

労働組合におけるコミュニケーション過程について

多賀保志
鈴木雪夫
大石潔

(1958年9月受付)

On the Process of Communication in the Trade-union

Yasushi TAGA
Yukio SUZUKI
Kiyoshi ÔISHI

In studying the process of mass-communication, it is important to investigate the personal communication, for it sometimes diminishes and sometimes reinforces the effects of mass-communication. But the investigation of personal communications which are made usually in social groups or communities is very hard to deal with, because such communications are considerably complicated.

Then, first, we set about making inquiries of the process of communication in a trade-union as a model case. Our report is based on the data obtained by results of the survey interviewing the workers in a certain chemical factory in Tokyo. The situations of various communications especially personal ones and the roles of opinion leaders in the trade-union are made clear in it. Besides, the effects of an experimental communication a movie and lecture meeting about the automation are stated as well.

In conclusion, the following results are outlined:

- 1) In work-shops, various problems in the factory are more frequently talked about than political or social ones.
- 2) The proportion of opinion leaders among workers are not more than ten per cent. They are almost the staffs of the trade-union, and have intensive influences upon workers.
- 3) The responses of workers having been frequently in contact with the union organ are different from those of the other workers.
- 4) The opinion of workers may be slightly changed after contacting with such a experimental communication as mentioned above.

The Institute of Statistical Mathematics.

§1. 序論

統計数理研究所では、昭和29年以来、ニュースの伝り方¹⁾や、マス・コミュニケーションの効果に関する調査²⁾³⁾を行つてゐるが、そこにおいては、ある種の情報を人々の間に流した場合、どのような通路(チャンネル)を通つて情報が伝達されるか、また新聞やラジオ等の媒体(マス・メディ

ア) によつて流される情報内容(コンテンツ)の変化に応じて、大衆の意見がどのような動きを示すかを追及することが主な狙いとなつてゐる。その場合、マス・コミュニケーションの効果は、どのような情報が、いかなる媒体をへて、どのような状況の下に大衆に伝達され、彼等の意見がどのような影響をうけるか、というような種々のコミュニケーション過程を経てあらわれるものである。たとえば、選挙活動における労働組合の影響力にみられるごとく、同じ情報をうける場合でも、マス・コミュニケーションの受容過程において、所属する集団の諸活動やパーソナル・コミュニケーション等の影響をうけることは明かであろう。しかし、一般社会の場において、このようなコミュニケーション過程の一々を観察し把握することは重要なことであるが、実際の場における調査によつて扱うことはきわめて困難である。そこで、共同テーマとして行つてきたマス・コミュニケーションの大局的効果に関する研究を補足する意味で、精密なコミュニケーション過程の問題をとり上げ、労働組合という比較的観察や調査が行われやすく、しかも社会的にみて重要な意味をもつ集団を対象とし、その集団内におけるコミュニケーション過程を統計的方法を用いて実証的に研究することにした(なおここでは方法論的な問題を検討することが主要な眼目の1つとなつてゐる)。

以下に述べる報告は、東京都内の某化学工場の労働組合について、1958年1月に行つた調査結果にもとづくものである。なお、本調査を企画するにあたつて有益な教示をして下さつた東京大学文学部助教授高橋徹氏ならびに綿貫譲治氏、統計数理研究所の林知己夫氏、実施について種々協力を惜しまれなかつた総同盟中央執行委員山口謙三氏、私鉄総連書記長草光実氏、日本機関紙協会の初谷清氏、某化学工場労働組合本部および支部役員諸氏、講演会および座談会の講師を快よく御引受け下さつた東京大学工学部助教授中山秀太郎氏と労働科学研究所の藤本武氏、ならびに面接調査員として活動して戴いた中央大学統計学会会員諸氏、以上の方々に深甚の謝意を表する次第です。また、丸山愛子、石田秀子、浜中敦子、石井君子、田熊英子の諸嬢には調査実施より集計分析に至る間たえず熱心に協力して戴いたことを付記しておきます。

§1. 問題の設定

一般に、コミュニケーションの効果を規定する条件として、次の3つがあるといわれている⁴⁾:

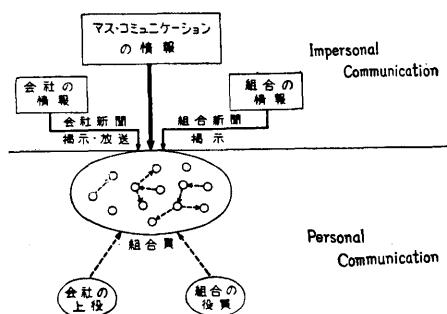
- 1) 伝達条件——伝達者の性質、伝達内容、コミュニケーションの量、媒体の種類.
- 2) 受容者の条件——デモグラフィック・ファクター、個性的条件.
- 3) 事態の条件——時間的条件、他のコミュニケーションの影響、受容者のコミュニケーション過程への参加、集団の影響、文化環境、その他の条件.

さて、労働組合の内部におけるコミュニケーション過程を考察するにあたつては、受容者の条件は比較的容易に掘むことができるから、あとの2つの条件についてくわしく述べてみよう。まず、労働組合における各種のコミュニケーションをまとめてみると、

- a) 外部より流されてくるマス・コミュニケーション.
- b) 会社側によつて行われる労務管理や PR,
HR 活動など.
- c) 労働組合側によつて行われる教宣活動やグループ活動.

という3つの種類に大別される(1.1図参照)。その各々のコミュニケーションに応じて、伝達者の性質、伝達内容、コミュニケーションの量、媒体の種類も当然異つてくるのであるが、a) マス・コミュニケーションについてはとくに取上げることはあるまい。b) 会社側によつて行われるコミュニケ

1.1 図 各種コミュニケーションの図式



ニケーション活動は、社内紙・工場新聞などによる PR 活動の外に、TWI などを含めた労務管理施策、会社上役（課長・係長をふくめて）によるパーソナル・コミュニケーションなどがみられる。また、c) 組合側によつて行われるコミュニケーション活動としては、組合機関紙（支部機関紙）の発行とならんで、職場集会・組合大会等の集団的活動や組合活動家を通じてのパーソナル・コミュニケーションが重要な役割を果している——われわれが調査した工場では、社内紙・工場新聞が毎月 1 回発行されており、会社の経営状況、とくに不況による経営困難を伝え、労資協調・作業能率の向上を求めている。一方、労組機関紙（月 1 回発行）は年末斗争の反省（一時全半額未払）や会社側の不況対策（賃上げ拒否や職場配転など）を攻撃し、将来における産業別統一（企業組合の脱皮）の必要性などを報じている。

さて、3) 事態の条件についてみると、時間的条件は別とし（これは一応調査時の時点で考察するから）、他のコミュニケーションの影響としてはマス・コミュニケーションのそれが主要なものであるが、労資をめぐる問題に関する限り、その影響は間接的であり、それだけに比較的緩慢に作用すると考えてよい。しかし、社会的なウェイトを考慮に入れると、[組合員の根本的なものの見方・考え方におよぼす影響力はかなり大きいであろう。しかし、われわれはとくに集団の影響とパーソナル・コミュニケーションを重点的にとりあげた——労働組合の活動においてはこれが主導的な意味をもつ。

以上、労働組合において日常的に行われているコミュニケーション活動を概観したが、それら 3 つのコミュニケーション過程（マス・コミュニケーション、会社側のコミュニケーション活動、組合側のコミュニケーション活動）の様相を、組合役員および一般組合員を対象とした調査によって把握することをわれわれの調査の主要な狙いとした。その外に、単一なコミュニケーションによる短期的な効果を明白に掘むため、実験的なコミュニケーションの場を設けて、それによる影響もあわせて調査することにした。もちろん、これら両者を単純に組み合せても、流動的な現実のコミュニケーションの受容過程やその効果を明確になしうるものではなく、かなり長期間にわたる日常的な観察と記述、および諸種の実験の実施と調査、という両面からのアプローチによって現実への肉薄がなし遂げらるる考えるのが妥当であろう。その意味で、この調査報告は、僅に 2 週間の観察記録（主として社内の各種資料と組合幹部からの聞き込み）および 1 回の実験（オートメーションに関する映画と講演の会）にもとづくものであるから、決して満足な結果がえられたものとは考えていない。しかし、社会的な場におけるこの種の実証的研究が従来あまり行われていないから、方法論的な試みとしての意義は十分認められるであろう。

§2. 調査の企画

調査対象としては、東京都における労働組合全体としたいところであつたが、コミュニケーションの受容過程を精細に調べるには、一つの組合をとつてもかなり大がかりな調査となるので、全国的な組織をもつ单産に属し、しかも組合意識のかなり高い組合についてのケース・スタディを行うことにした。実際に候補としてあげられた組合の中から、諸種の条件を考慮して、合化労連に属する某化学工場の労働組合（支部組合員数約 1600 名）を選定した。そして、その工場付属の研究所および診療所に所属するものを除く全組合員に対して配布調査（組合役員を通じて調査票を配布・回収する）、特定の 3 課に所属する組合員の半数に対して自宅訪問による面接調査を行つた（この 3 課は組合意識の点からみて高いもの、中位のもの、低いものという基準で各 1 課ずつを選定した）。配布調査はサンプル数の点では殆ど全体をカバーしているが、調査項目の点でそれほど多くを望めないから、その点を面接調査で補足するという方法をとつた。なお、配布調査と面接調査による差異をみるために、上に述べた 3 課の組合員を（ランダムに）二分して、その半分には配布調査、他の半分に面接調査を行い、調査結果の相互比較ができるようにした。調査は、実験の効果を見る

ため、それをはさんで事前・事後の2回行うこととした。もちろん、実験とは直接関係のない調査項目もかなりあるが、それらは適当に前後にわけて調査することとした。なお、一般の組合員のほかに、組合役員（三役・中央執行委員・代議員）に対する調査を行い、組合員の意識・組合運動のあり方・会社との交渉に対する見通しなどについての意見を求めた。

2.1 表 調 查 方 法

調査対象 調査時期	役員	特定の三課組合員		特定の三課以外の組合員
		面接(半数)	配布(半数)	
事前調査(1月9日～13日)	面接(C I)	面接(B I)	配布(A I)	配布(A I)
実験(1月16日)				
事後調査(1月18日～23日)	配布(C II)	面接(B II)	配布(A II)	配布(A II)

2. 2 表 配布調査の調査項目

事前調査 A I	I コミュニケーションとの接触	1. よんでいる新聞, 2. 会社と労組の新聞, 3,4. 新聞に対する信頼, 5. 経営状況を知るメディア, 6. 組合の決定を知るメディア
	II ニューションについて	7. 政治・社会の問題についての話し合い(職場) 8. 同上(友人・知人・家族) 9. 話し合いの効用 10. 会社や組合の問題についての話し合い(職場)
	III 賃金問題についての意見	11. 自分の賃金 12. 賃上げ要求の態度* 13. 賃金格差
	IV オートメーションについての意見	14. オートメーションのとり入れ方* 15. オートメーションの効用 16. オートメーション化による失業*
	V 付帯項目	17. 自分の収入, 世帯の収入 18. 学歴 19. 性, 年令, 勤続年数, 役員歴など
事後調査 A II	I 診療所や健保についての意見	1. 会社の診療所と町の病院の比較 2. 家族の健康, 3. 健康保健についての意見 4. 毎月の医療費
	II 会社の経営や賃金についての意見	5. 経営に対する労働者の発言 6. 最低保倣賃金 7. 交渉の見通し 16. 賃上げと物価, 17. 賃上げ要求の態度*
	III オートメーションについての意見	9. オートメーションのとり入れ方* 10. オートメーション化による失業*
	IV 映画と講演会について	11. 会について(知った時期, 方法) 12. 会についての感想, 考え方への影響
	V その他の意見	8. 投票予定候補者, 13. 人工衛星, 14. 原水爆禁止, 15. 日本のゆき方,
	VI 付帯項目	(収入, 学歴を除き事前調査 A I と同じ)

