FOCUS－労働組合、労働運動の視点から

トヨタ自動車労働組合

「職場声出し活動」から、身近な問題の解決を
― 全員参加の組合活動を目指す

トヨタ自動車労働組合（以下、トヨタ自動車労組）は、国際経済労働研究所の第30回共同調査ON・I・ON2に参画している。2011年度に更新された「組合関与BEST10」では2位となり、研究所の50周年記念式典（2012年11月3日開催）で顕彰された。

日本を代表する巨大企業の労組でありながら、活動は地道で「組合員の声を聞く」ことに重点をおいている。それは組合活動の原点といえるのではないだろうか。ON・I・ON2の活用については、様々な切り口で現状を分析し、時系列で傾向を把握することで活動のレベルアップにつなげたいという。

今回は、組合員数6万人を超えるメガ労組を支える、光田聡志・企画広報局長と、早川俊輔・企画広報局部長に取り組みを聞いた。

1. 組合運動のビジョン

2006年に創立60周年を機に制定された新ビジョン「元気の素」は、行き過ぎた個人主義や他人への依存傾向は、職場全体の弱体化につながるとして、労組として組合員へ様々なことを提案している。メーンテーマは、「トヨタ自動車労組は『元気の素』を提案します」。「心身の健康」をベースに、「チームワークの促進」と「自立心」を向上させていくことを目標とする。具体的には、本音で気軽に意思疎通ができる環境づくり（コミュニケーション）や、目標や責任を共有し、感謝し合える環境づくり（信頼感）、夢や可能性を追求できる環境づくり（チャレンジ・行動意識）、一人ひとりが主体的にものごとに取り組み、また相互に影響し合える環境づくり（主体性・影響力）を目指す。この「元気の素」の枢要をなす活動が、「職場声出し活動」である。

2.「職場声出し活動」

職場の困り事や、改善提案を組合員に出してもらい、それを会社または案件によっては行政に働きかけ、解決していく活動。「組合役員が、組合員の声を聞く」活動ではなく、「組合員が声を出す」ことに主眼を置いた、関与型（全員参加型）の活動である。

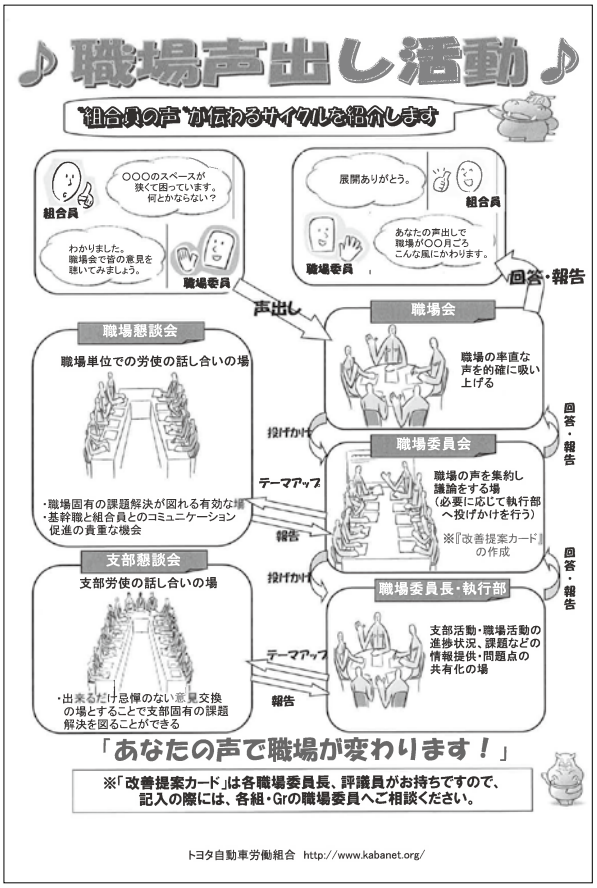

図1　支部ニュースに掲載された、「職場声出し活動」の詳細な説明。支部ニュースには「声出し活動」の成果が写真付きで報告されることもある。

職場委員会の様子。「組合員の声」の採否は、最初に職場委員の判断に任される。

組合員の声出し（要望の提起）→職場委員による要望の精査→組合や会社・行政などとの協議・解決→組合から組合員への回答・報告、という「声出しサイクルの充実」を目指している（**図1**参照）。活動事例は、支部ニュース・広報紙などに掲載され、組合員の声がどのように生かされたかを知ることができる。

組合員の身近なところから、組合活動を通して課題解決していくことで、「組合があってよかった」「次も声を出してみよう」と、更なる声出し（関与）につながっている。

組合では、各職場での職場委員と組合員のトークや、声出しシート(職場の課題)、くらしの相談シート(行政に訴える課題)で出された課題を精査・集約し、会社や行政に要望する。

