

三越伊勢丹グループ労働組合 高松三越支部

2026年6月賞与要求(案)

メンバーズ VOICE

議案書

## 2026年6月賞与要求（案） 議案書 目次

目次		頁	審議決定事項
第1章 賞与要求における前提認識	・2025年度の業績について	5	—
	・賞与交渉に関する過去からの経緯について	9	
	・2026年6月 賞与要求における高松三越支部の交渉スタンス	13	—
第2章 2026年6月 賞与要求（案）	・2026年度 社員 賞与要求（案）	15	○
	・2026年度 メイト社員 賞与要求（案）	18	○
	・2026年度 エルダースタッフ（月給制） 賞与要求（案）	20	○
第3章 人事賃金制度の改定	・賞与要求における業績評価指標の設定	22	○

## 今後の賞与に関する協議スケジュールについて

協議スケジュール		
日程	組合機関会議	
4月18日(土)	高松三越支部 支部執行委員会（26年6月賞与要求）	審議決定
4月22日(水)	本部執行委員会	審議決定
4月27日(月)	高松三越支部 支部評議員会（26年6月賞与要求）	審議決定
5月1日(金)～5月7日(木)	メンバーズ VOICE（動画）	説明会
5月15日(金)	高松三越支部 支部大会（26年6月賞与要求）	審議決定
5月下旬	労使協議会（26年6月賞与要求）	労使協議

## 支部大会 議事日程について

高松三越支部大会 議事日程	
開催日	2026年5月中旬 13時00分～14時00分
会場	高松三越 アネックスビル 5階 ミーティングスペース
構成員	支部執行委員 + 支部大会代議員

No.	議事内容	司会・進行
1	開会宣言	支部書記長
2	支部大会議長選出・登壇	
3	書記任命	支部大会議長
4	成立確認・資格審査報告	
5	議事日程承認	
6	議事開始宣言	
7	提案 第1号議案 ・2026年6月支給賞与要求 (社員・メイト社員・月給制エルダースタッフ)	支部書記長
8	質疑応答	支部大会議長
9	採決	
10	議事終了宣言・議長降壇	
11	執行部代表者挨拶	支部執行委員長
12	閉会宣言	支部書記長

# 第1章

## 要求における 前提認識

2025 年度の業績について

- ① **㈱高松三越の営業利益の推移状況**：2025 年度においては、館内環境の改善、運営や経費効率の見直しなどによる、利益の確保に向けた構造改革を着実に進めてきたことで、通期の見通しについては前年に対して減収・増益を見込んでおります。第 4 四半期を期初予算通り推移した場合には、3 億円を超える黒字業績での着地が見込まれている状況です。
- ② **売上高**：インバウンド需要の影響、物価高に伴う節約志向の高まりもあり、上期の予算達成に苦戦したものの、下期にかけては 95 周年をフックとした催物会場・本館 1F プロモーションスペースを活用した新たな催事の実施や、食品売り場の大規模リモデル、また昨年度より取り組みを進めている外部協業の強化を通じた売上増の影響もあり、期初予算に近い水準で推移をしています。
- ③ **営業総利益**：「お取り寄せネットワーク」や「外部アライアンス（高額品買取・不動産・ふるさと納税）」などの、その他営業収入の拡大を図り、前年実績を超えて着地する見込みです。
- ④ **販売管理費**：前年度に引き続き業務内製化や、組織改編などをはじめとした構造改革をメンバー一丸となって推し進めたことにより、期初予算に対して下回る着地を見込んでいます。特に、中歳ギフトの実施規模見直しや、松山ゆうパックの統合など、中歳業務の抜本的な見直しや、総務・食品おせち業務を松山・広島と集約し、3 店舗共同の取り組みを高松が主導することで、利益を基点とした業務改革を積極的に推進してきたことが起因しています。

I. 過去 3 年間ならびに本年度 売上高・営業損益の推移（※単位：百万円）

2023 年度	2023 年度は、「百貨店の科学」にもとづく業務構造改革や働き方改革を継続しながらも、「高感度上質」を軸とした CRM 戦略の推進を本格化してきました。2023 年下期からは、食品部門を除く店頭部門において「一元オペレーション体制」を軸とした営業運営チームが新たに発足されました。その他、商販分離や外商部における「お帳場デスク」の新設など、今後の中期経営計画における顧客別 PL に基づく購買価値の提供に向けて組織再編を図り、2024 年度から本格的に運用を開始しました。
2024 年度	24 年度は年間総実労働時間の短縮における 2 交代制勤務の導入や、前年度下期から導入された営業運営体制による効率化を目的としたお買い場運営の実施など、新しい働き方への対応がかなり加速しました。ゾーンを跨いだ働き方が加速することで新しい視点での業務の見直しが行われ、従来では判断のついていなかった在庫過多や不要物の残置などへの対応がスムーズになり、健全な企業体制となるべく大掛かりな適正在庫処理を行い、高松としての最適なプロポーシオンと働き方を確立すべく動き出しました。
2025 年度	25 年度はさらなる顧客業の進化に向け、MI ベーシックカードの導入や、ありあり化ファーストの促進（名称も W メンバーと変更）など、グループとして集客識別化の加速を進める方向性の中、高松店としても 3 年に一度の「瀬戸内芸術祭」をフックに連動施策、催事の創出による新客流入客の獲得と集客力の強化を図りました。 また、24 年度から継続してきた営業運営体制に食品部門も加わったことで、ゾーンをまたいだ働き方がさらに加速しました。加えて、一部部門ではフレックス勤務体制を導入し、「更なる個客業の強化」と「店舗運営効率の最適化」を両立させるとともに、従来のやり方にとらわれない新しい働き方の構築を図りました。

