

週刊WEB

# 企業経営

MAGA  
ZINE

Vol.686 2020.8.11

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2020年8月3日

## 2020年4-6月期の 実質GDP

～前期比▲8.1%（年率▲28.8%）を予測

経済・金融フラッシュ 2020年8月3日

## 米個人所得・消費支出（20年6月）

～現金給付の終息で所得は前月比▲1.1%なった一方、  
消費支出は同+5.6%と市場予想を上回る

経営TOPICS

統計調査資料

## 2019年経済構造実態調査

（二次集計 結果の概要【甲調査編】）

経営情報レポート

働き方改革の解決策として経営革新に貢献する  
ロボットがもたらす未来の働き方

経営データベース

ジャンル：労務管理 > サブジャンル：福利厚生

健康診断の実施について  
衛生管理者の選任

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

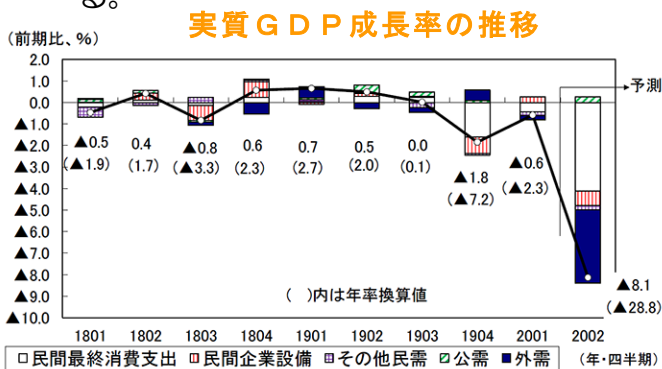
発行：税理士法人 常陽経営

ネット  
ジャーナル

# 2020年4-6月期の実質GDP ～前期比▲8.1%（年率▲28.8%）を予測

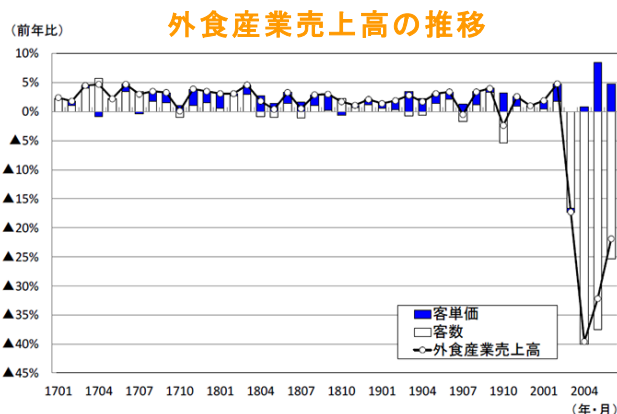
ニッセイ基礎研究所

**1** 8/17に内閣府から公表される2020年4-6月期の実質GDPは、前期比▲8.1%（前期比年率▲28.8%）と三四半期連続のマイナス成長になったと推計される。



(注) 2001までは当研究所による改定見込値、2002は予測値  
(資料) 内閣府経済社会総合研究所「四半期別GDP速報」

**2** 緊急事態宣言の発令に伴う外出自粛や店舗休業の影響で、民間消費（前期比▲7.4%）、住宅投資（同▲4.0%）が大幅減少となったほか、企業収益の悪化や先行き不透明感の高まりから設備投資（同▲4.2%）も大きく落ち込んだ。公的需要は増加したものの、国内需要が前期比・寄与度▲4.7%の大幅減少となった。

