

価値創造戦略

- 22 中期3カ年経営計画の全体像と進捗
- 23 2023—2025中期3カ年経営計画
- 33 財務戦略
～財経担当役員メッセージ～
- 40 **特集**
社外取締役×証券アナリスト対談
- 44 DX(デジタルトランスフォーメーション)戦略
- 46 サステナビリティ戦略
- 47 人材戦略
- 60 環境戦略
- 68 人権への配慮

DX(デジタルトランスフォーメーション)戦略

「ヒトの想い」を中心としたDXの実現」を方針に掲げ、デジタルを活用した価値創造を追求しています。リアルモールにDXを掛け合わせ、新しいサービス、新しい関係性、そして新しいビジネスの在り方を創造していきます。

DX推進の方向性

DXの実現に向けた方向性

イオンモールのDX方針は、実現したい想いが先にあり、それをテクノロジーで解決する「ヒトの想い」を中心としたDXの実現」です。

そして、イオンモールが来店する地域、来店企業さま、お客さまのそれぞれに価値創造していくことをDXビジョンとして推進しています。

また、DXの推進基盤として、次世代に対応するオペレーションシステムを実現するため、デジタル化による業務プロセスの見直しや、デジタル人材の採用と育成を進めています。

DX推進の組織体制

DX推進体制の整備

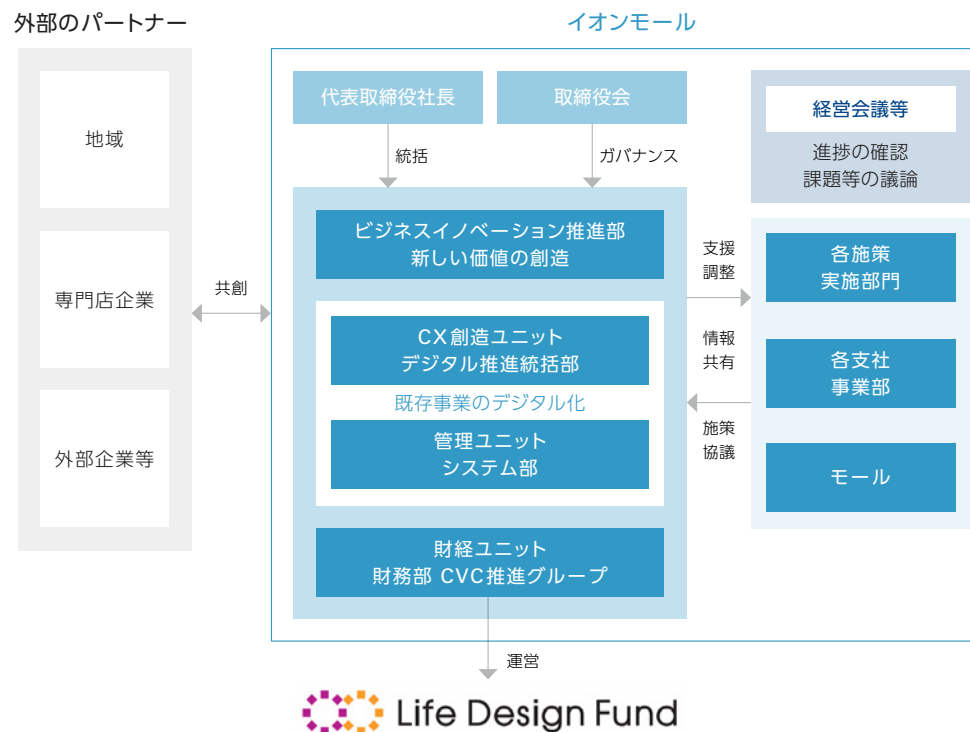
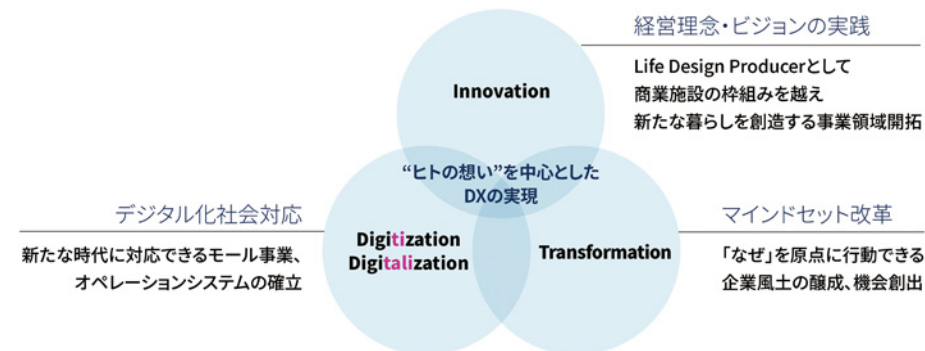
2021年4月、代表取締役社長直轄の組織としてDX推進部を設置し、DXの取り組みを進めてきました。2023年4月には既存事業のデジタルについて集中的にデジタル化を推進すべく、デジタル推進部をデジタル推進統括部に格上げし、更なるデジタル化を進めています。

また、DX推進部をビジネスイノベーション推進部に改称し、デジタル分野だけでなく、さらに幅広い視点からの新たな「価値創造事業モデル」の創出を図っています。

さらに、2023年4月には新たにイグニション・ポイント ベンチャーパートナーズ株式会社とCVC(コーポレート・ベンチャー・キャピタル)としてLife Design Fundを設立し、スタートアップ企業との共感共創を通じたアライアンスに基づく、成長戦略を推進しています。