## 第1章 賞与要求における前提認識

### ■過去3年間営業損益の推移(単位:百万円)

単位:百万円	2022年度			2023年度			2024年度		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	9,918	11,722	21,641	10,225	12,161	22,386	10,748	11,710	22,458
営業総利益	2,304	2,660	4,964	2,338	2,707	5,045	2,252	2,675	4,927
販売管理費	2,321	2,433	4,754	2,277	2,404	4,681	2,273	2,405	4,678
営業利益	-17	227	209	61	303	364	-21	275	254

### ■2025年度予算

(単位:百万円)

	2025年	2024年	前年比
売上高	23,650	22,458	105.3%
営業利益	485	254	190.9%

### ■2025年度業績着地見込み

(単位:百万円)

	2025年	2024年	前年比
売上高	21,797	22,458	97.1%
営業利益		254	0.0%

### ■2025年度 直近各数字指標まとめ (単位:百万円)

#### ●(株)高松三越 2025年度 第3四半期までの「営業利益」の推移

	上期累計(4-9月)			第3四半期(10-12月)		
	実績	前年比	前年差	実績	前年比	前年差
売上	10,244	95.3%	-503	6,144	96.8%	-205
その他営業	87	152.9%	-29			
営業総利益	2,280	101.2%	28			
販売管理費	2,230	98.1%	-43			
営業利益	50		72	232		81
当期純利益	-		-	-		-

第3四半期累計(4-12月)		
実績	前年比	前年差
16,388	95.9%	-708
282	218.6%	153
-		-

## II.2025年度の営業面に係る主な取り組み

- 集客識別化の促進**: ベーシックカードの導入による新規客の獲得に加え、Wメンバー化による固定化を安定的に行うため、全館フロアの営業運営組織への包含を行い、集客識別化に向けた体制の構築を図りました。その結果、カード獲得アプリ入会とともに前年を大きく上回る獲得件数を達成しました。
- 高感度上質戦略の実現**: GCPランク上位顧客のロイヤリティ向上を目的に、25年10月から新館5階デジタルサロンを「内町サロン」に名称変更し、より上位のお客さまが利用しやすい形に変更しました。さらに12月には全店GCPカスタマーセールに参加し、サービス品質の向上と対象顧客の集約による利用拡大を図りました。
- 外部協業の強化**: 前年に引き続き、サンメッセや外部飲食企業と連携してサンメッセでオンワードファミリーマーケットを開催しました。加えて、百十四銀行上位顧客への企画提案、穴吹グループとのイベント連携、NTTグループとの施策協業、近隣商店街イベントへの参画拡大など、従来の枠にとらわれない様々な取り組みを実施しています。
- さらなる利益志向への変革**: 中歳ギフトの実施規模見直しや、松山ゆらバックの統合など、ダウントレンドである中歳業務の抜本的な見直しを進めました。また、総務業務や食品おせち業務を松山・広島と集約し、3店舗共同の取り組みを高松が主導することで、利益を基点とした業務改革を積極的に推進しています。
- 外商戦略のさらなる強化**: 首都圏で実施される逸品会・丹青会への送客や、松山外商との連携強化により、手数料収入のさらなる拡大を図りました。さらに、新たな顧客分析フロー「タブロー・ハナコ」を活用し、集客・識別・利用拡大の先にある「生涯顧客化」の実現に向けた取り組みを進めています。

Ⅲ.2025年度 月別業績結果

1) 2025年度 4-12月の売上高（予算比・前年比）

売上高 (百万円)	Total		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
	実績	16,418	1,599	1,589	1,849	2,019	1,627	1,561	1,629	2,116	2,429
予算	-	17,732	1,647	1,782	2,221	2,140	1,587	1,693	1,712	2,225	2,725
	予算差	-1,314	-48	-193	-372	-121	40	-132	-83	-109	-296
	予算比	92.6%	97.1%	89.2%	83.3%	94.3%	102.5%	92.2%	95.2%	95.1%	89.1%
前年	-	17,126	1,596	1,637	2,122	2,011	1,550	1,831	1,678	2,053	2,648
	前年差	-708	3	-48	-273	8	77	-270	-49	63	-219
	前年比	95.9%	100.2%	97.1%	87.1%	100.4%	105.0%	85.3%	97.1%	103.1%	91.7%