* 印のついているのは、実験の効果を見るための項目で、事前と事後で全く同じもの

2.3 表 面接調査の調査項目

事前調査(BI)	I コミュニケーションとの接触	1a. よんでいる新聞, 1b. よんでいる記事 (2~6 は配布調査 A I に同じ)
	II パーソナル・コミュニケーションについて	(7~10 はすべて A I に同じ)
	III 賃金問題についての意見	12. ふさわしい賃金, 13. 生活給か能率給か (11, 14, 15, 16 は A I の 11, 12, 13, 14 に同じ)
	IV オートメーションについての意見	(17, 18, 19 は A I の 14, 15, 16 に同じ)
	V 労働者としての意識	20. 砂川問題, 21a. 春闘のやり方, 21b. 応援すべきか 22. 総評への信頼
	VI 経営問題	23. 経営への発言, 24. 経営協議, 25. 最低保障賃金 26. 賃金交渉の見通し
	VII 付帯項目	27. 投票予定候補者, 28. 収入, 29. 学歴 30. 性, 年令, 勤続年数, 役員歴など
	C I VIII 役員としての意見	31. 各種委員会の活動, 32. 組合員の協力・意識・信頼 33. 職場大会の討論と執行部への反映

(注) 事後調査 (B II) は配布 (A II) とほぼ同じ。

実験としては、一般組合員を対象とした映画と講演の会（オートメーションに関するもの）、組合役員を対象とした賃金問題の座談会の2つを行うことにした。以上をまとめると、2.1表のようになる。調査項目は、事前調査と事後調査で異なるが（ただし実験の効果を見る項目については実験の前後で全く同じものを数問いたる）、それらを分類してみると、2.2表および2.3表のようになる。

§3. 調査の実施

実験の前には、組合役員および特定の課に属する組合員の半分に対する面接調査と、残りの一般組合員に対する配布調査が行われた。配布調査 (A I) は組合の組織を通じて組合員に調査票が配布され（1月9日），各自が記入した上で封筒に封入し、再び組合の組織によつて回収された（1月13日）。面接調査 (B I と C I) は1月9日に説明会を行つた後、直ちに、調査が開始された。組合役員に対しては、われわれ3名および丸山が工場において面接調査に当り、一般組合員に対しては、すべて、中央大学学友会統計学会の会員が調査員として、組合員の自宅を訪問し、面接調査を行つた。

実験として、オートメーションに関する映画と講演の会を1月16日の昼休み、工場の講堂において開催し、初め約120名の入場者があつた。しかし、勤務時間の都合などもあつて、講演を終りまで聞いた人は約70名であつた。映画は、横河電機 KK の PR 映画「オートメーション」（共同映画製作）、および、岩波映画「鉄を作る工場」であつた。また、講演は、「オートメーションについて」と題して、東大助教授中山秀太郎氏にお願いした。

実験の目的としては、最も進歩したオートメーションについての知識を労働者に与え、それを刺戟として、彼等の思考がどのように進み、彼等の共同体の中での意見の交換がどのように活発に行われるかを見ることであつた。

横河電機の PR 映画は、プロセス・オートメーションを理解する上では、相當に役立つようである。また、概念的には、オートメーションの思想を伝えるものであつた。岩波映画「鉄を作る工場」は、オートメーションとは若干かけ離れたものであつた。一方、中山氏の講演は、映画の内

容を更に補足し、オートメーションの考え方、および技術について巧みに話をすすめ、オートメーションを明確に理解する上に、大いに役立つことと思う。更に話をすすめて、オートメーションという生産の新らしい形態、および、その強大な生産が、われわれの生活にどのような影響を与えるかという疑問を提起し、オートメーションによつて惹起されるであろう経済問題、社会問題を解決するために有益な示唆を与えた（講演の内容は中山氏の著書である岩波新書「オートメーション」に書かれている趣旨と大体同様のものである）。

この実験の後に、再び事後調査を行つた。事後調査は、やはり、配布調査（AⅡ）と、面接調査（BⅡ）の2種類である（ただし、今度は組合員に対する調査を、配布調査の中に含めて行つた）。配布調査は前回と同じ配布方法、および、回収方法を用いた。面接調査は1月17日に説明会を行い、1月18日から1月23日にわたつて実施された。調査員は前回と同じく、中央大学の学生諸君であつた。調査の回収結果は3.1表に示す通りで、面接調査は良好な結果を収めたが、配布調査についてはやや不満足な結果に終つた。

これは組合員の中に高令者が多いためで、組合が平生行つている世論調査でも50～60%の回収がせいぜいであるとのことであつた。したがつて、配布調査で回答しなかつた人々は、職場や組合の中においても積極的な意見をもたない非活動的な人々が多いと考えられるから、そのような点を考慮に入れて配布調査の結果を解釈すればよいであろう。

3.1 表 回収結果

調査種別	サンプル数	回収数	回収率
配布調査	A I	1323	737 55.7 %
	A II	1359	712 52.4 %
面接調査	B I	191	162 84.8 %
	B II	158	152 96.2 %

§4. 配布調査の概要

配布調査は事前調査（A I）と事後調査（A II）の二回にわたり、一般組合員を対象として、パネル方式により行われた。その結果を概観することにより、調査の全容についての見通しがえられると思われる所以、各項目ごとに簡単に説明を加えてみよう。ただし、以下にあらわされる数表の内で、とくに「サンプル数」が明記されていない場合のサンプル数は、次の表のようになつてゐる。

サンプル数の内訳

所属 時期	事務部	技術第1部	技術第2部	計
事前調査（A I）	171	331	235	737
事後調査（A II）	178	319	215	712

表中の（サンプル数以外の）数字は、上記のサンプル数または注記されているサンプル数を100としたときのパーセントを表わしている。

4.1 事前調査

[A I-1] 毎日よむ新聞

これはマス・コミュニケーションと接触する際の媒体（新聞）の種類を示すものであるが、読売が35%で最も多く、朝日26%，毎日25%，東京4%，経済新聞（産経・日経など）22%，スポーツ・娯楽新聞14%，その他19%となつてゐる。これを一般（東京都民）の場合とくらべると、経済新聞、スポーツ・娯楽新聞との接触がずっと高くなつてゐる（4.1表参照）。また事務部、技術第1部（主要製品製造部門）、技術第2部（副次製品製造部門）にわけてみると、朝日・毎日についてはそれほど差はないが、経済新聞については事務部が最も高く（29%），技術第1部（25%），技術第2部（16%）という順になる。

4.1 表 毎日 よむ 新聞

問 1	朝日	毎日	読売	東京	経済紙	その他	とっていいサンプル数 ない、不明
某 労 組	26	25	35	4	22	19	3 780
一般(東京)	31	27	39	13	17	9	6 1343

[註] 一般(東京)とあるのは、1955年4月に東京都民を対象として行われた「マス・コンの効果の調査 III」による。

[A I -2] 会社新聞・組合新聞との接触

社内紙としては、会社新聞、工場新聞(安全と衛生)の2種類があり、前者の方がよくよまれている(55%と51%)。組合機関紙としては、組合新聞と支部新聞(組合ニュース)の2種類があり、後者の方がよくよまれている(50%と55%)。ただし、事務部と技術部にわけてみると、事務部では社内紙(とくに会社新聞)との接触の方が高いのに反して、技術部門では組合機関紙(とくに組合ニュース)との接触が高い。これは組合意識の強さを反映しているとみてよい(4.2表参照)。

4.2a 表 会社新聞

問 2a	よく よむ	時々 よむ	よま ない	無記入	計
事務部	49	41	1	9	100
技術部 I	58	35	2	5	100
II	55	40	—	5	100

4.2b 表 安全と衛生

問 2b	よく よむ	時々 よむ	よま ない	無記入	計
事務部	39	49	2	10	100
技術部 I	60	29	2	9	100
II	47	43	1	9	100

4.2c 表 組合新聞

問 2c	よく よむ	時々 よむ	よま ない	無記入	計
事務部	33	52	3	12	100
技術部 I	58	31	2	9	100
II	52	40	1	7	100

4.2d 表 組合ニュース

問 2d	よく よむ	時々 よむ	よま ない	無記入	計
事務部	36	49	2	13	100
技術部 I	63	27	1	9	100
II	58	35	0	7	100

[A I -3] 会社新聞と組合新聞の信用

これは会社新聞と組合新聞の記事がくい違つた場合にどちらを信用するかという質問であるが、会社新聞を信用するもの7%，組合新聞を信用するもの14%で(「いちがいにいえない」と答えたものが72%あるが)，やはり組合新聞の方が信用される傾向が強いとみてよいであろう。ただし、事務部ではほんのわずかであるが会社新聞を信用するものが多いのに反して、技術部では組合新聞を信用するものが多いことに注意する必要があろう(4.3表参照)。

4.3 表 会社の新聞と組合新聞の信用

問 3	会社の新聞	組合の新聞	いちがいに いえない	信用しない	無記入	計
事務部	9	8	74	4	5	100
技術部 I	5	16	73	4	2	100
II	8	17	69	2	4	100

[A I -4] 大新聞と組合新聞の信用

これは前回と似ているが、大新聞と組合新聞との信用度を比較する質問である。こんども「いちがいにいえない」と答えるものが多いが(62%)、大新聞を信用するもの17%、組合新聞を信用するもの15%で、わずかであるが前者の方が多い。つまり、それだけ大新聞の方が会社新聞よりも社会の公器として、より高く評価されているとみてよいであろう。とくに、事務部では大新聞を信用するものが22%で、組合新聞を信用するもの10%よりずっと多い。それに反して、技術部ではわずか2~3%であるが、組合新聞を信用する方が多く、前回と同じ傾向をみせている(4.4表参照)。

4.4 表 大新聞と組合新聞の信用

問4	大新聞	組合新聞	いちがいにいえない	両方信用せず	無記入	計
事務部	22	10	59	3	6	100
技術部	15	16	64	3	2	100
	15	18	62	1	4	100
合 計	17	15	62	2	4	100

[A I -5] 会社の経営状況を知る媒体

やはり会社新聞が41%で圧倒的に多く、組合新聞33%、組合役員の説明23%、会社上役の説明22%、会社の掲示11%、組合の掲示11%という順になる。事務部と技術部を比較してもあまり差はないが、技術部では組合役員の説明によつて知る割合がずっと多くなつている(4.5表参照)。

4.5 表 会社の経営状況を知る媒体

問5	会社の新聞	会社の掲示	上役の説明	組合の新聞	組合掲示	役員の説明	その他	無記入
事務部	51	12	25	29	12	14	20	7
技術部	49	11	18	32	10	30	12	4
	54	11	24	37	11	20	10	5
合 計	41	11	22	33	11	23	14	5

