

2025年3月期 第2四半期（中間期）

決算補足説明資料



株式会社ユニリタ（証券コード：3800）

2024年11月15日



Copyright © UNIRITA Inc. All rights reserved.

2024年11月13日に発表した、株式会社ユニリタ 2025年3月期第2四半期決算の内容をお伝えします。



- **業績報告**
 - 2025年3月期 中間期の連結業績概況
 - 事業セグメント別業績概況
- **中期経営計画に基づく下期の取り組み**
 - 中期経営計画「Re.Connect 2026」重要戦略
 - 下期重点施策
- **通期業績見通し**
- **株主還元の方針と計画**

(説明省略)

業績報告 - 2025年3月期 中間期の連結業績概況（累計） -

(単位：百万円)	24/3期	25/3期			
	中間期	1Q	2Q	中間期	前年同期比 増減率
売上高	5,927	2,840	2,906	5,747	▲3.0%
営業利益	504	145	223	368	▲26.9%
営業利益率	8.5%	5.1%	7.7%	6.4%	▲2.1pt
経常利益	619	285	221	506	▲18.2%
親会社株主に帰属 する中間純利益	412	175	114	290	▲29.7%

業績ハイライト

- 売上高はクラウドの新規受注不振および、プロフェッショナルの既存顧客からの受注減少により**3.0%の減収**。
- 営業利益は減収による売上総利益の減少に加え、人材関連費用および、広告宣伝強化による販管費増加が影響し、**26.9%の減益**。
- 経常利益は配当金収入の増加による押し上げ効果があったものの、**18.2%の減益**。
- 親会社株主に帰属する中間純利益はビーティス吸収合併による税金費用の上期偏重などが影響し**29.7%の減益**。

今回の決算のハイライトです。

2025年3月期中間期の連結業績については、減収減益の結果となりました。

売上高はクラウドサービスおよびプロフェッショナルサービスの減収影響を受け、前年同期比3.0%減の57億4,700万円となりました。

営業利益は減収による売上総利益の減少に加え、人材関連費用および、広告宣伝強化による販売管理費の増加が影響し、前年同期比26.9%減の3億6,800万円となりました。

また、親会社株主に帰属する中間純利益は、グループ会社(株)ビーティスの吸収合併による税金費用の上期偏重などが影響し、前年同期比29.7%減の2億9,000万円となりました。

なお、第2四半期における期初予想に対しての達成率は、売上高が95.8%、営業利益は82.0%となりました。

事業セグメント別業績概況

(単位：百万円)		24/3期	25/3期			
		中間期	1Q	2Q	中間期	前年同期比増減率
プロダクトサービス	売上高	2,110	1,124	1,137	2,262	+7.2%
	営業利益	565	325	362	688	+21.8%
	営業利益率	26.8%	29.0%	31.9%	30.4%	+3.6pt
クラウドサービス	売上高	1,766	836	879	1,716	△2.8%
	営業利益	△50	△151	△123	△274	—
	営業利益率	—	—	—	—	—
プロフェッショナルサービス	売上高	2,050	879	888	1,768	△13.8%
	営業利益	179	18	81	99	△44.2%
	営業利益率	8.7%	2.1%	9.1%	5.7%	△3.0pt

業績ハイライト

- プロダクトは計画を上回るメインフレーム需要および、旺盛なマイグレーション需要を捉えた自動化学業の伸長により**7.2%の増収**、売上増に連動し**21.8%の増益**。
- クラウドは新規受注の不調により**2.8%の減収**。これに加えサービス提供体制強化のための人員増強や新規顧客獲得のための広告宣伝費などの増加が影響し、**224百万円の減益**。
- プロフェッショナルはSI事業での既存パートナーからの受注減や一括請負案件の減少などが影響し**13.8%の減収**。また、売上減少に加えて人材教育の強化などにより**44.2%の減益**。

事業セグメント別の業績ハイライトについてです。

プロダクトサービスは計画を上回るメインフレーム需要および、旺盛なマイグレーション需要を捉えた自動化学業の伸長により、売上高は前年同期比7.2%増の22億6,200万円、営業利益は前年同期比21.8%増の6億8,800万円となりました。

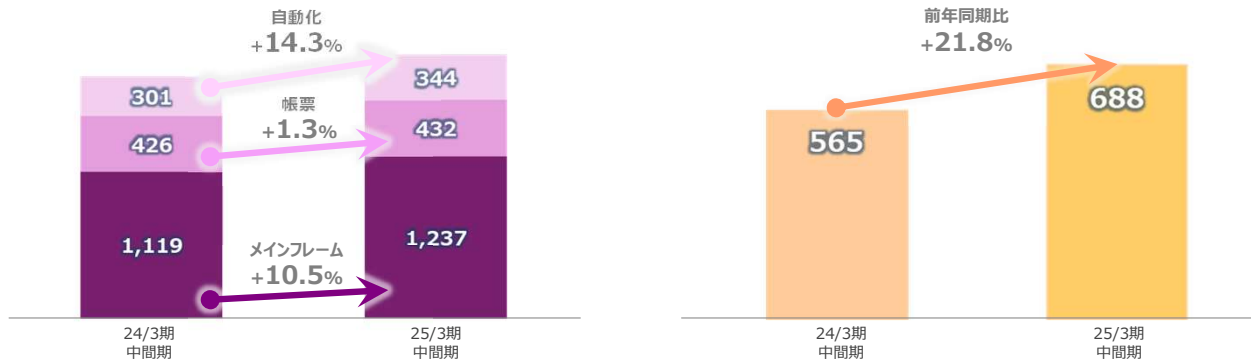
クラウドサービスは新規受注の不調により、売上高は前年同期比2.8%減の17億1,600万円。また、サービス提供体制強化のための人員増強や新規顧客獲得のための広告宣伝費などの増加が影響し、2億7,400万円の営業損失（前年同期比2億2,400万円の損失拡大）となりました。

