



多国籍企業と女性労働者：
NIKE(ナイキ)はどこから来るか(第2回講演,働きたい
、働けない-働く女性の「いま」と世界-)

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2010-06-30 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 広木, 道子 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10466/9970

第 2 回

多国籍企業と女性労働者 — NIKE (ナイキ) はどこから来るか —

広木 道子

アジア女子労働者交流センターは1983年につくられたNGOです。それ以来、アジアの女性と日本の女性をつなぐ交流の場をつくるための活動を続けてきました。ところが資金不足のため、2000年3月に閉鎖しないといけないことになり、同年4月からは、同様の活動をまったくのボランティア・ベースで始めています。それがCAWネット・ジャパンです。私自身は、20年近くアジアのなかでアジアの女性たちと一緒に活動してきました。本日のお話は、アジアの視点、それも特にアジアの女性労働者の視点から多国籍企業の問題を見るということで進めてまいります。

1 モノを通して世界とのつながりを考える

(1) NIKE (ナイキ) のスポーツ・シューズはどこから来るのか

多国籍企業といってもいろいろありますが、きょうはまずナイキという特定の企業に焦点を当ててみたいと思います。ナイキ社を取り上げる理由は、同社の企業活動のしかたが多国籍企業としてある種の典型だからです。その製品は世界中で売られ、買われて、使われています。子どもでもナイキ社の製品を知っています。同社が多国籍企業として行なう企画、製造から販売の仕組みが比較的単純で見えやすく、わかりやすいのです。それだけに国際的規模で消費者運動からの批判が集まっている企業で、世界各地

で活発な反ナイキ・キャンペーンが展開されています。

ではナイキとはどういう企業なのか、またなにが批判されているのかを理解していただくために、まずナイキの生産の仕組みをお話したいと思います。ナイキ社自身は製造部門をもちません。つまり自社工場というものは1つもないのです。アジア各国にある靴工場とライセンス契約をし、「ナイキ」のブランドで製品を作らせてライセンス料を取ることによって、ナイキという会社は成り立っています。ブランド名で売る世界的な靴会社はどこもだいたい似たようなやり方です。自社工場はもたないのですが、企業のいわば「頭脳」部門がデザインから技術、価格、製造、マーケティングや流通までのすべてのプロセスをコントロールしています。ブランド名で売れるという強みをもつので、事実上の価格統制をしていて、世界中どこで買ってもほとんど同じ価格です。為替レートの変動に従って各国での価格が多少動くくらいのことではありますが、基本的には世界定価で売られます。買う側にはかなりの経済格差があっても、ナイキならそのブランド名で売れるのです。

いまナイキの靴を作っている下請け工場はアジアに35あります。『NIKE: Just DON'T do it. 一見えない帝国主義』（アジア太平洋資料センター編、現代企画室、1998年）によりますと、もともとナイキと日本は深いかわりがあったようで、ナイキの創業には日本の業者や日商岩井のような総合商社がかなり手を貸しています。ナイキは1972年頃から本格的な企業活動を始めましたが、当初は日本でもライセンス契約でナイキの靴を作っていました。その後1975年頃からは、主として韓国、台湾で製造するようになります。特に1985年から90年にかけては、ナイキの靴の90%、リーボック社の靴の95%が韓国製という時期があったくらい、韓国は靴産業については大きな製造シェアをもっていました。ところが1990年代に入りますと、韓国の企業がどんどん他の国に進出するようになり、靴製造業もインドネシアや中国、フィリピン、タイなどに進出していくようになります。いまではベトナムにも行っています。高品質なものを提供しているというのはある意味では事実で、ブランドを維持するために、厳しい品質管理をしています。

実際に工場で靴を作っているのは、現地の女性労働者です。靴製造というのはすごく労働集約的な産業で、安い賃金で使える労働力がたくさん必要なのです。それで労働者の9割くらいは女性になっています。

