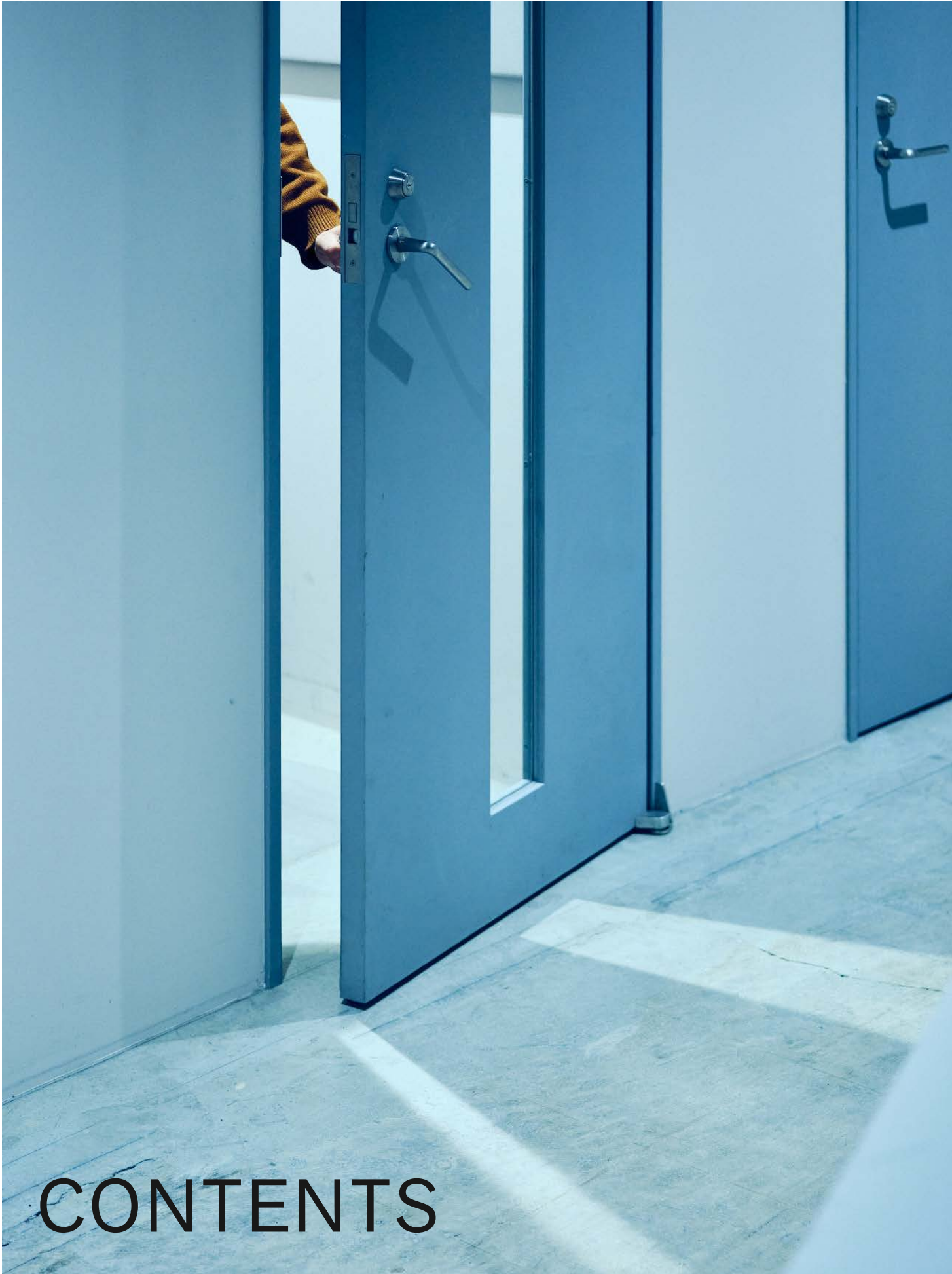






5	編集方針
6	Our Purpose
7	The 7 Values

8	会社概要
---	------



20	CEOインタビュー
----	-----------

30	サステナビリティへの考え方
----	---------------

33	ESG推進体制
34	マテリアリティ特定アプローチ



66	コーポレート・ガバナンスの体制と概要
70	監査に関する取り組み
72	リスク管理への取り組み
73	コンプライアンスへの取り組み

80	外部評価・認証
82	サービス紹介
86	Credits





編集方針

ユーザベースは2023年2月をもちまして、東証グロース市場での上場廃止になりました。それに伴い、去年に引き続き、非財務情報を中心とした情報開示に変更しています。

『サステナビリティレポート2025』はユーザベースが中長期の価値創造に向けて推進している非財務情報を中心に、ステークホルダーの皆さまにご報告するものです。皆さまとの対話の一助となれば幸いです。

対象期間

2024年1月1日～2024年12月31日
(ただし、一部に対象期間以前・以降の活動内容なども含みます。)

対象組織

株式会社ユーザベースおよび連結子会社
(併せて、「ユーザベースグループ」という)

参考基準

本レポートにおけるサステナビリティ情報については、IFRS財団の「統合報告フレームワーク」および「SASBスタンダード」を参考にしています。

発行年月

2025年7月

将来の見通しに対する注意事項
本書には、将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。したがって、将来、実際に公表される業績等はこれらの種々の要素によって変動する可能性があり、当社は本書の情報を使用されたことにより生じるいかなる損害についても責任を負うものではありません。なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本書に掲載された将来の見通しを修正して公表する義務を負うものではありません。

ユーザベースでは、Purpose（存在意義）とThe 7 Values（理想とする組織像）の原則を根幹にした経営を行っています。

Our 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

The 7 Values

1. 自由主義で行こう
2. 創造性がなければ意味がない
3. ユーザーの理想から始める
4. スピードで驚かす
5. 迷ったら挑戦する道を選ぶ
6. 渦中の友を助ける
7. 異能は才能



COMPANY OVERVIEW

会社概要

数字で見るユーザベース

設立	事業内容	
2008年	企業活動の意思決定を支える ビジネス情報インフラの提供	
グループ 従業員数 ^{※1}	エンゲージメント スコア ^{※2}	女性管理職比率 ^{※3}
1093名	81%	31.7%
事業展開国・地域	拠点所在国・地域	従業員の国籍 ^{※1}
16	8	14

再生可能 エネルギー使用率 ^{※4}	環境関連 コンテンツ数 ^{※5}
100%	130本以上
社会関連 コンテンツ数 ^{※5}	ガバナンス関連 コンテンツ数 ^{※5}
360本以上	90本以上

※1 2024年12月31日時点の国内外法人の在籍従業員（執行役員を含む正社員・契約社員）が対象
※2 従業員エンゲージメントスコアは、2025年5月に実施したエンゲージメントサーベイにおける全社員の肯定的回答割合（エンゲージメント調査の5段階評価（全くそう思わない・そう思わない・どちらでもない・そう思う・非常にそう思う）で上位2段階の回答の割合）
※3 管理職とはチームリーダー以上を指す（執行役員を含む）
※4 2024年のエネルギー使用率。東京本社オフィスのみが対象
※5 2024年1月1日～12月31日にNewsPicksで公開されたオリジナルコンテンツ数（記事、トピックス、動画・音声等）

沿革

2008年、品川区にあるマンションの一室で創業したユーザベースは、2025年に創業17周年を迎えました。この17年間で社員数も大幅に増え、海外も含め8拠点を持ち、16カ国・地域でサービスを展開しています。

これが実現できたのは、信じてくださっているステークホルダーの皆様と共に歩みながら、継続的に事業・サービスが進化をし続け、その時代に求められる経済情報の価値を提供し続けることができているからだと思っています。

2008：創業	2022：カーライルによるTOB マテリアリティ特定 ESG委員会稼働開始 ESG開示開始 環境・人に配慮した新オフィスへ移転 EventHubの持分法適用関連会社化
2009：SPEEDAリリース	
2013：NewsPicks立ち上げ SPEEDA ASIA進出（シンガポール、上海、香港）	
2015：ニューズピックス事業を法人化	
2016：東証マザーズに上場 SPEEDAのリサーチ拠点をスリランカに開設	2023：東証グロース市場上場廃止 （株）ニューズピックスを吸収合併 D&I→DEIBコミッティーに名称変更
2017：FORCASリリース INITIAL子会社化	2024：（株）アルファドライブの一部事業のカーブアウト SPEEDA・INITIAL・FORCASなど国内SaaSプロダクト名称を「スピーダ」に統一 （株）UB Venturesが「ファーストライト・キャピタル株式会社」に社名を変更
2018：Quartz Media子会社化 （株）UB Ventures設立	
2019：アルファドライブ子会社化 SPEEDA Chinaリリース	2025：単独代表体制に変更 DEIBコミットメント刷新
2020：D&Iプロジェクト始動 MIMIR子会社化 Quartz Media撤退	
2021：パーパス策定 TCFDによる提言への賛同を表明 D&Iコミッティー立ち上げ SPEEDA Edge提供開始 SPEEDA R&D提供開始 （株）FORCASと（株）INITIALを吸収合併	

UZABASE

Our 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

Our Services

スピーダ

経営のスピードを上げる情報プラットフォーム

世界中の経済情報にワンストップでアクセスできる情報プラットフォームです。独自の経済情報基盤とAIを掛け合わせ、経営企画・事業開発・研究開発・法人営業・マーケティング領域で、調査・分析、ターゲティングなどの業務を飛躍的に効率化します。

NEWS PICKS

国内最大級の経済ニュースプラットフォーム

NewsPicks編集部オリジナル記事や動画番組に加え、国内外100以上のメディアのニュースを配信。各業界の著名人や有識者をはじめ、ユーザーが投稿したコメントと共に、多角的にニュースを読み解くことができます。

企業の経営戦略を支えるパートナー

経営戦略における4つの重点領域において最適なプロダクトを提供し、顧客の課題解決に伴走しています。

戦略領域	支援内容	プロダクト・サービス
広報戦略	オウンドメディア企画制作	記事広告制作・配信 イベントプロデュース 採用コンテンツ支援 動画コンテンツ制作・配信 ホワイトペーパー制作 NEWS PICKS STAGE. NEWS PICKS Brand Design
競争戦略	競合企業・業界リサーチ	スピーダ経済情報リサーチ スピーダエキスパートリサーチ スピーダスタートアップ情報リサーチ スピーダイノベーション情報リサーチ
	新規事業・市場リサーチ	
営業戦略	顧客企業の分析	スピーダ顧客企業分析 スピーダ営業リサーチ スピーダ顧客企業データハブ
	ターゲティング	
	営業・マーケティングの型化	
組織戦略	人材育成	NEWS PICKS NEWS PICKS Learning NEWS PICKS Brand Design
	インターナルブランディング	
	組織開発・理念浸透	

ユーザーベースの三大経済情報（共通アセット）

構造化された データ	独自性の高い コンテンツ	国内外の専門性の高い ナレッジ
上場・非上場企業（国内外） 約1,200万社	ニュース（国内外） 1,680類媒体以上	認定エキスパート 1,300人以上
スタートアップ企業（国内外） 270万社以上	業界・トレンドレポート 3,000本以上	国内エキスパート 約24.5万人
企業の特徴 4,000種類以上	オリジナル記事 約20,000記事以上	海外エキスパート 約13万人
特許動向 662分類	オリジナル動画 約2,000動画以上	FLASH Opinion 回答数 約13万件

×

AI

ユーザーのニーズに合わせて、
意思決定から実行まで支えるアウトプット

↓

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

価値創造プロセス

EXTERNAL ENVIRONMENT

経済状況

経済成長低迷
インフレ・金利の上昇
円安
貿易政策と関税

技術変化

生成AIの進化・拡大
データ保護と倫理
デジタル化の加速

社会課題

労働力不足
男女の機会平等の遅れ
DEIBへの逆風
リスクリングの必要性
良質教育へのアクセス
メンタルヘルス

環境問題

地球温暖化
気候変動・災害増加
環境問題への意識変化

INPUTS

人的資本

多様な才能を持つ人材
(P76-77)

知的資本

信頼性と独自性が高いデータ
コンテンツ

社会
関係資本

多様なステークホルダーとの
信頼関係

財務資本

安定的な財務基盤
と中長期価値創造への投資

BUSINESS MODEL

データ

コンテンツ

ナレッジ

× AI

OUTPUTS

スピーダ

経営のスピードを上げる情報プラットフォーム

スピーダ 経済情報リサーチ
スピーダ R&D 分析
スピーダ スタートアップ情報リサーチ
スピーダ 顧客企業分析
スピーダ 営業リサーチ
スピーダ 顧客企業データハブ
スピーダ イノベーション情報リサーチ
スピーダ 技術情報リサーチ
スピーダ エキスパートリサーチ
スピーダ コンサルティング



国内最大級の経済ニュースプラットフォーム

NewsPicks
NewsPicks 法人プラン
NewsPicks Learning
NewsPicks Enterprise
NewsPicks Brand Design

