



株式会社 unerry
(東証グロース：5034)

2025年6月期 通期 決算説明資料

2025年 8月



サマリー

主要トピックス

通期業績

- リカーリング売上高が順調に積み上がり、**売上高 37.2億円 (YoY +31%)**でほぼ業績予想通り
- 粗利/間接原価改善・繰延税金資産の追加計上により利益率が向上し、**当期純利益 3.3億円**と業績予想を**239.5%達成** (YoY +386%)。ROE 18%へ

事業進捗

- リテールDX事業： 各種拡張したサービスのクロスセルで高単価を維持しつつ安定成長
- リテールメディア事業： 連携小売や配信ID数の増強で商品力を強化し、引き続き高い成長率を見込む
- スマートシティ事業： 自治体・公共交通事業者連携が30都道府県に拡大
- グローバル事業： クロスボーダーにサービスを拡大し、売上高が成長路線へ

業績予想

- **売上高 50億円** (+34%)、**営業利益 5億円** (+60%)、**当期純利益 4億円** (+21%)、**ROE 19%**を目指す
- 今期増えた新規顧客のリカーリング顧客化、売上高増に伴う間接原価・販管費率改善を着実に進める

INDEX

1. unerryとは

- 2. 2025年6月期 通期実績
- 3. 事業別業績・トピックス
- 4. 2026年6月期 業績予想
- 5. 中期成長戦略の進捗状況

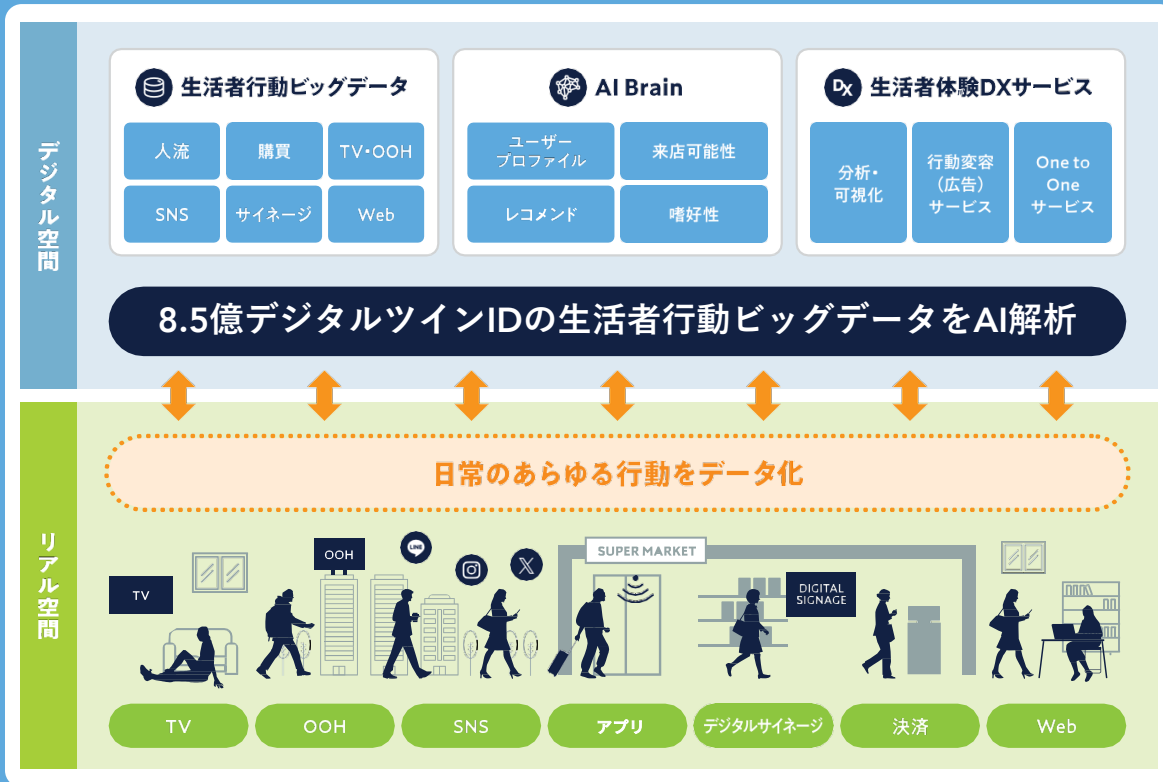
Appendix

- └ IR体制の整備状況
- └ 2025年6月期 第4四半期実績
- └ 財務情報

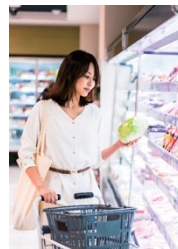


Beacon Bank

リアル・デジタル空間の生活者のあらゆる行動を、8.5億デジタルツインID※でデータ化し多くの業界・地域のDXを支援するサービスを展開するプラットフォーム



小売・外食・メーカー



#リテールDX #ショッパー分析
#広告配信 #リテールメディア
#TV・CTV効果計測 #出店戦略

あらゆる場所の来店データに基づき、商圏・ショッパー・競合分析やデータを活用したデジタル集客・販促施策のプランニング、広告配信、来店計測を提供。
購買データをかけ合わせたメーカーのプロモーションや統合マーケティングも強み。

自治体・交通・観光・不動産



#観光促進 #オーバーツーリズム対策
#EBPM #モビリティ #防災・減災
#OD調査 #市街地活性化 #都市OS

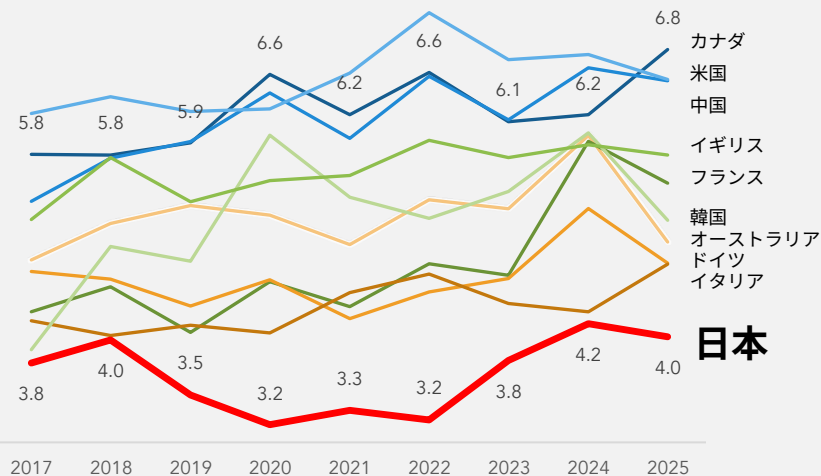
どんな人がどこにいて、どのような移動ニーズがあるかを明らかにし、モビリティ施策のプランニングや評価を実施。デジタルツインに向けたデータ提供も可能。
渋滞や混雑度の評価、エリア分析により観光ニーズを抽出しプロモーションを展開。

※主要モバイルアプリに位置情報技術を提供してユーザー同意の下で蓄積するGPSデータ・ビーコンデータ（個人関連情報）。8.5億IDは最大リーチ可能なID数（2025年6月末時点）でユーザー重複あり

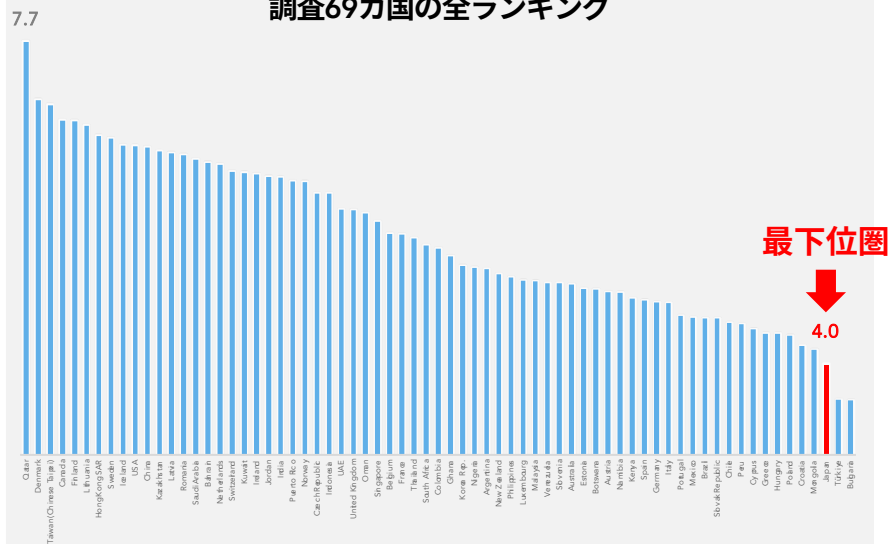
ビッグデータで日本は出遅れたが、世界で一番「変わる余地」がある

IMD競争力ランキング2025【ビッグデータの分析活用】

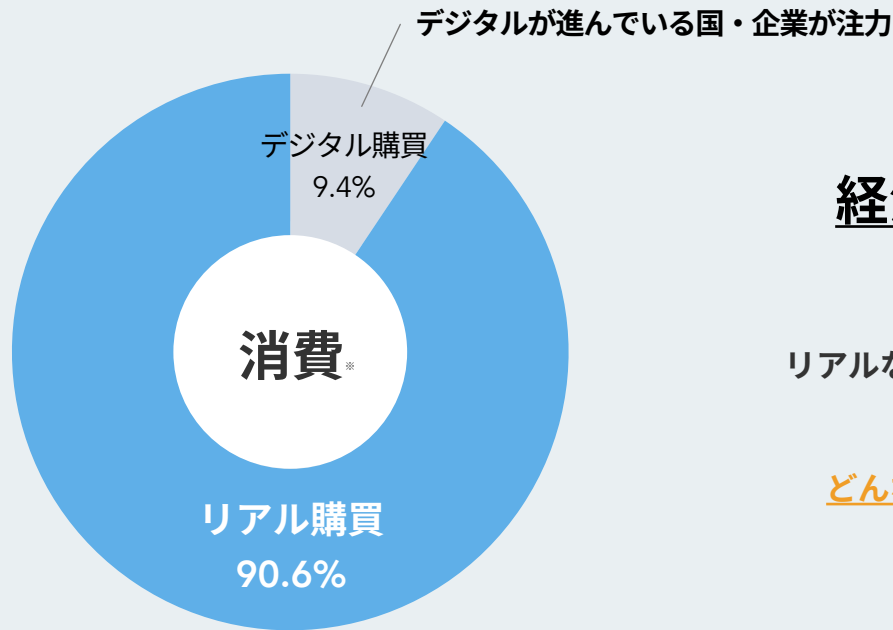
10段階評価の主要国推移



調査69カ国の全ランキング



unerryが解決する課題



経済活動の9割はリアル

リアルな社会の多くがデータ化されておらず、

どんな人が・どこにいて・

どんな需要があるかすらわからない状態

になっている

1. unerryとは

デジタル・リアルを融合させた生活者行動ビッグデータであらゆる産業のデータ支援を展開

人流ビッグデータ

合計8.5億IDのGPS・ビーコンデータによる
屋外と屋内の行動を把握可能な網羅的な人流データ

屋外

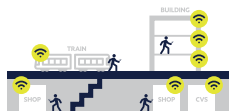
屋外・路面店



GPSでカバー

屋内

ビル内・地下・電車など



Bluetoothビーコンでカバー

ユーザー数

約8.5億IDのアプリユーザー

(150以上のアプリ・特定の個人を識別しない許諾済みデータ)

エリア

日本・アメリカ・カナダ

(台湾・韓国・タイ・ベトナム・インドネシア・シンガポール・マレーシアも可)

生活者行動ビッグデータ

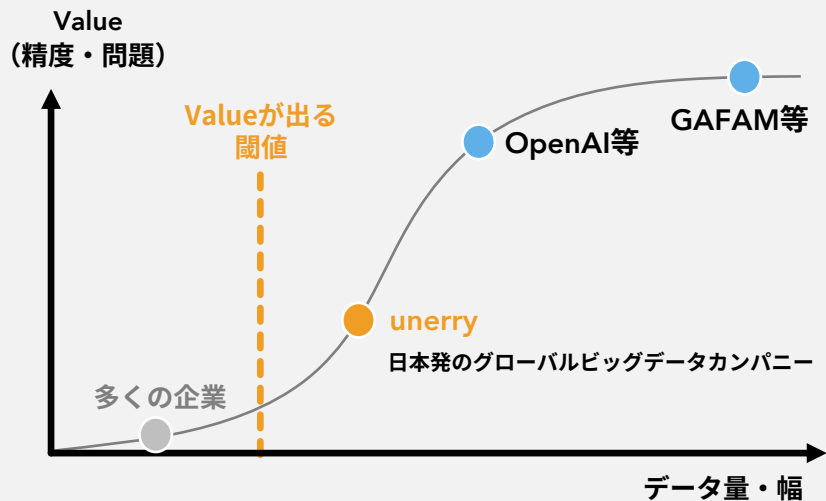
8.5億IDの人流ビッグデータを核に、さまざまな生活者データと連携・意味付けし、
デジタル・リアルを融合した統合的な顧客理解を実現。



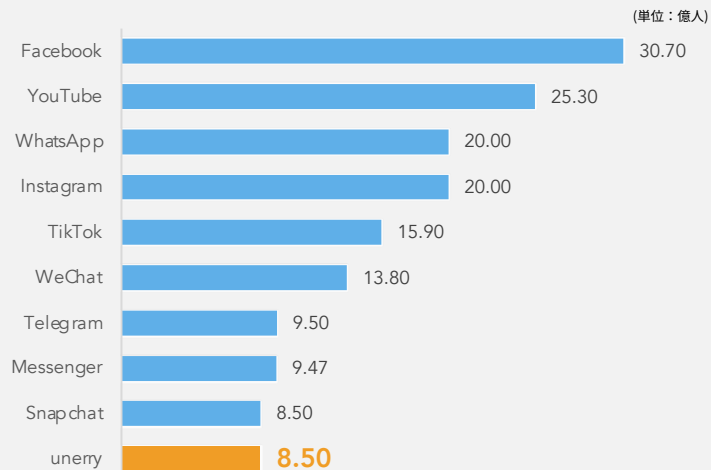
1. unerryとは

価値の閾値を超えた日本発のグローバルTOP10ビッグデータカンパニー

ビッグデータ保有による今後の拡大期待



アクティブユーザー数比較(世界) ※1



※1 ... Digital 2025: Global Overview ReportからSunerry編集部。unerry以外は自社アプリ等を利用するアクティブユーザー数、unerryは自社技術が組み込まれている他社アプリ等を通じて取得したデータの2025年1-6月時点におけるアクティブユーザー数

