



株式会社 unerry  
(東証グロース：5034)

# 2026年6月期 通期 決算説明資料

2026年 8月



# サマリー

(百万円)

## 2026.6月期 通期業績

|     |       |      |      |     |      |       |    |       |
|-----|-------|------|------|-----|------|-------|----|-------|
| 売上高 | 4,879 | +31% | 営業利益 | 424 | +36% | 営業利益率 | 9% | 前期 8% |
|-----|-------|------|------|-----|------|-------|----|-------|

- 売上高は全サービスが前期比で2桁成長。行動変容は+39%と最も伸長したものの、当初予想に対しては未達
- 外部リソース活用案件の増加等により直接粗利率が低下し、売上総利益率は37%で着地
- 販管費率の改善により、営業利益は前期比+36%と増益。営業利益率は9%となり、前期比小幅に改善

## 2027.6月期 業績予想

|    |     |       |      |      |     |      |              |     |       |      |      |     |      |
|----|-----|-------|------|------|-----|------|--------------|-----|-------|------|------|-----|------|
| 連結 | 売上高 | 8,000 | +64% | 営業利益 | 556 | +31% | うち unerry 単体 | 売上高 | 6,500 | +33% | 営業利益 | 650 | +53% |
|----|-----|-------|------|------|-----|------|--------------|-----|-------|------|------|-----|------|

- 営業利益率は連結7%、unerry単体10%
- 連結営業利益は、unerry単体の増益にブログウォッチャーの損益・のれん償却費を織り込んだもの
- 足元の増収増益は継続しつつ、次の成長ステージに向けた基盤強化も推進

## 中長期成長に 向けて

- 2027年1月を目途として、ブログウォッチャーとの合併の検討開始
- 2028年6月期のunerry単体売上高100億円は、挑戦的な中長期目標として引き続き目指す
- 合併の検討結果も踏まえ、2027年6月期下期を目途に、グループとしての中長期的な成長の方向性を提示予定

## 1. 2026年6月期 通期実績

## 2. 2027年6月期 経営方針と業績予想

## 3. Key Topics

### Appendix

- └ お知らせ
- └ 財務情報
- └ ビジネスモデル



## 1. 2026年6月期 通期実績

### 業績サマリー

- 売上高は4,879百万円と過去最高を更新。前期比 +31%と、規模を拡大しながら成長率も維持。
- 売上総利益率は低下した一方、販管費レバレッジが機能し、営業利益は前期比 +36%と売上高を上回る伸びを継続。

#### 前期比較

| (単位：百万円)            | 2025年6月期    | 2026年6月期           | 増減率           | 当初業績予想達成率 ※2  |
|---------------------|-------------|--------------------|---------------|---------------|
| 売上高                 | 3,726       | <b>4,879</b>       | <b>+31 %</b>  | <b>98 %</b>   |
| 売上総利益 (売上総利益率)      | 1,464 (39%) | <b>1,827 (37%)</b> | <b>+25 %</b>  | <b>92 %</b>   |
| 営業利益 (営業利益率)        | 311 (8%)    | <b>424 (9%)</b>    | <b>+36 %</b>  | <b>85 %</b>   |
| 当期純利益               | 331         | <b>330</b>         | <b>- 1 %</b>  | <b>83 %</b>   |
| ROE                 | 18 %        | <b>15 %</b>        | <b>- 3 pt</b> | <b>- 4 pt</b> |
| 調整後EBITDA ※1 (マージン) | 327 (9%)    | <b>453 (9%)</b>    | <b>+38 %</b>  | —             |

※1 調整後EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費 + 株式報酬費用 + その他一時費用

※2 当初業績予想 = 2025年8月公表

## 各事業のハイライト

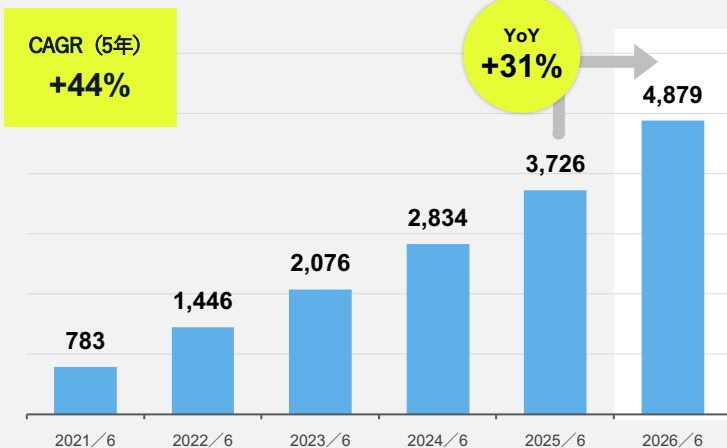
| 事業                               | 売上高<br>YoY               | 今期の取り組みサマリー                                                                                                                                              |
|----------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>小売・外食</div> リテールDX事業        | <b>3,284</b> 百万円<br>+22% | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 新規開拓・クロスセル・パートナーセールスの3チーム体制への再編が奏功し、リカーリング顧客数が順調に拡大</li> <li>● 顧客内の複数事業部を横断したデータ活用提案により、重点顧客の顧客単価が向上</li> </ul> |
| <div>消費財メーカー</div> リテールメディア事業    | <b>851</b> 百万円<br>+89%   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 強い商品性とパートナー先との営業連携を軸に、新規・クロスセルともに大きく伸長</li> <li>● 業界最大手の小売企業連携、交通広告・サイネージでの利用拡大により大型案件を獲得</li> </ul>            |
| <div>不動産・自治体・官公庁</div> スマートシティ事業 | <b>680</b> 百万円<br>+28%   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 従来の分析・可視化に加え、自治体向けの観光誘客等の行動変容サービスも伸長</li> <li>● 前期の体制強化が奏功し、東京都をはじめとする自治体案件が全国規模で順調に拡大</li> </ul>               |
| <div>小売・外食・スポーツ</div> グローバル事業    | <b>63</b> 百万円<br>+20%    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● インバウンド関連事業者やグローバル広告企業との連携など、共同サービスの展開開始</li> <li>● 海外における企業やアプリ事業者へのSDK導入提案を広く推進</li> </ul>                     |

## 業績推移：5年間の成長トラックレコード

- 売上高は5年でCAGR +44%。毎期の積み上げによる持続的な成長を実現。
- 営業利益は黒字化以降4年でCAGR +55%。営業利益率を2%から9%へ高め、成長と収益性改善を両立。

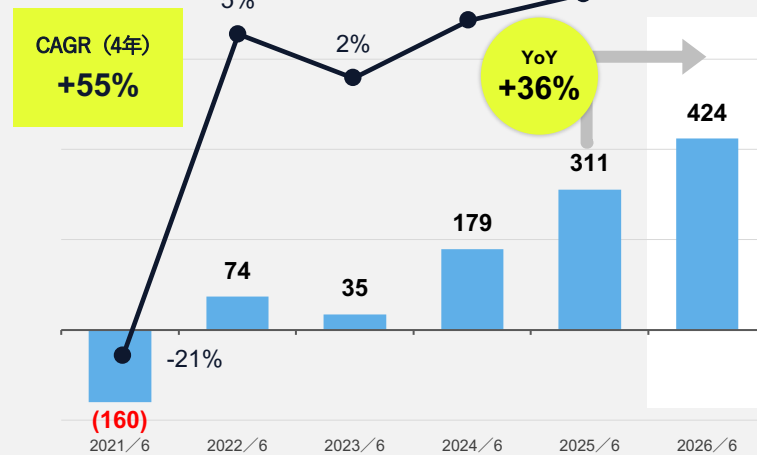
### 売上高

(単位：百万円)



### 営業利益・営業利益率

(単位：百万円)

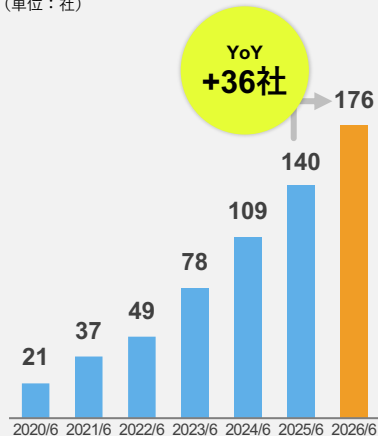


## 売上高：リカーリング売上高

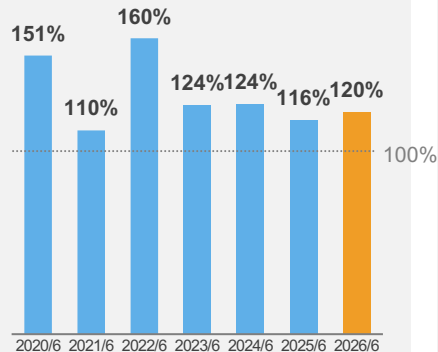
- リカーリング顧客数は、YoY +36社の176社。増加社数として過去最大。
- クロスセル×アップセルによりNRRは120%、売上高のリカーリング比率は91%と堅調に推移。

リカーリング顧客数\*1

(単位：社)



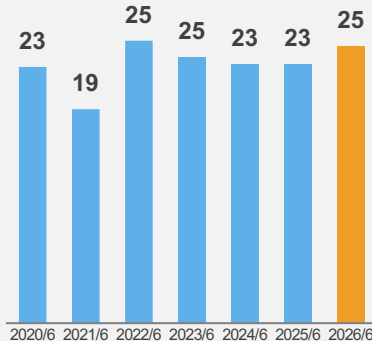
NRR\*2



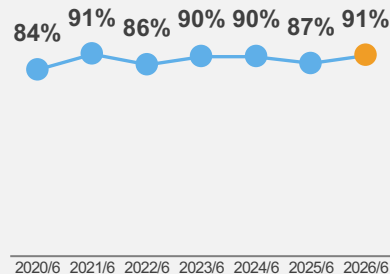
リカーリング年間顧客単価

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ほぼ横ばい

(単位：百万円)



