

2025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

2025年5月9日

Contents

- 01** 業績ハイライトとコーポレートアクション
- 02** ビジネスモデルと事業内容
- 03** 当社が取り組む市場環境とポジショニング
- 04** 2025年3月期 通期決算概要
- 05** 2026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

業績ハイライトと コーポレートアクション

2025年3月期 通期業績ハイライト

- 売上高：前年同期比で**159**百万円増加し、**当期期初の業績予想に対し103.1%で着地。**
- 営業損益：固定費の圧縮と生産性の改善により、**前年同期比で419百万円改善**しました。
- 2024年12月には単月黒字化を達成し、2025年2月に業績予想の上方修正を発表しました。
- 2025年3月期 第4四半期には四半期黒字化を達成し、**売上・営業利益ともに上方修正した業績予想をも上回り着地**しました。

Unipos売上高

1,089百万円

前年同期：930百万円

ストック売上高比率

84.8%

前年同期：90.7%

通期売上高達成率

103.1%

◆コストダウン効果

人件費

対前年同期比累計で
マイナス**139**百万円で着地。

広告 宣伝費

対前年同期比累計で
マイナス**22**百万円で着地。

◆利益体質強化

営業 損益

対前年同期比累計で
プラス**419**百万円で着地。

2025年3月期第3四半期～直近のコーポレートアクション

事業

サービス拡充

- 独自サービス「組織インサイトサーベイ」の提供開始 ※商標出願中
- 「MVV策定支援」の提供開始。プロフェッショナルサービスを強化
- 「Unipos 心理的安全性eラーニング」の提供開始

▶ プレスリリース
▶ プレスリリース
▶ プレスリリース

業務提携

- 日経BP社と業務提携開始
- 三井住友信託銀行とUnipos販売協力や共同商品開発に関する業務提携を発表

▶ プレスリリース
▶ プレスリリース

R&D・開発

- メールアドレスを持たない従業員でも利用可能な「ログインID機能」をリリース
- R&Dを進めていたAI機能を「組織インサイトサーベイ」に実装完了

▶ プレスリリース

組織

経営執行体制の強化

- 経営体制と役割を刷新。
新代表取締役会長として田中弦、新代表取締役社長として松島稔が就任
新たに3名が執行役員に就任

▶ プレスリリース

採用・組織体制

- 中途採用を再開
- 「AIエージェント化」をテーマとした社内プロジェクト発足

その他

PR

- サービスの拡充に伴い、顧客および求職者に対して
当社立ち位置のコミュニケーションを「組織課題解決カンパニー」に統一
- 代表田中 弦 『5000の事例から導き出した「人的資本経営大全」』
-日本企業最後の伸びしろ-』書籍発売

▶ プレスリリース
▶ プレスリリース

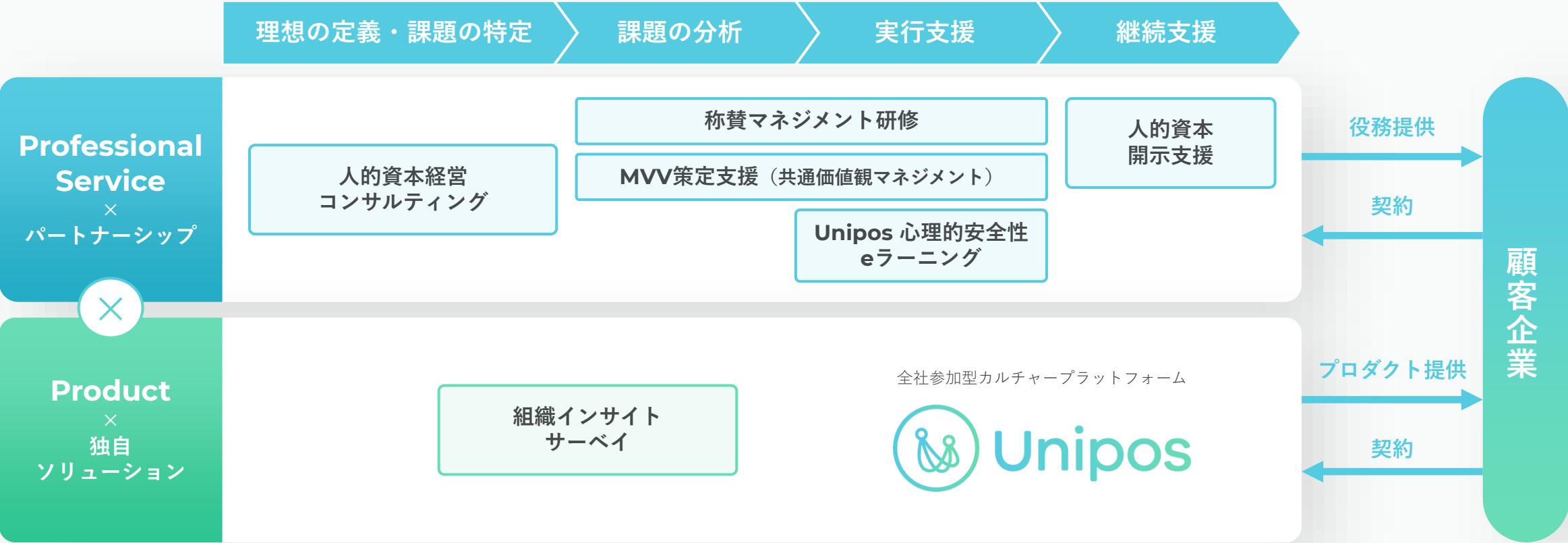
コスト削減

- 11月1日付でオフィス移転が完了し、月額5百万円程度の固定費削減

ビジネスモデルと事業内容

当社のビジネスモデル

【プロフェッショナルサービス×マルチプロダクト】の一気通貫体制で、エンタープライズ企業への支援を強化します。Uniposのみのプロダクト提供にとどまらず、人的資本経営や組織風土の分野での専門性を生かし、あらゆる組織課題の全てのプロセスに対して役務提供を行います。



※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の考える人的資本経営と、カルチャー変革投資の必要性

人的資本とは従業員個人が所有するものであり、人的資本経営とは「個人の持つ人的資本を十分に発揮するための土台を再構築し、組織的人的資本を創出する経営」と定義しています。主体的な個人の行動および組織的人的資本を創出するためには、健全なカルチャー・集団への投資が必要です。



カルチャー変革を成功に導く方法

社員みずから、
組織貢献につながる
良い行動を見つけ、称え、学ぶ。
このサイクルを回す
仕組みが重要です。

Point

カルチャー変革を成功に導くために、
経営層や人事がまずやるべきことは
サイクルを回すための仕組みを用意し、
現場の社員の主体性を引き出すことです。



Unipos社の提供価値

プロダクトとメソッドの両輪で、
カルチャー変革を実現します。



いつも現場からのアドバイスを
ありがとうございます
おかげで受注につながりそうです

称える
見つける
学ぶ

Product

全社参加型カルチャープラットフォーム

良い行動を見つけ、称え、学ぶ。そのサイクルが続くプロダクト「Unipos」。

Method



カルチャー変革メソッド 実行支援サービス

数百社への支援で培ったメソッドに基づき、
専門チームが支援。

プロダクト概要 *画面及び機能は、仕様が変更される場合がございます。

社員みずから、見つけ、称え、学ぶ。そのサイクルが続く。
「Unipos」は、全社参加型カルチャープラットフォームです。

組織の良い行動を

見つけ、
称え、
学ぶ。



称賛した人も
称えられる。
だから、

サイクルが
続く。

MVV策定支援

(共通価値観マネジメント)



*マッキンゼー提唱の「7Sフレームワーク」より

プロジェクトの前提整理 経営層 / 人事

キックオフMTGやヒアリングなど、MVV策定に向けて事前準備を行う。

ミッション・ビジョン策定 ワークショップ 経営層

全従業員と目指す長期的なゴールを、経営層自身の言葉で紡ぐ。

第1回 概念インプット、経営層の想い引き出し、ミッション/ビジョン草案作成（2時間）

第2回 草案を踏まえたディスカッション、ミッション/ビジョンの最終決定（2時間）

バリュー策定ワークショップ 執行役員 + 従業員

日々の業務における具体的な行動基準を、従業員と共につくる。

第1回 概念インプット、バリュー軸の共有、バリュー候補のワード発散（3～4時間）

第2回 バリュー案の決定、経営層への発表 + 対話会（2時間）

現場浸透に向けたガイドライン策定 人事

新たなMVVを効果的に現場に伝えるためのガイドラインを定める。

組織インサイト サーベイ

次世代を担う層の本音を収集

組織の“本当の伸びしろ”を捉える

課題解決の糸口を見出す

課題こそ、伸びしろ。

企業の深層課題を見つけ、成長を支援。

**Unipos社の独自設問設計と生成AI技術が
融合した新サービスです。**

● 匿名記述式アンケート

心理的安全性に配慮した完全匿名かつ、
経営幹部候補層を中心としたアンケートを実施。
平均値を選択しがちな日本人の特性を考え、
設問は全て記述式とし、定量データだけでは
見えてこない部分を確実に捉えます。

● 生成AIによる高度なテキスト解析

人間の力では難しい分析が生成AIで可能に。
新たな発見をもたらします。

● 独自考案のワークショップ

日本で唯一の約5,500社の人的資本経営事例と
数百社でのカルチャー変革支援に基づく、
オリジナルワークショップを実施。
特定した“本当の伸びしろ”を経営層に提言します。



