

第8カンパニー プレジデント

小谷 建夫



左から

第8カンパニーCFO	菅 伸浩
第8経営企画室長	向畑 哲也

第8カンパニー

事業分野

- 「マーケットイン」の発想による新規ビジネスの創出と他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

カンパニーの強み

- ファミリーマートの店舗ネットワークとリアル・デジタルにおける顧客接点
- 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
- カンパニーの垣根を越えたシナジー創出・連携強化のための組織横断的な人材交流

事業展開 ※定量データは、▶ Page 126～133をご参照ください。

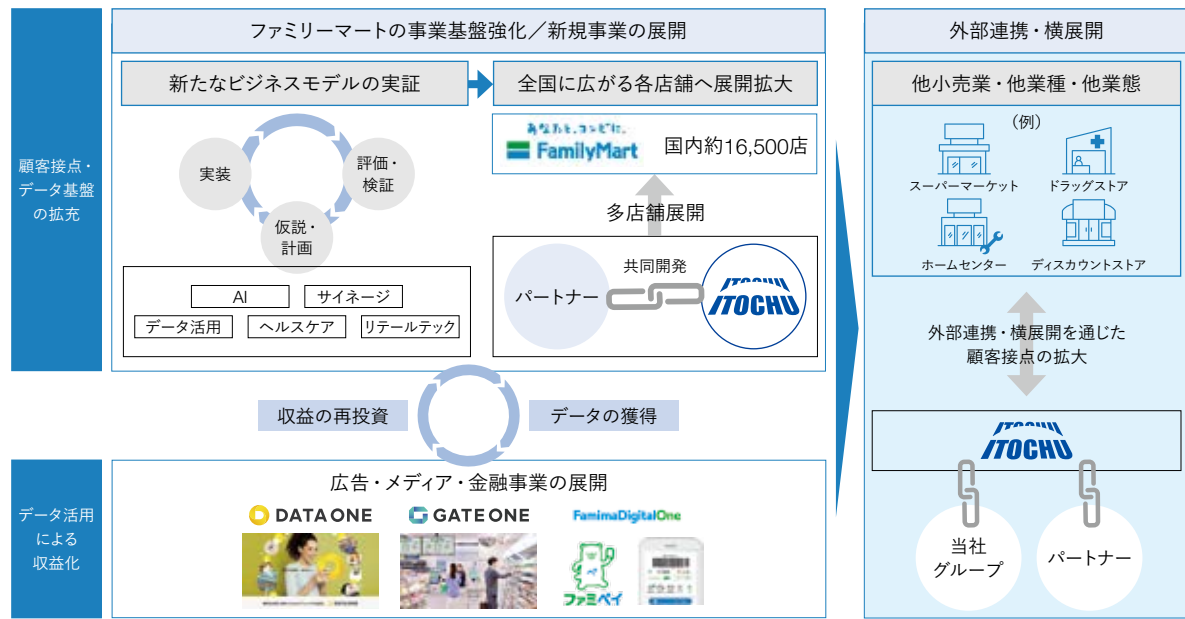
国内事業損益割合(イメージ)

100%

コロナ禍の前後で大きく変容した消費者ニーズの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

- ファミリーマートの店舗ネットワーク・集客力・データを活用しながら、顧客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・技術をその他小売業・他業態へ横展開。
- 外部連携や金融事業等を通じて、顧客接点を拡大しデータ量を拡充することで、広告・メディア・金融事業の収益を最大化。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、店舗集客力をより一層向上。



「マーケットイン」による事業変革の具体例

デジタル広告配信事業の展開拡大

当社は、2020年10月にファミリーマート、(株)NTTドコモ、(株)サイバーエージェントと共同で、(株)データ・ワンを設立しました。同社は、ファミリーマートの購買データ、国内最大規模である約2,900万の広告IDを強みにデジタル広告配信から効果検証まで一気通貫で行うユニークな広告事業を展開しています。

例えば、2023年4月の(株)パン・パシフィック・インターナショナルホールディングスとの提携を皮切りに、小売事業者等とのリテールメディア領域におけるデータ連携の拡大を図ると共に、2023年中にファミリーマート10,000店舗に設置予定のデジタルサイネージとデジタル広告を組み合わせることで、リアルとデジタルが融合した広告事業の更なる進化を目指します。「お客様が望む時に望む情報を届ける」を実現し、顧客体験の向上及び広告事業の成長を加速させていきます。



購買データに基づく広告配信を通じた顧客体験の向上



広告・メディア提携推進プロジェクトチーム
左から
金子 仁美、牟田 尚礼、久保 雄麻、塩谷 秋子、光本 愛理、大山 賀己

2022年度レビュー(確実な成果)

$$\text{企業価値} = \frac{\text{創出価値}}{\text{資本コスト} - \text{成長率}}$$

ファミリーマートにおける商品力強化や「ファミマル1周年感謝セール」等の各種施策が奏功し、年間を通して前期比で日商が向上

- ① ファミリーマート店舗の運営力向上と省人化に向けた人型AIアシスタントの本格導入を開始
- ① (株)ゲート・ワンを通じたデジタルサイネージ「FamilyMartVision」の3,000店舗への設置
- ① (株)データ・ワンによる購買情報を活用したデジタル広告配信プラットフォームの提供
- ① 安価なデバイス上で高度なAI解析を実行するソフトウェアを開発する等、高い技術力を持つスタートアップ企業のIdein(株)との資本業務提携

成長機会の取込み(持続的な成長)

$$\text{企業価値} = \frac{\text{創出価値}}{\text{資本コスト} - \text{成長率}}$$

- ① コンビニエンスストア事業(物販・サービス)の強化、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拡充
- ① 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
- ① データ基盤の拡充とデータを活用した広告・メディア・金融事業等、新規事業の展開
- ① 高い技術力を持った企業と連携したリテールソリューションの開発
- ① 他小売業・他業種・他業態との連携によるビジネス領域の拡大

リスクへの対応(資本コストの低減)

$$\text{企業価値} = \frac{\text{創出価値}}{\text{資本コスト} - \text{成長率}}$$

- ③ 原料価格変動等に対するサプライチェーン・リスクマネジメントの強化
- ④ デジタルを活用した人手不足への対応

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/>

- ④ 技術革新による商いの進化
- ④ 気候変動への取組み(脱炭素社会への寄与)
- ④ 働きがいのある職場環境の整備
- ④ 人権の尊重・配慮
- ④ 健康で豊かな生活への貢献
- ④ 安定的な調達・供給
- ④ 確固たるガバナンス体制の堅持

