

業界の商慣習に関するアンケート調査結果

—当業界における休日出勤の実態等—

一般社団法人日本オフィス家具協会

2024年発行

この報告書は、JOIFAの政策委員会（商慣習検討ワーキング）が、当業界で古くからある商慣習に注目し、会員各社の従業員に対して、休日出勤等の実態についてのアンケート調査した結果をまとめたものである。

1. 本調査の目的と方法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3
2. アンケート回答者の属性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
3. 休日出勤頻度や勤務形態に関する課題認識・・・・・・・・8
4. 納品や納期に関する課題認識・・・・・・・・・・・・・・・・13
5. 諸経費徴収に関する課題認識・・・・・・・・・・・・・・・・15
6. 業界のDX推進に関する課題認識・・・・・・・・・・・・17
7. 付加価値の創造に関する課題認識・・・・・・・・・・・・19
8. 当業界のあり方に関する課題認識・・・・・・・・・・・・21
9. 商慣習の実態およびその見直しの方向性・・・・・・・・22

背景

オフィス家具業界では、土日や深夜の納品・施工や商品の大幅値引きあるいは、過度な無償サービスといった商慣習が、何十年も前から全く変わらずに残っている。昨今、少子高齢化を背景に人手不足が顕在化する中、このような古き商慣習が、従業員のワークライフバランスの実現や、業界のイノベーションの促進を阻害する重大な原因と推測される。しかし、深く根付いている業界特有の商慣習がどのように生じているのか、また最終的にどのような影響を及ぼしているのかは明らかとなっておらず、商慣習に関する全体把握は手つかずのままであった。そこで、JOIFA政策委員会（商慣習検討ワーキング）では、当業界の商慣習を見直し、業界全体で課題の解決を進めていくことが、極めて重要な政策の一つであるとの結論に達した。それゆえ、まずは会員企業の社員に対して、休日出勤の実態やその認識など、各種課題の洗い出しを行い、優先順位を明確にすべく、アンケート調査を実施した。

調査目的

本調査は、国内のオフィス家具事業に関わる社員を対象として、オフィス（店舗や公共空間等を含む）の移転・リニューアルに伴う提案・施工・納品等における休日出勤の実態等を把握することを目的としている。なお本調査により得られるデータは、主に「顧客対応をしている従業員」が中心であり、今後の協会施策の立案を進めるための解析に活用するものである。

勤務形態の定義

※ 本報告書で出てくる「土日が労働日でない」方と「土日が労働日である」方の定義とそれぞれの勤務形態における休日出勤の定義について

勤務カレンダー上で、土日が休日となっている方を「土日が労働日でない」、土日が出勤となっている方を「土日が労働日である」としている。また、「土日が労働日である」方にとっての休日出勤とは、勤務カレンダー上の平日（月～金）の休日に出勤することである。

定義の詳細	月	火	水	木	金	土	日
勤務カレンダー上で土日が休日になっている（土日が労働日でない方）	出勤日	出勤日	出勤日	出勤日	出勤日	休日	休日
勤務カレンダー上で土日が出勤になっている（土日が労働日である方の勤務例）	出勤日	休日	休日	出勤日	出勤日	出勤日	出勤日

アンケート概要

対象者：会員各社従業員

回答期間：2024年2月13日～2024年2月29日

形式：Webアンケート

以下設問カテゴリについて選択式と自由記述式の設問をそれぞれ作成。

設問カテゴリ：

- ・ 回答される方ご自身のことについて（属性）
- ・ 休日出勤頻度や勤務形態に関する課題認識
- ・ 納品や納期に関する課題認識
- ・ 諸経費徴収に関する課題認識
- ・ 業界のDX推進に関する課題認識
- ・ 付加価値の創造に関する課題認識
- ・ 当業界のあり方に関する課題認識

回答者数：68社に所属する計2,541名

（男性2,062名、女性461名、性別不特定18名）

1社につき回答が1名のみ場合は分析から除外した。6,12,14,16,18,20,21ページ

解析方法

選択式回答解析は定量分析を行った。自由記述欄のコメントは、ワード数のカウントで定量分析をしたり、客観性担保のためにAIを用いて重要度が高いコメントを抽出する等といったやり方で結果を抽出し分析した。中小企業の分類は、従業員数約300人以下の企業としている。

1. 本調査の目的と方法

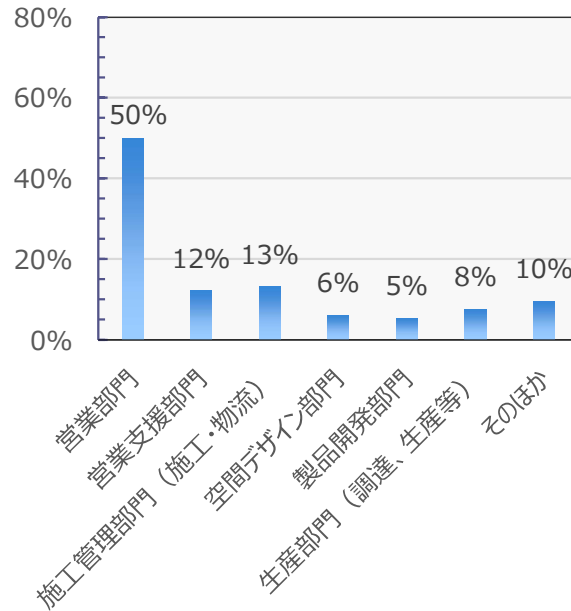
【事前検討】本アンケート調査を実施するにあたり、当ワーキングメンバーから挙げられた「商慣習」に関する意見は以下のとおりである。
以下内容をベースに、ワーキング内で議論し整理を進め、アンケートを作成した。

日曜日の出勤 (休日出勤)	諸経費の徴収	見積の有効期限切れ	付加価値の創造
休日の業務連絡	大幅な値引きの要求	受注前の無償対応	低価格路線での市場浸食
休日の呼び出し	安価な価格設定	直前の仕様変更	機能面での差別化
土日の納品や移転	環境対応の価格転嫁	顧客の価格重視の姿勢	メーカーの同質化
ビル管理ルールなどの制約 (納品や納期)	緊急対応時のコスト負担	休日・深夜の割り増し	メーカーの優位性の低下
施工時期の平準化が困難	赤字の配送エリア（地方）	現場計測などアナログ作業 (DXの推進)	過度の価格競争
顧客からの短工期の要求	人手不足による物流費の増大	若手社員へのノウハウの伝承	品質基準とニーズの乖離
顧客からの短納期の要求	メーカーによる直販	仕入れメーカーへの個別問合せ	ペーパーレス化等による 書類棚等のニーズ低下