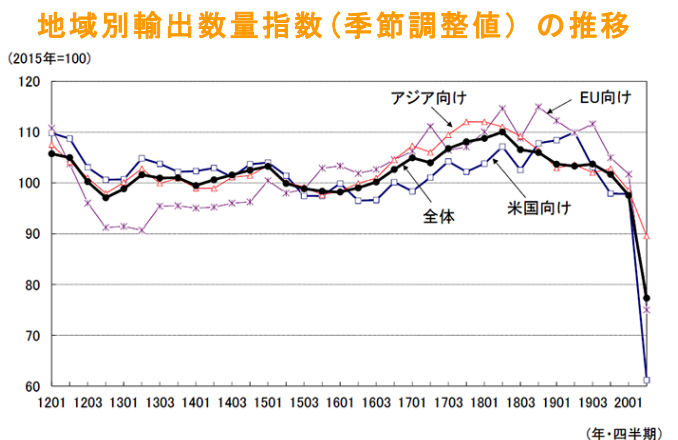


(資料) 日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」

**3** また、海外経済の急激な悪化を背景に輸出が前期比▲21.9%の大幅減少となったことから、外需も前期比▲3.4%（年率▲12.9%）と成長率を大きく押し下げた。

**4** 5月下旬に緊急事態宣言が解除されたことから、景気は5月を底として持ち直しているが、7月に入り新型コロナウイルスの陽性者数が再び増加していることもあり、経済活動の正常化は遅れている。

**5** 7-9月期の実質GDPは4-6月期の急速な落ち込みの反動もあり、4四半期ぶりのプラス成長となることが見込まれるが、現時点では前期比年率10%程度と4-6月期の落ち込みの半分以下の伸びにとどまると予想している。



ネット  
ジャーナル

# 米個人所得・消費支出（20年6月） ～現金給付の終息で所得は前月比▲1.1%なった 一方、消費支出は同+5.6%と市場予想を上回る

ニッセイ基礎研究所

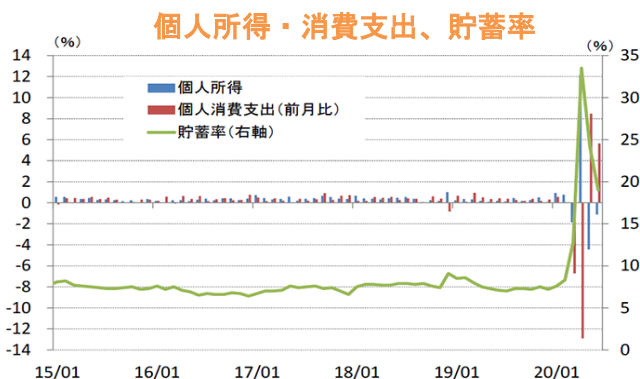
**1 結果の概要：個人所得は市場予想を下回る一方、個人消費は予想を上回る**  
7月31日、米商務省の経済分析局（BEA）は6月の個人所得・消費支出統計を公表した。個人所得（名目値）は前月比▲1.1%（前月改定値：▲4.4%）と▲4.2%から小幅に下修正された前月からマイナス幅が縮小した一方、市場予想（Bloomberg集計の中央値、以下同様）の▲0.6%は下回った。

**2 結果の評価：経済対策の効果剥落で消費の伸びが鈍化**  
6月の個人消費は市場予想を上回ったものの、前月から伸びが鈍化した。これは、高い伸びとなった前月からの反動と言う面はあるものの、政策効果の剥落に伴う可処分所得の減少が大きいとみられる。実際に、可処分所得は家計への直接給付が終息に向かっていていることに伴い、2ヵ月連続で減少しており、所得押し上げ効果は剥落している。

**3 所得動向：現金給付の支給減少で、移転所得は2ヵ月連続減少**  
個人所得は2ヵ月連続で減少したが、政府による社会保障関連の補助金などの移転所得が▲8.9%（前月：▲17.5%）とマイナス幅は縮小したものの、前月に続いて大幅なマイナスとなったことが大きい。

**4 消費動向：財・サービスともに前月から鈍化も堅調な伸びが持続**  
6月の名目個人消費（前月比）は、財消費が+6.4%（前月：+14.1%）、サービス消費が+5.2%（前月：+5.8%）と高い伸びとなった前月からは鈍化したものの、堅調な伸びを維持した。財消費では、耐久財が+8.7%（前月：+28.9%）、非耐久財が+5.2%（前月：+7.6%）となった。

**5 価格指数：前月比ではエネルギー価格が6ヵ月ぶりに物価を押し上げ**  
価格指数（前月比）の内訳をみると、エネルギー価格指数が+4.6%（前月：▲2.1%）と6ヵ月ぶりにプラスに転じた。一方、食料品価格指数は+0.5%（前月：+0.8%）と前月から伸びが鈍化も、6ヵ月連続でプラスとなった。



