

みんなの質問 ～さあ、ミライの話をしよう～



従業員が感じる「現状(今)」と会社の「将来像(未来)」を「繋ぐ場とする 「人材育成計画」について神林社長に聞いてみた！

石井さん

- 自分のキャリアを切り拓くため教育プログラムや制度を活用する必要性を感じています。
- 人材育成計画で目指す人材像を設定した理由を教えてください。

神林さん

- 人材育成計画で掲げる人材像は、競争戦略を起点に考えをスタートさせました。札幌の地で、我々は地域の競合に勝ち、たくさんのお客さまを呼んで、お客さまへ感動を届ける人材を育てたいと考えています。
- 高感度上質消費・高感度上質マーケットにおいて、最も支持される百貨店になろうと三越伊勢丹グループ、札幌丸井三越でも決めました。
- 戦略にあわせた人材を育てたいと考えています。



Ⅲ CDP計画の概要

人財育成 (CDP) 計画について 2022年10月
(株) 札幌丸井三越 総務 経営企画部

1 目指す人材像

北海道の「おもてなしリーダー」として、自ら学び、目標に向かって挑戦することで「専門性」に裏付けされた「おもてなし力」を持つ人材

高い「おもてなし力」



高度な「専門性」

2 必要スキルの定義

高い「おもてなし力」

高度な「専門性」

おもてなしリーダースキル

エキスパートスキル

おもてなしスキル

スペシャリストスキル (アドバンス)

丸井三越 マナー・基礎知識

スペシャリストスキル (ベーシック)

- 元々高感度上質のお客さまは、商品知識が豊富です。そのようなお客さまを上回る知識を持つには、プロにならなければなりません。カテゴリーは狭くていいので、「ドPRO」になって欲しい。
- 「おもてなし」マインドと「ドPRO」のスキルを掛け合わせることで唯一無二の人財になります。そうするとお客さまは何か困った時に丸井三越に行き、自分の課題を感動的に解決してもらおう、革新的に提案してもらおうとなります。
- 中途半端に、「なんでも私に聞いてください」と言うだけでは信用されません。

- あらゆる分野のプロになるのは、無理です。根幹のカテゴリーだけでも、特化して極めて欲しい。
- 企業戦略に組み付いた人財育成計画であることが重要になります。人財育成には、人事制度、教育制度、異動配置、外部出向の制度などがありますが、各々で足りない部分があります。
- 足りない部分の制度を作り、人材育成計画で発信された、育てていきたい7つのカテゴリーに必要な教育を今後充実させていきたいと考えています。

Ⅱ CDP計画の基本方針

人財育成 (CDP) 計画について 2022年10月
(株) 札幌丸井三越 総務 経営企画部

1 当社の人財育成面の課題と方向性

課題

方向性

- ・土台となるサービスレベルの同質化
- ・顧客と働き方の変化に伴う専門スキルの不足
- ・将来へ向けた改革を担うエキスパート人材の不足
- ・キャリアアップを支援する風土・仕組みの不足

- ・土台となる人の力「おもてなし力」の再構築
- ・求められる多様な専門性を習得する企画の提供
- ・エキスパート人材を戦略的に創出する仕組みの構築
- ・スキルの適切な評価によるキャリア支援風土の醸成

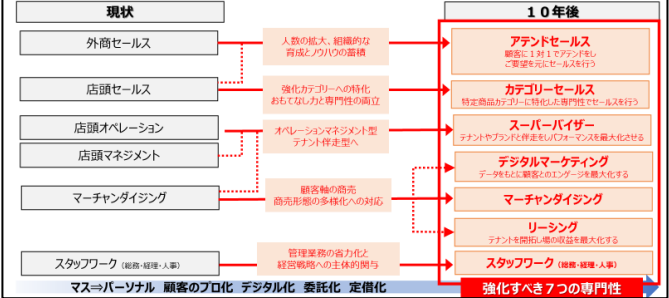
2 札幌丸井三越の人財育成 (CDP) 計画の基本方針

札幌丸井三越の従業員全員が、北海道の「おもてなしリーダー」として、高度な「専門性」に裏付けされた、高い「おもてなし力」を身に付け、一人一人が自身のキャリアを主体的に切り拓くことのできる、教育やサポート体制、仕組みを提供する

Ⅲ CDP計画の概要

人財育成 (CDP) 計画について 2022年10月
(株) 札幌丸井三越 総務 経営企画部

6 必要とされる専門性について



秋政さん

- 強化すべき7つの専門性が共有され仕事が明確化されます。
- やりがいを持ち働き続けられるよう人事制度・教育はどのように変わりますか？

神林さん



- 何かのプロになろうと思ったとき、まずアイテムのプロを目指します。
- アイテムを軸にプロフェッショナルの幅を広げる働き方をしていくとお客さまからより、相談されやすくなります。
- 異動があったらラッキーです。物事を見る角度が変わるからです。
- 色々なプロが重なって、お客さま目線になります。



- お客さまのお困りごとを解決するプロになることが一番目指したい所です。
- 何かのプロにならないと、お客さまの問題を解決できるプロにはなれないと思っています。
- 今会社に一番必要なのは自信です。何かのプロになると逃げなくなります。自信を持った自分のカテゴリーは必ずみんな持っています。そのカテゴリーをさらに磨かなければなりません。
- 会社がセットするのは初級コースです。ステージを用意し、必要であればお金の支援もします。
- 更に拘りや趣味性が高い物でプロを目指すと、必要な情報は自ら探すようになります。
- 会社の用意するものだけでは、物足りなくなって欲しい。自ら時間を作り、見て、学んでいくと楽しい働き方になります。
- 自分のスキルをお客さまにどう役立てたいか考える必要があります。自分のプロフェッショナルリティをどこに広げていくかはみんな違うと思います。自分の軸を決めて、好きなことに取り組むと良いです。
- 多くのプロが育つと会社として、競争戦略上、次のようなメリットがあります。

- ① 従業員は、お客さまの役に立つことでやりがいを持つ。
- ② お客さまは、丸井三越に行くと、自分の悩みを解決してもらえる。
- ③ 取組先も、丸井三越と組むことでお客さまに喜んでもらうために協業できる。

- 上質マーケットで最も支持されるために、お客さまに何を価値提供するか明確にする必要があります。その「価値」は、人を介在しお客さまに伝えることで理解が深まります。介在する人はその道のプロである必要があります。
- 我々は自信を持って知識を持ち、知識をお客さまにお伝えするときは、おもてなしのマインドを添えて伝えると唯一無二のスキルになります。

インタビュー動画の視聴、感想・今後取り上げて欲しいテーマ等アンケートへのご協力をお願いします🙏



■公式マスコットキャラクター「イングちゃん」



動画はこちら



発行所：三越伊勢丹グループ労働組合
 北海道統括支部 札幌丸井三越支部
 外線：(011)205-2525 内線：22525
 発行人：木村 正男

