

三越伊勢丹の目指す

「オンラインでもオフラインでも最高の顧客体験を提供」
のためにITがやるべきこと

唐沢 猛

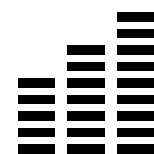
株式会社三越伊勢丹システム・ソリューションズ
テクノロジー推進部 部長

企業概要



三越伊勢丹ホールディングス

総資産（連結）



1兆2,238億円

資本金



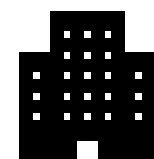
508億円

売上高（連結）



1兆1,192億円

国内外店舗数



53店舗

従業員数（連結）



約22,000人

2020年3月期時点

三越伊勢丹グループ事業

不動産業

百貨店事業

美容事業

クレジット／金融
／友の会事業

旅行事業



小売業

情報システム
／メディア業

製造／輸出入等
／卸売業

物流業

人材／サービス業

三越伊勢丹システム・ソリューションズ (IMS)

本日のアジェンダ

- 1.三越伊勢丹グループが “目指すこと”
- 2.三越伊勢丹グループにおける “ITの課題”
- 3.三越伊勢丹グループの “ITがやるべきこと”

1. 三越伊勢丹グループが “目指すこと”

三越伊勢丹グループ わたしたちの考え方

人と時代をつなぐ三越伊勢丹グループ

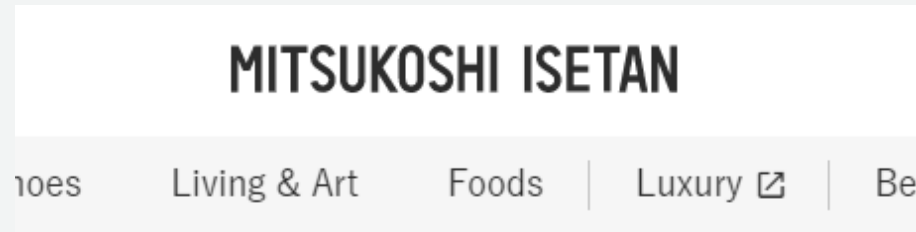
IT・店舗・人の力を活用した 「新時代の百貨店（プラットフォーム）」

- I. オンラインでもオフラインでも「最高の顧客体験」を提供
- II. グループの強みにデジタルを加えた「新しい顧客体験」を提供
- III. 不動産事業による「顧客接点の拡大」

