

企業の出勤状況調査（2022年11月分）

<アンケート結果総括>

■集計結果概要

- ・概ね8割の企業がテレワークに、5割の企業が時差出勤に取り組んでいる。
- ・9月と比較して、回答企業の1割程度が、テレワーク・時差出勤の取組規模を縮小している。
- ・回答企業の1割程度が、PR動画を視聴した。PR動画を視聴したことで、取組の重要性を再認識した企業がある一方で、特に変化がないと回答した企業もあった。
- ・広報の改善点として、「動画の流れる場所や回数が少ない」「動画以外の方法による広報も検討することが望ましい」との回答が多く見られた。

○以前から引き続き、多くの企業の皆様には、テレワークや時差出勤を始めとするスムーズビズの取組にご協力いただいています。

○テレワークや時差通勤を始めとするスムーズビズの取組は、新型コロナウイルス感染症の再拡大防止にも役立ちます。引き続き、スムーズビズにご協力をお願いします。

○今回の調査では、PR動画を用いた広報に関する改善点についてもお伺いしました。いただいたご意見を参考に、より伝わりやすい広報の実現に努めてまいります。

- ・調査にご協力いただき、ありがとうございました。
- ・引き続き、定期的に調査を行い、登録企業の皆さまの取組状況把握に努め、都の取組検討に活用してまいります。
- ・今後とも、アンケートへのご協力をお願いいたします。

企業の出勤状況調査（2022年11月分）

<実施概要>

■対象：約57,000社（スムーズBiz・時差Biz及び2020TDM推進プロジェクト登録企業、スムーズBiz実践期間の事後アンケート回答企業）

■実施期間：2022年11月28日（月）～12月9日（金）

■質問項目（全10問）

Q1 2022年11月の取組内容

Q2 2022年9月と比較した、テレワーク・時差出勤への取組規模の変化

Q3 Q1で「取り組んでいない」と回答した企業の、未実施理由

Q4 2022年11月の出勤割合

Q5 2022年11月の出勤時間帯

Q6 活用している通勤方法・混雑具合（鉄道利用者）

Q7 2022年9月に公開したプロモーション動画について

Q8 プロモーション動画を「見た」と回答した方の取組状況の変化

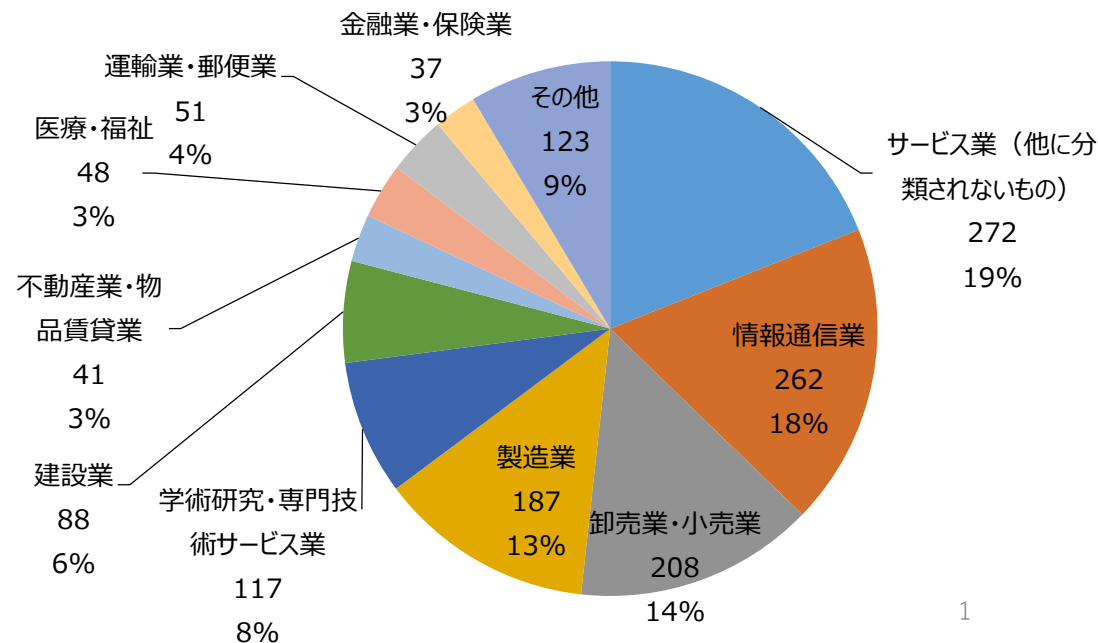
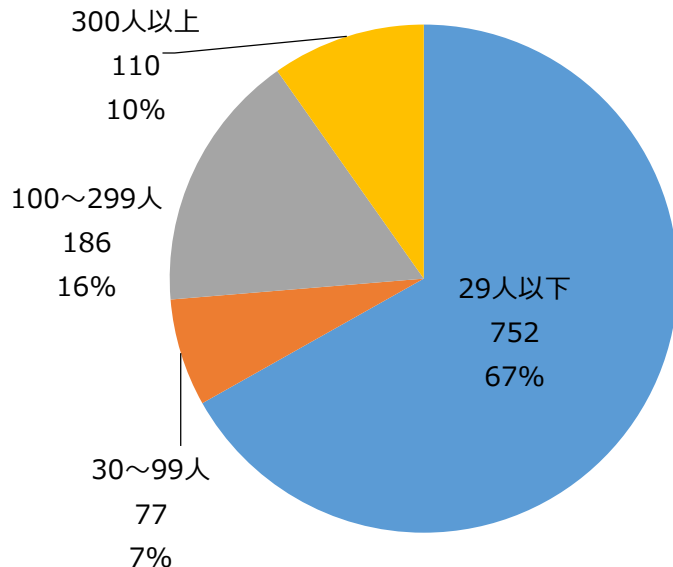
Q9 プロモーション動画に関する改善点や意見

