



株式会社 unerry

**2022年6月期 第4四半期
決算説明資料**

2022年8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. 決算概要
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

39名 (2022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
エンゼラブ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



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

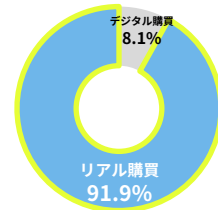


1. データ化・データ取得

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. 決算概要
6. 業績予想
7. 成長戦略
8. 財務情報

サービス概要

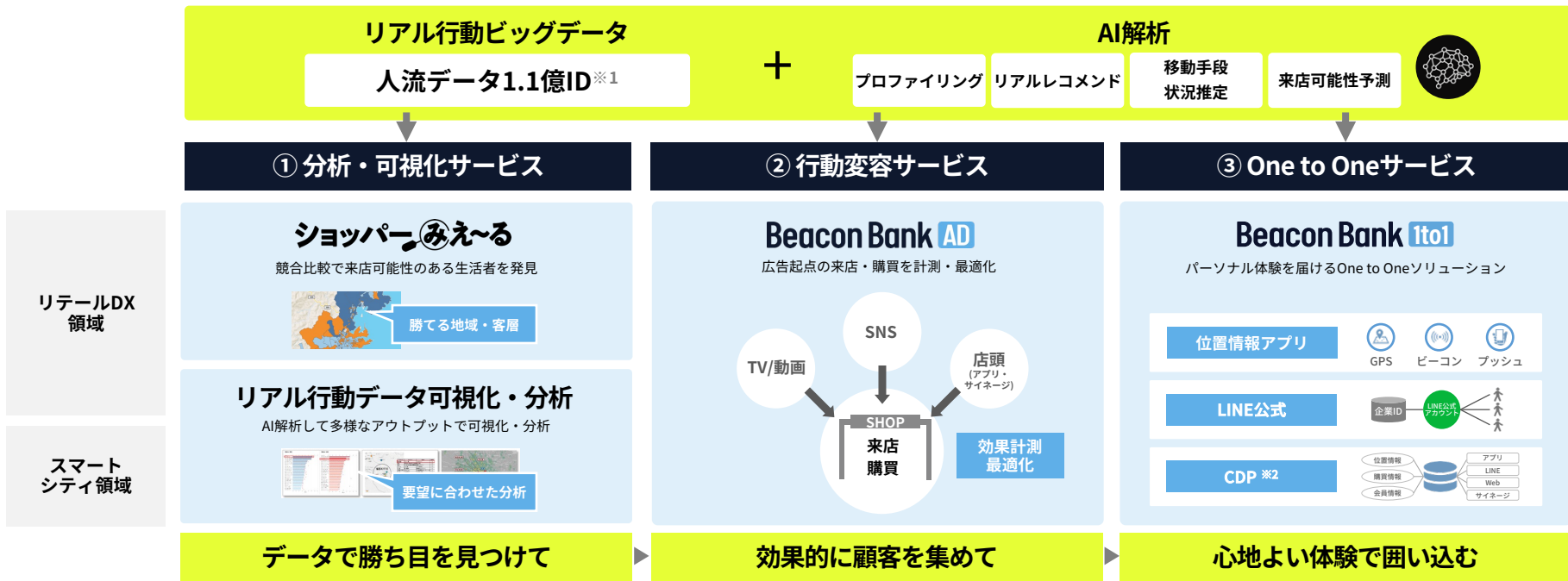
リアル行動データプラットフォーム
『Beacon Bank』

- 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）1.1億IDは最大リーチ可能なID数（2022年6月末時点）

※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

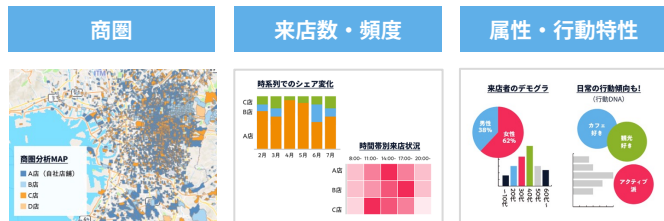
①分析・可視化サービス

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レポートを提供



※1 2022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

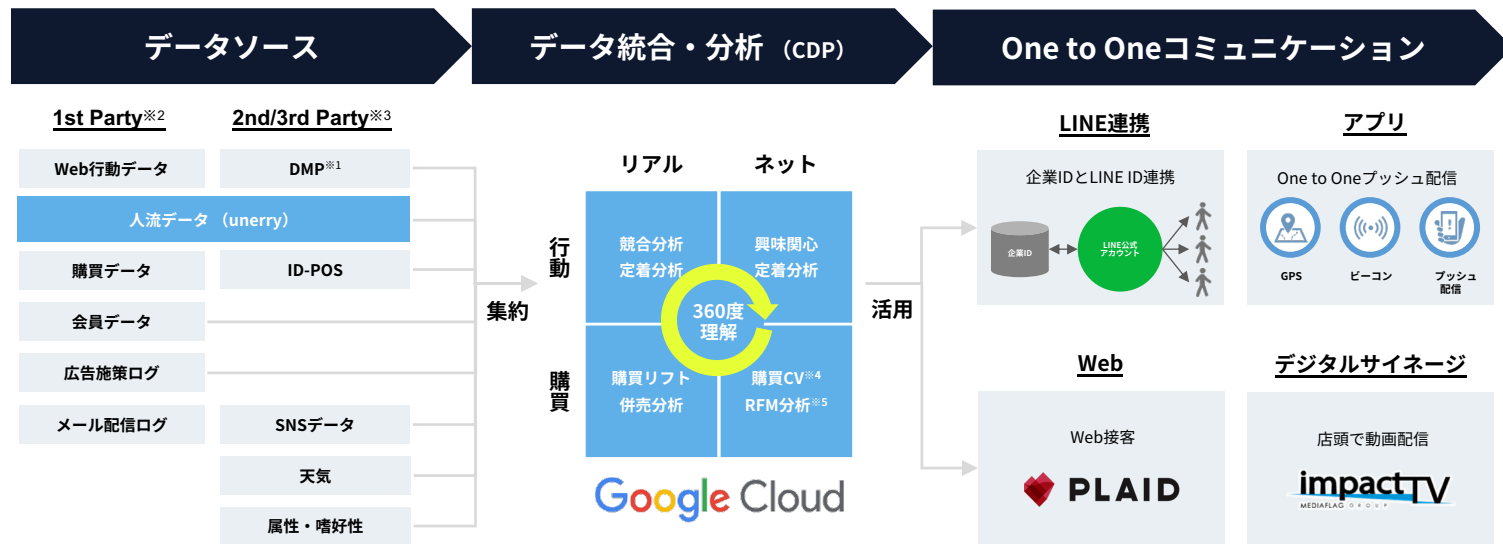
※1 SDK（ソフトウェア開発キット）：アプリに組み込むプログラム
※2 2022年6月末時点

