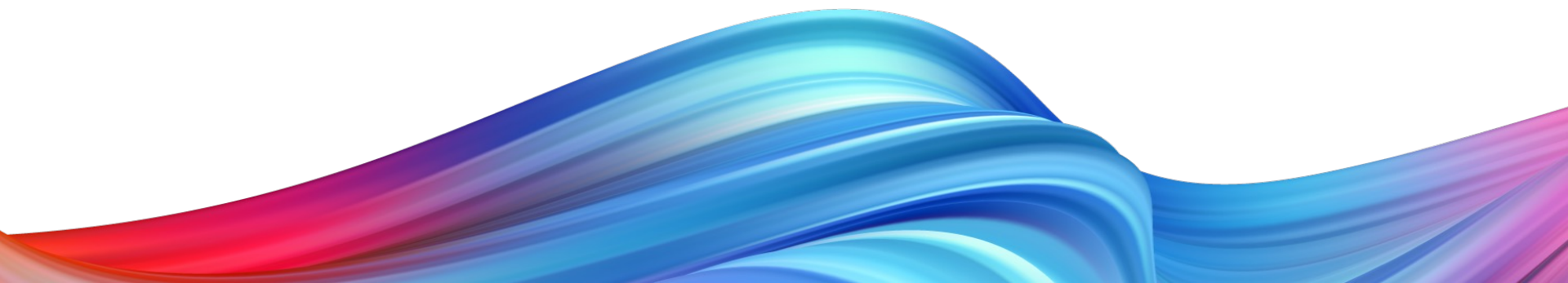




株式会社 unerry
(東証グロース：5034)

2026年6月期 第1四半期 決算説明資料

2025年 11月



2026年6月期 第1四半期決算サマリー

1Qの主要トピックス

損益

- 売上高 **1,008百万円 (YoY +27%)** : 新規顧客・リカーリング顧客ともに大幅増で基盤が拡大。客単価は調整を挟みつつも、1Q進捗は20%と想定通りの推移。
- 粗利 **474百万円 (YoY +28%)** : 分析・可視化サービスを中心に堅調に成長し、収益性も安定
- 営業利益 **▲3百万円** : 中長期成長を見据えた先行投資（マーケティング強化・採用前倒し）により販管費が一時的に増加したが、下期以降の利益成長を見込む

事業 ハイライト

- リテールメディア、スマートシティ、グローバル事業は堅調に成長中
- リテールDX事業は営業組織の最適化に伴う停滞で伸びは小さかったが、クロス・アップセルで下期より拡大基調へ

中期成長戦略 と 重点施策

- 2028年6月期の売上高100億円に向けて収益力を強化するため、本年度は以下3つの重点施策を推進
 - ①今いる場所に合わせてAIで最適な情報を届けるプロダクト標準化への投資
 - ②新規・既存を一気通貫で伸ばす新営業体制の構築
 - ③資本力を活用して成長曲線を前倒す

INDEX

1. unerry概要・ビジネスハイライト

2. 2026年6月期 第1四半期実績

3. 中期成長戦略と重点施策

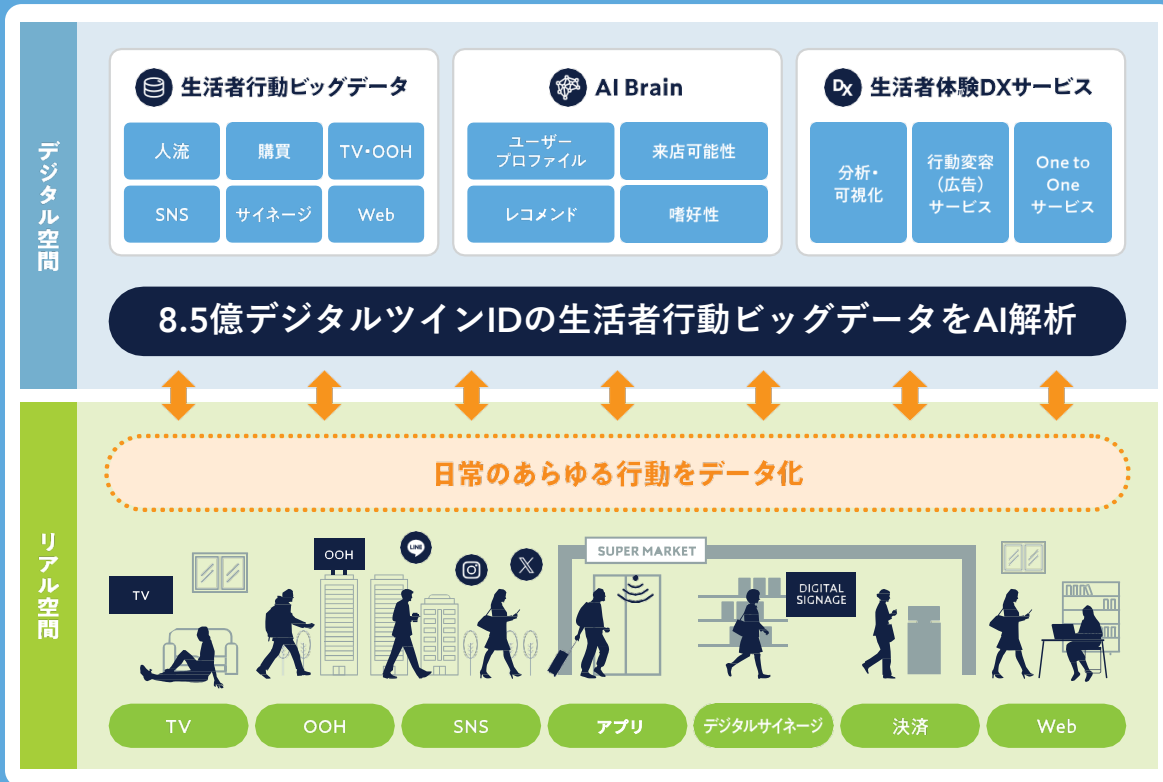
Appendix

└ 財務情報

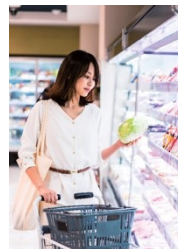
└ unerryとは



Beacon Bank[®] リアル・デジタル空間の生活者のあらゆる行動を、8.5億デジタルツインID[※]でデータ化し 多くの業界・地域のDXを支援するサービスを展開するプラットフォーム



小売・外食・メーカー



#リテールDX #ショッパー分析
#広告配信 #リテールメディア
#TV・CTV効果計測 #出店戦略

あらゆる場所の来店データに基づき、商圏・ショッパー・競合分析やデータを活用したデジタル集客・販促施策のプランニング、広告配信、来店計測を提供。
購買データをかけ合わせたメーカーのプロモーションや統合マーケティングも強み。

自治体・交通・観光・不動産



#観光促進 #オーバーツーリズム対策
#EBPM #モビリティ #防災・減災
#OD調査 #市街地活性化 #都市OS

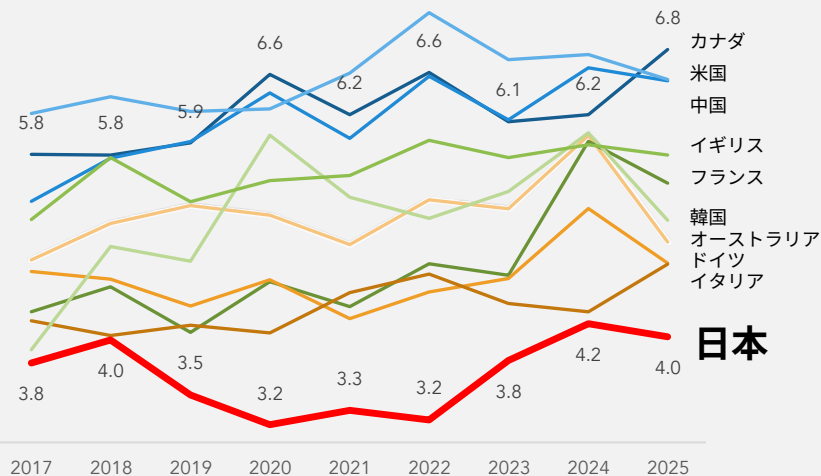
どんな人がどこにいて、どのような移動ニーズがあるかを明らかにし、モビリティ施策のプランニングや評価を実施。デジタルツインに向けたデータ提供も可能。
渋滞や混雑度の評価、エリア分析により観光ニーズを抽出しプロモーションを展開。

※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）。8.5億IDは最大リーチ可能なID数（2025年6月末時点）でユーザー重複あり

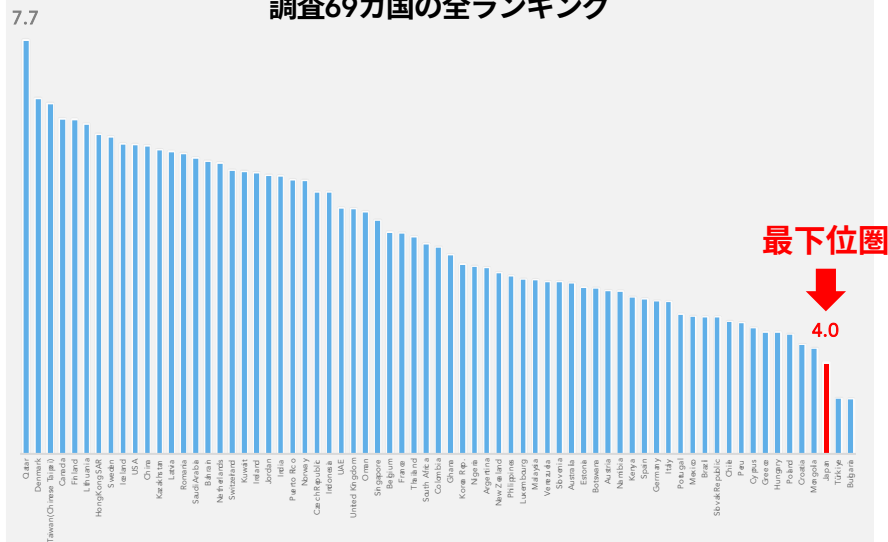
ビッグデータで日本は出遅れたが、世界で一番「変わる余地」がある

IMD競争力ランキング2025【ビッグデータの分析活用】

10段階評価の主要国推移



調査69カ国の全ランキング



デジタル・リアルを融合させた生活者行動ビッグデータであらゆる産業のデータ支援を展開

人流ビッグデータ

合計8.5億IDのGPS・ビーコンデータによる
屋外と屋内の行動を把握可能な網羅的な人流データ

屋外

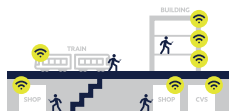
屋外・路面店



GPSでカバー

屋内

ビル内・地下・電車など



Bluetoothビーコンでカバー

ユーザー数

約8.5億IDのアプリユーザー

(150以上のアプリ・特定の個人を識別しない許諾済みデータ)

