

8割の女性パートタイマーを 運営と政治の主体へ —イオン労連の「自分ごと化」の挑戦と期日前投票所のインフラ改革

いずみさわ
泉澤

まさのり
匡範

●イオングループ労働組合連合会 会長

1. 女性の組合活動参画の向上 ：流通業界のリアルと当事者

日本の流通・サービス産業の最前線を支えているのは、店舗で働く膨大な数の短時間雇用労働者、すなわちパートタイマーと呼ばれる仲間たちである。私たちが活動を展開するイオングループの職場においてもその構造的特徴は顕著であり、働く従業員の約8割が女性のパートタイマーという構成になっている。かつてのように彼女たちを補助的労働力とみなす時代はとうに過ぎ去り、今や店舗運営を司り、お客さまと接する現場の「主戦力」そのものなのだ。

そうであるならば、職場の課題解決や働きやすい環境づくりを進めるにあたり、当事者である彼女たちの巻き込みが不可欠となるのは自明の理である。女性でありパートタイマーである組合員が「お客さまから理不尽な叱責（カスタマーハラスメント）を受けた」「賃金や社会保険の扶養の枠に悩んでいる」といった切実な声を上げ、それを組合活動の起点にすることが求められる。

だからこそ、私たちは彼女たちの声を置き去りにしたまま一部の専従役員や正社員のみで進める

運動を排し、パートタイマーの積極的な組織化（組合員化）を最重要課題として推し進めてきた。職場の多数派である彼女たちが労働組合の一員となり、主体的に声を上げ、自らの手で職場を変えていく。この「数の力」と「当事者の意思」の結合こそが、イオン労連におけるすべての運動の原点であり、労働組合としての社会的影響力を担保する礎となっているのである。

2. 組合運営の主体へ：女性役員を増やす取り組み

パートタイマーの組織化が進み、組合員の圧倒的多数を女性が占めるようになった次の段階として、私たちは「組合運営の主体への参画」という課題に直面した。意思決定を行う役員の顔ぶれが男性ばかりであれば、それは真に現場の声を反映した組織とは言えない。

そこで私たちは、女性専従役員の意図的な増員に乗り出すとともに、各店舗に配置される職場委員（組合員と本部をつなぐ現場リーダー）へパートタイマーを積極的に登用・活用する方針を決定し、実践してきた。当事者の視点が組合活動に新しい風を吹き込み、組織のあり方をボトムアップ

で変える契機となったことは大きな成果である。

しかし、この方針を推進する過程で、現場のリアルな葛藤と課題が浮き彫りとなった。特に女性役員が「政治活動」を担当する局面において、そのハードルは極めて高かった。日本の政治分野におけるジェンダー平等の遅れが示す通り、政治や選挙の世界は依然として男性中心の古い風土が支配的である。そこへパートタイマー出身の女性役員が飛び込むことへの心理的抵抗感は、想像以上に大きかった。

「なぜ男性中心の古い会合や慣習に付き合わないといけないのか」「家族との時間を犠牲にしてまで行う政治活動に、一体何の意味があるのか」。こうした女性役員たちの痛切な声は、単に「女性役員の目標比率」を掲げて数値合わせを行うだけでは解決できない根深い課題であった。

さらに、物理的な制約も彼女たちを苦しめた。地方議員や政党との折衝、夜間や休日を中心とする政治関連の会合といった「時間外活動」は、家事や育児、介護といった家庭内役割を背負わざるを得ない女性役員にとって深刻な負担となった。加えて、組織的なボトルネックも存在した。広域多事業所に展開する流通産業において、職場リーダーが1人で担当する組合員（従業員）数が100名を超え、担当事業所数が10を超えるような過酷な状況にある単組も多数あった。

さらに、政治・政策推進活動に対する会社側の理解が十分に得られていない単組が25%にのぼり、活動時間が業務外や休日に制限されたことも、現場のリーダーたちの活動推進を大きく妨げる要因となった。こうした現場の葛藤や組織的課題を隠さず直視し、日常の活動に落とし込んでいくことこそが、形式的ではないジェンダー平等と政治活動の両立に不可欠なのである。