リカーリング売上高比率



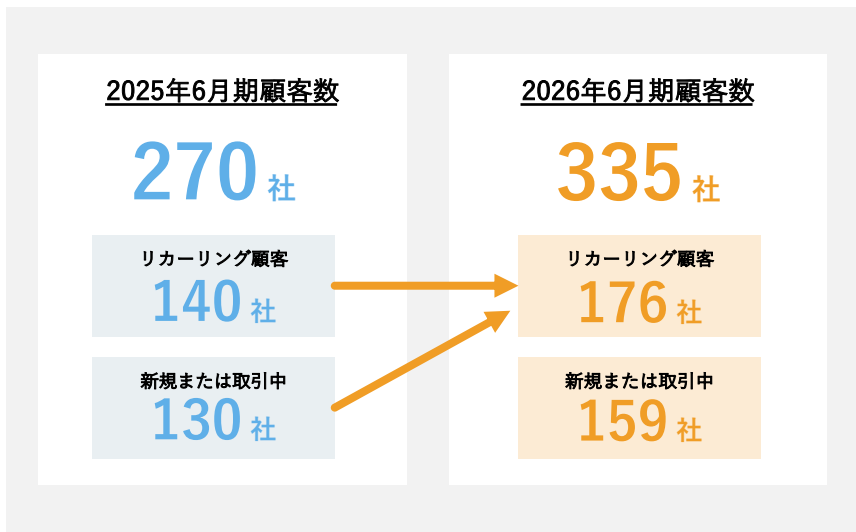
※1 ... 4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業をリカーリング顧客とする。2024年6月期より、代理店経由のサービスユーザーがリカーリング顧客条件に該当する場合は、当該ユーザーをリカーリング顧客としてカウント。 ※2 ... ネットレベニューリテンションレート（前年度以前に獲得したリカーリング顧客の当期売上高）÷（当該顧客の前期売上高）

## 1. 2026年6月期 通期実績

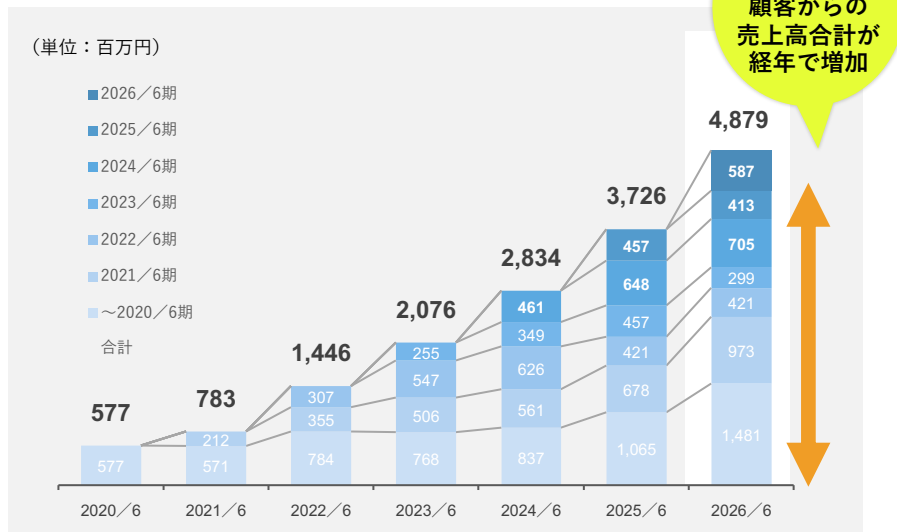
### 売上高：獲得年次別（積み上がり）

- 毎年の新規顧客がリカーリング顧客に転換し、翌期以降の売上高基盤として積み上がる構造。
- 前期以前に獲得した顧客からの売上高は4,292百万円と、前期の売上高合計3,726百万円を既存顧客のみで上回る。

#### リカーリング顧客への転換メカニズム



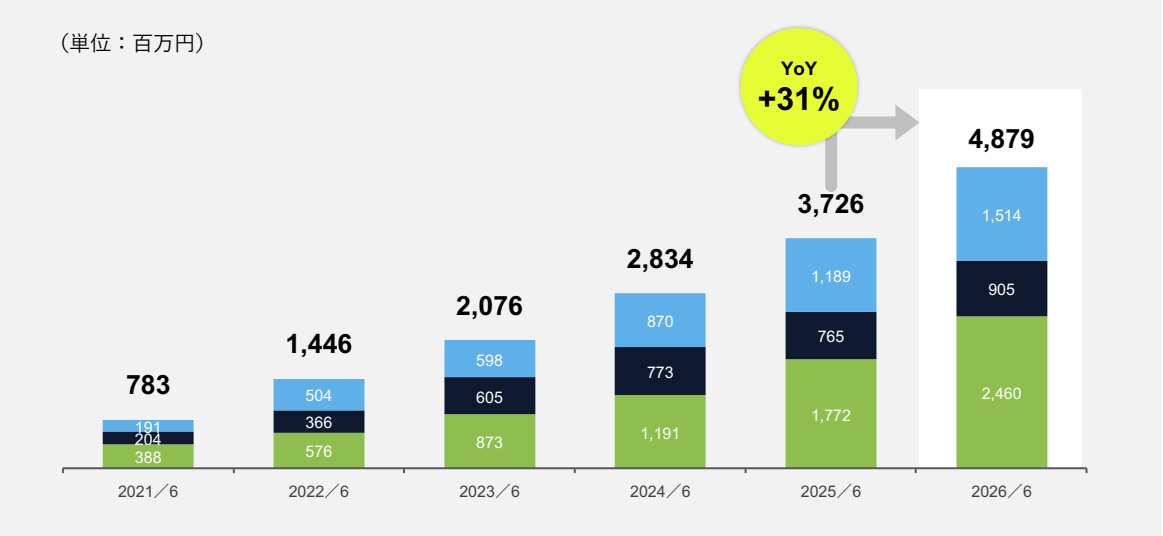
#### 売上高 年次コホート※



売上高：サービス別

- 全サービスが前期比2桁成長し、複数の収益源がそれぞれ拡大。
- 行動変容は店舗集客に加え、メーカー広告・販促用途の広がりでも最も伸長。分析・可視化もデータ提供を軸に拡大。

年度推移



内訳

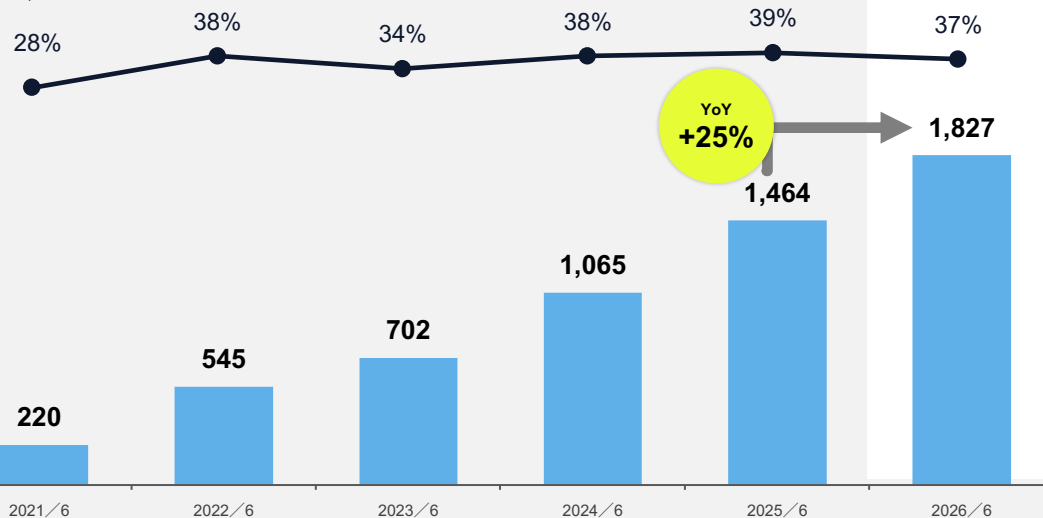
| サービス         | YoY  | 増加額    |
|--------------|------|--------|
| ■ 分析・可視化     | +27% | +325   |
| ■ One to One | +18% | +140   |
| ■ 行動変容       | +39% | +688   |
| 全社           | +31% | +1,153 |

## 売上総利益

- 売上総利益は1,827百万円、前期比 +25%と拡大。売上総利益率は案件・サービス構成の変化により、37%へ低下。
- 間接原価率はスケールメリットにより改善し、直接粗利率の低下を一部相殺。

### 年度推移

(単位：百万円)



