

Briefing Transcription

|| 2026年12月期第1四半期決算説明資料文字起こし ||

ユーソナー株式会社

431A 東証グロース

[企業情報はこちら >>>](#)

2026年5月29日(金)



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

■ 目次

■ 決算を受けての FISCO アナリストコメント	01
■ 出演者	02
■ 決算説明	03

■ 決算を受けての FISCO アナリストコメント

- 企業のDXツール内にあるデータの重複や未整備を、独自のクレンジング技術で解決している。ハルシネーションを防ぐ高品質なベースデータとして、生成AIの普及が強力な追い風となっている。
- 1,250万拠点を網羅する「LBC」は模倣困難な参入障壁を持つ。過去にSFA領域から撤退しデータベースに特化したことで、Salesforceなどの大手ベンダーを競合ではなく強力なパートナーに変えている。
- 成果に直結するため解約率は0.22%と驚異の低水準を維持し、ARRは56.5億円へ拡大。売上の77%がストック収入で極めて安定しており、全商材の導入比率は36%と今後のクロスセル余地も大きい。
- 離職率低下に向けた昇給などの人的投資で販管費は増えたが、トップラインの伸び（前年同期比15.3%増）で吸収し増益を確保。固定費型で変動費率が低いため、今後の拡大に伴う利益率上昇が期待できる。
- 今後は不動産や海外へとデータ対象を広げる構想を持つ。年商100億円以上のターゲットに対する開拓率は未だ数%であり、親会社から子会社へ展開する「センターピン戦略」による浸透余地は広大である。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

■ 出演者

ユーソナー株式会社
代表取締役社長 CEO

長竹 克仁様

■ 決算説明



ユーソナー 長竹様

ユーソナー株式会社の2026年12月期第1四半期決算説明を行います。



ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

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CEO 長竹 克仁
設立年月	1990年9月10日
資本金	1億円(2025年12月31日時点)
従業員数	224名(2026年3月31日時点)
事業内容	データベースマーケティング事業

オフィセントランス

1990年9月 株式会社サウンドスタジアムを設立
ダイレクトマーケティング
サービスを開始

1999年4月 「名寄せ」データ
クレンジング」の
提供を開始

2004年4月 「RMC」の
提供を開始

2013年4月 「ユーソナー」
の提供を開始

2014年11月 「キイトソナー」
の提供を開始

2018年9月 「ISO 27001
(ISO/IEC 27001)
の認証を取得

2020年11月 「ISO/IEC 27017」,
「ISO/IEC 27018」の
認証を取得

2021年3月 「uソナー」
の提供を開始

2022年7月 ユーソナー株式会社
へ社名を変更

2023年12月 「アソソナー」
の提供を開始

2024年7月 「金野ソナー」
の提供を開始

2025年10月 東京証券取引所
グロース市場に上場

※1 パートナー企業を指します。株式会社サウンドスタジアムは現在株式会社サウンドスタジアムです。

©uSonar Co., Ltd.<CONFIDENTIAL>

まず、会社の概要からご説明します。当社はユーソナー株式会社と申します。設立は1990年9月です。若く見られがちな会社ですが、すでに35年ほど事業を展開しています。事業としては、設立当初から一貫してデータベースマーケティングを支援するビジネスを行ってきました。

企業理念

固有名詞で社会を支える

全ての法人情報、事業所情報、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悪くありません。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。

「法人データの専門会社」という存在となり、世の中にあるデータをただただ右に流すのではなく、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、お客様にとって最適な形で提供します。

それが、私たちの目指す姿です。

©uSonar Co., Ltd.<CONFIDENTIAL>

当社の企業理念は「固有名詞で社会を支える」というものです。世の中には法人情報、事業所情報、個人情報、経済情報、海外情報など、さまざまな情報が存在します。これらを安全とプライバシーにも配慮しながらも、有効に活用できるようにすることを目指して、我々は事業を進めています。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

上場により目指すもの
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



次に、上場により目指すものについてお話しします。当社は昨年(2025年)10月17日に、東証グロース市場へ上場しました。上場によって目指していることは、大きく5点あります。

1点目は知名度と信用度の向上、2点目は優秀な人材の確保、3点目はサービスの拡充および品質向上です。さらに4点目としてアライアンスによる販売チャネルの増加、最後に5点目としてM&Aの実施を掲げています。これらを通して、さらなる成長と企業理念の実現を図ってまいります。



ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

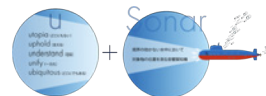
決算説明

はじめに

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。



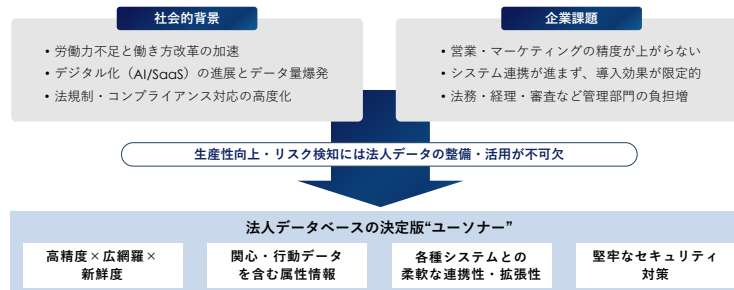
©Sondar Co., Ltd. <CONFIDENTIAL>

7

続いて、事業内容についてご説明します。営業やマーケティングに携わる方々にとって、その業務が非常に大変で、しんどいものであると感じていらっしゃるケースは少なくないと認識しています。我々は当社のサービスを通じて、現場の方々にしっかりと成果を上げていただくことを目指しています。これによって、営業やマーケティング活動を楽しみ、うれしい、やってよかったと感じていただけるように支援させていただいております。

なぜユーソナーが求められているのか？

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



©Sondar Co., Ltd. <CONFIDENTIAL>

8

次に、なぜユーソナーが求められているのかについてご説明します。当社には、昔から一定のニーズがありました。お客様が保有する顧客情報について、しっかりとメンテナンスができていなければ、適切な営業戦略を立てることは難しくなります。また、マーケティングを行うにあたって、例えばデータが重複しては正確な施策を展開できません。このような課題解決に向け、以前から当社には一定の引き合いをいただいていた。

近年、当社の業績に非常に強いブーストがかかっている背景には、コロナ禍に各社で一斉に DX ツールの導入が進んだことがあります。しかし、ツールを入れたものの、なかなか実際の利活用につながらないというお悩みを抱えるお客様が多くいらっしゃいます。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

当社が考える DX 成功の要件には、3つのポイントがあります。1点目は「正しい DX ツールを選んで導入すること」、2点目は「そのツールを活用できる人材の拡充・教育」です。ここまでは多くの企業が対応しているのですが、3点目が抜けているケースが多々見受けられます。その3点目こそが、「DX ツール内のデータの整備」です。これらが3つ揃うことで、初めてデータの利活用がうまく進むようになります。最近はこの3点目をケアする目的で当社に引き合いをいただくことが多くなっており、これがコロナ禍における業績拡大の背景となっています。

法人データベース「LBC」

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

©Usonor Co., Ltd. <CONFIDENTIAL>

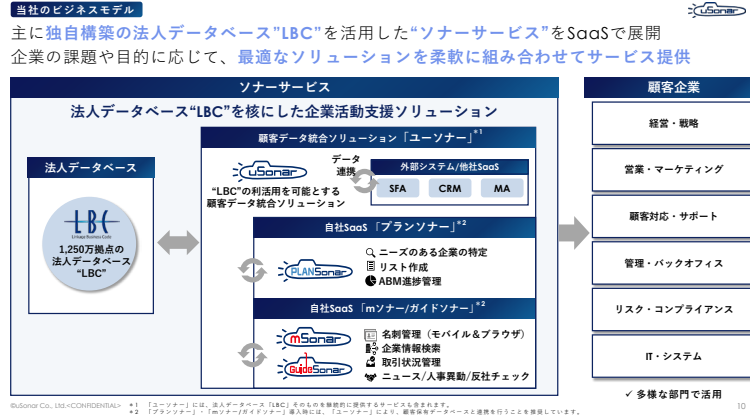
*1 2024年1月時点
*2 2024年1月時点

当社のビジネスの根幹をなすのが、独自に構築している法人データベースの「LBC」です。このデータベースは日本の法人データベースの決定版ともいえるもので、主に3つの特色があります。1点目はデータの「網羅性（件数の多さ）」、2点目は「属性の多さ」、3点目は「最新性（タイムリーな更新）」です。

当社は、上場企業や有名企業だけでなく、中堅・中小・零細企業や個人事業主に至るまでの情報を保有しています。また、株式会社だけでなく、医療法人、学校法人、官公庁、地方自治体に至るまで幅広く情報を揃えています。加えて、本社だけでなく、支店、支社、営業所、工場、研究所といった事業所の情報も完備している点が大きなポイントです。拠点数（本社及び事業所の件数）は1,250万拠点到のぼり、日本に存在するほぼすべての法人を網羅できていると考えています。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明



当社のビジネスモデルは、この法人データベース LBC を基盤に、顧客データ統合・ターゲティング・名刺管理などのサービスを SaaS の形式でお客様に提供するものとなっています。

SaaS サービスとして、大きく 3 つ展開しています。1 つ目は「ユーソナー」、2 つ目は「プランソナー」、3 つ目は「m ソナー」および「ガイドソナー」です。

まず、1 つ目のユーソナーですが、こちらは外部の SaaS、すなわち各種 DX ツールと連携しながら機能するサービスです。例えば、Salesforce 社をはじめとする CRM・SFA（営業支援ツール）内にあるデータを当社がお客様との契約に基づき、整備、定期メンテナンスします。また、DX ツール内で不足している項目、例えば法人の URL、売上高、従業員数といった情報が欠落している場合に、当社の持つ情報を付与する役割を担っています。

2 つ目のプランソナーは、1,250 万拠点の法人データベースを自由自在にカッティングし、お好みのターゲットリストを作成できるツールです。このほか、企業側の興味や関心を検知、把握できる「インテント」と呼ばれる機能も搭載しています。

3 つ目は、m ソナーとガイドソナーです。m ソナーは、主にモバイル端末上から当社の法人データベース LBC へ、いつでもどこでもアクセスできるツールです。加えて名刺管理機能も備えており、交換した名刺を撮影すると、正規化されたデータとして格納される仕組みとなっています。大きなポイントは、企業情報と名刺情報が連動している点です。営業担当者が商談前に相手企業の情報を予習したり、最新のニュースを確認してアイスブレイクのネタを探したりといった活用が可能になります。なお、ガイドソナーは、このモバイル上の機能をパソコン上でも閲覧できるようにしたツールです。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)

