

2022 年 12 月賞与要求(案)

三越伊勢丹グループ労働組合 関連グループ支部Ⅱ

三越伊勢丹ギフト・ソリューションズ直轄分会

配布対象：社員・メイト社員・フェロースタッフ・エルダー社員・エルダーフェロー

三越伊勢丹ギフト・ソリューションズ直轄分会 総会

議事日程

- | | |
|--------------|---------|
| 1. 議長団選出 | 支部書記長 |
| 2. 書記任命 | 議長 |
| 3. 開会宣言 | 議長 |
| 4. 議事運営委員選出 | 議長 |
| 5. 資格審査報告 | 議事運営委員長 |
| 6. 議事日程発表・承認 | 議事運営委員長 |
| 7. 開会宣言 | 議長 |
| 8. 議事 | |

第一号議案 審議決定事項

- I. 2022年12月賞与について
- II. 第10期運動方針について

委員長挨拶

支部執行委員長

- | | |
|---------|----|
| 9. 閉会宣言 | 議長 |
|---------|----|

I. 私たちを取り巻く環境

1. 三越伊勢丹グループの動向

1) 第1四半期グループ業績結果

- 2022年度第1四半期の連結業績は、売上高が101,615百万円（前年同四半期比14.7%増）、営業利益が3,965百万円（前年同四半期は営業損失6,027百万円）の結果となりました。
- 通期業績予測については、総額売上高は当初予測通りとしているものの、営業利益については上方修正をおこない、17,000百万円を見込んでいます。

・第1四半期グループ業績（4月～6月）

(単位：百万円)				2022年度通期予測
	実績	前年差	前年比	
総額売上高	242,897	46,581	123.7%	494,000
売上高	101,615	13,049	114.7%	
売上総利益	62,159	12,048	124.0%	
販管費	58,194	2,055	103.7%	
営業利益	3,965	9,992	—	

※グループ業績は、三越伊勢丹グループ第1四半期業績発表数値より抜粋

2) グループ百貨店の状況

百貨店業については、昨年の臨時休業の反動もあり、売上高、入店客数ともに前年度から大きく伸長しており、外出機会の増加により消費行動が活発化したことから、特にラグジュアリーブランドや宝飾、衣料品などを中心に売上が好調に推移しています。

・事業会社別売上状況（4月～6月）

(単位：百万円)	総額売上高	前年比		総額売上高	前年比
三越伊勢丹	136,377	135.8%	新潟三越伊勢丹	8,127	104.0%
札幌丸井三越	11,827	126.2%	広島三越	2,704	107.5%
函館丸井今井	1,369	104.3%	高松三越	5,070	116.0%
仙台三越	6,298	109.7%	松山三越	1,245	132.1%
名古屋三越	13,474	105.4%	岩田屋三越	25,004	122.5%
静岡伊勢丹	3,829	103.5%			

・首都圏店舗別売上状況（4月～6月）

(単位：百万円)	総額売上高	前年比		総額売上高	前年比
新宿本店	72,506	139.8%	立川店	7,029	120.7%
日本橋本店	31,919	134.8%	浦和店	8,590	103.8%
銀座店	16,330	151.9%	三越伊勢丹計	136,377	135.8%

2. 三越伊勢丹ギフト・ソリューションズ（以下 IMGS）の動向

1) 業績の状況

IMGS の業績の状況は、8 月終了段階として、SP 事業の縮小などにより、総額売上高・営業利益において、前年比で下回っているものの、慶弔関連カタログが好調な事や、利益率の高い PB カタログの販売強化などに要因により、予算を上回る水準で推移しています。

2022 年度の全社業績予測については、2021 年度の水準は下回るものの、売上高：4,564,000 千円、営業利益：474,000 千円と、当初予算通りの目標としています。

・ IMGS 全社業績状況（4 月～8 月）

（単位：千円）	実績	予算比	前年比
総額売上高	1,981,083	103.2%	99.1%
売上高	444,366	102.9%	81.0%
売上原価	15,064	127.7%	14.8%
売上総利益	429,301	102.2%	96.2%
販管費	191,685	96.2%	92.8%
営業利益	237,616	107.6%	99.1%