OUTCOMES

人の知見がさまざまな
社会課題の解決に
活かされる世界

テクノロジードリブな
新しい企業モデル

多様な才能が最高度
に発揮される組織

共通の強みである
データ・コンテンツの
持続的な強化

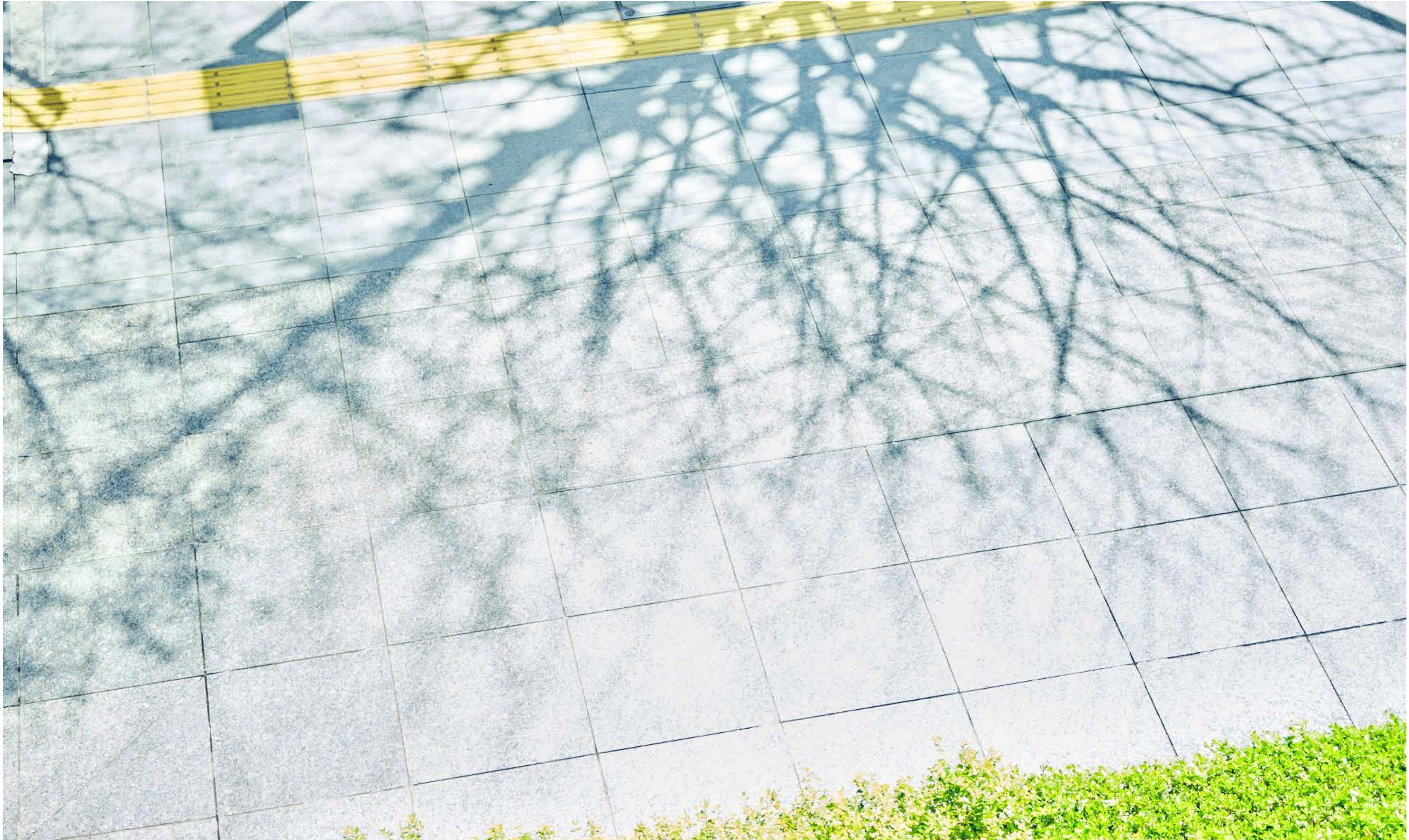
世代や地域を越えた、
良質な情報と機会を
届ける仕組み

気候変動に対する
具体的な行動、かつ
行動する人・企業の増加



IMPACT

誰もがビジネスを
楽しめる世界



AIシフトとチーム経営で、 再上場への道を切り拓く

ユーザベースは2022年に公開買付け(TOB)を受け、2023年2月に株式上場を廃止しました。2025年に入り、経営体制の刷新や生成AIを活用した新プロダクト「Speeda AI Agent」の発表など、大きな変革期を迎えています。その背景と再上場への取り組みについて、ユーザベースのCEOである稲垣裕介に話を聞きました(2025年6月取材)。

新体制でさらなるチーム経営への挑戦

——2025年1月から、ユーザベースは単独CEOへの移行と上席執行役員制度の導入という大きな体制変更を行いました。この半年間、稲垣さんにとってはいかがでしたか？

創業以来初めての単独CEOとなりましたが、ユーザベースでは以前から「チーム経営」を重視してきたので、「経営層が減った」という感覚ではなく、むしろチーム力が増したと感じています。それは今年新たに選任された14人の上席執行役員たちが経営に積極的に参画してくれて、そのチームで戦っているからです。みんなの個性と可能性を信じて託せるものは託し、CEOとして見るべきアップサイドは自分自身で見極めるという、バランスの取れた体制を築いています。

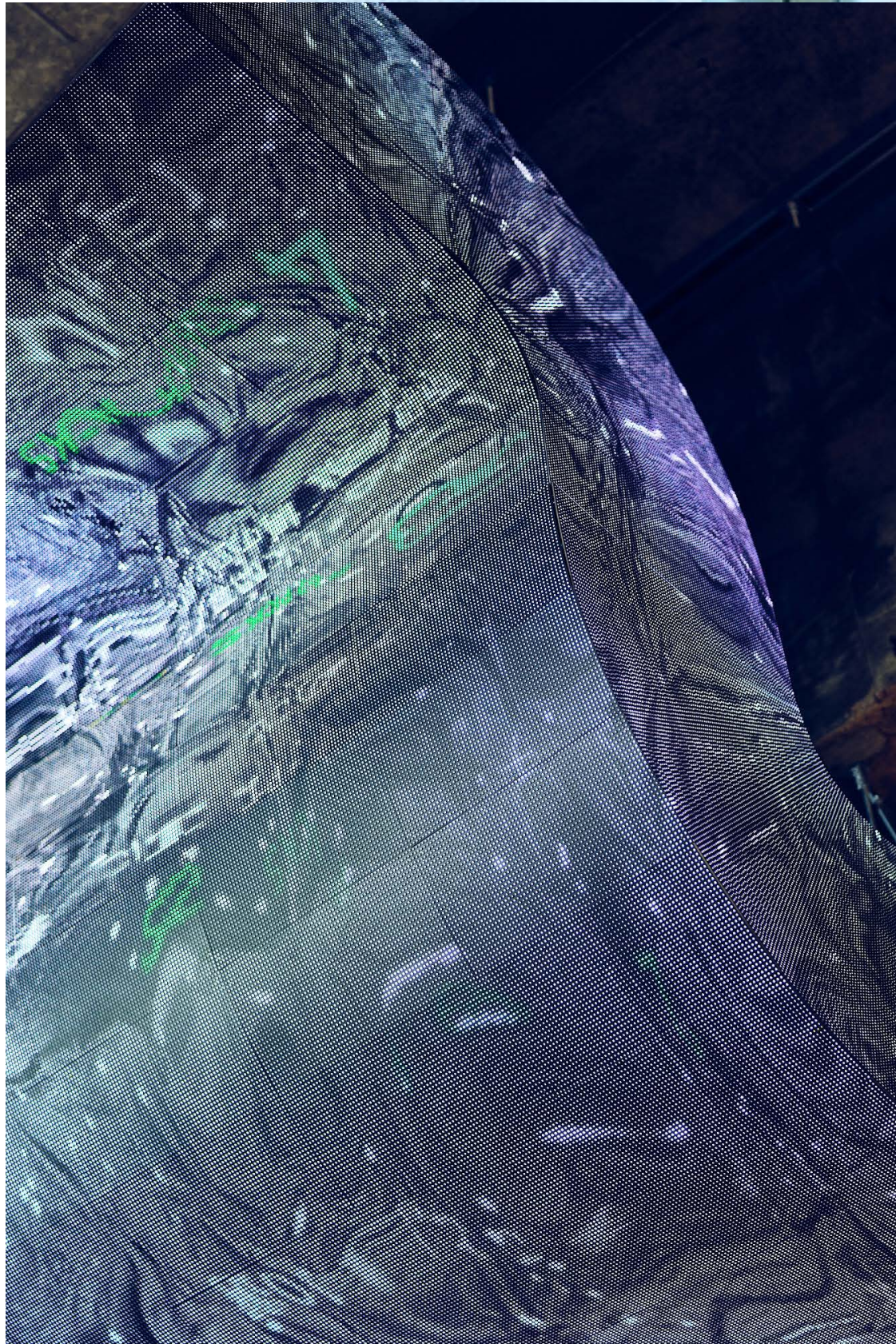
「信じて任せる」ことで一人ひとりのオーナーシップも高まり、組織全体が効率的に機能できるスケールになってきています。それによって私の判断なしでも実務が遂行できるようになってきました。私個人に依存することなく、お客様に「歪みのない価値」を提供し続けられる体制を確立できたことが、今年最大の変革だと考えています。

共同代表体制のときはお互いの強みを活かし、支え合いながらも、時に遠慮し合う部分がありました。今は最終的には私一人で意思決定するので、自分がやるべきことに真正面から向き合わざるを得ません。まだまだ完璧には程遠いですが、経営者として大きな成長機会になっています。

社内でも積極的に発信するようになりました。1,000人を超えている組織になっても現場メンバーとオープンにコミュニケーションできるよう、毎週「稲垣通信(メンバーに伝えたい思い、自分の学びや気づきなどの共有)」を執筆したり、THM(Town Hall Meeting、全社ミーティング)には月1回は必ず登壇しています。その結果、メンバーから「以前より稲垣さんの思いに触れる機会が増えた」という声をもらったり、感想や提案を直接もらえるようになりました。

——エンジニアのバックグラウンドをお持ちの稲垣さんは、以前「CTO」としての責務を背負っていましたね。単独CEOになった今も、プロダクト開発に携わっていますか？

日本ではエンジニア出身の経営者は珍しいですが、私は創業時からプロダクトで成功することを重視し、



CTOの肩書きを活かして社外とのつながりとプロダクトの認知度を高めてきました。

ありがたいことに現在は「スピーダ」も「NewsPicks」も十分に認知度があるため、私自身が認知度を高める活動を行う必要性は薄れています。一方でプロダクトへの情熱は変わらず、プロダクトを進化させ続けることも重視しています。

そして今は現場のメンバーやリーダーと営業の最前線に出て、大企業の経営者の方と向き合う営業活動にも注力しています。お客様と直接対話させていただくことで、求めていることやその期待をリアルな手触りで知ることができます。営業と開発の連携はユーザーベースの競争優位性の一つであり、だからこそお客様の期待を超えるプロダクトを作れるのだと自負しています。この役割を果たせるのは、「CEO」というシンプルな肩書きだからこです。

AIの波をチャンスに

——昨年からAIが急速に発展し、特に「生成AI」が大きな存在感を示すようになりました。ユーザーベースにとってAIは脅威となるのか、それとも追い風となるのでしょうか。

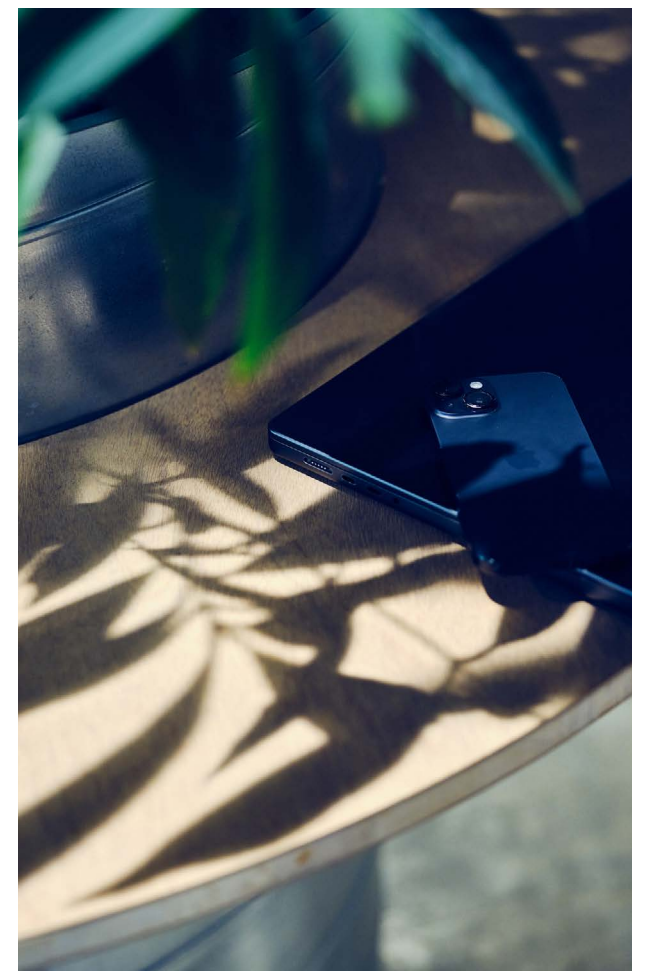
「AI」という言葉はエンジニアの間で長年使われていて、本来、「機械学習」や「深層学習」といった具体的な技術を指すものでした。ユーザーベースもこのような広義のAIには長年取り組んできて、十分な経験と実績があります。

例えばユーザーベースでもNewsPicksに推薦システムを導入したり、人工知能学会で発表させていただいたりなど「機械学習」に力を入れてきました。

ユーザーベースの今までのAIに関する取り組みについて、「UZABASE for Engineers」テックブログおよび [UB Research](#) のホームページよりご確認ください。



「Speeda AI Agentで 今まで以上の速度でユーザー の意思決定と実行を支える」



それだけでなく生成AIの進化が加速する中、自社LLMの開発を検討したり、スピーダ営業リサーチ(旧名称 FORCAS Sales)より2024年8月には「AIセールストーク自動生成」機能を、今年5月には「AI業界課題サジェスト」機能をリリースしたりするなど、さまざまな取り組みを進めてきました。

一方、世の中のAI革新はさらに加速しており、意思決定のための情報収集や分析業務が大きく変わる中で、ユーザーベースが提供するプロダクトもより迅速にAIシフトし、提供価値を向上しなければならぬと強く感じていました。昨年「Big AI Shift」の号令をかけましたが、先日発表された「Speeda AI Agent」¹は、その最初の一步です。

その主な特徴の一つは、ユーザーがプロンプトを書く必要がないことです。我々は、お客様によるプロダクトの利用事例を深く理解し、検索ログの記録を保持しているからこそ、最適なプロンプトヒントを自動生成できます。これにより、検索の速度と精度が向上し、より高い価値を提供できます。

もう一つの特徴は、UIの多様化です。モバイルアプリでも利用可能な「Speeda AI Agent」は、商談への移動中や会食前にもスマホで簡単に相手先の情報を確認・分析できるようになります。さらに、さまざまなコミュニケーションツールとの連携も可能になるので、今まで以上の速度でユーザーの意思決定と実行を支えるツールになります。私自身が大企業の経営者の方と商談していますが、「全社のインフラとして検討したい」というお言葉もいただき、感触はとても良好です。

——AIは追い風というわけですね。多くのSaaSプロダクトがAIに飲み込まれるのではないと言われる中で、なぜユーザーベースはAIを活用できると確信を持っているのでしょうか？

変革期に直面し、あらためてユーザーベースの価値と強みを見つめ直しました。その結果、明らかになった2つの価値と強みがあります。

まずは、スピーダとNewsPicksが持つ信頼性・独自性の高いデータアセットです。これは汎用的なLLMにはない強みと言えるでしょう。もう一つは、これまでも技術革新の波を乗り越え、新たな成長機会に活かしてきた実績です。

