

2022年5月30日

大同生命保険株式会社

代表取締役社長 北原 睦朗

各位

新規開拓には「商品・サービス力の強化」「人材の確保」が必要

～ 中小企業経営者アンケート「大同生命サーベイ」 2022年4月度調査レポートの公表 ～

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アンケート調査「大同生命サーベイ」を、2015年10月から毎月実施しています。

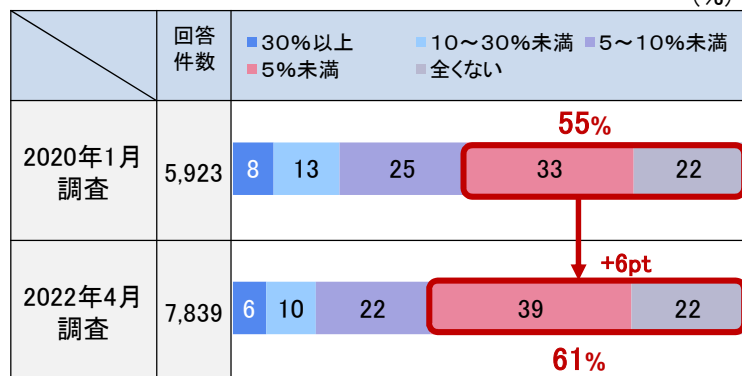
今般、「新規顧客・販路の開拓」について調査した2022年4月度レポートを公表します。[調査企業数 9,026 社]

<ポイント>

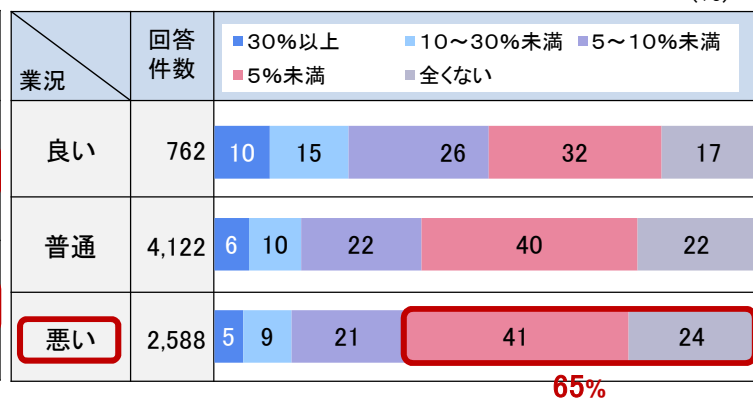
- 過去1年間の売上に占める「新規顧客の割合が5%未満」と回答した企業は全体の61%と、前回調査（2020年1月）から増加（+6pt）。
自社の業況が「悪い」と回答した企業では、その割合が65%となっています。
- 新規顧客・販路開拓の課題としては、「商品・サービス力の強化（28%）」が多く、次いで「開拓に必要な人材の不足（27%）」となりました。

1. 過去1年間の売上に占める新規顧客・販路の割合

<全体（前回調査との比較）>

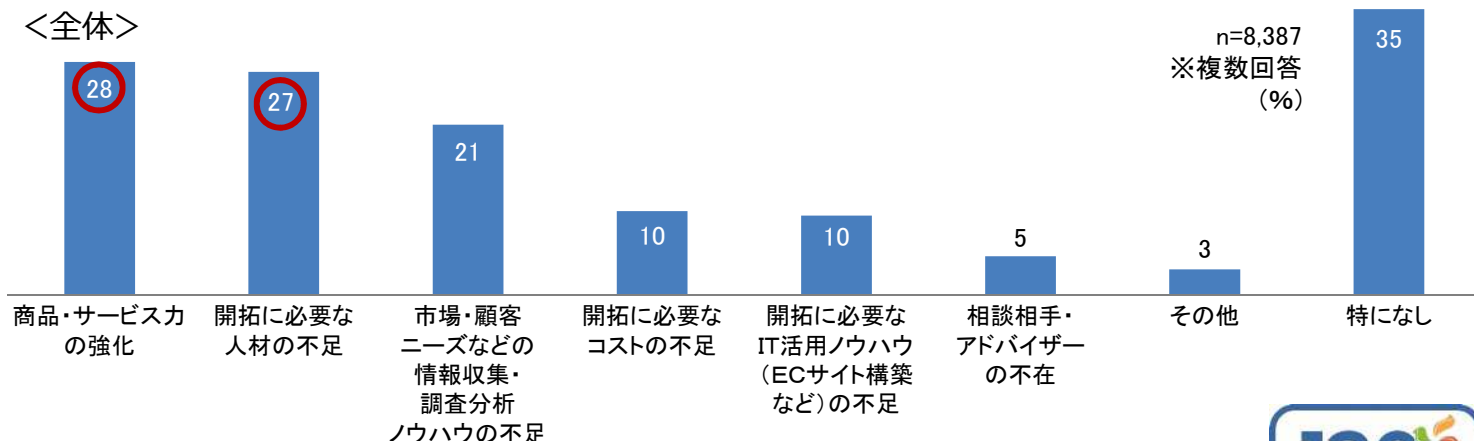


<自社の業況と新規顧客・販路の割合>



2. 新規顧客・販路の開拓にあたっての課題

<全体>



<調査概要>

- ・ 調査期間 : 2022年4月4日～4月28日
- ・ 調査対象 : 全国の企業経営者 9,026社（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面談により調査
- ・ 調査内容 : [定例] 景況感 [個別テーマ] 新規顧客・販路の開拓

<参考：過去の個別テーマ（直近1年）>

2021年	5月	コロナ禍の資金繰りと金融機関との関わり
	6月	在宅勤務(テレワーク)とデジタル化の取組状況
	7月	自然災害・感染症への備え
	8月	コロナ禍における事業承継
	9月	健康経営
	10月	SDGsの取組状況
	11月	中小企業における仕事と介護の両立支援
	12月	2021年の振り返りと2022年に対する期待
2022年	1月	中小企業のがん対策
	2月	経営者の労働実態
	3月	人手不足感と賃上げ意向
	4月	新規顧客・販路の開拓【今回】

大同生命WEBサイトで「大同生命サーベイ」のバックナンバーをご覧ください。

<https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/>



中小企業経営者アンケート 「大同生命サーベイ」 2022年4月度調査レポート

～新規開拓には「商品・サービス力の強化」「人材の確保」が必要～

■景況感

- ・「現在の業況」（業況DI）は▲24.2pt（前月差▲0.3pt）と横ばい。
- ・一方、「将来の見通し」（将来DI）は▲1.5pt（同▲1.9pt）と4ヵ月連続で悪化。これは、長引くコロナ禍に加え、ウクライナ情勢に伴う原油価格・物価の高騰や円安などが影響していると考えられます。
- ・「宿泊・飲食サービス業」の業況DIが前月から大幅に改善（+19.1pt）しましたが、引き続き低値（▲49pt）となっています。

■新規顧客・販路の開拓（2022年4月度調査テーマ）

- ・過去1年間の売上に占める「新規顧客の割合が5%未満」と回答した企業は全体の61%と、前回調査（2020年1月）から増加（+6pt）。自社の業況が「悪い」と回答した企業では、その割合が65%となっています。
- ・新規顧客・販路開拓の課題としては、「商品・サービス力の強化（28%）」が多く、次いで「開拓に必要な人材の不足（27%）」となりました。

おかげさまで120周年
DAIDO 大同生命保険株式会社

大同生命WEBサイトで調査レポートの
バックナンバーをご覧ください。



<https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/>



<調査概要>

大同生命では、中小企業の景況感や経営課題の解決に向けた取組みなどに関するアンケート調査「大同生命サーベイ」を2015年10月から毎月実施し、経営者の皆さまに、経営のヒントとしてお役立ていただくことを目的として、調査結果を「月次レポート」としてお届けしています。

・調査期間	：2022年4月4日～4月28日
・調査対象	：全国の企業経営者 9,026社（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面談により調査
・調査内容	：[定例] 景況感 [個別テーマ] 新規顧客・販路の開拓

