

労働情報

第15回「東北6県経営者協会合同 雇用動向調査」

東北6県の経営者協会〔青森・岩手・秋田・宮城・山形・福島（※）〕は、このほど会員企業における雇用動向などに関する調査結果を取りまとめましたので、お知らせいたします。

本調査は、東北ブロックにおける景気や雇用動向などを把握することにより、会員企業の経営に役立てていただくこと等を目的に、東北6県の経営者協会が合同で実施しているものです。

（※）福島は、福島県経営者協会連合会

【集約状況】

◆東北ブロック集約

調査期間	2023年8月～9月	※前回調査期間	2022年9月～10月
調査対象	東北各県経営者協会会員		

回答数(回答率)	703社	32.1%	調査企業数	2,193社
----------	------	-------	-------	--------

【内 訳】

地元企業	625社	88.9%	出先企業	78社	11.1%
------	------	-------	------	-----	-------

※地元企業：各県内に本社がある企業の集計 出先企業：他県に本社がある企業の集計

製造業	198社	28.2%	非製造業	505社	71.8%
-----	------	-------	------	------	-------

従業員300人未満	528社	75.1%	従業員300人以上	175社	24.9%
-----------	------	-------	-----------	------	-------

◆各県集約状況（参考）

県	項目	回答社数	業種別					従業員規模別	
			地元企業	出先企業	製造業	非製造業	300人未満	300人以上	
青森		72社	70	2	9	63	57	15	
岩手		100社	94	6	22	78	79	21	
秋田		101社	96	5	32	69	85	16	
宮城		127社	114	13	31	96	85	42	
山形		86社	78	8	22	64	63	23	
福島		217社	173	44	82	135	159	58	
合計		703社	625社	78社	198社	505社	528社	175社	

（注1）本調査の数字は小数点第2位を四捨五入しているため、合計は必ずしも100.0にならないことがあります

（注2）回答企業は毎年異なるため、前回調査との比較は同一企業の比較ではありません

I. 景況感、雇用状況について

1. 景況感

（1）景況感判断（DI*） [図表1]

～ 現在の景況感は、「製造業」が悪化したものの、全体として前回調査比改善 ～

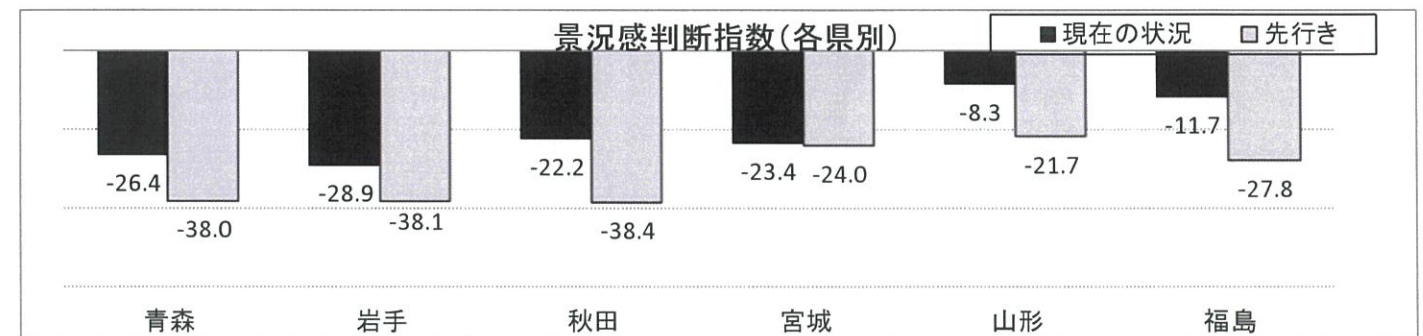
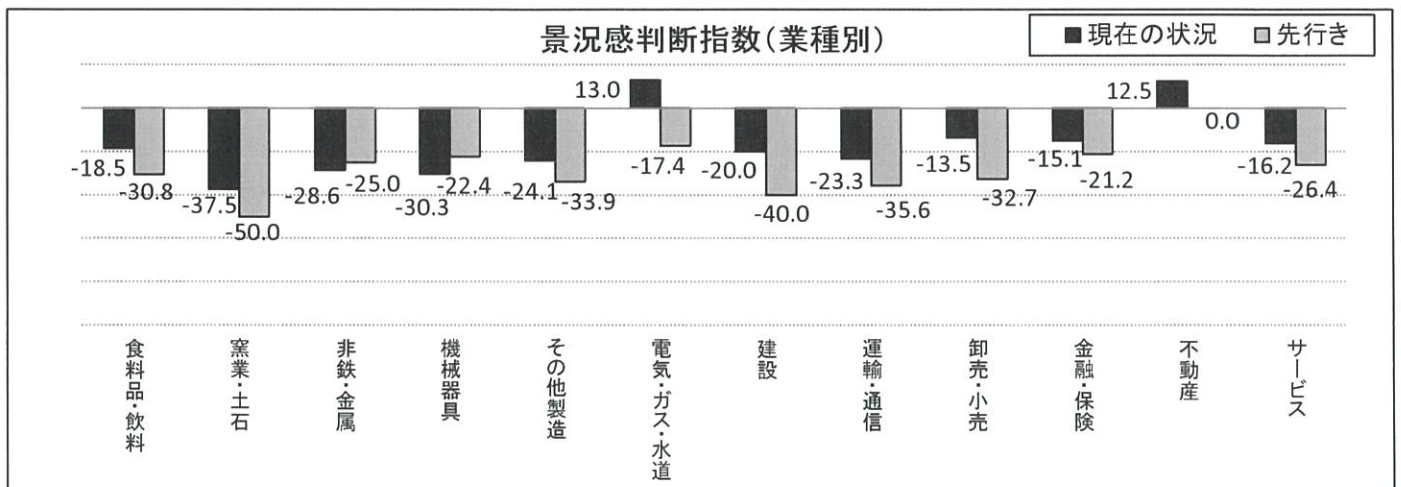
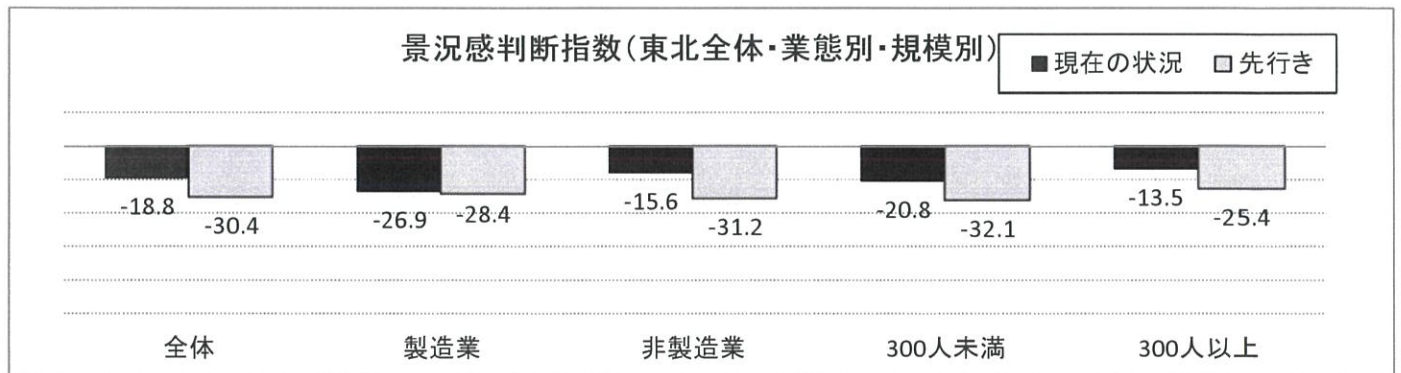
2023年8月（現在の状況）の景況感判断（DI）は、「全体」で▲18.8と前回調査と比べ8.9ポイント改善した。業態別では、「製造業」が▲26.9（前回調査比5.4ポイントマイナス）、「非製造業」が▲15.6（前回調査比14.8ポイントプラス）、従業員規模別では、「従業員300人未満」が▲20.8（前回調査比10.1ポイントプラス）、「従業員300人以上」が▲13.5（前回調査比5.0ポイントプラス）となり、全体を通じて改善した。

2023年度下期（先行き）の景況感判断（DI）は、「全体」で▲30.4（現在の状況より11.6ポイントマイナス）となり、業態別では、「製造業」が▲28.4（現在の状況より1.5ポイントマイナス）、「非製造業」が▲31.2（現在の状況より15.6ポイントマイナス）となった。業種別にみても、「非鉄・金属」（3.6ポイントプラス）、「機械器具」（7.9ポイントプラス）以外の業種で現在の状況よりマイナスとなった。

※DI：「好転・良い」と判断した企業割合から、「悪化・悪い」と判断した企業割合を差し引いた数値

【図表1】景況感(DI)集計結果(東北全体、業態別、従業員規模別、業種別)

景況感	項目	全体	業態別		従業員規模別	
			製造業	非製造業	300人未満	300人以上
現在の状況（2023年8月の景況感）DI		▲18.8	▲26.9	▲15.6	▲20.8	▲13.5
先行き（2023年度下期の景況感）DI		▲30.4	▲28.4	▲31.2	▲32.1	▲25.4
【前回調査】現在の状況（2022年度9月の景況感）DI		▲27.7	▲21.5	▲30.4	▲30.9	▲18.5

