



株式会社 unerry

**2023年6月期 第2四半期
決算説明資料**

2023年2月



目次

1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. ビジネスアップデート
5. 2023年6月期 第2四半期実績
6. 業績予想
7. 成長戦略
8. 財務情報

unerry について

会社概要

ミッション

unerry が実現している環境知能

事業を通じた社会課題解決

会社概要

社名

株式会社unerry

設立年月日

2015年8月20日

所在地

東京都港区虎ノ門1丁目17番1号
虎ノ門ヒルズビジネスタワー15階

代表取締役

内山 英俊

従業員数

46名 (2022年12月末)

事業領域

- 人流データによるリアル行動データ
プラットフォーム Beacon Bankの運営
- リテールDX及びスマートシティサービス
 - ・ 分析・可視化サービス
 - ・ 行動変容サービス
 - ・ One to Oneサービス



内山 英俊 代表取締役CEO

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



鈴木 茂二郎 取締役副社長COO

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



斎藤 泰志 取締役CFO

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
エンゼルプレイングカード 執行役員
2019年 unerry 取締役CFO



内山 麻紀子 取締役CMO

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



今泉 ライアン 執行役員CSO

1997年 プライスウォーターハウスコンサルティング
1998年 モルガン・スタンレー証券
2000年 トレード区 CEO
2001年 PwCコンサルティング
2004年 UBS証券 Equity COO Executive Director
2014年 みずほ証券 Pan Asian Equity COO
2022年 unerry 執行役員CSO



伊藤 清香 執行役員CTO

1999年 サイバード 技術マネージャ
2017年 マイネット 技術マネージャ
2018年 unerry 執行役員CTO

心地よい未来を、データとつくる。

Excite the Future of Customer Experience with Data

実社会のデータを解析し、
リアルとデジタルが融合した「環境知能」を未来に実装する。

さまざまな不便を解消するのはもちろん、
地域や交通における社会課題までも改善させ、
生活のUX^{※1}を心地よくしていく。

私たちは、未来のメガネで社会を見つめ、
より多様な選択肢や出会いにあふれる時代の“うねり”をつくりだします。



「環境知能」とは

What is Ambient Intelligence (AMI) ?

人が意識してコンピュータを操作するのではなく
IoTデバイスが人々を「取り巻く (=ambient)」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、くらしをサポートしてくれる世界

※1 UX (ユーザーエクスペリエンス) : ユーザがプロダクトやサービスを通して得られた体験

unerryが実現している環境知能

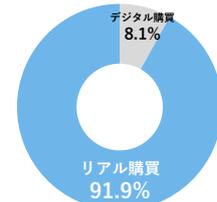


1. データ化・データ取得

屋内外のシームレスな人流 (=位置情報) を中心に、実社会の行動変化を網羅的にデータ化。「どのような人が・いつ・どこにいるか」を明らかにする。

実社会はデータ化が困難だが消費の多くを占めている。
データ化し、生活者ニーズや社会課題の解像度を鮮明に。

出所：経済産業省 電子商取引に関する市場調査 2021年



2. AI解析

リアル空間データを解析し、体験を提供すべきヒト・場所の状況や意味合いを推定。

プロファイリングAI (行動DNA)

移動手段・状況推定AI

POI^{※5}来訪計測AI (及び混雑推定)

リアルレコメンドAI

来店可能性予測AI

居住地・勤務地AI

3. 体験として提供

事業を通じて環境知能を社会実装することで、生活者にリアル空間のUXとして提供。

さまざまなメディアを通じ、届くべき人に届くべき情報を、最適なタイミングで伝える。
データ・AIを活用した新たなビジネス・マーケティング手法を多くの事業者・団体に提供し、くらしのUXを心地よく、選択肢にあふれる日常をつくる。
地域課題の解決に向けた街づくり支援。(EBPM^{※1})

<類似の概念> サイバーフィジカルシステム (CPS^{※2})、デジタルツイン^{※3}、Society 5.0^{※4}

※1 EBPM (エビデンス・ベースト・ポリシーメイキング) : 証拠に基づく政策立案

※2 実世界にある多様なデータを収集し、サイバー空間で大規模データ処理技術等を駆使・分析して産業の活性化や社会問題の解決を図るもの

※3 リアル (物理) 空間にある情報をIoTなどで集め、送信されたデータを元にサイバー (仮想) 空間でリアル空間を再現する技術

※4 サイバー空間とフィジカル空間を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する人間中心の社会 (内閣府 2016)

※5 POI (Point of Interest) : 地図上の特定のポイントを指し、小売や外食等の店舗や公共交通機関等の拠点を示す略語

事業を通じた社会課題解決

90%の消費を占めるリアル空間を見える化し、AIで分析して心地よい生活体験を提供することで、「リテール」や「街づくり」をテーマとした社会課題解決に取り組んでいる

1 人・情報を繋ぐことで「賑わい」と「心地よさ」を生み出す



- 混雑状況をリアルタイムに可視化し、解消を働きかける。
- 都市・地域・施設・店舗・商品等の魅力を、興味関心の高い人に届け、活気ある街づくりを支援する。
- 初めて訪れる場所においても、状況にあった情報が届くよう、メディアネットワークを充実させる。

2 データの力で「脱炭素」と「健康」に向けたウォカブルな暮らしを支援



- 移動手段別の人流を明らかにすることで、CO2排出量低減に向けた施策の具体化を支援する。
- 移動ニーズを明らかにし、公共交通やシェアリングモビリティなどの低炭素な交通手段の利用を促進する。
- 徒歩移動の人流を明らかにすることで、「歩く」街づくりに向けた課題特定と改善を支援し、健康増進を後押しする。

3 プラットフォームを通じて新規サービス・ビジネスを創出する



- 来店・購買といった成果を見える化し、一人ひとりにあった消費者コミュニケーションを実現することで、リテールDXを後押しする。
- 情報由来による消費者変化を見える化し、メディアパートナーの媒体価値向上と新規ビジネス創出を後押しする。
- IoT^{※1}やAIの駆使、データの掛け合わせにより、リアル行動データを充実させることで、パートナー・クライアントの新ビジネス創出や付加価値向上を支援する。

※1 IoT (Internet of Things) : モノのインターネット。あらゆるモノをインターネット (あるいはネットワーク) に接続する技術

目次

1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. ビジネスアップデート
5. 2023年6月期 第2四半期実績
6. 業績予想
7. 成長戦略
8. 財務情報

サービス概要

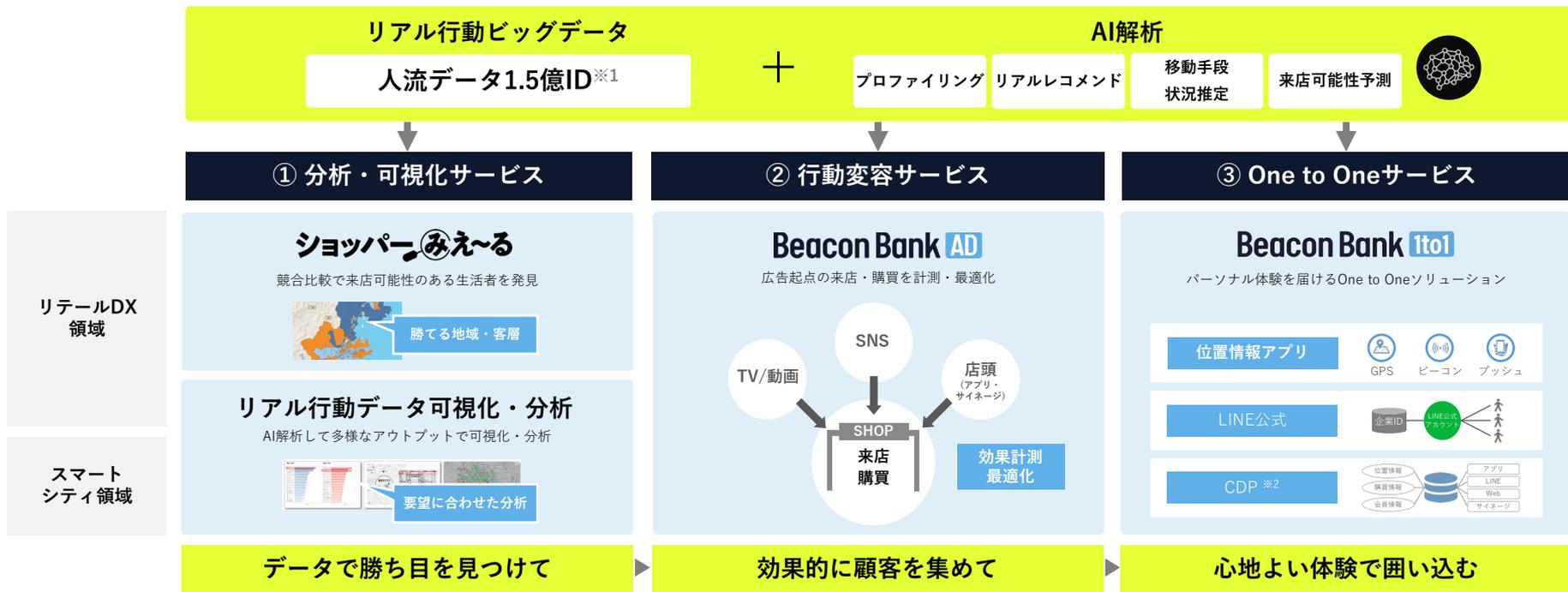
リアル行動データプラットフォーム
『Beacon Bank』

- ①分析・可視化サービス
- ②行動変容サービス
- ③One to Oneサービス

事業系統図

Beacon Bank ～リアル行動データプラットフォーム～

リアル行動データとAIを活用し、小売と街づくりに必要な分析・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 主要モバイルアプリに位置情報技術を提供してユーザー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）1.5億IDは最大リーチ可能なID数（2022年12月末時点）でユーザー重複あり
 ※2 Customer Data Platform。様々なシステムに分散する情報源をつなぎ合わせて、マーケティングに活用する顧客データを管理する基盤のこと

①分析・可視化サービス

リアル行動ビッグデータをAI解析し、汎用行動ツールとカスタマイズ分析レポートを提供

ショッパーみえ〜る

リテールDX

小売事業者（スーパーマーケット等）に対し、
全国4.5万店※1の来店者の正確な商圈や来店・競合状況をAI推定する 汎用的な行動分析ツールをライセンス提供



リアル行動データ可視化・分析

リテールDX

スマートシティ

商業施設・不動産事業者・自治体・小売事業者に対し、
スマートシティや店作りの参考となる分析を
カスタマイズで行いツール・レポートを提供



※1 2022年12月末時点
※2 サービス・商品の典型的なユーザー像のこと

②行動変容サービス

Beacon Bank AD

リテールDX

スマートシティ

小売事業者（スーパーマーケット等）や消費財メーカーに対し、
来店可能性が高いショッパー群をリアル行動ビッグデータからAI解析して発見し、
SNSや動画等で情報を配信して来店数・来棚数・購買数を計測する広告サービスを提供



広告起点の来店・来棚・購買人数の最適化が可能

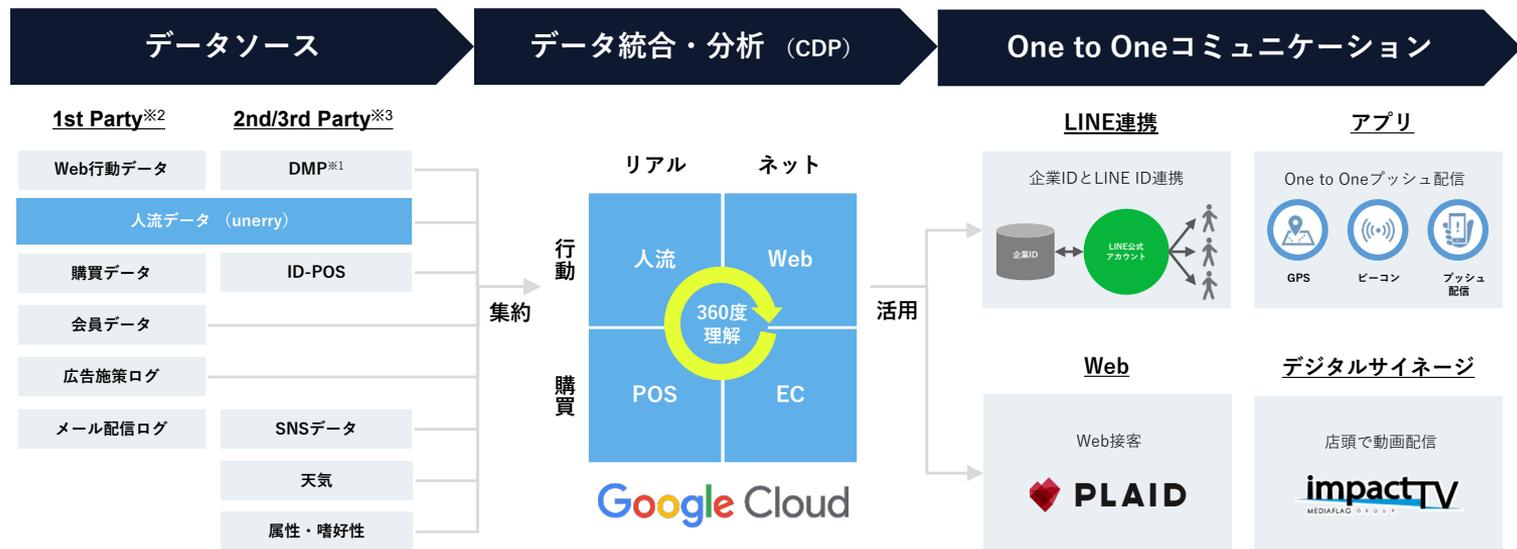
※1 SDK (ソフトウェア開発キット) : アプリに組み込むプログラム
※2 2022年6月末時点