提供サービス

生活者行動ビッグデータを活用し、
分析・可視化サービス、行動変容サービス、One to Oneサービス を提供



1. unerryとは

Beacon Bankの主要数値（2024年6月→2025年6月）

ユーザーID数

うち国内は2.4億IDと圧倒的な規模を達成

4.2 億 → 8.5 億

アプリ等を通じて取得したデータの2025年1-6月時点におけるアクティブユーザー数。
最大リーチ可能なID数で重複あり

年間データ量

大企業や官公庁を圧倒的に上回る超ビッグデータ

1.0 兆件 → 1.9 兆件

アプリ等を通じて取得したデータの2025年1-6月時点における月間平均ログ件数

連携アプリ数

優良な連携アプリの確保に成功

120 アプリ → 150 アプリ

unerryの位置情報技術を導入し、2024年7月～2025年6月の期間にアクティブユーザーが存在したアプリ

登録ビーコン数

大手企業へのビーコン設置・登録が進展

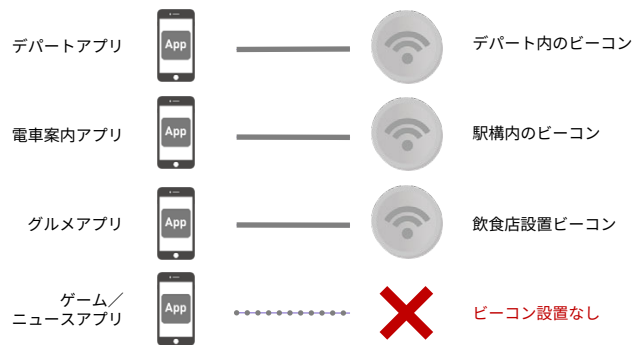
217 万個 → 225 万個

2025年6月時点でBeacon Bankに登録されているビーコン数

プラットフォームの独自技術

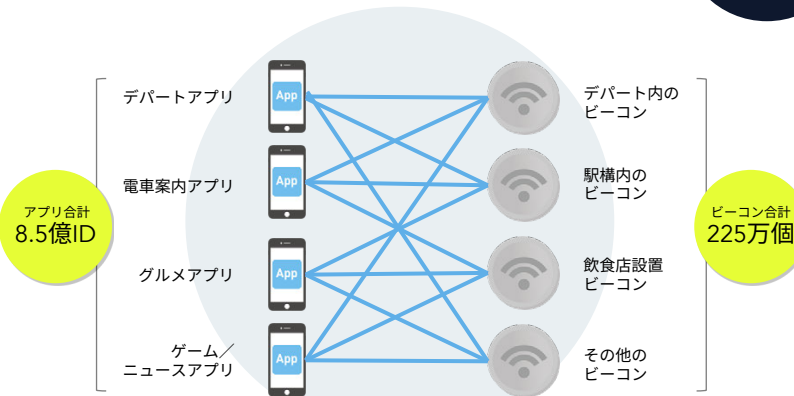
各社保有のビーコンをシェアするビーコンネットワークを構築 根幹技術の特許を「日本・米国・中国」で保有

これまで



アプリとビーコンが1:1の関係に留まっており
利用可能数が少ない

Beacon Bank による解決



ビーコン登録により大規模ネットワーク構築を行い
広範なビーコンデータを取得可能に

日・米・中
で技術特許
取得済¹

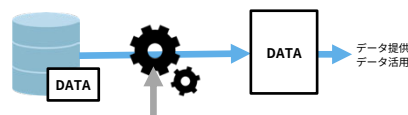
プライバシーへの対応

特定の個人を識別しない+同意されたデータを利用することでプライバシーに配慮した取り扱いを実施

情報の取り扱い

人流データ（広告ID・緯度経度・反応ビーコンID・時刻）単体では、特定の個人を識別することを行わない 個人関連情報※1。

またプライバシー保護のため、統計データ化や少数サンプルの秘匿加工処理等を行い、安全性を高めている。



秘匿加工処理

暗号データ化／統計データ化／
センシティブなデータの排除／少数サンプルの秘匿処理

人流データの取得方法

SDKが組み込まれたアプリを経由し、データ活用（利用規約／プライバシーポリシー）に同意されたユーザーのGPSやビーコンデータを蓄積。

またユーザ自身でデータを追加で取得されないようにできる仕組み（オプトアウト）も提供。

改正電気通信事業法（外部送信規律）にも対応。

利用規約に同意済みユーザのデータのみ利用

ユーザー自身でデータ取得されないよう
設定可能（オプトアウト）

ロケーションプライバシー 認定制度の取得



LPマーク

位置情報業界団体LBMA Japanの共通ガイドラインに準拠し、プライバシーに配慮した適切なガバナンスを行っていることが、客観的な審査により認められる組織に対して付与される制度。

unerryでは、2022年10月に認定取得。

※1... 個人情報保護法においては以下のように定義「生存する個人に関する情報であつて、個人情報、仮名加工情報及び匿名加工情報のいずれにも該当しないもの」

1. unerryとは

unerryが実現している世界



✓ お店に入ったら受け取るクーポン

✓ 駅で受け取る今日のニュース

✓ レストランで貯まる来店スタンプ

✓ 今日の特売やセールス

unerryの技術 が
支えています

1. unerryとは

unerryが実現している世界



✓ いつも行く店は何時が混んでいる？

✓ 駅の人出はどれくらい増えた？

✓ どんな観光客がどこに行く？

✓ 競合店舗はどんなお客様が来ている？

unerryのデータ が
支えています

1. unerryとは

unerryが実現している世界



✓ 自宅に届くチラシやDMが減った

✓ 食べたかった商品の情報が届いた

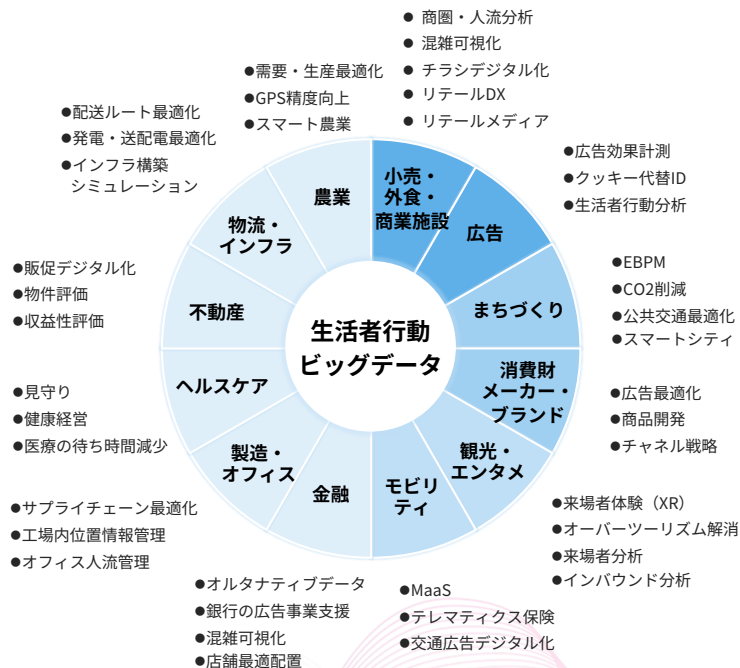
✓ 新しいバス停が自宅の近くにできた

✓ エアコンが強いお店が適温になった

unerryのAI が
支えています

1. unerryとは

unerryが実現している世界



商業施設

アプリユーザー売上高向上

10% ↑

自動車ディーラー

自動車販売向上

25% ↑

ビールメーカー

ビール日販向上

33% ↑

コンビニエンスストア

少額保険商品前年対比

700% ↑

携帯キャリア

来店数向上

10% ↑

レジャー施設

来店客数向上

2% ↑

飲料メーカー

機能性ヨーグルト売上高向上

250% ↑

アパレル

新店舗集客

11% ↑

ファミリーレストラン

アプリユーザーの来店頻度

400% ↑

コスメメーカー

キャンペーン申し込み向上

600% ↑

ホームセンター

チラシ商品売上高向上

240% ↑

スーパーマーケット

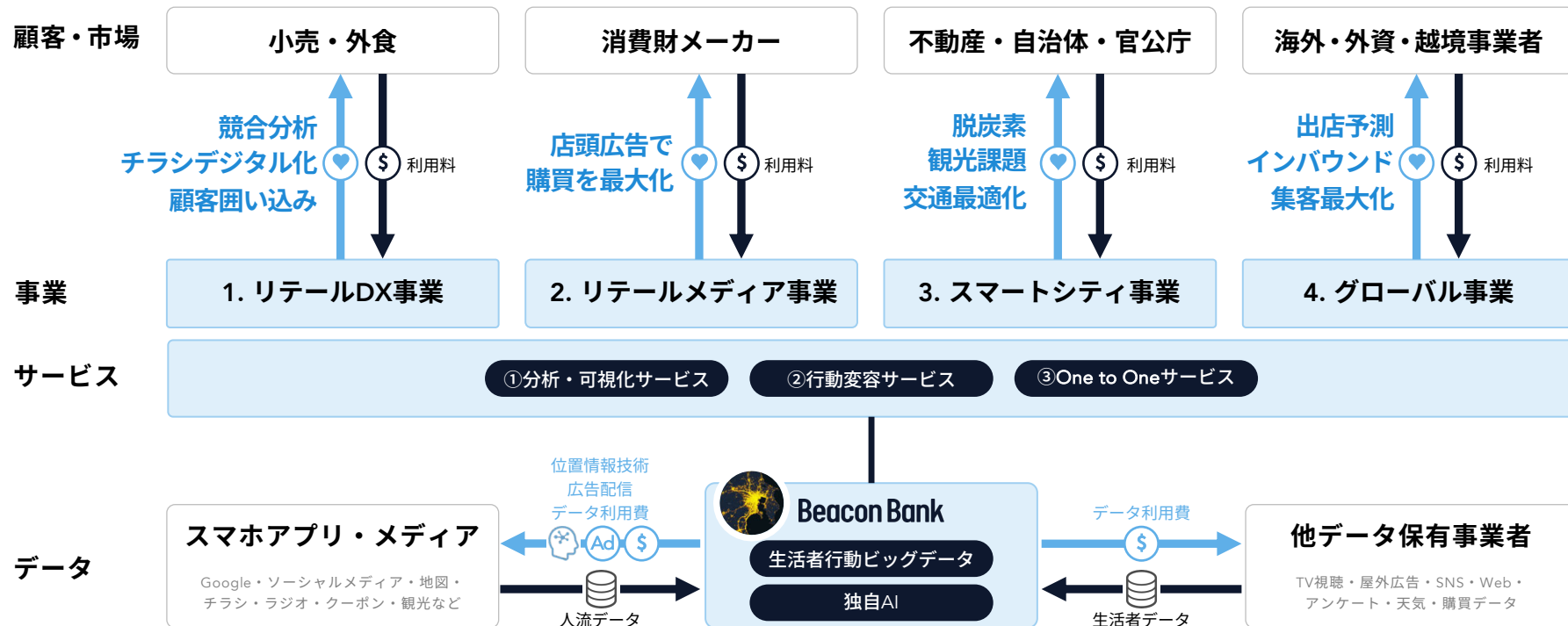
アプリユーザーの月間客単価

16% ↑

unerryのヒトとサービスが支えています

ビジネスモデル

生活者行動ビッグデータに基づく3サービスを各業界の課題解決に最適化して展開



ビジネスモデル：リカーリングを生み出す収益モデル

分析・可視化とOne to Oneは1年契約、「行動変容」は店舗数に応じた収益モデル

①分析・可視化サービス

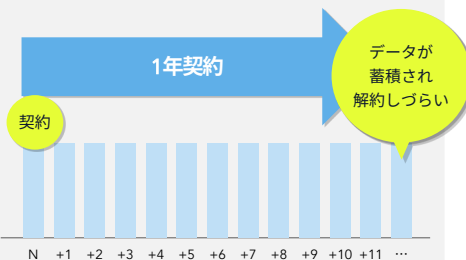
クロスセル

②行動変容サービス

クロスセル

③One to One サービス

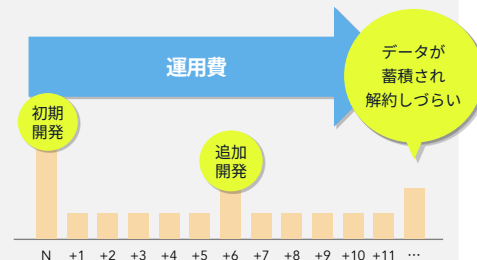
- 「ショッパーみえー」はSaaSサービスであり、月次収益が発生
- 1年契約が基本



- 紙チラシ集客をデジタル化
- 店舗設置のビーコンで来店数等の広告効果を測定、より効果の高い広告につなげるPDCA※2サイクルを実現



- DX需要に応じたサービスで、アプリ等のシステム開発及び運用費
- 初期開発以降は運用費（1年毎契約）として毎月収益が発生



主要指標

(2025/6期)

リカーリング売上高比率

87 %

リカーリング顧客単価

23 百万円

リカーリング顧客数

140 社

NRR※3

116 %

※1...4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業をリカーリング顧客とする。2024年6月期より、代理店経由のサービスユーザーがリカーリング顧客条件に該当する場合は、当該ユーザーをリカーリング顧客としてカウント。 ※2...Plan→Do→Check→Actの4段階を繰り返して業務を継続的に改善する方法

※3...ネットレベニューリテンションレート（前年度以前に獲得したリカーリング顧客の当期売上高）÷（当該顧客の前期末売上高）

ビジネスモデル：リカーリング顧客の顧客単価が130倍以上となる例も

- 少ない店舗数ではじめ、店舗数拡大のアップセルや、行動変容・One to One等をクロスセルすることで大幅に顧客単価が向上。



1. unerryとは

電気・ガス・水道のように使われるグローバルインフラへ

差別化ポジション

SNS
サービス

垂直型

携帯
キャリア

垂直型

プラット
フォーマー

垂直型

メディア
アプリ

垂直型

小売・外食
アプリ

垂直型

EC
サービス

垂直型

...

全プラットフォームと連携し、
多くの事業者から当たり前のように使われるグローバルデータインフラを構築

「電気・ガス・水道・unerry」

1. unerryとは

市場規模：全事業の対象市場は今後も飛躍的成長が見込まれる

リテールDX市場

- 産業・業務のスマート化・DX化が世界的に拡大

(日本) リテールテック市場 ※1

155%



(世界) スマートリテール市場 ※2

500%



リテールメディア市場

- サードパーティCookie規制
- リアル・ネットの融合

(日本) リテールメディア市場 ※3

184%



(世界) リテールメディア市場 ※4

176%



スマートシティ市場

- 都市集中によるエネルギー・交通問題
- 通信・センサー・データ技術の向上

(日本) 行政DX・スマートシティ市場 ※5

590%



(世界) スマートシティ市場 ※6

423%



357%



※1. 株式会社富士経済「リテールテック関連機器・システム市場の将来展望 2019」の小売、外食、宿泊業向け機器、システムとサービスの2030年市場規模
※2. Smart Retail Market, By Solution, By Technology, By Application, By Geography(2025-2030) 1ドル150円として換算

※3. 株式会社CARTA HOLDINGS「リテールメディア広告市場」2025年1月
※4. Market Research Intellect「Retail Media Networks Market Size By Product, By Application, By Geography, Competitive Landscape And Forecast」September 2024 1ドル150円として換算

※5. KPMG「2030年市場展望と人材要件：行政（行政DX・スマートシティ（都市IO）」
※6. market.us「Global Smart City Market Size, Share, Statistics Analysis Report By Application」1ドル150円として換算

INDEX

1. unerryとは

2. 2025年6月期 通期実績

3. 事業別業績・トピックス

4. 2026年6月期 業績予想

5. 中期成長戦略の進捗状況

Appendix

└ IR体制の整備状況

└ 2025年6月期 第4四半期実績

└ 財務情報



業績サマリー

売上高は予想通り、利益率改善により営業利益・当期純利益は大幅増でROE18%へ

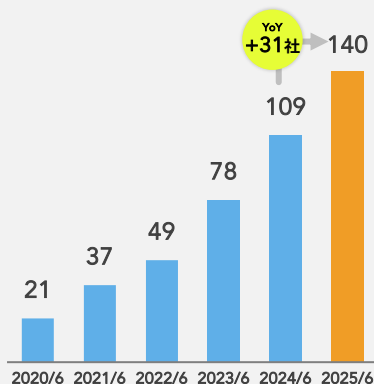
前期比較				
(単位：百万円)	2024年6月期	2025年6月期	増減率	当初業績予想 達成率
売上高	2,834	3,726	+31 %	99.5 %
売上総利益	1,065	1,464	+37 %	107.6 %
営業利益	179	311	+74 %	129.7 %
当期純利益	68	331	+386 %	239.5 %
ROE	5 %	18 %	+13 pt	+10 pt

