



株式会社 unerry
(東証グロース：5034)

事業計画及び成長可能性に関する説明資料

2025年 9月



INDEX

1. unerryの概要

2. 競争優位性

3. 中期成長戦略

4. 人の資本戦略

5. 2025年6月期 通期実績

6. 2026年6月期 業績予想

7. Appendix



1. unerryの概要

ミッション・ビジョン



unerryとは

**“グローバルリーダーを目指す”
リアルとデジタルを融合させた
データエコシステムカンパニー**



ミッション

**心地よい未来を、
データとつくる。**

ビジョン

unerry, everywhere

どんな店舗や街に行っても、どんな情報に触れていても、
unerryの行動データが活用された「環境知能^{※1}」が実装されている。
それは日本にとどまらず、世界においても当たり前の光景に。

私たちは、世界に新たな“うねり”を起こす、データエコシステムを目指します。

※1...“環境知能”とは：意識してコンピュータを操作するのではなく、IoTデバイスが環境に存在し状況を賢くセンシングすることで自然な形で必要な情報が提供されたり安全安心な状況が保持される、環境が知能を持ち、暮らしをサポートする世界。

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

デジタル空間

生活者行動ビッグデータ

人流

購買

TV・OOH

SNS

サイネージ

Web

AI Brain

ユーザー
プロフィール

来店可能性

レコメンド

嗜好性

DX 生活者体験DXサービス

分析・
可視化

行動変容
(広告)
サービス

One to
One
サービス

8.5億デジタルツインIDの生活者行動ビッグデータをAI解析

日常のあらゆる行動をデータ化

リアル空間



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。

1. unerryの概要

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の概要

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の概要

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の概要

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

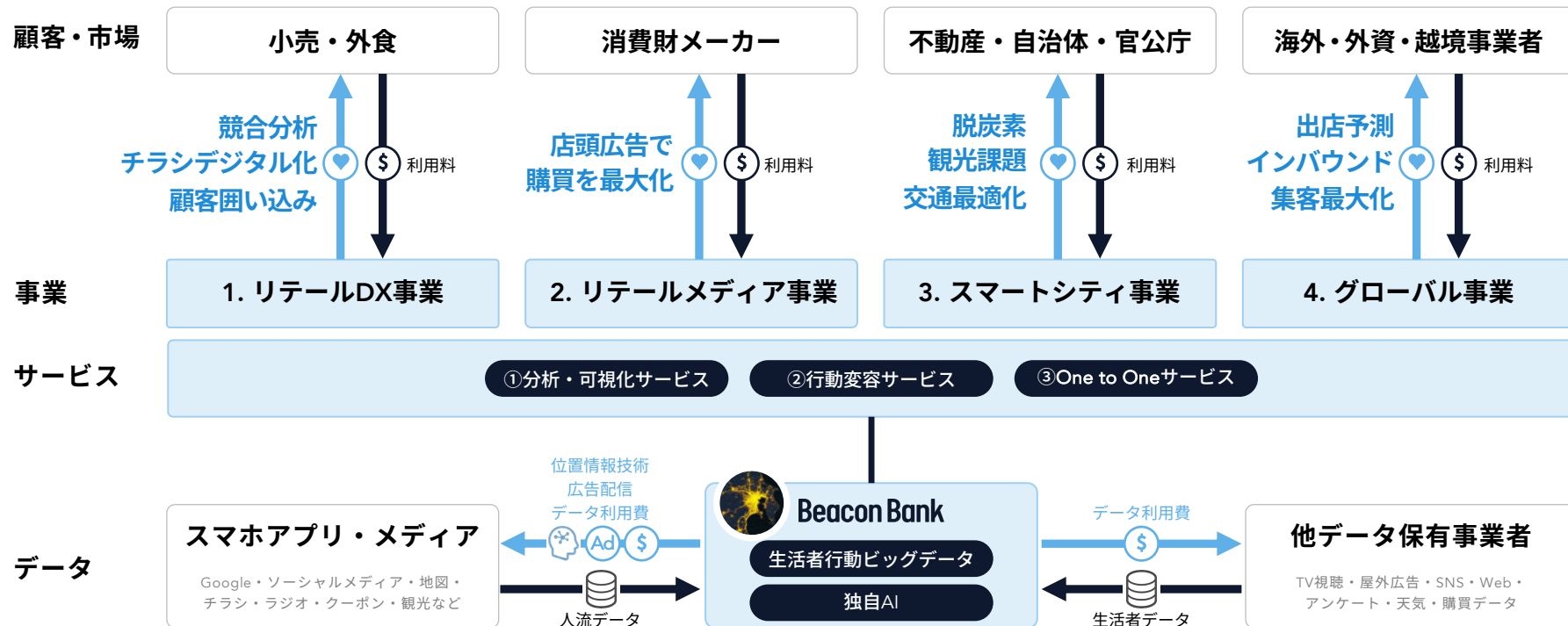
提供サービス

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



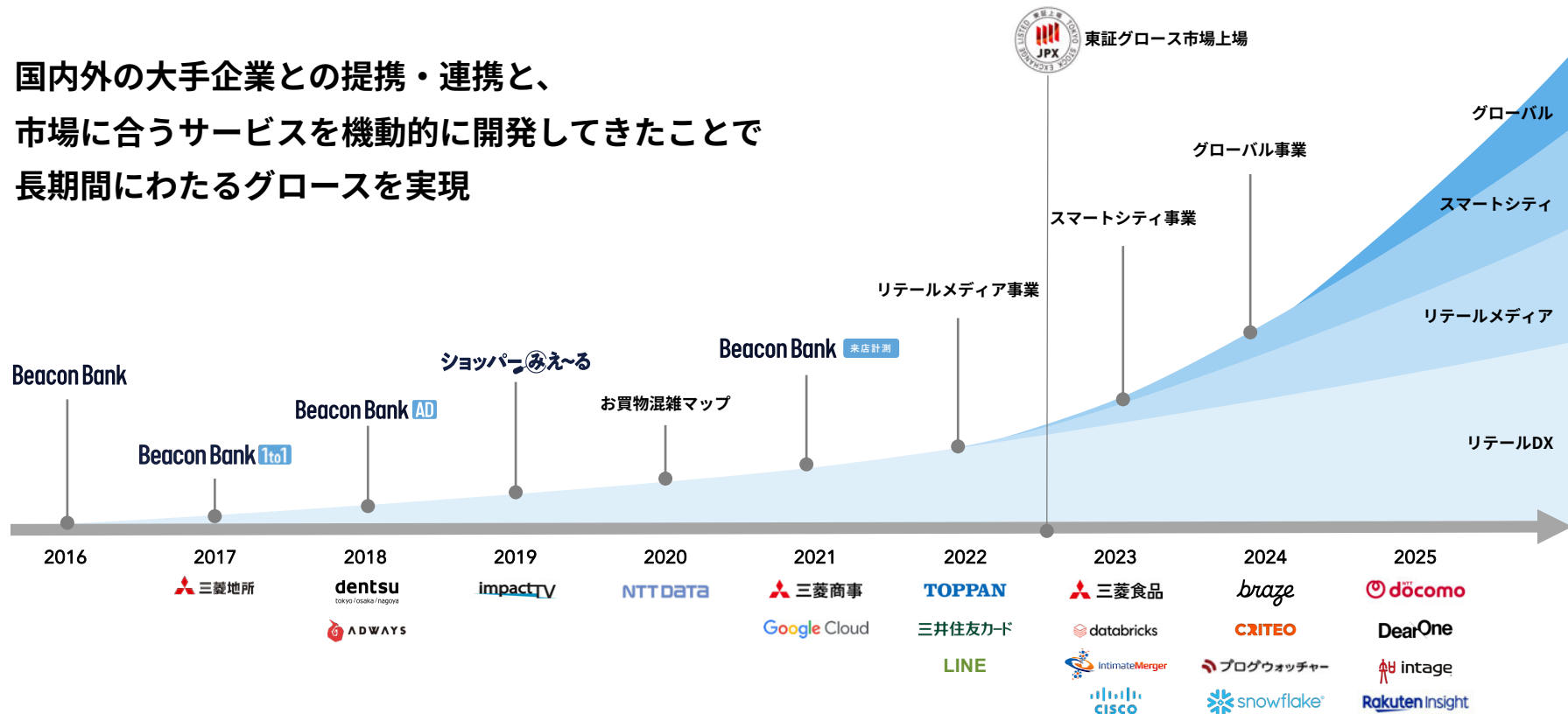
ビジネスモデル

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



成長の軌跡

国内外の大手企業との提携・連携と、
市場に合うサービスを機動的に開発してきたことで
長期間にわたるグロースを実現



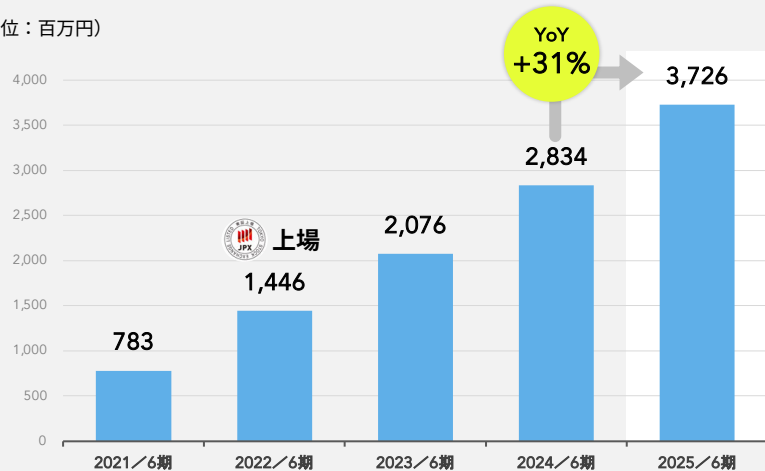
業績推移

売上高 YoY+31% 営業利益 YoY+74%

上場後も、健全な利益水準に基づく投資を実行しつづけ、高い成長率を実現

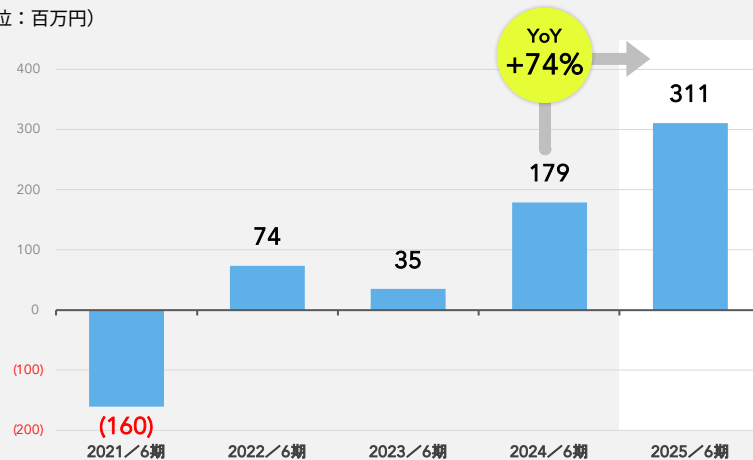
売上高

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)



1. unerryの概要

会社概要

社名 株式会社unerry

設立年月日 2015年8月20日

所在地 東京都港区虎ノ門4丁目1番1号
神谷町トラストタワー23階

代表取締役 内山 英俊

従業員数 91名（2025年6月末）

事業領域 生活者行動ビッグデータ「Beacon Bank」の運営

1. リテールDX事業
2. リテールメディア事業
3. スマートシティ事業
4. グローバル事業

経験者・次世代混成の新リーダーシップグループ

代表取締役CEO

内山 英俊



University of Michigan, Ann Arbor修了
2000年 プライスウォーターハウスクーパースコンサルタント
2002年 A.T. カーニー
2005年 サイバード
2008年 ANALOG TWELVE 取締役
2015年 unerry 代表取締役CEO

取締役副社長COO

鈴木 茂二郎



1999年 アンダーセンコンサルティング
(現アクセンチュア)
2003年 エヌリンクス (後に取締役)
2015年 unerry 事業開発部長
2018年 unerry 取締役COO
2022年 unerry 取締役副社長COO

取締役CFO

斎藤 泰志



2004年 ネクステック 取締役CFO
2012年 経営共創基盤カンパニー長・プリンシパル
2016年 ファーストロジック 取締役経営管理部長
2017年 経営共創基盤 シニアエキスパート
2019年 unerry 取締役CFO

取締役CMO

内山 麻紀子



2000年 プライスウォーターハウスクーパースコンサルタント
2006年 シンク
2009年 サニーサイドアップ
2016年 unerry 経営企画部長
2019年 unerry 取締役CMO

