

NTTは50歳退職再雇用制度を廃止せよ!!

# LALUZ

2007年9月19日(水)第50号

**N関労** 西日本NTT関連労働組合

発行責任者 島本 保徳

連絡先: 尼崎市西長洲町2-2-1 NTT 尼崎別館内

Tel.090-4070-6839 (横林賢二)

Eメール: w-nkanro@cpost.plala.or.jp

## 主張 NTTの横暴を許さず、企業年金を守ろう

### 10月19日にNTT企業年金行政訴訟の判決

#### 訴訟の経過

NTTが国を相手取って訴えた「NTT年金不利益変更不承認取消訴訟」(略してNTT企業年金行政訴訟という)については本年7月6日、原告(NTT)、被告(国)、訴訟参加人A(「全国連絡会」関係年金受給者ら)、訴訟参加人B(「反対する会」「不同意の会」関係年金受給者ら)のそれぞれの主張、立証を終わり、結審した。そしてこの訴訟の判決は本年10月19日に言い渡される。

原告NTTは、年金の規約変更は、長期国債の利回りに連動させるキャッシュバランス制度を導入するもので、減額申請ではない、仮に減額申請であっても、受給権者の87%が同意している、減額申請を認めるための企業経営の悪化等の理由は緩やかに解釈すべき、という主張であった。

一方、国および訴訟参加人は、NTTが受給権者に約束した運用利率から見て、長期国債利回りは現実に給付減額するものであることは明らか、経営上の理由はあくまでも不承認処分時の経営状況を基に判断されるべきで、平成15、16年度は1000億円前後の当期黒字を計上しており、給付減額を認める条件にない、同意者87%という手続き要件は、理由要件を緩やかに解釈する理由にならない、という主張である。

#### 予想される判決

これまでの行政法上の解釈を前提とすると、NTTの主張が容れられる余地はないと考えてよい。

#### 今次訴訟で問われているもの

NTTは、「企業の自主的判断・労使合意の尊重」を錦の御旗にかかげ、労働者(受給権者)の多数がやむを得ないと言っているんだから国はガタガタ文句を言うなという態度だ。そして今、現実にある経営危機でなく将来の不安さえも年金切り下げの理由としている。そこに見えるのは明らかに、国の政策に残る福祉国家哲学による制度を規制緩和し、弱肉強食の構造改革=新自由主義哲学による制度に改変しようとするものに他ならない。

その観点からみると「年金制度の安定的運用」の裏には、「制度あつての年金で、制度が崩れてしまえばお前らは何も貰えないぞ」という脅しと居直りがあり、そこには労働者(受給権者)を守ろうという思想はない。逆に言うと、本来こうした新自由主義むき出しの経営本位の立場をけん制すべきは労働組合であるはずだが、今の多数派労働組合にそんな姿勢を見ることはできず、企業自身が社会的責任に関する自覚の視点を失っていることは自明だ。

いずれにせよ、「年金制度の安定的運用」「企業の自主的判断の尊重」の美名のもと、労働者(受給権者)との約束を反故にする横暴を許してはならない。労働者の賃金を30%カットしてOS会社に放逐し、成果主義賃金で労働者を痛めつけ、さらに企業年金も、という経営を許してはならない。

いまこそ、NTTグループに働くさまざまな労働組合が大同団結して、新自由主義的経営と対決することが求められている。

# 対西本社団体交渉記録

2007.8.21

組合側文責

## 1. マーケティングセンタにおける

新アンケート問題について

組合：昨年7月、マーケティング営業発足当初は無記名であったアンケートを一ヶ月足らずの間になぜ記名式にしたのか。

会社：マーケティング営業の前身である大阪の都島では記名式を無記名に途中で変更した経緯はあるが、一応、引き継ぐ形で無記名でスタートした。やっけていく上で記名に変更した。

組合：アンケートの精度を考える上で記名式か無記名かというのは重要なポイントであり、交渉ではかなりの時間を費やした問題だ。5センタ500名を超える規模の業務にしてはあまりにも無計画だと言わざるを得ない。認めるか。

会社：認めない。何かあれば方針を変えるのは当然だ。

組合：最初の研修でアンケートは無記名が原則と教えられた。それが1ヶ月たって記名に変更するというのはなぜなのか。記名式に変更した理由が個人情報収集というならわかるが、違うというから理屈が通らない。

