

# クリーニング産業における 業種別ユニオンの確立

日本労働評議会生活衛生クリーニング労働組合  
委員長

報告① **宮廻 満**

NPO法人クリーニング・カスタマーズサポート  
代表理事

報告② **鈴木 和幸**

弁護士

コメンテーター **指宿 昭一**

元昭和女子大学教授

司会 **木下 武男**

今号で紹介するのは業種別職種別ユニオン運動研究会の第二回例会のうちの第一部「クリーニング産業における業種別ユニオンの確立」である。クリーニング業界は新しい産業分野であり、大手資本が参入し、店舗展開をしている。事例報告ではクリーニング産業の歴史と産業構造、また劣悪な条件のもとで働かされている労働者の実態が示された。

労働組合は一つの事業所の問題としてではなく、業界全体の労働条件の向上と業界構造を改革するために運動を進めている。実はクリーニング産業に業種別ユニオンが確立していることは、本研究会の結成を準備するメンバーのなかでもほとんど知られていなかった。事例の報告を聞くなかで業種別職種別ユニオンの可能性が大きいことに確信をもった。

また消費者のために業界の健全化を求め、NPOを結成した鈴木和幸さんの報告は、サービス産業では消費者と労働者との利益が一致していることを示し、興味深い事例だった。

(木下武男)

# 労評クリーニング労組の結成

宮廻 満 日本労働評議会生活衛生クリーニング労組労働組合委員長

## 一 労評の組織と組織化戦略

日本労働評議会（労評）は、一九七九年に結成した合同労組であり、二〇〇〇年にそれまでの組織名称から「日本労働評議会」（労評）と改称しました。主たる事務所は新宿区高田馬場にあり、東北、関東、東海、関西などに地区本部があります。

組合員数は約四〇〇名で、もともとは製造業の中小企業の労働者を中心に組織していましたが、近年、労働相談などから様々な産業分野に拡大してきています。

## 二 労評クリーニング労組結成

労評では、昨年一〇月に開催した定期大会で、産業別組織の建設に着手することを決議しました。労評は「日本労働運動の再興と創造」を戦略目標として掲げ、全国総労働の形成をめざしており、かつての三井三池炭鉱闘争のような、総労働と総資本の闘いのような取組みを目標と

すべきであると考えています。他の労働組合とも連携した運動も必要になってきますが、御用

組合のような「労働者のために闘わない労働組合」ではなく、「真に労働者の利益を守る」取り組みをしていかなければなりません。これらを実現していくためには、労働者階級の階級意識をどのように高めていくか。自分だけよければ良いといった狭い取組みではなく、業種や地域を越えて団結することが求められています。そのようななかで、産業別・職業別組織の建設は避けては通れないものであり、全国総労働へと発展させていくことのできるものであると考えています。

今年に入り、具体的に着手し始め、年内に結成する産業別組織を、建設、クリーニング、交通・運輸の三分野と再設定し、五月から七月にかけて、三分野での産業別組織を立ち上げました。ここでは、三分野のうちクリーニング業界の産業別組織である「日本労働評議会生活衛生クリーニング労働組合」（労評クリーニング労組）についてご紹介します。

労評クリーニング労組の結成のきっかけは、

NPO法人クリーニング・カスタマーズサポート（以下、「CCS」）の鈴木和幸代表との出会いでした。

改めて振り返ると、クリーニング業界の労働者の抱える問題は、私たちも鈴木氏との出会いがなければ深く理解することが困難だったと思います。クリーニング業界で働く労働者は大きくは「店舗労働者」と「工場労働者」の二つに分かれています。店舗労働者は、ロイヤルネットワークで見られるようにワンオペ制になっている会社があり、他の店舗でも二人、多くても三人という少人数の体制で切り盛りしています。「工場労働者」はそのなかでもさらに「内勤」と「配送」に分かれています。また、雇用形態を見ると、正社員とパートタイマーに分かれており、パートタイマーの比率が高い傾向にあります。

二〇一四年、山形県に本社を置き、「うさちゃんクリーニング」などのブランドを展開する業界大手のロイヤルネットワーク株式会社を退職した労働者から、未払い残業代などの相談がCCSに寄せられました。その後、鈴木代表から労評に紹介があり、労評として残業代請求を行ないました。その後も退職した元パート労働者三名から同様の相談が寄せられました。

ここで、CCSの鈴木氏と結びつきができたことが、その後のクリーニング労働者の組織化において決定的な条件となりました。労働運動と消費者のための運動の二つが結びつき、労働

