

企業の出勤状況調査（2023年2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、4割の企業が時差出勤に取り組んでいる。
- ・11月と比較して、全体の1割程度の企業が、テレワーク・時差出勤の取組規模を縮小している。
- ・企業の経営層や企業への直接の働きかけを求める意見が多く見られた。
- ・スムーズビズのPR動画について、流れる場所や回数が少ないとの意見が多く見られた。

- 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、新しく作成したポスターやPR動画を用いた広報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（2023年2月分）

<実施概要>

■対象：約58,000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：2023年3月1日（水）～3月10日（金）

■質問項目（全9問）

Q1 2023年2月の取組内容

Q2 2022年11月と比較した2月のテレワーク・時差出勤への取組規模の変化

Q3 Q1で「特に取り組んでいない」と回答した企業の取組状況

Q4 2023年2月の出勤割合

Q5 2023年2月の出社時間帯

Q6 （アンケート回答者に対して）活用している通勤方法・混雑具合（鉄道利用者）

Q7 2023年2月に公開した新ポスター・プロモーション動画について「見た」ことがあるか

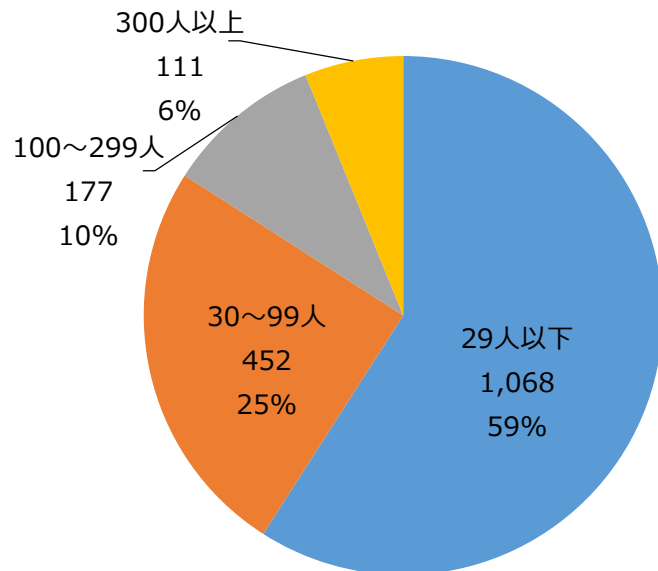
Q8 2023年2月に公開した新ポスター・プロモーション動画を「見た」と回答した方について「どのメディア」で見たのか、また取組状況の変化

