



株式会社 unerry
(東証グロース：5034)

2024年6月期 第4四半期 決算説明資料

2024年 8月



決算サマリー

2024年6月期 通期決算

ほぼ全ての指標が業績予想以上となり、力強い成長を示す

- リカーリング顧客が着実に積み上がり、**売上高 2,834百万円 (YoY+37%)**、粗利率が**2.4pt改善**、販管費率が**0.8pt改善**し、**営業利益 179百万円 (YoY+409%・計画達成率 153%)** で着地
- 第4四半期も高い成長となり、**売上高 749百万円 (YoY+56%)**、**営業利益 5百万円 (黒転)** を実現

2025年6月期 業績予想

2028年6月期 売上高100億円達成 に向け、32%成長 を目指す

- リテールDXとリテールメディアを積極拡販しリカーリング顧客を積み上げることで、**売上高 3,746百万円 (YoY +32%)**、**営業利益 240百万円 (YoY +34%)**、**当期純利益 138百万円 (YoY +103%)** を目指す

中期戦略 事業概況

「電気・ガス・水道・unerry」 グローバルのデータインフラの実現

- **2028年6月期売上高 100億円 (CAGR 37%)** で成長。その先はグローバルデータインフラとして圧倒的存在へ
- 大手企業とのパートナーシップと新サービスが進展。スマートシティは21都道府県の自治体を支援

INDEX

1. 2024年6月期 通期実績

2. 2024年6月期 第4四半期実績

3. 2025年6月期 業績予想

4. 中期成長戦略

5. 事業概況

6. 財務情報



業績ハイライト：ほぼ全ての指標が業績予想以上となり、力強い成長を示す

(単位：百万円)	2023/6期 実績	2024/6期 実績	2024/6期 業績予想	YoY	業績予想 達成率
売上高	2,076	2,834	2,898	○ +37%	○ 98%
粗利 (売上高 - 直接原価)	999	1,431	1,431	◎ +43%	○ 100%
粗利率	48.1%	50.5%	49.4%	○ +2.4pt	○ +1.1pt
間接原価	297	366	403	○ +23%	◎ 91% (改善)
販売費及び一般管理費	667	886	911	○ +33%	○ 97% (改善)
販管費率	32.1%	31.3%	31.4%	○ -0.8pt	○ -0.1pt
営業利益	35	179	117	◎ +409%	◎ 153%
営業利益率	1.7%	6.3%	4.0%	◎ +4.6pt	◎ +2.3pt
当期純利益	9	68	65	◎ +630%	○ 104%
当期純利益率	0.5%	2.4%	2.3%	◎ +1.9pt	○ +0.1pt

- 売上高**

リカーリング顧客の積み上がり、リテールメディア・スマートシティの伸長で **2,834百万円 (YoY +37%)**
- 粗利率**

高収益な分析・可視化サービスの拡大と One to One・行動変容の粗利改善により、**YoY +2.4pt**
- 販管費率**

主な内訳である人件費・業務委託費の伸び以上に売上高が伸び、**YoY - 0.8pt (改善)**
- 営業利益**

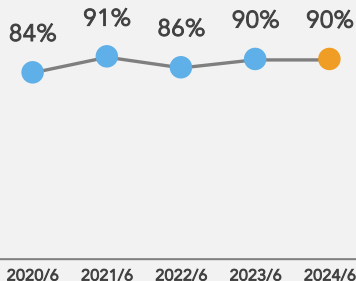
売上高・粗利率・販管費率の全てが改善し、**179百万円 (YoY +409%, 計画達成率153%)** で着地
- 当期純利益**

引当金の計上はあったが、ほぼ計画通りの **68百万円 (YoY +630%)** で着地

売上高：リカーリング売上高

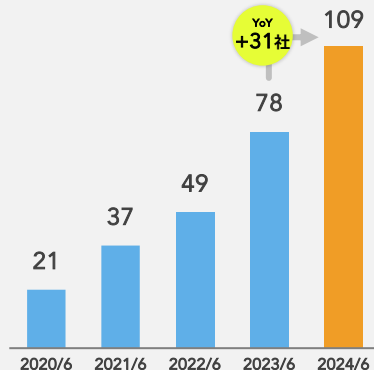
- 売上高の90%を占めるリカーリング顧客数は109社となり、YoY +31社と堅調に増加。
- 「リカーリング顧客積上げ×クロスセル」の成功方程式を着実に実行し、年間顧客単価23百万円、NRR124%と高水準を維持。

リカーリング売上高比率



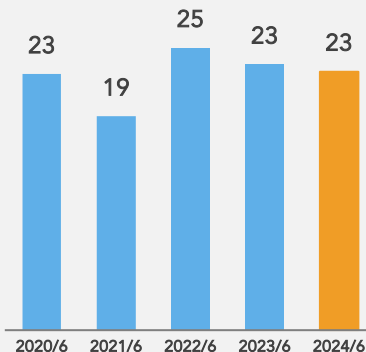
リカーリング顧客数^{*1}

(単位：社)

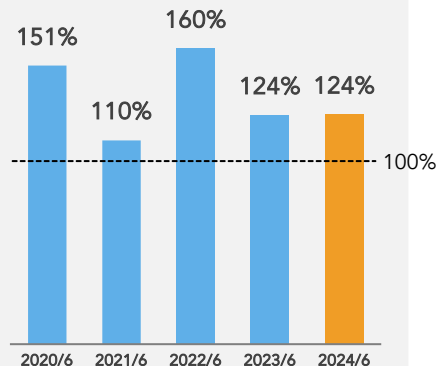


リカーリング年間顧客単価

(単位：百万円)



NRR^{*2}



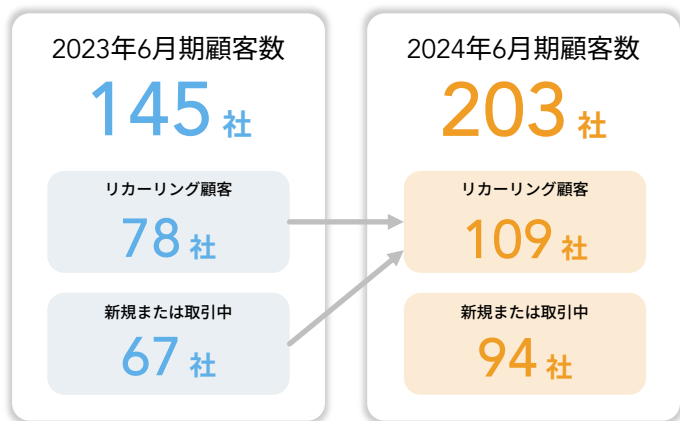
※1... 4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業をリカーリング顧客とする。2024年6月期より、代理店経由のサービスユーザーがリカーリング顧客条件に該当する場合は、当該ユーザーをリカーリング顧客としてカウント。

※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)

売上高：獲得年次別（積み上がり）

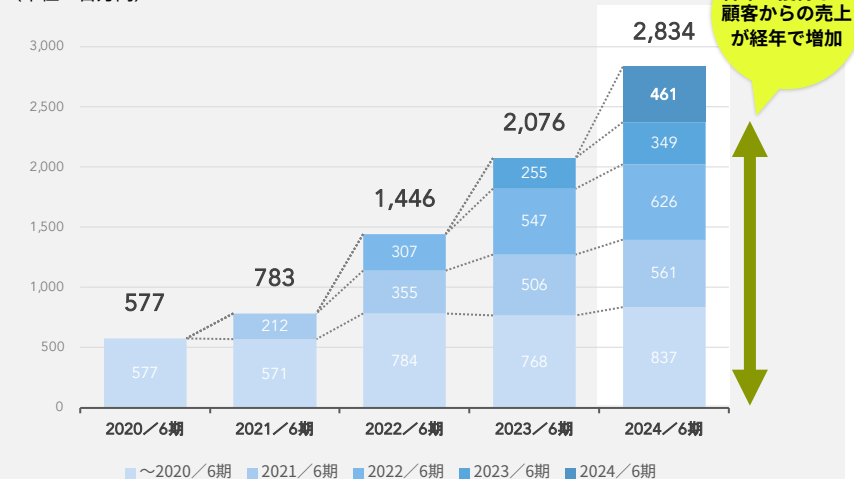
- 毎年の新規顧客がリカーリング顧客に堅調な割合で転換しており、リカーリング売上高が着実に積み上がっている。
- 各年で獲得した顧客からの売上が経年で増加するユニークな収益構造（⇔ 一般的な企業では解約等で経年で減少）。

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)



売上高：事業別

- リテールDXは堅調に成長。リテールメディア・スマートシティの新事業は高い成長を実現し、今期・来期の収益に大きく寄与。
- グローバルは開始して間もないため収益は小さいが、プロダクト化は進んでおり、来期以降で一定の収益は期待可。

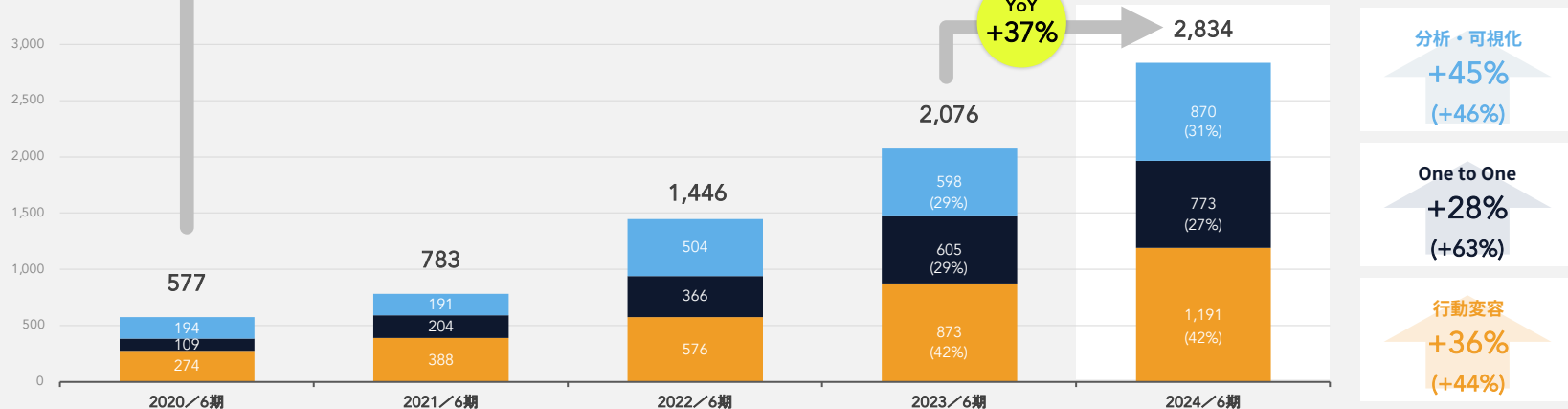
事業	2024/6期 実績	YoY	今期評価・今後の見込み
小売・外食 リテールDX事業	2,025 百万円	+15%	 <ul style="list-style-type: none"> ● 顧客獲得も進み、安定的に売上に寄与 ● 今後も同水準の成長率が期待される
消費財メーカー リテールメディア事業	283 百万円	+288%	 <ul style="list-style-type: none"> ● 業務提携先や直販からの受注が堅調で一定の事業規模に成長 ● 来期以降も高い成長率が見込まれる
不動産・自治体・官公庁 スマートシティ事業	519 百万円	+129%	 <ul style="list-style-type: none"> ● 公募案件の獲得が進み、今期の収益に大きく寄与 ● 来期は2026/6期以降の成長率向上に向けプロダクト化に注力
小売・外食・スポーツ グローバル事業	7 百万円	-	 <ul style="list-style-type: none"> ● 今期後半から受注が徐々に開始したため収益寄与はまだ小さい ● プロダクト開発が進んでおり、来期以降は一定の収益は期待可

売上高：サービス別

- 当初予定通り、ショッパーみえーる拡販とスマートシティが堅調で分析・可視化サービスが大きく伸長。
- 続いて、リテールメディア急成長やリテールDXの安定成長により行動変容サービスも予定通りの成長を実現。