プロフェッショナルサービスはシステムインテグレーション事業での既存パートナー企業からの受注や一括請負案件の減少などが影響し、売上高は前年同期比13.8%減の17億6,800万円。営業利益は、減収に加えて人材教育の強化の影響等もあり、前年同期比44.2%減の9,900万円となりました。

事業セグメント別業績概況 - プロダクトサービス -

【売上高推移】
(単位：百万円)

【営業利益推移】
(単位：百万円)



自動化	「2025年の崖」問題に代表されるマイグレーション需要を捉え、主力商品「A-AUTO」の受注が伸長し、 14.3%増収 、売上増加に連動して 大幅増益 。
帳票	プロダクト販売が低迷する中、帳票事業のサービスシフトを牽引する「まるっと帳票クラウドサービス」において、その特長でもあるエンタープライズ企業の複雑な業務要件をカバーする対応力が奏功し、売上が 44.1%伸長 、帳票全体で 1.3%の増収 。一方でクラウド基盤の仕入原価の増大などにより 減益 。
メインフレーム	メインフレームベンダーの市場撤退による国内での新規顧客獲得や海外顧客のシステム増強および、サービス提供形態の見直しなどにより 10.5%の増収 。売上増加に連動して 増益 。

ここからは、各セグメントの内容です。

プロダクトサービスについて、
自動化事業は「2025年の崖」問題に伴うマイグレーションニーズを受け、既存のお客様の基幹システムのリプレイス案件などの増加により主力製品「A-AUTO」の受注が増加し、売上高は前年同期比14.3%増の3億4,400万円となりました。

帳票事業はサービスシフトを牽引する「まるっと帳票クラウドサービス」がエンタープライズ企業の複雑な業務要件をカバーする対応力が奏功し、前年同期比44.1%と伸長しました。
一方で、プロダクト販売は低迷し、帳票事業全体の売上高は前年同期比1.3%の微増となりました。

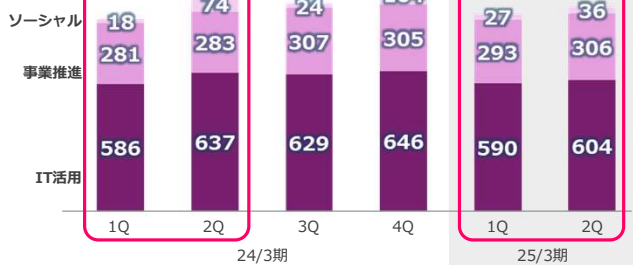
メインフレーム事業はメインフレームベンダーの市場撤退による国内での新規顧客獲得や海外顧客のシステム増強などにより、売上高は前年同期比10.5%増の12億3,700万円となりました。

プロダクトサービスにおける営業利益は、前年同期比21.8%増（1億2,300万円増加）の6億8,800万円。営業利益率は前年同期比3.6pt増の30.4%と向上しました。

事業セグメント別業績概況 - クラウドサービス -

【売上高推移】
(単位：百万円)

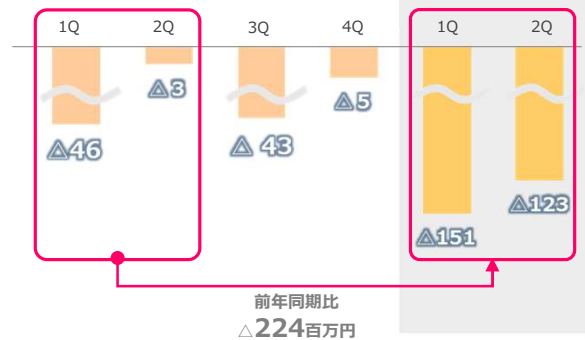
前年同期比
△2.8%



【営業利益推移】
(単位：百万円)

24/3期

25/3期



IT活用	新規受注が振るわず 2.3% (28百万円) の 減収 。加えてサービス提供体制増強による人件費の増加と新規獲得に向けた広告宣伝費の増加などが利益を圧迫し 減益 。
事業推進	「らくらく通勤費」が出社勤務に戻す企業の拡大を受けた通勤費管理需要を捉えて伸長。一方で、他サービスが伸び悩み 6.0%の増収 にとどまる。また、プロモーション費用等が利益を圧迫し 減益 。
ソーシャル	「Community MaaS」の引き合いが増加するも、上期成約に至らず 32.0% (30百万円) の 減収 。売上減少に加えて人員増強による人件費増の影響により 減益 。

クラウドサービスについて、

IT活用クラウド事業は「LMIS」の新規受注は順調に推移するも、その他主力サービスの新規受注の不調により売上が伸びず、売上高は前年同期比2.3%減の11億9,500万円となりました。