エリア

日本・アメリカ・カナダ

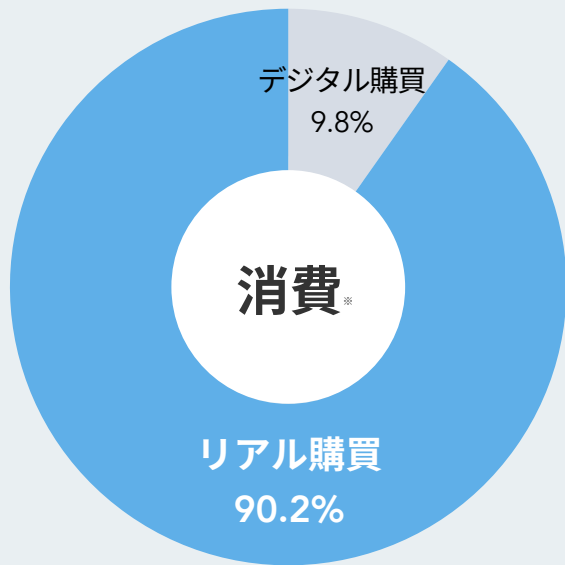
(台湾・韓国・タイ・ベトナム・インドネシア・シンガポール・マレーシアも可)

生活者行動ビッグデータ

8.5億IDの人流ビッグデータを核に、さまざまな生活者データと連携・意味付けし、
デジタル・リアルを融合した統合的な顧客理解を実現。



着目した社会課題



経済活動の9割はリアル

リアルな社会の多くがデータ化されておらず、

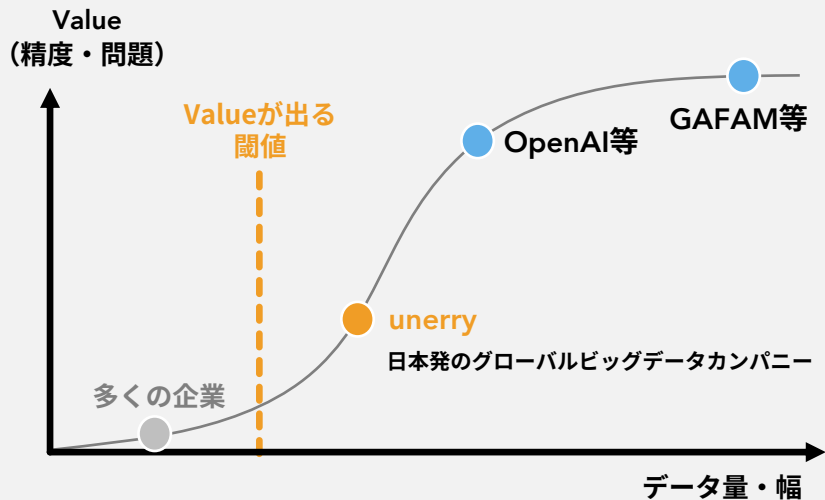
どんな人が・どこにいて・

どんな需要があるかすらわからない状態

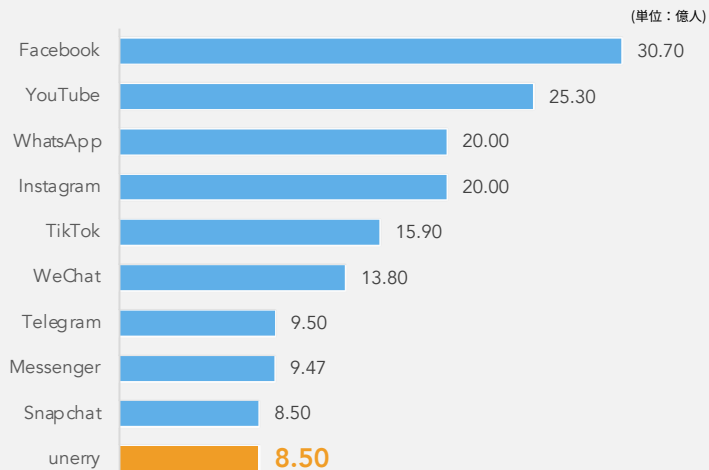
になっている

価値の閾値を超えた日本発のグローバルTOP10ビッグデータカンパニー

ビッグデータ保有による今後の拡大期待



アクティブユーザー数比較(世界) ※1



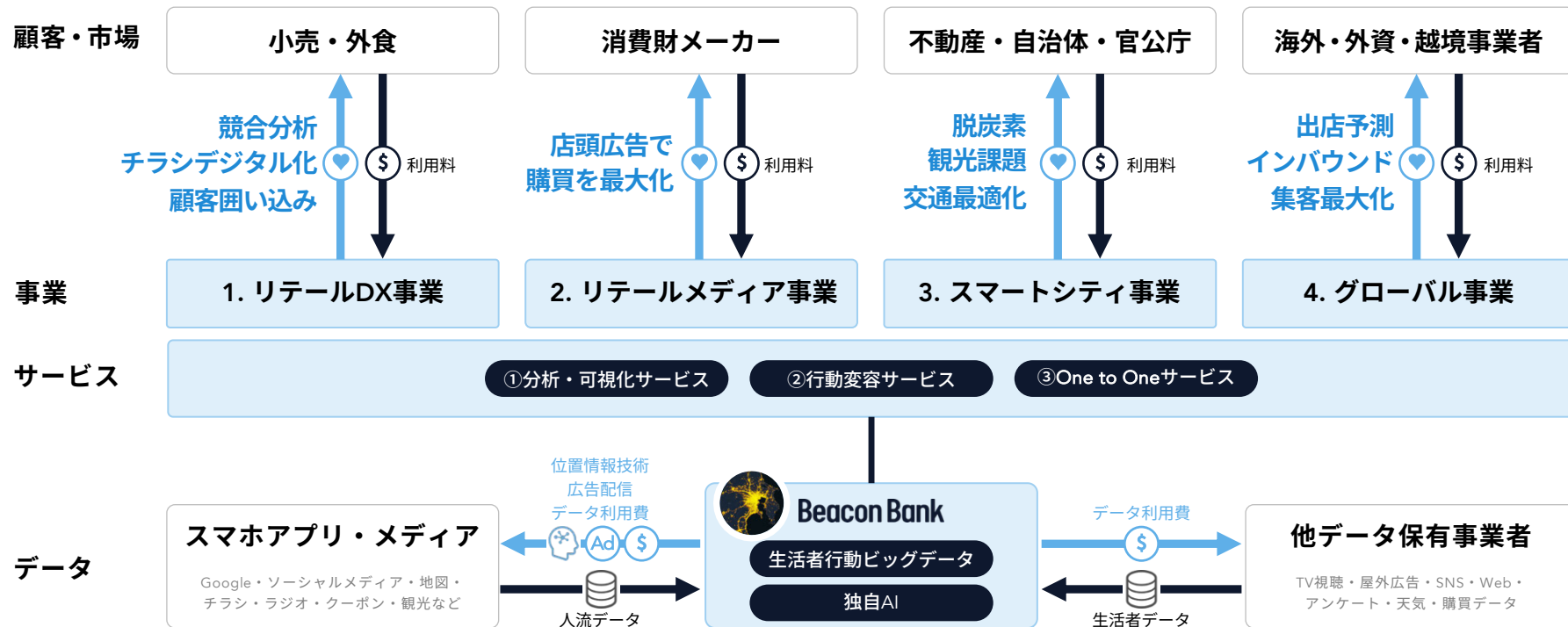
提供サービス

生活者行動ビッグデータを活用し、
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



ビジネスモデル

生活者行動ビッグデータに基づく3サービスを各業界の課題解決に最適化して展開



Beacon Bankの主要数値（2024年6月→2025年6月）

ユーザーID数

うち国内は2.4億IDと圧倒的な規模を達成

4.2 億 → 8.5 億

アプリ等を通じて取得したデータの2025年1-6月時点におけるアクティブユーザー数。
最大リーチ可能なID数で重複あり

年間データ量

大企業や官公庁を圧倒的に上回る超ビッグデータ

1.0 兆件 → 1.9 兆件

アプリ等を通じて取得したデータの2025年1-6月時点における月間平均ログ数の年換算

連携アプリ数

優良な連携アプリの確保に成功

120 アプリ → 150 アプリ

unerryの位置情報技術を導入し、2024年7月～2025年6月の期間にアクティブユーザーが存在したアプリ





登録ビーコン数

大手企業へのビーコン設置・登録が進展

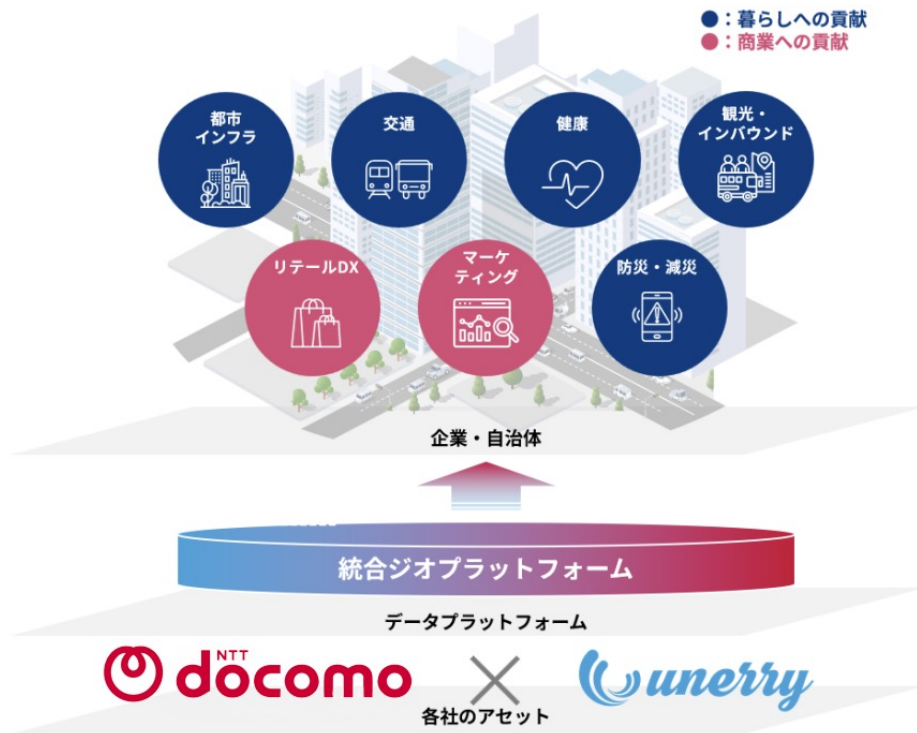
217 万個 → 225 万個

2025年6月時点でBeacon Bankに登録されているビーコン数

各事業のハイライト

事業		1Qの評価・今後の見込み
小売・外食 リテールDX事業		<ul style="list-style-type: none">● 新規セールスチームの組成により新規顧客数が増加● 既存顧客の継続率も改善し、リカーリング顧客数が堅調に拡大● 営業組織再編に伴いクロス・アップセルの進捗が一時的に停滞したが、下期に向け新体制における営業の最適化を進めるとともに中長期の客単価向上を見据えたDXコンサル提案の強化を図る
消費財メーカー リテールメディア事業		<ul style="list-style-type: none">● パートナーセールスチームを組成し、勉強会や共同マーケティングによる関係強化が奏功し、売上高が大きく伸長● 行動変容サービスの商品力強化にむけ、小売・データパートナーとの連携をいっそう深化
不動産・自治体・官公庁 スマートシティ事業		<ul style="list-style-type: none">● 自治体の観光案件の受注が好調● 前年度に実施した体制強化が奏功し、今期の売上獲得に着実に寄与
小売・外食・スポーツ グローバル事業		<ul style="list-style-type: none">● インバウンドサービスが大幅に伸長● 海外企業の日本出店、日系企業の海外出店に関する事例が積み上がり、今後は営業活動をさらに強化

