

I 調査研究結果の概要

I 調査研究結果の概要

1. 調査研究の概要

(1) 調査研究事業の背景・目的

派遣労働者が急速に増加していく中で、派遣労働者が、派遣就業を通じて、将来のキャリアパスの展開や能力の向上による労働条件の向上などに展望を持って働けるようにしていくことが労働者派遣事業において重要な課題となっているが、雇用管理¹に係る不満も見られるところである。

本事業は、これらの問題の改善を図るために、サービス業の営業職・販売職派遣労働者について、雇用管理の現状を把握し、課題を抽出する。これをもって、派遣労働者の雇用管理改善の取組の促進に活用を図るとともに、「派遣元事業主が講ずべき指針」等に基づき、今後取組を行おうとする事業主に提供することにより、労働者派遣事業の更なる雇用管理改善を推進し、もって、派遣労働者の労働条件の向上、福祉の増進に資することを目的に行うものである。

図表 I-1-1 本事業がベースとする基本的な考え方

派遣労働者の雇用管理の改善を図ることは、派遣会社およびユーザー企業の利益につながる

- ・ 派遣労働者の働く意欲が向上することで、仕事の生産性の上昇や、優秀な派遣スタッフが辞めにくくなることが期待される
…派遣会社・ユーザー企業にもメリットがある
- ・ それには、仕事への希望や不満をきちんと聞いて対処したり、働きぶりを評価して時給に反映したり、長期的なキャリアアップを見据えて配置転換したりすることが必要と思われる
- ・ 正社員転換への希望に応えていくことも重要な課題
…正社員転換支援は業界の方針。「商品を失う」という考え方は世間的にも受け入れられなくなっている。(正社員転換を前提にコストが回収できる仕組みは可能)



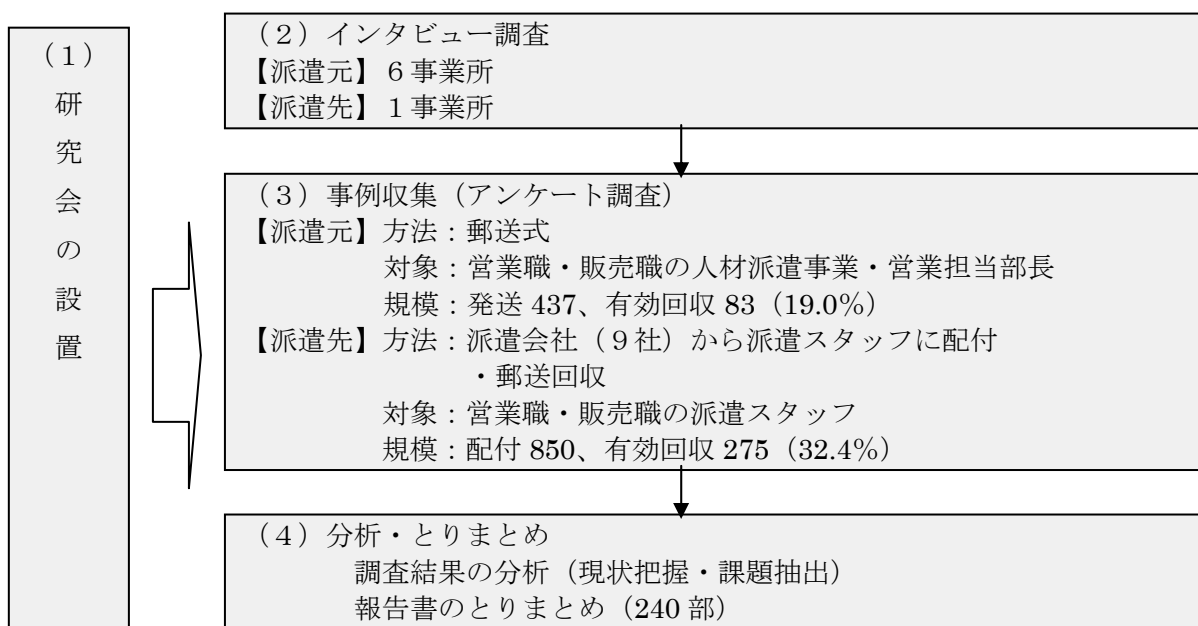
事業を通じて派遣労働者・派遣会社・ユーザー企業の3者が
相互に利益を享受できる関係を目指す

