2022 年 11 月 16 日
エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社
株式会社ロイヤリティ マーケティング

エイチ・ツー・オー リテイリングとロイヤリティ マーケティング データマーケティングで協業

顧客満足の向上のため、消費者に価値ある情報とサービスを提供します

阪急阪神百貨店やイズミヤ、阪急オアシスなどを傘下にもつエイチ・ツー・オー リテイリング株式会社（本社・大阪市北区、荒木直也社長、以下「H2O」）と、共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社・東京都渋谷区、長谷川剛社長、以下「LM」）は、11 月下旬よりデータマーケティングで協業します。

※会員規約および個人情報保護法、その他の法令・ガイドラインに則り、データ分析・利活用を行います

■両社のプラットフォームやノウハウを生かして協業

H2O は百貨店やスーパーマーケットでの購買データに加え、新たに開発を進めている関西の 1,000 万人と繋がるアプリサービスの「顧客サービス事業」によって得られる行動データを活用し、B to B でのマネタイズを図る「プラットフォーム事業」の開発を進めています。LM はこれまで培った Ponta のデータ分析、広告運用のノウハウを生かし、H2O のプラットフォーム事業の支援を行います。また H2O と LM は、将来的に両社のデータを活用した事業の構築を見据えて、検討を進めます。

■現在予定している具体的な協業内容

① メディア広告配信、効果検証

H2O の百貨店やスーパーマーケットでの購買データに加え、顧客サービス事業で得られる行動データを基に、H2O グループのお客様ニーズを分析、LM が有するコネクテッドメディアなどを通じて、お客様に価値ある情報を提供。SNS・動画・ディスプレイ広告など幅広い手段でコミュニケーションを図ります。

将来的には、H2O グループの顧客に対し、個々のニーズに合う他社の情報を提供することにより、満足度の向上を図ることも検討します。



② **データ分析**

LM が Ponta の運営で培ってきたビッグデータ分析のノウハウを用いて、H2O の百貨店やスーパーマーケットでの購買データやアプリの行動データなどを分析し、お客様が H2O グループに求めるニーズや、顧客像を分析、明確化。魅力ある商品・サービスの拡充や的確な販売サービス力の強化につなげます。

③ **人材育成**

データマーケティング推進について、LM は H2O のアナリティクス力強化に向け、データアナリストの育成を支援します。

H2O と LM は今後、リアル店舗とオンラインの双方の接点でのコミュニケーションの強化に取り組み、お客様への価値提供を通じて、顧客満足度の向上に協力してまいります。相互が保持するデータを活用した分析やプロモーション等のデータマーケティングの進化をはじめ、蓄積したノウハウの外部提供など新規ビジネスの創出も含め、協業を検討してまいります。

＜両社概要＞

■エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

阪急阪神東宝グループの流通グループ。東証プライム上場。

関西を中心に百貨店 15 店舗や食品スーパー・SC242 店舗、商業施設、コンビニエンスストア運営など様々な事業を展開しています。

グループビジョン「『楽しい』『うれしい』『おいしい』の価値創造を通じ、お客様の心を豊かにする暮らしの元気パートナー」を掲げ、生活者とダイレクトかつ継続的に深くつながる「コミュニケーションリテイラー」を目指しています。

【URL】https://www.h2o-retailing.co.jp/

■株式会社ロイヤリティ マーケティング

「便利・おトク・楽しい」をコンセプトに、1 億人超の会員が利用する共通ポイントサービス「Ponta」を運営しています（2022 年 10 月末時点）。また、2010 年の Ponta サービス開始当初より、企業ごとのニーズに応じたマーケティング支援を行っています。

【URL】https://www.loyalty.co.jp/