

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.914 2025.3.25

Weeklyエコノミスト・レター
2025年3月11日号

2024~2026年度経済見通し
~24年10-12月期GDP
2次速報後改定

経済・金融フラッシュ
2025年3月12日号

企業物価指数
(2025年2月)
~国内企業物価は
2カ月連続で前年比4%台

経営TOPICS

統計調査資料
法人企業景気予測調査
(令和7年1~3月期調査)

経営情報レポート

**人材獲得・育成競争を生き残る
タレントマネジメントの実践法**

経営データベース

ジャンル:入社・退職・休職 > サブジャンル:社会保険
**私傷病で入院中の社員の給料や社会保険料の扱い
育児休業中の社会保険料免除**

2024~2026年度経済見通し ~24年10-12月期GDP2次速報後改定

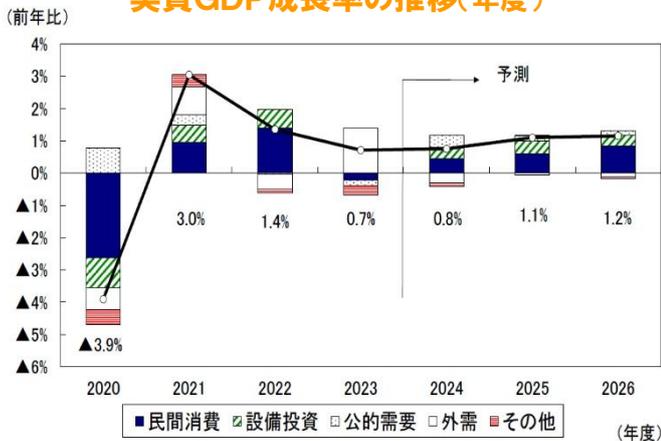
本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

ニッセイ基礎研究所

＜実質成長率:2024年度0.8%、2025年度1.1%、2026年度1.2%を予想＞

1 2024年10-12月期の実質GDP（2次速報値）は、民間消費の下方修正などから1次速報の前期比0.7%（年率2.8%）から前期比0.6%（年率2.2%）に下方修正された。

実質GDP成長率の推移(年度)



(資料) 内閣府経済社会総合研究所「四半期別GDP速報」

2 GDP2次速報の結果を受けて、2月に発表した経済見通しを改定した。

実質GDP成長率は2024年度が0.8%、2025年度が1.1%、2026年度が1.2%と予想する。成長率見通しは2月時点から変えていない。

3 輸出が景気の牽引役となることは期待できないが、国内需要が底堅く推移することから、景気の回復基調は維持され、年率1%前後の成長が続くことが予想される。

下振れリスクとしては、米国の関税引き上げを受けた世界経済の急減速、物価の上振れに伴う実質所得の低迷を主因とした消費の腰折れなどが挙げられる。

名目賃金と実質賃金



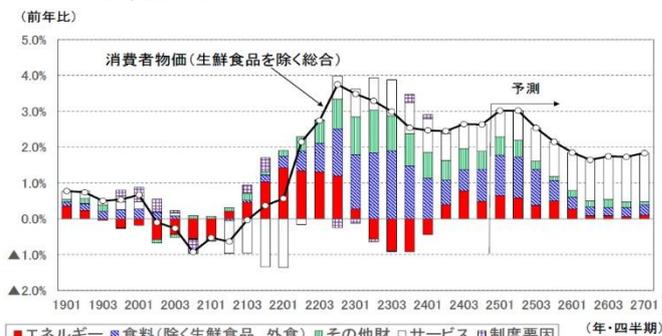
(注) 実質賃金=名目賃金÷消費者物価(持家の帰属家賃を除く総合)
(資料) 厚生労働省「毎月勤労統計」(事業所規模5人以上)