者にとっても、自らの労働条件の改善だけではなく、顧客のために納得できる仕事ができるよう、事業活動の改革を求めていくことになりました。

こうしたロイヤルネットワークでの取組みについて、直接店舗を訪問したり、チラシを郵送するなどして、東北・関東の各店舗に宣伝したところ、二〇一六年五月、同社茨城ブロックの店舗で働く正社員労働者から労評に連絡があり、同年七月、労評ロイヤルネットワーク分会を結成するに至りました。

また、同時期、千葉県にある有限会社グローバルの労働者から、CCSに相談があり、鈴木氏から労評を紹介され、労評分会の建設を進めました。三名の労働者が労評に加盟し、七月に分会結成しました。

この会社は、本体は、「ロイヤル21」というブランドのロイヤルグループの会社の一つで、千葉県内に五つの工場を展開しており、うさちゃんクリーニングとは異なり、店舗はほぼすべてオーナー制で運営されています。このため、店舗労働者の組織化ではなく、工場労働者を先行して取り組むことになりました。

最初は三人で組合を立ち上げました。結成の時点では組合員である松戸市内にある岩瀬工場の正社員の要求でしたが、一緒に働くパート労働者の問題も代弁して要求しました。具体的には、①暑さ対策問題、②人手不足の問題でした。①については、工場が全面ガラス張り、夏

場はとくに西日が直接入り込み、また騒音の問題で窓も開けられないことから熱気が室内にもって室温が五〇度近くなり、毎年熱中症で倒れる人がいるほど緊急の課題となっていました。また、②についてもパートの多くは扶養控除の関係で年間所得は一〇三万円以内を希望しているのに、人手不足からそれ以上に働かされていました。この他にも、就業規則が開示されていない、三六協定の締結が適法に行なわれていない、正社員についてはタイムカードでの労働時間管理が行なわれず残業代をほとんど支払われていない、などの問題の改善を要求しました。

現在、組合員は三工場で二〇名います。組合の団体交渉の結果、①社員に残業代が支払われるようになった、②冷房設備でクールミストがつき、日除けも付いた、③パートタイマー、正社員とも有給休暇が取れるようになったといった成果がありました。当たり前の要求が少しずつ

つ通るようになってきました。しかし、会社側は自分たちの誤りを認めて労働者が働きやすい環境を作るどころか、組合結成を理由に、パート労働者に対して根拠のないいじめをでっちあげ、明らかなパワハラをするなどの不当労働行為を行いました。組合員は事実と異なる言い掛かりをつける会社を追い払いましたが、まさに組合と会社との攻防戦のさなかにあります。

以上二社での取組みのほかにも、やはりCCSの鈴木氏からの紹介で、東京で「スワローチェーン」のブランドを展開する株式会社加賀屋商会からも相談が寄せられ、分会を結成し活動しています。

労評では、三社での取組みを連携させ、労評クリーニング労組として団結し、クリーニング業界全体の改革にいつそう取り組んでいきたいと考えています。

## ◆報告②◆

### クリーニング業界の問題点

#### ―相談活動を通じて気づいたこと―

#### 鈴木和幸

NPO法人クリーニング・カスタマーズサポート代表理事

NPO法人クリーニング・カスタマーズサポートは、三年前より活動を開始した団体です。当初の目的としてはクリーニングを利用する消費者のため、消費者問題を中心に取り組んでい

くことを考えていましたが、寄せられる相談の大半がクリーニング会社に勤務する店員や工場作業員からの労働相談であり、団体としての活動も、労働問題へ舵取りをせざるをえなくなり

ました。そういったクリーニング業界の問題点と、当NPOの取組みをご説明いたします。

## 不正競争の時代に入った クリーニング業界

まず日本のクリーニング業界の歴史について触れたいと思います。

明治維新以降、欧米からドライクリーニングの技術が伝わり、それは日本人の服装洋装化により日本中に伝播しました。最初は横浜、神戸など大きな港湾都市から始まり、やがて全国津々浦々にクリーニング店が開業しました。

この時代にクリーニング業を志す人は、先輩の業者に丁稚奉公し、技術を学ぶ代償として労働力を提供しました。丁稚は将来ほとんどが独立し、先輩もその面倒をみました。日本の生活は徐々に欧米化し、需要は増える一方でしたので、クリーニング業者も増加しましたが、それ以上に市場規模が拡大し、業者にとっては幸福な時代が続きました。この時代には師弟関係が主流だったので、労働問題はまず存在しませんでした。

昭和三二年、生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（生衛法）が施行されました。クリーニングは生活衛生関係営業と呼ばれる職種に組み込まれ、以降は厚生省（後の厚生労働省）が管轄するようになりました。各都道府県にクリーニング生活衛生同業組合（生

