

# 企業の雇用姿勢変化への対応を急ぐ人材派遣業

産業調査部 野々山尚子

## 1. 拡大する人材派遣市場

### (1) 労働力供給システムとして定着

86年7月の労働者派遣法施行から10数年、人材派遣業は著しい伸長を示し、新たな労働力供給システムとして社会に定着してきている。

労働省の調べによれば、96年度時点の人材派遣業の市場規模は約1兆2千億円、派遣元事業所数は9,519ヶ所（一般労働者派遣事業<sup>注1</sup>、特定労働者派遣事業<sup>注2</sup>の合計、以下同じ）であり、派遣労働者数72万人、実際に派遣された労働者数29万8,530人、派遣先件数22万1,885件となっている。これを87年を100として換算すると、96年は事業所数137.1、実際に派遣された労働者数208.3、派遣先件数258.7となる。

なお、事業所数の約75%は特定労働者派遣事業であるが、派遣労働者数の約90%は一般労働者派遣事業が占めている。また、実際に派遣された労働者のうち、約77%が一般労働者派遣事業であり、いわゆる登録型の派遣社員は全派遣労働者のほぼ半数を占める。

なお、わが国の雇用者全体に占める派遣労働者数の割合は1.35%となっている。これを諸外国と比較すると、対象業務に限定はないものの

人材派遣についての規制が強いドイツ（0.63%）やフランス（0.9%）よりも高くなっている。また、ほとんど規制のないアメリカが1.5%、イギリスは1.8%であり<sup>注3</sup>、わが国では対象業務が限定されているにもかかわらず、労働者数に占める派遣労働者の割合が高いことがわかる。

### (2) 法人を中心とした需要構造

人材派遣業の需要先は大手・中堅企業や官公庁を中心とする法人である（以下「企業」と表現）。ほとんど全ての業種で利用されているが、一般労働者派遣事業では金融・保険業、製造業、情報サービス業が、常時雇用型の特定労働者派遣事業では情報サービス業を筆頭に、金融・保険業、放送業などに対する派遣が多い。また、需要は地域格差が大きく、大都市部で高い傾向にある。

### (3) 業務別の需要動向

現時点で人材派遣の適用対象となっている業務は26業務である（図表-1）。86年の労働者派遣法施行以来、16業務が対象とされてきたが、96年12月の労働者派遣法政令改定によ

り、新たに 10 業務が追加された。

派遣業務別の派遣労働者数を見ると、OA 機器などの事務用機器操作業務が 41.1% を占めており、以下、財務処理(12.1)、ソフトウェア開発(9.7)、ファイリング(7.5)と続いている(図表 - 2)。また、売上規模では一般労働者派遣事業の場合、事務処理関係(78.0%)に集中しており、特定労働者派遣事業はソフトウェア開発関係(37.9%)、機械設計関係(23.5%)、事務処理関係(21.1%)の順となっている。

なお、追加 10 業務については、研究開発、テレマーケティングなどを中心に利用が広がっているが、現在までのところ、それほどの実績は上がっていない。

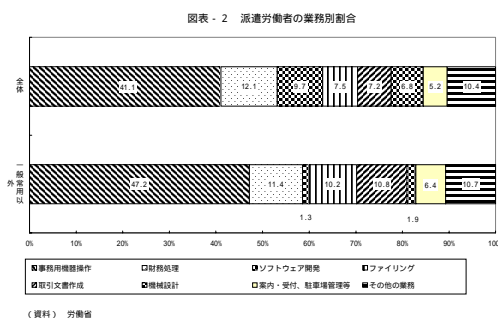
## 2. 景気動向と派遣需要

### (1) 景気連動性の強かった派遣需要

人材派遣業は主に企業をユーザーとすることから、これまで景気の影響を受けやすい業種であると認識されてきた。

実際、バブル期には、20~40%を超える売上高の伸び率を示したが、バブル崩壊後の景気下降期には需要が大きく落ち込んだ。92~94 年度には主要企業の売上高伸び率もマイナスとなるなど、これまでの派遣需要は景気との連動性が

