# 景気見通し調査
# 調査結果

令和2年3月期

福井商工会議所　中小企業総合支援センター

【調査の概要】
当調査は、福井商工会議所管内の小規模事業所を中心とした短期的な景気動向を把握するため、毎年３月・６月・９月・１２月の年４回実施している。

調査時期：令和２年３月２日(月)～9 日(月)
調査方法：ＦＡＸによる送付、回収
Google フォームからの回答受付
調査対象：福井商工会議所の会員　小規模事業所を中心に 415 件を抽出
（製造業・建設業・その他･･･従業員 20 人以下の事業所
卸売業・小売業・サービス業･･･従業員 5 人以下の事業所）
回 答 数：209 件（回答率　50.3%）

| 従業員数 | 製造業 | 建設業 | 小売業 | 卸売業 | サービス業 | 合計 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 名以内 | 17 | 20 | 18 | 21 | 27 | 103(49.3%) |
| 6～10 名以内 | 16 | 12 | 6 | 5 | 5 | 44(21.1%) |
| 11 名以上 | 19 | 13 | 4 | 11 | 15 | 62(29.7%) |
| 小　計 | 52(24.9%) | 45(21.5%) | 28(13.4%) | 37(17.7%) | 47(22.5%) | 209(100.0%) |

ＤＩ値とは…ディフュージョン・インデックス(Diffusion Index)の略で、景気動向を示す指標。「良い」「上昇した」とする企業割合から、「悪い」「下落した」とする企業割合を差し引いた値。「現在」ＤＩ値は３か月前を基準とした現在の状況、「先行」ＤＩ値は今後３か月後の状況を予測したもの。

## 【調査結果の概要】

**新型コロナウイルスの影響大、景況は全業種大幅に悪化**

**① 業界の景況**

コロナショックで全業種大幅に悪化、先行きも悪化の見通し

**②自社の景況**

全業種で大幅なマイナス、今後はさらに大幅悪化の予想

**③売上高（受注高）**

新型コロナウイルスの影響で消費低迷・受注減少など売上機会の損失が発生

**④販売価格**

4 期連続の下落、仕入コスト増を懸念する声も

**⑤仕入価格**

仕入価格は 4 期連続で改善、しかし翌期はマイナス推移の予想

**⑥採算（収支）**

ほぼ全ての業種で採算は悪化、今後も厳しい景況が続く見通し

## 【トピックス調査（時間外労働の上限規制について）の概要】

～零細企業においては法改正への理解が進まず　時間外労働ありきの業務体制となっている～

○中小企業に対する時間外労働の上限規制が本年 4 月 1 日から始まることについて、内容を理解している事業所は半数を超えているが、小売・サービス業においては他業種と比べ理解に遅れが生じている。また、従業員規模が小さくなるにつれて理解度も進んでいない状況が明らかとなった。

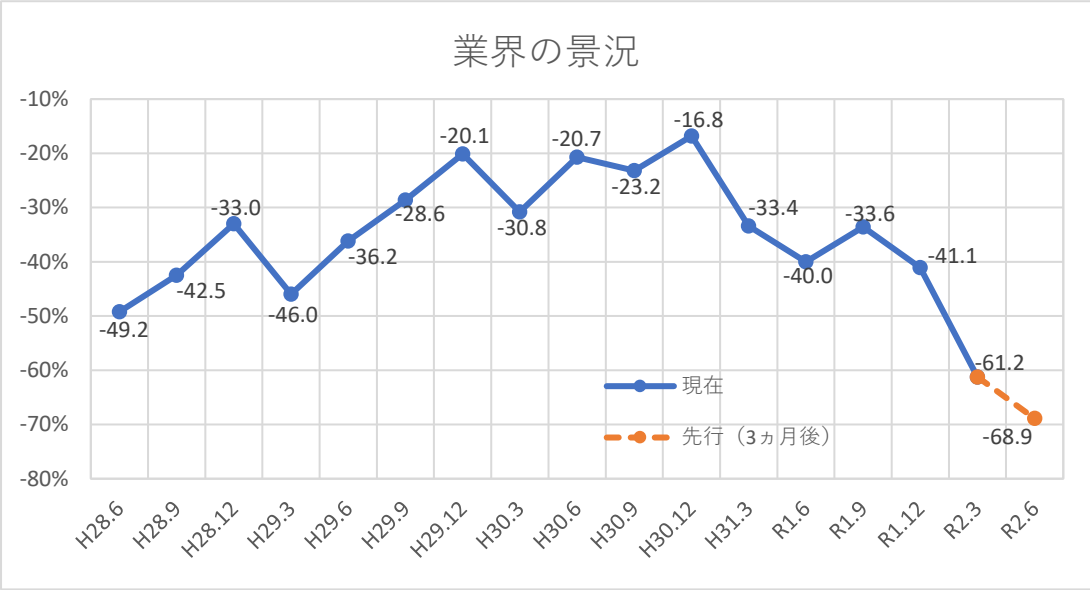
○労働時間削減のための取り組みとして、全体としては従業員に対し積極的な有給休暇の取得を促している一方、零細企業では何も対策をしていないという回答が最も多かった。

○顧客へのサービスや業務をこなす上で時間外労働は必要であると回答した事業所が多く、削減することが売上減少にもつながるため、一元的に削減することは難しいと考えられる。

① ―業界の景況―

## 【コロナショックで全業種大幅に悪化、先行き不透明な状況が続く見通し】

業界全体の現在 DI 値は、前回調査時（R1.12）の▲41.1 から 20.1 ポイントと大幅に下落し、▲61.2 となった。要因としては、現在世界中で問題となっている新型コロナウイルスの影響が大きいと推測される。また、平成 20 年以降の大きな動き、リーマンショック（H20.9.15 発生、H20.9：▲87.4→H20.12：▲88.6）、東日本大震災（H23.3.11 発生、H23.3：▲68.2→H23.6：▲69.5）、消費税率 5%から 8%へ引き上げ（H26.4.1～、H26.3：▲19.5→H26.6：▲46.7）、平成 30 年豪雪（H30.2～、H29.12：▲20.1→H30.3：▲30.8）と比較すると、下落幅 20.1 ポイントは消費税率引き上げ（▲27.2）に次ぐ悪化である。しかし、消費税率引き上げの際は、先行 DI 値（H26.9 見通し）は▲38.9 と 7.8 ポイント改善が見込まれていたのに対し、今回調査の先行 DI 値は▲68.9 とさらに 7.7 ポイント下落の予想。今後もさらなる悪化の見通しとなり、新型コロナウイルスの収束の目途が立たない現状を懸念する意見が寄せられた。業種別でみると、最も悪化しているのは小売業で、現在 DI 値は▲89.3 と前回調査（▲64.0）から 25.3 ポイント下落。新型コロナウイルスの影響で消費の落ち込みが要因と推測される。また今後の見通しについては、先行 DI 値は全業種で大幅なマイナスとなっており、今後さらに厳しい景況が続くものと見られる。