③ One to Oneサービス

Beacon Bank 1to1

リテールDX
スマートシティ

小売事業者や不動産事業者に対し、人流以外の様々なデータをユーザ許諾を得て統合するデータベース（CDP）と連携し、1人1人へのパーソナル体験を LINE・アプリ・Web・デジタルサイネージで届ける システムソリューションを提供



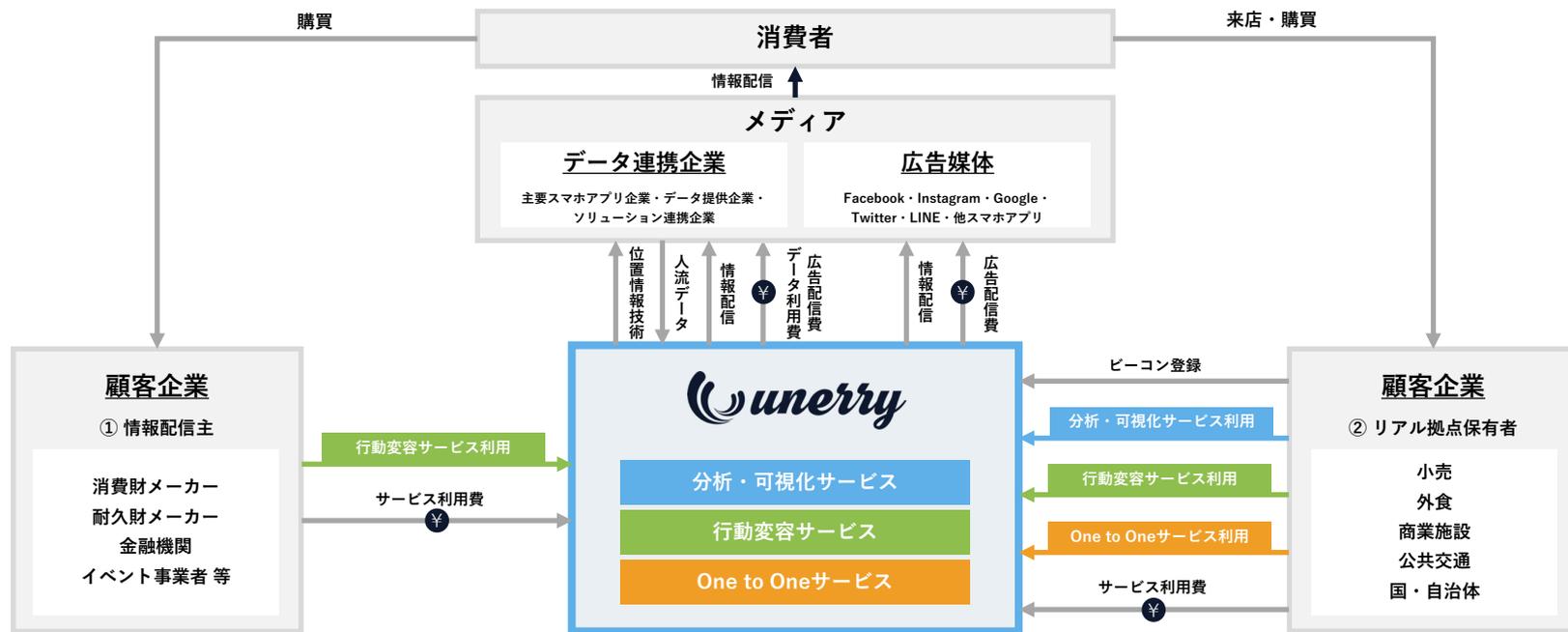
※1 DMP（データマネジメントプラットフォーム）：インターネット上に蓄積された様々な情報データを管理するためのプラットフォーム

※2 自社の顧客やwebサイト訪問者に関して収集・保有しているデータ

※3 自社データやパートナーデータ以外の、特定のパートナーまたは第三者が提供するデータ

事業系統図

リアル行動データ技術・データ・サービスを情報配信主・リアル拠点保有者・メディアに提供し、
消費者の行動変容を促進するプラットフォーム



目次

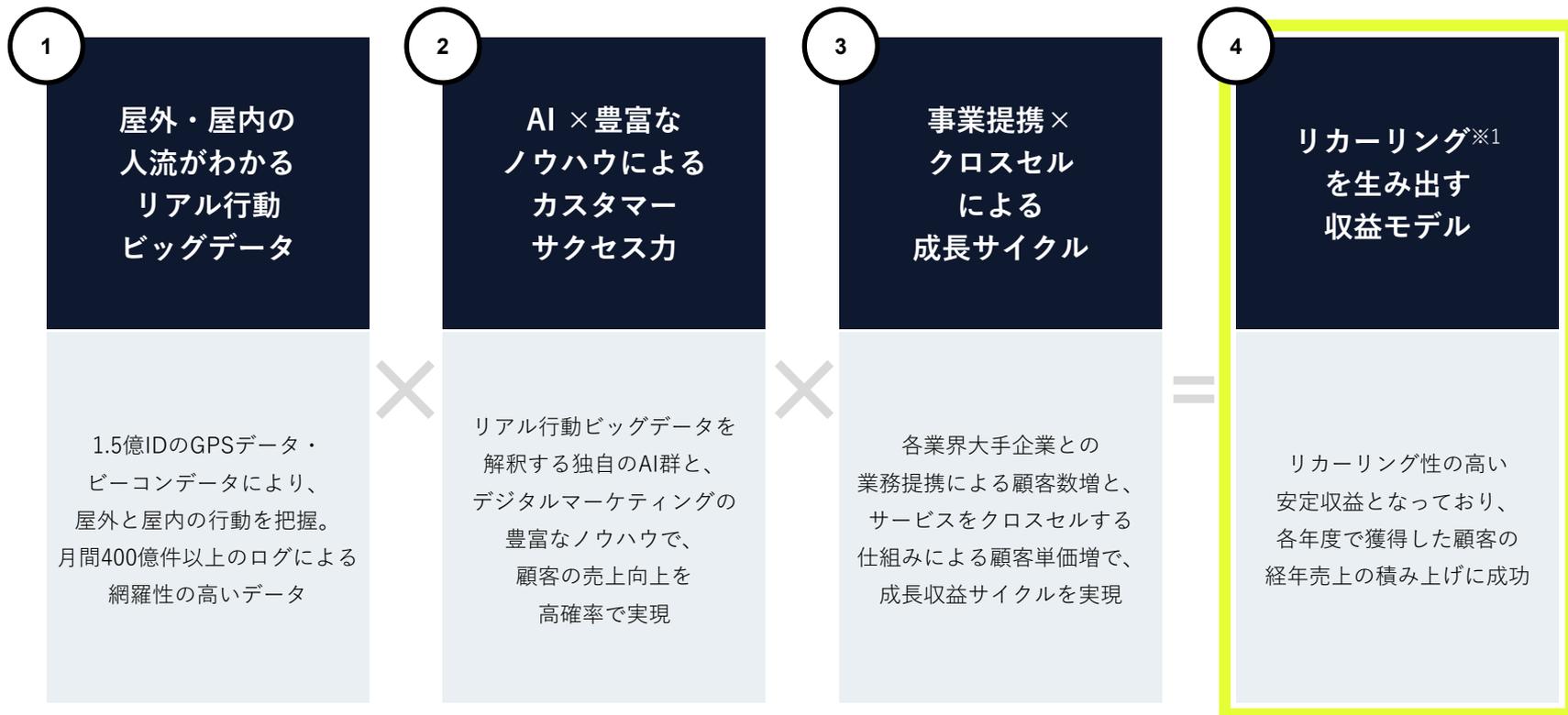
1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. ビジネスアップデート
5. 2023年6月期 第2四半期実績
6. 業績予想
7. 成長戦略
8. 財務情報

特徴と競争優位性

事業の特徴

競争優位性

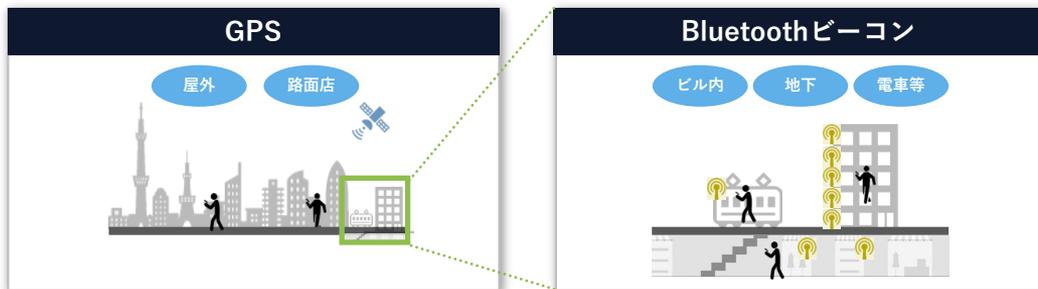
ビッグデータ × AI × 提携・クロスセルを背景にリカーリング性の高い収益モデルを構築



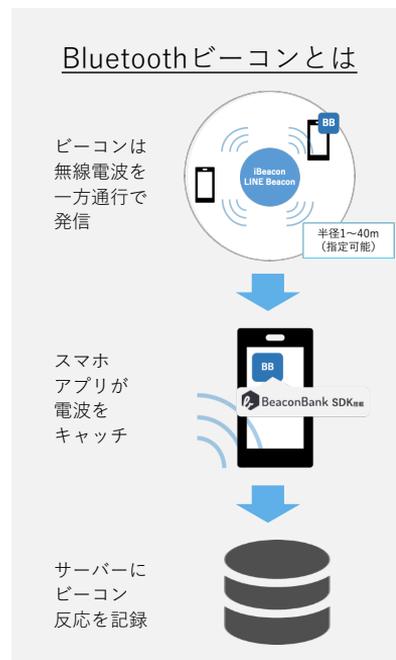
※1 4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業からの売上高

①リアル行動ビッグデータ ～屋外・屋内の人流データ～

1.5億IDのGPSデータ・ビーコンデータにより、屋外と屋内の行動を把握。
月間400億件※1以上のログ、215万個※2のビーコンと反応した網羅的な人流データ



ユーザー数	計1.5億IDのアプリユーザ	120以上のアプリ 特定の個人を識別しない許諾済データ
エリアカバレッジ	月間400億件以上のログ数	215万箇所の屋内・地下 ・ビル ・商業施設 ・駅/空港 ・地下街 ・小売・外食 ・電車
主な用途	AI解析してプロファイリングや 広告配信ターゲティングで利用	来店計測等で利用



