

BIPROGYグループ リテール事業説明会

2026年3月30日
BIPROGY株式会社

1 経営方針（2024-2026）におけるリテール領域の位置付け

2 リテール領域の取り組み

3 質疑応答

**経営方針（2024-2026）における
リテール領域の位置付け**

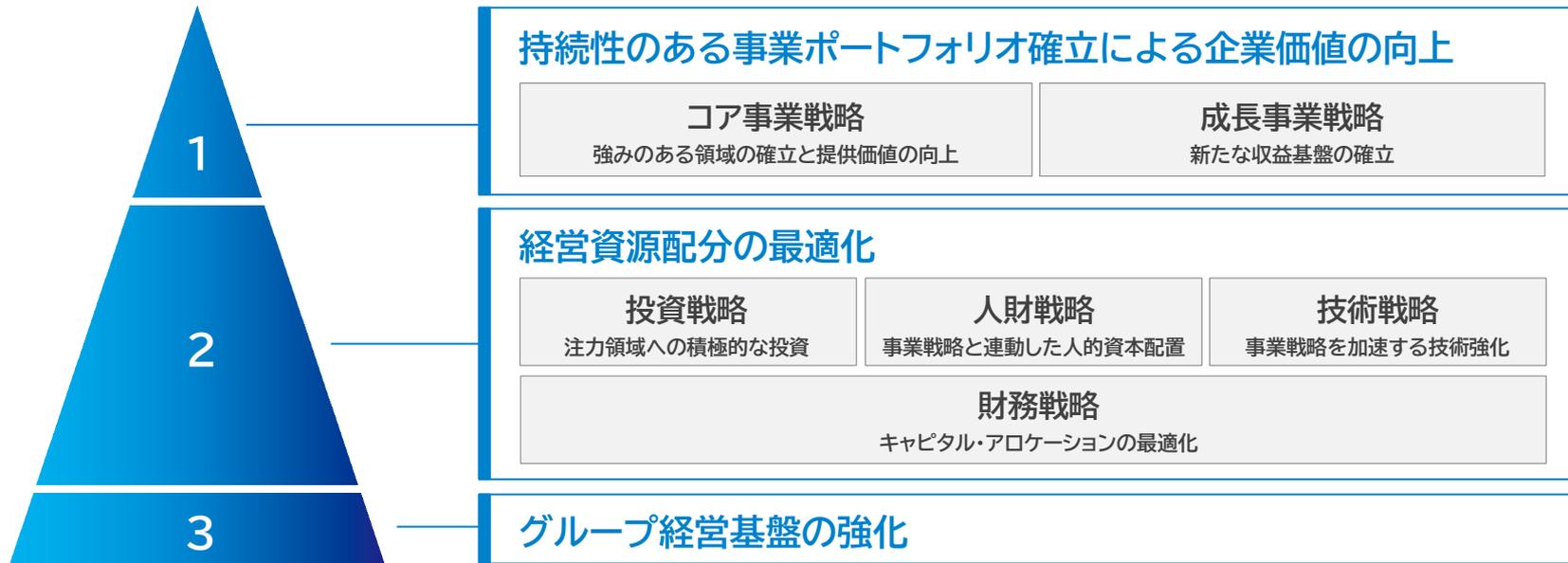
**BIPROGY株式会社
代表取締役専務執行役員 葛谷 幸司**

経営方針（2024-2026）におけるコア事業／成長事業

✓ 「3つの基本方針」を掲げ、Vision2030の実現に取り組みます。