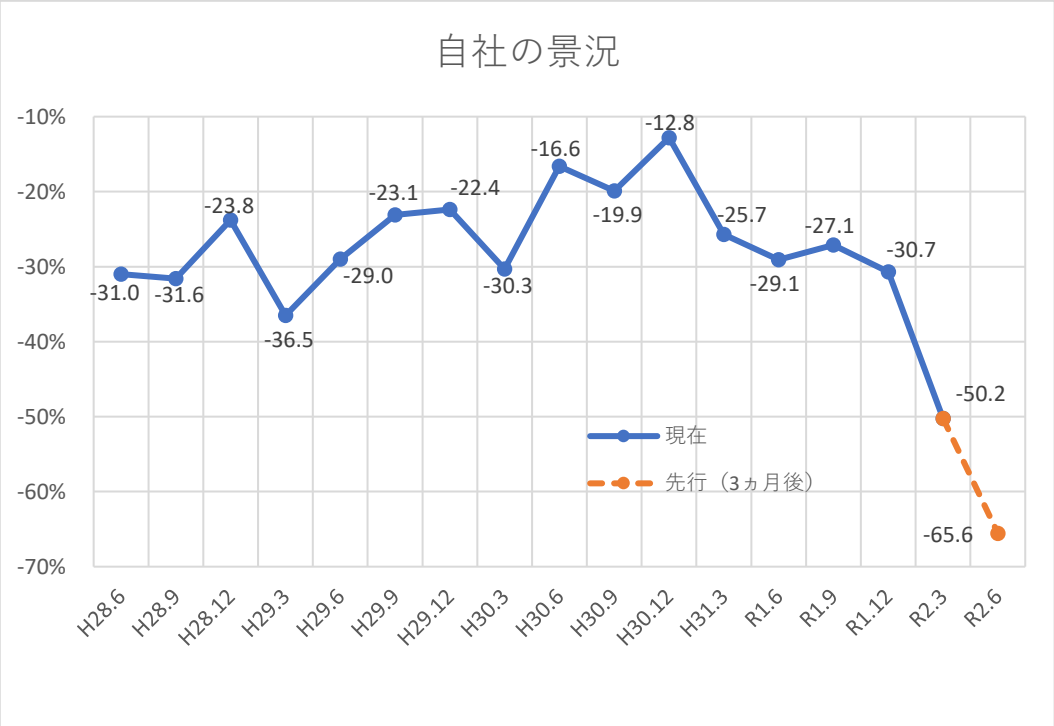

| ①業界の景況 | 2020 年 1～3 月（今期） | | 2020 年 4～6 月（見通し） | |
|---|---|---|---|---|
| | 現在ＤＩ値 | 変化幅 | 先行ＤＩ値 | 変化幅（先行ＤＩ－現在ＤＩ） |
| 全業種 | -61.2 | -20.1 | -68.9 | -7.7 |
| 製造業 | -65.4 | -16.4 | -73.1 | -7.7 |
| 建設業 | -28.9 | -31.5 | -37.8 | -8.9 |
| 小売業 | -89.3 | -25.3 | -82.1 | 7.2 |
| 卸売業 | -75.7 | -1.5 | -83.8 | -8.1 |
| サービス業 | -59.6 | -24.9 | -74.5 | -14.9 |

② ―自社の景況―

## 【自社の景況も全業種で大幅悪化】

自社の景況については現在 DI 値が▲50.2 となり、前回調査時（R1.12）から 19.5 ポイント悪化した。これまで比較的好調を保っていた建設業でさえ 23.8 ポイント下落しており、全ての業種において DI 値がマイナスという結果になった。

悪化の要因として多くの事業所からは、新型コロナウイルスの影響が挙げられ、それに加えて昨年 10 月の消費税増税による消費マインドの低下、さらには暖冬の影響など、様々な外的要因が重なって影響しているとの声が多く、今後の回復も期待できないことから、先行 DI 値は全ての業種で悪化の見通しとなった。



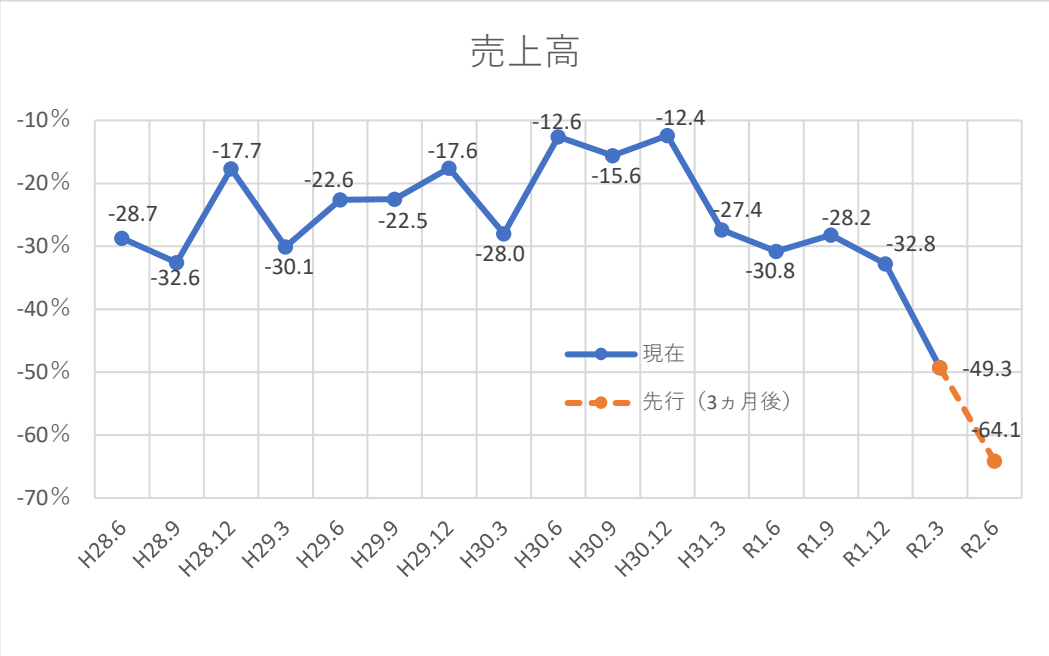

| ②自社の景況 | 2020 年 1～3 月（今期） | | 2020 年 4～6 月（見通し） | |
|---|---|---|---|---|
| | 現在ＤＩ値 | 変化幅 | 先行ＤＩ値 | 変化幅（先行ＤＩ－現在ＤＩ） |
| 全業種 | −50.2 | −19.5 | −65.6 | −15.4 |
| 製造業 | −61.5 | −24.8 | −65.4 | −3.9 |
| 建設業 | −13.3 | −23.8 | −35.6 | −22.3 |
| 小売業 | −53.6 | −1.6 | −75.0 | −21.4 |
| 卸売業 | −73.0 | −5.3 | −91.9 | −18.9 |
| サービス業 | −53.2 | −30.8 | −68.1 | −14.9 |

③ ―売上高（受注高）―

## 【新型コロナウイルスの影響で消費低迷・受注減少など売上機会の損失が発生】

売上高（受注高）の現在 DI 値は、前回調査時（R1.12）から 16.5 ポイント悪化し▲49.3 という結果となった。その要因としては、新型コロナウイルスの影響によって、予約のキャンセル、イベント中止、材料入荷の遅れ等が生じており、多くの事業所で売上機会を損失している状況。先行 DI 値も▲64.1 となり、今後も売上の落ち込みが大いに懸念される。

業種別でみると、いずれの業種も現在 DI 値はマイナスで、かつ、先行 DI 値になると全業種ともさらなる悪化を予測しており、新型コロナウイルスの収束が見込めない状況を不安視する声もあった。



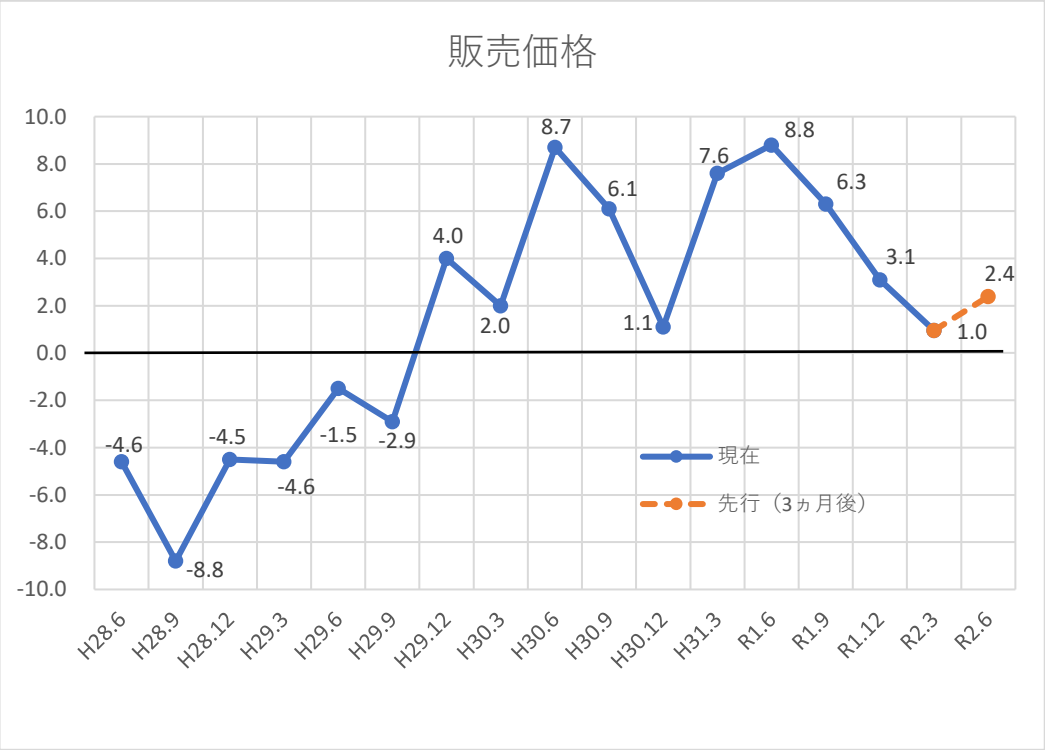

| ③売上高 | 2020 年 1～3 月（今期） | | 2020 年 4～6 月（見通し） | |
|---|---|---|---|---|
| | 現在ＤＩ値 | 変化幅 | 先行ＤＩ値 | 変化幅（先行ＤＩ－現在ＤＩ） |
| 全業種 | −49.3 | −16.5 | −64.1 | −14.8 |
| 製造業 | −63.5 | −24.7 | −65.4 | −1.9 |
| 建設業 | −15.6 | −15.6 | −33.3 | −17.7 |
| 小売業 | −39.3 | 8.7 | −67.9 | −28.6 |
| 卸売業 | −75.7 | −11.2 | −86.5 | −10.8 |
| サービス業 | −51.1 | −26.6 | −72.3 | −21.2 |