431A 東証グロース

決算説明

当社サービスの提供価値



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

©USonar Co., Ltd. <CONFIDENTIAL>

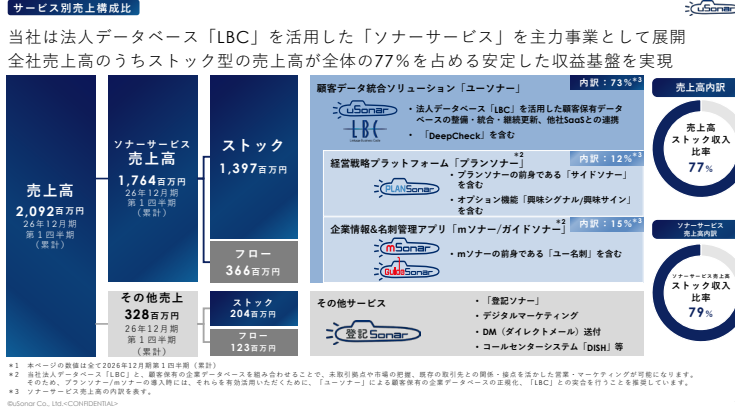
11

続いて、当社サービスの提供価値についてご説明します。我々が最も大切にしているのは、SaaSツールが管理目的のみに偏らないようにすることです。ツールが真に使い勝手の良いものであるか否かは、現場の方々がそのツールを使ってしっかり成果を上げられるかという点にかかっていると考えています。そのため、管理よりも実際の利活用に重点を置いていることが当社サービスの特徴です。

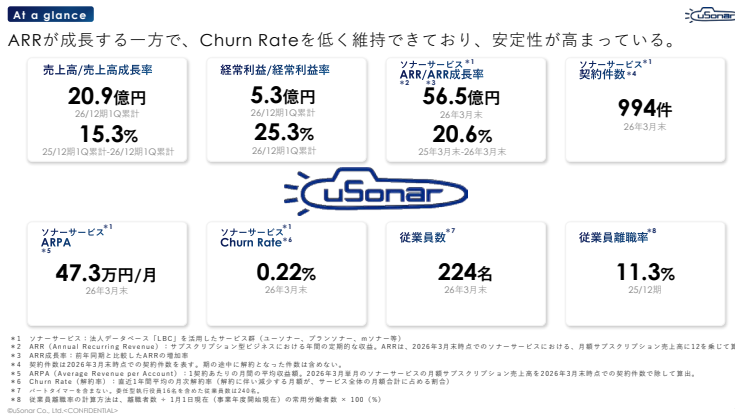
具体的な提供価値は記載の通り、大きく5点あります。1点目は「データ基盤の統合・活用促進」です。お客様が保有する、社内に分散したさまざまな法人情報を一元管理し、業務効率化を実現します。2点目は「ターゲティング精度の向上」です。アプローチすべき最適な法人ターゲットを瞬時に抽出できます。3点目は「営業成果の最大化」です。見込み顧客の関心の兆しを捉え、適切な提案を最適なタイミングで行うことを可能にします。4点目は「新たな市場機会の発見」です。まだ見えていないアプローチ対象を、具体的な会社名としてリストアップする形で抽出できます。5点目は「リスク対応・ガバナンスの強化」です。インボイス制度への対応や、取引の可否をジャッジする反社会的勢力チェックなどにも、当社のデータベースが活用されています。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
341A 東証グロース

決算説明



続きまして、サービス別の売上構成比についてご説明します。ここに挙げている数値は、すべて2026年12月期第1四半期の内容です。当四半期における売上高は、2,092百万円となりました。そのうち、先ほどご説明した「ソナーサービス」に該当する売上高は、1,764百万円です。さらにその内訳を見ると、契約によって継続性が担保されているストック売上が、1,397百万円、フロー売上が366百万円となっています。このデータから読み取れる通り、当社はストック売上の割合が非常に高い点が特徴です。売上高全体に対しても8割近くをストック売上が占めており、極めて安定した収益基盤を実現しています。



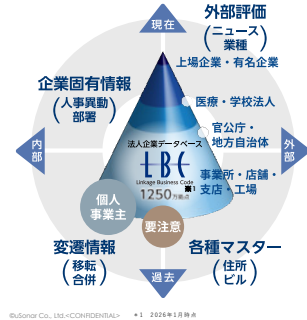
当社が重要視している KPI はこちらの一覧の通りです。この中でも特に注視している KPI が 2 点あります。1 点目は「ARR」です。こちらは2026年3月末段階で56.5億円となりました。前年の同じ時期である3月末と比較して20.6%の成長率を記録しており、順調に契約が積み上がっている状況が確認できます。2 点目の重要な KPI は「チャーンレート（解約率）」です。現状は0.22%となっており、この業界内においても非常に低い水準に抑えられています。一度当社のサービスを導入すると、お客様がなかなか離れない、あるいは離れたくないと感じていただいている証拠です。現場でしっかりと成果につながっているため、やめる理由がないという好循環がこの低い解約率に表れています。契約が着実に積み上がる一方で解約は極めて低く抑えられているため、ビジネスの安定性が非常に高まっていることを、これらの KPI からご理解いただければと思います。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

ソナーサービス：顧客データ統合ソリューション「ユーソナー」③

「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



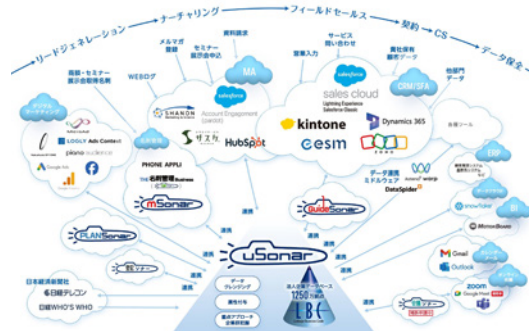
「ユーソナー」で実現できること	
重複データの 名寄せ	散在するデータの 統合・一元管理
顧客データへの 属性情報付与	企業情報の 自動更新
顧客情報の 入力負荷軽減	顧客傾向把握 (プロファイリング)
顧客企業別 実績集計	グループ内 未取引先把握
マーケット シェア把握	新規アプローチ リスト作成

当社のサービスについて、さらに詳しくご説明します。まず「ユーソナー」に関してご説明します。ユーソナーの根幹をなしているのは、法人データベースのLBCです。このデータベースを活用することで、資料に記載しているようなさまざまな機能を具現化しています。

当社がLBCを構築する過程で培った名寄せやデータ構築のノウハウを、そのままお客様に提供しているサービスがユーソナーとなります。ユーソナーで実現できる具体的な機能としては、重複データの名寄せ、社内に散在するデータの統合および一元管理、顧客データへの属性情報の付与、企業情報の定期的な更新が挙げられます。これにより、顧客情報の入力負荷を軽減し、プロファイリング、顧客企業別の実績集計さらには企業グループ内の未取引先やマーケットシェアの把握や、新規のアプローチリスト作成まで幅広く対応できるようになります。

ソナーサービス：顧客データ統合ソリューション「ユーソナー」②

「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



ユーソナーは単独で機能するものではなく、データ連携によって既存の他のSaaSプロダクトと組み合わせると機能するサービスです。こちらの図の通り、Salesforce、HubSpot、Kintone、Microsoft Dynamicsなど、主要なSFAやCRMツールとはほぼすべて連携ができる体制を整えています。各種DXツール内にあるデータを整備し、定期的に更新した上で不足している情報を補完する。このようなアプローチにより、お客様のお使いのDXツールをより実効性の高い形で活用できるよう支えるのがユーソナーの役割です。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

ソナーサービス：顧客データ統合ソリューション「ユーソナー」③

他社SaaS（SFA/CRM/MA）とデータ連携し、データ活用をサポート

※名称やフォーム入力情報など

ユーソナーが付与する情報

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

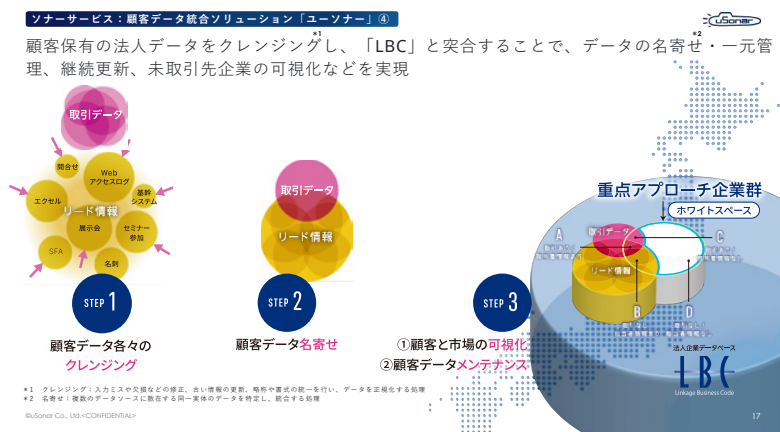
など、92項目の企業属性情報を付与

取引先やリードに付与が可能

©User Co., Ltd. <CONFIDENTIAL>

*1 SFA (Sales Force Automation) : 営業活動の効率化と管理を目的に、顧客データの管理・分析、営業活動の分析等を支援できるソフトウェア
*2 CRM (Customer Relationship Management) : 顧客関係や行動履歴、顧客との関係性を管理し、顧客との長期的な関係を構築・促進するための戦略やツール・システム
*3 MA (Marketing Automation) : マーケティング活動の効率化と高度化を目的に、メールマガジンの配信、顧客データの分析、マーケティングキャンペーンの自動化などを支援できるツール
*4 2024年1月時点

既存の DX ツール内に保有されている情報に対し、ユーソナーが付与できる項目は 92 項目にのびります。元々はツール内になかった情報を、当社のデータベースから新たに付与できる仕組みがあります。



