

2003年8月21日

## 顧客戦略の進展について

顧客プログラムの統一により、業界初のカード乗り入れが実現しました。両社の仕組みを統一したことにより、(そごう)ミレニアム、(西武)クラブ・オン700万人のお客さまはそごう・西武29店舗で、同一のサービスを楽しむことができることになりました。今後、顧客分析に基づく新たな販売・商品企画の導入や新たな共同サービスメニューの開発を行ってまいります。

### ◇ミレニアム、クラブ・オンのメンバー特典の共通化

- ①両社のメンバーズカード相互利用とポイント付与
- ②ミレニアム/クラブ・オンお買い物券の相互利用
- ③両社発行の自社商品券の相互利用
- ④上得意客(そごう・ロイヤル/西武・プラチナ)への相互サービス  
(サロン相互利用、駐車場3時間無料相互利用)
- ⑤得意客(そごう・シルバー/西武・ゴールド)への相互サービス  
(駐車場2時間無料相互利用)

### ◇両社及びパートナー企業を巻き込んだ全店舗共同企画の実施

・全国のそごう・西武百貨店でお買い物を楽しんでいただく為に、ミレニアムカード/クラブ・オンカード会員限定企画として“夢祭”(9月1日～30日)を開催いたします。

- ① 特別招待企画
  - ・「“いい夫婦夢の指定席”スペシャルコンサート企画」
    - 1)2004年ウイーンフィル・ニューイヤークンサート付の旅3組・6名様のご招待
    - 2)八ヶ岳高原ロジックリスマススペシャルコンサート&宿泊60組のご招待
- ② 顧客参加企画
  - ・「そごう・西武スタンプラリー(期間中)」:そごう・西武両店舗でお買い上げの方
  - ・「“夢祭”大抽選会(～9/15)」:カードで1回1万円以上お買い上げの方
- ③ パートナー企業限定企画
  - ・「セゾン(グルメ&エンターテイメント)加盟店からの限定&お買得情報提供」
  - ・「プリンスホテルからワイン&グルメ限定メニュー提供」  
(全国21のプリンスホテルにてメンバーの為の特別限定メニュー提案)