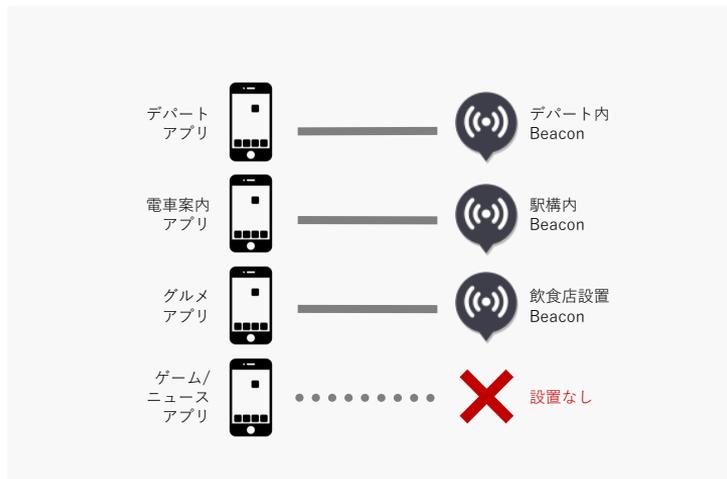
※1 2022年12月末時点
※2 2022年12月末時点

①リアル行動ビッグデータ ～ビーコンのオープンプラットフォーム～

各社保有のビーコンをシェアするオープンプラットフォームで大規模なビーコンネットワークを構築

これまで

アプリとビーコンが1:1の関係
→ユーザー数やビーコン数等の利用可能数が少ない



Beacon Bank® による解決

プラットフォームへのビーコン登録のみで連携アプリと反応
→広範なビーコンデータを取得可能



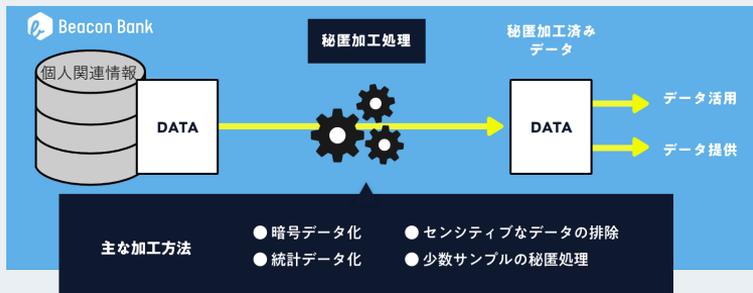
①リアル行動ビッグデータ ～ユーザ同意があり個人を特定しない安全なデータ～

当社の位置情報技術を提供したモバイルアプリで利用規約に同意されたユーザの人流データを取得。
個人を特定することができないため個人情報には該当しないが、プライバシーに配慮した適切な取り扱いを行っている

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。



※個人情報保護法においては以下のように定義「生存する個人に関する情報であって、個人情報、仮名加工情報及び匿名加工情報のいずれにも該当しないもの」

人流データの 取得方法 (オプトイン・ オプトアウト)

SDKが組み込まれたアプリを経由し、**利用規約に同意**いただいたユーザ（オプトイン）のGPSやビーコンデータが当社のデータベースに蓄積。またユーザ自身でデータを追加で取得されない仕組み（オプトアウト）も提供。



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。

2022年10月認定取得。

②AI×豊富なノウハウによるカスタマーサクセス力

リアル行動データを意味づける独自開発のAI群と、デジタルマーケティングのノウハウ共有の仕組みにより、顧客の売上向上を実現するカスタマーサクセス力を実現

リアル行動データを意味づけるAI群

プロファイリングAI
(行動DNA)

移動手段・状況推定AI

POI来訪計測AI
(及び混雑推定)

リアルレコメンドAI

来店可能性予測AI

居住地・勤務地AI

デジタルマーケティングのノウハウ共有



提案・施策などをシェアする
ノウハウDB



小売・メーカーの
DX推進者
デジマ専門家等を採用



提案・施策・
最新サービスを
タイムリーに共有

顧客企業の売上向上を実現

商業施設

三菱地所

平均購買頻度

10% ↑

施策実施前後のアプリ利用者の
平均購買頻度を比較

保険会社

東京海上日動火災保険

eゴルフ保険広告反応率

1.4倍 ↑

ゴルフ場訪問者向け配信と
年代性別配信による比較

ファミリーレストラン

ジョイフル

来店頻度

3.5倍 ↑

アプリインストール前後の
月平均来店頻度比較

TV局 (イベント)

TBS

広告クリック率

3%超

劇場の特徴を可視化して配信した
Facebook広告クリック率

観光地

箱根DMO

来訪率

4.7倍 ↑

情報配信グループと非配信グループ
の来訪率を比較

EC

HANEDA Shopping

サイト訪問者の購入率

22%

過去の羽田空港利用者のうち、
高関心ユーザーの購入率

②AI×豊富なノウハウによるカスタマーサクセスカ ～リアル行動データを意味づけるAI群～

リアル行動データから意味を抽出するAI群を自社開発

プロファイリングAI (行動DNA)

160以上の店舗カテゴリの訪問傾向をプロファイリング



移動手段・状況推定AI

徒歩・自動車・電車などの移動手段、日常・非日常を推定



POI来訪計測AI (&混雑推定)

ビルインや地下店舗を含む日本全国254万※1POIの来店・来訪計測をAIで実現

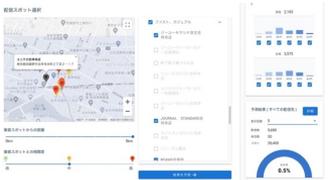
- 来店計測 日本中の254万POI
- GPS/Beaconハイブリッド計測 76万か所
- GPS計測 178万か所

リアルタイム混雑



リアルレコメンドAI

次にとどの店舗を訪問する可能性があるかを推定してレコメンドするAIエンジン



来店可能性予測AI

来店可能性の高い人を自動的にターゲティングするシミュレーター



居住地・勤務地AI

夜間の滞在場所を居住地、昼間を勤務地とし、出社率推移なども特定



※1 2022年6月末時点

③事業提携×クロスセルによる成長サイクル

業界大手企業との業務提携／連携と、顧客企業のニーズに合わせた提供サービスの多様化により、
顧客数増加×顧客単価向上の成長を実現

A. 顧客数増加

→ 事業提携／連携

各業界大手企業と共同事業を推進して顧客を獲得

2017/6期	コカ・コーラ ウエスト	小売・外食向けデータ支援
2018/6期	三菱地所	丸の内・商業施設DX
	dentsu tokyo/osaka/nagoya	広告商品共同開発
	ADWAYS	来店最適化広告配信
2019/6期	impactTV	来棚効果が見える販促広告
2020/6期	NTT DATA	モビリティプラットフォーム
2021/6期	三菱商事	スマートシティ・小売DX
	CAINZ	小売データビジネス
2022/6期	TOPPAN	リテールDX
	LINE	Beacon設置パートナー
	三井住友カード	購買行動データ分析、連動広告
	Google Cloud	位置情報・CDPパートナー
2023/6期	三菱食品	リテールメディア共同推進
	FEZ	小売・メーカーへの広告販促



B. 顧客単価向上

→ 提供サービス多様化・クロスセル

顧客企業のニーズに合わせた幅広い提供サービス



③事業提携×クロスセルによる成長サイクル～A. 顧客数増加～

業界大手企業との業務提携／連携により幅広い業界で多数の導入実績を創出

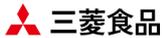
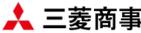
2023年6月期2Q
のリカーリング顧客数

67社

リテールDX

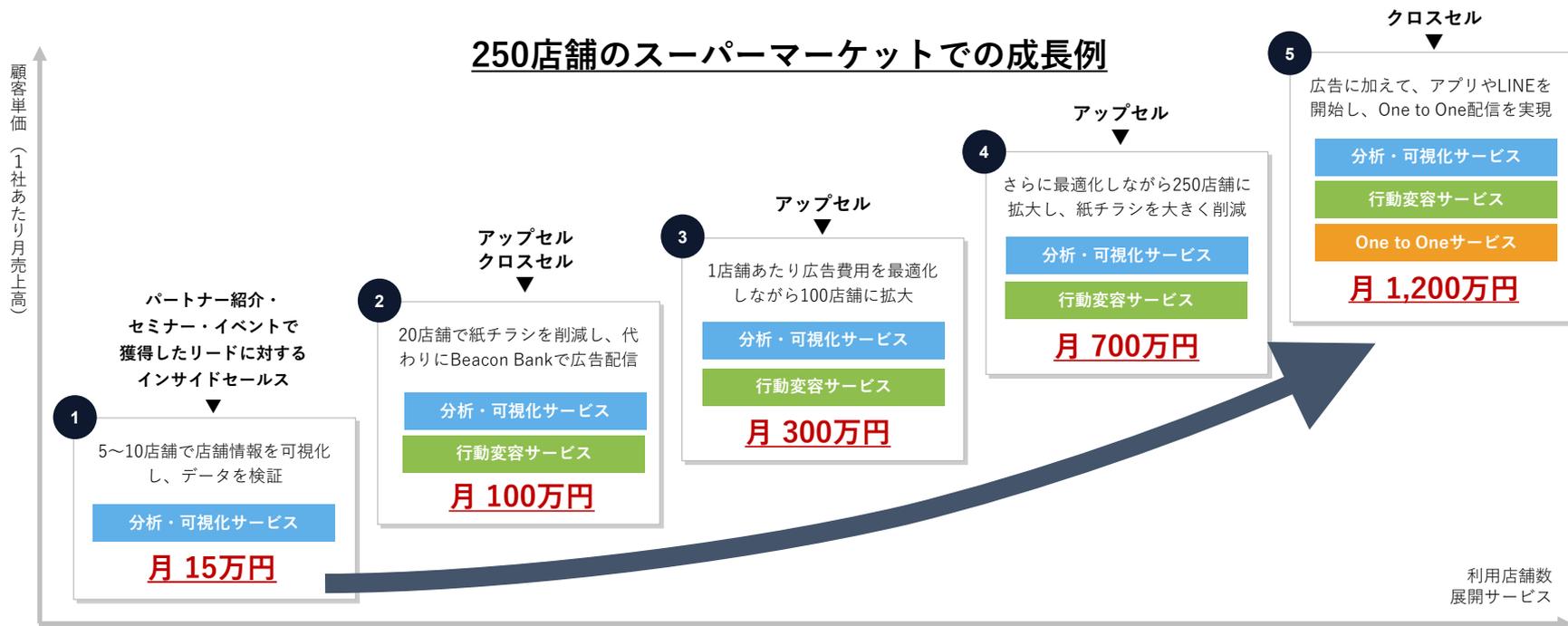
スマートシティ

共通

食品	スーパーセンター	ドラッグストア	ホームセンター	家電メーカー
 三菱食品	 TRIAL	 スギ薬局	 CAINZ	 brother at your side
外食	金融	不動産	レジャー	商社
 Joyfull	 明日の夢 人から人へ 宮崎銀行	 三菱地所	 BANDAI NAMCO	 三菱商事
	 東京海上日動		 パスパス	
広告・販促	国・自治体・観光	公共交通	システム インテグレーター	メディア
 dentsu tokyo / osaka / nagoya	環境省	 Japan Airport Terminal Haneda	 NTT DATA	 TBS
 ADWAYS	箱根DMO	 Metro Ad	 YAHOO! JAPAN	 radiko
HAKUTEN	山口市			西日本新聞 
 TOPPAN	善光寺			
 impactTV MEDIA INC.				

