



株式会社 unerry

(東証グロース：5034)

2024年6月期 第1四半期 決算説明資料

2023年 11月



INDEX

1. unerry の成長戦略

2. サービス概要

3. 特徴と競争優位性

4. 2024年6月期 1Q実績

5. ビジネスアップデート

6. 財務情報



ミッション・ビジョン



unerryとは

**“グローバルリーダーを目指す”
リアルとデジタルを融合させた
データエコシステムカンパニー**



ミッション

**心地よい未来を、
データとつくる。**

ビジョン

unerry, everywhere

どんな店舗や街に行っても、どんな情報に触れていても、
unerryの行動データが活用された「環境知能^{*1}」が実装されている。
それは日本にとどまらず、世界においても当たり前の光景に。
私たちは、世界に新たな“うねり”を起こす、データエコシステムを目指します。

※1... “環境知能”とは：意識してコンピュータを操作するのではなく、IoTデバイスが環境に存在し状況を賢くセンシングすることで自然な形で必要な情報が提供されたり安全安心な状況が保持される、環境が知能を持ち、暮らしをサポートする世界。

1. unerryの成長戦略

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 60名（2023年9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
「BeaconBank」の運営
●リテールDX・リテールメディア・スマートシティサービス
(分析・可視化/行動変容/OnetoOne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
斎藤 泰志

2004年 ネクステック 取締役CFO
2012年 経営共創基盤 カンパニー長・プリンシパル
2016年 ファーストロジック 取締役経営管理部長
2017年 経営共創基盤 シニアエキスパート
2019年 unerry 取締役CFO



取締役CMO
内山 麻紀子

2000年 プライスウォーターハウス
クーパーズコンサルタント
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

デジタルツインIDでデジタル・リアルを融合させたデータエコシステム

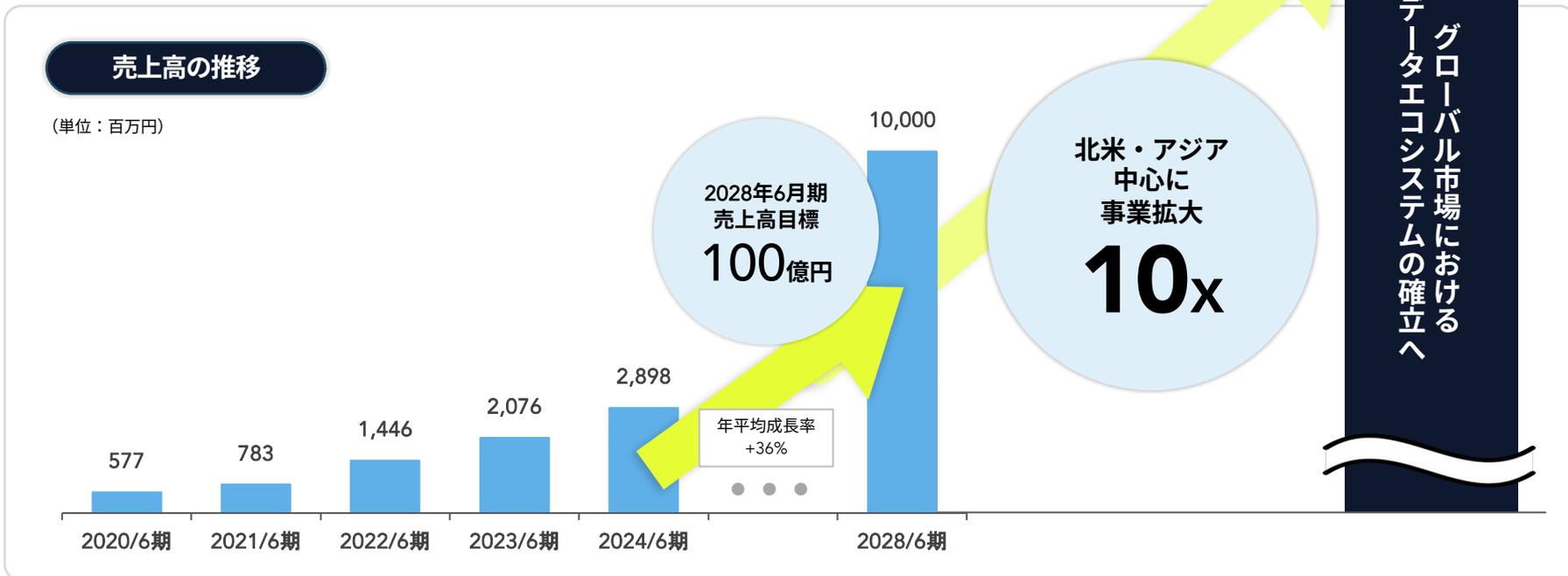
世界で40億人を超えるスマホ市場の中で人流データを中心に国内外3.9億IDを取得済みであり、リアル・デジタルを融合したあらゆる生活者行動を連携するデータエコシステムカンパニーを目指す。



2028年6月期に売上高100億円を達成、その先にグローバル市場における事業拡大を構想

国内外のDX需要を確実に獲得し、年平均36%の高成長を達成。

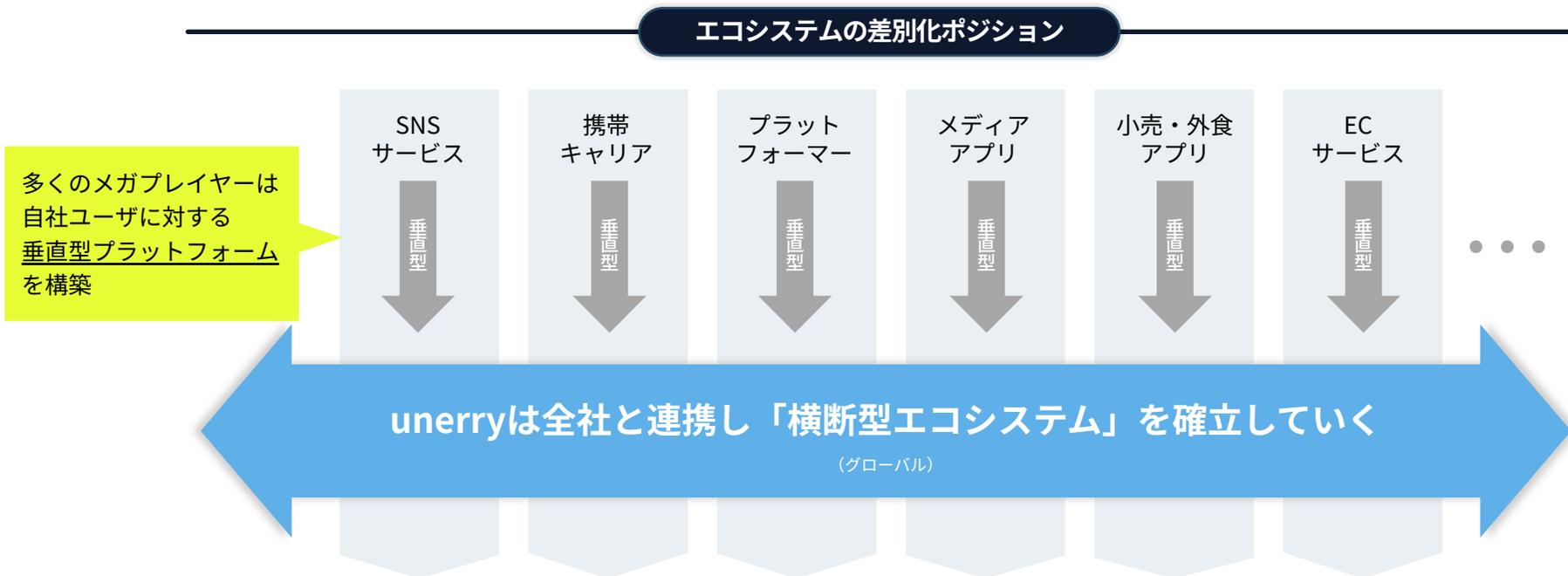
その先で北米・アジアを中心とした事業拡大を推進し、グローバル市場でのデータエコシステムの確立を目指す。



1. unerryの成長戦略

総合的なサービスをユーザーに展開する横断型なエコシステムポジションを確立

多くのメガプレイヤーが自社ユーザーに対する垂直型のエコシステムを構築しているが、unerryは全社と連携し、総合的なサービスを作り上げていく横断型のエコシステムを確立していく。



