

## 労働情報

## 第16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	2024年8月～9月	※前回調査期間	2023年8月～9月
調査対象	東北各県経営者協会会員		

回答数(回答率)	717社	34.1%	調査企業数	2,104社
----------	------	-------	-------	--------

## 【内 訳】

地元企業	638社	89.0%	出先企業	79社	11.0%
------	------	-------	------	-----	-------

※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	194社	27.1%	非製造業	523社	72.9%
-----	------	-------	------	------	-------

従業員300人未満	541社	75.5%	従業員300人以上	176社	24.5%
-----------	------	-------	-----------	------	-------

## ◆各県集約状況（参考）

県	項目	回答社数	業態別					従業員数別	
			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		80社	74	6	10	70	63	17	
岩手		88社	83	5	17	71	71	17	
秋田		117社	112	5	32	85	100	17	
宮城		137社	125	12	32	105	93	44	
山形		89社	82	7	27	62	63	26	
福島		206社	162	44	76	130	151	55	
合計		717社	638社	79社	194社	523社	541社	176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、「非製造業」が悪化したものの、「製造業」は改善 ～

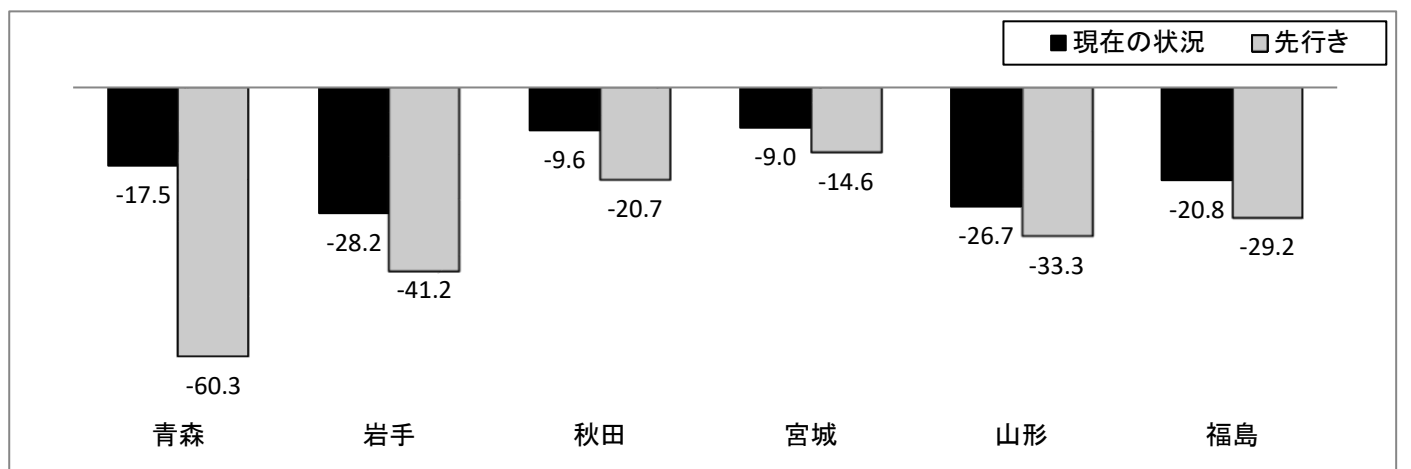
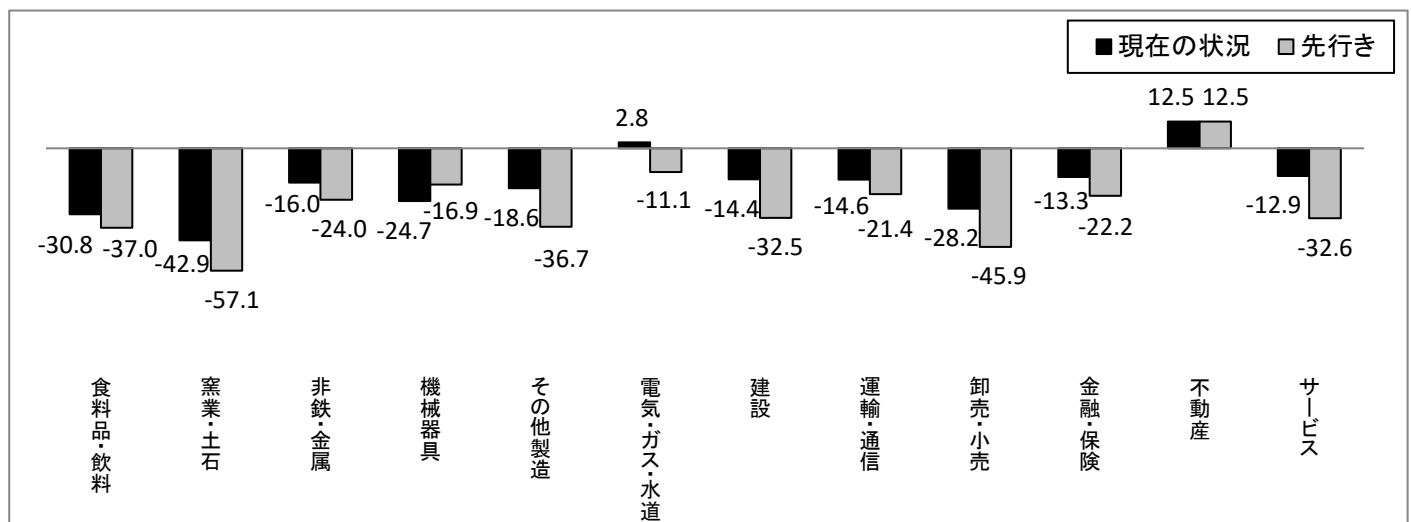
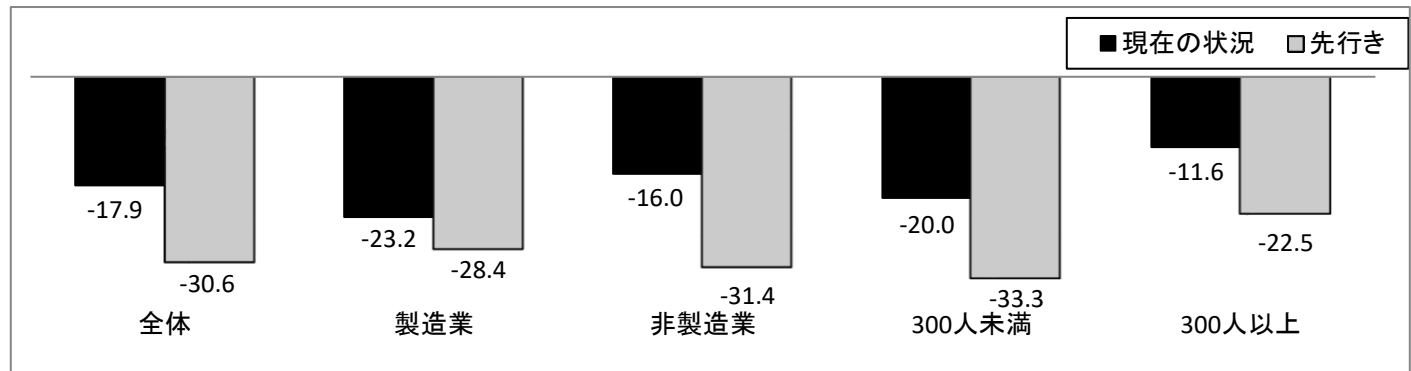
2024年8月（現在の状況）の景況感判断（DI）は、「全体」で▲17.9と前回調査と比べ0.9ポイント改善した。業態別では、「製造業」が▲23.2（前回調査比3.7ポイントプラス）、「非製造業」が▲16.0（前回調査比0.4ポイントマイナス）、規模別では、「300人未満」が▲20.0（前回調査比0.8ポイントプラス）、「300人以上」が▲11.6（前回調査比1.9ポイントプラス）となり、いずれも前回調査より改善した。

2024年度下期（先行き）の景況感判断（DI）は、「全体」で▲30.6（現在の状況より12.7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5.2ポイントマイナス）、「非製造業」が▲31.4（現在の状況より15.4ポイントマイナス）となった。業種別にみても、「機械器具」（7.8ポイントプラス）以外は横ばい、または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、規模別、業種別、各県別)

景況感	項目	全体	業態別		規模別	
			製造業	非製造業	300人未満	300人以上
現在の状況 (2024年8月の景況感) DI		▲ 17.9	▲ 23.2	▲ 16.0	▲ 20.0	▲ 11.6
先行き (2024年度下期の景況感) DI		▲ 30.6	▲ 28.4	▲ 31.4	▲ 33.3	▲ 22.5
【前回調査】現在の状況 (2023年度8月の景況感) DI		▲ 18.8	▲ 26.9	▲ 15.6	▲ 20.8	▲ 13.5