General Manager

サービス企画開発
一枝 悟史



General Manager

CEO Office
酒田 理人



General Manager

セールス
星 雄大



General Manager

オペレーション
安田 光希



CTO

伊藤 清香



Chief Evangelist

今泉 ライアン



General Manager

テクノロジー&オペレーション
山口 結樹

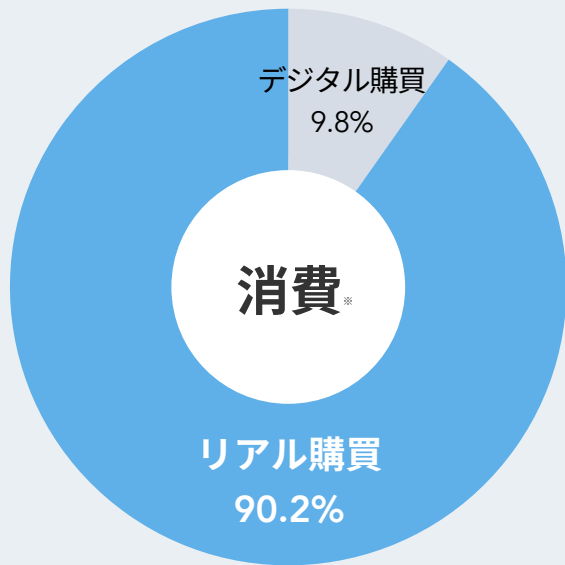


INDEX

1. unerryの概要
- 2. 競争優位性**
3. 中期成長戦略
4. 人的資本戦略
5. 2025年6月期 通期実績
6. 2026年6月期 業績予想
7. Appendix



着目した社会課題



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

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

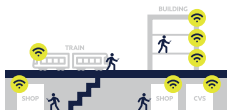
屋外・路面店



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

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 Solutions, By Technology, By Application, By Geography(2025-2) 1ドル150円として換算

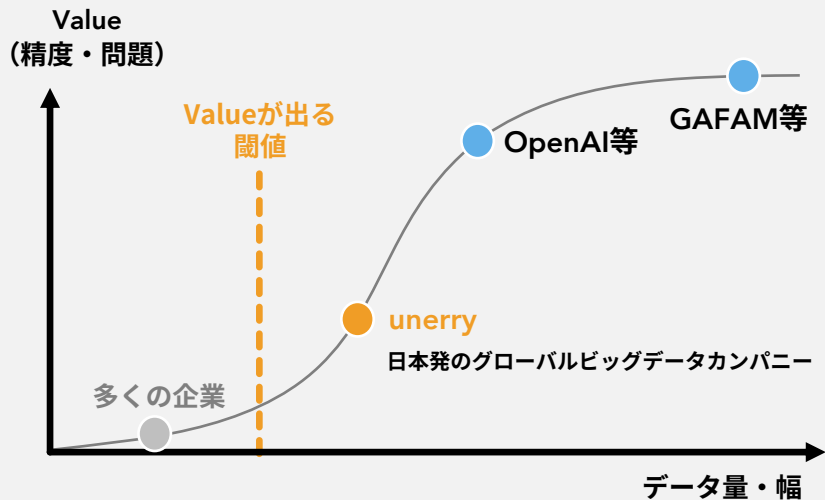
※3. 株式会社CARTA HOLDINGS「リテールメディア広告市場」2025年1月
※4. Market Research Intellect「Retail Media Networks Market Size By Product, By Application, By Geography, Competitive Landscape And Forecast」September 2024 1ドル150円として換算

※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

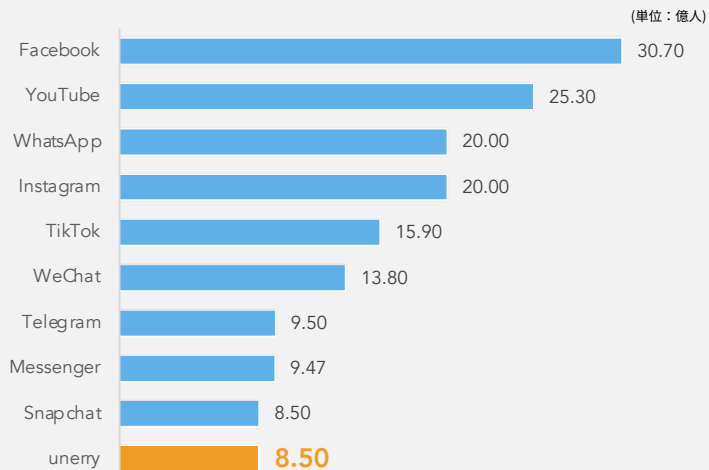
2.競争優位性

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



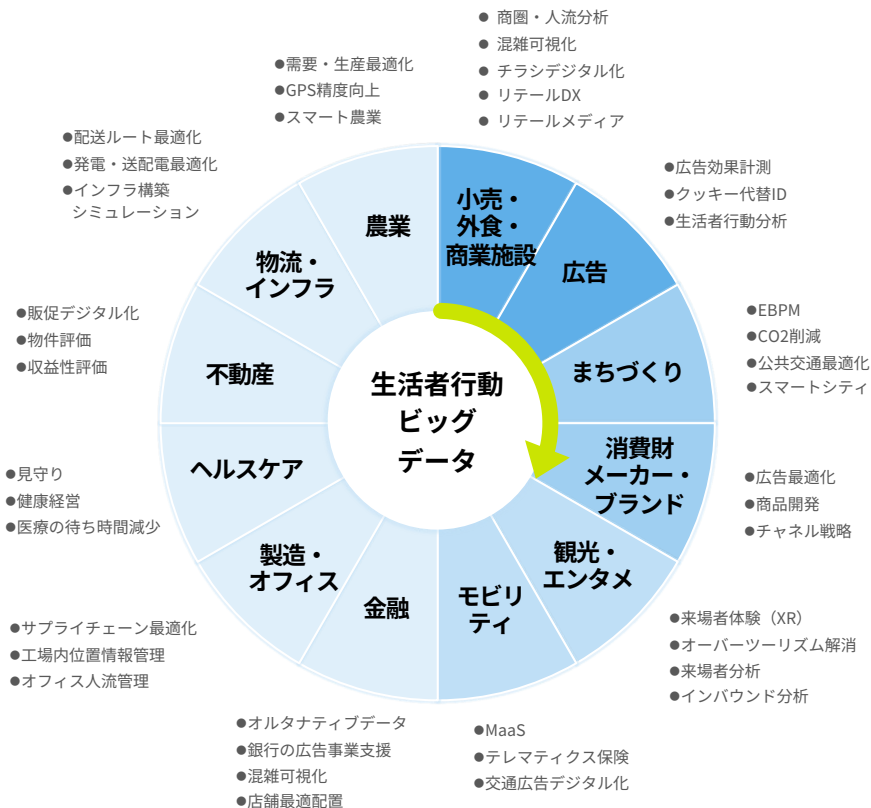
アクティブユーザー数比較(世界) ※1



※1 ... Digital 2025: Global Overview Reportからunerry編集。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

2.競争優位性

生活者行動ビッグデータの価値・市場ポテンシャル

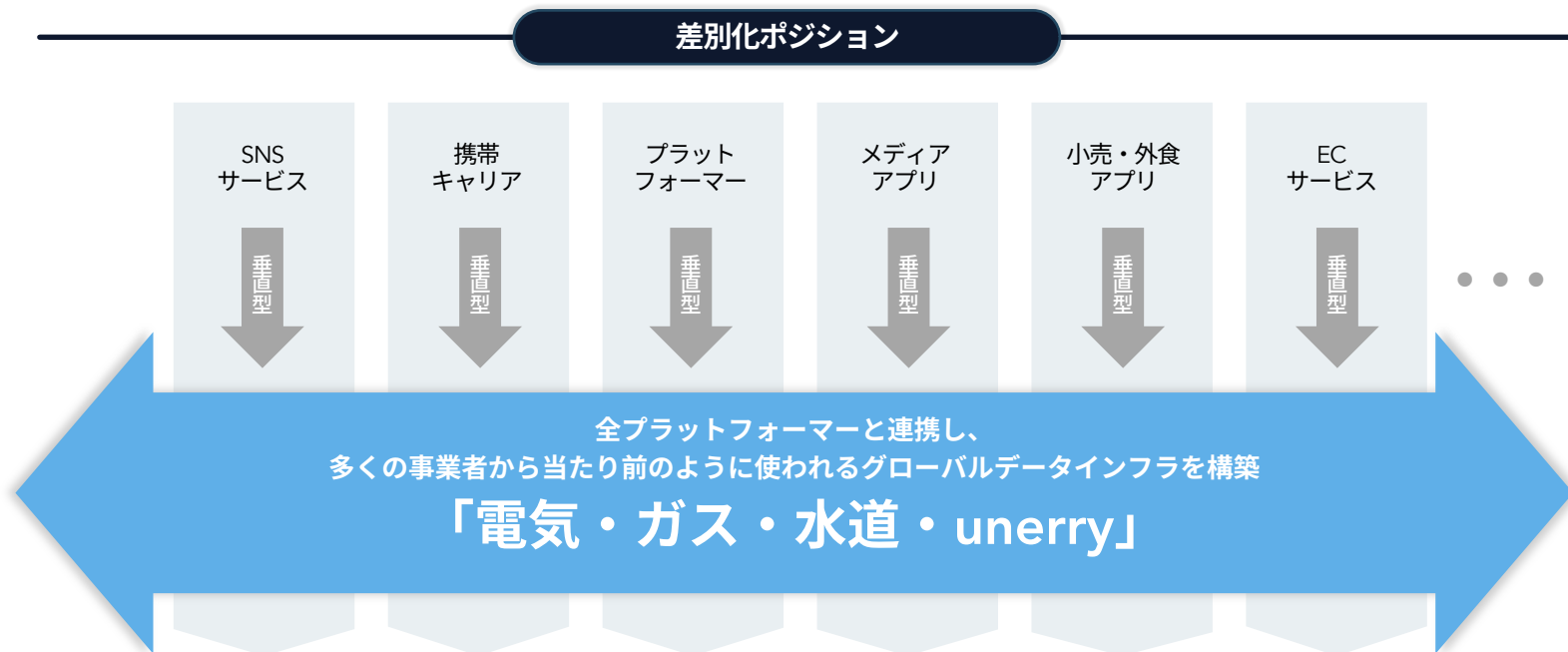


● 生活者行動ビッグデータのニーズは多岐に渡る。

● 現状はニーズの高い小売・広告・まちづくり・メーカー向けの用途が中心。

● 今後は幅広い産業のデータ／DX化・技術・事業支援に活用されるようになる。

電気・ガス・水道のように使われるグローバルインフラへ



2.競争優位性

サービスの優位性

屋外・屋内のシームレスなデータから生活者の行動を予測し、リアルタイムに必要な情報を Recommend できることが最大の優位性。

		基地局	Wi-Fi	GPS	カメラ	ビーコン	リアルタイム シームレス
主たるプレイヤー		携帯キャリア	Wi-Fi企業	GPS広告企業	カメラ分析企業	ビーコン企業	
精度		✕ 屋外のみ・250m～	△ 屋内のみ・～30m	△ 屋外のみ・5～100m	△ 屋内のみ・～1m	△ 屋内のみ・1～20m	◎ 屋外+屋内・1～20m
用途	分析	△ 大まかな商圏	△ 来店計測	△ 屋外分析	△ 数店舗の詳細分析	△ 屋内分析	◎ 屋外+屋内
	広告	✕ 許諾なし	△ 提供企業が少ない	◎ 位置情報広告	✕ 許諾なし	◎ 各種広告連携	◎ リアルタイム配信
	One to One	✕ 分析のみ	△ Wi-Fi環境の提供	△ 店舗検索・おすすめ	✕ 分析のみ	△ 来店者にプッシュ配信	◎ 行動予測で One to One Recommend

より高度

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

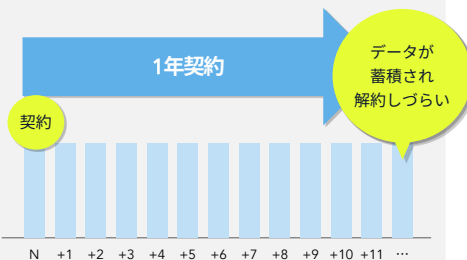
クロスセル

②行動変容サービス

クロスセル

③One to One サービス

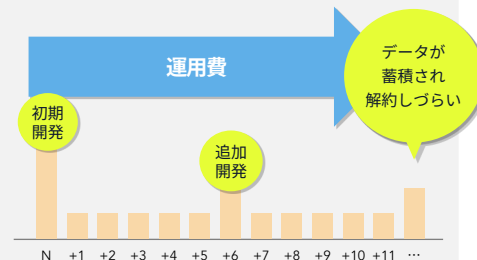
- 「ショップパーミエール」はSaaSサービスであり、月次収益が発生
- 1年契約が基本



