



株式会社 unerry  
(東証グロース：5034)

# 2023年6月期 通期 決算説明資料

2023年 8月



# INDEX

## 1. unerry について

2. サービス概要

3. 特徴と競争優位性

4. 2023年6月期 通期実績

5. 中期成長戦略

6. ビジネスアップデート

7. 2024年6月期 業績予想

8. 人的資本経営戦略

9. 財務情報



## 1. unerryについて

# 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 59名（2023年6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／行動変容／One to One サービス)



代表取締役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



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  
齋藤 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



執行役員CSO  
今泉 ライアン

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



執行役員CTO  
伊藤 清香

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

## 1. unerryについて ミッション

# 心地よい未来を、 データとつくる。

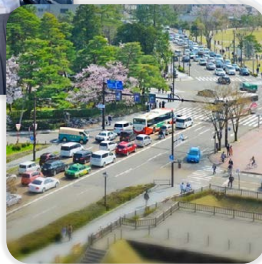
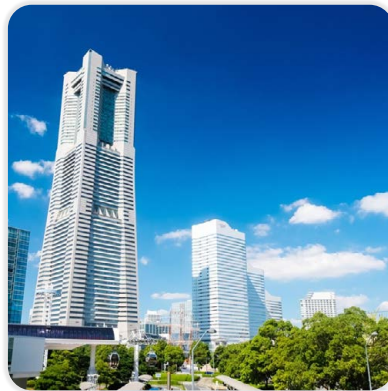
実社会のデータを解析し、  
リアルとデジタルが融合した「環境知能」を未来に実装する。

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<sup>※1</sup>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：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、くらしをサポートする世界。

※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



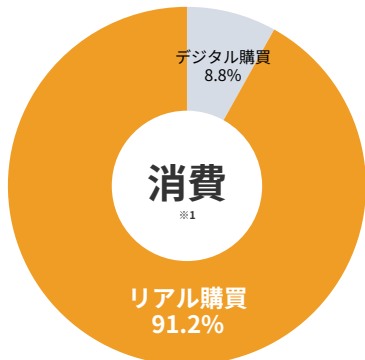


## 1. unerryについて

# unerryが実現している環境知能

現状の課題

消費の9割以上が「リアル購買」

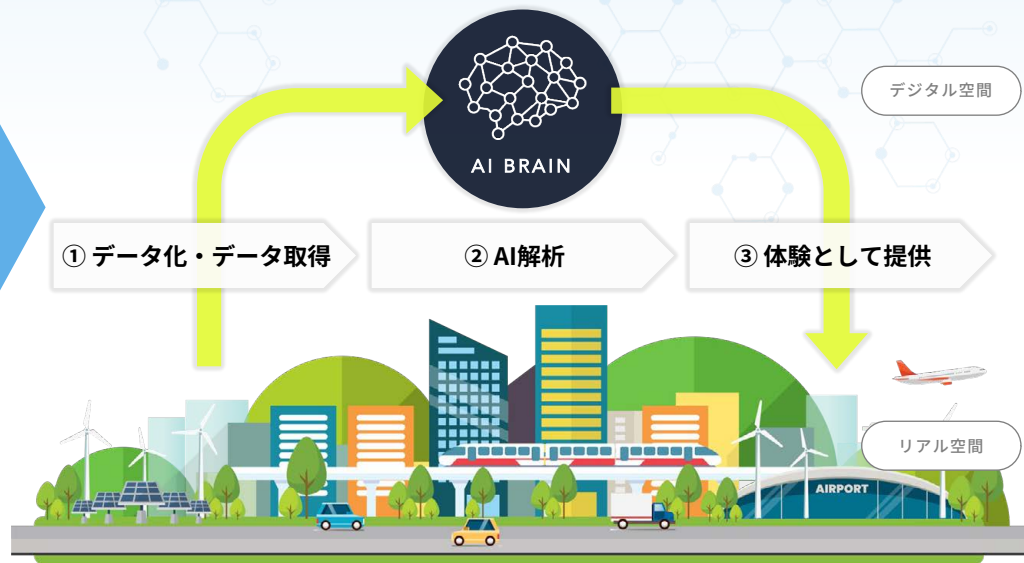


環境知能

現状ほとんどの購買がデータ化されておらず、  
どなたが・どこにいて・どんな需要があるか  
わからない状態になっている

## 1.5億の「デジタルツインID<sup>※2</sup>（人流データ等）」 を中心に生活者のあらゆる行動をデータ化し、 AIを実装した生活体験DXサービスを提供

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を心地よくしていく



## 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。
- 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

### データの手で ウォー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具体化を支援。
- 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。
- 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。



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

- 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。
- 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。
- IoT<sup>\*1</sup>やAIの駆使、データの掛け合わせによってリアル行動データを充実させ、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。



\*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

# INDEX

1. unerry について

**2. サービス概要**

3. 特徴と競争優位性

4. 2023年6月期 通期実績

5. 中期成長戦略

6. ビジネスアップデート

7. 2024年6月期 業績予想

8. 人的資本経営戦略

9. 財務情報



## 2. サービス概要

# リアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank」

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）15億IDは最大リーチ可能なID数（2023年6月末時点）でユーザー重複あり



## 2. サービス概要

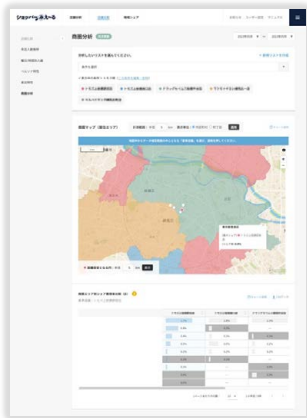
### ① 分析・可視化サービス

競合比較で来店可能性のある生活者を発見

# ショッパーみえ〜る

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

リテール  
DX



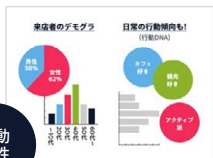
商圈  
分析



来店  
頻度



行動  
特性



リテール  
DX

スマート  
シティ

AI解析して多様なアウトプットで可視化・分析

# リアル行動データ可視化・分析

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



来店ルート



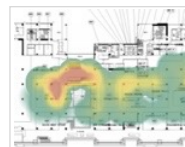
移動手段



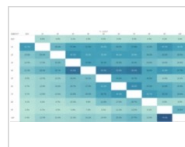
関連スポット



個人情報分析※2



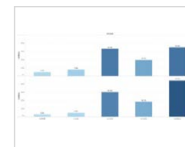
滞留分析



回遊傾向



ルート分析



滞在時間

※1... 2023年6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. サービス概要

### ② 行動変容サービス

リテール  
DX

スマート  
シティ

広告起点の来店・購買を計測・最適化

# Beacon Bank AD

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、  
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



## 2. サービス概要

### ③ One to One サービス

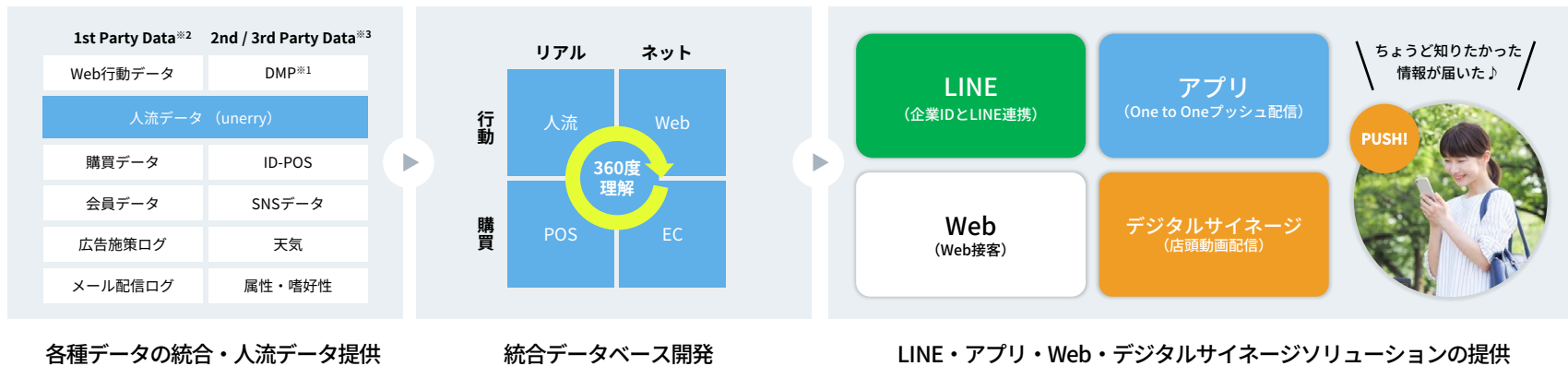
リテール  
DX

スマート  
シティ

パーソナル体験を届けるOne to Oneソリューション

# Beacon Bank 1to1

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、LINE・アプリ・Web・デジタルサイネージで、パーソナル体験を届けるシステムソリューションを提供



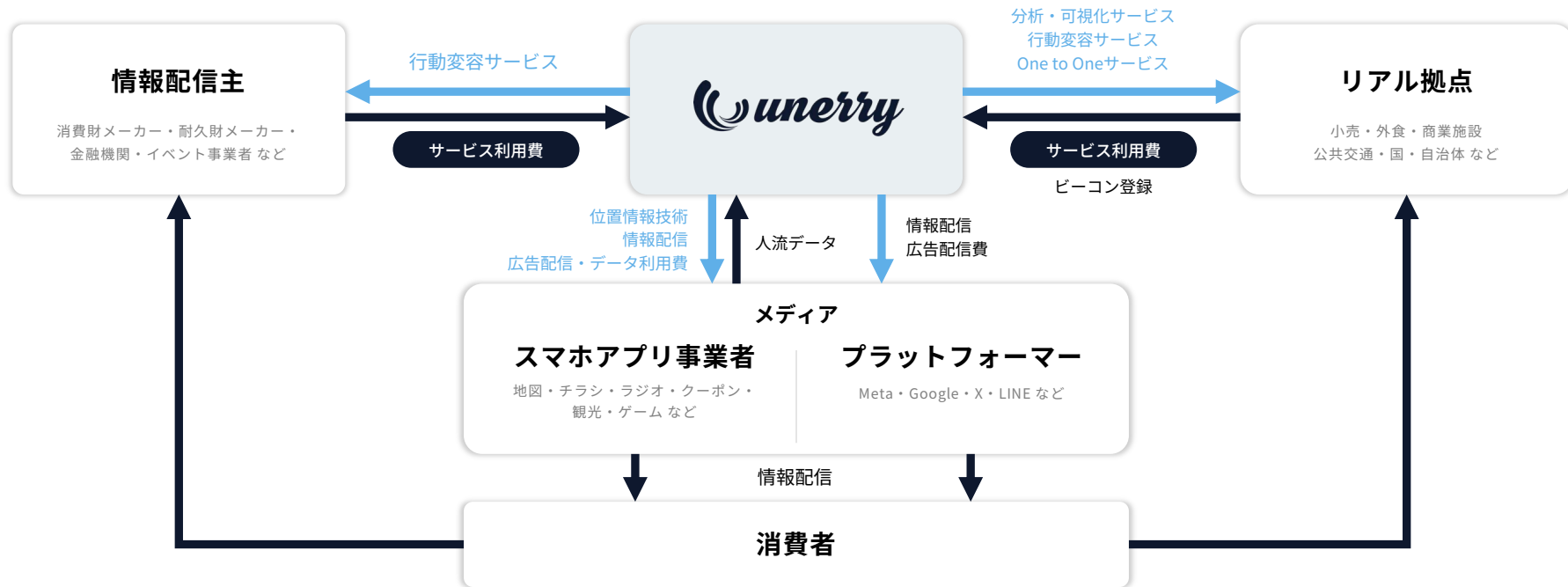
※1... DMP (データマネジメントプラットフォーム) : インターネット上に蓄積された様々な情報データを管理するためのプラットフォーム ※2... 自社の顧客やwebサイト訪問者に関して収集・保有しているデータ

※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

## 2. サービス概要

# 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・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。





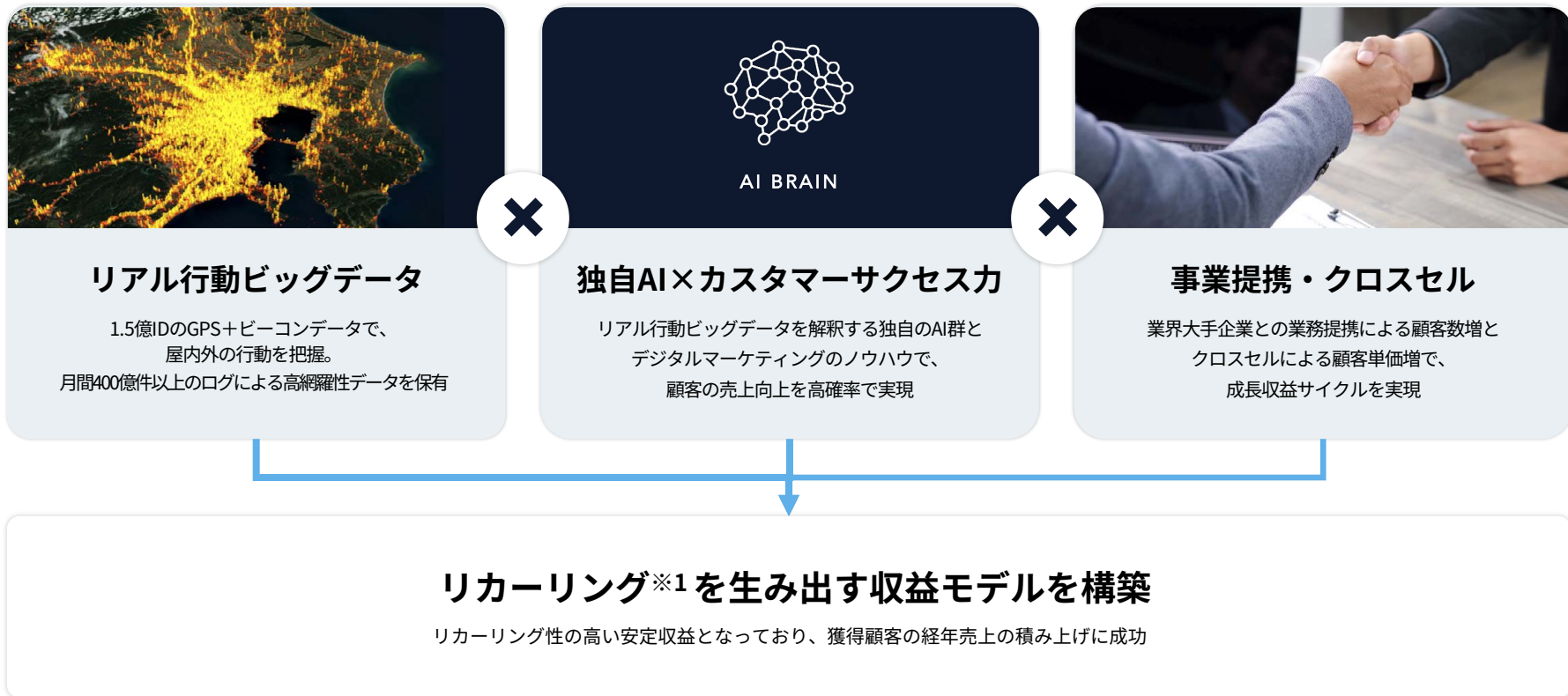
# INDEX

1. unerry について
2. サービス概要
- 3. 特徴と競争優位性**
4. 2023年6月期 通期実績
5. 中期成長戦略
6. ビジネスアップデート
7. 2024年6月期 業績予想
8. 人的資本経営戦略
9. 財務情報