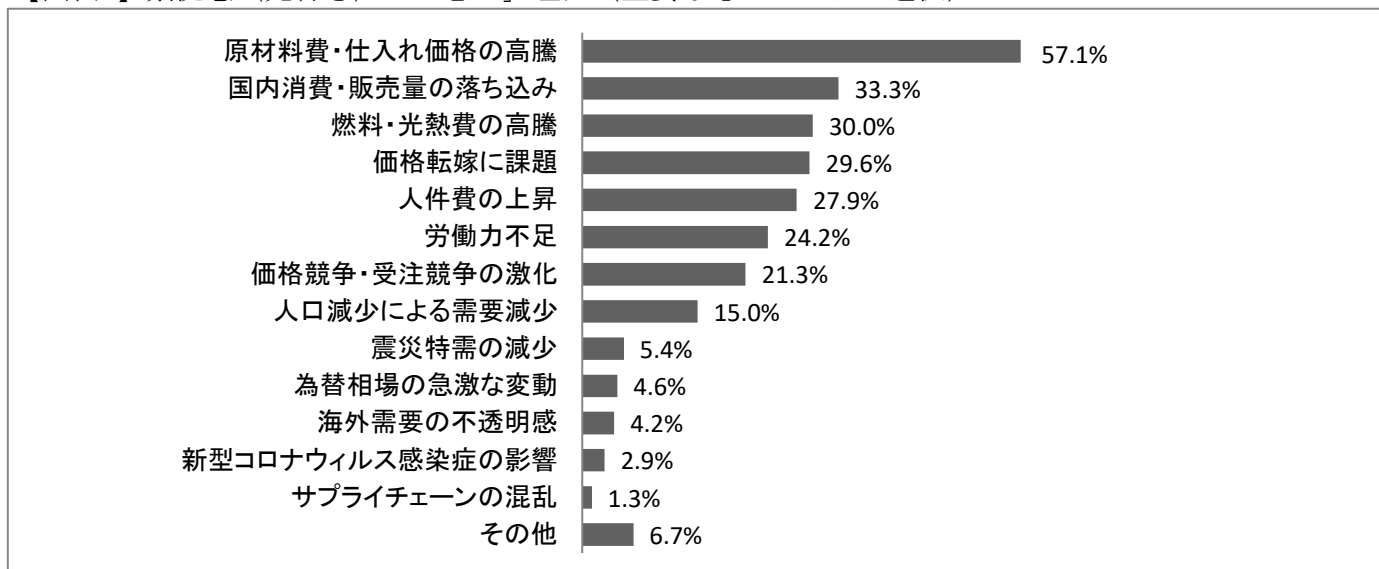


(2) 景況感で先行きが「悪い」理由 [図表2]

～ “原材料費・仕入れ価格の高騰” が最多 ～

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）、「原材料費・仕入れ価格の高騰」が57.1%、「国内消費・販売量の落ち込み」が33.3%、「燃料・光熱費の高騰」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

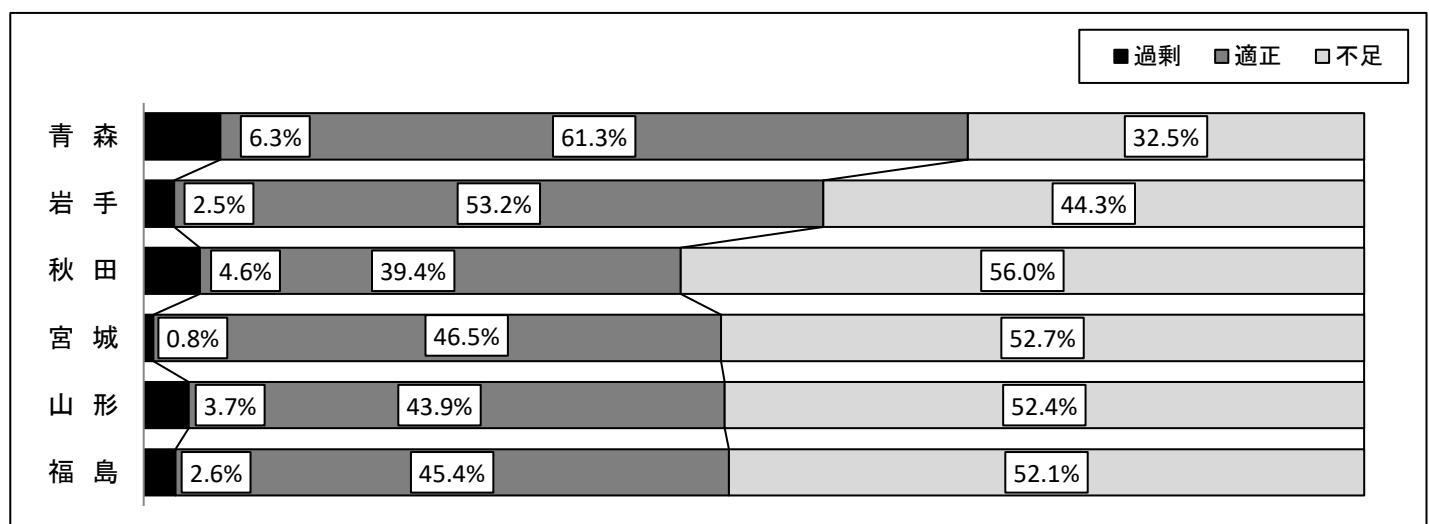
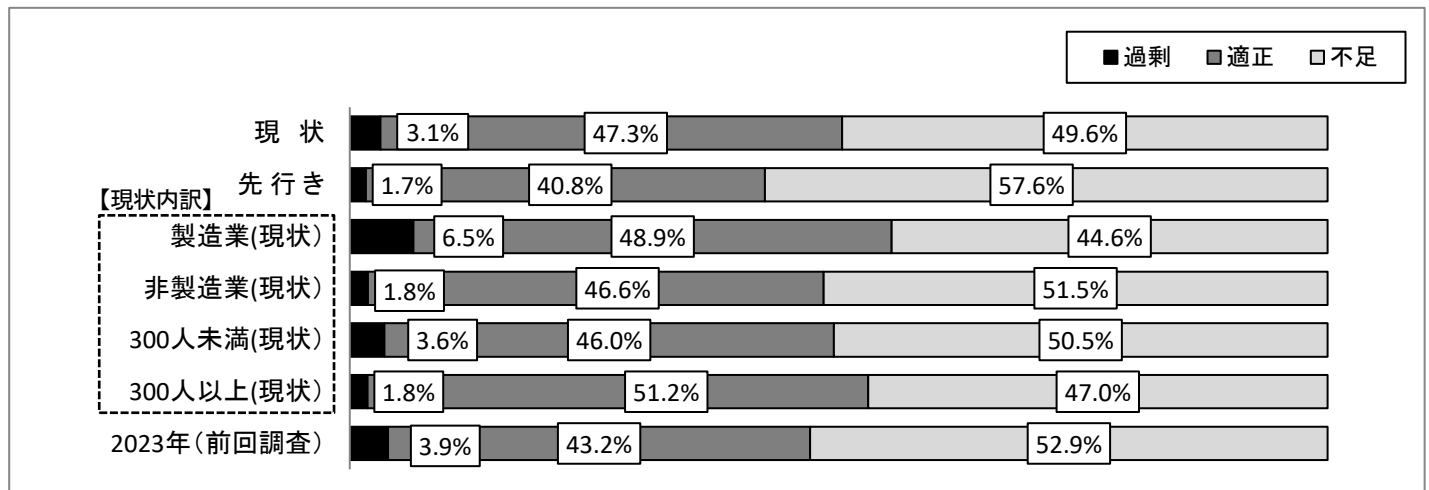
### (1) 雇用人員の状況【図表3】

#### ～ 全体的に人手不足の状態が継続 ～

2024年8月（現状）の雇用人員の状況は、“適正”が47.3%（前回調査比4.1ポイントプラス）、“過剰”が3.1%（同0.8ポイントマイナス）、“不足”が49.6%（同3.3ポイントマイナス）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44.6%、「非製造業」で51.5%、「従業員300人未満」で50.5%、「従業員300人以上」で47.0%となり、業態・規模に関わらず人手不足が継続している。

2024年度下期（先行き）は、“不足”と回答した割合が57.6%で、現状より8.0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、規模別、各県別）



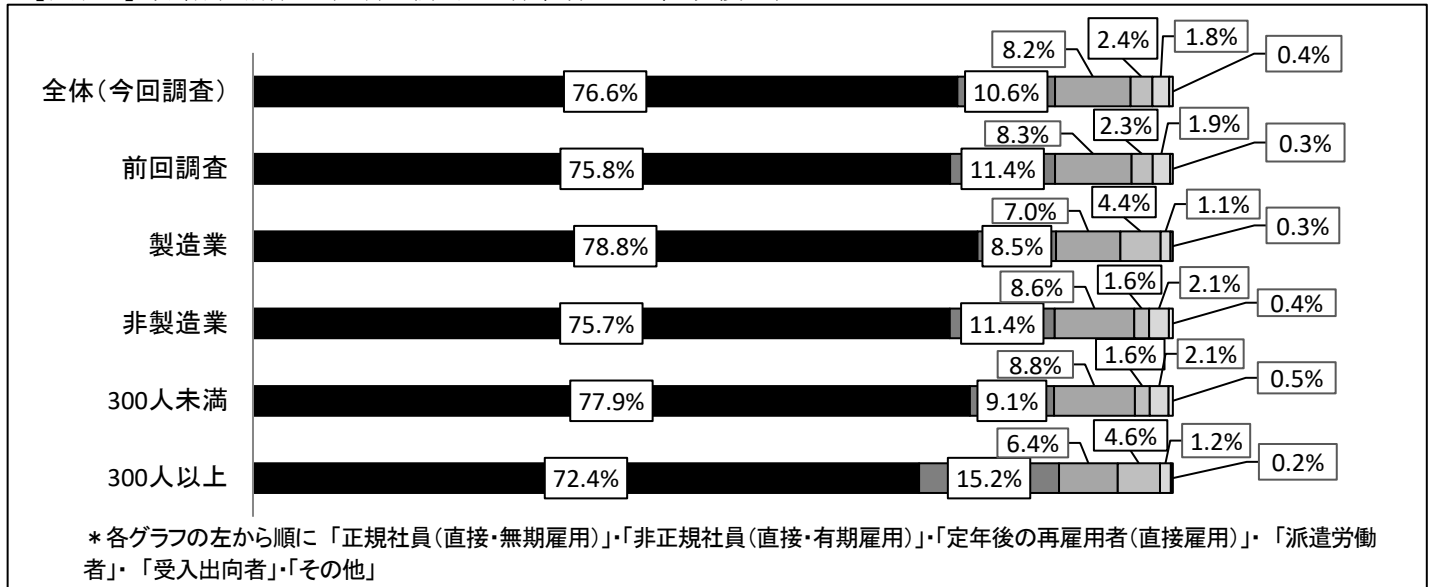
## (2) 労働者構成の割合 [図表4]