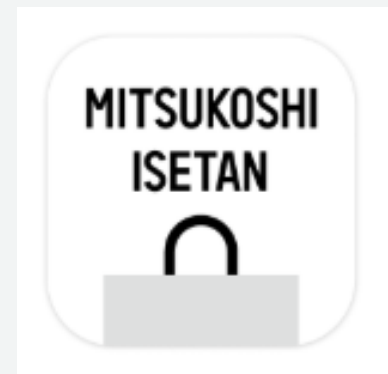
具体的な取組 新規DX事業

ローンチ済

2020年度以降



MOO:D MARK
by ISETAN



DR O B E



Hi TAILOR
Made by you
Delivered with traditional
insight and crafts

新規事業
検討中

具体的な取組 新サービス「YourFIT365」



足からはじまるくつ選び

Your FIT
365

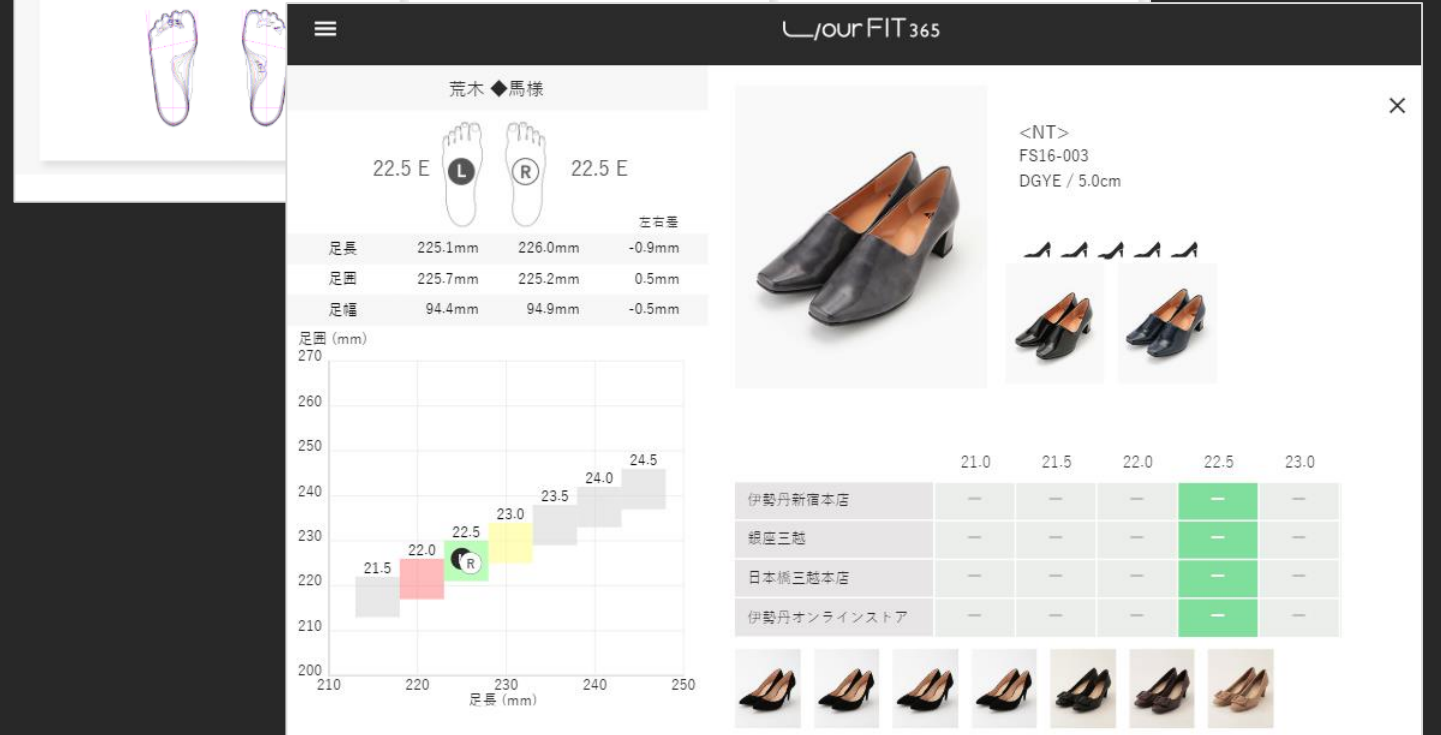
ABOUT

足からはじまるくつ選び

三越伊勢丹の新サービス「YourFIT365」では、
いつでも3D足型計測機がご利用いただけます。

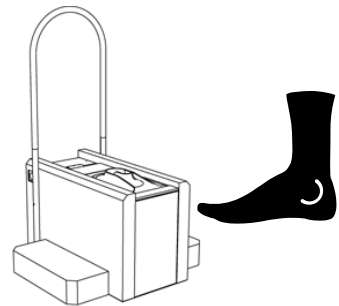
計測したデータを基に、タブレットやスマートフォンで Recommend 商品をチェックしたり、
スタイリストのアドバイスを受けながら靴を選ぶことができます。

※スマートフォンでの閲覧には「三越伊勢丹アプリ」のダウンロードが必要です。

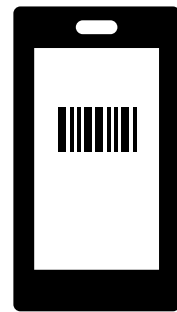


「YourFIT365」を活用した接客の質の向上

①来店～
足形測定



②共通アプリDL
／情報紐付け



③商品ご紹介
／商品選び



④購入・決済



⑤自分にあつた
新作チェック



⑥再来店
／EC購入



サービスのシームレス化

オフラインとオンラインの垣根なく、『楽しい買い物体験』を実現すること

オフライン
リアルな買い物が豊かに、便利に

オンライン
リアルと同じ体験をいつでもどこでも

三越
日本橋本店

三越
銀座店

伊勢丹
新宿本店

支店

サテライト

地域
事業会社

etc.



自分の為に整理された
情報が届く

届けてくれる



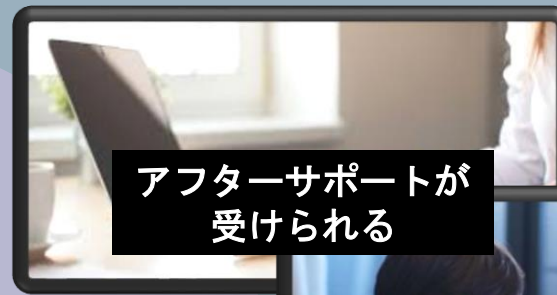
最適なおすすめ
自分を理解している



書かない、待たない
並ばない



迷っても
後で買える



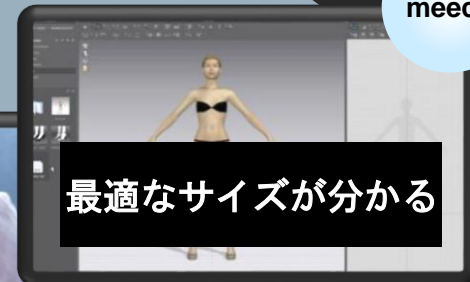
アフターサポートが
受けられる



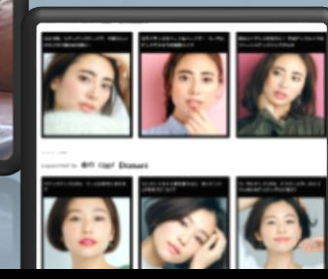
提案してくれる
／買える



沢山のの中から選べる



最適なサイズが分かる



おすすめが分かる

ISETAN
DOOR

meeco

カスタム
オーダー

arm
in
arm

MOO:D
MARK

DROBE

etc.