2) 2025年度 四半期ごとの営業商況

	入店客数	買上客数	
4-6月	725,196人 (前比 97.5%)	514,580人 (前比 97.5%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●売上高は4月のみ前年を達成したものの、予算は3か月連続で未達となりました。差益額についても、3か月連続で前年・予算ともに届かず、厳しい状況が続きました。</li> <li>●インバウンドに関しては、為替レートの変動による円高進行が影響し、客数前年比 89.7%、売上前年比 45.3%と大きく落ち込みました。特に、前年大きく伸長していた特選系ブランドが大きな影響を受ける結果となりました。</li> <li>●他階催事では、新規顧客の取り込みを目的に実施した「ディズニー・ザ・マーケット」や「コーヒーフェス」が好調に推移し、普段来店が少ない層を大きく動員することができました。これらの催事は、新規客獲得の大きなフックとなりました。</li> </ul>
7-9月	792,492人 (前比 97.4%)	567,589人 (前比 96.6%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●第二四半期累計では売上高は前年クリアも予算未達、差益額は前年予算共に未達となりました。</li> <li>●また、クリアランスセールが首都圏開催に合わせて7月11日～へ急遽変更（2週間の後ろ倒し）となったことに加え、7月から9月上旬にかけて最高気温 35℃を超える猛暑日が続いた影響もあり、夏のクリアランスは低調に推移しました。</li> <li>●インバウンドは、為替トレンドの影響を受け、第一四半期から引き続き苦戦し、前年比 56.5%と厳しい状況が続きました。</li> <li>●9月は前年に大口受注（250百万円）があったため、本年は逸品会前売りや積極的な送客、高松独自の上位客施策（レセプション）などを展開し、手数料収入の増加を見込みましたが、お取り寄ネットワークは前年実績を下回る結果となりました。</li> </ul>
10-12月	841,852人 (前比 99.1%)	605,625人 (前比 93.6%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●売上高は11月のみ前年を達成したものの、それ以外の月は前年・予算ともに未達となり、四半期累計でも前年・予算ともに届きませんでした。差益額についても同様に、11月のみ前年を達成した一方で、それ以外は前年・予算ともに未達となり、四半期全体では予算・前年ともに未達となりました。</li> <li>●瀬戸内芸術祭が10月9日～11月9日の秋会期をもって終了し、第一・第二四半期に続き、国内外からの観光客の来訪を見込んだ高感度 MD を本館 1 階ステージ中心に展開しました。しかし、食品を中心とした物価高の影響による節約志向が強まり、想定していたほどの伸長にはつながりませんでした。</li> <li>●インバウンドについては、高市首相の台湾有事に関する発言により中国人来訪者が大きく減少。加えて、為替の影響による全体的なダウントレンドも継続し、客数前年比 78.4%、買上額前年比 69.4%と厳しい状況が続きました。</li> </ul>

3) 2025年度 中元・歳暮における営業商況

	売上実績	
中元	614.591 千円 (前年比 91.8%)	<p>今回から松山ゆうパックも高松売上に変更した影響で、前年比 121.0%と前年に対しては大きく伸長しましたが、想定していたほどの上乗せにはつながりませんでした。また、クール便の送料優待価格がプラス 110 円となったこと（24 年歳暮から実施）も影響し、ギフトセンターは全国トレンドよりも大幅に下落し、前年比 88.6%となりました。</p> <p>一方で、EC 送料優待の恩恵を受ける地場インターネットチャネルに関しては前年比 123.0%と 25 年度に引き続き伸長しました。</p> <p>さらに、ギフトセンター会期中にはコア会期を設定し、MI カード新規入会施策（カードホルダーえこひいき受注）を実施しました。しかし、現場のギフトセンター運営状況と施策内容に乖離があり、結果としてオペレーション負担が増える形となりました。</p>
歳暮	639.308 千円 (前年比 92.9%)	<p>中歳業務のトレンドを踏まえた効率化促進の観点から、ホームショッピングの一部受注廃止、三本松会場の受注廃止、西部サテライトの一部休業日設定や昼休憩の導入、東部サテライトのセンター会場移設、見本品の廃止など、大きな環境変更を伴う運営見直しを実施しました。さらに、アサヒビールのサイバー攻撃被害による商品薄の影響も受けながらの運営となりました。</p> <p>一方で、送料優待の総額影響については、2024 年～2025 年中元で既に大きく影響を受けきっていたことに加え、地場インターネットのさらなる伸長や松山ゆうパック移管による上乗せが寄与したことで、中元期ほどの大きな落ち込みには至らず、一定の水準で着地する結果となりました。</p>

賞与交渉に関する過去からの経緯について

I.これまでの賞与要求における経緯

・過去には企業の存続・雇用の確保を目的とした基本賞与水準の引き下げをおこなうといった苦しい判断をおこなってきたものの、「企業の存続・雇用の確保」を前提とした収支構造改革や業務の内製化やマルチタスクを軸としたシームレスな業務遂行体制の構築を推し進めたことで、2020年度には2億9,200万円の営業赤字であった状況から転じ、業績向上に合わせた段階的な賞与水準の引上げに向けた交渉をおこなってまいりました。

・直近の2025年6月賞与においては、2025年春の交渉時に成案化された、「新たな賞与制度」への移行期にあたることから、「新たな賞与制度」から逆算し、中期経営計画における戦略上の位置づけや、新しい人事賃金制度との整合性を鑑みながら要求をおこなってまいりました。

