

コロナ禍における生産活動への影響とその対処法

‘20年2月頃より生じている新型コロナウイルスの影響を受け、日本経済は打撃を受けているが、障害者の日中を支えるA型・B型の就労継続支援事業も同様に強い影響を受けている。

実際にどの程度の影響を受けたのか、については、弊社がR2年度に実施した厚生労働省の研究事業を通じた調査によって明らかになっている。本レポートでは、この調査結果をお伝えし、さらに、周囲で起こっているマクロ経済・消費・民間企業の状況を確認した上で、今をどう認識し、どう対応していくべきか、について助言したい。

<目次>

- 就労継続支援A・B型へのコロナ禍の影響
 - マクロ経済・消費・民間企業の状況
 - 生じていることと、就労継続支援A・B型への助言
-

【調査基本情報】

厚生労働省 令和2年度障害者総合福祉推進事業

「就労系障害福祉サービスにおける就労支援事業会計の管理の実態と会計処理における課題に関する調査研究」

- ・ 第1回緊急調査:令和2年8月7日～31日(計25日間)
有効回答数4,946件(A型:844件、B型:4,102件)
→4～7月(4か月)の実績について
- ・ 第2回緊急調査:令和3年1月19日～2月15日(計29日間)
有効回答数3,091件(A型660件、B型:3,091件)
→8～12月(5か月)の実績について
- ・ 調査手法:Webアンケート調査
厚生労働省より各指定権者にアンケート協力依頼→各指定権者より事業所へ連絡

- 就労継続支援 A・B 型へのコロナ禍の影響
 ～R2 年 5 月を底に二極化が進んでいる～
 生産活動収入が前年同月比でどのように変化したかについて聞いた。

【生産活動収入の変化(前年同月比):A型】



【生産活動収入の変化(前年同月比):B型】

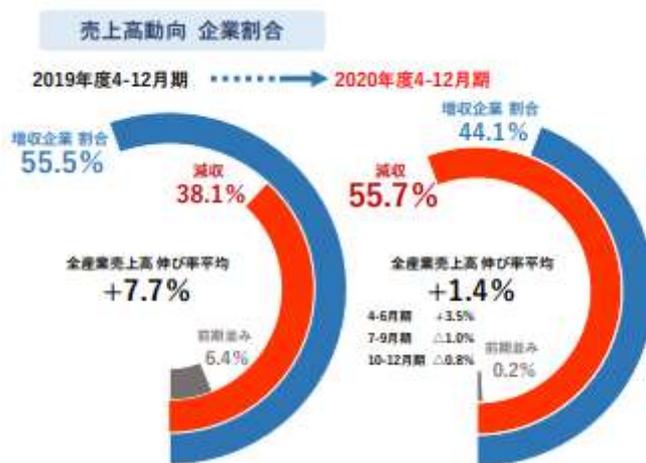


A 型・B 型共に R2 年 5 月が底となっており、減収 5%～50%未満、および減収 50%以上を合わせた「減収」は、A 型で 64.0%、B 型で 70.1%となっている。そのうち、減収 50%

以上となったのは A 型で 21.3%、B 型で 22.4%と 2 割以上が大変厳しい状況であったと思われる。

しかしながら、全体的には徐々に回復傾向にあり、12 月に減収しているのは、A 型で 47.4%、B 型で 47.6%と、いずれも半数以下となっている。合わせて、A 型で 35.8%、B 型で 35.5%と、約 1/3 の事業所は増収(105%以上)となっており、増収・減収で事業所は二極化していると考えられる。

なおご参考までに、民間企業における同時期の調査結果(約 54,500 社:金融・保険を除く)では、減収は 55.7%となっており、民間企業の方がより厳しい結果となっている。



<引用:「新型コロナウイルスによる企業業績への影響調査」(2021.4)、帝国データバンク>

～平均賃金は変わらず、平均工賃は約 5%減～

利用者への平均賃金・工賃の前年同月比についても、R2 年 5 月に A 型 97.6%、B 型 89.3%と底を打ち、その後なだらかに改善を見せている。なお 12 月は賞与を支払えなかったことによって下がってはいるものの、平均賃金はほぼ 100%、平均工賃は約 5%減少した状態である。

