



株式会社 unerry
(東証グロース：5034)

2024年6月期 第3四半期 決算説明資料

2024年 5月



INDEX

1. 2024年6月期 第3四半期実績

2. 事業進捗

3. unerry の成長戦略

4. 特徴と競争優位性

5. 財務情報



業績ハイライト（四半期）

売上高

937 百万円

YoY +45%
CAGR +30%

粗利^{*1}

542 百万円

YoY +56%
CAGR +31%

リカーリング顧客数^{*2}

104 社

YoY +32 社
今期増 +26 社

営業利益

207 百万円

YoY +102%
営業利益率 22%

全主要指標が著しい成長を示す

- **売上高の大幅成長（YoY +45%）**

リカーリング顧客数がYoYで32社増加し、
売上高937百万円と大幅な売上増加を実現

- **売上高成長以上の粗利成長（YoY +56%）**

高収益な分析・可視化サービスの拡大と
One to Oneサービスの粗利率が総粗利増加に寄与

- **過去最高益の実現（YoY +102%）**

粗利率と販管費率の改善で損益分岐を大きく超え、
営業利益率22%、207百万円を達成

業績ハイライト（累計）

累計売上高

2,085 百万円

YoY +31%

CAGR +37%

累計粗利*1

1,058 百万円

YoY +37%

CAGR +39%

進捗率

売上高 72%
営業利益 148%

累計営業利益

173 百万円
YoY +162%
営業利益率 8%

進捗率で大幅な超過達成

- 営業利益進捗率は通期予想を超過達成

3Qの高い利益水準により、
累計営業利益は173百万円となり、YoY 162%、
進捗率148%を実現

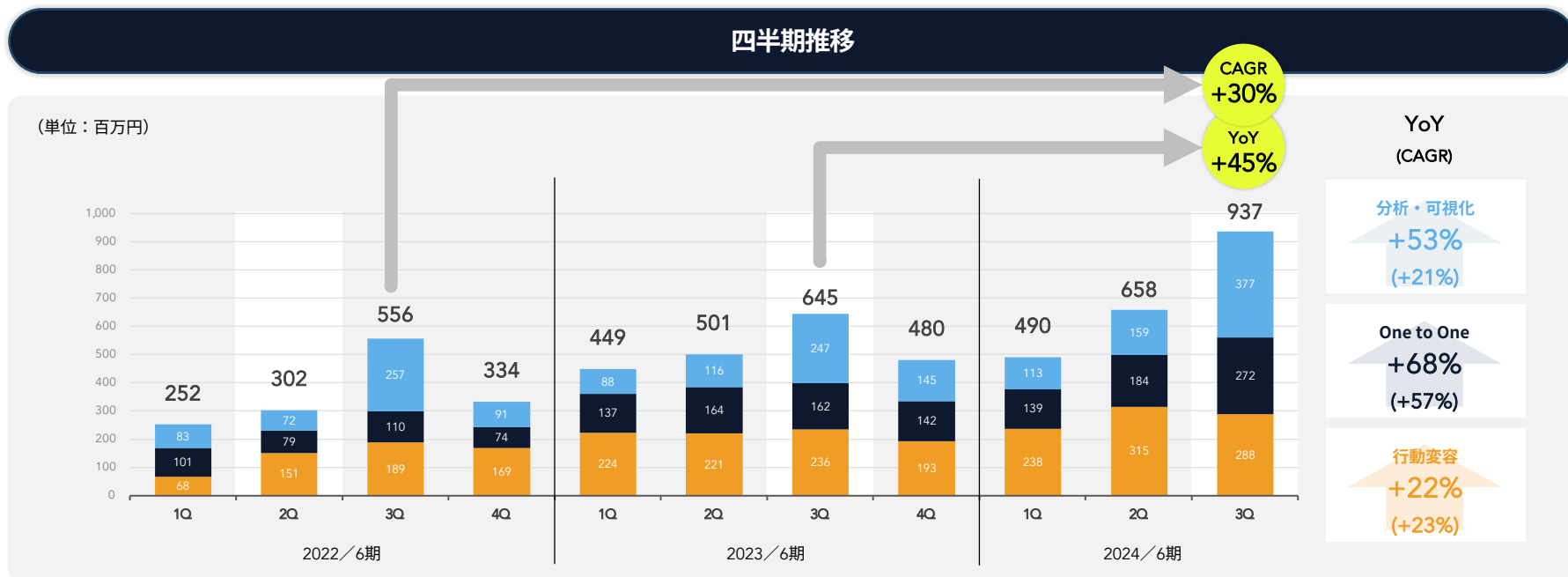
- 堅調な売上高進捗率

3Qの高水準の売上高により、
累計売上高2,085百万円、YoY 31%、
進捗率72%を実現

*1... 間接原価を除いた粗利（売上高）－（直接原価）

売上高：YoY +45%の力強い成長

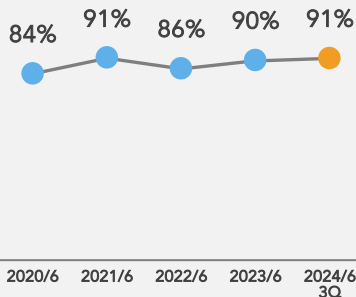
- 顧客単価を維持しながらリカーリング顧客数が伸び、売上高はYoY+45%、CAGR+30%で937百万円（四半期売上最高更新）。
- 全サービスが伸長。特に分析・可視化サービスの売上高増分（+130百万円）が最も大きい。



リカーリング顧客数：積上げ×クロスセルの成功方程式が成長を牽引

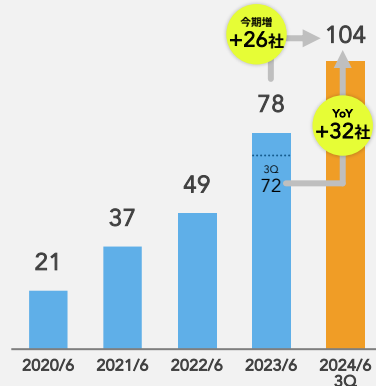
- 売上高の91%を占めるリカーリング顧客数は104社となり、YoY +32社、今期 +26社と堅調に増加。
- 「リカーリング顧客積上げ×クロスセル」の成功方程式を着実に実行し、年間顧客単価24百万円、NRR129%と高水準を維持。

リカーリング売上高比率



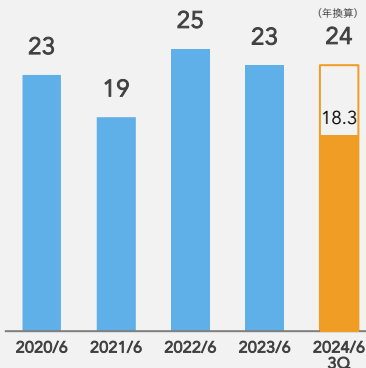
リカーリング顧客数^{*1}

(単位：社)

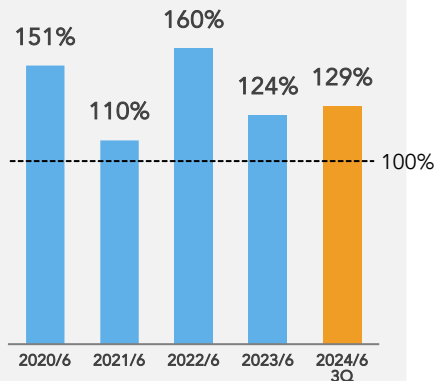


リカーリング年間顧客単価

(単位：百万円)



NRR^{*2}

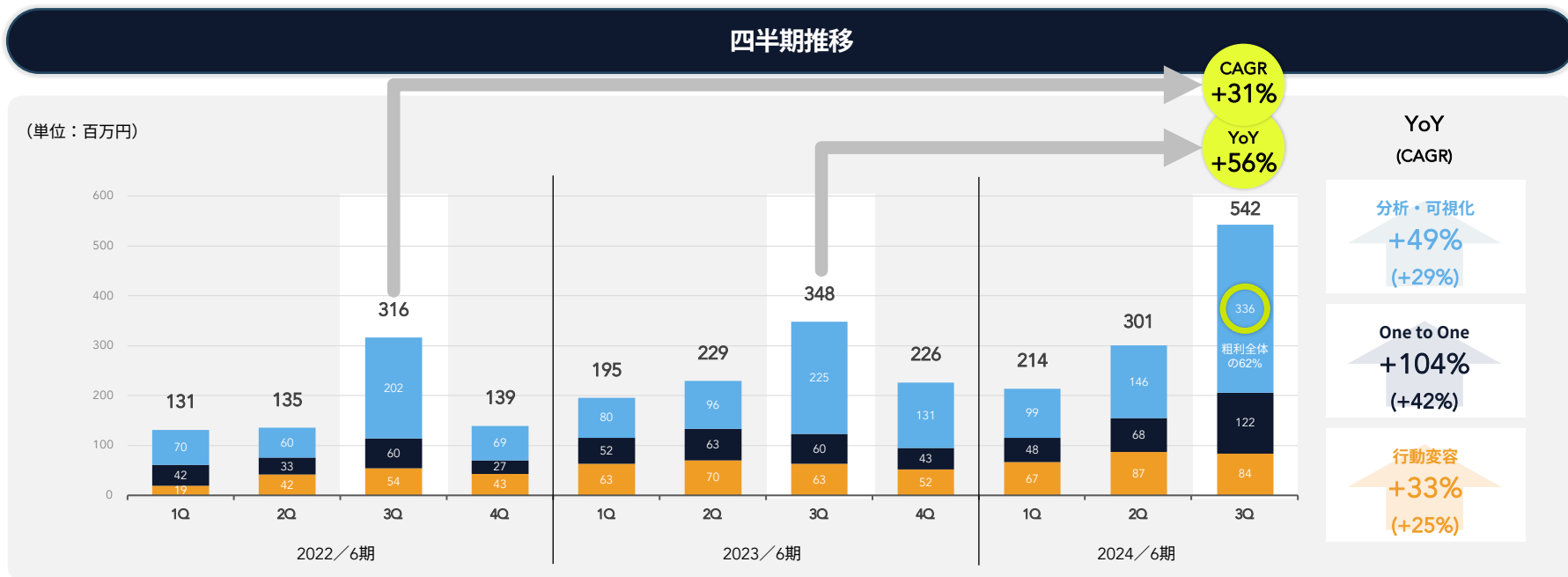


※1... 4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業をリカーリング顧客とする。2024年6月期より、代理店経由のサービスユーザーがリカーリング顧客条件に該当する場合は、当該ユーザーをリカーリング顧客としてカウント。