資料の「有名ブランドのスポーツ・シューズの価格を分解する」の表を見ていただきますと、靴の価格とは何かがよくわかります。実はこれも、工場のある場所や調査のしかたによって少し違ってくるのですが、ここではインドネシア工場で作っているナイキの靴と考えてください。この靴が1足1万円だとしますと、そのうちの33%、3,300円はブランド名使用料(ライセンス料)や調査費、広告・宣伝費で、これはナイキ社が取る分です。それから流通費が55%で、これは流通業者、たとえば商社などが取る分です。実際の生産費は12%、そのうち賃金は0.4%です。1万円の靴を買ったら、そのうち労働者の賃金に支払われているのは40円ということです。これはインドネシアですから0.4%でできるわけです。いま韓国とインドネシアの賃金を比較しますと、韓国はインドネシアの12倍くらいになります。ということは、インドネシアで作れば韓国の12分の1の賃金で作れるのです。韓国の企業であっても、インドネシアや中国で作ったほうが労務コストが下げられるのであれば、ライセンス料は同じですから、製造は労賃がより安いところということになります。特殊な性能を売り物にするスーパー・シューズはまだ韓国生産ですが、そうでない普通のナイキやリーボックのシューズはインドネシアや中国など、もっと賃金の低いところにもって行く、という仕組みになっています。

韓国がスポーツ・シューズ製造のなかで大きなシェアをもっていたということは、それだけたくさんの女性たちが靴産業で働いていたということです。私は1993年に韓国の釜山の製造工場を訪ねてみました。ここは造船業と並んで靴産業が盛んなところで、90年までは5人に1人が靴産業に従事していると言われるほどでした。ところが、88年には16万人いた靴産業の労働者が、96年には1万6000人と10分の1にまで減ってしまいます。その理由は、靴産業の工場が海外に出て行ってしまったからなのです。靴工場に働いていた韓国の女性たちは仕事を失ったわけです。いま韓国では靴産業にかかわらず、工場に働いていた女性たちが失業状態になり、再就職

するにも工場労働の職はなく、サービス産業では中高年の人はいないという状況が広がっています。待っているのは非正規雇用、さらには失業という問題です。

インドネシアでは1992年に靴工場で大きなストライキがありました。ただし労働組合は1つと決められていて、それも完全な御用組合なので、そこではストライキなどももちろんしません。それ以外のところでは労働者の運動が厳しく制限されていて、ストライキの権利は認められていないも同然です。それでもあちこちでストが起こります。つまり92年に起こったストライキとは、通告なしで行なういわゆる山猫ストです。そういうストライキが、90年に韓国からインドネシアに工場がどんどん移ってくるにつれて急速に増えていくのです。最低賃金も払わない、強制残業をさせる、しかも残業手当もない。それに労働環境も悪く、健康被害や労働災害も現実的な問題でした。たとえば、靴本体とゴム底を貼りあわせる作業で使用する糊には有害な有機溶剤が使われています。インドネシアでは安全・衛生面の法制が十分でないので、この危険な接着剤を、労働者が保護具も着けずに直接指で塗るといった仕事のしかたをしています。それからセクハラもありますし、作業上でなにか失敗したら罰金を徴収されるとか、体罰を科されるといった現実もわかってきました。体罰は過酷なもので、靴会社ですから靴底で殴るとか、水の入ったバケツを持って工場の構内を走らせる、あるいは炎天下に3時間も立たせるといったことが行なわれていました。たぶんそれはいまでもあるだろうと思います。とにかく、そうしたひどい労働の現状に対して、1990年代にあちこちで労働者たちの抵抗が始まったのです。

実は日本企業も、1970年代に海外進出を始めた当初はこういう問題が続出して、厳しく批判された時期がありました。いま見ていただいた「有名ブランドのスポーツ・シューズの価格を分解する」の表は、出典がClean Clothes Campaignとあります。「クリーンな服・運動」です。この運動の名称には、「自分の着ている服は搾取された労働者の汗と涙に染まっていないだろうか」という問いが含まれています。これは世界からひどい搾取状況をなくそうという運動をしている消費者団体で、オランダに拠点があ