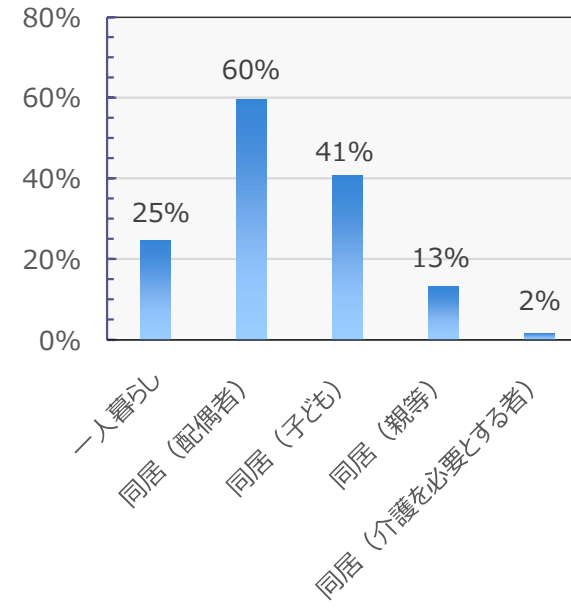
2. アンケート回答者の属性 ～基本情報（職種・年齢・勤務形態等）の集計結果～

【設問】 回答される方ご自身のことについてお尋ねします。（回答数：2,541名）

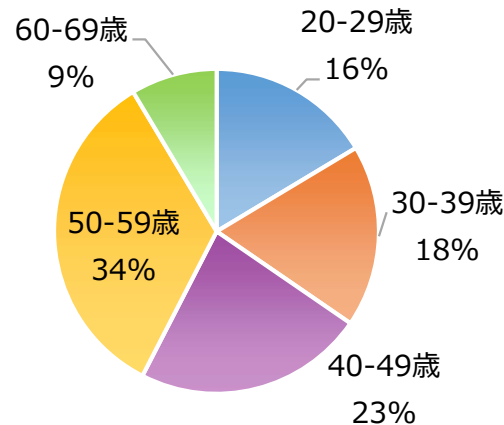
＜ 職種 ＞ ※複数回答可



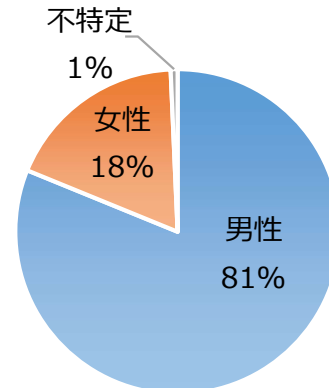
＜ 家族構成 ＞ ※複数回答可



＜ 年齢 ＞

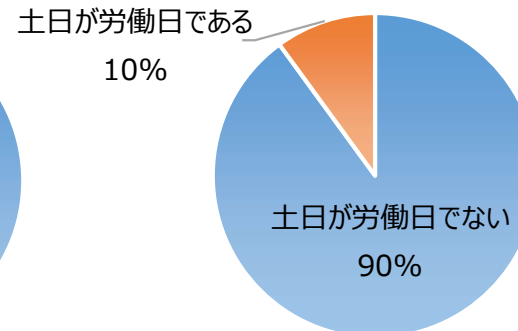


＜ 性別 ＞

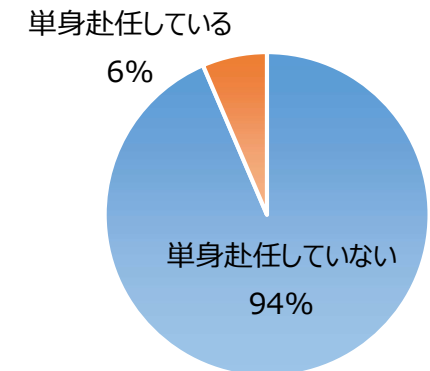


＜ 勤務形態 ＞

※勤務形態の定義はP3参照のこと。



＜ 単身赴任の有無 ＞



2. アンケート回答者の属性 ～「大手・中堅企業」と「中小企業」の性別ごとの年齢分布～

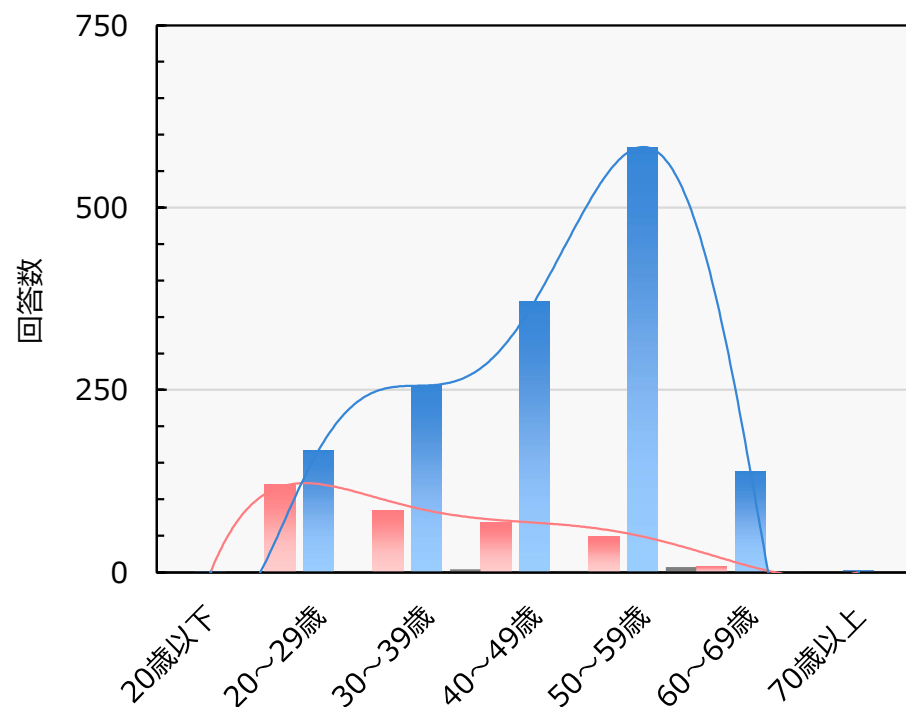
【設問】 回答される方ご自身のことについてお尋ねします。

※中小企業の分類・選定については、従業員数300人程度以下である。

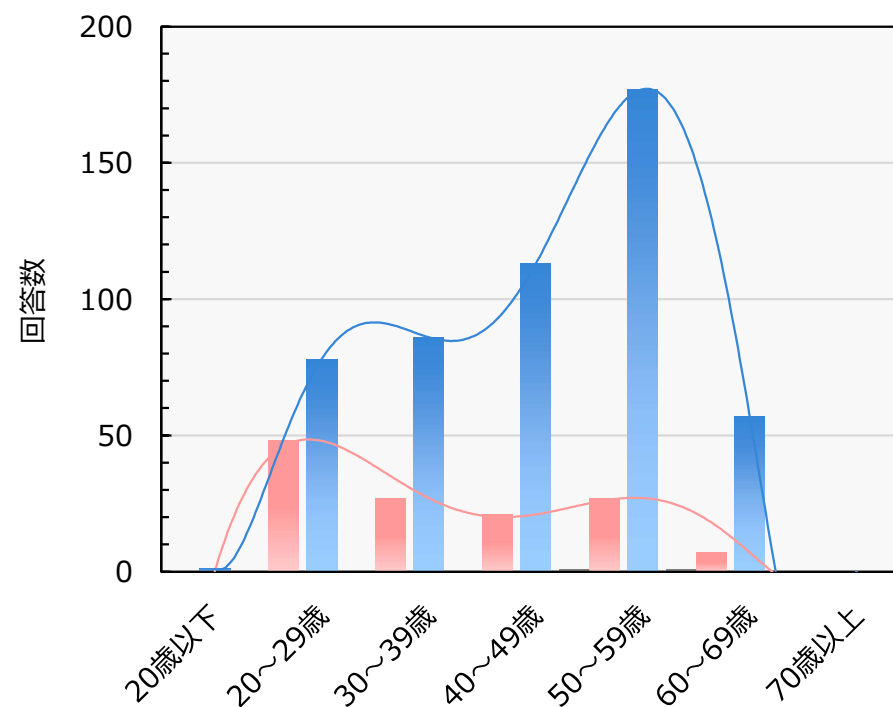
※性別を特定しない方の回答を含めて解析を実施した。

■ 男性 ■ 女性 ■ 不特定

＜大手・中堅企業の回答数：1,866名＞



＜中小企業の回答数：644名＞



大手・中堅企業と中小企業の男女年齢の分布は同様な結果を示していることから、企業規模に関わらず雇用動向（入職や離職）はおおむね類似していると考えられる。したがって、全会員企業に対して当業界の一貫した戦略や施策が効果的である可能性を示している。なお商慣習の見直しにあたっては、男女平等の取り組みが求められる。