NTTドコモと統合データプラットフォーム連携検討を開始



- NTTドコモとの統合データプラットフォームで高精度かつ多角的な分析が可能に
- 決済と位置情報の連携で、生活者の購買行動の「なぜ」が理解でき、高度なマーケティング支援を実現
- 回遊・混雑緩和・地域活性など、社会課題の解決にも貢献する共創を推進

Beacon Bankアンケート開始

来店やエリア来訪、OOH接触※など、実際の行動に基づくアンケート。
消費者行動に紐づいた定性調査やブランドリフトなどの広告効果計測ができる！



Rakuten Insight

- ・単一パネルとして業界最大級の約220万人のパネル※（自社管理のリサーチ専用パネル）。
- ・豊富なブランドリフトサーベイ実績。
- ・生活意識等プリセットデータと掛け合わせたプロフィール分析も可能。

※ 2022年9月時点。12ヶ月以内に楽天インサイトでログインあり（不正者・重複者を除く）

intage

- ・業界最大規模の344万人のマイティモニターアクセスパネル※（過去1年間に回答・属性更新）。
- ・市場反映性が高く、「市場の縮図」のデータになり得る品質管理。
- ・属性データ以外のモニター登録情報でターゲットの絞り込みが可能。

※ アクセスパネル数（国際基準（JISY20252（ISO20252）に準拠）に則ったより適切なパネル管理のため、過去1年間に調査にご協力いただいた方、または、属性を更新した数を公表

GeoTechnologies

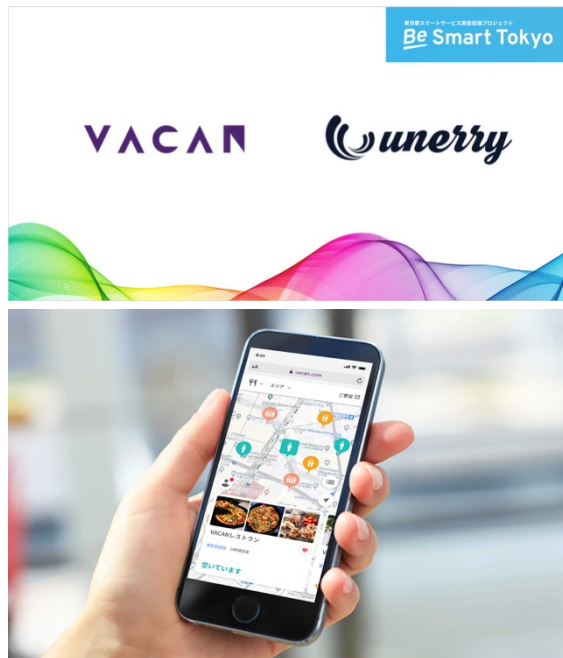
- ・移動するだけでポイントが貯まるポイ活アプリ「トリマ」ユーザーが対象。
- ・400万MAUのユーザー、若年層60%超のモニターを保有。
- ・アンケート回答者に紐づく人流分析も可能。

東京都「次世代通信技術活用型スタートアップ支援事業」 開発プロモーターに採択



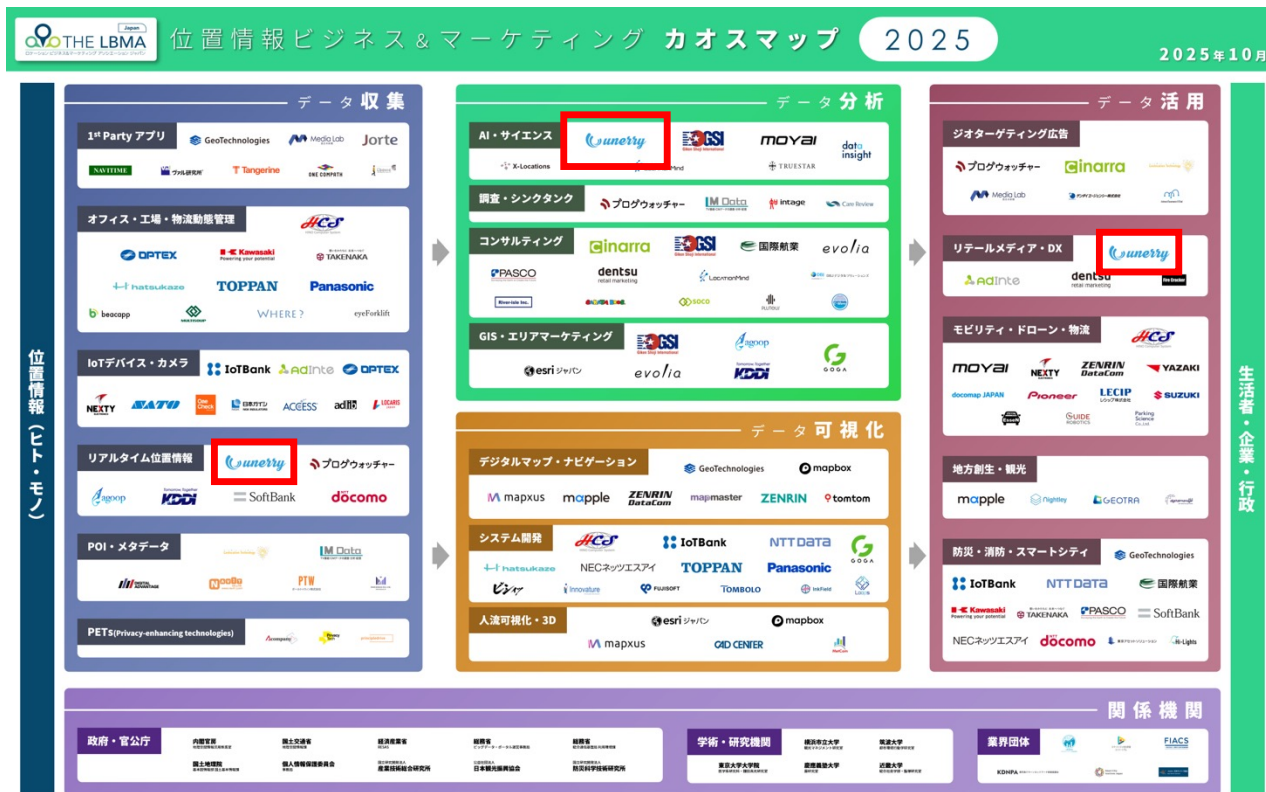
- 街の課題分析から情報発信・体験創出・効果検証までを一貫支援する事業検証基盤を提供
- リアルタイムデータを活用し、都市課題の解決と社会実装を推進
- 次世代通信技術を活用するスタートアップに、データ活用基盤と低コスト通信環境を支援
- 「メディア」「モビリティ」「飲食」「防災」「環境」など、生活に密着した分野を対象

『Be Smart Tokyo』において第40回調布花火で会場周辺32店舗の混雑可視化と認知施策を実施



- スマートサービス促進事業者として、スタートアップであるVACANを起用し、さらにunerryの人流データを組み合わせたスマートサービスを提供
- 「第40回調布花火」で、32店舗の混雑状況をリアルタイム配信
- VACANの空き情報プラットフォームを活用し、来場者は「VACAN Maps」で混雑度を5段階確認可能
- 人流データに基づくWEB・SNS広告で事前認知を促進
- 当日はサイネージ連携で誘導を支援、花火後に混雑分散・来訪効果を検証

位置情報ビジネス&マーケティングカオスマップ2025年版での掲載



- データ収集・分析・活用までを一気通貫で提供できるメジャープレイヤー
- リアルタイム位置情報が集約化され、その中核に位置づけ
- 今後は3D（高さ）や産学官連携が重要になり、当社の強みが生きるトレンドに

マーケティング活動の積極化

2025.7



- 2000名規模の業界イベントを自社開催
- 小売・メーカー・官公庁・大学・自治体・プラットフォーム等の著名人70名以上が登壇
- 認知度向上とリード確保に成功

2025.7

● 自治体・公共Week

- ・ 2万人以上の自治体関係者が集まる大規模イベントに出展
- ・ スマートシティ事業単独では初の展示会出展でリード獲得に成功

● ペガサスクラブ

- ・ 小売・外食の経営者600名超が集まるイベントでの登壇
- ・ リテールDX事業でのトップリレーション構築に寄与



2025.9

● 小売未来Days

- ・ 流通横断リテールメディア事例をカバヤ食品様と登壇
- ・ リテールメディア事業でメーカーへの認知向上に寄与

INDEX

1. unerry概要・ビジネスハイライト

2. 2026年6月期 第1四半期実績

3. 中期成長戦略と重点施策

Appendix

- └ 財務情報
- └ unerryとは



業績サマリー

- 前年同期の高成長(+62%)の反動を踏まえても、新規・リカーリング顧客数が伸びて売上高はYoY +27%と堅調に伸長。
- 先行的なマーケ投資に加え、採用が堅調に進み人員を前倒し確保したことで販管費が増加。結果、小幅な営業損失。
- これらの投資・人員増は下期に効果が本格化する見込みで、利益成長は下期での実現を見込む。

