

カタリナマーケティングジャパンの 株式取得（子会社化）完了に関するお知らせ

BIPROGY 株式会社（以下 BIPROGY）は、2026 年 1 月 6 日付でカタリナマーケティングジャパン株式会社（以下 CMJ）の親会社である Yosemite1 株式会社の全株式取得を完了し、予定通り CMJ を完全子会社化しました。本件は 2025 年 11 月 28 日に発表した株式譲渡契約に基づくものであり、これにより CMJ は当社グループの一員として新たなスタートを切ります。

【リテール領域での取り組み】

BIPROGY は、経営方針（2024-2026）において、小売・流通分野（リテール領域）を成長戦略のひとつに位置づけ、2030 年度に企業価値 1 兆円のグループを達成する牽引役としています。またリテール領域におけるパーパスとして、「持続可能な生活者起点の未来型リテールをテクノロジーの力で実現する」を掲げています。

「持続可能なリテール」の実現に向けては、消費や労働人口の減少といった課題に対応するため、テクノロジーを駆使しリテールの持続可能な経営への転換を支援しています。また「生活者起点のリテール」の実現に向けて、生活者や地域のニーズをデータで的確に捉え、小売だけではなく卸やメーカーとも連携し品揃えやサービスの充実を支える仕組みの構築を推進しています。

※リテール領域に関する方針と取り組み「BIPROGY Retail Report 2026」

https://www.biprogy.com/pdf/topics/BIPROGY_RetailReport2026.pdf

【CMJ 子会社化の狙い】

CMJ は、D Capital 株式会社とのパートナーシップの下、米国カタリナマーケティング社から IT 基盤を含めカーブアウトするための投資と事業基盤の整備を順調に進めてきています。2025 年度にかけては、食品スーパー、総合スーパーに加えドラッグストアなどにも急速にリテールメディアネットワークを拡大させています。全国約 1 万 3000 店舗から年間 14 兆円規模の購買データをお預かりし、生活者・小売・メーカーを横断でつなぐ国内最大級のマーケティング支援プラットフォームに成長しています。また 2025 年には、新ブランド「AOUMI（アオウミ）」を立ち上げ、リテールメディア市場におけるトップブランド企業の地位を築いています。

リテールメディア市場は、2028 年には 2024 年比 2.3 倍の約 1 兆 845 億円規模に、その中でも CMJ の主力事業である店舗事業者の領域は同 3.2 倍となると見込まれており、これから CMJ は収益拡大と事業成長に入るタイミングが来ています。

BIPROGY は、CMJ を子会社化することにより、BIPROGY の IT 技術・サービス開発力で CMJ のリテールメディア市場での事業成長を後押しするとともに、生活者や地域のニーズをデータで的確に捉え、BIPROGY の店舗 DX やマーケティングサービス群と連携し、小売だけでなく卸やメーカーとも連携し、品揃えやサービスの充実を支える仕組みの構築を加速させます。

【両社の連携で目指すビジョン：生活者・地域起点の流通デマンドチェーン】

BIPROGY と CMJ が目指すのは、生活者や地域のニーズや需要を起点に流通業界全体の付加価値を高めるプラットフォームの確立です。生活者の購買データや行動データを高度に活用し、小売の販売現場からサプライチェーンまでデータをデジタルで結びつけ「生活者・地域起点の流通デマンドチェーン」の実現を目指します。

CMJ がリテラー各社から預かっている購買データ基盤と、BIPROGY の IT 技術・サービス開発力を融合し、生活者・小売・メーカーにメリットをもたらす中立的なプラットフォームを整備することで、流通業界の継続的な発展を図っていきます。



【両社で推進する取り組み】

BIPROGYとCMJは、以下の4つの重点施策を通じてシナジーを追求し、短期・中長期の成長機会を創出します。各施策において、両社が有する強みを組み合わせ、実効性の高い取り組みから段階的に展開していきます。

1. CMJの成長戦略「AOUMI」の加速（BIPROGYのリテールアセット連携）

CMJが展開するリテールメディア「AOUMI」は、食品スーパー、総合スーパーに加えドラッグストアやホームセンターなどに拡大しています。「AOUMI」の成長に向けた事業基盤を強化すべく、当社が長年にわたり小売業向けシステムを提供して培ったITインフラ技術、サービス開発力、AI技術、業務ノウハウを投入します。その上で、全国スケールの購買データと先進的なデジタル技術を掛け合わせることで、「AOUMI」のサービス拡充と利用企業のさらなる増加を図り、国内リテールメディア市場の成長を牽引します。

2. 「AOUMI」の提供価値拡大（BIPROGYのリテールマーケティングソリューション連携）

「AOUMI」の提供価値を高めるため、BIPROGYの小売向けリテールマーケティングソリューション群との連携を進めます。

BIPROGYは、小売のアプリを通じて多彩なキャンペーンを配信する「スマートキャンペーン」や、小売アプリから生活者のレビューや要望を簡単に収集し、商品改良や新商品開発にフィードバック分析・レポートする「ニーズコネクト」、価格表示だけではなく販促用途でもさまざまなサイズ・表示形式に対応する電子棚札「BIPROGY ESL SaaS」など、生活者とのコミュニケーションを高度化するためのサービス群を展開しています。これらを「AOUMI」と連携させることで、AOUMIプラットフォーム全体の価値向上を図ります。

