

2019年10月18日

各位

大同生命保険株式会社
代表取締役社長 工藤 稔

中小企業経営者アンケート「大同生命サーベイ」-2019年9月度調査- ～「景況感」と「中小企業における環境変化と経営課題」についてお聞きしました～

T & D 保険グループの大同生命保険株式会社（社長：工藤 稔）は、全国の中小企業経営者を対象とした毎月のアンケート調査「大同生命サーベイ」を実施しています。

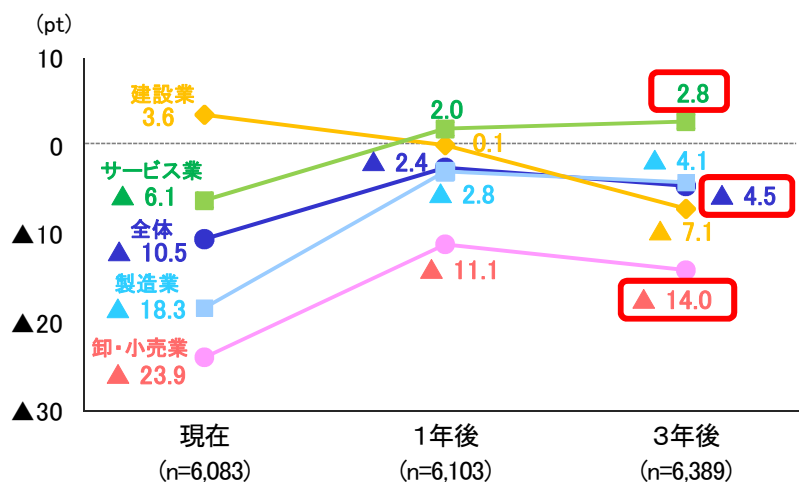
2019年9月度調査では、毎月実施している「景況感」に加え、個別テーマとして「中小企業における環境変化と経営課題」をお聞きしました。

<調査結果のポイント（2019年9月度）>

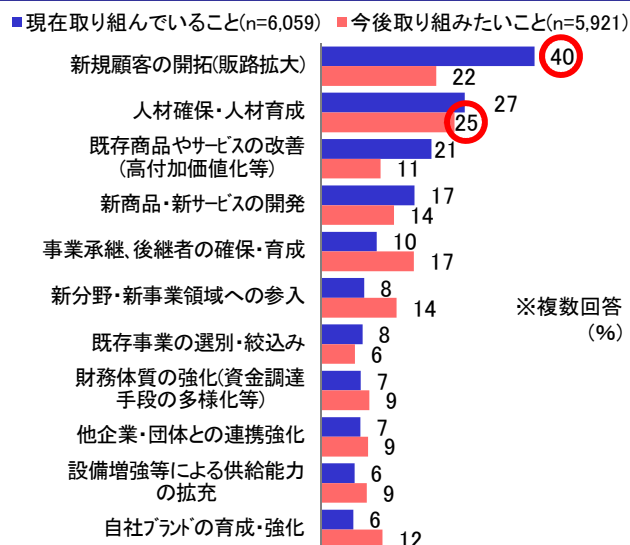
- ① 3年後の自社の業績見通し（業況DI）は全体で▲4.5ptと現在より6.0pt高くなりました。「サービス業」がマイナスからプラスに転じ+2.8ptと最も高くなり、「卸・小売業」が▲14.0ptと最も低くなりました。「建設業」は大幅に下降しプラスからマイナスに転じました。
- ② 事業の強化に向けて「現在取り組んでいること」は、「新規顧客の開拓（販路拡大）」が40%と最も多くなり、「今後取り組みたいこと」は、「人材確保・人材育成」が25%と最も多くなりました。
- ③ SDGsの認知度（名称・内容ともに知っている）は13%と低い水準となりました。

① 今後3年間の自社の業績見通し

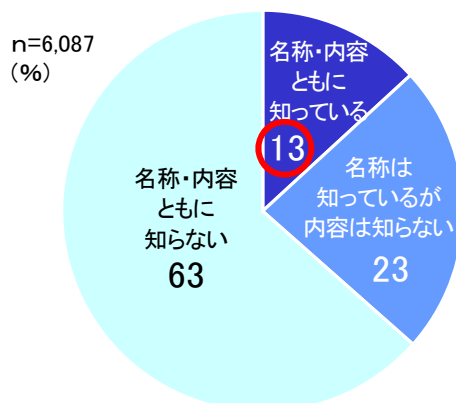
<現在・1年後・3年後の業況DI>



② 事業の強化に向けた取組み



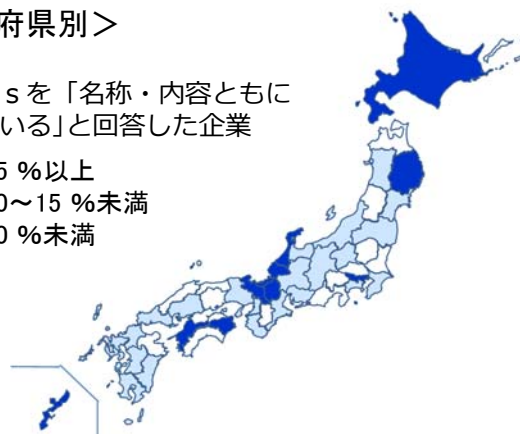
③ SDGsの認知度



<都道府県別>

SDGsを「名称・内容ともに知っている」と回答した企業

■ 15%以上
■ 10～15%未満
□ 10%未満



<調査概要（2019年9月度）>

調査期間 : 2019年9月2日（月）～ 9月25日（水）
調査対象 : 企業経営者（約5割が当社ご契約企業）
調査エリア : 全国
調査方法 : 当社営業職員が訪問により調査（回答企業数 : 6,624社）

<大同生命サーベイについて>

「大同生命サーベイ」は、当社営業職員が経営者のみなさまを訪問し、「景況感」や「経営課題の解決に向けたお取り組み」等に関する“生の声”をお聞きする調査として、2015年10月より全国で実施しています。

〔参考：個別テーマ（直近1年分）〕

2019年 9月	中小企業における環境変化と経営課題
8月	健康増進への取組み
7月	災害への備え
6月	消費増税による影響
5月	外国人労働者の雇用実態
4月	中小企業における仕事と介護の両立の実態
3月	「平成の振り返り」と「新時代“令和”への期待・展望」
2月	中小企業の賃上げ意向、人材への投資・定年年齢の実態
1月	事業承継の実態、M&Aへの関心
2018年 12月	キャッシュレス決済、2018年の振り返りなど
11月	中小企業を守る災害への備え
10月	中小企業の人材確保と働き方改革

➤「大同生命サーベイ」のバックナンバーを、大同生命Webサイトでご覧いただけます。
<https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/> ※「大同生命サーベイ」で検索ください。

9月度
2019

〔調査テーマ〕
中小企業における環境変化と経営課題

さあ、保険の新次元へ。

T&D 保険グループ

中小企業調査 「大同生命サーベイ」 月次レポート



 **大同生命保険株式会社**

大同生命WEBサイト
「大同生命サーベイ」



【調査概要・回答企業に関するデータ】

➤調査期間	2019年9月2日(月)～9月25日(水)
➤調査対象	全国の企業経営者(うち約5割が当社ご契約企業)
➤調査方法	当社営業職員が訪問により調査
➤回答企業数	6,624社
➤調査内容	1. 景況感 2. 中小企業における環境変化と経営課題

＜回答企業の属性＞

※北関東：茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県
※南関東：千葉県、東京都、神奈川県
※関西：滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県

業種 \ 地域	全体 (占率)	北海道	東北	北関東 ※	南関東 ※	北陸・ 甲信越	東海	関西 ※	中国	四国	九州・ 沖縄
合計	6,624 (100.0)	215	496	448	1,184	613	643	1,235	512	181	1,097
製造業	1,262 (19.1)	26	64	94	213	162	150	292	87	27	147
建設業	1,457 (22.0)	56	151	117	201	156	138	198	127	53	260
卸・小売業	1,476 (22.3)	48	97	85	238	133	148	307	110	44	266
サービス業	2,121 (32.0)	73	150	139	473	131	172	397	171	48	367
その他	223 (3.4)	9	23	9	40	23	20	33	14	8	44
無回答	85 (1.3)	3	11	4	19	8	15	8	3	1	13