※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) ÷ (当該顧客の前期売上高)

粗利（売上 - 直接原価※）：売上高成長以上の粗利成長

- 利益率の高い分析・可視化サービスがYoY +49%で成長し、粗利全体の62%を占めている。
- 売上高増加に伴い粗利額もYoY +56%、CAGR +31%で堅調に増加。



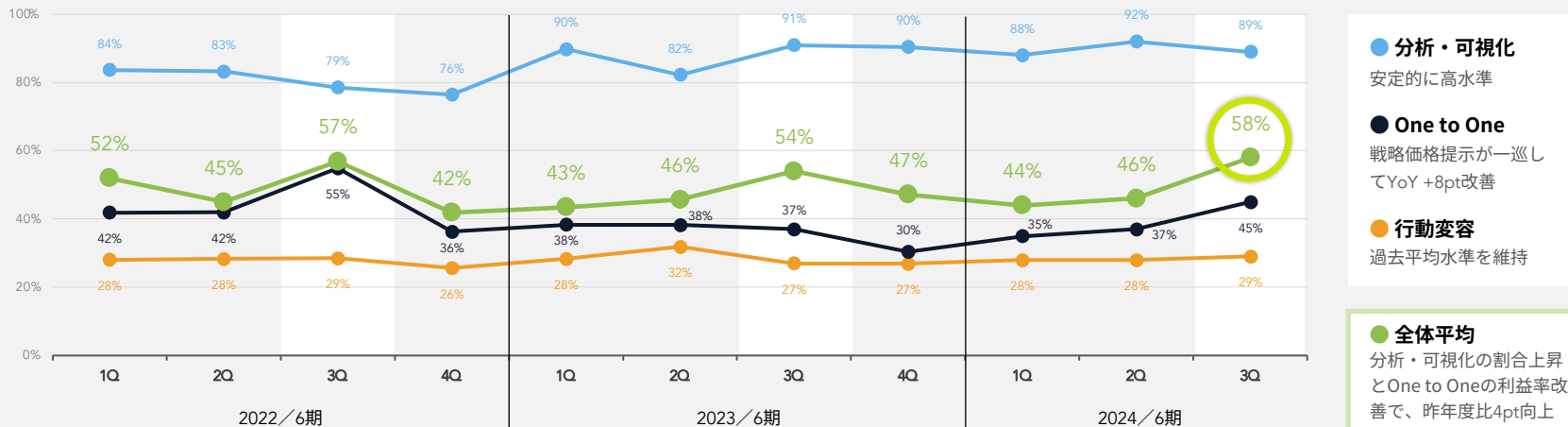
※間接原価は除いた粗利

1. 2024年6月期 第3四半期実績

粗利率（売上 - 直接原価 ※）：過去最高の粗利率を実現

- 分析・可視化サービスの売上高上昇とOne to Oneサービスの利益率改善により、YoY +4ptとなり、58%の過去最高粗利率を実現。
- 特にOne to Oneサービスは戦略価格提示の影響は一巡して昨年度比8pt改善。分析・可視化／行動変容サービスの粗利率は安定。

四半期推移



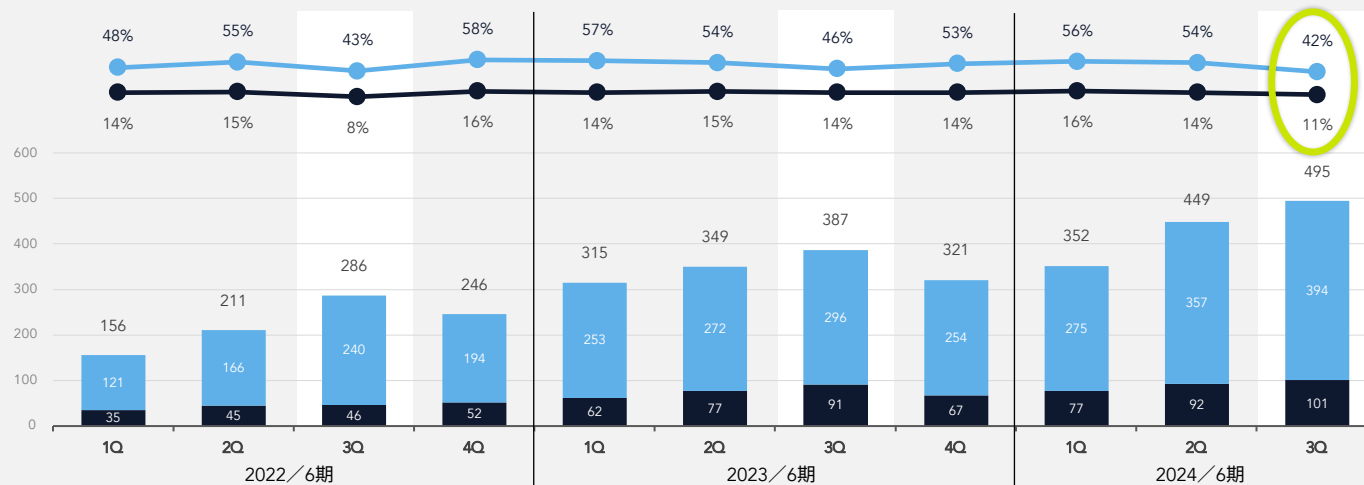
※間接原価は除いた粗利

原価：直接・間接合わせてYoY 8ptの大幅改善

- 直接原価率はサービス粗利率改善（前述）により、YoY 4pt改善。
- 間接原価率もインフラ・人件費配賦（間接原価）の適切なコントロールにより、YoY 3pt改善。

四半期推移

(単位：百万円)



● 直接原価

- YoY 4pt改善。サービス利益率の改善が要因
- 内訳
 - 行動変容 51% (媒体費等)
 - One to One 38% (外注費等)
 - 分析・可視化 11%

● 間接原価

- YoY 3pt改善。大半を締めるインフラ、人件費配賦の適切なコントロールが奏功
- 内訳
 - インフラ費用 61%
 - 人件費・地代家賃配賦 34%

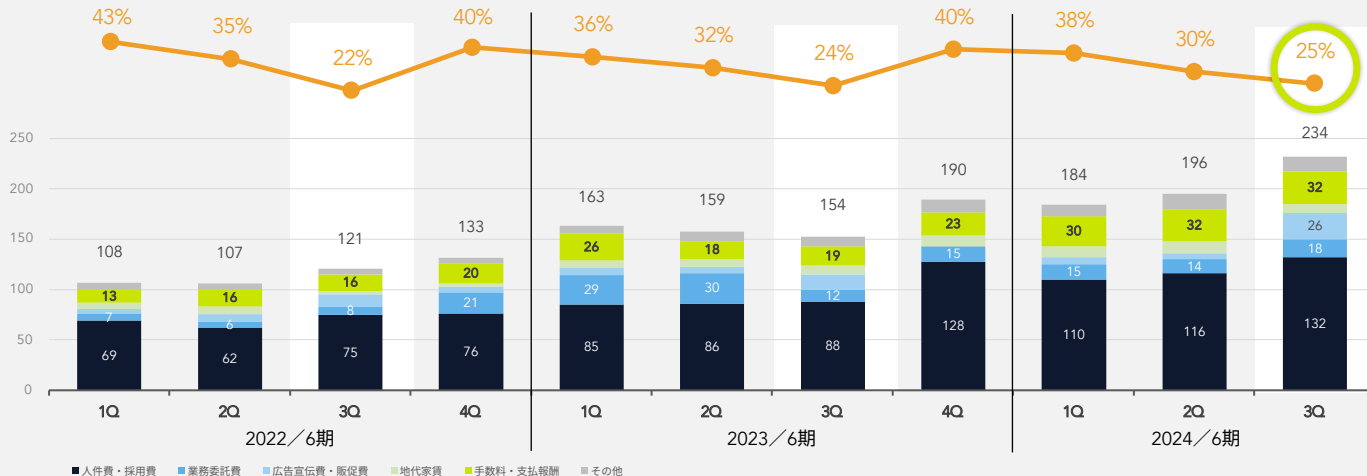
1. 2024年6月期 第3四半期実績

販売費及び一般管理費：人件費は伸びるも売上高伸長により昨年同水準の販管費率

- 売上高伸長により販管費率は昨年同水準、QoQ 5pt改善。
- 主な内訳は人件費・採用費。体制強化に伴う採用は堅調に進んでおり、継続的に増加。

四半期推移

(単位：百万円)



● 手数料・支払報酬

データ量増加などでサーバー費は高水準

● 広告宣伝費

イベント等の認知向上活動を積極化

● 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(4Qは発生見込み)