4 消費者物価上昇率(生鮮食品を除く総合)は、2024年度が2.7%、2025年度が2.4%、2026年度が1.7%と予想する。

2025年前半にエネルギー、食料を中心に3%前後で高止まりした後、徐々に伸びが鈍化するが、2025年中は2%台で推移することが予想される。

サービス価格の上昇を円高による財価格の上昇率鈍化が打ち消す形で、日銀の物価目標である2%を割り込むのは2026年入り後となるだろう。

消費者物価(生鮮食品を除く総合)の予測



(注) 制度要因は、消費税、教育無償化、Go To トラベル事業、全国旅行支援
(資料) 総務省統計局「消費者物価指数」

「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

企業物価指数(2025年2月) ～国内企業物価は2ヵ月連続で前年比4%台

本レポートの文書(画像情報等含む)に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

ニッセイ基礎研究所

1 電気・都市ガス代への支援策再開で 前年比上昇率が鈍化

日本銀行が3月12日に発表した企業物価指数によると、2025年2月の国内企業物価は、前年比4.0%(1月:同4.2%)と、前月から伸びが鈍化したものの、2ヵ月連続で4%台の高い伸びとなった。

内訳をみると23類別中、19類別が上昇、4類別が低下となった。玄米が前年比73.2%、精米が同66.9%と上昇を続けたことに加え、鳥インフルエンザ等の影響で鶏卵が同64.2%と大幅に上昇したことなどから、農林水産物が同39.4%(1月:同37.6%)と高い伸びを続けている。

企業物価指数の推移

	国内企業物価		輸出物価 (円ベース)		輸入物価 (円ベース)	
	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比
24年 1月	0.1	0.3	1.3	9.2	0.6	-0.1
2月	0.2	0.7	1.3	9.1	1.3	0.4
3月	0.3	0.9	0.7	9.0	-0.2	1.6
4月	0.5	0.9	2.2	11.1	2.1	7.0
5月	0.7	2.3	1.6	11.0	2.3	7.1
6月	0.2	2.6	0.8	10.5	0.6	9.6
7月	0.6	3.1	0.0	10.3	0.4	10.7
8月	-0.2	2.6	-5.2	2.5	-6.2	2.5
9月	0.3	3.1	-1.7	-1.0	-2.9	-2.6
10月	0.4	3.7	2.5	0.8	2.9	-2.3
11月	0.3	3.8	1.9	2.3	1.7	-1.2
12月	0.4	3.9	-0.8	4.4	-0.6	1.4
25年 1月	0.3	4.2	1.3	4.4	1.4	2.3
2月	0.0	4.0	-1.3	1.7	-1.7	-0.7

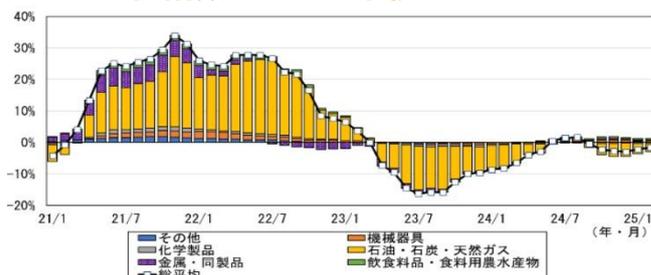
(資料)ともに日本銀行「企業物価指数」

2 契約通貨ベースの輸入物価は 前年比マイナスが継続

2月の輸入物価は、契約通貨ベースでは、前年比▲1.6%(1月:同▲2.2%)と6ヵ月連続のマイナスとなった。内訳をみると、ガソリンが前年比▲9.5%と7ヵ月連

続のマイナス、液化天然ガスが同▲8.6%と3ヵ月連続のマイナスとなったことなどから、石油・石炭・天然ガスが前年比・寄与度▲2.57%(1月:同▲3.20%)と6ヵ月連続で下落し、全体を押し下げた。

輸入物価指数の前年比推移(契約通貨ベース)



(注) 機械器具: はん用・生産用・業務用機器、電気・電子機器、輸送用機器
その他: 繊維品、木材・木製品、その他産品・製品

3 先行きは4%前後で推移

国内企業物価の前年比上昇率は前月から伸びが縮小したものの、4%台の高水準が続いている。

主因はエネルギー価格の高止まりや米、鶏卵などの農林水産物の高騰である。電気・都市ガス代への支援策は1月使用分(2月請求分)から再開されているものの、割引額はこれまでに比べると小さい。