③事業提携×クロスセルによる成長サイクル～B. 顧客単価向上～

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等のサービスをクロスセルすることで大幅に顧客単価が向上



④リカーリングを生み出す収益モデル

3サービスともリカーリング※1 性の高い安定収益。

分析・可視化サービスとOne to Oneサービスは1年契約がベースで、行動変容サービスは店舗数が増えると売上が向上する収益モデル

収益モデル



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

- 集客を紙チラシからデジタル化するサービス
- 店舗設置のビーコン等で来店数等の広告効果を測定し、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・LINE等のシステム開発及び運用費用
- 初期開発の翌月からは1年契約の運用費用として毎月収益が発生



主要指標 (2023/6期 2Q)

リカーリング売上高比率	92.3 %
-------------	---------------

リカーリング顧客 1社売上高 (年換算)	26,210 千円
-------------------------	------------------

リカーリング顧客数	67 社
-----------	-------------

※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からの売上高

※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

技術・プラットフォームの優位性

独自特許や独自AIによる技術優位性を活かし、
ネットワーク効果を持ち、ワンストップでの施策実行ができるプラットフォームを構築

技術優位性

ビーコンシェア技術特許

- 設置場所・電波を管理し、ビーコン数を限定せずに反応できる技術特許



特許第5991793号 (2016年8月) 日本・米国・中国

独自AIへの投資

- データクレンジング・プロファイリング等の独自AIをデータサイエンティストが自社開発

プロファイリング

リアルレコメンド

移動手段・状況推定

来店可能性予測

次世代IoTの技術特許

- センサー周囲の人数計測技術の特許
- 特許に基づく新型IoTを自社開発

BB IoT



特許第6695064号
(2020年5月)

プラットフォームの優位性

強いネットワーク効果

- アプリ1.5億ID、ビーコン215万個の巨大ビーコンプラットフォームに成長



ワンストップでの施策実行

- 分析・可視化、行動変容、One to Oneを分断せず一元的にサービス提供可能
- PDCAを通じた施策をナレッジとして蓄積可能

業界を牽引する
プライバシー対応

- 位置情報業界団体LBMA Japan理事で位置情報の利活用ガイドライン作成
- 個人情報保護委員会・総務省との協議やWG参加等を業界代表として実施

競合サービスに対するunerry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
精度		× 屋外 250m～	△ 屋内 ～30m	△ 屋外5～100m	△ 屋内 ～1m	△ 屋内 1～20m	○ 屋外+屋内 1～20m
	分析	△ 大まかな商圏分析	△ 来店計測	△ 屋外分析	△ 数店舗の詳細分析	△ 屋内分析	○ 屋外～屋内
用途	広告	× 許諾なし	△ 提供企業少	○ 位置情報広告	× 許諾なし	○ 各種広告連携	○ リアルタイム配信
	1to1	× 分析のみ	△ Wi-Fi環境提供	△ 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
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	unerry

高度化

目次

1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. ビジネスアップデート
5. 2023年6月期 第2四半期実績
6. 業績予想
7. 成長戦略
8. 財務情報

ビジネスアップデート

「ショッパーみえる」リニューアル

日本サービス大賞受賞

EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー2022受賞

サブスク型人流センサーサービスを開始

豊洲スマートシティ推進協議会

Cisco Meraki連携

フェズ社との業務提携

店舗分析・可視化サービス「ショッパーみえ〜る」のフルリニューアル（2023年1月）

全国4.5万店舗のショッパー・商圈分析ができる ショッパーみえ〜る をフルリニューアル

“驚異的な速さ”で直感的に

分析可能になり、

データ戦略で勝ち抜く

小売・メーカーを支援



日本サービス大賞（総務大臣賞）受賞（2022年12月）



第4回 日本サービス大賞
総務大臣賞

リアル行動データプラットフォーム

Beacon Bank

unerryの『Beacon Bank』が
第4回 日本サービス大賞 総務大臣賞を
受賞しました

EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー2022ジャパンに選出（2022年11月）

**unerry代表取締役CEO内山英俊が
EY アントレプレナー・
オブ・ザ・イヤー 2022 ジャパン
Exceptional Growth部門を受賞**



商業施設の経営を支援するサブスク型人流センサーサービスを開始（2022年11月）



豊洲スマートシティ推進協議会への人流ビッグデータ・行動変容サービス提供（2022年12月）



Cisco Merakiとunerryの人流ビッグデータが連携（2022年11月）

シスコとunerry、店舗・公共施設のデジタル化と データ利活用推進に向け連携

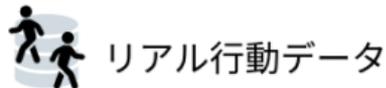


Cisco Meraki のビーコンが、unerry の BeaconBank に連携し、
店舗のデジタル化・ショッパーの可視化・デジタル集客を実現



フェズ社と小売・メーカーに対する広告販促に関する業務提携（2022年11月）

unerry、フェズと小売・メーカーに対する 広告・販促展開に関する業務提携を締結



商品カテゴリ・ブランド別の顧客像を可視化する
『Urumo Explorer』を提供開始

目次

1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. ビジネスアップデート
5. 2023年6月期 第2四半期実績
6. 業績予想
7. 成長戦略
8. 財務情報

2023年6月期 第2四半期実績

業績ハイライト

売上高

原価・販売管理費

売上総利益・営業利益

サービス別売上高

サービス別粗利

業績予想に対する売上高進捗

リカーリング顧客売上状況

業績予想に対する主要指標の状況

認識している課題と取り組み

2023年6月期 第2四半期 業績ハイライト

売上高 / 前年同期比

501 百万円 / +66 %

リカーリング売上の積み上がりと
小売・流通企業の強いDX需要の取り込みに成功し、
売上高は前年同期比66%増加

業績予想に対する売上高進捗 / 前年同期比

49 % / +11 pt

売上高の堅調な増加により売上高進捗率は49%で、
前年同期時より11pt早い進捗状況

営業利益 / 前年同期増減額

△6 百万円 / +10 百万円

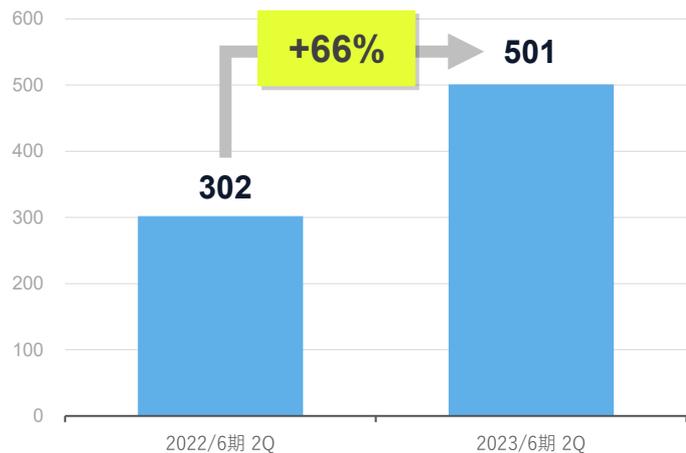
収益性の高い分析・可視化サービスや業務自動化のためのシステム開発の一時的な費用と、
相対的に粗利率の低い行動変容サービスが伸長したが、
販売管理費率低下で前年同期比より10百万円改善

売上高・リカーリング売上高比率

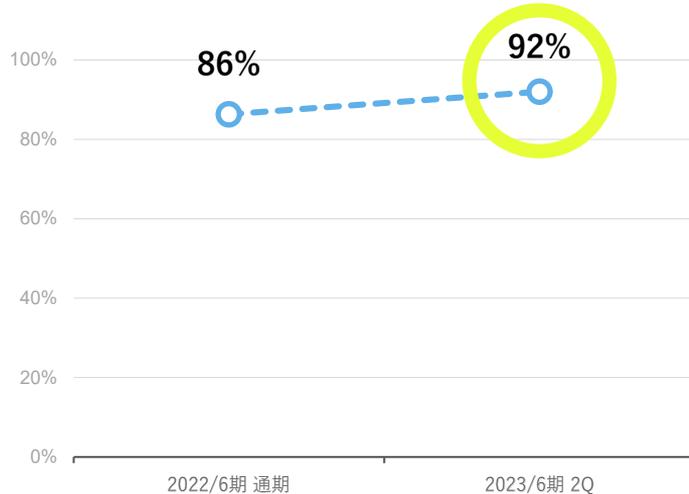
リカーリング売上の積み上がりと、小売・流通企業の強いDX需要の取り込みに成功し、
売上高は前年同期比66%増加

売上高

(単位：百万円)



リカーリング売上高比率※

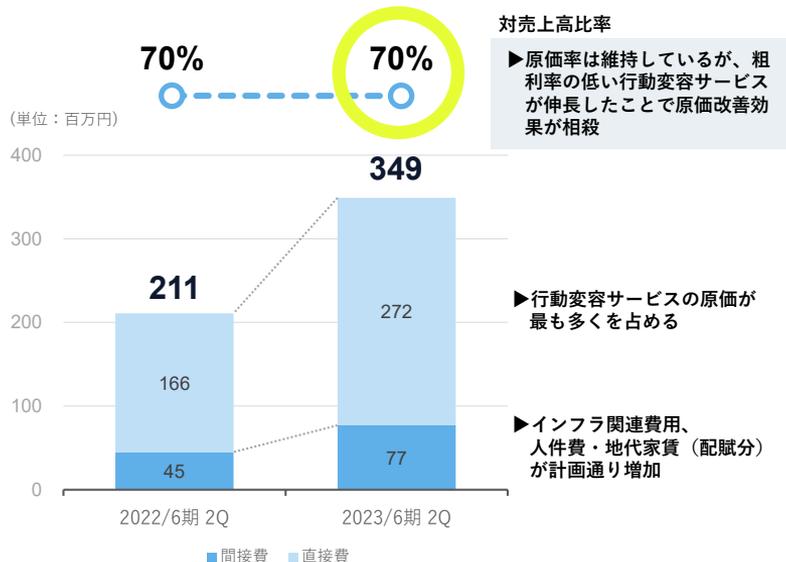


※4四半期以上連続で取引のある顧客企業および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業からの売上高が売上全体に占める比率

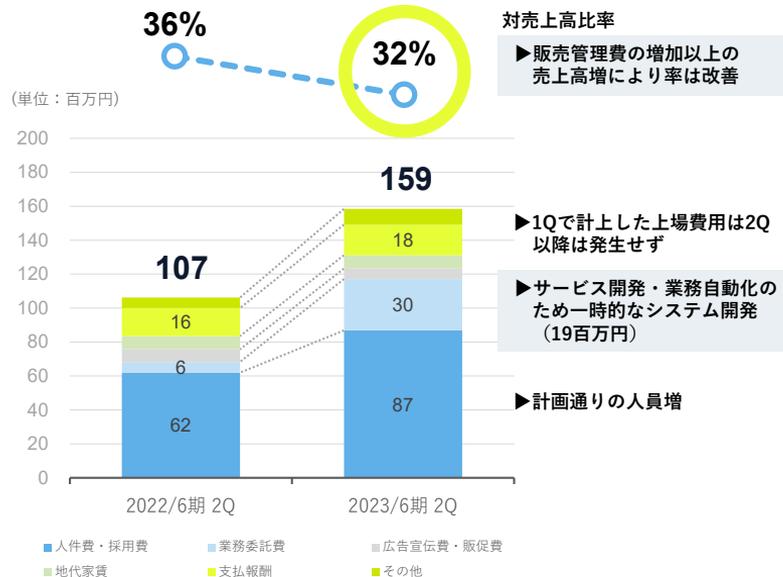
原価・販売管理費

原価率は維持しているものの、粗利率の相対的に低い行動変容サービスが伸長したことで原価改善効果は相殺。
販売管理費はシステム開発費用（1Q～2Qの一時費用）はあるが、売上高増により販売管理費率は改善

原価・率



販売費及び一般管理費・率

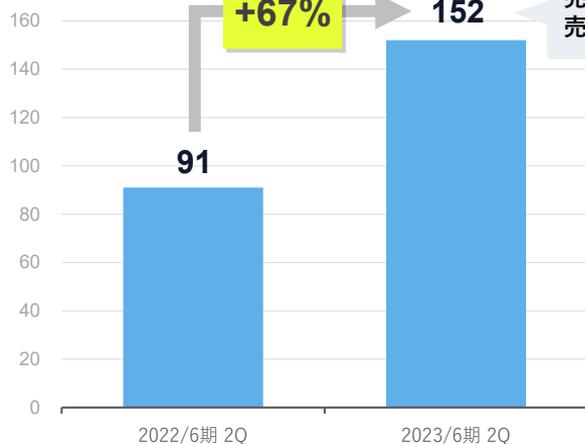


売上総利益・営業利益

システム開発の一時的な費用の影響はありながら、売上総利益の増加により営業利益の赤字幅も減少

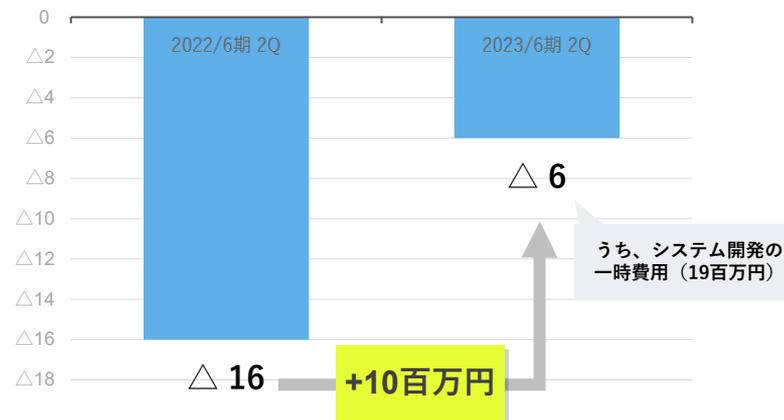
売上総利益

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)