### 内訳

売上総利益率 **37%**  
前期比 -2pt

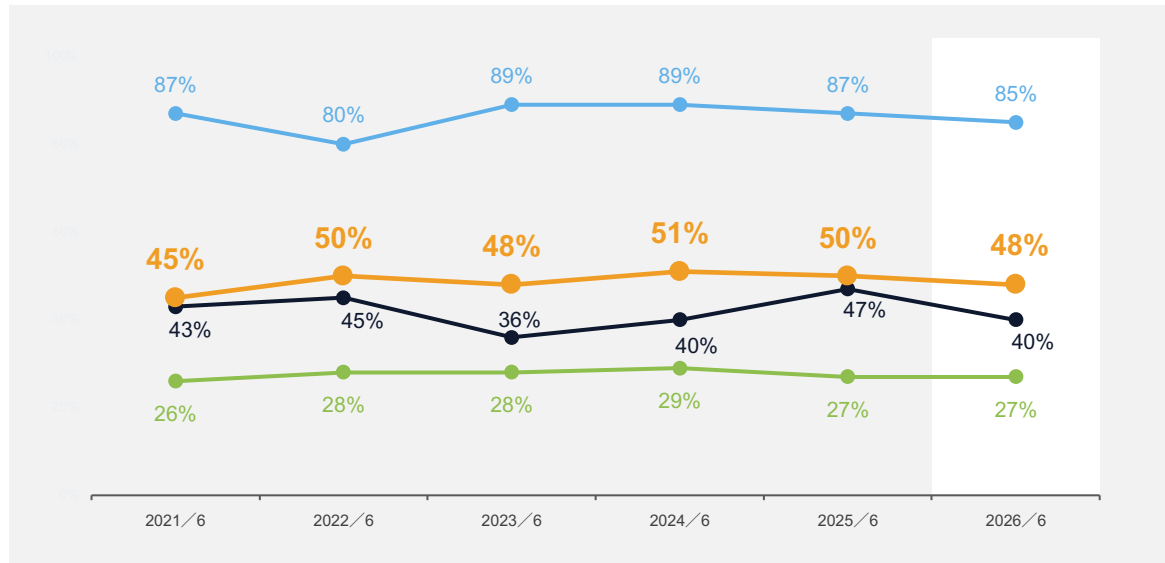
#### 前期比の内訳 (売上総利益率への影響)

- ✓ 直接粗利率の低下 -3pt
- ✓ 間接原価率の改善 +1pt

## 直接粗利：サービス別（売上高－直接原価）

- 直接粗利率の全体平均は48%へ低下。One to Oneは開発型大型案件の構成比上昇、分析・可視化は外部リソース活用の増加が主因。
- 直接粗利額は全サービスで増加しており、合計2,319百万円と、前期比 +24%の成長。

### 年度推移



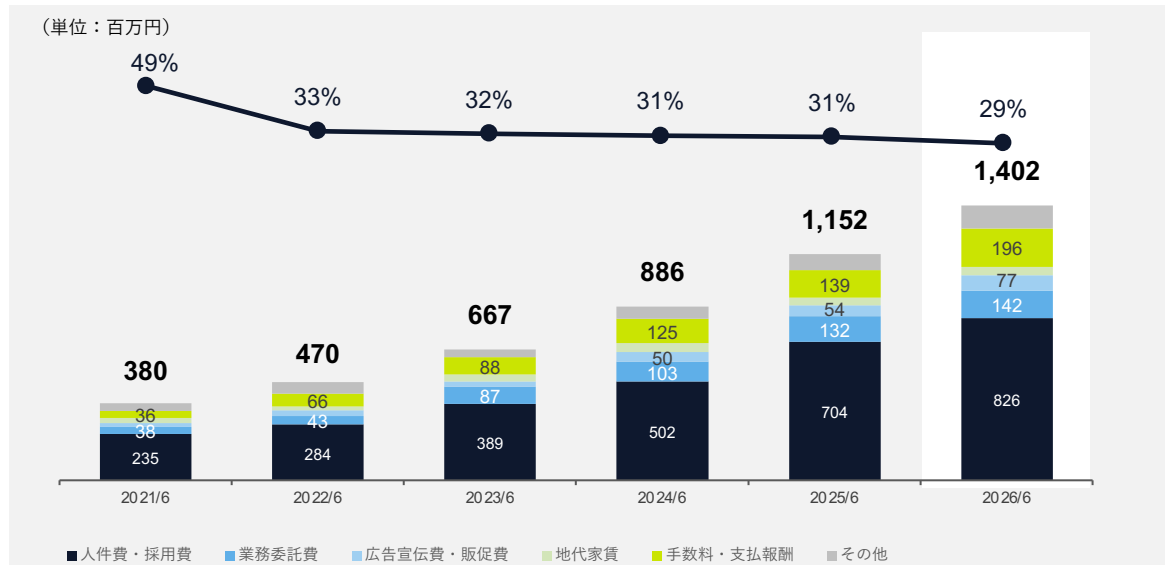
### 内訳（直接粗利額）

| サービス         | 粗利額<br>(百万円) | YoY  |
|--------------|--------------|------|
| ■ 分析・可視化     | 1,294        | +25% |
| ■ One to One | 366          | +2%  |
| ■ 行動変容       | 659          | +38% |
| ■ 計          | 2,319        | +24% |

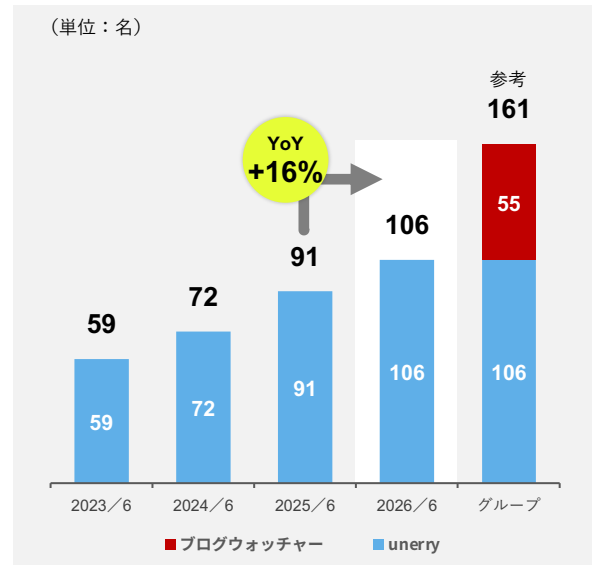
## 販売費及び一般管理費

- 販管費は前期比 +21%と、売上高の伸び（+31%）を下回り、販管費率は29%へ低下。
- 従業員数は +16%の106名。ブログウォッチャーを含むグループ全体では、161名に拡大。

### 年度推移



### 従業員数



## 1. 2026年6月期 通期実績

### 営業利益の増減要因

- 増収 +31%に対し、間接原価・販管費の増加を +20%前後に抑え、営業利益は424百万円、前期比 +36%と、増収率を上回る増益。
- 来期以降はのれんの償却費等が損益に加わるため、事業の利益創出力を示す補完指標として調整後EBITDAを今期から開示。

#### 売上高～営業利益の状況

(単位：百万円)

#### 2025年6月期 通期実績

#### 2026年6月期 通期実績

#### 前年同期

|                | 2025年6月期 通期実績 | 2026年6月期 通期実績 | 増減額    | 増減率  |
|----------------|---------------|---------------|--------|------|
| 売上高            | 3,726         | 4,879         | +1,153 | +31% |
| 直接原価           | 1,851         | 2,559         | +707   | +38% |
| 間接原価           | 409           | 492           | +83    | +20% |
| 販売費及び一般管理費     | 1,152         | 1,402         | +249   | +22% |
| 営業利益           | 311           | 424           | +112   | +36% |
| (参考) 調整後EBITDA | 327           | 453           | +125   | +38% |

※ 直接原価＝売上高に直課される原価、間接原価＝売上原価のうち直課されない原価、調整後EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費＋株式報酬費用＋その他一時費用

# INDEX

1. 2026年6月期 通期実績
- 2. 2027年6月期 経営方針と業績予想**

## 3. Key Topics

### Appendix

- └ お知らせ
- └ 財務情報
- └ ビジネスモデル

## 3つの重点テーマ

足元の増収増益を確保しつつ、次の成長ステージに向けた3つの重点テーマに経営資源を集中

### 顧客基盤の強化 (本章でご説明)

#### 顧客価値の拡大と 利用基盤の裾野拡大

新規獲得と既存顧客の深耕で  
基盤の拡大を続け、  
成長と安定収益の源泉とする。

- 成長機会・役割に応じた顧客アプローチ
- 深耕・クロスセルによる高度活用
- 幅広い業界・規模への継続利用拡大

27.6期 ポートフォリオ別の最適アプローチを確立

中長期 インフラ企業への進化

### ブログウォッチャーとの合併検討 (Key Topicsでご説明)

#### グループ成長の最大化に向けた、 合併の検討・判断

双方の顧客基盤・データ・サービスを  
活かす事業・組織設計を進め、  
2027年1月目途の合併是非を判断する。

- 営業力強化に向けた連携方針の検討
- サービス・データ連携の選択肢検討
- 組織・業務プロセスの設計

27.6上期 2027年1月を目途とする合併是非を判断

27.6下期 判断を踏まえグループ成長の方向性を提示

### AI・ワールドモデル (Key Topicsでご説明)

#### 事業としてスケールするための データ・提供基盤を構築

ワールドモデル構想を、  
顧客のAI活用を支える  
再現性ある事業へつなげる。

- AI Readyな生活者行動データの整備
- データ統合・意味づけ・予測基盤の強化
- 顧客課題に沿った活用モデルの検証

27.6期 事業化・再現性の検証を推進

中長期 事業としてのスケール化

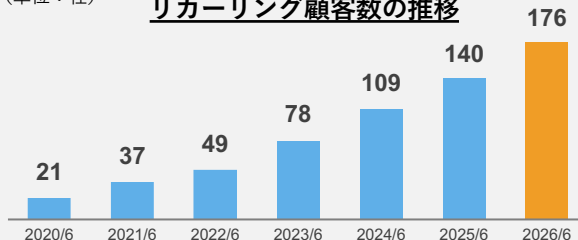
## 顧客基盤の強化

インフラ企業への進化に向け、顧客価値と利用基盤を拡大。両輪で顧客基盤を強化。

### 顧客基盤の拡大と積み上がり

(単位：社)