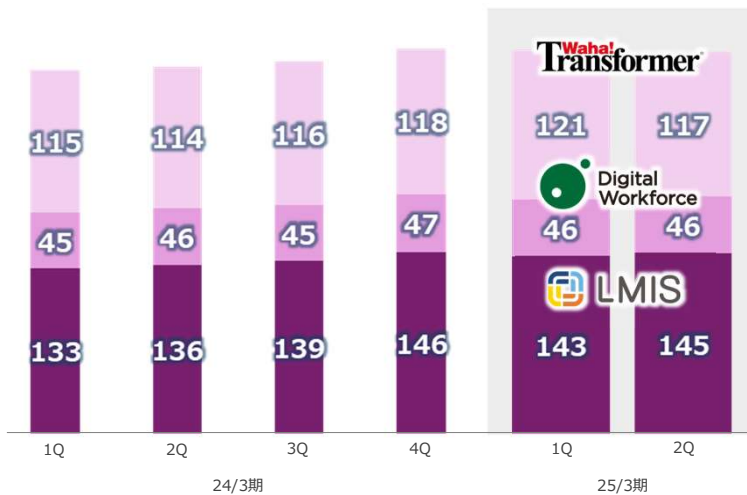
事業推進クラウド事業は「らくらく通勤費」の新規受注が増加するも、その他主力サービスが伸び悩み、売上高は前年同期比6.0%増の5億9,900万円となりました。

ソーシャルクラウド事業は「Community MaaS」の引き合いが増加するも、上期中の成約には至らず、売上高は前年同期比32.0%減の6,300万円となりました。なお、売上高の減少要因は、前年同期では製品・サービスの導入に伴う技術支援があったことによるものです。

クラウドサービスにおける営業損益は、2億7,400万円の損失（前年同期は5,000万円の損失）となりました。

事業セグメント別業績概況 - IT活用クラウド 主力サービスの動向 -

【各サービスの売上推移】
(単位：百万円)



前年同期比成長率 +3.4% **Waha! Transformer**
(2023中間：229百万円／2024中間：238百万円)
累計導入社数中間期比較：338社→326社

プロモーションによる新規顧客獲得が伸び悩み、新規受注が不振。顧客数は中間期比12社減少。既存顧客は維持、今中間期の継続収益は3.4%の増収。

前年同期比成長率 +0.8% **Digital Workforce**
(2023中間：92百万円／2024中間：93百万円)
累計導入社数中間期比較：41社→35社

新規顧客獲得の不振と小口顧客の解約などにより顧客数は6社減少。既存顧客は維持、今中間期の継続収益は0.8%の増収。

前年同期比成長率 +6.9% **LMIS**
(2023中間：270百万円／2024中間：288百万円)
累計導入社数中間期比較：154社→142社

新規顧客獲得数を解約数が上回り、顧客数は12社減少。一方、DC事業者など大口顧客の獲得が寄与し、顧客単価が上昇、今中間期の継続収益は6.9%の増収。

IT活用クラウド事業の主力サービスの動向です。

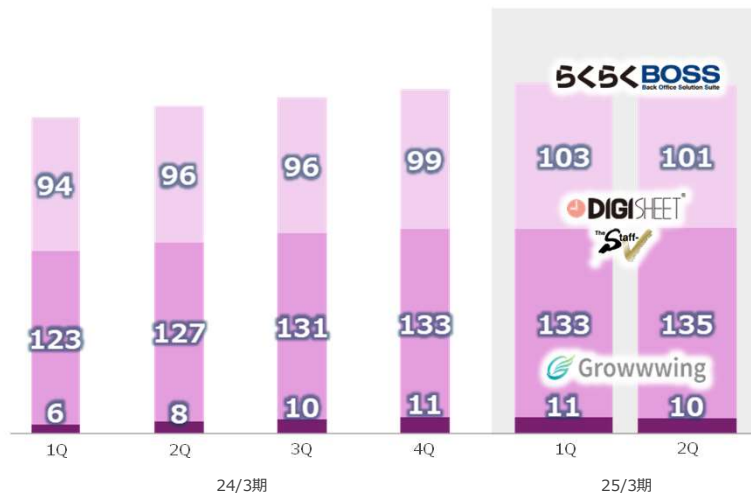
「Waha! Transformer」はプロモーションによる新規顧客獲得が伸び悩み、解約もあって顧客数が減少したものの、既存顧客に向けた提案活動が奏功して顧客単価は上昇し、売上高は前年同期比3.4%増の2億3,800万円となりました。

「infoScoop×Digitalworkforce」は新規顧客獲得の不振と小口顧客の解約などにより顧客数は減少した一方で、継続的なカスタマーサクセス活動により主要顧客を維持し、売上高は前年同期比0.8%増の9,300万円となりました。

「LMIS」はDX推進を背景に、事業モデルのサービスシフトと品質向上の両立を図る企業やデータセンター事業者など大口顧客の獲得が寄与し、顧客単価が上昇しました。その結果、売上高は前年同期比6.9%増の2億8,800万円となりました。

事業セグメント別業績概況 - 事業推進クラウド 主力サービスの動向 -

【各サービスの売上推移】
(単位：百万円)