強かったといえる。



### (2) 崩れる景気との相関関係

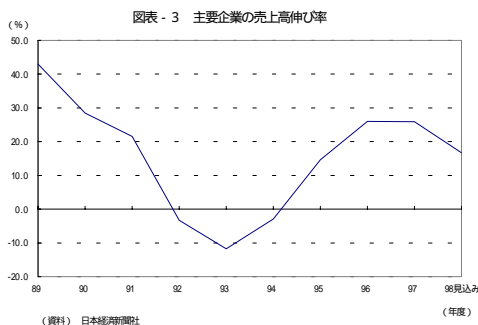
しかしながら、ここ数年、景気動向と派遣需要とのあいだに、正の関係がみられなくなってきている。すなわち、こここのところの景気低迷にもかかわらず、派遣市場は拡大傾向にあり、主要企業の売上高伸び率は 96、97 年度と対前年度比 20% を超えている(図表 - 3)。

### (3) 雇用調整弁としての役割の確立

こうした動きから、これまで「社員に加えてさらに」という付加的労働力として活用されてきた人材派遣が、「景気に応じて臨機応変に活用できる新たな労働力」として、雇用調整弁的役割を担うようになってきたと考えられる。

図表 - 1 派遣対象 26 業務

86 年 7 月施行の 16 業務	+	96 年 12 月施行の追加 10 業務
ソフトウェア開発、機械設計、放送機器等操作、放送番組等演出、事務用機器操作、通訳・翻訳・速記、秘書、ファイリング、調査、財務処理、取引文書作成、デモンストレーション、添乗、建築物清掃、建築設備運転・点検・整備、受付・案内・駐車場管理等		図書の制作・編集、OA インストラクション、インテリアコーディネーター、広告デザイン、アナウンサー、研究開発、事業企画・立案、テレマーケティング営業、セールスエンジニア営業、放送番組の道具業務



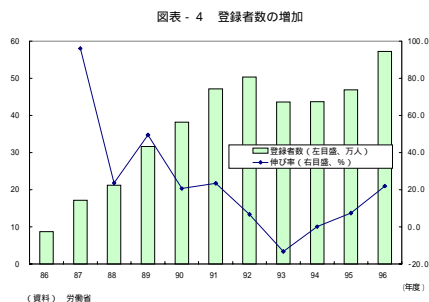
企業は長引く景気低迷のなかコスト削減姿勢を強めており、正社員の数を減らし新卒採用も手控えるなど、その雇用姿勢を変化させている。派遣先企業へのアンケート調査（労働省・97年）では、派遣労働者の受入理由として上位にあげられているのは、「欠員補充等必要な人員の迅速な確保（47.5%）」、「特別な知識・技術の必要性（28.6%）」であるが、2年前の調査と比べると、「雇用管理の負担軽減」、「正規従業員数の抑制」、「人件費が割安」といった理由を挙げる企業の割合が増加している。

#### (4) 派遣登録者の増加

最大の経営資源である「人材」についても、登録者数の増加が著しい（図表 - 4）。一般労働者派遣事業の主要企業では、登録者の約9割が女性であるが、企業によっては、新規登録者が前年度比で40%近く増加しているところもある。特に20代後半の年齢層における伸びが著しく、業務別では、OA機器操作、ファイリング業務等への登録が7割以上を占めている。

派遣形態での労働のメリットとしては、仕事の範囲や責任が明確であること、専門技術や能力を活かせること、時間を自分でコントロールできること、などが挙げられ、こうした積極的理由による派遣登録者は半数以上を占めるといわれる。しかしながら、昨今の企業の合理化策や、人員削減策等によって、女性社員が派遣人

員化している例も少なくないと考えられる。



総務庁のまとめによれば、過去5年間で正社員として働く女性が20万人減少する一方で、派遣社員として働く女性は、11万4千人から20万4千人へと、ほぼ倍増している。また、25歳から34歳の女性の失業率は過去最高（7.0%。98年8、9月総務庁統計局）を記録し、しかもリストラ、倒産といった「非自発的理由」による退職が増加している。

ちなみに、「日経ウーマン」誌の調査では、読者OLのうち「暗に退職を勧められたことがある」という回答が24.2%となっており、雇用環境の悪化から派遣形態に職を求める人が増加しているのではないかと考えられる。