売上高：リカーリング売上高

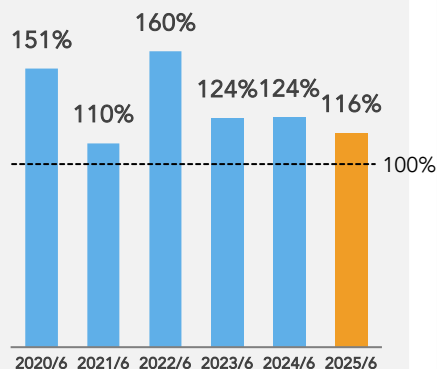
- リカーリング顧客数は、YoY +31社の140社と堅調に増加。
- クロスセル×アップセルが堅調で、高い年間顧客単価を維持。

リカーリング顧客数^{*1}

(単位：社)



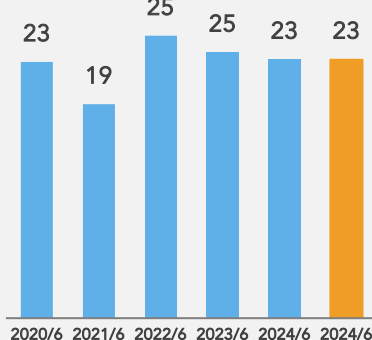
NRR^{*2}



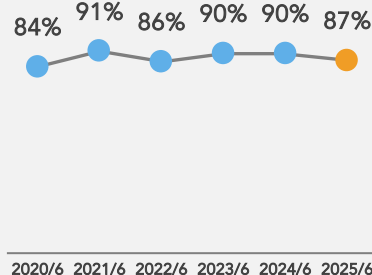
リカーリング年間顧客単価

取引が長い顧客の客単価は高く、新規はまだ低いため平均は横ばい

(単位：百万円)



リカーリング売上高比率

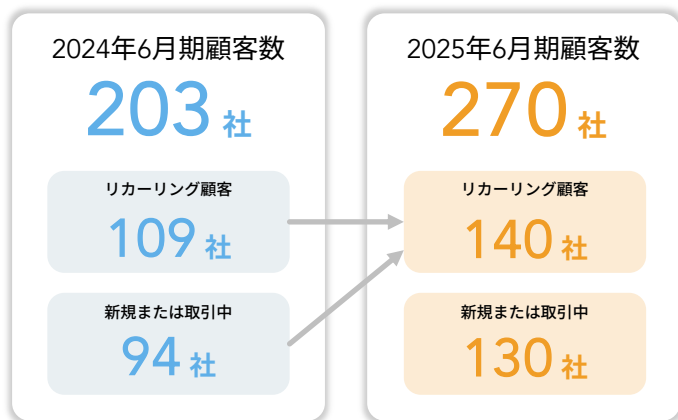


※1 ... 4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業をリカーリング顧客とする。2024年6月期より、代理店経由のサービスユーザーがリカーリング顧客条件に該当する場合は、当該ユーザーをリカーリング顧客としてカウント。
 ※2 ... ネットレベニューリテンションレート (前年度以前に獲得したリカーリング顧客の当期売上高) ÷ (当該顧客の前期末売上高)

売上高：獲得年次別（積み上がり）

- 毎年の新規顧客がリカーリング顧客に堅調な割合で転換しており、リカーリング売上高が着実に積み上がっている。
- 各年で獲得した顧客からの売上高が経年で増加する収益構造が安定的な成長を支える（⇔一般的な企業では解約等により経年で減少）。

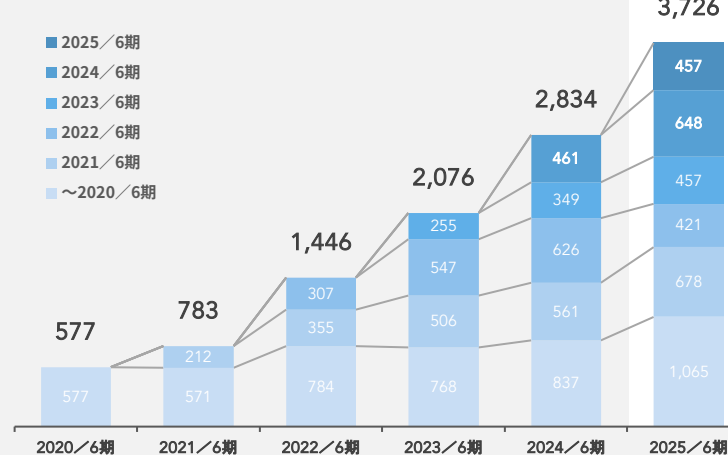
リカーリング顧客への転換メカニズム



売上高 年次コホート※

（単位：百万円）

■ 2025/6期
■ 2024/6期
■ 2023/6期
■ 2022/6期
■ 2021/6期
■ ~2020/6期



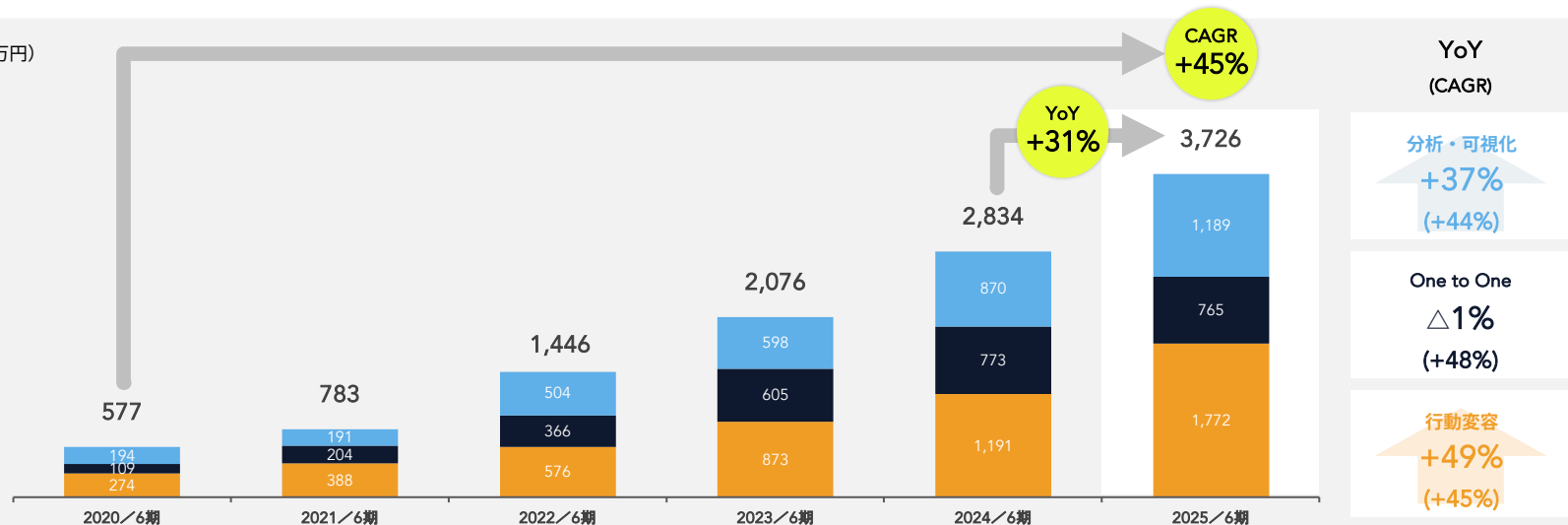
各年で獲得した顧客からの売上高が経年で増加

売上高：サービス別

- 分析・可視化サービスは、リテールDX、スマートシティ、グローバル事業がそれぞれ牽引し、計画以上に伸長。
- 行動変容サービスは、リテールDX、リテールメディア事業が牽引し、YoY +49%と最も大きく伸長。

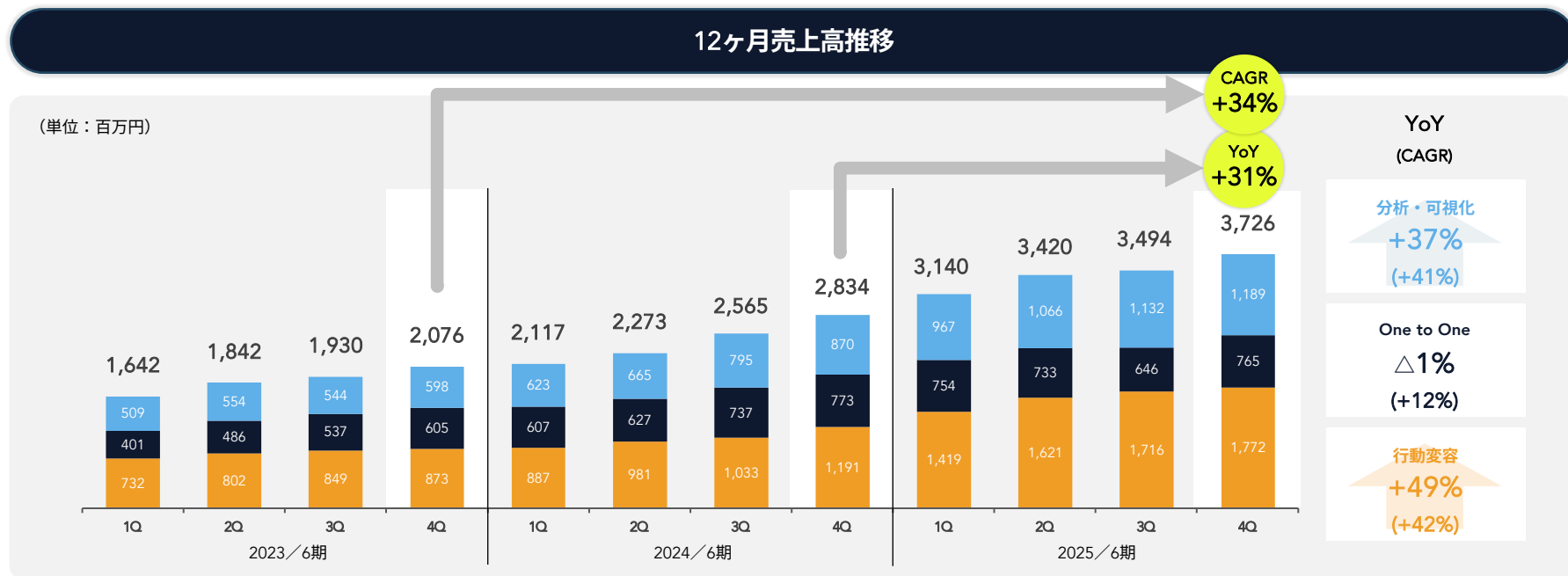
年度推移

(単位：百万円)



売上高：12ヶ月売上高

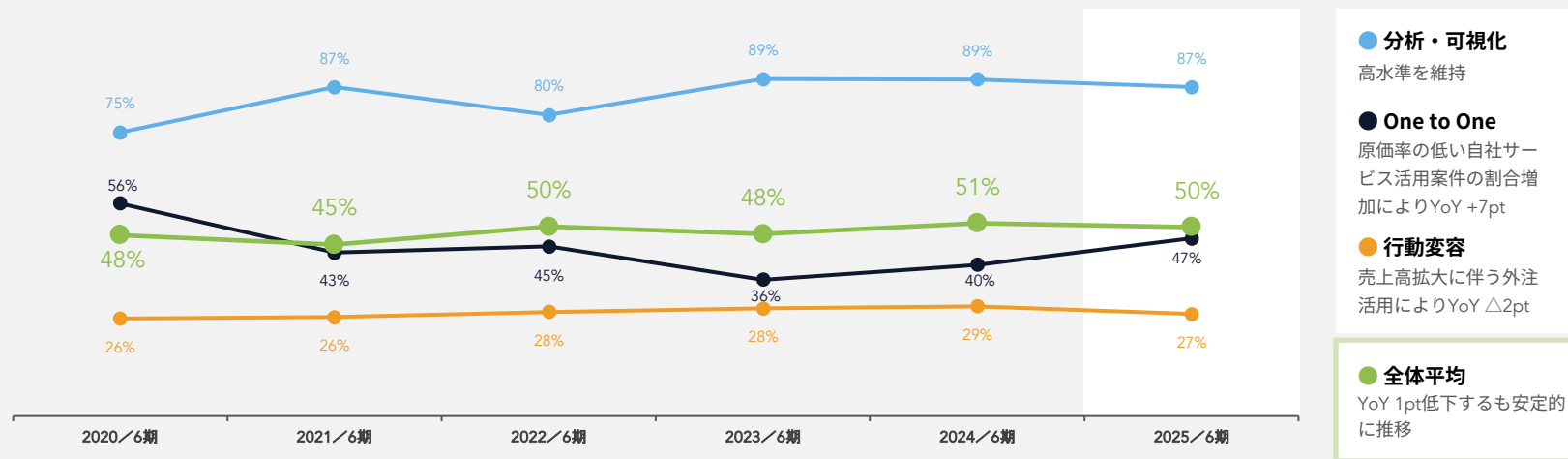
- 売上高の季節性を除外して成長度を適切に確認できる12ヶ月売上高※でみると、分析・可視化サービスおよび行動変容サービスが大きく伸長し、全体でYoY +31%増加。



粗利率（売上高 - 直接原価 ※）

- サービス別の売上高ミックスと粗利率増減による変動はあるものの、全体で50%と安定的に推移。

年度推移

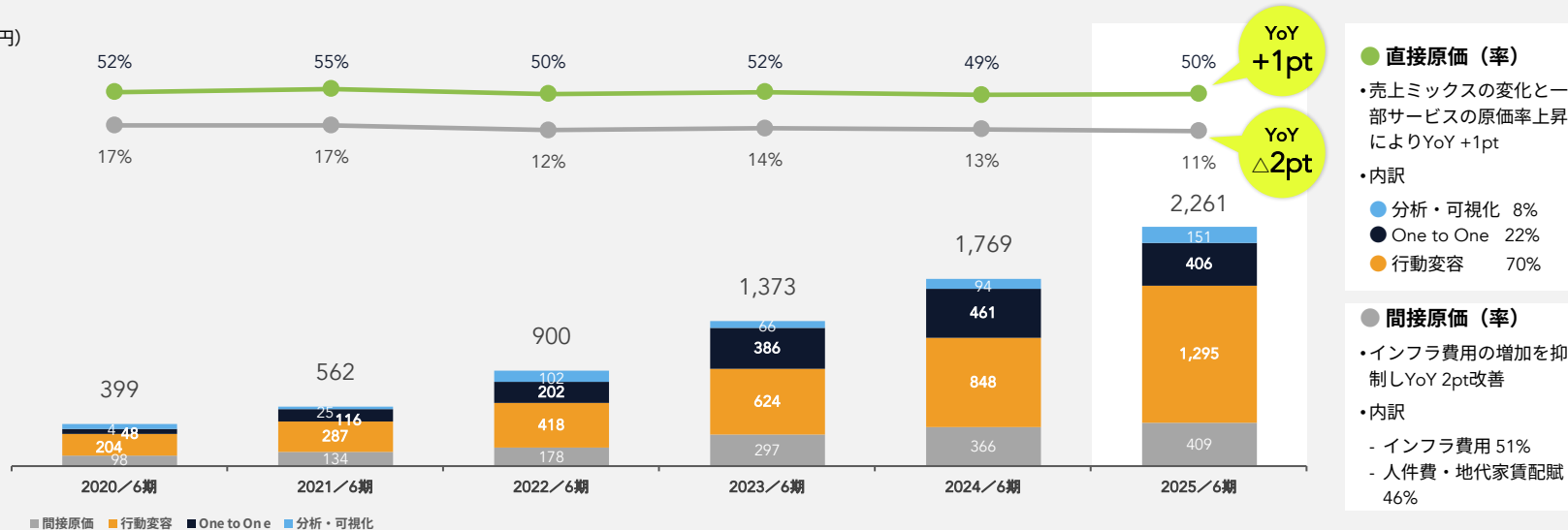


売上原価

- 直接原価率がYoY 1pt上昇するも、安定的に推移。
- 固定費要素の多い間接原価は、売上高成長に伴い低下傾向にある。

年度推移

(単位：百万円)