情報

ECサイトリニューアル

サービス

アプリの開発・進化

品揃え

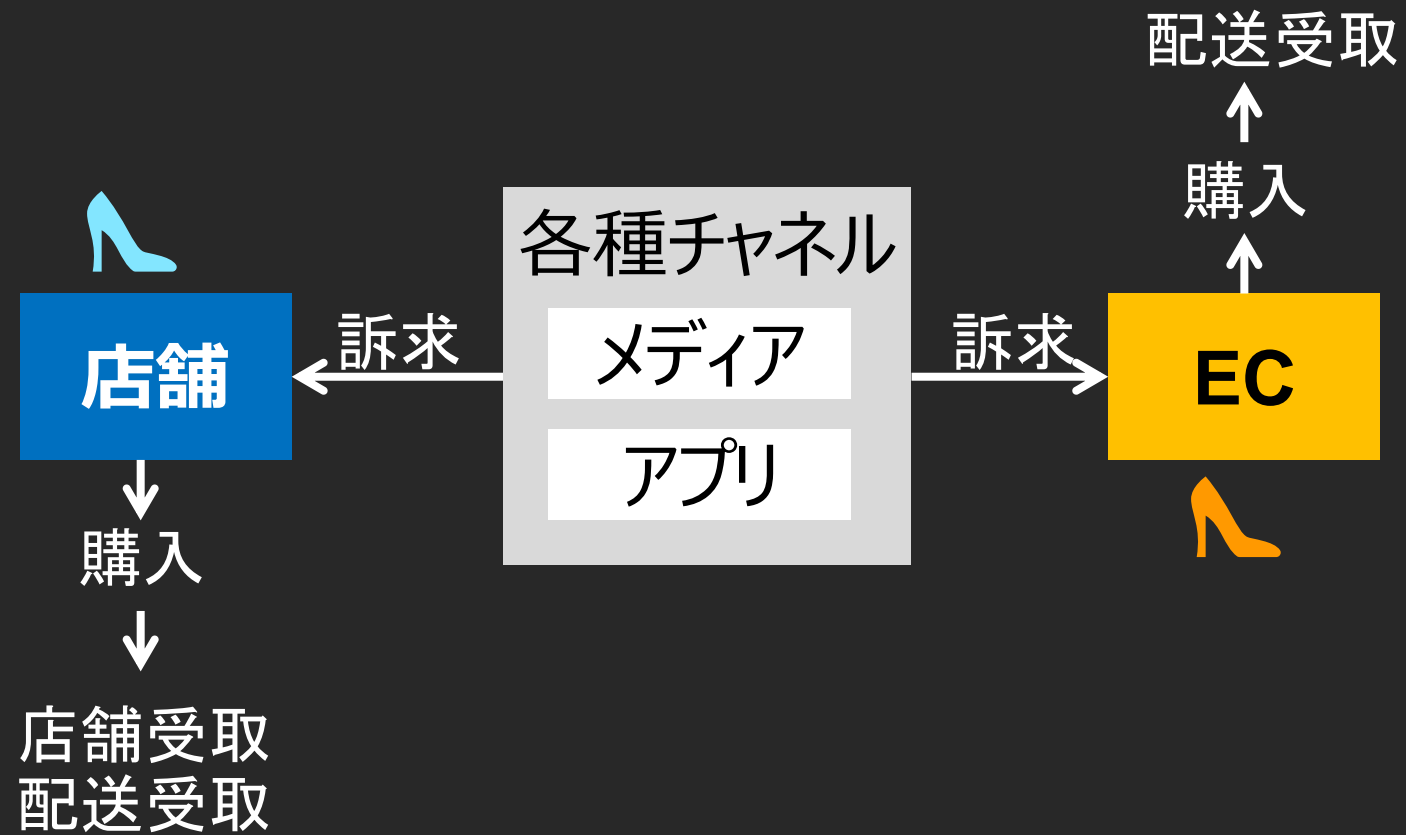
100%商品登録・EC連携

在庫

物流改革・在庫一元化

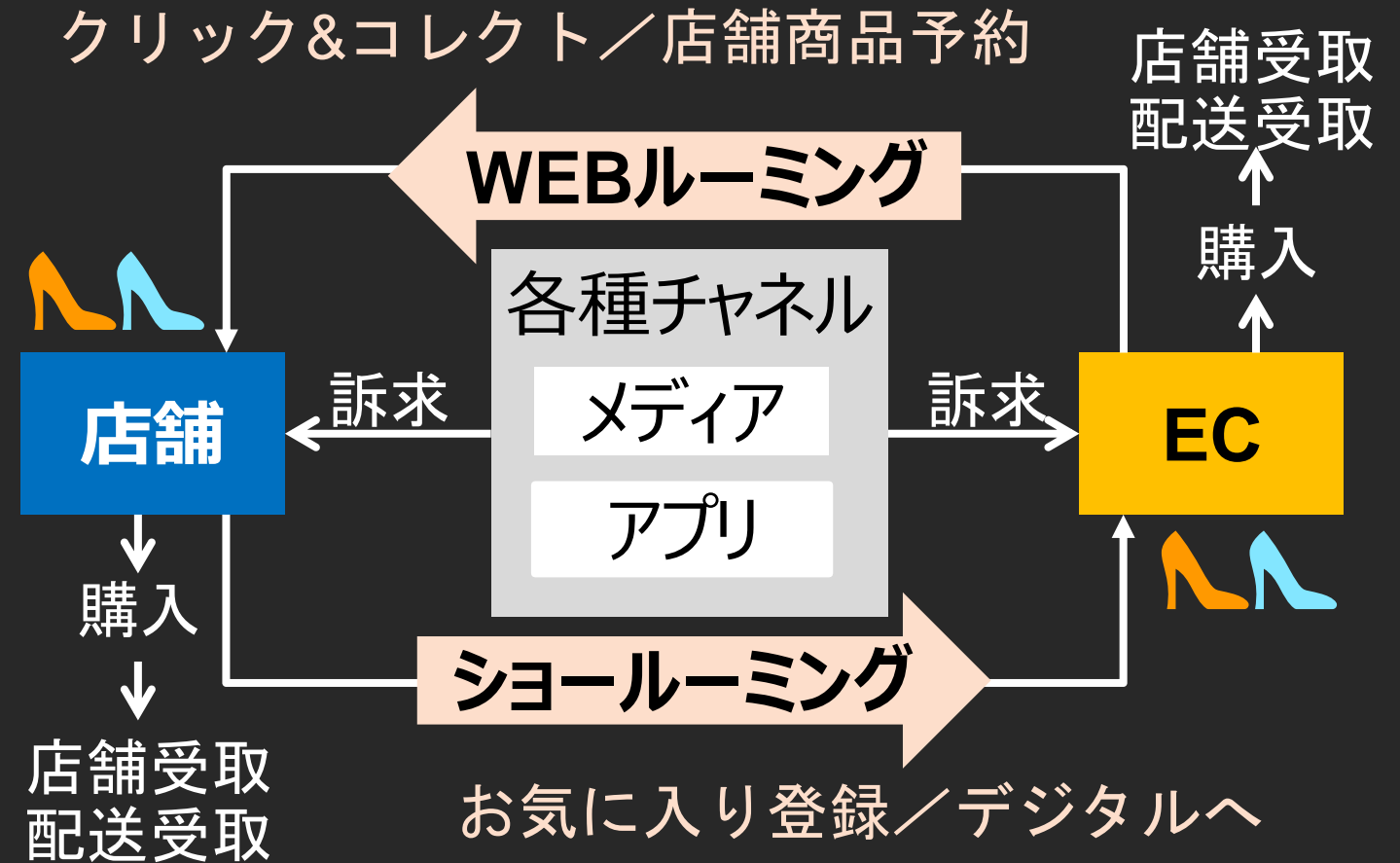
シームレスな購買体験への変革

ASIS



- 店舗商品は店頭、EC商品はECでしかそれぞれ購入することができない。
- 商品の受取方法が自由に選択できない。

TOBE



- 店舗/ECの垣根なく商品を購入できる。
- 商品の受取方法が選択できる。
- 他店の商品在庫も購入/受取できる。

データセントリックな価値創出プロセス

データの取得

データセントリックに
ビジネスモデル進化

顧客体験進化

【タッチポイント改革】 デジタルにリアルが強みが加わった新しいマーケティングの実現

Web会員
獲得

顧客政策・アプリ
MIカード連携



デジタル
マーケティング

CRM基盤・分析基盤



キャッシュレス
決済

スマホ決済



店頭
IOT化

ビーコン、Wi-Fi
行動分析



インセンティブ
再構築

GCP、クーポン
ポイントオープン化



電子
顧客カルテ

伝票電子化
3D計測



次世代
コンタクト
センター

コールセンター電話交換
チャット



独自
レコメンド

定性情報のデータ化
バッジ管理



【顧客データプラットフォームの構築】 グループ内顧客データ一元化・外部データ連携の実現

基本情報



閲覧データ



購買データ



行動データ



ポイント情報



サイズ情報



問い合わせ



趣味・嗜好



- スピーディーに顧客データを収集し、データ活用により深く顧客を知る
- ファクト（科学）に基づいたビジネス運営

2. 三越伊勢丹グループにおける “ITの課題”

「シームレスな購買体験」の実現にとっての課題

シームレスな購買体験の実現に必要なこと

情報

ECサイトリニューア

サービス

アプリの開発・進化

品揃え

100%商品登録・EC連携

在庫

物流改革・在庫一元化

支えるシステム基盤

柔軟な
タッチポイント
(フロントシステム)

多種・多量データ
一元的管理

堅牢かつ柔軟な
システム管理基盤

課題

レガシーシステム & 将来インフラの不透明性

抱えるシステム課題



解決の方向性

密結合な
レガシーシステム

顕在化した性能問題

差し迫るEOSL

将来的なインフラ・センターの
不透明性

運営コストの
高止まり／更なる高騰

現在対応中

クラウド環境への移行
(リフト)

