

企業の出勤状況に対するアンケート調査について

■ 企業の出勤状況調査の実施概要

目的：時差Biz登録企業等の出勤状況を定期的に調査し、取組の実施状況等の傾向を把握する。

調査対象：スムーズBiz・時差Biz登録企業、2020TDM推進PJ登録企業（約57,000社）

+ 過去に実施したアンケートへの回答企業等

調査方法：WEBアンケート（最大10問程度）

調査期間：2022年4月から2023年3月まで（概ね四半期ごと）

・各調査項目

4月（調査期間：5/16～5/27）

- Q1 4月の取組内容
- Q2 3月と比較した、テレワーク・時差出勤への取組規模
- Q3 Q1で「特に取り組んでいない」と回答した事業所の方のうち、実施しなかった理由
- Q4 2022年4月の従業員の出勤割合
- Q5 事業所全体で最も出社人数が多い時間帯
- Q6 2022年度から新たに制度化・導入した取組
- Q7（アンケート回答者に対して）活用している制度・現在の出社時刻・通勤方法・混雑具合（鉄道利用者） 第1回N=2,755

9月（調査期間：10/24～11/4）

- Q1 9月の取組内容
- Q2 6月と比較した、7・8月のテレワーク・時差出勤の取組規模の変化
- Q3 7・8月と比較した、9月のテレワーク・時差出勤の取組規模の変化
- Q4 Q1で「特に取り組んでいない」と回答した企業の、実施しなかった理由
- Q5 7・8月の出勤割合
- Q6 7・8月の事業所全体で最も出社人数が多い時間帯
- Q7 9月の出勤割合
- Q8 9月の事業所全体で最も出社人数が多い時間帯
- Q9 活用している通勤方法・混雑具合（鉄道利用者）
- Q10 スムーズBiz情報の中で、参考にしてしているコンテンツ 第2回N=1,493

11月（調査期間：11/28～12/9）

- Q1 11月の取組内容
- Q2 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 11月の出勤割合
- Q5 11月の出社時間帯
- Q6 活用している通勤方法・混雑具合（鉄道利用者）
- Q7 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 第3回N=1,434

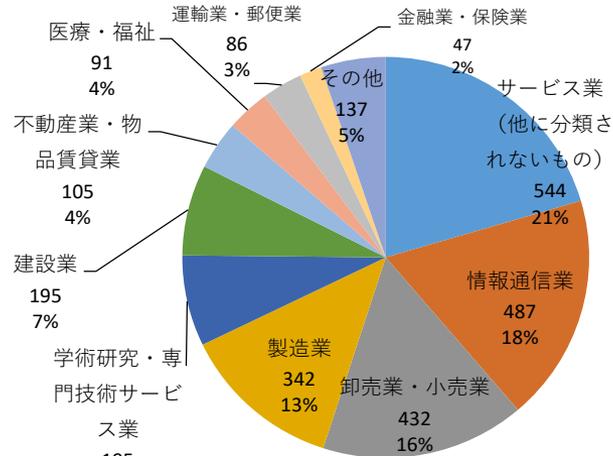
2月（調査期間：3/1～3/10）

- Q1 2月の取組内容
- Q2 22年11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 2月の出勤割合
- Q5 2月の出社時間帯
- Q6 活用している通勤方法・混雑具合（鉄道利用者）
- Q7 2月に公開したスムーズBizのポスターについて
- Q8 ポスターを「見た」と回答した方の取組状況の変化
- Q9 広報の手法、ターゲット、方向性に関する改善点や意見 第4回N=1,808

