



株式会社 unerry
(東証グロース：5034)

2025年6月期 第2四半期 決算説明資料

2025年 2月

A decorative graphic at the bottom of the page consisting of several overlapping, wavy bands of color. The colors transition from a deep red on the left, through various shades of blue and cyan, to a light purple on the right. The bands have a glossy, liquid-like appearance with highlights and shadows.

2024年6月期 第2四半期決算サマリー

具体戦略

売上高

利益構造

事業進捗

リテールDX

リテールメディア

スマートシティ

グローバル

100億円達成の
具体戦略進捗

Data Scaling Law

重点パートナー

フライホイール

人的資本

2Qの主要トピックス

YoY+43%で四半期最高更新 & 計画超過

リカーリング顧客数の伸びも予定通り。顧客単価も高水準を維持

営業利益YoY+341%で計画超過

原価率3pt改善、販管費率1pt改善で営業利益率4pt向上

年末駆け込み需要確保に成功

リテールメディア事業で伸長。グローバル事業の顧客も増加傾向へ

DearOneとの資本業務提携

人的資本開示アワード受賞（率直な開示姿勢）

今期見通し

四半期売上の偏りは解消傾向
サービス別は今後も季節性あり

利益率は維持の見込み
ハイスキル採用が好調（人件費影響）

通年ではリテールDXと
リテールメディアが伸長

DearOne連携でデータ量拡大と
サービスラインアップが拡充

INDEX

1. unerryとは

2. 2025年6月期 第2四半期実績
3. 事業進捗
4. 具体戦略の推進状況
5. 財務情報
6. 会社概要





Beacon Bank

リアル・デジタル空間の生活者のあらゆる行動を、4.2億デジタルツイン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 |
|------------|----------------------|-----------------------|

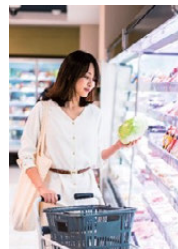
4.2億デジタルツインIDの生活者行動ビッグデータをAI解析

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。

[※]主要モバイルアプリに位置情報技術を提供してユーザ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)。4.2億IDは最大リーチ可能なID数(2024年6月末時点)でユーザ重複あり。

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4.2億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

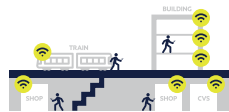
屋外・路面店



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4.2億IDのアプリユーザー

(120以上のアプリ・特定の個人を識別しない許諾済みデータ)

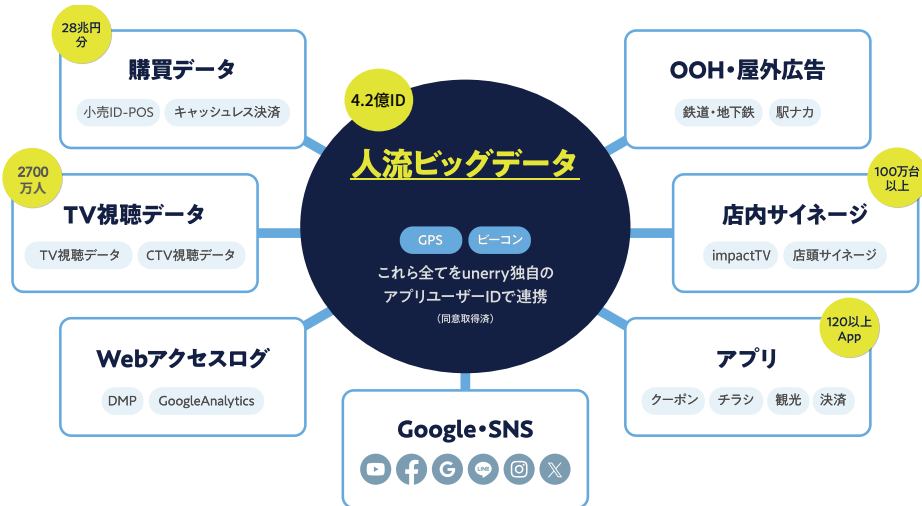
エリア

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

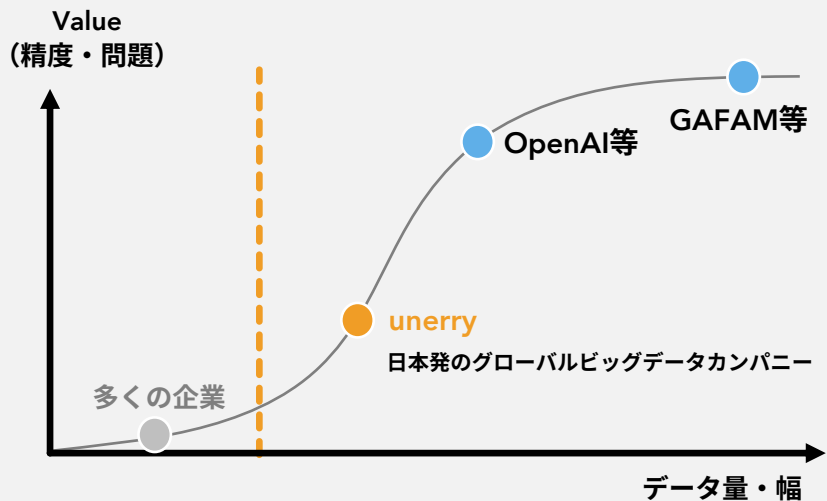
4.2億IDの人流ビッグデータを核に、さまざまな生活者データと連携・意味付けし、
デジタル・リアルを融合した統合的な顧客理解を実現。



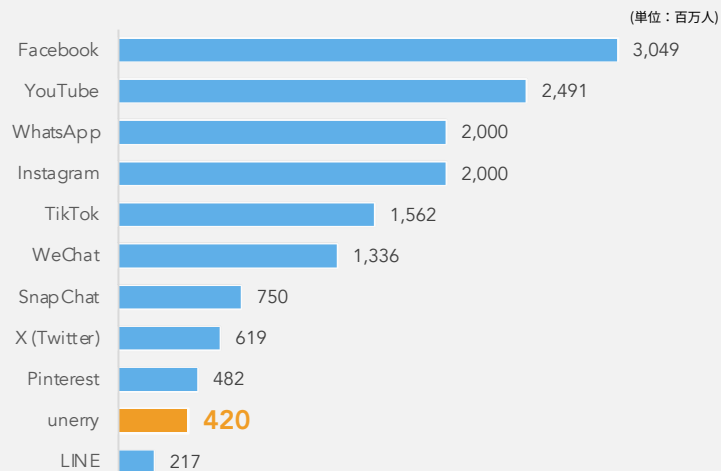
1. unerryとは

グローバルTOP10に入る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 2024: Global Overview Reportからunerry編集部編集。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2024年1-6月時点におけるアクティブユーザー数

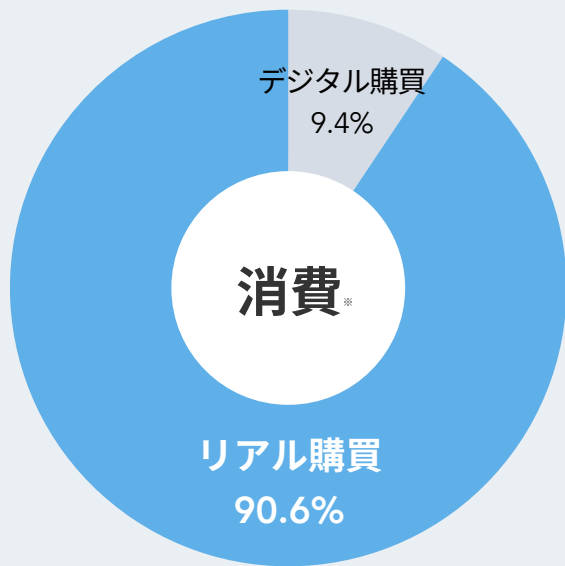
提供サービス

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

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

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

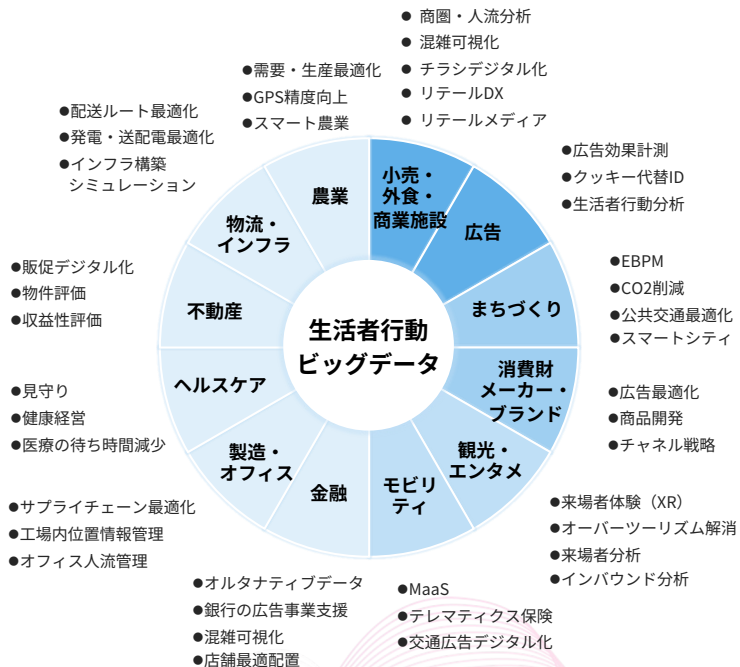
✓ 新しいバス停が自宅の近くにできた

✓ 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



unerryのヒトとサービスが支えています

ビジネスモデル：リカーリング顧客※1の顧客単価が80倍となる例も

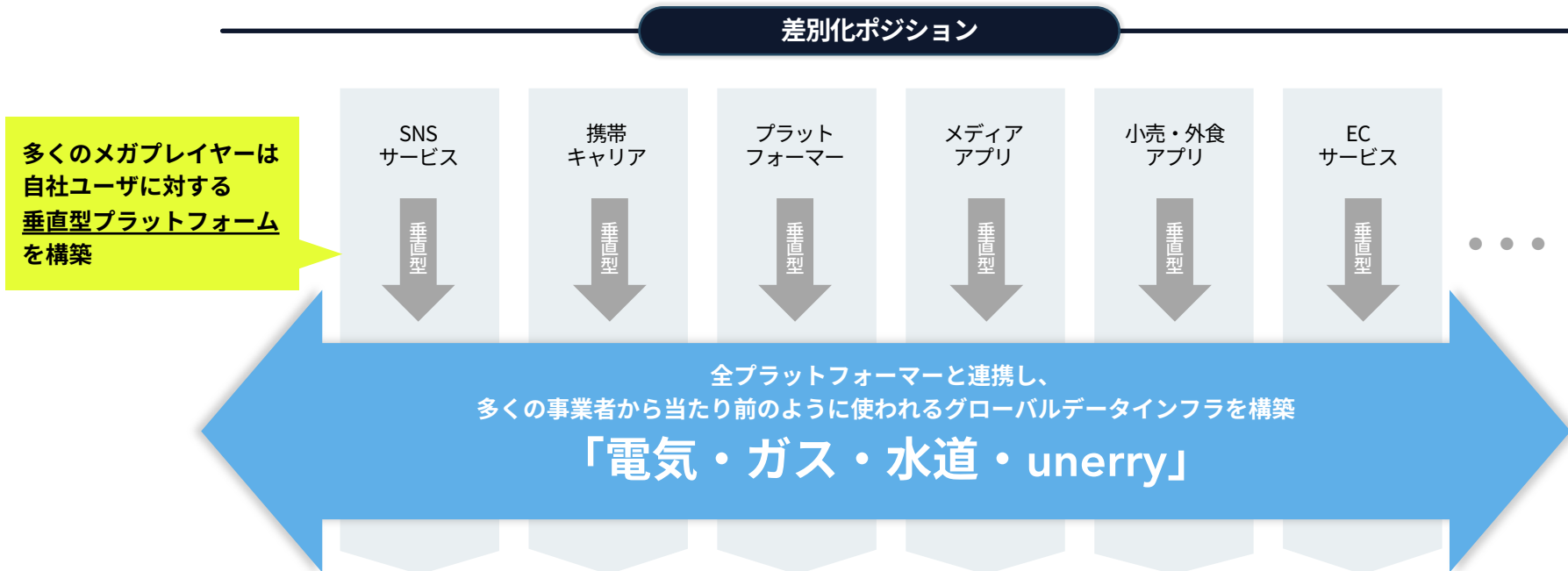
少ない店舗数ではじめ、店舗数拡大のアップセルや、行動変容・One to One等をクロスセルすることで大幅に顧客単価が向上。



