

労働環境の変化と eコマースの展開

愛知大学 國崎ゼミ
小室礼智 速水秀斗

報告の目的

現代の労働環境が人々の暮らしにどのような影響を与えているか

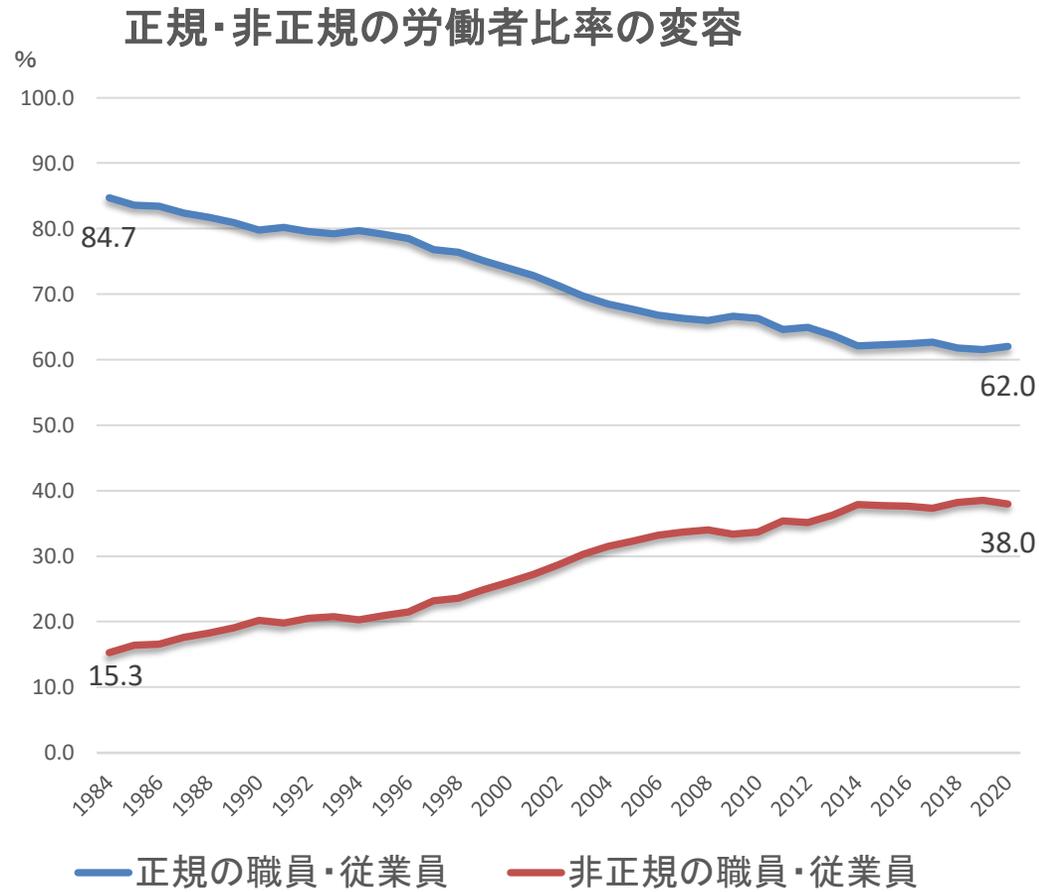
特にインターネットを通じて行われる

「eコマース（電子商取引）」に着目し、
労働環境とのつながりを見ていく

目次

- 日本の労働環境の変化
- ワークライフバランスについて
- eコマースの成立条件
- 労働環境とeコマースとのつながり

就業形態の変化



1984年 → 2020年

正規雇用者

84.7% → 62.0%

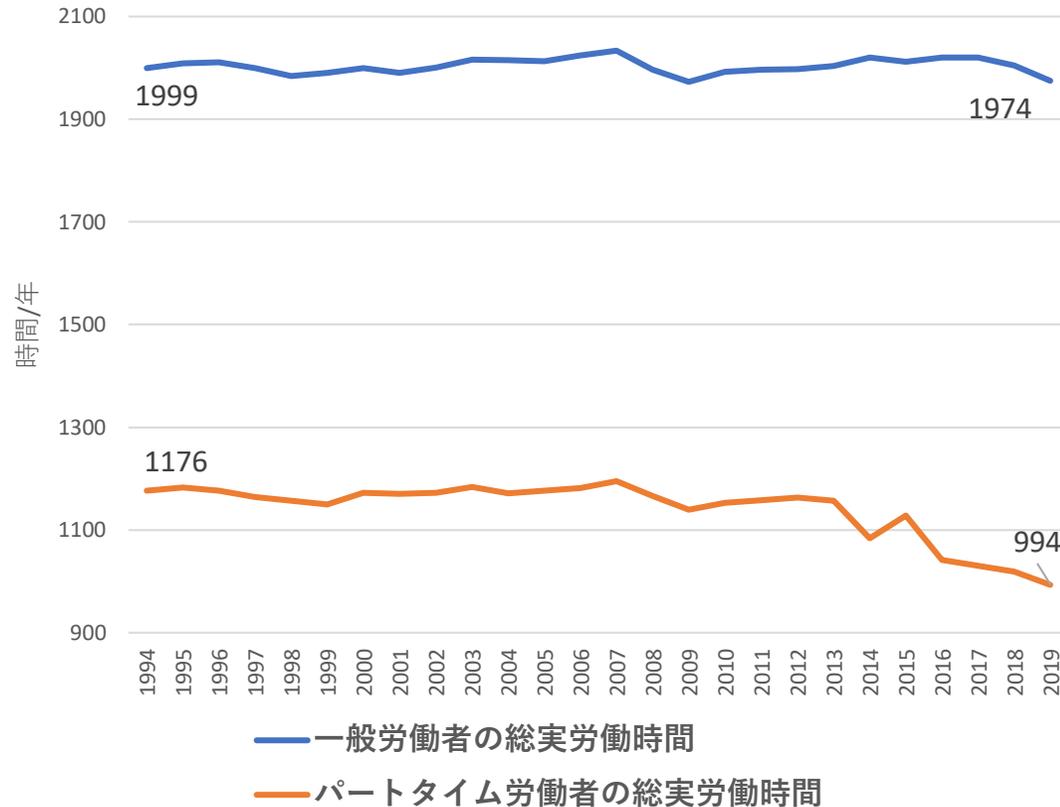
● 非正規雇用者

15.3% → 38.0%

出典：総務省「労働力調査（特別調査）」（2月調査）（令和元年）

労働時間の変化

就業形態別年間総実労働時間の推移



- 一般労働者の労働時間は過去25年間であまり変わっていない
- 一方でパートタイム労働者の労働時間は減少傾向にある