業績推移(百万円)		2021年度		2022年度		2023年度		2024年度	
売上高		20,530		21,641		22,386		22,458	
営業利益		19		210		364		254	
賞与(支給ヵ月) ※1		12月	6月	12月	6月	12月	6月	12月	6月
社員	ステージB	1.0	1.2	1.2	2.4~3.3	1.3	3.2~4.6	1.3	2.7~3.8
	ステージC	1.0	1.2	1.2	1.9~2.3	1.3	2.5~3.0	1.3	2.4~2.6
メイト社員		1.0	1.2	1.1	1.6~2.1	1.2	2.3~2.7	1.2	2.0~2.4
エルダー (F)		0.8	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.0	1.2

※1.中位評価 (B 評価) を元に、年間支給ヵ月を算出しています。

II.現状の賞与における考え方

- ・2025年度春の交渉にて賞与制度の見直しを行いました。
- ・2025年度12月賞与からは**ベースとなる支給表を新設し、毎年度期初に設定した業績評価指標に基づいて、支給表の変更有無を確認のうえ、労使協議会にて要求をおこなう「半期要求方式」へと賞与交渉方式を変更しています。**

1) 賞与制度における制度概要

	2024年度まで ※2025年6月支給分まで	2025年度以降 ※2025年12月支給分～
賞与交渉方式	半期交渉・ <b>都度</b> 要求	半期交渉・ <b>半期</b> 要求
ベースとなる支給表	<b>なし</b> (単年度の業績推移を踏まえ、都度労使協議)	<b>あり</b> (ベースとなる支給表 + 業績評価指標に基づき、支給表の見直しについて労使協議)
業績に応じた加算	<b>あり</b> (単年度の業績推移を踏まえ、都度労使協議)	

## 第1章 賞与要求における前提認識

・ベースとなる支給表を新設し、業績評価指標に基づく賞与加算は、6月賞与にて実施します。

雇用区分	2024年度賞与（参考）		➤	2025年度賞与以降	
	12月	6月		12月	6月
社員	1.3ヵ月	1.2ヵ月+α		1.7ヵ月	1.0ヵ月+α
メイト社員	1.2ヵ月	1.1ヵ月+α		1.5ヵ月	1.0ヵ月+α
月給制エルダー	1.0ヵ月	1.2ヵ月		1.2ヵ月	1.2ヵ月