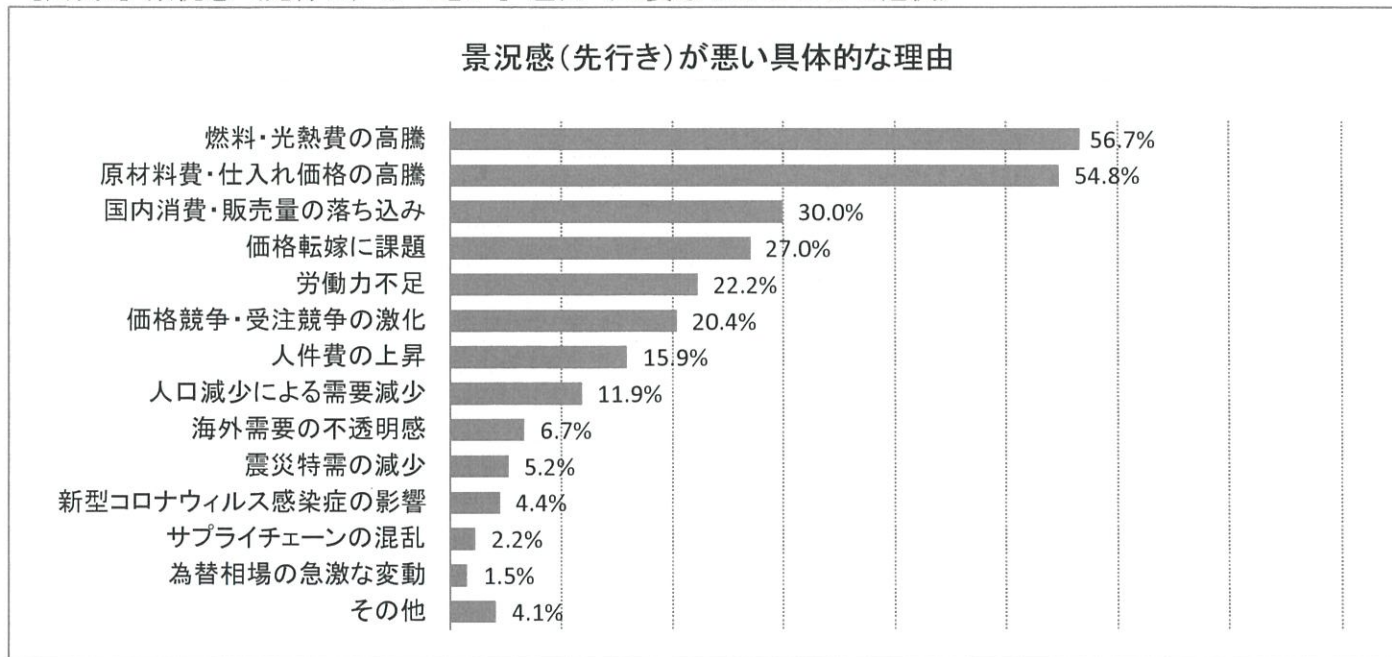


(2) 景況感で先行きが「悪い」理由 [図表2]

～ 先行きが「悪い」理由は、「燃料・光熱費の高騰」が56.7%、「原材料費・仕入れ価格の高騰」が54.8% ～

景況感で先行きが「悪い」と回答した企業から、その具体的理由について聞いたところ（主要なもの3つまで選択）、「燃料・光熱費の高騰」が56.7%、「原材料費・仕入れ価格の高騰」が54.8%、「国内消費・販売量の落ち込み」が30.0%と続いた。

【図表2】景況感（先行き）が「悪い」理由（主要なもの3つまで選択）



2. 雇用状況

(1) 雇用人員の状況 [図表3]

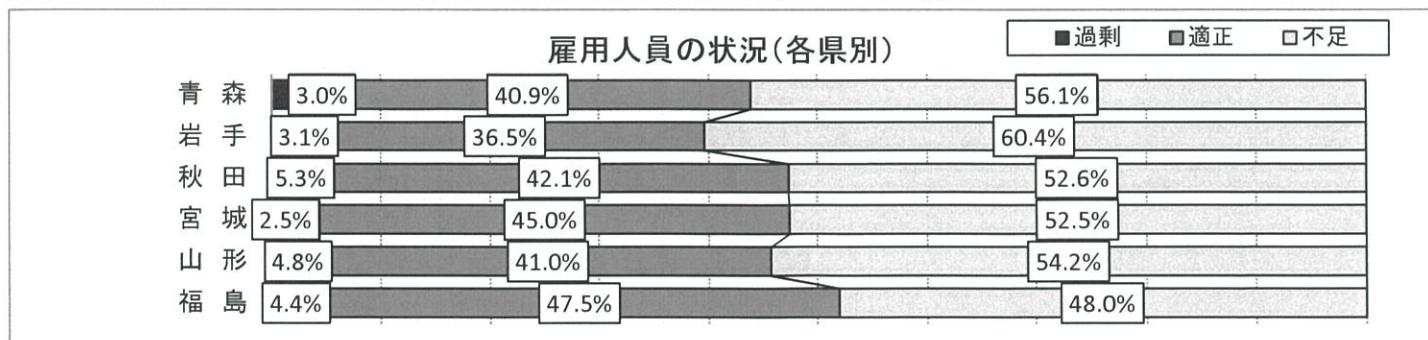
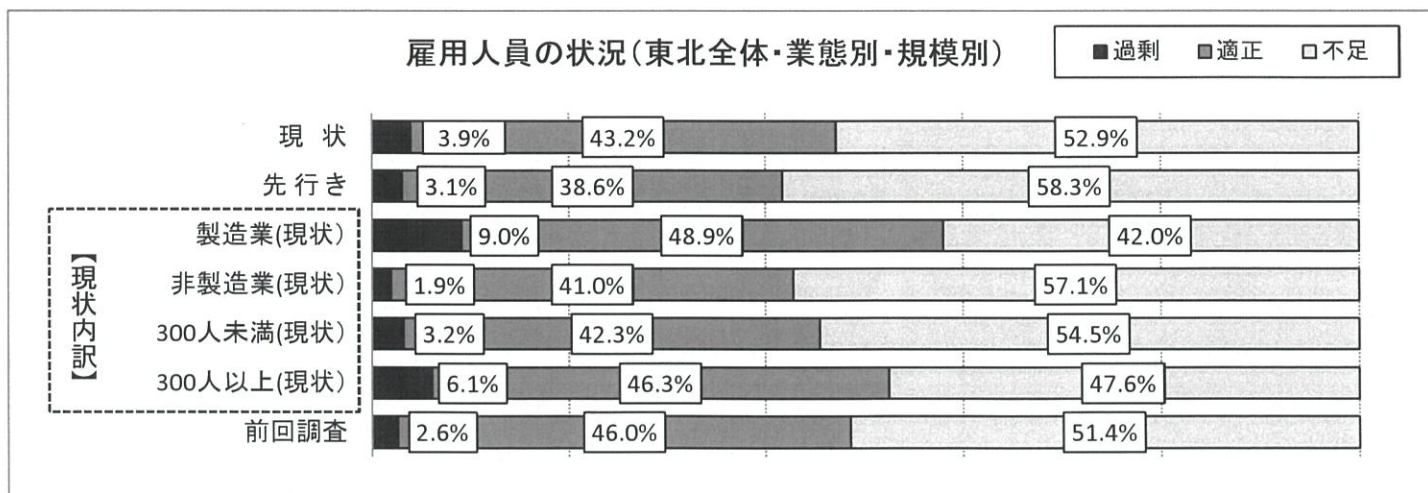
～ “不足”が前回調査比1.5ポイントプラスとなり、人手不足の割合が増加 ～

2023年8月（現状）の雇用人員の状況は、“適正”が43.2%（前回調査比2.8ポイントマイナス）、“過剰”が3.9%（同1.3ポイントプラス）、“不足”が52.9%（同1.5ポイントプラス）となった。

“不足”と回答した割合を業態・規模別でみると、「製造業」で42.0%、「非製造業」で57.1%、「従業員300人未満」で54.5%、「従業員300人以上」で47.6%となった。