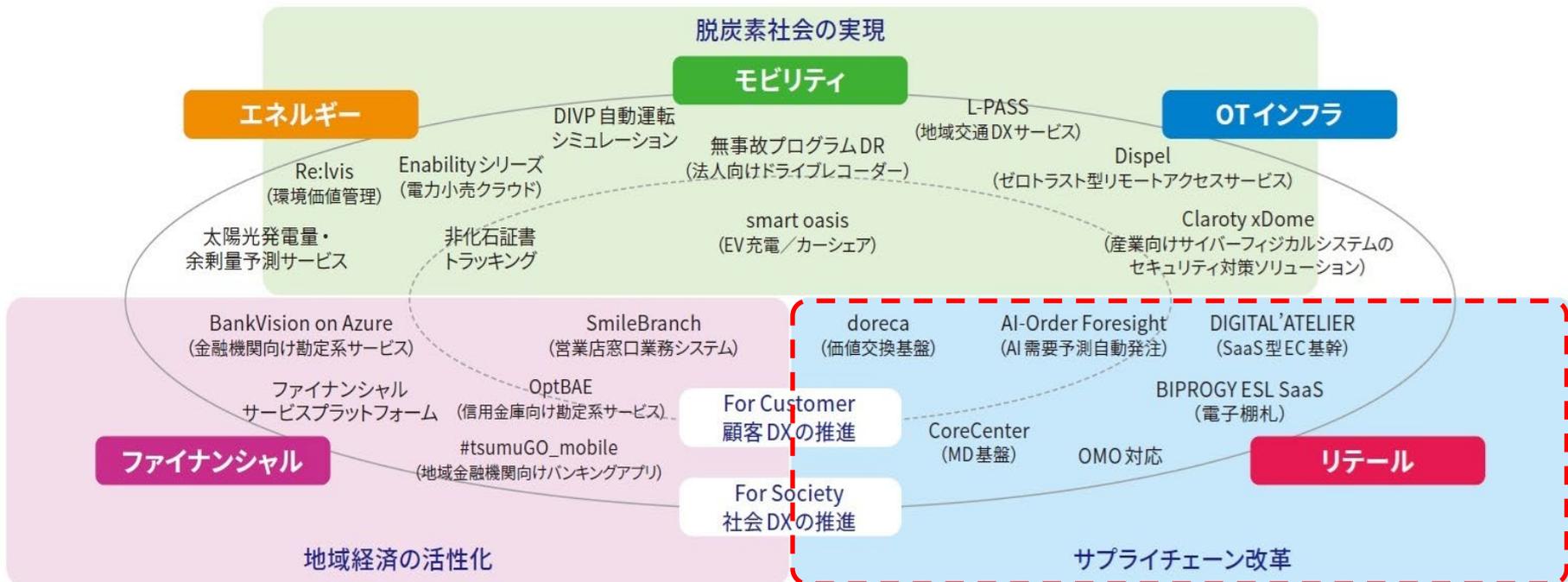
Vision2030

わたしたちは、デジタルコモンズを誰もが幸せに暮らせる社会づくりを推進する仕組みに育てていきます



コア事業におけるリテール領域の位置付け

- ✓ リテール領域は、優良な顧客基盤と徹底した業務・顧客知見を活かせる「注力領域」の1つであり、経営資源を集中し、収益性を高めていくことを目指している



リテール領域の取り組み

BIPROGY株式会社
業務執行役員 村上 明伸



村上 明伸

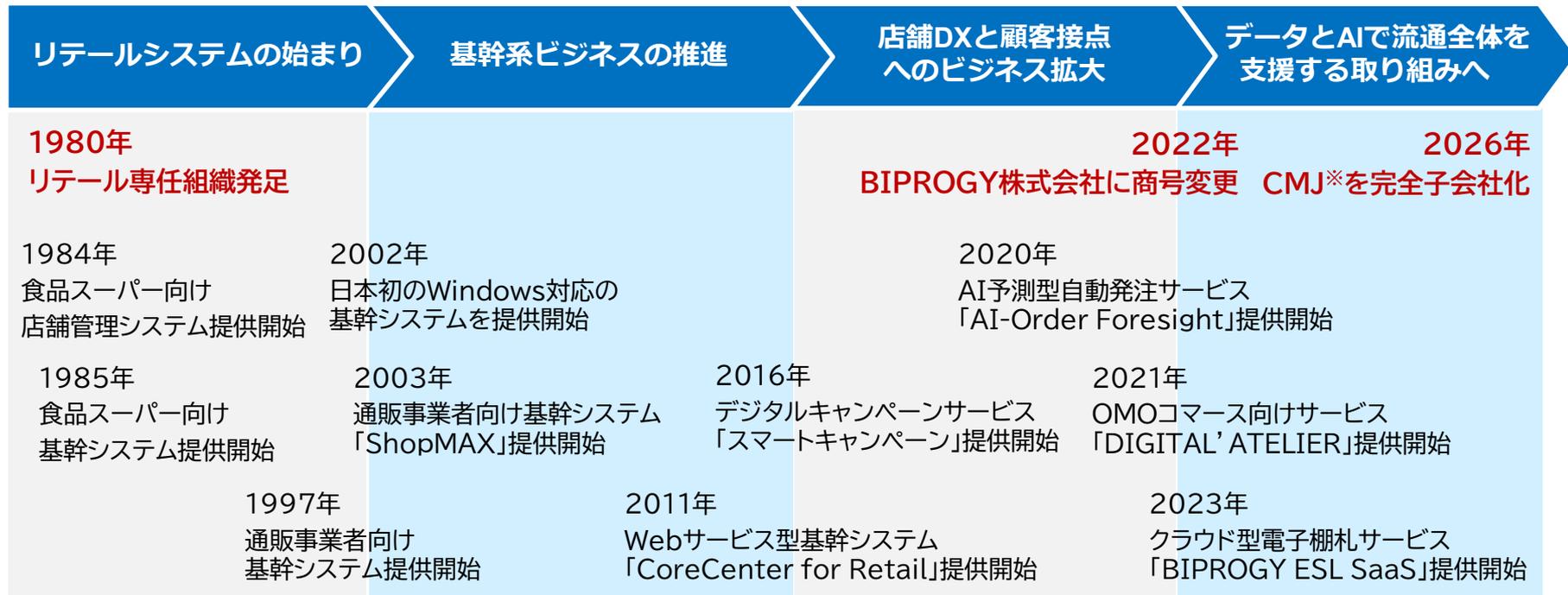
業務執行役員

<主な略歴>

- 1992年 BIPROGY入社
- 2017年 インダストリーサービス第一事業部リテールサービス営業一部長
リテールサービスBP(ビジネスプラン)オーナー
- 2019年 インダストリーサービス第二事業部営業一部長
- 2023年 インダストリーサービス第一事業部長
チャンネルペイメントサービス株式会社 取締役(非常勤)(現任)
- 2025年 当社 業務執行役員(常勤) (現任)
(担当:インダストリーサービス第一事業部、インダストリーサービス第二事業部、
注力領域リテール)
- 2026年 カタリナマーケティングジャパン株式会社 取締役(非常勤)(現任)

