

パート組合員の就業意識と運動展開

—UAゼンセンパート組合員実態調査から

パート組合員の就業意識と運動課題

旧UIゼンセン同盟と旧サービス・流通連合（JSD）が昨年一月月に組織統合し、UAゼンセン（二四九五組合・一四三万二七一一人）が結成された。統合以降、置かれている部門の一つである流通部門は、商業・流通労働者が集合する国内唯一の組織（五一七組合・八〇万三六六七人）として、組合員の六割を占めるパートタイム労働者の意識調査結果を明らかにした。

調査は本年二月、傘下の三九組織に属するパート組合員二五万五六八七人（うち調査票配布一万一七〇〇人）と、正社員一万五〇七一人（同）を対象に実施したもの。今後の組合活動に活かすため、パート組合員の就業意識や労働組合への関与のあり方はどうなっているのかなどを、正社員との比較で分析した。回収された、パート組合員八三八〇票（回収率七一・六%）、および正社員八〇〇〇票（同六八・四%）の集計結果からエッセンスを紹介する。

パート組合員の就業意識はどうなっているのか

回答者のプロフィールをみると、女性が一八・三%と大半を占め、男性が一・七%だった。年齢階層別にみると、多い順に女性五〇代以上が三人に一人超（三五・七%）、次いで女性四〇代が約四人に一人（二六・一%）、女性三〇代が一六・九%で、これらで八割弱を占める。勤続年数は長い傾向にあり、五年以上が三分の二以上にのぼる。次いで多い順に、「五〜一〇年」

が約三人に一人（三三・八%）、「五年未満」が三二・二%、「一〇〜一五年未満」が二〇・六%、「一五〜二〇年未満」が八・六%、二〇年以上が四・九%となっている。

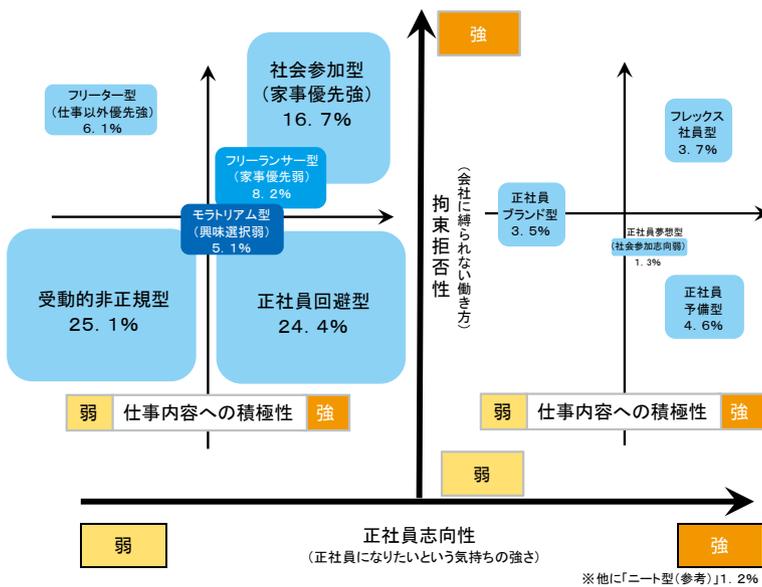
こうした属性を踏まえたうえで、パート組合員はどのような就業意識で働いているのかみていこう。調査では、パート組合員の多様な就業意識を緻密に分析し、一〇区分のタイプ分けで把握している。区分の軸は、①正社員になりたいたいという気持ち②会社に縛られる拘束性をどれくらい拒否するか③仕事への積極性がどれほどあるか——という三本だ。

それによると、今回の調査で「正社員志向がある」割合は一一・一%だった（図表1）。正社員志向と一口に言ってもその深度（内訳）はさまざまで、i）正社員になることを希望し、会社に拘束されても構わないと考え、仕事に対して積極的に「正社員予備型」は四・六%にとどまっている。他には、ii）仕事には積極的だが、正社員予備型より社会参加志向が弱く、まだ仕事を通じてどのような成長をしていきたいのか模索しているあるいは考えていないような「正社員夢想型」が一・三%で、iii）正社員になることを希望

し、仕事にも積極的だが、会社には縛られない働き方を志向している「フレックス社員型」が三・七%、iv）正社員を志向するものの、仕事に対しては積極的でない「正社員ブランド型」が三・五%などとなっている。

一方、「正社員志向がない」（八六・九%）大半のパート組合員についても、就業意識は実に多様だ。もっとも多いのは、v）「受動的非正規型」で約四人に一人（二五・一%）となっている。すなわち、正社員になりたいとは思っておらず、仕事に積極的に取り組みたいわけでもないが、会社に縛られる働き方でも構わないというタイプだ。次いで多いのはvi）「正社員回避型」で、