2023年度下期（先行き）は、“不足”と回答した割合が58.3%で、現状より5.4ポイントプラスとなり、今後も人手不足になると判断する企業が更に増加している。

【図表3】雇用人員の状況（東北全体・業態別・従業員規模別）

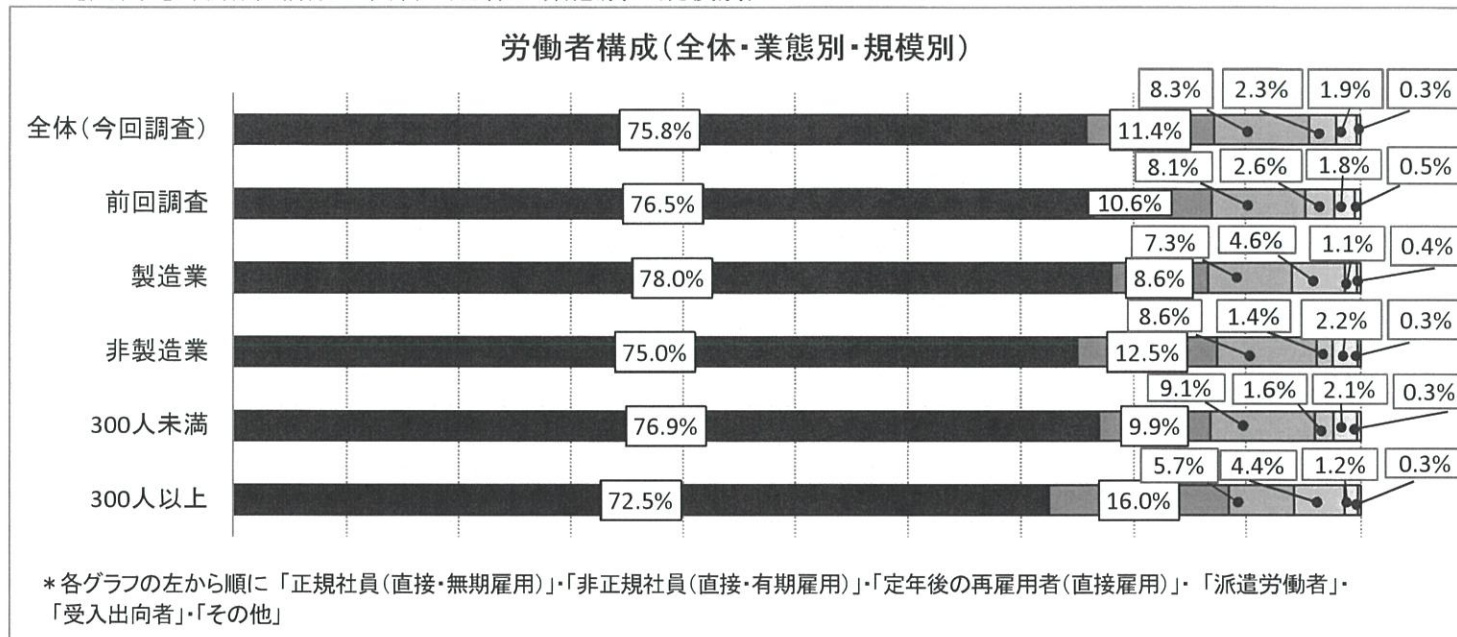


(2) 労働者構成の割合 [図表4]

～ 正規社員（直接・無期雇用）の割合は全体の8割弱で、ほぼ横ばい ～

労働者構成の割合（平均）は、全体で正規社員（直接・無期雇用）が75.8%、非正規社員（直接・有期雇用）が11.4%、定年後の再雇用者（直接雇用）が8.3%の順となり、前回調査とほぼ同じ割合となった。

【図表4】労働者構成の割合（全体、業態別、規模別）



(3) 女性管理職比率 [図表5]

～ 女性管理職比率は、9.4%となり、前回調査より0.9ポイントプラス ～

管理職全数に占める女性管理職の割合は平均で9.4%となり、前回調査より0.9ポイントプラスとなった。また、業態別でみると「製造業」が6.3%、「非製造業」が10.6%となり、「非製造業」が4.3ポイント上回った。規模別でみると、「従業員300人未満」が9.4%、「従業員300人以上」が9.0%となり、「従業員300人未満」が0.4ポイント上回った。

【図表5】管理職全数のうち女性社員の管理職割合（東北全体・業態別・規模別）

	今回調査	前回調査	業態別・規模別			
			製造業	非製造業	300人未満	300人以上
女性管理職比率 ^{※1.2}	9.4%	8.5%	6.3%	10.6%	9.4%	9.0%

※1. 女性管理職比率：女性社員の管理職/管理職全数

※2. 管理職：各企業による基準（定義）で回答

年度	各 県 別					
	青森	岩手	秋田	宮城	山形	福島
今回調査(2023年度)	9.6%	10.6%	9.0%	7.1%	7.8%	10.9%
前回調査(2022年度)	8.4%	9.0%	8.6%	6.7%	7.5%	9.4%

II. 採用計画や職場定着状況について

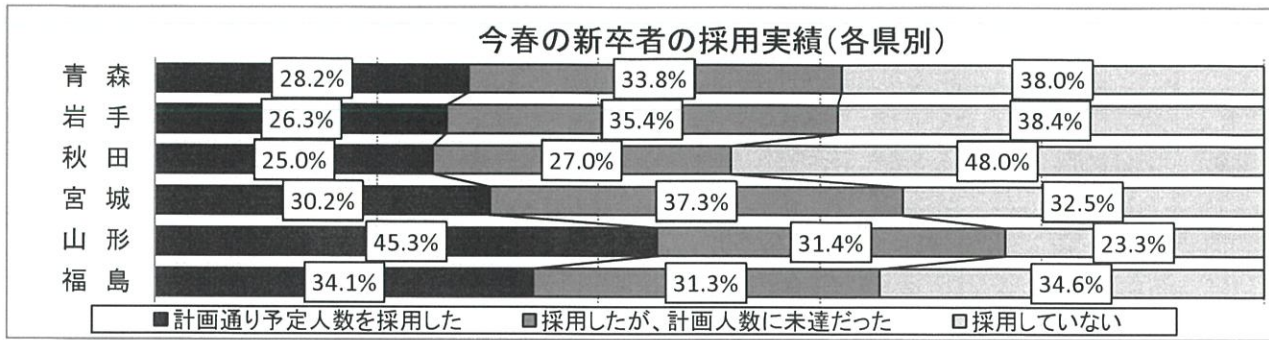
1. 今春(2023年4月)の新卒者採用実績 [図表6]

～ 今春の新卒者採用実績は、“計画通り予定人数を採用した”が31.8%、“採用したが、計画人数に未達だった”が32.6% ～

今春の新卒者採用実績は、採用したが合計64.4%となり、昨春(前回調査64.1%)より0.3ポイントプラスとなったが、採用した企業の約半数が計画人数を採用できなかった。

【図表6】今春(2023年4月)の新卒者採用実績

今春の新卒者採用実績	今回調査 (2023年4月)	前回調査 (2022年4月)
計画通り予定人数を採用した	31.8%	64.1%
採用したが、計画人数に未達だった	32.6%	
採用していない	35.6%	35.9%

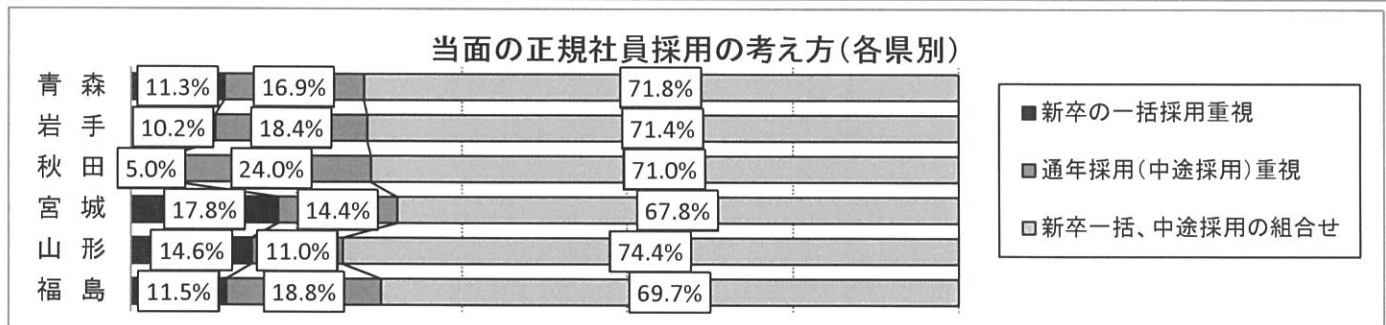
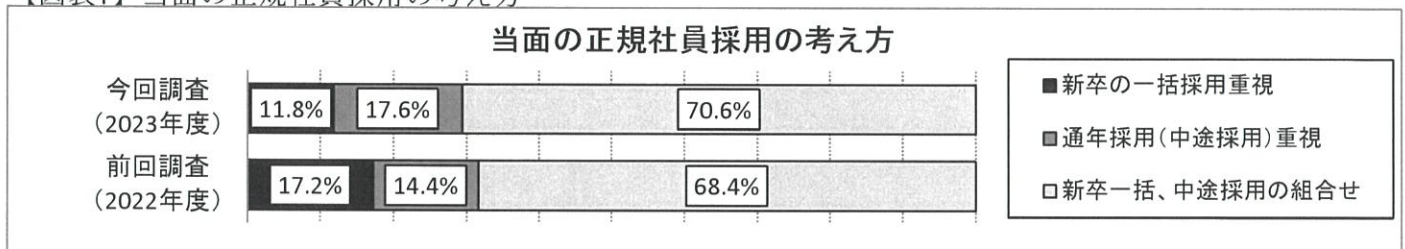


2. 当面の正規社員採用の考え方 [図表7]

～ 正規社員採用の考え方は、“新卒一括、中途採用の組合せ”が70.6% ～

当面の正規社員採用の考え方は、“新卒一括、中途採用の組合せ”が70.6%（前回調査比2.2ポイントプラス）と最高となった。次いで、“通年採用（中途採用）重視”が17.6%（同3.2ポイントプラス）、“新卒の一括採用重視”が11.8%（同5.4ポイントマイナス）の順となり、人員の確保に中途採用を活用する企業が増加傾向にある。

【図表7】当面の正規社員採用の考え方



3. 今後の採用見込み [図表8, 9, 10]

～ 正規社員の採用予定の企業の割合が減少し、当面採用予定なしの企業の割合が増加 ～

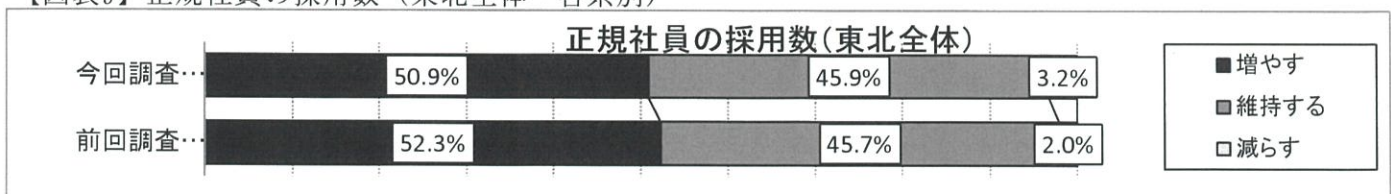
今後の採用見込みは、“正規社員を採用予定”が84.9%（前回調査比2.5ポイントマイナス）、“非正規社員を採用予定”が51.1%（前回調査比0.7ポイントマイナス）、“当面は採用予定なし”が8.3%（前回調査比1.6ポイントプラス）となった。

