



株式会社 unerry
(東証グロース：5034)

2025年6月期 第1四半期 決算説明資料

2024年 11月



INDEX

1. 2025年6月期 第1四半期実績

2. 事業進捗

3. 具体戦略の推進状況

4. 財務情報

5. unerry概要



業績ハイライト

売上高

795 百万円

YoY
+62%

売上総利益

277 百万円

YoY
+102%

営業利益

46 百万円

YoY
+93 百万円

売上高成長と利益率改善により4四半期連続営業黒字を達成

- 売上高は大幅増加（前年同期比 1.6倍）

重点顧客向けの営業強化策の効果により売上高は大幅に増加

- 売上高総利益はさらに大幅増加（前年同期比 2.0倍）

直接原価率および間接原価率がともに下がり、売上総利益はさらに大幅増加

- 1Q初の営業黒字化で4四半期連続営業黒字を達成

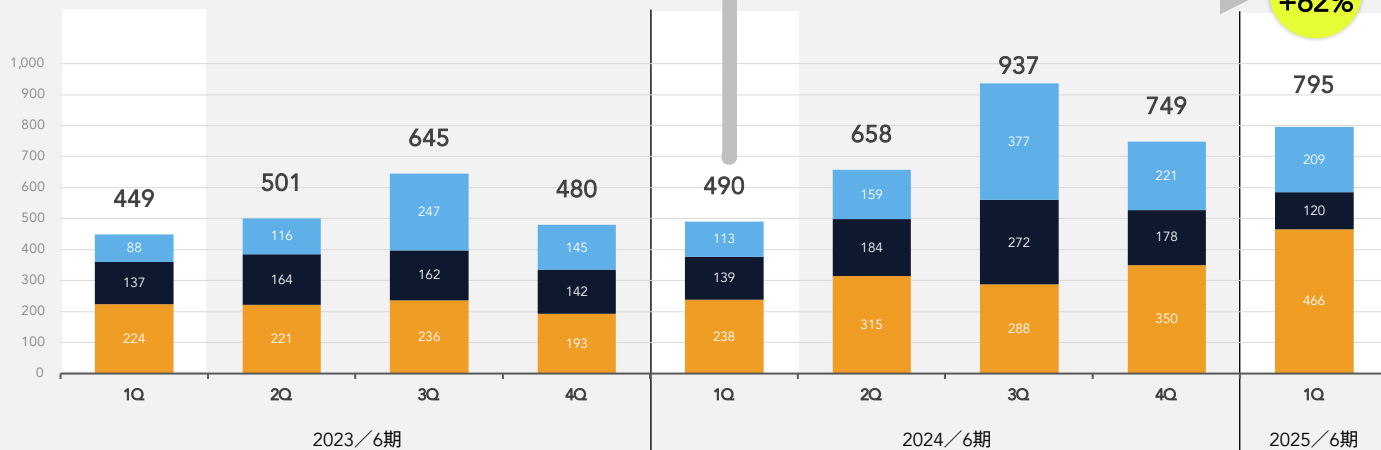
売上総利益の増加と販管費率の改善によって1Q初の営業黒字となり4四半期連続営業黒字を達成

売上高：サービス別

- リカーリング顧客の中の重点顧客に向けた営業強化策により、分析・可視化サービスと行動変容サービスが大きく伸長。
- One to Oneサービスは、開発案件の完了が少なかったことから減少となった。

四半期推移

(単位：百万円)



YoY
+62%

YoY

分析・可視化
+85%

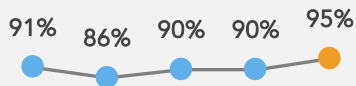
One to One
△14%

行動変容
+96%

売上高：リカーリング顧客指標

- 売上高の9割以上を占めるリカーリング顧客数は119社となり、YoY +30社、今期 +10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25百万円、NRR136%と高水準を維持。

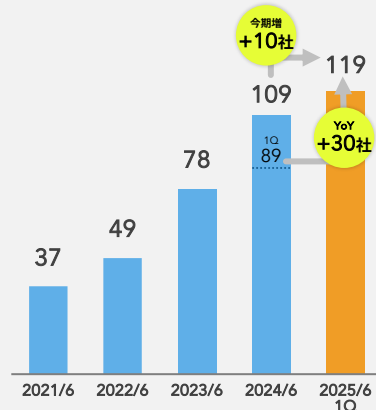
リカーリング売上高比率



2021/6 2022/6 2023/6 2024/6 2025/6 1Q

リカーリング顧客数^{*1}

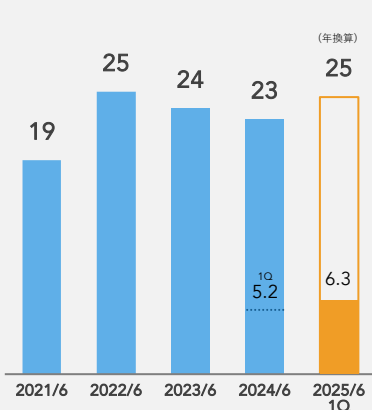
(単位：社)



2021/6 2022/6 2023/6 2024/6 2025/6 1Q

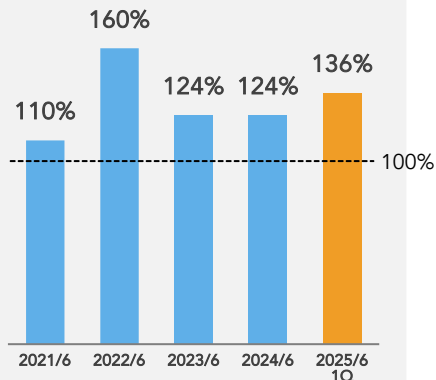
リカーリング年間顧客単価

(単位：百万円)



2021/6 2022/6 2023/6 2024/6 2025/6 1Q

NRR^{*2}



2021/6 2022/6 2023/6 2024/6 2025/6 1Q

※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イト (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)

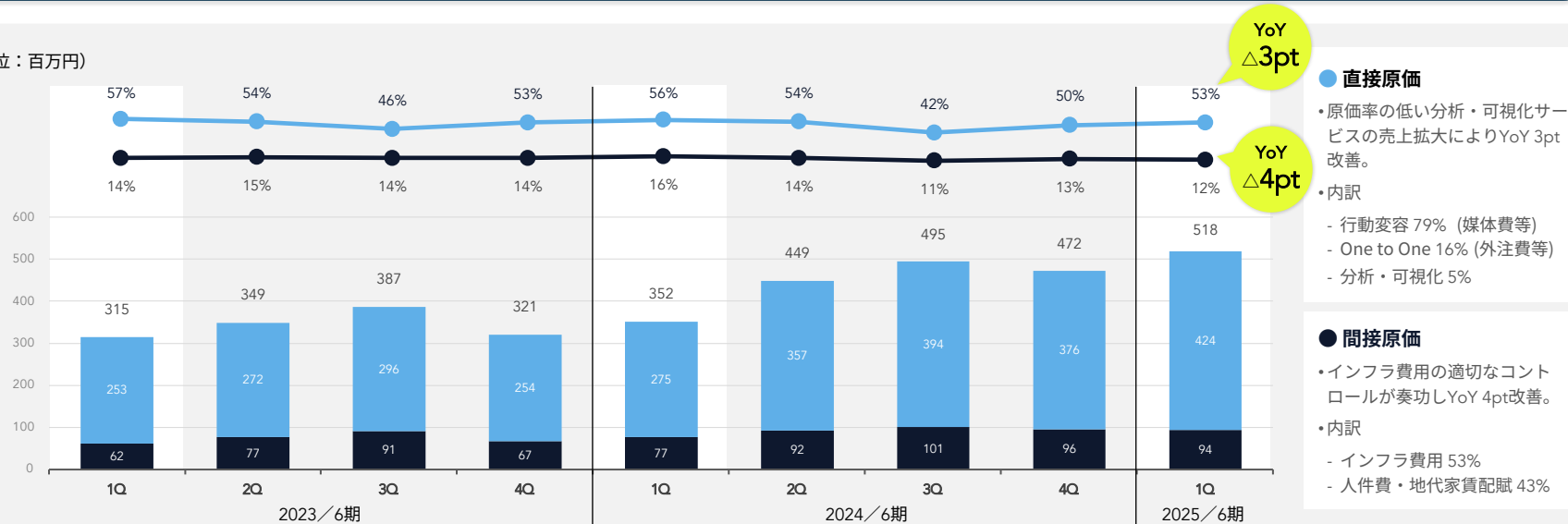
1. 2025年6月期 第1四半期実績

売上原価

- 直接原価は、高水準を維持する分析・可視化サービスの売上拡大効果により前年同期比で3pt改善。
- 固定費要素の多い間接原価は、売上増加とインフラ費用の適切なコントロールにより前年同期比で4pt改善。

四半期推移

(単位：百万円)