図表1 流通・小売パートの就業選択意識のタイプ分け



図表2 パートタイム労働者の属性別にみたタイプ区分

No.	i	ii	iii	iv	v	vi	vii	viii	ix	x
タイプ区分	正社員 予備軍	正社員 夢想型	フレックス 社員型	正社員 ブランド型	受動的 非正規型	正社員 回避型	社会参加型	フリー ランサー型	フリーター型	モラトリアム型
性別										
男性30歳未満	17.8	3.0	14.2	8.6	16.8	18.3	2.0	6.6	4.6	7.6
男性30代	15.3	8.0	13.3	10.7	15.3	17.3	3.3	5.3	4.7	6.7
男性40代	18.0	6.0	6.0	8.0	24.0	20.0	6.0	8.0	2.0	2.0
男性50歳以上	7.3	1.8	3.6	3.6	30.9	20.0	9.1	18.2	3.6	0.0
女性30歳未満	6.0	1.6	3.9	5.5	22.5	30.4	8.1	10.5	6.8	4.5
女性30代	5.0	2.0	4.1	3.8	26.8	24.1	13.3	7.7	7.1	5.1
女性40代	2.6	1.0	2.5	2.4	22.0	25.3	23.0	8.1	6.5	5.2
女性50代	1.9	0.2	1.5	1.7	28.6	24.1	21.0	8.2	5.6	5.5
女性60歳以上	1.2	0.0	1.2	1.8	33.1	28.2	16.6	9.2	6.1	1.8
レジ	3.6	0.9	3.4	2.3	26.0	21.2	20.1	8.2	7.2	5.5
接客・販売	6.2	1.8	4.1	3.9	23.2	28.5	14.1	8.3	4.3	4.5
商品補充・商品加工	2.0	0.7	3.2	3.3	27.0	21.7	18.3	8.6	7.6	6.0
管理(マネジャー、チーフ)	7.1	0.0	14.3	10.7	21.4	21.4	3.6	7.1	0.0	14.3
後方・庶務	5.0	1.7	3.0	3.3	28.0	20.0	17.7	7.3	9.0	5.0
本部スタッフ	5.1	1.3	3.8	3.8	26.9	15.4	21.8	7.7	7.7	6.4
百貨店	6.1	2.6	4.8	7.4	24.9	20.8	15.3	6.1	7.9	2.8
総合スーパー(GMS)	2.5	0.1	2.2	2.8	27.7	25.4	17.9	8.2	5.1	6.9
食品スーパー	3.1	0.9	2.8	2.5	26.6	21.4	19.4	8.8	7.2	5.6
専門店(衣料品、靴、宝飾、CD、書籍等)	6.7	3.1	5.4	3.1	23.5	31.1	10.1	6.7	6.0	3.8
家電	15.3	3.9	7.8	4.6	22.8	21.0	6.0	9.3	3.9	4.6
ホームセンター	1.7	0.6	3.9	3.1	22.6	25.7	22.1	8.1	6.1	5.0
ドラッグストア	5.0	1.4	3.6	2.3	16.4	31.8	19.5	10.9	4.1	4.5
パートタイム労働者全体	4.6	1.3	3.7	3.5	25.1	24.4	16.7	8.2	6.1	5.1

パートタイム労働者全体と比較して5%/10%以上高い
パートタイム労働者全体と比較して5%/10%以上低い

同じく約四人に一人(二四・四%)。正社員になることは希望しないが、会社から拘束されても構わないと考え、実際の仕事にも積極的なタイプである。

このほか、vii「社会参加型」が一六・七%、viii「フリーランサー型」が八・二%で続く。「社会参加型」は、「家事優先」の意識が強いが、家庭にこもらずに社会参加したいというタイプ。一方で「フリーランサー型」とは、「家事を優先したい」ことがパート就業の直接の動機ではないものの、正社員化は希望せず、また、会社の拘束も受けたくはなく、それでも仕事には積極的に関わりたいというタイプだ。

面の生活の糧を得るためにアルバイトをしているようなタイプ)が六・一%。x)仕事への積極性はあがるが、現職に対するこだわりはなく、あるいは仕方なしに選んでいるが、正社員は希望しないという「モラトリアム型」が五・一%などとなっている。