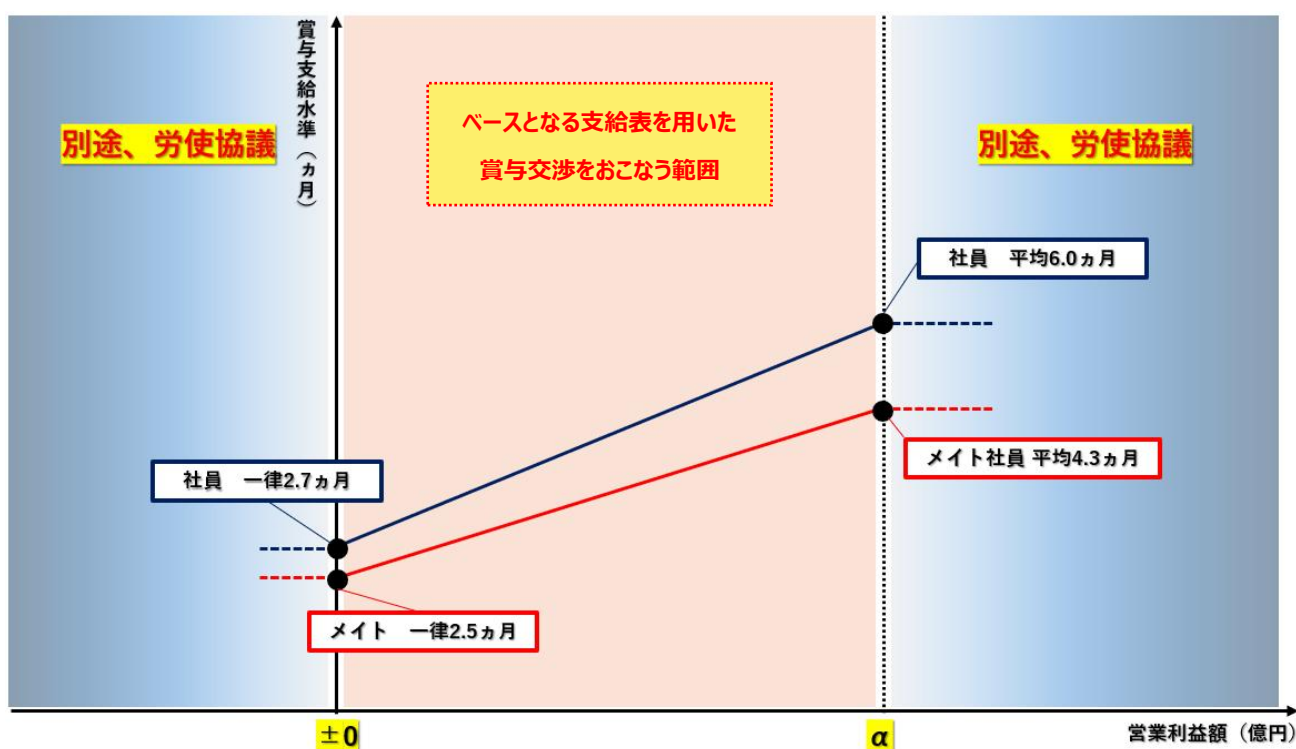
※上記の支給水準に加えて、社員・メイト社員には賞与評価に伴う加算あり

・下記の状況に至る場合もしくは至る見込みとなる場合については、別途労使協議をおこないます。

1	・営業利益が0億円を下回る状況
2	・社員における賞与支給ヵ月が平均6.0ヵ月を超える状況
3	・メイト社員における賞与支給ヵ月が平均4.3ヵ月を超える状況
4	・その他、想定を超えて業績に影響を与える環境の変化や組織戦略に変更が生じる場合など

### <ベースとなる支給表を用いた賞与交渉範囲>

次期中期経営計画に基づく利益目標を前提に、制度上における水準の上・下限について支部労使で議論をおこないました。



## 第1章 賞与要求における前提認識

### 2) ベースとなる支給表

・下記の支給表は、制度上の最下限水準となる固定部分としての位置づけになります。一方で、業績に応じた加算要求をおこなう場合については6月賞与に反映します。

#### 社員ステージ A・B

12月		6月	
支給ヵ月		評価	支給ヵ月
1.7ヵ月		S	1.2
		A	1.1
		B	1.0
		C	0.9
		D	0.8

#### 社員ステージ C・C-t

12月		6月	
評価	支給ヵ月	評価	支給ヵ月
S	1.9	S	1.2
A	1.8	A	1.1
B	1.7	B	1.0
C	1.6	C	0.9
D	1.5	D	0.8

#### メイト社員

12月		6月	
評価	支給ヵ月	評価	支給ヵ月
S	1.7	S	1.2
A	1.6	A	1.1
B	1.5	B	1.0
C	1.4	C	0.9
D	1.3	D	0.8

#### エルダースタッフ（月給制）

12月		6月	
支給ヵ月		支給ヵ月	
1.2ヵ月		1.2ヵ月	

# 第1章 賞与要求における前提認識

## 3) 2025年度に用いる業績評価指標

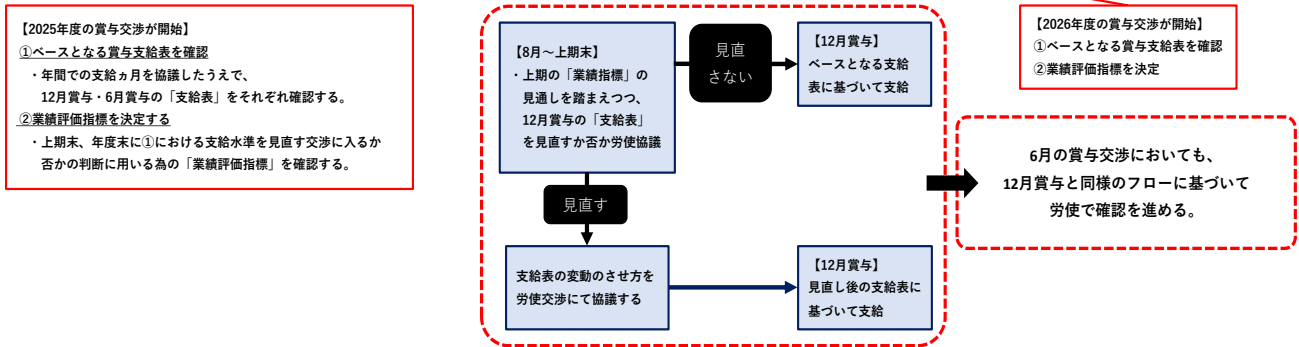
<業績評価指標> ※2025年4月審議決定済み

1	営業利益の状況	営業利益の実額、前年比・予算比
2	中期経営計画の進捗等の定性面	収支面・営業面における各種 KPI 実績（前年比・目標比）など

1の営業利益額をベースに、2の定性的なものも含めた複数の観点から総合的に判断して、基準となる支給表の改定是非を判断のうえ支給カ月数を交渉します。

## 4) 賞与交渉方式のイメージ

2024年度			2025年度												2026年度		
1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
	6月賞与 都度要求				支給												
	2025年春の交渉							12月賞与 見直し交渉			支給			6月賞与 見直し交渉			支給
														2026年春の交渉			