※1. 4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。

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



INDEX

1. unerryとは
- 2. 2025年6月期 第2四半期実績**
3. 事業進捗
4. 具体戦略の推進状況
5. 財務情報
6. 会社概要



業績ハイライト

売上高

938 百万円

YoY
+43%

売上総利益

329 百万円

YoY
+58%

営業利益

56 百万円

YoY
+341%

営業強化・業務改善策で売上・利益は大幅増 リカーリング顧客数と単価も高水準

- **売上高は最高額を更新（前年同期比 1.4倍）**

引き続き重点顧客向けの営業強化策の効果により大幅増加

リカーリング顧客数は予定通り伸び、顧客単価は高水準を維持

- **売上高総利益も大幅増加（前年同期比 1.6倍）**

間接原価率が下がり、売上総利益も大幅増加

- **営業利益も大幅に伸び、黒字を継続（前年同期比 4.4倍）**

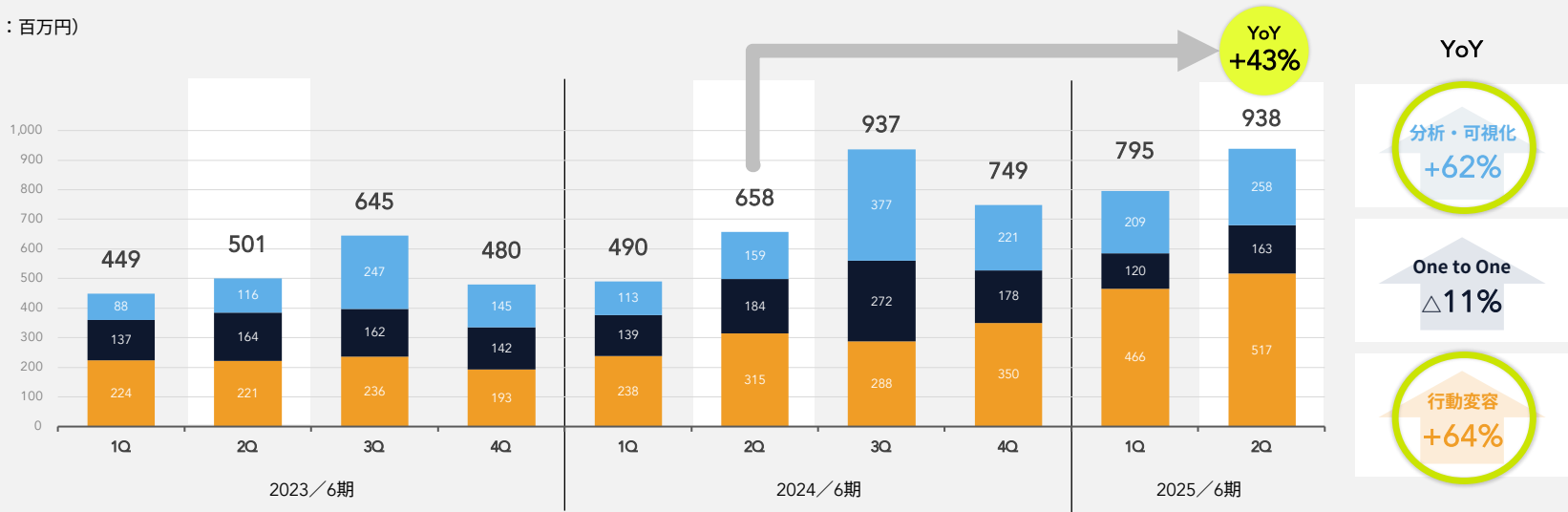
売上高の増加、間接原価率および販管費率の改善により黒字幅は拡大

売上高：サービス別

- 重点顧客向け営業強化が奏功し、引き続き分析・可視化サービスと行動変容サービスが伸長。
- 行動変容サービスの年末駆け込み需要を取り込み、過去最大の四半期売上高となった。

四半期推移

(単位：百万円)

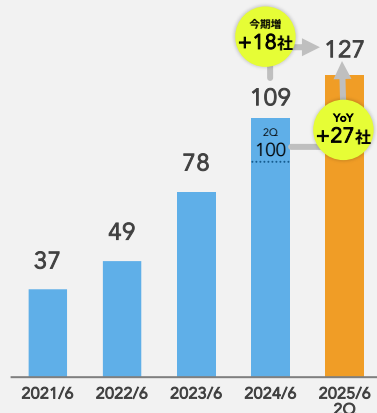


売上高：リカーリング顧客指標

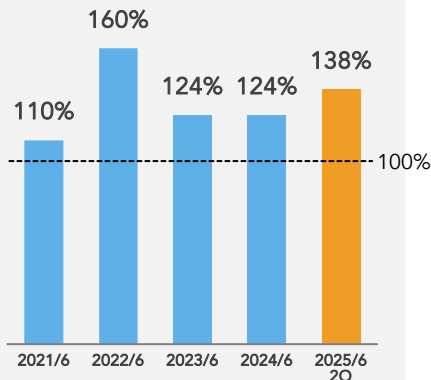
- リカーリング顧客数は+18社の127社となり、期末予想の142社に向けて堅調に増加中。
- 契約期間の長い顧客へのクロスセル×アップセルが堅調（NRR138%）で、契約期間の短い顧客を吸収して高い年間顧客単価を維持。

リカーリング顧客数^{*1}

(単位：社)

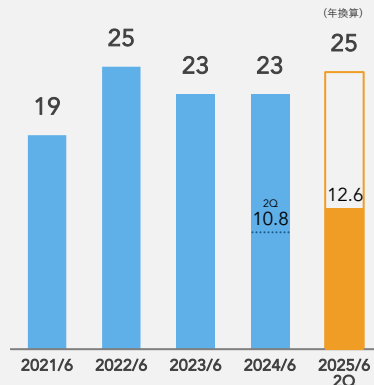


NRR^{*2}

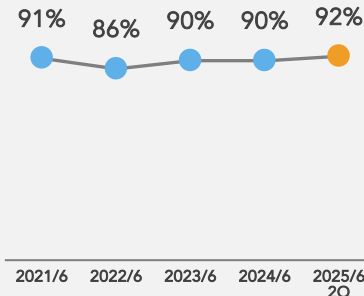


リカーリング年間顧客単価

(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。

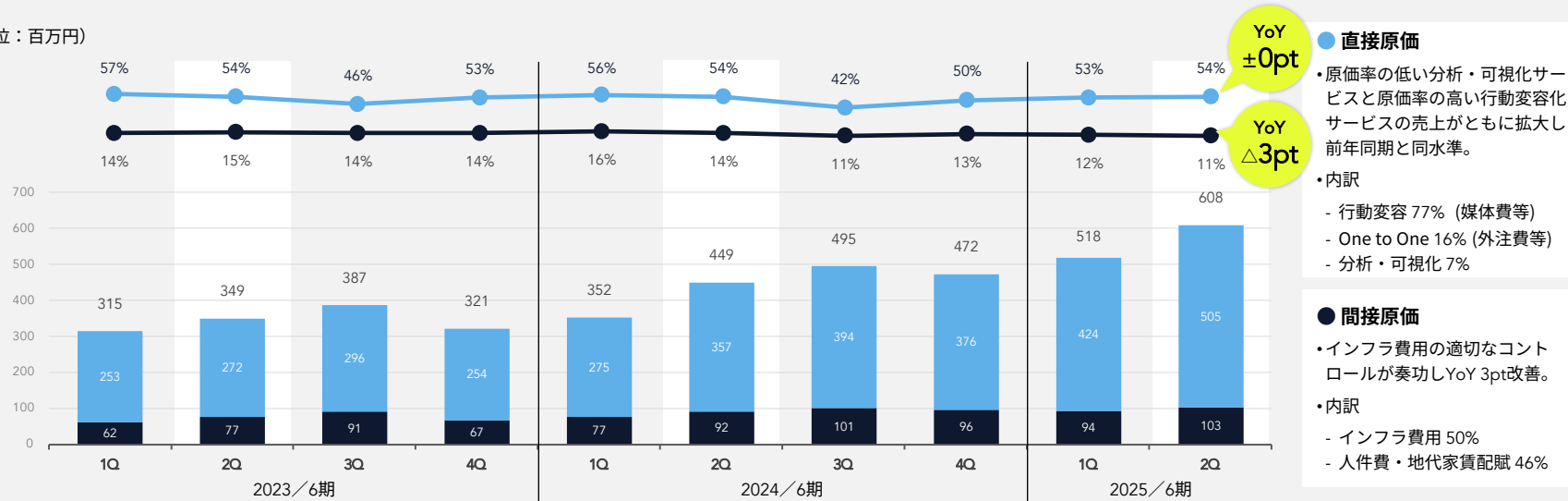
※2... ネットレベニューリテンションレート (前年度以前に獲得したリカーリング顧客の当期売上高) ÷ (当該顧客の前期末売上高)

売上原価

- 直接原価は、原価率の低い分析・可視化サービスと、原価率の高い行動変容化サービスの売上がともに拡大し前年同期と同水準。
- 固定費要素の多い間接原価は、売上増加とインフラ費用の適切なコントロールにより前年同期比で3pt改善。

四半期推移

(単位：百万円)