こうした結果を属性や職種、流通・小売の業態別にみるとどのような違いがあるのだろうか。本調査はこの点にも踏み込んで掘り下げている(図表2)。

まず、属性別にみると、女性の若年層には「正社員回避型」の割合が多く、三〇歳以上で「社会参加型」の割合が上昇する。職種別には、「管理(マネジャー、チーフ)」で「フレックス社員型」や「モラトリアム型」「正社員ブランド型」の割合が高い。業態別には「専門店(衣料品、靴、宝飾、CD、書籍等)」で「社会参加型」の割合が低く、「正社員回避型」が多いという女性若年層と同様の傾向を示している。また、「家電」は他の業態に比べて「正社員予備型」が、「ホームセンター」では「社会参加型」、「ドラッグストア」では「正社員回避型」の割合がそれぞれ高い特徴がみられる。

パート組合員の処遇・労働条件改善はどうあるべきか

こうした調査結果について、UAEゼンセン流通部門の木暮弘・事務局長は「改めて取り組みの難しさが明らかになった」と話す。調査結果からは、パート組合員の多くが正社員になりたいとまでは思っていないことが浮かび上がった。すなわち、正社員化に軸足を置いた取り組みでは、大半のパート組合員にはあまり関係ないと思われる。

一方、調査結果では今の会社や仕事で働き続けたいかを尋ねた問い(詳しくは後述)で、女性五〇代以上が肯定的な回答を寄せたのとは対照的に、三〇代以下の女性でネガティブな反応が際立った。木暮氏は「正社員を希望する人については転換できるようにしていく仕組みがもちろん必要だが、そうでない大半の人にとって重要なのは、働き方の自由度(選択肢)を維持しつつ、どのような働き方を選択しても公正な処遇・労働条件が担保され、決して不利益を被らない法整備や働き方の仕組み・制度を構築すること。今の仕事や会社を肯定的に捉えている五〇代女性であっても、自身の娘に同じ働き方をさせたいかと問われれば、首を横に振るだろう。パート組合員の働き方や処遇の制度は、子育てを終えた世代を対象に設計されたものが多い。今後は、若年女性でも安心して両立しながら働き続けられる環境をいかに整備していくかが求められている」とみる。

一方、今回の調査はパート組合員の就業意識などを明らかにすることを目的としていたが、反面で正社員側の問題点もクローズアップする結果になったという。典型的な結果が現れたのは、働きがいについての設問である(図表3)。「今の会社に勤め続けたい」という思いは、正社員(四九・二%)よりむしろ、パート組合員(五七・六%)の方が高かった。また、「今の仕事を続けたい」という思いについても、正社員(四八・七%)をパート組合員(六〇・一%)が上回った。

図表3 パートタイム労働者の総合的な働きがい

	性年齢別	職種別	業種別	タイプ区分	今の仕事を続けたい (%)		今の会社にずっと勤めたい (%)	
					そう思う	そう思わない	そう思う	そう思わない
男性 30歳未満	49.5	▼▼	▲▲	44.0	▼▼	29.5	▲▲	
男性 30代	55.2		20.1	42.9	▼▼	26.0	▲	
男性 40代	66.0	△	10.0	64.0	△	10.0	▽	
男性 50歳以上	66.1	△	16.1	63.6	△	21.8	▽	
女性 30歳未満	42.1	▼▼	▲▲	34.7	▼▼	30.8	▲▲	
女性 30代	49.9	▼▼	20.0	44.9	▼▼	24.3	▲	
女性 40代	61.6		10.6	59.6		11.1	▽	
女性 50代	71.0	△△	10.3	71.5	△△	10.2	▽	
女性 60歳以上	72.9	△△	9.9	72.9	△△	4.4	▽▽	
レジ	59.2		15.9	58.1		14.8		
接客、販売	58.7		15.8	55.2		18.5		
商品補充、商品加工	62.6		14.0	60.6		14.2		
管理(マネジャー、チーフ)	67.9	△	7.1	60.7		3.6	▽▽	
後方、庶務	63.8		14.2	61.8		14.6		
本部スタッフ	55.4		9.6	51.8	▼	16.9		
百貨店	53.8	▼	17.9	53.5		21.6	▲	
総合スーパー(GMS)	65.2	△	12.2	62.8	△	12.3		
食品スーパー	63.0		13.2	60.7		13.6		
専門店 (衣料品、靴、宝飾、CD、書籍等)	52.5	▼	▲▲	43.9	▼▼	28.5	▲▲	
家電	52.4	▼	20.1	50.7	▼	19.4		
ホームセンター	54.3	▼	14.7	55.3		13.4		
ドラッグストア	71.1	△△	8.4	67.6	△	11.6		
フレックス社員型	72.1	△△	8.8	67.3	△	8.2	▽	
社会参加型	74.9	△△	7.0	72.8	△△	7.7	▽	
フリーランサー型	72.4	△△	9.8	68.9	△△	11.4		
正社員予備型	67.8	△	13.1	59.0		15.3		
正社員夢想型	56.6		17.0	41.5	▼▼	22.6	▲	
正社員回避型	72.0	△△	7.2	68.6	△△	9.2	▽	
モラトリアム型	49.8	▼▼	19.7	47.8	▼▼	23.6	▲	
フリーター型	41.7	▼▼	▲▲	39.3	▼▼	25.2	▲▲	
正社員ブランド型	24.8	▼▼	▲▲	24.8	▼▼	40.9	▲▲	
受動的非正規型	42.7	▼▼	▲▲	42.4	▼▼	25.1	▲▲	
パートタイム労働者全体	60.1		15.2	57.6		16.4		