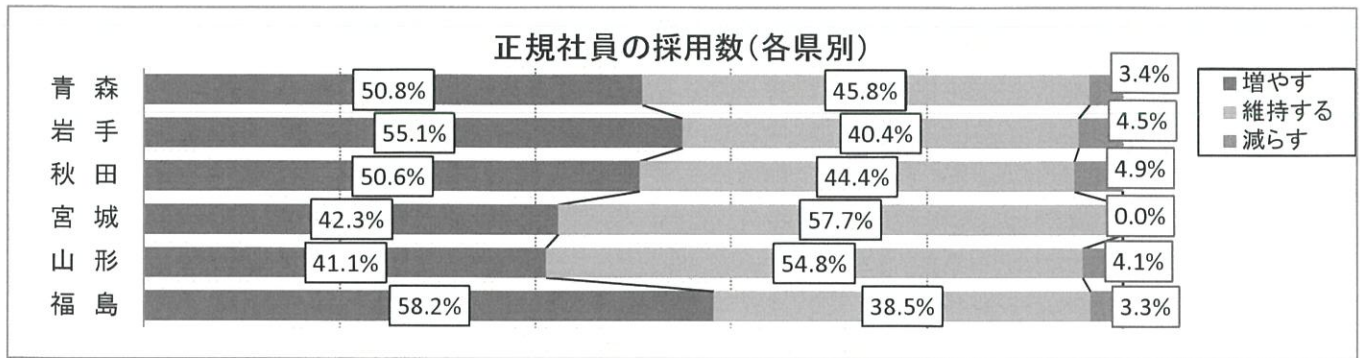
正規社員の採用数を“増やす”とした割合が、50.9%（前回調査比1.4ポイントマイナス）、非正規社員の採用数を増やすとしたのは29.2%（同0.8ポイントマイナス）だった。一方、“減らす”とした割合は、正規社員が3.2%（同1.2ポイントプラス）、非正規社員が12.0%（同0.5ポイントプラス）となった。

【図表8】今後の採用見込み（複数回答可）

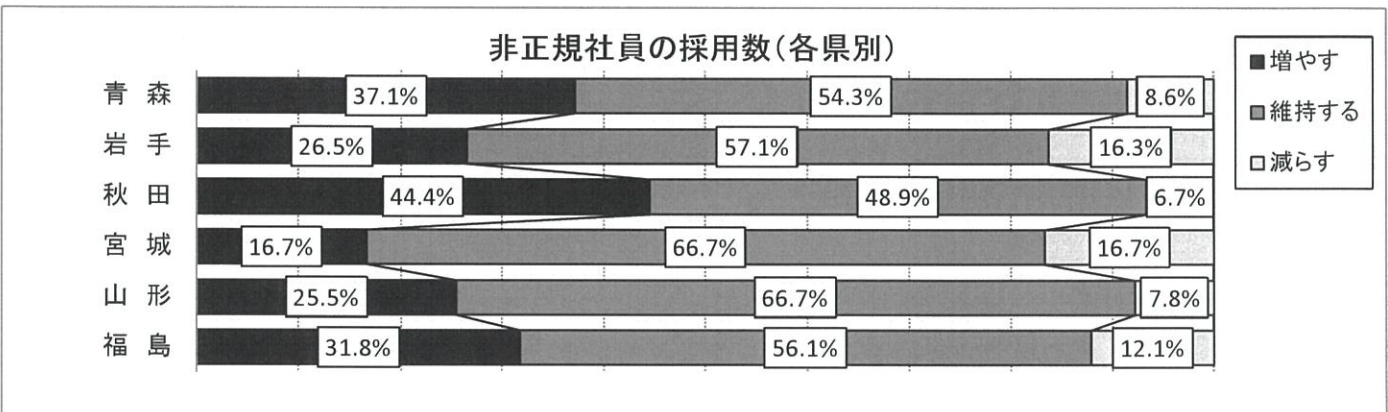
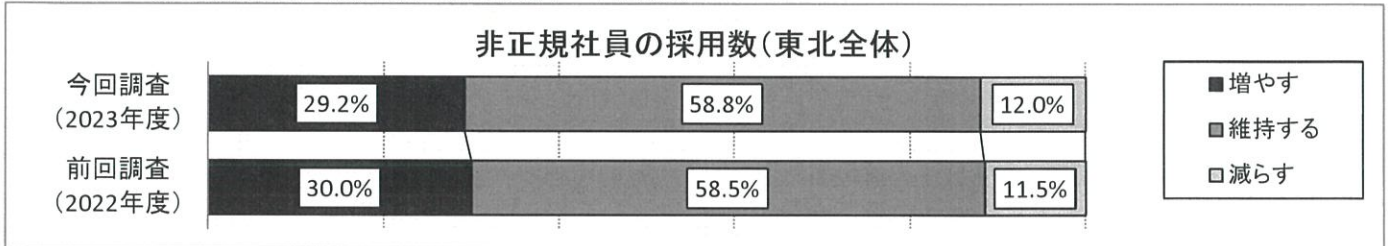
今後の採用見込み	今回調査 (2023年度)		前回調査 (2022年度)	
	回答社数	比率	回答社数	比率
正規社員を採用予定	597	84.9%	602	87.4%
非正規社員を採用予定	359	51.1%	357	51.8%
当面は採用予定なし	58	8.3%	46	6.7%
未定	48	6.8%	37	5.4%

【図表9】正規社員の採用数（東北全体・各県別）





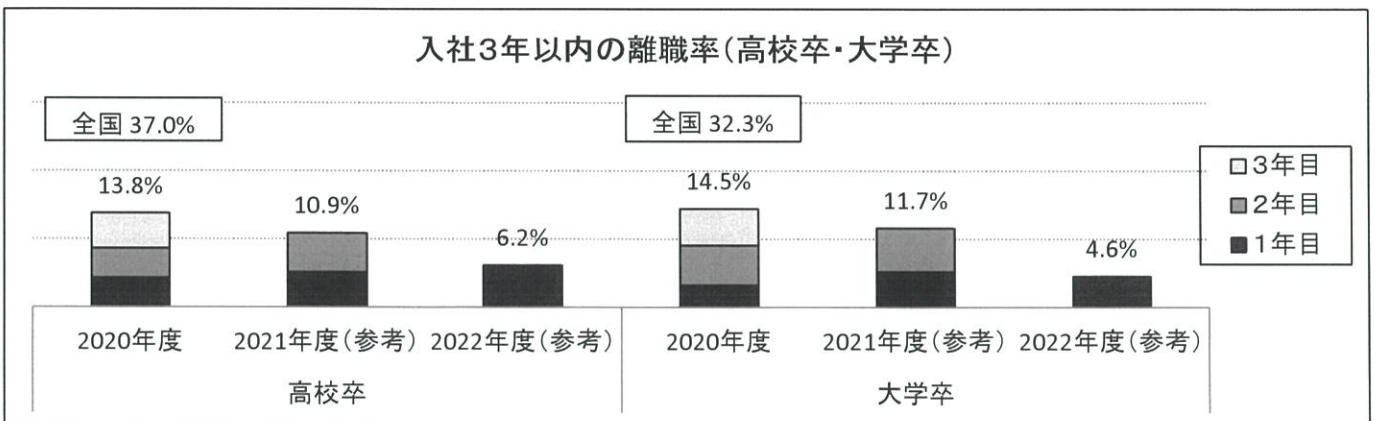
【図表10】非正規社員の採用数（東北全体・各県別）



4. 入社3年以内の離職率 [図表11]

～ 2020年度入社（入社3年目）の離職率は、高校卒が13.8%、大学卒が14.5% ～
 会員企業の2020年度入社（入社3年目）の離職率は、高校卒が13.8%、大学卒が14.5%となり、
 いずれも全国平均を下回った。

