



Foresight Connect



BIPROGY

Foresight in sight



Foresight Data Spark

BIPROGY Retail Report **2026**

Purpose

BIPROGYグループらしさや経営の決意

先見性と洞察力でテクノロジーの持つ可能性を引き出し、 持続可能な社会を創出します



先見性・洞察力



テクノロジー



ビジネスエコシステム



社会的価値創出

企業理念

わたしたちが社会に果たすべきこと

すべての人たちとともに、
人と環境にやさしい社会づくりに貢献します

わたしたちが目指すこと

社会の期待と要請に対する感性を磨き、
そのためにICTが貢献できることを考え抜く集団になります

わたしたちが大切にすること

1. 高品質・高技術の追求

社会に役立つ最新の知識を有するとともに、技量を高めます

2. 個人の尊重とチームワークの重視

相手の良い点を見いだし、それを伸ばすことを奨励し合い、互いの強みを活かします

3. 社会・お客様・株主・社員にとり魅力ある会社

ステークホルダーの声に真摯に耳を傾け、企業価値向上に努めます

企業行動憲章

わたしたちは、こどもたちの未来を守るために、
社会および環境に対する責任を果たします

1. 人と環境の共生を第一に考え、行動します
2. 常に社会的責任の原則に照らし、行動します
3. 社会的責任の中核主題、課題に真摯に取り組みます

※ 社会的責任の原則
社会的責任に関する国際ガイドンス「ISO26000」の7つの原則（説明責任、透明性、倫理的な行動、ステークホルダーの利害の尊重、法の支配の尊重、国際行動規範の尊重、人権の尊重）を指します。

※ 社会的責任の中核主題、課題
社会的責任に関する国際ガイドンス「ISO26000」の7つの中核主題（組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題、コミュニティへの参画およびコミュニティの発展）、および各中核主題に関する課題を指します。

Corporate Statement

一貫性を持って浸透させていくための端的なスローガン

Foresight in sight

‘Foresight’「先見性」は、業界の変化やお客様のニーズ、これからの社会課題を先んじて想像し把握するという意味、そして‘in sight’は「見える・捉えることができる」という意味と、‘insight’「洞察力」の意味を合わせたダブルミーニングとなっています。

目次

- 1 Purpose／目次
- 2 ごあいさつ
- 3 BIPROGYグループリテールとの歩み
- 5 BIPROGYの考える、リテールの未来
- 6 リテールを取り巻くこれからの社会変化
- 7 BIPROGY Retail Purpose
- 8 BIPROGYがリテール領域で目指す
新たな価値創造サイクル
- 9 リテールを支える新たなコンセプト
「Foresight Connect」と「Foresight Data Spark」
- 10 Foresight Data Spark
- 11 Foresight Connect
 - 11 基幹業務システム
 - 12 業務効率化
 - 13 CX・コミュニケーション
 - 14 カタリナマーケティングジャパン
 - 15 リテール共創
- 16 技術戦略
- 17 推進体制と人財戦略
- 18 リテールコミュニケーション戦略



小売事業者が直面する 社会課題をテクノロジーで 解決する

村上 明伸
業務執行役員

BIPROGY Retail Report 2026に込めた思い

当社グループは、「店舗デジタル領域におけるビジネスの拡大」「D2C (Direct to Consumer) 領域におけるビジネスの拡大」「『CX』『OMO』による新規ビジネスモデルの創出」の戦略を進めています。

小売事業者は、労働力不足や生活者の購買行動の多様化、人件費・光熱費の高騰といったさまざまな課題に直面しています。また、生活者の動きに多くを依存する業界のため、現状からビジネスを進めざるを得ません。そのような環境のなかで、リテールの将来像を策定し、成長のために進む道を見据える必要があると考えました。

そこで、BIPROGYの実業務に携わっているメンバーと意見を交えながら具体化し、この「BIPROGY Retail Report」を作成しました。当社グループは、「BIPROGY Retail Purpose」に掲げた未来型リテールの実現に向けて、小売業界が抱える社会課題を解決するためのサービスの提供してまいります。

未来型リテールに、BIPROGYが取り組む意義

「経営方針 (2024-2026)」では、店舗デジタル・D2C・CXおよびこれらをつなぐOMOの4つの領域で未来型リテールの実現を目指しています。この方向性は、当社グループが基幹システム中心の事業に留まらず、リテールのコア業務の改革に取り組んできた流れにあります。

現・経営方針の中では、特に「CX」「OMO」のIT実装を進め、さらなる顧客接点の高度化や、AIを使った仕組みづくりに取り組むことで、未来型リテールを実現していきます。リテール業界向け基幹系システム構築を通じて培った業界知見や業務知識と技術力、そして多くのステークホルダーとの共創を通じて、小売事業者のDXをともに実現していきます。

リテールと向き合う上で大切にしていること

小売事業者は、厳しい競争に勝つために、地域特性や顧客特性を理解し、差別化戦略の構築に取り組んでいます。その実現に向けてシステムを提供する当社グループが果たすべき役割は、大きく2つあります。まず事業者の課題解決につながるソリューションの形で提供すること、そして事業者への理解を徹底的に深め、顧客価値を高める形で実装することです。

当社グループは、長年にわたりリテール向けサービスを展開しており、設計・運用・運営に関するノウハウが脈々と受け継がれてきました。また流通、金融などさまざまな業界に提供している仕掛けを共有しています。それらのノウハウの蓄積が当社グループの強みの一つであり、リテールへの価値提供に活かしていきます。

さらなるテクノロジーの進化に向けて

未来型リテールを実現するうえで、キーテクノロジーの一つがAI・データです。高精度なデータとAIを掛け合わせることで、生活者個々人にフィッタブルな喜びや楽しさといった体験を提供できると考えています。例えば、生活者の購買データと、AIを活用して商品にかかる説明やレビューなどのさまざまな情報を数値化して掛け合わせることで、生活者一人ひとりに最適な商品を提案するパーソナライズされたデータに進化していきます。また受託開発のSI (システムインテグレーション) においてもAIを活用することで、高品質、短納期を実現していきます。

一方で、セキュリティについても細心の注意を払う必要があります。世界中でランサムウェアの脅威が拡大するなか、サイバー攻撃対策をはじめさまざまなセキュリティの観点でお客様が安心してできるベースラインを確立することも重要です。

今後も、AIやハードウェアを含めたさまざまなテクノロジーの進化をしっかり取り入れて、生活者にアプローチする価値創造サイクルを高スピードで回し、リテールを通じて地域・社会に貢献してまいります。

培った信頼と進化する テクノロジーで、リテールの 未来を共に描く

奥山 直哉
執行役員



Profile	1988年 当社入社。金融業、決済プラットフォームに関わるプロジェクトを担当 2017年 決済プラットフォームプロジェクト プロジェクト長 2018年 業務執行役員 2019年 業務執行役員 CIO	2024年 業務執行役員 ビジネスサービス部門副部門長 2025年 執行役員 ビジネスサービス部門副部門長 (現任) 担当部署：インダストリーサービス第一本部、第二本部、第三本部、プロダクトサービス本部
---------	--	---

BIPROGYグループリテールとの歩み

これまでBIPROGYグループは40年以上にわたり、リテールと共に歩んできました。
これからもリテールのお客様、ひいては生活者を支えるパートナーとして歩んでいきます。

