

2022年8月25日

各位

大同生命保険株式会社
代表取締役社長 北原 睦朗

「健康経営」の認知度が向上、7割の企業で取組意向

～ 中小企業経営者アンケート「大同生命サーベイ」 2022年7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。

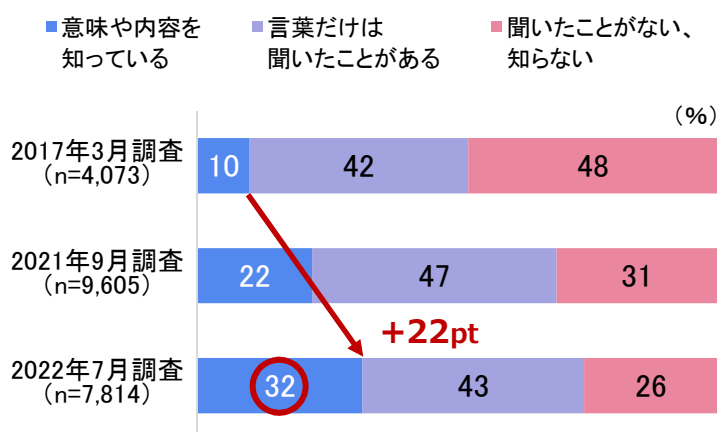
今般、「健康経営」について調査した2022年7月度レポートを公表します。

[調査企業数 8,215 社]