#### リカーリング顧客数の推移



#### 顧客基盤を把握する主な指標

**NRR (売上継続率)** 既存顧客からの収益の継続・拡大を確認

**年間顧客単価 (ARPC)** 顧客あたりの収益性の向上を確認

**コホート (継続率)** 顧客の継続・定着状況を確認

### 顧客ポートフォリオに応じた顧客基盤の強化

#### ① 顧客価値の拡大 (深耕・アップセル・大型化)

導入・利用開始

利用拡大

高度活用・  
クロスセル

大型顧客へ

より多くの価値提供により、顧客単価・収益性を最大化

取引の拡がりに応じて①へ

#### ② 利用基盤の拡大 (裾野の拡大・安定収益基盤の構築)

新規顧客の獲得

リカーリング化・  
定着

業種・業態の  
多様化

安定収益  
基盤へ

多様な顧客との強固なつながりを積み上げ、リアルデータインフラとしての基盤を拡大

①×②の両輪で、健全な収益ポートフォリオを形成

## 2027年6月期 業績予想

- 連結で売上高8,000百万円、営業利益556百万円を見込む。unerry単体は前期比+33%の増収、同+53%の増益と、増収増益を継続。
- ブログウォッチャーの損益、のれん償却費は第2四半期から連結業績へ反映。

| (単位：百万円)      | 2026年6月期 実績 | 2027年6月期 業績予想 (連結) | 増減率  |
|---------------|-------------|--------------------|------|
| 売上高           | 4,879       | 8,000              | +64% |
| └ unerry      | 4,879       | 6,500              | +33% |
| └ ブログウォッチャー   | —           | 1,500              | —    |
| 営業利益          | 424         | 556                | +31% |
| └ unerry※1    | 424         | 650                | +53% |
| └ ブログウォッチャー※1 | —           | - 46               | —    |
| └ のれん償却       | —           | - 46               | —    |
| 営業利益率         | 9%          | 7%                 | -2pt |
| └ unerry      | 9%          | 10%                | +1pt |
| 経常利益          | 432         | 554                | +28% |
| 当期純利益         | 330         | 381                | +16% |
| 調整後EBITDA※2   | 453         | 669                | +48% |

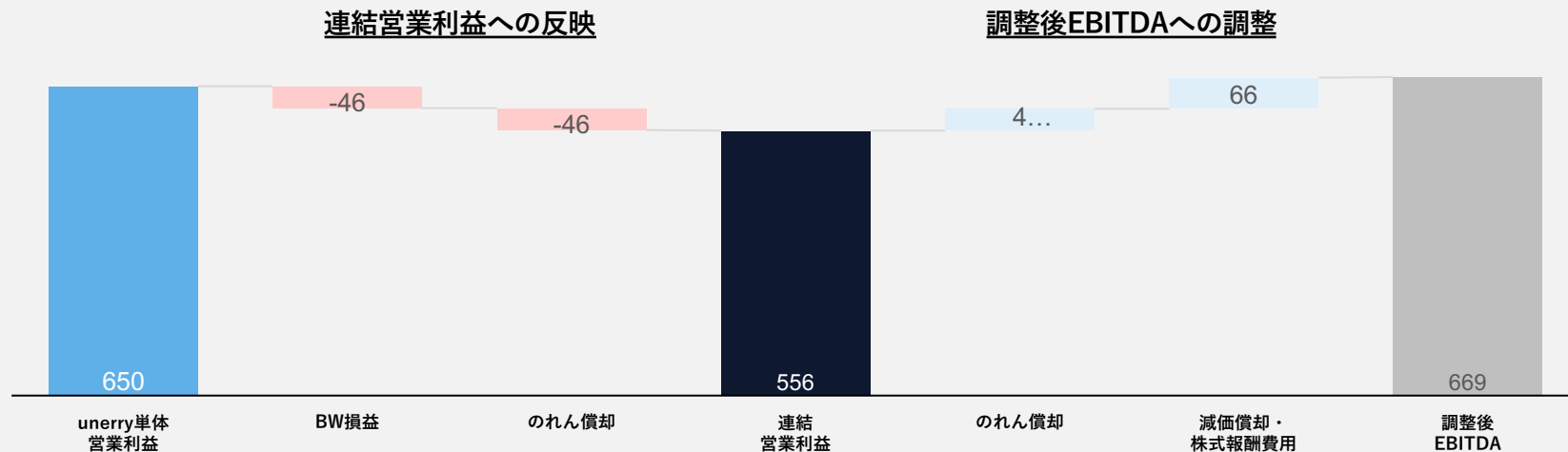
※1 各社単体営業利益は、連結消去後の管理上の数値、※2 調整後EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費＋株式報酬費用＋その他一時費用

## 2027年6月期 利益予想の構成

- unerry単体の営業利益は650百万円と増益。BW損益（9か月分）とのれん償却を織り込み、連結営業利益は556百万円を予想。
- 補完指標の調整後EBITDAは669百万円と、のれん償却等の影響を除いた利益創出力の拡大を継続。

### unerry単体営業利益から調整後EBITDAまでの構成

（単位：百万円）



※ 調整後EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費 + 株式報酬費用 + その他一時費用

## 中長期成長目標の位置づけ

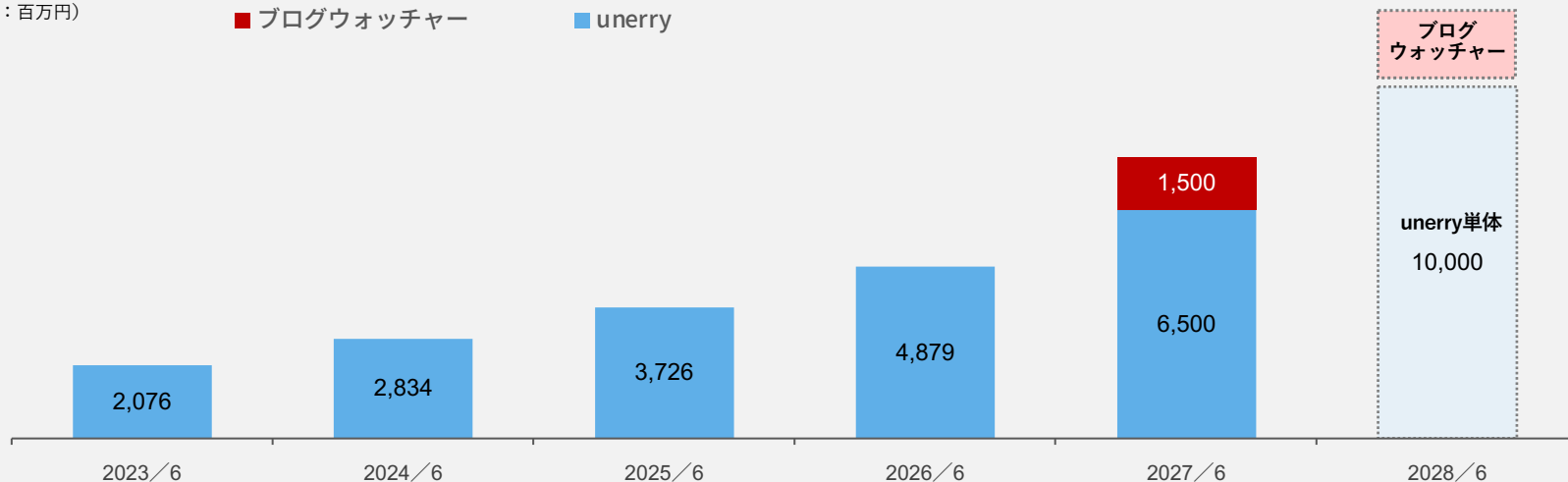
- 2028年6月期のunerry単体売上高100億円は、挑戦的な中長期目標として引き続き目指す。
- 合併の検討結果も踏まえて、グループとしての中長期的な成長の方向性は、2027年6月期下期を目途に提示予定。

### 売上高の推移

(単位：百万円)