前年同期比成長率 +7.2% (2023中間：190百万円 / 2024中間：204百万円) 累計導入社数中間期比較：642社→658社	らくらくBOSS Back Office Solution Suite
企業の出社勤務への回帰傾向による通勤費管理需要増加と、パートナーとの協業成果が寄与し、顧客数は 16社増加 。顧客単価も上昇、今中間期の継続収益は 7.2%の増収 。	
前年同期比成長率 +7.0% (2023中間：250百万円 / 2024中間：268百万円) 累計導入社数中間期比較：336社→328社	DIGISHEET The Staff-V
小口顧客の解約などにより顧客数は 8社減少 。1社あたりの派遣労働者数増加とオプションサービスのクロスセルにより顧客単価は上昇、今中間期の継続収益は 7.0%の増収 。	
前年同期比成長率 +49.2% (2023中間：14百万円 / 2024中間：22百万円) 累計導入社数中間期比較：24社→29社	Growwwing
多業種からの新規顧客を獲得、顧客数は 5社増加 。大口顧客獲得による顧客単価上昇も寄与し、今中間期の継続収益は 49.2%の増収 。	

事業推進クラウド事業の主力サービスの動向です。

「らくらく通勤費」は前期から注力しているパートナー企業との協業モデルが奏功し新規受注が増加したことにより、顧客数が伸びました。また、1社あたりの顧客単価も上昇しており、売上高は前年同期比7.2%増の2億400万円となりました。

「DigiSheet」「The Staff-V」は解約により顧客数は減少したものの、景気回復に伴う人材派遣業界の活況を受け案件が増加傾向にあります。また、オプションサービスのクロスセル等により顧客単価が上昇、売上高は前年同期比7.0%増の2億6,800万円となりました。

「Growwwing」はコンサルティングを含めた案件の引き合いが増加傾向にあり、大口顧客獲得による顧客単価上昇も寄与し、売上高は前年同期比49.2%増の2,200万円となりました。

事業セグメント別業績概況 – プロフェッショナルサービス –

		24/3期	25/3期		増減理由
		中間期実績	中間期実績	前期比増減率	
コンサルティング	売上高	511	510	△0.2%	旺盛なコンサル需要を捉え、データマネジメント領域の受注が伸長した一方、サービスマネジメント領域は伸び悩み、 0.2%減収、5.9%減益 。 受注額は前期から状況は変わらず、ほぼ横ばいに推移し 0.8%減 、受注残高は 2.9%増加 。
	営業利益	90	85	△5.9%	
	受注高	635	630	△0.8%	
	受注残高	258	266	+2.9%	
システムインテグレーション	売上高	1,304	980	△24.8%	大口のパートナーからの受注減少および一括請負案件の減少が響き 24.8%の減収 、これに連動して 115.3%の減益 。受注残も 16.1%減少 。 グループ顧客への複合提案や既存パートナーへの提案強化により回復を図る。
	営業利益	65	△10	△115.3%	
	受注高	1,389	911	△34.4%	
	受注残高	360	302	△16.1%	
アウトソーシング	売上高	235	277	+17.9%	DX投資を背景としたシステム運用のアウトソーシング需要の拡大を捉え 17.9%増収、9.5%増益 。 受注高も売上同様に好調で 31.7%増 、受注残は 17.0%増加 。
	営業利益	22	24	+9.5%	
	受注高	212	280	+31.7%	
	受注残高	177	207	+17.0%	

プロフェッショナルサービスについて、
 コンサルティング事業は、データマネジメント領域における受注が順調に推移しました。
 一方で、サービスマネジメント領域は伸び悩んだことから、売上高は前年同期比0.2%減の5億1,000万円、営業利益は前年同期比5.9%減の8,500万円、営業利益率は16.8%となりました。
 受注状況は前期からほぼ横ばいを維持し、受注残高は2.9%の微増となりました。

システムインテグレーション事業は、大口パートナー企業からの受注および一括請負案件の減少が影響し、売上高は前年同期比24.8%減の9億8,000万円、営業損益は前年同期比115.3%減の1,000万円の損失となりました。
 しかし、DX推進ニーズを受けた提案活動を積極的に行うことで、受注回復を図っています。

アウトソーシング事業は、DX投資を背景としたシステム運用のアウトソーシング需要の拡大を捉え、売上高は前年同期比17.9%増の2億7,700万円、営業利益は前年同期比9.5%増の2,400万円、営業利益率は8.8%となりました。
 また、需要拡大傾向の継続により、受注高は前年同期比31.7%増、受注残高は前年同期比17.0%増となりました。

3力年中期経営計画「Re.Conecct 2026」の重要戦略

ユニリタグループ新中期経営計画「Re.Connect 2026」

重要戦略		
事業戦略	サービス提供型事業の拡大	①クラウド成長領域への投資の拡大 ●お客様の最適なモダライゼーションの実現 ③製品・サービスの一部効率化と新規領域への参入検討
	新たな価値提供モデルの確立	①コアコンピタンスの再定義(サービスマネジメント・データマネジメント) ●グループ横断、エコシステムによる顧客提供価値の高度化 ③社会課題事業への継続的投資とアライアンスの強化
	事業プロセスの変革	①サービスシフトを支える品質マネジメントの強化 ●プロセス標準化による実装、運用体制の構築 ③顧客起点での全社的カスタマーサクセス推進体制の確立
経営戦略	ユニリタグループ理念を軸とした持続的な経営と価値創造	①UNIRITA Group Leadership Principles を軸とした理念経営への進化 ●事業戦略を推進する人的資本投資の加速 ③持続的な成長に向けたサステナビリティ基盤の強化