また、支援策は3月使用分(4月請求分)で割引額が縮小し、4月使用分からは支援がなくなる。さらにガソリン補助金も縮小されていることから、エネルギー価格の高止まりは継続することが見込まれる。

一方、政府の備蓄米入札が始まっており、備蓄米が放出されれば、米の価格上昇に歯止めがかかる公算が大きい。

経済・金融フラッシュの全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

法人企業景気予測調査 (令和7年1～3月期調査)

内閣府、財務省 2025年3月12日公表

結果の概要

1 貴社の景況

◆現状(令和7年1～3月期)

- 「貴社の景況判断」BSIを全産業で見ると、大企業は2.0%ポイントとなり、令和6年4～6月期以降4期連続の「上昇」超
- 中堅企業は「上昇」超、中小企業は「下降」超

◆見通し

- 大企業は「上昇」超で推移する見通し
- 中堅企業は「上昇」超で推移する見通し、中小企業は「下降」超で推移する見通し

[単位：%ポイント]

		令和6年10～12月 前回調査	令和7年1～3月 現状判断	令和7年4～6月 見通し	令和7年7～9月 見通し
大企業	全産業	5.7	(3.9) 2.0	(2.6) 1.5	5.7
	製造業	6.3	(2.1) ▲2.4	(2.9) ▲0.5	6.3
	非製造業	5.4	(4.7) 4.1	(2.5) 2.5	5.5
中堅企業		3.8	(3.7) 0.7	(3.3) 3.1	6.9
中小企業		▲4.7	(▲6.1) ▲12.7	(▲3.8) ▲5.1	▲0.3

※1 () 書きは前回調査時の見通し。(以下同)

※2 前四半期と比較しての「上昇」－「下降」社数構成比(以下同)

2 国内の景況

◆現状(令和7年1～3月期)

- 「国内の景況判断」BSIを全産業で見ると、大企業は3.1%ポイントとなり、令和5年4～6月期以降8期連続の「上昇」超
- 中堅企業、中小企業はいずれも「下降」超

◆見通し

- 大企業は「上昇」超で推移する見通し
- 中堅企業は令和7年7～9月期に「上昇」超に転じる見通し、中小企業は「下降」超で推移する見通し

[単位：%ポイント]

		令和6年10～12月 前回調査	令和7年1～3月 現状判断	令和7年4～6月 見通し	令和7年7～9月 見通し
大企業	全産業	4.2	(2.3) 3.1	(3.3) 2.1	3.5
	製造業	2.0	(1.1) ▲1.3	(2.5) ▲1.4	1.2
	非製造業	5.3	(2.9) 5.2	(3.7) 3.8	4.6
中堅企業		1.4	(▲0.6) ▲2.3	(1.7) ▲0.8	1.5
中小企業		▲11.7	(▲14.0) ▲17.7	(▲9.1) ▲13.5	▲9.2

3 雇用

◆現状(令和7年3月末)

- 「従業員数判断」BSIを全産業で見ると、大企業は28.3%ポイントとなり、平成23年9月末以降55期連続の「不足気味」超
- 中堅企業、中小企業はいずれも「不足気味」超

◆見通し

- 大企業は「不足気味」超で推移する見通し
- 中堅企業、中小企業はいずれも「不足気味」超で推移する見通し

[単位：%ポイント]

		令和6年12月末 前回調査	令和7年3月末 現状判断	令和7年6月末 見通し	令和7年9月末 見通し
大 企 業	全産業	27.4	(24.6) 28.3	(19.4) 22.2	20.1
	製造業	19.4	(17.4) 20.3	(13.5) 16.6	15.0
	非製造業	31.2	(27.9) 32.2	(22.2) 24.8	22.6
中堅企業		41.4	(37.3) 40.9	(31.0) 34.9	30.9
中小企業		31.7	(28.7) 30.3	(24.6) 25.9	25.4

