

2021年4月19日

各位

大同生命保険株式会社
代表取締役社長 北原 睦朗

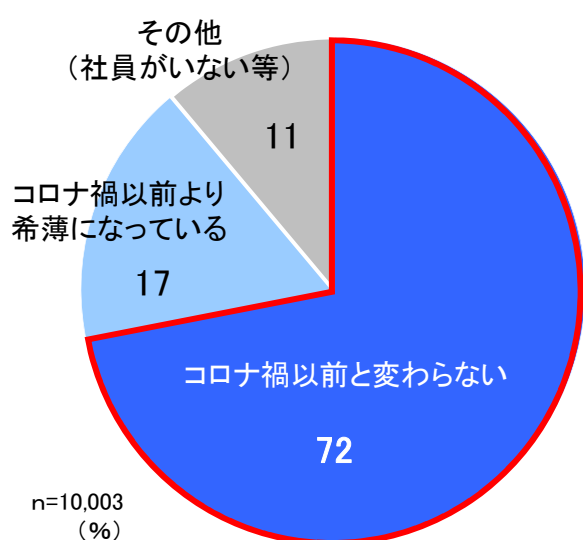
中小企業経営者アンケート「大同生命サーベイ」 2021年3月度調査

コロナ禍による社員とのコミュニケーションの変化 ～情報通信業では「コミュニケーションの希薄化」が顕著に～

T&D保険グループの大同生命保険株式会社（社長：北原 睦朗）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。（3月度回答企業数：10,390社）

社員とのコミュニケーションは、「コロナ禍以前と変わらない」が72%となりました。
業種別にみると、その傾向が「医療・福祉業」で78%となった一方、「情報通信業」においては、「コロナ禍以前より希薄になっている」が41%と最も多くなりました。テレワークの導入など、コロナ禍による業種ごとの環境変化の差がつかがわれます。

社員とのコミュニケーションの変化



＜業種別＞	回答件数	（%）		
製造業	1,907	73	19	7
建設業	2,249	74	17	9
卸・小売業	2,208	74	13	13
卸売業	1,027	76	17	7
小売業	1,181	73	9	19
サービス業	3,252	68	19	13
情報通信業	196	50	41	9
運輸業	355	76	21	3
不動産・物品賃貸業	571	64	11	25
宿泊・飲食サービス業	272	74	14	12
医療・福祉業	267	78	16	6
教育・学習支援業	62	66	21	13
生活関連サービス業、娯楽業	308	68	17	15
学術研究、専門・技術サービス業	290	64	22	14
その他サービス業	931	68	20	12

社員が働きやすい環境づくり（経営者の主な声／自由回答）

職場内のコミュニケーションを図るうえでの工夫

- LINE等を活用し、「社員同士が情報共有しやすい環境」を整備している。
- 対面と同等のコミュニケーションを図れるよう、Zoomを活用した（顔が見える形での）ミーティングや報告機会を数多く設けている。

社員のモチベーション維持・向上の取り組み・工夫

- 社内の感染防止策（消毒・アクリル板の設置など）を充実させている。
- 厳しいなかでも給与の維持や手当の支給のほか、オンライン懇親会なども実施している。

<調査概要>

調査期間	: 2021年3月1日（月）～ 3月26日（金）
調査対象	: 企業経営者（約6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またはZoomにより調査（回答企業数：10,390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）〕

2021年 3月	社員の働きやすい環境づくり
2月	中小企業のがん対策の取組み状況
1月	ウィズ・コロナ時代の販路開拓と新商品の開発・サービス提供
2020年 12月	2020年の振り返りと2021年への期待、情報セキュリティ対策
11月	健康経営の取組み状況
10月	コロナ禍における人材確保・人材育成
9月	事業承継と後継者育成
8月	自然災害・新型コロナウイルス等の感染症への備え
7月	ウィズ・コロナ時代の新しい取り組み
6月	新型コロナウイルスによる資金繰りへの影響
5月	中小企業の在宅勤務(テレワーク)実施状況
4月	新型コロナウイルスによる事業への影響

➤ 「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。



中小企業経営者アンケート 「大同生命サーベイ」 月次レポート



【調査概要・回答企業に関するデータ】

➤調査期間	：2021年3月1日(月)～3月26日(金)
➤調査対象	：全国企業経営者(うち約6割が当社ご契約企業)
➤調査方法	：当社営業職員が訪問またはZoomにより調査
➤回答企業数	：10,390 社
➤調査内容	：Ⅰ. 景況感 Ⅱ. 社員の働きやすい環境づくり

＜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

地域 業種	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	10,390 (100.0)	407	805	978	2,021	997	1,119	1,813	956	245	1,049
製造業	1,970 (19.0)	28	109	187	330	243	304	430	152	44	143
建設業	2,324 (22.4)	104	236	250	380	249	213	329	271	48	244
卸・小売業	2,291 (22.1)	87	156	199	404	221	230	458	207	64	265
サービス業	3,398 (32.7)	173	256	305	843	241	328	530	303	75	344
その他	323 (3.1)	9	39	30	58	31	29	56	19	13	39
無回答	84 (0.8)	6	9	7	6	12	15	10	4	1	14

地域 従業員規模	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	4,687 (45.1)	181	326	523	1,006	407	459	822	416	105	442
6～10人	2,015 (19.4)	65	162	162	389	206	205	370	182	42	232
11～20人	1,517 (14.6)	63	131	136	259	153	178	265	145	41	146
21人以上	2,064 (19.9)	85	178	148	353	211	263	345	207	57	217
無回答	107 (1.0)	13	8	9	14	20	14	11	6	0	12

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	1,185 (11.4)	40歳未満	532 (5.1)	男性	9,512 (91.5)
10～30年未満	2,535 (24.4)	40歳代	2,204 (21.2)	女性	811 (7.8)
30～50年未満	3,132 (30.1)	50歳代	2,976 (28.6)	無回答	67 (0.6)
50～100年未満	2,970 (28.6)	60歳代	2,682 (25.8)		
100年以上	359 (3.5)	70歳以上	1,870 (18.0)		
無回答	209 (2.0)	無回答	126 (1.2)		

※本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)は小数点第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。