・ 2022 年度業績目標

（単位：千円）	目標	前年度実績	前年差	前年比
総額売上高	4,564,000	4,822,607	△258,607	94.6%
営業利益	474,000	563,925	△89,925	84.0%

2) 2022 年度の取り組み

2022 年度の施策については、百貨店顧客に頼らない IMGS 独自の営業強化や、パーソナルギフト需要拡大に向けた対応、店頭を中心に営業体制強化の取り組みなどを進めています。

・ 2022 年度アクションプラン抜粋

目指す姿	ギフトを通じて人や企業、社会の気持ち（変化）に寄り添い、想いを形にするサービスを提供することで心の豊かさを創造し、カタログギフトなら MI と想起される存在となる		収益目標	22年度予算 売上高 4564百万 販管費 514百万 営業利益 474百万	21年度実績（確定） 売上高 4823百万 販管費 492百万 営業利益 564百万
基本戦略	カタログギフトの利用機会の拡大：パーソナル、法人、グループ外への拡大		* 予算設定時 21 年度実績予測 4738 百万		
22年度	構造改革後の役割の変化、継続的成長に向けた土台の再構築と新たな成長に向けたアクションの実行 → 業務請負から価値創造へ本格的に転換する年度				
重点戦略	① 高感度上質戦略	② 顧客とつながり戦略	③ 連邦戦略		
	パーソナルなニーズにアジャストしたギフトサービスを提供し、慶弔以外の利用機会を創出 1) MD の提供コンテンツの幅を拡大 (用途に合わせた MD のカード特集化、現物セット化等) 2) 贈り方の幅を拡大 (用途に合わせたツール、パッケージ、包装材等) 3) MI と連携した情報発信 4) 自社競争優位性構築と新たな利用機会創造につながる商品開発 KPI セレクト・味覚売上103% (3018百万) / カードタイプ売上108% 施策件数 (6件・20件) / 新カタログの方向性決定	自社で顧客との接点を構築し、カスタムサービスを軸に法人ニーズを拡大 1) 自社でつながる顧客接点の構築 (顧客獲得につなげるインフラ構築と HP 改修と運用) 2) 周年を切り口にした法人ニーズの掘り起こし 3) 慶弔の外部卸売事業の構築 (弔事即返しビジネスの自社構築と収益化) KPI 外商卸売上108% (198百万) / 周年受注売上20百万 弔事卸売上30百万	全国のグループ拠点との関係性を再構築（営業体制構築）グループ内売上を拡大 1) 自社サービスの営業ツール化 2) 各拠点窓口の明確化と営業体制構築 3) 店舗の現状特性や方向性に応じた営業施策の実行 (個人・法人・SP トータルマルチ営業、首都圏での成果アクションの横展開) KPI 地域店舗売上シェア60% (1060百万) 各店窓口明確化と営業施策実行		
	④ デジタル改革 (DX)	⑤ 収支構造改革	⑥ システム・データ基盤		
	競争優位性の源泉となる、カスタマーインの業務フロー構築と PDCA 化 1) 様々な顧客接点の場における顧客ニーズの可視化 (顧客：取組先/依頼主/先補/EC/外商/Bフェア/本社...) 2) 可視化した情報から競争優位性を構築する施策実行 KPI 業務フロー構築、顧客の声施策化	構造改革後の継続的な生産性向上 1) 営業体制の強化による生産性向上 = 全員セールスマン (業務とスキルの可視化 → 全員後方支援業務可要員化) 2) コストコントロールの徹底 KPI 粗利額予算比 > 販管費予算比 全員後方支援業務可要員化 (1人当り売上110百万)	カタログギフトインフラの整備（安心安全と市場への対応） 1) URL ギフトの実装 2) 安心・安全を担保する業務フローの再構築 KPI URL ギフト実装/事件・事故ゼロ件		
経営基盤	⑦ 人材基盤		⑧ サステナビリティ・ガバナンス		
	従業員が主体的に、生き生きと働ける企業風土、制度構築と人材育成 1) コミュニケーションと対話の深耕 2) 人事制度改定 3) 納得性の高い評価制度の構築 4) 役割に応じた教育と自主的な学びの風土 KPI ES 調査 全項目前年改善 / 制度改定と教育の仕組化		HDS と連携した経営ガバナンス 1) 規定改訂 2) リスク/コンプラ遵守 KPI コンプラ違反ゼロ		