～ 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76.6%、非正規社員（直接・有期雇用）が10.6%、定年後の再雇用者（直接雇用）が8.2%の順となり、前回調査とほぼ同じ割合となった。

また、規模別の正規社員の割合は「従業員300人以上」（72.4%）よりも「従業員300人未満」（77.9%）の方が高かった。

【図表4】労働者構成の割合（東北全体、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、前回調査より1.0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10.4%となり、前回調査より1.0ポイントプラスとなった。

また、業態別でみると、「製造業」が7.4%、「非製造業」が11.6%となり、「非製造業」が4.2ポイント上回った。規模別でみると、「従業員300人未満」が10.9%、「従業員300人以上」が8.9%となり、「従業員300人未満」が2.0ポイント上回った。

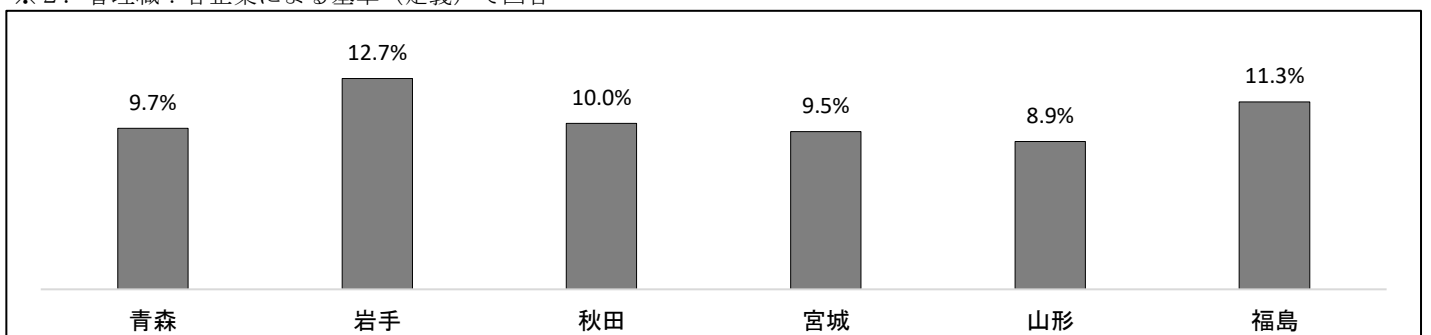
【図表5】管理職全数のうち女性社員の管理職割合（東北全体、業態別、規模別、各県別）

	今回調査	前回調査
女性管理職比率 <sup>※1.2</sup>	10.4%	9.4%

業態別		規模別	
製造業	非製造業	300人未満	300人以上
7.4%	11.6%	10.9%	8.9%

※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



## II. 採用計画や職場定着状況について

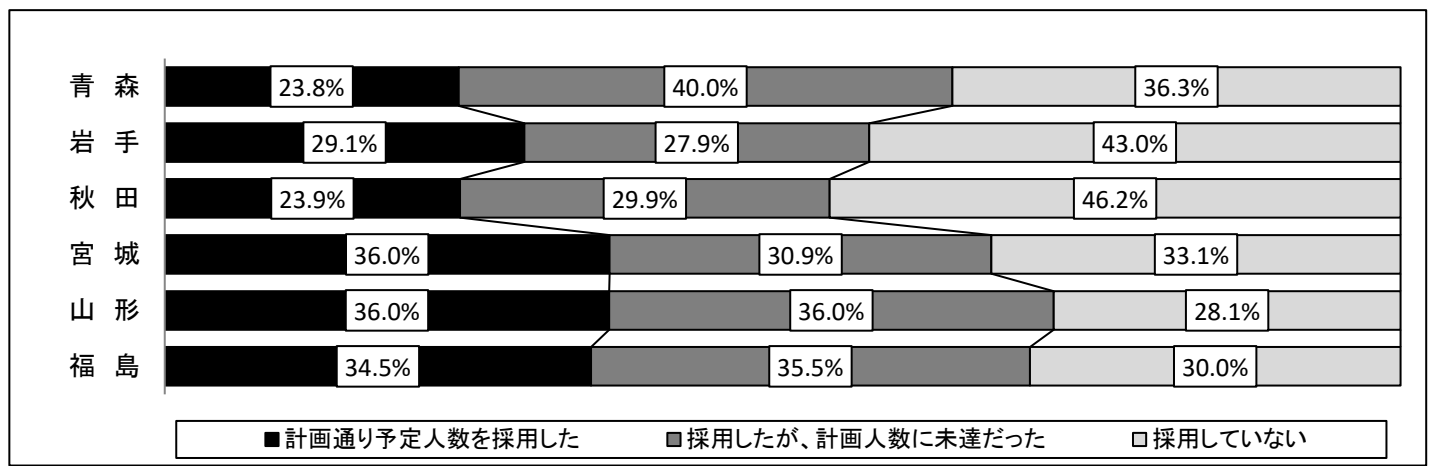
### 1. 今春（2024年4月）の新卒者採用実績 [図表6]

～ “採用したが、計画人数に未達だった” が昨春より0.7ポイントプラス ～

今春の新卒者採用実績は“採用したが、計画人数に未達だった”が33.3%（前回調査比0.7ポイントプラス）となり、“計画通り予定人数を採用した”が31.4%（同0.4ポイントマイナス）となった。

【図表6】今春（2024年4月）の新卒者採用実績（東北全体、各県別）

今春の新卒者採用実績	今回調査 (2024年4月)	前回調査 (2023年4月)
計画通り予定人数を採用した	31.4%	31.8%
採用したが、計画人数に未達だった	33.3%	32.6%
採用していない	35.3%	35.6%

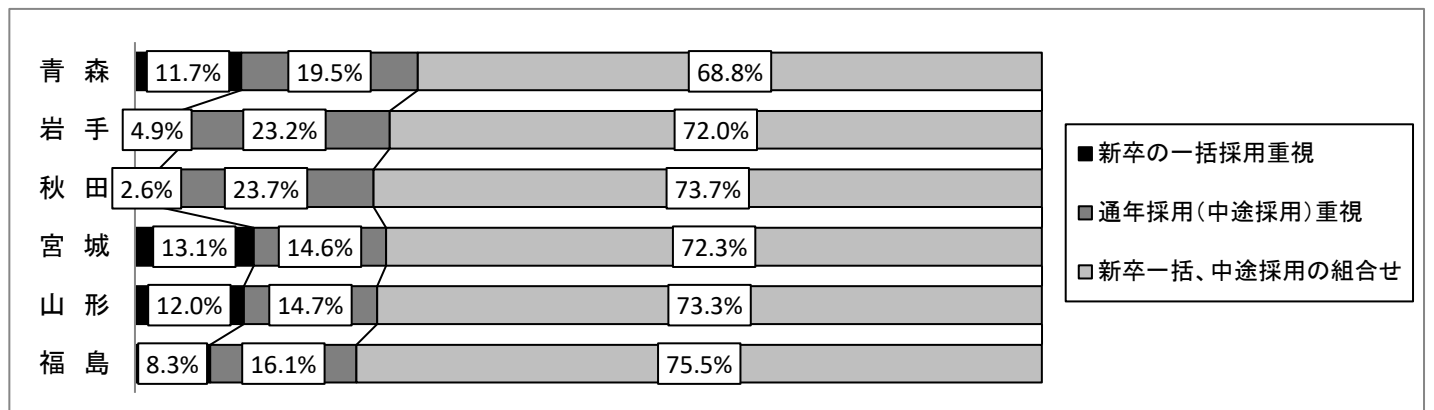
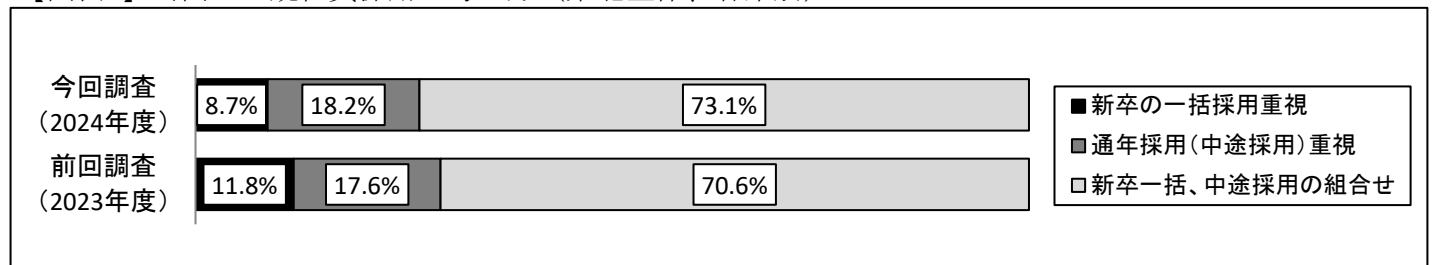


## 2. 当面の正規社員採用の考え方 [図表7]

～ 中途採用を活用する企業が増加傾向 ～

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73.1%（前回調査比2.5ポイントプラス）で最多となった。次いで、“通年採用（中途採用）重視”18.2%（同0.6ポイントプラス）、“新卒の一括採用重視”8.7%（同3.1ポイントマイナス）の順となり、中途採用を活用して人員を確保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（東北全体、各県別）