[A I -6] 労組の決定をはじめて知る媒体

こんどは組合の掲示の53%が最も多く、組合新聞25%、組合役員の説明25%、会社の掲示8%、会社新聞4%、会社上役の説明1%となつてゐる。掲示板が速報の便利な手段としてよく利用されることに特色がみられる。事務部と技術部では、組合役員の説明の点で差がある以外は殆ど同じとみてよい(4.6表参照)。

A I -5~6を通してみると、事務部では組合関係の媒体の接触が技術部にくらべて少く、とくに組合役員との接触が低いことが目立つ。これは事務部における組合活動の低調さを反映しているとみてよい。

4.6 表 労組の決定をはじめて知る媒体

問6	会社の新聞	会社の掲示	上役の説明	組合新聞	組合掲示	役員の説明	その他	無記入
事務部	4	12	2	29	49	13	4	8
技術部	4	8	1	24	51	31	15	12
	3	6	4	25	59	24	3	4
合 計	4	8	1	25	53	25	2	4

[A I -7 a] 政治・社会問題についての話し合い（職場）

これは職場におけるパーソナル・コミュニケーションをみる質問である。「しばしば話す」が 16%，「ときどき話す」が 60%，「ほとんど話さない」が 17%，「ぜんぜん話さない」が 4% となつておる、総体的には話し合いをする人の方が大部分を占めているが、コミュニケーションの量としては比較的少いことがわかる。これは話し合いのテーマを政治・社会問題に限定したためであろう。事務部と技術部を比較すると、事務部の方が話合う回数が多い（4.7 表参照）。

4.7 表 政治・社会問題についての話し合い（職場）

問 7a	しばしば	ときどき	ほとんど	ぜんぜん	無記入	計
事務部	7	54	25	6	8	100
技術部 II	16	64	15	3	2	100
	22	59	15	2	2	100
合 計	16	60	17	4	3	100

さて、[A I -7 b] では、職場で話し合う時の役割（話し手か、聞き手か）をたずねている。その結果は、「聞かせる方」が 4%，「どちらともいえない」が 50%，「聞く方」が 22% となつておる。つまり、職場内の意見指導者（opinion leader）にあたるものは、この場合は組合員の中の 5% 以下にすぎず、そのほとんどは組合役員であろうと考えられる（4.8 表参照）。

4.8 表 話 合 い の 役 割

問 7b	聞かせる	どちらともいえない	聞く	無記入	非該当	計
事務部	4	45	13	11	27	100
技術部 II	5	47	27	2	19	100
	4	57	19	3	17	100
合 計	4	50	22	4	20	100

[A I -7 c] 政治・社会問題に関する話題（よく話す人）

どんな種類の話題が職場で話されているかをたずねている。「国会解散」4%，「経済問題」8%，「中国貿易」1%，「外交問題」1%，「労働問題」0%，「人工衛星」8%，「その他」10%，無記入と非該当あわせて 77%，となつておる、やはりトピック的な話題は集中する傾向がみられる。また労働問題や再軍備など社会的にみて重要ではあるが、比較的自分達と縁が薄いことはほとんど話題に上らないが、経済問題のように、直接自分の給料にひびくものは相当頻繁に話し合われている（4.9 表参照）。

どんな人が職場内の意見指導者になつているかをみると、「組合の役員」5%，「会社の上役」1%，「同僚」11%，「気の合う人」5% で、「組合の役員」が多く出てくるのは当然である。ただし、「同僚」や「気の合う人」と答えた中には、自分の話し相手という意味で答えたものが多いと思われるるのでそれは差引いて考えるべきだろう。

4.9 表 政治・社会に関する話題

問 7c	国会解散	経済問題	中国貿易	外交問題	失業労働	人工衛星	その他	無記入	非該当	サンプル数
事務部	5	5	1	—	—	5	4	46	42	171
技術部 II	4	10	1	1	—	8	12	52	18	331
	4	6	—	1	0	10	9	60	18	235
合 計	4	8	1	1	0	8	10	53	24	737

[A I-8 a] 政治・社会問題についての話し合い（知人・友人）

[A I-8 b] 政治・社会問題についての話し合い（家族）

知人・友人および家族との話し合いは職場での話し合いの場合よりも、コミュニケーションの量がやや少くなっている（4.10 表参照）。

4.10 表 政治・社会問題についての話し合い（知人・友人）

問 8 a	しばしば	ときどき	ほとんど	ぜんぜん	無記入	計
事務部	7	50	25	9	9	100
技術部 I	13	57	18	7	5	100
	13	51	24	6	6	100
合 計	12	54	21	7	6	100

[A I-9] 話し合いの効用

A I-7, A I-8 での話し合いがどんな役に立つかをたずねているが、「生活の指針になる」28%, 「気晴しや息抜き」17%, 「判断の役に立つ」26%, 「話題が豊富になる」18%となつてゐる。

[A I-10 a] 会社の経営状況や組合の問題についての話し合い（職場）

[A I-10 b] 話し合いの役割。

A I-7 a の話し合いのテーマをかえた質問であるが、政治や社会の問題よりも身近なことであるから、話し合いの頻度がずっと高くなつてゐる。しかし、この場合も事務部より技術部の方がよく話す傾向がみえる。話し合う場合の役割についてみると、やはり、「きかせる方」が少く、「きく方」がずっと多い。つまり、意見指導者はこの場合も、特定の組合活動家や話し好きに限られているようである（4.11 表, 4.12 表参照）。

4.11 表 会社の経営状況や組合の問題についての話し合い（職場）

問 10 a	しばしば	ときどき	ほとんど	ぜんぜん	無記入	計
事務部	19	54	15	2	10	100
技術部 I	29	58	8	1	4	100
	31	57	4	1	7	100
合 計	27	57	8	2	6	100

4.12 表 話 合 い の 役 割

問 10 b	きかせる方	どちらともいえない	きく方	非該当	無記入	計
事務部	1	53	17	17	12	100
技術部 I	5	53	29	6	7	100
	4	63	20	4	9	100
合 計	4	56	23	8	9	100

[A I-10 c] 会社の経営や組合に関する話題（よく話す人）

A I-7 c と類似の質問であるが、会社・組合に関することだけに、ずっと話される頻度が多くなる。「経営不振」29%, 「賞与不払い」8%で、よるとさわると給料と賞与のことや、それと関連して会社の経営不振が心配そうに話されている様子がうかがわれる。そのほかには、「不況宣伝」1%, 「新工場設置」2%, 「組合の問題」4%, 「安全衛生」3%という状況である。「よく話す人」

に関しては、A I-7c とほとんど同じである。(4.13 表参照)

4.13 表 会社の経営状態や組合に関する話題

問 10	経営不振	不況宣伝	賞与不払	不満	新工場設置	組合	オートメーション	安全衛生	その他	無記入	非該当
事務部	30	1	4	—	2	1	—	—	4	39	24
技術部 I	31	—	8	1	2	4	—	2	7	44	9
	25	4	12	0	2	4	—	6	16	42	3
合 計	29	1	8	0	2	4	—	3	9	43	11

[A I-11a] 給料は十分か

[A I-11b] 給料の補充手段

「十分」が 2%, 「どうにか」が 53%, 「とても世間なみのくらしはできない」が 38% で、満足しているものはごく少く、大部分の人は不満を訴えている。給料の不足分を何で補つているかをみると、内職と家族の働きによるものが多い(4.14 表, 4.15 表参照)。

4.14 表 給料は十分か

問 11a	充分できる	どうにかできる	とてもできない	無記入	計
事務部	3	55	29	13	100
技術部 I	2	55	37	6	100
	1	48	45	6	100
合 計	2	53	38	7	100

4.15 表 給料の補充手段

問 15b	家族が働きにでている	商 売	内 職	その他の	無記入
事務部	9	2	9	6	18
技術部 I	9	1	15	7	11
	11	3	18	11	10
合 計	10	2	15	8	13

[A I-12] 賃上げ要求の態度

賃上げ要求の際会社の経営状況を考慮に入れる必要があるかどうかを訊ねたところ、「不必要」4%, 「あまり必要でない」6%, 「ある程度必要」55%, 「かなり必要」25% となつていて。このうち、「ある程度必要」という答は中立的なものと考えると、「必要でない」とする組合側の主張に同調するもの(10%)より、「必要だ」とする会社側の主張に同調するもの(25%)の方がずつと多くなつていて。つまり、組合側の主張は、会社側のそれにくらべて、説得力が弱く、十分に一般

4.16 表 賃上げ要求の応度

問 12	不必要	あまり必要でない	ある程度必要	かなり必要	わからない	その他	無記入	計
事務部	2	2	42	42	2	—	10	100
技術部 I	2	6	62	21	3	1	5	100
	7	10	54	20	2	0	7	100
合 計	4	6	55	25	2	1	7	100

組合員を納得させるまでに至らないと考えられる。とくに、事務部においてその傾向が著しい——「かなり必要」いとう答が技術部では約 20% であるのに反して、事務部では 42% という高率を示す(4.16 表参照)。

[A I-13] 賃金格差

大企業と小企業との賃金格差をどう考えるかという質問に対して、「やむをえない」22%, 「対策を考えよ」35%, 「わからない」26% となつてある。「賃金格差をなくすために最低賃金制を設けよ」という総評の方針が、この面でも十分組合員にいきわたつていないことがうかがわれる(4.17 表参照)。

4.17 表 賃金格差

問 13	やむを得ない	対策を考えよ	わからない	その他	無記入	計
事務部	24	31	25	1	19	100
技術部 I	23	35	27	2	13	100
	19	37	25	2	17	100
合 計	22	35	26	2	15	100

[A I-14] オートメーションのとり入れ方

オートメーション化を行う際に、無理をせず少しづつとり入れるか、多少の無理があつても時代の要請にこたえて急速にとり入れるか、をたずねる質問である。「どしどしとり入れよ」17%, 「少しづつとり入れよ」66%, 「オートメ化に反対」3%, 「わからない」と「オートメーションを知らない」5% となつており、オートメーション化による企業の合理化には、一応の警戒を払つていることがわかる(4.18 表参照)。

4.18 表 オートメーションのとり入れ方

問 14	どしどし	少しづつ	反 対	わから ない	知ら ない	その 他	無記入	計	サンプル数
事務部	19	64	1	6	—	0	10	100	160
技術部 I	17	65	5	3	1	2	7	100	327
	16	68	4	3	1	0	8	100	230
合 計	17	66	3	4	1	1	8	100	717

[A I-15] オートメーション問題の解決

将来オートメーション化による成果が、今ままの社会でうまく労資に配分されるか、という質問に対しては、「今までできる」10%, 「多少変えればできる」43%, 「すつかり変えなければだめだ」23%, 「わからない」と「オートメーションをよくしらない」10% と答えている。いくら生産がゆたかになつても、労働者はなかなかその恩恵にあずかれないと身に沁みて感じているのであろう。事務部と技術部にわけてみると、事務部では「今まで」17% に対して技術部では

4.19 表 オートメーション問題の解決

問 15	今まで	多少変 える	すつかり 変える	わから ない	よく知 らない	その 他	無記入	計	サンプル数
事務部	17	44	10	14	—	1	14	100	160
技術部 I	7	43	28	7	1	2	12	100	327
	9	41	25	10	1	1	13	110	230
合 計	10	43	23	9	1	1	13	100	717

