



参考資料2-3

株式会社 unerry

～ジオAI研究会～

小売・消費財・まちづくりにおけるジオAI活用事例

2026年 3月 27日





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

デジタル空間

生活者行動ビッグデータ

人流	購買	TV・OOH
SNS	サイネージ	Web

AI Brain

ユーザー プロフィール	来店可能性
レコメンド	嗜好性

Dx 生活者体験DXサービス

分析・ 可視化	行動変容 (広告) サービス	One to One サービス
------------	----------------------	-----------------------

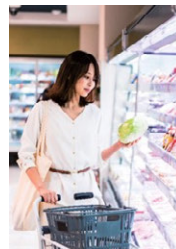
8.5億デジタルツインIDの生活者行動ビッグデータをAI解析

日常のあらゆる行動をデータ化

リアル空間



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

AIビジョン

目標はリアルの世界をデータとAIで再現する「ワールドモデル」

AI Readyな 生活者行動ビッグデータ

- リアル・デジタルにまたがるあらゆる行動データ
- 高度なデータクレンジング技術であらゆるAI利用を可能に



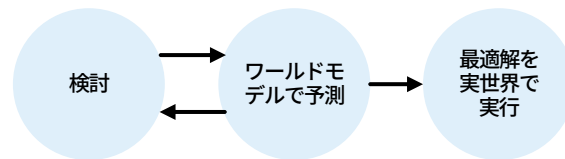
ワールドモデル (環境知能)

- 人がどこにいて、どこへ行き、なぜ動き、次にどう動くかがわかる“もう一つの現実世界”を作る



リアル行動世界を 理解・予測・設計するインフラ

- 出店退店は「実験不要」でわかる
- 広告・販促が「無駄打ちゼロ」に近づく
- ビルを建てると街の行動変化が事前にかかる
- 政策を推進すると日本がどう変わるかわかる



unerryは「世界行動をシミュレート」できる会社を目指しています

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。



ジオAIの活用方針と事例

人流の意味付け・予測だけでなく、他データの組み合わせによる立体的な課題特定、さらに顧客企業のAIパフォーマンスを上げるAI Readyに発展中

AI活用方針

- 1 人流データそのものの意味付け・予測
- 2 人流データと他データを組み合わせて実社会の課題や解決策を立体的に見出す
- 3 パートナーや顧客企業が導入しているAIのパフォーマンスを上げるAI Readyデータ提供

事例

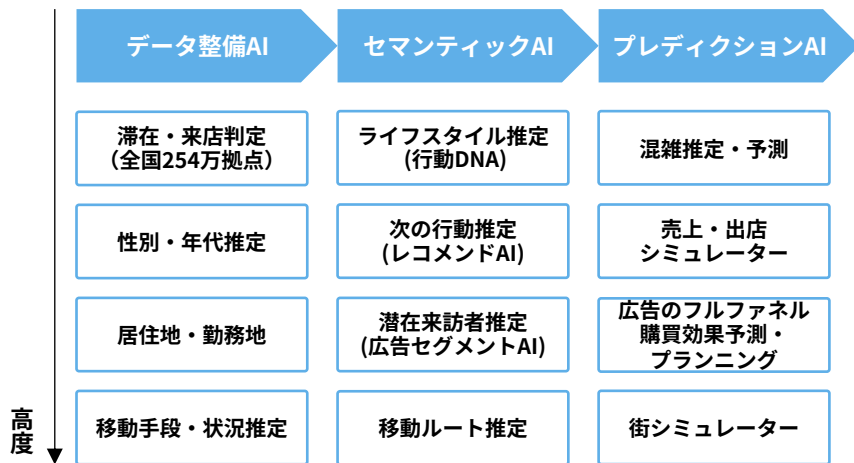
- 外食：出店シミュレーション
- 観光：観光施策の経済効果測定
- 小売：リテールメディア
- レジャー：来場者の事前予約向上