<回答企業の属性>

地域		全体(占率)	北海道	東北	北関東 (※1)	南関東 (※2)	北陸・ 甲信越	東海	関西 (※3)	中国	四国	九州・ 沖縄
全体		9,026（100.0）	158	504	905	1,939	874	1,109	1,556	775	277	929
業種	製造業	1,741（19.3）	14	65	182	307	223	289	385	122	40	114
	建設業	1,972（21.8）	47	154	220	365	215	239	245	187	74	226
	卸・小売業	1,967（21.8）	34	99	182	381	175	231	391	185	72	217
	サービス業	2,977（33.0）	57	173	288	816	223	310	449	259	79	323
	その他	256（2.8）	4	12	23	49	24	29	54	20	7	34
	無回答	113（1.3）	2	1	10	21	14	11	32	2	5	15
従業員規模	5人以下	4,210（46.6）	59	213	472	1,033	376	498	671	344	135	409
	6～10人	1,690（18.7）	30	98	152	331	171	212	287	150	56	203
	11～20人	1,277（14.1）	30	86	120	226	127	163	239	111	38	137
	21人以上	1,694（18.8）	34	105	153	317	183	219	314	165	46	158
	無回答	155（1.7）	5	2	8	32	17	17	45	5	2	22

※1:北関東 → 茨城・栃木・群馬・埼玉 ※2:南関東 → 千葉・東京・神奈川 ※3:関西 → 滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山

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	917（10.2）	40歳未満	456（5.1）	男性	8,179（90.6）
10～30年未満	1,996（22.1）	40歳代	1,707（18.9）	女性	734（8.1）
30～50年未満	2,765（30.6）	50歳代	2,722（30.2）	無回答	113（1.3）
50～100年未満	2,640（29.2）	60歳代	2,294（25.4）		
100年以上	351（3.9）	70歳以上	1,641（18.2）		
無回答	357（4.0）	無回答	206（2.3）		

<調査結果のご利用にあたって>

- ・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。
- ・本資料は当社の著作物であり、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 (XXXX年XX月度調査)」と明記ください。
- ・本資料に基づく決定、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。
- ・本資料で表示する「回答率(%)」等は、小数点第1位(景況感是小数点第2位)を四捨五入しています。
また、特に記載がない場合、「無回答」を除いて集計しています。
- ・「大同生命サーベイ」は、当社ご契約企業を中心に実施しており、各調査結果に若干の偏りが生じる場合があります。

2022年4月度調査のポイント

新規顧客・販路の開拓

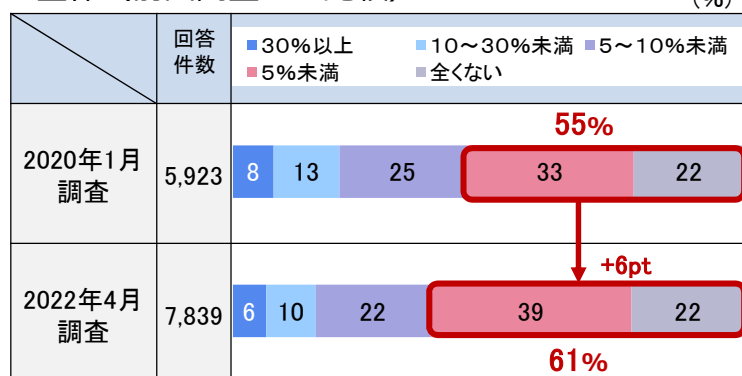
今回は「2022年に取り組みたい経営課題」（2021年12月調査）の第1位となった「新規顧客・販路の開拓」について調査しました。

- 過去1年間の売上に占める「新規顧客の割合が5%未満」と回答した企業は全体の61%と、前回調査（2020年1月）から増加（+6pt）。自社の業況が「悪い」と回答した企業では、その割合が65%となっています。
- 新規顧客・販路開拓の課題としては、「商品・サービス力の強化（28%）」が多く、次いで「開拓に必要な人材の不足（27%）」となりました。

1. 過去1年間の売上に占める新規顧客・販路の割合

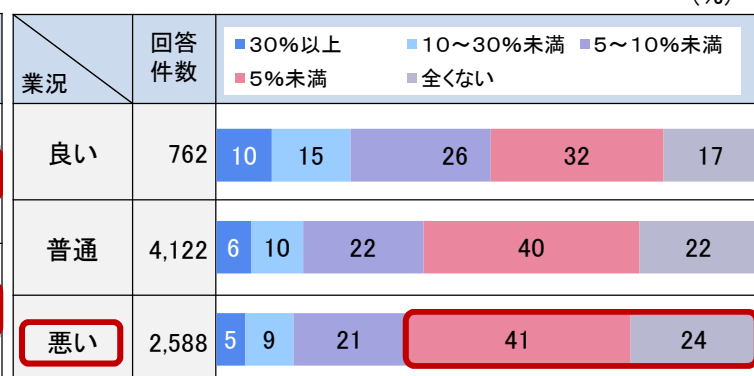
<全体（前回調査との比較）>

(%)



<自社の業況と新規顧客・販路の割合>

(%)

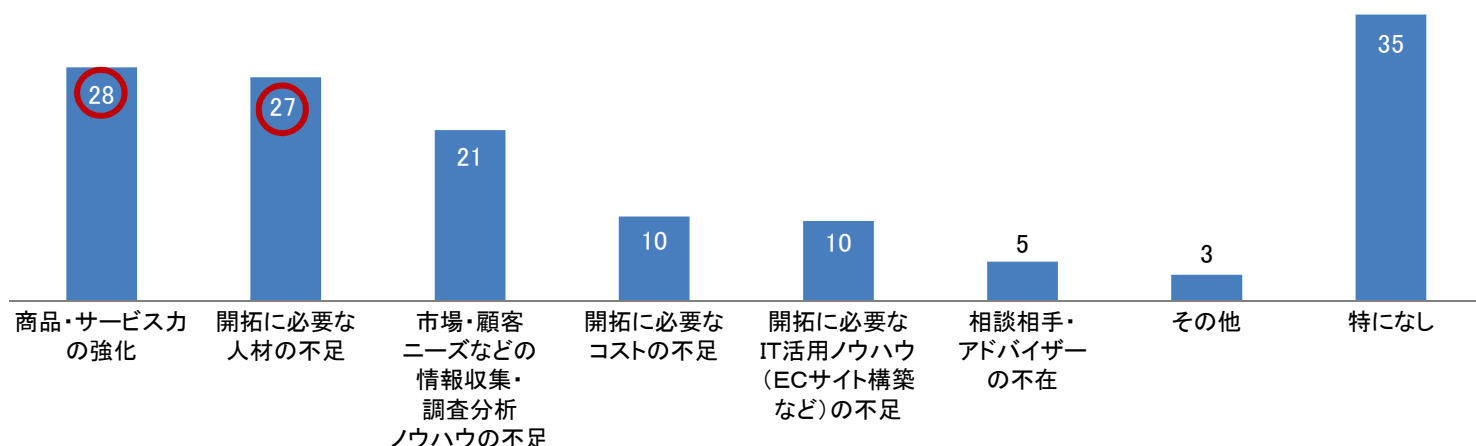


65%

2. 新規顧客・販路の開拓にあたっての課題

<全体>

n=8,387
※複数回答
(%)



I. 景況感

(1) 各種DI (業況・売上・利益・資金繰り)

- 「現在の業況」(業況DI)は▲24.2pt(前月差▲0.3pt)と横ばいとなりました。
- 一方、「将来の見通し」(将来DI)は▲1.5pt(同▲1.9pt)と4カ月連続で悪化。これは、長引くコロナ禍に加え、ウクライナ情勢に伴う原油価格・物価の高騰や円安などが影響していると考えられます。
- 「売上高」「利益」「資金繰り」は、いずれの項目も前月から改善しています。

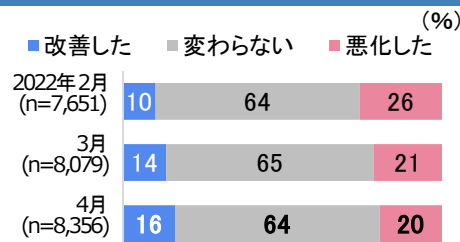
現在の業況

調査月	良い	普通	悪い	(%)	業況DI	前月差
2022年2月 (n=7,704)	10	56	35		▲25.1pt	▲2.5pt
3月 (n=8,136)	10	56	34		▲23.9pt	+1.2pt
4月 (n=8,465)	10	56	34		▲24.2pt	▲0.3pt

