



株式会社 unerry  
(東証グロース：5034)

# 2025年6月期 第3四半期 決算説明資料

2025年 5月



# 2025年6月期 第3四半期決算サマリー

## 3Qの主要トピックス

### 損益

- 四半期売上高は10億円を超え、四半期最高を更新
- リカーリング顧客の積上げにより12ヶ月売上高※は約35億円で前年同期比 +36%  
※季節性の影響を除外した売上。各四半期における過去4四半期の売上高合計
- 売上増と粗利率改善により累計営業利益は2.8億円で前年同期比 +63%

### 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

- リテールDX事業：                    セールス体制強化により新規顧客が大幅増
- リテールメディア事業：            三菱食品との共同プラットフォーム売上が3.1倍に
- スマートシティ事業：                提供地域の拡大と公共交通事業者との業務提携
- グローバル事業：                    インバウンド支援や海外展開支援で3Qで売上が急増

### 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

- 楽天インサイトとの連携でデータの幅が拡大。顧客企業への提案能力も向上
- 資本出資を行ったDearOneとの協業が進展し、営業活動が開始

# INDEX

## 1. unerryとは

2. 2025年6月期 第3四半期実績
3. 事業進捗およびトピックス
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<sup>※</sup>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。

<sup>※</sup>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

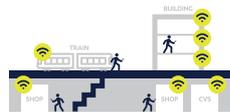
屋外・路面店



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)

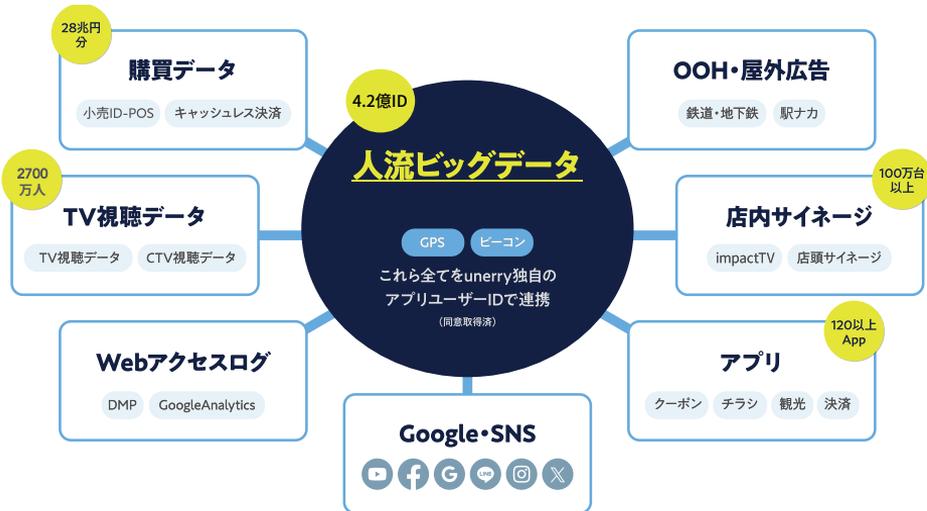
エリア

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

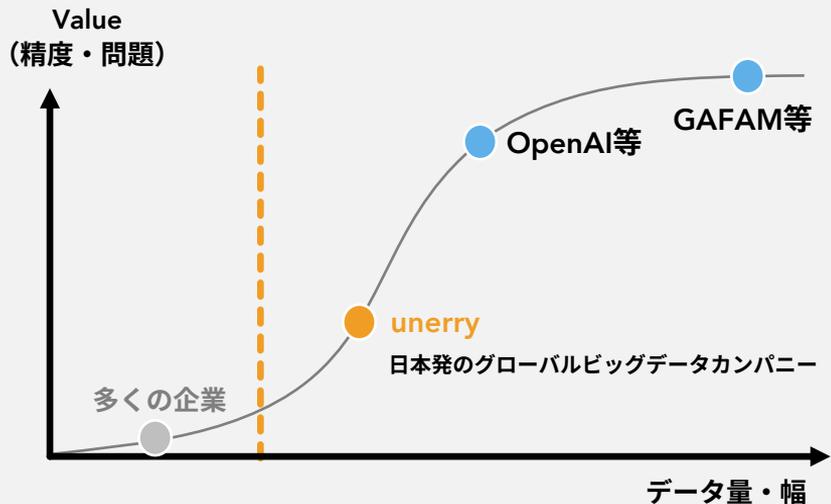
4.2億IDの人流ビッグデータを核に、さまざまな生活者データと連携・意味付けし、  
デジタル・リアルを融合した統合的な顧客理解を実現。



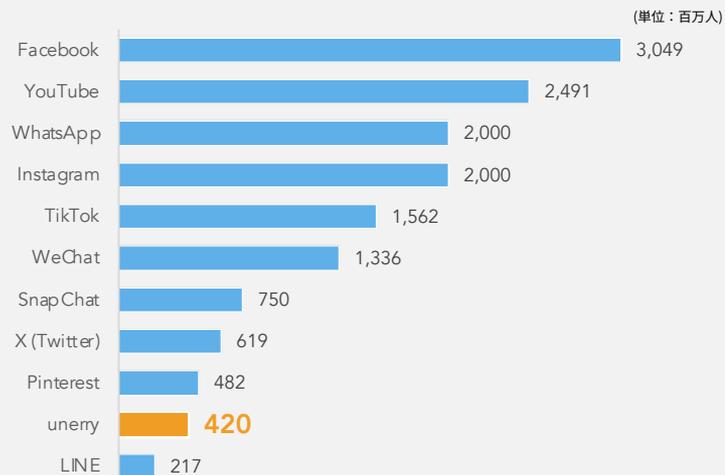
## 1. unerryとは

# 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



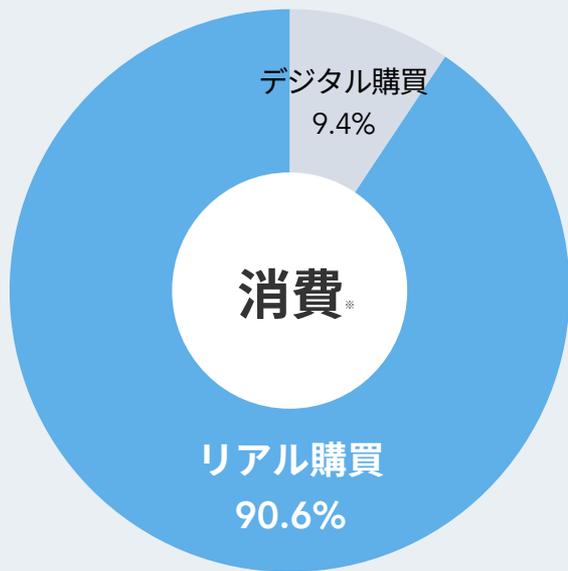
## 提供サービス

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

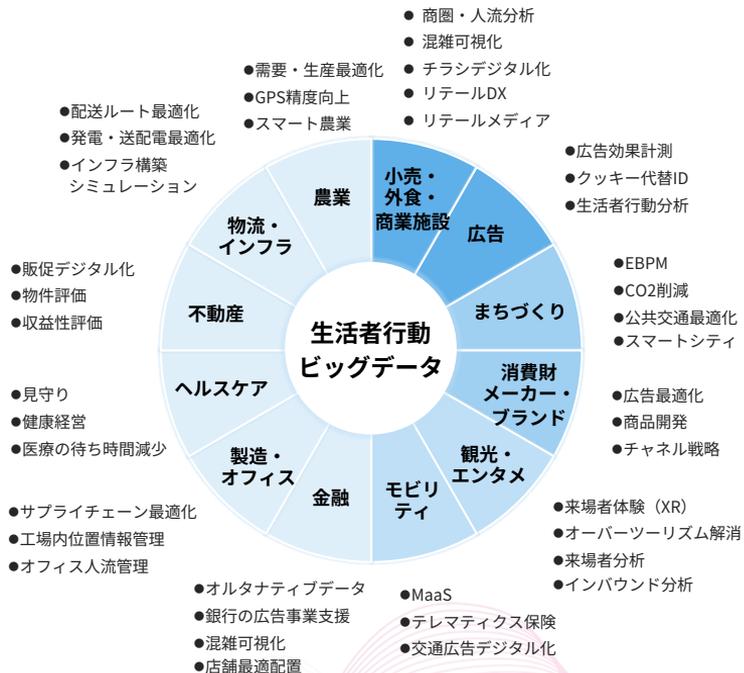
✓ 新しいバス停が自宅の近くにできた

✓ 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

## 1. unerryとは

# 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。



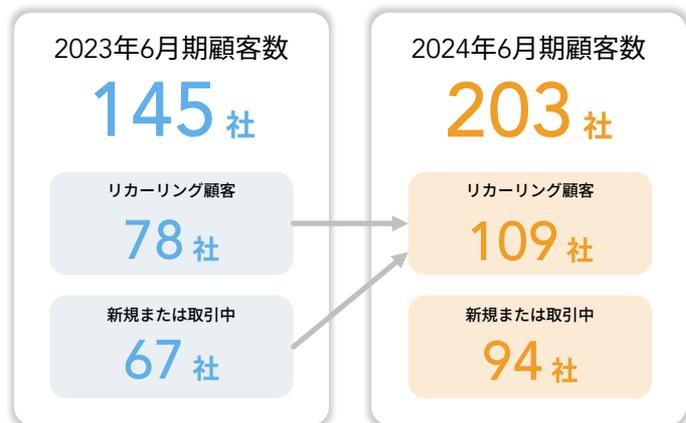
※1. 4半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業をリカーリング顧客とする。2024年6月期より、代理店経由のサービスユーザーがリカーリング顧客条件に該当する場合は、当該ユーザーをリカーリング顧客としてカウント。