日本の労働の変化

過去35年間で見ると、非正規労働者の割合が徐々に高まってきており、現在は全体の3分の1を超えている

全体としては労働時間が減少しているが、就業形態別で見ると正規労働者の労働時間は横ばいである

→何故、長時間労働が減少していない？

長時間労働の要因

- 人手不足による業務過多
- 管理職のマネジメント不足
- 残業を良しとする風潮

長時間労働の要因

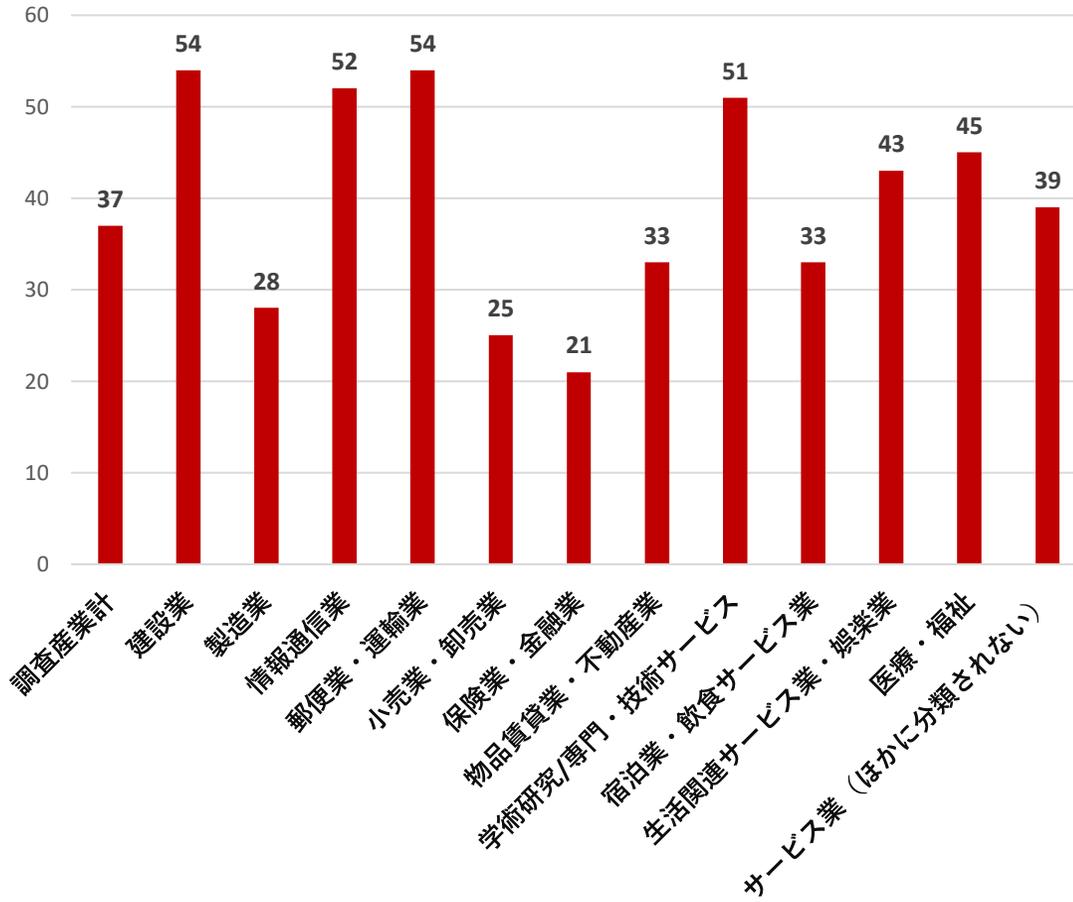
- 人手不足により、社員一人あたりの業務の負担が増加し長時間労働に陥りやすい。
- 人手不足の度合いを測る指標として過不足判断D.I.がある。

過不足判断D.I.とは

過不足判断D.I. . . .

- 労働力が不足している事業所の割合から過剰である事業所の割合を差し引いた値
- D.I. . . . Diffusion Index (ディフュージョン・インデックス)
企業の業況感や設備、雇用人員の過不足などの各種判断を指数化したもの

産業別に見た過不足判断D.I.