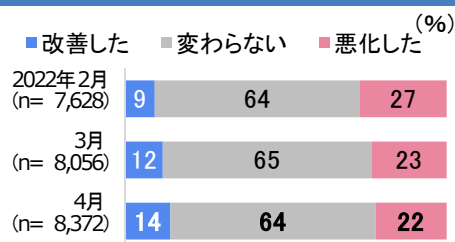
将来の見通し

調査月	良くなる	どちらともいえない	悪くなる	(%)	将来DI	前月差
2022年2月 (n=7,664)	14	74	12		2.1pt	▲0.7pt
3月 (n=8,131)	15	71	14		0.4pt	▲1.7pt
4月 (n=8,391)	14	72	15		▲1.5pt	▲1.9pt

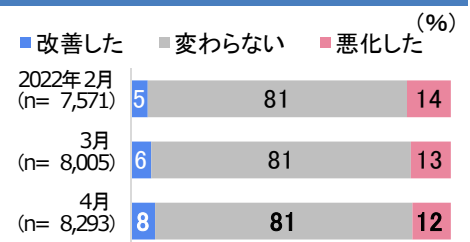
売上高



利益



資金繰り



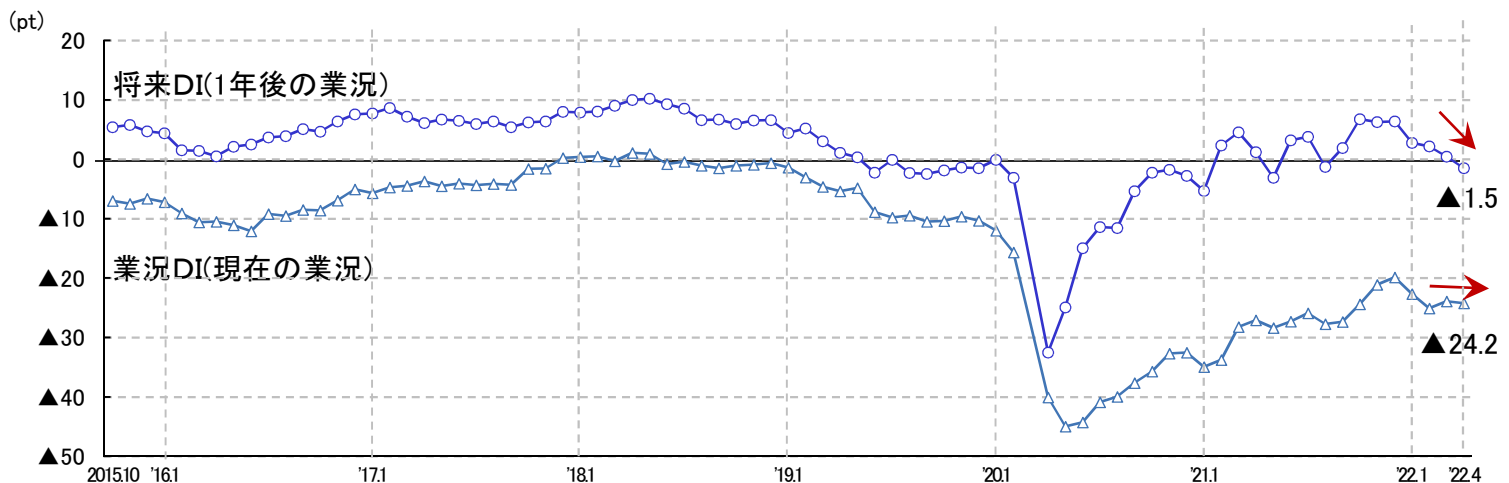
調査月	売上高DI	前月差
2022年2月	▲15.6pt	▲6.1pt
3月	▲7.9pt	+7.7pt
4月	▲3.2pt	+4.7pt

調査月	利益DI	前月差
2022年2月	▲17.8pt	▲5.6pt
3月	▲11.7pt	+6.1pt
4月	▲8.2pt	+3.5pt

調査月	資金繰りDI	前月差
2022年2月	▲8.4pt	▲2.8pt
3月	▲6.1pt	+2.3pt
4月	▲4.4pt	+1.7pt

DI (Diffusion Index) = 好転(増加・上昇・過剰等)の回答割合(%) - 悪化(減少・悪化・不足等)の回答割合(%)

【現在の業況と将来の見通し】



※2020年3月はコロナ禍の影響を踏まえ調査を中止。

(2)業種別 業況DI

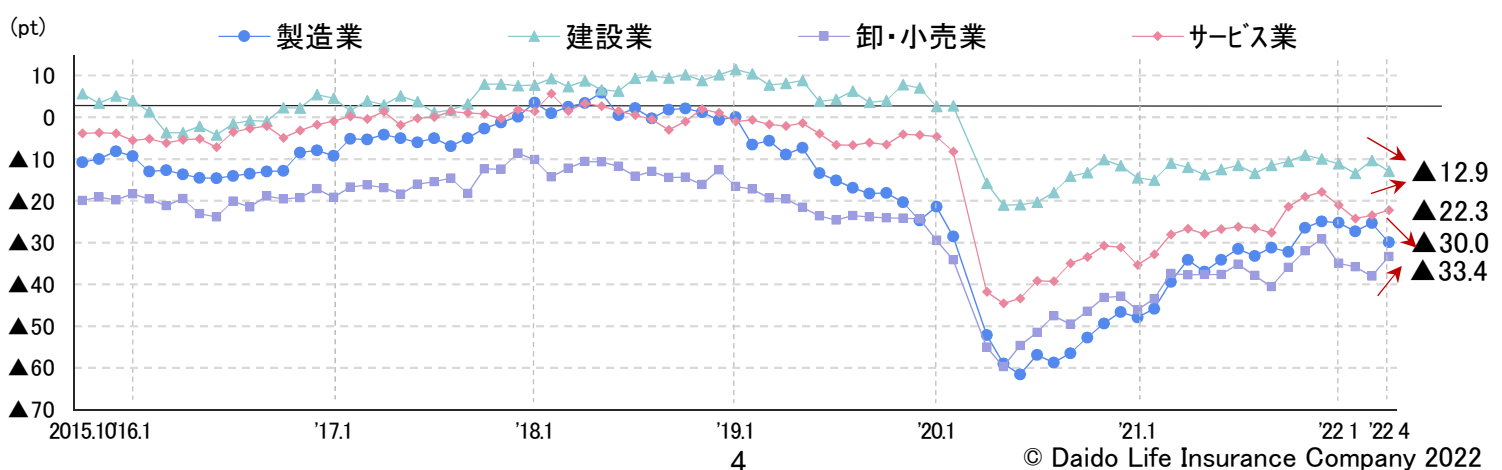
- 「宿泊・飲食サービス業」の業況DIが前月から大幅に改善（+19.1pt）しましたが、引き続き低値（▲49pt）となっています。

業種	回答件数	※上段:2022年 3月調査 下段:2022年 4月調査			業況DI (pt)	前月差 (pt)
		良い	普通	悪い (%)		
製造業	1,545	12	51	37	▲25.3	+ 2.0
	1,649	10	50	40	▲30.0	▲ 4.7
建設業	1,830	12	66	22	▲10.4	+ 3.0
	1,847	12	63	25	▲12.9	▲ 2.5
卸・小売業	1,792	7	48	45	▲38.1	▲ 2.2
	1,872	9	49	42	▲33.4	+ 4.7
卸売業	865	8	51	41	▲32.0	▲ 3.9
	861	11	52	38	▲26.9	+ 5.1
小売業	927	6	44	50	▲43.7	▲ 0.4
	1,011	7	47	46	▲38.9	+ 4.8
サービス業	2,664	9	59	32	▲23.5	+ 0.8
	2,781	10	58	32	▲22.3	+ 1.2
情報通信業	168	10	67	23	▲12.5	▲ 5.7
	146	19	57	24	▲ 4.8	+ 7.7
運輸業	297	8	49	44	▲36.0	▲ 0.9
	311	7	44	49	▲42.4	▲ 6.4
不動産・物品賃貸業	478	9	73	18	▲ 8.6	+ 0.4
	485	7	74	20	▲13.2	▲ 4.6
宿泊・飲食サービス業	235	5	22	73	▲68.1	▲ 3.2
	261	6	39	55	▲49.0	+ 19.1
医療・福祉業	208	9	63	28	▲19.7	+ 3.3
	195	11	64	25	▲14.4	+ 5.3
教育・学習支援業	48	10	65	25	▲14.6	▲ 1.1
	65	12	60	28	▲15.4	▲ 0.8
生活関連サービス業、 娯楽業	255	8	55	37	▲29.4	+ 1.1
	280	10	50	40	▲29.6	▲ 0.2
学術研究、専門・技術 サービス業	245	9	65	25	▲15.9	▲ 2.1
	297	14	63	23	▲ 8.4	+ 7.5
その他サービス業	730	10	61	29	▲18.5	+ 4.8
	741	10	61	29	▲19.2	▲ 0.7