## 3. 今後の採用見込み [図表8, 9, 10]

～ 正規社員・非正規社員とも採用数を“維持する”とした企業が増加 ～

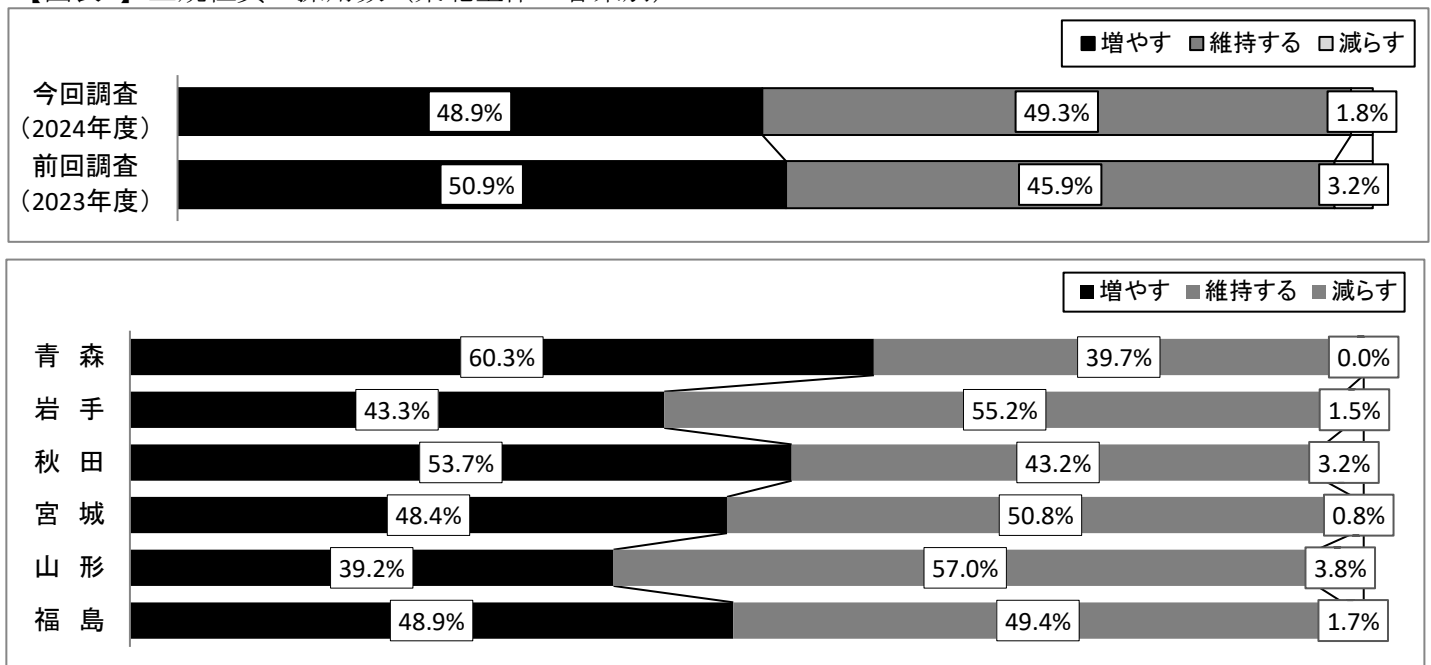
今後の採用見込みは、“正規社員を採用予定”が85.2%、“非正規社員を採用予定”が49.9%、“当面は採用予定なし”が6.4%となった。

正規社員の採用数を“増やす”とした割合は、48.9%（前回調査比2.0ポイントマイナス）と前回調査より減少、非正規社員の採用数を増やすとした割合も26.1%（同3.1ポイントマイナス）と減少した。一方、“維持する”とした割合は、正規社員が49.3%（同3.4ポイントプラス）、非正規社員が65.8%（同7.0ポイントプラス）となり、増加した。

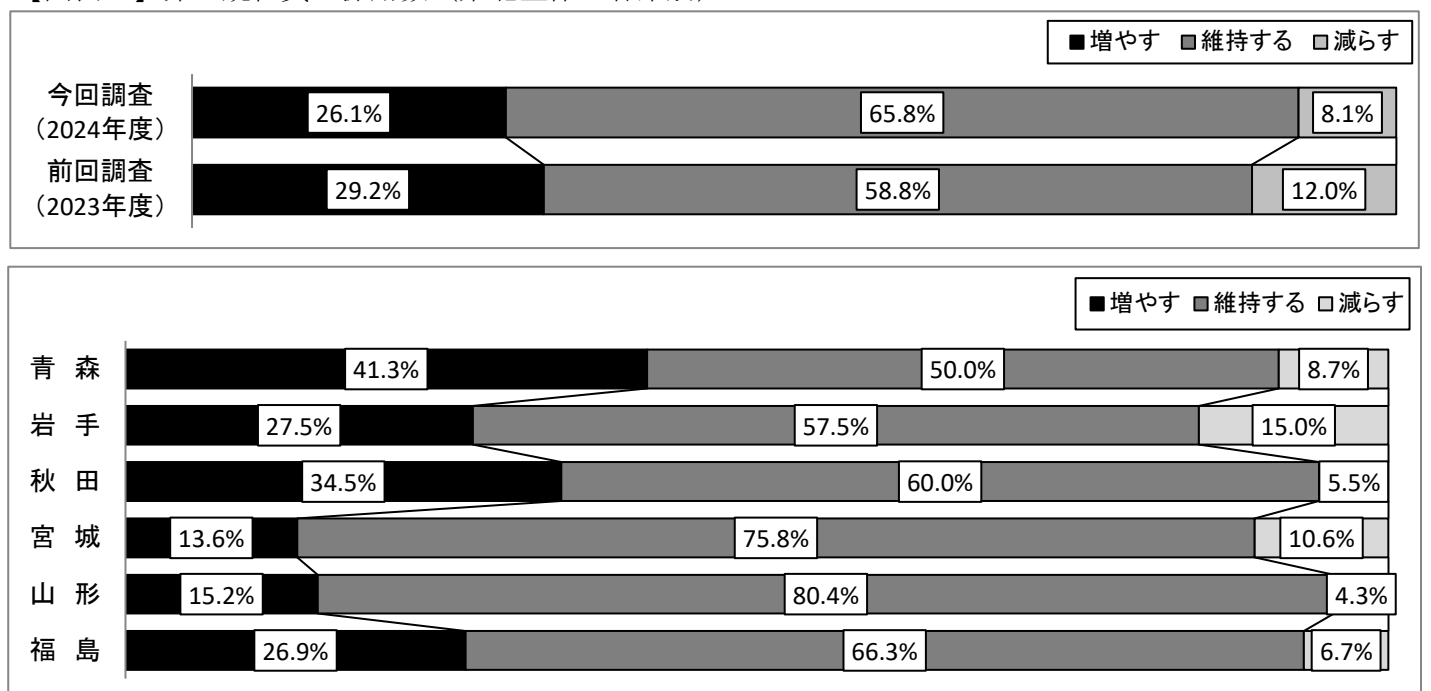
【図表8】今後の採用見込み（複数回答可）

今後の採用見込み	今回調査（2024年度）		前回調査（2023年度）	
	回答社数	比率	回答社数	比率
正規社員を採用予定	611	85.2%	597	84.9%
非正規社員を採用予定	358	49.9%	359	51.1%
当面は採用予定なし	46	6.4%	58	8.3%
未定	56	7.8%	48	6.8%

【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）

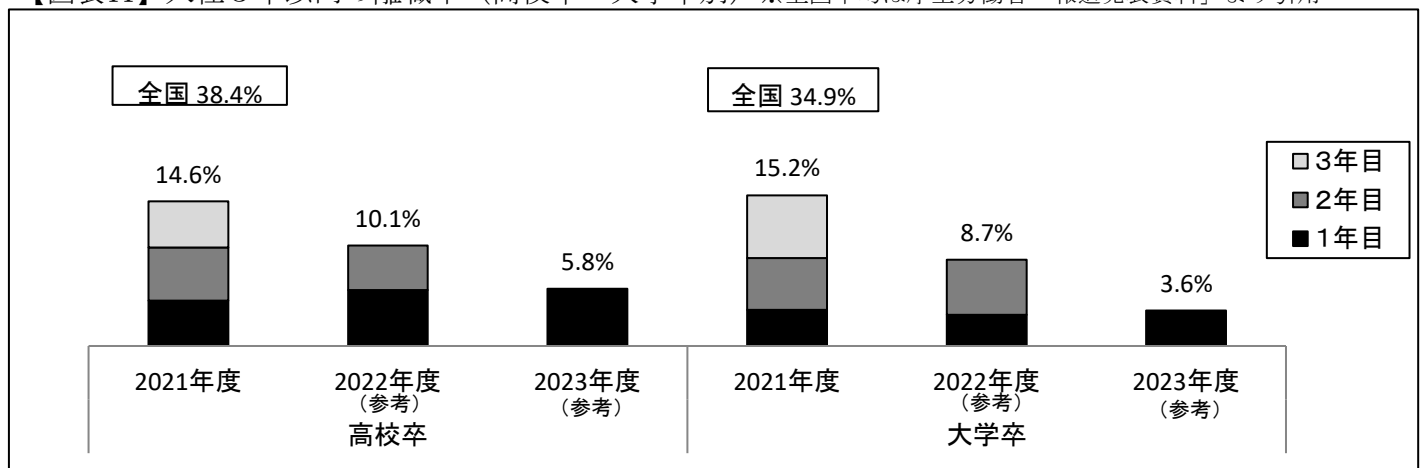


#### 4. 入社3年以内の離職率【図表11】

～ 2021年度入社（入社3年目）の離職率は、高校卒・大学卒とも全国平均を下回る ～

会員企業の2021年度入社（入社3年目）の離職率は、高校卒が14.6%、大学卒が15.2%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） ※全国平均は厚生労働省「報道発表資料」より引用