■ ブログウォッチャー

■ unerry



# INDEX

1. 2026年6月期 通期実績
2. 2027年6月期 経営方針と業績予想

### 3. Key Topics

## Appendix

- └ お知らせ
- └ 財務情報
- └ ビジネスモデル



### 3. Key Topics

今後の成長をご理解いただくための2つのテーマ

Q1

なぜ今、  
合併を検討するに  
至ったのか？

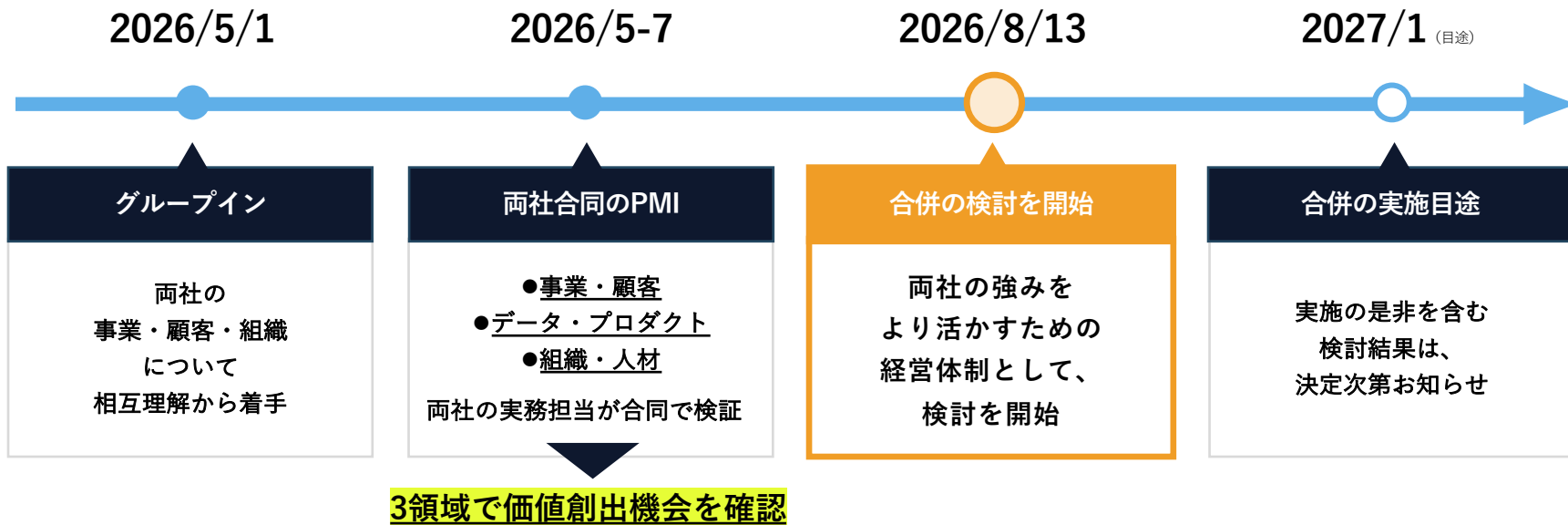
Q2

AI時代において、  
unerryの  
リアル世界データは  
どのような価値を持つのか？

### 3. Key Topics

## Q1. なぜ今、合併を検討するに至ったのか？ | これまでの経緯

PMIを通じて両社の強みを活かした価値創出機会を確認し、合併の検討を開始



### 3. Key Topics

## Q1. なぜ今、合併を検討するに至ったのか？ | 価値創出機会

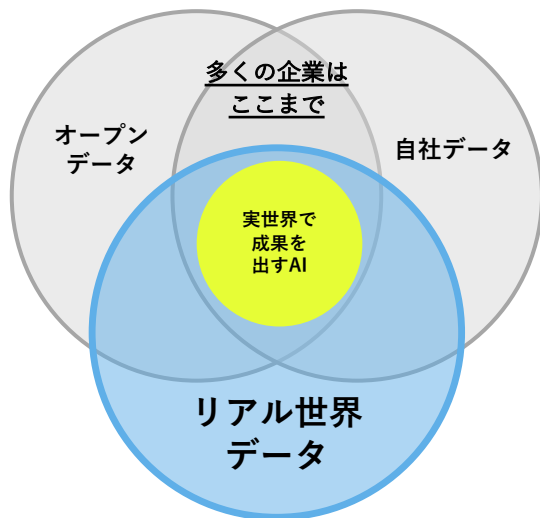
両社の強みを掛け合わせた価値創出と効率化により、事業基盤を強化し、次の成長へ



### 3. Key Topics

## Q2. AI時代において、unerryのリアル世界データはどのような価値を持つのか？

**実世界で成果を出すAIは、リアル世界データが重なって初めて成立する**



#### Gartner調査

AIに適したデータが用意できず、  
2026年までに断念されるAIプロジェクト※

**60%**



#### オープンデータ — 差がつかない

高性能な生成AIは誰でも同条件で調達できる。  
ネット上のデータは学習済みで、モデルそのものは差別化要因にならない。



#### 自社データ — 自社の内側しか映さない

購買・会員・アプリ利用は、自社と接触した瞬間の記録に限られる。  
非顧客や競合利用の行動は、そもそも存在しない。



#### リアル世界データ — 自力では取得できない

移動・来店・滞在といった実世界の行動ログ。  
個社では母数も網羅性も足りず、外部からの調達が前提になる。

多くの企業が自力で持てない3つ目の輪を unerry が提供する

### 3. Key Topics

## Q2. AI時代において、unerryのリアル世界データはどのような価値を持つのか？ | 業界毎のユースケース例

#### 小売・チェーンストア

##### AI活用 出店計画・商圈分析AI

物理世界データの役割 .....

候補地の実来訪者数と流入元を学習データとして投入し、売上予測の精度を高める

#### 消費財メーカー

##### AI活用 需要予測・配荷最適化

物理世界データの役割 .....

店頭来訪の増減を先行指標としてモデルに供給し、欠品と過剰在庫を同時に抑える

#### 広告・リテールメディア

##### AI活用 配信最適化・効果予測

物理世界データの役割 .....

実際に来店したかどうかを教師データにし、来店・購買に効く配信へ自動的に寄せる

#### モビリティ・交通

##### AI活用 需要予測・配置最適化

物理世界データの役割 .....

時間帯別の移動需要分布を供給し、車両やポートの再配置判断を自動化する

#### 不動産・インフラ

##### AI活用 資産評価・施設運営AI

物理世界データの役割 .....

人流の実測値を継続提供し、テナント構成・賃料・保守計画の判断材料とする

#### 金融・投資

##### AI活用 オルタナティブデータ分析

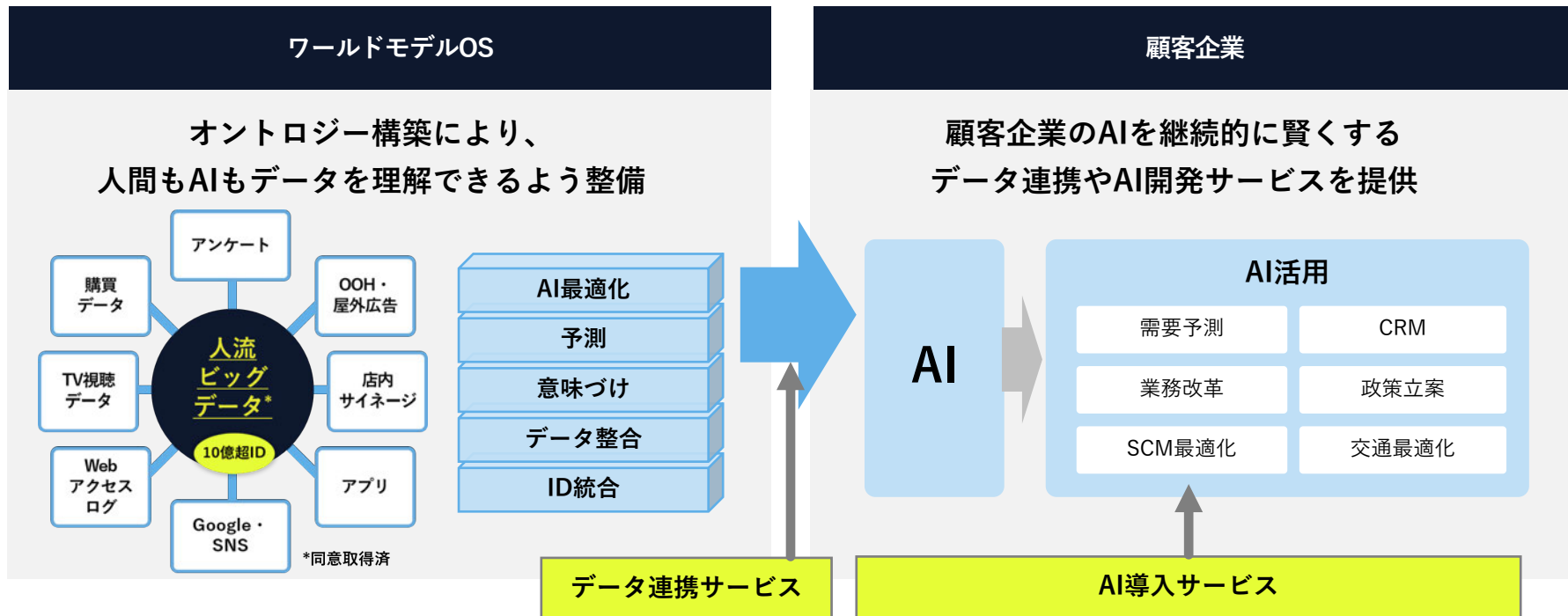
物理世界データの役割 .....

店舗や施設の来訪動向を運用モデルへ供給し、決算前の業績変化を先回りで捉える

いずれも顧客企業が自社データだけでは学習できない領域。業種を問わず、同一のワールドモデルから供給できる

## unerryの新ビジネスモデル：ワールドモデル

顧客がAIを導入するほどワールドモデルの活用用途が広がる





リアルを理解するAIへ。

意思決定を変えるデータ企業へ。

2027年6月期は、経営統合とAI活用を加速し、  
次の成長ステージを切り拓いてまいります。



1. 2026年6月期 通期実績
2. 2027年6月期 経営方針と業績予想
3. Key Topics

## Appendix

- └ お知らせ
- └ 財務情報
- └ ビジネスモデル



## 2027年度の個人投資家向けIR施策について（更新）

- 2027年度より、個人投資家の皆様と、中長期的な企業価値向上にむけた対話を深めることを目的に、IR施策を変更。
- 多様な形式での機会を設け、幅広いライフスタイルの個人投資家に対応し、アクセシビリティや認知度の向上に努める。

| 時期             | 施策               | 開催形式                | 時間帯    |
|----------------|------------------|---------------------|--------|
| 2026年9月28日（予定） | 株主総会             | 会場開催＋オンデマンド配信       | 平日・日中  |
| 2026年10～12月頃   | 投資勉強会への参加        | 会場開催＆ライブ配信＋オンデマンド配信 | 休祝日・日中 |
| 2027年2月        | 第2四半期 決算説明会      | ライブ配信（QA有）＋オンデマンド配信 | 平日・夜間  |
| 2027年5月頃       | 個人投資家向け<br>会社説明会 | ライブ配信（QA有）＋オンデマンド配信 | 平日・夜間  |

上記内容は、現時点での検討事項を含んでおり、今後の詳細決定プロセスや開催プラットフォームの状況等により、予告なく変更となる可能性がございます。  
変更が生じた場合は、速やかに当社IRサイトにて最新情報をお知らせいたします。

[IRニュース配信]



[IRに関する  
お問い合わせ]



