

UZABASE

# Company Profile

The image features a light beige background with abstract, overlapping curved shapes. A prominent blue ring-like shape is in the foreground, partially overlapping a lighter blue shape behind it. To the right, a black curved shape contains a starry pattern, resembling a night sky or a galaxy. The overall composition is modern and artistic.

# INDEX

- 01 Company Overview
- 02 SaaS事業
- 03 NewsPicks事業
- 04 長期經營戰略
- 05 Appendix
- 06 Appendix-Sustainability



# Company Overview

Purpose

**経済情報の力で、  
誰もがビジネスを楽しめる世界をつくる**

# 目指す世界と提供するプロダクト

## 誰もがビジネスを楽しめる世界

社会、企業、個人のパーパスの調和的な実現

企業

個人

顧客起点で、変化にスピーディに  
適応する経営(アジャイル経営)を広める

ビジネスを楽しみ、  
自ら行動する人を増やす

競争環境分析を高度化・自動化し、  
変化へスピーディに適応する経営を実現する

SPEEDA

顧客分析を高度化・自動化し、顧客分析を  
マーケティング、営業につなげる経営を実現する

FORCAS

自律的な人材を増やし、新たな顧客価値  
が探索され続ける組織をつくる

AlphaDrive/  
NewsPicks

経済に関心を持ち、  
ニュースを楽しむ人を増やす

NEWS PICKS

社会課題に関心を持ち、  
学び、自ら行動する人を増やす

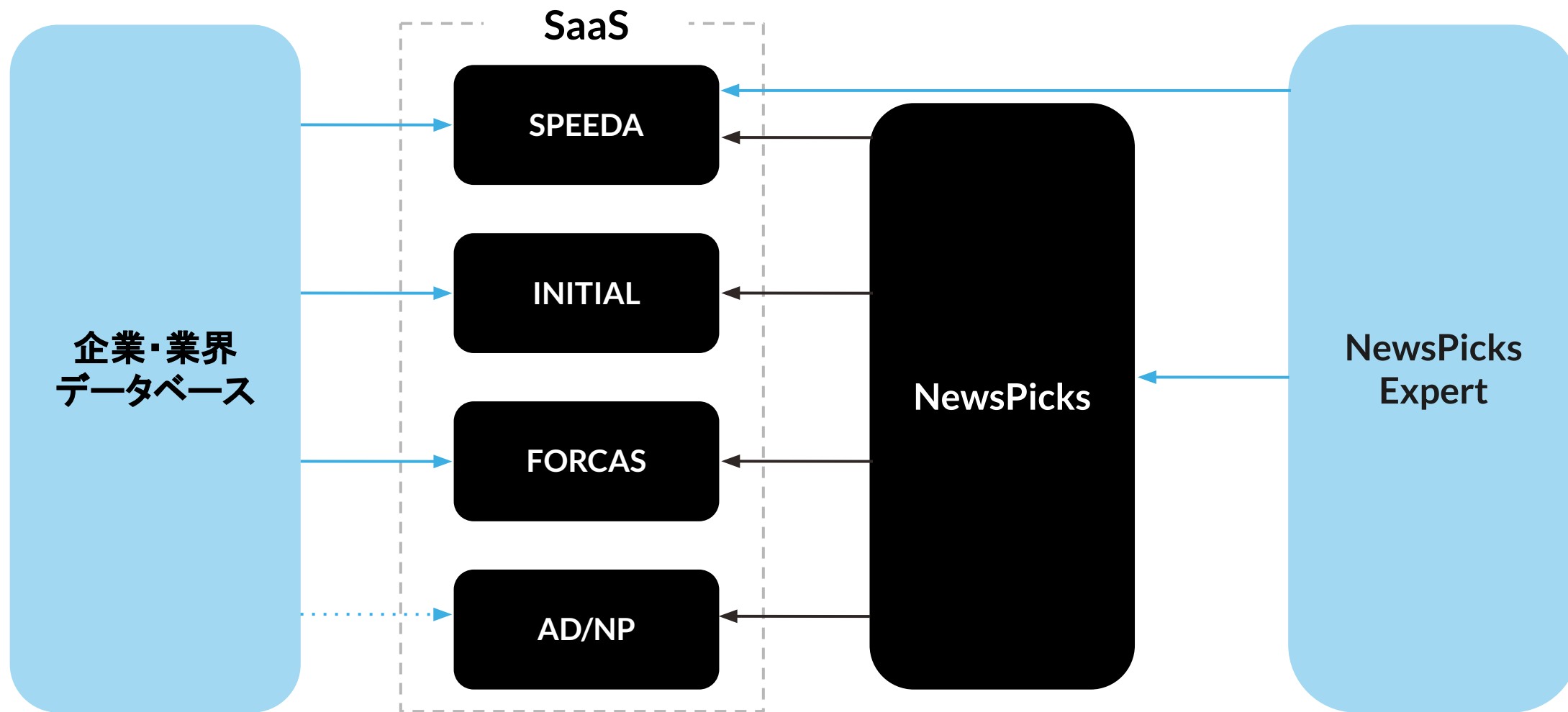
NEWS PICKS

人の知見を循環させ、  
社会課題解決につなげる

NEWS PICKS  
EXPERT

# 経済情報の共同活用

グループ全体で経済情報を共同活用することで競争優位性を実現。



# 「誰もがビジネスを楽しめる世界」とは、社会、企業、個人、それぞれのパーパスが調和的に実現されている世界であり、サステナビリティに直結。

## パーパスの実現に向けて、 当社が解決すべきマテリアリティ(重要課題)



		4	5	8	9	10	13
Social	①人の知見の循環	●			●	●	
	②異能は才能		●	●		●	
	③誰もが経済を身近に感じられる社会	●		●		●	
	④テクノロジー・カンパニー			●	●		
Governance	⑤持続的なデータ・コンテンツマネジメント				●		
	⑥SaaSとメディアの融合				●	●	
Environment	⑦気候変動への対応						●

# 会社概要 (Key Facts)

設立

2008年

連結ARR

135億円

グループ従業員数

806名

\*2022年1月1日時点

SaaS ARR

110億円

サブスクリプション  
売上高比率

76%

NewsPicks ARR

25億円

1. 記載の数字は2022年6月末時点の数字となります。
2. 金額は切り捨て表記にしています。成長率及び進捗率は小数点以下第一位を四捨五入しています。(以下同様)
3. グループ従業員数は、正社員と契約社員の合算となります。
4. サブスクリプション売上高比率は、連結売上高のうち、経常的に得られる売上高の合計額が占める割合となります。
5. ARR (Annual Recurring Revenue) は、年間経常収益を指し、サブスクリプションにより得られる今後1年の収益を表します。MRR (Monthly Recurring Revenue: 月間経常収益) の12倍の値です。
6. SaaS ARRは、SPEEDA・INITIAL・SPEEDA Edge・FORCAS・FORCAS Sales・AD/NPのARRの合計値となります。
7. NewsPicks ARRはプレミアム会員、NewsPicks Learning個人会員、から得られるARRとなります。



# サービス概要

## SaaS

アジャイル経営の実現をサポートするSaaS

### 事業戦略：

経営計画の策定、競争環境の  
リサーチ、M&A、投資戦略の策  
定、新規事業開発等

SPEEDA

SPEEDA  
EDGE

INITIAL

### 顧客戦略：

顧客ターゲティング、セールス・  
マーケティングのデジタル化、新  
規事業開発等

FORCAS

FORCAS  
Sales

### 組織戦略：

組織文化改革、人材育成、  
人材発掘、新規事業開発等

AlphaDrive/  
NewsPicks

## NewsPicks

国内最大規模の  
経済ニュースメディア

国内外100メディア以上の厳選した経済ニュー  
スや、NewsPicks編集部が作成したオリジナル  
記事・動画を配信。各コンテンツに各界の有識  
者・専門家などのコメント・解説を加えて読者に  
提供。

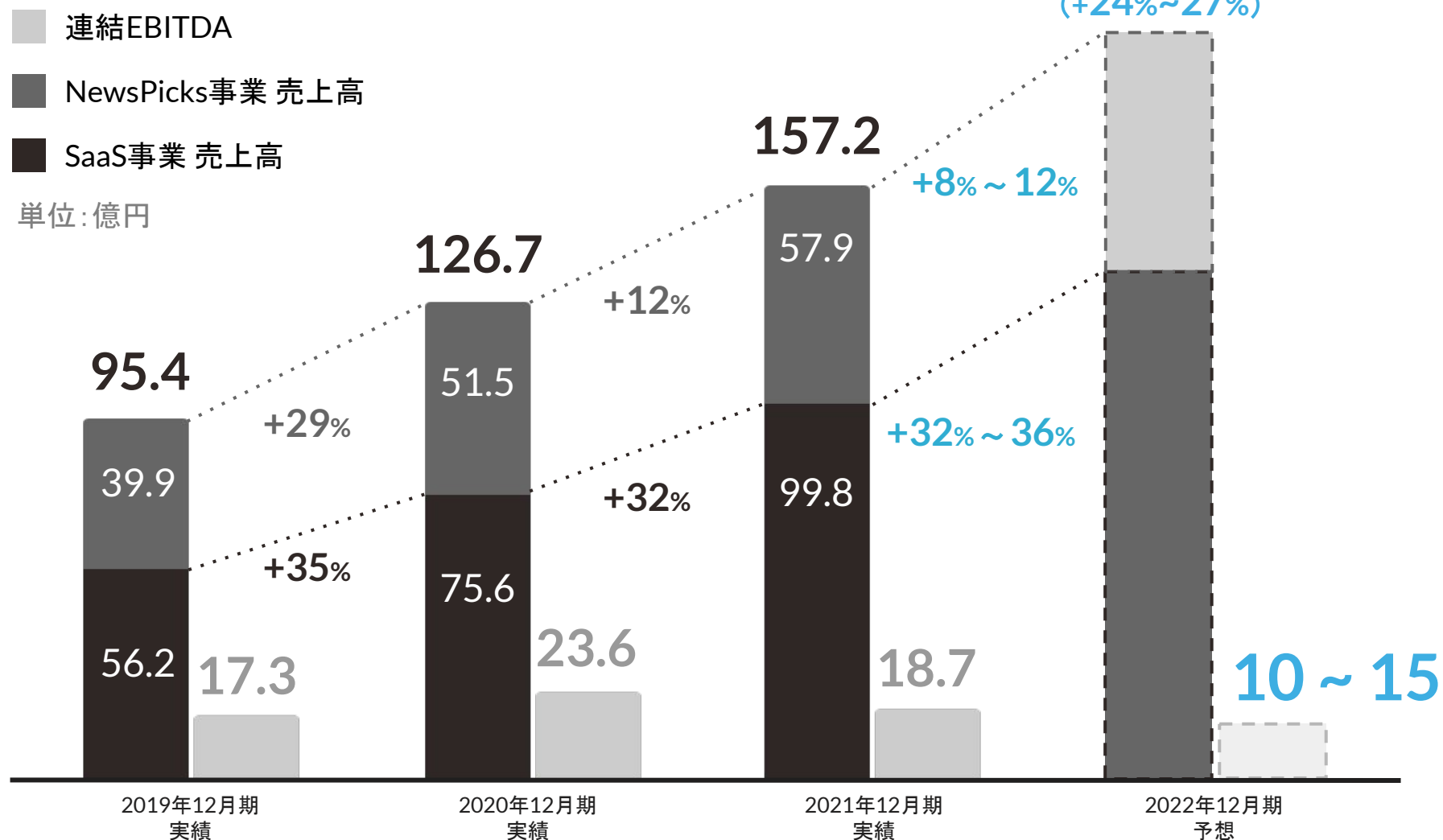


# 連結業績推移及び2022年12月期業績予想

SaaS事業は安定的に30%を超える成長を見込む。

NewsPicks事業は、今年、マーケティング投資も含めて成長の回復を目指す。年の後半にかけての投資を見込むため、今年の売上業績への貢献は少ない見込み。

高成長SaaSプロダクトへの投資強化と、NewsPicks事業のマーケティング投資により、連結EBITDAは今期がボトムとなる。



- 2022年12月期のEBITDAは、株式報酬費用の影響を取り除いたEBITDAとなります。
- 記載の業績は全て新収益認識基準に遡及修正しています。
- 2022年12月期の売上高及びEBITDAのグラフは、上限の売上高200億円、EBITDA15億円を適用して作成しています。
- Quartz事業の業績は全て除外しています。
- EBITDAと営業利益の差分は、Appendix P44をご参照ください。