称賛 マネジメント研修

推奨行動フレームワーク

行動の段階（3段階）



時間軸



各部門や職種

組織が掲げる推奨行動を、
各部門の日常業務レベルまで
丁寧言語化。

「理念や方針が浸透しない」という経営層 / 人事に対して、
「どう行動すべきか分からない」と感じている現場——
このギャップの解消を目指す研修です。

● ヒアリング

お悩みや課題感のヒアリングと参加者選定議論（1時間）

● コンテンツご提案MTG

ヒアリング内容と推奨行動フレームワークを基に
組織構造にあわせて調整したコンテンツご提案（1時間）

● 研修実施

当日の資料作成からファシリテーションまで
一気通貫で実行支援（1.5～2時間）

● 振り返りレポート

参加者のアウトプットやアンケート結果の
レポートング及び今後の打ち手ご提案（1時間）



サービス概要

心理的安全性 eラーニング

特別収録
コンテンツ [経営層・上級管理職層向けプログラム]
なぜ今心理的安全性が求められているのか

はじめに 心理的安全性とは何か

第1章 リーダーとメンバーの信頼関係を築く声かけ

第2章 ミス・トラブルを防ぐ声かけ

第3章 突然の退職を防ぐ声かけ

第4章 会社のカルチャーになじむ声かけ

第5章 メンバーを育てる声かけ

第6章 イノベーションが生まれる声かけ

第7章 部門間の衝突をなくす声かけ

第8章 階層を超えて届ける声かけ

おわりに 本教材を通じてお伝えしたかったこと

1万件以上の事例から導き出した
今日から使える声かけ術を、
隙間時間に誰もが学べる全11コマ。

ポジティブな声かけのコツを学び、
お互いに良い行動を称えるスキルを高めることで、
ギャップの解消を目指すeラーニング。

「管理職は心理的安全性の重要性を理解しているが、
日々の日常業務で実践できているとは言えない」

「心理的安全性の醸成は
管理職だけがやるものだとして、
多くの社員が他人事だと思っている」
—このようなお悩みがある職場に
おすすめです。

「心理的安全性を高める
リーダーの声かけベスト100」
著者の田中弦が徹底解説！



人的資本経営 コンサルティング

人的資本経営の認識統一

人的資本経営研修（座学）
世界 / 日本の開示トップ事例INPUT

組織データ収集による課題特定

組織インサイトサーベイ（匿名アンケート）
経営幹部候補の本音に基づく本当の伸びしろを特定

戦略と紐付くストーリー設計

経営 / 人事戦略のストーリー統合
人的資本レポート作成支援

“人的資本経営によって解くべき本質的な課題——
これを明らかにし、企業価値を高める
ストーリーを導くことが重要です。

各企業の多種多様なニーズに合わせ、
経営 / 人事戦略の統合支援を行います。

- 経営と人事戦略を連動させ、1年で
コーポレート・コミュニケーション刷新
- 人的資本レポートに準ずるコンテンツ作成
及び他文書への展開

Unipos株式会社 代表取締役会長。
経営戦略と人事戦略を紐づける「人的資本経営フレーム
ワーク（田中弦モデル）」の公開や、『5000の事例
から導き出した「人的資本経営大全」—日本企業最後の
伸びしろ』を2025年2月に出版するなど、上場企業の
経営者でありながら「人的資本経営の専門家」として
活動中。独自の人的資本開示格付けリストによって、
日経ビジネスの人的資本開示アワード選定にも関与。



監修
田中 弦
Tanaka Yuzuru



支援事例

支援事例 | グッドライフサーラ関東株式会社様

プロダクト【Unipos】の活用によって相互理解の効果を実感。より高度な組織変革を目指すため、本質的な課題を特定する【組織インサイトサーベイ】を実施し、結果として【Unipos】の利用意識の向上にも繋がった。

S&L グッドライフサーラ関東株式会社

グッドライフサーラ関東
株式会社様

..... 支援内容

全社参加型カルチャープラットフォーム



組織インサイトサーベイ

Unipos

導入背景

「理解・団結・自立」が進んだ組織の醸成。

導入効果

社員同士の相互理解が進み、「自ら考え、自ら行動する」人が集う組織風土への変革にステップアップ

組織インサイトサーベイ

導入背景

- 本音に基づいた納得感のある自社の組織課題を明らかにする。
- 管理職の一人一人が「これから目指す組織の姿とアクション」について腹落ちし、主体的に一步踏み出すマインドの醸成と方法の理解を促す

導入効果

組織全体で抱える構造的な組織課題が可視化されたことで、より本質的なアクションプランの策定が可能に。管理職の前向きな姿勢を引き出すことができた

Unipos社が提供する【組織インサイトサーベイ】により、構造的な組織課題の可視化と本質的な施策の整理が可能に。



日本生活協同組合連合会 様

..... 支援内容

組織インサイトサーベイ

組織インサイトサーベイ

導入背景

職員の働きがい高め、多様性をパワーに変える「新たな人と組織づくり」戦略の検討に向けて、真の組織課題を特定するために組織インサイトサーベイを実施

導入効果

- 組織全体で抱える真の組織課題が可視化されたことで優先すべき課題がクリアになり、施策の整理に活かすことができた
- 総合マネジメント部（経営企画機能）および人事部で、人的資本経営における伸びしろとしての組織課題に対する認識を揃えることができた

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

▼2021年

「コーポレートガバナンス・コード」
改定案の策定

▼2022年

非財務情報可視化研究会スタート。
非財務情報可視化研究会から
「人的資本可視化指針」が発表。
人的資本経営コンソーシアム設立。

▼2023年1月

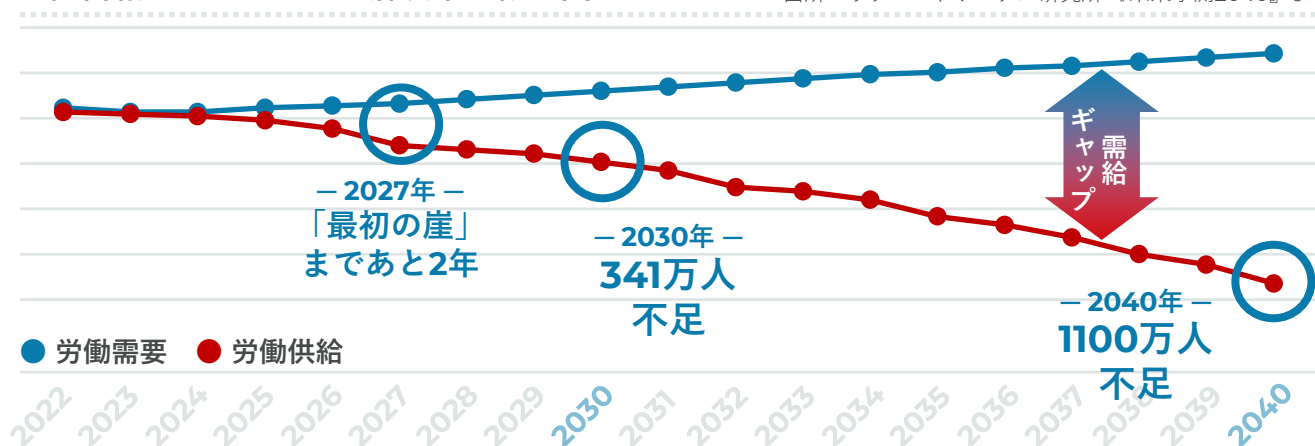
2023年3月期有価証券報告書より
人的資本戦略の目標や実績の開示が義務化。

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。

Uniposの人材市場全体におけるポジショニング

人材領域の市場は大きく「採用」「教育」「管理」「定着」の4つに分かれます。
エンゲージメント市場は「定着」の文脈で成長しており、Uniposはこの成長領域におけるリーディングポジションを築いています。