サービス別売上高

全サービスで前年同期の大幅増収を達成。

年度を通じて、リカーリング顧客の予算執行や環境変化に合わせた3サービスの柔軟なクロスセルが奏功

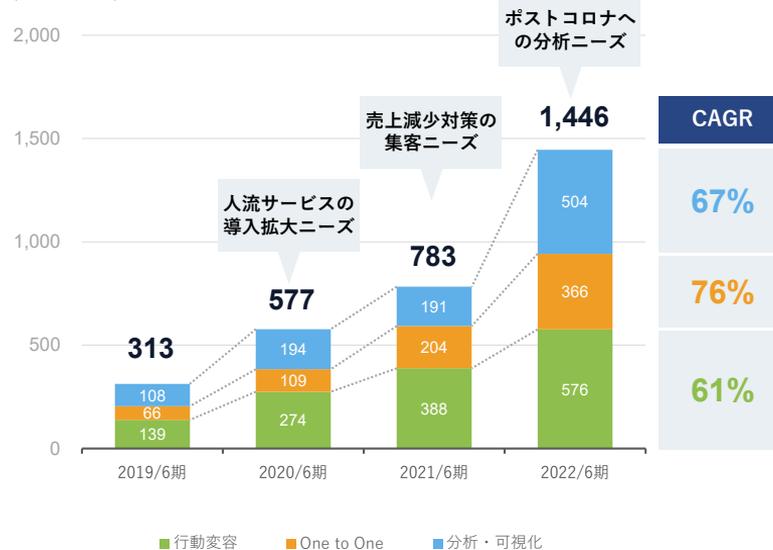
サービス別売上高（四半期推移）

(単位：百万円)



サービス別売上高（年推移）

(単位：百万円)



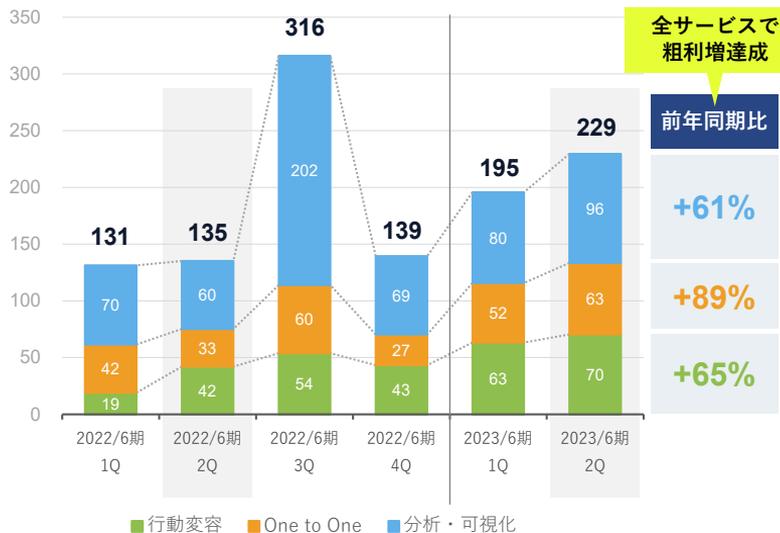
サービス別粗利（売上 - 直接原価 ※）

全サービスで前年同期の大幅粗利増を達成し、四半期毎の粗利率も改善傾向。

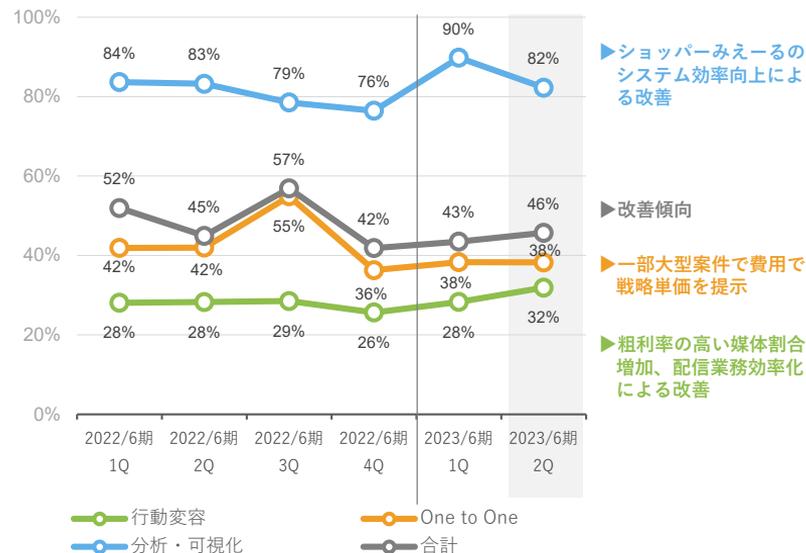
One to Oneサービスは一部案件要因で粗利率低下はあるものの、行動変容サービスと分析・可視化サービスでは着実に改善

サービス別粗利（四半期）

(単位：百万円)



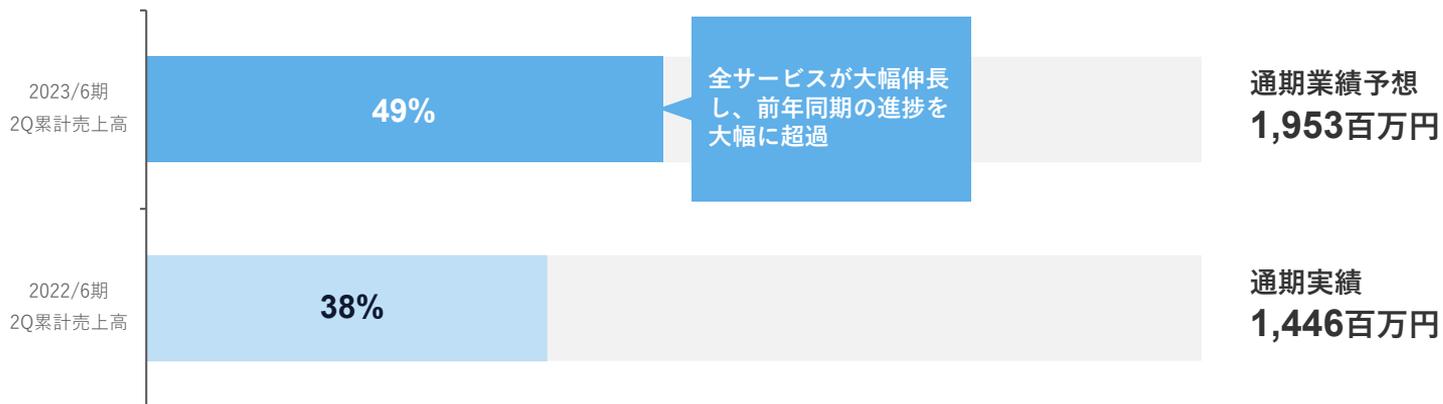
サービス別粗利率（四半期）



※間接原価は除いた粗利

通期業績予想に対する売上高進捗率

第2四半期累計（上半期）の売上高進捗率は、全サービスが大幅に伸長して49%を達成。
前年同期比の進捗を大幅に超過しており、強い需要を売上高に反映することができている



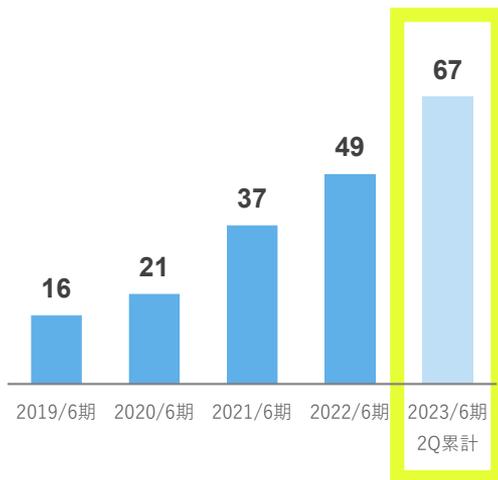
リカーリング顧客売上状況

リカーリング顧客は堅調に推移し、顧客単価（年換算）も過去最高水準を達成。
また高いNRRを維持できており、昨年度までの顧客からより高い売上が得られている状況

リカーリング顧客数^{※1}

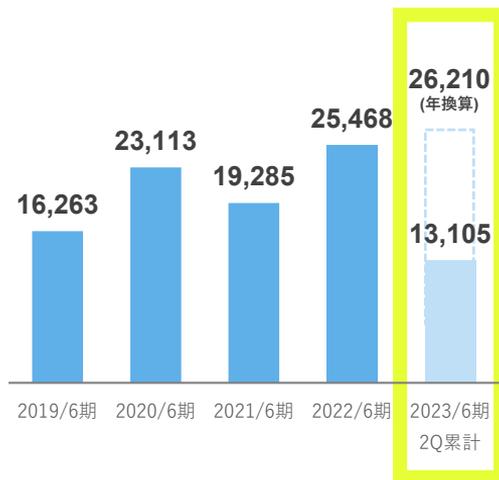
単位：社

※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



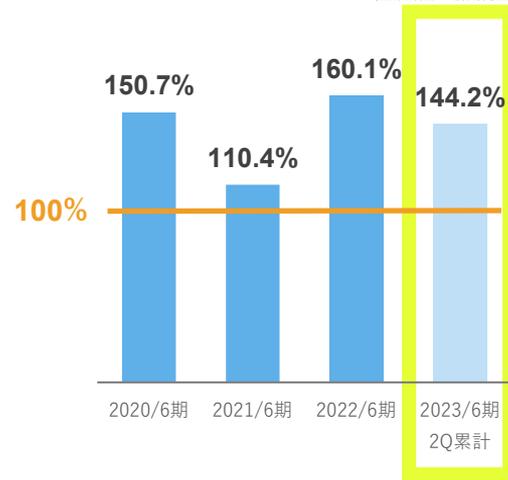
リカーリング年間顧客単価

単位：千円



NRR^{※2}

※2 ネットレベニューリテンションレート
(前期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)



業績予想に対する主要指標の状況

リカーリング顧客の推移が堅調であり、高い売上高進捗率を達成。
粗利率の相対的に低い行動変容サービスの伸長による売上総利益率は今後の課題

	2023/6期 通期予想	2023/6期 半期実績	達成/進捗状況	評価
売上高	1,953 百万円	951 百万円	進捗率 49% 前年同期比 +71%	 進捗率は前年2Qに対して11pt高い進捗率 通期予想+35%増に対して+71%を実現
リカーリング顧客数	72社	67社	進捗率 93% 前年度比 +18社	 前年度49社から18社増加したことに加え、 半期で年間目標の93%をすでに達成
リカーリング売上高比率	84%	92%	+8pt	 通期予想より高い水準で推移
売上総利益	818 百万円	286 百万円	進捗率 35%	 粗利率の相対的に低い行動変容サービスが伸 びたことが影響
営業利益	212 百万円	△36 百万円	—	 上場関連・システム開発に伴う一時費用が影 響（1～2Qで発生）

認識している課題と取り組み

課題

第3四半期への 売上偏重改善

- 顧客の予算執行サイクルにより第3四半期に売上高が偏重する傾向（小売の繁忙期は12～3月）
- 原価の固定的費用や販管費は定常的に発生するため第1・2四半期の収益性は低くなる傾向

粗利率改善

- 相対的に粗利率の低い行動変容サービスの伸長、One to Oneサービスの初期費用の戦略価格提示により、全体の粗利率が横ばい

成長戦略の推進

- リテールメディア戦略推進に必要なデータや配信メディアの拡大
- スマートシティ事業の収益化

解決に向けた取り組み

- 年間を通じた販促計画を顧客と共同立案（メーカー販促・催事等）
- 小売の定常的な集客、「ショッパーみえる」の拡販等、月額課金型案件の拡大
- 小売・外食以外の顧客拡大（金融・観光・自治体等）

- 「ショッパーみえる」リニューアルによる分析・可視化サービスの積極的な拡販
- 行動変容サービスで、独自性があり粗利率の高いプッシュ配信媒体の比率を向上

- 主要小売企業と購買データに関する連携、情報配信メディア（TV等）との連携拡大
- スマートシティサービスの開発、成功事例の横展開

目次

1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. ビジネスアップデート
5. 2023年6月期 第2四半期実績
6. 業績予想
7. 成長戦略
8. 財務情報