### 3. 特徴と競争優位性

## 「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

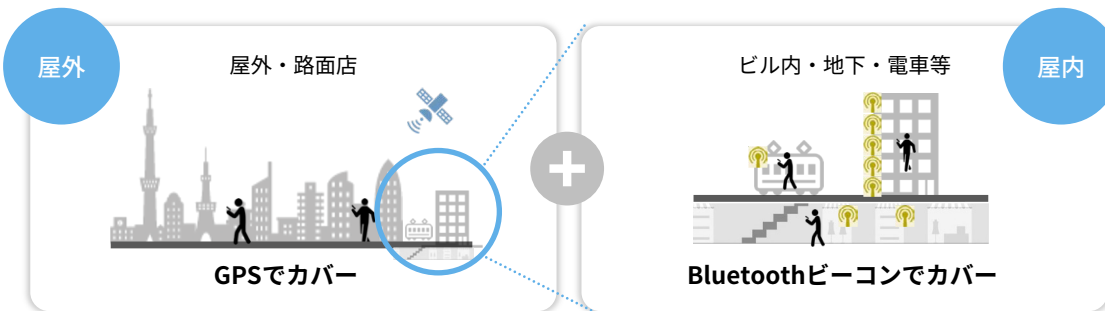


※1... 4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業からの売上高

### 3. 特徴と競争優位性

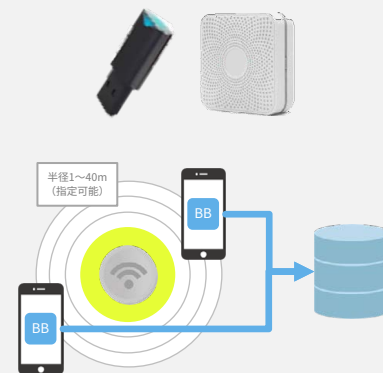
## リアル行動ビッグデータ (屋内外の人流データ)

合計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、216万個※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	約1.5億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データ)	
エリアカバレッジ	月間400億件以上のログ	216万カ所以上の屋内・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に利用	来店計測等に利用

### Bluetoothビーコンの仕組み



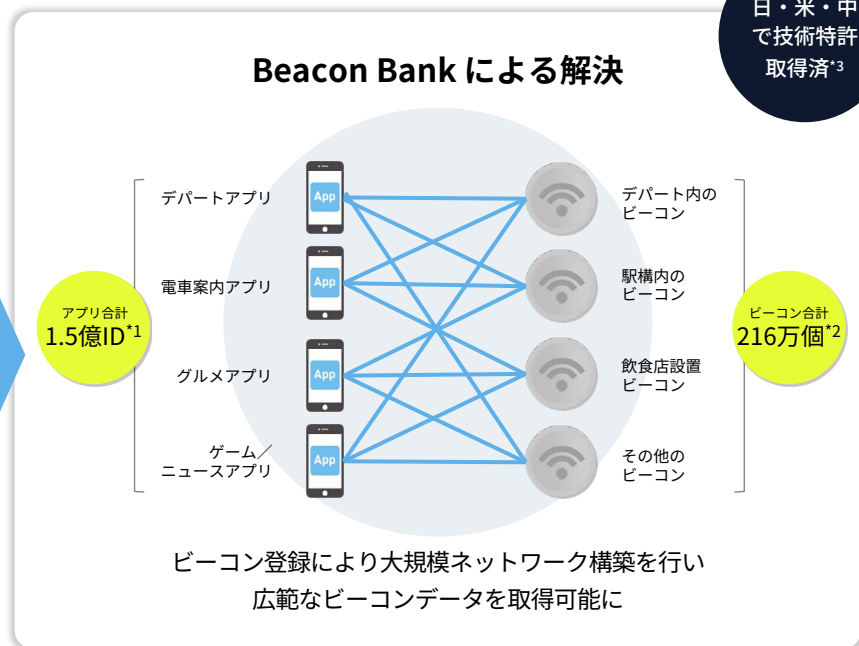
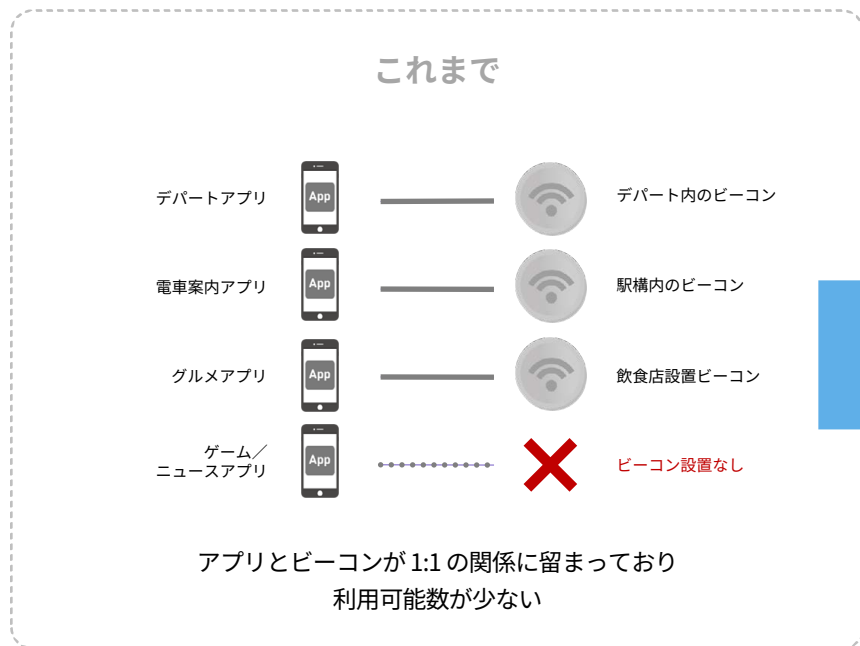
ビーコンは無線電波を一方通行で発信、  
スマホアプリ\*が電波をキャッチし  
サーバにビーコン反応を記録

\*Beacon Bank SDK搭載のアプリ

### 3. 特徴と競争優位性

## リアル行動ビッグデータ (ビーコンプラットフォームの技術特許)

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。  
unerryでは、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。



日・米・中  
で技術特許  
取得済\*3

※1、※2... 2023年6月末時点 ※3...特許第5991793号 (2016年8月) 日本・米国・中国



### 3. 特徴と競争優位性

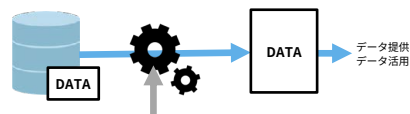
## リアル行動ビッグデータ（個人を特定しない安全なデータ）

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ー」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<sup>※1</sup>。

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。



#### 秘匿加工処理

暗号データ化／統計データ化／  
センシティブなデータの排除／少数サンプルの秘匿処理

### 人流データの取得方法

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ー（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。

またユーザー自身でデータを追加で取得されないようにできる仕組み（オプトアウト）も提供。

改正電気通信事業法（外部送信規律）にも対応。

利用規約に同意済みユーザーのデータのみ取得  
（オプトイン）

ユーザー自身でデータ取得されないよう  
設定可能（オプトアウト）

### 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。

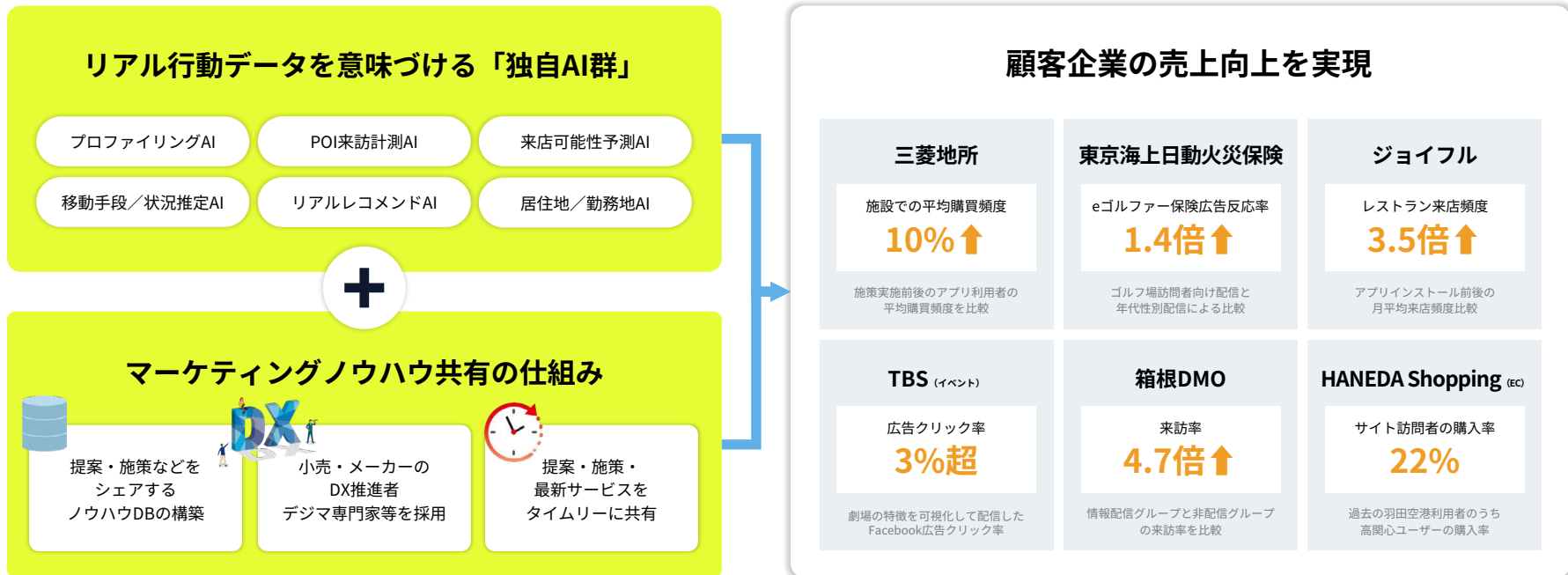
unerryでは、2022年10月に認定取得。

※1... 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つて、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」

### 3. 特徴と競争優位性

## 独自AI×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。

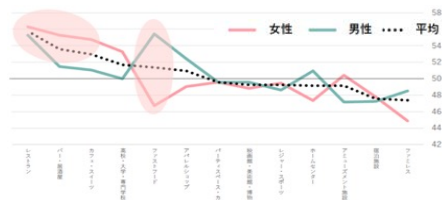


### 3. 特徴と競争優位性

## 独自AI×カスタマーサクセス力

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



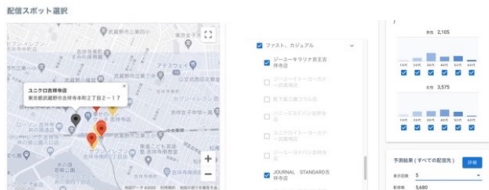
徒歩・自動車・電車などの移動手段、日常・非日常を推定

#### 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<sup>※1</sup>POI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. 特徴と競争優位性

## 事業提携・クロスセル

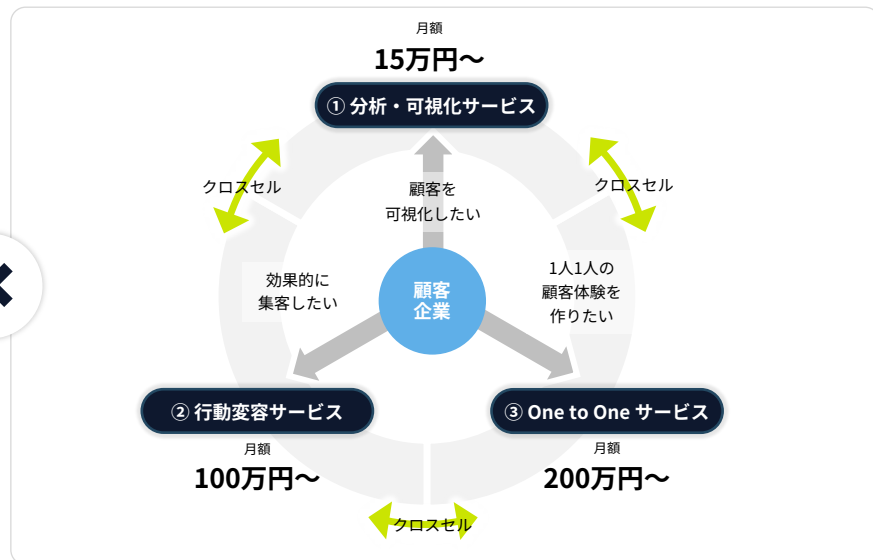
業界大手企業との業務提携／連携と、顧客企業のニーズに合わせた提供サービスの多様化により、顧客数増加×顧客単価向上の成長を実現。