その好例が2012年に立ち上げたNewsPicksです。紙媒体が主流だった時代に、スマートフォンによるニュース配信と、「読者の声をPickし有識者の声を集める」という新しいニュース体験を確立させました。技術的には少人数のエンジニアチームで開発できる新聞社にも開発可能なものでしたが、「迷ったら挑戦する道を選ぶ」という企業カルチャーが功を奏して、NewsPicksを国内最大級の経済ニュースプラットフォームへと導いたのだと思います。

生成AIの発展によるパラダイムシフトは非常に大きなチャレンジですが、ユーザーベースなら必ず成功すると私は確信しています。この変革期を楽しみながら、お客様の期待を超える、新たな価値をつくっていきたいです。

——社内でのAIの浸透状況はいかがでしょうか？

社内のAI活用率は一般企業の平均を上回っていますが、まだまだ活用の余地があると感じています。そこで、「社内版 Big AI Shift」プロジェクトを立ち上げ、全社のAI推進会議を始動しました。AIの活用によって時間と思考の「余白」を生み出し、ユーザーベース全体が創造的・本質的な業務にシフトすることで、人間には人間にしかできない創造性を発揮できるようにします。

具体的な目標として、売上高人件費比率の削減をKPIに設定し、ゲーム感覚で取り組める仕組みづくりを目指しています。

とはいえ、AIを単なるコスト削減の手段と考えているわけではありません。AIの力を活用して人員削減ではなく、今いるメンバーの能力開花をサポートすることを実現したいです。そして、削減したコストはプロダクト開発やコンテンツ制作などに投資します。つまり、新たな価値創出の好循環を組織に根づかせてい



「AIの活用によって時間と思考の『余白』 を生み出し、人間には人間にしかできな い創造性を発揮できるようにします」

くことが「社内版 Big AI Shift」のビジョンです。

現在は、主にタスクの自動化（繰り返し作業や調整ごと、調べもので迷わない）とプロセスの高度化（属人的な業務フローの構造見直し）について活用することが決まっており、今後の具体的なステップも計画されています。業務改善のヒアリングから開発、ユースケースの共有までを、エンジニアが一気通貫で伴走する体制に移行して、全社を挙げて「AIを使いこなせる人材」へのリスクリングを進めていきます。

AIがどれだけ進化しても、人にしかできない仕事はなくなる。だからこそ、ユーザーベースがこれまで重視してきた「人とテクノロジーの両輪」による価値創出をさらに強化していきたいと考えています。

再上場に向けて： AIシフトに伴う今後の成長戦略

——再上場の進捗状況について教えてください。今回のAIシフトは再上場の予定に影響を及ぼしていると思いますか？

ユーザーベースは、「売上成長」「利益拡大」「キャッシュの確保」を実現した上での再上場を目指しています。そのために上場廃止から2025年までの2年間で構造

改革と組織統合による土台づくりを完了させて、ダウンサイドリスクを一掃しました。これからは事業投資を加速させ、新たなアップサイド（業績の伸びしろ）を創出するフェーズへ入ります。

アップサイド創出のためにもっと注視すべき社会の流れは、やはりAIの進化スピードです。今年中にAIシフトへの投資を実施し、この進化に対応できる競争力の高いプロダクトを提供しはじめる必要があります。現在、取締役会では2026年から2028年を見据えた中期経営計画について議論しており、AIシフトを成長戦略の中核に位置付けています。

プロダクトと財務、双方にとって最適なタイミングを見極め、2~3年後の再上場を計画しています。

——稲垣さんの今年のキーワードは？

「経営のアップサイドをつくること」です。「異能は才能」というバリューの通り、メンバー1人ひとりの挑戦を最大限に引き出すことが、事業にとっても組織にとっても、アップサイドにつながると信じています。アップサイドを目指したメンバーの挑戦には積極的にYESと言い続けますし、日々現場で起きている素晴らしい動きを賞賛するカルチャーもつくっていきます。



OUR APPROACH TO SUSTAINABILITY

サステナビリティへの考え方



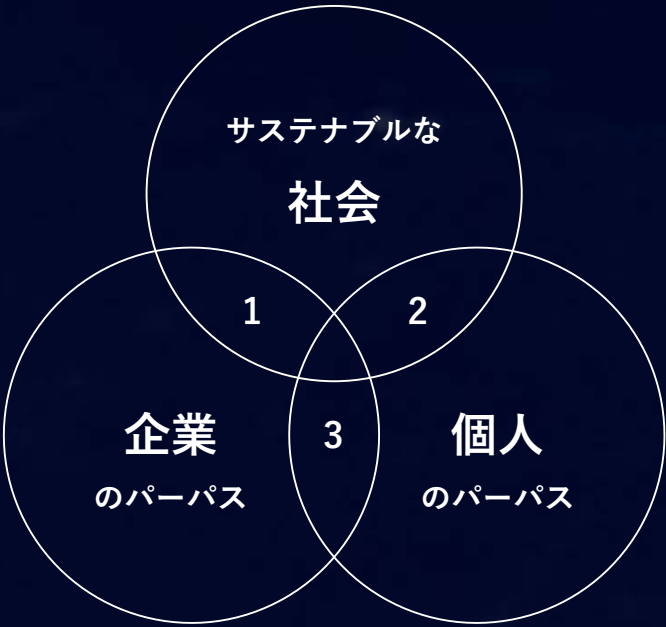
ユーザベースのパーパスは「経済情報の力で、誰もがビジネスを楽しめる世界をつくる」です。

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。さまざま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。

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
- 2. 個人のパーパスとサステナブルな社会の両立
- 3. 企業のパーパスと個人のパーパスの両立

ESG 推進体制

委員長

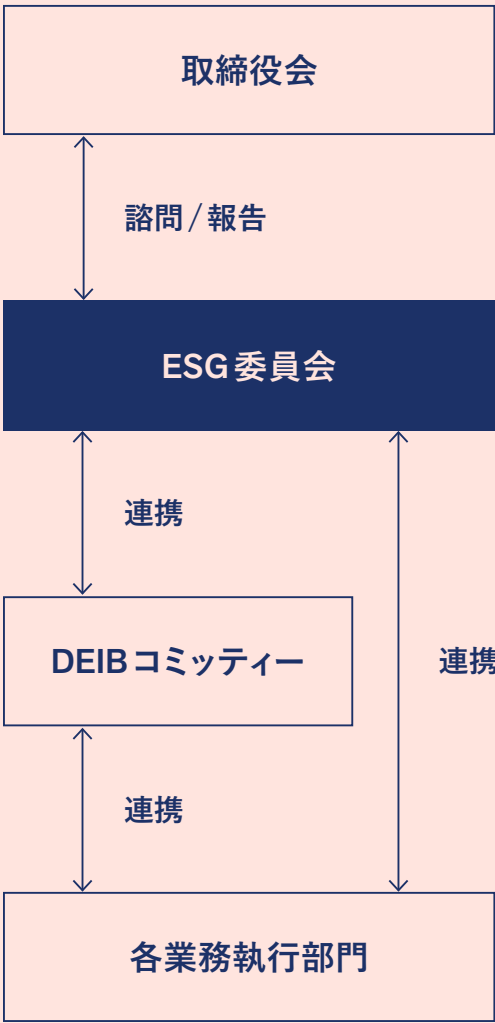
上席執行役員 CFO 千葉 大輔

委員会メンバー

マテリアリティオーナー(各マテリアリティの担当役員)
社外取締役(カーライル・グループ)

活動内容

マテリアリティごとのアクション計画の策定と
進捗状況のモニタリング



マテリアリティ特定アプローチ

ユーザベースのマテリアリティは、当社が展開している事業と社内外のステークホルダー（社会）にとって最も重要な課題について報告するための基準として位置づけられています。

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2021年にはじめて策定しました。

その策定に至るまでに、グローバルトレンドについて把握したのち、当社の既存事業が社会へ与えている影響と将来的に実現したい社会像を描き、その間のギャップを解決すべき課題（＝マテリアリティ）として定義しました。特に、当社事業への機会とリスクを踏まえた、中長期的に事業にとって重要な課題と、当社の社会へのインパクトと企業文化を踏まえた、社内外のステークホルダーにとって重要な課題をマテリアリティとして位置付けました。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ます。

各マテリアリティには**担当役員（マテリアリティオーナー）**が指定され、中期的なアクションプランと非財務目標が設定されています。その進捗状況などはESG委員会で議論されます。

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、マテリアリティを特定しました。

6つのマテリアリティ

2025年には、マテリアリティ策定から4年が経過したことを受け、既存のマテリアリティがユーザベースの事業と社会にとって引き続き重要な課題であるかを再評価しました。その結果、「SaaSとメディアの融合」は除外しました。また、稲垣の単独CEO就任に伴い、これまで稲垣が担当していたマテリアリティは新たなオーナーに引き継がれ、新体制のもとで推進しています。

さらに、2025年は次の中期経営計画（2026年～2028年）を策定する年です。これに合わせて、今後、経営課題とリンクして各マテリアリティの内容と関係性を見直していく予定です。

- 4

質の高い教育をみんなに

質の高い教育をみんなに
- 5

ジェンダー平等を實現しよう

ジェンダー平等を實現しよう
- 8

働きがいも経済成長も

働きがいも経済成長も
- 9

産業と技術革新の基盤をつくろう

産業と技術革新の基盤をつくろう
- 10

人や国の不平等をなくそう

人や国の不平等をなくそう
- 13

気候変動に具体的な対策を

気候変動に具体的な対策を

マテリアリティ（重要課題）	関連するSDGs	担当役員	パーパス実現への取り組み
人の知見の循環	4 質の高い教育をみんなに 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 10 人や国の不平等をなくそう	川口 荘史 上席執行役員 エキスパート事業統括 株式会社ミーミル 代表取締役 CEO	人の知見が様々な社会課題の解決に活かされる世界をつくる
異能は才能	5 ジェンダー平等を實現しよう 8 働きがいも経済成長も 10 人や国の不平等をなくそう	松井 しのぶ 上席執行役員 CHRO	多様な才能が最高度に発揮される組織をつくる
誰もが経済を身近に感じられる社会	4 質の高い教育をみんなに 8 働きがいも経済成長も 10 人や国の不平等をなくそう	山本 傑 上席執行役員 スピーダ事業 CCO	世代や地域を越えて、良質な情報と機会を届ける仕組みをつくる
テクノロジー・カンパニー	8 働きがいも経済成長も 9 産業と技術革新の基盤をつくろう	王 佳一 上席執行役員 CIO/CISO	テクノロジードリブな新しい企業モデルをつくる
持続的なデータ・コンテンツマネジメント	9 産業と技術革新の基盤をつくろう	武田 彩香 執行役員 リスクマネジメント担当 兼 スピーダ事業 CLO（2025年6月まで） 西川 翔陽 上席執行役員 スピーダ事業 CPO（2025年7月より）	共通の強みであるデータ・コンテンツを持続的に強化する
気候変動への対策	13 気候変動に具体的な対策を	千葉 大輔 上席執行役員 CFO 池田 光史 上席執行役員 NewsPicks CMO	気候変動に対して具体的に行動し、かつ行動する人・企業を増やす



人の知見の循環

川口 荘史

上席執行役員 エキスパート事業統括
株式会社ミーミル 代表取締役 CEO

「知」と「知」が結びつくことで、新しい価値が生まれます。ウェブではアクセスできない「人の知見」が循環した世界では、ビジネスはもっと楽しくなるはずです。私たちは、ユーザーベースグループ内外において、知見の循環を促進します。グループ内の人材がより多くの社外エキスパートの知見に触れ、さらに自身の社外における副業・エキスパート活動の環境整備と新たな機会を創出をします。

2024年は、エキスパート基盤が大きく拡張する年となりました。買収や事業連携によって、海外および国内のエキスパート基盤を非連続に拡大しました。また、副業兼業による調査書を公開しています。

2025年は、NewsPicksでエキスパートがコメントする「認定エキスパート」の取り組みなど、ユーザーベースグループ全体でのエキスパートのエコシステムを融合・拡大させていきます。



事業を通じた取り組み

国内外エキスパートプラットフォームの非連続な拡大

買収や事業連携によって、海外および国内のエキスパート基盤を非連続に拡大しました。2024年6月、Enquire AIから世界190ヵ国以上の海外エキスパート48,000人を承継しました。FLASH Opinionを通じて、リアルタイムで海外エキスパートの知見獲得ができる仕組みを拡大しています。2024年12月、NewsPicksとの連携によって国内でも24万人以上のビジネスパーソンが案件相談の対象となりました。

スピーダを通じた「人の知見」の企業への展開

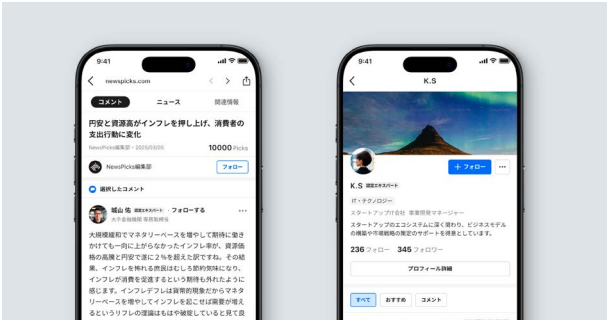
スピーダ上で累計22,399件以上[※]の知見コンテンツを提供しています。FLASH Opinionは、注目業界やテーマに関するエキスパートの質問回答サービスで、その回答の掲載数は昨年から倍増し、急速に増加しています。私たちは、さまざまな業界のエキスパートの知見を集積するこのプラットフォームを、企業の重要な情報インフラとして定着させることを目指しています。

※ エキスパートによる回答件数。2025年5月末時点のデータ



副業兼業に関する調査の実施と公開

企業において副業兼業が促進されていくことは非常に重要だと考えています。企業における副業の整備や推進のためにも、メリットや懸念点を具体的に示す必要があります。2024年11月、「副業兼業に関する調査」を実施し、その調査報告書を公開しました。調査の結果、副業者のみならず、企業側も副業兼業を歓迎するべきものとして捉えており、企業にさまざまな点でメリットをもたらす可能性があると考えていることが明らかになりました。



NewsPicksでエキスパートがコメントする「認定エキスパート」の開始

NewsPicksにて、「認定エキスパート」によるコメントの提供を開始しました。さまざま業界や領域で活躍しているエキスパート1,312名が認定エキスパートに就任し、NewsPicksに掲載されるニュースやコンテンツに、より深い洞察や専門的な見解を伴うコメントが加わりました。この取り組みによって、NewsPicksの読者は、これまで以上に専門的な知見を伴うコメントを通じ、より深い理解や学びを得ることができるようになります。