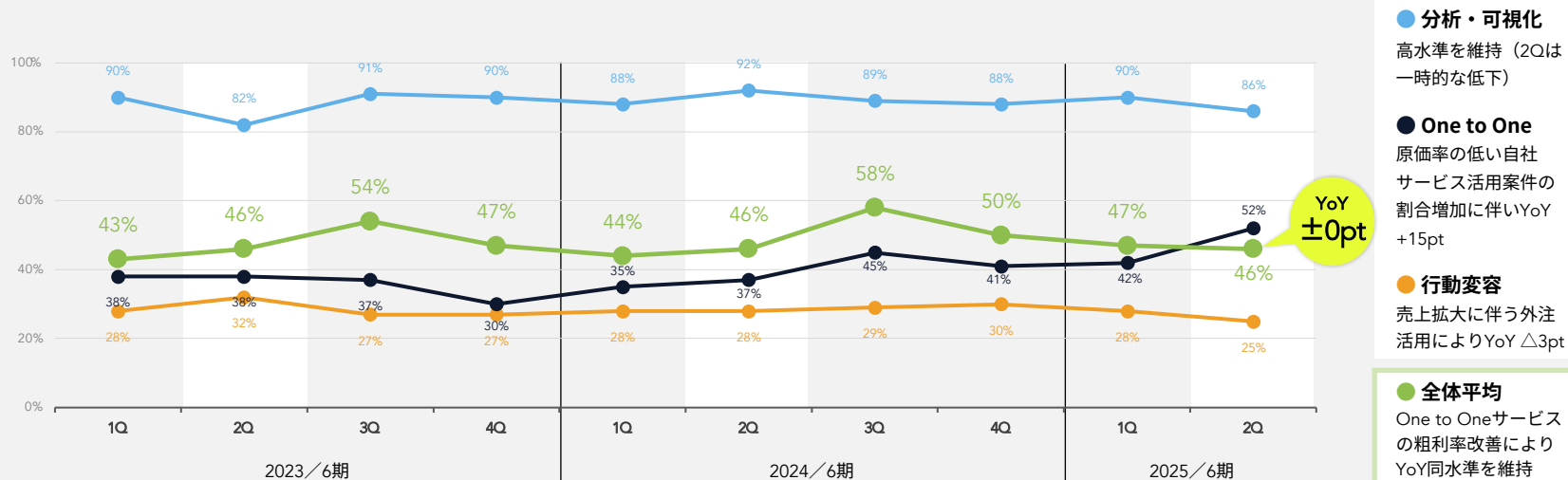


2. 2025年6月期 第2四半期実績

サービス別粗利率（売上 - 直接原価 ※）

- 分析・可視化は特殊要因、行動変容は売上拡大に伴う外注活用により低下するも、自社サービス活用案件増に伴いOne to Oneサービスは+15ptと大幅増。全体としては前年比同水準で、トレンドは改善基調（行動変容は一部案件受注をコントロール中）。

四半期推移

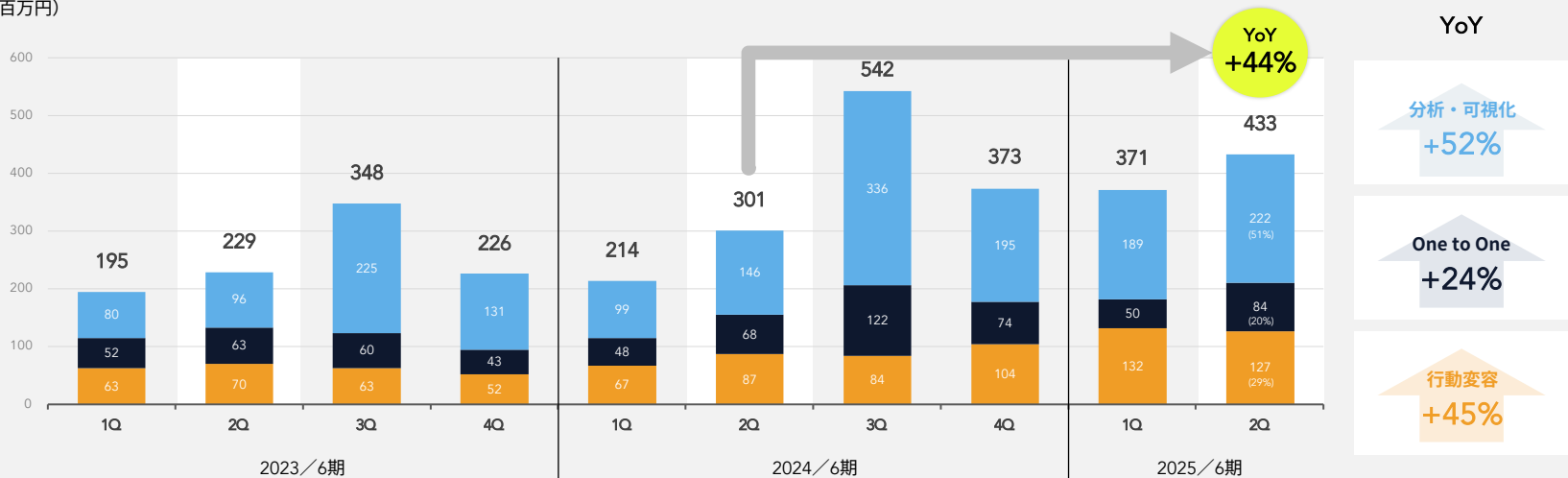


サービス別粗利（売上 - 直接原価 ※）

- 分析・可視化サービス、行動変容サービスの売上高増加にともなって、両サービスの粗利も大幅に増加。
- One to Oneサービスは、売上高が減少するも粗利率の改善により+24%の増加。

四半期推移

(単位：百万円)

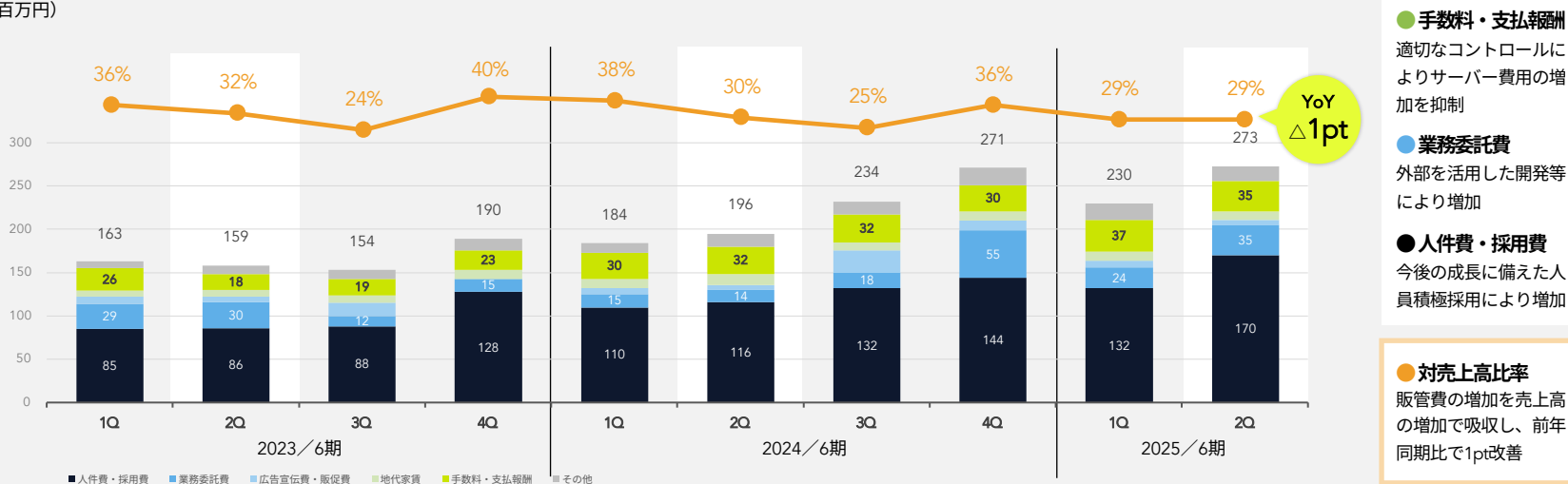


販売費及び一般管理費

- 今後の成長に向けた人員積極採用に伴い販管費は増加したが、売上高の増加に対して抑えられているため、前年同期比で1pt改善。

四半期推移

(単位：百万円)



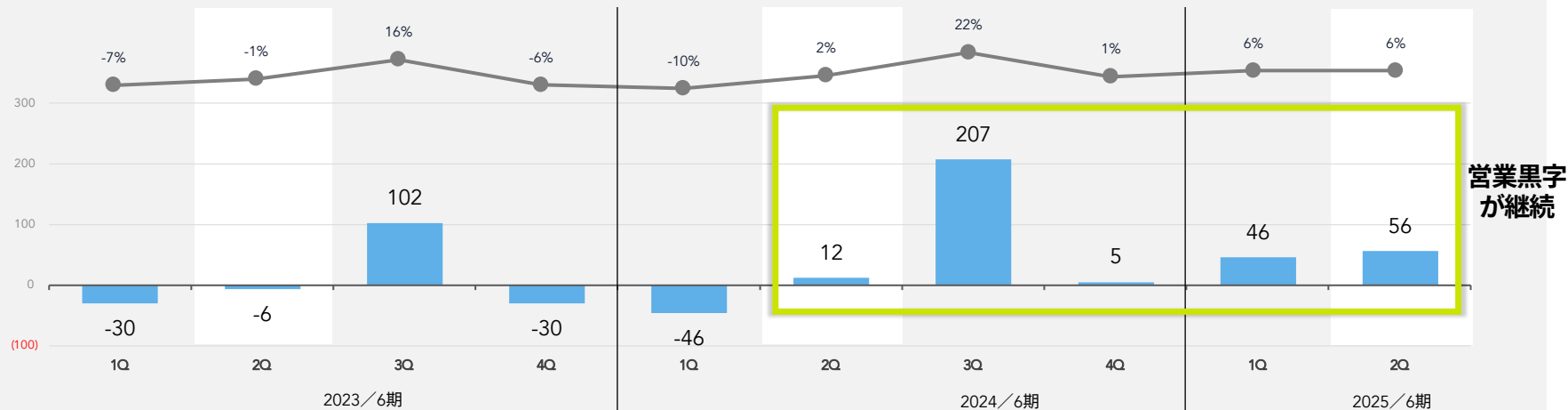
2. 2025年6月期 第2四半期実績

営業利益

- 売上高の増加、間接原価率および販管費率の改善により前年同期比 +44百万円 (YoY +341%)。
- 2024年6月期2Q以降、四半期営業黒字が定着。

四半期推移

(単位：百万円)



