

株式会社三越 代表取締役社長中村胤夫
2004年年頭経営方針（要旨）
「変化顕在型小売業として、三越を進化させる」

2003年の三越は、現在推進中の「中期5カ年計画」に基づき、百貨店事業5社の合併や、人事・賃金制度の改正、関連事業会社の再編など、三越グループの経営フレームの変更やインフラ整備を実施してきました。

「中期5カ年計画」の3年目にあたる2004年は、「三越」というブランド誕生100年の大きな節目にあたります。

今秋オープン予定の日本橋本店・新館を中心に、昨年の合併効果を最大限に活用した営業強化の取り組みを本格化させるとともに、次の100年に向けた「新しい三越像」をつくりあげる取り組みをスタートさせる年となります。

<三越版CRMの推進>

「三越版CRM」の推進、すなわちお客様をおもてなしするための「顧客力」「商品力」「販売力」のいっそうの強化を図っていきます。とくに「三越版CRM」の推進を担う人材の強化については、今年3月から本格稼働する新しい人事賃金制度を有効に活用するとともに、とくに「人財への投資」を重視し、昨年9月に開講した三越リテールアカデミーで個人の販売スキルを向上させると同時に、個人のノウハウを企業のノウハウにまで高めていきます。

<ITの活用と販売チャネルの拡大>

単品管理のいっそうの拡充とともに、ICタグや新しいPOSの導入など、在庫管理や顧客情報のシステム整備を進めます。また店舗とリンクした販売チャネルの拡大に、これまで以上の規模とスピードで挑戦します。

<ネットワーキング>

「三越100年祭」、春・秋の「外国展」、「文化展100年企画」などを大きな柱として、各店それぞれ独自の工夫を加え、海外店を含めた三越グループ全体でネットワークを最大限に活用した「三越100年企画」を積極的に提案していきます。

<「宝の山」の発掘>

現代の価値観、お客様のウォンツから、三越の店舗や商品、人材、関連会社などの経営資源を再度見直し、そこから「宝の山」を発掘すること。100年の節目にあたり、「新AKINAI・21」と名付けた社内提案制度を実施し、日常業務のなかに埋もれている企画や、人材を積極的に取り込み、活性化していきます。

<コンプライアンス体制の強化>

安心・安全に対するお客様の要請に対し、「商品の品質と表示の確認」「個人情報・顧客情報の保護」「環境問題への対応」の3点に重点を置き、時代の求める企業の社会的責任（CSR）に応えていきます。

いま三越は時代の大きな転換点にいます。私たち百貨店の使命は、時代の変化をあぶり出し、お客様のウォンツを顕在化させることです。小売業はよく「時代対応型」といわれますが、三越は、より積極的な意味で「変化顕在型小売業」にならなければなりません。歴史的な節目に立つ私たち全員の力を合わせて「変化顕在型小売業」として三越を進化させ、新しい歴史を刻んでいきたいと思っております。

以上