	1980年代 リテールシステムの始まり	1990年代 リテールシステムのオープン化	2000年代 日本初のWindowsOSで稼働するリテールシステムを提供
会社	1980 リテール向けの専任組織が発足 1988 日本ユニシス株式会社発足 日本ユニバック(株)とパロース(株)が統合	1997 インフラトータルサービス子会社ユニアデックス(株)設立	
リテール領域	1984 食品スーパー向け店舗管理システム「IMPACT-SA/店舗」を販売開始 1985 食品スーパー向け基幹業務システム「IMPACT-SA/本部」を汎用機にて販売開始 通販向け基幹業務システム「IMPACT-DM」を汎用機にて販売開始 1988 小売業向けレイバースケジューリングシステム「IMPACT-PSS」を販売開始	1995 IMPACT-SA/店舗、IMPACT-SA/本部システムのオープン化を実現 UNIXで稼働する「HYPER-SA/店舗」「HYPER-SA/本部」を販売開始 1997 UNIXで稼働する通販事業社向け基幹業務システム「DM/FF II」を販売開始	2002 HYPER-SAシリーズの後継となる、WindowsOSで稼働する小売業向け基幹業務システム「OpenCentral」および店舗統合管理システム「OpenStore」を販売開始 2003 WindowsOSで稼働する通販事業社向け基幹業務システム「ShopMAX」を販売開始 2004 SOA型通販事業者向け基幹業務システム「DM/FF3」を販売開始 通販事業者向け情報系システム「DM/MA3」を販売開始

チャレンジ



◆「PLD棚札」

3尺棚幅の電子棚札による棚札業務自動化の検討

◆「予測型自動発注」

統計解析を活用し客数と販売数を予測

	小売業の情報化	企業間のデータ連携の加速	IDに基づく顧客関係の構築
リテールのニーズ	<ul style="list-style-type: none"> 食品スーパーや通販会社で、基幹業務システムの導入が始まり、情報化が目立つようになる POSや電子発注の普及により、販売の見える化と日配・夜間対応などの効率化が経営課題となる 	<ul style="list-style-type: none"> 小売・卸・メーカー間の受発注データの共有により、サプライチェーン最適化が目立つようになる UNIXやオープン系システムへの移行を通じて、取引データをリアルタイム化する取り組みが加速する 	<ul style="list-style-type: none"> 小売向け基幹業務システムが普及し、本部が店舗を統合管理する仕組みが広がる インターネットの発展や顧客管理システムの導入を背景に、顧客IDを軸とした顧客データ管理の導入が広がる

2030年に目指す姿



小売事業者が直面する社会課題をテクノロジーで解決し、
事業環境変化／生活者の購買行動変化にも対応した未来型リテールを実現する

2010年代

顧客接点サービスの提供開始

2020年代

「AI」「CX」「OMO」をキーワードとし、新たな取り組みの創出を開始

2012

大日本印刷(株)と新規市場拡大を実現する事業基盤の強化に向けた業務資本提携

2017

決済関連のビジネスを行う子会社
チャンネルペイメントサービス(株)設立

2022

**BIPROGY 株式会社に
社名変更**

2024

「経営方針(2024-2026)」におけるコアビジネスの注力領域として、「リテール」が設定される

2025

AIサービスを提供する(株)GROWTH VERSEと資本業務提携
国内最大規模のリテールメディア「AQUMI」を提供するカタリナマーケティングジャパンを子会社化

2011

ギフトカードモール事業を開始
Webサービス型小売業向け販売基幹システム「CoreCenter for Retail」を提供開始



2013

シェアNo.1のEC構築パッケージ「ecbeing」に出資／協業

2014

次世代通販事業者向け基幹業務システム「CoreCenter for DM」を販売開始

2016

大日本印刷(株)と協業し、デジタルキャンペーンサービス「スマートキャンペーン」を提供開始

2019

2030年以降の小売業のあるべき姿の定義として、「サービス」「業務」「経営」三位一体の変革を推進する「New Retail Trinity Model」を提唱

2020

AI需要予測に基づくクラウド型自動発注サービス「AI-Order Foresight」を提供開始

2021

OMOコマース向けサービス「DIGITAL'ATELIER」を提供開始
第2次ライブコマースを牽引するライブコマースサービス「Live kit」を提供開始

2023

電子棚札の導入をトータルで支援するクラウドサービス「BIPROGY ESL SaaS」を提供開始



DIGITAL'ATELIER
デジタルアトリエ

Live kit

BIPROGY
ESL SaaS

2025

「リテール」の新たなサービス提供コンセプトである「Foresight Connect」「Foresight Data Spark」がスタート



Foresight Connect



Foresight Data Spark

◆「DelicaSmart」

店舗総菜加工現場でのデジタルマニュアルサービスの検討

◆「CoreTablet」

シフト管理を中心とした店舗業務効率化サービスの検討

◆「RASFOR」

小売業向け業務代行ロボット、都内食品スーパーにてPoC実施

◆「ラウンダー型省人店舗」

当社内に実証実験店舗をオープン

◆「従業員向けAIヘルプデスク」

テキストおよび音声による生成AIの活用検討

◆「フレッシュオブティマイザー」

総菜見切り業務の自動化、2025年度内に商品化を予定

顧客の体験価値の向上

- スマートフォンやSNSの普及により、購買行動管理の多様化・高度化が進む
- O2Oやオムニチャネル戦略を各社が実行し、オンラインとオフライン両面での顧客体験の社会実装が始まる

AI活用による効率化と顧客接点強化

- 労働力不足・コロナ禍でAI活用による需要予測や自動発注、ロボット導入が進み、省人化施策が加速する
- OMOの高度化に伴い、より高度な顧客接点管理の導入が進む