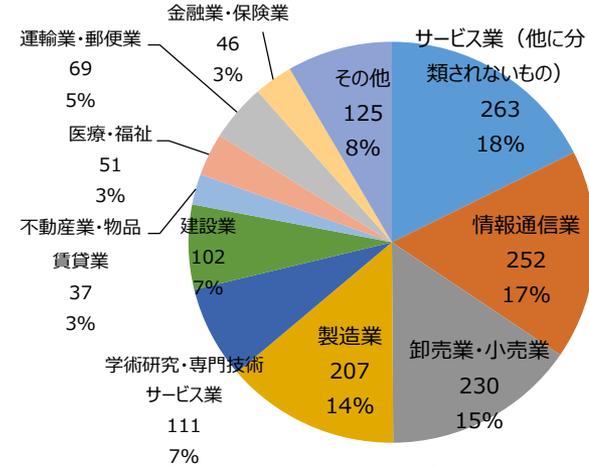
*赤字は各回に共通する設問

企業の出勤状況に対するアンケート調査について

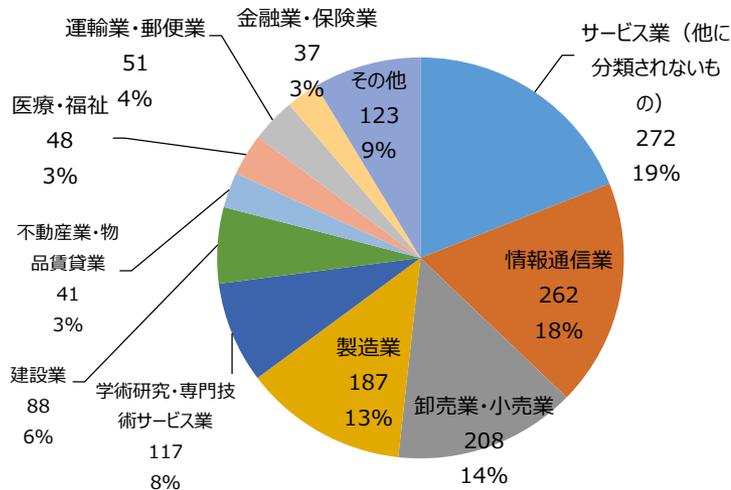
■回答企業のプロフィール（業種）



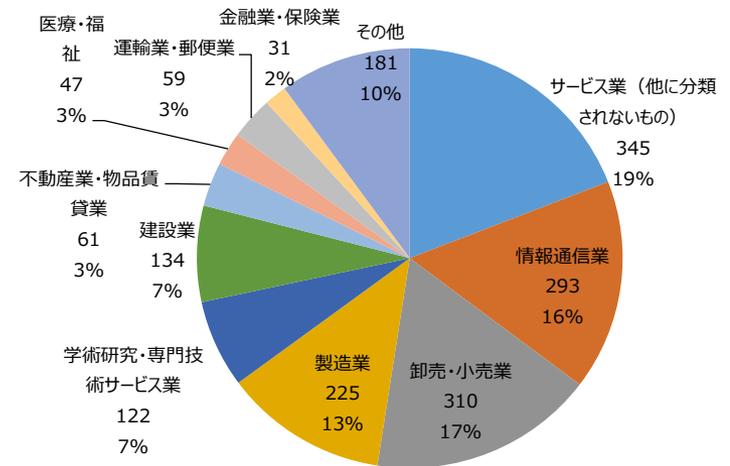
● 第一回調査(4月)
調査期間 5/16~5/27 N=2,755



● 第二回調査(9月)
調査期間 10/21~11/27 N=1,493



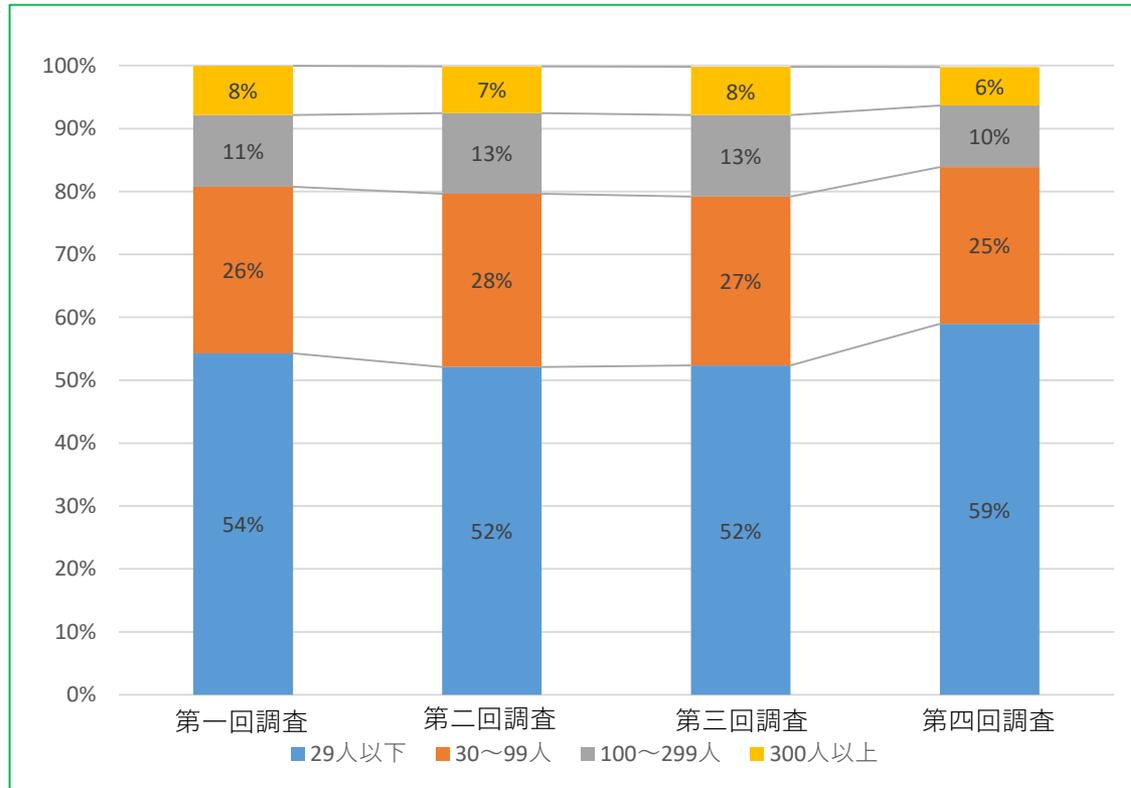
● 第三回調査(11月)
調査期間 11/28~12/9 N=1,434



● 第四回調査(2月)
調査期間 3/1~3/10 N=1,808