### 2026年6月 賞与要求における高松三越支部の交渉スタンス

#### 2026年6月支給賞与交渉に向けた支部スタンス

- ・今回の賞与交渉においては、年度期初に労使で定めた業績評価指標に基づいて、複数の観点から総合的に検討を行いました。
- ・業績については、2021年度以降4期連続で黒字化を実現しており、2025年度においても予算達成は厳しかったものの、昨年を上回る水準での着地が見込まれていることから、安定的に黒字を見込める収支構造に至ったと組合は考えております。このような収益改善を成し得た背景には、高松三越ではたらくメンバー一人ひとりが変化を受け入れ、前向きかつ真摯な姿勢で日々の商売に取り組んできた努力の積み重ねがあるものと、労働組合として受け止めています。
- ・中期経営計画の進捗については、「個客業のさらなる進化」を見据え、集客・識別・利益基盤の強化に向けた施策を推進してきました。MIベーシックカード・Wメンバー化の促進により、集客・識別化は堅調に推移しています。また、ゾーンをまたいだ運営やフレックス勤務の導入によって、運営効率を最適化した働き方を進めてきました。加えて、中歳ギフトの見直しや松山ゆうパックの統合、総務・食品おせち業務の3店舗集約を高松が主導することで、利益基点の業務改革についても取り組みました。これらの取り組みは、安定的な売上および利益の確保につながっており、営業利益は予算には届かなかったものの、取り組みの方向性自体は一定の効果を発揮している状況にあると受け止めています。
- ・こうした状況を踏まえ、2026年6月賞与要求においては、基準となる支給表（制度上の最下限水準となる固定部分）に基づく要求に加え、営業利益額に応じた加算原資分配の要求（雇用形態、役割・職務における責任および権限の大きさを考慮）をおこなっていきます。

#### 今後の処遇向上に向けた支部の考え方

- ・現在、安定的な黒字業績の創出に向けた地盤が出来上がりつつあるものの、高松三越を取り巻く情勢は目まぐるしい速さで変化し続けています。その為、安定的な企業成長を実現し続けるためには、想定を超えるような変化にも即応し、勇気をもって新たな取り組みにも挑戦を続けることが重要となります。
- ・今年度も、抜本的な働き方の見直し・業務オペレーションの最大効率化が推し進められている中で、私たち組合員も主体的な戦略遂行への参画が求められ、与えられる役割やミッションも変化していくと考えられます。その為、従来よりも大きな役割範囲や権限・責務を与えられるケースが想定される中で、組合員一人ひとりが生み出した成果は定性・定量な判断軸を以て組合員の処遇向上に反映していくべく、納得感のある「成果と対価」のバランスを継続的に支部労使で確認・検証をおこない議論につなげていきたいと考えます。
- ・引き続き、労働組合は「雇用の確保」を最優先事項として据えながらも、高松三越で働くすべての組合員がより「将来にわたって安心・安全にやりがいをもって働きたい」と思える労働条件・就労環境の構築を目指し、安心して人生設計をおこなうことができるよう企業成長に合わせた本給・賞与をはじめとした処遇向上に更なるスピード感を以て取り組んでいきます。

第2章  
2026年6月  
賞与要求(案)

社員 賞与要求(案)

■ステージ別 賞与要求

・2026年6月支給賞与については、下記の表に基づき支給されることを要求します。

1) 社員ステージB

※単位：ヵ月

評価	S	A	B	C	D
役割①	3.9	3.8	3.7	3.6	3.5
役割②	3.8	3.7	3.6	3.5	3.4
役割③	3.5	3.4	3.3	3.2	3.1
役割④	3.3	3.2	3.1	3.0	2.9
役割⑤	3.2	3.1	3.0	2.9	2.8
新任	2.9	2.8	2.7	2.6	2.5

2) 社員ステージC

※単位：ヵ月

評価	S	A	B	C	D
役割①	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4
役割②	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3
役割③	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2

3) 社員ステージC-t

※単位：ヵ月

評価	S	A	B	C	D
A職・セールス	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3
L職 (SPM・チーム)	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2
サブ職 (SSPM・サブチーム)	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1
メンバー (販売・後方)	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9

■評価分布

社員の評価分布については以下のとおり要求します。

ステージB ポイント表に基づきポイント換算し、全体平均を3.1ポイント以上となるように要求します。

ステージC ポイント表に基づきポイント換算し、全体平均を3.1ポイント以上となるように要求します。

ステージC-t ステージCとは別におこない、絶対評価を行うことを要求します。

●賞与評価ポイント表

雇用形態	評価分布について	賞与評価ポイント表					
ステージB	ポイント表に基づきポイント換算し、 全体平均を3.1ポイント以上となるように評価を実施	評価	S	A	B	C	D
ステージC		ポイント	5	4	3	2	1

## 第2章 2026年6月 賞与要求（案）

### ●各雇用区分・資格ごとの賞与評価反映ターム

社員ステージ B	年間評価（翌6月賞与に反映）
社員ステージ C・C-t	半期評価（上期評価は12月賞与、下期評価は翌6月賞与に反映）

### 参考）雇用形態別における過去からの賞与支給カ月の推移

業績推移（百万円）		2021年度		2022年度		2023年度		2024年度		2025年度	
売上高		20,530		21,641		22,440		22,458		21,797	
営業利益		19		209		364		254			
賞与(ヵ月)		12月	6月	12月	6月	12月	6月	12月	6月	12月	6月
社員	ステージ B	1.0	1.2	1.2	2.4	1.3	3.2～	1.3	2.7～	1.7	今回 要求
	ステージ C	1.0	1.2	1.2	1.9	1.3	2.5～	1.3	2.4～	1.7	