Q10 物流効率化に関する取組状況について

■総回答企業数：1,434社（前回調査：1,493社）

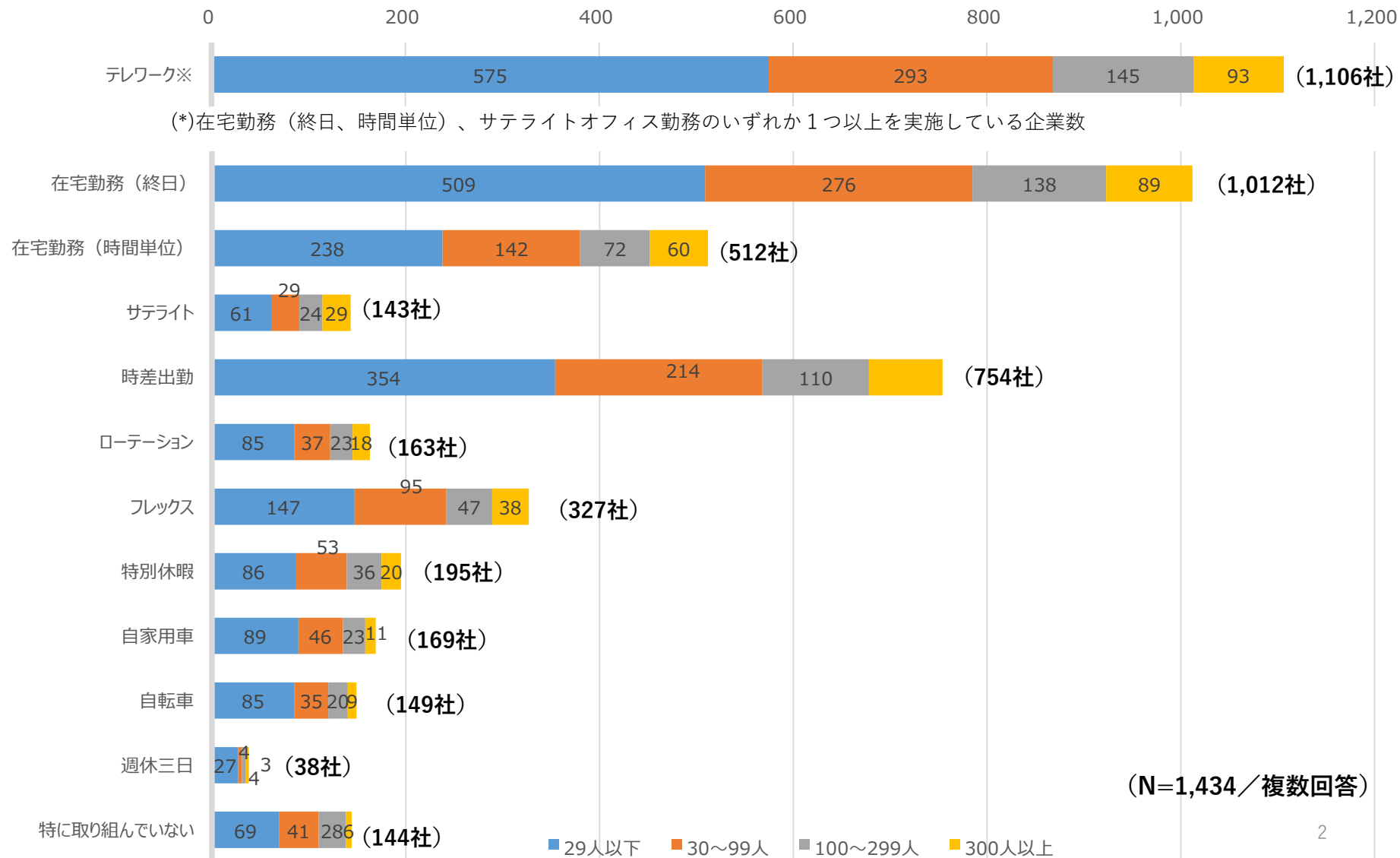
■回答企業の属性（N=1,434）（注）各計数は、原則として表示単位未満を四捨五入しているため、合計等に一致しないことがある。