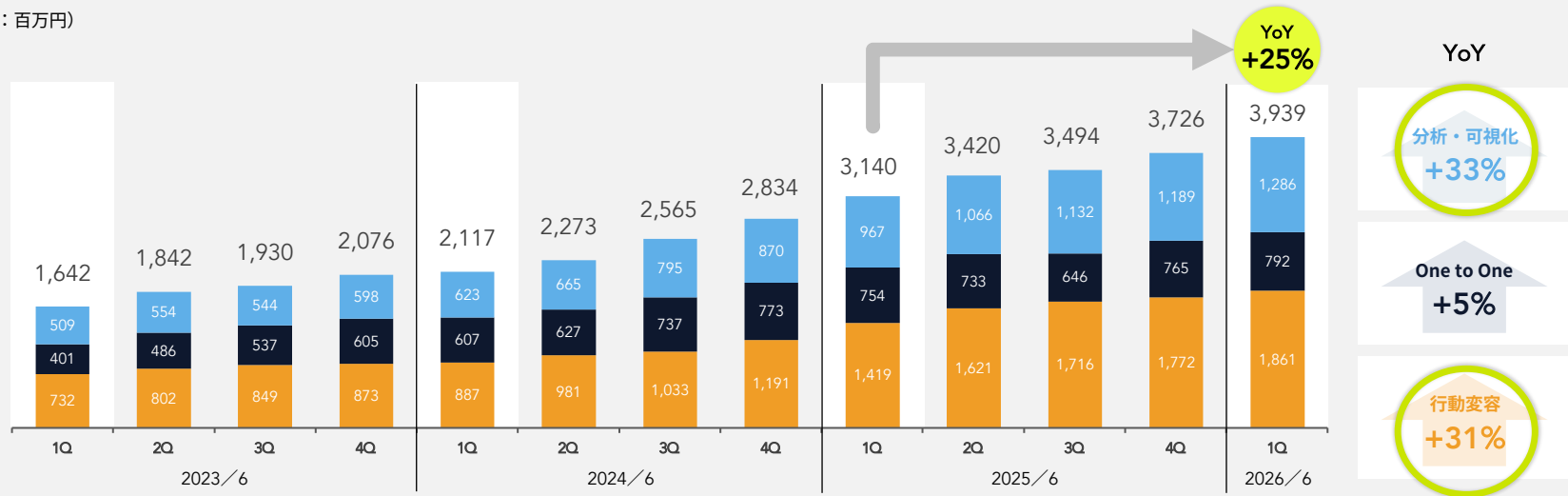
(単位：百万円)	2024/6 1Q	2025/6 1Q (YoY)	2026/6 1Q	増減率	増減額
売上高	490	795 (+62%)	1,008	+27 %	+213
粗利	277	371 (+73%)	474	+28 %	+103
営業利益	△46	46 (-)	△3	-	△49
当期純利益	△29	27 (-)	△4	-	△31
ROE	△9 %	7 %	△1 %	-	△8 pt
リカーリング顧客数	89 社	119 社 (+34%)	161 社	+35 %	+42 社

売上高：12ヶ月売上高

- 売上高の季節性を除外して成長度を適切に確認できる12ヶ月売上高※でみると、分析・可視化サービスおよび行動変容サービスが大きく伸長し、全体でYoY +25%増加。

12ヶ月売上高推移

(単位：百万円)

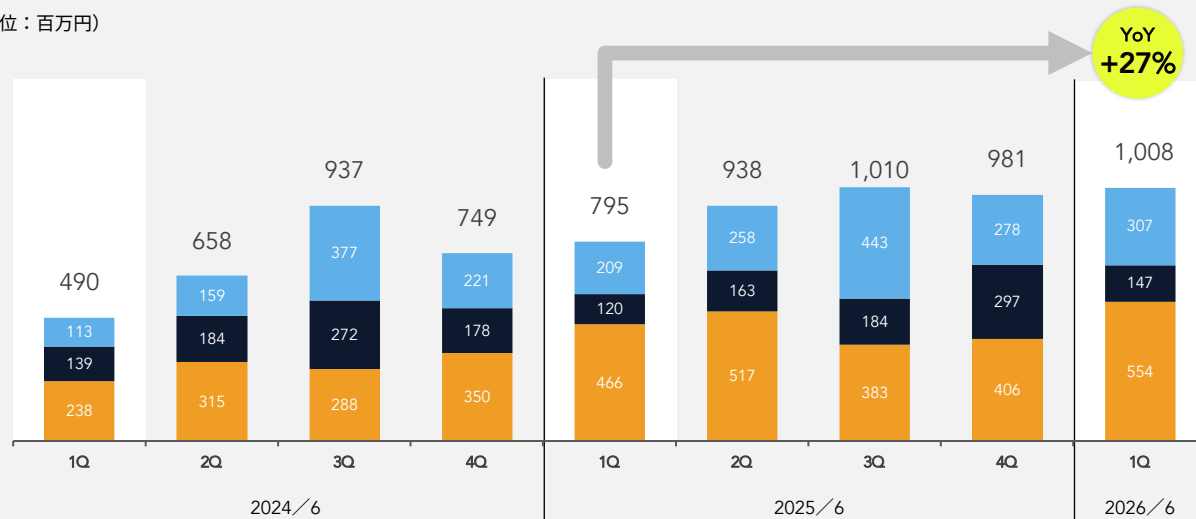


売上高：サービス別

- 新規顧客の獲得が進み、導入サービスであるショッパーみえーる等、分析・可視化サービスが大きく伸長。
- 行動変容サービスは、リテールメディア事業は順調だったが、リテールDX事業は組織体制の最適化に伴い一時的に停滞。

四半期推移

(単位：百万円)



● 分析・可視化

+47%

ショッパーみえーるの新規顧客導入が大きく増加（リテールDX事業）

● One to One

+22%

リテールDX事業における既存顧客の開発案件が寄与

● 行動変容

+19%

リテールメディア事業は順調だったが、リテールDX事業は組織体制の最適化に伴い一時的に調整

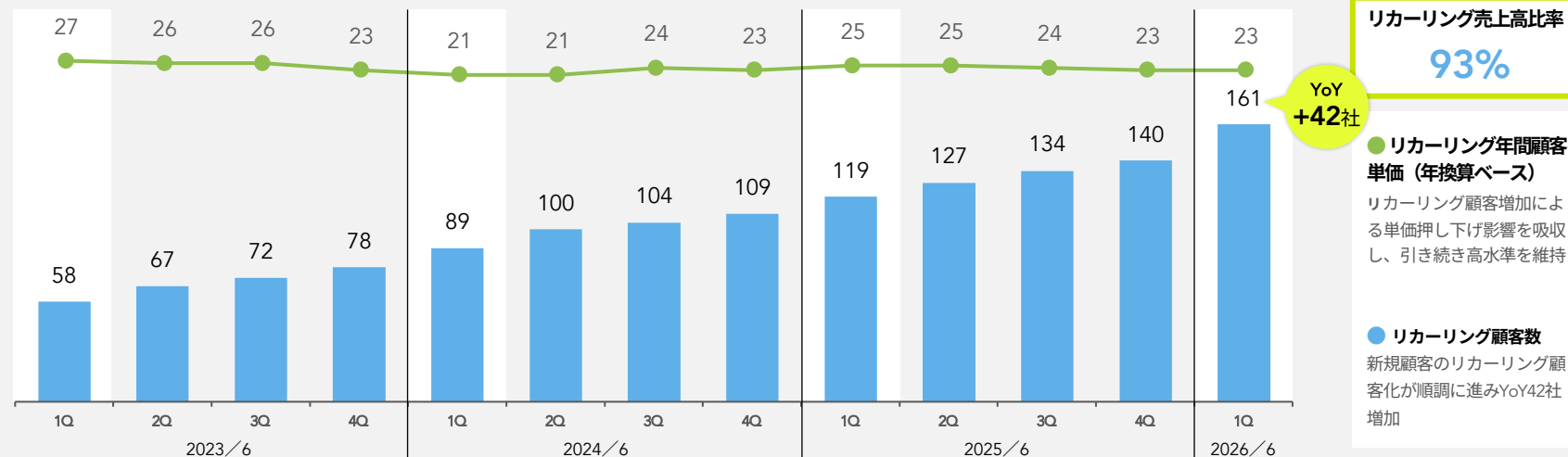
2. 2026年6月期 第1四半期実績

売上高：リカーリング顧客指標 ※

- 当社の売上高成長を支えるリカーリング顧客の数は、引き続き順調に増加しYoY 42社増加。
- 顧客単価（年換算ベース）は、新規のリカーリング顧客増加による単価押し下げ影響を吸収し、23百万円と引き続き高水準を維持。

四半期推移

（単位：百万円、社）



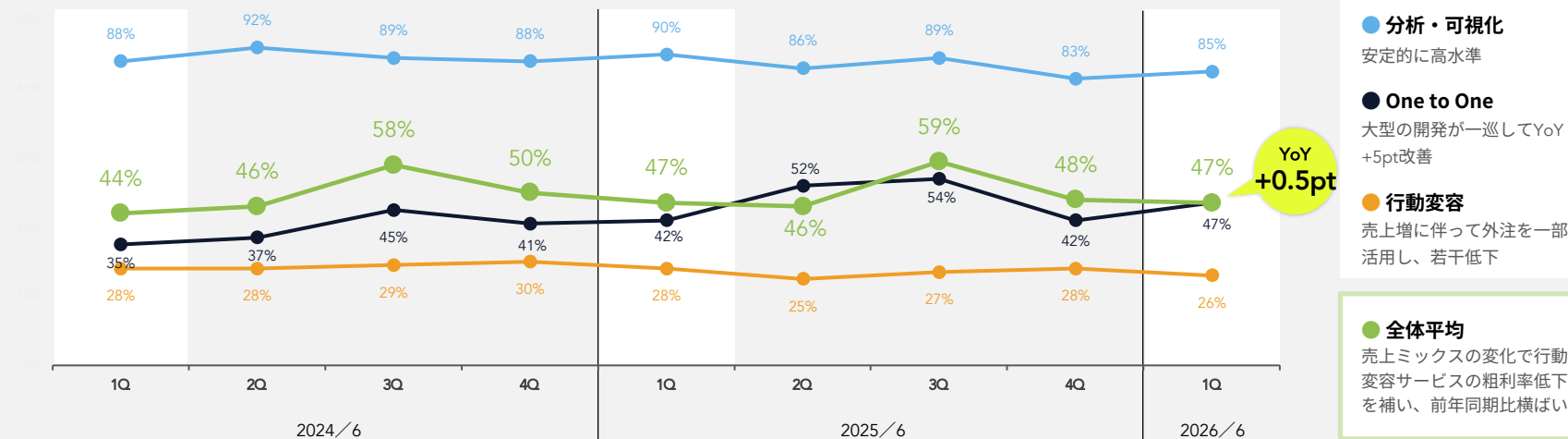
※ 4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業をリカーリング顧客とする。2024年6月期より、代理店経由のサービスユーザーがリカーリング顧客条件に該当する場合は、当該ユーザーをリカーリング顧客としてカウント。

2. 2026年6月期 第1四半期実績

粗利率（売上 - 直接原価 ※）

- 3サービスのうち利益率が高水準の分析・可視化サービスの売上高拡大と、One to Oneサービスの粗利率改善によって、行動変容の粗利率低下を補い、全体平均は前年同期比同水準。