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

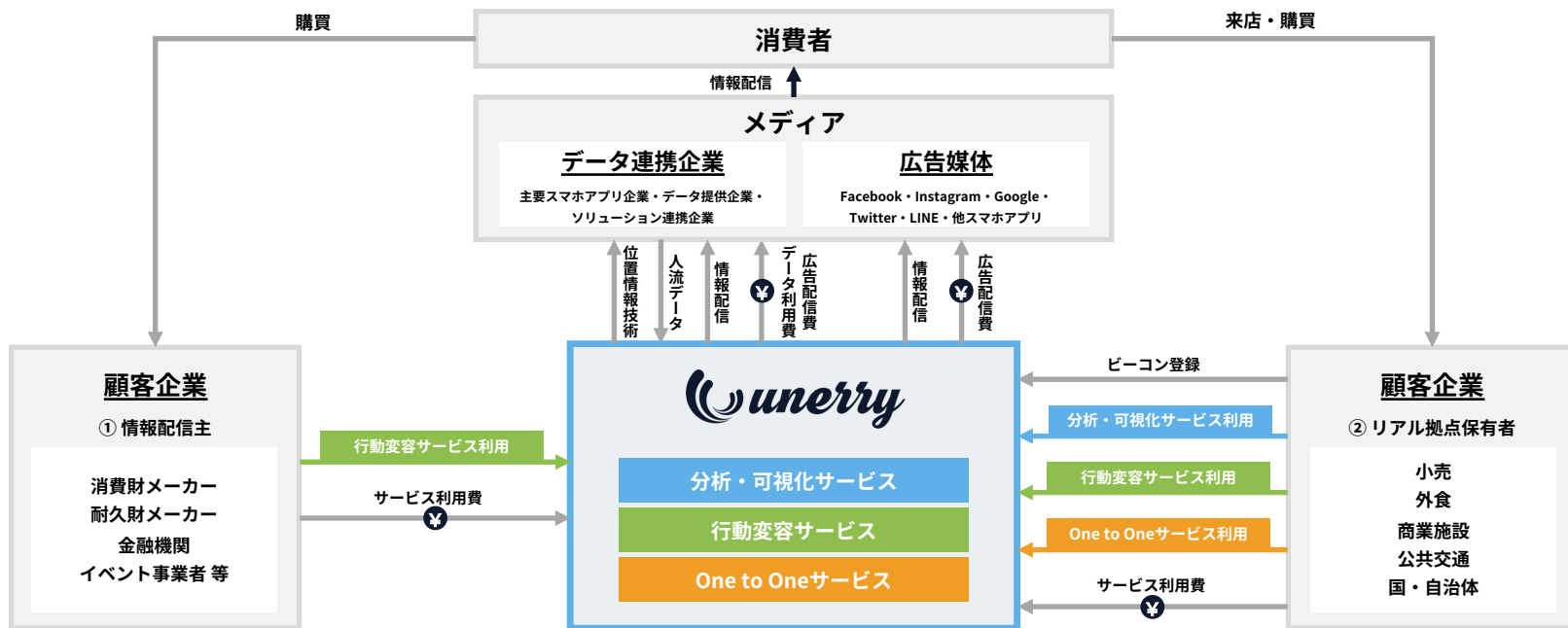


※1 DMP (データマネジメントプラットフォーム) : インターネット上に蓄積された様々な情報データを管理するためのプラットフォーム
 ※2 自社の顧客やwebサイト訪問者に関して収集・保有しているデータ

※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
 ※4 CV (コンバージョン) : 目標としたアクションが実現されたこと (購買CV: 購買したこと)
 ※5 RFM分析: 購入日・来店頻度・購入金額の3つの指標でグルーピングする分析手法

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

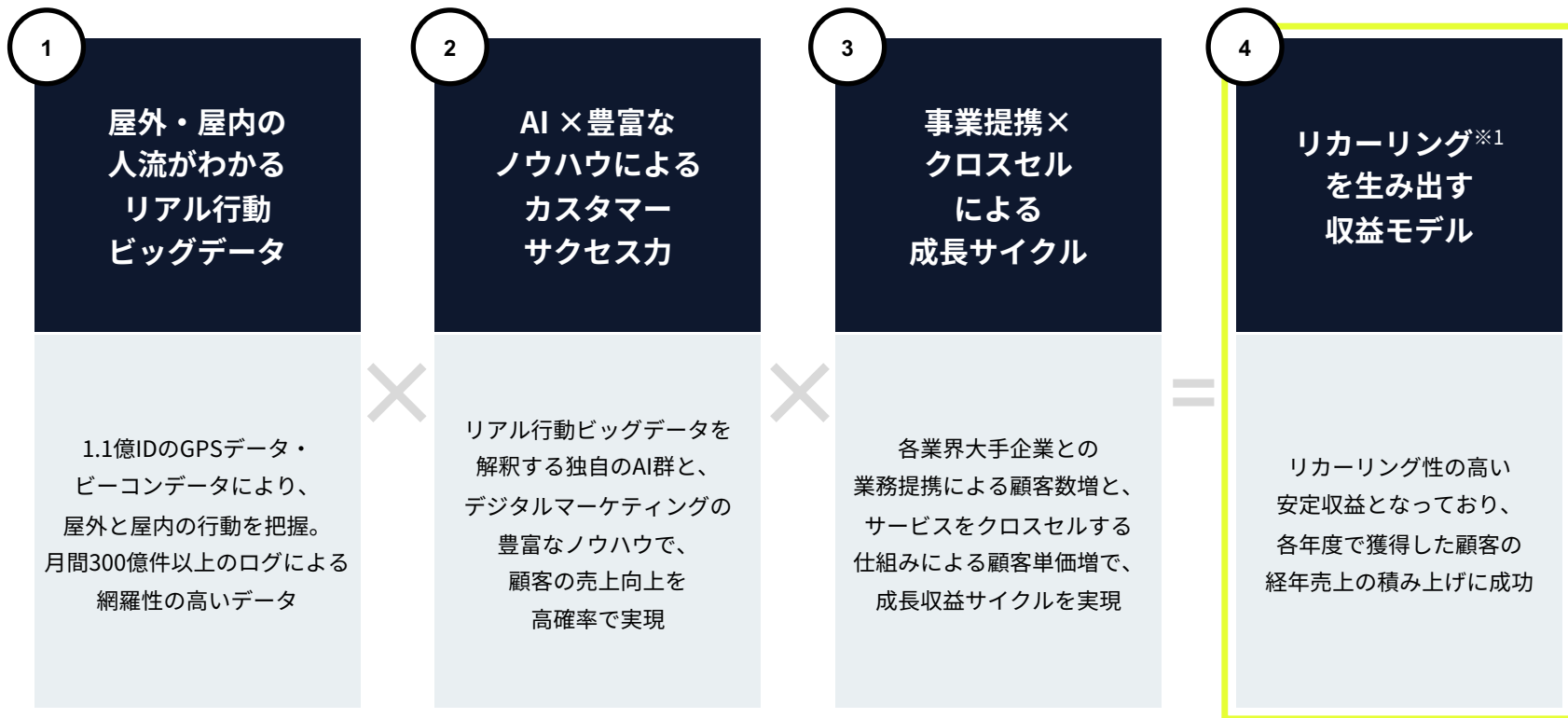
1. unerry について
2. サービス概要
3. 特徴と競争優位性
4. ビジネスアップデート
5. 決算概要
6. 業績予想
7. 成長戦略
8. 財務情報

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



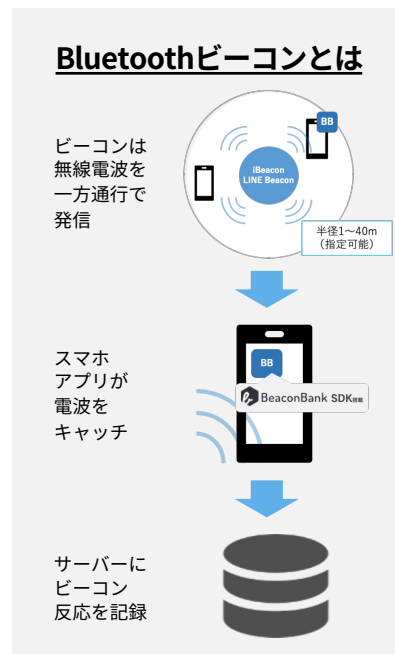
※1 4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業からの売上高

①リアル行動ビッグデータ ～屋外・屋内の人流データ～

1.1億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300億件※1以上のログ、210万個※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1.1億IDのアプリユーザ	約120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300億件以上のログ数	210万箇所の屋内・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