Ⅱ. 2022年12月賞与について

審議決定事項

1. 賞与要求の基本的な考え方とこれまでの賞与要求について

- ・ I M G S の賞与については、12月、6月賞与共に、定量面(売上高・営業利益の実績・前年予算比・前年同時期の支給水準等)や定性面(アクションプラン等の達成度合い)を踏まえ賞与要求水準を都度判断しています。なお、業績を事由とした賞与水準の増減については、基本的に年度決算の確認後の6月賞与にて反映することが望ましいと考えます。
- ・ 2022年6月賞与については、2021年度の営業利益が563百万円と、2016年度の黒字転換以降では、最も高い営業利益水準であったことを踏まえた内容となりました。

<参考：直近3年間の業績結果と賞与要求水準>

		2019年度			2020年度			2021年度		
売上高		6,396百万円			4,964百万円			4,822百万円		
営業利益		274百万円			440百万円			563百万円		
雇用形態		2019冬	2020夏	年間	2020冬	2021夏	年間	2021冬	2022夏	年間
賞与支給 カ月	社員B	1.50	2.00	3.50	1.50	2.50	4.00	1.50	2.85	4.35
	社員C	1.50	1.65	3.15	1.50	2.00	3.50	1.50	2.20	3.70
	メイト	1.25	1.25	2.50	1.25	1.35	2.60	1.25	1.45	2.70
	エルダー	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	2.00

2. 2022年12月賞与について

- ・ 2022年度上期の業績推移については、SP事業の縮小などの影響により、総額売上高・営業利益共に、前年比で下回っているものの、予算比では上回る状況で推移しています。この結果については、店頭におけるPBカタログの販売強化と、WEBや外部など店頭以外での取り組み強化など、メンバーの努力によるものと捉えています。
- ・ 賞与要求における基本的な考え方から、これまでの賞与要求においても、12月は一定の水準で要求をおこない、業績を反映した水準での要求は度業績の確認後である6月賞与でおこなっています。
- ・ 以上、企業を取り巻く環境、予算達成状況、前年の支給水準とのバランスなどをふまえ、2022年12月賞与は以下の水準で要求します。

社員ステージB：1.50ヶ月（固定）

社員ステージC：1.50ヶ月（B評価）、

メイト社員Ⅰ：1.25ヶ月（B評価）

メイト社員Ⅱ：1.45ヶ月（B評価）

エルダー社員：1.00ヶ月（固定）※

※エルダー社員については別途賞与加算を要求します

3. 具体的な要求案

1) 社員ステージ B

社員ステージ B の支給ヶ月を以下の通り要求します。

支給ヶ月 1.50 ヶ月

2) 社員ステージ C

①評価分布

社員ステージ C の評価分布を以下の通り要求します。

B評価以上を中心とした分布とする

②賞与支給表

社員ステージ C の賞与支給表を以下の通り要求します。

評価	支給ヶ月
S	1.70
A	1.60
B	1.50
C	1.40
D	1.30

3) メイト社員

①評価分布

メイト社員の評価分布を以下の通り要求します。

B評価以上を中心とした分布とする

②賞与支給表

メイト社員の賞与支給表を、区分ごとに以下の通り要求します。

<メイト社員 I>

評価	支給ヶ月
S	1.45
A	1.35
B	1.25
C	1.15
D	1.05

<メイト社員 II>

評価	支給ヶ月
S	1.65
A	1.55
B	1.45
C	1.35
D	1.25

【支給対象・支給基準日・支給方法】

a. 支給対象

- ・ 2022年4月1日から2022年9月30日まで勤務し、引き続き支給当日在籍している者。
- ・ ただし、期間中欠勤・休職日数等のあるものは、それぞれ定めた支給方法で支給する。
- ・ その際、欠勤日数・休職日数等は期間中の休日・休暇等を除く実質日数とし、それにより出勤日数を算出する。
- ・ なお、賞与日割についてはそれぞれの期間の所定労働日数を基礎に算出する。