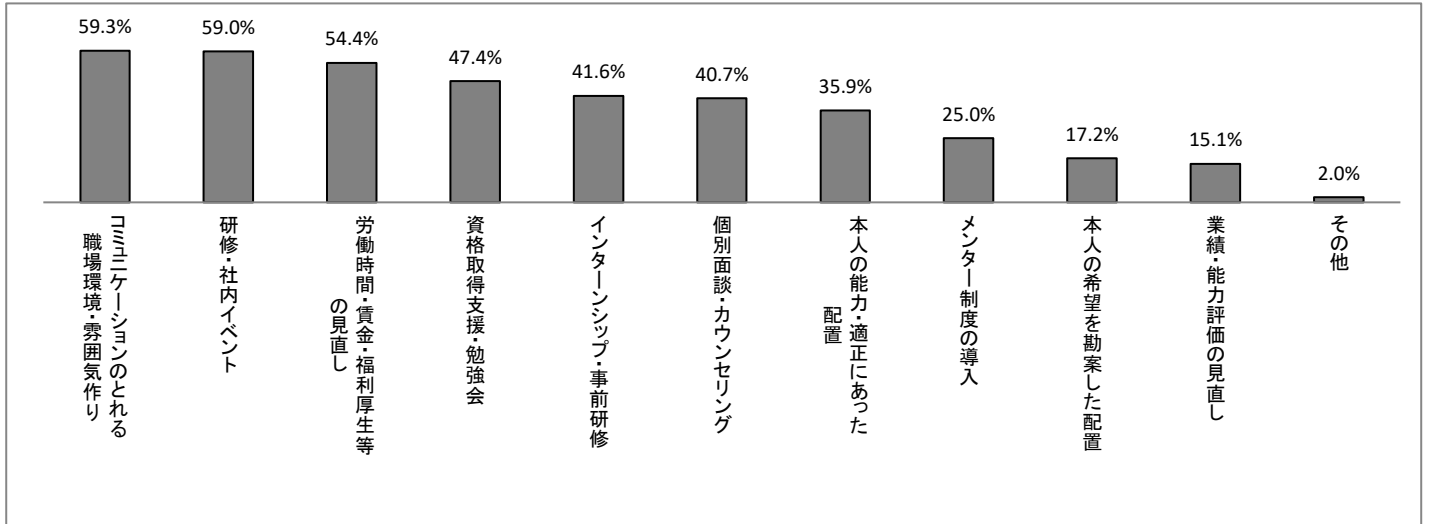


## 5. 職場定着のために実施している施策【図表12】

～ “コミュニケーションのとれる職場環境・雰囲気作り” が最多 ～

職場定着のために実施している施策は、“コミュニケーションのとれる職場環境・雰囲気作り”が59.3%で最多となり、次いで、“研修・社内イベント”59.0%、“労働時間・賃金・福利厚生等の見直し”54.4%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】

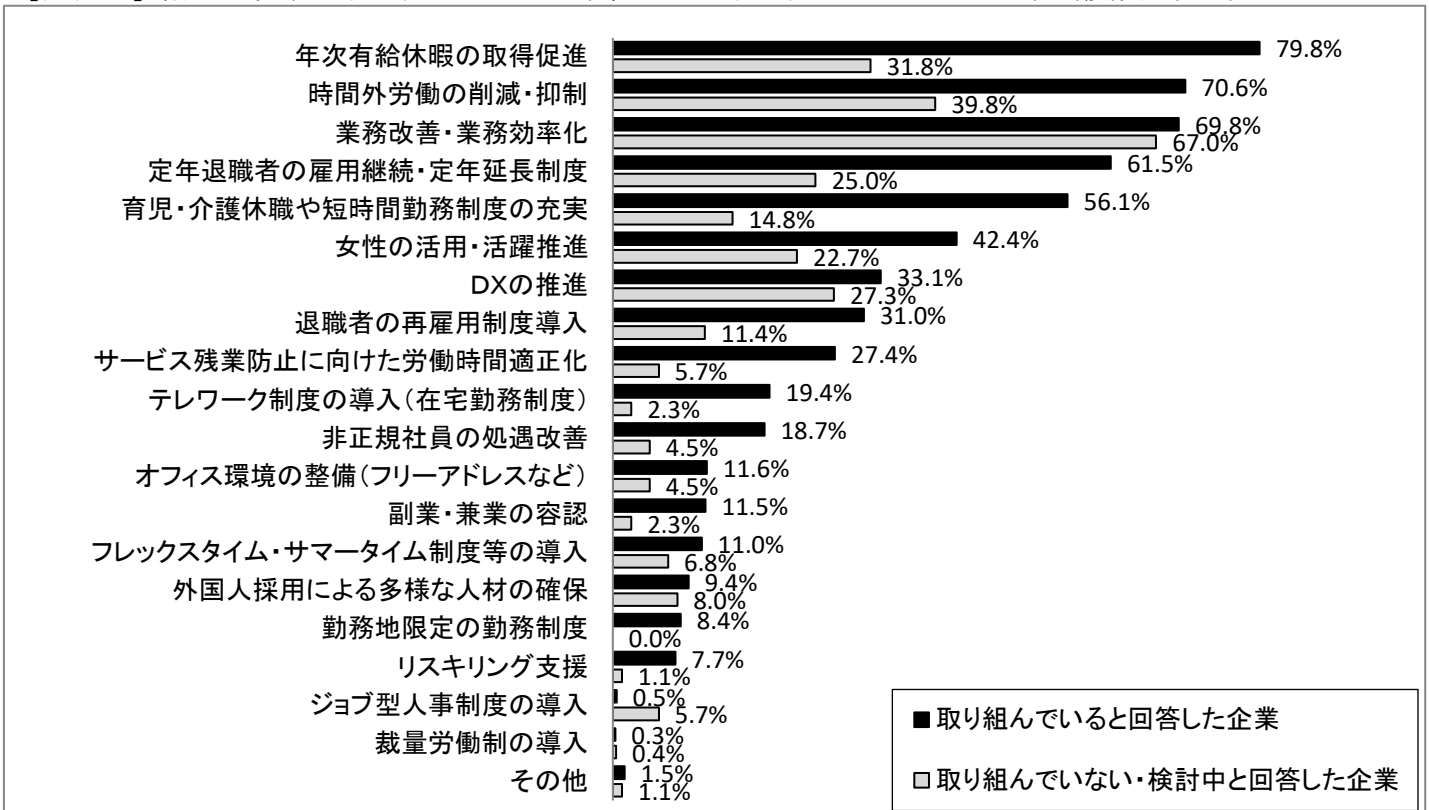
～ “年次有給休暇の取得促進” が最多 ～

働き方改革に“取り組んでいる”企業は、全体の87.6%と前回調査比1.9ポイントプラスとなった。具体的な取り組みとして、“年次有給休暇の取得促進”が79.8%で最多となり、次いで、“時間外労働の削減・抑制”70.6%、“業務改善・業務効率化”69.8%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（2024年度）		前回調査（2023年度）	
	回答社数	比率	回答社数	比率
取り組んでいる	620	87.6%	601	85.7%
取り組んでいない	17	2.4%	27	3.9%
検討中	71	10.0%	73	10.4%

【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）

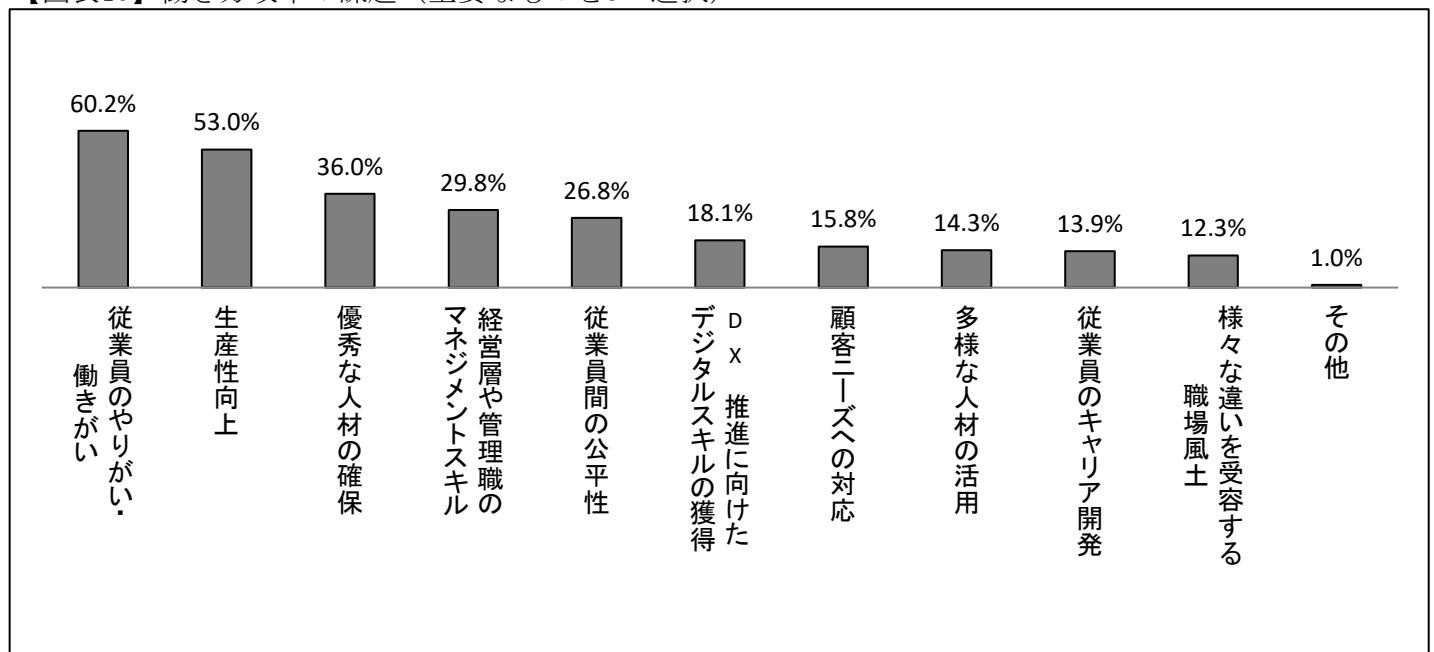


## 2. 働き方改革を推進するための課題【図表15】

～ “従業員のやりがい・働きがい” が最多 ～

働き方改革を推進するにあたっての課題としては、“従業員のやりがい・働きがい”が60.2%で最多となり、次いで、“生産性向上”53.0%、“優秀な人材の確保”36.0%の順となった。

