

みんなの質問

～さあ、ミライの話をしよう～

従業員が感じる「現状（今）」と会社の「将来像（未来）」を繋ぐ場とする



執行委員谷脇さん

「23年度方針の進捗状況」について、神林さんに聞きました！

第1四半期を終えて今の業績をどのようにとらえていますか？

- 業績についてはまずまずの滑り出しができました。
- 今回は、当社がミライに目指したい収益構造の話をする。
ミライに目指す収益は大きく3本柱となります。
- ①百貨店事業 ②道産品拡販・プロデュース ③その他営業事業**
- コロナ禍を経験して、人流減などによって百貨店収益が上がらなくても売上が減小しないような事業バランスに変えていきたいと思っています。
- 第1四半期を数字で見ると、特選宝飾が牽引しているのは事実です。一方で、販売の内容は現金売上が伸びていてMIカードが伸び悩んでおり、この状況を危惧しています。
- 収益構造改革では、パークタワーのリースや、物流センターの物流業委託など、着実に歩を進めています。北海道百科についてもモユクサッポロや新宿への出店などの取り組みも順調です。
- 「マスから個へのCRM」に課題があり、特選と現金販売の伸びは構造上心配です。特選は、購買頻度がそんなに高くない。小売業は、魅力を高め、客数を増やすことが大きな要素なので、食品売上やMIカード顧客の購買が伸び悩んでいるのはあまり良い傾向ではないと思っています。
- みなさんにはMIカード・DIDの獲得をさらに推進していただきたいと思います。

ミライに目指す、収益の3本柱

	第1四半期 前年比・シェア		将来の 目標シェア
	前年比	シェア	
①“特別な”百貨店 (百貨店事業)	115%	93%	65%
②道産品拡販・プロデュース (北海道百科・化粧品など)	117%	4%	10%
③その他営業収入 (保有資産の活用・グループ事業の受託)	124%	3%	25%

2023年第1四半期 (4月～6月) 売上実績 P.2

	売上高		MI	現金
	予算比	前年比	前年比	前年比
食品・レストラン	95%	104%	104%	104%
特選	110%	123%	104%	138%
宝飾時計	113%	134%	118%	159%
化粧品	98%	116%	111%	126%
リビング	102%	118%	92%	170%
ファッション&RTW	104%	114%	110%	122%
店合計	102%	115%	107%	123%

組合HPでは【深堀編】も公開中！

【深堀編①】マスから個へのCRMシフトについて

『外商での“タブロー”取り組み』『品揃えの方向性』など

【深堀編②】その他営業収入について取り組みの進捗状況について

『人の能力・スキルの価値』『人の資産を活用した新たなビジネスモデル』など

インタビュー動画は
こちら →



アンケートは
こちら →



発行所：三越伊勢丹グループ労働組

北海道統括支部 札幌丸井三越支部

外線：(011)205-2525 内線：22525

発行人：木村 正男