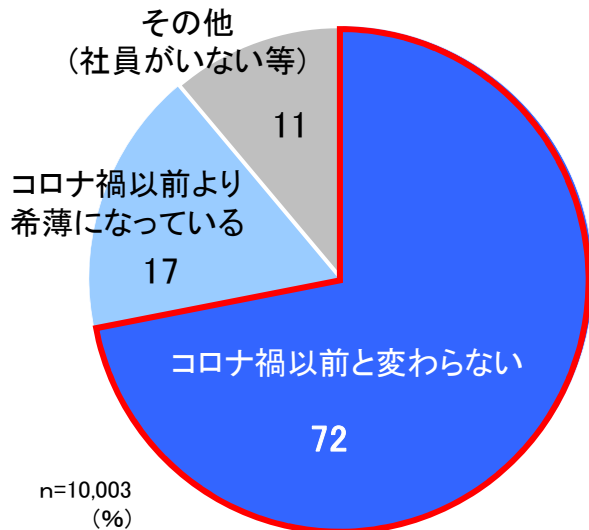
ー 調査結果のポイント ー

社員の働きやすい環境づくり

新型コロナウイルス感染症の拡大によって経済環境や労働環境が大きく変化していますが、このような環境下においては、社員の不安解消やモチベーション維持・向上に向けた取組みがより一層重要となります。社員とのコミュニケーションの変化や、働きやすい環境づくりについて調査しました。〔調査期間:3月1日～3月26日〕

- ・社員とのコミュニケーションは、「コロナ禍以前と変わらない」が72%となりました。
- ・業種別にみると、その傾向が「医療・福祉業」で78%となった一方、「情報通信業」においては、「コロナ禍以前より希薄になっている」が41%と最も多くなりました。テレワークの導入など、コロナ禍による業種ごとの環境変化の差がうかがわれます。

社員とのコミュニケーションの変化



＜業種別＞	回答 件数	(%)		
製造業	1,907	73	19	7
建設業	2,249	74	17	9
卸・小売業	2,208	74	13	13
卸売業	1,027	76	17	7
小売業	1,181	73	9	19
サービス業	3,252	68	19	13
情報通信業	196	50	41	9
運輸業	355	76	21	3
不動産・物品賃貸業	571	64	11	25
宿泊・飲食サービス業	272	74	14	12
医療・福祉業	267	78	16	6
教育・学習支援業	62	66	21	13
生活関連サービス業、娯楽業	308	68	17	15
学術研究、専門・技術サービス業	290	64	22	14
その他サービス業	931	68	20	12

社員が働きやすい環境づくり(経営者の主な声/自由回答)

職場内のコミュニケーションを図る上で、工夫していること

- 積極的に現場へ出向き一緒に作業を行うなど、社員との距離が縮まるよう意識している。
- 挨拶の際に「最近どう?」などと意識的に声をかけ、不安や悩みなどを話しやすくしている。
- LINE等を活用し、「社員同士が情報共有しやすい環境」を整備している。
- 対面と同等のコミュニケーションを図れるよう、Zoomを活用した(顔が見える形での)ミーティングや報告機会を数多く設けている。

社員のモチベーションを維持・向上するための取り組み・工夫

- 一緒になってコロナ禍を乗り越える意識を持つよう、全社員にミッションを考えてもらっている。
- 社内の感染防止策(消毒・アクリル板の設置など)を充実させている。
- 厳しいなかでも給与の維持や手当の支給のほか、オンライン懇親会なども実施している。

I. 景況感

(1) 各種DI(業況・売上・利益・資金繰り)

- 「現在の業況(景況感)」は、「悪い」が39% (前月比▲3pt)となり、業況DIは▲28.2pt (前月比+5.5pt)と大幅に改善しました。
- 「将来の見通し」(将来DI)は4.5pt (前月比+2.2pt)と改善傾向が続いています。「売上高」「利益」「資金繰り」についても、それぞれ大幅に改善しました。

現在の業況

調査月	悪い	普通	良い	(%)	業況DI	前月差
2021年1月 (n= 8,045)	43	50	8		▲35.0pt	▲2.5pt
2月 (n=10,425)	42	50	8		▲33.7pt	+1.3pt
3月 (n= 9,828)	39	51	10		▲28.2pt	+5.5pt

将来の見通し

調査月	悪くなる	どちらともいえない	良くなる	(%)	将来DI	前月差
2021年1月 (n= 7,992)	18	70	13		▲5.3pt	▲2.5pt
2月 (n=10,348)	14	70	16		2.3pt	+7.6pt
3月 (n= 9,770)	13	70	17		4.5pt	+2.2pt

売上高

調査月	悪化した	変わらない	改善した	(%)
2021年1月 (n= 7,989)	35	55	10	
2月 (n=10,366)	33	56	11	
3月 (n= 9,797)	28	58	15	

利益

調査月	悪化した	変わらない	改善した	(%)
2021年1月 (n= 7,943)	35	56	9	
2月 (n=10,299)	33	57	10	
3月 (n= 9,744)	27	59	14	

資金繰り

調査月	悪化した	変わらない	改善した	(%)
2021年1月 (n= 7,924)	17	77	6	
2月 (n=10,300)	17	76	7	
3月 (n= 9,720)	14	77	9	

