

イオン、セブン&アイHDの3~5月連結 回復度合いに差

イオンとセブン&アイHDの21年3~5月連結(単位:百万円、売上内税別) 19年度比(%) 19年度比(%)

イオン	2,159,218(3.7)	99,183(4.7)	41.7
イオンリテール	477,400(1.4)	9,088(1.9)	19.0
セブン&アイHD	1,668,371(11.3)	72,612(8.0)	71.9
セブン&アイHD	283,277(1.5)	651(13.8)	71.8

営業収益	19年度比	営業利益	19年度比
イオン	8,620,000(0.2)	0	200,000~220,000(22.4~24.7)
イオンリテール	—	—	—
セブン&アイHD	1,030,000(0.0)	380,000(3.7)	71.0
イトーヨーカ堂	1,098,000(1.4)	77.5	100(13.0)

GMSに引き続き影響
イオンとセブン&アイHDの21年3~5月連結決算が発表された。イオンは売上増減が0.2%減、営業利益は22.4%増となった。セブン&アイHDは売上増減が1.5%増、営業利益は13.8%増となった。

アパレル不況の本質は価格
アパレル業界は不況が続いている。その本質は価格にある。消費者は価格に敏感になり、ブランド間の競争が激化している。

モソワンダーシティで店頭在庫型EC
「24時間稼働するSC」実現
モソワンダーシティは、店頭在庫型ECを実現し、24時間稼働するSCを実現している。

アマゾン クロムスイスシバン
オーダーニューズ立ち上げ
アマゾン クロムスイスシバンは、オーダーニューズを立ち上げた。

視点
ちよつとも考えることから
SCが日本に誕生して50年。その現在と未来を考える。

Topに 目

中尾浩規氏
ユナイテッドグループの代表取締役社長兼CEO。経営者としての経験と、人財育成への情熱が、組織を大きく成長させてきた。

人々を軸に多様なビジネス

中尾浩規氏は、人々を軸に多様なビジネスを展開している。その成功の秘訣は、人財育成と組織文化の醸成にある。

人と世界のメーカーつなぐ

人と世界のメーカーをつなぐ。グローバルな視点でビジネスを展開し、社会に貢献している。

アマゾン クロムスイスシバン オーダーニューズ立ち上げ

アマゾン クロムスイスシバンは、オーダーニューズを立ち上げた。これは、顧客のニーズに合わせた商品を提供するための取り組みである。

モソワンダーシティで店頭在庫型EC 「24時間稼働するSC」実現

モソワンダーシティは、店頭在庫型ECを実現し、24時間稼働するSCを実現している。これは、顧客の利便性を高めるための取り組みである。

アパレル不況の本質は価格

アパレル業界は不況が続いている。その本質は価格にある。消費者は価格に敏感になり、ブランド間の競争が激化している。

GMSに引き続き影響

GMSに引き続き影響。イオンとセブン&アイHDの21年3~5月連結決算が発表された。イオンは売上増減が0.2%減、営業利益は22.4%増となった。

人と世界のメーカーつなぐ

人と世界のメーカーをつなぐ。グローバルな視点でビジネスを展開し、社会に貢献している。

アマゾン クロムスイスシバン オーダーニューズ立ち上げ

アマゾン クロムスイスシバンは、オーダーニューズを立ち上げた。これは、顧客のニーズに合わせた商品を提供するための取り組みである。

モソワンダーシティで店頭在庫型EC 「24時間稼働するSC」実現

モソワンダーシティは、店頭在庫型ECを実現し、24時間稼働するSCを実現している。これは、顧客の利便性を高めるための取り組みである。

アパレル不況の本質は価格

アパレル業界は不況が続いている。その本質は価格にある。消費者は価格に敏感になり、ブランド間の競争が激化している。

GMSに引き続き影響

GMSに引き続き影響。イオンとセブン&アイHDの21年3~5月連結決算が発表された。イオンは売上増減が0.2%減、営業利益は22.4%増となった。

人と世界のメーカーつなぐ

人と世界のメーカーをつなぐ。グローバルな視点でビジネスを展開し、社会に貢献している。

アマゾン クロムスイスシバン オーダーニューズ立ち上げ

アマゾン クロムスイスシバンは、オーダーニューズを立ち上げた。これは、顧客のニーズに合わせた商品を提供するための取り組みである。

モソワンダーシティで店頭在庫型EC 「24時間稼働するSC」実現

モソワンダーシティは、店頭在庫型ECを実現し、24時間稼働するSCを実現している。これは、顧客の利便性を高めるための取り組みである。