### ■賞与支給日・支給対象・基準日・支給方法

社員の支給日・支給対象・基準日・支給方法は以下のとおり要求します。

支給日	2026年6月15日（月）
支給対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2025年10月1日から2026年3月31日まで勤務し、引き続き支給当日在籍している者。</li> <li>●ただし、期間中欠勤・休職・私用の遅刻早退等のあるものは、それぞれ定めた支給方法で支給する。</li> </ul> <p>その際、欠勤・休職等(育児休職・介護休職等※) 私用の遅刻早退は期間中の休日・連続休暇等を除く実質分数とし、それにより出勤分数を算出する。</p> <p>なお、賞与分割については、それぞれの期間の所定労働分数を基礎に算出する。</p> <p>※その他の無給の休暇・休職等も含む</p>
基準日	<ul style="list-style-type: none"> <li>●本給、役割・職務、および資格は、2026年3月31日現在とする。</li> <li>●2024年4月1日にメイト社員から社員に転換した者は4月1日現在とする。</li> <li>●また、2025年10月1日から2026年6月1日までに社員からエルダースタッフに転換した者は、エルダースタッフとしての賞与を支給する。</li> </ul>

## 第2章 2026年6月 賞与要求（案）

支給方法	<p>a) 期間中欠勤のない者 本給×評価別ヵ月</p> <p>b) 期間中欠勤、休職、私用の遅刻早退のある者</p> <p>本給×評価別ヵ月×(所定労働分数-欠勤分数)÷所定労働分数</p> <p>なお、大きな環境の変化があった場合には、別途労使で協議を行います。</p> <p>c) 2026年4月に入社したステージC-tの6月賞与は0.5ヵ月とします。</p> <p>d) 2026年4月1日にメイト社員から社員に転換した者は、4月1日現在で担う職務に応じて以下のとおり支給する。</p>					
	<table border="1"><tr><td>役割①</td><td>2.6ヵ月</td></tr><tr><td>役割②</td><td>2.5ヵ月</td></tr><tr><td>役割③</td><td>2.4ヵ月</td></tr></table>	役割①	2.6ヵ月	役割②	2.5ヵ月	役割③
役割①	2.6ヵ月					
役割②	2.5ヵ月					
役割③	2.4ヵ月					

メイト社員 賞与要求(案)

■賞与要求

・2026年6月支給賞与については、下記の表に基づき支給されることを要求します。

■メイト社員

※単位：ヵ月

評価	S	A	B	C	D
L職(SPM・セールス)	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2
サブ職 (SSPM・サブチーフ)	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1
メンバー(販売・後方・外商)	2.2	2.1	2.0	1.9	1.8

■評価分布

メイト社員の評価分布については以下のとおり要求します。

ポイント表に基づきポイント換算し、全体平均を3.1ポイント以上となるように要求します。

●賞与評価ポイント表

雇用形態	評価分布について	賞与評価ポイント表					
メイト社員	ポイント表に基づきポイント換算し、 全体平均を3.1ポイント以上となるように評価を実施	評価	S	A	B	C	D
		ポイント	5	4	3	2	1

●賞与評価反映ターム

メイト社員	半期評価（上期評価は12月賞与、下期評価は翌6月賞与に反映）
-------	--------------------------------

参考）雇用形態別における過去からの賞与支給ヵ月の推移

業績推移(百万円)	2021年度		2022年度		2023年度		2024年度		2025年度	
	12月	6月	12月	6月	12月	6月	12月	6月	12月	6月
売上高	20,530		21,641		22,440		22,458		21,797	
営業利益	19		209		364		254			
賞与(ヵ月)	12月	6月	12月	6月	12月	6月	12月	6月	12月	6月
メイト社員	1.0	1.2	1.1	1.6	1.2	2.3~	1.2	2.0~	1.5	今回要求

## 第2章 2026年6月 賞与要求（案）

### ■ 賞与支給日・支給対象・基準日・支給方法

メイト社員の支給日・支給対象・基準日・支給方法は以下のとおり要求します。

支給日	2026年6月15日（月）
支給対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2025年10月1日から2026年3月31日まで勤務し、引き続き支給当日在籍している者。</li> <li>●ただし、期間中欠勤・休職、私用の遅刻早退等のあるものは、それぞれ定めた支給方法で支給する。 その際、欠勤・休職等（育児休職・介護休職等）私用の遅刻早退は期間中の休日・連続休暇等を除く実質分数とし、それにより出勤分数を算出する。 なお、賞与分割については、それぞれの期間の所定労働分数を基礎に算出する。 ※その他の無給の休暇・休職等も含む</li> </ul>
基準日	<ul style="list-style-type: none"> <li>●本給、職務、および資格は、2026年3月31日現在とする。</li> <li>●ただし、2026年4月1日にフェロー社員からメイト社員に転換した者は、4月1日現在とする。</li> <li>●また、2025年10月1日から2026年6月1日までにメイト社員からエルダースタッフに転換した者は、エルダースタッフとしての賞与を支給する。</li> </ul>
支給方法	<p>a) 期間中欠勤のない者    本給×評価別ヵ月</p> <p>b) 期間中欠勤、休職、私用の遅刻早退のある者  <math display="block">\text{本給} \times \text{評価別ヵ月} \times (\text{所定労働分数} - \text{欠勤分数}) \div \text{所定労働分数}</math>         なお、大きな環境の変化があった場合には、別途労使で協議を行います。</p> <p>c) 2026年4月に入社したメイト社員およびフェロー社員からメイト社員に転換した者の6月賞与は0.5ヵ月とします。</p>