1. 健康経営の認知度

- 健康経営について、「意味や内容を知っている」が32%（2017年3月調査比+22pt、2021年9月調査比+10pt）と、認知度が高まっています。

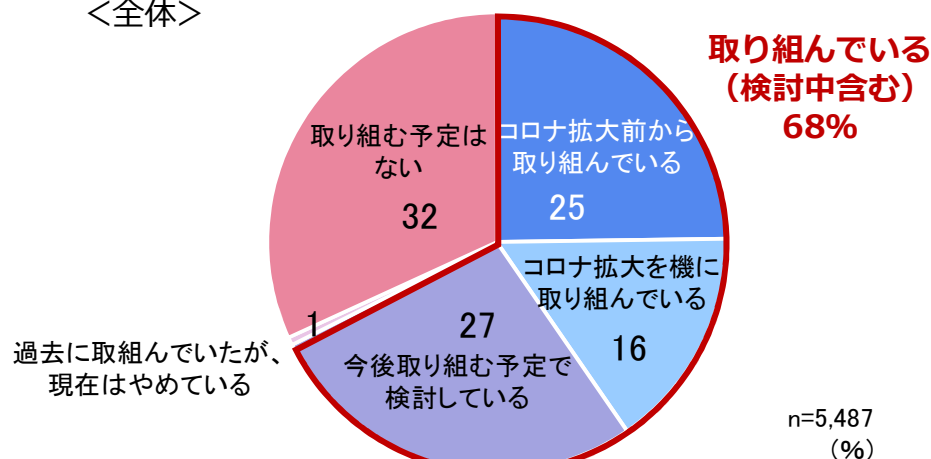
<全体>



2. 健康経営の取組み状況 ※①で「意味や内容を知っている」「言葉だけは聞いたことがある」と回答した方

- 健康経営を認知している企業の中で、「健康経営に取り組んでいる」または「取組みを検討している」は68%となりました。

<全体>

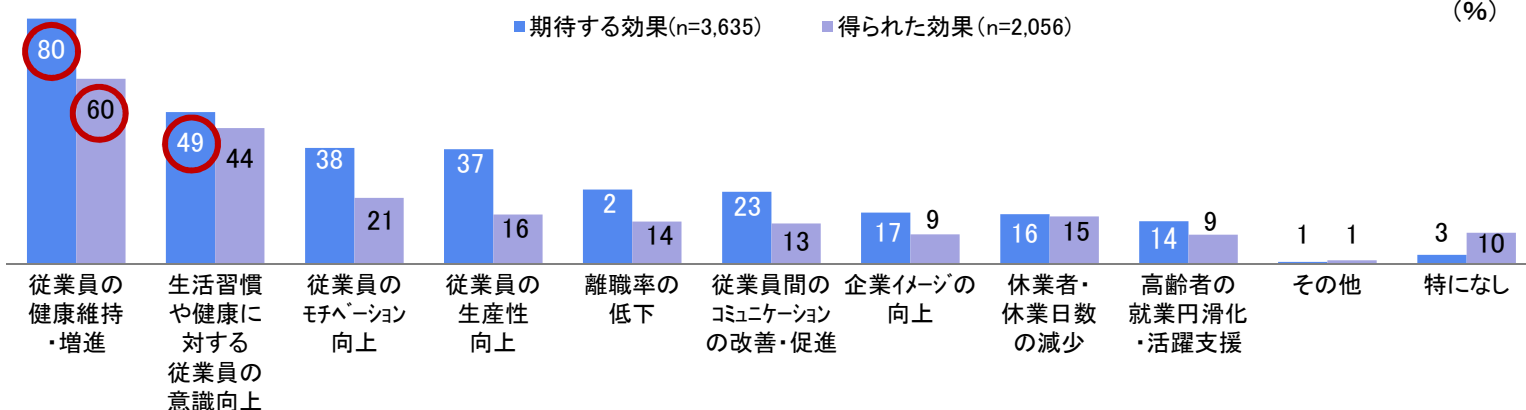


3. 健康経営に「期待する効果」と「実際に得られた効果」

- 健康経営に期待する効果は、「従業員の健康維持・増進」が80%と最も多く、次いで「生活習慣や健康に対する従業員の意識向上」が49%となりました。
- 実際に健康経営に取り組んだことで「従業員の健康維持・増進」につながったという回答が60%となっています。

<全体>

※複数回答
(%)



<調査概要>

- 調査期間 : 2022年7月1日～7月28日
- 調査対象 : 全国の企業経営者 8,215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] 健康経営

<参考：過去の個別テーマ（直近1年）>

2021年	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
	5月	資金繰りと今後の業績
	6月	企業を取り巻くリスクへの備え
	7月	健康経営【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7月度調査レポート

～「健康経営」の認知度が向上、7割の企業で取組意向～

■ 景況感

- ・「現在の業況」（業況DI）は▲21.9pt（前月差+0.4pt）と改善しましたが、「将来の見通し」（将来DI）は▲1.4pt（前月差▲1.8pt）と悪化しました。

■ 健康経営®（2022年7月度調査テーマ）

- ・健康経営について、「意味や内容を知っている」が32%（2017年3月調査比+22pt、2021年9月調査比+10pt）と、認知度が高まっています。
- ・健康経営を認知している企業の中で、「健康経営に取り組んでいる」または「取組みを検討している」は68%となりました。
- ・健康経営に期待する効果は、「従業員の健康維持・増進」が80%と最も多く、次いで「生活習慣や健康に対する従業員の意識向上」が49%となりました。
- ・実際に健康経営に取り組んだことで「従業員の健康維持・増進」につながったという回答が60%となっています。

※「健康経営®」は、NPO法人 健康経営研究会の登録商標です。

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7月1日～7月28日
・調査対象	：全国の企業経営者 8,215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] 健康経営