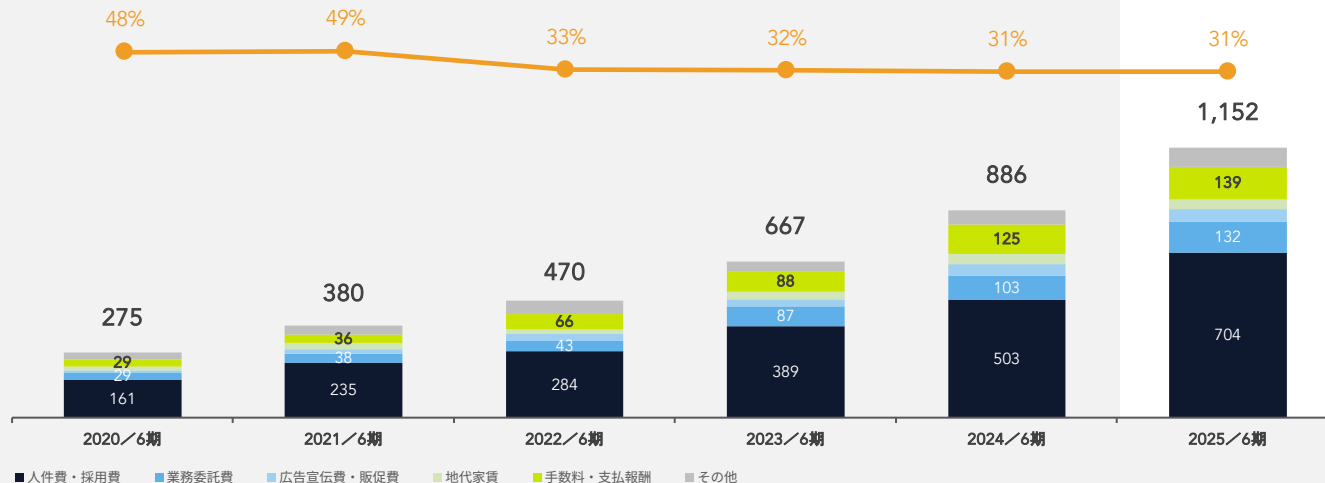


販売費及び一般管理費

- 販管費率の上昇を抑制しつつ、今後の成長に向けた人員採用を積極的に実施し、人件費・採用費が増加。

年度推移

(単位：百万円)



● 手数料・支払報酬

リスク管理の観点からセキュリティ強化を推進

● 業務委託費

外部を活用した開発等により増加

● 人件費・採用費

今後の成長に向けた人員積極採用により増加

● 販管費率

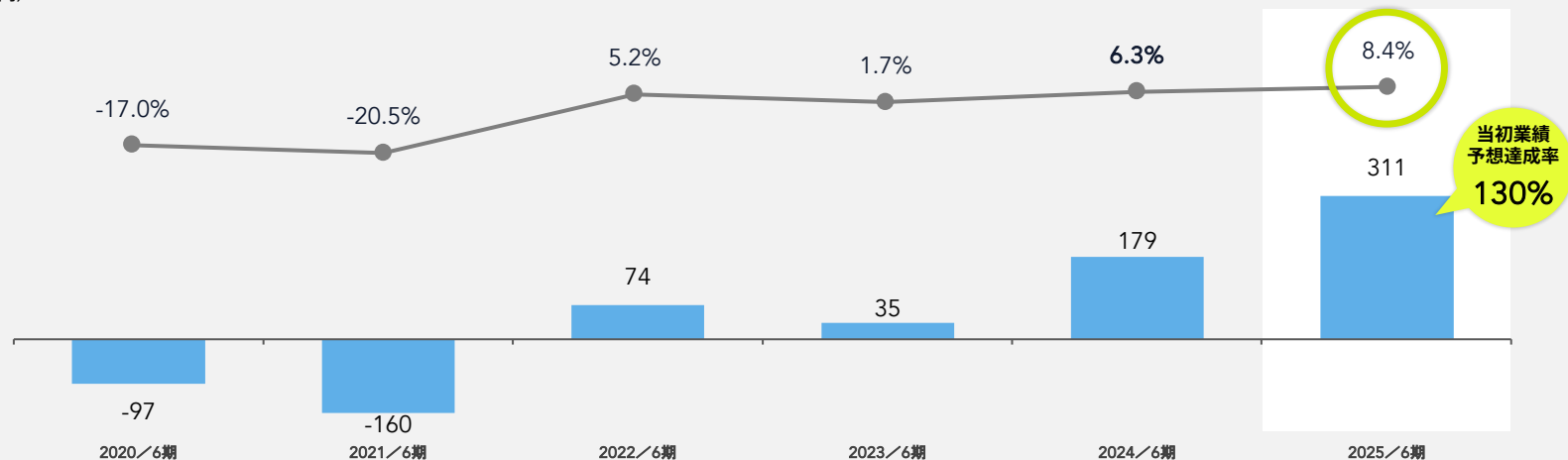
売上高伸長するも人件費・採用費の増加により前年水準

営業利益・営業利益率

- 売上高成長に伴う固定費の比率低下により、営業利益率8.4%、311百万円で着地。
- 最高益を大きく更新し、業績予想達成率130%。

年度推移

(単位：百万円)

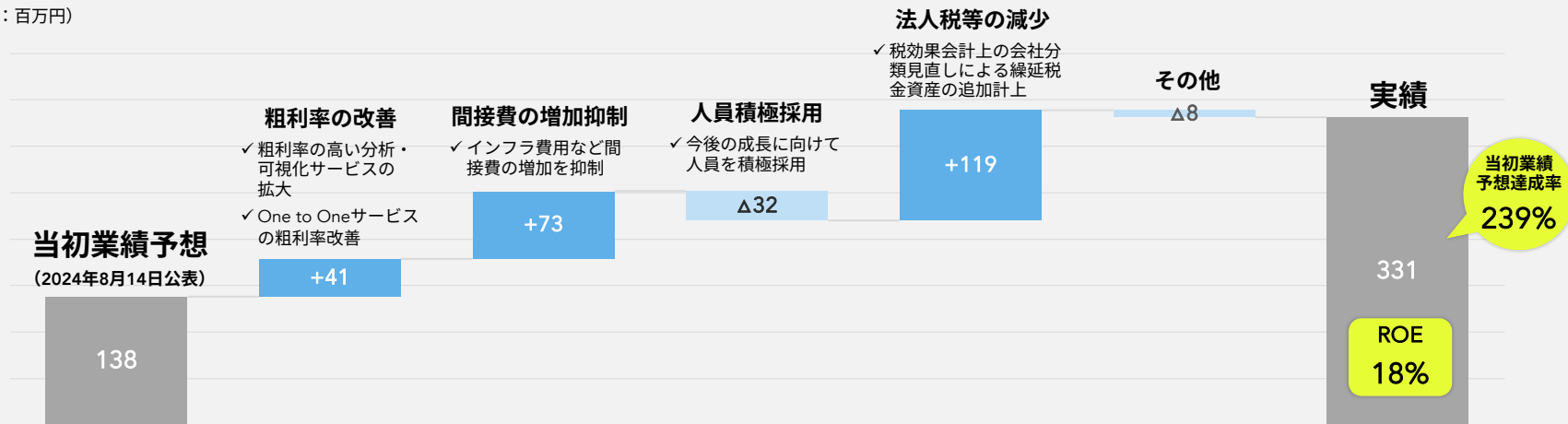


当期純利益の増減要因

- 粗利率の改善、間接費の増加抑制、法人税等の減少により、当期純利益は当初業績予想達成率は239%となった。
- その結果、当期のROEは18%と前期（5%）から大きく改善した。

増減要因

(単位：百万円)



INDEX

1. unerryとは
2. 2025年6月期 通期実績
- 3. 事業別業績・トピックス**
4. 2026年6月期 業績予想
5. 中期成長戦略の進捗状況

Appendix

- └ IR体制の整備状況
- └ 2025年6月期 第4四半期実績
- └ 財務情報



3. 事業別業績・トピックス

各事業の実績と今後の見込み

事業	2025/6期 実績	YoY	今期評価・今後の見込み
小売・外食 リテールDX事業	2,690 百万円	+33 %	 - 高単価を維持しつつ、リカーリング顧客基盤が安定成長 - 各種拡張したサービスを上位顧客へクロスセルすることに成功
消費財メーカー リテールメディア事業	450 百万円	+59 %	 - 連携小売や配信ID数が増えて商品力が強化され、販売パートナーからの売上高が堅調に推移 - 来期以降も高い成長率が見込まれる
不動産・自治体・官公庁 スマートシティ事業	533 百万円	+3 %	 - 自治体・公共交通事業者連携が30都道府県に拡大 - 専門人材採用の遅れから下期の売上高確保に苦慮。体制強化により来期は再成長へ
小売・外食・スポーツ グローバル事業	53 百万円	+630 %	 - クロスボーダーにサービスを拡大し、売上高が成長路線へ - 今後は上位顧客への重点的な営業活動による売上高形成を計画

リテールDX事業：トピックス

リテールDX事業

リテールメディア事業

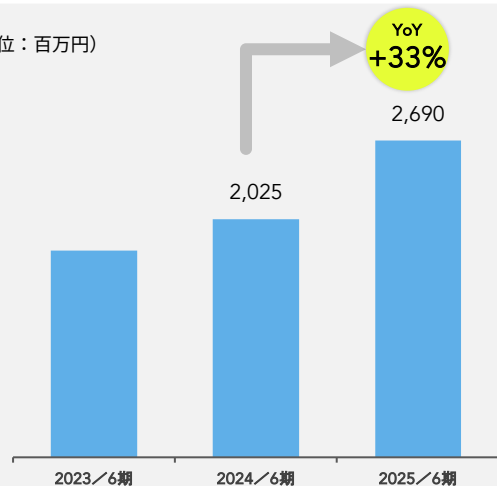
スマートシティ事業

グローバル事業

- 高単価を維持しつつ、リカーリング顧客基盤が安定成長。
- 各種拡張したサービスを上位顧客へクロスセルすることに成功。

売上高推移

(単位：百万円)



トピックス

● パートナリシツ ● サービス

- 2024年8月 **Criteoと協業** 実店舗における集客支援
- 2024年9月 **Braze連携** 実社会の行動に秒単位で即応できるパーソナライズサービス
- 2024年9月 **ショッパームィー** チェーン全体が可視化できる大幅リニューアル
- 2025年1月 **DearOne資本業務提携** スマホアプリソリューション事業の共同拡大
- 2025年3月 **楽天インサイトと連携** 位置情報をもとに調査・分析を可能に
- 2025年7月 **NTTドコモ連携** 統合ジオプラットフォームを構築し社会課題とマーケティングを支援

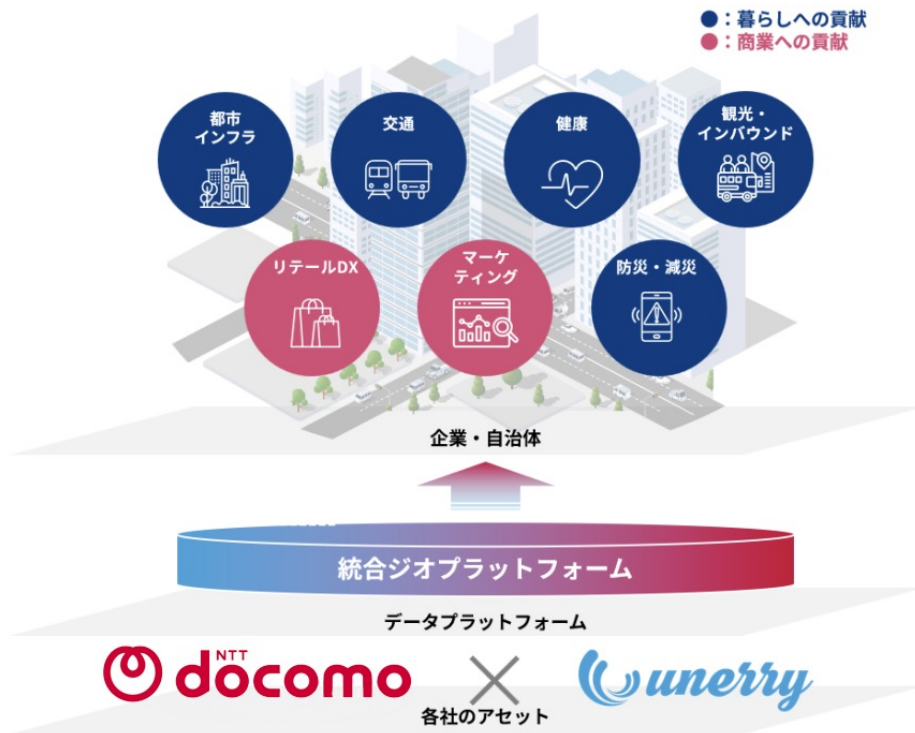
NTTドコモと統合データプラットフォーム連携検討を開始

リテールDX事業

リテールメディア事業

スマートシティ事業

グローバル事業



- NTTドコモとの統合データプラットフォームで高精度かつ多角的な分析が可能に
- 決済と位置情報の連携で、生活者の購買行動の「なぜ」が理解でき、高度なマーケティング支援を実現
- 回遊・混雑緩和・地域活性など、社会課題の解決にも貢献する共創を推進

リテールメディア事業：トピックス

リテールDX事業

リテールメディア事業

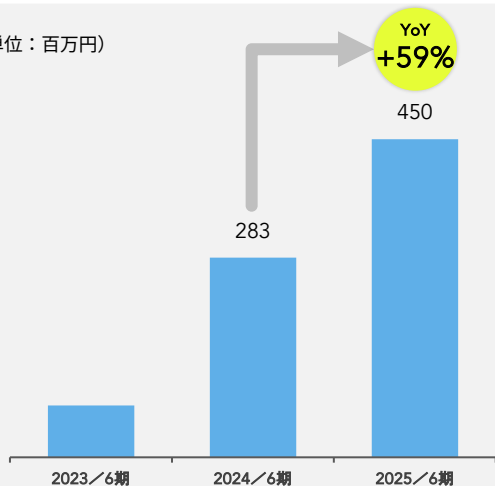
スマートシティ事業

グローバル事業

- 連携小売や配信ID数が増えて商品力が強化され、販売パートナーからの売上高が堅調に推移。
- 来期以降も高い成長率が見込まれる。

売上高推移

(単位：百万円)



トピックス

● パートナリシップ ● サービス

- 2024年6月 **PPIHグループ** カイバラボと大規模な広告配信と効果検証の両立サービス開始
- 2025年1月 **DearOne資本業務提携** リテールメディアの相互販売と効果測定
- 2025年6月 **三菱食品との協業進展** 12月合計売上高が前年比3.3倍に
- 2025年7月 **Beacon Bank アンケート** 位置情報を元に行動文脈に寄り添った調査を実現