年度推移

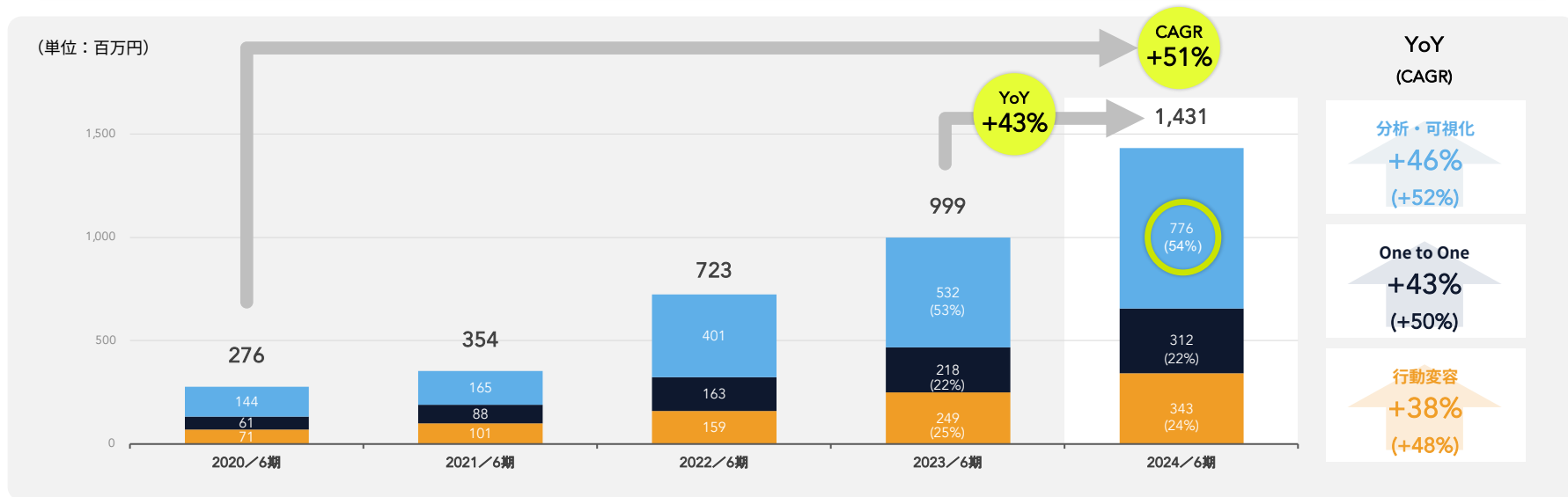
(単位：百万円)



粗利（売上 - 直接原価 ※）

- 粗利率の高い分析・可視化サービスが粗利額全体の54%を占めている。
- 行動変容サービス・One to Oneサービスも堅調に成長。

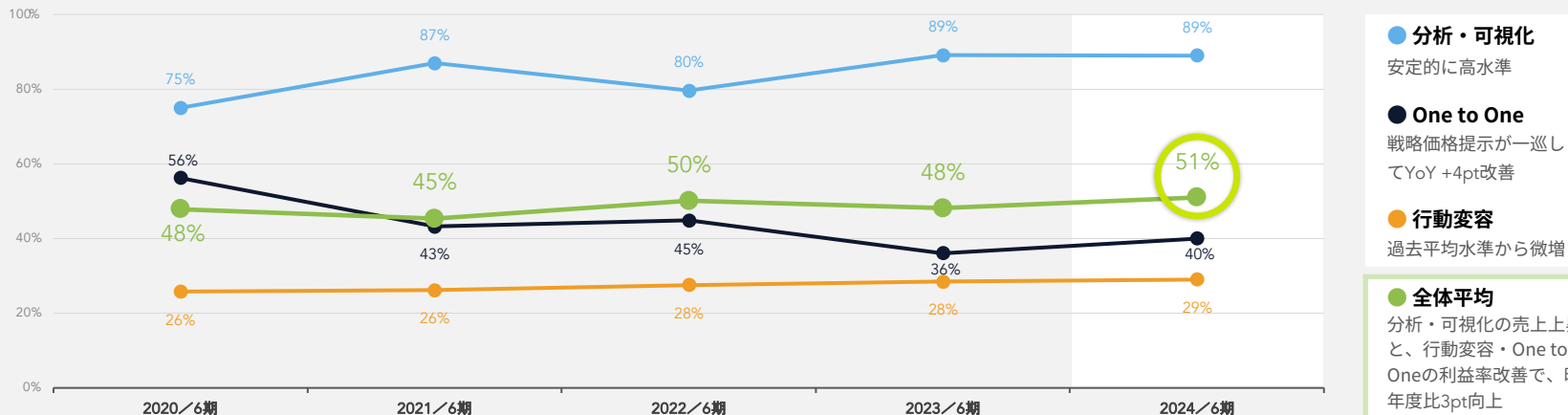
年度推移



粗利率（売上 - 直接原価 ※）

- 分析・可視化サービスの売上上昇と、行動変容・One to Oneサービスの利益率改善で、全体はYoY +3ptとなり、長期トレンドで堅調に改善。

年度推移



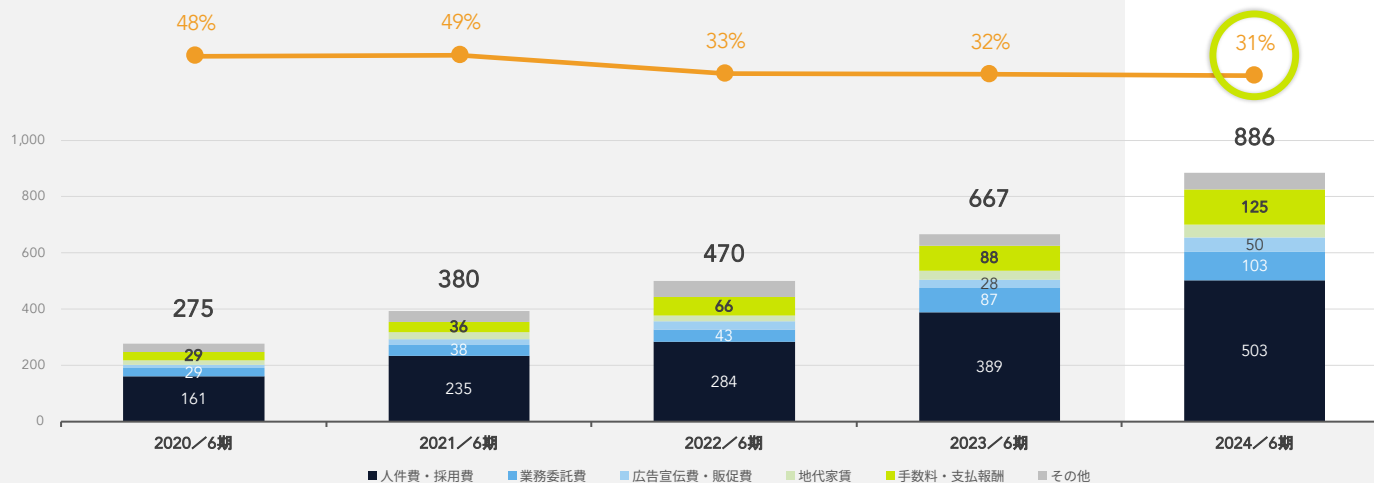
1. 2024年6月期 通期実績

販売費及び一般管理費

- 売上高伸長により販管費率はYoY 1pt改善。
- 多くを占めるのは人件費・採用費で、体制強化に伴う採用は堅調に進展。

年度推移

(単位：百万円)



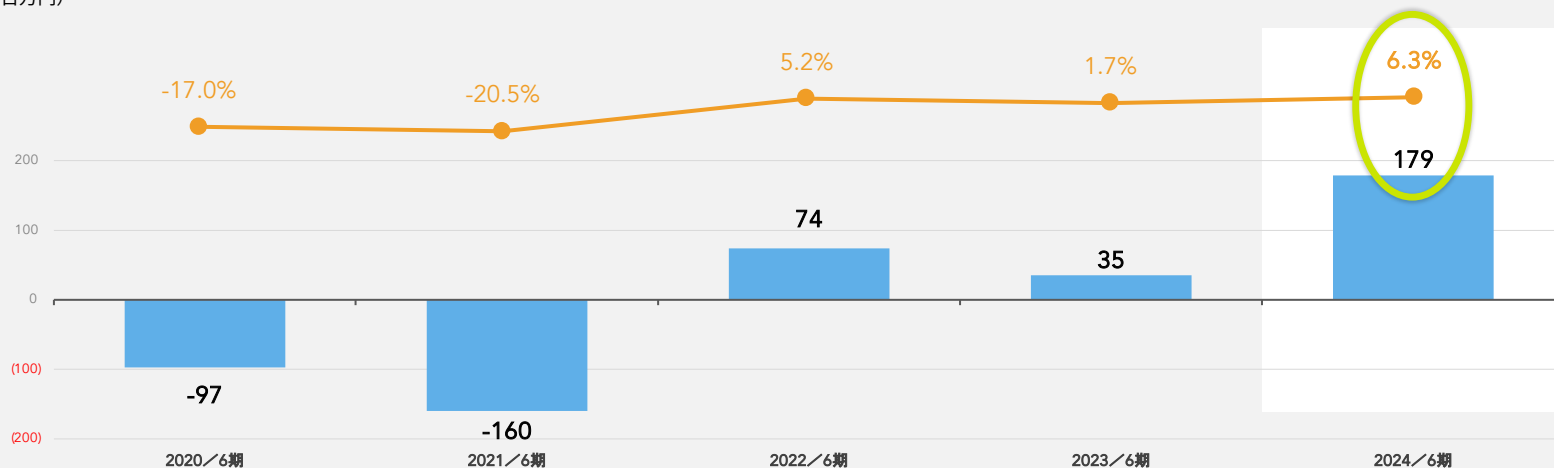
- **手数料・支払報酬**
データ量増加などでサーバー費は高水準
- **広告宣伝費**
イベント等の認知向上活動を積極化
- **業務委託費**
外部を活用した開発で上昇
- **人件費・採用費**
採用は堅調で増加傾向
- **対売上高比率**
売上高伸長によりYoY 1pt改善

営業利益

- 売上高、粗利率、販管費率、全ての指標が改善し、営業利益率6.3%、179百万円で着地。最高益を大きく更新。

年度推移

(単位：百万円)

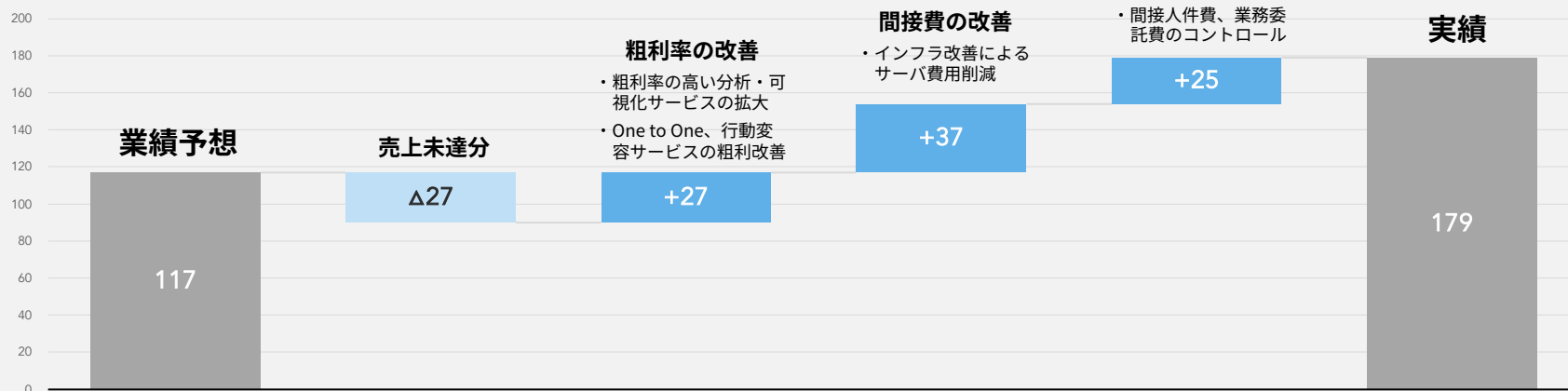


営業利益の増減要因

- サービスの粗利改善、インフラ改善、間接人件費・業務委託費のコントロールにより、営業利益は大きく上振れ。

増減要因

(単位：百万円)



営業外収益・費用

主な発生収益・費用	金額（百万円）	要因・内容
為替差益	+5	<ul style="list-style-type: none">ドル資産分の円安に伴い発生した差益。
貸倒引当金繰入額	△48	<ul style="list-style-type: none">投資企業（GroundLevel Insights）との共同事業の展開に時間を要しており、今期で引当金を全額計上（投資形態の関係上、特別損失ではなく貸倒引当金）。共同事業推進に対する影響はなく、展開スピードの一層の向上を図る。
その他	△2	<ul style="list-style-type: none">株式交付費、受取・支払利息など。