人材領域市場内の当社ポジショニング

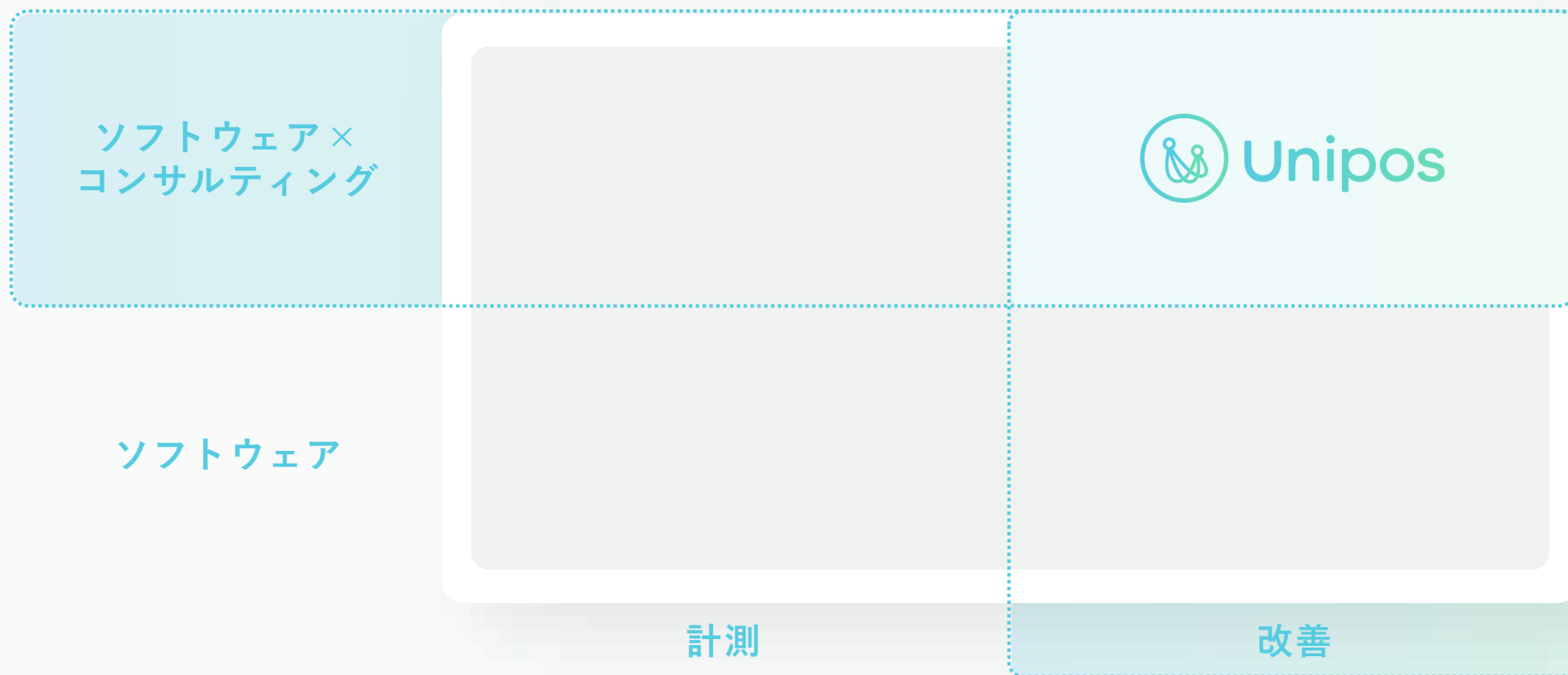


人材定着が課題に
市場規模拡大

Uniposの定着領域（エンゲージメント市場）におけるポジショニング

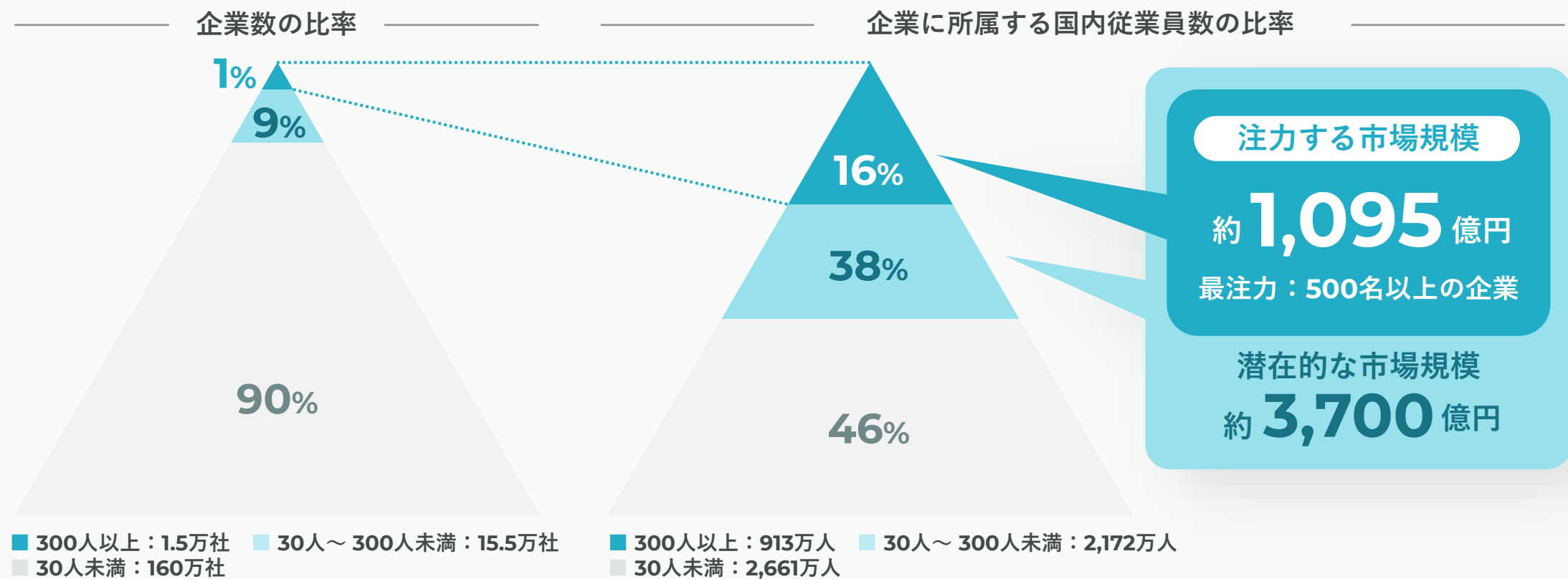
多くの事業者が「ソフトウェア×計測」とどまる中で、Uniposは「改善×複合支援」にポジションを取っており、クライアントの「人材定着」課題に対して、単なる可視化にとどまらず、行動変容やカルチャー変革まで踏み込んだ支援を行う独自のポジショニングを構築しています。

エンゲージメント領域における当社のポジショニング



プロダクト「Unipos」の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

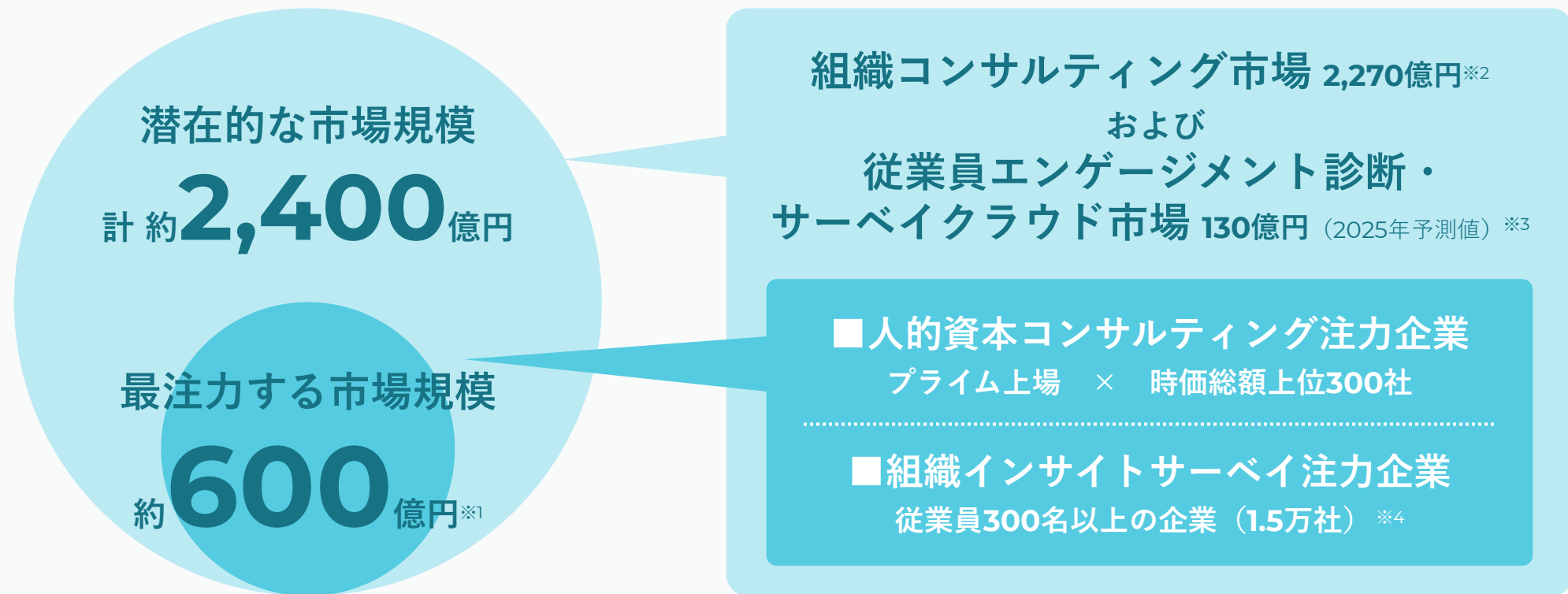
従業員規模300名以上の企業数は国内企業の1%であるにもかかわらず、労働に従事している従業員数では国内全従業員の16%を占めています。今後は30名以上の企業を対象顧客としつつ、その中でも受注単価の大きい500名以上のエンタープライズ企業に注力し経営資源を投下していきます。



※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 ※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。

コンサルティング・サービスの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

組織コンサルティング市場およびエンゲージメント市場は人的資本情報の開示義務化に伴い堅調に成長しています。【人的資本経営コンサルティング】および【組織インサイトサーベイ】において、最注力すべき企業を選定、それぞれの企業に最適化された戦略を展開し、効果的な顧客獲得を目指します。



※1 対象企業の社数×各サービスの単価で当社算出 ※2 出所：組織コンサルティング市場はIDCJapan公表資料を基に当社算出 ※3 出典：矢野経済研究所「従業員エンゲージメント市場に関する調査（2024年）」（2024年8月26日発表）より引用、注：クラウドサービス提供事業者売上高ベース ※4 総務省・経済産業省「令和3年経済センサス活動調査」の統計データより算出

2025年3月期 通期 決算概要

2025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。
結果として、売上高は1,089百万円と前年同期比159百万円増となりました。
- 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419百万円増加と大幅に改善しました。

(百万円)	24年3月期 (A)	25年3月期 (B)	対 前年同期 (B-A)	25年3月期 修正後業績予想 (C)	対計画 (B-C)
売上高	930	1,089	+159	1,088	+1
営業利益	▲510	▲91	+419	▲95	+4
経常利益	▲502	▲95	+407	▲94	▲1
当期純利益	▲502	▲94	+408	▲98	+4