ります。その活動はたとえば、「ユーロ 2000」というサッカー大会のスポンサー企業について調査したり、チェックしたりということをするのです。世界規模のスポーツ祭典では、どの国のユニフォームをどの企業がスポンサーになって提供するかをめぐる、激しい競争が行なわれています。スポーツ大会というのはブランドの戦場でもあるのです。そこに注目した「クリーンな服・運動」の人たちが商品の価格と労賃の関係を調べて、搾取企業によるスポンサーシップをやめさせようという運動をしているのです。皆さんがご覧になっている資料は、そこから送られてきたものです。大規模なスポーツ大会のスポンサーになると、そのことじたいが大きな宣伝力をもちますので、その年の売り上げが1.5倍くらいに増えるのだそうです。つまりこの種の商品は宣伝が重要で、私たち消費者は宣伝に踊らされて買っているわけです。製品価格中に占める広告宣伝費はというと8.5%になっています。労働者の賃金（0.4%）よりもずっとお金がかけられているということが一目瞭然でわかります。マイケル・ジョーダン、タイガー・ウッズといった有名なスポーツ・スターを広告に登場させるのが、ナイキの巧みな宣伝戦略です。たとえば、靴を作っているインドネシアの女性労働者の賃金は年6万円くらいです。残業しても1日2ドルというのがだいたいの相場です。ところが、それに比べて広告料は何十億円という単位です。そういうところにお金をかけて消費を煽ることによってブランド名の価値を保っているのです。

(2) 衣料品の場合

衣料品の場合も仕組みとしては同じなので、こんどは少し違った視点から見てみたいと思います。1988年に新聞折り込みチラシに入っていた子ども衣料のファニー社の広告には、「おしゃれで品質のよい物がリーズナブルな価格で買える」とあります。その理由として、チラシには「デザインはパリ、技術は日本、中国で加工することで大幅にコストを落としました」。しかしこの3地点は、対等な力をもって互いに協力しているわけではありません。国際的分業体制を見るときに重要なのは、ではどこがその企業活動全体についての決定権を握っている

かということです。国境をまたいで分業は、多国籍企業の力と搾取労働の現実があってこそ成立しているということを知っていただきたいと思います。

いまや日本で売られている衣料品の7割は輸入で、その半分は中国製です。岡山の企業ユニクロはアメリカのGAPの経営方針を真似て製造体制をつくったのですが、これも中国で安く作っているというのは周知のことです。ユニクロのすごさというのは、商品品質管理の徹底ぶりです。ユニクロもデザインなどの開発工場以外は基本的に自社工場をもたず、ほとんどすべてを中国で作らせています。よそと違うのは、ほぼ1日おき、週に3日か4日は必ずユニクロ社の人間が工場に行って品質管理をする点です。原料からなにか全部ユニクロが調達して、縫製技術や仕上がりまでをチェックするのです。ある新聞でユニクロの社長に「中国の魅力はなんですか」とインタビューをしているのを見ました。社長の答えは、中国はローコスト、低賃金で、労働者の質が高く均質で、しかも若い人が多くて一生懸命働いてくれるので縫製に向いている、というものでした。

(3) 玩具の場合

おもちゃというと子どものもの、自分とは関係ないと皆さんは思われるかもしれませんが。しかし、マクドナルド・ハンバーガーで景品をもらったことはありませんか。景品やキャラクター商品などを含め、いま日本ではおもちゃに国産のものはほとんどありません。だいたい中国かタイで作られています。1993年に、香港資本のタイ・ケイダー社というおもちゃ工場で大火災が起き、4,000人が働く工場に189人の女性が亡くなりました。そこは1階が倉庫、2階が工場、3階が社員寮という構造でしたので、大惨事になってしまいました。おもちゃはプラスチック製品や化学繊維のものが多いため、火事が起きると有毒ガスが発生して亡くなる人が多いのです。これは中国でもタイでも同じなのですが、労働者の逃亡や、商品の持ち出しを防ぐために窓に鉄格子がはめられてあり、入り口は1箇所しかなく、しかも施錠してあって、ガードマンが来ないと扉が開かない、そういう構造になっている工場があります。そんな状況で人々は働いているのです。