調査月	売上高DI	前月差
2021年1月	▲25.8pt	▲8.1pt
2月	▲22.9pt	+2.9pt
3月	▲12.8pt	+10.1pt

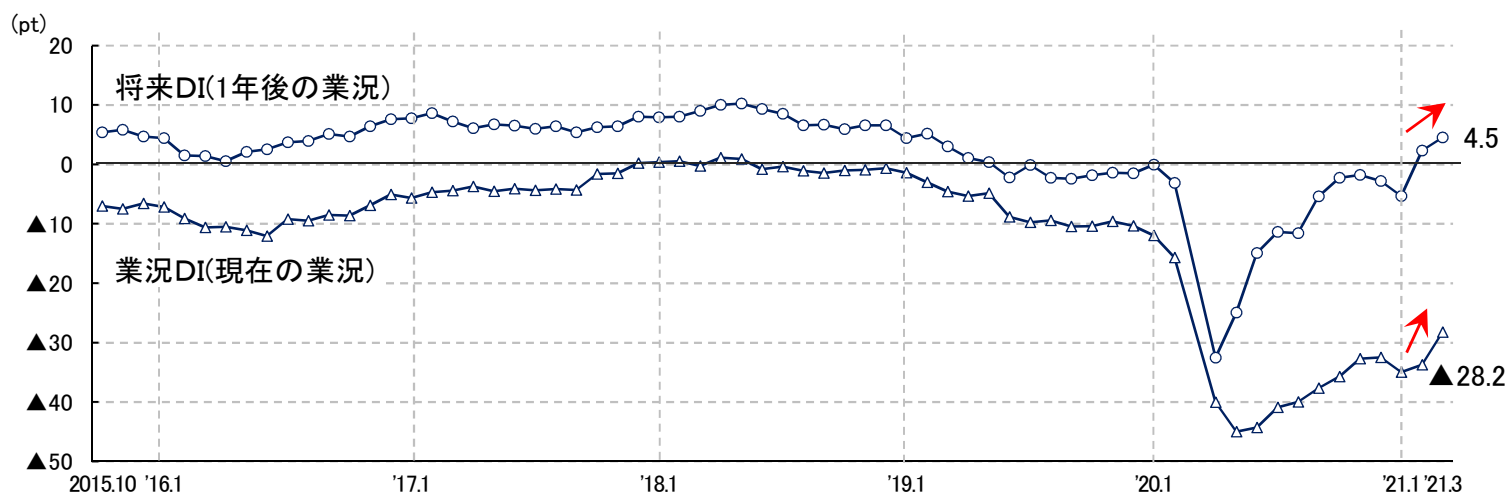
調査月	利益DI	前月差
2021年1月	▲25.6pt	▲7.2pt
2月	▲23.3pt	+2.3pt
3月	▲13.5pt	+9.8pt

調査月	資金繰りDI	前月差
2021年1月	▲10.9pt	▲3.5pt
2月	▲10.0pt	+0.9pt
3月	▲5.3pt	+4.7pt

※ 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。好転と悪化の割合が等しい場合、0となる。

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

【DIの推移】現在の業況と将来の見通し



※2020年3月は新型コロナウイルス感染拡大の影響を踏まえ調査を中止しました。

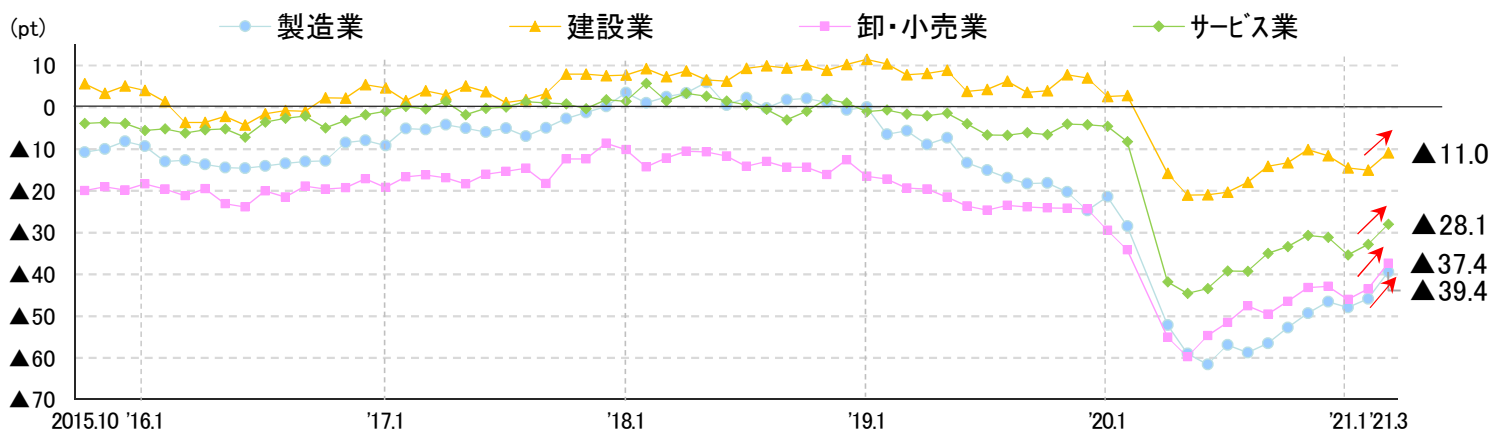
(2)業種別 業況DI

- 業種別の業況DIは、「建設業」が▲11.0ptと最も高くなりました。最も業況が低い状態が続いている「宿泊・飲食サービス業」(▲65.0pt)では、前月比は+10.0ptと大幅に改善し、「医療・福祉業」以外のすべての業種で改善しました。

業種	回答件数	※上段:2021年2月調査 下段: " 3月調査	悪い 普通 良い 悪い 普通 良い	(%)	業況DI (pt)	前月差 (pt)
製造業	2,052	53	39	8	▲45.9	+2.0
	1,879	50	40	10	▲39.4	+6.5
建設業	2,310	26	63	11	▲15.1	▲0.6
	2,185	24	63	13	▲11.0	+4.1
卸・小売業	2,250	51	42	7	▲43.5	+2.6
	2,167	47	43	10	▲37.4	+6.1
卸売業	1,066	49	43	8	▲40.6	+2.5
	1,013	46	43	11	▲35.3	+5.3
小売業	1,184	52	41	6	▲46.1	+2.4
	1,154	48	44	8	▲39.3	+6.8
サービス業	3,447	41	51	8	▲32.9	+2.5
	3,235	37	54	9	▲28.1	+4.8
情報通信業	206	27	59	14	▲13.6	+6.0
	198	23	64	13	▲10.1	+3.5
運輸業	413	47	46	7	▲40.7	+4.1
	349	48	44	9	▲39.0	+1.7
不動産・物品賃貸業	593	27	67	6	▲20.9	+2.7
	573	23	69	8	▲14.5	+6.4
宿泊・飲食サービス業	284	80	15	5	▲75.0	+4.8
	274	71	23	6	▲65.0	+10.0
医療・福祉業	259	34	58	8	▲25.5	▲5.2
	266	36	55	9	▲27.1	▲1.6
教育・学習支援業	61	43	44	13	▲29.5	+5.9
	60	23	68	8	▲15.0	+14.5
生活関連サービス業、娯楽業	293	53	41	6	▲46.4	+1.8
	308	50	43	7	▲43.2	+3.2
学術研究、専門・技術サービス業	323	29	58	13	▲16.1	+10.6
	283	25	62	13	▲12.0	+4.1
その他サービス業	1,015	40	53	8	▲32.3	+2.1
	924	36	54	10	▲26.3	+6.0

