

2026年6月2日（火）  
株式会社 unerry（東証グロス・証券コード：5034）

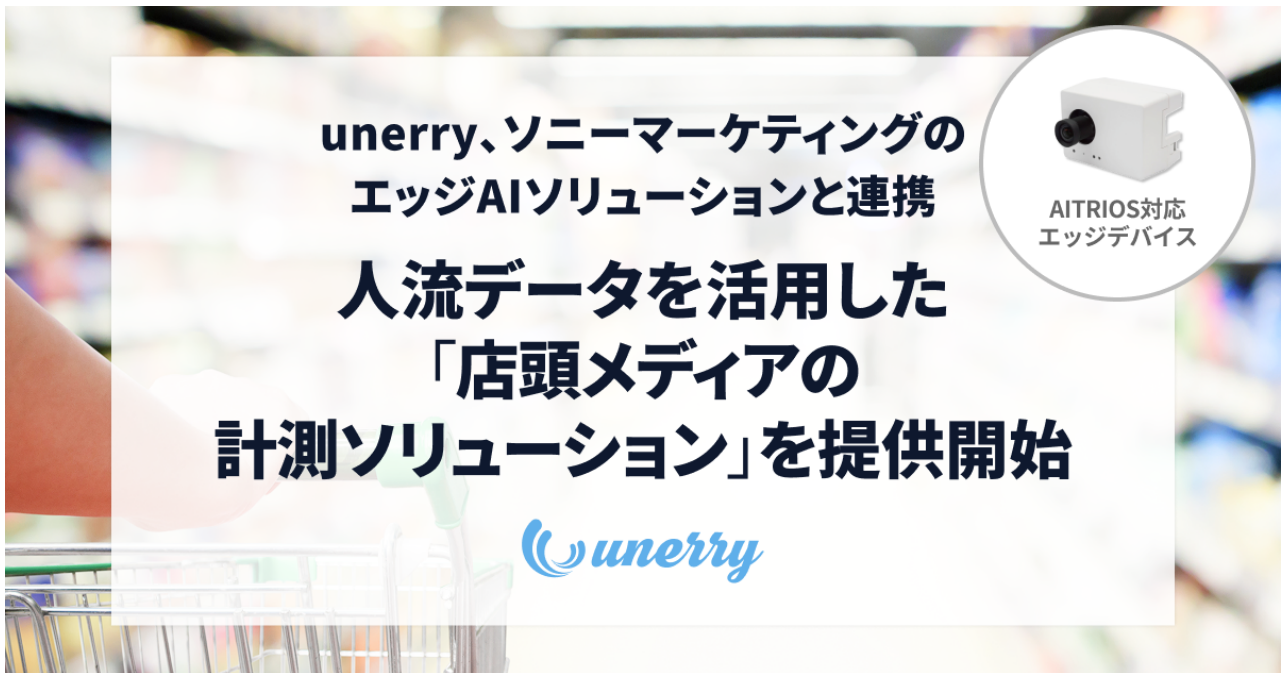
【報道関係各位】

## unerry、ソニーマーケティングのエッジ AI ソリューションと連携し、 人流データを活用した「店頭メディアの計測ソリューション」を提供開始

～リテールメディアのリーチと効果を明らかに。

「TRIAL GO」実証実験では、店前通行者の約6割がサイネージを視認～

リアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank」を運営する株式会社 unerry（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 CEO：内山 英俊、以下、unerry）は、ソニーマーケティング株式会社（本社：東京都港区、代表取締役：川口 大輔、以下、ソニーマーケティング）のエッジ AI ソリューションと連携し、サイネージを中心とした「店頭メディアの計測ソリューション」を提供開始いたします。



本ソリューションは、unerry の人流データと、ソニーマーケティングのエッジ AI ソリューション「AI 解析ソリューション with AITRIOS™（<https://www.sony.jp/bravia-biz/signage/aitrios/>）」が計測するデータを掛け合わせることで、店外および店頭・店内の顧客行動を分析し、リテールメディアのリーチと効果を明らかにするソリューションです。リテール企業様が広告主の求める投資対効果を数値で示すことが可能な、根拠あるリテールメディア提案を実現できるよう支援します。