それが私たちの知らないところで、アジアの国々で起こっていることなのです。レジュメに書きました「人形に保険をかけても人間にはかけない！」というのはこのタイ・ケイダー社の話です。商品である人形には保険がかけているのですが、人形を作る労働者には、労働災害などについての補償はなにもないというのがふつうです。多国籍企業にとっては、どの国でどんなふうに製造し、どういう流通に乗せて、どう売ればより儲かるかということが第1の関心事であって、その国の労働者の労働と暮らしがどうかはあとまわしなのです。

2 多国籍企業に働くアジアの女性労働者

(1) いま、グローバル化の下で

グローバリゼーションということばをよく聞かれると思うのですが、このことばに日本人たちがもっているイメージとアジアの人たちが感じているイメージとは大きく違っています。私たちのアジアの仲間は皆、はっきりと反グローバリゼーションの運動にとりくんでいます。グローバリゼーションとは、地球規模でいろいろなことが動いていくこと、とくに経済のグローバル化、経済が地球を1つの単位として国境を越えて動いていくということです。グローバリゼーションによって、先進国の経済だけでなく、いわゆる発展途上国と言われている貧しい国々も含めて地球上の国々が皆レベルアップしていくのではないかと、日本では受けとめられているような気がします。しかしグローバリゼーションというのは、本質的に強者に有利な仕組みです。そういうことをアジアの女性たちとの関係でお話ししていこうと思います。

1960年代くらいに多国籍企業が生まれ、それがどんどん大きくなってきまのグローバリゼーションになっているわけですが、それと同時に経済開発戦略が国際的なレベルでつくられていきます。世界銀行やIMF（国際通貨基金）、そしてGATT（関税および貿易に関する一般協定）、後にはWTO（世界貿易機関）といった国際機関が、多国籍企業と一緒にあって、途上国の経済開発を進めていったわけです。

そのグローバル化によってどういうことが起きているかを女性労働者の側から考えてみますと、激化する国際競争の矢面に彼女たちが立たされているということなのです。もちろん、働いている人は女性ばかりでなく男性もいますが、アジア諸国の工業化のプロセスを考えると、多国籍企業の動きは女性労働者に大きなインパクトをもっています。先ほど言いましたように、韓国の労働者とインドネシアの労働者は明らかに仕事を取りあい、競争させられています。韓国の労働者は仕事を失い、インドネシアの労働者は仕事を手にするけれど、必死になって働かなければその仕事もまたどこかへ行ってしまいます。

日本も例外ではなく、日本の女性たちの現在の状況は国際競争ということばを抜きにしては説明できません。製造業はもうほとんど海外に出ています。企業は、終身雇用などというこれまでの日本式雇用制度のままでは競争に勝てませんので、労働者を入れ替えて、企業にとって都合のいいときに、都合のいい労働者を雇い、都合のいいように働いてもらうというふうに向向転換します。特に女性労働力をどのように効率的に使うかという点に、国際レベルで日本経済を保っていけるかどうかの勝敗がかかっている、そういう時期にいまあるわけです。だからこそ労働規制緩和も行なわれ、労働関係法の改変も行なわれているわけです。国際競争のなかで、日本の女性たちが置かれている状況は、アジアの女性たちとそう変わらない面があるのです。

(2) アジア諸国の工業化と女性労働

アジア諸国の工業化は、グローバル化のプロセスのなかで行なわれました。終戦直後までアジアのほとんどの国が欧米諸国や日本の植民地支配を受けていて、戦争が終わってから1960年くらいまでに国家としての独立を果たしていきます。そして1960年代に、国連が、世界から貧しい国をなくすための開発をしていこうというのを大きな方針として出し、開発の青写真が世界銀行やIMFを中心につくられます。植民地支配でいろんなものを奪われたあとの国々でどのように工業開発を進めるか。もちろん自国の資本はないので、自前ではできません。この時期にアジアで行なわれた工

