

伊勢丹がカード会員向けの相談サービスを強化している。今後二年で保険商品の相談コーナーを全店に拡大。今期からオーダーメイド型の長期滞在旅行の販売を始めた。いずれも時間をかけて顧客の相談に応じ、要望に沿った商品を販売するのが特徴。人口減などで物販の大きな伸びが期待できないなか、カード会員が物販以外でも伊勢丹を利用する機会を増やし、収益の拡大につなげようとしている。

カード会員に相談サービス 伊勢丹、上客囲い込み

保険商品の販売は2年以内に全店舗に拡大(さいたま市の伊勢丹浦和店)



今年四月、浦和店(さいたま市)に開設した保険の相談・販売コーナーは机や棚などに木材を使

い、大きな机を配置するなど落ち着いた雰囲気。担当者が現在契約している保険内容を見直した

後、顧客に最適な商品を全店に広げる計画。同社

の、大手銀 提案する。

行などの富 保険商品の販売は子会

裕層向け資 社の伊勢丹アイカードが

産運用窓口 手がけており、生命保険

とよく似て ではソニー生命保険など

いる。 十社、損害保険では東京

相談は予 海上日動火災保険など五

約制で、最 社と代理店契約を結んで

低でも一時 いる。「保険会社の枠組

間半の時間 みにとらわれず、お客様

をかける。 にもっともふさわしい保

場合によっ 険を提案できる」(伊勢

ては二時間 丹アイカードの飯田浩専

以上かかる 務)ことが強みだと強調

こともある する。

という。フ 相談時間帯の七五%は

インシヤ 予約で埋まっており、成

保険や長期滞在旅行

は今期(二〇〇七年三月)アコディネットの相談も規模を拡大している。

期中に証券仲介業の登録をする予定で、将来は相談を通じて家具やリビング用品の販売額は〇六年三月期、前年に比べて一割以上伸びた。

今年五月からは旅行分野でも新しいサービスを始めた。JTBと組んで二週間から三カ月程度、海外に長期滞在する際の仲介を開始。専任のアドバイザーが相談に乗りながら、長期滞在の計画を作成してくれる。

五月下旬に、二回にわたってセミナーを開催したところ、約四十人が参加した。八月にも第二弾のセミナーを開催する予定だ。

これらのは利用者にとって商品選択が難しかったり、時間がかかったりすることだ。伊勢丹は自社のブランド力や百貨店ならではの接客を生かして、埋もれているニーズを掘り起こそうとしている。「カード会員の生活にかかわってきたい」(飯田専務)と、今後ものサービスを分野の事業拡大を目指す考えだ。

リフォームやインテリア

(小平和良)

総合小売り