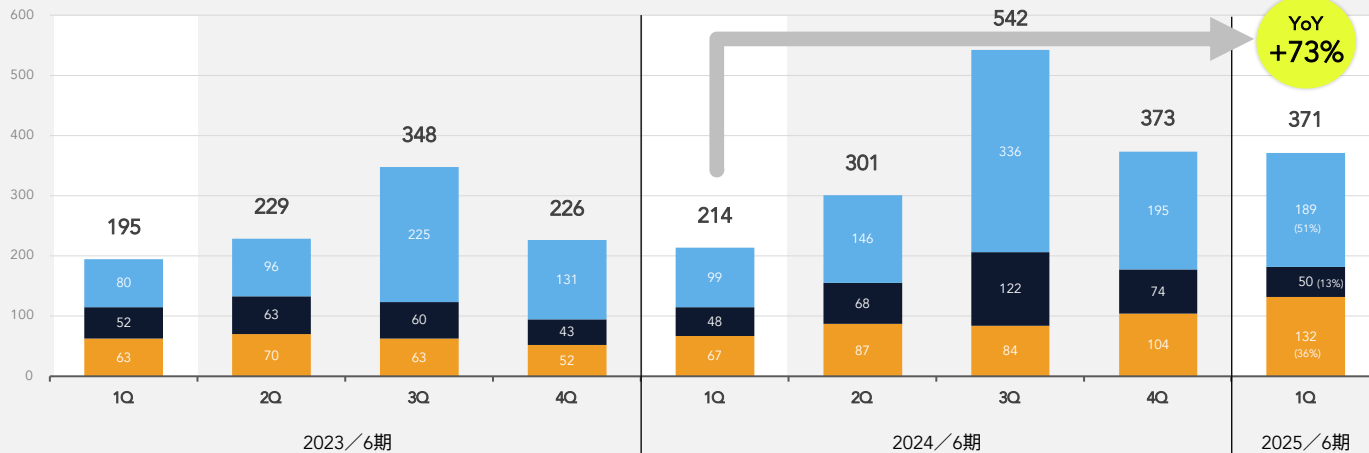


粗利（売上 - 直接原価 ※）

- 分析・可視化サービス、行動変容サービスの売上高増加にともなって、両サービスの粗利も大幅に増加。
- 利益率の高い分析・可視化サービスが、粗利の51%を占める。

四半期推移

(単位：百万円)



YoY

分析・可視化
+90%

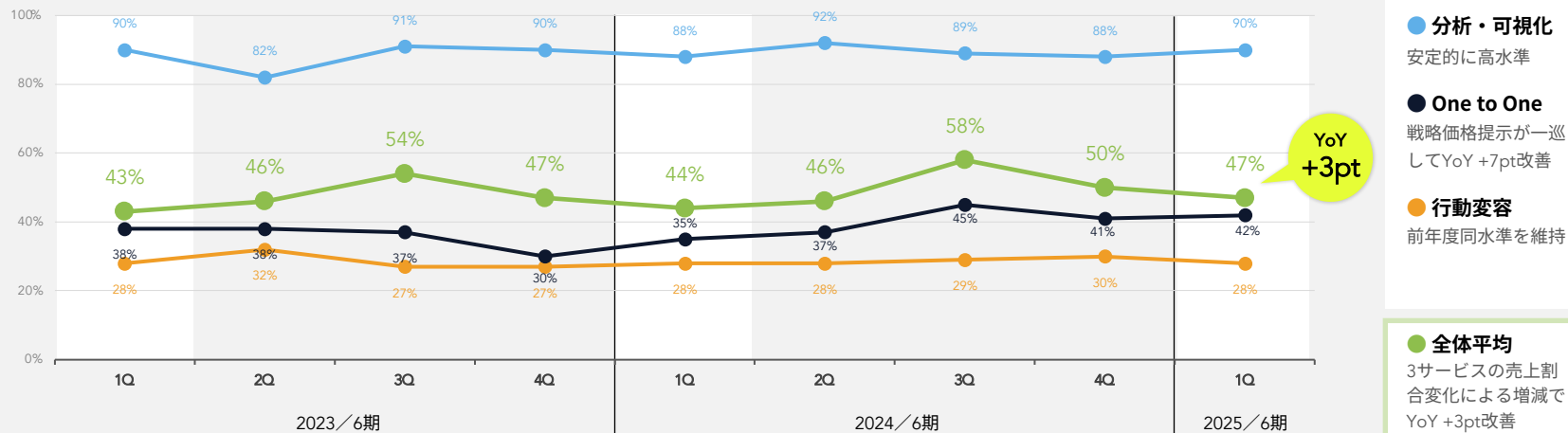
One to One
+4%

行動変容
+97%

粗利率（売上 - 直接原価 ※）

- 高水準の利益率を維持する分析・可視化サービスの売上拡大と、One to Oneサービスの粗利率改善によって、全体平均は前年同期比で3pt改善。

四半期推移



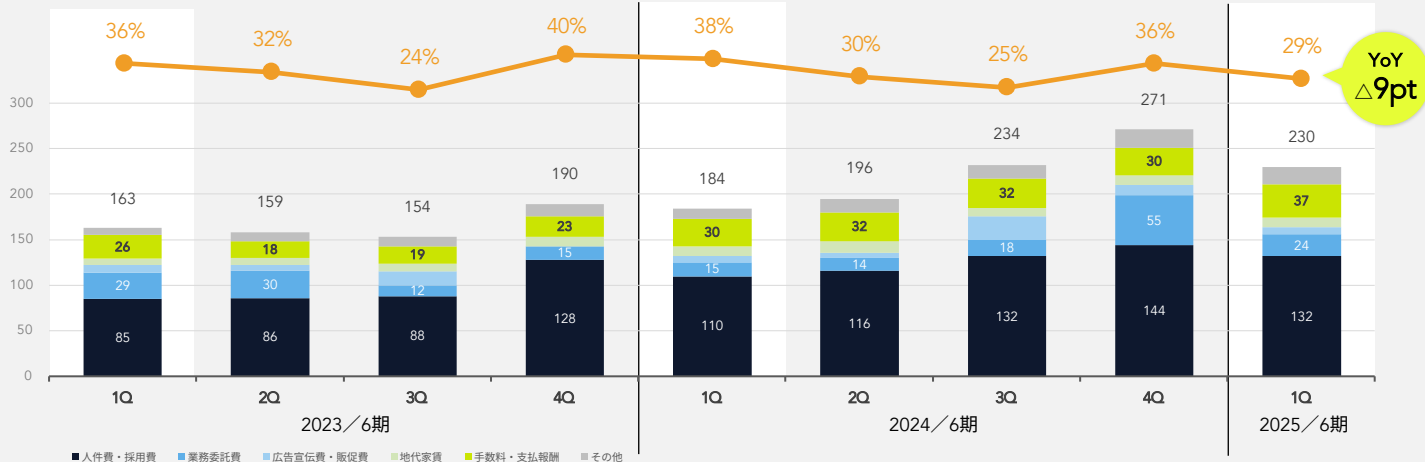
1. 2025年6月期 第1四半期実績

販売費及び一般管理費

- 人員増に伴い販管費は増加しているが、売上高の増加に対して抑えられているため、前年同期比で9pt改善。

四半期推移

(単位：百万円)



- **手数料・支払報酬**
セキュリティ強化などサーバー費用が増加
- **業務委託費**
外部を活用した開発案件により増加
- **人件費・採用費**
人員増により前年同期比で増加

- **対売上高比率**
売上高の増加に対して販管費の増加が抑えられているため、前年同期比で9pt改善

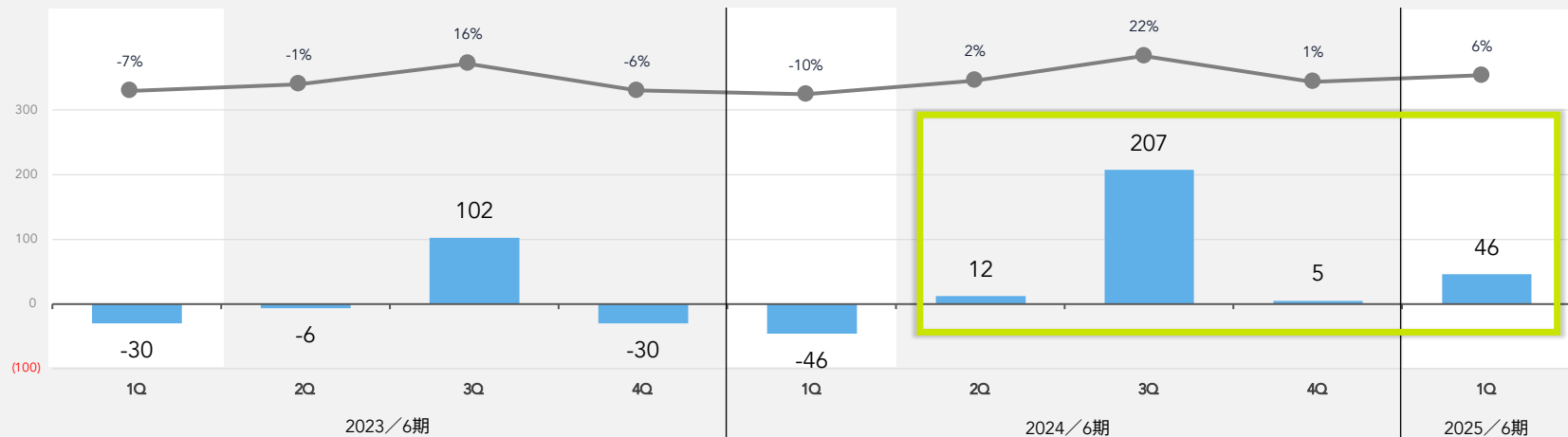
1. 2025年6月期 第1四半期実績

営業利益

- 売上高の増加、原価率および販管費率の改善により前年同期比 +93百万円で1Q初の黒字化。
- 4四半期連続の営業黒字を達成。

四半期推移

(単位：百万円)



4四半期
連続黒字

通期業績予想に対する進捗率等

- 売上高は、3Q偏重傾向が続くものの、進捗率は前年同期比+4ptの21%となり堅調に推移。
- 利益は、1Q初の黒字化と順調な滑り出しで、通期業績予想の達成およびROE8%を目指す。

売上高・利益進捗率、ROE

	通期業績予想	1Q実績	1Q進捗率	(参考) 前期1Q進捗率
売上高	3,746 百万円	795 百万円	21 % YoY +4pt	17 %
営業利益	240 百万円	46 百万円	20 %	△26 %
経常利益	240 百万円	47 百万円	20 %	△35 %
当期純利益	138 百万円	27 百万円	20 %	△43 %
ROE	8 %	7 %※	-	-

