

コロナ禍における労働についての調査

Survey on Labor in the Corona Disaster

神谷 司

要 約

コロナ禍では、完全失業率が上昇し、完全失業者数が増加したが、「在籍型出向」の発展や電子商取引を増加させるなど、このコロナ禍で知恵を絞って活路を見出し、それらをいち早く実践することで各々の産業の就業者数を伸ばしていくことができると考えられる。

特に、「宿泊業・飲食サービス業」は、コロナ禍によって打撃を受けて、その就業者を大きく減少させた。「宿泊業・飲食サービス業」の就業者を増加させるためにどうしたらよいかを中心に論説し、それ以外の産業においても活用できそうな「在籍型出向」「EC（電子商取引）」についても触れる。

キーワード：新型コロナ 労働力調査 宿泊業・飲食サービス業 在籍型出向
EC（電子商取引）

1. 導 入

2020年初頭から日本国内で新型コロナウイルス感染者が増加し、2020年4月には新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、緊急事態宣言が全国に発令された。この時期の前後から失業率が上昇し、総務省統計局による「労働力調査」によれば、2020年5月には2.9%となり、完全失業者数は198万人に増加した。このような状況における就業について論説する。

2. 考 察

新型コロナウイルス感染症拡大により、国民全体が外出自粛をしたことによって、経済が停滞し、労働者の解雇、雇い止め、休業、さらには、企業の倒産が増加した。東京商工リサーチによると、2020年上半期（1-6月）の全国企業倒産が4,001件で+0.27%となり、「新型コロナ」関連倒産は240件発生した。完全失業率は198万人。前年同月に比べ33万人増加した。

また、総務省統計局による「労働力調査」

（2020年5月分）によると、就業者数は6656万人、前年同月に比べ76万人（男性43万人、女性33万人）減少した。雇用者数は5920万人、前年同月に比べ73万人減少した。主な産業別就業者を前年同月と比べると、「宿泊業・飲食サービス業」は38万人減の376万人、「卸売業・小売業」は29万人減の1040万人と就業者が大きく減少している。

一方で、「情報通信業」は15万人増の239万人、「運輸業、郵便業」は10万人増の361万人と前年同月より増加している。

この調査からは、新型コロナウイルス感染予防のため、不要不急の外出を控え、自宅で過ごす人が増えたことにより、旅行に行かない、外食をしない人が増加して「宿泊業・飲食サービス業」が打撃を受けていることが読み取れる。そして、「卸売業・小売業」は、「宿泊業・飲食サービス業」に食料品や飲料を納入するなどつながりが深いことも労働力を減少させた一因となっていると考えられる。「卸売業・小売業」は、国民の外出の減少、国民が生活必需品以外はあまり購入しない、短時

間で買い物を終えるなど必要最低限の行動しか行わないなどから物が売れなくなっていることも原因であろう。

この一方で、オンラインでやりとりすることが増え、「情報通信業」の労働力が増加したと考えられる。教育の場では、PCやスマホ、タブレット等を活用した「オンライン授業」、会社等ではテレワークによる情報通信機器の活用、オンライン会議、ネットを介した取引の増加など情報通信を活用した活動が急増している。これらにより、「情報通信業」にニーズが高まったことで、雇用が創出されて労働力が増加したと推測できる。

また、レストランを始め飲食店等ではテイクアウトのみでなく、出前や配送サービスを行なうことやインターネットでの発注・発送が増えたことで「運輸業・郵便業」の労働力が増加したと推察できる。

これらの中で、「宿泊業・飲食サービス業」は就業者が大きく減少しており、この「宿泊業・飲食サービス業」について主として考察を行う。「宿泊業・飲食サービス業」の就業者は、前年同月と比べると、38万人減の376万人であり、減少人数が一番多い産業であった。「宿泊業・飲食サービス業」については、新型コロナが収束すれば回復していくと思われるが、新型コロナが数年にわたって収束しない場合は、新型コロナ対策及び生き残るための変化が必要となる。新型コロナの感染拡大の時期には、特に、“観光業”は、観光客の大幅な減少により大打撃を受け、観光と関連が深い「宿泊業・飲食サービス業」も減収となり、その労働力を大きく減少させることとなった。

観光業は、観光客の減少により厳しい状況にある。その中で外国人観光客は、コロナウイルス感染症拡大防止のために入国規制がなされていてほとんどいない状況であり、日本国内でも外出自粛の影響により観光客は減少している。観光客の減少は、観光のために“宿