四半期推移



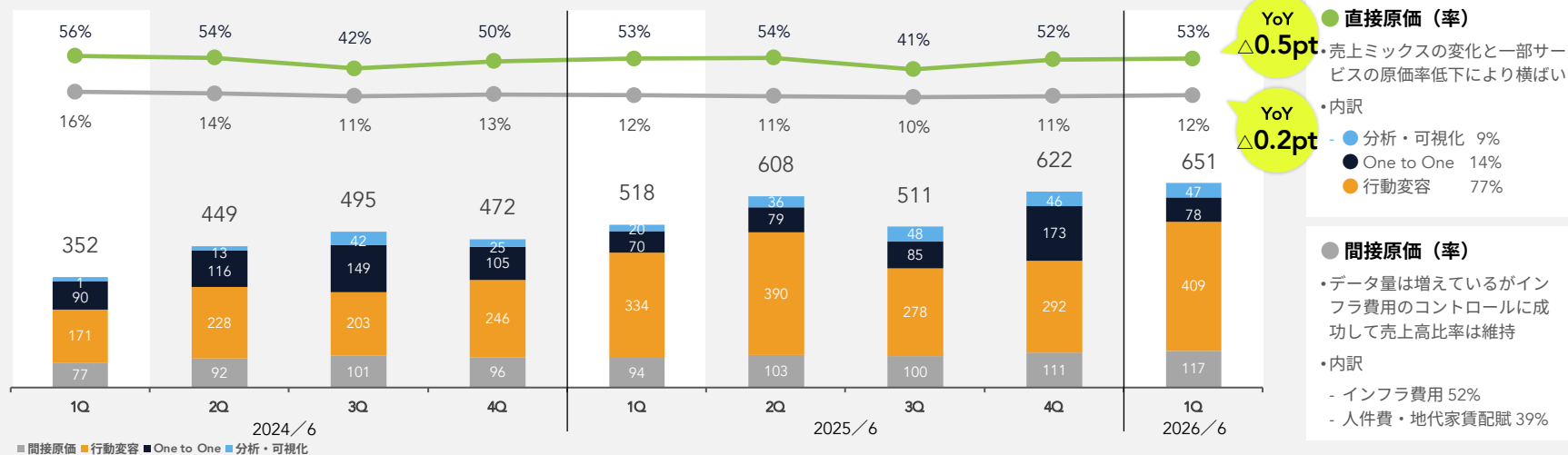
2. 2026年6月期 第1四半期実績

売上原価

- 直接原価率は前年同期比横ばいと、安定的に推移。
- データ量は大きく増加してもインフラ費用のコントロールができており、間接原価率は前年同期並。

四半期推移

(単位：百万円)



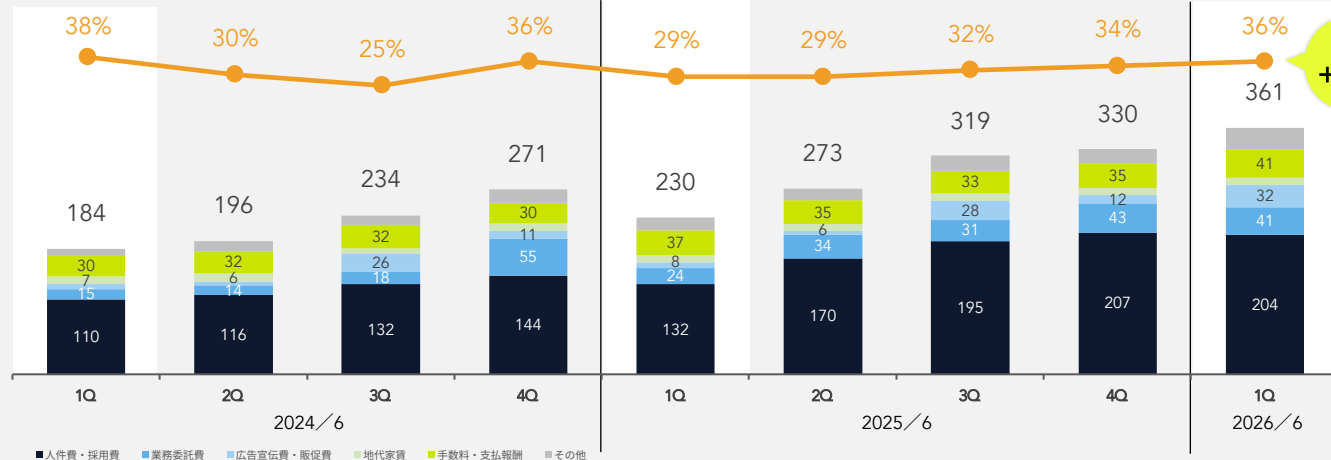
2. 2026年6月期 第1四半期実績

販売費及び一般管理費

- 認知拡大のためビッグデータカンファレンスSPECTACLEs他販促活動を強化し、広告宣伝費・販促費が一時的に増加。
- 人材採用が好調で前倒したため、人件費・採用費も想定比増加、販売費及び一般管理費の対売上高比率は前年同期比で7pt悪化。

四半期推移

(単位：百万円)



YoY
+7pt

● 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

● 広告宣伝費・販促費

自社イベントSPECTACLEs開催
他の販促活動により一時増

● 業務委託費

外部を活用した開発案件により
若干増

● 人件費・採用費

採用が堅調で先行的に人員増を
行い前年同期比で増加

● 対売上高比率

前年同期比で7pt悪化

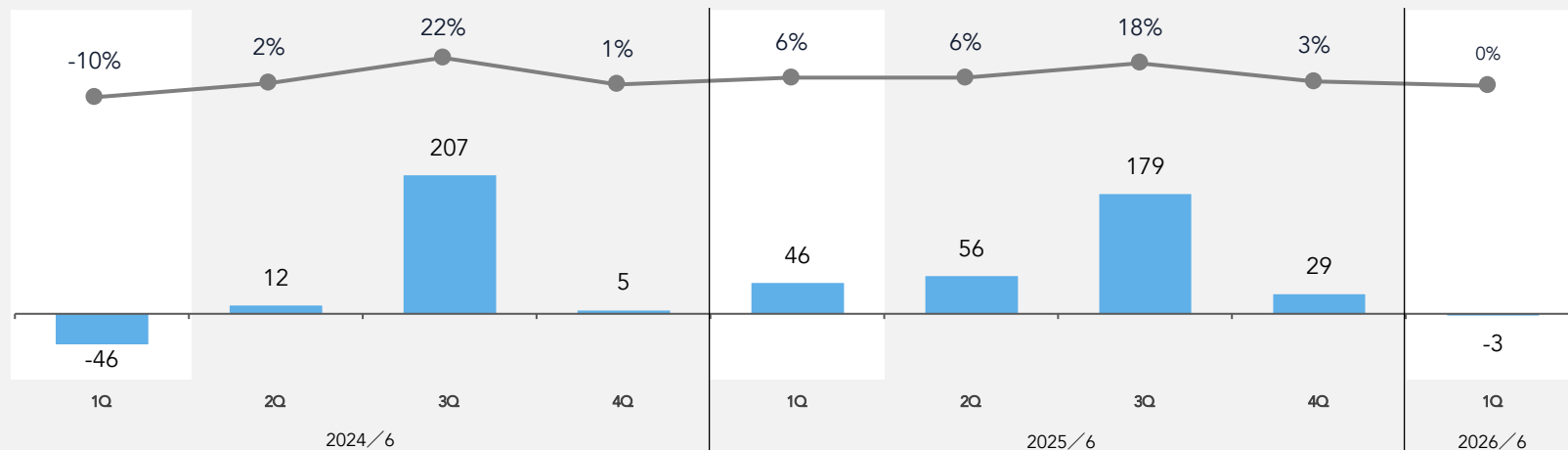
2. 2026年6月期 第1四半期実績

営業利益・営業利益率

- 売上高と売上総利益は増加も、販管費の増加が上回り、前年同期比49百万円減少、営業損失3百万円。
- 成長加速のための戦略的先行投資の結果であり、早期の投資回収と利益貢献を図る。

四半期推移

(単位：百万円)

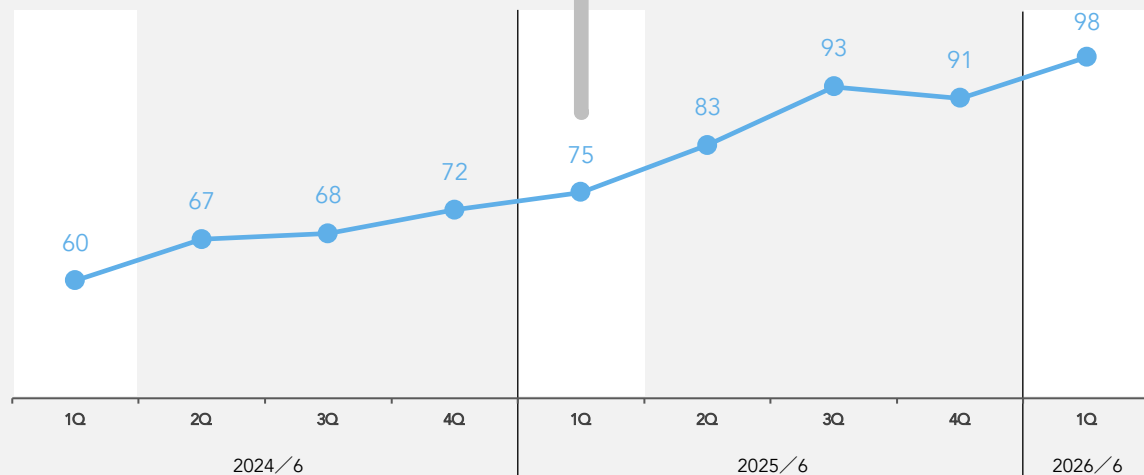


従業員数

- 採用は全職種で順調に進み、人員を計画前倒しで確保できている。PR強化や独自性・社会性の高い事業モデルへの評価が追い風となり、優秀な人材獲得が進んでいる。

四半期推移

YoY
+31%



採用が堅調に進み 人員を前倒し確保

- 職種：エンジニア・営業・事業開発・コーポレート・データサイエンティスト
- 採用で選ばれる理由：PRによる認知度向上、ユニークなビジネスモデル、社会性のある事業、情報開示の高さ等

通期業績予想に対する進捗率等

- 当社は下期偏重のため1Q売上高進捗率20%は想定範囲内。下期での案件獲得漏れや納品遅延がないようにオペレーションを強化。
- マーケティング投資や人件費・採用費増による販管費の一時増はあるが、下期の売上高増加により販管費率は改善予定。

売上高・利益進捗率、ROE

(単位：百万円)	通期業績予想	1Q実績	1Q進捗率	(参考) 前期1Q進捗率	(参考) 前々期1Q進捗率
売上高	5,002	1,008	20 %	21 %	17 %
営業利益	500	△3	△1 %	15 %	△26 %
経常利益	502	△1	△0 %	15 %	△35 %
当期純利益	400	△4	△1 %	8 %	△43 %
ROE	19 %	△1 %	-	-	-

