

04

「利は川下にある」の真髓 (2)データ起点の価値創造

情報・金融カンパニー



野田 俊介

専務執行役員

情報・金融カンパニープレジデント (2024年～)

(兼) COO補佐

- 1987年入社以来、情報・通信分野のビジネスに携わり、CTCへの出向、インターネット黎明期からの当社ネットビジネス開発等を経験
- エキサイト社長、業務部長、CSO、CDO・CIOを歴任
- 現職の前はベルシステム24ホールディングス社長

データ活用の潜在的可能性

2026年
問題

AI学習データの枯渇で、現場の“生きた情報”がより重要に

- 構造化データ
- オープンデータ

AI活用可能データ

1%未済

- 非構造化データ
- ダークデータ
- オフライン情報

未活用データ

99%[※]



伊藤忠が持つ

現場の一次情報（知見・データ）

深い業務プロセス理解・見極め

が競争力の源泉に

当社・当社グループの役割・機能



顧客



顧客を取り巻く様々な課題

膨大なデータ

データ整備・活用

全体アレンジ／課題解決を支援

課題抽出・整理

上流コンサル



ソリューション

伊藤忠デジタル
バリューチェーン企業群等

実装

インフラ・BPO



1980年代から培ってきたデジタル知見と実績を強みに、変化する顧客課題を解決



課題解決ソリューション

AIを含む最適なソリューションを調達

AIエンジン

OpenAI

Google

Anthropic

Microsoft

AIパートナー



sakana.ai



AVILEN



MAMEZO



Liquid

生成AI基盤技術、フィジカルAI、AI内製化支援等 独自の強み

データ活用に伴う課題解決に向けプロジェクト遂行中

▶ 事例

ほけんの窓口

年間100万回の保険相談記録を分析
業務効率改善へ



- 業務効率改善
- サービス品質の向上

▶ 事例

Bell System24

VOC（顧客の声）を活用した生成AI導入を
伴走支援し、コンタクトセンターを自動化



- 多業種で導入・検証
- ノウハウを横展開

第8カンパニー



細見 研介

常務執行役員

第8カンパニープレジデント (2026年～)

-
- 1986年入社以来、繊維部門を中心にブランドマーケティングに長く携わる
 - 2019年の第8カンパニー発足時、プレジデント就任
 - 直近2021～2025年度までファミリーマート社長を務める

リテールメディア事業の歩み

第8カンパニー設立

ファミペイ

2019年7月

ローンチ

顧客接点

DATA ONE

2020年12月

設立

データ拡張

GATE ONE

2021年9月

設立

メディア拡大

アジア初の リテールメディア成功事例

3つの戦略の柱

- 顧客属性・購買情報の蓄積と分析
- 「オウンドメディア」保有とブランド価値向上
- 店舗販売の活性化

「ファミペイ」
30百万
ダウンロード

Life-Liveデータ

6,000万
国内最大級の
購買データ付ID

「ファミマTV」
11,300店舗
サイネージ設置

顧客理解、広告配信、効果検証を一気通貫で実行

Life-Liveデータの可能性

Life-Liveデータ × AI = “Consumer Intelligence”

購買・行動データを起点とした消費者理解

6,000万ID

国内最大級の
購買データ付ID

“データドリブン”の
リテールメディア

想定活用領域

購買予測 = マーケティング

需要予測 = サプライチェーン

行動予測 = 金融・トラベル・ヘルスケア等

AIにより購買データの分析・示唆抽出が高度化、活用領域が拡大

広告価値向上の取組事例

- 小売横断での効果検証
- 店舗アセットの活用



会員基盤・メディア・データ
を掛け合わせ
広告価値を最大化

売場連動企画

販売記録更新*

- ファミマTV広告放映
- ファミペイアプリ、SNS、売場作りとの連動
- 広告効果分析・フィードバック



*過去5年間の飲料新商品の初週販売数



「ファミマまるごとメディア」試乗会

- ファミマTV広告放映
+
 - 店舗駐車場で試乗会開催
- ▶ “車も売れるコンビニ”へ

