

## Industry Report

～製造派遣編～

### 抵触日対策

(株)ソリューション アンド パートナーズ  
お問合せ [info@sap-c.co.jp](mailto:info@sap-c.co.jp)

製造関連人材ビジネス会社は概ね2009年夏前後を中心に迎える派遣取引先の抵触日対策が急務と考えます。  
 ようやくユーザー/ベンダーともに動き出した感はありますが、その具体的な方針を模索中といったところでしょうか。  
 早いベンダーでは売上の70%程度は請負契約となっています。(年商200億程度のベンダー)対策なきままでの運営は会社の根幹を揺るがすことになりかねません。  
 その影響も含め相当数の製造派遣会社のM&A案件も浮上しております。  
 この状況で行きますと2010年には製造関連人材ビジネス会社数は半数になる可能性もあります。

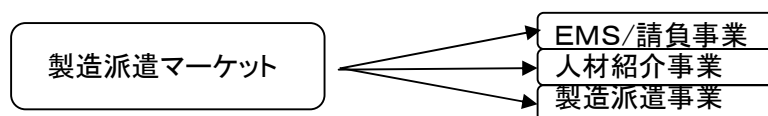
また2009年までの法改正は現状期待できない中、1～2年間、社内プロジェクト(新部署)の発足により会社方針の策定、企業別の請負化及びその他対策～実行が急務と考えます。

### ユーザーの現状

団塊世代の定年退職、行政指導、報道等々によりいわゆる直接雇用方向を検討する企業が以前より増加しているのは事実ですが、その過程では全員が直接雇用とはいかず紆余曲折すると考えられます。(労働契約法/労基法改正等)  
 抵触日が1～2年先が大半の為、ユーザー担当者の転勤の可能性もあり動かない企業も多いかと思いますがベンダーにとっては、合法に無償で、かつ世の中に賞賛されてベンダーの人材を確保、雇用可能な為、抵触日対策に関してはベンダーからの積極的な活動/提案が不可欠です。

### 製造関連人材ビジネス業界の今後 事業分割

2009年 抵触日問題で業界再編が大きく進むのは無論ですが、現在の製造派遣マーケットが以下に分割される事が予想されます。



#### ①EMS/請負事業 ～人材ビジネスから協力会社(メーカー)へ～

構内請負は請負会社ではなく協力会社のポジションを目指す事が有効と考えます。  
 (長期安定企業へ)  
 加えてEMS的ビジネスの中で自社工場を持てば人材ビジネス会社からメーカーへのポジション変更。  
 世の中の請負会社でありながら人材ビジネスの看板を上げない業界グループへ  
 例 山九/鴻池G/キムラユニティー ユナイテッドテクノロジー  
 ※従来の人材ビジネスノウハウとのコラボレーションは有効  
 ※派遣ビジネスの研修場所としても有効

# SAP

Solution and Partners consulting

## ②人材紹介事業 ～製造専門の人材紹介事業～

抵触日/団塊世代退職等々により正社員、期間工(契約社員)ともに直接雇用が増加し、派遣から期間工へシフトする企業も現れます。  
しかし派遣会社のような特化した採用活動、他府県からの採用等々を自社で実施し現規模維持もしくは拡大する事は不可能な企業が多数現れます。  
ここへ期間工(契約社員)の優良職業紹介を行い手数料ビジネスを実施

## ③製造派遣事業 ～抵触日リセット後の製造派遣～

現在優良顧客に関しては飽和化し新規口座の獲得は困難な状況もありますが、抵触日後直雇用し、クーリング後再度は派遣導入を開始する企業も現れるかと思えます。  
この際、従来までの取引会社のシェアは全てリセットされますので、優良顧客を選別し採用能力を注力させれば新たな優良顧客を作るチャンスが現れます。

上記①～③は抵触日対策の方向性とも考えられます。

①は現取引先からの移行、②は新規ビジネス ③は事業拡大チャンス  
⇒製造関連ドメインとしての拡大

最終的には①～③は分社、グループ会社化が有効と考えます。

### 製造請負に関する行政の動き

現在開催されている製造請負セミナーでもお解かりのように、請負=悪・偽装との風潮、考えは終息しております。

適正な請負化とは、ガイドラインを全て厳守する事よりも、“派遣ではない形を作る”。  
完全な請負の概念はありません。完全な請負を追求すると何も始まらなくなります。  
しかし派遣ではないとなると、少なくとも厚労省、労働局からの指導はありません。