(注) 名目値、季節調整済  
(資料) BEA よりニッセイ基礎研究所作成

# 2019年経済構造実態調査 (二次集計 結果の概要【甲調査編】)

総務省・経済産業省 2020年7月31日公表

## 売上高及び付加価値額等の状況

### 1 売上高及び付加価値額

#### 1 産業大分類別の状況

- ア. 産業大分類別に売上高をみると、「卸売業，小売業」が497兆9810億円と最も多く次いで「製造業」が413兆2808億円、「金融業，保険業」が118兆3485億円などとなっている。これら上位3産業について2015年と比べると、「卸売業，小売業」が1.5%の増加、「製造業」が4.7%の増加、「金融業，保険業」が5.4%の減少となっている。
- イ. 付加価値額をみると、「製造業」が77兆9292億円と最も多く、次いで「卸売業，小売業」が48兆16億円、「金融業，保険業」が19兆1983億円などとなっている。これら上位3産業について2015年と比べると、「製造業」が14.6%の増加、「卸売業，小売業」が6.2%の減少、「金融業，保険業」が0.4%の増加となっている。

#### 産業大分類別売上高及び付加価値額

産業大分類	売上高			付加価値額			(参考) 付加価値率	
	2015年※	2018年	増減率 (%)	2015年※	2018年	増減率 (%)	2015年※	2018年
	(百万円)	(百万円)		(百万円)	(百万円)		(%)	(%)
製造業	394,599,972	413,280,766	4.7	67,980,544	77,929,169	14.6	17.2	18.9
電気・ガス・熱供給・水道業	26,242,233	27,031,353	3.0	4,022,972	3,435,880	▲14.6	15.3	12.7
情報通信業	59,928,400	63,591,218	6.1	15,993,868	16,291,204	1.9	26.7	25.6
運輸業，郵便業	64,681,603	69,564,904	7.5	16,598,033	18,261,307	10.0	25.7	26.3
卸売業，小売業	490,625,781	497,980,974	1.5	51,147,719	48,001,552	▲6.2	10.4	9.6
金融業，保険業	125,081,678	118,348,463	▲5.4	19,129,305	19,198,286	0.4	15.3	16.2
不動産業，物品賃貸業	44,994,182	50,468,271	12.2	8,957,188	10,589,838	18.2	19.9	21.0
学術研究，専門・技術サービス業	39,476,139	44,097,503	11.7	13,995,065	18,214,041	30.1	35.5	41.3
宿泊業，飲食サービス業	21,762,983	22,257,902	2.3	8,020,843	7,837,247	▲2.3	36.9	35.2
生活関連サービス業，娯楽業	44,053,413	37,651,943	▲14.5	6,963,118	6,750,128	▲3.1	15.8	17.9
教育，学習支援業	15,060,571	15,287,542	1.5	7,089,467	7,423,852	4.7	47.1	48.6
医療，福祉	105,757,730	115,499,066	9.2	17,568,629	19,019,907	8.3	16.6	16.5
複合サービス事業	9,578,644	9,035,677	▲5.7	3,776,807	3,649,198	▲3.4	39.4	40.4
サービス業（他に分類されないもの）	35,363,054	36,617,403	3.5	13,131,100	15,239,564	16.1	37.1	41.6

注1：「売上高」及び「付加価値額」は必要な事項の数値が得られた企業等を対象として集計した。

注2：付加価値とは、企業等の生産活動によって新たに生み出された価値のことで、生産額から原材料等の中間投入額を差し引くことによって算出できる。本調査においては、以下の算式を用いている。