# SaaS事業

# 経営コンサルティングという巨大市場のクラウド化・民主化を目指す

将来的に獲得できる可能性がある最大の市場規模、TAMは国内1.2兆円、グローバル20兆円。

一方、今のプロダクトで十分価値を届けられる、企業名まで特定できている市場規模、SOMは現在SaaS全体で1,125億円。

SaaS事業 TAM  
国内市場

約**1.2**兆円

SaaS事業 TAM  
グローバル市場

約**20**兆円

SaaS事業 SOM

約**1,125**億円

**SOMの定義**

現在のプロダクト価値で  
獲得可能な市場規模

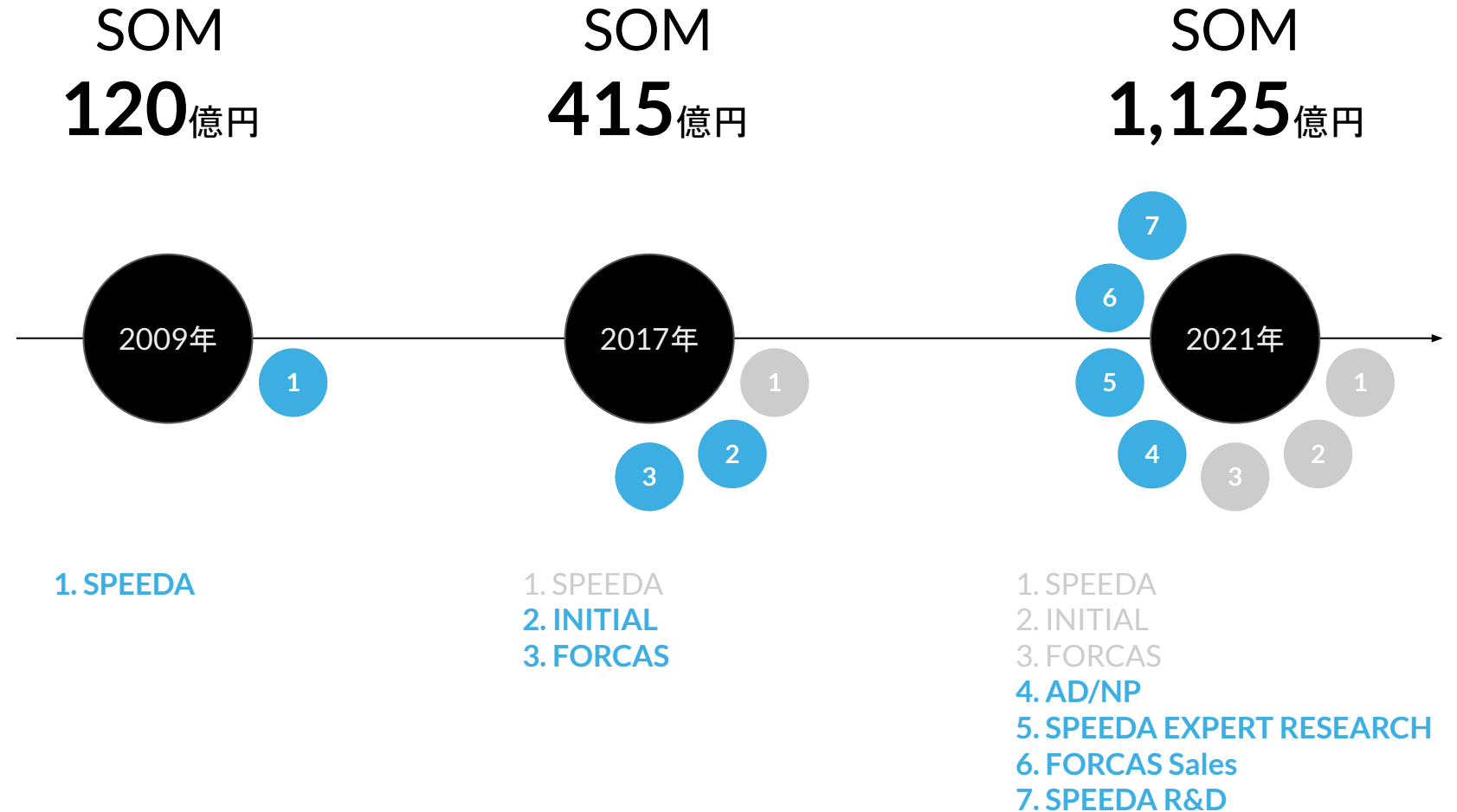
SaaS事業 売上高

約**100**億円(2021年実績)

1. TAM(Total Addressable Market)は、当社SaaS事業において想定される潜在的な市場規模であり、国内市場はDC Japan 株式会社公表(2021年7月1日)の「国内コンサルティングサービス市場予測を公表」に記載されている国内コンサルティングサービス市場予測を参照しており、グローバル市場はGlobal Industry Analysts Inc. (GIA)が発表した「経営コンサルティングサービス-グローバル市場の軌跡と分析」を参照しています。
2. SOM(Serviceable Obtainable Market)は、FORCASを活用してプロダクト毎のターゲット社数を算出し、プロダクト毎の想定顧客単価を積算して推計しています。

# 継続的な新規製品のリリースによるSOMの拡大

経営コンサルティングという巨大市場の中、次々に経済情報を活用したプロダクトをリリースし、SOMを拡大させ続けてきた。



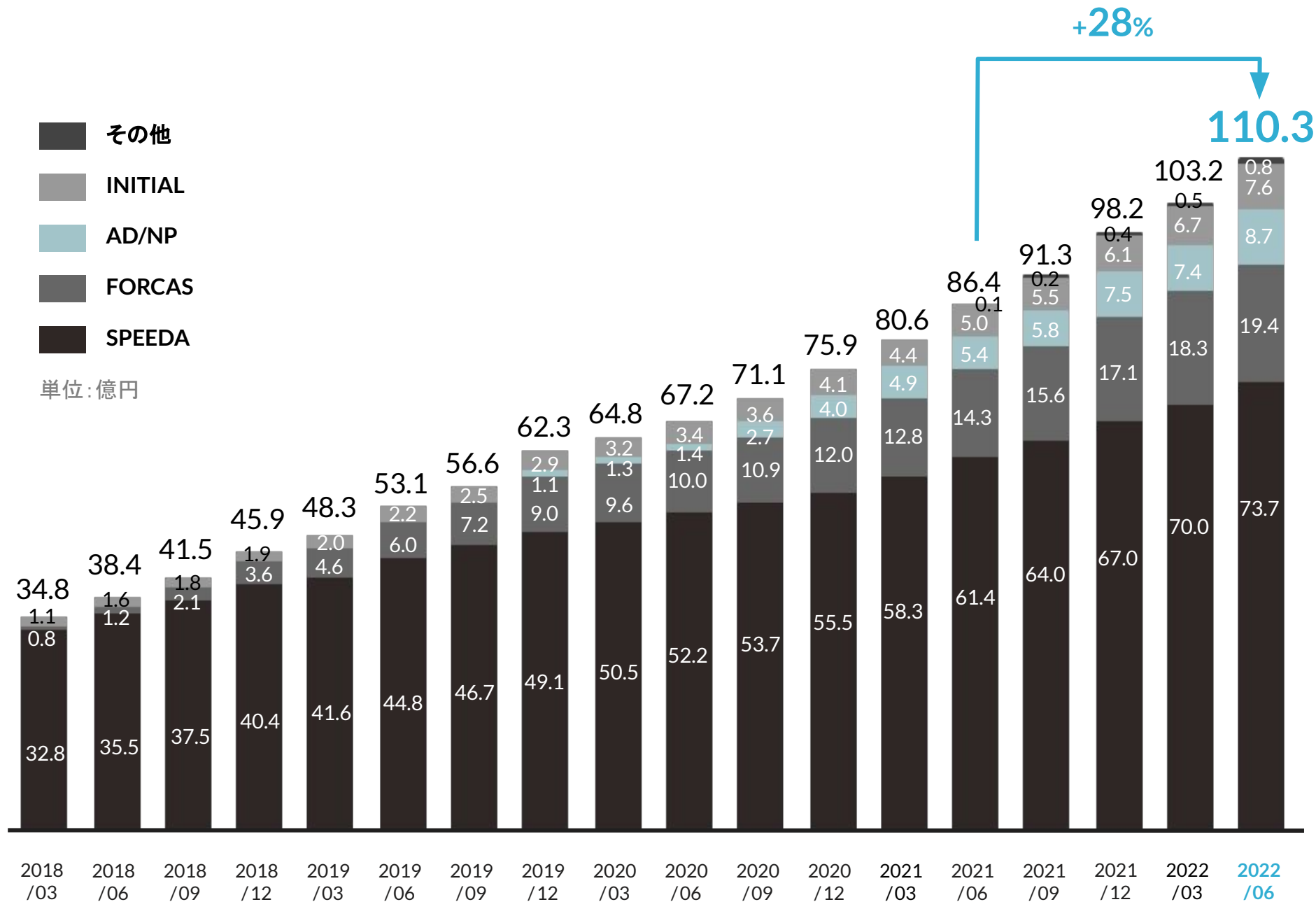
# ARR

ARRはSaaS事業のみで約100億円を超過し、前年同期比28%の成長。

SPEEDAは20%以上の成長率を継続。AD/NPは60%以上、INITIALは50%以上、FORCASも36%と高成長を継続。



単位：億円

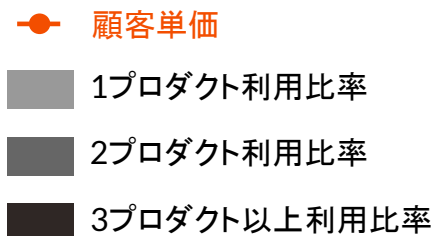


1. ARR (Annual Recurring Revenue) は、年間経常収益を指し、サブスクリプションにより得られる今後1年の収益を表します。MRR (Monthly Recurring Revenue: 月間経常収益) の12倍の値です。

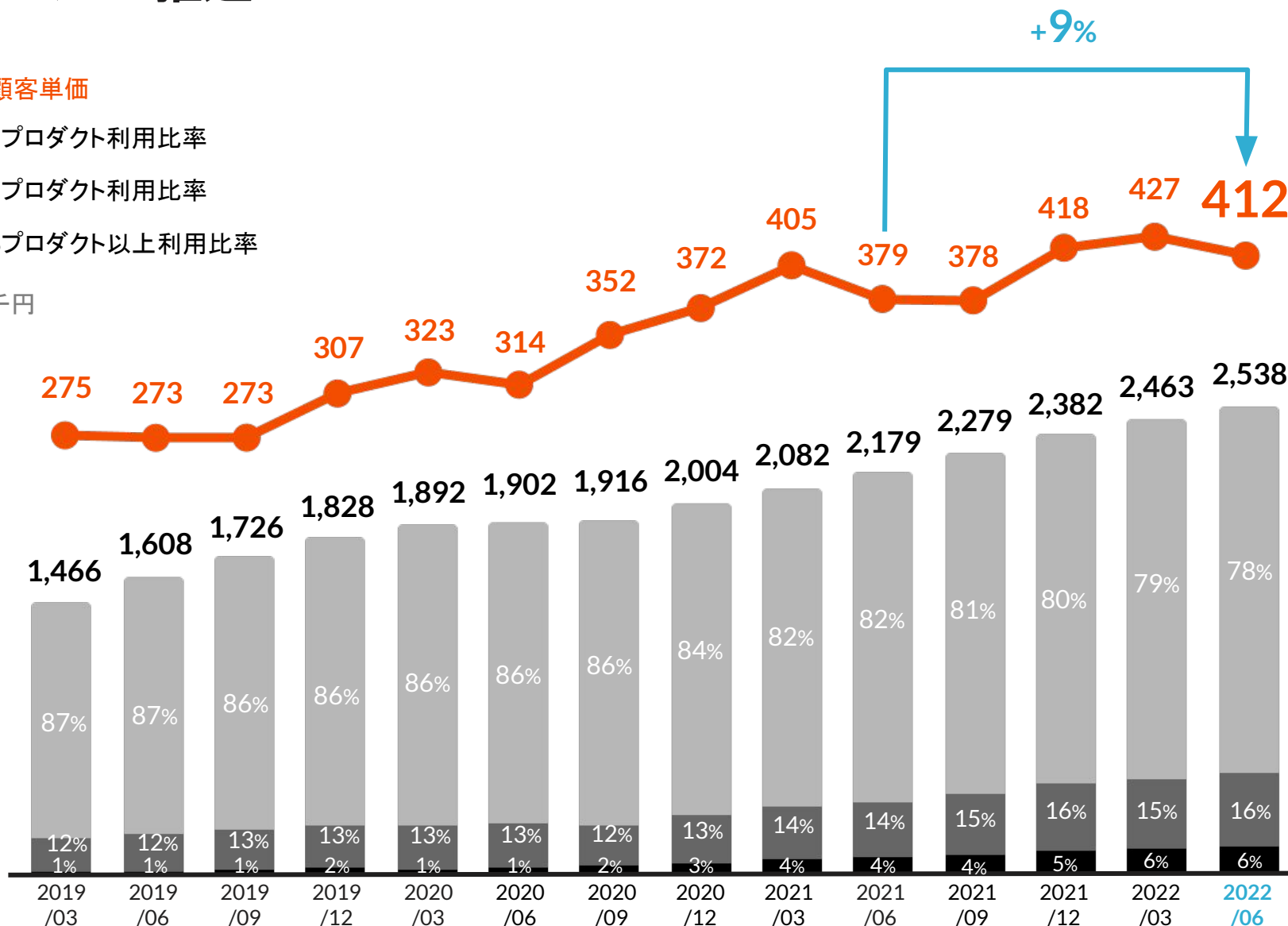
# SaaS事業におけるクロスセルの推進

SaaS事業の全てのプロダクトにクロスセルのポテンシャルが存在。

現在、2プロダクト以上利用している比率は22%だが、この比率を段階的に高めていく。



単位：千円



1. プロダクト間で同一法人との契約がある場合のカウントは1社となります。
2. 顧客単価はSaaS事業の各月末の月次売上高実績をSaaS事業の顧客社数で除して算出しています。
3. 2021年以前のSaaS事業の月次売上高実績は、旧会計基準の売上高実績を適用しています。
4. プロダクト利用率は、小数点第位を四捨五入して表記しています。