【図表15】働き方改革の課題（主要なものを3つ選択）



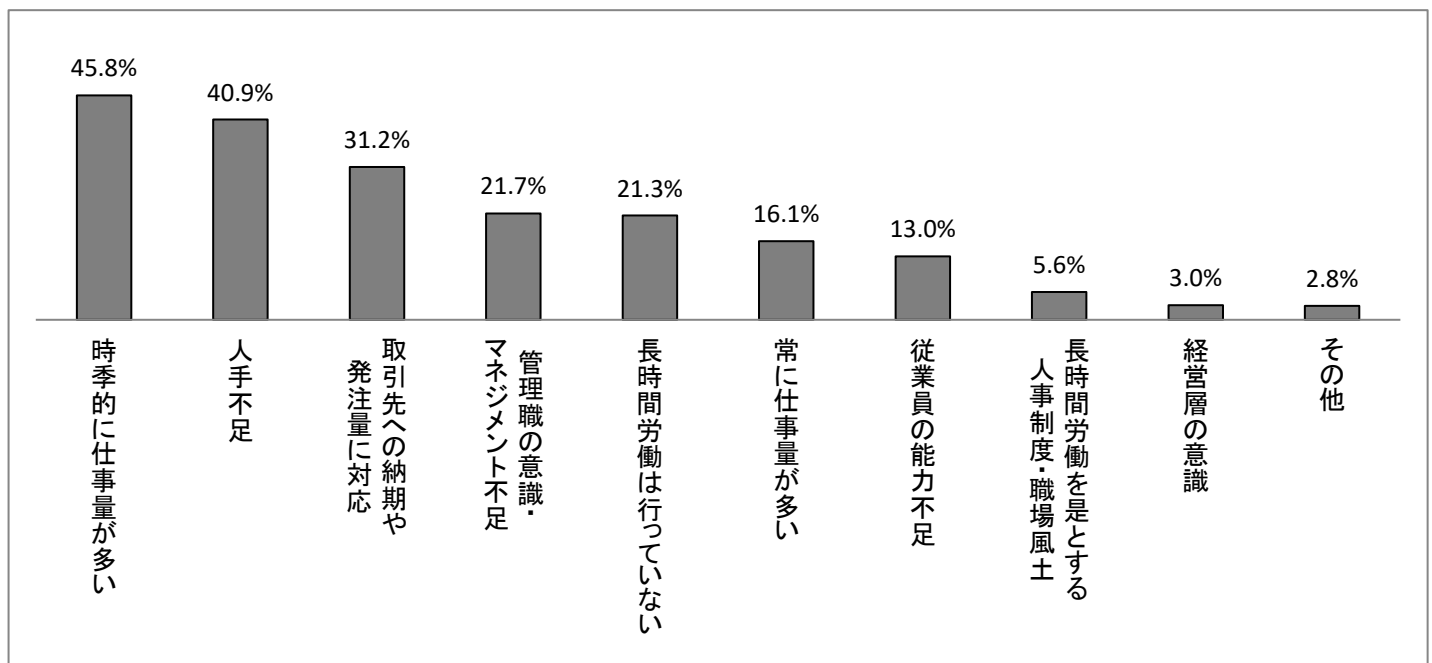
## IV. 長時間労働・生産性向上について

### 1. 長時間労働の原因【図表16】

～ “時季的に仕事量が多い” が最多 ～

長時間労働の原因は、“時季的に仕事量が多い”が45.8%で最多となり、次いで、“人手不足”が40.9%、“取引先への納期や発注量に対応”が31.2%の順となった。また、“長時間労働は行っていない”は21.3%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）



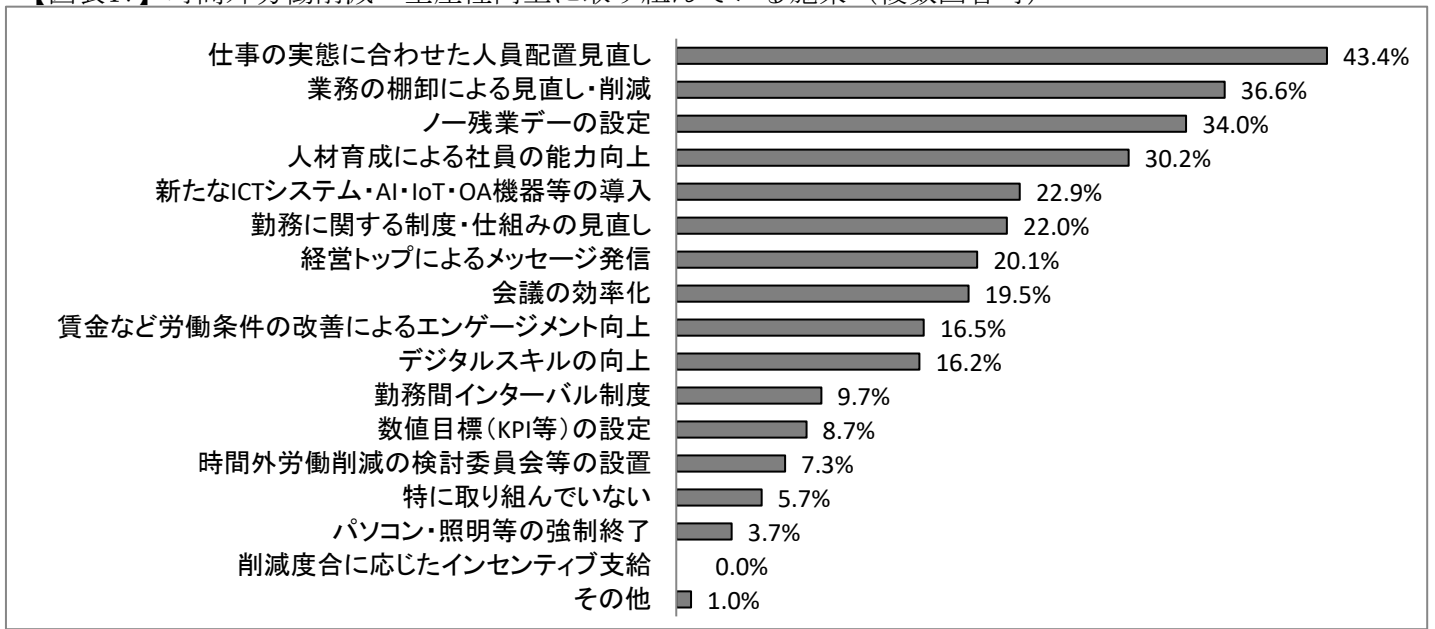
### 2. 時間外労働削減・生産性向上の施策【図表17】

～ “仕事の実態に合わせた人員配置見直し” が最多 ～

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%で最多となり、次いで、“業務の棚卸による見直し・削減”36.6%、“ノー残業デーの設定”34.0%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2.1ポイントプラス ～

過去1年間に正規社員・非正規社員の待遇格差改善に“対応済”および“一部対応済”の企業は、全体の76.9%となり前回調査より2.1ポイントプラスとなり、“検討中”は13.5%となった。具体的な取り組みは、“基本給・時給の増額”61.4%、“賞与・一時金等の支給・増額”46.4%、“正社員と同様の育児・介護休業制度導入”33.0%の順となった。

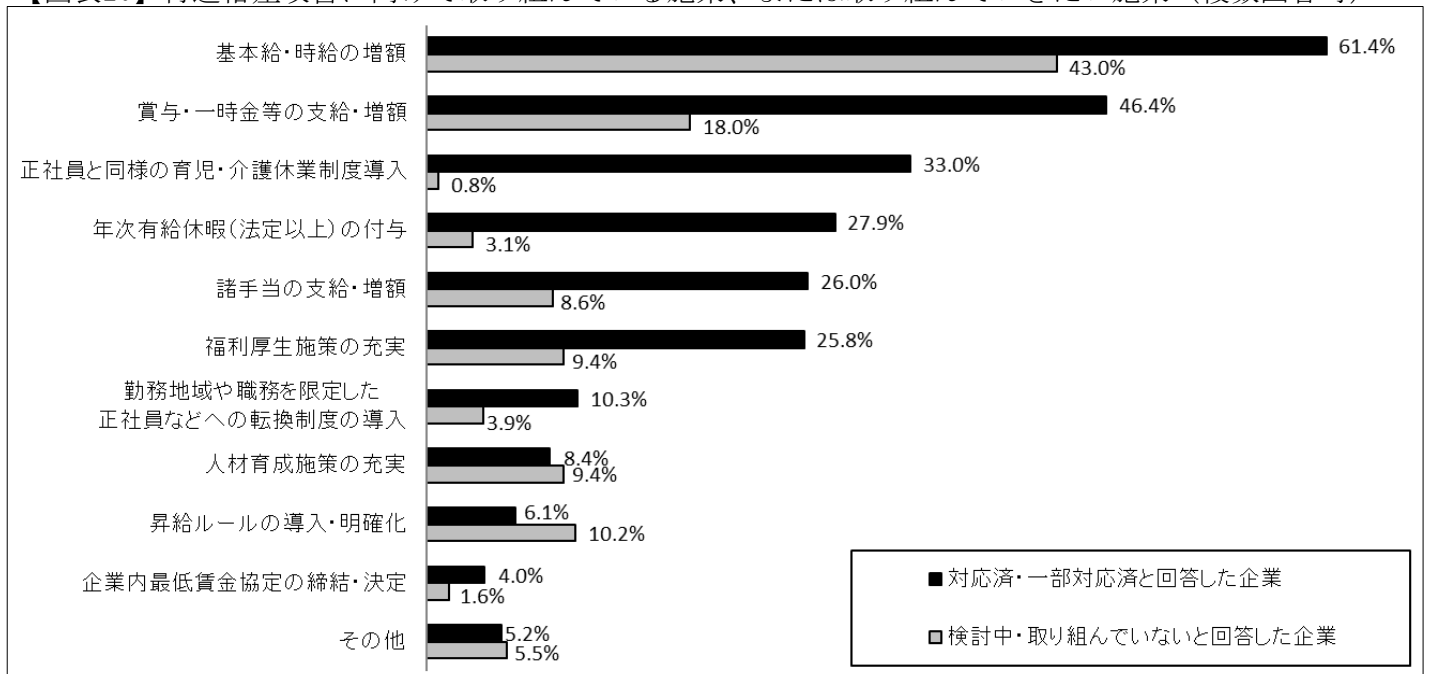
【図表18】 待遇格差改善の取り組み状況

取り組み状況	今回調査（2024年度）		前回調査（2023年度）	
	回答社数	比率	回答社数	比率
対応済	297	53.5%	270	48.1%
一部対応済（取り組むべき施策が残っている）	130	23.4%	150	26.7%
検討中	75	13.5%	80	14.3%
取り組んでいない	53	9.5%	61	10.9%