また、結婚や出産で仕事から離れていた女性が、夫の収入の伸び悩みから、派遣登録するケースもあろう。

#### (5) 供給市場の充実

女性労働だけでなく、新卒採用を手控えて社員数を減らし、状況に応じて派遣社員を受け入れるといった柔軟な人員体制へシフトする企業もある。これまで人材派遣の対象は「既に身に付けた能力やスキル」を持った人材であったが、こうした企業の動きに対応して、女子学生のみならず男子学生をも対象とした新卒派遣を視野に入れ始めた大手派遣企業もある。

その他、男性専門人材や高齢者の登録・派遣

も高い伸びを示すなど、人材派遣業の「人材」は年々充実してきている。

このように、大企業を中心とした不況対策、合理化策は、派遣業界にとって需要・供給両面から追い風となっているのである。

### 3. 伸び悩む派遣単価

#### (1) 派遣単価の内訳

過去の需要拡大期には上昇していた派遣単価も、ここ数年は、需要拡大にもかかわらず伸び悩んでいる。

派遣単価は業務種類や派遣社員のスキルにより、かなりの幅があり、地域格差も大きい。通常、派遣企業がユーザー企業に請求する金額のうち、約70～80%は派遣社員に「時給」として支払われる。

残りの20～30%が派遣企業の収入となるわけだが、そのうち、派遣社員の社会保険料、定期健康診断等の福利厚生費や教育費などに約20%があてられるといわれる。そこから広告宣伝費、その他の経費等を引いた額が派遣企業の利益となる。したがって、人材派遣業は一般的に利幅は薄く、成長著しい企業でも、売上高経常利益率は総じて低い。

ただし、一般的には、単価の高い業務ほど利益率が高い傾向にあり、派遣企業は、OA事務など、利益は薄いものの需要が安定している業務とこうした業務とのバランスを取って、利益確保に努めていると思われる。

#### (2) 派遣単価の決定要因

人材派遣業は労働集約的産業であるため、派遣料金に占める「賃金」的要素が大きい。

通常、登録者は複数の派遣企業に登録しており、また、派遣会社を選択する際には「賃金水

準」が最も重視される傾向にある(63.7%。複数回答)。また、登録者の確保にはマスコミ媒体を通じたCMと並んで、派遣社員同士の口コミ効果が大きいといわれる。したがって、派遣企業としては、多少なりとも派遣単価をあげ、質の高い派遣社員を確保したいところである。

しかしながら、実際には、派遣単価は派遣労働者の賃金水準よりも、利用者である企業や同業他社の動向に影響される。同時に複数の派遣企業と契約しているユーザー企業も多く、前述のアンケートでは平均で3.1の派遣企業から派遣社員を受け入れているという結果が出ている。また、人材派遣は人的サービスであるため、独自性やブランド力による差別化は難しく、結果として派遣単価は横並びの傾向にならざるをえないのが実情である。

#### (3) 単価伸び悩みの背景

以上から、単価が伸び悩む理由をまとめると、ユーザー企業が経費削減努力を続けており、派遣料金の引き上げはむずかしくなっている。

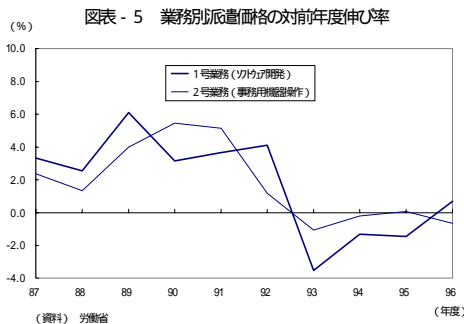
大都市を中心に派遣事業所数が増加するなど、業者間の競争が激しくなっており、単価横並び傾向から抜け出せない、現在の「人あまり」状況の下では、需要が順調とはいえず売り手市場とはいえない、などが挙げられる。このように、人材派遣業は派遣需要の面では景気との相関関係が崩れてきているものの、派遣単価に関しては、景気低迷による企業の雇用改革、コスト削減姿勢の影響を色濃く受けていることがわかる。

ただし、現在の経済情勢を考えると、1件あたりの利益を押さえつつもグロスの需要は伸びていること、時給が横ばいの状況下でも派遣登録者は増加していること、また世間一般の賃金が下降傾向にあることなどから、派遣単価は現