①人流データの意味付け・予測：出店シミュレーション（外食チェーン）

AIを多段階で用いて精度向上したデータ基盤により出店予測の精度が大幅に向上

unerryのAIマイルストーン

ユースケース →



出店シミュレーター

従来手法より大幅な精度向上に成功

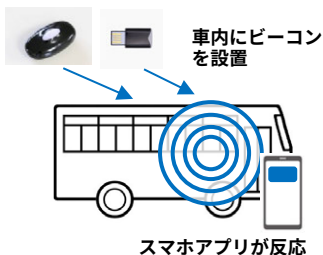


②データの立体的な組み合わせ：観光施策の経済効果（北海道観光機構）

バス乗車の結果、購買活動が活性化されたことが確認された

人流データ×クレジットカード決済データ

unerry人流データ



クレジットカード決済データ

スーパー	1,500円
コンビニ	900円
温浴施設	2600円
飲食 (A)	…円
文化施設	…円

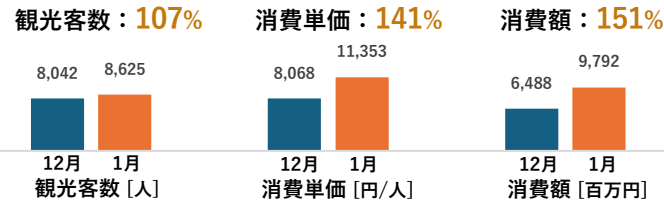
×

ジオAI活用

- バス乗車者が訪問している店舗や地域を判定 (滞在判定AI・来訪判定AI・移動手段判定AI)
- 人流行動と決済行動から、個を特定しない分類器でデータ関連性を推定

インサイト

購買行動の違い



観光行動の違い (行動DNA)

業種(小分類)	観光客全体			バス利用者			全バス利用者特徴
	人数 [人]	客単価 [円]	消費総額 [百万円]	人数 [人]	客単価 [円]	消費総額 [百万円]	
宿泊							安価なビジネスホテル 比率高
ビジネスホテル	29,521	1,977	291,011	3,459	1,939	24,111	
旅館	3,365	11,864	39,848	412	9,671	4,000	
ホテル	4,940	7,440	36,912	412	6,461	3,351	
その他宿泊施設	1,134	17,015	19,171	41	17,015	699	
コンビニ	10,889	982	77,511	2,942	827	3,711	
土産・菓子店	49,177	7,906	389,841	2,245	3,513	11,111	土産消費 少
ドラッグストア	45,525	2,316	95,072	2,162	3,481	3,211	
衣料	38,000	3,442	131,812	1,924	5,425	2,591	
スーパー	34,878	3,074	99,051	1,991	1,991	2,111	
書店・文具店	32,368	1,414	31,661	799	1,656	1,311	
飲料店	16,217	7,039	122,281	1,050	6,501	6,111	
産用品店	14,102	5,131	72,381	500	5,205	2,611	
家電量販店	10,461	7,209	77,531	501	6,625	3,411	
リサイクルショップ	4,894	969	3,721	259	931	911	
大型家具店	4,179	3,091	4,431	299	3,321	3,311	
ファストフード	14,216	706	10,041	1,741	611	2,741	
和食店	82,221	3,101	256,811	1,541	3,421	15,911	酒飲食 高単価
居酒屋	42,441	4,141	175,811	3,321	3,421	11,411	
カフェ・スイーツ	27,051	618	17,111	1,291	731	6,841	
特別飲食	29,201	4,941	117,111	2,091	5,011	10,411	
パブ/ダンススタンド	15,001	2,891	121,011	1,041	2,101	2,141	
レンタカー	28,481	6,291	349,221	2,051	4,331	11,811	
交通	30,271	5,021	179,431	2,451	6,011	12,311	
施設見学・体験	29,521	1,416	36,311	1,751	1,331	2,111	
ゴルフ場	516	3,716	2,011	41	4,361	0,111	