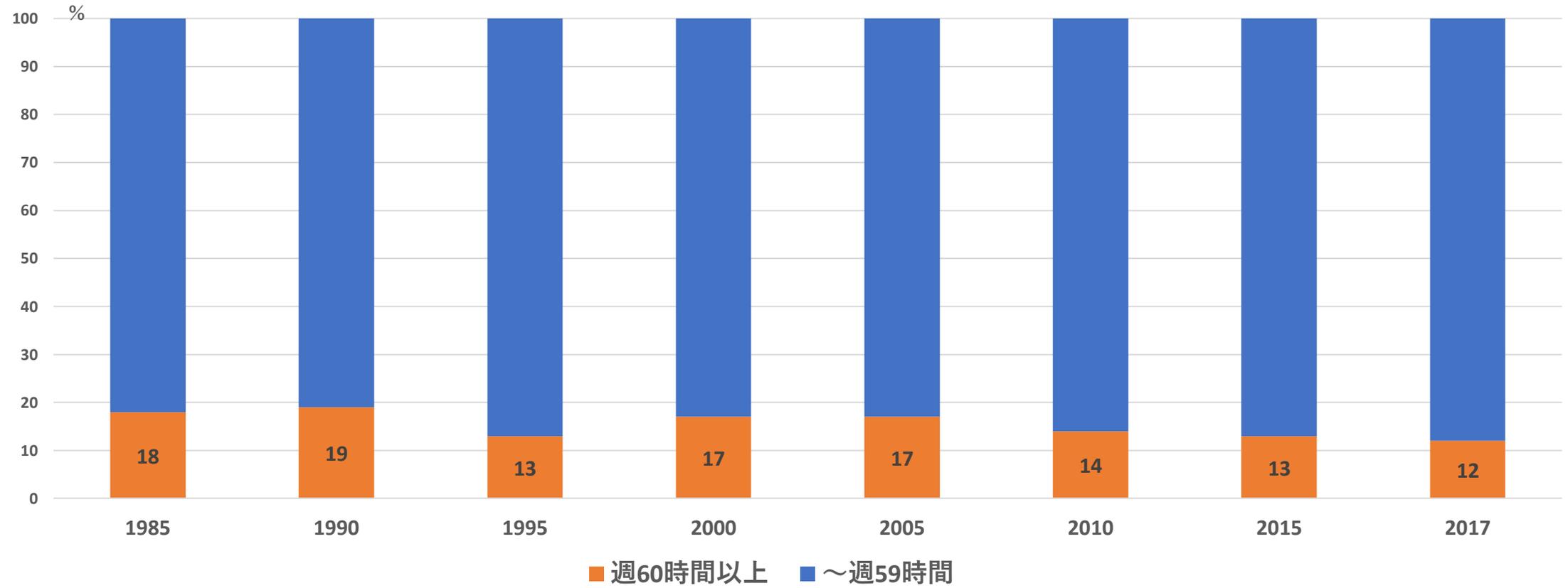


全ての産業で過不足判断D.I.がプラスであり、人手不足となっている

特に建設業、郵便業・運輸業、情報通信業、学術研究/専門・技術サービスにおいて人手不足感が高まっている。

週60時間以上の労働者

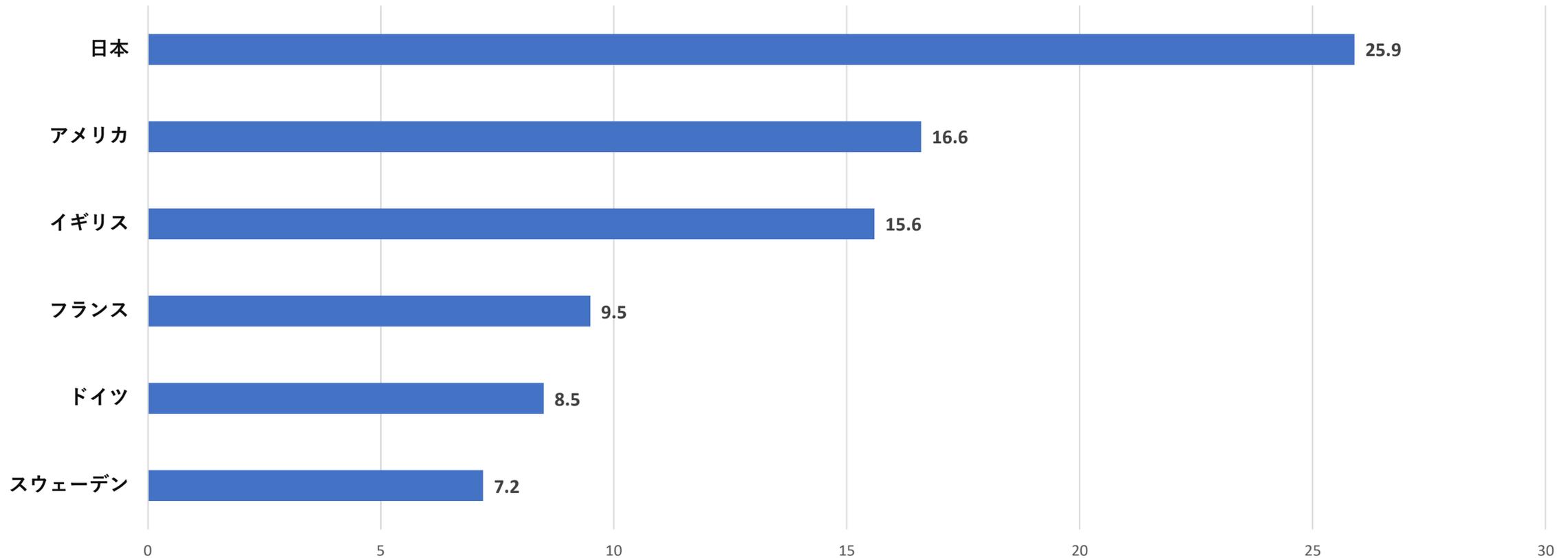
フルタイム就業者の週間労働時間別割合



出典: 内閣府「我が国の労働時間と長時間労働の動向について」(平成30年)

労働時間の国際比較

フルタイム雇用者に占める時間週49時間以上の雇用者割合(%)



内閣府「我が国の労働時間と長時間労働の動向について」(平成30年)