INDEX

1. 2024年6月期 通期実績

2. 2024年6月期 第4四半期実績

3. 2025年6月期 業績予想

4. 中期成長戦略

5. 事業概況

6. 財務情報



業績ハイライト（四半期）

売上高

749 百万円

YoY +56 %

CAGR +50 %

粗利*1

373 百万円

YoY +65 %

CAGR +63 %

営業利益

5 百万円

YoY +36 百万円

営業利益率 0.8 %

- 通常は落ち込む4Qだが、リカーリング売上高により高い成長を実現

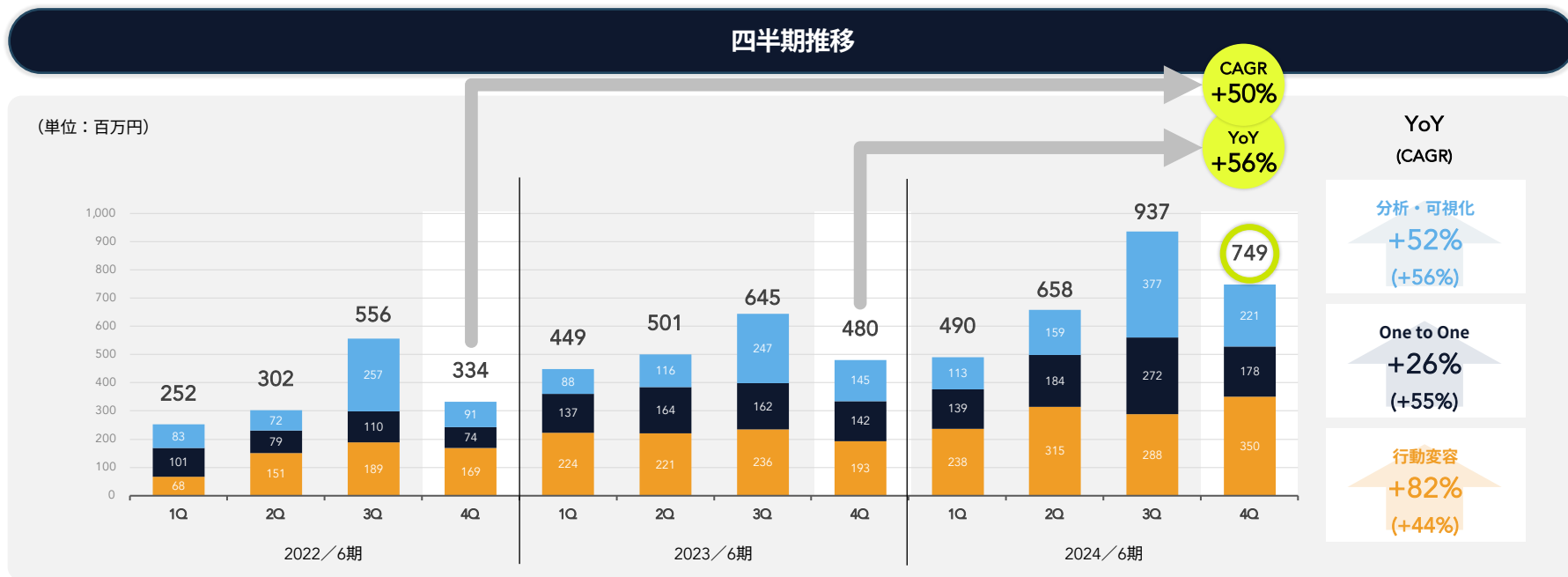
- 分析・可視化の売上高上昇と、行動変容・One to One利益率改善により、売上高以上の粗利成長を実現

- 売上高・粗利・販管費率の改善により、4Qで初めての営業利益の黒字転換

※1... 間接原価を除いた粗利（売上高）－（直接原価）

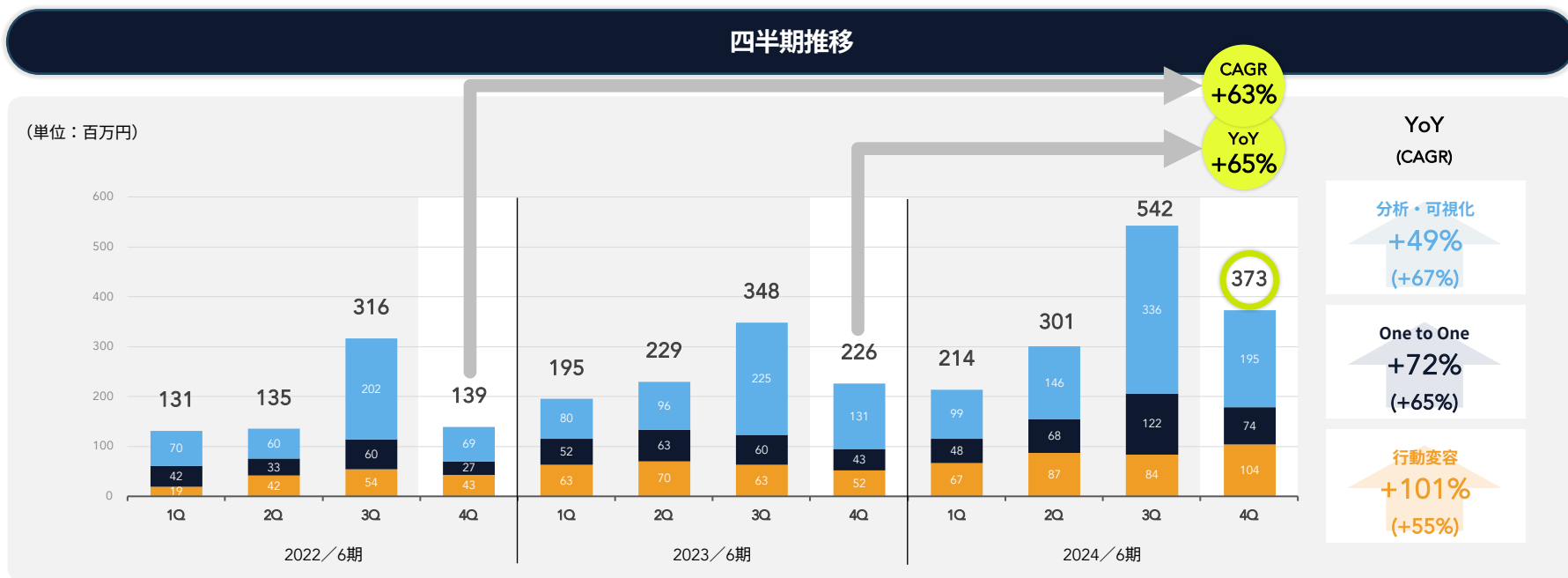
売上高：YoY +57%の力強い成長

- 通常は落ち込む4Qだが、リカーリング売上高の安定推移によりYoY+56%、CAGR+50%で749百万円。
- 全サービスが伸びているが、リテールメディアの立ち上がりが堅調で行動変容、分析・可視化の伸びが顕著。



粗利（売上 - 直接原価※）：売上高成長以上の粗利成長

- 全サービスが大きく成長し、売上高以上の粗利成長を実現。

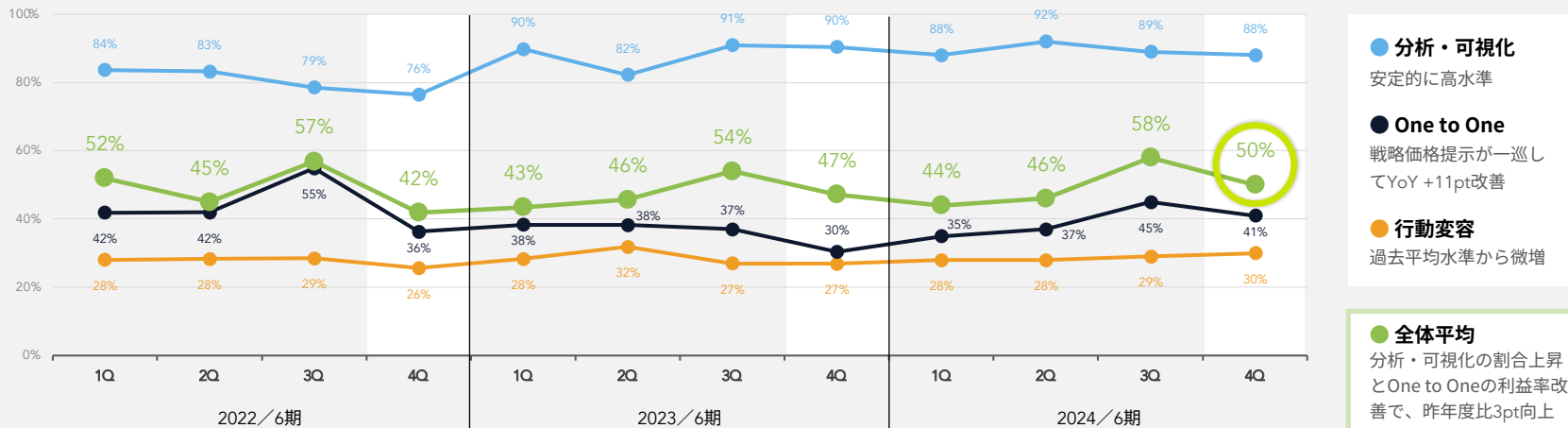


※間接原価は除いた粗利

粗利率 (売上 - 直接原価 ※) : YoY 3ptの改善

- 分析・可視化の売上高上昇と、行動変容・One to One利益率改善により、YoY +3pt。

四半期推移



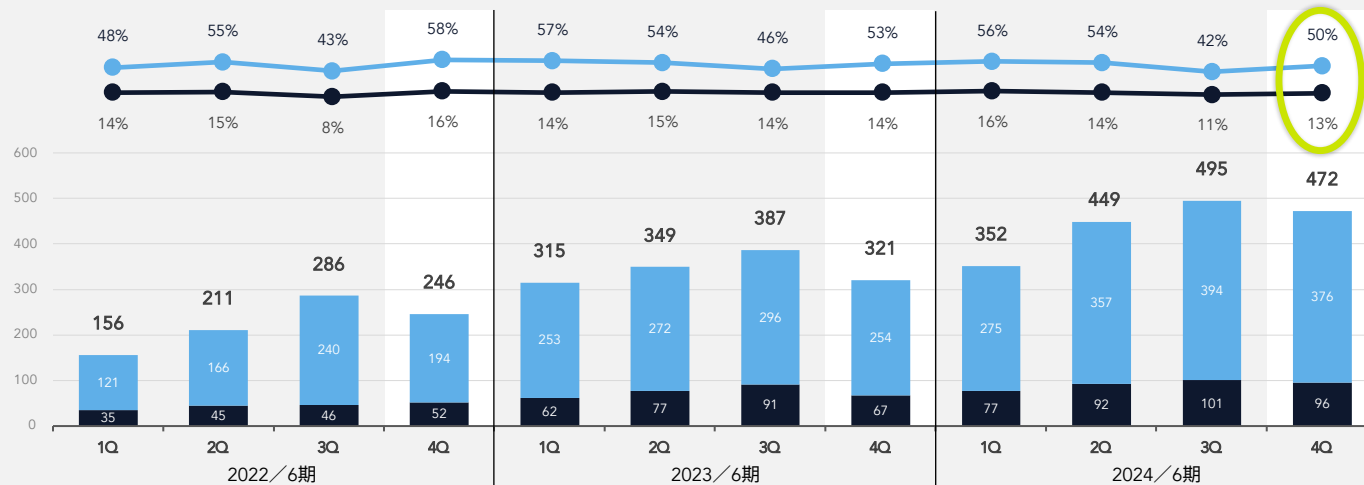
※間接原価は除いた粗利

原価：直接・間接合わせてYoY 4pt改善

- 直接原価率はサービス粗利率改善（前述）により、YoY 3pt改善。
- 間接原価率もインフラ費用の適切なコントロールにより、YoY 1pt改善。

四半期推移

(単位：百万円)



● 直接原価

- YoY 3pt改善（前述）
- 内訳
 - 行動変容 65% (媒体費等)
 - One to One 28% (外注費等)
 - 分析・可視化 7%

● 間接原価

- YoY 1pt改善。インフラ費用の適切なコントロールが奏功
- 内訳
 - インフラ費用 57%
 - 人件費・地代家賃配賦 39%

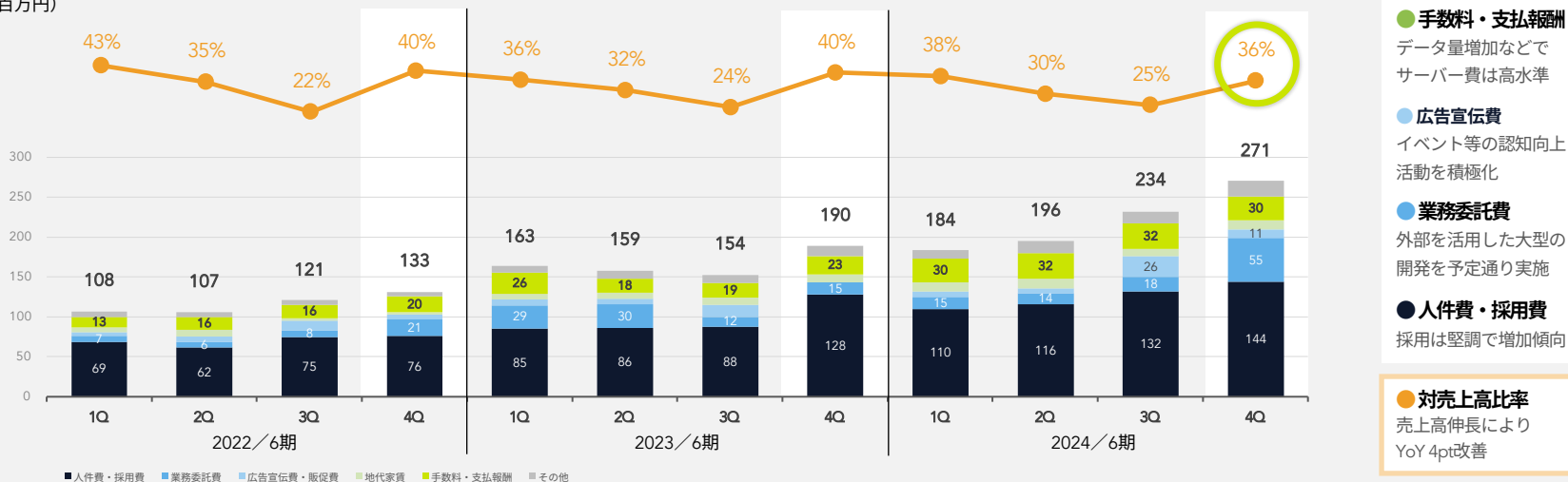
2. 2024年6月期 第4四半期実績

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販管費率はYoY 4pt改善

- 売上高伸長により販管費率はYoY 4pt改善。
- 体制強化に伴う採用は堅調に進んでおり、継続的に増加。外部を活用した大型開発は予定通り4Qに実施。

四半期推移

(単位：百万円)