# SaaS事業のポートフォリオ・マネジメント方針

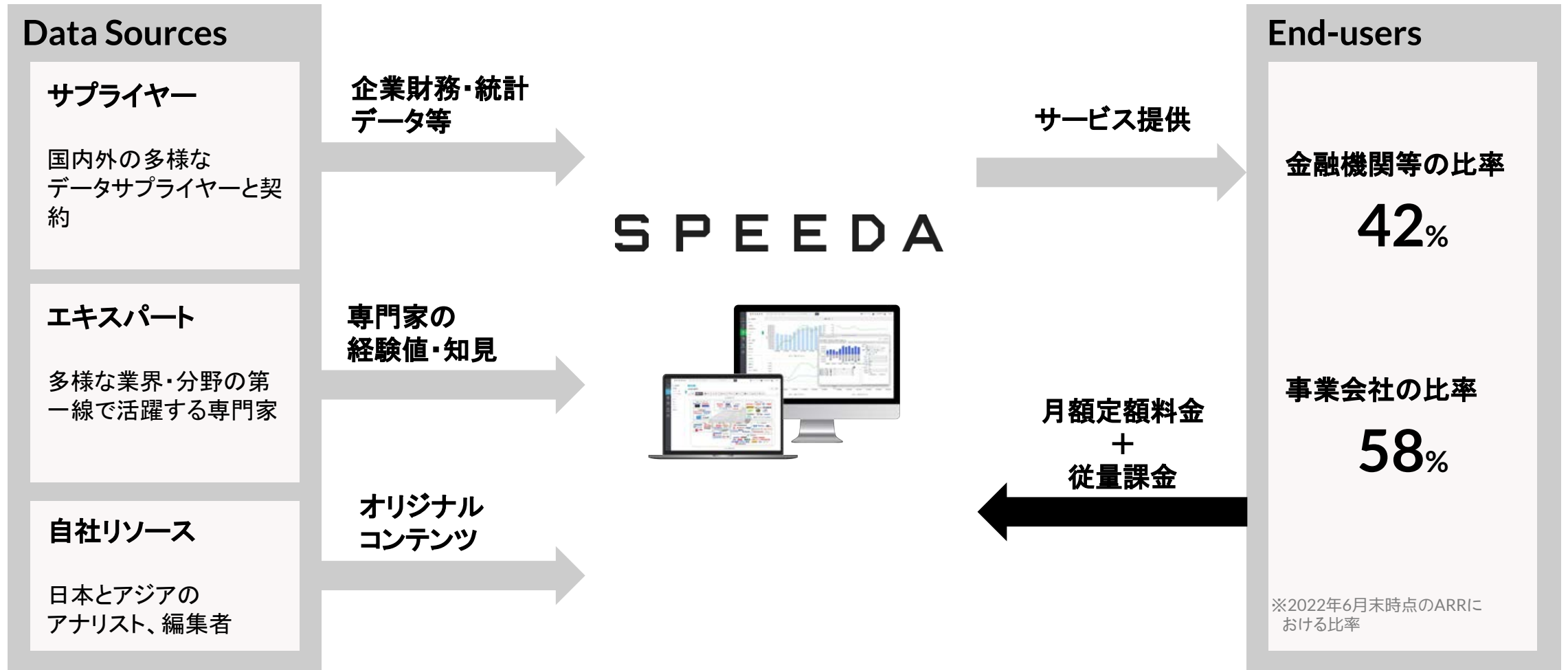
コアアセットである経済情報を共同活用した新規事業を次々に生み出し、SaaS事業としての継続的な高成長と安定収益を同時に実現。

2025年まで特に、SPEEDA EXPERT RESEARCH、FORCAS、AD/NPの3事業に大きく投資する。

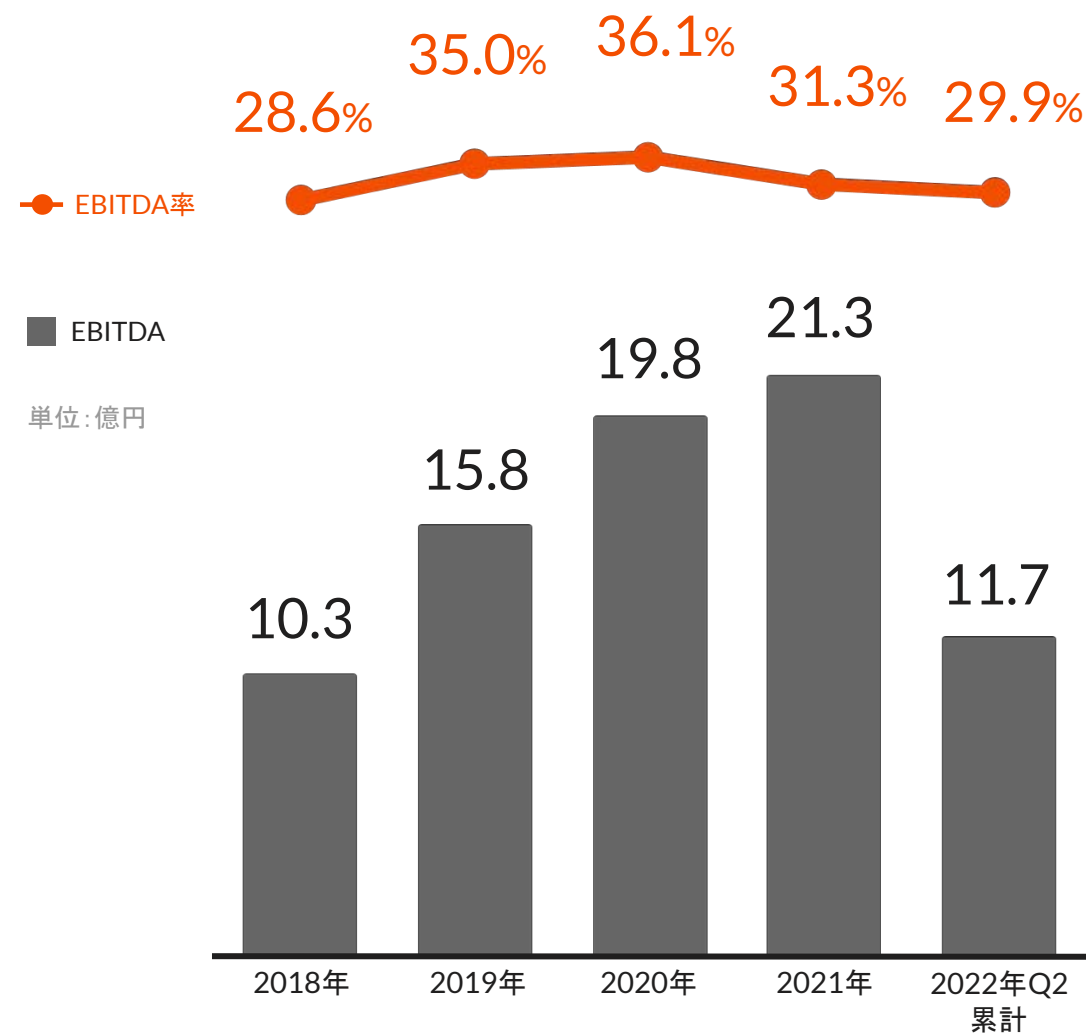
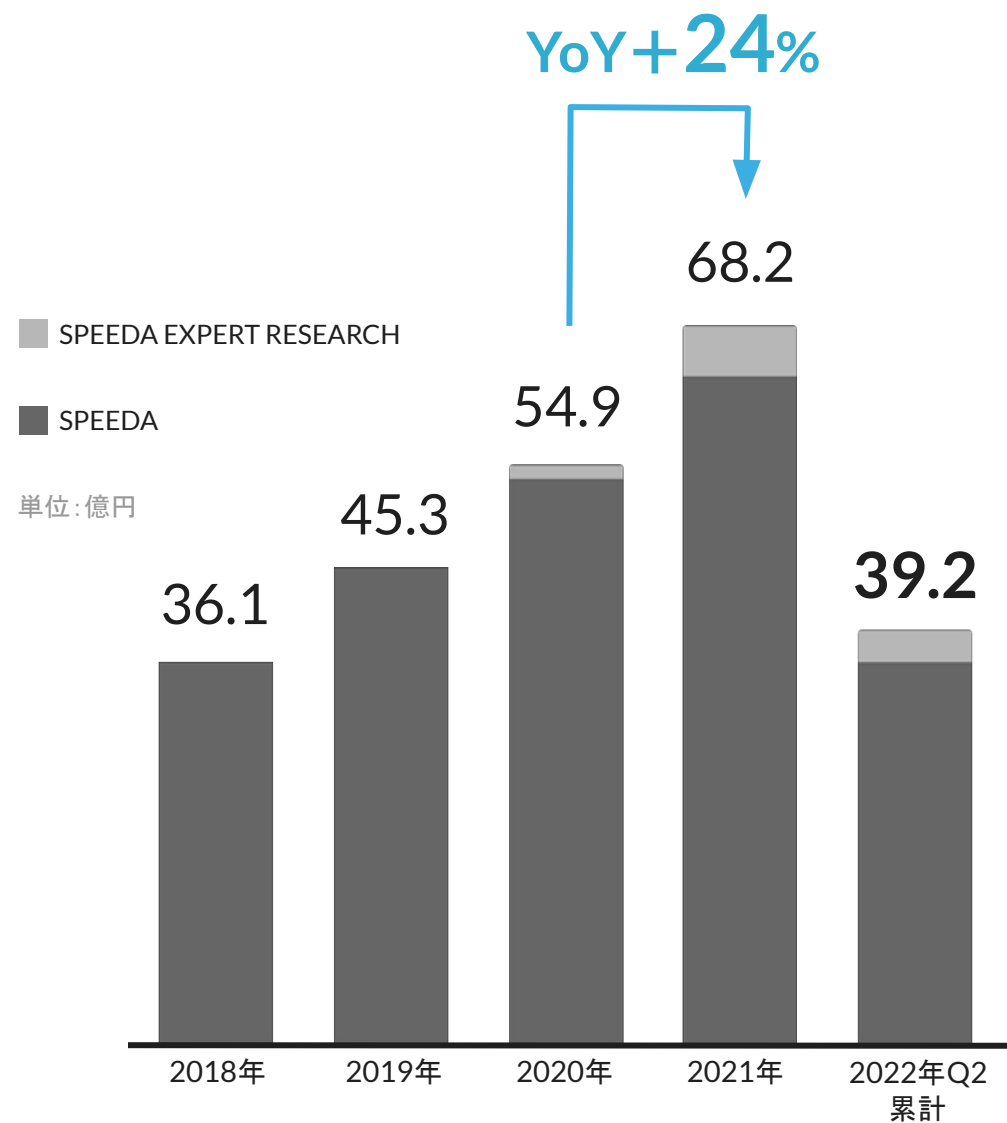
	新規事業立ち上げ	高成長フェーズ	安定成長
成長率 目安	50%以上	40%程度	~30%
収益性 目安	~0	0~20%	20~35%
事業戦略 分野	SPEEDA EXPERT RESEARCH		SPEEDA (Expert Research除く)
	SPEEDA Edge	INITIAL	
顧客戦略 分野		FORCAS	
組織戦略 分野	AD/NP		



