


自社商品購買運動 セブン&アイ BUYキャンペーン2023

イトヨーカ堂に勤める組合員とその家族が、「自社で買い物や食事をする企業風土にしていくこと」また、「お客様の立場で買い物や食事することで、「お客様に喜ばれ、信頼される店作りにつなげていくこと」を目的に開催しており、現時点で2,000件を超えるご応募をいただいております。企業業績が厳しい今だからこそ、「涸れた井戸から水は汲めない」という過去から変わらない基本的な考え方をもとに、生産性向上運動に取り組んでいきます。



琴似支部 ライフスタイル支部

2023年度 冬のIVY募金

私たちの働くイトヨーカ堂は、様々な地域社会の中で商売をしています。イトヨーカドー労働組合では、社会貢献活動の一環として、地域社会に対して感謝の気持ちを表すため、一時金支給時に募金活動を行っています。集まった募金は、支部ごとの募金総額の50%を「地域施設」、30%を「ドリーミンファンド社会福祉基金」、20%を「国際・社会福祉貢献活動」に分けて寄贈・活用しています。みなさんのIVY募金活動へのご協力に感謝申し上げ、今後も引き続きのご理解とご参加をよろしくお願いいたします。

募金総額
1,997,819円
2023年1月20日現在

未来思考の対話を通じて、より良い未来を創っていこう

あす

SANKA!

さんか





VOL. 545
令和5年2月5日発行

ケント千葉そごう 分会解散式

2022年12月2日(金)、ケント千葉そごう分会がショップ閉店に伴い、解散式を行いました。

ケント千葉そごうは、「高感度・高品質」をテーマにした、「大人の男性のトラッドスタイル」をコンセプトに2014年9月5日に千葉そごう店内にショップとして出店しました。労働組合としては、ライフスタイル支部の分会という位置づけで山本分会長を中心に4名の組合員に活動していただきました。解散日となる営業最終日には、山本分会長から挨拶と組合員への記念品のお渡しを実施しました。

8年間の営業
大変お疲れ様
でした!



臨時中央大会告示

組合員各位

イトヨーカドー労働組合
中央執行委員長 渡邊 健志

下記の通り2023年度臨時中央大会を告示します。

記

- 日時:2023年2月22日(水)
- 場所:ベルサール飯田橋ファースト
- 議案:第一号議案「2023春季労働条件交渉要求について」
第二号議案「第20回統一地方選挙必勝行動決議」

他
以上

あす より良い未来のために 今こそ働く環境を見直そう! ～2023春季労働条件交渉に向けて～



INDEX

- 02 中央執行委員長あいさつ
- 04 2023春季労働条件交渉に向けて「基礎知識」
- 05 2023春季労働条件交渉に向けて「賃金制度」
- 06 2023春季労働条件交渉に向けて「社会情勢」
- 08 2023春季労働条件交渉に向けて「政府・経団連・連合・U・Aゼンセンの基本的な考え方」
- 09 2023春季労働条件交渉に向けて「イトヨーカドー労働組合の要求の考え方と今後のスケジュールについて」
- 10 2023年度第2回販売事業部労使懇談会
- 12 BUYキャンペーン2023・冬のIVY募金・ケント千葉そごう分会解散式・臨時中央大会告示

ISMとはIS主義であり全ては商売の原点です。
I=挨拶(あいさつ)「挨拶」は、相手に心をひらくこと。「挨拶」は相手に近づくこと=礼儀
S=躰(しつけ)自分の身を美しく見せるという意味。自身を愛すること=自信
M=身嗜み(みだしなみ)容姿・服装・言葉遣い・態度を正すこと=心掛

アイワイ ISM

健全な危機感、組織と個々の革新による 企業価値向上をめざして

イトーヨーカドー労働組合 中央執行委員長 渡邊 健志



不確実性の時代にどう臨むべきか ～荒天に備えよ～

新たな年を迎えましたが、私たちを取り巻く環境は、依然厳しきの中にあると言わざるを得ません。新型コロナウイルス感染症との共生社会も4年目に突入する中、世の中の社会的な問題を大きく3つの視点で捉えると、一つ目は「安全保障問題」、二つ目は「経済問題」、そして三つ目は「地球環境問題」です。このいずれもが、直接的且つ間接的に、私たちの生活や仕事に様々な形で影響を与えることとなり、2023年も先行きの見通しが見えない不確実性の時代が続くと見込まれ社会不安を高めています。

エネルギー価格の上昇や日米金利差拡大の影響を受け円安によって物価上昇の勢いが高まっており、消費マインドや実質購買力の低下により個人支出は抑制されています。また、世界的な物価上昇を背景に米国をはじめとした各国で金融引き締め政策が進められており、金利上昇が世界経済の回復を鈍らせ輸出の減少が懸念されています。この景気の下振れリスクが顕在化すれば、今後の景気回復が大幅に遅れる可能性があります。そしてその事は私たちの生活や仕事に大きな影響を与えることとなります。労働需要のタイト化や人手不足を背景に供給制約が発生するなど、起る環境変化に都度対応していくスピードが求められます。

一方、そのような環境下に置かれながらも、社会・経済は一時期の混乱を何とか抑えつつあり、少しずつではあるもののプラスと件も散見されるようになりました。身近な事で言えば全国旅行支援の効果などにより対面型(リアル)サービスを中心に個人消費は緩やかに増加し、行動制限を課さずに感染症対策も進展させながら経済への一定以上の影響を抑えることにつながっています。この局面に置かれている私たちにとって大切なことは、健全な危機感を持って常に準備をしておくことに尽きます。環境変化の中で起こるモノの価値や考え方を正しく捉えた上で、固定観念に捉われることなく柔軟な発想と広い視野での対応が求められます。まさに「思い込みを捨て、思い付きを拾う」といった建設的、前向きな対話と協議が必要だと考えています。

2023春季労働条件交渉

～生活向上を実感できる実質賃金の上昇をめざす～

2023春季労働条件交渉を取り巻く環境は、ここ経年では類を見ない状況下に置かれており、今交渉の基本的な考え方について改めて理解を深めておく必要があります。賃上げの要求根拠となる消費者物価指数は、2022年度3%前後上昇し、実質賃金は大きく減少すると見込んでいます。これは消費税増税の影響を除けば40年ぶりの上昇率です。また2000年以降、時間あたりの実質労働生産性の伸びは年平均1%弱であり、実質賃金の伸びがそれに追いつかず労働分配率も低下の一途を辿っています。個人消費を支え経済の安定的な成長を実現し、組合員の生活向上を図るためには生産性の向上を前提とした、