※ 四半期末の「不足気味」－「過剰気味」社数構成比。

4 企業収益

◆売上高

- 令和6年度は、3.2%の増収見込み
- 業種別にみると、製造業、非製造業ともに増収見込み

◆経常利益

- 令和6年度は、6.5%の増益見込み
- 業種別にみると、製造業、非製造業ともに増益見込み

[前年度比増減率、単位：%]

		全産業	製造業	非製造業
売 上 高	令和6年度	(2.7) 3.2	(2.4) 2.6	(2.8) 3.4
	令和6年度	(2.0) 6.5	(▲4.2) 1.1	(4.5) 8.6

※1 「売上高」は金融業、保険業を含まない。

※2 () 書きは前回調査結果。

※3 令和5年度・令和6年度ともに回答のあった法人(売上高8,138社、経常利益8,789社)を基に推計。

5 設備投資

◆生産・販売などのための設備(BSI)

- 令和7年3月末の「生産・販売などのための設備判断」BSIをみると、大企業、中堅企業、中小企業いずれも「不足」超
- 先行きをみると、大企業、中堅企業、中小企業いずれも「不足」超で推移する見通し

◆設備投資額(ソフトウェア投資額を含む、土地購入額を除く)

- 令和6年度は、7.4%の増加見込み
- 業種別にみると、製造業、非製造業ともに増加見込み

6 企業収益、設備投資(令和7年度見通し)

◆売上高

- 令和7年度は、1.8%の増収見通し ●業種別にみると、製造業、非製造業ともに増収見通し

◆経常利益

- 令和7年度は、0.2%の減益見通し ●業種別にみると、製造業、非製造業ともに減益見通し

◆設備投資額(ソフトウェア投資額を含む、土地購入額を除く)

- 令和7年度は、5.9%の増加見通し ●業種別にみると、製造業、非製造業ともに増加見通し

7 今年度における設備投資計画(方針)と実績見込みとのかい離の理由

- 設備投資計画(方針)と実績見込みとのかい離の理由を全産業でみると、大企業は「当初の計画(方針)どおりのため、特に理由なし」の重要度が最も高く、次いで「設備投資にかかるコストの変化」、「景気や業況の見通しの変化」の順に重要度が高い
- 中堅企業は「当初の計画(方針)どおりのため、特に理由なし」、中小企業は「景気や業況の見通しの変化」の重要度が最も高い

[回答社数構成比、単位：%]

		1位		2位		3位	
大企業	全産業	当初の計画(方針)どおりのため、特に理由なし	39.3	設備投資にかかるコストの変化	35.7	景気や業況の見通しの変化	31.7
	製造業	景気や業況の見通しの変化	42.1	設備投資にかかるコストの変化	37.7	当初の計画(方針)どおりのため、特に理由なし	33.0
	非製造業	当初の計画(方針)どおりのため、特に理由なし	42.3	設備投資にかかるコストの変化	34.8	景気や業況の見通しの変化	26.8
中堅企業		当初の計画(方針)どおりのため、特に理由なし	43.8	景気や業況の見通しの変化	38.5	設備投資にかかるコストの変化	34.7
中小企業		景気や業況の見通しの変化	52.6	当初の計画(方針)どおりのため、特に理由なし	41.6	設備投資にかかるコストの変化	39.9

※ 10項目中3項目以内の複数回答による回答社数構成比。(以下同)

8 今年度における利益配分のスタンス

- 利益配分のスタンスを全産業でみると、大企業は「設備投資」の重要度が最も高く、次いで「株主への還元」、「従業員への還元」の順に重要度が高い
- 中堅企業、中小企業はいずれも「従業員への還元」の重要度が最も高い

[回答社数構成比、単位：%]

		1位		2位		3位	
大企業	全産業	設備投資	59.6	株主への還元	58.0	従業員への還元	43.4
	製造業	設備投資	75.2	株主への還元	61.2	新製(商)品・新技術等の研究・開発	47.8
	非製造業	株主への還元	56.5	設備投資	52.2	従業員への還元	44.8
中堅企業		従業員への還元	52.8	設備投資	50.7	内部留保	39.5
中小企業		従業員への還元	60.4	設備投資	47.2	内部留保	44.8