#### 大手との業務提携／連携による「① 顧客数の増加」

2017/6期	コカ・コーラ ウエスト	小売・外食向け データ支援	2022/6期	<b>TOPPAN</b>	リテールDX
2018/6期	<b>三菱地所</b>	丸の内・商業施設DX		<b>LINE</b>	Beacon設置 パートナー
	<b>dentsu</b> tokyo/osaka/nagoya	広告商品共同開発		<b>三井住友カード</b>	購買行動データ分析、 連動広告
	<b>ADWAYS</b>	来店最適化広告配信		<b>Google Cloud</b>	位置情報・ CDPパートナー
2019/6期	<b>impactTV</b>	来棚効果が見える 販促広告	2023/6期	<b>三菱食品</b>	リテールメディア 共同推進
2020/6期	<b>NTT DATA</b>	モビリティプラットフォーム		<b>F E Z</b>	小売向けの 分析サービス
2021/6期	<b>三菱商事</b>	スマートシティ・ 小売DX		<b>cisco</b>	Wi-Fiアクセスポイント のビーコン化
	<b>CAINZ</b>	小売データビジネス			



#### 提供サービス多様化／クロスセルによる「② 顧客単価向上」





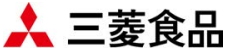













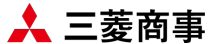









### 3. 特徴と競争優位性

## 事業提携・クロスセル (① 顧客数の増加)

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月期の  
顧客数

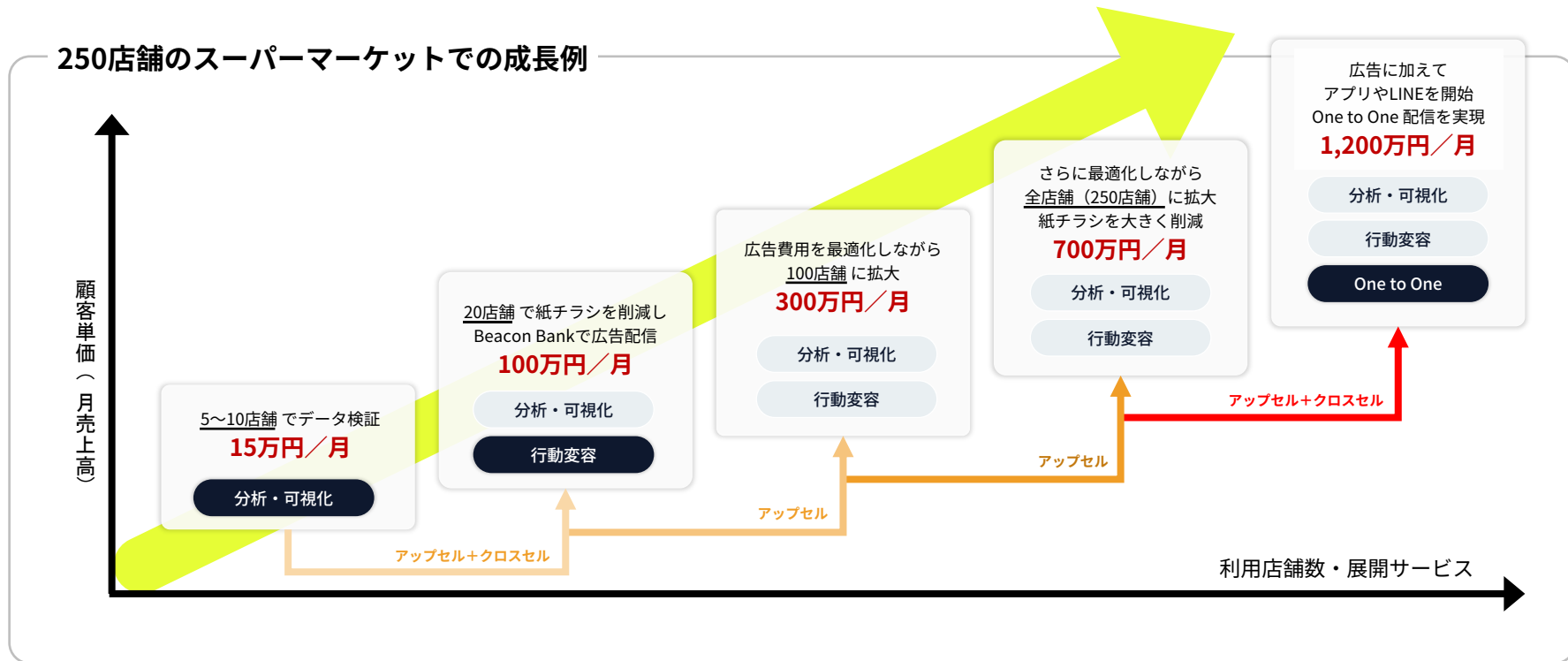
**145社**

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
 Joyfull	 東京海上日動				
国・自治体・観光	公共交通	総合商社	システムソリューション	広告・販促	メディア
東京都・環境省 鎌倉市	 		 	 HAKUTEN tokyo/osaka/nagoya	 
			 	 西日本新聞 	

### 3. 特徴と競争優位性

## 事業提携・クロスセル (② 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等をクロスセルすることで大幅に顧客単価が向上。

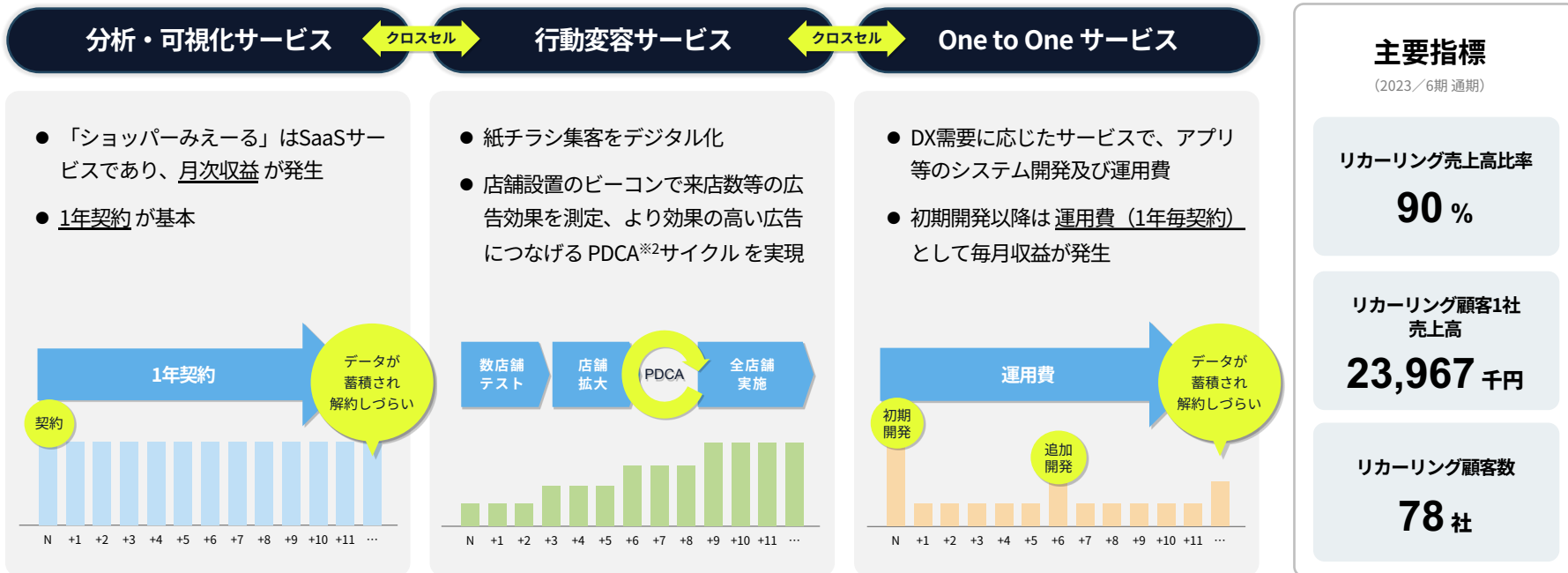


### 3. 特徴と競争優位性

## 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」「One to One」は1年契約がベースで、「行動変容」は店舗数が増えると売上が向上する収益モデル。



※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

### 3. 特徴と競争優位性

## 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。

### 技術的優位性

#### 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  
などの独自AIを、  
自社のデータサイエンティストが開発

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

特許第6695064号（2020年5月）

BB IoT



### 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216万個の  
巨大ビーコンプラットフォームに成長

リアル行動データプラットフォーム

**Beacon Bank**

#### 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」理事として、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に業界代表として参加



### 3. 特徴と競争優位性

## 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
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	△ 大まかな商圈	△ 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レコメンド

より高度

# INDEX

1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
- 4. 2023年6月期 通期実績**
5. 中期成長戦略
6. ビジネスアップデート
7. 2024年6月期 業績予想
8. 人的資本経営戦略
9. 財務情報





## 業績ハイライト

売上高  
(前年度比)

2,076 百万円  
(+44%)

第4四半期売上高  
(前年同期比)

480 百万円  
(+44%)

リカーリング顧客数\*1  
(前年度比)

78 社  
(+29社)

営業利益  
(前年度比増減額)

35 百万円  
(△39百万円)

### サマリー

- 旺盛なDX需要に基づくリカーリング売上高が堅調で、通期売上高、四半期売上高とも +44%成長 を実現
- 既存顧客へのクロスセルが成功し、リカーリング顧客数も +29社
- 営業利益は、原価率の上昇により前年度を下回ったが 黒字着地

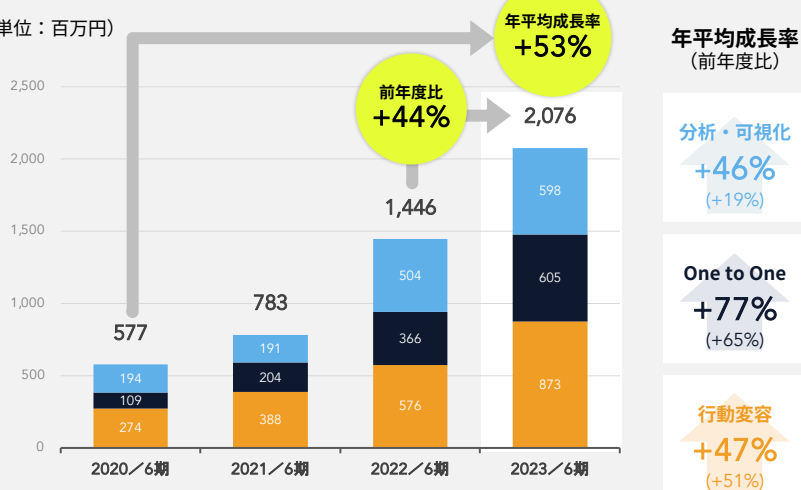
## サービス別売上高

3サービスが全て高い成長率で伸びており、堅実なポートフォリオを構成。

四半期でも前年同期比で堅調に推移。第3四半期の売上偏重も2023年6月期は一定解消。

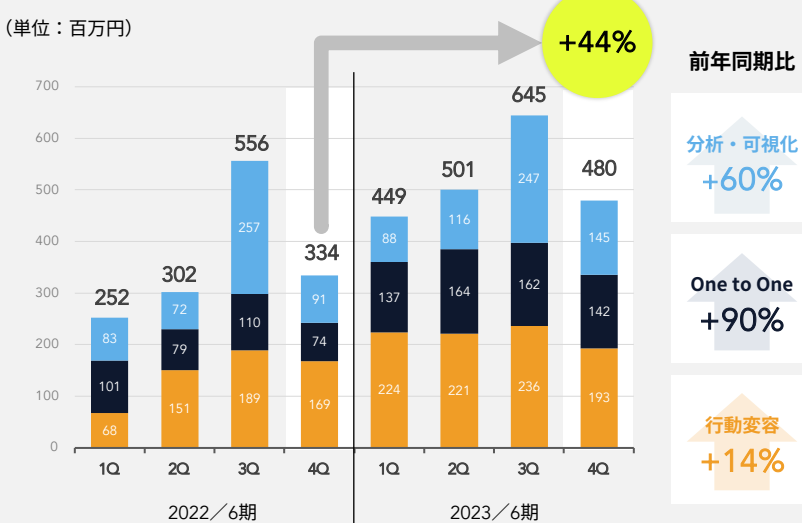
### 年度推移

(単位：百万円)



### 四半期推移

(単位：百万円)

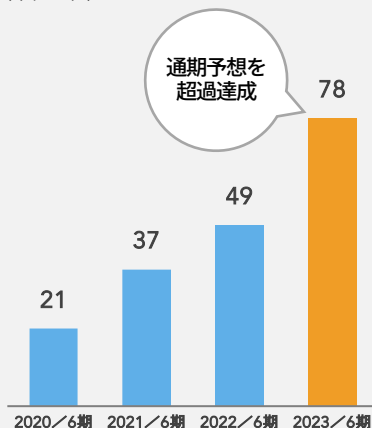


## リカーリング顧客の主要指標

顧客数は堅調に推移して通期予想（72社）を超過達成、顧客単価も高水準を維持した結果、リカーリング売上高比率は90%を実現。NRRも100%を超えており、前年度までに獲得した顧客から高い売上を得られている状況が続いている。

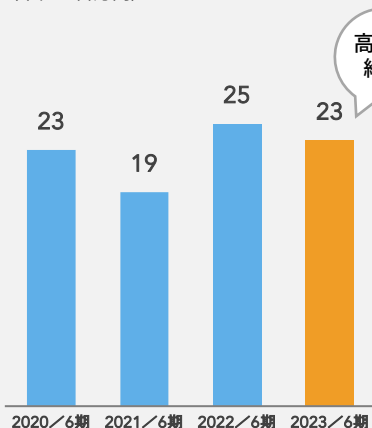
### リカーリング顧客数<sup>\*1</sup>

(単位：社)