光田局長は「各職場から上がってくる要望は、紙に書かれたものだけで年間数千件以上、口頭も含めるとそれ以上ですが、進捗や結果について、組合員に必ずフィードバックしています。すぐに要望に応えられないケースでも、こまめに進捗をフィードバックできている職場では、しっかりと活動が認知され、声が出しやすくなっていますね。要望が通らない場合でも、その理由を伝えるようにしています」と、フィードバックの徹底には自信を見せる。

組合員からの要望は働く環境に関わることが中心で、職場環境、職場の設備に関する事項が多い。組合員の中でも圧倒的に工場で働く人が多いので夏暑い、冬寒いという声は継続的に上がってくる。スポットクーラーやシャッターの設置、開口部にカーテンを付けるなど、支部単位できめこまやかな対応をしている。「職場声出し活動」で継続的に組合員の声を実現してきたので、以前に比べると職場環境の改善は顕著だと、組合員の評価も高い。活動が始まったのは2002年、10年以上にわたる地道な積み重ねが、組合員に浸透している

活動していく上での難しさは、「組合員の声」の判断だ。全社的な課題なのか、個人的なわがままなのかの判断は、最初に「声」を受ける職場委員に任されている。最初の「声」を受けた職場委員の判断ひとつで、組合活動が左右される。まず自分たちで、解決の道を探ることも組合活動のひとつと考えている。ただし、判断に迷った場合は、職場委員長、執行委員と、より上部へ相談を上げるシステムが備えられている。

3. 活動の基盤をになう職場委員

組合活動の第一線で組合員を束ねる職場委員は、30代前半の若手が多く約4600人。職場委員のリーダーである職場委員長が160人、評議員が450人。

役員の担い手不足に悩んでいる労組は多いが、トヨタ自動車労組では、職場委員は職場の全員が一巡はするという不文律になっている。光田局長は「職場委員は非常に重要な役で、どういう人になってもらうかは活動の肝になると考えています」と話す。今年から、海外事務所の職場委員（海外連絡員）の選定は現地に任せるのではなく、執行部と職場委員のトップの職場委員長が、海外赴任の決定者の名簿

工場での職場会。女性の職場委員も活躍している。

を見て人選をし、国内での在勤時から動機づけを計画的に進めている。これらのきめ細かい対応が海外事業所で効果を上げつつある。

早川部長は「組合員の声を聞く、第一線の職場委員は負担は大きいと思います。ただ、職場委員は中央の決定事項を伝達するだけのメッセンジャーではありません。組合員の声を中央に上げることが大切です」と職場委員の重要性を強調する。

4. 春闘の取り組み

トヨタ自動車労組では、「春闘」ではなく、「ゆめW」という呼称で行われている。「Wedge & Workig hours」のWに、組合活動を夢のある活動にしようという意味が込められている。「一般の組合員にとっては、一番組合の存在意義を感じる機会です。組合と会社が議論を重ね、会社の現状もふまえた上で時間をかけて取り組んでいます。職場によっては組合員全員が集まって、団結を示してきた。そういうことに意味があります。『ゆめW』を通して、組合員が色々なことを考えることも大切だし、組合員が組合を評価する機会でもあります」と光田局長。「ゆめW」への思いは熱い。

「ゆめW」は、組合員が全員参加でやる活動であるという認識が根付いている。まず、要求案の作成時には、職場委員の会議で前述の「職場声出し活動」の成果も踏まえ、組合員の生の声を取り入れている。働き方に関する提言は、職場の実感をもとに進めていく方針だ。光田局長は「賃金や一時金の要求だけではなく、要求案を作る段階で、社会経済状況や、会社の経営状況を現場で働く人も、組合活動を通して知ることになる。組合がなければありえないことで、そこに組合活動の意義を感じる人は多いのでは」と話す。

「ゆめW」での 3000 人集会。労働組合の団結力を感じる瞬間だ。

また、ON・I・ON2においてトヨタ自動車労組の「組合関与」「組合評価」の項目が高いことについて、光田局長は「『ゆめW』をはじめとした、基本的労働条件に関わる活動については、組合員の評価とともに関与の度合いも比較的高いと認識しています。実際に集会は、ほぼ全員参加で、本社地区では3000人規模の集会です」と分析する。

5. 地域社会への働きかけ

「職場声出し活動」と並行して行っている「くらしの相談」では、職場環境の問題にとどまらず、「道路がへこんでいて危ない」「安全のために信号機をつけてほしい」など、行政に要望しなければならない問題も提案される。行政への働きかけでは、組織内議員が、「くらしの相談担当者」という肩書で活動している。市議会議員らにも動いてもらって、行政への要望に関しては改善をはかっている。