2. アンケート回答者の属性 ～性別ごとの職種による年齢分布～

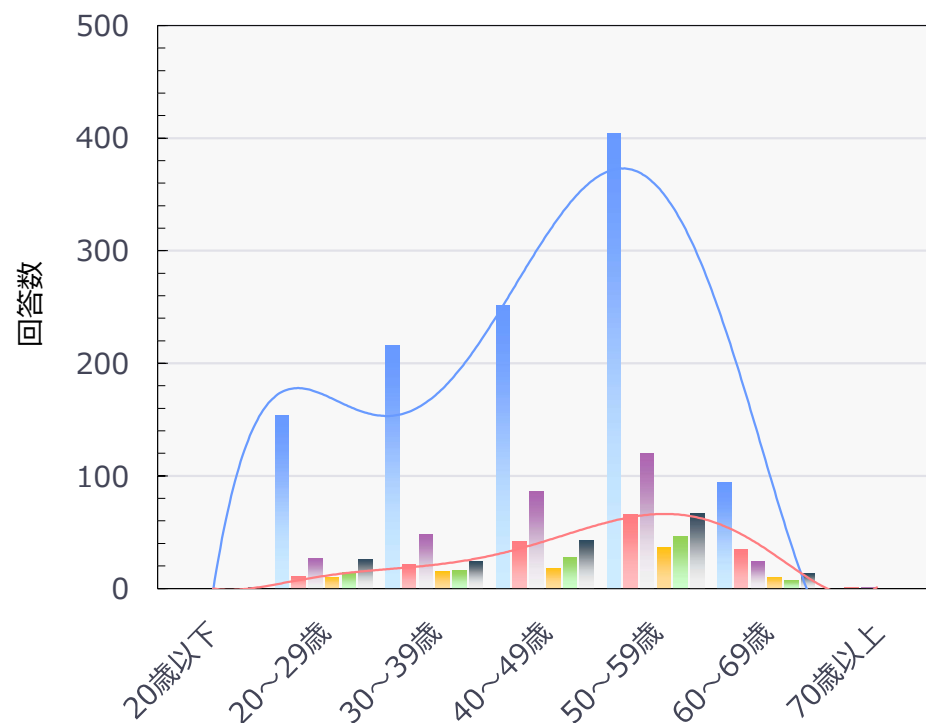
【設問】 回答される方ご自身のことについてお尋ねします。

※性別不特定（18名）は数が少ないため非表示とした。

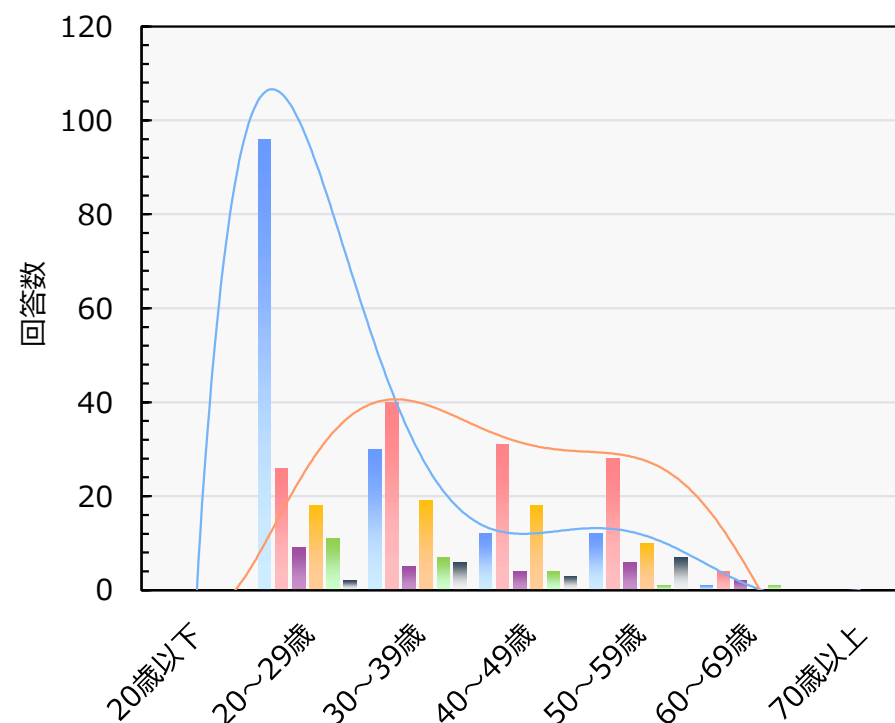
※職種がその他については非表示とした。

■ 営業部門 ■ 営業支援部門 ■ 施工管理部門（施工、物流） ■ 空間デザイン部門 ■ 製品開発部門 ■ 生産部門（調達、生産等）
~ : 多項式近似曲線（営業部門） ~ : 多項式近似曲線（営業支援部門）

＜男性社員の回答数：2,062名＞ ※複数回答可



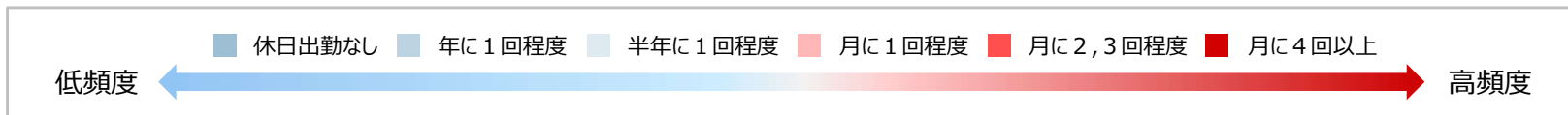
＜女性社員の回答数：461名＞ ※複数回答可



20-29歳の女性社員の回答が多いことから、積極的に女性社員の採用を進めていると考えられる。また年齢が進むにつれて、営業部門では30-39歳の女性社員が著しく減少している一方で、営業支援部門は30-39歳の女性社員数が増加している。これより、結婚や出産などのライフイベントによって女性社員の職種転換が行われていると考えられる。

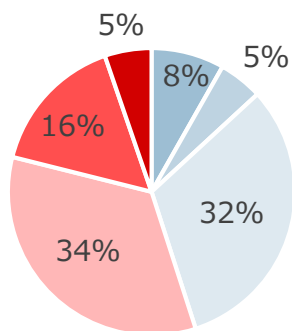
3. 休日出勤頻度や勤務形態に関する課題認識 ～性別・職種による休日出勤頻度の実態～

【設問】 休日出勤の頻度に関して、当てはまるものに☑をいれてください。



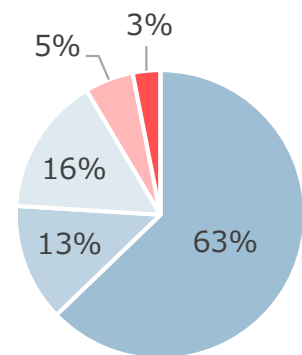
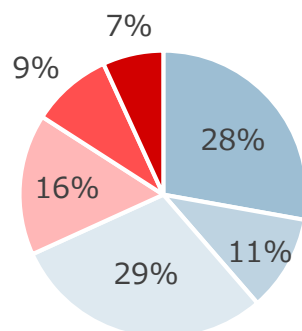
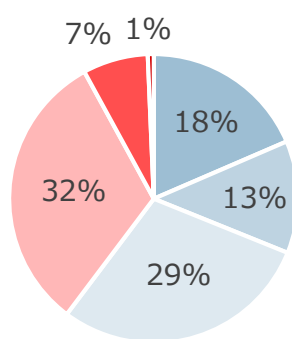
<営業部門>

男性

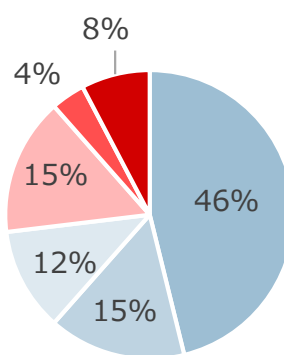
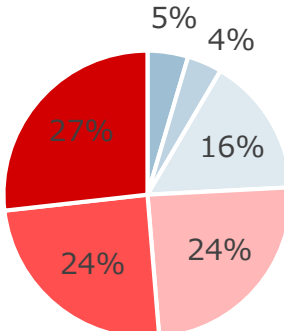


<営業支援部門>

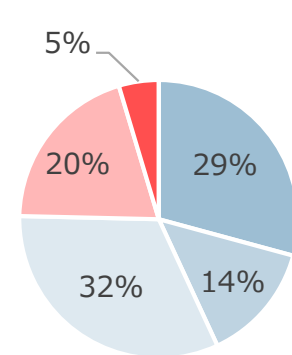
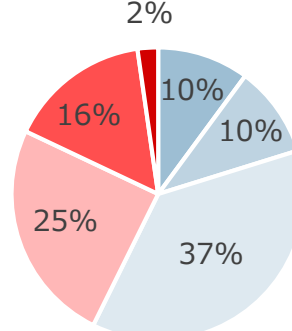
女性



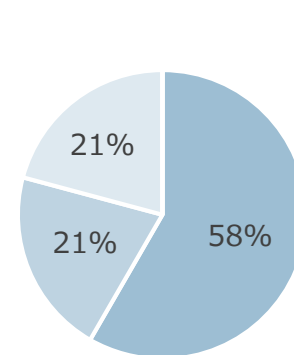
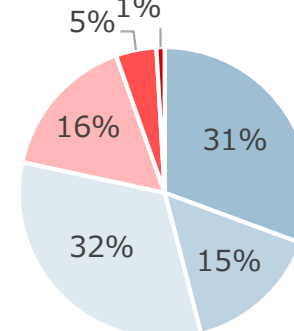
<施工管理部門>



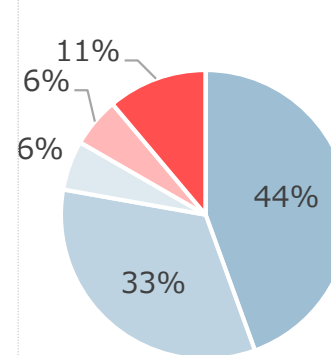
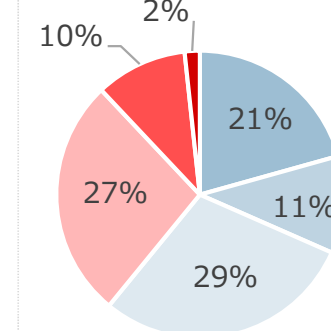
<空間デザイン部門>