【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（2024年度）		前回調査（2023年度）	
	回答者数	比率	回答者数	比率
知らなかった	0	0.0%	0	0.0%
対象の従業員がいない	44	83.0%	45	88.2%
その他	9	17.0%	6	11.8%

【図表20】 待遇格差改善に向けて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）

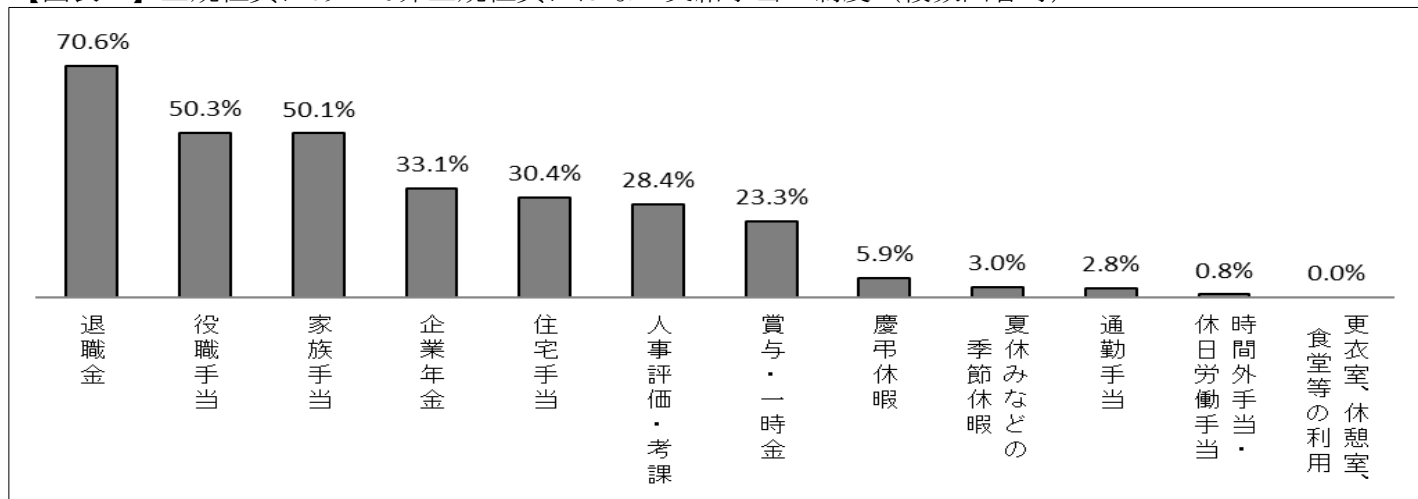


## 2. 正規社員にあって非正規社員にはない支給手当・制度【図表21】

～ “退職金” “家族手当” “役職手当”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・制度は、“退職金”70.6%、“役職手当”50.3%、“家族手当”50.1%の順となった。

【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、前回調査より4.0ポイントプラス～

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43.2%（前回調査比4.0ポイントプラス）となり、“検討中”は37.5%（同0.7ポイントプラス）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88.1%で最多となった。

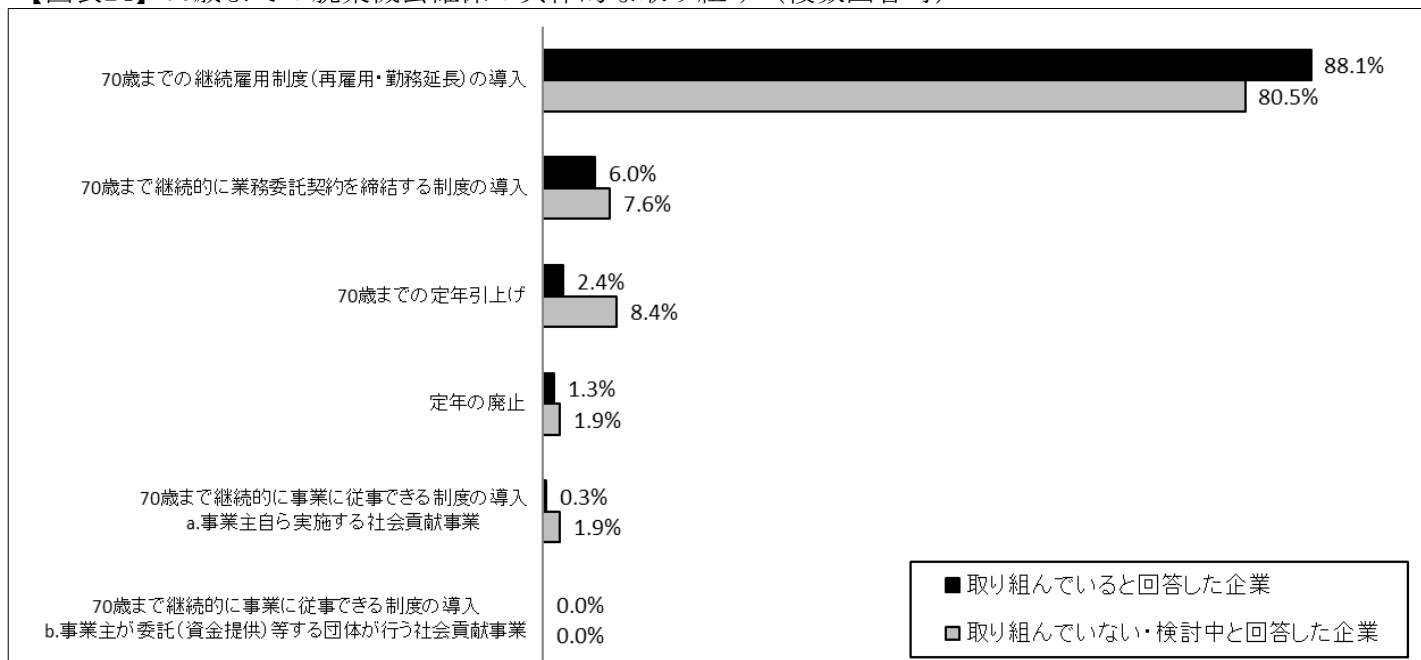
【図表22】 70歳までの就業機会確保の取り組み状況

取り組み状況	今回調査（2024年度）		前回調査（2023年度）	
	回答社数	比率	回答社数	比率
取り組んでいる	302	43.2%	273	39.2%
取り組んでいない	135	19.3%	167	24.0%
検討中	262	37.5%	256	36.8%

【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（2024年度）		前回調査（2023年度）	
	回答社数	比率	回答社数	比率
努力義務のため	108	87.8%	122	84.1%
人件費負担が困難	8	6.5%	10	6.9%
知らなかった	3	2.4%	2	1.4%
その他	4	3.3%	11	7.6%

【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

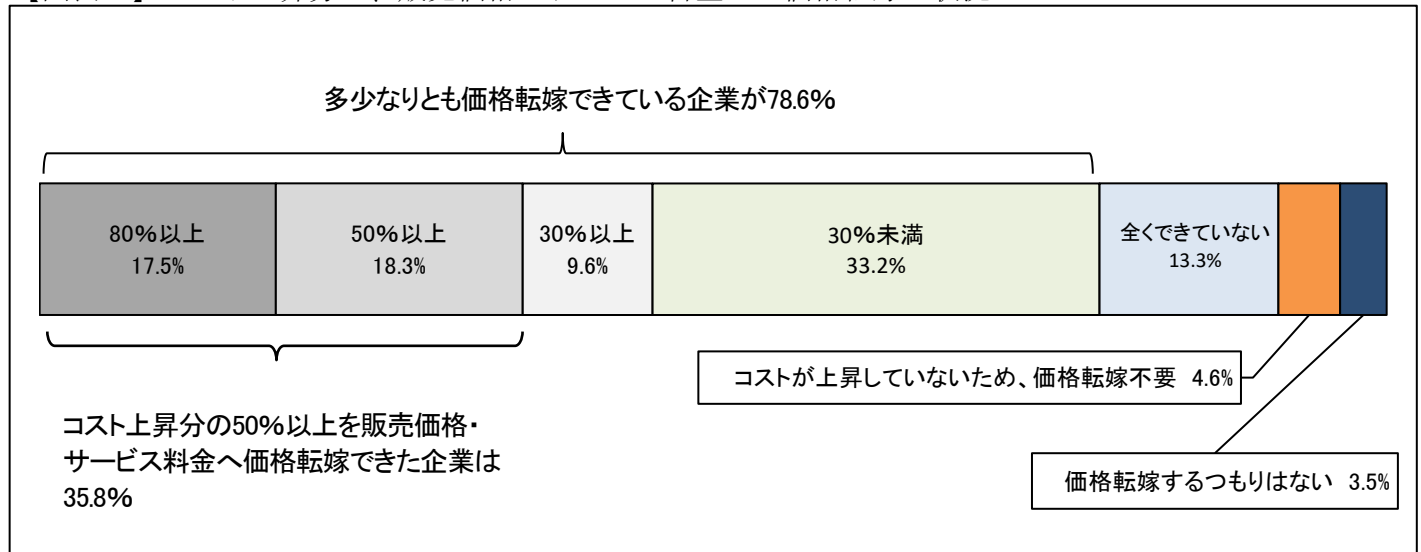
### 1. 【全体】コスト上昇分の、販売価格・サービス料金への価格転嫁の状況【図表25】