<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		8,215（100.0）	380	466	775	1,602	729	950	1,597	601	253	862
業種	製造業	1,552（18.9）	39	61	164	254	184	231	380	102	39	98
	建設業	1,869（22.8）	121	140	199	306	188	213	254	155	78	215
	卸・小売業	1,771（21.6）	80	95	141	334	129	200	391	130	62	209
	サービス業	2,694（32.8）	108	154	242	672	196	265	503	185	63	306
	その他	237（2.9）	20	11	23	32	24	28	43	20	8	28
	無回答	92（1.1）	12	5	6	4	8	13	26	9	3	6
従業員規模	5人以下	3,770（45.9）	162	205	388	821	292	430	731	267	100	374
	6～10人	1,551（18.9）	76	101	143	284	148	165	275	123	57	179
	11～20人	1,169（14.2）	46	65	96	222	110	132	234	83	38	143
	21人以上	1,573（19.1）	66	89	126	262	167	208	328	118	55	154
	無回答	152（1.9）	30	6	22	13	12	15	29	10	3	12

※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	788（9.6）	40歳未満	363（4.4）	男性	7,495（91.2）
10～30年未満	1,849（22.5）	40歳代	1,597（19.4）	女性	585（7.1）
30～50年未満	2,455（29.9）	50歳代	2,445（29.8）	無回答	72（1.7）
50～100年未満	2,523（30.7）	60歳代	2,033（24.7）		
100年以上	310（3.8）	70歳以上	1,500（18.3）		
無回答	290（3.5）	無回答	190（3.4）		

<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7月度調査のポイント

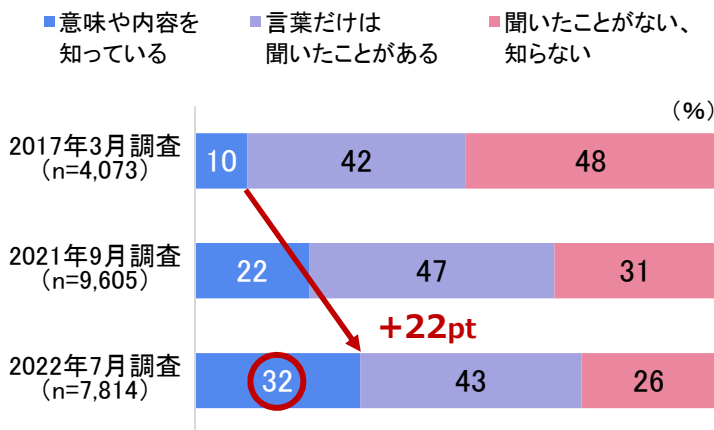
健康経営

労働人口の減少や高齢化により、従業員が健康で元気に働くことができる職場環境づくりの重要性が増しています。今回のアンケートでは「健康経営」について調査しました。

- 健康経営について、「意味や内容を知っている」が32%（2017年3月調査比+22pt、2021年9月調査比+10pt）と、認知度が高まっています。
- 健康経営を認知している企業の中で、「健康経営に取り組んでいる」または「取組みを検討している」は68%となりました。
- 健康経営に期待する効果は、「従業員の健康維持・増進」が80%と最も多く、次いで「生活習慣や健康に対する従業員の意識向上」が49%となりました。
- 実際に健康経営に取り組んだことで「従業員の健康維持・増進」につながったという回答が60%となっています。