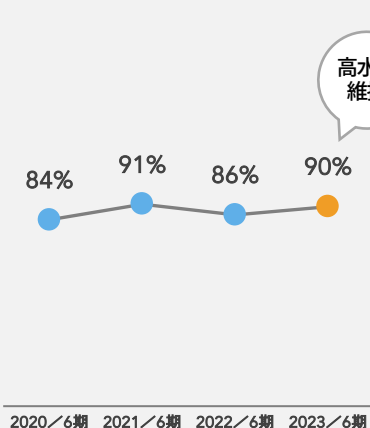


### リカーリング年間顧客単価

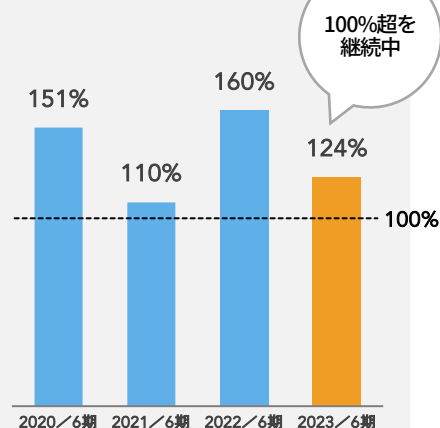
(単位：百万円)



### リカーリング売上高比率



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



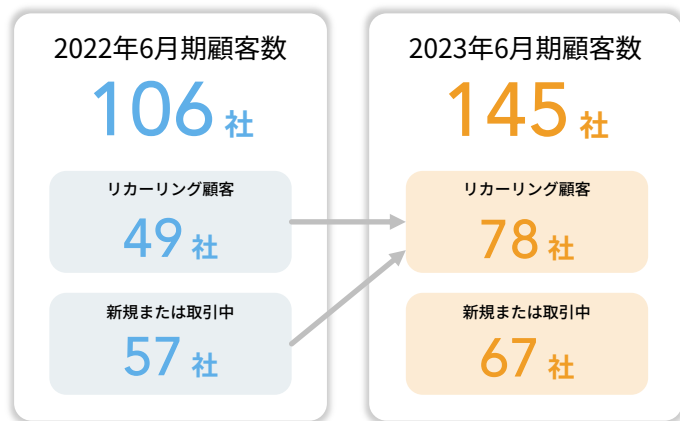
※1... 4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業 ※2... ネットレベニューリテンションレート (前年度以前に獲得したリカーリング顧客の当期売上高) ÷ (当該顧客の前期売上高)

#### 4. 2023年6月期 通期実績

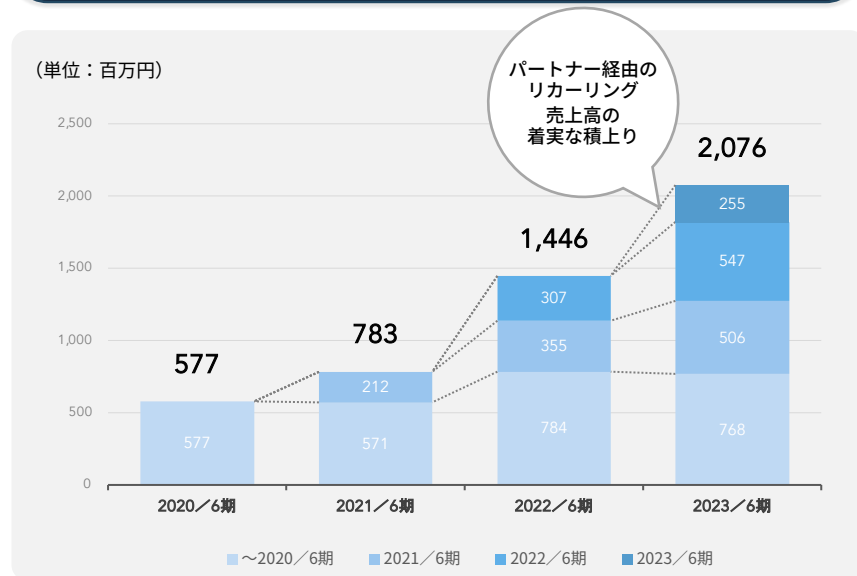
## リカーリング顧客の積み上がり状況

毎年の新規顧客がリカーリング顧客に堅調な割合で転換しており、リカーリング売上高が着実に積み上がっている。  
2023年6月期はパートナー経由のリカーリング顧客数が大きく伸長（新規リカーリング顧客は相対的に単価は低め）。

### 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※



※各年度で獲得した同顧客による経年売上推移

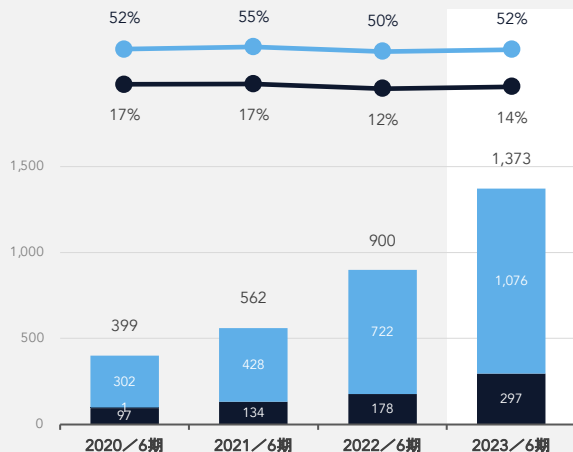
## 原価

直接原価は前年度対比では2pt増加したが、下半期では改善傾向。

固定費が大きい間接原価は改善予定だったが前年度対比2pt増加。データ量拡充によるインフラ費用増が要因。

### 年度推移

(単位：百万円)



#### ● 直接原価

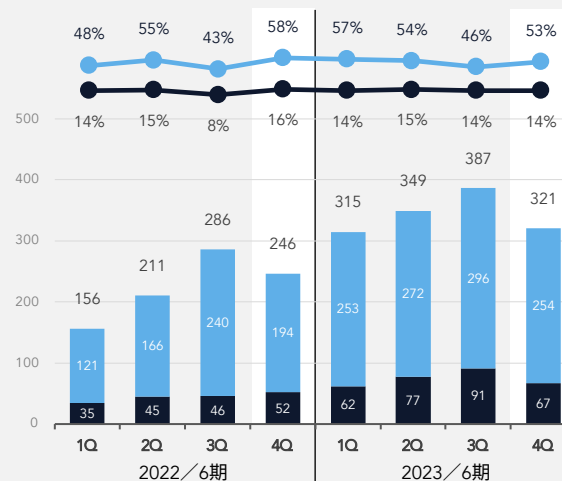
- 比率は前年対比2pt増加（主にOne to Oneの戦略価格提示）
- 行動変容が58%、One to Oneが36%、分析・可視化が6%

#### ● 間接原価

- 比率は前年対比2pt増加
- データ量拡充に伴うインフラ費用増加、追加開発費（原価配賦分）が要因

### 四半期推移

(単位：百万円)



#### ● 直接原価

- 比率は分析・可視化の売上割合増により前年度比改善
- 行動変容が56%、One to Oneが39%、分析・可視化が5%

#### ● 間接原価

- 比率はほぼ横ばい
- データ量拡充に伴うインフラ費用増加、追加開発費（原価配賦分）の発生で変動

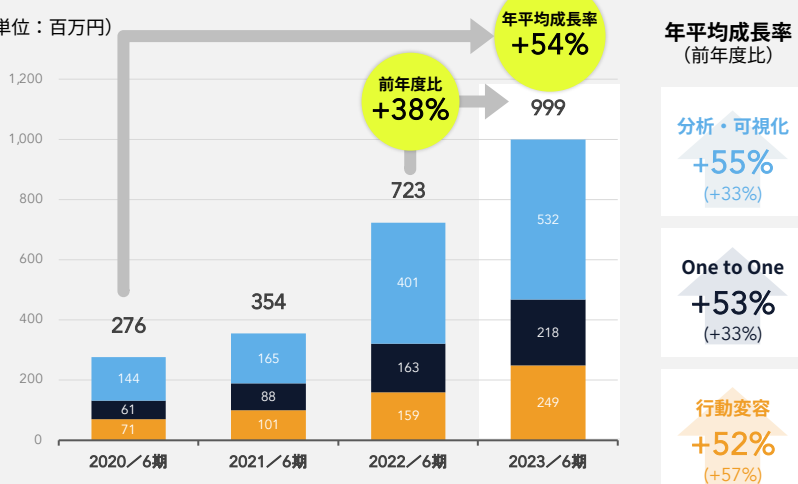
#### 4. 2023年6月期 通期実績

### サービス別粗利 (売上 - 直接原価 ※)

粗利は年度も四半期も全サービスが伸びており堅調。  
 利益率が高い分析・可視化サービスが粗利の半分以上を占めている。

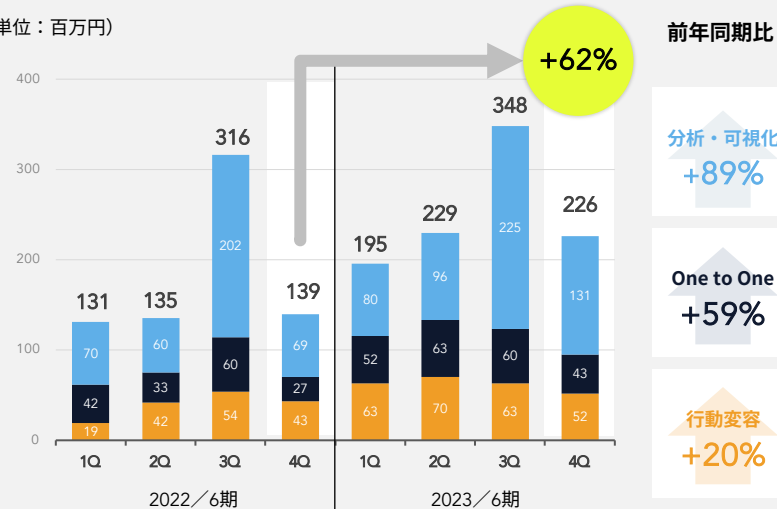
#### 年度推移

(単位：百万円)



#### 四半期推移

(単位：百万円)



※間接原価は除いた粗利



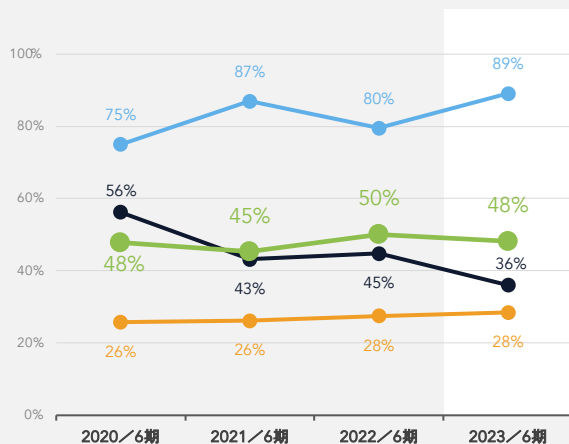
#### 4. 2023年6月期 通期実績

### サービス別粗利率 (売上 - 直接原価 ※)

全体の粗利率は前年度比2pt低下。

分析・可視化サービスの粗利率が前年度対比で大幅に改善、行動変容は横ばい、One to One が戦略価格提示により低下。

#### 年度推移



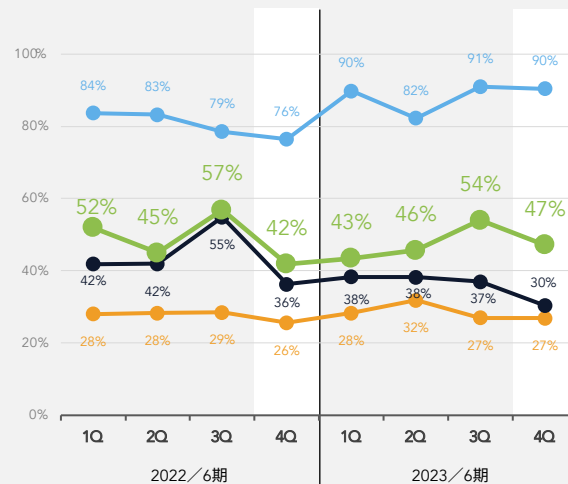
● **分析・可視化**  
業務効率化・ショップ  
パーミエーの拡販

● **One to One**  
クロスセル目的で一  
部案件の戦略価格提  
示による低下

● **行動変容**  
配信媒体の最適化・  
業務効率化で改善

● **全体平均**  
全体の粗利率は前年  
度2pt低下

#### 四半期推移



● **分析・可視化**  
一時要因も減少して  
安定的に高水準

● **One to One**  
クロスセル目的で一  
部案件で戦略価格提  
示

● **行動変容**  
粗利率が低い媒体利  
用による一時低下

● **全体平均**  
3サービスの売上割  
合変化による増減

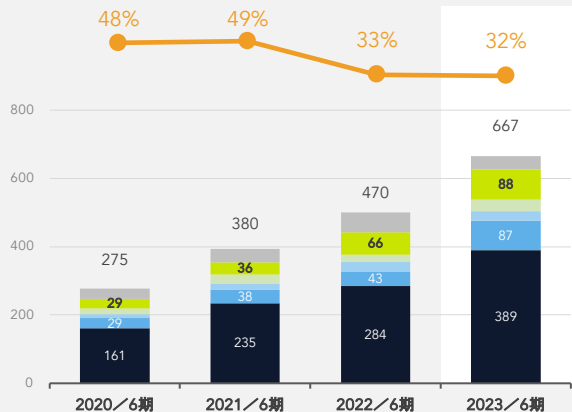
#### 4. 2023年6月期 通期実績

## 販売費及び一般管理費

第4四半期に計画以上の採用を実施したことで前年比同水準の着地。

### 年度推移

(単位：百万円)



