

【重点分野－1・2】2026 春季生活闘争「連合アクション」について（案）

I. 主旨

2026 春季生活闘争において、「持続的な賃上げ」「格差是正」「適切な価格転嫁・適正取引」に向けた社会的な機運醸成をはかるため、構成組織・地方連合会・連合本部が一体となって「連合アクション」を実施する。取り組みの展開にあたっては、とりわけ中小組合における格差是正に向けた支援を強化するとともに、社会に開かれた春闘として共感と参加を広げ、組合づくり・仲間づくりへとつなげる。

II. 背景

- 2026 春季生活闘争「連合アクション」については、第19期運動方針にもとづき、構成組織・地方連合会・連合本部が一体となり、連合運動への「理解・共感・参加」を広げていくため、春季生活闘争をはじめ、すべての働く仲間や生活者につながる取り組みを展開することとしている。
- 2026 春季生活闘争では、経済・賃金・物価の安定的な上昇を定着させ、物価を上回る賃上げの流れを継続していくことが不可欠である。エネルギーや生活必需品の高騰など家計への影響が続くなか、「賃金も物価も上がらない」という社会的規範（ノルム）を変革し、経済の好循環を定着させなければならない。
- そのため、社会的な広がり意識した全国での統一的行動を通じて、すべての働く仲間や生活者に向けて連合の訴えを届け、賃上げの実現、適正な価格転嫁とくらしの底上げ、格差是正に向けた社会的な機運を醸成することが、連合の社会的役割としていっそう重要である。あわせて、構造的賃上げの実現と人への投資を柱に、企業規模・雇用形態・男女間の格差是正をさらに前進させる必要がある。
- 賃金の底上げ・格差是正の実現には、とりわけ中小企業や適切な価格転嫁・適正取引が進んでいない産業などへの支援が不可欠である。サプライチェーン全体での取引構造の是正を進め、適正取引と価格転嫁の実効性を高めることで、中小組合の取り組みを支援強化し、持続的な賃上げが可能となる環境整備を進める必要がある。
- 社会全体への賃上げの波及、働く仲間全体の生活向上を実現するには、労働組合に集う仲間を増やすとともに、労働組合のない職場への波及力を一層高める必要がある。2026 春季生活闘争を通じて「みんなの春闘」を展開し、労働組合の意義と必要性をアピールし、構成組織・地方連合会・連合本部が一体となって、組合づくり・仲間づくりにつなげていく。

III. 取り組み内容

1. 取り組み期間

12月から来年5月末までを2026 春季生活闘争「連合アクション」取り組み期間とし、期間中に「アクションゾーン」（別紙1参照）を設定し、集中的な取り組みを行う。なお、6月以降も引き続き、中小組合支援強化の取り組みを行う。

2. 具体的な取り組み内容

- (1) 各種集会、街頭アピール行動、情報発信等の実施
- (2) 組合づくり・仲間づくりにつながる取り組み
- (3) 政府・行政、経営者団体等への働きかけ
- (4) メッセージ動画、器材等の作成・展開

※詳細は別紙1の通り

IV. 連合本部内での役割

- 全体の大枠の企画・調整：総合運動推進局、総合企画局
- 具体的な取り組み：総合運動推進局、総合政策推進局、総合組織局

V. キャッチコピー等について

- 1. キャッチコピーは、2026 春季生活闘争スローガンとする。
- 2. ロゴについては、昨年度と同様とする。



【ロゴ】

赤いグラフィックスは、行動やアクションを表す感嘆符（いわゆるビックリマーク）と、人や仲間を表す人型のピクトグラムを組み合わせた、直感的に視認できるシンプルなデザインで、「団結力、チームワーク、一体感」を表現しています。色合いについては「活発で情熱的、前向きな印象」をもたらし、かつ、視認性の高い「明るい赤」を使用して、緊急アクションの目印・旗印となるシンボルとしています。

【添付】

- 別紙1：2026 春季生活闘争「連合アクション」の具体的な取り組みについて
- 別紙2：連合アクション街宣チラシ（案）

以 上

2026 春季生活闘争「連合アクション」の具体的な取り組みについて（案）

I. 具体的な取り組み

1. アクションゾーンの設定、取り組み

取り組み期間（12 月から来年 5 月まで）のうち、2 月初旬から 3 月中旬までの期間を「第 1 アクションゾーン」、3 月中旬から 5 月下旬までの期間を「第 2 アクションゾーン（中小組合支援強化）」と設定し、各種取り組みを集中的に行う。