業績予想

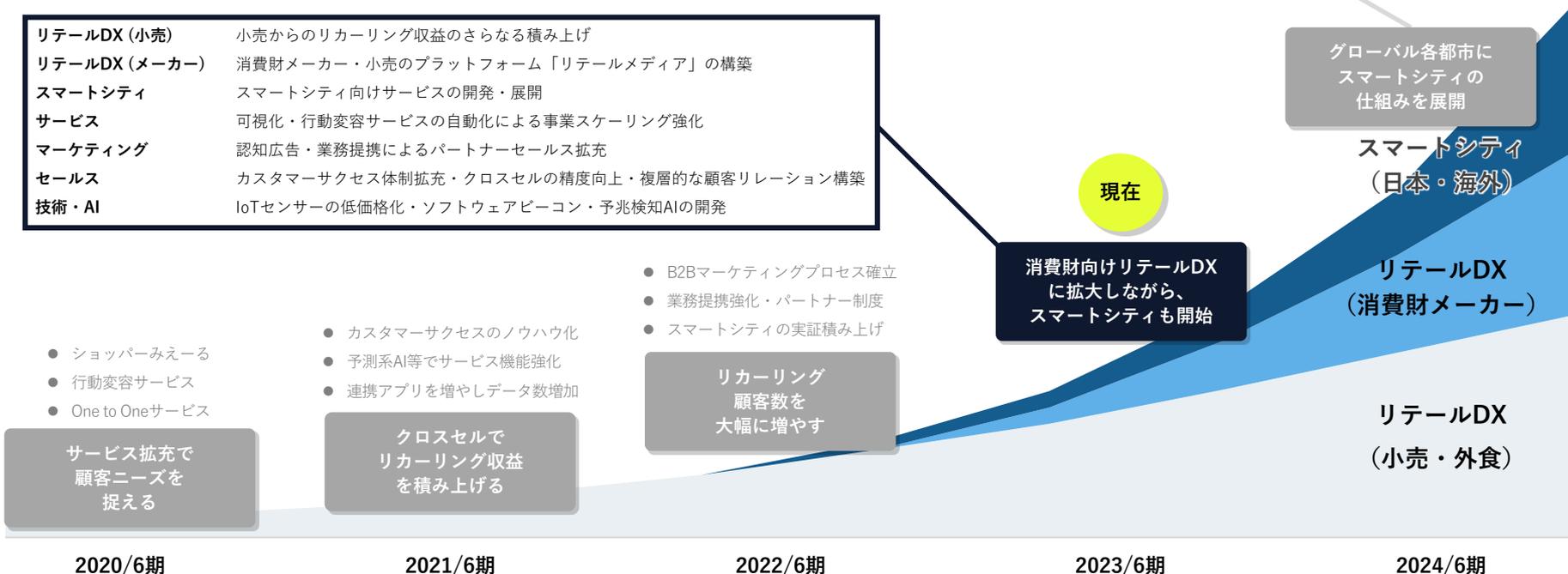
2023年6月期の重点取組み

通期業績予想

2023年6月期の重点取組み

リテールDX (小売)	小売のリカーリング収益積み上げ
リテールDX (メーカー)	消費財メーカーのリカーリング収益積み上げ
スマートシティ (国内)	スマートシティのリカーリング収益積み上げ
スマートシティ (海外)	海外スマートシティでの事業展開 (国内事業の横展開)
サービス	海外向けスマートシティサービスの開発
マーケティング	進出国向け認知広告・業務提携先とのB2B共同マーケティング展開
技術・AI	AI・サービスの海外ローカライズ

リテールDX (小売)	小売からのリカーリング収益のさらなる積み上げ
リテールDX (メーカー)	消費財メーカー・小売のプラットフォーム「リテールメディア」の構築
スマートシティ	スマートシティ向けサービスの開発・展開
サービス	可視化・行動変容サービスの自動化による事業スケール強化
マーケティング	認知広告・業務提携によるパートナーセールス拡充
セールス	カスタマーサクセス体制拡充・クロスセルの精度向上・複層的な顧客リレーション構築
技術・AI	IoTセンサーの低価格化・ソフトウェアピーコン・予兆検知AIの開発



- ショッパーみえる
- 行動変容サービス
- One to Oneサービス

- カスタマーサクセスのノウハウ化
- 予測系AI等でサービス機能強化
- 連携アプリを増やしデータ数増加

- B2Bマーケティングプロセス確立
- 業務提携強化・パートナー制度
- スマートシティの実証積み上げ

2023年6月期 通期業績予想

売上高 / 前期比成長率

1,953 百万円 / **+35%**

売上総利益 / 前期比成長率

818 百万円 / **+50%**

営業利益 / 前期比成長率

212 百万円 / **+184%**

当期純利益 / 前期比成長率

125 百万円 / **-13%**

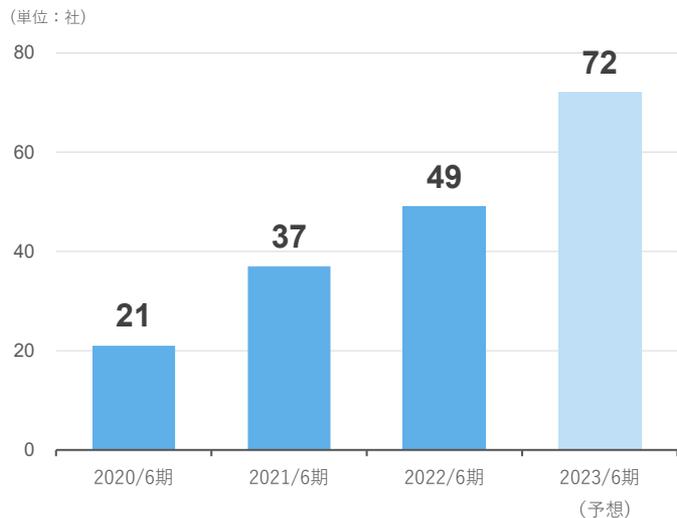
業績予想の前提

- 人流データを活用した各種取組みの需要は堅調に推移すると予測し、売上高は前期比35%増の見込み
- 売上総利益率は4ptの改善を見込んで42%の想定。売上高増加と合わせて、売上総利益は前期比50%増加
- 売上高の増加に比べて原価・販管費の増加は限定的であることから営業利益率は6pt改善して11%の想定。営業利益は前期比184%増加
- 当期純利益は、2022年6月期において繰延税金資産の計上に伴って法人税等調整額が大幅に減少して当期純利益が増加。その反動により前期比13%減少

リカーリング売上のさらなる積み上げ

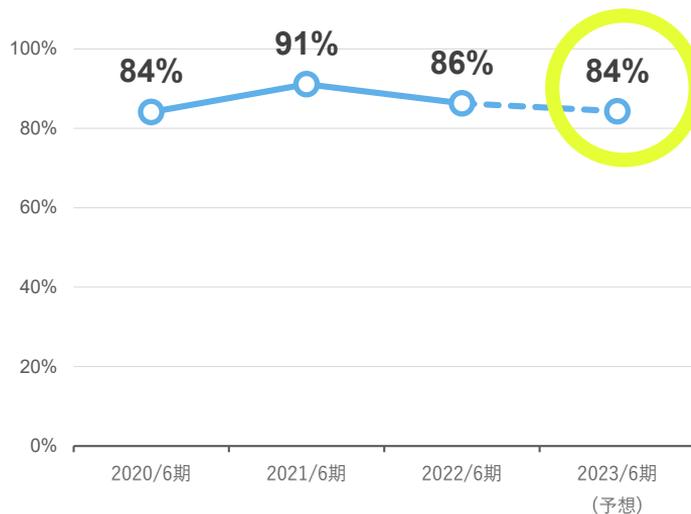
リカーリング顧客数を増やし、高いリカーリング売上高比率を維持していく

リカーリング顧客数※



※4四半期以上連続で取引のある顧客企業数および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業数

リカーリング売上高比率※

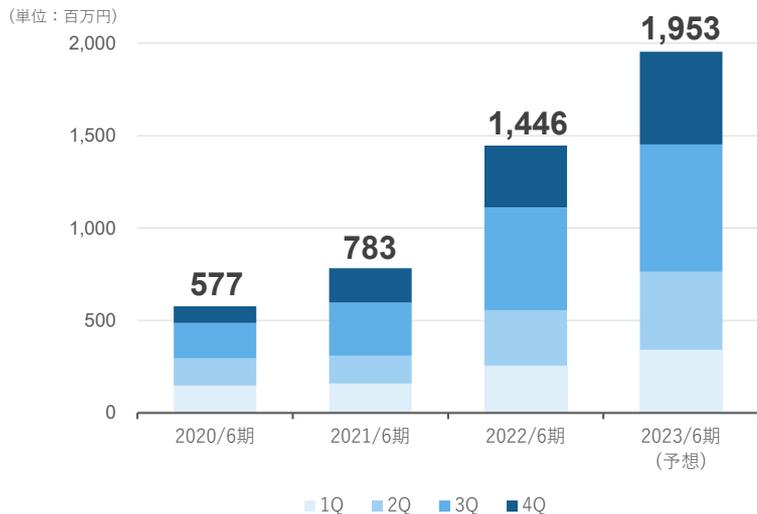


※売上高全体に占めるリカーリング顧客売上比率

四半期別売上高の傾向

顧客の予算執行サイクルにより第3四半期（1～3月）に偏重する傾向

四半期別売上高



四半期別売上高の傾向

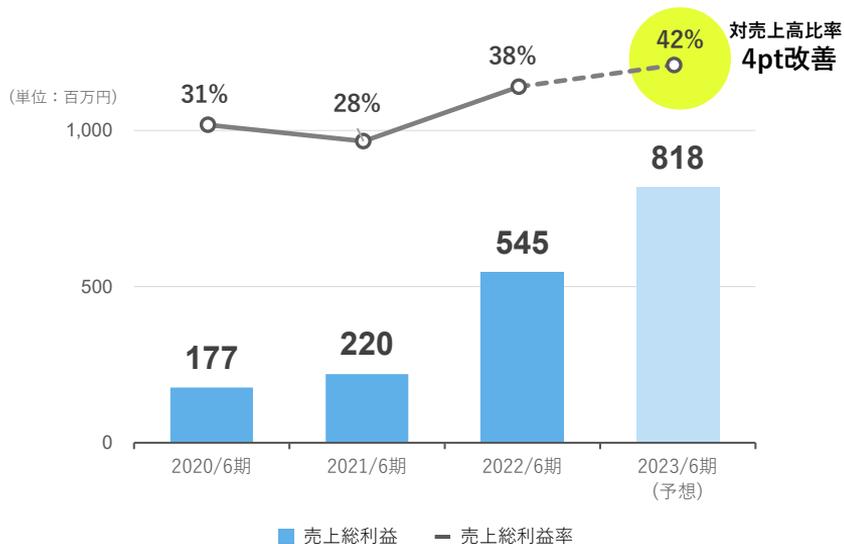
● 第3四半期への偏重傾向

- 顧客の予算執行サイクルにより第3四半期(1～3月)に偏重する傾向
(小売の繁忙期は12～3月であるため)
- 一方、原価の固定的費用や販管費は定常的に発生することから、営業利益は第3四半期に最も高くなる傾向
- 売上高の相対的に小さい第1・第2四半期においては営業赤字となる可能性

売上総利益の改善

固定費要素の強い間接原価、および業務改善による直接原価率低減により、売上総利益率は4pt改善見込み

売上総利益・対売上高比率



改善理由

● 間接原価

固定費要素が強く、売上高増加に応じて原価率低下

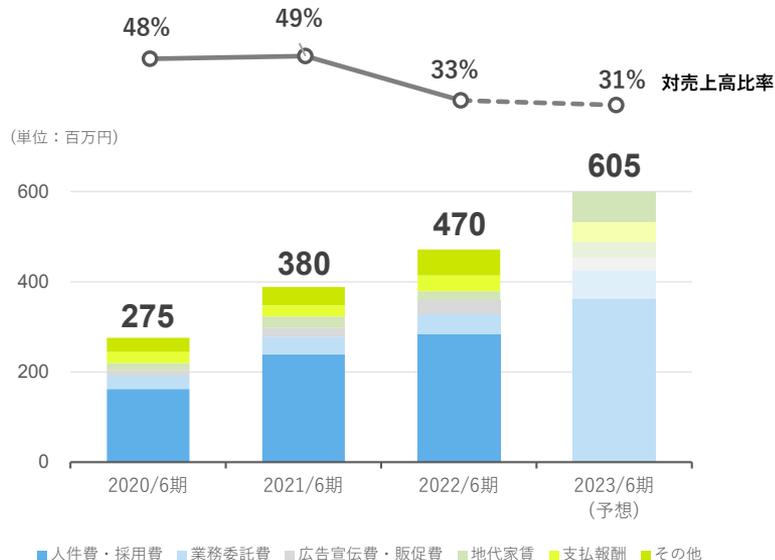
● 直接原価

- ①粗利率が高い分析・可視化サービス売上・利益率の増加
- ②自動化・業務改善による原価率（労務費）の削減
- ③行動変容で粗利率の高いプッシュ配信の比率の向上