【平均賃金・工賃の変化】



～今後の見通し～

増収・減収の状況別に、今後の見通しについて聞いたところ、減収が厳しい方が「全く見通しが立たないまま」の割合が高く、減収 50%以上の A 型では 71.4%、B 型では 77.0%を占めている。

【今後の見通し(R2 年 8 月)】



～活動したのか?～

増収・減収の状況別に、収入を減らさないための活動をどの程度したのかを聞いたところ、減収 50%以上の事業所が「かなり活動した」と回答されると考えていた。A 型は減収 50%以上の事業所の 57.9%は「かなり活動した」と回答している。しかしながら B 型を見ると、減収の状況に活動量が関係しておらず、むしろ、増収したところの方が「かなり活動した」割合が高くなっている。A 型は「最低賃金を支払うことを維持しないと」という必死の行動が出たと思われるが、残念ながら B 型では「大変だ」「見通しが立たない」と言いながらも、だからと言って何か活動した訳ではなく、結果減収というのは、当然の結果とも言える。

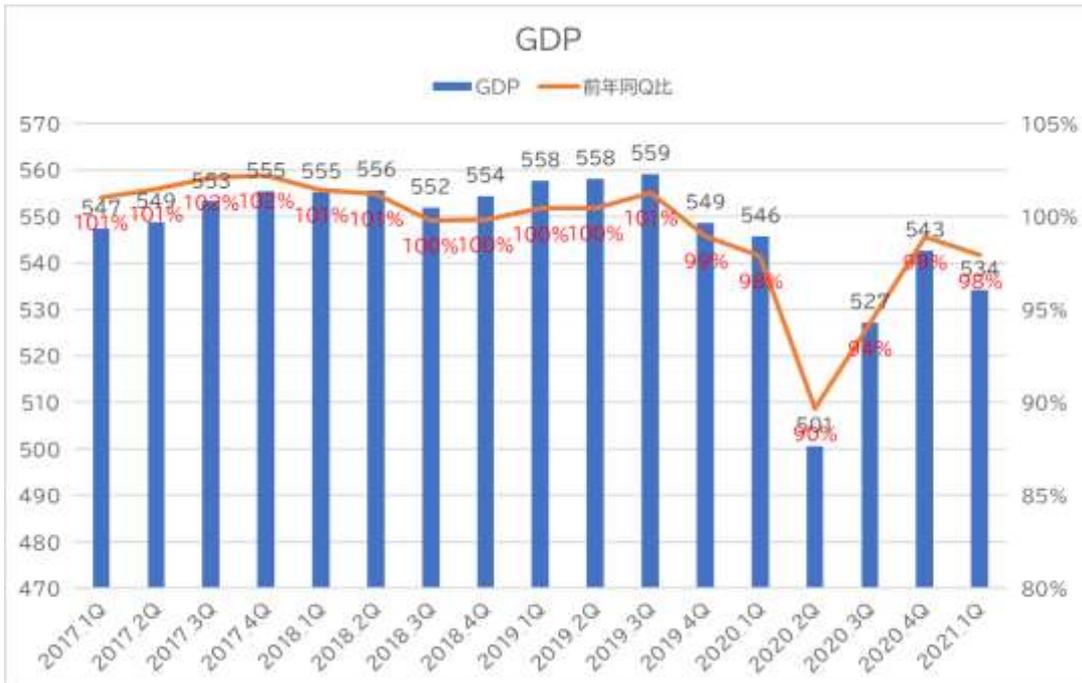
【収入を減らさないための活動】



- マクロ経済・消費・民間企業の状況

～R2年2Q(4～6月)を底に回復傾向に～

では、日本の経済はどのような状況になっているのかを改めて確認したい。国内総生産(GDP)はR2年2Q(4-6月)に501兆円と前年同Q比90%まで縮小した。しかしながら徐々に回復を見せ、4Q(10-12月)では99%、最新のR3年1Q(1-3月)でも98%となっており、経済の規模としては「ほぼ回復している」と言っても過言ではない。