¹ 「雇用管理」とは、従業員の新規採用から在職中の処遇、退職に至るまでの雇用に関する一連の管理のことであり、具体的には、労働条件の整備、教育訓練の実施、福利厚生等を指す。

(2) 調査研究事業の内容・方法

サービス業の営業職・販売職の派遣労働者について、雇用管理の現状を把握し、課題の抽出を行う。具体的な内容・方法は、下記(1)～(4)の通りである。

図表 I-1-2 本事業の概要



－研究会について

調査研究を意義あるものとするため、学識経験者、業界関係者、厚生労働省需給調整事業課職員をメンバーとする研究会を設置し、幅広い視点から検討を行った。

図表 I-1-3 研究会の開催と検討内容

実施回	検討内容
第1回 9/25	<ul style="list-style-type: none"> 本事業の概要についての説明 調査の方法、内容、アウトプットイメージについての検討
第2回 11/16	<ul style="list-style-type: none"> 個別事例調査 (インタビュー調査) 結果の報告 アンケート調査票についての検討
第3回 1/29	<ul style="list-style-type: none"> アンケート調査結果の報告 (派遣会社調査、派遣スタッフ調査(中間集計)) 調査結果の分析 (現状把握と課題の抽出)
第4回 2/22	<ul style="list-style-type: none"> アンケート調査結果の報告 (派遣スタッフ調査(最終集計)) 報告書骨子の議論
第5回 3/25	<ul style="list-style-type: none"> 報告書案の承認

一調査の範囲について

本事業は、サービス業の営業職派遣・販売職派遣労働者について調査するものであるが、それら労働者の範囲については明確な定義がない。そのため、事業のはじめにあたり、本事業が対象とする派遣労働者の範囲について議論を行った。

<既存調査研究における営業職派遣・販売職派遣の範囲>

図表 I-1-4 営業職派遣の範囲

定義：「訪問によって商品、サービスを販売している派遣労働者」（24号は調査対象外）

	テレマーケティングの営業 (24号)	セールスエンジニアの営業、金融 商品の営業(25号)	営業 (24・25号を除く)
解禁時期	1996年	1996年	1999年
現在(2009.7)の期間 制限	なし	なし	3年
派遣労働者総数に占める割合(MA)(単位：%) [*]			
総数(2004)	1.8	0.6	1.2
男性	0.7	0.7	0.9
女性	2.4	0.5	1.4
総数(2008)	1.5	1.2	1.9

^{*}厚生労働省「派遣労働者実態調査」

(資料) 松浦民恵「派遣営業職活用の現状と課題—業務関与度の類型による分析—」、『派遣という働き方を通じたキャリア形成—事務職、コールセンター・オペレーター、技術者、営業職—』(東京大学社会科学研究所人材ビジネス研究寄付研究部門 研究シリーズ NO.44) に、MURCにて2008年の「派遣労働者実態調査」の結果と24号業務を追記。

図表 I-1-5 担当営業の主要な商品・サービス

(過去2年間に担当した主な営業の主要な商品・サービス)

大分類	度数	比率(%)	小分類	度数
消費財	28	30.8	家電	6
			パソコン機器	2
			携帯電話	5
			化粧品	3
			日用品	2
			飲料	3
			食品	7
資本財(住宅設備・医療機器・システム等)	17	18.7	医療機器	2
			住宅設備	3
			建設・不動産	2
			ソフトウェア	3
			情報システム	5
資本財(通信設備)	21	23.1	ソリューション・先端技術	2
			通信回線	18
			通信機器	3

金融・サービス	17	18.7	クレジットカード	2
			金融商品一般	4
			生命保険	4
			旅行	3
			その他サービス	4
その他	7	7.7	その他	7
無回答	1	1.1	無回答	1
合計	91	100.0	合計	91

(出所)「派遣という働き方を通じたキャリア形成に関するアンケート調査」結果より

(2008.10 実施、インターネット調査、有効サンプル 91 人。対象者は、派遣就業を 2 年以上継続している「外勤の営業(新規開拓・ルートセールス等)」。)