付加価値額 = 売上高 - 費用総額 + 給与総額 + 租税公課

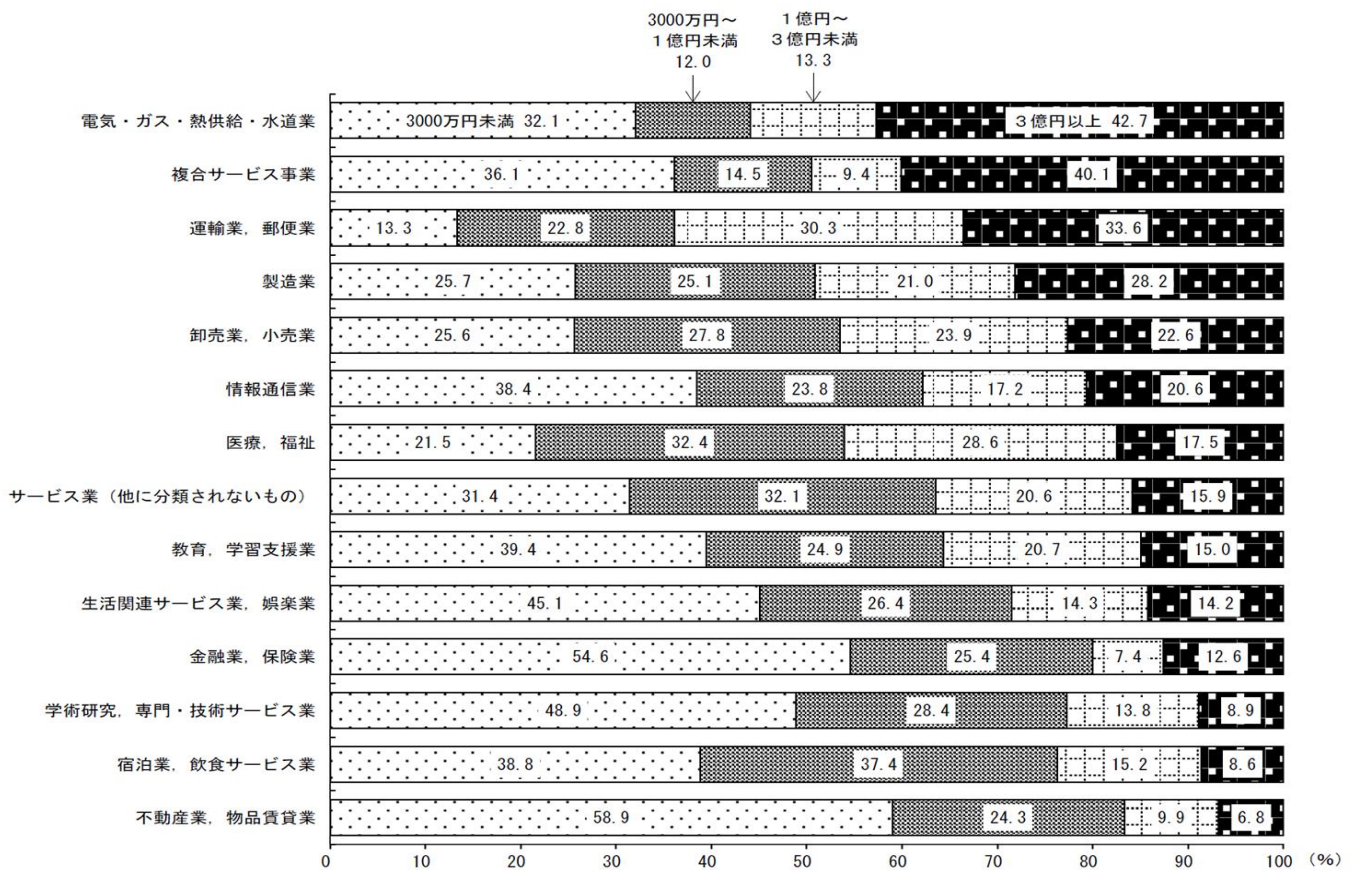
注3：参考の「付加価値率」は売上高に対する付加価値額の割合 ※平成28年経済センサス - 活動調査結果

## 2 売上高階級別の状況

産業大分類別に企業等数に占める「売上高3億円以上」の企業等数の割合をみると、「電気・ガス・熱供給・水道業」が42.7%と最も高く、次いで「複合サービス事業」が40.1%、「運輸業，郵便業」が33.6%などとなっている。