（企業規模）



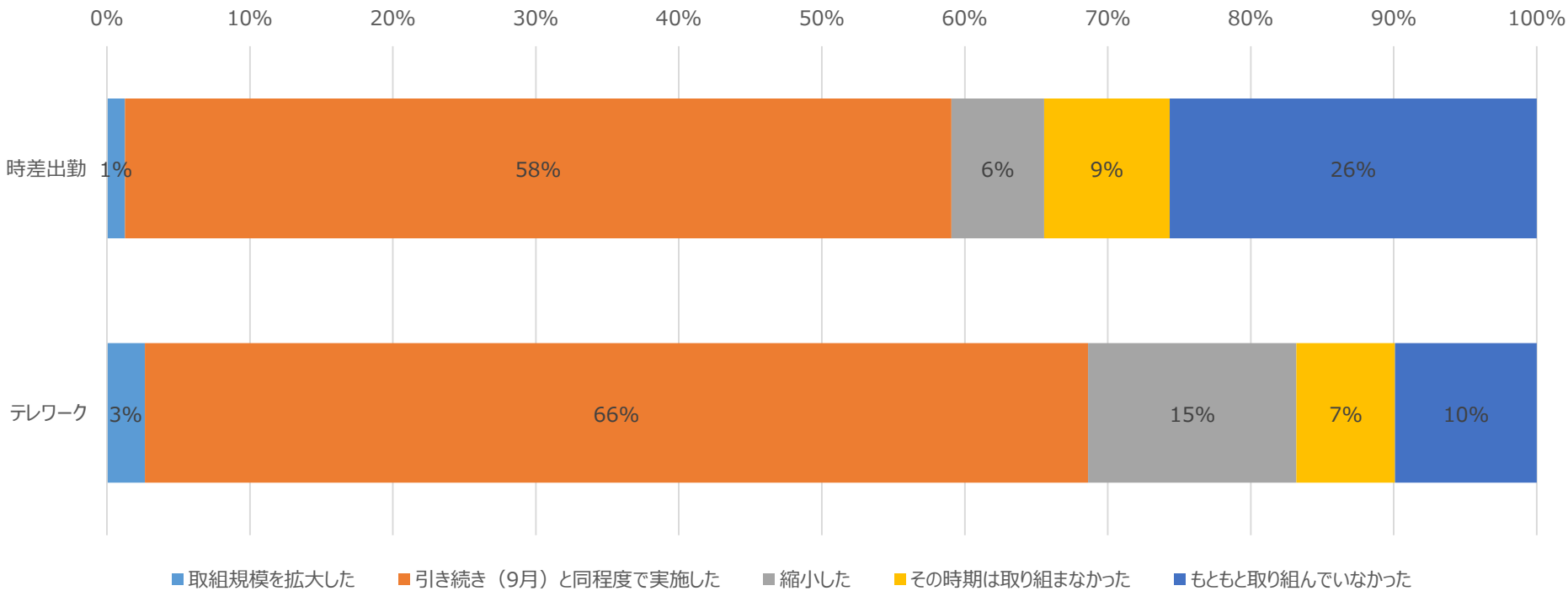
■ Q1：2022年11月の取組内容

- 2022年11月の取組企業数（複数回答）
- 全体の約8割の企業が、テレワークに取り組んでいる。
- テレワーク以外では、時差出勤を実施している企業が全体の約5割となっている。
- 全体の約1割の企業は「特に取り組んでいない」と回答している。



■ Q2：2022年9月と比較した、11月における取組規模

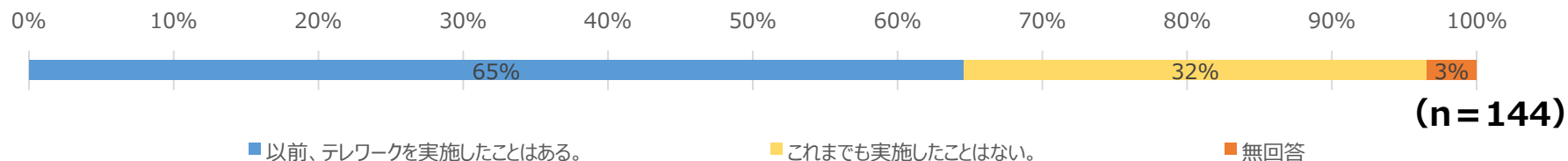
○2022年9月と比較した、テレワーク・時差出勤の取組規模の変化。
○約6割以上の企業が同程度の取組、または取組を拡大した。取組を縮小した企業が約1割ある。



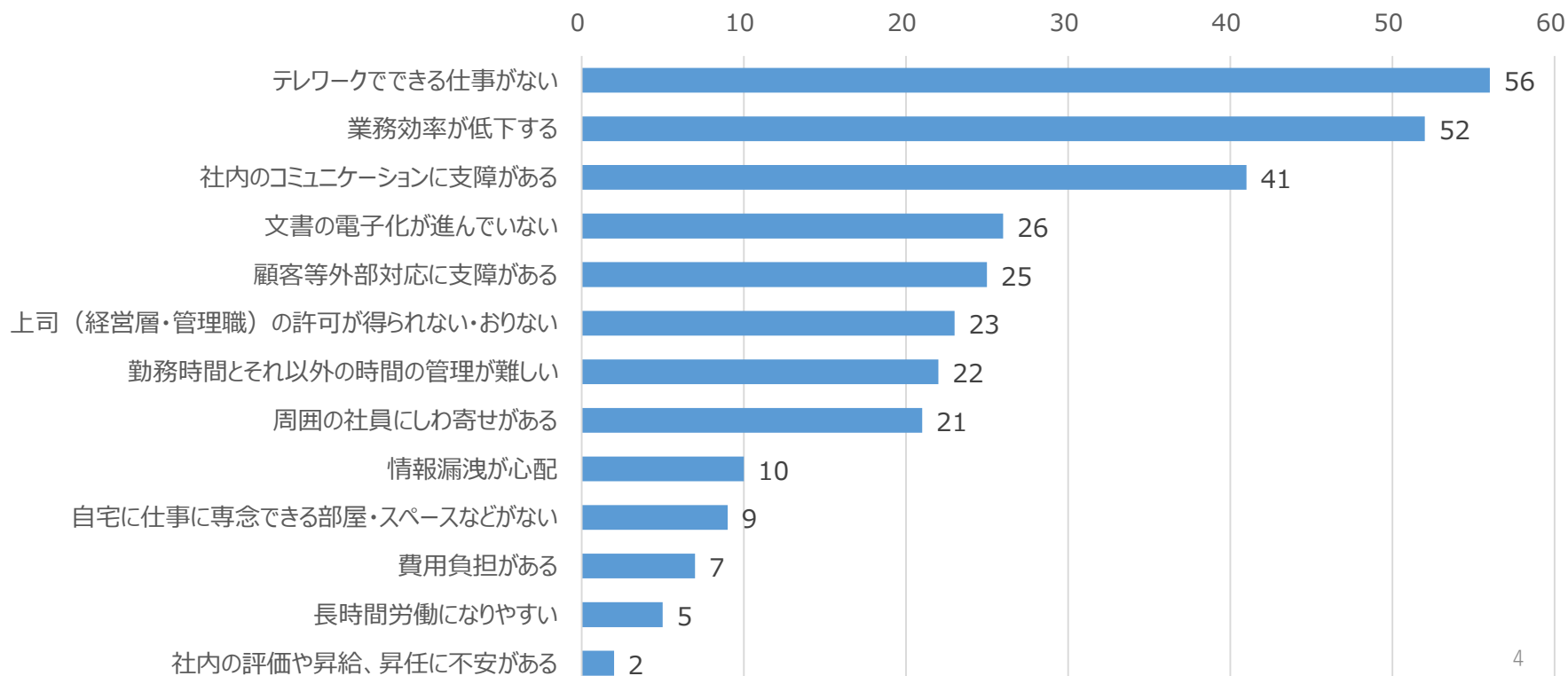
(N=1,434)

■ Q3：テレワークの実施状況、未実施理由

○Q1において、「特に取り組んでいない」と回答した企業（144社）のこれまでの実施状況。
○「特に取り組んでいない」企業のうち、6割以上が「以前、テレワークを実施したことはある」と回答。