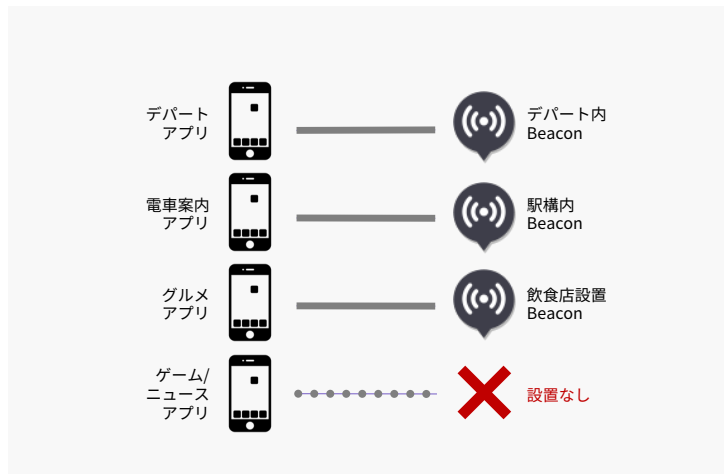
※1 2022年6月末時点
※2 2022年6月末時点

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

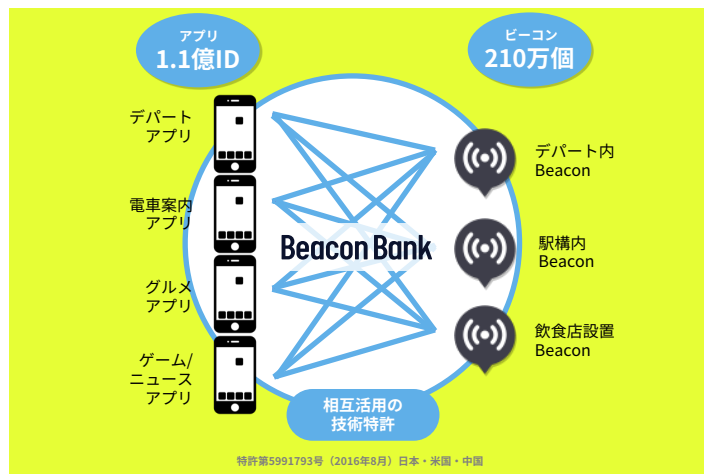
これまで

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

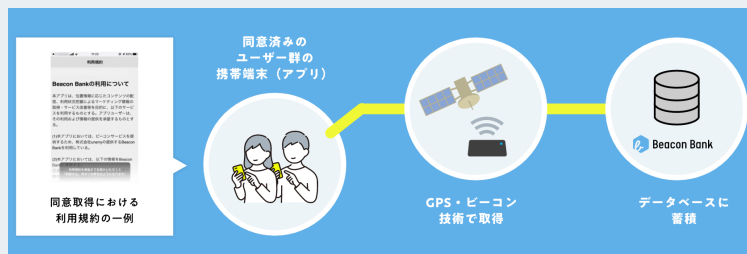


①リアル行動ビッグデータ ～ユーザ同意があり個人を特定しない安全なデータ～

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、個人情報保護法における個人情報には該当しないデータ（個人関連情報）

人流データの 取得方法 (オプトイン・ オプトアウト)

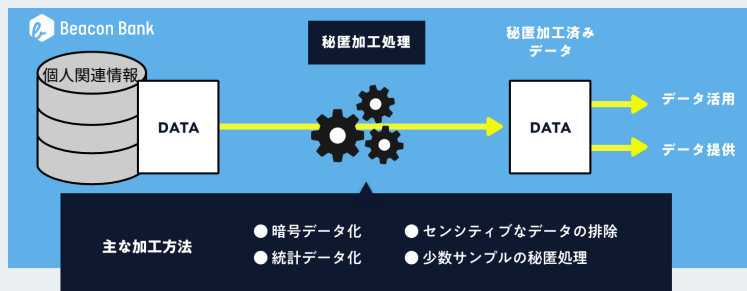
SDKが組み込まれたアプリを經由し、利用規約に同意いただいたユーザ（オプトイン）のGPSやビーコンデータが当社のデータベースに蓄積。またユーザ自身でデータを追加で取得されない仕組み（オプトアウト）も提供。



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ける個人関連情報に該当

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

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



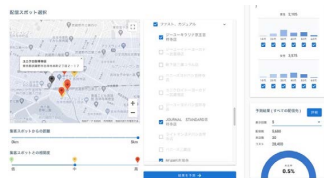
POI来訪計測AI (&混雑推定)

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



リアルレコメンドAI

次にご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



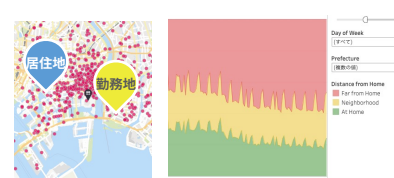
来店可能性予測AI

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



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



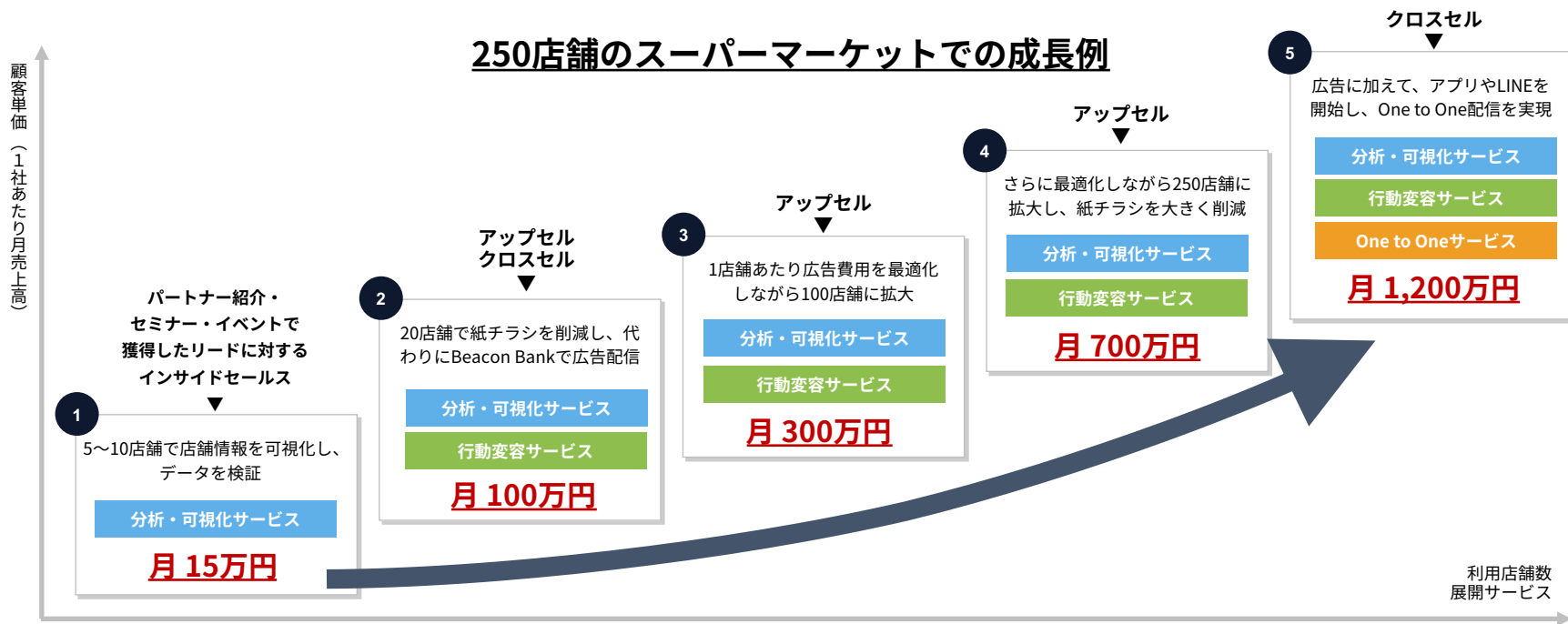
③事業提携×クロスセルによる成長サイクル～A. 顧客数増加～

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



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

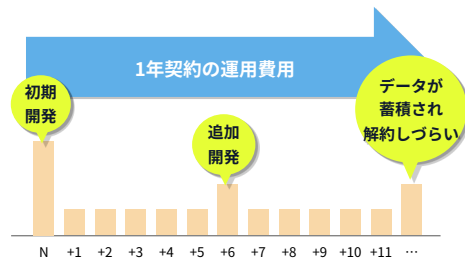
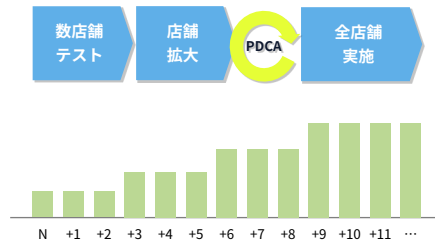
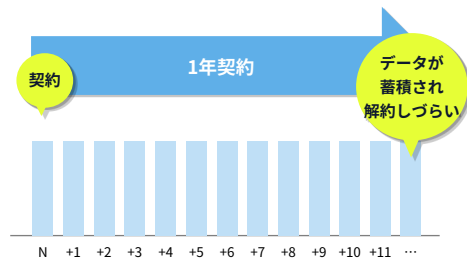
収益モデル