INDEX

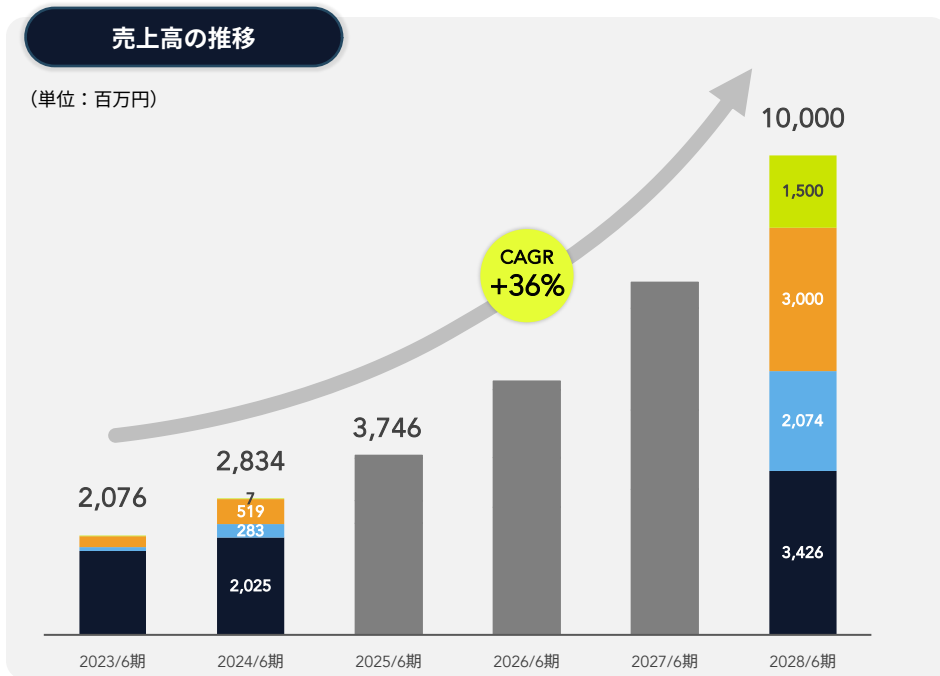
1. 2025年6月期 第1四半期実績
- 2. 事業進捗**
3. 具体戦略の推進状況
4. 財務情報
5. unerry概要



2. 事業進捗

中期成長戦略

CAGR+36%で成長し、2028年6月期に100億円を目指す。



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

2. 事業進捗

各事業の進捗

事業	1Q進捗	今期見通し
<p>小売・外食</p> <p>リテールDX事業</p>	 <ul style="list-style-type: none">● ショッパーみえーるリニューアル（顧客層を拡大）● グローバル大手と実店舗向けサービス共同展開（Criteo社・Braze社）	 <ul style="list-style-type: none">● リニューアルおよび新プロダクトに対し、マーケティングとセールス体制強化で新規・クロスセルともに順調推移の見込み
<p>消費財メーカー</p> <p>リテールメディア事業</p>	 <ul style="list-style-type: none">● 提携先からの新規顧客売上は高水準● 三菱食品社でDDマーケティングを中期計画化● PPIHグループとの事業推進	 <ul style="list-style-type: none">● システム投資による品質・効率性の向上● 直販・提携先関係強化でリカーリング顧客化を推進
<p>不動産・自治体・官公庁</p> <p>スマートシティ事業</p>	 <ul style="list-style-type: none">● 21都道府県でサービス提供中● 公共交通やGXでの採用例も増加中	 <ul style="list-style-type: none">● 鉄道・不動産・大型公募の提案を推進して堅調な成長を実現
<p>小売・外食・スポーツ</p> <p>グローバル事業</p>	 <ul style="list-style-type: none">● インバウンドデータも整備。日本・海外の人の移動可視化・広告配信が可能に● データ整備・事例化は進んだが、営業活動が課題	 <ul style="list-style-type: none">● 展示会・提携先連携により案件拡大を目指す● 海外進出の日系企業もターゲットとした事業展開を推進

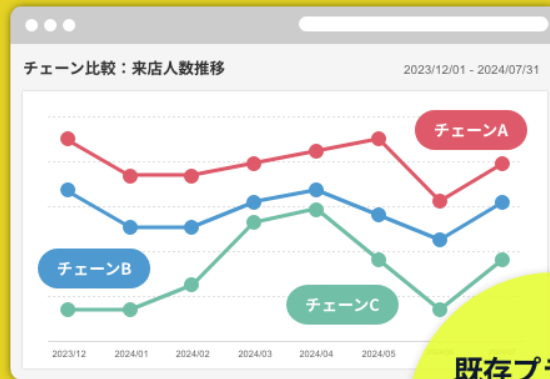
ショッパーみえーるの大幅リニューアルでチェーン全体を可視化

全国約4.6万店舗のリテールの
ショッパー・商圈を捉えるダッシュボード

ショッパー みえーる

消費財メーカーの販促戦略や
リテールの地域戦略を支援する
新プランを10月から提供開始

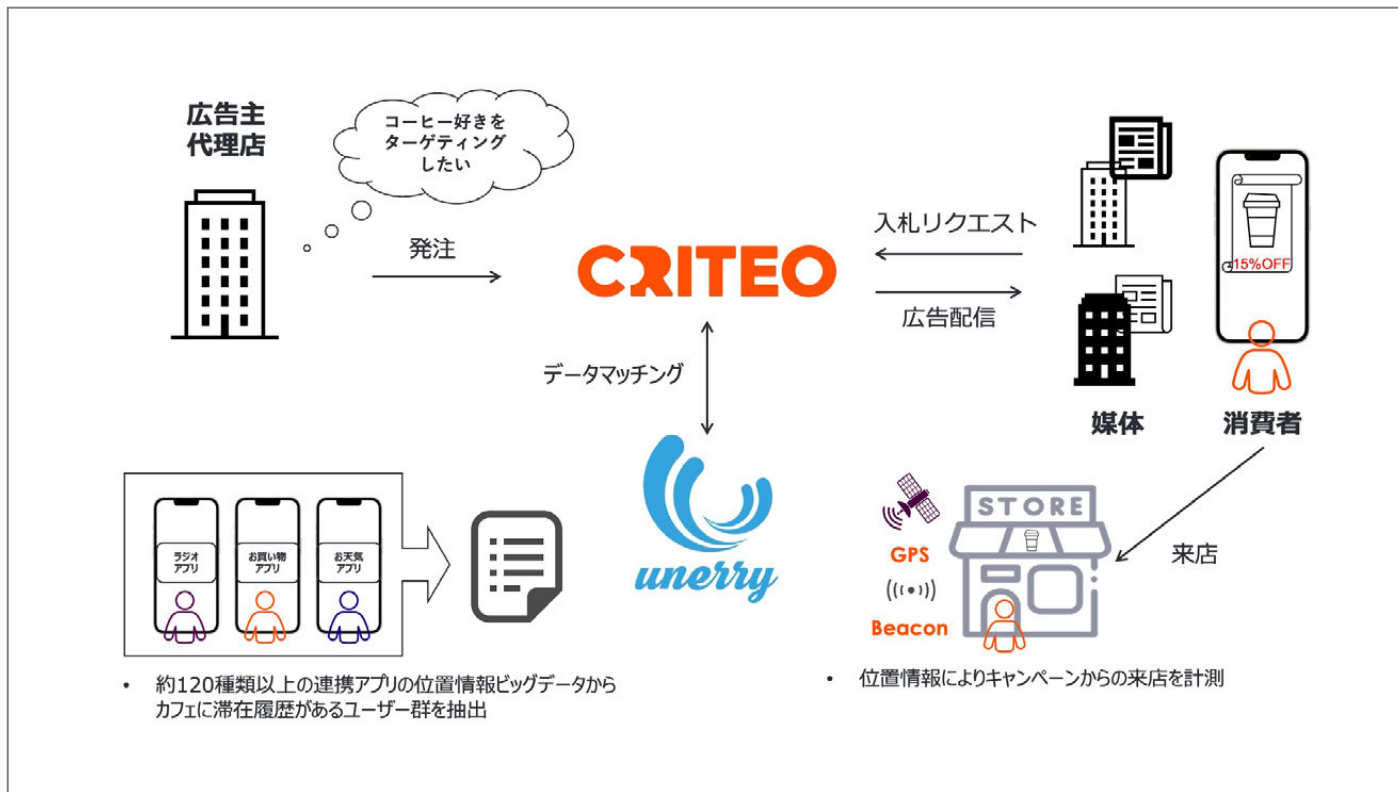
670チェーン×都道府県で
14種の分析チャートが瞬時に見られる!



※プレスリリース向けに簡略化した画面イメージです。

既存プランにも
併用店舗がわかる
新分析が登場!

