

## 重点課題

### 売上 対策

- ▶ TVCM強化
- ▶ EC・アプリ刷新・リアル店舗との連動
- ▶ 家電商品開発の強化・売場の拡大

### 経費 対策

- ▶ DCの自社化による物流部門の生産性向上と店舗内業務の生産性向上
- ▶ ドレージ自社化などによる物流コスト削減
- ▶ 本部業務の見直し・デジタル化
- ▶ デジタル・IT活用の新商品供給システムへの切替
- ▶ コンタクトセンター・遠隔接客

## その先の「暮らしの豊かさ」の提案

## 重点課題

### 売上 対策

- ▶ 出店エリアの絞り込み
- ▶ 部門別売場構成の見直し（効率性重視）
- ▶ 収益性を重視した小型店モデルの開発
- ▶ グローバル商品開発の強化
- ▶ 欠品対策による販売機会損失の極小化
- ▶ 新フォーマットの展開（台湾デコホーム出店）
- ▶ モデルルーム営業活動の拡大

### 経費 対策

- ▶ 物流コストの低減
  - └ リードタイムの短縮やSKUカットによる倉庫保管面積の圧縮
  - └ 現地調達品の店舗直納による搬入経費の削減
  - └ 配送業者との契約見直しや宅配効率の向上による宅配経費の低減
- ▶ 人件費の最適化
  - └ ナショナルスタッフの教育による人時生産性の向上
  - └ 業務の単純化・標準化による店舗人件費・本部経費のスリム化

## 重点課題

### 売上 対策

- ▶ 部門別での最適な売場拡縮
- ▶ 欠品防止・売場コンディションの向上
- ▶ アプリ会員の増加（2025年度目標70万人）
- ▶ SNSの強化
- ▶ 個人別のスキル可視化・教育

### 経費 対策

- ▶ 販促経費の最適化（チラシサイズや配布エリア見直し）
- ▶ ニトリとの家具配送統合による物流コスト削減
- ▶ 店舗業務改革・作業割当によるローコストオペレーション
- ▶ 在庫の最適化