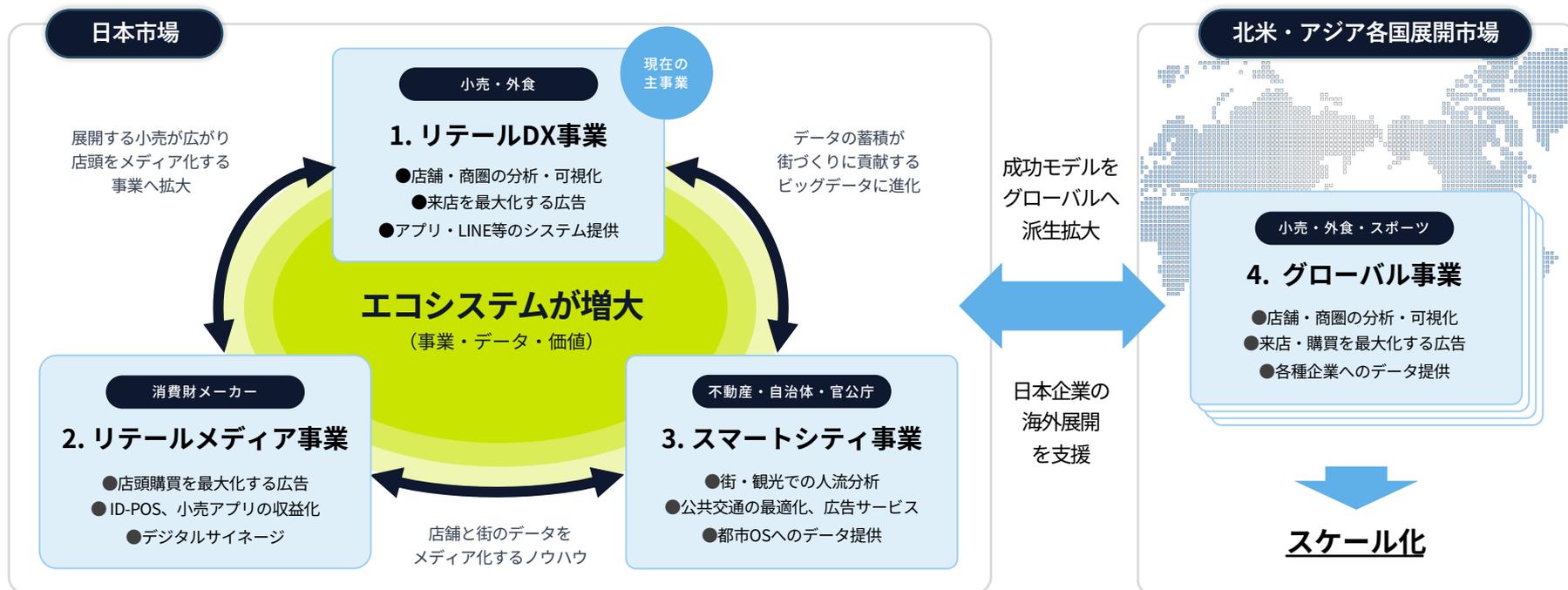
データエコシステムで実現する社会「環境知能」

リアルとデジタルを融合した環境知能社会を構築し、データ解析や生活体験サービスを提供してあらゆる業界の課題を解決している。



リテールDX事業から相乗効果を生み出す新事業展開

各事業で培ったノウハウが次の事業へとつながり、エコシステム（事業・データ・価値）が増大していく。さらに日本で培った成功モデルをグローバルへ派生拡大し、スケール化を図る。



1. unerryの成長戦略

伸びる市場に対して展開する4事業で売上高100億円へ

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、2028年6月期に売上高100億円達成を目指す。

売上高の推移

(単位：百万円)



4. グローバル事業

小売・外食・スポーツ

リテールDXとスマートシティを北米・アジアに展開

3. スマートシティ事業

不動産・自治体・官公庁

全国都市の人流可視化・行動変容サービスのデファクト標準化

2. リテールメディア事業

消費財メーカー

主要小売における店頭購買を最大化できる行動変容サービス

1. リテールDX事業

小売・外食

リカーリング顧客数×客単価の向上によるオーガニック成長

※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は含まれていない

1. unerryの成長戦略

unerryが歩いていく市場は、今後飛躍的成長が見込まれる

リテールDX市場

- ✓ 産業・業務のスマート化が世界的に拡大（新型コロナで加速）

2030年 国内市場 ※1

8,737億円

2019年比：1.6倍

2030年 グローバル市場 ※2

20兆円

2021年比：6.7倍

リテールメディア市場

- ✓ サードパーティCookieの規制拡大
- ✓ 世界的OMO※7の潮流

2026年 国内市場 ※3

805億円

2021年比：8.9倍

2027年 米国市場 ※4

15兆円

2021年比：3.4倍

スマートシティ市場

- ✓ 都市集中によるエネルギー・交通問題
- ✓ 通信・センサー・データ技術の向上

2030年 国内都市OS数 ※5

335都市

2020年比：37.2倍

2030年 グローバルIoT ※6

171兆円

2020年比：6.4倍

※1... 株式会社富士経済「リテールテック関連機器・システム市場の将来展望2019」の小売、外食、宿泊業向け機器、システム&サービスの2030年市場規模

※2... Verified Market Research「Global Smart Retail Market Size By Product Type (Hardware, Software), By Application (Visual Marketing, Smart Label), By Geographic Scope And Forecast」1ドル145円として換算

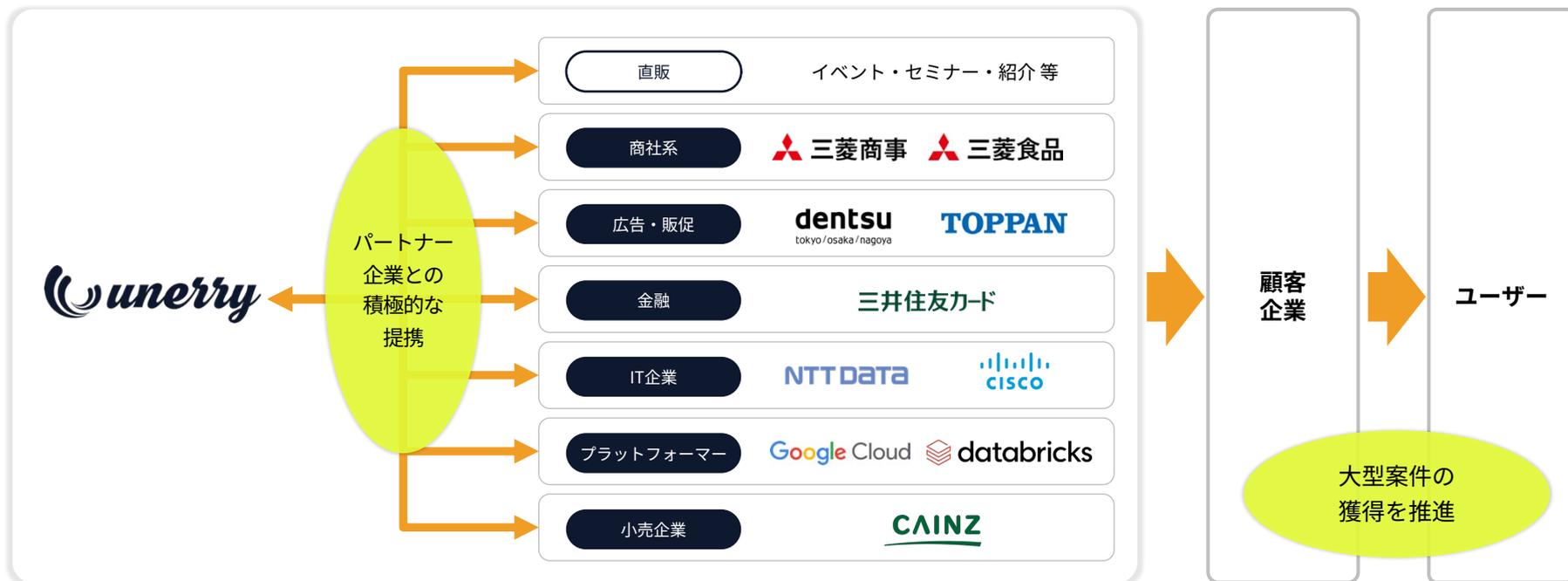
※3... 株式会社CARTA HOLDINGS、株式会社デジタルインファクト「リテールメディア広告市場」
※4... eMarketer「Retail Media Ad Spending Forecast」

※5... 株式会社矢野経済研究所「スマートシティ」2020 ITベンダのデータ連携プラットフォーム戦略～動向する都市OS市場の展望～

※6... Report Ocean「IoT IN SMART CITIES: GLOBAL MARKET 2020-2030 BY OFFERING (HARDWARE, SOFTWARE, SERVICES), PRODUCT TYPE, TECHNOLOGY, APPLICATION (CITIZEN SERVICE, TRANSPORTATION, UTILITIES, HOME & BUILDING), AND REGION」

