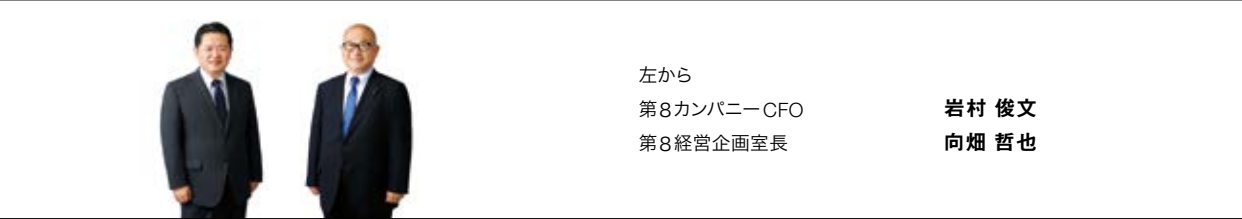


第8カンパニー

- 「マーケットイン」の発想による新規ビジネスの創出と既存7カンパニーとの協働
- ファミリーマートが保有する消費者接点を活用したビジネスの推進
- 当社グループの消費関連データを結合した情報プラットフォームの構築



第8カンパニー プレジデント
加藤 修一



左から
第8カンパニーCFO 岩村 俊文
第8経営企画室長 向畑 哲也

Strength カンパニーの強み

- ファミリーマートのリアル店舗ネットワーク及び生活消費分野に強みを持つ事業会社のビジネス基盤
- 多様なバックグラウンドを持つ人材構成と機動性の高いアメーバ的組織体制
- 商品基軸に縛られず「マーケットイン」の発想で柔軟にビジネス創出を行う組織風土