## 1. unerryとは

# リカーリング顧客の経年売上は年々積み上がる構造

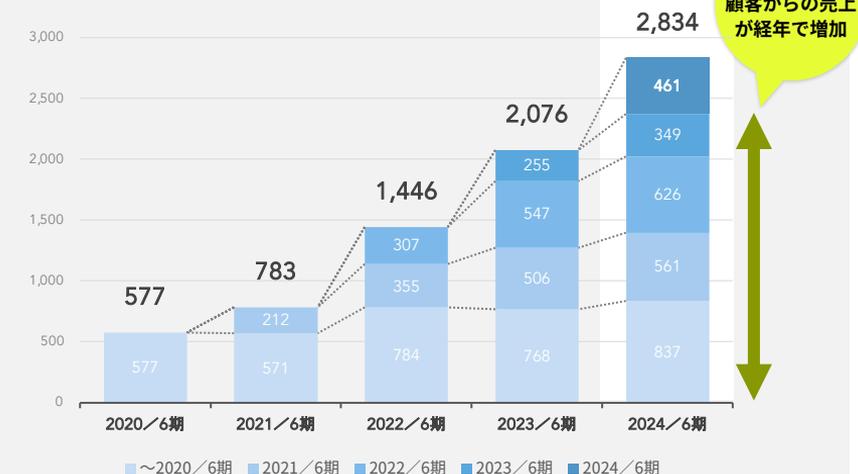
毎年獲得した新規顧客が翌年のリカーリング顧客になるメカニズム。  
一度リカーリング顧客になると、経年で売上が増加するため、年々積み上がる構造。

### 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※

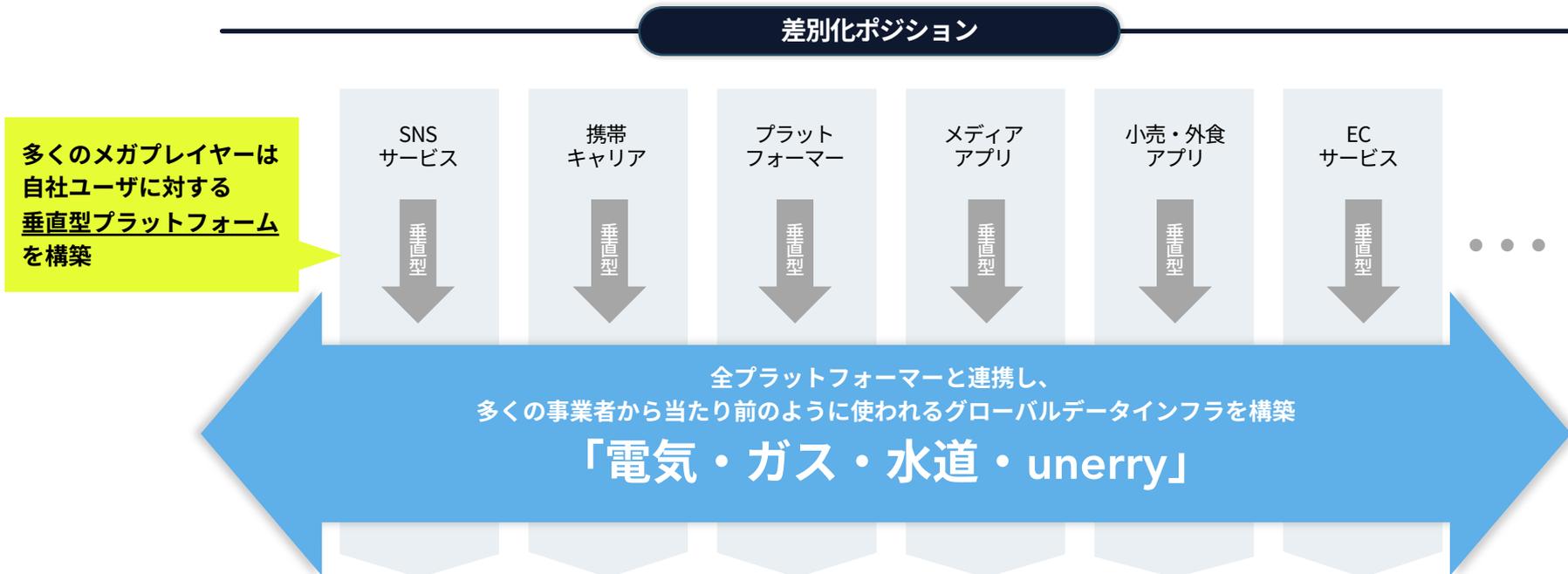
(単位：百万円)



※各年度で獲得した同顧客による経年売上推移

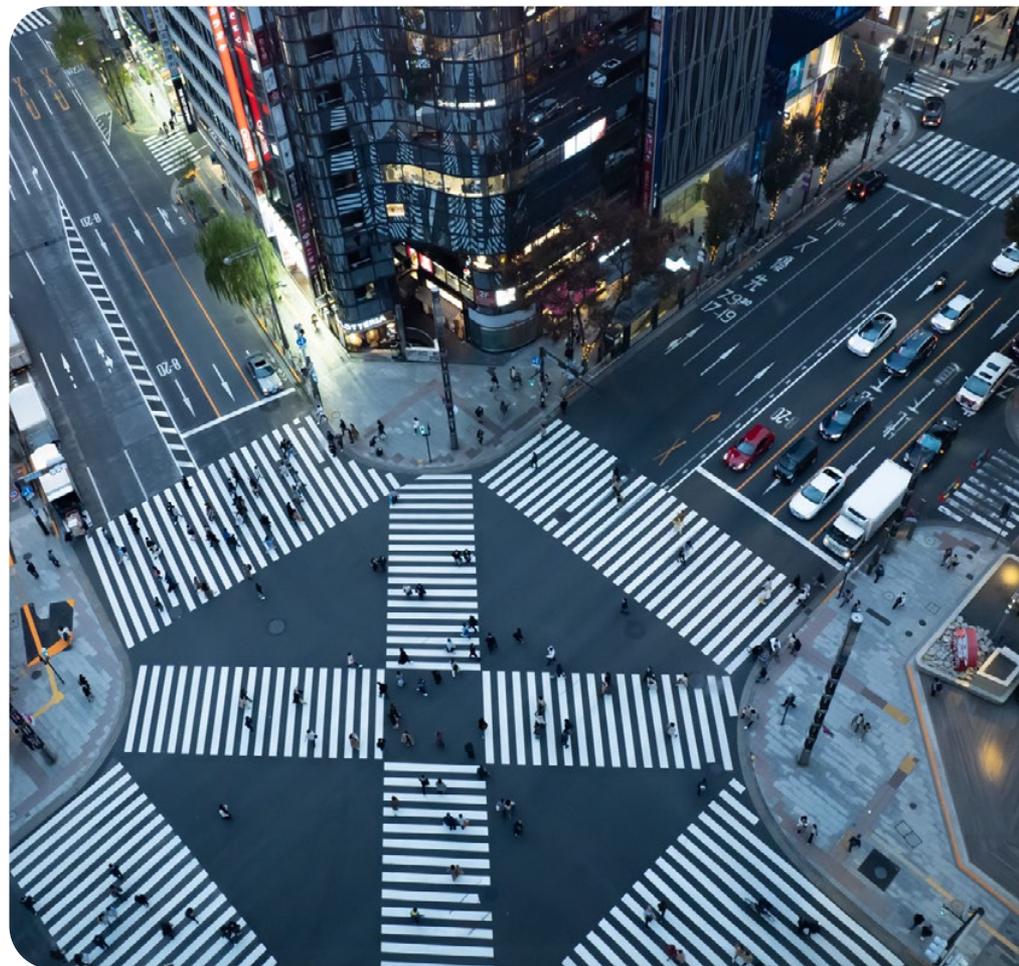
## 1. unerryとは

# 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3四半期実績**
3. 事業進捗およびトピックス
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 (3Q)

1,010 百万円

YoY  
+8%

12ヶ月売上高(※)

3,494 百万円

YoY  
+36%

営業利益 (3Q累計)

