

時間外割増賃金

—遅刻、時間単位の有給休暇を取得した時等—

労働基準法（以下労基法）37条において、「使用者が、労働時間を延長し又は休日に労働させた場合においては、その時間又はその日の労働については、通常の労働時間又は労働日の賃金の計算額の2割5分以上5割以下の範囲内で、割増賃金を支払わなくてはならない」としています。

では、就業規則等で午前9時始業、午後6時に終業（休憩1時間）と決められている会社で1時間の遅刻をし、その後7時まで勤務をした場合に、1時間の遅れを遅刻とするか1時間の時間単位の有給休暇の取得とした場合では、賃金計算はどうなるのでしょうか？

＜遅刻とした場合＞

① 1時間分の賃金控除をしない場合

この場合は、時差出勤したと同様に扱い、割増賃金は発生せず、通常の8時間労働とみなします。

② 1時間分の賃金控除をした場合

結果的には①と同じ事になりますが、賃金計算上は1時間分控除した上で、割増分はなしの1時間分の労働時間に対応する賃金を支払うこととなります。

＜時間有給の取得とした場合＞

1時間有給を取得した上で7時まで労働したときも、上記②と同様に割増分はなしの1時間分の労働時間に対応する賃金を支払うこととなります。

◆休日労働の割増賃金

上述したように、休日労働についても労基法37条で2割5分以上5割以下の賃金を支払うことになっていますが、割増賃金令で、休日労働については3割5分以上とされています。ただし、その休日とは法定休日のことを指しますので、就業規則等で法定休日は日曜日とし、会社指定休日が土曜日、祝日と明記されている会社であれば、例えば土曜日に出勤させたとしてもその出勤時間は休日出勤の対象とはならず単に1週間40時間を超えた時間外労働とされ、2割5分の割増賃金率でよいということになります。

◆就業時間が8時間未満の会社の場合

会社によっては、就業時間が7時間というところもあります。その場合は、7時間を超えた8時間までの労働に対応する賃金については、割増賃金分を支払うか否かはその会社に委ねられています。

完全失業率と有効求人倍率

—それぞれの定義や意味について—

「完全失業率」と「有効求人倍率」は、新聞やニュースでよく耳にする言葉ですが、それぞれの定義や意味について改めてご説明いたします。

◆完全失業率とは

総務省統計局が労働力調査に基づき発表しているものが完全失業率です。完全失業率とは、労働力人口（15歳以上の人口のうち、就業者と完全失業者を合わせたもの）に占める完全失業者の割合をいいます。完全失業者とは次の3つの条件を満たす者をいいます。

- ① 仕事がなく調査期間中に少しも仕事をしなかった
- ② 仕事があればすぐに就くことができる
- ③ 調査期間中に仕事を探す活動や事業を始める準備をしていた

尚、完全失業率は次の計算式によって表されます。

$$\text{完全失業率(\%)} = \frac{\text{完全失業者}}{\text{労働力人口}} \times 100$$

◆有効求人倍率とは

有効求人倍率は、厚生労働省が毎月公表をしています。有効求人倍率とは、公共職業安定所（ハローワーク）に登録されている求職者数に対する求人数の割合をいい、求職者1人当たりに求人が何件あるかを表した指標です。倍率が1を上回っていれば少なくとも求職者1人に1つ以上の求人があることを意味し、1を下回っている場合には求人不足していることを意味します。

◆完全失業率と有効求人倍率の関係

完全失業率も有効求人倍率も景気の動向に連動して変動しますが、景気動向指数において、有効求人倍率が景気動向におおむね一致して推移する一致系列に位置付けられているのに対して、完全失業率は景気動向に遅れて推移する遅行系列に位置付けられています。つまり完全失業率は有効求人倍率に遅れて推移する傾向があるといえます。

*総務省統計局 <http://www.stat.go.jp/index.htm>

*厚生労働省（職業安定業務統計）

<http://www.mhlw.go.jp/toukei/list/114-1.html>

《声》

『訪問して得るもの』

足を負傷し、実際に歩行困難にならなければ、バリフリーの本当の意味を理解できないように、何事も経験を積まなければ本当の理解を得ることはできません。

C社は部品の製造開発を行っていますが、ここ最近では会社の業績が伸び悩んでいます。そのため、社長自らが、先頭に立ち取引先や顧客を訪問し、営業活動を行ってまいります。

社長はこの営業活動を通じて、「顧客や取引先に信頼されることの意味」や「いざというときに役立つ人脈を作ることの重要性」について、改めて理解を深める機会を持たせてくれます。

業績が伸び悩むという経験は良いことではありませんが、顧客や取引先の声やニーズを直接聞くことができた「訪問」は有意義だったようです。