- 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 (2022/6期)

リカーリング売上高比率	86.3 %
-------------	---------------

リカーリング顧客 1社売上高	25,468 千円
-------------------	------------------

リカーリング顧客数	49 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1.1億ID、ビーコン210万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. 決算概要
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

ドコモ・インサイトマーケティング連携

テレビ実視聴データ連携

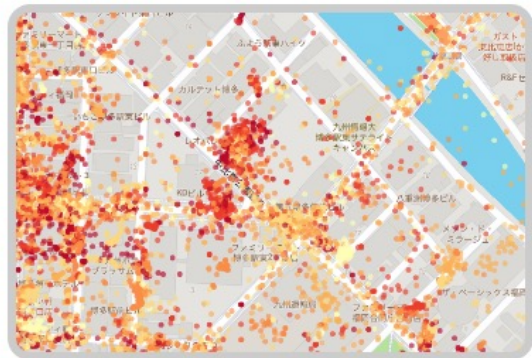
天気プッシュサービス

三菱食品との業務提携

環境省「データ駆動型脱炭素まちづくり」

ドコモ・インサイトマーケティングとのプロダクト連携（2022年6月）

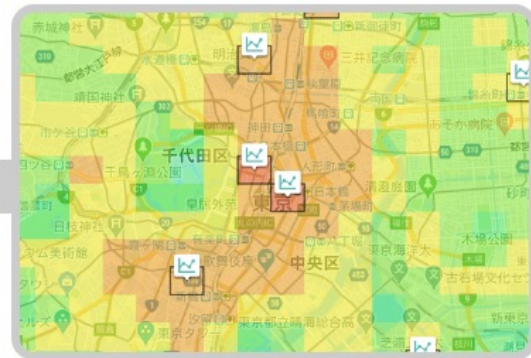
異なる2つのデータを組み合わせることで、
ピンポイントな場所の人数・属性推計精度が向上



位置情報を点で蓄積し
様々な粒度や切り口で人数を推計*



- リテール店舗の来訪者
- 屋外広告視聴効果
- 市街地回遊 などの
流動人口・属性を推定



モバイル空間統計®

携帯電話ネットワークの仕組みで
メッシュ単位の人口を推計

電通STADIAとのテレビ実視聴データ連携（2022年6月）



『STADIA』の実視聴データと 『Beacon Bank』の来店・購買データが連携



認知

来店

購入

リピート

ファン化



1

テレビ広告とデジタル広告の
組み合わせによる
プロモーション効果の最大化

2

“視聴”“来店”“購買”から
“ファン化”まで
フルファネルでの効果検証

3

日常行動データから
番組視聴者のペルソナを分析
メディアプランニングを最適化

日本気象協会・ALiNKインターネットとの天気プッシュサービス共同開発（2022年5月）

人流データ×気象データで、状況に合ったプッシュ配信・広告を実現

スマホアプリ機能「天気プッシュ」提供開始！



「東京が晴れ」で
「東京在住の方」向け
の場合



「大阪が雨」で
「大阪在住の方」向け
の場合



三菱食品との業務提携によるリテールメディアプラットフォームの共同推進（2022年7月）



×



小売3000社・メーカー6500社との取引
年間12億件の取引データ

月間300億件超の人流ビッグデータ



生活者の行動・購買や価値観の変化を捉え、店外と店内、リアルとデジタルを横断し
最適な情報を届けることが出来るリテールメディアプラットフォームを共同で推進



環境省「データ駆動型脱炭素まちづくり」での人流データ活用

令和3年度 環境省「データ駆動型脱炭素まちづくり」

街の移動をリアル行動データで「見える化」 「EBPM (エビデンスに基づく政策立案)」対応のまちづくりを支援

富山市

ウォーカブルな
まちづくり促進

加古川市

中心市街地活性化
&公共交通へのシフト

小田原市

公用車のEV化 &
シェアリング施策

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. 決算概要
6. 業績予想
7. 成長戦略
8. 財務情報

決算概要

業績ハイライト

売上高

売上総利益・営業利益

原価・販管費

2022年6月期 第4四半期 業績ハイライト

売上高 / 前期比成長率

1,446 百万円 / **+85%**

▶ リカーリング売上が高い収益構造によって堅実な収益の積み上げに成功し、売上高は85%増加

売上総利益 / 前期比成長率

545 百万円 / **+147%**

▶ 原価改善による売上総利益率の大幅改善と売上高の伸びにより、売上総利益は147%増加

営業利益

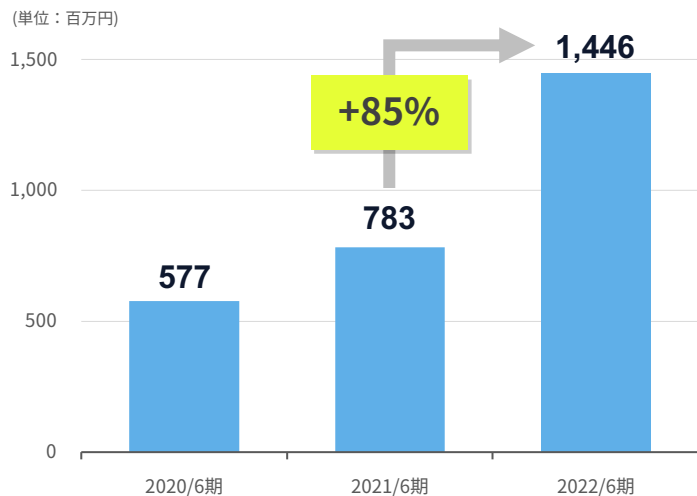
74 百万円 (黒字転換)

▶ 売上増加に比べて販管費の伸びは緩やかなため利益率が向上し、通期での営業利益黒字化に成功

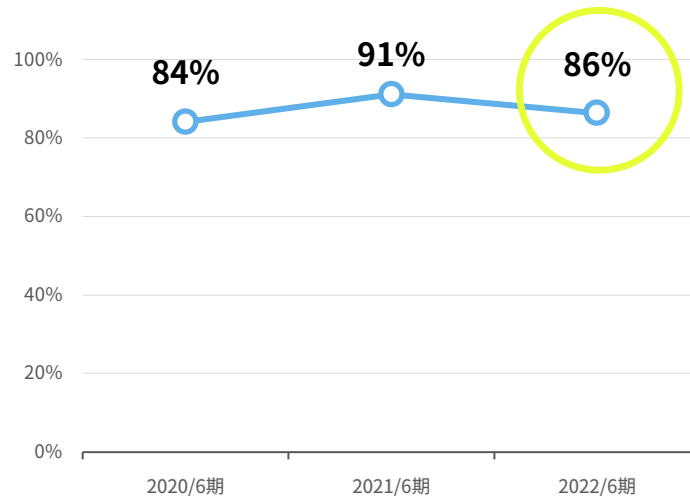
売上高・リカーリング売上高比率

売上高は極めて堅調に推移し、前期比+85%
リカーリング性が高い収益構造が寄与し、堅実な収益の積み上げに成功

売上高



リカーリング売上高比率※

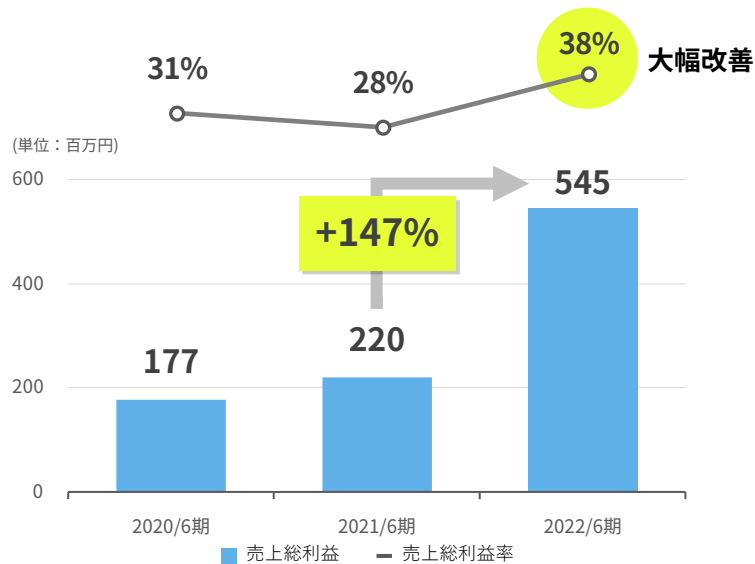


※4四半期以上連続で取引のある顧客企業および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業からの売上高が売上全体に占める比率