7%と9%であるが、「すつかり変えよ」は事務部10%に対して技術部28%と25%で前者の2倍以上に達している(4.19表参照)。

[A I -16] オートメーションと失業

「オートメーション化が自分の会社で行われた場合、失業や配転の心配があるか」という質問である。「必ず起る」21%、「多分起る」21%、「起るかもしれない」32%、「起らない」11%、「わからない」5%となつており、「必ず」と「多分」を合せると42%のものが、心配の眼をもつてオートメーションをみている。事務部と技術部にわけてみると、後者の方に心配するものがずっと多いことがわかる。労働者的な感覚の表われとみてよい(4.20表参照)。

4.20表 オートメと失業

問16	必ず起る	多分起る	起るかもしれない	起らない	わからない	よく知らない	その他	無記入	計	サンプル数
事務部	16	16	36	13	5	—	1	13	100	160
技術部 I	21	23	32	12	4	0	—	8	100	327
	25	23	28	8	5	1	0	10	100	230
合計	21	21	32	11	5	0	0	10	100	717

4.2 事後調査

[A II -1] 診療所

会社の診療所と一般の(町の)病院を比較した場合、「便利」「診療時間」「技術」「設備」の4点について、どちらがよいかをたずねている。初めの2点については、両者は大体同じ位に評価されているが、後の2点(とくに「技術」の点)では、一般の病院の方がよく評価されている(4.21表参照)。

4.21表 会社の診療所と一般(町)の病院の比較

よい方 問1	会社	一般	どちらともいえぬ	無記入	計	サンプル数
a 便利	35	36	25	4	100	712
b 時間	34	38	22	6	100	712
c 技術	2	53	39	6	100	712
d 設備	23	34	35	8	100	712

[A II -2] 家族の健康

「弱いものがいる」36%、「みな丈夫だ」58%となつておる。

[A II -3] 健康保健

「大して役に立たない」3%、「役に立つ」86%で、当然の結果であろう。

[A II -4] 医療費

先月の医療費(薬代をふくむ現金支出)をたずねているが、「なし」17%、「100円以下」8%、「500円以下」34%、「1000円以下」20%、「10000円以下」15%となつておる、全員の中で20~30%位の人は、医療費がかなり負担になつておるとみてよい。

[A II -5] 経営への発言

一般に、労働者が会社の経営に発言すべきかどうかをたずねているが、「積極的に発言せよ」32%、「ある程度発言せよ」50%、「会社にまかせる」8%、「わからない」7%となつてかなり積極的な意欲をみせている。事務部と技術部を比較すると、やはり技術部の方が積極的である——ちなみにこの組合では会社側と労働協約を結んで経済協議会に参加していることを附げ加えておく

(4.22 表参照).

4.22 表 経営への発言

問5	積極的に 発言	ある程度 発言せよ	まかせる	わからない	その他	無記入	計
事務部	25	52	9	10	1	3	100
技術部	33	53	5	7	1	1	100
	35	47	10	6	1	1	100
合計	32	50	8	7	1	2	100

[A II-6] 最低保障賃金

調査当時、組合側は最低保障賃金制をふくむ賃金要求を掲げて会社側と交渉に入るところであつたので、その賃金制度の必要性をたずねた。「是非必要」75%、「必要なし」4%、「知らない」15%、「その他」3%となつており、一応この賃金制度の必要性を認めるものが大半をしめている。しかし、「知らない」というものが15%もいることは、組合側の教宣活動が十分行きわたつていないことを示すものであろう(4.23表参照)。

4.23 表 最低保障賃金

問6	是非必要	必要なし	知らない	その他	無記入	計
事務部	63	6	22	6	3	100
技術部	78	5	13	1	3	100
	82	4	11	1	2	100
合計	75	4	15	3	3	100

[A II-7] 賃金交渉の見通し

やはり、同じ賃金交渉についての成否をたずねてみたところ、「うまく行く」5%、「かなりうまく行く」15%、「どちらともいえぬ」37%、「あまりうまく行かない」18%、「うまく行かない」15%となつた。成否の見通しは相半ばしており、不況下の賃上げの難しさを組合員が感じとつてゐるのであろう(4.24表参照)。

4.24 表 賃金交渉の見通し

問7	うまく 行く	かなり うまく行く	どちらと てもいえぬ	あまりう まく行かない	うまく 行かない	話し合い 知らず	その他	無記入	計
事務部	3	15	43	14	11	8	--	6	100
技術部	6	15	35	18	17	4	1	4	100
	5	15	34	21	14	5	3	3	100
合計	5	15	37	18	15	5	1	4	100

[A II-8] 投票予定候補者

たまたま、国会解散説が非常に有力であつたので、支持政党の代りにこの質問を入れてみた。結果は、「自民」8%、「社会」52%、「共産」2%、「中立」1%、「人物本位」20%、「きめていない」13%となつた。この組合は総評系であるから、社会党への票が多いのは当然としても、やはり事務部においては社会党の票が少く、「自民」あるいは「人物本位」がやや多くなつている(4.25表参照)。

4.25 表 何党に投票するか

問8	自民	社会	共産	その他の政党	中立	人物本位	まだきめてない	投票にゆかず	選挙権なし	無記入	計
事務部	12	33	—	—	1	28	19	1	3	3	100
技術部 I	6	57	2	—	2	17	13	—	0	3	100
	7	60	4	—	1	17	8	1	1	1	100
合計	8	52	2	—	1	20	13	1	1	2	100

[A II-a] 映画と講演の会を知っているか?

[A II-b] いつ知つたか?

[A II-c] 何によつて知つたか?

この一連の質問は、実験として行つたオートメーションに関する映画と講演の会について、いつ、どのような経路でその催しのあることを知つたかをたずねている。まず、その会があつたことを知つている人は 52% であるが、そのうち会がすんだあとで知つた人が 14% いる。したがつて、とにかく会に先立つて知つていた人は 40% となる(4.26 表参照)。さらにそのうちわけをみると会の二、三日以前より知つていたもの 19%，前日と当日に知つたもの 21% で、会の宣伝が間際になつてから急いで行われたため、十分組合員の間にいき渡らなかつたとみられる(4.27 表参照)。

4.26 表 会を知つているか

問11a	知つている	知らない	無記入	計
事務部	43	55	2	100
技術部 I	57	41	2	100
	53	46	1	100
合計	52	46	2	100

4.27 表 いつ知つたか

問11D	数日前	二、三日前	前日	当日	後日	知らない	無記入	計
事務部	8	8	5	8	12	55	4	100
技術部 I	9	11	7	19	14	35	5	100
	6	12	4	15	15	45	3	100
合計	8	11	6	15	14	42	4	100

では、会のあることを何によつて知つたかというと、掲示(19%)がもつとも多く、同僚から聞いた(13%)、役員(7%)という順であり、ビラ(チラシ)とポスターはごくわずかである。掲示やポスターを利用するには便利で速報的な効果はあるが、どうしても見落す人がでてくるから、要所要所に十分はるることが大切であり、さらに徹底を期するためには、場内アナウンスやチラシ等も併用すべきであろう(4.28 表参照)。

4.28 表 何によつて知つたか

問11c	ビラ (チラシ)	ポスター	掲示	同僚	役員	その他	無記入	非該当	計
事務部	—	2	19	7	4	—	14	54	100
技術部 I	1	2	18	17	11	1	25	25	100
	1	2	20	12	4	2	13	46	100
合計	1	2	19	13	7	1	18	39	100

[A II-12 a] 映画の感想

[A II-12 b] 講演の感想

一応、映画の方は興味をもたれているが、講演の方はやや内容がむづかしかつたように思われる。しかし、オートメーションの社会的意義を理解させるには有益であつたようである(4.29表, 4.30参照)。

4.29 表 映画の感想(会に出た人のみ)

問12 a	みない	興味あり	普通	不十分	その他	無記入	計	サンプル数
事務部	7	10	3	1	—	79	100	70
技術部 I	7	22	17	1	1	52	100	130
II	9	4	4	6	1	76	100	110
合計	8	13	9	3	1	66	100	310

4.30 表 講演の感想(会に出た人のみ)

問12 b	きかない	有 益	ものたりず	むづかしい	その他	無記入	計	サンプル数
事務部	8	3	6	3	—	80	100	70
技術部 I	11	11	22	4	—	52	100	130
II	2	9	10	2	1	76	100	110
合計	7	9	14	3	0	67	100	310

[A II-12 c] 考えの変化

映画と講演によつて、オートメーションに対する考え方方が變つたかどうかをたずねている。会にてた人のうち、約 20% はかなりの影響をうけているようである(4.31 表参照)。

4.31 表 考へ方の変化

問12 c	たいへん 變つた	かなり 變つた	少し 變つた	かわら ない	無記入	計	サンプル数
事務部	—	10	6	4	80	100	70
技術部 I	9	11	17	8	55	100	130
II	6	4	7	5	78	100	110
合計	5	9	11	6	69	100	310

[A II-13] 人工衛星の影響

人工衛星の打上げによつて、世界情勢は平和の方にむくか、戦争の危険がますかという見通しをきいている。「平和の方へ」22% で、「戦争の危険」12% よりずつと多い。

[A II-14] 原水爆実験禁止の態度

「アメリカがもつとも悪い」とするもの 26%, 「ソ連がもつとも悪い」とするもの 21% で、ややアメリカの方がが多い。イギリスは 6% あまり悪くみられていない。これを東京都民の調査結果(ソ連がもつとも悪く、アメリカとイギリスと同じ位)と比較してみると、その違いに興味がもたれる。

[A II-15] 日本のゆきかた

「人民々主々義」10%, 「中立主義」40%, 「自由主義」16%, 「わからない」23% という結果になつてゐる。インドのような中立主義に最も安全な日本のいき方を見出しているのは当然としても、人民々主々義に案外の魅力を感じているのが一般市民と違うところであろう(東京都民の場合、「人民々主々義」5%, 「中立主義」45%, 「自由主義」26%, 「その他・不明」24% となつて

いる)。

[A II-16] 賃金と物価

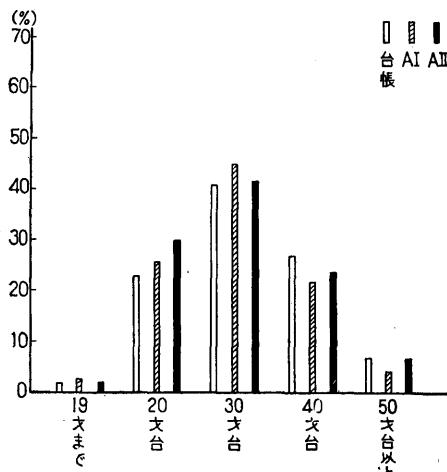
「賃金を上げれば物価もそれにつれて上るから、賃上げ斗争はやつてもむだだ」という意見に対して賛否をたずねてみた。その結果は、「賛成」が 11%, 「反対」が 69%, 「わからない」 11%となつており、経営者の常識に強い反撥をみせている(4.32 表参照)。