リテール領域の事業戦略 | 約40年の取り組み

1980年から40年以上にわたり、基幹システムから店舗DX・D2C・CX領域に取り組みを拡大
今後は「データとAIによる流通業全体の支援」に展開



※CMJ:カタリナマーケティングジャパン株式会社

リテール領域の事業戦略 | 流通業界の方向性

DXの進展で生活者の行動や店舗の情報がデータ化されてきたことにより、従来のサプライチェーンから生活者や地域が起点となるデマンドチェーンへの転換が進む

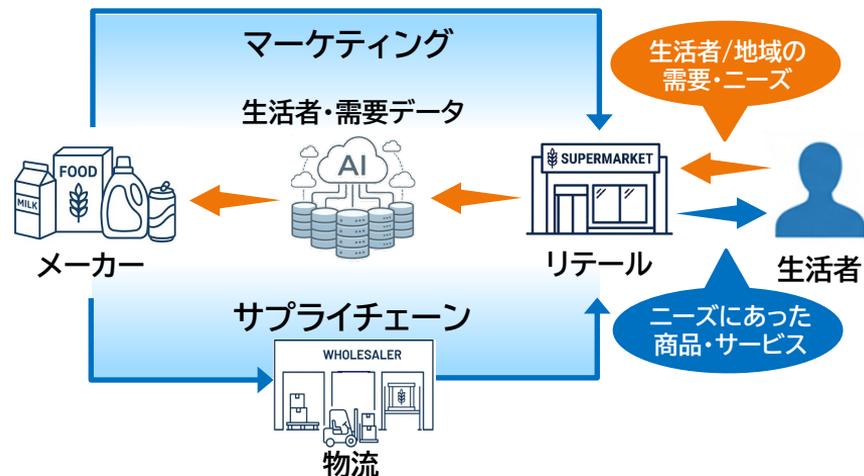
従来のサプライチェーン

メーカーがニーズや需要を想定し、
情報や商品を提供するモデル



流通デマンドチェーン

生活者や地域のニーズ・需要を起点に
マーケティングとサプライチェーンが対応するモデル



カタリナマーケティングジャパン(CMJ)について

設立から独立、そして新たな成長フェーズへ

CATALINA®

事業概要

実購買データをベースとした各種マーケティングサポート

【マーケティング戦略構築】

- ・市況調査
- ・マーケティング指針立案

【マーケティング施策】

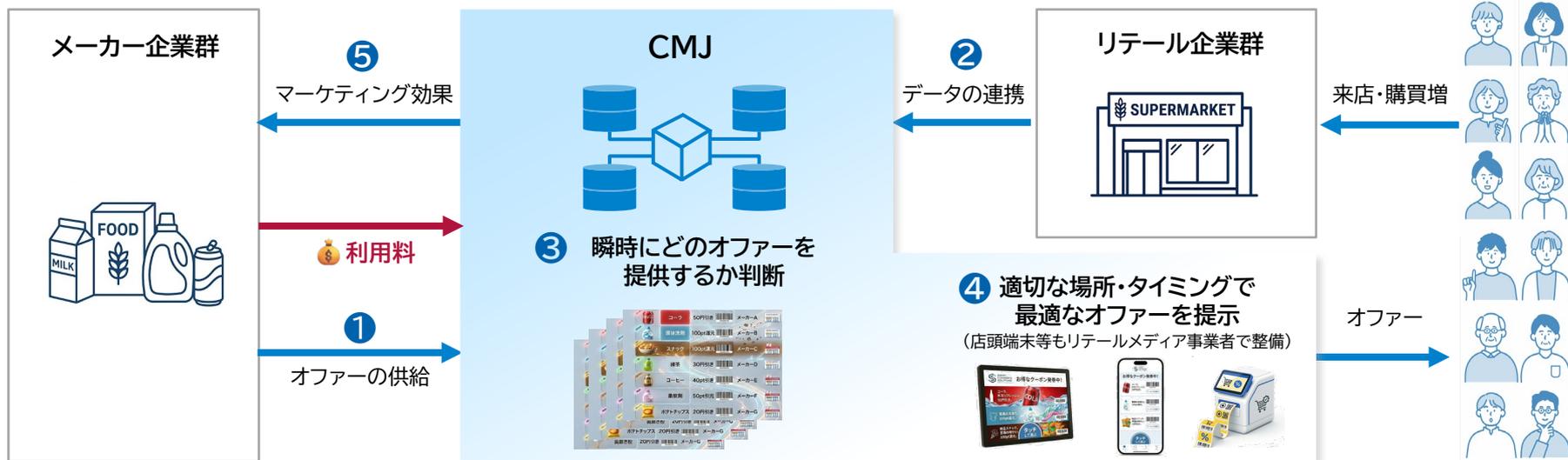
- ・店内広告、販促
- ・デジタル広告



CMJのビジネスモデル

メーカーに代わり、リテールの購買データ等に基づいた最適なマーケティング施策を実行する事業

- ① メーカーからマーケティング計画に基づく生活者へのオファー(値引きやサンプリング等)をお預かりする
- ② 生活者がお買い物をした瞬間に購買データがCMJに送られてくる
- ③ その生活者にどのオファーを提供するかを瞬時に判断する
- ④ 店頭/アプリ/SNS等、リテールと協力して整備したメディアでオファーを配信する
- ⑤ 従来の広告宣伝やWeb広告では実現できない購買や定着化まで効果を証明する



CMJのビジネスモデル

「AOUMI」はCMJのコア事業で、日本最大級のリテールメディアネットワーク
メーカーは、全国**130以上**のリテール**1.3万店**、**1.5億ID**、年間リテール売上**14兆円**の規模で
データに基づくマーケティング施策を実行可能