#### ● 手数料・支払報酬

・上場報酬・海外投資の  
弁護士費用が一時発生  
・インフラ費（販管費  
分）・監査報酬が増加

#### ● 業務委託費

ショッパーみえーる初  
期開発

#### ● 人件費・採用費

計画以上の採用実施

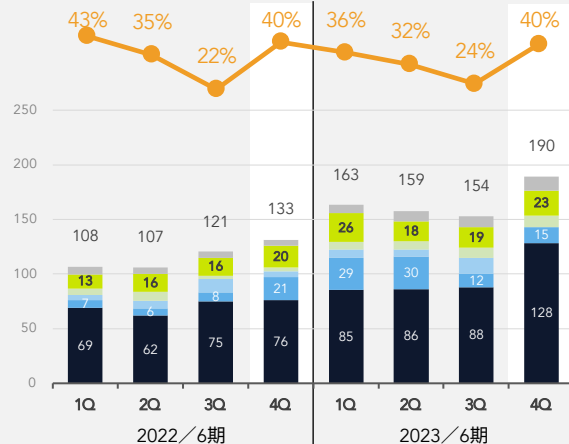
#### ● 対売上高比率

・前年比同水準  
・計画以上の採用が主因

■ 人件費・採用費 ■ 業務委託費 ■ 広告宣伝費・販促費 ■ 地代家賃 ■ 手数料・支払報酬 ■ その他

### 四半期推移

(単位：百万円)



#### ● 手数料・支払報酬

海外投資の弁護士費用  
が一時発生

#### ● 業務委託費

上半期の初期開発費用  
は下半期減少

#### ● 人件費・採用費

需要増を受けて、4Qか  
ら採用強化（新卒・経  
験者）

#### ● 対売上高比率

計画以上の採用が主因

■ 人件費・採用費 ■ 業務委託費 ■ 広告宣伝費・販促費 ■ 地代家賃 ■ 手数料・支払報酬 ■ その他

#### 4. 2023年6月期 通期実績

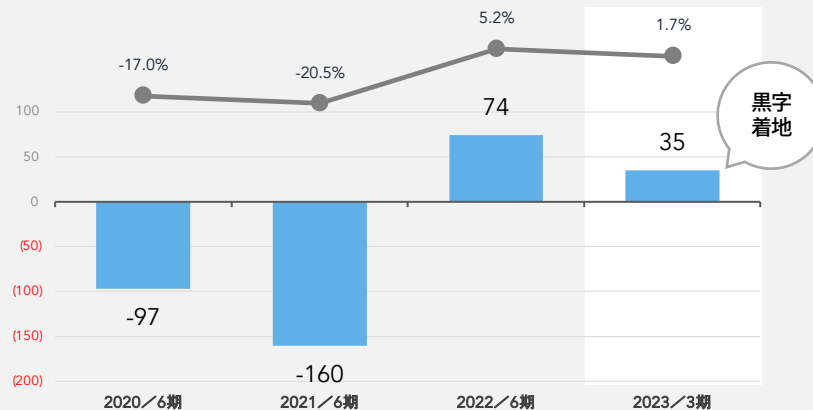
## 営業利益

原価率が上昇したことから、前年度を下回ったが黒字着地。

四半期では第三四半期に利益は偏っているものの、その依存度は低下傾向。

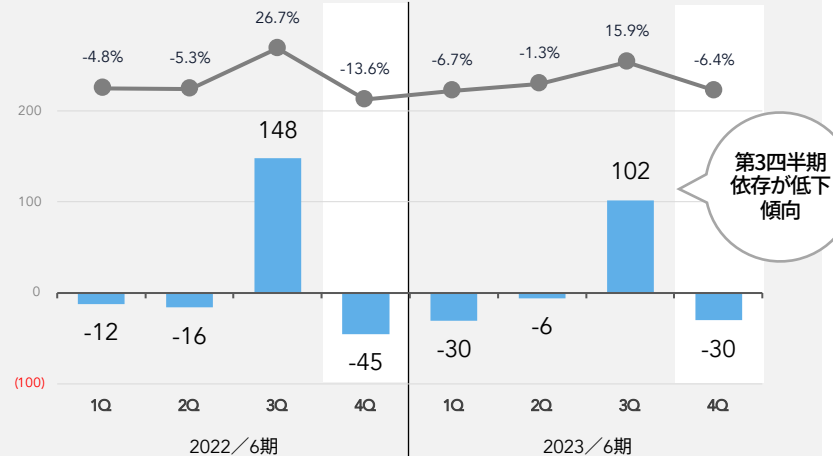
### 年度推移

(単位：百万円)



### 四半期推移

(単位：百万円)



## 認識している課題と今後の対応方針

### 課題

### 解決に向けた取り組み

粗利率改善  
(原価率上昇)



- ✓ 分析・可視化… ショッパーみえーるの積極的拡販
- ✓ 行動変容… 業務効率化、粗利率の高い媒体比率の向上

第3四半期への売上偏重



- ✓ 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）

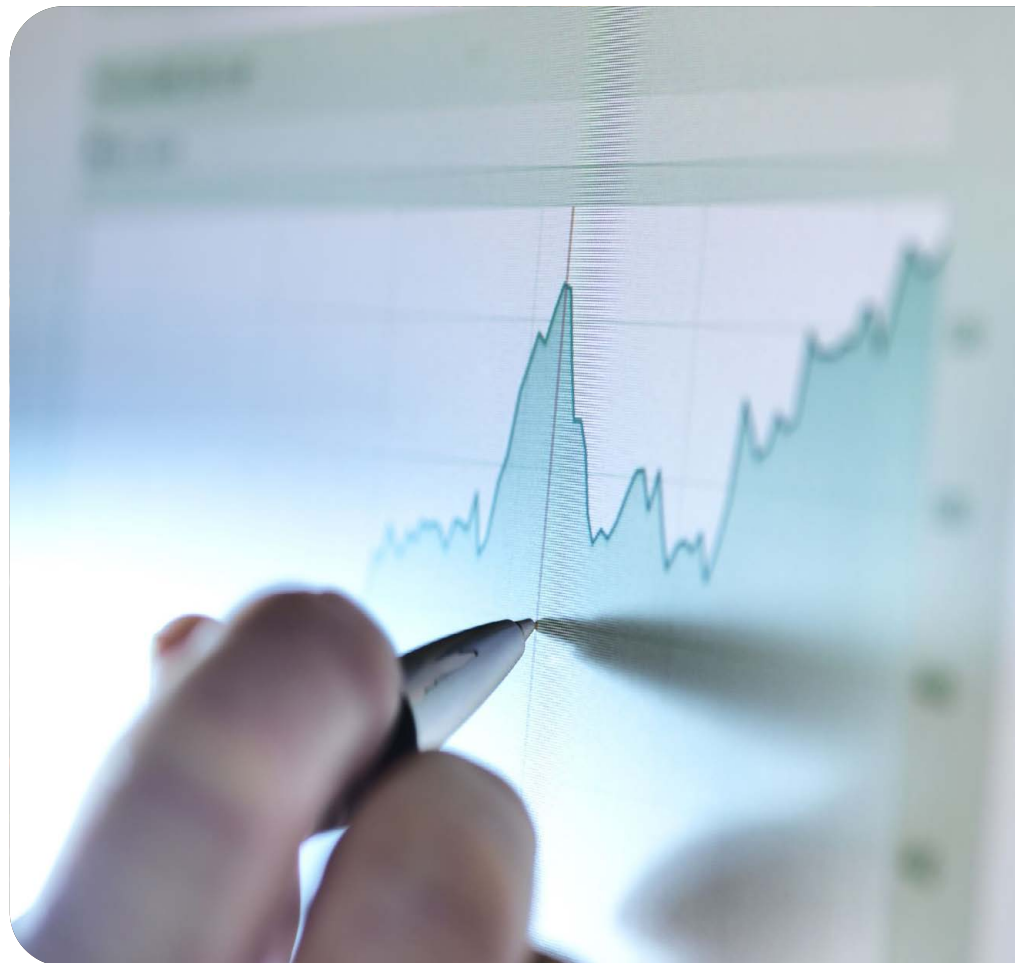
戦略価格受注からの売上転換



- ✓ One to One サービスと連動した行動変容、分析・可視化のクロスセル
- ✓ 重点顧客との年間契約獲得

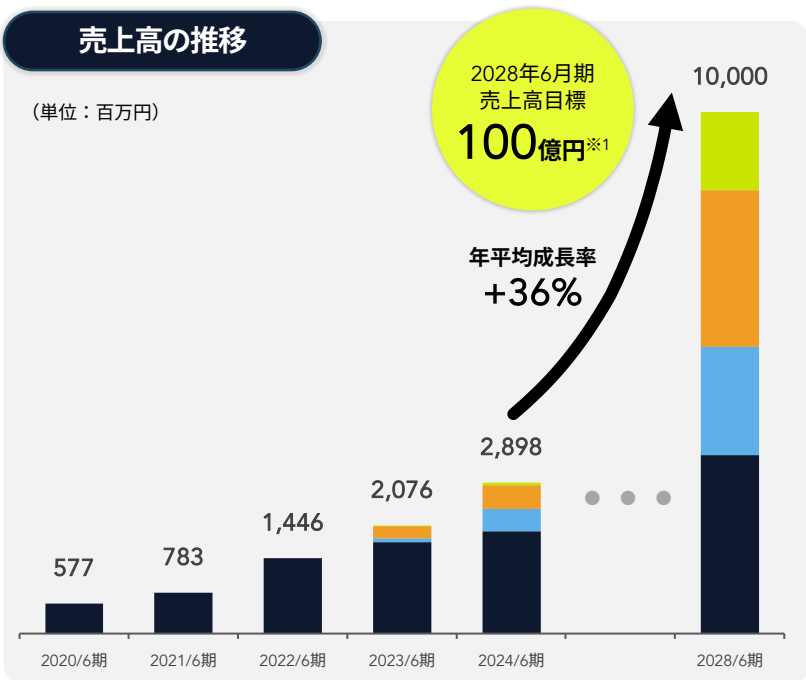
# INDEX

1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. 2023年6月期 通期実績
- 5. 中期成長戦略**
6. ビジネスアップデート
7. 2024年6月期 業績予想
8. 人的資本経営戦略
9. 財務情報



## unerry, everywhere戦略

オーガニックに成長するリテールDXを軸に、リテールメディア・スマートシティ・グローバル事業を加速度的に展開し、世界中どの店でもどの街でもunerryが自然と使われているインフラの実現により、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

日本で構築した  
プロダクト・  
ノウハウを  
多国展開

### 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

メディア化の  
ノウハウ転用

### 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

小売シェア  
獲得により  
メーカーに  
顧客拡大

### 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

※1... リテールDX事業34%、リテールメディア事業21%、スマートシティ事業30%、グローバル事業15% なお、本成長戦略にCM&AIは含まれておりません



## 5. 中期成長戦略

# リアル社会のあらゆるデータを連携するデジタルツインIDへ

unerry, everywhere 戦略を実現するため、人流データを核として購買・TV・メディア・サイネージ・Webなど、リアル社会のあらゆるデータを unerry 独自のスマホアプリユーザIDで連携するプラットフォームに進化。



## 5. 中期成長戦略

### ②リテールメディア事業：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

複数の小売・外食事業者と連携・提携し、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。



## ②リテールメディア事業：三菱食品との資本業務提携



“暮らしのスタイルにあう形で  
店舗や商品と出会い、ファンになる”