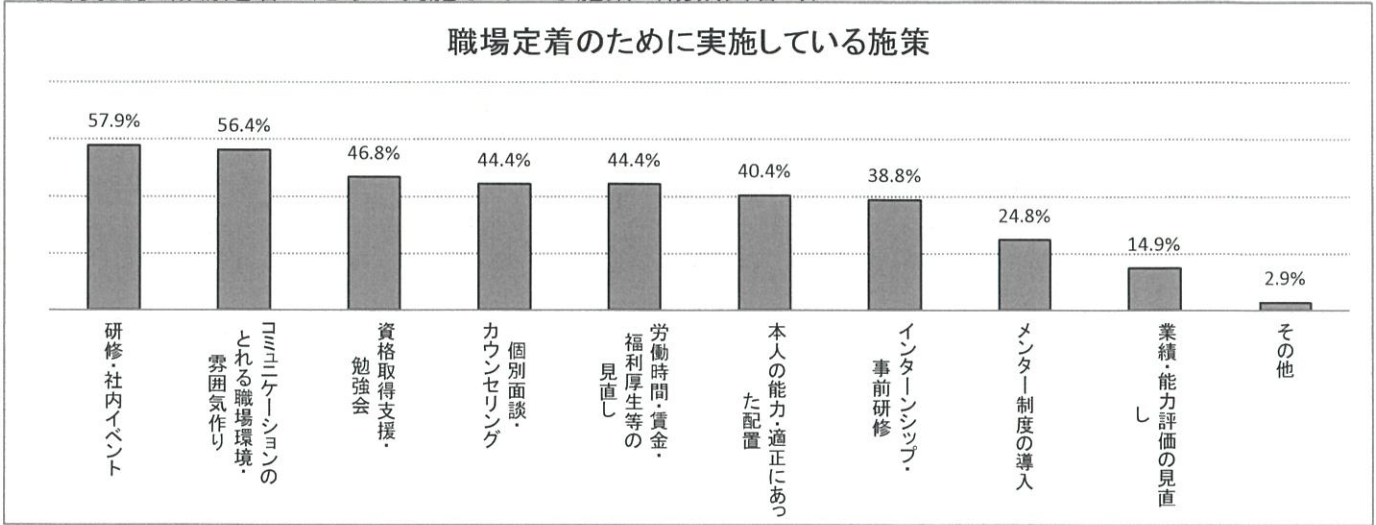
【図表11】入社3年以内の離職率（高校卒・大学卒別）



5. 職場定着のために実施している施策 [図表12]

～ 職場定着のための施策は、“研修・社内イベント”が57.9%で最高 ～
 職場定着のために実施している施策は、“研修・社内イベント”が57.9%で最高となり、次いで、コミュニケーションのとれる職場環境・雰囲気作りが56.4%、“資格取得支援・勉強会”が46.8%の順となった。

【図表12】 職場定着のために実施している施策（複数回答可）



Ⅲ. 働き方改革推進について

1. 働き方改革の取り組み状況 [図表13, 14]

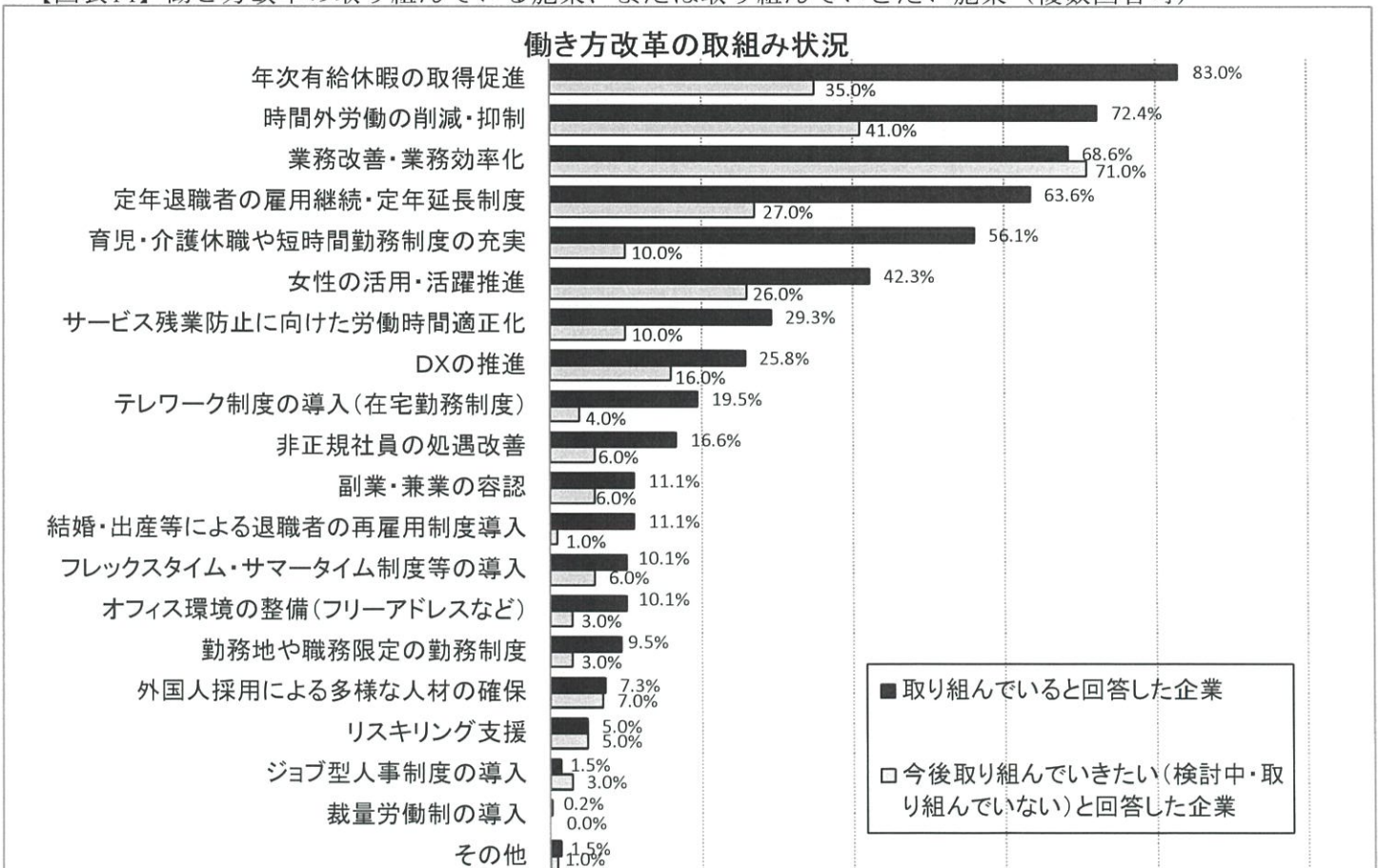
～ 働き方改革に“取り組んでいる”企業は、全体の85.7%、
取り組み施策としては、年次有給休暇の取得が83.0%で最高 ～

働き方改革に“取り組んでいる”企業は、全体の85.7%と前回調査比2.4ポイントマイナスだった。
具体的な取り組みとして、“年次有給休暇の取得促進”が83.0%で最高となり、次いで、“時間外労働の削減・抑制”72.4%、“業務改善・業務効率化”68.6%の順となった。

【図表13】 働き方改革の取り組み状況

取り組み状況	今回調査		前回調査	
	回答社数	比率	回答社数	比率
取り組んでいる	601	85.7%	602	88.1%
取り組んでいない	27	3.9%	15	2.2%
検討中	73	10.4%	66	9.7%

【図表14】 働き方改革の取り組んでいる施策、または取り組んでいきたい施策（複数回答可）

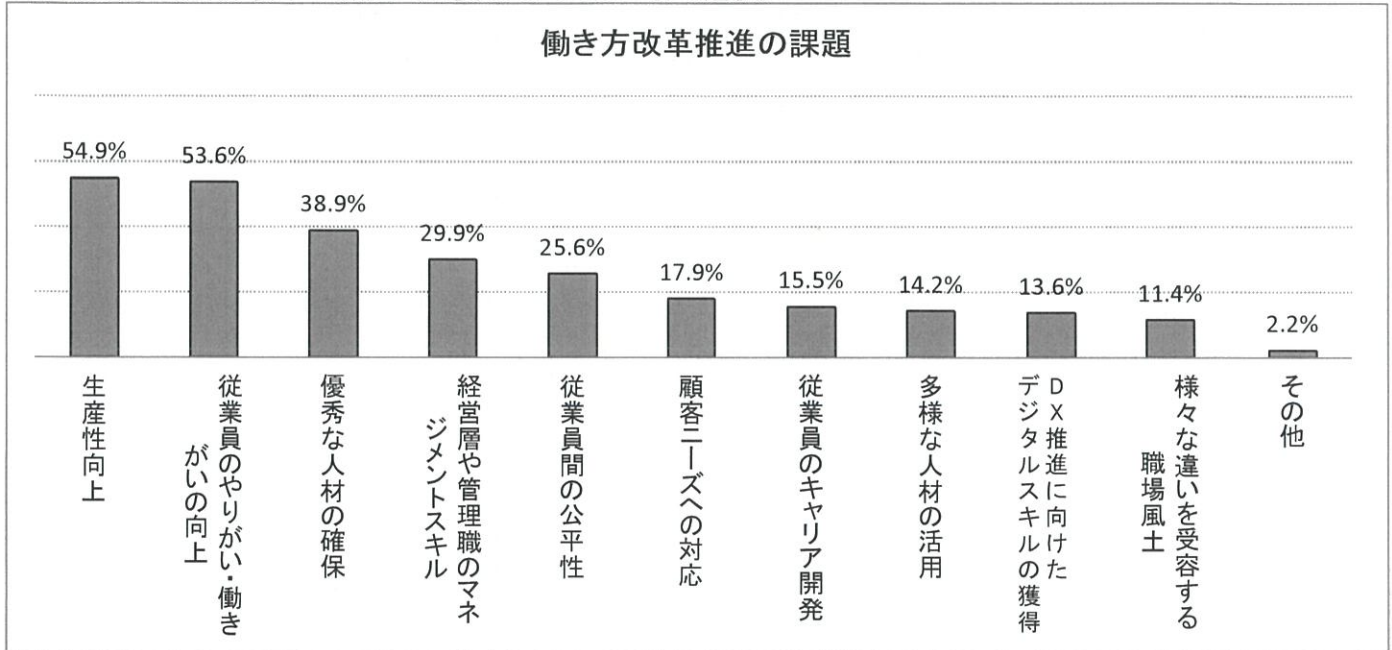


2. 働き方改革を推進するための課題 [図表15]