業開発は、外国資本を導入し、その力を借りて輸出産業を盛んにして外貨を獲得し、それを経済発展の基盤にしていくというものでした。その輸出産業とは繊維などの労働集約的な軽工業で、女性労働者が有効に使われました。60年代、70年代にかけてアジアの国々で始まった工業化にともなって、貧しい農村から若い女性が集められて工場労働者になっていきます。そして外国資本を誘致するために法制面での制約を取り払って優遇措置を可能にするといった整備をして、安い労働力を提供する。外国資本に対しては、労働法の遵守を求めない例外規定をたくさん作り、特に労働運動の権利などは労働者に一切与えないということをします。そのように企業に従順な労働者をつくるための保証を、政府がバックアップしてつくっていったのです。

(3) 日本企業の海外進出と女性労働

このアジアの工業化プロセスには日本企業も大きくかかわっています。1960年代といえば、日本は高度経済成長が堰きを切った意気盛んな時代です。そして60年代後半からは、モノは余って労働力は不足してきます。海外に市場を開拓したいし、労働力不足をどうやって解消するかというときに、企業を進出させてアジアで作らせるということを考えたわけです。そういう日本の側の要求と、アジア諸国の側の、外国資本の積極的導入という方針が一致するわけです。日本は1971年、72年あたりが第1次海外進出ラッシュと言われ、繊維、電機、電子、雑貨のような軽工業がアジアの国々にたくさん進出していきます。そしてアジア各地に、日本のODA（政府開発援助）によって工業団地がつくられます。アジアの国々の工業開発に、日本は大きな貢献をしました。しかしそこで働いている人々の立場からすれば、その「貢献」は暮らしを破壊するものとなっていきます。私が現在の活動を始めたのは1982年ですが、80年代にアジアの国々に行っているいろいろな人々と交流し、日本企業に対する彼らの厳しい批判を切実に知るようになりました。アジアの工業化と日本の海外進出の実態をつきつけられました。数多くの日本企業が、韓国や台湾や香港に進出していましたが、利益が上がらないと次の国に移動するので、「渡り鳥企業」など

と言われていました。1990年代になって、韓国企業もインドネシアに海外進出を始めたことは先ほど言いましたが、韓国企業についても同様の批判が各地で起こってきています。日本企業が、アジアの女性たち、労働者たちの批判、反発をかっていことはいまでも変わりありません。

私はこの20年間アジアの女性たちと一緒に活動してきて、本当に胸を打たれるのは、彼女たちが生きるということを真剣に考えているということです。彼女たちにとって生きるということは働くこと、闘うことです。いま自分が置かれているところ、働いている場所で闘わなければ生きていけないという状況です。工場で働く人だけが労働者ではありません。農業に携わる人も多いですが、インドのような南アジアの国々は、農業も貧しい。都市では、食べものを作って売ったり、路上で小さな商売をしたり、家内労働をしたりと、インフォーマル・セクターの労働に従事する女性たちがたくさんいます。そういうなかで工業労働者というのは限られた数の人たちです。そのなかには仕事を得られただけでも幸せだと言う人もたくさんいますが、それだけに使い捨てられる心配といつも隣り合わせです。たとえばマレーシアは、電子産業の世界的中心地と言われるくらい電子産業が集まる国ですが、すべては多国籍企業です。そういう国は外国資本や世界経済の動向に直接的にさらされています。電子産業がちょっと不況になったりすると、たちまちのうちに資本は引き揚げてしまいます。また、電子産業部門の技術革新は日進月歩ですから、そのテンポに合わせていろいろなことが他律的に変えられていきます。だからそこで職を得られたといっても、決して安定した仕事ではないのです。職を失えば、次は性産業に行くしかないかもしれない。そんな状況でアジアの女性たちは働いているので、工場で働く労働者たちは少数派ではあるのですが、すべての労働者の権利を守るためのルールをつくっていくうえで、大きな意味をもつ存在なわけです。

