

グループ共通 ID「H2O ID」が100万会員を突破 ～ 事業会社アプリの実装や新規サービス開発で2030年度1,000万会員へ～

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社（本社：大阪市北区、代表取締役社長：荒木直也、以下「当社」）は、グループ共通 ID である「H2O ID」の会員数が、2026 年 8 月末時点で 100 万人を突破したことをお知らせいたします。

今後は、9 月末にサービスがローンチする「阪急阪神百貨店アプリ」や、来春に公開を予定している食品スーパーのアプリ、新規サービスの開発により会員数の獲得を加速化し、2030 年度には長期事業構想にて目標として掲げる 1,000 万会員の顧客基盤の実現を目指します。

◎「H2O ID」とその導入の背景

当社は 2021 年に発表した長期事業構想にて、グループの目指すビジネスモデルとして「コミュニケーションリテラー」を掲げています。「H2O ID」は、当社グループが展開する多様な事業やブランドを継続的に利用する顧客を個別に識別するグループ共通の ID で、「コミュニケーションリテラー」具現化に向けた重要な顧客基盤となります。各事業の利用状況などのデータ分析を通して顧客理解を深め、一人ひとりに最適な商品やサービスを提供することで、顧客とのアクティブな関係性を維持し、LTV（Life Time Value）＝「顧客への生涯提供価値」の最大化を目指しています。

◎ これまでの取り組みと今後の展開

当社はこれまで、2023 年 5 月に大阪府高槻市でスタートした食サービスアプリ「まちうま」や、2025 年 5 月に兵庫県川西市から実証実験を開始した健康マネジメントサービス「まち健」など、地域生活に密着した「まち元気創造ビジネス」の展開で、地域課題の解決とともに顧客接点の拡大に努めてまいりました。また、百貨店の既存顧客システムでの ID 移行なども加わり、顧客データの「解像度」と「活用領域」に広がりが見えています。従来の購買データに、意識・行動データを掛け合わせることで、より深い顧客理解が可能になり、お客さまの潜在的なニーズを特定することが可能になります。

◆ データ収集・活用の流れ



このように蓄積された高解像度データを活用し、自社マーケティングの高度化に加え、「顧客データ活用ビジネス」として、新たな収益源となる外販・ソリューション事業を推進いたします。

◆ 「顧客データ活用ビジネス」の具体的展開

≫ B to B 領域（企業向け）

- ・マーケティング支援・コンサルティング：メーカー等への顧客分析ソリューション提供
- ・リテールメディア事業：店頭サイネージ・アプリといったオウンド媒体、外部広告媒体への Web 広告も含めて、顧客接点を提供

≫ B to G 領域（自治体向け）

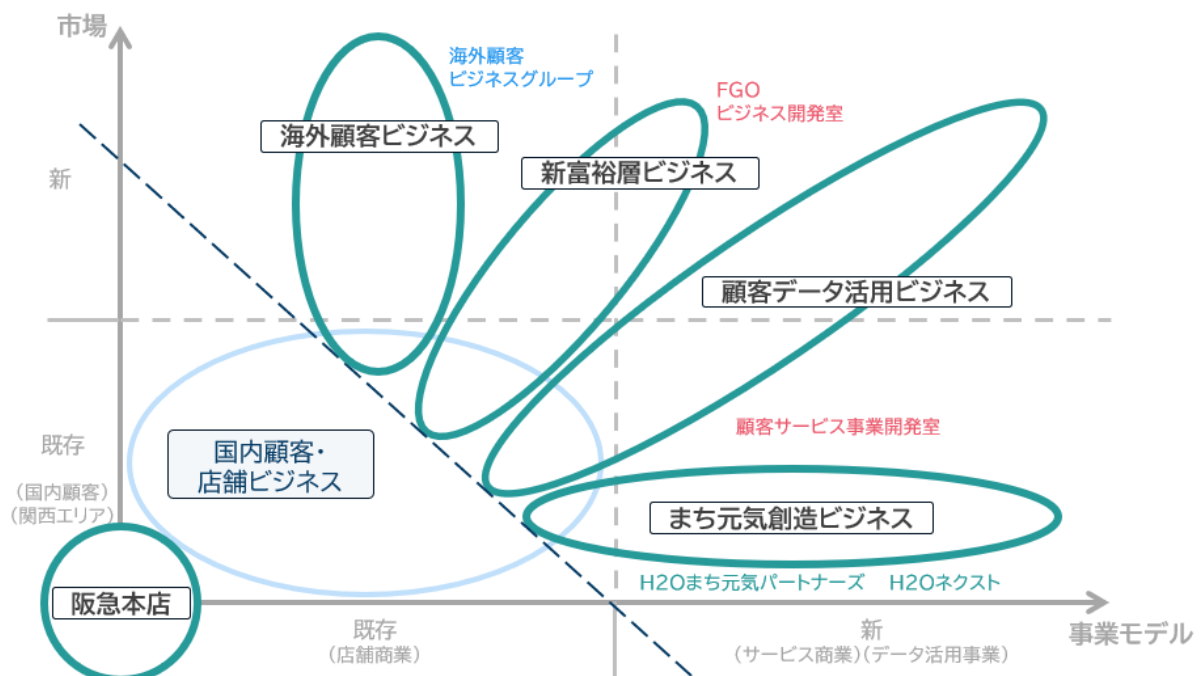
- ・地域課題解決ソリューション：「まちうま」「まち健」等で培ったノウハウを生かし、自治体の健康増進・賑わい創出事業を伴走型コンサルティングとして提供

（ご参考）

「2026 年 3 月期 決算説明資料」

長期事業構想 2030 Ver.2 アップデート -5 つの重点成長領域

グループの持続的成長に向けて、5 つの重点成長領域への先行投資と組織体制の強化により、事業開発を本格推進してまいります。



＜この件に関する報道関係者お問い合わせ先＞

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 メディアリレーション部 TEL 06-6367-3181