3. 「AOUMI」の進化（BIPROGYの店舗DX・サプライチェーンソリューション連携）

「AOUMI」によるマーケティング基盤をさらに発展させ、店舗のDXやサプライチェーン領域でのシナジー拡大を目指します。BIPROGYが展開する「CoreCenter for Retail」や「AI-Order Foresight」、「BIPROGY ESL SaaS」などの店舗DX関連サービスと「AOUMI」との連携で、POSや商品マスター、顧客情報などを一体的に活用できる環境の整備により、需要予測からマーケティング最適化、需要や販売計画に基づく発注の自動化など、流通業界全体の課題解決を支援するサービスの展開が期待できます。

これらの取り組みで、生活者のニーズの変化を即座に商品計画や店舗運営に反映できる俊敏なデマンドチェーンを構築します。

4. アジアを中心としたグローバル展開

国内事業でのシナジーを確立した上で、「AOUMI」の海外市場展開も進めていきます。人口増加と消費拡大が続くアジア地域において、日本で培った生活者データ活用型マーケティングの知見をもとに、現地パートナー企業との連携による事業展開を狙います。CMJのプラットフォームには高度なデータ活用やDX推進のノウハウが詰まっており、これを小売のデジタル化の整備がアジアの新興市場に適用することで、小売業の近代化や消費者サービス向上を支援します。

以上

■「AOUMI」とは

CMJが運営するリテールメディアネットワークです。スーパーマーケットやドラッグストアなど、日本全国120以上のリテーラーが参画しており、カバー率は52%超です。捕捉している消費者ID数は1.5億超、年間売上14兆円という一つの大きな経済圏になっています。「AOUMI」の各参画リテーラーから実購買データを預かり、メーカーのマーケティング活動に活用できる市場データとして統計データ化されます。その統計データをもとに、オフサイト-オンサイト-インストアといったリテールメディアのさまざまなタッチポイントを統合したマーケティング施策の展開を行っています。

■関連リンク：

カタリナマーケティングジャパン株式会社 <https://catalinamarketing.co.jp/>

※スマートキャンペーン、CoreCenter、AI-Order Foresight、BIPROGY ESL SaaSは、BIPROGY株式会社の登録商標です。

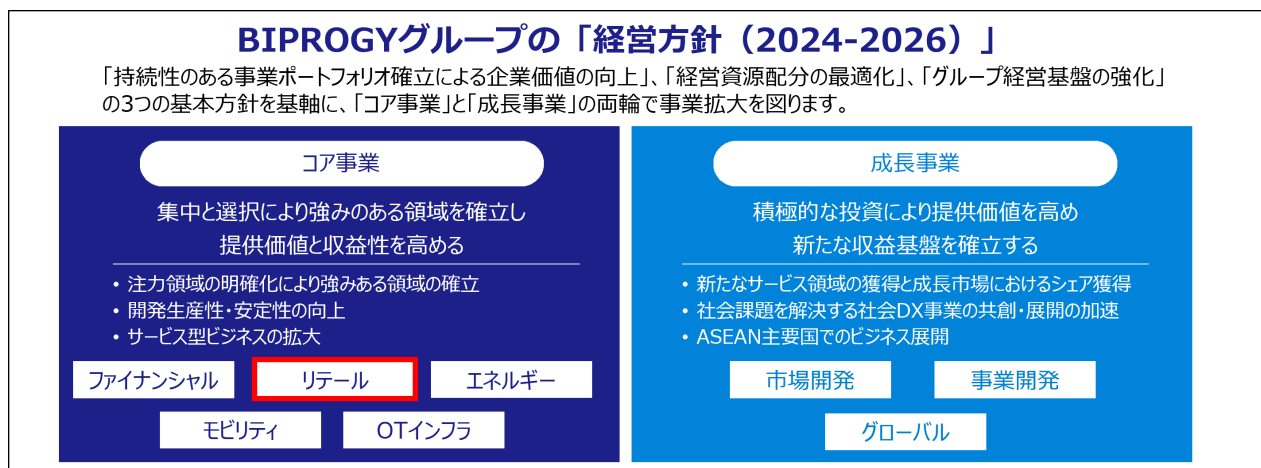
※AOUMIは、カタリナマーケティングジャパン株式会社の商標です。

※その他記載の会社名および商品名は、各社の商標または登録商標です。

※掲載の情報は、発表日現在のものです。その後予告なしに変更される場合がありますので、あらかじめご了承ください。

<本ニュースリリースに関するお問い合わせ>

https://www.biprogy.com/newsrelease_contact/



【コア事業での取り組み】

BIPROGYグループが経営方針（2024-2026）で掲げるコア事業戦略として、五つの注力領域を定め、経営資源の集中により高い価値提供を目指します。本ニュースリリースの事業は、「リテール領域」における取り組みと位置付けています。

BIPROGYグループは、多くのステークホルダーとの共創を通じて、リテール産業のさらなる発展を支援し、持続可能な社会の実現を目指します。

※BIPROGYグループ経営方針（2024-2026）

<https://www.biprogy.com/pdf/com/managementpolicy2024-26.pdf>