



創業350年を迎えた「三越」、伊勢丹との統合を経て新たな事業モデルの構築は？ | ビジネスパーソンのための占星術



こんにちは、柳川隆洸です。

新月のタイミングに合わせて毎月1回、「ビジネス×占星術」の内容で連載をしています。

西洋占星術では1ヶ月の始まりを新月としており、新月の星配置を見ることで1ヶ月の社会的傾向を知ることができます。

まずは先月11月11日の新月から1ヶ月の振り返りをしたいと思います。

11月いっぱいまでは国際的な紛争や社会の苛立ちへの注意をお伝えしていましたが、ウクライナとロシアの紛争も停戦のめどは立たず、パレスチナ武装勢力ハマスの幹部が北朝鮮をハマスの同盟国と明言し、将来的に共に米国を攻撃する可能性を発表するなど、緊張感が依然高まっています。

また金融問題の懸念もお伝えしていましたが、中国の資産運用大手、中植企業集団が最大2600億元（約5兆4千億円）の債務超過に陥ったと報じられ、不動産不況をきっかけに金融リスクが高まっています。

そんな状況での12月新月からの星の影響を見てみましょう。

リーダーは公明正大を意識し、隠し事をするな

新月は12月13日8:31です。

新月前の12月12日頃から12月23日迄、あらゆる立場のリーダーを意味する太陽に対し、惑わす海王星がネガティブに影響します。

これにより、リーダーに対しある種の不信感や反感、またリーダー自身も誤った言動・行動が目立つようになる可能性が高まります。

国際的な要人としてリーダーだけに限らず、身近な小さな組織のリーダーにおいてもこのような影響は受けやすくなるので、注意が必要です。この時期、リーダーの皆さんは特に公明正大を意識して隠し事がないようにしましょう。

一方で、年末から次の新月である1月11日頃までは天体配置がとても穏やかにシフトしていきます。争いや金融関係も比較的穏便に過ぎていくのではないかと予想しています。

ただ、判断ミスや直感が外れるなど、思いも寄らないミスは次の新月まで断続的に発生しそうです。

当然大きなプロジェクトになるほど、これらの影響によるリスクは甚大になりますから、時には大きな事件へと発展することもあります。

とは言え根本的なところで平和な雰囲気が出るはずなので、これまでの緊迫した状態から少しでも脱却できることを祈るばかりです。

この記事で2023年の締めくくりとなります。今年にご愛読ありがとうございました。また2024年も変わらぬご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

【企業ピックアップ】創業350年を迎えた三越

毎月気になる企業をピックアップし、その企業の占星術的な視点からポイントをお伝えしています。今回は三越（1904年12月6日設立）をピックアップしました。

三越伊勢丹グループの「三越」は、1673年に呉服屋「越後屋」として創業し、2023年には350年の節目を迎えました。1904年には日本で初めて「デパートメントストア宣言」を行い、日本初の百貨店としての地位を確立しました。

2008年に、売上高で国内4位の三越と5位の伊勢丹が経営統合し、三越伊勢丹ホールディングス（HD）として新たなスタートを切り、一時は日本の百貨店業界で首位に立ちましたが、2022年には高島屋にその座を譲る結果となりました。

ネットショッピングの台頭や、消費者ニーズの多様化などで百貨店のビジネスモデルそのものが根底から問い直されて久しいですが、三越、ひいては伊勢丹を含めたグループの行方はどうなのでしょう。

伝統と品格を感じさせる日本橋三越本店の構え
伊勢丹との経営統合はどう作用したのか？

最初に、「三越」の企業傾向を西洋占星術を使ってチェックしていきたいと思います。

設立日に関して、百貨店の三越単体を見るならば、最初に法人化した「株式会社三越呉服店」の時期が妥当になりますので、1904年12月6日設立でホロスコープを作成しました。ただ、現在は統合して三越伊勢丹HDの運勢の影響を強く受けるので、この両社の特徴から見ていきます。