また、集団的労使関係の強化・構築に向けた基盤強化の取り組みとの連動をはかる。

2. 各組織における取り組み

（1）連合本部

1）集会・街頭アピール行動の実施

- ・ 2025 年 12 月 4 日 格差是正フォーラム（全電通会館）
連合アクション 12.4 街頭アピール行動（有楽町マリオン前）
- ・ 2026 年 2 月 5 日 闘争開始宣言 2.5 中央集会（よみうりホール）
連合アクション 2.5 街頭アピール行動（有楽町マリオン前）
- ・ 2026 年 2 月 28 日 連合全国アクション 2.28 中央集会（青山公園多目的広場）
アクションデモ（青山公園～代々木公園近郊）
- ・ 2026 年 3 月 5 日 連合アクション 3.5 街頭アピール行動（駅頭を予定）
- ・ 2026 年 3 月 6 日 3.8 国際女性デー全国統一行動（よみうりホール）
街頭アピール行動（有楽町マリオン前）※連合東京主催
※Action! 36 の取り組みとも連動
- ・ 2026 年 4 月 7 日 4.7 中小組合支援共闘集会（連合会館）
連合アクション 4.7 街頭アピール行動（駅頭を予定）
- ・ 2026 年 5 月 16 日 医療・介護フェス 2026「安心と信頼の医療と介護」中央集会
（会場は検討中）／街頭アピール行動（駅頭を予定）
- ・ 2026 年 5 月 27 日 全国賃上げ波及 5.27 街頭アピール行動（丸の内オアゾ前を予定）／全地方連合会代表者参加
※第 2 回地方連合会代表者会議後に合同記者会見を実施

2）アクションデモの実施

「連合全国アクション 2.28 中央集会」と連動する形でアクションデモを行う。

3）組合づくり・仲間づくりにつながる取り組み

①組合づくり PR コーナーの設置

各種集会・街頭アピール行動時、街頭で PR コーナーを設置し、組合づくりをはじめ、労働組合の役割等の各種チラシ・器材を活用しながら、労働組合の意義と必要性を訴え、組合づくり・仲間づくりにつなげる。

②労働相談・組合づくり相談会の実施

取り組み期間中、以下の日程（予定）で労働相談、組合づくり相談会を実施する。

- ・ 2025 年 12 月 8 日～13 日 連合オンライン（Zoom）組合づくり相談会

- ・ 2025 年 12 月 9 日～10 日 連合全国一斉集中労働相談ホットライン
- ・ 2026 年 2 月 16 日～21 日 連合オンライン（Zoom）組合づくり相談会
- ・ 2026 年 2 月 17 日～18 日 連合全国一斉集中労働相談ホットライン
- ・ 2026 年 3 月 5 日 連合アクション 3.5 街頭行動・組合づくり P
R
- ・ 2026 年 4 月 13 日～18 日 連合オンライン（Zoom）組合づくり相談会

③集中企業オルグの実施

中央・地方ブロック・地方連合会オルガナイザーが主体となり、それぞれ企業訪問リストにもとづき、価格転嫁の必要性、2026 春季生活闘争の動向などの情報を活用して、企業オルグを実施する。

4) 政府・行政への働きかけ

中小組合の賃上げ、適切な価格転嫁・適正取引、地方版含む「政労使会議」開催を促すため、政府・行政へ働きかける。

5) 経営者団体などへの働きかけ

経団連、経済同友会、日本商工会議所、全国中小企業団体中央会、中小企業家同友会全国協議会など、各経済団体・中小企業経営者団体、および人材派遣事業団体などとの意見交換を進め、持続的な賃上げ、適切な価格転嫁・適正取引など労働側の考えを主張していく。

6) 政策制度実現の取り組み

政策制度実現の取り組みとして、税制改正のチラシなどを活用した街頭アピール行動などを実施する。また、働く者のための「労働基準関係法制」の実現に向けた取り組みや、Action! 36とも連動して取り組む。

