

マーケティング戦略

進化と挑戦
～すべてはお客様のために～

進化 Evolution

1. データマーケティング強化

■データ活用によるwin-win施策

- お客様の多様化する嗜好
- メーカーと情報共有による顧客理解



POS/IDPOSをメーカー様に開示



棚割りへの活用

- 競合メーカーの販売状況も考慮した棚割り提案
- 売れ筋・死に筋商品の把握
- 商圏・顧客属性データに基づいた提案

効果的なターゲット販促

- 認知拡大のトライアル/リピート分析
- シナジー効果のある関連販売企画
- アプリ会員へのピンポイント企画

お客様に選ばれるお店・ブランド構築

■リテールメディアの戦略的活用(店頭)



デジタルサイネージ



シルタス



マムハートタッチ

■マーケティング強化

- リテールビュー：併売分析・商品改廃機能
- 生成AIの活用検討
- マーケティング専門部署創設



2. ネイティブアプリの開発

ミ
ニ
ア
プ
リ
E

■メーカー様タイアップ企画好評

⇒マルイ仕様に届けたい人に届けたい物を

進
化ネ
イ
ティブ
ア
プ
リ

- | お客様 | マルイ |
|----------------|-------------------|
| ●アプリ限定クーポン | ●CRM対応：ONEtoONE販促 |
| ●アプリスクラッチなど新機能 | ●様々な販促企画を提供可能 |

3. 生産性向上で人材を高付加価値作業へ〈AI需要予測〉



4. セキュリティ対策

4つのチカラを支えるシステムインフラ
基盤強化とセキュリティ対策

- ①従業員・組織の意識改革
- ②セキュリティ基盤の強化
- ③サイバーセキュリティのBCP対策



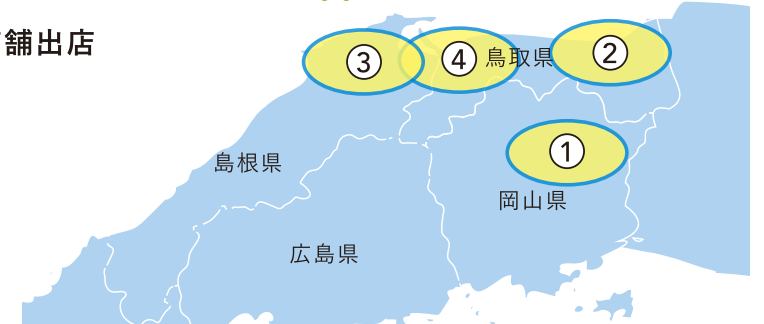
挑戦 Challenge

1. ネットスーパー事業拡大

ドミナント展開 2027年度までに4店舗出店

- ①岡山県県北エリア(EL店)
 - ②鳥取県東部エリア(宮長店)
 - ③島根県東部エリア
 - ④鳥取県西部エリア
- 開設済

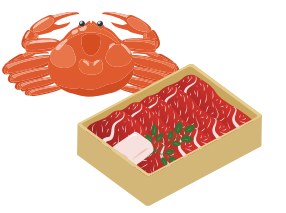
マルイネットスーパー



■「マルイのネットスーパー」ここがお勧め

- ◎月会費のみで使い放題。何回ご利用いただいても配達料はマルイが負担。
- ◎チラシ掲載商品や日替わり商品などお買い得品をはじめ、約1万点の中から商品を注文。
- ◎当日朝10時までにご注文で夕方5時までに専用ロッカーにお届け。
- ◎ネットスーパー独自の企画配信、さらに買いやすい画面に順次アップデート中!

2. EC事業「マルイ オンラインショッピング」 Coming Soon! /

パーティーやシーズン向けの
オンライン予約
(年中行事・イベントでの商品予約)地場商品やマルイ
PB商品を全国へ

3. OMOの実現による顧客接点拡大 ※OMO(Online Merges with Offline) オンラインとオフラインの融合