～ 働き方改革推進にあたっての課題は、“生産性向上”が54.9%で最高 ～

働き方改革を推進するにあたっての課題としては、“生産性向上”が54.9%で最高となり、次いで、“従業員のやりがい・働きがいの向上”53.6%、“優秀な人材の確保”38.9%の順となった。

【図表15】働き方改革の課題（主要なものを3つまで選択）



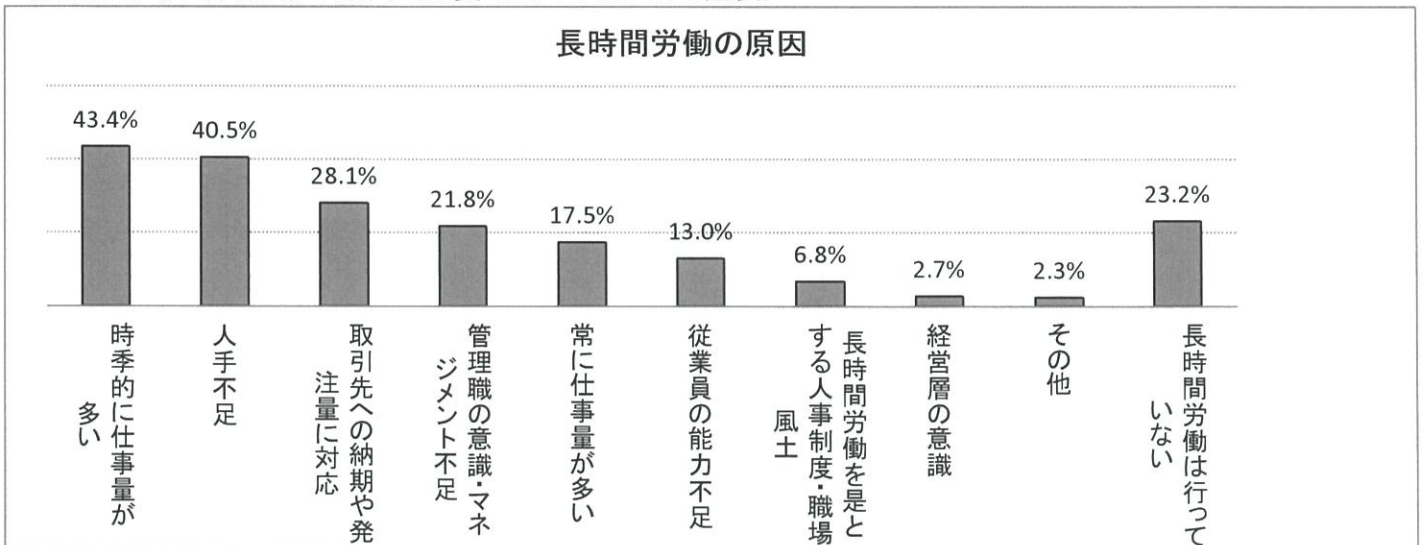
IV. 長時間労働是正・生産性向上について

1. 長時間労働の原因 [図表16]

～ 長時間労働の原因は、“時季的に仕事量が多い”が43.4%で最高 ～

長時間労働の原因は、“時季的に仕事量が多い”が43.4%で最高となり、次いで、“人手不足”が40.5%、“取引先への納期や発注量に対応”が28.1%の順となった。また、“長時間労働は行っていない”は23.2%となった。

【図表16】長時間労働の原因（主要なものを3つまで選択）

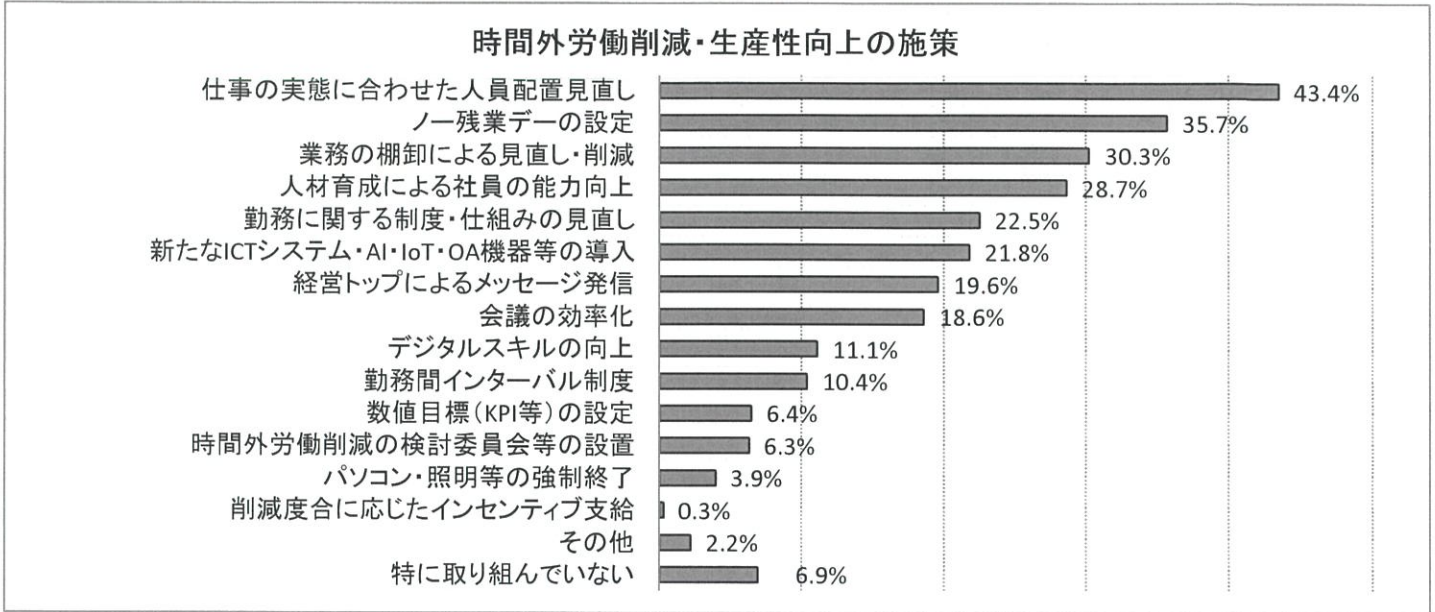


2. 時間外労働削減・生産性向上の施策 [図表17]

～ 時間外労働削減・生産性向上に向けた施策は、“仕事の実態に合わせた人員配置見直し”が43.4%で最高 ～

時間外労働削減・生産性向上に向けた施策は、“仕事の実態に合わせた人員配置見直し”が43.4%で最高となり、次いで、“ノー残業デーの設定”が35.7%、“業務の棚卸による見直し・削減”が30.3%の順となった。

【図表17】 時間外労働削減・生産性向上に取り組んでいる施策（複数回答可）



V. 正規・非正規社員間の待遇格差について

1. 正規・非正規社員の待遇格差改善の取り組み [図表18, 19, 20]

～ 正規・非正規社員の待遇格差改善に取り組んでいる企業は、前回調査より19.1ポイントプラス ～

正規社員・非正規社員の待遇格差改善に“対応済”・“一部対応済”の企業は、全体の74.8%となり前回調査比19.0ポイントプラスとなった。“検討中”は14.3%となった。具体的な取り組みは、“基本給・時給の増額”53.1%、“賞与・一時金等の支給”48.6%、“年次有給休暇（法定以上）の付与”34.0%の順となった。

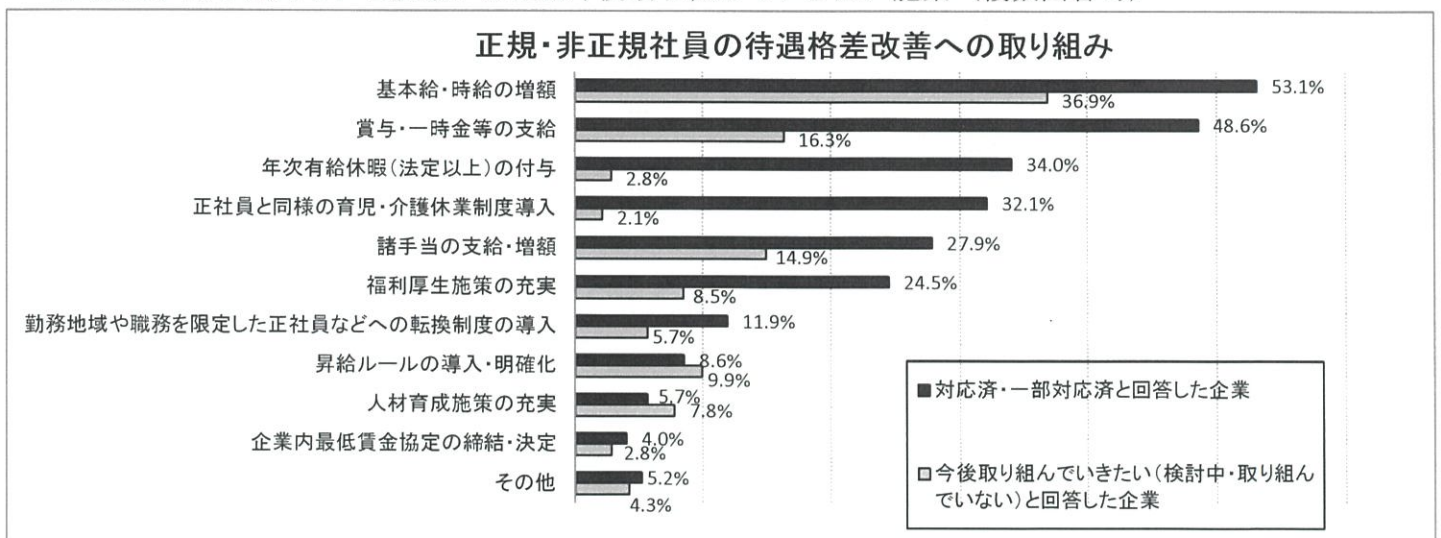
【図表18】 待遇格差改善の取り組み状況

取り組み状況	今回調査		前回調査	
	回答社数	比率	回答社数	比率
対応済	270	48.1%	299	55.8%
一部対応済（取り組むべき施策が残っている）	150	26.7%		
検討中	80	14.3%	87	16.2%
取り組んでいない	61	10.9%	150	28.0%