「良い」全国平均(2022年4月調査)
10%

「悪い」全国平均(2022年4月調査)
34%

【業況DI（業種別）の推移】

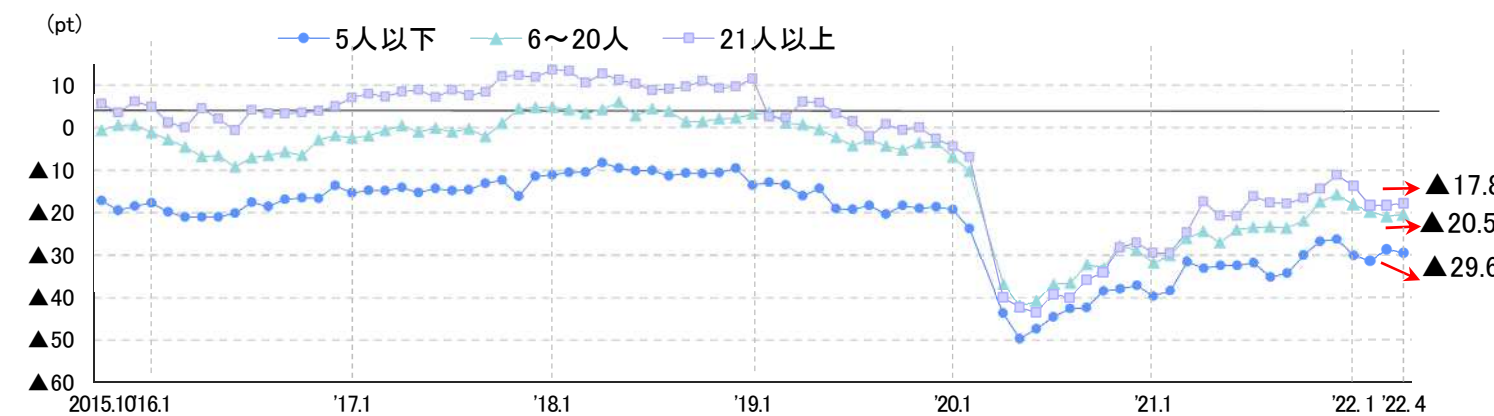


(3) 従業員規模別 業況DI

・従業員数5人以下の企業で業況DIが悪化（前月差▲0.9pt）しました。

従業員規模	回答件数	※上段:2022年 3月調査 下段:2022年 4月調査			業況DI (pt)	前月差 (pt)
		良い	普通	悪い (%)		
5人以下	3,717	8	55	37	▲28.7	+2.8
	3,949	8	54	38	▲29.6	▲0.9
6～20人	2,770	10	59	31	▲20.8	▲1.0
	2,803	11	58	32	▲20.5	+0.4
21人以上	1,554	13	55	32	▲18.3	+0.1
	1,608	13	56	31	▲17.8	+0.5

【業況DI (従業員規模別)の推移】

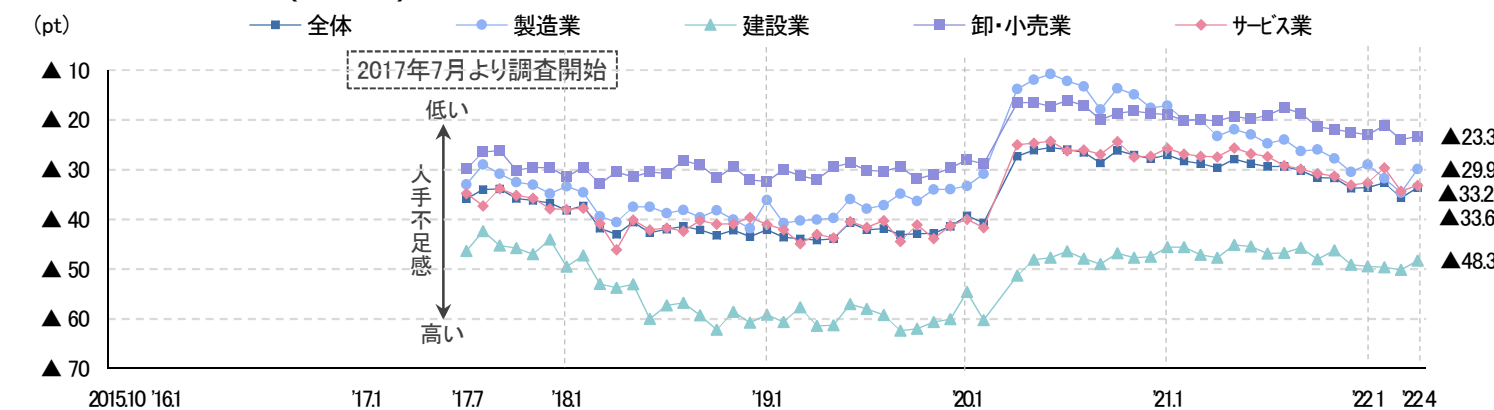


(4) 従業員過不足DI

・従業員過不足DIは▲33.6pt（前月差+2.1pt）となりました。
依然としてすべての業種で人手不足の状況が継続しています。

業種	回答件数	※上段:2022年 3月調査 下段:2022年 4月調査			従業員 過不足DI (pt)	前月差 (pt)
		過多	充足	不足 (%)		
全体	8,473	2	60	38	▲35.7	▲3.0
	8,400	2	63	35	▲33.6	+2.1
製造業	1,622	3	59	38	▲34.6	▲2.8
	1,629	3	65	33	▲29.9	+4.7
建設業	1,906	1	48	51	▲50.2	▲0.6
	1,837	1	50	49	▲48.3	+1.9
卸・小売業	1,860	3	71	27	▲24.0	▲2.9
	1,852	2	73	25	▲23.3	+0.7
サービス業	2,765	2	62	36	▲34.4	▲4.7
	2,766	2	63	35	▲33.2	+1.2