4.32 表 賃金と物価

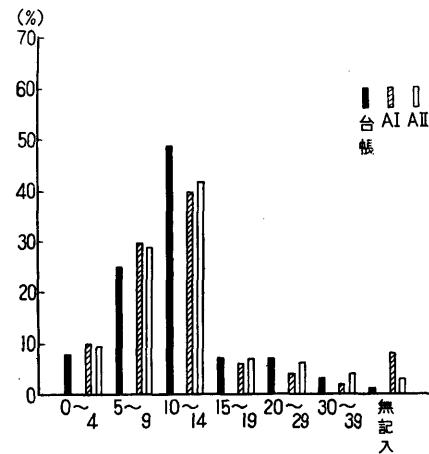
問 16	賛 成	反 対	わから ない	その 他	無記入	計
事務部	14	60	18	2	6	100
技術部	11	71	9	3	6	100
	9	72	11	2	6	100
合 計	11	69	11	3	6	100

[付帯項目] 年令・勤続年数

すでに述べたごとく、配布調査では調査不能が 44% もあつたが、その中には組合意識の比較的低い老令者が多く含まれているであろうと推測された。そこで、念のために組合員台帳より年令・学歴・勤続年数を転記して、それらの頻度分布を求め、配布調査で回答のあつたサンプルについての分布と比較してみた(4.1 図と 4.2 図参照)。ただし、学歴については、ほとんどのものが高等小学校または新制中学卒であるので省略した。一応、 χ^2 テストをしてみると、事後調査(A II)の方は、年令・勤続年数ともに母集団(組合員全体)からのランダム・サンプルとみて差支えない程度であるが、事前調査(A I)の方はともに母集団からかなり偏ったものになつてている。しかし、事後調査では付帯項目の無記入が少い(4%)のに反して、事前調査ではかなり多い(16%)ためにそのような歪みをみせているとも考えられる。しかし、初めの推測通り、老令者の回答者が少なかつたことは明かにわかる。



4.1 図 年令の分布



4.2 図 勤続年数の分布

§5. 配布調査と面接調査との比較

先に述べたように、配布調査はサンプル数の点ではほとんど全組合員をカバーしているが調査項目で制約をうけており、面接調査はサンプル数の点で比較的少数に限定せざるをえなかつたが、調査項目の点でかなり豊富にすることことができた。その意味で、前者によつてマクロ的概観を行い、後

者によつてミクロ的・立体的な分析を行うという相補的利用が可能であると考えた。しかし、実際問題としては、その2つの調査方法によつて同一の調査結果がえられる（異つた結果がえられた場合でもそのズレが無視しうる程小さいか、またはその差が当然避けられない性質のものであるか）というような点についてチェックしておく必要がある。そこで、特定の三課（§2 参照）に属する組合員を、等質な二つのグループにわけ、一つのグループに配布調査、他のグループに面接調査を行い、両者に共通な項目について、解答の分布を比較することにした。

まず、各調査方法がもつ一般的な長所短所について考えてみると、面接調査は、調査員がサンプルに直接面接して行う方法であるから指定されたサンプルを確実に把え、各調査項目について抜目なくサンプル自身の解答を得ることができる。これに反して、配布調査は調査票をサンプルに配布して記入してもらい、後日回収する方法であるから、調査票に記入された解答が指定したサンプルのものであるかどうか判定できない。しかし調査対象が一つの工場の労働組合のようなものであれば、この欠点はかなり除かれるであろう。前者においては、サンプル数に限度があり、サンプルが不在の時は繰返し訪問しなければならないという欠点がある。また調査員の個人差による偏りや調査員のインチキを避けられない場合がある。後者では、これらの欠点は可成り除かれる訳であるが、調査票の回収に難点があり、前者の回収率に比べて後者のそれは遙かに劣るのが常であろう。われわれの調査でも、面接調査の回収率は85%以上であるのに対して、配布調査の回収率は約60%であり、この事実を十分に示している。

さて、面接調査・配布調査の対象集団の属性は、母集団（三課の合計）の属性に比べて、年令では面接調査集団の30~40才台に、勤続年数では配布調査集団の5~14年勤続者に、また学歴では面接調査集団の旧制中等学校卒以下に10%前後の差があるが、以下各種の調査項目の結果を検討しながら、それぞれの調査方法に表われる傾向について考察してみよう。

- 1) 毎日読む新聞の種類は、各調査集団でほぼ同様な割合を示しているが、会社および組合で発行する新聞・ニュースの接触の度合は、組合新聞・ニュースでは、両集団ほぼ同様であつて可成りよく読まれている（「よく読む」72~74%、「時々読む」22~26%）のに対し、会社の新聞では、配布調査集団より面接調査集団に「よく読む」人がやや多いが、「全く読まない」人が約10%いる。全体的にみて、これらの新聞・ニュースは可成り読まれているが、配布調査集団では「時々読む」人が約1/3で、10数%多いのに比べて、面接調査集団の方では「よく読む」「全く読まない」という極端な傾向が多少表われている。

また会社の新聞と組合新聞、および普通の大新聞と組合新聞の記事がくい違つた場合、普通どちらを信用するかについては、面接調査集団では明確な断定的な反応を示す人が多く、配布調査集団では「いちがいにはいえぬ」と中間的な解答をする人が多い（5-1, 5-2表参照）。

5.1 表 会社の新聞と組合新聞の信用

問3	会社新聞	組合新聞	いちがいに 云えぬ	双方 信用せず	無記入	
A I	6.6	17.2	74.2	2.0	(5)	
B I	21.4	31.4	43.2	4.0	(2)	

5.2 表 大新聞と組合新聞の信用

問4	大新聞	組合新聞	いちがいに 云えぬ	双方 信用せぬ	無記入	
A I	16.8	18.0	63.2	2.0	(1)	
B I	25.2	32.7	39.0	3.1	(3)	

- 2) 政治や社会の問題について、職場の同僚・職場以外の知人・友人あるいは家族との話し合いは配布調査集団に多くみられ、これに反して、面接調査集団ではこれらの問題について話し合わ

ない人が非常に多い（5.3, 5.4, 5.5 表参照）。

5.3 表 政治・社会問題についての話し合い（職場）

問7a	屢々話す	時々	殆ど 話さない	全々	無記入	
A I	20.4	61.3	15.0	3.3	(5)/156	
B I	22.2	36.4	29.7	11.7		

5.4 表 政治・社会問題についての話し合い（友人）

問8a	屢々話す	時々	殆ど 話さない	全々	無記入	
A I	14.7	54.7	20.6	10.0	(6)	
B I	10.5	24.0	37.8	27.7		

5.5 表 政治・社会問題についての話し合い（家族）

問8b	屢々話す	時々	殆んど	全々	無記入	
A I	16.3	51.0	23.9	8.8	(9)	
B I	8.1	21.9	36.9	33.1		

同様な傾向は、会社の経営状態や労働組合の問題についての話し合いにおいても、「しばしば話合う」人は面接調査集団の方に多いが、ある程度表われている（5.6 表参照）。

5.6 表 会社の経営状態や組合の内部についての話し合い（場職）

問10	屢々	時々	殆ど	全々	無記入	
A I	28.2	65.1	4.7	2.0	(7)	
B I	40.2	35.2	20.3	4.3		

然しこれらの問題の話し合いの効用については、両集団とも全く同様な分布を示していることは興味深い（5.7- 表参照）。

5.7 表 話合いの効用

問9	実際行動	気晴し	意見判断	話題豊富	無記入	
A I	33.7	23.2	20.4	22.7	(28)	
B I	33.6	23.4	20.4	22.6		

- 3) 賃金に関する質問では、大企業と中小企業間の賃金ベースの格差に対して、「止むを得ない」と半ば諦めの考えをもつている人が再集団共 22~23% もいるが、適当な対策を要望する人は面接調査集団の方に多い（5.8 表参照）。賃上げ斗争と物価の値上りの関係については、「賃上げ斗争はやつても決して無駄ではない」と考える人は、各集団にそれぞれ 80%, 69% もおり面接調査集団に多く、また今のように景気が悪い時、労働組合の賃上げ要求における会社の経

5.8 表 賃金格差

問13	やむを得ぬ	対策考えよ	分らない	その他	無記入	
A I	21.9	40.1	34.3	3.7	(16)	100
B I	23.4	56.4	17.8	2.4		100

営状態の考慮の必要性については、配布調査集団に比べて、面接調査集団の方により強く表わされている(5.9表参)。賃金交渉については、面接調査集団に組合役員を余り信頼していない。

5.9 表 賃上げ要求の態度

問12	全々なし	余りなし	或程度	かなり必要	分らぬ	その他	無記入	
A I	2.6	4.6	67.5	21.3	4.0	0	(5)	100
B I	6.8	5.0	48.5	36.2	3.5			100
A II	1.4	12.6	65.7	17.5	2.1	0.7	(6)	100
B II	4.0	7.9	56.5	30.3	1.3	0		100

人が 50% もあり、組合にとつて negative な結果が表われている。配布調査集団には「どちらともいえない」と考えている人が約 1/3 もいる(5.10 表参照)。

5.10 表 賃金交渉(役員一任)

問7	うまく行く	かなり	どちらとも云えぬ	余り	うまく行かぬ	知らない	その他	無記入	
A I	5.6	22.8	31.9	17.7	14.2	5.7	2.1	(8)	100
B I	14.2	16.0	14.2	29.6	19.9	1.2	4.9		100

以上述べたことからも分るように、組合にとつてある結果は positive であり、またある結果は negative であろうが、畢竟各調査集団に属する労働者の考え方や意識は、配布調査集団ではむしろ消極的であるのに対し、面接調査集団ではむしろ積極的な形であらわれる傾向がみられる。

- 4) オートメイションの導入には、両調査集団とも、常識的に「なるべく無理は回避しながら序々に導入する」ことを希望している人が大半(70~80%)を占めている。また、将来オートメイションが取り入れられるようになつた場合、配置転換や失業の心配が起つてくると思うか否かについては、面接調査集団では「必ず起る」「起らない」という断定的な解答が比較的多いのに反して、配布調査集団では「多分起る」「起るかも知れぬ」という中間の解答が比較的多く表われている(5.11 表参照)。

5.11 表 オートメと失業

問	必ず起る	多分起る	かもしだぬ	起らない	D.K.	よく知らない	その他	無記入	
A I	20.8	31.5	26.8	12.1	7.4	0.7	0.7	(7)	
B I	31.4	19.3	16.1	25.2	4.9	0.6	2.5		
A II	25.8	27.9	35.3	8.6	1.4	0.6	0.4	(9)	
B II	32.2	24.3	13.3	24.3	3.9	0.7	1.3		

- 5) 一般的な意見を問う質問——人工衛生の出現による戦争の危機の増減、日本の今後の行き方、労働者の経営参加等の質問——についてみると、第二の質問では、中共のような人々主義や西ドイツのような自由主義を望む人は可成り少なく(10~15%), インドのような中立主義を望む人は半数に近く、両調査集団間にそれ程の差はないが、第一および第三の質問では、やはり面接調査集団に両極端の傾向が、配布調査集団に中間的な傾向が多少表われている(5.12, 5.13 表参照)。

5.12 表 戦争の危期(人工衛星)

問13	平和へむく	どちらとも云えぬ	険危ふえる	分らない	その他	無記入
A II	20.0	52.0	13.0	15.0		(9)
B II	27.0	27.0	17.0	27.0	2.0	