※_1Q実績のROE＝（2026年6月期1Q当期純利益（3ヶ月）×4）÷（（2025年6月末自己資本＋2025年9月末自己資本）÷2）

INDEX

1. unerry概要・ビジネスハイライト

2. 2026年6月期 第1四半期実績

3. 中期成長戦略と重点施策

Appendix

- └ 財務情報
- └ unerryとは



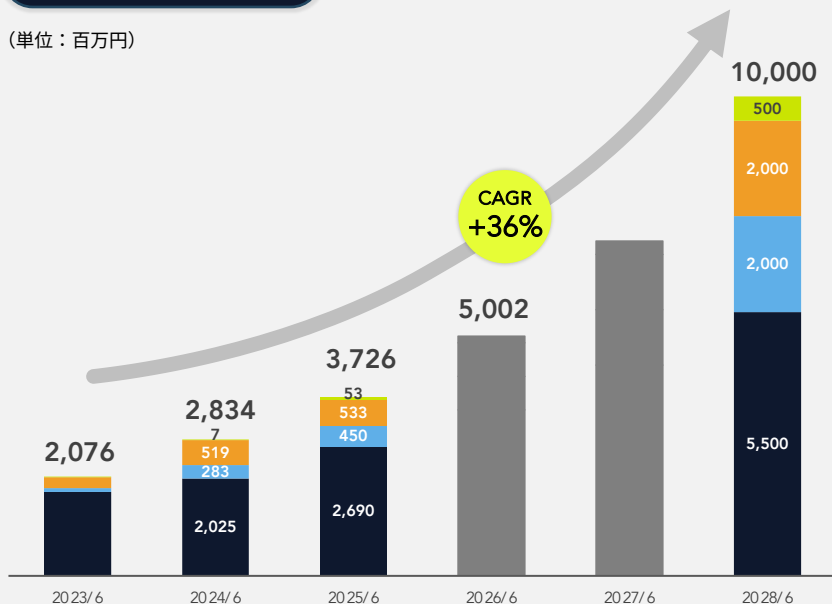
中期成長戦略のKGIと事業別内訳

リテールDXが予想以上に拡大。売上高100億円に向けCAGR+36%成長を継続

売上高の推移

最新の環境に合わせて内訳見直し

(単位：百万円)



4. グローバル事業

小売・外食・スポーツ

海外・外資・越境事業者向け出店予測・インバウンド・集客最大化

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

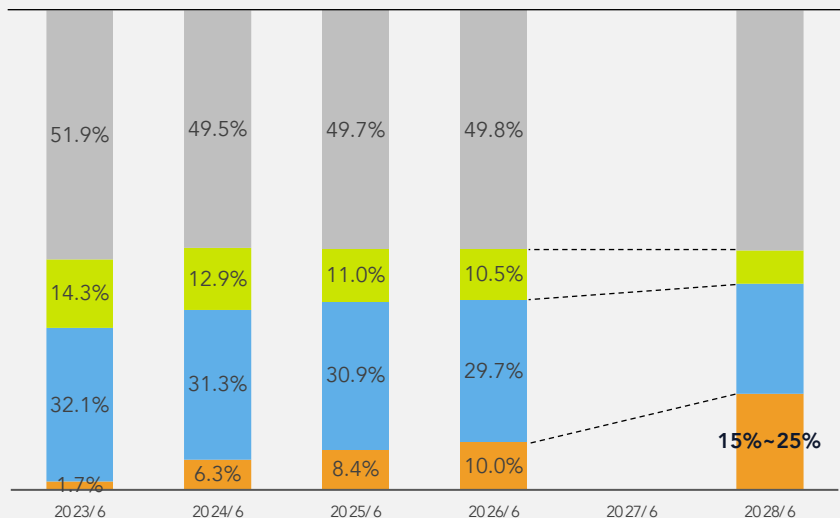
小売・外食

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

中長期的な利益構造

間接原価率と販管費率の改善を見込み、15～25%の営業利益率を目指す

利益構造の推移



● 直接原価率 ➡

サービスミックスの影響が大きいものの比較的安定した水準を想定

● 間接原価率 ↘

インフラ費用の増加が見込まれるが、固定費要素が多く、売上高成長とともに低下傾向を想定

● 販管費率 ↘

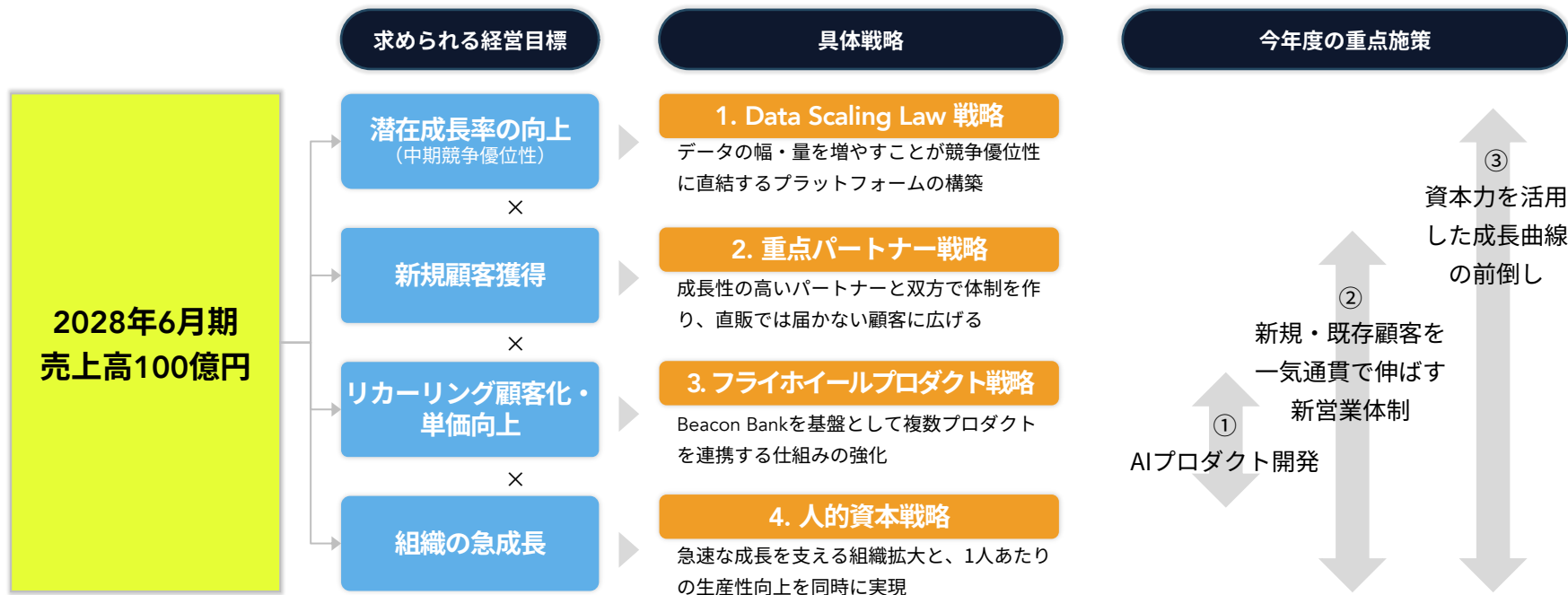
人件費・採用費の増加（年間+20～30%程度の人員増）が見込まれるが、固定費要素が多く、売上高成長とともに低下傾向を想定（成長投資の影響により変動する可能性あり）

● 営業利益率 ➡

売上高増・原価/販管費率減により増加（中期財務モデル 15%～25%）

2026年度6月期の重点施策

今年度はAIプロダクト・新営業体制・資本活用により収益力を高めることに注力



重点施策：①AIプロダクト開発

今いる場所に合わせてAIで最適な情報を届けるプロダクト標準化への投資

顧客への提供価値

ライフスタイルAI
ユーザー嗜好を詳細に分析

来店・離脱予兆AI
ユーザーの行動変化をキャッチ

施策AIエージェント
データに基づいたコンテンツの自動提案

統合データ基盤・外部サービス連携
主要プラットフォーム・MAツールと簡単に連携

世界最高水準の位置情報技術
位置情報取得頻度・精度・バッテリー効率

**Beacon
Bank**

**ハイパー
パーソナライ
ゼーション**

ユーザーの利便性

- 欲しい商品に最短で出会える
- 自分に最適な価格・キャンペーンを教授できる
- 買物体験がシームレスで快適になる

生産性の向上

従来：カスタマイズ

今後：標準プロダクト

- | | |
|------------|------------|
| ✓ 開発リソース依存 | ✓ スケール可能 |
| ✓ 提供速度が遅い | ✓ 迅速な機能提供 |
| ✓ スケールが困難 | ✓ 継続的な価値向上 |

3. 中期成長戦略と重点施策

重点施策：②新規・既存顧客を一気通貫で伸ばす新営業体制

- セールス部門を最適化し、新規開拓、既存顧客へのクロス・アップセル、販売パートナー強化を行う体制にシフト。
- 当社サービスを総合的に導入する上位顧客に深く刺さるサービス提供のため、DXコンサルティング部門を組成。