<資料:内閣府(2020.12)より(株)インサイト加工>

～R2年の倒産件数は、過去20年で最少(最小)～

また、R2年の倒産件数は7,809件、負債総額は1兆1,1810億円となっているが、これは2001年以降の調査で、最少(最小)の数値となっている。これは、支援策として、緊急融資はもちろんのこと、補助金、助成金、給付金そして税金や社会保険料の支払い猶予、不渡り猶予などまで幅広く実施され、実際、これまで中小企業向けに執行された緊急融資は、民間金融機関、日本政策金融公庫、商工中金を合わせて総額31兆6991億円(R2年12月現在)となっている。GDPの5%相当を当て込んだ訳であり、倒産させない、という金融政策が奏功した結果となっている。

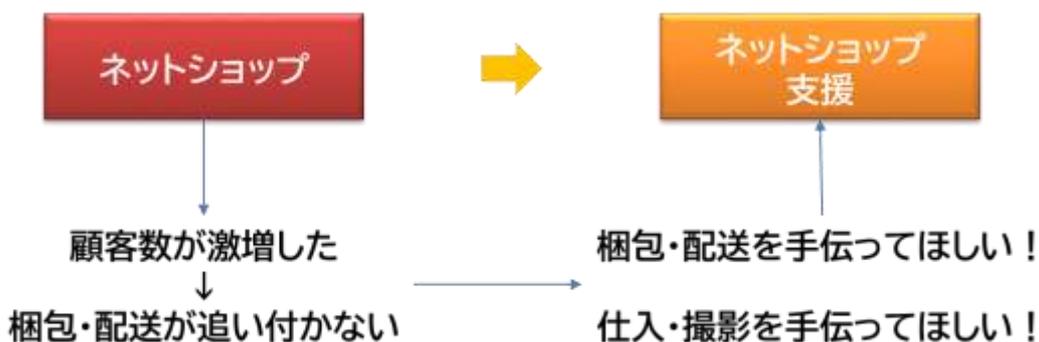
なお、倒産件数が最少であったといっても、業種別に見れば「飲食業」「宿泊業」「輸出入を伴う企業」については例外であり、個別に議論することが必要である。

- 生じていることと、就労継続支援 A・B 型への助言
 ~仕事の「玉突き」・・・逆に忙しくなった業界・企業を探す「好機」~
 では、今、どのような状況にあるのか？
 それを一言で言えば、「需要の場所が変わった」となる。

具体例で示す。

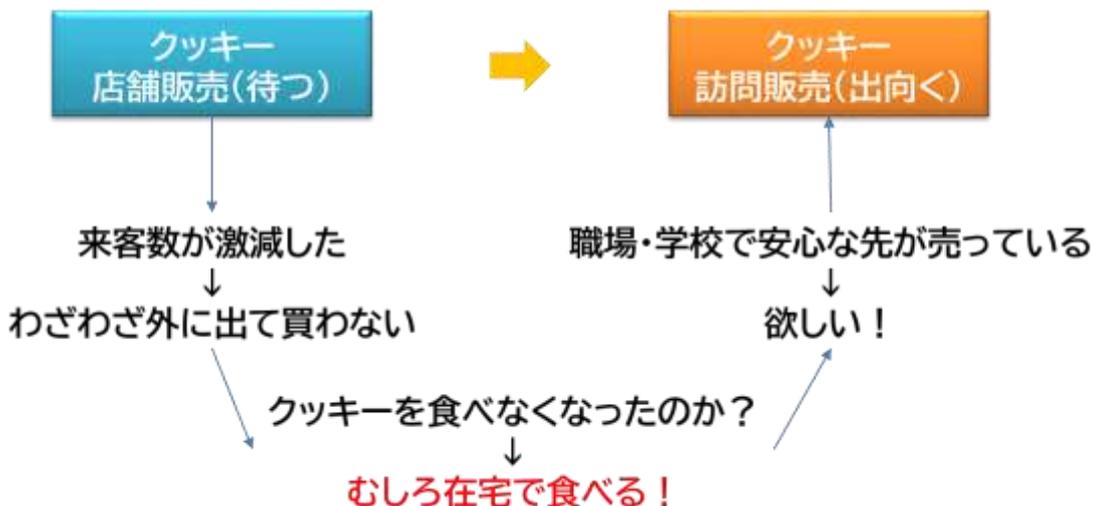
例えば、今、ネットショッピングや Uber 等、デジタルで何かをすることに消費者が相当慣れた。そこで、ネットショップを運営している企業は、顧客数が激増し、梱包・配送が追い付かない状態になる。そこでこれを手伝ってほしい、ということで、ネットショップ支援の請負業務が増えている。