月給制エルダースタッフ 賞与要求(案)

■賞与要求・賞与加算要求

2026年6月支給賞与については、下記の表に基づき支給されることを要求します。

■基本賞与(単位:ヵ月)

評価	—
支給ヵ月	1.2

※参考・・・2025年6月支給賞与水準:1.2ヵ月

■賞与加算(単位:ヵ月)

評価	—
支給ヵ月	0.4

※部長推薦と経営会議を経て賞与加算対象者を決定します。結果については労使で確認を行います。

但し、期中に大きな環境変化があった場合、別途労使協議を行います。

■賞与支給日・支給対象・基準日・支給方法

月給制エルダースタッフの支給日・支給対象・基準日・支給方法は以下のとおり要求します。

支給日	2026年6月15日(月)
支給対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2025年10月1日から2026年3月31日まで勤務し、引き続き支給当日在籍している者。</li> <li>●ただし、期間中欠勤・休職、私用の遅刻早退のあるものは、それぞれ定めた支給方法で支給する。</li> </ul> <p>その際、欠勤・休職等(育児休職・介護休職等) 私用の遅刻早退は期間中の休日・連続休暇等を除く実質分数とし、それにより出勤分数を算出する。</p> <p>なお、賞与分割については、それぞれの期間の所定労働分数を基礎に算出する。</p> <p>※その他の無給の休暇・休職等も含む</p>
基準日	●本給および資格は、2026年6月1日現在とする。
支給方法	<p>a) 期間中欠勤のない者 本給×基本支給ヵ月</p> <p>b) 期間中欠勤、休職、私用の遅刻早退のある者</p> <p>本給×評価別ヵ月×(所定労働分数-欠勤分数)÷所定労働分数</p> <p>なお、大きな環境の変化があった場合には、別途労使で協議を行います。</p>

参考) 雇用形態別における過去からの賞与支給ヵ月の推移

業績推移(百万円)	2021年度		2022年度		2023年度		2024年度		2025年度	
売上高	20,530		21,641		22,440		22,458		21,797	
営業利益	19		209		364		254			
賞与(ヵ月)	12月	6月	12月	6月	12月	6月	12月	6月	12月	6月
月給制エルダースタッフ	0.8	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.0	1.2	1.2	今回要求

# 第3章 人事賃金制度の改定

### 第3章 人事賃金制度の改定

No.	雇用区分	具体的な事項	議案書の位置づけ	適用時期	運用開始
1	月給制社員	✓賞与要求における業績評価指標の設定	審議決定事項	26年5月	26年度～

#### I. 賞与交渉における業績評価指標の位置づけ

・高松三越支部は、2019年度から2020年度にかけての想定を超える業績低迷により、雇用の確保・企業の存続を最重要かつ最優先の喫緊課題として捉え、2020年度から賞与交渉タームを「年間」から「半期ごと」とし、「①都度交渉方式※1への変更②賞与水準の引き下げ③業績連動賞与算出式の凍結」といった厳しい判断をおこないました。その後、複数年に亘って、①最下限水準の引上げ②業績向上に応じた業績加算の交渉を都度おこなってきた経緯があります。

・要求水準については、過去からの賞与支給実績や直近の業績推移を踏まえつつ、その時々における各雇用区分・資格における期待役割や職務による責任権限の大きさなどを鑑みて、都度議論・検証をおこなっています。一方で、ベースとなる支給表※2などを用いた仕組みとしての要求はおこなっていないことから、メンバーからは次年度の賞与支給がどうなるのか不安であり、将来的なライフプランが立てづらいといったお声もいただいていた。

・そのような現状を踏まえ、「2025年度 春の交渉にむけた労働組合の考え方」で掲げている“持続可能かつ安定的な生活水準の確保”の実現に向けて、**2025年度賞与からはベースとなる支給表を新設し、毎年度期初に設定した業績評価指標に基づいて、支給表の変更有無を確認のうえ労使協議会にて要求をおこなう「半期要求方式」へと賞与交渉方式を変更**するに至りました。

※1. 都度要求：ベースとなる賞与支給表を用いず、直近の業績に応じて賞与支給カ月を協議し、労使協議会にて要求をおこなう形式。

※2. ベースとなる支給表…議案書11頁を参照

#### II. 2026年度に用いる業績評価指標の設定

1の営業利益額をベースに、2の定性的な要素も含めた複数の観点から総合的に判断して、基準となる支給表の改定是非を判断のうえ支給カ月数を交渉します。

##### <業績評価指標（案）>

1	営業利益の状況	営業利益の実額、前年比・予算比
2	中期経営計画の進捗等の定性面	収支面・営業面における各種 KPI 実績（前年比・目標比）など

※上記、対象となる期間は2026年度および中期経営計画に基づく年度とします。

わたしたちの幸せを創造し続けること



三越伊勢丹グループ労働組合  
高松三越支部

2026年6月賞与要求（案）限定メン  
バースVOICE ご意見・ご要望フォーム