実質賃金の引き上げが必要だと考えています。加えて、幅広い業種、職種ではコロナ禍前と同じ人手不足・人材不足の状況に戻りつつあります。賃金を積極的に引き上げ、人材を確保し人への投資を実践していかなければ企業の持続的成長は成し得ません。人への投資、人材不足・人手不足への対応は喫緊の課題であり急務と言えます。上部団体のUAゼンセンは賃上げの社会的必要性を発信し、世論喚起を行いつつ制度昇給などの賃金体系維持分2%に加えて4%程度、合計6%程度の賃金引き上げをめざすとしています。並行して取引の適正化、価格転嫁対策、税制支援、助成金の拡充などについても政策要請をしていく姿勢です。

過去から、イトーヨーカドー労働組合は、その時々々の環境変化を正しく認識した上で、経年の交渉内容を踏まえ中長期的に交渉する継続的な視点を持って取り組んできました。如何なる時代に於いても組織としての社会的責任と役割を果たすべく上部団体と連携した統一闘争に参画し、産業・業種間の格差は正・公正な労働基準の確立を求めてきました。現在のグループ経営を取り巻く環境は著しい変化に見舞われており、人的資本経営の必要性が叫ばれ定量的な指標と情報開示の要請が強まっています。今交渉においては、「人への投資」として労働条件項目を捉え、生産性向上に取り組む必要があります。厳しい環境下にあるからこそ「本質的な組織の持続的成長に欠かせないものは何か」を労使の協議軸に置いて臨んでいきたいと思っています。

人的資本経営を行える企業へ

～人の成長と可能性の時代～

人的資本経営とは従業員が経験の中で培うスキルや知識を「資本」とみなし、投資の対象として持続的な企業価値の向上に繋げていくための今までにない経営の在り方とされています。過去、人材は資源・コストとして捉えられてきました。大量消費時代を背景に人的コストを投入した分だけ生産性が高まる中で年功序列や終身雇用といった慣行で量的人員の囲い込みが当たり前のようになっていました。今なぜ人的資本経営が求められるのか、その背景にはESG投資などの考え方や働き方が多様化していることが挙げられます。

2022年8月、内閣官房より「人的資本可視化指針」が発表されました。これは企業の人的資本の状況を見える化し誰が見ても分かり易い状況にしておくことです。先行する米国や欧州に追従する形で国内では2020年9月から議論が始まり、2021年の改訂版コーポレート・ガバナンスコードに「人的資本に関する開示・提示」が盛り込まれました。また金融庁が2023年にも、有価証券報告書への記載を義務付ける動向があることなどからも、企業の迅速且つ継続的な対応が必要とされています。現代社会における企業の持続的な成長には経営戦略と連動する人材戦略づくりが重要であるとされ、企業経営は実効性と実現性の高い戦略を打ち出すことが、一層ステークホルダーに求められる環境となりました。このことは、より高いマネジメントが求められる時代に於いて、これまで以上に「あらゆる階層での労使の対話と協議の充実」を図らなければならないということを示していると言えます。

今こそ、労使による生産性運動を ～生産性三原則の現代的意義～

これまででも、生産性三原則の意義と考え方について度々お伝えしてきました。生産性運動とは経済発展のためには生産性向上に関する労使の理解と協力が必要であり、その実現こそが企業と個人の経済的・社会的地位向上をもたらす、という考え方です。過去、日本の高度経済成長期に於いて政府・経営者・労働者の三者による生産性向上の推進運動を通じて、戦後の荒廃した経済の再建をめざし欧州の取り組みをモデルとしたものです。「雇用の維持拡大」「労使の協議と協力」「公正な配分」という3つの原則を柱に、1955年の運動スタートから50年間で国内経済規模を60倍まで押し上げたと言われています。成熟した国内経済や時代環境が変化してもこの三原則の考え方が変わることはありません。経営手法や資本・資産の活用・運用が変化中、改めて労使が三原則の基本的考え方と理解のもと、新たな時代に向けた取り組みを推進し、未来に継承していかなければならないと考えています。

この生産性運動の軸は、企業と個人を対立的に捉えるのではなく、労働組合と企業の集団的関係の中、労使で定める必要な事項について事前協議を行い、相互で正しい認識のもと合意形成を図ることであり、今日に至るまで、雇用や契約、働き方や成果配分のルールを定めてきました。近年、グローバルに進んでいるデジタル・AI化、気候変動による自然災害、SDGsといった新たな価値、現代的資本主義へのシフトによる経営環境の変化など、これら一つひとつが働き方に与える影響はたいへん大きなものであり、前例のない対応も多く発生しています。雇用形態や労働価値の多様化が進み個別の労働競争も増加傾向にあります。改めて健全な労使関係づくりの原点と言える三原則の重要性に立ち返り、政府・経営者・労働者からなる政労使での社会的対話を推進していくことが重要であり、企業内労使に於いても、その必要性や重要性について理解を深めていかなければならないと考えています。

セブン&アイ・ホールディングスの グループ戦略と描く未来

先般、発表されたグループの2022年度第2四半期決算は、営業利益が前年比NR%増のNSCN億円と発表されました。上期の業績は収益・利益ともに前年・計画を大きく上回る結果となり目下、大変厳しいエネルギーコストの上昇分を吸収する形となっています。国内外のコンビニ事業の好調が要因となり、通期業績予想についても上方修正がなされました。セブン&アイ・ホールディングスは新たな時代へと向かっています。多くのステークホルダーとの共感経営を前提にグループの持続的な成長と中長期的な企業価値の向上をめざすとし、Speedway社の株式取得を機に「世界トップクラスのグローバル流通グループへの飛躍」が掲げられました。実現のためのアクションとして「①事業ポートフォ

リオの見直しと最適運営に向けたアクションの加速」「②キャピタル・リアロケーションの策定」「③ガバナンス体制のトランスフォーメーション」という3つの施策を公表しています。

グループの持続的成長のために今後もこの方針に沿ったグループの経営判断が下されていきます。重要なことは各事業会社が、社会やマーケット、グループにおける自らのパーパス(存在意義)を掲げることであり労使の意識を一致させた中で生産性を高め続けていくことです。グループと事業会社、所属する企業と働く私たち、この相互のエンゲージを高めようとするとき、不可欠なことはそれぞれが何をめざしているのかということを確認しておくことであり、それをお互いが理解し続けるということです。「世界トップクラスのグローバル流通グループへの飛躍」をめざすグループの描く未来に私たちは何をめざし、エンゲージするのか、常に自らの立ち位置を確認し続けることがそのことの実現に繋がるのだと思います。