# ワンストップで企業、業界分析が可能な経済情報プラットフォーム。



# SPEEDA EXPERT RESEARCHへの成長投資を行いながら、成長と高収益を継続していく。

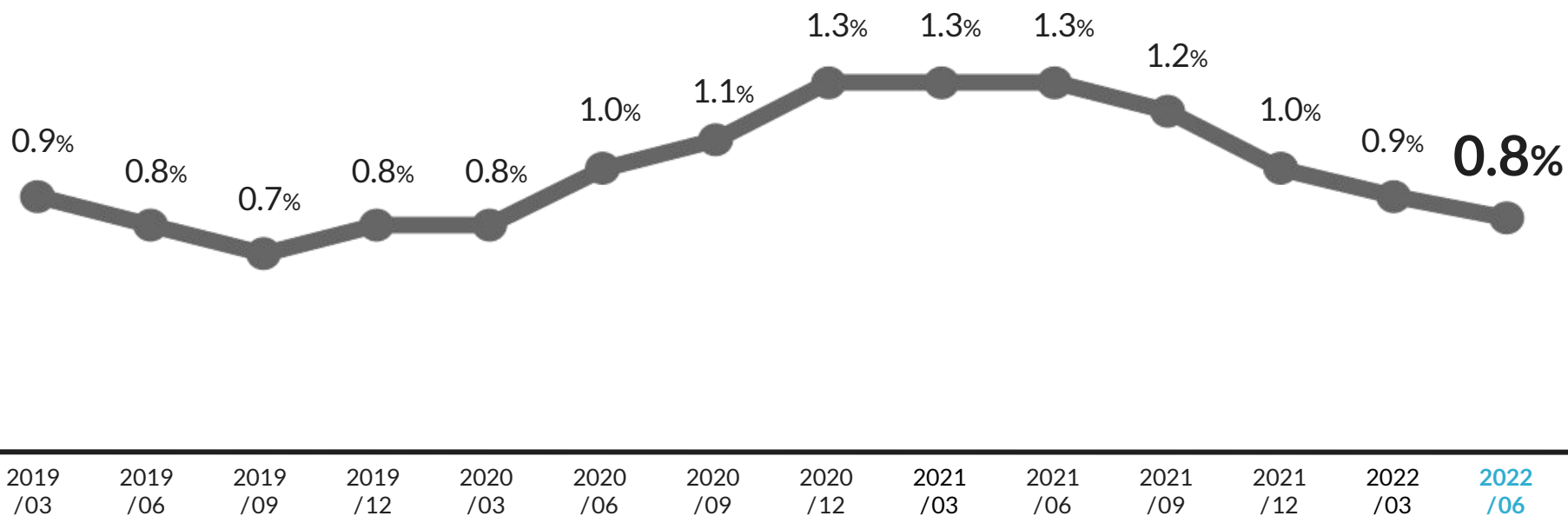


# SPEEDA 解約率

コミットした2021年末1.0%  
の水準を達成。

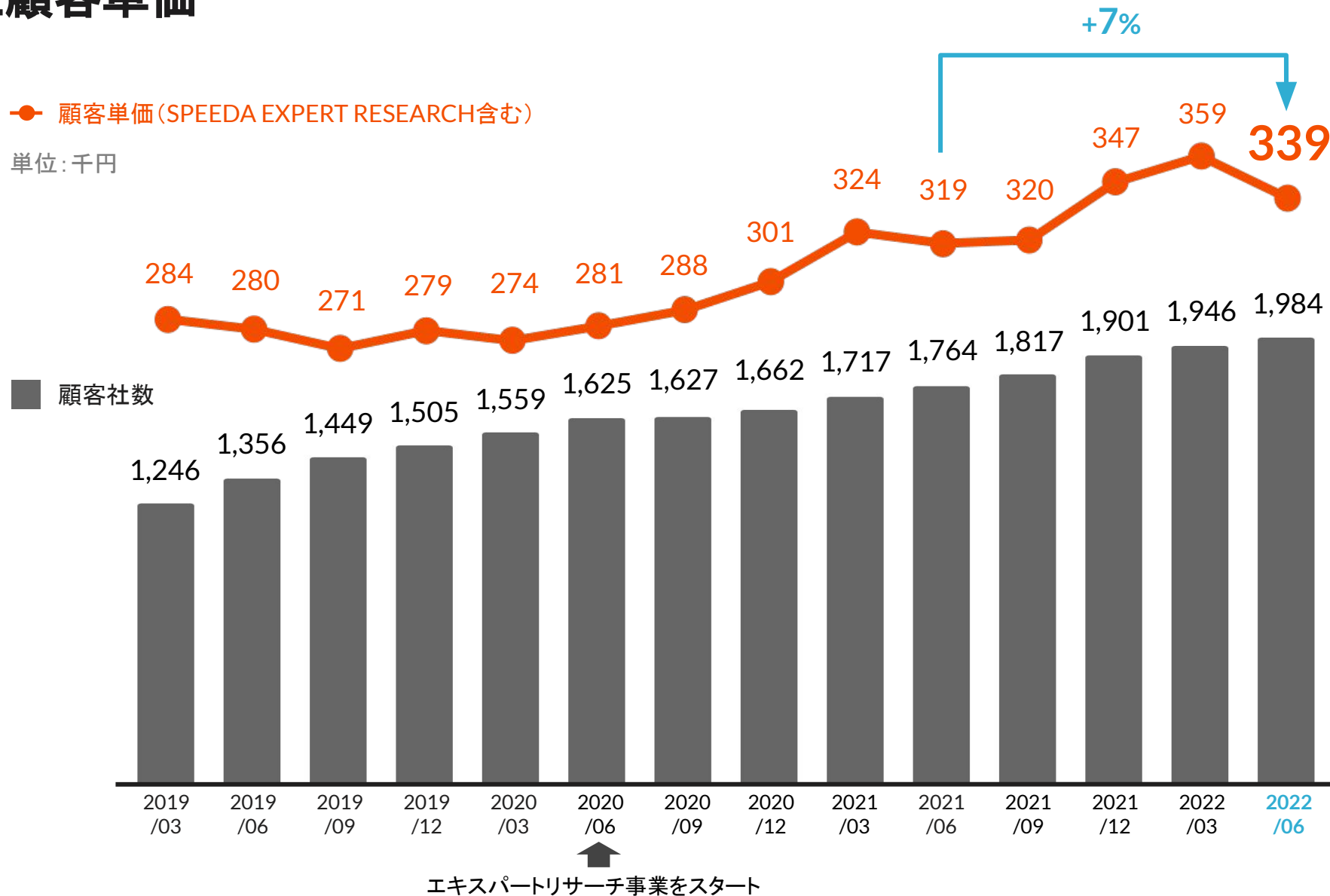
今期は、1.0%以下の水準を  
維持しながら、成長率の増  
加を目指す。

● 直近12ヶ月の平均月次解約率推移



# SPEEDA 顧客社数と顧客単価

SPEEDA EXPERT RESEARCHが浸透し、顧客単価は前年同期比で+7%。顧客社数も順調に拡大。

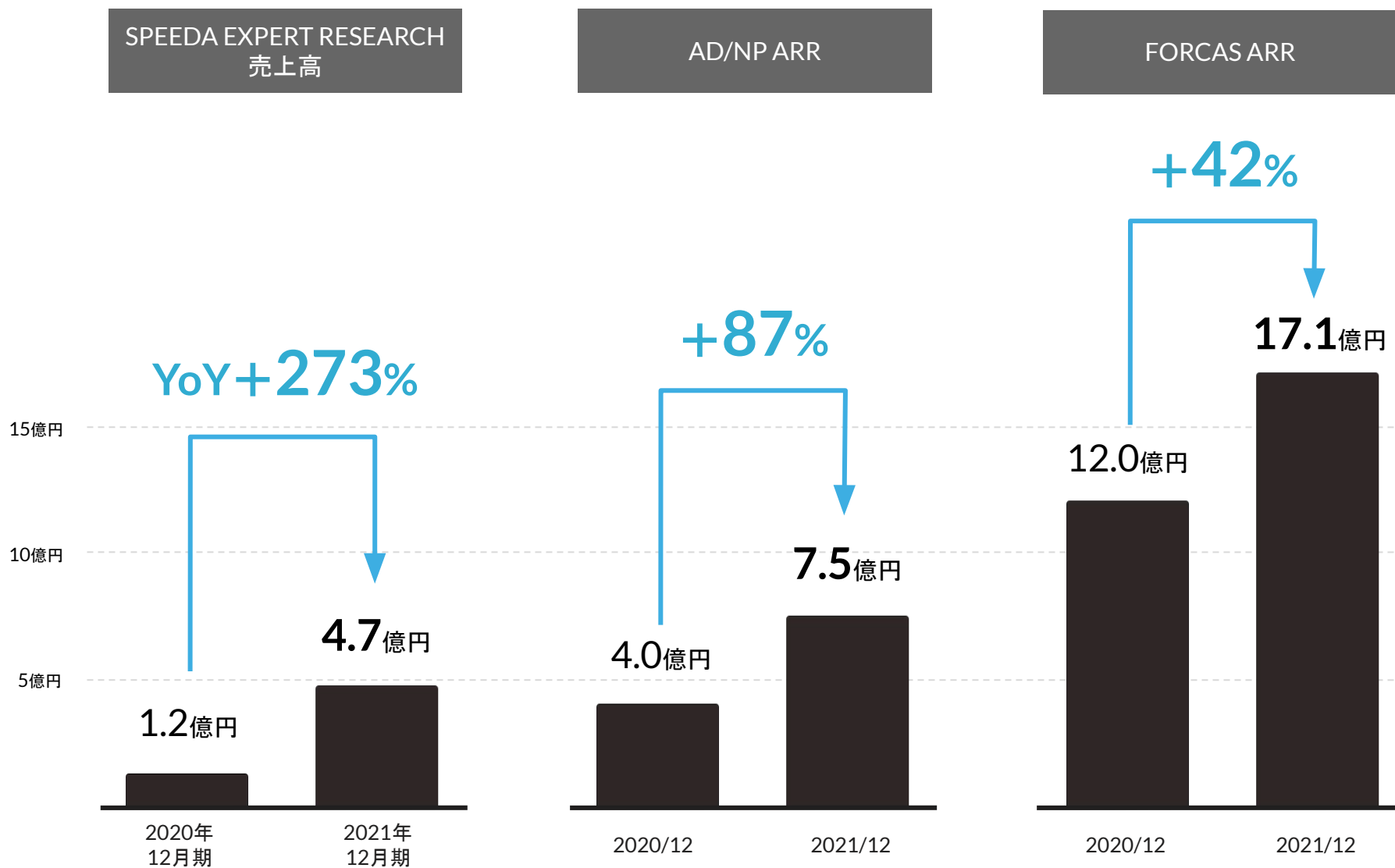


- 2020年6月よりMIMIR社の顧客社数及び売上高を含めて算出しています。
- MIMIR社の顧客社数は、集計月から起算した過去年間において、MIMIR社との取引が確認できた顧客社数の合計となりSPEEDAとの重複顧客は除外しています。
- SPEEDAの顧客社数は国内と海外の合算となり、同一法人で国内と海外に契約がある場合のカウント1社となります。
- 顧客単価はSPEEDA事業の各月末の月次売上高実績を顧客社数で除して算出しています。
- 月次売上高を新収益認識基準に遡及修正して算出したため、過去の公表数字から顧客単価が一部変更されています。

