

# 日本橋分会（第2営業部） 組合活動ニュース



## 今回の内容

<イングちゃん>  
IMGU公式  
マスコットキャラクター

1. 第2営業部 職場懇話会 報告
2. 第2営業部 働き方アンケート 結果の概要

1・2月に実施したお買場帳場制度やお歳暮ギフトセンター応援、営業部の働き方に関するアンケートの結果をふまえ、3月24日に越智部長との職場懇話会を開催しました。職場懇話会での主な意見交換の内容について報告します。

## 組合報告 新お買場帳場制度の営業部内での取組み

- 取組みに対する受け止め方について、**8割以上の方が取組む目的を理解していると回答**していますが、取組む上での**基本的なノウハウや外商部内で共有されている情報、相談窓口等への不安**があるようです。
- 主業務との両立ができていないと感じているか？という問いに対して、（どちらかと言えば）**そう思わない、という回答が7割近くあり、両立の不安から積極的なアプローチができていない**という意見が寄せられました。
- カテゴリースペシャリストをはじめ、**一部にLINEの活用などでチーム内で連携した対応ができていているという意見**も寄せられており、営業部内でノウハウの共有ができるものと考えます。



## 会社コメント

- 所属としても、日本橋地区のお客さまは三越と高島屋2つの百貨店から選択できる状況にありますが、将来2つの百貨店がこの地域に生き残ることができるのか、という危機感を共有しつつ、**本来業務と両立する方法や顧客対応のノウハウを対象となっているメンバーと考えるべきではありません。**
- **カテゴリースペシャリストでは高額なお買上となり外商部のサポートを得ながら対応している事例も数件存在しています。**担当者の休日の際にもチーム内で連携して対応できる環境整備が必要だと感じています。

## 組合報告 お歳暮ギフトセンター応援について

- 取組みの受け止め方について、**9割以上がギフトセンター応援の目的を理解していると回答**しています。
- 主業務との両立にむけた**所属での業務の見直しは、6割近くが（どちらかと言えば）できていないと回答**していて、見直ししているという内容も職場や個人レベルで対応できるものにとどまっています。**お客さまサービスを削減の判断も職場によって分かれており、所属の方針を示していく必要があると捉えています。**
- **時間外勤務の目標**については、**上限として認識してしまっているメンバー**もあり、目標の共有の仕方はあくまで目安であり、収まらない場合には残業での対応の判断をするなど、注意が必要です。



## 会社コメント

- お客さまサービスの削減については一部の職場で応援数の振り分けがなされてしまったことに起因しており、**営業部として応援者派遣の考え方を示せなかったこと、所属の業務改善を主導できなかったことは反省点として認識**している。
- 営業部の**時間外目標はあくまで目安**としており、対応の必要性が高く**時間内に収めることができないケースもあるため、伝え方には注意**していく。

## 組合報告 営業部の働き方（所属内連携）に関するヒアリングについて（裏面参照）

- 営業部の統合は多くが**営業施策の面でメリットがある**と感じているとの回答がありました。一方メリットを感じない理由としては**仕事の進め方の違いや、情報の伝達、相談窓口等の面で問題がある**との回答がありました。
- **POS担当のフェロー社員配置方法**について、公平性や運営の全体最適の面では営業部全体を担当できる方が良いという意見や、**コミュニケーション面**では職場間交流はステージB中心の交流が中心なため、資格・等級や雇用形態を問わず交流する機会の必要性に対する意見が寄せられました。



## 会社コメント

- **POS担当は営業部として意図をもってSMに配置**しました。現在フェロー社員の採用を凍結しているため、POS専任の担当者の減少が想定されます。日本橋本店のPOSは専任の担当者が操作してきたため、お買場担当者の操作機会が減少しました。専任担当者のスキルをお買場担当者に早く伝達するため、SM単位に配置していくべきと考えました。
- **所属内の交流について**、統合後最初の1年間では営業部内のコミュニケーションの活発化は難しかったと感じています。2023年度はSMゾーンの枠を超えた複数名での対話会を開催し、営業部内の交流につなげていきます。