デジタル人材の育成・確保

イオングループの教育制度であるイオンビジネススクール(ABS)ではデジタルコースを導入しており、IT・デジタル分野の基礎を修得し、デジタル化の先導ができる担当者の育成を行っています。当社の従業員においても、ABSのデジタルコースを受講し、デジタル関連部署で活躍をしています。今後も変革をリードするデジタル人材を育成するために、機会創出と環境整備を進めていきます。また、デジタル人材確保に向けた採用活動の強化を図っています。



価値創造戦略

- 22 中期3カ年経営計画の全体像と進捗
- 23 2023—2025中期3カ年経営計画
- 33 財務戦略
～経理担当役員メッセージ～
- 40 **特集**
社外取締役×証券アナリスト対談
- 44 DX (デジタルトランスフォーメーション) 戦略
- 46 サステナビリティ戦略
- 47 人材戦略
- 60 環境戦略
- 68 人権への配慮

DX推進の全体像

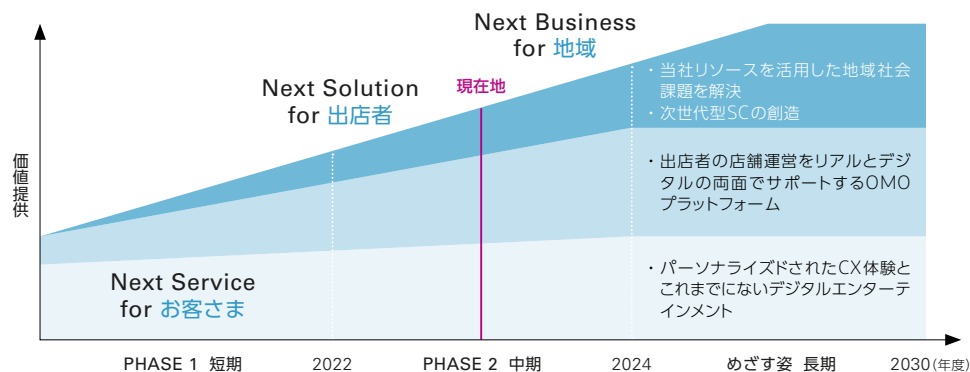
■ デジタル技術を活用したライフスタイル・ソリューション提供で、商業施設の枠組みを越える

イオンモールのめざす姿を実現するために中長期視点で推進ステップを計画。お客さまに対する「Next Service」、出店企業さまに対する「Next Solution」、地域に対する「Next Business」として、それぞれに当社のDXがありたい姿を描きました。

イオンモールが商品やサービスの販売に留まらず、共創パートナーとともにデータやテクノロジーを活用して、ステークホルダーに新しい価値を提供していくことをめざし取り組んでいます。

Develop the “NEXT VALUE”

DX推進の3つの視点と推進ステップ



DXビジョン “ヒトの想い”を中心としたDXの実現

めざす姿 (KGI)	お客さまとの接点	国内外約200施設のリアルの資産から得られる知見とデジタル技術を組み合わせ、お客さまのライフステージや趣味嗜好に寄り添ってパーソナライズされた新しい価値を提案することで、お客さまの利便性と満足度の向上を図る
	地域・外部との連携	地域や外部のパートナーとのデータ連携やデジタル技術を活用し共創することで、新しい事業領域の創出や、地域課題にソリューションを提供するプラットフォームとなる
	専門店支援	最新のデジタル設備とビッグデータから、店舗オペレーションの業務負荷(業務時間)を低減するとともに、専門店企業の売上へ寄与する経営支援と新たな事業機会の提供を行う
	自社強化	デジタル活用やIT基盤の見直しによる業務効率化を進め、マインドセット改革やDX人材育成により新たな付加価値の創造に注力する環境を整備する
行動指標 (主なKPI)	顧客接点	・イオンモールアプリ.....ダウンロード数・アクティブ率・クーポン利用数 ・ライブショッピング.....展開モール数・ライブショッピング売上 ・フードデリバリー.....参加専門店数・フードデリバリー売上
	専門店支援	・イオンモールワークス.....導入区画数・専門店ES・紙申請書削減数

各ステップの目標

■ 地域課題を解決する新しい価値を提供する存在へ

PHASE 1 短期 ～2022年度	・顧客行動データ分析のインフラ整備 ・出店者を支援する ・OMOプラットフォームの構築 ・デジタルエンターテインメントの開拓
PHASE 2 中期 ～2024年度	・集積されたデータを基にパーソナライズされたCXを具現化 ・データ資源を活用した新たな収益モデルの創出
めざす姿 長期	・イオンモールが商品・サービスの販売に留まらず、ビッグデータやテクノロジーを活用して、共創パートナーとともに地域課題を解決する新しい価値を提供する存在になる。

■ PHASE 1 の振り返り

for お客さま	for 専門店	社内基盤
<ul style="list-style-type: none"> ・イオンモールアプリの機能拡充 (キッズクラブ/サステナアクション/WAONPOINT連携等) ・AR (拡張現実) を活用したリアルイベントの実施 ・フードデリバリー対応企業の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・専門店の業務効率化を実現する新売上報告システムの導入 ・館内ロボット配送の実証実験 ・デジタルサイネージによる店舗おすすめ商品やコーディネート提案の配信 	<ul style="list-style-type: none"> ・社内業務基盤のクラウド化を実現 ・データを活用するための基盤の構築完了 ・お客さまにパーソナライズした価値提供のためのCRMツールの導入