況に対し、どちらの利用促進にも対応可能な機能と推進を後押しするサポート体制の拡充。

振り返り及び進捗状況

23年3月期は機能開発・サポート体制共に、エンタープライズ企業の利活用向上を中心に経営資源を投下。エンタープライズ企業の獲得・リテンションにより一層注力すべく、営業組織編制の見直しなどを通してLTV（顧客生涯価値）の向上を図っていく。

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。



受注拡大のための
マーケティング投資額 **964**
百万円
(ウェビナー集客・開催等)
(2023年3月末で726百万円充当済)

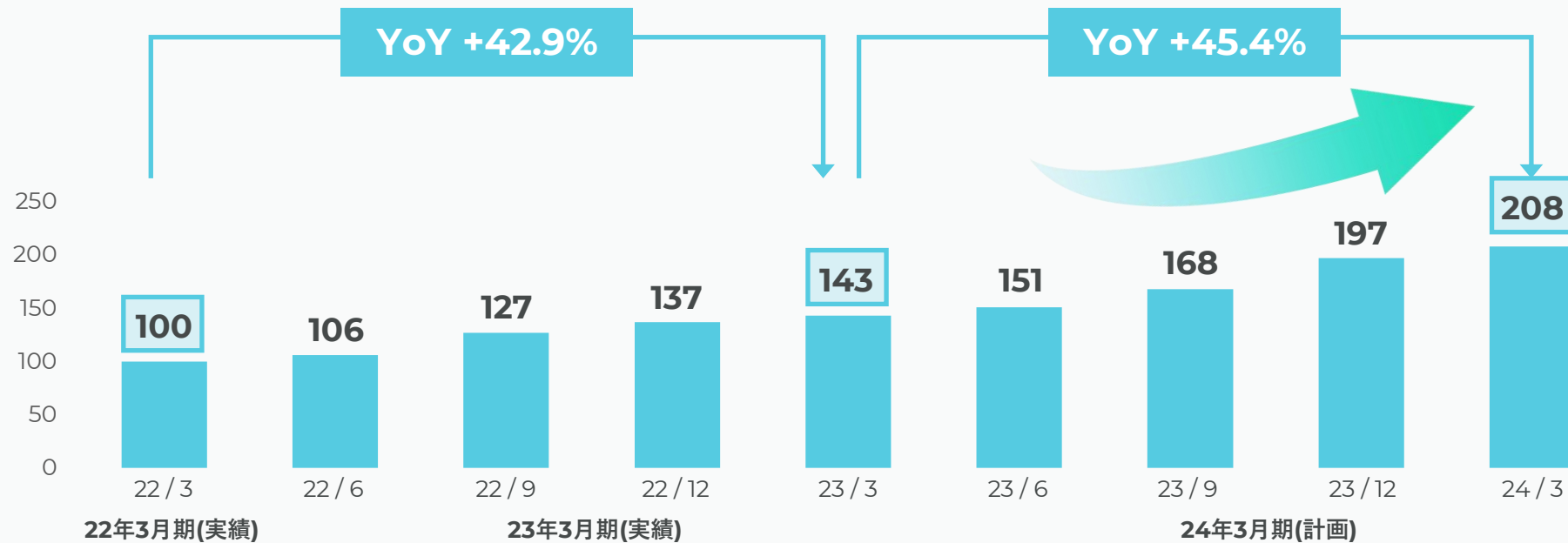
受注拡大・
体制拡充のための
人件費 **1,231**
百万円
(2023年3月末で1,054百万円充当済)

機能拡充の
ための
開発投資 **1,580**
百万円
(2023年3月末で477百万円充当済)

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2023年3月時点にかけて、ストック売上高に占めるエンタープライズ企業※のシェアは48%→53%へ拡大しております。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ていきます。

■ 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90百万円の削減

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100百万円の削減

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200百万円の圧縮

具体的なマーケティング活動

人的資本関連 / 組織風土改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。

マスパブリシティ出演



ワールドビジネスサテライト / モーニングサテライト等のマスパブリシティに人的資本投資関連の第一人者として当社代表田中が出演（その他日経新聞等への露出も多数）

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

ウェビナー



経営・人事役員向けの自社ウェビナーの開催

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
資本金	50,730,000円 *2023年03月31日時点
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



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



日本的人事部「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、2024年3月期の通期決算発表時期（2024年6月頃）を予定しております。