アパレル不況の本質は価格

アパレル業界は不況が続いている。その本質は価格にある。消費者は価格に敏感になり、ブランド間の競争が激化している。

GMSに引き続き影響

GMSに引き続き影響。イオンとセブン&アイHDの21年3~5月連結決算が発表された。イオンは売上増減が0.2%減、営業利益は22.4%増となった。

人と世界のメーカーつなぐ

人と世界のメーカーをつなぐ。グローバルな視点でビジネスを展開し、社会に貢献している。

アマゾン クロムスイスシバン オーダーニューズ立ち上げ

アマゾン クロムスイスシバンは、オーダーニューズを立ち上げた。これは、顧客のニーズに合わせた商品を提供するための取り組みである。

モソワンダーシティで店頭在庫型EC 「24時間稼働するSC」実現

モソワンダーシティは、店頭在庫型ECを実現し、24時間稼働するSCを実現している。これは、顧客の利便性を高めるための取り組みである。

アパレル不況の本質は価格

アパレル業界は不況が続いている。その本質は価格にある。消費者は価格に敏感になり、ブランド間の競争が激化している。

GMSに引き続き影響

GMSに引き続き影響。イオンとセブン&アイHDの21年3~5月連結決算が発表された。イオンは売上増減が0.2%減、営業利益は22.4%増となった。

人と世界のメーカーつなぐ

人と世界のメーカーをつなぐ。グローバルな視点でビジネスを展開し、社会に貢献している。

誘惑心のデザイン

都市空間と商業環境の未来を構想する

好評発売中

今につながる日本の商店街の歴史は400年。その歴史を振り返り、現代の都市空間と商業環境を再考し、未来を構想する。

本書の特徴

- 1 古くからの商店街の歴史を振り返る
- 2 現代の都市空間と商業環境を再考する
- 3 未来の都市空間と商業環境を構想する
- 4 本書が提供する価値を最大化する

2,420円(税別)
ISBN978-4-88124-318-3

彦坂 裕
Yuuki HIKOSAKA

推薦図書
SCが日本に誕生して50年。その現在と未来を考える。
商環境マニアの必読書!
商空間の進化形を考える今、人間の欲望、消費の変化を捉えるのに最適な書です。

SCアカデミー・テラス

モゾワンダーシテイで店頭在庫型ECC 「24時間稼働するSCC」実現

三菱商事・ユービーエス・リアルティが運用する日本都市ファンド投資法人とイオンモールは、モゾワンダーシテイで館内物流と連携した店頭在庫型ECC「モゾプラス」を8月15日から稼働させる。販売員が店頭在庫を使ってECC販売することで、24時間稼働するSCCを実現し、新しい購買体験を提供する。

モゾVなどで簡易にでき、配送方法、ポイント管理・利用までスマートフォンで完結する。ECCで購入した商品は宅配やSCCでの受け取りなどから選択できる。カードとアプリの20万人を超える会員の情報と連携し、店頭でもECCでもポイントを共有して獲得・利用ができ、事前決済も可能。購買データを蓄積し、SCC、テナントの販促にも生かす。

サービスを提供するワールドサブライが伝票記入やピックアップ、梱包などの一部業務をサポートし、作業を軽減する。宅配、店頭や専用カウンター、ロッカー（予定）など受け取り方が選択できる。オリジナル包材に複数店舗の商品を同梱する、おまかせ配送も実施する。

導入により営業時間外でも販売、情報発信、動画での接客など客との接点ができる。商品の気になる点や相談は来店して確かめることができ、その場で購入するなどリアルの強みも発揮

できる。

「モゾプラス」運営で
共同プロジェクト

MURや博報堂
プロダクツなど4社

三菱商事・ユービーエス・リアルティ（MUR）、博報堂プロダクツ、トリニティーズ、ハブアンドスポークの4社は、「モゾプラス」の開発から運用を共同で行う。物件を保有し、方針策定をMUR、企画・システム開発・運用をハブアンドスポーク、運用コンサルティングをトリニティーズ、収集データ分析・セキュリティなどを博報堂プロダクツが担当する。

MURが運用する日本都市ファンド投資法人の物件価値と新しい生活様式におけるSCC運営の価値の向上を各社の領域の強みを生かして構築、開発する。今後、MURが運用するSCCにも店頭在庫型ECCプラットフォームの開発・導入を検討する。

SCサポートビジネス

Dx 商業施設のデジタル融合で新たな価値創出へ
革命に向けて

東急・松藤永さんに聞く
経営企画室マネージングディレクター(推進)