● 人件費・採用費

採用は堅調で増加傾向

● 対売上高比率

売上高伸長によりQoQ 5pt改善

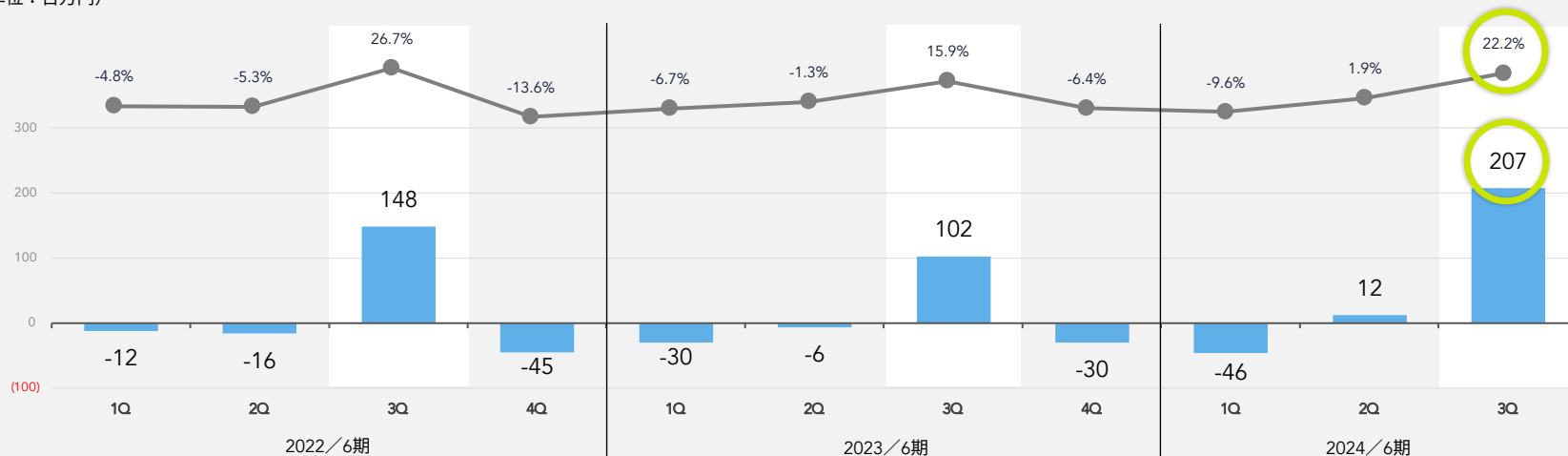
1. 2024年6月期 第3四半期実績

営業利益：最高益実現と高水準の営業利益率

- 売上高、粗利率、販管費率、全ての指標が改善し、営業利益は207百万円（最高益）を達成。
- 営業利益率もYoY +6.3ptで22.2%と高水準。

四半期推移

(単位：百万円)



通期業績予想に対する進捗率

- 売上高進捗率は72%で堅調に推移。
- 利益は超過達成しており、4Qの投資案件を含めても通期達成は楽観的水準。

売上高・利益進捗率

	通期業績予想	3Q累計	進捗率
売上高	2,898 百万円	2,085 百万円	72 %
営業利益	117 百万円	173 百万円	148 %
経常利益	117 百万円	174 百万円	149 %
当期純利益	65 百万円	116 百万円	178 %

INDEX

1. 2024年6月期 第3四半期実績

2. 事業進捗

3. unerry の成長戦略

4. 特徴と競争優位性

5. 財務情報



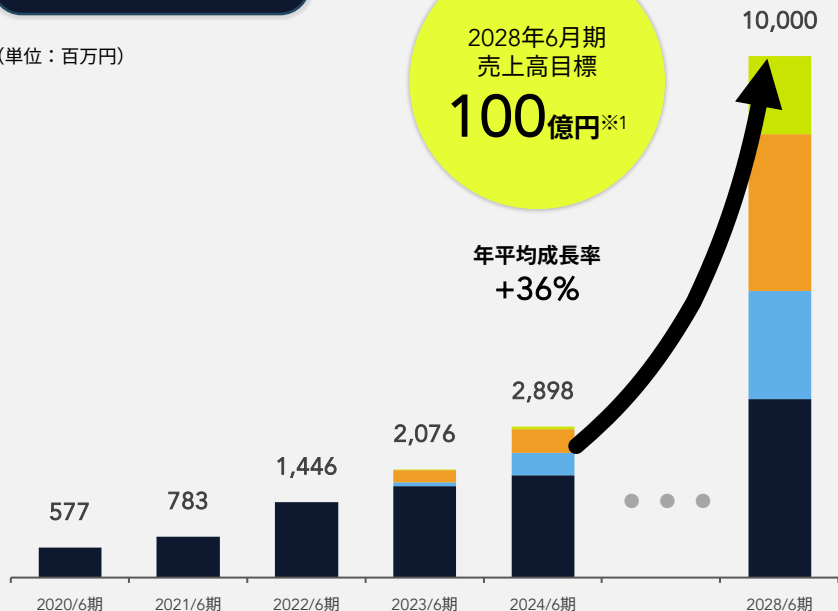
2. 事業進捗

中期戦略：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M&Aは含まれていない

2. 事業進捗

中期戦略の各事業における進捗

事業	主なサービス	3Q進捗	今期見通し
小売・外食 リテールDX事業	<ul style="list-style-type: none">● 分析・可視化● 行動変容● One to One	 3サービスとも堅調に伸びており、リカーリング顧客を中心に高い成長率 (YoY+45%) を維持	▶ 4Q以降も案件確定が続いており、これまでの成長率を維持。
消費財メーカー リテールメディア事業	<ul style="list-style-type: none">● 行動変容	 提携先からの売上（行動変容サービス）は高水準だが、3Q単体ではQoQ減少。	▶ 引き続き高水準の見込み。来期以降も行動変容サービス売上向上に寄与。
不動産・自治体・官公庁 スマートシティ事業	<ul style="list-style-type: none">● 分析・可視化● One to One	 獲得した公募案件が滞りなく進捗し、3Qの売上向上に寄与	▶ 今期の分析・可視化サービス売上に大きく貢献。導入が堅調で来期以降の売上も期待可。
小売・外食・スポーツ グローバル事業	<ul style="list-style-type: none">● 分析・可視化● 行動変容	 北米顧客案件の獲得は進展。売上貢献は課題だが事例化や周知活動に注力中	▶ 今期の売上貢献は課題。北米向けのプロダクトを改善し、来期以降の売上に繋げる。

2. 事業進捗

リテールDX事業

- 3サービスとも堅調に伸びており、リカーリング顧客を中心に高い成長率（YoY +45%）を維持。
- 4Q以降も案件確定が続いており、これまでの成長率を維持できる見込み。



※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

リテールDX事業：テレビ視聴を計測する画期的ソリューションの提供を開始

TV de Sales+
テレビ・デ・セールスプラス

テレビ視聴データ、**人流データ**、**小売購買データ**で実現する
テレビCM接触者の来店・購買計測
ソリューションを提供開始！

CM広告接触者

来店者

購入者

新規購入者

時間帯別・放送局別での分析も可能！



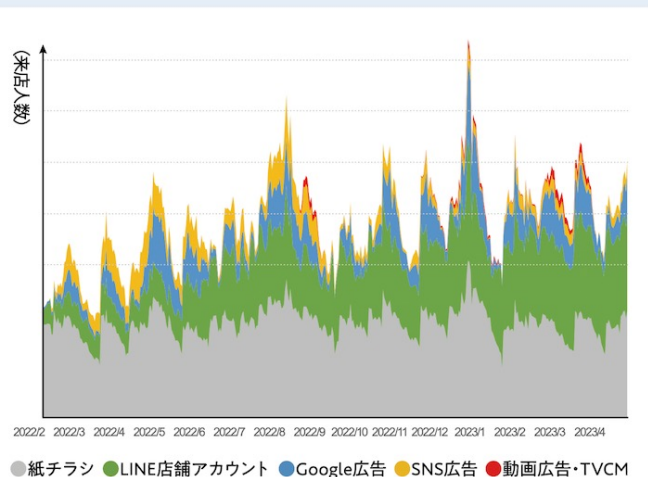
tokyo / osaka / nagoya

2. 事業進捗

リテールDX事業：集客の予算最適化手法の開発

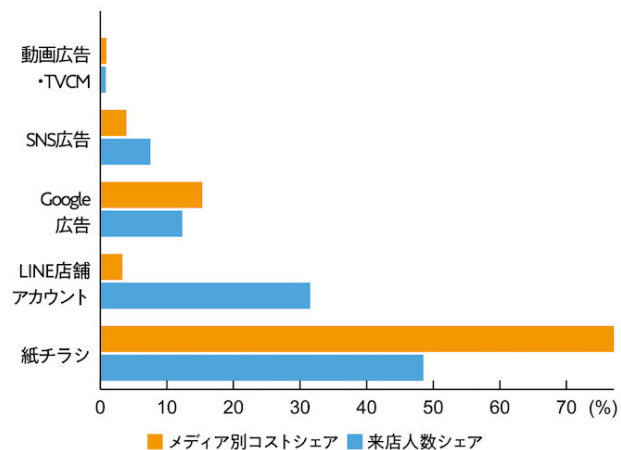
- TV・CTV・屋外広告・デジタル広告・WEB・アプリ・LINEの集客/購買効果を総合的に分析可能に。
- 多くの店舗型事業の販促／広告手法の最適化の基盤となる手法の開発に成功。

メディアごとの来店人数貢献サマリ



マーケティング施策による増分のみを表示(施策に影響されないベースラインの人数を除外したもの)