5.13 表 労働者の経営への発言

問5	積極的に	或程度	委せる	D.K.	その他	
A II	28.0	56.0	6.0	8.0	2.0	
B I	31.5	46.9	16.0	3.7	1.9	

今迄、二つの調査集団の調査結果を比較しながら考察を試みて来たが、全体を総括してみるられる一つの傾向は、面接調査集団の質問に対する反応が明確かつ積極的であるのに反し、配布調査集団の反応は中間的かつ消極的であるということである。また面接調査には、どの調査項目に対しても、「無記入」が殆どないのに反し、配布調査では、意見を問う質問では勿論、多少とも判断を要する事柄については、それが可成り事実に近いものであつても、必ず若干の「無記入」があり、多い時には 10% を越える。しかし、サンプルの意見を問う質問においては「分らない」と答える割合は、ある質問では面接調査の方に多く、ある質問では配布調査に多い。即ち調査方法によつて一貫した傾向は見られない。

§6. 役員調査の概要

調査企画の項で述べたように(§2 参照)，われわれは一般組合員とは別に、組合役員(執行委員・代議員)の意見調査も行つた(事前調査は面接によつて、事後調査は配布によつて)。その目的は、組合または職場内における意見指導者と考えられる組合役員の諸種の問題に対する意見・態度はどのようなものであるか、それらが職場内にどの程度行き渡つているか、をみるためにあつた。したがつて、組合役員と一般組合員を対比してみた場合、どのような点で考え方や意見の一一致または相異がみられるかということが重要な問題であり、以下その線に沿つて分析を進めることにしよう。ただし、面接調査と配布調査では条件が異なるために比較しても意味の薄くなる項目もあるので(§5 参照)、事前調査については特定の三課の組合員(162名)に対して行われた面接調査結果と役員のそれを対比させることにする。事後調査については、役員調査が配布で行われたこと、およびその調査項目には重要なものが少ないので比較を省略する。

6.1 事前調査について

[C I -1a] 毎日よむ新聞

朝日・毎日・読売の3大新聞についてみると、役員は一般組合員よりも朝日をよむ人が多く、毎日は少く、読売はやや少い。経済新聞およびその他の新聞については、役員の方がずっとよむ率が高い。総体的にみて、役員の方がマス・コミュニケーションとも、組合関係のコミュニケーションとも接触する度合は高いわけであるが、現在おかれている立場上当然のことであり、問題はそれら多様のコミュニケーションと接触し、それを如何に各自が取捨選択して、組合員に影響をおよぼすか、という点が重要である(6.1 表参照)。

6.1 表 毎日よむ新聞

問1a	朝日	毎日	読売	産経・日経	スポーツ 娯楽	その他の 新聞
組合員	23	23	39	26	6	7
役員	32	13	32	32	13	44

[C I-2] 会社新聞と組合新聞との接触

会社新聞と組合新聞をとつてみると、役員の方がやはり両方をよくよんでおり、とくに後者との接触が高い（役員のうち 81%）のは当然であろう。とくに、ぜんぜん新聞をよまないものは役員の中には皆無である（6.2, 6.3 表参照）。

6.2 表 会社新聞

問 2a	よくよむ	時々よむ	よまない	計
組合員	76	16	8	100
役 員	75	25	—	100

6.3 表 組合新聞

問 2c	よくよむ	時々よむ	よまない	計
組合員	74	22	4	100
役 員	81	19	—	100

[C I-3] 会社新聞と組合新聞の信用

[C I-4] 大新聞と組合新聞の信用

役員の方に組合新聞を信用するものが多いのは当然であり、大新聞と比べた場合（問 4）、その傾向がとくに強い（6.4, 6.5 表参照）。

6.4 表 会社新聞と組合新聞の信用

問 3	会 社	組 合	いちがいに いえない	どちらも 信用せず	計
組合員	22	31	43	4	100
役 員	13	44	37	6	100

6.5 表 大新聞と組合新聞の信用

問 4	普通の新聞	組合新聞	いちがいに いえない	どちらも 信用しない	わからない	計
組合員	25	33	39	3	—	100
役 員	13	50	31	—	6	100

[C I-7 a] 政治・社会問題についての話し合い（職場）

[C I-7 b] 話し合いの役割

役員の方が職場内でよく話し合う傾向がはつきりでているのは当然であるが、話し合う場合に「きかせる方」が 38%，「きく方」が 8% で、丁度一般組合員と逆の結果になつてている点に注目する必要があろう。つまり、役員は組合や職場内における意見指導者として、実際に重要な役割を果していることが立証されたと考えてよい（6.6, 6.7 表参照）。

6.6 表 政治・社会問題についての話し合い（職場）

問 7a	しばしば	ときどき	ほとんど	ぜんぜん	計
組合員	22	35	31	12	100
役 員	19	62	13	6	100

6.7 表 話合いの役割

問 6b	きかせる	どちらともいえぬ	きく方	計
組合員	14	51	35	100
役 員	38	54	8	100

[C I-9] 話し合いの効用

役員の方には、「気晴しになる」とか「話題が豊富になる」とか答える人はごく少く、ほとんどの人が「実際行動をする上で役に立つ」または「判断を下すのに役立つ」と答えている点が非常に違つてゐる。つまり、役員ははつきりした目的意識をもつて（自分の果すべき当然の役割として）、話し合うことが多いことがわかるであろう（6.8 表参照）。

6.8 表 話合いの効用

問9	実際の行動	気晴し	意見	話題豊富	計
組合員	34	23	20	23	100
役員	21	14	65	—	100

[C I-10 a] 会社の経営状況や組合の問題についての話し合い（職場）

[C I-10 b] 話し合いの役割

政治・社会問題についての話し合い（C I-7）の場合より、身近な（役員として処理すべき）問題であるだけに、話し合いは必ずと頻繁に行われ、意見指導者としてより積極的に活動していることがわかる（6.9, 6.10 表参照）。

6.9 表 会社の経営状況や組合の問題についての
話し合い（職場）

問10a	しばしば	ときどき	ほとんど	ぜんぜん	計
組合員	40	35	21	4	100
役員	88	12	—	—	100

6.10 表 話し合いの役割

問10b	きかせる方	どちらともいえぬ	きく方	計
組合員	15	42	43	100
役員	56	31	13	100

[C I-14] 賃上げ要求の態度

不況の時に賃上げを要求する場合、会社の経営状況を考えに入れる必要があるかどうかという問題であるが、組合役員の中には、「必要がない」といい切るものが多く、「かなり必要」というものは殆どいない。ただし、「ある程度必要」とするものも一般組合員より多いが、交渉の戦術としての必要性は認めるが本心は必要でないと考えるものもかなり含まれているとみてよい（6.11 表参照）。

6.11 表 賃上げ要求の態度

問14	ぜんぜん考える必要なし	あまり考える必要なし	ある程度必要	かなり必要	わからない	その他	計
組合員	7	5	49	36	3	—	100
役員	25	—	63	6	—	6	100

[C I-15] 賃金と物価

役員の中には賃上げが物価の値上がりに影響するという説に賛成するものは少く、反対するの方が絶対的に多い。また「わからない」と答えるものは少く、それだけ賃金に対する見方がはつきりしているといえよう（6.12 表参照）。

6.12 表 賃金と物価

問15	賛成	反対	わからない	その他	計
組合員	15	67	12	6	100
役員	6	75	6	13	100

[C I-16] 賃金格差

大企業と中小企業との賃金格差の拡大傾向について対策を考える必要があるとするものが役員が多い。また一般組合員には「わからない」というものが 18% いるのに、役員には皆無であり、それだけ役員ははつきりした考えをもつていることがわかるであろう（6.13 表参照）。

6.13 表 質 金 格 差

問 16	やむを得ない	対策考えよ	わからない	その他	計
	組合員	23	57	18	2
役 員	19	81	—	—	100

[C I-17] オートメーションのとり入れ方

この問に対しても、役員と一般組合員の間に著しい差はみられない（6.14 表参照）。

6.14 表 オートメのとり入れ方

問 17	どしどし	無理をさせて	絶対反対	わからない	よく知らない	その他	計
	組合員	14	67	11	3	2	3
役 員	19	69	12	—	—	—	100

[C I-18] オートメーション問題の解決

「今ままの世の中では、オートメーション化による諸矛盾を解決できない」と過半数の役員が考へている。その他の意見もかなり多いが、要するに将来の社会についてかなりはつきりして、見通しをもつているとみてよい。

[C I-19] オートメーション化による失業

これについては、一般組合員よりもむしろ役員の方が楽観的である。組合の力によつて、失業防止がある程度可能であると考えているからであろうか（6.15 表参照）。

6.15 表 オートメ化による失業

問 19	必らず起るだろう	多分起るだろう	起るかもしね	起らないだろう	わからない	よく知らない	その他	計
	組合員	31	19	16	25	5	1	3
役 員	19	13	19	37	6	—	6	100

[C I-20] 砂川問題

「地元農民の意向を十分尊重せよ」という意見が 75% をしめ、この点では役員と一般組合員の間に差はない（6.16 表参照）。

6.16 表 砂 川 問 題

問 20	拡張は当然	地元民の意向を尊重せよ	安保条約が悪い	わからぬ	その他	計
	組合員	7	75	5	7	6
役 員	19	75	—	6	—	100

[C I-21 a] 国鉄の春季斗争

[C I-21 b] 他組合の応援

国鉄の春季斗争の敗北について、「やり方がまずい」という戦術的な欠陥を認める点では、一般組合員と役員の見方は一致している。

ただ、あの場合に総評に属している他の組合の態度については、一般組合員の中には「応援する必要なし」とするものがかなりみうけられるのに反して、役員の大部分は「もつと応援すべきだつた」とのべており、労働者としての連帯感が強く意識されている（6.17, 6.18 表参照）。

6.17 表 国鉄の春季斗争

問21 a		やつてもう まくゆかぬ	やり方が まずい	わからない	知らない	その他	計
組合員	12	55	28	2	3	100	
役員	6	82	6	—	6	100	

6.18 表 他組合の応援

問12 b		もつと 応援せよ	あの程度の 応援でよい	応援 必要なし	わからない	その他	計
組合員	43	15	22	17	3	100	
役員	80	—	7	—	13	100	

[C I -22] 総評の指導方針に対する信頼

この点では一般組合員と役員の信頼度はかなり一致して、約 50% のものは十分またはかなり信頼している。ただし、「あまり信頼していない」または「ぜんぜん信頼していない」と答えたものが、一般組合員の中に 29%，役員の中に 19% もいることは、総評の大組合主義に対する反撥であり、一考を要する問題であろう（6.19 表参照）。

6.19 表 総評の指導方針にする信頼

問 22		充分信頼 している	かなり信頼 している	どちらとも いえない	あまり信頼 していない	ぜんぜん 信頼しない	わからない	その他	計
組合員	20	26	14	22	7	11	—	100	
役員	19	31	12	19	—	6	13	100	

[C I -23] 経営への発言

役員の半数は「積極的に発言せよ」と答えており、反面、「経営者にまかせよ」と答えるものも 31% いる。一般組合員の中では、「ある程度発言せよ」という中間的な答えをするものが 46% で最も多いと対照的である。つまり、労働者も経営に対する発言権を確保するか、そうでなければ経営には一切タッチせず労働者は労働組合に結集して諸種の要求を貫くか、そのどちらかにわり切つて考える役員が多いことを示すものであろう（6.20 表参照）。