クラウド環境での最適化
／ データベース最適化
(シフト)

将来対応予定

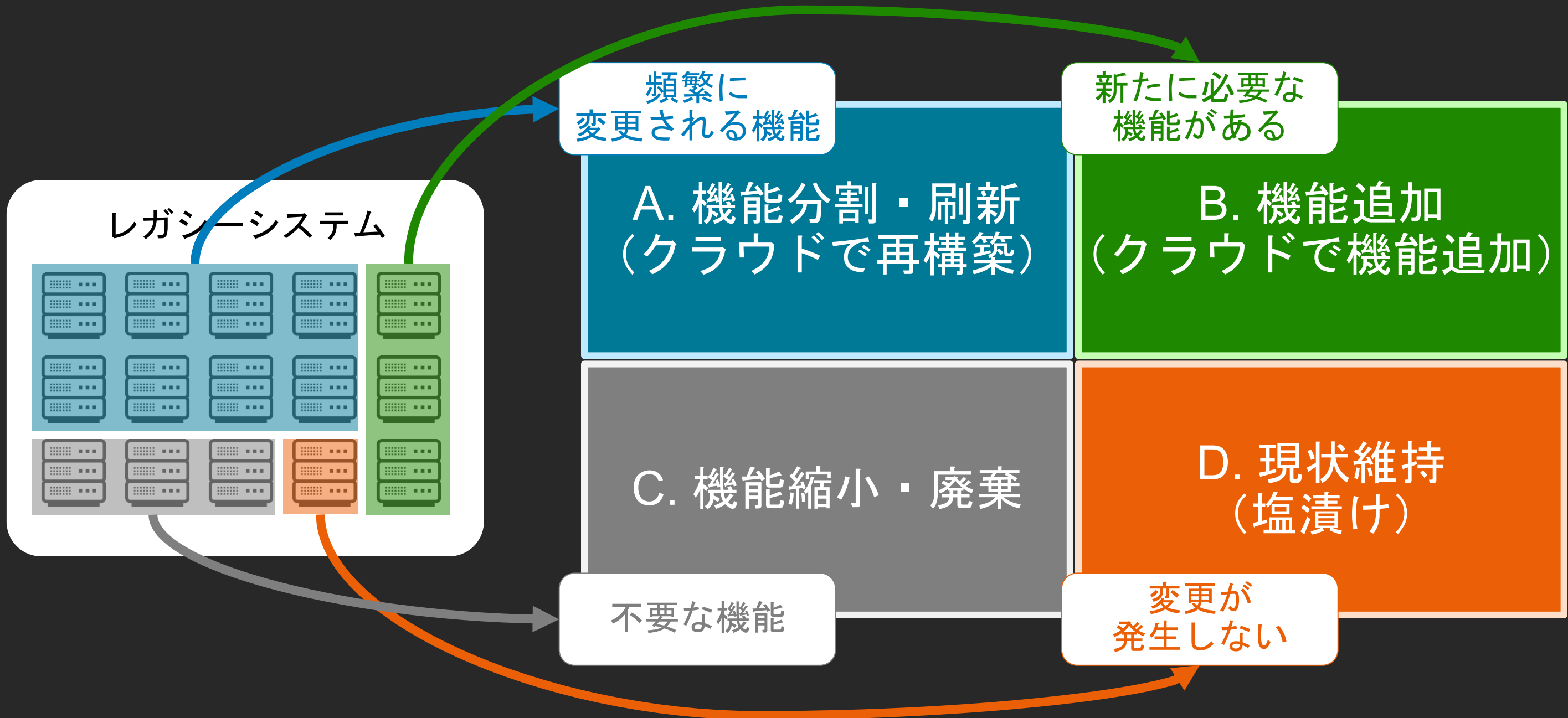
3. 三越伊勢丹グループの “ITがやるべきこと”

クラウド利用におけるコンセプト

1	スピード	Speed
2	サービス	Service
3	スケーラビリティ	Scalability
4	セルフサービス	Self-service

クラウド化によるSpeed / Service / Scalability (3S) の実現に加え
運用コスト最適化に向けた **Self-service化 (4S)** も実施中