① 健康経営の認知度

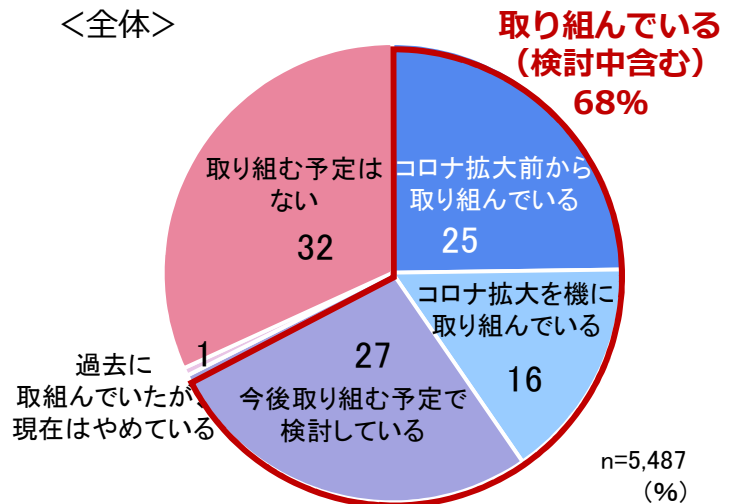
<全体>



② 健康経営の取組み状況

※①で「意味や内容を知っている」「言葉だけは聞いたことがある」と回答した方

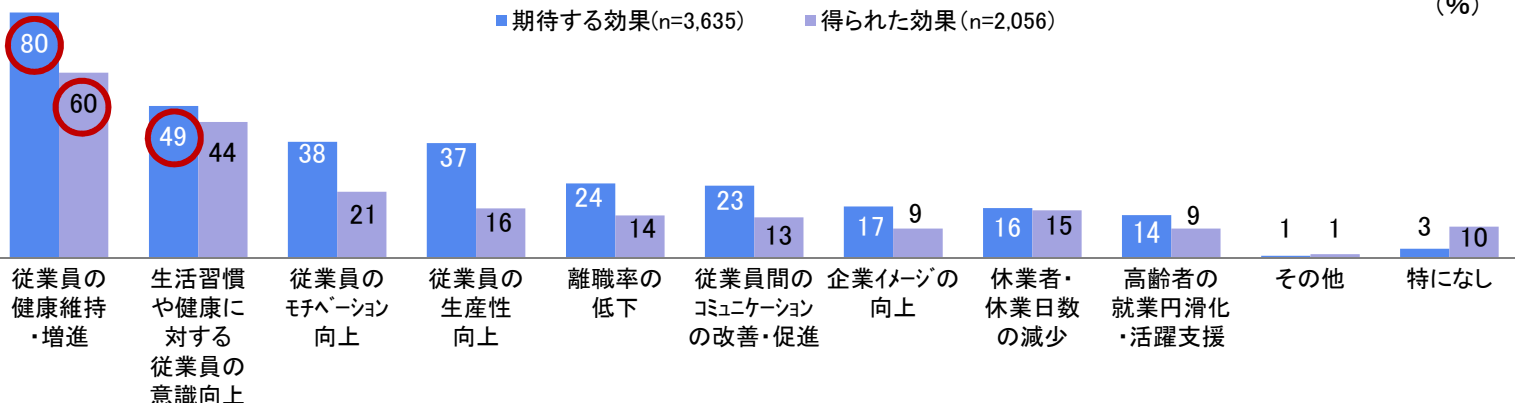
<全体>



③ 健康経営に期待する効果と実際に得られた効果

<全体>

※複数回答 (%)



I. 景況感

(1) 業況、将来の見通し、売上・利益・資金繰り

- 「現在の業況」(業況DI)は▲21.9pt(前月差+0.4pt)と改善しましたが、「将来の見通し」(将来DI)は▲1.4pt(前月差▲1.8pt)と悪化しました。
- 「売上高」「利益」「資金繰り」は、いずれ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5月 (n=7,690)	10 58 32	▲21.5pt	+2.7pt
6月 (n=8,485)	10 58 32	▲22.3pt	▲0.8pt
7月 (n=7,650)	10 58 32	▲21.9pt	+0.4pt

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5月 (n=7,646)	14 72 14	+0.4pt	+1.9pt
6月 (n=8,485)	14 72 14	+0.4pt	±0.0pt
7月 (n=7,630)	13 74 14	▲1.4pt	▲1.8pt

売上高

調査月	■ 改善した ■ 変わらない ■ 悪化した (%)
5月 (n=7,626)	14 65 22
6月 (n=8,442)	13 65 22
7月 (n=7,551)	14 67 19

利益

調査月	■ 改善した ■ 変わらない ■ 悪化した (%)
5月 (n=7,614)	12 65 24
6月 (n=8,404)	11 65 24
7月 (n=7,559)	11 67 22