<製品開発部門>



<生産部門>

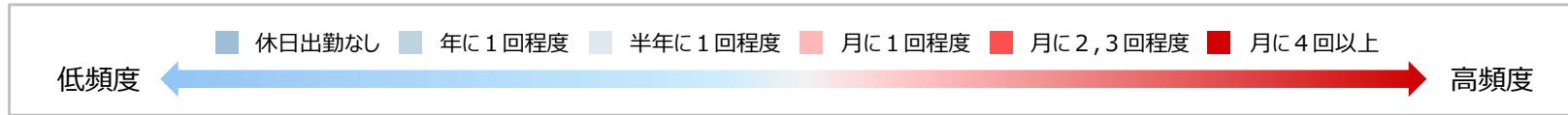


職種では、施工管理部門が休日出勤頻度が最も高く、主に顧客や現場の対応をしている部署や社員において、業務の負荷が大きくなっているとみられる。
性別では、男性社員が女性社員と比べて休日出勤頻度が高い傾向であった。

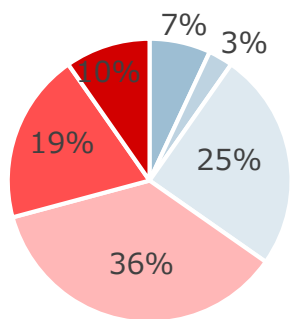
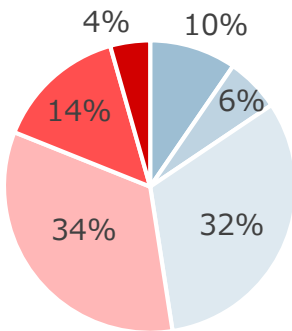
3. 休日出勤頻度や勤務形態に関する課題認識 ～勤務形態・職種による休日出勤頻度の実態～

【設問】 休日出勤の頻度に関して、当てはまるものに☑をいれてください。

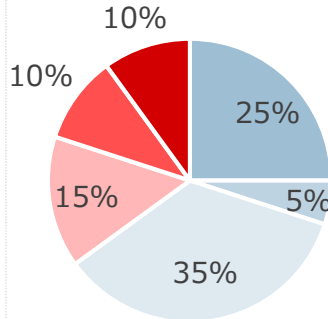
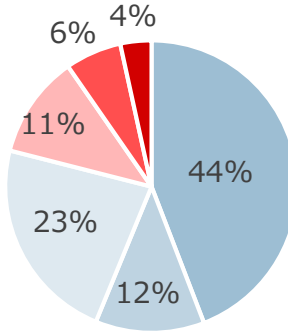
※勤務形態の定義はP3参照のこと。



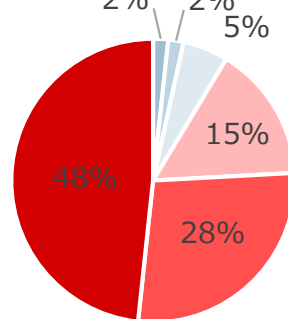
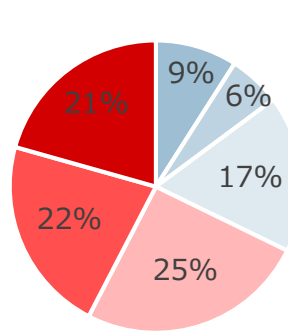
＜営業部門＞
 土日が労働日でない
 土日が労働日である



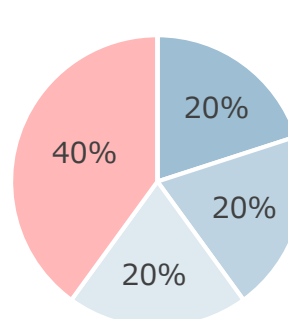
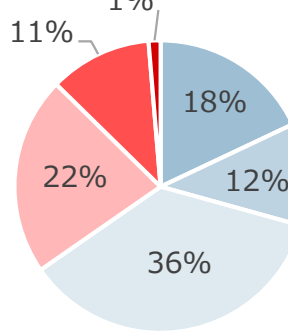
＜営業支援部門＞



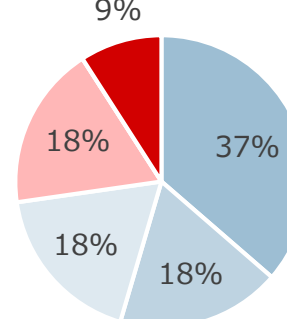
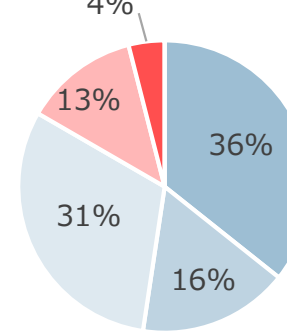
＜施工管理部門＞



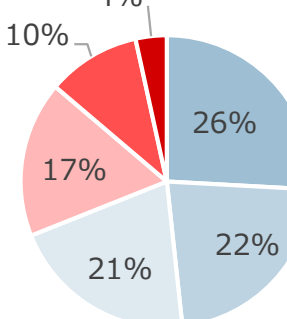
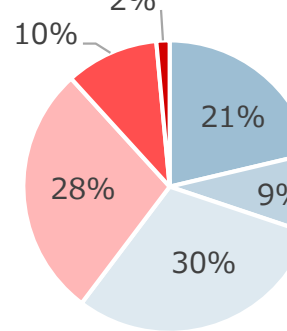
＜空間デザイン部門＞



＜製品開発部門＞

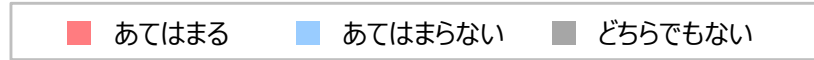


＜生産部門＞



勤務カレンダー上で土日が出勤になっている「土日が労働日である」方について、施工管理部門の休日出勤頻度が最も高かった。これより、「土日が労働日である」方にとっては、平日（月～金）において休みを取ることが難しい状況であることが考えられる。

【設問Q1】 休日出勤の実態や土日が労働日であることの認識についてお尋ねします。当業界は休日出勤があり、柔軟な働き方が未だ十分に実現できていないと考えていますが、その認識や実態について、下記項目で最も近いものに☑を入れてください。

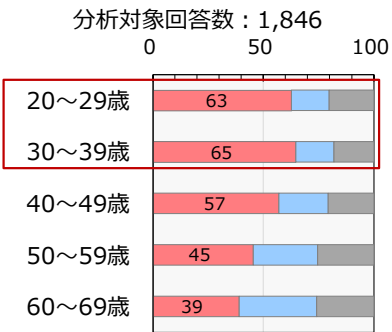
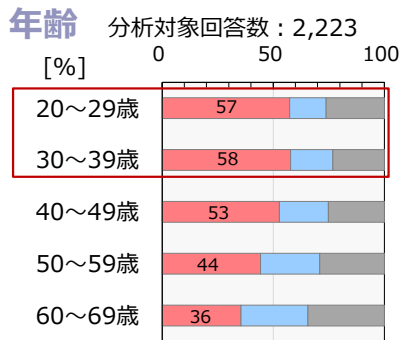


※「この設問自体が該当しない」、「無回答」の回答は、除外して分析しています。
 ※年齢では20歳未満と70歳以上、職種でそのほかについては、除外して分析しています。

休日出勤に対する認識について

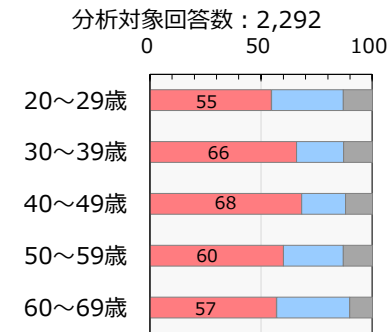
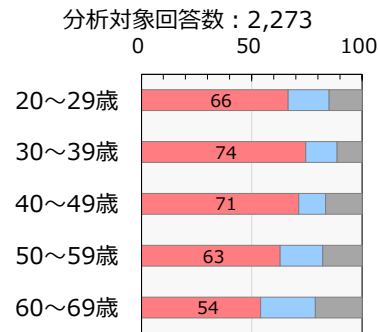
Q1-1 勤務カレンダー上で休日とする日に勤務すること（休日出勤）を改めたいと考えたことがある