まず、ステップ1では、お客様の社内で法人データベースが非常に多様な形で分散している状況を想定します。例えば、すでに取引実績のあるデータであっても、部署ごとに別々のデータとして管理されているケースがあります。そのほかにも、問い合わせデータ、ウェブアクセスのログ、セミナー参加者情報、交換した名刺情報など、さまざまな情報が社内に散在しているのが一般的な状況です。ユーソナーでは、まずこれらの分散したデータに対して「データクレンジング」という処理を行います。データクレンジングとは、入力ミスや欠損といった誤りに対して補正や修正をかける作業です。これに加えて、古い情報を更新して最新の状態に書き換えるほか、略称表記や不統一な書式を統一する整形作業も含んでいます。続いて、ステップ2としてクレンジング後のデータの「名寄せ」を行います。名寄せとは、複数のレコードに分かれている同一企業の情報を、1つの正確なレコードへと集約する作業です。最後のステップ3では、名寄せされたお客様の顧客データベースと、当社が独自に構築している法人データベース LBC とを突合せさせます。これにより、お客様がターゲットとすべき市場全体に対し、現在どこまで取引ができており、どこが未アプローチであるのかを可視化することが可能になります。

決算説明

当社では、このターゲット市場の中でまだアプローチできていない未開拓の領域を「ホワイトスペース」と呼んでいます。このホワイトスペースを明確にすることで、今後どこに営業リソースを注ぐべきかが一目で判別できるようになります。さらに、可視化されたホワイトスペースに対して、どのような順序で営業をかけるかという優先順位（プライオリティ）を設定することも可能です。当社のLBCが保有する豊富な属性情報を活用すれば、例えば「増収増益を続けている成長企業」や「中途採用に注力している企業」から順番にアプローチをかけるといった戦略を構築できます。また、既存顧客とのリレーションを活かしたアプローチも容易になります。例えば、すでに取引のある親会社の子会社がホワイトスペースとして抽出された場合、親会社の担当者から紹介を受けてアプローチするといった、戦略的かつ確度を高めた営業活動を展開できるようになります。

ソナーサービス：LBC活用自社プロダクト「プランソナー」/「mソナー」

「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、いつでもどこでも最新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

続きまして、当社が自社開発したSaaSツールである、プランソナーとmソナーについても簡単にご説明します。

プランソナーは、当社のデータベースの中からターゲット層を抽出し、自由自在に営業リストを作成できるツールです。例えば、「テレビCMを実施している会社」や、「工場を持つ会社」など、さまざまな切り口による、細かなデータ抽出を可能としています。また、プランソナーには、後程、説明する「インテント」に基づく対象企業のリストアップ機能も搭載しています。

次に、mソナーです。こちらはモバイル端末上から当社の法人データベースLBCをいつでもどこでも閲覧できるツールです。SFAとも連携することで、企業グループにおける取引の有無を可視化できるため、すでに取引のある関係会社からご紹介いただくことで、新たな取引先を開拓していくような営業活動を可能にします。加えて、mソナーは名刺管理もできるアプリケーションです。交換した名刺を撮影することで、情報が正規化されて、SFAへとシームレスに格納される使い方が可能となっています。

決算説明

ソナーサービス: 独自の“兆し”情報の提供 (プレミアム機能)

Intent (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” | **リスクを可視化する“DeepCheck”**

ターゲットリスト493社^{※1}

興味サイン^{※2}

興味シグナル

ライブアクセス

18万社^{※2} 企業IP

DeepCheckの機能

- 企業概要
- 特徴
- 評点
- 要注目情報
- 系列企業の要注目情報
- 特定系列企業 (SFA等) の要注目情報
- 企業削減スコア
- 経済安全保障
- 関連ニュース記事
- 高気配記録の取得可 (別途費用)

・ Web行動ログを独自ロジックで解析し、企業のIntent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)

・ 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

※1 2024年1月時点の法人番号取得済みの企業 (掲載数に含み)

※2 2025年12月時点

©FISCO Co., Ltd. <CONFIDENTIAL>

続いて、プレミアム機能についてご紹介します。当社では「Intent」と呼ばれる情報をお客様に提供しています。Intentとは、企業の興味・関心に関する情報のことです。当社のIntentサービスは3種類あります。1点目は、自社のホームページにアクセスしている企業を特定し、視覚化する「ライブアクセス」という機能です。どのような企業が自社のホームページにアクセスし、どのページを閲覧しているかを検知できるため、各企業の興味・関心を把握できます。2点目に、インターネット上で特定のページにアクセスしている企業を検知するサービスとして「興味シグナル」を展開しています。特定のページを閲覧しているということは、その企業が、そのページに掲載されている製品やテーマに興味・関心を持っていることを意味します。こうしたインターネット上での行動ログを基にして企業の興味・関心を検知し、リストアップすることが可能です。例えば、過去30日間で複合機や事業承継、SFAに興味を持っている会社を一元的にリスト表示できます。3点目に「興味サイン」というサービスがあります。こちらは地域IPの情報とAIを活用することで、興味シグナルでは捕捉しきれなかった、より広範囲のIntentを捉えることを可能にしたものです。これらのIntentはmソナー上でも企業ごとに確認できるようにしています。

もう一つ、少し性質の異なる「DeepCheck」というサービスがあります。こちらは営業活動をする上での要注目先をまとめた情報です。大きく3つのカテゴリーに分かれています。1つ目は暴力団、半グレをはじめとする反社会的勢力など、コンプライアンス上お取引が好ましくない企業のカテゴリー。2つ目は法令違反や、法令に基づく指導があった企業をカテゴライズしたものです。3つ目は、債権の回収懸念がある先のカテゴリーとなります。

これらを事前に把握できることが重要です。営業活動がある程度進んだ段階で、審査部や経理から取引不可のジャッジが下されると、それまでに費やした営業工数が無駄になってしまいます。そうした事態を防ぐため、営業活動をスタートする段階で、ターゲットリストから要注目先を除外 (スクリーニング) しておく。このような活用を可能にするのが要注目情報であり、DeepCheckを用いることでその詳細情報を確認できます。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

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届ける
- 企業グループや事業所と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

uSonar
PLANSonar
mSonar

先増テクノロジーを体験

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

©uSonar Co., Ltd. <CONFIDENTIAL>

ここで、事例を2つご紹介します。1つ目はJTB様の事例です。こちらは名刺管理の利活用が進んだケースとなります。元々は他社様の名刺管理ツールをご使用されていましたが、当社の名刺管理ツールへ切り替えていただいた結果、名刺情報の登録数が2.3倍に拡大しました。加えてJTB様においては、当社のサービスをフルラインナップでご利用いただいています。既存顧客と類似する企業リストをAIがレコメンドする機能など、名刺情報に加えて当社の企業情報やサービスをさまざまな形で利活用いただき、営業成果の最大化につなげていらっしゃる事例です。

お客様の声②

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、情報の登録が手遅れ。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
- 仕化により営業をさらに戦略的に

導入効果

企業サーチ効率化&データ精度が向上、**年間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

- 3分〜1分/件 **375時間削減**
- 5分〜1分/件 **1000時間削減**

業務効率化

精度の高いターゲティング実現 時間も経費も効率化

- オフィス移転や社員数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プローチ
- 「ライブアクセス」機能を活用

自社開発システム
ユーザー連携

導入サービス

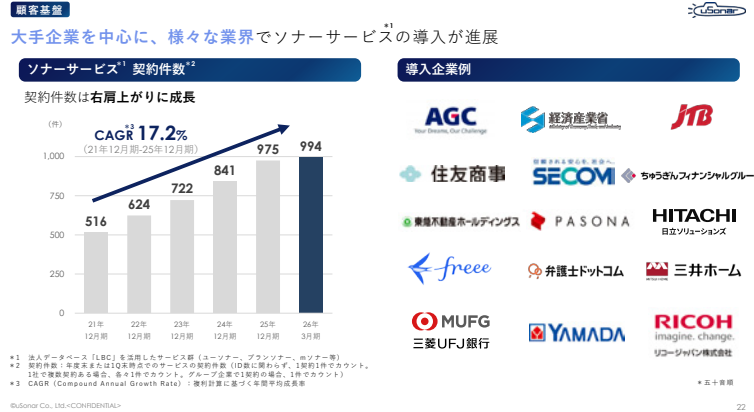
uSonar
PLANSonar

©uSonar Co., Ltd. <CONFIDENTIAL>

2つ目はニトリ様の事例です。ニトリ様といえばBtoCのイメージが強いと思いますが、こちらは法人向けにオフィス家具などを扱う「ニトリビジネス (BtoB)」を展開されている事業部での取引事例となります。ニトリビジネス様では、これまでプレセールスと呼ばれる営業活動の前段階の情報収集やデータ登録に、非常に多くの時間を費やされてきました。しかし、これは純粋な営業活動とは言い難く、なるべく効率化すべき業務です。そこで当社のユーソナーやプランソナーを導入いただきました。当社のサービスを利用することで、情報収集や登録をより短時間で行えるようになり、営業担当者が本来注力すべき活動に時間を割ける環境を実現しています。結果として、年間で1,300時間の業務効率化を達成されました。このように、当社は大手企業を中心に、さまざまな業界でサービスの導入を進めています。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明



左側に掲載しているのは、ソナーサービスの契約件数です。契約件数とは、お客様と取引している契約の数です。基本的には1社につき1契約となりますが、中には1社で複数の事業部があり、それぞれの部署で別々に契約を締結するケースもあります。その場合には、1社であっても複数件としてカウントします。逆に、1つの企業グループ内 (複数のグループ会社) で当社のサービスを利用しているものの、契約は1件のみという場合もあり、その場合は1件としてカウントしています。こちらのグラフからも読み取れる通り、契約件数は右肩上がりに積み上がっています。現在は、業界のリーディングカンパニーや、エンタープライズと呼ばれる知名度の高い大手企業様と多くお取引ができています。



対外的な評価に関してですが、ソフトバンク系列の会社様が運営している口コミサイトである「ITreview」の「ITreview Grid Award」において、当社のユーソナーと mソナーは最高位の「Leader」に認定されています。特にユーソナーは、企業データベース部門で、21期連続で Leader を受賞しており、非常に高い評価が定着していると考えています。