長時間労働者の現状

週60時間以上働く人が12%いる（2017年）。

週60時間：1日当たり約8.6時間、週休2日の場合12時間

1985年は18%であり減少しているが、改善されているとは言えない。

海外と比べると、日本は長時間労働者の割合が高い。

長時間労働 まとめ

- 正規労働者の労働時間は依然として長いままである
- 世界的に見ると長時間労働者の割合が高い

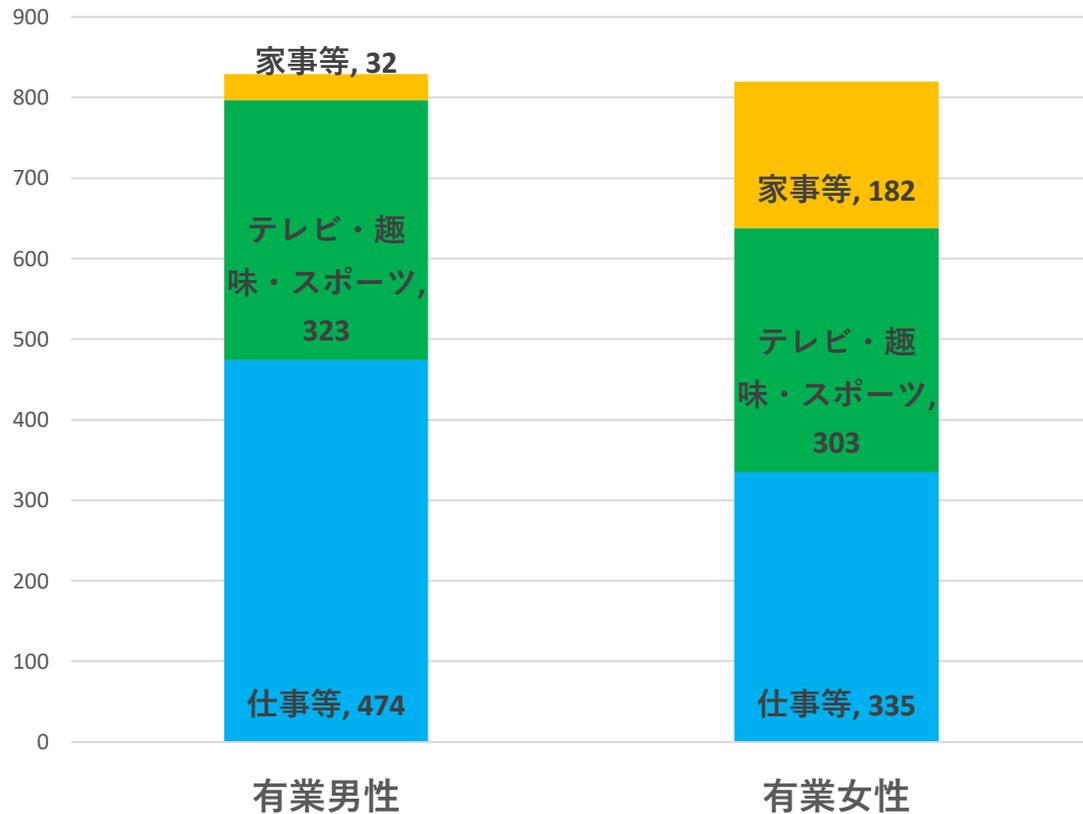
次に、長時間労働が生活に及ぼす影響を見ていく。

仕事と生活のバランス

- 「我が国の社会は、人々の働き方に関する意識や環境が社会経済構造の変化に必ずしも適応しきれず、仕事と生活が両立しにくい現実に直面している。」 内閣府「仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）憲章」
- **仕事と生活の調和が実現した世界とは**
 1. 就労による経済的自立が可能な社会
 2. 健康で豊かな生活のための時間が確保できる社会
 3. 多様な働き方・生き方が選択できる社会

