

三越のバレンタイン商戦 22店舗のネットワークで売上22億9千万円達成

三越の2003年バレンタイン商戦は、日本橋三越本店をはじめ全国22店舗にて1月28日～2月14日まで開催し、「チョコレート」をはじめとしたバレンタイン菓子関連の売上22億9千万円（前年比7.5% 前年比較1億6千万円売増）を達成しました。

好調の大きな要因としては、近年の「チョコレートブーム」のなかで、通常より人気ブランドや有名店のチョコレートが豊富に揃うバレンタイン時期に、さらにチョコレートへの関心が高まり、ギフトはもちろん自分も食べてみたいと思う女性客が増加したことが挙げられます。

あわせて三越の売上好調の要因は

(1)全国22店舗のネットワークを駆使した商品展開

日本橋三越本店、銀座三越の人気商品「サティ」（フランス）を予約スタイルでの全国展開や限定販売を実施し、加えて、人気ブランド「ゴディバ」（ベルギー）との共同企画による三越限定商品「ハートブッシュェ」の全国展開の実施

(2)各店ごとに工夫を凝らした品揃え

人気ブランドが揃う銀座三越や、130ブランドを集積してより豊富な品揃えを提案した福岡三越は売上が3億円超え、日本橋三越本店では「ピエール マルコリーニ」（ベルギー）、札幌三越ではイタリアのチョコレート専門店「アメディ」の新規導入等、各店特色を出した展開を実施

(3)インターネットの売上拡大

インターネットでの販売は98年からスタートし年々売上を拡大し、今年も1,322万円（前年比109.1%）と大きく伸び、インターネットが販売ツールとして定着しつつある

以上、3点が挙げられます。

以上