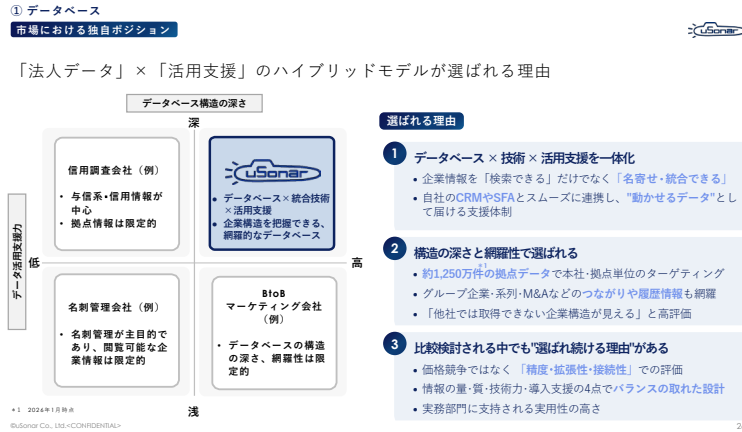
決算説明



続いて、競争優位性についてお話しします。当社の競争優位性として大きく3つ、挙げています。1つ目は「模倣困難なデータベース」、2つ目は「プロダクトの開発力」、3つ目は「市場でのポジショニング」です。この中でも最も重要となるのが、1つ目の模倣困難なデータベースです。新規の参入プレイヤーが当社と同じような事業を行おうとしても、このデータベースを模倣することは非常に困難です。それはコストだけでなく、莫大な「時間」がかかるためです。時間の壁に関して言えば、当社は30年以上にわたりデータベースの収集・蓄積を続けていますが、もはや今となっては手に入らないような過去の情報も存在します。そのため、新しいプレイヤーが今から当社と同等の質および量の情報を構築しようとしても、時間の壁に阻まれて収集できません。この点は非常に大きな障壁となっています。では、既存の法人データベースを扱うプレイヤーが当社と同様のビジネスを展開できないかという点ですが、当社が行っているデータクレンジングや名寄せの技術には、長年の試行錯誤が必要となります。また、これらを実行するための「マスター」と呼ばれるデータの蓄積も重要です。これら一朝一夕に他社が真似できるものではありません。したがって、この模倣困難なデータベースの存在が、当社ビジネスへの参入障壁として最も大きいポイントであると考えています。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明



データベースの優位性について、さらに詳しくご説明します。データベースの構造の深さとデータの利活用という2つの軸で4象限を設け、既存のプレイヤーがどのような位置に当てはまるかを図示しています。左上の領域について、例えば、大手の信用調査会社様は、データベースの深さという点では非常に深いものを持っておられます。しかし、網羅性や事業所（支店や営業所など）情報については限定的であり、営業やマーケティングを展開する上では、データベースの利活用が十分に図れない面があるように考えています。

次に、左下の領域について、例えば、名刺管理会社様のツールは、交換した名刺を正確にデジタル化して格納する点においてはしっかりと機能します。しかし、名刺に書かれていない情報を閲覧できるかという点においては、限定的であるというように捉えています。

右下の領域は、コンサルティング会社などをイメージしています。データの利活用に関するご提案は得意とされていますが、使用するデータベース自体は他社から仕入れたものを転用しているケースが多いものと認識しています。

このように、自社でデータベースを独自に構築しながら、セールスやマーケティングにおける利活用の提案まで深く踏み込んで一気通貫で提供できるプレイヤーとしては、実質的に当社がそのポジションを確立しているものと考えています。



繰り返しになりますが、当社が構築している法人データベース LBC は、情報の深さ、幅広さ、新鮮さという3つの特色を兼ね備えた唯一無二のものとなっています。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

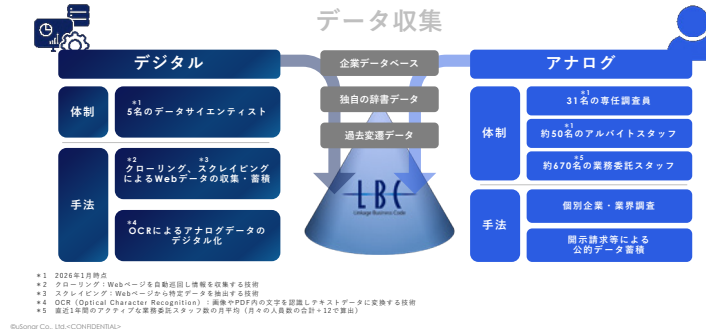
決算説明

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入



当社の法人データベース (LBC) がどのように構築されているかという点、最大の特徴は「デジタルとアナログの掛け合わせ」にあります。

デジタル面においては、クローリングやスクレイピングといった技術を用いて、主にウェブ上に存在している情報を網羅的に収集・蓄積しています。この領域であれば、スタートアップ企業でもある程度対応が可能ですし、昨今ではAIの台頭によって自動化のハードルも下がっています。

しかし、当社はデジタルだけにとどまらず、「アナログ」の領域でも泥臭く情報を収集しています。具体的には、専任の調査員、アルバイト、業務委託スタッフなど数百名規模の人員体制を擁し、人海戦術による情報収集を展開しています。ウェブ上には公開されていない紙媒体の情報を集めて電子化する作業など、非常に地道なアプローチを継続しています。このデジタル技術では踏み込めない「手入力による情報の蓄積」こそが、LBCの真の強みであり、他社との明確な差別化ポイントとなっています。

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

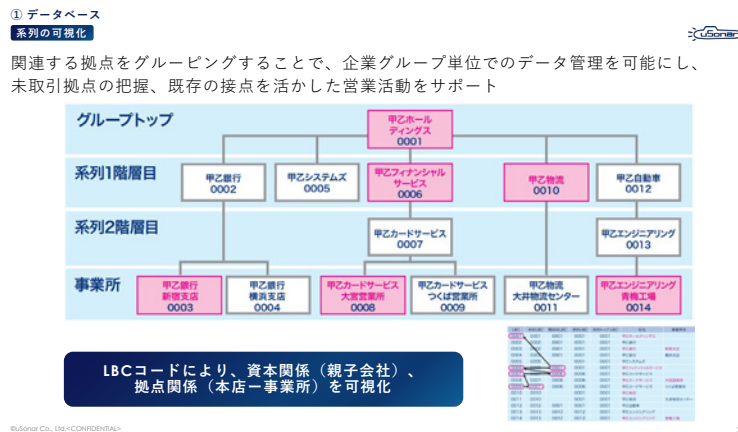


当社のデータベースの仕組みについて、さらに掘り下げてご説明します。当社では、独自の「辞書データベース (マスター)」を構築しています。1つは、企業の歴史を追った「過去情報」です。例えば、「日本ユニシスが BIPROGY (ビプロジー) に社名変更した」「BMWがオフィスを移転した」といった、過去から現在に至る企業の変遷情報をすべて捨てることなく蓄積しています。もう1つは、表記ゆれや入力間違いに対応するための「ナレヅジマスター」です。よくある入力間違いや表記ゆれのデータが網羅されています。

決算説明

例えば、本来は「キューピー」と「ユ」を大文字で書くのが正しいところを「キューピー」と小文字で誤入力してしまったり、略称である「JAL」と正式社名である「日本航空」が混在してしまったりするケースです。また、「イトーヨーカドー」の「堂」をカタカナで表記したり、伸ばし棒を用いたりするような、よくある入力ミスも蓄積しています。当社は、こうした誤った情報と正しい情報とを紐付けた独自の「変換マスター」を構築しています。このほか、「住所マスター」なども活用することで、複数の異なるソースから入ってきたデータであっても、「同一の法人である」ということを正確に見抜くことができます。

この辞書データベースを活用し、まずは古い情報や誤った情報を最新・正確なデータへと「クレンジング（補正）」し、その上で「名寄せ（集約）」を行います。30年間にわたり蓄積してきたこの辞書データベースの存在が、他社が容易に追従できない強固な競争優位性の源泉となっています。



さらに、当社の法人データベースは、企業の「資本関係」や「拠点関係（系列）」を可視化できる点でも優れています。グループのトップである親会社を頂点に、その傘下にある子会社、孫会社といった資本のつながりを一目で把握できるよう構造化されています。また、本社に紐づく支社、営業所、工場、研究所などの拠点情報もすべて紐づけられています。これが実際の営業活動において非常に有益な武器となります。例えば、ターゲット市場を可視化した際、親会社とはすでに取引（既存）があるものの、その子会社とはまだ取引がない（未開拓）という状況が分かったとします。その場合、「すでにリレーションのある親会社の担当者から子会社を紹介してもらおう」という、極めて確度の高い営業戦略を立案できるようになります。この系列を完全に網羅したデータベースの存在が、企業の営業戦略を支える強力なインフラとなっています。

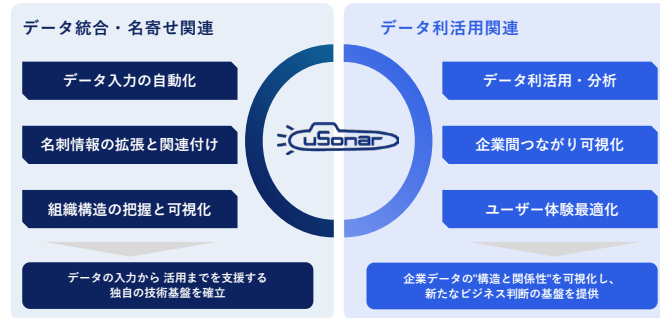
ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

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



©USonar Co., Ltd. <CONFIDENTIAL>

31

なお、当社はデータ統合や名寄せ、データの利活用に関する複数の特許を取得しており、これらも強固な参入障壁の一翼を担っています。

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

<p>オフィス</p> <p>テーマパーク型オフィス 豊かなアイデア創出をサポート</p>	<p>食事</p> <p>無料の昼食など飲食の補助で 社員の健康をサポート</p>	<p>カウンセリング</p> <p>社外のカウンセリング制度導入でメンタルケアをサポート</p>	<p>ダイバーシティ</p> <p>女性育休復帰率 100%</p>	<p>社員からの評価スコア</p> <p>3.85/5.00点</p> <p>★★★★☆</p> <p>77,789社中 上位1%の高スコア</p> <p><small>*Openworkの総合評価基準 (2024年2月1日時点)</small></p>
---	---	--	--	---

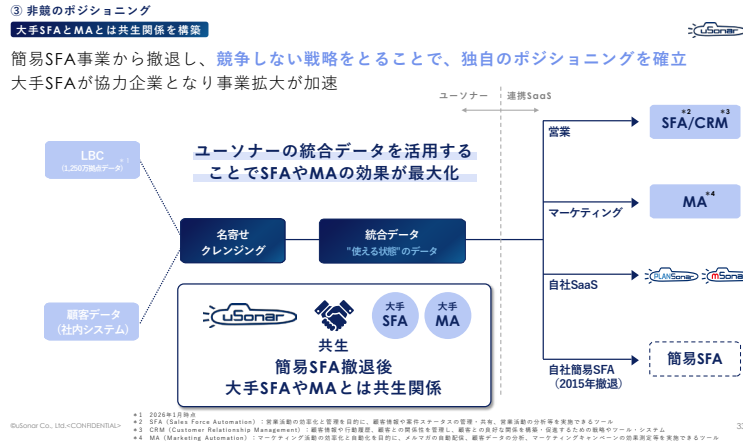
©USonar Co., Ltd. <CONFIDENTIAL>

32

最後に、これら優れたプロダクトを生み出し続ける「開発力」についてです。当社では、社員の創造性やアイデアを最大限に引き出すため、職場環境の整備に注力しています。具体的には、独創的な発想が生まれやすい「テーマパーク型オフィス」の導入をはじめ、毎日の昼食を無料でサポートする福利厚生、社外カウンセラーを招いた定期的なメンタルケア体制などを完備しています。また、性別や国籍に関係なく誰もがポテンシャルを発揮できるダイバーシティ環境の構築など、強固な組織基盤を整えることで、持続的なプロダクト開発力を担保しています。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