b. 基準日

- ・ 本給および資格は、2022年9月30日現在とする。
※2022年4月1日から2022年12月1日までにエルダー社員に転換した者は、エルダー社員としての賞与を支給する。

c. 支給方法

- ・ 期間中欠勤のない者
ステージB：本給×支給ヶ月
ステージC・メイト社員：本給×評価別支給ヶ月
- ・ 期間中欠勤、休職のある者
ステージB：本給×支給ヶ月× $\frac{\text{出勤日数}}{\text{所定出勤日数}}$
ステージC・メイト社員：本給×評価別支給ヶ月× $\frac{\text{出勤日数}}{\text{所定出勤日数}}$
- ・ 欠勤日数・産休日数・育児休職日数等は、期間中の休日、連続休暇分休日、年次有給休暇を除く実質日数とし、それにより出勤日数を算出する。
- ・ 欠勤の算定期間は、4月1日から9月30日までの間とする。
- ・ 支給対象者に入らない長期療養者については、労使協議の上決定する。
- ・ 社員・メイト社員に中途採用となったものは、社員・メイト社員としての在籍期間が評価考課期間の3ヶ月以上の場合には賞与支給対象者に含むものとする。

※その他、細部については労使協議の上決定する。

■賞与支給予定日： 2022年12月5日（月）

○エルダー社員

①支給ヶ月

エルダー社員の支給ヶ月を、区分ごとに以下の通り要求します。

エルダー社員Ⅰ・Ⅱ（時給制）：みなし本給×1.00ヶ月
エルダー社員Ⅲ（月給制）：本給×1.00ヶ月

②賞与加算表

エルダー社員の賞与加算表を以下の通り要求します。

評価	S加算	A加算
支給ヶ月	0.40	0.20

※評価結果については、労使で確認をおこないます。

【支給対象・基準日・支給方法】

支給対象・基準日・支給方法を以下の通り要求します。

a. 支給対象

- ・ 2022年4月1日から2022年9月30日まで勤務し、引き続き支給当日在籍している者。
ただし、期間中欠勤のあるものは、後述の支給方法にて支給する。

b. 基準日

- ・ 時間給・月例給は、2022年12月1日現在のものとする。
※2022年4月1日から2022年12月1日までにエルダー社員に転換した者は、エルダー社員としての賞与を支給する。

c. 支給方法

① エルダー社員Ⅰ・Ⅱ（時給制）

a) 期間中欠勤のない者：

みなし本給×1.00ヶ月

(みなし本給=時間給×週契約時間×52週/12ヶ月、100円未満四捨五入とする)

b) 期間中欠勤のある者：

月初から月末までの1ヶ月間にまったく出勤がない場合は、1/6を控除する。

② エルダー社員Ⅲ（月給制）

a) 期間中欠勤のない者：本給×1.00ヶ月

b) 期間中欠勤のある者：本給×1.00ヶ月 × $\frac{\text{出勤日数}}{\text{所定出勤日数}}$

- ・ 欠勤日数・産休日数・育児休職日数等は、期間中の休日、連続休暇分休日、年次有給休暇を除く実質日数とし、それにより出勤日数を算出する。
- ・ 欠勤の算定期間は、4月1日から9月30日までの間とする。
- ・ 支給対象者に入らない長期療養者については、労使協議の上決定する。

※その他、細部については労使協議の上決定する。

■賞与支給予定日： 2022年12月5日（月）

4. 今後のスケジュール

日程	内容
時期	内容
10月25日(水)～ 11月10日(木)	メンバーズVOICE兼総会 (分散開催)
11月14日(月)	労使協議会
12月5日(月)	12月賞与支給日

- ・ なお、2023年6月賞与は、年間業績を踏まえた上、2023年4月頃を目途に協議します。
- ・ 組合としては、SP事業縮小などの事業環境変化の中、あらたなアクションプランの方針に基づいて前向きに取り組み、成果を上げたIMG Sメンバーに対して、今後も一定の安心感やモチベーションに繋げていくことができる賞与制度の検討を継続しておこなっていきます。