仕事と生活の配分

仕事と生活の配分



仕事等に充てる時間

男性57.8% 女性40.9%

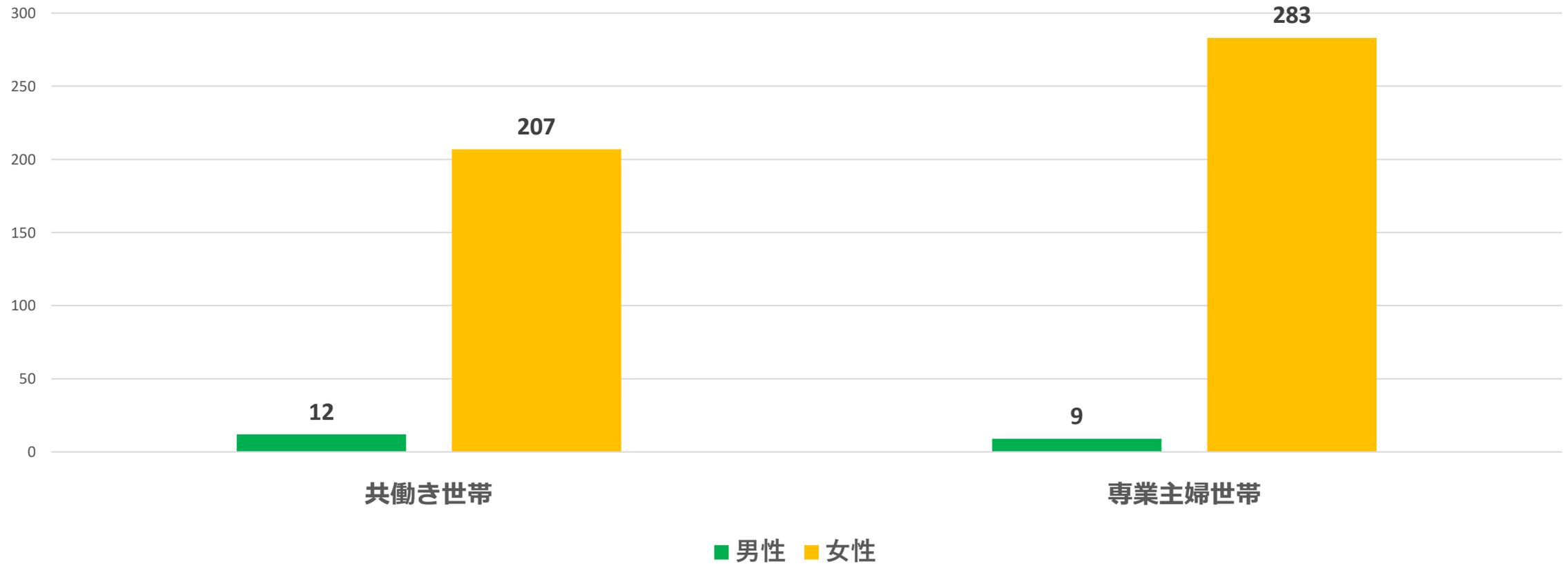
家事等に充てる時間

男性3.9% 女性22.0%

男性と女性の仕事量の差は、家事時間の差に表れている。

夫婦の家事時間

夫婦の家事時間（分）



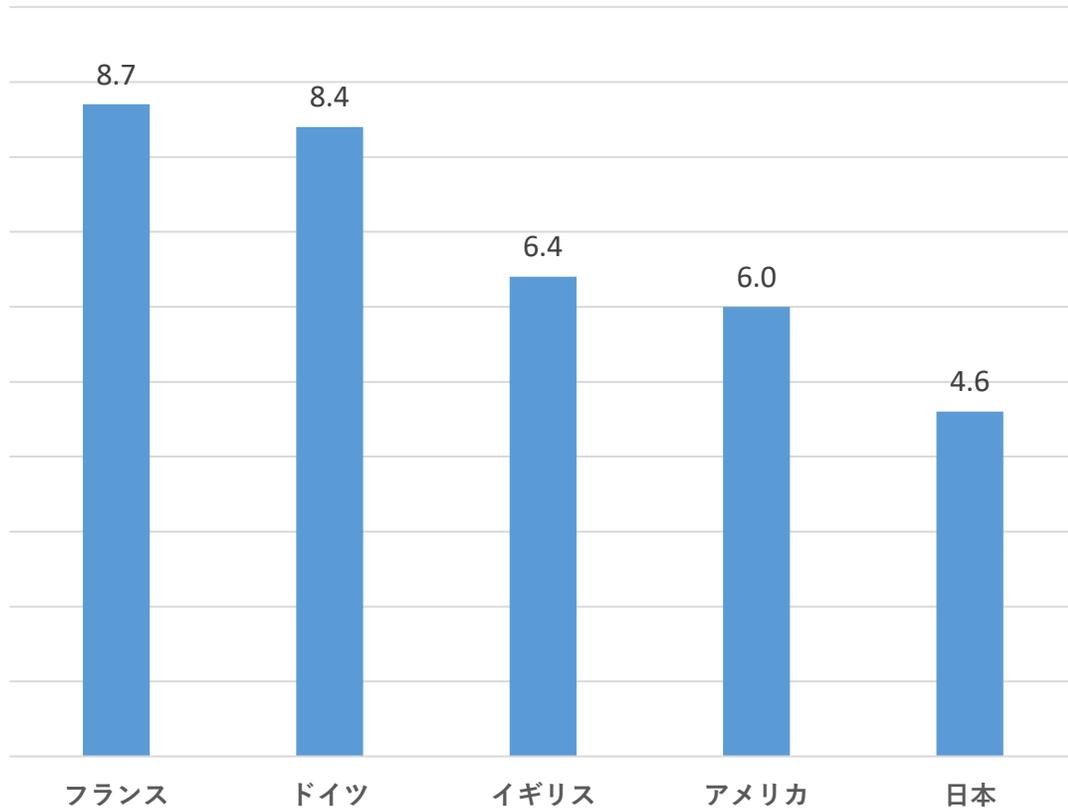
出典：厚生労働省「労働経済白書」（令和元年）

ワーク・ライフ・バランス

- 男性の労働時間が長く、家事に充てる時間が少ない
- 増加する共働き世帯でも、女性が家事を負担している
- 社会の変化に対応するワーク・ライフ・バランスが実現されていない

ワーク・ライフ・バランスの国際比較

ワーク・ライフ・バランス



日本は38か国中34位

評価基準

- 1年以上を通じて週平均労働時間が50時間を超える人の割合
- 1日に娯楽やパーソナルケアに費やせる時間

出典: OECD 「Countries with the worst work-life balance in 2019」
「Countries with the best work-life balance in 2019」

現在の労働環境

- 長時間労働の増加
- →生活に時間的余裕がなくなる
- →ワーク・ライフ・バランスが実現しない

ワーク・ライフ・バランス

労働が中心の生活となっているため、家庭生活の時間が短くなっている

- プライベートの充実のために
→ 便利なコンテンツ(eコマースの利用)