同組合）が結成され、中央の全国クリーニング生活衛生同業組合連合会（全ク連）が各地の生同組合をまとめることになりました。

生衛法は、クリーニングなど、零細業者が多い生活衛生関係営業種について、価格競争などの問題が起きないように行政が監督するという趣旨の法律でした。昔は銭湯の料金が日本中同じでしたが、あれも生衛法の影響です。ともあれ、この法規は時代にマッチし、この時代は業界もまとまっていたのです。

昭和四〇年代、クリーニングの世界でも大量生産の可能な洗濯機、乾燥機、仕上げ機などが登場し、工場を建て、周辺地域にたくさんのお店を開店させる手法が流行しました。いわゆる「大手」の登場です。

大手は既存の職人型の零細企業から次々と客を奪い、市場の大部分は大手業者のものになりました。既存の生同組合は市場の外に追いやられることになりました。大手業者は業務を拡張するたびに労働者を雇い、規模を拡大していききました。これにより、クリーニング業界に雇用が生まれ、労使関係が発生することになりました。

しかし、この時代は、クリーニング需要が鰻登りだったうえに、どの業者も日曜日定休だったこともあり、それほど深刻な労働問題は発生しませんでした。

## 低価格競争と質の低下

市場は、ほぼ大手業者のものになりましたが、中小零細を中心に組織されていた、生衛法による生同組合や全ク連は相変わらず「クリーニング業界の代表」としてふるまい続けました。従業員を何百人も抱えるクリーニング会社社長は組合から追い出されましたので、若手は少なく、年商一〇〇万円以下の従業員のいない高齢業者が業界団体の理事長の座に就き続けました。業界大手は業界団体の規制がとどかず、大手業者は自由に活動できました。こうして各地で業者間の激烈な競争が繰り広げられることになりました。クリーニング業界に激しい価格競争が多発することになりました。価格競争を抑制して業者を守るはずの生衛法が、かえって低価格競争を助長する結果になったのです。

一九九〇年代になると、それまでは鰻登りだったクリーニングの需要が下降を始め、業界も順風満帆で経営することができなくなりました。さらに、日本中の郊外に大型小売店やショッピングセンターが次々とオープンする「ファストフード時代」が始まると、クリーニング業者は、テナント入店を始めます。高い家賃や三六五日営業、長い営業時間などによって各クリーニング会社の経営は傾き始めました。入店したクリーニング店に対し、客寄せのため「価格を安くしろ」と要求する大型小売店も

あり、各社の運営はますます苦しみられることになりました。

追いつめられたクリーニング業者の中には、不正行為によって経営難を乗り切ろうと考える業者が出てくるようになりました。その不正行為は裏ノウハウとなり、業界中に広まりました。

## 業界にはびこる不正行為

不正なノウハウは大まかに二種類に大別されます。

一つは消費者向けのもので、今までは料金の範囲内だったシミ抜き料金を追加料金にして結構な金額を払わせたり、効果不明の加工製品を次々と顧客に勧め、追加料金を取る「トップピニング商法」などを行ったり、これらの行為は消費者の利益を損なうものです。作業工程を簡略にする「手抜きクリーニング」などもこれに当たります。

もう一つは労働者に向けられたものです。スーパールの営業時間を「労働時間」とイコールにして残業代を払わないとか、完全ワンオペから二人で働いている時間でも一人分しか賃金を出さないとか、膨大な仕事をさせて「このくらいならみんな時間内にやっている」などとウソをつけて賃金を支払わないなど様々な労働問題が起きました。もちろんこれらは労働基準法違反ですが、各業者は申し合わせたように同じようなことを行なっています。

このような不正を各業者が当たり前のように行なっている時代が訪れています。最初はよこしまな業者がこれを行ない、周囲の業者もそれをまねて、どんどん広がっていています。価格はなかなか上げられないので、こんなことをしないと生き残れないのです。不正に不正を重ね、現代はまさに不正競争の時代です。

## 全ク連が大きな障害

厚生労働省が公式に認可している業界団体は、全ク連とその傘下の生同組合です。組合理事長は各県知事に任命され、それなりに地位もあります。生同組合の業者も、低価格の大手業者に市場を奪われ、不正競争を行なう業者とは敵対関係にあるはず。ならば彼らにこの状況を話し、行政や政治を動かして不正行為を排除することができたらどうかと私は考え、自らも生同組合にも入っていることを生かし、接触を試みました。