売上増に比して緩やかな伸びの販管費

売上上昇に比べて販管費の伸びは緩やかで利益率向上に寄与。
支出の多くは、セールス・エンジニアの人的費、売上拡大に対応するためのシステム投資の予定

販売費及び一般管理費・対売上高比率



投資方針

● 体制強化のための人的費・採用費

- セールス拡充による顧客数増加
- カスタマーサクセス体制拡充による顧客単価向上・NRR維持
- データサイエンティスト・システムエンジニアを拡充し、業界最先端の技術・AIを実装したプロダクトによる顧客離反防止

● 売上拡大に対応するためのシステム投資

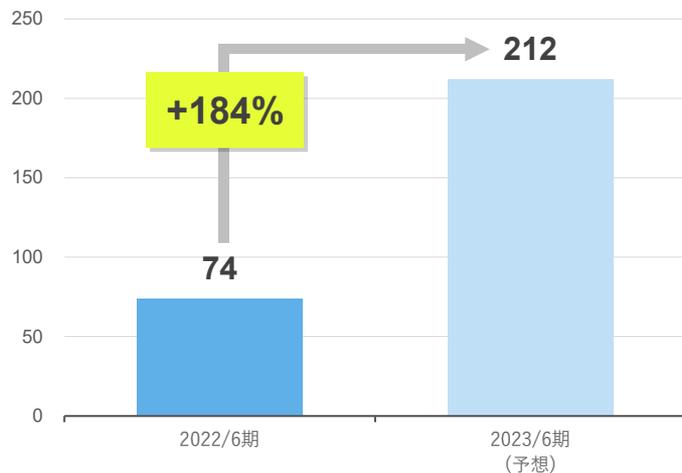
- リテールメディアサービスの開発・展開
- スマートシティ向けサービスの開発・展開
- 可視化・行動変容サービスの自動化による事業スケール強化

営業利益の成長

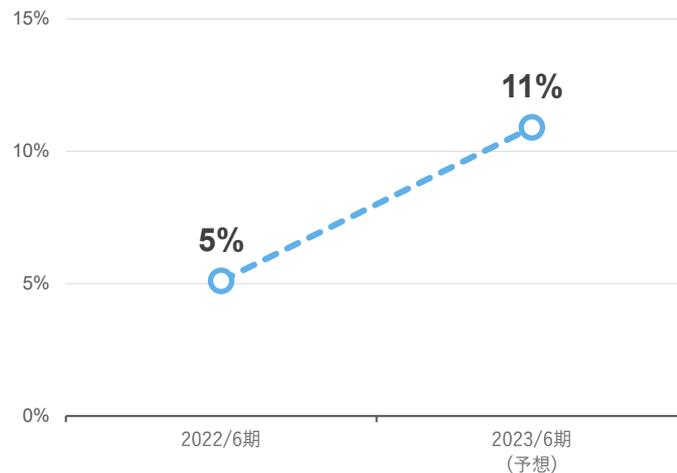
売上高の増加に比べて原価・販管費の増加は限定的であることから営業利益率は6pt改善して11%の想定。
営業利益は前期比184%増の212百万円と予想

営業利益

(単位：百万円)



営業利益率



目次

1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. ビジネスアップデート
5. 2023年6月期 第2四半期実績
6. 業績予想
7. 成長戦略
8. 財務情報

成長戦略

unerryの対象市場 (TAM)

中期戦略

unerryの対象市場 (TAM)

日本のリテールDX市場で獲得可能な最大市場規模 (TAM) は、1兆円超。
さらにグローバルのスマートシティIoT市場は桁違いの市場がありTAMは大きく拡大する

< TAM (Total Addressable Market) ※4 >



※4 Total Addressable Market : 実現可能な最大の市場規模

グローバルのスマートシティIoT市場 171兆円 ※1

※1 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」より

日本の小売・流通におけるリテールDX市場

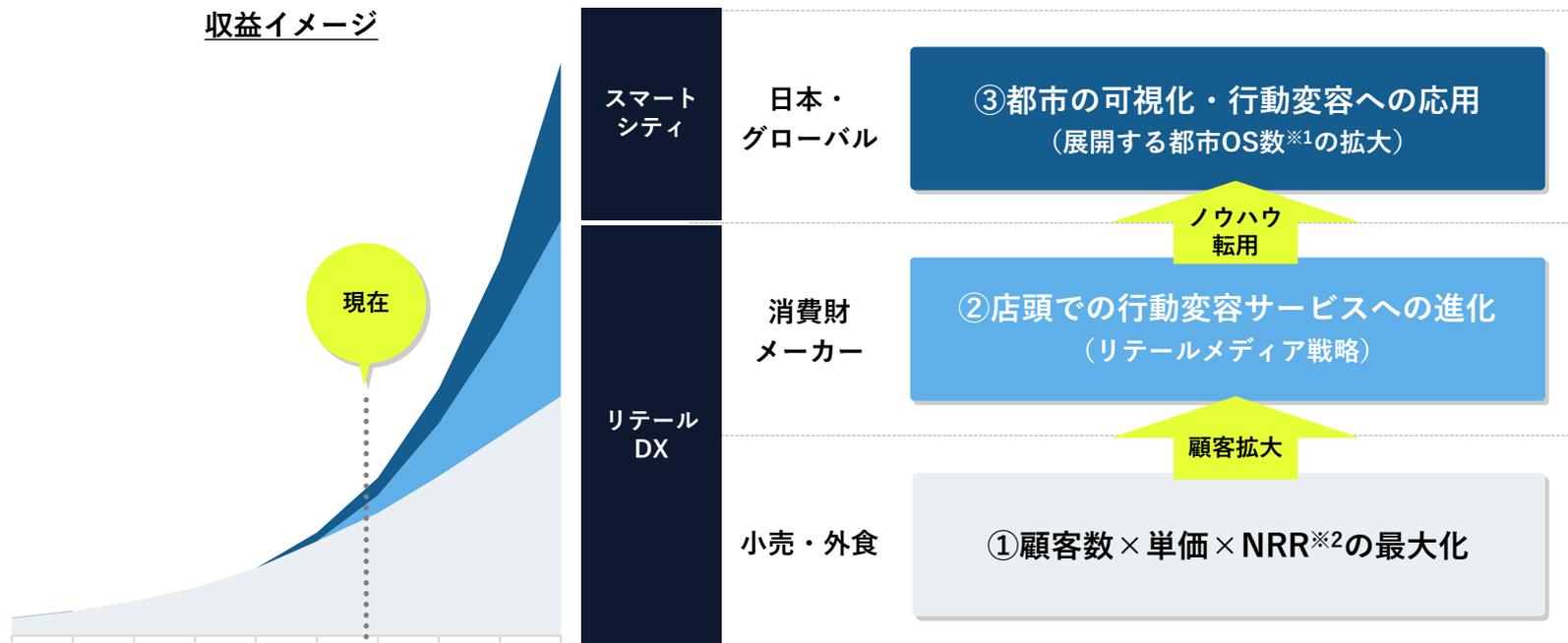
- リテールテック市場 8,737億円※2
(小売、外食、宿泊業向け機器、システム&サービス国内市場)
- 店舗集客型デジタル広告市場 2,586億円※3

※2 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

※3 株式会社サイバーエージェント「店舗集客型デジタル広告 市場規模推計・予測 (2018年-2024年)」の2024年市場規模

リテールDXでは小売・外食中心の取り組みから、消費財メーカーに市場を拡大。
そのノウハウを転用して日本・グローバルのスマートシティ市場で展開する都市OS数を拡大していく

収益イメージ



※1 地域の枠を越えたサービス連携や各都市における成果を横展開するための仕組み

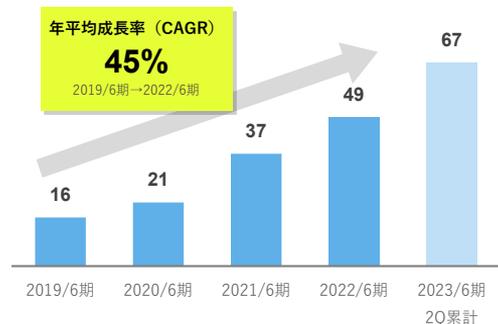
※2 ネットレベニューリテンションレイト (前期以前に獲得したリカーリング顧客の当期売上高) ÷ (当該顧客の前期売上高)

