

【2022年7月経営懇話の議題】

- ①6月および第1四半期営業面の振り返り ②6月および第1四半期損益結果
③対話会14の課題対応プロジェクトの進捗について ④組合活動報告

【議題①-1：6月の振り返り】・・・小西さんより

〈6月の振り返り〉

	施策	結果
MD面	① 父の日＋御中元ギフトニーズの取り込み ② シーズン購買喚起の最大化、高感度上質消費の創出 ③ No.1戦略催事「絨毯フェア」需要拡大	① 父の日は、ご夫婦・ご家族のギフト需要が多数。 御中元は、早期受注の傾向。 ② クリアランスの月ズレによる影響大。前年6月末スタート 永井博展は、お客様の指名買い有り。 ③ 絨毯フェアは動員に課題。 ① 中元ギフト前年比94% ② F&L部予算比98% 永井博展予算比178% ③ 絨毯フェア予算比37%
顧客面	① 上位個客戦略(顔の見える顧客)の需要促進 ② Gカード中元先行受注会によるサービス価値提供 ③ 新規入会施策(社内インセンティブ強化) ④ 小型店利府新店オープンによるタッチポイント強化	① 宝飾展は来場が少なく、MD面に課題。 外商との連携により、大口受注有り。 ② アプローチ手法の変更で、お客さまに情報が伝えきれていない。 ③ 施策の実施効果＋CRM推進活動により実績が向上。 ④ 利府店オープンによるMIC拡大。 ① 宝飾展予算比127% ② 先行受注会前年比32% ③ 新規MIC獲得予算比78% ④ 利府店MIC獲得予算比55%

〈今後の対応〉

- ・ シーズン購買喚起に関して、顧客ニーズの関心度が価格から価値へ明確にシフトしているため、意志を持った提案と伝える手法の改善を行う。
- ・ MIカード獲得について、インセンティブに頼ることなく、恒常的に獲得意識を高めるため、CRM担当者とのMTGなど推進活動を行う。

【議題①-2：第1四半期の振り返り】

〈アクションプランの振り返り〉

戦略	項目	内容	結果
高感度上質戦略	No.1戦略	・4つのNO.1を確立『食品・化粧品・紳士・美術』	・食品予算比90% ・化粧品予算比90% ・紳士予算比102% ・美術予算比104%
	拠点ネットワーク	・仙台母店ブランディングの確立：タッチポイント戦略、サテライトMIC顧客支持を拡大	・小型店予算比92% ・利府店6月24日グランドオープン ・本館との買い回り率63%（前年差3%）
	グループ連邦	・営業外収益・外部収益の拡大ビジネスプロセスの内製化を推進	・直接販売手数料前年比147% ・顧客紹介手数料前年比109% ・ギフト送客手数料前年比125%
CRM戦略	顧客とつながる戦略	・ランク別顧客のアプローチ強化。公平なサービス価値提供	・新規MIC獲得予算比55% ・ありあり会員目標比49% ・1,000万以上(前比59%)、300万以上(前比87%) 100万以上(前比93%)、30万以上(99%) 30万未満(120%)

〈第2四半期からの対策〉

項目	内容
「シーズン」・「オケーション」・「独自性」を組み合わせ、顧客別施策を精度UPし来店頻度と買上客数向上を図る	① シーズン、オケーション全館買い回り施策実施 ② 月別×顧客別に性格の異なる施策を打ちこみ ③ プロパー強化 ④ ④各お買場「空区画」を埋める ⑤ アプリクーポンを使用した購買キャンペーン実施し買上客数UP
グループ連邦の取組強化／識別上位向け企画を充実させ外商中心に識別全体の底上げを図る	① 外商セールス全員参加型施策 ② 京浜地区企画・ブランド企画・お取り寄せ企画の ③ お役立ち企画
手数料収入の拡大『ふるさと納税』の取組拡大	① 優良自治体30社への再アプローチ実施 ② 外商顧客に掘起し、提案強化 ③ 社内教宣の強化
母店ブランディングの強化/タッチポイント戦略の拡大	① 母店MDのPOPUP企画を拡大強化店舗 ② 取寄せMDの拡大 ③ 外商エリアの拠点としてのトライアル