※リテール毎に実施できるマーケティング施策は異なります。



日本国内では、主要消費財の90%以上が
実店舗で購入されており
その約**55%超**をAOUMIで捕捉

BIPROGYグループのチャレンジ

マーケティングとサプライチェーンが融合した
業界初のプラットフォーム事業を確立する

マーケティング

- ✓ ターゲティングオファー
- ✓ 全国規模のリテールメディア
- ✓ マーケティング戦略支援

CATALINA®

生活者・需要データ



リテール

生活者/地域の
需要・ニーズ



生活者

ニーズにあった
商品・サービス



メーカー



BIPROGY



WHOLESALER

サプライチェーン

- ✓ 基幹システム
- ✓ 需要予測
- ✓ 店舗・本部業務DX

CMJのコア事業「AOUMI」の成長

「AOUMI」の成長をBIPROGYグループのテクノロジーでサポート



■ リテールメディア市場成長への対応

- 2035年までに1兆905億円規模に※
- AOUMIはドラッグストア市場等に急拡大

➔ BIPROGYによるIT基盤サポート

■ 市場に応えるためのサービス開発力強化

- 米国カタリナからカーブアウトし、国内ニーズにスピーディーに対応

➔ BIPROGYとのサービス開発連携

■ AI活用の加速

- AIの進化が急速に進んでいる
- データを安全に保全しつつ、サービスやオペレーションにAIを組み込む

➔ BIPROGYのAI投資との連携

IT基盤技術

サービス
開発力

AI技術



BIPROGY



BIPROGY

Foresight in sight

※:リテールメディア市場は今後 10 年で 10 倍の予測 — BCG の調査で明らかになったポテンシャル
<https://business.google.com/jp/think/consumer-insights/retail-promotion-research2025/>

©2026 BIPROGY Inc. All rights reserved.

BIPROGYグループのマーケティングソリューションの拡大

両社のマーケティングソリューションを融合させ、
生活者ニーズの収集から特別なオファーの配信までカバー

デジタル体験



Needs Connect
商品レビューや要望の
収集



パーソナライズされた
値引きやサンプリングの特別なオファー



**スマート
キャンペーン**

多彩なオファーバリエーション
(キャッシュバック/物品/イベント招待など)