戦略的なシステム刷新の推進



出典：経済産業省「DXレポート～ITシステム「2025年の崖」の克服とDXの本格的な展開」 ※一部改変

クラウド化の考え方/進め方

リフト

まずクラウド環境で動作させる

- AWSへの移行
- 稼働のために最低限必要な対応
- 大幅なアプリケーション改修は実施しない
- シフト時の比較環境とする

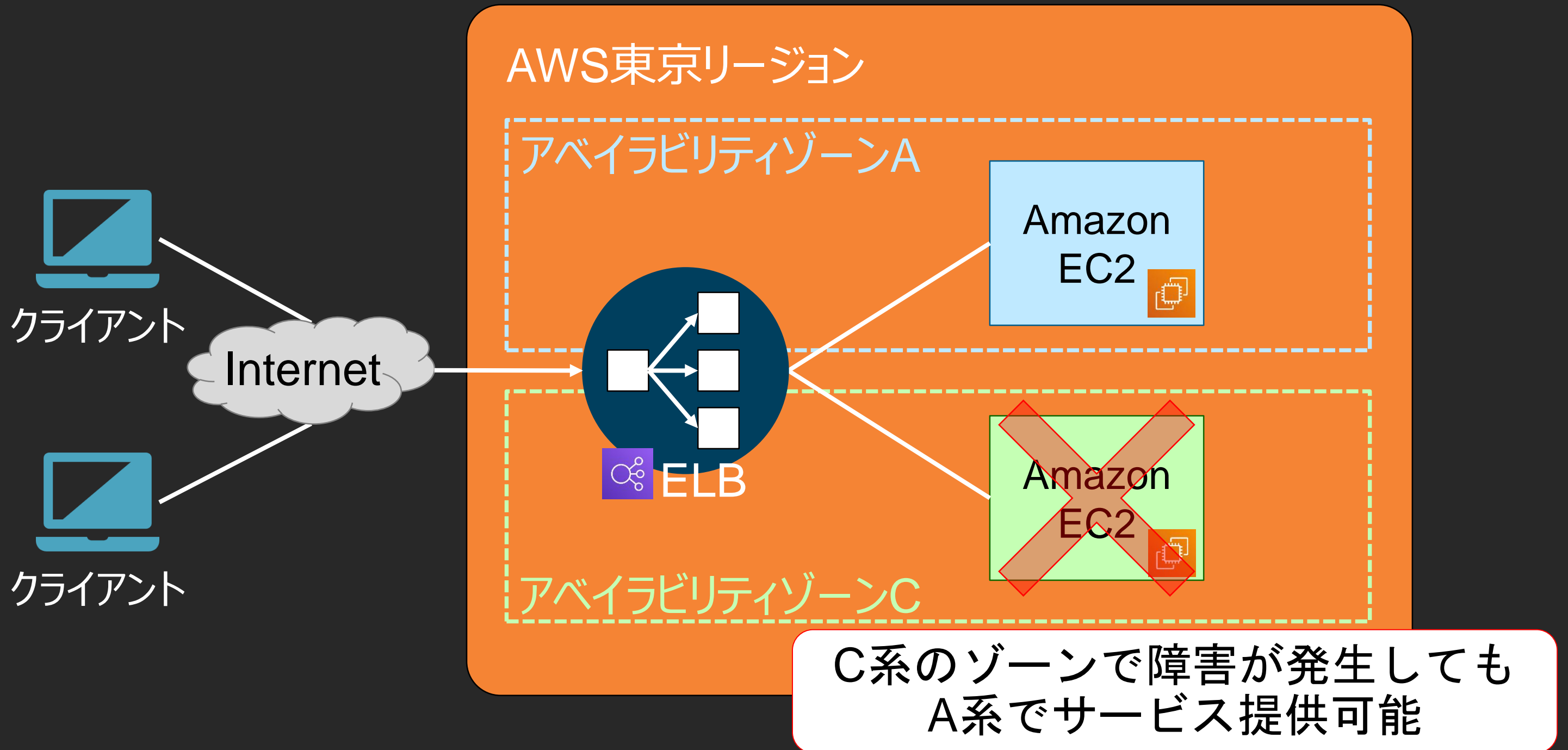
直近のスコープ

シフト