【従業員過不足DI (業種別)の推移】



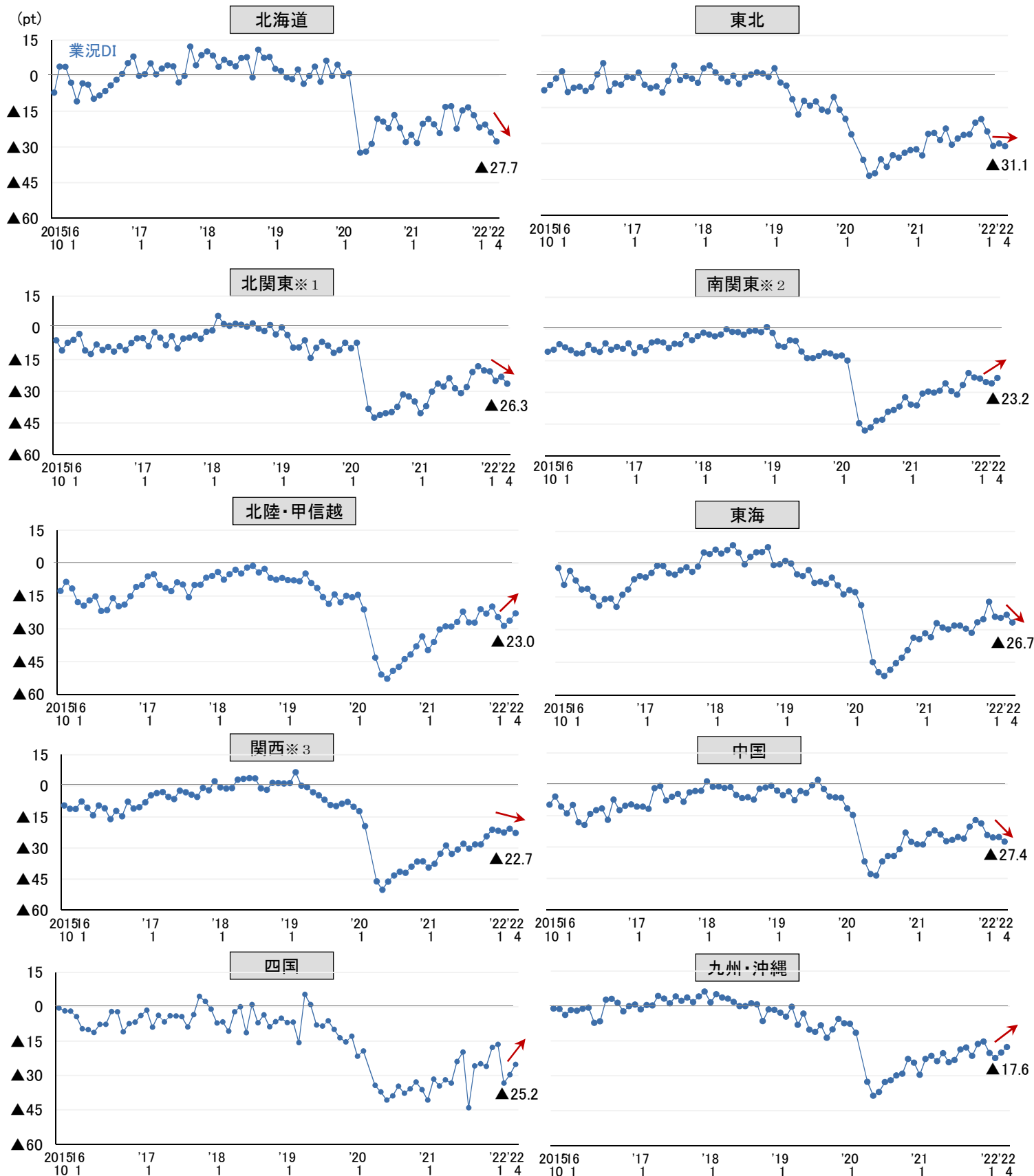
(5) 地域別 業況DI

「南関東」「北陸・甲信越」「四国」「九州・沖縄」で改善がみられました。

<全国平均の業況DI推移(直近6ヵ月)>

(単位:pt)

	11月	12月	1月	2月	3月	4月
業況DI	▲21.1	▲19.9	▲22.6	▲25.1	▲23.9	▲24.2



※1：北関東 = 茨城・栃木・群馬・埼玉

※2：南関東 = 千葉・東京・神奈川

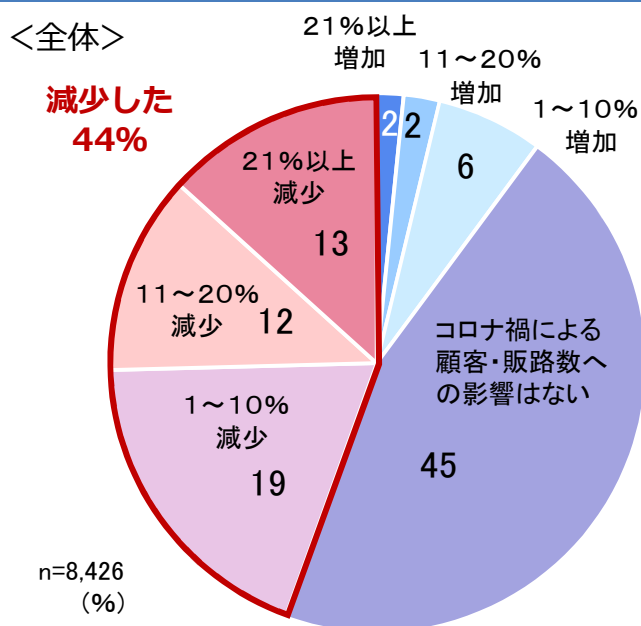
※3：関西 = 滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山

Ⅱ. 新規顧客・販路の開拓

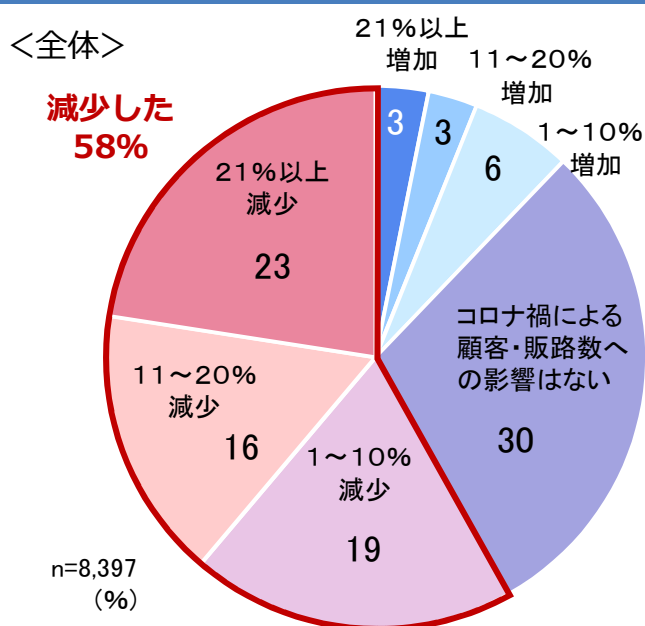
Q1 コロナ禍前（2020年3月以前）との比較

- ・コロナ禍前と比べ「顧客数が減少した」と回答した企業は44%、「売上が減少した」と回答した企業は58%となりました。
- ・業種別にみると、「宿泊・飲食サービス業」で「顧客数の減少」が82%、「売上の減少」が85%と、他業種に比べて高くなっています。

① 顧客数の増減



② 売上の増減



＜業種別＞

(%)

	回答 件数	
製造業	1,645	29 50 17 11 9
建設業	1,854	24 60 16 9 8
卸・小売業	1,837	27 34 24 15 17
卸売業	838	238 42 23 12 10
小売業	999	15 27 24 18 22
サービス業	2,770	237 40 19 13 17
情報通信業	153	556 51 15 11 7
運輸業	312	08 44 22 11 13
不動産・物品賃貸業	481	233 48 20 11 13
宿泊・飲食サービス業	256	13410 1217 53
医療・福祉業	190	335 35 25 17 12
教育・学習支援業	58	7017 26 21 17 12
生活関連サービス業、 娯楽業	284	138 27 24 16 21
学術研究、 専門・技術サービス業	299	139 55 15 6 11
その他サービス業	737	237 41 20 13 14

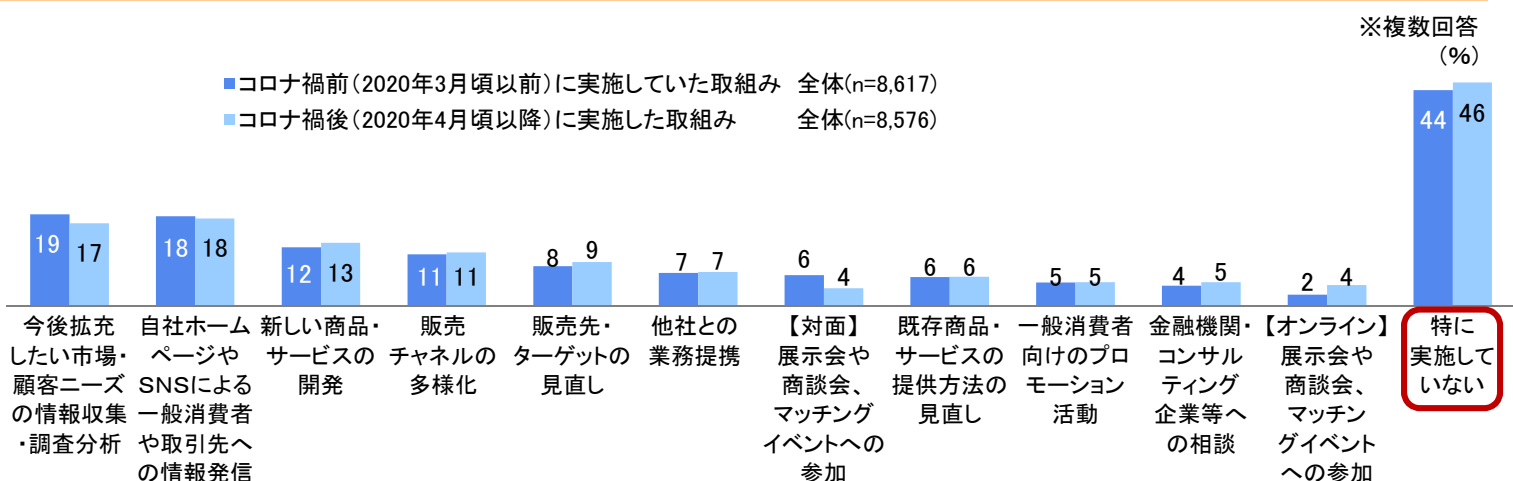
＜業種別＞

(%)