②データの立体的な組み合わせ：リテールメディア（小売）

人流と購買から効果の高い顧客セグメントを作り、広告配信の購買計測まで実施

顧客像を精度高く捉える
「深いリーチ」

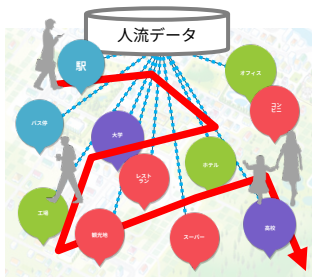
人流データ

×

購買データ

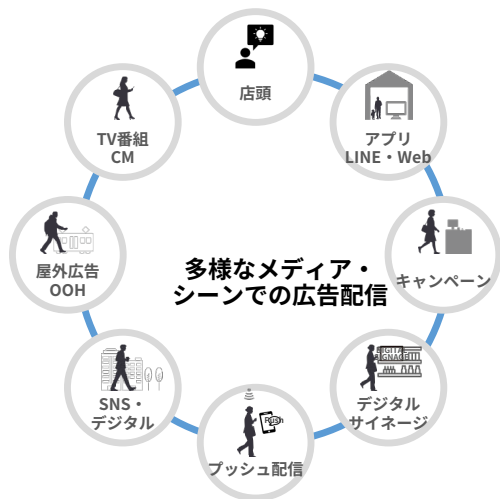
- ・行動DNA
- ・他店来訪

- ・購買商品
- ・購買カテゴリ
- ・併売商品 等

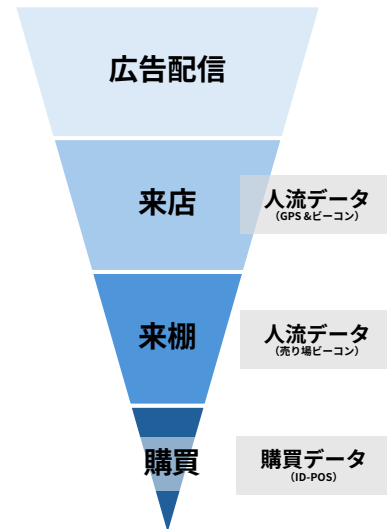


実購買者の「行動DNA」と購買データに基づき
特徴量を持つセグメントの把握が可能

非会員、未来店層にも届く
「広いリーチ」



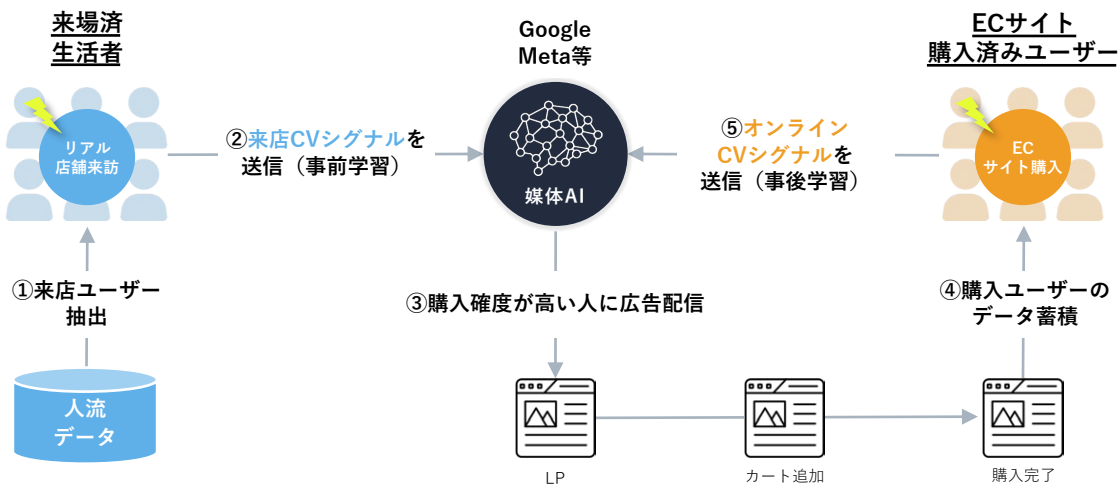
来店・購買までを捉える
効果計測



③AI Readyデータ提供：来場者の事前予約向上（レジャー施設）

プラットフォームのAIを更に賢くするAI Readyデータ提供で効果が桁違いに向上

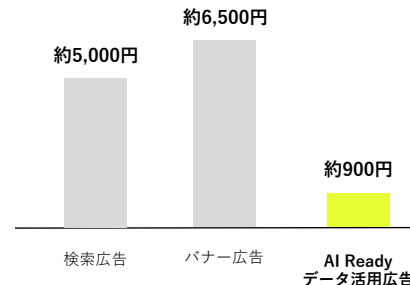
AI Readyデータによる広告効果向上



AI Readyデータによる広告効果向上

検索広告と比較してCPA比で80%以上低減。施策全体のCPAも大幅に改善することができ、チケット購入促進に貢献。

チケット購入CPA



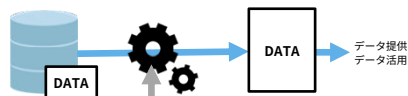
(参考) プライバシーに対するガバナンス

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。



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。

enerryでは、2022年10月に認定取得。