Q9 広報手法に関する改善点や意見

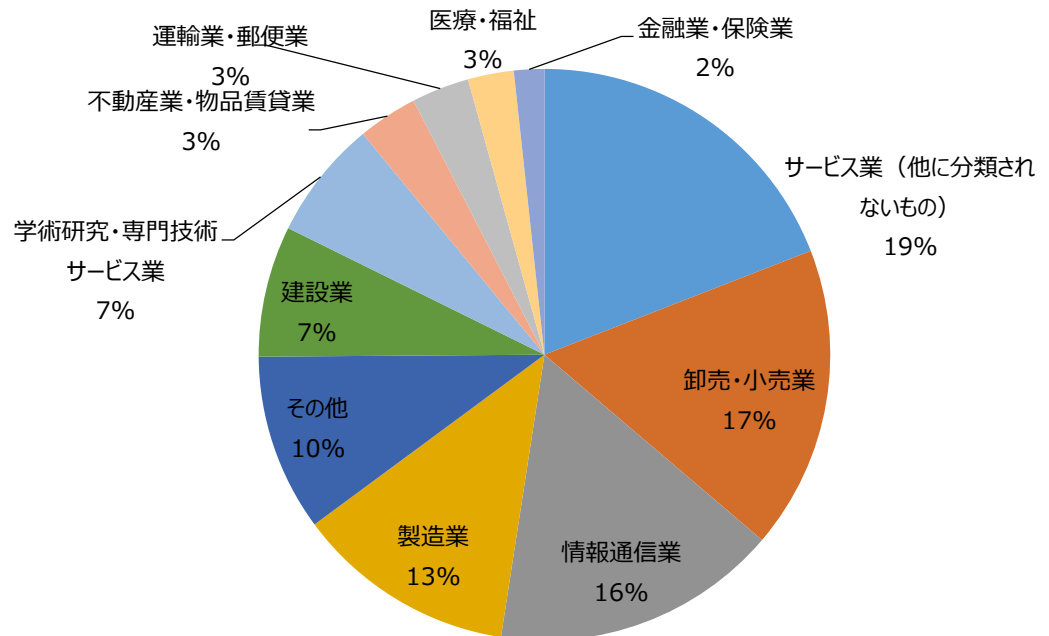
■総回答企業数：1,808社（前回調査：1,434社）

■回答企業の属性（N=1,808）（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）



（業種別）

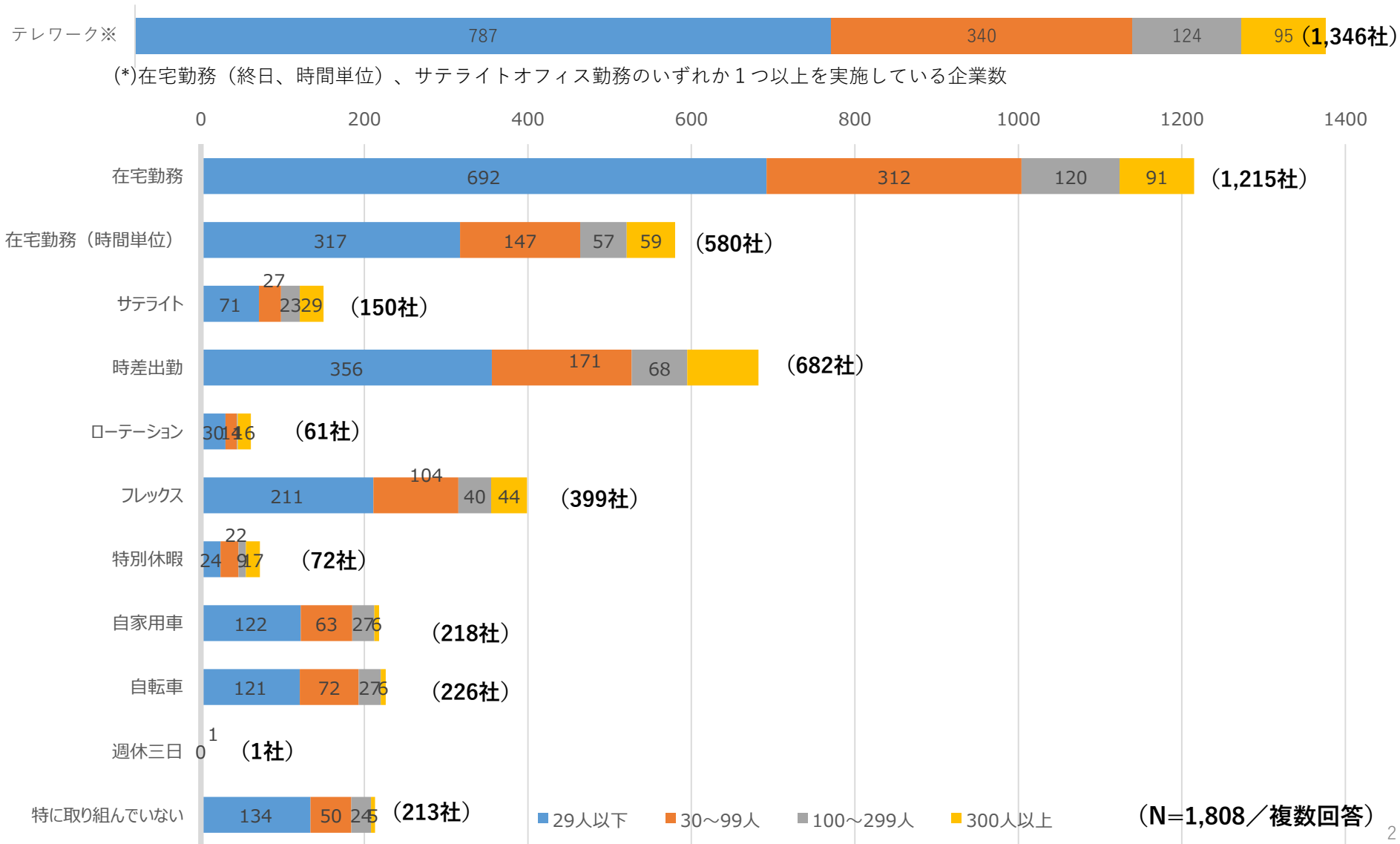


■Q1：2023年2月の取組内容

○2023年2月の取組企業数（複数回答）

○全体の約7割以上の企業が、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4割となっている。