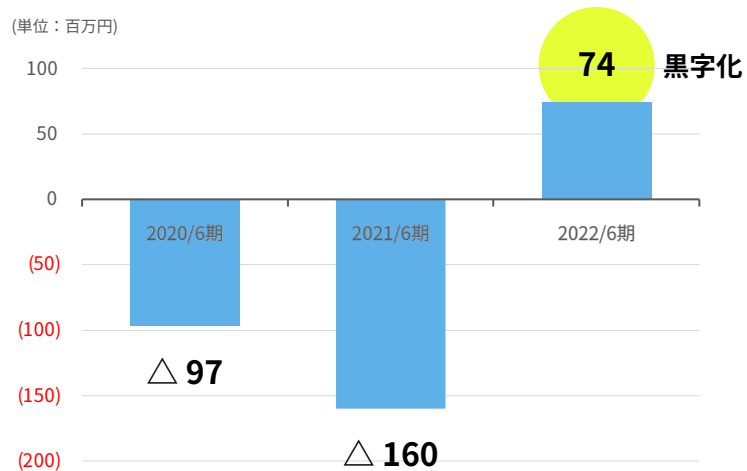
売上総利益・営業利益

原価改善による売上総利益率の大幅改善と売上高の伸びにより、売上総利益は前期比+147%
通期営業利益は74百万円の黒字化を達成

売上総利益



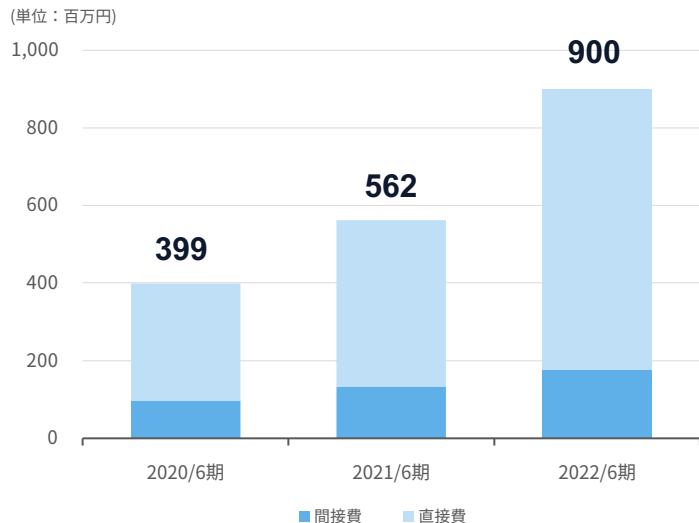
営業利益



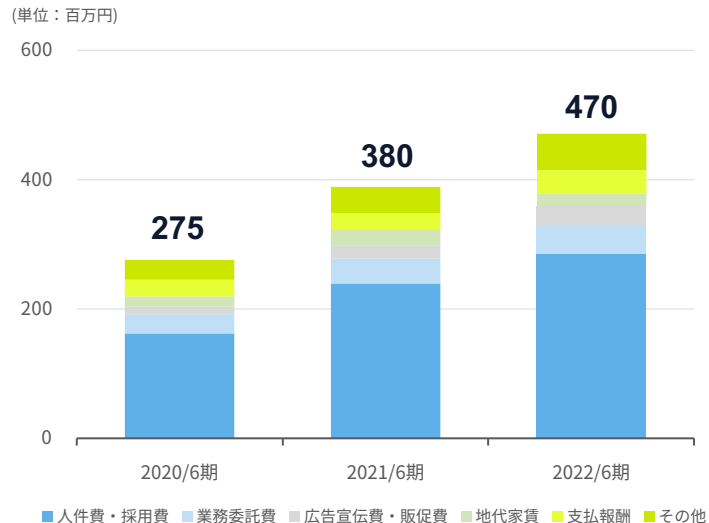
原価・販管費

間接原価（サーバ費用等）や販管費は、売上の伸びに対して低く推移しておりコスト効率が向上

原価



販売費及び一般管理費



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. 決算概要
6. 業績予想
7. 成長戦略
8. 財務情報

業績予想

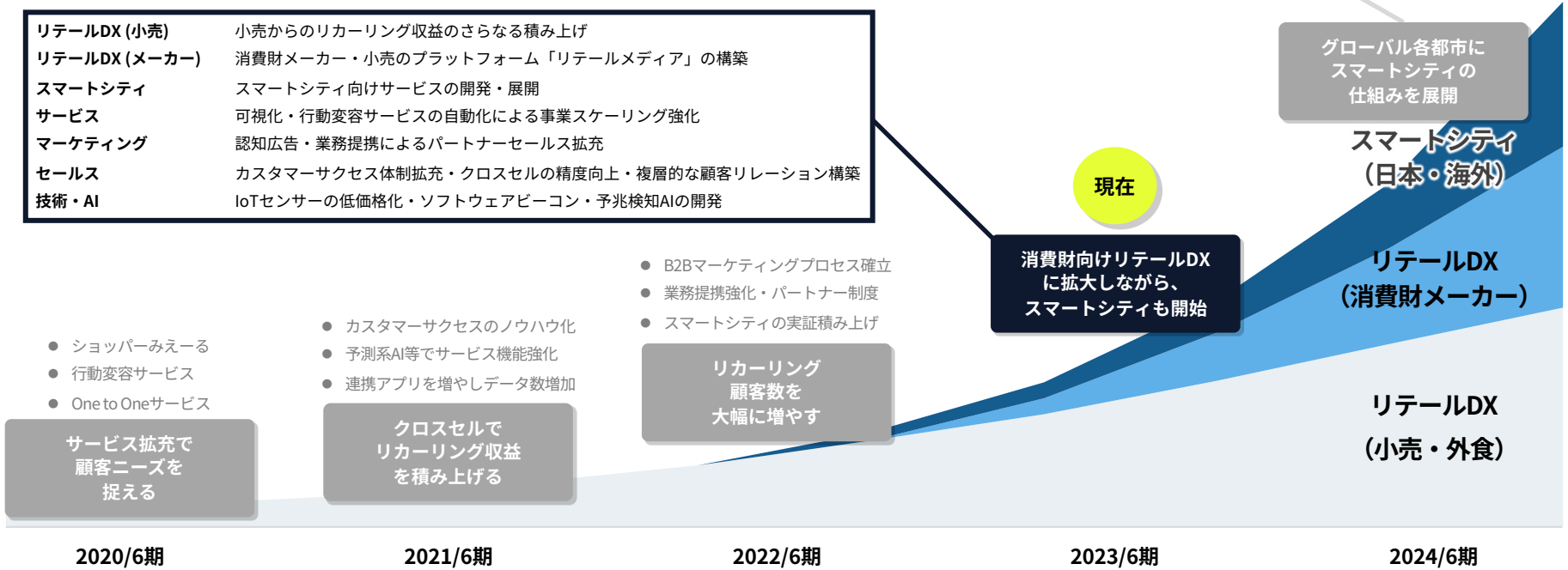
2023年6月期の重点取組み

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

サービス拡充で顧客ニーズを捉える

クロスセルでリカーリング収益を積み上げる

リカーリング顧客数を大幅に増やす

消費財向けリテールDXに拡大しながら、スマートシティも開始

グローバル各都市にスマートシティの仕組みを展開

スマートシティ (日本・海外)

リテールDX (消費財メーカー)

リテールDX (小売・外食)