282 百万円

YoY  
+63%

### 売上高は四半期最高額を更新し、堅調な成長を継続

- 四半期売上高は最高額を更新

分析・可視化サービスおよび行動変容サービスが伸長し、四半期売上高で初の10億円超え

- 12ヶ月売上高は前年同期比 +36%

成長度合いをよりの確に確認できる12ヶ月売上高も、分析・可視化サービスおよび行動変容サービスの伸長により増加を続ける

- 累計営業利益は前年同期比 +63%

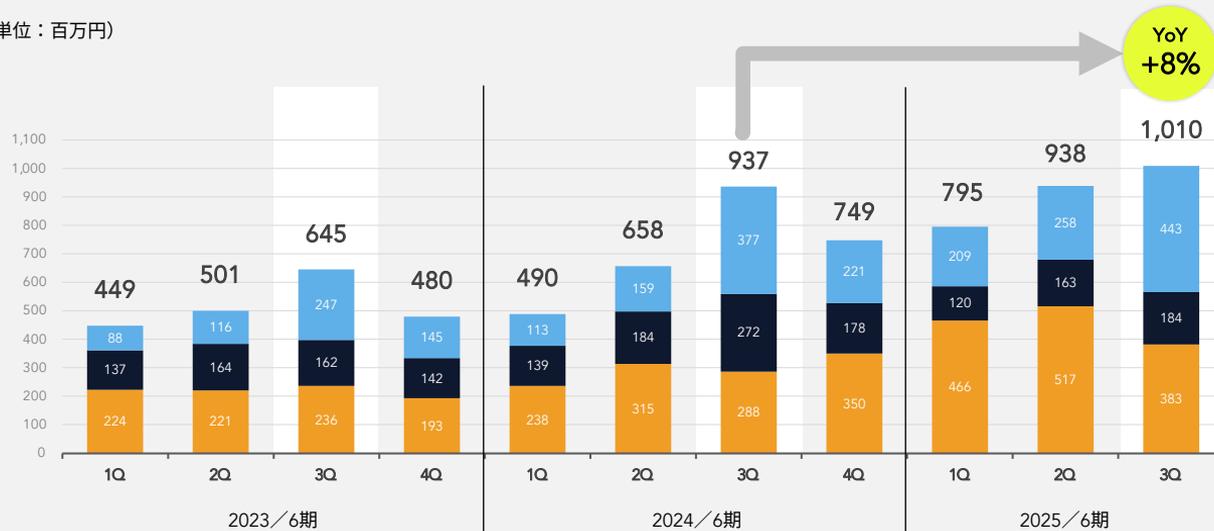
売上総利益の増加が販管費の増加を吸収し、累計営業利益は大きく増加

## 売上高：サービス別

- 分析・可視化サービスおよび行動変容サービスが共に伸長し、過去最大の四半期売上高を更新。
- One to Oneサービスは、利益率の高い案件に集中したことにより減収。

### 四半期推移

(単位：百万円)



#### ● 分析・可視化

+17%

リテールDXおよびスマートシティ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

#### ● One to One

△32%

利益率の高い案件に集中したことにより減収（粗利率は過去最高）

#### ● 行動変容

+33%

リテールDXおよび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。しかし、QoQでは、決算期を迎える小売において一時的なコスト抑制があり減収

## 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+36%増加。

### 12ヶ月売上高推移

(単位：百万円)



※\_各四半期における過去4四半期（12ヶ月）の売上高の合計

## 売上高：リカーリング顧客指標

- リカーリング顧客数は、今期+25社、YoY+30社の134社。
- 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<sup>\*1</sup>

(単位：社)



### NRR<sup>\*2</sup>



### 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がリカーリング顧客条件に該当する場合は、当該ユーザをリカーリング顧客としてカウント。

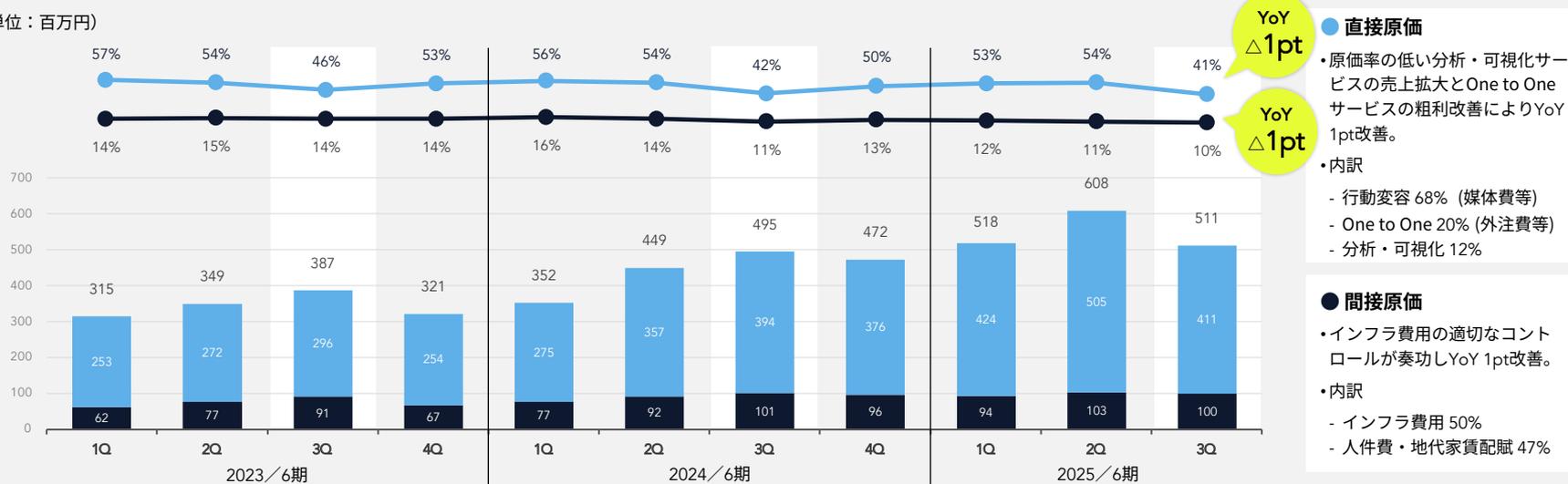
※2... ネットレベニューリテンションレート (前年度以前に獲得したリカーリング顧客の当期売上高) ÷ (当該顧客の前期売上高)

## 売上原価

- 直接原価、間接原価は、ともに原価率が改善。
- 固定費要素の多い間接原価は、売上成長に伴い継続的な低下傾向にある。

### 四半期推移

(単位：百万円)



## サービス別粗利率（売上 - 直接原価 ※）

- 売上高構成比が上がった行動変容サービスの影響をOne to Oneサービスの粗利率改善で吸収し、全体ではYoY1pt改善。

### 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増加。
- One to Oneサービスは、売上高の減少影響を粗利率の改善で吸収するも減少。

### 四半期推移

（単位：百万円）



YoY  
+11%

YoY

分析・可視化  
+18%

One to One  
△18%

行動変容  
+24%

## 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。
- 3Q末時点で今期末の予定従業員数に達しているが、今後も利益水準を意識しつつ優秀な人材は積極的に採用していく方針。

### 四半期推移

(単位：百万円)



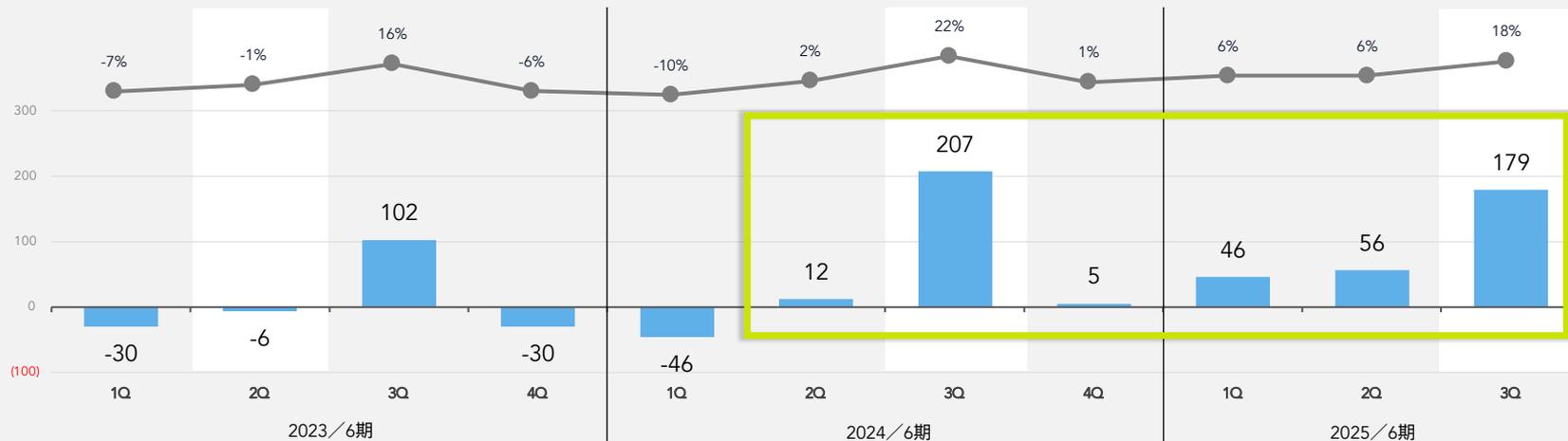
## 2. 2025年6月期 第3四半期実績

### 営業利益

- 2024年6月期2Q以降、四半期営業黒字が定着。
- 人材積極採用に伴う販管費の増加により前年同期比で減少。

#### 四半期推移

(単位：百万円)