営業黒字
が継続

通期業績予想に対する進捗率等

- 売上高、各利益ともに、好調な進捗率となり、通期業績予想の達成およびROE8%を目指す。

売上高・利益進捗率、ROE

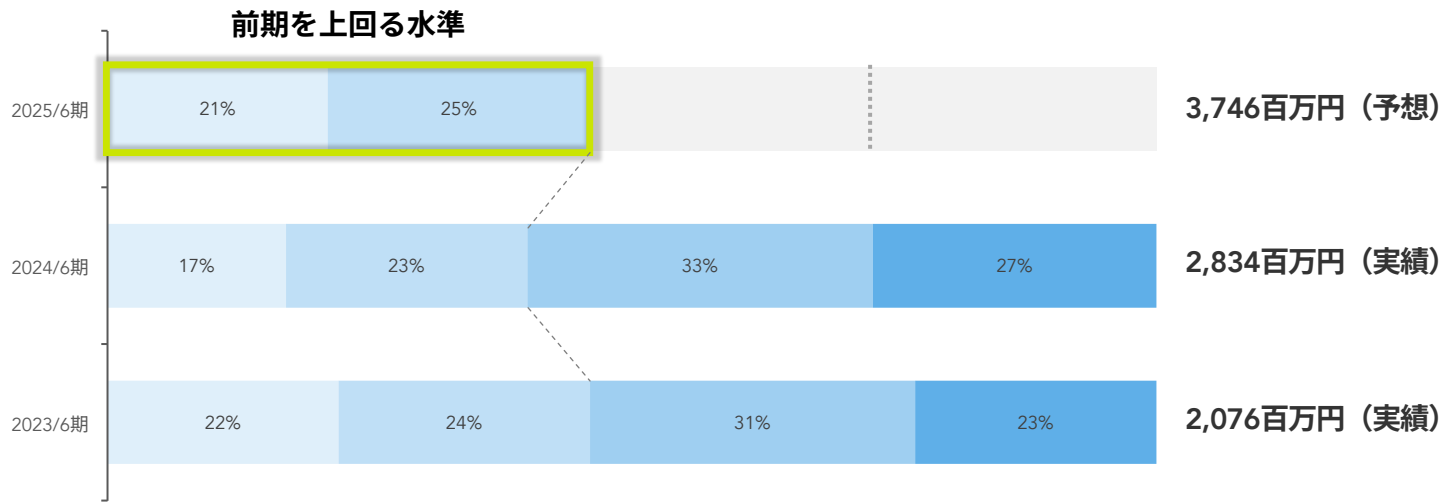
| | 通期業績予想 | 2Q実績 | 2Q進捗率 | (参考) 前期2Q進捗率 |
|-------|-----------|-----------|-------|-----------------|
| 売上高 | 3,746 百万円 | 1,733 百万円 | 46 % | 41 % |
| 営業利益 | 240 百万円 | 103 百万円 | 43 % | △19 % |
| 経常利益 | 240 百万円 | 104 百万円 | 44 % | △27 % |
| 当期純利益 | 138 百万円 | 68 百万円 | 49 % | △33 % |
| ROE | 8 % | 8 %※ | - | - |

※_2Q実績のROE= (2025年6月期2Q当期純利益 (6ヶ月)) ×2) ÷ (2024年6月末自己資本+2024年12月末自己資本) ÷2)

売上高の四半期進捗率

- 今期2Q進捗は前期（2024/6期）を上回る水準で推移。
- 3Qに見込んだ売上を早めに取り組むことができ、季節要因による3Qの偏りは緩やかになる見込み。年間の売上予想は変更なし。

四半期進捗率の推移



INDEX

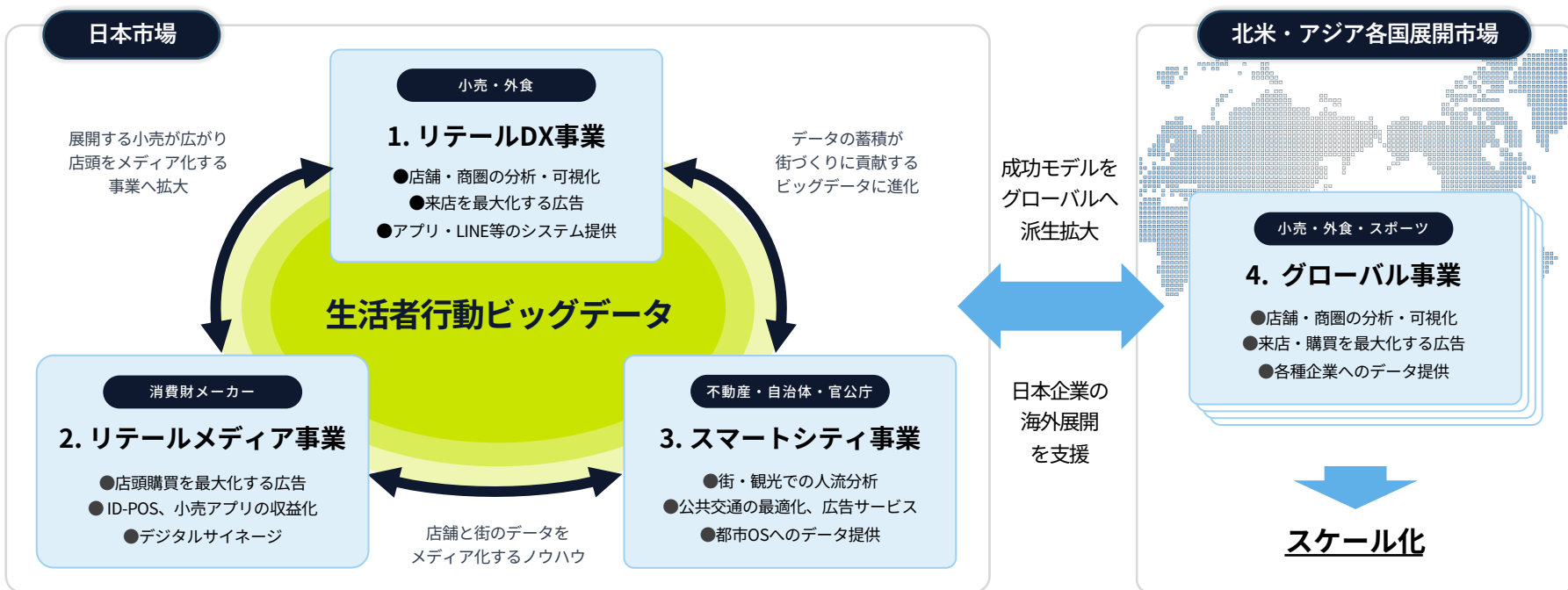
1. unerryとは
2. 2025年6月期 第2四半期実績
- 3. 事業進捗**
4. 具体戦略の推進状況
5. 財務情報
6. 会社概要



3. 事業進捗

展開する4事業

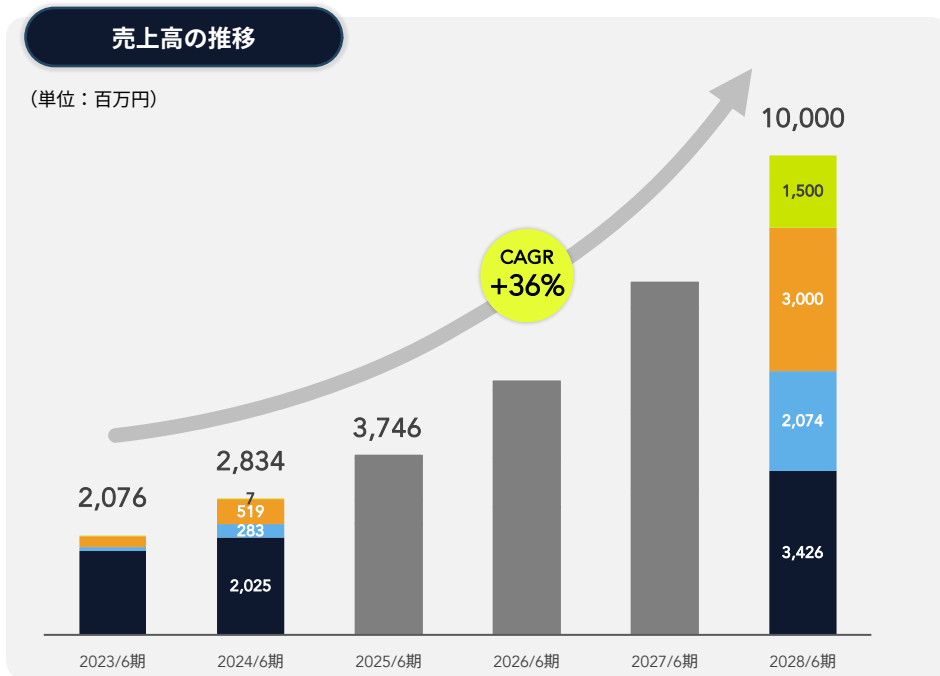
小売・外食・消費財メーカー・不動産・自治体・官公庁に対し、生活者行動ビッグデータを活用したサービスを提供。
日本市場で培ったノウハウを海外市場に展開。



3. 事業進捗

事業別の中期成長戦略

CAGR+36%で成長し、2028年6月期に100億円を目指す。



4. グローバル事業

小売・外食・スポーツ

リテールDXとスマートシティを北米・アジアに展開

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

3. 事業進捗

各事業の進捗

| 事業 | 2Q進捗 | 今期の取組み・見通し |
|--------------------------|--|--|
| 小売・外食 リテールDX事業 |  <ul style="list-style-type: none">● DearOne社との資本業務提携によるアプリへの位置情報技術の標準メニュー化 |  <ul style="list-style-type: none">● マーケティングとセールス体制強化を続け、新規・クロスセルともに順調推移 |
| 消費財メーカー リテールメディア事業 |  <ul style="list-style-type: none">● DearOne社のリテールメディアの相互販売体制の構築。提供プランの拡大● 年末の駆け込み需要の獲得に成功 |  <ul style="list-style-type: none">● システム投資による品質・効率性の向上● ハイスキル人材の採用成功により、リカーリング顧客化を推進 |
| 不動産・自治体・官公庁 スマートシティ事業 |  <ul style="list-style-type: none">● ブログウォッチャーとの提携で観光領域が拡大● 自動運転での利用例 |  <ul style="list-style-type: none">● 年度末案件を着実に推進して3Q売上高を確保 |
| 小売・外食・スポーツ グローバル事業 |  <ul style="list-style-type: none">● クロスボーダーサービスの拡大 |  <ul style="list-style-type: none">● クロスボーダーのサービスは堅調に推移● 海外企業向けは展示会等から契約活動につなげて顧客獲得を努力 |

DearOneとの資本業務提携

unerryとDearOneが資本業務提携

リテール業界・まちづくり領域向け

「スマホアプリソリューション」と「リテールメディア」事業を拡大



DearOneとの資本業務提携 | unerryの位置情報技術が多くのスマホアプリで標準活用

1.2億ダウンロード 2600MAU突破

ModuleApps 2.0

機能モジュール・クラウド・管理画面が
三位一体となった

SaaS+カスタマイズのハイブリッド型
アプリ開発サービス

Module Apps2.0主な特徴

| | |
|--------------------------|-----------------------------|
| 手軽さ 組み合わせるだけでアプリができる | カスタマイズ性 独自要望にも対応できる |
| 低コスト 基本機能活用モジュールにより | 高信頼サーバー NTTドコモのセキュリティに準拠 |
| ガイドライン遵守 アプリ業社ならではの知見 | アフターフォロー アプリリリース後も安心の |



with 

位置情報技術を アプリ開発に標準メニュー化

- unerryの位置情報技術が、DearOneのアプリ開発プラットフォーム（ModuleApps2.0）に標準搭載され、位置情報を活用したアプリ機能が容易に実装可能に
- ユーザー体験の向上や、広告配信機能の強化が期待