従業員規模 \ 地域	全体 (占率)	北海道	東北	北関東 ※	南関東 ※	北陸・ 甲信越	東海	関西 ※	中国	四国	九州・ 沖縄
5人以下	2,959 (44.7)	71	189	220	571	263	237	615	224	72	497
6～10人	1,250 (18.9)	37	95	91	229	112	117	214	95	46	214
11～20人	966 (14.6)	45	85	63	159	72	111	166	72	30	163
21人以上	1,371 (20.7)	59	116	70	211	157	162	232	118	32	214
無回答	78 (1.2)	3	11	4	14	9	16	8	3	1	9

創業年数	企業数 (占率)	年齢	企業数 (占率)	性別	企業数 (占率)
10年未満	738 (11.1)	40歳未満	348 (5.3)	男性	6,093 (92.0)
10～30年未満	1,697 (25.6)	40歳代	1,442 (21.8)	女性	451 (6.8)
30～50年未満	2,009 (30.3)	50歳代	1,796 (27.1)	無回答	80 (1.2)
50～100年未満	1,784 (26.9)	60歳代	1,824 (27.5)		
100年以上	232 (3.5)	70歳以上	1,110 (16.8)		
無回答	164 (2.5)	無回答	104 (1.6)		

※当資料で表示する回答率(%)等は、小数点第1位(回答企業の属性の占率および景況感是小数点第2位)を四捨五入した値を使用しています。

※特に記載がない場合、「無回答」を除いた集計をしています。

－ ご利用にあたって －

- ・本資料は、「大同生命サーベイ」の調査結果の開示を目的としており、当社の統一的な見解を示すものではありません。
- ・本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。引用する際は、「出所:大同生命サーベイ(発行時期)」と明記ください。
- ・本資料に基づくお客さまの決定、行為、およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。
- ・本資料は、生命保険契約の募集を目的としたものではありません。

－ 調査結果のポイント －

I 景況感

- 「業況D I (自社の現在の業況)」は▲10.5pt(前月比▲1.0pt)となりました。
- 「将来D I (自社の1年後の業況)」は▲2.4pt(前月比▲0.1pt)と調査開始(2015.10)以降で最も低くなりました。

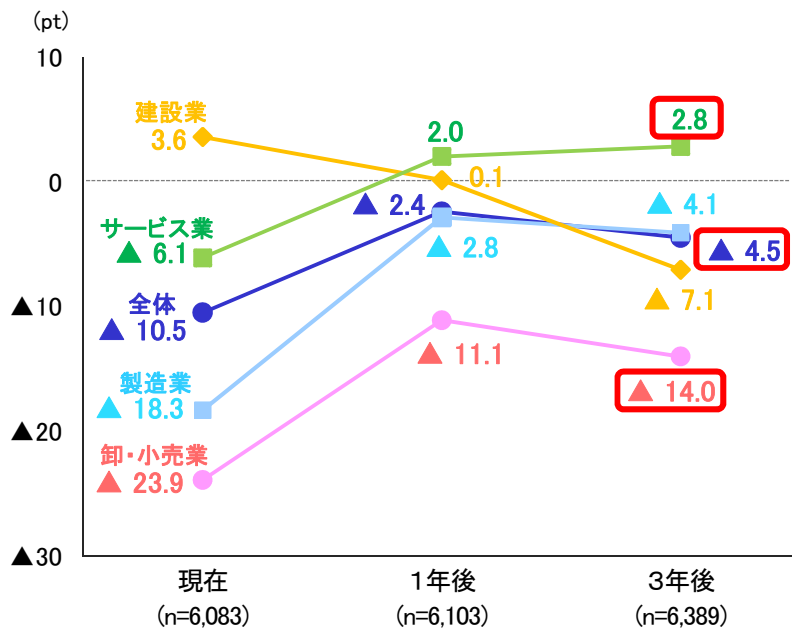
II 個別テーマ：中小企業における環境変化と経営課題

調査目的 急速な環境変化のなかで企業が持続的に成長していくためには、環境変化による経営への影響を分析し、適切な対策を講じることが重要です。中小企業における「環境変化による経営への影響や対策」について調査しました。

- ① 3年後の自社の業績見通し(業況D I)は全体で▲4.5ptと現在より6.0pt高くなりました。「サービス業」がマイナスからプラスに転じ+2.8ptと最も高くなり、「卸・小売業」が▲14.0ptと最も低くなりました。「建設業」は大幅に下降しプラスからマイナスに転じました。
- ② 事業の強化に向けて「現在取り組んでいること」は、「新規顧客の開拓(販路拡大)」が40%と最も多くなり、「今後取り組みたいこと」は、「人材確保・人材育成」が25%と最も多くなりました。
- ③ SDGsの認知度(名称・内容ともに知っている)は13%と低い水準となりました。

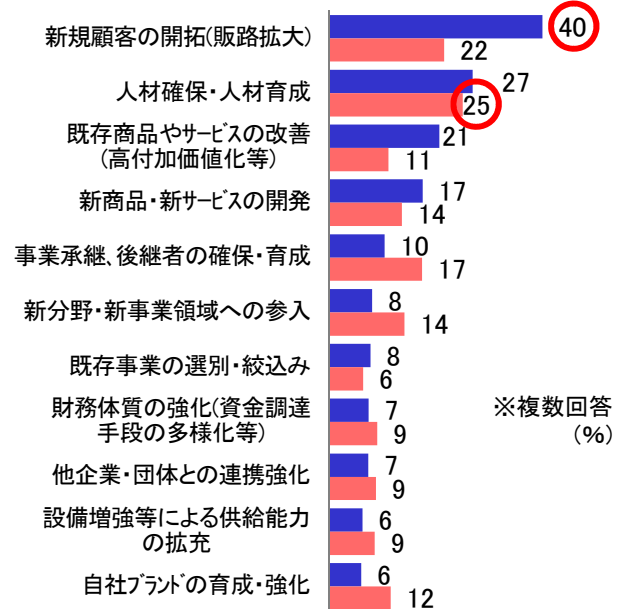
① 今後3年間の自社の業績見通し

＜現在・1年後・3年後の業況DI＞



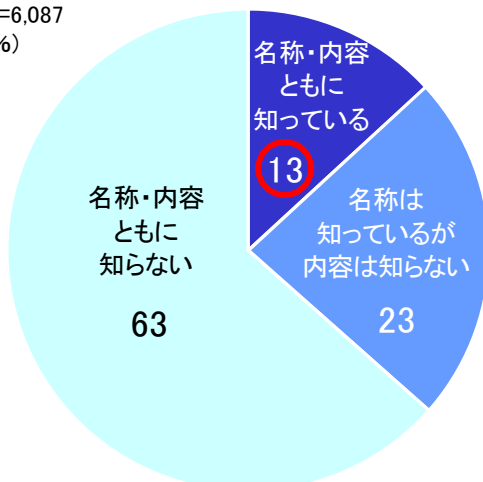
② 事業の強化に向けた取り組み

■ 現在取り組んでいること(n=6,059)
■ 今後取り組みたいこと(n=5,921)



③ SDGsの認知度

n=6,087 (%)