健全な危機感、組織と個々の革新による 企業価値向上をめざして

労働組合がめざすのは「組合員の幸せ追求」にあり、現在そのことをめざした中長期ビジョンを掲げ活動に取り組んでいます。私たちは「雇用してもらおう」という意識から、自分の豊かな人生設計を描く中でどのように組織・環境で働くべきか、どのようなキャリア(経験)をめざすのかということをもっと意識する必要があります。これからは、企業と個人が選び・選ばれる関係、組織と個人が切磋琢磨する関係になっていくことで成長していく時代です。人の力と可能性が問われる時代に於いては、「与えられ引き上がる力」から「自ら考え湧き出る力」に変えていかなければなりません。

私たちは今置かれているイトーヨーカ堂の経営環境を正しく認識した上で、健全な危機感を持って変化に対応できる組織づくりに取り組んでいかなければなりません。健全な危機感とは、今のままではまずい。何とかしなければというように「自分事として改革に取り組める問題意識」を指します。一方、健全な危機感が無い状態とは、会社が何とかしてくれるだろう。今まで通り、うちの会社は大丈夫だろうといった「ぶら下がり志向」のことです。この健全な危機感のもと継続性のある労使の対話・協議に取り組んでいく過程で相互理解や納得感・充実感が生まれ、企業や働く環境へのエンゲージが高まり組織の好循環に繋がっていくのだと思います。そしてその積み上げが企業の社会的価値を万全のものとしていくのです。

2023年は社内外ともに過去、経験したことのない激動の年になることが想定されます。如何なる時代環境においても、私たちの活動の原点は「現場」であり「働く組合員の声」です。常にその基本に立ち返りながら、皆さんと共にこの激動の時代を乗り越えていきたいと思っています。本年も引き続き、労働組合の諸活動へのご理解とご協力、参加・参画を宜しくお願いいたします。

2023

春季労働条件交渉に向けて

基礎知識

春季労働条件交渉とは？

労働者の生活向上に向けた労働組合と会社の交渉

春季労働条件交渉とは、毎年春に労働組合が行う賃金の引き上げや労働時間の短縮など、「労働条件の改善について交渉する労働運動」のことです。春季労働条件闘争とも呼ばれ、「春闘」と略されることもあります。マスコミ等での報道では、月例給など「賃金」についての交渉を行っているように感じる人が多いですが、その他にも一時金や退職金、労働時間等について、また組合員の声を基にした職場環境や福利厚生、人事処遇制度など、働くうえで必要な労働条件全体の向上に向けて交渉を行います。

企業別労働組合が主流である日本においては、個々の企業ごとの労働組合の交渉力に格差があります。そこで、労働者が団結し、各企業の労働組合が毎年同じ時期に歩調を合わせて団結することで、交渉力を高めています。

賃金について

賃金は私たち労働者にとって毎日の仕事の活力を養ったり、日々の生活を楽しむための生活費です。そのため、将来の結婚、持家の購入、お子さまの教育費といったライフスタイルの変化にも応じた生活費であってほしいと考えます。しかし、会社にとっては日々の生産活動、営業により得た利益の配分であり、人件費というコストとして考えています。

私たちは毎日の生活を送るために高い賃金を望みますが、会社は生産性に見合った賃金を払うべきと考え、私たちの望む賃金は支払われないでしょう。それを調整するのが社会相場、労働力の需給価格です。これらの賃金を決める要素を整理すると、以下のようになります。

賃金を決める3つの要素

生計費

私たちが生活するための生活費です。ライフサイクルに応じた「世帯生計費」を示しています。

需給価格

労働力という商品の相場です。労働力が過剰であれば賃金は上昇しづらく、労働力が足りなければ賃金は上昇しやすくなります。

生産性

私たちが働いて得た利益の配分所得です。賃金は企業業績で左右されるため、能力を発揮し、生産性向上に貢献した人への配分が高くなります。

UAゼンセン統一闘争の考え方

社会的あるいは産業・業種の公正労働基準の確立

春季労働条件交渉を行う際に、私たちの上部団体である「UAゼンセン」の要求方針に則り、統一した要求・交渉・行動・妥結を前提に交渉を進めていきます。なぜ統一闘争が必要なのかというと、例えば賃金の引き上げや休日を増やして欲しいと会社と交渉する際に、一つの労働組合が単独で声を挙げて交渉しても、会社は「競合他社はまだやっていない」「うちの労働組合だけが求めている内容なのではないか」という考えを持ってしまうこともあります。そこで交渉方針を統一し、流通業の労働組合の多くが同様の課題認識、要求を掲げて交渉を行っていけば、より交渉力が高まり、中小企業は大企業の水準をベースに賃金交渉できるというメリットもあります。

また、UAゼンセン運動の基本的な考え方の中に「公正労働基準の確立」という言葉があり、直近の事例では「元日休業」があります。イトーヨーカ堂では2023年の元日に50店舗で元日店休を実施しましたが、これをイトーヨーカ堂全店での実施を要求しても会社側からすれば「競合に売上が取られてしまう」等の心配があるので中々休業に踏み切るのは難しいと思います。そこで産業全体で統一して要求し、実現していくことで流通業界で働くすべての組合員が同一の基準で「元日休業」の恩恵を受けられる環境が整っていきます。これが公正労働基準の確立です。



UAゼンセン統一闘争

- 産業・業種の労働組合の組織力を背景に、公正労働基準の確立を求める闘争
- 統一要求、統一交渉、統一行動、統一妥結による組み立て

2023

春季労働条件交渉に向けて



賃金制度

賃金の構成

賃金は大きく分けて3つのタイミングで上がります。

定期昇給

個人の仕事・能力・勤続年数・年齢などの個人個人の成長を受け止めるもの

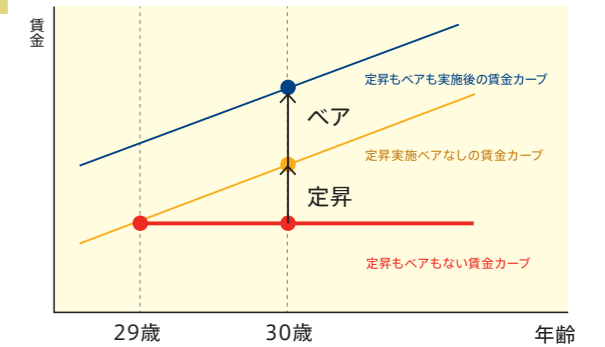
昇格昇給

上位職能給(例:担当職からリーダー職へ、1級から2級へ)の昇格に対する賃金額

ベースアップ

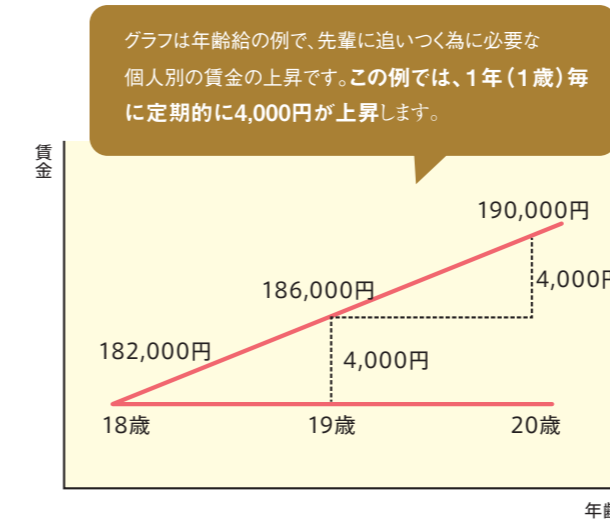
全員を対象とし、賃金の決定要素を基に労使の交渉で決定するもので、賃金表そのものを書き換えること