 **三菱食品**

- 小売業様3,000社・メーカー様6,500社のお取引ネットワーク
- 食品業界・商品・消費者に対する深い理解
- 1万台超の店頭サイネージネットワーク

×



- 1.5億IDの生活者行動ビッグデータ
- 人流・購買・メディア接触データの統合
- リテール業界での豊富な分析・クロスメディア広告施策の実績

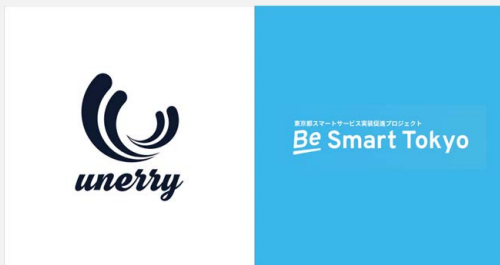
### ③スマートシティ事業：プロダクト型ビジネスへの転換

デジタルツインIDと連携したあらゆるデータを街づくりに活用。

最先端プロジェクトで培った知見を活かし、企業向けのサービスや都市OSとの連携サービスを開発・提供していく。

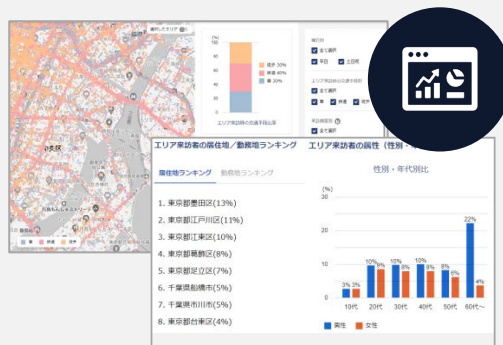
#### 国・自治体の公募受託

東京都などの主要スマートシティ  
プロジェクトへの応札



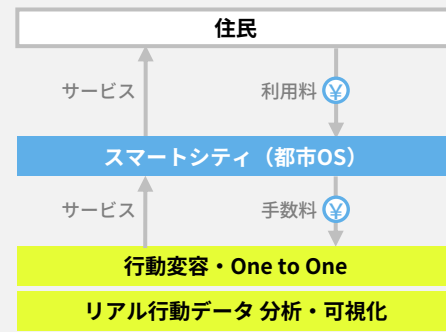
#### B to Bサービス

自治体・不動産企業・観光事業者・  
小売事業者が汎用的に活用する  
サービスを開発・提供



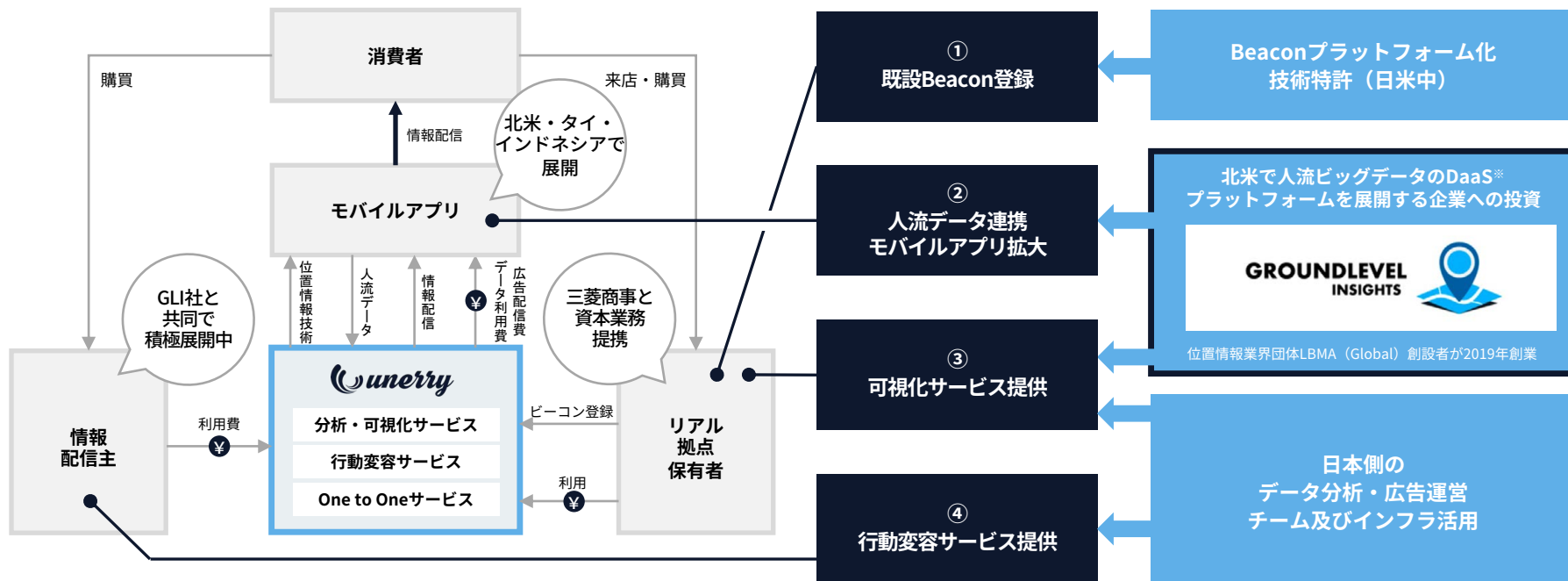
#### 都市OSとの連携サービス

各所で展開される都市OSとの  
連携サービスを開発・提供



## ④グローバル事業：北米・インドネシア・タイの事業化

投資を行った北米の人流データ企業 GroundLevel Insights 社と連携し、  
日本側で開発した可視化・行動変容サービスを北米で展開し、レベニューシェアするビジネスモデルを実現。



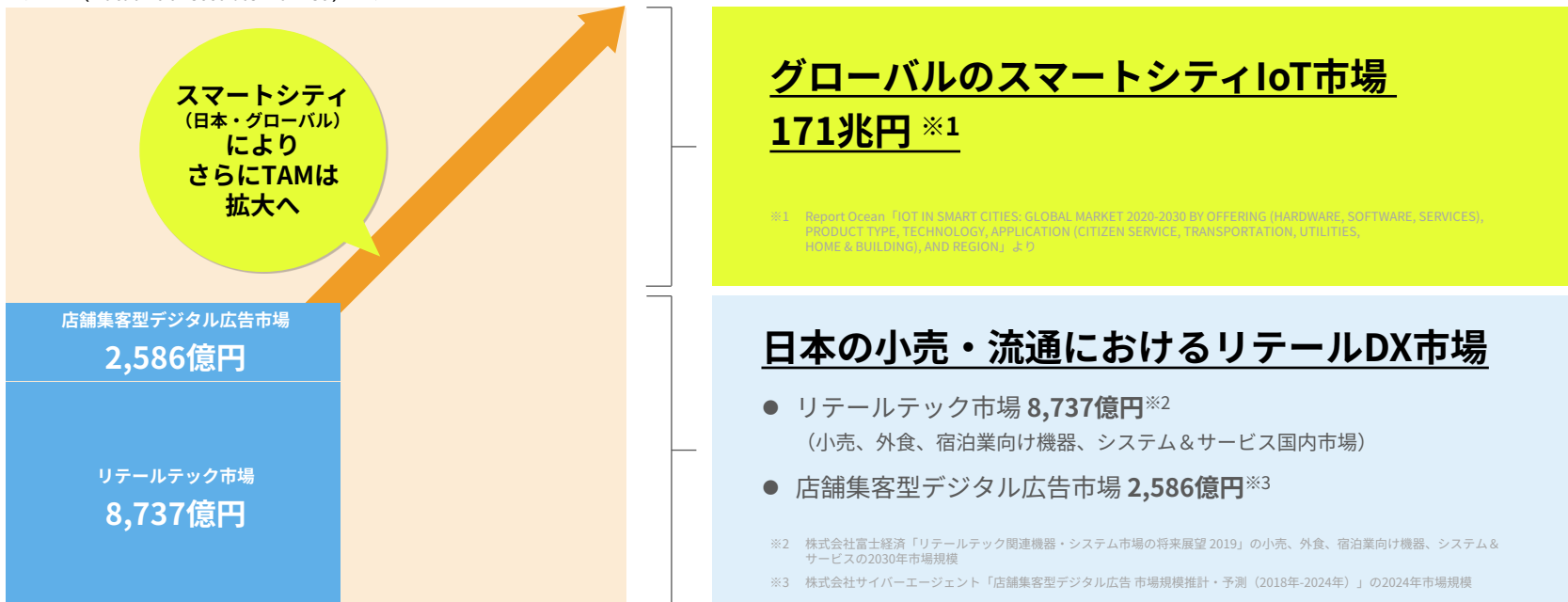
## 5. 中期成長戦略

# 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



## INDEX

1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. 2023年6月期 通期実績
5. 中期成長戦略
- 6. ビジネスアップデート**
7. 2024年6月期 業績予想
8. 人的資本経営戦略
9. 財務情報



## 三菱食品とunerryが資本業務提携

購買・人流・メディア接触データを統合した  
リテールメディアプラットフォームの共同構築で、事業を加速

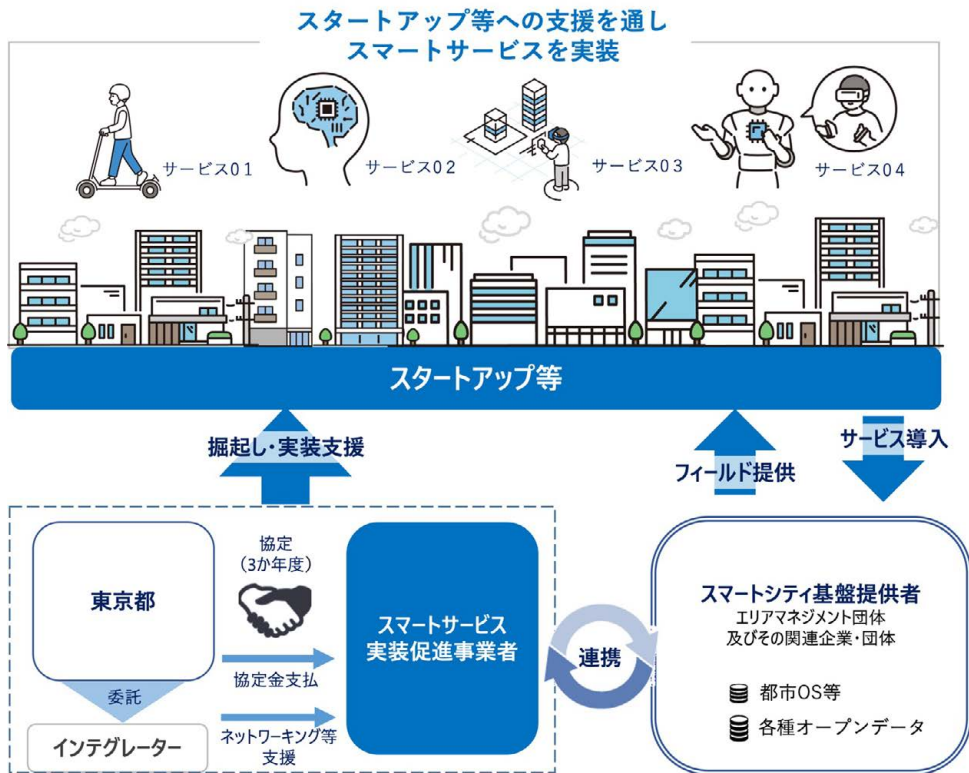


- 小売業様 3,000社・メーカー様 6,500社のお取引ネットワーク
- 食品業界・商品・消費者に対する深い理解
- 1万台超の店頭サイネージネットワーク



- 1.5億IDの生活者行動ビッグデータ
- 人流・購買・メディア接触データの統合
- リテール業界での豊富な分析・クロスメディア広告施策の実績

## 東京都スマートサービス実装促進プロジェクトで採択

人流データを活用した分析

自社の人流データと基盤提供者が持つデータを掛け合わせた分析によりエリアの課題・ニーズの具体化を行い、エリア特性を踏まえたサービス実現に寄与

効率的な情報配信によるサービスの定着促進

人流データにより把握したサービスのターゲット層に対して情報を発信することで、サービス認知の早期獲得や行動変容の創出に寄与

基盤提供者との連携実績の活用

これまで実証実験に参画し関係を構築したエリアマネジメント団体等との連携

## ビッグデータカンファレンス「SPECTACLES」の自社開催



### 3Days、1500名規模での開催

開催日 : 2023年7月12日(水)～7月14日(金)  
開催場所 : オンライン配信(8月末までアーカイブ配信)  
主催 : 株式会社unerry  
後援 : 一般社団法人LBMA Japan  
スポンサー : グーグル・クラウド・ジャパン合同会社・株式会社Agoop  
URL : <https://spectacles2023.unerry.co.jp>

#### 小売・食品

- J.フロントリテイリング
- カインズ
- スギ薬局
- トライアルカンパニー
- 三菱食品

#### スマートシティ

- 東京都
- 国土交通省
- 浜松市

#### グローバル

- グーグル・クラウド・ジャパン
- Snowflake
- GroundLevel Insights
- Mall of America

#### 金融

- 三井住友カード
- S&P
- みずほ銀行

#### データ分析・ソリューション

- Agoop
- ドコモ・インサイトマーケティング
- GDBL
- ナウキャスト
- エムシーデジタル
- G-gen ● STORES

#### メディア

- AbemaTV
- Asken
- INFORICH
- ジオテクノロジーズ

#### 官公庁・団体・他

- デジタル庁
- オルタナティブデータ推進協議会
- LBMA Japan
- 天地人
- TENTIAL

参加  
企業



# INDEX

1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. 2023年6月期 通期実績
5. 中期成長戦略
6. ビジネスアップデート
- 7. 2024年6月期 業績予想**
8. 人的資本経営戦略
9. 財務情報



## 通期業績予想

売上高  
(前年度比)

2,898 百万円  
(+40%)

売上総利益  
(前年度比)

1,028 百万円  
(+46%)

営業利益  
(前年度比)

117 百万円  
(+233%)

当期純利益  
(前年度比)

65 百万円  
(+599%)

### サマリー

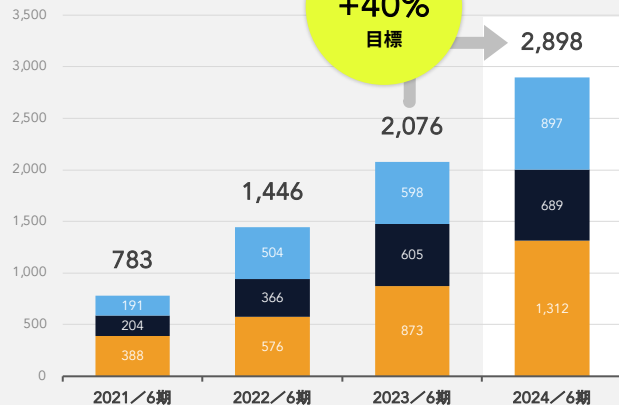
- 「リカーリング顧客の積上げ+クロスセル」の成功方程式を着実に実行して、40%成長を見込む
- 原価率の改善により売上高成長以上の売上総利益成長 +46% を実現
- 損益分岐を超えた成長により、営業利益は +233%成長、当期純利益は +599%成長 を目指す

## 売上高

分析・可視化サービスと行動変容サービスが牽引し、+40%の売上高成長率を目指す。  
前年度の新規顧客のリカーリング顧客化を着実に実行することで、安定的な売上高獲得を図る。

### サービス別売上高

(単位：百万円)



前年度比  
**+40%**  
目標

分析・可視化  
**+50%**

One to One  
**+14%**

行動変容  
**+50%**

いずれも前年度比

### リカーリング顧客の見込み

2023年6月期顧客数

**145** 社

リカーリング顧客

**78** 社

新規または取引中

**67** 社

2024年6月期顧客数

**192** 社

リカーリング顧客

**116** 社

新規または取引中

**76** 社

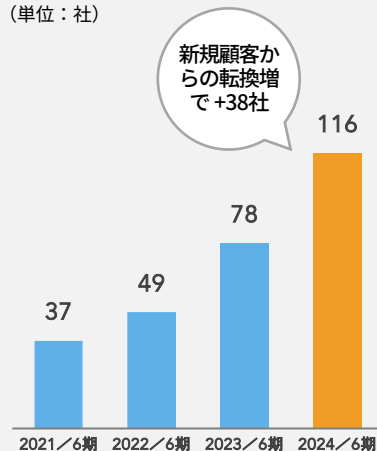
## リカーリング顧客売上高の主要指標

リカーリング顧客数を38社増やし、116社を目指す。

比較的新しいリカーリング顧客は低単価のため顧客単価は若干低下予定。

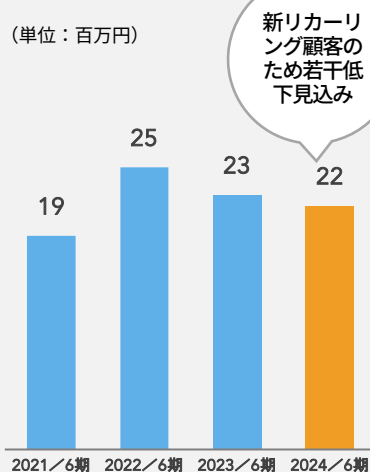
### リカーリング顧客数

(単位：社)