	回答 件数							
製造業	1,644	43	7	23	18	18	26	
建設業	1,852	22	5	42	18	14	17	
卸・小売業	1,831	34	7	21	21	18	26	
卸売業	838	5	5	9	21	21	18	21
小売業	993	13	6	22	21	18	30	
サービス業	2,750	33	6	30	20	15	23	
情報通信業	155	7	5	8	33	13	17	17
運輸業	313	32	6	23	27	21	19	
不動産・物品賃貸業	480	32	4	43	21	12	16	
宿泊・飲食サービス業	253	32	3	8	10	15	60	
医療・福祉業	185	23	8	31	22	17	17	
教育・学習支援業	58	5	3	19	22	19	16	16
生活関連サービス業、 娯楽業	280	33	5	22	24	17	26	
学術研究、 専門・技術サービス業	301	24	7	41	17	10	19	
その他サービス業	725	43	6	31	18	17	21	

Q2 「新規顧客・販路の開拓」のために実施した取組み（コロナ禍前後の比較）

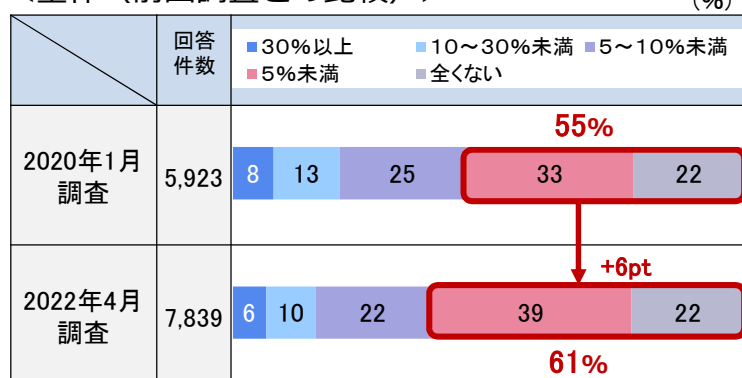
- 5割弱の企業が「特に実施していない」と回答。「新規顧客・販路の開拓」に取り組んだ企業でも、コロナ禍前後で取組内容に大きな違いはみられませんでした。



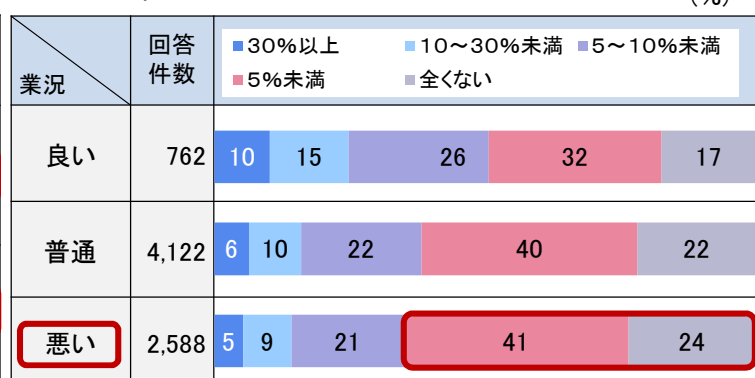
Q3 過去1年間の売上に占める新規顧客・販路の割合

- 過去1年間の売上に占める「新規顧客の割合が5%未満」と回答した企業は全体の61%と、前回調査（2020年1月）から増加（+6pt）しました。
- 自社の業況が「悪い」と回答した企業では、その割合が65%となっています。

<全体（前回調査との比較）>



<自社の業況と新規顧客・販路の割合>

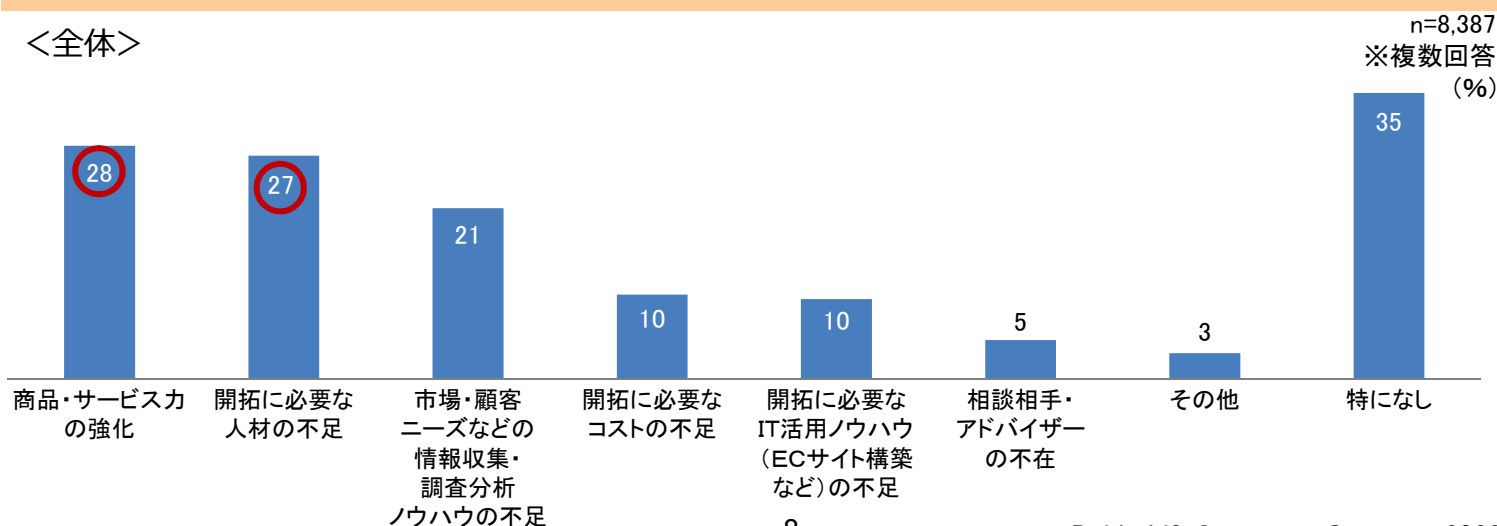


65%

Q4 「新規顧客・販路の開拓」にあたっての課題

- 「商品・サービス力の強化（28%）」が最も多く、次いで「開拓に必要な人材の不足（27%）」となりました。

<全体>

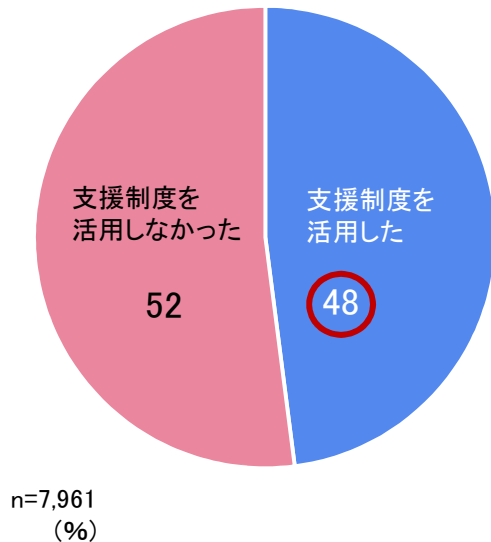


Q5 行政支援の活用状況

- 過去1年間に「行政の支援制度」を活用した企業の割合は、48%となりました。業種別では「宿泊・飲食サービス業」で79%と、最も多い回答となりました。
- また、実際に活用した制度は「国による補助金」が70%と最も多い回答となりました。