## 累計損益

- 売上増と粗利率改善により営業利益・当期純利益は大幅増。それに伴いROEも高水準を実現。
- 利益予想達成は確実視しているが、積極採用を継続するため現時点での業績予想修正はなし。修正が必要と判断した段階で開示予定。

前期比較				
(単位：百万円)	2024年6月期 3Q累計	2025年6月期 3Q累計	増減額	増減率
売上高	2,085	2,744	+659	+32 %
売上総利益	787	1,105	+317	+40 %
営業利益	173	282	+109	+63 %
当期純利益	116	184	+68	+59 %
ROE	11 %	14 %	-	+3 pt

# INDEX

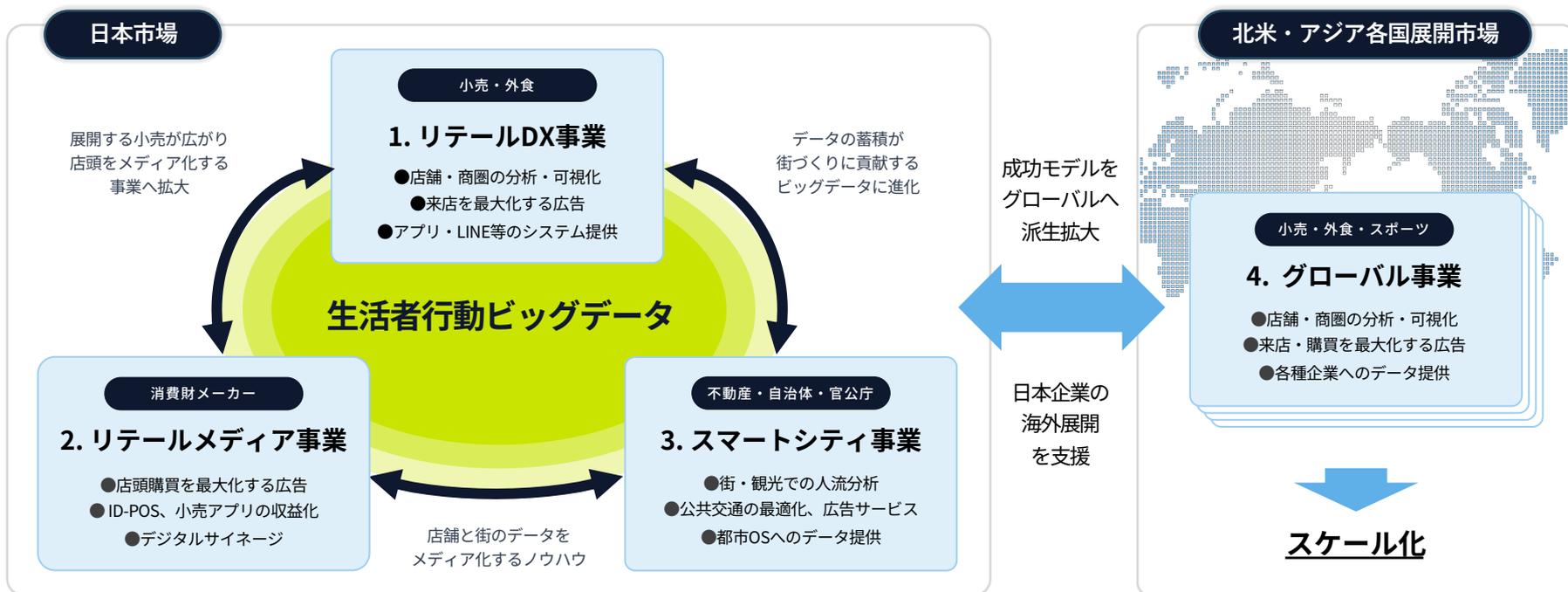
1. unerryとは
2. 2025年6月期 第3四半期実績
- 3. 事業進捗およびトピックス**
4. 具体戦略の推進状況
5. 財務情報
6. 会社概要



### 3. 事業進捗およびトピックス

## 展開する4事業

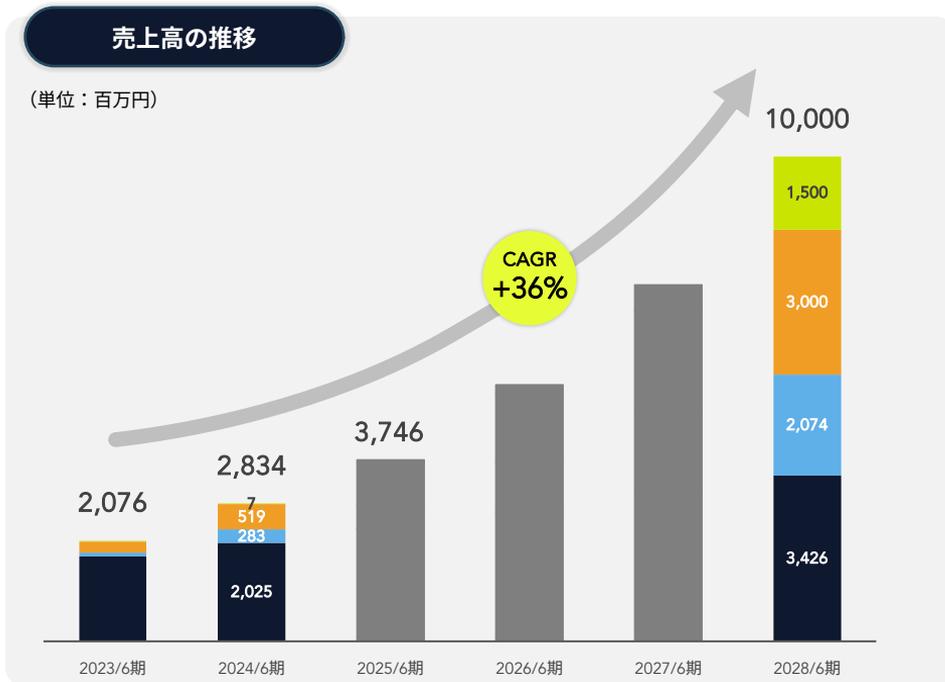
小売・外食・消費財メーカー・不動産・自治体・官公庁に対し、生活者行動ビッグデータを活用したサービスを提供。  
日本市場で培ったノウハウを海外市場に展開。



### 3. 事業進捗およびトピックス

## 事業別の中期成長戦略

CAGR+36%で成長し、2028年6月期に売上高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

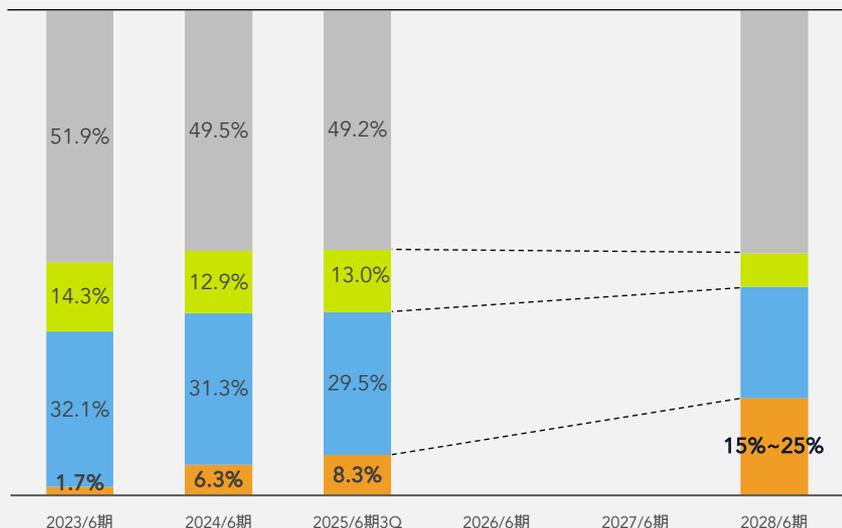
リカーリング顧客数×客単価の向上によるオーガニック成長

### 3. 事業進捗およびトピックス

## 中長期的な利益構造

安定した直接原価率に対し、固定費要素の多い間接原価率と販管費率は低下傾向にあることから、営業利益率は増加を想定。

#### 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 ↗

売上増・原価/販管費率減により増加 (中期財務モデル 15%~25%)

※ 2025/6期3Qまでは実績、2026/6期は想定。

### 3. 事業進捗およびトピックス

## キャッシュアロケーション

手許現預金および営業CFを資金原資として事業成長投資を優先しつつ、今後はM&Aや出資等の戦略投資にも配分を行う予定。

#### 資金原資

##### 手許現預金 (短期運用資金を含む)

2025年3月末現在で16億円を保有  
(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3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。