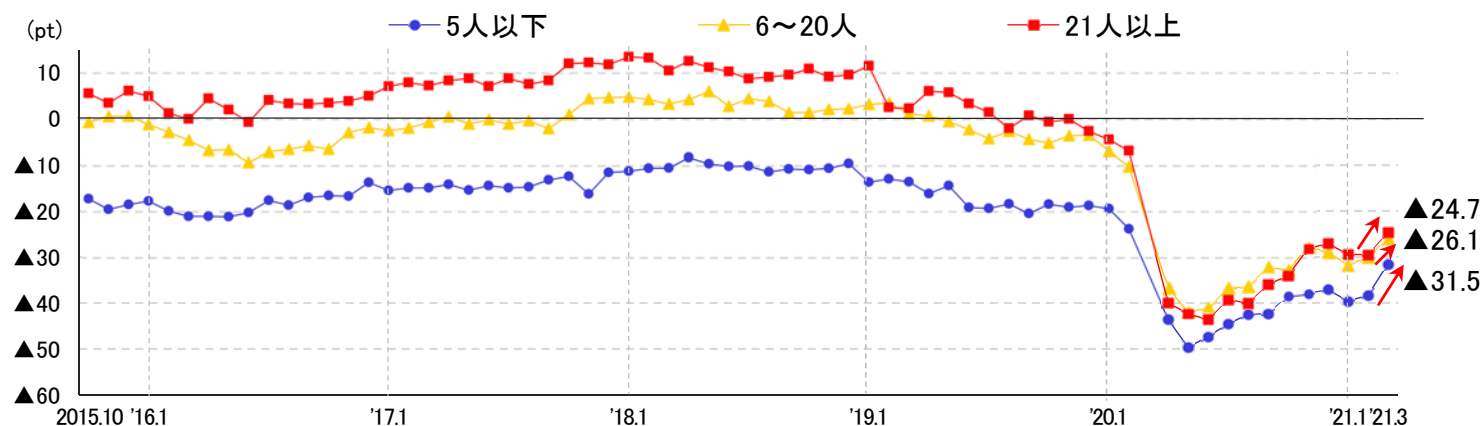
「悪い」全国平均(3月調査) 39% 「良い」全国平均(3月調査) 10%

【DIの推移】業種別の動向



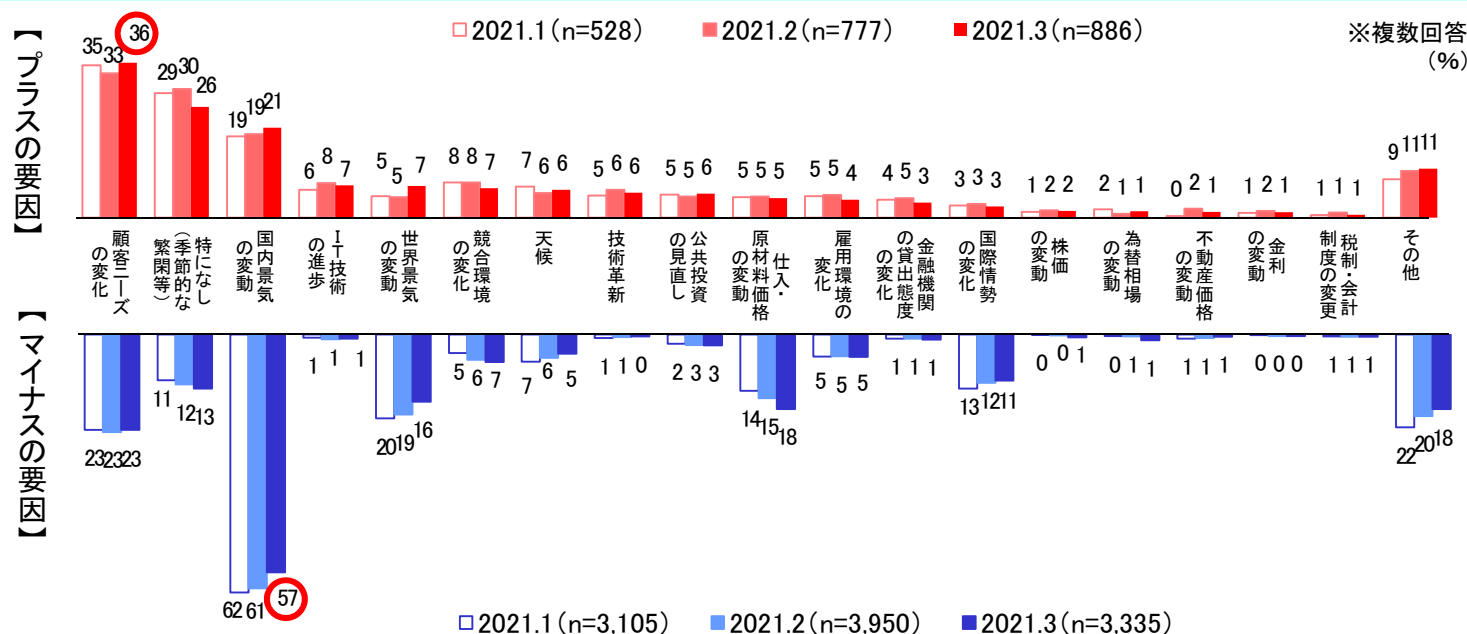
(3) 従業員規模別 業況DI

- 従業員規模別の業況DIは、すべての規模で改善しました。



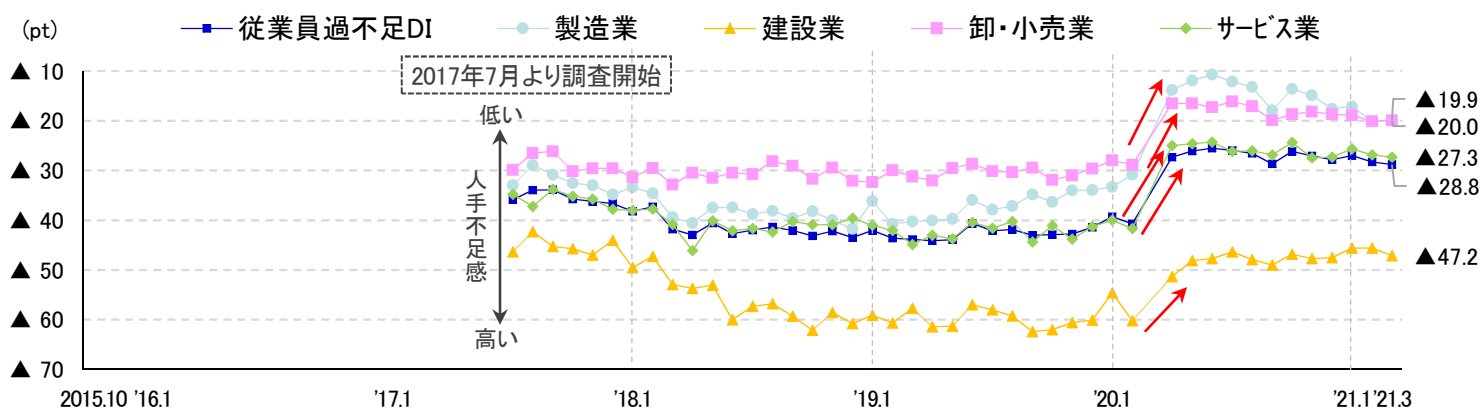
(4) 景況感に影響を与えた要因 [前月比]

- 景況感が「良い」と回答した企業のプラスの要因は、「顧客ニーズの変化」が36%(前月比+3pt)と最も多くなりました。
- 景況感が「悪い」と回答した企業のマイナスの要因は、「国内景気の変動」が57%(前月比▲4pt)と最も多く、新型コロナウイルス感染拡大の影響がうかがえます。



