「労働供給制約下におけるサービス供給の在り方について」事例報告
～過剰サービスへの取組みや長時間労働につながる商慣行の見直しについて～

2024年7月1日（月）

労働政策審議会　労働政策基本部会　ヒアリング資料

UAゼンセン

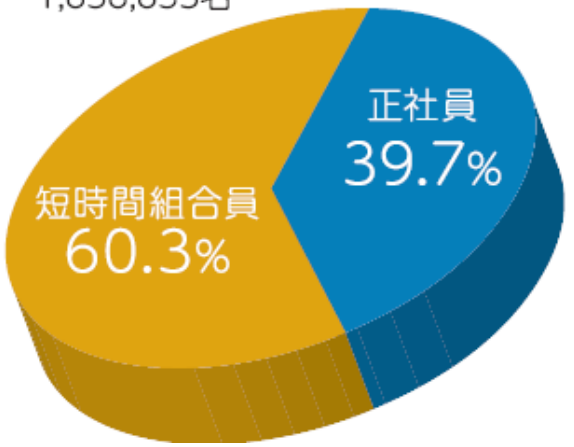
副書記長　西尾多聞

UAゼンセンの組織構成

部門	製造産業	流　通	総合サービス
組合数	902組合	519組合	774組合
組合員数	187,015名 正社員180,528名 短時間6,487名	1,130,243名 正社員348,971名 短時間781,272名	541,580名 正社員207,835名 短時間333,745名
部会／組合数／組合員数	繊維素材 61組合／22,206名	スーパーマーケット 207組合／433,121名	フード 132組合／33,384名
	繊維加工 247組合／19,080名	GMS 21組合／233,767名	フードサービス 105組合／163,846名
	衣料・スポーツ 58組合／15,503名	住生活関連 42組合／97,732名	インフラサービス 213組合／36,333名
	化学 184組合／52,583名	百貨店 57組合／45,895名	生活サービス 119組合／30,487名
	医薬・化粧品 78組合／40,802名	ドラッグ関連 50組合／158,689名	ホテル・レジャー 75組合／40,213名
	総合製造 274組合／36,841名	専門店 88組合／91,508名	パチンコ関連 13組合／24,436名
		家電関連 54組合／69,083名	医療・介護・福祉 101組合／103,063名
			人材サービス 16組合／109,818名
合計	2,195組合／1,858,853名（正社員737,342名　短時間1,121,511名）		

■雇用形態別内訳

正社員　737,342名
短時間　1,121,511名
合　計　1,858,853名



■組合員規模別内訳　※ジョイントユニオンを除く

組合員数	組合数
100名未満	1,101組合
100名以上 300名未満	437組合
300名以上 1,000名未満	342組合
1,000名以上 3,000名未満	187組合
3,000名以上	128組合
合計	2,195組合

＜目次＞

１．課題意識

２．取組み内容…産業別労働組合としての取り組み方針

３．取組み事例…企業別労使の労働条件交渉における取組状況

４．まとめ

1．課題意識

＜問題意識＞

- 加盟組合企業は労働集約型の業態が多く、人手不足は最重要課題の一つ。
- 付加価値額も労働分配率も比較的低い業種が多く、生産性の向上も課題。
- 参入障壁の低い産業が多く、サービス、価格の両面において競争が激しい。
- 社会インフラの維持に必要不可欠な仕事に従事する労働者（エッセンシャルワーカー）が多いが、その仕事は労働条件面では比較的劣位にある。

⇒公正労働基準による公正競争を実現しにくい環境。

※労働条件の切り下げ競争で利益を確保するのではなく、賃金や労働時間、福利厚生などの一定水準を確保したうえで、付加価値の高い財やサービスを提供する競争を行い、消費者も事業者も従業員も価値を感じられる環境を実現することが大切であるという考え方。

＜取組みの考え方＞

- 企業横断的な連帯が可能な産業別労働組合として出来ることを政策とする。
- 当該労働者の仕事の価値に対する社会的認知と理解を高め、処遇改善を行える付加価値を確保することが必要。

⇒以下にその取り組み内容と事例の一部を報告する。

２．取組みの内容

UAゼンセンの重点政策の紹介

- **＜重点政策＞毎年策定**
- **⇒職場の声を集約し「労働・社会政策」「産業政策」「地域政策」の3つに分類して取りまとめ。**
- **28項目の「重点政策」と62項目の「重点継続課題」**
- **＜政策の事例＞**
- **働き方に中立な社会保障制度の構築**
- **不公正な取引慣行の改善**
- **介護従業者の処遇改善と人材確保に向けた対策強化**

