

# 日本橋分会第2営業部 組合活動報告



## 猪原部長との懇話会報告

定期的に部門の取り組みの進捗確認や現場の問題・課題の解決を目的に、労使で対話の機会=職場懇話会を開催しています。

2026年2月24日に2025年度2回目の懇話会を組合役員と猪原部長との座談会形式で実施いたしました。(以下本文敬称略)



## 事業方針の進捗と 2026年度の強化ポイントについて

猪原)

### 2025年度の取り組みについて

2025年度は、集客・識別化したお客さまにどう利用拡大・生涯化につなげるかに重きを置いてきました。また、それにつながらない業務はやめていくことを掲げていました。

バイネーム月次※をもとに具体的に個のお客さまに対して、何をどういう流れでおもてなしをするかを月次の計画時点から落とし込み、外商や個客サービス営業部と連携したご提案やおもてなしに取り組んできました。前回9月の逸品会は、全体の売上が良かった一方、G1,000万以上のお客さま(プレミアムダイヤモンド)のお客さまの売上が下がってしまったことを課題に捉え、G1,000万以上のお客さまの共感や驚きを呼ぶようなコンテンツの展開を具体的なアクションとして臨みました。結果は、G1,000万円以上のお客さまの売上も伸び、2部としての売上も7ヶ月連続予算達成に至っています。

### 2026年度の強化ポイントについて

2025年度は利用拡大・生涯化に注力してきてある程度かたちになってきました。次年度は集客したお客さまや予備軍をどう識別化していくか、ファンになっていただくかということに、さらに、力点を置いていきたいと思っています。どうしても売上をつくるためのプロモーションが優先的になっている中で、アプリ・MIベーシックカード・ゴールドカードに入ってもらうことが重要であり、ここをドライヴしていくことが大事だと思っています。

2点目の業務改善については、部内での改善点の抽出や店との連携が図れなかったのが課題と捉えています。また、大きな部なのでコミュニケーションに課題を感じ、できるだけ朝は現場に赴き、お買い場を回りながらPSのメンバーも含めて挨拶や声を掛けることを意識してきました。2026年度は対話会の回数なども検討していきたいと思っています。万が一、自分が異動になったとしても引き継いでいきたいと思っています。

※バイネーム月次

不特定多数のお客さまの関心度の高い部分にアプローチをするのではなく、一人のお客さまの生涯に寄り添い尽くすために、領域を超え、外商・地域店とも連動しておすすめする、「そのお客さまだけの特別なご提案」をする月次フロー

組合

10月懇話会時に事業方針の浸透に向けてステージCやメイト社員対象の対話会の開催を要望し、即、開催いただきました。以下参加したメンバーの声です。

- 他のSMチームのメンバーと話す機会がない中で、それぞれ課題に思っていることなどを聞く事ができ有意義な時間でした。すぐできることと上にあげなければいけないことなどをお話いただき、みんな納得した様子でした。
- 個人的なお話もだいぶ聞くことができ、何かあれば猪原さんにお話しすればいいなと感じました。

猪原) 大所帯の部なのでスケジュール調整など大変かもしれませんが、エルダースタッフやフェロー社員・エルダーフエローのメンバーも含めた雇用形態ミックスでの開催なども検討していきたいと思っています。



## ABへの教育の開催について



組合

前回の懇話会の中で、個人で担当する業務も多いことから特に新任ABへの教育の必要性をお伝えし、こちら下期に開催いただきました。今後も組合として具体的な開催内容などについて声を吸い上げていきたいと思っています。以下参加したメンバーの声です。

- 組合でもナナメンターという活動をおこなっていますが、それぞれのバイヤーの経験を聞いてナナメの関係で気軽に相談できる人が増えることは仕事を進める上でも大きいと感じました
- 受ける側としても知りたいことを整理して希望などを伝えていきたいと思っています。

猪原) 今後、商品領域を広げていくことも視野に、まずはスタートしてみました。それぞれのレイヤーでの知りたい内容が違うので、今後はピンポイントで活用できるかたちにできれば良いと思います。



## 業務改善について



組合

はたらき方については、応援業務がそのまま時間外勤務になっている状況も見受けられます。また、ギフトセンターの応援体制はかなり改善されていますが、その他の応援の課題の声も多く、各部の応援要請人数を時給換算し、コスト意識を持つことも重要ではないかという意見も出ています。

早い段階で解除判断をしていただくことも増えましたが、応援の要請人数を含め、単に前年踏襲の計画になっていることが課題だと思っています。

ナナメの交流の中に知見やアイデアが広がるということも感じました。変化を前向きに捉えて勇気をもって変えていくことも大事だと思います。

猪原) 催事については抽選なども含めMIカードを持ったお客さまへのえこひいき施策を前提とし、識別化→再来店→利用拡大の効果がメンバーの納得感につながると思います。また催事の運営側として、お客さまをお待たせしないことが是なのか、皆で考えることも大事だと思います。

催事の切替含め作業効率があがりメンバーのエンゲージメントが高まれば、お客さまへ満足いただける接客につながります。自分達の対価とお客さまの受け止めに俯瞰したり、お客さまへの価値還元の最大化という視点を持つことも重要です。

今回、逸品会も仮説をもとに大きく変えました。元に戻すとか現状維持は後退になると思います。少しでも前にすすめていくチームにしていきたいと思っています。ナナメンターも次年度以降の仕組みとして進めていければと思います。

## <組合報告> 年末年始働き方アンケートについて

日本橋分会として年末年始のはたらき方の実態把握などを目的に、各部の組合役員と周囲メンバーを対象におこないました。2月に開催した店経営との懇話会でも、労使間ではたらき方や応援業務についての課題を共有しました。

### アンケート報告まとめ (抜粋)

全体的に残業に対する意識は高く、個々の所属の取組みも進んでいる傾向

- 長時間の残業は、ステージB・Cに偏っている傾向
- 長時間残業時間が応援時間に相当する人は約3割

## 最後に



2025年度も懇話会を2度開催し、猪原さんと個客業に即して部として取り組んでいること・業務改善・教育など幅広く意見交換をさせていただきました。そして、第2営業部の方針を推進していく上で、労働組合としてもメンバー起点で引き続き意見を集約し、メンバーと部長をつなぐ双方向のパイプ役をしっかりと果たしていく必要性を改めて感じました。

ぜひ広報の中で記載されていた内容で、気になること、より詳細な内容をお聞きしたい場合はお近くの組合役員までお尋ねください。引き続き、労働組合としても第2営業部をバックアップしてまいります。