ところが、これはまったく成功しませんでした。消費者問題に関しては、彼らが、大手業者とほぼ同じことをやっているのです。これでは話になりません。肝心の労働問題も、「ワシらは人を雇ってないから関係ないんじゃない」といった調子で、けんもほろろです。彼ら自身が零細業者であり、自分のことで精一杯であり、業界を改善するなど考えてもいませんでした。はっきり言って話にならないのです。

しかし、こんな状態が行政にとっては一番望ましいといえるでしょう。クリーニング業界は「零細業者の集団」という生衛法の昭和三〇年代の歴史観により、「だからこそ行政の助けが必要」と天下り先（生活衛生営業指導センターなど）を作っているからです。クリーニング業界は「零細業者の集団」でないと彼らが困ることになります。ここに政治の世界から族議員が絡んできます。彼らは零細業者で組織されているクリーニング業界から「陳情」を受け、見返りに政治資金と票を要求します。政治家にとっても、生衛業種は「かわいそう」であることが大切なのです。だから政治家が介入する余地が出てくるのです。

生同組合の業者を「かわいそう」とするのは誤りであると思います。彼らは強情で偏屈、利己的で排他的です。そして、業者数でも、利己的の三割に過ぎません（市場占有率は二割程度）。このわずかに三割の業界団体に助成金、制度資金、復興資金が集中しているのです。天下りや族議員のいいなりになり、彼らにとっては特別の輝きを持つ「勲章」を目の前にぶら下げられ、悪しき日本社会の先兵になっているのが現実です。これでは業界の不正競争は一向に改善できません。

## クリーニングの建築基準法問題

平成二十二年、当時クリーニング業界売上第三

位の大手、ロイヤルネットワーク（うさちゃんクリーニング）が福島県に進出してきました。その際、会津若松市に開店した工場は明らかに建築基準法に違反しており、これを調査したら行政に虚偽申請していたことがわかりました。さらには、彼らが東日本一帯に建てた工場を調べたところ、かなりの工場が違反していることが判明しました。このことは、朝日新聞が社会面トップで報じるなど社会的注目も集めました。同社がここまで発展を続けたのは、こんな不正行為を平気で行なってきたからです。

同年一二月にはロイヤル社と株を持ち合う仲の業界二位の上場会社、「きよくとう」も同様の違反で摘発され、国土交通省は全国のクリーニング所をすべて調査することになりました。建築基準法違反は二社だけの問題ではなく、全体の半分以上の業者に共通の問題であることがわかりました。多くの業者がこの不正に手を染めていたのです。違反は大手だけでなく、零細業者も含まれていました。なんと全国の生同組合三役らの運営する事業者も含まれていました。これこそが不正競争であると思います。

建築基準法違反の問題で、多くの業者が廃業の危機を迎え、業界は騒然としました。これを救ったのは政治家でした。民主党の村井宗明議員は、「クリーニング屋さんがかわいそうですよ」とまた生衛法史観を持ち出し、国土交通省の指導は急に行なわれなくなり、違法操業の業者は救われることになりました。救われた中に

は零細業者ばかりでなく、故意に法を犯した大手業者もたくさん含まれています。

このすぐ後、村井議員の後援会長が、北陸最大の大手クリーニング業者社長であり、この会社にも違法操業の工場が多いことが判明しました。私は衆議院議員会館に行つて村井議員と会い、「おまえは不正業者の口利きをしたな！」と追及しました。

この建築基準法問題を摘発した私は、業界で疎んじられるようになりました。クリーニング業界では本当のことをいってはダメなのです。それまでいつも業界紙などに登場していた私でしたが、替わつてロイヤルネットワークのちようちん記事が業界紙を頻繁に飾るようになりました。私が本を書いても、テレビタックルに出ても、読売や朝日で紹介されても、クリーニング業界は私を無視し続けています。

### 業界改善のためのNPO法人に 寄せられる労働相談

平成二六年三月、私はクリーニング業界改善のためのNPO法人「クリーニング・カスタマーサポート」を立ち上げました。当初、消費者問題を中心に活動する予定だったので、最初の相談は元ロイヤルネットワーク店員の労働相談でした。

この方は約二年間ロイヤルネットワークのパート店員として働いていた経験があり、ロイ

ヤル社の問題を次々説明されました。その話があまりにもひどく、私はとても現実とは思えなかったのですが、数多くの証拠が提示され、それが事実だとわかりました。相談の内容は次のようなものでした。