3. 現場の声を国政へ：組織内議員擁立へのチャレンジ

そもそも、なぜ労働組合が政治に深くコミットしなければならないのか。それは、企業の枠組みを超えた「法制度の壁」に突き当たるからである。一企業の労使交渉をどれほど真摯に、粘り強く重ねようとも、会社側には国の税制や社会保障制度を変える権限はない。その最たる例が、パートタイマーが自らの就業時間を抑制せざるを得ない「年収の壁（就業調整）」の問題である。

「もっと働いて手取りを増やしたいのに、一定の年収を超えると社会保険の扶養から外れてかえって手取りが減ってしまう」という葛藤は、現場の働く意欲を大きく削いでいる。また、近年深刻化している「カスタマーハラスメント（カスハラ）」の防止に向けた実効性ある法整備も、一企業の努力だけで解決できる話ではない。こうした制度的課題の解決には、政治を動かし、法律や国のルールそのものを変えるしかないという厳然たる事実が存在する。

この「法制度の壁」を突破し、最前線の仲間の切実な声を直接国政に届けるために、私たちは自らの代表、すなわち「組織内議員」を擁立するという大きな挑戦を選択した。その先頭に立つのが、イオンリテールワーカーズユニオン出身者であり、流通・サービス部門の当事者の代弁者として果敢な国会質問を重ねてきた「田村まみ」参議院議員である。

私たちは田村氏に加え、同じくイオンリテールワーカーズユニオン出身で茨城県選挙区から当選した「堂込麻紀子」参議院議員や、福岡市議会議員の「近藤さとみ」氏ら、UAゼンセンの枠組みを通じて、産業や現場の生活と雇用を守るための代表を擁立し、活動を支えてきた。

彼女たちが政治の場で発言する意義は、机上の空論ではなく、現場で働く組合員が日々感じる「生きづらさ」や「憤り」に完全に立脚している点にある。田村氏は国政に送られた直後から「カスタマーハラスメント」の防止対策について国会で繰り返し質問を重ね、2022年にはカスタハラ防止法案を提出、そして2025年6月にはカスタマーハラスメント対策を盛り込んだ悲願の改正法成立へと大きく貢献した。

さらに、予算委員会や厚生労働委員会において「年収の壁」に対する総理の決断や、企業規模要件の撤廃を迫る鋭い質疑を行ってきた。当事者の代弁者が国政や地方自治体に存在するということ、それは労働組合が労使交渉の枠を超え、社会全体の公正なルールづくりに主体的に参画するための必要不可欠な武器なのである。

4. 政治を「自分ごと」へ：関心度・関与度向上のための工夫

政治を「遠い世界の他人の話」から「私たちの暮らしと働き方のルール」へと変える。この「自分ごと化」こそが、多くの女性パートタイマーを抱える流通業界の労働組合において、最も重要な困難な挑戦である。私たちは、組合員政治意識調査（第56回共同調査・イオンG労連統合データ）から得られた、3万2,326件という膨大な回答データに基づき、現状の構造的なギャップを詳細に解剖し、具体的かつ実践的なアプローチを展開してきた。本調査の回答者の属性は、女性が約75%、正社員以外（短時間組合員）が約80%、役員経験なしが約90%であり、まさに現場の実態そのものを反映している（図表1）。

図表1 回答者の構成

性別・年齢			
男・10-20代	3.8%	女・10-20代	4.4%
男・30代	3.8%	女・30代	5.6%
男・40代	4.6%	女・40代	12.8%
男・50代以上	9.7%	女・50代以上	52.8%
男性計	21.9%	女性計	75.5%
無回答			2.6%
雇用形態		役員経験	
正社員	22.8%	現役員	7.5%
正社員以外	77.1%	役員経験者	7.8%
無回答	0.2%	経験なし	84.6%
		無回答	0.1%

データ出所：イオングループ労働組合連合会提供資料。

この調査結果を詳細に分析すると、正社員とパートタイマーとの間には、政治や政策に対する意識の明確なギャップ（違い）が確認された。全般的に、女性や短時間組合員、若年層は、政治に対して「難しさ」や「あきらめ」、あるいは「関心がもてなかった」という消極的な印象を抱く傾向が強い。同僚と日常的に政治の話をするということについても、男性正社員に比べて女性では「抵抗感」を示す方が34%を超え、心理的なハードルが依然として高いことが分かっている（図表2）。