- 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）

2.競争優位性

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。



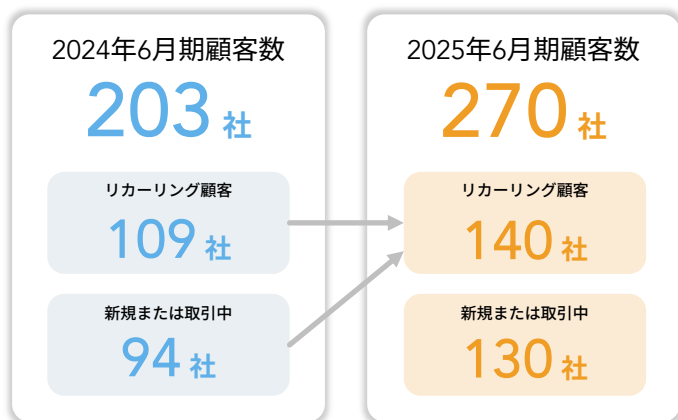
2.競争優位性

リカーリング顧客の経年売上高は年々積み上がる構造

毎年獲得した新規顧客が翌年のリカーリング顧客になるメカニズム。

一度リカーリング顧客になると、経年で売上が増加するため、年々積み上がる構造。

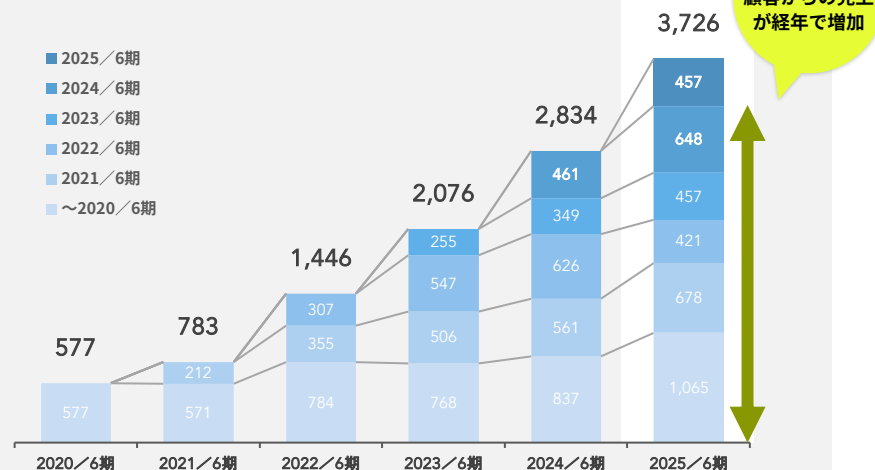
リカーリング顧客への転換メカニズム



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が経年で増加

※各年度で獲得した同顧客による経年売上高推移

INDEX

1. unerryの概要
2. 競争優位性
- 3. 中期成長戦略**
4. 人的資本戦略
5. 2025年6月期 通期実績
6. 2026年6月期 業績予想
7. Appendix



3. 中期成長戦略

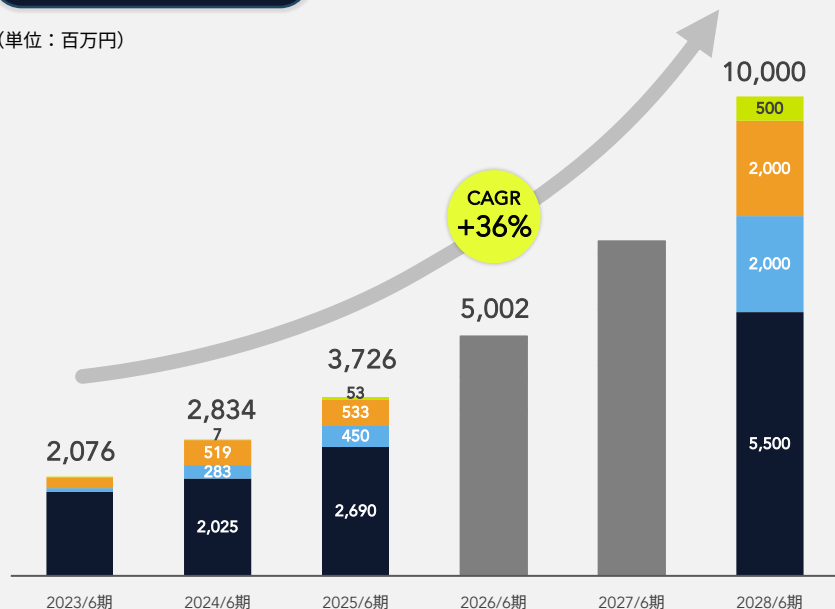
中期成長戦略のKGIと事業別内訳

リテールDXが予想以上に拡大。売上高100億円に向けCAGR+36%成長を継続

売上高の推移

最新の環境に合わせて内訳見直し

(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

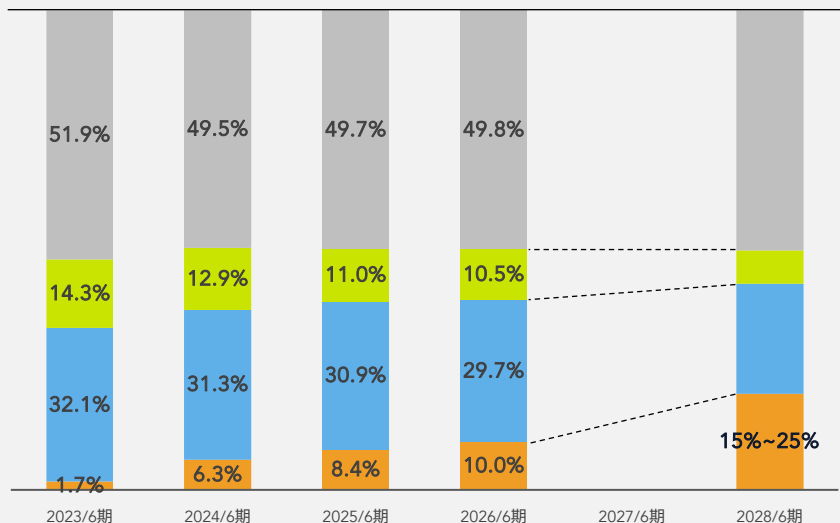
小売・外食

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（年間+20～30%程度の人員増）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%）

3. 中期成長戦略

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

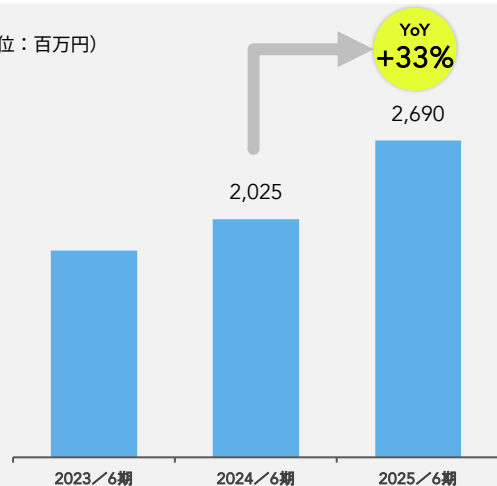
スマートシティ事業

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

● パートナリシップ ● 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 **ショッパーみえーる** 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

ハイパーパーソナライゼーションにむけた開発投資

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

ハイパーパーソナライゼーションサービスをプロダクトとして標準化

顧客への提供価値

ライフスタイルAI
ユーザー嗜好を詳細に分析

来店・離脱予兆AI
ユーザーの行動変化をキャッチ

施策AIエージェント
データに基づいたコンテンツの自動提案

統合データ基盤・外部サービス連携
主要プラットフォーム・MAツールと簡単に連携

世界最高水準の位置情報技術
位置情報取得頻度・精度・バッテリー効率

**Beacon
Bank**

**ハイパー
パーソナライ
ゼーション**

ユーザーの利便性

- 欲しい商品に最短で出会える
- 自分に最適な価格・キャンペーンを教授できる
- 買物体験がシームレスで快適になる

生産性の向上

従来：カスタマイズ

今後：標準プロダクト

- | | |
|------------|------------|
| ✓ 開発リソース依存 | ✓ スケール可能 |
| ✓ 提供速度が遅い | ✓ 迅速な機能提供 |
| ✓ スケールが困難 | ✓ 継続的な価値向上 |