企業の出勤状況に対するアンケート調査について

■回答企業のプロフィール（企業規模）

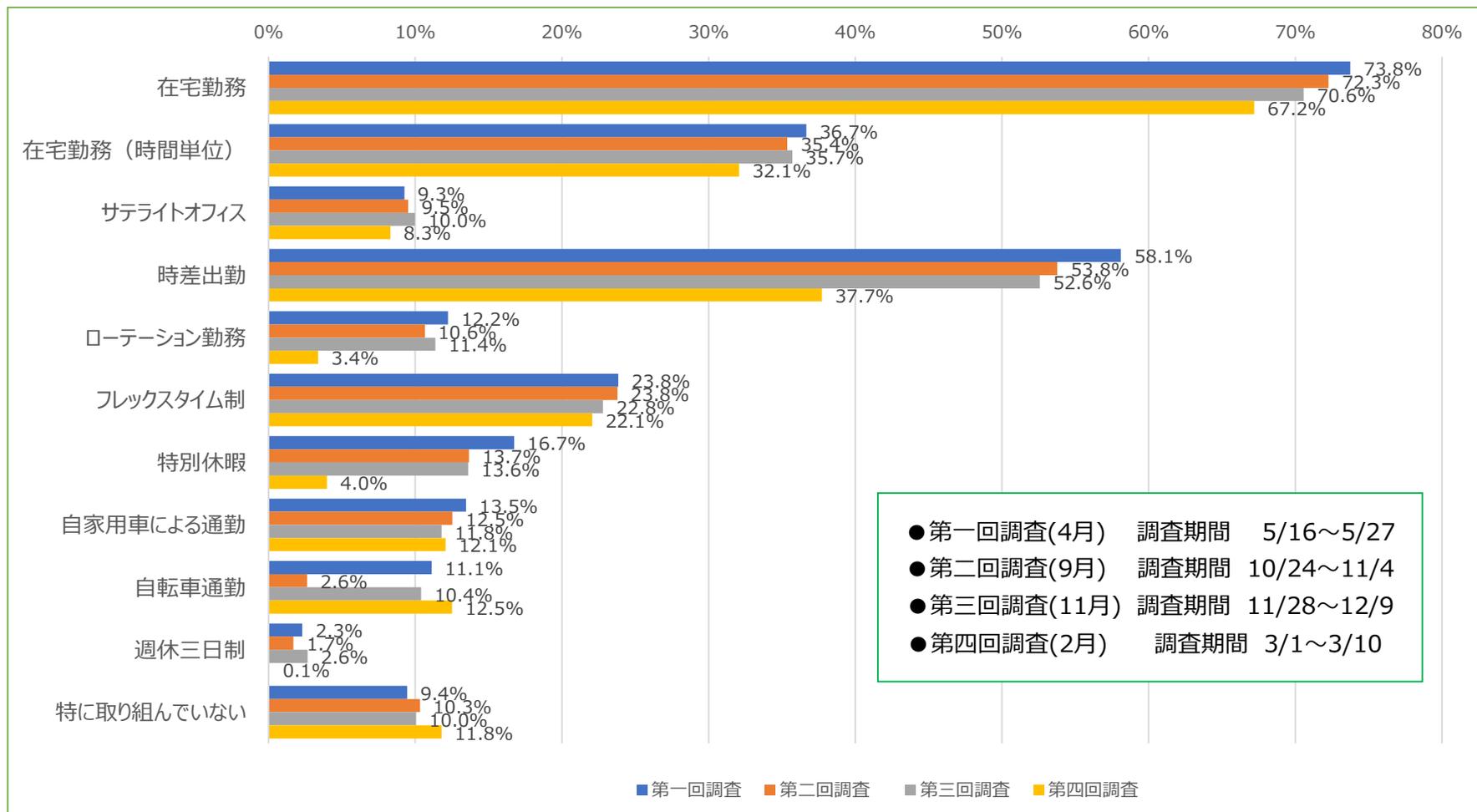


第一回調査N=2,755、第二回調査N=1,493、第三回調査N=1,434、第四回調査N=1,808

回答企業の企業規模は全期間を通じて29人以下が最も多く、半数以上を占めた。以下30~99人、99~299人、300人以上となる。

■ Q1：時差Biz・テレワークに関する取組の実施状況

・〇月に貴社が実施した取組内容をお伺いします。（複数回答）

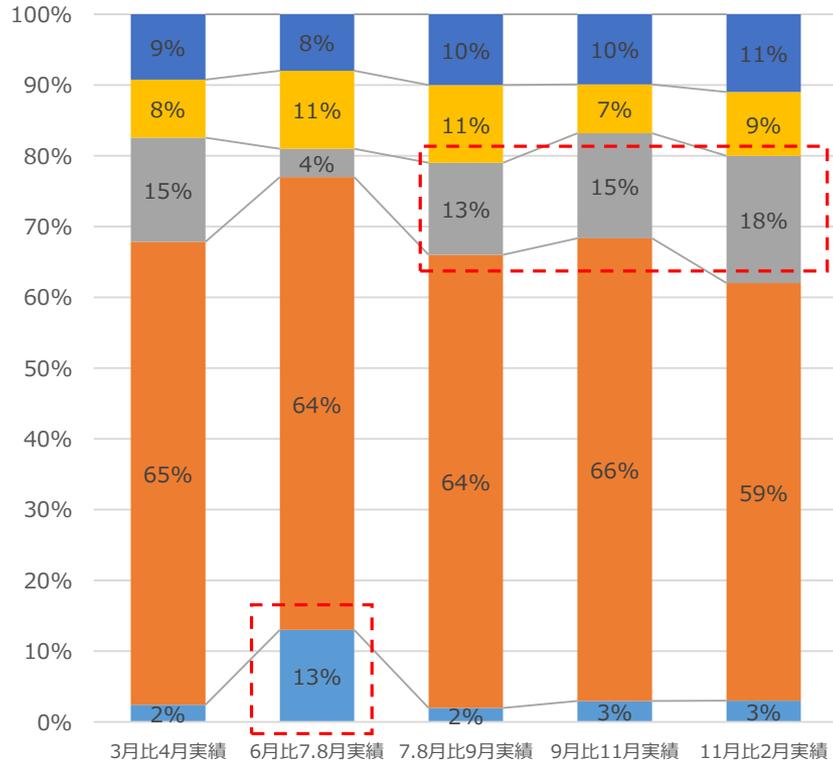


「在宅勤務」「時差出勤」を実施した企業が多く、全体の傾向に大きな変化はない。第二回調査以降、新型コロナウイルス感染症の新規感染者が減少したため、取組企業の割合が減少傾向にある。