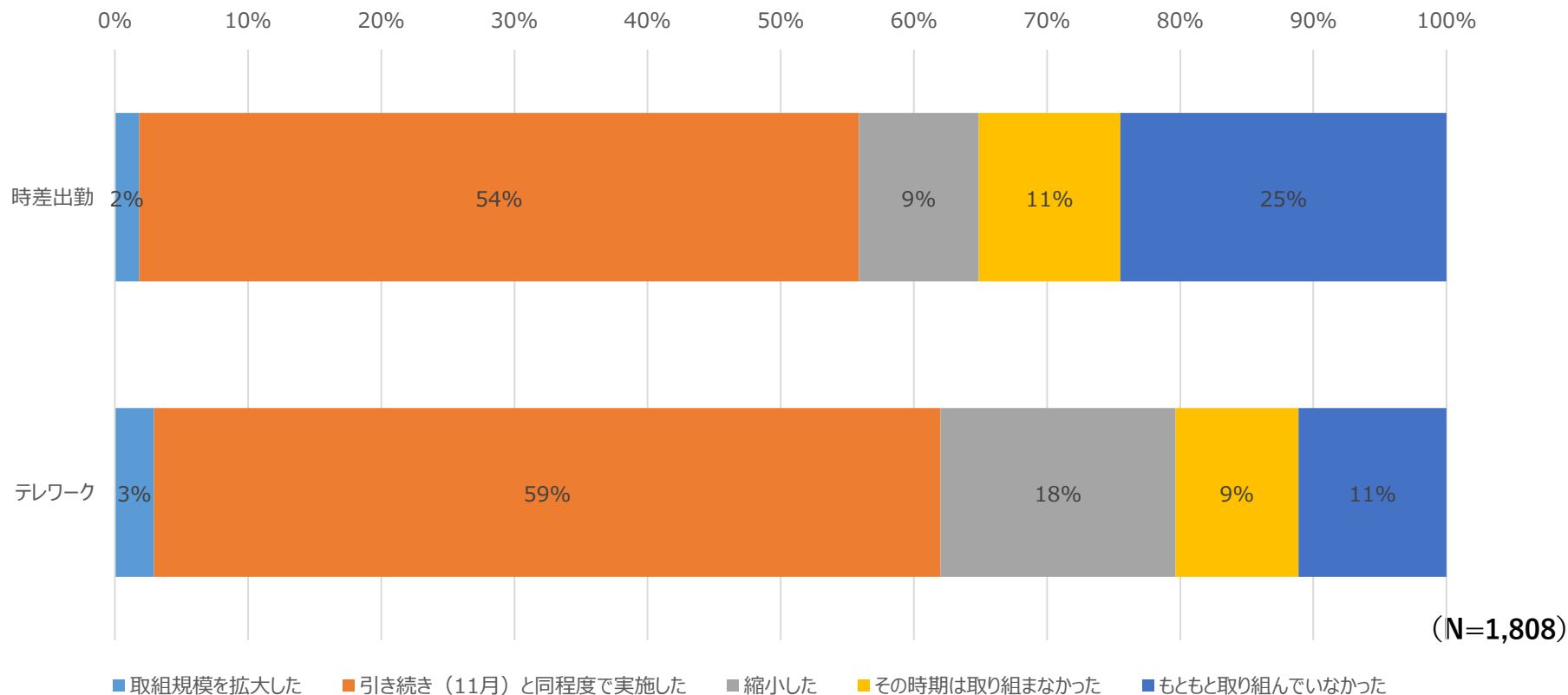
○全体の約1割の企業は「特に取り組んでいない」と回答している。



■Q2：2022年11月と比較した、2023年2月における取組規模

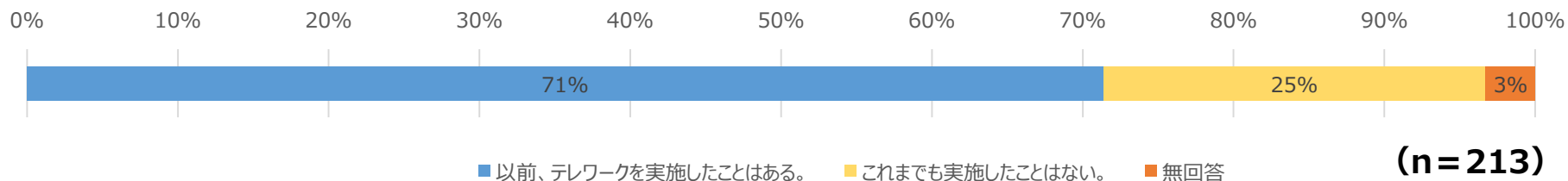
○2022年11月と比較したテレワーク・時差出勤の取組規模の変化。

○ 5割以上の企業が同程度の取組を行ったが、取組を縮小、またはもともと取り組んでいない企業が約4割ある。

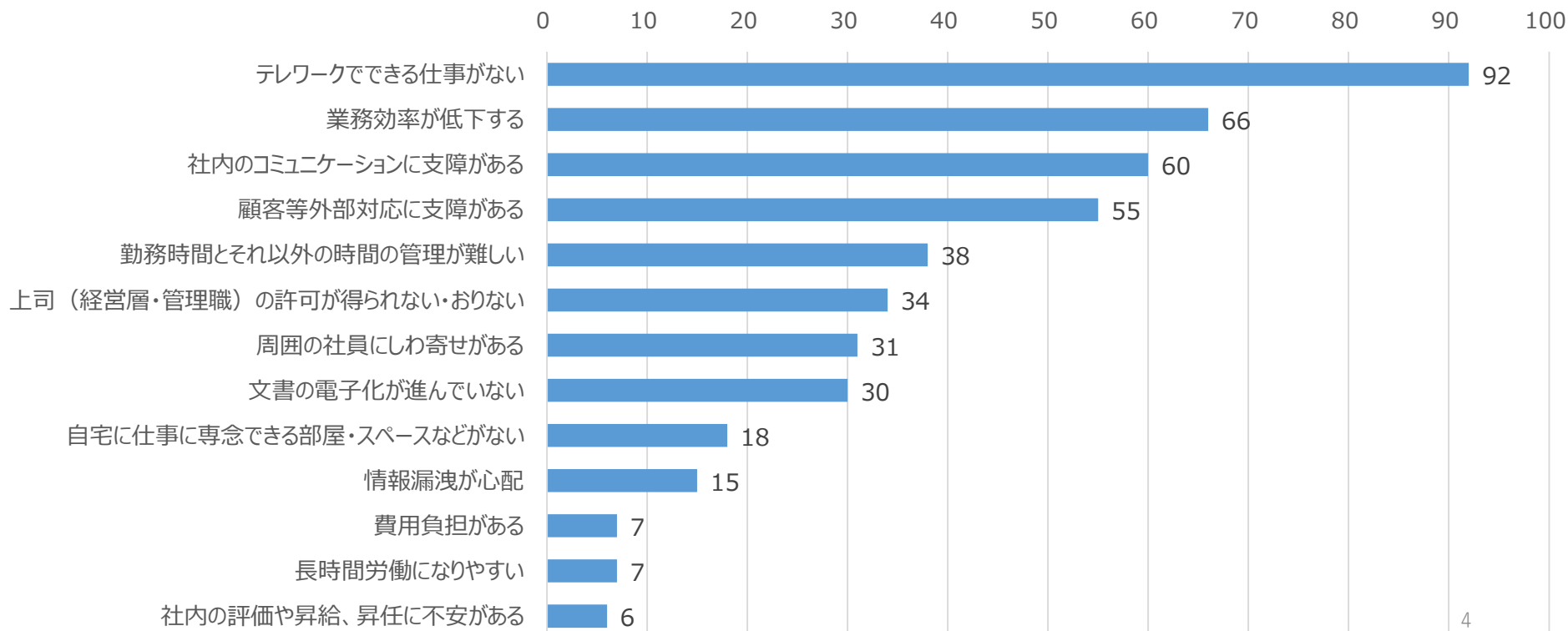