グローバル広告大手Criteo社と実店舗における集客支援で協業

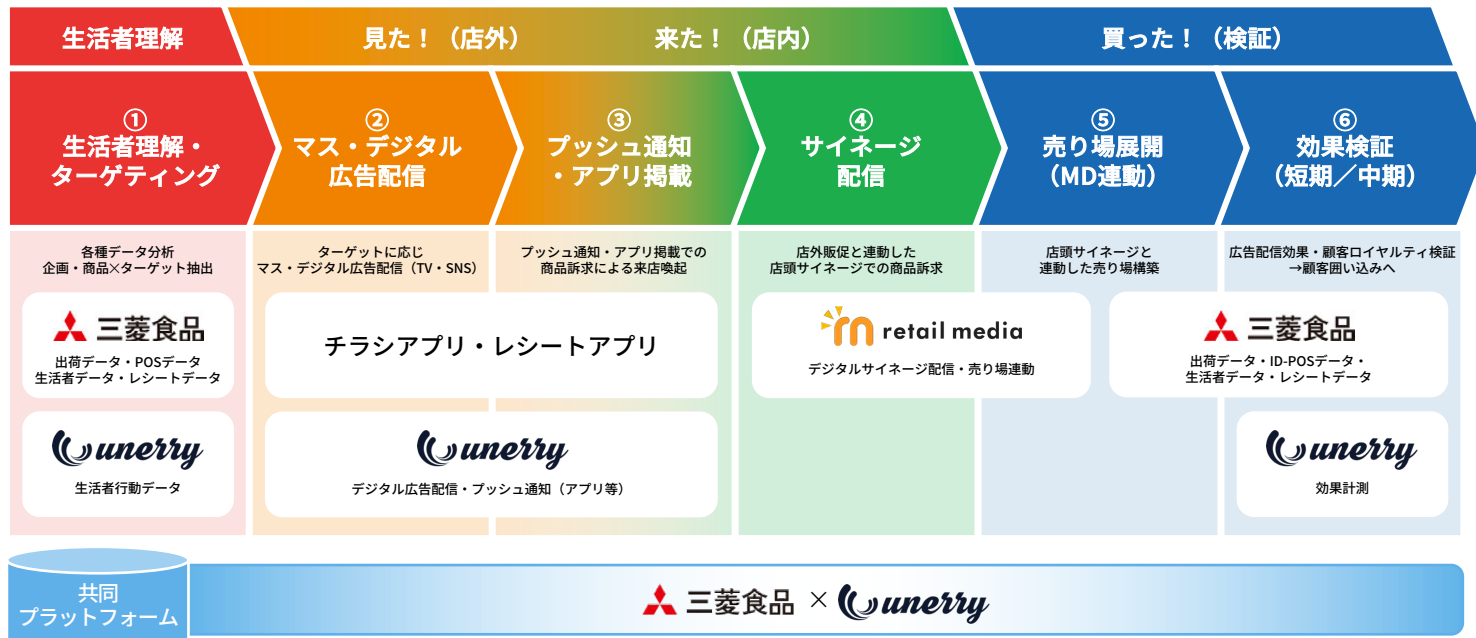


グローバルのグロースCRM大手Braze社とリテール・メディア・グローバル分野の連携開始



三菱食品社との共同プラットフォーム：DD（データ×デジタル）マーケティング

MS Vision 2030[※]で発表した成長戦略でデジタルサービスを中計の柱として共同推進中



PPIHグループとのリテールメディアサービス推進

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

主要都道府県でのサービス提供

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



富山県

防災・減災

震災直後の避難状況を分析し、
避難時の移動手段分布や発生した
交通渋滞を可視化

宮城県

オーバーツーリズム

松島エリアの国道の移動速度分布
を算出・可視化し、渋滞緩和施策
の有効性を検証

大阪府

まちづくり&マーケティング

行動特性にもとづき御堂筋エリア来
訪者を3つにクラスタリング。デー
タに基づくペルソナを構築

千葉県

観光行動分析

東京湾アクアラインでの「ロードブ
ライジング」が観光行動に与える
影響を可視化

島根県

観光促進(集客広告)

出雲市にて人流データに基づくデジ
タルプロモーション、および来訪計
測を実施

東京都

モビリティ&メディア

Be Smart Tokyoにて人流データに
よりエリア課題・ニーズを可視化し、
新サービスの導入を支援

長崎県

観光促進(周遊)

アプリユーザーのエリア内行動理解
やコミュニケーション促進に向け、
観光アプリへ SDK を導入

提供サービス

1. 街の課題分析
2. 情報発信による行動変容
3. アプリ・データベース開発

観光促進・
市街地活性化

交通最適化

街の
メディア構築

オーバー
ツーリズム
解消

脱炭素・
ウォークブル

EBPM

地域密着型車両メディアで京王グループと連携

東京都スマートサービス実装促進プロジェクト

Be Smart Tokyo

unerry、『Be Smart Tokyo』において
京王電鉄・京王自動車・Essenと連携し
「地域密着型車両メディア」でスマートサービス実装を促進



タクシー車両広告の効果を
ビーコン技術で可視化！
地域活性化と媒体価値向上へ



環境省のデコ活※に採択



2024年度元値

	自家用車	132 g-CO2/人km
	トラック	自家用貨物車 1124 g-CO2/トンkm 営業用貨物車 216 g-CO2/トンkm
	飛行機	124 g-CO2/人km
	バス	90 g-CO2/人km
	電車・新幹線	25 g-CO2/人km
	船・フェリー	43 g-CO2/トンkm
	歩行	0 g
	自転車	0 g

※日本人の成人男性67kg、女性53kg（厚生労働省2023.4）のため、「60kg」と定義すると、トンkm × 0.06 = 人kmで算出

各サービスにて、 移動データ解析



対象期間：本施策実施前（～2024.4）

サービスA	
対象者数	1,000,000人
炭素排出量 (年間合計)	10万t

サービスB	
対象者数	500,000人
炭素排出量 (年間合計)	30万t

ビジネスC	
対象社数	3,000社
炭素排出量 (年間合計)	700万t

インバウンドデータが揃い、日本・海外の人の移動可視化・広告配信が可能に

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

INDEX

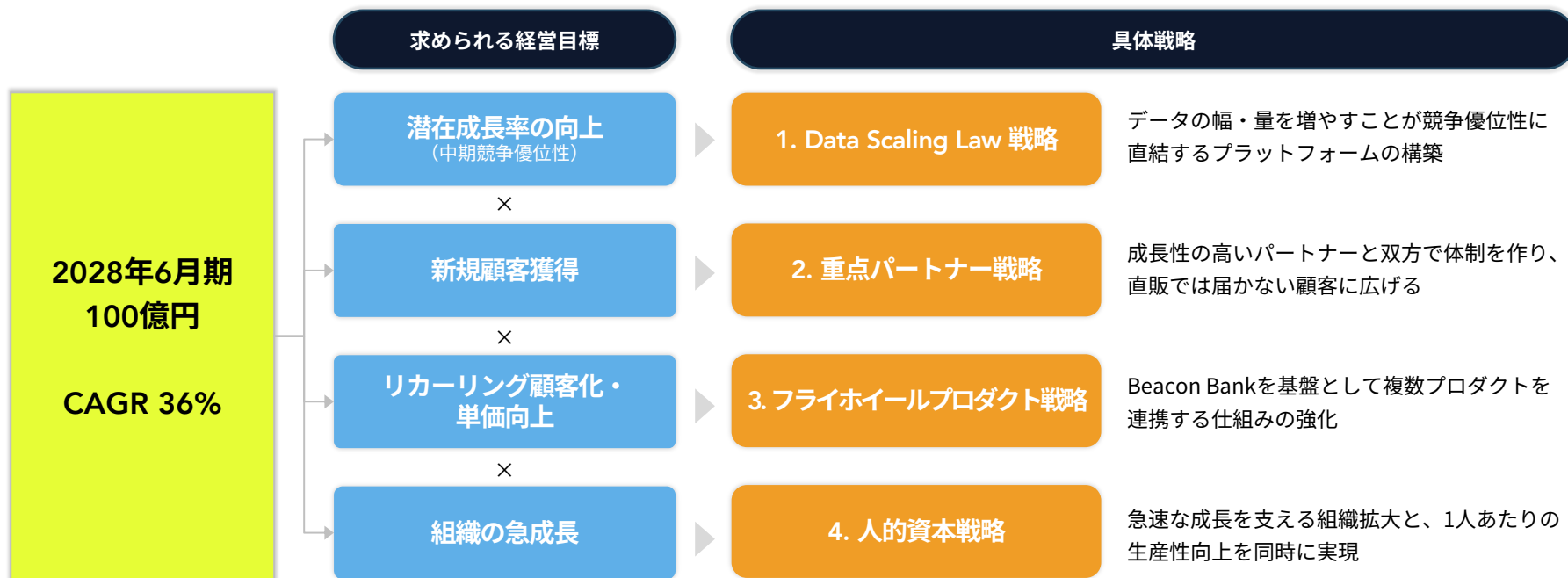
1. 2025年6月期 第1四半期実績
2. 事業進捗
- 3. 具体戦略の推進状況**
4. 財務情報
5. unerry概要



3. 具体戦略の推進状況

成長に向けた4つの具体戦略

100億円への成長には、中期競争優位による潜在成長率を引き上げ、顧客獲得×リカーリング顧客単価向上の成功方程式を推進する組織基盤整備を着実に推進。



具体戦略の推進状況

具体戦略

1. Data Scaling Law 戦略

2. 重点パートナー戦略

3. フライホイールプロダクト戦略

4. 人的資本戦略

1Q進捗

- プログウォッチャー社との提携でデータボリュームを大きく拡充
- TV広告の買付を透明化・効率化するCMI社と連携
- グローバルプラットフォーム—Braze社・CRITEO社との連携開始
- 生活者ビッグデータを活かした“きめ細かい”プロダクトラインアップの整備
- 急速な成長を支える組織拡大と、1人あたりの生産性向上を同時に実現