【議題②：6月および第1四半期損益結果】・・・千葉さんより

〈実績〉

単位：百万円	2022年6月		2022年度累計（第1四半期）	
	実績	予算差	実績	予算差
売上高	2,278	△106	6,298	△281
営業総利益	580	△21	1,556	△49
販売管理費	552	△16	1,628	△41
営業利益	28	△5	▲71	△8

〈特記事項〉

- ・ 6月は、販管費における宣伝費＋6.5百万の月ズレがある為、単月で見るとほぼ予算通りの結果と捉えている。
- ・ 差益率の低下について、売上構成の変化（食品・特選ブランドの売上シェアが伸長）によるものが大きく、このトレンドは継続すると考えている。
- ・ 下期へ向けたローリング予算について、上期のマイナス分を挽回し年間予算を達成できるよう計画する。8月中には現場とも共有する予定である。

【議題③：対話会14のプロジェクトの進捗について】・・・千葉さん

〈14のプロジェクトより一部抜粋〉

項目	アクション	担当	上期末	3Q	4Q
③営業時間	日別・フロア別・時間帯別レジ客数調査	総務・経営企画部	直近1年分完了	23年度案策定	労使協議
	同業他店営業時間調査	総務・経営企画部			
	フロア別労務管理調査（時間外・時差時間）	総務・経営企画部			
①お買場提出物	ルーティン提出物の確認	F&L・食品各担当A職1名ずつ	22年度上期の状況確認	修正案策定	23年度開始へ向け通知
	提出者・作成の所要時間・活用方法等確認				
	内容変更（簡素化）・廃止の整理				
②情報伝達	現状の使用状況調査(Teams・Outlookメール)	総務・経営企画部	直近1年分完了	修正案策定	トライアル開始 トライ&エラー
	朝礼の実施状況調査	全部門マネージャー、バイヤー	22年度上期の状況確認		
	部内・ゾーン内ミーティングの実施状況調査	部門長、マネジャー			
	期初・中間・期末面談実施状況調査	部門長、マネジャー			

〈特記事項〉

- ・ 14の各項目を解消するために、まずは上期末までに「現状を把握して整理」することに取り組む。その上で、計画を立てて実行しトライアル&エラーで対応していく。（※トライアル&エラーとは・・・新しい問題に直面した場合、思いつく方法を次々に試みて失敗を重ねていくうちに、解決するに至る行動様式を指す。）
- Ex)「情報伝達」においては、Teams運用方法（チーム・チャネルの乱立、使い方が恣意的）について現状を洗い出し、その中で伝達し易い方法の改善につなげる。
- ・ 各項目に取り組むにあたって、ステージB・現場メンバーの担当も任命し、課題解決に取り組んでいきたい。

〈議題④：組合活動報告〉・・・真山より

〈報告内容〉

- ①直近の主な活動 ② 今後の活動予定 ③ 機関会議等におけるメンバーの声 ④ 2022年度労使通年協議項目について

〈組合からの意見・要望〉

- ・ ステージC対話会について、『お買場の課題について』『プライベートな質問について』と、それぞれ臨む姿勢の捉え方にバラつきがあったことにより、その後の取組みへの関心度に違いが発生していると感じる。より良い活動にしていけるため、実施の目的は統一しておいた方が良いと考える。
- ・ グループ部会を経て、2022年度労使通年協議の項目は整理がされている。以下経営の考え方を伺いたい。
①時間給制社員の見直しを検討する前提として、仙台として考える『マルチタスク』の在り方
②2020年度から議論しているスタッフ社員への扶養家族手当導入について、コンプライアンスや取り巻く環境を踏まえた導入の方向性

〈会社回答〉

- ・ 初めての対話会ということで、個々人のパーソナリティや現場の雰囲気・現状を把握することに重きを置いて実施した。今回のステージBの対話会については、目的を絞り、より発展的な話ができるよう実施していく。
- ・ マルチタスクについて、職種幅を広げるにより主業務以外にできる業務を増やしていくことだと考える。色々なスキルを身に付けて、これまでの『場に何人配置する』から『効果に何人配置する』という考え方に合わせていきたい。扶養家族手当については、社員ステージCとスタッフ社員の役割の違いを踏まえた業務指揮が取れているのか整理し、コンプライアンス等の視点をもって導入を検討していく。