メディア別コストシェア VS 来店人数シェア比較



リテールDX事業：Google Cloud Marketplaceでの提供開始

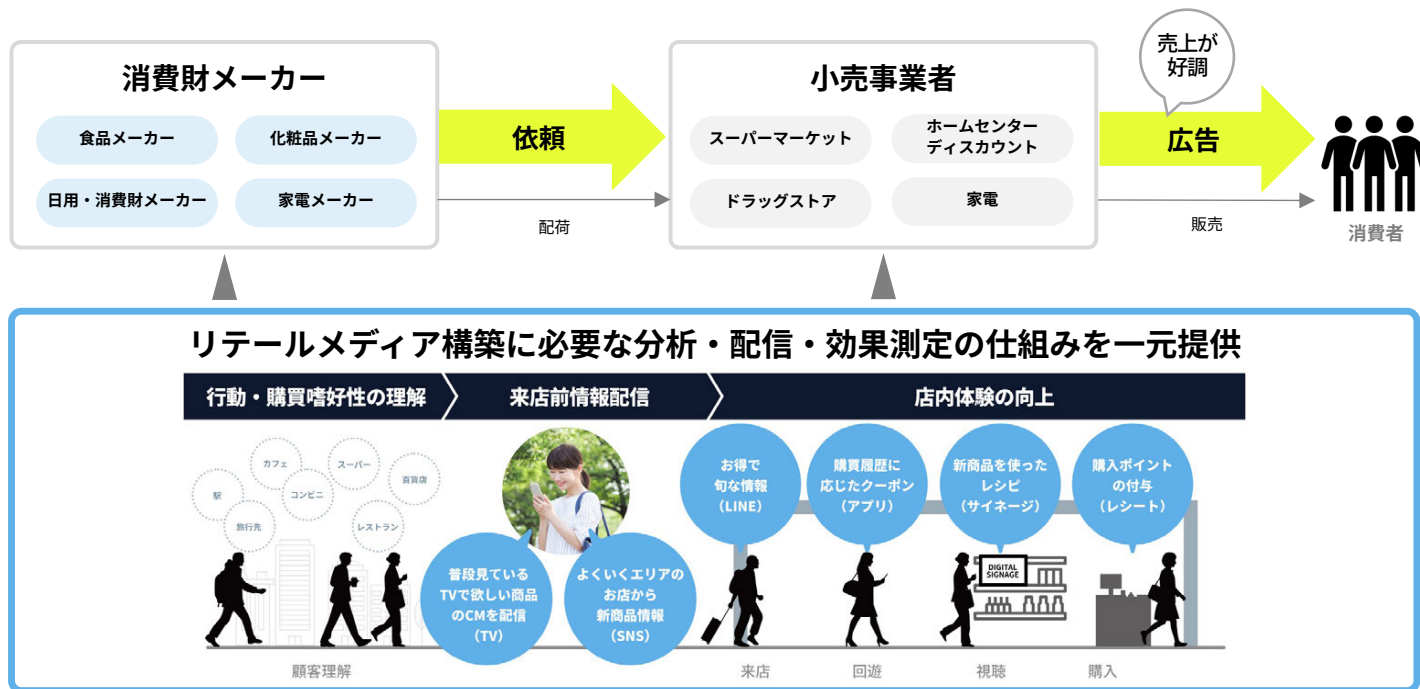
- Beacon BankをGoogle Cloud利用顧客が簡単に導入できる提携。
- 分析・可視化、行動変容、One to Oneサービスが幅広く対応し、新規顧客やクロスセルに寄与。



2. 事業進捗

リテールメディア事業

- 提携先からの売上（行動変容サービス）は高水準だが、3Q単体ではQoQ減少。
- 4Qも引き続き高水準の見込みで、来期以降も行動変容サービス売上向上に寄与。



2. 事業進捗

リテールメディア事業：ユニークなポジションの確立



- リテールメディアの主要プレイヤー 102社を業界関係者24社で発表 (事務局：CARTA HOLDINGS・unerry)

- 「位置情報／ビーコン」と「効果計測」でユニークなポジションを確立

- 三菱商事・三菱食品、広告企業、データ企業等、業界内での幅広い連携を進めていく

カオスマップは主要企業を調査して独自に作成しており、網羅性や正確性を完全に担保しているものではありません。多分野の事業・サービスを展開している企業については、代表的なカテゴリを選定して掲載しています。商標およびロゴマークに関する権利は、個々の権利の所有者に帰属します。掲載に問題がある場合は、ご連絡ください。

2. 事業進捗

スマートシティ事業

- スマートシティと密接に連動するモビリティ関連での採用が進展。
- 自動運転レベル4や九州MaaS等、日本最先端の取組みでの実証が開始。

自動運転レベル4検証に参画

自動運転×地域交通の政府目標

地域限定型の無人自動運転移動サービスを
2025年度目途に50か所程度、
2027年度までに100か所以上で実現

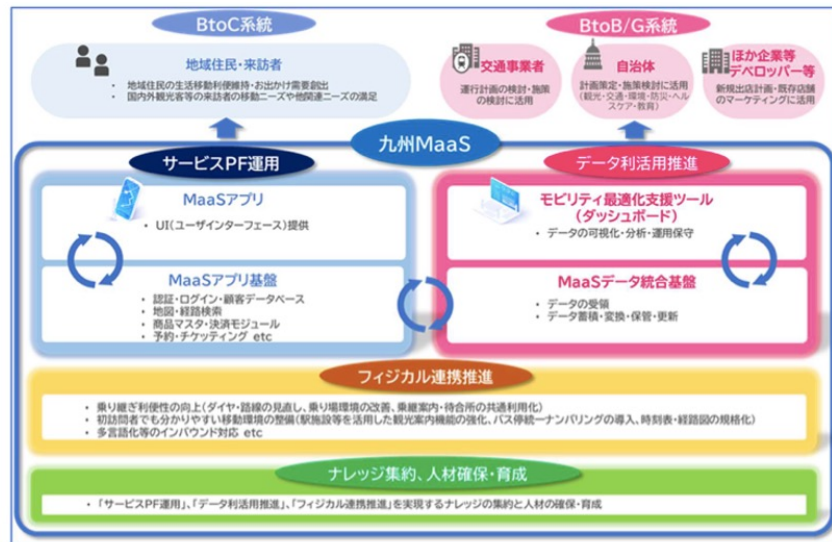
総務省の取り組み

- 安全かつ効率的な自動運転の通信システム信頼性の検証
- 自動運転の導入を検討する地域が参照可能なモデル集の作成

東京都狛江市（7地域選定）

東日本電信電話株式会社、株式会社ティアフォー、
株式会社マップフォー、一般財団法人計量計画研究所、
株式会社unerry、狛江市

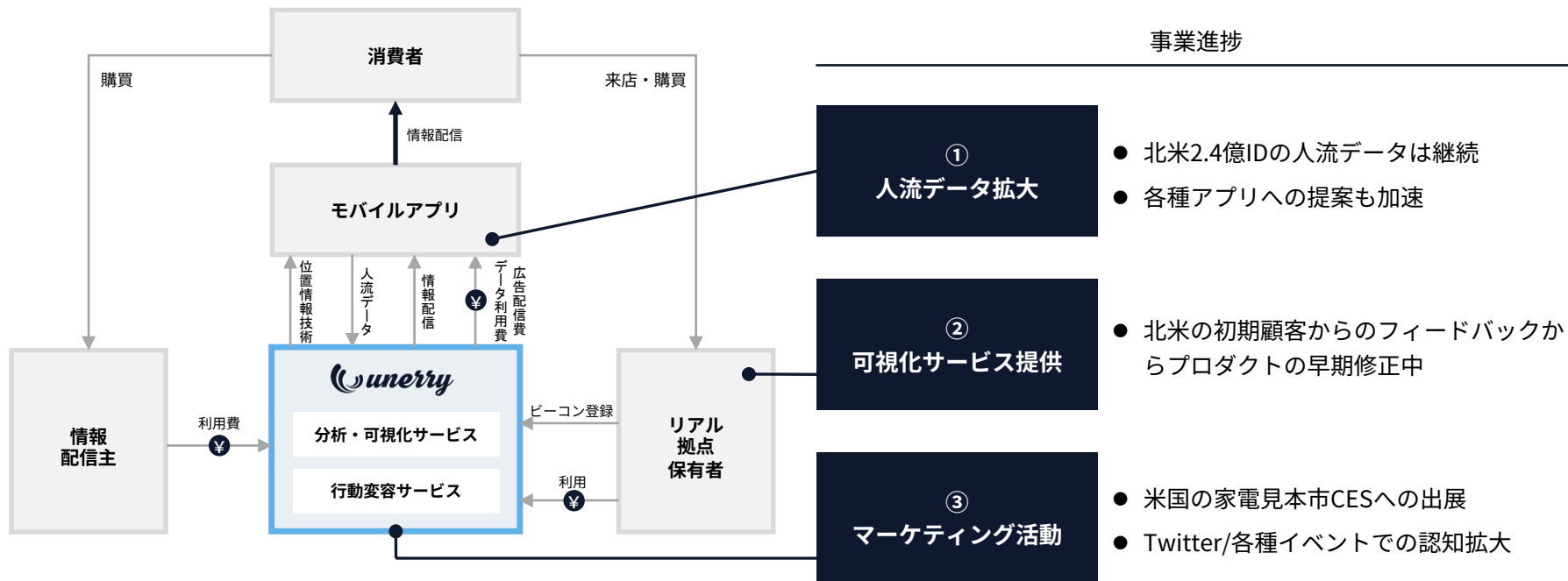
九州MaaS協議会での人流データ活用



2. 事業進捗

グローバル事業

- 北米顧客案件の獲得は進展。売上貢献は課題だが事例化や周知活動に注力中。
- 北米向けのプロダクトを初期顧客のフィードバックから早期改善し、来期以降の売上に繋げる。



INDEX

1. 2024年6月期 第3四半期実績

2. 事業進捗

3. unerry の成長戦略

4. 特徴と競争優位性

5. 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な光景に。
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。

3. 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4丁目1番1号
神谷町トラストタワー23階

代表取締役 内山 英俊

従業員数 68名（2024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
「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