エキスパートアワード「EXPERT AWARD 2024」の開催

2025年4月、エキスパートアワード「EXPERT AWARD 2024」を開催しました。全11部門・延べ58枠にノミネートされた43名のエキスパートを発表しました。「EXPERT AWARD 2024」では、クライアントの案件テーマに基づく8つの「業界別部門」に加え、「最多案件部門」「ベストフラッシュ・オピニオン部門」「エキスパートデビュー部門」を設けました。受賞者・ノミネート者を含め、一定数の案件に対応したエキスパートの皆様を招待するパーティーも開催し、活発な交流や意見交換が行われました。



異能は才能

松井 しのぶ

上席執行役員 CHRO

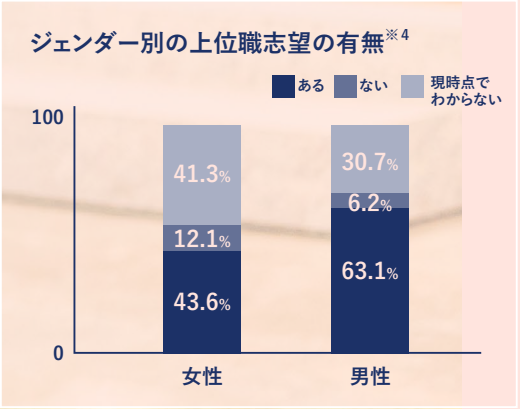
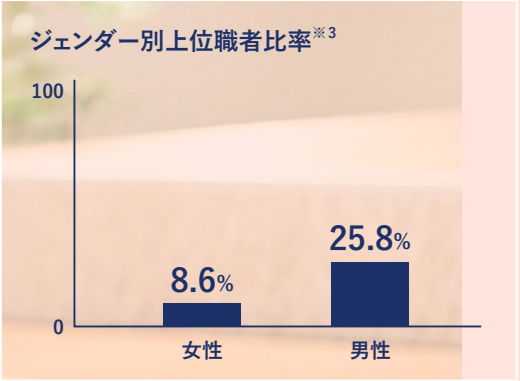
ユーザベースでは、The 7 Valuesの1つ「異能は才能」は、DEIB (Diversity, Equity, Inclusion, and Belonging) そのものであると位置づけています。2021年にユーザベースとしてのDEIBに関するコミットメントを掲げ、意思あるメンバーと一緒にさまざまな活動を推進してきました。その結果、女性管理職比率が31.7%※¹になり、また、子育て中の社員や不妊治療に取り組む社員に向けた施策やサポートの実行により、社会構造上の課題から生じたハードルの是正に向けて、会社として取り組めたことを嬉しく思います。

一方で、2025年5月に実施した組織サーベイによると、43.6%の女性メンバーが執行役員手前の層であるジョブグレード6以上の上位職志望※²を持っています。それに対し、実際に全女性社員に占める上位職に就いている女性の割合は8.6%であり、まだまだ課題があります。また、男女比較した時の上位職志望を持つメンバー比率も男性が63.1%、女性が43.6%と19.5%の乖離があります。経営層における意思決定の多様性を確保するため、これらのギャップを解消させる必要があると感じています。

今回、4年間の活動を経て、さらに一步踏み込み、Belongingの推進と意思決定の多様性に注力するDEIBコミットメントを会社として掲げることができました。

詳細は、「DEIB Report 2025」☞とP76-77をご参照ください。

※1 2024年12月31日時点のデータ。管理職とはチームリーダー以上を指す（執行役員を含む）。
※2 執行役員手前の層である、ジョブグレード6以上のことを指す。ユーザベースでは「担当役員から任された事業課題に対しビジョンを描き、解決策を考え実行できる」人材をジョブグレード6と定義しています。
※3 2024年12月時点の国内外法人の在籍従業員を対象に集計（n=1093）
※4 2025年5月に実施した従業員エンゲージメント調査の結果。ジョブグレード5以下の国内外法人の在籍従業員の回答を基に集計（n=834）



誰もが経済を身近に 感じられる社会

山本 傑

上席執行役員 スピーダ事業 CCO

誰もが経済を身近に感じられる社会の実現に向けて、ユーザベースは、世代や地域による情報格差の解消に取り組み、より多くの人が良質な経済コンテンツに触れる機会を拡大していきます。そして、経済を身近に感じる人々がビジネスを楽しめるよう、ソーシャル経済メディア「NewsPicks」を軸に、家庭・学校・地域など多様なコミュニティと連携して良質な経済コンテンツを共創し、それを必要とする人々へ届ける循環構造を構築していきます。

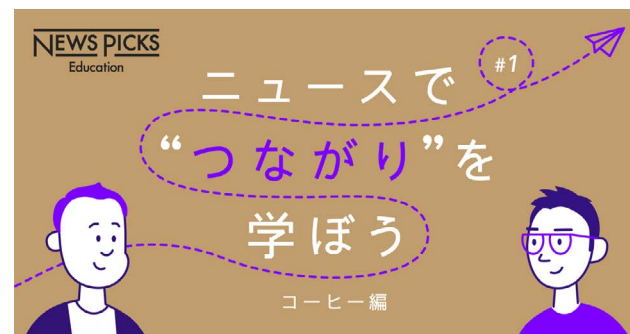
直近では、中高生が地域や学校を越えて学び合う「ニュースでつながりを学ぶ」越境型の講座を開設。また、NewsPicks for Kidsの読者を対象に、「哲学対話」のワークショップを開催しました。さらに、国際女性デーには「WE CHANGE AWARDS 2025」を開催し、同時に「WE CHANGE COMMUNITY」も始動。女性活躍を本気で推進する企業とともに、実践知を学び合う場を創出しています。そういった取り組みもありNewsPicksは2年連続で「女性が使うニュースサービスNo.1」に選ばれており、幅広い世代の女性ユーザーから高い支持を得られていると考えています。

学生が「大人になること」に希望を持てる社会を目指して、学生アンバサダー「Student Picker」と共にキャリアや就職活動を考えるイベントを開催。

その他にも、オリジナルPodcast番組「地域経済がわかる Re:gion Radio」は放送回数が100回を超え、エリアを問わず多くの視聴者に届く人気番組へと成長を遂げています。



事業を通じた取り組み



NewsPicks Education



蒲原 慎志
NewsPicks Education
事業責任者

全国の小学校、中学校、高校で子どもたちがニュースに触れる機会を創造する活動を行っています。子どもたちと話して感じている課題は、子どもたちにとってニュースの印象がとにかく悪いこと、さらに「見なければならぬ」という義務の対象になっていることです。NewsPicks Educationを通じて、学校で仲間と共にニュースに触れることにより、子どもたちのニュース体験は変わります。ニュースの印象が変わり、ニュースが触れたいくなる対象になります。

学校では朝のホームルームの時間、帰りの終礼の時間、教科の時間、総合の時間など、多様な場面で活用いただいております、それぞれの学校で、先生方や生徒のみなさんが、ニュースの可能性を広げてくださっています。

2024年末からは、中高生が地域・学校を越えて学びあう「ニュースでつながりを学ぶ」越境型の講座を開いています。本講座では「システム思考」の観点も習得することができます。日常では会わない校種や地域も異なる同世代と共に、ニュースを素材に学び合う機会です。子どもたちはニュースで人と人がつながることを実感し、学ぶ楽しさを感じています。



This article was originally published in The New York Times for Kids.

NewsPicks for Kids



櫻田 潤
NewsPicks for Kids
アートディレクター

家族でもっと話そう、世界のこと。

2022年8月に創刊した子ども新聞「NewsPicks for Kids」は、3年目を迎えました。紙面は、NewsPicks for Kids編集部によるオリジナル特集とアメリカの子ども新聞「The New York Times for Kids」の翻訳記事で構成。新しいものの見方や多様な価値観、世界の変化、その背景などをビジュアル満載でお届けしています。

コンセプトは「家族でもっと話そう、世界のこと」。親子で一緒になって、社会との関わりを深められるようなコンテ



ンツ作りに取り組んでいます。たとえば、新聞に同封している親向けの小冊子「対話のレシピブック」では、STEM分野で大学に進学する女性比率を上げることを目指している公益財団法人「山田進太郎D&I財団」とコラボレーションし、今年4月より短期集中連載を掲載しています。

また、2025年1月には「NewsPicks for Kids」の読者を対象に「哲学対話」のワークショップを開催。紙面を題材に、正解のない問いについて話し合い、自分の考えを深めたり、他者の考えを理解するための場を用意しました。こうした読者イベントの他に、2025年6月、東京都武蔵野の公共施設「武蔵野プレイス」で「子育て世代向け講座」に編集長・金谷が登壇。地域コミュニティとの関わりも増えてきています。

事業を通じた取り組み



NewsPicks for Students



下總 美由紀
NewsPicks for Students
コミュニティマネージャー

私たちは、ニュースの当事者は社会人だけでなく、これからの未来を担う学生も当事者であると考えています。その象徴として、2021年10月に学生アンバサダー制度「Student Picker」の取り組みをスタートし、学生向けコミュニティの形成を進めてきました。これまで120名を超える方々にご参画いただき、学生の発信に社会人が反応する機会も増えています。

2025年5月には、学生アンバサダー「Student Picker」とともに、キャリアと就活を考えるイベントを実施。一人でも多くの学生が、社会に求められることなく、自分のやりたいことと向き合って納得いく就活ができるように。そして、少しでも「大人になる」ことを楽しみにできる社会を作っていくことをテーマとしています。

また、学生向けの情報をお届けする場所としてNewsPicksの「学生・就活」タブを運営し、学生の皆様に役立つ情報をまとめ、拡充しています。

加えて、有料コンテンツを約70%OFFで提供する学割プランや、ビジネスや経済について学びたいというサークル、部活、ゼミ、学生団体をサポートするため、60日間無料クーポンをお配りする『さぁ、経済を学ぼう！学生応援キャンペーン』なども実施しています。



NewsPicks Re:region



呉 琢磨
NewsPicks Re:region 編集長

本経済は首都圏だけで回っているわけではありません。人口の90%、GDPの80%を占める「地域（地方）」で生きる全員がビジネスを楽しめる世界をつくるのが、日本全体の発展に貢献すると考えています。地域はさまざまな社会課題の集積地であると同時に、都市にないユニークな資源を保有し、新時代に求められる価値創出のフロンティアになる可能性を秘めています。

地域経済に特化したメディアプロジェクト「NewsPicks Re:region」では、地域内外において大企業・中小企業・スタートアップが各コミュニティの属性を超えてつながるきっかけを創出するなど、越境と共創の取り組みを展開しています。

三井不動産との共同運営によるミッドタウン八重洲内共創スペース「POTLUCK YAESU」は、地域経済創発を志すキープレイヤーが集う場として広く知られるようになり、さまざまな地域経済イベントが開催されています。

また、『地域の発展・衰退を原理原則から学ぶ』というテーマで配信しているオリジナルPodcast番組「地域経済がわかるRe:region Radio」は放送回数が100回を超え、エリアを問わず多くの視聴者に届く番組に成長しています。

NewsPicks for WE



川口あい
NewsPicks Studios/NewsPicks for WE
編集長

NewsPicks for WEは、次世代の働く女性を支援するプロジェクトとして2021年にスタートしました。

望むキャリアを実現させるために努力する女性たちを応援し、彼女らが能力を発揮できることが企業や社会の成長・発展にも寄与することを、ファクトベースで発信しています。

また、働く女性同士が意見交換をし、キャリア形成のためのナレッジを共有したりする場や、人事・DEI担当の方々が自社の活動を報告し合い学び合う場なども、定期的に提供しています。

これまで日本のビジネスシーンで道を切り拓いてきたトップランナーたちから、次世代を担う女性たちへサステナブルなバトンを渡し、企業やビジネスシーンの意思決定における女性割合の向上を目指します。

この1年間に以下の取り組みを実施しました：

- 国際女性デーにおける「WE CHANGE AWARDS 2025」の開催、発信
- 企業の人事・DE&I担当者を中心としたコミュニティ「WE CHANGE COMMUNITY」が2025年4月から始動、女性活躍を推し進める企業と学び・交流の場を提供
- Podcast「WOMANSHIP -はたらく私たちのお悩みサミット-」での発信
- 働く女性同士で、意見交換やナレッジ共有できる機会の創出
- D&I先進企業による事例や、ロールモデルとなる女性リーダーに関するコンテンツ発信



テクノロジー・カンパニー

王 佳一

上席執行役員 CIO/CISO

私たちは、AIを起点に「誰もがテクノロジーを活用して価値を生み出せる世界」を実現するテクノロジー・カンパニーであり続け、ビジネスとエンジニアリングの境界を越えた組織を目指しています。

2024年は、生成AIの進化と社会実装の加速を背景に、社内の全職種のメンバーがAIと向き合い、創造性を発揮しながら業務に活かす文化が根づきました。生成AIを中心としたさまざまな取り組みが多様なチームの挑戦を促進し、自律的な学びと成長の循環が生まれています。

また、各プロダクト組織や研究開発部門からは積極的な知見発信や対外連携も進み、技術的プレゼンスの向上とともに、社会課題の解決と持続的な信頼関係の構築を実現する一年となりました。



社内での最先端テクノロジーの活用



AI活用推進プロジェクトの一環として、 「生成AIコンテスト」を開催

ユーザベースでは、AIと共に高付加価値を創出する仲間が集い、共に進化する組織づくりに取り組んでいます。そういった組織づくりを推進するプロジェクトの一環として、「生成AIコンテスト」という社内イベントを定期的に行い、メンバーが「楽しみながら生成AIを業務に活用できる環境づくり」を目指しています。

2024年に開催したこのコンテストでは、自薦形式でエントリーを募る1次審査を行い、そこから選抜された約20組（個人・チーム含む）が決勝に進み、プレゼンテーションを行う形式としました。当日は100名以上のオーディエンスが参加し「大賞」、「特定業務にインパクト賞」、「非エンジニアが頑張った賞（チャレンジ賞）」、「全社インパクト賞」、「AIを使いこなしてる賞」と5つの表彰が発表されました。

受賞メンバーの声



所属：Shared Operations Division
名前：香月恵理子
（「非エンジニアが頑張った賞」を受賞）

新Division発足と同時に「生成AIコンテスト」のお知らせが舞い込みました。私たちの部署では業務効率化が成長の鍵となるため、早速AI自動化委員会を立ち上げ「どんな小さなアイデアでも出してみよう!」と呼びかけました。受賞作品は、たまたま発見したOCR機能で大幅な時間短縮を実現したものです。受賞後、「私もAIを使ってみよう!」という前向きな姿勢がチーム全体に広がったことが、嬉しい収穫でした。