# 2021年12月期のハイライト:SaaSの高成長

SPEEDA EXPERT RESEARCHが約4倍に成長し、SPEEDAの成長を牽引。

その他、FORCASはARRが17億円を超え、AD/NPもARRが大きく成長してきており、SPEEDAに次ぐ事業も順調に育っている状況。





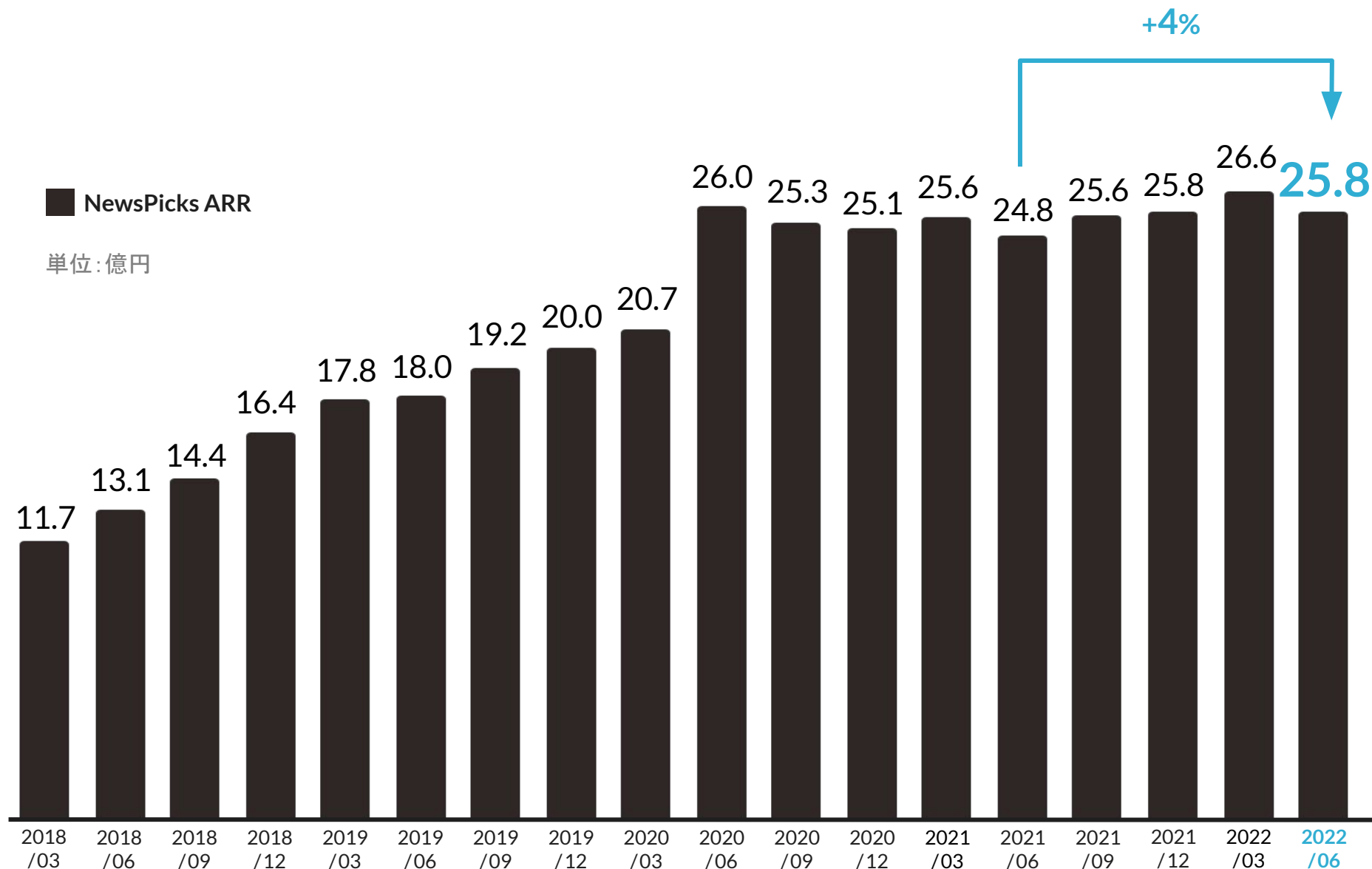
# NewsPicks事業

# サブスクリプション収入と広告収入の2つの収益源をもつビジネスモデル。



# ARR

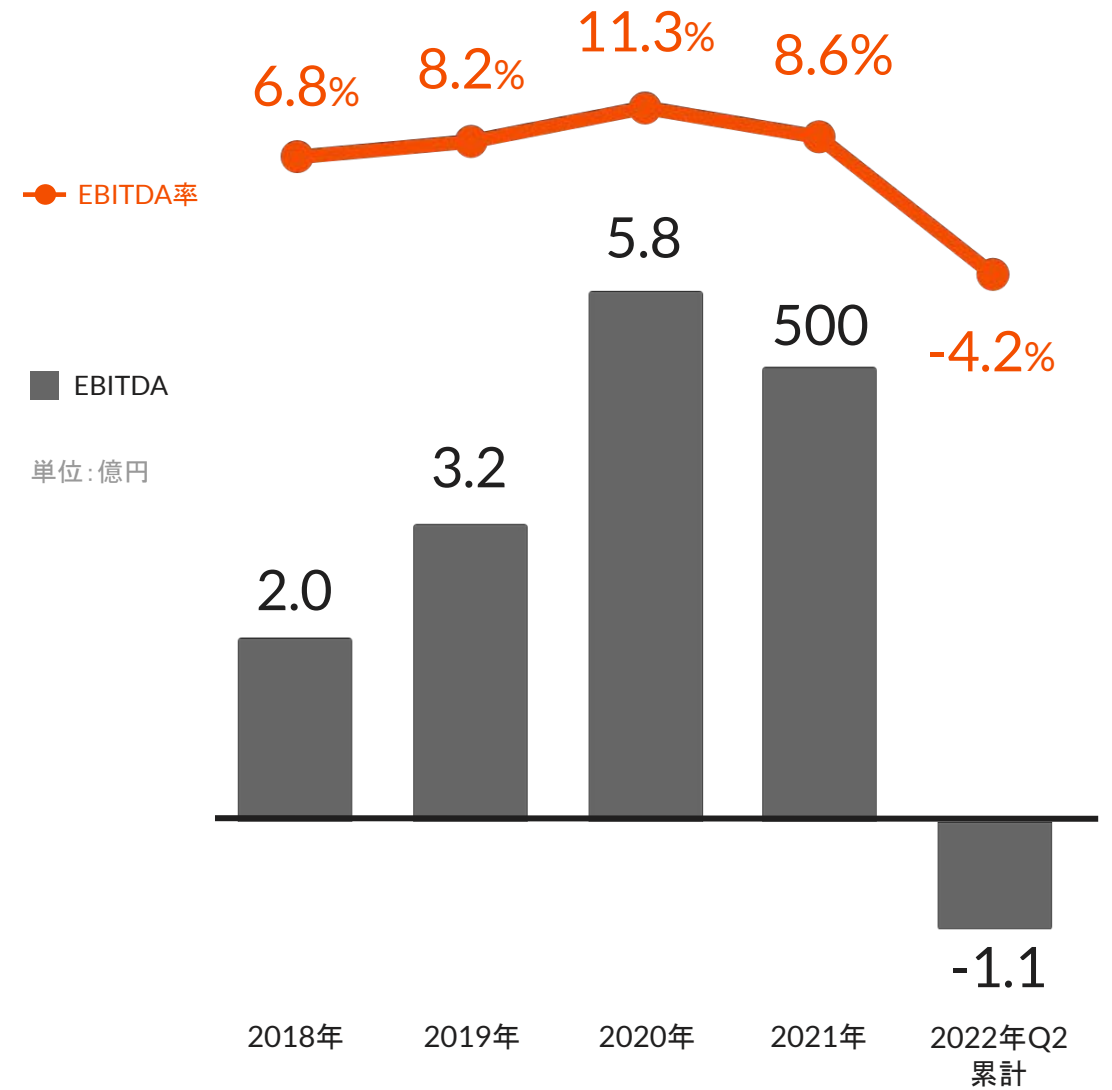
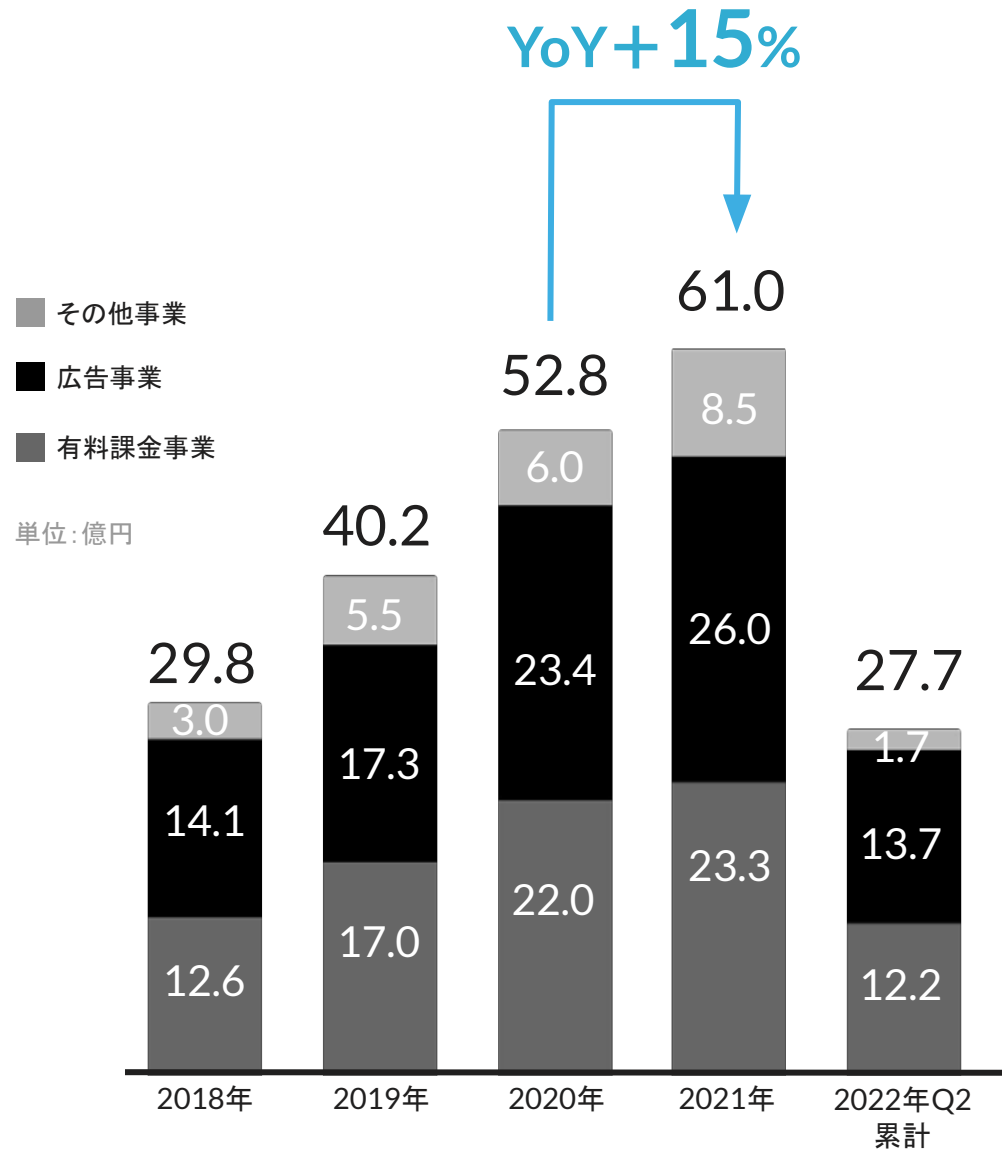
前年同期比では拡大するも、2年前の大量獲得の反動による影響を再度受け、前四半期比で減少。



1. ARR (Annual Recurring Revenue) は、年間経常収益を指し、サブスクリプションにより得られる今後1年の収益を表します。MRR (Monthly Recurring Revenue: 月間経常収益) の12倍の値です。

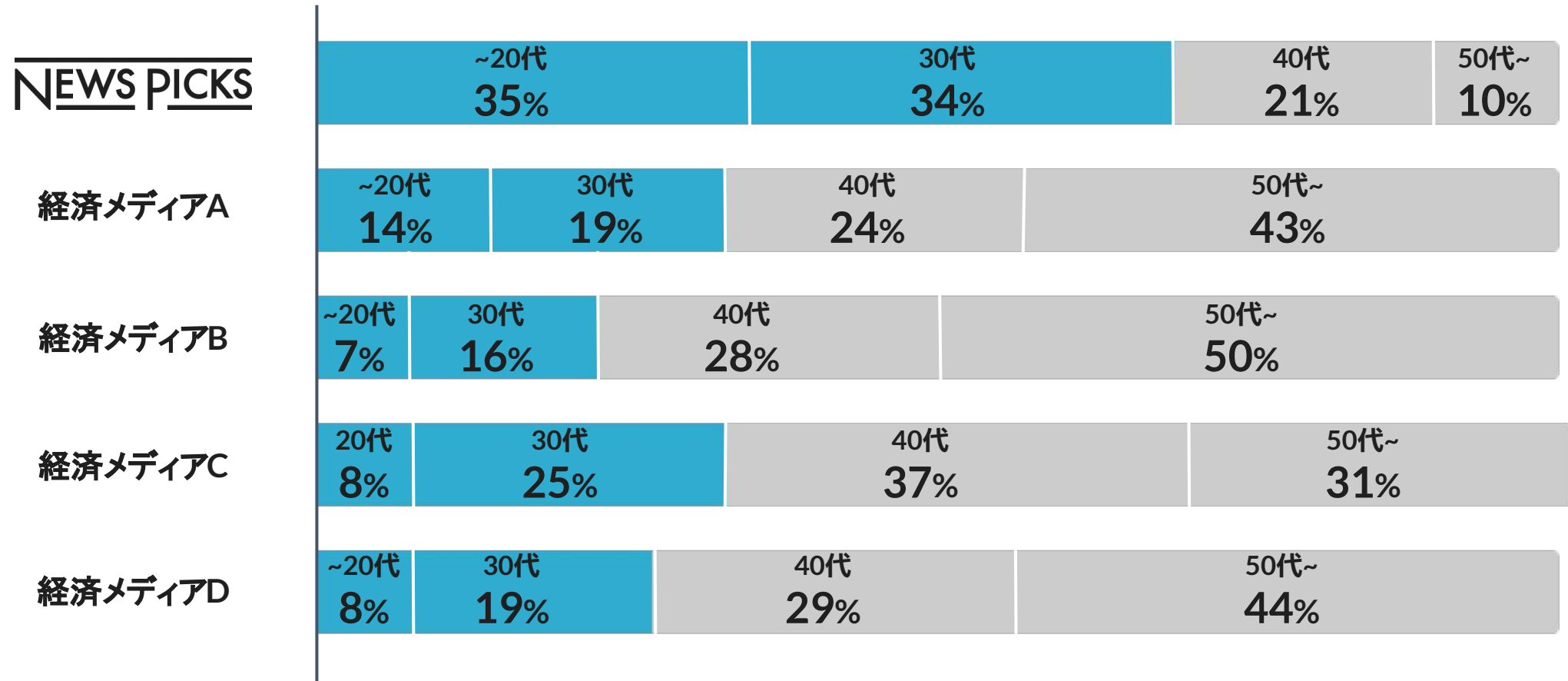


# 売上高成長率の回復に向けて、2022年はマーケティング投資を段階的に実施する計画。



# NewsPicksは、次世代ビジネスリーダー層からの圧倒的な支持を確立。

【登録および閲覧ユーザの年代比率】



# NewsPicksのマーケティング投資

解約率が低下した状態を活かし、認知を上げ、ユーザー獲得を加速させるためにテレビCMを4月から試験的に開始。

段階的な投資で、効率性が高い成功パターンを探索。

成功パターンが見つかった場合に限り、テレビCMへの投資を継続する。

過去3年の取り組みにより、  
解約率は大幅に低下

LTVが向上。  
より高い獲得コストが正当化できる状態に

NewsPicksの課題は  
低い認知率

大手新聞社3社平均  
(電子版含む)

認知率91%

**NEWS PICKS**

認知率39%

認知率を引き上げ、  
ユーザー獲得を加速させることを目的にテレビCMを実施

# NewsPicksのテレビCMは、Q2のトライアル結果を踏まえて、 今後は成功パターンに絞った効率的な投資を実施



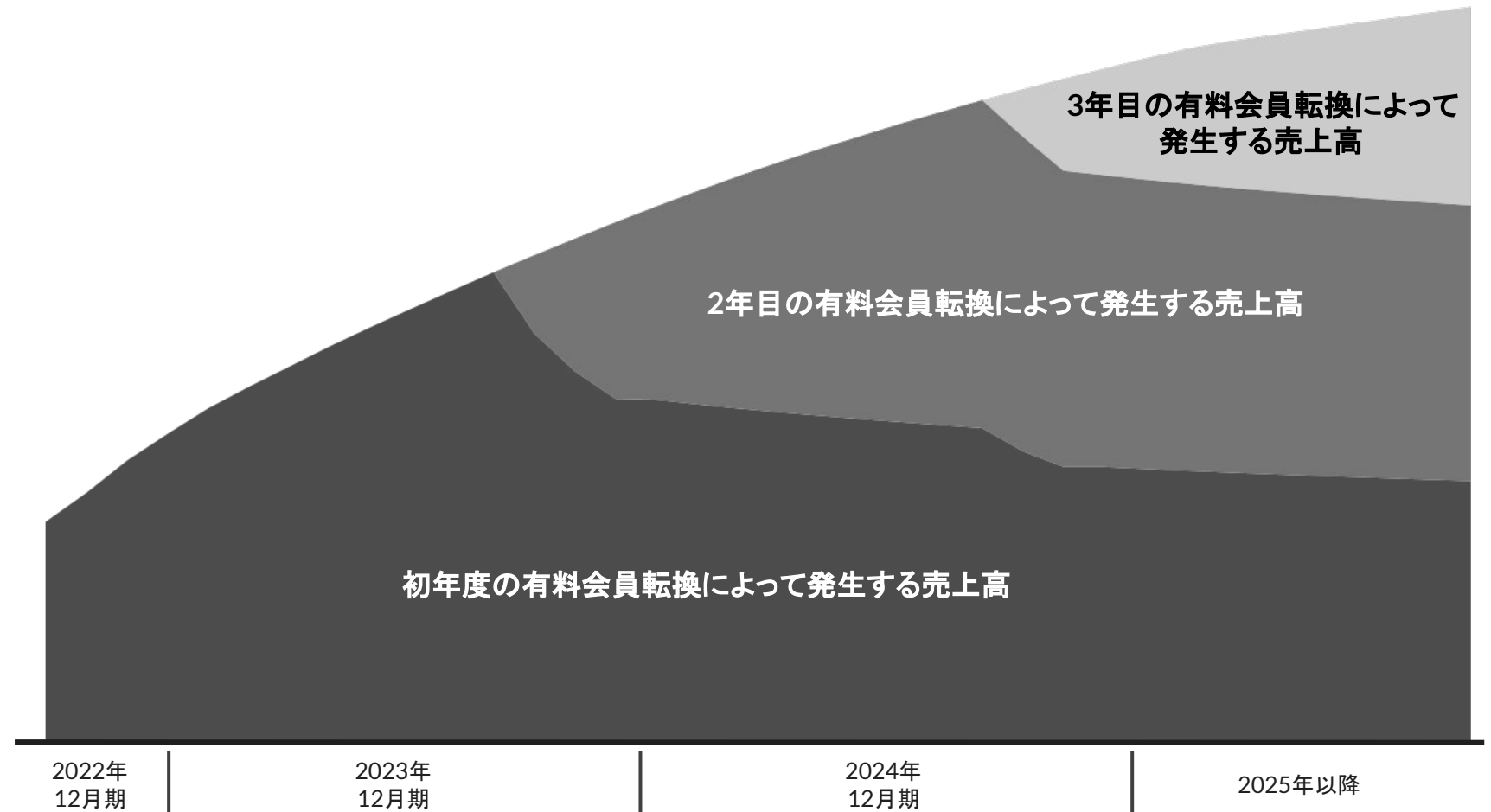
- 4月と6月中旬～7月中旬の2回のタイミングで試験的にテレビCMを実施。様々な時間帯、番組枠、クリエイティブの種類を試した結果、最も効率的に無料会員を獲得できる、これらの組み合わせを特定
- 下期について、効率的に無料会員が獲得できる範囲内で、限定的にテレビCMを実施する。下期のテレビCMへの投資額は、上期より減額する想定
- 来期以降のテレビCM継続は現時点では未定だが、継続する場合でも、NewsPicks単体で黒字を維持する範囲内で効率的に実施