eコマース

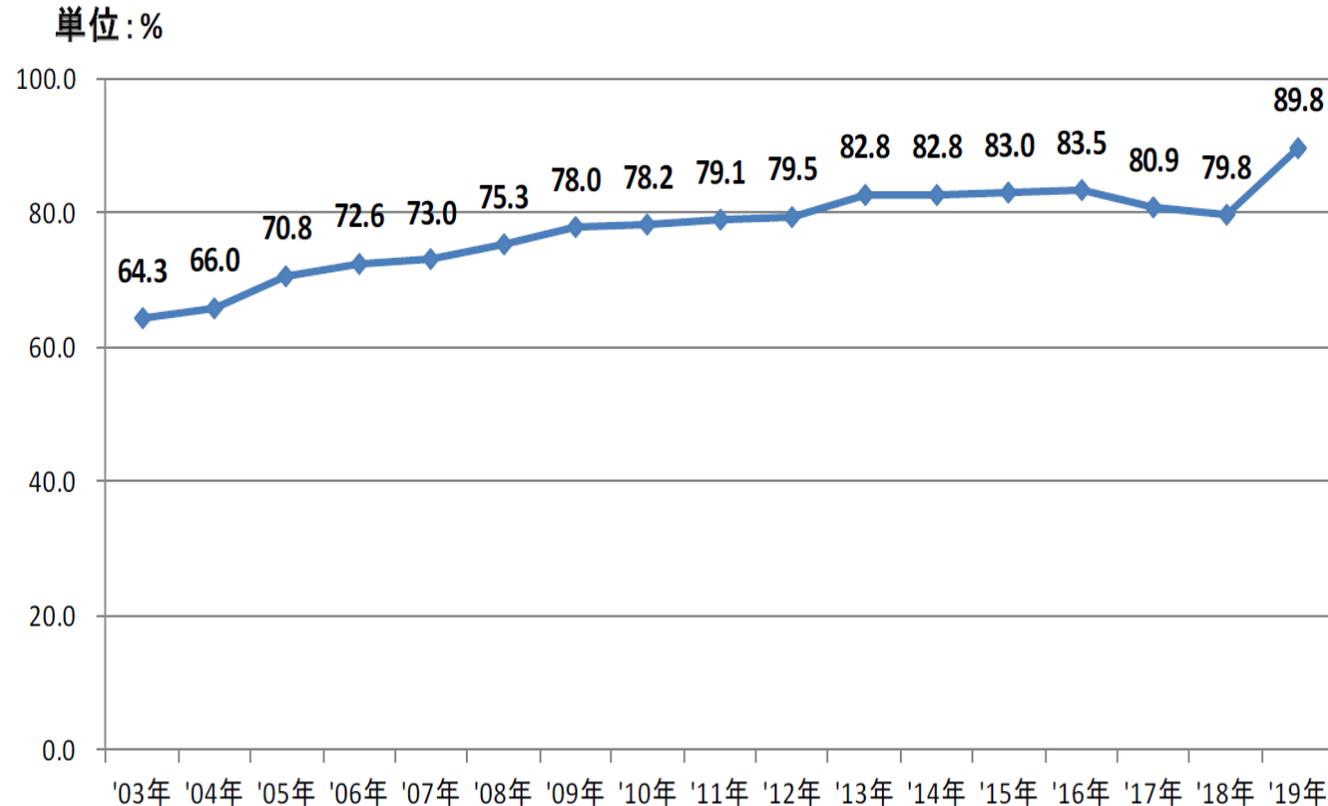
- eコマースとは電子商取引のことでありインターネット上で行われる物・サービスの売買の総称
- 現在も市場規模が拡大し様々な分野で発展しており場所・時間に制約されない取引が可能のため、便利な暮らしを支えている



eコマースが成立する条件

- インターネットの普及
- 場所・時間に制約されない取引の需要
- 実店舗に劣らない低価格と商品の選択肢の多さ

インターネット利用の人口普及率



出典：総務省「令和元年通信利用動向調査」

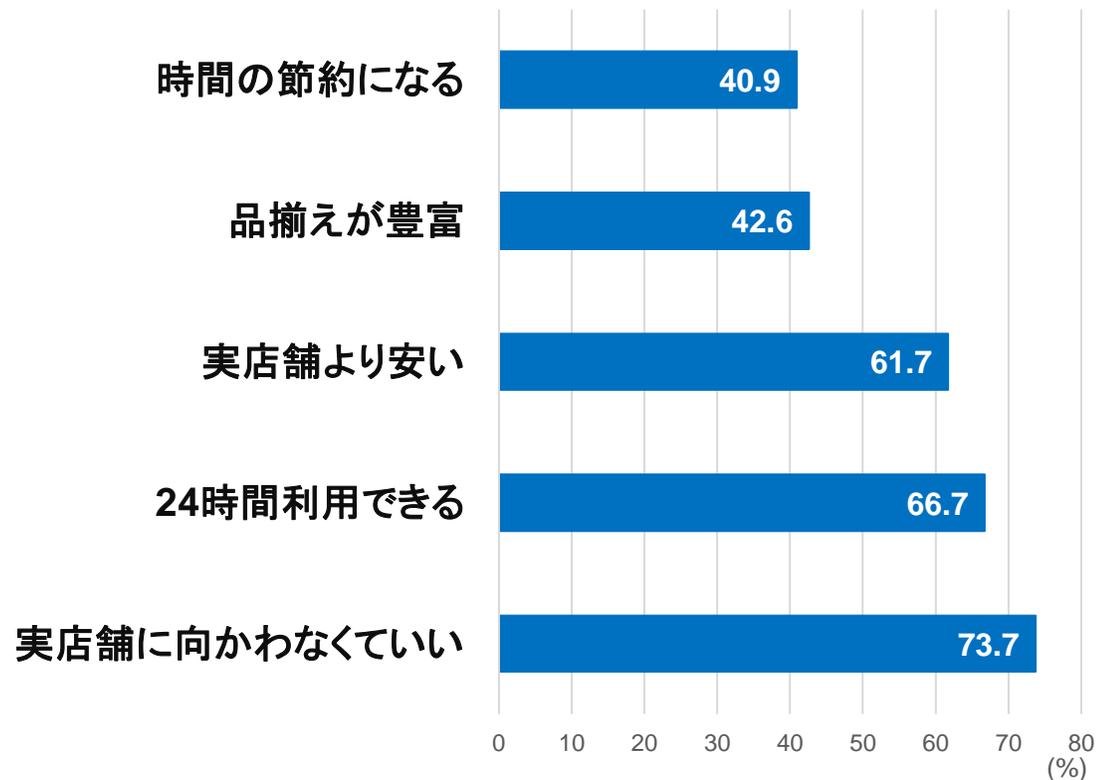
若年層や高齢者も幅広く
利用する時代へ

2019年には6～12歳、
60歳以上の利用率が急
激に伸びた

約9割の人がインター
ネットを利用する時代に

eコマースを利用する理由

ネットショッピングを利用する理由



- 「実店舗に向かわなくてもいい」という理由が最も多い。
- 多くの人々が時間の節約や利便性を意識してeコマースを利用している。

出典：総務省「社会課題解決のための新たなICTサービス・技術への人々の意識に関する調査研究」（平成27年）

eコマースの市場規模

BtoC-EC市場規模及び各分野の構成比率

	2018年	2019年	伸び率
A.物販系分野	9兆2,992億円	10兆515億円	8.09%
B.サービス系分野	6兆6,471億円	7兆1,672億円	7.82%
C.デジタル系分野	2兆382億円	2兆1,422億円	5.11%
総計	17兆9,845億円	19兆3,609億円	7.65%