DearOneとの資本業務提携 | リテールメディアの相互販売と効果測定



ARUTANA

Advertisingを
Retailを通じて
Uniqueに配信可能な
TANA (棚)

ARUTANAとは、
MAU 約3,300万人 / 約47,000店舗*の
リテール公式アプリ群に
横断で広告配信可能な、国内初^{*1}の
アドプラットフォームです。



*2024年10月時点 *1DearOne調べ

with 

リテールメディアの 相互販売体制

- unerryの来店・購買データに基づいた広告配信サービスと、DearOneのリテールメディアプラットフォーム (ARUTANA)の相互販売を強化
- 複数の小売チェーンを横断した広告配信と購買効果の計測が可能となり、リテールメディア市場の成長に貢献

主要都道府県でのサービス提供



富山県

防災・減災

震災直後の避難状況を分析し、避難時の移動手段分布や発生した交通渋滞を可視化

宮城県

オーバーツーリズム

松島エリアの国道の移動速度分布を算出・可視化し、渋滞緩和施策の有効性を検証

大阪府

まちづくり&マーケティング

行動特性にもとづき御堂筋エリア来訪者を3つにクラスタリング。データに基づくペルソナを構築

千葉県

観光行動分析

東京湾アクアラインでの「ロードプライシング」が観光行動に与える影響を可視化

島根県

観光促進(集客広告)

出雲市にて人流データに基づくデジタルプロモーション、および来訪計測を実施

東京都

モビリティ&メディア

Be Smart Tokyoにて人流データによりエリア課題・ニーズを可視化し、新サービスの導入を支援

長崎県

観光促進(周遊)

アプリユーザーのエリア内行動理解やコミュニケーション促進に向け、観光アプリへ SDK を導入

提供サービス

1. 街の課題分析
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

ブログウォッチャーとの提携で観光領域が拡大

熊本県観光で「もうひと観光・もうひと体験」を

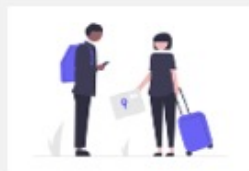
旅マエ

計画・予約段階で魅力を発信



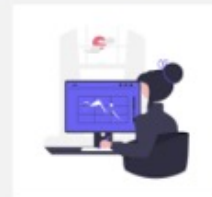
旅ナカ

現地でのリアルタイム情報提供



旅アト

帰宅後も思い出と次の旅をサポート



ビッグデータ分析

情報提供後の観光客の行動変容（滞在場所や時間など）を位置情報ビッグデータで分析

東京都狛江市内でローカル5G等を活用した遠隔型自動運転実証

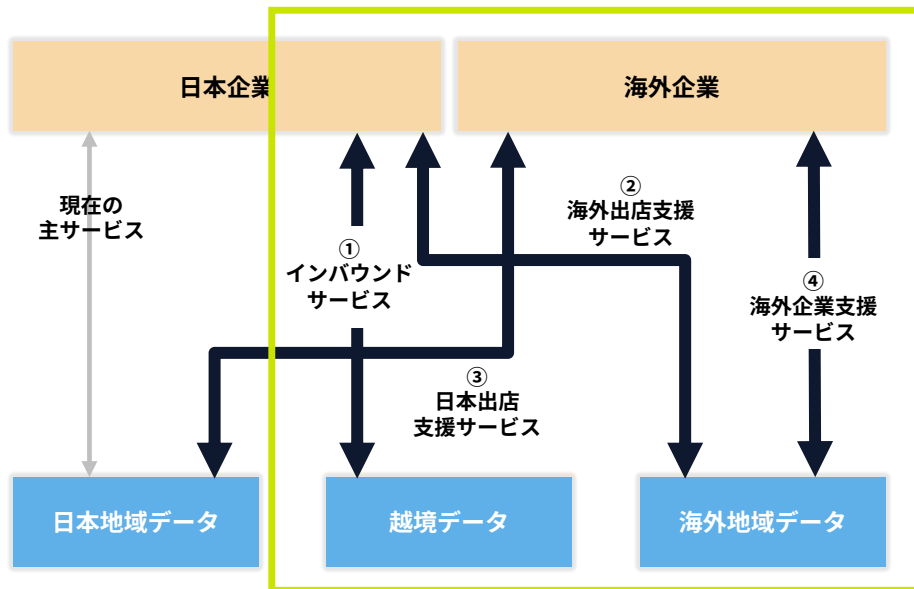


| | |
|---------|---|
| 狛江市 | <ul style="list-style-type: none"> ・実証エリアの提供 ・実証実験にかかる住民への説明 |
| NTT 東日本 | <ul style="list-style-type: none"> ・本実証におけるプロジェクト管理および実証実験実施主体 ・ローカル 5G 通信環境および路側スマートポールシステムの構築 ・ローカル 5G および路側スマートポールによる自動運転の高度化実証 ・NTT e-City Labo^{※5} 自動運転実証拠点での走行事前検証および遠隔監視環境の提供 |
| ティアフォー | <ul style="list-style-type: none"> ・自動運転車両および自動運転システムの開発・提供 ・自動運転車の走行 |
| マップフォー | <ul style="list-style-type: none"> ・自動運転の 3 次元地図データ作成 ・センサー、カメラを設置した路側スマートポールシステムおよび物体認識、車両システム接続に関する知見提供 |
| 計量計画研究所 | <ul style="list-style-type: none"> ・自動運転の地域実証に向けた自治体等との地域交通分析、課題検証などの計画検討支援 |
| unerry | <ul style="list-style-type: none"> ・実証エリア内の人流量・移動需要データ分析・解析 ・将来的な実装を前提とした走行ルートの策定 ・地域交通需要を含めた社会需要性の実証 |

クロスボーダーサービスの拡大

市場とデータの関係によるサービス全体像

グローバルサービス



事業進捗

- 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** グローバル進出する意欲的な日本企業から、海外出店調査や新店に伴う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。認知が課題の中、着実な実績を構築中

進捗

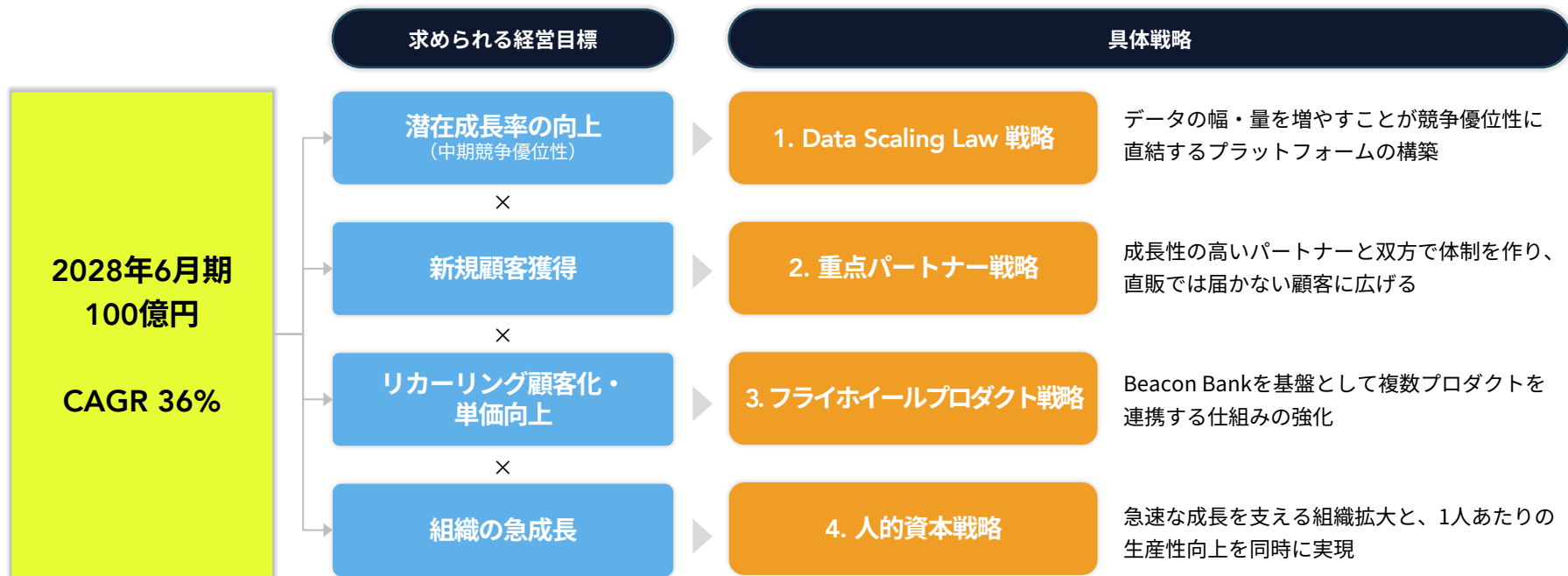
INDEX

1. unerryとは
2. 2025年6月期 第1四半期実績
3. 事業進捗
- 4. 具体戦略の推進状況**
5. 財務情報
6. 会社概要



成長に向けた4つの具体戦略

100億円への成長には、中期競争優位による潜在成長率を引き上げ、顧客獲得×リカーリング顧客単価向上の成功方程式を推進する組織基盤整備を着実に推進。



具体戦略の推進状況

具体戦略

1. Data Scaling Law 戦略

2. 重点パートナー戦略

3. フライホイールプロダクト戦略

4. 人的資本戦略

2Q進捗

- DearOne社との資本業務提携で連携データを大幅に拡充
- 1Qで連携発表したCMI社・Braze社・CRITEO社との連携を推進中
- DearOne提供サービスをラインアップに追加
- 組織は急速に拡大。1人あたりの生産性向上も同時に実現

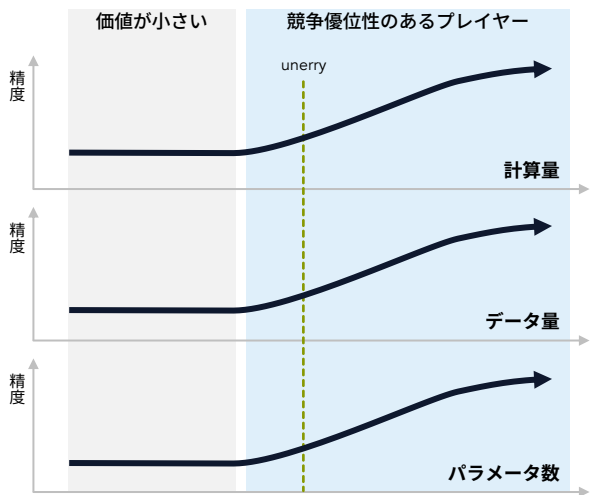
4. 具体戦略の推進状況

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



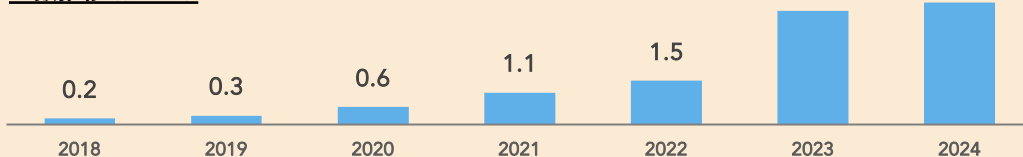
Data Scaling Law 戦略

あらゆるデータとの連携を目指す



ID数推移 (単位: 億ID)