# テレビCMで獲得した無料会員の、有料会員転換による累積売上高のイメージ

テレビCMを通じて獲得した無料会員の有料会員への転換は徐々に発生していく。

そのため、下期に実施するテレビCMの収益貢献の大半は来期以降に発生。

今後も、無料会員のLTVモデルを通じて、テレビCM含めたマーケティングの効率性を判定していく。





4

# 長期經營戰略

# 成長のための事業別の投資規律

ユーザベース全体で高成長、高収益率を目指すために、各事業に定量的で明確な成長のための規律を設定。

## SaaS事業

全事業、売上高成長率  
+EBITDAマージンの合計を40%以上に

## NewsPicks事業

マーケティングは**段階的に投資**。LTVが明確に獲得コストを上回っていることが投資条件

マーケティングが効率的に実施できれば、2022年にはNewsPicks単体の一定の赤字は許容するが、その場合でも**2023年に黒字化し、その後、収益性を段階的に向上させる**

## 新規事業

全ての新規事業は、リリース後、**3年以内に単月黒字化**を達成する

**経済情報の力で、  
誰もがビジネスを楽しめる世界をつくる**

**そのために、SaaSとNewsPicksを融合します。**

**NewsPicksのユーザーを増やし、  
そこから多くのSaaSユーザーを生む構造をつくります。**



# SaaSとNewsPicksが融合した事業モデルへの転換

2025年に向けて、SaaSとNewsPicksを融合した事業モデルへ転換。

マーケティング効率の向上、ユーザー継続率の向上などの定量的な効果につなげていく。

SaaS

NewsPicks

これまで

各事業個別に成長を実現

有料会員の成長が鈍化

2021年の達成

**ユーザーIDの共通化**  
INITIALとFORCAS SalesのユーザーIDをNewsPicks IDに統合

**共通データの利用**  
各プロダクトの企業データベースを統合し、APIを通じて柔軟に活用できる体制を構築

**共通データへの投資**  
共通データ組成強化のためにUB Datatechを設立

解約率を大幅に低下

動画経由の有料会員獲得の増加

2025年に向けて

ユーザーIDの共通化の完了

NewsPicksを最大のマーケティングチャンネルに

NewsPicks Expertを全SaaSの共通価値に

共通データへの投資拡大

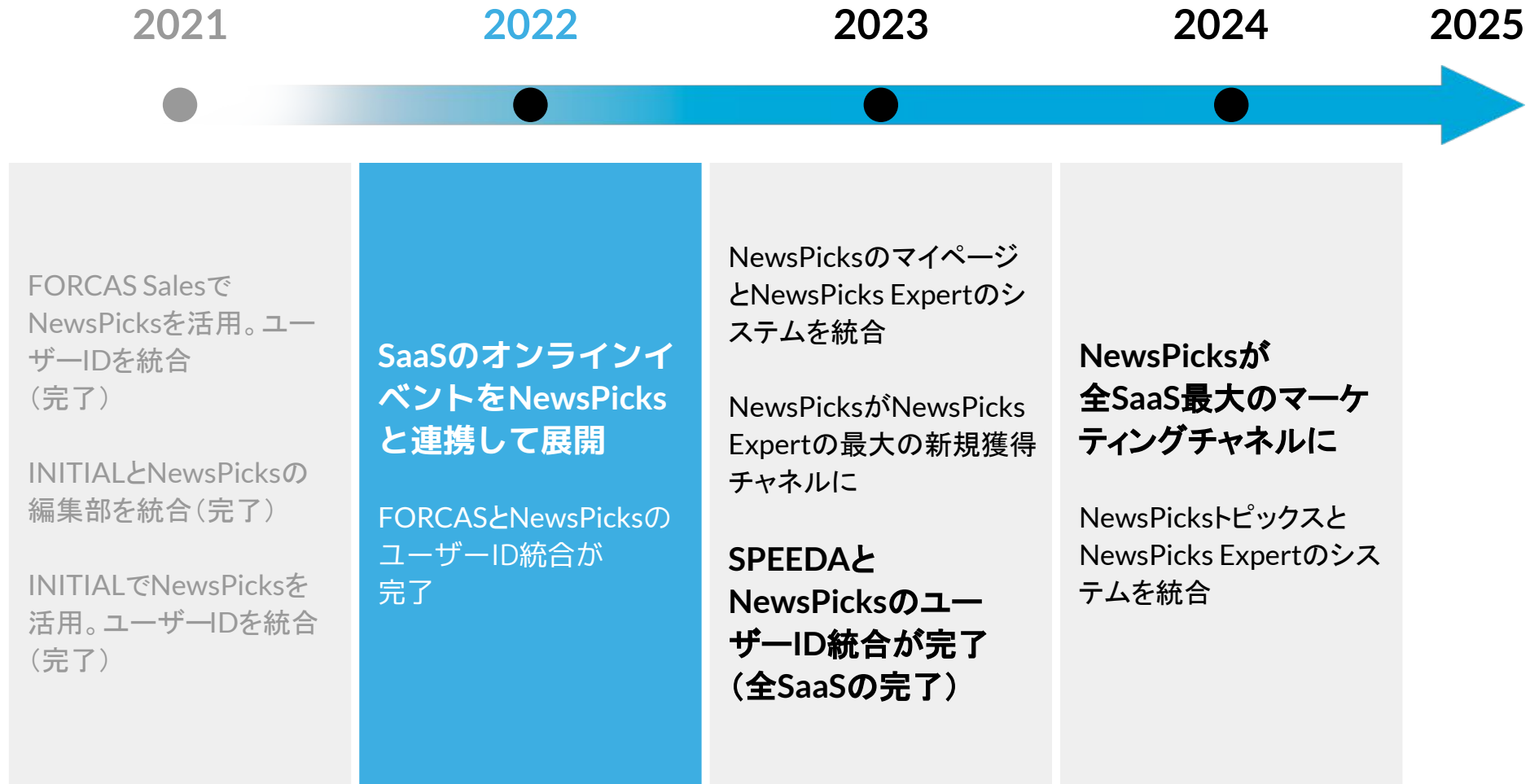
マーケティング投資を強化

動画をメインの価値の1つに

# SaaSとNewsPicksが融合するタイムライン

2021年、SaaSとNewsPicksの融合に向けた多くの施策を実施。

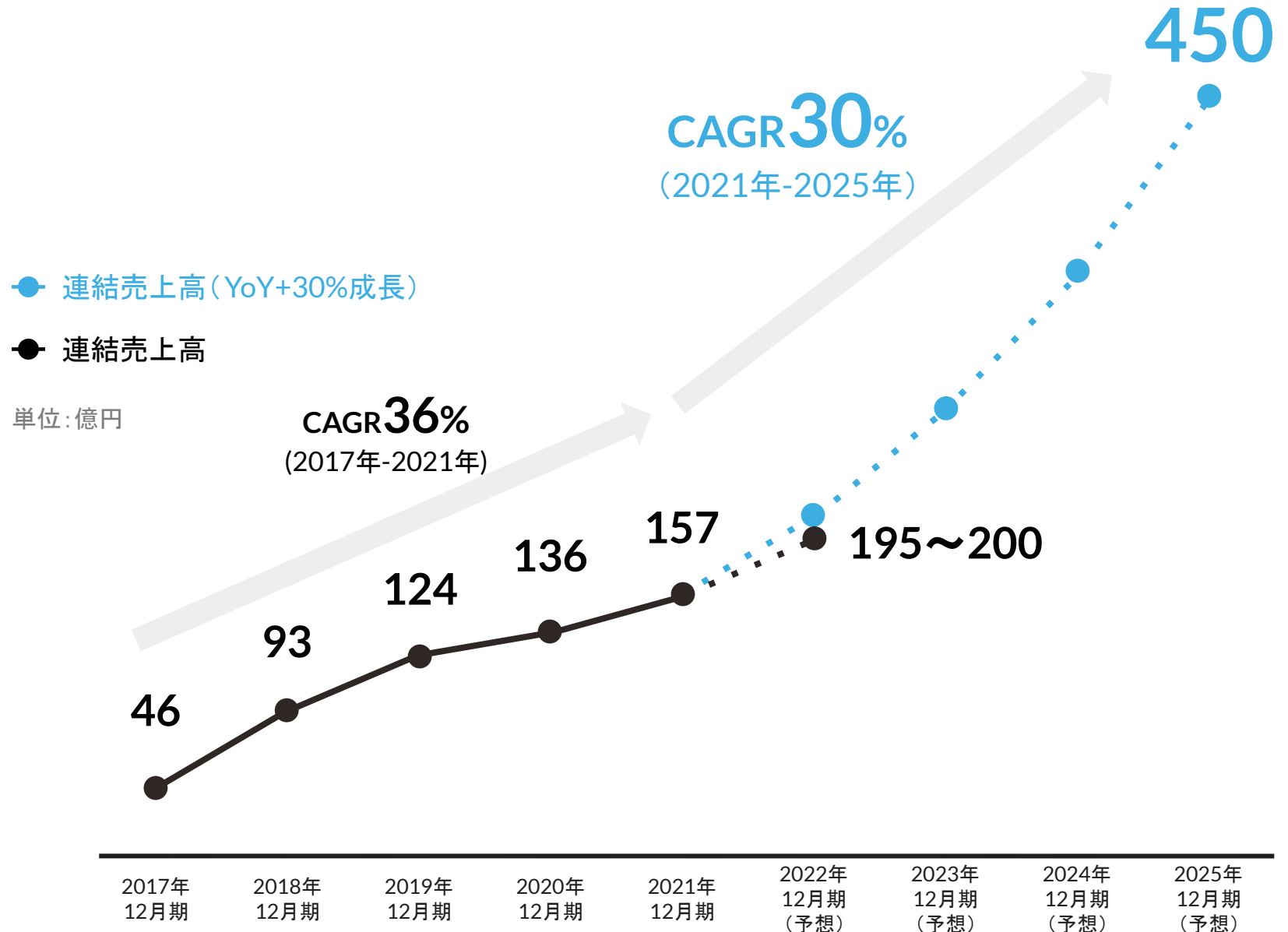
今後、2025年に向けて、このスケジュールで、SaaSとNewsPicksの融合を進めていく。



# 2025年に向けて

2025年に向けて、連結売上高成長率はCAGR30%を目指す。

EBITDA率は2022年をボトムとし、2023年以降は段階的に向上させ、2025年にはEBITDA率15%の達成を目指す。



1. 2017年~2018年は旧会計基準の業績となり、2019年以降の業績は全て新収益認識基準を遡及修正しています。
2. 2020年12月期以前の業績は、Quartz事業を含めた業績となります。
3. 2022年12月期業績予想は上限値の200億円を適用して作成しています。
4. CAGRとは、年平均成長率を指し、複数年にわたる成長率から、1年あたりの幾何平均を求めたものになります。



5

# Appendix

# 共通の強み：データ・コンテンツ・ナレッジからなる経済情報システムの構築

保有する経済情報

独自の強み

1

## データDATA

上場・非上場企業 (国内外)	スタートアップ企業 (国内外)
1,000万社以上	157万社以上
企業の特徴	特許動向
1,800種類以上	522分類

- 国内外のトップデータサプライヤー (Morningstar、TSR等)との**長期的なパートナーシップ**
- 独自データ(スタートアップデータ、企業の利用サービスデータ等)を**長期に渡り組成し続けてきた蓄積**

2

## コンテンツCONTENT

ニュース(国内外)	業界・ トレンドレポート
2,500媒体以上	5,000部以上
オリジナル記事(累計)	オリジナル動画(累計)
約20,000 記事以上	約2,000 動画以上

- トップクラスの記者・編集者・デザイナーにより、**クオリティの高い記事を持続的につくれる体制**
- 2016年からスリランカに約70名のアナリストを抱え、**質の高いグローバルレポートを安価に量産できる体制を構築**

3

## 人の知見KNOWLEDGE

NewsPicks ProPicker	エキスパート ネットワーク
200人以上	130,000 人以上
	国内: 20,000人以上 海外: 110,000人以上

- NewsPicksで**知見を共有する多数のPickerの存在とそのコミュニティ価値**
- 2020年のMIMIRの買収、海外企業とのパートナーシップにより、**国内外のエキスパート数を大幅に拡充**