Q1-2 勤務カレンダー上で土日が出勤である（土日が労働日である）ことに対してストレスを感じたことがある



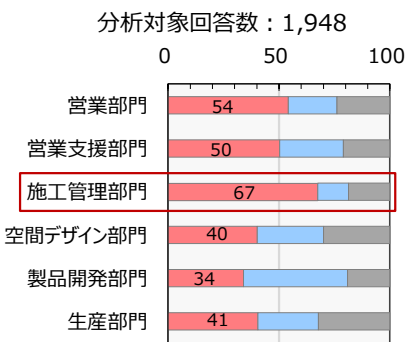
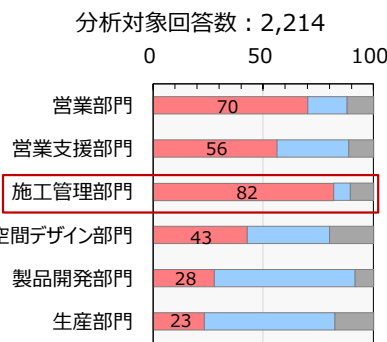
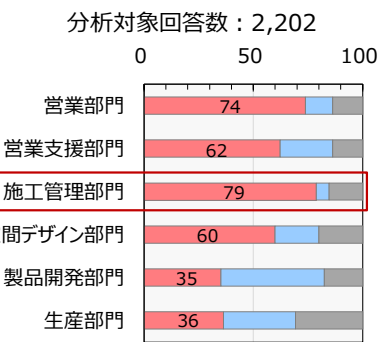
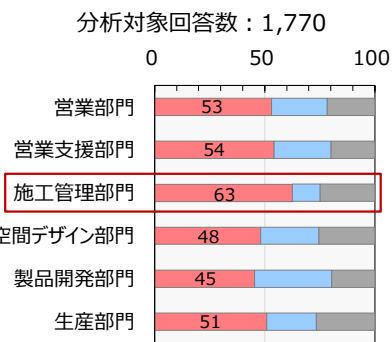
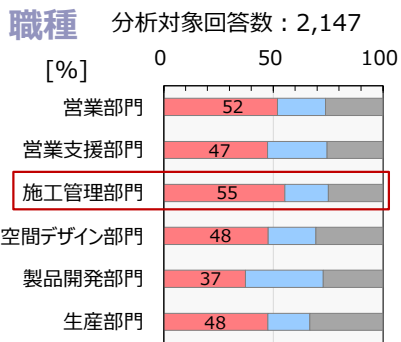
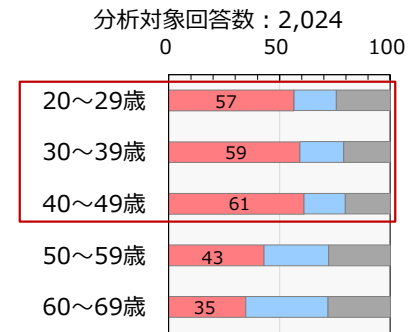
Q1-3 勤務カレンダー上で休日とする日に自身が担当する現場が気になってストレスを感じたことがある

Q1-4 勤務カレンダー上で休日とする日に顧客から電話やメール等で急ぎの対応を迫られたことがある



ワークライフバランスについて

Q1-5 休日出勤や土日が労働日があることにより子育てや介護等のワークライフバランスの実現に難しさを感じたことがある



年齢による認識の違いとして、とくに若い世代（20-39歳）では、「休日出勤を改めたい」や「土日労働日がストレスである」と考える割合が高いことがわかった。また、「ワークライフバランス」について、ミドル世代以下（20-49歳）は、それ以上（50-69歳）に比べて難しさを感じた割合が高く、世代間の価値観の差がみられる。これは、若手社員とベテラン社員の間において、働くことに対する価値観が異なるためと考えられる。また、職種による認識の違いとしては、すべての設問について施工管理部門で高い割合であり、営業部門が続く形となっている。

【解析】 休日出勤のコメントから、①振替休日または代休をきちんと取りたい、②土日は休みがよい（一部設定された休日を休みたいを含む）、③相応の対価が欲しい、④休みに急に出勤となるのが嫌だ、に該当するものをカウントし、世代性別ごとのコメント数に対する割合を算出した。

[%]

世代/性別 (n=世代性別ごとのコメント数)	① 振替休日または代休を きちんと取りたい	② 土日は休みがよい	③ 相応の対価が欲しい	④ 休みに急に出勤 となるのが嫌だ
20代男性 (n=50)	12	16	8	4
20代女性 (n=25)	4	8	8	0
30代男性 (n=95)	12	4	4	1
30代女性 (n=28)	14	11	0	0
40代男性 (n=123)	2	3	1	2
40代女性 (n=24)	13	8	0	0
50代男性 (n=195)	2	2	2	0
50代女性 (n=23)	17	0	0	0
60代男性 (n=51)	8	4	2	0
60代女性 (n=2)	0	0	0	0

※性別が不特定の方の回答について、①～④に該当するものはなかった。

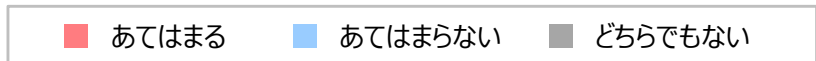
全体として、①振替休日または代休をきちんと取りたい、②土日は休みがよい、③相応の対価が欲しい、④休みに急に出勤となるのが嫌だ、の順で割合が高く、とくに、「①振替休日または代休をきちんと取りたい」「②土日は休みが良い」に関するコメントが多い。「振替休日、代休を取りたい。」というコメントは、すべての世代に共通している。一方で、若い世代ほど、土日は休みたいというコメントが増えているのは、働くことに対する意識の変化を表している。

【設問】 休日出勤の実態や土日が労働日であることの認識について、ご意見等があればご記載ください。

大手・中堅企業のコメント（回答：453名、無回答：1,413名）	中小企業のコメント（回答：164名、無回答：480名）
会社の電話が鳴らない（持っている必要のない）部署へ異動したいと考える時がある。	やむを得ず休日出勤する場合は仕方がないが、基本的に土曜の出勤日は無くしてほしい。
休日出勤しない方向に進んでいるが、結局、現場が動けば、対応しなくてはいけない。	携帯を持ち帰ることを認めている時点で、ワークライフバランスの観点からは疑問が残る。
現場管理を営業自らがしなければならないため、土日や深夜に出勤する必要がある。	土日祝を出勤日にしているのは、会社側の怠慢という見方もできるのでと感している。
休日に電話がかかってきて対応しなければならないため、仕事を変えたいと考える時がある。	業務に支障があるので休日に出勤するが、振休が取れないことに対してストレスを感じる。
建設業のように日曜日は完休とするなど、業界を挙げてのルールづくりが必要と感している。	土日や休日を出勤日にしなければならないような労働環境は改めていくべきだと考える。
工事関係も担当しているので、土日祝でないと出来ない業務もあり、職務上しかたがない。	代休取得のルールはあるが、代休を取得しても携帯に連絡が入り、休んだ気にならない。

休日に電話やメールなどの対応に迫られている実態が明らかで、社員やその家族に対して大きな負担やストレスをかけているなど、業界における休日出勤の改善が切実に望まれている。

【設問Q2】 納品や納期に関する認識についてお尋ねします。オフィス移転・リニューアルに伴って、顧客が土日や夜間に納品を求める理由や、短納期の状況について、下記項目で最も近いものに☑を入れてください。



※「この設問自体が該当しない」、「無回答」の回答は、除外して分析しています。
 ※年齢では20歳未満と70歳以上、職種でそのほかについては、除外して分析しています。

ビル会社・ビル管理ルール要因について

Q2-1 ビル管理会社が、騒音防止やエレベータ確保等の観点から、他利用者に対して配慮しているため、土日や夜間に納品する必要がある

Q2-2 ビル管理のルールが、現場の施工や顧客への納品の実情とあっていないため、土日や夜間に納品する必要がある

顧客要因について

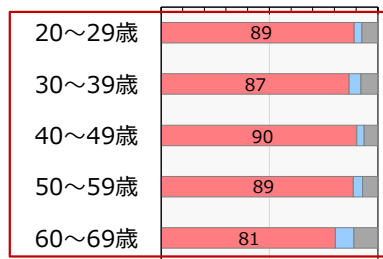
Q2-3 顧客がオフィス移転・リニューアルに伴う業務の停止を避けるため、そもそも土日や夜間に納品を求めている