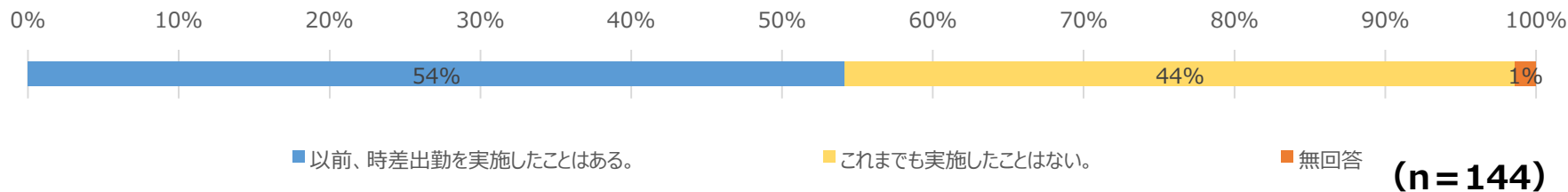


○Q1において、「特に取り組んでいない」と回答した企業（144社）のテレワークの未実施理由
○未実施理由について、「テレワークに適した仕事がない」と回答する企業が最も多い。
「業務効率の低下」「社内コミュニケーション」の懸念を挙げる企業も多い。（複数回答）

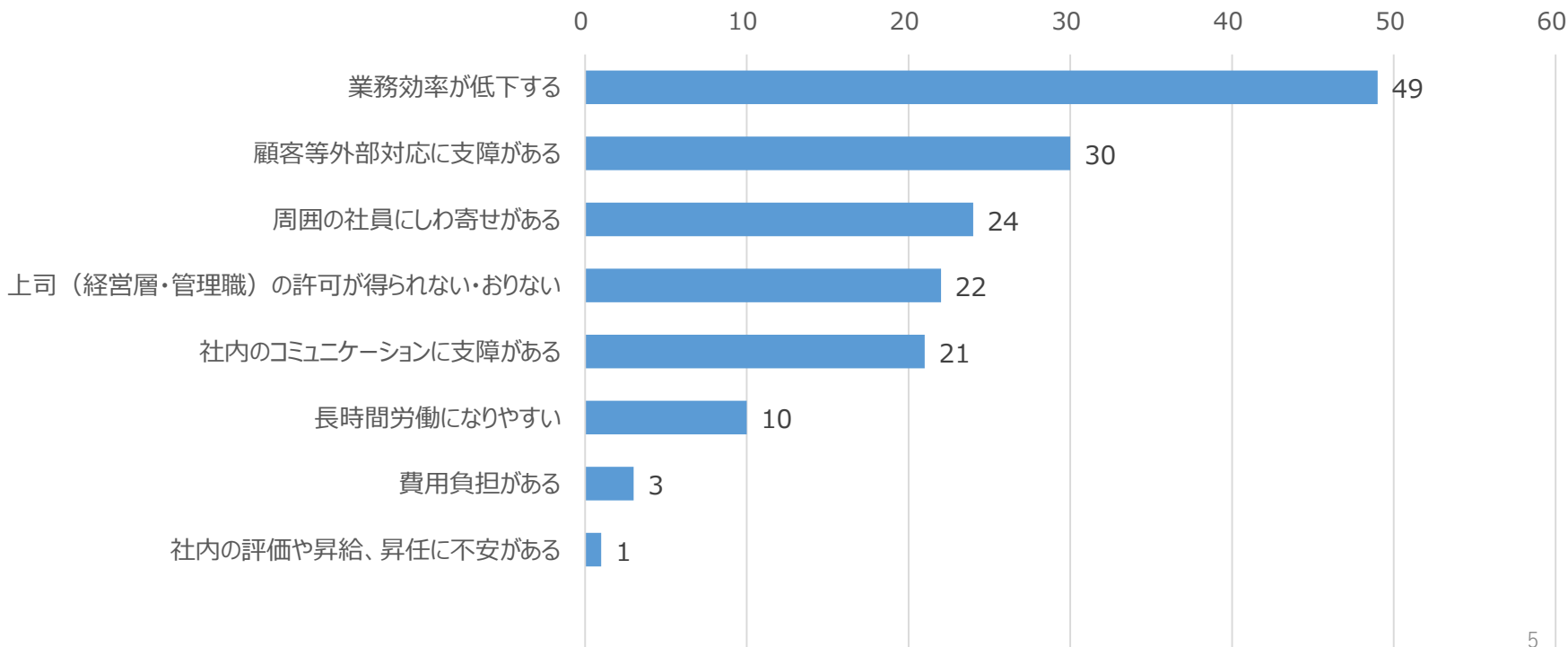


■ Q3：時差出勤の実施状況、未実施理由

○Q1において、「特に取り組んでいない」と回答した企業（144社）のこれまでの実施状況。
○「特に取り組んでいない」企業のうち、約半数が「以前、時差出勤を実施したことはある」と回答。