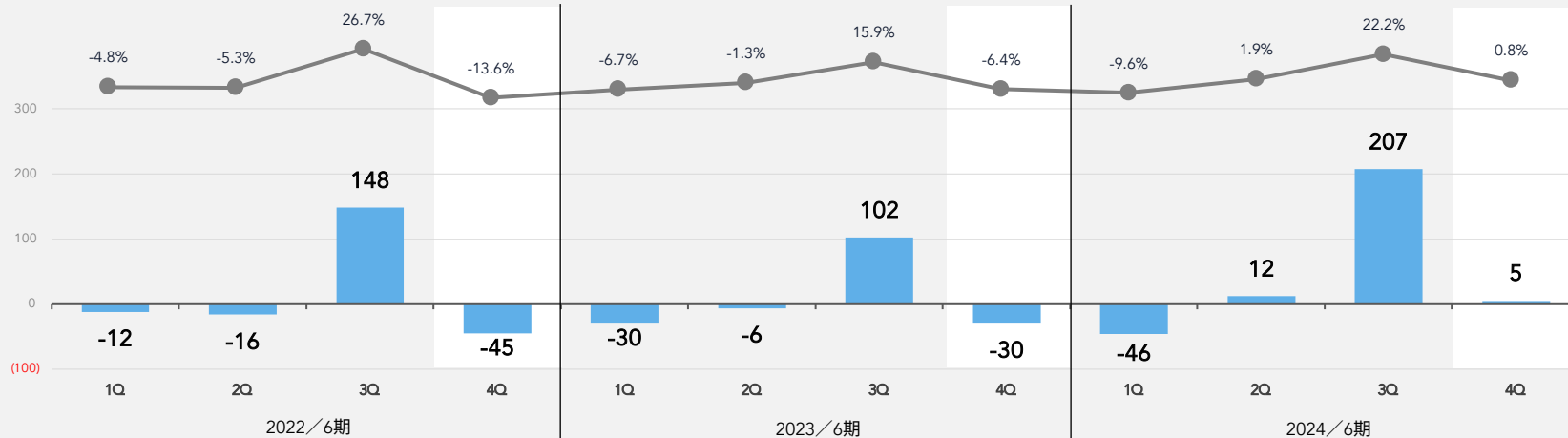


営業利益：4Qで初めての黒字転換

- 売上高、粗利率、販管費率、全ての指標が改善し、営業利益は初めて黒字着地。

四半期推移

(単位：百万円)



INDEX

1. 2024年6月期 通期実績

2. 2024年6月期 第4四半期実績

3. 2025年6月期 業績予想

4. 中期成長戦略

5. 事業概況

6. 財務情報



通期業績予想

売上高
(前年度比)

3,746 百万円
(+32%)

粗利
(前年度比)

1,843 百万円
(+29%)

営業利益
(前年度比)

240 百万円
(+34%)

当期純利益
(前年度比)

138 百万円
(+103%)

サマリー

- リテールDXとリテールメディアを積極拡販し、リカーリング顧客を積み上げることで売上高は32%成長の3,746百万円を見込む
- 損益分岐を超えた成長により、営業利益は+34%成長で 240百万円、当期純利益は +103%成長で 138百万円 を目指す

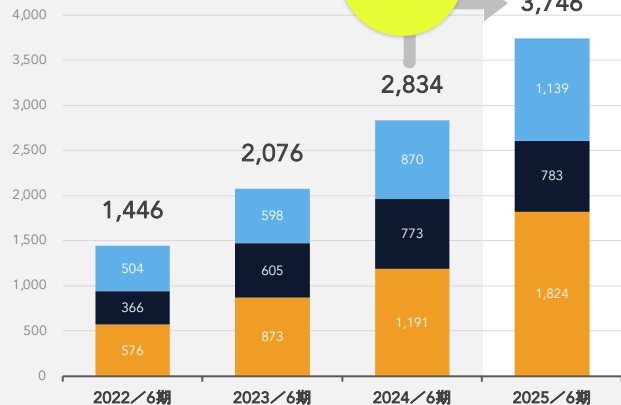
3. 2025年6月期 業績予想

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、+32%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
+32%

分析・可視化
+31%

One to One
+1%

行動変容
+53%

いずれも前年度比

リカーリング顧客の見込み

2024年6月期顧客数

203 社

リカーリング顧客

109 社

新規または取引中

94 社

2025年6月期顧客数

288 社

リカーリング顧客

142 社

新規または取引中

146 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33社増やし、142社を目指す。

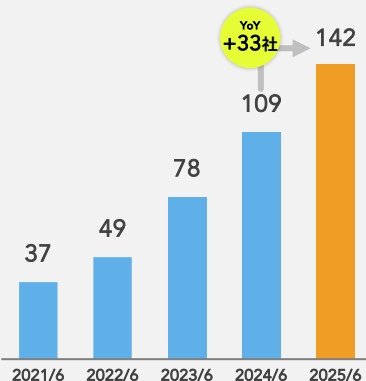
新しいリカーリング顧客が増えても全体の年間顧客単価は維持を予定。

リカーリング売上高比率

期	比率
2021/6	91%
2022/6	86%
2023/6	90%
2024/6	90%
2025/6	88%

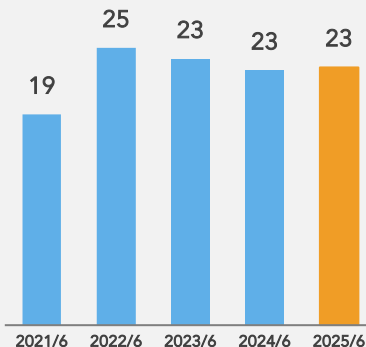
リカーリング顧客数^{*1}

(単位：社)

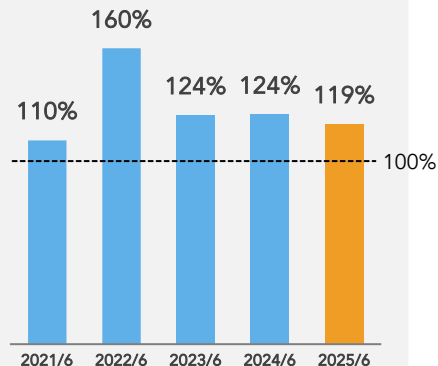


リカーリング年間顧客単価

(単位：百万円)



NRR^{*2}



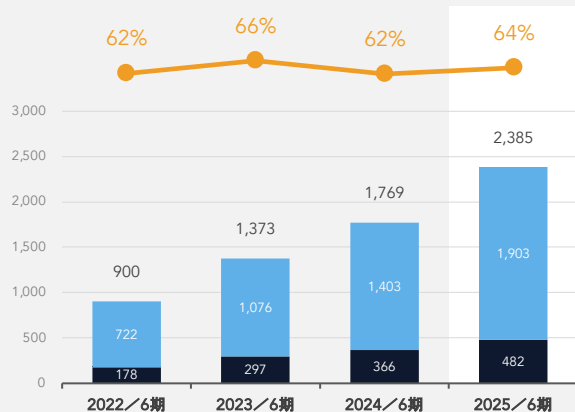
3. 2025年6月期 業績予想

原価、販売費及び一般管理費

原価率は過去平均を維持予定だが、販管費は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

主に行動変容の広告媒体原価、One to Oneの外注費

● 間接原価

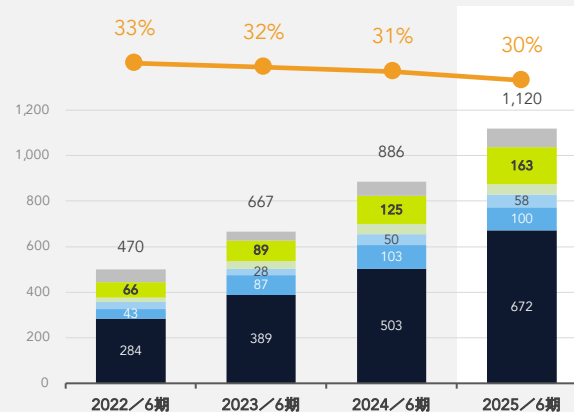
- データ量拡充に伴うインフラ費用増加
- 人件費・地代家賃(配賦分)が増加

● 対売上高比率

原価率は過去平均を維持予定

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

● 広告宣伝費

イベント等を中心に効果的に展開

● 業務委託費

プロダクト投資の継続

● 人件費・採用費

需要増とプロダクト開発のため採用強化

● 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

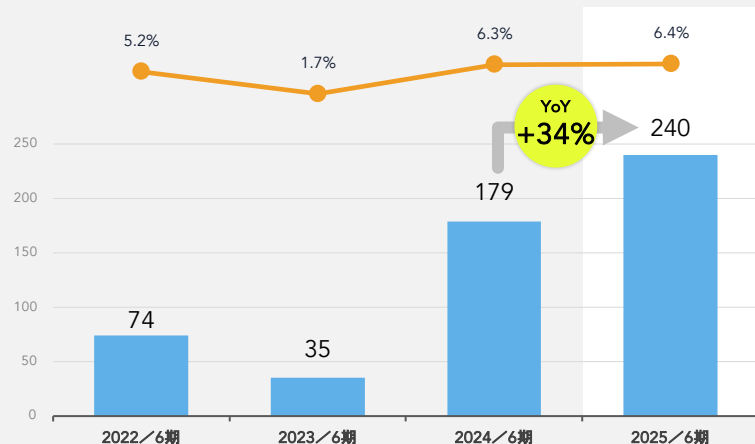
3. 2025年6月期 業績予想

営業利益、当期純利益

営業利益はYoY+34%で240百万円（営業利益率6.4%）、当期純利益はYoY+103%で138百万円（当期純利益率3.7%）を目指す。

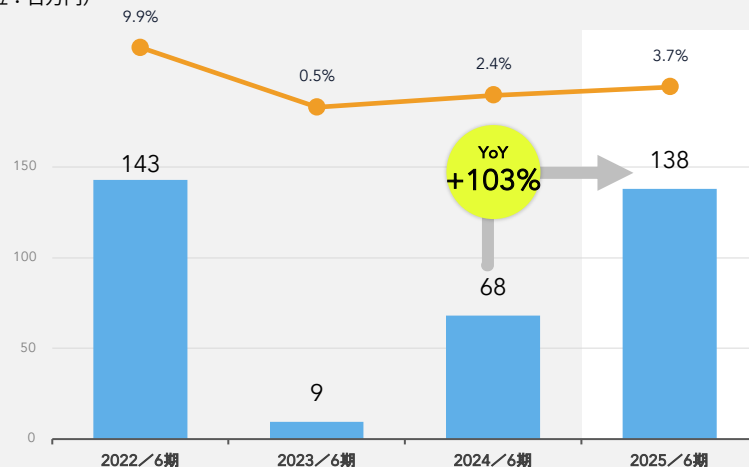
営業利益

(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
グローバル・スマートシティ・リテールメディア等の新事業サービスの開発	<ul style="list-style-type: none"> ● 開発を推進するための人件費・採用費 ● 業務委託費（初期開発の一部） ● プラットフォームのインフラ費 	63百万円
データ量増加に伴うインフラ費用最適化のためのデータウェアハウス開発	<ul style="list-style-type: none"> ● 開発を推進するための人件費・採用費 ● 業務委託費（ケーパのある人材） 	20百万円
中期計画実現のための資本出資・提携推進	<ul style="list-style-type: none"> ● 業務委託費 （コンサルティング・デューデリジェンス） 	10百万円
合計		93百万円