一方、「不動産業，物品賃貸業」が6.8%と最も低く、次いで「宿泊業，飲食サービス業」が8.6%、「学術研究，専門・技術サービス業」が8.9%などとなっている。

産業大分類、売上高階級別企業等数の構成比



注：「売上高階級別企業等数の構成比」は必要な事項の数値が得られた企業等を対象として集計した。

## 3 年間商品販売額の状況

ア. 産業大分類別に売上高に占める年間商品販売額の割合をみると、「卸売業，小売業」が94.9%と最も高く、次いで「複合サービス事業」が26.2%、「電気・ガス・熱供給・水道業」が6.1%などとなっている。

イ. 「卸売業，小売業」以外の産業について、売上高に占める卸売販売額の割合をみると、「複合サービス事業」が8.0%と最も高く、次いで「製造業」が5.5%、「情報通信業」が3.9%などとなっている。小売販売額の割合をみると、「複合サービス事業」が18.2%、次いで「電気・ガス・熱供給・水道業」が3.5%、「宿泊業，飲食サービス業」が1.9%などとなっている。

## 2 事業活動別売上高等

### 1 産業大分類（主業）別事業活動の状況

各企業等は複数の事業を行っている場合があり、各事業活動による売上高をみると、どの産業大分類においても、主業として行っている事業活動による売上高が最も大きくなっている。

このうち、「卸売業，小売業」では主業の売上高が 463 兆 6455 億円となっており、主業以外の事業活動については「サービス業（他に分類されないもの）」が 5 兆 1099 億円、「製造業」が 4 兆 6570 億円などとなっている。また、「製造業」では主業の売上高が 380 兆 6146 億円となっており、主業以外の事業活動については「卸売業，小売業」が 23 兆 5502 億円、「情報通信業」が 2 兆 4311 億円などとなっている。

### 2 主業比率の状況

- ア. 産業大分類別に主業比率をみると、「教育，学習支援業」が 77.1%と最も低く、次いで「サービス業（他に分類されないもの）」が 86.6%、「不動産業，物品賃貸業」が 87.4%などとなっている。一方、「金融業，保険業」が 99.3%と最も高く、次いで「医療，福祉」が 98.8%、「生活関連サービス業，娯楽業」が 93.9%などとなっている。

※ 主業比率（売上高に占める主業の売上高の割合）＝主業の売上高／売上高×100

#### 産業大分類（主業）、事業活動別売上高

産業大分類（主業）	事業活動					
	製造業 （百万円）	電気・ガス・ 熱供給・水道業 （百万円）	情報通信業 （百万円）	運輸業，郵便業 （百万円）	卸売業，小売業 （百万円）	金融業，保険業 （百万円）
製造業	<u>380,614,610</u>	246,499	2,431,144	288,123	23,550,214	1,408
電気・ガス・熱供給・水道業	12,501	<u>24,895,951</u>	37	3,369	1,630,645	-
情報通信業	440,046	13,819	<u>57,419,461</u>	23,682	2,782,287	3,812
運輸業，郵便業	200,678	22,758	21,589	<u>63,748,750</u>	1,253,965	7,019
卸売業，小売業	4,656,956	176,406	2,060,414	330,549	<u>463,645,460</u>	157,836
金融業，保険業	12,434	801	3,616	1,597	81,587	<u>117,511,083</u>
不動産業，物品賃貸業	82,077	164,842	59,318	66,978	1,251,840	491,610
学術研究，専門・技術サービス業	915,805	25,791	713,541	178,968	682,424	19,125
宿泊業，飲食サービス業	279,236	3,177	4,725	19,276	775,587	5,353
生活関連サービス業，娯楽業	40,784	10,023	30,522	34,162	585,996	5,993
教育，学習支援業	7,513	189	17,883	4,698	70,921	5,466
医療，福祉	169,115	2,204	6,942	6,215	66,059	707
サービス業（他に分類されないもの）	407,880	73,159	338,465	363,814	902,935	25,251
主業以外の事業活動による売上高の総和	7,225,025	739,668	5,688,196	1,321,431	33,634,460	723,580