生活者の満足度が向上する仕掛け



特別なオファー
新しい商品との出会い
要望へのフィードバック

店頭体験



パーソナライズされた
値引きやサンプリングの特別なオファー



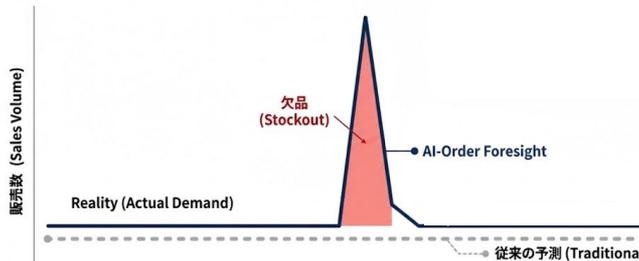
店内ディスプレイからのオファー獲得
BIPROGY ESL SaaS

BIPROGYグループによる「マーケティングとサプライチェーンの融合」

CMJのマーケティング領域とBIPROGYのサプライチェーン領域を連携し、新しいプラットフォーム事業を創出する

欠品や過剰発注の低減

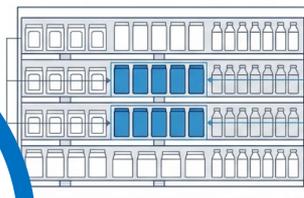
CMJのキャンペーン計画を需要予測AIに取り込み欠品を回避



店頭での最適化

CMJのキャンペーン計画とAI棚割や品出し支援システムが連動

棚割の最適化

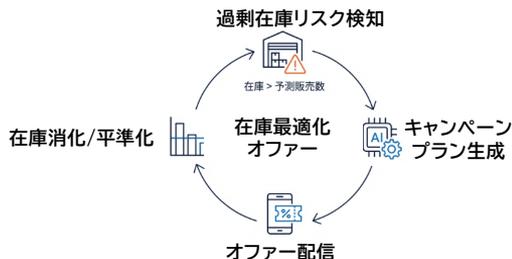


品出しサポート



過剰在庫の平準化

過剰在庫を検知し、適正化の為のキャンペーン実行



CATALINA[®]
AOUMI
BIPROGY

Core Center
AI-Order Foresight
ESL SaaS

動的クリエイティブ

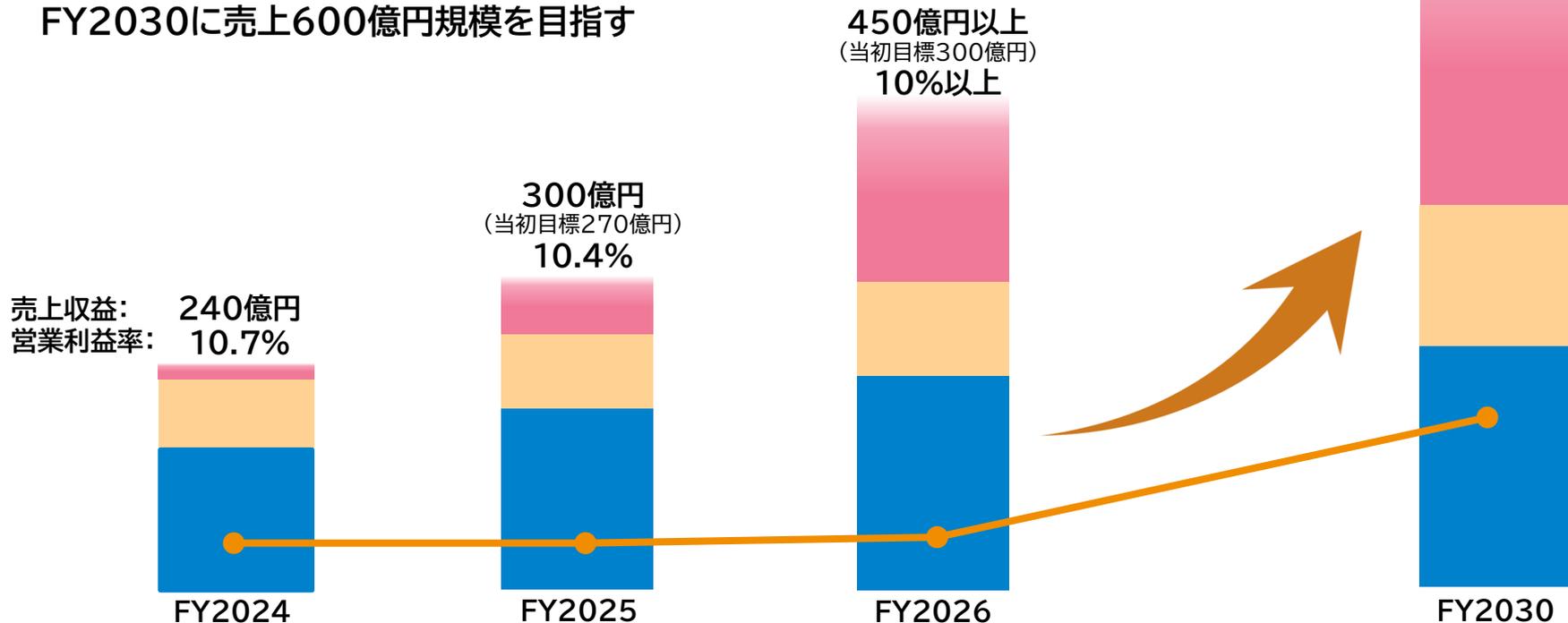
来店客属性に合わせESL等のクリエイティブを変更



BIPROGYグループ リテール領域の成長イメージ

CMJとのシナジーを含め、店舗業務のDXを推進する”店舗デジタル”、
EC・通販ビジネスを支援する”D2C”、生活者接点やデータ活用ビジネスを
推進する”CX”および”OMO”の4領域の成長を図り、
FY2030に売上600億円規模を目指す