【図表19】 待遇格差改善に取り組んでいない理由

理由	今回調査		前回調査	
	回答者数	比率	回答者数	比率
知らなかった	0	0.0%	1	0.7%
対応済			84	56.4%
対象の従業員がいない	45	88.2%	59	39.6%
その他	6	11.8%	5	3.3%

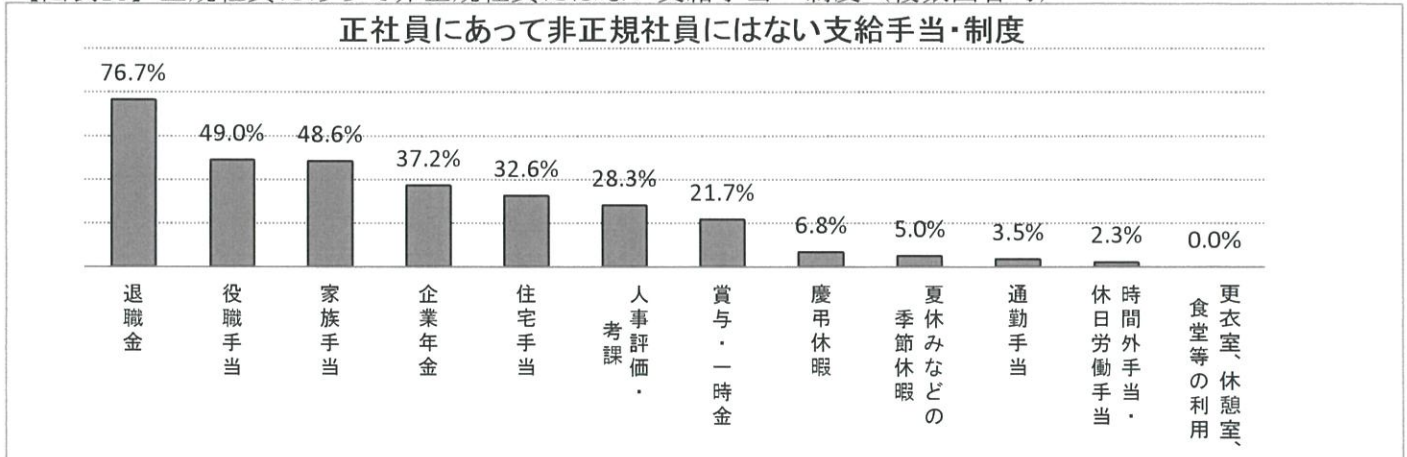
【図表20】 取り組んでいる施策、または今後取り組んでいきたい施策（複数回答可）



2. 正規社員にあって非正規社員にはない支給手当・制度 [図表21]

～ “退職金” “役職手当” “家族手当”などは、大半の企業が非正規社員にはない～
 非正規社員を雇用している企業で、正規社員にあって非正規社員にはない支給手当・制度を聞いたところ、“退職金”76.7%、“役職手当”49.0%、“家族手当”48.6%、などとなった。

【図表21】 正規社員にあって非正規社員にはない支給手当・制度（複数回答可）



VI. 70歳までの就業機会の確保（努力義務）について

1. 70歳までの就業機会確保の取り組み [図表22, 23, 24]

～ 70歳までの就業機会の確保に取り組んでいる企業は、全体の39.2%～
 70歳までの就業機会の確保（努力義務）に“取り組んでいる”企業は、全体の39.2%となり、“検討中”は36.8%となった。具体的な取り組みは、“70歳までの継続雇用制度（再雇用・勤務延長）の導入”が88.3%で最多となった。

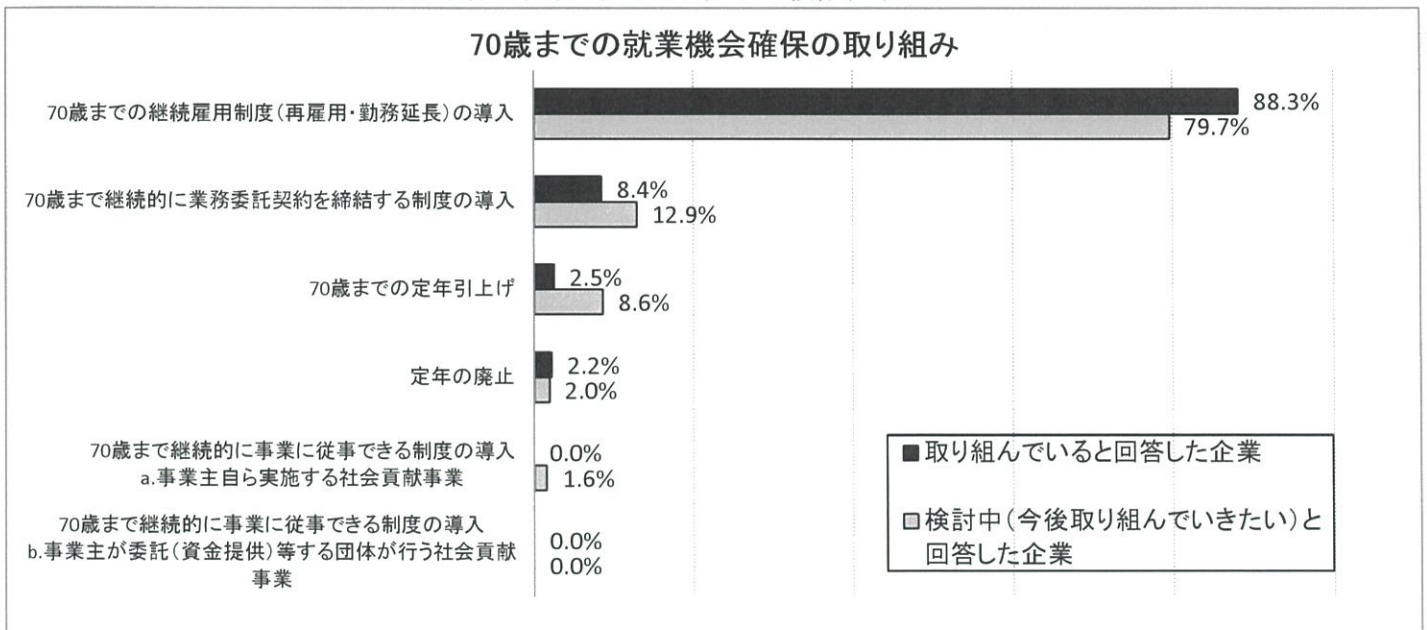
【図表22】 70歳までの就業機会確保の取り組み状況

取り組み状況	今回調査		前回調査	
	回答社数	比率	回答社数	比率
取り組んでいる	273	39.2%	233	34.1%
取り組んでいない	167	24.0%	157	23.0%
検討中	256	36.8%	293	42.9%

【図表23】 70歳までの就業機会確保に取り組んでいない理由

理由	今回調査		前回調査	
	回答社数	比率	回答社数	比率
努力義務のため	122	84.1%	107	74.8%
人件費負担が困難	10	6.9%	19	13.3%
知らなかった	2	1.4%	2	1.4%
その他	11	7.6%	15	10.5%

【図表24】 70歳までの就業機会確保の具体的な取り組み（複数回答可）



Ⅶ. 価格交渉・価格転嫁の状況について

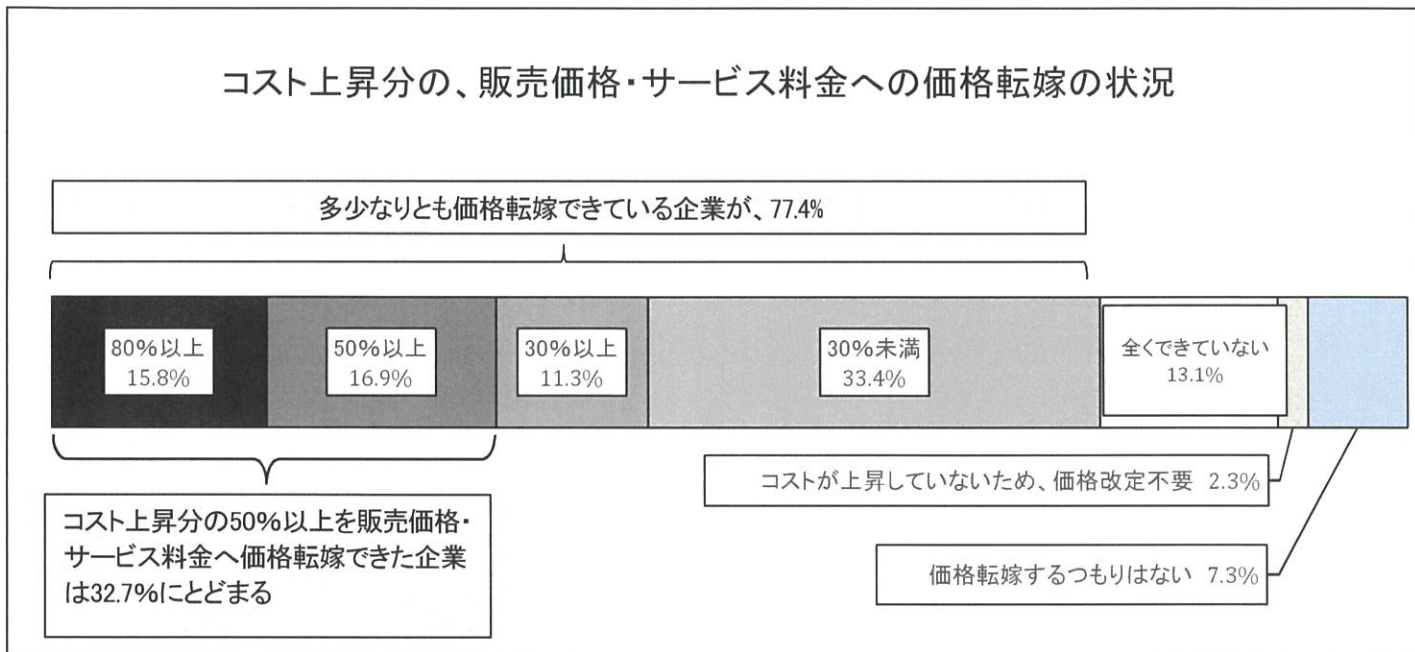
1. コスト上昇分の、販売価格・サービス料金への価格転嫁の状況 [図表25]