## ④ ―販売価格―

# 【4 期連続の下落ながらもプラスを維持】

販売価格の現在 DI 値は 1.0 となり、前回調査（R1.12 期）から 2.1 ポイント下落したが、H29.12 期以降の DI 値プラスは維持された。先行 DI 値については 2.4 となっており、今後も大きな変化はないと予想される。

業種別で見ると、現在 DI 値は卸売業のみ前回からプラスで推移しているが、全ての業種において大きく価格改定をした様子は見られなかった。しかし、原材料の価格高騰による仕入れ値の上昇や新型コロナウイルスの影響による入荷の遅れが懸念されるため、今後販売価格を上げるとの声もあり、特に川下産業にあたる小売業では先行 DI 値の変化幅が他業種と比較して大きくなった。

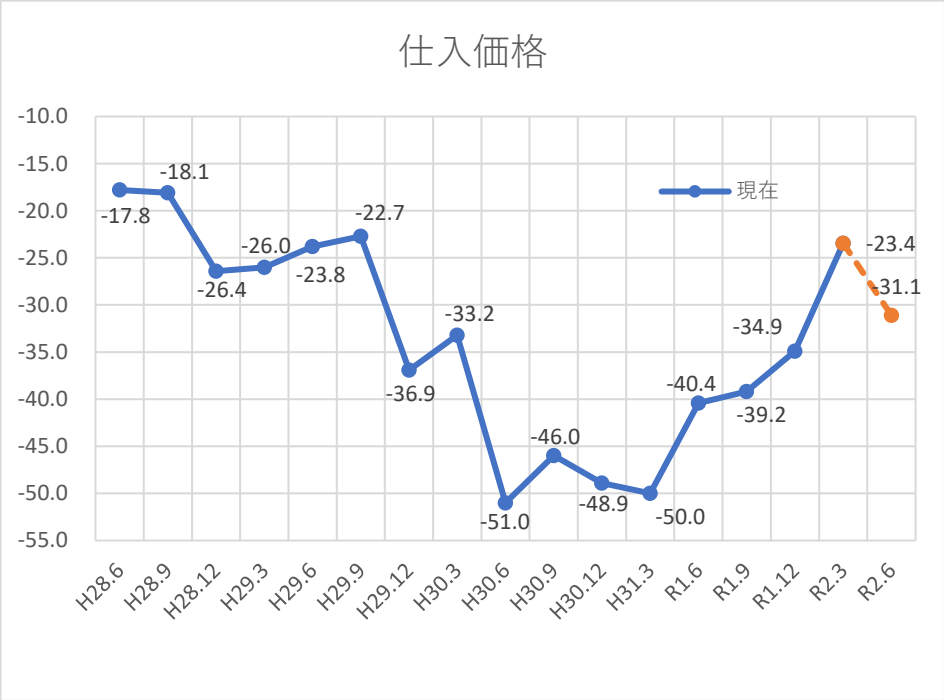



| ④販売価格 | 2020 年 1～3 月（今期） | | 2020 年 4～6 月（見通し） | |
|---|---|---|---|---|
| | 現在ＤＩ値 | 変化幅 | 先行ＤＩ値 | 変化幅（先行ＤＩ－現在ＤＩ） |
| 全業種 | 1.0 | -2.1 | 2.4 | 1.4 |
| 製造業 | -5.8 | -1.7 | -7.7 | -1.9 |
| 建設業 | 4.4 | -0.9 | -2.2 | -6.6 |
| 小売業 | 14.3 | -5.7 | 28.6 | 14.3 |
| 卸売業 | -10.8 | 5.3 | -5.4 | 5.4 |
| サービス業 | 6.4 | -5.8 | 8.5 | 2.1 |

⑤ ―仕入価格―

## 【仕入価格は４期連続で改善ながらも、翌期は悪化の予想】

仕入価格の現在 DI 値は▲23.4 となり、前回調査（R1.12 期）から 11.5 ポイント回復、4 期連続の改善となった。全業種で現在 DI 値の変化幅がプラスであった。消費増税以降も仕入価格に大きな変動がなかったと推測されるが、先行 DI 値は 5 期ぶりのマイナス推移が予想される結果となった。コロナウイルスの影響による仕入価格や運送費用の高騰が主な要因になると回答した事業所も複数あり、現在 DI 値の変化幅とは反対に、全ての業種でマイナスの変化幅となっていることから、仕入価格の上昇を懸念していることが伺える。



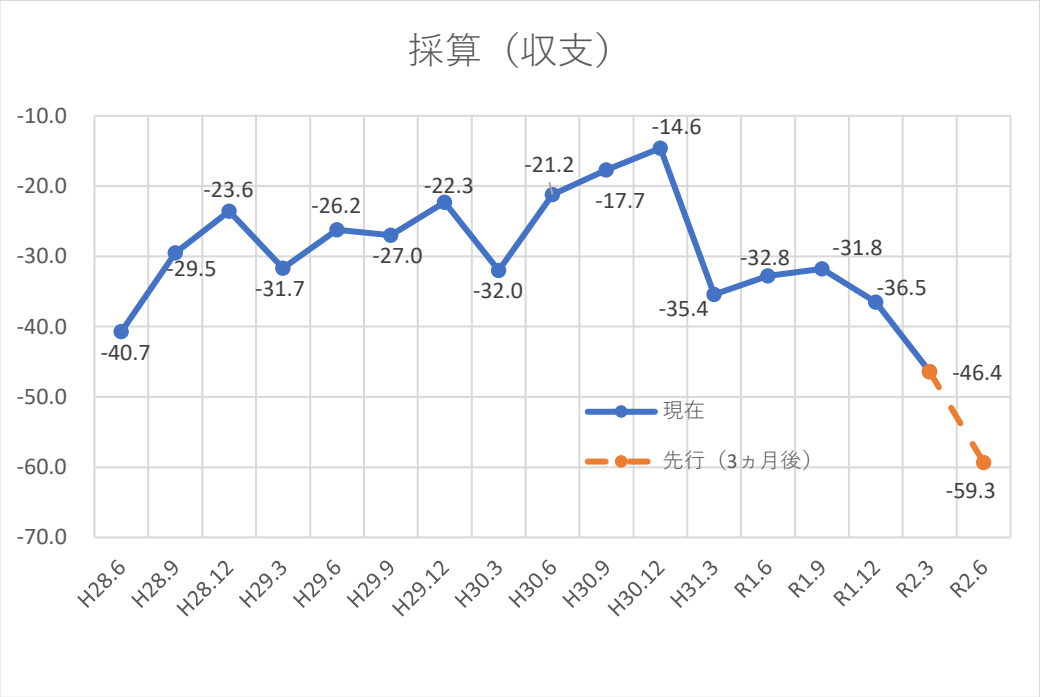

| ⑤仕入価格 | 2020 年 1～3 月（今期） | | 2020 年 4～6 月（見通し） | |
|---|---|---|---|---|
| | 現在ＤＩ値 | 変化幅 | 先行ＤＩ値 | 変化幅（先行ＤＩ－現在ＤＩ） |
| 全業種 | −23.4 | 11.5 | −31.1 | −7.7 |
| 製造業 | −13.5 | 15.1 | −15.4 | −1.9 |
| 建設業 | −26.7 | 10.1 | −33.3 | −6.6 |
| 小売業 | −17.9 | 22.1 | −32.1 | −14.2 |
| 卸売業 | −27.0 | 8.5 | −40.5 | −13.5 |
| サービス業 | −31.9 | 4.8 | −38.3 | −6.4 |

## ⑥ ―採算（収支）―

# 【ほぼ全ての業種で採算は悪化、今後も厳しい景況が続く見通し】

採算（収支）状況を表す現在 DI 値は▲46.4 となり、前回調査（R1.12 期）から 9.9 ポイント悪化。小売業では若干ではあるが改善となっている一方で、卸売業では下落幅が 30.0 ポイントと大きく悪化しており、業種によって差がある結果となった。

また先行 DI 値は▲59.3 となり、12.9 ポイント悪化する見通しとなった。販売価格の見直しを図る以上に、売上・受注減少や仕入コストの増加が大きく響き、今後も採算の悪化が進むと懸念される。