＜都道府県別＞

SDGsを「名称・内容ともに知っている」と回答した企業

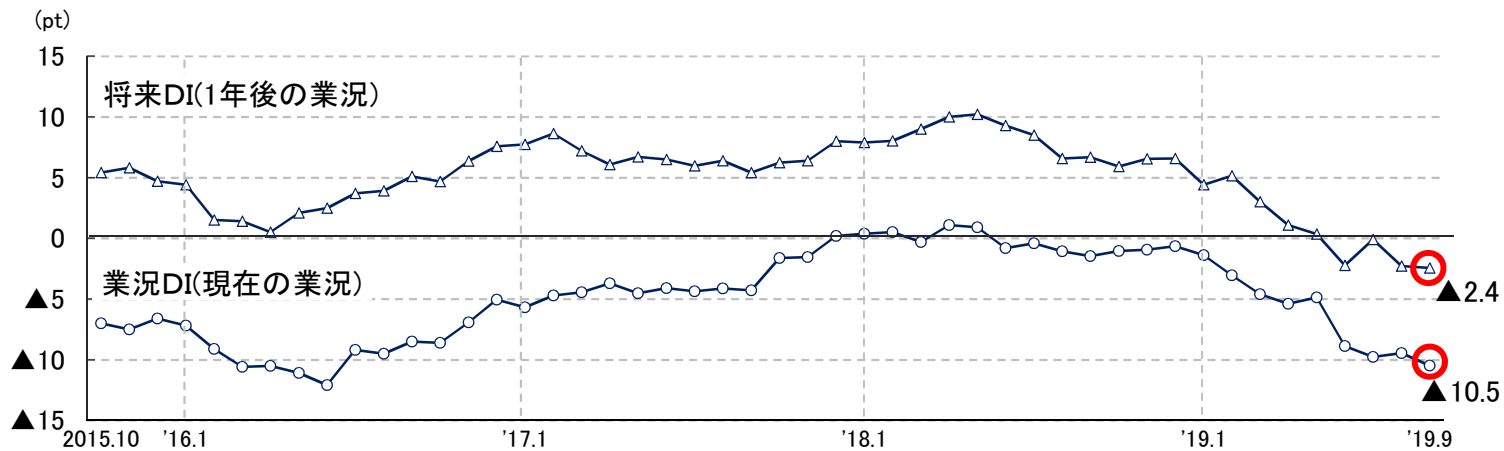
■ 15%以上
■ 10～15%未満
■ 10%未満



I 景況感

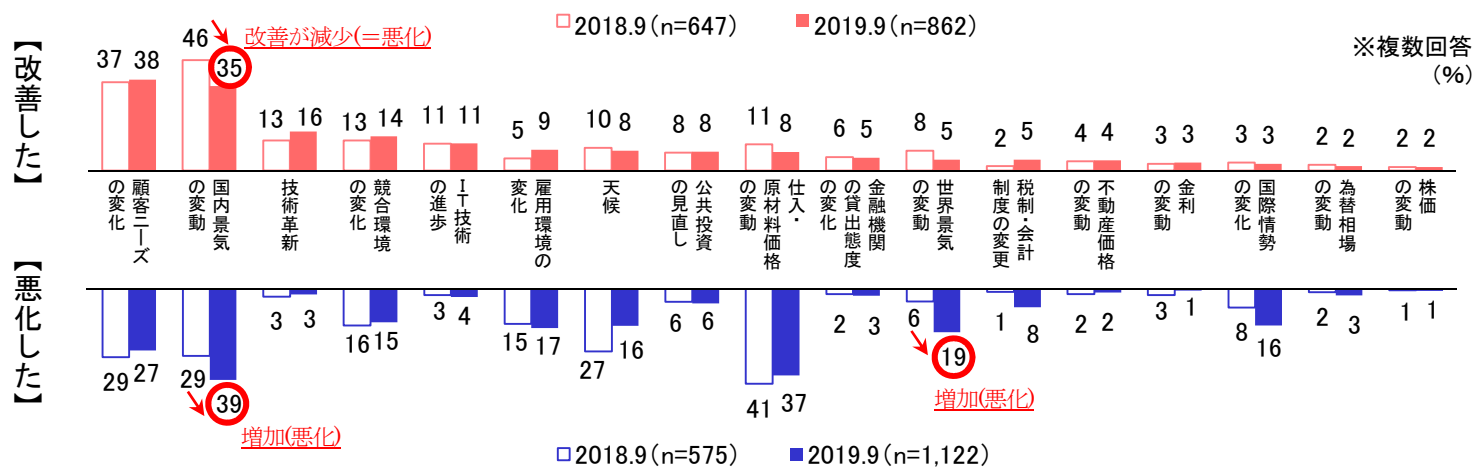
(1) 現在の業況と将来の見通しの推移

- ・「業況DI (自社の現在の業況)」は▲10.5pt(前月比▲1.0pt)となりました。
- ・「将来DI (自社の1年後の業況)」は▲2.4pt(前月比▲0.1pt)と調査開始以降で最も低くなりました。



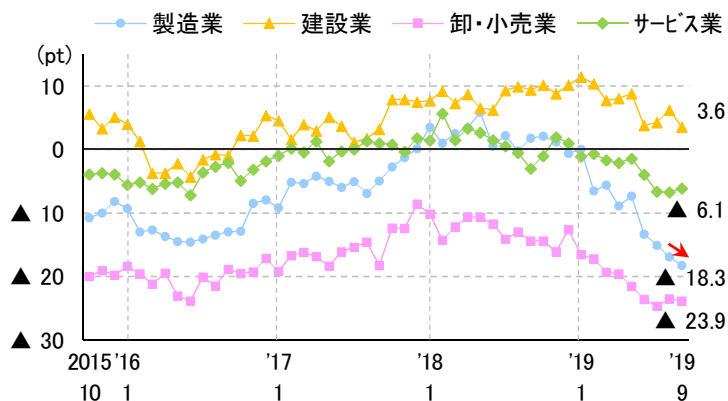
(2) 景況感に影響を与えた要因

- ・景況感が前年同月から「改善した」と回答した企業では、「国内景気の変動」が35%(前年同月比▲11pt)と大幅に悪化しました。
- ・景況感が前年同月から「悪化した」と回答した企業では、「国内景気の変動」が39%(同+10pt)、「世界景気の変動」が19%(同+13pt)とそれぞれ悪化しました。米中貿易摩擦や中国経済の減速の国内への影響がうかがえます。