パートナーとの共創による営業戦略

自社の不足する領域やリソースはパートナー企業と積極的に提携することで、迅速かつ大型案件の獲得を推進。



SDGsに貢献する事業展開

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の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 ウォーク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^{*1}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 の成長戦略

2. サービス概要

3. 特徴と競争優位性

4. 2024年6月期 1Q実績

5. ビジネスアップデート

6. 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） 3.9億IDは最大リーチ可能なID数(2023年8月末時点)でユーザー重複あり

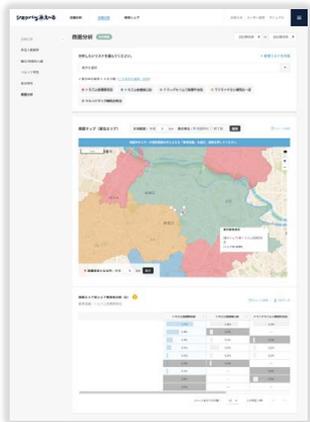
2. サービス概要

1. リテールDX事業：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



商圈
分析



来店
頻度



行動
特性

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



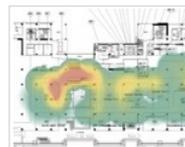
移動手段



関連スポット



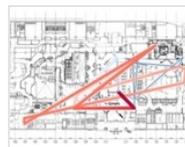
ペルソナ分析※2



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

1. リテールDX事業：② 行動変容サービス

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



※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... 2023年6月末時点

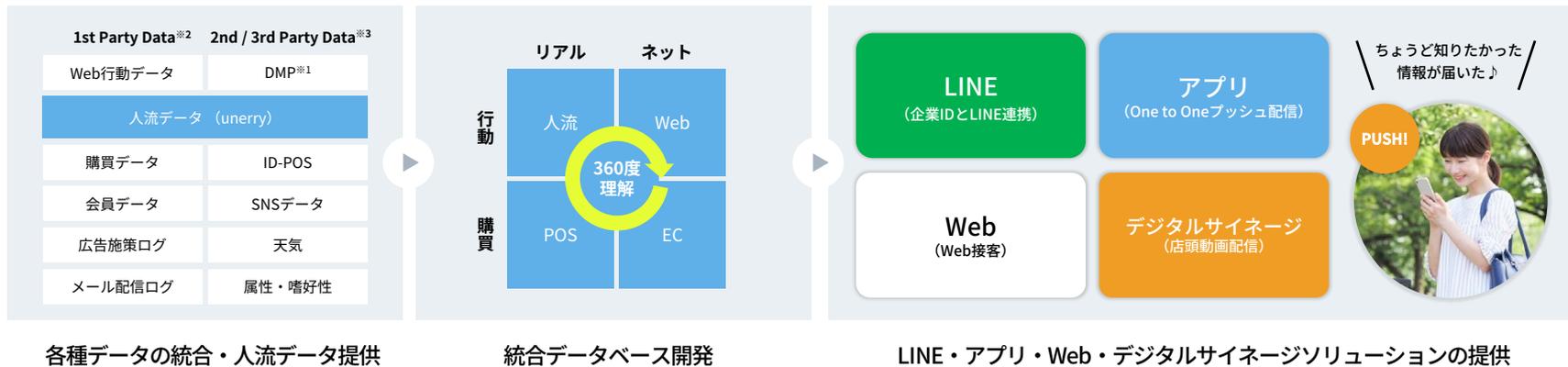
2. サービス概要

1. リテールDX事業：③ One to One サービス

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

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. サービス概要

3. スマートシティ事業：全国都市の人流可視化・行動変容サービス

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



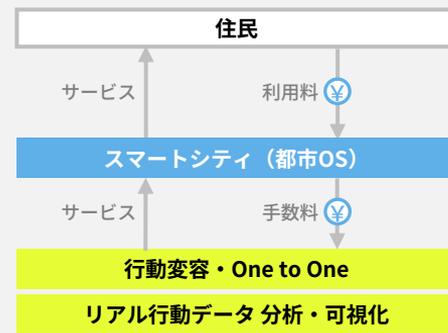
B to Bサービス

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

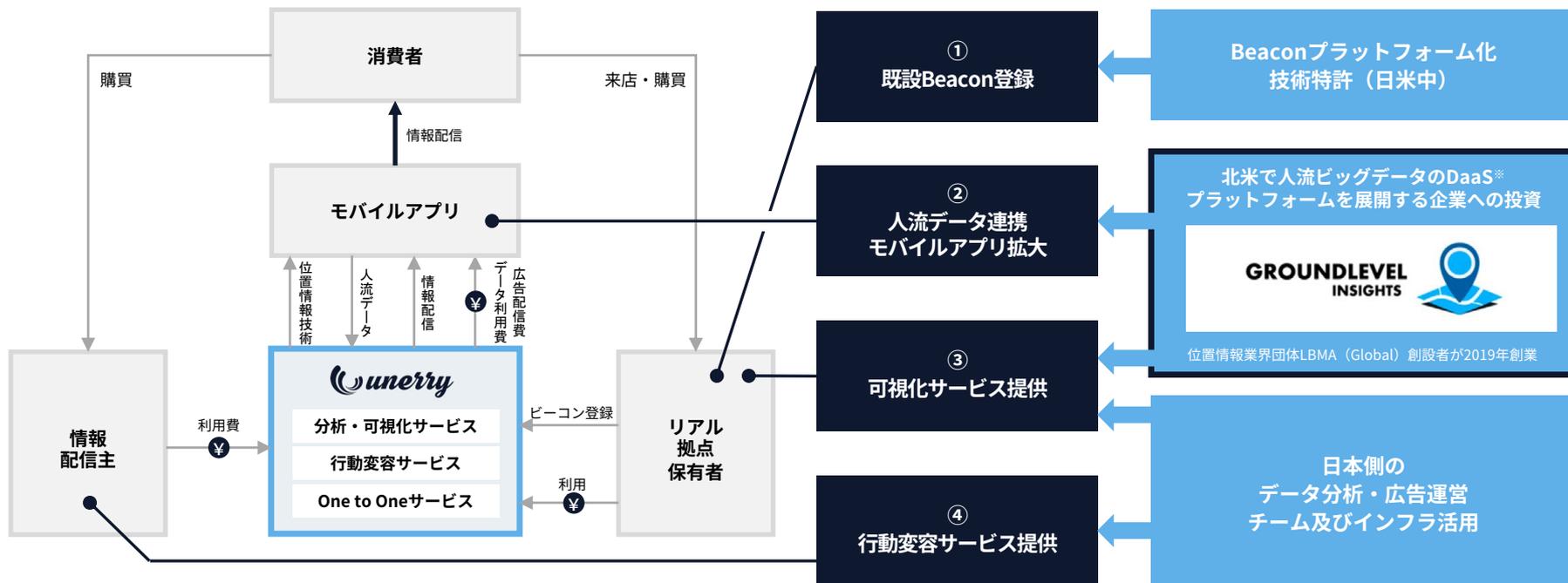
各所で展開される都市OSとの
連携サービスを開発・提供



2. サービス概要

4. グローバル事業：北米・アジア版Beacon Bank

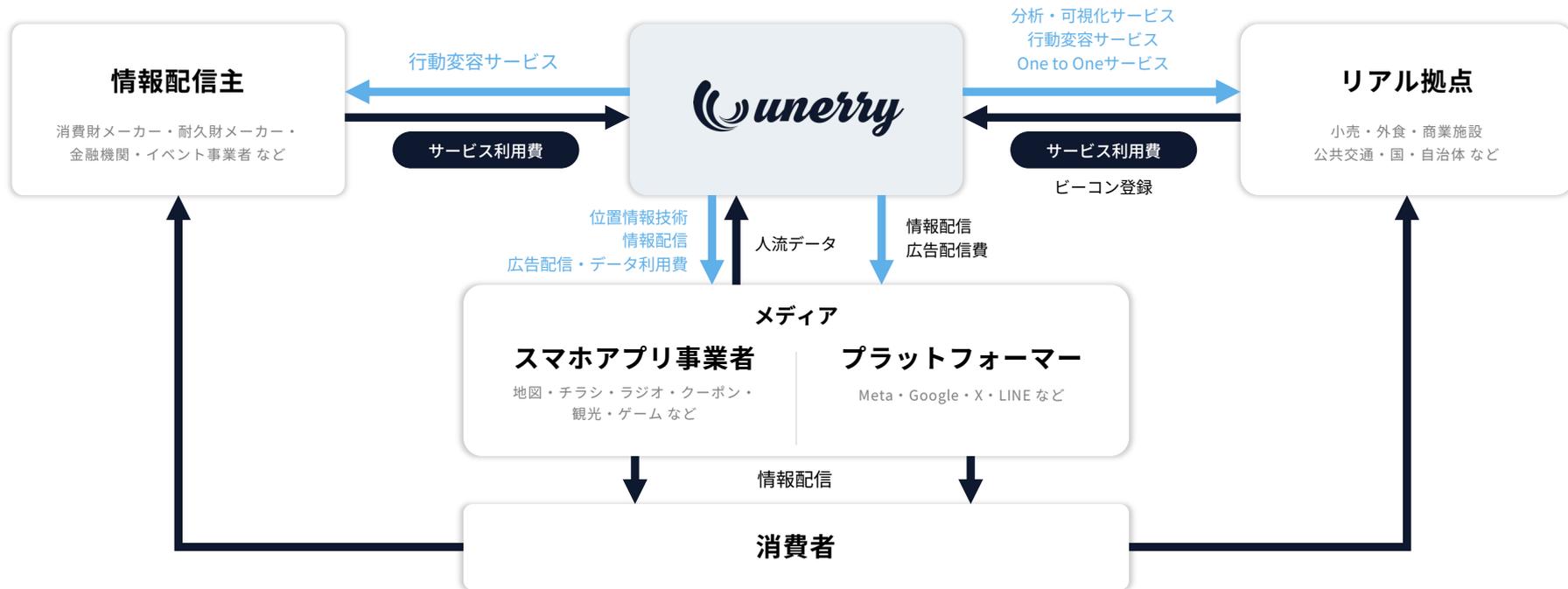
投資を行った北米の人流データ企業 GroundLevel Insights 社と連携し、日本側で開発した可視化・行動変容サービスを北米で展開し、レベニューシェアするビジネスモデルを実現。