### 3. 事業進捗およびトピックス

## 各事業の進捗

事業	3Q進捗	今期の取組み
小売・外食 リテールDX事業	 <ul style="list-style-type: none"><li>● 展示会経由のセールスで新規顧客が大幅増</li><li>● 楽天インサイトとの連携で位置情報に基づくアンケート調査が可能に</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>● 新規顧客に対する提案活動によりリカーリング顧客化を推進（クロスセル・アップセル）</li></ul>
消費財メーカー リテールメディア事業	 <ul style="list-style-type: none"><li>● 三菱食品との共同プラットフォーム売上は3.1倍に拡大</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>● 共同プラットフォームを早期に開発完了し、品質と効率を改善</li></ul>
不動産・自治体・官公庁 スマートシティ事業	 <ul style="list-style-type: none"><li>● サービス提供地域が28都道府県に拡大</li><li>● 東京都の観光DXに採択</li><li>● 公共交通事業者との業務提携（東京メトロ）</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>● 来期の自治体・公共交通事業者の予算確保</li></ul>
小売・外食・スポーツ グローバル事業	 <ul style="list-style-type: none"><li>● 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し、3Qで売上が急増</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>● インバウンドと海外展開支援のセールス活動量を増やし、成長軌道へ</li></ul>

## 楽天インサイトとの連携

unerryの「Beacon Bank」、  
楽天インサイトの位置情報を基に調査・分析が可能な  
「R-GEO Data Insight」に連携開始

unerryの屋内外を網羅的に捉える人流ビッグデータの活用で、  
これまで調査が難しかった駅や店舗利用者への調査・分析が可能に

 unerry



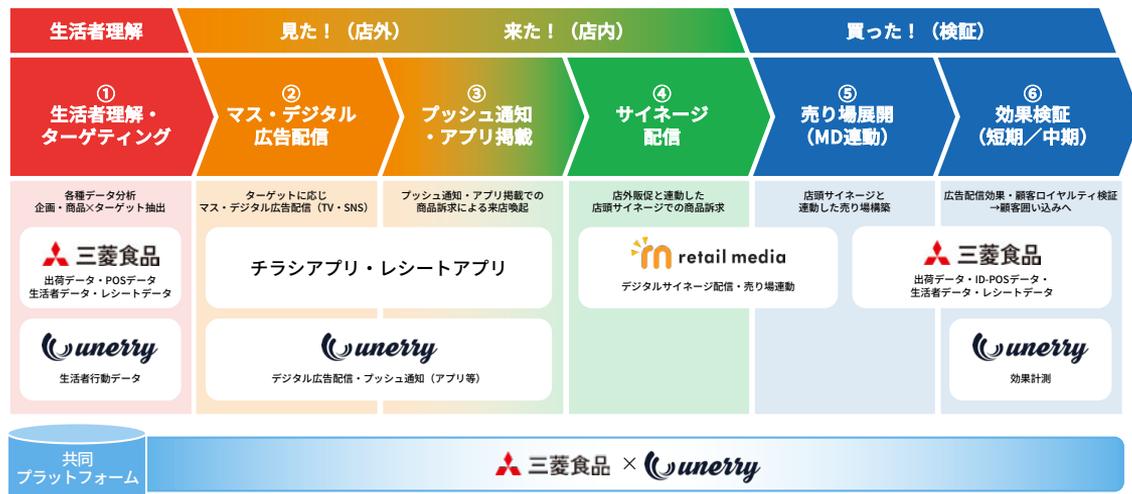
 Rakuten Insight

### 3. 事業進捗およびトピックス：リテールメディア事業

## 三菱食品との協業推進状況

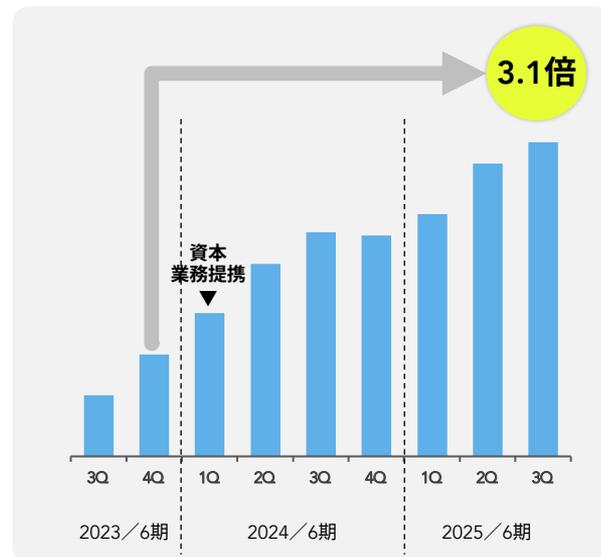
- 三菱食品と推進している共同事業は中計の柱として、共同プラットフォームを構築中。
- 12ヶ月合計売上高も順調に伸び、資本業務提携開始前の3.1倍に。

### 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)



## サービス提供地域が28都道府県に拡大



### 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

### 栃木県

観光分析・促進

データ連携基盤へのデータ連携に関する調査・協議・仕様検討

### 三重県

観光分析

観光客の移動手段別の回遊行動を分析し、観光MaaSの拡充に向けた検討に活用

### 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

## 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

## 東京都の観光DX採択

# unerry、東京都の「令和7年度 DXによる観光データ活用等支援事業」に採択

地域が抱える観光課題に対しデータ活用支援を2年間にわたり実施



## 公共交通事業者との業務提携

# 東京メトロ、メトロアドエージェンシー、 unerryが業務提携

データ・メディアを掛け合わせたマーケティングプラットフォームの共創を開始



- 652万人/日\*のタッチポイントを持つ  
鉄道利用データ
- 付加価値サービスである  
メトポの活用



- 鉄道利用者の行動変容に直結する  
交通広告・メディアと  
その活用ノウハウ、提案力



- 国内約1.6億IDの人流ビッグデータ
- あらゆる場所の来訪計測や  
行動嗜好性を捉えたAI解析・  
マーケティング手法

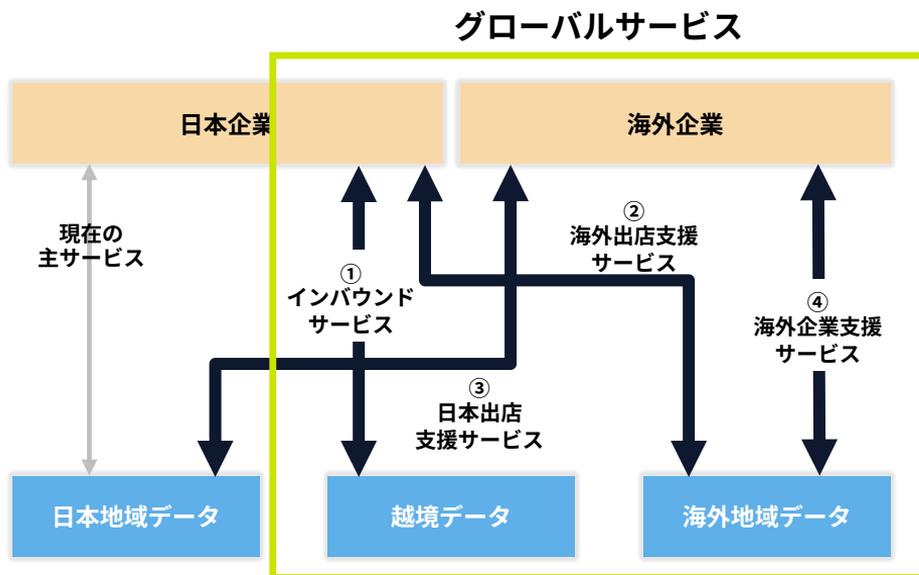
\* 2023年度の平均輸送人員

### 3. 事業進捗およびトピックス：グローバル

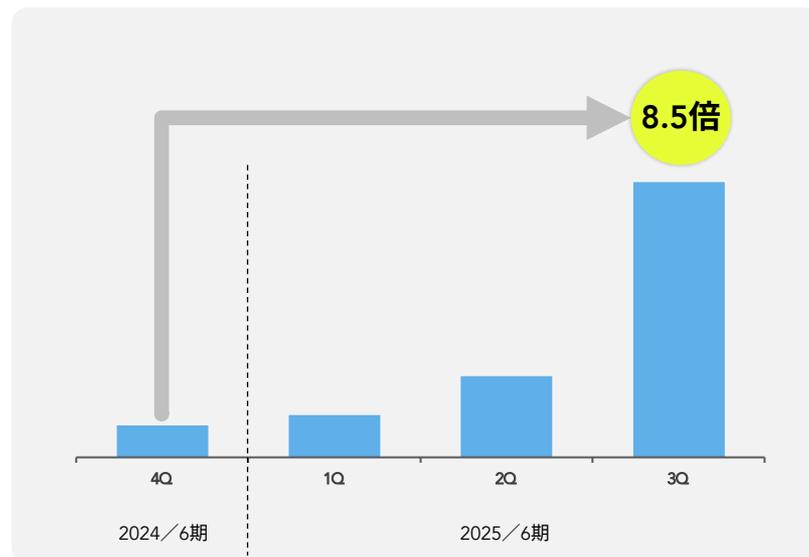
## クロスボーダーサービスの拡大

- 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」が大きく伸び、3Qで売上が急増。

市場とデータの関係によるサービス全体像



グローバル事業売上



## IR関連の取り組みのご紹介

### メディアプラットフォーム「IR note マガジン」参画

- IRマガジンとは、企業の枠を超えてIR情報を共創・発信する取り組み
- フォローすることで参加企業のIR記事をタイムリーに取得可能
- 当社は2025年4月より参画
- IR情報をわかりやすく親しみやすい言葉で伝えることを目的に発信

note公式ページ



<https://note.com/unerry>



### 決算短信の英文開示開始

- 本第3四半期より決算短信の英文開示（日英同時開示）を開始
- グローバルな投資家との対話基盤・一次情報提供体制を整備
- IRの透明性、信頼性の向上を目指し、今後も段階的に他の資料の英文対応を検討していく