2025年6月期 投資前営業利益※

333

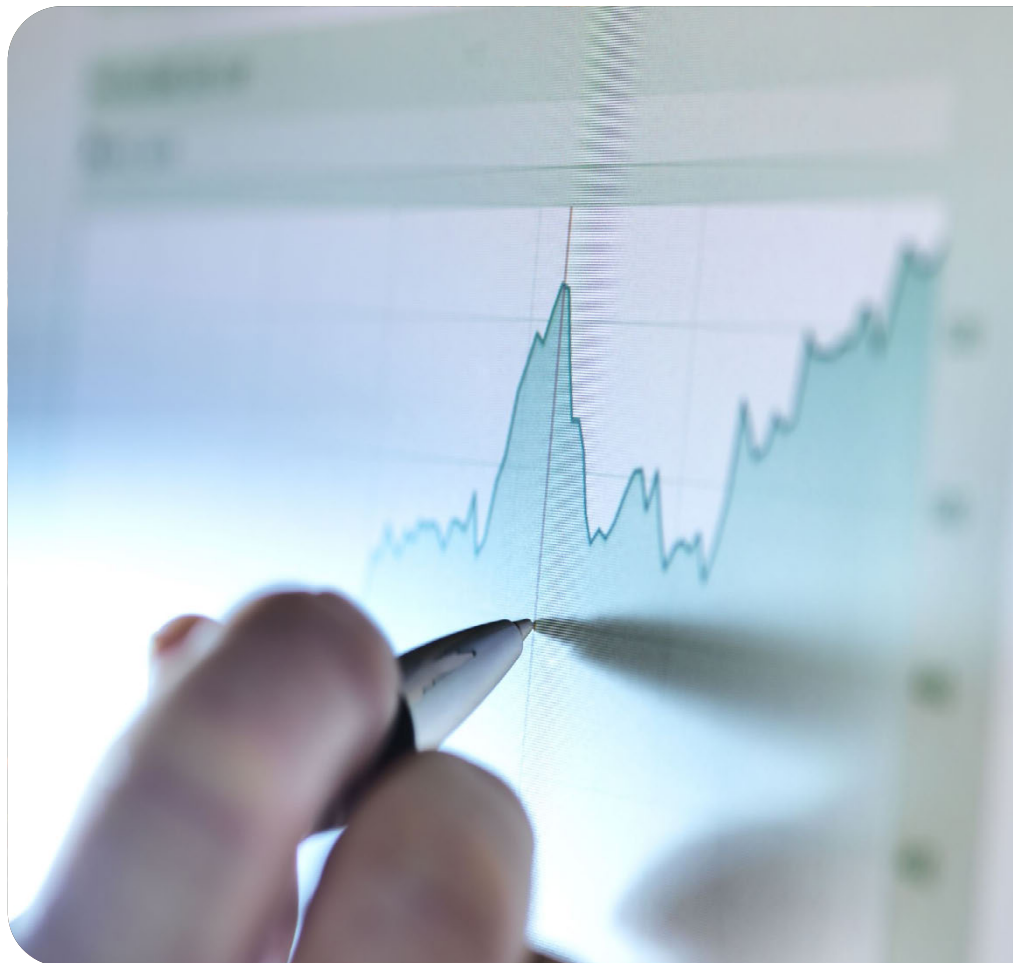
 百万円

（営業利益率8.9%）

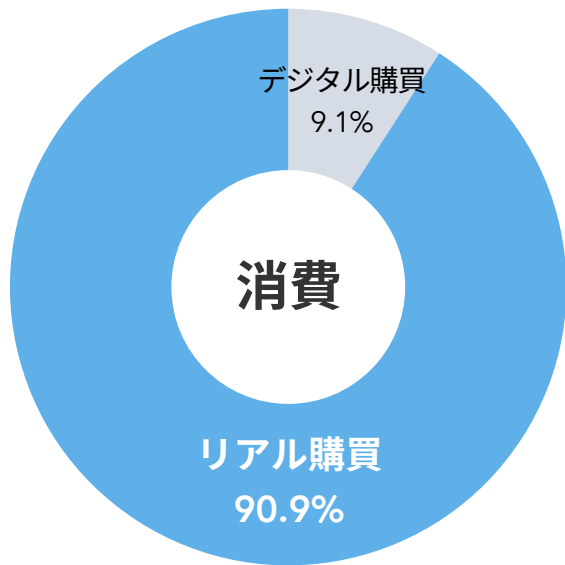
※営業利益240百万円に投資総額を加算

INDEX

1. 2024年6月期 通期実績
2. 2024年6月期 第4四半期実績
3. 2025年6月期 業績予想
- 4. 中期成長戦略**
5. 事業概況
6. 財務情報



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

4. 中期成長戦略

リアル社会をデータ化し、流通業・まちづくりの課題を解決

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。



4.2億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

人流ビッグデータ

合計4.2億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

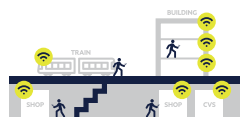
屋外・路面店



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4.2億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みデータ)

エリアカレッジ

月間840億件の
ログ

217万か所以上の
屋内・地下

(ビル・商業施設・駅・空港・地下街・小売・外食・電車)

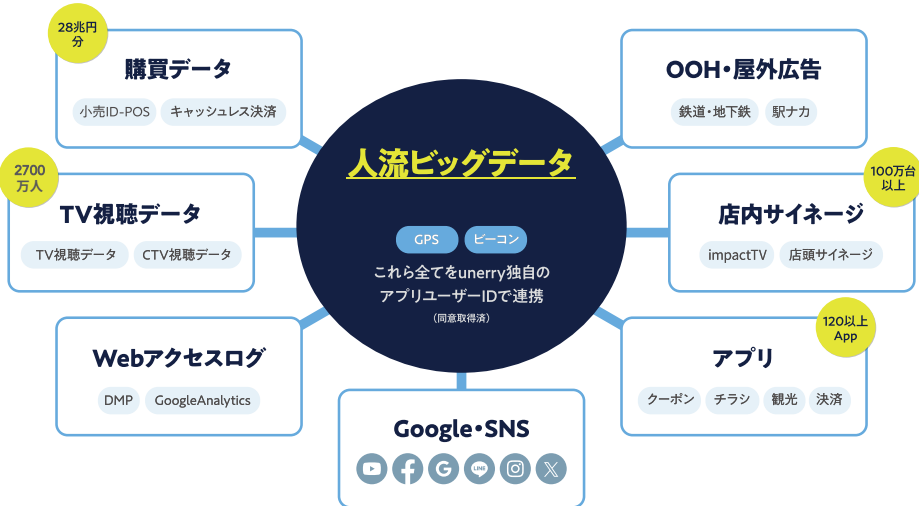
主な用途

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

来店計測や屋内測位
などに利用

データ・メディア統合

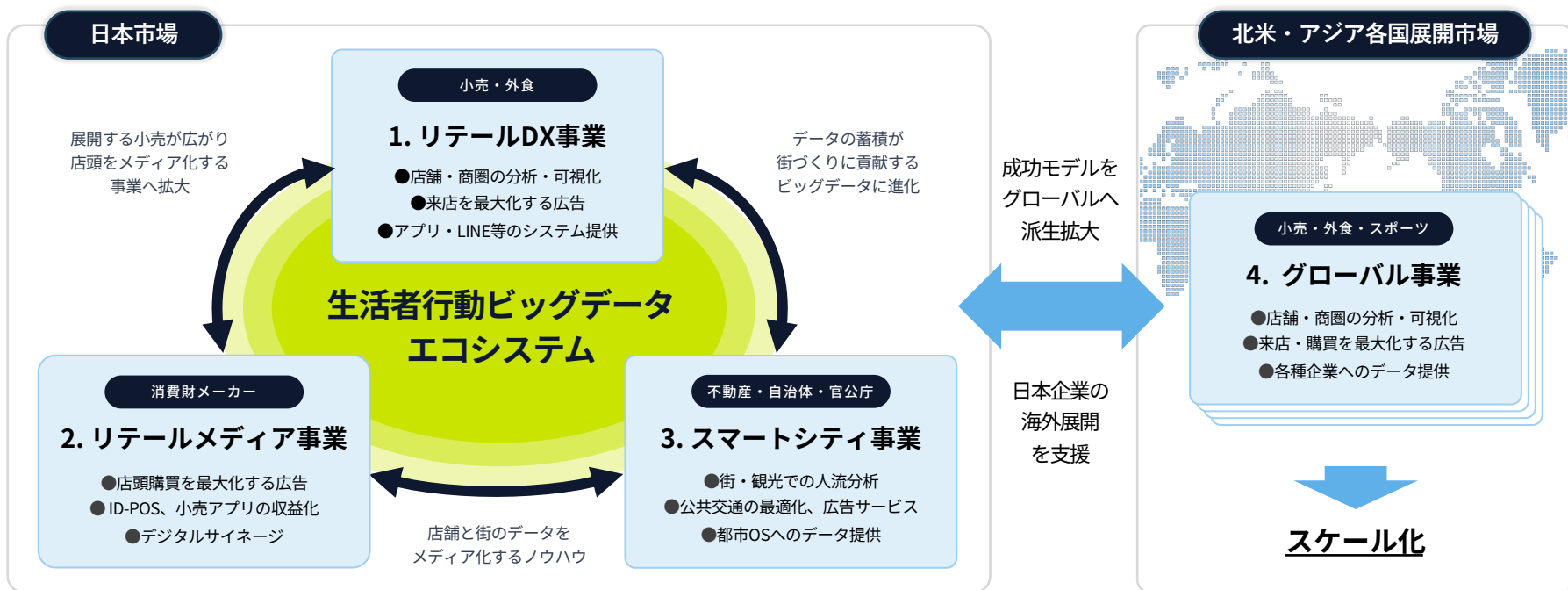
独自のアプリユーザIDを核に、さまざまな生活者データと連携・意味付け。
また、多様なメディアでの統合的なコミュニケーションを実現。



4. 中期成長戦略

リテールDXを主軸とした4事業を展開

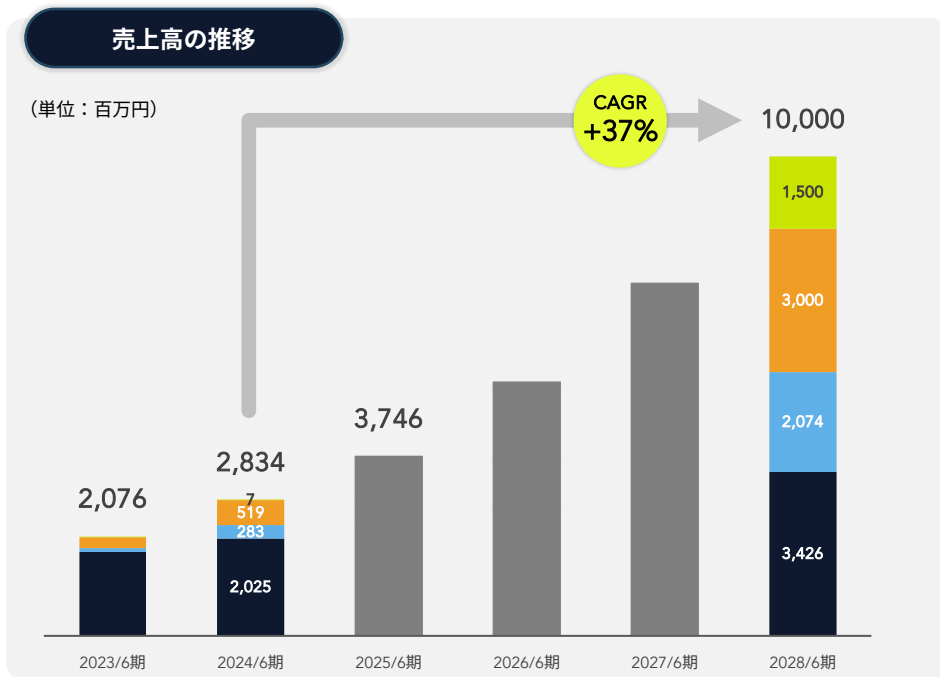
各事業で培ったノウハウが次の事業へとつながり、エコシステム（事業・データ・価値）が増大していく。
さらに日本で培った成功モデルをグローバルへ派生拡大し、スケール化を図る。