(5) 従業員過不足DI

- 従業員過不足DIは、全体で▲28.8pt(前月比▲0.5pt)となりました。全業種で2020年4月以降、人手不足感が低い状況が続いています。

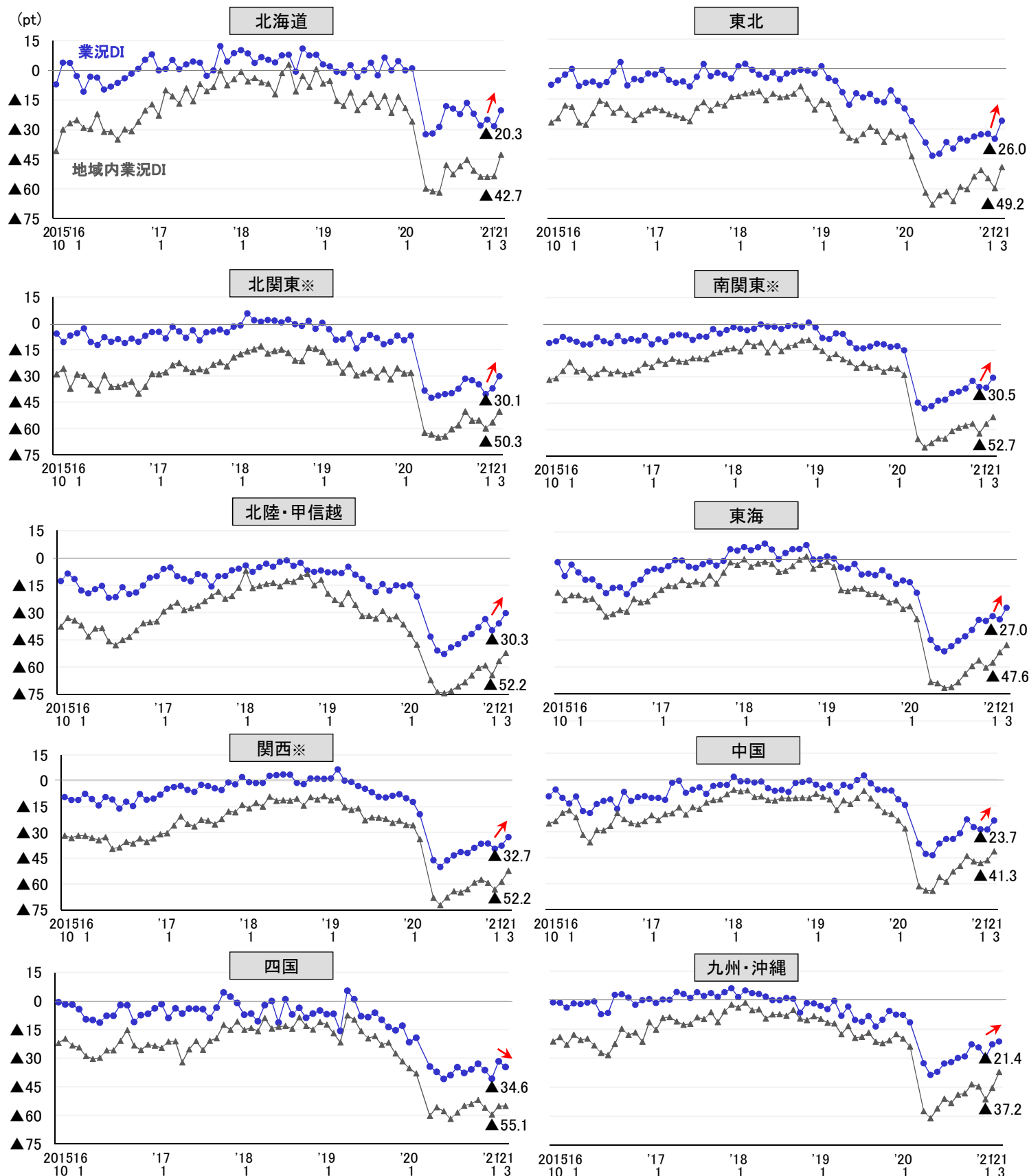


(6)地域別 業況DI

- ・「業況DI」は、「四国」以外の9地域で改善しました。
- ・「地域内業況DI(※)」は、全国平均で▲48.5pt(前月比+5.9pt)となりました。

<全国平均(pt)>	10月	11月	12月	1月	2月	3月
業況DI	▲35.7	▲32.7	▲32.5	▲35.0	▲33.7	▲28.2
地域内業況DI(※)	▲56.1	▲54.3	▲55.1	▲58.3	▲54.4	▲48.5