「Play Engineering for Kidsの開催」

Play Engineering for Kidsは、未来の担い手である子どもたちに、家族とともに「ITとビジネスへの好奇心」を育む機会を提供する社内イベントです。

2022年からスタートしたこのイベントでは、プログラミングの学習だけでなく、「NewsPicks for Kids」とのコラボレーションによるビジネスコンテンツを通じて、「今、世界で起きていること」に触れ、共に考える機会を提供しています。毎年開催しているこの人気イベントは、2024年には4歳以上のお子様たちが参加し、大変盛り上がりました。
<https://playengineering-kids.uzabase.com/>

参加メンバーの声



所属：Revenue Shared Operations Team
名前：林裕子

子どもたちと一緒に、親子プログラミング教室に参加させていただきました。下の子は普段からMinecraftで遊んでいた経験があり、基本的な操作はスムーズに習得できました。しかし、徐々に難易度が上がった場面では、エンジニアの方々が適切なタイミングで優しくヒントを出してくださり、全ての課題を無事クリアすることができました。さらに、同じプログラミング環境を自宅でも利用できると教えていただいたおかげで、帰宅後も子どもが自らパソコンを開き、学んだことに再挑戦する姿が見られました。プログラミング教室の後には楽しいクイズ大会も開催され、子どもたちにとって非常に充実した時間となりました。素晴らしい機会をいただきありがとうございました！

スピーダプロダクト 組織の取り組み

agile journey=> by UZABASE

Agile Journey

Agile Journey は、ユーザベースと株式会社はてな編集部が運営しているWebメディアです。2024年は12本の記事を公開し、継続的にアジャイル開発に関する実践的なコンテンツを配信してきました。エンジニアの領域にとらわれず、さまざまな分野でアジャイルの知識が役立つように継続的に取り組んでいます。

育休取得率100%

スピーダ事業のProduct Teamでは、2018年以降育休取得率100%を継続しています。基本的に3ヶ月以上の取得を推奨しています。家庭・育児・仕事の全てに対してしっかりと取り組める環境を整備し続けることがメンバーの日々のモチベーションを高め、成長し続ける状況を継続的に生み出し続けていけると考えています。

NewsPicksプロダクト 組織の取り組み



月刊誌「Software Design」にて 「ぼくらの『開発者体験』改善クエスト」 を寄稿。全14回を完了。

本連載では、提供開始から10周年を迎えた「NewsPicks」プロダクトチームのメンバーが、開発者体験の歴史と文化、およびNewsPicksでの取り組みについて、さまざまな角度から発信しています。

プロダクトチームでは開発者体験の改善に力を入れており、その成果を勉強会やブログなどで継続的に発信し続けてきました。これまでの発信の取り組みがご縁となり「ぼくらの『開発者体験』改善クエスト」というタイトルで、2023年12月発売の1月号より連載を執筆。当初予定の11回を超え、全14回の長期連載として完結しました。

「開発者体験」というテーマは連載開始前、読者の反応が気になる部分もありましたが、多様な視点からアプローチすることで雑誌連載ならではの深みと広がりを持つ内容に仕上がりました。多くの読者から好評をいただき、技術コミュニティへの貢献へと繋がりました。

Corporateプロダクト組織の取り組み

AIのVelocity
貢献度

62%

41%

57%

66%

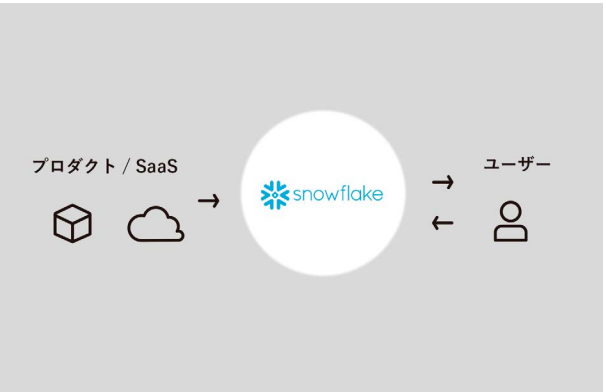
44%

AIによる開発効率化

ユーザベースでは、積極的にAI・LLM技術を利用し、開発の効率化に向けて取り組んでいます。

全てのソフトウェアエンジニアにGithub Copilotを配布しており、Cursor・Devin・Windsurfといった新しいAI・LLMを活用した開発ツールについても一部部署で導入し、実際に開発生産性の向上が実現されています。

また、直近では社内ネットワーク内でDifyのトライアルを開始し、問い合わせ対応をはじめとしたコーディング以外の業務についてもLLM活用による効率化を進めています。



データ基盤について

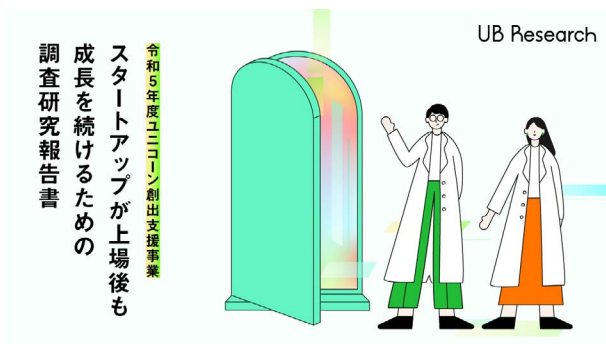
当社は、先進的なデータ基盤の構築を通じて、持続的な競争優位性の確立に取り組んでいます。Snowflakeを核とした統合データプラットフォームにより、社内の各種データを効率的に管理・活用し、業務効率の飛躍的な向上を実現しています。

具体的な成果として、部門間のデータ連携の効率化、アクセス権限の自動管理による情報活用の迅速化、そして経営判断の精度向上が挙げられます。また、SaaSツールの最適化や業務自動化を通じて、大幅なコスト削減も達成しています。

さらに、AI技術との統合や高度な予測分析の導入により、より洗練された意思決定プロセスの実現を目指しています。これらの取り組みは、新規ビジネス機会の創出にもつながり、当社の長期的な企業価値向上に寄与するものと確信しています。

このデータ戦略は、単なるコスト効率化にとどまらず、持続可能な成長基盤の確立という観点から、当社の将来的な企業価値向上に重要な役割を果たすものと考えています。

UB Researchの取り組み



UB Researchの研究業績

UB Researchでは2024年度から自社組成データの付加価値向上に取り組みはじめ、経済産業省からの委託研究としてスタートアップの持続的成長に関する研究成果を発表、野村アセットマネジメント社と共同で企業のガバナンスを評価する手法として取締役のスキルを分析する研究を公表などの成果を上げました。

また、株式会社Studio Ousia社と共同で経済・金融分野に特化した言語モデルUBKE LUKEを公開し、自社組成データを活かして経済情報分析の新たな手法を提案しました。これらの研究開発活動を通じて、当社は業界における技術的優位性を確立するとともに、自社組成データの新たな活用方法を開拓し続けています。

CTO of the year 2024の開催



CTO of the Year[※]は、経営と技術の融合を加速するスタートアップのCTOにスポットライトを当て、その真価や挑戦を讃えるピッチイベント。技術課題の解決による経営・事業成長への貢献度や組織開発力などを指標に審査。テック人材のさらなるチャレンジを経営成長へ押してくるような場づくりをしています。AWSとの共同での取り組みとなり、2024年で3年目となります。

2024年は7名のファイナリストによる熱いピッチが繰り広げられました。最優秀賞は令和トラベルVPoE麻柄翔太郎さん、オーディエンス賞はアセンドCTO丹羽健でした。

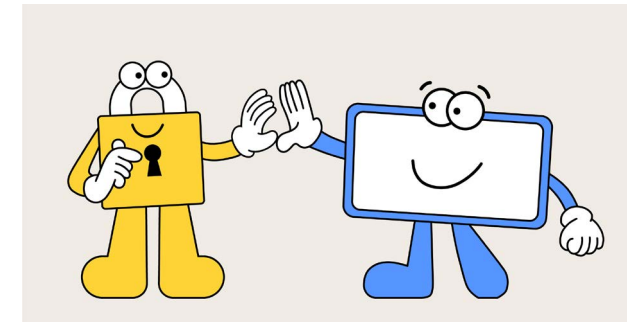
速報レポート

イベントの申込はリアルとオンライン合わせて延べ1500名以上となり、過去最高規模での開催となりました。

2024年も大盛況で幕を閉じ、共同で取り組んでいるAWSとも既に2025年のバージョンアップした開催に向けた前向きなやりとりが進んでおります。

※ Startup CTO of the Year 2024 powered by Amazon Web Services

セキュリティチームの取り組み



進化するサイバー脅威から組織を守り、ユーザーベースの成長を支えるセキュリティチームでは、第三者による攻撃やインシデントによるデータ・コンテンツの漏洩、毀損、提供障害などの発生防止に尽力しています。また、万が一そのような事態が発生した場合でも、その影響を最小限に抑えられるよう、全社エンジニア組織（プロダクト・エンジニアとコーポレートITエンジニア）が協働し、以下の仕組み、体制プロセス、ルールの各軸でセキュリティ強化を進めています。

仕組み

ASM^{※1}導入によるサイバー脅威に対する予測・対応力を強化。また、脆弱性管理、SIEM^{※2}やCSPM^{※3}などのレジリエンス強化の仕組みを導入し、迅速なセキュリティインシデント検知対応復旧能力を強化。

具体的な成果

- ・保護対象資産に対するASMカバー率100%実現
- ・クラウド環境のCSPMカバー率100%達成

体制プロセス

SOC^{※4}によるインシデント検知と運用管理を強化し、全社的なセキュリティ体制を強化。

具体的な成果

- ・外部専門機関の脅威インテリジェンス導入
- ・ISO27001新規格(ISO/IEC27001: 2022)移行完了

ルール

生成AIガイドラインなど、環境変化に応じた新たなルールの策定や、全社セキュリティ規程を軸としたセキュリティ運用の推進などにより、全社セキュリティリテラシーを強化。

具体的な成果

- ・情報セキュリティ規程の全面刷新
- ・情報セキュリティ研修受講率100%達成^{※5}

※1 ASM: Attack Surface Management
※2 SIEM: Security Information and Event Management
※3 CSPM: Cloud Security Posture Management
※4 SOC: Security Operation Center
※5 受講期限を徒過したものも含む受講率。受講期限内の受講率については、P.78をご参照ください。



持続的な データ・ コンテンツ マネジメント

武田 彩香

執行役員 リスクマネジメント担当 兼 スピーダ事業CLO[※]

[※] 本レポート対象期間中の役職。2025年7月1日より、取締役 監査等委員（常勤）に就任。

私たちユーザベースは、「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」というパーパスを掲げ、ユーザーの皆様の意思決定を支援、変化を生むためのデータやコンテンツを提供し続けてきました。

特に昨今、LLMを含む生成AIが急速に発展し、その有効活用が競争優位性の維持や向上に不可欠なものとなっています。

私たちが長年取り組んできた、信頼性と独自性の高いデータやコンテンツの収集・組成・構造化は、まさにビジネスの局面で適切かつ有効にAIを活用し、意思決定を加速することに直結します。

私たちは、生成AI時代に安心して利用できる、価値の高いデータやコンテンツを提供し続けるべく、引き続きコンプライアンス（法令及び契約の遵守）や、安定したデータ・コンテンツの供給、セキュリティを含む安全性確保のための体制整備と強化を続けてまいります。

そして、このテーマを提供価値の創造に最も近い立場で推進していくべく、新たに上席執行役員スピーダ事業CPOである西川がマテリアリティオーナーを担っていきます。

気候変動への 対策

千葉 大輔

上席執行役員 CFO

ユーザベースが目指す、誰もがビジネスを楽しむ世界において、持続可能な社会は個人や企業のパーパスと調和的に両立されるべきものです。そのため、地球環境の保全を引き続き、認識し、取り組みを進めています。

自社の事業活動においては、再生可能エネルギーの活用、ペーパーレス化、時差出社やリモートワーク推奨などを通じて、CO₂削減に貢献しながら事業を継続しています。2024年は、東京オフィスへの平均出社率が約1ポイント増加^{※1}したものの、時間帯別の空調運用などの施策により、電気使用量を前年比23%の削減が^{※2}できました。

一方、今年から段階的に開始したScope3の温室効果ガス排出量の開示により、データセンター利用が自社の最大の環境負担の一つとなっていることが判明しました^{※2}。AIの発展により、今後はさらなるサーバー利用容量とそれに伴う電気・水使用量増加が予想されます。ユーザベースは、持続可能なAI活用を重視し、開発中のAI Agentでは、信頼できる構造化されたデータベースで参照範囲を限定し、頻繁に使用される情報を事前に保存することでLLM生成を低減し、環境負荷の軽減を目指します。

また、直近1年間では、スピーダ経済情報リサーチにおいてサステナビリティ課題に特化した特集レポートとトレンドレポートを継続的に公開し、NewsPicksでは気候変動に関する多様なコンテンツを積極的に発信してきました。