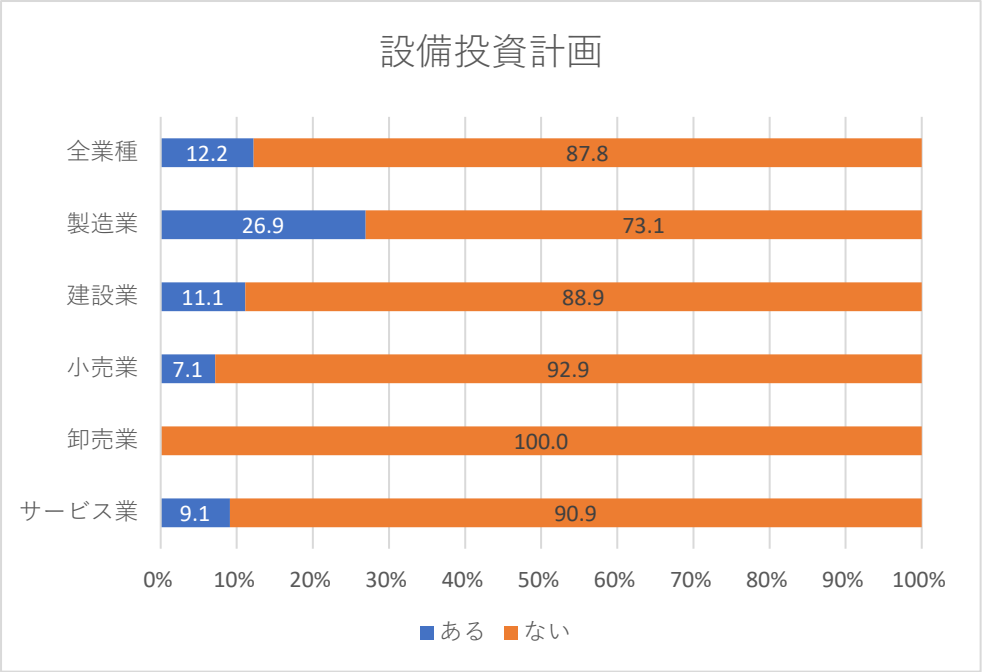

| ⑥採算 | 2020 年 1～3 月（今期） | | 2020 年 4～6 月（見通し） | |
|---|---|---|---|---|
| | 現在ＤＩ値 | 変化幅 | 先行ＤＩ値 | 変化幅（先行ＤＩ－現在ＤＩ） |
| 全業種 | −46.4 | −9.9 | −59.3 | −12.9 |
| 製造業 | −57.7 | −8.7 | −67.3 | −9.6 |
| 建設業 | −20.0 | −9.5 | −33.3 | −13.3 |
| 小売業 | −39.3 | 0.7 | −50.0 | −10.7 |
| 卸売業 | −78.4 | −30.0 | −83.8 | −5.4 |
| サービス業 | −38.3 | −3.6 | −61.7 | −23.4 |

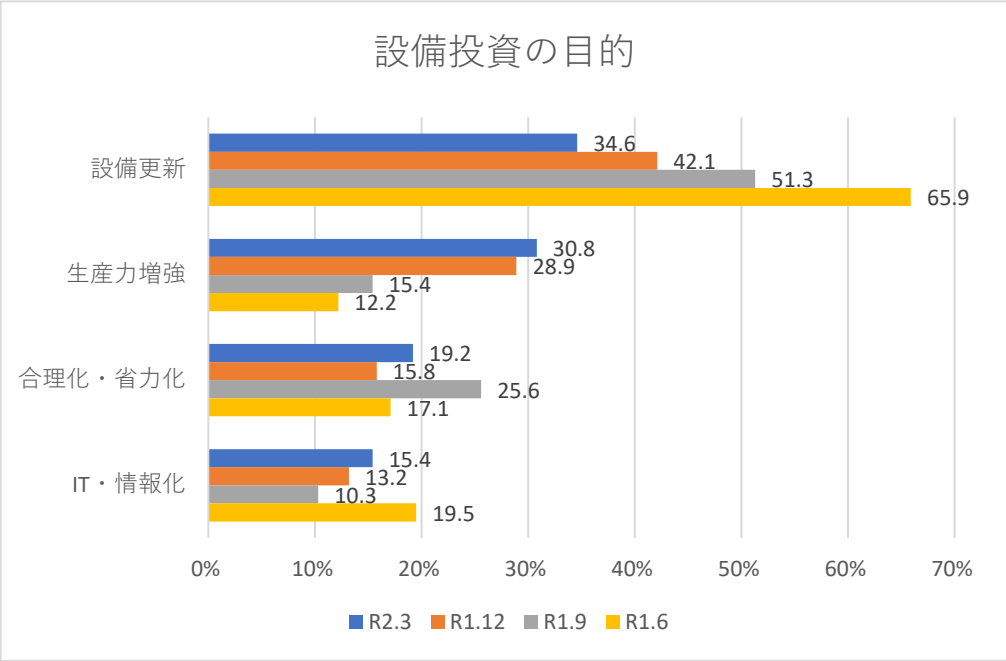
## ⑦ ―設備投資―

# 【設備投資意欲はややマイナスに】

今後 3 か月以内の設備投資計画では、12.2%（前回 16.3%）が「投資計画あり」と回答し、前回よりも 4.1 ポイント減少した。業種別でみると、製造業のみ前回 24.5%から今回 26.9%と微増したものの、その他の業種においては減少していた。

今後 3 か月以内の設備投資計画がある事業所の設備投資の内容は、最も多いのが「設備更新」で 34.6%、次いで「生産力増強」が 30.8%、「合理化・省力化」が 19.2%、「IT・情報化」が 15.4%となっている。以下のグラフから、ここ 1 年の間で設備更新を目的とした設備投資の割合が低下し、反対にそれ以外を目的とした設備投資の割合が増加傾向にあることから、生産性向上を目指す前向きな設備投資が徐々に進んでいることが伺える。