(※)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

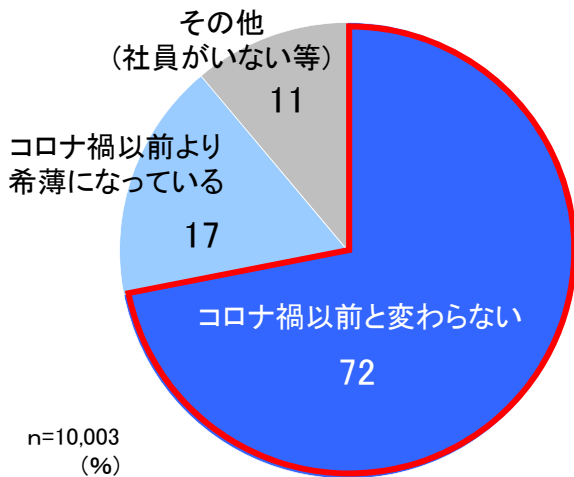
(南関東)千葉県、東京都、神奈川県

(関西)滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県

Ⅱ. 社員の働きやすい環境づくり

Q1 コロナ禍以前と比べ、社員とのコミュニケーションに変化はありましたか

- ・ コロナ禍での社員とのコミュニケーションの変化は、「コロナ禍以前と変わらない」が72%となりました。
- ・ 業種別にみると、「コロナ禍以前と変わらない」は、「医療・福祉業」で78%と最も多く、一方で「コロナ禍以前より希薄になっている」はテレワークの導入が進んでいる「情報通信業」で41%と最も多くなりました。

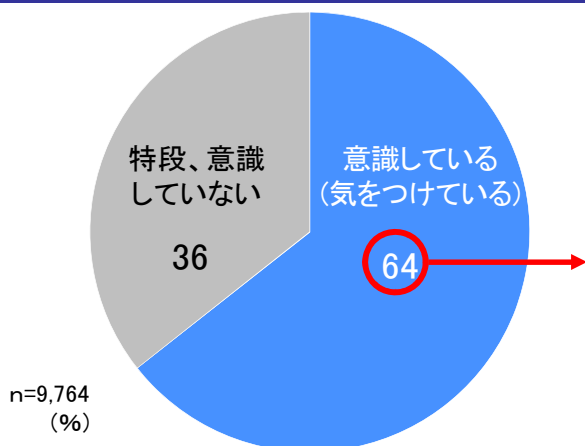


＜業種別＞	回答件数			
製造業	1,907	73	19	7
建設業	2,249	74	17	9
卸・小売業	2,208	74	13	13
卸売業	1,027	76	17	7
小売業	1,181	73	9	19
サービス業	3,252	68	19	13
情報通信業	196	50	41	9
運輸業	355	76	21	3
不動産・物品賃貸業	571	64	11	25
宿泊・飲食サービス業	272	74	14	12
医療・福祉業	267	78	16	6
教育・学習支援業	62	66	21	13
生活関連サービス業、娯楽業	308	68	17	15
学術研究、専門・技術サービス業	290	64	22	14
その他サービス業	931	68	20	12

Q2 社員と仕事をする中で、ハラスメントを意識していますか

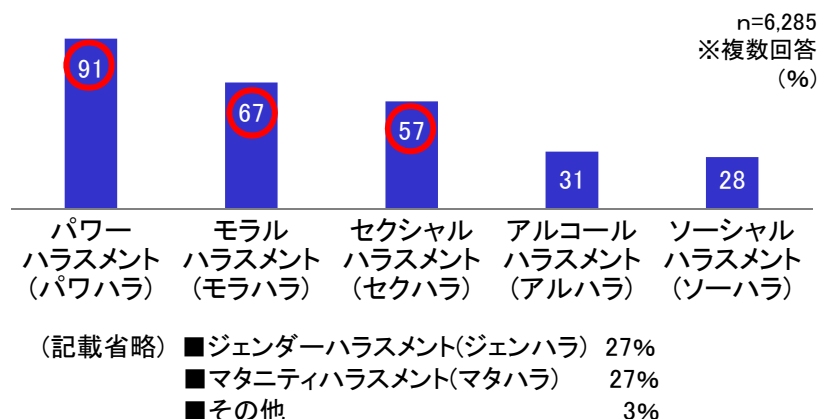
- ・ ハラスメントの意識の有無は、「意識している(気をつけている)」が64%となりました。
- ・ 意識しているハラスメントは、「パワーハラスメント」が91%と最も多く、次いで「モラルハラスメント」が67%、「セクシャルハラスメント」が57%となりました。

ハラスメントの意識有無



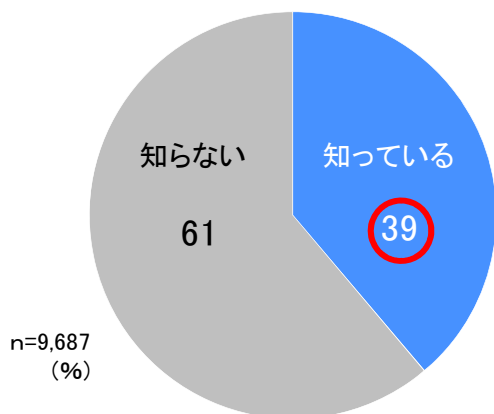
意識しているハラスメント

※ハラスメントを「意識している(気をつけている)」を選択した方が回答



Q3 中小事業主も2022年4月1日から、「改正労働施策総合推進法(パワハラ防止法)」により「パワハラ防止措置」が義務付けられることをご存知ですか

- 「パワハラ防止法」による「防止措置義務化」の認知度は、「知っている」が39%となりました。
- 従業員規模にみると、規模が大きいほど「知っている」が多くなりました。



＜従業員規模別＞

	回答件数	(%)	
5人以下	4,291	31	69
6～10人	1,897	38	62
11～20人	1,431	42	58
21人以上	1,978	55	45

参考情報

■職場におけるハラスメントの防止のために(厚生労働省HP)

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyoukintou/seisaku06/index.html