三菱食品との協業推進状況

- 三菱食品と推進している共同事業は中計の柱として、共同プラットフォームを構築中。
- 12ヶ月合計売上高も順調に伸び、資本業務提携開始前の3.3倍に。

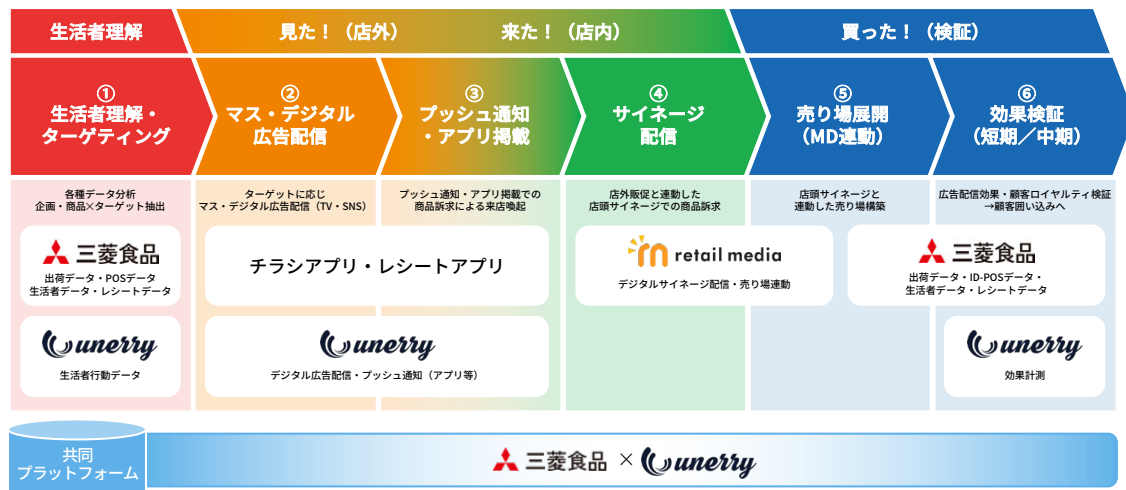
リテールDX事業

リテールメディア事業

スマートシティ事業

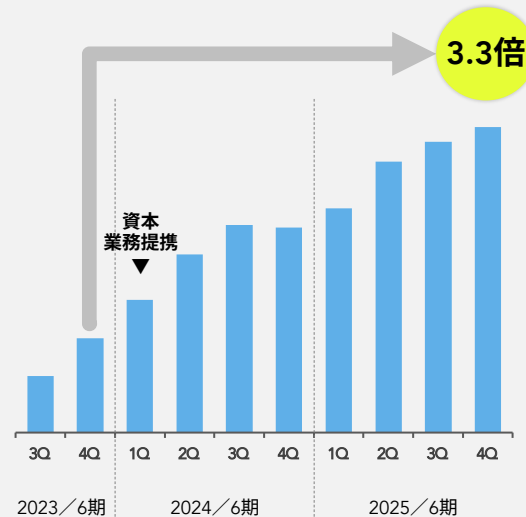
グローバル事業

三菱食品との共同推進事業



事業規模推移

（過去12ヶ月の合計売上高）



Beacon Bankアンケート開始

リテールDX事業

リテールメディア事業

スマートシティ事業

グローバル事業

来店やエリア来訪、OOH接触※など、実際の行動に基づくアンケート。
消費者行動に紐づいた定性調査やブランドリフトなどの広告効果計測ができる！

Beacon Bank
アンケート

来店 エリア訪問 OOH

リアル行動ログに基づき
“その場にいた人”にアンケート

Rakuten Insight

- ・単一パネルとして業界最大級の約220万人のパネル※（自社管理のリサーチ専用パネル）。
- ・豊富なブランドリフトサーベイ実績。
- ・生活意識等プリセットデータと掛け合わせたプロフィール分析も可能。

※ 2022年9月時点。12ヶ月以内に楽天インサイトでログインあり（不正者・重複者を除く）

intage

- ・業界最大規模の344万人のマイティモニターアクセスパネル※（過去1年間に回答・属性更新）。
- ・市場反映性が高く、「市場の縮図」のデータになり得る品質管理。
- ・属性データ以外のモニター登録情報でターゲットの絞り込みが可能。

※ アクセスパネル数（国際基準（JISY20252（ISO20252）に準拠）に則ったより適切なパネル管理のため、過去1年間に調査にご協力いただいた方、または、属性を更新した数を公表

GeoTechnologies

- ・移動するだけでポイントが貯まるポイ活アプリ「トリマ」ユーザーが対象。
- ・400万MAUのユーザー、若年層60%超のモニターを保有。
- ・アンケート回答者に紐づく人流分析も可能。

スマートシティ事業：トピックス

リテールDX事業

リテールメディア事業

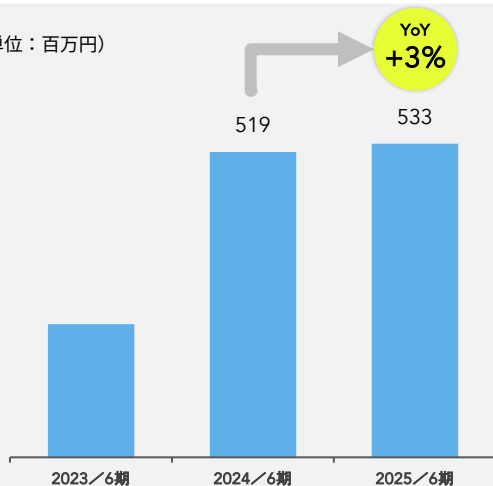
スマートシティ事業

グローバル事業

- 自治体・公共交通事業者連携が30都道府県に拡大。
- 専門人材採用の遅れから下期の売上高確保に苦慮。体制を強化したため、来期は再成長へ。

売上高推移

(単位：百万円)



トピックス

● パートナリシップ ● サービス

- 2024年6月 **ブログウォッチャー** 1.4億MAUの位置情報ビッグデータ活用で連携
- 2024年9月 **Location-GX** 環境省「デコ活」補助事業に採択
- 2024年9月 **京王グループ** 「地域密着型車両メディア」でスマートサービス実装
- 2025年3月 **東京メトロ・メトロアド** マーケティングプラットフォーム共創開始
- 2025年3月 **東京都** DXによる観光データ活用等支援事業に採択
- 2025年6月 **都道府県拡大** サービス提供地域が30都道府県に拡大

グローバル事業：トピックス

リテールDX事業

リテールメディア事業

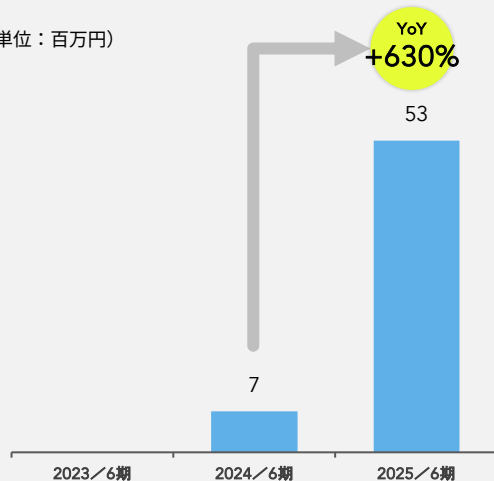
スマートシティ事業

グローバル事業

- クロスボーダーにサービスを拡大し、売上高が成長路線へ。
- 今後は上位顧客への重点的な営業活動による売上高形成を計画。

売上高推移

(単位：百万円)



トピックス

サービス

● 2024年6月 **Beacon Bankインバウンド** 外国人観光客の分析・広告・来訪計測を開始

● 2024年12月 **クロスボーダーに拡張** 4区分にサービスを拡張

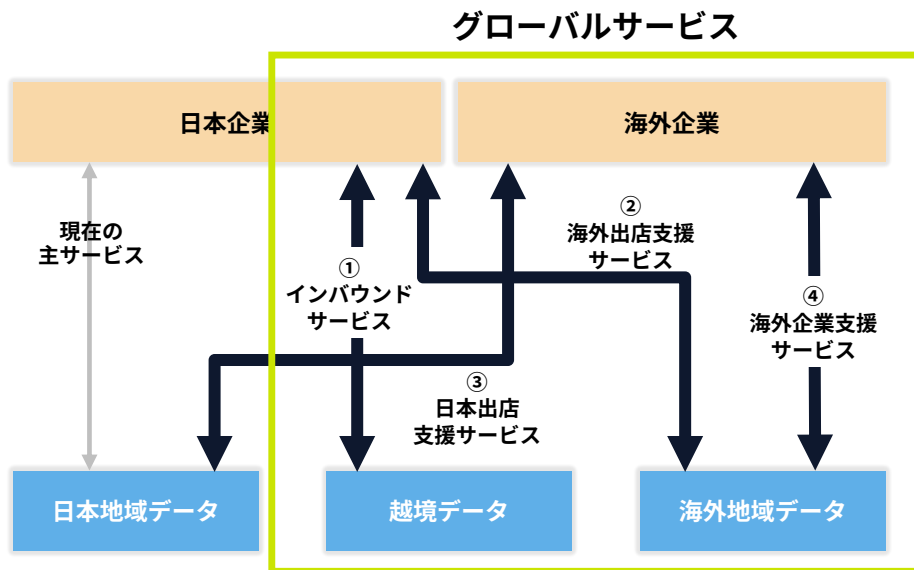
- | | |
|-------------|--|
| ①インバウンドサービス | インバウンド観光客の活況を受け、分析・可視化、行動変容サービスの案件が急増 |
| ②海外出店支援サービス | 海外進出する意欲的な日本企業から、海外出店調査や新店プロモーション案件が増加 |
| ③日本出店支援サービス | 外資系ブランドが日本出店する際の出店調査や新店プロモーションが発生 |
| ④海外企業支援サービス | 出資先を中心に営業活動を行い、分析・可視化や行動変容サービスを展開 |

● 2025年6月 **成長軌道の目処** クロスボーダー化と体制整備により売上高成長路線に転換

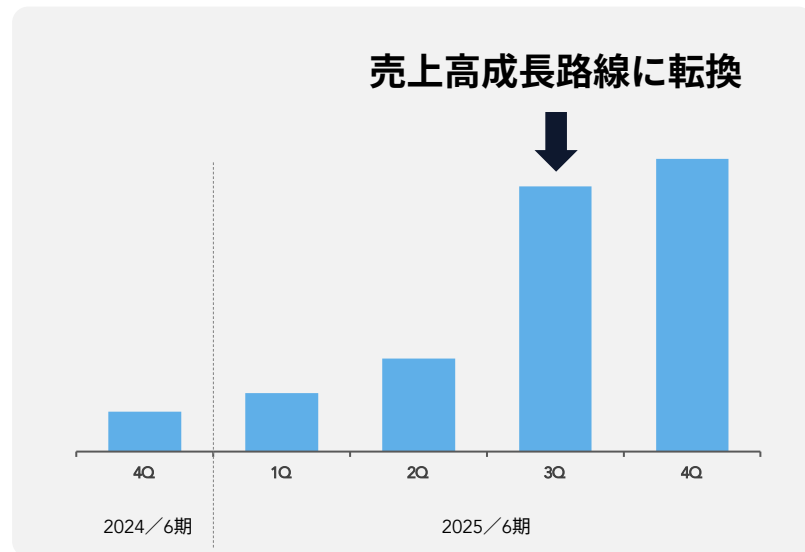
クロスボーダーサービスの拡大

- 国内外の企業に向けたインバウンド支援や海外展開支援を強化。
- 特に「①インバウンドサービス」と「②海外出店支援サービス」が3Qから大きく伸び売上高が急増。

市場とデータの関係によるサービス全体像



事業規模推移（過去12ヶ月の合計売上高）



INDEX

1. unerryとは
2. 2025年6月期 通期実績
3. 事業別業績・トピックス
- 4. 2026年6月期 業績予想**
5. 中期成長戦略の進捗状況

Appendix

- └ IR体制の整備状況
- └ 2025年6月期 第4四半期実績
- └ 財務情報



通期業績予想ハイライト

リカーリング顧客数

184 社

YoY
+44 社

売上高

5,002 百万円

YoY
+34 %

営業利益

500 百万円

YoY
+60 %

前期の新規顧客を収益基盤化し 売上高50億円・営業利益率10%へ

- 新規顧客を確実にリカーリング顧客化

2025年6月期に獲得した130社の新規顧客への提案を進めて定着化を図ることでリカーリング顧客数はまだ大きく伸びる予定

- クロスセルを積極的に展開し売上高50億円へ

スケールしやすい行動変容と分析・可視化を中心にクロスセルを展開し、リカーリング顧客売上高を伸ばし、YoY +34%と引き続き高い成長を見込む

- 間接原価・販管費率の改善により営業利益はYoY +60%

損益分岐を超えた成長により間接原価率および販管費率が低下し、営業利益5億円、営業利益率10%に大きく伸びる予定

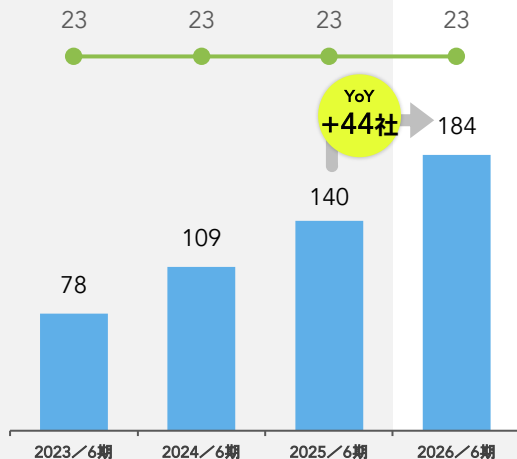
4. 2026年6月期 業績予想

売上高

- 2025年6月期に大きく増えた新規顧客への提案を強化することでリカーリング顧客数はまだ大きく伸びる。
- スケールしやすい行動変容サービスと分析・可視化を中心にクロスセルを展開し、+34%の売上高成長率を目指す。

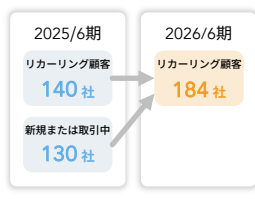
リカーリング顧客指標

(単位：百万円、社)



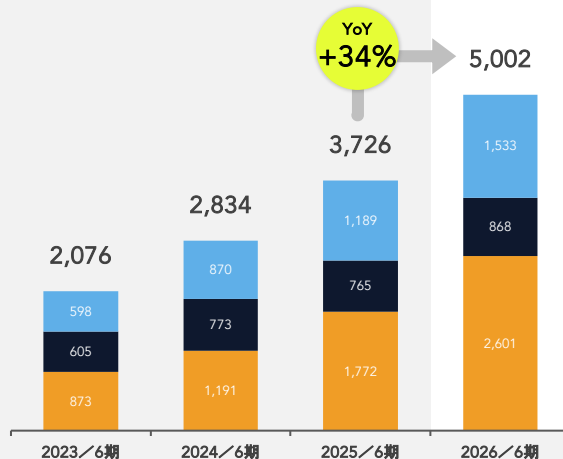
● リカーリング年間顧客単価
引き続き高水準を維持

● リカーリング顧客数
前期以前に獲得した新規顧客の
リカーリング顧客化によりYoY
44社増加



サービス別売上高

(単位：百万円)