未来

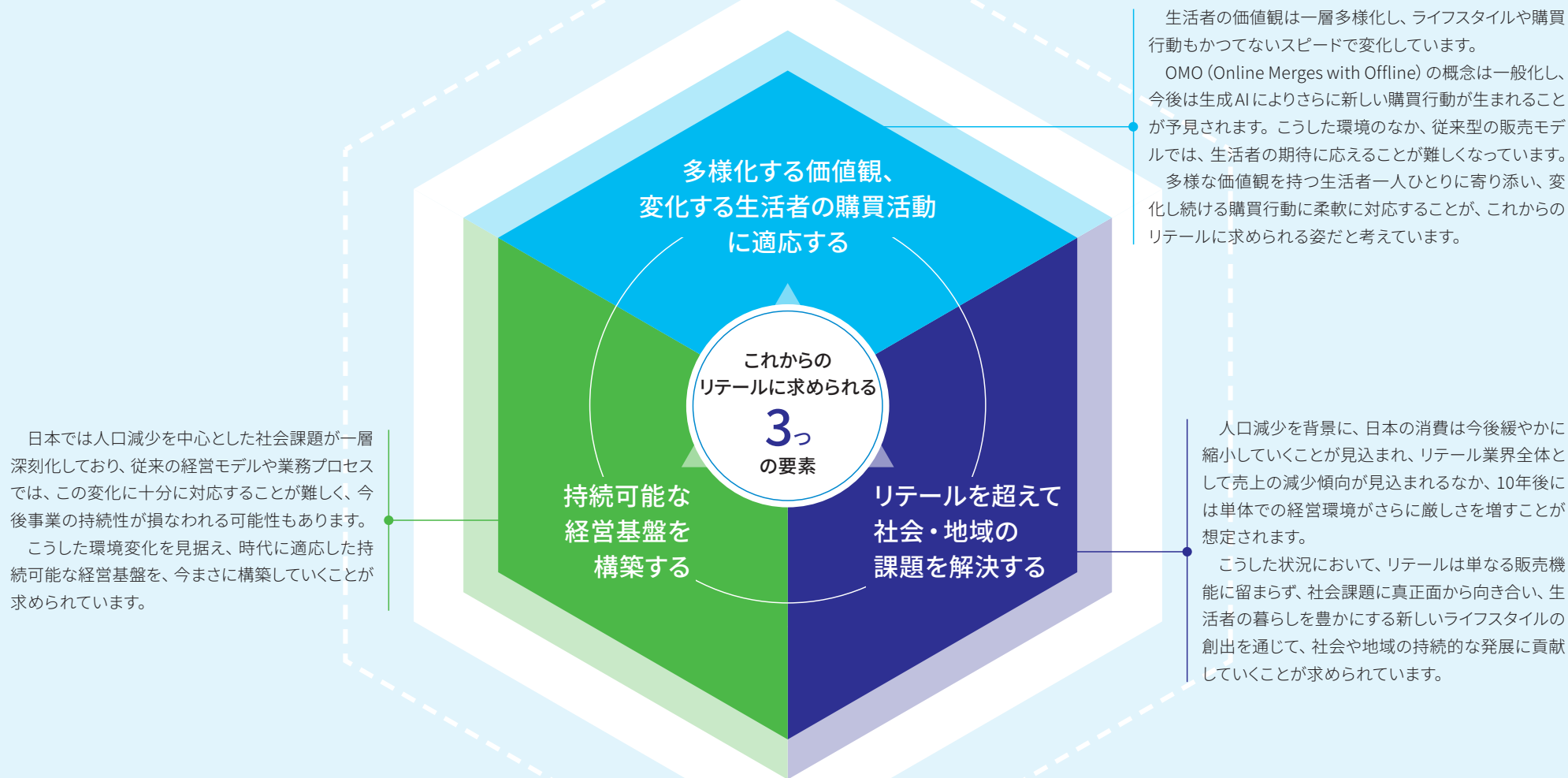


労働者不足・買い物難民・
物流問題など社会課題の深刻化
パーソナライズサービスの普及
新たな収益基盤の検討加速

— BIPROGYの考える、リテールの未来 —

社会と生活者の価値観が大きく変わるなか、10年先を見据えた時にリテールには以下の3つの要素が必要と考えました。

BIPROGYは、3つの要素を実現する支援を行い、
リテールのお客様とこれからも豊かな社会を共に築くべく、進化を続けていきます。

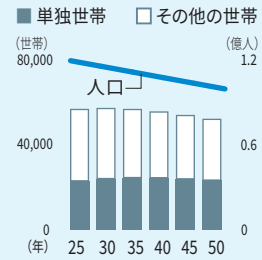


BIPROGYは「リテール」を「チャネルを問わず生活者に対して、直接、有形商品を提供する事業者のこと」と定義しています。

— リテールを取り巻くこれからの社会変化 —

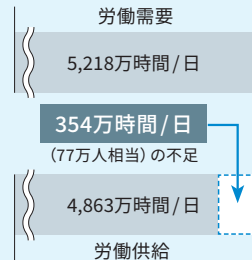
日本の社会変化

人口減少に伴い総世帯数、
単独世帯共に減少



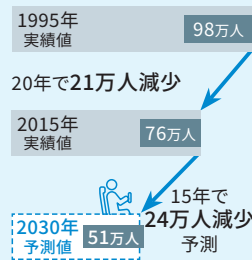
出所：国立社会保障・人口問題研究所
「日本の世帯数の将来推計（全国推計）」（令和6年）より作成

2035年の小売業は構造的な
労働力不足に陥る予測



出所：パーソル総合研究所・中央大学
「労働市場の未来推計2035」より作成

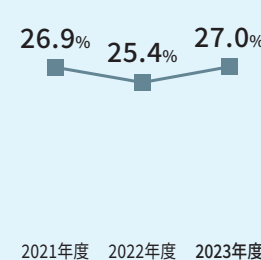
35年間でドライバーは
半減する見通し



出所：経済産業省・国土交通省・農林水産省「我が国の物流を取り巻く現状と取組状況」より作成

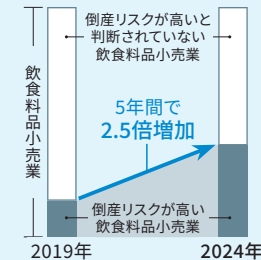
リテールを取り巻く経営環境の変化

小売業の売上高販売管理費
比率は20%台後半を推移



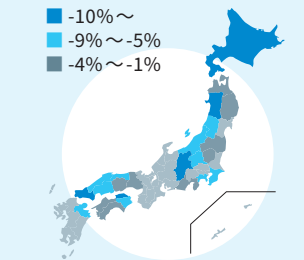
出所：経済産業省「2024年経済産業省企業活動基本調査確報」より作成

倒産リスクが高い飲食料品
小売企業割合は5年間で
2.5倍に上昇



出所：帝国データバンク全国企業「倒産リスク」分析調査(2024年)より作成

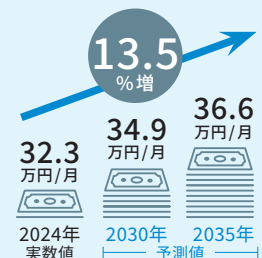
過去30年間で全都道府県のうち、
24地域で法人の
小売店事業所数が減少



出所：総務省統計局「令和3年経済センサス-活動調査」より作成

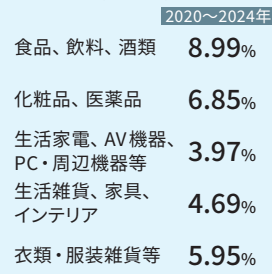
生活者の変化

月の家計支出の額は健康志向
や環境配慮、物価上昇で
増加の予想



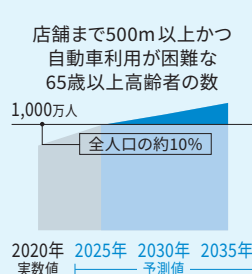
出所：帝国データバンク「予測レポート May 1, 2025 No.17」より作成

2020年から2024年までの
EC市場規模の年平均成長率
(CAGR)



出所：経済産業省「令和3年・令和4年・令和6年度電子商取引に関する市場調査」より算出・作成

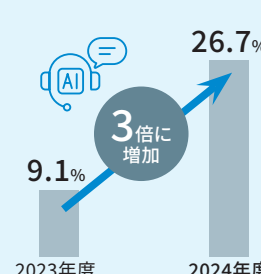
買い物困難者は
1,000万人を超える見通し



出所：農林水産政策研究所「食料品アクセスマップ」より作成、2025年以降は推計

2035年への技術の変化

日本の生活者の生成AI利用率
は1年間で約3倍に増加



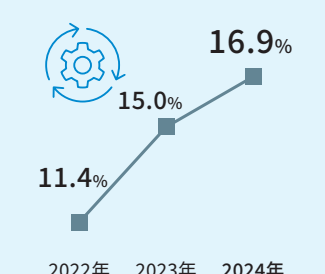
出所：総務省「令和7年版情報通信白書」より作成

2035年には中速・中型ロボットの
普及が物流課題を補う見通し



出所：経済産業省・NEDO「より配送能力の高い自動配送ロボットの社会実装に向けて」より作成

小売業界のAI/IoTサービスの
導入率は増加傾向



出所：総務省「通信利用動向調査」令和4年・令和5年・令和6年より作成

BIPROGY Group Purpose

先見性と洞察力でテクノロジーの持つ可能性を引き出し、
持続可能な社会を創出します。



BIPROGY Retail Purpose

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します。

さまざまなリテールを取り巻く社会の変化があるなかで、リテールの未来を見据え、
時代に適応した「**持続可能なリテール**」へと経営変革していく支援、
そしてさらなる成長を遂げる礎となる「**生活者起点のリテール**」への転換を、テクノロジーの力で実現します。