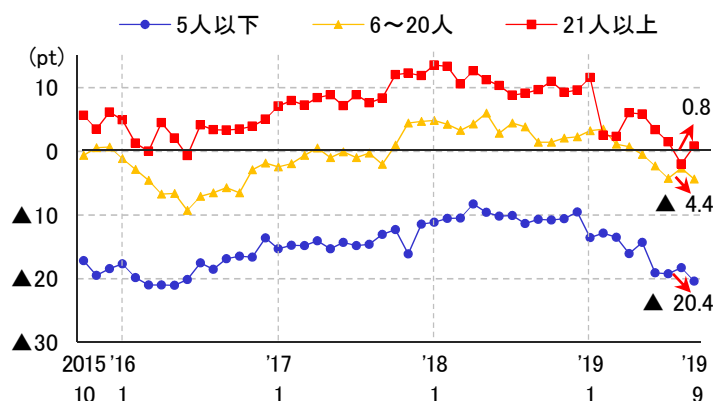
(3) 業種別の動向

- ・「業況DI」を業種別にみると、「製造業」で悪化し、▲18.3pt と調査開始以降で最も低くなりました。



(4) 従業員規模別の動向

- ・「業況DI」を従業員規模別にみると、「21人以上」で改善した一方で、「5人以下」「6～20人」で悪化しました。



(5)地域別の動向

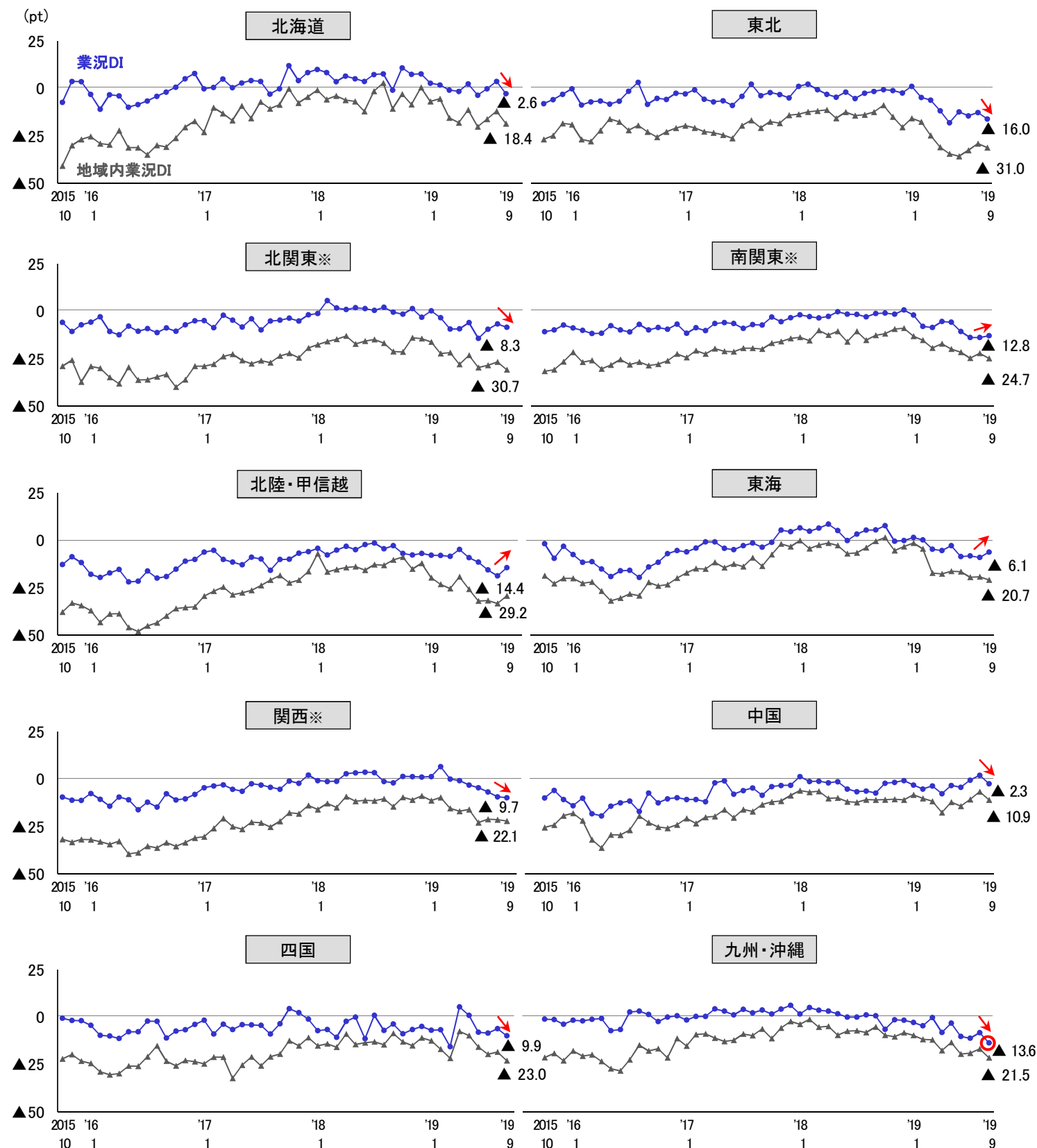
- ・「業況DI」は、「南関東」「北陸・甲信越」「東海」を除く7地域で悪化しました。「九州・沖縄」は調査開始以降で最も低くなりました。
- ・「地域内業況DI(※)」は、全国平均で▲23.2pt(前月比▲1.9pt)となりました。

<全国平均(直近6ヵ月)>

(pt)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
業況DI	▲5.4	▲4.9	▲8.9	▲9.8	▲9.5	▲10.5
地域内業況DI	▲18.9	▲18.3	▲22.9	▲22.9	▲21.3	▲23.2

(※)回答企業の本社が属する地域内全体の景況感を数値化したもの。
地域別の回答企業数には格差があることから、これを補完するため、「業況DI」(自社の業況)とあわせて表示しています。



※(北関東)茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県

(南関東)千葉県、東京都、神奈川県

(関西)滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県

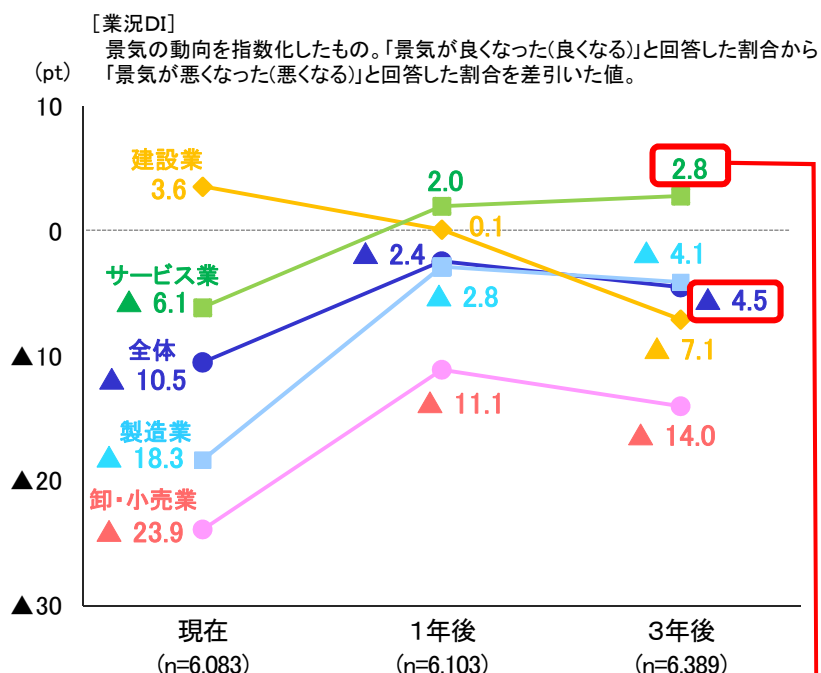
Ⅱ 個別テーマ：中小企業における環境変化と経営課題

「人口減少」「デジタル化」「グローバル化」「SDGs (持続可能な開発目標)の推進」など、企業を取り巻く環境は目まぐるしく変化しています。急速な環境変化のなかで企業が持続的に成長していくためには、環境変化による経営への影響を分析し、適切な対策を講じることが重要です。

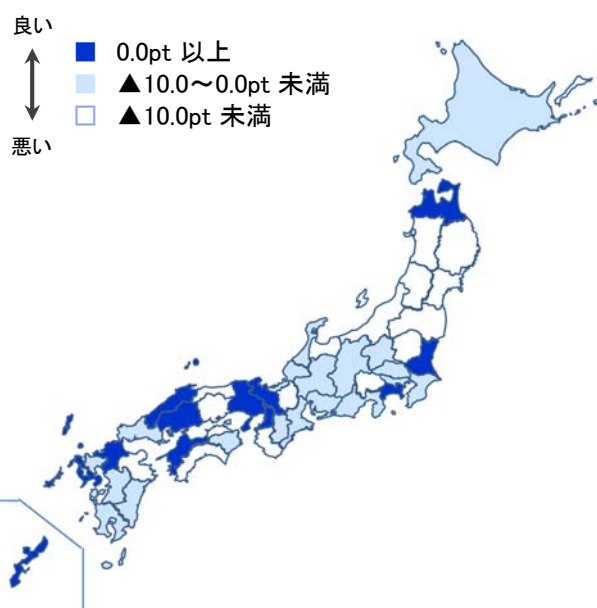
Q1 今後3年間の自社の業績見通しをどのようにお考えですか

- ・3年後の自社の業績見通し(業況DI)は全体で▲4.5ptと現在より6.0pt高くなりました。
- ・業種別でみると、「サービス業」はマイナスからプラスに転じ+2.8ptと最も高くなりました。「製造業」「卸・小売業」は1年後に大幅に改善しているものの3年後はやや悪化、「建設業」はプラスからマイナスに転じています。
- ・「サービス業」の内訳では、「教育・学習支援業」が+17.5ptと最も多くなりました。