続いて、2024年4月から新たにスタートしました、中期経営計画「Re.Connect 2026」に基づく、下期の取り組みについて説明します。

中期経営計画「Re.Connect 2026」（2024-2026年）では、3つの事業戦略、「サービス提供型事業の拡大」「新たな価値提供モデルの確立」「事業プロセスの変革」と、経営戦略として「ユニリタグループ理念を軸とした持続的な経営と価値創造」を掲げ、目標に向かってグループ一丸となり事業を推進しています。

2024年度通期計画達成に向けた下期重点施策

▶ サービス提供型事業の拡大

お客様の最適なモダナイゼーションの実現

プロダクトサービス

クラウドサービス

プロフェッショナルサービス

▶ 新たな価値提供モデルの確立

コアコンピタンスの再定義（サービスマネジメント・データマネジメント）

プロダクトサービス

クラウドサービス

プロフェッショナルサービス

社会課題事業への継続的投資とアライアンスの強化

クラウドサービス

11

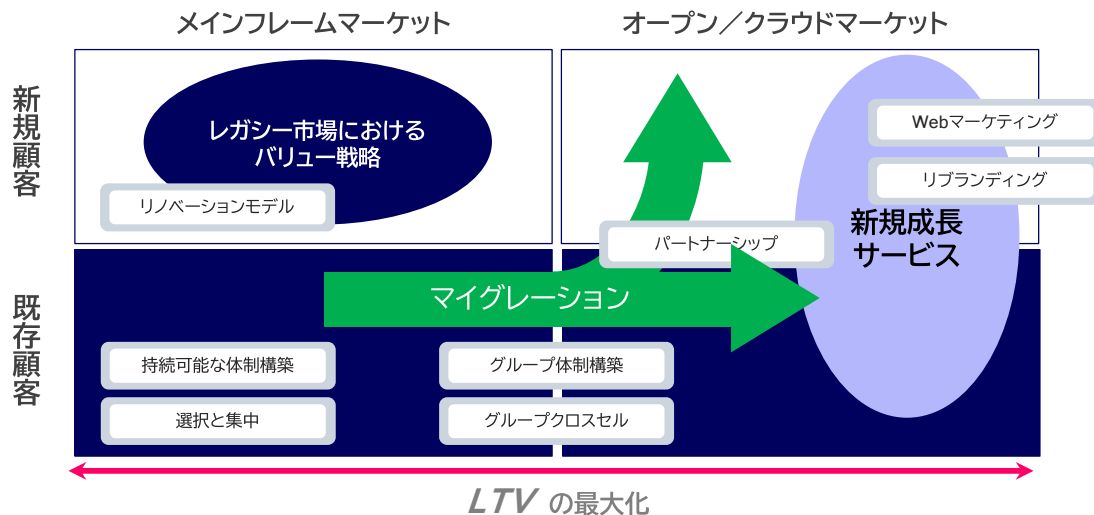
とくに、2024年度の通期計画達成に向けて、中期経営計画「Re.Connect 2026」の事業戦略の中から、「サービス提供型事業の拡大」における「お客様の最適なモダナイゼーションの実現」を、また、「新たな価値提供モデルの確立」からは、「コアコンピタンスの再定義」と「社会課題事業への継続的投資とアライアンスの強化」を重点施策としています。

なお、本スライドでは、各重点施策がどの事業セグメントに深く関わりをもち、効果的に作用するかをアイコンで表しています。

サービス提供型事業の拡大 - お客様の最適なモダナイゼーションの実現 -

お客様のシステム環境を最適化するモダナイゼーションマップ

プロダクトサービスセグメントの顧客層に向け、戦略的にマイグレーションを推進し、システムのモダナイゼーションを提案する。また、新市場へ高付加価値な新サービスを提供し、LTVを向上するとともに、顧客の収益性改革に貢献する。



まず、「サービス提供型事業の拡大」における「お客様の最適なモダナイゼーションの実現」についてです。

企業におけるDX推進や、待ったなしの「2025年の崖」問題への対応として、当社のお客様のみならず、新規のお客様におかれましても、基幹システムと呼ばれる長い間、業務を支えてきたIT環境の刷新が喫緊の課題となっています。

当社としては、お客様の最適なモダナイゼーションの実現と称し、「レガシーシステム」と呼ばれる古くなった現行の基幹システムを、最新技術を取り入れながらアップグレードし、現在のニーズに合わせて最適化することを重点施策と位置づけています。

本施策は、社会的な経済損失が見込まれている「2025年の崖」が迫る中、企業がDXを推進する上で重要な役割も担っていると考えております。既存のお客様の最適なモダナイゼーションの実現にあたっては、現在のシステム環境や利用されているITサービス、運用スタイルと、新しく必要となるシステム環境やITサービス、運用スタイルについて、お客様の立場になって、ヒアリング、調査、分析を行い、提案することを徹底します。