4. 中期成長戦略

新事業が大きく成長して売上高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。



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

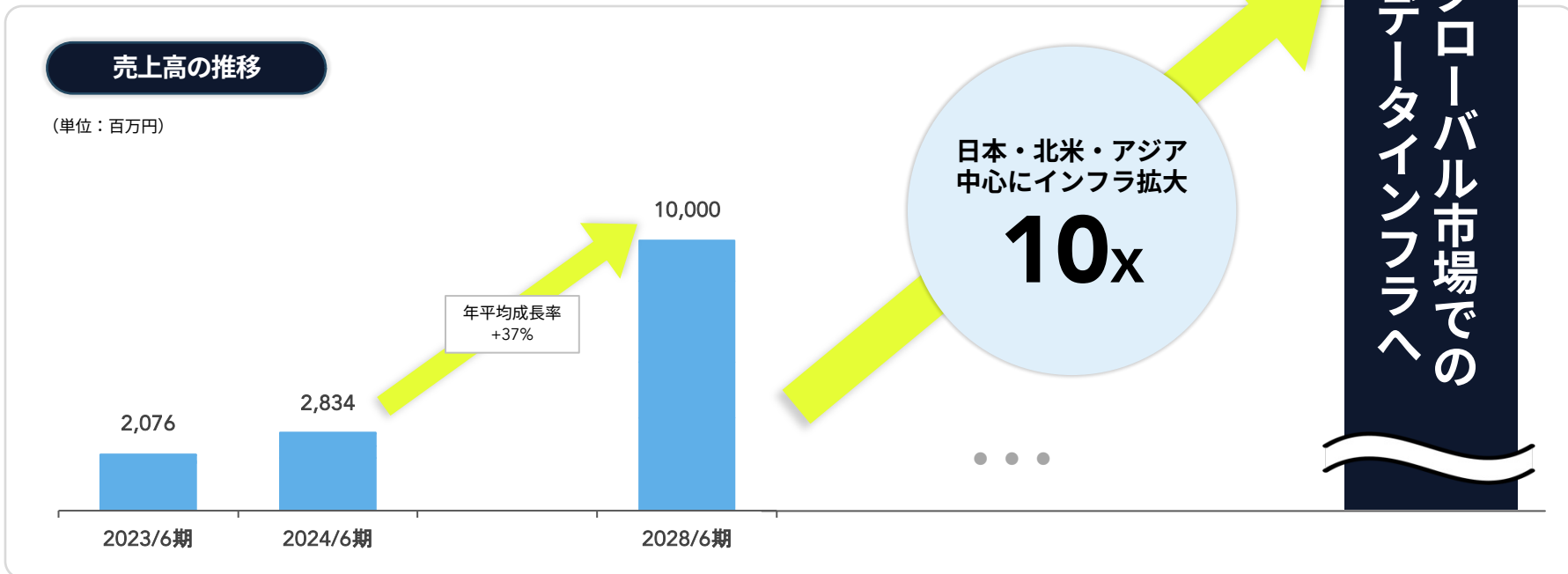
小売・外食

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

4. 中期成長戦略

売上高100億円の先にはグローバル市場のデータインフラを目指す

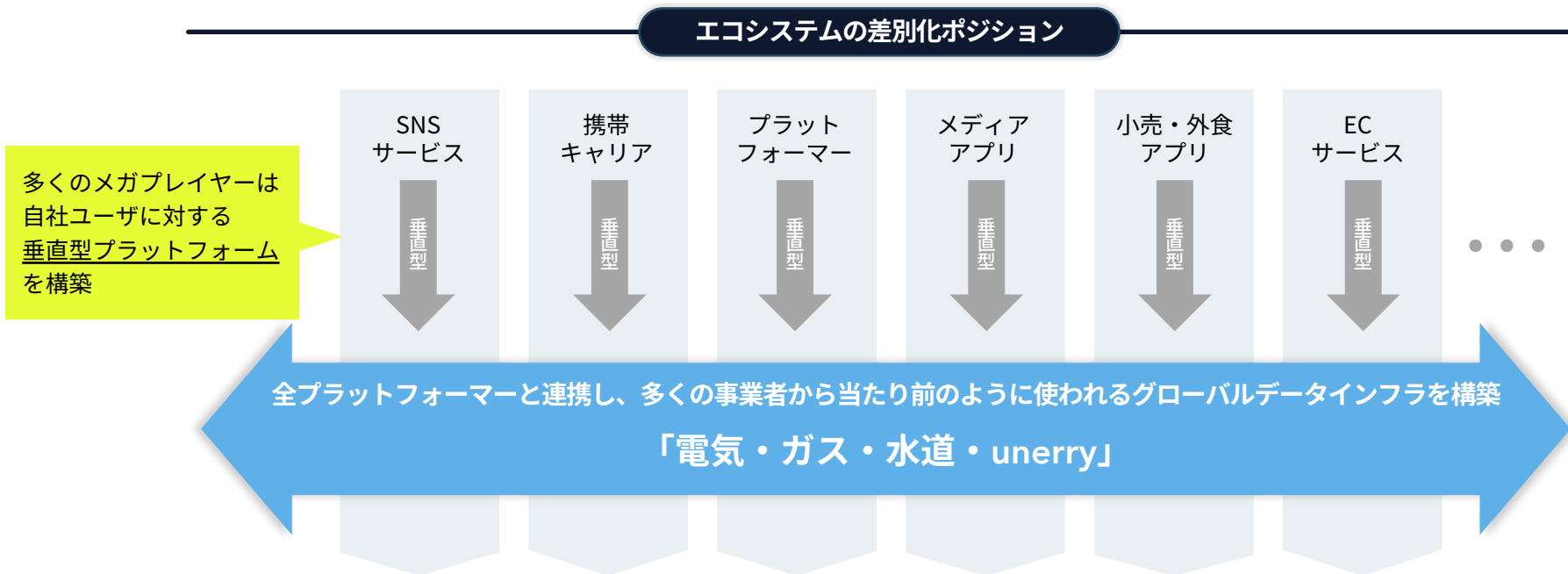
売上高100億円で日本・北米で一定の市場を獲得した先には、
グローバル市場でのデータインフラとして圧倒的な存在を目指す。



4. 中期成長戦略

電気・ガス・水道のように使われるグローバルデータインフラへ

多くのメガプレイヤーが自社ユーザ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（レイヤーマスター）を確立していく。



4. 中期成長戦略

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」

INDEX

1. 2024年6月期 通期実績
2. 2024年6月期 第4四半期実績
3. 2025年6月期 業績予想
4. 中期成長戦略
- 5. 事業概況**
6. 財務情報



5. 事業概況

会社概要・リーダーシップグループ

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 72名（2024年6月末）

事業領域 生活者行動ビッグデータエコシステム「Beacon Bank」の運営

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



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
CTO
伊藤 清香



執行役員
Chief Evangelist
今泉 ライアン



リテール&メディア
シニアバイスプレジデント
一枝 悟史



プラットフォーム
シニアバイスプレジデント
山口 結樹



セールス
シニアバイスプレジデント
星 雄大

5. 事業概況

1. リテールDX事業

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）4.2億IDは最大リーチ可能なID数（2024年6月末時点）でユーザー重複あり

5. 事業概況

1. リテールDX事業：パートナーシップ



5. 事業概況

1. リテールDX事業：サービスアップデート

Beacon Bank

来店計測 for WEB

どのWEBコンテンツ・流入経路が実来訪につながったか？
広告戦略・コンテンツマークを支える
ダッシュボードを提供開始！

- WEB閲覧した人の…
- 来店を計測！

- 店舗をお持ちでない企業様も導入可能
- WEBサイト閲覧の残存効果日数を柔軟に設定可能
- 導入作業は「数分」で、手軽に利用開始！

● WEB経由来店率
WEBコンテンツを閲覧してから来店した人の割合

● 来店貢献率
コンテンツ別やURLパラメータ別に来店貢献率を分析

URL	閲覧数	来店数	来店率
http://www.beaconbank.com/	100,000	10,000	10.0%
http://www.beaconbank.com/ads/	50,000	5,000	10.0%
http://www.beaconbank.com/products/	20,000	2,000	10.0%
http://www.beaconbank.com/contact/	10,000	1,000	10.0%
http://www.beaconbank.com/about/	5,000	500	10.0%

Beacon Bank AD

人流データで消費者の日常実行動を捉え、「来店」「来棚」「購買」効果が最適化する広告

さまざまなメディアで「配信」と「実効果計測」が可能！
動画サイト・SNS・WEBサイト・スマホアプリなど
配信面やフォーマットも多彩です。

- 流通店舗のデジタル集客なら！
人流ビッグデータで、変化する商圏を常に捉えることで競合流出や離反にも即時対応！
来店数最大化に向けた集客広告・来店計測を実施。
- 消費財メーカーの販促PRなら！
各リテールに来訪する消費者の行動嗜好性を分析し購入意向が高まりやすい消費者に多層的にリーチ。ブランド想起率や購入意向を引き上げる訴求を実現！
- 成果が見えるリテールメディアなら！
人流×購買データによる消費者コミュニケーションと分析。購入履歴に応じた広告配信/配信対象の拡張も自在！
データに基づいたブランドコミュニケーションを可能に。

TV・コネクトTV・DOOH広告
認知拡大

主要アプリやSNSでのデジタル広告
想起率UP

BBフッシュアフィリエイト
リアルタイム訴求力

店舗利用傾向

ライフスタイル

広告配信費購入分析

18-24歳 10%

25-34歳 20%

35-44歳 30%

45-54歳 25%

55-64歳 15%

3ヶ月集客率 15%

1ヶ月集客率 10%

集客の予算最適化手法の開発

メディアごとの来店人数貢献サマリ

● 威チラシ ● LINE店舗アカウント ● Google広告 ● SNS広告 ● 動画広告-TVCM

マーケティング施策による増分のみを表示(施策に不要なレイアウト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

■ メディア別コストシェア ■ 来店人数シェア

Beacon Bank for インバウンド

訪日外国人旅行者のリアルタイム人流を捉えた分析・可視化、広告配信、来訪計測を開始！

分析・可視化

国籍・来訪地・滞在時間・興味関心

効果測定

来訪計測・来店計測

広告配信

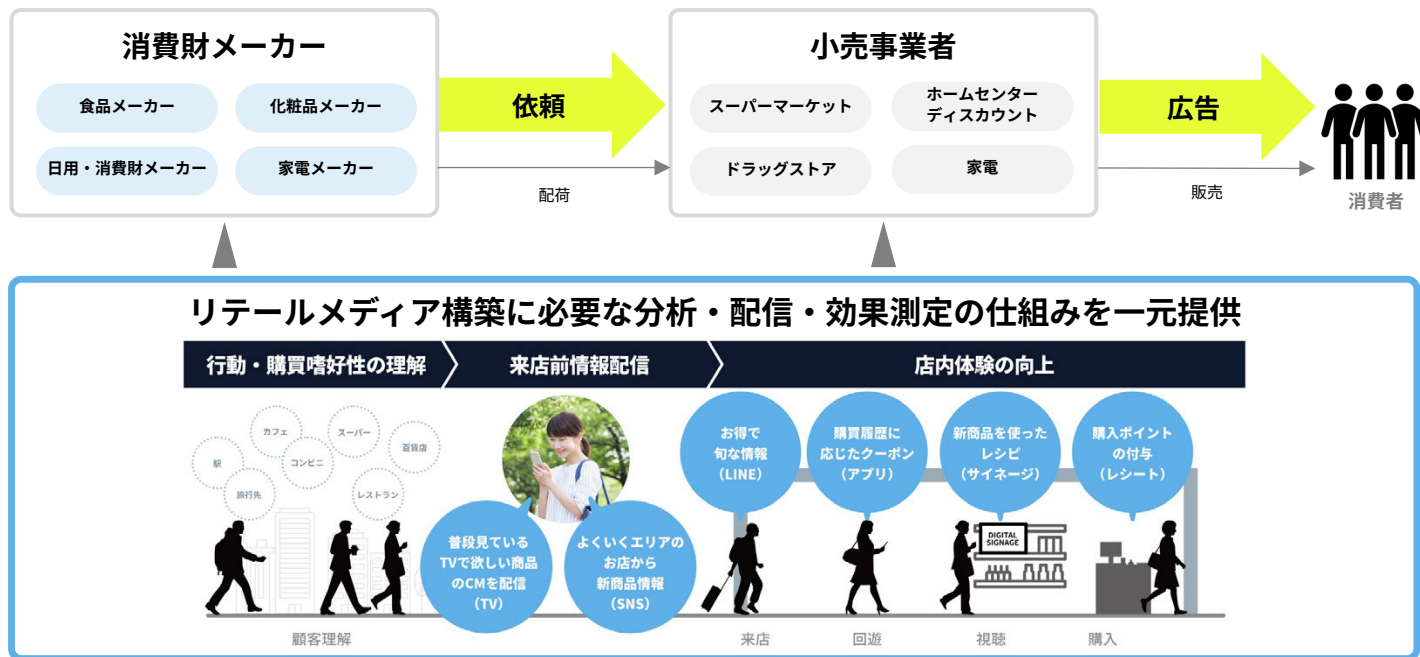
デジタル広告・プッシュ配信・サイネージ

unerry

5. 事業概況

2. リテールメディア事業

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。



5. 事業概況

2. リテールメディア事業：パートナーシップ・サービスアップデート

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

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

×

unerry

- 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

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！

時間帯別・放送局別での分析も可能！

unerry | Sales+ | dentsu
tokyo/osaka/nagoya

カイバラボとunerryが連携

PPIHグループのリテールメディアサービスを拡充

KaibaLab

国内約1,400万ユーザーの「majicaアプリ」購買データ

=

unerry

来店と行動嗜好性を捉える国内1.5億IDの人流データ

広告主代理店 → 発注 → CRITEO → 入札リクエスト / 広告配信 → 媒体 → 消費者

データマッチング

unerry

GPS (iBeacon) → 来店

- 約120種類以上の連携アプリの位置情報ビッグデータからカフェに滞在履歴があるユーザー群を抽出
- 位置情報によりキャンペーンからの来店を計測

5. 事業概況

2. 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。

3. スマートシティ事業

自治体・不動産・
公共交通事業者の
まちづくり支援実績

21 都道府県



支援例

Be Smart Tokyo

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

5. 事業概況

3. スマートシティ事業：支援例



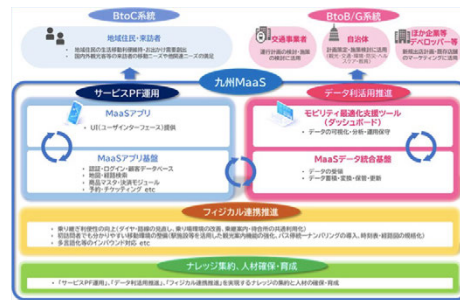
メタ観光マップ」を活用したにぎわい・回遊性の
創出プロジェクト 東京都の「東京データプラット
フォーム ケーススタディ事業」に採択