BtoC-EC（消費者向け電子商取引）は現在約19.4兆円まで規模が拡大している。

EC化率（全ての商取引額に対する電子商取引以上規模の割合）も徐々に拡大している。

分野別の市場規模

分類	2018年		2019年	
	市場規模 (億円)	EC化率 (%)	市場規模(億円)	EC化率 (%)
1.食品、飲料、酒類	16,919 (8.60%)	2.64%	18,233(7.77%)	2.89%
2.生活家電、AV機器、P C・周辺機器等	16,467(7.40%)	32.28%	18,239(10.76%)	32.75%
3.書籍、映像・音楽ソフト	12,070(8.39%)	30.80%	13,015(7.83%)	34.18%
4.化粧品、医薬品	6,136(8.21%)	5.80%	6,611(7.75%)	6.00%
5.生活雑貨、家具、インテリア	16,083(8.55%)	22.51%	17,428(8.36%)	23.32%
6.衣類・服装雑貨等	17,728(7.74%)	12.96%	19,100(7.74%)	13.87%
7.自動車、自動二輪車、パーツ等	2,348(7.16%)	2.76%	2,396(2.04%)	2.88%
8.事務用品、文房具	2,203(7.57%)	40.79%	2,264(2.76%)	41.75%
9.その他	3,038(9.31%)	0.85%	3,228(6.26%)	0.92%
合計	92,992(8.12%)	6.22%	100,515(8.09%)	6.76%

出典:経済産業省「電子商取引に関する市場調査」(令和2年)

物販系分野に分類されるすべての項目で市場規模が拡大
 EC化率も同様に拡大した

分野別の市場規模

分類	2018年	2019年
	市場規模(億円)	市場規模 (億円)
1.旅行サービス	37186(10.27%)	38,971(4.80%)
2.飲食サービス	6,375(41.61%)	7,290(14.34%)
3.チケット販売	4,887(6.34%)	5,583(14.25%)
4.金融サービス	6,025(▲0.79%)	5,911(▲1.90%)
5.美容サービス	4,928(17.67%)	6,212(26.06%)
6.その他(医療、 保険、住居関連、教	7,070(9.00%)	7,706(9.00%)
合計	66,471(11.59%)	71,672(7.82%)

() は前年比

分類	2018年	2019年
	市場規模(億円)	市場規模 (億円)
1.電子出版(電子書 籍・電子雑誌)	2,783(7.57%)	3,355(20.58%)
2.有料音楽配信	645(12.51%)	706(9.56%)
3.有料動画配信	1,477(12.00%)	2,404(62.76%)
4.オンラインゲーム	12,494(3.00%)	13,914(▲4.00%)
5.その他	984(6.00%)	1,043(6.00%)
合計	20,382(4.64%)	21,422(5.11%)

() は前年比

出典: 経済産業省 「電子商取引に関する市場調査」(令和2年)

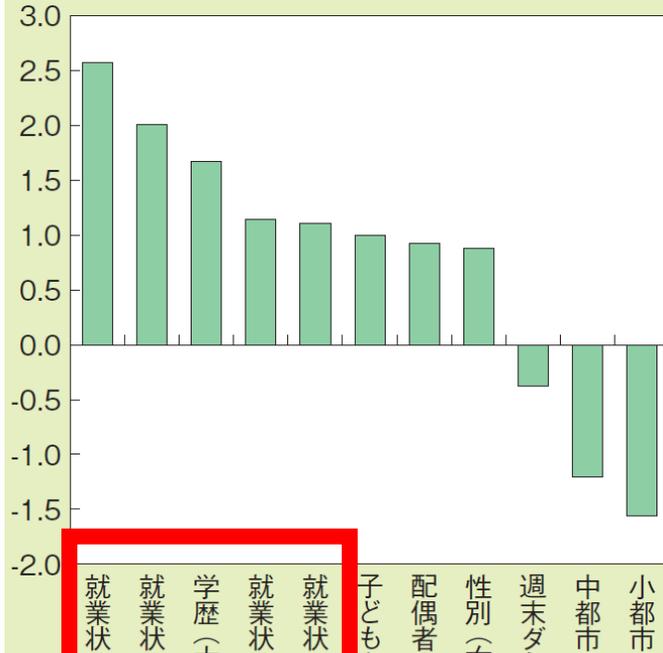
eコマースの拡大

- サービス系、デジタル系分野においても、一部を除き市場規模が拡大傾向にある
- 消費者の需要に合わせて様々な分野で市場が拡大し、欲しいものがあればほとんどeコマースで対応できるようになっている

労働環境とeコマースの関係性

(2) 年齢と年収以外の個人属性等の違いがネットショッピングを行う確率に与える影響

(%ポイント、ベースラインとの差)