泊”する人を減少させ、また、観光地で“飲食”する人たちの数を減らしている。1～2泊してくれる観光客の減少に加え、長い期間連泊してくれる観光客がいない、日帰りの観光客においても観光地での飲食を楽しむ人たちがいなくなるとは、「宿泊業・飲食サービス業」は苦しい状況に追い込まれる。観光は、テレビ等での放映や特産品のネット等での販売以外には代替のものが少なく、落ち込みの急激なV字回復の望みは小さい。しかしながら、このような状況の中で、ネット配信のバーチャルによる観光地体験は、この代替の期待があり、オンラインで観光地の雰囲気を感じ取れるようになる可能性はある。

観光客による宿泊代・サービス料、観光地での入場・入館等の入場料収入、飲食代、特産品などのお土産の購入代金など観光に関連した収入は、実際にその観光地に来てもらわないと得られないものが多い。これらの収入が得られないと、観光業界だけでなく、実際の宿泊場所を提供したり、飲食・お土産の販売等を提供したりする「宿泊業・飲食サービス業」も大きな減収となる。

また、「宿泊業」は、観光以外の取り組みとして、ホテル等の食事などのテイクアウトや宅配サービスも行われており、さらに、近所の人たちがホテル等で短時間過ごすことや安価で宿泊できる、テレワークのために一室を提供する、などのサービスが実施され始めており、好転が期待されよう。

これに加えて、会社内の会議室や応接室以外で、時には気分転換のために近くのホテルなどで会議や打ち合わせ、商談を今までよりもさらに気軽に利用できるようにする。一人で集中して仕事をしたい人や研究をしたい人たちのためのホテルの一室を使用しやすい形にする。その際、低料金、使いやすい仕様、地元の人たちがいつでも行きやすい場である地元密着などの工夫ができることが望ましい。

現在も大幅な値下げ、朝食に加えて飲み物を

無料提供するなどのサービスの充実、清潔・安全で集客効果を見出すホテルも見られる。

コロナの感染が拡大あるいは減少する時期に関わらず、遠距離の移動を伴わないなどコロナ感染の危険が少ないサービスは安定した事業となり得ることが示唆される。

コロナ禍でのホテルの取り組みについて、令和2年11月11日（水）静岡新聞 朝刊 9 ページ「プリズム」で紹介がされている。各ホテルの取り組みとして、

- ①『オンライン会議システムを活用し、最大六つの宴会場をつなぐプランを導入した。利用者に着席してもらい、大型スクリーンや各自のスマートフォンに互いの顔を映して会話も楽しめる。』
- ②『和室の宴会場を洋室の小宴会場3室に改装した。……（中略）……コロナ禍で高まる小グループによる個室利用のニーズを取り込む。』
- ③『中庭にテラス席を設け、屋外でも宴会やパーティーを実施してもらえるようにした。』

（①～③の『』内は、令和2年11月11日（水）静岡新聞 朝刊 9 ページ「プリズム」掲載から引用）

ここから、コロナ対策として3密を回避するために少人数で宴会を楽しめるようにしていることが読み取れる。①では、少人数の会場をオンラインでつなげて、大人数での宴会と同じような形を楽しめるように工夫している。密集・密接を避けることができ、従来の大人数での大宴会に近い形を作り上げている。忘年会・新年会・同窓会などに活用できるであろう。②は、密集・密接を敬遠している利用者のニーズに答えている。小グループでの会食を楽しみたい人たちの利用が増え、コロナ禍の今は特にこのニーズが多い。また、プライベートにも配慮されており、コロナ後においてもニーズがあると思われる。飲み物やスイーツのサービスなど利用者へのサービスを

を充実させていけば今後もニーズは高まっていくであろう。③については、密閉を避けて屋外で実施するケースである。屋外であれば、換気を考える必要がなく、屋内よりも多い人数で宴会やパーティーを行なうことができる。景色が良い場所であれば、外の景色を楽しむこともできる。コロナ禍では、各々のホテルでコロナ対策を行ないながら利用者の増加につなげようと工夫している。これらの努力がコロナ禍で外出を控えていた人たちが外出するきっかけとなっていけば利用者増につながり、「宿泊業」であるホテルの就業者増につながっていくであろう。

「飲食サービス業」や「小売業」などは商品をテイクアウトや宅配できることにすることで回復をはかっているが、厳しい状況である。換気、席と席の間隔を開ける、マスク着用、フェイスシールド、防護服の着用などで客足は回復の兆しはあるが十分ではない。国民が外出を控える状況下では、家にいても消費できる形での飲食のサービスの提供ができれば好転していくのではないだろうか。

また、5月以降の6月から9月までの「宿泊業・飲食サービス業」の就業者数は、6月369万人（前年同月比－38万人）、7月384万人（前年同月比－22万人）、8月391万人（前年同月比－28万人）、9月403万人（前年同月比－48万人）で推移した。