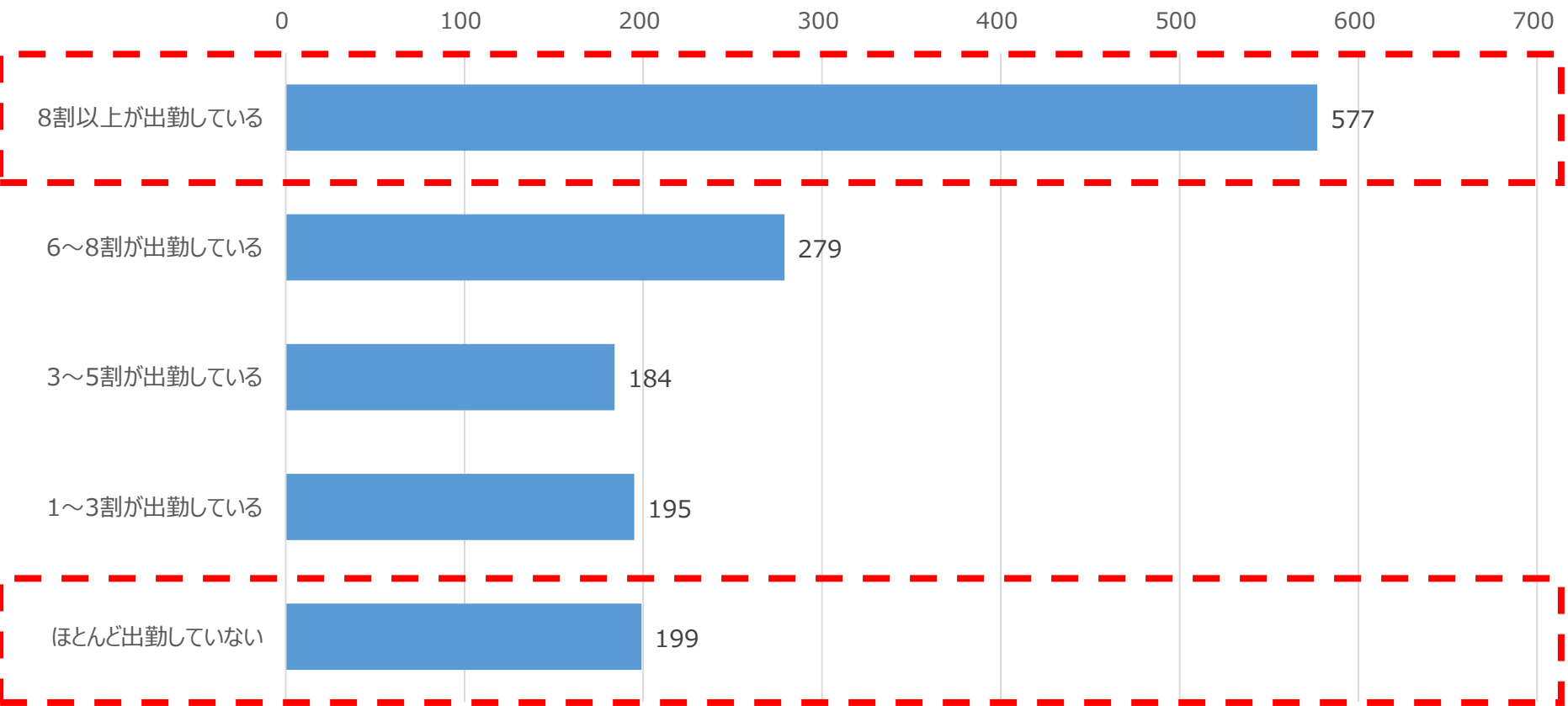


○Q1において、「特に取り組んでいない」と回答した企業（144社）の時差出勤の未実施理由（複数回答）
○未実施の理由として「業務効率の低下」「顧客等外部対応に支障がある」が高い回答数となっている。



■Q4：2022年11月の従業員の出勤割合（人数規模）

○新型コロナウイルス新規感染者が減少した11月における従業員の出勤割合。
○全体の4割以上の企業が、「8割以上出勤している」と回答。
○一方、1割以上の企業は「ほとんど出勤していない」と回答。

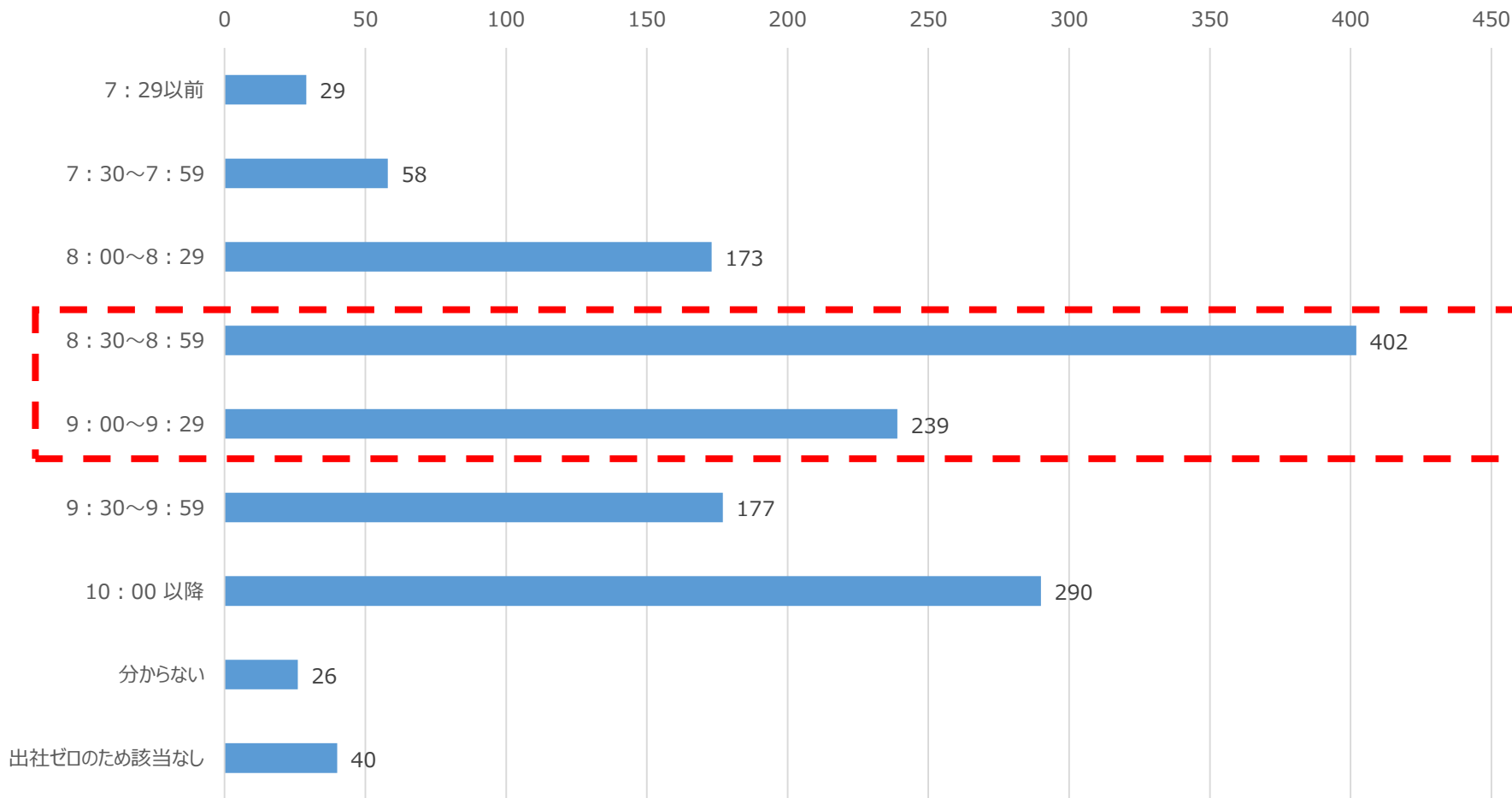


(N=1,434)