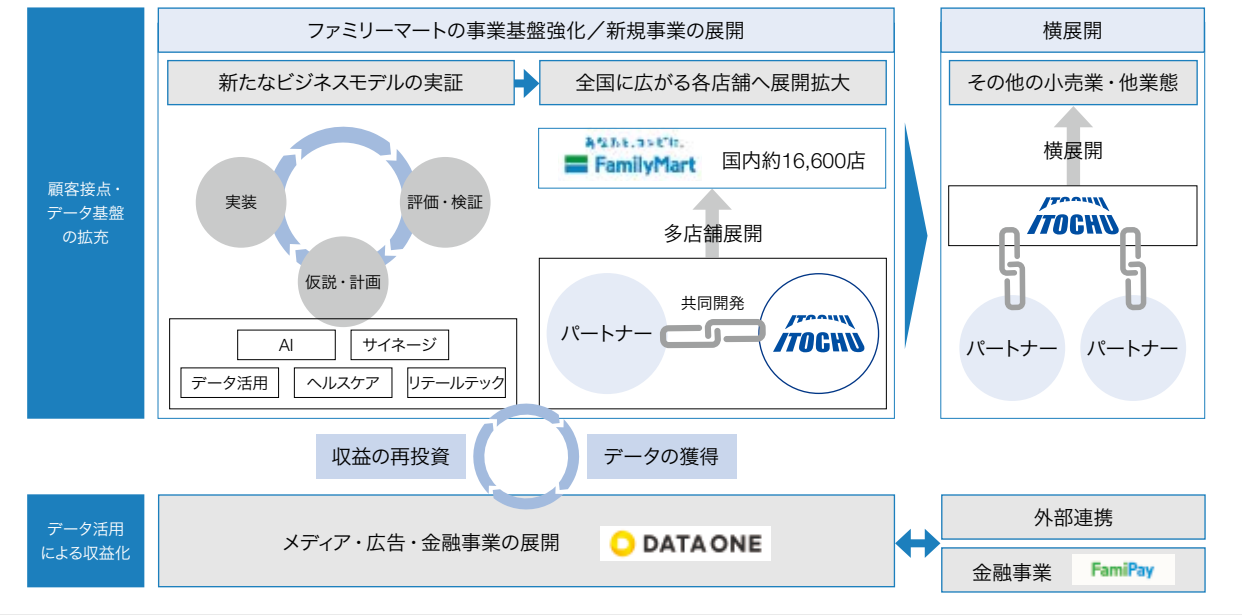
事業展開

国内事業損益割合（イメージ）

100%

新型コロナウイルスの感染拡大により消費者の行動は大きく変容し、変化への対応が必要となっています。第8カンパニーは「マーケットイン」の発想に基づき、特に生活消費分野に強みを持つ当社の様々なビジネス基盤を最大限活用しながら、デジタルやAIを活用した新たなサービスやビジネスモデルを開拓します。

- 具体的な取組方針
- 中核事業であるファミリーマートの徹底的な強化。（⇒ Page 115 成長機会の取込み）
 - ファミリーマートの店舗ネットワーク・集客力を活用しながら、お客様ニーズに合わせた新たなビジネスモデルを創造・実証し、全国に広がるファミリーマート各店舗へ展開拡大。実証済みのサービス・技術を其他小売業・他業態へ横展開。
 - 外部連携や金融事業等を通じて顧客接点を拡大・データ量を拡充し、広告・金融事業収益を最大化。新規収益をコンビニエンスストア事業へ再投資することで、店舗集客力の一層の向上を図る。



2020年度レビュー（確実な成果）	
	スピード感を持った変化への対応、ビジネスモデルの転換に向けたファミリーマートの非公開化
	(株)データ・ワンの設立によるデジタル広告配信事業への参入
	FamiPay（バーコード決済）のファミリーマート店舗外での利用を開始
	各種プロジェクト立ち上げと実証実験の推進

成長機会の取込み（持続的な成長）	
	コンビニエンスストア事業の3つの基本「商品力・利便性・親しみやすさ」の徹底的向上や、サプライチェーン全体の高度化によるファミリーマートの収益基盤の拡充
	ファミリーマート店舗のメディア化等による顧客接点・事業収益の拡大
	データ基盤の拡充とデータを活用した広告・金融他新規事業の展開
	AIを活用した需要予測、仕入改善ツールの開発と導入

リスクへの対応（資本コストの低減）	
	デジタルを活用した人手不足への対応
	地域の人に親しまれるファミリーマートのお店づくりやニーズに合わせた店舗形態の開発、新サービス開発による利便性強化等、新型コロナウイルス感染拡大に伴う消費者の行動変容に合わせた柔軟な変化対応

サステナビリティアクションプランに対応する項目に、該当するマテリアリティのマークを付しています。
アクションプランの詳細は、当社ウェブサイトをご参照ください。🌐 <https://www.itochu.co.jp/ja/csr/itochu/activity/actionplan/>

💡 技術革新による商いの進化 🌱 気候変動への取組み（脱炭素社会への寄与） 🏢 働きがいのある職場環境の整備
👤 人権の尊重・配慮 🏡 健康で豊かな生活への貢献 🔄 安定的な調達・供給 🛡️ 確固たるガバナンス体制の堅持

「マーケットイン」による事業変革の具体例

ファミリーマートは今年創立40周年を迎えます

ファミリーマート非公開化によるビジネスモデル転換の加速

当社は、2020年7月9日より、ファミリーマートに対し、同社の非公開化を目的とした公開買付けを実施しました。10月22日に開催された同社の臨時株主総会で株式併合が決議され、ファミリーマートは11月12日に上場廃止となり、当社グループの2021年3月末の取込比率は94.7%まで増加しました。

ファミリーマートは当社にとって生活消費分野の中核事業です。今後、まずはコンビニエンスストア事業の基本である「商品力・利便性・親しみやすさ」を徹底的に強化しながら、当社グループの技術・ノウハウを活用した物流効率化や、広告・金融事業等の新たなビジネス創出に取り組めます。非公開化を通じて、名実共に当社とファミリーマートが一体となり、「マーケットイン」の発想に根差した戦略を強力かつスピード感を持って推進していきます。

第8経営企画室
室長代行
深尾 万里子