7) くらし支援の取り組みを検討・実施

各種集会などにあわせて、フードドライブなど継続的な取り組みを検討・実施する。

8) 情報発信、世論喚起

アクションゾーンを中心に記者会見などを機動的に配置しながら、マスコミへ情報発信するとともに、「05（れんごう）の日」と連動した行動・発信（WEB サイト・SNS による発信、連合 LINE 公式アカウントを活用した情報発信）を強化する。

9) メッセージ動画を活用した機運醸成（動画配信）

- ・ 各地方連合会には春季生活闘争に想いを込めたメッセージ動画、各構成組織には中小組合支援に向けたメッセージ動画の作成を依頼し、アクションゾーンの期間を中心に動画を配信して機運醸成をはかる。
- ・ 地方連合会の動画は本部にて地方連合会の SNS で活用できる形に編集し、1 月から 2 月 27 日（2.28 中央集会前日）までを中心に地方連合会において活用する。
- ・ 構成組織の動画についても同様に編集を行い、第 2 アクションゾーンを中心に、3 月から 5 月末まで配信していく。

10) 器材等の作成・展開

以下の器材等を作成し、地方連合会に展開する。

<街頭アピール行動用器材>

- ① のぼり旗（基本的に昨年のもを使用）
- ② 横断幕
- ③ 街頭アピール行動での配布器材（ティッシュチラシ、オニオンスープなど）
- ④ プラカード（2.28 全国統一行動に向け作成、データ提供のみ）
- ⑤ 街頭アピール行動用の原稿・音源（アナウンサー録音）
- ⑥ 組合づくりPRコーナー用器材（アンケートボードなど）

<その他>

- ⑦ 2026 春季生活闘争スローガンロゴ（データ）
- ⑧ 春季生活闘争ポスター（B3 版縦型・カラー）
- ⑨ ラジオCM全国放送および音源データ（文化放送系全国 34 局ネット）
- ⑩ 「れんごうの日（12 月～4 月）」街宣原稿、SNS 文案、画像
- ⑪ 2026 春季生活闘争BGM

<発刊物>

- ⑫ 連合白書
- ⑬ 中小組合元気派宣言

※地方連合会は、取り組み内容にあわせて各宣伝器材を活用する。詳細は、@RENGO にて発信する。

11) 連合本部からの役員派遣

地方ブロック連絡会単位で集会やキャンペーン行動を実施する場合は、要請に応じて調整できる限り、応援弁士として、連合本部から役員を派遣する。

12) 上記以外の取り組みも必要に応じ検討する（詳細は、@RENGO にて案内）。

(2) 地方連合会

地方連合会は、連合本部と連動した取り組みを下記のとおり展開する。

1) 集会・街頭アピール行動などの実施

- 取り組み期間中「第1アクションゾーン」において、2.28 中央集会を中心に連合本部の各種集会と連動した行動、また「第2アクションゾーン（～5 月下旬）」においても、街頭アピール行動などを検討・実施する。
- 各地方連合会における行動予定について本部に報告する。
※本部は集約結果を中央闘争委員会において確認するとともに、マスコミなどへの情報発信を行う。（1 月集約予定）詳細は、@RENGO にて案内
- フードドライブなど継続的な取り組みを検討・実施する。

2) メッセージ動画の作成

全地方連合会において、「連合全国アクション 2.28 中央集会」に向けたメッセージ動画を作成し、本部へ送付する。

<動画作成内容>

- 全地方連合会が対象。1 地方連合会につき 1 動画以上を作成する
- 春季生活闘争にかける思いを込めたメッセージ動画を 30 秒程度で収録し、本部に送付する【12 月 25 日〆切】
- セリフは、本部よりひな型を送付予定
- 撮影場所・メンバーは自由。ただし、必ずジェンダーバランスを考慮する
※詳細は、@RENGO にて案内

<活用方法>

- ① 連合本部にて統一的に編集し、その内容は連合 HP へリンクさせるとともに、地方連合会の SNS 等で展開する
- ② 1 月中旬より 2 月 27 日（連合全国アクション 2.28 中央集会前日）まで、連合本部が適宜 SNS で配信する。
- ③ 連合全国アクション 2.28 中央集会にて上映

3) 組合づくり・仲間づくりにつながる取り組み

①組合づくりPRコーナーの設置

各種集会・街頭アピール行動時、街頭でPRコーナーを設置し、組合づくりをはじめ、各種チラシ・器材を活用しながら、労働組合の意義と必要性を訴え、組合づくり・仲間づくりにつなげる。