1. 2026年6月期 通期実績
2. 2027年6月期 経営方針と業績予想
3. Key Topics

## Appendix

- └ お知らせ
- └ **財務情報**
- └ ビジネスモデル



## 損益計算書（会計期間）

| (単位：千円)       |  | 2025/6期 4Q | 2026/6期 3Q | 2026/6期 4Q | 対前年同期<br>増減率 | 対前四半期<br>増減率 |
|---------------|--|------------|------------|------------|--------------|--------------|
| 売上高           |  | 981,443    | 1,527,067  | 1,188,132  | +21.1%       | -22.2%       |
| 売上原価          |  | 622,294    | 846,461    | 789,506    | +26.9%       | -6.7%        |
| 売上総利益         |  | 359,148    | 680,606    | 398,626    | +11.0%       | -41.4%       |
| 売上総利益率        |  | 36.6%      | 44.6%      | 33.6%      | -3.0pt       | -11.0pt      |
| 販売費及び一般管理費    |  | 329,963    | 348,952    | 367,965    | +11.5%       | +5.4%        |
| 対売上高比率        |  | 33.6%      | 22.9%      | 31.0%      | -2.6pt       | +8.1pt       |
| 営業利益または営業損失   |  | 29,185     | 331,653    | 30,660     | +5.1%        | —            |
| 営業利益率         |  | 3.0%       | 21.7%      | 2.6%       | -0.4pt       | -19.1pt      |
| 経常利益または経常損失   |  | 31,632     | 333,093    | 33,151     | +4.8%        | —            |
| 経常利益率         |  | 3.2%       | 21.8%      | 2.8%       | -0.4pt       | -19.0pt      |
| 当期純利益または当期純損失 |  | 147,307    | 221,203    | 67,055     | —            | —            |
| 当期純利益率        |  | 15.0%      | 14.5%      | 5.6%       | -9.4pt       | -8.9pt       |

## 損益計算書（累計期間）

| (単位：千円)    |  | 2025/6期   | 2026/6期   | 増減率     |
|------------|--|-----------|-----------|---------|
| 売上高        |  | 3,726,133 | 4,879,542 | +31.0%  |
| 売上原価       |  | 2,261,272 | 3,052,198 | +35.0%  |
| 売上総利益      |  | 1,464,860 | 1,827,344 | +24.7%  |
| 売上総利益率     |  | 39.3%     | 37.4%     | -1.9pt  |
| 販売費及び一般管理費 |  | 1,152,966 | 1,402,752 | +21.7%  |
| 対売上高比率     |  | 30.9%     | 28.7%     | -2.2pt  |
| 営業利益       |  | 311,894   | 424,591   | +36.1%  |
| 営業利益率      |  | 8.4%      | 8.7%      | +0.3pt  |
| 営業外収益      |  | 5,819     | 12,735    | +118.8% |
| 営業外費用      |  | 2,707     | 4,407     | +62.7%  |
| 経常利益       |  | 315,006   | 432,920   | +37.4%  |
| 経常利益率      |  | 8.5%      | 8.9%      | +0.4pt  |
| 当期純利益      |  | 331,860   | 330,138   | -0.5%   |
| 当期純利益率     |  | 8.9%      | 6.8%      | -2.1pt  |

## 貸借対照表

| (単位：千円)                   | 2024/6期   | 2025/6期   | 2026/6期   |
|---------------------------|-----------|-----------|-----------|
| 流動資産                      | 2,072,858 | 2,391,539 | 3,283,977 |
| └ 現金及び預金<br>(現金及び預金、有価証券) | 1,658,798 | 1,831,518 | 2,301,594 |
| └ 受取手形、売掛金及び契約資産          | 373,386   | 499,286   | 812,829   |
| 固定資産                      | 30,362    | 224,701   | 904,177   |
| 資産合計                      | 2,103,221 | 2,616,240 | 4,188,155 |
| 流動負債                      | 474,191   | 599,353   | 1,234,849 |
| 固定負債                      | -         | -         | 587,500   |
| 負債合計                      | 474,191   | 599,353   | 1,822,349 |
| 純資産合計                     | 1,629,029 | 2,016,886 | 2,365,805 |

## キャッシュ・フロー

(単位：千円)

|                  | 2024/6期   | 2025/6期   | 2026/6期   |
|------------------|-----------|-----------|-----------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 180,321   | 229,667   | 327,743   |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | -5,882    | -59,560   | -599,341  |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | 357,098   | 2,583     | 741,519   |
| 現金及び現金同等物の増減額    | 531,542   | 172,720   | 470,076   |
| 現金及び現金同等物の期末残高   | 1,658,798 | 1,831,518 | 2,301,594 |

# INDEX

1. 2026年6月期 通期実績
2. 2027年6月期 経営方針と業績予想
3. Key Topics

## Appendix

- └ お知らせ
- └ 財務情報
- └ ビジネスモデル



## 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

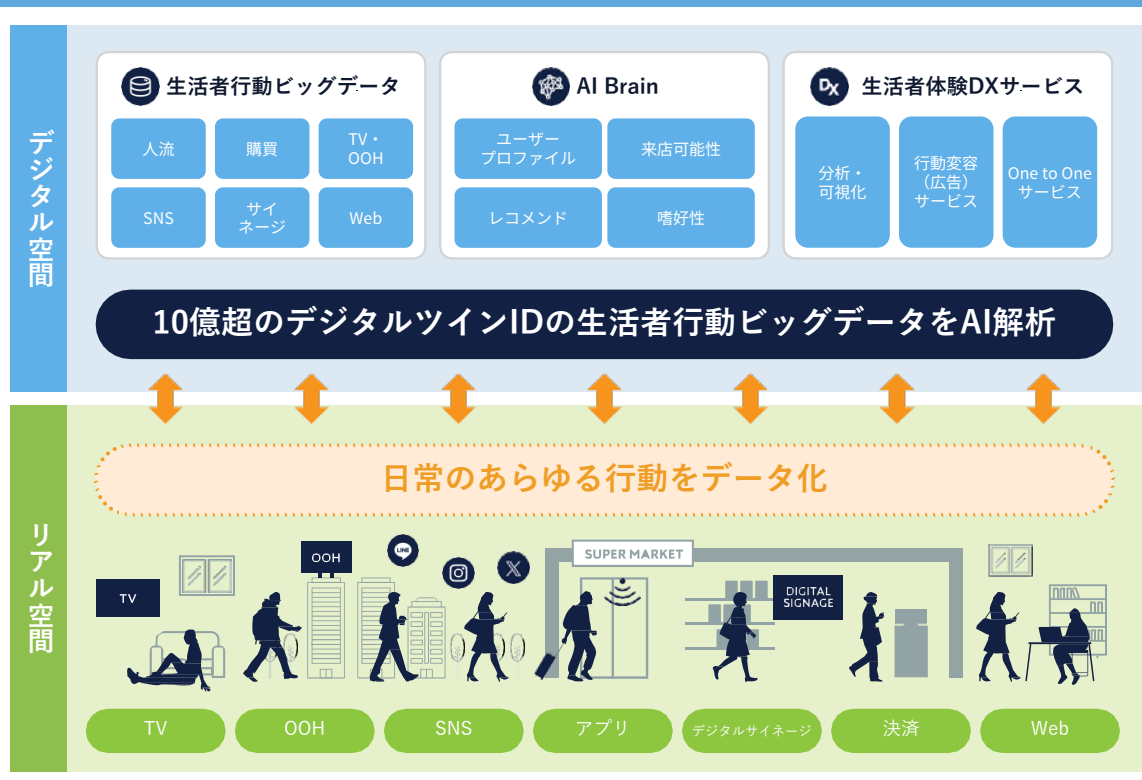
心地よい未来を、  
データとつくる。

### 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<sup>※</sup>」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。

※ “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デバイスが環境に遍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、くらしをサポートする世界。