今後も、情報提供サービス・経済メディアを運営する企業として、多くのビジネスパーソンの行動変容を促し、持続可能な社会の実現を目指していきます。

※1 東京オフィスの2023年度平均出社率：17.2%、2024年度：18.3%

※2 詳細は、P79をご参照ください



コンテンツ例

スピーダ

【サステナビリティ・シリーズ】
ESG・SDGsの論点・具体
のトリセツ ❶

【キーワード3分解説】
サーキュラーエコノミー ❷

香港が牽引するGBA物流
動向：デジタル化とグリー
ン化 ❸

NewsPicks

記事
【直撃】三菱商事社長が
語る「1兆円稼ぎ続ける
企業の作り方」 ❶

【教養】ファッションを
「捨てない」時代がやっ
てくる ❷

【猛者】大逆風の脱炭素
で、一人勝ちを続ける
企業がエグイ ❸

番組

GREEN BUSINESS ❶

トピックス

天気・防災、ときどき
脱炭素。 ❷



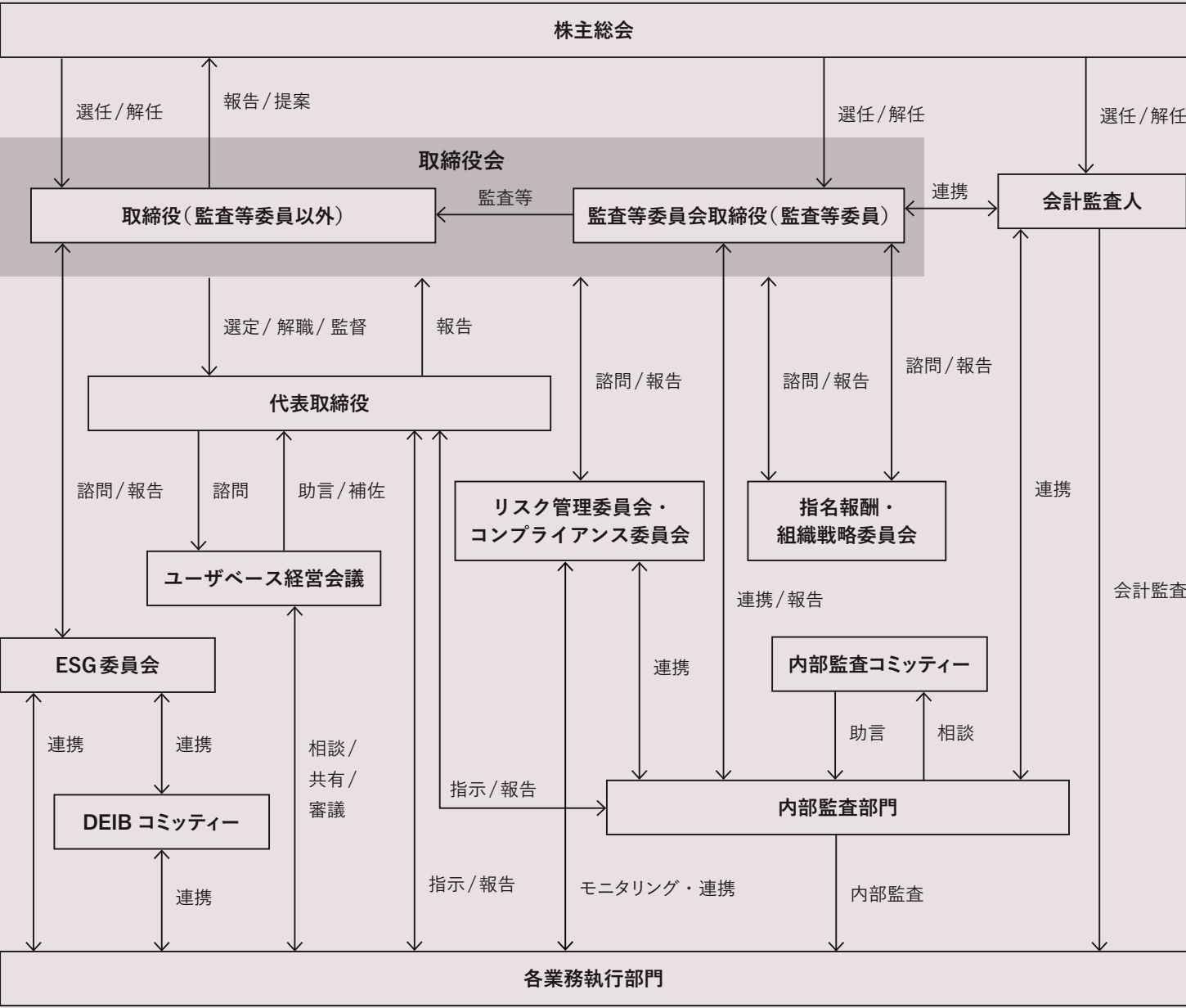


CORPORATE GOVERNANCE

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスの体制と概要

ユーザベースのコーポレート・ガバナンス体制図（2025 年 7 月現在）



ユーザベースのコーポレート・ガバナンスの特徴

再上場を見据えた体制の構築

当社は、カーライル・グループによるTOBへ賛同し、2023年2月に非公開化しました。コーポレート・ガバナンスに関しては、非上場時における最適な体制となるよう一定の調整は行いつつも、再上場後に最適なガバナンス体制を築けるよう、コーポレート・ガバナンス・コードなど上場会社で要求される水準の維持・構築に努めています。また、内部監査部門の強化に努めております。

取締役会での議論の充実

取締役会を、業務執行に関わる重要な意思決定を行うための機関にとどまらず、経営やガバナンスに関する充実した議論を行う場と位置付けています。業務執行に責任を持つ代表取締役、企業価値向上のノウハウ・経験と幅広い人脈を持ったカーライルからの派遣取締役4名（うち社外取締役は3名）、利害関係を有さない立場から深い専門性を提供する社外取締役2名、事業理解を有する常勤監査等委員である社内取締役1名で取締役会のメンバーを構成することにより、多様な視点を担保しています。加えて、取締役会ロングミーティングにおいて、中長期的な経営戦略や重点施策・重要KPIの設定など、経営やガバナンスに関する議論を集中的に行うことにより、これまで以上に充実した議論・実効性の高い監督を実現しています。

各委員会での細部にわたる議論

指名・報酬、リスク管理、コンプライアンス、ESG等に関する重要な事項については、専門的知見に基づく調査・分析機能の拡充をおこなうことを目的として、それぞれ特に知見を有する一部取締役及び上席執行役員も参加する各委員会を設置しています。各委員会においてより深い審議を行ってその結果を取締役に報告することにより、取締役会での議論の一層の充実を図っています。

監査等委員会設置会社

監査等委員会についても、上場時から継続して設置しています。リスク管理委員会やコンプライアンス委員会、内部監査部門の議論・報告を踏まえ、監督体制に実効性を持たせるための委員会として、非上場時においても機能しています。

上席執行役員制度

2025年より上席執行役員制度を導入し、CEOの決裁権限の一部を上席執行役員に委譲するとともに、CEOが直接管掌する範囲を限定するなど、人材の強みを活かし、弱みをカバーし合うチーム経営を促進しております。また、上席執行役員の一部の者を取締役会に出席させることなどを通じて、CEOの後継者育成に努めております。

コーポレート・ガバナンスのための主要な組織

取締役会

取締役会は、効率的かつ迅速な意思決定を行えるよう、定時取締役会を毎月1回開催するほか、四半期に1回の頻度で取締役会ロングミーティングを開催しております。取締役会は、定款及び法令に則り、経営の意思決定機

関及び監督機関として機能しており、経営上の重要事項（取締役の指名及び報酬に関する事項を含む）に関する事前審議及び決議を行っています。

CEO



稲垣 裕介

業務執行取締役はCEOのみとし、その他のエグゼクティブは管理と執行の混同を防ぎ執行に集中するために執行役員とする体制を取っています。取締役であるCEOは、会社の方向性を示し、経営・事業に関する意思決定の土台となる意見を提供することにより、取締役会での議論の礎を作ります。

社外取締役（カーライル・グループ以外）



浅子 信太郎



福田 康隆

カーライル・グループ以外の社外取締役として、浅子信太郎氏と福田康隆氏の2名が選任されています。浅子氏は米国及び日本の事業会社を通じた財務・経営管理に関する知識と経験を、福田氏はSaaS業界での経験とマーケティングの知見に基づく、経営指標の分析・モニタリング及びこれに基づく対策や意思決定に関する知見をそれぞれ有しています。両名による中立的な意見が取締役会に提供されることにより取締役会の議論がより深化し、ユーザーベースの長期的な成長を見据えた意思決定につながります。なお、浅子氏は取締役会の議長も務めています。

カーライル・グループのメンバー



山田 和広
非常勤取締役



小倉 淳平
社外取締役



宝蔵寺 直記
社外取締役



Eugene Seokjin Hahm
社外取締役

株主であるカーライル・グループから、3名の社外取締役と1名の非常勤取締役が選任されています。カーライル・グループの各取締役は、それぞれが多数の企業の価値向上を図ってきた経験を有しています。経験・ノウハウ、幅広い人脈、株主としての視点を活かし、再上場を目指す当社の企業価値向上を共に進めています。なお、宝蔵寺氏は監査等委員会の委員長、小倉氏は指名報酬・組織戦略委員会の委員長を務めています。

常勤監査等委員



武田 彩香

2025年7月1日付けで、武田彩香氏を常勤監査等委員取締役に選任しました。同氏は2025年6月30日まで、スピーダ事業CLO及びリスク管理担当執行役員を務めており、当社の事業及びリスクに対する深い見識を有しております。今後は同氏が取締役会や経営会議等に監査等委員の立場で出席することにより、監査の実効性を一層高めるとともに、リスクの早期発見やモニタリング体制の高度化を図ってまいります。

監査等委員会

監査等委員会は毎月最低1回開催され、監査等委員会において内部監査部門から定期的に報告を受けるほか、リスク管理委員会・コンプライアンス委員会との連携や会計監査人との会合等を実施することにより、監査機能がより有効・適切に機能するよう努めています。なお、委員長は社外取締役（カーライル・グループのメンバー）宝蔵寺氏が務めています。

会計監査人

当社は、和泉監査法人と監査契約を締結し、監査を受けています。

ユーザーベース経営会議

2025年より、事業ごとの経営会議に加えて、グループ全体の重要事項を審議するための会議体として、ユーザーベース経営会議を設置しました。ユーザーベース経営会議は毎月3回開催され、業務執行取締役及び上席執行役員が出席し、グループ全体の経営方針・経営戦略の審議、事業計画のモニタリングや取締役会決議事項及び報告事項の事前審議等を行っております。

指名報酬・組織戦略委員会（任意）

指名・報酬等に関する手続きの公正性・透明性の強化、インセンティブとして機能する報酬の設計と報酬金額の考え方の整理、次世代の経営者の選定や育成、組織課題の解決等を目指すため、任意の指名報酬・組織戦略委員会を設置しています。なお、委員長は社外取締役（カーライル・グループのメンバー）小倉氏が務めています。

監査に関する取り組み

監査等委員（取締役）による監査体制

当社の監査等委員会は、2名の社外取締役と1名の常勤監査等委員取締役で構成されています。監査等委員である取締役による取締役会への出席等を通じて、経営の適法性や意思決定プロセス、内部統制の整備・運用状況をモニタリングし、監査等委員会として監査意見を表明します。また、経営陣や事業部門への聞き取り調査も実施し、必要に応じて代表取締役CEOとの意見交換や提言を行っています。

2025年度の監査方針と重点監査項目

当社は、2023年にカーライル・グループによる株式公開買付（TOB）により完全子会社化され、上場廃止となりました。非公開化後の2023年に、再上場に向けた3カ年の中期経営計画を掲げ、「スケールするための型化」、「スケールするための投資」をテーマに経営を推進してきました。しかし、前Co-CEO佐久間の退任を含む経営環境の変化に鑑み、2025年度は経営体制を刷新し、「アップサイド」をテーマに再成長軌道を作る取り組みを進めるとともに、2026年度以降の新たな中期経営計画の策定に着手しています。この状況を踏まえ、以下の重点監査項目を中心に、経営者の業務執行全体について監督・モニタリングします。

- (1) 社内外の重要リスクの適時適切な把握と対応
- (2) 新経営体制における、事業計画達成に向けたモニタリング
- (3) 上場審査及び上場後の開示に耐える、内部統制の整備
- (4) 監査等環境の確保

内部監査の実施状況

当社の内部監査部門は、代表取締役CEOおよび監査等委員会の直轄組織として、その独立性と公正性を保っています。経営活動全般にわたり、内部統制の有効性、業務の効率性、法令遵守といった多角的な観点から内部監査を実施しています。

内部監査部門は、監査で発見された事項に対する改善提案やフォローアップ、社内からの問い合わせへの対応を通じて、ガバナンス体制の強化と内部統制の充実に貢献しています。これらの活動は、当社の経営をより合理的かつ効率的に進める上で不可欠です。また、2025年に設置された内部監査コミッティーは、代表取締役CEOと内部監査部門間の連携を支援し、内部監査計画の策定、実施、結果報告、およびフォローアップ活動に助言を提供することにより、内部監査部門の事業理解の解像度を高め、被監査部門による内部監査対応を加速するなど、内部監査の実効性を高める効果を発揮しています。

内部監査の結果は、代表取締役CEOおよび監査等委員会に定期的に報告され、必要に応じて活発な意見交換が行われています。発見事項については、関係部署と協議し、改善プロセスの進捗を継続的にフォローアップしています。

現在、当社は非上場企業であり、金融商品取引法に基づく内部統制報告制度（J-SOX）の適用対象外です。しかし、数年内の再上場を目指しており、その準備として、J-SOXの枠組みを活用し、財務報告に係る内部統制の整備および運用状況を内部監査部門が評価しています。

内部監査部門は、取締役会や経営会議などの主要な会議に常に出席することで、監査に必要な情報をタイムリーに入手しています。さらに、リスク管理委員会にも出席し、当社が構築するリスク管理プロセスが適切に機能しているかをモニタリングしています。



リスク管理への取り組み

リスク管理委員会の活動

当社は、2023年にリスク管理委員会の体制及び運用を強化して以来、2025年度も引き続き高い強度を持ってリスク管理活動に取り組んでいます。

2024年からの主なアップデートは、以下となります。

● 委員会開催頻度の最適化

2023年以降リスク管理委員会を月次で開催し、強度の高い運営を続けてきたことで、委員及び責任役員の意識が高まり、自律的なモニタリングを期待できる体制が整いました。そのため、2025年よりリスク管理委員会の開催頻度を四半期毎に変更するとともに、重要なリスク項目にフォーカスした、より実質的な議論を行う場へとシフトしています。

● 重要リスクの特定と戦略連携強化

リスク管理委員会では、従前より全社のリスクを網羅的に把握し、発生可能性や影響度の評価が特に高いものを「重要リスク」として特定した上で、委員会においてリスクの

変化や対応の進捗を継続的にモニタリングしてきました。2025年度は、新たな取り組みとして上席執行役員及び社外取締役へのマネジメントインタビュー及びアンケートを実施し、経営層が意識するリスクを重要リスクに反映することで、経営戦略とリスク管理の連携を強めています。