さらに、この意識ギャップは実際の投票パターンにも表れている。イオン労連全体の投票率は約9割と極めて高い実績を誇っているが、投票先の詳細を見ると、男性正社員の67%、女性正社員の67%が比例代表で「組合が推薦する候補者・政党」へ投票しているのに対し、女性短時間組合員では51%と、16ポイントもの明確な落ち込み（ギャップ）が生じている。つまり、「投票という行為」自体は行うものの、「なぜ労働組合が特定の推薦候補を擁立し、応援しているのか」という運動の目的や必要性の理解（納得感）においては、パートタイマーの仲間たちとの間にまだ大きな開きがあるのだ（図表3）。

図表 2 職場の同僚と政治の話をするに対する抵抗感（％）

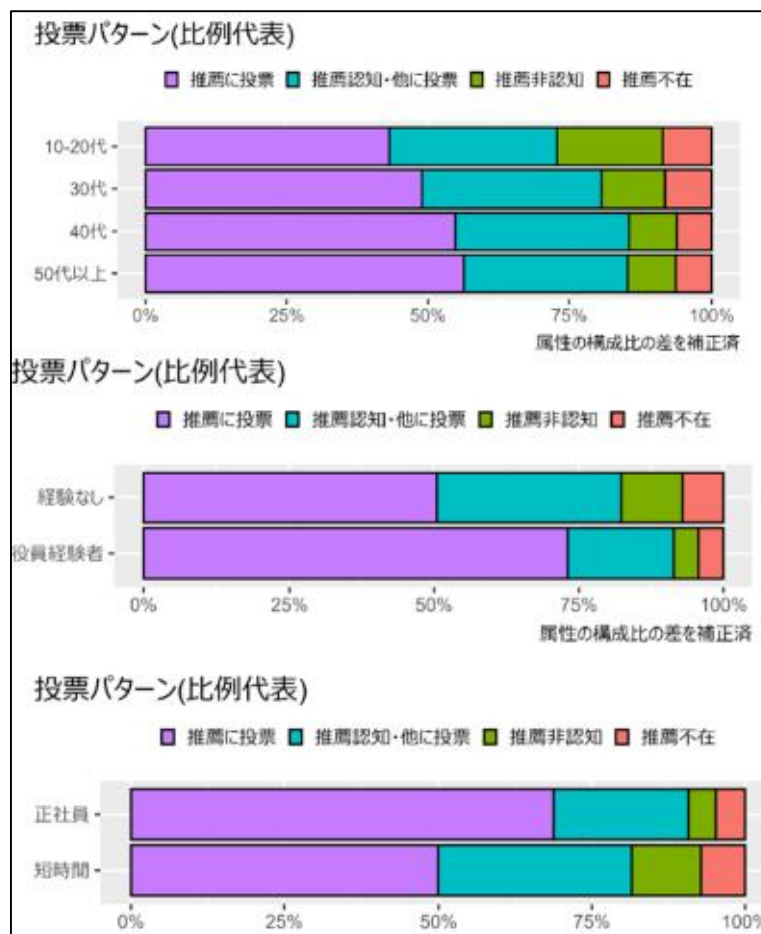
あなたの職場と労働組合に関する次にあげるような事柄について、あなたはどのように思いますか。

職場の同僚と政治の話をするに、抵抗を感じる

	そう思わない	あまりそう思わない	どちらともいえない	ややそう思う	そう思う
UAゼンセン	10.5	19.8	41.5	17.7	10.5
流通+総サ	10.4	19.1	41.7	18.0	10.9
イオン労連	8.7	17.4	43.1	19.0	11.8
性・雇用形態					
男・正社員	11.8	19.4	35.2	20.2	13.3
男・短時間	13.1	16.3	41.4	15.1	14.1
男性	12.5	17.8	38.3	17.7	13.7
女・正社員	6.7	17.1	36.4	24.7	15.1
女・短時間	6.9	16.7	48.0	18.1	10.4
女性	6.8	16.9	42.2	21.4	12.7
性・役員経験					
男・経験なし	12.0	16.6	40.2	17.0	14.2
女・経験なし	6.7	16.4	47.2	18.7	11.0

データ出所：図表 1 と同じ。

図表 3 投票パターン



データ出所：図表 1 と同じ。

しかし、データの深層は異なる真実を告げていた。国政などの「マクロな政治」には距離を置くものの、自らの生活や職場に直結する「ミクロな政策課題」に対して、彼女たちの関心は極めて高い。それを如実に証明したのが、2023年9月から2024年6月にかけて実施された「まみに聴かせてキャンペーン」への反響である。この取り組みを通じてイオン労連の職場から寄せられた604件の声の内訳を見ると、最も多かったのが「年収の壁」に対する声で19%。次いで「カスタマーハラスメント（カスハラ）」が11%、「少子化・子育て支援」が10%、「賃上げ」が9%と続いた（図表4）。