注1：「事業活動別売上高」は必要な事項の数値が得られた企業等を対象として集計した。

注2：本調査は、各企業等の事業活動別の売上（収入）金額について、製造業及びサービス業に該当する事業活動のうち上位6つ及びそれ以外の金額をそれぞれ記入することになっており、「その他」はこれらのうち「それ以外」の金額の合計を表す。

注3：下線の数値は、複数の事業活動のうち、主業として行っている事業活動による売上高を表す。



# 働き方改革の解決策として経営革新に貢献する ロボットがもたらす 未来の働き方

- 1.競争力強化に期待されるロボット導入
- 2.ホワイトカラーの業務効率化を可能にするRPA
- 3.ロボット導入の進め方と成功のポイント
- 4.生産性が向上したロボットの導入事例



## 参考文献

『図解入門 最新RPAがよーくわかる本』西村 泰洋著（秀和システム）

『デジタルレイバーが部下になる日』池邊 竜一著（日経BP社）

『RPAの威力』安部 慶喜、金弘 潤一郎著（日経BP社）

# 1

## 企業経営情報レポート

# 競争力強化に期待されるロボット導入

わが国では、政府主導での「働き方改革」が進められています。

働き方改革は、いわゆるホワイトカラーの長時間作業を減らしてワークライフバランスを整えたり、女性や高齢者が働きやすい労働環境をつくり、労働参加率を向上させて国全体の生産性を向上させることを目的としています。

生産性向上は、各企業においても重要な課題となっており、本稿では自社の生産性向上につながるロボットを活用した「働き方改革」の進め方やその効果について解説します。

### ■ 労働生産性向上の必要性




日本生産性本部の「労働生産性の国際比較（2016年度版）」によると、主要先進7カ国の労働生産性（2015年）は日本が最も低く世界で22位となっています。

そして、今後は日本における就業者数が減少すると予想されています。

経済産業省「新産業向上ビジョン」によると、2015年に6,334万人だった就業者数は、2030年には約0.9倍の5,599万人に減少します。

経済産業省が掲げた目標では、GDP比で、2030年には2015年の1.6倍の846兆円に増やすことを定め、そのためには労働生産性を1.8倍に伸ばす必要があるとしています。

### ■ 労働生産性の現状と目標

主要先進7カ国の労働生産性（2015年）		経済産業省が掲げる労働生産性目標		
アメリカ合衆国	3位	2015年	2030年	
フランス	7位	GDP	532兆円	846兆円 1.6倍 
イタリア	10位	就業者数	6,334万人	5,599万人 0.9倍 
ドイツ	13位	就業者	840万円	1,511万円 
カナダ	17位	あたり GDP（労働生産性）		1.8倍
イギリス	18位			
日本	22位			

既に知られているように、現在の日本は少子高齢化が進行中であり、総人口と労働人口は減少の一途をたどっています。

経済成長を維持しつつ国際競争力を強化するために、政府は上記のような目標を掲げ、労働生産性の向上を目指しています。



# 2

企業経営情報レポート

## ホワイトカラーの業務効率化を可能にするRPA

### ■ RPAとは何か

ホワイトカラーによるパソコン業務の自動化を担う、ソフトウェアロボットの名称を、RPA (Robotic Process Automation) と言います。

より細かく言えば、端末に表示されているアプリケーションや業務システムを識別して、人と同じような操作ができるソフトウェアということになります。

ソフトウェアロボットと呼ばれることもありますし、デジタルレイバー (Digital labor: デジタル労働者) と称されることもあります。

ソフトウェアですので、ロボットと言っても、工場で組み立てや溶接をしているロボットや、先進的な店舗で顧客対応に取り組むロボットのように、形がある物理的な存在ではありません。

あくまでパソコンやサーバーのなかで動作するものです。

### ■ RPAの特徴

RPAの特徴で挙げられるのは代行業務です。これまでホワイトカラーが担ってきた業務をロボットが代行して効率を高め、さらに事業拡大に結びつけようというものです。

### ■ RPAの特徴

#### ①ロボットが代行

基本的には人間がパソコンで行っている機械的な仕事の代行ですが、Aさんが別のBさんの仕事を代行するのではなく、ロボットがBさんの仕事を代行するので、ロボットとしての特徴になります。