<現在・1年後・3年後の業況DI>



<3年後の業況DI 都道府県別>



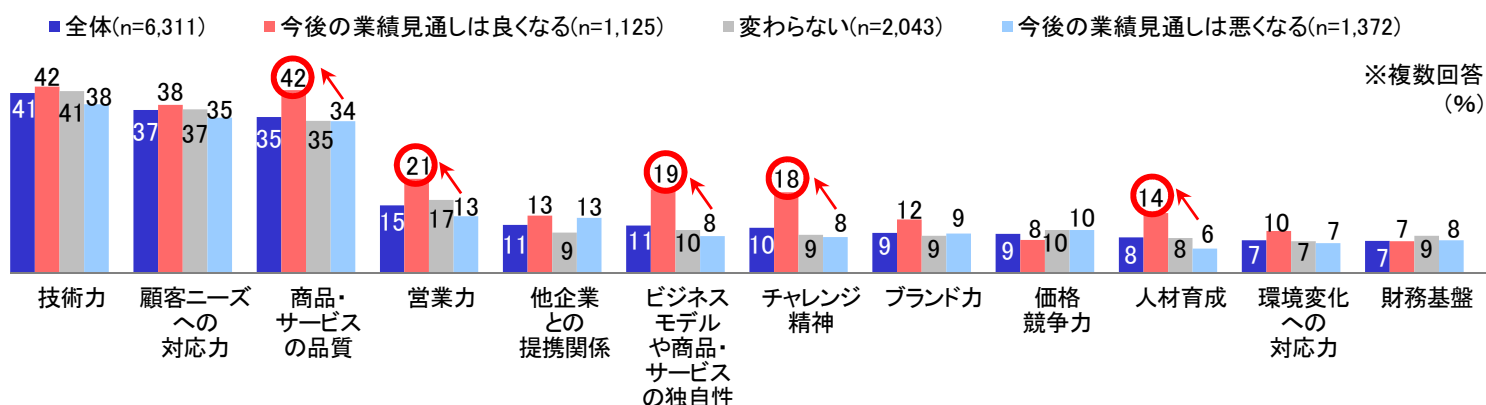
<サービス業の内訳>

教育・学習支援業 (n=40)	宿泊・飲食サービス業 (n=140)	情報通信業 (n=122)	学術研究、技術サービス業 (n=191)	運輸・郵便業 (n=226)	生活関連サービス業、娯楽業 (n=131)	不動産・物品賃貸業 (n=365)	医療・福祉業 (n=160)
+17.5	+9.3	+9.0	+7.3	+4.0	+2.3	+1.6	±0.0

※その他サービス業を除く

Q2 自社の強みは何ですか

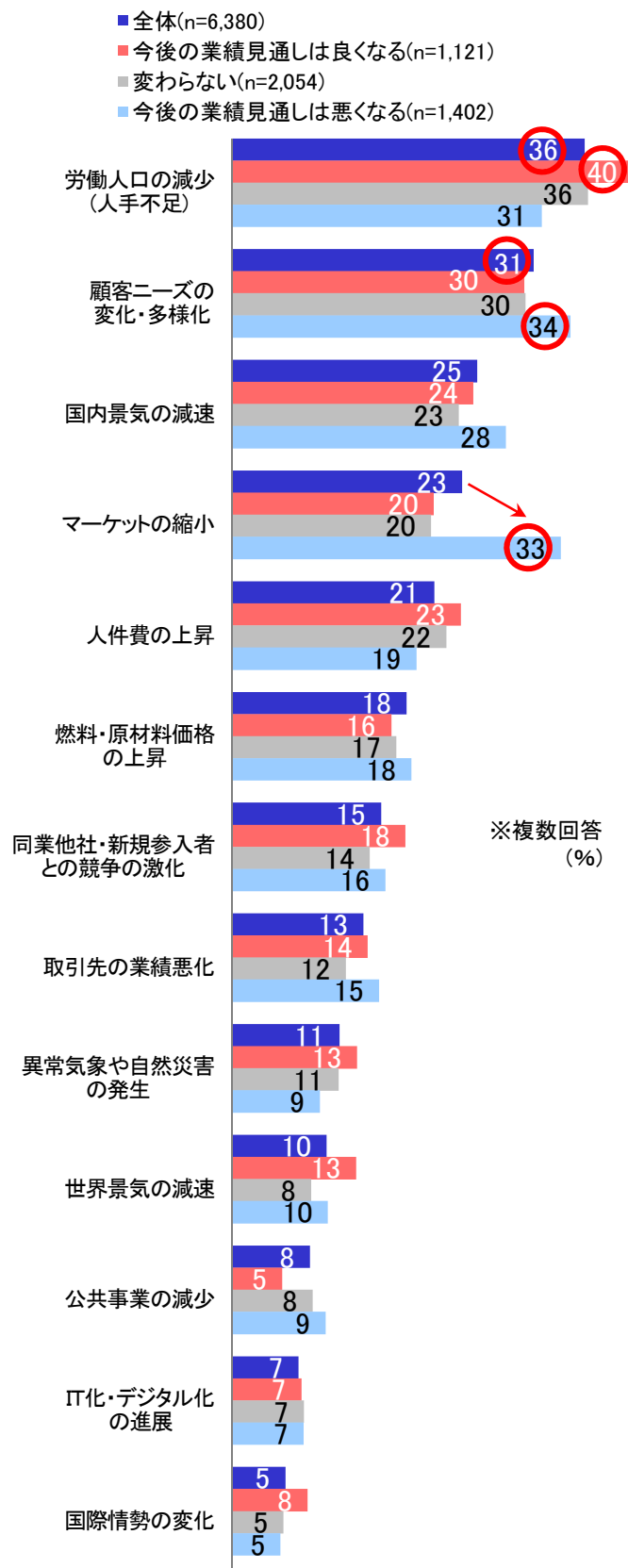
- ・自社の強みでは、「今後の業績見通しは良くなる」と回答した企業は、「商品・サービスの品質」「営業力」「ビジネスモデルや商品・サービスの独自性」「チャレンジ精神」「人材育成」で、「悪くなる」と回答した企業を大幅に上回りました。



Q3 今後3年間でどのような環境変化に危機感を感じますか

- ・危機感を感じる環境変化は、「労働人口の減少(人手不足)」が36%と最も多く、次いで「顧客ニーズの変化・多様化」が31%となりました。
- ・「今後の業績見通しは良くなる」と回答した企業では、「労働人口の減少(人手不足)」が40%と最も多くなりました。「悪くなる」と回答した企業では「顧客ニーズの変化・多様化」が34%と最も多く、「マーケットの縮小」が33%と全体と比べ大幅に多く(+10pt)となりました。
- ・業種別でみると、「製造業」「建設業」「サービス業」で「労働人口の減少(人手不足)」が最も多くなりました。なかでも「建設業」は56%と他業種と比べ大幅に多くなり、人手不足の深刻さがうかがえます。「卸・小売業」では「顧客ニーズの変化・多様化」が40%と最も多くなりました。

<危機感を感じる環境変化 今後の業績見通し別>

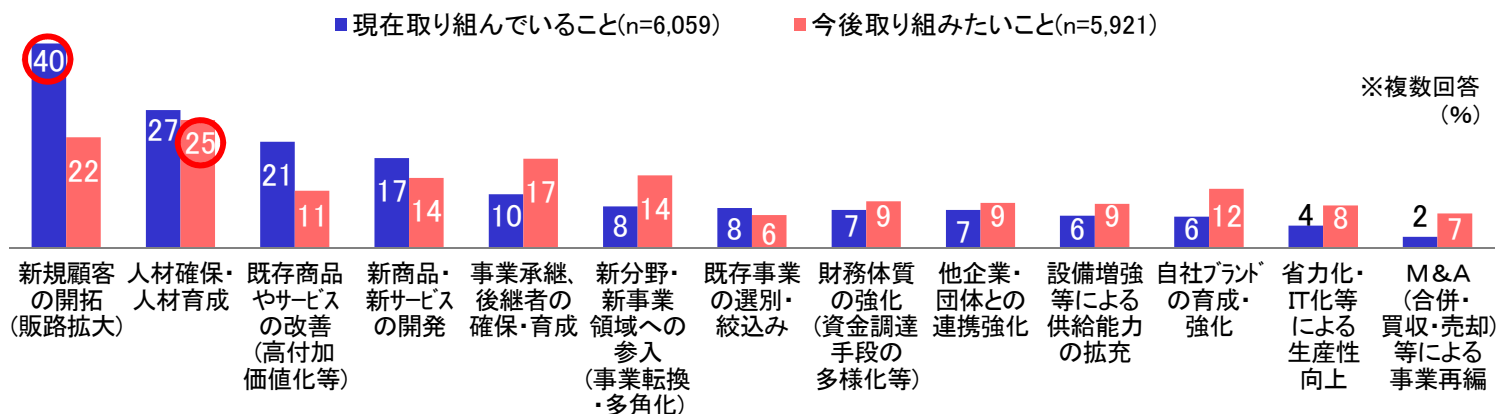


<業種別ベスト5>

危機感を感じる環境変化		割合(%)
製造業 n=1,220	1 労働人口の減少(人手不足)	32
	2 顧客ニーズの変化・多様化	29
	3 国内景気の減速	28
	4 マーケットの縮小	27
	5 燃料・原材料価格の上昇	24
建設業 n=1,399	1 労働人口の減少(人手不足)	56
	2 人件費の上昇	24
	3 国内景気の減速	22
	4 公共事業の減少	20
	5 燃料・原材料価格の上昇	20
卸・小売業 n=1,422	1 顧客ニーズの変化・多様化	40
	2 マーケットの縮小	33
	3 国内景気の減速	26
	4 労働人口の減少(人手不足)	23
	5 同業他社・新規参入者との競争の激化	18
サービス業 n=2,045	1 労働人口の減少(人手不足)	33
	2 顧客ニーズの変化・多様化	33
	3 国内景気の減速	24
	4 人件費の上昇	24
	5 マーケットの縮小	21