3.9億IDの生活者行動データでデジタル・リアルを融合させたデータエコシステム



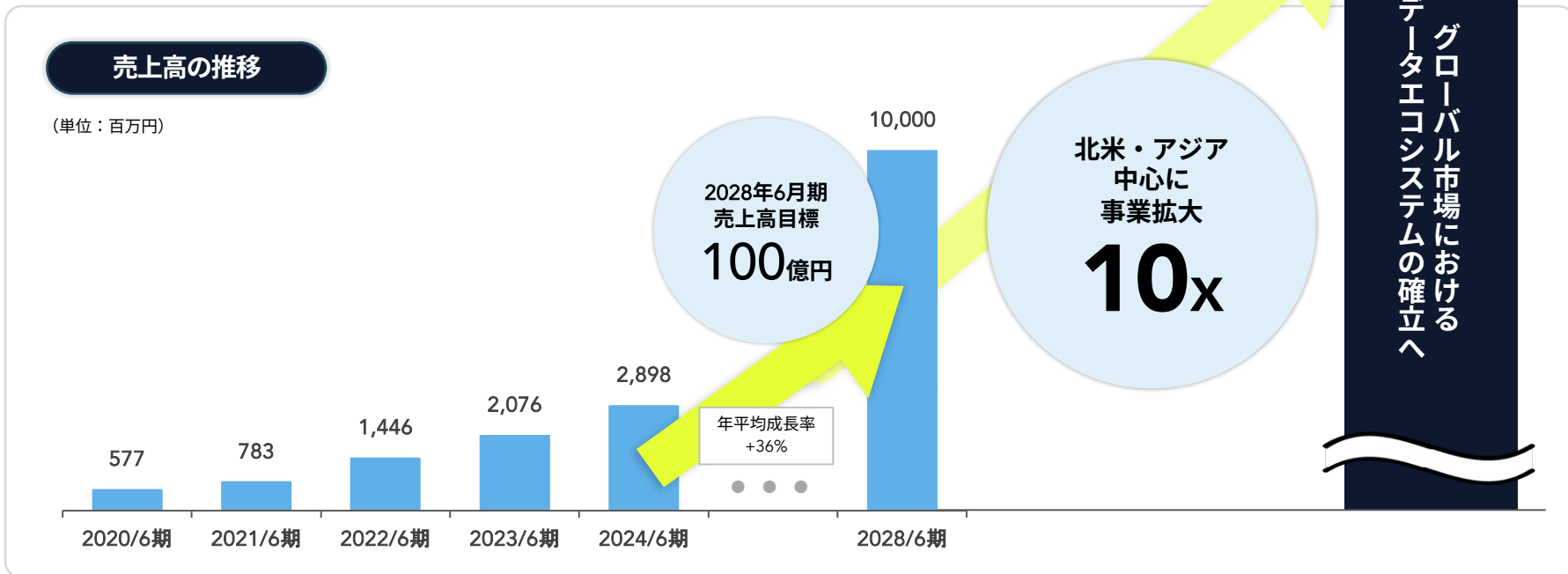
*1 国内1.5億ID、国外 2.4億ID *2 データコラボレーションは、各サービス / データの法令・ユーザー許諾の範囲内で行われます

3. unerryの成長戦略

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。

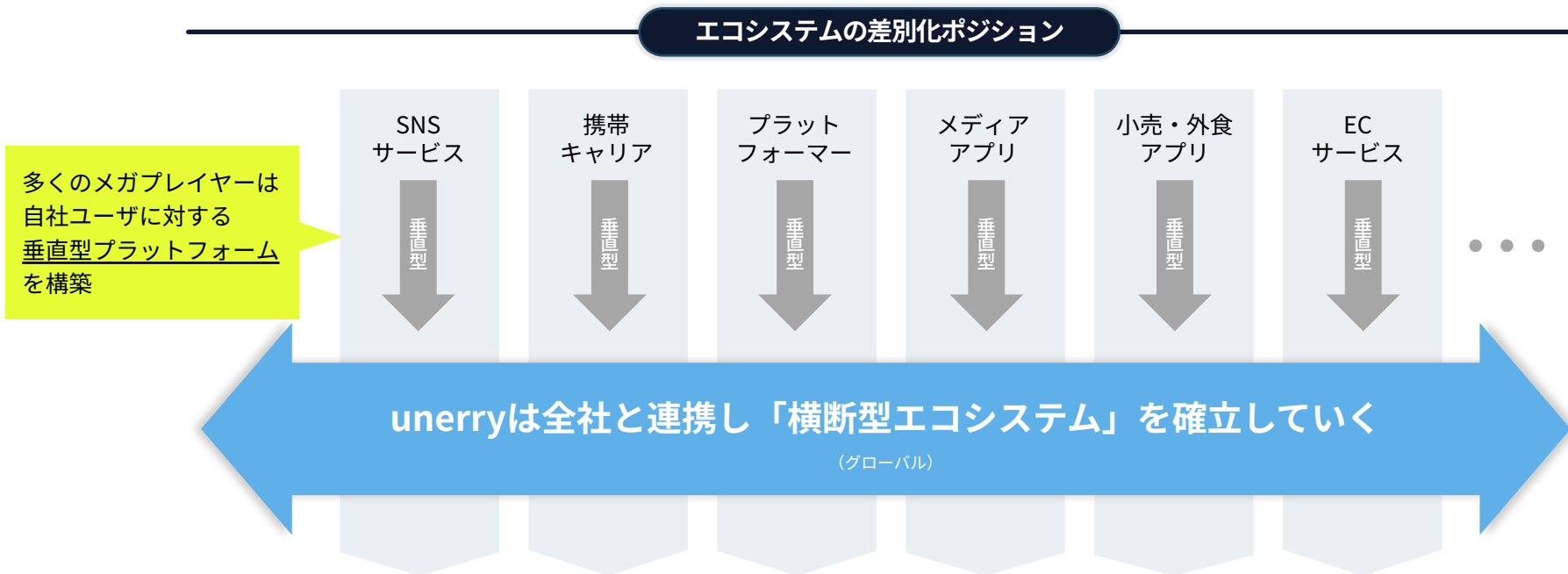
その先で北米・アジアを中心とした事業拡大を推進し、グローバル市場でのデータエコシステムの確立を目指す。



3. 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プラットフォー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。