関連グループ支部Ⅱ 第9期（2021～2022年度）運動方針の振り返り

<第9期運動方針の考え方> ※第9期運動方針から再掲

【労使協議の充実】 対話強化により納得性のある協議の推進

- ・ 三越伊勢丹ギフト・ソリューションズ（以下IMGS）：
メンバーとの対話強化を踏まえた協議をおこなうことで、納得性の向上や協議の充実を目指します。

【自ら考え、行動する風土構築】 皆で新たな取組みを前向きに！

- ・ コロナの影響など環境変化のスピードが高まる中、IMGSや健保それぞれの置かれた環境や方向性について共有を図ります。
- ・ それぞれの役割・立場において、自ら考え、行動を起こす風土醸成に向けた対話を意識します。

<第9期のトピックスと全体の振り返り>

- ・ IMGSにおいては、構造改革による固定費削減や販売力強化により、当初予算を上回る業績確保につながっています。
- ・ 店長制の浸透・効果、PBカタログの販売強化、ECやカードタイプの販売強化等の取組みが功を奏した結果と言えます。
- ・ 構造改革後、販売会社の位置づけが強くなったことから、“オペレーション主体の働き方から新たなサービスの価値提供を”との発信のもと、3年後の成長戦略を描き、新たな取組みを進めていくことが明示されています。
- ・ これまでのようなオペレーション中心の働き方から、新たな価値を見出していくことや新たな取組みに向けて一から創り出すという働き方が求められています。
- ・ 労使協議の充実に向けては、人事制度や働き方について短期的・中長期的な項目の整理をおこないつつ、メンバーとの直接対話を重要視した活動を進めてきました。

<第9期活動の振り返り> ※重点政策を中心に

○：できたこと

△：やりきれなかったこと

① 労働福祉活動 ※重点政策

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 社員・メイト社員における役割や働き方の整理やステージC本給制度改定について成案化につなげた（IMGS） ・ 短時間制度新設について成案化につなげた。 ・ | <ul style="list-style-type: none"> ・ メイト社員の社員化に向けた検討を掲げていましたが、メイト社員の声を聴く中、選択できるかたちでの制度変更とし、継続して今後の対応を検討することとした（IMGS） ・ |
|--|--|

○：できたこと

△：やりきれなかったこと

② 経営対策活動 ※重点政策

<ul style="list-style-type: none"> ・ 毎月の経営懇話会の中で、営業概況や事業方針・アクションプランの進捗について確認をおこなった（IMGS） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営対策活動について、必要に応じたヒアリングや広報等の発信によるフィードバックをおこない、活動の周知⇒声の集約につなげる予定でしたが、議案書やVOICE資料での発信・共有にとどまった。
---	--

③ 現場活動 ※重点政策

<ul style="list-style-type: none"> ・ 職場委員より組合活動の告知をおこなうことで、メンバーの声の吸い上げ強化につながる体制とした。 ・ 職場委員会を毎月開催し、情報交換をおこなうことで現場の状況把握やスピーディな課題抽出を図った。 ・ リアルとリモート両方のVOICE開催により、参加しやすい環境をつくるとともに少人数VOICEの開催により、意見集約の促進につなげた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 通年協議関連のVOICEが中心となり、その他働き方や風土などをテーマとしたVOICEの開催ができなかった。 ・ 理解促進に向け、VOICE資料の事前配布を目指していたが、直前の配布になる場合もあった。
---	---

④ 広報活動

<ul style="list-style-type: none"> ・ 組合活動について、HPを活用し、賃金要求関連広報や社会貢献などの本部企画等の発信をおこなった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広報やHP等を活用した各活動への関心度向上につなげるための活動の発信について、定期的な発信には至らなかった。
---	--