① 行政支援の活用状況(過去1年間)

<全体>



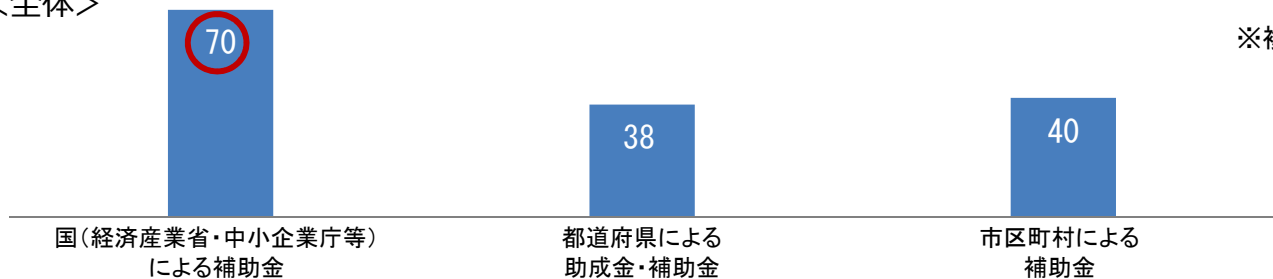
<業種別>

	回答件数	(%)	
製造業	1,573	55	45
建設業	1,754	48	52
卸・小売業	1,729	46	54
卸売業	798	43	57
小売業	931	49	51
サービス業	2,612	46	54
情報通信業	143	39	61
運輸業	295	43	57
不動産・物品賃貸業	456	33	67
宿泊・飲食サービス業	233	79	21
医療・福祉業	179	48	52
教育・学習支援業	58	50	50
生活関連サービス業、娯楽業	260	48	52
学術研究、専門・技術サービス業	283	42	58
その他サービス業	705	44	56

② 実際に活用した行政支援(過去1年間) ※Q5①で「支援制度を活用した」と回答した方

<全体>

n=3,707
※複数回答
(%)



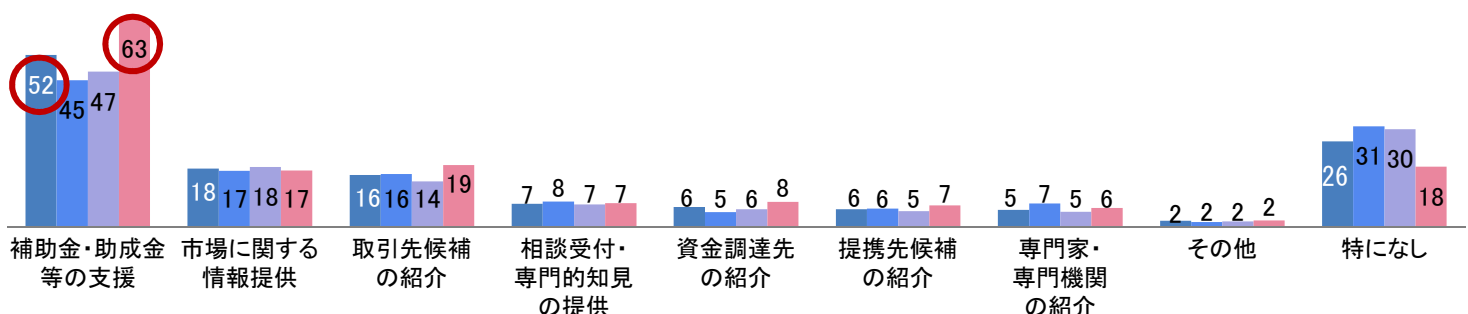
Q6 今後期待する支援(行政以外からの支援を含む)

- 「補助金・助成金等の支援」が52%と最も多い回答となりました。
- 自社の業況が「悪い」と回答した企業ほど、資金面での支援ニーズが高い状況となっています。

<自社の業況>

※複数回答
(%)

■ 全体(n=8,079) ■ 良い(n=766) ■ 普通(n=4,212) ■ 悪い(n=2,670)

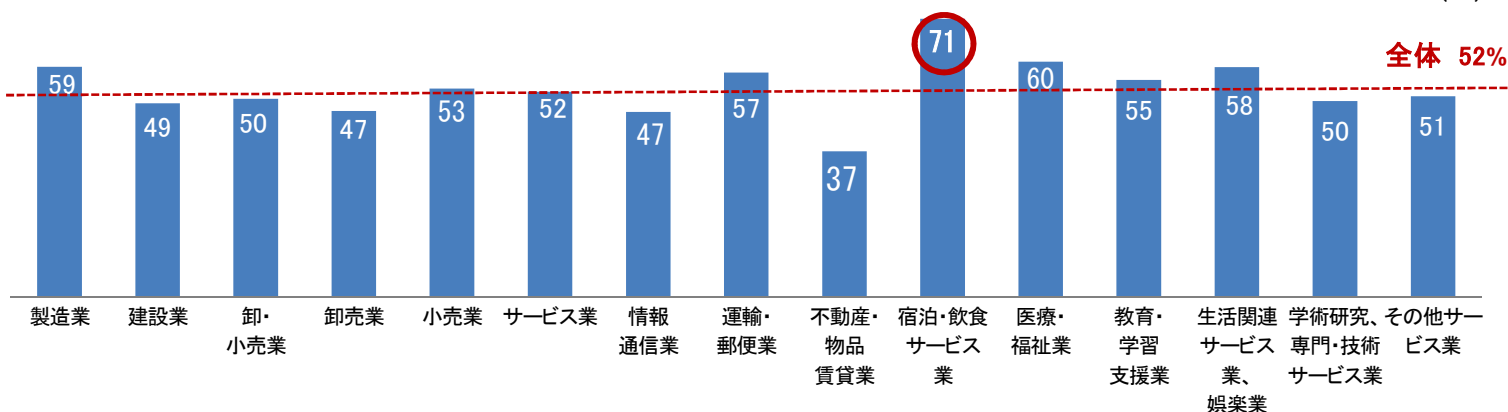


（今後期待する支援／つづき）

- ・「補助金・助成金等の支援を期待する」と回答した企業を業種別にみると、「宿泊・飲食サービス業」が最も多く、71%となりました。
- ・「過去1年間に支援を活用した」と回答した企業の65%が、引き続き「補助金・助成金等の支援」を求めています。

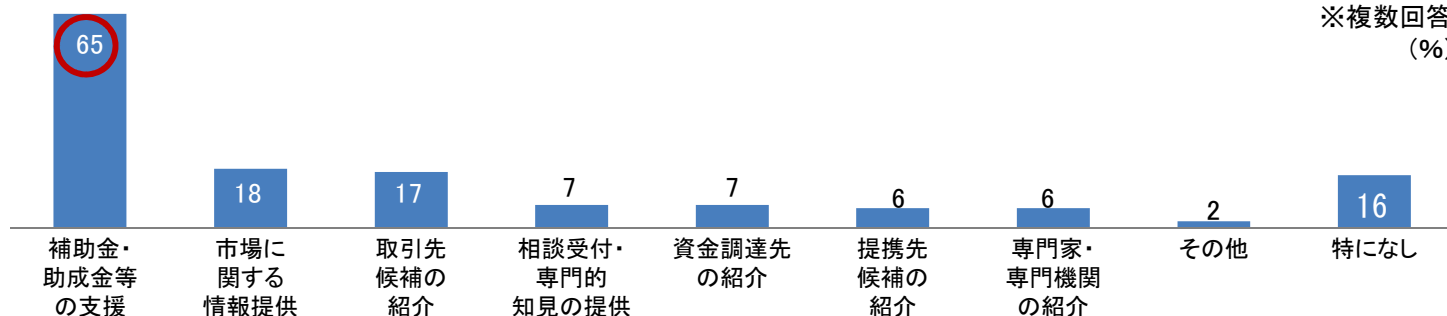
<補助金・助成金等の支援を期待する割合（業種別）>

n=4,215
(%)



<今後期待する支援> ※ Q5④で「支援制度を活用した」と回答した方

n=3,818
※複数回答
(%)