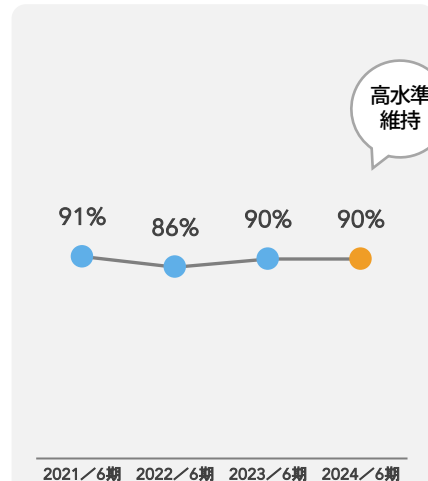


### リカーリング年間顧客単価

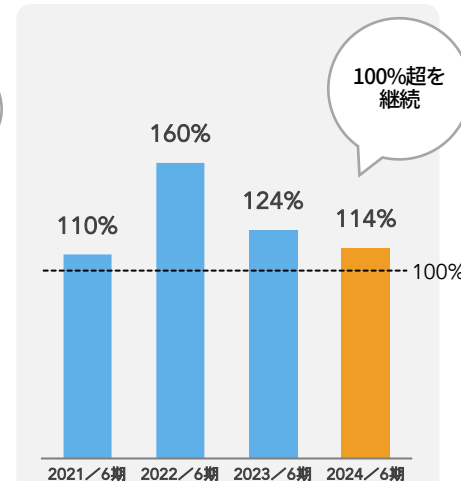
(単位：百万円)



### リカーリング売上高比率



### NRR



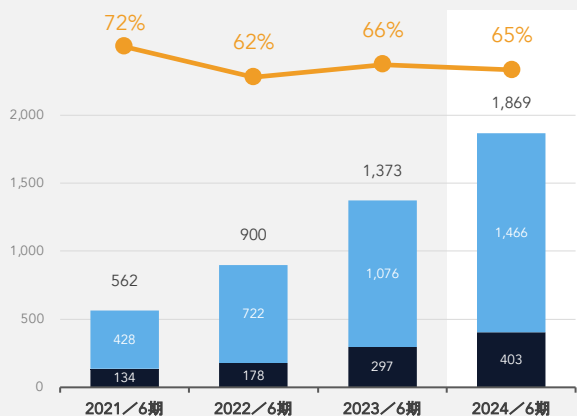


## 原価、販売費及び一般管理費

原価率は1pt改善予定で、主に分析・可視化サービスを伸ばすことで直接原価を抑制する予定。  
販売管理費も1pt改善。販売管理費の伸び以上に売上高が伸びることが要因。

### 原価

(単位：百万円)



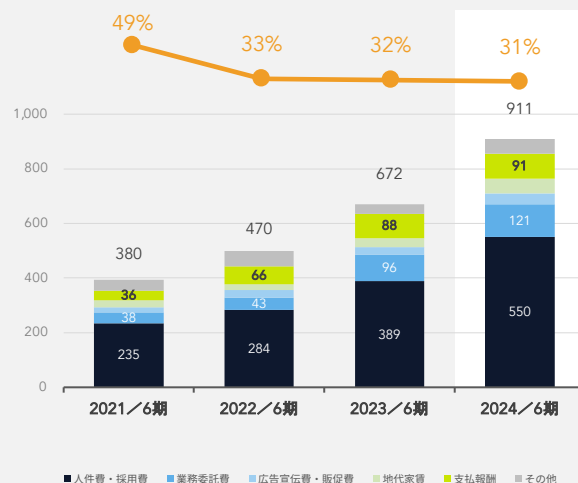
● **直接原価**  
原価率の低い分析・可視化を伸ばすことで改善

● **間接原価**  
・データ量拡充に伴う  
インフラ費用増加  
・人件費・地代家賃  
(配賦分)が増加

● **対売上高比率**  
分析・可視化サービスを伸ばして直接原価を抑制して1pt改善

### 販売費及び一般管理費

(単位：百万円)



● **支払報酬**  
監査報酬・インフラ費用  
(販管費分)の増加

● **業務委託費**  
プロダクト開発・業務  
提携のための投資による  
増加

● **人件費・採用費**  
需要増とプロダクト開発  
のため採用強化(新卒・  
経験者)

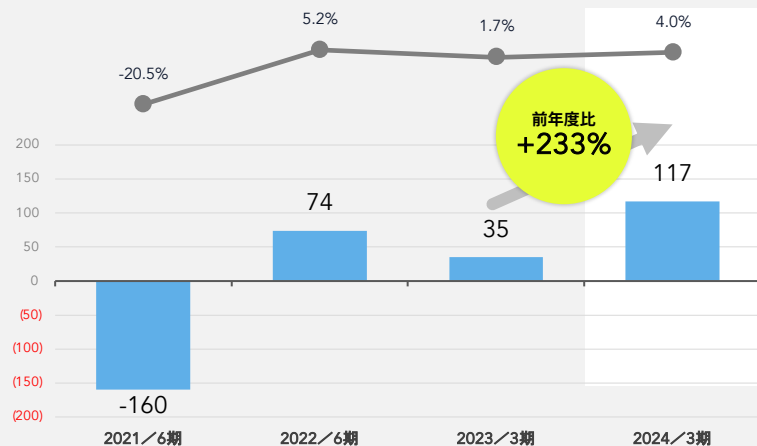
● **対売上高比率**  
販売管理費以上に売上高が  
伸びることで1pt改善

## 営業利益、当期純利益

営業利益117百万円（営業利益率4%）で、前年度+233%の成長を目指す。

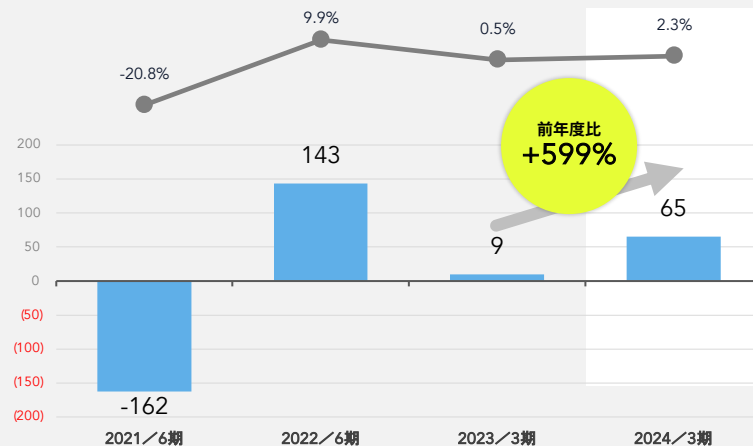
### 営業利益

(単位：百万円)



### 当期純利益

(単位：百万円)



## 主な投資計画

投資項目	投資内容	投資金額
リテールメディア事業の プラットフォーム開発 (主に三菱食品との業務提携推進)	<ul style="list-style-type: none"><li>● 開発を推進するための人件費・採用費</li><li>● プラットフォームのインフラ費</li></ul>	75百万円
分析・可視化サービスを 伸ばすためのプロダクト開発	<ul style="list-style-type: none"><li>● ショッパーみえーるを小売以外にも展開するためのシステム開発</li></ul>	60百万円

# INDEX

1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. 2023年6月期 通期実績
5. 中期成長戦略
6. ビジネスアップデート
7. 2024年6月期 業績予想
- 8. 人的資本経営戦略**
9. 財務情報

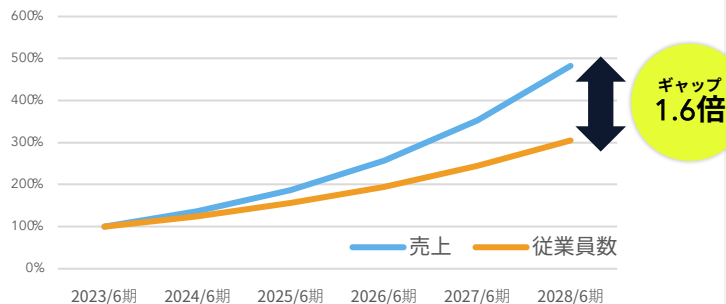


## 成長に向けた人的資本戦略のテーマ設定

「心地よい未来を、データとつくる」ミッションの実現および「年36%の売上成長」には、人・組織拡大と生産性向上の2つの課題が存在。課題解決に向け、人的資本戦略の柱として4つのテーマを設定。

### 売上／組織成長率

売上が年36%成長に対し、組織は年20-30%の成長率



成長のための **人材の確保・組織拡大** に加え、**生産性向上** の両面の取り組みが必要

### 課題

人・組織拡大

成長を支えるデータ人材の確保

グローバル展開に向けた多様性のあるチーム

新ビジネス創出へ挑戦できる人材・チーム

生産性向上

仕事のやりがいによるモチベーション

データ・AI活用による生産性向上

相互理解によるチーム間の調整コスト抑制

### テーマ

A ミッション・ビジョン・バリューの浸透

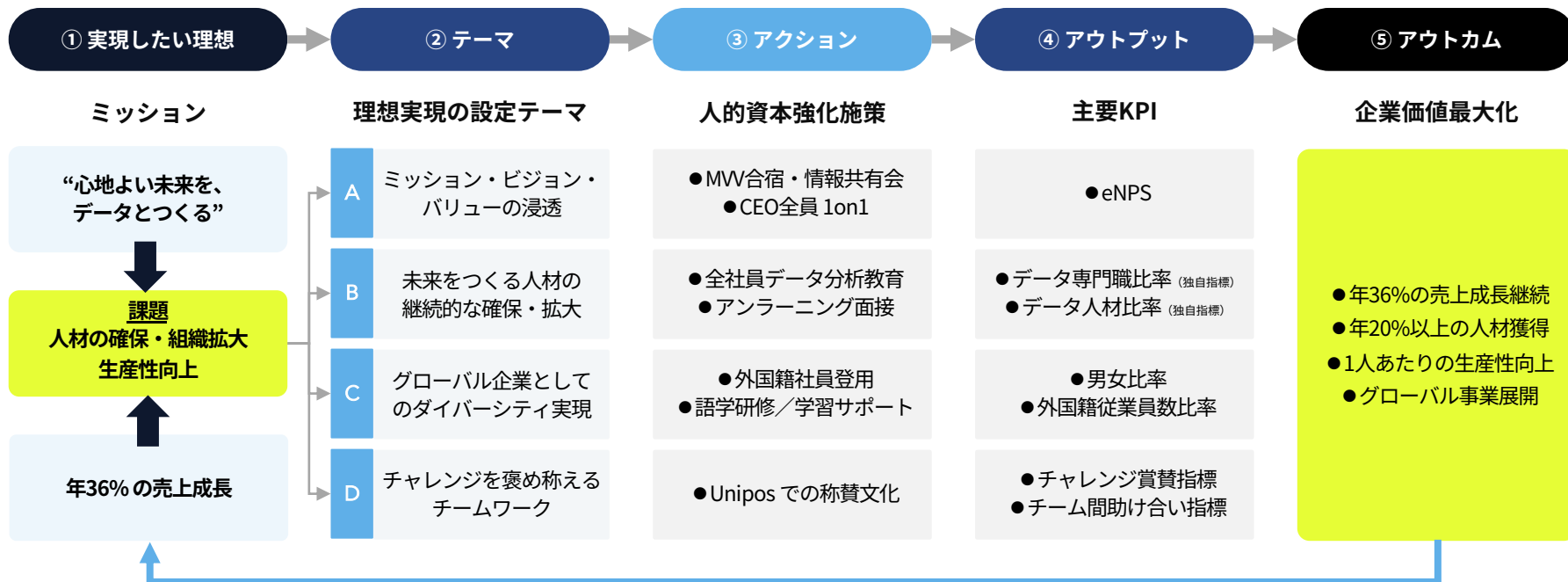
B 未来をつくる人材の継続的な確保・拡大

C グローバル企業としてのダイバーシティ実現

D チャレンジを褒め称えるチームワーク

## 人的資本戦略の全体像

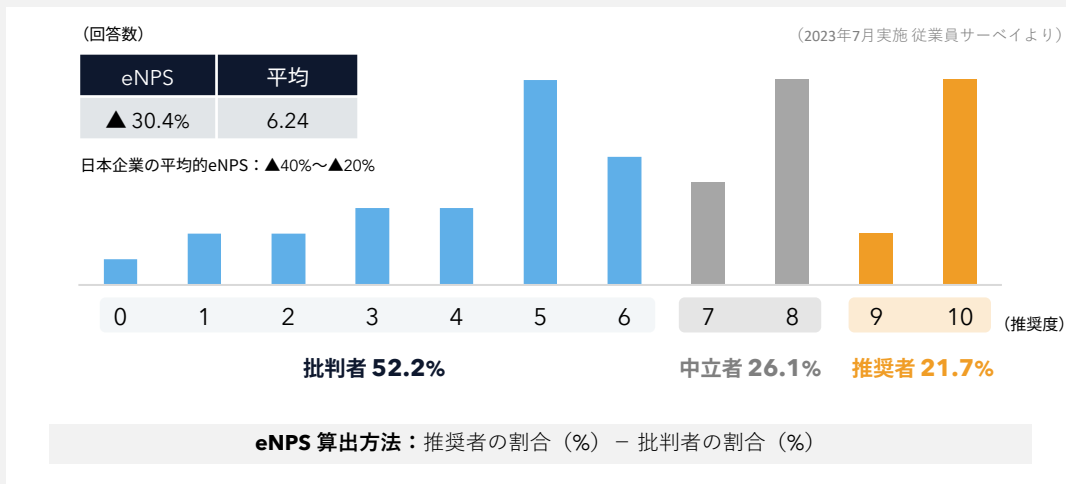
人的資本戦略の柱となる4つのテーマに対し、独自の施策やKPIを設定。  
最重要戦略の一つとして人的資本を位置付け、長期的な企業価値最大化を図る。