持続可能なリテール

人口減少が進むこれからの社会では、消費人口の減少による
売上の緩やかな低下や労働人口減少による運営の維持困難など、
さまざまな課題が生じます。

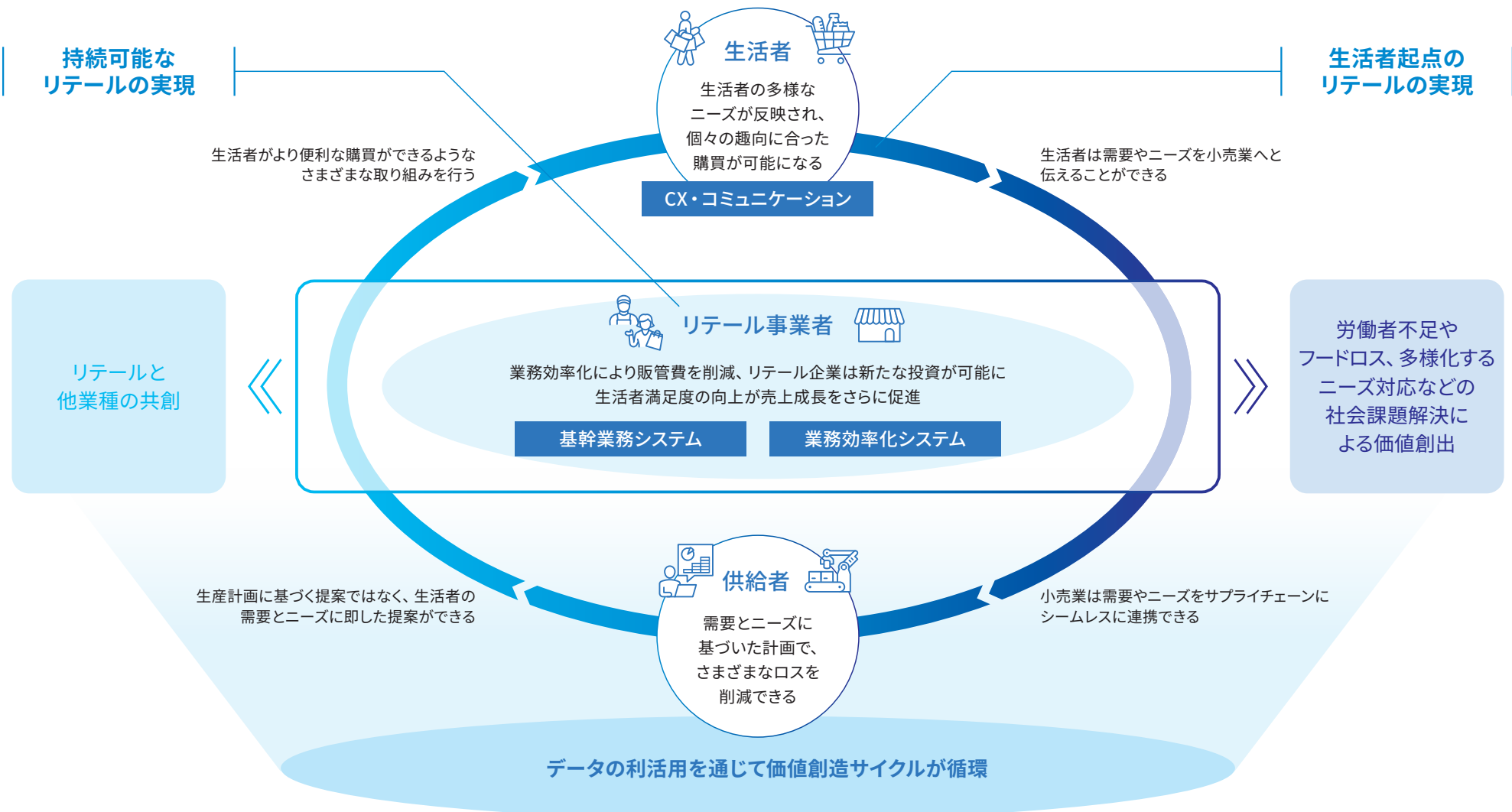
BIPROGYは、こうした社会変化に対し、テクノロジーを駆使した
施策を提供することで、リテールの持続可能な経営への転換を
支援し、リテールを通じて社会価値を提供します。

生活者起点のリテール

生活者を取り巻く社会環境の変化やテクノロジーの進化により、
ニーズや生活様式は今後さらに多様化していく見通しです。
BIPROGYは、生活者のニーズを的確に捉え、品揃えやサービスの
充実を支える仕組みを構築するとともに、リテールの枠を超えた
社会課題解決を支援することで、生活者を起点としたリテールへの
転換を促し、新たな社会価値を創出します。

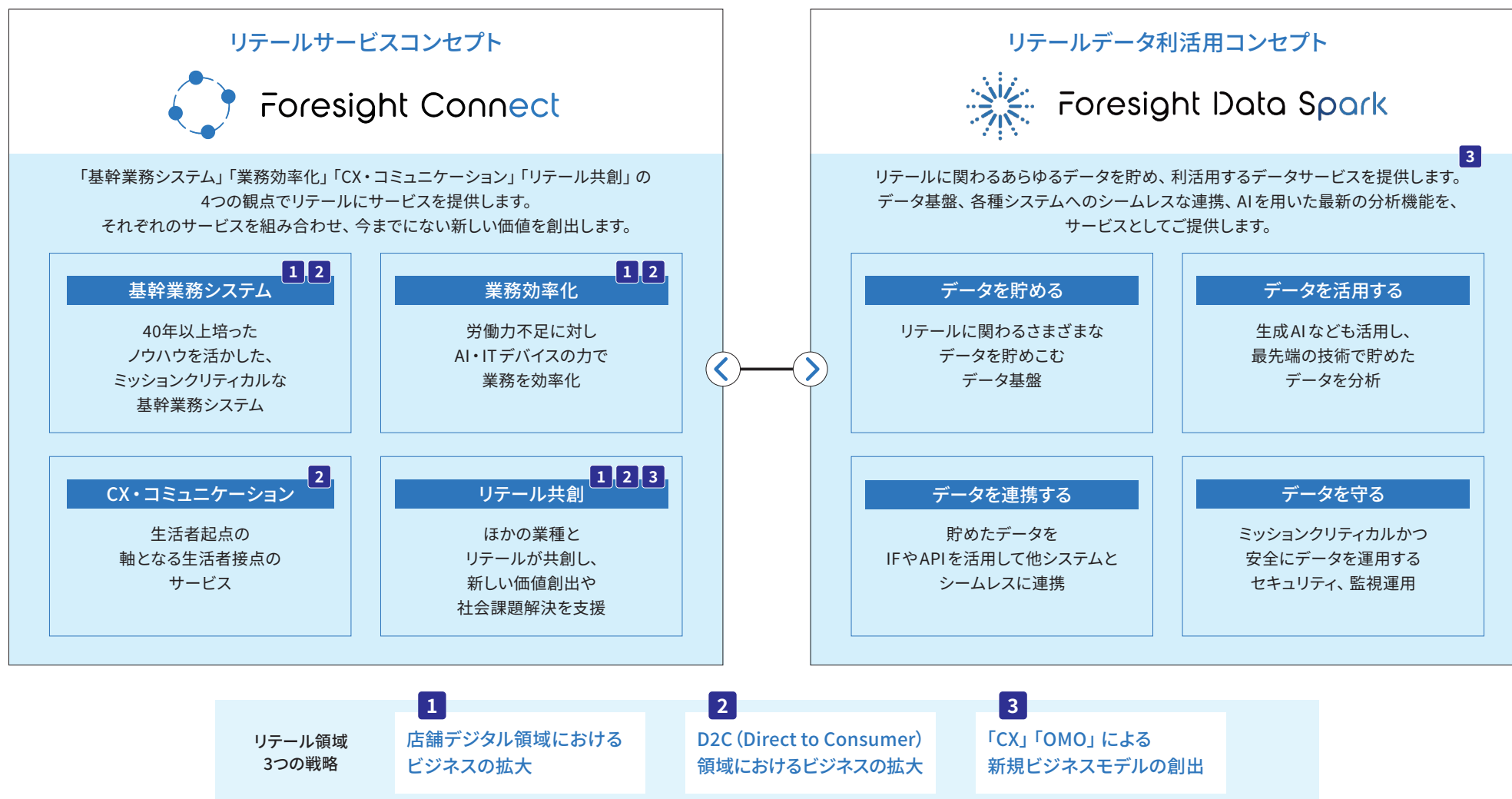
BIPROGYがリテール領域で目指す 新たな価値創造サイクル

BIPROGYは、持続可能な生活者起点の未来型リテールを実現することで、
リテール事業者とリテールを取り巻くステークホルダーの社会課題解決につながる価値創造サイクルを創り出すことを目指します。