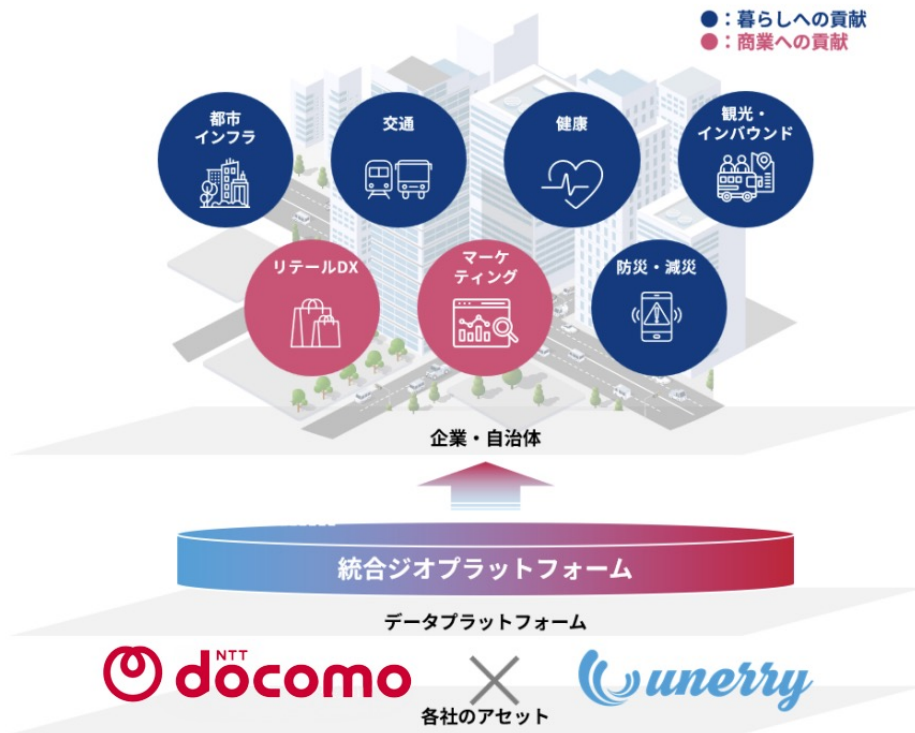
NTTドコモと統合データプラットフォーム連携検討を開始

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

3. 中期成長戦略

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

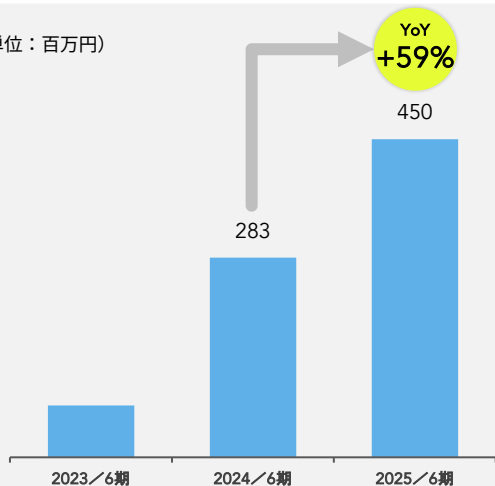
スマートシティ事業

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



3. 中期成長戦略

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。

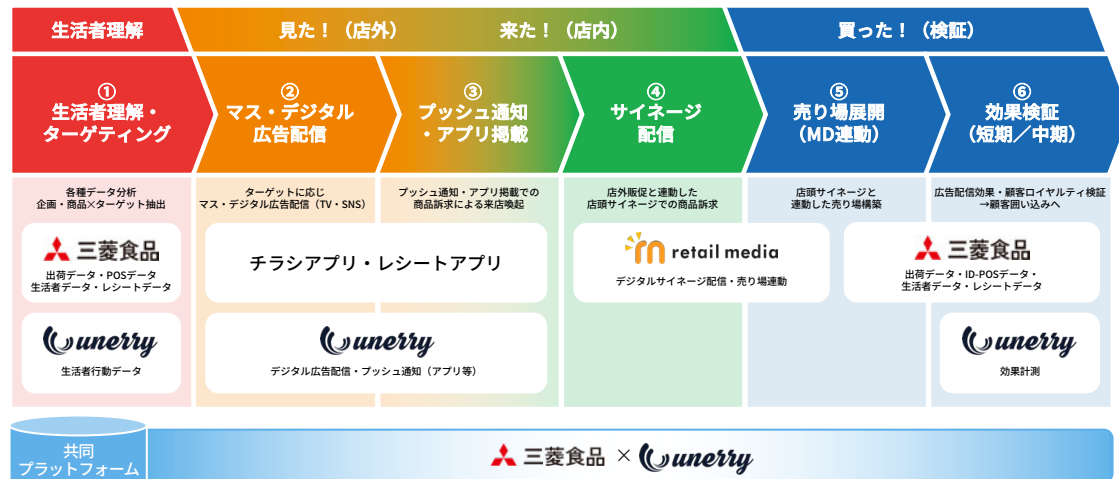
リテールDX事業

リテールメディア事業

スマートシティ事業

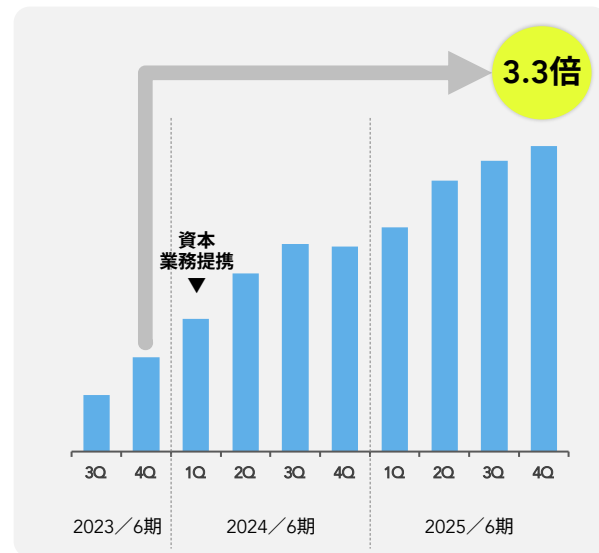
グローバル事業

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。

3. 中期成長戦略

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

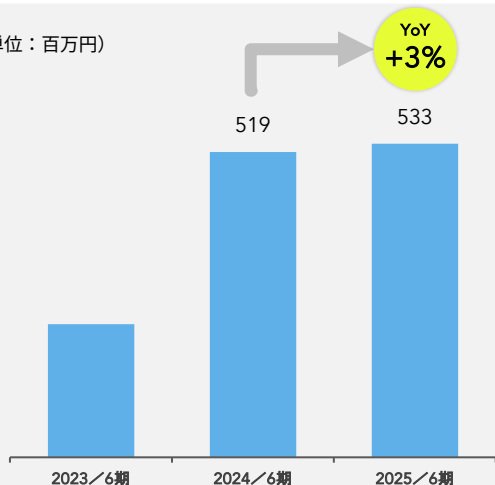
スマートシティ事業

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売上高確保に苦慮。体制を強化し、2026年6月期からは再成長へ。

売上高推移

(単位：百万円)



トピックス

● パートナーシップ ● 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

3. 中期成長戦略

サービス提供地域が30都道府県に拡大

自治体・不動産・公共交通
事業者のまちづくり支援実績

2025/6期

前年

21 → 30

都道府県



宮崎県

脱炭素まちづくり

デジタルを活用した観光情報発信・効果計測、来訪者分析による観光施策の立案

福島県

観光分析・促進

観光イベント来訪者の行動分析、Webサイトの改善、観光プロモーション

石川県

脱炭素まちづくり

CO2削減の評価を行うため、移動手段別移動距離等を算出し、まちなかの移動実態を定量化

山梨県

観光促進

従来手法では届きづらい若年層等にSNSなどのデジタル手法で情報を配信

福井県

観光促進

北陸新幹線の開業のにぎわいを継続するため、首都圏住民に対して観光を促すプロモーションを実施

群馬県

交通最適化

公共交通の最適化やマイクロモビリティの整備を見据えた回遊行動分析およびデータ活用

京都府

オーバーツーリズム解消

観光客や地域住民向け情報として、観光地や特定エリアの混雑度をリアルタイムで判定し、提供

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

提供サービス

1. 街・観光の課題分析
2. 情報発信による行動変容
3. アプリ・データベース開発

観光促進・
市街地活性化

交通最適化

街の
メディア構築

オーバー
ツーリズム
解消

脱炭素・
ウォークブル

EBPM

3. 中期成長戦略

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

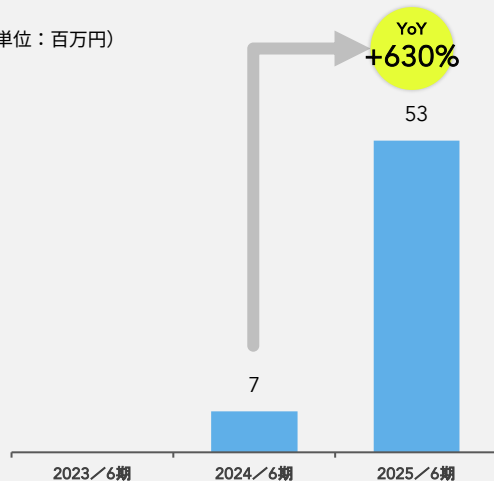
スマートシティ事業

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

3. 中期成長戦略

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

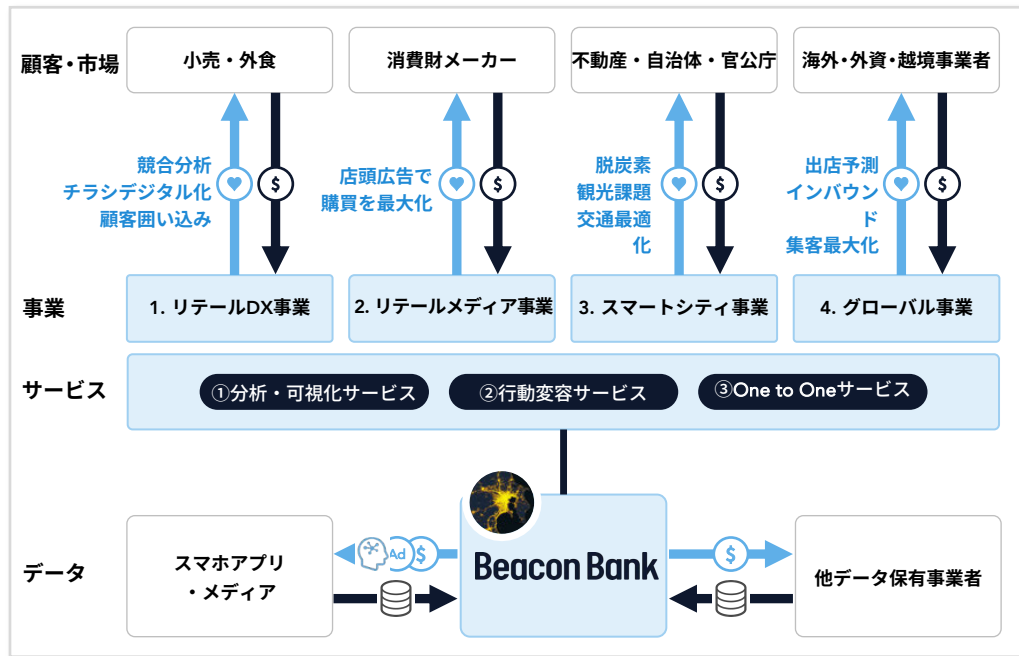
M&Aや出資など一定の財務規律の中で非連続成長に向けた投資の実行。
今後の重要な成長戦略の一つに位置付ける。

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。

M&A・アライアンス戦略

データ・プロダクト・パートナーの3軸でM&A戦略を推進



③ 各業界・各国ごとにサービスを提供する代理店

→ 重点パートナー戦略強化

② ビッグデータに基づくサービスを展開する企業

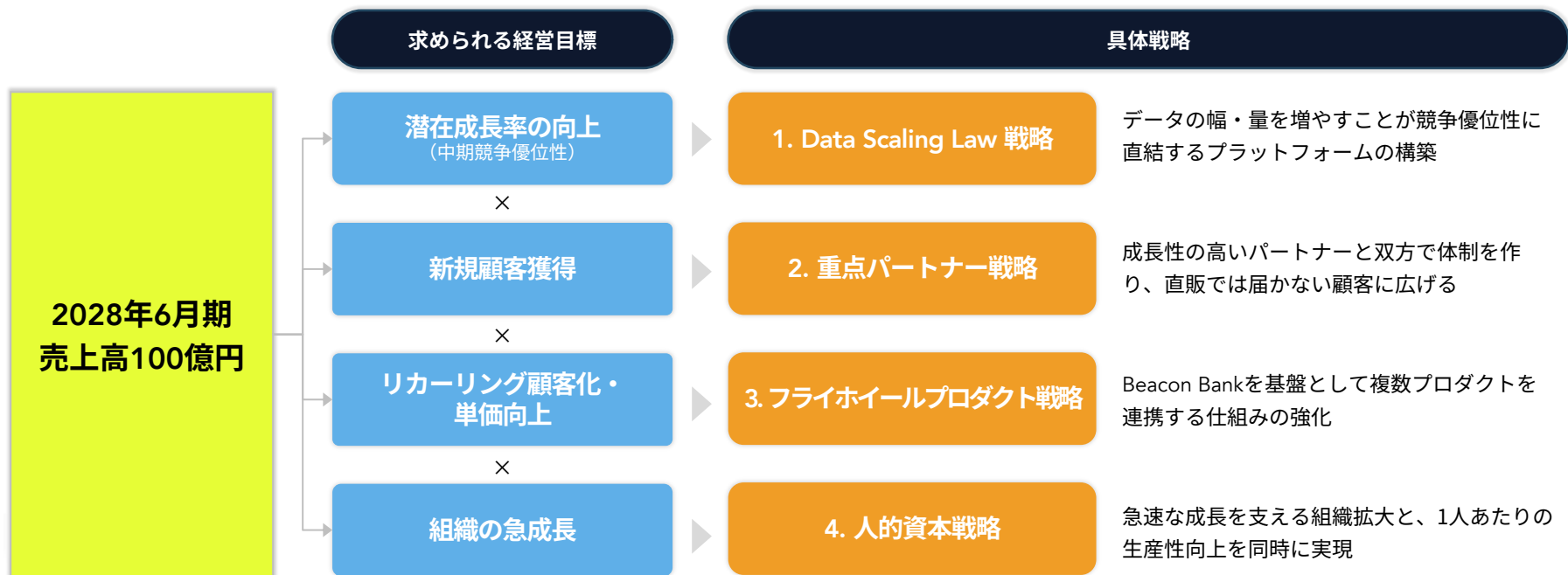
→ フライホイールプロダクト戦略強化

① データの幅・量を拡充し、競争優位性を上げる企業

→ Data Scaling Law戦略強化

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



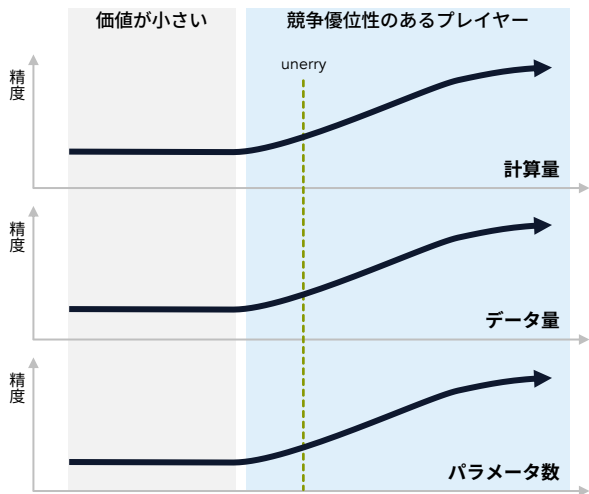
3. 中期成長戦略

1. Data Scaling Law戦略

ID数とパラメータ数を増やすことで、精度と、適用する問題の範囲を大きく増やしていく。

機械学習のScaling Lawとは (OpenAI論文より)

機械学習はデータ量とパラメータ数が多いほど
精度が良い※1



※1: "Scaling Laws for Neural Language Models" (Jared Kaplan, et al. @ OpenAI, arXiv, 2020.) から当社修正