三越のホロスコープを見ると、射手座を強調しており、これは集団の力を使った強い成長欲求がある企業であることがわかり、三越のチーム一丸でそのブランドを構築した歴史が伺えます。

そして、最先端を意味する天王星の影響も強く受けており、まさに日本で初めて「デパートメントストア宣言」を発した百貨店に相応しいホロスコープといえるでしょう。

加えて伝統と格式を意味する土星が企業発展の太陽にポジティブに影響しており、高級志向の顧客をターゲットとした老舗スタイルは、はまり役のポジショニングだったでしょう。

また三越の競争優位性を維持する上で重要な要素となっている接客力を証明するように、ホスピタリティーを意味する海王星の影響も強く受けているホロスコープになっています。

このようにあらゆる側面から百貨店「三越」を体現するようなホロスコープでしたが、2008年4月1日に伊勢丹と経営統合し、三越の企業としてのカラーが変わることになります。

三越伊勢丹HDのホロスコープでは、伝統やホスピタリティーは維持しつつも、牡羊座を強調している

ことから新たなビジョンを掲げ邁進するホロスコープへと転換されています。

この新時代に勝ち抜くための企業として相応しいホロスコープと言えますが、2022年に高島屋に首位の座を譲る結果となってしまった要因に「脱百貨店」戦略や「OMO」戦略の遅れが言われています。「OMO」(Online Merges with Offline)はネット販売とリアル店舗をつなぐショールーム型店舗のことです。

これらを象徴するような素早い改革力は高島屋のホロスコープを見るとかなり強く、三越伊勢丹HDにとっては不利な状況が続きそうです。

今後、三越伊勢丹HDが首位を奪還することがあるとすれば、「脱百貨店」や「OMO」などを後追いつけるのではなく、牡羊座のオリジナリティーを発揮した戦略を打ち出せるかどうかにかかっていると予想出来ます。

ではこれから三越の今後の流れを見てみようと思います。

日本橋三越本店新館で

2024年から新しい可能性を意味する星配置

三越と言ってもこれから先を見る場合は、三越伊勢丹HDのホロスコープで判断することになります。

まず同社のホロスコープで実際のイベントとして影響を受けやすい星を探してみますと、2017年3月に「ミスター百貨店」の異名を取った社長の大西洋氏(伊勢丹出身)が突然解任された時期のホロスコープを見てみますと、全てを転覆させる冥王星が同社の幸運を意味する木星の上に乗し、T字スクエアを作るタイミングと重なっていました。

これは占星術の中でもかなりストレスな星配置で、木星以外にも同社の発信力を意味する水星にもネガティブな状況であったことから、木星と水星は同社にとってはウィークポイントになりやすいと推察できます。

逆を言うと、水星や木星がポジティブに働くときは、同社にとっては追い風になりやすいのです。

2023年に入って同社の業績が改善していますが、2021年頃から水星に対し極めてポジティブな星配置となっていて、同社の発信力の強化、そしてインターネットなどの新しい販売チャンネルの活性化などが期待できる時期と重なっており、2023年いっぱいまで影響します。

2024年からは新しい可能性を意味する天王星が同社の木星にポジティブに影響しますから、これをうまく活用出来れば、新しいプロジェクトを成功させるきっかけになりそうで、同社のデジタル改革(DX)がうまくはまっていく可能性を示唆しています。

このように直近での星配置は、同社にとっては追い風となりやすいです。

次に動きがあるとすれば2029年~30年頃ですが、この頃に同社がなんらかの判断ミスをする可能性が伺えます。それがあつ種の不祥事という形で出ることか、社長や役員の経営判断ミスなどで出ることかなどは予測が難しいですが、同社にとっては困難な時期になりやすいでしょう。

逆にそれまでは比較的順調な星配置なので、同社が掲げる新しい百貨店の形がどのようなものになるのか楽しみな数年間になりそうです。

※次回公開予定は2024年1月10日です。