※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。

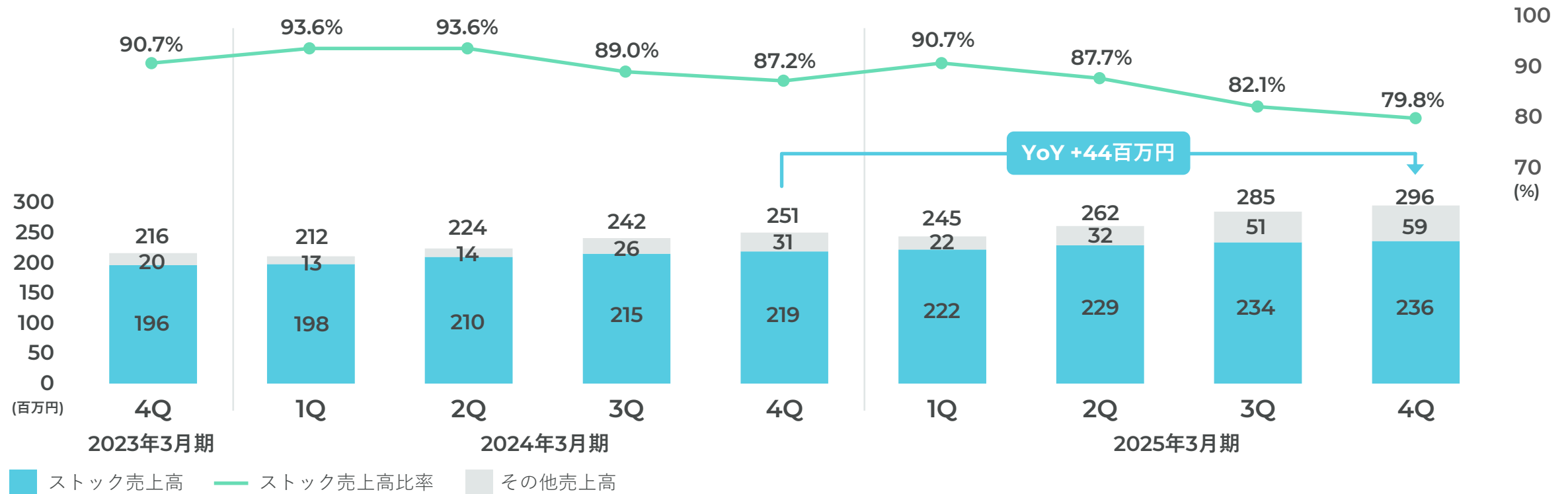
2025年3月期 通期累計業績推移サマリー

- 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、横ばいに推移しておりますが、よ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、四半期黒字化を達成することができました。

(百万円)	25年3月期 1Q	25年3月期 2Q	25年3月期 3Q	25年3月期 4Q
売上高	245	262	285	296
原価	46	45	41	43
売上総利益	198	216	244	253
販売管理費	288	257	254	203
販管人件費	176	167	158	135
地代家賃	18	18	11	7
広告宣伝費	31	18	33	9
その他	62	52	50	50
営業利益	△90	△41	△9	49

Unipos事業売上高推移（3ヶ月実績）

- 当第4四半期のストック売上高比率は**79.8%**、売上高は前年同期比で**44百万円**増加しました。
- 前年同期比でストック売上高比率は低下するも、ストック売上高は順調に推移しており、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。

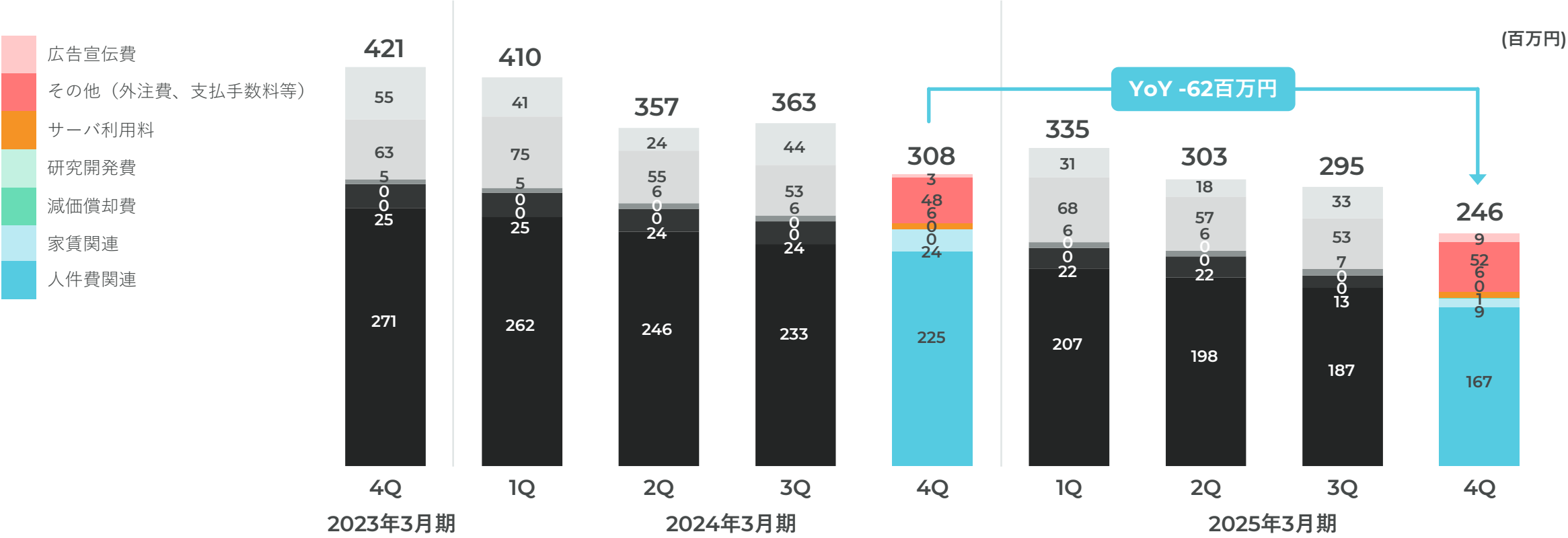


ストック売上高：継続課金対象となる月額料金 その他売上高：初期費用、コンサルティング等の一時的な料金

※売上高の数値を、管理会計ベースの数値から財務会計ベースの数値に変更しております。※ストック売上高比率の計算方法を、百万円単位から円単位の除算に変更しております。

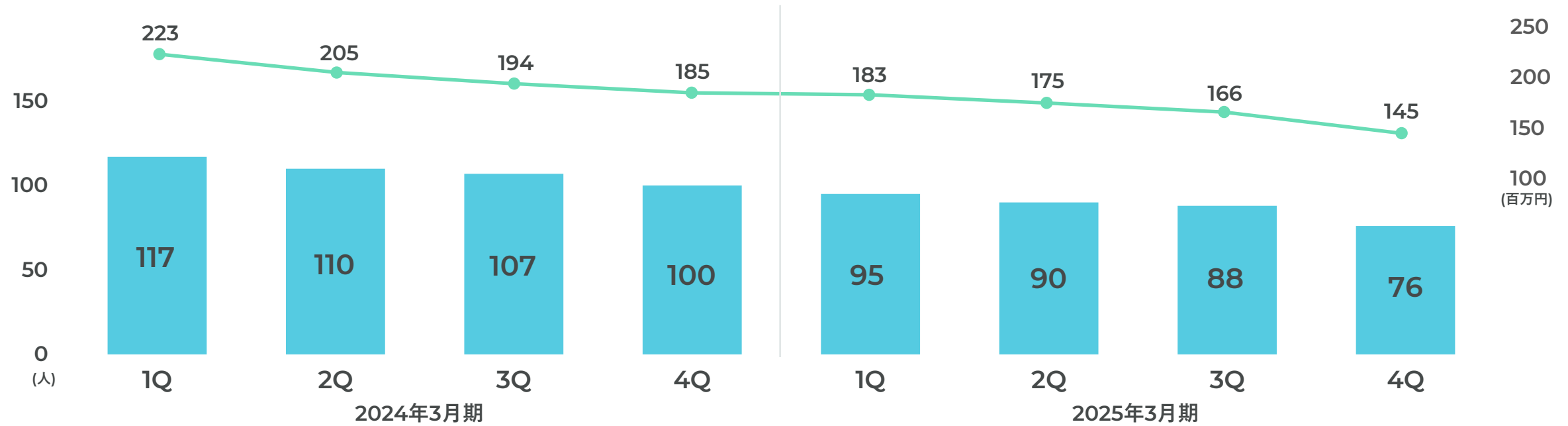
原価・販管費推移（3ヶ月実績）

- 当第4四半期は、広告宣伝費の抑制・最適化および人件費の逡減により、前年同期比に対して62百万円減と全体的にコストの圧縮が進みました。
- 2024年11月1日付でオフィス移転が完了し、月額5百万円程度の固定費削減を実現しました。
- 第4四半期には効率性を重視しつつUniposの成長投資を実施しました。