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 の成長戦略

2. サービス概要

3. 特徴と競争優位性

4. 2024年6月期 1Q実績

5. ビジネスアップデート

6. 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

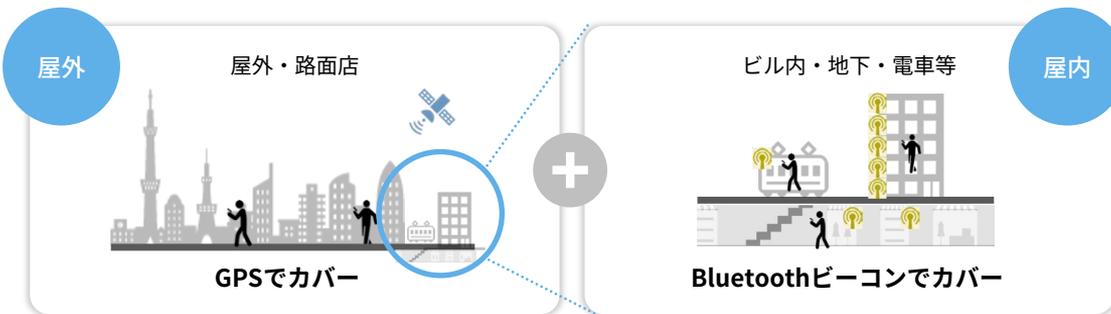


※1... 4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業からの売上高

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3.9億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800億件※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3.9億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800億件以上のログ	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



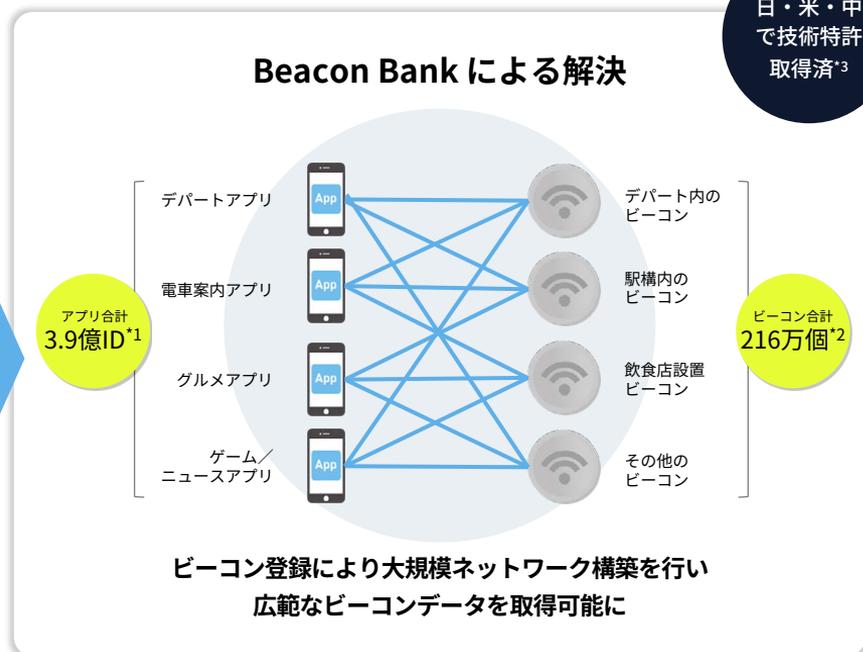
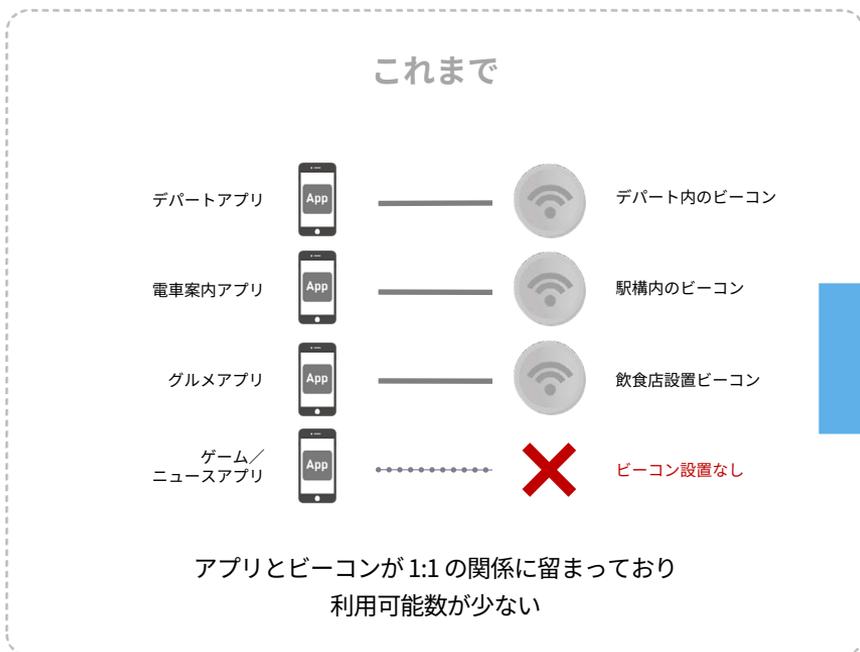
ビーコンは無線電波を一方通行で発信、
スマホアプリ*が電波をキャッチし
サーバにビーコン反応を記録

*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8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

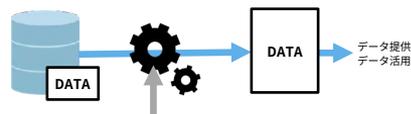
リアル行動ビッグデータ（個人を特定しない安全なデータ）

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^{※1}。

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^{※1}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	TOPPAN	リテールDX
2018/6期	三菱地所	丸の内・商業施設DX		LINE	Beacon設置 パートナー
	dentsu tokyo/osaka/nagoya	広告商品共同開発		三井住友カード	購買行動データ分析、 連動広告
	ADWAYS	来店最適化広告配信		Google Cloud	位置情報・ CDPパートナー
2019/6期	impactTV	来棚効果が見える 販促広告	2023/6期	三菱食品	リテールメディア 共同推進
2020/6期	NTT DATA	モビリティプラットフォーム		F E Z	小売向けの 分析サービス
2021/6期	三菱商事	スマートシティ・ 小売DX		cisco	Wi-Fiアクセスポイント のピーコン化
	CAINZ	小売データビジネス	2024/6期	databricks	人流データのマーケッ トプレイス提供



提供サービス多様化／クロスセルによる「② 顧客単価向上」



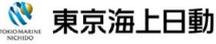
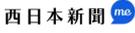
3. 特徴と競争優位性