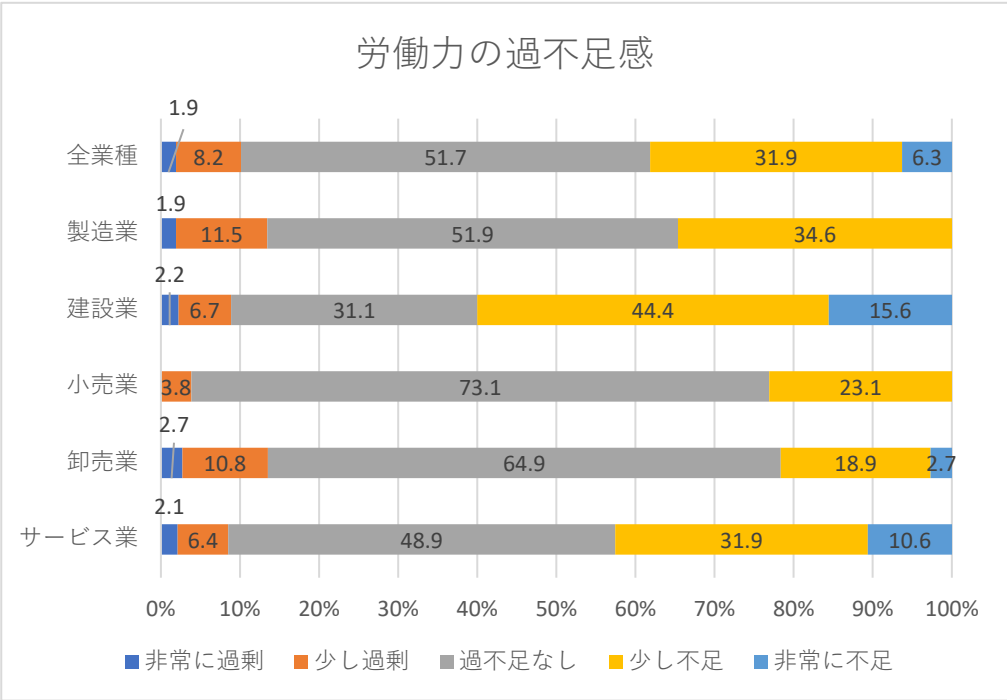



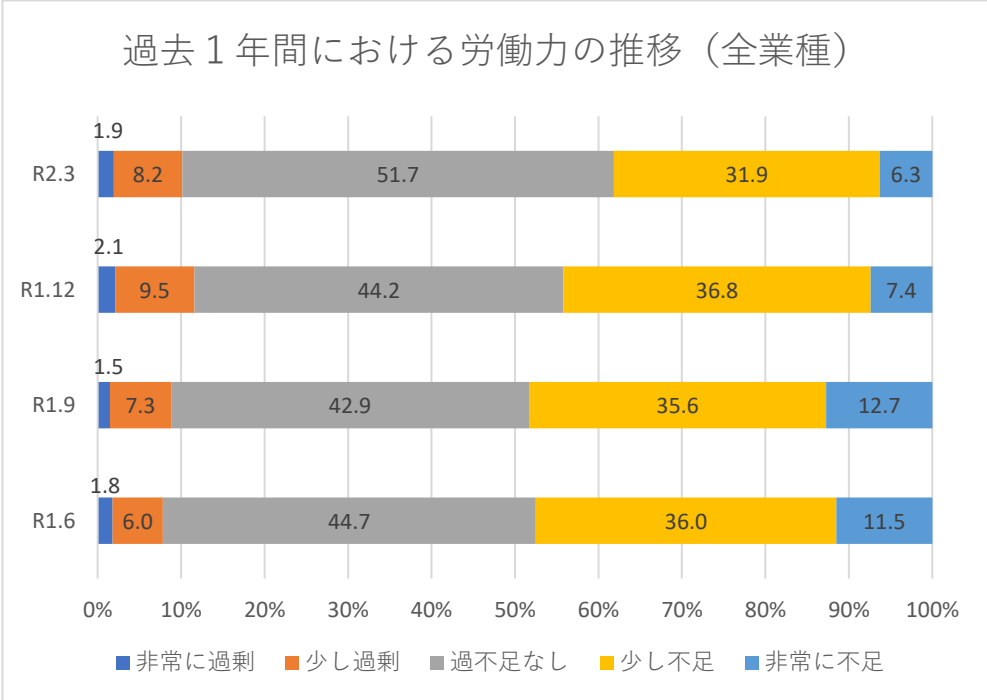
## ⑧ ―労働力―

# 【建設業では依然として不足感あり、一部では売上減少等により人手不足が緩和】

労働力については「少し不足」「非常に不足」との回答が 38.2%（前回 44.2%）と 6.0 ポイント減少し、2 期連続の減少となった。業種別にみると、建設業では「少し不足」「非常に不足」との回答が 60.0%となり、前回調査（71.0%）から 11.0 ポイント改善されたものの、半数以上の事業所で人手不足となっている状況である。また、小売、サービス業で「少し不足」「非常に不足」の割合が大幅に減少（小売業 40.0%→23.1%、サービス業 54.2%→42.5%）。新型コロナウイルスや暖冬などの影響で、来店客数や売上が減少しているため、人手不足感は緩和されているとの声があった。

過去 1 年間を比較すると、徐々にではあるが「過不足なし」の割合が拡大しており、事業規模に見合った労働力の確保や生産性向上が進む一方で、景況の悪化により今の体制で十分と感じている事業所があることも予想される。



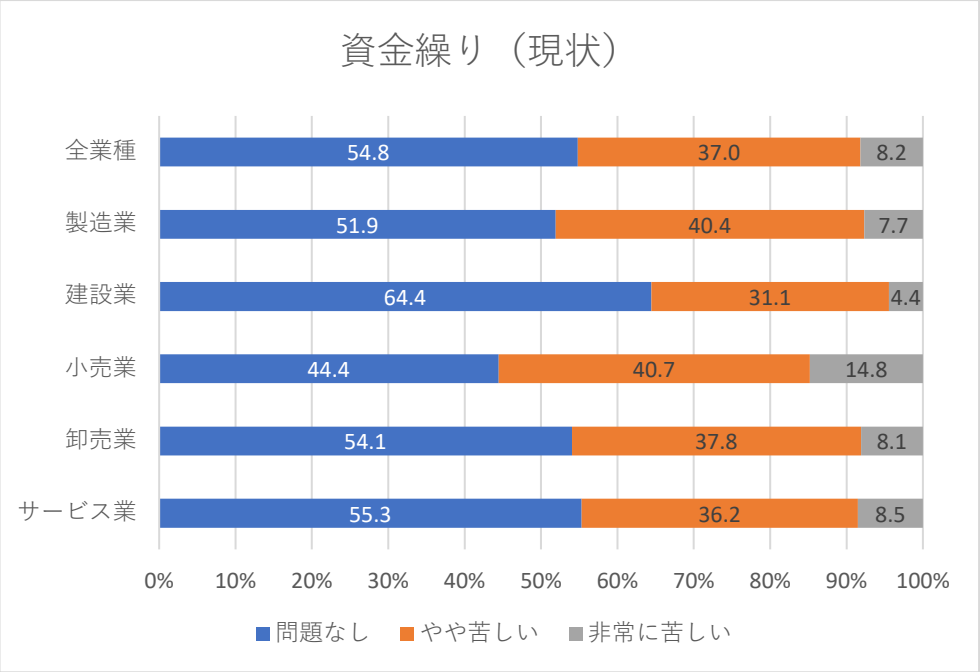



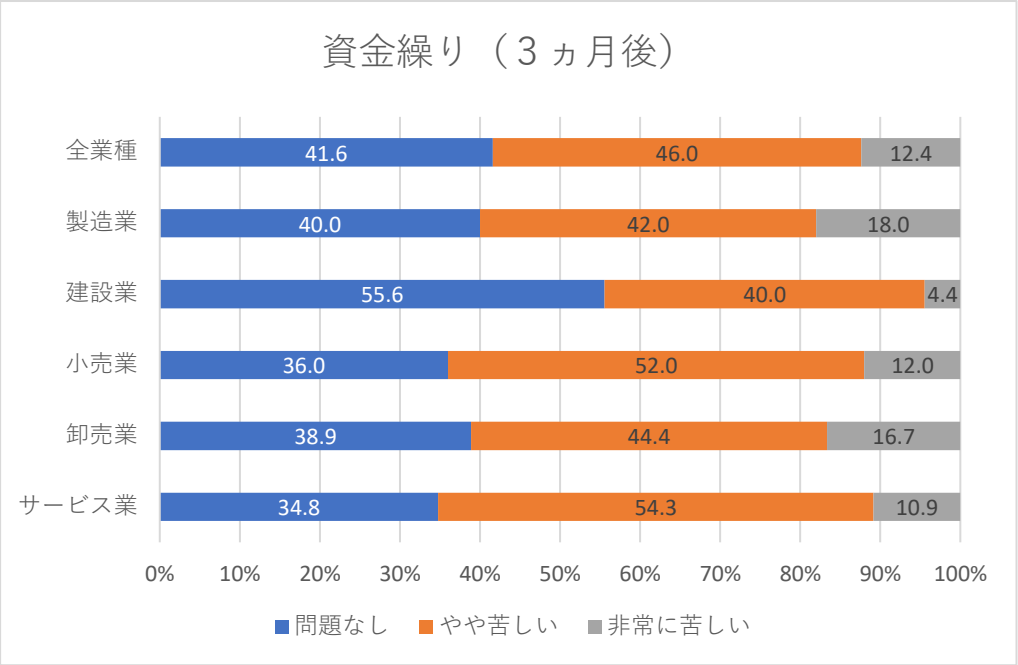
⑨ ―資金繰り―

## 【資金繰りの悪化が徐々に進み、今後も厳しい状況が続く】

現在の資金繰りの状況は、「やや苦しい」「非常に苦しい」との回答が 45.2%と、前回調査（38.1%）から 7.1 ポイント上昇。資金繰りが徐々に悪化していることが伺える。業種別にみると、小売業のみ「やや苦しい」「非常に苦しい」との回答割合が半数を超え、55.5%という結果であった。特に、卸売業（前回 32.3%）では 13.6 ポイント、サービス業（前回 24.5%）では 20.2 ポイントと大幅に上昇。これらの業種は消費者の動向に左右されやすいため、新型コロナウイルスの影響による消費の冷え込みが資金繰り悪化の大きな要因と推測される。

3 か月後の資金繰りの状況として、唯一建設業では「問題なし」との回答が 55.6%と半数を超えているものの、グラフからも分かるように全業種において悪化を予測。特にサービス業においては、現状と比較すると「やや苦しい」「非常に苦しい」の割合が 20.5 ポイント上昇しており、新型コロナウイルスの影響等で売上減少、採算悪化が加速するためか、資金繰りを不安視する結果となった。