人件費・従業員数の推移

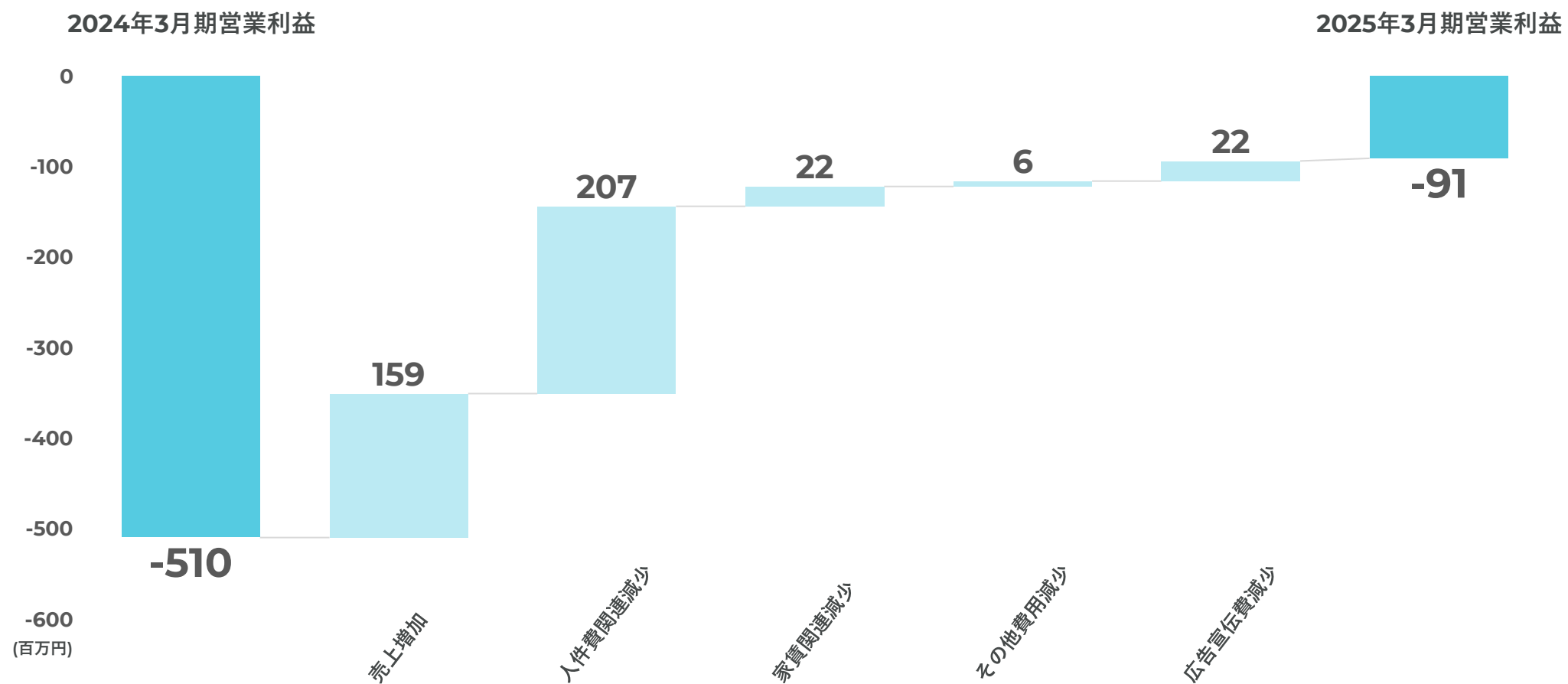
- 事業の構造改革、組織体制の見直しに伴い、今期においても人件費の圧縮が進み、対前年同期比で40百万円減の145百万円（22%減）で着地。
- 同時に事業活動・開発体制の生産性向上を図るため、教育投資・AI投資やプロセスの見直しによる業務効率化に注力しております。
- 売上や利益の水準を鑑みて、今後の事業成長のために採用活動を再開しました。



*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。

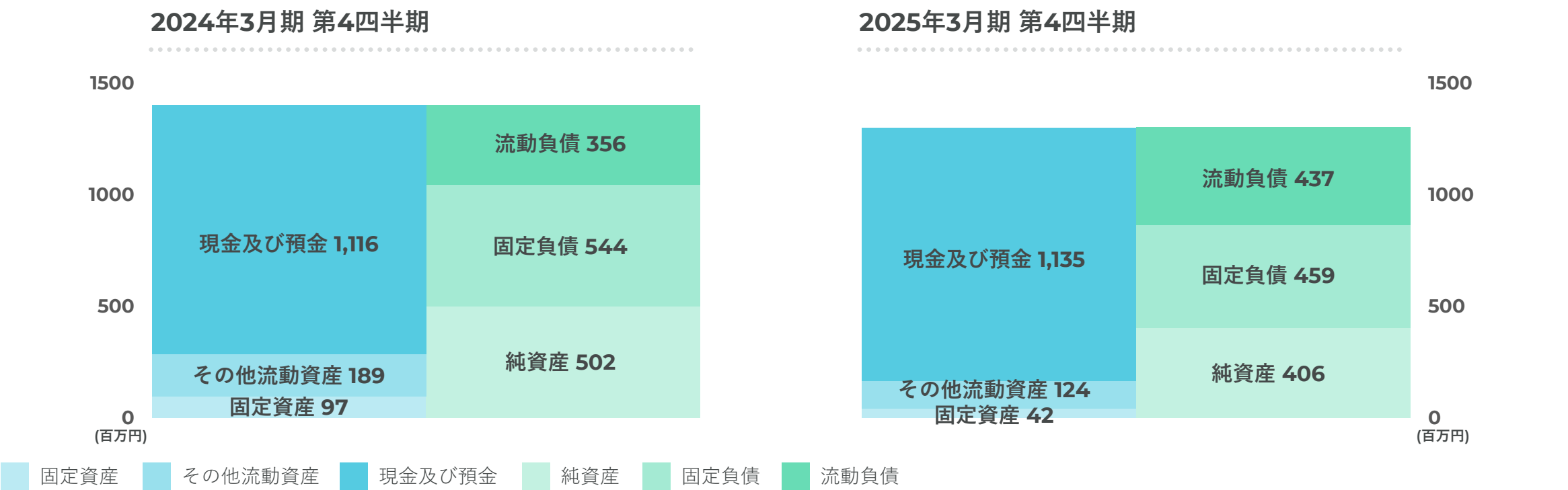
営業利益増減要因

売上高が前年同期比で159百万円増加し、さらには人件費などのコストの圧縮が進んだ形となり、今期営業利益は対前期で+ 419百万円の▲91百万円で着地しました。



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。
- 2024年3月期下期より、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、それにより流動負債の前受金が増加しております。
- 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。



2026年3月期 通期見通し と成長戦略

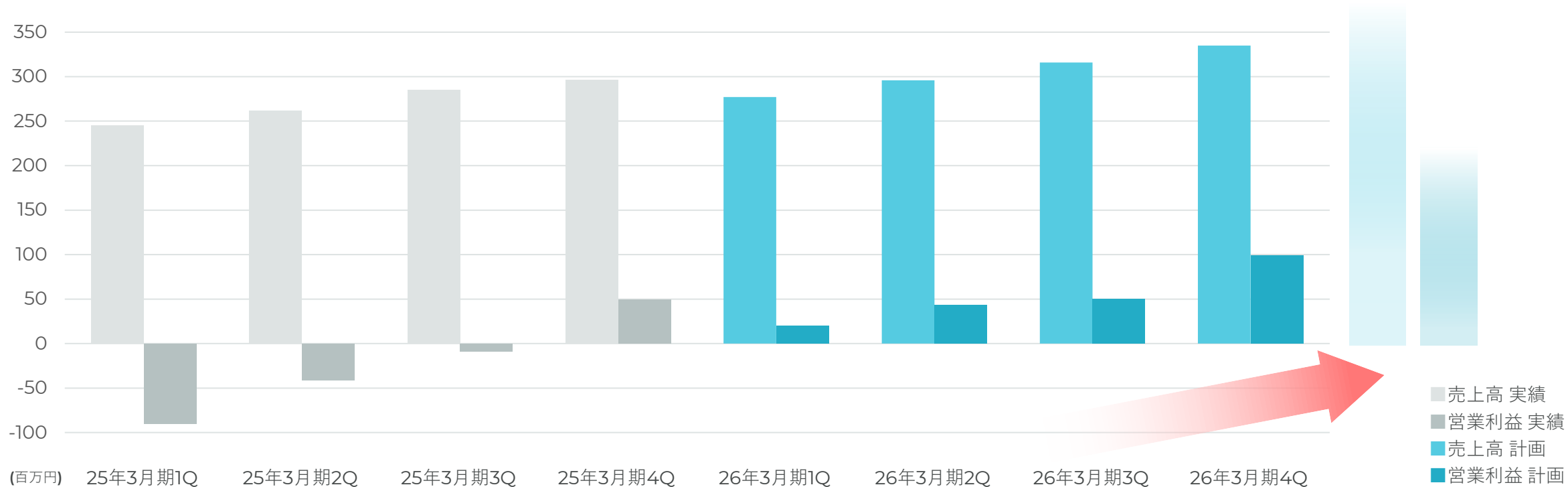
2026年3月期 累計業績予想サマリー

- 売上高は1,225百万円と、前期比137百万円増（12.4%増）となる見込みです。
- 営業利益は、プロダクト及びプロフェッショナルサービスのクロスセルにより顧客単価の向上及び、AI等を活用した生産性の向上を進め、前期比305百万円増の214百万円となり通期営業黒字化を見込んでいます。

(百万円)	26年3月期 通期予想	前期比	25年3月期 通期実績
売上高	1,225	+137	1,089
営業利益	214	+305	▲91
経常利益	200	+295	▲95
当期純利益	200	+294	▲94

2026年3月期 累計業績予想推移サマリー

- 売上高は、堅実に伸びていく見込みになります。
- 原価は、ソフトウェアの資産計上化により、全体としてコストの減少を見込みます。
- 販売管理費は、売上や利益の水準を鑑みて今後の事業成長のために特に第1四半期及び第3四半期において集中的に成長投資を行いつつも年間としては減少傾向を見込みます。
- **2026年3月期は売上高の伸長やコストの最適化により通期黒字化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