状維持でよいとする見方もある。

#### (4) 拡大する業務による単価格差

足下では、スキルが高度化すればするほど人材の不足感が高まっており、特に金融、ネットワーク技術、ソフトウェア開発等の専門性が必要とされる業務における人材枯渇感が強い。こうした業務の単価水準が維持される一方で、約7割が登録するOAクラーク業務では、需要は安定的だが人材過剰感が強く、単価は横ばいもしくは低下傾向にあるようである(図表-5)。



また、今後企業における情報ネットワーク化がさらに広がり、1人1台パソコンといった体制が広がれば、OA操作そのものが一般化してくることも考えられる。したがって、こうした業務については、レベルアップを求められつつも、単価の伸びは鈍化しよう。

このように、人材派遣業界においても、今後、一般的な業務と専門性の高い業務との派遣単価の格差がさらに拡大することが予想される。

## 4. 派遣需要の今後

### (1) 企業の雇用姿勢の変化

今後の人材派遣業の需要動向は、企業の雇用姿勢が、どのように変化してくるかにかかってくる。

足下、リストラの一段落等の影響か、需要に

ややかげりがみられるようになってきており、98年度も16.7%が見込まれていた主要企業の売上高伸び率も、下方修正される見込みである。しかしながら、景気低迷下において、人員の削減や柔軟な人員体制作りに向けての企業の姿勢は変わらず、派遣需要は当面堅調が続くと考えられる。

また、終身雇用や年功序列賃金の見直しなど、既に企業の人材マネジメントが変化してきていることを考えれば、たとえ景気が回復してきても、企業が一気に人員の増強に踏み切るとは考えにくい。また、人員を直接雇用するリスクや、多大な投資を行わずに相当の専門性を確保できるという派遣利用のメリットに対する企業側の認識は高まっている。したがって、企業は様々な環境変化への柔軟な対応と、競争力を回復し維持するための手段として、今後とも人材派遣を積極的に受け入れる姿勢を続けると予想される。

しかしながら、不況が長引けば、企業がもう一步踏み出した組織体制、すなわち、アウトソーシング等、部門ごと外部化するような戦略を強める可能性もある。こうしたケースでは、派遣人員が担当してきた業務も外部化されるわけであり、結果として派遣需要に対してマイナスに働く力となることもあろう。既に大手派遣企業の一部では、アウトソーシングの受入も含めたサービスの展開を図っているが、派遣企業は、今後、こうした雇用姿勢の変化に柔軟に対応するため、さまざまな形態での人材ビジネスを模索する必要がある。

### (2) 派遣対象業務の原則自由化

99年7月に予定される労働者派遣法の改正により、派遣対象業務は、これまでの26業務から、一気に原則自由(ネガティブリスト化によ

り一部業務のみ対象外<sup>注4</sup>)へと拡大される見込みであり、派遣市場の一段の拡大が期待されるところである。

自由化にあたっては、特に「営業・販売職」への注目度が高く、すでに教育訓練を始めた大手企業もある。しかしながら、派遣市場は需要と供給のバランスによって拡大していくものであるため、この自由化により、市場が一気に拡大するとは考えにくい。市場拡大のためには、需要側の企業において、新業務や男性の派遣に対する認知度が高まること、また、供給側においては、ボリュームゾーンの20~30代の男性を中心に派遣形態の労働への移行が行われることが必要であろう。

また改正派遣法には、新たに1年間の期間制限が付け加えられる予定である。同一業務への派遣期間は最長1年とされ、同一業務に1年以上派遣労働者を受け入れる場合には、雇用努力義務が発生する。また、1年以上にわたって派遣労働者を受け入れた場合には、労働省が勧告し、企業名を公表することができる<sup>注5</sup>。

現行、期間の上限は3年(1年更新で最長3年まで)であるが、実際には3年を超えて同じ派遣先に勤務するケースも多いようであり、前述のアンケート調査では派遣労働者の29.8%が5年以上同一の業務に派遣されていると回答している。一方で、「これまでに、受け入れた派遣労働者を採用・雇用したこと」については、約9割の派遣先企業が、「ほとんどない」「ない」と回答している。