分析・可視化
+29%

One to One
+13%

行動変容
+47%

いずれも前年度比

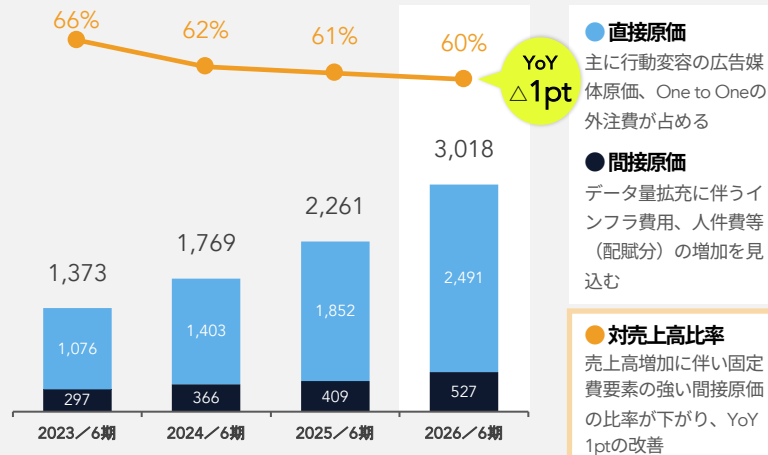
4. 2026年6月期 業績予想

原価、販売費及び一般管理費

- 売上高の成長に伴い、原価率、販管費率ともにYoY 1ptの改善。

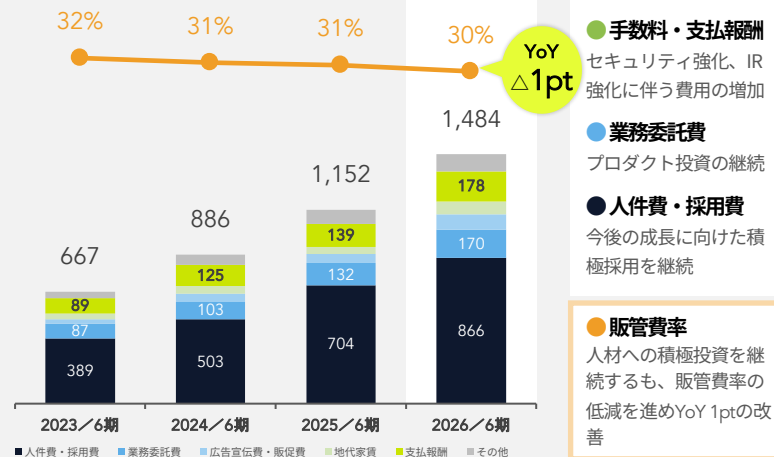
原価

(単位：百万円)



販売費及び一般管理費

(単位：百万円)



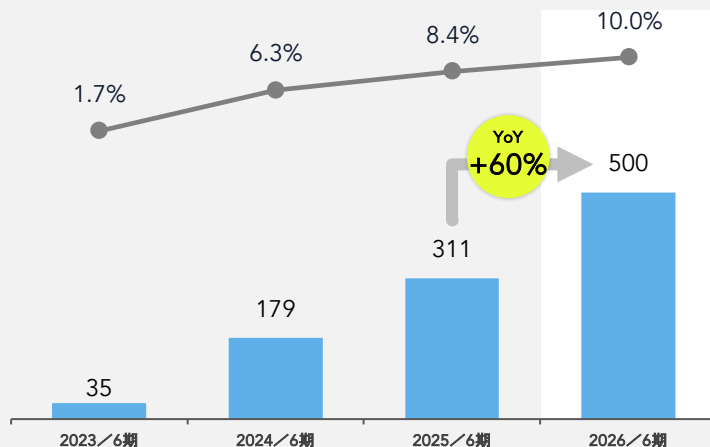
4. 2026年6月期 業績予想

営業利益、当期純利益

- 営業利益はYoY +60%の500百万円（営業利益率10.0%）、当期純利益はYoY +21%の400百万円（当期純利益率8.0%）のいずれも最高益を実現するとともに、ROE19%を目指す。

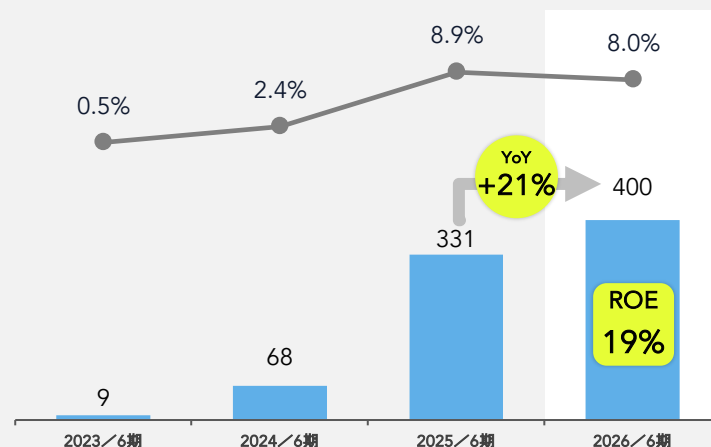
営業利益・営業利益率

(単位：百万円)



当期純利益・当期純利益率

(単位：百万円)



INDEX

1. unerryとは
2. 2025年6月期 通期実績
3. 事業別業績・トピックス
4. 2026年6月期 業績予想
- 5. 中期成長戦略の進捗状況**

Appendix

- └ IR体制の整備状況
- └ 2025年6月期 第4四半期実績
- └ 財務情報

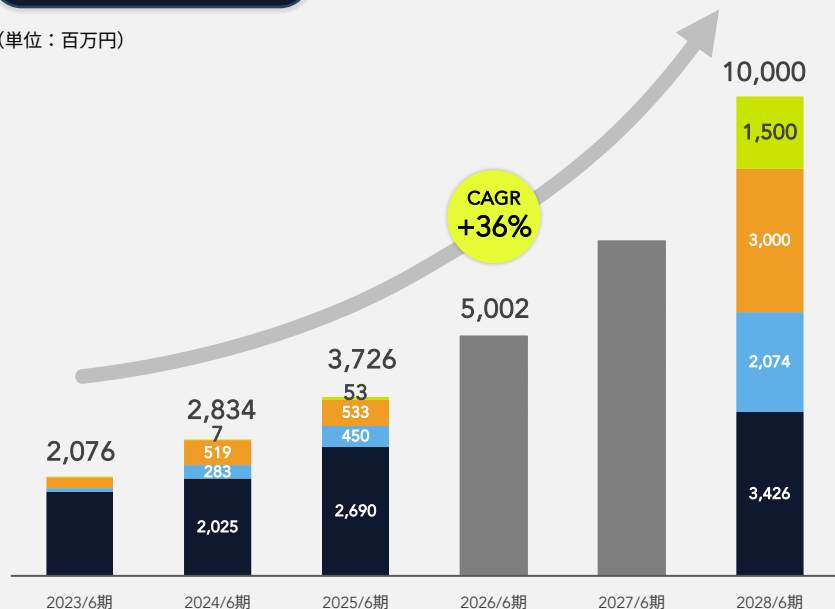


中期成長戦略のKGIと事業別内訳

CAGR+36%で成長し、2028年6月期に売上高100億円を目指す

売上高の推移

(単位：百万円)



4. グローバル事業

小売・外食・スポーツ

海外・外資・越境事業者向け出店予測・インバウンド・集客最大化

3. スマートシティ事業

不動産・自治体・官公庁

全国都市の人流可視化・行動変容サービスのデファクト標準化

2. リテールメディア事業

消費財メーカー

主要小売における店頭購買を最大化できる行動変容サービス

1. リテールDX事業

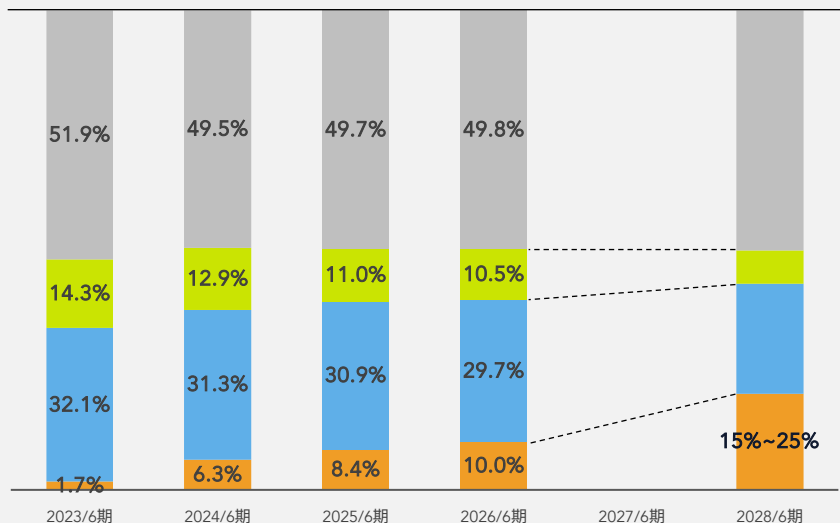
小売・外食

リカーリング顧客数×客単価の向上によるオーガニック成長

中長期的な利益構造

間接原価率と販管費率の改善を見込み、15～25%の営業利益率を目指す

利益構造の推移



● 直接原価率 ➡

サービスミックスの影響が大きいものの比較的安定した水準を想定

● 間接原価率 ↘

インフラ費用の増加が見込まれるが、固定費要素が多く、売上高成長とともに低下傾向を想定

● 販管費率 ↘

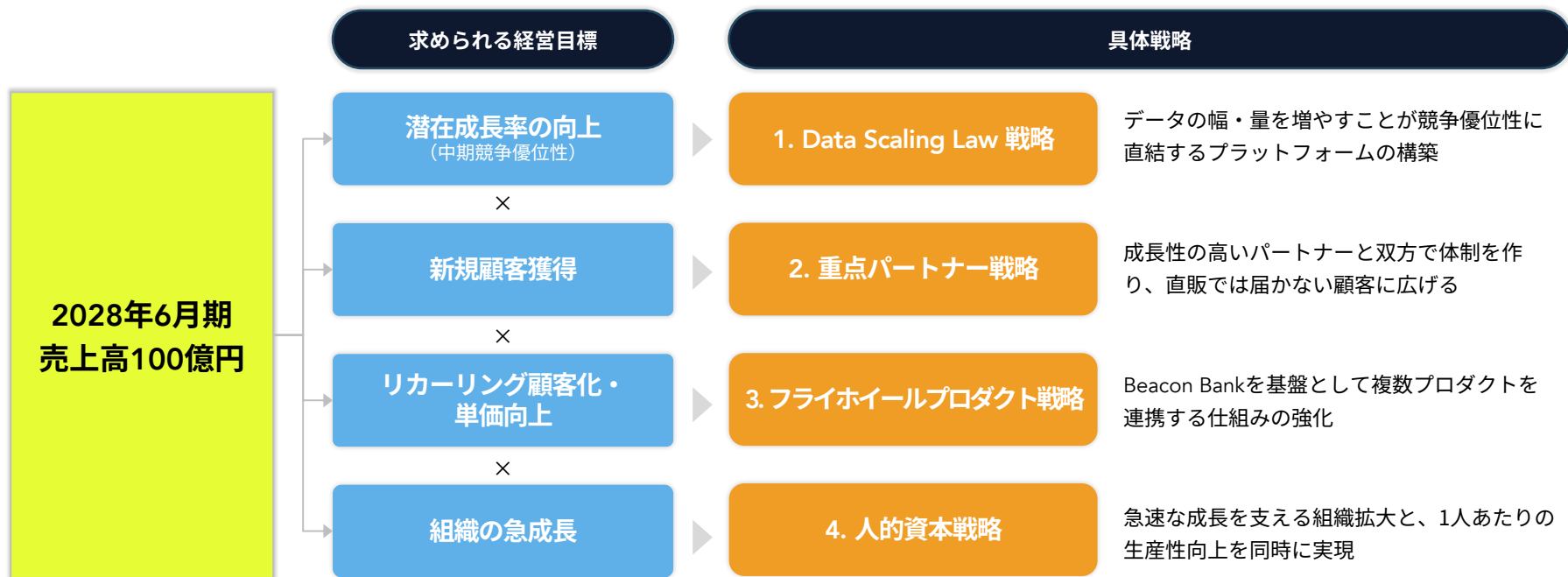
人件費・採用費の増加が見込まれるが、固定費要素が多く、売上高成長とともに低下傾向を想定
(成長投資の影響により変動する可能性あり)

● 営業利益率 ➡

売上高増・原価/販管費率減により増加 (中期財務モデル 15%~25%)

成長に向けた4つの具体戦略

データ×パートナー×プロダクト×人 – 4戦略で突き抜ける



1. Data Scaling Law戦略

生活者行動ビッグデータ



今後の取り組み

量×幅を
増やす

- NTTドコモとの統合ジオプラットフォーム、決済データ等との連携推進

幅(質)を
増やす

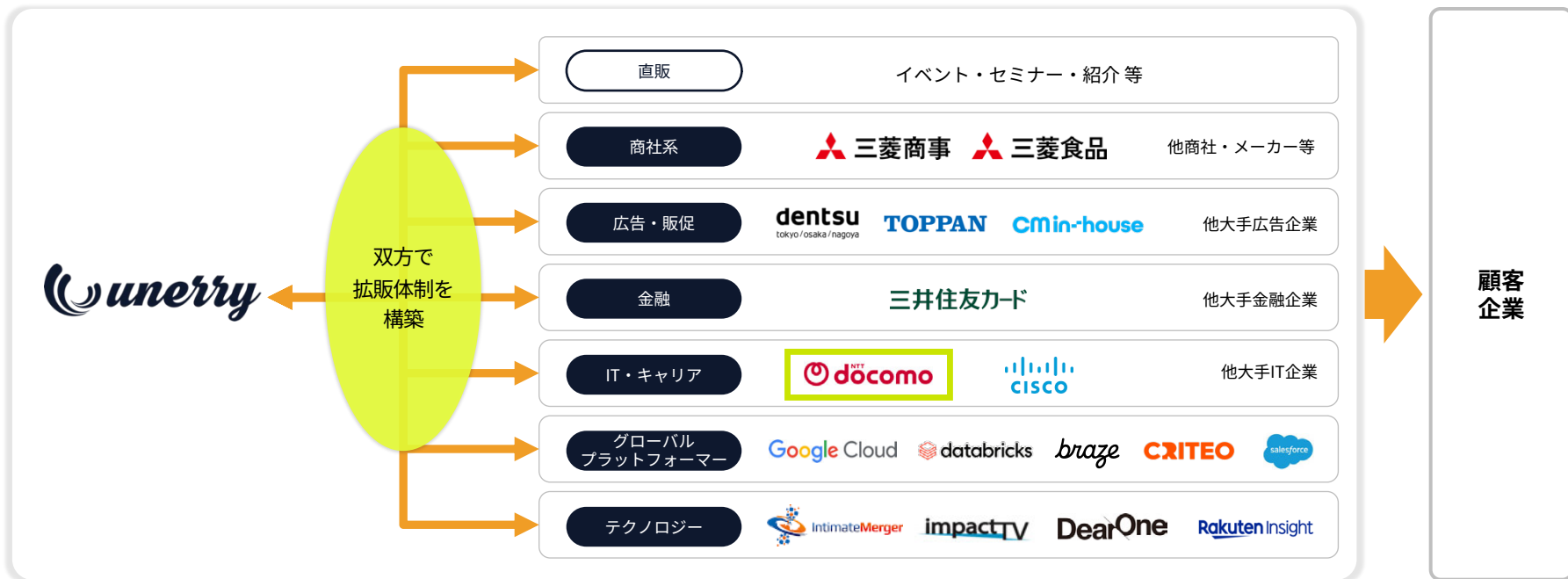
- アンケートデータで行動に現れない心理的データも把握可能に（ブランド認知・顧客満足度等）
- 生活者データ保有事業者との協業・提携推進