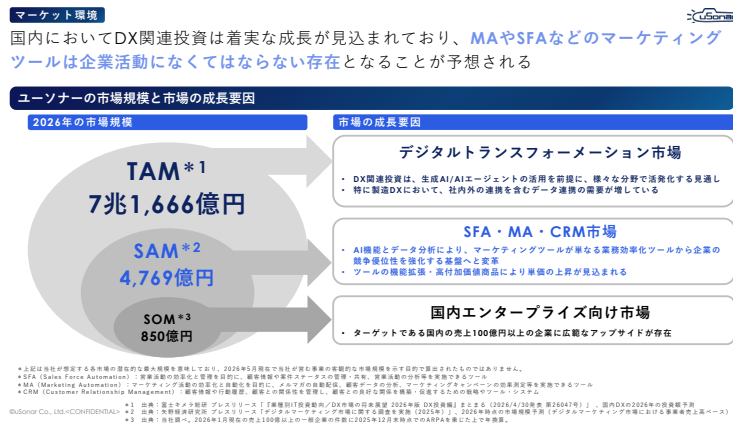


最後になりますが、当社は競合と競争をしない「非競」という戦略を掲げております。これは過去の反省点でもあるのですが、かつて当社も簡易的な SFA の事業を行っていた時期がございました。その際、大手の SFA ベンダーの会社様が競争相手になりました。しかし、企業規模も小さい当社が大手ベンダー様と正面から競争しても勝負にならず、困難な状況に直面しました。そこで私たちは学んだのです。私たちのコア・バリューは一体何なのかということを変えて問い直し、当社はデータベースの会社であるため、データベースに特化すべきだという結論に至りました。データベース以外の SFA 領域については、私たちの強みを生かす領域ではないとの判断から、簡易 SFA の事業から撤退することとしました。この経験をもとに、当社は競争ではなく共生の道を選び、「非競」という戦略を掲げるようになりました。この結果、大手の SFA や MA の会社様が、競争相手からパートナーへと変わっていきました。



特に Salesforce 様に関して言いますと、現状は私たちの会社をパートナーとして非常に高く評価していただいております。2025 年度に関しては賞を二つ頂いています。一つが「Best Reviewed App of the Year」という賞で、もう一つが「Japan Partner of the Year」という賞になっています。特にこの「Best Reviewed App of the Year」という賞に関しては、Salesforce をお使いになっているユーザーの方々からの評価が高かったツールに対して、年に一つだけ与えられる賞となっております。受け取って非常に光栄で嬉しかった賞でございました。

決算説明



続いて、マーケット環境についてご説明します。国内における DX 関連投資は、着実な成長が見込まれております。生成 AI や AI エージェントの台頭も背景に、各社における投資はますます伸びていくものと捉えております。そのような中で、私たちの会社が実現できる売上のポテンシャルとしては、800 億円から 850 億円は存在するであろうと捉えております。

ユーソー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

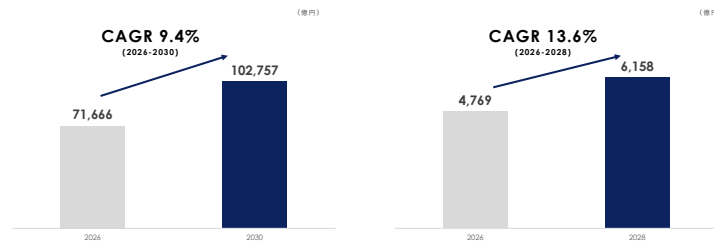
MA・CRM・SFAの市場成長予測



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

国内MA・CRM・SFA市場予測*2



*1 出典：富士ケミカ研究所 プレスリリース「『事業別IT投資動向/DX市場の将来展望 2026年度 DX投資額』まとめ (2025/4/30発表 第26047号)」
*2 出典：実務経済研究所 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 (2023年)」
©USScan Co., Ltd.<CONREB04>

DX市場の中でもMA、CRM、SFAという領域に関しては、特に高成長が見込まれるということも調査結果から読み取っております。そのため、DXツールと連携して機能する当社のサービスについては、まだまだこれから採用される可能性が多く残っており、高成長が見込まれるものと捉えております。

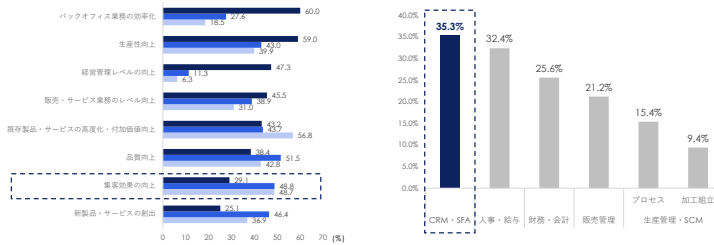
国内のデータ活用営業支援の成長余地



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：実務経済研究所 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)」
©USScan Co., Ltd.<CONREB04>

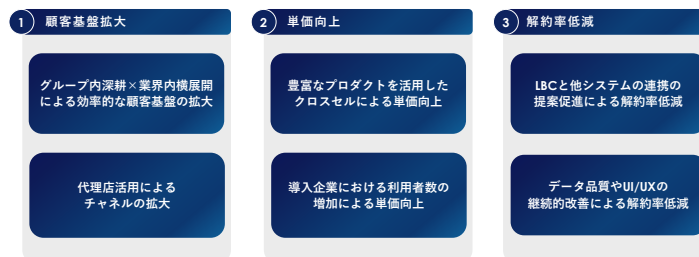
こちらも同じような内容ですが、MA、SFA、CRMツールについてはまだ企業における導入が進んでおらず、これから導入予定の企業が多い状況にありますので、当社の貢献できる余地が多く残っているものと捉えております。

決算説明



成長戦略の概略

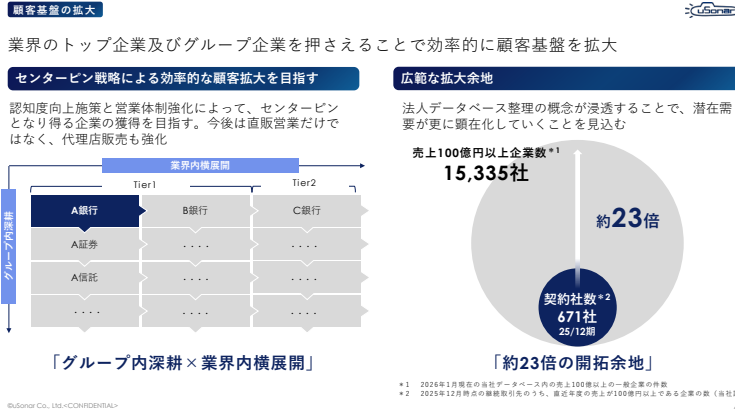
顧客基盤拡大／単価向上／解約率低減により安定的かつ持続的な成長を目指す



続いて、成長戦略についてご説明します。大きく3点載せております。1点目が顧客基盤の拡大、2点目が単価の向上、3点目が解約率の低減です。ここに記載している内容は、どれも当たり前の内容ではありますが、一つ大きな特色がございます。それは、当社自身が当社のサービスを自分たちで使い倒しながら、これらを実現しようとしている点です。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

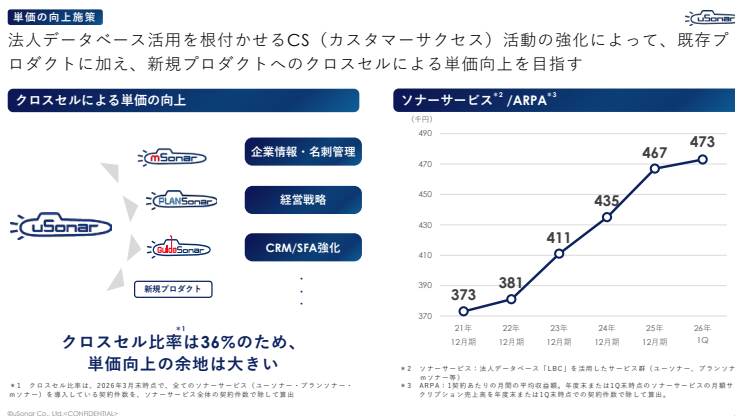
決算説明



1点目の顧客基盤の拡大で言いますと、私たちはセンターピン戦略というものを採用しております。これは、例えば業界のリーディングカンパニーや、企業グループのトップの会社（親会社）に対してまずは営業をして受注することにより、その後の営業を効率的に進めようという戦略です。

例えば、親会社とまず取引することができれば、そこから子会社や孫会社を紹介していただくような営業が可能になります。先ほど、私たちの法人データベース LBC では企業のツリー構造すなわち資本関係を可視化していますとお伝えしましたが、まさにその LBC の情報を活用し、私たち自身が営業活動を行っています。そのため、受注した親会社から子会社をご紹介いただくというように、既存の企業グループにおける接点を有効活用した営業活動を自社で実施しております。

当社は年商 100 億円以上の企業との取引開拓に注力しております。当社の法人データベースの中から年商 100 億円以上の会社を抽出しますと、およそ 15,000 社ございます。私たちがすでに取引をしている年商 100 億円以上の会社は、昨年末の段階で 671 社となっており、まだまだ開拓余地が多く残っている状況にあると捉えております。



続いて、顧客単価の向上施策ですが、こちらは主にクロスセルによって達成を目指しております。当社の商材では、「ユーソナー」の契約が最も多くなっており、「ユーソナー」のご契約後に、「プランソナー」や「mソナー」といった他の商材をクロスセリングしていく形が多くなっております。

決算説明

こちらのクロスセルの比率ですが、3月末時点で、36%となっております。これは、ユーソナー、プランソナー、mソナーのすべてをご導入いただいているお客様の割合が36%ということで、裏を返しますと、残りの64%に関してはまだどれか一つの商材が導入されていないということになりますので、クロスセルの余地はまだ多く残っているものと捉えております。クロスセルをすることによってARPA(顧客平均単価)が上がっていきます。こちらはご覧の通り右肩上がりになっておりますので、現状はこのクロスセルがうまく進んでいるものと捉えております。



