



Manpower®

日本の企業の雇用活動“非常に活発”と予測

◆ 調査概要

設問内容：「2006年7～9月において、貴社の雇用計画は2006年4～6月と比べてどのような変化がありますか？」
 対象業種：①金融・保険・不動産 ②製造 ③鉱工業・建設 ④公共・教育 ⑤サービス ⑥運輸・公益 ⑦卸・小売 —以上の7業種
 実施期間：2006年4月17日～4月28日
 対象企業：25カ国・地域で49,000社。うち日本は923社。

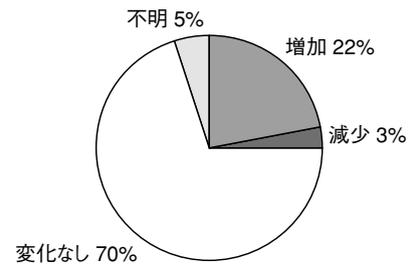
◆ 調査結果のポイント

日本の雇用予測

日本企業923社の回答結果によると、「従業員を増やす」と答えた企業数が全体の22%で、純雇用予測*は+19%となり、日本企業の雇用計画は引き続き増加の傾向にあります。

*純雇用予測・・・「増加」回答者の割合－「減少」回答者の割合。

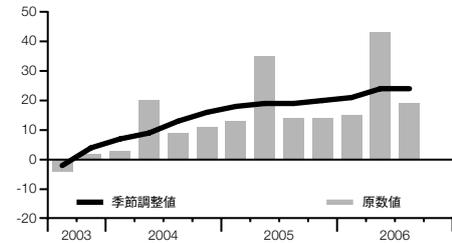
ex) 今回の調査では「増加」22%－「減少」3%＝+19%



日本において季節調整の適用開始

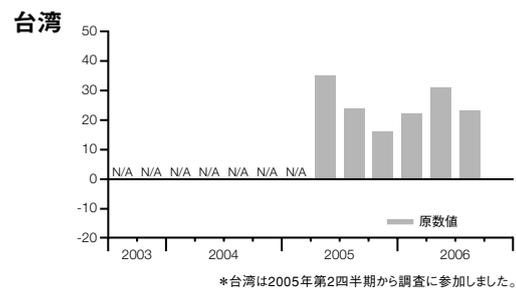
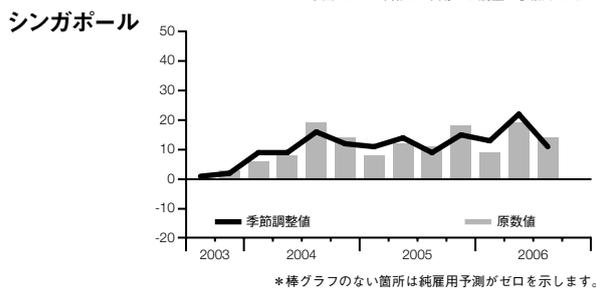
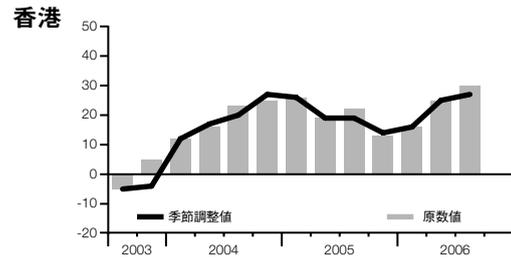
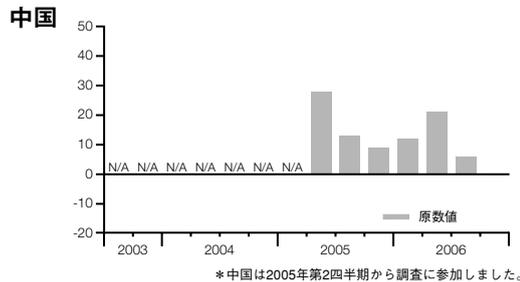
今回調査より、日本において季節調整値が加わりました。これは、月々の変動に影響を及ぼす季節的要因を除去した値です。この調整により、これまで以上に正確な雇用動向を捉えることが可能になりました。

季節調整を実施した日本における雇用予測の傾向をみると、調査を開始した2003年第3四半期以来、企業の雇用活動が右肩上がり活発化していることがわかります。



世界の雇用予測

2006年第3四半期の純雇用予測は、25カ国・地域のうち23カ国・地域でプラスを示しています。ヨーロッパが全体的に低迷しているのに対し、アジア諸国では好調な雇用情勢が続いています。下記は中国、香港、シンガポール、台湾の純雇用予測グラフです。その他の国の調査結果についてはパンフレットをご覧ください。