■Q3：テレワークの実施状況、未実施理由

○Q1において、「特に取り組んでいない」と回答した企業（213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、7割以上が「以前、テレワークを実施したことはある」と回答。

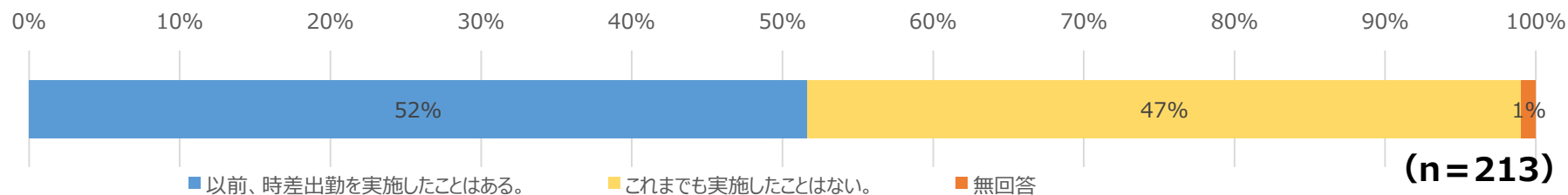


○Q1において、「特に取り組んでいない」と回答した企業（213社）のテレワークの未実施理由
○未実施理由について、「テレワークに適した仕事がない」と回答する企業が最も多い。
「業務効率の低下」「社内コミュニケーション」「外部対応に支障がある」の懸念を挙げる企業も多い。（複数回答）