Q2-4 実際にかかる納期より、短い納期を顧客から要求されるため、勤務カレンダー上で休日とする日に出勤する必要がある

年齢

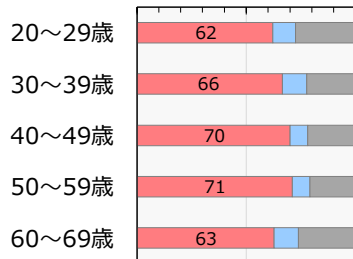
分析対象回答数：1,921

[%] 0 50 100



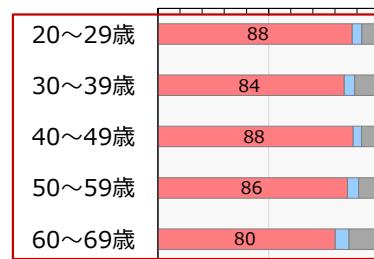
分析対象回答数：1,899

0 50 100



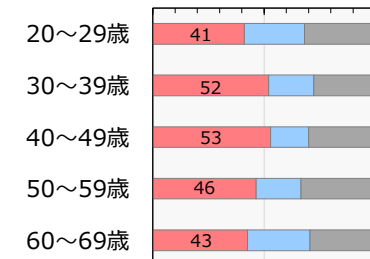
分析対象回答数：1,942

0 50 100



分析対象回答数：1,970

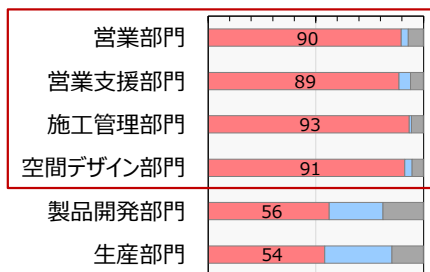
0 50 100



職種

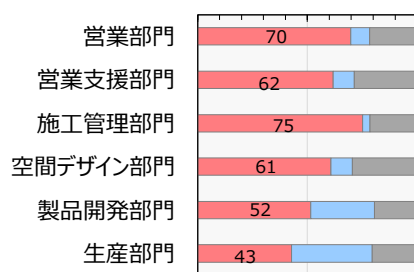
分析対象回答数：1,893

[%] 0 50 100



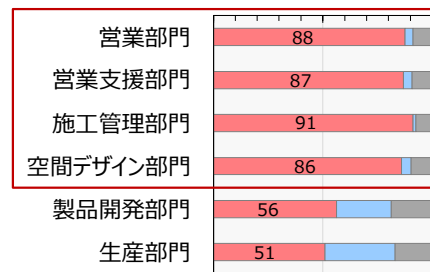
分析対象回答数：1,873

0 50 100



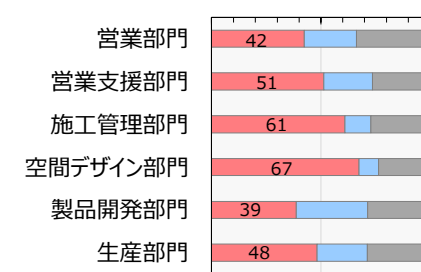
分析対象回答数：1,912

0 50 100



分析対象回答数：1,942

0 50 100



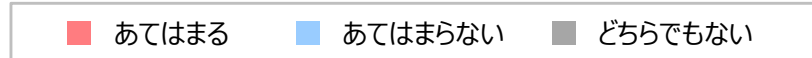
土日や夜間における納品が、「ビル管理会社」や「顧客」の都合や要望に依存していると、全ての年齢層において共通の認識が確認された。したがって、休日勤務や土日労働が、ビル管理ルールや顧客による都合や短納期の要望など、外部の様々な制約によって引き起こされていると考えられる。職種について、とくに外部に関わる部門で高い値となっていることも、上記を裏付ける要素である。

【設問】 納品や納期に関する認識について、ご意見等があればご記載ください。

大手・中堅企業のコメント（回答：248名、無回答：1,618名）	中小企業のコメント（回答：69名、無回答：575名）
顧客や販売店の納期感が短いため、必要な期間より短くなり、工場との調整に苦慮する。	短納期が当たり前という業界ルールが、社員を苦しめ業界から人離れを引き起こしている。
納品や納期が年度末に集中することが土日休日を十分に取得できない原因となっている。	ビル管理や他テナントの理解があれば、夜間や土日でも作業が可能かもしれない。
他メーカーとの過度な競争により、短納期をせざるを得ない状況に陥っていると考えられる。	大がかりな納品や工事は、休日や夜間でないと安全が確保できないため仕方ないと思う。
短納期や短工期を求められ、夜間の作業や納品を工程に見込まない限り完工できない。	業界で上手くルール作りを行い、他の関連する業界よりも進んだルールを目指してほしい。
大型人荷用エレベーター設置のビルでは、平日や閑散時間帯の搬入を認めて欲しい。	お客様の業態によっては、平日または休日の納品になるというのは仕方がないことだと思う。
要求が曖昧なのに短納期で迫られると後々の変更が多くなり、ミスに繋がると思う。	時間外や休日の納品について、顧客がコスト増加を受け入れるのであれば問題はない。

顧客の要求や過度な競争で短納期で受注せざるを得ない状況で、それにビル管理側の要求もあり、休日工事につながっている。

【設問Q3】 諸経費徴収の実情についてお尋ねします。当業界では、諸経費を十分に徴収できていないと認識していますが、その実情について、下記項目で最も近いものに☑を入れてください。



※「この設問自体が該当しない」、「無回答」の回答は、除外して分析しています。
 ※年齢では20歳未満と70歳以上、職種でそのほかについては、除外して分析しています。

年齢

職種

未徴収費用について

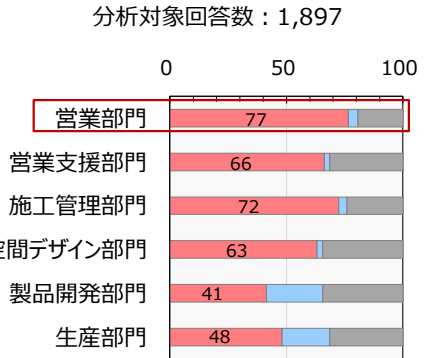
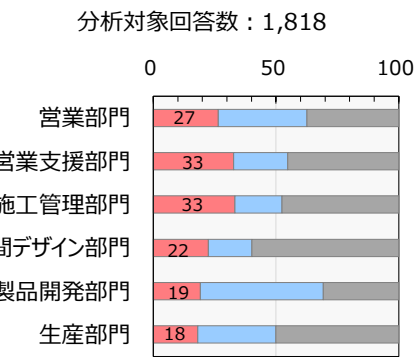
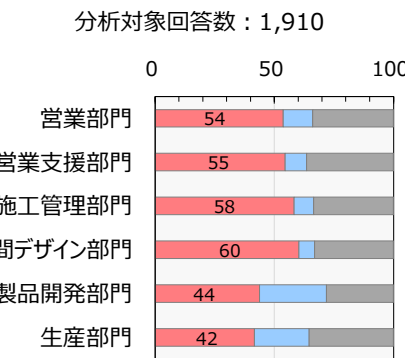
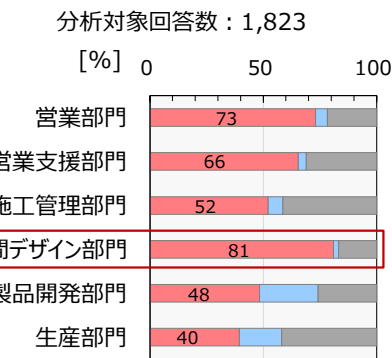
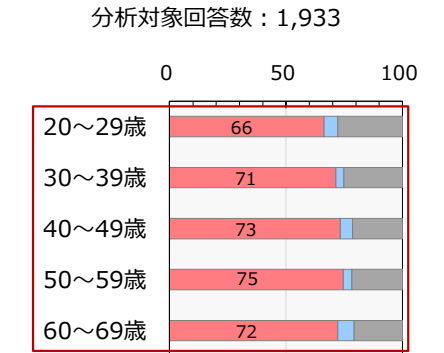
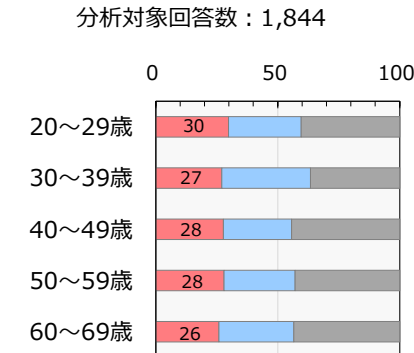
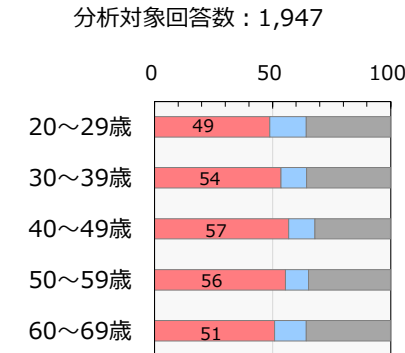
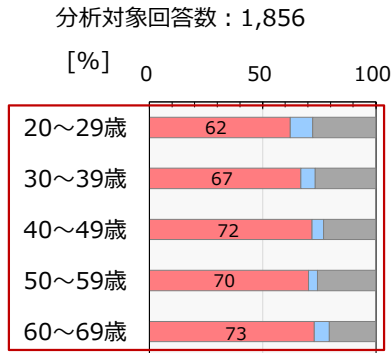
コスト増加について