２．取組みの内容
～今回のテーマに関係する項目①～

（1）店休日（営業休日）と正月営業の法制化

　小売業について、店休日（営業休日）と正月休業を促進する法を制定する。正月三が日については、特に「元日」について、国民生活のインフラなどに欠かせない産業を除き、長時間労働の是正や国民のゆとりの確保という観点から、より特別な日として休日とする。

※産業の持続的で健全な成長のためには、働く者がモチベーション高く働き続けられる職場環境の整備と地位向上が不可欠である。

２．取組みの内容
～今回のテーマに関係する項目②～

(2)カスタマーハラスメント(悪質クレーム)対策の推進

- 「サービス等を提供する側と受ける側がともに尊重される社会」の実現をめざし、一部の消費者による一般常識を超えた不当な要求や異常な態様の要求行為等のカスタマーハラスメント（悪質クレーム）の抑止・撲滅を推進する。
- 具体的には、国レベルでは「カスタマーハラスメント（悪質クレーム）対策基本法」を制定し、国全体としてカスタマーハラスメント（悪質クレーム）対策を推進する。また、労働施策総合推進法を改正し、カスタマーハラスメント（悪質クレーム）から労働者を守るための措置を事業主に義務づける。さらに、地方行政の取り組みを更に推進するとともに、好事例の共有をはかる。加えて、労働組合が参画する仕組みの中で、業界ごとにカスタマーハラスメント（悪質クレーム）の実態調査と対策の研究を行い、カスタマーハラスメント（悪質クレーム）への対応や従業員教育の実施に向けたマニュアル、ガイドラインを作成する。
- あわせて、倫理的な消費行動を促すための啓発活動や消費者教育を推進する。

※働く魅力を阻害し働き手不足を招き、販売機会のロスや対応コストの負担により賃金の源泉となる企業利益を損なう。

３．取組み事例
～企業別労使の労働条件交渉における取組状況～

（１）「営業日・営業時間に関する事項の労働協約への明記」の取組み（流通産業）

①考え方

　流通小売業に特有の問題であり、自社の労働者のみならず取引先や関係者も含め、多くの労働者の労働条件に大きな影響を及ぼす「営業日・営業時間に関する事項」を労使協議事項として労働協約に明記し、持続可能な企業経営に労働組合が寄与することを目的とする。