会社：記名式ならお客さまとのトラブルに対応できる。

組合：記名で採るからトラブルが出てくる。会社は個人情報を採りたかっただけだ。マーケティング営業は個人の情報でなく、消費者が何を望んでいるのか、それに対応するデータをとるもの。これはマーケティング営業でなく、営業マンが個人情報を採るものだ。販売だとすれば筋が通る。

会社：アンケートは直接販売には使用しない。

組合：会社は記名式にした理由として、お客さまとのトラブルや問い合わせへの対応。また、社員から記名式で実施するよう声が上がった、としているが、我々はそうは思っていない。無記名で採ったアン

ケート回答をマジックシステムに投入する際に「お客様に無断で名前を入れるのは問題だ」との指摘があってから記名にしたと判断する。

会社：当初よりマジックシステムに個人情報を投入するのが違法という認識は会社にはない。

組合：個人情報を勝手に採るのは社会通念上問題だ。また、会社は記名式の方が精度が上がることについて「あくまで比較論」としながらも対面調査の利点として、対面式で質問の意味が正確に伝わり、誤答を防ぐ、署名により責任を持って回答していただいたアンケートと判断できるとしているが、いったい何と比較するのか。また、記名式だと誤答がないと言うが、販売に利用される事などを恐れ、嘘をつかれる可能性がある。誤答よりリスクが大きいのではないかと。

会社：比較するものはない。対面調査の利点として記名式のほうが誠実に答えてもらえると思う。

組合：マーケティング営業の交渉についてはこれ以上の進展は望めない。組合として「マーケティング営業に関する見解」を機関紙で発表し、この交渉は一旦打ち切りたい。また、新アンケートには9月から取り組みことにする。

最後に、今回の交渉より先に兵庫センタの課長3名に「記名式の方が精度が上がる」ことへの根拠を聞いている。3課長とも「根拠はない」「分からない」との回答であった。現場ではこの程度の認識だということを伝えておく。

## 2. 春闘要求の残された諸要求について

【平野ビルハーフロッカーについて】

会社：今のままで十分と考えている。

組合：認識が違うといっておく。

【障害者マイカー通勤駐車料金について】

組合：前回の交渉で調査するとした神戸市の条例はどのようなのか。

会社：神戸市では、障害者の利用する駐車料金について市の施設に限り、徴収していない。

組合：神戸中央ビルでは駐車料金を取っているのか。

会社：取っていない。

組合：神戸市の条例を尊重したものではないのか。

会社：条例に企業等への強制力はない。

#### 【社宅定年制について】

組合：持ち家推進というが、50歳で退職再雇用になると家を購入する計画が立たなくなり、制度が崩壊している。

会社：持ち家制度は、45歳で社宅を出てもらえるように住宅財形の利子補給などで推進している。

組合：持ち家が無い人を放り出し、どこであろうと家を持っていけば住み続けられるという制度自体が矛盾している。今後も取り上げていく。

#### 【寮要求について】

組合：寮長が常時いない。危機管理はどうなっているのか。

会社：寮、社宅の器はNTTの持ち物。管理は事象によって違う。

組合：把握しているすべての寮でエアコンは10年を超えて使用している。耐用年数での更改はあるのか。

会社：無い。使えなくなるまで使用してもらう。故障すれば修理をする。

組合：社宅費として冷房の付加使用料を毎月1000円徴収している。付加使用料の扱いはどうなっているのか。減価償却以上に使われており、大阪では毎日水を捨てないといけない。更改は考えないのか。

会社：付加使用料については調査する。また、寮についての要望はすべて寮管理者（寮長）を通じて行ってほしい（のちに寮母に変更）、寮長から上部へ反映します。

組合：一旦は寮長へ要求する。解決しない問題については再度、交渉の場へあげることとしたい。

会社：了解。

組合：旗塚寮に測量の人がたびたび入っているが、取り壊すのではないのか。

会社：寮の老朽化の調査に入ったものと思われるが、

設備の利用については常に考えている。

組合：取り壊しともなれば事前説明はあるのか。

会社：今のところ取り壊す予定はない。あれば6ヶ月程度の猶予がある。

## 展望切り開いたN関労

### 東N関労第7回定期大会



東N関労の第7回定期大会が9月8日、東京都内で開催された。

限られた時間のなか、次々と息つく暇なく、代議員から職場の闘いや成果、執行部への要望などの発言が寄せられた。いずれの発言も「人間らしく働き続ける」ことは「闘い続ける」ことであり、それなしには何の展望も開けないこと。また、それを可能にしたのが労働組合であり、N関労であったことを実感させられる内容であった。