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。

2024年6月期(1Q)の
リカーリング顧客数

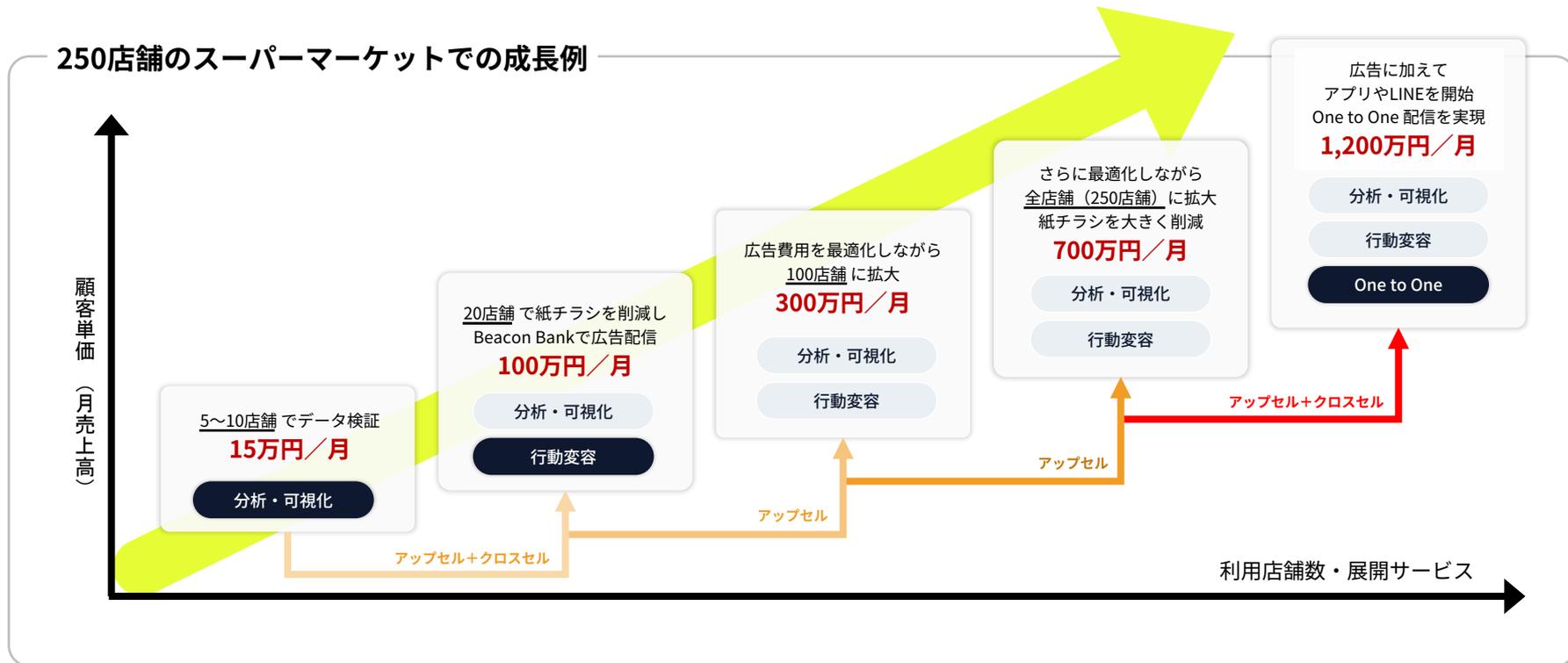
89社

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
					
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	 			 	 
				 	 

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。

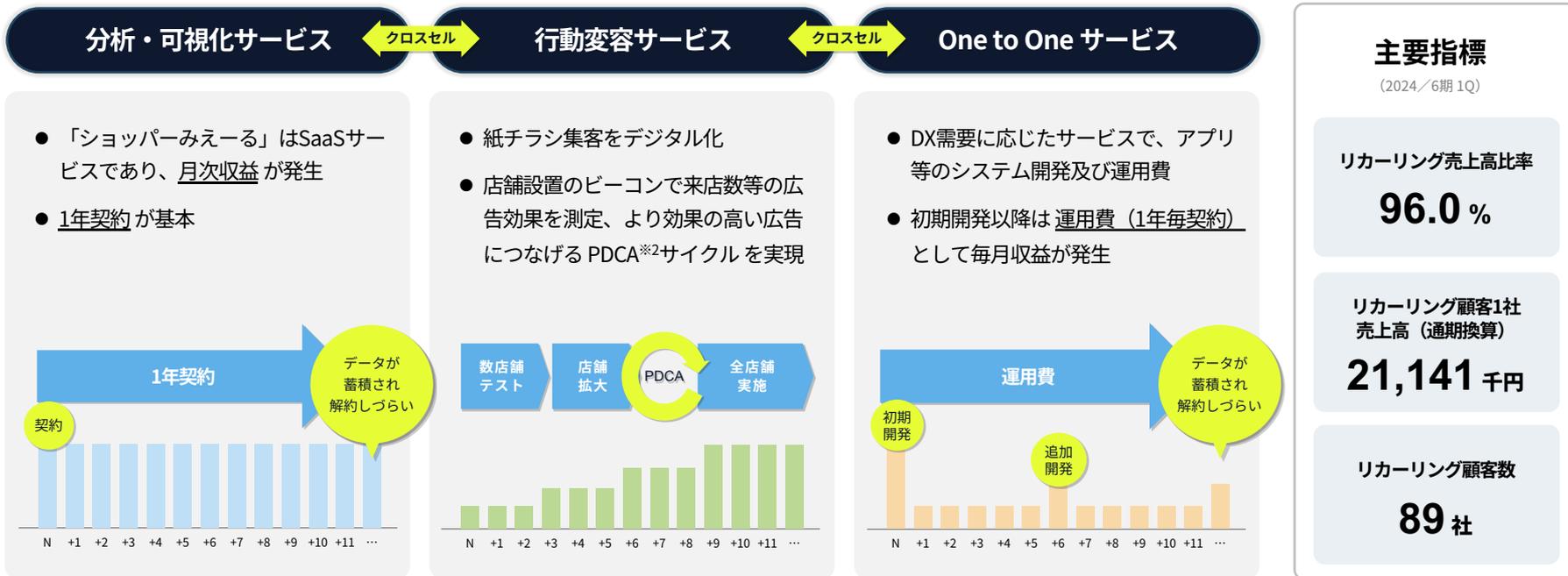


3. 特徴と競争優位性

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」「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をリカーリング顧客とする。2024年6月期より、代理店経由のサービスユーザーがリカーリング顧客条件に該当する場合は、当該ユーザーをリカーリング顧客としてカウント。

※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3.9億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 Recommend できることが最大の優位性。

		基地局	Wi-Fi	GPS	カメラ	ビーコン	リアルタイム シームレス
主たるプレイヤー		携帯キャリア	Wi-Fi企業	GPS広告企業	カメラ分析企業	ビーコン企業	
精度		✕ 屋外のみ・250m～	△ 屋内のみ・～30m	△ 屋外のみ・5～100m	△ 屋内のみ・～1m	△ 屋内のみ・1～20m	◎ 屋外+屋内・1～20m
用途	分析	△ 大まかな商圈	△ 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 Recommend

より高度

INDEX

1. unerry の成長戦略
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
- 4. 2024年6月期 1Q実績**
5. ビジネスアップデート
6. 財務情報



業績ハイライト

第1四半期売上高
(前年同期比)

490 百万円
(+9%)

第1四半期粗利*1
(前年同期比)

214 百万円
(+10%)

リカーリング顧客数*2
(前年同期比)

89 社
(+31社)

リカーリング顧客のNRR*3

110%

サマリー

- 売上高は前年同期比9%増、粗利は同10%増にそれぞれ留まっているが、本年度は3Qへの売上偏重を見込んでおり、概ね計画通りであった
- リカーリング顧客数は堅調に増加しており、前年同期比 +31社
- アップセルおよびクロスセルが進んでおり、NRR 110%とリカーリング顧客の売上高も引き続き堅調に増加