CAC（顧客獲得コスト）の最適化

LTV（顧客生涯価値）の向上

2024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ながら顧客を継続的に獲得できる状態を実現してまいります。

①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 ②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 ③顧客からの問い合わせ経由の商談獲得によるCAC改善 を実現してまいります。

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月期に比べて成長投資を22百万円削減しながらも、量・質共に事業成長に足るリード獲得を実現。人的資本経営コンサルティングや組織インサイトサーベイなどの新サービスや業務提携の開始により、人的資本領域での支援を拡大し、エンタープライズ企業からの引き合いも増加。26年3月期は適切なマーケティング費用の投下を行い、更なる成長を目指します。

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。

26年3月期においても、人的資本経営や組織文化の分野での専門性をいかして組織課題に多角的にアプローチし、さらなるCACの最適化を図ってまいります。

【プロフェッショナルサービス×マルチプロダクト】の一気通貫体制でエンタープライズ企業への支援を強化。人的資本経営や組織風土の分野での専門性を生かし、包括的な支援を行いました。事業承継フェーズの企業に対しても、Uniposをはじめとする組織支援サービスを提供し、円滑な承継と企業価値向上に貢献。26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の向上を図ってまいります。

成長戦略

1.新規顧客の拡大

- 引き続きエンタープライズ企業に注力
- 自社コンテンツの活用やPRリソースの外注により、見込み顧客リストからの商談機会創出

2.プロダクト及びサポート支援の拡充

- プロダクト及び付帯サービスの深化
- 新規のサービス開発と生成AI活用によるスケーラビリティの確保

3.クロスセルによる顧客単価の向上

- コンサルティング・ソリューションの顧客拡大
- コンサルティング・ソリューション契約からプロダクト導入への拡大

プロダクト・
サービス拡充

2.プロダクト及び
サポート支援の拡充

現状

Unipos
株式会社

中期展望

1.新規顧客の拡大

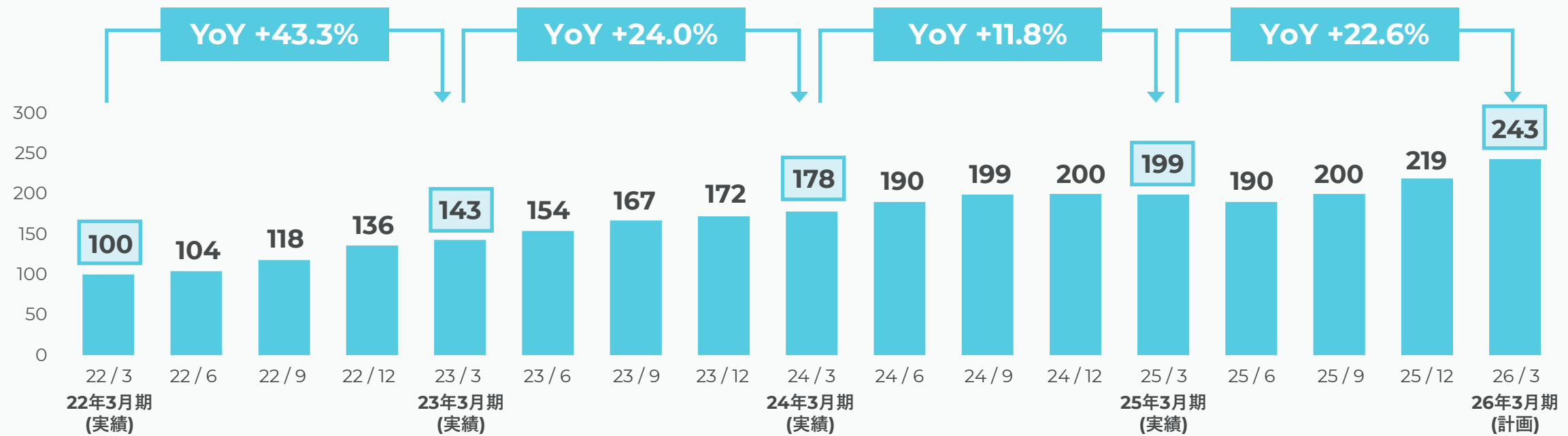
3.クロスセルによる
顧客単価の向上

顧客ベース拡大

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2025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99%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、2026年3月時点においては2022年3月比で143%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。

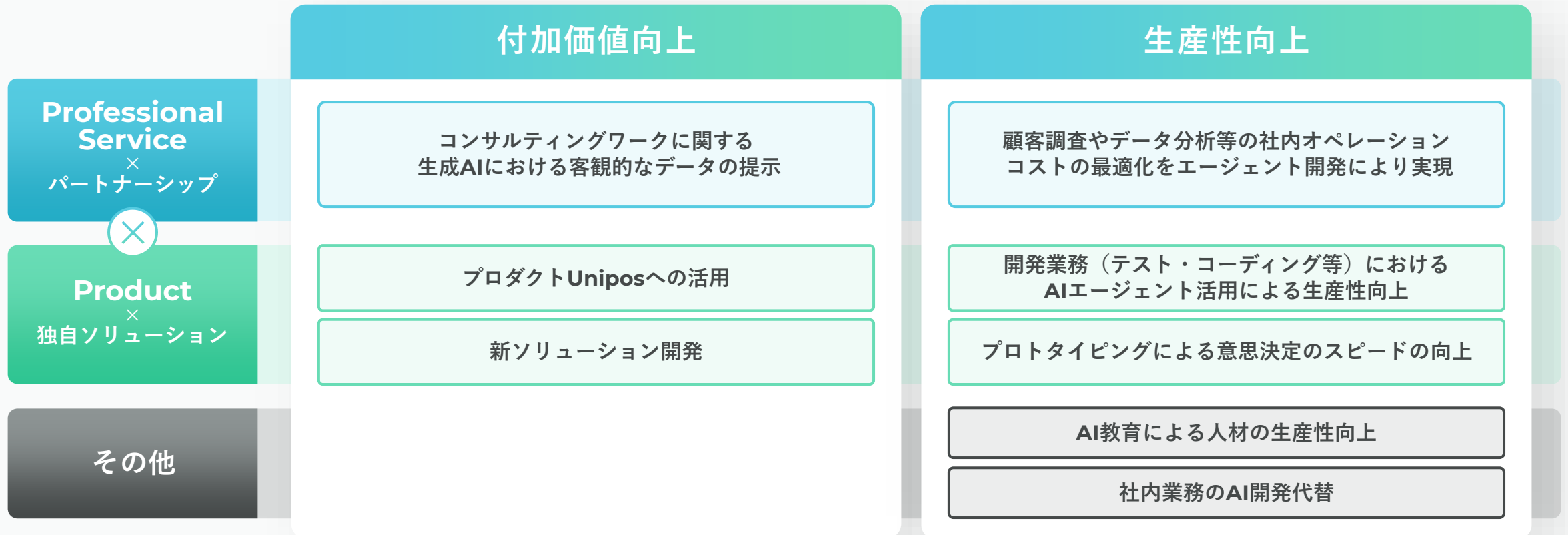
生成AIの活用戦略

プロフェッショナルサービス×マルチプロダクト×生成AIで、独自性の高い付加価値と汎用的な価値提供を実現します。AI活用は、顧客データの客観的なインサイト出力・SaaS上のデータと組み合わせた付加価値提供・ワークフローの自動化など、多岐にわたる展開を予定しています。



生成AIの活用戦略

人間より高度なレベルでの分析や開発を担う「AIとの協業」と人間の業務をAIに代替させる「AIEージェント化」の両軸でAI活用を強化することで、収益性・顧客付加価値の向上、業務プロセスの効率化、コスト削減を図ります。今後もAI技術の活用に関する研究開発を継続的に進め、最新の技術を取り入れることで顧客満足度の向上を図り、持続的な成長を目指します。



パートナーシップ



人的資本経営領域で業務提携

企業の「人的資本経営」の課題解決を強力にサポート

日経BP社との事業提携を通じたパートナーシップ戦略によって、企業の「人的資本経営」の課題解決を強力サポート。

日経BP総合研究所の各種レポート作成ノウハウや発信力とUniposの人的資本経営に関する知見を合わせ、人的資本の情報開示はもちろん、組織改革や人材育成のコンサルティングなど各企業の人的資本経営の取り組みをサポートします。

プレスリリース：[Uniposと日経BPが人的資本経営領域において業務提携](#)



三井住友信託銀行と 業務提携

国内企業数百社に対して「人的資本サーベイ」を実施し、**Social Well-being**※の向上に注力している三井住友信託銀行との業務提携を開始しました。

三井住友信託銀行とUniposの双方の提供サービスや顧客資産を掛け合わせることで、企業価値の向上や経営戦略と人事戦略の密接な連動をサポートします。

※Gallup開示資料に基づき「職場の人間関係に関する充足度」と三井住友信託銀行にて定義

プレスリリース：[Unipos、三井住友信託銀行と業務提携契約締結～日本企業の人的資本経営の推進とSocial Well-being向上のため両社が連動～](#)

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継続的に投下しております。

人的資本経営・カルチャー変革のオピニオン発信

- 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



オウンドメディアの展開

<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』を随時更新し、業界のオピニオンリーダーや自社のメソッドを展開