## 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

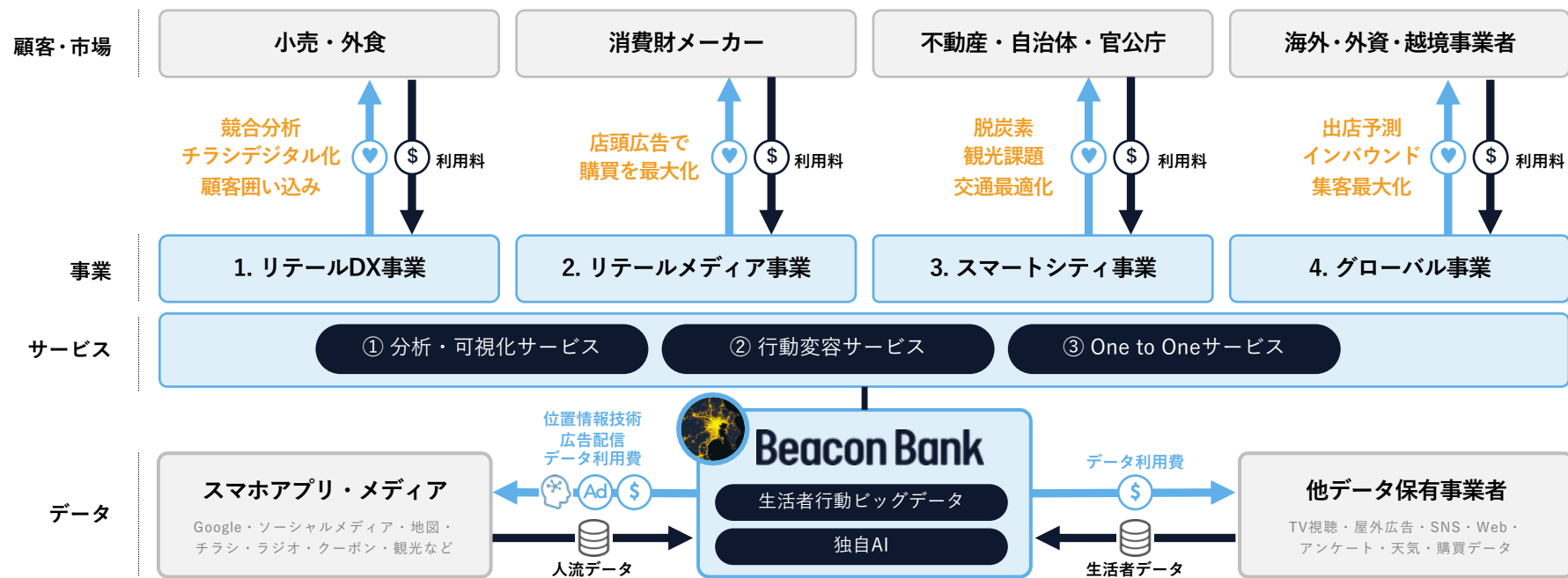


#観光促進. #オーバーツーリズム対策  
#EBPM. #モビリティ. #防災・減災  
#OD調査 #市街地活性化 #都市OS

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。

## 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



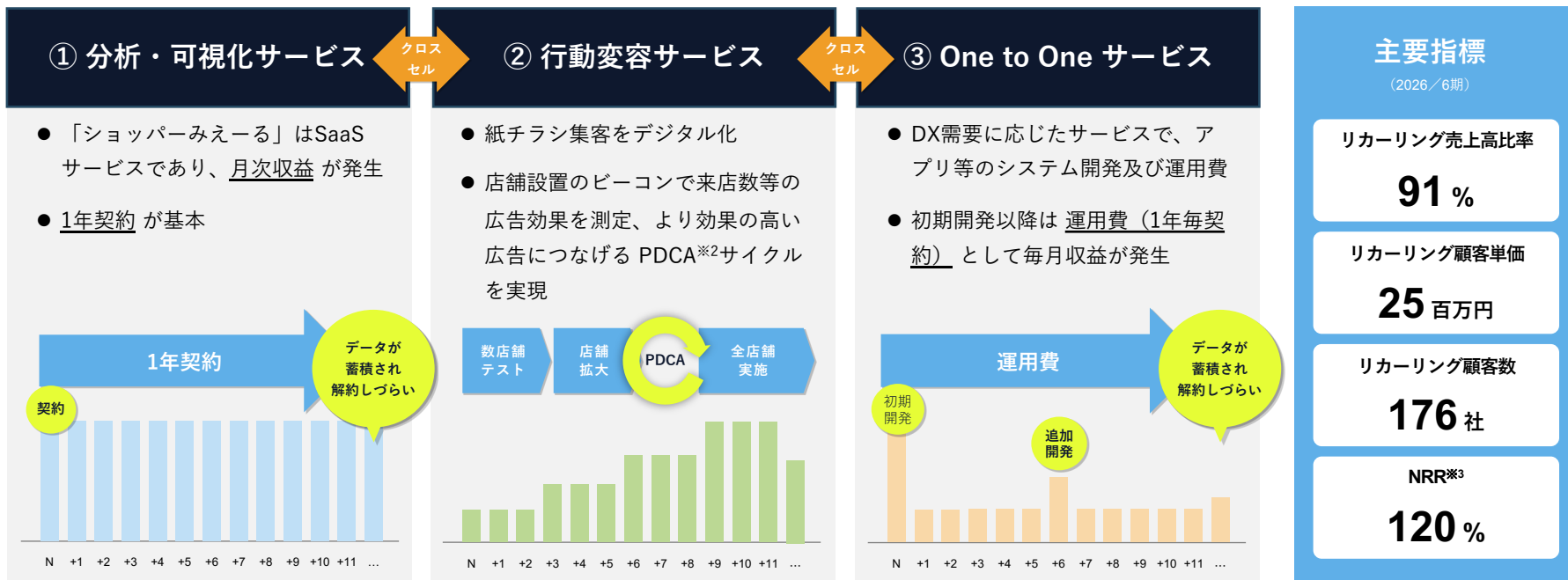
## 提供サービス

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：リカーリングを生み出す収益モデル

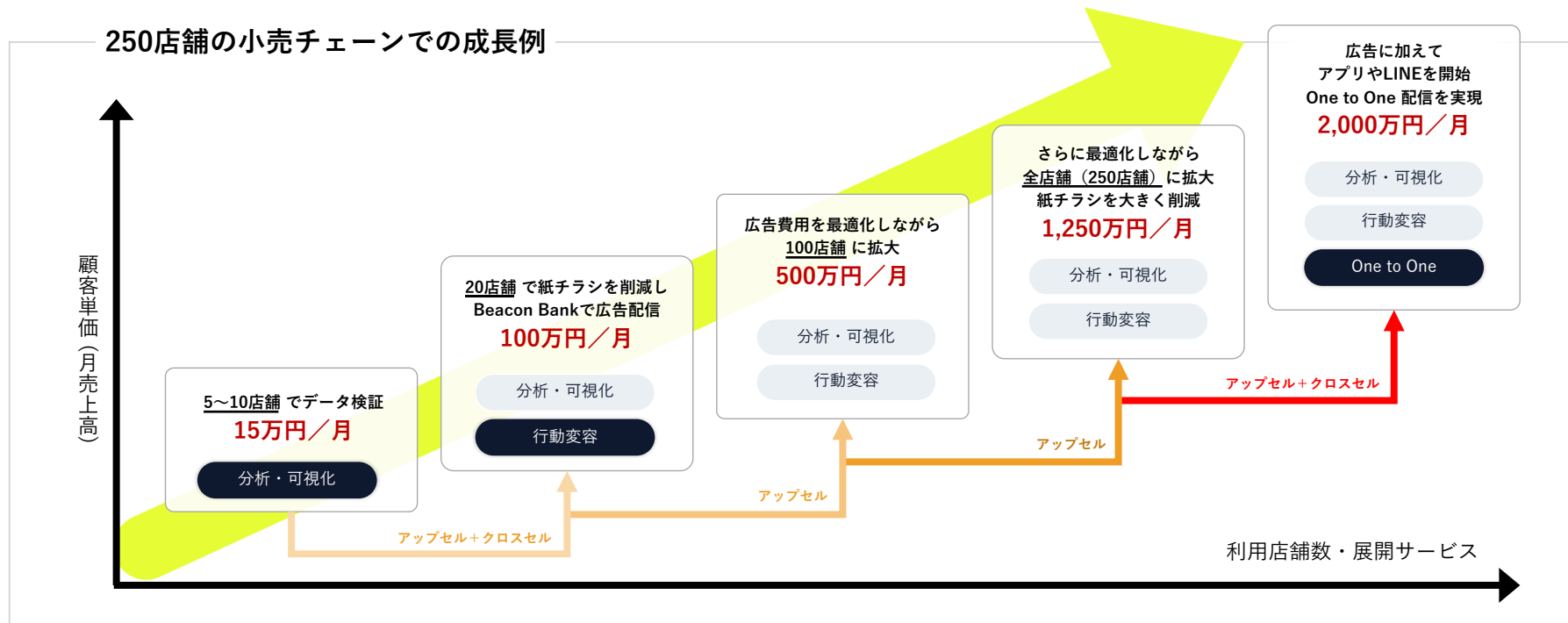
### 分析・可視化とOne to Oneは1年契約、「行動変容」は店舗数に応じた収益モデル