■ Q2：テレワーク・時差出勤の取組規模の変化

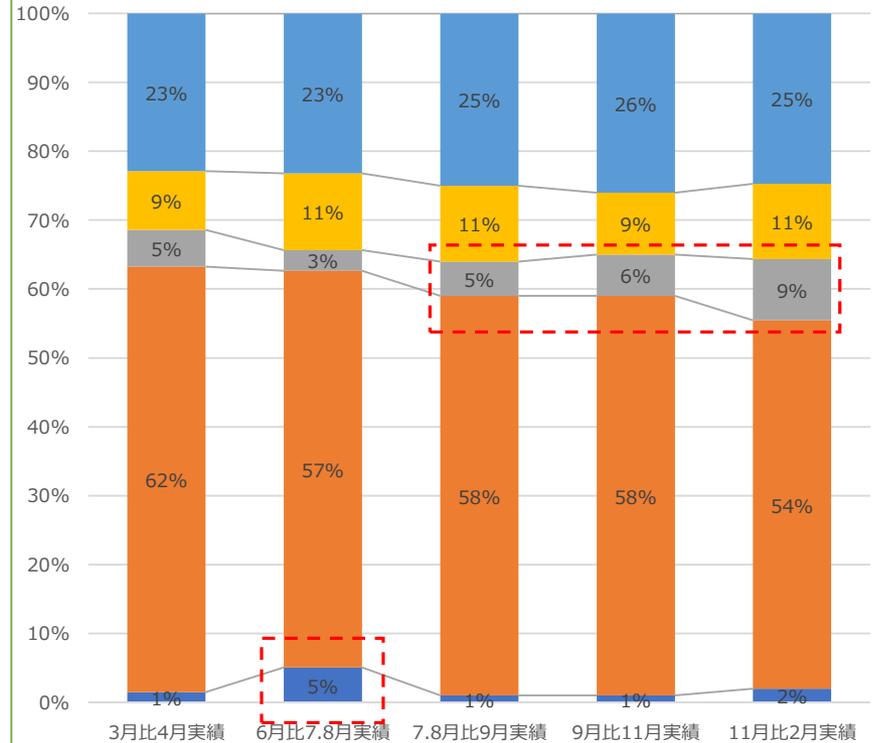
・○月と比較した●月の取組規模の変化をお伺いします。

テレワーク



- 取組規模を拡大した
- 引き続き、先月と同程度で実施した
- 縮小した
- 今月は取組まなかった
- もともと取組んでいなかった

時差出勤



- 取組規模を拡大した
- 引き続き、先月と同程度で実施した
- 縮小した
- 今月は取組まなかった
- もともと取組んでいなかった

新型コロナウイルス感染症の新規感染者が大きく増えた7,8月は、取組を拡大する企業が多く見られた一方、新規感染者が減少した9月以降は取組を縮小する企業が増加している。

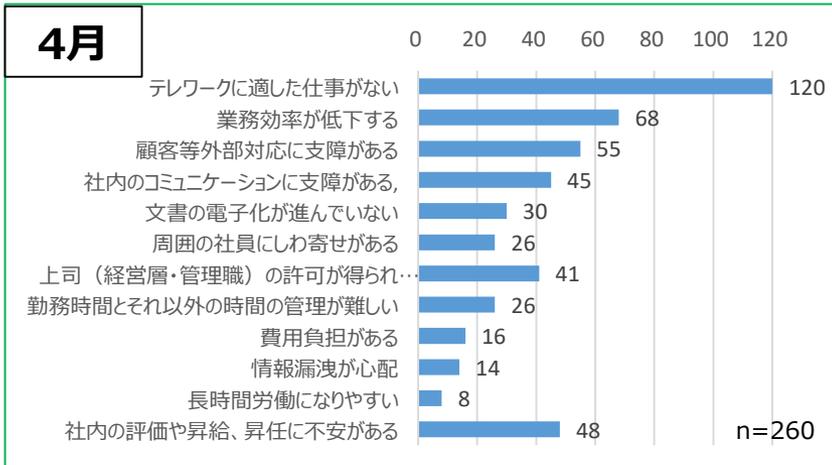
* 3月比4月実績：N=2,755、6月比7.8月実績：N=1,493、7.8月比9月実績：N=1,434、9月比11月実績：N=1,434、9月比11月実績：N=1,808