派遣労働は、本来、派遣先の「臨時的・一時的な労働力の必要性」に応じるためのものである。しかしながら、これまでは必ずしもそのような運用がなされておらず、新設の期間制限がどのような影響力を持つかが注目される。

また、自由化による供給市場の変化としては、

これまで特定の領域に限定して派遣を行っていた既存企業が、それ以外のニーズにも対応したり、請負形態で人材ビジネスを行っていた企業が派遣市場に進出してくるといったことが考えられ、より一層、競争が激化する可能性もあろう。

### (3)注目される単価水準の動向

自由化の流れのなかで、派遣単価についても厳しさが増そう。対象業務が広がることから、既存業務についても価格ラインが下がることも予想される。

すでに派遣料金はぎりぎりの線という話も聞かれるが、業界は、さらに派遣社員の社会保険加入の問題を抱えている。これは、派遣社員が2ヶ月を超えて働いた場合、厚生年金保険と健康保険への加入義務が発生し、派遣会社と派遣社員で半分ずつを負担しなければならないというものである。しかし、加入義務はあるものの、常用雇用者を対象とした制度であるため派遣労働者への適用には手続き等が煩雑であることや、当事者にとっては実質的な負担増となることから、これまで加入は進んでいなかった。97年の会計検査院の調査により、加入率が50%に満たないことが判明し、加入を促すとともに、業界全体で30億円以上といわれる2年分の追徴が指示された。派遣企業各社は加入促進に努めているが、この負担分は今後、派遣企業の収益に大きな影響を与えることとなろう。

前述したように人材派遣業の利幅は薄く、利益の増加のためには、単価を上げて利用企業に負担を求め、時給を下げた派遣社員に転嫁する、社内効率化、生産性向上等により経費を削減する、といった方法が考えられる。しかしながら、現状では、ユーザー企業側の負担増は難しく、派遣社員への転嫁は人材の質の低

下を招く。

したがって、合理化等、経営努力を続ける企業が多いが、今後とも、派遣件数の確保と、比較的利幅の大きい専門的業務の受注拡大、並びにそれに対応しうる人材の確保に努める必要がある。また、現在の単価水準をいかに維持するかがポイントであると思われる。

#### (4)高まる専門人材ニーズ

雇用の流動化や規制緩和により、既にみられる専門人材へのニーズの高まりは、一層加速することになる。

人材派遣企業の経営資源は「ヒト」であり、派遣企業にとっては専門人材や能力の高い人材を確保し、充実させていくことが求められる。現状では、金融関連やネットワーク、ソフトウェア技術者などのニーズが高く、これに対応して、大手企業を中心に、金融専門の部署を設ける動きもみられる。

福利厚生や各種サービスなど、時給以外の部分を充実させ、人材獲得力を強化する動きもみられる。加えて、登録者が自らのスキルアップを図れるような環境整備も必要となる。既に、教育研修講座の開設や、各種スクールとの提携等、教育研修の環境づくりに積極的な企業も多い。こうした動きは、登録社員の確保だけでなく、既登録社員の定着率の上昇やスキルアップにつながる。また、需要先企業への訴求といった効果もあり、長期的な競争力の強化へとつながる。

一方で、ほとんどの業務が派遣対象となることにより、これまで「業務」に対して設定されていた派遣価格が「個人の能力」に対して決定されるようになることも考えられる。「ができる」ことに対してではなく、「個人がどんな仕事をするか」が評価され、個人の能力、能

力に対して価格設定が行われるようになる。

現在でも、時給の最低ラインは決まっているものの、上限は設定していない派遣企業もあり、スキルが認められれば、高い時給が支払われている例もある。需要側の企業としても無駄な出費を避けるためにも、派遣社員の質を重視する傾向にあり、今後はこうした時給の格差もひろがろう。

#### (5)二極化の流れ

派遣企業については、大手企業を中心に、今後派遣以外の業務も取り込んで、より総合的な「人材サービス」を標榜する企業が増加することが予想される。一方で、専門人材へのニーズの高さからは、専門分野特化型の派遣企業が増えてくとも考えられ、人材派遣業界が大きく二極化していくことも考えられる。