定昇実施・ベア実施後の賃金カーブ(例)



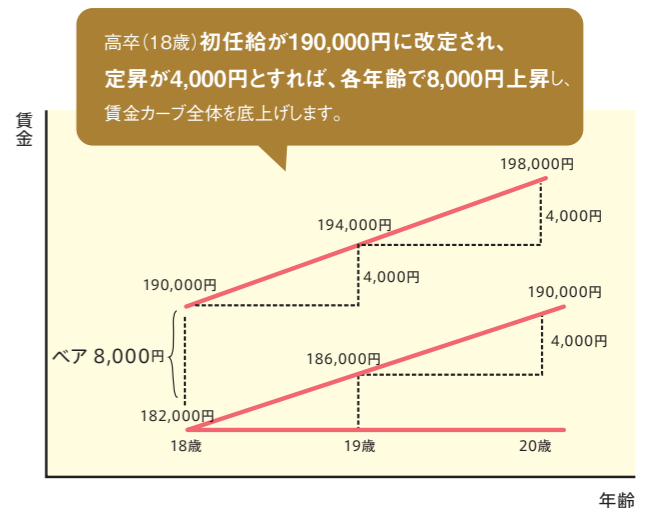
定期昇給(定昇)

- ①年齢給…年齢の高まりによる生計費の上昇に対応する部分
- ②職務職能給…経験、習熟による職務遂行能力に対応する部分



ベースアップ(ベア)

全員を対象として、賃金の決定要素を基に労使の交渉で決定するもので、賃金表そのものを書き換えることです。定昇とは性格が異なり、明確に区分されているものです。



賃金・人事制度の基本的な考え方

■仕事・成果・業績との高位均衡

低い賃金は人材の流出につながりやすくなります。賃金には長期的な成果・業績の実現を促す投資の側面があります。

■格差についての納得性

賃金の個人別格差は、公正な基準で設定されるべきです。格差についての納得性は労使の合意を必要とします。

■格差の諸要件と決定基準

賃金には「人」に対して支払う考え方(年功・職能給)と、「仕事」に対して支払う考え方(職務給)があります。いずれかの考え方をとるにしても、基準を明確にし、透明性と信頼性の高い制度運用を行う必要があります。



物価の動き～消費者物価指数(CPI)～

消費者物価は2022年9月で3.0%まで上昇、2022年度は平均2.5%台になる見込みとなっています。

消費者物価指数とは？

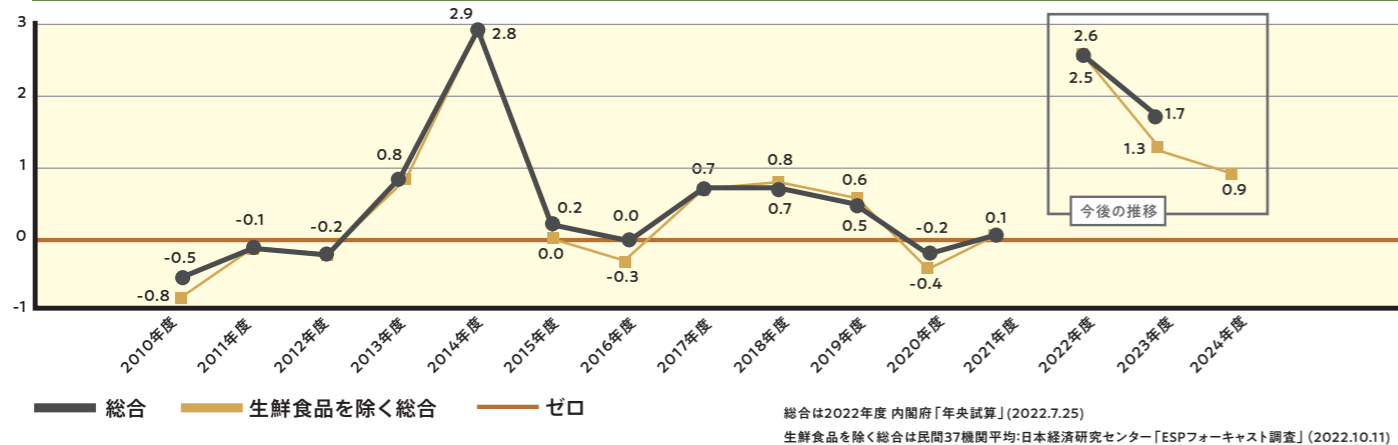
消費者が購入するモノやサービスなどの物価の動きを表した統計指標です。通常、物価は国民のお金回りが良くなり、モノを買う人が多くなれば上昇率は高まります。逆にお金回りが悪くなり、モノを買う人が少なくなると、上昇率は下降する傾向にあります。しかし、ここ直近の物価上昇は、燃料・資源コストの高騰や輸入コストの増加など外的要因によるものが大きく、支払われる賃金が変わらない中で物価上昇が続くことは、生活者である私たちにとって厳しい経済状況であるといえます。