■Q3：テレワークを実施しない理由（複数選択）

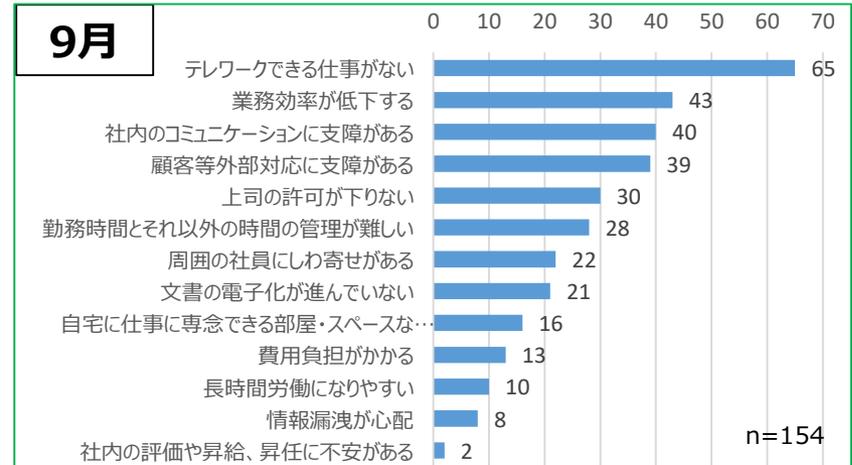
・Q1で「特に取り組んでいない」と回答した方に、その理由をお伺いします。

テレワーク

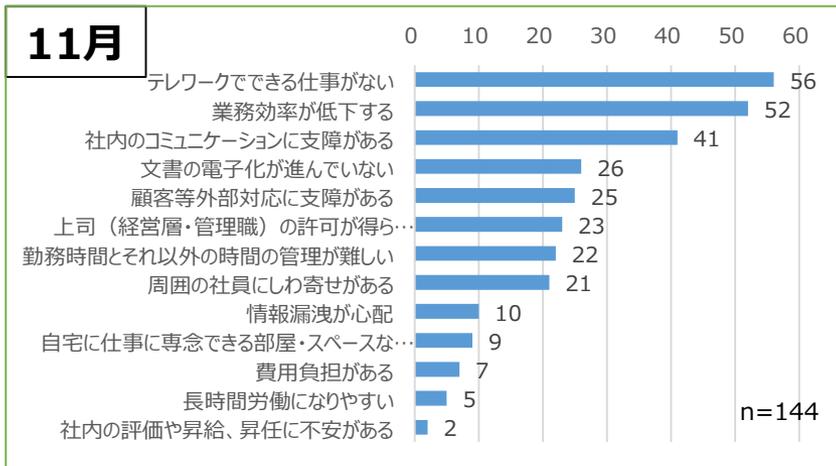
4月



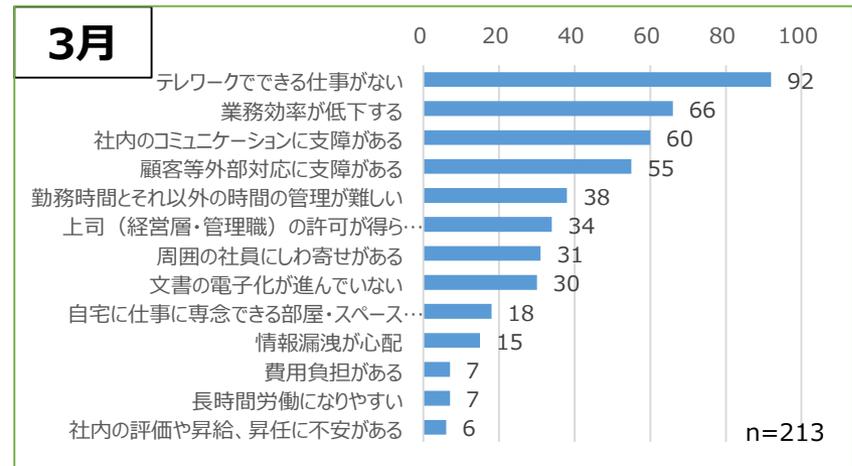
9月



11月



3月



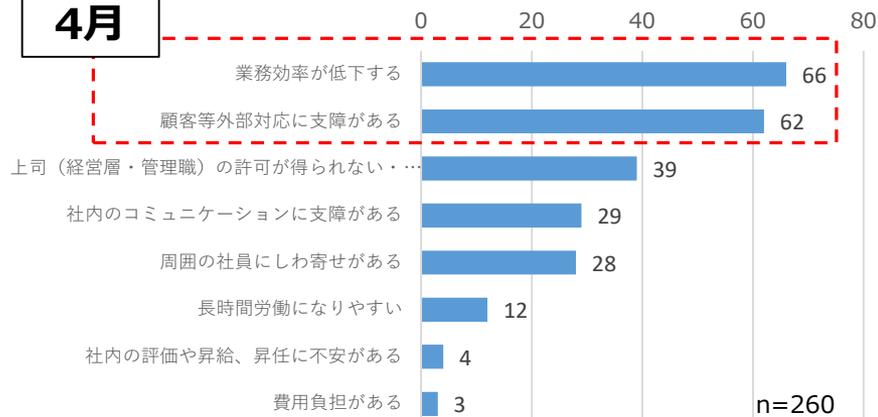
テレワークに取り組みない理由として、「**テレワークに適した仕事がない**」と考えている企業が多く、続いて「**業務効率の低下**」「**外部対応に支障がある**」を懸念する企業が多い。