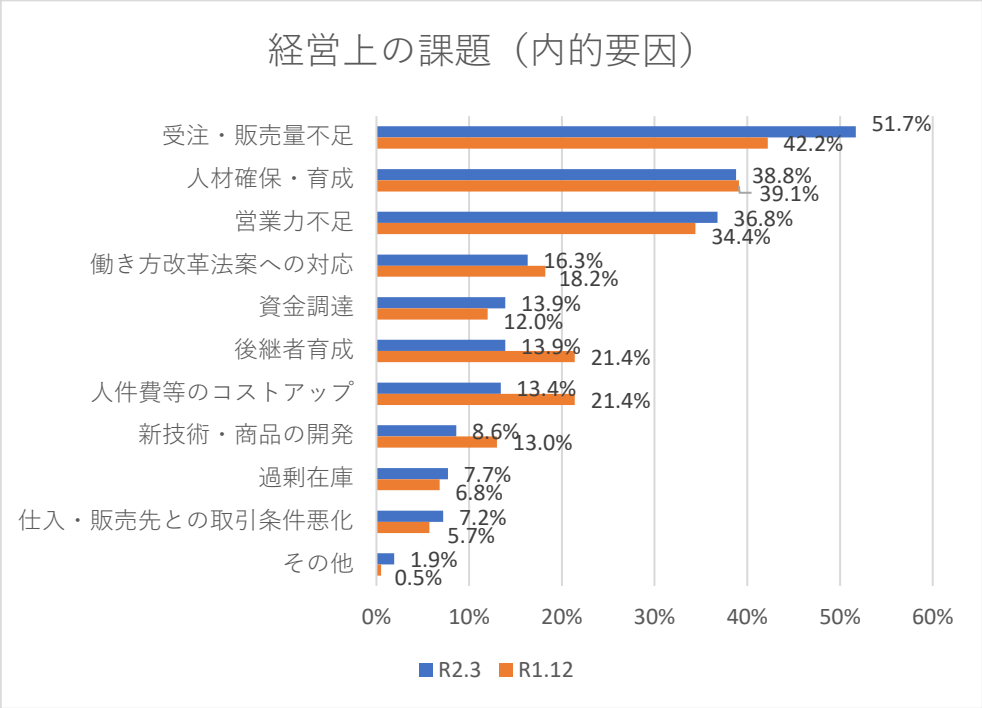



## ⑩ ―経営課題（内的要因）―

# 【受注・販売量不足が大幅に増加】

経営上の課題（内的要因）については、今回も「受注・販売量不足（51.7%）」「人材確保・育成（38.8%）」「営業力不足（36.8%）」の３つの課題が上位を占めており、特に「受注・販売量不足」については、徐々に増加（R1.9：39.1%→R1.12：42.2%→R2.3：51.7%）している。一方で「人材確保・育成」は少しずつ減少（R1.9：47.5%→R1.12：39.1%→R2.3：38.8%）している。これは、新型コロナウイルスや暖冬、消費税増税による消費マインドの低下などの影響で来店客数や売上が減少、労働力不足も少し落ち着いていると予測できる。

業種別にみると、製造、小売、卸売業では「受注・販売量不足」との回答が最も多く、建設業では「人材確保・育成」が、サービス業では「営業力不足」が課題として最も多く挙げられており、業種ごとに抱える課題の特徴が見られた。



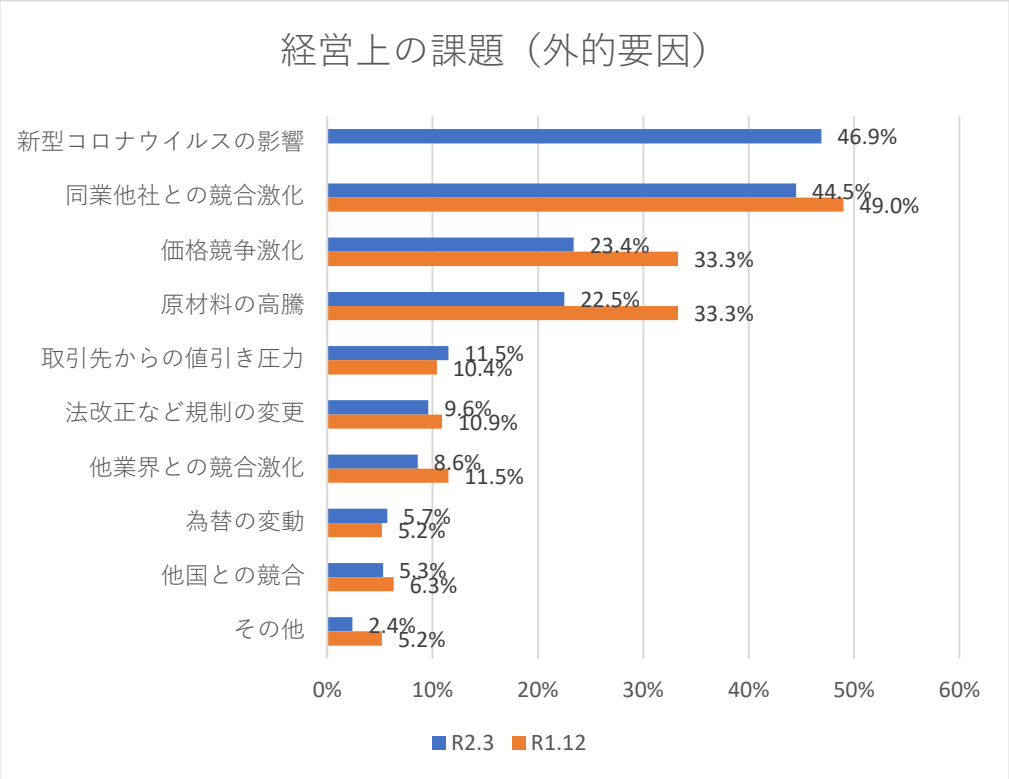

| 業種別経営課題（内的要因）　【複数回答】 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 全業種 | 製造業 | 建設業 | 小売業 | 卸売業 | サービス業 |
| 受注・販売量不足 | 51.7% | 61.5% | 35.6% | 64.3% | 73.0% | 31.9% |
| 人材確保・育成 | 38.8% | 32.7% | 64.4% | 21.4% | 27.0% | 40.4% |
| 営業力不足 | 36.8% | 46.2% | 20.0% | 28.6% | 32.4% | 51.1% |
| 働き方改革法案への対応 | 16.3% | 5.8% | 22.8% | 10.7% | 27.0% | 17.0% |
| 資金調達 | 13.9% | 17.3% | 11.1% | 21.4% | 8.1% | 12.8% |
| 後継者育成 | 13.9% | 11.5% | 15.6% | 14.3% | 16.2% | 12.8% |
| 人件費等のコストアップ | 13.4% | 15.4% | 17.8% | 3.6% | 18.9% | 8.5% |
| 新技術・商品の開発 | 8.6% | 9.6% | 6.7% | 3.6% | 10.8% | 10.6% |
| 過剰在庫 | 7.7% | 5.8% | 0.0% | 21.4% | 16.2% | 2.1% |
| 仕入・販売先との取引条件悪化 | 7.2% | 7.7% | 4.4% | 3.6% | 10.8% | 8.5% |
| その他 | 1.9% | 1.9% | 0.0% | 3.6% | 0.0% | 4.3% |

## ⑪ ―経営課題（外的要因）―

# 【新型コロナウイルスによる経営への影響が重要課題】

経営上の課題（外的要因）については「新型コロナウイルスの影響」と回答した事業所が、46.9%と最も多い回答となった。次いで「同業他社との競合激化」も 44.5%と前回同様高い割合となっており、市場における日々の競合に加え、今般の新型コロナウイルスの多方面に渡る悪影響によって、小規模事業者の体力の消耗が懸念される。

業種別で見ても、建設業以外の業種で新型コロナウイルスの影響を喫緊の課題と考える回答が多く、収束の目途が立たない限り、今後も業界全体の課題として重点対策が必要となると思われる。




| 業種別経営課題（外的要因）　【複数回答】 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 全業種 | 製造業 | 建設業 | 小売業 | 卸売業 | サービス業 |
| 新型コロナウイルスの影響 | 46.9% | 51.9% | 31.1% | 46.4% | 56.8% | 48.9% |
| 同業他社との競合激化 | 44.5% | 40.4% | 51.1% | 46.4% | 40.5% | 44.7% |
| 価格競争激化 | 23.4% | 17.3% | 22.2% | 28.6% | 27.0% | 25.5% |
| 原材料の高騰 | 22.5% | 23.1% | 24.4% | 10.7% | 35.1% | 17.0% |
| 取引先からの値引き圧力 | 11.5% | 9.6% | 20.0% | 10.7% | 8.1% | 8.5% |
| 法改正など規制の変更 | 9.6% | 5.8% | 24.4% | 0.0% | 2.7% | 10.6% |
| 他業界との競合激化 | 8.6% | 5.8% | 15.6% | 14.3% | 2.7% | 6.4% |
| 為替の変動 | 5.7% | 5.8% | 0.0% | 0.0% | 24.3% | 0.0% |
| 他国との競合 | 5.3% | 11.5% | 0.0% | 0.0% | 13.5% | 0.0% |
| その他 | 2.4% | 3.8% | 0.0% | 0.0% | 2.7% | 4.3% |