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

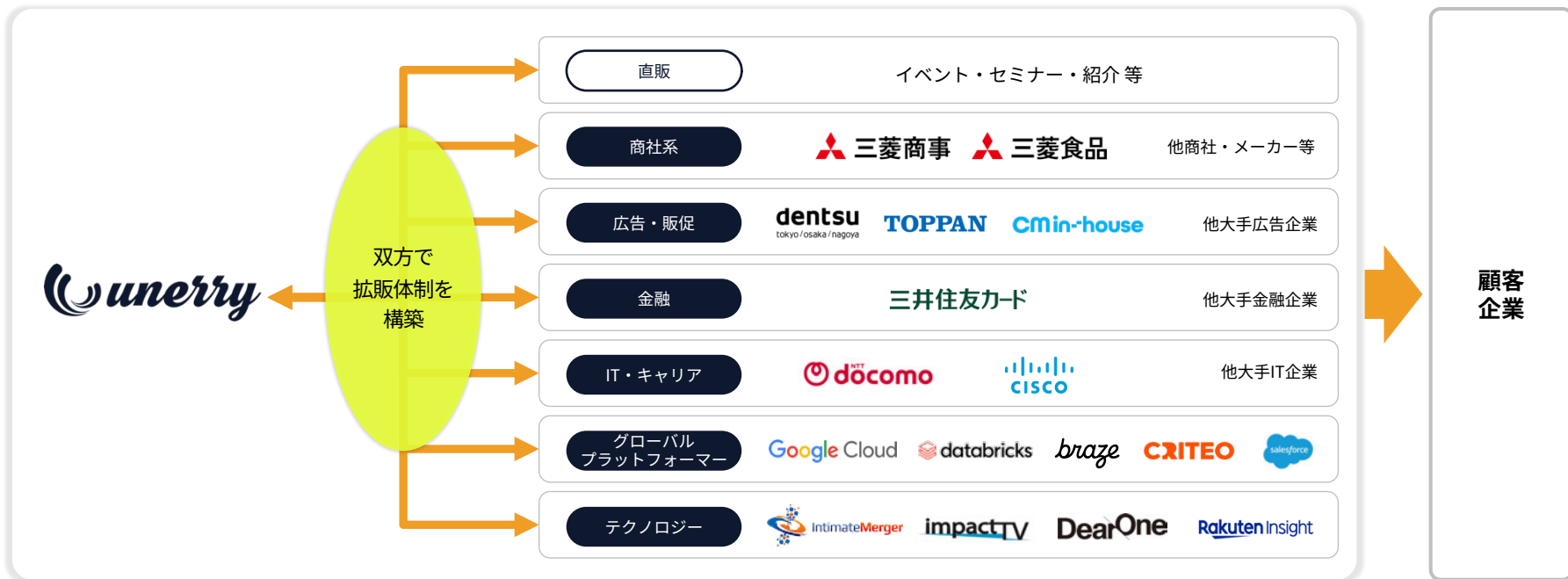
- アンケートデータで行動に現れない心理的データも把握可能に (ブランド認知・顧客満足度等)
- 生活者データ保有事業者との協業・提携推進

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

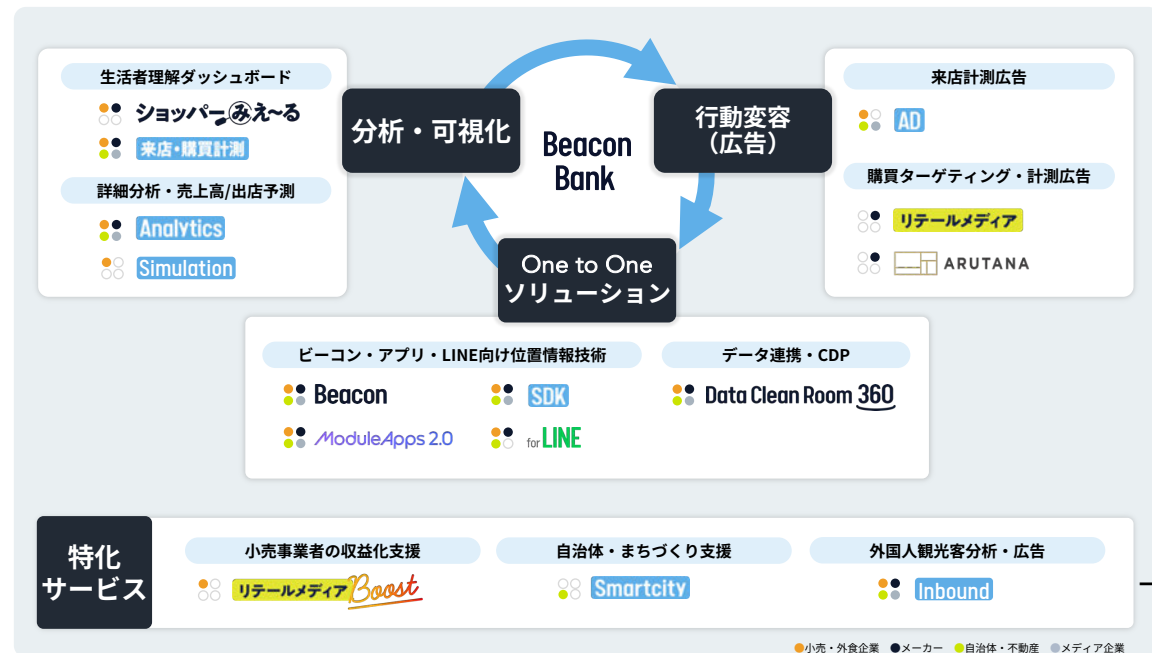
業界を代表する企業とのパートナーシップで市場浸透を促進



3. 中期成長戦略

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



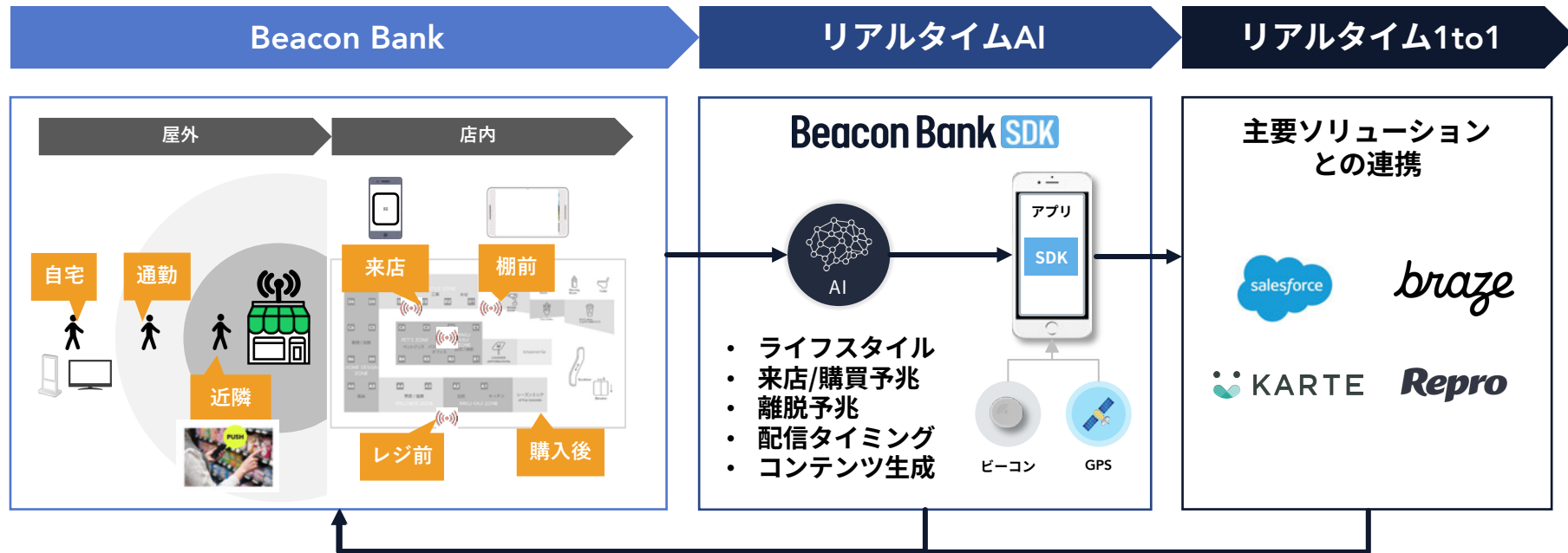
顧客の導入シナリオ

- 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



INDEX

1. unerryの概要
2. 競争優位性
3. 中期成長戦略
- 4. 人的資本戦略**
5. 2025年6月期 通期実績
6. 2026年6月期 業績予想
7. Appendix



人的資本戦略の全体像

組織拡大と生産性向上に向けたKPIとアクションを定義してHR部門で強力に推進



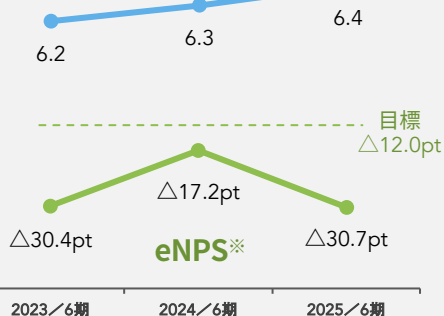
4. 人的資本戦略

A. ミッション・ビジョン・バリューの浸透

主要KPI

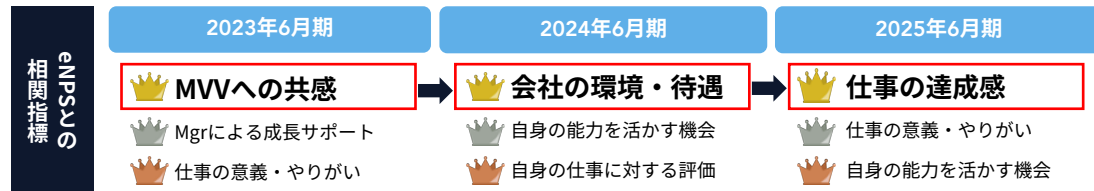
【社員アンケート】
親しい友人や知人に
自分の会社で働くことを
どのくらいおすすめしたいですか？

平均スコア(10点中)



分析と対策

- 全体スコアは向上したが、eNPSは後退（中立者の減少が要因）。
- 2023→2024年はMVV浸透施策、2024→2025年は人事制度整備で改善を図ってきた。



- 2025年6月期は人数拡大に伴って自分自身の達成感、意義・やりがい、能力を活かす機会の創出が課題となった。

ミッションシート

全社目標⇔各チーム⇔各メンバーのミッション・
KPIの明確化・共有化



4. 人的資本戦略

B. 未来をつくる人材の継続的な確保・拡大

データ専門職比率の目標値は達成。

引き続きデータ専門職の採用・育成および非データ専門職のデータ人材化に取り組む。

取り組み

オンボーディング

- 全社データ基盤（KASSAI）

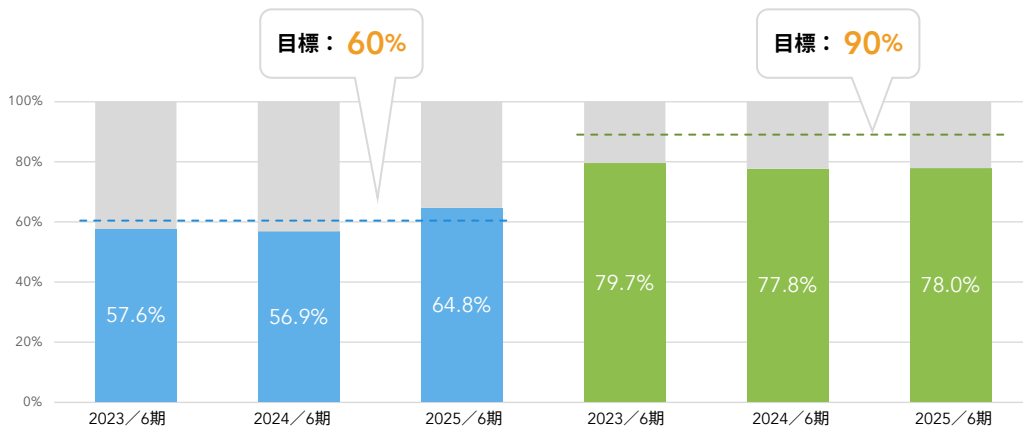
オンボーディング

- 入社後100日プラン
- 全部門オリエンテーション
- 生成AI・データ分析勉強会
- チューター／メンター制度

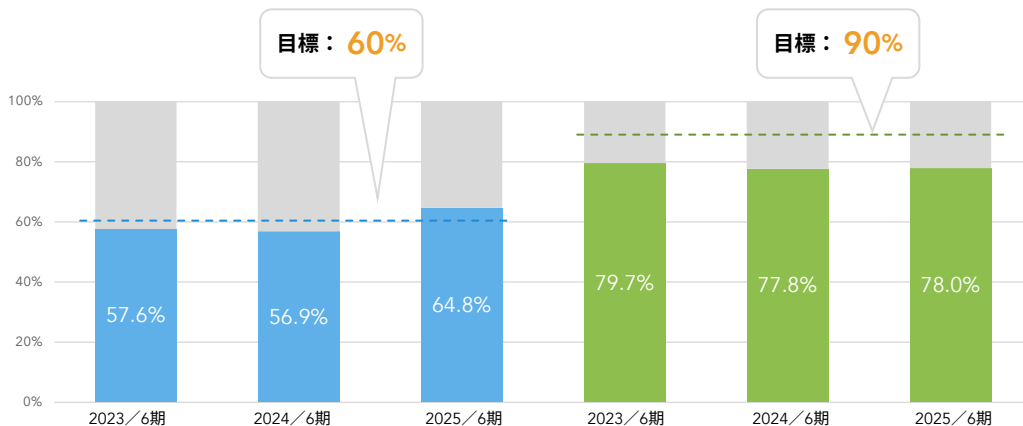
プロフェッショナル化

- 資格取得支援制度／コミュニティ資格推奨
- データ関連イベントでの登壇

データ専門職※1 比率



データ人材※2 比率



4. 人的資本戦略

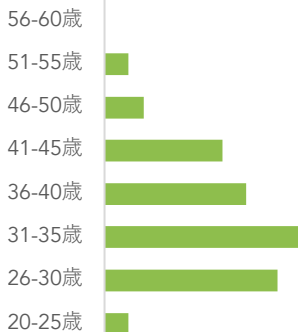
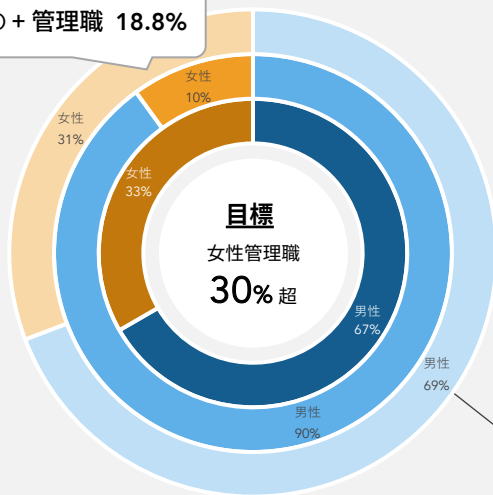
C. グローバル企業としてのダイバーシティ実現