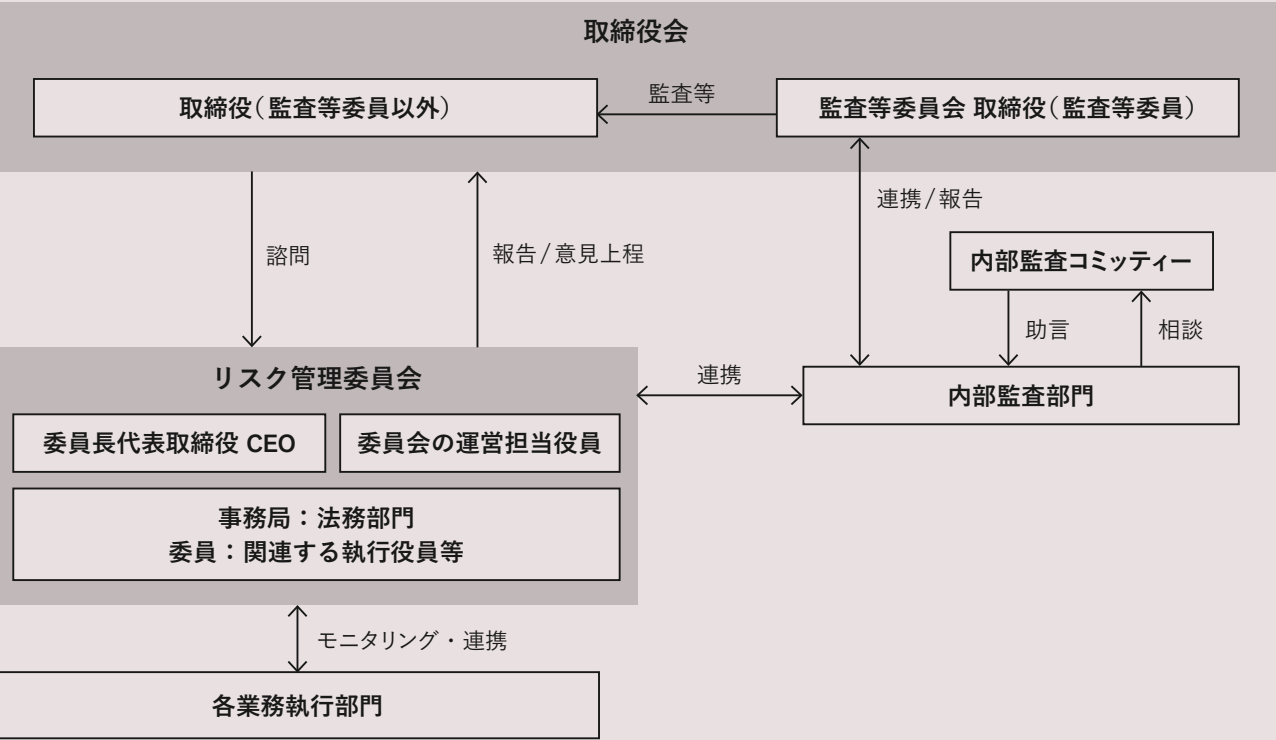
● リスク管理体制の強化と監査機能の連携

2022年より執行役員としてリスク管理を担当していた武田彩香が2025年7月1日付で常勤監査等委員取締役に就任し、同日以降は、執行役員 General Counselである吉田真実がリスク管理委員会の運営を担っていきます。なお、武田はオブザーバーとして引き続きリスク管理委員会に出席し、リスク管理活動と監査等委員会による監査・監督を継続することで、より実効的なガバナンスの実現を目指します。

● リスクモニタリングの進化

今後も、AIシフトを軸としたアップサイド創出を目指す中で、事業環境の変化等をタイムリーに踏まえ、実効的なリスク・モニタリングを行っていきます。

ユーザベースのリスク管理体制



コンプライアンスへの取り組み

コンプライアンス教育

当社では、コンプライアンス関連規程の整備はもちろん、全メンバーに対して年次コンプライアンス研修を実施しています。

特に、2024年度は、コンプライアンス及び倫理 (Ethics) に関する教育・啓蒙強化の年と位置付け、コンテンツの充実 (リーダーに特化したプログラムの用意、事業や時期に着目したテーマ別研修等) や実施方法の工夫 (対面でのワークショップ実施等) を実施しました。

内部通報制度

当社では、内部通報窓口として、社内担当者10名 (女性3名、外国籍・英語話者4名を含む) に加え、監査等委員会、外部法律事務所 (国内・国外) を設置することで、メンバーが安心して利用できる体制を整備しています。

また、「内部通報はどシリアスではないが、誰かに相談したい」というメンバーのニーズに応えるため、「もやもやよろず相談窓口」を設置し、より気軽に相談できる独自制度を運用しています。小さな違和感を放置せず、相談によって解消しやすい組織体制を作ることで、不正行為等の未然防止や早期発見に繋がるだけでなく、そもそも不正・不法行為を起こさない文化の醸成・発展に寄与と考えています。

コンプライアンス委員会の開催

当社は、定時コンプライアンス委員会を四半期に一度開催し (リスク管理委員会と同時開催)、国内外の重要な法改正等に関するアップデート、社内が発生したコンプライアンス 이슈の概要と対応状況、その他重要事項を議論しています。

これにより、経営陣のコンプライアンスへの意識向上、対応策に対するコミットメント強化を図っています。

カスタマーハラスメントへの対応

当社は、コンプライアンスもパーパスを実現するための重要な要素と捉え、社内のメンバーだけでなく、パートナーやお客様を含めた社会全体で実現すべきものと考えています。

お客様との信頼関係の中で、メンバー1人ひとりがいきいきと働く。その結果、より良いサービスの提供、お客様のビジネスの発展、さらには社会の発展に貢献することができる。

このような世界を実現するため、誠実性を欠く行為により信頼関係を築くことができないお客様に対しては、毅然とした対応を取ることを決定し、「カスタマーハラスメントに関するユーザベースの方針」☑を公表しています。

ESG DATABOOK

ESG データブック



社会（Social）

※ Social のデータは、特段の記載がない限り、2024 年 12 月 31 日時点（経年データは各年 12 月 31 日時点）の国内外法人の在籍従業員を対象としています。

従業員指標：ジェンダー構成	2021 年 12 月期			2022 年 12 月期			2023 年 12 月期			2024 年 12 月期		
	男性	女性	未回答	男性	女性	未回答	男性	女性	未回答	男性	女性	その他
従業員数	779			991			1055			1093		
従業員のジェンダー構成比率	58.1%	41.9%		56.4%	43.4%	0.2%	58.0%	41.8%	0.2%	56.0%	43.8%	0.2%
新卒採用のジェンダー構成比率※1	42.9%	57.1%		71.4%	28.6%		75.0%	25.0%		85.7%	14.3%	
中途採用のジェンダー構成比率※1	58.6%	41.4%		59.2%	40.5%	0.3%	63.0%	37.0%		54.1%	45.9%	
管理職のジェンダー構成比率※2	77.0%	23.0%		70.8%	29.2%		70.3%	29.7%		68.3%	31.7%	
上位職者のジェンダー構成比率※3	-	-		80.3%	19.7%		79.9%	20.1%		79.4%	20.6%	
執行役員のジェンダー構成比率	88.2%	11.8%		79.1%	20.9%		78.0%	22.0%		83.0%	17.0%	
取締役のジェンダー構成比率	87.5%	12.5%		84.6%	15.4%		93.3%	6.7%		100%	0%	
過去 1 年タイトルアップ比率※4	-	-		54.7%	59.3%		51.5%	53.6%		51.6%	49.2%	
ジェンダー別上位職者比率※3	-	-		22.1%	7.1%		23.3%	8.3%		25.8%	8.6%	
ジェンダー別上位職志望比率※5	-	-		-	-		-	-		63.1%	43.6%	100%
ジェンダー別管理職キャリア志望比率※5	-	-		-	-		-	-		38.7%	33.0%	0%
平均年収（円）※6	7,832,117	6,291,482		8,188,739	6,759,661		8,504,116	6,971,014		8,638,620	7,082,116	
育児休業取得率※7	59.4%	100%		65.8%	100%		65.9%	100%		61.4%	100%	
育児休業の平均取得日数※8	41.8	299.9		114.9	263.1		85.3	257.2		88.3	259.1	
育児休業からの復帰率※9	100%	100%		100%	100%		100%	100%		100%	100%	
育児休業後の定着率※10	-	-		-	-		-	-		82.1%	95.5%	
ワーキングベアレンツ比率※5	-	-		-	-		-	-		46.2%	38.3%	

※1 各年における1月1日～12月31日の入社従業員が対象。
※2 管理職とはチームリーダー以上を指す（執行役員を含む）。
※3 上位職とはジョブグレード6以上のことを指す。ユーザーベースでは「担当役員から任された事業課題に対しビジョンを描き、解決策を考え実行できる」人材をジョブグレード6と定義している。
※4 各年の1月1日時点在籍かつ各年の年末時点までに1回以上ジョブグレード（枝番含め）が上がった従業員の割合。
※5 2025 年 5 月に実施した組織サーベイの結果に基づく。
※6 各年支給実額（残業代等含む）を集計。ただし、途中入社および退職者は各年末時ジョブグレードの想定年収で計算。国内法人のみを対象に集計。
※7 各年の育児休業取得対象者の内に育児休業を開始した社員が対象。国内法人のみを対象に集計。
※8 各年中に育児休業を開始した従業員が対象（育児休業中の場合、終了予定日で算出）。国内法人のみを対象に集計。
※9 各年中に育児休業を終了した従業員が対象。国内法人のみを対象に集計。
※10 前年中に育児休業を終了した従業員の内、各年12月31日時点に在籍社員の割合。国内法人のみを対象に集計。

キャリア動向	2021 年 12 月期	2022 年 12 月期	2023 年 12 月期	2024 年 12 月期
中途入社比率※1	97.2%	97.5%	96.2%	94.3%
新卒入社比率※1	2.8%	2.5%	3.8%	5.7%
継続勤務年数	-	2 年 6 ヶ月	3 年	3 年 3 ヶ月
離職率※11	-	13.3%	14.1%	15.1%
従業員エンゲージメント	2021 年 12 月期	2022 年 12 月期	2023 年 12 月期	2024 年 12 月期
転職口コミサイトにおける会社評価※12 （）内の数字はインターネット業界平均値	4.47 上位 1% にランキング （3.37）	4.40 上位 1% にランキング （3.40）	4.29 上位 1% にランキング （3.44）	3.92 上位 1% にランキング （3.46）
従業員エンゲージメント調査における肯定的回答割合※13	85%	81%	79%	81%
従業員エンゲージメント調査回答率※13	98%	98%	98%	98%
持続的な働き方	2021 年 12 月期	2022 年 12 月期	2023 年 12 月期	2024 年 12 月期
リモートワーク実施率※14	100%	100%	99.5%	99.9%
平均残業時間※15	13:37	18:19	12:22	9:24
平均年次有給休暇取得日数※16	-	-	-	8.4
年次有給休暇取得率※16	56.1%	57.4%	62.7%	64.4%
ロングバケーション取得率※17	-	86.0%	88.4%	85.6%
Diversability※18	2021 年 12 月期	2022 年 12 月期	2023 年 12 月期	2024 年 12 月期
障害者実雇用率（人数）※19	2.13%（7）	2.04%（7）	2.89%（17）	2.40%（18）
グローバル人材	2021 年 12 月期	2022 年 12 月期	2023 年 12 月期	2024 年 12 月期
従業員の国籍・地域数	16	15	15	14
日本以外国籍従業員率	-	-	-	15.3%
グローバル経験のある従業員割合※20	-	-	-	29.9%
健康・安全	2021 年 12 月期	2022 年 12 月期	2023 年 12 月期	2024 年 12 月期
労働災害の発生件数	0	0	0	0

※11 各年期首時点の在籍従業員に対する期中退職者数の割合。
※12 ユーザーベースの企業ページ（OpenWork Inc.）☐を参照（2022 年 4 月、2023 年 7 月、2024 年 6 月、2025 年 6 月時点のデータ）。
※13 各年直近の「Qualtrics」が実施する組織サーベイ調査の回答結果（2022 年 1 月、2023 年 1 月、2024 年 2 月、2025 年 5 月のデータ）。肯定的回答割合の全社平均（正社員が対象）。肯定的回答比率とは、エンゲージメント調査の 5 段階評価（全くそう思わない・そう思わない・どちらでもない・そう思う・非常にそう思う）で上位 2 段階の回答の割合を示している。
※14 原則週に 5 日出社している従業員以外の割合。国内法人のみを対象に集計。
※15 各年時間外労働時間集計（所定労働時間超を集計、法定休日労働時間は含まず）。各年 12 月 31 日時点の在籍社員が対象。国内法人のみを対象に集計。
※16 年次有給休暇取得率は厚生労働省 ☐ の計算式に基づく。国内法人のみを対象に集計。
※17 ユーザーベースには、年次有給休暇とは別に、7 日間連続した休暇を年 2 回取得可能な「ロングバケーション（LV）制度」がある。10 月以降入社の従業員は試用期間中で原則使用できないため対象外。国内法人のみを対象に集計。
※18 Diversability（ダイバースアビリティ）：「diverse（多様な）」+「ability（能力）」の造語。「障害に対するイメージをコミュニティーの力によって再構築していく」という活動をしているコミュニティ「Diversability」☐から拝借
※19 各年 12 月 31 日時点の（株）ユーザーベース在籍従業員が対象。
※20 2025 年 5 月に実施した組織サーベイの結果に基づく。「グローバル経験」とは、以下のいずれかに相当することを指す：①自分自身が日本以外の国の出身、もしくはミックス・オリジンである、②自分の出身国と異なる出身国の同居家族がいる、③出身国以外での海外長期滞在（1 年以上）の経験がある。

ガバナンス（Governance）

研修の受講状況 ※1, 2		2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期
情報セキュリティ研修	研修回数	1	1	1	1
	受講率	100%	100%	100%	98.5%
コンプライアンス研修	研修回数	1	1	1	1
	受講率	100%	100%	100%	99.2%
コンプライアンス状況		2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期
苦情の件数	内部通報の件数	2	3	3	2
	「もやもやよろず相談窓口」の相談件数 ※3	-	7	3	21

※1 研修回数は、ユーザベースグループの全社員を対象とした全社一斉研修の回数であり、入社時に受講する研修においては除外。
※2 2023年以前は、受講期限を徒過したものも含む受講率。2024年は受講期限内の受講率。正社員・契約社員のみが対象。
※3 2022年に発足された、内部通報制度は少し数居が高いが、身近なモヤモヤを抱えている時に実名で気軽に相談できる窓口。