○夜中まで働いても残業代が出ない。  
○繁忙期には夜二二時を超えて働いたこともあった。

○朝、いつも一時間半ほど早出させられその分は給料にならない。

○制服は最初だけ支給、あとは自腹。

○掃除道具やボールペンまで自腹。

○紛失品は店員が賠償させられる。

○勝手に給料を天引きされ、会社行事に使用される。

○店舗は完全ワンオペで、二人で働いている時間は片方の給料が出ない。

○昇給も賞与もなし。契約書は時給の欄を空欄にしたまま押印させる。

あまりの酷さに驚き、指宿弁護士に相談したところ、労働評議会（労評）を紹介され、未払い残業代請求の団体交渉が行なわれました。その結果、約六〇万円が払い戻されることになりました。

労評に団交の様子をうかがうと、先方の社長は「店員は一時間に四六量の量を預かることができる」など、平気でデタラメをいつてきたこ

とがわかりました。このような場合、同業者である私はそれが事実でないことがわかります。労評と私たちNPOが情報交換することで、相手の虚偽を指摘することができました。ブラック企業は嘘が当たり前なので、双方の協力は大変有効だと思います。

この時の問題は月刊誌『FACTA』が取り上げ、ロイヤル社の所業を「パートに残業強要する極悪ブラック企業」と酷評しました。一般にブラック企業とは、労働者を酷使し、ひどい扱いをする企業のことをいいますが、ロイヤル社は労働者ばかりか顧客にも不自然な追加料金で迷惑をかけ、建築基準法違反で周辺住民を危険にさらし、温室効果ガスで環境へも悪影響を与えています。「極悪ブラック企業」という表現は、言い得て妙であると思います。

その後、当NPOに来る相談は、ほとんど労働相談でした。内容は「残業代が出ない」、「行方不明品を弁償させられた」、「保険に入っていない」、「マネージャーのパワハラがひどい」などで、クリーニング業界の労働環境がかなり劣悪であることがわかりました。こうなると、「ブラック企業」ではなく、「ブラック業界」。こうして、当NPOは労働問題を主に扱うようになったのです。

## 本丸はロイヤルネットワーク

クリーニング業界の勢力図を俯瞰すると、多

くの問題の中心はロイヤルネットワークであることがわかります。次から次へと行なわれる労働者への不正な扱い、健康クリーニング、マイナスイオンクリーニングなど荒唐無稽なデータメクリーニング、おかしなトップピング商法による消費者問題、建築基準法違反などを繰り返しながらも、ロイヤル社は、白洋舎に次ぐ業界第二位に位置します。富裕層相手の白洋舎は別格の存在なので、通常の業者としてはロイヤル社がトップといえます。極悪ブラック企業といわれながら、クリーニング業界ではもともと影響力のあるロイヤル社が、なぜこれだけの力を持っているのでしょうか。

この理由は、まずは地元の強力なバックアップにあります。ロイヤルネットワークのある山形県庄内地方は新幹線も通らず、高速道路も途切れるようなところですが、産業もなく、東日本一帯に展開する発展を遂げたロイヤル社はまさに地元のヒーローです。山形県の第二地銀、きりやか銀行は、週刊ダイヤモンドの銀行ランキングではいつでもワースト1の最悪銀行で後がないだけに、ロイヤル社を全力で応援しています。

そして、クリーニングの世界は自主性のない、気の弱い業者ばかりで誰も逆らえません。昭和四〇年頃、「クリーニングは儲かる」と思って安直にノウハウを買って業界入りした業者が多く、業種に誇り、プライドを持っておらず、常にロイヤル社のマネばかりしています。ロイヤ

ル社が見学会や勉強会を行えば、多くの業者が集まってきました。このように、当業界に情けない業者が多いことも、この「お山の大将」を際立たせる結果となるのです。

しかし、これは、ロイヤル社を見事に叩くことができれば、このクリーニング業界は総崩れとなるということでもあると思います。親亀こけたら皆こけたで、業界改善の早道かも知れないと思います。一番悪い奴が一番トップにいることは、むしろ労働組合には好材料と言えるのではないのでしょうか。今後の重要な課題です。

## 二つの会社で組合公然化

平成二八年は二つのクリーニング会社で労働組合が公然化しました。

ロイヤルネットワークでは、茨城県の店員が組合入りし、会社側に宣言しました。団交では、労働条件の改善もさることながら、ロイヤル社の行なうおかしな商法も話題になり、会社を追及しています。

労働問題とともに消費者問題も改善できるのなら一石二鳥です。この事例のようにクリーニング業界の問題に関しては、労働問題、消費者問題はリンクしているように感じます。

昨年五月、千葉県のクリーニング会社、「グローバル」の工場長からNPOに連絡がありました。「社員にタイムレコーダーがなく、夜中まで残業させられているのに残業代が出ていな