また、レガシー市場における競合ベンダーが少なくなる中、このノウハウを新規のお客様へと提案し、同市場におけるバリュー戦略を推進していきます。

サービス提供型事業の拡大 - お客様の最適なモダナイゼーションの実現 -

お客様の基幹システムのモダナイゼーションが加速

- ・2030年の富士通メインフレーム完全撤退に伴うマイグレーションが加速、保守終了までにクラウドなどへの移行が急務
- ・地方銀行で基幹システムの共同利用が推進、系列の都市銀行や大手SIベンダー主導による共同利用からの発表が続く

2030年、富士通のメインフレーム完全撤退



モダナイゼーション支援機会の創出

- ・マイグレーションの提案
- ・クラウドリフト、シフトサービスの提案
- ・フルマネージドサービスの提案

基幹システムの共同利用が地銀で加速



モダナイゼーション支援機会の創出

- ・新規メインフレーム顧客の開拓
- ・マイグレーションの提案
- ・メインフレーム運用技術者支援の提案

13

本施策の成功要因として、2つのトピックをご紹介します。

1つ目は、2022年2月に発表された、富士通(株)のメインフレームとUNIXサーバーの撤退への対応があります。

この撤退表明を受け、富士通のメインフレームユーザーが全てが脱メインフレームに動くわけではないと思われそうですが、当社は、お客様の個社ニーズやDX推進の選択肢にしっかり対応する「マイグレーション」の提案や、基幹システムの移行先としての「クラウドリフト」や「クラウドシフト」の提案、移行したシステムの運用を丸ごと引き受ける「フルマネージドサービス」の提案など、本施策を活かす機会と捉えております。

2つ目は、全国の地方銀行を中心に、基幹システムの共同利用が推進されている点です。当社の製品、サービスは、多くの地方銀行で採用されており、この基幹システムの共同利用が進むことで、当社の製品やサービスが標準仕様となるケースや、移行に伴う専門技術者の支援など、本施策を活かす機会が創出できると考えております。

新たな価値提供モデルの確立 -コアコンピタンスの再定義-

新設 ユニタグループ戦略推進室の取り組み

ユニタグループ共通の強みをリブランディングし、社内外への認知度向上を図る。また、グループエコシステム案件の創造と、開発からセールス、コンサル、そしてカスタマーサクセスに至るまで、グループバリューチェーンの最適化を図る。



14

次に、「新たな価値提供モデルの確立」からは、「コアコンピタンスの再定義」についてです。

昨今のお客様においては、ITを活用し、効率化や省力化を行うための投資に加え、新たな顧客ニーズに対応するためのシステム改修や新規システムの開発など、ビジネスモデルのそのものの変革を目的としたバリューアップ投資も拡大しています。

また、多くの企業がDXの取り組みを加速させていく中で、情報セキュリティやプロジェクトマネジメント、データサイエンスを担うIT人材の獲得や育成への投資意欲も高まっています。

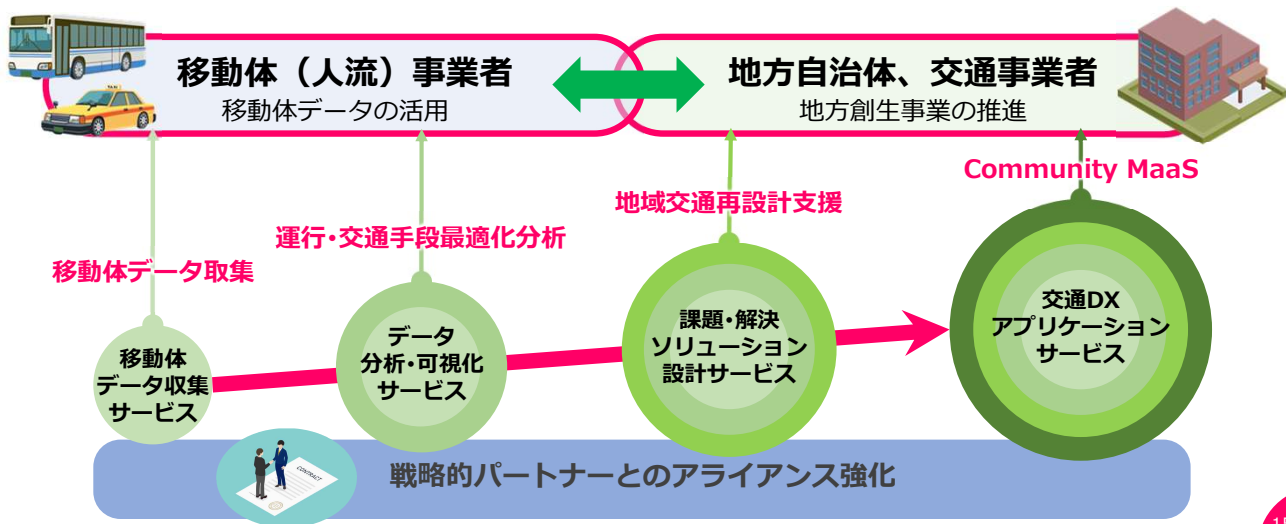
当社は、これらの企業のIT投資動向とDXと密接に関わるデータドリブン経営の実現ニーズに備えるべく、これまで当社の強みであった「システム運用」と「データ活用」を、当社グループの強みとしての「データマネジメント」と「サービスマネジメント」としてリブランディングし、より多くのお客様の課題解決ができるよう、バリューチェーンの最適化に注力しています。

