

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）」をつなぐ場とする



支部執行委員
大塚 理奈子

大塚：「プロフェッショナルスキルを高める理由について」教えてください。

神林：「まち」を運営するために6つのスキルを備える必要があります。何故かという、我々のビジネスモデルはメーカーから商品を仕入れ、お客様に販売したことによる差益を収益として管理するからです。それぞれのプロ(仕入・販売・スタイリスト・SV・リーシング・資産管理)がビジネスをまわしていくうえで必要です。第二の成長エンジンは、今の資産やスキルに環境の変化(政治・経済・社会・技術)を掛け合わせて何を第二の成長エンジンにするかを探していかなければなりません。

既に見えている小さいながらも収益化されているものはありますが、より太い小売りと同じような第二の柱となる成長エンジンを備えていきたいと考えています。

第二の成長エンジンをパワフルにするためのポイントは3つです。

- ① 人的専門スキルの向上
- ② 建物 = エリアの資産価値向上
- ③ 顧客との関係性向上

特に③が重要だと考えます。

環境がどのように変化してもこれらの資産を磨き上げておけば、自ずと第二の成長エンジンは見えてくると考えています。

こんな「まち」にしたいという我々一人ひとりの夢が企業や人々を惹きつけ共創パートナーとなる。

将来目指したい夢の姿を他人まかせにするのではなく、一緒に皆さんと描いていきたいと思っています！

「まち」を運営する為に磨き上げなければならないスキル

おもてなしスキル

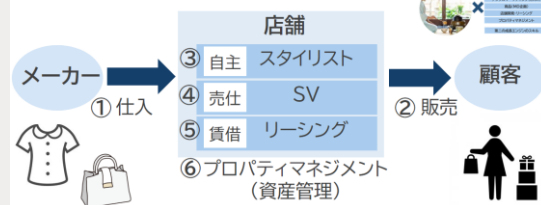
プロフェッショナルスキル



セールス・スタイリスト
スーパーバイザー
デジタルマーケティング(CRM)
商品(MD企画)
店舗開発・リーシング
プロパティマネジメント
第二の成長エンジンのスキル

我々のビジネスモデル

第一の成長エンジン=収益モデルは、店舗・MDing力
そこに必要となる6つのプロフェッショナルスキル



今、既に見えている、小さいながらも収益化されているもの

<資産>	<環境の変化>	<新たな成長エンジン>
建物	× デジタルサイネージ	= 広告収入
HP(のれん)	× DX比率向上	= 広告収入
接客スキル	× EC比率向上	= コンタクトセンター
顧客基盤	× 他企業との連携強化	= 顧客紹介業
土地	× 用途開発	= 不動産業

『本編・番外編』
動画はこちら➡



感想・今後取り上げて欲しいテーマなど
アンケートはこちら ➡



発行所：三越伊勢丹グループ労働組合
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



【番外編】①

大塚： 第二の成長エンジンは、まち化実現のために何ができるかを探すのに必要だと聞いて腑に落ちました。札幌で老後を過ごしたり、将来子供が札幌にいたら、何が必要で何をすればいいかを理想の状態から逆算する時に自分が実現できるかわからないけれど、将来役に立つかもとゆったりと緊張せずに考えていけると思いました。

神林： 以前「プロになって欲しい」とお話ししました。最初は小さなところからスタートで大丈夫です。

例えば、枕のプロから始まって次にシーツ、マットレス、気づくと光、香、音のプロになっていくと思います。最初は枕から始まりましたが、最後は様々なカテゴリーのプロになっていくとなると食事も気になり、健康のプロにもなっていくと思います。小さいところから始まり広がっていき、健康で美しい生活を送りたいと思うようになります。将来健康で美しい人が住む街になるためには何をすれば良いかというアプローチもありますし、枕から始まって理想に近づくアプローチでもいいと思います。プロの幅を広げていって、人々の暮らしを豊かにしてほしいと思います。

大塚： 150年前の人達が考えた広い視野で、私たちが次の150年をゆったりと考えていきたいと思いました。

神林： 150年前に創業した今井さんは今日を想像しえなかったと思いますが、日々の商売を積み重ねてきています。我々も150年後は想像を絶するところはあると思いますが、人と人の心の繋がりは大きくは変わらないと思います。おもてなしのプロになることが、これから先も商売の軸として必要だと考えます。

大塚： 日々お客様と向き合っていることをやっていくことが将来に繋がっていくと思いました。

【番外編】②

神林： 新しい事業でいうと、10年前にe-スポーツでプロとして億単位を稼ぐ人がいる事は想像出来ませんでした。10年後の事業として今考えられる事は、大した事業ではありません。新しい芽をいち早く見つけてその事業に投資をする。我々百貨店は小売の最前線にいます。百貨店はリアルでも最前線であるべきです。札幌丸井三越を高感度の人たちが集まる店にしたい。お客さまの関心事を束ねて事業にするのが、新しい事業のあるべき姿だと思います。今考えつく事業ではなく、新しい事を見つける感性を自分で磨くことと、勘の鋭いお客様を沢山持つ事が大事になります。先程話した、個人のスキルを磨く、エリアの魅力を出す、お客様の関係性を強めることと同じです。自分がアンテナを張ってないとお客様の感性に気づきません、発見しても自分の場所に魅力がないと広がっていきません。

①自分の感性を高める②良い顧客との関係性を深める③豊かな生活のヒントを価値の高い場所で提案する。

という3つのことができればいいと思います。

今、10年後にうまくいくと断言できる事業はないと思っています。余白をたくさん取っておかなければいけません。

コア事業は特別な百貨店で呼び方が変わってくるかもしれません。フロア構成を作るが、余白を次の事業の場として取っておきたいです。

大塚： 貯金みたいな感じですね。やりたいことを残し、やりたい事が出来た時に取り組める状態にするための今ですね！

神林： 環境がコロナ禍、デジタルで大きく変わりました。我々の準備として百貨店の接客業以外に何をやっていけばいいのかという、今の接客を軸に6つのスキルのプロとなることです。全く新しい事業は分が悪いですが、我々の持っている一流のノウハウに磨きをかける必要があります。何万とある事業の中で、得意である小売を離れる必要はありません。みんなに自信とプライドを持って取り組んでほしいと思います。