

第10期後半（2023年10月～2024年9月）

■ 重点取り組み

「対話する職場風土とメンバー一人ひとりによる働き方改革の実現」

■ 第10期前半(2023年10月～2024年9月)活動目標

VOICEサイクル ※最大2つ	1) 日本橋本店のメンバー同士が所属を越えて連携しながら、店全体のマルチタスクの取組みの浸透・定着や働く環境の改善につなげていきます。 2) 所属毎の課題解決に取り組みます。
経営対策 ※最大2つ	1) 会社の中期経営計画である『高感度上質戦略』『顧客とつながるCRM戦略』を中心に、日本橋本店で取組む上での成果や課題を従業員目線で確認し、店・所属経営との対話を強化していきます。また活動を通して、メンバーが会社の中期経営計画や業績・店方針の理解を深めるサポートを行い、不安や不満の解消と取組みに対する納得性やモチベーションの向上につなげます。 2) 営業条件については日本橋本店の“高感度上質戦略”や“顧客とつながるCRM戦略”とメンバーの働く環境をふまえ、メンバーや店経営との対話を重ねます。
広報活動 ※最大2つ	1) 日本橋本店職場懇話会やメンバーにとって有益な情報を発信していきます。 2) 様々なツールを活用しタイムリーかつ効果的に発信し周知していきます。

■ 活動目標・具体的アクション

VOICEサイクル (現場活動)	①催事やギフトセンター応援等のマルチタスクの取組みや労働時間管理、従業員食堂の環境改善などメンバーの働く環境改善に向け取り組みます。 ②所属ごとにメンバーの抱える課題を、組合役員・テーマ別VOICE・アンケートを通じて収集し、集まった声を基に店経営と意見交換を行い、終了後メンバーに向けたフィードバックを実施します。継続してVOICEサイクルを回すことで、メンバーの組合活動参画に繋げていきます。
経営対策	①高感度上質戦略（リモデル・プロモーション）、顧客とつながるCRM戦略（MIC）の実態を把握するためにテーマ別VOICEやアンケートを実施し、収集した声を基に店・所属経営と『取組む上での課題改善と問題解決』に向けて意見交換を行います。 ②営業条件については、店舗の営業戦略と、メンバーの声や受け止め方、取組みの効果性、同業他社の状況をふまえた労使対話を尽くします。
広報活動	①店経営とメンバーの声を基に意見交換した日本橋本店職場懇話会の内容を広報を通して報告します。 ②メンバーへの情報共有を強化するためにメール・teams・掲示等を活用しながら情報発信を行います。
その他	①ダイバーシティ活動の一環として、『育児と仕事を両立』している従業員の悩み事解決に繋げるために、日本橋店従業員同士が「育児と仕事の両立」について面b-同士で話す機会【子育てcom】を継続します。 ②介護や社会貢献活動など組合本部が発信する情報をメンバーが収集できるようメールを活用しながら発信します。またメンバーが所属にいる組合役員に相談や質問をしやすいよう組合役員からも適宜情報発信を実施します。