これら一連の活動が、今年4月に新設しました「グループ戦略推進室」のミッションになります。

新たな価値提供モデルの確立 -社会課題事業への継続的投資とアライアンスの強化-

ソーシャルクラウド拡充に向けた重要戦略

移動体データ収集を軸に、運行・交通手段の最適化に向けたデータ分析、地方創生を視座した地域交通再設計支援、そしてCommunity MaaSによる交通DXへとサービスを昇華させつつ、提供地域拡大に向けたアライアンスの強化を図る。



さらに、「新たな価値提供モデルの確立」から、「社会課題事業への継続的投資とアライアンスの強化」も下期の重点施策としています。

本スライドは、クラウドサービスセグメントのソーシャルクラウド事業の拡大に向けた戦略ポートフォリオになります。

ソーシャルクラウド事業では、社会課題の1つである地方創生を支援することを目的としており、現在は、バスやタクシーなどの移動体データ収集を基点に、運行・交通手段の最適化に向けたデータ分析、地方創生を視座した地域交通再設計支援、そして「Community MaaS」による交通DXアプリケーションサービスを提供しています。

また、ソーシャルクラウド事業を拡大していく上で必要な戦略パートナーとのアライアンスの強化を図っていきます。

新たな価値提供モデルの確立 -社会課題事業への継続的投資とアライアンスの強化-

【全国導入実績マップ】 ※2024年度9月現在

※非公開の地域の自治体・事業者を含む

【前期から新たに追加された導入実績】



【採用事例】 ※2024年4月～9月発表分より

神奈川県葉山町
ゴミ収集業界向けソリューション
2024年5月24日

日野自動車株式会社と共同開発した
ゴミ収集業界向けソリューションサービス
「GOMIRUTO」を神奈川県葉山町に提供
開始。ゴミ収集業務の効率化やデータに基
づく運用改善を支援

宮城県名取市
Community MaaS
2024年7月25日

宮城県名取市の乗り合いバス「なとりん号」
の大幅リニューアルに際し、「Community
MaaS※」が採択。バス運行业務負荷の
軽減からキャッシュレス決済導入による利用者
の利便性向上など、地域公共交通のDXを
支援

※Community MaaS (コミュニティマース)
収集データを基にダイナミックかつ柔軟に活用できるプラット
フォーム、公共交通と地域活性化を実現する。

ソーシャルクラウド事業の主力サービスについてです。

グループ子会社である(株)ユニ・トランドが提供し、サービスを提供していく上で収集されたデータの分析と改善提案を当社のデータサイエンス部が担い、共同してこの事業を推進しています。

とくに、公共交通の活性化を実現しつつ地域経済活性化を支援するサービスは、政府が推進する「新しい資本主義」の重要な柱の1つである「デジタル田園都市国家構想」を追い風に、その導入実績を全国に広げています。

主な実績としては、日野自動車(株)と共同開発したゴミ収集業界向けソリューションサービス「GOMIRUTO」の神奈川県葉山町への提供開始や、宮城県名取市への「Community MaaS」の提供などがあります。

新たな価値提供モデルの確立 -社会課題事業への継続的投資とアライアンスの強化-

福島県三春町が推進する「共創・MaaS実証プロジェクト」に採択決定

グループ会社、株式会社ユニ・トランドは、福島県三春町が推進する国の令和6年度共創・MaaS実証プロジェクトに参画し、自治体初の「交通のデジタル化」「新デマンド交通の導入」「データ収集と分析」等の交通DXの分野を担当する。



Community MaaS

交通DX
アプリケーション
サービス

地方共通の課題
高齢運転者の免許返納を促進

月額1万円の定額乗り合いタクシーの実証運行に参画。顧客管理システムやデータに基づく最適な配車ルートの設定を支援。同町の交通DXの実現に向け、路線バスや鉄道なども組み合わせた分析も担う

地方共通の課題
交通空白地の移動問題を解消

ソーシャルクラウド事業の最新の導入事例をご紹介します。

福島県三春町では、「路線バス×町営バス×タクシー×JR」という地域交通のハブ（交通結節点）に町役場を位置付け、町の賑わいを再創出しようと計画しています。

この計画の実現に向け、町営バスの運行では十分ではない「公共交通空白地帯」を埋める新たな移動手段として、「定額会員制タクシー乗り放題サービス」実証実験を開始し、この実証実験にユニ・トランドが提供するサービスが採択を受けました。

今回、ユニ・トランドが提供する「定額会員制タクシー乗り放題システム」は、指定地域内を移動する際に、月額定額料金でタクシーが乗り放題で利用できる仕組みです。同システムの利用にあたっては、会員制とすることで、これまで乗合タクシーや乗合バスの利用が進まない要因であった「知らない人との同席」に対する不安や懸念材料も払拭しています。

このシステムは、昨年度採択を受けた福島県郡山市安積町の共創モデル実証プロジェクトで効果が認められた、定額会員制タクシーシステムの仕組みを福島県三春町向けに横展開し活用したものになります。