法的に制度化されてから10年あまりが経過し、人材派遣業は初めての大きな再編の時期を迎えることも予想される。既に、グループ内の人材ビジネス会社や、大手企業同士の合併の動きがみられるようになってきている(図表-6)。

人材派遣業は、これまで、企業にニーズが発生して初めて需要が生まれるという受け身の体質のもとにあり、企業の雇用・人事政策の変化の影響を大きく受けてきた。また、登録者の意志に任せた登録制度のもとでは、需要があってもスキルレベルがあわない、条件が見合わないといった理由で、派遣実績に結び付けられないこともあった。

今後は自由化により新たに発生するニーズの受け皿作りとともに、提案型営業、コンサルティング活動など、自らニーズをクリエイティブしていく姿勢が求められる。加えて、有能な登録者を自ら開拓していく姿勢を強める必要もある

う。

これからの人材派遣企業には、派遣労働者と企業との間に立つコーディネーターとして、労働力のタイムリーな供給を実現し、同時に派遣労働者の雇用環境の整備・保護に徹する姿勢が望まれる。

- 
- (注1) 特定労働者派遣事業以外の労働者派遣事業。主として登録型の労働者を派遣する。許可制。
  - (注2) 派遣労働者が常用雇用労働者のみである労働者派遣事業。届出制。
  - (注3) ネガティブリストの対象として予定されているのは、港湾運送業務、建設業務、警備業務であり、経過措置として、物の製造の業務についても、当分の間、対象外とされる予定である。
  - (注4) ネガティブリストの対象として予定されているのは、港湾運送業務、建設業務、警備業務であり、経過措置として、物の製造の業務についても、当分の間、対象外とされる予定である。
  - (注1) なお、現行 26 業務については、1年更新、最長3年までとい期間制限が継続される予定である。

図表 - 6 人材ビジネス市場における再編動向

企業名	最近の主な動き
アデコジャパン（東京）	米国のアウトプレースメント会社と業務提携。再就職支援サービスを開始。
伊藤忠（東京）	人材派遣会社エイブルスタッフと人材紹介会社キャリアプランニングセンターを合併し、人材流動化に対応した人材ビジネスを展開
インテリジェンス（東京）	経理事務代行のエコミック（東京）と業務提携し、給与計算代行サービスを展開。企業のアウトソーシング需要に対応
ピープルスタッフ（名古屋市）	アウトソーシングや男性の派遣にも対応するため、「ウーマンスタッフ」から社名変更
学生援護会（東京）	人材紹介事業部を設置し、人材紹介サービス事業を強化。また、人材派遣子会社を吸収、求人情報使い営業強化を図る
キャリアスタッフ（東京）	かねてより協力関係にあった日本マンパワーを子会社化。業務の統合を推進し、人材ビジネスの総合力を強化。
神戸製鋼所（神戸市）	人材派遣、人材紹介の2子会社を合併。規制緩和に対応し、人材ビジネスを強化
サービスウェア・コーポレーション（東京）	人材派遣子会社の日本クオリティスタッフを吸収合併。日本クオリティスタッフのスタッフ 4,000 人を新たに加えて、情報関連サービス部門を拡充
テンプスタッフ（東京）	アウトプレースメント（再就職支援）専門の子会社を設立
日商岩井（東京）	人材派遣子会社 2 社と職業紹介子会社 1 社の 3 子会社を合併し人材派遣業務を再編。日商岩井から人事関連業務を移管して総合サービスを展開
パソナ（東京）	PC 技術者の派遣部門を分社化し、「パソナテック」を設立。「パソナソフト」とともに技術者の養成から派遣までに対応 中国の人材サービス会社 2 社と業務提携。
リクルートグループ（東京）	グループ内の人材紹介会社 2 社を合併し、リクルートエイブリックを設立。

（資料） 各種資料よりニッセイ基礎研究所作成

・本レポート記載のデータは各種の情報源から入手、加工したものではありません。その正確性と完全性を保障するものではありません。  
 ・本レポート内容について、将来見解を変更することもあります。  
 ・本レポートは情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、契約の締結や解約を勧誘するものではありません。なお、ニッセイ基礎研究所に対する書面による同意なしに本レポートを複写、引用、配布することを禁じます。

Copyright © ニッセイ基礎研究所 1996 All Rights Reserved