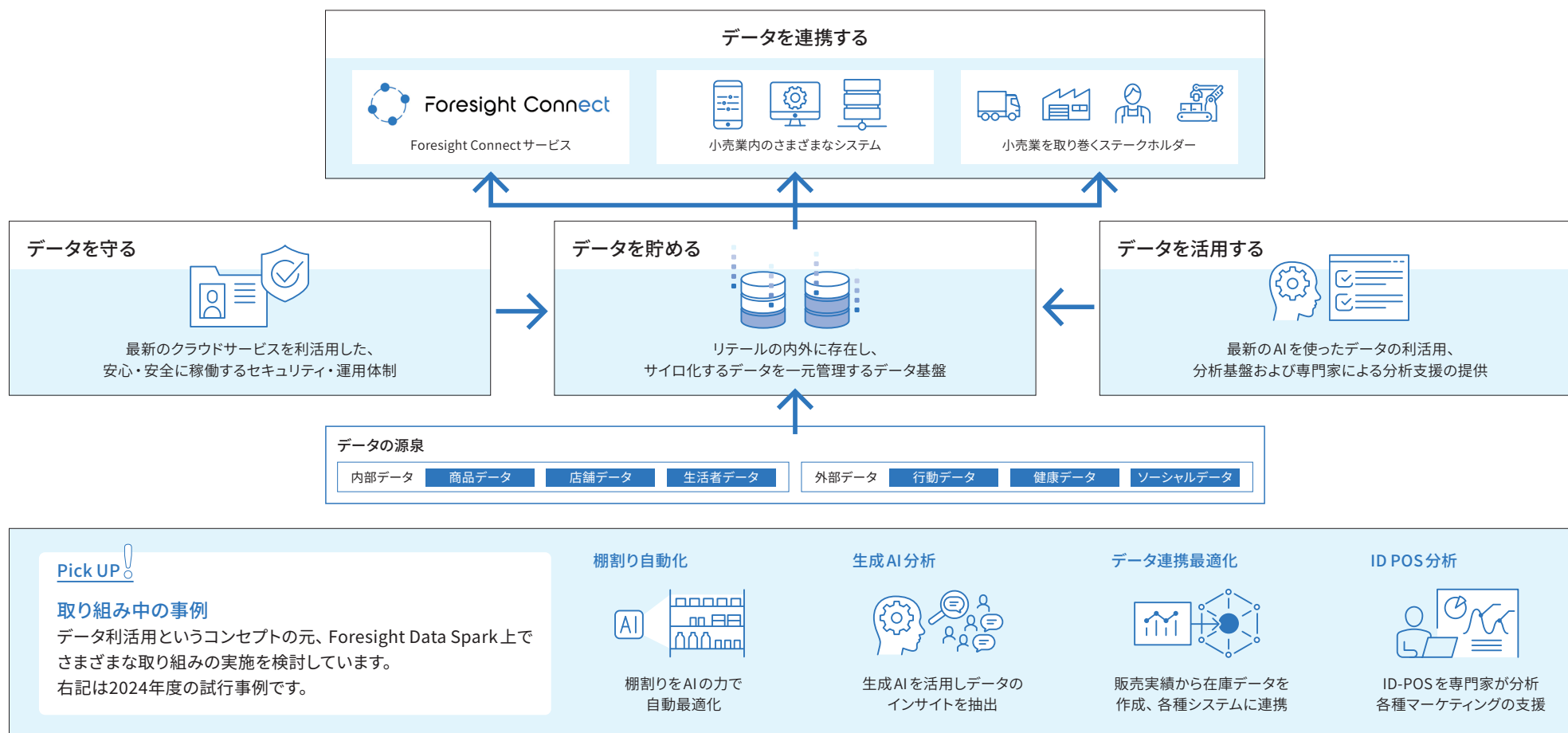
リテールを支える新たなコンセプト 「Foresight Connect」と「Foresight Data Spark」

持続可能な生活者起点の未来型リテールを実現するために、これまでのソリューション・サービスの提供体系を見直し、新しく2つのコンセプトに沿ってリテール向けのサービスを展開します。



リテールの内外に存在するデータを集約してさまざまなサービスへと連携し、 分析と生成AI活用による相乗効果を生み出す、新しいリテール向けデータ利活用コンセプト

リテール企業のデータ利活用は、これからのリテールにおいて必要不可欠なキーワードです。一方、基盤構築やデータ分析知見、常に進化するAIへの対応など、データ利活用に追従する課題の難易度は年々高度化しています。Foresight Data Sparkは、BIPROGYのリテールサービスとシームレスにデータを連携し、最新のデータ利活用基盤とAIエンジンをリテールにサービス型で提供します。



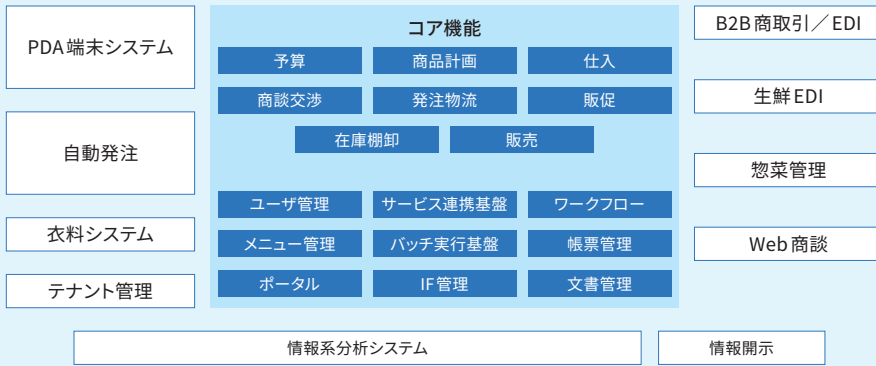
約40年にわたり業務知見や業務知識を培い、そのナレッジを最新のITテクノロジーで実現した、常に進化し続けるリテール向け基幹業務システム

1980年代から40年以上、BIPROGYが提供し続けているのがリテール向け基幹業務システムです。時代に合わせた最新のテクノロジーで、リテールの基幹業務をミッションクリティカルに稼働させ続けています。現在は有店舗小売事業者向けの基幹システムである「CoreCenter for Retail」、OMO コマース事業者向けのSaaS 基幹サービスである「DIGITAL'ATELIER」の2つを中心に、社会変化に対応し、持続可能な小売業を支援する基幹業務システムを提供しています。

導入累計 **24**社

多くのお客様に愛された、時代にに合わせて進化する有店舗小売事業者向け基幹システム

「CoreCenter for Retail」



特徴

- 多くの実績から導き出した最適な小売業務を実現する、豊富な要件・機能
- 中規模から大規模のお客様まで、要件に柔軟に対応するカスタマイズ性
- 時代にに合わせて進化を続け、業界の変化にいち早く対応が可能