物価の今後の動き～消費者物価指数(CPI)～

2023年度に入っても消費者物価指数は1%以上の上昇見込みとなっています。

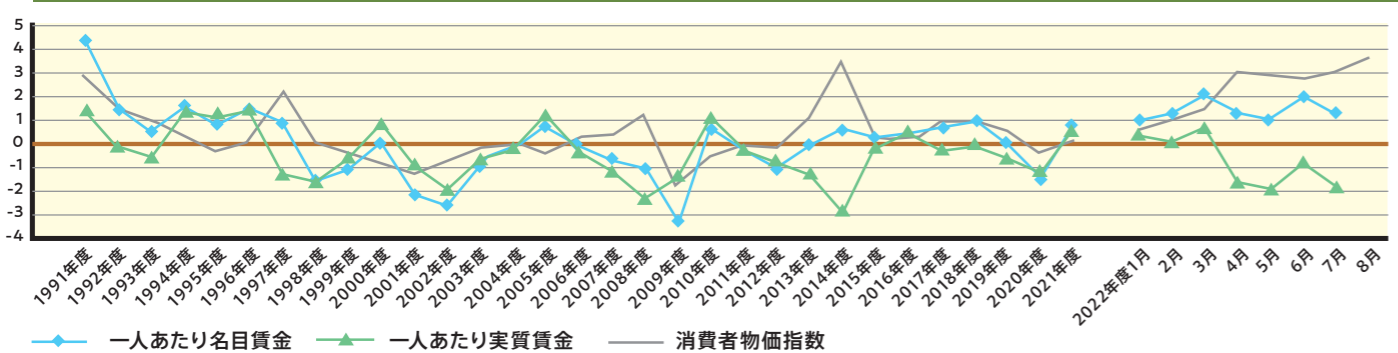
消費者物価指数推移 (年度・対前年同月比・%)



勤労者家計の推移

消費者物価の上昇により、フルタイム・パートタイム共に実質賃金のマイナス傾向が強まっています。

実質賃金推移 (前年比・前年同月比・%)



資料出所:毎月勤労統計調査・消費者物価指数

実質賃金は名目賃金を消費者物価指数(帰属家賃を除く総合)で除している。時間あたり賃金は一人あたり賃金を総実労働時間指数で除している。

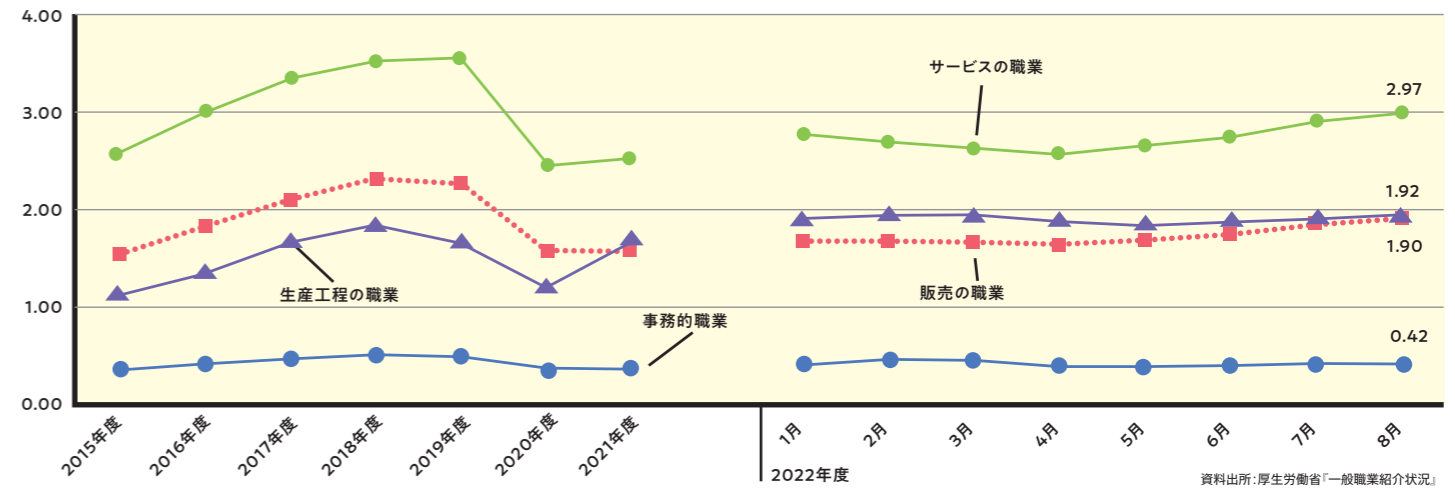
雇用の動き

労働力の需給価格からの検討では、失業者数が増え、失業率が高くなると社会全体の賃金が上がりにくくなります。反対に失業者数が減ると、賃金は上がりやすくなります。このような理由から、失業率、失業者数、有効求人倍率、企業の倒産件数などが交渉時の議論の内容になります。また、同じ環境で働く仲間との賃金比較も「労働力の価格」として賃金を論じる要素になります。

職業別求人倍率の推移

私たちの働く流通業(販売)の人材不足感も上昇のさなかにあります。

職業別有効求人倍率推移 (単位:倍)



資料出所:厚生労働省「一般職業紹介状況」

労働時間の社会水準

総実労働時間はUAゼンセン全体としては2010時間となり前年度より1時間増えています。流通部門においては社会平均、UAゼンセン平均共にまだ乖離があります。

	総実労働時間/年		所定労働時間/年		所定休日/年		所定外労働時間/年		年休取得率		年休取得日数	
	UAZ	政府調査	UAZ	政府調査	UAZ	政府調査	UAZ	政府調査	UAZ	政府調査	UAZ	政府調査
製造産業部門	1919	1962	1885	1782	117.3	112.9	173.0	180.0	74.2	61.6	14.1	11.4
総合サービス部門	2037	1909	1955	1750	112.7	111.3	168.3	159.6	66.3	58.5	11.5	9.7
流通部門	2017	1950	1940	1820	112.6	106.9	151.4	129.6	51.1	48.6	9.2	8.7
UAZ計	2010	1945	1936	1787	114.0	110.5	153.8	158.4	54.1	56.6	9.8	10.1

資料出所:UAゼンセン2023政策フォーラム資料

法改正への対応

法改正や政府方針等の内容を踏まえ、働きやすい環境につながる取り組みや制度改定については、積極的に対応していく必要があります。

(1) 企業内容等の開示に関する内閣府令(2023年4月1日施行)

「人的資本(個人が持つ知識や技能、能力、資質など付加価値の源泉となりえるもの)」に関する情報の開示義務化
 ※2023年3月期決算以降の有価証券報告書への記載が必要(1Yは2024年2月期より記載)

(2) 育児・介護休業法の改正(2023年4月1日施行)

育児休業取得状況の公表の義務化

政府《岸田首相》

1月4日に行った年頭記者会見の中で、今年の春闘で「インフレ率を超える賃上げの実現をお願いしたい」と訴えた。「企業収益が伸びても賃金が上がらなかった問題に終止符を打ち、賃金が毎年伸びる構造をつくる」と語った。

「この30年間、企業収益が伸びても期待されたほどに賃金は伸びず、想定されたトリクルダウンは起きなかった」と話し、最低賃金の引き上げに加え、公的機関でインフレ率を上回る賃上げをめざすと表明した。

