

第三部：質疑応答

司会：労働情報センター事務局長 村田 尚應

（司会）まずは高橋さんへの質問です。今後のサービス・ツーリズム産業として、いろいろ広がり考えたときに、航空会社、あるいはJRや私鉄の労働組合などと、今以上に連携を深めていくべきではないかと思うのですが。

（高橋）ぜひ外に打って出てほしいと思っています。たとえば連合では、各種の委員会などさまざまなものがあり、やろうと思ったらかなりのことができます。ですから、共闘という意味では、もっといろいろなところに出かけて行ってほしいと思うのです。交運労協もありますよね。連合では、地域も結構頑張っています。もっと外に打って出て、人間関係をつくっていただきたいと思います。

最近、組合の幹部の方というのは、頭のいい人はあちこちにいるのだけれども、人づき合いがなかなかできないのです。毎日パソコンに向かっている。人間の関係性をぜひつくっていただきたいなと思います。仕事はできなくても、仕事のできる人をいっぱい知っているという労働組合の役員としての能力が大事なんじゃないでしょうか。引っ込み思案で行かないのではなく、それはぜひやってもらったらどうかと思っています。これはぜひ皆さんに訴えておきたいと思います。

続いて見世さんに質問です。提言の中で、新たなマーケットの創出が非常に重要だとおっしゃっていますが、そのために、それを実現できる感性をもった人材が不可欠ではないでしょうか。翻って業界内部をみると、純血主義や自前主義といったものが横行しているように思えます。新たなサービスを提供するため、私たち自身がもっと外部の人たちと交わることによって、外部からも学び、感性を磨くべきだと考えますが、そのあたりはいかがでしょうか。

（見世）きょうの提言の中ではご説明しなかったことですね。サービス連合として作成した政策提言の中には人材育成の項目がありますので、その中でお答えができればと思います。

まずは、企業内の人材育成の課題を提起しているのですが、まず評価の問題ですが、どうしても近々の実績、短期間的な視野で評価されるケースが非常に多い。それをいかに長期的なスパンで測れる評価制度が入れられるかがまず1つ課題になるだろうと捉え

ています。

それから、人を育てていくということ自体が企業の中でどう評価されていくかということです。管理職になって部下を育てることがミッションとして与えられるわけですが、では、どの人をどこまで育てたことが評価に値するのかが非常にわかりにくくなっていますし、おそらく管理職の評価は、その課や部の業績が主なので、部下をどこまで育てたかはあまり評価されていないだろうと思っています。だからまずはそういったところから少し改める必要がある。こういったことは、私たちの労働組合としても各企業との交渉の中でできることだと思います。

もう1つは、研修の機会という点での課題です。企業内研修そのものは、予約・手配のしかたとか、サービスの提供の仕方とか、そういった研修は大きな組合のあるところ、大きな企業ではやっていると報告をいただいています。中小のところでは残念ながらそういった研修もできない状況にあるようです。それを外部に委託して実施できたらいいのに、という課題もあります。

それから、ご質問にあった外部との連携ですが、今さかんに産学官の連携が叫ばれています。基本的には、学問が非常にクローズアップされています。各企業から派遣され、大学で学問を学んで戻ってくるのですが、実はここにもちょっと課題があると思っています。大学そのものの学問は典型的な観光学、いわゆる学問としての学問です。実学としての学問ではないという側面が強すぎるので、企業が求めているものとは少しかけ離れているところがあります。ですからカリキュラムを直す必要があるように思います。仮に実学も学問もできる、そういった大学ができた場合にさえ、人材を1年なり2年なり、それぞれの企業が出すことができるかという課題もあります。それから、企業に戻ってきた先に与えられる職が何なのかという課題もありますから、制度だけを改めればいいのかではないと思っています。

それから、私たちは観光業に勤めていますので、私たち自身も顧客になってみなくてはいけないと思っています。皆さんが1年間にどのくらい旅行しているかはわかりませんが、労働時間の調査をみていて、組合員の多くの方が旅行をしている状況に残念ながら今はないのではと思います。私たち自身が旅行して初めて消費者のニーズがわかる、という観点が欠けているという課題があると思います。

それから、地域振興の話でも、先ほどの評価と同じですが、やはりどうしても短期的な評価が非常に多く、すぐにお金になるかどうかどうしても問われてしまうのでしょう。

だから余り積極的に取り組まないことになるのだと思います。申し上げているように、長期的なスパンで物事が考えられるかどうか。やり方はさまざまだと思いますが、それが今後は必要なのだろうと感じています。

今度は高橋さんですが、ちょっと厳しいご意見をいただいております。改めて労働情報センターの役割を学んだ上で、裏を返してしまえば、現在の取り組みをみると、その取り組みの意義や価値の発信とが極めて不十分だというご指摘です。それを踏まえて、今のセンターに対して取り組みや発信の中で足りないものは何か、忌憚のないご意見をちょうだいしたいという質問です。