次に、解約率の低減についてです。こちらは主にカスタマーサクセス部隊の担当となるのですが、この解約率の低減にあたっては、当社は自社の商材を利活用しながら取り組みを行っています。

例えば、先ほど「ライブアクセス」という機能をご紹介しました。自社のウェブサイトアクセスしている企業を視覚化することができるとお伝えしましたが、私たちもそれを活用しています。ユーソナーのホームページにどのような会社がアクセスし、どのページをご覧になっているのかを私たちは特定できています。そのため、既存のお客様が私たちのヘルプサイトをご覧になっている、つまりサービスをご導入いただいたお客様が何かお困りごとを抱えていらっしゃるという状況が検知できた場合に、私たちのカスタマーサクセス部隊がすかさずフォローし、そのお困りごとを解消するような動きをしております。これが、私たちが自社のツールを使いながら解約率を下げていく一つの例になります。

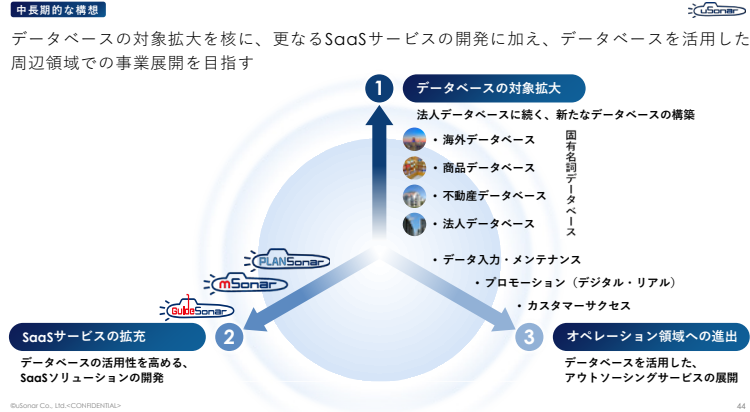
その他にも、当社では自社のサービスをご導入いただいているお客様のサービス利用率も日々ウォッチングしています。特に、導入初期段階でオンボーディングプログラムが終了したお客様が軌道に乗っている事を確認し、状況に応じて活用促進のためのコミュニケーションやユーザー層に向けた追加メニューの提案を行っております。

また、お客様からいただいた声は迅速にサービスの改善に生かしております。営業担当に「もう少しこういった機能があればいいのに」ですとか「こんなデータがあれば効果的なのに」といったようなお声をいただきましたら、すかさず開発可否をジャッジしまして、その改修を行っていく運営をしております。早ければ数ヶ月以内にそちらのご要望がサービスに反映されるといったような、比較的早いサイクルでPDCAを回しております。こちらもお客様からご評価をいただいている理由になっていると考えております。

その他、お客様とのリレーション構築・強化を図る活動を行っております。これらによって解約率を低く抑えることができています。2026年3月末時点の解約率は0.22%となっております。極めて低い水準を維持できているものと捉えております。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明



最後になりますが、中長期的な構想というところで、私たちがどのような方向に向かって成長を遂げていくのかというポイントについてお話しします。

まず1点目の軸としては、データベースの対象を拡大していこうと考えております。私たちは今現在、法人のデータベースのみでビジネスを行っておりますが、その法人データベースと連携する形で、不動産のデータベースや商品のデータベース、海外のデータベースを拡充していくことを予定しております。そして、新たなデータベースが拡充されれば、それに伴って新たなSaaSサービスが拡充されていくこととなります。これが2点目の軸です。

そして最後に3点目としましては、このデータベースを活用したオペレーション領域への進出を考えております。例えばデジタルマーケティングであるとか、BPOといったような領域への展開を考えています。こちらに関しては、M&Aといった手法も駆使しながら達成していきたいと考えております。以上、大まかな成長戦略についてご説明しました。



ユーソー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

2026年12月期第1四半期(累計)業績ハイライト



売上高の成長が継続

- 全社の売上高は、前年同期比278百万円(15.3%)増加の2,092百万円
- 主力のソナーサービスの売上高は、前年同期比256百万円(17.0%)増加の1,764百万円



ARRは順調に成長中

- 2026年3月期末のARRは前年同期比966百万円(20.6%)増加の5,652百万円
- 新規受注が進み、契約件数は前年同期比112件増加の994件
- クロスセルが奏功し、ARPAは前年同期比3万円の増加の47万円
- 2026年3月末の解約率は0.22%で低水準を維持



営業利益は増益

- 営業利益は、前年同期比16百万円(3.3%)増加の520百万円
- 人的投資の強化に伴い販管費が増加したものの増益

※1 ソナーサービス：法人データベース「LBC」を改良したサービス群（ユースター、プランソナー、ロソナー等）
 ※2 総額（Revenue Recognition）：サブスクリプション型ビジネスにおける当期の当期収入。ARRは、1Q末時点での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 契約件数は1Q末時点での契約件数を表す。期の変動に解約となった件数は含まない。
 ※4 ARPA（Average Revenue per Account）：3期間平均の月間平均単価。1Q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1Q末時点での契約件数で除して算出。
 ※5 解約率：最近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）

ここから、当第1四半期の業績ハイライト及び業績予想についてご説明します。まず、この2026年12月期第1四半期に関しましては、堅調に推移していると捉えております。

まず、売上高の成長が継続しております。全社の売上高は前年同期比278百万円(15.3%)増加の2,092百万円となっております。そのうち主力であるソナーサービスの売上高は、前年同期比256百万円(17.0%)増加の1,764百万円となっております。成長が継続しております。ARR(年間経常収益)も伸びており、2026年3月期末のARRは前年同期比966百万円(20.6%)増の5,652百万円となっております。新規受注が進んでおりまして、契約件数は前年同期比112件増加の994件となりました。また、クロスセルが奏功しておりまして、ARPA(顧客平均単価)は前年同期比3万円増加の47万円となっております。解約率については、2026年3月末時点で0.22%と低水準を維持できております。

次に営業利益に関してですが、今年は人的投資を強化する方針で、販管費が増加しております。しかし、販管費が増加したにもかかわらず、営業利益は前年同期比16百万円(3.3%)増加の520百万円となっております。このため、全体的に堅調に推移していると捉えております。

ユーソー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

2026年12月期 業績進捗

前年同期比で売上高の成長が継続し、売上総利益も増加。人的投資の強化に伴い販管費が増加したものの、営業利益も増加。予想対比は堅調に推移。

(単位:百万円)	2025年12月期		2026年12月期		対予想進捗率
	1Q累計(実績)	通期(実績)	1Q累計(実績)	通期(予想)	
売上高	1,814	7,191	2,092	8,280	25.3%
売上原価	639	2,731	756	2,977	25.4%
売上総利益	1,175	4,460	1,336	5,302	25.2%
売上総利益率	64.8%	62.0%	63.9%	64.0%	-
販売費及び一般管理費	671	3,069	816	3,537	23.1%
営業利益	503	1,390	520	1,764	29.5%
営業利益率	27.8%	19.3%	24.9%	21.3%	-
経常利益	503	1,377	530	1,762	30.1%
経常利益率	27.8%	19.2%	25.3%	21.3%	-
税引前当期純利益	424	1,256	530	1,614	32.8%
税引前当期純利益率	23.4%	17.5%	25.3%	19.5%	-
当期純利益	280	888	339	1,056	32.1%
当期純利益率	15.4%	12.4%	16.2%	12.8%	-

* 2025年12月期第1四半期(累計)決算について、単独では監査法人の監査を受けておりません。
* 両社は半決算発表を予定しており(両社共に2027年半年決算発表)、上記の業績予想は、その前提で作成されています。

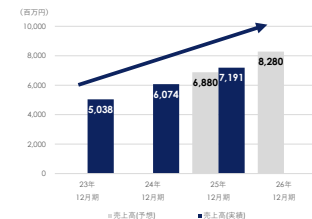
続いて、業績進捗についてご説明します。前年同期比で売上高の成長が継続しており、売上総利益についても増加をしております。人的投資の強化に伴い販管費が増加はしておりますが、それにもかかわらず営業利益の方も増加しており、予想対比でおおむね堅調に推移していると捉えております。対予想進捗率で申しますと、売上高、粗利に関しては25%、営業利益、経常利益、税引前当期純利益、当期純利益に関しては30%前後で推移しております。

トップライン成長と利益率の両立

売上高の持続的成長と、事業の採算性を、共に意識した事業運営を行う

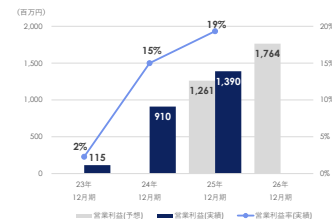
売上高の持続的成長

- DX市場の拡大、生成AIの浸透により、顧客ニーズは引き続き、旺盛な状況
- 当社のビジネスは、長年のデータ蓄積を背景にした高い参入障壁により、競争優位性を維持できている
- トップラインは引き続き、成長していく見通し



事業の採算性

- 当社のビジネスモデルは、データベース構築に一定の固定費を要する一方で、変動費率が低いため、トップラインの成長に伴い、売上総利益率が上昇していく構造
- 成長投資に伴う販管費の増加も、売上総利益の増加が上回ることで、営業利益率も上昇していく見通し



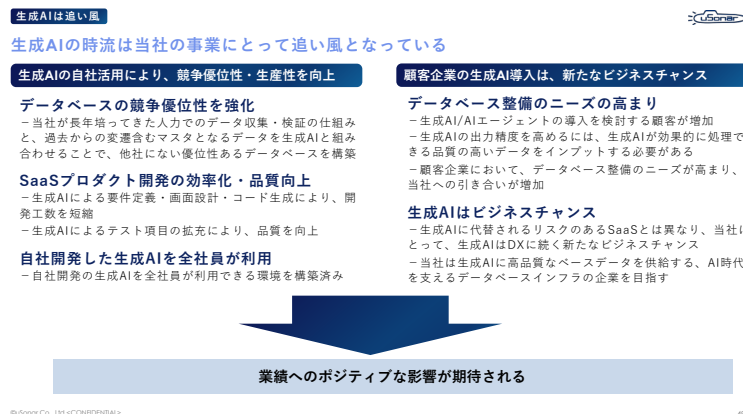
当社はトップラインの成長、すなわち売上高の持続的成長と、事業の採算性、すなわち営業利益率について、両立させながら事業運営を行っていきたくと考えております。