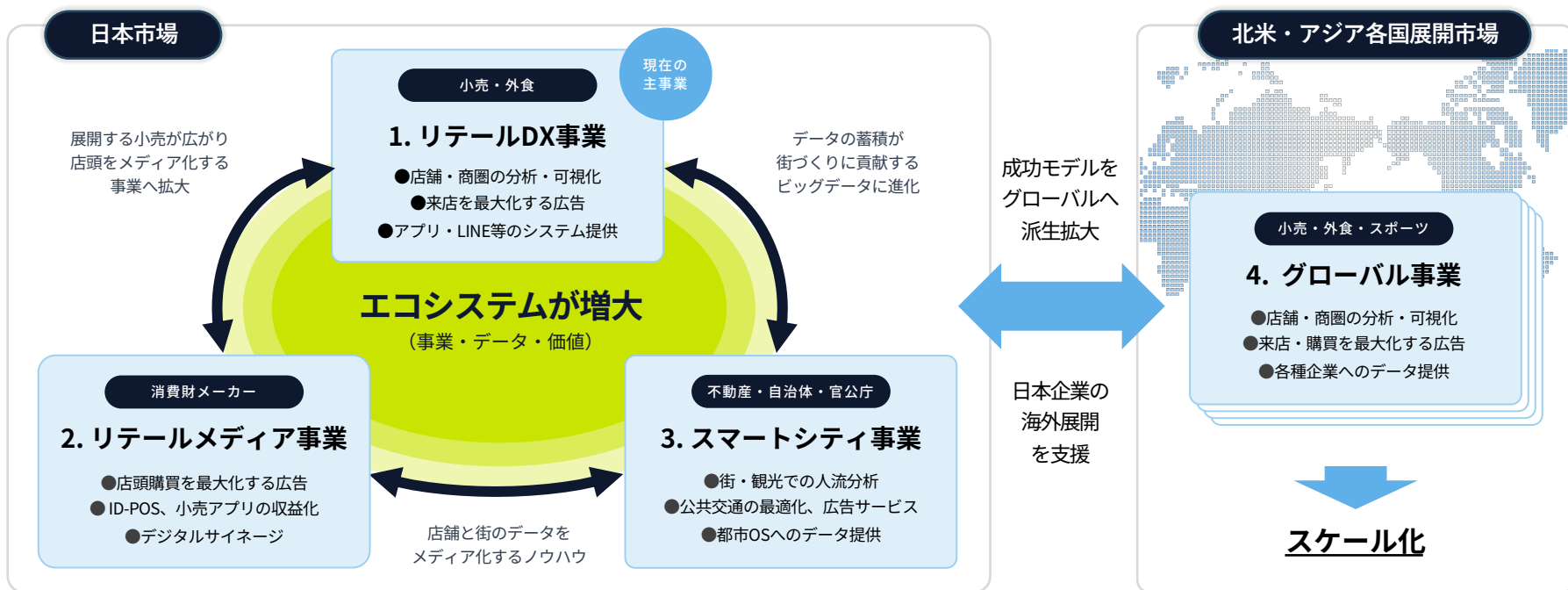
データエコシステムで実現する社会「環境知能」

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。



3. 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」

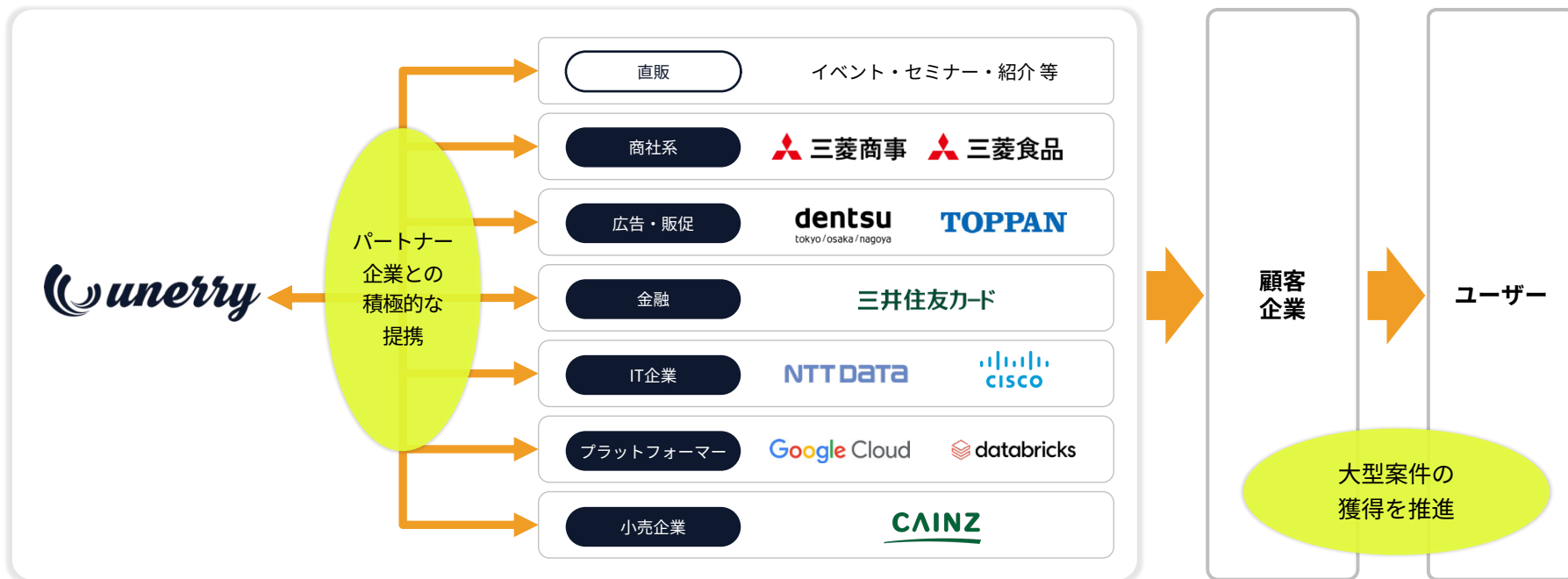
※4... eMarketer「Retail Media Ad Spending Forecast」