②取組み状況

　労働協約に記載している組合数

　2019年（46組合）→2024年（68組合）

３．取組み事例
～企業別労使の労働条件交渉における取組状況～

（２）正月営業対策（流通産業）

①考え方

・正月三が日は特別な日、特に元日は最も特別な日である。

・原則として、元日は営業休日とすることが望ましい。

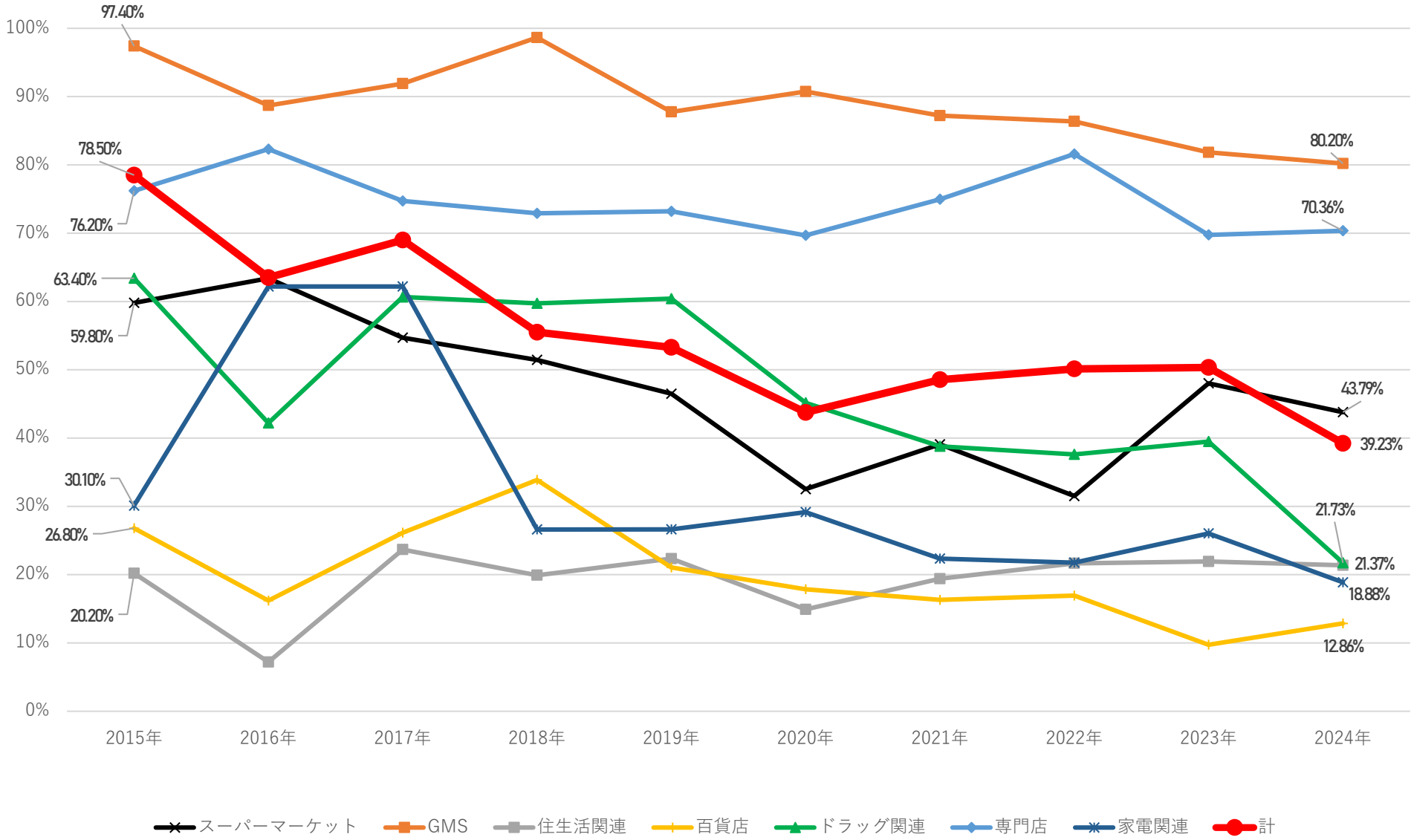
・営業せざるを得ない場合は、特別な日に値する労働条件を確保する。

②取り組み状況

・2015年から2024年までの元日営業実施店舗構成比（参考値）
経年比較においては、全業種平均で元日営業は減少傾向にある。

元日営業構成比推移

※提出組合が異なるため構成比は参考値



（３）個別企業別労組の事例

１）首都圏展開スーパーマーケットの企業別労働組合

●正月休業日
・１月１日～３日まで（2021年１月から）
●売上への影響
・年始休業は売上に大きく影響はない。
・一方で、現場での店長クラスは他店にお客様が取られていると懸念している人もいる。
●正月休業日未実施の店舗
・理由は、テナントの契約上で年始も営業している。
・店舗数は、６店舗
・従業員対応
⇒出勤者に対して、手当を支給している。

１日	社員	15.000円	パート	時給＋1,875円
２日	社員	12,000円	パート	時給＋1,500円
３日	社員	10,000円	パート	時給＋1,250円

２）広域展開スーパーマーケットの企業別労働組合

●正月休業日

・１月１日～３日まで（2022年１月から）

●売上などへの影響

・年始休業を始めたころは前年の売上高を確保できないという声もあったが、経年続けていく中で声はなくなった。

・１～３日を営業しないことでテナントに違約金を支払っている店舗もあるため、一部の営業部からは営業してもいいのではないかという意見ある。

●従業員の声

・組合員アンケートからも公休の連休が出来て職場の満足度が向上している。

・一方で、４日からの店の立ち上げの作業負担が多いため、３日から働かせてもらえないかという声あり

・年始を休業するために12月31日の帰りが遅くなるということもない。

（近畿20時、首都圏21時閉店　閉店後１時間以内退店）

（４）総合サービス産業での取組み

	過剰サービス・長時間労働削減への取り組み、人材確保への取り組み
食品製造	・新店（改装）の販売応援という形で店の品出しを手伝わされる、自社製品以外も手伝わされるなどの取引慣行の改善に向け、毎年のアンケート調査をもとに関係先に対する改善要請などを行っている。
フードサービス（外食など）	・セルフオーダー（年齢確認もできる）、配膳ロボットの導入、セルフレジまたはテーブル決済、片付けの一部セルフサービス等の導入。 ・アルバイト紹介制度　1人紹介で報奨金〇円 ・4年制大学に通う1～3年制を対象に返済の必要がない給付型の奨学金による経済支援 ・すきまバイトマッチングサービスの活用

