



職場懇話会を開催しました③

2025年6月9日(月)に土井販売統括部長と3回目の意見交換を行いました。
メンバーの声をもとに4月からの運営体制・販売統括部方針について伺いました。

01.働き方について

2025年4月からの店頭体制



川上 明香さん

所定労働時間が7時間30分に短縮し、早番・遅番シフトの運用がスタートしました。
店頭の働き方についての新たな取組みや課題感を教えてください。

土井販売統括部長

【店頭の運営について】

- 所定労働時間の短縮に向けて、昨年度に業務の実態把握と要員数の検討をした結果、2025年度は店頭要員数をプラスにしています。
- 加えて一部の店頭スタイリストに新たにマルチリーダーを任命し、A販売Mのサポートや複数フロアに跨る販売サポートをお願いしています。複数フロアのワークスケジュールを統合させることで最適な要員数でコントロールをできるようにしています。
- 2ヵ月が経過し、上期は要員コントロールができていますが、下期の最繁忙期に向けて、働き方・業務の見直しをさらに進めてまいります。



(写真左から) 木村正男さん(書記長)、川上明香さん(書記次長)、
土井貴昭販売統括部長

【顧客の識別化について】

- MIカード朝礼の準備は時間がかかると思うが、時間をかけてほしい業務の1つです。お客さまに対してどのようにMIカードのアプローチをして識別化・ファン化に繋げるかというのは、日常業務として優先順位を上げ、常に店頭スタイリストとマネージャーが一緒となり考えてほしいです。
- みなさんの頑張りでもIカードの獲得数が増え、確実に顧客の識別化につながっています。
- 引き続き、戦略の実行に向けた業務の実態把握と業務改善につながるお買場の働き方を考えていきます。

02.販売統括部方針について

「美の意識」を鍛える



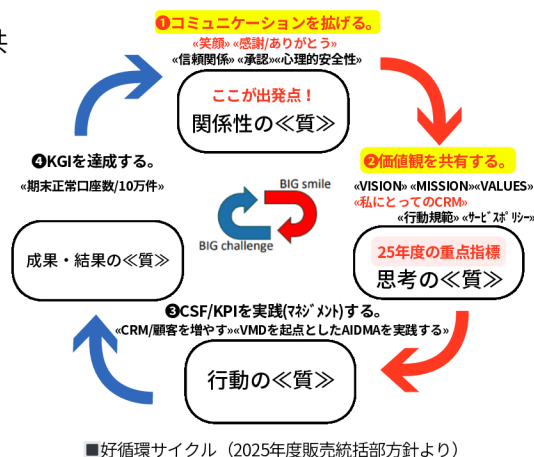
吉田 貴彦さん

方針内でのキーワード「美の意識」を高めるには、何に取り組めばよいか？
そんな声に応えるヒントはありますか？

土井販売統括部長

- イキイキ働くモデルは、笑顔コミュニケーション・店頭スタッフとの対話(関係性の質)から始まり、業績向上に繋げるためにAIDMAの実行(行動の質)を進め、顧客の識別化につなげる好循環サイクルを回すことで達成できます。その上で昨年度は「関係性の質」からスタートしました。

- 今年度も、「関係性の質」を出発点とし、次の「思考の質」を皆で共有をします。
- 「美の意識」を鍛えるとは、美しさに対する感性や価値観を意識的に変えることです。センスや気づきのある人の技術を意識的に盗み、自分を磨き、生活スタイルや考え方をすることで、美意識を鍛えることができます。
- 例えば韓国アイドルの流行からファッションを学ぶ、話題のアニメについてキャラクターに対する共感をしたり、時代性を学ぶなど、様々な文化を通じて感度を高めることができます。この感覚を皆で共有し、他人の発想に気づくことが、お客さまへの提案にも結び付くと考えています。



吉田 貴彦さん

センスや価値観の共感をし、学びを深めることが感性を磨くことにつながる、ということですね。組合でもメンバー同士のコミュニケーション活性に繋がる活動を検討していきます。

「critical」「1人N役」について



木村 正男さん

他にも「critical」や「1人N役」など印象的なキーワードを意識的に入れているように感じました。それぞれのワードに込めた想いはありますか。

土井販売統括部長

- 〈critical (クリティカル)〉はCSF (Critical Success Factor) から引用しています。VISION達成に向けての成功要因はたくさんありますが、その中で、お客さまにとって・業務改革をするうえで一番効果的なものは何か、という意味として、前向きに伝わるよう意識して使用しています。
- 〈1人N役 (複数役)〉は後方スタッフに対しての考え方です。今までのブロックや担当のように業務の住み分けをせず、販売統括部店舗運営の業務全体で1人複数役を行います。
- 今日の応援はどこか、ではなく顧客サービスとしてギフトセンター業務・案内所カウンター業務・列の整理等々すべてを業務として行い、これらを販売統括部内では「マルチ運営」と呼んでいます。年間を通して業務効率につながる取り組みをできる範囲から推進していきます。



03. 業務改革

従業員掲示板について



川上 明香さん

第1回 (12月) 職場懇話会で、店頭スタイリスト・PSさんが情報を閲覧できるシステムの整備を検討しているというお話がありました。その後の取り組みについて教えてください。

土井販売統括部長

- 3月に従業員掲示板の運用がスタートしました。既にマルチタスクの取り組みが進んでいる、岩田屋の事例を参考に、朝礼ノートや店内情報の共有を、個人のスマートフォンで閲覧可能にしました。
- これにより、突発的な案内や、情報に誤りがあった際にA販売Mや店頭スタイリストが自分で情報を拾いに行き、全ショップに再共有する手間を省けるようになりました。
- しかし、売上情報共有等の現場業務はまだ残っている為、引き続き業務改善に繋がるアップデートを検討します。