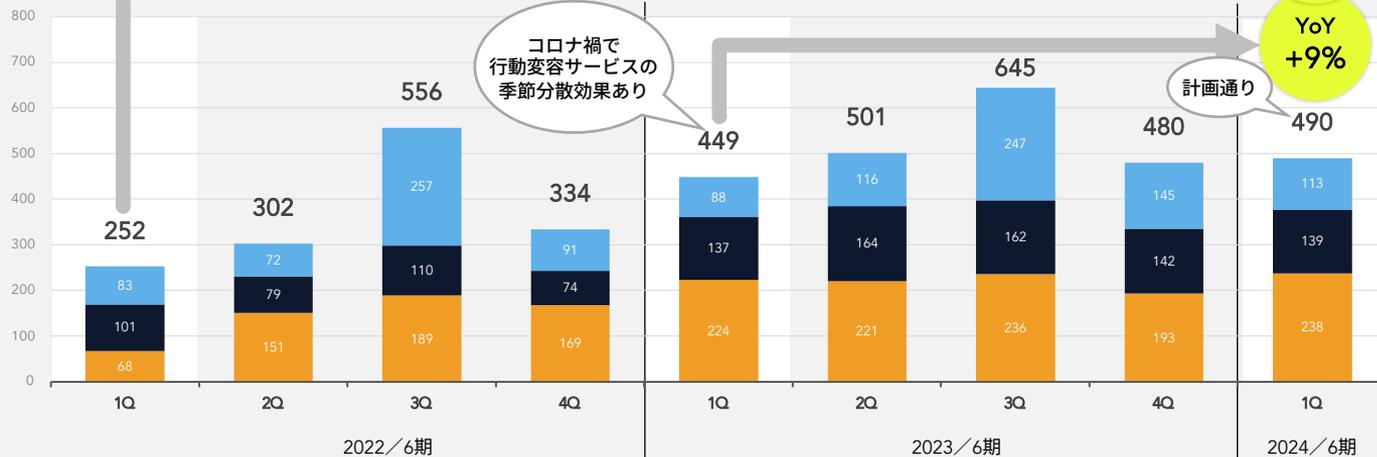
4. 2024年6月期 第1四半期実績

サービス別売上高

前年度はコロナ禍で集客ニーズに対応した行動変容サービスの季節分散効果があったが、今年度は新型コロナウイルスの5類移行に伴って3Q偏重に戻ったため、1Qは前年同期比9%増に留まった（計画通りであり、年平均成長率では39%を達成）。

四半期推移

(単位：百万円)



YoY
(CAGR)

分析・可視化
+28%
(+17%)

One to One
+2%
(+17%)

行動変容
+6%
(+87%)

4. 2024年6月期 第1四半期実績

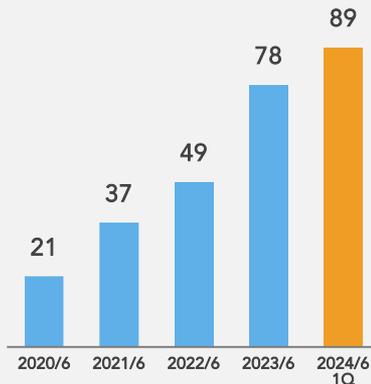
リカーリング顧客の主要指標

新規顧客のリカーリング化は順調に進んでおり、顧客単価も高水準を維持。

リカーリング売上高比率は96%を実現。

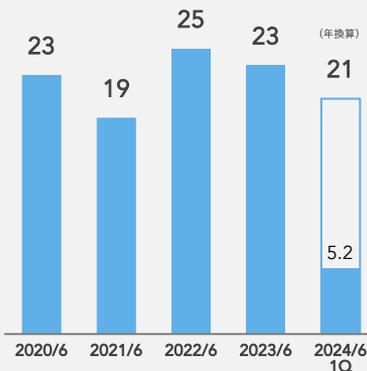
リカーリング顧客数^{*1}

(単位：社)

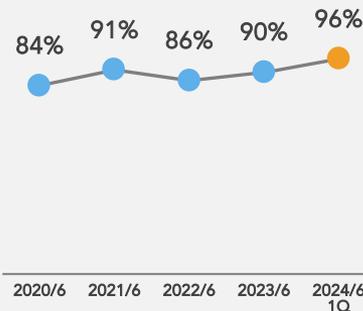


リカーリング年間顧客単価

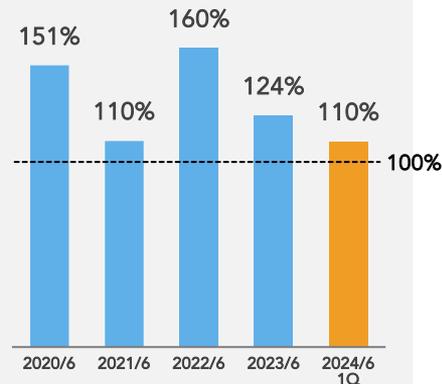
(単位：百万円)



リカーリング売上高比率



NRR^{*2}



※1... 4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業をリカーリング顧客とする。2024年6月期より、代理店経由のサービスユーザーがリカーリング顧客条件に該当する場合は、当該ユーザーをリカーリング顧客としてカウント。

※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) ÷ (当該顧客の前期末売上高)

4. 2024年6月期 第1四半期実績

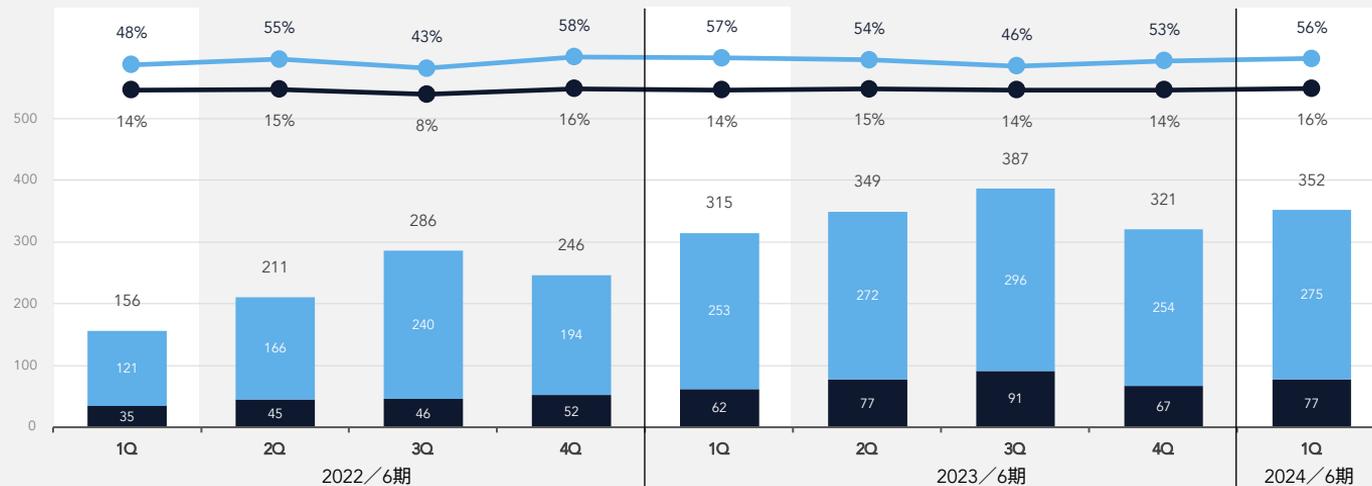
原価

直接原価は前年度同水準。

固定費が大きい間接原価は前年度対比 2pt 増加。データ量拡充によるインフラ費用増が要因。

四半期推移

(単位：百万円)



● 直接原価

- 比率は前年対比1pt同改善
- 内訳として、行動変容が 62%、One to One が 33%、分析・可視化が 5%を占める

● 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が要因

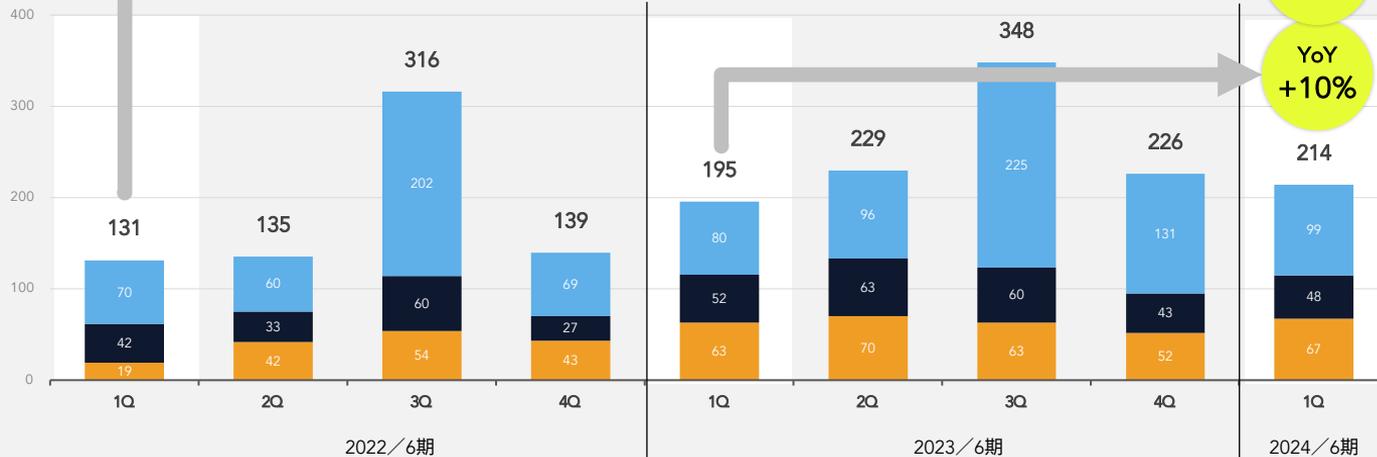
4. 2024年6月期 第1四半期実績

サービス別粗利 (売上 - 直接原価 ※)