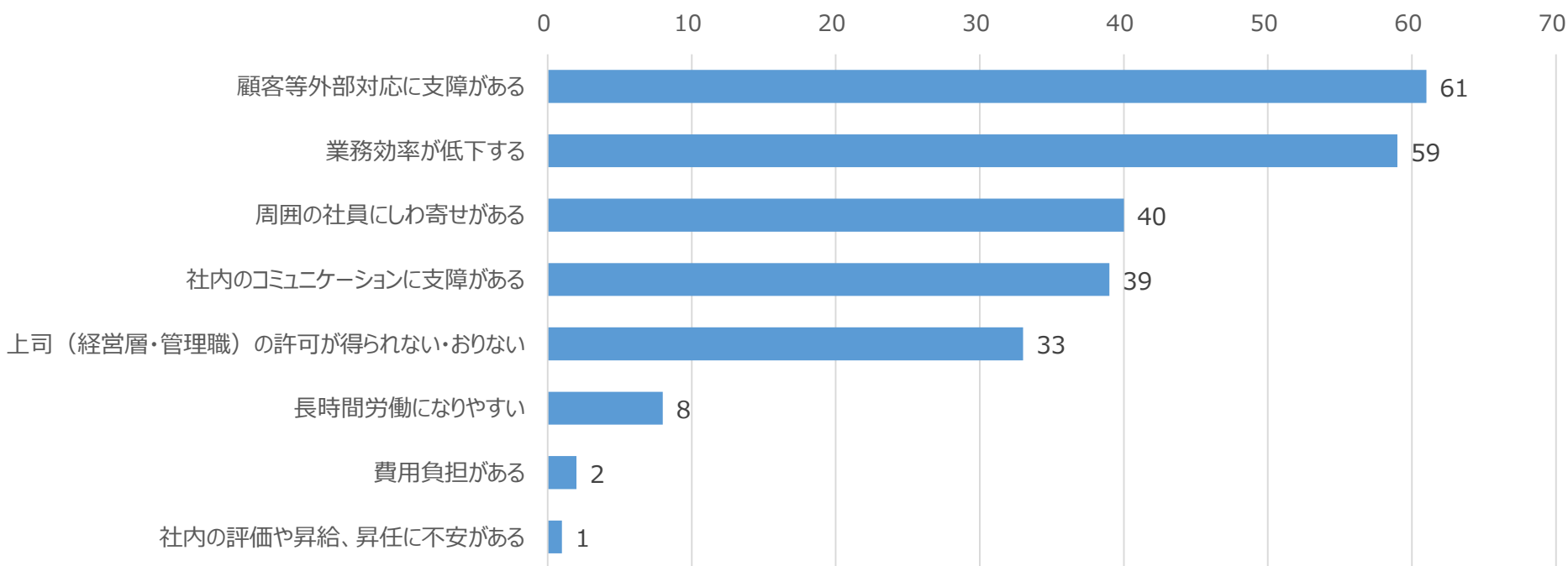


■Q4：時差出勤の実施状況、未実施理由

○Q1において、「特に取り組んでいない」と回答した企業（213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5割が「以前、時差出勤を実施したことはある」と回答。