Q3-1 受注前) オフィス移転・リニューアルで、コンペやデザインなどの提案にかかる費用を十分に徴収できていない

Q3-2 受注後) オフィス移転・リニューアルで、設計や施工あるいは納品にかかる費用を十分に徴収できていない

Q3-3 使い終わったオフィス家具等の回収、解体などの引取り準備費用を十分に徴収できていない

Q3-4 物流業界における人手不足が理由となって、オフィス移転・リニューアルに係る費用が増加している



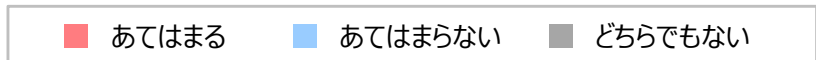
受注前のコンペでデザインフィーが徴収できていない実情があることがわかった。また、とくに空間デザイン部門が高い認識であった。
 物流業界における人手不足が理由となったコスト増についても全世代で高い認識があることがわかった。また、とくに営業部門で高い認識であった。

【設問】 諸経費徴収の実情について、ご意見等があればご記載ください。

大手・中堅企業のコメント（回答：224名、無回答：1,642名）	中小企業のコメント（回答：67名、無回答：577名）
受注を前提としてサービスを求める傾向が根強く、他社に勝つための手段にもなっている。	プレゼンテーションやデザインの費用請求を徹底出来るようルール作りをしていただきたい。
コンペは有償であるといった認識を顧客が持てるよう、業界をあげて訴えていく必要がある。	システムチックな対応とヒトが介在する対応で、コストが変わる認識の改革が必要である。
諸経費に限らず全体金額で競合し受注が決まるため、ケースによってばらつきがある。	当業界に限った話ではないが、見積りや提案書が無料という認識が常態化してしまっている。
配送や設計あるいはプロマネや管理等の全体費用に対しての%で諸経費を計上すべき。	諸経費を計上したとしても、全体の金額で値引きを行っているので、結局取れていない。
お客様や販売店に対して業務＝コストとして認識していただくことが当業界で重要である。	材料等の原価アップは商品への転嫁が進んでいるが、人件費の価格転嫁は進んでいない。
マネジメントフィーについても十分に徴収ができていないが、これはメーカーの戦略でもある。	給料に十分に反映できていないため、世の中の価格上昇に合っていないように感じている。

コンペのデザインフィーなど、人件費が掛かっている業務を無償にしている商慣習に対し、問題意識を持つコメントが多い。

【設問Q4】 当業界におけるデジタル・トランスフォーメーション（DX）の推進に関する認識についてお尋ねします。当業界では、DXの更なる推進が必要と考えていますが、その認識について、下記項目で最も近いものに☑を入れてください。



※「この設問自体が該当しない」、「無回答」の回答は、除外して分析しています。
 ※年齢では20歳未満と70歳以上、職種でそのほかについては、除外して分析しています。

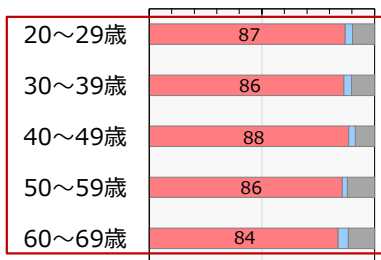
年齢

手作業について

Q4-1 家具拾い出し、現場の計測、図面共有など人手が掛かっていると考えている

分析対象回答数：2,179

[%] 0 50 100

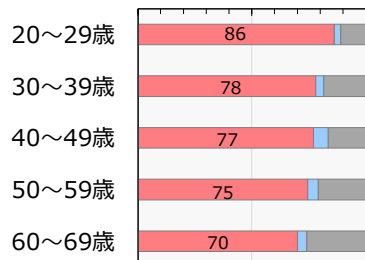


データベースの必要性について

Q4-2 業界でビル情報を共有するなどデータベース化が必要と考えている

分析対象回答数：2,116

0 50 100

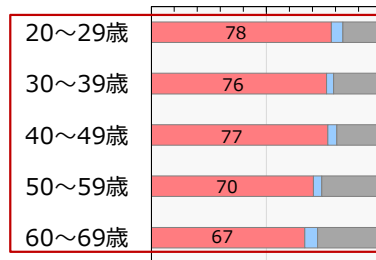


手作業によるミスの助長について

Q4-3 手作業による拾い出しが作業ミスを助長していると感じている

分析対象回答数：2,225

0 50 100

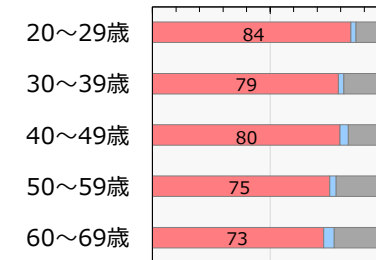


問合せ対応の改善について

Q4-4 自社製品や社外仕入れ品の納期や金額などの問合せが個別都度対応のため改善が必要と感じている

分析対象回答数：2,160

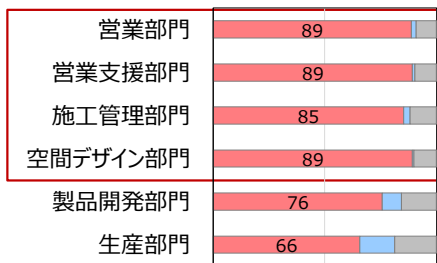
0 50 100



職種

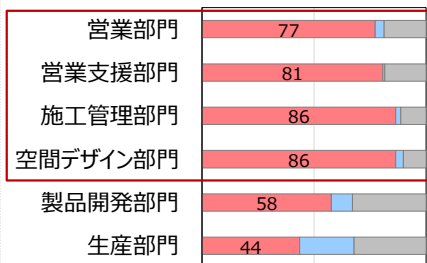
分析対象回答数：2,118

[%] 0 50 100



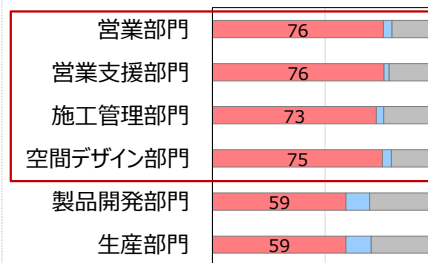
分析対象回答数：2,053

0 50 100



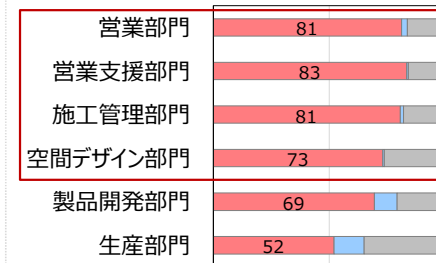
分析対象回答数：2,153

0 50 100



分析対象回答数：2,103

0 50 100



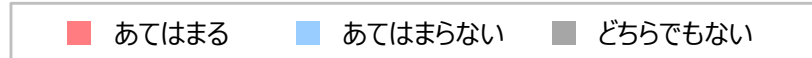
とくに若い世代を中心にDX推進の必要性が強く認識されており、ビル情報の共有や問い合わせ個別対応の改善など、DX推進の優先度は非常に高いと考えられる。すべての設問について、営業部門、営業支援部門、施工管理部門、空間デザイン部門で強い認識がみられた。

【設問】 当業界におけるDX推進に関する認識について、ご意見等があればご記載ください。

大手・中堅企業のコメント（回答：179名、無回答：1,687名）	中小企業のコメント（回答：50名、無回答：594名）
個人経験則に伴う判断が多く、若手のミスを減らすためにデータベース化が必要である。	墨出しは行ったとしても、建てた後の実測寸法は未計測であるということが現在は多い。
業界としてデータの共有化が促進されると、業界の労働負荷が軽減されると考えられる。	常に人手不足であるため、データ共有する等で作業を効率化させることが不可欠と思う。
図面を見ての拾い出しや、現場実測等は必要なことであり、それ相応の時間がかかる。	効率化を必要とする部分が大いにあり、AI活用等で大きく改善されるのは間違いない。
1社完結で終わる商売ではないため、商品情報のフォーマット統一が出来ると助かる。	ビル情報の共有化等のDXは、情報セキュリティの観点から難しいものがあると思われる。
商品リストの作成や拾い出しの多くは、アナログ作業なので別部署を設けて欲しい。	現調において人手が不足しており、外注だけでは間に合っていないといった現実がある。
製品や仕様が多岐に渡るため、カタログの品番をスキャンできるツールの開発を望む。	紙の図面や2Dの図面による管理プロセスで課題が多くあり、無駄な作業が発生している。