⑤ その他分野別活動（ダイバーシティ推進活動・教育サポート活動）

<ul style="list-style-type: none"> ・ 育児勤務者および育児経験者によるVOICEを開催し、現行制度内容の確認や、育児勤務者からの要望が高いフルタイム復帰時の経験の共有を目的とした情報交換をおこなった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 労使共催教育プランの参加促進につなげる取り組みとして、HPにて参加者の声の共有をおこなう予定だったが、HPの掲載には至らなかった。
---	---

<第9期支部予算について>

費目	予算	実績	執行率
関連グループ支部Ⅱ活動費	100,000	63,276	63.28%
<ul style="list-style-type: none"> ・ 書記局費予算（50,000円）は未執行となったが、交通費（労使会議・VOICE）予算は50,000円のところ、IMGS分会におけるテーマ別VOICE増設等により予算以上の執行となった。 			

関連グループ支部Ⅱ 第10期（2022～2024年度）運動方針（案）

※第10期は三越伊勢丹ギフト・ソリューションズ、スタジオアルタ、三越伊勢丹ソレイユを担当します

<環境認識>

【三越伊勢丹ギフト・ソリューションズ（以下IMGS）】

- ・ 構造改革が終了し、販売主体の会社となりました。これまでのオペレーション主体からお客さまの声を聴き、新たな価値提供をおこなっていくことがメンバー一人ひとりの重要なミッションとして掲げられています。
- ・ 2022年3月に共有された3ヶ年計画には、3年後のさらなる業績拡大を見据え、新たな施策が盛り込まれています。組合としては、メンバー一人ひとりが事業方針や置かれた環境等を理解し、主体的に行動するとともに所属の中で意見を出し合いながら進めていく職場風土の構築が重要であると捉えています。

<第10期運動方針の考え方>

- ・ 2022年2月に発表されたグループ3ヶ年計画を踏まえ、グループ連邦戦略の推進はもとより、各企業において現時点の状況を打開し、さらに業績や貢献度向上に向けた施策の実行が求められています。
- ・ その実現に向けては、メンバー一人ひとりが会社の置かれた環境はもとより、方向性や自分に期待されている役割を正しく理解し、主体的に取り組むことが重要です。
- ・ 組合としては、制度改定後の運用状況にも着目し、制度理解や目標管理制度も含めた運用面の把握をおこなうことで、役割の意識づけや目標設定・フィードバックの質の向上など、メンバーが前向きに働くことができる環境づくりに取り組みます。
- ・ 環境の整備に向けては、相談・発言・提案がしやすい心理的安全性の高い職場環境をつくるのが大切です。
- ・ メンバー一人が相互尊重や他者を思いやる気持ちを持ち、意見を出し合いながら業務に取り組む風土醸成に向け、それぞれの所属の傾向を把握し、メンバー自身の意識や行動変革につながる取り組みを進めます。
- ・ 一つひとつの課題について改善につなげていくためには、あるべき職場環境を描き、どのようなアクションが必要か、全員で考え、声をあげていくのが大切です。全員で「聴く」「話し合う」「伝える」「知らせる」のVOICEサイクルを循環させ、やりがいや安心感につながる職場環境を構築しましょう。

<VOICEサイクルの取り組み>

聴く	<ul style="list-style-type: none">・ 職場委員会の開催による情報共有（毎月1回）・ リアルVOICEやリモートライブ配信開催による対話強化、少人数でのVOICE実施・ 必要に応じてテーマ別VOICE開催や分会独自のformsアンケート実施の検討・ VOICE資料の事前配布による理解促進・声の集約向上
話し合う	<ul style="list-style-type: none">・ 毎回の職場委員会の中で、職場の課題について意見交換、ヒアリング内容の事前共有による課題吸い上げの質の向上 （課題抽出・精査、仮説の深堀、テーマ別VOICEやformsアンケートの実施など打ち手の検討など）
伝える	<ul style="list-style-type: none">・ 毎月の経営懇話会・衛生委員会等でのメンバーの声共有・課題提起・提言
知らせる	<ul style="list-style-type: none">・ VOICE資料やHP等への掲載による活動の周知・タイムリーなフィードバックの徹底など