今後も、全国各地の導入実績のPRを強化し、ソーシャルクラウド事業の拡大に努めてまいります。

通期業績の見通し

(単位：百万円)	24/3期	25/3期		
	通期実績	中間期実績	通期計画値	進捗率
売上高	11,982	5,747	12,500	46.0%
営業利益	1,023	368	1,050	35.1%
営業利益率	8.5%	6.4%	8.4%	—
経常利益	1,164	506	1,190	42.6%
親会社株主に帰属 する当期純利益	815	290	850	34.2%
ROE	7.1%	—	7.1%	—
DOE	4.5%	—	4.5%	—

通期業績の見通しに変更なし

● 売上面

各セグメントともに1Qから2Qにかけて増収であることに加え、現時点のストック売上高や受注状況、引き合い状況等を勘案し、期初計画の水準は達成可能と判断。

● 利益面

売上面は上記の通り期初計画の水準は達成可能。また、下期偏重傾向があるプロフェッショナルサービスの収益性は上期比で改善見込み。売上原価や販管費は総じて期初計画内でコントロール可能な状況であり、利益面も売上同様、期初計画の水準は達成可能と判断。

● 投資

新規成長サービスや人的資本、事業基盤強化等への投資を利益計画の範囲内で継続的に実施。

続いて、通期業績見通しについてご説明します。

売上高の当中間期における進捗率は46.0%と若干のビハインドがあるものの、各セグメントとも第1四半期から第2四半期にかけて増収基調にあり、受注状況や引き合い状況等を勘案し、期初計画の水準を達成できると見込んでおります。

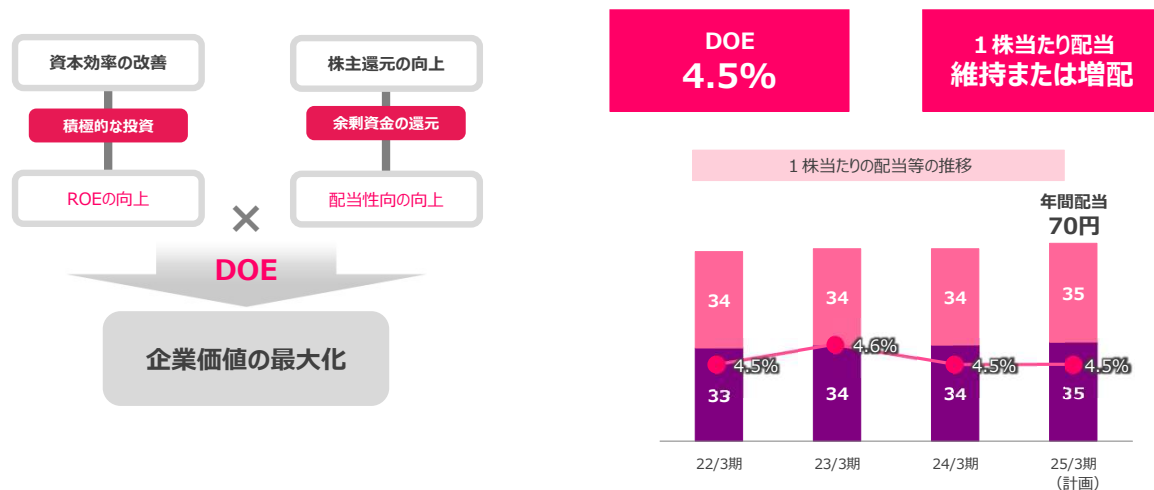
営業利益の当中間期における進捗率は35.1%とビハインドがあるものの、今後、下期偏重傾向にあるプロフェッショナルサービスの収益性が改善見込みであり、売上原価や販売管理費は期初計画内でコントロール可能な状況であるため、期初計画の水準を達成できると見込んでおります。

投資につきましては、新規成長サービスや人的資本、事業基盤強化等への投資を利益計画の範囲内で継続的に実施してまいります。

以上を踏まえまして、2025年3月期の通期業績の見通しに変更はありません。

株主還元の方針と計画

- ✓ グループ事業構造の変革実現に向けた成長投資を継続し、収益力と企業価値を高める
- ✓ 期間利益の影響を受けにくい株主資本を基準とするDOEを指標に、配当の安定化を図る
- ✓ 2025年3月期は年間配当金2円増配（中間・期末各1円）、1株当たり年間配当金70円を計画



最後に株主還元の方針と計画についてご説明します。

当社は、グループ事業構造の変革実現に向けた成長投資を継続し、収益力と企業価値の向上を図ります。

また、成長投資を継続しつつ、株主還元の充実化を併せて進めるため、期間利益の影響を受けにくい株主資本を基準とするDOEを指標として配当の安定化を図ります。

2025年3月期はDOE4.5%、1株当たりの年間配当金70円（中間：35円、期末：35円）を計画しております。



＜本計画に関する注意事項＞

本資料に記載されている当社グループに関する業績、財政状態その他経営全般に関する予想、見通し、目標、計画等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいております。これらの判断および前提は、その性質上、主観的かつ不確実です。また、かかる将来に関する記述はそのとおりに実現するという保証はなく、実際の業績等はさまざまな要因により大きく異なる可能性があります。