Q4 今後の環境変化を踏まえ、事業の強化に向けて「現在取り組んでいること」「今後取り組みたいこと」は何ですか

- ・事業の強化に向けて「現在取り組んでいること」は、「新規顧客の開拓(販路拡大)」が40%と最も多くなりました。
- ・「今後取り組みたいこと」は、「人材確保・人材育成」が25%と最も多くなりました。
- ・業種別でみると、「建設業」では「現在取り組んでいること」「今後取り組みたいこと」とともに「人材確保・人材育成」が最も多くなりました。「卸・小売業」では「新規顧客の開拓(販路拡大)」が最も多くなりました。

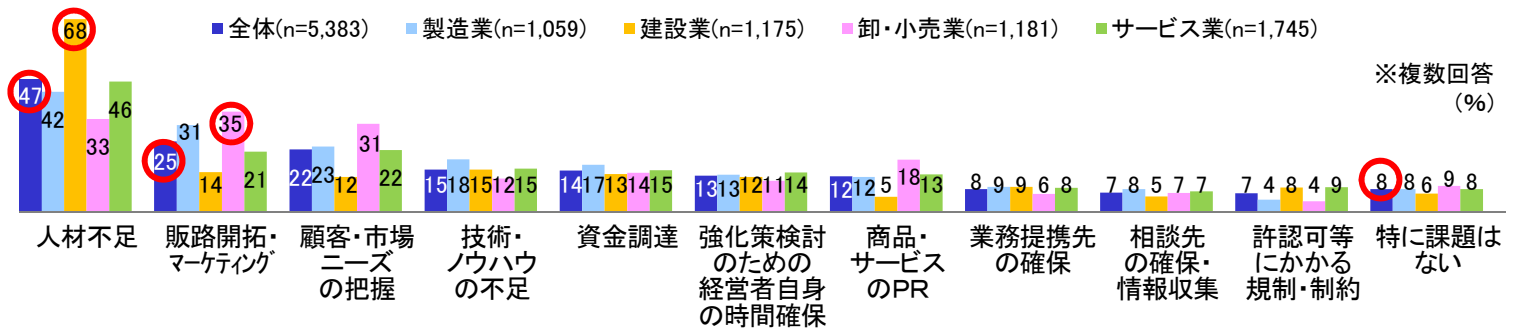


<業種別ベスト3>

現在取り組んでいること			割合(%)	今後取り組みたいこと			割合(%)
製造業 n=1,171	1	新規顧客の開拓(販路拡大)	44	製造業 n=1,150	1	人材確保・人材育成	23
	2	人材確保・人材育成	25		2	新規顧客の開拓(販路拡大)	21
	3	既存商品やサービスの改善(高付加価値化等)	24		3	新商品・新サービスの開発	17
建設業 n=1,326	1	人材確保・人材育成	39	建設業 n=1,299	1	人材確保・人材育成	35
	2	新規顧客の開拓(販路拡大)	30		2	事業承継、後継者の確保・育成	22
	3	特に取り組んでいない	18		3	新規顧客の開拓(販路拡大)	19
卸・小売業 n=1,346	1	新規顧客の開拓(販路拡大)	49	卸・小売業 n=1,295	1	新規顧客の開拓(販路拡大)	23
	2	既存商品やサービスの改善(高付加価値化等)	26		2	人材確保・人材育成	21
	3	新商品・新サービスの開発	25		3	新商品・新サービスの開発	19
サービス業 n=1,953	1	新規顧客の開拓(販路拡大)	38	サービス業 n=1,916	1	人材確保・人材育成	23
	2	人材確保・人材育成	27		2	新規顧客の開拓(販路拡大)	23
	3	既存商品やサービスの改善(高付加価値化等)	20		3	事業承継、後継者の確保・育成	18

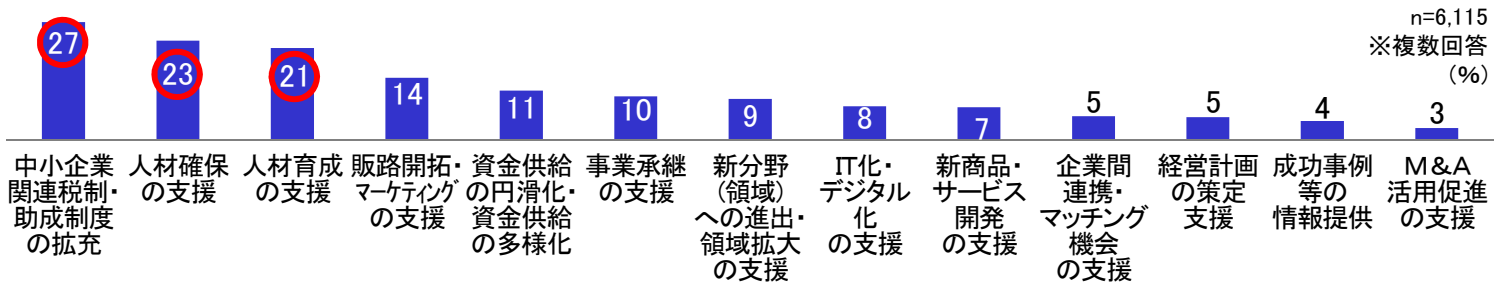
Q5 事業の強化に取り組むうえで、課題(困っていること)は何ですか

- ・事業の強化に取り組むうえでの課題は、「人材不足」が47%と最も多く、次いで「販路開拓・マーケティング」が25%となりました。「特に課題はない」は8%となり、9割以上の経営者が課題を抱えています。
- ・業種別でみると、「建設業」で「人材不足」が68%と特に多く、「卸・小売業」は「販路開拓・マーケティング」が35%と最も多くなりました。



Q6 事業の強化に取り組むうえで、行政等に期待する支援策は何ですか

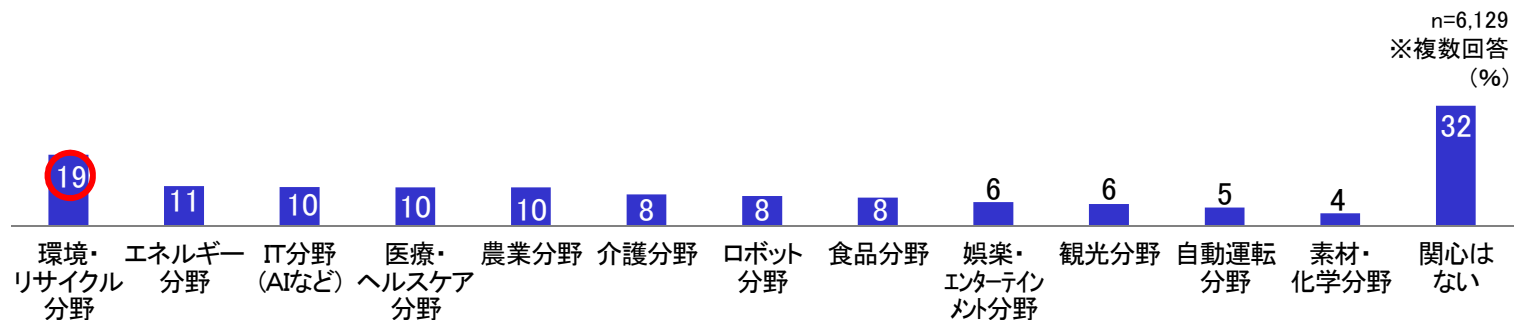
- ・事業の強化に取り組むうえで行政に期待する支援策は、「中小企業関連税制・助成制度の拡充」が27%と最も多く、次いで「人材確保の支援」が23%、「人材育成の支援」が21%となりました。