# SPEEDAのSOMの拡大

金融機関等への提供から始まり、事業会社へと提供範囲を広げることでSOMを拡大。

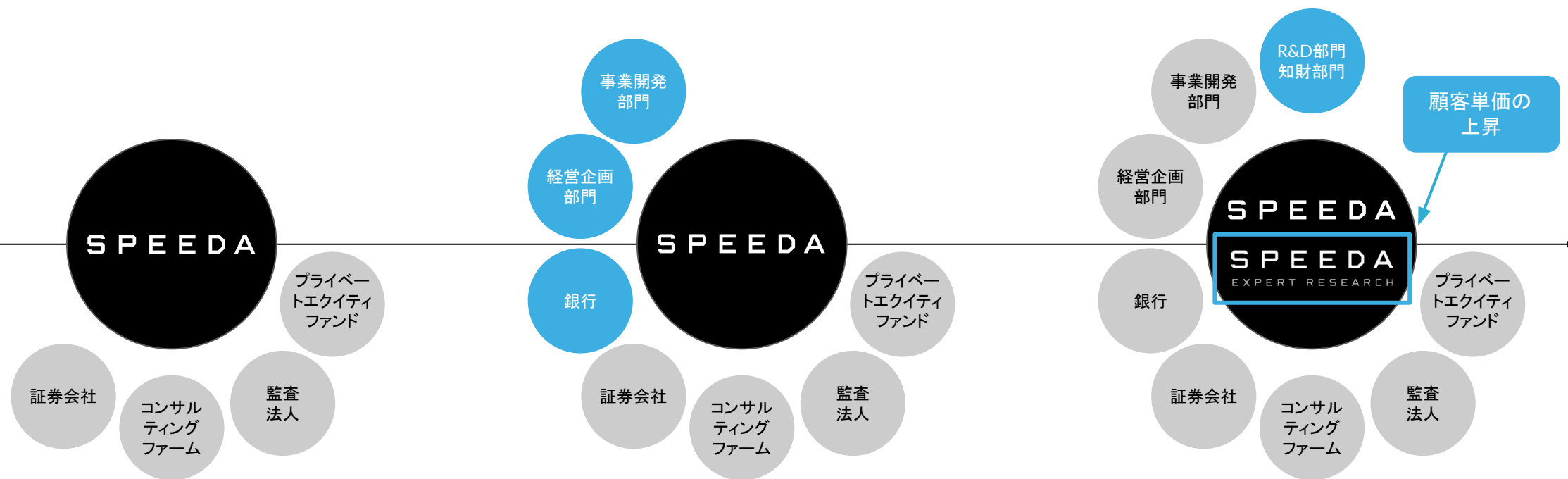
FY2009  
SOM 約**120**億円

FY2012  
SOM 約**350**億円

FY2021  
SOM 約**500**億円

事業会社への展開

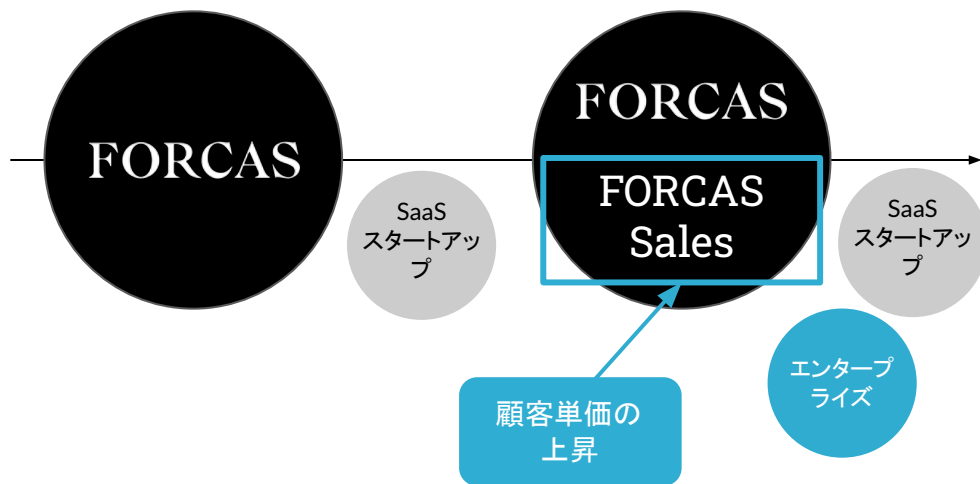
金融機関等への展開



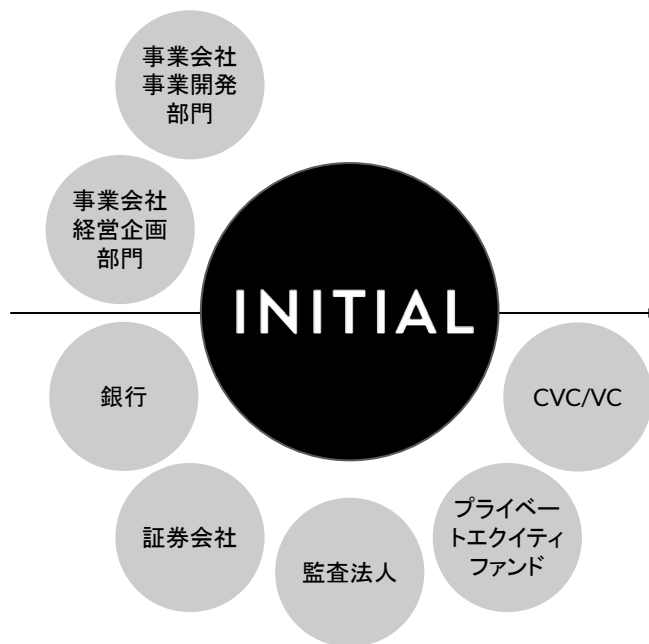
# その他SaaSプロダクトのSOMの拡大

FY2017 SOM 約**15**億円

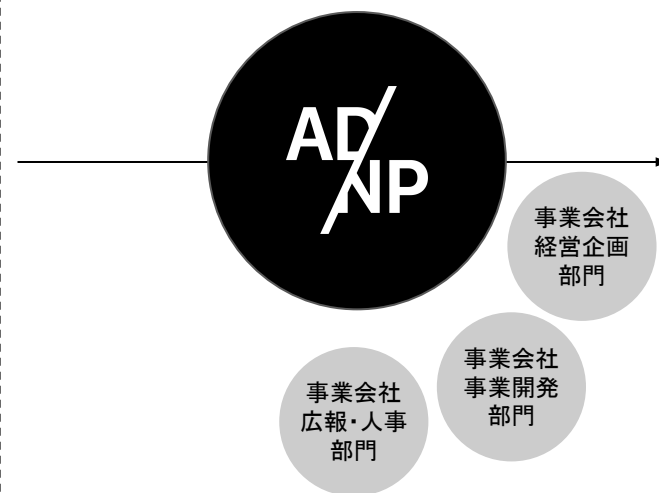
FY2021 SOM 約**420**億円



FY2021 SOM 約**50**億円



FY2021 SOM 約**155**億円



# 連結PL(四半期会計期間)

(単位:百万円)	2020年12月期				2021年12月期				2022年12月期	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
売上高	3,147	3,118	3,560	3,825	3,877	3,771	3,781	4,295	4,305	4,345
売上高成長率	+11%	+11%	+27%	-5%	+23%	+21%	+6%	+12%	+11%	+15%
売上原価	1,541	1,528	1,471	1,541	1,398	1,388	1,501	1,688	1,400	1,593
売上総利益	1,606	1,590	2,088	2,283	2,479	2,382	2,279	2,607	2,904	2,751
売上総利益率	51.0%	51.0%	58.7%	59.7%	63.9%	63.2%	60.3%	60.7%	67.5%	63.3%
販売費及び一般管理費	1,885	1,893	1,839	1,870	1,752	1,915	2,059	2,592	2,386	2,927
営業利益	-278	-302	248	413	726	467	220	15	517	-175
営業利益率	-8.9%	-9.7%	7.0%	10.8%	18.7%	12.4%	5.8%	0.4%	12.0%	-4.0%
EBITDA	-56	-75	506	520	825	571	336	138	658	-3
EBITDA率	-1.8%	-2.4%	14.2%	13.6%	21.3%	15.2%	8.9%	3.2%	15.3%	-0.1%
経常利益	-332	-362	183	207	665	439	183	256	700	-181
経常利益率	-10.6%	-11.6%	5.2%	5.4%	17.2%	11.6%	4.9%	6.0%	16.3%	-4.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	-484	-647	-4,949	-411	472	248	-245	95	418	-268



# 連結コスト推移(四半期会計期間)

(単位:百万円)	2020年12月期				2021年12月期				2022年12月期	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
仕入高	168	165	185	190	196	190	179	222	224	240
労務費及び外注費	1,367	1,366	1,300	1,314	1,115	1,145	1,301	1,380	1,250	1,362
広告宣伝費	184	220	131	323	280	260	281	495	362	711
人件費	845	797	771	740	743	799	880	992	1,044	1,113
株式報酬費用	0	0	0	-1	0	-1	0	0	0	51
支払手数料	228	230	237	250	230	248	187	264	279	290
減価償却費及びのれん償却費	221	226	256	108	98	105	116	123	140	120
その他費用	409	413	427	484	485	555	614	800	485	631

1. 2020年の実績にはQuartz事業の業績が含まれています。
2. 2020年及び2021年の実績は、全て新収益認識基準に遡及修正しています。
3. 労務費及び外注費にはエンジニア費用の他、記者の人件費や広告・動画番組等、各種コンテンツ制作原価等も含まれます。
4. 支払手数料にはAppleなどへの手数料や、システム利用料等が、減価償却費にはソフトウェア償却費も含まれます。
5. その他費用には、業務委託費、採用教育費、通信費、支払報酬料、家賃等が含まれています。

# 連結BS

(単位:百万円)	2021年12月期	2022年Q2末	増減比較
流動資産	12,337	10,313	-2,023
(現金及び預金)	10,613	8,677	-1,936
固定資産	7,921	9,558	1,636
繰延資産	52	35	-17
資産合計	20,312	19,907	-404
流動負債	7,548	7,814	266
固定負債	2,852	2,184	-667
負債合計	10,400	9,999	-400
(有利子負債)	4,015	3,316	-699
純資産合計	9,911	9,907	-3

# 連結CF

(単位:百万円)	2021年12月期	2022年Q2末
営業活動によるCF	2,696	924
投資活動によるCF	-1,066	-1,804
フリーキャッシュ・フロー	1,630	-880
財務活動によるCF	1,404	-1,160
現金及び現金同等物の増減額	3,100	-1,936
現金及び現金同等物の期首残高	7,513	10,613
現金及び現金同等物の期末残高	10,613	8,677

# セグメントPL(四半期会計期間)

(単位:百万円)		2020年12月期				2021年12月期				2022年12月期	
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
SaaS事業	売上高	1,768	1,746	1,929	2,117	2,296	2,360	2,513	2,813	2,905	2,988
	売上高成長率	+46%	+32%	+36%	+27%	+30%	+35%	+30%	+33%	+26%	+27%
	EBITDA	525	447	509	357	509	443	354	228	499	311
	EBITDA率	29.7%	25.6%	26.4%	16.9%	22.2%	18.8%	14.1%	8.1%	17.2%	10.4%
	ARR	6,480	6,724	7,119	7,591	8,063	8,647	9,133	9,828	10,324	11,037
	ARR成長率	+34%	+27%	+26%	+22%	+24%	+29%	+28%	+29%	+28%	+28%
NewsPicks事業	売上高	1,090	1,123	1,346	1,594	1,589	1,422	1,273	1,512	1,409	1,363
	売上高成長率	8%	31%	58%	24%	46%	27%	-5%	-5%	-11%	-4%
	EBITDA	90	22	292	176	323	140	46	-10	178	-296
	EBITDA率	8.3%	2.0%	21.8%	11.1%	20.4%	9.9%	3.6%	-0.7%	12.7%	-21.7%
	ARR	2,079	2,609	2,534	2,518	2,564	2,483	2,568	2,583	2,668	2,581
	ARR成長率	+16%	+45%	+32%	+26%	+23%	-5%	+1%	+3%	+4%	+4%

1. セグメント間の内部売上高を含んでいます。
2. 2020年及び2021年の実績は、全て新収益認識基準に遡及修正しています。
3. 売上高成長率は前年同期比(同四半期比)を記載しております。

# EBITDAと営業利益の差分

(単位:百万円)

	2020年12月期				2021年12月期				2022年12月期	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
EBITDA	609	444	779	528	825	571	336	138	658	-3
のれん償却費	13	20	23	23	23	23	23	23	23	23
減価償却費	40	41	70	86	74	81	93	100	116	96
株式報酬費用	0	0	0	-1	0	-1	0	0	0	51
営業利益	554	382	684	420	726	467	220	15	517	-175

# 株式インセンティブの残高

種類	業績・株価条件	区分	2021年12月末	2022年6月末
			株数	株数
ストックオプション	なし	期首残高	891,552	761,928
		付与	0	566,290
		行使	-129,624	-18,480
		放棄	0	-12,244
		期末残高	761,928	1,297,494
		(うち、権利確定分)	761,928	881,970
	あり	期首残高	3,333,700	2,957,800
		付与	0	0
		行使	-5,400	-21,000
		放棄	-370,500	0
		期末残高	2,957,800	2,936,800
		(うち、権利確定分)	173,400	1,098,000
事後交付型株式ユニット	なし	期首残高	0	0
		付与	0	84,342
		行使	0	0
		失効	0	0
		期末残高	0	84,342
		(うち、権利確定分)	0	21,103
潜在株式数合計		3,719,728	4,318,636	
発行済株式総数		36,750,126	36,903,806	
株式インセンティブ比率		10.12%	11.70%	
(うち、権利確定分)		2.55%	5.42%	



6

# Appendix-Sustainability

経済情報の力で、  
誰もがビジネスを楽しめる世界をつくる

# サステナビリティへの考え方

ユーザベースのパーパスは「経済情報の中で、誰もがビジネスを楽しめる世界をつくる」です。

そのためには、社会、企業、個人のパーパスが調和的に実現されなければなりません。

気候変動等の環境問題が解決に向かい、企業と社会の調和的な発展が実現する世界。

様々な労働問題が解決され、誰もが働く楽しさを実感でき、個人と企業の調和的な発展が実現する世界。

誰もがビジネスを楽しめる世界は、サステナブルに発展する世界そのものです。

私たちは、経済的利益と社会的利益を両立させるため、そして、その2つが矛盾しないことを証明するために、優先的に取り組むべき重要課題＝マテリアリティを策定しました。

サステナビリティに根ざした経営を実現するインフラとしてのSaaS、サステナビリティの実現に向けた個人の行動変容を促すソーシャル経済メディアを通じて、サステナブルに発展する世界に貢献します。