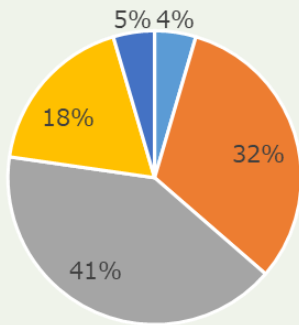
## 2.2・3月働き方アンケートの結果報告

2・3月に実施した働き方（営業部内の連携）に関するアンケート結果のポイントを報告します。

回答者：22名（ステージB 4名、ステージC14名、メイト社員 4名）

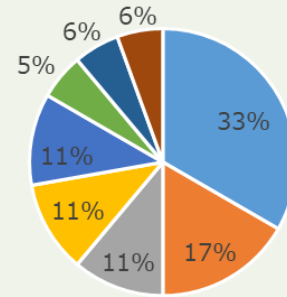
Q 2022年4月に複数の営業部が統合し大きな営業部となりましたが、メリットを感じていますか

- そう思う
- どちらかと言えばそう思う
- どちらとも言えない
- どちらかと言えばそう思わない
- そう思わない



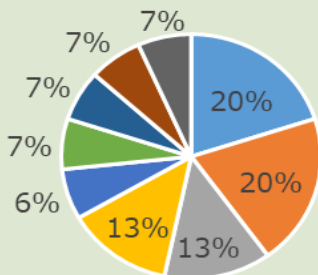
Q そう思う・どちらかと言えばそう思う を選択された方はその理由を選択してください（複数選択可）

- 営業施策面
- 業務フロー
- その他
- 情報の伝達
- 意思決定
- 業務フロー
- お客さまサービス面
- 人員面



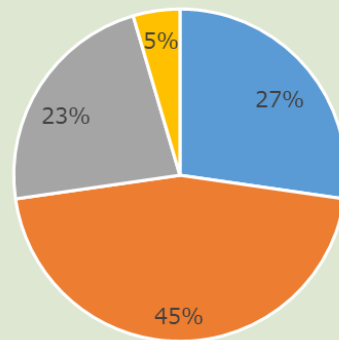
Q そう思わない・どちらかと言えばそう思わない を選択された方はその理由を選択してください

- 業務フロー
- 人員面
- 意思決定
- 情報の収集
- 営業施策面
- 情報の伝達
- 相談窓口
- 従業員の知識やスキル
- お客さまサービス面



Q 営業部を円滑に運営していく上で旧営業部間やSM間で連携する必要性を感じますか

- そう思う
- どちらかと言えばそう思う
- どちらとも言えない
- どちらかと言えばそう思わない



Q 営業部統合のメリットを感じる理由について具体的に教えてください

- 他の商品領域と共同でフェア等の施策が検討しやすくなったことや、他の商品領域の方々との交流を通じてアイデアの交換ができるようになったことはメリットを感じています。
- エムアイカード獲得促進のためのインナーキャンペーンを共同で企画することができました。

Q 営業部統合にメリットを感じない理由について具体的に教えてください

- いまだに多くのメンバーは計画担当の顔と名前が一致しておらず、誰に何を相談してよいかわからないことから、問題の解決に時間がかかってしまっています。
- 業務を進める上で旧営業部をまたいだチーム間に認識の違いが生じることがあります。自身の直属の上司からの指示で業務を進行していると、後で他のチームが認識していることとの間での相違が明らかになることがあります。
- Teamsでの投稿や、毎週に1回の全体会議で発信など、営業部全体に発信している情報が、実際に営業部の全員にしっかり伝達されているのかが定かではなく、不安に感じることがあります。

Q 営業部内の連携やその他労働組合の活動についてご意見がありましたら自由に回答してください

- POS担当の方々にはSM単位に配属するのではなく、営業部全体をまたぐようなチームに配置することが、効率性・公平性・全体最適の点で良いと感じました。
- 旧所属間やSM間の連携は営業部全体ではなく、SM間やバイヤー間など限られた範囲に止まっているように思えます。第2営業部に統合され1年経過しますが、所属内で話せる人が限られているように思えます。