Q7 新たな事業分野(領域)を開拓する場合に、「①関心のある事業分野」「②重視したいポイント」は何ですか

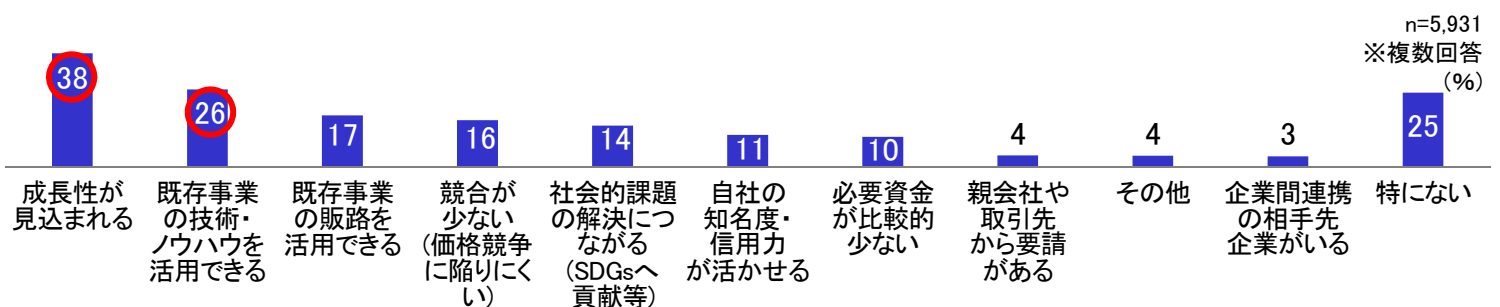
① 関心のある事業分野(領域)

- ・新たな事業分野の開拓で関心がある分野は、「環境・リサイクル分野」が19%と最も多くなりました。



② 重視したいポイント

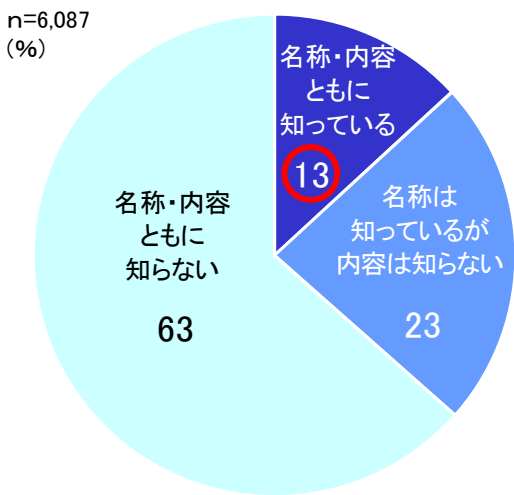
- ・新たな事業分野開拓において重視したいポイントは、「成長性が見込まれる」が38%と最も多く、次いで「既存事業の技術・ノウハウを活用できる」が26%となりました。



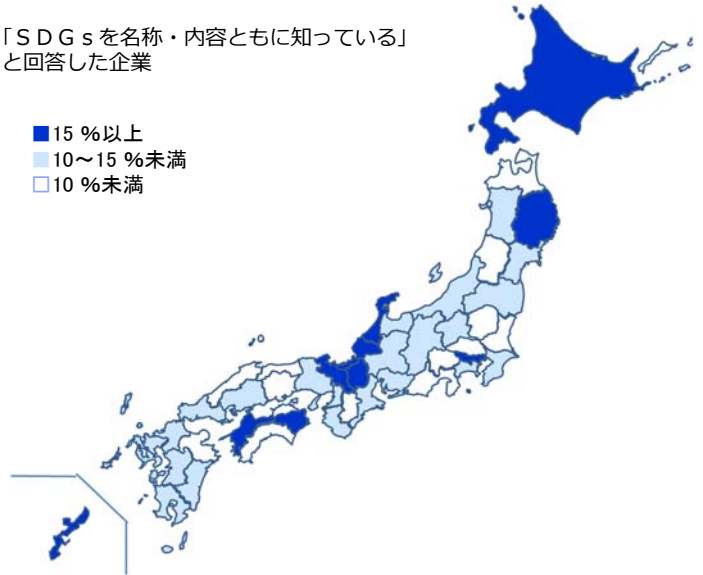
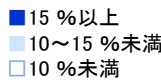
Q8 「SDGs」を知っていましたか

- ・SDGsの認知度（名称・内容ともに知っている）は13%となりました。
- ・従業員規模別でみると、規模が大きいほど認知度が高くなりました。
- ・業種別でみると、「製造業」で最も認知度が高くなりました。

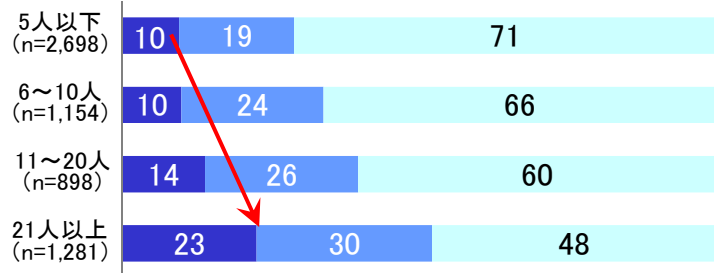
＜都道府県別＞



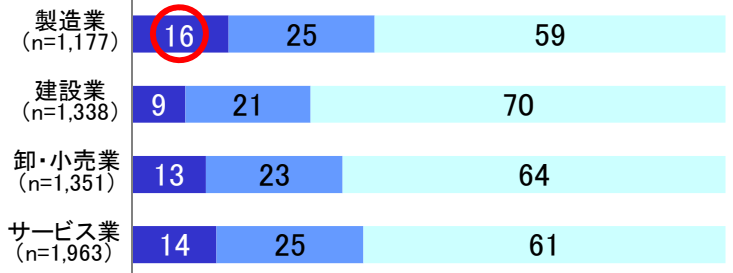
「SDGs」を名称・内容ともに知っている」と回答した企業



＜規模別＞

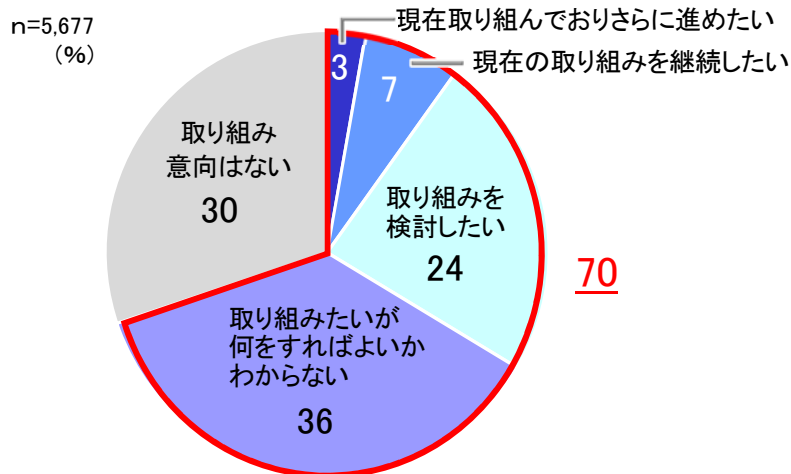


＜業種別＞



Q9 「SDGs」を認識されたうえで、SDGsに取り組む意向はありますか

- ・SDGsの取り組み意向では、70%が「取り組み意向がある」と回答しました。



早分かり S D G s (エス・ディー・ジーズ)

- ・ S D G s とは、「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」の略称で、2015年に国連が採択した、**2030年までに達成を目指す環境・経済・社会についての国際目標**です。
- ・「地球上の誰一人として取り残さない(leave no one behind)」をコンセプトに、**持続可能な世界を実現**するために、17のゴール(目標)と169のターゲット(具体的な到達基準)が設定されています。

S D G s と企業活動のつながり

- ・ S D G s 達成に向けた取組みはグローバル企業に限ったものではありません。日本国内で活動する企業においても、本業はもちろん、日頃の節電や節水、社員の福利厚生など、企業のあらゆる活動が S D G s の達成につながります。