ID数を継続的に増やす



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

4. 具体戦略の推進状況

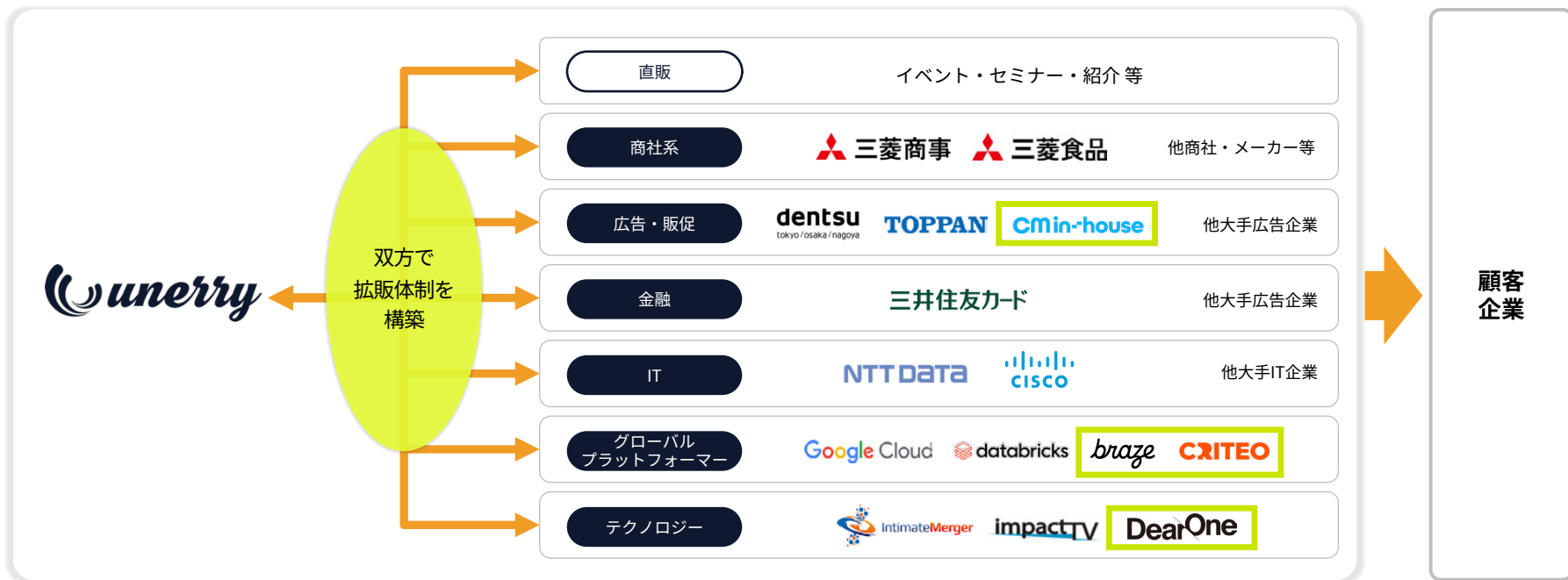
1. Data Scaling Law戦略：DearOne社との連携によるアプリデータ拡充



4. 具体戦略の推進状況

2. 重点パートナー戦略

- 1Qで発表したCMI社、Braze社、CRITEO社との連携は引き続き拡大中。
- DearOne社はデータ拡充の目的だけでなく、共同で拡販体制を構築するパートナーでもある。

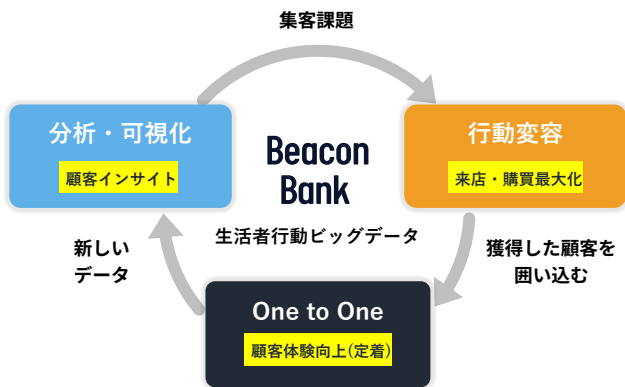


3. フライホイールプロダクト戦略

Beacon Bankを基盤として複数プロダクトを連携する仕組みを強化。

フライホイールプロダクト戦略

3サービスが高速に回転できる
プロダクトラインアップを目指す



分析・可視化サービス

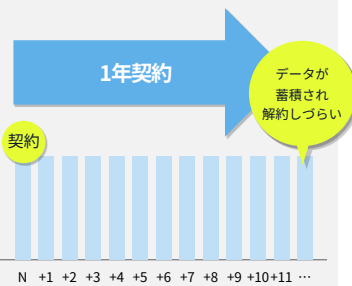
クロスセル

行動変容サービス

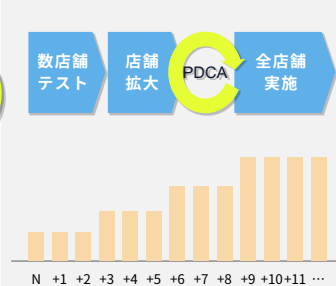
クロスセル

One to One サービス

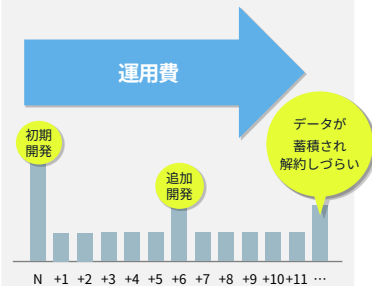
- 「ショッパーみえーる」は SaaSサービスであり、月次収益が発生
- 1年契約が基本



- 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

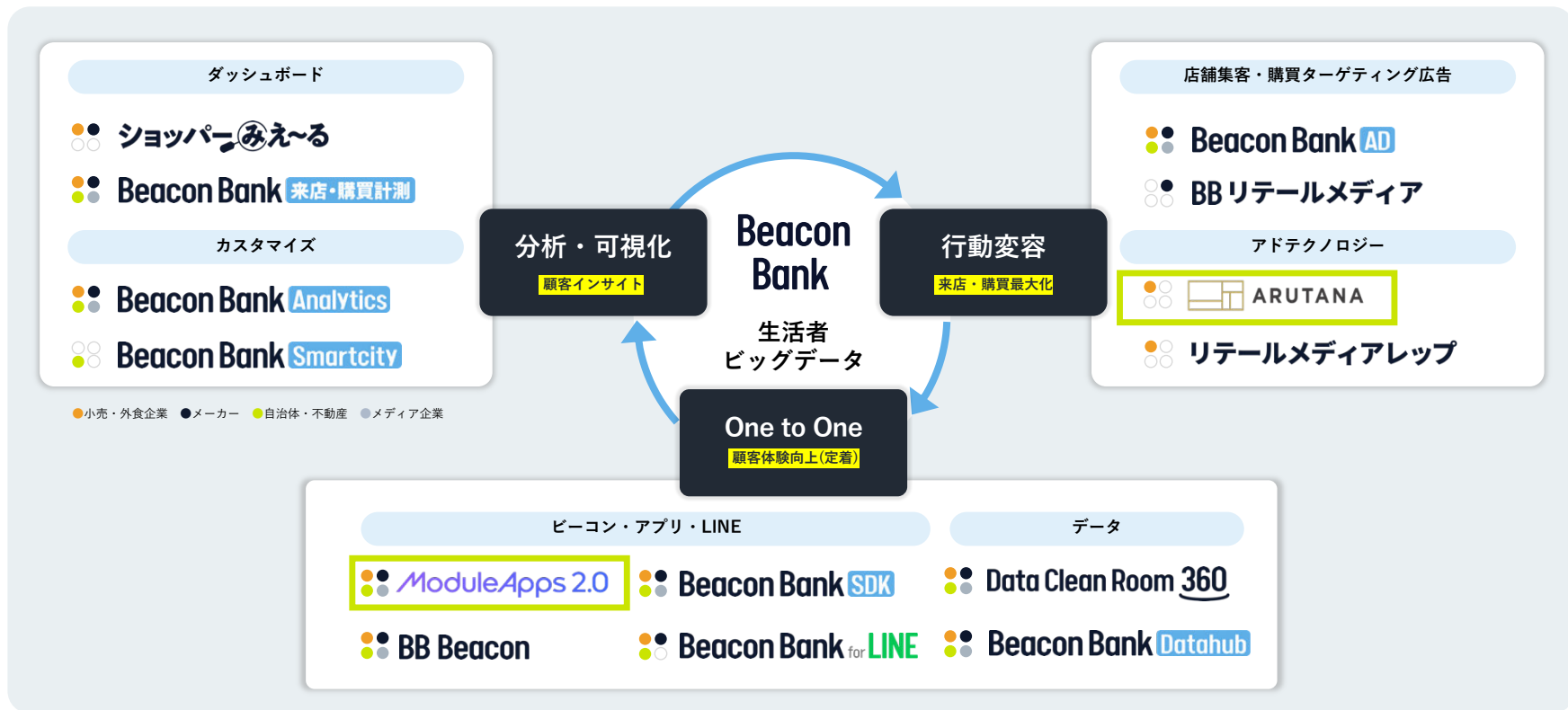


- DX需要に応じたサービスで、アプリ等のシステム開発及び運用費
- 初期開発以降は 運用費 (1年 毎契約) として毎月収益が発生



4. 具体戦略の推進状況

3. フライホイールプロダクト戦略：DearOne提供サービスをラインアップに追加



4. 人的資本戦略

- 組織拡大と合わせて、労働集約部分を解決して1人あたりの生産性を向上させることで、年36%の売上成長を実現していく



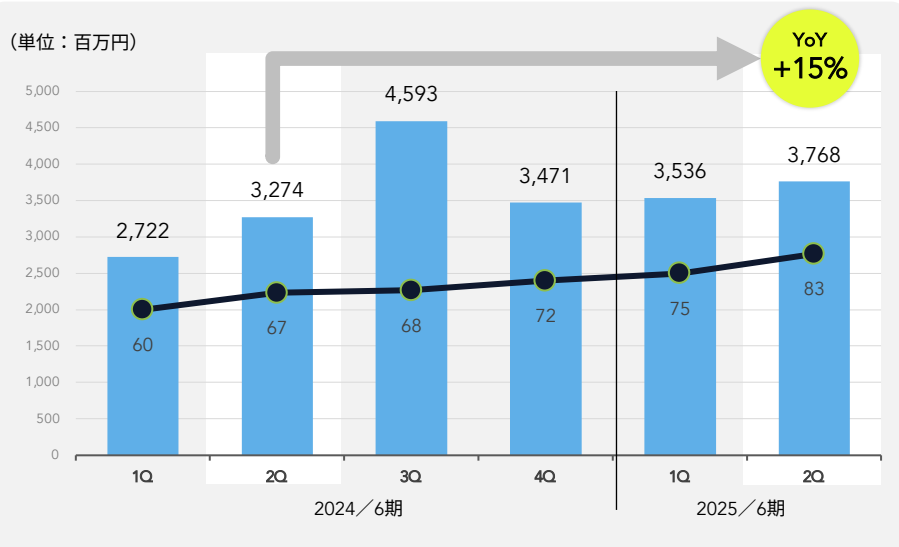
4. 具体戦略の推進状況

4. 人的資本戦略：1人あたりの生産性の継続的向上

- 3Qを除き、1人あたりの生産性は継続的に増加。
- プロダクトリソースシフトを着実に推進し、労働集約型が残るオペレーションを改善中。

生産性（月間売上／期末従業員数）と従業員数の推移

（単位：百万円）



今期の取り組み

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

- ショッパーみえーる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

4. 人的資本戦略：アワード受賞



日経ビジネス

人的資本開示アワード

スタンダード・グロース部門 準優秀賞

限られた人手で成果を出す仕組みづくりを志向し、
自社の課題や具体策を率直に開示する姿勢

INDEX

1. unerryとは
2. 2025年6月期 第1四半期実績
3. 事業進捗
4. 具体戦略の推進状況
- 5. 財務情報**
6. unerry概要



5. 財務情報

損益計算書 (会計期間)