まず、売上高の持続的成長という点について申し上げますと、直近では生成AIのブームもあり、DX市場が引き続き堅調に拡大していくことが見込まれます。生成AI/AIエージェントが各会社様で浸透することにより、当社のデータベースが貢献できる可能性、当社のビジネスチャンスがより多くなるであろうと考えております。加えて、当社のビジネスは、長年蓄積したデータベースが高い参入障壁となっておりますので、この競争優位性は今後も維持できるものと考えております。このように、トップラインは大きく伸びてまいりましたし、今後も伸びていく見通しでございます。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

もう一方の事業の採算性についてですが、当社のビジネスモデルは、データベースを構築するために一定の固定費は必要となるのですが、一旦データベースを構築してしまえば、そのデータベースをご利用いただくお客様が増えれば増えるほど、お客様1社あたりの原価が低減する、つまり、変動比率が非常に低い構造となっております。したがって、トップラインが成長すれば成長するほど売上総利益率は、飛躍的に高まっていきます。今期、人的投資のために一定の販管費の増加を予定しておりますが、その販管費の増加よりも売上総利益の増加が上回ることで、営業利益率についても上昇していくものと考えております。



生成AIが当社にとって強力な追い風であるという点について、ご説明します。当社では、大きく2点の理由から、生成AIの台頭をポジティブに捉えています。

1点目の理由は、生成AIの自社活用によって、当社の競争優位性と生産性をさらに高めることができています。具体的には、データベースの競争優位性の強化が挙げられます。当社が長年培ってきたデータには、デジタルな情報だけでなく、人海戦術による集めたアナログな情報が多数含まれています。このアナログな情報は、AIがネット上をクロールするだけでは集めることができないものです。かつ、私たちは30年以上データを蓄積しておりますので、今となってはもう遡って集めることができないような過去の情報も多数保有しています。これらの独自のデータベースと、今現在ウェブ上にある情報とをうまく組み合わせることで、他社にはない圧倒的な優位性を持つデータベースを構築することができます。ウェブ上にある膨大な情報については、私たち自身が生成AIを使って収集・処理することで、これまではなかなか集められなかったデータもより多く、スムーズに蓄積できるようになりました。このように、ウェブ上の情報とアナログの情報を組み合わせることで、私たちのデータベースはさらに強力なものへと進化しています。

加えて、SaaSプロダクトを開発するプロセスにおいても、効率化や品質向上の面で生成AIが大きく貢献しています。要件定義、画面設計、コード生成の各フェーズにおいて生成AIを活用することで、開発工数を大幅に短縮できています。さらに、開発後のテストプロセスにおいても生成AIを活用し、品質を向上させることに成功しました。

また、社内環境としては、自社開発した生成AIを全社員がいつでも利用できる環境を構築しています。これにより、全従業員が日常的に生成AIを使いこなし、生成AIに慣れ親しむ文化を醸成できています。

決算説明

2点目の理由は、お客様の企業において生成 AI や AI エージェントの導入・検討が急速に進んでおり、それが私たちにとって大きなビジネスチャンスになっている点です。生成 AI というものは、正しい情報をインプットすれば正しいアウトプットを返しますが、逆に間違ったインプットを入れてしまうと、間違ったアウトプットを生成してしまいます。したがって、AI の出力精度を高め、ハルシネーション（嘘の出力）を防ぐためには、AI が正しく理解できる、品質の極めて高いデータをインプットする必要があります。

今、多くの企業で「AI を正しく利活用するために、まずは社内のデータベースを綺麗に整備しなければならない」という機運が高まっています。その結果、データをクレンジングし、名寄せを行うことができる当社への引き合いが急増しているのです。私たちは、この AI の波を、これまでの DX に続く大きな市場のトレンドとして捉えています。

よく市場では「アンソロピック・ショック (Anthropic Shock)」のように、生成 AI の進化によって既存の SaaS プロダクトが代替されてしまうのではないか、という議論がなされています。しかし、当社の SaaS は AI に代替されるような単純な SaaS ではありません。なぜなら、私たちのコアバリューはアプリケーションではなく、データベースそのものにあるからです。これまでは、お客様がお持ちの各 DX ツールと当社のデータベースを連携させてご活用いただいていたのですが、もし今後、お客様が生成 AI をメインで使っていく世界になるのであれば、私たちはその生成 AI が正しく賢く動くための「ベースデータ」を提供するという立ち位置になります。

つまり、私たちが目指している方向性としては、生成 AI という先端技術そのものを足元から支える、AI 時代のデータベースインフラ企業です。おそらく、従来の DX ツール以上に、AI の方が遥かに膨大で正確なデータを必要とします。データが必要とされればされるほど、私たちにとってはより多くのチャンスが生まれることとなりますので、生成 AI に関しては非常にポジティブな追い風であると確信しております。



Snowflake マーケットプレイスへのユーソナーデータ連携についてご説明します。こちらは昨年から実施している施策ではありますが、改めてご説明します。Snowflake は、クラウド上でデータを統合し、安全に共有・分析できるデータプラットフォームを提供する代表的な企業でございまして、全世界で 12,000 社のお客様がいらっしゃる、最近、非常に注目されている会社様でございます。国内においても、この Snowflake を利用している企業が増加しています。

ユーソナー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

ポイントとなってくるのが、自社の保有するデータベースと、他のデータベースとを連携させる形で、より活用していこうという点になります。例えば、飲食店の会社様がいらっやって、自分たちの過去の取引情報、つまり「いつ、何月何日に何人のお客様が来店されて、どのくらいの売上が立ったか」といった情報を自社で持っているとしたら、そこで、その情報だけで分析するのではなく、外部にある天気の情報と連携することによって、「晴れている日にはこれだけの売上が達成できて、雨の日にはこのくらいの売上だった」というように、天気と売上との間で一定の相関関係を見出すことができるようになります。そうなれば、今後の売上動向についても予測することができるようになってくると思います。このような形で、自社の保有する情報と外部の情報とを繋ぎ合わせることで、新たな洞察を得ようとするのが、この Snowflake の利活用の仕方です。

私たちが法人データベース LBC を Snowflake 上に置いています。お客様にご契約いただければ、その Snowflake 上の法人データベースにアクセスする権利がお客様に付与されますので、お客様は常に最新の LBC の情報を、いつでもタイムリーに取得することができます。そしてそれを活用しながら、自社のお客様のデータベースと連携して分析や活用をすることが可能になってきます。

もう一つ言いますと、この Snowflake にはデータ分析のための生成 AI も実装されていますので、自然言語で問いを入れることによって、即座にその回答を得ることができます。そのため、生成 AI を活用することが可能なサービスであるとも言えると思います。Snowflake との連携によって、当社の LBC を活用するシーンがさらに広がっていくことを期待しております。

リコー保有特許5件の譲渡を受け、法人データ基盤を強化

「名刺情報×法人データ統合技術」に関する特許の自社保有化により基盤の高度化を推進

株式会社リコーより、名刺情報と外部情報を統合する技術に関する特許権5件を譲り受け（2026年3月31日付）、法人データ基盤の中核技術を安定的に管理・発展させる体制を確立

特許番号	特許概要
特許6299498	名刺情報と名刺以外の媒体の情報を使い、名刺情報を取得していない人物を特定する技術
特許6392955	名刺取得済みの組織情報と未取得の組織情報を識別可能となるように更新し、それぞれに応じた形態にて出力する技術
特許6393140	名刺取得済みの組織情報と未取得の組織情報を識別可能となるように更新し、それぞれに応じた形態にて出力する技術
特許6683219	名刺取得済みの組織情報と未取得の組織情報を組織情報内で可視化し、当該取引に関与する区分への活動達成度を可視化する技術
特許6500810	名刺取得済みの組織情報と未取得の組織情報を組織情報内で可視化し、当該取引に関与する区分への活動達成度を可視化する技術

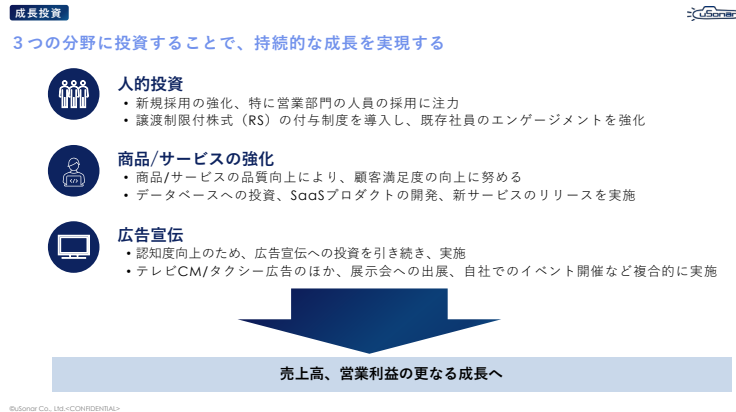
本特許は、名刺情報を起点に法人データを構造化・可視化する技術です。AI時代において重要となる企業データ整備の基盤技術に位置付けられます。詳細はプレスリリースを参照ください。 https://usonar.co.jp/news/20260331_1718.html

もう一つ、リコー様がご持ちの特許を購入した件について、触れさせていただきます。もともと、当社はリコー様に特許料をお支払いする形でこちらの特許を活用していたのですが、今回、この特許を買い取ることに致しました。内容としては、名刺情報と外部情報を統合し、組織構造上の未接点や接点状況を可視化することができたり、名刺を取得した状態、もしくは取得していない状態というのを、組織図上で可視化したりすることが可能になります。

例えば、「この経営企画の役員の方や担当者の方とはすでに名刺交換しているけれど、まだ部長の方とは名刺交換できていない。その他、お名前は分からないけれど、課長の方がまだいらっやいますよ」といった形で、今現在こういったアプローチができていのかを可視化する、そういったことが可能になる技術でございます。その他、取引に関与する部門への活動達成度を算出・可視化する技術も、この特許の範囲になってきます。

決算説明

今までは特許料をお支払いしながらという形でしたので、かなり限定的に私たちのサービスの中で活用していたのですが、今回この特許を譲り受けることができましたので、今後は私たちのサービスに広くこの技術を反映していきたいと考えております。今後は、当社の法人データ基盤や m ソナー等のサービスとの連携を通じて、企業データの構造化・可視化をさらに高度化し、顧客への提供価値向上につなげていきたいと考えています。