2025年7月からの新組織

セールス&オペレーション

新規獲得とアカウント深耕を両立する役割分担

NEW

セールス

新規開拓

クロスセル
アップセル

パートナー
セールス

プランニング

オペレーション

サービス企画開発

顧客業務に必要な仕組みをサービスとして設計、型化

事業開発

プロダクト・サービス

NEW

DXコンサルティング

テクノロジー&オペレーション

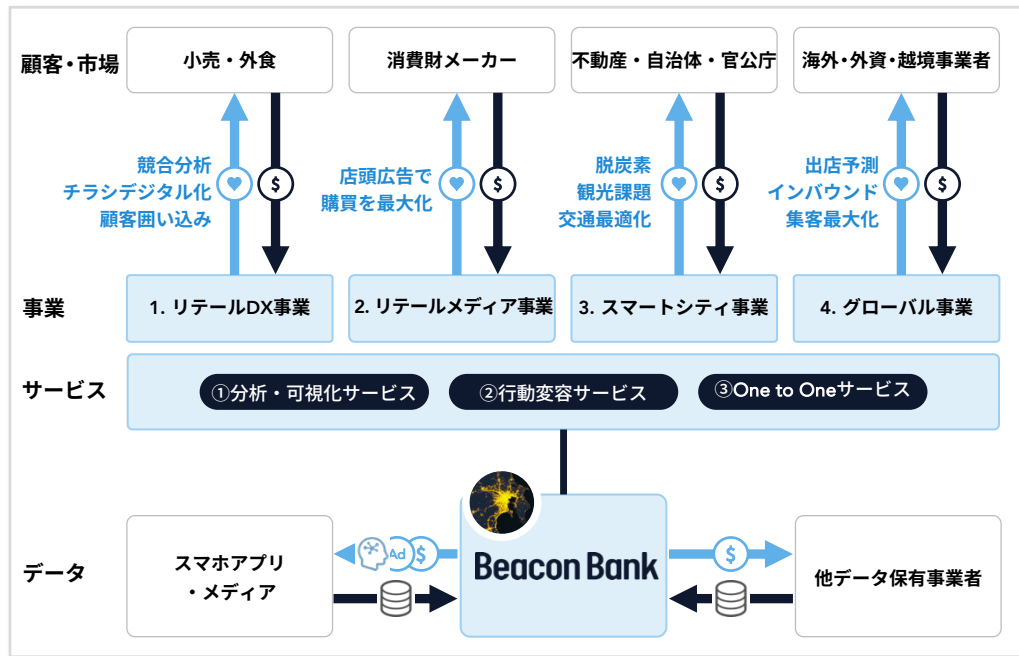
マーケティング・PR

CEOオフィス

コーポレート

重点施策：③資本力を活用した成長曲線の前倒し

データ・プロダクト・パートナーの3軸でM&A戦略を推進



③ 各業界・各国ごとにサービスを提供する代理店

→ 重点パートナー戦略強化

② ビッグデータに基づくサービスを展開する企業

→ フライホイールプロダクト戦略強化

① データの幅・量を拡充し、競争優位性を上げる企業

→ Data Scaling Law戦略強化

INDEX

1. unerry概要・ビジネスハイライト
2. 2026年6月期 第1四半期実績
3. 中期成長戦略と事業の進捗

Appendix

- └ 財務情報
- └ unerryとは



損益計算書

(単位：千円)	2025/6期 1Q	2026/6期 1Q	増減率	増減額
売上高	795,555	1,008,986	+26.8%	+213,430
売上原価	518,185	651,595	+25.7%	+133,410
売上総利益	277,369	357,390	+28.8%	+80,020
売上総利益率	34.9%	35.4%	+1.5pt	
販売費及び一般管理費	230,404	361,008	+56.7%	+130,603
対売上高比率	29.0%	35.8%	+6.8pt	
営業利益	46,964	-3,618	-	-50,582
営業利益率	5.9%	-0.4%	-	
営業外収益	1,374	2,727	+98.5%	+1,353
営業外費用	418	850	103.3%	+432
経常利益	47,920	-1,740	-	-49,661
経常利益率	6.0%	-0.2%	-	
当期純利益	27,216	-4,692	-	-31,909
当期純利益率	3.4%	-0.5%	-	

貸借対照表

	2025/6期	2026/6期 1Q	増減額
(単位：千円)			
流動資産	2,391,539	2,323,293	-68,246
└ 現金及び預金 (現金及び預金、有価証券)	1,831,518	1,768,726	-62,792
└ 受取手形、売掛金及び契約資産	499,286	479,485	-19,801
固定資産	224,701	247,111	+22,410
資産合計	2,616,240	2,570,405	-45,835
流動負債	599,353	557,774	-41,579
固定負債	-	-	-
負債合計	599,353	557,774	-41,579
純資産合計	2,016,886	2,012,631	-4,255

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 98名（2025年9月末）

事業領域

1. リテールDX事業
2. リテールメディア事業
3. スマートシティ事業
4. グローバル事業

生活者行動ビッグデータ「Beacon Bank」の運営

経験者・次世代混成の新リーダーシップグループ

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

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

General Manager

サービス企画開発
一枝 悟史



General Manager

CEO Office
酒田 理人



General Manager

セールス
星 雄大



General Manager

オペレーション
安田 光希



CTO

伊藤 清香



Chief Evangelist

今泉 ライアン



General Manager

テクノロジー&オペレーション
山口 結樹



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。

unerryが実現している世界



✓ お店に入ったら受け取るクーポン

✓ 駅で受け取る今日のニュース

✓ レストランで貯まる来店スタンプ

✓ 今日の特売やセールス

unerryの技術 が
支えています

Appendix_unerryとは unerryが実現している世界



✓ いつも行く店は何時が混んでいる？

✓ 駅の人出はどれくらい増えた？

✓ どんな観光客がどこに行く？

✓ 競合店舗はどんなお客様が来ている？

unerryのデータ が
支えています

unerryが実現している世界



✓ 自宅に届くチラシやDMが減った

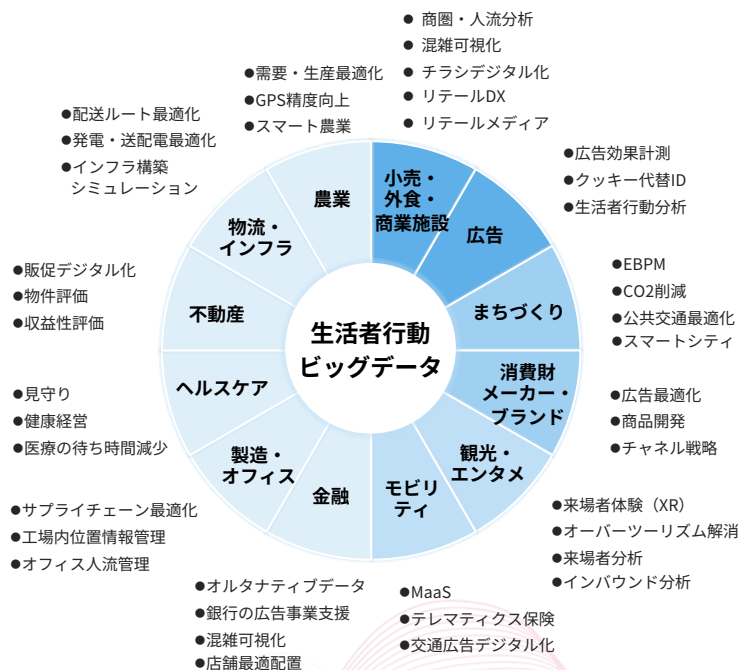
✓ 食べたかった商品の情報が届いた

✓ 新しいバス停が自宅の近くにできた

✓ エアコンが強いお店が適温になった

unerryのAI が
支えています

unerryが実現している世界



商業施設

アプリユーザー売上高向上

10% ↑

自動車ディーラー

自動車販売向上

25% ↑

ビールメーカー

ビール日販向上

33% ↑

コンビニエンスストア

少額保険商品前年対比

700% ↑

携帯キャリア

来店数向上

10% ↑

レジャー施設

来店客数向上

2% ↑

飲料メーカー

機能性ヨーグルト売上高向上

250% ↑

アパレル

新店舗集客

11% ↑

ファミリーレストラン

アプリユーザーの来店頻度

400% ↑

コスメメーカー

キャンペーン申し込み向上

600% ↑

ホームセンター

チラシ商品売上高向上

240% ↑

スーパーマーケット

アプリユーザーの月間客単価

16% ↑

unerryのヒトとサービスが支えています

ビジネスモデル：リカーリングを生み出す収益モデル

分析・可視化とOne to Oneは1年契約、「行動変容」は店舗数に応じた収益モデル

①分析・可視化サービス

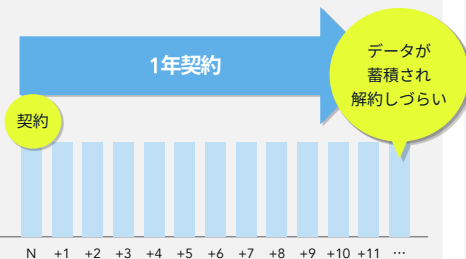
クロスセル

②行動変容サービス

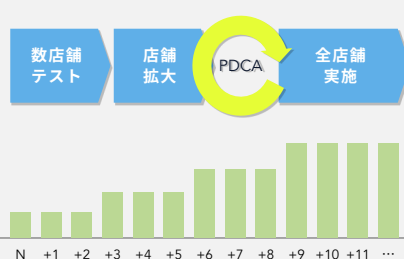
クロスセル

③One to One サービス

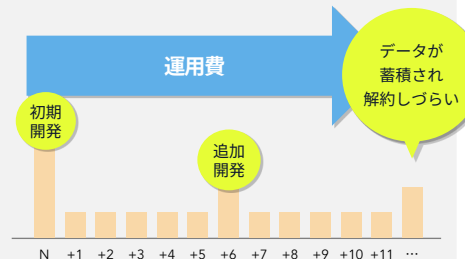
- 「ショッパーみえーる」はSaaSサービスであり、月次収益が発生
- 1年契約が基本



- 紙チラシ集客をデジタル化
- 店舗設置のビーコンで来店数等の広告効果を測定、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、アプリ等のシステム開発及び運用費
- 初期開発以降は運用費（1年毎契約）として毎月収益が発生



主要指標

(2025/6期)

リカーリング売上高比率

87 %

リカーリング顧客単価

23 百万円

リカーリング顧客数

140 社

NRR※3

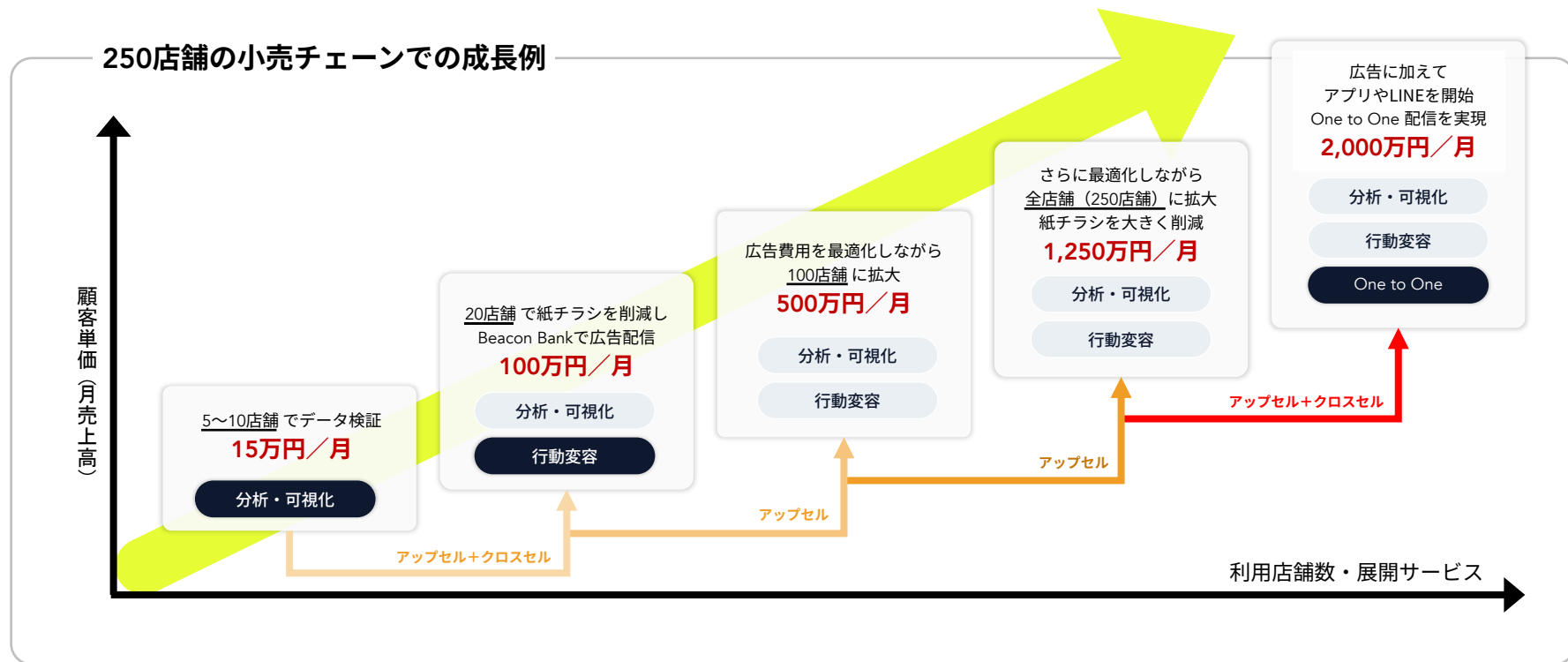
116 %

※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...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）