| (単位：千円) | 2024/6期 2Q | 2025/6期 1Q | 2025/6期 2Q | 増減率 (対前年同期) | 増減率 (対前四半期) |
|------------|------------|------------|------------|----------------|----------------|
| 売上高 | 658,111 | 795,555 | 938,306 | +42.6% | +17.9% |
| 売上原価 | 449,005 | 518,185 | 608,892 | +35.6% | +17.5% |
| 売上総利益 | 209,105 | 277,369 | 329,414 | +57.5% | +18.8% |
| 売上総利益率 | 31.8% | 34.9% | 35.1% | +3.3pt | +0.2pt |
| 販売費及び一般管理費 | 196,364 | 230,404 | 273,206 | +39.1% | +18.6% |
| 対売上高比率 | 29.8% | 29.0% | 29.1% | -0.7pt | +0.1pt |
| 営業利益 | 12,741 | 46,964 | 56,207 | +341.1% | +19.7% |
| 営業利益率 | 1.9% | 5.9% | 6.0% | +4.1pt | +0.1pt |
| 経常利益 | 10,404 | 47,920 | 56,867 | +444.6% | +18.7% |
| 経常利益率 | 1.6% | 6.0% | 6.1% | +4.5pt | +0.1pt |
| 当期純利益 | 6,511 | 27,216 | 40,820 | +526.9% | +50.0% |
| 当期純利益率 | 1.0% | 3.4% | 4.4% | +3.4pt | +1.0pt |

5. 財務情報

損益計算書 (累計期間)

| (単位：千円) | 2024/6期 2Q | 2025/6期 2Q | 増減率 | 増減額 |
|------------|------------|------------|--------|----------|
| 売上高 | 1,148,141 | 1,733,861 | +51.0% | +585,719 |
| 売上原価 | 801,983 | 1,127,077 | +40.5% | +325,094 |
| 売上総利益 | 346,158 | 606,783 | +75.3% | +260,625 |
| 売上総利益率 | 30.1% | 35.0% | +4.9pt | |
| 販売費及び一般管理費 | 380,365 | 503,611 | +32.4% | +123,246 |
| 対売上高比率 | 33.1% | 29.0% | -4.1pt | |
| 営業利益 | -34,206 | 103,172 | - | +137,379 |
| 営業利益率 | -3.0% | 6.0% | +9.0pt | |
| 経常利益 | -36,649 | 104,788 | - | +141,437 |
| 経常利益率 | -3.2% | 6.0% | +9.2pt | |
| 当期純利益 | -22,710 | 68,037 | - | +90,748 |
| 当期純利益率 | -2.0% | 3.9% | +5.9pt | |

5. 財務情報

貸借対照表

| | (単位：千円) | | |
|---------------------------|-----------|------------|----------|
| | 2024/6期 | 2025/6期 2Q | 増減額 |
| 流動資産 | 2,072,858 | 2,268,061 | +195,203 |
| └現金及び同等物 (現金及び預金、有価証券) | 1,658,798 | 1,680,177 | +21,379 |
| └受取手形、売掛金及び契約資産 | 373,386 | 488,479 | +115,093 |
| 固定資産 | 30,362 | 32,846 | +2,484 |
| 資産合計 | 2,103,221 | 2,300,908 | +197,687 |
| 流動負債 | 474,191 | 550,126 | +75,935 |
| 固定負債 | - | - | - |
| 負債合計 | 474,191 | 550,126 | +75,935 |
| 純資産合計 | 1,629,029 | 1,750,781 | +121,752 |

5. 財務情報

キャッシュ・フロー

| | 2024/6期 2Q累計 | 2025/6期 2Q累計 |
|------------------|--------------|--------------|
| (単位：千円) | | |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | -133,553 | 23,350 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | -1,309 | -2,252 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | 348,385 | 301 |
| 現金及び現金同等物に係る換算差額 | -143 | -20 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | 213,379 | 21,379 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 1,340,635 | 1,680,177 |

INDEX

1. unerryとは
2. 2025年6月期 第1四半期実績
3. 事業進捗
4. 具体戦略の推進状況
5. 財務情報
6. **unerry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。

6. unerry概要

会社概要

社名

株式会社unerry

所在地

東京都港区虎ノ門 4-1-1 神谷町トラストタワー 23F

従業員数

83名 (2024年12月)

アワード



FINANCIAL TIMES

HIGH-GROWTH
COMPANIES
ASIA-PACIFIC 2024

EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー
2022ジャパン

Exceptional Growth部門

50 Technology Fast 50
2024 Japan
5年連続受賞

日経BP社

人的資本開示アワード2024

リーダーシップグループ

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
クーパーズコンサルティング
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
クーパーズコンサルティング
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