※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。

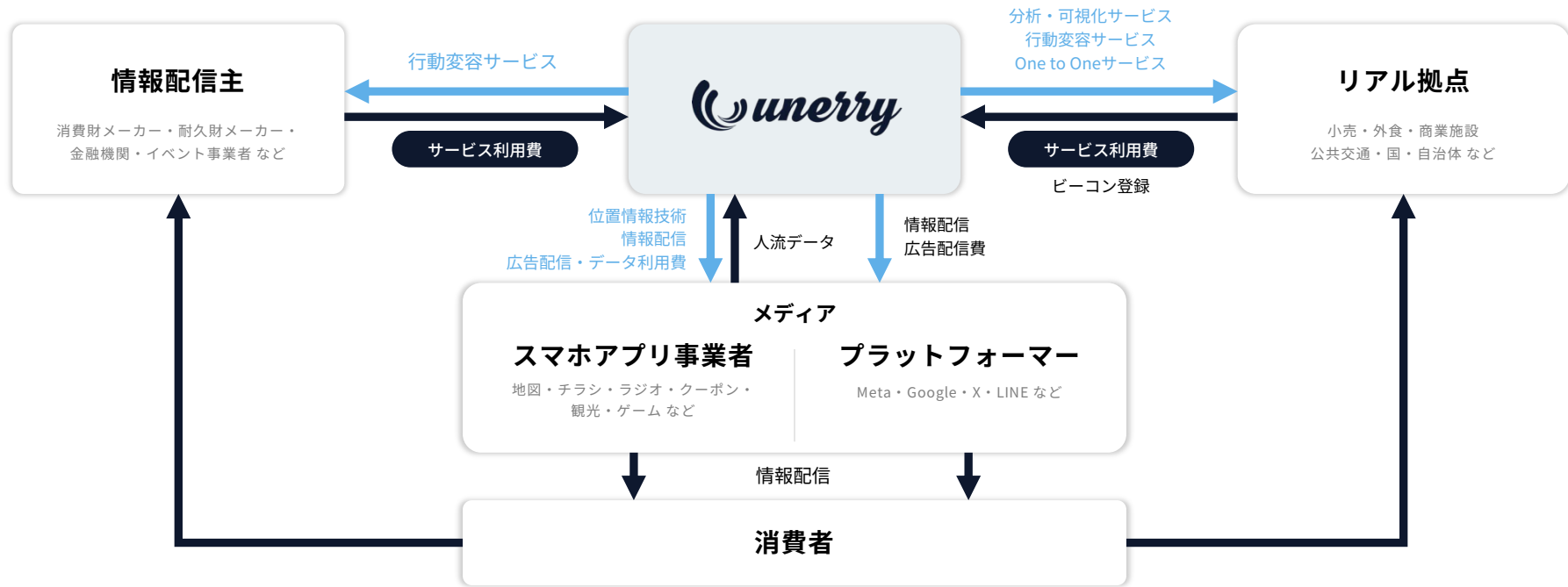


*1...IoT (Internet of Things) : モノのインターネット。あらゆるモノをインターネット (あるいはネットワーク) に接続する技術

3. unerryの成長戦略

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. 2024年6月期 第3四半期実績

2. 事業進捗

3. unerry の成長戦略

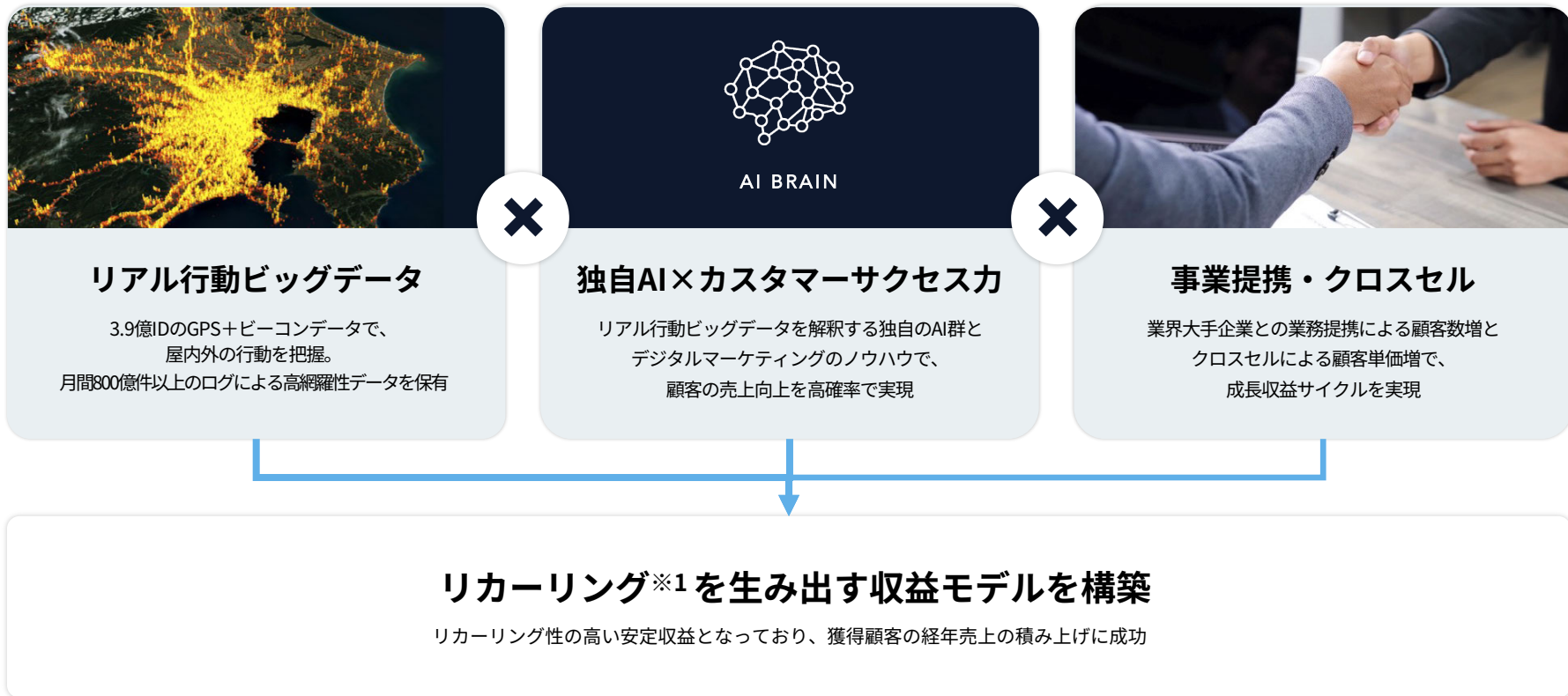
4. 特徴と競争優位性

5. 財務情報



4. 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

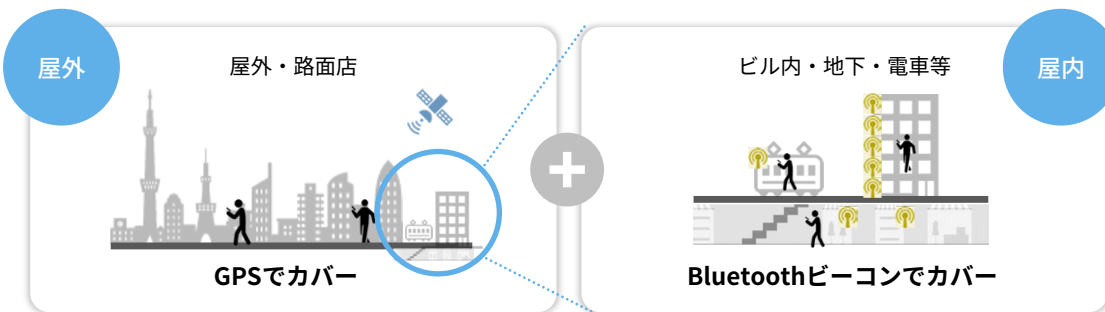


※1... 4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業からの売上高

4. 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



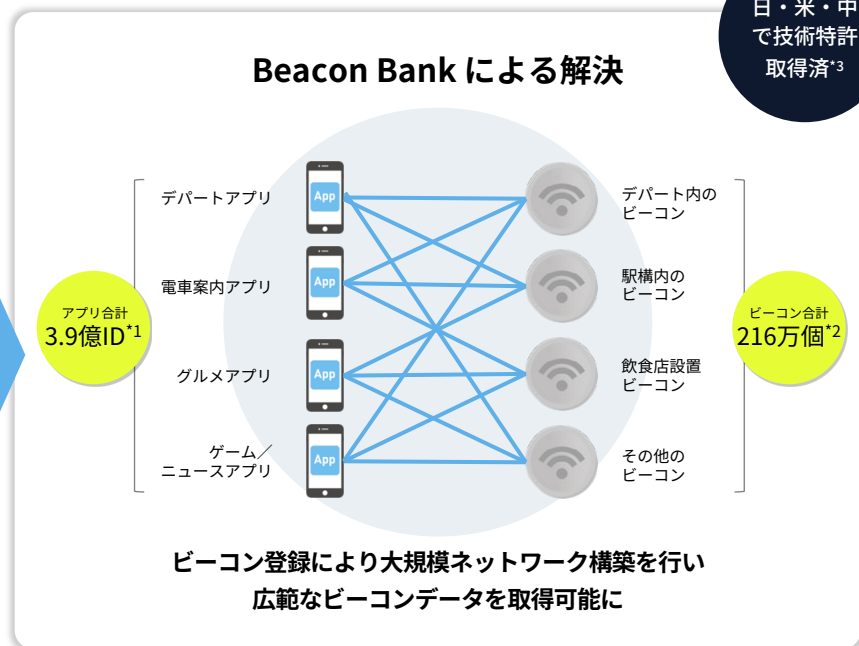
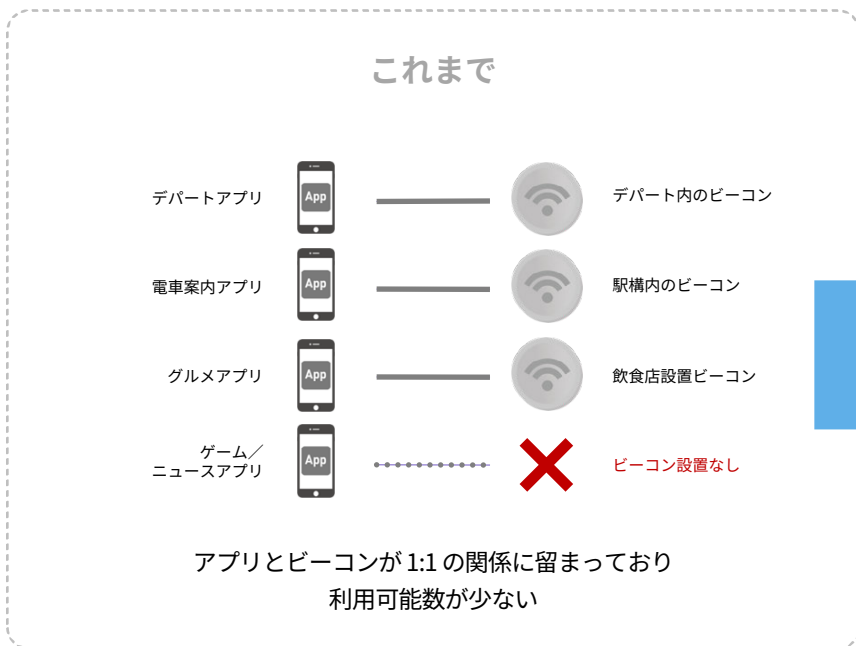
ビーコンは無線電波を一方通行で発信、
スマホアプリ*が電波をキャッチし
サーバにビーコン反応を記録

*Beacon Bank SDK搭載のアプリ

4. 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

4. 特徴と競争優位性

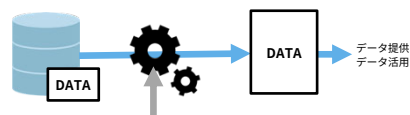
リアル行動ビッグデータ（個人を特定しない安全なデータ）

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。

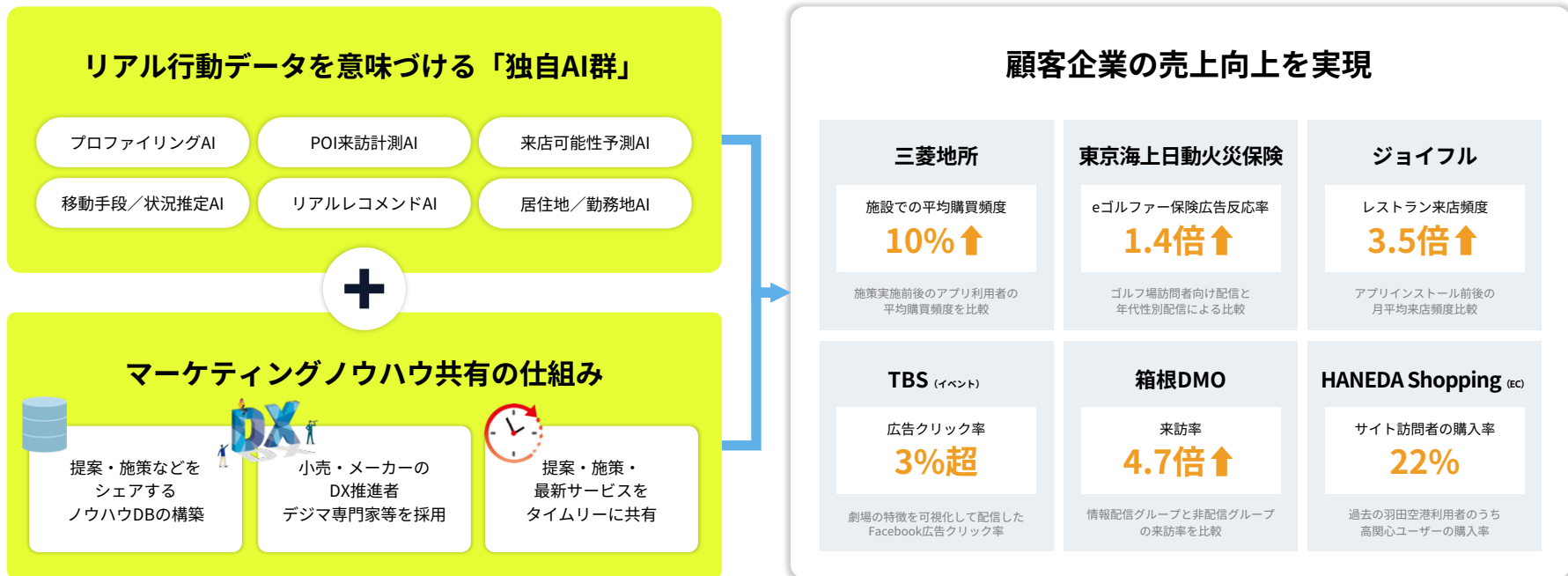
unerryでは、2022年10月に認定取得。

※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」

4. 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。



4. 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



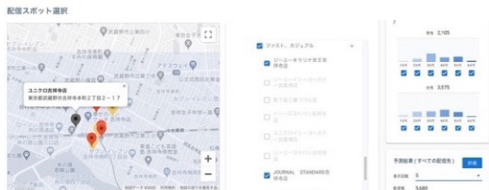
徒歩・自動車・電車などの移動手段、日常・非日常を推定

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

4. 特徴と競争優位性

事業提携・クロスセル

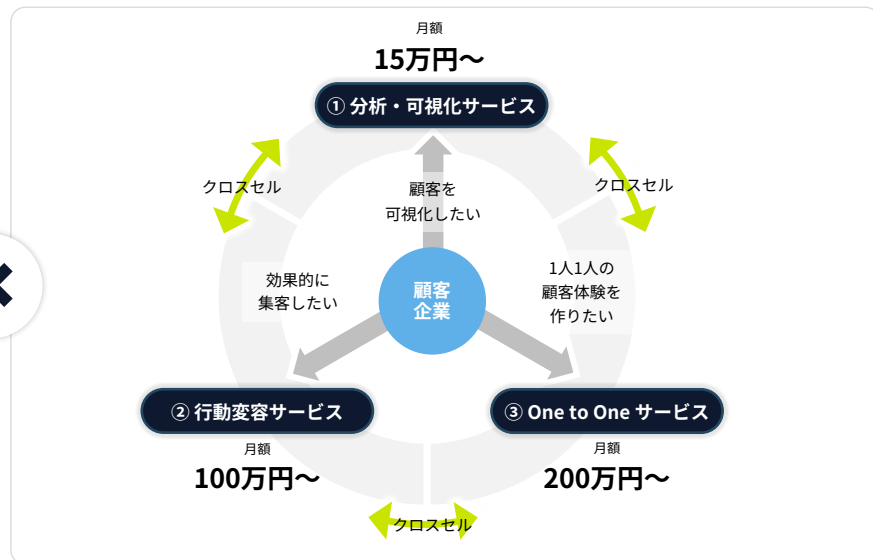
業界大手企業との業務提携／連携と、顧客企業のニーズに合わせた提供サービスの多様化により、顧客数増加×顧客単価向上の成長を実現。