## ☆「新型コロナウイルスの影響」を経営課題と回答した事業所とそれ以外の事業所との比較

前問の経営課題（外的要因）にて、「新型コロナウイルスの影響」と回答した事業所（以下“コロナ”）とそうでない事業所（以下“コロナ以外”）について比較する。

現在 DI 値をみると、①業界景況においては“コロナ”が▲74.0、“コロナ以外”が▲50.0 と 24.0 ポイントの差が、②自社景況においては“コロナ”が▲61.5、“コロナ以外”が▲39.8 と 21.7 ポイントと大きな差が開いていた。同じく③売上高については 8.3 ポイント、⑥採算については 13.4 ポイント“コロナ”の方が悪化しており、新型コロナウイルスの影響が業界全体の景況の悪化および自社の売上減少、採算悪化を加速させていることが伺える。

また先行 DI 値についても、①業界景況においては“コロナ”が▲81.3、“コロナ以外”が▲59.2 と 22.1 ポイントの差が、②自社景況では 21.0 ポイント、③売上高では 17.9 ポイント、⑥採算では 21.9 ポイントを“コロナ”が“コロナ以外”を上回る悪化ぶりとなっており、新型コロナウイルスが経営に与える影響は深刻であることが明らかとなった。

**◎前回調査（R1.12 月）との DI 値比較（全業種）**

コロナ…新型コロナウイルスの影響を経営課題とする事業所、
コロナ以外…新型コロナウイルスの影響以外を経営課題とする事業所

| | ①業界景況（コロナ） | | ①業界景況（コロナ以外） | | ②自社景況（コロナ） | | ②自社景況（コロナ以外） | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | DI | 変化幅 | DI | 変化幅 | DI | 変化幅 | DI | 変化幅 |
| 現在 | -74.0 | -32.9 | -50.0 | -8.9 | -61.5 | -30.8 | -39.8 | -9.1 |
| 先行（R2.4～6 月） | -81.3 | -7.3 | -59.2 | -9.2 | -78.1 | -16.6 | -57.1 | -17.3 |
| | ③売上高（コロナ） | | ③売上高（コロナ以外） | | ④販売価格（コロナ） | | ④販売価格（コロナ以外） | |
| | DI | 変化幅 | DI | 変化幅 | DI | 変化幅 | DI | 変化幅 |
| 現在 | -54.2 | -21.4 | -45.9 | -13.1 | 1.0 | -2.1 | 0.0 | -3.1 |
| 先行（R2.4～6 月） | -75.0 | -20.8 | -57.1 | -11.2 | 8.3 | 7.3 | -4.1 | -4.1 |
| | ⑤仕入価格（コロナ） | | ⑤仕入価格（コロナ以外） | | ⑥採算（コロナ） | | ⑥採算（コロナ以外） | |
| | DI | 変化幅 | DI | 変化幅 | DI | 変化幅 | DI | 変化幅 |
| 現在 | -20.8 | 14.1 | -25.5 | 9.4 | -55.2 | -18.7 | -41.8 | -5.3 |
| 先行（R2.4～6 月） | -36.5 | -15.7 | -27.6 | -2.1 | -72.9 | -17.7 | -51.0 | -9.2 |

# トピックス調査「時間外労働の上限規制について」

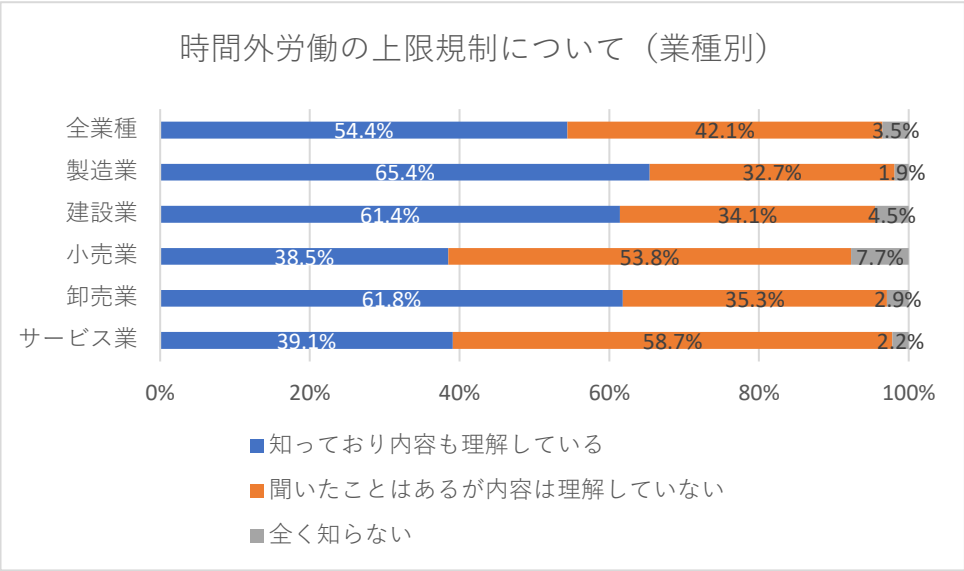
本年４月１日から、中小企業においても時間外労働の上限規制が導入されることから、管内小規模事業者が法改正についてどの程度理解しているか、また労働時間削減への取り組みや課題などの現状を把握する。

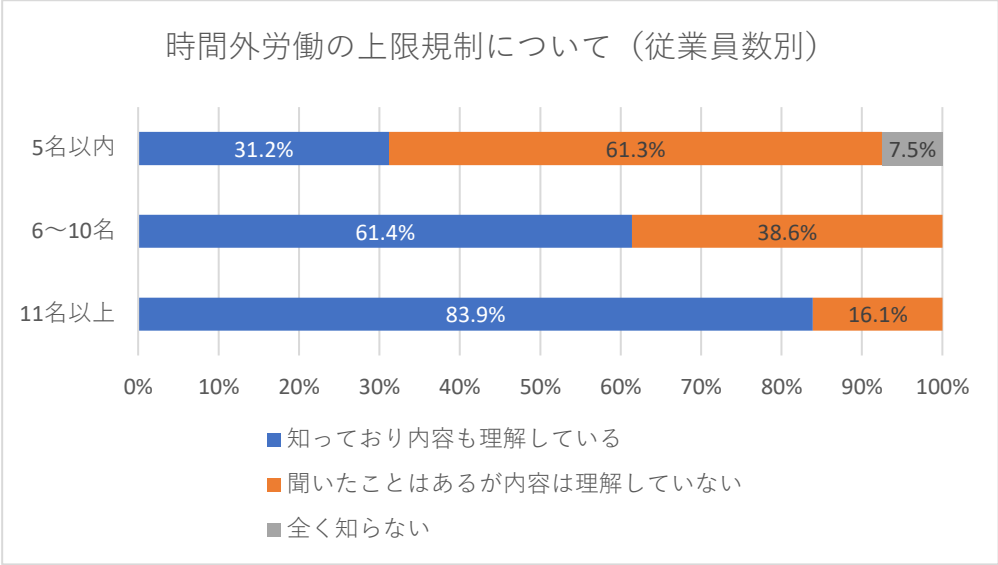
## ⑫ ―時間外労働の上限規制が適用されることについて―

### 【小売・サービス業、また従業員数が少ない事業所では理解の遅れがみられる】

法改正について「知っており内容も理解している」との回答は 54.4%という結果となった。しかし小売、サービス業においては、他業種に比べて「理解している」との回答が４割未満となっており、内容に対する理解が遅れている現状が伺える。

また、従業員数で比較すると、「知っており内容も理解している」との回答は、11 名以上は 83.9%、6～10 名は 61.4%、5 名以内は 31.2%と、小規模事業者の中でも従業員規模が比較的大きい事業所は法改正への理解や準備も進められていることが分かるが、従業員規模が小さくなるにつれて、理解度は低く十分な対策ができるか懸念される結果となった。