さらに「リスクリング(学び直し)の支援や職務給の確立、成長分野への雇用の移動を三位一体で進め構造的な賃上げを実現する」と強調した。

経団連《十倉経団連会長》

1月5日に経済3団体(経団連、日本・東京商工会議所、経済同友会)が行った新年祝賀会では春季労使交渉に向け、多くの経営者が基本給を底上げするベアを含む賃上げに強い意欲を示した。賃金が伸び悩む状況を変え、消費を喚起できるかが試される。物価変動を踏まえた実質賃金は10月まで7カ月連続で減少しており、消費が落ち込めば新型コロナウイルス禍からの景気回復に水を差すことになる。

焦点は物価の上昇に追いつき、上回る水準の引き上げが実現できるかどうかだ。経団連の十倉雅和会長は足元の物価高について持続的な賃金上昇につながる好機だと強調し、会員企業に「ベアを中心に物価高に負けない賃上げをしてほしい」と呼び掛けた。

連合《芳野連合会長》

労働組合の中央組織である連合は、12月1日に中央委員会を開き、2023年春季労使交渉の闘争方針として基本給を底上げするベースアップで3%程度、定期昇給を合わせた賃上げ要求を5%程度に設定することを決定した。他国に比べた賃金上昇の鈍さや足元の物価高を踏まえ、28年ぶり高水準の賃上げを求める。芳野会長は挨拶で、日本がデフレから脱却してインフレに対応していくためには「とにかく賃上げが必要」との考えを示した。賃上げが進まない構造要因として「デフレマインドが払拭できず、適正な価格転嫁がスムーズに進んでいないこと」を挙げ、中小企業でも「賃上げが実現できる環境を整えるべきだ」と訴えた。

UAゼンセン《松浦UAゼンセン会長》

正社員とパートなどを合わせた全体の賃上げ目標について「ベースアップ(ベア)で4%、定期昇給も含めて6%程度」を目指す方針を固めた。団体を結成した2012年以降過去最高の水準となり、足元の物価高を考慮した。近年、ベアは2%前後を数値目標としてきたが、足元の物価高で実質賃金が目減りしており要求を引き上げる。

5%程度とする連合の要求に加えて産業の種類や規模による格差是正や人材不足への対応として、1%程度の上積み要求を目指す。UAゼンセンの加盟組合には小売業やサービス業など賃金水準が低い産業が多く、格差是正のため連合より少し高い方針を示す考えだ。

UAゼンセン方針

(1)すべての組合員が生活向上を実感できる実質賃金の引き上げをめざす

- ・2022年度、消費者物価は2.5%程度上昇し、実質賃金は大きく減少する見込みである。この現実を重く受けとめ、組合員の暮らしを守るため、産業、職種、雇用形態に関わらず、すべての組合員の実質賃金が安定的に向上する賃上げに取り組む。
- ・2000年以降、時間当たりの実質労働生産性の伸びは年平均1%弱であるが、実質賃金の伸びがそれに追いつかず、労働分配率は低下している。個人消費を支え経済の安定的な成長を実現し、組合員の生活の向上を図るため、生産性の向上を踏まえた実質賃金の引き上げに取り組む。
- ・経済が回復する中、幅広い業種、職種で人材不足が顕在化している。2022年の法定最低賃金は3%以上の上昇となった。賃金を積極的に引き上げ、人材を確保し、人への投資をしていかなければ企業の継続的成長はなしえない。
- ・以上の点等を総合的に勘案し、組合員の期待に応え、社会的な賃上げの流れをつくるとともに、人への投資、人材不足への対応、産業間・規模間・雇用形態間格差是正に積極的に取り組むため、制度昇給等の賃金体系維持分に加えて4%程度、合計6%程度の賃金引き上げをめざす。

(2)産業間、規模間、雇用形態間格差是正に積極的に取り組む

- ・賃金実態調査もしくは簡易的な賃金水準比較の方法等によって賃金水準を把握し、格差を明確化し取り組む。
- ・正社員(フルタイム)組合員については賃金水準別に、短時間(パートタイム)組合員については「同一労働同一賃金」の考え方を踏まえ正社員(フルタイム)組合員との格差是正を意識した基準を提示する。なお、有期契約のフルタイム組合員については、各組合において正社員組合員との労働内容、働き方の相違等を踏まえ、要求を行う。

(3)要求の基本的考え方(UAゼンセン流通部門)

- ・物価、生産性向上、格差是正という、これまでの賃金要求の考え方を維持し、実質賃金が向上する賃上げを継続・強化する。
- ・強まる人材不足感の解消につながる、産業として魅力ある賃金水準の実現に向けて取り組む。
- ・組合員の期待に応えるとともに、政労使での賃金引き上げの機運に積極的に応えていく。

イトーヨーカドー労働組合の要求の考え方

【イトーヨーカドー労働組合の過去からの交渉】

過去からIYは、時々の環境変化を捉え「生活実感」としての賃金体系維持分(定期昇給相当分)を踏まえたうえで、「仕事と賃金」のバランスにおいて、賃金改善分をどのように配分していくのかという交渉を行ってきました。

ここ数年は経済不況や各社企業業績の悪化などに伴い社会水準が停滞するのと同様に、IYにおいても2022年の業績推移は、ロシアによるウクライナ侵攻を起因としたエネルギーコストや原料費の上昇などの想定を上回る大幅な経費の増加や荒利率の下降トレンドを受けて、当初の営業利益予算CO億円を10億円へ下方修正するなど、依然として厳しい業績が続いています。

厳しい経営状況の中ではありますが、IY構造改革の取り組みが進む中、経済成長と所得向上を同時に推し進め、格差是正、社会水準へのキャッチアップを目指していきます。そして、賃金・労働時間・福利厚生など、社会的あるいは産業・業種の公正労働基準確立のために共通する重要な改善要求については、必要に応じて取り組み内容や課題を設定し、UAゼンセン統一闘争(総合労働条件闘争)を進めています。

【持続的な賃金引き上げによる経済の発展を目指して】

日本国内を中心にこれまで長く続いてきた物価の停滞が、ウクライナ情勢をはじめとした世界経済の混乱により、上昇の基調を見せています。物価と賃金には強い相関性があり、物価が停滞すれば賃金も停滞するというデフレスパイラルに見舞われてきましたが、直近の物価上昇を受けて賃金も引き上げていくべきという機運が高まっています。

物価上昇がしばらく続く見込みの中、私たちの暮らしを守っていくためには、持続的な実質賃金の引き上げが求められます。2023年春季労働条件交渉を進めるうえでは、これまでの「単年度引き上げ」という考え方から、持続的な物価上昇と人的資本への投資を見据えた「中長期引き上げ」という考え方にシフトし、要求を行っていきます。



第3回中央執行委員会



第2回グループ支部執行委員長会議(東日本)