利益率の高い分析・可視化サービスが堅調で、粗利の46%を占めている。

四半期推移

(単位：百万円)



CAGR
+28%

YoY
+10%

YoY
(CAGR)

分析・可視化
+25%
(+19%)

One to One
△8%
(+7%)

行動変容
+6%
(+87%)

※間接原価は除いた粗利

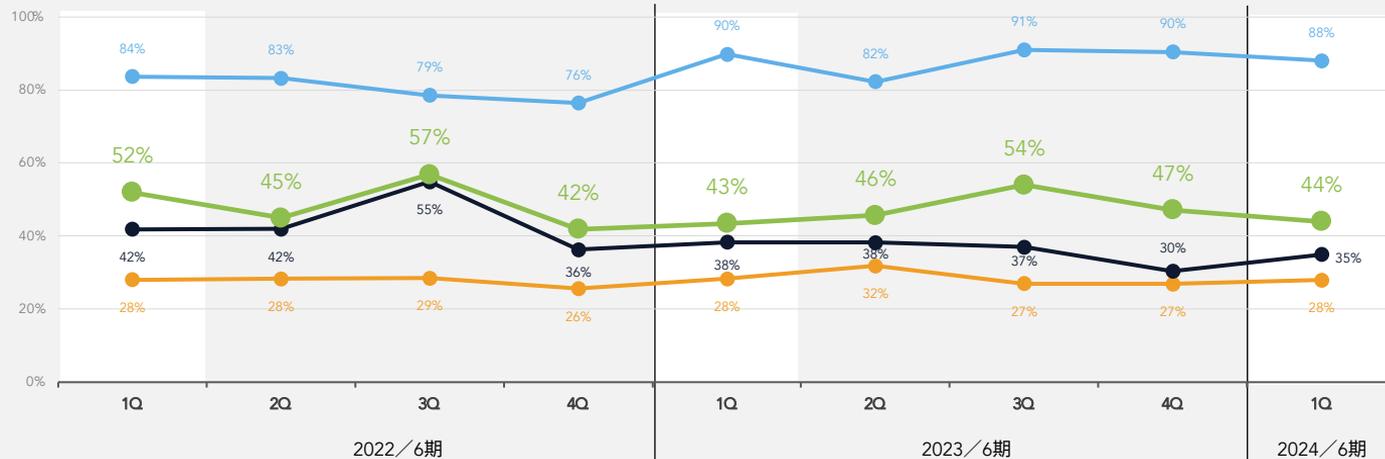
4. 2024年6月期 第1四半期実績

サービス別粗利率 (売上 - 直接原価 ※)

サービス別粗利率の全体平均は前年度+1pt向上。

分析・可視化は高水準維持、One to Oneと行動変容は直近四半期で回復傾向。

四半期推移



● 分析・可視化

安定的に高水準

● One to One

戦略価格提示が一巡して回復中

● 行動変容

前年度同水準を維持し、直近四半期では回復傾向

● 全体平均

3サービスの売上割合変化による増減でYoY +1pt向上

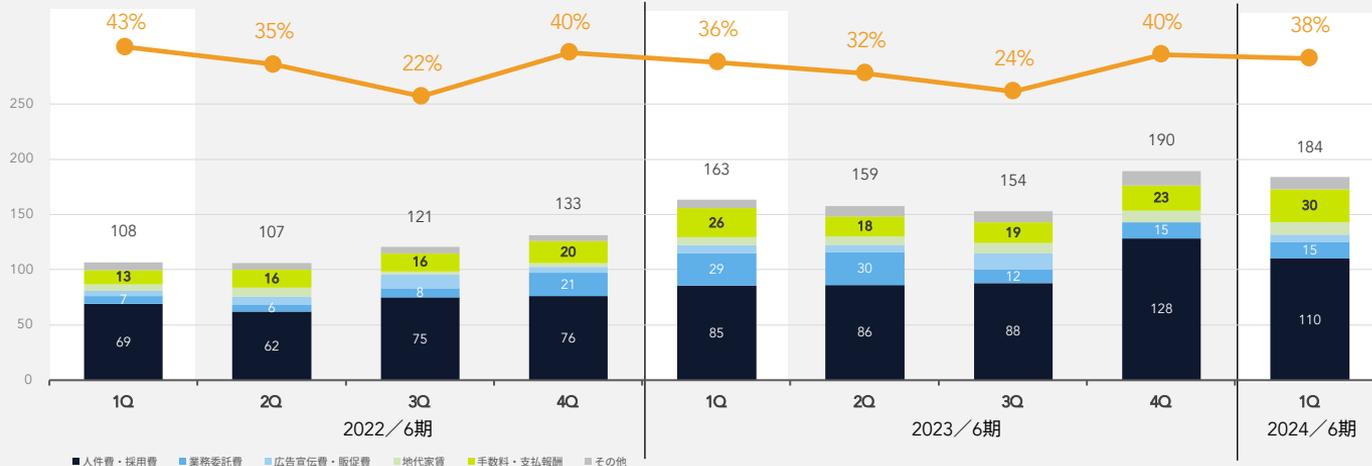
4. 2024年6月期 第1四半期実績

販売費及び一般管理費

前年同期比で2pt増加したが、直近四半期では改善傾向。

四半期推移

(単位：百万円)



● **手数料・支払報酬**
セキュリティ強化などサーバー費用が増加

● **業務委託費**
外部を活用した大型の開発案件はなく低水準

● **人件費・採用費**
人員増で前年同期比で増加したが、前四半期より採用費抑制で減少

● **対売上高比率**
前年同期比で2pt増加したが、直近四半期では改善

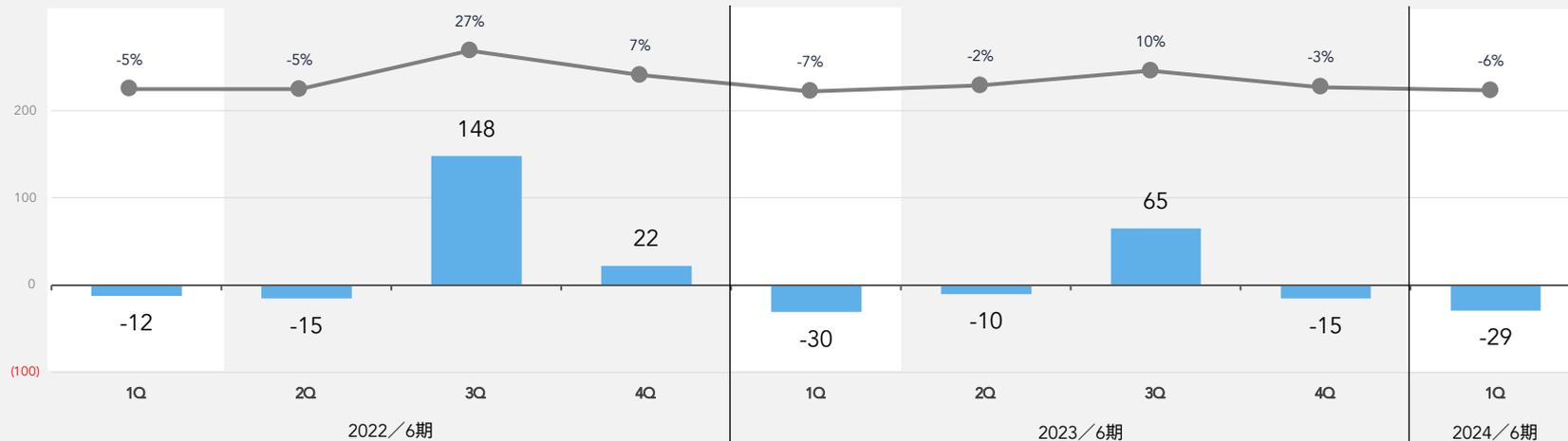
4. 2024年6月期 第1四半期実績

当期純利益

販売管理費（主に人件費・採用費）の増加により前四半期より減少したが、前年同期比+1百万円。

四半期推移

(単位：百万円)