い」というものでした。直接会って事実確認し、労評に引き合わせました。こちらでも労働組合が公然化し、団体交渉が行なわれています。

クリーニング業界には自浄作用がなく、行政や政治もこれを改善する動きはありません。労働問題を含む業界の改革は、労働者が立ち上がる以外にはなく、このような動きが今後も続いていくことが望ましいと思っています。

クリーニング業界で、各業者に勤務する労働者がお互いの連絡を取りあい、横の連携を取って、業界改善へ向かわせる試みがすでに始まっています。これは大変画期的なことであり、労働条件の改善ばかりか、各業者が行なう消費者問題等の問題行為も改善できます。今後、この運動が前進することを望んでいます。

## 労働組合の課題

クリーニング業界のようなサービス業種に労働組合を根付かせるには、いくつかの課題があると思います。

まず、サービス業は大きな会社であっても、事業所が非常に多く、一つの事業所に従業員が少ない問題があります。クリーニングですと、工場でも一〇〜一五名、各店舗だと一〜二名しかいません。しかもほぼ三六五日稼働で、交代制です。これだと組合活動も効率的に行なえず、従業員間の意思疎通を図ることが難しいです。今後ネット利用などを有効に活用していくこと

が望まれます。

とくにクリーニングの場合、今まで労働組合が業界に存在せず、多くの業者にとって労働組合は未経験であり、経営陣に労働組合に対する強烈な抵抗感があります。労働組合ができた会社はおしまいだと思っっている社長がかなりの数います（これが本当なら、上場企業の大半は潰れている）。無知も甚だしいのですが、こういう誤った認識により、組合結成には必死で抵抗してくる可能性が高いです。こうなると、クリーニング業界全体が敵になるかも知れません。

また、サービス業種では、労働組合の実績も少なく、労働者にとってもあまり馴染みがありません。クリーニング業界で働く労働者が、自分たちとは違う世界のことと思いきこんでいるふしがあります。労働条件の改善には賛成だが、労働組合に入るのは考えたこともない、という人が多いのです。いかに労働組合を馴染ませるか、真剣に考えないといけないと思います。

正直に申し上げて私も、指宿弁護士に労働組合に行きましようといわれた際、かなり動揺したものでした。いったいどんなことになるのだろうと、心配になりました。一般の人たちならなおさらだと思います。人によっては、通常の生活を送る人とは別の、異質な存在だと思っています。冗談のようですが、これは決して誇張ではありません。

ですので、会社の待遇が悪いから、労働組合に入りましようといわれても、なかなか納得し

てくれないのです。多くの人たちは基本的に労働組合がどういいうものかも、どういう歴史を歩んで現在に至っているかも知りません。多くの労働者を労働組合に加盟させることは、本当にハードルが高いのです。

こういう状況なので、労働組合が親しみやすく、もっと身近な存在であることをわかりやすく説明できればいいと考えています。労働組合はマルクスとかレーニンとかが出てきて、堅苦しく、難しいと思われています。まあ実際そういう部分もありますが、多くの労働者に理解を求め、できるだけ大勢の人に労働組合に入ってもらうことを目標とするならば、組合が親しみやすく、労働者の力になってくれる頼もしい存在であることを知らしめる必要があると思います。いってみれば、労働組合のマーケティングです。

誤解を恐れずにいえば、労働組合がサークル活動のように感じられる集まりであれば、誰もが気軽にに行けるし、つられて行ってみようという人も多くなるでしょう。クリーニング業界は女性が多いので、女性が集まりやすい趣向の印象があれば、みんな来てくれるでしょう。ここは労働組合側もちよっと考えていただいて、組合員増加を第一とし、大胆な作戦を実施して欲しいと思います。

◆コメント◆

## クリーニング業界における業種別ユニオンの可能性

指宿昭一 弁護士

### 一 クリーニング業界における業種別ユニオン組織化の可能性

#### 1 クリーニング業界の歴史

もう一度、クリーニング業界の歴史を振り返ってみましょう。

クリーニング業は、明治時代に欧米から技術が持ち込まれ、いわゆる「職人」と呼ばれる個人事業中心の業界として始まりました。

その後、一九五七（昭和三二）年に、「生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（生衛法）」が施行され、零細業者が多いクリーニング業界は価格競争などの問題が起きないように行政機関の監督のもとに置かれる形となりました。

時代は進み、一九七〇年頃になると、業界も大きな転換期を迎えることになります。その大きな要因となったのが「機械化」です。これにより、それまでの家内制手工業から、急激に大規模化が進行していきました。一九九〇年代以