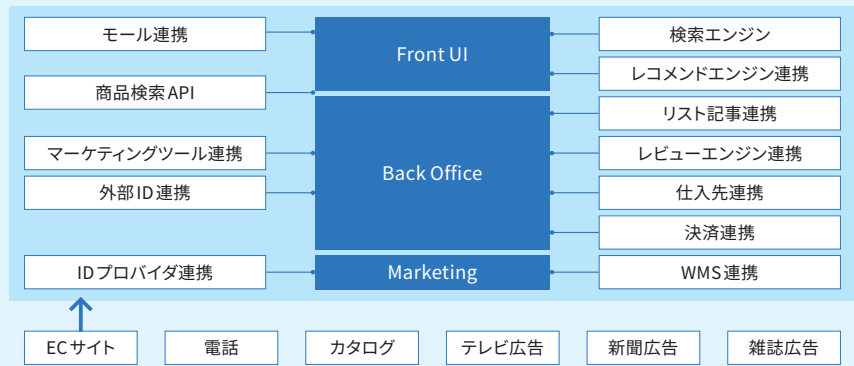
今後の成長戦略

- 1 AI適用に向けた検討開始** AIを活用したさまざまな自動化の機能を新たに取り入れ、さらなる基幹業務の効率化を目指すとともに、生成AI駆動開発を取り入れたシステム適用を検討します。
- 2 モダナイゼーション** インフラアーキテクチャの見直し、および開発基盤の最新化をすることで、システムのモダナイズを進めることを検討しています。
- 3 機能のマイクロサービス対応** 一部の機能だけでも導入が可能のように、機能と基盤の再配置を行うことで、基幹システムのマイクロサービス化を行う検討を実施します。

導入累計 **6**社／**6**サイト

オールインワンでOMOを実現
OMO コマース事業者向けSaaS 基幹サービス

「DIGITAL'ATELIER」



特徴

- ノンカスタマイズでサービス導入、「事業をカスタマイズ」する導入支援体制
- 市場が求める機能をSaaSサービスとして無償バージョンアップ
- 情報システム部が担う保守・運用・企画全般をアウトソーシングで提供

今後の成長戦略

- 1 AI活用への挑戦** 生成AIを活用した外部連携機能の強化を目指します。
- 2 柔軟なサービス構成** 将来像に合わせ、部分的にサービス適用を可能としコスト最適化を図ります。
- 3 OMO領域のさらなる強化** 顧客接点の統合とデータ活用をさらに進化させ、OMOの実現を加速します。

AIやデジタルデバイスを活用し、社会課題である労働力不足に対する解決手段をテクノロジーの力で提供 リテールと社会の持続可能性を支援

日本はこれから、労働力不足がさらに加速し、全ての事業者が対応を迫られる時代となっています。その中でも特にリテールへの対応は喫緊の課題です。BIPROGYはAIやデジタルデバイスの力を駆使して、これまで人間が行っていた作業を効率化・自動化し、リテール事業者が他領域への成長投資をできるよう、収益の改善を支援し、さらにはリテールの存続を支援することで、生活者がこれまでと同様、当たり前にお買い物ができる未来を実現します。

導入累計 **9社** / **1,000** 店舗

チューニングレスで高精度、
多部門で適応可能
AI予測型自動発注サービス

AI-Order Foresight

特徴

- 人手によるチューニングは全く不要、店舗業務を最大で90%効率化
- 商品ごとに最適な予測モデルをAIが、自動でシミュレーションし決定
- 部門に対してAIを活用した発注数の予測が可能

AIが商品ごとに予測モデル検証、最適なモデルを決定

売価
カレンダー

企画
気象

催事
客数

適用カテゴリ

- ・日記
- ・惣菜
- ・アウトバック・生鮮
- ・グロッサリー・日用雑貨

A商品の予測モデル
B商品の予測モデル
...

AIが各店舗・商品別に自動でチューニングを実施

今後の成長戦略

- 1 デバイスでマルチに発注** PC/EOBとスマートデバイスに使用できる発注画面を提供予定です。
- 2 対応カテゴリの拡大** インストア商品など対応範囲を拡大し、さらなる工数削減を実現します。

ESL導入累計 **10社** / **1,500** 店舗

棚札代替では終わらない、
店舗内業務効率化支援
電子棚札サービス

BIPROGY ESL SaaS

特徴

- SOLUM社のESL提案、業界シェアトップクラスの製品品質と新商品リリース速度
- 棚札代替に留まらない、さまざまな業務削減／販促の二次活用案のご提案
- リモートアクセスによる早期の障害対応

紙の代替で終わらない、電子棚札活用例

QR/NFC

LED

リアルタイム更新

電子棚札ボタン

- QR/NFCを利用して、お客様スマホに商品情報を提供
- 賞味期限が近付いた商品のLED点滅により鮮度管理を徹底
- 欠品商品の棚札ボタンを押して、品出しリストを作成
- 売価をリアルタイム連携し、ダイナミックプライシングを実現

今後の成長戦略

- 1 棚カメラ／サイネージ等
店舗デバイスとの連携** 電子棚札マーケットリーダーのSOLUM社と協業。さまざまな店舗デバイスと連携したご提案を行います。
- 2 AI価格最適化による
ダイナミックプライシング** AIによる、価格の最適化と連携店舗の利益最大化を実現します。

2026年2月サービスリリース予定

デジタルデバイスを活用し、
店内作業を削減
見切り業務自動化サービス

「フレッシュオプティマイザー」

特徴

- POSレジ／計量器と連携することで、見切りシールを不要とした見切り業務自動化を実現
- 事前に設定した割引情報に基づき、時間経過と共に割引価格を棚札に反映
- 見切り業務自動化により、店舗の見切り業務負担を75%削減

利用イメージ

・製造時間ごとに異なるマークをラベルに印字

・製造時間ごとに割引価格を事前に設定

・ESL（電子棚札）に現在の売価を表示

・消費者がESLで売価を確認し商品を選択

・POSと連携し、割引価格が反映

今後の成長戦略

- 1 アウトバック、生鮮、日記
見切り業務自動化** インストア商品だけでなく、全部門の見切りを実現することを検討します。
- 2 AI自動値引き** 店舗在庫・天気・売れ行きを総合的に判断し、見切り価格を判断して値引き金額を設定する、AI自動値引きを検討します。

生活者の多様な購買行動やニーズに応え、生活者起点のリテールを実現するための リテール向けコミュニケーションサービス


さまざまなチャネルでの購買、複雑化するライフスタイル・購買様式が当たり前となり、あらゆる生活者に対して同じ一方通行のコミュニケーションでは受け入れられず、やがて競争力が低下する時代となっています。リテール事業者が生活者のニーズをくみ取り、ニーズに合わせたコミュニケーションができるようになる生活者起点のマーケティングを実現するサービスを、BIPROGYは創出していきます。

導入累計 **9社**

無料で導入可能、売上拡大とアプリ活性化
デジタルキャンペーンサービス

「スマートキャンペーン」 

- 小売アプリ内のキャンペーンページからエントリーボタンをクリックし、会員カードを提示して対象商品を買っただけで、自動応募が可能
- 店頭での特別なレジオペレーションなしで、より豊かな購買体験を提供



アプリトップページからキャンペーンを認知 → アプリ上でエントリー → POS改修/レジオペ変更なし! → レシート撮影/アップロード不要! → 店頭で会員カード/アプリ内で発行した会員カードを提示して商品を購入 → キャンペーンに自動応募

2026年3月サービスリリース予定

アプリから簡単な操作で商品のレビューを実施
生活者ニーズ収集サービス

「ニーズコネクト」

- 生活者がストレスフリーに商品評価できるサービス
- 商品に関するダイレクトな意見を集約し、簡易レポートのご提供まで実施

生活者画面

生活者は、ID-POSに基づいて、購入した商品を気軽にレビューをすることが可能

よかった、イマイチを選択するだけ!
※コメント任意入力



小売アプリに購入商品のレビュー依頼配信 → 自分や他人のレビューを参照することが可能

簡易レポート

よかった・イマイチ評価ごとに性別、年代ごとの評価割合をグラフ化、月に一度生成AIによるレポート機能を実装

企画中のサービス さまざまな生活者起点のリテールを実現するサービスを企画・検討中

- ショッピングサポート（仮）
パーソナライズサービスや店内サポート機能を提供、アプリの使い勝手の向上
- インストアプロモーション（仮）
サイネージや電子棚札を活用したビジネスの検討
- ギックス社との連携
1to1マーケティングをギックス社と検討