CxOと管理職をあわせた女性比率は18.8%、外国籍比率は7.7%で、目標値とはまだ乖離がある。

従業員一人一人に沿ったキャリアパスや環境を整備し、グローバル企業としてのダイバーシティを実現。

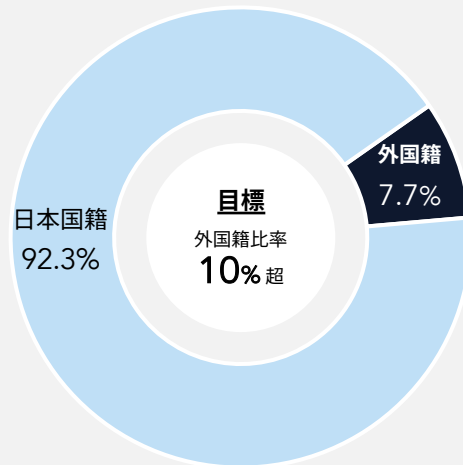
男女比率／管理職男女比率・年代構成

女性 CxO + 管理職 18.8%



円内側：CxO
円中央：管理職（CxO除き）
円外側：従業員（管理職除き）

グローバル指標



4. 人的資本戦略

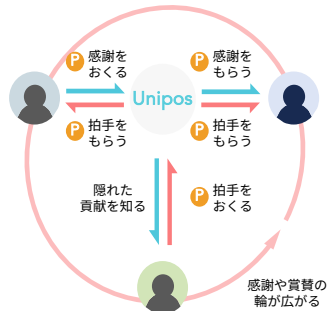
D. チャレンジを褒め称えるチームワーク

チャレンジを褒め従業員同士がお互いの良い行動を感謝・称賛し、少額のインセンティブを添えて投稿する仕組み「Unipos」を活用。人員増加に伴って昨年度より若干低下。利活用の促進を強化していく。

Uniposとは

Unipos株式会社が提供する、感謝や称賛、激励のメッセージなどのサンクスカード機能に少額のインセンティブ（ポイント）を添えて投稿できるサービス

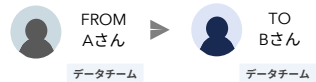
Uniposの仕組み



チャレンジ賞賛指標

「チャレンジを賞賛された投稿を買った従業員の比率」

Unipos 投稿イメージ



この前のプロジェクトはお疲れ様でした！
初めて挑戦するタイプの案件でしたが、
新しいやり方を色々試してくれた
Bさんのおかげで大成功でしたね！
本当にありがとうございます！

+100P

目標：45%

2024年
6月期
38.5%

33.0%
(Δ5pt)

チャレンジを賞賛された投稿を
買った従業員の比率

チーム間助け合い指標

「チームを超えて投稿を買った従業員の比率」

Unipos 投稿イメージ



昨日のお客様からのお問い合わせに
一次対応いただいて本当に助かりました！
迅速に解決できたのでお客様も
とても喜んでいました。
いつもありがとうございます！

+100P

目標：55%

2024年
6月期
51.0%

50.0%
(Δ1pt)

チームを超えて投稿を
買った従業員の比率

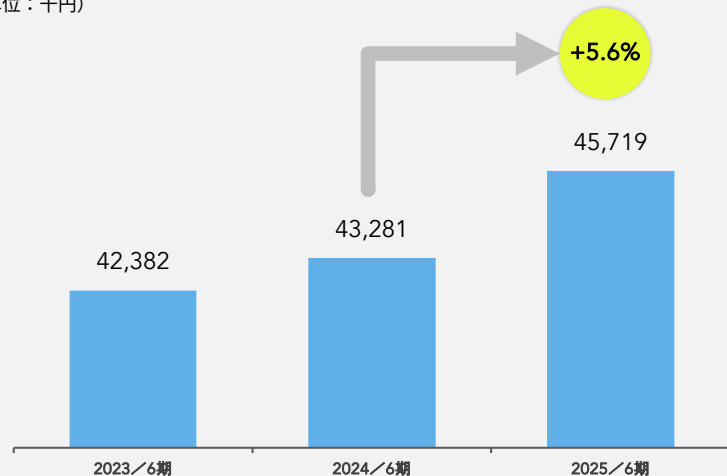
4. 人的資本戦略

E. 高い生産性と競争力のある報酬体系

一人あたりの生産性は+5.6%、平均年間給与は+11.0%と大幅に改善。

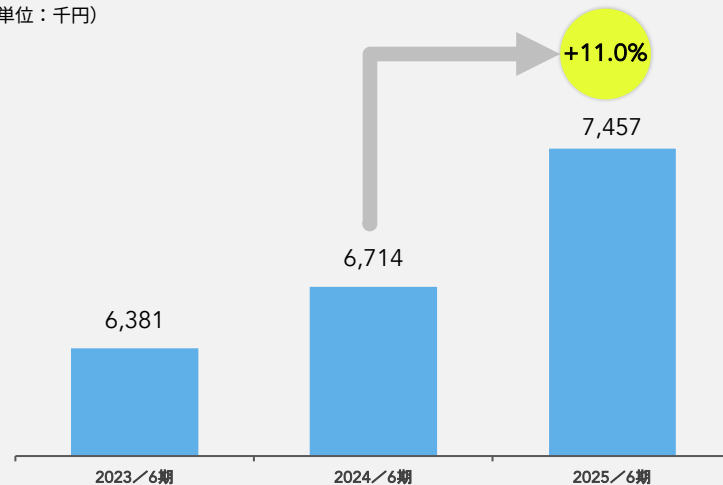
生産性（年間売上高／期末従業員数）

（単位：千円）



平均年間給与 賞与及び基準外賃金を含む

（単位：千円）



4. 人的資本戦略

E. 高い生産性と競争力のある報酬体系：RS（譲渡制限付株式）付与

従業員一人ひとりを当社の最も重要な成長ドライバーと位置づけ、全社一丸となって企業価値向上を目指すための戦略的施策として、2024年12月、全従業員に対し、一律で譲渡制限付株式（RS）を付与。

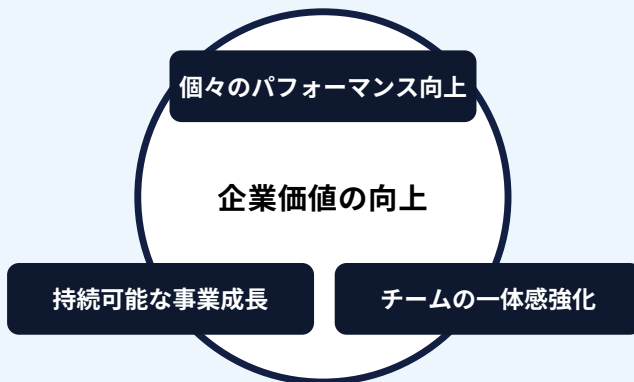
実施内容

払込期日：24年12月2日
対象株式総数：20,080株
発行価額：2,181円
割当先：従業員74名（当時）

RS付与の狙い

- オーナーシップ意識の醸成
- エンゲージメントの最大化

成長を加速する相乗効果



私たちの決意

全従業員の成長と共に
事業を成長させ
成果を共有する



26年6月期も従業員への
RS付与を検討

基盤：経営戦略と人的資本戦略のクロスポイント強化

特定の技術や市場における競争優位性をもたらす人的資本の獲得拡大にむけ、ミッションシートを用いた人事評価制度へ刷新

客観的な人事評価制度への刷新

従来

- 個々の年間成果を振り返る
- 全体調整を踏まえて報酬へ反映する

新制度

- 職種や役割によつての期待・基準の明確化
- 年度初のミッションシート（目標）作成
 - ・ KPI
 - ・ プロセス
 - ・ 達成基準
 - ・ 各ミッションへの重みづけ
- 期中・期末時に、ミッションシートに基づいた達成度の振り返りと報酬への連動

人的資本獲得手段の広がりに対応

経営戦略を実現するための人的資本獲得手段

新卒採用

中途採用

+

M&A

M&Aも見据えた基盤の整備

人事評価制度の導入

人事データ基盤の整備

- 年36%の売上成長継続
- 年20%以上の人材獲得
- 1人あたりの生産性向上
- グローバル事業展開

unerry
での人的資本成長

INDEX

1. unerryの概要
2. 競争優位性
3. 中期成長戦略
4. 人的資本戦略
- 5. 2025年6月期 通期実績**
6. 2026年6月期 業績予想
7. Appendix



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

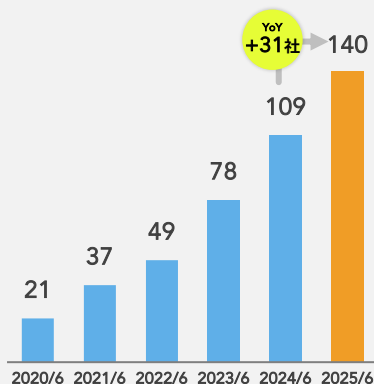
前期比較				
(単位：百万円)	2024年6月期	2025年6月期	増減率	当初業績予想 達成率
売上高	2,834	3,726	+31 %	99.5 %
売上総利益	1,065	1,464	+37 %	107.6 %
営業利益	179	311	+74 %	129.7 %
当期純利益	68	331	+386 %	239.5 %
ROE	5 %	18 %	+13 pt	+10 pt

売上高：リカーリング売上高

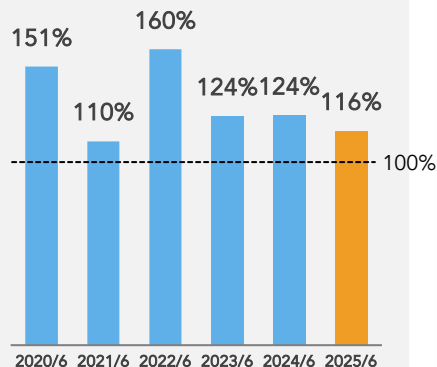
- リカーリング顧客数は、YoY +31社の140社と堅調に増加。
- クロスセル×アップセルが堅調で、高い年間顧客単価を維持。

リカーリング顧客数^{*1}

(単位：社)



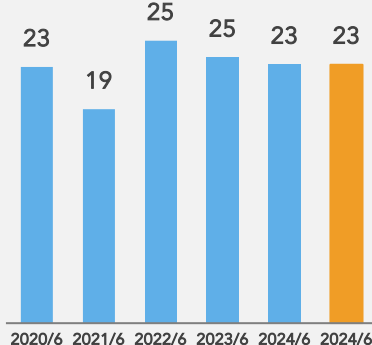
NRR^{*2}



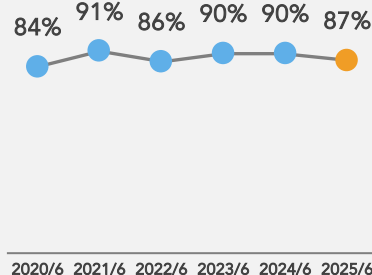
リカーリング年間顧客単価

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) ÷ (当該顧客の前期売上高)