※1...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）

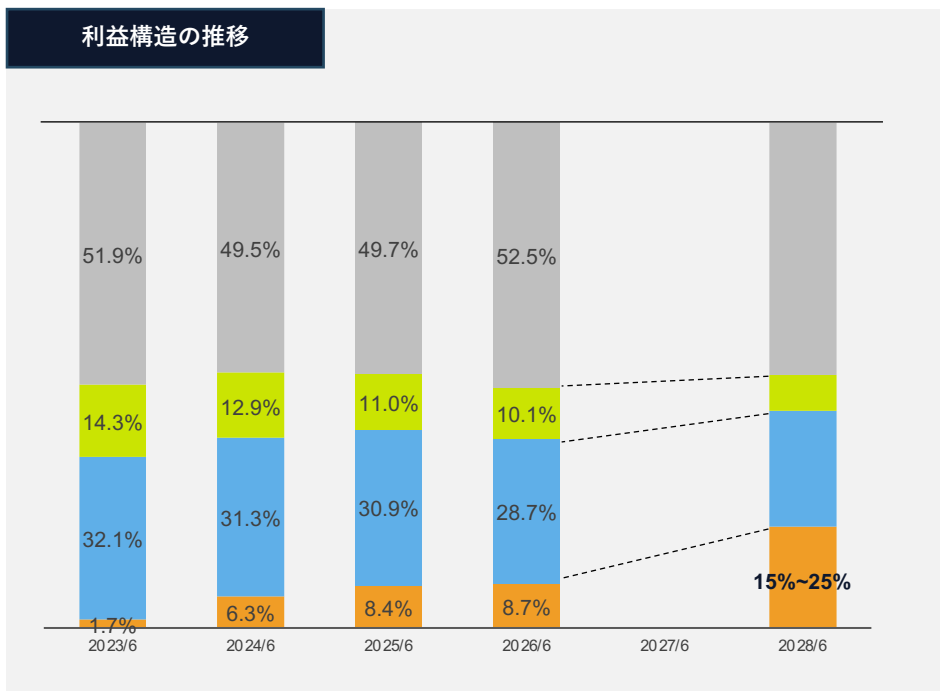
## ビジネスモデル：リカーリング顧客の顧客単価が130倍以上となる例も

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。



## 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



### ● 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稳定した水準を想定

### ● 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 ↗

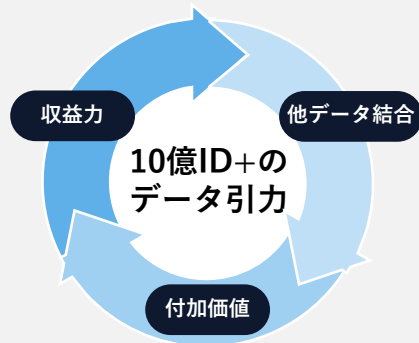
売上高増・原価/販管費率減により増加（中期財務モデル 15%～25%）

## データ量が非連続な成長を加速

10億超ID +  $\alpha$ ※が生むデータ引力が、3つのエンジンを回し非連続成長を生み出す

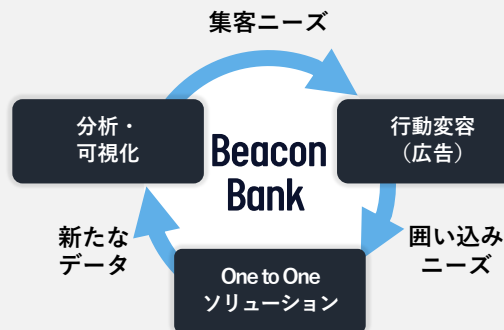
### データ

データ量が  
事業を加速させる好循環を生みだす



### プロダクト

3サービスが繋がって顧客が成功し  
unerryの導入（売上高）も増える

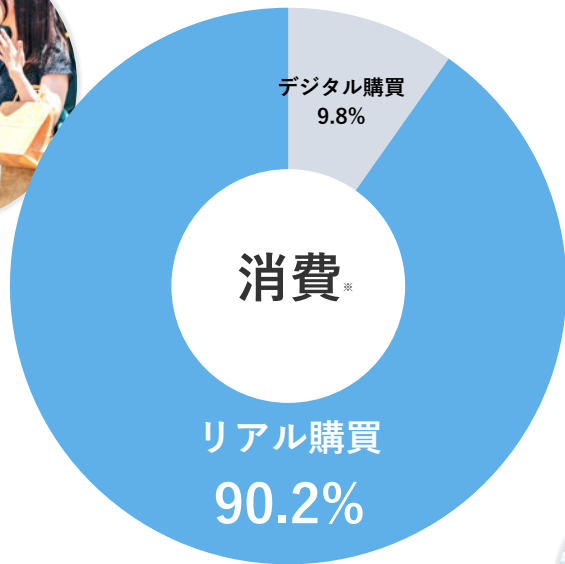


### 市場拡大

あらゆる業界を支える仕組みが  
インフラとして定着する



## 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

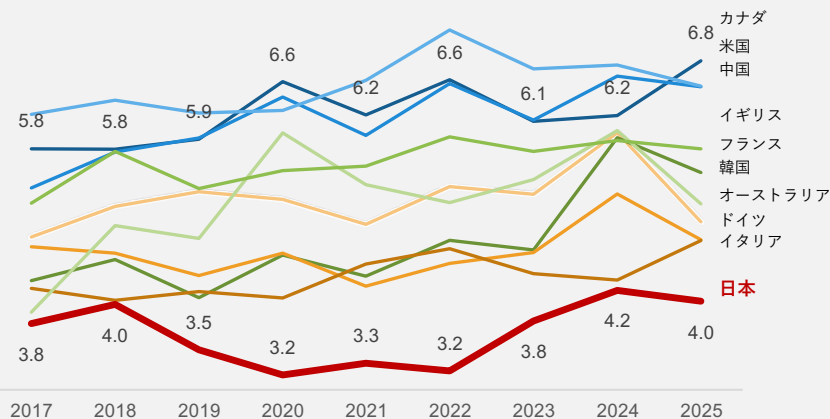
になっている



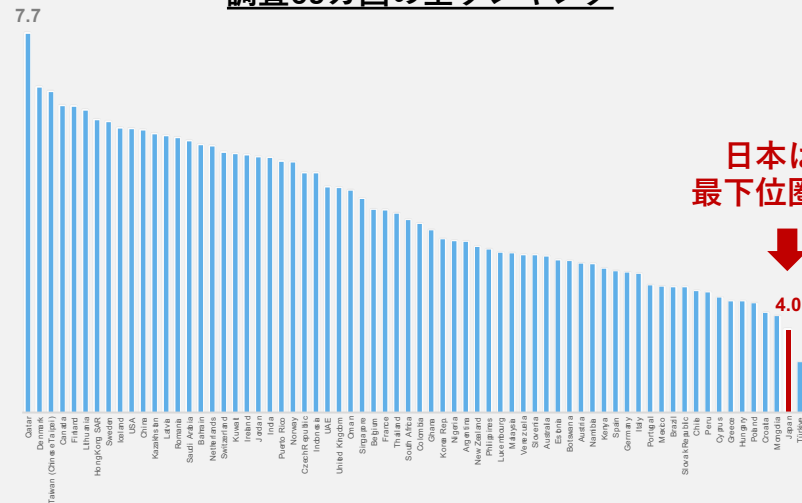
## ビッグデータで日本は出遅れたが、世界で一番「変わる余地」がある

### 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が実現している世界

### 位置に合わせた情報配信



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

### 実社会の理解・可視化



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

### 心地よい生活体験



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

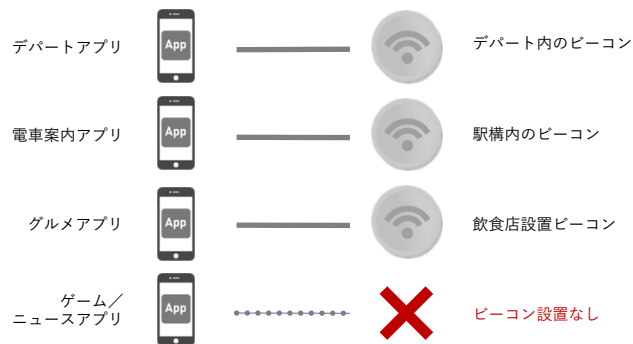
エアコンが強いお店が適温になった

**“unerryのAI”** が支えています

## 人流ビッグデータを取得するプラットフォームの独自技術

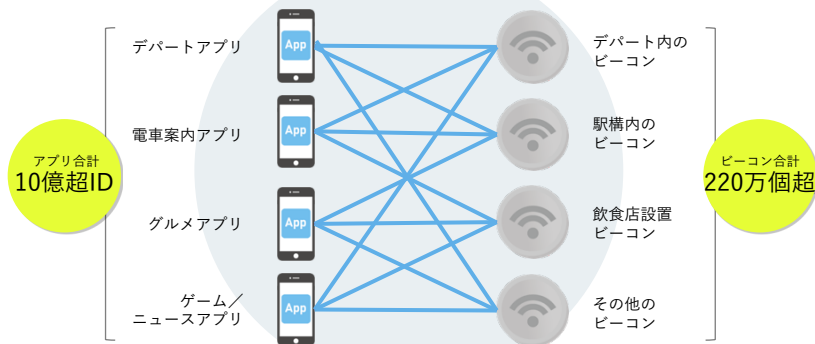
各社保有のビーコンをシェアするビーコンネットワークを構築  
根幹技術の特許を「日本・米国・中国」で保有

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\*

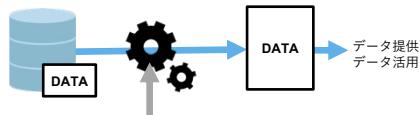
## プライバシーへの対応

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は行わない 個人関連情報※。

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、データ利活用（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。

## あらゆるプラットフォーマーと連携した水平型のグローバルインフラ

### 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

...

全プラットフォーマーと連携し、  
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

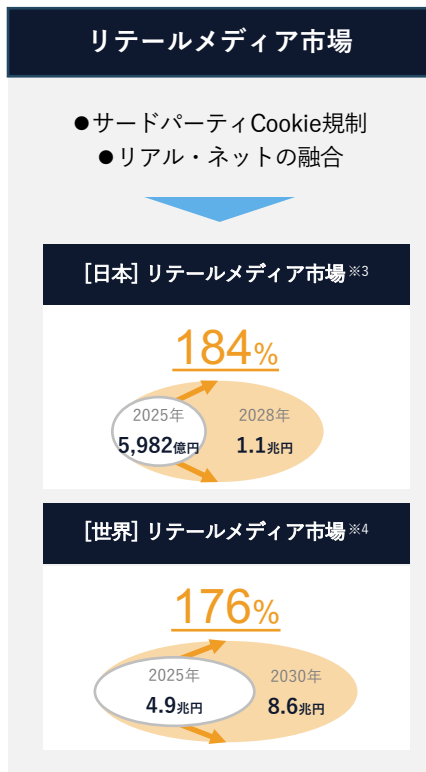
「電気・ガス・水道・unerry」

# 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



※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(2025.21 F&I50P)として換算



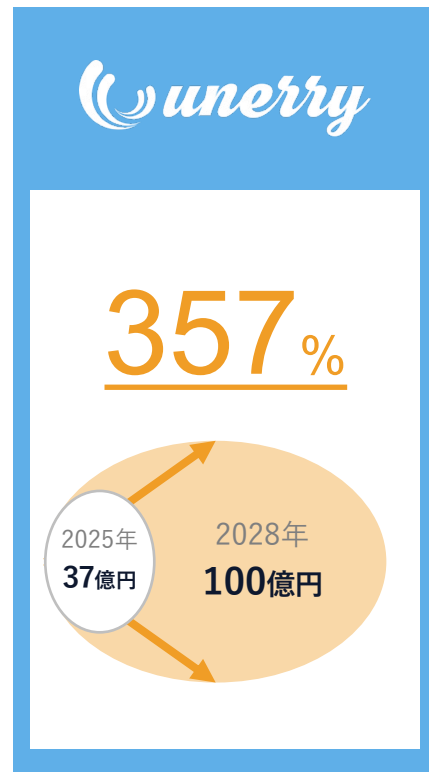
※3\_株式会社CARTA HOLDINGS「リテールメディア広告市場」2025年1月

※4\_Market Research Intellect「Retail Media Networks Market Size By Product, By Application, By Geography, Competitive Landscape And Forecast」September 2024 1 F&I50P)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OS）」

※6\_...market.us「Global Smart City Market Size, Share, Statistics Analysis Report By Application」1 F&I50P)として換算



## 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。