**開発の背景：「関心は高いが、定量的な効果のわかりにくさが導入のハードル」となりやすい店頭リテールメディア**

近年、リテールメディアが注目を集める中、デジタルサイネージを中心とした店頭メディアは購買に最も近い接点として多くの広告主が関心を持つ一方、その普及は限定的です。その理由の一つが「計測」の問題です。リテール企業

様自身も、サイネージ広告のリーチやどんなユーザーが視聴するかを定量的に示すことが難しいこともあり、広告主への提案に課題感を持たれることも多くあります。そこで、unerry とソニーマーケティングは、視聴者数やその属性、来店前後行動と店内行動を組み合わせた解析による視聴者層の深掘りや効果計測の実現に取り組みました。

## ソリューションの概要：店外と店頭・店内の顧客行動を分析し「測れるメディア」へ

店外では「どんな人が、どこから来たか、普段どのような店舗の利用が多いのか」、店頭・店内では「何人が、店頭メディアに接触して、どう動いたのか」。本ソリューションはこの両方をプライバシーに配慮した形で可視化します。

「AITRIOS」※に対応するエッジ AI デバイス (AI カメラ) を店舗に設置し、画像データを保存・送信せず、エッジ処理したメタデータのみを活用することで、来店人数・来店客属性に加え、店頭メディアの視認者数・視認率・視認時間などを計測します。また unerry の人流データと連携し、来店前後の顧客行動を分析。店頭メディアの効果計測にとどまらず、POS データを組み合わせた購買率分析や AI による予測分析・最適な販促施策につなげ、リテールメディアの価値を最大化します。

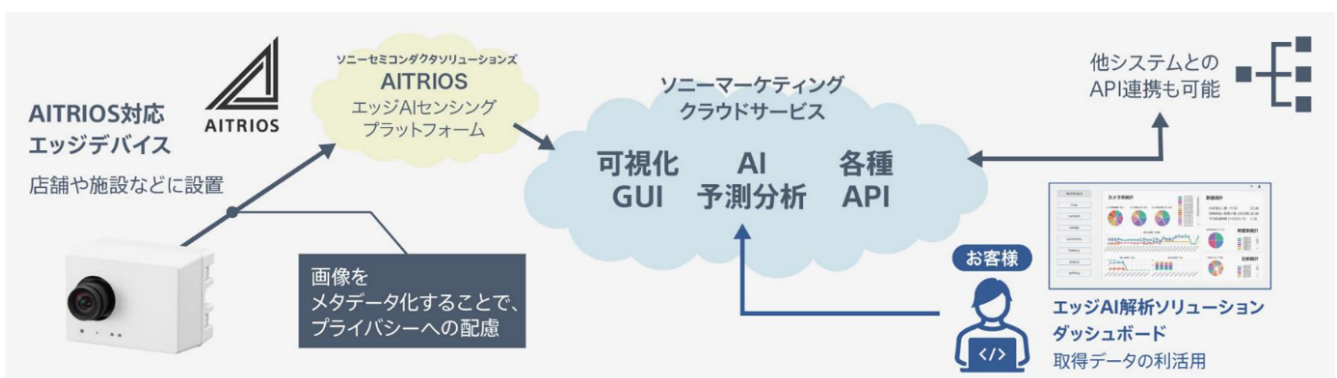
※AITRIOS は、ソニーセミコンダクタソリューションズ株式会社が手掛けるイメージセンサーを活用したセンシングソリューションの効率的な開発・導入を加速するためのエッジ AI センシングプラットフォームです。

### <店外行動：unerry の人流データによる来店の前後行動の理解とコミュニケーション>

- ・国内 2.4 億 ID の人流データにより、来店者の商圈、来店経路、来店頻度などを把握
- ・来店者の居住地・勤務地（推計）および他店利用傾向、ライフスタイルなどの属性を推計・分析
- ・メディア接触者における購買効果の可視化（POS データ連携および広告商品に関連する店舗や施設への来店計測）

### <店内行動：ソニーマーケティングのエッジ AI ソリューションによる来店・視聴行動の計測>

- ・店前通行者数、来店人数、来店者属性、店内の動線解析、滞留分析、およびコンテンツ毎のサイネージ視認率、視認時間などを高精度に計測可能
- ・画像データは保存・送信させず、エッジ処理した特徴量（メタデータ）のみを出力。プライバシー配慮と低コストを両立