【因果関連図：流行っている所の周辺に何がある？】



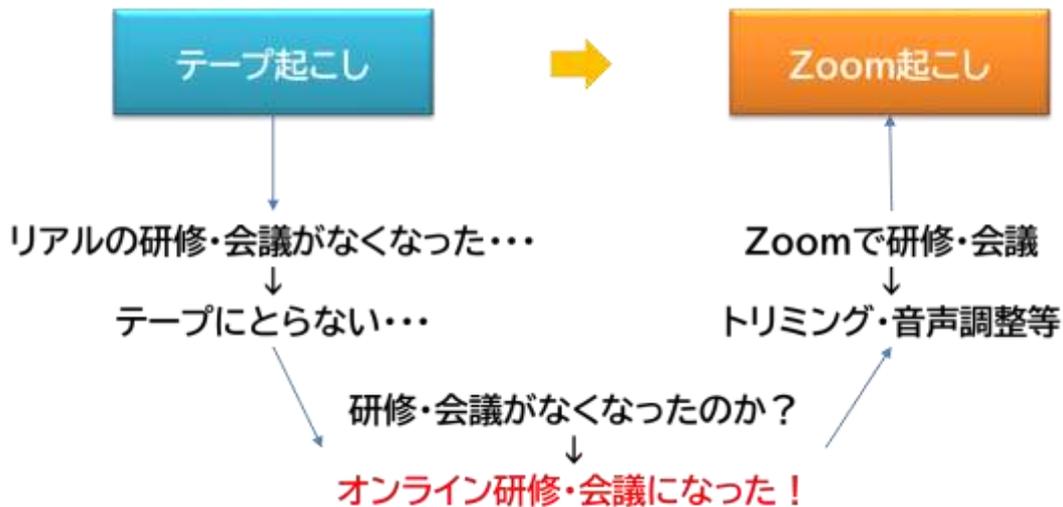
例えば、自主事業で、クッキーを店頭で販売していたが、コロナ禍により、全く客足が途絶えた。しかし、クッキーの需要が減ったのではなく、わざわざ買いに行くという行為がなくなっただけである。そう考えたときに、例えば、緊急事態宣言が解除され、職場や学校に行かざるを得ない、そこにクッキーがあれば欲しいので購入される、すなわち「クッキーの店舗販売」ではなく「クッキーの訪問販売」に大きな需要があるのだ。

【因果関連図：需要はどこへ行ったのか？(自主:クッキー)】



例えば、請負でテープ起こしをしていたが、コロナ禍により、リアルな会議自体がなくなっただけで、仕事がゼロになった。しかしながら、研修や会議がなくなったのではなく、すべてがオンライン化されたのだ。そうなったら、新たな需要としては、研修・会議の動画ファイルのトリミングや音声調整、テロップ付け等が大量に発生するため、テープ起こしではなく zoom 起こしに相当な特需がある。

【因果関連図：需要はどこへ行ったのか？（請負：テープ起こし）】



このように、コロナ前とは全く状況が変わったのではなく、需要の位置が変わったのである。我々はこれを「仕事の玉突き」が生じている、と表現している。そこで、最近変化のあったことを注視し、

- ・ 物凄く忙しくしている業界・業態・企業はどこか？
→その周辺で何に困っているのか？
 - ・ 逆に全く仕事がなくなった業界・業態・企業はどこか？
→その仕事はどこへ行ったのか？ 何に変わったのか？
- に着目すること、すなわち「視座を変える」ことが肝要である。