# 誰もがビジネスを楽しめる世界とは、サステナブルな社会と、 企業と個人それぞれのパーパスが調和的に実現されている世界

## 1 サステナブルな社会と企業のパーパスの両立

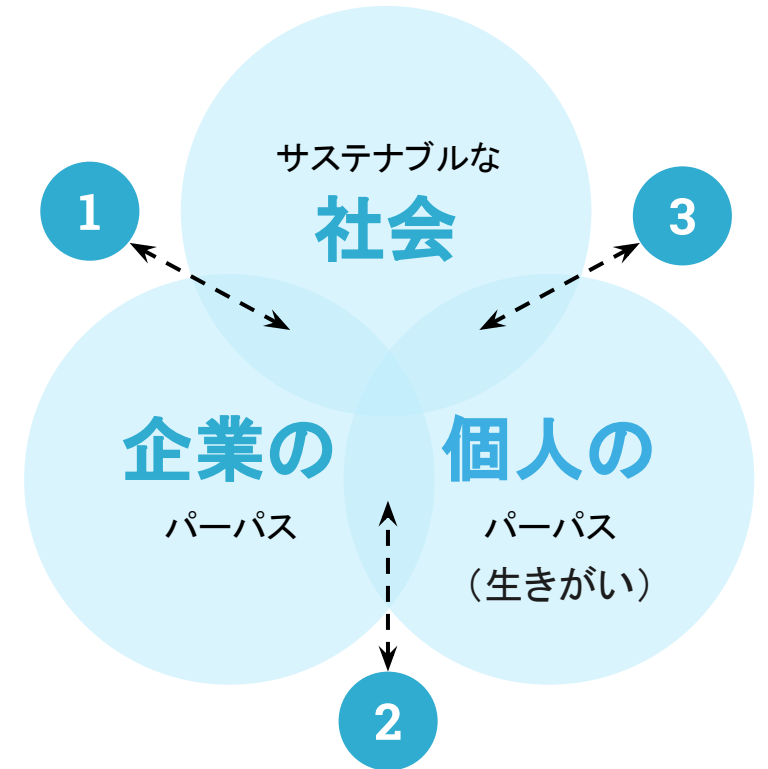
経済合理性の追求とサステナブルな社会は矛盾しない。多くの顧客はサステナビリティを支持し、競争環境がサステナブルな社会を目指す企業に有利になり、明確な社会善(サステナビリティ)のパーパスがなければ、企業は最高の人材を採用できなくなる。企業がサステナブルな社会を目指すことは経済合理的になっていく。

## 2 企業のパーパスと個人のパーパスの両立

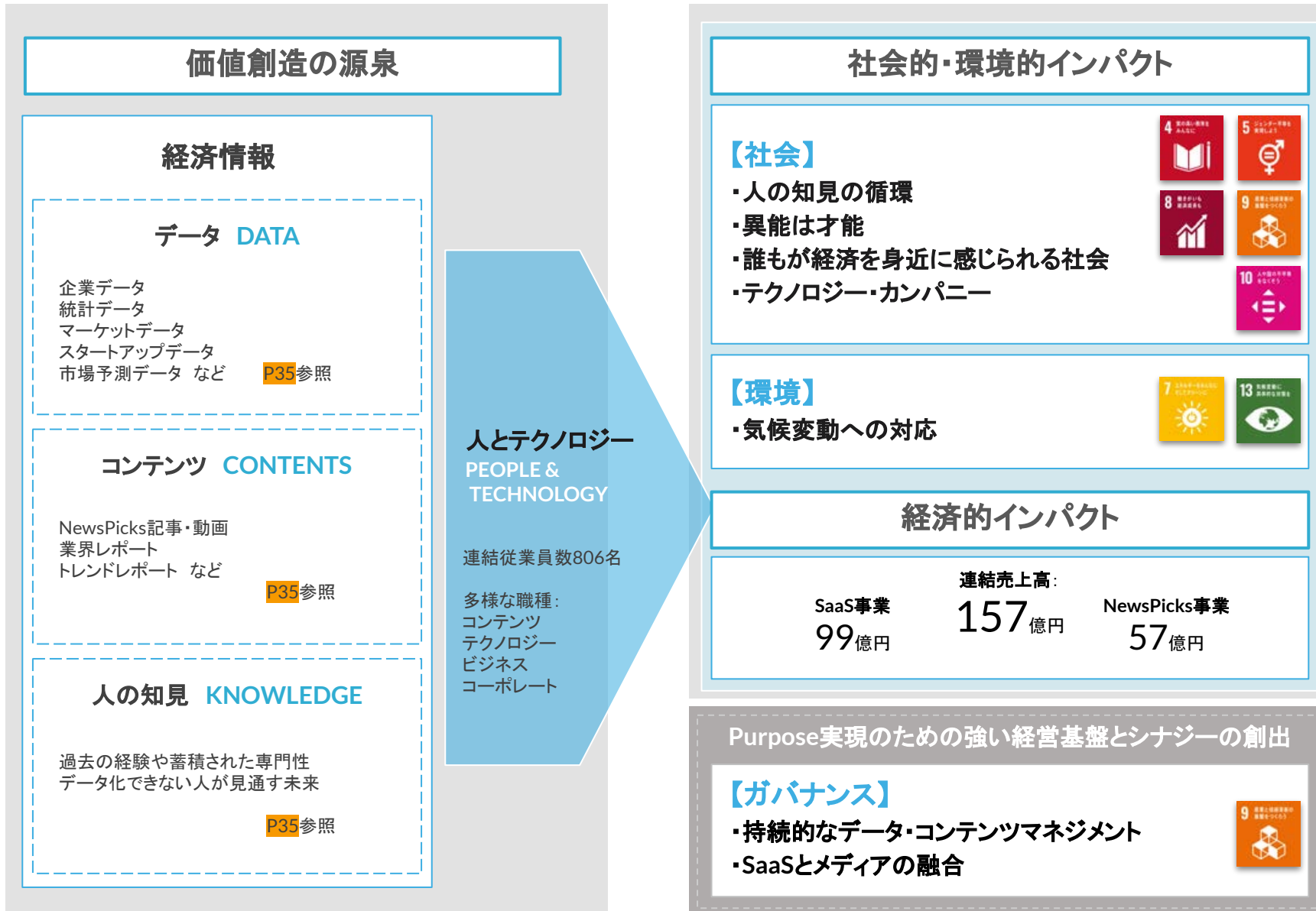
働きがいは生きがいの一つ。ビジネスを楽しめれば、人生をもっと楽しむことができる。働いている企業が目指す方向(パーパス)に共感し、それが自分の生きがいに染み出していれば、働くことは生きるための手段ではなく、生きる目的の一つになる。

## 3 個人のパーパスとサステナブルな社会の両立

サステナブルな社会の実現に近づき、自分や子どもたちの未来へ大きな希望を持てる様になってこそ、ビジネスを楽しみ、人生を楽しむことができる。自分の人生を犠牲にして働くのではなく、自分自身がサステナブルで楽しめる働き方を実現してこそ、それを社会全体に広げていくことができる。



# 価値創造プロセス



# マテリアリティ(重要課題)特定プロセス

## マテリアリティの特定について

当社のパーパスである「経済情報の力で、誰もがビジネスを楽しめる世界をつくる」の実現に向けて、社会価値と経済価値の双方を生み出すために、優先的に取り組むべき重要課題＝マテリアリティを策定いたしました。これらのマテリアリティに取り組むことで、社会、企業、個人に対する継続的な価値提供と当社の企業価値向上の両立を目指していきます。

### Step 1

#### 当社が積極的に解決すべき社会課題を抽出・整理

SDGs(国連の持続可能な開発目標)を参照し、当社経営陣と外部有識者で議論を重ね、当社のパーパスや事業活動、および企業文化に対して関連性の高い**社会課題**を抽出・整理しました。

### Step 2

#### 社会課題の重要性評価の実施

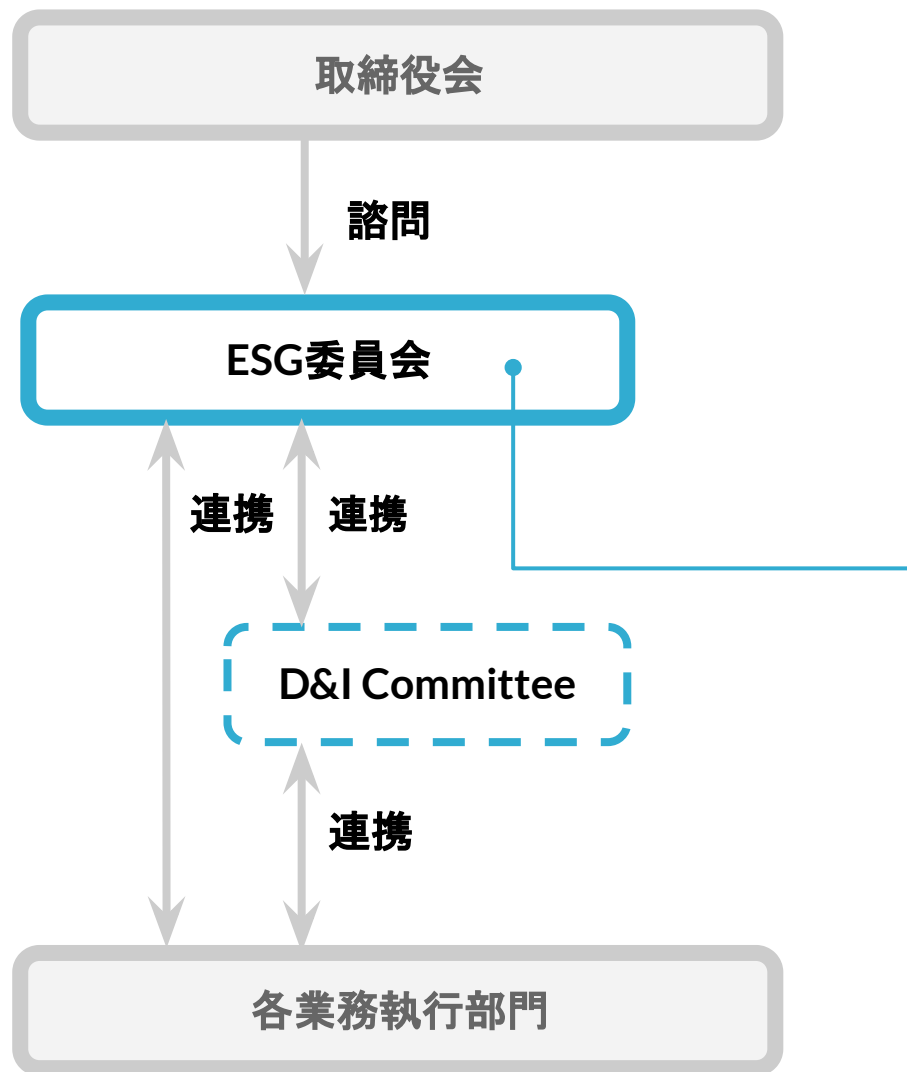
「Step1」で抽出・整理した社会課題について、取締役会でも議論のうえ、**当社経営戦略との関連性と重要性**を評価しました。

### Step 3

#### マテリアリティ項目の特定

「Step2」で実施した評価結果に基づき、取締役会での承認を得て、**7つのマテリアリティ**を特定しました。

# ESG推進体制



## 委員長



代表取締役 Co-CEO  
佐久間 衡

## ESG委員会メンバー



取締役 CPO/CAO  
松井しのぶ



社外取締役  
零坂 将広



執行役員 CFO  
千葉 大輔

- ・マテリアリティ別オーナー（各マテリアリティごとの担当役員）
- ・その他必要に応じて有識者

## 活動内容

- ・マテリアリティごとのアクション計画の策定や進捗状況のモニタリングを実施
- ・年に最低2回の開催とした上で、開催結果及び進捗状況等を取締役会へ報告

# 取締役会のバランス、多様性及び規模に関する考え方

当社の取締役会は、以下の通り、様々な領域における知識、経験、能力を有する者で構成されています。その中には、財務・会計に関する十分な知見を有している者、豊富な実務経験を持つ弁護士が含まれています。9名という人数規模は、様々な知見や事業の現況にその場でアクセスしながら活発な議論が期待できる適切な人数であると考えています。

## 社内取締役

## 独立社外取締役

									
氏名	稲垣 裕介	佐久間 衡	松井しのぶ	梅田 優祐	平野 正雄	井川 沙紀	浅子 信太郎	松本 真輔	琴坂 将広
役職	Co-CEO / CTO	Co-CEO	CPO/CAO	非常勤取締役	(任意)指名報酬 委員会委員長	社外取締役	取締役会議長 監査等委員	監査等委員会 委員長	監査等委員
その他の担当							実効性評価	コンプライアンス 委員会	ESG委員会 D&I Committee
保有するスキル									
事業会社CEO経験	●	●		●		●	●		
グローバル経営		●	●	●	●	●	●		●
SaaS	●	●		●					
メディア	●			●			●		
テクノロジー	●	●		●					
会計・財務・ 金融・M&A		●	●	●	●		●	●	
ESG・D&I		●	●		●	●			●
リスク・ コンプライアンス			●		●		●	●	

# 免責事項

当資料につきましては、投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。

当資料に記載された情報や将来の見通しは、作成時点において入手可能な情報に基づいて作成したものであり、不確実性を含んでおります。今後、様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

**UZABASE**

2022年8月4日