## 「TRIAL GO 富士見台駅北店」での実証実験

本ソリューションの有効性を検証するため、スーパーマーケットチェーン「TRIAL GO 富士見台駅北店」にて28日間の実証実験を実施。店舗前の判定エリアの通行者のうち、約6割がサイネージを視認していたことをエッジAIデバイスが計測しました。また、人流データを活用することで、サイネージ接触者の居住地・勤務地（推計）の遠近や競合店利用状況を分析。時間帯別に、どのようなライフスタイルの生活者がメディアに接触したのかを定量的に把握しました。広告主が求める効果を定量的に示し、根拠のあるリテールメディア提案が可能であることが確認されました。

### <株式会社トライアルカンパニー様 コメント>

当社は多数のデジタルサイネージを導入してきましたが、「メディアとしての効果計測」が長年の課題でした。今回「TRIAL GO 富士見台駅北店」での実証実験を通じ、店前通行者の約6割がサイネージを視認している事実が客観的データとして証明されたことは大きな成果です。また、当社がこれまで培ってきたデータ活用に加え、unerry様の人流データとソニーマーケティング様のエッジAI技術が連携することで、店外から店内までの顧客行動をシームレスに捉え、想像以上に「顧客解像度」を高められることが分かりました。

本取り組みは、広告主様へ投資対効果を明確に証明する確固たる第一歩です。商品メーカー様のエンデミック広告（店頭で配荷されている商品の広告）にとどまらず、今後は商圈生活者と親和性の高いノンエンデミック（非物販等）広告へと、リテールメディアの新たな可能性を大きく広げると確信しています。

### 担当者コメント

#### <ソニーマーケティング株式会社 B2B ビジネス2部 ビジネスディベロップメントマネジャー 深山大輔>

当社は、これまでエッジAIデバイスを活用し、店頭・店内における顧客接点の可視化を通じて、小売現場におけるより実効性の高いデータ活用を支援してまいりました。今回、unerry様の人流データとの連携により、来店前後の行動理解と店頭メディア接触の定量把握を組み合わせた、新たな価値提供の可能性を示すことができました。今後も、プライバシーに配慮した形で、リテールメディアの高度化と、データに基づく販促・売場づくりの支援に取り組んでまいります。

#### <株式会社 unerry サービス企画開発部 リテール事業開発 ビジネスプロデューサー 須磨武司>

当社はこれまでも人流データと購買データを掛け合わせたターゲティングをもとに、マス・OOH・デジタル広告など複数のメディアを組み合わせた統合コミュニケーションを支援してきました。今回ソニーマーケティング様との連携により、店頭メディアへの接触がこれまでより定量的に計測できるようになったことで、外部メディアとの重ね合わせによる接触ボリュームの拡大や接触回数の最適化など、より一気通貫のメディアプランニングが可能になりました。ターゲット設定から各メディアでのコミュニケーション、来店、店内メディア接触、そして購買への貢献まで一気通貫で可視化するこの取り組みを、リテールメディアの新たなスタンダードにしていきたいと考えています。

※unerry の人流ビッグデータは、特定の個人を識別することができない個人関連情報です。また法令および各社のユーザーの許諾の範囲で取得・活用をしています。

※本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

※本ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

## <お問い合わせ>

株式会社 unerry 広報 内山、柳田

information@unerry.co.jp

## ■株式会社 unerry について

会社名：株式会社 unerry

代表取締役社長 CEO：内山 英俊

設立：2015年8月

本社所在地：100-0011 東京都千代田区内幸町二丁目1番6号 日比谷パークフロント 19階 (WeWork 内)

URL：<https://www.unerry.co.jp/>

リアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank (<https://www.beaconbank.jp/>)」を運営する2015年創業のデータカンパニーです。GPS およびビーコン技術を活用し、約150のスマートフォンアプリから取得する約8.5億ID (うち国内約2.4億ID) の屋内外の人流ビッグデータをAIで解析。「心地よい未来を、データとつくる。」というミッションを掲げ、OMO マーケティング支援や、スマートシティの実現に向けた事業等を展開しています。