法人企業景気予測調査(令和7年1~3月期調査)の全文は、
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



経営情報
レポート
要約版



人 事

人材獲得・育成競争を生き残る

タレントマネジメント の実践法

1. タレントマネジメントとは
2. タレントマネジメント導入時のポイント
3. タレントマネジメントの管理手法
4. タレントマネジメントによる改善事例



■参考資料

「タレントマネジメント入門 個を活かす人事戦略と仕組みづくり」(ProFuture 柿沼 英樹 著、土屋 裕介 著)
『労政時報』第4052号：185社の人事パーソンに聞く「人事の課題と未来」に関するアンケート 他

1

企業経営情報レポート

タレントマネジメントとは

最近、人事の分野で「タレントマネジメント」というワードをよく耳にします。

タレントマネジメントとは文字通り、社員が持つ能力を把握し、適材適所の人材配置や人材開発を行うことです。

これまでは、社員数の多い大手企業のための人事管理手法であるように捉えられていましたが、今後は中小企業であっても予想される労働人口減少の中で生き残るために、このタレントマネジメントを取り入れた「正しい人事管理」が求められます。

そこで今回は激化する人材獲得・育成競争を生き残り、成長していく会社であり続けるために、人への投資を効率的に行うタレントマネジメントについて解説します。

■ タレントマネジメントとは

タレントとは、社員の持つ「能力・スキル」のことをいいます。そして、能力を正しく活用して組織の成果を生み出せるように管理することがタレントマネジメントです。

これまで会社の経営に差を付けるのは優秀な人材であり、優秀な人材を獲得することこそが会社の使命であるかのように考えられてきましたが、会社が期待するような優秀な人材は非常に稀な存在であり、ましてや労働者を取り合う環境下において、それはより困難な状況になってきたといえます。

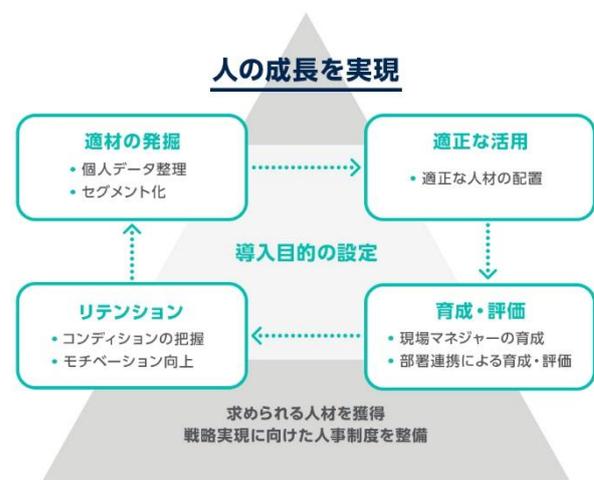
そのようななかで、タレントマネジメントの考え方は、優秀な人材ありきではなく、「会社の強みを作り出す仕事（キーポジション）の担い手となる社員を重点に管理する」という方法であり、会社が核とする仕事に優秀な人材を配置することで、会社をより効率よく機能させるというものです。