成長投資については、3つの分野に投資することで持続的な成長を実現していきたいと考えております。

1点目は人的投資です。新規採用の強化、特に営業部門の人員の採用に注力をしております。また、譲渡制限付き株式（RS）の付与により、既存社員のエンゲージメント強化を図ってまいります。

2点目は商品/サービスの強化です。商品/サービスの品質向上を通じて顧客満足度向上を図ります。また、データベースへの投資、SaaSプロダクトの開発、新サービスのリリース、これらを行うことでトップラインを上げていきます。

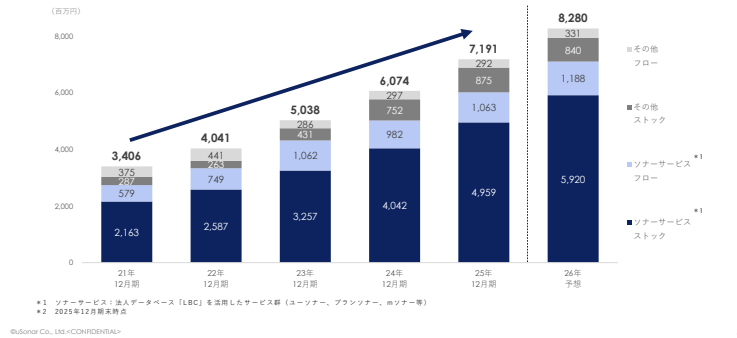
3点目は、広告宣伝です。当社は昨年上場させていただき、認知度は一定程度、高まってきておりますが、まだまだ当社をご存知でない方々も多くいらっしゃいますので、引き続き広告宣伝をしっかり行っていきたいと考えております。内容としては、テレビCM、タクシー広告のほか、展示会への出展、自社イベントの開催など、複合的に実施してまいります。これらを通して、売上高や営業利益をさらに成長させてまいります。

ユーソー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

KPIハイライト① 売上高

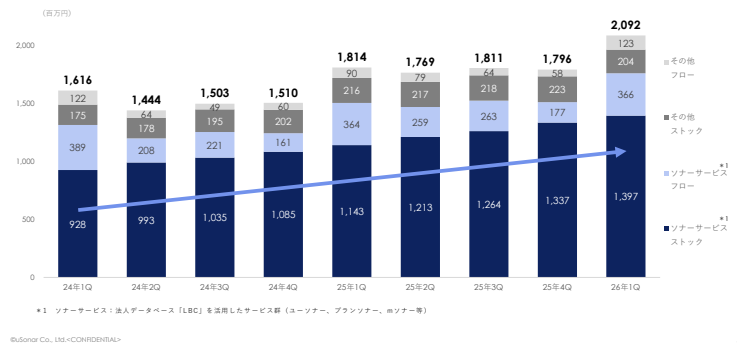
コロナ禍に企業のDX投資が加速した結果、2021年より業績が急成長
 全社売上高のうちストック型の売上高が全体の81%を占める安定した収益基盤を実現



続いて、こちらは売上高のハイライトになります。当社は、コロナ禍で各社のDX投資が進んだことにより、業績が急成長しております。特にこのグラフをご覧くださいと、一番下段のソナーサービスのストック売上が毎期、積み上がっていることがお分かりいただけると思います。ストック型の売上高が増えることにより、収益基盤が安定してきている状況です。

KPIハイライト② 売上高の四半期内訳

ソナーサービスのストックは、毎四半期、着実に増加中



こちらは、2024年、2025年、及び当第1四半期の売上高を四半期ごとに分解したものです。ソナーサービスのストックが四半期ごとに右肩上がりに上がっています。また、一年間を通してみると、各四半期の売上高は、おおむね平準化していることが見て取れると思います。

1Qに関しては、3月決算の会社様の残予算消化による売上計上により、ソナーサービスのフロー売上が多くなる傾向にあります。一方で、年の後半になればなるほどストック売上が積み上がります。フローが減る分、ストックの割合が増える結果、一年間を通してみると各四半期の売上高はおおむね同水準となる傾向にあります。

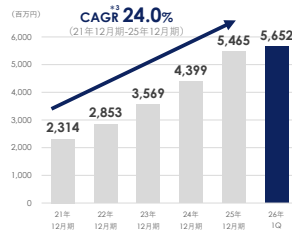
ユーソー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

KPIハイライト③ ARR・経常利益/経常利益率

ソナーサービス¹⁾/ARR²⁾

ARRは成長率が高く、安定した収益を創出

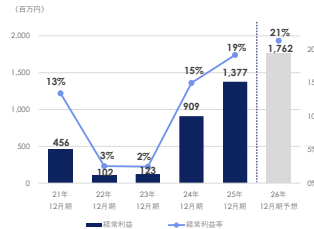


*1 法人データベース(LBC)を基盤としたサービス群(ユーザ管理・アクセス管理・セキュリティ)の総売上
*2 ARR (Annual Recurring Revenue) : サブスクリプション型ビジネスにおける年間の定期的な収益。ARRは、年度末または1Q末時点でのソナーサービスの月額サブスクリプション売上は12ヶ月累計とする。
*3 CAGR : 複利計算に基づく年間平均成長率

©Sonicor Co., Ltd. <CONFIDENTIAL>

経常利益/経常利益率

2025年はストック型売上高の続伸により大幅増益
2026年通期も経常利益率の改善を予想

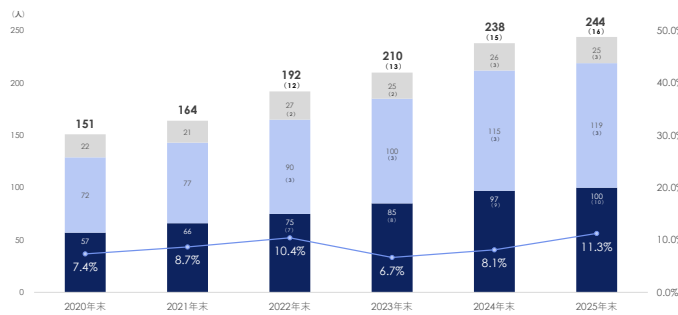


55

続いて、ARR（年間経常収益）に関してご説明します。ARRは右肩上がりに上がっており、成長が堅調に続いております。経常利益、経常利益率に関しても、2024年以降はストック型売上高の続伸によって大幅な増益を達成できておりまして、今後もこの傾向は継続するものと考えております。

KPIハイライト④ 社員数・離職率の推移

営業・システム開発を中心に採用。直近の離職率上昇を踏まえ、人的投資を強化中。



*1 従業員離職率の計算方法は、離職者数 ÷ 1月1日現在(事業年度開始時点)の常勤労働者数 × 100 (%)
*2 原本件数(「令和6年度労働力調査結果の概況」にて「一部労働」の「増減速変数」)における2024年の離職率は9.8%
*3 当社は2025年より完全無償社員制度を導入しております。(1)内勤制労働者の人数で数えます。
*4 データコントロール本部: 法人データベース(LBC)の構築や、SaaSプロダクトを開発する部署

©Sonicor Co., Ltd. <CONFIDENTIAL>

56

社員数と離職率の推移についてです。こちらのグラフは2020年から2025年までの社員数の内訳と離職率を表しております。2025年末は、執行役員を含めて244名の社員数となっております。内訳としては、営業本部が100名。DC本部（データコントロール本部）119名、管理本部25名となっております。

DC本部は、私たちのサービスの根幹である法人データベースLBCの構築や、SaaSプロダクトの開発を担う部署です。

昨年、離職率がやや増加していることを踏まえ、当社では、社員への還元を強めていく方針です。直近の対策としては、この2月に既存社員の臨時昇給を行いました。その他、持株会を通じたRS（譲渡制限付き株式）の付与を予定しておりまして、これらの施策を通じて社員のエンゲージメントを高め、離職率を抑えていきたいと考えております。また、採用の方も積極的に行っておりまして、営業本部、DC本部を中心に、新卒採用並びに中途採用を継続して進めております。

ユーソー株式会社 | 2026年5月29日(金)
431A 東証グロース

決算説明

財務ハイライト：損益計算書

単位：百万円	2021年12月	2022年12月	2023年12月	2024年12月	2025年12月	2026年1Q
売上高	3,406	4,041	5,038	6,074	7,191	2,092
売上原価	912	1,982	2,176	2,316	2,731	756
うちデータ仕入	157	748	798	653	690	196
売上総利益	2,494	2,058	2,862	3,758	4,460	1,336
販売費及び一般管理費	2,033	1,949	2,746	2,847	3,069	816
うち給与及び手当*1	846	903	1,038	1,196	1,286	333
うち広告宣伝費	50	137	655	441	416	104
営業利益	460	109	115	910	1,390	520
営業外収益	0	3	14	3	9	11
営業外費用	4	9	6	5	22	1
経常利益	456	102	123	909	1,377	530
特別利益	1	-	1	6	-	-
特別損失	1,000*2	-	6	-	121*3	-
税引前当期純利益	△542	102	118	915	1,256	530
当期純利益	△353	64	74	634	888	339

*1 人件費のうち、役員及び執行役員の前払及び手当の金額
*2 主に企業データベースの買収のため、9/9期円で営業外収益を繰入したことによる特別損失
*3 本決算期に発生する費用（特に手当及び給与の支払の滞りによる特別損失）

©Sensor Co., Ltd.<CONFIDENTIAL>

57

損益計算書のハイライトです。今期に関しては、販管費が、人件費を中心に増加する見込みですが、それ以上に売上総利益の額が増えていくものと考えており、したがって、営業利益についても増益を達成できるであろうと考えております。

財務ハイライト：貸借対照表

単位：百万円	2021年12月	2022年12月	2023年12月	2024年12月	2025年12月	2026年1Q
流動資産合計	2,378	2,756	2,993	3,870	5,382	5,240
現金	1,864	2,245	2,428	3,222	4,604	4,302
固定資産合計	1,055	950	952	1,070	1,947	2,145
資産合計	3,433	3,707	3,945	4,941	7,330	7,385
流動負債合計	1,269	1,362	1,755	1,989	2,642	2,369
固定負債合計	634	391	161	293	409	401
有利子負債合計*1	1,036	776	536	306	346	315
負債合計	1,903	1,753	1,917	2,283	3,052	2,770
純資産合計	1,530	1,953	2,028	2,658	4,278	4,615
負債・純資産合計	3,433	3,707	3,945	4,941	7,330	7,385

*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

©Sensor Co., Ltd.<CONFIDENTIAL>

58

貸借対照表のハイライトです。堅調な業績を背景に、純資産が増加し、財務の安定性が増しております。

以上となります。ご清聴ありがとうございました。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp