



株式会社 unerry

**2023年6月期 第3四半期
決算説明資料**

2023年5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3四半期実績
6. 業績予想の修正
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

50名 (2023年3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



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alapレインディングカード 執行役員
2019年 unerry 取締役CFO



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



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



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



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

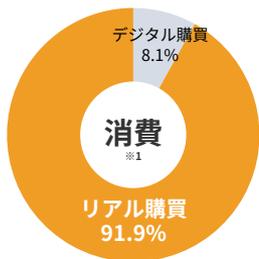
What is Ambient Intelligence (AMI) ?

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、暮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) : ユーザー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

約120のスマートフォンアプリから
取得する **月間400億件・1.5億ID** の
屋内外人流ビッグデータ



どんな人が
どこにいて
どんな需要が
あるかわからない

集客効果測定

三密・混雑

脱炭素

情報過多

フードロス

地方創生

オーバー
ツーリズム

MaaS

※1 経済産業省 電子商取引に関する市場調査 2021年

Beacon Bank



デジタル空間

① データ化・データ取得

② AI解析

③ 体験として提供



リアル空間

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3四半期実績
6. 業績予想の修正
7. 成長戦略
8. 財務情報

サービス概要

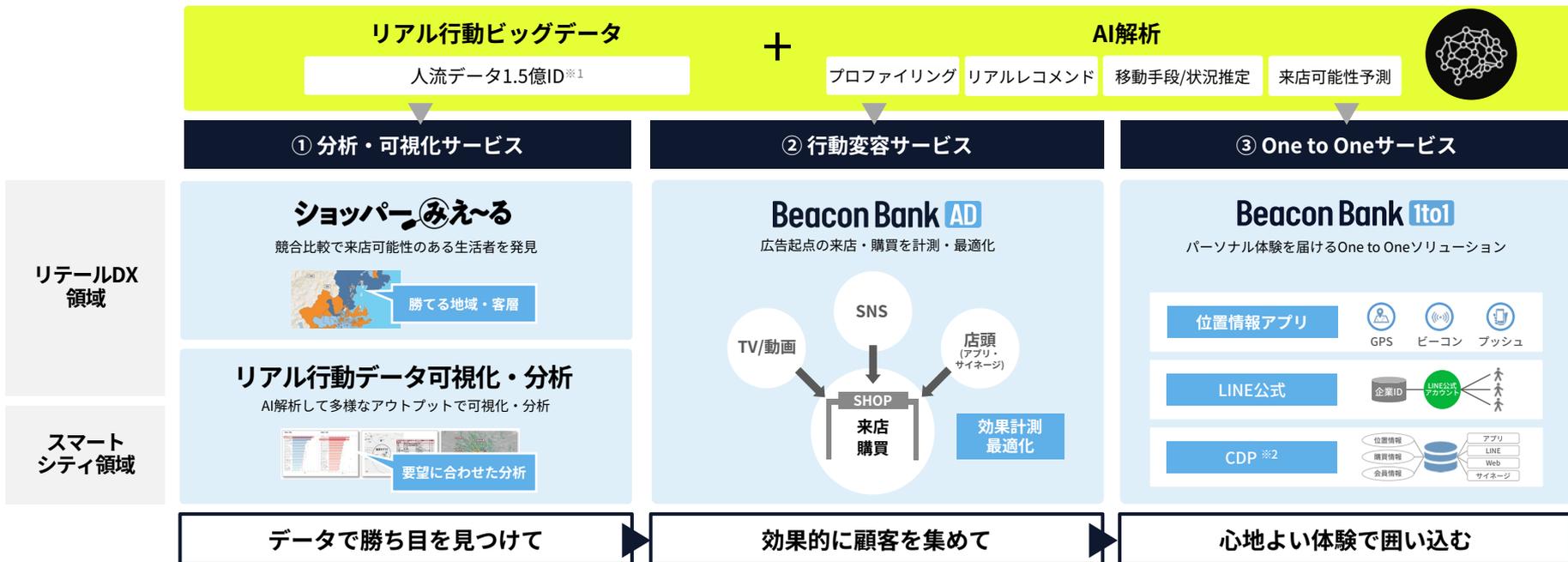
リアル行動データプラットフォーム
『Beacon Bank』

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

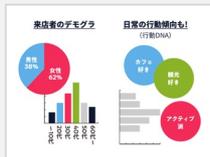
商圈



来店数・頻度



属性・行動特性



*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

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

エリア外行動



エリア内行動



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

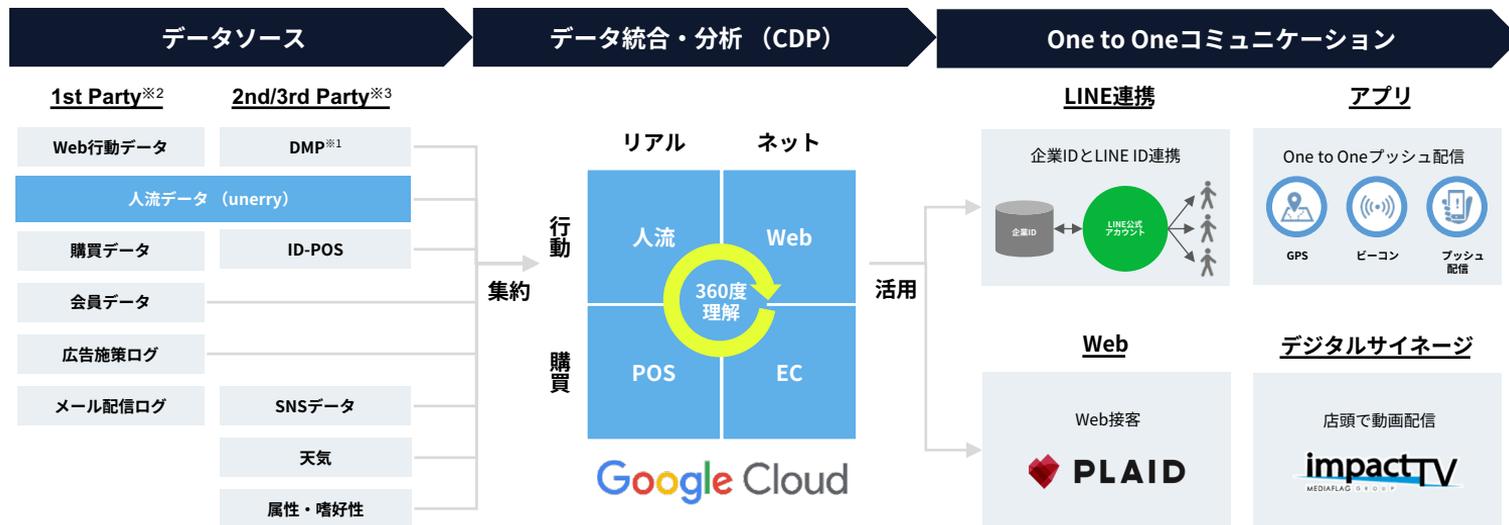
③ One to Oneサービス

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



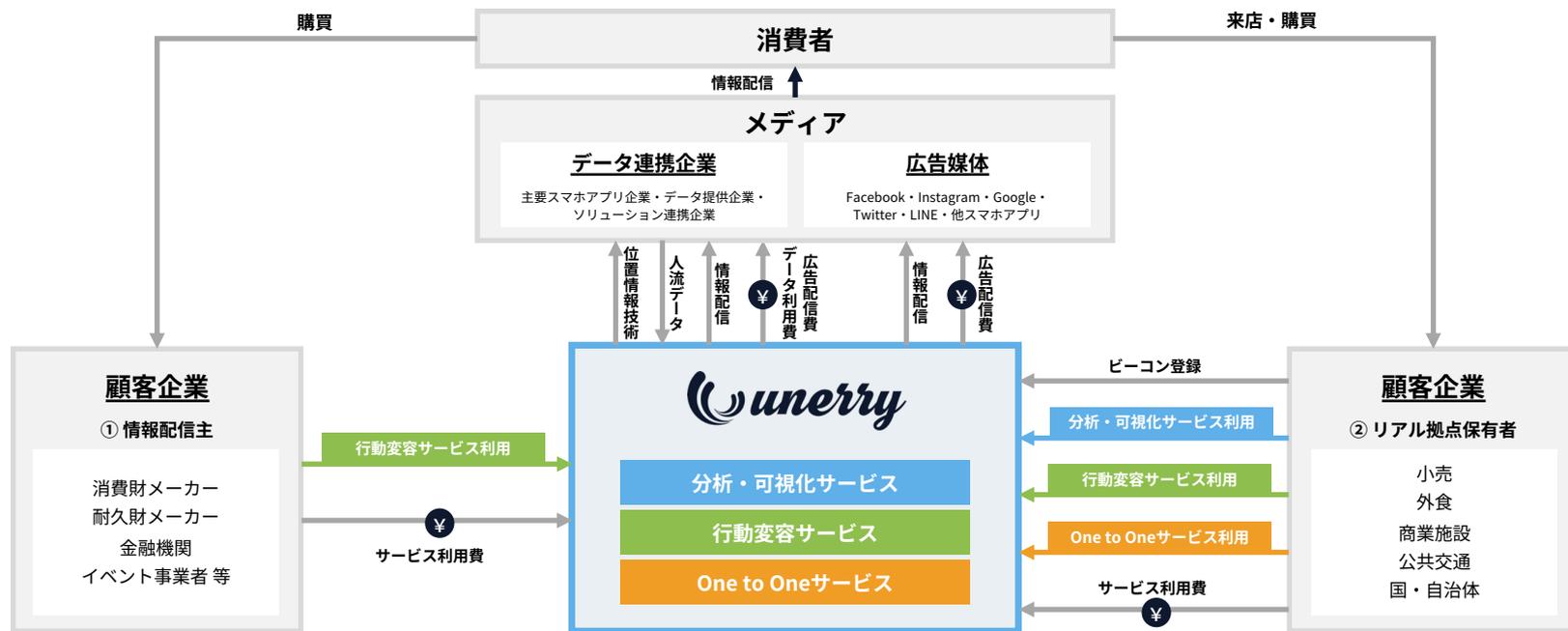
※1 DMP（データマネジメントプラットフォーム）：インターネット上に蓄積された様々な情報データを管理するためのプラットフォーム

※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

事業システム図

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

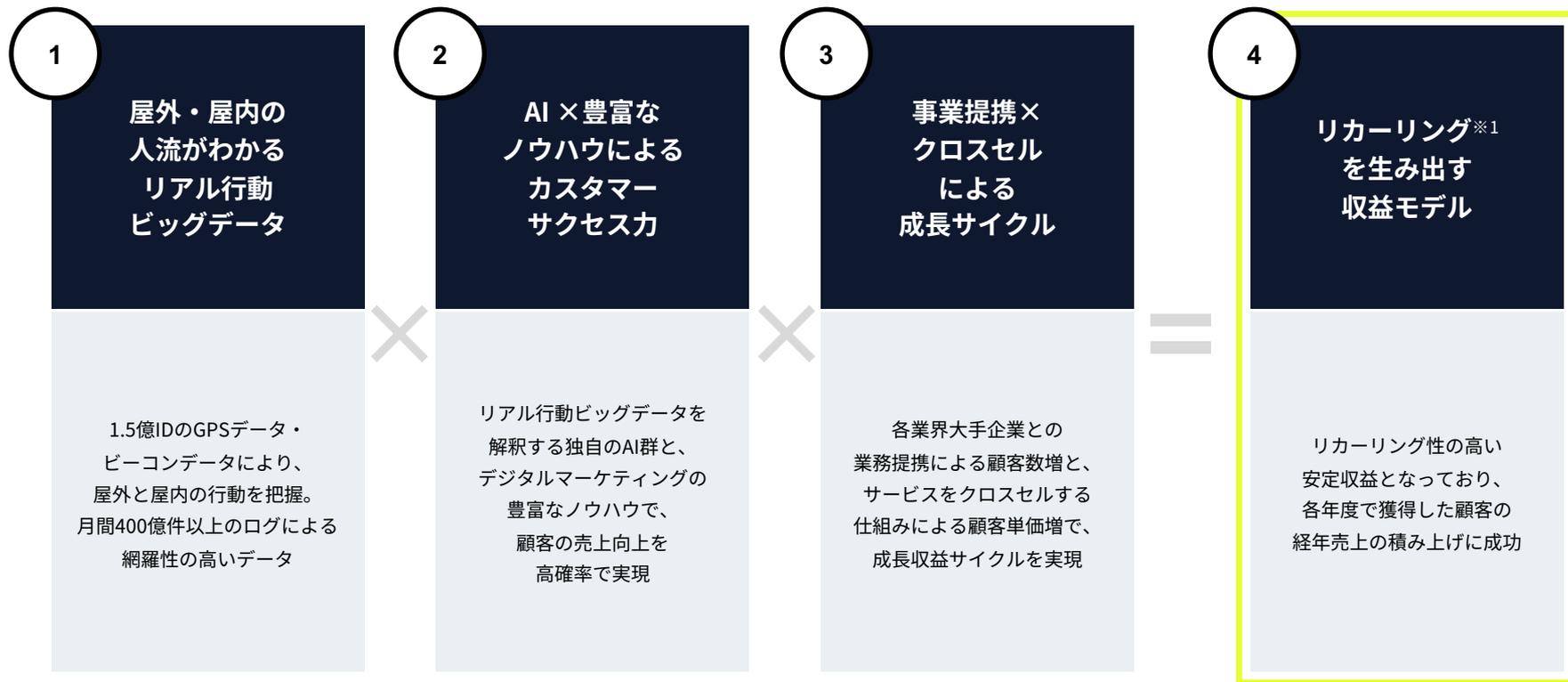
1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. ビジネスアップデート
5. 2023年6月期 第3四半期実績
6. 業績予想の修正
7. 成長戦略
8. 財務情報

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 <ul style="list-style-type: none">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



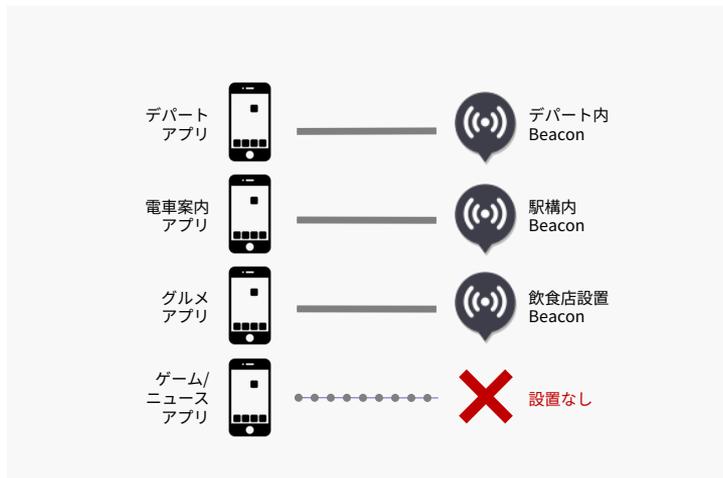
※1・※2 2022年12月末時点

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
プラットフォームの根幹技術の特許を「日本・米国・中国」で保有

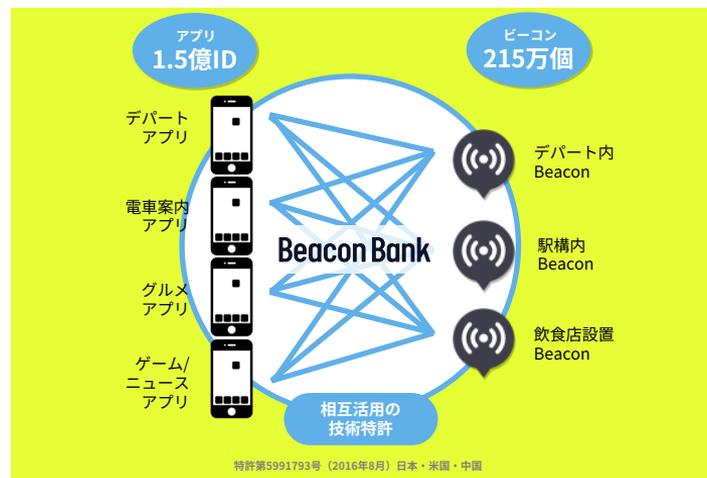
これまで

アプリとビーコンが1:1の関係
→ ユーザ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



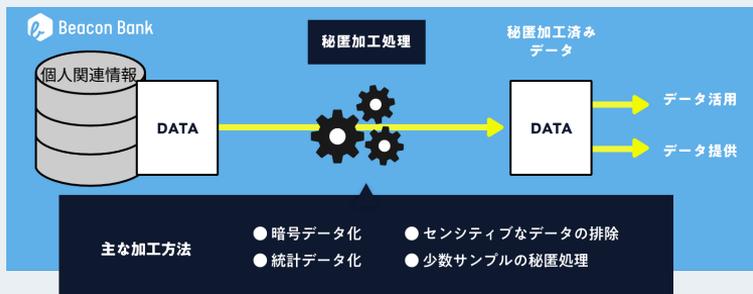
①リアル行動ビッグデータ ～ユーザ同意があり個人を特定しない安全なデータ～

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



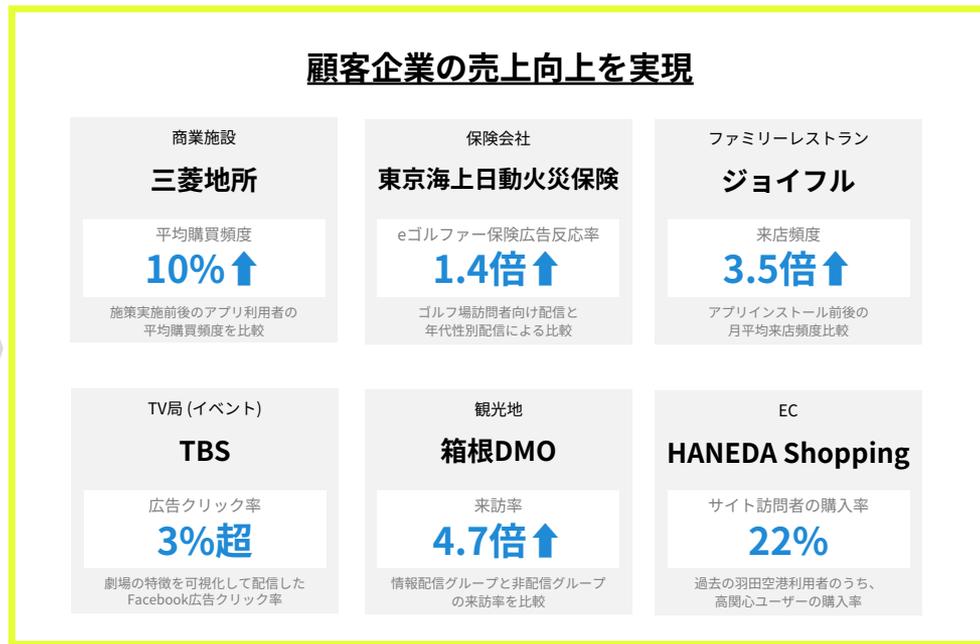
LPマーク

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カ

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カを実現



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



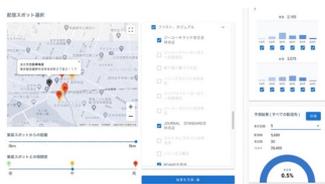
POI来訪計測AI (&混雑推定)

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



リアルレコメンドAI

次に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



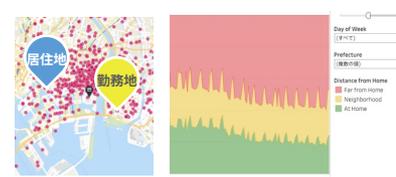
来店可能性予測AI

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

→ 大手との事業提携／連携

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 dentsu tokyo/osaka/nagoya ADWAYS	丸の内・商業施設DX 広告商品共同開発 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 CAINZ	スマートシティ・小売DX 小売データビジネス
2022/6期	TOPPAN LINE 三井住友カード Google Cloud	リテールDX Beacon設置パートナー 購買行動データ分析、連動広告 位置情報・CDPパートナー
2023/6期	三菱食品 FEZ CISCO	リテールメディア共同推進 小売・メーカーへの広告販促 Wi-Fiアクセスポイントのビーコン化



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

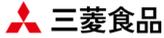
2023年6月期3Qの
リカリング顧客数

72社

リテールDX

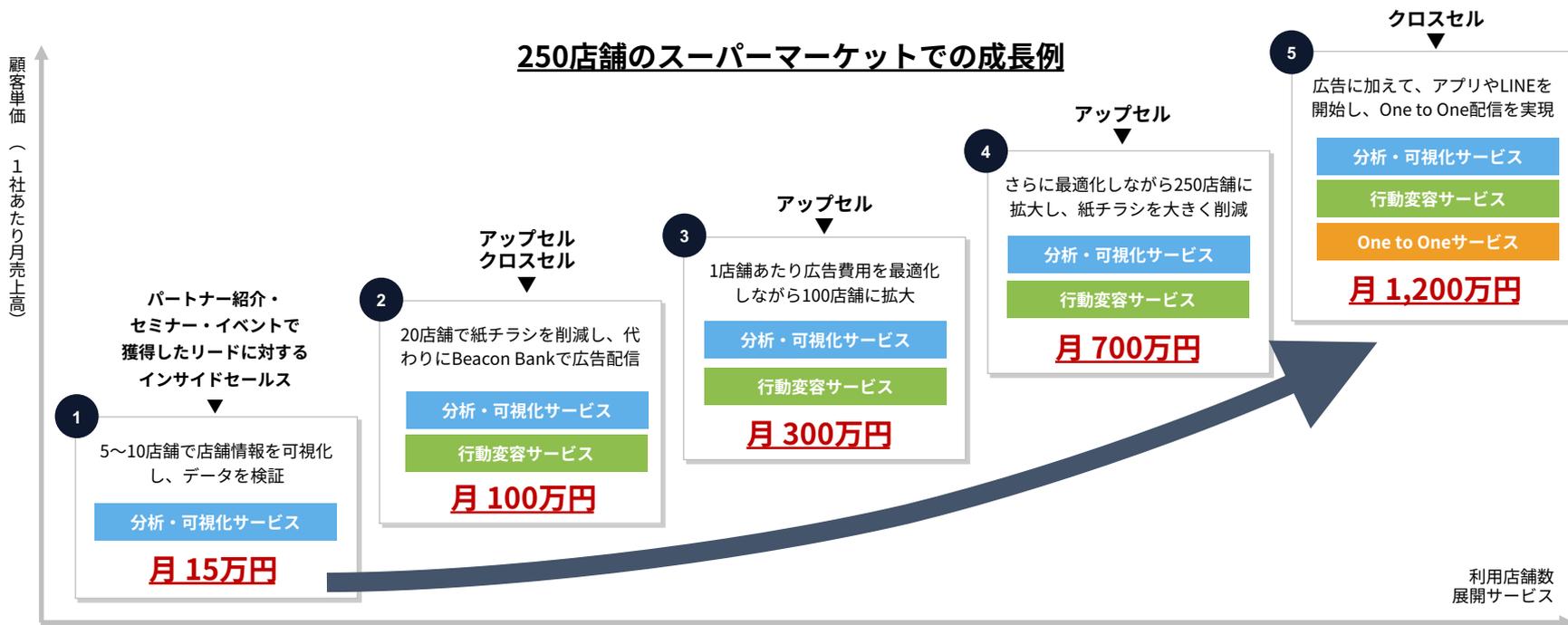
スマートシティ

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	メーカー
				
外食	金融	不動産	レジャー	商社
				
広告・販促	国・自治体・観光	公共交通	システム ソリューション	メディア
    	環境省 箱根DMO 山口市 善光寺	 	 	   西日本新聞 

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

分析・可視化サービス

クロスセル

行動変容サービス

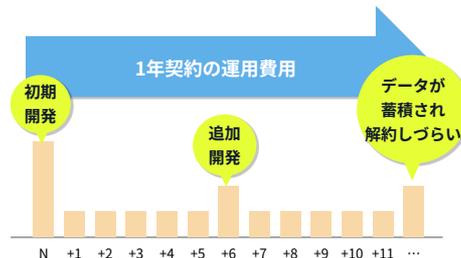
クロスセル

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



※1 14四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

主要指標 (2023/6期 3Q累計)

リカーリング売上高比率

89 %

リカーリング顧客
1社売上高 (年換算)

26,221 千円

リカーリング顧客数

72 社

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



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レコメンド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レコメンド
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	

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3四半期実績
6. 業績予想の修正
7. 成長戦略
8. 財務情報

ビジネスアップデート

北米での事業開始

タイでの事業開始

「ショッパーみえる」リニューアル

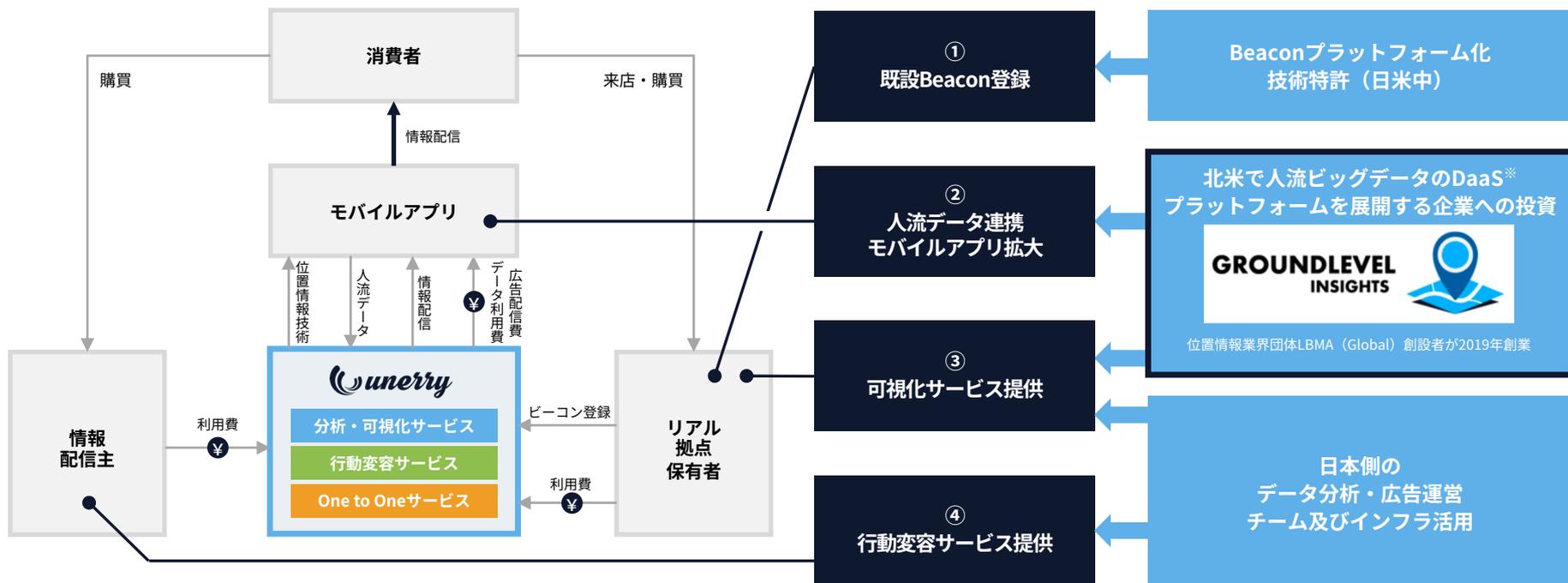
Beacon Bank来店計測

J-Startup 2023選定

各種アワード受賞

北米での事業開始 (2023年5月)

北米版 Beacon Bank 開始に伴い、北米の人流データ企業GroundLevel Insights社に投資



※DaaS : Data as a service. クラウド上でのデータ保管や処理、分析を提供するサービス

タイ王国での事業開始（2023年5月）

インドネシアの実績を生かしてタイ王国での事業展開を開始



●公共交通事業者

- 交通渋滞緩和、公共交通利用促進のための人流分析
- 交通・屋外広告の効果検証

●小売事業者

- 商業施設利用者の行動・競合分析
- 集客目的のデジタル広告・効果検証

●インフラ事業者

- アプリユーザの行動理解
- スーパーアプリ利用促進広告

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



追加開発不要でアプリの来店計測を可能にする新サービス開始（2023年4月）

Beacon Bank **来店計測**

unerry、アプリ内広告のオフラインコンバージョンを計測する
「Beacon Bank 来店計測」を提供開始

メディアアプリ

広告配信データ



Beacon Bank

来店・来訪データ



経済産業省が推進する「J-Startup 2023」に選定（2023年4月）

J-Startup2023選定企業



“

国内で位置情報を活用した
リテールテックのリーダー企業の一角。

アプリを通じて集積したデータは、きめ細やかさ、
カバレッジの広さ、リアルタイム性に秀でており、
そのストックが高い優位性の源泉となっている。

交通インフラの円滑な運営、
各種施設の混雑解消などを通じ、地域活性にも貢献。

アジアを中心にスマートシティ開発も進んでおり、
更なるグローバル展開に期待ができる。

推薦理由コメントより一部抜粋

 J-Startup



株式会社unerry

月間400億件超の屋内外の人流ビッグデータが蓄積されるリアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank」を運営。ビッグデータとAI解析により、消費者行動を捉え行動変容を促すリテールマーケティング、流動人口や移動を捉えたスマートシティ向けサービスを展開。
2022年東京証券取引所グロース市場に上場。

アワード受賞 (2023年3月)

英Financial Times・独Statista調査

High Growth Companies Asia-Pacific 2023 (アジア太平洋地域における急成長企業ランキング)

156位



日本のサービスイノベーション2022

コロナ禍の直撃を受けた厳しい経営環境の下でも、決して受け身になることなく通念を突き破る革新に取り組む大企業や、挑戦的なターゲットを掲げて新たな価値共創に向け事業を立ち上げているベンチャー、スタートアップなど、いずれもサービス産業の発展を先導する優れた取り組みとして選定

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3四半期実績
6. 業績予想の修正
7. 成長戦略
8. 財務情報

2023年6月期 第3四半期実績

3Q業績ハイライト

主要指標の状況

売上高

粗利

原価・販売管理費

売上総利益・営業利益

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

認識している課題と取り組み

2023年6月期 第3四半期 業績ハイライト

第3四半期累計売上高 / 前年同期比

1,596 百万円 / **+44%**

旺盛なDX需要に基づくリカーリング売上高が堅調で、
累計+44%成長を実現

売上高 / 前年同期比

645 百万円 / **+16%**

昨年度までの売上3Q偏重課題の一定解消により
四半期単体では +16%成長

リカーリング顧客数* / 前年度比

72 社 / **+23** 社

既存顧客へのクロスセルが成功して前年度比 +23社となり、
前倒しで通期予想（72社）を達成

*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

営業利益 / 前年同期増減額

102 百万円 / **△45** 百万円

将来収益のための先行投資により前年同期比 **△45百万円**

- クロスセル加速に伴う戦略価格受注
- 北米進出準備

2023年6月期 第3四半期 主要指標の状況（累計）

旺盛なDX需要に基づくリカーリング顧客の推移が堅調で、高い売上高進捗率を達成。

将来収益のための先行投資（戦略価格受注、北米進出、ショッパーみえーる開発）により営業利益はビハインド

	2023 / 6期 通期予想 (変更前)	2023 / 6期 第3四半期累計	達成 / 進捗状況	評価
売上高	1,953 百万円	1,596 百万円	進捗率 82% 前年同期比 +44%	 進捗率は前年3Qに対して5pt高い進捗率 通期予想+35%成長に対して+44%を実現
リカーリング顧客数	72社	72社	進捗率 100% 前年度比 +23社	 前年度49社から23社増加し、 通期予想をすでに達成
リカーリング売上高比率	84%	89%	+5pt	 通期予想より高水準で推移
売上総利益	818 百万円	543 百万円	進捗率 66%	 将来収益のためのクロスセル加速に伴う 戦略価格受注が要因
営業利益	212 百万円	66 百万円	進捗率 31%	 将来収益の先行投資実施 (北米進出・ショッパーみえーる開発)

売上高・リカーリング売上高比率

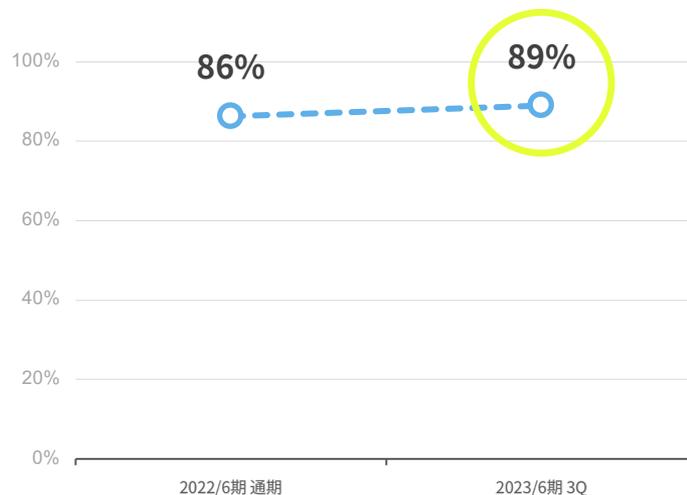
旺盛なDX需要に基づくリカーリング売上高が堅調で四半期売上高の過去最高を実現。
 昨年度までの売上3Q偏重課題（分析・可視化サービス中心）の一定解消で前年同期比は+16%にとどまる

サービス別売上高（四半期推移）

(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

粗利（売上 - 直接原価 ※）

過去最高の売上高に伴い粗利金額は過去最高、粗利率も過去最高水準を実現。

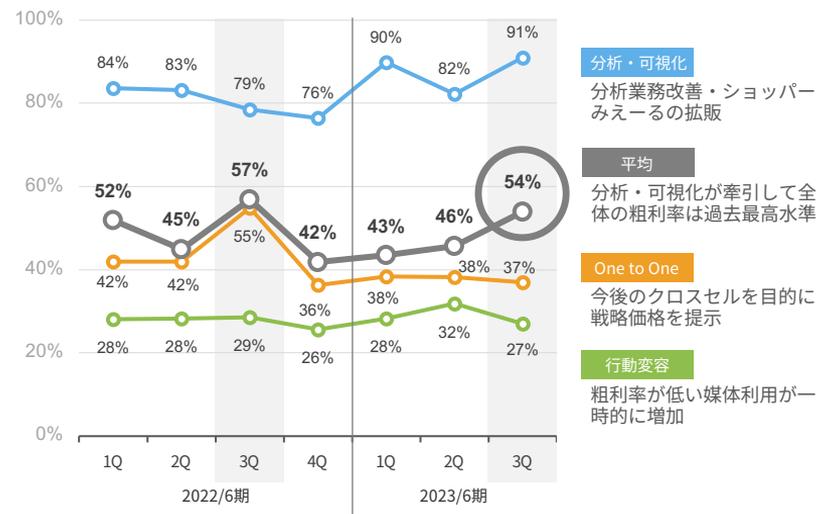
分析・可視化サービスが全体の粗利向上を牽引したが、One to Oneサービスは戦略価格提示で粗利率は低水準