量を
増やす

- 位置情報技術（SDK）導入アプリの更なる獲得
- 人流データ保有事業者との協業・提携推進

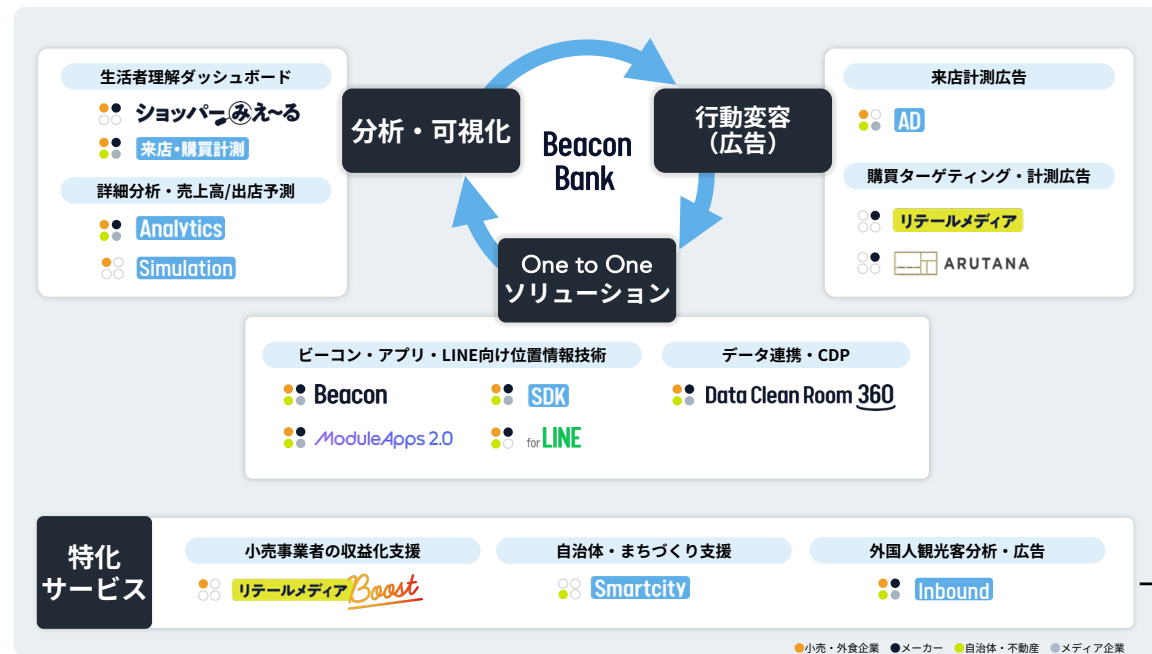
2. 重点パートナー戦略

NTTドコモ社とのパートナーシップによりパートナーシップも大きく進化



3. フライホイールプロダクト戦略

分析・広告・接点がつながるから顧客企業もunerryも売上高が上がる仕組み



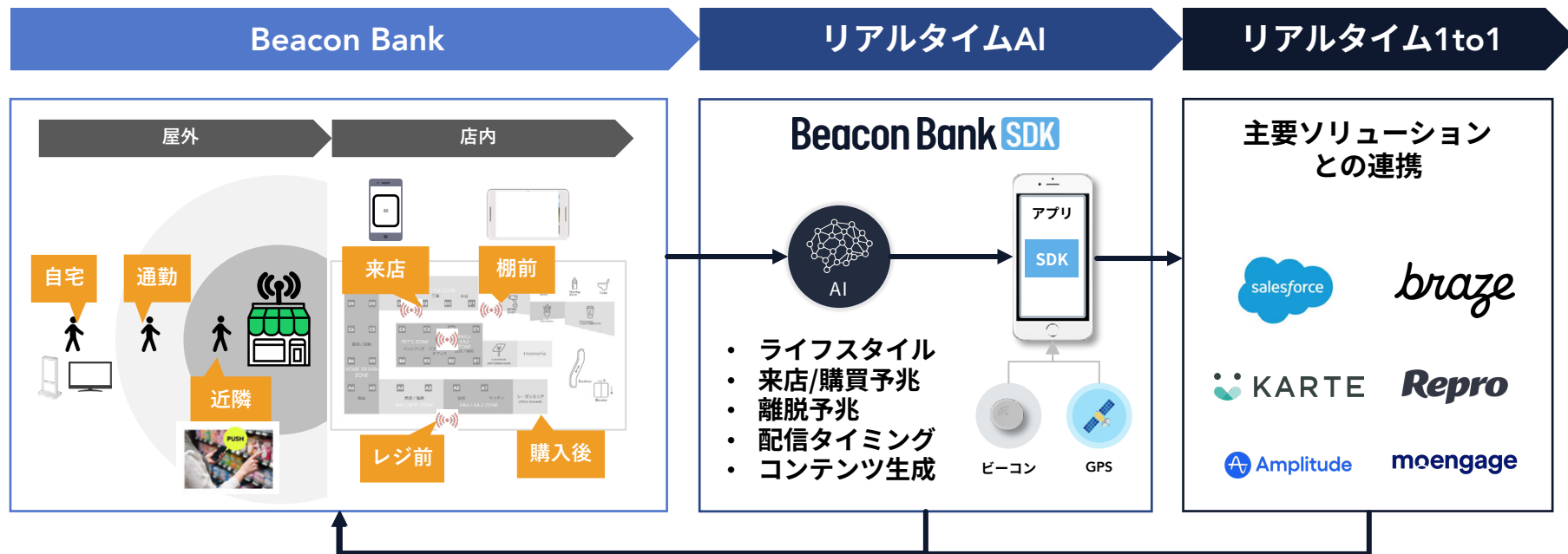
顧客の導入シナリオ

- 分析・可視化の結果、潜在顧客が明らかになり行動変容を導入
- 行動変容により集客・購買が上がるので、次は顧客を囲い込むためにOne to Oneを導入
- One to Oneにより新たにデータを取得できるので分析・可視化を更に強化

→今期から業界特化型サービスも追加

3. フライホイールプロダクト戦略 – One to OneソリューションのAI化投資

その人の今に合わせた最適なメッセージをAIで届ける仕組みの実現

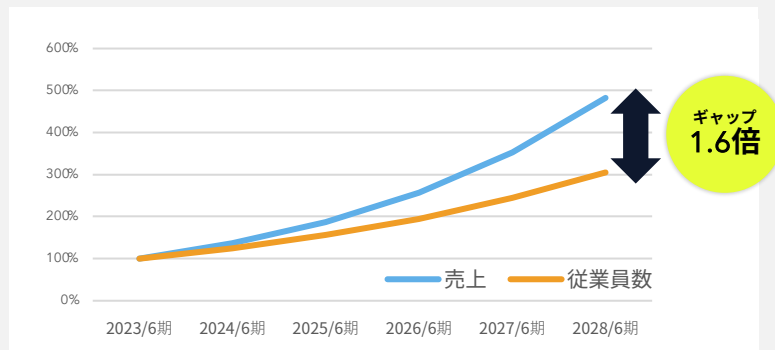


4. 人的資本戦略

組織拡大と生産性向上を同時に実現し、収益性の高い企業を実現する

売上高／組織成長率

売上高が年36%成長に対し、組織は年20-30%の成長率



成長のための 人材の確保・組織拡大に加え、生産性向上の両面の取り組みが必要

課題

人・組織拡大

成長を支えるデータ人材の確保

グローバル展開に向けた多様性のあるチーム

新ビジネス創出へ挑戦できる人材・チーム

生産性向上

仕事のやりがいによるモチベーション

データ・AI活用による生産性向上

相互理解によるチーム間の調整コスト抑制

テーマ

A

ミッション・ビジョン・バリューの浸透

B

未来をつくる人材の継続的な確保・拡大

C

グローバル企業としてのダイバーシティ実現

D

チャレンジを褒め称えるチームワーク

E

プロダクトリソースシフト

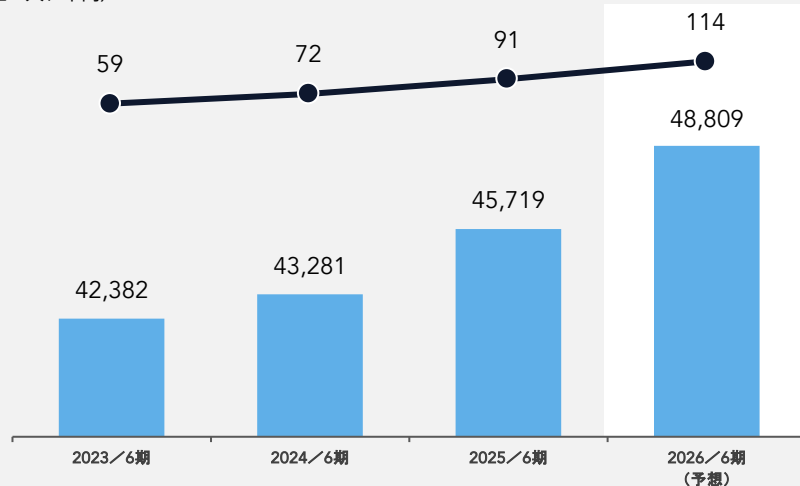
5. 中期成長戦略の進捗状況

4. 人的資本戦略：1人あたりの生産性の継続的向上

- 1人あたりの生産性は取り組みが奏功して増加基調。
- 人手の介在を減らし、プロダクトを強化することで更なる改善を見込む。

生産性（年間売上高／期末従業員数）と従業員数の推移

（単位：人、千円）



取り組み

① 人手の介在を減らす

- 広告・分析用データウェアハウス構築
- 生成AIによる自動分析ツール開発

② プロダクト間のシナジーを強化

- ショッパーみえーと広告のセット提供
- 提案パッケージの整備
- 社員教育・オンボーディングによる早期戦力化

③ プロダクトのロックイン強化

- 年間契約の推進

キャッシュアロケーション

事業成長投資を優先しつつ、M&Aや出資等の戦略投資にも配分予定

資金原資

手許現預金 (短期運用資金を含む)

2025年6月末現在で18億円を保有
(うち12億円を短期運用中)。

営業CF

利益成長に伴い拡大傾向。

有利子負債調達

2025年6月末現在で有利子負債残高はゼロ。
金融機関との関係は良好で相応の調達余力あり。

エクイティ調達

財務基盤の拡充が必要となるタイミングまでは劣後。
ただし、資本業務提携に伴う調達の可能性はある。

キャッシュアロケーション

運転資金

事業成長に伴い必要運転資金の拡大が見込まれる。
優先度は高いが、必要資金は大きくない見込み。

事業投資

プロダクト開発やサービス開発、人材投資など中長期の事業成長に向けた投資の実行。
優先度が高く、投資額は中程度。

戦略投資

M&Aや出資など一定の財務規律の中で非連続成長に向けた投資の実行。
今後の重要な成長戦略の一つに位置付ける。

株主還元

成長投資を優先しつつも、資本コストを意識して柔軟に検討。

INDEX

1. unerryとは
2. 2025年6月期 通期実績
3. 事業別業績・トピックス
4. 2026年6月期 業績予想
5. 中期成長戦略の進捗状況

Appendix

- └ IR体制の整備状況
- └ 2025年6月期 第4四半期実績
- └ 財務情報



IR体制の整備状況

体制と情報発信を大きく強化し、株価向上と流動性向上を目指す

IRチーム

代表取締役社長CEO
内山

取締役CFO
コーポレート部長
斎藤

コーポレート部
IRチーム
経験者2名

投資家ミーティング

機関投資家

- 機関投資家向け決算説明会
- 1on1ミーティング
- 海外IR（年1回以上）

個人投資家

- 個人投資家向け決算説明会
- 動画・ログ開示の早期化
- IR展示会

IRサイトの拡充

note公式ページ

- わかりやすく & タイムリーな発信



英文開示

- 日英同時開示を開始
- 段階的に他資料の英文化も予定

企業ブランディング

自社イベント SPECTACLEs

- 2000名弱が参加するビッグデータカンファレンスを自社開催



メディア露出・アワード

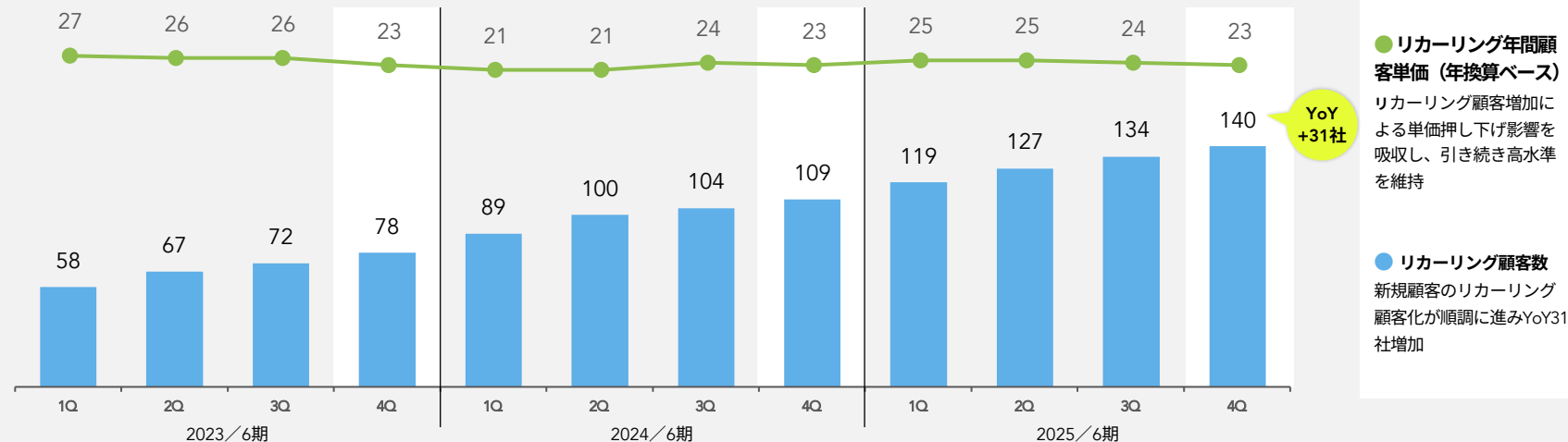
- 動画番組出演
- アワード受賞
- 定期的なプレスリリース

売上高：リカーリング顧客指標 ※

- 当社の売上高成長を支えるリカーリング顧客の数は、引き続き順調に増加しYoY 31社増加。
- 顧客単価（年換算ベース）は、新規のリカーリング顧客増加による単価押し下げ影響を吸収し、23百万円と引き続き高水準を維持。