なお、上記の自主事業：クッキー、請負：zoom 起こしに取り組んでいる事業所様は、いずれもコロナ禍で春先は相当悪い状態であったが、過去最高益を実現している。「動いた」から、変化に気付き、それに対応し、需要に辿り着いたから、過去最高益を実現したのだ。

仕事がなくなった、のは理解できるし、大変な状況であることも理解できる。しかし、だとして「見つかるまで動きましたか？」という一点に尽きると言えよう。

最後に、自主事業・請負事業での探索のヒントをお伝えする。

まず自主事業について説明する。これは全国小売店パネル調査であるが、メガヒット商品のリストである。前年比 130%以上をメガヒットと定義しているが、毎年 5 件程しかないものが、R2 年は 14 件もあった。衛生用品系が上位を占めるが、ここに直接携わるケースは多くないだろう。

しかし、例えば、8 位「プロテイン粉末」→在宅で体を気にする、10 位「プレミックス」12 位「ホイップクリーム」18 位「はちみつ」→在宅で調理する、11 位「住居用クリーナー」14 位「家庭用手袋」17 位「使い捨て紙クリーナー」→在宅で掃除する、15 位「エッセンス類」16 位「芳香・消臭剤」→在宅の気分を上げる、と、「在宅」に関するものがヒットしている。

自分たちの自主製品を「在宅を快適にする***」という形で提供できないだろうか？

【2020 年の金額前年比ランキング(SRI 全国小売店パネル調査より)】

順位	カテゴリー	金額前年比 (%)
1位	マスク	425
2位	殺菌消毒剤	302
3位	体温計	249
4位	うがい薬	220
5位	濡れティッシュ	179
6位	玩具メーカー菓子	153
7位	せっけん	143
8位	プロテイン粉末	139
9位	冷凍水産	137
10位	プレミックス	136
11位	住居用クリーナー	135
12位	ホイップクリーム	134
13位	麦芽飲料	132
14位	家庭用手袋	130
15位	エッセンス類	129
16位	芳香・消臭剤	128
17位	使い捨て紙クリーナー	126
18位	はちみつ	126
19位	小麦粉	126
20位	スパゲティ	126

<出典：「インテージ知る Gallery」(2020.12)>

請負事業については、変わらず「求人情報の外注化」という方法を実践頂きたい。これは、仕事を探すときに内職を探すのではなく、求人情報を見て、そこに「それを外注で請け負うことができます」と提案する営業方法である。この方法は、少なくとも 1 人前の仕事が最低賃金クラスで切り出されているため 1 件獲得するだけで 10~15 万円相当の仕事になる。また、広告を出している企業からすれば、雇用しなくてよい・需給バランスに対応できる・穴が開かない(雇用は休まれると穴が開く)等メリットが多く、提案営業できる方法として、全国で実績を挙げられている手法である。

下図は、求人広告の掲載件数の集計結果である。すべての求人はR2年5月に底を打って、仕事が少なくなってしまう様に見える。しかしながら、この底であるR2年5月を100%としたときに、それ以降の求人の変化を見ると、ほぼすべての主要業務において右肩上がりの求人数となっており、特に事業所が取り組みやすいであろう「運搬・清掃・包装等」では150～170%の伸びを見せている。これは、5月に本当に必要な仕事以外は一旦全てなくなった。しかし、そこから増えているのは、コロナ禍を受けて新たな需要に対応できないから求人をかけているので、求人を出している＝コロナ禍をプラスにしている企業、と考えられる。仕事の場所が変わった今、その増えたところだけが参加しているこの市場情報を確認して連絡されたい。

【求人状況】



<引用:「求人広告掲載件数集計結果」(2021.2)、(公社)全国求人情報協会>

動かないと見えない。

けど、動くと何かが見える。

それにどう対応するか？

そして、その新しい仕事を利用者にどう携わってもらうか？

コロナ禍で「動き」と「再設計」が必要になった、と言えよう。

以上