6.20 表 経営への発言

問 23		積極的に 発言すべし	ある程度 発言すべし	まかせた 方がよい	わからない	その他	計
組合員	32	46	16	4	2	100	
役員	50	19	31	—	—	100	

[C I -24] 経済協の活動

「現在の経済協議会では、組合の意見が反映されない」という批判的態度を示す役員が過半数をしめている（6.21 表参照）。

6.21 表 経 諸 協

問 24		充分反映 している	かなり反映 している	どちらとも いえぬ	あまり反映 されてない	ぜんぜん反映 されてない	わから ない	しらな い	その他	計
組合員	9	28	9	27	13	12	1	1	100	
役員	6	25	—	25	38	6	—	—	100	

[C I-25] 最低保障賃金

大部分のものがその必要性を認めており、両者の間にあまり差はない（6.22 表参照）。

6.22 表 最低保障賃金

問 25		是非必要	かなり必要	必要でなし	わからない	しらない	その他	計
組合員	62	14	6	10	4	4	100	
役員	50	31	6	6	—	7	100	

【追加】以上述べたほかに、組合役員だけに尋ねた質問が数問あるので、それについて補足しよう。まず[C I-26]では、現在行われている賃金交渉（最低保障賃金制度の確立を中心とした）の見通しを組合員の立場から予想してもらつたところ、「うまく行く」が約30%，「うまくいかぬ」が50%であつた。しかし、組合役員の立場からの予想では、「見通しが良い」とするものは皆無、「見通しが悪い」とするもの88%，「わからない」12%となつておる、化学工業界の不況深刻化、それに対応する会社側の人員整理をふくむ企業合理対策強行の意図を早くも察知していたと考えられる。

[C I-31]では、労働協約にもとづいて設置されている経営諮問協議会（経諮協）・表彰委員会・懲戒委員会の三つの機関について、その運営状況と存在意義をたずねている。運営状況はどれも「かなり円滑」に行われているという見方が多いが（とくに表彰委はよい）、懲戒委員会はあまり活動する機会がないため、実状を知らない役員がかなりいる。また、それらの機関は、「あつた方が組合にとつて有利」という評価がなされている。

組合活動に対して一般組合員がかなり協力的であり、(C I-32 a)，労働運動に対する意識も合化労連の中では高い方だ(C I-32 b)，という組合役員の評価は、客観的に正当な裏付けをもつてゐる。また、組合員の執行部に対する信頼は「十分」または「かなり十分」とみている役員が大部分（それぞれ31%と57%）をしめており、執行部の自信のほどがうかがわれよう(C I-32 c)。しかし、「職場大会の討論があまり活発でない」という見方が多い(62%)のは一考を要する点であろう(C I-33 a)。職場の意見が執行部の決定によく反映されているかどうか、という点に関しては、「非常によく反映されている」6%、「かなり反映されている」50%，「どちらともいえない」19%，「あまり反映されていない」19%となつておる、前回の結果と併せ考えてみると、非常に高い意識をもつといわれているこの組合に

おいても、下からの盛上りがなお十分でなく、組合執行部と一般組合員との間にいくらかのスキが見られるようである。

6.23 表 賃金交渉の見通し

問 26		良 い	悪 い	判らない	計
役員	—	88	12	100	

6.24 表 各種委員会の運営状況

問 31		非常に円滑	かなり円滑	どちらともいえない	あまり円滑でない	ぜんぜん円滑でない	わからない	計
a 経諮協	6	37	6	25	13	13	100	
b 表彰委	19	63	6	—	—	12	100	
c 懲戒委	12	38	12	—	—	38	100	

6.25 表 各種委員会の存在意義

問31 b		有 利	どちらともいえぬ	不 利	関係なし	計
経 諮 協	69	19	6	6	100	
表 彰 委	75	6	—	19	100	
懲 戒 委	69	12	6	13	100	

6.26 表 組合員の協力

問32 a		非常に協力的	かなり協力的	どちらともいえない	あまり協力的でない	ぜんぜん協力的でない	計
役員		6	75	19	—	—	100

6.27 表 労働運動への意識

問32 b		高い	どちらともいえない	低い	わからない	計
役員		31	50	13	6	100

6.28 表 執行部への信頼

問32 c		じゅうぶん信頼されている	かなり信頼されている	どちらともいえない	あまり信頼されていない	ぜんぜん信頼されてない	計
役員		31	57	12	—	—	100

6.29 表 職場大会の討論

問33 a		非常に活潑	かなり活潑	どちらともいえない	あまり活潑でない	ぜんぜん活潑でない	計
役員		—	19	19	62	—	100

6.30 表 執行部への意見の反映

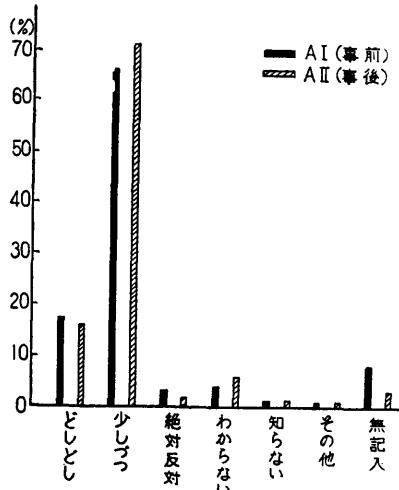
問33 b		非常によく反映されている	かなりよく反映されている	どちらともいえない	あまり反映されてない	ぜんぜん反映されてない	わからない	計
役員		6	50	19	19	—	6	100

§7. 実験の効果

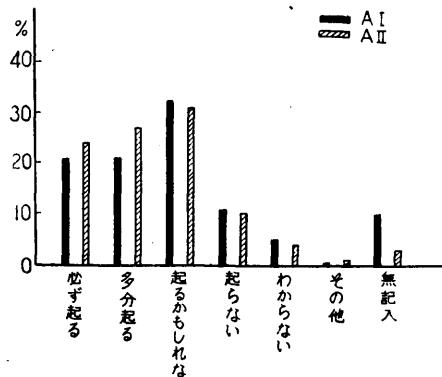
既述の箇所と若干重複するが(§3, §4 参照), ここでオートメーションに関する映画と講演の会が組合員にどのような影響を与えたかをまとめてみよう。まず, 情報伝達の点からみると, 事前に会の開催を知つたものが全組合員中の 40% で, 情報の入手経路は主として掲示と同僚・組合役員(約 20% ずつ) であつた。事後の面接調査に際して, 一般の組合員にたずねてみると, 「とにかく映画会の当日, それも間際になつて組合の役員から報され, あわてて見に行つたような始末だ。もつと前から掲示を出しておけば, ずっと沢山集まつただろう。内容は少しむつかしかつたが, なかなか参考になる点があつた」というような感想を述べる人もいたことから推して, 組合側からの情報伝達が十分徹底して行われなかつたのではないかと思われる。また, 伝達の時期も遅すぎたようだ。したがつて, 伝達の時期と手段をもつと適切にえらべば, 100% に近い伝達率にすることは可能であろうと考えられる。ただし, 交代制で勤務する職場にいる組合員に対しては, 特別の注意を払うことが大切である(たとえばチラシの配布とか勤務交代時の際に組合役員による伝達の利用など)。

映画と講演の会のテーマがオートメーションであつたため, 一般の組合員にとつてはやや難しかつたのではないかと思われたが, 実際に映画をみた人の中の約 50% は、「興味があつた」, 35% は「まあ普通」と答えている。それに比べると, 講演の方は「有益」35%, 「ものたりず」55% でやや一般うけがしないようである。しかし, 映画という取り付きやすいものでオートメーションの概観を与え, その社会的意義や影響を講演によって補うという方法は, 一応成功したといえよう。この会に出て「オートメーションに対する考え方が変つた」という人は, 出席者の約 80% (そのうち少し変つた人が 30%) にも上ることをみれば明かであろう(A II-12 c 参照)。

さて、映画と講演の会の事前と事後で調査した同じ質問の答の分布を比較して、実験の効果を測つてみよう。まず、「オートメーションのとり入れ方」についてみると、前と後で答の分布に著しい差はなく、後の方で無記入が5%へり、「少しづつとり入れよ」という答がやはり5%ふえているのが目立つ程度である(7.1図参照)。ところが「オートメーション化による失業の心配」をみると、「必ず起る」と「多分起る」という答が、後の方でかなり増加し(それぞれ3%と6%), 「起るかも知れない」と「起らないだろう」という答および「わからない」と無記入があわせて12%減少している(7.2図)。 χ^2 検定をすると、事前と事後の答の分布の間には有意な差が認め

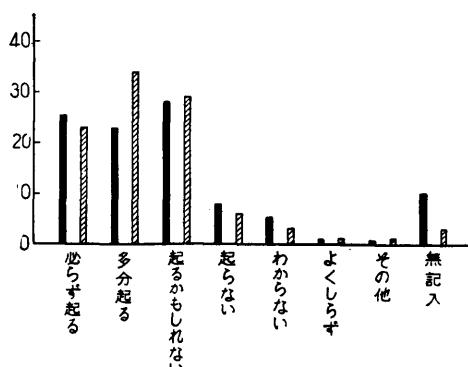


7.1 図 オートメーションのとり入れ方

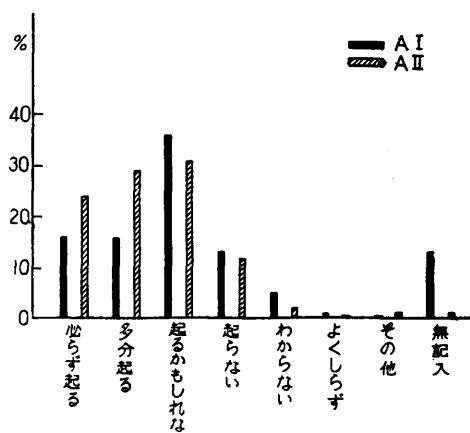


7.2 図 オートメーション化と失業

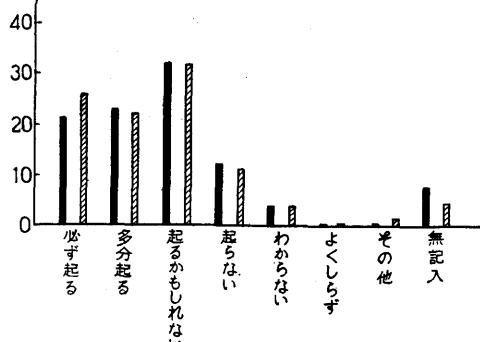
られる。事務部と技術部にわけてみると、とくに事務部において上に述べた傾向が著しくあらわれている(7.3図～7.5図参照)。このような実験においては、労働者よりもインテリの方が影響をうけ易いということは興味のある事実である。調査はパネル方式で行われているから、事前と事後でクロス表を作つてみると、はつきりその点が確認される。最後に、「不況と賃上げ要求の態度」(この質問は映画と講演の会とは関係がない)についてみると、当然のことながら前と後で答の分布は殆どかわらない。