1. Data Scaling Law戦略：ブログウォッチャー社との業務提携

unerryとブログウォッチャーが業務提携

2社の連携により

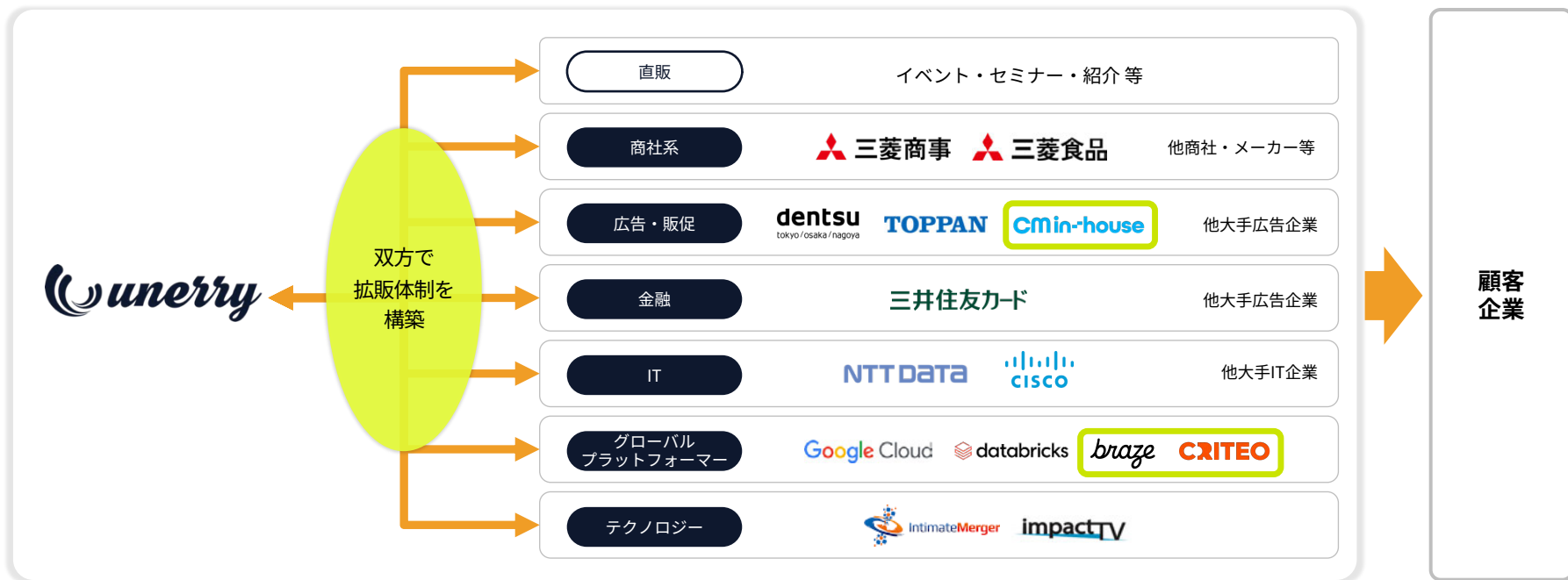
国内1.4億MAUの位置情報ビッグデータ活用が可能に



3. 具体戦略の推進状況

2. 重点パートナー戦略：広告企業・プラットフォームが新しいパートナーに

- TV広告の買付を透明化・効率化するCMI社と連携
- グローバルプラットフォームBraze社・CRITEO社との連携も推進中



2. 重点パートナー戦略：CMI社と共同で大手外食チェーン等に積極展開中

CM接触者の来店・購買効果分析レポートを unerry と連携し提供開始

CM in-house



CM接触

地上波視聴データ
コネクテッドTV視聴データ



来店データ

GPS / Beacon
圏内 1.5kmID



購買データ

小売ID・POS

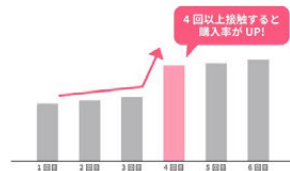


分析可能なデータ

来店者・購入者が
どのCMに接触したか分析可能



CMに何回接触すると
来店率・購入率が上がるか分析可能



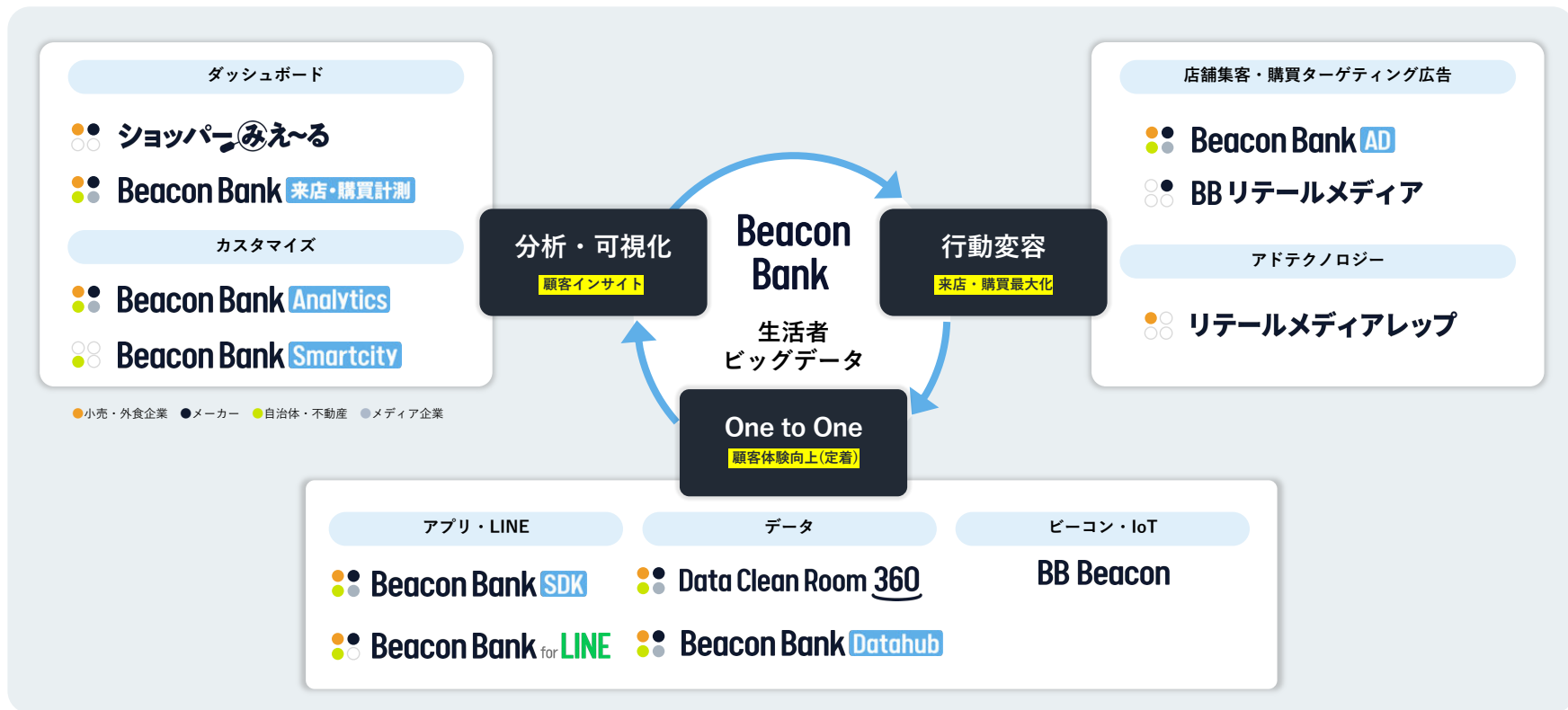
地上波 × コネクテッドTVの
CM効果が分析可能



「CM in-house」特許出願中（出願番号：2023-064594）

3. 具体戦略の推進状況

3. フライホイールプロダクト戦略：“きめ細かい”プロダクトラインアップの整備

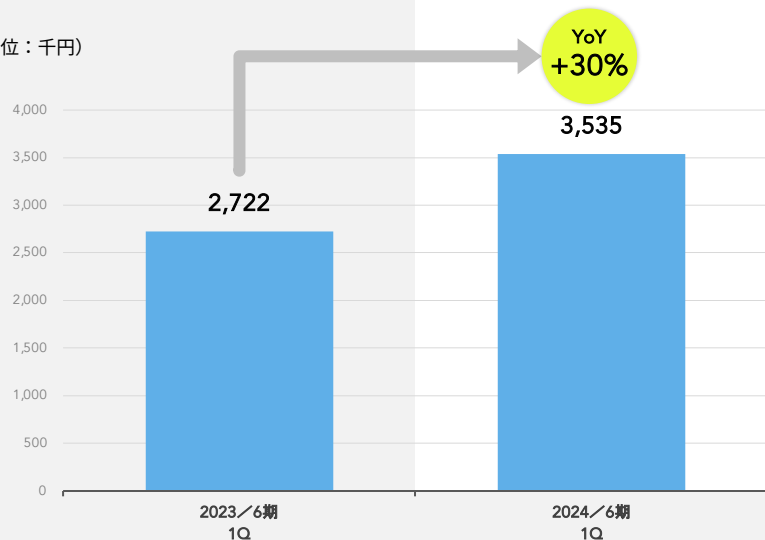


3. 具体戦略の推進状況

4. 人的資本戦略：1人あたりの生産性の大幅向上

生産性（月間売上／期末従業員数）

(単位：千円)



1Qの取り組み

① 人手の介在を減らす

- 広告・分析用データウェアハウス構築
- 生成AIによる自動分析ツール開発

② プロダクト間のシナジーを強化

- ショッパーみえーると広告のセット提供
- 提案パッケージの整備
- 社員教育・オンボーディングによる早期戦力化

③ プロダクトのロックイン強化

- 年間契約の推進

INDEX

1. 2025年6月期 第1四半期実績
2. 事業進捗
3. 具体戦略の推進状況
- 4. 財務情報**
5. unerry概要



4. 財務情報

損益計算書

(単位：千円)	2024/6期 1Q	2025/6期 1Q	増減率	増減額
売上高	490,030	795,555	+62.3%	+305,524
売上原価	352,978	518,185	+46.8%	+165,207
売上総利益	137,052	277,369	+102.4%	+140,317
売上総利益率	28.0%	34.9%	+6.9pt	
販売費及び一般管理費	184,000	230,404	+25.2%	+46,404
対売上高比率	37.5%	29.0%	△8.5pt	
営業利益	△46,948	46,964	-	+93,913
営業利益率	△9.6%	5.9%	-	
営業外収益	1,491	1,374	△7.8%	△117
営業外費用	1,596	418	△73.8%	△1,178
経常利益	△47,054	47,920	-	+94,974
経常利益率	△9.6%	6.0%	-	
当期純利益	△29,222	27,216	-	+56,439
当期純利益率	△6.0%	3.4%	-	

4. 財務情報

貸借対照表

	2024/6期	2025/6期 1Q	増減額
(単位：千円)			
流動資産	2,072,858	2,005,236	-67,622
└ 現金及び預金	1,658,798	1,613,983	-44,815
└ 受取手形、売掛金及び契約資産	373,386	359,835	-13,551
固定資産	30,362	27,710	-2,652
資産合計	2,103,221	2,032,946	-70,274
流動負債	474,191	376,398	-97,793
固定負債	-	-	-
負債合計	474,191	376,398	-97,793
純資産合計	1,629,029	1,656,548	+27,518