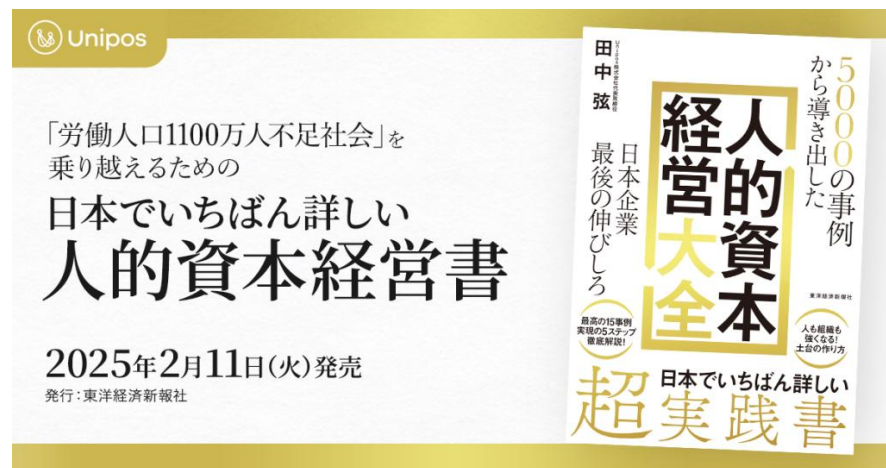


大規模なイベントへの登壇や自社開催

- 産官学連携「カルチャー変革決起会」の開催
- 最高峰の専門家・実践者と創る「人的資本経営シンポジウム2024」の開催



直近のカルチャー変革・人的資本経営の啓蒙活動



『5000の事例から導き出した「人的資本経営大全」 —日本企業最後の伸びしろ』 著者：田中弦

本書は、「人的資本経営専門家」として上場企業の人的資本経営コンサルティングを手がけ、メディア等で幅広く情報発信も行う当社代表取締役会長・田中弦の独自見解をまとめた一冊です。田中の発信内容が多くのご支持を得たきっかけである、国内外5,000件以上の事例を全て読み込んで見つけた“珠玉の人的資本開示”紹介はもちろん、人的資本経営が必要な日本ならではの社会的背景や、上場企業経営者である田中自身が独自に編み出した『人の力で経営目標を達成するための実践方法』を解説しています。

プレスリリース：[【書籍】Unipos代表・田中弦『5000の事例から導き出した「人的資本経営大全」—日本企業最後の伸びしろ』東洋経済新報社より発売～膨大な事例から導き出した社会的背景・珠玉の開示例・実践ノウハウ・有識者知見をまとめた一冊～](#)



企業カルチャー白書2024

九州大学 池田研究室とUniposが「企業カルチャー」を2000名大調査

企業カルチャー白書2024

近年、日本企業の不正・不祥事が頻発し、企業カルチャーの問題が指摘されています。企業カルチャーの改善は重要とされながらも、定量的に測るのが難しく、投資対効果が不明瞭なため後回しにされがちでした。しかし、カルチャーの問題が企業存続に影響を与える事態も増え、対応が急務とされています。そこで、「カルチャー変革推進委員会」を立ち上げ、九州大学池田浩研究室と共に「企業カルチャー白書2024」を制作しました。この白書は、企業がカルチャー変革に投資する際の参考資料となることを目指しています。

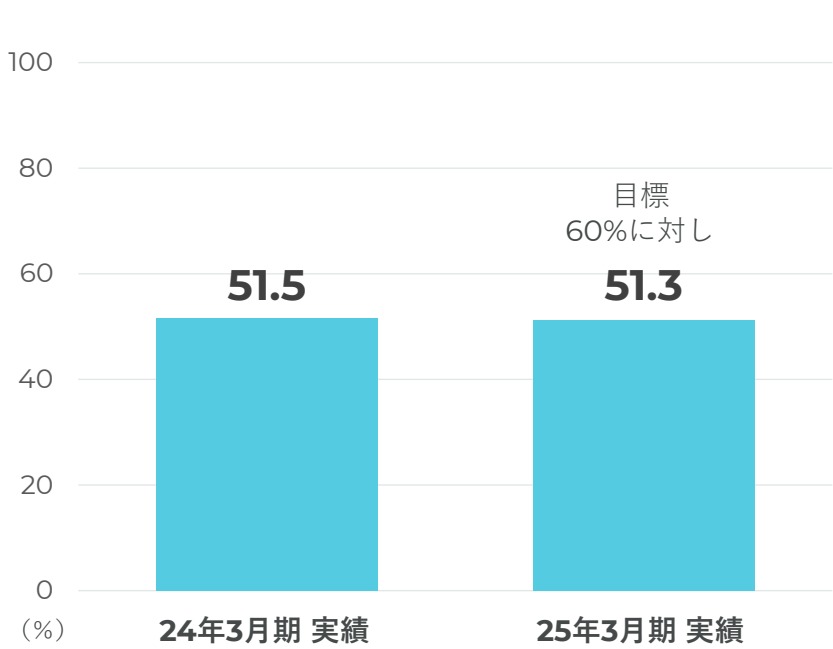
プレスリリース：[11月23日は勤労感謝の日。九州大学池田研究室とUnipos「企業カルチャー白書2024」を発表～先行研究の少ない「企業カルチャー」について2,000名大規模調査～](#)
全文は[こちら](#)からご確認ください。

Unipos社の 人的資本経営戦略について

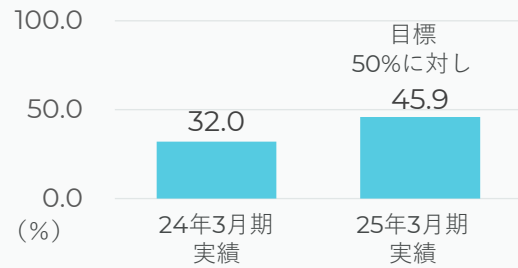
前期の振り返り

- 人的資本経営戦略の主な指標として掲げた「インクルージョンスコア」は51.5%から51.3%とほぼ横ばいの結果でしたが、他指標は前期対比10%以上の上昇を示しており着実な前進をしています（図表参照）。
- 社員一人ひとりに目を向けると、顧客提供価値の向上を目的とした自己研鑽、AIの業務活用、部門を超えた協働が拡大し、組織としての人的資本が厚みを増している実感を得ています。

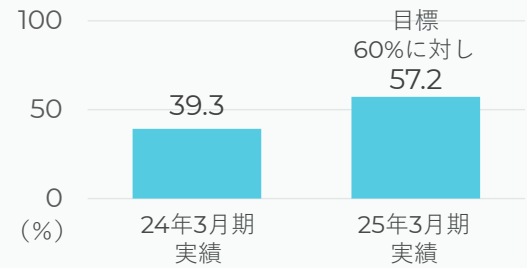
■インクルージョンスコア



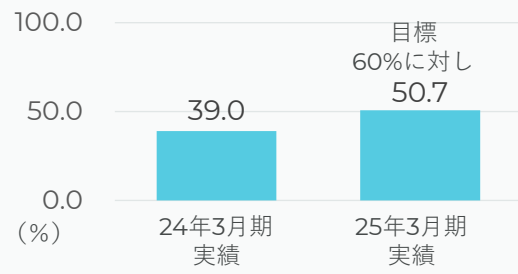
■挑戦指標 YoY +13.9%



■越境指標 YoY +17.9%



■学習支援制度の利用率 YoY +11.7%

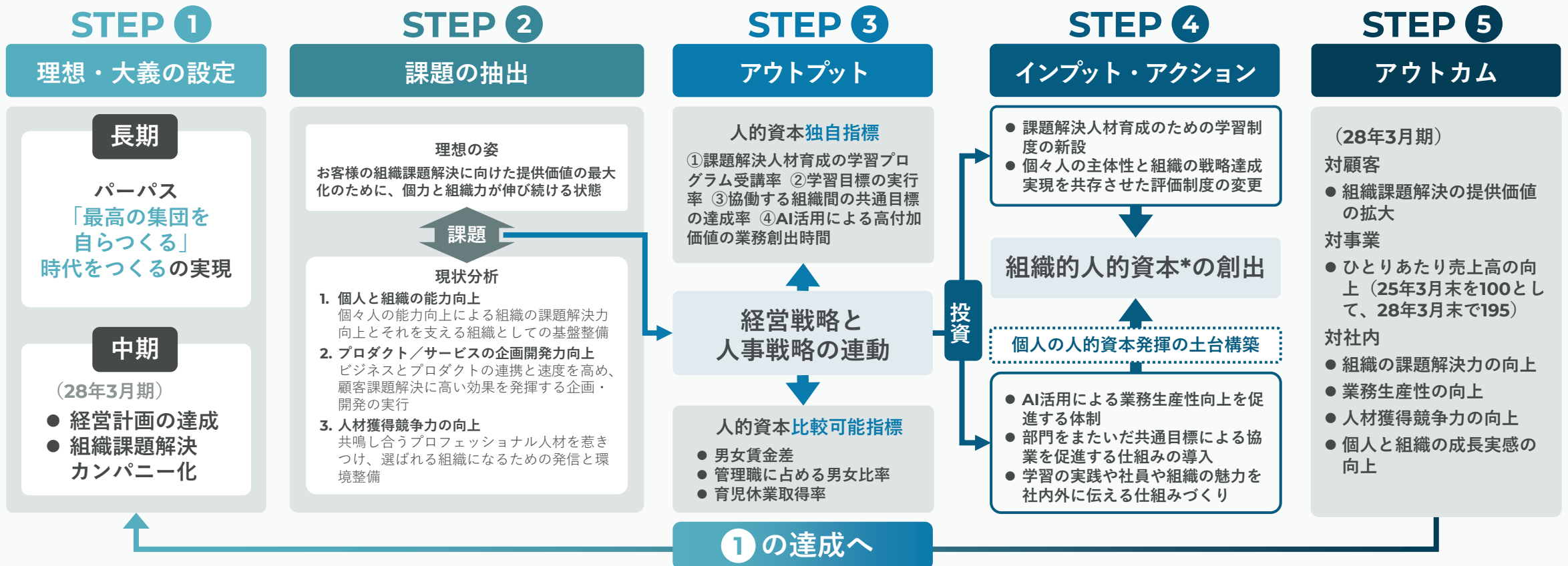


■プロジェクトによる課題解決数



当社の人的資本経営方針

- 今後3か年で【プロフェッショナルサービス×マルチプロダクト】の一気通貫体制を強化し、プロダクトカンパニーから組織課題解決カンパニーへと進化していきます。
- その実現に向け、「組織の課題解決力向上」をテーマに掲げ、中長期的な視点で個々人の能力向上と、それを支える仕組みづくりを進め、顧客への提供価値を継続的に、より広く・深く届けられる組織を目指します。