Summary of Non-Consolidated Financial Results for the Year Ended March 31, 2025 [Japanese GAAP]

Item	Year ended March 31, 2025	Year ended March 31, 2024	Year ended March 31, 2023
Revenue	1,451,214	1,371,214	1,281,214
Operating profit	181,214	171,214	161,214
Profit attributable to owners of the parent	171,214	161,214	151,214
Basic earnings per share	171.214	161.214	151.214

Summary of Consolidated Financial Results for the Year Ended March 31, 2025 [IFRS]

Item	Year ended March 31, 2025	Year ended March 31, 2024	Year ended March 31, 2023
Revenue	1,451,214	1,371,214	1,281,214
Operating profit	181,214	171,214	161,214
Profit attributable to owners of the parent	171,214	161,214	151,214
Basic earnings per share	171.214	161.214	151.214

# INDEX

1. unerryとは
2. 2025年6月期 第3四半期実績
3. 事業進捗およびトピックス
- 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

売上高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

### 3Q進捗

- 楽天インサイトとの連携でデータの幅が拡大（アンケートデータ）
- DearOne・楽天インサイトとの連携が追加され、顧客企業への提案能力が向上
- DearOne提供サービスをラインアップに追加され、営業活動を開始
- 1人あたりの生産性は増加傾向にあるものの、人員積極採用に伴い一時的に低下

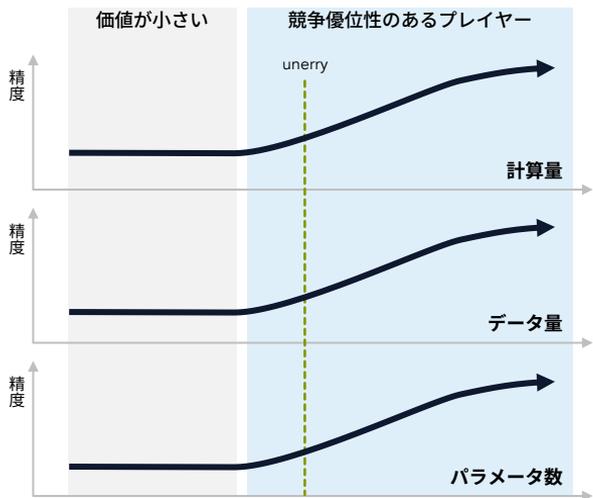
#### 4. 具体戦略の推進状況

## 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

# 1. Data Scaling Law戦略：楽天インサイトとの連携でデータの幅が拡大



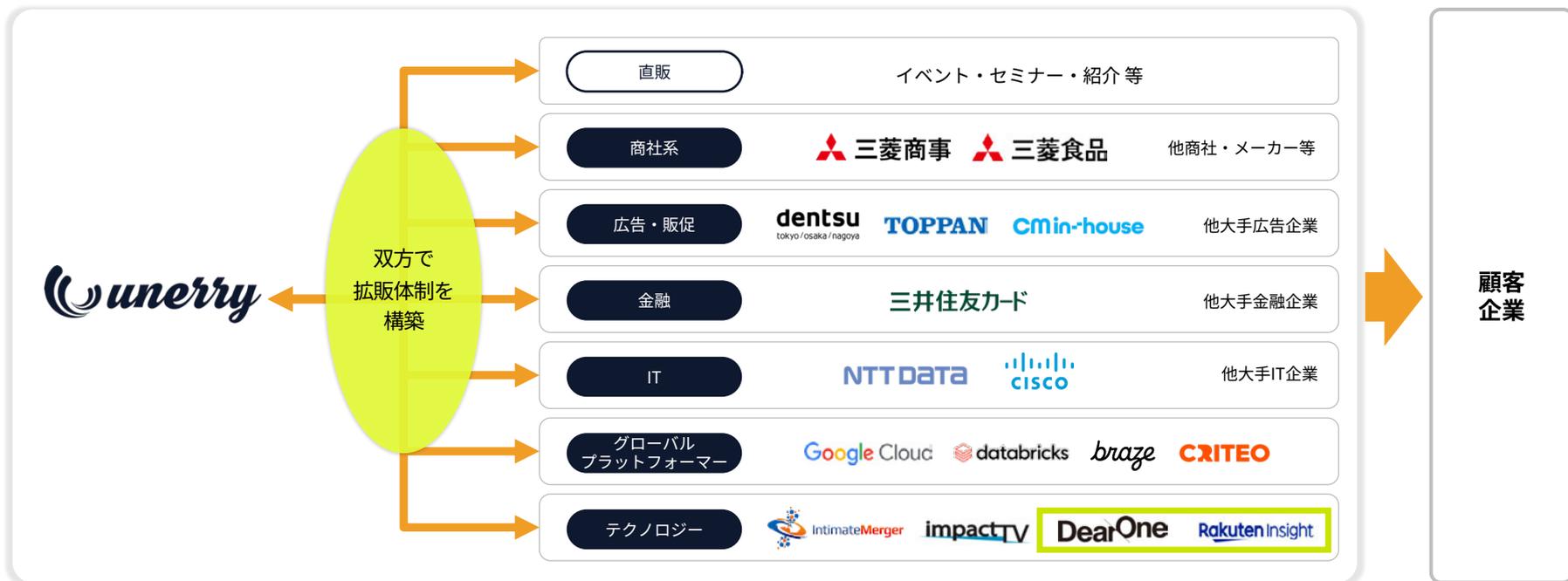
Rakuten Insight

位置情報に基づく  
アンケート

#### 4. 具体戦略の推進状況

## 2. 重点パートナー戦略

- DearOne・楽天インサイトとの連携が追加され、顧客企業への提案能力が向上



### 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

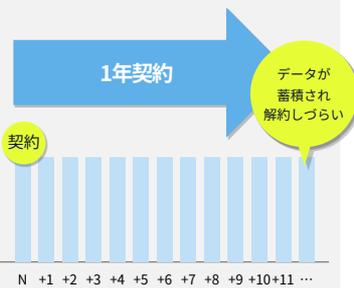
クロスセル

行動変容サービス

クロスセル

One to One サービス

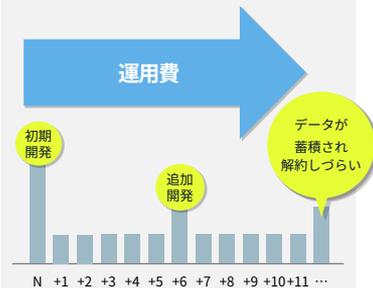
- 「ショップパーミエー」は SaaSサービスであり、月次収益が発生
- 1年契約が基本