INDEX

1. 2025年6月期 第1四半期実績
2. 事業進捗
3. 具体戦略の推進状況
4. 財務情報
5. **unerry概要**



5. unerry概要

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 75名（2024年9月末）

生活者行動ビッグデータ「Beacon Bank」の運営

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

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

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. unerry概要

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。

4.2億IDの生活者行動ビッグデータ・カンパニー

Beacon Bank

リアル・デジタル空間の生活者のあらゆる行動をデータ化し、多くの産業・地域のDXを支援

4.2 億 デジタルツインID^{※1} (スマートフォンユーザID)

デジタル
空間

① 生活者行動ビッグデータ

人流 購買 TV・OOH
SNS サイネージ Web

② AI Brain

プロフィール 来店可能性
レコメンド 嗜好性

③ 生活者体験DXサービス

分析・可視化 行動変容 One to One サービス

日常のあらゆる行動をデータ化

TV

OOH

SNS

アプリ

デジタルサイネージ

決済

Web

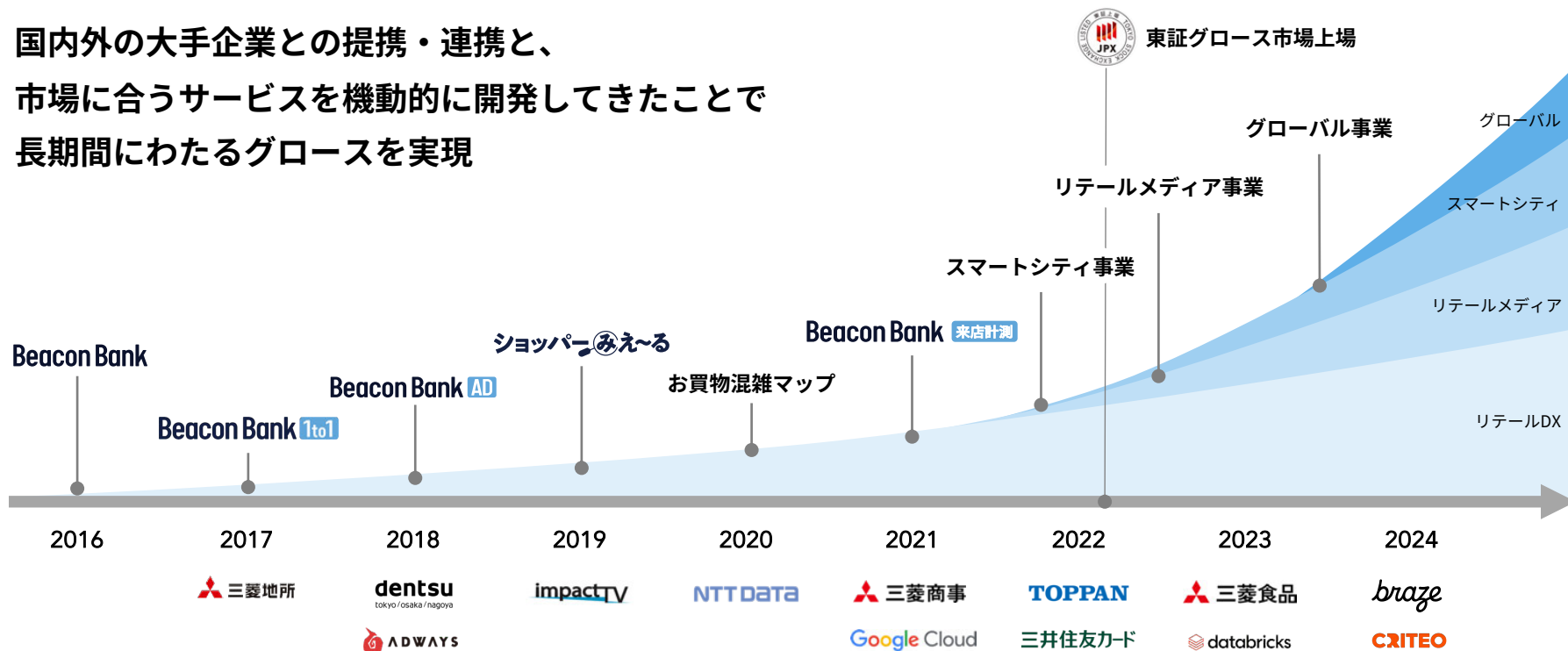
リアル
空間



※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) でユーザ重複あり

成長の軌跡

国内外の大手企業との提携・連携と、
市場に合うサービスを機動的に開発してきたことで
長期間にわたるグロースを実現

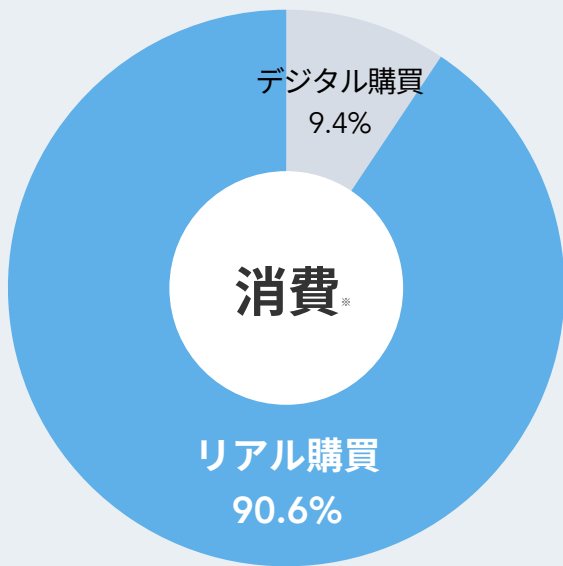


提供サービス

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



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

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

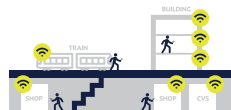
屋外・路面店



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)

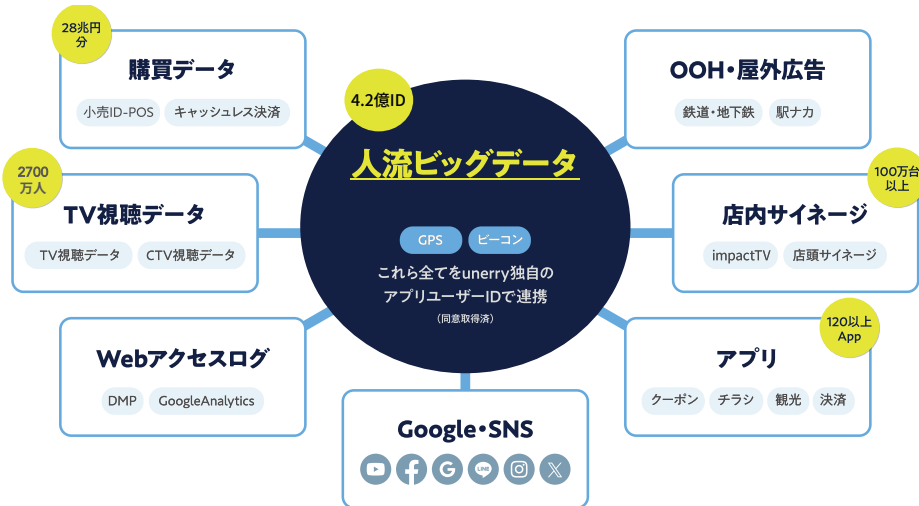
主な用途

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

生活者行動ビッグデータ

4.2億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。



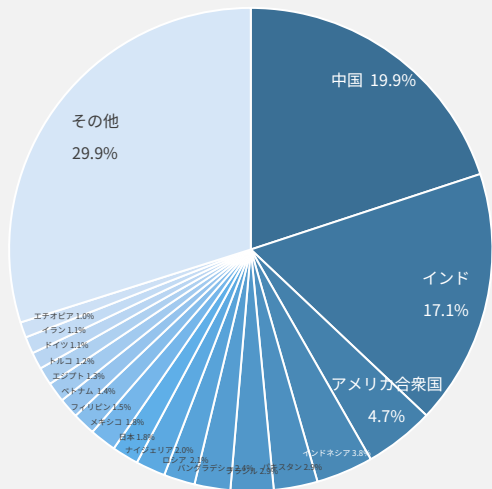
5. unerry概要

生活者行動ビッグデータの圧倒的なターゲットポテンシャル

“行動”をする全世界全ての人々、企業が対象となるビジネス。

中でも、行動データ活用最大化のポテンシャルを秘めている各国の上場企業を優先ターゲットとしてアプローチを図る。

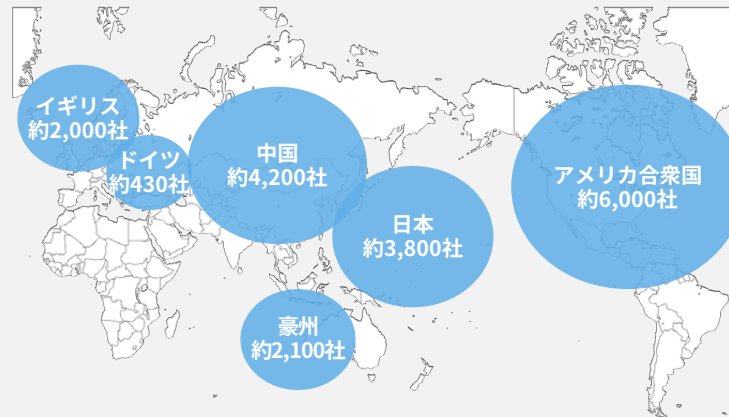
対象ユーザー数※1



世界の総人口
約77億人

世界の対象企業※2

世界主要国の上場企業 約1.8万社以上



※1...総務省統計局 ※2...国際取引所連合(WFE) 中国は中華人民共和国国家統計局編、中国統計出版社 中国統計年鑑2021年版より

5. unerry概要

対象市場は今後も飛躍的成長が見込まれ、着実なオーガニック成長を描く

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

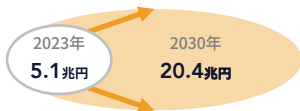
(日本) リテールテック市場 ※1

155%



(世界) スマートリテール市場 ※2

397%



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

257%



(世界) リテールメディア市場 ※4

168%



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

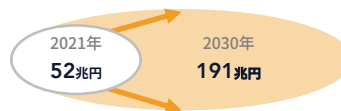
(日本) 行政DX・スマートシティ市場 ※5

590%



(世界) スマートシティIoT市場 ※6

367%



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&サービスの2030年市場規模

※2. Smart Retail - Global Strategic Business Report (2024.9) 1F/1.145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」2023年12月