■ Q5 : 2022年11月の最も出社人数が多い時間帯

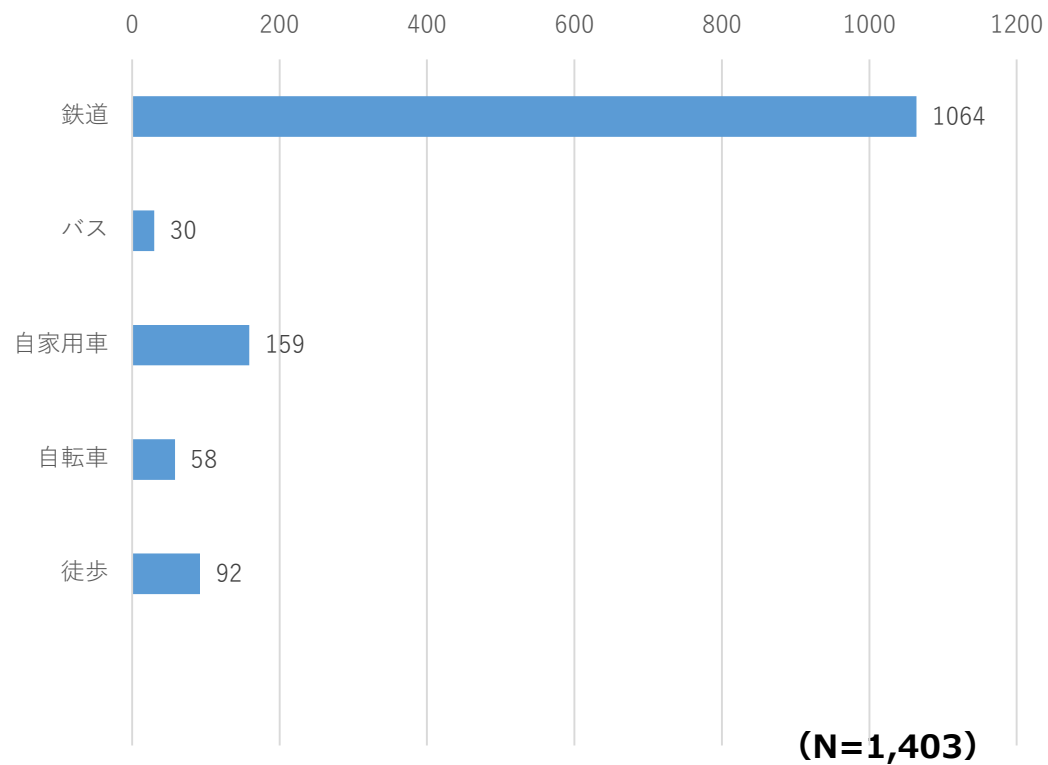
○事業所全体で最も出社人数が多い時間帯。

○「8:30~8:59」「9:00~9:29」の通勤時間ピーク帯に出社する企業が多い傾向はこれまでと変わらず、出社時間の傾向に大きな変化はあらわれていない。

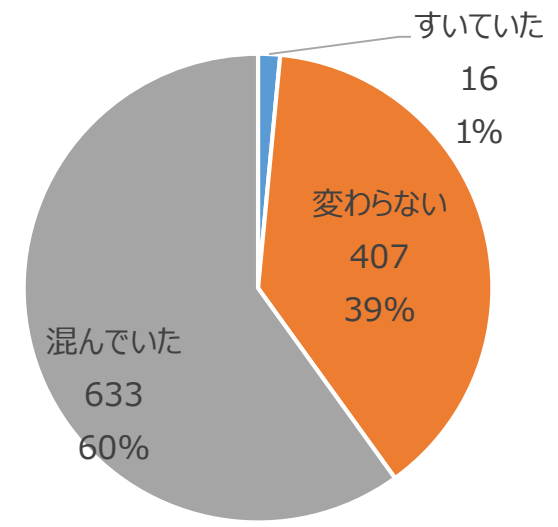


■Q6：通勤方法（回答者個人について）

○アンケート回答者個人について、利用している通勤方法。
○「鉄道」を通勤手段としている方が約1割と最も多い。
○1割以上が「自家用車」を使用している。



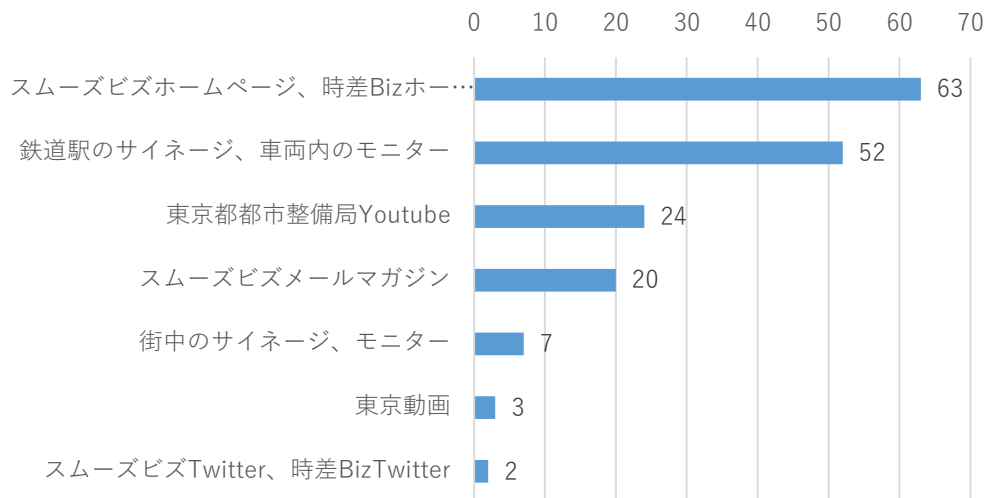
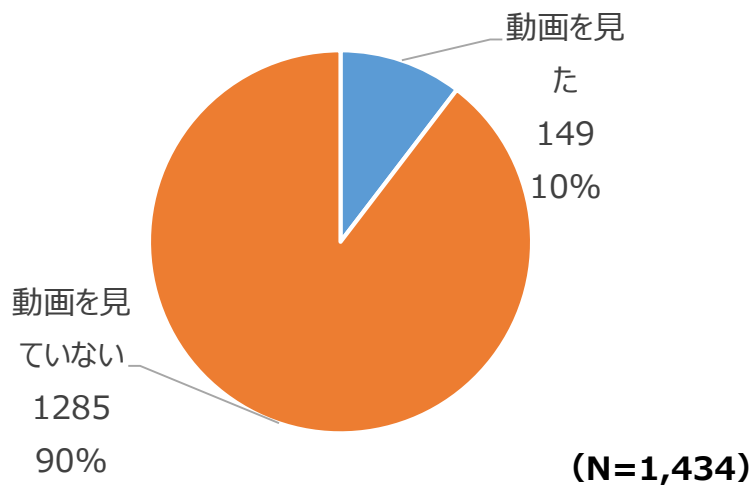
○アンケート回答者個人について、鉄道で通勤している方の9月と比較した11月の鉄道の混雑具合の感じ方。
○約6割の方が9月よりも混んでいると感じている。