<重点取り組み項目>

① 経営対策活動	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業環境の正しい把握・浸透に向けた取り組みの推進 ・ 活動周知による営業面でのメンバーの声の吸い上げ強化
<ul style="list-style-type: none"> ・ 毎月の経営懇話会開催により、営業概況や事業方針・アクションプランの進捗について確認をおこない、広報やHPを活用しタイムリーな活動の周知を図ることで、関心度向上や営業面の声の集約につなげる。 ・ チェック機能・サポート機能強化に向け、必要に応じて職場委員会での懇話会内容について共有をおこない、営業面で感じている課題について意見集約をおこない、タイムリーな対応につなげる。 ・ 【IMGS】販路拡大や新たなギフトサービスの提供（コンテンツ拡大・新カタログ作成等）に向けた取り組みの進捗など 	
② 労働福祉活動	<ul style="list-style-type: none"> ・ 安心感ややりがいにつながる制度構築と運用面の把握によるモチベーション向上 ・ 職場風土など働く環境改善にむけた取り組みの推進
<ul style="list-style-type: none"> ・ やりがいや安心感につながる制度構築に加え、運用面の確認をおこなうことで前向きに働くことができる環境構築につなげる。 ・ メンバーの声の集約から傾向把握をおこない、働き方やコミュニケーション向上に向けた職場風土改善への取り組みを進める。 ・ 【IMGS：制度】賞与制度改定に向けた検討、メイト社員の社員化に向けた対応、多様な働き方に向けた検討など ・ 【働き方】時間管理の実態確認や正しいルールの浸透、一緒に働く仲間の感謝とリスペクトを大切にする職場風土の醸成、問題解決に主体的に関わり行動することの後押し、ハラスメントの撲滅に向けた取り組みなど 	
③ 広報活動	<ul style="list-style-type: none"> ・ ブログ等の定期的な発信による活動内容の周知
<ul style="list-style-type: none"> ・ ブログ・広報誌・ポスター等、各種ツールの活用により、組合活動についての発信をおこなう。 ・ メンバーに組合活動について知ってもらえるよう、活動のトピックスなどについて定期的な発信をおこなう（ブログ更新：月1回以上）。 	
④ 教育活動	<ul style="list-style-type: none"> ・ 相互尊重の風土醸成やコミュニケーション向上など、職場風土改善につながる取り組みの推進
<ul style="list-style-type: none"> ・ メンバーを対象にコミュニケーション向上等につながるセミナーを開催し、職場環境改善につなげる。 ・ ものの見方や考え方を広げ、行動変容につなげられるようなカリキュラムを企画立案する。 ・ グループ内交流や職場風土改革につながるカリキュラムを実施する。 	

<第10期支部予算について>

費目	予算	前期実績	前期比
関連グループ支部Ⅱ活動費	465,000	63,276	734.87%
<ul style="list-style-type: none"> ・ 労使会議・VOICE等交通費（IMGS・ソレイユ）・・・45,000円 ・ 労度福祉活動・・・200,000円 ・ レクリエーション費・・・170,000円 ・ 書記局費・・・50,000円 			

意見・質問についてはこちらからお願いします

VOICE の内容や運営・組合活動に関する『ご質問・ご意見』等については、以下の方法でご連絡下さい

【提出方法】①送達（H&I 組合事務所） ②所属の評議員や職場委員に手渡し

③WEB で送信 kanren-group2@imgu.or.jp

※手書きの方はこちら↓

出席日 / _____	雇用形態 : _____	
企業名 _____	所属 _____	連絡先（内線・直通） _____
お名前 _____		

※以下の項目に○を付け、空欄部分にご記入ください

項目①VOICE の内容について ②組合活動について ③その他職場の課題について

組合からのお知らせ

執行部体制が新しくなりました。組合 HP で自己紹介しています



委員長：山口



書記長：柘植（ツゲ）

☆組合 LINE お友達募集中(°Д°)☆

- ・知らないと損する共済会のお得情報！
- ・各種組合活動、定期本部大会の様子など

組合の活動の今・昔がわかります！！



組合からのお知らせに関するお問合せは 労働組合 山口善崇 ・ 柘植千奈津まで（メール・Teams チャット可）