

## 事業戦略 > 三越伊勢丹

### ■ 進捗状況と2024年度に向けて

【23年度】首都圏店舗売上高の前年2桁伸長に加え、販管費コントロールの徹底で利益が大幅伸長  
 【24年度】識別顧客施策の強化に加え、損益分岐点引き下げなどの事業構造改革で、増収増益を計画化

	総額売上高			営業利益		
	実績・計画	前年比	前年差	実績・計画	前年比	前年差
23年度実績	7,047億円	115%	+936億円	372億円	205%	+191億円
24年度計画*	7,545億円	107%	+497億円	420億円	113%	+48億円

首都圏店舗(新宿、日本橋、銀座)では、“高感度上質”戦略におけるMDバランスの修正として、お客さまのニーズ(売上高)に見合った面積バランスにするためのリモデルが順次行われています。その結果、客数の伸長や外商顧客へのアプローチ強化による取り扱いの増加などにより、大幅な収益となりました。

### 高感度上質リモデル

“高感度上質”戦略は「高感度で上質な消費において席卷する」ことです。当社が得意とするハイタッチなサービスが必要なマーチャндаイジングの適正規模を「百貨店の科学」により数値化し展開したところ、売上高がそのエリアごとに最大化する結果となりました。24年度以降も引き続き、多くのエリアでリモデルオープンを控えており、今後もさらに売上を伸ばしていく計画です。

主要店舗である「伊勢丹新宿本店」「三越日本橋本店」「三越銀座店」はそれぞれの“基本コンセプト”(右図)で独自性を磨いていきます。

以下の4つの拡大により百貨店を進化させ、世界中のお客さまから選ばれる店舗づくりを行っていきます。

- ①世界へ拡大 国内/海外の壁を取り払い、世界中からお客さまを集客する店舗環境とサービス
- ②時間の拡大 百貨店の営業時間にとどまらず、24時間365日を通じてマネタイズ
- ③空間の拡大 お客さまを集客し、深く付き合うための空間づくり
- ④用途の拡大 三越伊勢丹ならではの「高感度上質」な、多様な価値提供

※各店の主な「高感度上質リモデルプラン」は、2024年11月開示予定



- ①伊勢丹新宿本店 世界一・唯一無二の「最新・最先端」
- ②三越日本橋本店 比類なき「伝統・文化芸術・暮らし」
- ③三越銀座店 世界の銀座を代表する「ニューコンセプトストア」

## Topics

### 丹青会・逸品会

重点戦略である“高感度上質”戦略、“個客とつながる”CRM戦略を象徴する取り組みの一つでもあるお客様向けイベント、伊勢丹新宿本店の「丹青会」や三越日本橋本店の「逸品会」では、自動車や楽器、不動産等の通常店舗では取り扱いの無い商品や特別企画品をご紹介します。また、商品の販売だけでなくさまざまなサービスやおもてなしのイベントを行い、個客の多様なご要望にお応えすることで、2024年2月開催時においてともに過去最高の売上を達成しました。



《24年2月実績》	前年比
丹青会	123%
逸品会	114%

## 事業戦略 > 地域百貨店

### ■ 進捗状況と2024年度に向けて

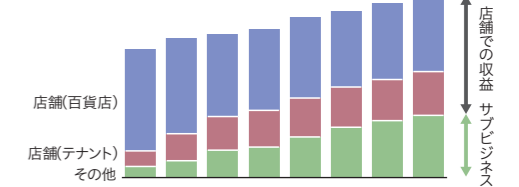
【23年度】販管費削減100の施策メニューを好事例とともに各店へ横展開し、大幅な利益増に貢献。特に、要員改革、物流費の削減、外部委託費の削減で大きな成果  
 【24年度】少数精鋭による働きがいのある企業を目指し、顕在化した課題を解消し、「百貨店の科学」を進化。事業構造改革と組織要員改革を実行し強固な収益体制を目指す

地域事業会社	総額売上高			営業利益		
	実績・計画	前年比	前年差	実績・計画	前年比	前年差
23年度実績	3,705億円	107%	+252億円	66億円	666%	+56億円
24年度計画	3,794億円	102%	+89億円	88億円	134%	+22億円

### 事業構造改革

- 1) 目指す姿の実現に向けた**拠点戦略の策定**  
タッチポイントの配置と要員配置を収入に応じて適正化
- 2) 重点顧客のニーズに合わせた**店舗戦略の策定**  
百貨店・テナントなど最適な取引形態、契約形態を組み合わせ、MDバランスを適正化し、ローコストモデルを実現

### 収益源の変化(イメージ)



## Topics

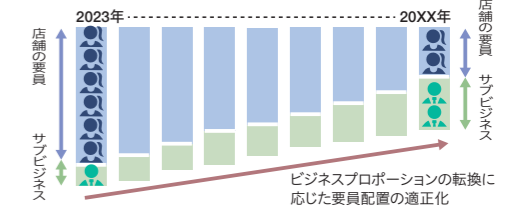
### 株式会社 広島三越 物流センター返却による物流費削減の取り組み

23年度、物流改革の一環として、物流センターを返却。物流センターの物流機能については基本本館に集約し、今までアウトソーシングしていた運營業務についても、内製化を図りました。またあわせて、中元・歳暮についても共同配送ギフトに基本集約することによる物流業務の簡素化や、ギフトセンターの営業、運営体制の大幅な見直しを含め、ギフト改革と連動して実施したことで、物流費の大幅な削減に大きく貢献しました。「百貨店の科学」の好事例として、他店へも情報共有され、横展開が可能な企業にとって参考となる事例となりました。

### 組織要員改革

- 1) 店舗特性に合わせた**働き方の進化**  
場に張りつかない運用体制への転換と店舗戦略を踏まえた催事運営の取り組み方針の決定
- 2) **自社社員が注力する業務と委託する業務の明確化**  
要員数が適正な企業は外部委託を適切に活用(要員過多の企業はまず内製化を推奨)

### 要員の変化(イメージ)



## Topics

### DX化による生産性向上

DX化の取り組みの1つとして、スマートフォン活用による業務のモビリティ化を進めています。業務のモビリティ化を進めることにより、特定の場に張り付かない効率的な働き方が実現し、結果として各店舗の生産性が向上します。