各事業の実績と今後の見込み

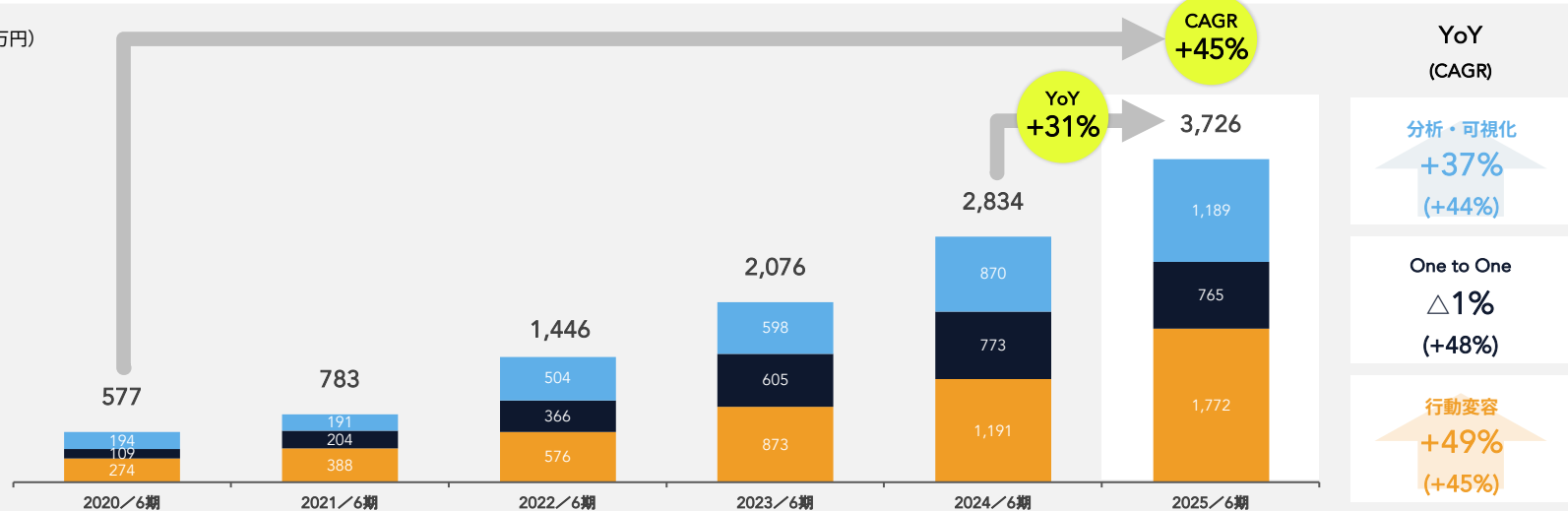
事業	2025/6期 実績	YoY	評価・今後の見込み
小売・外食 リテールDX事業	2,690 百万円	+33 %	 ● 高単価を維持しつつ、リカーリング顧客基盤が安定成長 ● 各種拡張したサービスを上位顧客へクロスセルすることに成功
消費財メーカー リテールメディア事業	450 百万円	+59 %	 ● 連携小売や配信ID数が増えて商品力が強化され、販売パートナーからの売上高が堅調に推移 ● 来期以降も高い成長率が見込まれる
不動産・自治体・官公庁 スマートシティ事業	533 百万円	+3 %	 ● 自治体・公共交通事業者連携が30都道府県に拡大 ● 専門人材採用の遅れから下期の売上高確保に苦慮。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

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。

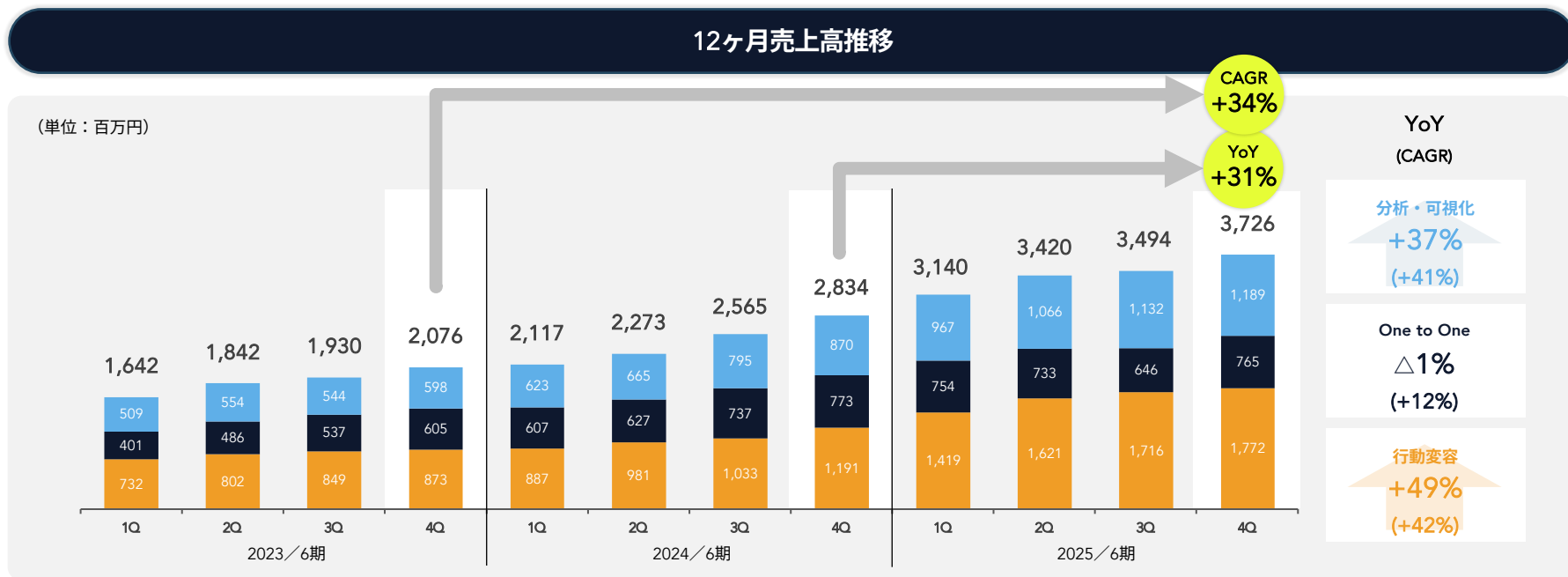
年度推移

(単位：百万円)



売上高：12ヶ月売上高

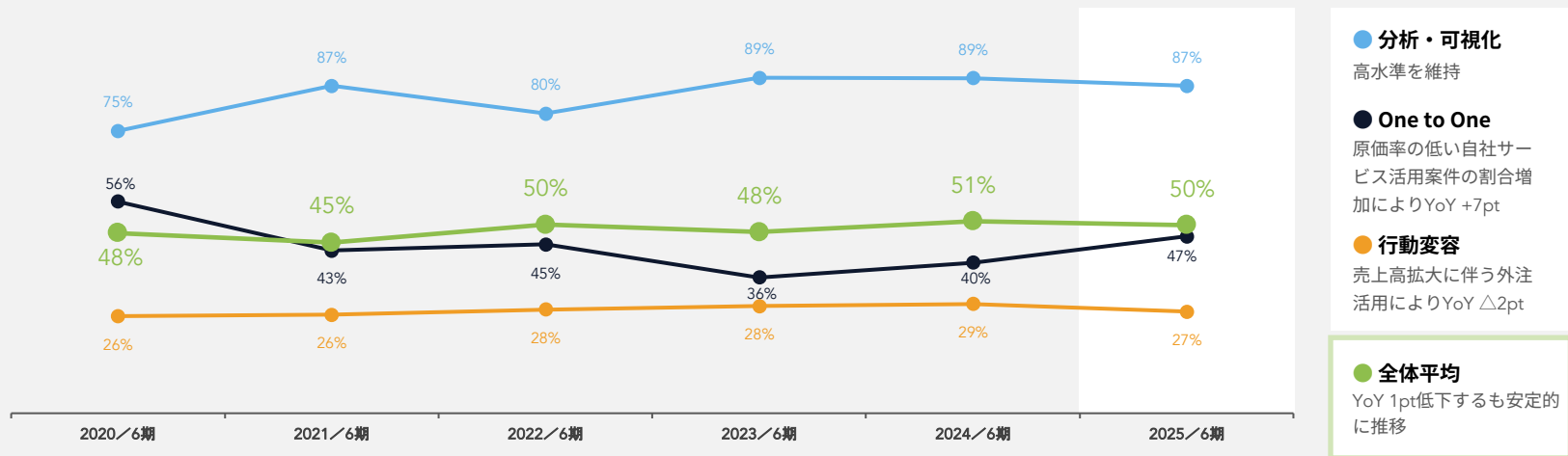
- 売上高の季節性を除外して成長度を適切に確認できる12ヶ月売上高※でみると、分析・可視化サービスおよび行動変容サービスが大きく伸長し、全体でYoY +31%増加。



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

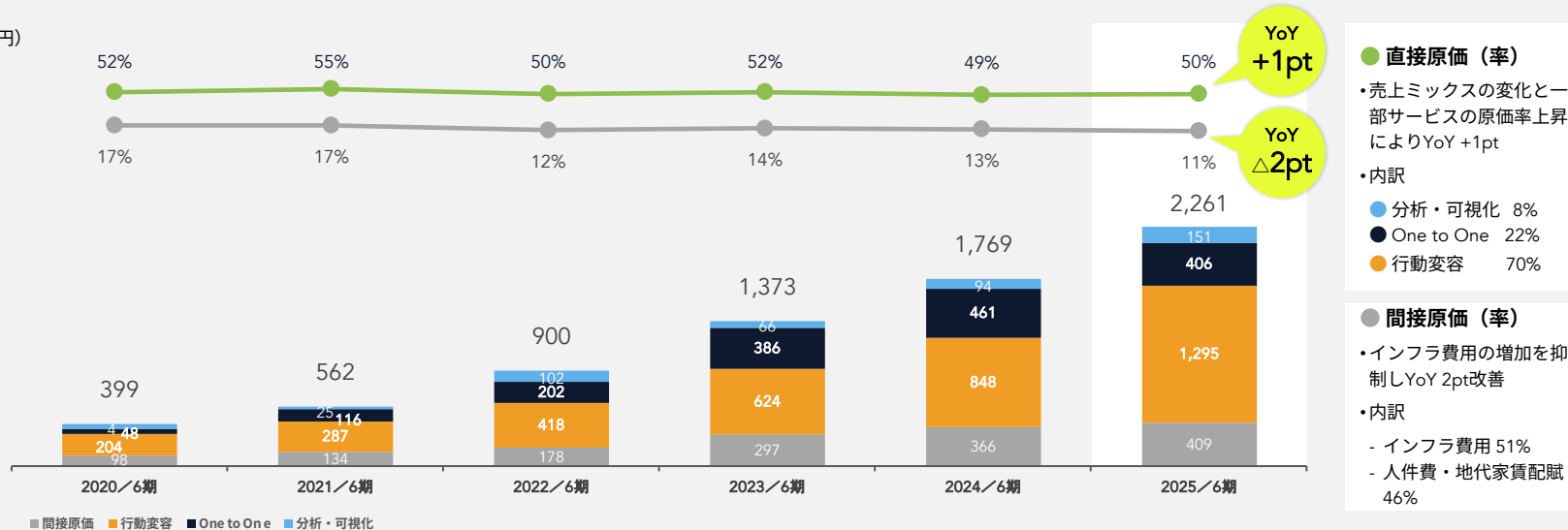


売上原価

- 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)