資金繰り

調査月	■ 改善した ■ 変わらない ■ 悪化した (%)
5月 (n=7,558)	6 82 12
6月 (n=8,357)	6 80 13
7月 (n=7,502)	6 83 12

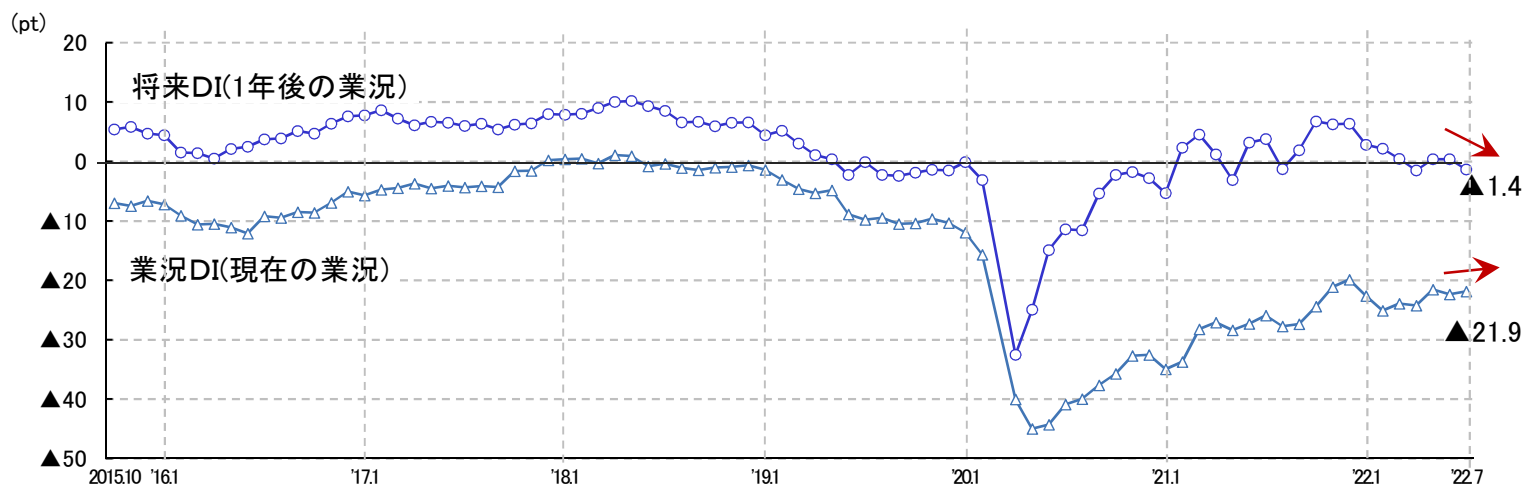
調査月	売上高DI	前月差
2022年 5月	▲ 8.1pt	▲ 4.9pt
6月	▲ 8.5pt	▲ 0.4pt
7月	▲ 5.2pt	+ 3.3pt