行政の最優先とする長期安定雇用、キャリアパスの構築は派遣ではなく請負にこそ生まれる事も行政は理解しています。

また直接雇用されても正社員でない事も理解しています。

抵触日への影響があまりにも大きい為、請負化への推奨とまでは行かないまでも容認的態度は明らかです。

またそうしなければ日本の製造業は崩壊してしまいます。

日本旧来の下請け会社/協力会社を否定する事はできません。

※現在実施されている偽装請負撲滅キャンペーンでは厚生労働省より各県労働局へ500名以上の請負/派遣活用事業所は無条件で調査の事との指導もあるようです。

### 人材採用に関する件

人口減少が明確な中、手法により採用コストは変動するとはいえ、大きな流れは変わりようがありません。

人材ビジネスの根底は業種ではなく、どの人材が集まりやすいかを第1としビジネス展開するのが基本です。

採用コストが10万も20万もかかれば現単価ではビジネスとして成り立ちません。

仮に10万のコストで1名採用し1名の売上が30万/月 経常利益が5%でも15,000円/月回収に半年以上かかります。その間の定着率を考慮すると不可能です。

無駄な広告費は魚がいない池で高級な餌をつけて釣りをしているのと同じです。  
数匹いたとしても既に満腹状態 いくら高級な餌でも食べません。

# SAP

Solution and Partners consulting

従い、賛否両論あるにせよ外国人(研修生 実習生 日系人含む)の検討/活用は不可欠です。  
人材ビジネス先進国であるアメリカやヨーロッパを見ればなおさらです。  
米国の製造派遣はスパニッシュやメキシコ、ヨーロッパの看護婦はアフリカ等々……

しかしその活用方法は充分検討選別すべきです。

例えば上記の事業体別も有効と考えます。

- ①EMS/請負事業…変動部分は外国人もしくは軽作業会社の下請けとしての活用
- ②紹介事業/派遣は日本人 ※社会保険加入100%の外国人ビジネスは逆に売りになります。

## ご提案:付加価値 ～人材ビジネスの二極化～

世の中様々なシーンで二極化が進んでおりますが、人材ビジネスの業種を考えても同様です。  
高付加価値である技術者派遣と底辺的とも言うべき日雇い派遣。  
技術者派遣は二重派遣、技術者不足等はあれど利益率の高さゆえに優良企業が多く  
特定派遣ゆえに行政指導が少ない。また日雇い派遣は行政指導はあれど、人材確保は他の  
業種に比べ圧倒的に容易で、世の中のニーズは旺盛です。  
両者とも問題はあれどいわゆる商売として成り立っています。  
製造は全てが上記の中間です。

従い付加価値をつけるか、薄利多売にするかです。  
成熟産業と人口減少により方向は高付加価値です。

- 例
- 請負…請負という付加価値
  - 製造派遣…高レベルの製造経験者の派遣  
コンプライアンス(付加価値)が満点の外国人  
※薄利多売の場合、オーダーを完納する事に付加価値。  
集めきる事を請負う派遣事業(高単価)
  - 紹介事業…高レベルの製造経験者等  
(低レベルも場所を変えれば高レベル)

## ご提案:CSとES

CS活動は様々な形での実施は散見されますが、製造派遣社員へのES活動を実施している  
会社は少なく、行っても実態と現実が伴っていないのが現状です。  
採用経費高騰の中、現従業員は最も大事な財産です。

製造派遣では概ね中途退職者は5%といわれております。  
例えば在籍2000名としますと、毎月100名が退職しその補充採用コストは5万/1名としても  
500万以上の広告費が必要です。  
ここを削減するES活動は今後正社員並の対応も必要と考えます。  
誕生日に社長名でメールが届いたり、高価なものでなくとも気持ちが届いたり……  
コミュニケーションを取るのが不得手な社員でも悪い気がする事はありません。  
今後のキャリアパスデータ作成の為の本人アンケートでも有効、かつ会社の財産ともなります。  
その他多数……。 お金だけではありません。

## ご提案:コラボレーション

人材ビジネスとは別事業会社とのコラボレーション

例 大手非系列製造メーカー/専門学校等 教育ビジネス/装置メーカー/各種商社等々

例 ヒューマングループ/ユナイテッドテクノロジー

思いっくまに記入しておりますので文章等が前後する事をご了承下さい。  
上記の様な内容と貴社の現状を組み合わせ今後のビジネス展開にご参考にして頂ければ  
幸いです。ご不明点は何なりとお問合せ下さい。 [info@sap-c.co.jp](mailto:info@sap-c.co.jp) 以上