MIZUHO
みずほ銀行

unerry

META
Tourism

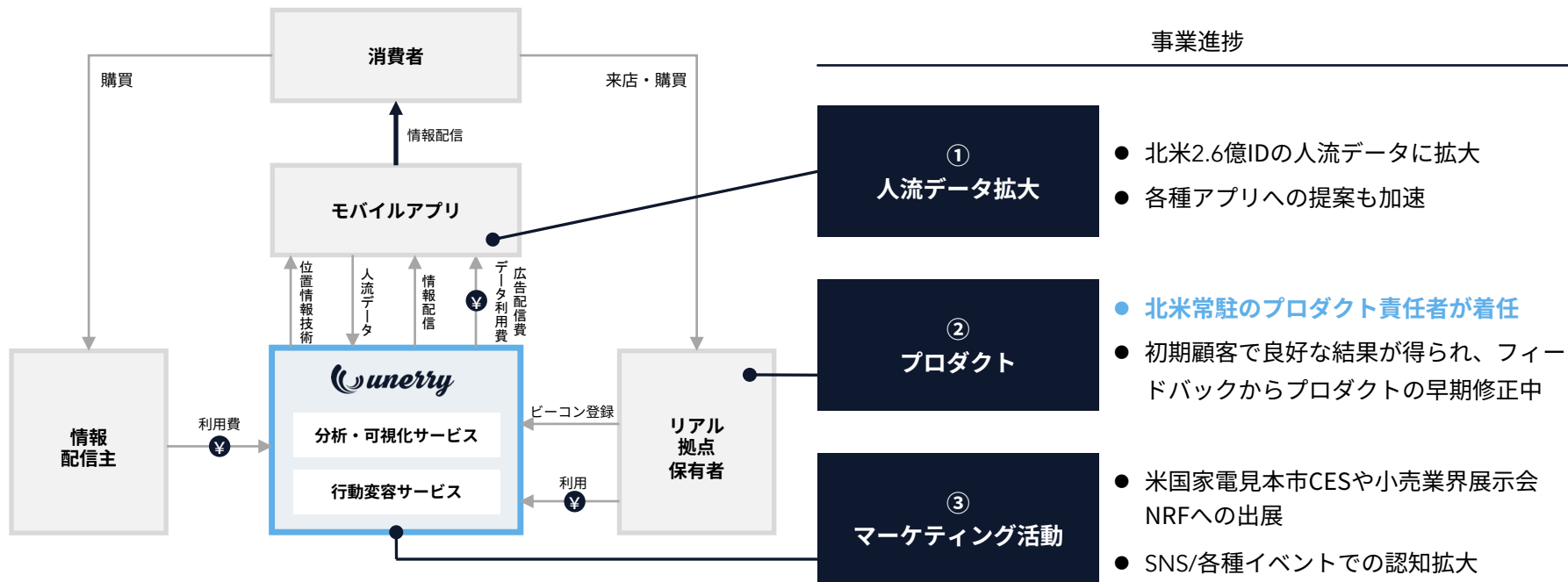
九州MaaS協議会での人流データ活用



5. 事業概況

4. グローバル事業

- 売上貢献は課題だが、初号案件の事例化や周知活動に注力中。
- 北米に着任したプロダクト責任者を中心とした体制により、初期顧客のフィードバックからの早期改善と来期以降の売上に繋げる。



5. 事業概況（競争優位性）

競争優位性：リカーリング性の高い収益モデルを構築

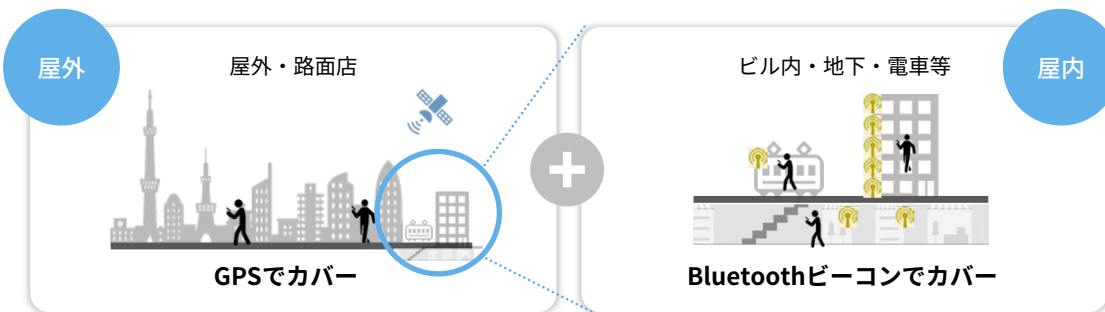


※1... 4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業からの売上高

5. 事業概況 (競争優位性)

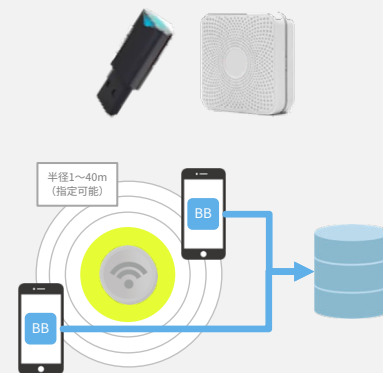
リアル行動ビッグデータ (屋内外の人流データ)

合計4.2億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840億件※1以上のログ、217万個※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4.2億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840億件以上のログ	217万カ所以上の屋内・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



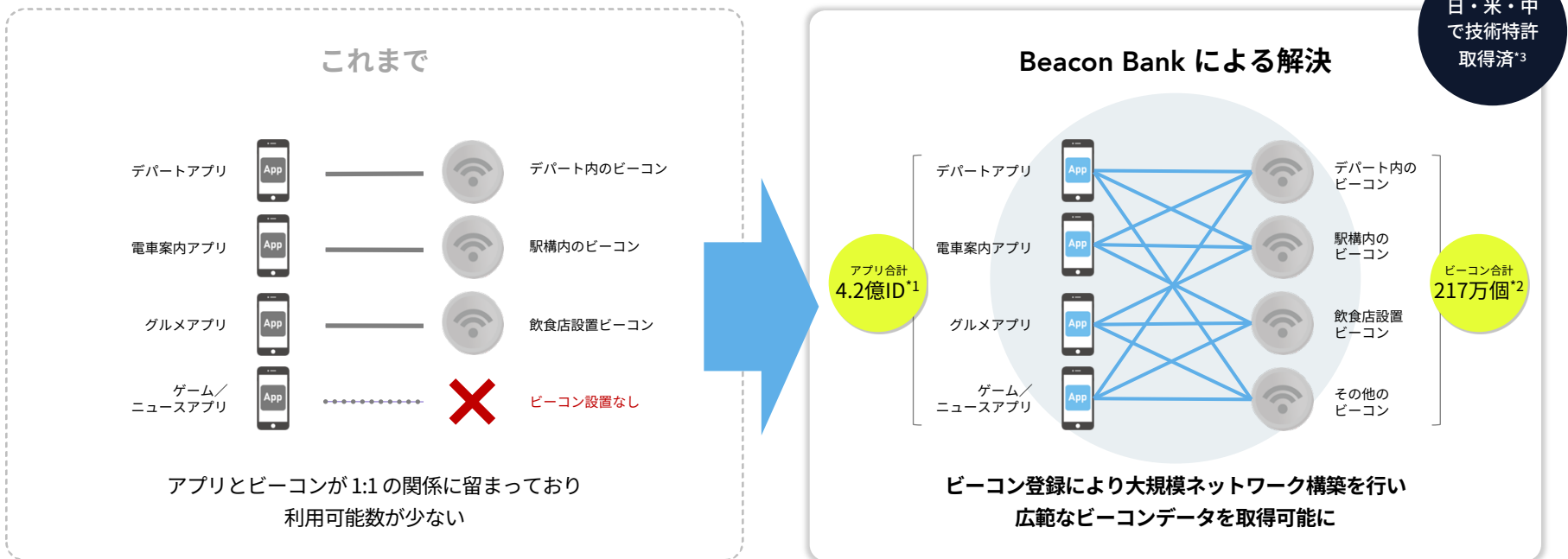
ビーコンは無線電波を一方通行で発信、
スマホアプリ*が電波をキャッチし
サーバにビーコン反応を記録