2020/6期

2021/6期

2022/6期

2023/6期

2024/6期

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%

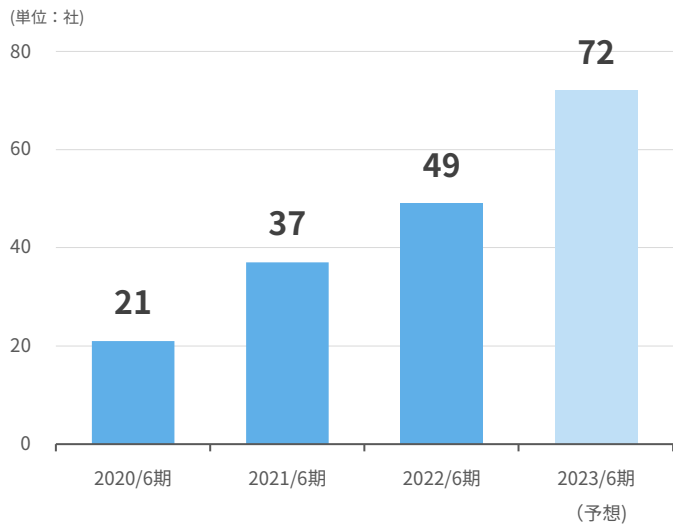
業績予想の前提

- 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形状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

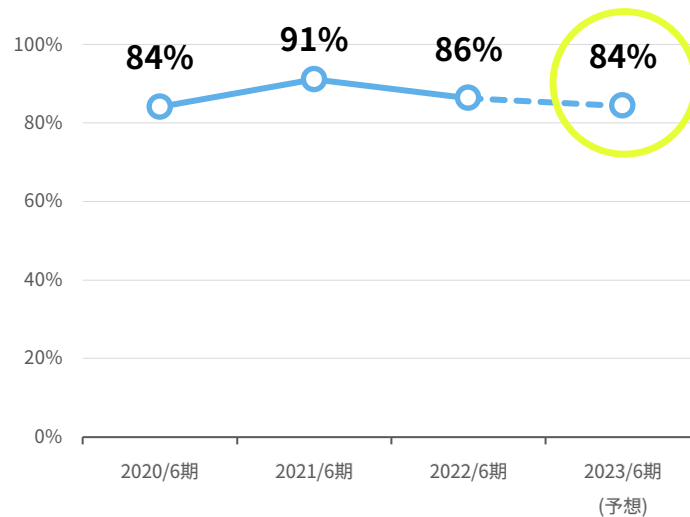
リカーリング顧客数を増やし、高いリカーリング売上高比率を維持していく

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※

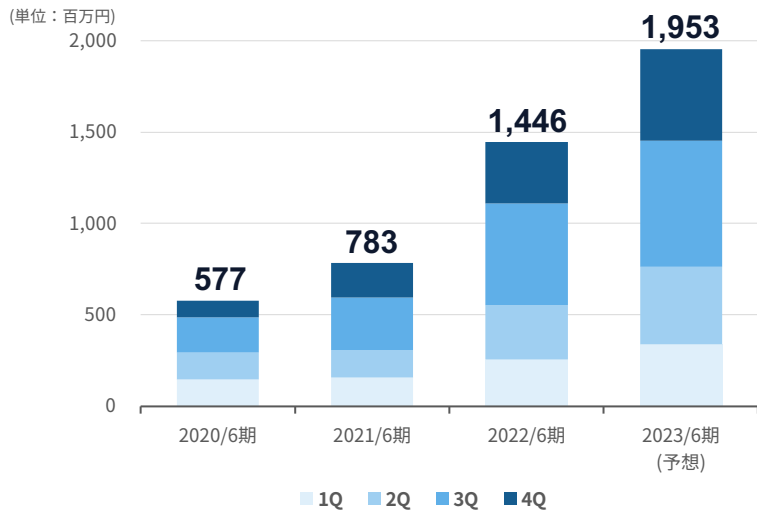


※売上高全体に占めるリカーリング顧客売上比率

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



四半期別売上上の傾向

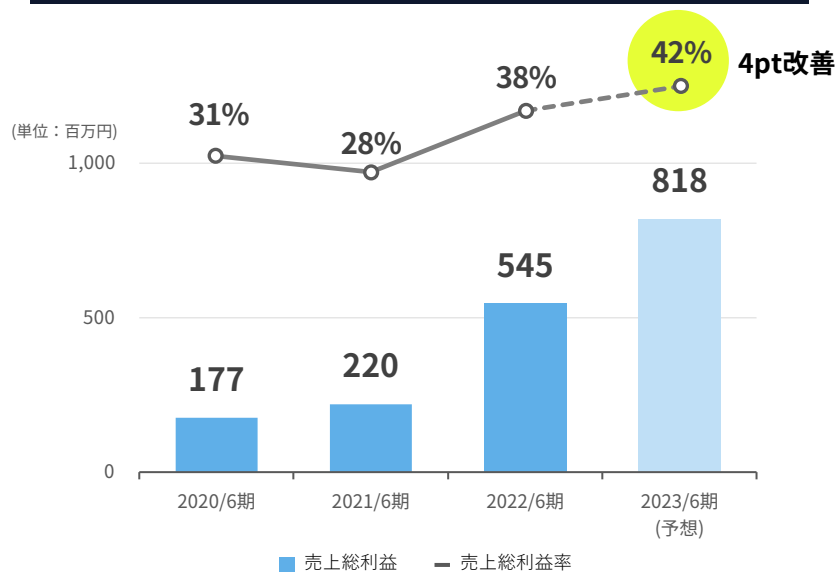
● 第3四半期への偏重傾向

- 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

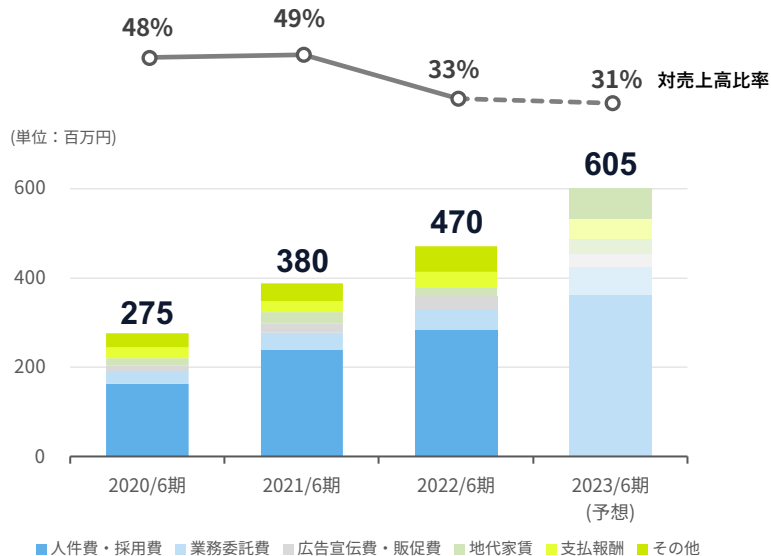
● 直接原価

- 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・エンジニアの的人件費、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件費・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

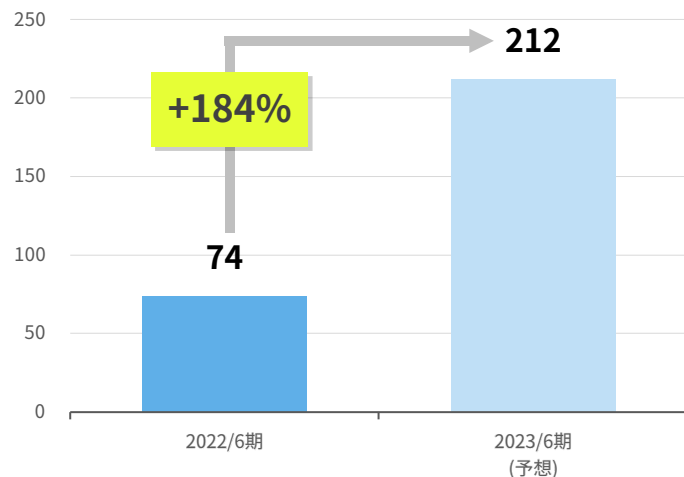
- リテールメディアサービスの開発・展開
- スマートシティ向けサービスの開発・展開
- 可視化・行動変容サービスの自動化による事業スケール強化