タレントマネジメントによって、社員一人ひとりの能力を把握し、その能力を発揮できる適正配置を行います。

これにより、能力の発揮度合いを評価し、適正処遇を実現させることができるようになるため、社員の意欲向上やリテンション（定着）の効果が期待できます。

それらを経て、成長した社員には次のステップへの配置が可能になるという基本サイクルの構築を目指します。

■ タレントマネジメントの基本的サイクル



資料：パーソル総合研究所ホームページ

2

企業経営情報レポート

タレントマネジメント導入時のポイント

■ タレントマネジメント導入の基本ステップ

タレントマネジメントでは、組織の戦略実現に必要な適材適所を常の実現して行くこととなります。ここでは、そのために必要な準備と実践のポイントについて解説します。

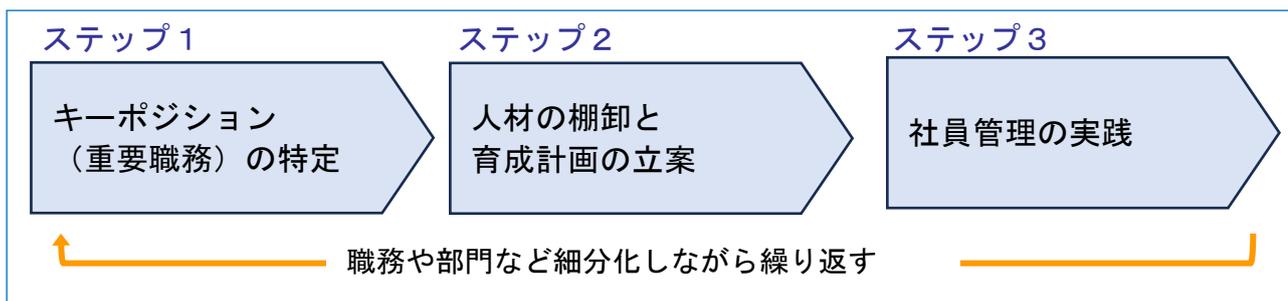
タレントマネジメントの導入は3つのステップで進めていきます。

まずは会社が自社の強みを構築するために必要不可欠なキーポジションはどこであるのかを特定します。そのうえで、現在の人材の配置状況や能力を確認し、キーポジションを担う人物に備わっている能力（コンピテンシー）の特定と後任に必要な経験や育成計画を立案します。

そして、適材適所の配置転換とあわせて考えるべき人事施策を検討します。これらを職務や部門において細分化しながら繰り返すことで、全社員のタレントマネジメントが可能となります。

以下ステップごとに詳しく解説します。

■ タレントマネジメントの実践段階モデル



■ ステップ1 キーポジション(重要職務)の特定

タレントマネジメントは、その会社のキーポジションを特定することから始まります。キーポジションとは、組織の戦略や目的の達成に貢献する重要職務をさします。

キーポジションは職位の高さによって決定されるものではなく、業種や業態によってさまざまであり、あらゆる職務が対象となる可能性を持っています。

例えば、高級飲食店では、高級な雰囲気演出と高級な食事を提供することが求められるため、ホールスタッフやシェフがキーポジションとなり得ます。

一方で、ファストフード店では、提供までの速さと価格の安さを実現することが求められるため、スタッフを効率よく管理する店長がキーポジションとなり得ます。役職や階層ではなく、自社が実現している差別化の要因となる職務を特定することが重要なのです。

また、個人のパフォーマンスが組織成果に大きく表れる可能性がある職務や人材育成の費用対効果が大きい職務もキーポジションとして考えられます。

キーポジションは、組織の中で複数存在しうるため、会社全体から部門、チームへと組織を細分化しながらそれぞれのキーポジションを特定していくことで整理しやすくなります。

3

企業経営情報レポート

タレントマネジメントの管理手法

■ システムの活用

タレントマネジメントの運用は、人事情報があって初めて可能になります。人事情報を一元管理するツールには様々なものがありますが、最近では HRM（人材管理）システムが普及してきており、このシステムを活用することで、タレントマネジメントを円滑に進めることが可能となっています。

タレントマネジメントで必要となる代表的な情報は、個人の基本情報や保有能力、キャリア志向などです。社員一人ひとりの情報を活用しやすい状態で管理することは、個人のキャリア促進や組織全体の人事戦略を策定することにつながります。

ここでは、タレントマネジメントに必要となる人事情報を確認しつつ、どのように使用していくのかを紹介します。人事情報は、「人事賃金情報」「人材育成情報」「組織情報」の3つのカテゴリで管理することで、人事情報の把握、人材育成の計画、組織方針の見直しのそれぞれで役立つ情報として運用することができます。

