

11年度 組織人事について(2月1日付)

〔1〕「店舗類型別」の構造改革の推進

①11年度収益構造の抜本的な改革に向け、店舗特性を踏まえて以下の3区分に店舗を編成し、「百貨店構造の改革」を強力に推進する。

- ・「基幹店」は、池袋本店の成果を具現化しその集客力を梃子にライフスタイルセンター化を目指す。
- ・「地域一番店」は、地域における競合優位性を発揮し、黒字の拡大を目指す。
- ・「業態複合店」は、東戸塚店をモデルに専門店中心の新業態の確立に向けて、新たな効率的オペレーション体制を目指す。

〔2〕基幹店を軸にした「衣料品改革」の推進体制

①池袋本店でスタートした衣料品改革の成果を、横浜店以下基幹5店舗に波及させ、収益力回復を図る。

- ・基幹店を担当する婦人服バイヤーを配置し体制を強化する。尚、渋谷店については、独自の業態を目指して商品担当の体制の充実を図る。

〔3〕「新たなビジネスモデル」の構築に向けた体制

①東戸塚店をモデルに、専門店を中心とした新業態を確立し、業態複合店の利益改善を目指す。

- ・店舗運営部に「専門店運営部」を新設し、早期に東戸塚店、川口店、高槻店、大津店、八尾店の5店舗の業態転換を推進する。
- ・商品部に「専門店統括部」を新設し、新たな専門店業態化を推進する。

②利益視点を踏まえたPBリミテッドエディションの開発・運営体制の強化と、新売場開発を推進する。

- ・商品部に「商品企画・開発部」を新設し、新たな「LE部」「販売人材部」に加え、「商品開発部」を組み入れ、自主商品開発と自主販売体制を推進する。

③エリア戦略見直しとお得意様のビジネスモデルの抜本的改革を通して新業態化を目指す。

- ・店舗運営部に「お得意様推進部」を新設し、全店のお得意様組織を統括するとともに、新たな商材開発や売り方の改革を推進する。

〔4〕「業務の抜本的な改革」の推進による営業力強化

①グループの新カード戦略と連動し、顧客情報の更なる活用によるマーケティング力の再構築を図る。

- ・営業企画部に「顧客計画部」を新設し、衣料品改革を支える顧客データマーケティングの強化を図ると共に、顧客制度改定と新カード導入を契機とした、買い回りの徹底強化と新規顧客開拓を推進する。

* <役員および主要人事について> 別紙参照

<お問合せ先> 株そごう・西武 広報室 03-6272-7135