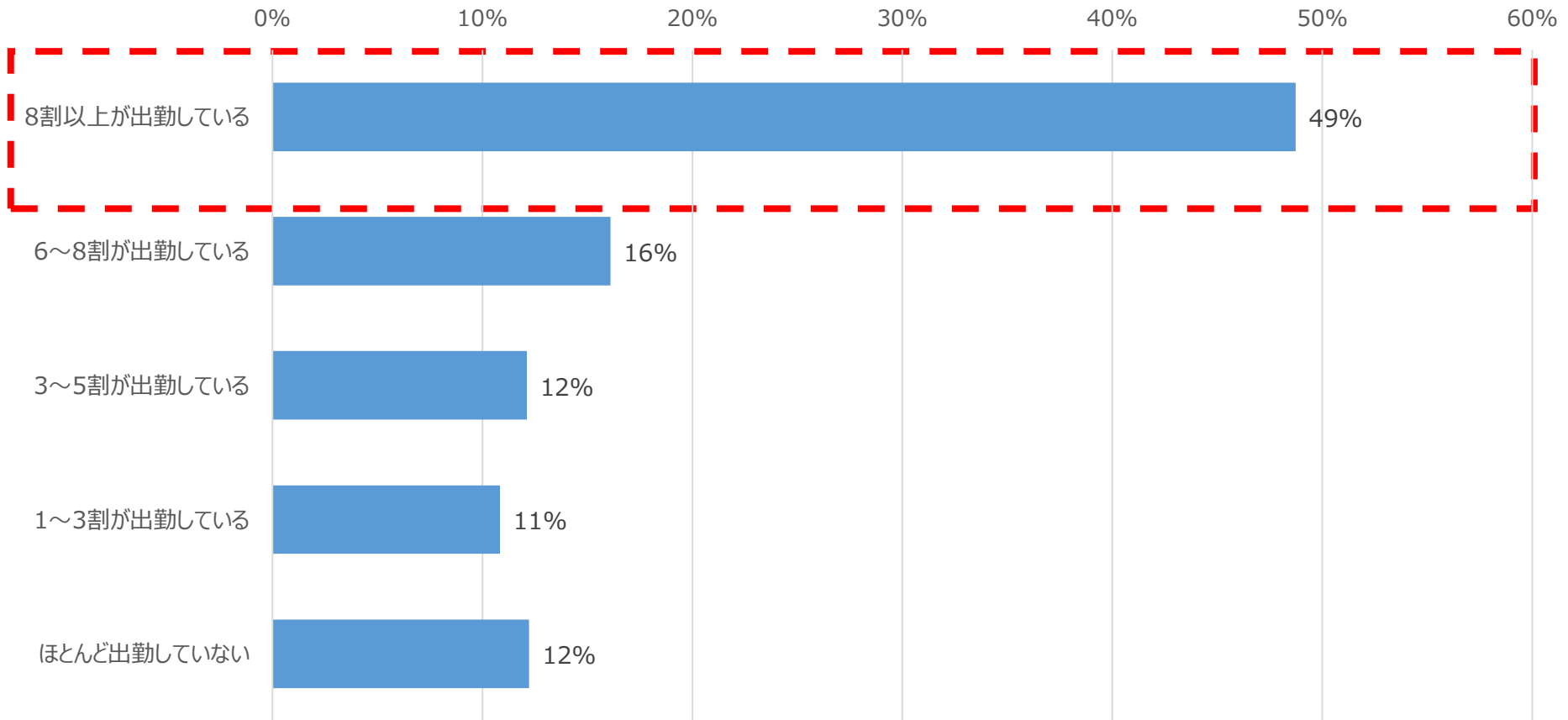
○Q1において、「特に取り組んでいない」と回答した企業（213社）の時差出勤の未実施理由（複数回答）
○未実施の理由として「業務効率の低下」「顧客等外部対応に支障がある」が高い回答数となっている。