- 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

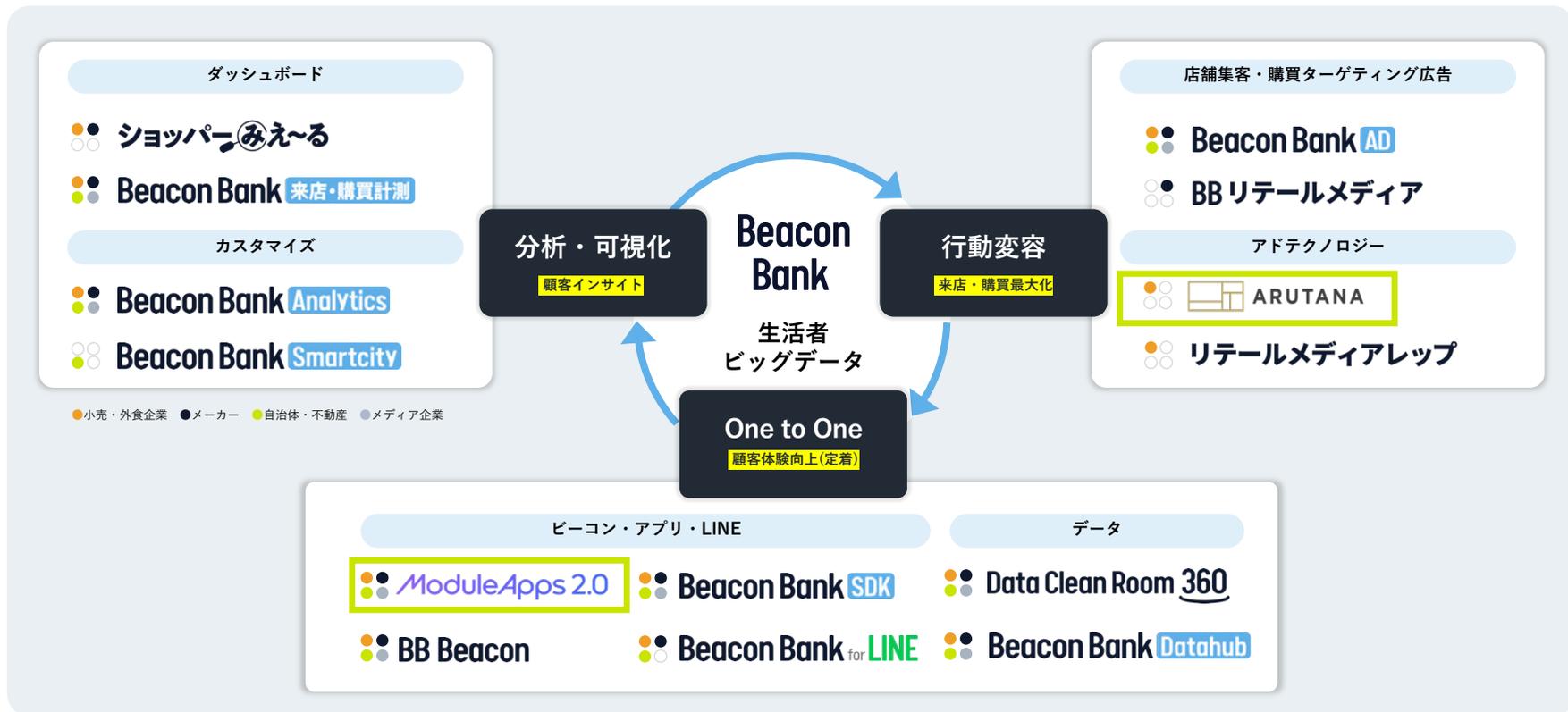


- DX需要に応じたサービスで、アプリ等のシステム開発及び運用費
- 初期開発以降は 運用費 (1年毎契約) として毎月収益が発生



#### 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提供サービスの営業活動を開始



## 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



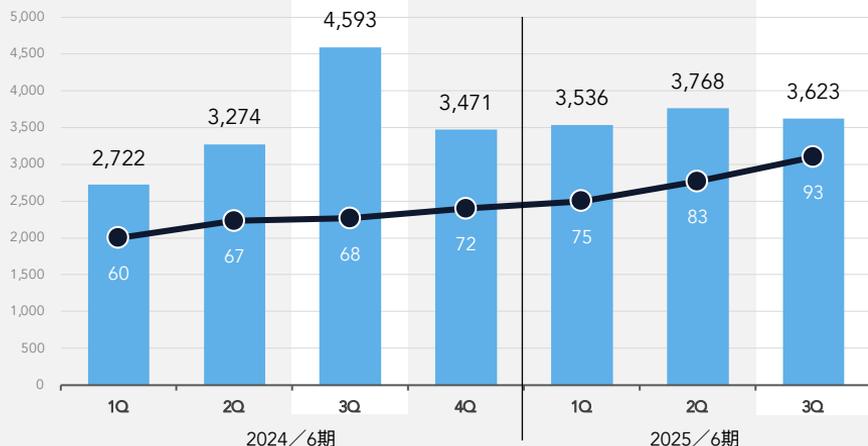
#### 4. 具体戦略の推進状況

### 4. 人的資本戦略：1人あたりの生産性の継続的向上

- 1人あたりの生産性は増加傾向にあるものの、今後の成長に向けた人員積極採用に伴い一時的に低下。
- プロダクトへのリソースシフトを進め、労働集約的な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

# INDEX

1. unerryとは
2. 2025年6月期 第3四半期実績
3. 事業進捗およびトピックス
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 3Q	2025/6期 2Q	2025/6期 3Q	増減率 (対前年同期)	増減率 (対前四半期)
売上高	937,047	938,306	1,010,828	+7.9%	+7.7%
売上原価	495,211	608,892	511,900	+3.4%	-15.9%
売上総利益	441,836	329,414	498,928	+12.9%	+51.5%
売上総利益率	47.2%	35.1%	49.4%	+2.2pt	+14.3pt
販売費及び一般管理費	234,208	273,206	319,391	+36.4%	+16.9%
対売上高比率	25.0%	29.1%	31.6%	+6.6pt	+2.5pt
営業利益	207,627	56,207	179,536	-13.5%	+219.4%
営業利益率	22.2%	6.0%	17.8%	-4.4pt	+11.8pt
経常利益	210,954	56,867	178,585	-15.3%	+214.0%
経常利益率	22.5%	6.1%	17.7%	-4.8pt	+11.6pt
当期純利益	138,902	40,820	116,515	-16.1%	+185.4%
当期純利益率	14.8%	4.4%	11.5%	-3.3pt	+7.1pt

## 5. 財務情報

## 損益計算書 (累計期間)

(単位：千円)	2024/6期 3Q	2025/6期 3Q	増減率	増減額
売上高	2,085,189	2,744,689	+31.6%	+659,500
売上原価	1,297,195	1,638,978	+26.3%	+341,782
売上総利益	787,994	1,105,711	+40.3%	+317,717
売上総利益率	37.8%	40.3%	+2.5pt	
販売費及び一般管理費	614,574	823,003	+33.9%	+208,429
対売上高比率	29.5%	30.0%	+0.5pt	
営業利益	173,420	282,708	+63.0%	+109,288
営業利益率	8.3%	10.3%	+2.0pt	
経常利益	174,305	283,374	+62.6%	+109,068
経常利益率	8.4%	10.3%	+1.9pt	
当期純利益	116,191	184,553	+58.8%	+68,361
当期純利益率	5.6%	6.7%	+1.1pt	

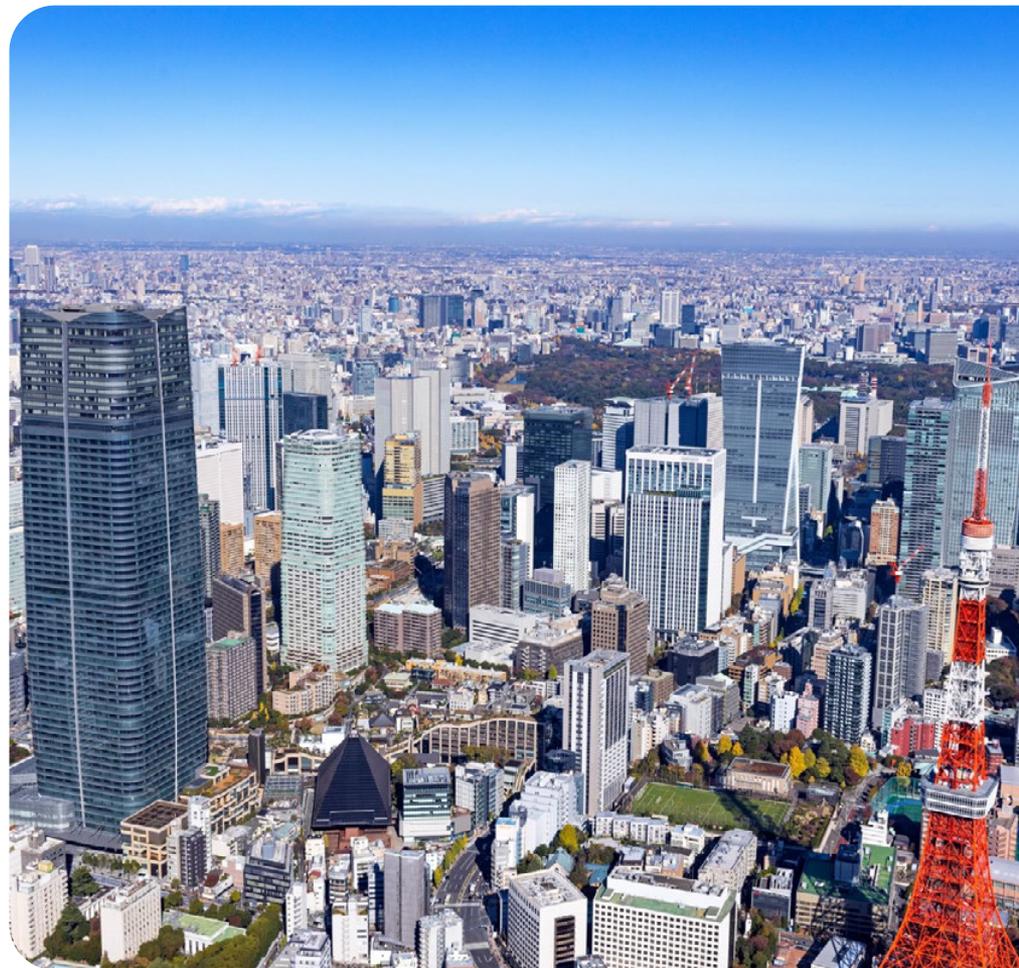
## 5. 財務情報

## 貸借対照表

	2024/6期	2025/6期 3Q	増減額
(単位：千円)			
流動資産	2,072,858	2,314,425	+241,567
└ 現金及び預金 (現金及び預金、有価証券)	1,658,798	1,603,860	-54,938
└ 受取手形、売掛金及び契約資産	373,386	642,273	+268,886
固定資産	30,362	119,024	+88,661
資産合計	2,103,221	2,433,450	+330,228
流動負債	474,191	566,152	+91,961
固定負債	-	-	-
負債合計	474,191	566,152	+91,961
純資産合計	1,629,029	1,867,297	+238,267