環境（Environment）

CO ₂ 排出量	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期
SCOPE 1 (kg-CO ₂) ※1, 2	0	0	0	0
SCOPE 2 (kg-CO ₂) ※1, 3, 4	65,030	87,574	186,750	143,736
SCOPE 3 (kg-CO ₂) ※5	-	-	-	363,053
カテゴリ 1：購入した製品・サービス (データセンター利用に伴う排出量)	-	-	-	125,041
カテゴリ 6：出張	-	-	-	9,620
カテゴリ 7：雇用者の通勤	-	-	-	59,783
カテゴリ 11：販売した製品の使用	-	-	-	168,609
総CO ₂ (SCOPE1+2+3) 排出量 (kg-CO ₂)	65,030	87,574	186,750	631,829
電力使用量 ※1	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期
電気使用量 (kWh)	132,986	179,087	381,902	293,938
再生可能エネルギー使用量 (kWh) ※6	3,990	131,868	381,902	293,938
再生可能エネルギー使用率 (%) ※6	3.0	73.6	100.0	100.0
水消費量 ※1	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期
水消費量 (m3)	10	135	455	551

※1 対象は東京本社オフィスのみ (2021年1月～12月と2022年1月～6月：TRI-SEVEN ROPPONGIの3Fと13F、2022年7月以降：三菱ビルの1Fと2F)。
※2 SCOPE 1 はオフィスにおけるガス直接使用にかかる二酸化炭素排出量。
※3 SCOPE 2 はオフィスにおける電気使用にかかる二酸化炭素排出量。
※4 SCOPE 2 のCO₂排出係数は2024年度の東京都環境確保条例の排出係数0.489で計算。
※5 SCOPE 3 は、SCOPE 1 及びSCOPE 2 以外のバリューチェーン全体におけるGHG 排出量。2024年から段階的に開示。
※6 再生可能エネルギー使用量・率は、オフィスが入居しているビルの電気料金プランに基づいて計算。



■ ユーザーベースのサステナビリティレポートはARC AwardsでBest of Category受賞およびLICCで入選

ユーザーベースの『サステナビリティレポート2023』が、世界最大の
アニュアルレポートコンテストARC AwardsにてBest of Category
を受賞しました（対象カテゴリー：PDF Version of Specialized
Annual Reports / International）。
また、『サステナビリティレポート2024』が、革新的なアーティ
ストやデザイナーの国際的プラットフォームとして知られるLondon
International Creative Competition (LICC) でOfficial Selection
に選出されました。

■ NewsPicks、2年連続で「女性が使うニュースサービスNo.1」を獲得

ソーシャル経済メディア「NewsPicks」は、女性が使うニュースサ
ービスにおいて利用時間No.1※1を獲得したことをお知らせします。ま
た、34歳の若手利用層においても利用時間No.1を獲得しました※2。
「新しい視点を集めて、経済の未来をひらく」をミッションに掲げ
るNewsPicksでは、多様な言論空間の醸成を目指し、ジェンダー
平等の施策にも取り組んでいます。

※1 Mobile NetView 2024年10月度Android+iOS Smartphoneパネル、ブラウザ・
アプリ属性「女性」、カテゴリ「ニュースと情報」、サブカテゴリ「専門情報・ニュー
ス」における月額有料コースがあるニュース・情報サービスの中で総利用時間1位。
※2 Mobile NetView 2024年10月度Android+iOS Smartphoneパネル、ブラウザ・
アプリ属性「34歳以下」、カテゴリ「ニュースと情報」、サブカテゴリ「専門情報・
ニュース」における月額有料コースがあるニュース・情報サービスの中で総利用時
間1位。



■ Uzabase Sri LankaはGreat Place to Workとして認定

当社のスリランカ拠点、Uzabase Sri Lanka は2024年 に、Great Place to
Workによる「働きがいのある会社ラン
キング」ベスト15に2年連続で選出され
ました。
これからも多様性を大いに浸透させ
て、互いに助けあう職場文化を醸成
し、最高に働きやすい会社を目指します。

■ 「スピーダ スタートアップ情報リサーチ」
日本ベンチャーキャピタル協会より2024年度のJVCA 賞を受賞

スピーダ スタートアップ情報リサーチ（旧：INITIAL）は、2024年7月
12日に日本ベンチャーキャピタル協会（以下、JVCA）よりJVCA 賞を受
賞しました。
スピーダ スタートアップ情報リサーチは、2012年のサービス開始以
来、スタートアップ企業の情報をオープンにし、VC/CVCに関するデー
タを整理・発信してきました。スタートアップ業界内外の意思決定への
貢献が評価され、今回の受賞となりました。

■ NewsPicks、JIMA インターネットメディアアワード2025
「広告・オウンドメディア部門」を受賞

NewsPicksの特集企画「ハイパーハイプ ロンジェビティレポート」
が、日本インターネットメディア協会（JIMA）主催の「インターネット
メディアアワード2025」広告・オウンドメディア部門を受賞しました。
本アワードは、信頼性の高い情報発信と社会貢献、そしてメディ
アイノベーションを評価・表彰する賞です。今回の受賞で、企業と
メディアの協業による独自性と創造性が高く評価されました。



■ ISO/IEC 27001 認証

当社グループでは、情報セキュリティ
の基本要素である「情報の機密性、
完全性及び可用性」を継続的に維
持・改善し、リスクを適切に管理す
るための組織マネジメント及びシス
テム運用の実現のため、ISO/IEC
27001(情報セキュリティマネジメント
システム (ISMS)) の認証を取得・維
持しています。



サービス紹介

スピーダ

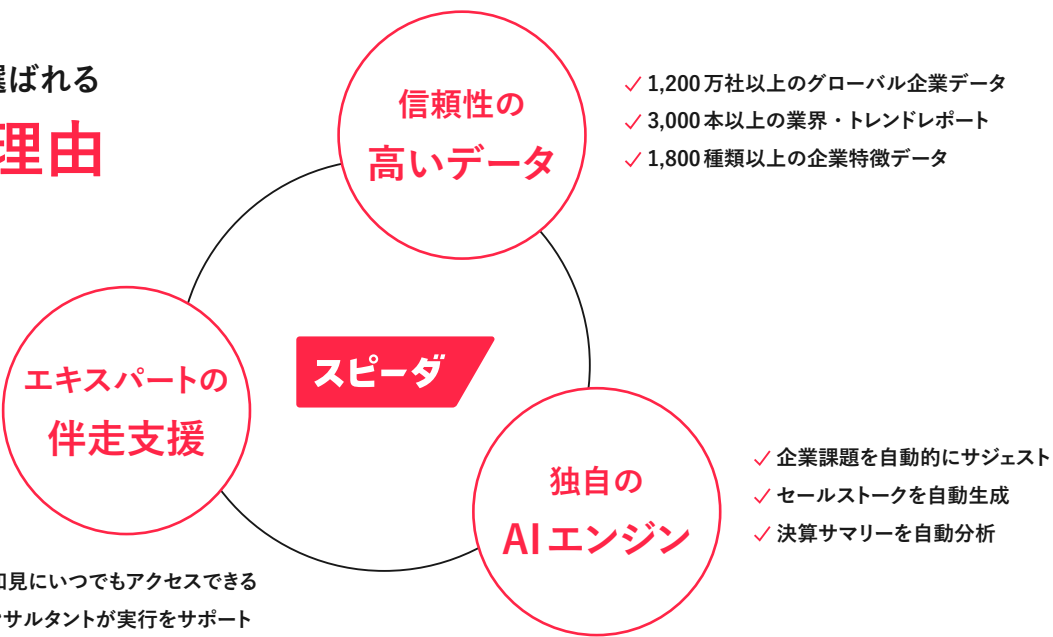
スピーダ

Our Mission

経営のスピードを上げる

世界中の経済情報にワンストップでアクセスできる情報プラットフォームです。独自の経済情報基盤とAIを掛け合わせ、経営企画・事業開発・研究開発・法人営業・マーケティング領域で、調査・分析、ターゲティングなどの業務を飛躍的に効率化します。

スピーダが選ばれる
3つの理由



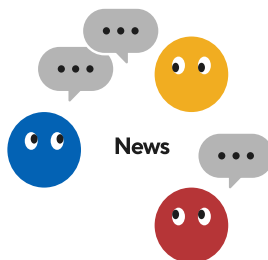
NewsPicks

Our Mission

新しい視点を集めて、経済の未来をひらく

誰かの視点は、他の誰かにとって常に新しい。自分にはなかった視点に出会うことで、小さな興味が生まれ、好奇心が育ち、活力が湧く。その活力はやがて経済の未来を形作っていきます。私たちは、世界中から多様な視点が集まり、一人ひとりに未来のきっかけが生まれる場をつくります。

NewsPicksに集まる
3つの視点



ユーザー・会員数
約1,100万人※
※2025年6月末時点

Curation 提携メディアの視点

国内外の提携メディアの記事を日々配信しています。キュレーターが厳選した「今日のニュース」で、その日の重要ヘッドラインを短時間でキャッチアップしましょう。お気に入りメディアをフォローすれば毎日のチェックに活用できます。

Contents NewsPicksの視点

NewsPicksオリジナルコンテンツは、ビジネスパーソンが知っておくべき世界のビッグ 이슈を捉え、動画やインフォグラフィックスなども交えてお届けします。また、海外クオリティメディアの厳選記事も独自翻訳しています(プレミアム会員限定)。

Comment みんなの視点

News is not always black and white. (ニュースには多様な捉え方がある)。NewsPicksのシマウマロゴに込めた想いです。専門家による解説や業界の声など、質の高い読者コメントが集まることで、ニュースを俯瞰することができます。



MIMIR

MIMIR [🔗](#)

「経験知に価値を与える」をミッションに掲げ、エキスパートネットワーク「NewsPicksExpert」や、専門家の知見を意志決定に活かす法人向けサービス「スピーダ エキスパートリサーチ」の開発・運営を行っています。

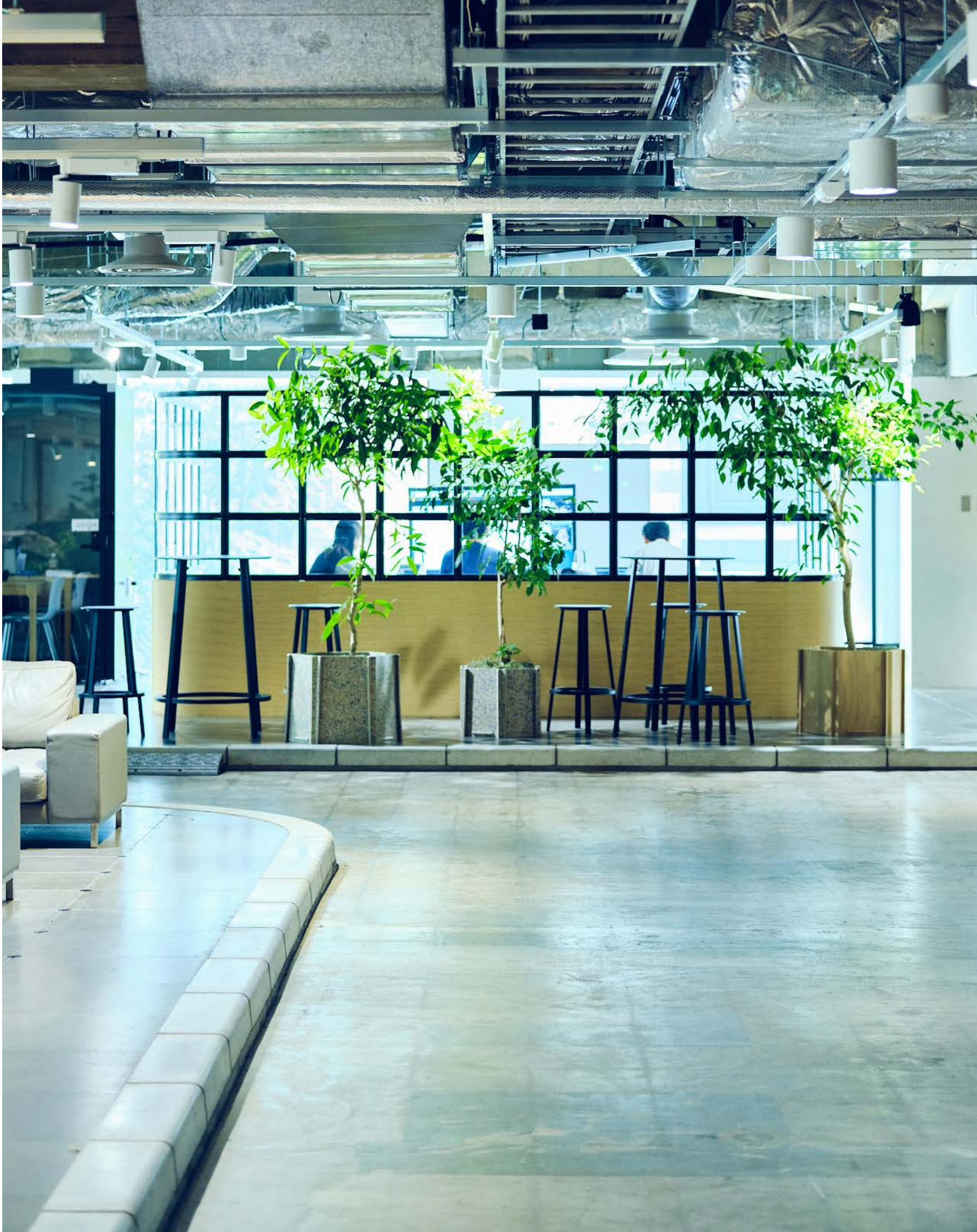
関連するマテリアリティ：
[人の知見を循環させる](#) [🔗](#)

UB Datatech

UB Datatech [🔗](#)

ユーザベースとプロトソリューションのジョイントベンチャーです。経営のスピードを上げる情報プラットフォーム「スピーダ」と接続して、多種多様な経済情報を取得・整理し、タイムリーかつ高品質なデータを組成しています。

関連するマテリアリティ：
[テクノロジー・カンパニー](#) [🔗](#)
[持続的なデータ・コンテンツマネジメント](#) [🔗](#)



Credits

CREATIVE DIRECTOR
犬丸 イレナ

EXECUTIVE EDITOR
リリヤ モルチャノワ

ART DIRECTORS
犬丸 イレナ
古賀 裕一郎

DESIGNER
石丸 けい

PHOTOGRAPHER
木村 文平

EDITORS
菅原 弘暁
石川 香苗子

LOCALIZATION
ローラ ウェイクフィールド
リン オールモン

UZABASE

社名
株式会社ユーザベース

所在地
〒100-0005 東京都 千代田区 丸の内2-5-2 三菱ビル

お問い合わせ先
ユーザベース広報 / pr@uzabase.com

ウェブサイト
www.uzabase.com

SNS 情報
x.com/uzabase
facebook.com/uzabase
linkedin.com/company/uzabase
instagram.com/uzabase_official