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

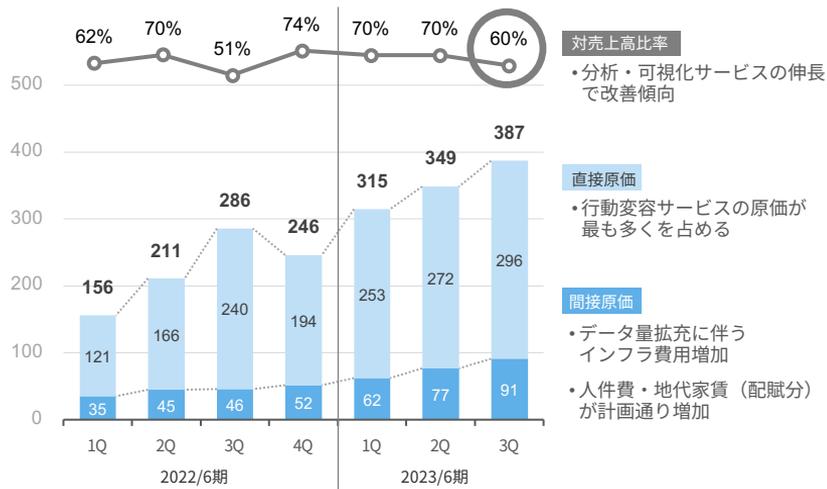
原価・販売管理費

分析・可視化サービスの粗利率向上により原価率は改善傾向。

ショッパーみえーる開発等の業務委託費、上場関連費用に伴う支払報酬の減少により販売管理費率も大きく改善

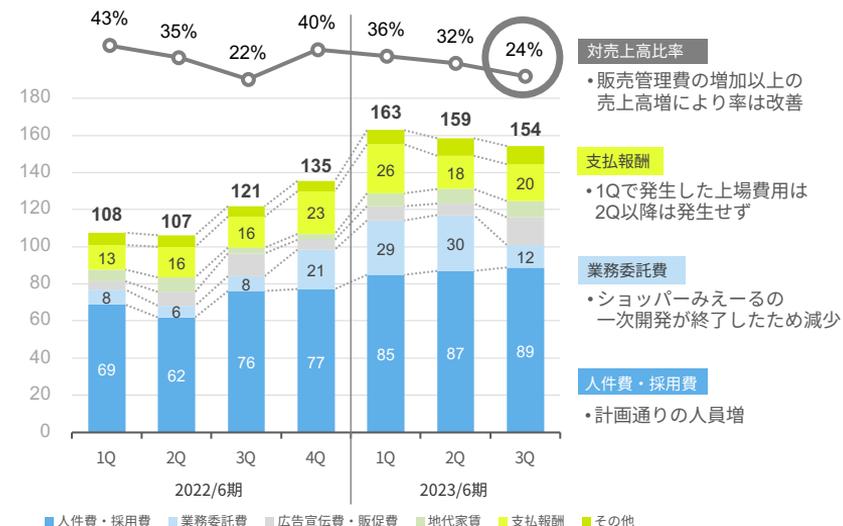
原価・率

(単位：百万円)



販売費及び一般管理費・率

(単位：百万円)

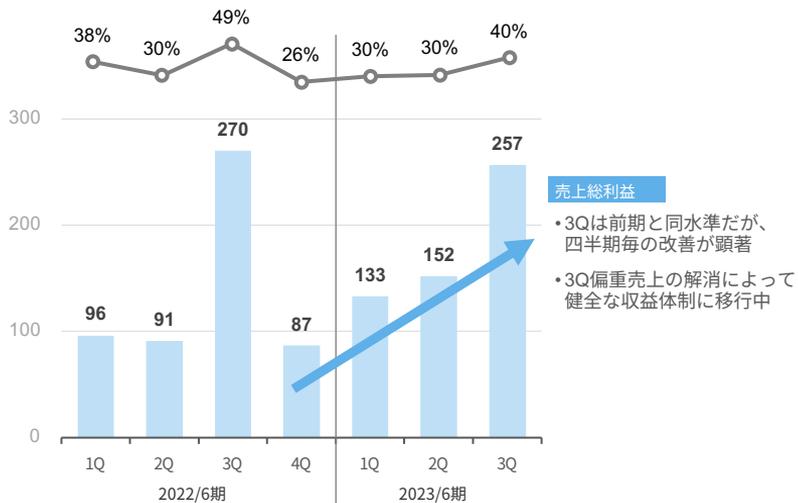


売上総利益・営業利益

売上高の堅調な積み上がりによる売上総利益と、
販売管理費率の改善により損益分岐点を超え、**営業利益は黒字転換**

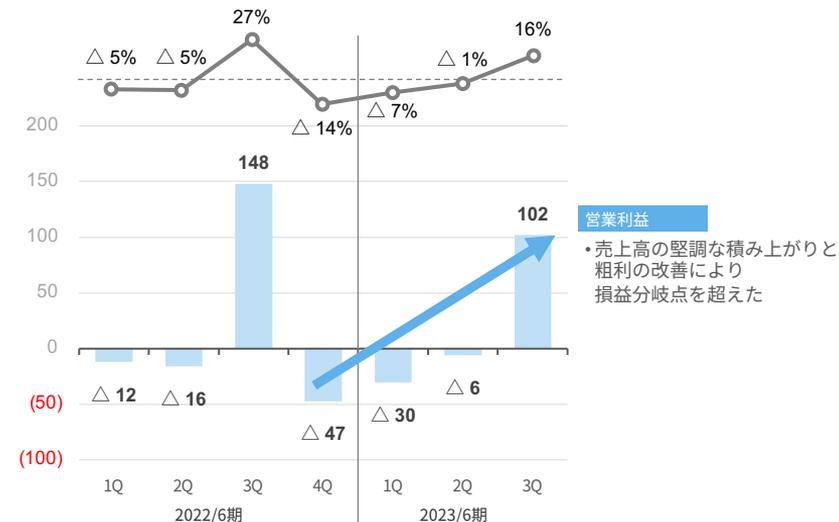
売上総利益・率

(単位：百万円)



営業利益・率

(単位：百万円)



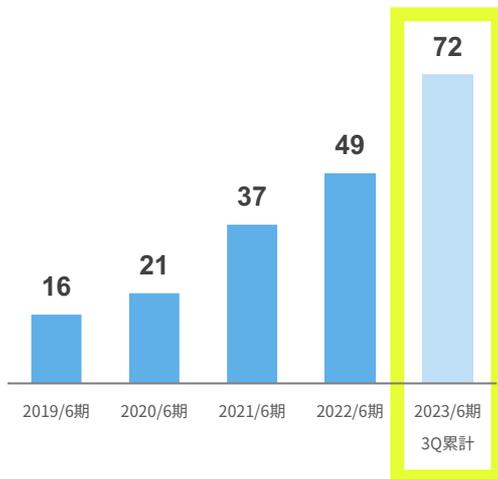
リカーリング顧客売上状況

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

リカーリング顧客数※1

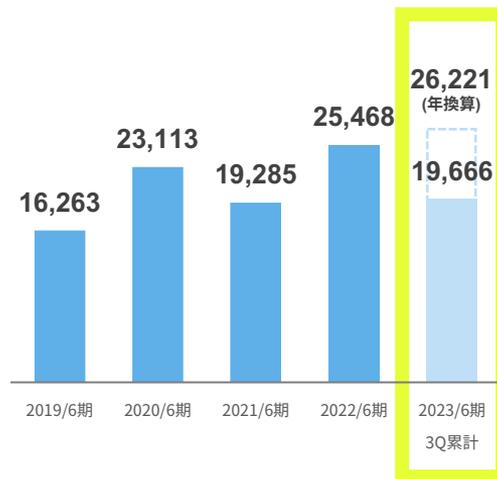
単位：社

※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



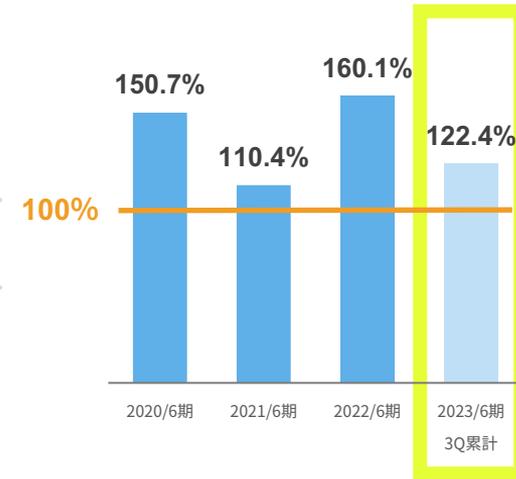
リカーリング年間顧客単価

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)