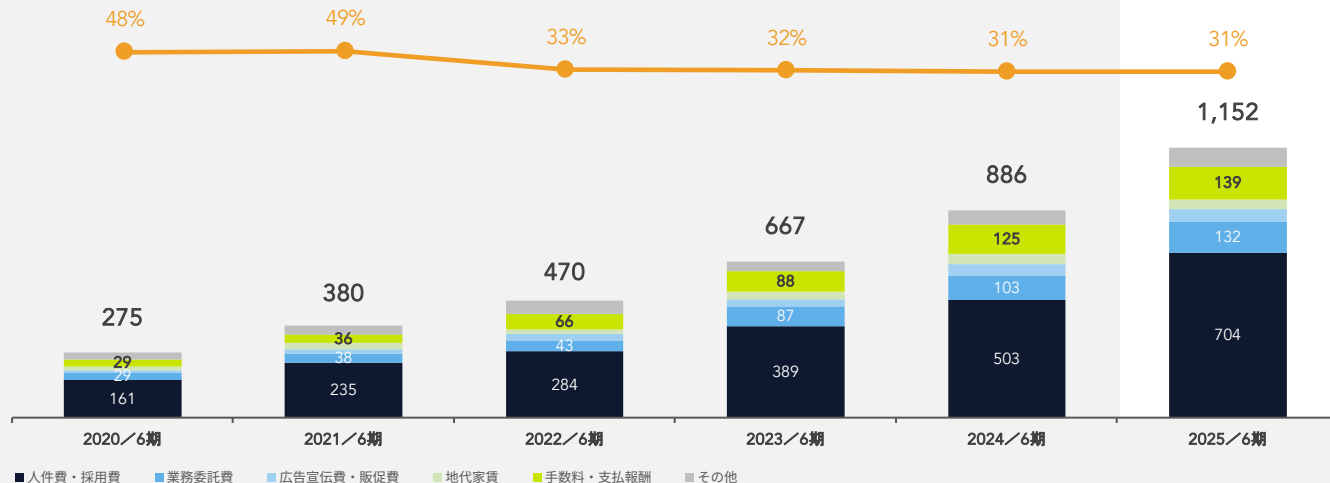


販売費及び一般管理費

- 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

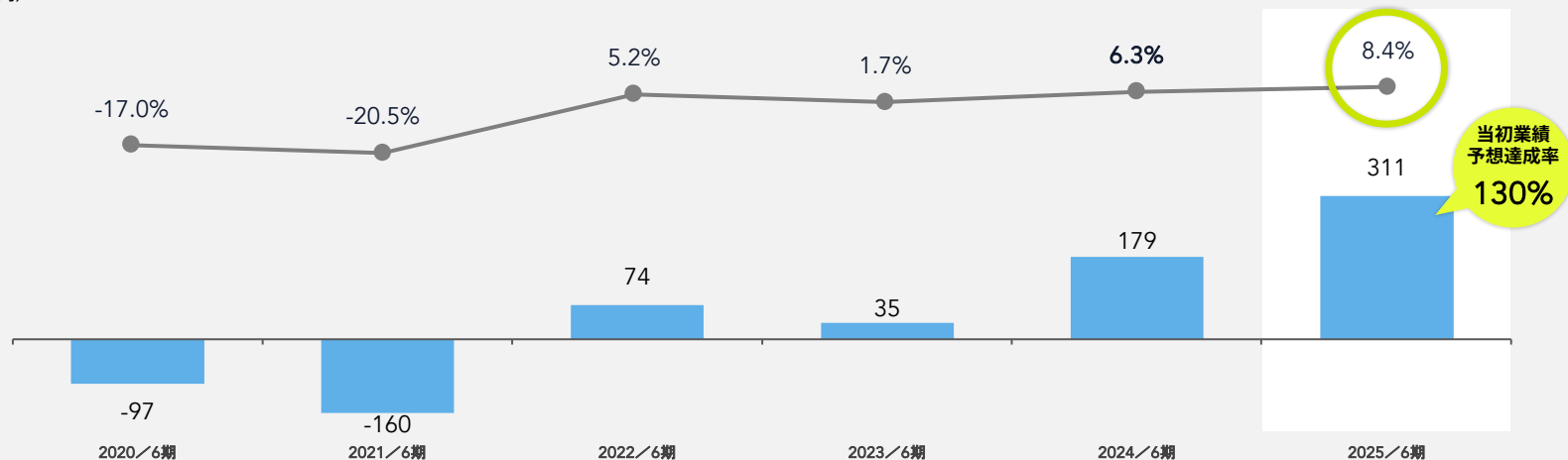
売上高伸長するも人件費・採用費の増加により前年水準

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)



投資計画に対する結果

投資項目	投資内容	投資金額	2025年9月時点の結果
グローバル・スマートシティ・リテールメディア等の新事業サービスの開発	● 開発を推進するための人件費・採用費 ● 業務委託費（初期開発の一部） ● プラットフォームのインフラ費	63百万円	● リテールメディアのデータベース完成 ● Beacon Bankインバウンド、Beacon Bankアンケートの新サービス開始
データ量増加に伴うインフラ費用最適化のためのデータウェアハウス開発	● 開発を推進するための人件費・採用費 ● 業務委託費（ケーパのある人材）	20百万円	● インフラ費用の一定抑制ができ、間接原価率が改善
中期計画実現のための資本出資・提携推進	● 業務委託費（コンサルティング・デューデリジェンス）	10百万円	● DearOne社への出資完了

INDEX

1. unerryの概要
2. 競争優位性
3. 中期成長戦略
4. 人的資本戦略
5. 2025年6月期 通期実績
- 6. 2026年6月期 業績予想**
7. Appendix



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%

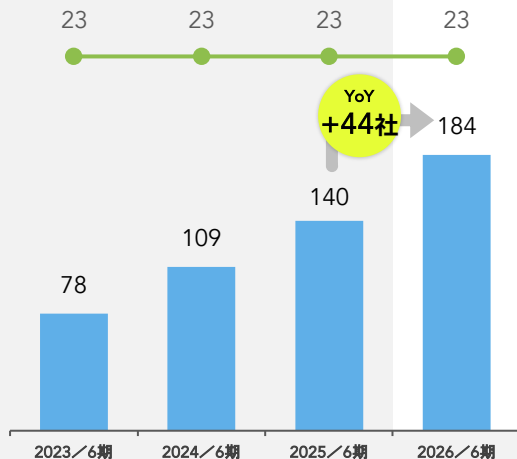
損益分岐を超えた成長により間接原価率および販管費率が低下し、営業利益5億円、営業利益率10%に大きく伸びる予定

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。

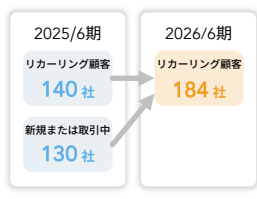
リカーリング顧客指標

(単位：百万円、社)



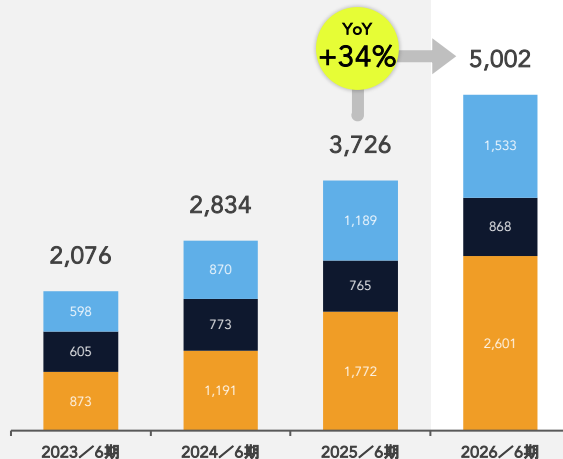
● リカーリング年間顧客単価
引き続き高水準を維持

● 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%

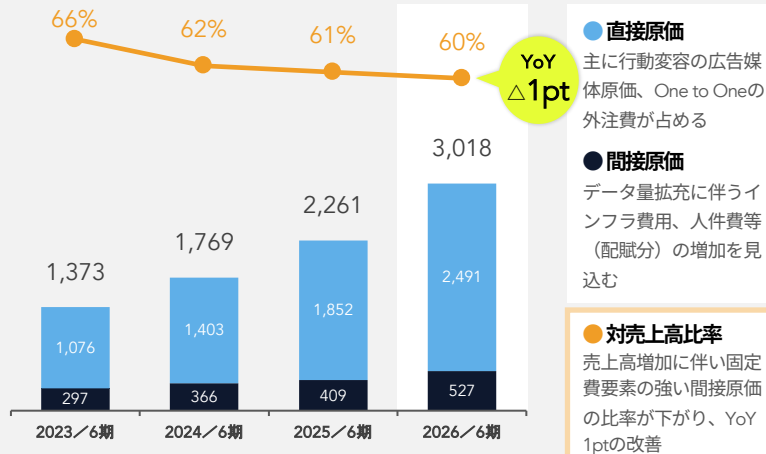
いずれも前年度比

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。

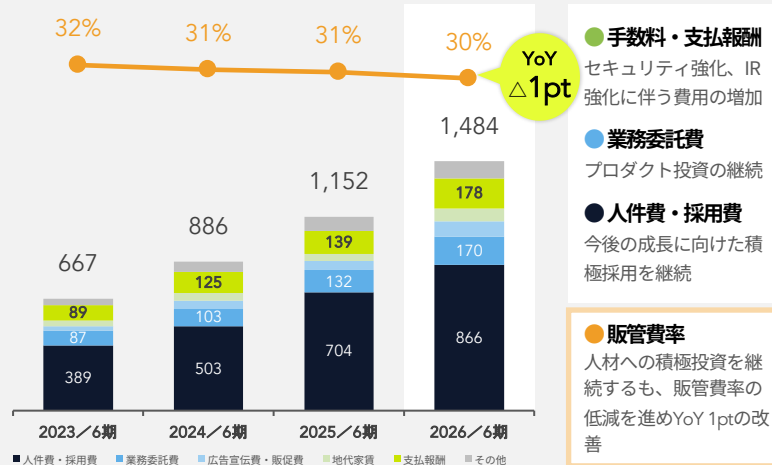
原価

(単位：百万円)



販売費及び一般管理費

(単位：百万円)

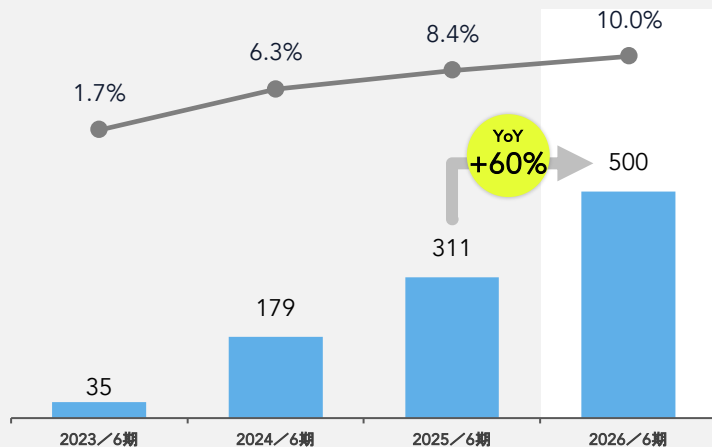


営業利益、当期純利益

- 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。

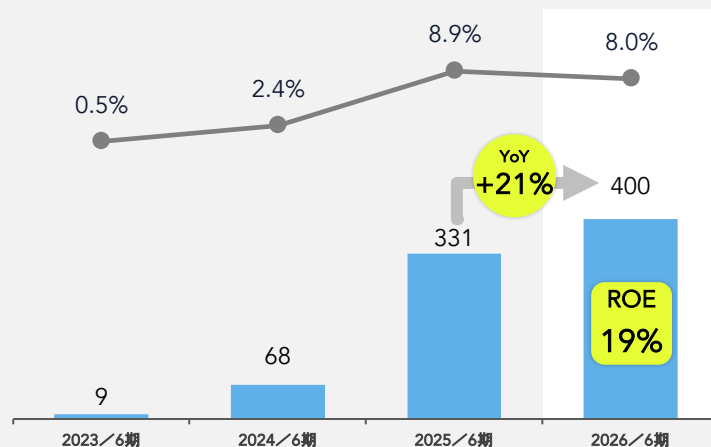
営業利益・営業利益率

(単位：百万円)



当期純利益・当期純利益率

(単位：百万円)



INDEX

1. unerryの概要
2. 競争優位性
3. 中期成長戦略
4. 人的資本戦略
5. 2024年6月期 通期実績
6. 2025年6月期 業績予想
- 7. Appendix**



損益計算書

(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

(単位：千円)

	2023/6期	2024/6期	2025/6期
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

リスク情報

本記載は、有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載の内容のうち、主なリスクを要約して掲載しているものです。その詳細及びその他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

リスクの種類		リスクの概要	可能性	影響度	当社の対応方針
事業環境について	法的規制について	位置情報単体では個人情報にならないが、当社は個人関連情報取扱事業者であり、今後の法規制により分析や広告配信に制限が発生して収益に影響を与えるリスク	中	大	- 規制動向への注視 - 業界団体（一般社団法人 LBMA Japan）による業界自主ガイドラインの作成と規制当局への働きかけ - 個人関連情報の第三者提供規制（ユーザに同意なく個人情報と紐付ける行為の禁止）に対し、第三者提供時の確認と記録を実施
	レピュテーションリスクについて	一般ユーザにより、データが取得されていることの不快感をSNSやブログ等において指摘され、非難を受けるリスク	低	大	- アプリケーションダウンロード時の許諾プロセスの必須化 - ホームページで位置情報利活用方法をわかりやすく表示 - プライバシー保護に配慮し、位置情報の取得に係る一般ユーザの理解を得られるように努める
	競合との競争激化によるリスク	競合他社の参入により市場競争が激化し、サービス価格の引き下げや市場シェアが低下するリスク	低	中	- 業界最先端の事例創出、サービス領域の拡大、AIの開発 - SaaS製品による継続的な収益確保と解約率の低下
	位置情報提供ユーザ数の減少について	Apple Inc.ならびにGoogle LLCによる位置情報取得要件の厳格化により、ログ採取量が減少するリスク	低	大	Apple Inc.ならびにGoogle LLC両社のルール変更動向についての情報収集と迅速な対応体制の整備
事業運営について	知的財産権侵害について	第三者の特許権等の侵害により損害賠償及び使用差止め等の訴え、対価の支払等が発生するリスク	低	中	技術開発段階において、第三者の知的財産権侵害状況を調査
	システムトラブルについて	当社の予測不可能な様々な要因によってコンピューターシステムがダウンするリスク	低	大	過負荷への対応としてアーキテクチャの見直し、負荷キャパシティの継続的な改善
組織体制について	人材の確保と育成について	専門人材の不足により、事業及び業績に影響を与えるリスク	低	中	- 労働環境の改善と人材育成を重視し、長期インセンティブの付与や社内イベントを通じたロイヤルティの醸成 - 人的資本戦略の推進

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。

なお、今後の本資料のアップデートは、毎期本決算後の9月を目処に実施する予定です。



心地よい未来を、データとつくる