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/magoya	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		FEZ	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」



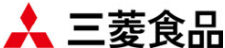






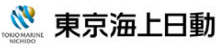






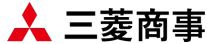








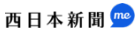
4. 特徴と競争優位性

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(3Q)の
リカーリング顧客数

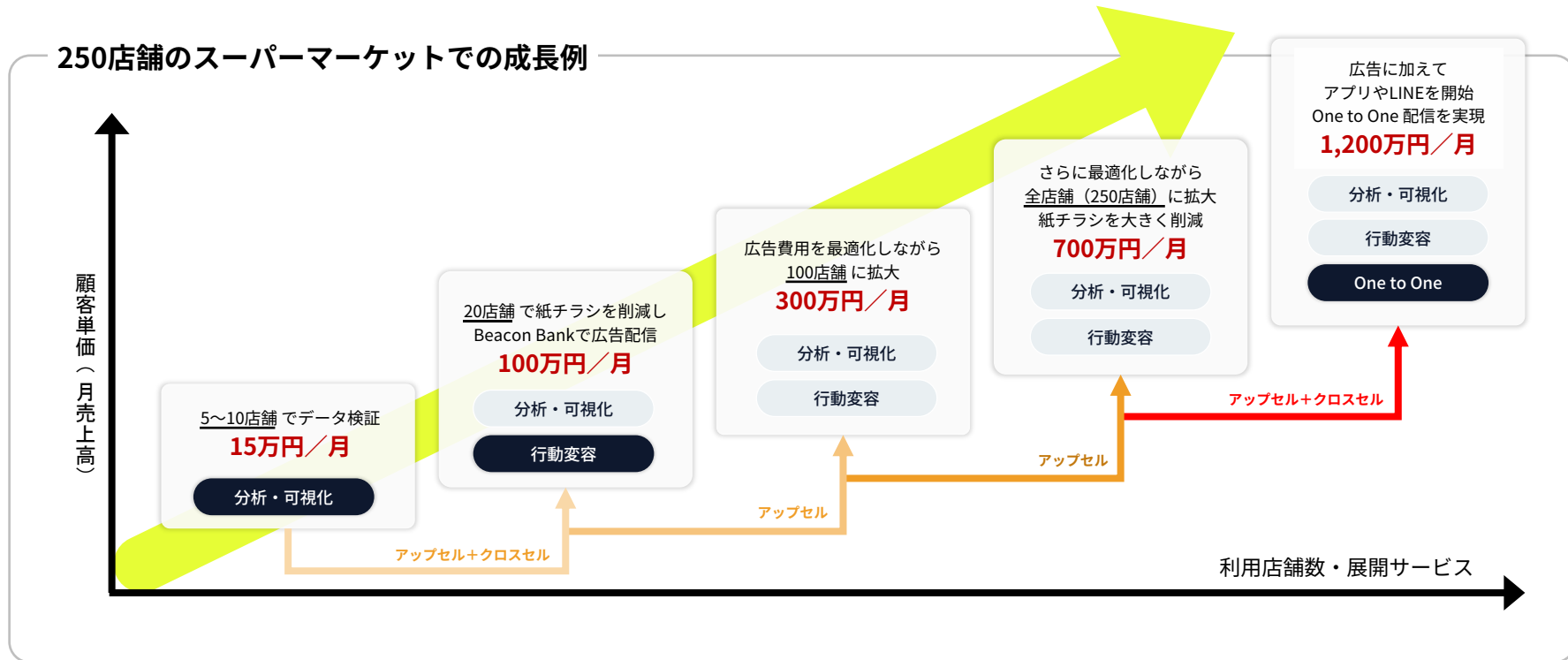
104社

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
					
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	 		 	  	   

4. 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。

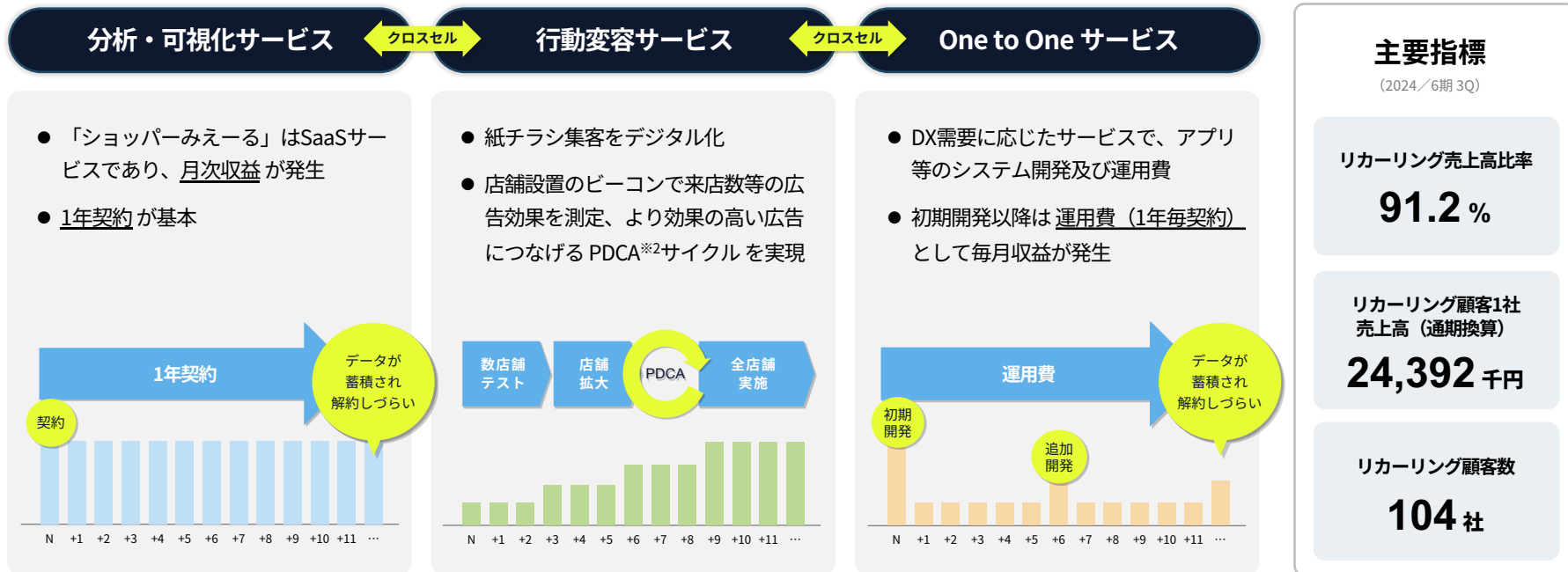


4. 特徴と競争優位性

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

4. 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



4. 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. 2024年6月期 第3四半期実績

2. 事業進捗

3. unerry の成長戦略

4. 特徴と競争優位性

5. 財務情報



5. 財務情報

損益計算書 (会計期間)

(単位：千円)	2023/6期 3Q	2024/6期 2Q	2024/6期 3Q	増減率 (対前年同期)	増減率 (対前四半期)
売上高	645,455	658,111	937,047	+45.2%	+42.4%
売上原価	387,852	449,005	495,211	+27.7%	+10.3%
売上総利益	257,602	209,105	441,836	+71.5%	+111.3%
売上総利益率	39.9%	31.8%	47.2%	+7.2pt	+15.4pt
販売費及び一般管理費	154,750	196,364	234,208	+51.3%	+19.3%
対売上高比率	24.0%	29.8%	25.0%	+1.0pt	△4.8pt
営業利益	102,852	12,741	207,627	+101.9%	+1529.5%
営業利益率	15.9%	1.9%	22.2%	+6.2pt	+20.2pt
経常利益	103,058	10,404	210,954	+104.7%	+1927.5%
経常利益率	16.0%	1.6%	22.5%	+6.5pt	+20.9pt
当期純利益	65,692	6,511	138,902	+111.4%	+2033.2%
当期純利益率	10.2%	1.0%	14.8%	+4.6pt	+13.8pt

5. 財務情報

損益計算書 (累計期間)

(単位：千円)	2023/6期 3Q	2024/6期 3Q	増減率	増減額
売上高	1,596,458	2,085,189	+30.6%	+488,731
売上原価	1,052,848	1,297,195	+23.2%	+244,346
売上総利益	543,609	787,994	+45.0%	+244,384
売上総利益率	34.1%	37.8%	+3.7pt	
販売費及び一般管理費	477,539	614,574	+28.7%	+137,034
対売上高比率	29.9%	29.5%	△0.4pt	
営業利益	66,069	173,420	+162.5%	+107,350
営業利益率	4.1%	8.3%	+4.2pt	
経常利益	61,646	174,305	+182.8%	+112,659
経常利益率	3.9%	8.4%	+4.5pt	
当期純利益	24,748	116,191	+369.5%	+91,443
当期純利益率	1.6%	5.6%	+4.0pt	

貸借対照表

(単位：千円)	2023/6期	2024/6期 3Q	増減額
流動資産	1,415,997	2,067,418	+651,421
└ 現金及び預金	1,127,256	1,376,055	+248,799
└ 売掛金及び契約資産	252,394	632,583	+380,189
固定資産	94,550	78,147	△16,403
資産合計	1,510,548	2,145,566	+635,017
流動負債	413,455	474,171	+60,715
固定負債	-	-	-
負債合計	413,455	474,171	+60,715
純資産合計	1,097,092	1,671,394	+574,302

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