②労働相談・組合づくり相談会実施

取り組み期間中、全国一斉集中労働相談ホットライン・組合づくり相談会を実施する。

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| ・2025 年 12 月 9 日～10 日 | 連合全国一斉集中労働相談ホットライン |
| ・2026 年 2 月 17 日～18 日 | 連合全国一斉集中労働相談ホットライン |
| ・2025 年 12 月～2026 年 5 月 | 各地方連合会にて労働相談・組合づくり相談会実施 |

③集中企業オルグの実施

中央・地方ブロック・地方連合会オルガナイザーが主体となり、それぞれ企業訪問リストにもとづき、価格転嫁の必要性、2026 春季生活闘争の動向などの情報を活用して、企業オルグを実施する。

4) 「地方版政労使会議」の開催

「笑顔と元気のプラットフォーム」を活用して、「地域活性化フォーラム」を開催するとともに、「地方版政労使会議」開催に向けて、行政や地方経営者団体と連携して準備を進める。なお、地方版政労使会議については、地域における賃上げ等の波及効果を高めるため複数回の開催についても検討する。

5) 地方経営者団体などへの働きかけ

各都道府県における、各経済団体・中小企業経営者団体、および人材派遣事業団体などとの意見交換を進め、労働側の考えを主張していく。

6) 情報発信、世論喚起

アクションゾーンを中心に記者会見などを機動的に配置しながら、能動的にマスコミへ情報発信するとともに、「05（れんごう）の日」と連動した行動・発信（WEB サイト・SNS などによる情報発信）を強化する。

7) 連合本部による情報集約への対応 ※詳細は@RENGO にて発信

下記の情報を本部に報告する。

- ① 集会・街頭アピール行動等の開催予定（再掲）
集会・行動の名称、日時、場所、参加予定数を報告
※本部は集約結果を中央闘争委員会において確認するとともに、マスコミなどへの情報発信を行う。
- ② 中小共闘・地場共闘等の情報
地方連合会で発信している春闘情報ニュース等の公表情報および、地場共闘集計の情報
※本部は集約結果を共有するとともに、地場共闘集計は 5.27 地方連合会合同記者会見の資料として公表する。
- ③ 地方版政労使会議の開催状況（予定）と評価
会議名称、開催（予定）日、都道府県出席者、評価アンケート
※本部は集約結果を中央闘争委員会において確認する。
- ④ 「連合プラットフォーム」を活用した取り組み
「地域活性化フォーラム」「諸団体との意見交換会」「各種要請行動」
※本部は集約結果を中央執行委員会（12 月予定）において報告する。

(3) 構成組織

構成組織は、連合本部・地方連合会の取り組みに積極的に協力する。

1) 連合本部・地方連合会の取り組みへの参加・協力

連合本部・地方連合会の取り組み（街頭アピール行動、集会、デモなど）に、積極的に参加・協力する。

2) メッセージ動画の作成

構成組織において、中小組合の支援に向けたメッセージ動画、中小組合における決意等の動画を作成し、連合本部へ送付する。動画については、中小組合支援強化に向けた第 2 アクションゾーン期間（3 月中旬から 5 月下旬まで）を中心に機運醸成をはかるため、連合本部で編集し SNS で適宜配信する。

<動画作成内容>

- 構成組織・単組が対象（任意）。可能な限り、構成組織で 1 動画以上作成する。
 - 中小組合の支援に向けたメッセージ動画、中小組合における決意動画等を 30 秒程度で収録し、本部に送付する【1 月末×切】
 - セリフは、本部よりひな型を送付予定
 - 撮影場所・メンバーは自由。ただし、必ずジェンダーバランスを考慮する。
- ※詳細は、@RENGO にて案内

<活用方法>

- 連合本部にて統一的に編集し、その内容は連合 HP へリンクさせる。
- 第 2 アクションゾーン期間（3 月中旬から 5 月下旬まで）を中心に本部 SNS 等において適宜配信する。

3) 情報発信、世論喚起

本部・地方連合会の取り組みについて、組織内外へ情報発信し（機関紙などへの掲載、WEB サイト、SNS 発信など）、世論喚起をはかる。

Ⅱ. 取り組みイメージ

上記Ⅰ. の取り組みイメージは、別表のとおり。

以 上

別表 取り組みイメージ