■Q3：時差出勤を実施しない理由（複数選択）

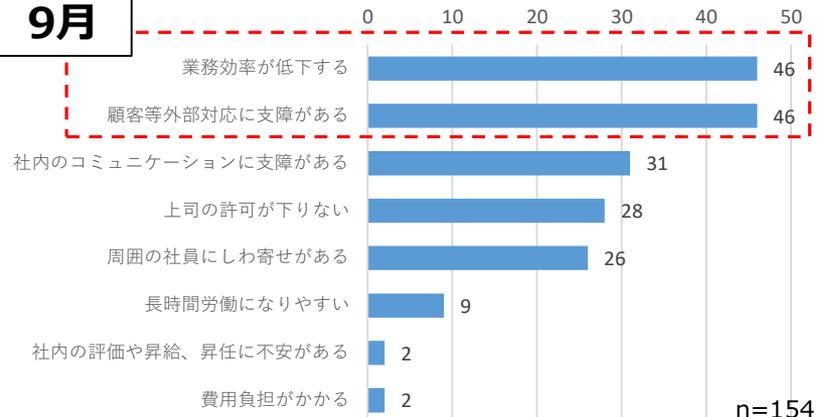
・Q1で「特に取り組んでいない」と回答した方に、その理由をお伺いします。

時差出勤

4月



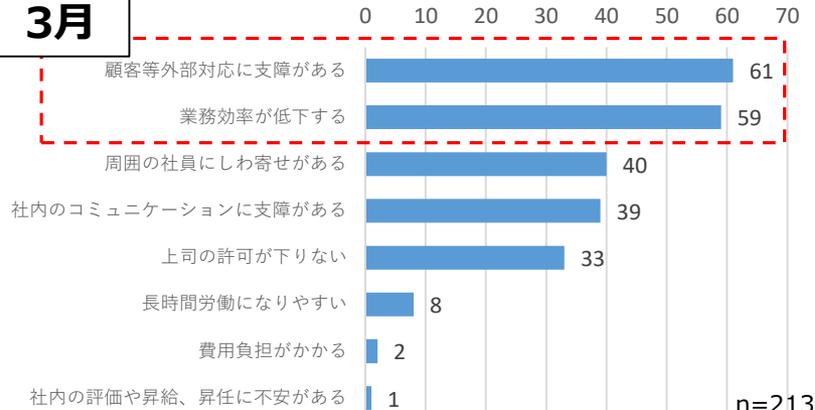
9月



11月



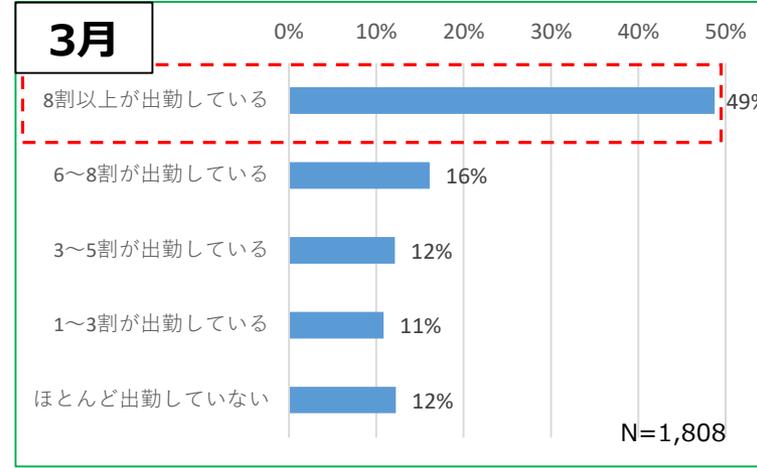
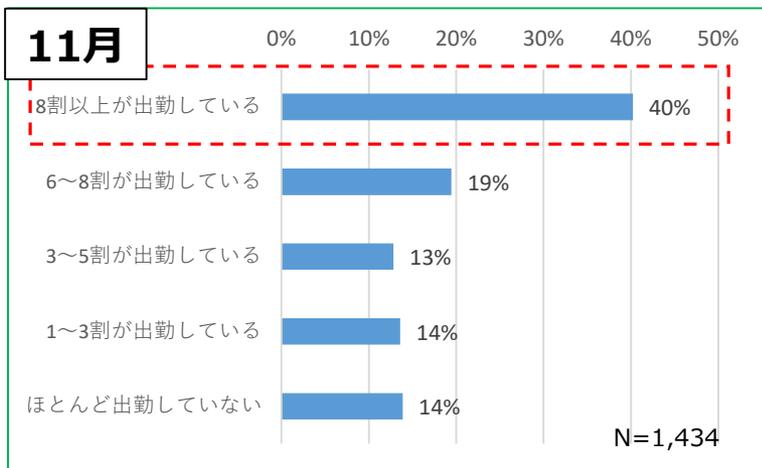
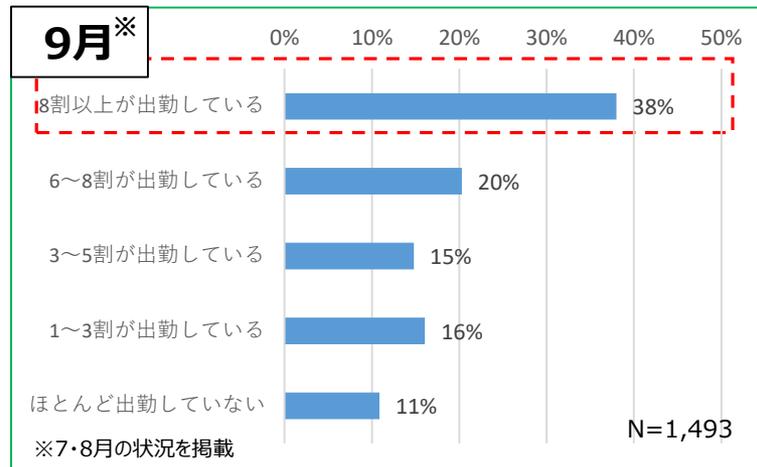
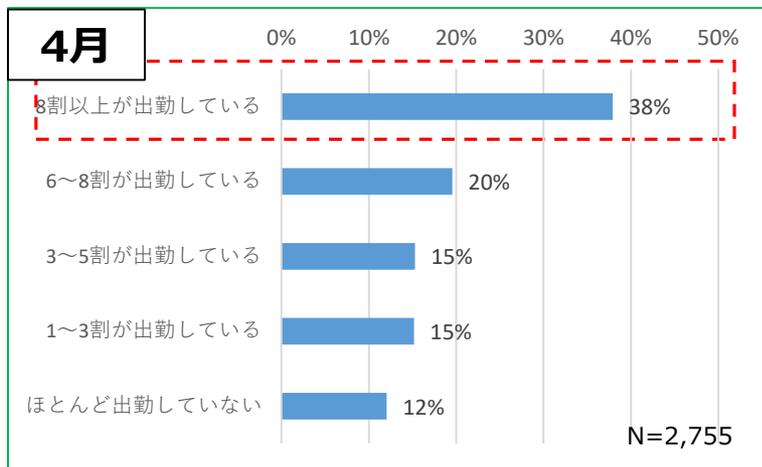
3月