力強い営業利益の成長

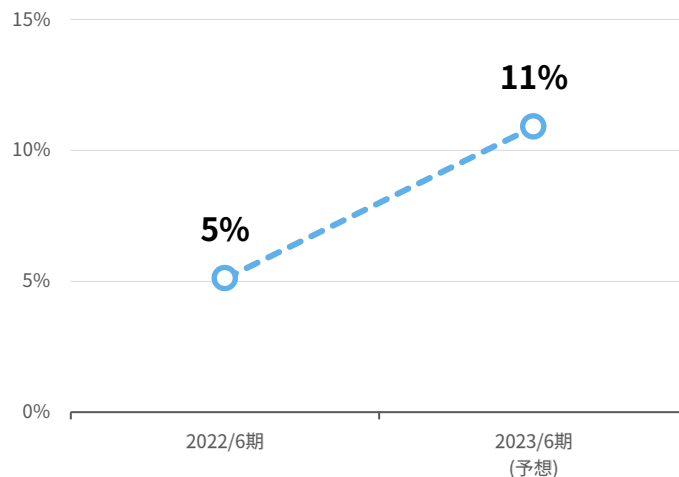
売上高の増加に比べて原価・販管費の増加は限定的であることから営業利益率は6pt改善して11%の想定。
営業利益は前期比184%増の212百万円と予想

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. 決算概要
6. 業績予想
7. 成長戦略
8. 財務情報

成長戦略

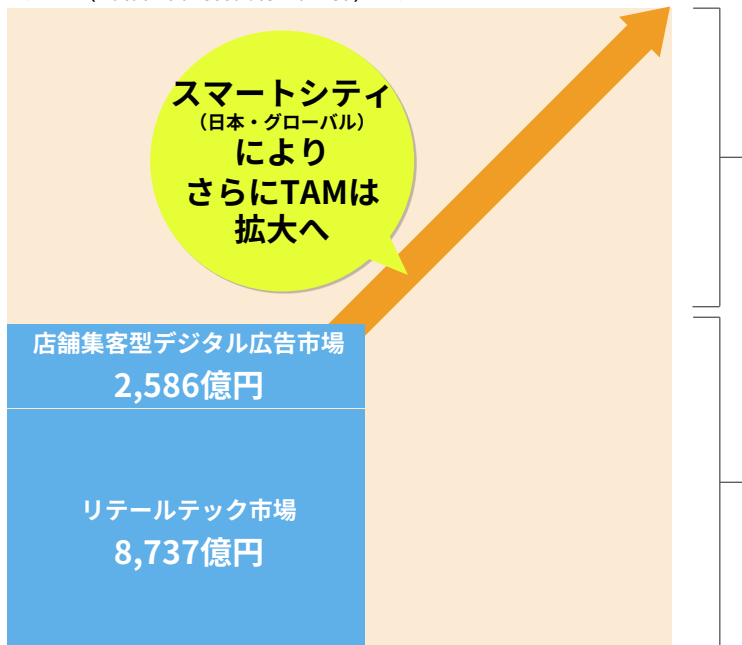
unerryの対象市場 (TAM)

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

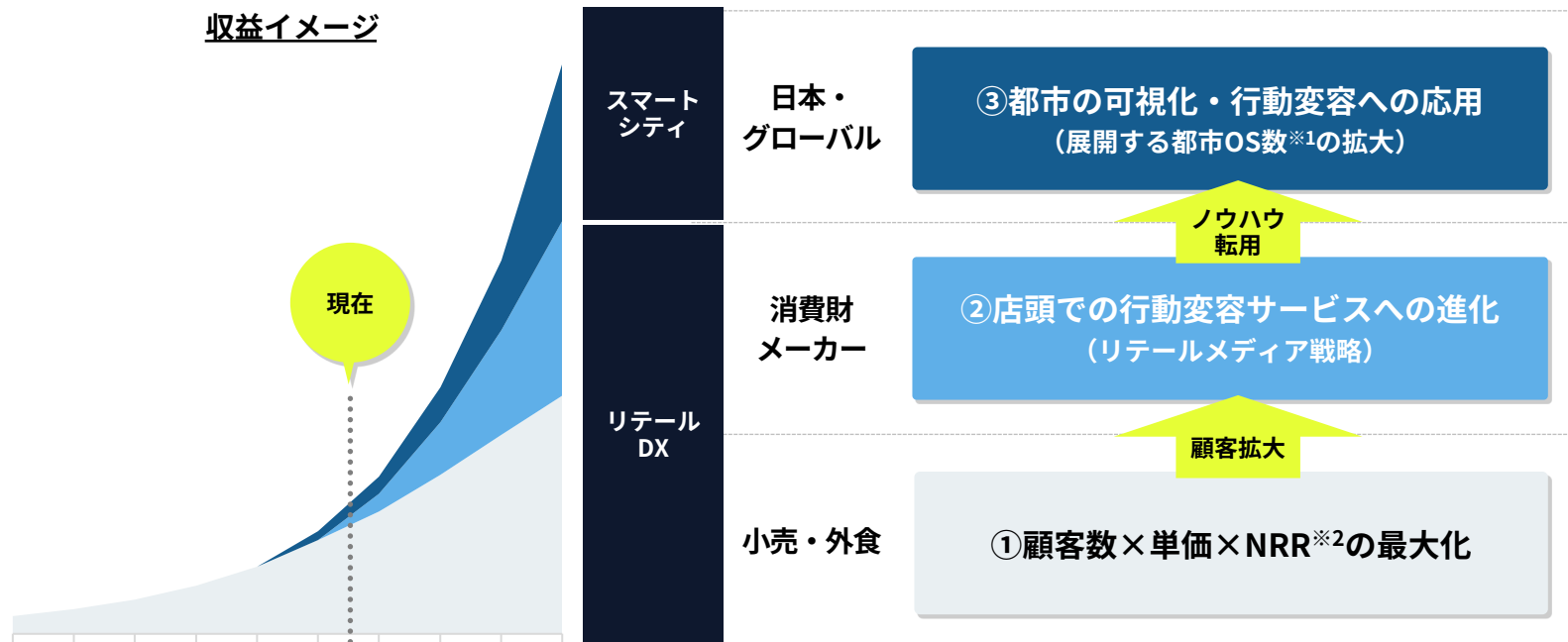
- リテールテック市場 8,737億円※2
(小売、外食、宿泊業向け機器、システム&サービス国内市場)
- 店舗集客型デジタル広告市場 2,586億円※3

※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

中期戦略

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



※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

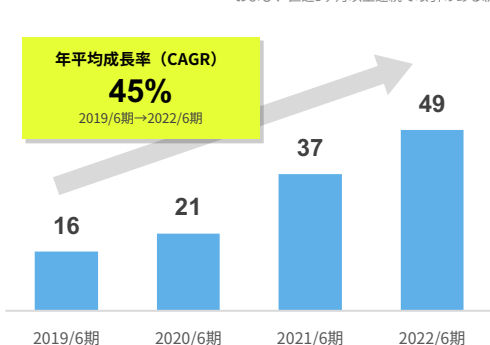
※2 ネットレベニューリテンションレート (前期以前に獲得したリカーリング顧客の当期売上高) ÷ (当該顧客の前期売上高)