認識している課題と取り組みの進捗

課題	解決に向けた取り組み	進捗
<p>旺盛な需要の取り込み</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 顧客予算枠の拡大と獲得 ● 需要に応えるための人員体制増強 ● 海外事業に必要なデータ・人材獲得 	<ul style="list-style-type: none"> ● 戦略価格でリカーリング顧客化し、クロスセルで予算枠拡大 ● 良い人材は予算枠にとらわれずに積極採用 ● 海外対応に向けた現地企業との連携、データ収集 	 <p>計画以上の売上高進捗を実現</p>
<p>第3四半期への売上偏重改善</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 顧客の予算執行サイクルで売上高が3Qに偏重 ● 定常費用（間接原価・販管費）で1Q・2Qの収益性は低下 	<ul style="list-style-type: none"> ● 年間を通じた販促計画を顧客と共同立案 ● 月額課金型案件の拡大（定常集客、ショッパーみえーる等） ● 小売・外食以外の顧客拡大（金融・観光・自治体等） 	 <p>第3四半期以外も売上積み上げに成功し、売上偏重が一定改善</p>
<p>粗利率改善</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● ショッパーみえーるの積極的な拡販 ● 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 	 <p>分析・可視化サービスは改善したが、行動変容とOne to Oneサービスは横ばい</p>
<p>成長戦略の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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 ● グローバル事業の開始 	<ul style="list-style-type: none"> ● 購買データ・Beacon設置・情報配信メディアとの連携拡大 ● 海外での成功事例を横展開してグローバル事業推進 	 <p>三菱食品等の提携拡大 北米・タイでの事業開始</p>

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3四半期実績
6. 業績予想の修正
7. 成長戦略
8. 財務情報

業績予想の修正

通期業績予想の修正

業績予想の修正の内訳

2023年6月期 通期業績予想の修正

旺盛な需要やビジネス機会を獲得するため、黒字を確保しながら積極的に先行投資を行う



旺盛な需要に対するクロスセルに成功してリカーリング売上高が堅調に積み上がり、売上高予想を上方修正



将来収益への投資として、クロスセル加速に伴う戦略価格受注データ量拡充によるインフラ費用増加

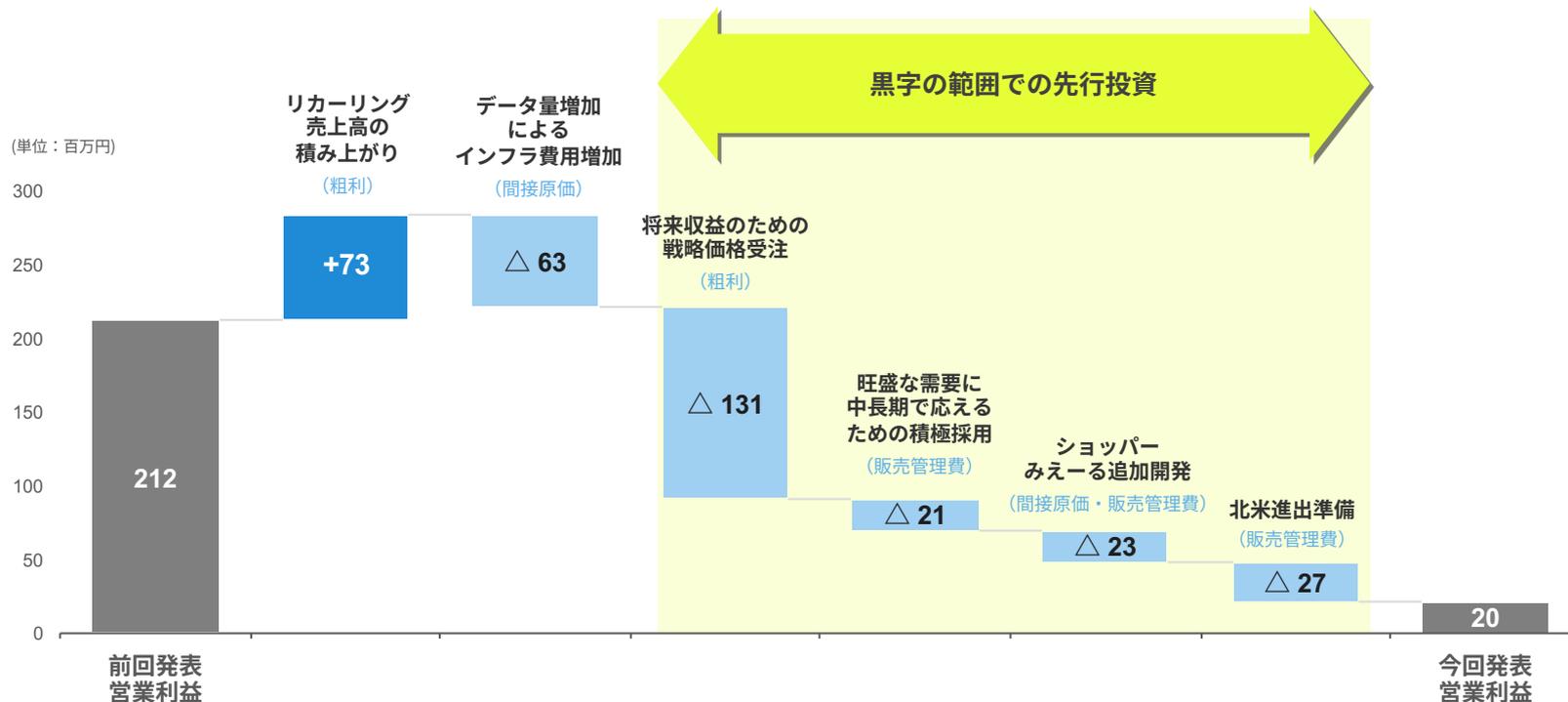


将来収益のための先行投資として以下実施

- 旺盛な需要に中長期で応えるため4Qで計画を大幅に上回る採用
- ショッパーみえーる追加開発（計画以上投資）
- 北米進出準備

通期業績予想の修正の内訳（営業利益）

旺盛な需要やビジネス機会を獲得するため、黒字を確保しながら積極的に先行投資を行う



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3四半期実績
6. 業績予想の修正
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

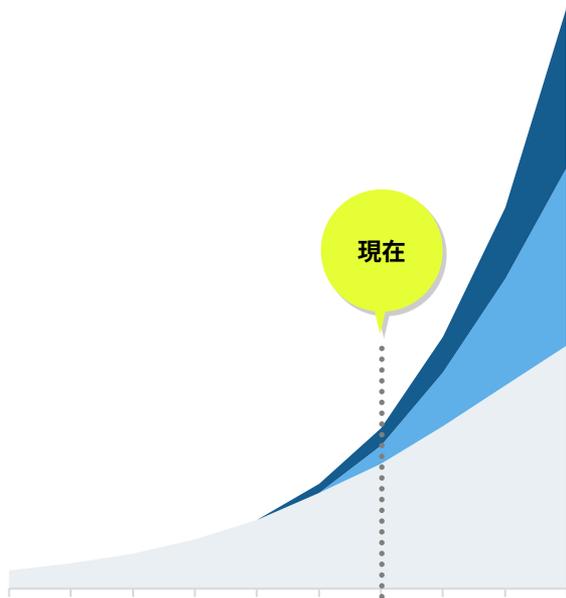
- リテールテック市場 8,737億円※2
(小売、外食、宿泊業向け機器、システム&サービス国内市場)
- 店舗集客型デジタル広告市場 2,586億円※3