時差出勤に取り組んでいない理由として、主に「業務効率の低下」や「外部対応に支障がある」ことがあげられる。

■Q4：出社している従業員の割合

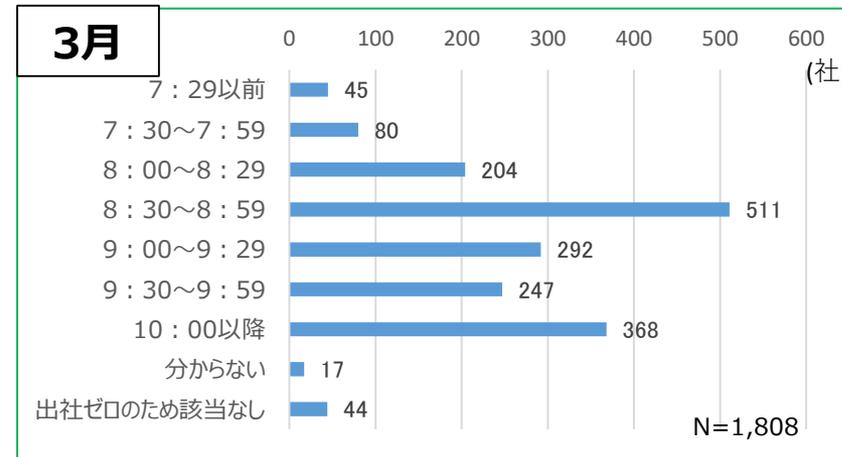
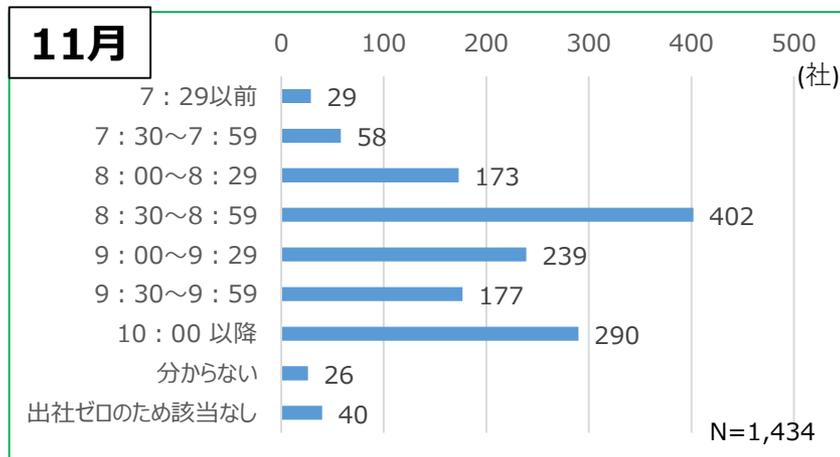
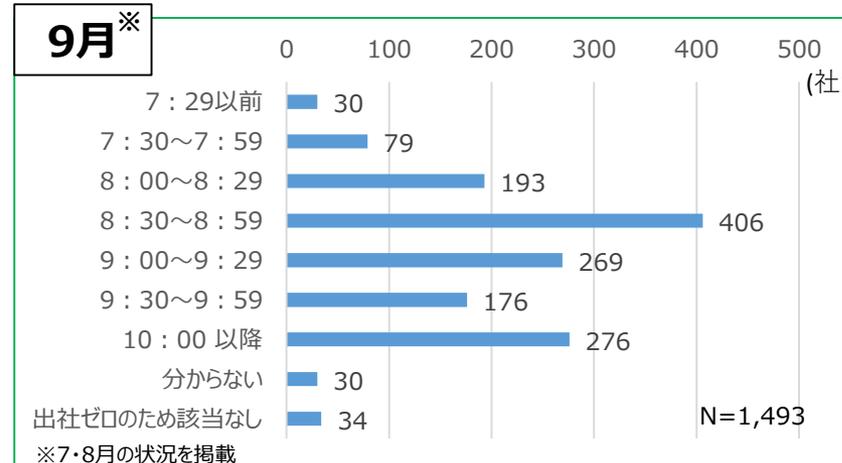
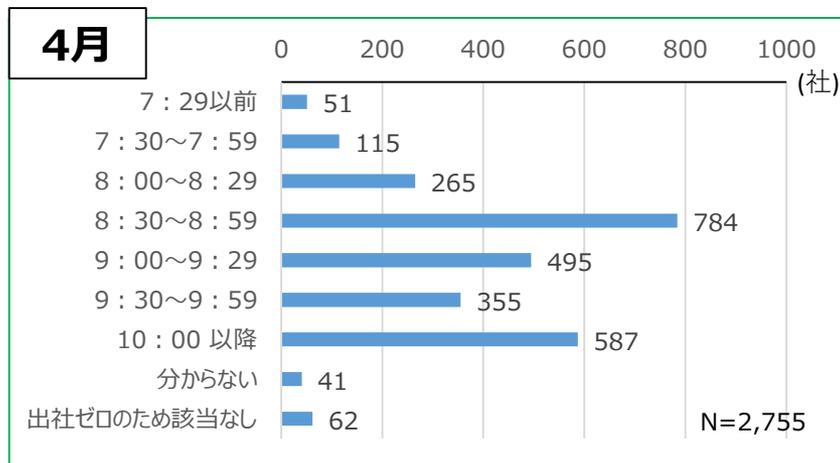
・ 貴社の従業員のうち、出社している従業員の割合についてお伺いします。



「8割以上が出勤している」との回答が毎回**40%前後**を占めており、回を追うごとに割合は増加傾向である。また「ほとんど出勤していない」との回答については、**10から15%程度**で推移している。

■Q5：最も出社人数が多い時間帯

・事業所全体で、最も従業員の出社する人数が多い時間帯をお伺いします。



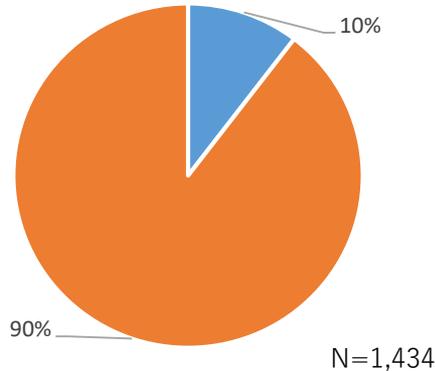
全期間を通じて朝の「8:30～8:59」「9:00～9:29」の割合が高く、「10:00以降」に出社する体制が整っている企業も多く見られる。

一方、早朝の時間帯に多くの従業員が出勤する企業は少なく、その割合もほぼ一定である。
→出社人数が多い時間帯については、傾向が固定化されつつあるのではないかと推察される。