（４）総合サービス産業での取組み

	過剰サービス・長時間労働削減への取り組み、人材確保への取り組み
パチンコ関連	・お客様から玉・メダルを預かって、従業員が飲料等に交換しお客様に渡すサービス（自動販売機購入代理サービス）の停止 ・カウンターのレジ対応を無人化し、お客様が自身で会計から景品交換を行う ・シフト作成が従業員個々人の労働条件（時間数や曜日、業務スキル等）をインプットしAIで作成可能となった ・10種類ほどあったサービスの廃止・撤去（スマホの充電器など）

（5）カスタマーハラスメント対策の進捗
＜アンケート調査（第3弾）結果における実態＞

１）調査目的　職場で起こっているカスタマーハラスメントの実態について調査した

①従業員の安心・安全な職場環境の構築に向けた法制化などの具体的な成果につなげる

②コロナ後のカスタマーハラスメントの実態をつまびらかにし、世論喚起につなげる

③カスタマーハラスメント対策に向けた各所属組合の労使議論の推進につなげる

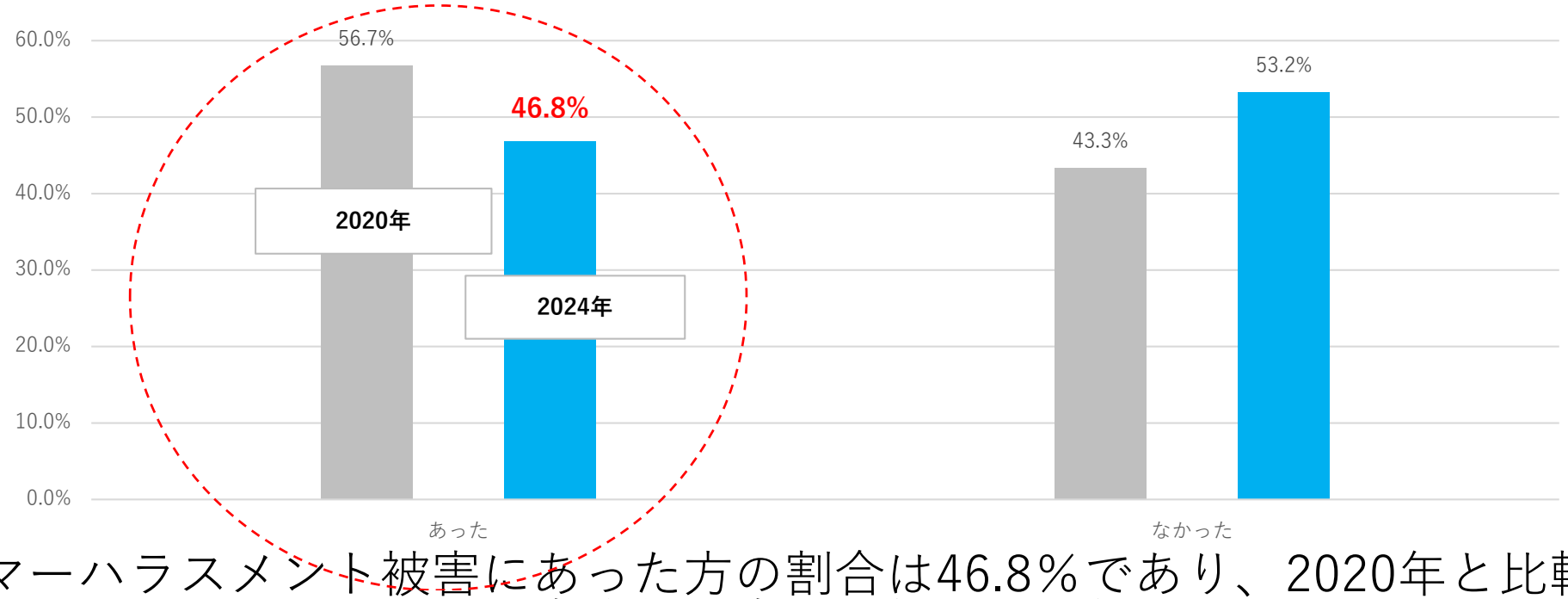
２）調査対象　サービス業に従事しているUAゼンセン所属組合員

３）調査期間　2024年1月18日～3月18日

４）回答組合数　210組合　回答件数　33,133件