中でも、Kさん（派遣労働者・女性）の発言では組合がなければいかに卑屈な労働を強いられる中、泣き寝入りしかなく状況が涙ながらに訴えられ、身に抓まされる思いであった。

これより先に行われた、東西のN関労でつくるN関労協議会第7回大会は6月30日に開催され、雇用の流動化に対決するN関労の組織化に取り組む決意を固めあっている。

大会の場は西N関労へ移る。9月29日開催の予定である。

# マーケティング営業に関する

## N関労の見解

昨年7月、地域会社の再編成に伴い、会社は新たな業務として本社に「マーケティング営業」なるものを立ち上げ、満了型を選択した社員のほとんどを5センタへ集約した。当組合員7名は兵庫センタに配属された。

我々はマーケティング営業業務に従事するにあたり、概ね以下の点について8回に及ぶ団体交渉を重ねてきた。

- マーケティング営業(アンケートによる市場調査)の目的
- アンケート調査と販売を兼ねることによる問題点
- アンケート調査そのものの非合理性
- マジックシステムによる個人情報入手と管理について
- アンケート内容(設問事項)について
- 労働条件にかかわるもの(福岡への強制配転、評価制度等)について

以上の交渉により多くのことが明らかになったが、このことは当組合機関紙「ラ・ルール」等で報告されている。そこで、その内容を要約し、当労組の見解とする。

### 見解

会社はマーケティング営業部門へ500名以上の人員を配置し、アンケート調査業務および光プレミアムの販売活動を展開しているが、アンケート調査に関しては大企業が行うものとは思えない非科学的なものであり、行き当たりバッタリのいい加減な施策である。

そもそも2000サンプルもあれば分析可能な市場調査(会社回答)に対し、何十万件のアンケートがなぜ必要なのか？会社は「地域特性をみる」としているが、仮に幾つかの地域に分けたとしても異常な規模と言わざるを得ない。

アンケートの取得方法についても、会社は真剣に検討していないことを交渉の席で事実上認め、アンケート調査としては常識を逸した「記名式」を精度があがると妄信するに至っている。また、現場の管理者

においては記名式で行う根拠すら答えられない様である。

また、アンケート内容(設問事項)についても「市場調査」に役立つとは言いがたく実際にアンケート調査を行う担当者さえ「設問の趣旨が分からない」というお粗末なものである。

このようにして集められたアンケートの集計が何の意味をもつのだろうか。昨年12月の中間的な結果報告は単に各項目ごとに集計しただけのものであり、当たり前なことだが分析結果とは言えず、営業戦略にも生かされていない。

このような会社のいたって不真面目なマーケティング営業への取り組みからは一つの結論しか見出すことができない。

マーケティング営業なるものは国鉄の「清算事業団」と等しく、満了型社員にはまともな仕事を与えず、地域会社の社員から隔離した局所へ追いやり、見せしめとして強制配転を強いる施策である。

また、問題はこれだけではない。アンケート訪問を受ける一般市民はどうであろうか。一企業の労務管理に市民を巻き込むことはアンケート調査自体に実害が無いにしても社会悪と言わざるを得ない。NTTは社会的信頼をも失おうとしている。

### ことばの解説 請負と派遣の違いとは？

請負とは、労働の結果としての作業の完成を目的とするもので、労働者の派遣との違いは、請負では、注文主と労働者との間に指揮命令関係が生じないという点にあります。

これに対して派遣とは、派遣先との労働者派遣契約に基づき、派遣元事業主が自己の雇用する労働者を、派遣先の指揮命令を受けて、派遣先の業務に従事することをいいます。

非正規化の雇用情勢の動きが顕著なかで、請負契約を締結しながら派遣先の指揮命令をうけている「偽装請負」事件が多発しています。NTTグループの職場においても非正規化の動きが顕著ですが、みなさんの職場ではどうでしょうか。