生活者理解 → 1to1コミュニケーションを実現 → 状態理解

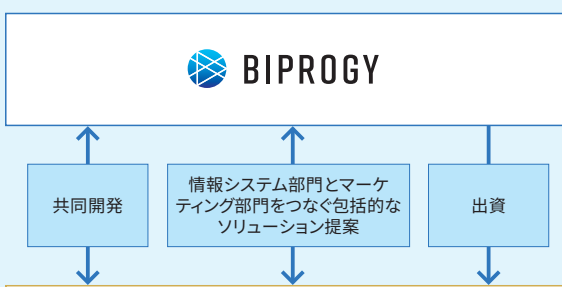
習慣化促進プラットフォーム「マイグル」

GROWTH VERSE

データ蓄積からAIを活用したデータ活用までを一気通貫で支援

GROWTH VERSE との資本提携

- BIPROGYは、データ×AIで企業の成長力を最大化するためのAIサービスを提供するGROWTH VERSEと資本業務提携を締結
- 今後BIPROGYは、GROWTH VERSEと共に、AIを活用した効率的なデータ分析によって顧客満足度の高い購買体験を設計できる革新的なサービスの開発を推進予定



共同開発 情報システム部門とマーケティング部門をつなぐ包括的なソリューション提案 出資

BIPROGY

GROWTH VERSE

「BUILDING AI to maximize Business Growth」をミッションとして掲げ、データ×AIで企業の成長を支援

AI★STAR **ミセシル** **Zero**

企業における顧客のLTV最大化を実現するマーケティングAI SaaS 自店/自施設・競合・商圏を分析し、効果的な集客施策支援ができる人流分析AI SaaS 商業施設の業務効率化を実現する、売上管理AI SaaS

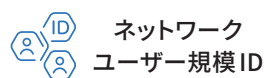
CATALINA®

2026年1月6日、国内最大規模のリテールメディアネットワークを展開するカタリナマーケティングジャパン株式会社が、BIPROGYグループの仲間になりました。カタリナが運営するリテールメディアネットワーク「AOUMI」は、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。補捉している消費者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。

同社では、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。その統計データをもとに、オフサイト-オンサイト-インスタ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。



13,000
店舗



1.5 億ID



14 兆円

全国47都道府県 120企業以上のリテールと連携

両社で目指す世界観

BIPROGYとカタリナが目指すのは、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。

社会課題

小売・流通の現場が、需要減少や労働力不足、生活者ニーズの多様化、食品ロスなどの課題に直面

GOAL

生活者や地域のニーズや需要を起点とした、流通デマンドチェーンの確立とDXによる解決

CATALINA®

全国約13,000店舗・年間14兆円規模の購買データを収集し、生活者・小売・メーカーを横断的に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

BIPROGY

基幹系システムからAI需要予測、電子棚札などの店舗DX、アプリマーケティングまで、小売に分散するデータを集約・活用する多彩なソリューション群

1 カタリナの成長戦略「AOUMI」の加速

AOUMIの成長に向けた事業基盤を強化するため、BIPROGYが小売・流通向けビジネスで培ったIT・AI技術、サービス開発力、業務ノウハウを投入

2 「AOUMI」の提供価値拡大

AOUMIとBIPROGYの生活者とのコミュニケーションを高度化する小売向けマーケティングソリューション群を連携させ、AOUMIプラットフォーム全体の価値を向上

3 「AOUMI」の進化

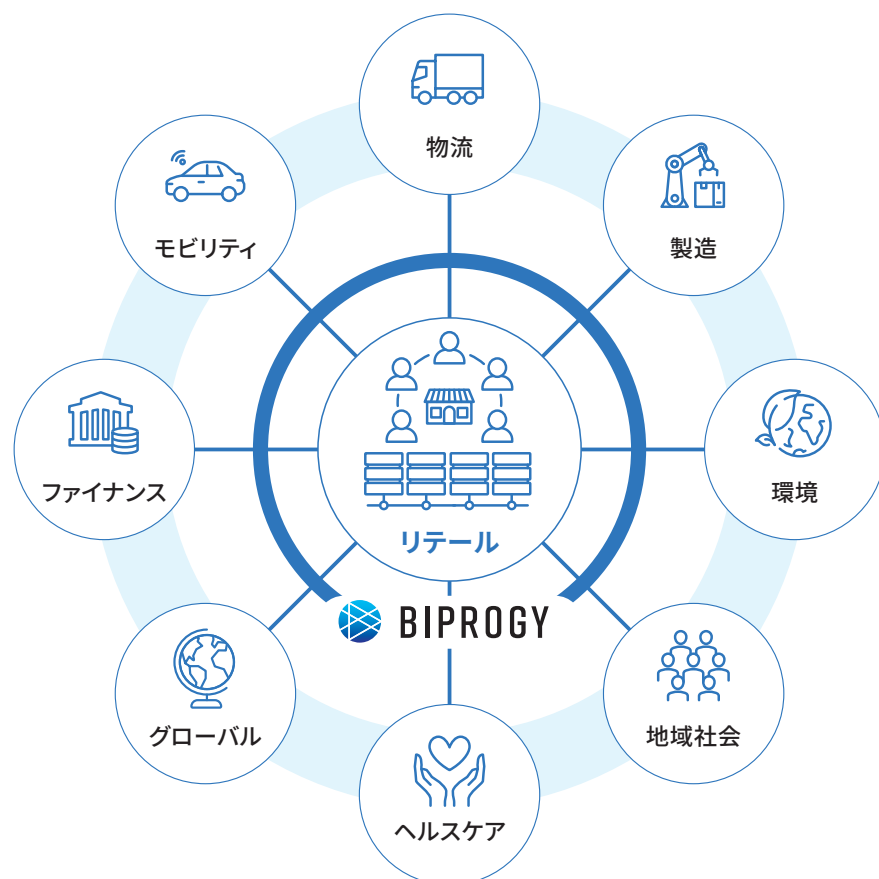
AOUMIとBIPROGYの店舗DXソリューションなどを連携させることで、生活者のニーズや地域の需要を商品計画やマーケティング計画・店舗運営に反映できるデマンドチェーンを構築

4 アジアを中心としたグローバル展開

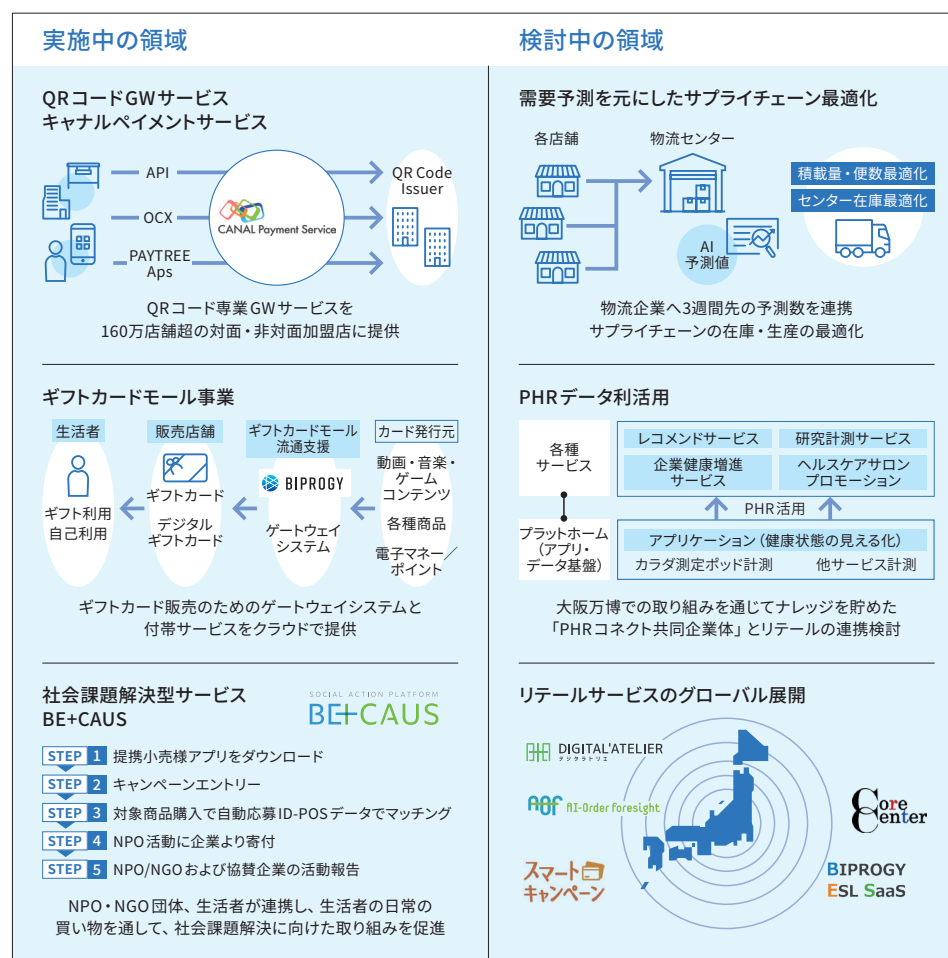
人口増加・消費拡大が続くアジアにおいて、日本で培った生活者データ活用型マーケティングの知見を基に、現地パートナーと連携した事業展開を推進