■Q4：2023年2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2月における従業員の出勤割合。

○全体の約5割の企業が、「8割以上出勤している」と回答。一方で1割以上の企業は「ほとんど出勤していない」と回答。

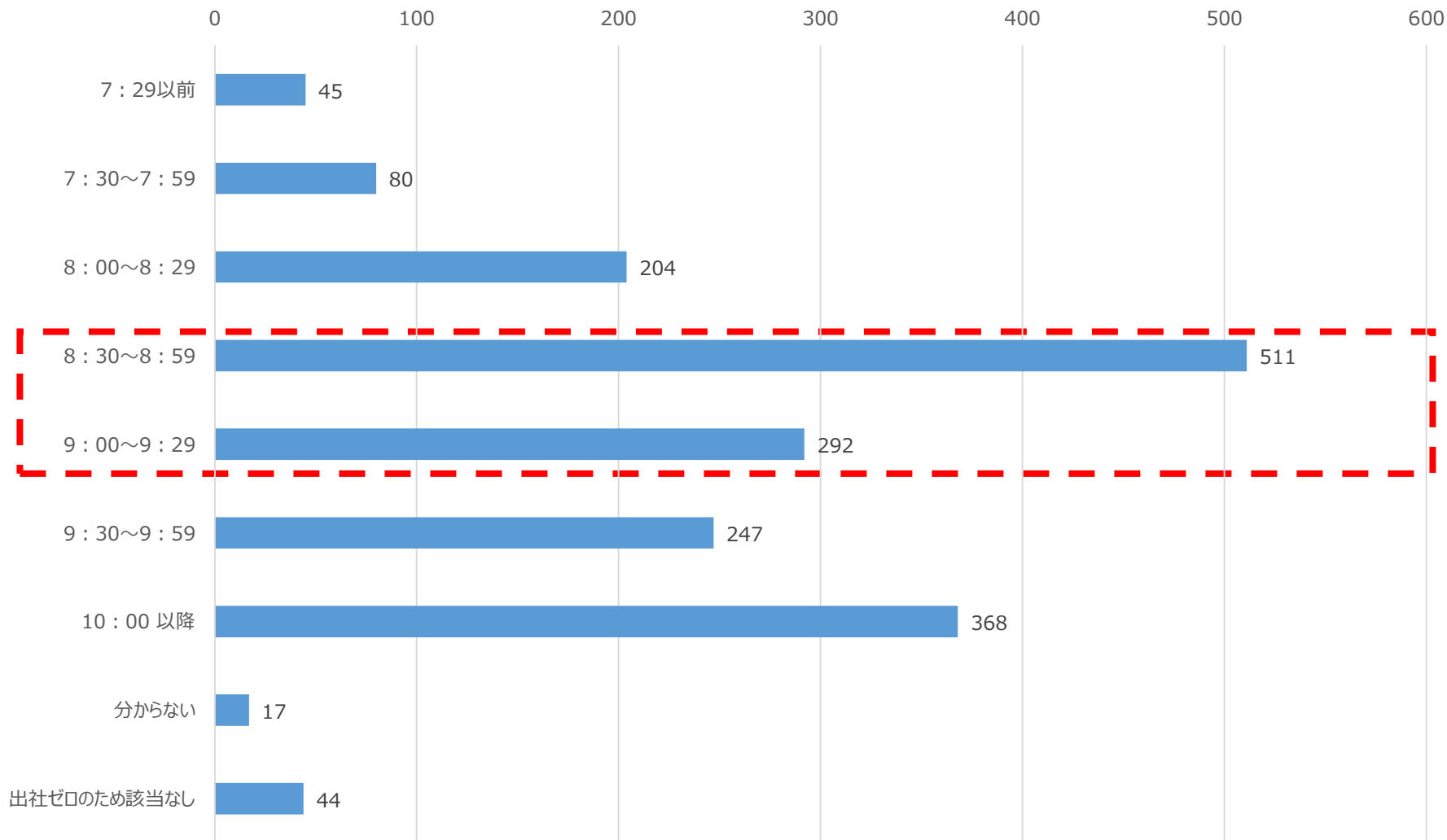


(N=1,808)