（5）カスタマーハラスメント対策の進捗
＜アンケート抜粋＞

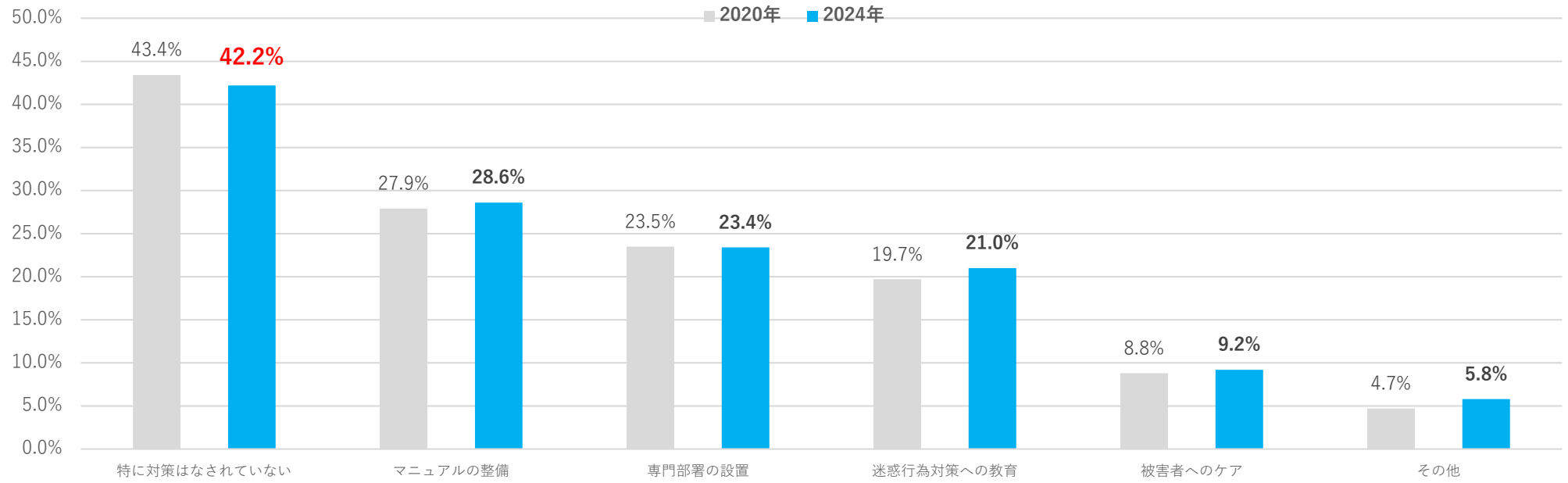
◆あなたは直近2年以内で迷惑行為被害にあったことがありますか。



カスタマーハラスメント被害にあった方の割合は46.8％であり、2020年と比較すると減少しており、この間の社会喚起や企業労使の取り組みの成果と推測できる。

（5）カスタマーハラスメント対策の進捗＜アンケート抜粋＞

◆あなたの企業で実施されている迷惑行為への対策について選択してください。



一方、企業の対策については、「特に対策はなされていない（42.2%）」が目立つ結果となった。法律などの後ろ盾が必要である。

４．まとめ

- 貴部会の問題意識に対する弊組織の取組みをまとめてみたところ、加盟組合企業各社は、労使協議を重ねながら、主に人材確保の観点を重視してサービスメニューの削減、無人化（自動化）、営業時間そのものの削減などによるサービスの合理化に取り組んでいると言える。

- サービス方法の変更やカスタマーハラスメント対策を行うことは、サービスを提供する側と受ける側の双方に意識の転換が必要である。

- 持続可能な労働力の需給関係を維持するためには様々な施策に対する社会的理解の促進や法的な背景も重要である。