BIPROGYのリテール以外の取り組みをリテールに掛け算し、小売業を超えたさらなる社会課題解決の価値創出を目指す

リテールが持つ経営資源やお客様基盤・データを、BIPROGYがハブとなり、BIPROGYにおける他の注力領域や事業戦略での取り組みと掛け合わせ、リテール企業の競争を支援し、さらなる価値創出を実現することを目指します。



リテールを中心にさまざまな他領域をBIPROGYがつなぎ合わせ、新しい価値創出を目指す



技術戦略

リテール領域においては、BIPROGYグループの技術戦略より「AIの利活用」「モダナイゼーション」の2つのキーワードを取り組むべき技術分野と定め、最先端の技術でシステムやサービスを提供し、リテールのお客様、ひいては生活者の皆様に還元していきます。



推進体制と人財戦略

リテールを推進する専任体制

BIPROGYは、約500名のリテールを支援する専任メンバーを抱えています。

専任メンバーだけでなく、BIPROGYの他部門、スペシャリストを抱えたグループ各社、そしてさまざまなパートナー企業と共に、リテールのお客様を支援していきます。

ビジネスイノベーション部門



セールス

サービス企画

コンサルタント

事業運営

セールス
アシスタント

ビジネスサービス部門



PM

PMO

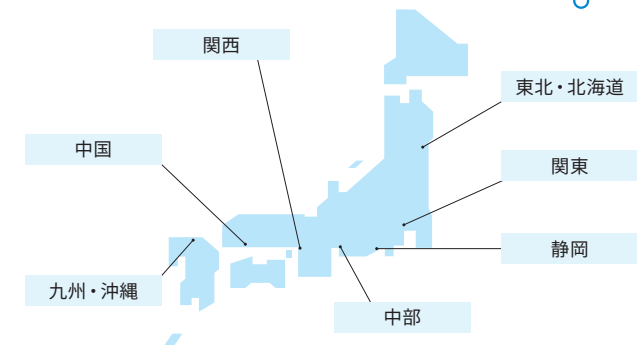
アーキテクト

アプリケーション
SE

インフラSE

AI／データ
SE

全国の営業組織網



支える強固なリレーションシップ

ビジネスクリエーション部門

グループデザイン部門

グループ各社

パートナー企業

人財育成

今後のリテールを推進するうえで目指すBIPROGYの人財育成方針は、右記の通りです。

リテールスペシャリストの育成

リテールに精通し、先見性と洞察力でリテールを取り巻く社会課題を捉え、解決するための実現策を創出するリテールスペシャリストの育成を目指します。

顧客ビジネスアーキテクトの拡大

深い業務理解と強い信頼関係により、お客様ごとの課題を先んじて捉え、DXによる課題解決方法やビジネス拡大の道筋を提示することができる人財の、さらなる拡大を目指します。

高度プロジェクトマネージャーの拡大

豊富なプロジェクトマネジメント経験に裏打ちされた先見性を備え、常に最適なアーキテクチャやエンジニアリングプロセスを選択し、品質の高いプロジェクトを推進できる人財のさらなる拡大を目指します。

スペシャリストエンジニアの育成とパートナーの拡充

生成AIやクラウド、データサイエンスなどの最新技術に精通し、各種サービスを最新の技術にアップデートする人財を育成します。また、育成だけでなく、パートナーとの連携を増やすことでケイパビリティを拡充します。

リテールコミュニケーション戦略

リテールのお客様には、以下のようなイベントや展示会で、BIPROGYの取り組みを知っていただくよう、コミュニケーションを実施しています。皆様のご参加をお待ちしております。

BIPROGY独自のイベント

リテールエグゼクティブセミナー

BIPROGY伊豆エグゼクティブ・センターで実施する、ユーザー向けのクローズドセミナー

- 2025年はスーパーマーケット／アパレルEC事業者向けに2回開催
業界の有識者による、最先端のAI事例やBIPROGY社内事例の講演に加え、ワークショップなどを実施



BIPROGY FORUM

BIPROGY主催のカンファレンス
東京・大阪・名古屋・福岡の4都市で開催

- 東京会場では、(株)ギックス代表取締役CEO 網野知博氏と(株)GROWTH VERSE代表取締役CTO 南野充則氏に登壇いただき、リテールAIをテーマにしたパネルディスカッションを実施



- Foresight Connectを中心としたリテール展示も実施



開催報告

<https://terasu.biprogy.com/article/forum2025-4/>

BIPROGY USA

米国子会社であるBIPROGY USAによる最新のグローバルリテールリサーチ情報を発信

- 2025年は海外リテールイベント(NRF 2025、EuroCIS 2025、SHOPTALK 2025)のほか、内容報告のウェビナーを開催。希望企業には個別説明会を実施

- 無料会員制Webメディア「rickDoor」にて毎週情報発信



<https://www.rickdoor.com/NSSC/timeline>

OMO FORUM 2025

OMO最新事例のご紹介と
ネットワーキング構築の場の提供

- 2025年より年に2回、リテール・アパレル関連事業者の皆様を対象に、OMO戦略や生成AIの活用事例、BIPROGY独自のデータドリブンやデジタルマーケティングの最新動向などに関する講演やトークセッションなどのコンテンツをご提供



外部イベントへの参加

リテールテック JAPAN

日本最大規模のリテールテックイベントへの出展
(主催：日本経済新聞社)



2025年の様子

- 株式会社ソルエムジャパン社と共同で、BIPROGYの未来型リテールのコンセプトと各種サービスを展示予定

2026年3月3日～3月6日

(株式会社ソルエムジャパン社と共同出展)

出展予定

スーパーマーケット・トレードショー

食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会への出展
(主催：一般社団法人全国スーパーマーケット協会)



2025年の様子

- BIPROGYのリテールにおける取り組み全般を実物と合わせて展示
- 実際に各種サービスを体験し、BIPROGYの考える未来型リテールを体験することが可能

2026年2月18日～2月20日

出展予定

RETAIL EXPO Tokyo 2026

第22回アジア太平洋小売業者大会(東京大会)展示会への出展



- 2026年に東京で開催する国際会議(APRCE TOKYO 2026)と同時開催される「RETAIL EXPO Tokyo 2026」への出展を決定

2026年10月8日～10月9日

出展予定



BIPROGY 株式会社

〒135-8560 東京都江東区豊洲1-1-1

インダストリーサービス第一事業部 リテール戦略事業開発部

URL : <https://www.biprogy.com>

TEL : 03-5546-4111 (大代表)

本報告書に記載の会社名、商品名およびシステム名は、各社の商標または登録商標です。
Copyright© 2026 BIPROGY Inc. All rights reserved.