※4. Market Research Intellect「Retail Media Networks Market Size By Product, By Application, By Geography, Competitive Landscape And Forecast」September 2024 1F/1.145円として換算

※5. KPMG「2030年市場展望七人村事件：行政・スマートシティ（都市OS）」

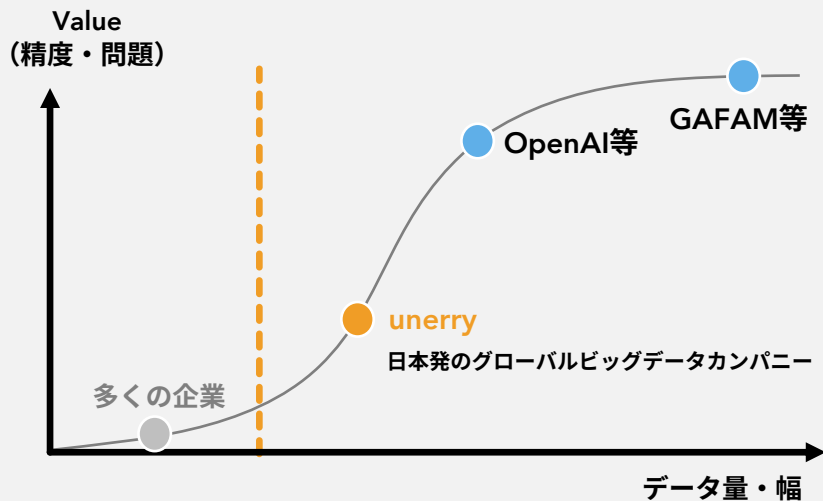
※6. Report Ocean「IoT IN SMART CITIES: GLOBAL MARKET 2020-2030 BY OFFERING (HARDWARE, SOFTWARE, SERVICES), PRODUCT TYPE, TECHNOLOGY, APPLICATION (CITIZEN SERVICE, TRANSPORTATION, UTILITIES, HOME & BUILDING), AND REGION」1F/1.145円として換算

5. unerry概要

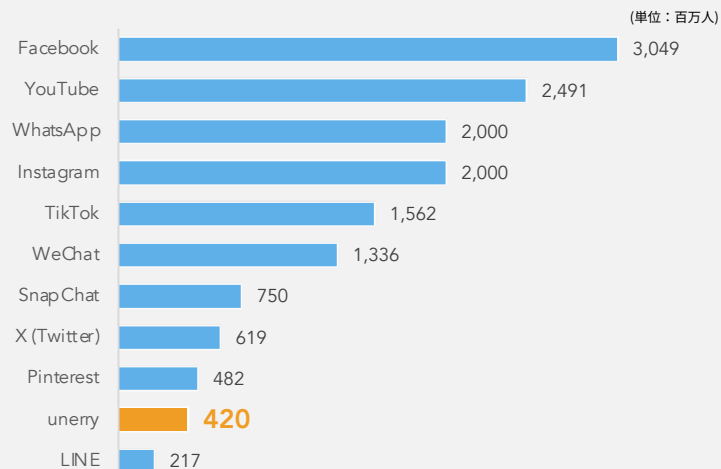
グローバルIT企業を追隨するビッグデータの価値と拡大期待

4.2億IDのビッグデータを保有するunerryは、グローバルIT企業と並ぶ日本発ビッグデータカンパニー。一定のデータ量と精度を超え、飛躍的なビジネス拡大を辿ってきた企業同様の現在地にある。

ビッグデータ保有による今後の拡大期待



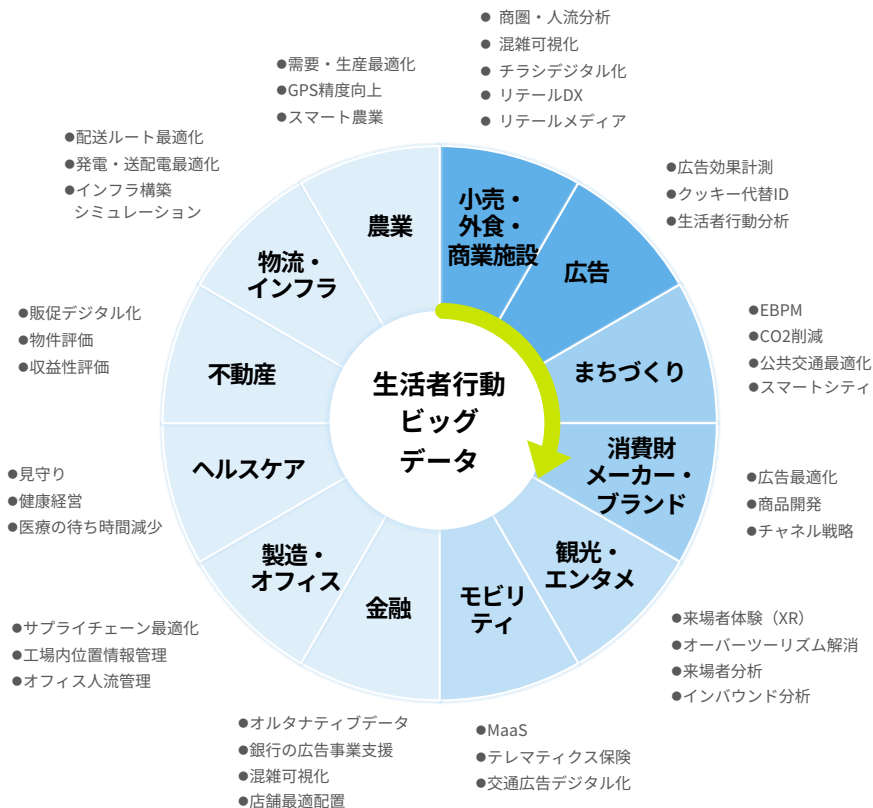
アクティブユーザー数比較(世界) ※1



※1 ... Digital 2024: Global Overview Reportからunerry編集部。unerry以外は自社アプリ等を利用するアクティブユーザー数、unerryは自社技術が組み込まれている他社アプリ等を通じて取得したデータの2024年1-6月時点におけるアクティブユーザー数

5. unerry概要

生活者行動ビッグデータの価値・市場ポテンシャル



● 生活者行動ビッグデータのニーズは多岐に渡る。

● 現状はニーズの高い小売・広告・まちづくり・メーカー向けの用途が中心。

● 今後は幅広い産業のデータ／DX化・技術・事業支援に活用されるようになる。

5. unerry概要

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。

エコシステムの差別化ポジション

多くのメガプレイヤーは
自社ユーザに対する
垂直型プラットフォーム
を構築

SNS
サービス

垂直型

携帯
キャリア

垂直型

プラット
フォーマー

垂直型

メディア
アプリ

垂直型

小売・外食
アプリ

垂直型

EC
サービス

垂直型

...

全プラットフォームと連携し、
多くの事業者から当たり前のように使われるグローバルデータインフラを構築

「電気・ガス・水道・unerry」

5. unerry概要

サービスの優位性

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	△ 大まかな商圏	△ 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