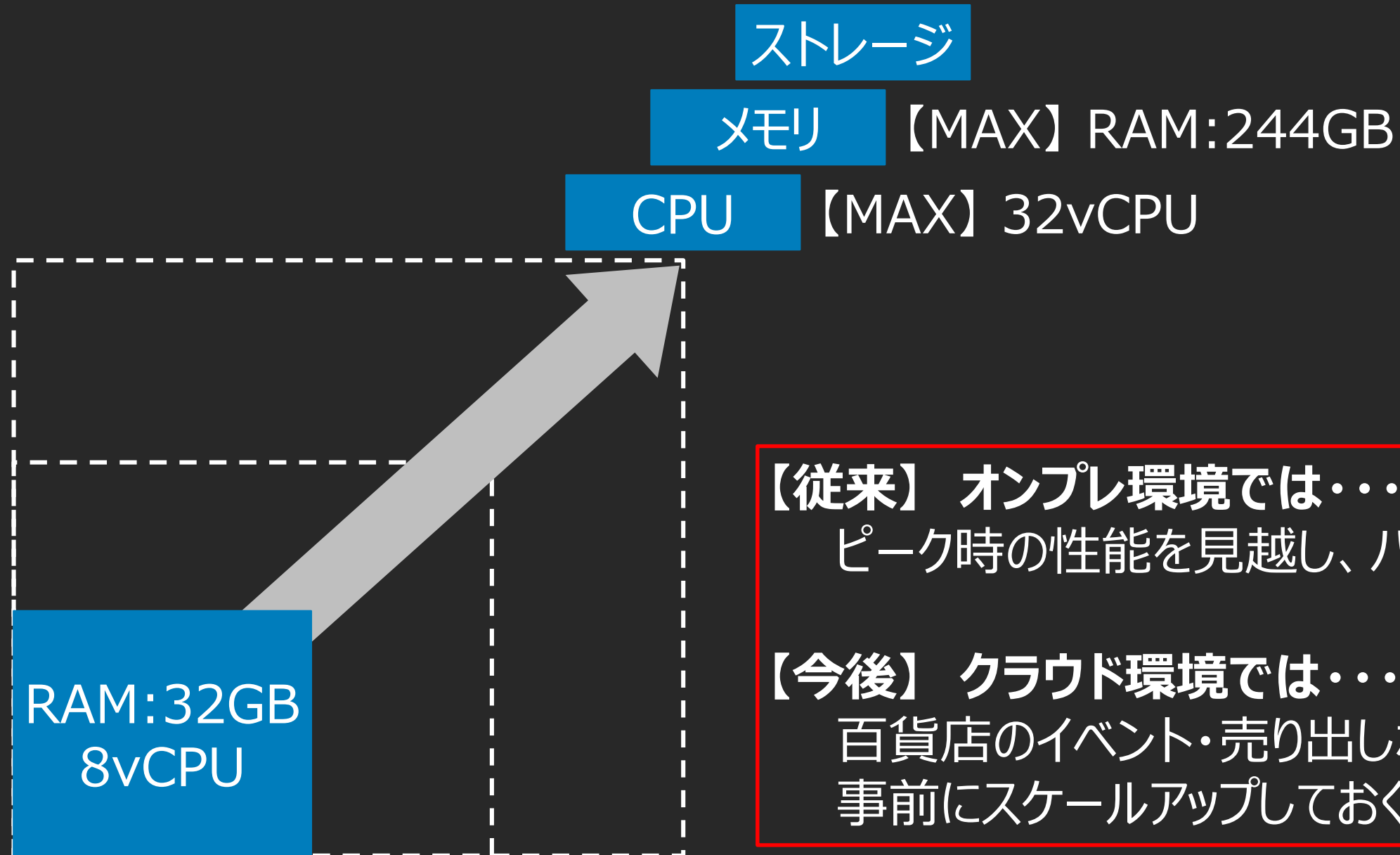
クラウド環境での最適化

- クラウドネイティブな仕組みの活用
- アプリケーション/インフラのリファクタリング
- DB最適化
(Auroraへの移行を想定)

クラウド化の期待効果 A. マルチAZによるDR対応



クラウド化の期待効果 B. 性能の最適化



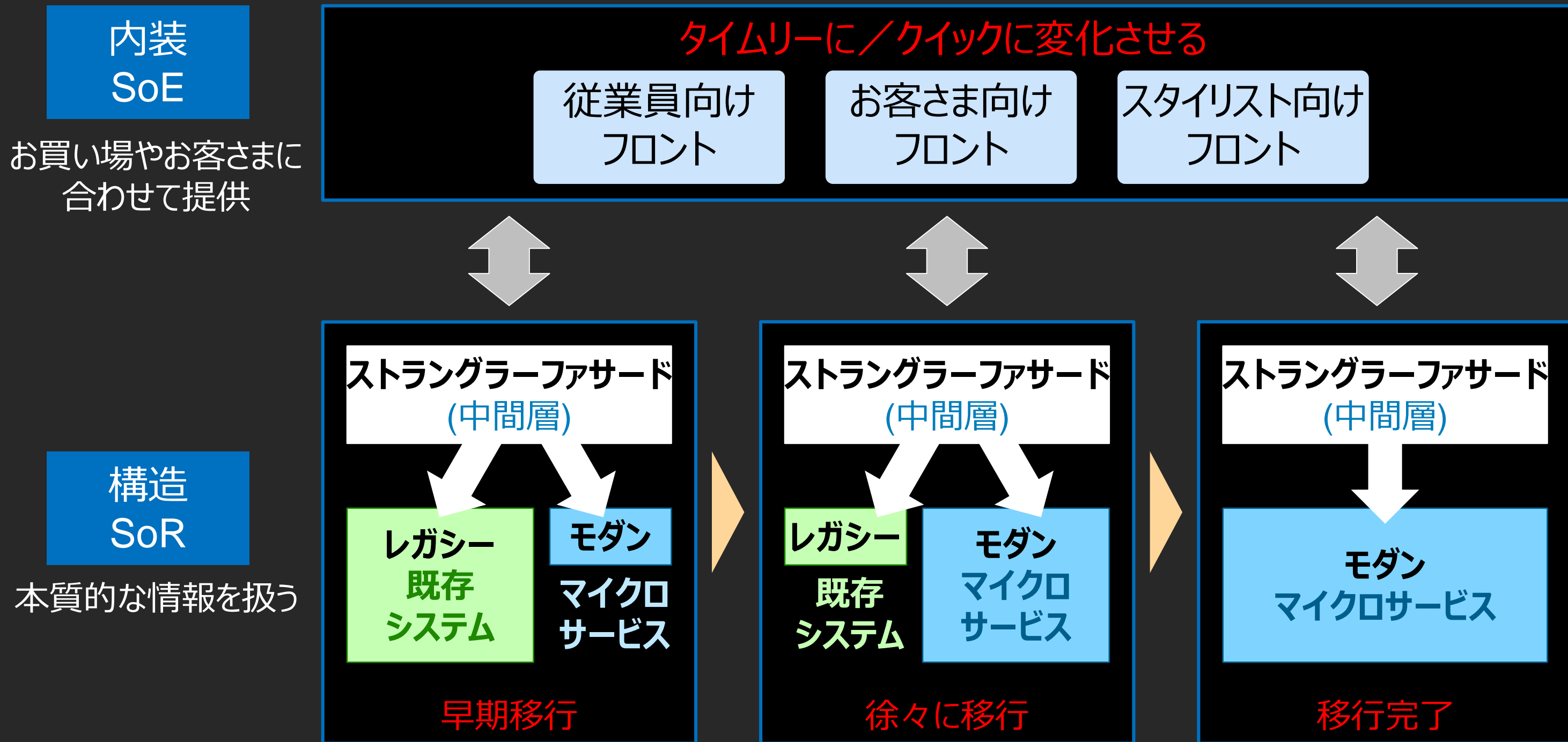
【従来】 オンプレ環境では...