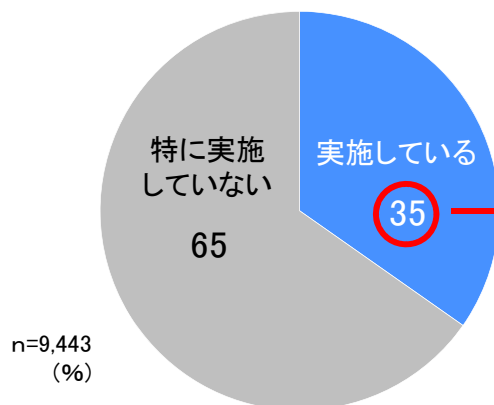
※職場におけるハラスメントを防止するために、事業主が雇用管理上講ずべき措置についてまとめられたパンフレットや、社内研修資料等が紹介されています。

Q4 「パワハラ防止法」で事業主に義務付けられている、職場における「パワハラ防止措置」を実施していますか。

- 職場における「パワハラ防止措置」は、「実施している」が35%となりました。Q3でお聞きした「防止措置義務化の認知度」別でみると、「知っている」と回答した方でも「実施している」は53%となり、今後の対応が望めます。
- 実施内容では「パワハラの内容・禁止の方針を明確化し、周知・啓発」が68%と最も多く、次いで「パワハラにかかる事後の迅速かつ適切な対応」が40%となりました。

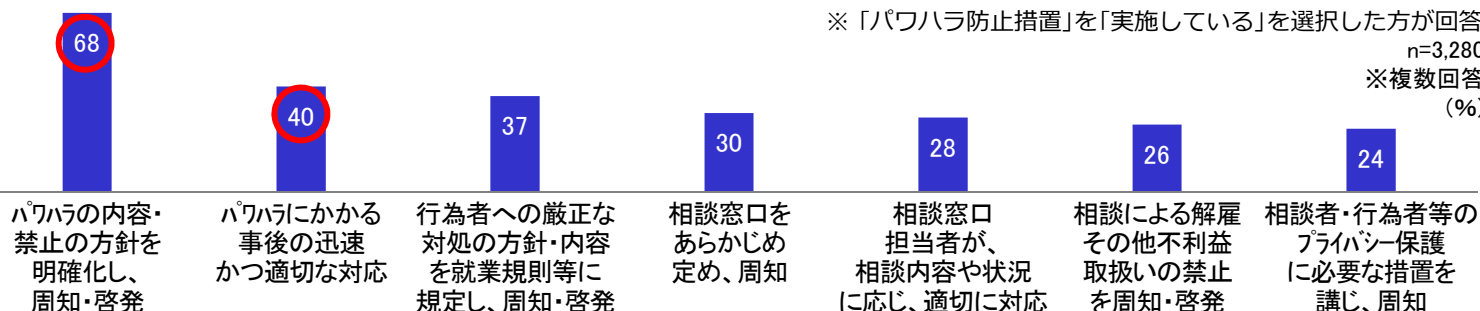
「パワハラ防止措置」の実施有無

＜「パワハラ防止措置」の認知有無別＞



	回答件数	(%)	
知っている	3,589	53	47
知らない	5,538	24	76

実施している「パワハラ防止措置」の内容



Q5 職場内でハラスメントが発生し、当事者同士で解決できない場合の相談先はどちらですか

- 職場内でハラスメントが発生し、当事者同士で解決できない場合の相談先は、「社会保険労務士」が30%、次いで「弁護士」が25%となりました。



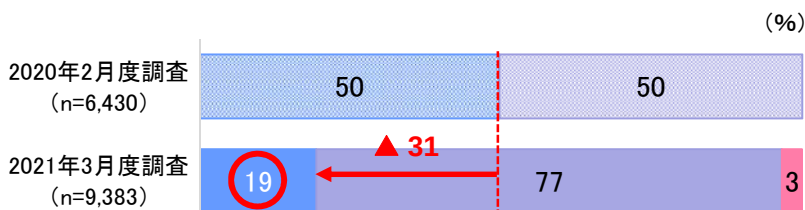
Q6 2021年4月以降の賃金水準は、どのようなご意向ですか

- 賃金水準の意向は、「賃金水準を上げる予定」が19%となり、2020年2月調査より31pt減少しました。
- 賃上げ幅では、「1.5%未満」が26%と最も多く、次いで「1.5～2.0%未満」が25%となりました。

2021年4月以降の賃金水準

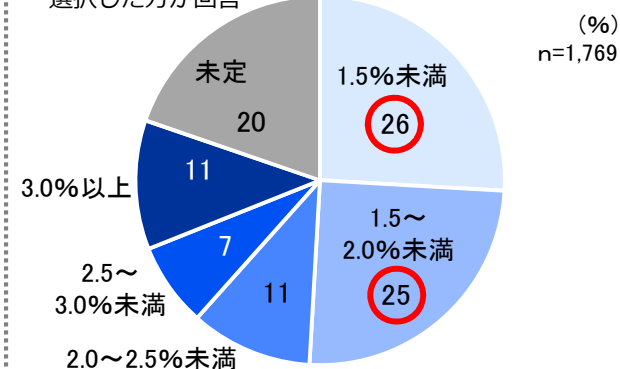
<2020年2月調査との比較>

- 2020年2月度調査: ■ 賃金水準を上げる予定 ■ 賃金水準を上げる予定はない
- 2021年3月度調査: ■ 賃金水準を上げる予定 ■ 賃金水準は維持する予定
■ 賃金水準を下げざるをえない



賃上げ幅

※2021年3月調査で「賃金水準を上げる予定」を選択した方が回答



経営者の声 (自由回答)

職場内のコミュニケーションを図る上で、工夫していること

- 経営者自身が積極的に現場に出向き一緒に作業を行うなど、社員との距離が縮まるよう意識している。(中国/製造業)
- 挨拶の際に「最近どう?」などと意識的に声をかけ、不安や悩みなどを話しやすくしている。(北関東/サービス業)
- LINE等を活用し、「社員同士が情報共有しやすい環境」を整備したことで、コロナ以前より交流が深まっている。(南関東/卸・小売業)
- 対面と同等のコミュニケーションが図れるよう、Zoomを活用した(顔が見える形での)ミーティングや報告機会を数多く設けている。(九州・沖縄/卸・小売業)
- 社長である自分が従業員の帰社時間帯に在社し、話が少しでも出来るようにしている。(北関東/卸・小売業)
- 朝礼で最近あった出来事を共有し、コメントしあうことで同じ職場で働く仲間のことを知るきっかけを作っている。(東北/製造業)