■ HRMシステムで実現できること

- データの収集と一元管理
- 人材配置の可視化
- 効果的な人材開発
- 社員のモチベーションの継続的観測

■ システムの管理情報項目例



■ 社員の様々な履歴が分かる人事賃金情報

人事賃金情報として、入社日、家族構成、経歴といった基本情報や、人事評価、実績、賞与実績、年収実績など賃金の情報を確認します。個人の能力だけではなく、賃金情報を合わせて管理することで、担当する職務内容と付加価値のバランスを確認することができます。

人材の棚卸の際には、キーポジションとして活躍する人材の能力と経験、賃金情報を特定しておくことで、後任者の育成計画の立案とともに、今後の処遇を想定することで、人件費を管理することができます。

4

企業経営情報レポート

タレントマネジメントによる改善事例

■ タレントマネジメントで生産性向上を実現したA社事例

A社概要	事業内容	運送会社	社員数	約500人
------	------	------	-----	-------

A社は全国に拠点がある運送会社です。当初は拠点ごとにエクセルや紙ベースで社員情報を管理していました。

社内統一のデータベースがなく、どのような経歴の社員がどのような業務についているのかが把握できていない状況にあり、人材に適した配置転換を実施できていませんでした。

そこで、タレントマネジメントの導入を目指し、まずはタレントマネジメントシステムに個人情報を集約した人事データの一元化を行いました。そのうえで、情報の一部を社員に開示するところから始めました。

(1) 取り組みによる効果

タレントマネジメントシステムを活用したことによって、社員同士のコミュニケーションが活発化しました。システム導入により、社員同士の基本情報が閲覧できるようになったことで、他拠点の対面したことがない社員の情報も知ることができるようになりました。

また、お互いに人間性を知り合うことで親近感を持てるようになり、コミュニケーションが促進され人間関係が構築されるようになりました。これらにより、拠点間の貢献意欲が高まり、会社全体の生産性向上にもつながりました。

<タレントマネジメント導入時のポイント>

- 自社の目的に合ったタレントマネジメントシステムの選定
- タレントマネジメントシステムを活用した社員情報の共有

(2) 今後の活動

今後は、タレントマネジメントシステムを活用した、人材発掘に取り組んでいく予定です。

従来のエクセルや紙ベースでの管理にはなかったデータベースの高い検索性を生かして、さまざまなパターンで人材を探していくことを計画しています。

具体的には前職・経験・スキルとパフォーマンスの高さの相関関係を見出し、人材配置や採用において自社に適した人材活用を検討しています。

また、組織のポジションをシステムで可視化することで、キャリアモデルや個人のキャリアプラン形成にも役立てていくことを予定しています。

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

ジャンル:入社・退職・休職 > サブジャンル:社会保険

私傷病で入院中の社員の給料や社会保険料の扱い

私傷病で入院中の社員の給料や社会保険料はどう扱えばよいですか。

従業員が業務以外の原因で怪我をしたり病気になり、療養のために仕事を休むことを一般的に「私傷病休職」といいます。

また、休業期間中、無給の場合でも社会保険料の納付義務があります。そのため、賃金から控除する以外での方法で、徴収分を回収する必要があります。

(1)私傷病休職とは

■私傷病

私傷病とは、労働者の病気やケガのうち、業務に起因しないものを指します。例えば、休日のスポーツでのケガや、一般的な病気による入院などが該当します。これは、工作中的の事故や職業病などの業務上の災害（労災）と区別されます。補償の面では、業務上災害が労働者災害補償保険（労災保険）の対象となるのに対し、私傷病は健康保険が適用されます。ただし、一見すると私傷病に見える症状でも、長時間労働によるストレスや過度な業務による疲労が原因となっているケースもあり、その判断には慎重な検討が必要です。

■私傷病休職

私傷病休職は、従業員が業務外のケガや病気により、一定期間の療養が必要となった場合に取得できる休職制度です。短期間の療養であれば年次有給休暇や病気欠勤で対応可能ですが、長期の療養が必要な場合は、医師の診断書を添えて会社に私傷病休職を申請します。私傷病休職は労働基準法などの法律による規定がないため、各企業の就業規則に基づいて運用されます。そのため、休職の取得要件や期間は企業によって大きく異なります。