家具拾い出し、現場の計測、図面共有、商品リストの作成等々、アナログ的な作業プロセスが多くあり、AIやデジタル技術により非効率的な業務の改善が求められている。

【設問Q5】 付加価値の創造に関する認識についてお尋ねします。当業界では、業界全体で古き商慣習を見直し、新たな付加価値の創造に取り組むことが大事だと考えていますが、その認識について、下記項目で最も近いものに☑を入れてください。



※「この設問自体が該当しない」、「無回答」の回答は、除外して分析しています。
 ※年齢では20歳未満と70歳以上、職種でそのほかについては、除外して分析しています。

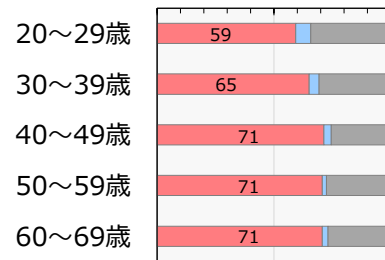
価格競争について

Q5-1 当業界においては過度の価格競争に陥っていると考えている

年齢

分析対象回答数：2,394

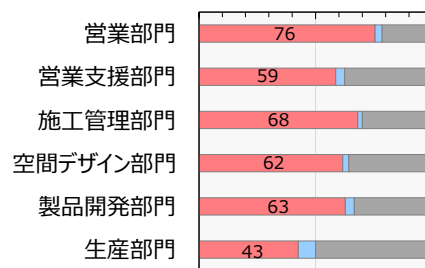
[%] 0 50 100



職種

分析対象回答数：2,299

[%] 0 50 100

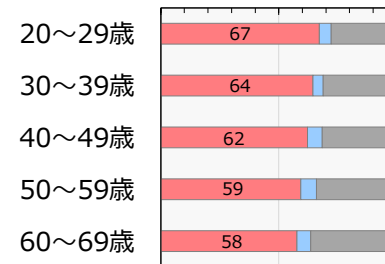


差別化について

Q5-2 商品やサービスなどの機能面で差別化が難しいと感じている

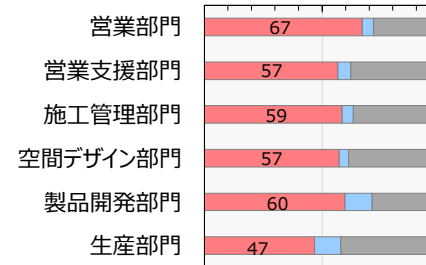
分析対象回答数：2,419

0 50 100



分析対象回答数：2,320

0 50 100



年齢の高い世代は若い世代に比べて、過度の価格競争に関して比較的強く意識している。一方で若い世代においては、商品やサービスの差別化ができていないことに関して比較的強く意識しており、商慣習の見直しのアプローチやそれに対する考え方に世代間で違いがあると考えられる。

【設問】 付加価値の創造に関する認識について、ご意見等があればご記載ください。

大手・中堅企業のコメント（回答：155名、無回答：1,711名）	中小企業のコメント（回答：54名、無回答：590名）
失注するよりマシとの考えから、受注するために無理な金額で受ける事が常態化している。	従来製品は規格化されているので、自ずと価格・納期対応に陥る構造になっている。
過度の値引き競争になっており、初回見積で50%以上の値引きは業界としておかしい。	ルールを作成するならば、関連する全ての団体が適切に競争できるようにお願いしたい。
商品の差別化が厳しく、オンリーワンとなる商品を開発していくことが必要である。	今後さらに人件費等を上げる必要があり、その分を商品価格に反映することができるのか。
営業努力だけでは、かかるコストをカバーしきれない現状があると考えている。	商品はあまり差がないように感じるが、提案内容によって付加価値の創造はできると思う。
安価な製品を販売しているメーカーに合わせ、価格を強要されることがある。	良いデザインをしても価格を見られる、またはデザインだけが盗まれることもしばしばおきる。
商品やサービスの差別化がしづらくなってきているため、付加価値を創造することが難しい。	似た商品があれば安価な商品が選ばれるから、価格競争しかこの業界はしてない。

製品やサービスに付加価値が創造しにくく、結果的に価格と納期だけの競争となっているという認識が強い。安易に競合他社に追随するという業界の風潮にも問題がある。

【設問】 当業界のあり方に関するご意見等があればご記載ください。

大手・中堅企業のコメント（回答：234名、無回答：1,632名）	中小企業のコメント（回答：73名、無回答：571名）
<p>繁忙期に極端に案件が集中するため、業務量が多すぎて休みが取れない現状である。</p>	<p>経済的合理性や効果を数値化（可視化）できるような製品づくりが今後は必要になる。</p>
<p>土日出勤が当たり前となっているために、人材の定着がしづらいところがあると感じている。</p>	<p>今後、若い世代や優秀な人材が入らなくなり、業界として伸びていかないと感じている。</p>
<p>長時間労働やサービス残業が頻発しかつ、責任も重い業種のため、早期離職者が多い。</p>	<p>なかなか人が集まらないのか、人手不足が続いているため、デザイン人口が増えてほしい。</p>
<p>商品単価 × 数量による判断・決定といった価格競争から、早く脱却しなければならない。</p>	<p>残業ありきの日程を改善しない限り、人手不足が改善されず、同じことの繰り返しである。</p>
<p>業界の悪いイメージ（休日出勤）の払拭とリソースの確保が、業界のために必要である。</p>	<p>定価の非現実的な設定（値引きありき）が課題として顕在化していると感じている。</p>
<p>会社も業界もそう悲観するほど悪いところではないが、給料が高くないことに悲しさを感じる。</p>	<p>個々の会社だけでは改善できないことを、業界全体でなんとかしていかなければと強く思う。</p>

休日出勤や価格競争など現状の課題が改善されないと、若い世代や優秀な人材を確保できない業界になる、という危機感が醸成されている。業界の未来のためにも早急な対応が必要である。

9. 商慣習の実態およびその見直しの方向性

商慣習の実態

休日出勤の常態化

新しい働き方を提案する当業界の存在意義に反する働き方となっている

- ・ビル管理ルールや顧客の要望等により、休日出勤が常態化している。
- ・現場対応が求められる部門等の特定の人に業務負荷が集中し、不満が溜まっている。
- ・振替休日や代休が取得できていない。また、取得できても連絡が入るため休めない。

デザインフィーの未徴収

家具販売で利益を得るといった固定概念により家具以外は無償とする商慣習がある

- ・コンペのデザインフィーが未徴収であり、デザイナーのモチベーションを低下させている。
- ・コンペ等で提出した資料を顧客が無償で自由に使用している。
- ・受注前の業務は全て無償であるという認識が顧客において定着している

非効率的な業務

業界全体でDX導入が遅れており非効率的なアナログ業務が発生している

- ・家具拾い出しなどといった非効率的な業務により、仕事の満足度を低下させている。
- ・属人的で長時間の労働は、子育てや介護等と両立しにくい。
- ・個人経験則による作業判断が多く、それによりミスを誘発している。

見直しの方向性

多様で柔軟な働き方の実現

休日出勤を前提とした仕事の進め方を見直す必要がある

- ・業界全体では、関係業界と協議し、休日出勤の抑制等に向けたルールの見直しやカルチャーの醸成をしていく。
- ・個社では、脱属人化を進め、個人でなく組織で対応する働き方への転換が必要である。

知的財産の保護

知的財産として保護されるべきデザインが蔑ろになっている現状を見直す必要がある

- ・業界全体では、デザイン等の権利規定のガイドラインを作成・公開しつつ、顧客等の関係各所に働きかけていく。
- ・個社では、デザインの対価を顧客にきちんと提示し徴収していく。

DXによる業務改革

業務効率化のためのデジタル技術の利活用を進める必要がある

- ・業界全体では、ビル情報のデータベース化や図面管理あるいは商品情報のフォーマット統一等々をしていく。
- ・個社では、情報の共有や生産性向上に向けた投資が必要である。

業界のあるべき姿

当業界は、ワークプレイスやワークスタイルに関心のある若い世代にとって、自身の感性を生かせる魅力ある職場と見られている。本結果からも、20代における女性の比率は極めて高い。しかし、年代とともに女性の割合が減少する傾向を鑑みれば、理想と現実との間に大きなギャップが存在する。それによって、社員のモチベーションや仕事に対する満足度が下がり、男女問わず人材流出が懸念されることは、当業界の極めて重大なリスクである。したがって、本調査で明らかとなった「休日出勤の常態化」、「デザインフィーの未徴収」あるいは「非効率的な業務」といった古き商慣習を改めることが求められている。そして、新たな働き方を実践し、社会に提案することが、当業界の未来を切り拓いていくことにつながる。

問い合わせ先

一般社団法人日本オフィス家具協会 事務局 (info@joifa.or.jp)