2023春季労働条件交渉に向けたスケジュール

第3回中央執行委員会

日程:2022年11月16日(水)
会場:AP日本橋
内容:賃金の基礎知識と2023年春季労働条件交渉要求案策定に向けて

第4回中央執行委員会

日程:2022年12月13日(火)
会場:伊藤研修センター
内容:2023年春季労働条件交渉執行部案について

第5回中央執行委員会

日程:2023年1月14日(土)
会場:アートホテル日暮里ラングウッド
内容:2023年春季労働条件交渉執行部案について

第2回グループ支部執行委員長会議

日程:2023年1月25日(水)
会場:Zoomを使用したりリモート開催(寒波到来に伴う対応)
内容:賃金の基礎知識と2022年春季労働条件交渉執行部案について

2023春季労働条件交渉に向けた支部集会

期間:2023年1月26日(木)~30日(月)
会場:各支部にて開催
内容:2023年春季労働条件交渉執行部案を確認し、質問・意見を集約する

第6回中央執行委員会

日程:2023年2月1日(水)
会場:伊藤研修センター
内容:2023年春季労働条件交渉執行部案について

第7回中央執行委員会

日程:2023年2月10日(金)
会場:TKP市ヶ谷カンファレンスセンター
内容:2023年春季労働条件交渉執行部案について

第1回全国支部執行委員長会議

日程:2023年2月10日(金)
会場:TKP市ヶ谷カンファレンスセンター
内容:2023年春季労働条件交渉要求案について

支部コミュニケーション

日程:2023年2月11日(土)~20日(月)
会場:各支部にて開催
内容:2023年春季労働条件交渉要求案についてコミュニケーションを実施

ゾーンミーティング

日程:2023年2月16日(木)~20日(月)
会場:各ゾーン単位で開催
内容:臨時中央大会に向けて2023年春季労働条件交渉要求案の最終確認

臨時中央大会

日程:2023年2月22日(水)
会場:バルサル飯田橋ファースト
内容:2023年春季労働条件交渉要求内容について、他

臨時中央大会にて要求内容を決議し、会社へ団体交渉を申し入れ、要求書を提出し春季労働条件交渉がスタートします。

第2回

販売事業部 労使懇談会開催

労使懇談会出席者

会社
須賀(販売事業部長)、古川(販売事業部GM)、村元(北海道東北Z M)、尾鷲(東武埼京Z M)、牧野(京葉常磐Z M)、長坂(東海京浜Z M)、南(多摩武蔵Z M)、奥村(中京関西Z M)、佐藤(北海道東北A Z M)、川崎(東武埼京A Z M)、山本(京葉常磐A Z M)、片野(東海京浜A Z M)、八代(多摩武蔵A Z M)、足立(中京関西A Z M)、石渡(販売業務部G M)、吉田(人事労務部G M)、桑原(人事労務部M)、川本(人事労務部)、古川(人事労務部)
労働組合
渡邊(中央執行委員長)、佐藤(中央執行副委員長)、宇野(中央執行副委員長)、竹内(中央執行書記長)、鈴木(中央執行書記次長/本部ゾーン議長)、田中(北海道東北ゾーン議長)、野中(東武埼京ゾーン議長)、内藤(京葉常磐ゾーン議長)、丸山(東海京浜ゾーン議長)、関(多摩武蔵ゾーン議長)、坂(中京関西ゾーン議長)

2023年1月16日(月)に四ツ谷本部に於いて「2023年度第2回販売事業部労使懇談会」を開催しました。

今労使懇談会は、2022年11月に開催した「第1回販売事業部労使懇談会」にて労使で確認した内容を振り返り、今年度の年末年始の営業課題、就業実態、組合員の声を労使で共有し、課題解決に向けた確認を実施しました。

2023年度をイトーヨーカ堂の就業改革(働き方改革)元年と位置付け、現場との対話と協議を通じて、労使で考え方の一致をさせ正しい成果を生む取り組みについて労使で進めていくことを確認しました。

渡邊中央執行委員長 労働組合あいさつ

労使懇談会の開催にあたり

本日の販売事業部労使懇談会では、「経年の販売労使で継続して確認している項目(事前労使協議、労務・就業管理、意識・風土改革)」と「年末年始営業での課題をはじめとする直近の現場実態と組合員の声」について確認させていただきたい。現在I Yの置かれている経営環境や、業績が厳しいことは労使共通の認識であり、2022年度の残り少ない期間で営業利益予算10億円を達成しなければならない。また、次年度もより一層厳しい環境が想定される中で、現場力を向上させなければ、結果を残すことはできない。2023年度を迎えるにあたり、現場の実態と声を労使で正しく捉えることで考え方を一致させ、改善にむけたより踏み込んだ継続的な取り組みを販売事業部と確認をしたい。

現場力向上の取り組みについて

現場力向上に向けた「就業(働き方)改革)」について提案をさせていただく。この内容については、3月の春季労働条件交渉の場でも提案をさせていただき、すぐに取り組みをスタートさせたいと考えている。そのためには、1月から2月の期間を活用し、2023年度のスタートダッシュに向けた準備を労使で図ってきたい。I Yが抱える課題の本質の正しい理解と認識を販売労使の中で一致させ、健全な危機感を持って、現場との対話、協議を通じて、自己革新に繋げていきたい。

宇野中央執行副委員長 年末年始組合員の声について (要請事項)

販売労使で継続して確認してきた3つの確認項目、直近の現場実態と組合員の声を踏まえた提案や要請をさせていただきたい。また、2023年度の販売労使での取り組みとして、「就業改革(働き方改革)」についても共通認識をもちながら、進めていきたい。本日の内容を踏まえ、今後開催されるゾーン労使協議会や支部労使協議会で課題の共有や具体的な対策等について協議をお願いしたい。

(1)継続確認している3つの確認項目

事前労使協議について

会社内外を取り巻く環境変化により、これまで以上に販売労使が一体となって現場で起こっている問題を共有し、改題解決に向けた話し合いが会社への信頼につながる一方で、こういった話し合いの場が定期的に行われているにも関わらず、会社側や労働組合に寄せられる相談は後を絶たない状況である。

＜要請事項＞

- ・組合員から挙がっている課題について現場実態に入り込んだ内容をもとに、今回の販売事業部労使懇談会以降、ゾーン労使協議会を開催のうえ、協議させていただきたい。
- ・労使の話し合いの場を成果に繋げる実効的な場としていくためにも、ゾーン・支部労使協議会などで話し合われた対策・対応については、労使で継続的に取り組み内容の確認やその後の検証を行うなどしていきたい。

労務・就業管理について

36協定や不正就業は撲滅していかなければならない。「36協定違反は法令違反である」という認識を管理監督者、従業員(組合員)に引き続き労使で発信していくことが必要である。また、個人の不正就業に対する意識改革や管理監督者が従業員の働き方に対して「興味」を持つことが重要である。