※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

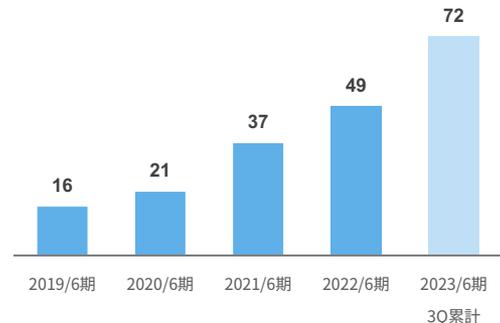
※2 ネットレベニューレテンションレート (前期以前に獲得したリカーリング顧客の当期売上高) ÷ (当該顧客の前期売上高)

① 【小売・外食】顧客数×単価×NRRの最大化

リカーリング顧客数※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



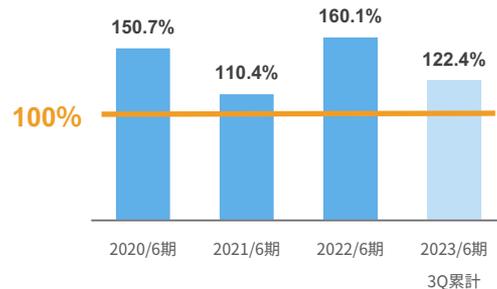
リカーリング年間顧客単価の向上

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ー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

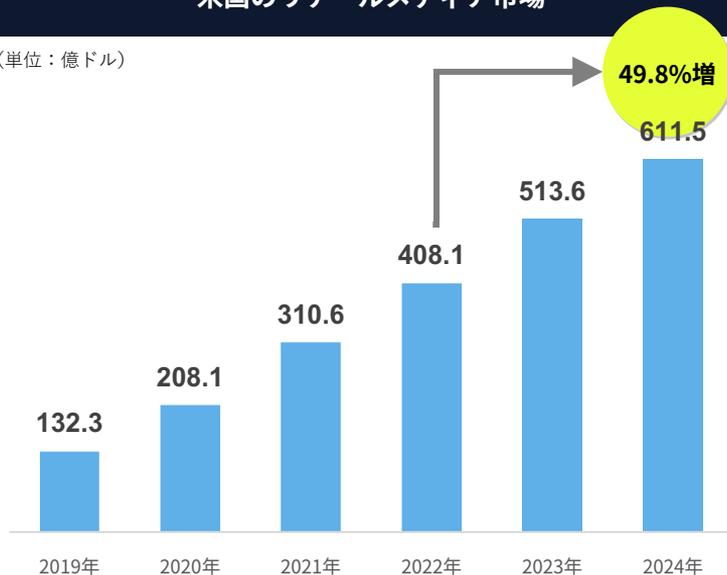


リテールメディア市場（米国・日本）

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

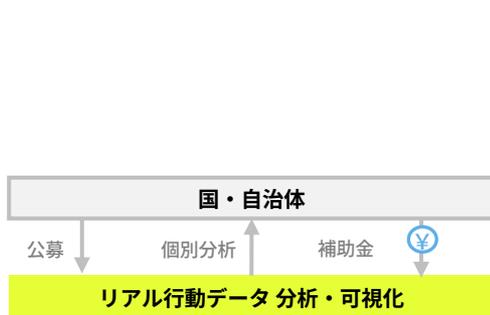
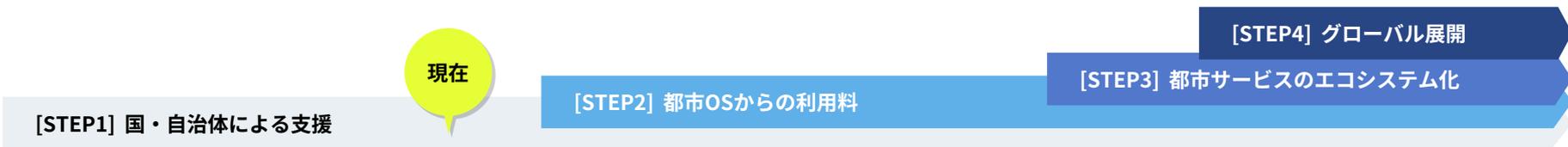
（単位：億円）



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



国・自治体のスマートシティ公募案件に応募して要件に合わせた分析や施策を実施



都市OSで必要となる分析・行動変容・One to Oneサービスを提供し、手数料を受領



都市OSサービスがエコシステム化することでサービスが多様化し、一部を収益分配として受領

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

実績都市・国



- インドネシア
- タイ
- カナダ

都市OSでの社会課題解決例

脱炭素

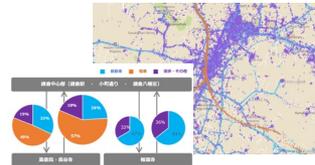
富山市：ウォーカブルな街づくりに向け、駅周辺部の徒歩行動等の移動実態を可視化



⇒ 徒歩移動が分断して自動車利用を特定

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

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

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3四半期実績
6. 業績予想の修正
7. 成長戦略
8. 財務情報

財務情報

損益計算書

貸借対照表

損益計算書（会計期間）

(単位：千円)	2022 / 6期 3Q	2023 / 6期 2Q	2023 / 6期 3Q	増減率 (対前年同期)	増減率 (対前四半期)
売上高	556,916	501,721	645,455	+15.9%	+28.6%
売上原価	286,350	349,041	387,852	+35.4%	+11.1%
売上総利益	270,565	152,680	257,602	△4.8%	+68.7%
売上総利益率	48.6%	30.4%	39.9%	△8.7pt	+9.5pt
販売費及び一般管理費	121,941	159,217	154,750	+26.9%	△2.8%
対売上高比率	21.9%	31.7%	24.0%	+2.1pt	△7.7pt
営業利益又は営業損失（△）	148,624	△6,537	102,852	△30.8%	-
営業利益率	26.7%	-	15.9%	△10.8pt	-
営業外収益	244	173	230	△5.5%	+33.1%
営業外費用	34	79	24	△27.2%	△68.8%
経常利益又は経常損失（△）	148,834	△6,444	103,058	△30.8%	-
経常利益率	26.7%	-	16.0%	△10.7pt	-
当期純利益又は当期純損失（△）	148,761	△10,463	65,692	△55.8%	-
当期純利益利益率	26.7%	-	10.2%	△16.5pt	-

損益計算書（累計期間）

(単位：千円)	2022 / 6期 3Q累計	2023 / 6期 3Q累計	増減率	増減額
売上高	1,111,886	1,596,458	+43.6%	+484,571
売上原価	653,977	1,052,848	+61.0%	+398,871
売上総利益	457,909	543,609	+18.7%	+85,700
売上総利益率	41.2%	34.1%	△7.1pt	
販売費及び一般管理費	337,418	477,539	+41.5%	+140,121
対売上高比率	30.3%	29.9%	△0.4pt	
営業利益	120,490	66,069	△45.2%	△54,421
営業利益率	10.8%	4.1%	△6.7pt	
営業外収益	545	622	+14.1%	+76
営業外費用	163	5,046	+2,990.8%	+4,883
経常利益	120,873	61,646	△49.0%	△59,227
経常利益率	10.9%	3.9%	△7.0pt	
当期純利益	121,175	24,748	△79.6%	△96,426
当期純利益利益率	10.9%	1.6%	△9.3pt	

貸借対照表

(単位：千円)	2022 / 6期	2023 / 6期 3Q	増減額
流動資産	1,128,421	1,546,906	+418,484
現金及び預金	900,694	1,105,527	+204,832
受取手形、売掛金及び契約資産	192,723	385,984	+193,261
固定資産	75,370	39,370	△35,999
総資産	1,203,791	1,586,277	+382,485
流動負債	277,955	480,145	+202,189
固定負債	104,993	—	△104,993
純資産	820,843	1,106,132	+285,288

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。