社員のモチベーションを維持・向上するための取り組み・工夫

- 一緒になってコロナ禍を乗り越える意識を持つよう、全社員にミッションを考えてもらっている。(東北/卸・小売業)
- 社内の感染防止策(消毒・アクリル板の設置など)を充実させ、社員の不安感の軽減を図っている。(南関東/サービス業)
- 厳しい中でも給与の維持や手当の支給のほか、オンライン懇親会も実施している。(関西/製造業)
- 社員、アルバイトの声を聞き、改善すべき点はすぐに行動に移す姿勢を見せることが大切だと考えている。(中国/サービス業)
- 仕事を通じて寄せられたお客さまの声(感謝の声・クレーム)を直接お客さまに接しない社員も含め共有できるよう、朝礼で伝えたり、掲示している。(九州/建設業)

【DIの推移 データー一覧】

＜全体＞ (pt)

	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	10月	11月	12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	▲10.4	▲9.6	▲10.4
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	▲1.9	▲1.4	▲1.5
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	▲42.9	▲42.8	▲41.4

	2020年												2021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
業況	▲12.0	▲15.7	-	▲40.1	▲45.0	▲44.3	▲40.9	▲40.0	▲37.7	▲35.7	▲32.7	▲32.5	▲35.0	▲33.7	▲28.2
将来	▲0.1	▲3.1	-	▲32.5	▲24.9	▲14.9	▲11.4	▲11.6	▲5.4	▲2.3	▲1.8	▲2.8	▲5.3	2.3	4.5
従業員過不足	▲39.3	▲40.7	-	▲27.3	▲26.1	▲25.6	▲26.0	▲26.5	▲28.7	▲26.2	▲27.1	▲27.8	▲27.0	▲28.3	▲28.8

※2020年3月は新型コロナウイルスの影響を踏まえ調査を中止。

＜業種別(直近6ヵ月)＞ (pt)

	製造業						建設業						卸・小売業						サービス業					
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
業況	▲52.8	▲49.4	▲46.6	▲47.9	▲45.9	▲39.4	▲13.3	▲10.2	▲11.6	▲14.5	▲15.1	▲11.0	▲46.5	▲43.2	▲42.9	▲46.1	▲43.5	▲37.4	▲33.4	▲30.7	▲31.2	▲35.4	▲32.9	▲28.1
従業員過不足	▲13.7	▲14.9	▲17.6	▲17.2	▲20.1	▲20.0	▲46.8	▲47.8	▲47.6	▲45.6	▲45.6	▲47.2	▲18.7	▲18.2	▲18.7	▲18.9	▲20.1	▲19.9	▲24.4	▲27.5	▲27.3	▲25.7	▲26.9	▲27.3

＜従業員規模別(直近6ヵ月)＞ (pt)

	5人以下						6～20人						21人以上					
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
業況	▲38.4	▲37.9	▲37.1	▲39.6	▲38.4	▲31.5	▲33.0	▲27.8	▲28.9	▲31.8	▲30.0	▲26.1	▲34.1	▲28.2	▲27.1	▲29.5	▲29.5	▲24.7
従業員過不足	▲21.2	▲21.9	▲21.9	▲21.4	▲22.9	▲23.4	▲30.2	▲32.1	▲32.5	▲30.6	▲31.5	▲33.3	▲30.6	▲31.0	▲34.8	▲34.3	▲35.0	▲33.6

＜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					
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
業況	▲16.5	▲21.9	▲27.9	▲24.9	▲28.3	▲20.3	▲35.9	▲33.9	▲32.9	▲32.5	▲35.0	▲26.0	▲31.5	▲32.5	▲34.8	▲40.3	▲37.0	▲30.1	▲38.4	▲36.6	▲32.3	▲35.7	▲36.1	▲30.5	▲41.9	▲38.1	▲33.6	▲39.8	▲36.1	▲30.3
地域内業況	▲45.1	▲50.6	▲53.7	▲53.9	▲53.5	▲42.7	▲60.2	▲53.8	▲50.7	▲54.8	▲59.7	▲49.2	▲50.3	▲55.3	▲55.2	▲59.9	▲56.3	▲50.3	▲58.7	▲57.5	▲56.4	▲62.1	▲56.6	▲52.7	▲64.7	▲60.5	▲59.1	▲64.5	▲56.7	▲52.2
従業員過不足	▲37.3	▲33.3	▲32.9	▲35.7	▲34.5	▲34.4	▲32.3	▲33.7	▲34.7	▲34.3	▲31.0	▲31.9	▲26.0	▲25.2	▲24.8	▲19.9	▲26.5	▲28.0	▲21.6	▲22.3	▲22.9	▲24.5	▲27.6	▲24.2	▲22.2	▲23.5	▲25.1	▲23.1	▲25.8	▲30.9

	東海						関西						中国						四国						九州・沖縄					
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
業況	▲39.4	▲33.7	▲34.4	▲31.7	▲33.5	▲27.0	▲38.9	▲36.4	▲36.3	▲39.4	▲37.6	▲32.7	▲31.1	▲23.1	▲27.5	▲28.7	▲28.8	▲23.7	▲35.8	▲32.8	▲36.2	▲40.8	▲31.6	▲34.6	▲29.1	▲22.8	▲24.4	▲29.6	▲22.8	▲21.4
地域内業況	▲59.3	▲56.3	▲60.2	▲57.4	▲51.7	▲47.6	▲59.1	▲57.3	▲59.2	▲63.0	▲58.6	▲52.2	▲49.8	▲44.0	▲47.2	▲48.2	▲46.5	▲41.3	▲54.0	▲52.0	▲56.0	▲59.6	▲55.1	▲55.1	▲48.1	▲43.5	▲44.7	▲51.2	▲45.3	▲37.2
従業員過不足	▲22.3	▲24.7	▲25.7	▲24.7	▲26.5	▲28.1	▲23.4	▲26.4	▲28.2	▲24.8	▲24.9	▲26.3	▲30.2	▲34.8	▲34.4	▲33.1	▲35.1	▲33.9	▲35.7	▲29.1	▲28.0	▲24.8	▲24.9	▲23.4	▲35.8	▲33.7	▲34.2	▲34.8	▲32.5	▲33.8

※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/>