① 【小売・外食】顧客数×単価×NRRの最大化

リカリング顧客数※1の向上

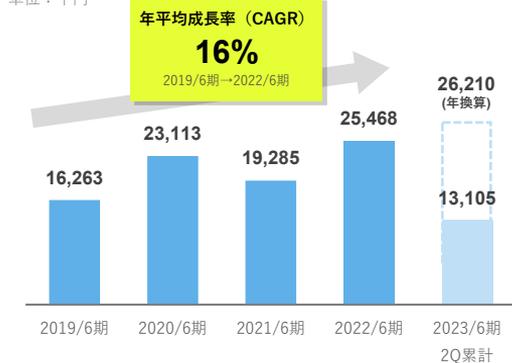
単位：社

※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



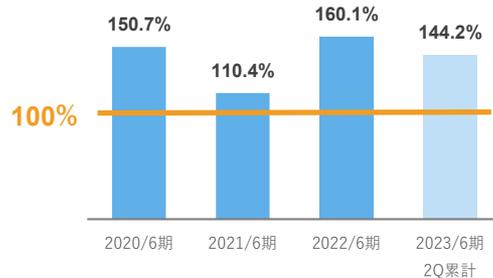
リカリング年間顧客単価の向上

単位：千円



高いNRR※2の維持

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



● パートナープログラム新設

- 導入数に応じたサポート
- パートナー教育制度

● 認知向上の広告宣伝活動の強化

- 動画プロモーションなどによる露出強化
- イベント出展や共同セミナーの頻度向上

● カスタマーサクセス体制の拡充

- 顧客業界の知見のあるDX専門家の採用
- 短期で活躍するための社内教育制度

● 成功事例の汎化・共有

- 過去の提案資料のパターン化・共有化
- 成功要因の分析・汎化

● AI・自動化技術による提供価値向上

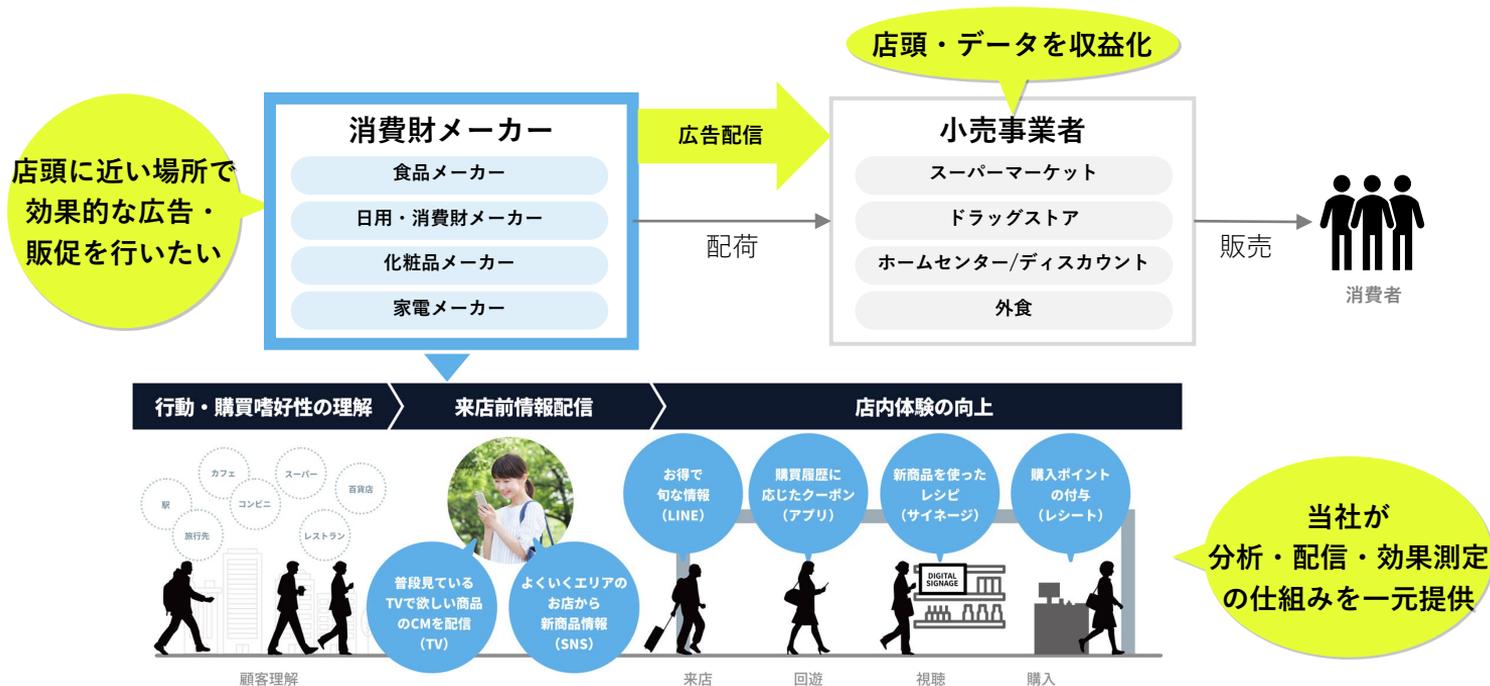
- 顧客売上につながるAIの開発

● 複層的な顧客リレーション構築

- 重点顧客は経営・現場の双方で関係構築
- 解約パターンの特定

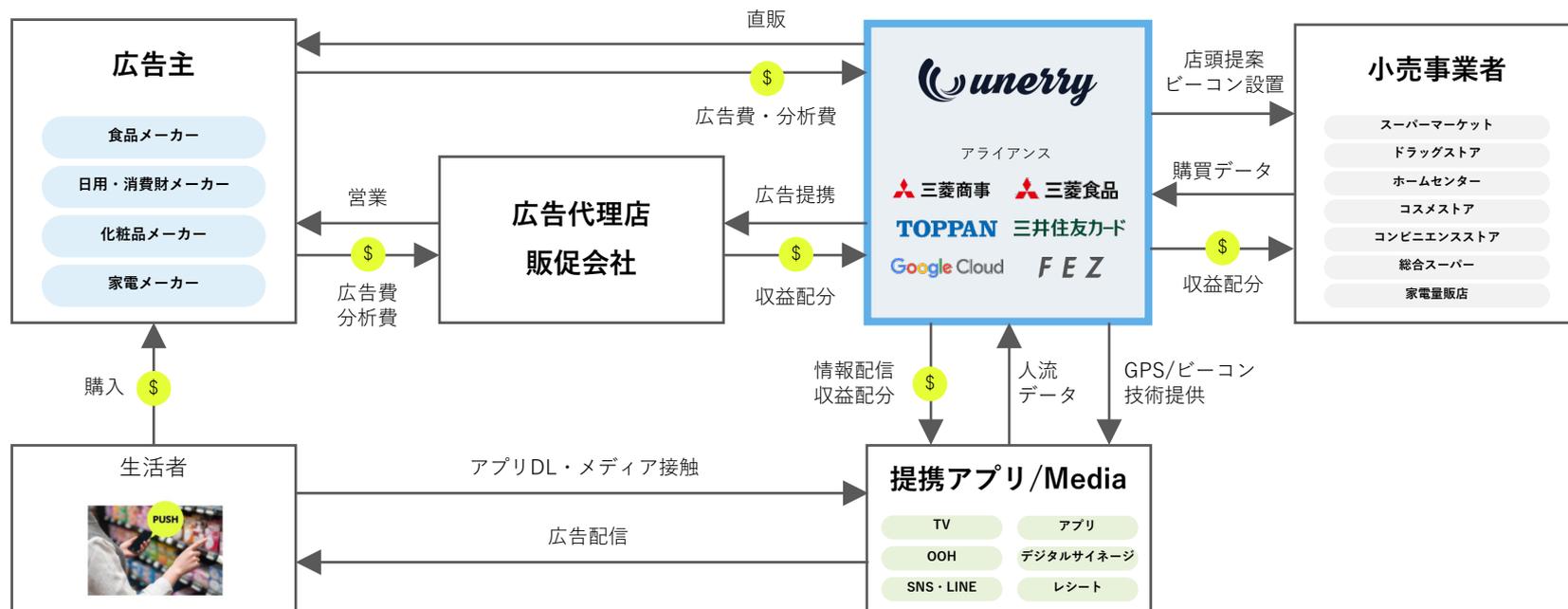
②【消費財メーカー】店頭での行動変容サービスへの進化（リテールメディア戦略）

複数の小売・外食事業者と連携・提携して消費財メーカーからの広告費用を獲得していく。
そのために必要な分析・配信・効果測定の仕組みを一元的に当社が提供



リテールメディアのビジネスモデル

小売事業者の購買データと unerry の人流データを連携し、購入可能性が高い人に情報配信して購買計測する仕組みを提供。
 メーカーは投資対効果が高い広告が実現でき、小売事業者もデータを収益化可能となる Win-Winモデル

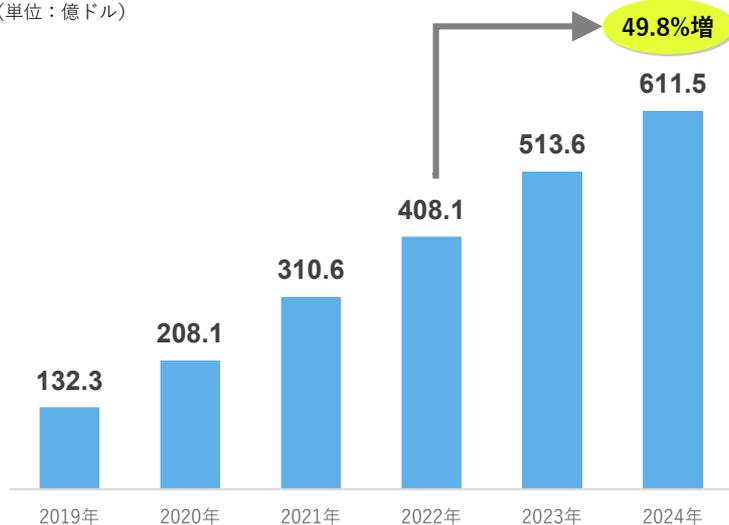


リテールメディア市場（米国・日本）

米国リテールメディアは2022年で408億ドル（約6兆円）の巨大市場
 日本は黎明期だが2026年に向かって約6倍に増えていく見込み

米国のリテールメディア市場

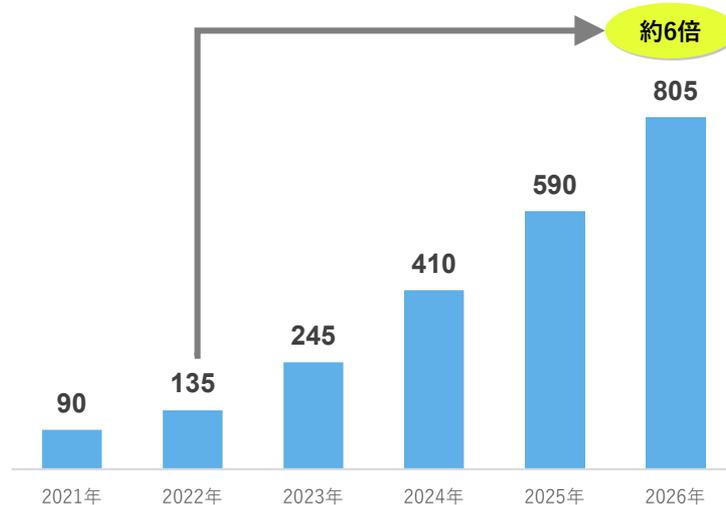
（単位：億ドル）



出所：eMarketer 「Retail Media Ad Spending Forecast」

日本のリテールメディア市場

（単位：億円）



出所：株式会社CARTA HOLDINGS 「リテールメディア広告市場調査」

③ 【スマートシティ】 都市の可視化・行動変容への応用（展開する都市OS数の拡大）

今後立ち上がる都市OSからの利用料、次には都市サービス事業者のエコシステム化による収益分配を目指す。
さらに日本モデルをグローバルで展開していく



スマートシティの推進状況

● 三菱商事との資本業務提携でグローバル化を推進

- 日本・海外のスマートシティを共同推進する大型提携
- 分析・可視化、行動変容、One to Oneを都市サービスに提供
- ジャカルタ近郊のBSDシティで初号PJ推進

● 国内実績都市



都市OSでの社会課題解決例

脱炭素

富山市：ウォーカブルな街づくりに向け、駅周辺部の徒歩行動等の移動実態を可視化



⇒ 徒歩移動が分断して自動車利用を特定

混雑可視化

東京丸の内：従来では把握困難だった地下移動や、ビルの階層別混雑等を3Dで可視化



⇒ 防災等への活用を検討

オーバーツーリズム解消

鎌倉市：課題である道路混雑解消に向け、移動手段別の移動実態を可視化・定量化



⇒ 渋滞につながる移動パターンを把握

地方創生

宮崎市：地域の店舗間で相互送客を行うことで地域消費増加に寄与



⇒ 地銀・DMOでの導入が進む

目次

1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. ビジネスアップデート
5. 2023年6月期 第2四半期実績
6. 業績予想
7. 成長戦略
8. 財務情報

財務情報

損益計算書

貸借対照表

キャッシュ・フロー内訳

損益計算書（会計期間）

(単位：千円)	2022/6期 2Q	2023/6期 1Q	2023/6期 2Q	増減率 (対前年同期)	増減率 (対前四半期)
売上高	302,329	449,281	501,721	+66.0%	+11.7%
売上原価	211,167	315,955	349,041	+65.3%	+10.5%
売上総利益	91,161	133,326	152,680	+67.5%	+14.5%
売上総利益率	30.2%	29.7%	30.4%	+0.2pt	+0.7pt
販売費及び一般管理費	107,210	163,571	159,217	+48.5%	△2.7%
対売上高比率	35.5%	36.4%	31.7%	△3.8pt	△4.7pt
営業利益又は営業損失（△）	△16,048	△30,244	△6,537	-	-
営業利益率	-	-	-	-	-
経常利益又は経常損失（△）	△15,813	△34,967	△6,444	-	-
経常利益率	-	-	-	-	-
法人税等合計（法人税等調整額含む）	△446	△4,487	4,019	-	-
当期純利益又は当期純損失（△）	△15,366	△30,479	△10,463	-	-
当期純利益利益率	-	-	-	-	-

損益計算書（累計期間）

(単位：千円)	2022/6期 2Q累計	2023/6期 2Q累計	増減率	増減額
売上高	554,970	951,003	+71.4%	+396,032
売上原価	367,627	664,996	+80.9%	+297,369
売上総利益	187,343	286,006	+52.7%	+98,663
売上総利益率	33.8%	30.1%	△3.7pt	
販売費及び一般管理費	215,477	322,789	+49.8%	+107,312
対売上高比率	38.8%	33.9%	△4.9pt	
営業利益又は営業損失（△）	△28,133	△36,782	-	△8,648
営業利益率	-	-	-	
経常利益又は経常損失（△）	△27,961	△41,412	-	△13,450
経常利益率	-	-	-	
法人税等合計（法人税等調整額含む）	△374	△468	-	△94
当期純利益又は当期純損失（△）	△27,586	△40,943	-	△13,356
当期純利益利益率	-	-	-	

貸借対照表

(単位：千円)	2022/6期	2023/6期 2Q	増減額
流動資産	1,128,421	1,457,971	+329,549
現金及び預金	900,694	1,045,852	+145,157
受取手形、売掛金及び契約資産	192,723	329,545	+136,821
固定資産	75,370	76,062	+691
総資産	1,203,791	1,534,033	+330,241
流動負債	277,955	504,493	+226,538
固定負債	104,993	—	△104,993
純資産	820,843	1,029,539	+208,696

キャッシュ・フロー内訳

(単位：千円)	2022/6期	2023/6期 2Q累計
営業活動によるキャッシュ・フロー	68,825	△86,997
投資活動によるキャッシュ・フロー	30,109	26
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,425	232,128
現金及び現金同等物の増減額	100,360	145,157
現金及び現金同等物の期末残高	900,694	1,045,852

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。