

『壁を壊す』

第5回

「組織化のための準備」

中村圭介

東京大学社会科学研究所教授

執行部や組合員を説得し、ようやく非正規労働者の組織化のスタート・ラインにたどりついた。これからが本番だ。だが、組織化に乗り出すために、いろいろ準備しておかなくてはならないことがある。

ターゲット

非正規労働者といってもいろいろである。まずは、どの層をターゲットにするかを決めねばならない。

イオンリテール労働組合は、雇用保険に加入している非正規労働者に絞った。それでも対象は6万人を超える。小田急百貨店では1年の有期契約、週3日以上かつ週20時間未満の700人を対象にする(週20時間以上はすでに組織化していた)。日本ハムは勤続1年以上、週30時間以上、1日6時間以上の非正規労働者1400人にねらいを定めた。

面白いのはサンデーサンの組合である。店長の強い反対で組織化方針

がなかなか決まらなかった。ゴーサインが出た当初は社会保険加入の非正規を対象にすると決めた。だが

それでは300人、全体の1割にも満たない。これまでにいろいろ議論してきたのは、わずか1割のためではない。執行部のみんながそう思った。

結局、全員を対象とすることにしたのである。ただし、勤続7カ月以上という条件で。この条件を満たせば学生アルバイトも対象となる。だからサンデーサンの組合には今でも学生アルバイト組合員がいる。

組織化の手順

組織化は一挙に進めた方がよい。二つの理由がある。企業別組合の結成を調べた実証研究によると、結成時の組織率と調査時点の組織率には

さほど違いがない。つまり、時間をかけても当初の組織率を引き上げるのは難しいのだ。これが一つ。

もう一つは、組織化が順調に進ま

ターゲットを定めて一挙に進めよう

「さあ、組織化を始めよう! そのとき組合の執行部はどのような手順を踏んで、何を準備すればいいのかが。」



なかむら・けいすけ
雇用職業総合研究所研究員、武蔵大学経済学部助教授などを経て、現職。主な著書に「衰退か再生か：労働組合活性化への道」(共編、勁草書房、2005年)、「成果主義の真実」(東洋経済新報社、2006年)など多数。



『またも〜っ!!』作・まるおかななめ

派遣元企業から見れば派遣先企業は大事なお客様。派遣先企業との橋渡し役であるスーパーバイザーは職場環境の改善を図ろうとしても強気に出れない。派遣社員からすれば派遣先で直接苦情を伝えれば、職を失いかねない。これでは、どこに不満を訴えても誰も対応してくれない。不満は募る一方だ。

とする場合には、段階を踏む必要がある。組合は非正規労働者を労働時間の長さや資格で四つのグループに分け、4年間をかけて段階的に組織化を進めることとした。

労働時間が長く、資格も高い非正規を組織化のトップ・バッターに据えた。3600人。それに続く第二陣、第三陣もほぼ同数。最後が最大のグループで3万5000人。

この戦略は極めて成功した。組織化が比較的容易な層から始めることで説得にあたった組合役員は大きな困難にあうことが少なかったし、組織化を進める過程で組織化のノウハウがOJTで身についたからである。

組織化マニュアル

実際に組織化の最前線に立つのは職場の組合役員であることが多い。彼らは時には非専従であったりする。中には戻込みする人も出てくる。中には戻込みする人も出てくる。日本ハムの組合でもそうであった。そのため執行部は研修会を開いたり、勧誘マニュアルを作成したりした。既に非正規を組織化している単組に教えてもらいながら、産業別組織と相談しながら作成した。そこには加入説明会で必要となる資料、参加者の質問に対する細かな回答例、勧誘の際に気軽に会話できる雰囲気づくりのための工夫、加入申込書を書いてもらうノウハウに至るまで書かれている。