(高橋)大変失礼かもしれませんが、労働情報センターだけではなくて、サービス連合、労働組合総体として足りないもの、という言い方をします。例えば今度の日曜日は参議院選挙です。自民党が過半数を占めたらどういうことが起きるかというのは、私は2007年5月のことを思い出すのです。2007年は参議院でねじれができたときです。その直前に法律で、ホワイトカラーエグゼンプションと解雇の金銭解決がもうすぐ出るところだったので、

解雇の金銭解決ですが、今の制度では企業は1ヵ月の解雇予告でいつでも解雇できますが、よほどでないでないと裁判や労働委員会で会社が負け、復職させなければなりません。しかし今度の解雇の金銭解決は、仮に裁判所で会社が負けても復職させなくてもいいという制度なのです。これは2007年5月に、参議院でねじれが起きていなかったらそのまま行われていたのです。今度、自民党が過半数をとったら、間違いなく行われます。という意味で、労働組合がもうちょっと労働問題の本丸のところを、みずからの労使問題を超えて政治ともかかわり、特に選挙などでももう少し積極的に対応すべきではないかと思います。

昔は観光労連もホテル労連も選挙には積極的に取り組んでいました。だからロビー活動もいろいろできたのです。国会議員は票が欲しい。こっちは影響力を行使したい。とするならば、選挙や政治にはもう少し積極的に取り組まないで、気がついたらやられていた、ということになってしまう。労働問題、特に労働法制の本丸のところ、産業を超えて共闘したり、政治とのかかわりをもう少しもっていく必要があるのではないかと私は思います。

もうひとつ、労使関係を超えて自分たちで組合員の利益を守っていくような、例えば労働者自主福祉運動、労働金庫や全労済の関係をもう一回見直してみたらどうかと私は思い

ます。日本の労働組合の組合員は1000万人ですが、その中でサラ金とつき合っている人は180万人ぐらいいると推計されます。そのうち3ヵ月以上延滞している人は40万人ぐらいいるのです。これをどうするか、は実は大事なことなのです。

サラ金は年利18%ですから、100万円を5年で返すと元利合計152万円になります。しかし労金のマイプランだと116万円で済むのです。だから、今ある借金を労金に借りかえしていく、そして生活再建をしていくというようなことに労働組合がもうちょっとかかわる必要があるのではないかと考えています。つまり、労働金庫や全労済は労働組合がつくったものです。銀行が労働者にお金を貸してくれなかったから、自前でつくったのが労働金庫なのです。そこをもっと活用して、企業の労使関係だけではなくて、組合員の生活全般を支えるような仕掛けに少し踏み込んでもらえれば良いと思います。

つづいて見世さんに2つ質問です。1つ目ですが、10年後のサービス・ツーリズム産業のあるべき姿の中で、IT社会の進展と私たちの産業を考えたとき、提供する商品やサービスの付加価値を向上させることと同時に、観光商品が消費されている最中にITサービスを提供したり、提供するためのインフラ整備をして、さらに利便性を追求するべきだと思います。例えば国内の観光施設における無料のWi-Fiの整備など、いわゆる国策として投資や支援をこちらから要求していくべきではないでしょうか。

(見世) 趣旨だけでいくと施設の整備みたいな課題になると思いますが、私たちの産業としては、プラスどんな情報を提供するかも考えなくてはいけません。まずご質問に答えるとして、施設の整備については、確かに無料のWi-Fiの使用環境としては、日本は決してよくないと思います。

私も出張で海外に出向くと、空港でも市内でも簡単にネットに接続ができる進んだ状況をあらためて感じましたが、翻って日本に戻ってきたとき、日本では限られたエリアのみか、もしくは有料ということになっています。諸外国からみると設備におくれがあるという事は間違いないと思います。

そういったこともありまして、サービス連合からは、観光庁に対してこの趣旨の提言をいたしました。当面、宿泊機関のWi-Fiの整備について国が支援をしたらどうか、という内容です。回答としては、環境整備の重要性は認識していて、課題と認識の共有化はできたのですが、観光庁としては、無料で設置してくれる業者をホームページに掲載しております。ですので、無料でできるものに補助はできないと。そのリストを見た上で事業

者に判断をしてほしいとのことでした。

まだ厳密にみてはいませんが、初期導入費用は恐らく無料なのかもしれません。その後、かかる経費は有料なのでしょう。確かに最初いいが、その後継続的にかかる費用を負担できないとか、皆が使うニーズがあるのなら有料で提供しようという発想が経営層にある場合もある。やはり国が先導してWi-Fi環境を整備することが大事なことだと思います。情報が途絶されるということは提供ができないことです。つまり、消費の機会を奪うということにも繋がると思いますから、引き続き国ともやりとりしていく必要があると思っています。