就業状態でみると、eコマース利用は

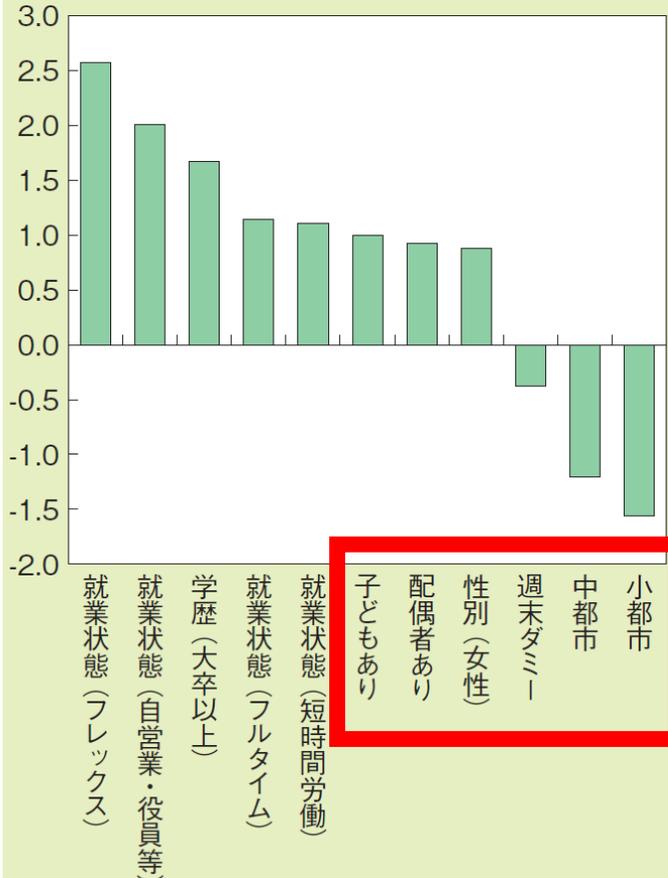
フレックス > 自営業・役員等 >
フルタイム > 短時間労働
の順に多い。

就業状態がeコマースの利用を左右する大きな要因となっている。

個人属性とeコマースの関係

(2) 年齢と年収以外の個人属性等の違いがネットショッピングを行う確率に与える影響

(%ポイント、ベースラインとの差)



- 女性 > 男性
- 配偶者あり > 配偶者なし
- 子どもあり > 子どもなし
- 大都市 > 小都市
- 就業者 > 専業主婦
(平日 > 休日)

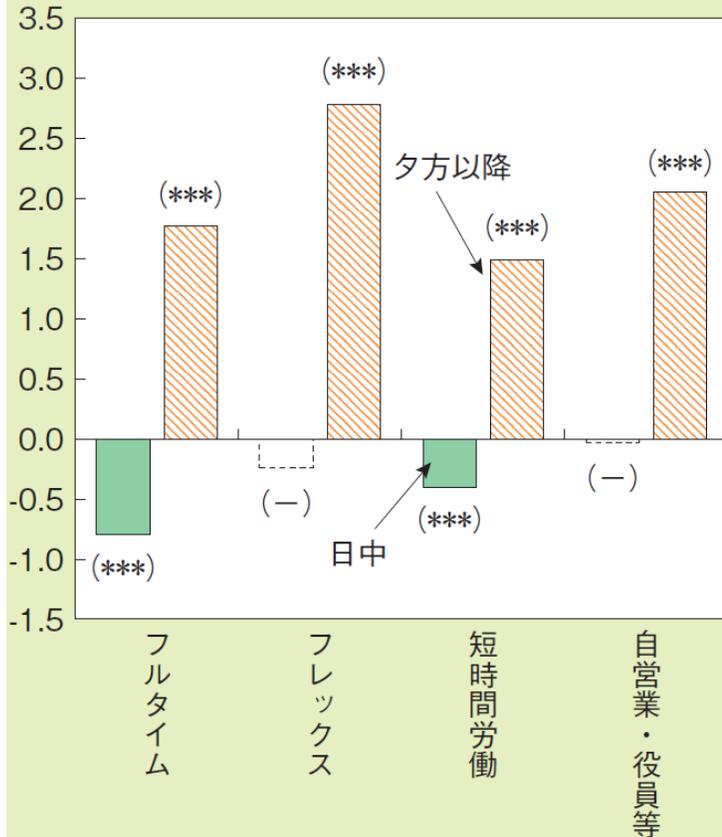


以上を踏まえると、最も利用している人は「大都市に住む子どもがいる共働き世帯の平日の母親」となる。

労働時間とeコマースの関係性

(3) 非就業者と比較した就業状態の違いが時間帯別に見たネットショッピング確率に与える影響

(%ポイント、非就業者との差)



フレックスやフルタイムの就業状態にある者では、短時間労働者と比較して、より夕方にネットショッピングを利用する確率が高い。

就業者は日中に実店舗に買物に行くことが困難という時間的な制約から、平日の仕事が終わった夕方以降にネットショッピングを利用しているという傾向がみられる。

労働環境とeコマースの関係性

- eコマースは、実店舗に向かう時間がない長時間労働者にとって有効な手段である。
- 今後、共働き世帯が増加すれば、eコマースの利用率はさらに上昇していくと考えられる。

まとめ

- 労働環境による時間的制約が、eコマースの利用に影響を与えており、eコマースはワーク・ライフ・バランスを改善するための補助としての役割も担っている。
- ワーク・ライフ・バランスが改善された社会でも、充実した生活を送るためのバラエティー豊かなコンテンツとしてeコマースは今後も発展していくことが期待される。

参考文献

- 厚生労働省「毎月勤労統計調査」（全国調査）
- 総務省「労働力調査（特別調査）」（2月調査）（令和元年）
- 厚生労働省「労働経済動向調査」（令和元年）
- 内閣府「我が国の労働時間と長時間労働の動向について」（平成30年）
- 内閣府「仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）憲章」
- 厚生労働省「労働経済白書」（平成30年、令和元年）
- OECD「Countries with the worst work-life balance in 2019」「Countries with the best work-life balance in 2019」
- 内閣府「景気回復の現状と課題」（平成30年）
- 総務省「令和元年通信利用動向調査」
- 総務省「社会課題解決のための新たなICTサービス・技術への人々の意識に関する調査研究」（平成27年）
- 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」（令和2年）