

## 2023年5月27日(土)新宿店職場懇話会 開催

店長栗原さん、営業運営高橋さん、営業計画勝山さん、総務関川さんにご出席いただき、百貨店の科学を絡めた新宿店の23年度計画について重点的に確認しました。

### 新宿店22年度実績

過去最高売上!

- ✓ **売上高2840億** 18年度比114% 予算比115%
- ✓ **客数 1763万人** 18年度比86%
- ✓ **入店客数 2008万人** 18年度比79%

客単価は18年度比で133%、識別化顧客シェアは67%(18年度+17%)  
 ※DID会員が伸長しており、顧客の識別化が促進されている状態  
 ※MIカードを保有していないアプリ、WEB会員

### 新宿店23年4月計数

- ✓ **売上高242億** 前年比125% 予算比116%
- ✓ **客数 149万人** 前年比116%
- ✓ **入店客数 176万人** 前年比122%

フランス展、京都展などの催事からの買い回りやMIカード3%ポイントプレゼントキャンペーンが好影響

## 伊勢丹新宿本店 22年度計画からの継続事項

世界中のトレンドセッターが共感と憧れを抱く、世界一、唯一無二の百貨店

重点取り組み項目<ファッションの伊勢丹を再興>  
 クロスオーバーを合言葉にお客様満足度向上と人の力最大化にむけた取組を今年度も継続とする。縦割り意識を廃し、部門内外のメンバー交流、施策プロジェクトを推進。



## 伊勢丹新宿本店 23年度計画～まち化に向けて～

世界中のトレンドセッターが共感と憧れを抱く、世界一、唯一無二のまち

今後、三越伊勢丹グループは『個客業』を中核とした企業グループに転換

個客業とはお客さま一人一人のお困りごとを感動的に解決し、ご要望に革新的な提案でお応えすること。ビジョン実現に向けては中核となる伊勢丹新宿本店が、高感度で上質な暮らしを求める多くの顧客の支持を得て囲い込むこと(顧客を貯める)が必要。接客スキル、商品知識などの人財育成なども並行して強く意識していく。

### 個客とつながるCRM戦略

- ✓ 正常口座数を拡大
- ✓ ※LTVを高めるアクション
- ✓ 退会防止策強化

※ライフタイムバリュー、顧客生涯価値。ここでは利用額・利用頻度を示す

### 高感度上質戦略

世界初・超一流 最先端・感激  
 最上級・匠の技 逸品・伝説

MD・展開・サービスにおいて  
 商・販・外が連携しさらなる独自性を追求

## グループ“連邦”戦略 百貨店の科学・人財基盤・サステナビリティ

4つの改革

### 中長期で要員効率化を妨げる課題を解消

- ✓ お買い場人員の減少
- ✓ 金バッチが忙しく戦略業務に注力できない

### 業務集約改革

店舗オペレーションチームによる  
金バッチ支援体制構築

### 催事運営改革

催事オペレーションチームを全館オペレーションチームに進化  
マルチタスクチーム増強で中元催事・サロショ等の応援削減へ

### 入金改革

セルフレジ化の推進  
PSに対する決済関連のサポート強化

### 顧客接点改革

電話交換業務の効率化(直通推進・DX化)  
店内案内・受付カウンター業務をマルチ化した働き方へ



**Q** 新宿店として今後百貨店の科学をどのように取り入れていくのでしょうか？

そのまま取り入れるのではなく、新宿店の特性に合わせて取り入れ、推進していきます。  
今年度の4つの改革は、以下2点の実現を目指しています。

- ・業務の効率化を実現し、営業部が戦略業務に集中できる環境を作る
- ・様々な勤務形態の社員が、それぞれモチベーションを保ちながら、活躍する場を創出する

## CRMステップを支える専門人財の育成

接客スキル

販売技術

商品知識

店、営業部の両輪で、スタイリストの3つの能力を伸ばす。  
今年度は領域別の教育を重点取り組みとして強化。

## サステナビリティ

人・地域をつなぐ

持続可能な社会・時代をつなぐ

従業員満足度の向上



**Q** 新宿店として従業員満足度向上について具体的に取り組んでいることはありますか？

まずはコミュニケーション促進を重点的に取り組んでいます。店長と従業員のコミュニケーションや、営業部横断座談会による人材交流促進などがあります。またお取引先を含めて満足度を向上させるためには、限られた資源の中ですべてを叶えることは難しいので、より効果的であるように優先順位を考えている段階です。



LINE



三越伊勢丹支部  
Viva engage

登録すると  
最新情報がきます

どうしたら本当の意味で  
従業員満足度が上がるのか？  
私たちも考えていきましょう