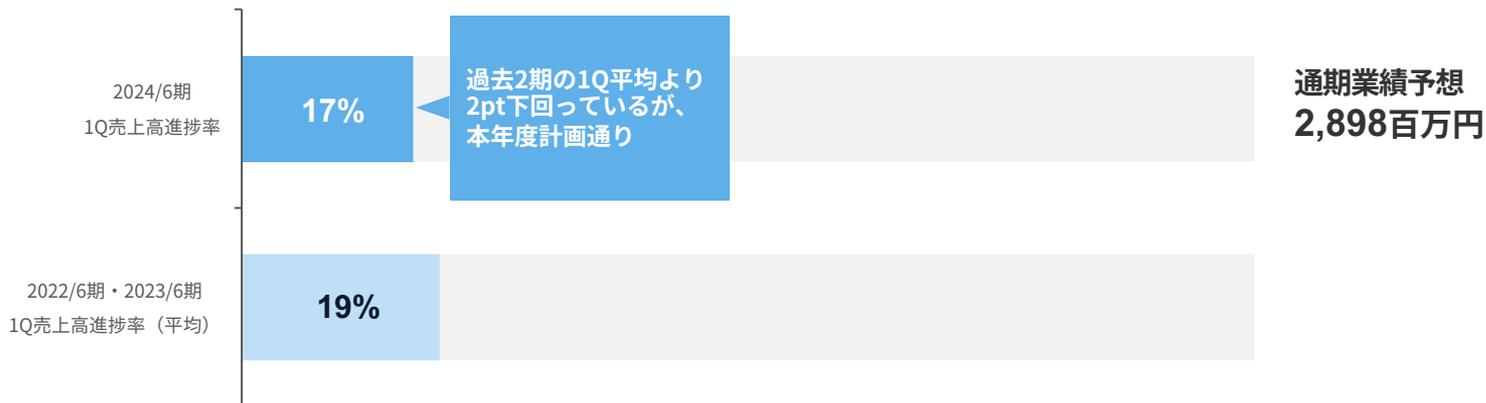


4. 2024年6月期 第1四半期実績

通期業績予想に対する売上高進捗率

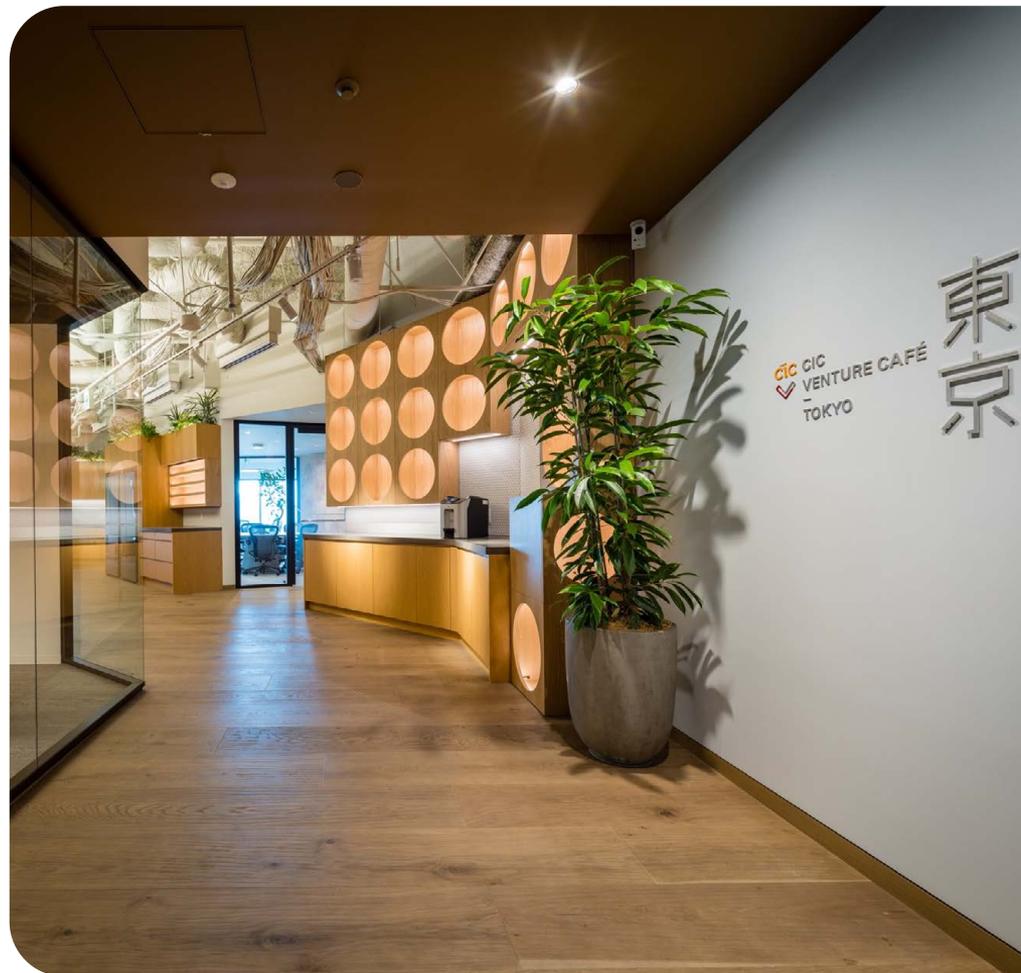
売上高進捗率は17%で過去2期の平均より2pt下回っているが、本年度計画通り。

四半期推移



INDEX

1. unerry の成長戦略
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. 2024年6月期 1Q実績
- 5. ビジネスアップデート**
6. 財務情報



中期戦略の各事業における進捗

	1Q進捗	今期見通し
リテールDX事業	利益率の高い分析・可視化の拡販が進展	2Q以降は案件確定も続いており、これまでの成長率を維持
リテールメディア事業	前年同期比より大きく成長し、消費財メーカーの新規顧客が増加	今期の売上貢献は大きく、行動変容サービスは伸長見込み
スマートシティ事業	1Qの売上貢献はまだ少ないが、大型公募案件は複数獲得済	獲得した公募案件の売上が3Qに発生見込み
グローバル事業	投資先のGroundLevel Insights社との共同商品を確認し、営業を開始	今期の売上貢献は多くないが、北米での着実な実績を積み上げる

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

データブリックス社とグローバル市場を見据えたデータコラボレーション

unerry、データブリックスとパートナーシップを締結し
Databricks Marketplace に人流ビッグデータを提供



“unerry, everywhere”の実現に向け、

グローバル市場を見据えたデータコラボレーションとAIサービスの提供を推進

ドコモ・インサイトマーケティングとのプロダクト連携

オンラインとオフラインを統合した マーケティング効果測定サービスを提供開始



オーディエンスデータ



人流ビッグデータ

INDEX

1. unerry の成長戦略
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. 2024年6月期 1Q実績
5. ビジネスアップデート
- 6. 財務情報**



6. 財務情報

損益計算書

(単位：千円)	2023/6期 1Q	2024/6期 1Q	増減率	増減額
売上高	449,281	490,030	+9.1%	+40,749
売上原価	315,955	352,978	+11.7%	+37,023
売上総利益	133,326	137,052	+2.8%	+3,725
売上総利益率	29.7%	28.0%	△1.7pt	
販売費及び一般管理費	163,571	184,000	+12.5%	+20,429
対売上高比率	36.4%	37.5%	+1.1pt	
営業利益	△30,244	△46,948	-	△16,703
営業利益率	△6.7%	△9.6%	△2.9pt	
営業外収益	218	1,491	+582.4%	+1,272
営業外費用	4,941	1,596	△67.7%	△3,344
経常利益	△34,967	△47,054	-	△12,086
経常利益率	△7.8%	△9.6%	△1.8pt	
当期純利益	△30,479	△29,222	-	+1,257
当期純利益率	△6.8%	△6.0%	+0.8pt	

貸借対照表

	2023/6期	2024/6期 1Q	増減額
(単位：千円)			
流動資産	1,415,999	1,732,794	+316,795
└ 現金及び預金	1,127,256	1,463,700	+336,444
└ 受取手形、売掛金及び契約資産	252,394	225,305	△27,088
固定資産	94,550	114,492	+19,941
資産合計	1,510,549	1,847,286	+336,737
流動負債	413,457	328,909	△84,548
固定負債	-	-	-
負債合計	413,457	328,909	△84,548
純資産合計	1,097,092	1,518,377	+421,285

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。



心地よい未来を、データとつくる