降は、業界大手企業を中心とする事業拡大にともない、企業、店舗間での低価格競争が始まりました。

激しい競争のなかで、一部の業界大手企業では、利益だけを追い求めた結果として法令遵守をしない企業が横行しています。まじめに仕事をしている業者が駆逐され業界内に大きな影響力のある大手企業がブラック企業となり、悪質なノウハウを業界のスタンダードとしているのです。

このような状況のもとで、被害を被っているのは誰でしょうか。一番は、クリーニング業界で働く労働者です。過剰な低価格競争のなかで、各企業では不必要なオプションサービスや現場を無視したスピードを売りにして顧客獲得を狙っています。その結果、店舗労働者は、休憩もまともにとることができない、工場労働者も十分な設備が整わないまま、高温の室内で長時間労働に渡り仕事をしなければならぬなど、過酷な労働を強いられています。

消費者にとっても他人事ではありません。複雑化したオプションサービスのすべてが確実に

効果があるものなのか疑問は拭えません。必要のない料金を支払っていることも少なからずあるのではないでしょうか。

また、一部の会社では、繁忙期になると低価格競争の煽りを受けて、預かり点数が過剰のパンク状態になり、預かった商品をクリーニングしないそのまま消費者のもとに返すこともあると聞いています。

さらに、建築基準法を無視し、本来クリーニング工場を建ててはいけないところに土地が安いなどの理由で工場を建設し、近隣に有害物質を排出する恐れがあるにもかかわらず、工場を稼働させている会社もあります。

このように、クリーニング業界は、労働者にとっても、サービス受ける消費者あるいは会社近隣の住民にとっても決して健全とは言えないのが現状です。

#### 2 クリーニング業界における労働者の状況

次に、クリーニング業界における労働者の状況を見ていきたいと思います。クリーニング業界が発展し、企業の大規模化が進んだのは、日本労働運動の発展期よりも後であり、各企業における労働組合をはじめとする労働運動がほとんどないに等しいと言えます。

このような状況で、クリーニング業界の労働者に労働組合へ加盟してもらい、業界を改革していくことが求められています。次のような課題があります。店舗労働者の働く受付店はワ

ンオペが中心で個々の労働者が分断されているため、ひどい環境でも自分は我慢できるからとか、まわりの労働者の環境がわからないため、労働組合としてまとまって会社と交渉することに躊躇する場合が多く組織化は実際には簡単にはいきません。これまで、残業代不払い等の労基法違反の横行や、店舗の営業時間Ⅱ勤務時間といった労働環境が続いてきているのもこう言った特殊な状況が影響していると思います。

また、工場労働者もほとんど労働組合に組織化されておらず、これは工場が都市部から離れたところに立地している地理的要因と労働者の大半がパートタイマーであるという条件的な問題があるのではないかと思います。その結果、クリーニング工場では労働安全衛生法上の問題が多く残されています。

### 3 業種別ユニオン組織化の可能性

業種別ユニオンを組織していくことは、各企業の労働者の闘いを共有することで、その業界における労働問題の特徴に合わせた闘いをより強力に進められる可能性を広げる取組みだと思っています。

業界の改革を進めていくためには、その業界の特徴を知らなければ効果的な運動を作ることには簡単ではありません。たとえば、クリーニング業界で店舗、工場それぞれの労働環境やそこからどんな問題が起きているのか等の特徴を抑えることが大変有効です。

また、業界全体の労働者の権利を守るためには、一つの企業だけで改善しても十分ではありません。根本的な問題としてある不公正な企業間競争を抑制しなければ、せっかく改善された企業が、その他の悪徳企業との競争力を維持できなくなる恐れがあります。

さらに業界改革を進めていくうえでは、労使対等で改革に取り組む良心的経営者との連携することも必要となってきます。加えて、サービスを受ける消費者とも連携し、お互いにより良い持続可能なサービスを確立していくことが求められています。このような運動を各業種において、行なっていくことが大事なのです。

以上のようなところから業種別ユニオンには大きな可能性が秘められていると思います。

## 二 クリーニング業界における労働市場規制型運動の必要性和可能性

クリーニング業界ではR社のような低価格路線のブラック企業が業界主流になっています。

業界一位はH社ですが、このような高級志向のスタイルは他の企業ではなかなか真似をすることのできないものです。そうすると、どの企業も薄利多売になる傾向が強くなるのです。このまま業界の体質が変わらなければ、さらなる低価格競争のなかで、労働者、消費者、地域住民が犠牲になっていくでしょう。