■Q5：2023年2月の最も出社人数が多い時間帯

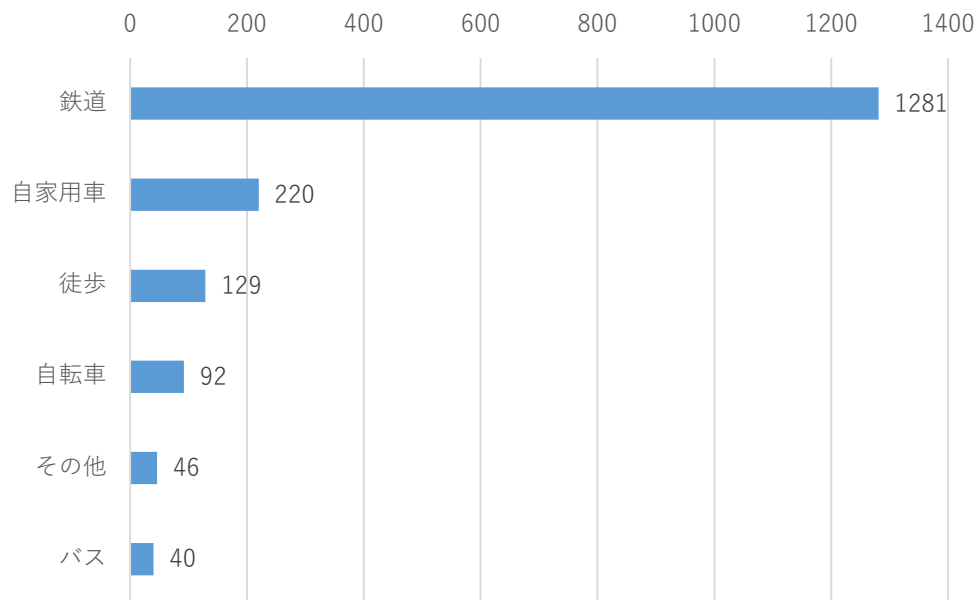
○事業所全体で最も出社人数が多い時間帯。

○「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最も多い傾向は変わっていない。



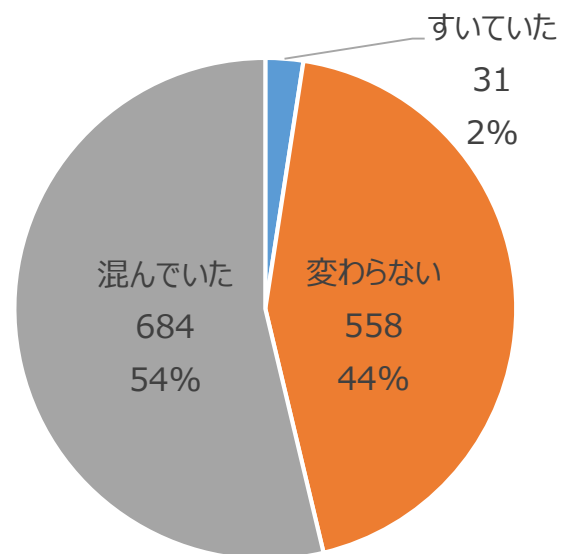
■Q6：通勤方法（回答者個人について）

○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7割と最も多い。
○1割以上が「自家用車」を使用している。



(N=1,808)

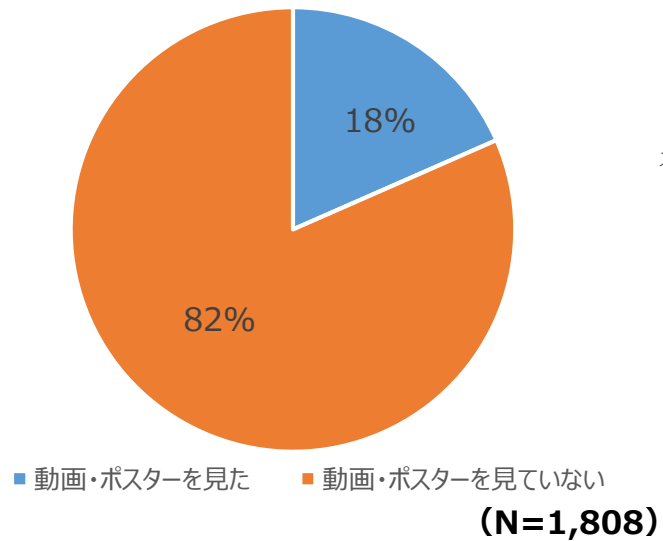
○アンケート回答者個人について、鉄道で通勤している方の11月と比較した2月の鉄道の混雑具合の感じ方。
○5割以上の方が11月より「混んでいる」と感じている。



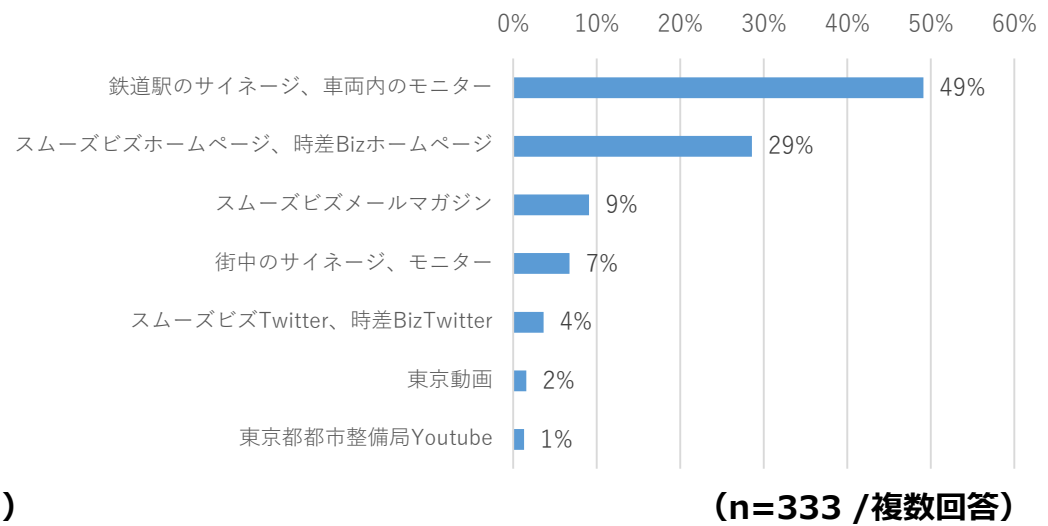
(n=1,273)

■Q7・8：スムーズBizの動画・新ポスターの周知と取組の変化について

○1～2月にプロモーションを行ったスムーズBizの
動画・新ポスターの周知状況について
○見た方は全体の2割程度。



○ 動画・ポスターはどのメディアで見たのか？
○ 約3割の方はスムーズBiz・時差Bizホームページで見ている。
○ 鉄道のサイネージや車内モニターで見ている方は約3割。



○ スムーズBizの動画・新ポスター見て、取組に変化があったか。
○ 2割以上の方は「再認識した」と回答。