売上収益: 600億円以上
営業利益率: 20%以上



Appendix

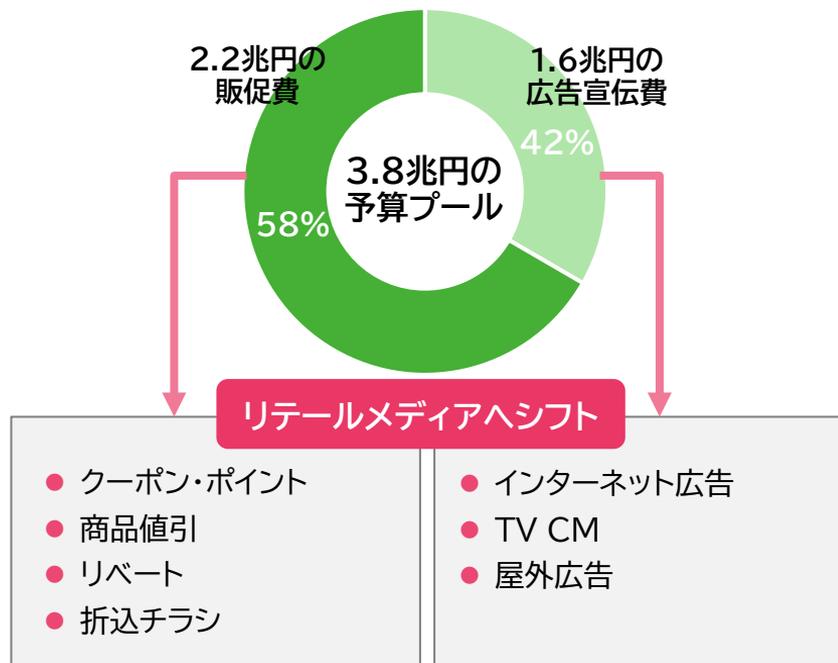
リテールメディア市場の急速な成長

リテールメディア市場は2035年までに約10倍に成長
広告宣伝費と販促費において高いROIのマーケティング施策へのアロケーションが始まっている

2035年に向けた急速な市場成長



3.8兆円のターゲット予算



2025年度の主要トピックス

CoreCenter for Retail

24社

- 経営方針期間で食品スーパー・ドラッグストア市場の8%規模の顧客を獲得
- リテール業界のM&Aをリードする主力企業を顧客としておさえ、業界再編の中でもシェアを拡大していく



AI-Order Foresight

10社

- 需要予測データの活用を広げるメニュー群を整備し導入を加速
 - ➔ 発注自動化に加え、生鮮・惣菜などの製造・パッキング・在庫補充の予測に活用
 - ➔ 今後は店舗ごとの需要予測データを店員配置の最適化等にも活用



BIPROGY ESL SaaS

14社

- ESLの導入に加え、ESLを起点とした店舗運営を効率化するサービス群を順次開発し、ESLソリューションにアップデート

- ➔ 生鮮・惣菜業務の10%強を占める値引シール業務をESLで自動化
- ➔ AOFが持つ発注済みデータをESLに連携して表示して重複発注を削減



ニーズコネクト

新規

- リテールやメーカーがアプリから生活者のニーズを収集できる「ニーズコネクト」を2026年3月にリリースし、大手小売2社からスタート予定



購入した商品がアプリに表示され、生活者がレビューを入力

生成AIが分析レポートを作成



BIPROGY

Foresight in sight

本資料に記載の会社名、商品名および商標は、各社の商標または登録商標です。

(注意)

本資料における将来予想に関する記述は、現時点での入手可能な情報による判断および仮定に基づいております。実際の結果は、リスクや不確定要素の変動および経済情勢等の変化により、予想と異なる可能性があります。当社グループとして、その確実性を保証するものではありません。また、これらの情報は、今後予告なしに変更されることがあります。本資料は投資判断のご参考となる情報の提供を目的としたもので、投資勧誘を目的として作成したものではありません。本資料利用の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。