■Q7・8：スムーズBiz動画の周知と取組の変化について

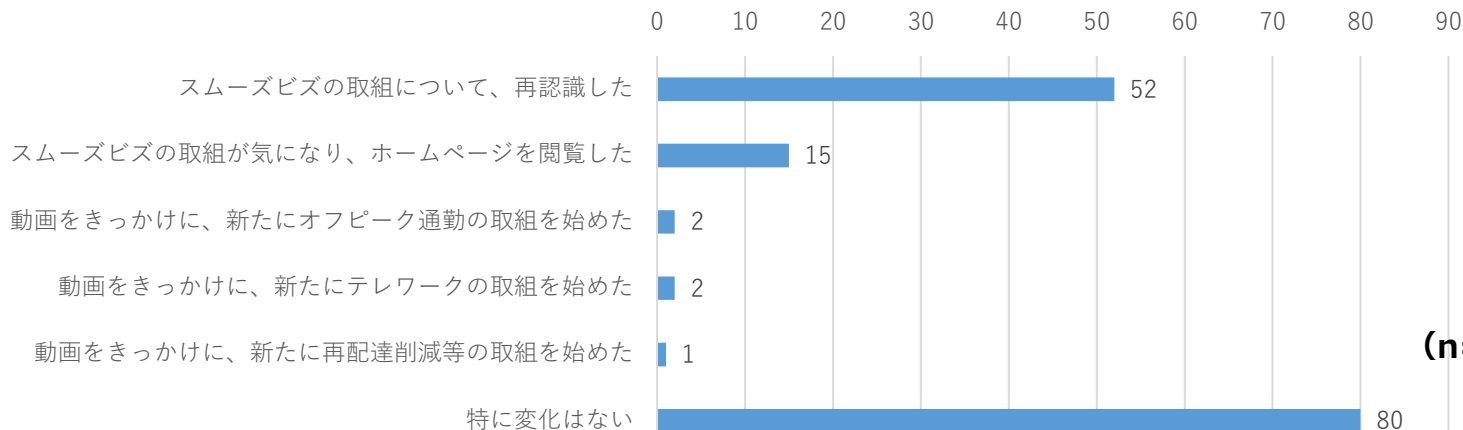
○9月に公開した、スムーズBizのプロモーションを目的とした動画の周知状況について。
 ○「動画を見た」方は全体の1割程度。

○「動画を見た」方について、動画をどの媒体で見たか。
 ○約4割の方は、ホームページにアクセスして見ている。
 ○鉄道駅のサイネージ、車両内モニターで見た方は約3割。



(n=149、複数回答)

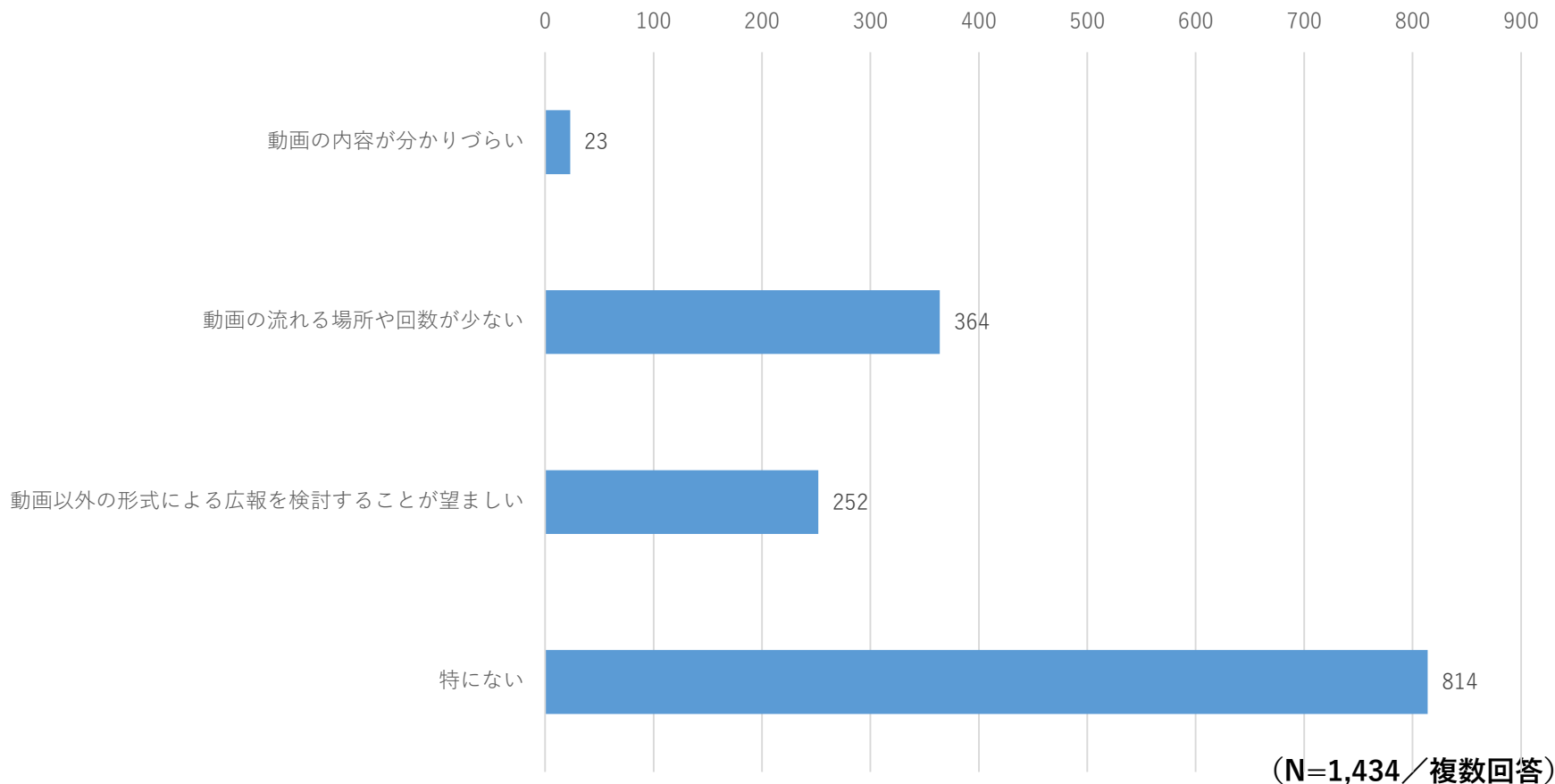
○スムーズBizPR動画を見て、取組に変化があったか。
 ○約3割の方が「取組を再認識した」と回答。