ビジネスモデル：リカーリング顧客の顧客単価が130倍以上となる例も

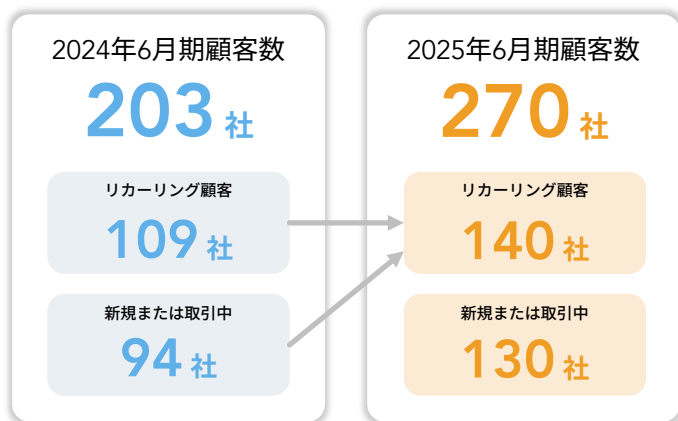
- 少ない店舗数ではじめ、店舗数拡大のアップセルや、行動変容・One to One等をクロスセルすることで大幅に顧客単価が向上。



ビジネスモデル：リカーリング顧客の経年売上高は年々積み上がる構造

- 毎年獲得した新規顧客が翌年のリカーリング顧客になるメカニズム。
- 一度リカーリング顧客になると、経年で売上が増加するため、年々積み上がる構造。

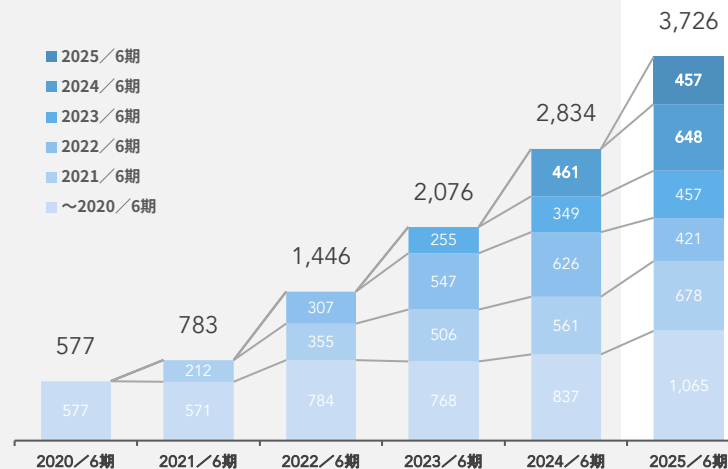
リカーリング顧客への転換メカニズム



売上高 年次コホート※

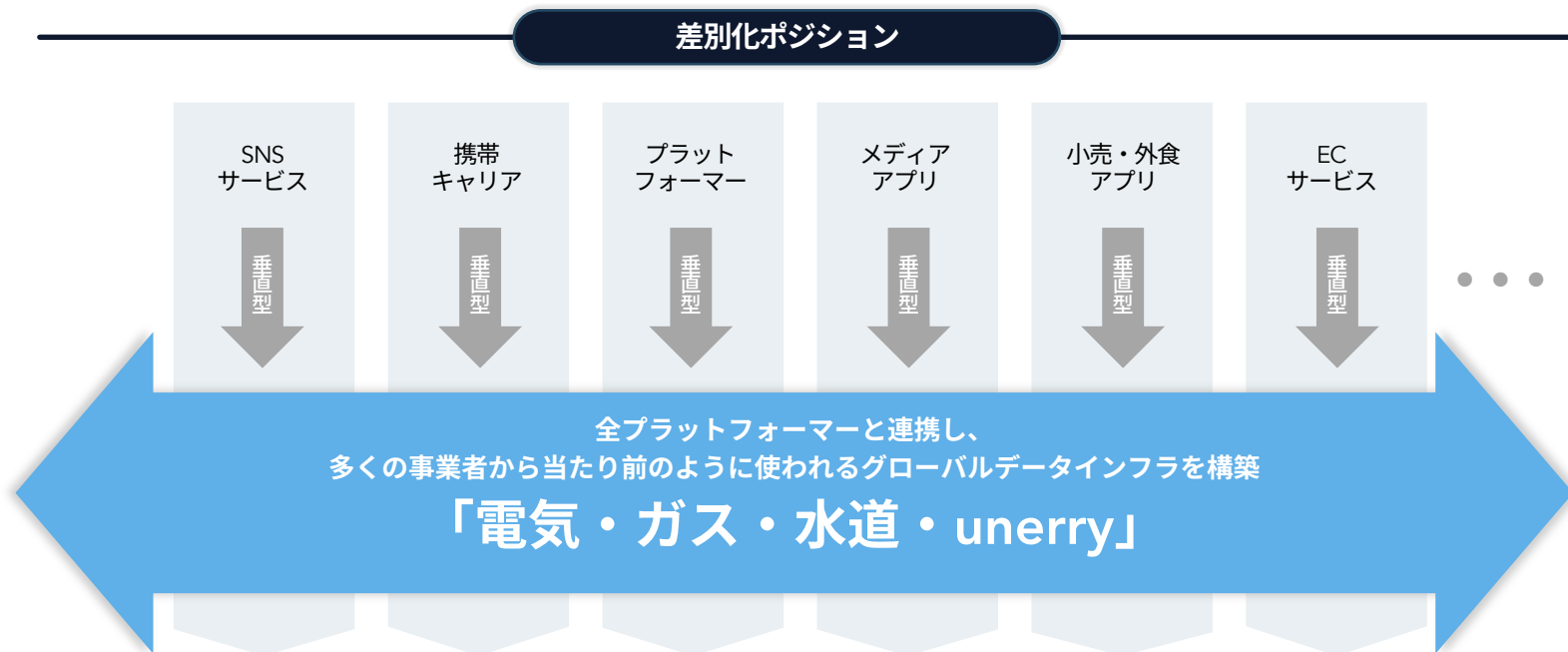
(単位：百万円)

■ 2025/6期
■ 2024/6期
■ 2023/6期
■ 2022/6期
■ 2021/6期
■ ~2020/6期



各年で獲得した顧客からの売上が経年で増加

電気・ガス・水道のように使われるグローバルインフラへ



市場規模：全事業の対象市場は今後も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・DX化が世界的に拡大

(日本) リテールテック市場 ※1

155%



(世界) スマートリテール市場 ※2

500%



リテールメディア市場

- サードパーティCookie規制
- リアル・ネットの融合

(日本) リテールメディア市場 ※3

184%



(世界) リテールメディア市場 ※4

176%



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

(日本) 行政DX・スマートシティ市場 ※5

590%



(世界) スマートシティ市場 ※6

423%



357%



※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、システムとサービスの2030年市場規模
 ※2. Smart Retail Market, By Solutions, By Technology, By Application, By Geography(2025-2) 1ドル150円として換算

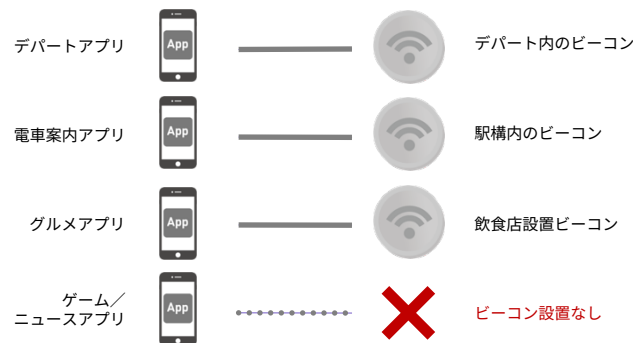
※3. 株式会社CARTA HOLDINGS「リテールメディア広告市場」2025年1月
 ※4. Market Research Intellect「Retail Media Networks Market Size By Product, By Application, By Geography, Competitive Landscape And Forecast」September 2024 1ドル150円として換算

※5. KPMG「2030年市場展望と人材要件：行政（行政DX・スマートシティ（都市OS）」
 ※6. market.us「Global Smart City Market Size, Share, Statistics Analysis Report By Application」1ドル150円として換算

プラットフォームの独自技術

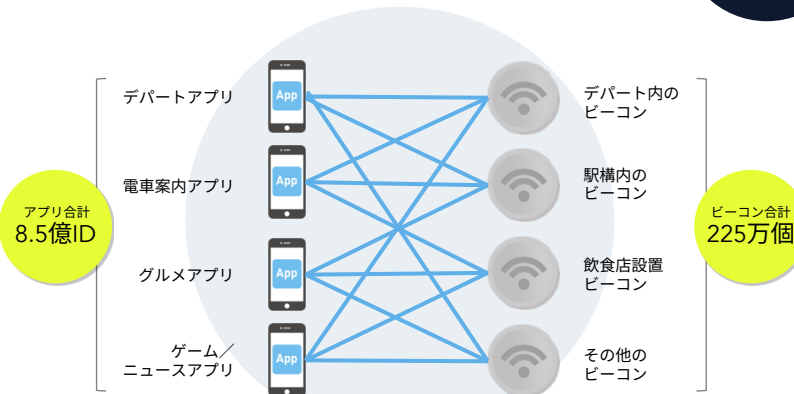
各社保有のビーコンをシェアするビーコンネットワークを構築 根幹技術の特許を「日本・米国・中国」で保有

これまで



アプリとビーコンが1:1の関係に留まっており
利用可能数が少ない

Beacon Bank による解決



ビーコン登録により大規模ネットワーク構築を行い
広範なビーコンデータを取得可能に

日・米・中
で技術特許
取得済¹

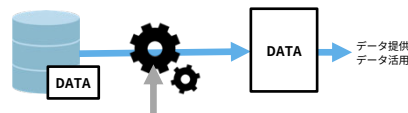
プライバシーへの対応

特定の個人を識別しない+同意されたデータを利用することでプライバシーに配慮した取り扱いを実施

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を行わない 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、データ活用（利用規約／プライバシーポリシー）に同意されたユーザーのGPSやビーコンデータを蓄積。

またユーザ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のデータのみ利用

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」