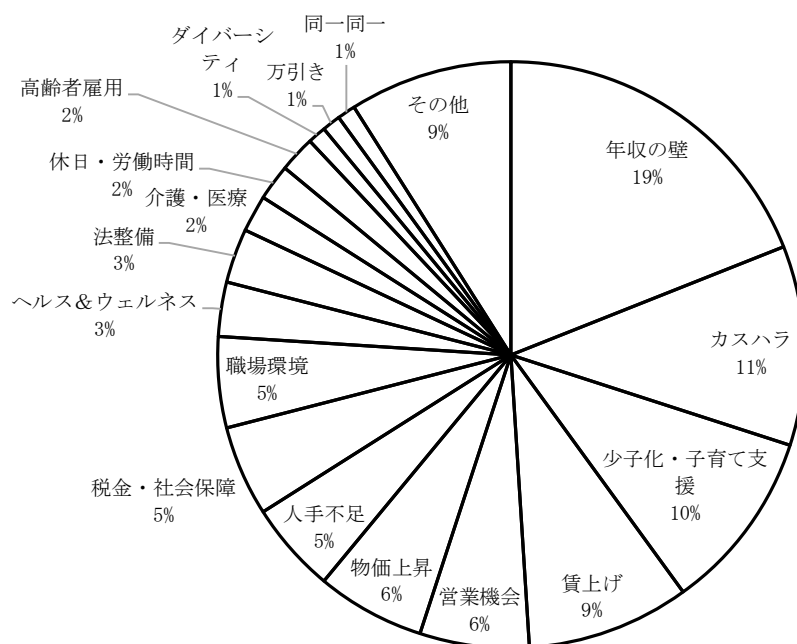
これらの数値は、現場の仲間たちが日々直面する「働き方の歪み」や「労働環境の不条理」といったテーマには、極めて高い問題意識（当事者意識）を持っていることを示している。つまり、彼女たちの消極的な態度は政治への無関心ではなく、「政治的な言葉」と「生活のリアリティ」が結び

ついていないことに起因しているのだ。

このギャップを埋めるため、私たちが実践した工夫が「言葉の翻訳」である。「税制改革」や「社会保障の持続可能性」といった抽象的な政治用語を、職場のオルグや機関紙では「なぜ扶養の範囲を超えて働くと、かえって手取りが減ってしまうのか」「カスハラから身を守るために、なぜ法律が必要なのか」といった、当事者の生活や安全に直結する言葉へと徹底的に落とし込んだ。

これにより、組合員は「政治とは私自身の働き方のルールを改善するための手段なのだ」と主体的に捉え直すことができた。また、私たちの信念に共感し政策推進をともに行う「パートナー議員（地方議員等）」と連携し、地域やショッピングモールでの「茶話会」を積極的に実施することで、日常の暮らしの課題解決を身近に体感できる場を平時から作り出してきた。

図表4 「まみに聴かせてキャンペーン」に寄せられた職場の声



データ出所：図表1と同じ。

そして、この「意識の翻訳」に加えて、投票行動に結びつけるための最大の社会的インフラとなったのが、グループの協力のもと推進してきた「期日前投票所の積極誘致」である。この取り組みは2007年の秋田県議会議員選挙における店舗への設置協力から始まった。グループ労使で「公民権行使労使共同宣言」を締結し、地域の社会貢献活動として全国の商業施設へ期日前投票所の設置を働きかけてきた。

その推移を見ると、2016年の参議院選挙における55箇所、2017年の衆議院選挙における58箇所、2019年の第19回統一地方選挙における79箇所、2024年の第50回衆議院選挙における145箇所、そして2025年の第27回参議院選挙における「過去最多の182箇所（期日前投票所163箇所、当日投票所4箇所、期日前・当日双方15箇所）」の設置へと着実に拡大を遂げ、最新の2026年第51回衆議院選挙においても158箇所に設置された（図表5）。