「DXはデジタル技術の活用による業務効率化や顧客体験の向上を指します。商業施設においては、顧客の来店履歴や購買履歴を分析し、最適な商品やサービスを提案することで、顧客の満足度を高め、売上向上を図ることが重要です。また、店舗の運営効率を向上させるためのデジタル化も重要な課題です。」



**DXの最初の一步に
自社の顧客基盤構築を**

「DXの第一歩は、自社の顧客基盤を構築することです。顧客の行動パターンや嗜好性を把握し、それに基づいたサービスを提供することで、顧客のロイヤリティを高め、長期的な成長を実現します。」

東急「ドットペイ」

「ドットペイは、東急グループの店舗で利用できるポイントサービスです。従来のポイントカードよりも使いやすく、アプリ上で簡単に管理できるのが特徴です。また、加盟店の拡大も進められています。」



店舗スタッフが店頭在庫を活用

「店頭在庫を活用したサービスは、顧客の来店体験を向上させるのに有効です。例えば、在庫切れの商品を別の店舗で探すサービスや、在庫豊富な商品を優先的に提供するサービスなどです。」

決済とポイント、クーポン一体で

「決済とポイント、クーポンを一体化することで、顧客の利便性を大幅に向上させることができます。アプリ上で一括して管理できるのが大きなメリットです。」



AIカメラで非購入客の動向を把握

「AIカメラは、店内の客の動きをリアルタイムで把握し、分析することができます。これにより、店舗のレイアウト改善や商品配置の最適化が可能になります。」



空きスペースをマッチングで解決

「店舗の空きスペースを有効活用するために、マッチングサービスが注目されています。店舗の特性とテナントのニーズをマッチングさせることで、双方にとって最適なソリューションを提供できます。」

SC・店舗アプリの決定版

QR決済×ポイント×クーポン
会員基盤構築

ドットペイ 検索

東急 NTTDATA

DX時代の道標

SCサポートビジネス

Dx 商業施設のデジタル融合で新たな価値創出へ

ハブアンドスポークとクルーズ ECパートナーズ「SC-EC」

店舗スタッフが店頭在庫を活用

SCのEC施策に新しい選択肢が登場する。ハブアンドスポーク(東京)とクルーズECパートナーズ(東京)が企画・開発した店頭在庫型SCオンライン販売プラットフォーム「SC-EC」だ。店頭在庫を店舗スタッフが自身が販売し、発送などは館内物流機能を利用するなどの特徴がある。今年8月には有力SOCのモソワンダーシティが「mozoplus」として実装公開する。

SC-ECは店舗スタッフがスマートフォンを用いて店頭在庫からECに商品登録したり、ストーリー機能で動画接客ができ、店舗の売り上げアップに貢献する。これまでのSOCデイベロッパーが運営するECモールは、独自のEC在庫・管理や、さまざまな撮影・探寸・原稿作成などの業務、システム導入・運用など高い障壁があった。SC-ECは店頭在庫を販売するため、特別な在庫確保は必要ない。売り上げも店舗計上のため、店・スタッフのモチベーションにもつながる。客は24時間365日、ECで購入可能。気になる商品は店舗で確認・試着できるなど、オンラインとリアル両方の良さを



「mozoplus」の商品画像登録画面。スマートフォンで完了

享受できる。運用面は商品・受注管理などもスマホ完結の使い勝手が優れた設計が特徴。ECモール「ショップリスト」のシステムを支えるクルーズECパートナーズの開発・運用ノウハウを生かしコストを抑えながらスピーディーに汎用性のあるシステムを提供する。店舗スタッフはいつでもどこからでも商品登録や「ザッピング」(フアナテック提供)のストーリー機能で動画接客が可能。受注した商品はワールドサプライの館内物流機能で出荷でき、店頭業務の負荷を軽減できる。

モソワンダーシティの導入にあたり、同施設を保有する三菱商事UBSリアルティをはじめトリニティズ、博報堂プロダクツ、ハブアンドスポークの4社が共同プロジェクトを立ち上げ、導入・運用、顧客分析、販促など統一的に協業する。

SC-ECの導入により、店舗スタッフが店頭在庫を活用して販売できるようになり、顧客は店舗で確認・試着できるなど、オンラインとリアル両方の良さを享受できる。運用面は商品・受注管理などもスマホ完結の使い勝手が優れた設計が特徴。ECモール「ショップリスト」のシステムを支えるクルーズECパートナーズの開発・運用ノウハウを生かしコストを抑えながらスピーディーに汎用性のあるシステムを提供する。店舗スタッフはいつでもどこからでも商品登録や「ザッピング」(フアナテック提供)のストーリー機能で動画接客が可能。受注した商品はワールドサプライの館内物流機能で出荷でき、店頭業務の負荷を軽減できる。