これを防ぐためにも、クリーニング業界で労働組合を結成することが重要です。しかし、先に述べたように、せっかく労働組合が一つの企業で労働法を遵守させ、労働条件を向上させても、その企業が業界内の競争で負けてしまえば、成果を維持できず、業界全体の改革にはつながりません。

つまり、クリーニング業界を改革していくためには業界における労働市場規制型運動が必要となってくるのです。

たとえば、「労働者、消費者、地域住民を犠牲にするブラック企業を許さない運動」として三者が一体となり、それぞれの会社に対し労働法、消費者保護法、環境法を遵守させるキャンペーンを行なうことが考えられると思います。

また、法律を守らない会社に対し、三者の協力のもとで、訴訟を起こし、司法の場でメスを入れることもできると思います。このようなキャンペーンを張って社会的にブラック企業を叩いていくこと、市民運動と労働運動を連携させて取り組んでいくことが重要です。業界団体、企業協同組合等と業種別ユニオン、たとえば労評クリーニング労組のような労働組合が労働協約を締結し、これを業界における標準的労働基準として確立し業界全体に普及していくことも考えていなければなりません。

### 三 業種別職種別ユニオン運動

#### について

#### 1 日本労働運動についての現状認識

現在の日本の労働運動の現状が厳しい状況であることは言うまでもありません。労働組合に組織されているのは、一部の大企業労働者と公務員が中心で、中小企業労働者や非正規労働者のほとんどが未組織です。自分の会社に労働組合がない会社も少なくありません。

そのようななかで、合同労組、ユニオンが未組織の労働者の労働相談を受けて解決し、これを社会問題化する活動を進めています。重要な取組みであり、その発展を期待していますが、事件の解決後に組合員が脱退し、職場や地域に組合組織が残らないという課題を克服できているとはいえません。また、業界全体に強い影響を及ぼしたり、業界における同種の労働問題の解決を図っていくような運動ができていないとは思いません。

何よりも大切なことは、労働組合に加盟した労働者が、自分の労働者階級としての立場と権利を自覚することだと思います。労働者自身が自分の個人的な相談だけに留めず、労働者全体の権利の前進を考えて、職場や地域や業界でまわりの労働者も巻き込んで自分たちの手で職場や地域や業界の労働環境改善を考えていかなければなりません。

労働者自身がこの力を十分に持っていると思いますが、それ自体を、労働者自身も組合役員も認識していないことに問題があると思います。このような労働者の本質的な力を引き出し、労働者階級としての意識を確立していくためにも、業種別で労働者が団結し、業種全体への規制を及ぼしていく運動は重要な意義を有していると思います。

#### 2 業種別職種別闘争の必要性

最後に、私の経験から業種別職種別闘争の必要性を述べたいと思います。私は、国際自動車株式会社に対して残業代請求訴訟の原告代理人として闘っています。この裁判を通じて、業種別職種別労働運動の力を感しました。

原告たち（国際自動車労働組合・首都圏なかまユニオン所属）はたった十数名で、二五〇〇人を超える大企業において、「残業代ゼロ」の賃金制度に疑問を持ち、組合を結成し、一五人（後に一四人）で残業代請求訴訟を提訴しました。第一次訴訟勝訴後、闘いは二〇〇名を超える原告団に発展しました。この闘いは、他のタクシー会社、交通運輸関係会社にも波及し、たとえば、ツールエクスプレスジャパン（旧・フットワーク便）の広島営業所の労働者が、国際自動車と同じような「残業代ゼロ」の賃金制度に対する闘いに立ち上がり、労評ツール広島分会を結成し九名で提訴するに至りました。続いて労評ツール東京中央分会も結成され、浜松

の退職労働者も訴訟に加わりました。このように、同業種の一つの闘いが、別の闘いを触発して引き出すことが起こっています。インターネットやSNSが普及するなかで、一つの闘いが全国に広がる可能性が高まっています。ツールエクスプレス広島営業所の労働者たちは、自らの賃金規定に疑問を持ち、インターネットで国際自動車事件の闘いを知り、東京の弁護士である私に連絡をくれました。まだ小さな取組みでも、ひとつの闘いが業界全体の改革に影響を与えることは十分にありえるし、各業種の労働条件に規制を与えうるものであると実感しています。これはまだ明確な言葉にならない実感としてありますが、これをうまく表現して、理論的に整理して、成功例を集めて集約して、これらを今後の労働運動発展の武器にしておくことがこの研究会の役割であり、私も大きく期待しているところ です。

みやさこ みつる  
すずき かずゆき  
いぶすき しょういち  
きのした たけお