<SDGs活用によって広がる可能性>

社会の課題への対応

SDGsには社会が抱えている様々な課題が網羅されていて、今の社会が必要としていることが詰まっています。これらの課題への対応は、**経営リスクの回避**とともに、**社会への貢献や地域での信頼獲得**につながります。

企業イメージの向上

SDGsへの取組をアピールすることで、「この会社は信用できる」「この会社で働いてみたい」という印象を与え、より、**多様性に富んだ人材確保**にもつながるなど、企業にとってプラスの効果をもたらします。

生存戦略になる

取引先のニーズの変化や新興国の台頭など、企業の生存競争はますます激しくなっています。今後は、SDGsへの対応が**ビジネスにおける取引条件になる可能性**もあり、**持続可能な経営を行う戦略**として活用できます。

新たな事業機会の創出

取組をきっかけに、地域との連携、新しい取引先や事業パートナーの獲得、新たな事業の創出など、今までになかった**イノベーションやパートナーシップを生む**ことにつながります。

※出典:「すべての企業が持続的に発展するために(平成30年6月環境省)」より
<https://www.env.go.jp/policy/SDGsguide-honpen.rev.pdf>

17のゴール(目標)とターゲット



8 働きがいも経済成長も

目標8には12のターゲットが設定されています。以下は5つめのターゲットです。

[8-5]

2030年までに、若者や障害者を含む全ての男性及び女性の、完全かつ生産的な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事、並びに同一労働同一賃金を達成する。

【参考:DIの推移】
＜全体＞

(pt)

	2015年			2016年												2017年											
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
業況	▲7.0	▲7.5	▲6.6	▲7.2	▲9.1	▲10.6	▲10.5	▲11.1	▲12.1	▲9.2	▲9.5	▲8.5	▲8.6	▲6.9	▲5.1	▲5.7	▲4.7	▲4.5	▲3.7	▲4.5	▲4.1	▲4.4	▲4.1	▲4.3	▲1.6	▲1.5	0.2
将来	5.4	5.8	4.7	4.4	1.5	1.4	0.5	2.1	2.5	3.7	3.9	5.1	4.7	6.4	7.6	7.7	8.6	7.2	6.1	6.7	6.5	6.0	6.4	5.4	6.2	6.4	8.0
従業員過不足	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	▲35.9	▲34.0	▲33.9	▲35.8	▲36.2	▲36.7

	2018年												2019年								
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
業況	0.4	0.5	▲0.3	1.1	0.9	▲0.8	▲0.4	▲1.1	▲1.5	▲1.0	▲0.9	▲0.6	▲1.4	▲3.0	▲4.6	▲5.4	▲4.9	▲8.9	▲9.8	▲9.5	▲10.5
将来	7.9	8.0	9.0	10.0	10.2	9.3	8.5	6.6	6.7	5.9	6.5	6.6	4.4	5.2	3.0	1.1	0.4	▲2.2	▲0.1	▲2.3	▲2.4
従業員過不足	▲38.2	▲37.3	▲41.8	▲43.0	▲40.6	▲42.7	▲42.0	▲41.4	▲42.1	▲43.2	▲42.2	▲43.5	▲42.1	▲43.6	▲43.9	▲44.2	▲44.0	▲40.7	▲42.1	▲41.9	▲43.1

＜業種別(直近6ヵ月)＞

(pt)

	製造業						建設業						卸・小売業						サービス業					
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
業況	▲8.9	▲7.3	▲13.3	▲15.1	▲16.9	▲18.3	8.0	8.8	3.8	4.3	6.2	3.6	▲19.6	▲21.6	▲23.6	▲24.7	▲23.5	▲23.9	▲2.1	▲1.4	▲4.0	▲6.7	▲6.7	▲6.1
従業員過不足	▲40.1	▲39.7	▲35.9	▲37.9	▲37.2	▲34.9	▲61.5	▲61.3	▲57.0	▲58.0	▲59.3	▲62.4	▲32.0	▲29.5	▲28.7	▲30.2	▲30.3	▲29.4	▲43.1	▲43.7	▲40.5	▲41.6	▲40.3	▲44.4

＜従業員規模別(直近6ヵ月)＞

(pt)

	5人以下						6～20人						21人以上					
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
業況	▲16.1	▲14.4	▲19.1	▲19.3	▲18.3	▲20.4	0.7	▲0.5	▲2.3	▲4.3	▲2.7	▲4.4	6.0	5.8	3.3	1.4	▲2.0	0.8
従業員過不足	▲32.2	▲34.0	▲30.5	▲33.2	▲32.0	▲33.8	▲50.3	▲48.1	▲46.4	▲47.3	▲47.8	▲48.7	▲57.8	▲55.9	▲53.8	▲52.4	▲53.1	▲53.3

＜地域別(直近6ヵ月)＞

(pt)

	北海道						東北						北関東						南関東						北陸・甲信越					
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
業況	▲1.4	2.6	▲3.4	0.0	3.9	▲2.6	▲11.6	▲18.0	▲12.2	▲14.3	▲12.6	▲16.0	▲9.1	▲5.8	▲14.2	▲9.3	▲6.6	▲8.3	▲5.3	▲5.6	▲10.6	▲13.7	▲13.8	▲12.8	▲4.8	▲9.1	▲11.4	▲15.6	▲18.7	▲14.4
地域内業況	▲18.0	▲11.2	▲20.1	▲16.1	▲11.8	▲18.4	▲30.8	▲34.4	▲35.6	▲32.5	▲29.0	▲31.0	▲27.9	▲23.1	▲29.6	▲28.4	▲26.6	▲30.7	▲17.0	▲19.5	▲21.5	▲24.7	▲22.0	▲24.7	▲19.2	▲25.8	▲32.0	▲31.8	▲33.3	▲29.2
従業員過不足	▲43.7	▲47.1	▲52.5	▲48.3	▲43.9	▲52.6	▲41.9	▲43.4	▲37.9	▲42.9	▲41.4	▲47.7	▲45.1	▲38.7	▲37.2	▲42.9	▲38.7	▲39.7	▲42.0	▲42.8	▲35.6	▲41.5	▲39.0	▲42.0	▲50.2	▲50.0	▲45.6	▲45.5	▲48.2	▲43.8

	東海						関西						中国						四国						九州・沖縄					
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
業況	▲5.3	▲2.7	▲8.5	▲8.1	▲9.0	▲6.1	▲0.6	▲3.0	▲4.5	▲6.6	▲9.2	▲9.7	▲7.6	▲3.2	▲4.2	▲0.5	2.2	▲2.3	5.3	0.9	▲8.0	▲8.5	▲6.1	▲9.9	▲8.1	▲3.2	▲10.2	▲11.1	▲8.3	▲13.6
地域内業況	▲17.7	▲16.2	▲16.4	▲19.4	▲19.2	▲20.7	▲16.9	▲15.9	▲22.9	▲21.1	▲21.3	▲22.1	▲17.6	▲12.0	▲14.2	▲10.6	▲6.6	▲10.9	▲7.6	▲9.8	▲15.7	▲19.6	▲18.4	▲23.0	▲17.6	▲13.4	▲19.6	▲19.0	▲16.8	▲21.5
従業員過不足	▲45.2	▲45.5	▲40.7	▲41.6	▲41.1	▲42.8	▲40.0	▲41.2	▲38.4	▲37.8	▲38.8	▲39.1	▲44.4	▲45.4	▲45.7	▲44.5	▲49.6	▲44.1	▲49.2	▲41.0	▲45.7	▲42.6	▲42.4	▲43.3	▲46.5	▲46.2	▲42.4	▲42.7	▲43.6	▲45.6

※DIとは、Diffusion Index(ディフュージョン・インデックス)の略で、好転(増加・上昇・過剰)したとする回答割合から、悪化(減少・低下・不足)したとする回答割合を差し引いた値です。好転と悪化の割合が等しい場合、0となります。

DI = (増加・好転・過剰などの回答割合) - (減少・悪化・不足などの回答割合)



本社(大阪) 〒550-0002 大阪市西区江戸堀1丁目2番1号
電話 06-6447-6111(代表)
(東京) 〒103-6031 東京都中央区日本橋2丁目7番1号
電話 03-3272-6777(代表)
<https://www.daido-life.co.jp/>