#### ②プログラミングを必要としない

プログラミングをしないで、設定や記録でロボットの動作を定義することができます。マスコミでRPAが紹介されたときは、この機能がクローズアップされてきました。RPAらしい印象的な機能の一つだと思います。製品によっては、プログラミングでロボットの動作を定義するものもあります。

#### ③業務プロセスとして複数のロボットを管理できる

個々のロボットだけでなく、人が分業で仕事を進めていくように、複数のロボットの間の順番や仕事の受け渡しなどの集中管理をすることができます。

人の場合、管理者がそれぞれの人の分担の進捗状況や完了をマネジメントしていますが、それをソフトウェアロボットに対しても同じように行うことができます。

# 3

企業経営情報レポート

## ロボット導入の進め方と成功のポイント

### ■ ロボット導入を検討している企業の期待と課題

#### (1) 企業のRPAに対する期待

導入を進めている企業の期待は以下のとおりです。現場の方と経営幹部で、それぞれの視点は違いますが、大きな意味では同じことを考えています。

##### ●現場で実務に携わる方々とその管理者

- 作業の効率化のルールとして捉えている
- パソコンの操作の自動化で正確かつ多量な事務処理ができる
- 軌道に乗れば別の仕事に工数を使うことができる

##### ●経営幹部

- リソースシフト、サービスの迅速化に期待
- 自動化できる業務は全て自動化し大幅なコスト削減に期待
- 浮いた人材を別の業務や事業にシフトし効率的な人材の配置を目指す
- サービスのリードタイムを短くして競合優位性を確立したい

#### (2) 企業の懸念は少ないロボット導入

導入企業は、RPAへの期待を持つとともに、RPAが「初物」であることから心配していることもあります。具体的には、導入後の効率やスムーズに運用できるかなどがあり、それに対する先行企業の声を取り上げます。

<p>①導入後に運用がうまく回らなくなる可能性</p>	<p>「初物」のデジタル技術全般にいわれることで、技術的な特徴を把握することや慣れることで、解消したり軽減することができる。</p>
<p>②ロボットが暴走したり放置する可能性</p>	<p>条件分岐や場合分けなど、想定されるケースをできるだけカバーして、動作の定義を現実に合わせて回避することができる。</p>

ロボット導入に対する懸念事項に対しては、導入基準を明確にして、RPAが担当する仕事を一定のレベルに合わせる、エラー対応時のマニュアルを整備する、などの先行企業の経験が役に立ちます。多くの先行企業はまさにこれらの心配事をクリアしています。

# 4

## 企業経営情報レポート

# 生産性が向上したロボットの導入事例

### ■ RPA 導入が進んでいる業界と対象業務

RPA の導入は、すでに多くの業界の多くの業務で進んでいます。

2017 年 9 月、都市銀行大手が RPA などの導入により、社員の約 3 割にあたる 9,500 人分の仕事を自動化すると発表したことは、大きなニュースとなりました。

このような大手企業に限らず、RPA は中小企業を含め多くの場面で活用されています。

### ■ RPAが使われている業界と業務

業 界	業 務
システム	<ul style="list-style-type: none"> <li>請求書集約業務</li> <li>基幹システムからデータ抽出、突合業務</li> </ul>
通信	契約管理業務
保険	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客管理業務</li> <li>保険料調査業務</li> </ul>
旅行	コールセンターでの各種データ集計業務
インターネット関連	競合価格調査、変更業務
流通小売	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブログ、SNS 投稿監視業務</li> <li>各店舗からの備品発注受付、発注業務</li> </ul>
アパレル	商品受注、売上集計業務
通販	<ul style="list-style-type: none"> <li>複数サイトでの商品在庫連携</li> <li>画像変更業務</li> </ul>
オンデマンド動画配信	競合情報調査業務
広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>契約データ集計</li> <li>確認業務</li> </ul>
卸売商社	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修事業の数値集計業務</li> <li>各事業部、支店の研修工数の集計業務</li> </ul>
リース	顧客企業ごとの請求書作成業務
新電力関連	発電量の集計業務
BPO	経費精算データの照合、交通費判定業務
人材	<ul style="list-style-type: none"> <li>勤怠表督促メール業務</li> <li>求人情報クローリング業務</li> </ul>