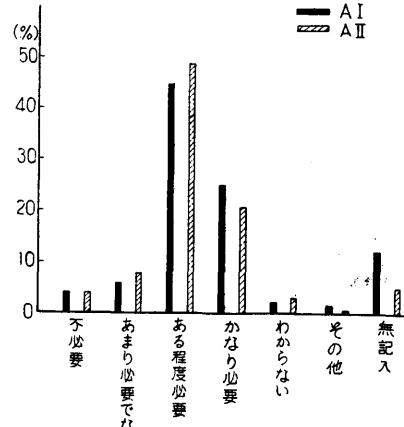
7.3 図 オートメーション化と失業（事務部）



7.4 図 オートメーション化と失業（技術第1部）



7.5 図 オートメ化と失業（技術部）



7.6 図 賃上げ要求態度

§8. 日常のコミュニケーション過程

すでに配布調査の結果（§4）の所で概略は述べてあるが、ここではとくにえらばれた三課の組合員に対する面接調査の結果をより精密に分析して、日常のコミュニケーション過程を明かにしよう。

8.1 媒体との接触法による影響

一般のマス・コミュニケーションの影響については別の機会に検討することとし、ここでは主に会社新聞と組合新聞の影響についてみることにしよう。まず、一般組合員が会社新聞および組合新聞との接触する状況をみると、両者ともに 75% 前後の接触（「よくよむ」）を示し、二者択一という関係になつていい（つまり、会社新聞をよくよむ人は組合新聞もよくよむ）。したがつて、その選択傾向によつて分析を進めることはできないから、組合新聞を「よくよむ」グループと「時々よむ（または）よまない」グループに分けて、両者の意見の差をみていくことにしよう。

まず、「よくよむ」グループは、全般的にみて、組合意識が高い傾向がみうけられる。

たとえば、会社新聞と組合新聞の信用（B I-3）、あるいは大新聞と組合新聞の信用（B I-4）をみると、「よくよむ」グループでは組合新聞を信用する割合が高いし、賃上げ要求の態度（B I-14）をみても、「会社の経営状況を考慮する必要はない」というはつきりした態度がみられる。また、賃上げと物価の値上り（B I-15）という俗説に対してもより批判的であり、オートメーション化による社会的矛盾の解決については、「すつかり今の世の中をかえなければ解決できない」といひきつている人が圧倒的に多い。その他で目立つ点は、オートメーション化による失業問題についてより多くの関心を示し（B I-19）、春季斗争では労働者としてより強い連帯感をもち（B I-21）、総評にはより大きな信頼感をよせている。また、会社の経営に対する発言もより積極的な態度を示し（B I-23）、最低保障賃金の必要性も大部分の人が認めている（B I-25）、といった状況である。以上を要約すれば、組合新聞をよくよむグループに属する人達は、そうでないグループに属する人達にくらべて、各種の社会問題や労働問題について、より積極的な関心をもち、組合意識はより鮮明で、労働者としての連帯感も強く、現在の社会に対してより変革的な意見をもつといえよう。さらに、職場におけるコミュニケーションもより活発に行われており、話し合いの際に指導的な役割を果している（B I-7 および B I-10）ことも見落せない事実であろう。ただし、これらの事柄が組合新聞との頻繁な接触の結果としてもたらされたのか否かということは、早急に結論づけることはできない。おそらく、何等かの動機によって社会問題や労働問題に関心をもち、より頻繁に組合新聞に接触するようになり、それによつて関心が倍加される、というような相互的過程を経て現在の状態に到達したとみるのが妥当であろう。しかし、そのような過程についての分析は、この調査

に関する限り、これ以上進めることはできない。ただ、組合の教宣活動にとつて、まず組合新聞をより広く、より関心をもつて組合員によんで貰うことが、根本的に重要な事柄である、という結論は容易に引出せるであろう。

8.2 媒体の信用度による影響

前節では媒体との接触度を主としてその影響をみたのであるが、実際には接觸している媒体に対する関心や信用の度合ということが主要な問題となることは明かであろう。以下、その点についての分析を行つてみよう。まず、会社新聞と組合新聞のいずれを信用するか（B I-3）に従つて、会社グループと組合グループにわけて、両者を比較してみる。話し合いの役割などについては殆ど差はないが（B I-7），賃金に対する意見（B I-13）では、組合グループは生活給を、会社グループは能率給をよいと主張するものが多い。また、不況時における賃上げ要求の態度として、会社グループは「経営状況を考慮せよ」というものが圧倒的に多いのに対して、組合グループは「あまり（またはぜんぜん）考慮する必要はない」というものがかなり多い。そのほか、組合グループはオートメ化によつて失業が増大すると心配するものが多く（B I-19），経営に対する発言にもより積極的な構えをみせ（B I-23），最低保障賃金はぜひ必要だといつて切つているし（B I-25），現在行われている賃金交渉もうまくいくと組合幹部に対する信頼を表わしている。

以上述べた傾向は、大新聞グループと組合グループ（B I-4）にわけてみても、ほぼ同じようなことがいえる（B I-3 と B I-4 の相関が高い）。

8.3 コミュニケーション過程に影響をおよぼすその他の要因

ここでは、年令・学歴・役員歴（組合役員の経験の有無）の三要因について考察しよう。まず、年令別（20 才台，30 才台，40 才台，50 才以上の 4 グループ）にみると、政治・社会問題についての話し合い（B I-7 a）の頻度は 30 才台が最も高く、[40 才台がそれにつぎ、20 才台と 50 才以上のグループは必ずしも低くなっている。その際の話し合いの役割（B I-7 b）をみると、「きかせる方」のものは各年令層とも 10% 前後で（20 才台のみは 5%）、「きく方」が必ずしも多い。しかし、会社や労組の問題についての話し合い（B I-10 a）では、20 才台と 30 才台が話し合いの頻度が高く、40 才台、50 才以上となるに従つて低くなる（「ほとんど話さない」と「ぜんぜん話さない」を合せると 30 才台では 14% にすぎないが他の年令層では 30~35% もある）。

以上、職場におけるパーソナル・コミュニケーションに関しては、30 才台のものが最も活動的であるといえる（一般的な意見については若い年令層の方が積極的・革新的な意見をもち、とくに労働者の連帯感が強固に感じられる）。

次に、学歴別に考察しよう（ただし、大学・高専卒はごく少ないので、小学校・高小・新制中卒のグループとそれより高い学歴をもつグループにわけた）。話し合いの頻度（B I-7 a, 10 a）をみると、いずれも学歴の高い方のグループで頻度が高く、とくに話し合いの役割（B I-7 b, 10 b）では、33~45% が「きかせる方」であることが特徴的である（低学歴層では 8~9%）。

また、話し合いの効用（B I-9）をみても、高学歴層では過半数が「判断を下すのに役立つ」という真面目な構えをみせている（低学歴層では 30% 以下）。

最後に、役員歴の有無別にみると、やはり役員歴のあるものは話し合いの頻度が高く、話し合いの役割も積極的である（「きかせる方」が 31%）。一般的な意見でも、組合幹部と組合員との中间の意識をもつている。

以上をまとめてみると、職場におけるパーソナル・コミュニケーションの主導的役割を果しているものの中には、30 才台で学歴もかなり高い（旧制中学または新制高校卒以上）ものが多く、しかも役員歴のあるものもかなり含まれているということになる（現在の組合役員でも 30 才台のものが大部分）。これらの事実は職場内の活動家を育てる上に一応参考の材料となろう。

§9. 結 語

まず、日常のコミュニケーション過程についてみると、組合員の関心は会社の経営不振（大きくは経済的不況）と給与問題（とくに年末手当の半額未払）に集中されており、職場での話し合いをみても、政治・社会問題よりも会社や労組の問題についてのコミュニケーションの方がずっと多く行われていることがわかつた。これは労働運動の方から考えて、一応正常な状態を示すものとみてよいが、この点に関しては組合側の情宣活動が「不況下の賃上げは無理だ」という会社側のPR活動や大新聞による不況宣伝を克服しえない欠点をあらわしている。これにはいろいろな原因が考えられるが、一応この調査にあらわれた限りでは、職場における教宣活動の不徹底と組合執行部における不況対策の不備があげられる。たとえば、職場大会における討論の不活発さ、職場における活動家が組合役員（代議員・職場委員）に限られ、彼等を助けて活動を円滑ならしめるべき協力者の貧困、組合執行部と職場との結びつきの欠陥——執行部から職場へ、職場から執行部へという緊密な相互的結びつきが必要であるにもかかわらず、それが執行部から職場へのコミュニケーションに限定され勝ちで、しかもそれが末端まで徹底しない——等がみられるし、組合役員自身が不況下における賃金問題の困難さ、適切な賃上げ方策、企業合理化の対策などに対して、明快な認識を欠いている（わが国の労働組合が企業内組合であるため、賃金要求が企業の支払い能力によって制約されること、したがつて従来の賃金決定方式に重大な欠陥があること、それを補うものとしての最低賃金制の意義、等の理解が浅いなどの点があげられるが、ここでは詳説はさける）。

最も重要な点は、各種のコミュニケーション活動が十分な効果を上げるために、働きかける対象（組合員）の意見・態度・信念等についてまずその現状をよく把握し、その上にたつて流すべき情報のテーマと内容を適切に選択し、十分説得力ある表現方法を採用することであろう。ただし、全く異つた種類のコミュニケーション（会社新聞と組合新聞のように）が同一の対象に働きかけている場合、両者の相互作用の過程を綿密に分析することも大切な問題である。

さて、われわれの行つた実験——オートメーションに関する映画と講演会——の効果についてみると、このように単一なコミュニケーションによつて、まず「知らしめる」効果は明白にあらわれるが（「わからない」や「無記入」の減少）、意見の変化はそれほど著しくは表われない（意見や信念に強い影響を与えるためには、何回も同種のコミュニケーションをいろいろな形で流して、効果の累積をはかる必要がある）。ただし、会に出た人の感想としては、「オートメーションに対する考え方方が変つた」という人が半数近くいること、事務職員の方が労務者よりも影響をうけやすいこと、などは注目してよいだろう（これはインテリ層の観念的理解の仕方と労働者の直接経験的理解の仕方の差異によるものと思われるが、なおこの点については研究を重ねなくては断定的な結論を下せない）。

最後に、このような調査の意義についてふれておく。労働組合内部における各種コミュニケーション過程の様相がかなり明確にされ、とくにパーソナル・コミュニケーションのはたす役割がはつきり捉えられたことに、この調査の意義があつたと考える。ただし、欲をいうならば、もつと長期にわたり職場内でのコミュニケーションを精細に観察・記録し、この調査の裏付けをえたかつたのであるが、種々の事情でそれを果しえなかつたのは残念である。むしろ、そのような仕事は、組合活動の日常的な点検として、組合の調査部自身がその問題を取扱つた方がよい資料をうることができるであろう。そのようなデータを基礎として、適切な調査企画をたてることにより、完全な成果を上げうるであろう。われわれは機会をみてさらに各種のグループにおけるコミュニケーションの研究を積み重ねて行きたいと考えている。

参 考 文 献

- 1) ニュースの伝わり方（1954年江刺調査中間報告），統数研研究リポート1，1955年。

- 2) マス・コンの効果(1956年4月—EF Vまで), 統数研研究リポート2, 1956年.
- 3) マス・コンの効果(1957年12月—EF IXまで), 統数研研究リポート3, 1958年.
- 4) 池内一, 岡崎恵子: マスコミュニケーション研究覚え書, 東京大学新聞研究所紀要4, 1955.
- 5) 日高六郎, 高橋徹, 城戸浩太郎, 總貫談治: 労働者とマス・コミュニケーション過程, 同上, 1955.

(統計数理研究所)