それから、旅行中の情報提供の点では、正直、どこの地域もおくれているのだと思います。必要なこともありますし、規制緩和が幾つか必要なこともあったりします。

例えば、先々週、宮崎に出張に行きました。宮崎で観光するにあたって、交通機関が余りないところですから、日帰りのツアーが幾つかあったのです。足のない人には非常に便利で、かつ安価なツアーでした。ただ、よくよくパンフレットをみると、催行するのが4日前までに申し込みがあった場合ということで、それを過ぎるともう受け付けないのです。空港にそのパンフレットを置かれても、4日間宮崎を旅行する人しか申し込めません。ニーズとは異なるのでは、と少し質問をしてみたところ、今、バスの規制が厳しくなったために結果として、ぎりぎりまで受けたいのだけれども、できなくなっているのだそうです。そういった規制についても政府とのやりとりが必要かもしれないと思っています。

一方で当然、情報の発信方法として、パンフレットを空港に置くのではなく、インターネットを駆使するとか、宮崎に来る飛行機を予約するところで提供するとか、工夫も必要でしょう。ですから、Wi-Fiを使える環境そのものは大事ですが、それを私たちの産業がどう使うかということが次に大事で、紋切り型の情報提供だけだとあまり効果はないかもしれません。いかに有用な情報を提供することが重要です。

そのことは、さっきも申し上げたとおり、私たちが消費者にならないと、消費者が何を求めているかわかりません。旅行中、自分たちが困ったと思ったことは消費者も困っているのです。そのことを実際に感じて、企業の中で生かしていくということが大事なのではないかと思います。

つづいて、今度は日本のサービスの海外進出に関する質問です。メイド・イン・ジャパンのサービスが世界で評価されるためには、変えてはいけない本質をきちんと保ちながらローカライズすることが必要だということと理解します。日本のサービスの現地化に関し

でお考えがあるようでしたら、さらにお聞かせいただきたいというご質問です。

(見世) 寿司がいい例だろうと思います。日本では基本的には魚の握りずしを想像するでしょう。これが海外では、はじめアメリカでカリフォルニア巻きとか、日本ではちょっと考えられないようなものがブームになり、火つけ役になったはずです。ですから、日本のものをそのままもっていくのではなく、現地の嗜好に合わせて変えていくということが端的に表れているいい例だと思います。

余談ですが、日本のサービスは、本来、諸外国が学びに来てもいいものだと思います。でも、ホテルだとローザンヌに行く、ということになりますよね。確かにそこはそこで一流なのかもしれませんが、日本は劣っているのかといえばそうではないと思うのです。それを体系的に説明をしていくものができていないのが原因なのだと思います。ですから、本質的なものが何かということをいま一度私たち自身が考えて整理しておく必要があるのだと思います。それぞれの企業の中で日本らしいサービスとは何かということを考えていかないと、外に出たときには通用しないのだろうと思います。

最後に、お二方からメッセージをお願いします。

(高橋) 少し社会的に目を見開いていいますと、ヒーローを求めていたら世の中はいつまでたっても変わらないということを訴えたいと思うのです。この十数年、例えば政治をみても、小泉ブーム、今度は鳩山ブーム、橋下すごいといくわけです。そして安倍です。つまり、一気に世の中が変わるわけではない。一挙に世の中が変わって、上を向いていけばおいしいものが落ちてくるという幻想からは抜けなければいかん。特に労働組合は、主体的にみずから汗をかくということ、自分が行動を一步起こすということ、そこがより重要になっているのではないかと思います。

(見世) 政策局長の立場としてお話しさせてもらおうと、きょうの提言の中では、長期的な視野をもってもらいたいということは申し上げましたが、労働条件の話はあまりしてきませんでした。全体では、中長期的な視点で考えようという合意は得られるのですが、なかなか前に進みません。短期的な企業の業績に左右されることも多いからです。そこはいたしかたないにせよ、それを繰り返していくと、いつまでたっても前に行かないと思います。では、どうするか。自分たちの労働条件を上げ、産業の地位を上げていくことを考えれば、企業、産業がもうかって、持続的に発展できる産業になることがやはり大事なところだと思います。しかしそれは全然遠い世界ではなくて、みずからの企業に置きかえたときに何を

しなくてはいけないのか、もう少し考える時間をもっていただきたいということです。また、並行して労働条件も考えていただく観点が必要かなと思います。

労働条件を迫りかけることは労働組合としてはもちろん大事なのですが、経営についても少し考える、もしくは産業全体のことでも少し考える、という視点も今後はもっていただきたいと思います。サービス連合全体としても皆さんからの観点が必要です。いろいろなところで議論して、よりよいものを作りたいと思いますので、引き続きご協力いただきたいと思います。