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

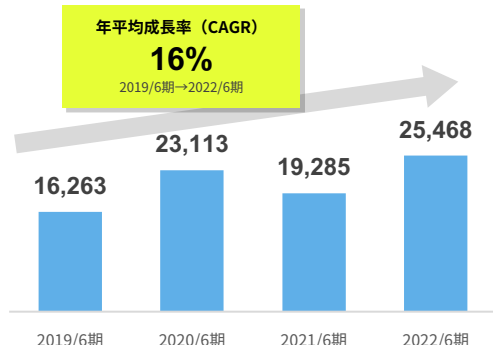
単位：社

※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



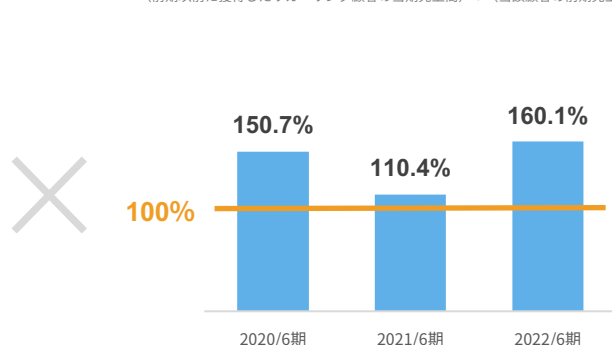
リカーリング年間顧客単価の向上

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

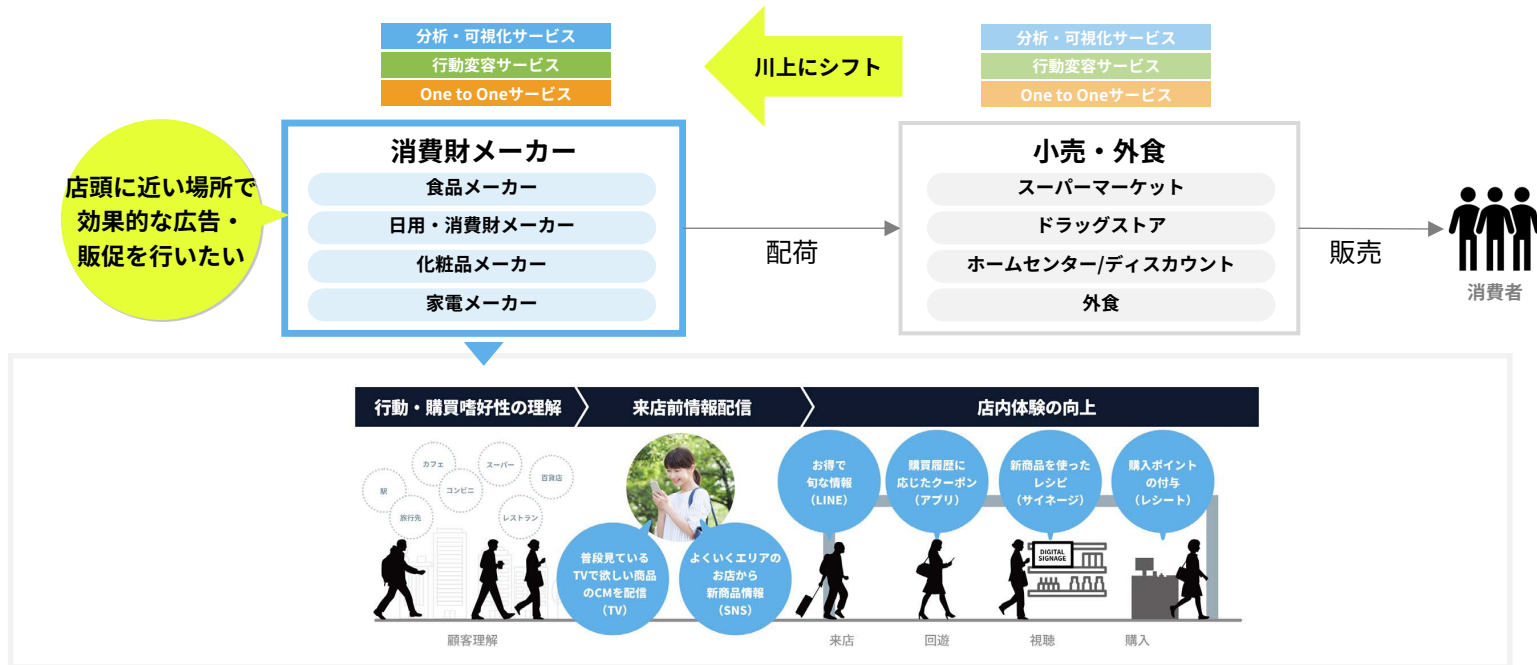
- 顧客売上につながるAIの開発

● 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）

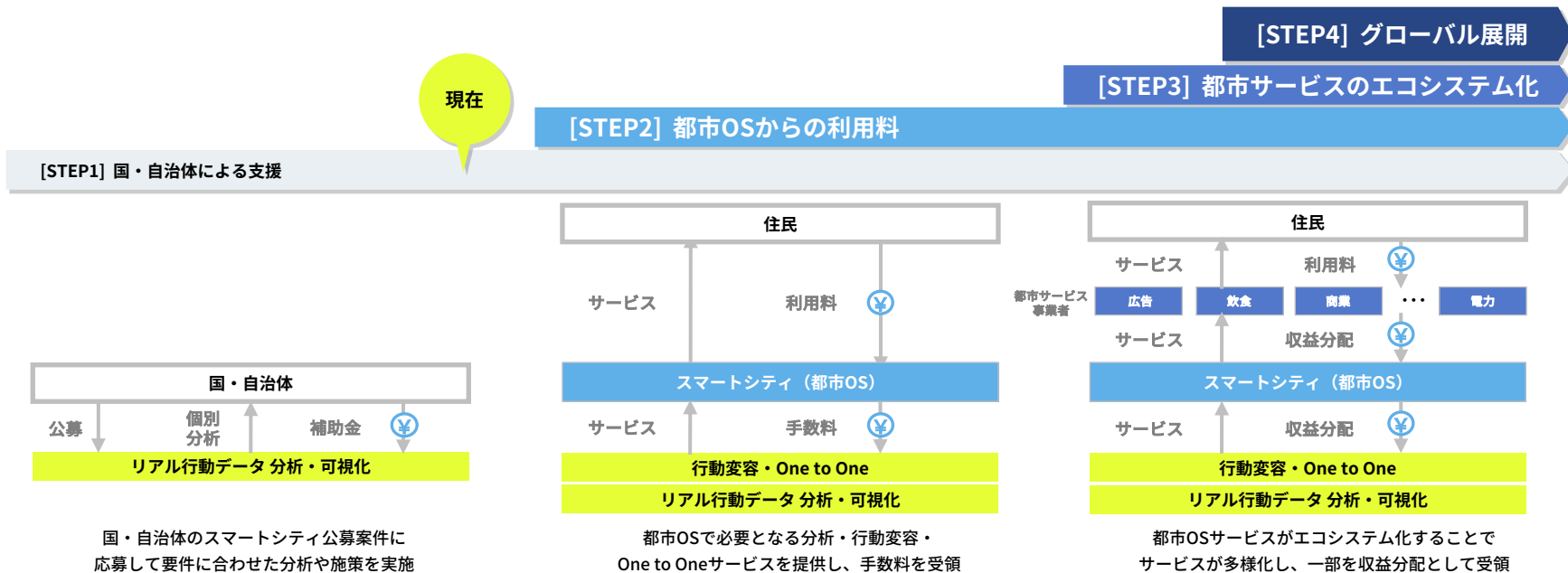
主に小売・外食向けに提供しているサービスを消費財メーカーに展開し、プロモーション費用を獲得していく



※リテールメディア：より購買に直結する店頭でのプロモーションを可能にする

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



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. 決算概要
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

(単位：千円)	2021/6期	2022/6期	増減率	増減額
売上高	783,018	1,446,325	+84.7%	+663,307
売上原価	562,469	900,486	+60.1%	+338,017
売上総利益	220,549	545,839	+147.5%	+325,290
売上総利益率	28.2%	37.7%	+9.5pt	
販売費及び一般管理費	380,719	470,855	+23.7%	+90,136
対売上高比率	48.6%	32.6%	△16.1pt	
営業利益又は営業損失 (△)	△160,170	74,984	—	+235,154
営業利益率	—	5.2%	—	
経常利益又は経常損失 (△)	△162,072	71,767	—	+233,839
経常利益率	—	5.0%	—	
法人税等合計 (法人税等調整額含む)	809	△71,760	—	△72,569
当期純利益又は当期純損失 (△)	△162,882	143,528	—	+306,410
経常利益率	—	9.9%	—	

貸借対照表

(単位：千円)	2021/6期	2022/6期	増減額
流動資産	911,823	1,128,421	+216,597
現金及び預金	800,333	900,694	+100,361
受取手形、売掛金及び契約資産	95,534	192,723	+97,189
固定資産	34,003	75,370	+41,367
総資産	945,827	1,203,791	+257,964
流動負債	161,185	277,955	+116,770
固定負債	125,516	104,993	△20,523
純資産	659,125	820,843	+161,728

キャッシュ・フロー内訳

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

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。