# INDEX

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



## 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<sup>\*1</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

93名 (2025年3月)

アワード



FINANCIAL TIMES

HIGH-GROWTH  
COMPANIES  
ASIA-PACIFIC 2025

EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー  
2022ジャパン

Exceptional Growth部門



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

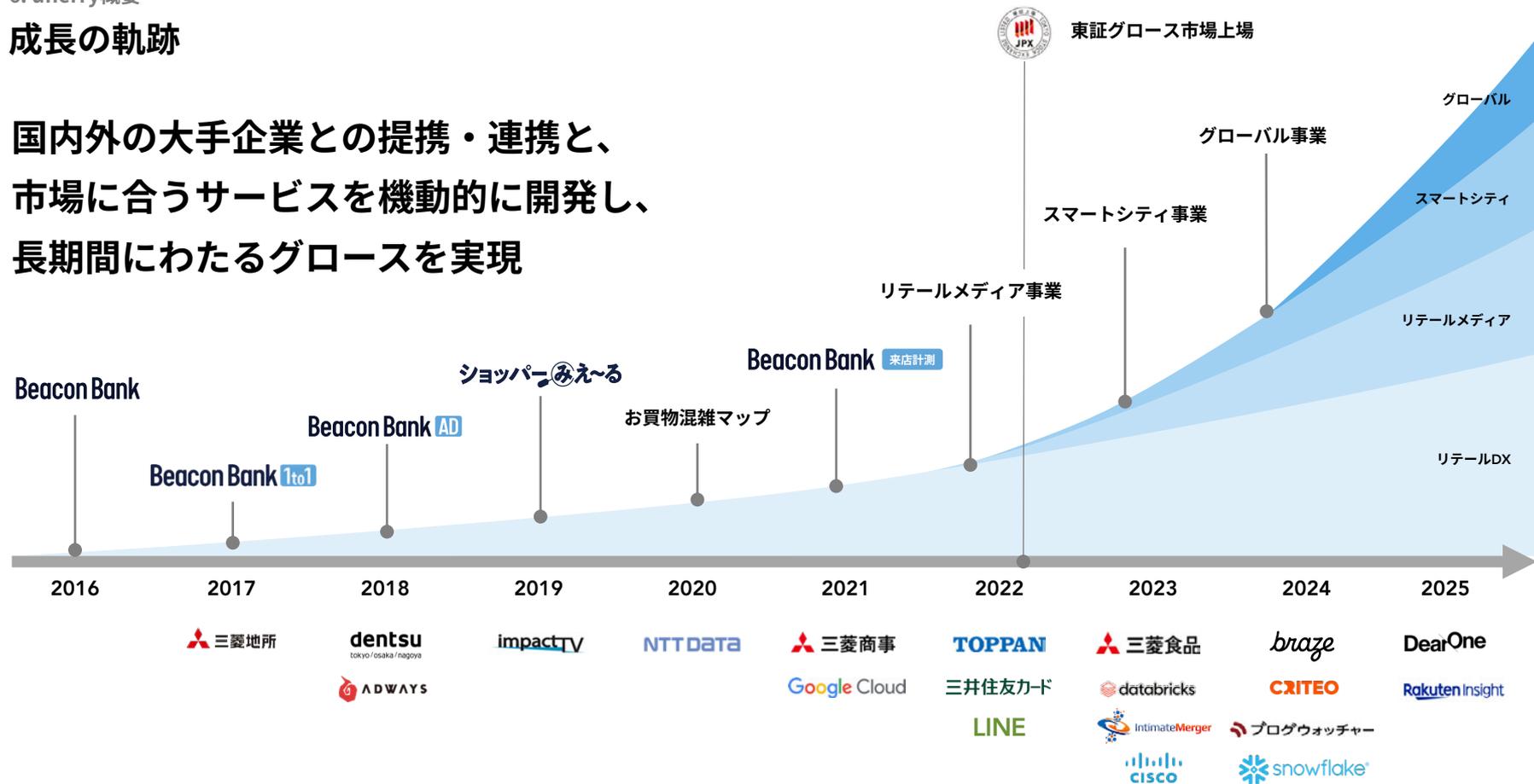
星 雄大



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



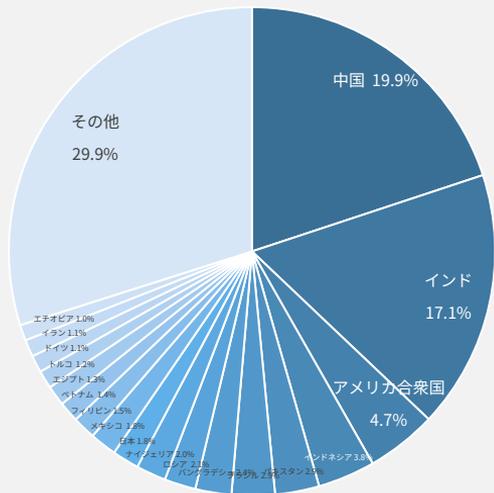
## 6. unerry概要

# 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。

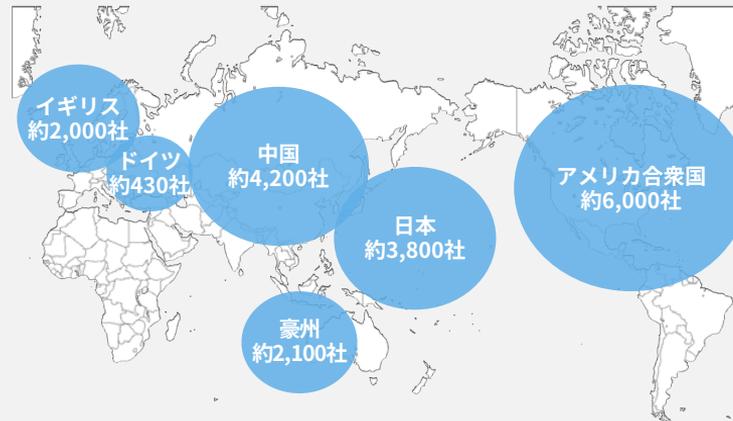
### 対象ユーザー数※1



世界の総人口  
約77億人

### 世界の対象企業※2

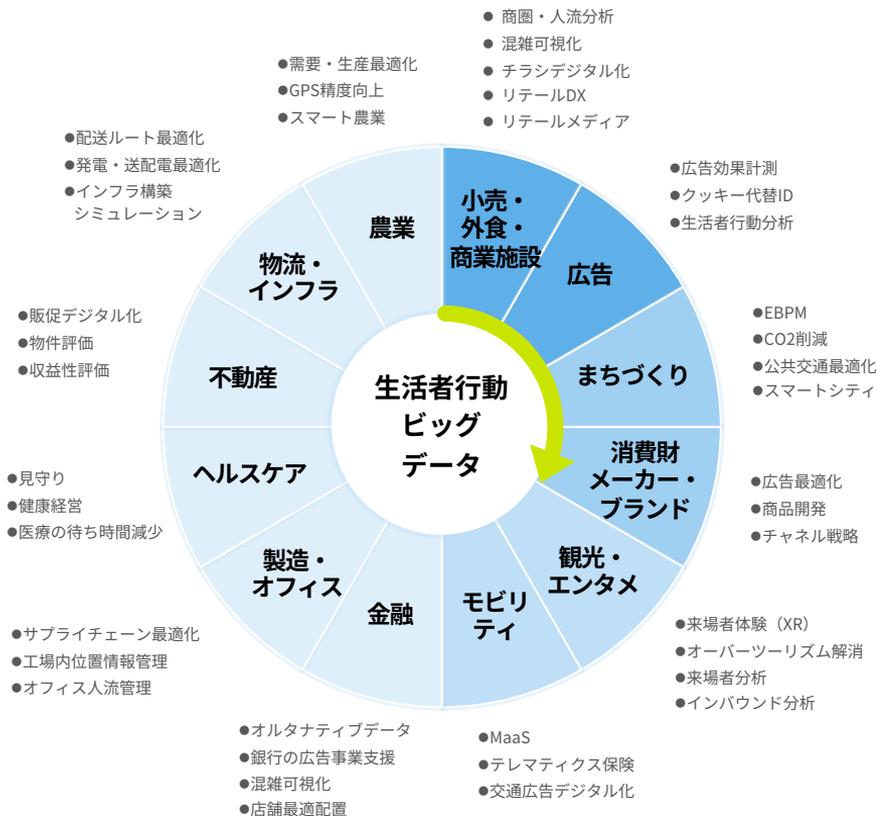
世界主要国の上場企業 約1.8万社以上



※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

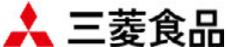
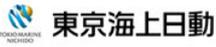
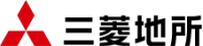
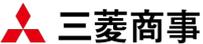
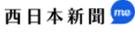
## 6. unerry概要

### 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(3Q)の  
リカーリング顧客数

**132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	 			   	   

## 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

## 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。