四半期推移

（単位：百万円、社）



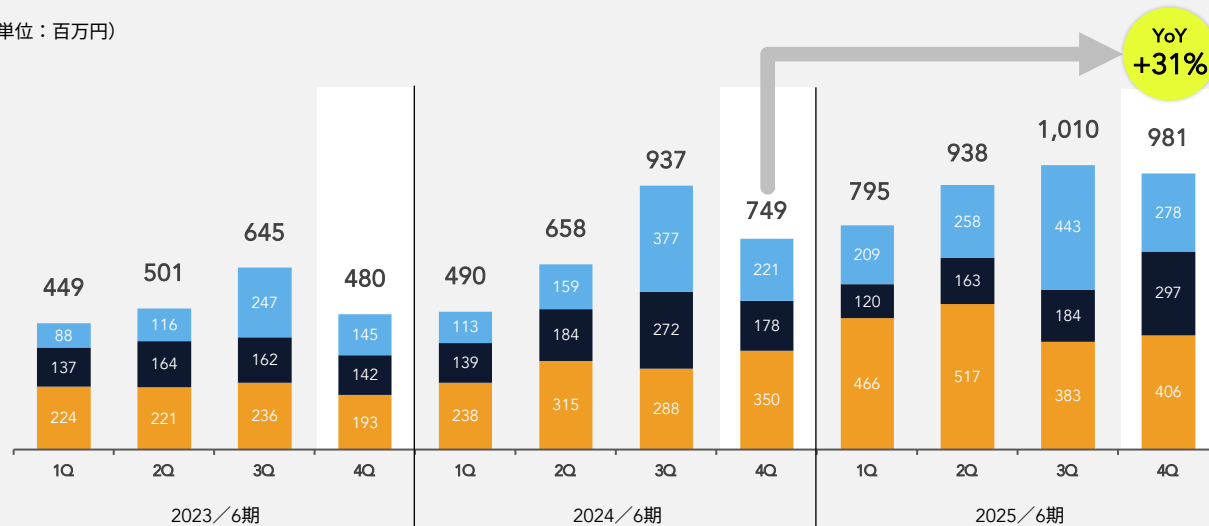
※ 4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業をリカーリング顧客とする。2024年6月期より、代理店経由のサービスユーザーがリカーリング顧客条件に該当する場合は、当該ユーザーをリカーリング顧客としてカウント。

売上高：サービス別

- すべてのサービスが伸長し、第4四半期として過去最大の四半期売上高を更新。
- One to Oneサービスは、リテールDX事業における既存顧客の開発案件完了が寄与。

四半期推移

(単位：百万円)



YoY
+31%

● 分析・可視化

+26%

スマートシティ事業における新規顧客獲得が寄与

● One to One

+67%

リテールDX事業における既存顧客の開発案件完了が寄与

● 行動変容

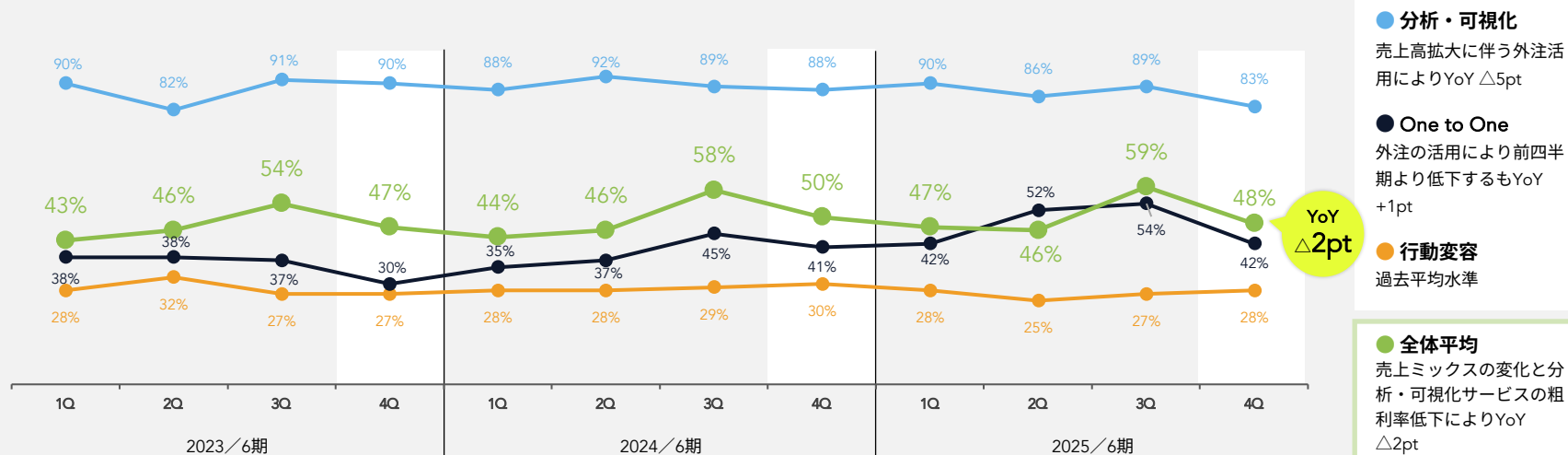
+16%

リテールメディア事業における新規顧客獲得および既存顧客の単価向上が寄与

サービス別粗利率（売上高 - 直接原価 ※）

- サービス別の売上高構成比の変化と分析・可視化サービスの粗利率低下により全体でYoY 2pt低下。

四半期推移

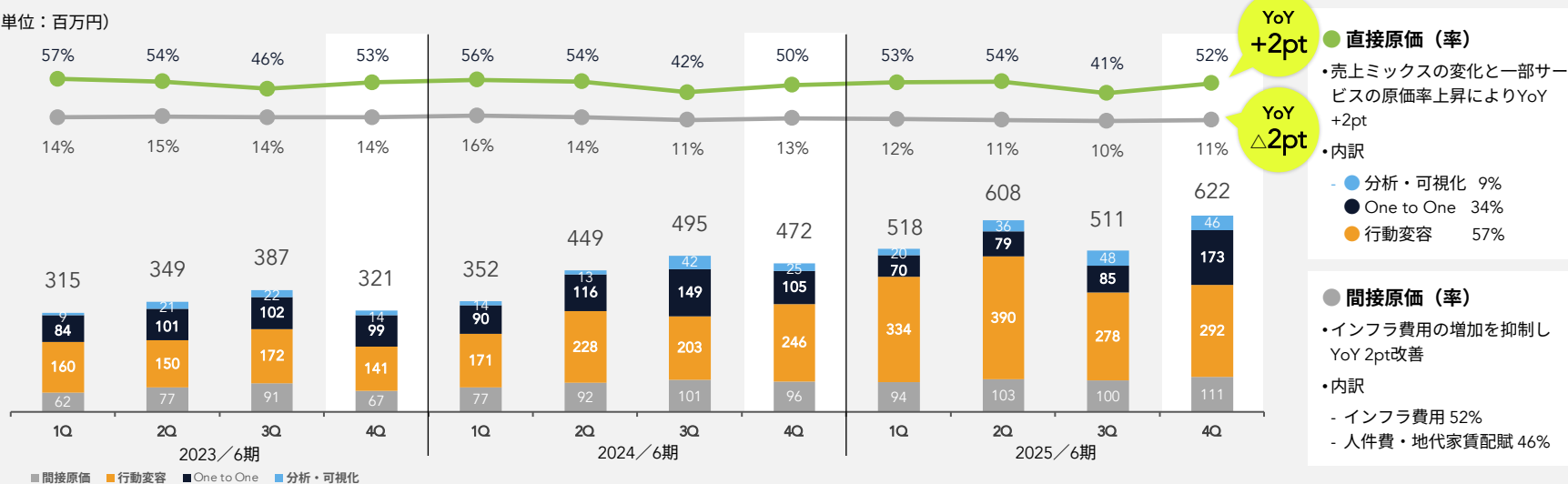


売上原価

- 直接原価率がYoY 2pt上昇するも、安定的に推移。
- 固定費要素の多い間接原価は、売上高成長に伴い低下傾向にある。

四半期推移

(単位: 百万円)

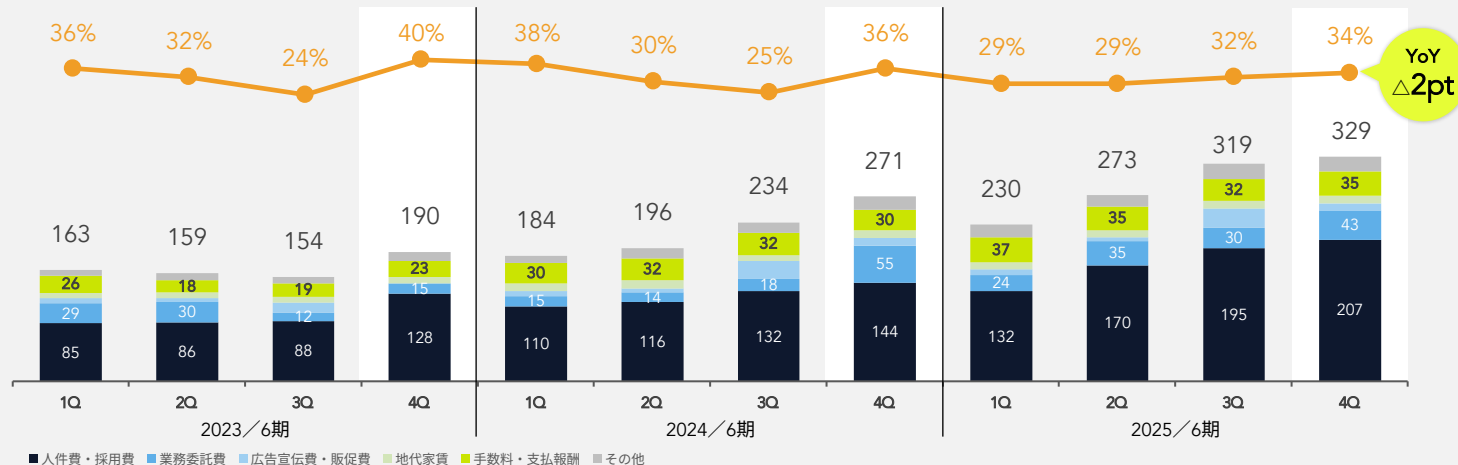


販売費及び一般管理費

- 今後の成長に向けた人員積極採用に伴い人件費・採用費が増加。
- 販管費総額が増加したものの売上高の伸びが上回り、販管費率は2pt改善。

四半期推移

(単位：百万円)



● **手数料・支払報酬**
リスク管理の観点からセキュリティ強化を推進

● **業務委託費**
外部を活用した開発等により増加

● **人件費・採用費**
今後の成長に向けた人員積極採用により増加

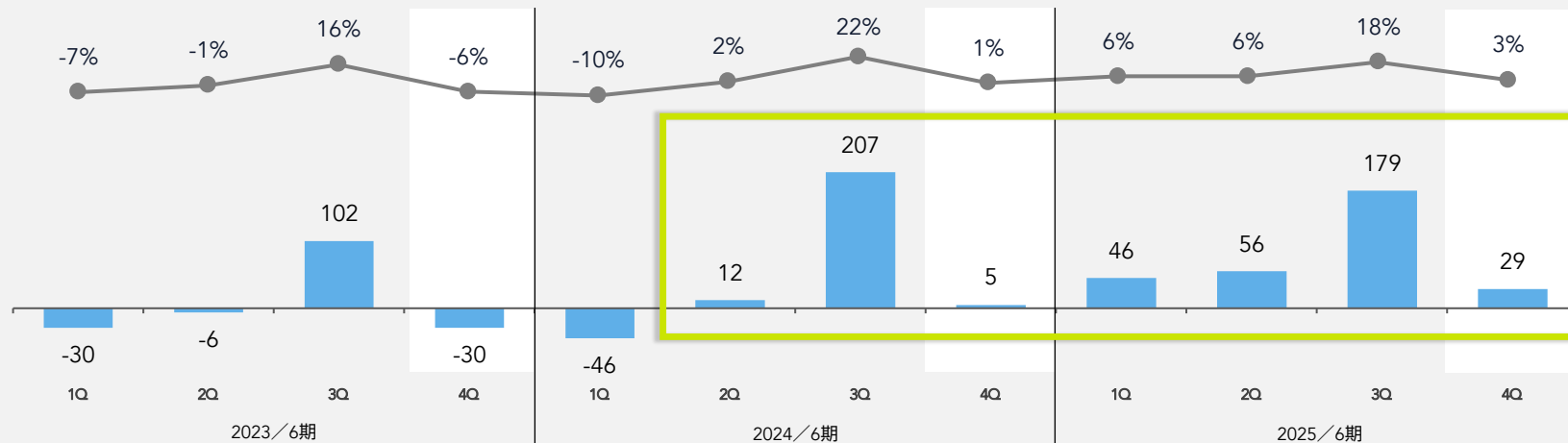
● **販管費率**
人件費・採用費が増加するも売上高の伸びが上回りYoY Δ2pt

営業利益・営業利益率

- 2024年6月期2Q以降、四半期営業黒字が定着。
- 人材積極採用に伴い販管費が増加するも販管費率の改善により、営業利益率はYoY 2pt改善。

四半期推移

(単位：百万円)



損益計算書 (会計期間)

(単位：千円)	2024/6期 4Q	2025/6期 3Q	2025/6期 4Q	対前年同期 増減率	対前四半期 増減率
売上高	749,718	1,010,828	981,443	+30.9%	-2.9%
売上原価	472,144	511,900	622,294	+31.8%	+21.6%
売上総利益	277,573	498,928	359,148	+29.4%	-28.0%
売上総利益率	37.0%	49.4%	36.6%	△0.4pt	△12.8pt
販売費及び一般管理費	271,931	319,391	329,963	+21.3%	+3.3%
対売上高比率	36.3%	31.6%	33.6%	△2.7pt	+2.0pt
営業利益または営業損失	5,641	179,536	29,185	+417.3%	—
営業利益率	0.8%	17.8%	3.0%	+2.2pt	△14.8pt
経常利益または経常損失	-39,333	178,585	31,632	—	—
経常利益率	-5.2%	17.7%	3.2%	+8.4pt	△14.5pt
当期純利益または当期純損失	-47,924	116,515	147,307	—	+26.4%
当期純利益率	-6.4%	11.5%	15.0%	+21.4pt	+3.5pt

損益計算書（累計期間）

(単位：千円)	2024/6期	2025/6期	増減率
売上高	2,834,907	3,726,133	+31.4%
売上原価	1,769,339	2,261,272	+27.8%
売上総利益	1,065,567	1,464,860	+37.5%
売上総利益率	37.6%	39.3%	+1.7pt
販売費及び一般管理費	886,506	1,152,966	+30.1%
対売上高比率	31.3%	30.9%	△0.4pt
営業利益	179,061	311,894	+74.2%
営業利益率	6.3%	8.4%	+1.9pt
営業外収益	5,827	5,819	△0.1%
営業外費用	49,932	2,707	△94.6%
経常利益	134,971	315,006	+133.4%
経常利益率	4.8%	8.5%	+3.7pt
当期純利益	68,266	331,860	+386.1%
当期純利益率	2.4%	8.9%	+6.5pt

貸借対照表

(単位：千円)	2023/6期	2024/6期	2025/6期
流動資産	1,415,997	2,072,858	2,391,539
[⌊] 現金及び預金 (現金及び預金、有価証券)	1,127,256	1,658,798	1,831,518
[⌊] 受取手形、売掛金及び契約資産	252,394	373,386	499,286
固定資産	94,550	30,362	224,701
資産合計	1,510,548	2,103,221	2,616,240
流動負債	413,455	474,191	599,353
固定負債	-	-	-
負債合計	413,455	474,191	599,353
純資産合計	1,097,092	1,629,029	2,016,886

キャッシュ・フロー

	2023/6期	2024/6期	2025/6期
(単位：千円)			
営業活動によるキャッシュ・フロー	28,038	180,321	229,667
投資活動によるキャッシュ・フロー	-42,500	-5,882	-59,560
財務活動によるキャッシュ・フロー	239,377	357,098	2,583
現金及び現金同等物の増減額	226,561	531,542	172,720
現金及び現金同等物の期末残高	1,127,256	1,658,798	1,831,518

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づくものであり、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。