3 アジア女性労働者の運動

(1) 独裁政権下での女性労働者

少なくとも1980年代の半ば頃までは、アジアの国々はほとんどが非民主的な独裁政権でした。植民地を脱して国をつくっていくプロセスにおいて、開発が先、経済が先、GNPが先で、人間の暮らしや人権、労働者の権利などは後回しというような政策をとってきました。そんななかで女性たちは働いて暮らしをつくる苦勞をしてきています。政府がつくった労働組合、企業がつくった労働組合、それ以外はつくってはいけない、一切の労働運動は禁止で労働組合はむしろ女性労働者を弾圧する側に回ってきたという国で、女性たちが労働条件の改善や自分たちの権利を主張するのは大変なことでした。投獄は、労働運動の活動家の職業病だと言われるくらいで、そんな経験を何回もくりかえしているという女性たちもいます。ジェンダーの視点で言うと、労働組合というのは男の人たちが握っているもので、女性を管理対象とする実態があります。韓国の例はよく知られていますが、たとえば女性たちが自主的にストライキなどをしようとする、男性労働者が棍棒をもって抑えにかかるというような事件もありました。

(2) 女性労働者運動の確立とネットワーク運動への発展

そういう運動を経ていまに至るわけですが、そういうなかでつくられたのがCAW (Committee for Asian Womenアジア女性労働者委員会) なのです。実は日本語名と英語名のあいだにギャップがあります。これをつくったのは1981年で、その当時、アジア諸国の状況は、「労働者 (Workers)」ということばは使えない時代でしたので、Asian Women (アジアの女性) となっています。頭文字は同じWですから、両方の意味を読んでもらえればという命名です。労働運動弾圧の問題、過酷な労働条件の問題などの解決をめざして、女性たちがアジア地域全体として一緒になにかやっつけていこうとつくったのがCAWでした。ベースになったのはキリスト教団体でした。労働運動に対する弾圧がひどくて労働者が集まることも難しい状況では、キリスト教会だけが活動の可能性がある場所だった

のです。それに、教会は国際的なつながりももっていますので、よその国の事情を知るルートもつくりやすいということもありました。問題や矛盾が見えてきて闘争が起こったのが、韓国やフィリピンというキリスト教徒が多い国だったというなかでの出発でした。

その後1986年にフィリピンではマルコス政権が倒され、87年には韓国でも大闘争が起きて、労働者が労働組合の自由な権利を勝ち取っていく運動も盛んになってきて、女性労働者も自主的に集まってきてCAWの組織化が進んできました。そうすると、アジアというのは実に多様ですから、アジア全体で一緒にやっていくためには宗教的なものは止めましょうということで、1992年にCAWはキリスト教団体から独立し、大きなネットワークをつくるようになったのです。いまCAWはバンコクに中心的なオフィスがあります。アジア13カ国28のグループがネットワークをつくっていて、私が所属しているCAWネット・ジャパンもそのうちの1つです。

(3) 分野を越えた共同

最後にもう1点、重要なことは、労働の分野だけの運動ではもうグローバルゼーションに対抗できないということです。労働運動と、消費者運動、それから労働の現場というのは環境問題も同時に生みだしているわけですから環境問題に取り組む運動、そして外国人出稼ぎ労働者の権利状況に関する運動、政治的自治を求める運動、その動きのなかで生じている人権侵害と闘う運動、女性に対する暴力と闘う運動など、いろいろな問題で活動があることがいまははっきり見えてきています。また国際女性年、北京世界女性会議などで世界中の女性たちが集まっていろいろな交流をするなかでも、労働問題だけやってもだめだということを私たちも気づきはじめています。消費者運動をしている人たちも、たとえばナイキのことを批判しても、労働の現場と結びついてそこで実際に働いている人の声が聞けなければ運動になっていかないということに気づきはじめています。そういうことで、いま世界の女性たちが大きなうねりをつくりはじめているという段階です。