～ コスト上昇分に対し、77.4%の企業が「多少なりとも価格転嫁できている」が、コスト上昇分の50%以上を価格転嫁できた企業の割合は32.7%にとどまる ～

コスト上昇分の、販売価格やサービス料金への価格転嫁の状況について、77.4%の企業が多少なりとも価格転嫁できているが、コスト上昇分の50%以上を販売価格やサービス料金に価格転嫁できた企業の割合は32.7%にとどまった。その内訳を見ると、「30%未満」が33.4%と最も高く、以下「50%以上」(16.9%)、「80%以上」(15.8%)、「30%以上」(11.3%)と続いた。

一方で、「全くできていない」が13.1%と、価格転嫁を全くできていない企業が1割を超えている。

【図表25】コスト上昇分の、販売価格・サービス料金への価格転嫁の状況

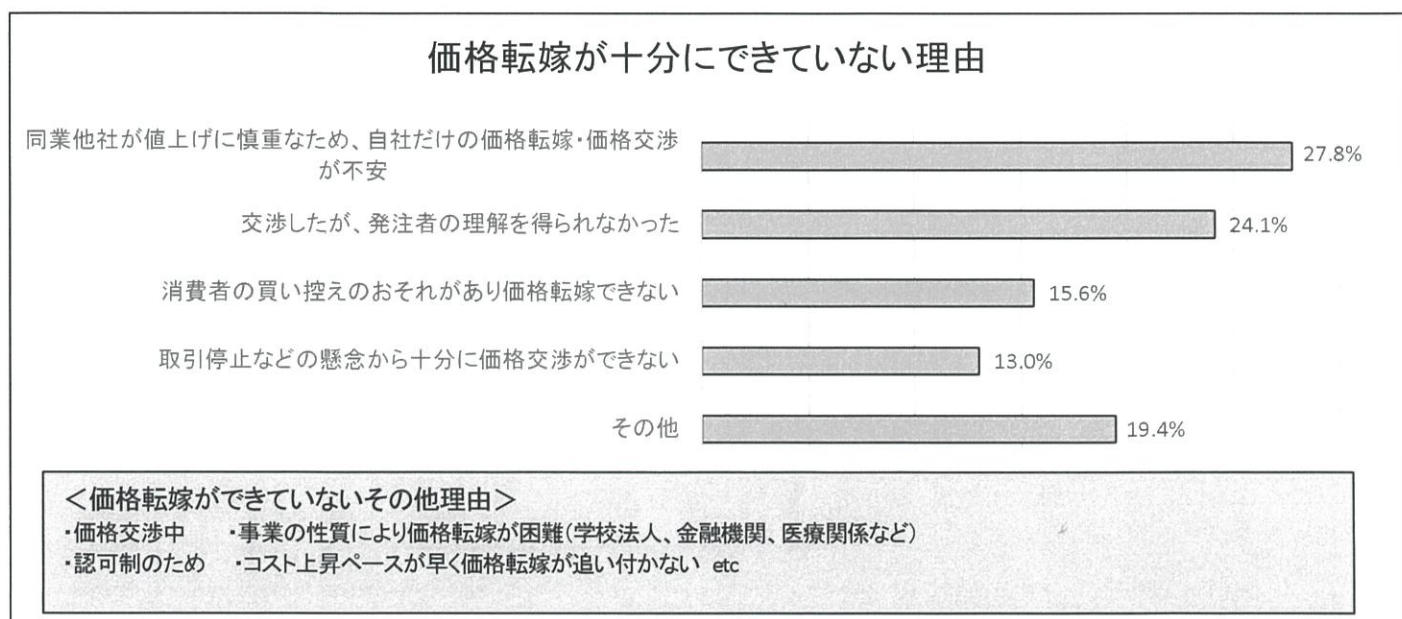


2. 価格転嫁が十分に出来ていない理由 [図表26]

～27.8%の企業が、自社だけの価格転嫁・価格交渉が不安なため、価格転嫁が十分に出来ていない～

価格転嫁が十分に出来ていない理由の調査結果、「同業他社が値上げに慎重なため、自社だけの価格転嫁・価格交渉が不安」が27.8%となり、「交渉したが、発注者の理解を得られなかった」(24.1%)、「消費者の買い控えのおそれがあり価格転嫁できない」(15.6%)と続いた。

【図表26】コスト上昇分を販売価格・サービス価格へ価格転嫁できない理由

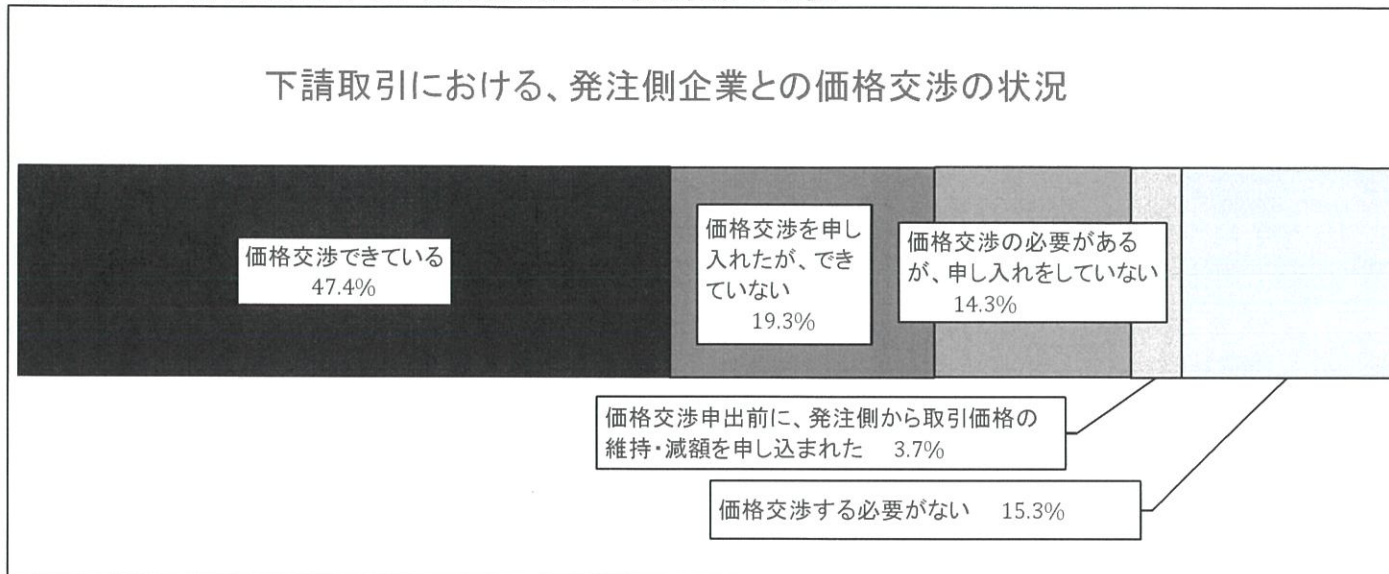


3. 下請取引における、発注側企業とのコスト上昇分についての価格交渉の状況 [図表27]

～ 下請取引において、発注者側企業と価格交渉をできている企業は47.4%にとどまる ～

下請取引における発注側企業とのコスト上昇分についての価格交渉状況の調査結果、「価格交渉できている」が47.4%となり、「価格交渉を申し入れたが、できていない」(19.3%)、「価格交渉の必要があるが、申し入れをしていない」(14.3%)と続いた。

【図表27】 下請取引における、発注側企業との価格交渉の状況



4. 価格転嫁を円滑に進めるために期待すること [図表28]

～ 価格転嫁を円滑に進めるために、“業界ごとの価格転嫁の気運醸成に期待”が54.9% ～

価格転嫁を円滑に進めるために行政機関や経済団体に期待することの調査結果、「業種別組合など、業界ごとの価格転嫁の気運醸成」が54.9%となり、「メディアを活用した気運醸成」(39.1%)、「価格交渉に資する知見の提供」(22.9%)と続いた。

【図表28】 価格転嫁を進めるために、行政機関や経済団体等に期待すること (複数回答可)