この6月から9月までの推移においては、前年同月比では大きなマイナスとなっているが、「宿泊業・飲食サービス業」の就業者数自体は、6月以降は毎月増加している。この就業者の増加は、これまで先に述べた事柄の実践や企業努力、業界での様々な工夫や知恵を出した催し物などに加え、7月から始まった政府による「Go To トラベル」により観光客が徐々に増え始めたことや、10月から開始の「Go To イート」による顧客の増加が見込まれることにより、「宿泊業・飲食サービス業」の就業者数が増えていることが考えられる。

また、政府の支援事業「Go To トラベル」、
「Go To イート」は誘客効果があり、これにより、「宿泊業・飲食サービス業」の増加が見込まれる。一例であるが、令和2年11月1日（火）静岡新聞（解説・主張 SHIZUOKA）10 ページで、『国の観光支援策「Go To トラベル」の対象に東京発着の旅行が追加されてから、熱海市を訪れる観光客の増加は顕著だ。特に高級路線の宿の多くは週末の予約が難しく、既にコロナ禍前の水準に戻った施設もある。』との記事があり、「Go To トラベル」により観光客が増えたことが分かる。特に、東京発着の旅行が追加されたからの観光客の増加の伸びが大きいようである。国の支援により、国民が補助を受けることで、従来よりも安い価格で、旅行等に行けることができるのは魅力的である。コロナウイルス感染症拡大防止のための緊急事態宣言により、外出を控えていた人たちの外出、旅行などを後押ししている。ここから、政府の支援である「Go To トラベル」には一定の効果があり、また、誘客効果があることが分かる。

さらに、この記事の中で興味深いことは、『市などが観光庁の補助事業採択を受けて開発しているのが「泊食分離プラン」だ。宿泊客の外出を促すために、5～10 分間ほどのミニ花火大会を開催し、その流れで街の飲食店を利用してもらうことで、食事の個別提供が難しい大型ホテルの稼働率を高める。……（中略）……観光地が感染予防と経済再生を両立するためには、宿泊、飲食、輸送などをあらゆる業界が連携して、観光客に「また来たい」と思われるような高品質なサービスを提供することが求められる。』である。「泊食分離」で、ホテル等だけでなく、近くの飲食店等の利用が増えることは「宿泊業・飲食サービス業」の就業者の増加に効果的である。

また、宿泊、飲食、輸送などをあらゆる業界が連携して、観光客のリピーターを作るとは、それぞれの業界の顧客を増やし、それ

によって、また、それぞれの業界の就業者を増やすだけでなく、その地域の活性化にもつながっていく。そして、コロナの影響で食事の個別提供を希望する顧客が多いことから、「泊食分離」はホテルの近くの飲食店等の利用者が多くなることが見込まれる。コロナ対策で客数を抑えているホテル側も、食事の提供をホテル外で行なってもらうことにより、自らのホテル内のレストラン等の受け入れ人数を増やすことができ、利用者の増加が期待できる。

この「泊食分離」の誘客効果を見極めて、今後、国内外の宿泊客及び飲食店等利用者（宿泊客の利用者も含む）の増加が見られれば、この「泊食分離」を推進していったらよいのではないか。その中で、例えば、地域特有の実演（舞踊、演劇など）、地域の特産品の販売、製造過程の見学等の“宿泊客の外出を促す内容”を充実させていくことによって、宿泊客及び飲食店等利用者を増加させることで、「宿泊業・飲食サービス業」の就業者を増加させることができるであろう。コロナの影響で「宿泊業・飲食サービス業」の就業者は減少したが、今後、これまでは実施されて来なかった「泊食分離プラン」などの知恵を絞った新しいサービスを取り入れることで、「宿泊業・飲食サービス業」の就業者の増加が見込まれると考えられる。

10 月以降についても、「宿泊業・飲食サービス業」の就業者数は増えていくと予想される。例年であれば9月は紅葉のシーズンであり、国内外から多くの観光客でにぎわい、「宿泊業・飲食サービス業」の就業者数は増加するが、今年はコロナの影響で国外の観光客は入国できない状況が続いており、前年同月比は致し方ないところである。しかしながら、10 月以降も継続して努力していくことに加えて、政府の支援事業の「Go To イート」の活用、これまでには行われていない取り組みやイベントの実施、斬新なアイデアを考え