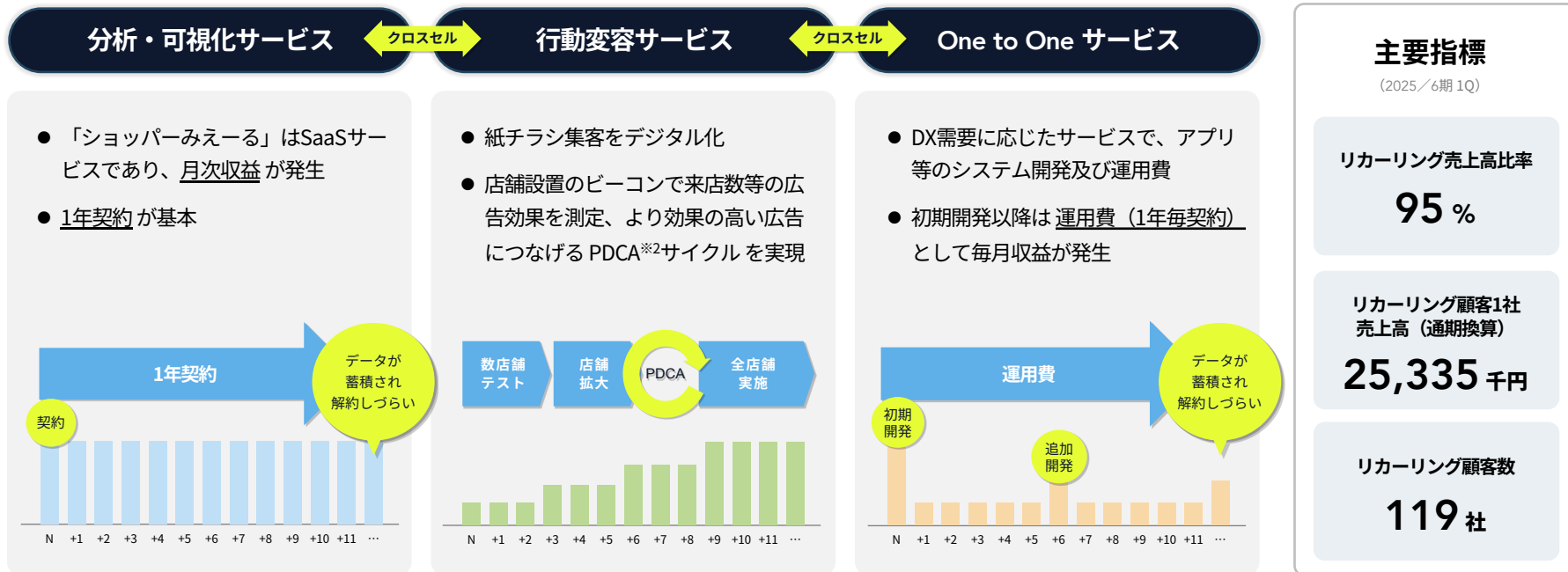
より高度

5. unerry概要

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。

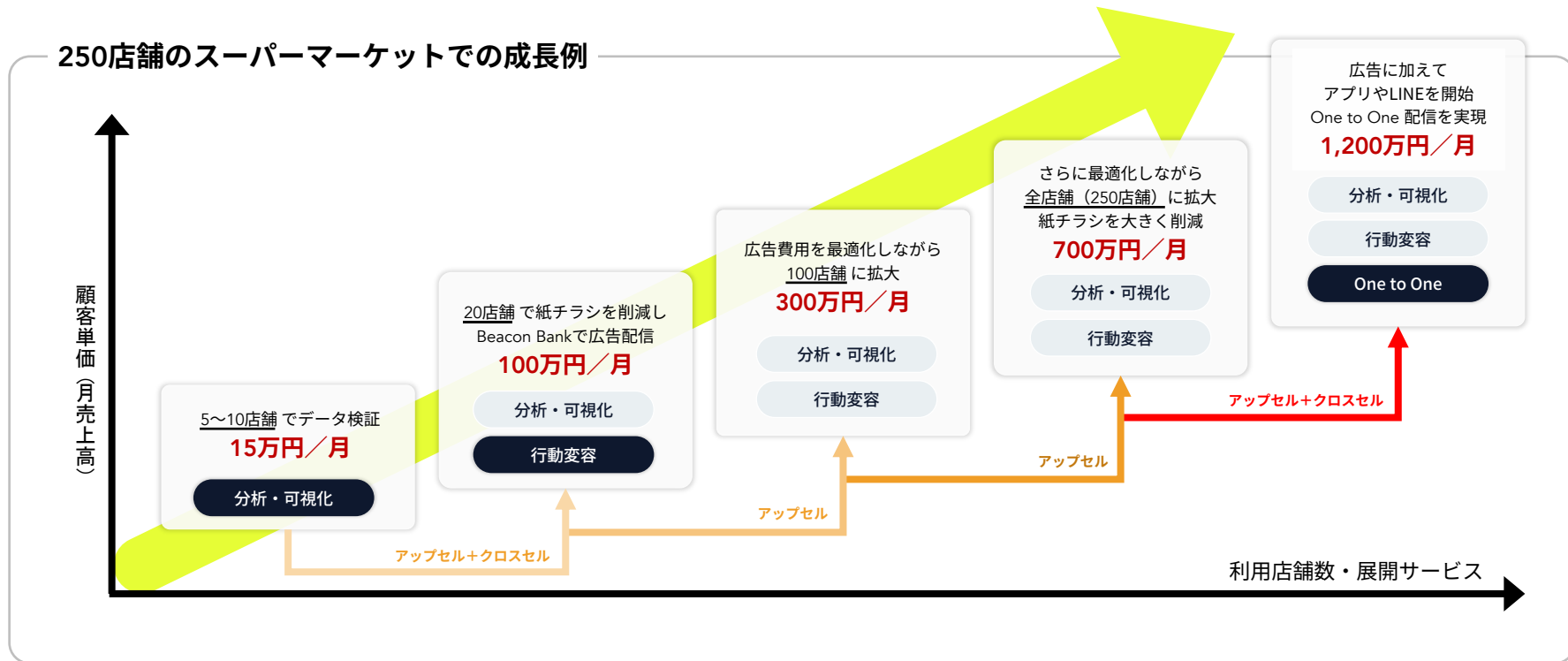


※1...4四半期以上連続で取引のある顧客企業、および、直近3ヶ月以上連続で取引のある新規顧客企業をリカーリング顧客とする。2024年6月期より、代理店経由のサービスユーザーがリカーリング顧客条件に該当する場合は、当該ユーザーをリカーリング顧客としてカウント。

※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

クロスセルによる顧客単価は80倍となる事例も

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。

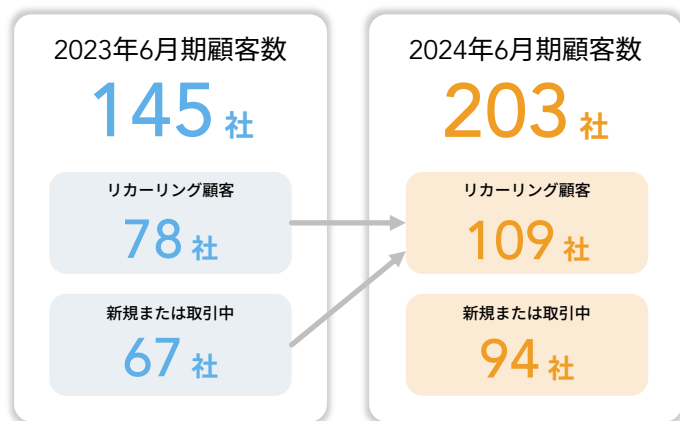


5. unerry概要

リカーリング顧客の経年売上は年々積み上がる構造

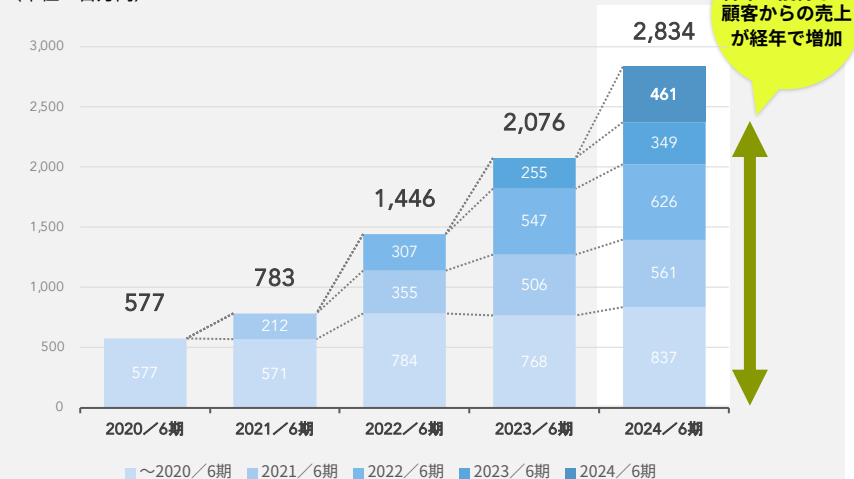
毎年獲得した新規顧客が翌年のリカーリング顧客になるメカニズム。
一度リカーリング顧客になると、経年で売上が増加するため、年々積み上がる構造。

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)

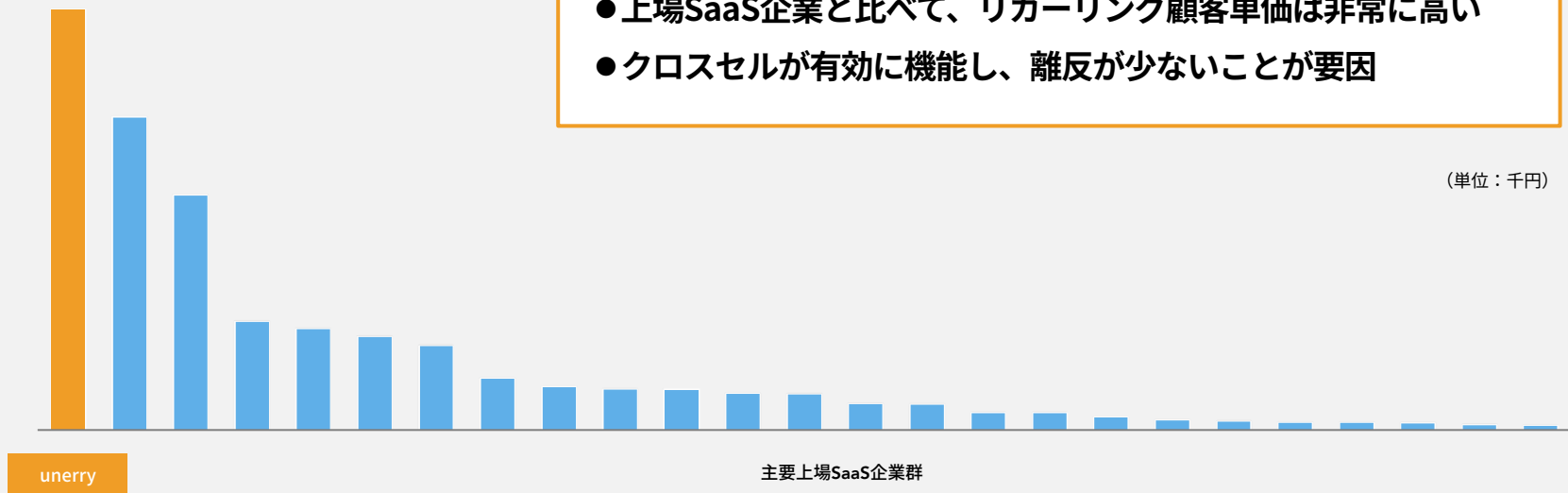


※各年度で獲得した同顧客による経年売上推移

リカーリング顧客単価は他社比で高水準

上場主要SaaS企業の年間顧客平均単価※

23,298



- 上場SaaS企業と比べて、リカーリング顧客単価は非常に高い
- クロスセルが有効に機能し、離反が少ないことが要因

(単位：千円)

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。