△/△△:パートタイム労働者全体と比較して5%/10%以上高い(▲/▲▲はネガティブな傾向)
▽/▽▽:パートタイム労働者全体と比較して5%/10%以上低い(▼/▼▼はネガティブな傾向)

こうした結果について、木暮氏は「小売業界も成熟産業になる中で、働く側も親の介護や子どもの学校など転居転勤にストレスを感じる世代が中心になってきた。以前は抜擢された管理職人材だけの問題だったが、現在は組合員段階で要請されるケースが増えていることが背景にある」とし、「そうした意味で、現在の正社員は無制約社員と呼称した方が、働き方と処遇・労働条件の対応を考える上でも望ましいのかもしれない」と指摘した。

さらに、正社員の方が働きがいを実感できていない理由には、「販売や接客などの充実を通じた取り組みを強化している最中にある。」

パート組合員を活動に取り込むにはどうすれば良いか

本調査ではまた、パート組合員が労働組合活動への関与をどう考えているかについても把握した。結果をみると、「組合活動に関心を持っていない」割合が三四・二%にのぼり、「役員になって活動を担いたい」は七・五%に過ぎない。また、「私にとつて組合は役に立っていない」と思う割合は二五・二%にとどまるなど、まだまだ厳しい結果となっている。

背景には、「人事制度や要員確保」基本的労働条件の充実」などに対して労働組合が関与しているという認識が、正社員よりかなり低いという事情もある。「労働組合は処遇改善には熱心だが、その後、組合員に対する成果のアピール力が弱いことも、大きな課題と言える」(木暮氏)。一方で、そもそも多様な就業意識を持つパート組合員にとつて、組合は「人生の一部である仕事、そしてさらにその一部」という位置づけに過ぎないという現実もある。こうした中で、パート組合員に組合活動に関心を持ってもらうには、どうすれば良いのだろうか。

U A センセン流通部門では、パート組合員の参加のあり方を考えるさまざまな模索が始まっている。例えば、各単組レベルの取り組みだ。「パート組合員にとつては『店舗』会社そのもの」である。だから、自分が働いている店舗の環境や人間関係をより良くしたいという思いが強い。そうした話し合いや交流の場として、ランチミーティングや茶話会など、多様な働き方でも参

加できる環境を整備している(木暮氏)。また、「プライベートブランドの試食会と経営側への結果のフィードバックなど、会社の経営や日々の仕事に貢献・直結するような組合活動をしている単組もある」という。「会社や仕事に対する思いが正社員以上に強いからこそ、自分も『役立っている』という有益感を実感できるような場の提供も重要だ」。

部門を通じて行う全体的な取り組みも進化している。組合活動に初めて係わるパート組合員を集め、全国一〇ブロックで開催する「パートタイム労働者地域交流会」では、「競合他社のパート組合員などとの交流が刺激となり、『うちの会社はまだ恵まれているわ』とか『他社と比べて劣っているから、早速改善してもらおう』など、職場へのロイヤリティを高める効果」がみられるという。最近では、各地域の議員を呼んでさまざまな暮らしの疑問・意見をぶつける「暮らし座談会」の取り組みも広がってきた。「あそこの街灯はなぜ、設置してもらえないの」「あの交番はなぜ、いつも閉まっているの」など、地域に軸足を置くパート組合員ならではの活発な議論が繰り広げられる。パート組合員の関心の高さに裏打ちされ、労働の枠を超えた活動を知ってもらおう好機ともなっている。

多様な就業意識を持つパート組合員だからこそ、処遇や労働条件の改善のみにとどまらず、「組合に入ればこんなことも出来るんだ」という気づきや場の提供を通じて組合メリットを実感してもらおう、そんな新たな取り組みが重要度を増している。

(調査・解析部 渡辺木綿子、新井栄三)