ジャンル：労務管理 > サブジャンル：福利厚生

## 健康診断の実施について

従業員から「健康診断を実施してほしい」と言われました。健康診断はどんなときに行えばいいのですか？

### ■健康診断の実施時期

一般の健康診断は、従業員の雇い入れ時と、その後1年以内ごとに1回、定期的に実施しなければなりません。また、特定の有害業務に従事させる場合には、特殊健康診断を実施しなければなりません。健康診断には、一般の健康診断、特殊健康診断、歯科医師による健康診断、都道府県労働基準局長が指示する臨時の健康診断があります。このうち、一般の健康診断については、労働安全衛生法では、すべての事業主に健康診断の実施を義務付けると

ともに、労働者にも事業主の実施する健康診断を受けるよう義務付けています。

なお、事業主は、一般健康診断および特殊健康診断を実施した際には、その結果を従業員に通知するとともに、医師の意見を勘案し、その必要があると認めるときは労働者に対して就業場所の変更、作業の転換、労働時間の短縮等の措置を講じるなどの対応をとらなければならないことになっています。また、事業主は健康診断個人票を5年間保存し、これに基づいて従業員の健康管理や適切な配置転換などの措置を講じなければならないものとされています。

### ■パートやアルバイトの健康診断

パートタイマーやアルバイトでも、要件に該当する場合には、健康診断を実施しなければなりません。この規定は、次の要件に該当する場合には、パートタイマー等の非正規従業員にも適用されます。

- ① 期間の定めのない契約によって雇用されるパートタイマー等はもちろん、期間の定めのある労働契約による場合でも、契約を更新した結果1年（特定の有害業務に従事する労働者については6ヵ月）以上引き続き雇用している者。
- ② 1週間の所定労働時間が同一の事業所の同種の業務に従事する通常の労働者の4分の3以上の者。

なお、パートタイム労働法の「指針」では、②の要件に達しない場合でも、①の要件に該当する場合で、1週間の所定労働時間が通常の労働者のおおむね2分の1以上のパートタイマーには、健康診断を実施することが望ましいものとしています。

ジャンル：労務管理 > サブジャンル：福利厚生

## 衛生管理者の選任

衛生管理者を選任したいのですが、どのような基準で選任すればよろしいのでしょうか。

衛生管理者とは、労働安全衛生法において定められている、労働条件、労働環境の衛生的改善と疾病の予防処置等を担当し、事業場の衛生全般の管理をする者のことで、労働安全衛生法では、下表に掲げる事業場の規模に応じて、衛生管理者を選任することとされています。

一定規模以上の事業場については、衛生管理者免許、医師、歯科医師、労働衛生コンサルタント等の免許、資格を有する者からの選任が義務付けられています。また衛生管理者は、原則として事業場の専属でなければならず、外部に委託することはできません。

### ①目的

- 労働災害の防止、危害防止基準の確立
- 責任体制の明確化
- 自主的活動の促進
- 労働者の安全と健康の確保
- 快適な職場環境の形成

### ②選任基準

常時 50 人以上の労働者を使用する一定の事業場において規模別に一定数の選任が義務付けられています。また、業種により、衛生管理者になる者の資格条件が定められています。

- 農林水産業、鉱業、建設業、製造業、電気・ガス・水道業、運送業、自動車整備業、機械修理業、医療業、清掃業など工業的職種は、第一種衛生管理者免許、衛生工学衛生管理者免許、医師、歯科医師、労働衛生コンサルタント等
- その他の業種（非工業的職種）は、第一種衛生管理者免許、第二種衛生管理者免許、衛生工学衛生管理者免許、医師、歯科医師、労働衛生コンサルタント等

原則としてその事業場に専属することとされ、1001 人以上（一定の業種にあっては 501 人以上）の事業場では複数の衛生管理者のうち少なくとも 1 人は衛生管理者の業務に専任する者を置かなければなりません。