早稲田大学教授 武藤泰明 の論評

今回の調査結果には、大きく2つのポイントがある。第一は、企業の人材需要、人手不足感が引き続き強いという点である。2006年第3四半期の純雇用予測は+19%であったが、2004年、2005年の同時期はそれぞれ+9%、+14%であった。2年間、5ポイントずつ伸びたということになる。

業種別には、金融・保険・不動産+7ポイント（対前年同期比、以下同じ）、製造+5、鉱工業・建設+4、公共・教育±0、サービス+1、運輸・公益+7、卸・小売+7である。またこの結果として、公共・教育（この業種の人材需要はあまり景況の影響を受けない）以外の業種の純雇用予測は、どれも似たような水準になった。昨年同期には、サービス業の人手不足感が突出していた——サービス業は、少なくとも短期的には、雇用者数の増加が事業拡大に不可欠な業種である。このため人手不足感が先行して顕在化した——のだが、この1年間で、どの産業もサービス業と同じように人手不足になったということなのである。

地域別には、東京、名古屋、大阪の順に純雇用予測が+20%、+20%、+16%、対前年同期比は+7、+7、-1である。この1年で、東京と名古屋の人手不足感、人材需要が、大阪に追いつき、少し追い抜いたということになる。そしてこれらのことから指摘できるのは、人手不足が、産業、地域を問わず、より普遍的な現象になったということであろう。これが第二のポイントである。

さて、景気の好材料は、消費が堅調だという点である。今日にいたる景気回復～成長は、順に「リストラによる企業の収益回復」「売上げの増加」「雇用者所得の回復」というプロセスを経ている。すなわち、雇用者所得の回復が最後になったのだが、その結果として、個人消費の回復が現在の景気の大きな特徴となっているし、企業が（リストラではなく）事業拡大によって収益の拡大を実現したので、企業収益と雇用者所得が、やっと「トレードオフの関係」から「連動する関係」へと変化した。これにより、現在及び今後成長するのは、「消費者と対面している産業」になる。したがって、小売とサービス業の人材需要が旺盛になっていくものと思われる。

問題は、例外もあるものの、このような「消費者と対面している産業」の賃金水準が、相対的に低いという点である。賃金水準が低いということは、人材の募集が困難であることを意味している。労働力が余剰気味であれば、このような特質は問題にならないが、現下の労働需給では、人材の確保は難易度の高いテーマである。このため、小売業や外食産業ではパートを正社員化する等によって定着を図ろうとしている。結果として人件費は上昇することになる。

もちろん、このような人件費の上昇をすべて販売価格に転嫁しては、企業は競争に勝つことができない。解決の手段はおそらく2つある。第一は、より少ない人数で顧客と対面していくためのビジネスモデルを構築することである。かつては、スーパーマーケットのセルフ方式がその解であった。DELL社はインターネットで顧客と対話している。これらと同様のイノベーションが求められる。第二は、これまで募集の対象外であると思われていた人材——例えば「中高年層」「景気後退期に大学を卒業し、就職先のなかった不就業の若年層」あるいは「育児のために退職し、適切な就業条件の会社を探している女性」など——を採用し、教育し、活用することである。人材は集めるのではなく、作るのだという発想が不可欠になりつつある。（※以上、全て原数値を基準にコメントしています）

プロフィール

武藤泰明（むとう やすあき）

早稲田大学教授

東京大学大学院（修士）修了後、三菱総合研究所に入社、政策経済研究センター研究部長、企業経営研究部長等を歴任。企業の経営戦略、組織人事戦略等のコンサルタントとして活躍。同社主席研究員を経て2006年より現職。

マンパワー・ジャパン株式会社 会社概要

所 在 地：神奈川県横浜市西区みなとみらい 2-2-1 横浜ランドマークタワー 36F

代 表 者：代表取締役会長兼社長 尾野 博

資 本 金：40億円

設 立 年 月 日：1966年11月30日

業 務 内 容：一般労働者派遣（般 13-010001）を中心とした人材サービス

登 録 ス タ ッ フ 数：42万人

本調査に関するお問い合わせ先：マーケティング本部 高木/中野 TEL 045-227-4407