(注) 自由回答を小分類、大分類に振り分けている。

<派遣会社 HP にみる業務の範囲>

図表 I-1-6 営業職・販売職派遣の範囲

派遣会社	得意分野
A 社	<ul style="list-style-type: none"> -販売職 <ul style="list-style-type: none"> ・ファッション (アパレル) ・百貨店・SC ・携帯電話販売 -営業職 <ul style="list-style-type: none"> ・金融業界 (銀行、保険) ・通信 (インフラ系) ・IT (インターネット関連) <p>家電量販店内ブース or 独立ショップ</p> <p>マリン・プロトタイプ関連(光・ADSL・ISP 等) 契約獲得に向けた営業 (対個人・対法人)</p> <p>+化粧品</p> <p>インターネット広告営業・EC (ネット通販) コンサルタント、インターネットコンサルティング営業、PC 保守・ファイルサーバ導入サービスの営業、IT 接続サービスの営業、等</p>
B 社営業派遣事業部	<ul style="list-style-type: none"> ・IT 関連業種向け営業派遣 等 (平成 11 年の派遣法改正に対応し、解禁される営業職派遣を専門に行う新組織を設立。当初は、外資、ベンチャー、化粧品、医薬品メーカーを想定していた。だが、営業派遣の市場の伸び悩みから、ニーズの多い IT 関連業種に特化)
C 社	<ul style="list-style-type: none"> ・IT 分野に特化した人材派遣/請負、人材紹介 (技術者派遣がメインだが、営業派遣も手がけている模様)
D 社	<ul style="list-style-type: none"> ・長期派遣 (判断業務・非定型業務が求められる準社員ポストへの長期派遣システム。営業の他、営業事務、貿易事務、経理事務、OA 事務、一般事務、受付・案内、ファイリング、人事/総務、セクレタリー、PC オペレーター、DTP オペレーター、TEL オペレーター、ネットワークエンジニア、CAD オペレーター、PG・SE) <p>大手はあまり手を出さないとの指摘有り (コンプライアンス、低価格)</p>
E 社	<ul style="list-style-type: none"> ・家電量販店の営業職 <p>家電、(携帯)</p>
F 社	<ul style="list-style-type: none"> ・家電量販店の販売職
「日本サービス業人材派遣協会」 (2009/2/25~)会員企業 約 20 社	<ul style="list-style-type: none"> ・(中小・零細) サービス業向けの派遣 (飲食等サービス、パチンコ等)
G 社	<ul style="list-style-type: none"> ・サービスクリエイター (ホテル、レストランでの婚礼、パーティーでの接客)
H 社	<ul style="list-style-type: none"> -販売職 ・イベント対応業務 (商品説明、実演、MC、販促物配付等) ・販売および販売支援業務 (家電商品、携帯電話)
I 社	<ul style="list-style-type: none"> ・銀行窓口販売の人材サービス (特定派遣として) <p>これらについては、事務系に分類したほうがよいとの意見あり</p>

(資料) 各社 HP 等を元に三菱 UFJ リサーチ&コンサルティングにて作成

本調査は、常用的なものを調査対象とすることとし、スポット的なものは調査対象から外す、あるいはウエイトを下げてはどうかとの意見あり

検討の結果、営業職派遣と販売職派遣では業務の特徴や雇用管理の問題が異なること、また、営業職派遣、販売職派遣それぞれの中でもタイプの異なる派遣労働者がいることから、調査対象とする範囲をある程度絞り込んだほうがよいであろうということになった。

そこで、営業職派遣・販売職派遣のなかでもイメージしやすく、かつ雇用管理改善の必要性が相対的に大きいと思われる分野に焦点をあてることとした。

また、アンケート調査においては、さらに範囲を限定するとともに、「営業職派遣」「販売職派遣」について下記のように分類した。

図表 I-1-7 本調査における営業職派遣・販売職派遣の分類

1. 外勤の営業職 (新規開拓、ラウンダー、ルートセールス、フィールド)	→本調査では、「 <u>営業職</u> 」とする
2. 販売職 (家電量販店等での商品説明。営業事務を除く)	→本調査では、「 <u>販売職</u> 」とする (項目によっては、「接客サービス職」を 分離する場合がある)
3. 販売職 (アパレル、化粧品、家電、食品等)	
4. 接客サービス職	