ピーク時の性能を見越し、ハードウェアを準備

【今後】 クラウド環境では...

百貨店のイベント・売り出しなどに合わせ
事前にスケールアップしておく（不要になったらダウン）

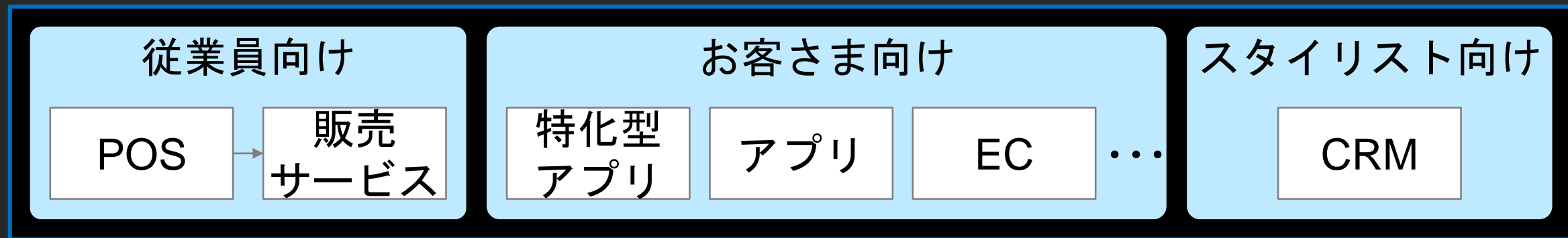
システムアーキテクチャのモダナイズ



システムアーキテクチャ指針

内装
SoE

お買い場やお客さまに
合わせて提供

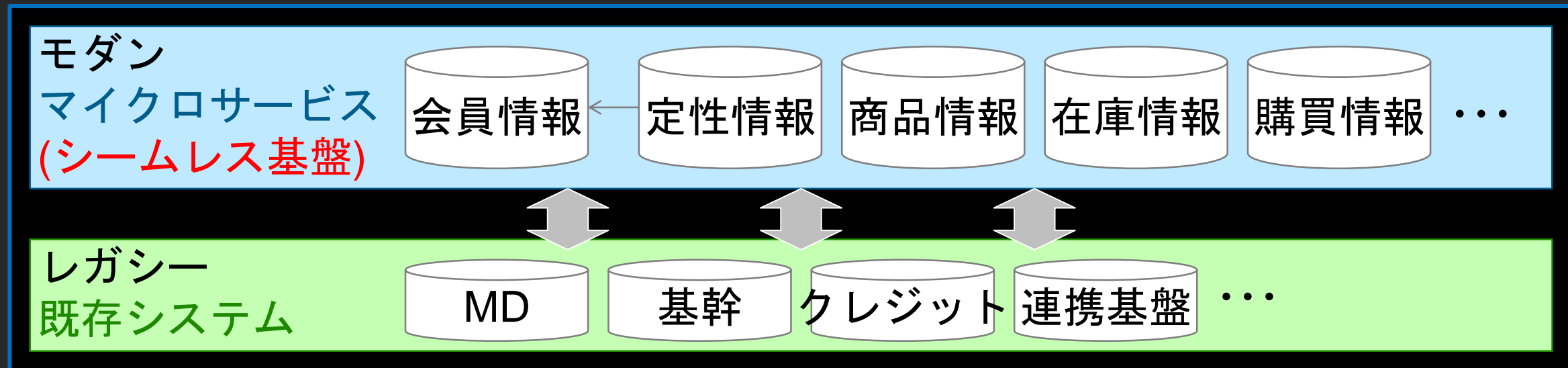


ストラングラーファサード (中間層)



構造
SoR

本質的な情報を扱う



Thank you!