Pick Up! 経営者の声 >>> 「新規顧客・販路の開拓」を行ううえでの工夫や苦労など

<工夫>

- ・アプリや銀行など、複数のビジネスマッチングサービスを活用しながら、新たな顧客・販路を開拓している（東北/サービス業）
- ・イベント開催時のキッチンカーのレンタルを増やすため、新たな協会を立ち上げた（北関東/サービス業）
- ・商工会の相談窓口を通じて、各種支援を受けることができた（東海/製造業）
- ・他業種の方との情報交換が新しい事業のヒントになった（関西/卸・小売業）
- ・冷凍自動販売機を通じた販路拡大計画を策定した（関西/サービス業）
- ・中間業者に委託することで、手数料はかかるが、新規顧客の獲得、売上アップにつながった（中国/製造業）

<苦労>

- ・コロナが収束しインバウンドが戻らなければ、大型民間物件やホテルの建設は期待できない（北海道/建設業）
- ・コロナ禍やウクライナ情勢の影響で物品が不足したため、自社製品を完成できない（北関東/製造業）
- ・自社HPで社員のブログを始めたが、発信力不足で苦戦し、専門家にリニューアルを依頼（北関東/建設業）
- ・製造工程の一部となる業態のため、もともと単独で自社技術を売ることが難しい（関西/製造業）
- ・新たな顧客や販路を開拓したいが、人材不足で手が回らない（関西/建設業）

<その他>

- ・大胆な発想で価値観やセールスポイント等を切り替えることも必要（北海道/卸・小売業）
- ・ネットビジネスは専門的な知識が必要なので、対応できる人材の確保が重要（北関東/卸・小売業）

【DIの推移】

<全体>

(単位:pt)

		業況DI	将来DI	従業員過不足 D I
2019年	1月	▲ 1.4	4.4	▲42.1
	2月	▲ 3.0	5.2	▲43.6
	3月	▲ 4.6	3.0	▲43.9
	4月	▲ 5.4	1.1	▲44.2
	5月	▲ 4.9	0.4	▲44.0
	6月	▲ 8.9	▲ 2.2	▲40.7
	7月	▲ 9.8	▲ 0.1	▲42.1
	8月	▲ 9.5	▲ 2.3	▲41.9
	9月	▲10.5	▲ 2.4	▲43.1
	10月	▲10.4	▲ 1.9	▲42.9
	11月	▲ 9.6	▲ 1.4	▲42.8
	12月	▲10.4	▲ 1.5	▲41.4
2020年	1月	▲12.0	▲ 0.1	▲39.3
	2月	▲15.7	▲ 3.1	▲40.7
	3月	—	—	—
	4月	▲40.1	▲32.5	▲27.3
	5月	▲45.0	▲24.9	▲26.1
	6月	▲44.3	▲14.9	▲25.6
	7月	▲40.9	▲11.4	▲26.0
	8月	▲40.0	▲11.6	▲26.5
	9月	▲37.7	▲ 5.4	▲28.7
	10月	▲35.7	▲ 2.3	▲26.2
	11月	▲32.7	▲ 1.8	▲27.1
	12月	▲32.5	▲ 2.8	▲27.8
2021年	1月	▲35.0	▲ 5.3	▲27.0
	2月	▲33.7	2.3	▲28.3
	3月	▲28.2	4.5	▲28.8
	4月	▲27.1	1.2	▲29.6
	5月	▲28.4	▲ 3.1	▲27.9
	6月	▲27.3	3.2	▲28.8
	7月	▲25.9	3.8	▲29.4
	8月	▲27.7	▲ 1.3	▲29.4
	9月	▲27.4	1.9	▲30.2
	10月	▲24.4	6.7	▲31.6
	11月	▲21.1	6.3	▲31.7
	12月	▲19.9	6.4	▲33.7
2022年	1月	▲22.6	2.8	▲33.6
	2月	▲25.1	2.1	▲32.7
	3月	▲23.9	0.4	▲35.7
	4月	▲24.2	▲ 1.5	▲33.6

<業種別 D I (直近6カ月)>

(単位:pt)

	業種	製造業	建設業	卸・小売業	サービス業
業況DI	11月	▲26.5	▲9.1	▲32.0	▲19.1
	12月	▲24.9	▲10.0	▲29.2	▲17.9
	1月	▲25.3	▲11.2	▲35.0	▲21.1
	2月	▲27.3	▲13.4	▲35.9	▲24.3
	3月	▲25.3	▲10.4	▲38.1	▲23.5
	4月	▲30.0	▲12.9	▲33.4	▲22.3
従業員過不足 D I	11月	▲27.7	▲46.2	▲21.9	▲31.3
	12月	▲30.5	▲49.2	▲22.5	▲33.1
	1月	▲29.0	▲49.5	▲23.0	▲32.7
	2月	▲31.8	▲49.6	▲21.1	▲29.7
	3月	▲34.6	▲50.2	▲24.0	▲34.4
	4月	▲29.9	▲48.3	▲23.3	▲33.2

<従業員規模別 D I (直近6カ月)>

(単位:pt)

	従業員数	5人以下	6～20人	21人以上
業況DI	11月	▲26.8	▲17.5	▲14.4
	12月	▲26.3	▲15.8	▲11.1
	1月	▲30.1	▲17.9	▲13.8
	2月	▲31.5	▲19.8	▲18.4
	3月	▲28.7	▲20.8	▲18.3
	4月	▲29.6	▲20.5	▲17.8
従業員過不足 D I	11月	▲22.5	▲38.4	▲42.7
	12月	▲24.1	▲39.2	▲48.6
	1月	▲24.0	▲39.9	▲45.7
	2月	▲22.6	▲39.1	▲46.7
	3月	▲24.1	▲41.5	▲52.5
	4月	▲24.2	▲40.1	▲46.0

※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。

D I (Diffusion Index) = 好転(増加・上昇・過剰等)の回答割合(%)－ 悪化(減少・悪化・不足等)の回答割合(%)

<地域別 D I (直近6ヵ月)>

(単位:pt)

		北海道	東北	北関東	南関東	北陸・甲信越
業況DI	2021年11月	▲13.2	▲21.3	▲18.1	▲20.9	▲23.1
	12月	▲16.6	▲19.9	▲20.1	▲22.9	▲19.9
	1月	▲21.7	▲25.1	▲20.6	▲23.5	▲24.7
	2月	▲20.5	▲31.1	▲25.0	▲25.2	▲28.7
	3月	▲23.9	▲30.1	▲23.1	▲25.7	▲26.3
	4月	▲27.7	▲31.1	▲26.3	▲23.2	▲23.0
従業員過不足 D I	2021年11月	▲44.5	▲32.4	▲32.9	▲26.4	▲38.2
	12月	▲40.0	▲34.0	▲34.4	▲29.8	▲36.7
	1月	▲45.4	▲38.6	▲34.6	▲29.7	▲33.6
	2月	▲50.3	▲40.7	▲34.9	▲27.0	▲34.4
	3月	▲42.7	▲39.9	▲33.7	▲32.5	▲40.4
	4月	▲37.6	▲36.8	▲33.0	▲29.5	▲34.2

		東海	関西	中国	四国	九州・沖縄
業況DI	2021年11月	▲25.2	▲24.3	▲17.1	▲26.0	▲16.3
	12月	▲17.2	▲21.1	▲18.7	▲17.8	▲15.3
	1月	▲24.1	▲21.6	▲24.2	▲16.4	▲20.2
	2月	▲24.6	▲22.5	▲25.5	▲33.3	▲22.4
	3月	▲23.2	▲20.6	▲25.3	▲29.7	▲20.0
	4月	▲26.7	▲22.7	▲27.4	▲25.2	▲17.6
従業員過不足 D I	2021年11月	▲30.8	▲30.0	▲34.0	▲33.9	▲34.9
	12月	▲34.0	▲32.2	▲34.8	▲48.2	▲36.9
	1月	▲35.2	▲32.3	▲35.9	▲42.7	▲33.7
	2月	▲31.1	▲29.5	▲34.8	▲43.2	▲35.6
	3月	▲36.0	▲30.1	▲38.6	▲45.0	▲40.4
	4月	▲33.1	▲31.6	▲37.5	▲37.2	▲39.8

D I (Diffusion Index)

= 好転(増加・上昇・過剰等)の回答割合(%) - 悪化(減少・悪化・不足等)の回答割合(%)