## テーマA. ミッション・ビジョン・バリュー (MVV) の浸透

ミッションを実現するための施策としてeNPS※1（職場に対する推奨度）を導入し、2023年7月に従業員サーベイを実施。MVVへの共感がeNPSに強い影響を与えていたため、従業員エンゲージメントおよび採用力強化に向けてMVV浸透施策を強化・継続。

Q. 親しい友人や知人に自分の会社で働くことを、どのくらいおすすめしたいですか？



関連指標

▶ 従業員サーベイをもとにeNPSとの相関を分析

	相関係数
👑 MVVへの共感	0.68
👑 マネージャによる成長サポート	0.65
👑 仕事の意義・やりがい	0.64

取り組み

2023年6月  
MVV合宿 - 箱根

施策	実施数
MVV合宿	年1回
情報共有会	年4回以上
CEO全員1on1	入社時・年2回以上

目標

**eNPS ▲ 20.0%**  
+10% 程度の向上

## テーマB. 未来をつくる人材の継続的な確保・拡大

未来をつくる人材の継続的な確保・拡大に向けて、データ専門職の採用・育成およびデータ人材の拡大に注力。  
データ専門職の育成・プロフェッショナル化・AI活用および非データ専門職のデータ人材化に取り組む。

### 取り組み

#### 1. オンボーディング

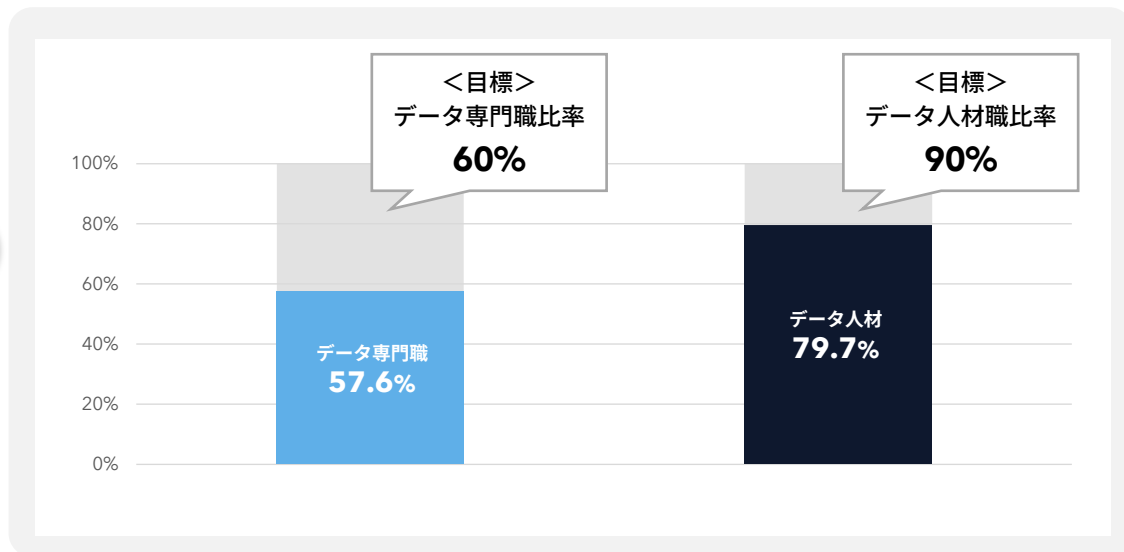
- 入社後100日プラン
- 全社員データ研修（SQL、DWH基礎など）
  - 汎用分析用クエリ整備
- データ専門職による定期的な勉強会
  - チューター／メンター制度

#### 2. プロフェッショナル化

- 資格取得支援制度／コミュニティ資格推奨
- データ専門職によるAI活用などのナレッジ共有会

### データ専門職※1比率

### データ人材※2比率



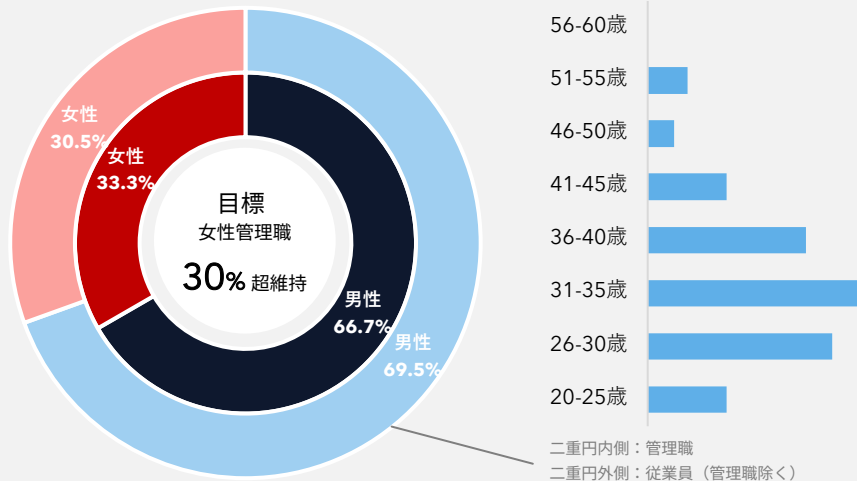


## テーマC. グローバル企業としてのダイバーシティ実現

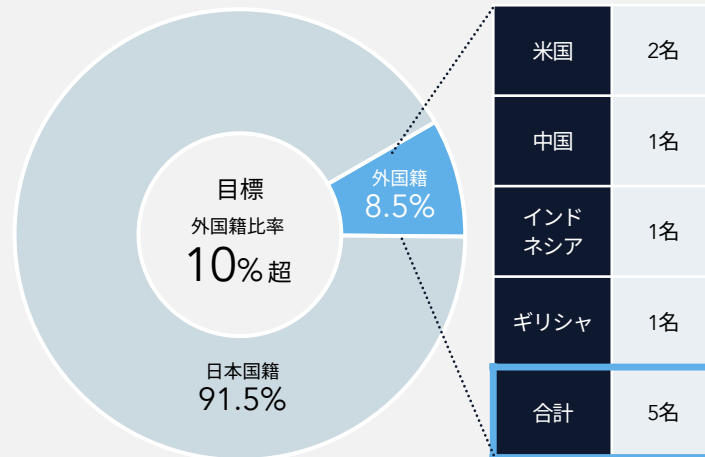
事業の海外展開に向けて、グローバル企業としてのダイバーシティ実現を目指す。

多様な人材が活躍する組織を目指して、女性の更なる活躍推進および外国籍比率10%超の達成を目標とした採用拡大に取り組む。

### 男女比率／管理職男女比率・年代構成

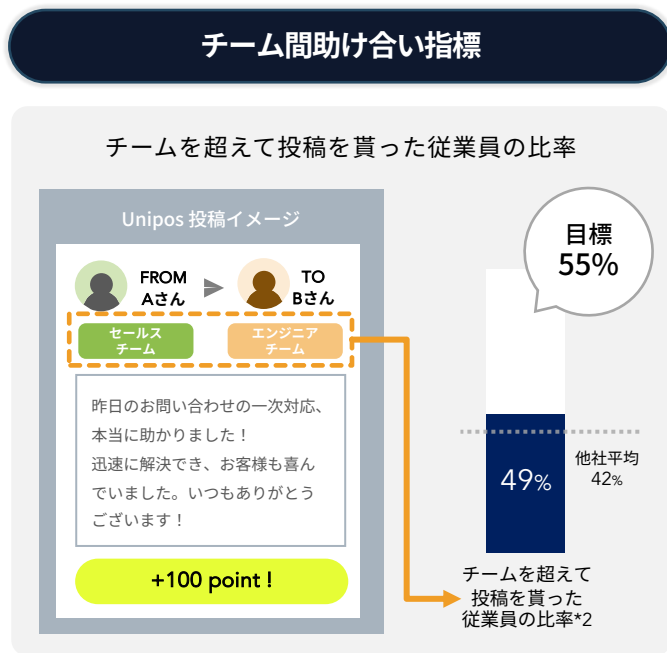
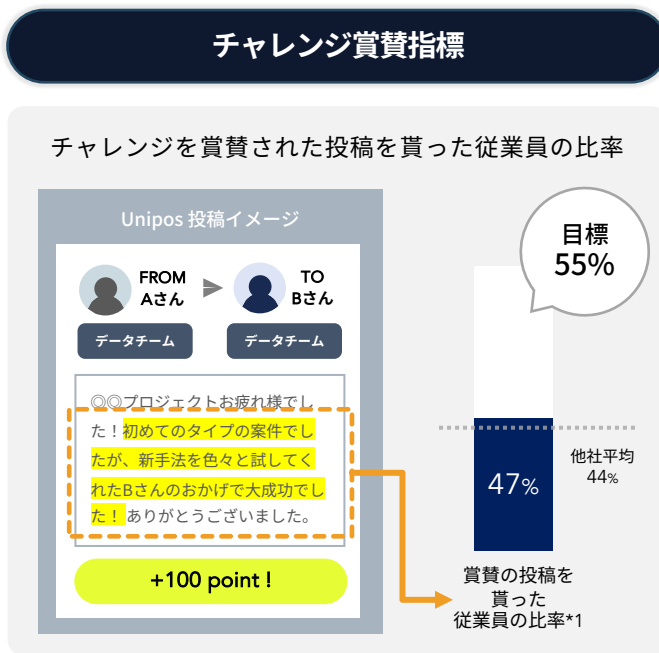
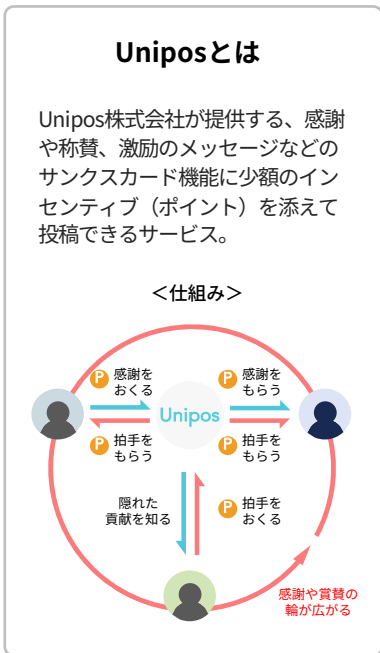


### グローバル指標



## テーマD. チャレンジを褒め称えるチームワーク

従業員同士がお互いの良い行動を感謝・称賛し、少額のインセンティブを添えて投稿するサービスの Unipos（ユニポス）を導入。チャレンジ賞賛指標とチーム間助け合い指標をKPIとし、チャレンジを褒め称えるチームワークを醸成。



\*1、\*2... 2022年11月～2023年4月

# INDEX

1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. 2023年6月期 通期実績
5. 中期成長戦略
6. ビジネスアップデート
7. 2024年6月期 業績予想
8. 人的資本経営戦略
- 9. 財務情報**



## 9. 財務情報

## 損益計算書 (会計期間)

(単位：千円)	2022/6期 4Q	2023/6期 3Q	2023/6期 4Q	対前年同期 増減率	対前四半期 増減率
売上高	334,439	645,455	480,279	+43.6%	-25.6%
売上原価	246,508	387,852	321,133	+30.3%	-17.2%
売上総利益	87,930	257,602	159,146	+81.0%	-38.2%
売上総利益率	26.3%	39.9%	33.1%	+6.8pt	-6.8pt
販売費及び一般管理費	133,436	154,750	190,057	+42.4%	+22.8%
対売上高比率	39.9%	24.0%	39.6%	-0.3pt	+15.6pt
営業利益または営業損失	-45,506	102,852	-30,911	-	-
営業利益率	-13.6%	15.9%	-6.4%	+7.2pt	-22.3pt
経常利益または経常損失	-49,105	103,058	-26,727	-	-
経常利益率	-14.7%	16.0%	-5.6%	+9.1pt	-21.6pt
当期純利益または当期純損失	22,352	65,692	-15,390	-	-
当期純利益率	6.7%	10.2%	-3.2%	-9.9pt	-13.4pt

## 9. 財務情報

## 損益計算書 (累計期間)

(単位：千円)	2022/6期	2023/6期	増減率
売上高	1,446,325	2,076,737	+43.6%
売上原価	900,486	1,373,982	+52.6%
売上総利益	545,839	702,755	+28.7%
売上総利益率	37.7%	33.8%	-3.9pt
販売費及び一般管理費	470,855	667,597	+41.8%
対売上高比率	32.6%	32.1%	-0.5pt
営業利益	74,984	35,158	-53.1%
営業利益率	5.2%	1.7%	-3.5pt
営業外収益	1,375	4,858	+253.3%
営業外費用	4,592	5,098	+11.0%
経常利益	71,767	34,918	-51.3%
経常利益率	5.0%	1.7%	-3.0pt
当期純利益	143,528	9,358	-93.5%
当期純利益率	9.9%	0.5%	-9.4pt

## 貸借対照表

(単位：千円)	2021/6期	2022/6期	2023/6期
流動資産	911,823	1,128,421	1,415,997
└ 現金及び預金	800,333	900,694	1,127,256
└ 受取手形、売掛金及び契約資産	95,534	192,723	252,394
固定資産	34,003	75,370	94,550
<b>資産合計</b>	<b>945,827</b>	<b>1,203,791</b>	<b>1,510,548</b>
流動負債	161,185	277,955	413,455
固定負債	125,516	104,993	-
<b>負債合計</b>	<b>286,702</b>	<b>382,948</b>	<b>413,455</b>
<b>純資産合計</b>	<b>659,125</b>	<b>820,843</b>	<b>1,097,092</b>

## 9. 財務情報

## キャッシュ・フロー

	2021/6期	2022/6期	2023/6期
(単位：千円)			
営業活動によるキャッシュ・フロー	-174,236	68,825	28,038
投資活動によるキャッシュ・フロー	-10	30,109	-42,500
財務活動によるキャッシュ・フロー	762,700	1,425	239,377
現金及び現金同等物の増減額	588,453	100,360	226,561
現金及び現金同等物の期末残高	800,333	900,694	1,127,256

## 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。