Q7：制作物(ポスター、動画)の認知率

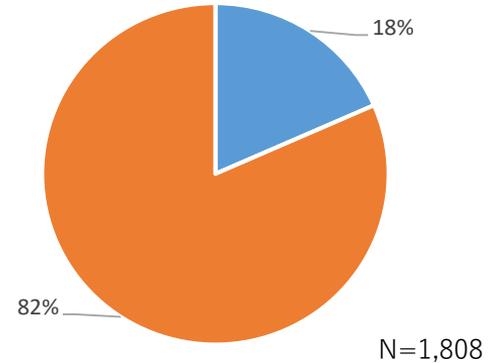
・ポスター、動画などの制作物をご覧になりましたか？ 第三回、第四回調査での設問

11月



■ ポスター・動画を見た ■ ポスター・動画を見ていない

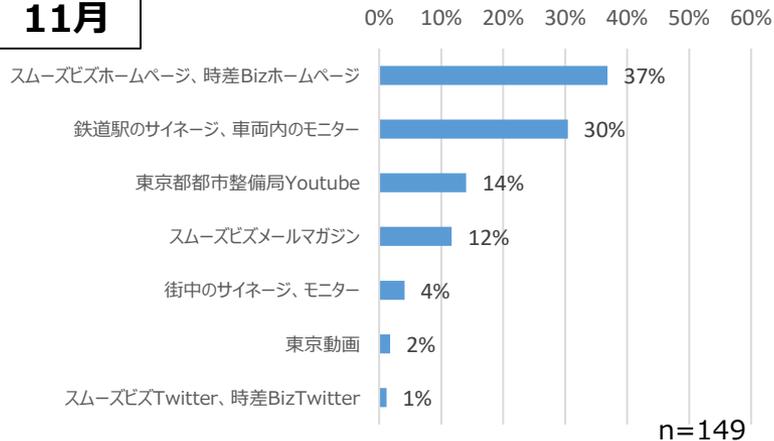
3月



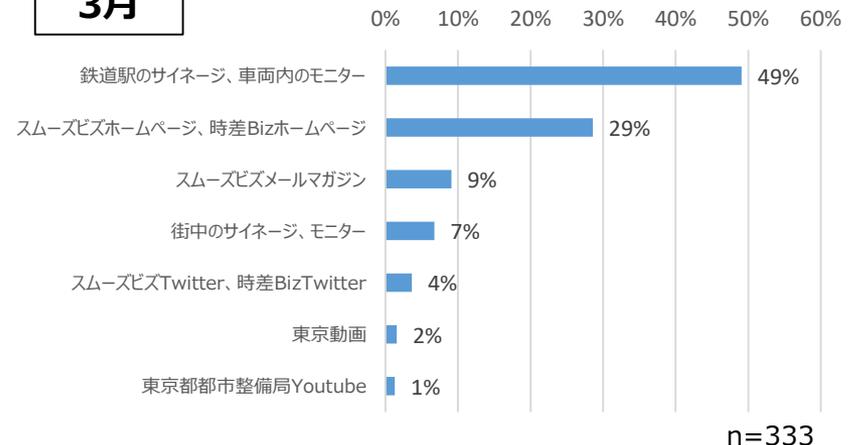
■ ポスター・動画を見た ■ ポスター・動画を見ていない

・ポスター、動画などの制作物をどのメディアでご覧になりましたか？（複数回答可）

11月



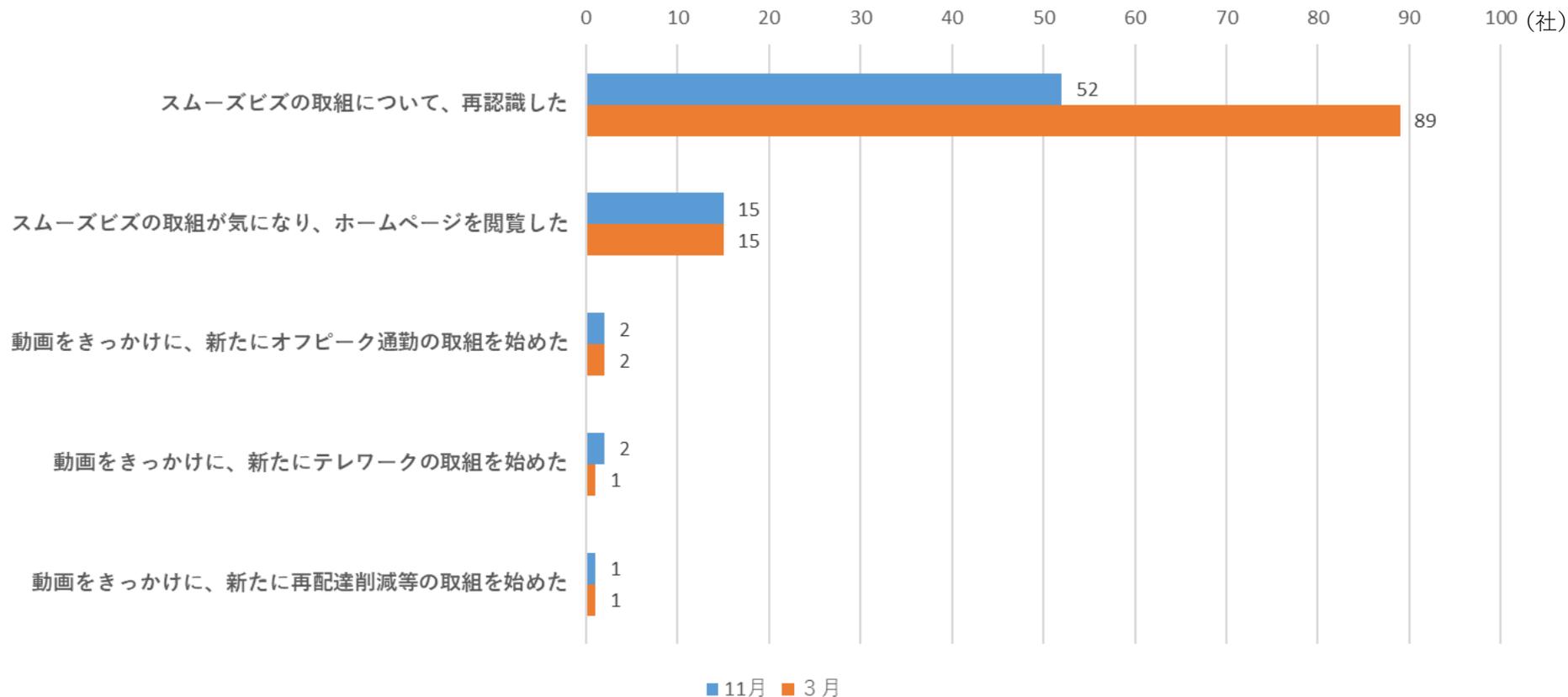
3月



制作物の認知率はまだ高いとは言えないが、ホームページ、駅、車両内の掲示は概ね効果的であると言える。

■ Q7：制作物(ポスター、動画)による取組の変化(変化のあった企業数)

・ポスター、動画などの制作物をご覧になって以降、スムーズBizに関連する変化はございましたか？
(制作物を見て何かしらの行動変容を起こした企業の回答数)



11月：n=149、3月：n=333

制作物を見たことが何らかの行動を起こすことには直結しないものの、「再認識」の動機づけとしては、一定の割合で効果があった。