#### ～ コスト上昇分に対する価格転嫁が進展 ～

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、多少なりとも価格転嫁できている企業は78.6%（前回調査比1.2ポイントプラス）、50%以上を価格転嫁できた企業の割合は35.8%（同3.1ポイントプラス）となった。

一方で、「全くできていない」が13.3%と、前回調査から0.2ポイントプラスとなった。

【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



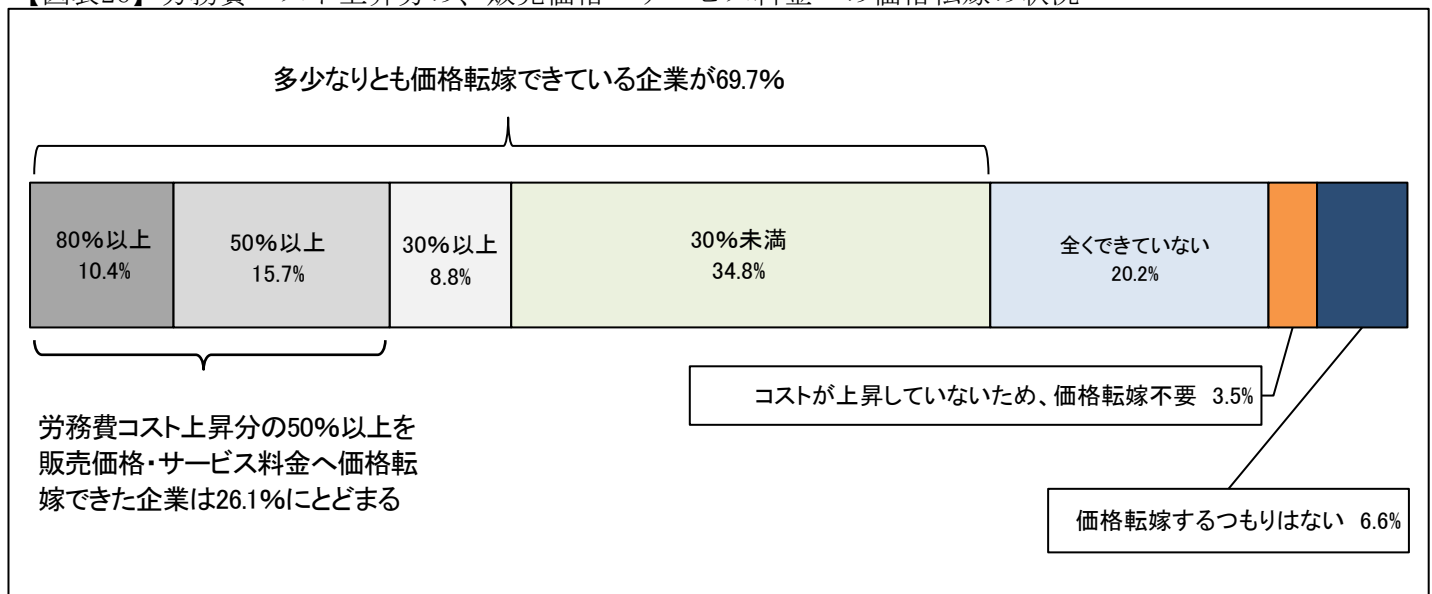
### 2. 【労務費のみ】コスト上昇分の、販売価格・サービス料金への価格転嫁の状況【図表26】 ※今回初調査

#### ～ 労務費の上昇分の価格転嫁は低位にとどまる ～

労務費コスト上昇分の、販売価格やサービス料金への価格転嫁の状況について、多少なりとも価格転嫁できている企業は69.7%、50%以上を価格転嫁できた企業の割合は26.1%にとどまっている。

また、「全くできていない」も20.2%となっており、労務費の価格転嫁は遅れている状況がうかがえる。

【図表26】労務費コスト上昇分の、販売価格・サービス料金への価格転嫁の状況

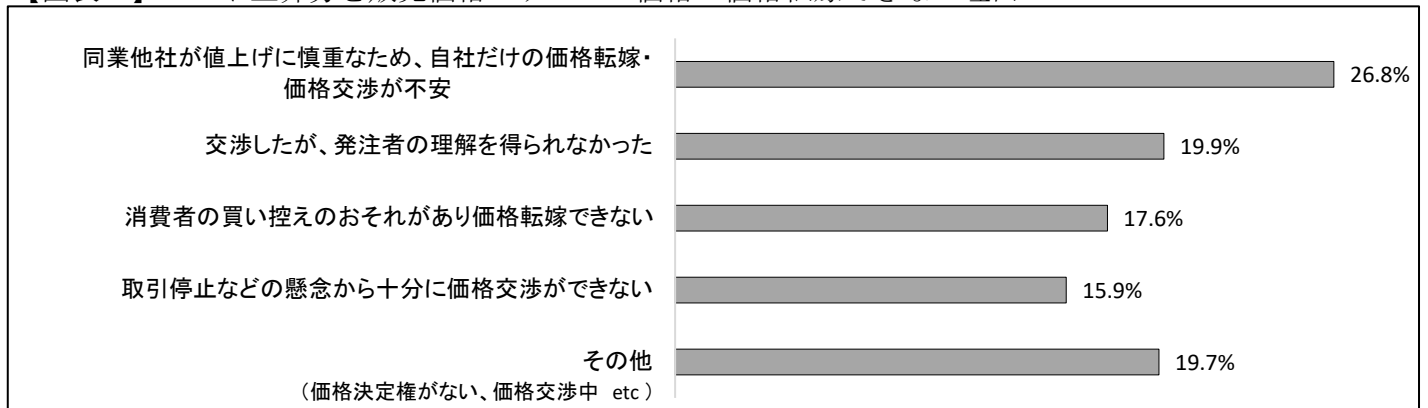


### 3. 価格転嫁が十分にできていない・しない理由【図表27】

～ “自社だけの価格転嫁・価格交渉が不安” が約3割で最多、  
“発注者の理解を得られなかった” も約2割 ～

価格転嫁が十分に出来ていない理由は、“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26.8%（前回調査比1.0ポイントマイナス）で最多となり、次いで、“交渉したが、発注者の理解を得られなかった”19.9%（同4.2ポイントマイナス）、“消費者の買い控えのおそれがあり価格転嫁できない”17.6%（同2.0ポイントプラス）、“取引停止などの懸念から十分に価格交渉ができない”15.9%（同2.9ポイントプラス）の順となった。

【図表27】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

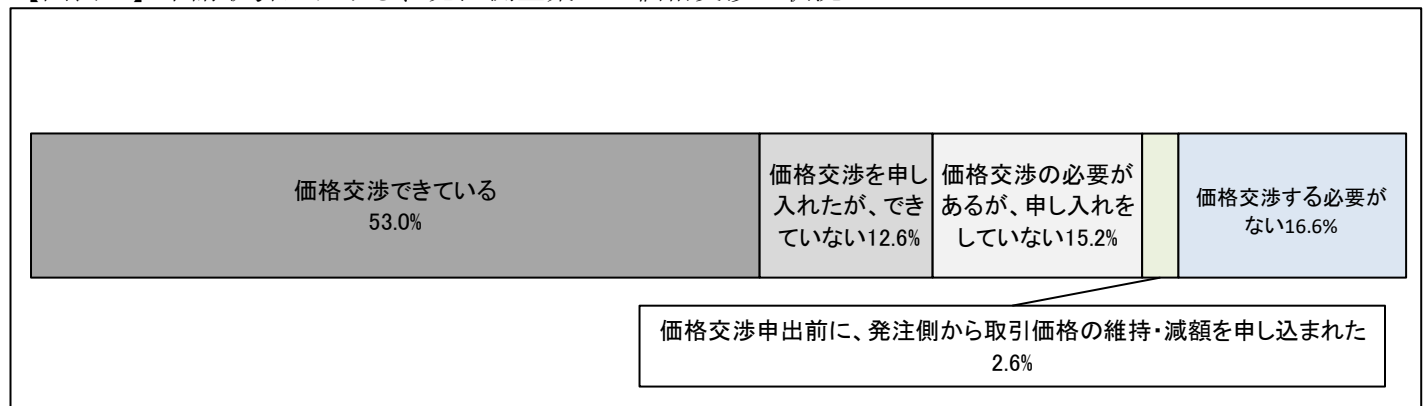


### 4. 下請取引における、発注側企業とのコスト上昇分についての価格交渉の状況【図表28】

～ “価格交渉できている”が増加～

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、“価格交渉できている”企業は53.0%（前回調査比5.6ポイントプラス）、“価格交渉の必要があるが、申し入れをしていない”企業は15.2%（同0.9ポイントプラス）、“価格交渉を申し入れたが、できていない”企業は12.6%（同6.7ポイントマイナス）となった。

【図表28】下請取引における、発注側企業との価格交渉の状況



### 5. 価格転嫁を進めるために期待すること【図表29】

～ “業界ごとの価格転嫁の気運醸成”が最多～

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は、“業種別組合など、業界ごとの価格転嫁の気運醸成”が57.6%で最多となり、次いで、“メディアを活用した気運醸成”42.2%、“価格交渉に資する知見の提供”25.5%の順となった。

【図表29】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