*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 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

今期の人的資本独自指標

- 前期の主指標であったインクルージョンスコアは「自分らしさの発揮」と「帰属意識の両立」を重視したものでした。一方、通期黒字化を見込む今期は「顧客への提供価値の向上」を最重視し、それに必要な課題とテーマを整理した上で、それぞれに対応する独自指標を設定する方針へと転換しました。
- 独自指標とKPIの達成を通じて、中期経営計画の実現を人的資本の側面から力強く後押ししていきます。

課題

個人と組織の能力向上

個々人の能力向上による組織の課題解決力向上とそれを支える組織としての基盤整備

テーマ / 人的資本独自指標とKPI（26年3月末）

課題解決人材育成のための学習制度の新設

- 課題解決人材育成の学習プログラム受講率
- KPI：受講完了率 35%

個々人の主体性と組織の戦略達成実現を共存させた評価制度の変更

- 学習目標の実行率
- KPI：社内アンケート当該質問のポジティブ回答率 70%以上

AI活用による業務生産性向上を促進する体制づくり

- AI活用による高付加価値の業務創出時間
- KPI：業務見直しや自動化による現業務削減時間 3,840時間

課題

プロダクト／サービスの企画開発力向上

ビジネスとプロダクトの連携と速度を高め、顧客課題解決に高い効果を発揮する企画・開発の実行

テーマ / 人的資本独自指標とKPI（26年3月末）

部門をまたいだ共通目標による協業を促進する仕組みのづくり

- 協働する組織間の共通目標の達成率
- KPI：共通目標の達成率 100%

課題

人材獲得競争力の向上

共鳴し合うプロフェッショナル人材を惹きつけ、選ばれる組織になるための発信と環境整備

テーマ / 人的資本独自指標とKPI（26年3月末）

学習の実践や社員・組織の魅力を社内外に伝える仕組みづくり

他テーマの独自指標の達成に向けたアクションと重複するため、仕組みづくりに注力し、指標とKPIは設定しない

その他の指標

一人あたりの生産性向上を計画する上で、ライフステージを問わず社員が定着し、安心して顧客の組織課題解決に集中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さらに縮小し、男性の育児休業取得率も100%となりました。今期も社員が長期的なキャリアを想起し、業務に集中できる環境づくりに取り組んでいきます。

男女の賃金差
(2025年3月末時点の年収)

現状

88.0% → 89.0%

平均年齢 女性：34.8歳 男性：33.6歳

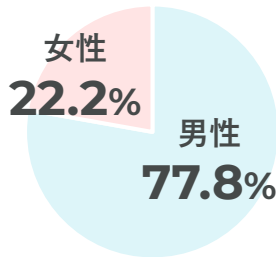
役職者を除いた賃金差は93.9%となり、
一般社員の賃金差はほぼなくなっている

※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

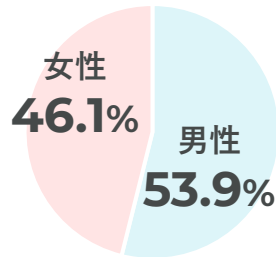
あるべき姿

賃金差ゼロ

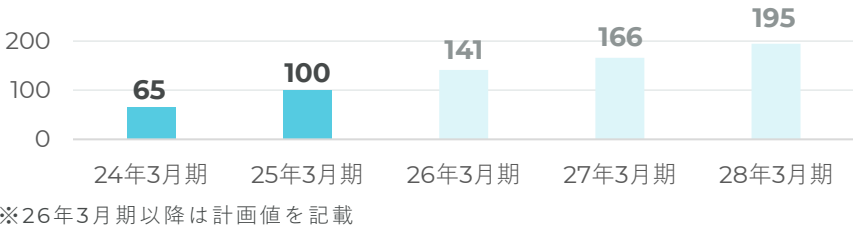
管理職に占める
男女比率
(2025年3月末時点)



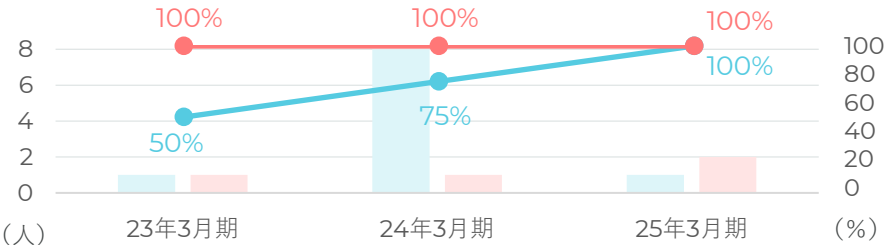
参考：正社員に占める男女比率
(2025年3月末時点)



社員一人あたりの売上高 (2025年3月期を100とした場合)



育児休業取得率 (3か年推移)



※男性：育児休業取得者数÷配偶者が出産した社員数
※女性：育児休業取得者数÷出産した社員数

あるべき姿 男女ともに 100%取得

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	● 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 動が当社グループの業務 遂行上必要不可欠	低	中～大	● 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	● 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	● 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

「最高の集団を自らつくる」時代をつくる

私たちは、業界で唯一無二の組織課題解決カンパニーです。
サービス・プロダクト・コンサルティングからなる3つの柱で、
組織課題に対して根本からの解決を目指し、
企業の持続的な価値向上を支援します。

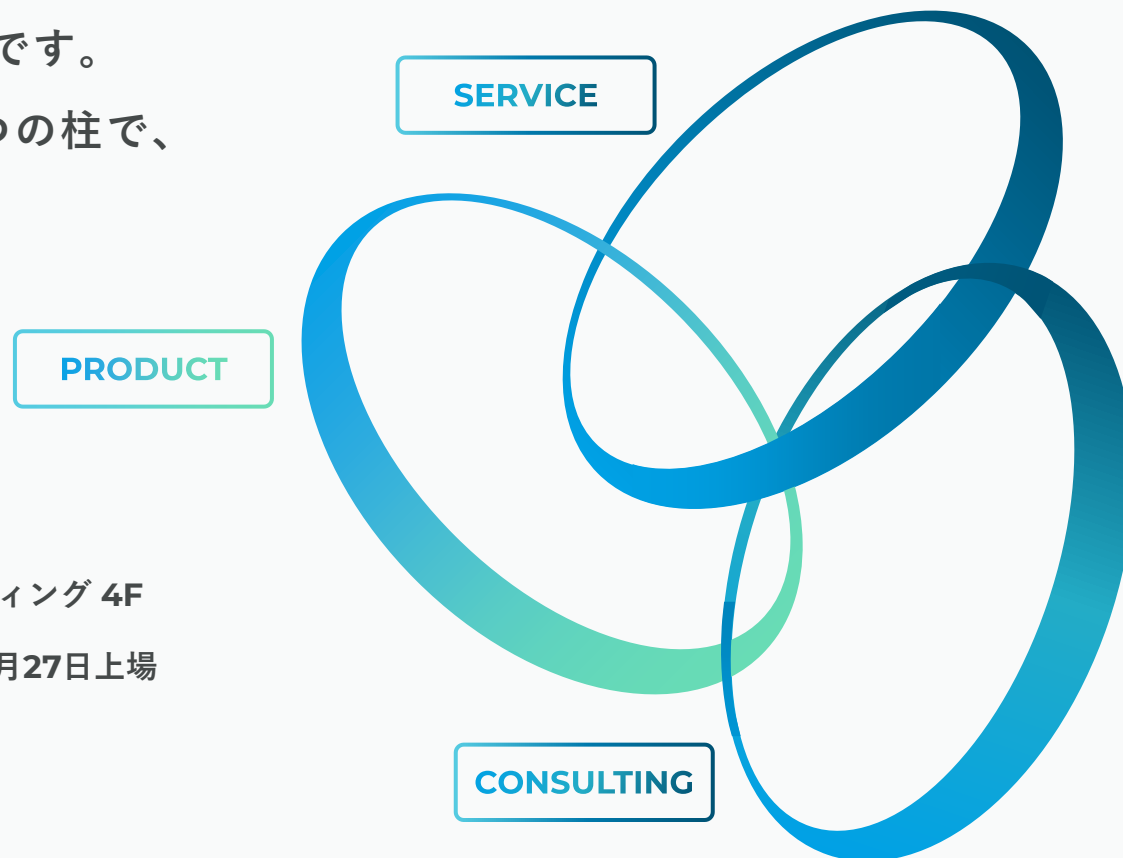
Unipos株式会社

東京都港区虎ノ門3丁目1-1 虎の門三丁目ビルディング 4F

東京証券取引所 グロース市場（6550）2017年6月27日上場

認証基準：ISO / IEC 27001:2022 / JIS Q 27001:2023

認証登録番号：IS 695197





【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、2026年3月期の通期決算発表時期（2026年5月頃）を予定しております。