出していくことで「宿泊業・飲食サービス業」の就業者の増加が見込まれるであろう。

3. まとめ

コロナに関しては、消毒、換気の徹底、人と人の距離を開ける配置を取ることで顧客の安心を得る。これらのコロナウイルス感染症対策に加えて、コロナウイルス感染症に左右されることが比較的少ない地元の人たちが、気軽にいつでも利用できる“地域に根差したホテルや飲食店”等であることや、地元以外の人たちにおいても利用のしやすさ、顧客の満足度を高める、顧客の心をつかむ企画を行う、外出自粛でストレスが溜まっている人たちが近場であれば外出しようと思えるイベントの実施、低料金で質の高いサービスを提供することで「宿泊業・飲食サービス業」の顧客数の増加し、それによる売り上げ増加がなされれば、「宿泊業・飲食サービス業」の就業者数も増加していくと考えられる。

最後に、コロナ禍の労働力調査について言及する。総務省統計局「労働力調査（2020年9月分）」によると完全失業率は3.0%、完全失業者数は210万人とあり、2020年5月よりも悪化している。

このような状況ではあるが、ここから活路を見出せるであろう内容について2点挙げる。1つ目は、令和2年11月12日（木）静岡新聞朝刊9ページの『「在籍型出向」105人支援 コロナ禍失業防止へ仲介』の「在籍型出向」の活用である。この記事で『在籍型出向は雇用関係を維持したまま一時的に別企業に人材を移す仕組み』とあり、『仲介した事例は、コロナ禍の生産縮小で一時的に非正規などの雇用を減らした輸送用機械器具関連企業が需要回復を受け、他分野の製造業事業者から人材を受け入れるケースが中心』とある。コロナ禍で雇用を続けることが困難になった産業の就業者が、一時的に別の産業で就業することで、失業者を減少させることができる。

この仕組みを活用すれば、ある産業の就業者数が一時的に減少するが、産業全体の就業者数の減少や失業者数の増加に歯止めがかかる。この「在籍型出向」で重要なことは、マッチング支援に力を注ぐことである。ミスマッチによる離職等があつては、この仕組みのメリットがなくなる。マッチングを支援して適材適所に人材を配置することで、この「在籍型出向」の仕組みを充実させたい。「在籍型出向」を充実させていけば、コロナ禍だけでなく、需要と供給がマッチングすることで今後、景気の好況・不況の変動の際にも活用できる。これにより、失業者の減少のみでなく、必要な時に必要とされる所で活躍できることや多様な産業を経験した経験者の有効活用、人材の流動の活性化などが期待できる。さらに、この「在籍型出向」が発展していけば、この仕組みを活用した後に、それまでの経験を活かしての転職や起業がしやすくなり、人材の有効な流動化の可能性もある。

2つ目は、令和2年11月8日（日）静岡新聞朝刊5ページ「20年度の経済財政白書」において、『インターネット通販による食品や医薬品の購入が増え、EC（電子商取引）の利用が急速に拡大した。若年層だけでなく高齢世帯にも支持され、70代以上の7月のEC利用額は前年同月から約4割増えた。』とあり、電子商取引（EC）の活用が産業を発展させていく鍵になると考えられる。このECを発展させて、若年者向け、高齢者向けの商品やサービス等の提供を充実させた産業が就業者を増加させることができるのではないかと。また、誰でも使いやすい、分かりやすいECを行うことで顧客の増加が見込まれる。そして、このECはどの産業でも多かれ少なかれ活用できるものである。コロナ禍において“EC”を発展させていくことがその産業を発展させ、就業者数を増やしていく一助となるのではないかと。

コロナ禍では、完全失業率が上昇し、完全

失業者数が増加したが、先述した「在籍型出向」の発展や電子商取引を増加させるなど、このコロナ禍で知恵を絞って活路を見出し、それらをいち早く実践することで各々の産業の就業者数を伸ばしていくことができるであろう。

【参考文献】

1. 東京商工リサーチ 2020 年半期全国企業倒産状況
2. 総務省統計局「労働力調査」（2020 年 5 月～9 月分）
3. 「プリズム」（「令和 2 年 11 月 11 日（水）静岡新聞 朝刊 9 頁」掲載）
4. 「解説・主張 SHIZUOKA」（「令和 2 年 11 月 1 日（火）静岡新聞朝刊 10 頁」掲載）
5. 『「在籍型出向」105 人支援コロナ禍失業防止へ仲介』（「令和 2 年 11 月 12 日（木）静岡新聞朝刊 9 頁」掲載）
6. 「20 年度の経済財政白書」（「令和 2 年 11 月 8 日（日）静岡新聞朝刊 5 頁」掲載）
7. 本文の「2. 考察」の 15～18、22～27、55～66、87～95、121～166、198～216 行目は、拙文「『GO TO トラベル』『GO TO イート』についての評論」から引用した。