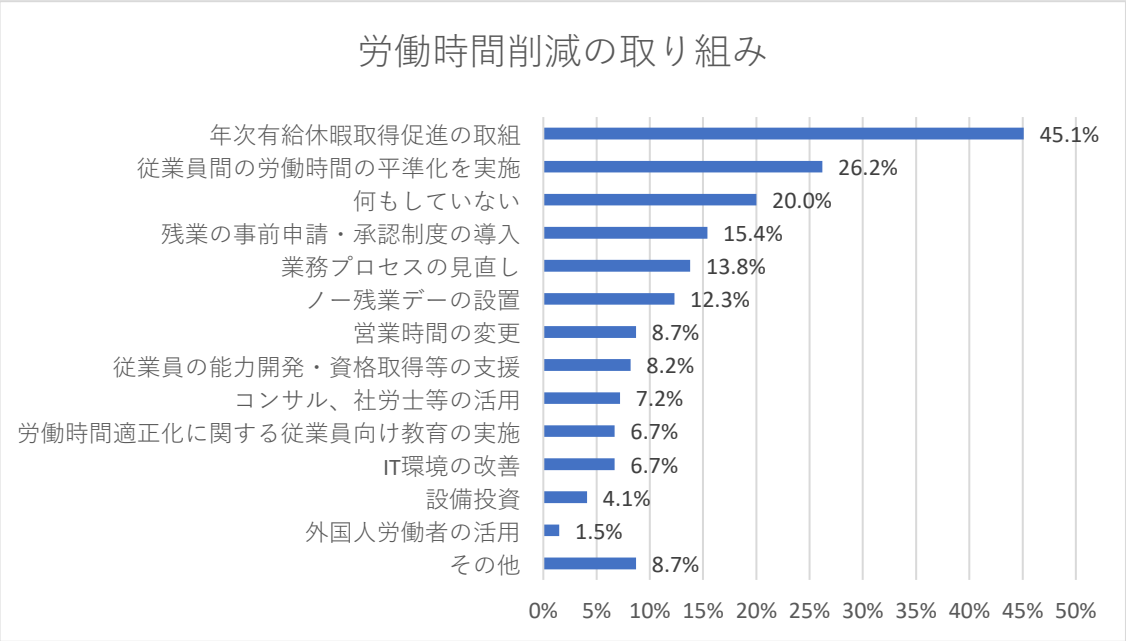



## ⑬ ―労働時間削減に向けた取り組み―

# 【有休取得が進む一方、一部の零細企業では十分な対策が取られていない現状】

労働時間削減への取り組みとして最も回答が多かった取り組みは、「年次有給休暇取得促進の取組」で 45.1%という結果となった。2019 年 4 月から法定の年次有給休暇付与日数が 10 日以上の労働者に対して、年 5 日の年休を労働者に取得させることが事業所へ義務付けられたこともあり、有給休暇の取得が促進されていることが理解できる。

従業員規模別でみると、5 名以内の事業所では「何もしていない」が 32.2%と最も多く、一部の零細企業では労働時間削減への取り組みや意識改革が進んでいないと推測される。また 11 名以上の事業所では「残業の事前申請・承認制度の導入」も 32.2%と、残業をする際には事前に申し出る制度が 10 名以下の事業所より比較的進んでいる状況が伺える。ちなみに「その他」の回答としては、「時間内に業務を終え原則残業はしない」との回答も見受けられた。




| 労働時間削減の取り組み（従業員数別） | 5名以内 | 6～10名 | 11名以上 |
|---|---|---|---|
| 何もしていない | 32.2% | 18.6% | 3.4% |
| 年次有給休暇取得促進の取組 | 26.7% | 51.2% | 67.8% |
| 従業員間の労働時間の平準化を実施 | 14.4% | 37.2% | 35.6% |
| 業務プロセスの見直し | 14.4% | 11.6% | 15.3% |
| ノー残業デーの設置 | 12.2% | 7.0% | 16.9% |
| 営業時間の変更 | 12.2% | 9.3% | 1.7% |
| 残業の事前申請・承認制度の導入 | 8.9% | 7.0% | 32.2% |
| IT環境の改善 | 6.7% | 7.0% | 6.8% |
| 労働時間適正化に関する従業員向け教育の実施 | 4.4% | 0.0% | 13.6% |
| 設備投資 | 4.4% | 4.7% | 3.4% |
| 従業員の能力開発・資格取得等の支援 | 2.2% | 11.6% | 13.6% |
| コンサル、社労士等の活用 | 1.1% | 14.0% | 10.2% |
| 外国人労働者の活用 | 0.0% | 0.0% | 3.4% |
| その他 | 12.2% | 7.0% | 3.4% |

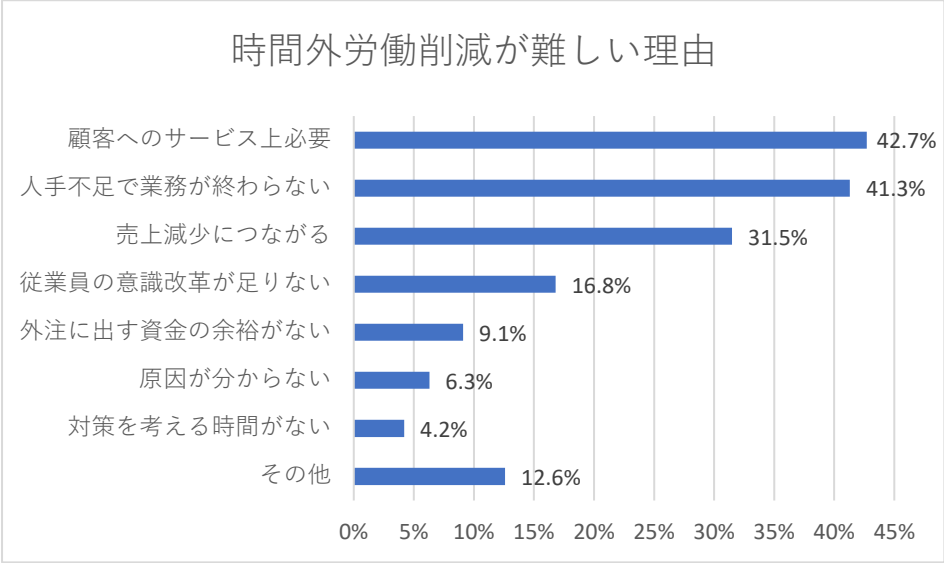
## ⑭ ―時間外労働の削減が難しい理由―

# 【現状の人員体制では必要な業務が回らず、時間外労働で売上を維持】

時間外労働の削減が難しい理由として最も多かった回答は「顧客へのサービス上必要」が 42.7%、次いで「人手不足で業務が終わらない」が 41.3%だった。人手不足の状態で時間外労働を削減すると、業務の積み残しやサービス内容の削減・質の低下などにつながる恐れがあり、従業員 1 人あたりの業務量の多さが浮き彫りとなっている。また「売上減少につながる」との回答も 31.5%あり、時間外労働ありきの売上計画が立てられている状況である。

業種別でみると、小売、卸売、サービス業ではいずれも「顧客へのサービス上必要」との回答が多く、時間外労働で顧客ニーズに応えていることがわかった。また建設業では「人手不足で業務が終わらない」との回答が最も多く、66.7%とここでも労働力不足が影響し時間外労働削減が難しいという結果となった。

従業員規模別でみると、上位 3 つの理由は全体の結果と同じだが、5 名以内は「人手不足で業務が終わらない」という回答が 42.6%、6 名以上では「顧客へのサービス上必要」との回答が最も多くなり、従業員規模によって時間外労働に対する意識の違いが見られた。




| 時間外労働削減が難しい理由（業種別） | 全業種 | 製造業 | 建設業 | 小売業 | 卸売業 | サービス業 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 顧客へのサービス上必要 | 42.7% | 29.7% | 42.4% | 56.3% | 59.1% | 40.0% |
| 人手不足で業務が終わらない | 41.3% | 32.4% | 66.7% | 37.5% | 27.3% | 37.1% |
| 売上減少につながる | 31.5% | 35.1% | 33.3% | 37.5% | 27.3% | 25.7% |
| 従業員の意識改革が足りない | 16.8% | 29.7% | 9.1% | 6.3% | 22.7% | 11.4% |
| 外注に出す資金の余裕がない | 9.1% | 8.1% | 18.2% | 0.0% | 4.5% | 8.6% |
| 原因が分からない | 6.3% | 8.1% | 0.0% | 6.3% | 4.5% | 11.4% |
| 対策を考える時間がない | 4.2% | 5.4% | 3.0% | 12.5% | 0.0% | 2.9% |
| その他 | 12.6% | 21.6% | 9.1% | 6.3% | 9.1% | 11.4% |

| 時間外労働削減が難しい理由（従業員数別） | 5名以内 | 6～10名 | 11名以上 |
|---|---|---|---|
| 人手不足で業務が終わらない | 42.6% | 37.1% | 40.9% |
| 売上減少につながる | 37.7% | 28.6% | 27.3% |
| 顧客へのサービス上必要 | 36.1% | 45.7% | 50.0% |
| 原因が分からない | 13.1% | 0.0% | 2.3% |
| 外注に出す資金の余裕がない | 11.5% | 8.6% | 6.8% |
| 従業員の意識改革が足りない | 6.6% | 22.9% | 27.3% |
| 対策を考える時間がない | 4.9% | 2.9% | 4.5% |
| その他 | 9.8% | 14.3% | 15.9% |