休職期間は1か月から3年程度まで幅広く、なかには休職制度自体を設けていない企業もあります。休職制度の有無や条件は、入社時に就業規則で確認しておくことが重要です。

■傷病手当金制度

傷病手当金は、業務外の病気やケガで働けなくなった従業員の所得を補償する制度です。全国健康保険協会（協会けんぽ）または健康保険組合に加入している被保険者が対象となり、健康保険法第99条に基づいて支給されます。支給額は、直近12カ月の標準報酬月額を30で割った金額の3分の2相当額となります。支給期間は最長で1年6カ月です。また、被保険者期間が1年以上ある方は、退職後も受給資格が継続します。

申請手続きは、医師の意見書と事業主の証明を添えて、加入している健康保険の保険者に行います。

(2)私傷病休職中の社会保険料の取り扱い

私傷病による休職中も、社会保険（健康保険・厚生年金保険）の被保険者資格は継続します。

そのため、休職中であっても従業員負担分と会社負担分の両方の保険料納付が必要となります。なお、産前産後休業や育児休業とは異なり、私傷病休職には保険料免除制度はありません。

健康保険法および厚生年金保険法により、保険料の納付義務は事業主にあります。そのため、従業員から保険料を回収できない場合でも、会社は保険料を納付しなければなりません。

ジャンル:入社・退職・休職 > サブジャンル:社会保険

育児休業中の社会保険料免除

育児休業中の社会保険料の免除について
教えてください。

女性の場合は産後57日目から、男性の場合は子供が出生後、育児休業を開始した日から、健康保険料及び厚生年金保険料が免除になります。

(1)育児休業

育児休業は、子育てをする労働者を支援するため、育児・介護休業法によって定められた制度で、1歳未満の子を養育するための休業期間です。対象者は、女性労働者だけでなく、男性労働者も取得できます。

育児休業の取得は労働者の権利として法律で保障されているため、会社の就業規則に規定がない場合でも、法律に基づいて取得することができます。

そのため、会社は正当な理由なく育児休業の申し出を拒否することはできません。

(2)育児休業の申請に必要な書類

■育児休業の申請

育児休業を取得する場合、育児・介護休業法に基づき、原則として休業開始予定日の1ヶ月前までに「育児休業申出書」を会社に提出する必要があります。

■社会保険料の免除申請

育児休業期間中は社会保険料が免除されます。この免除を受けるためには「健康保険・厚生年金保険 育児休業等取得者申出書」の提出が必要です。この申請は会社を通じて行います。

■育児休業給付金の申請

育児休業期間中の所得保障として、雇用保険から育児休業給付金を受給することができます。申請には以下の書類が必要です。これらの書類は、会社の人事部門を通じて手続きを行うことが一般的です。

- 育児休業給付受給資格確認票・(初回) 育児休業給付金支給申請書
- 雇用保険被保険者休業開始時賃金月額証明書
- 母子手帳のコピー
- 支給申請期間の賃金台帳と出勤簿
- 育児休業申出書(男性の場合、または女性で育児休業開始日と法定日が異なる場合)

(3)育児休業期間中の社会保険料免除制度

育児休業期間中の社会保険料(健康保険料・厚生年金保険料)は、事業主負担分と被保険者負担分の両方が免除されます。免除を受けるためには、事業主が「育児休業等取得者申出書」を日本年金機構に提出する必要があります。また、社会保険料が免除される期間も被保険者資格は継続し、将来受け取る年金額に影響はありません。

週刊 WEB 企業経営マガジン No. 914

【著 者】日本ビズアップ株式会社

【発 行】税理士法人 森田会計事務所

〒630-8247 奈良市油阪町456番地 第二森田ビル 4F

TEL 0742-22-3578 FAX 0742-27-1681

本書に掲載されている内容の一部あるいは全部を無断で複製することは、法律で認められた場合を除き、著者および発行者の権利の侵害となります。