＜要請事項＞

- ・36協定締結にあたり、法令違反に対する対策が立てられていない店舗については、早急に対策を立てるように発信をお願いしたい。
- ・ゾーン労使協議会で確認した取り組み内容をゾーン・店・労使で定期的に確認する機会をいただきたい。

意識・風土改革について

「改善＝工夫」運動は、I Yの意識・風土改革の一環としての労使協働の取り組みである。その目的は「褒める・認める風土」づくりであり、その先にある「持続可能な社会的(地域)価値のある企業・店づくり」である。取り組み開始から4年が経過したなかで、従業員のモチベーションアップや「やめる仕事」の取り組みなどと連動し、継続的に取り組んでいる店舗もある。

＜要請事項＞

- ・お客様にとっての「オンリーワン店舗」をめざした、基本四原則に紐づく取り組みを継続的に行うことが業績や職場環境の改善といった実感できる成果につながるため、各ゾーンの労使協議会では、優先すべきテーマを決めて目標をもって取り組んでいきたい。

(2)直近の現場実態と組合員の声

報告業務について

- ・発信元、受け手により報告に対する想いが異なっており、発信元は「良い売場を褒める、良さの拡大、売場確認」などがあるが、受け手は「同じような内容の報告書をいくつも作成」することがムダだと捉えており、「お客様を基軸においた仕事」ができない要因として不満の声が挙がっている。

＜要請事項＞

- ・本部内で報告内容の一致を図ったうえで、店舗に報告を求めるなどの対応をお願いしたい。

販促媒体について

- ・計画にない販促など、店舗への急な業務指示が、現場の作業負担だけでなく経費のムダにつながっており、こうした一つひとつのムダな作業の積み重ねが現場の不満につながっている。
- ・コンセプトブック通りの売場運営や管理をすると、デジプラ以外にも価格訴求POPや媒体を取り付けなければならない、作業負担につながっている。

＜要請事項＞

- ・計画にない販促が発生しない仕組みづくりをお願いしたい。
- ・価格訴求媒体の取り付け基準の見直しをお願いしたい。

その他

- ・新型コロナウイルス感染症およびインフルエンザへの感染による休業者が多く発生している中、一部店舗では具体的なBCPが策定されていない。また、繁忙期に店舗での休業者が増えた場合、柔軟に本部社員の応援体制が組める仕組みをつくっていただきたい。
- ・新たな店舗組織体制で迎える年末年始において、新任役職者や部門異動者への「売場に即した教育」ができておらず、結果的に店マネジャーが作業に入らざるを得ない状況になっている

＜要請事項＞

- ・店舗の具体的なBCPを立てられる仕組みづくり(統一フォーム)をお願いしたい。
- ・店舗組織体制をフォローするための仕組み(教育、売場に専念できる環境整備)と併せて、評価基準(プロセス評価とのバランスを考えた実務評価)の見直しによる現場力を向上するための仕組みや教育をお願いしたい。

須賀販売事業部長 総括 (回答)

労働組合から要請のあった内容を総括にかえて回答させていただく。

労務・就業管理について

2022年12月に36協定違反が3件、不正就業が4件発生しており、昨年と比較し、減少はしているものの、「ゼロ」になっておらず、大変遺憾に思っている。これは経営陣、管理監督者の不徳の致すところであり、労務・就業管理の取り組みについては「来年に向けて」ではなく、「本日」から労使一丸となって取り組んでいきたい。

「改善＝工夫」運動について

ゾーン別・個店別に取り組み格差があるため、再度従業員の考えや意見が伝わる取り組みを強化していく。

元日店休・営業時間について

元日店休の実施店舗は、2021年度の38店舗から今年度は50店舗にまで拡大した。組合員(従業員)からは、営業時間の見直しと合わせて、好評だった。競合各社は正月三が日を含めた店休等を推進している一方で、お客様の利便性を損なっていると感じている店舗もあるため、検討・協議を進めていく。

今年度の年末年始は、多くの店舗が昨年より営業時間を見直した。今後も「開店時間を繰り下げ」や「閉店時間を繰り上げ」などに踏み込み、営業時間短縮に挑戦できると考えている。従業員の慰労という視点で考えると、元日休業だけでなく、通常営業日に店休日を設けるなどの検討も必要だと考えている。

年末年始繁忙期の販促について

過剰に媒体を取り付けている店舗があるため、効果のある販促方法や媒体の取り付け方法に変更し、改善していく。また、販促そのものの見直しを検討していく。

報告業務について

突発的な報告業務は未だに発生している。今年度は繁忙期の反省を「でん書バトに統一のフォームで投稿」する方法に変更しており、来年度からは店マネジャー、担当チームも同様の形式での運用を検討している。しかし、「検証するための資料作成方法がわからない」という現場の声もあるため、教育も同時並行で進めていく。

販促媒体について

デジプラ以外の価格訴求POPの取り付けは、多いと感じているため削減していきたい。しかし、デジプラだけでは価値訴求ができない商品については取り付ける。媒体が過剰に取り付けられている一番の原因は、店舗で取り付けの判断ができないということだと捉えており、明確な取り付け基準を発信していく。

店舗の具体的なBCPについて

店舗での新型コロナウイルス感染症関連の休業者が増加する中、休業者数の多い店舗への本部応援を想定し実施したが、応援者の効率的な配置ができなかった。今後こういった状況が続くとされているため、効率的な本部の応援体制が取れるよう取り組んでいきたい。

新型コロナウイルス感染症に対するBCPは、販売事業部が作成しており、その内容を基に個店ごとに修正して欲しいと発信している。また、自然災害に対するBCPは既に作成しているため、店舗に存在している。しかし、作成内容が多いため、「いかに作成しやすいものに変更していくか」という課題はある。

新たな店舗組織体制における新任役職者フォローについて

新たな店舗組織体制で迎える初めての年末年始であり、12月に開催したSM会議の中でも「新任役職者へのフォロー」の実施について発信した。しかし、新任役職者に対する基礎教育が間に合っていないという課題が発生している。また、担当者から担当チームや店マネジャーに役職が持ち上がった部門に対し、人員補充が無かった店舗については、厳しい人員状況になっている。全社の社員数が減少している中、全ての店舗・部門に担当者を配置していくことは不可能であることをご理解いただきたい。バックルールの大部屋化を進め、バックルーム人員の売場への再配置を進めていかなければならない。売場に配置をしていくためには、教育は必要不可欠であり、「トレーナーの在り方」の検討や「なかまの先生の取り組み」を進めていきながら、教育についても踏み込んでいく。