



2019年12月16日

<報道発表資料>

KDDI 株式会社  
三菱商事株式会社  
株式会社ロイヤリティ マーケティング  
株式会社ローソン

## ネットとリアルを融合した新たな消費体験の創造

KDDI 株式会社（本社:東京都千代田区、代表取締役社長:高橋 誠、以下 KDDI）、三菱商事株式会社（本社:東京都千代田区、代表取締役社長:垣内 威彦、以下 三菱商事）、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、代表取締役社長:長谷川 剛、以下 LM）、株式会社ローソン（本社:東京都品川区、代表取締役社長:竹増 貞信、以下 ローソン）は、ネットとリアルを融合した新たな消費体験の創造に向けた取り組みに合意しました。

### ■消費社会の構造変化への取り組み

昨今、デジタル技術の浸透によりインターネットを通じたお客さまとの接点が増加しており、消費社会の構造が大きく変化しています。そのような中で、KDDI、LM、ローソンは、消費社会の変化に対応し持続的にお客さまに価値提供したいという思いを共有しました。今後各社事業連携を通じて、快適で利便性・持続性の高い消費体験の創造に取り組んでいきます。また、三菱商事は、リアルを中心とした事業基盤を生かし、グループ企業とも連携して、より良い消費社会の実現に貢献していきます。



<消費社会の構造変化 取り組み図>

## ■1 億超の会員基盤

2020 年 5 月以降 KDDI と LM は、両社のポイントを LM が運営する共通ポイントサービス「Ponta」に統一するほか、ID 連携を推進していきます。

これにより、会員基盤は国内最大級の 1 億超、さらに決済サービスとの連携により、モバイル口座数は 2,200 万超、年間ポイント付与額は 2,000 億超となります。

また、KDDI と LM は、会員基盤を活用したデータマーケティングの深化や新規事業の創出に協力して取り組んでいきます。



### 1. 会員基盤の拡大

- ・ KDDI から付与する au WALLET ポイントを「Ponta ポイント」に統一、さらに au ID と Ponta 会員 ID を連携
- ・ ポイント、決済基盤を活用したデータマーケティングの共同推進による経済圏の拡大
- ・ Ponta アプリにスマホ決済サービス「au PAY」機能を実装
- ・ au WALLET アプリに「デジタル Ponta カード」機能を実装

### 2. 加盟店の相互利用

- ・ 相互の加盟店（170 万カ所超）で「Ponta ポイント」の蓄積と「au PAY」の利用を促進

## ■データや金融サービスを絡めた次世代型コンビニサービスを展開

ネットとリアルを融合した新たな消費体験の創造に向け、KDDIとローソンは両社アセットを組み合わせ、データや金融サービスを絡めた次世代型コンビニサービスを展開します。

ローソンの約14,600店舗のリアル接点において、1億超の会員基盤や先端テクノロジー（第5世代移动通信システム「5G」やロボティクス）を活用したOMO（注）による新しい消費体験を提供していきます。

また、KDDIはローソン店頭において「au PAY」を利便性の高い決済サービスとして推進していきます。



### 1. コンビニにおける新しい消費体験の創出（2020年度内予定）

- ・IDの連携によるパーソナライズを軸としたデータマーケティング施策を実施し、次世代型コンビニサービスを提供
- ・コンビニ来店者向けサブスクリプション型サービスなど新サービスの開発
- ・モバイルオーダーやロボティクス無人受け取り機などによるストレスフリーな購買体験の実現
- ・OMOによる集客強化、先端テクノロジーによる在庫管理など店舗運営の効率化

### 2. ローソン店頭で「au PAY」を利便性の高い決済サービスとして推進（2020年5月以降）

- ・ローソンアプリに「au PAY」機能を実装
- ・ローソンにおける「au PAY」還元率を高還元を設定することによる、ローソンでの利用促進

KDDI、三菱商事、LM、ローソンは今回のパートナーシップを通じて、ネットとリアルを融合した新たな消費体験の創造を目指していきます。

（注）OMOとは、データマーケティングや5Gなどの先端テクノロジーを活用し、パーソナルデータをもとにお客さまの潜在的なニーズやインサイトを分析し、各社の顧客基盤で相互流通を図る取り組みのこと。

以上