図表5 イオングループの商業施設における
投票所の設置箇所数

年度	選挙種別	投票所数
2016	参議院議員選挙	55
2017	衆議院議員選挙	58
2019	第19回統一地方選挙	79
2024	第50回衆議院議員選挙	145
2025	第27回参議院議員選挙	182
2026	第51回衆議院議員選挙	158

データ出所：図表1と同じ。

この商業施設内への期日前投票所の設置は、地域のお客さまの利便性を飛躍的に高めるだけでなく、シフト制で日々多忙に働く従業員（とりわけパートタイマー）が、仕事の合間の休憩時間や出退勤時に「自らが働く店舗内で速やかに投票できる」という画期的な労働環境（公民権行使の場）を提供している。意識改革としての「言葉の翻訳」と、物理的障壁を取り除く「期日前投票所の誘致」

という両輪が機能して初めて、労働組合の政治活動は働く仲間の「自分ごと」となったのである。

5. おわりに：今後の展望と決意

「チャレンジ2025」において、田村まみ氏は2期目の当選を果たした。しかし、その得票数は、前回から5万票以上減少する20万5,331票に留まった。この結果は、私たちに極めて重い課題を突きつけている。

政治意識調査が示す通り、組合からの働きかけを受けた組合員は61.4%に達したものの、そのうちの55%は単なる投票の「呼びかけのみ」に留まり、擁立理由や組合との関係について「説明」を受けたのは約3割であった。しかも、その説明は役員経験者や正社員などの一部の層に偏っていたことが判明している。

さらに、計画された3回の定着アプローチが、入会活動の遅れや進捗管理の不十分さから実態として満足に機能しなかったことも大いなる反省点である。つまり、私たちは日常の活動において、パートタイマーの仲間たち一人ひとりが納得できる「説明」を尽くし、彼女たちの信頼や期待を定着させる対話を積み重ねるというプロセスを、まだ十分にやり切れていなかったのだ（図表6）。

今後の展望として、私たちが取り組むべきは「政治活動の日常化（日常の組合活動のアップデート）」である。選挙時のみに突然現れる活動に、当事者の納得は得られない。日常の「お世話活動（日常の困りごと解決）」に奔走し、組合員に最も身近で信頼されている職場リーダーが、そのまま平時から政策推進活動（政策要望の集約や対話）を担える体制を構築すること。日頃からメンバーに寄り添い、自らの生活の不満や疑問を「政治」というツールと結びつけて自分の言葉で話せるリ

ーダーを、各職場に平時から育成していくこと。
これこそが、今後の私たちの組織強化と政治参画を支える唯一の道である。

ジェンダー平等の遅れが深刻なこの日本において、職場の8割を占める働く女性パートタイマー

の切実な声を束ね、制度の変革へとつなげる労働組合の社会的責任はこれまで以上に大きい。私たちは、現場の切実な声で社会をアップデートしていく勇氣と覚悟を胸に、一步一步、粘り強い地をこのような日常活動を積み重ねていく。

図表6 組合からの働きかけ（％）

組合からの働きかけは、だいたいどんな内容でしたか。思い出せる範囲で、もっとも近いと感じるものを選んでください。				
	投票の呼びかけだけでなく、候補者に関することや、組合との関係について説明を受けた	投票の呼びかけだけでなく、候補者に関することについて説明を受けた	投票の呼びかけのみを、複数回受けた	投票の呼びかけのみを、一回だけ受けた
イオン労連	37.8	19.0	23.9	19.3
性・年齢				
男・10-20代	45.2	17.6	20.4	16.7
女・10-20代	27.6	24.3	27.2	20.9
男・30代	44.7	18.5	18.4	18.4
女・30代	35.3	20.2	22.7	21.8
男・40代	46.3	20.1	19.2	14.5
女・40代	32.8	20.7	24.3	22.2
男・50代以上	41.1	17.5	23.9	17.5
女・50代以上	27.7	18.3	27.2	26.8
雇用形態				
正社員	46.6	19.6	21.8	12.0
正社員以外	26.5	18.7	26.7	28.0
役員経験				
現在、支部・分会の執行委員以上の役員である	73.7	14.0	9.0	3.3
過去に支部・分会の執行委員以上の役員を経験した	51.6	17.6	21.0	9.9
現在、執行委員以外の役員・委員である	62.2	17.7	15.0	5.2
過去に執行委員以外の役員・委員を経験した	37.8	19.7	26.5	16.0
経験なし	26.2	19.4	27.2	27.2

データ出所：図表1と同じ。