インフラ&セキュリティ
CTO

伊藤 清香



サイバード
マイネット
unerry CTO

グローバル&IR
Chief Evangelist

今泉 ライアン



プライスウォーターハウス
モルガン・スタンレー証券
USB証券
みずほ証券
unerry Chief Evangelist

グローバル&データ
シニアバイスプレジデント

酒田 理人



リクルート
unerry SVP

リテール&メディア
シニアバイスプレジデント

一枝 悟史



電通
unerry SVP

プラットフォーム
シニアバイスプレジデント

山口 結樹



地方新聞社SI
ISP事業会社
unerry SVP

セールス
シニアバイスプレジデント

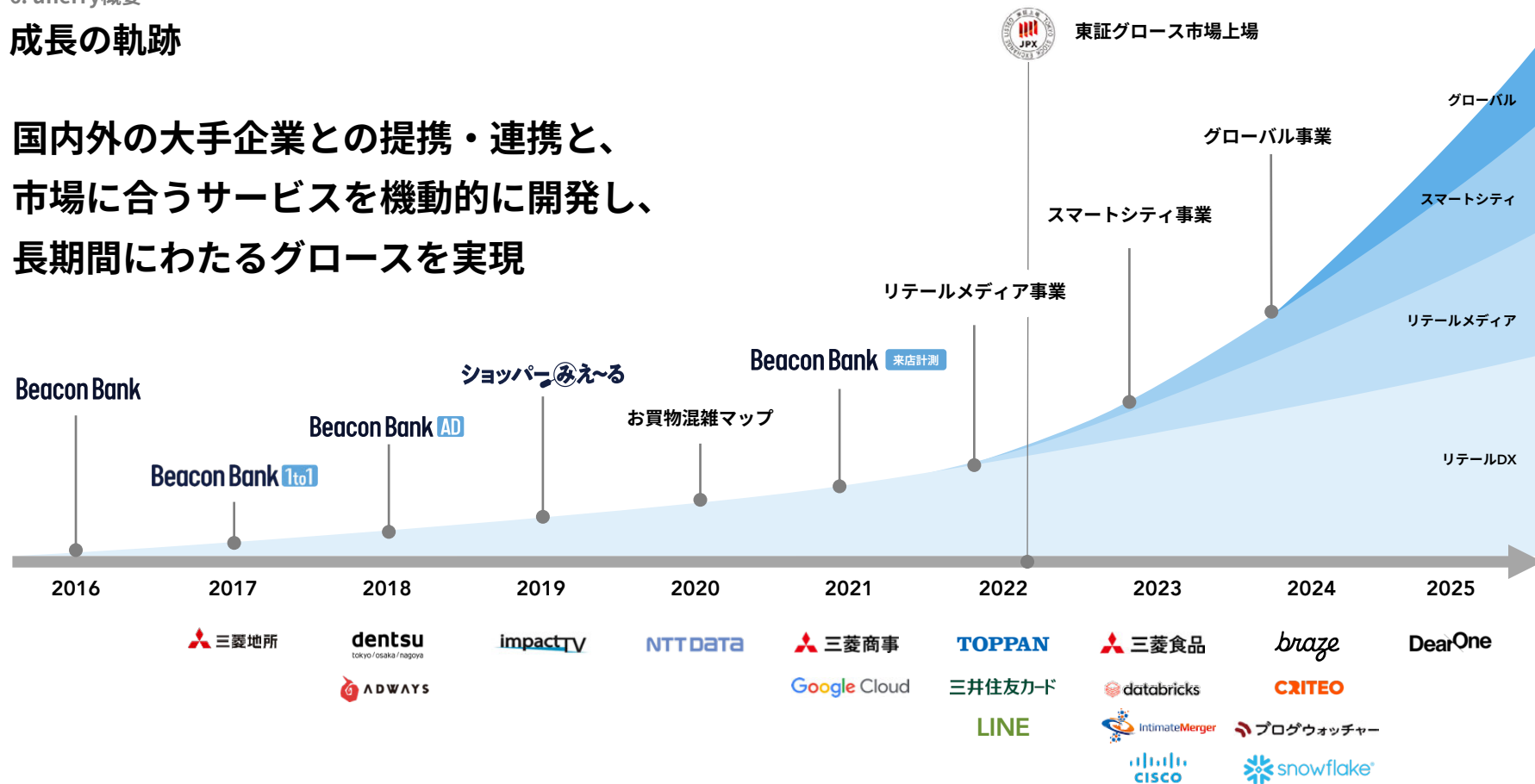
星 雄大



日本生命
リクルート
Legoliss
unerry SVP

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、
長期間にわたるグロースを実現



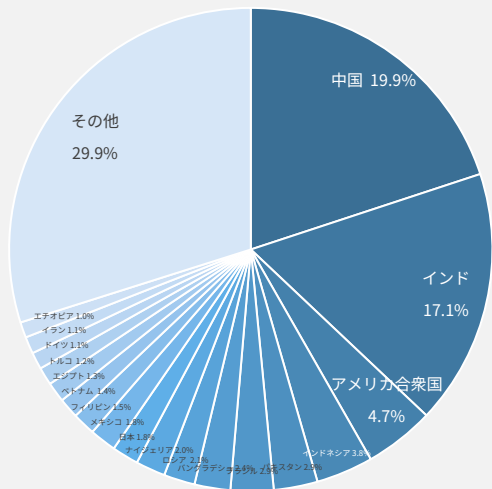
6. unerry概要

対象市場（長期）：生活者行動ビッグデータの圧倒的なターゲットポテンシャル

“行動”をする全世界全ての人々、企業が対象となるビジネス。

中でも、行動データ活用最大化のポテンシャルを秘めている各国の上場企業を優先ターゲットとしてアプローチを図る。

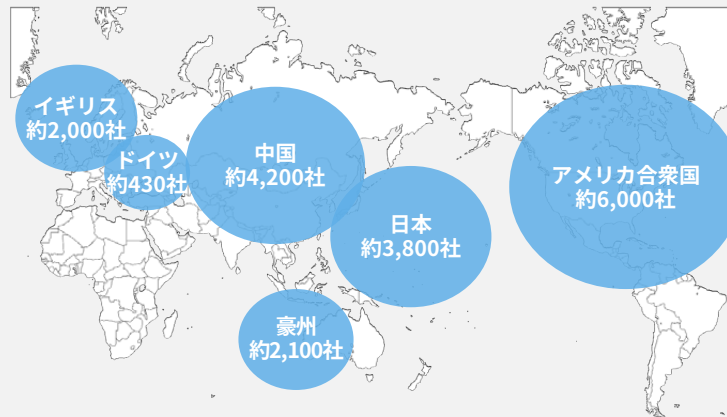
対象ユーザー数※1



世界の総人口
約77億人

世界の対象企業※2

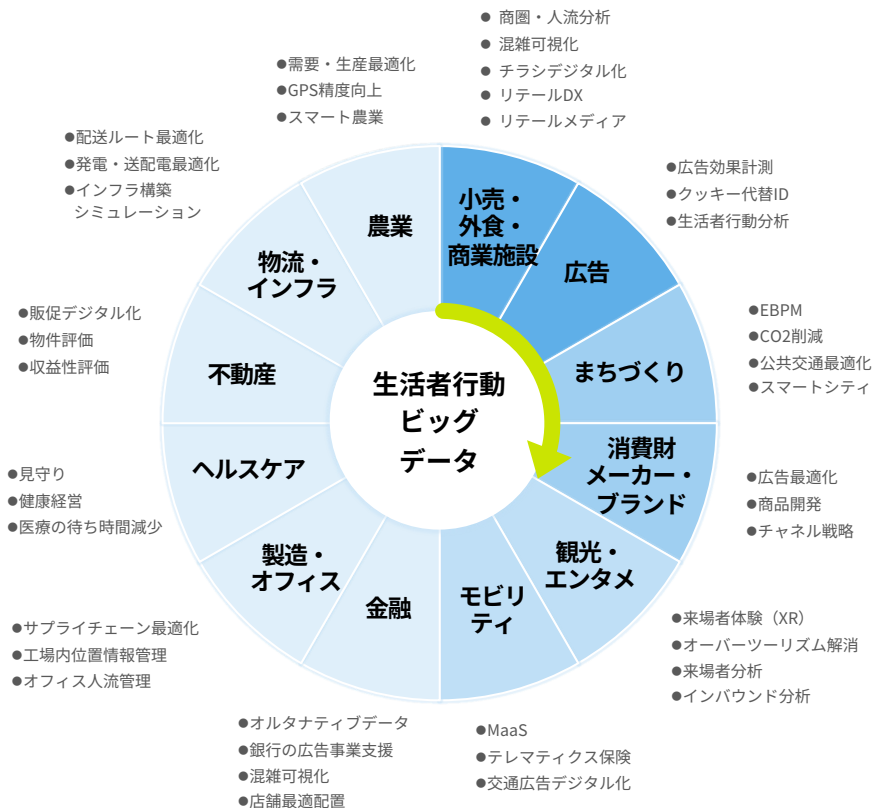
世界主要国の上場企業 約1.8万社以上



※1...総務省統計局 ※2...国際取引所連合(WFE) 中国は中華人民共和国国家統計局編、中国統計出版社 中国統計年鑑2021年版より

6. unerry概要

対象市場（長期）：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。

6. unerry概要

対象市場（短期）：今後も飛躍的成長が見込まれ、着実なオーガニック成長を描く

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

397%



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

257%



(世界) リテールメディア市場 ※4

168%



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IoT市場 ※6

367%



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&サービスの2030年市場規模

※2. Smart Retail - Global Strategic Business Report (2024.9)1F/L145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」2023年12月

※4. Market Research Intellect「Retail Media Networks Market Size By Product, By Application, By Geography, Competitive Landscape And Forecast」September 2024 1F/L145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OS）」

※6. Report Ocean「IoT IN SMART CITIES: GLOBAL MARKET 2020-2030 BY OFFERING (HARDWARE, SOFTWARE, SERVICES), PRODUCT TYPE, TECHNOLOGY, APPLICATION (CITIZEN SERVICE, TRANSPORTATION, UTILITIES, HOME & BUILDING), AND REGION」1F/L145円として換算

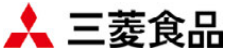













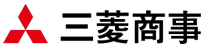







6. unerry概要

導入顧客

幅広い業界で多数の導入実績を創出。

2025年6月期(2Q)の
リカーリング顧客数

127社

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|--|
| 食品 | スーパーセンター | ドラッグストア | ホームセンター | 食品メーカー | 家電メーカー |
|  三菱食品 |  |  |  |  |  |
| 外食 | 金融 | レジャー | 雑貨・家具 | 百貨店 | 不動産 |
|  |  東京海上日動 |  |  |  |  |
| 国・自治体・観光 | 公共交通 | 総合商社 | システムソリューション | 広告・販促 | メディア |
| 東京都・環境省 鎌倉市 |   |  |   |  HAKUTEN tokyo / osaka / nagoya |    西日本新聞  |

6. unerry概要

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 |

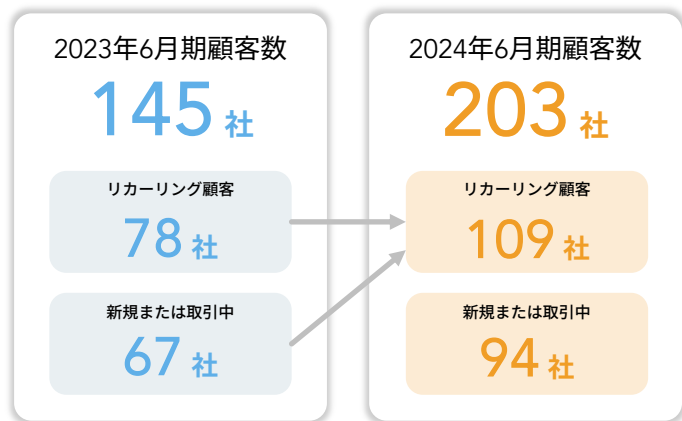
より高度

6. unerry概要

リカーリング顧客の経年売上は年々積み上がる構造

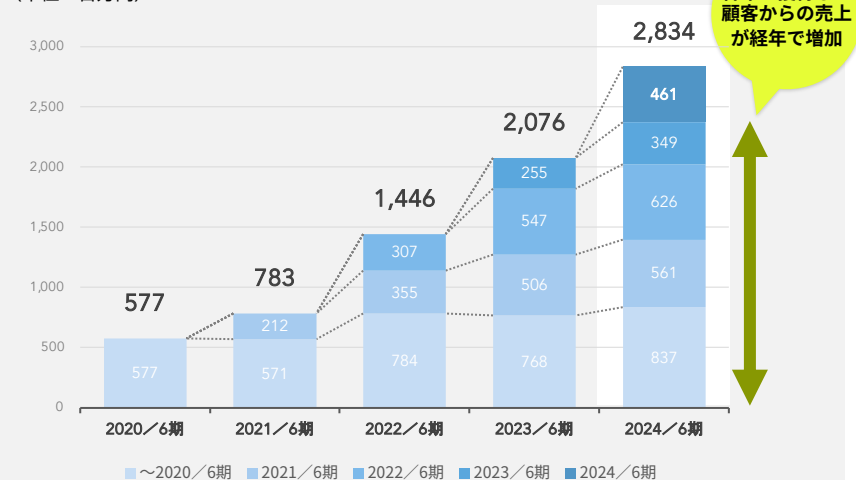
毎年獲得した新規顧客が翌年のリカーリング顧客になるメカニズム。
一度リカーリング顧客になると、経年で売上が増加するため、年々積み上がる構造。

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)

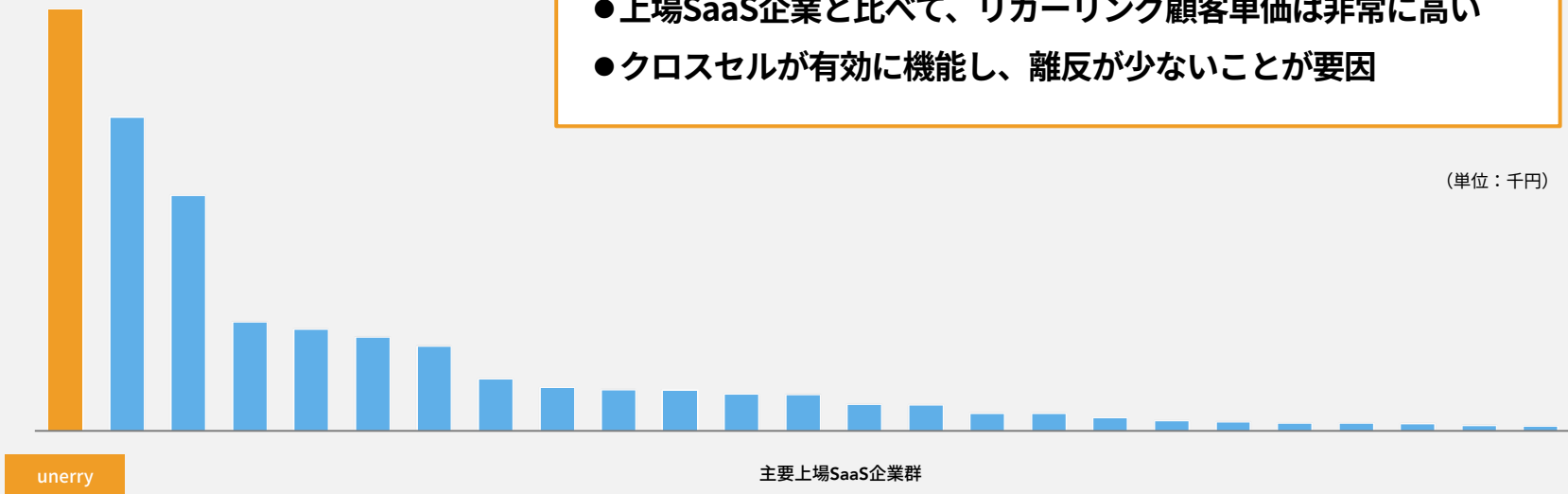


※各年度で獲得した同顧客による経年売上推移

リカーリング顧客単価は他社比で高水準

上場主要SaaS企業の年間顧客平均単価※

23,298



- 上場SaaS企業と比べて、リカーリング顧客単価は非常に高い
- クロスセルが有効に機能し、離反が少ないことが要因

(単位：千円)

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。