*Beacon Bank SDK搭載のアプリ

5. 事業概況（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。



※1、※2... 2024年6月末時点 ※3...特許第5991793号 (2016年8月) 日本・米国・中国

5. 事業概況（競争優位性）

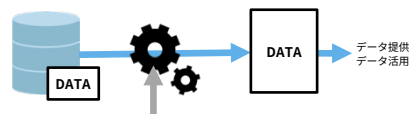
リアル行動ビッグデータ（個人を特定しない安全なデータ）

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。

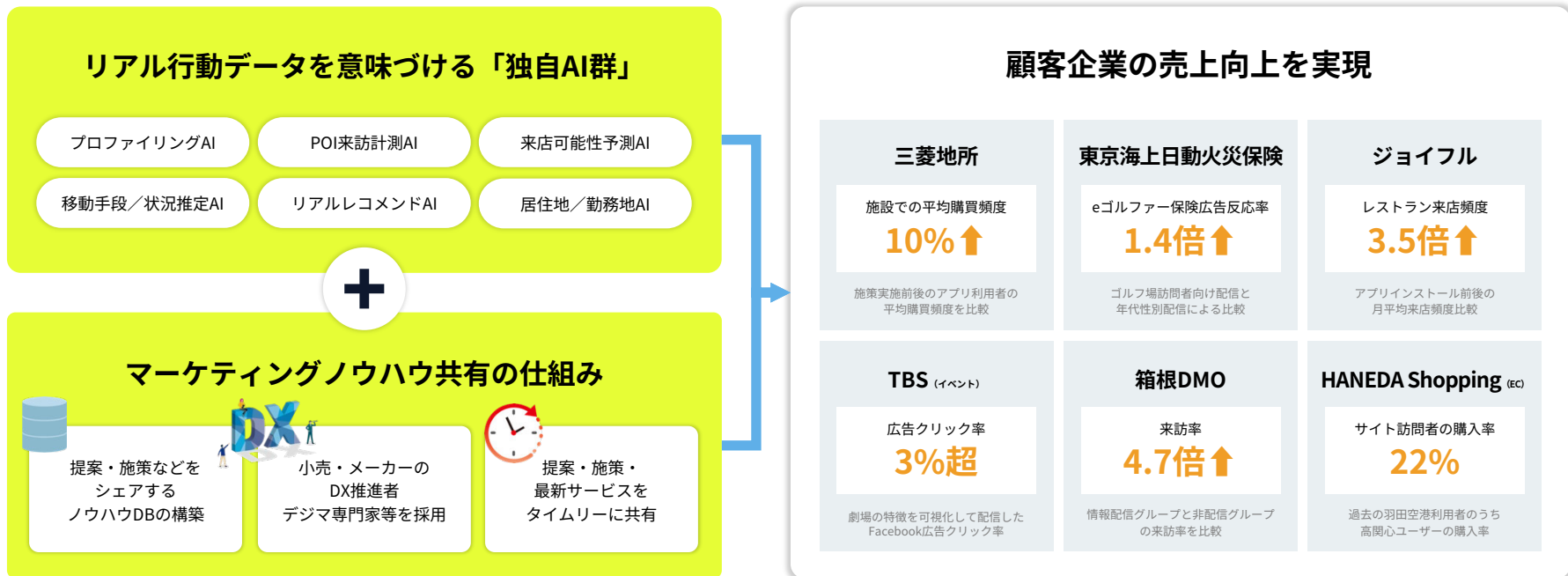
unerryでは、2022年10月に認定取得。

※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」

5. 事業概況 (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。



5. 事業概況 (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



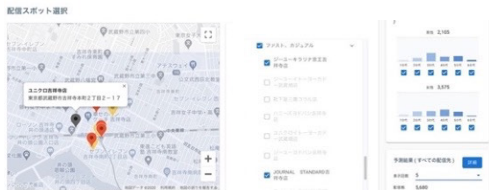
徒歩・自動車・電車などの移動手段、日常・非日常を推定

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



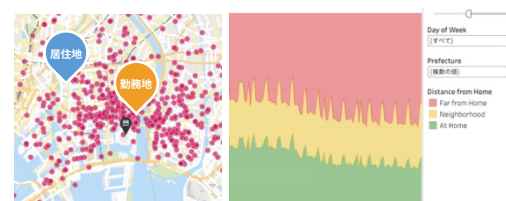
次にどの店舗を訪問する可能性があるかを
推定してレコメンドするAIエンジン

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

5. 事業概況（競争優位性）

事業提携・クロスセル

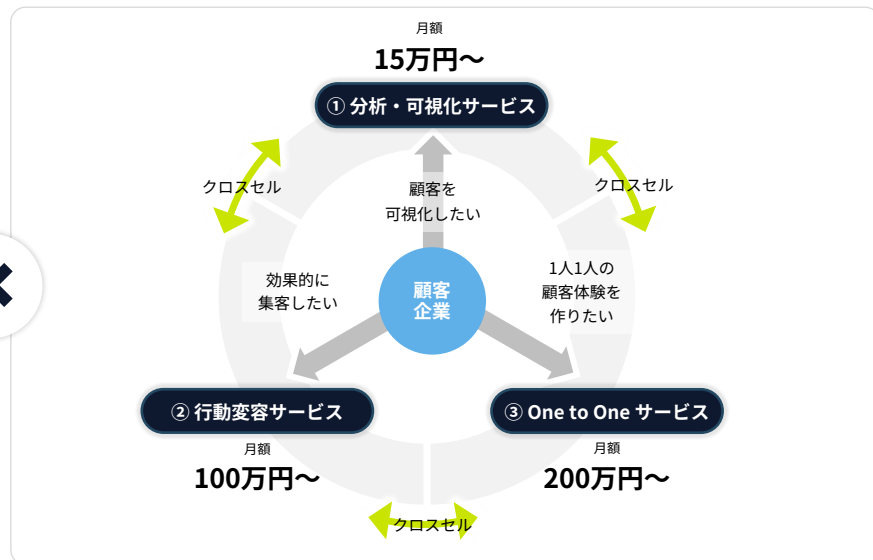
業界大手企業との業務提携／連携と、顧客企業のニーズに合わせた提供サービスの多様化により、顧客数増加×顧客単価向上の成長を実現。

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・ リテールメディア
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		CISCO	Wi-Fiアクセス ポイントのビーコン化
2021/6期	三菱商事	スマートシティ・ 小売DX	2024/6期	databricks	人流データのマーケット プレイス提供
	CAINZ	小売データビジネス		CRITEO	店舗集客に最適化した 広告サービス



提供サービス多様化／クロスセルによる「② 顧客単価向上」



5. 事業概況 (競争優位性)

事業提携・クロスセル (① 顧客数の増加)

2024年6月期のリカーリング顧客数

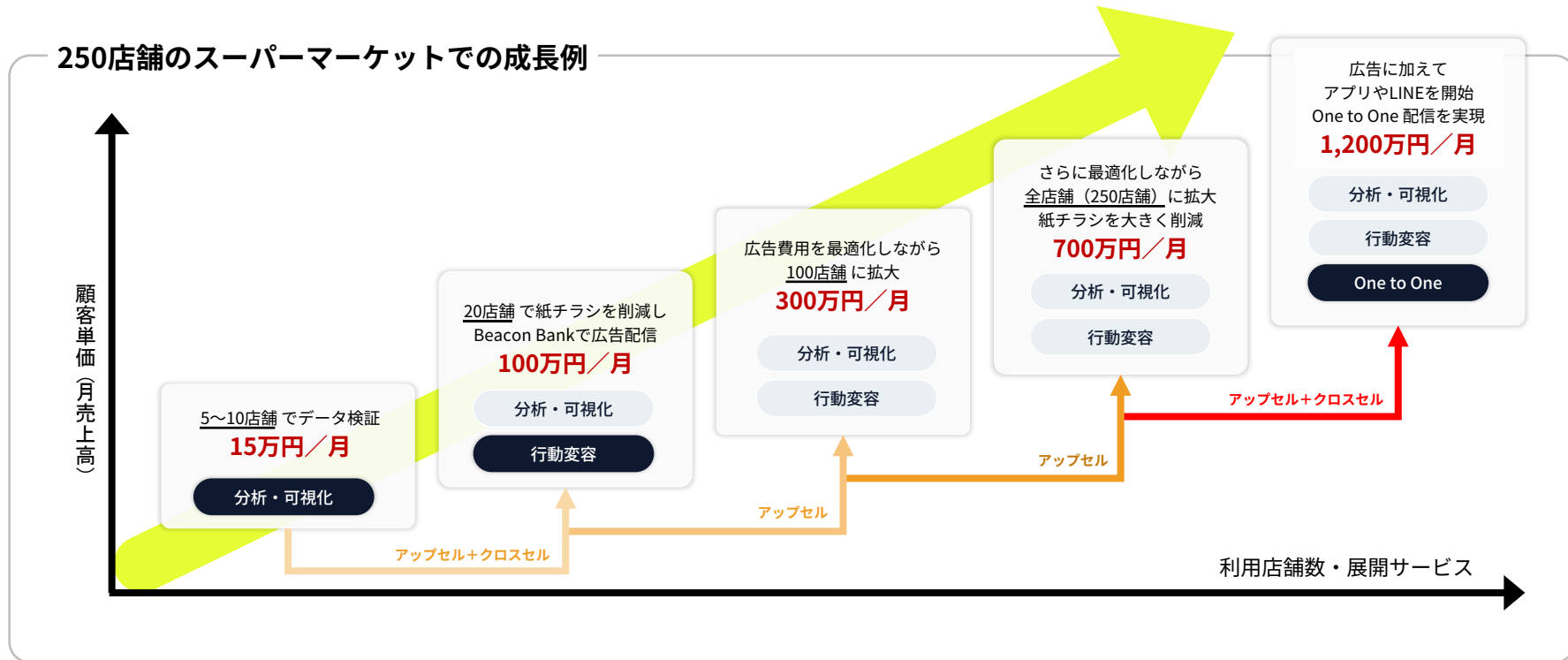
109社

小売 外食	スーパー・GMS	ドラッグストア	ホームセンター	百貨店・商業施設	外食
					
メーカー 卸	食品商社	食品	菓子・飲料	インテリア	コスメ
					
街づくり	公共交通	国・自治体	レジャー	エリア開発	都市OS・モビリティ
					
メディア 広告	アプリ	広告・販促	TV	金融	
					

5. 事業概況 (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。

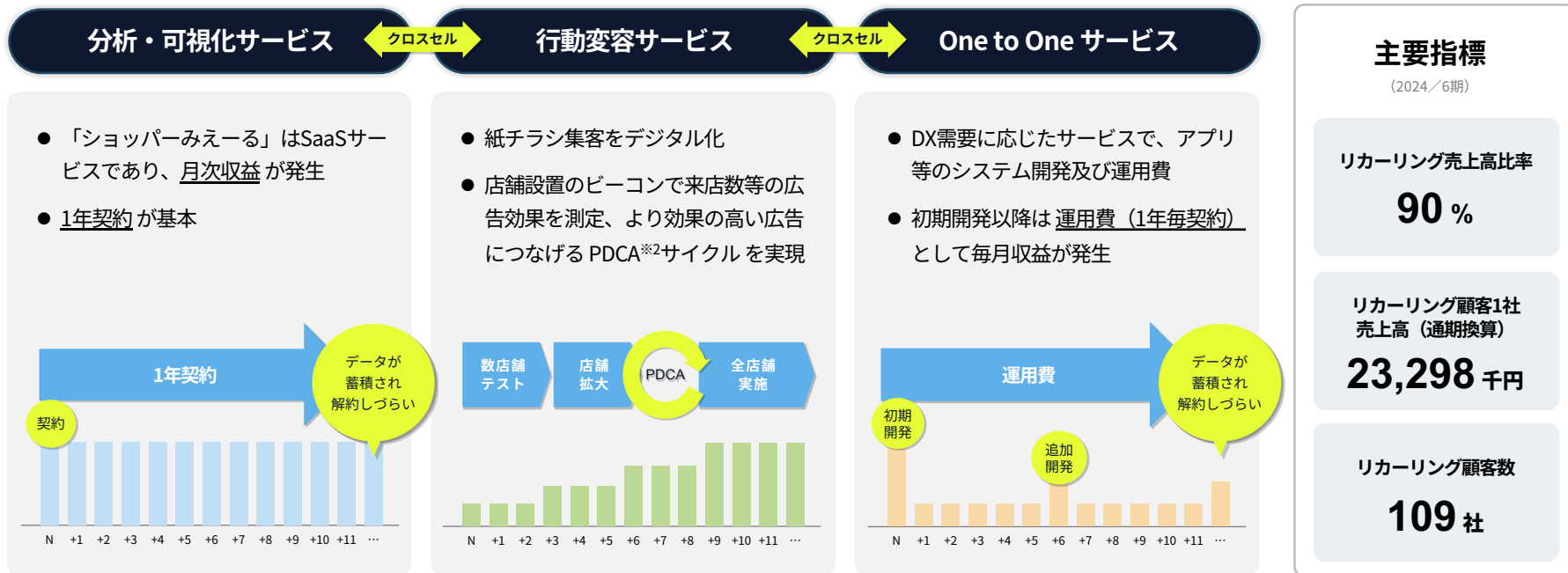


5. 事業概況 (競争優位性)

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

5. 事業概況 (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 通期実績
2. 2024年6月期 第4四半期実績
3. 2025年6月期 業績予想
4. 中期成長戦略
5. 事業概況
- 6. 財務情報**



6. 財務情報

損益計算書 (会計期間)

(単位：千円)	2023/6期 4Q	2024/6期 3Q	2024/6期 4Q	対前年同期 増減率	対前四半期 増減率
売上高	480,279	937,047	749,718	+56.1%	-20.0%
売上原価	321,133	495,211	472,144	+47.0%	-4.7%
売上総利益	159,146	441,836	277,573	+74.4%	-37.2%
売上総利益率	33.1%	47.2%	37.0%	+3.9pt	△10.2pt
販売費及び一般管理費	190,057	234,208	271,931	+43.1%	+16.1%
対売上高比率	39.6%	25.0%	36.3%	△3.3pt	+11.3pt
営業利益または営業損失	-30,911	207,627	5,641	-	-
営業利益率	-6.4%	22.2%	0.8%	+7.2pt	△21.4pt
経常利益または経常損失	-26,727	210,954	-39,333	-	-
経常利益率	-5.6%	22.5%	-5.2%	+0.4pt	△27.7pt
当期純利益または当期純損失	-15,390	138,902	-47,924	-	-
当期純利益率	-3.2%	14.8%	-6.4%	△3.2pt	△21.2pt

6. 財務情報

損益計算書 (累計期間)

(単位：千円)	2023/6期	2024/6期	増減率
売上高	2,076,737	2,834,907	+36.5%
売上原価	1,373,982	1,769,339	+28.8%
売上総利益	702,755	1,065,567	+51.6%
売上総利益率	33.8%	37.6%	+3.8pt
販売費及び一般管理費	667,597	886,506	+32.8%
対売上高比率	32.1%	31.3%	△0.8pt
営業利益	35,158	179,061	+409.3%
営業利益率	1.7%	6.3%	+4.6pt
営業外収益	4,858	5,827	+20.0%
営業外費用	5,098	49,917	+879.0%
経常利益	34,918	134,971	+286.5%
経常利益率	1.7%	4.8%	+3.1pt
当期純利益	9,358	68,266	+629.5%
当期純利益率	0.5%	2.4%	+1.9pt

6. 財務情報

貸借対照表

(単位：千円)	2022/6期	2023/6期	2024/6期
流動資産	1,128,421	1,415,997	2,072,858
└ 現金及び預金	900,694	1,127,256	1,658,798
└ 受取手形、売掛金及び契約資産	192,723	252,394	373,386
固定資産	75,370	94,550	30,362
資産合計	1,203,791	1,510,548	2,103,221
流動負債	277,955	413,455	474,191
固定負債	104,993	-	-
負債合計	382,948	413,455	474,191
純資産合計	820,843	1,097,092	1,629,029

6. 財務情報

キャッシュ・フロー

	2022/6期	2023/6期	2024/6期
(単位：千円)			
営業活動によるキャッシュ・フロー	68,825	28,038	180,321
投資活動によるキャッシュ・フロー	30,109	-42,500	-5,882
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,425	239,377	357,098
現金及び現金同等物の増減額	100,360	226,561	531,542
現金及び現金同等物の期末残高	900,694	1,127,256	1,658,798

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。

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