本社のある豊田市の市議会議員は多い。市外でも、全トヨタ労連関連の議員がいれば、要望を伝える。トヨタ自動車の会社の人間さえよければというのではなく、市民皆のためにという観点からの要望も多い。

組合活動では、対会社だけではなく、政策制度課題への取り組みも重要視されている。光田局長は「組合員が何か困ったことがあった時に、対会社という枠組みだけで考えるのではなく、それ以外のところで、労組として解決できることはやっていきたい」と話す。

「なぜ組合で政治的な取り組みをする必要があるのか」という疑問をもつ組合員もいる。光田局長は「一個人で行政に働きかけるのは大変ですが、組合という組織として声を上げることができれば力は大きい。組合員が政策の実現を経験することができます。組合として活動することがどういう意味をもつのかを組合員に理解してもらうためにも、行政に声を上げて、身近な問題を解決することは意味のある活動です」と話す。

6. ON・I・ON2を活動に生かす

トヨタ自動車労組では、ON・I・ON2調査は、5年に1度の組織財政検討委員会の前に行っている。ON・I・ON2を組合運動のサイクルの中に位置づけ、組織・財政の見直し及び、指針の策定に使用し、委員会から何らかの答申をもらうという形で活動に生かしている。

光田局長はON・I・ON2について「組合活動の強み、弱みを把握し、活動のどこに重きを置いていくかの参考にしています。日ごろ活動している中で実感として『活動に対して受身になってはいないか』と感じていても、定量的にかつ時系列に並べてみないと、感覚だけではわかりにくい。定期的に調査をして、分析してより明確に、優先順位を付けることが必要です。ON・I・ON2のデータは現場の感覚をよく反映していると感じます。現在の課題は、トップダウンの情報伝達はものすごく強いのですが、ボトムアップはなかなか上がらないことです。ほぼ、感覚的に日ごろの活動の中で思っていることを裏づける結果です」と話す。

2009年の調査では、コミュニケーションは、ボトムアップ、トップダウン、双方向とも他労組に比べると良好な結果で、特にボトムアップは「意見の吸い上げ」「意見の反映」ともに前回調査と比べて非常に肯定的に変化しており、「声出し活動」の成果が表れているといえる。

光田局長は「1個の活動で、ひとつの項目が上昇するということではないので、組織として大事にすることの優先順位を付けることは必要だと思っています。『関与』は基本の基本なので、それがないと活動そのものが成り立ちません。もっとも重視していく数値です。トヨタ自動車労組は『関与』は、年々良くなっているとはいえ、危機意識もあります。時代は変わって、今の会社では色々な人が色々な事情で働いています。育児、介護などの事情がある人、年代も昔は55歳定年でしたが、今の職場には60歳以上の再雇用者の方もいます。そういう多様な集団に、ただトップダウンで伝えるだけではだめです。現場の意見を上手に吸い上げるよう気を配っています」と言う。

インタビューで、トヨタ自動車労働組合の魅力を語って下さった、光田聡史・企画広報局局長（右）と、早川俊輔・同局部長。

関与を高める活動として、よく挙げられるのが、「人的交流」だ。トヨタ自動車労組では、いわゆるイベント活動はレク委員会を設置して行っているが、ここ数年はイベントは減少傾向。早川部長は「イベント的なことよりも、普段の集会などでの交流が実を結んでいると思います」と話す。イベント頼りではない、地道な活動を息長く進めることへの自信が感じられた。

光田局長は「組織が大きいので、地道な活動が基本。身近な問題の解決など、より職場に近いところの活動を充実させることを重視している。組合員一人ひとりが声を出し、行動する、『全員参加の組合活動』を目指して、現状の強みは守りながら、組合員との対話をさらに充実し、足元を固めていきたいと考えています」と締めくくった。

◆取材後記

組合員だけで小さな市と言えるだけの人数で、インタビュー中も、「支部といっても数千人規模」など、常識的な数字が覆されることも度々です。しかし、組合活動の柱は、「組合員が声を出す」。執行部が組合員の声を「聞く」のではなく、組合員が主体となって、「声を出す」ことに主眼をおいた活動です。巨大組織が地道な活動で支えられていることを目の当たりにしました。お忙しい中、取材へのご協力をいただき感謝します。

（写真はトヨタ自動車労働組合提供）

組合関与BEST10については、研究所ウェブサイトをご覧ください。

http://www.iewri.or.jp/cms/archives/2012/11/best1020128.html

（取材日時：2013年4月18日）

トヨタ自動車労働組合　概要

1946年1月　トヨタ自動車コロモ労働組合として創立
1982年9月　トヨタ自動車工業労働組合とトヨタ自動車販売労働組合が合併し、新生「トヨタ自動車労働組合」がスタート
組合員数　6万3000人
執行委員長　鶴岡光行 氏
中央執行委員　61人
支部数　20支部