



最低賃金と SNS と労働組合と

神奈川労連事務局次長 やぶ おさむ
藪 治

1 労働組合は SNS を つかうべきか否か

SNSに興味のある人とそうでない人、得意な人や苦手な人。私は「興味はあるが苦手な人」。何を発信するか悩んでいたら1時間経っていて、その度に「この時間は意味があるのだろうか?」と悩む。

しかし結論は決まっている。労働組合は SNS を活用すべきである。労働組合の活動家は SNS を使いこなすべく努力すべきだと思う。

労働運動では、情報伝達的手段としては「ビラまき」「集会や街頭での演説」等が主流で、「マスコミに取り上げ」られれば大成功。だが、「情報伝達的手段」はインターネットとモバイル機器の普及によって、もっと多彩に壮大に変化している。

「ビラの製作費や組合員の協力、インフラの設備だとか多大な力がなければ広げられないもの」だった情報の発信力は、「個人が無料で」発信でき、情報が「シェア」され「拡散」され、世界中に広がっていくようになった。それが SNS の情報発信力であり、そうした情報発信力が世界を変え、各国で激変を起こしている。そういう時代に私たちは生きて活動している。

今、日本人の SNS (Twitter、Facebook、Instagram、LINE…etc.) に費やしている時間

は増え続け、今年中には SNS の利用者は 7700 万人を超えるらしい。人口の半分以上になる。これからその人数はもっと増えるだろう。以前は「若い人が利用していた」とされる SNS は今や全世代に使われるまでに急成長している。(ICT 総研「2017 年度 SNS 利用動向に関する調査」)

今、私たち労働組合が情報を発信しようとするとき、深く理解し活用しなければいけないツール(手段)が SNS なのは間違いない。

2 声なき声を集め最賃を引き上げる

最低賃金を引き上げていく運動は、誰もが働いて健康で文化的な最低限度の生活ができることを確保する基盤として位置づけられ、全国津々浦々で運動が積み上げられてきた。

神奈川労連が取り組んでいた「最賃裁判」(2011 年 6 月～2017 年 10 月)や「労働局前での座り込み・ハンガーストライキ」などの積極的なたたかいも然り。しかし悔しいことに組織内外を問わず多くの人たちには実はほとんど伝わっていない。「こんなに頑張って(空腹を我慢して)ハンガーストライキしているのに誰も知らない…」という無力感から生まれたのが Twitter アカウント「最賃くん (@saichinkunver2)」である。

最賃くんのフォロワー(ツイート=発信する

最賃くん ver2
@saichinkunver2

今年もダンブカーデモをやるくま(マ)「最低賃金1500円にしたいよね〜」っていう気持ちを広げたいから、ぜひみんな参加してほしいクマよ

2018年7月15日(日) 15時30分 JR桜木町駅前広場に集合〜

fightfor1500kanagawa.tumblr.com

#最賃1500円になったら
#最低賃金を1500円に
#最低賃金



図1 1万回超の閲覧があったツイート

情報を見るために登録してくれている人)は現在1255人(2019年3月1日現在)。この数の評価は置いておいて、最賃くんのツイートは一気に1255人に伝達され、さらにリツイート(拡散)されればされるほど何千、何万の人たちに無限大に伝達されていくことになる。

例えば図1のツイートは63リツイートされているが、何回見られているかという1万1412回見られている。そして「リツイート」や「いいね」などの積極的な反応をした人が4097人。

今はまだそれほどの影響力を持っているとは言えないが、街頭でビラをまくのと比べると桁違いに広がっていることは一目瞭然。

また、SNSに期待する役割のもう一つに「声を集める」がある。「低賃金で生活が苦しい」「辛い」「もう少しゆとりのある生活がしたい」。こういった声は普段は耳にし難い「声なき声」としてSNS上に漂っている。こういう声を集めて繋げていく。繋げた声をみんなに返していく。「こんな声があるよ」「一人じゃない」「仲間がいるよ」と。

最低賃金の運動も含め、労働運動の発信する情報には本来正当性がある。多くの共感を得ることができる価値がある。SNSの活用に習熟し、そ



Twitterアカウント「最賃くん」のキャラクター(右上)、「最賃くん」アカウントQRコード(右下)

の伝達する技を磨けば必ず多くの共感呼び、拡散され、大きな世論をつくりあげていくことができるはず。今はまだ技が未熟でそれほどでもないだけだから……。

3 労働組合と労働者の接点を無数に

最賃くんに聞いたところ、「僕は^{つぶや}呟きの最後にクマの絵文字(^ (t) ^)をつけることを心掛けているんだくま」だそう。「最賃1500円あったらおかすが一品増えるくま(^ (v) ^)」みたいに。この語尾活用は「労働組合をより身近なものにしたい」という思いから生まれている。残念ながら労働者にとって労働組合は良くも悪くも身近ではない。労働組合と繋がり、労働組合に相談し、自分も活動に加わっていく。そういうことをもっと気軽にできる空気をつくりたい。

ある調査によると、労働組合が必要だと考えている未組織労働者は正社員で68%、パート・アルバイトで71.1%、契約社員で63.4%、派遣労働者で84.3%を占める。雇用形態に関係なく、未組織労働者の多くは労働組合が必要だと考えている。

SNSが、これまで繋がってこなかった多くの労働者と繋がるツールになり、労働者の声をすくいあげ連帯がさらに広がっていくこと。これも最賃くんが目指している労働運動の姿なのであるくま。