(n=149、複数回答)

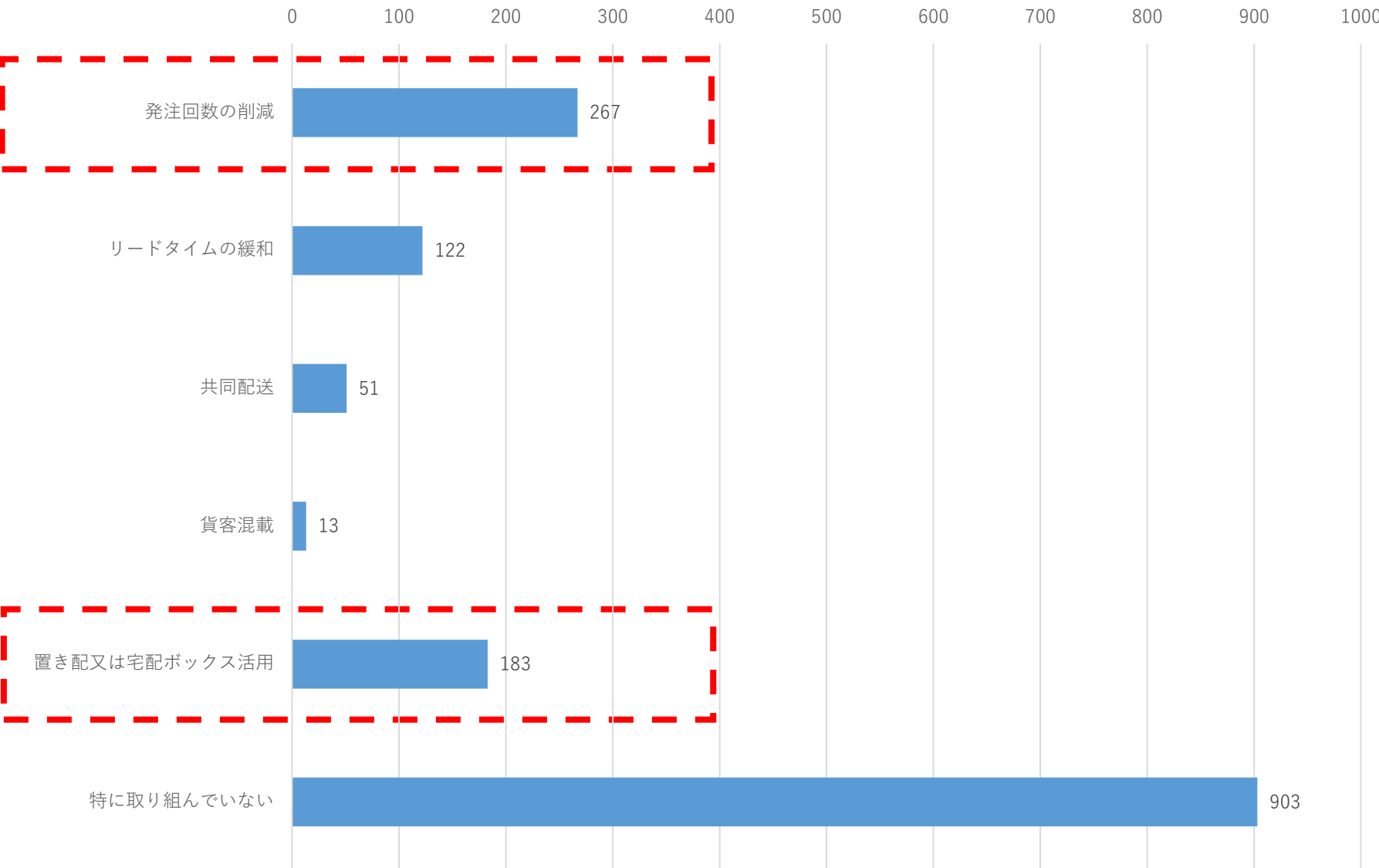
■ Q9：PR動画を用いた広報の改善点について

- より効果的な広報の実現に向けた、PR動画広報の改善点や意見
- 動画の流れる回数や箇所が少ないと感じている方が多い。
- 動画の内容が分かりづらいとの声が少ない一方で、他の形式による広報が望ましいとの意見が多く見られた。



■Q10：物流効率化に関する取組について

○現在実施している、物流効率化に資する取組。
○「発注回数の削減」「置き配又は宅配ボックス活用」の取組を実施している企業が多い。



(N=1,434 / 複数回答)