調査月	利益DI	前月差
2022年 5月	▲12.1pt	▲ 3.5pt
6月	▲13.2pt	▲ 1.1pt
7月	▲10.7pt	+ 2.5pt

調査月	資金繰りDI	前月差
2022年 5月	▲ 6.0pt	▲ 1.6pt
6月	▲ 6.9pt	▲ 1.0pt
7月	▲ 6.1pt	+ 0.8pt

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

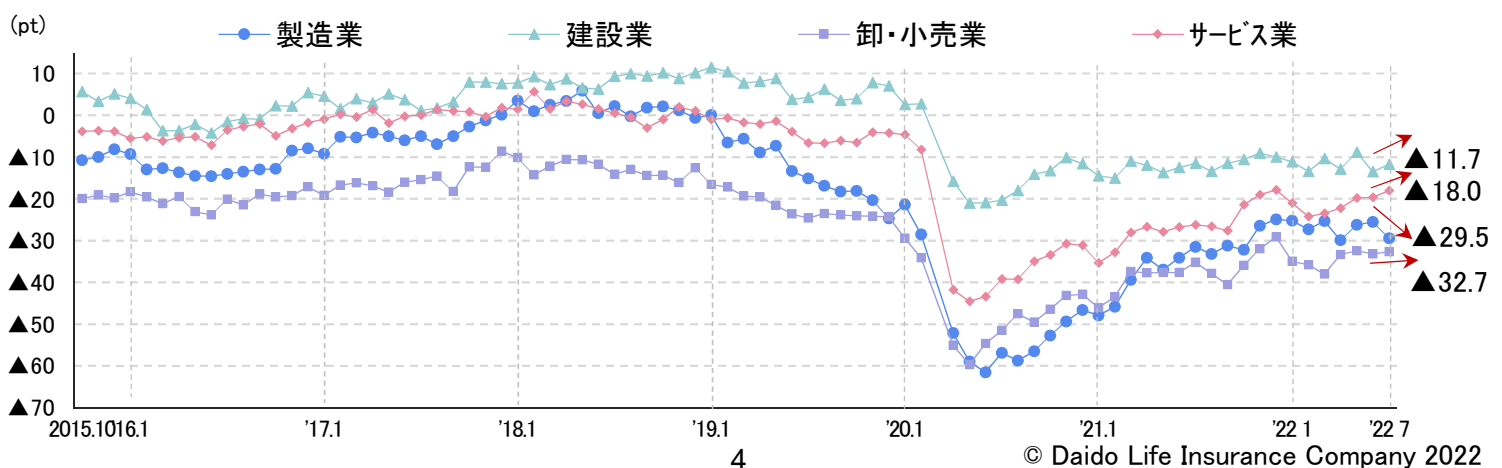
- サービス業（全体）では、5カ月連続で改善傾向が続いています。
その中でも、「運輸業」は前月から+7.9pt改善（▲34.7pt）しました。

業種	回答件数	※上段:2022年 6月調査 下段:2022年 7月調査			業況DI (pt)	前月差 (pt)
		■ 良い	■ 普通	■ 悪い (%)		
製造業	1,636	12	51	37	▲25.6	+ 0.7
	1,457	11	49	40	▲29.5	▲ 3.9
建設業	1,894	10	67	23	▲13.6	▲ 4.8
	1,738	11	67	22	▲11.7	+ 1.9
卸・小売業	1,842	8	52	41	▲33.2	▲ 0.7
	1,656	8	52	40	▲32.7	+ 0.5
卸売業	888	9	54	37	▲27.7	+ 1.5
	801	10	53	37	▲26.8	+ 0.9
小売業	954	6	50	44	▲38.4	▲ 3.1
	855	5	51	44	▲38.1	+ 0.3
サービス業	2,834	10	61	29	▲19.7	+ 0.1
	2,528	10	62	28	▲18.0	+ 1.7
情報通信業	149	17	63	20	▲ 2.0	+ 8.2
	138	15	64	20	▲ 5.1	▲ 3.1
運輸業	326	6	46	48	▲42.6	▲11.2
	248	6	52	41	▲34.7	+ 7.9
不動産・物品賃貸業	522	8	76	16	▲ 9.0	+ 1.6
	480	11	72	17	▲ 6.7	+ 2.3
宿泊・飲食サービス業	229	8	45	48	▲39.7	+ 8.2
	211	9	41	50	▲40.3	▲ 0.6
医療・福祉業	182	11	66	23	▲12.1	+ 3.2
	189	11	68	21	▲10.6	+ 1.5
教育・学習支援業	68	16	60	24	▲ 7.4	+10.0
	56	7	77	16	▲ 8.9	▲ 1.5
生活関連サービス業、 娯楽業	265	8	55	37	▲29.4	▲ 0.6
	235	9	55	37	▲28.1	+ 1.3
学術研究、専門・技術 サービス業	295	12	63	25	▲12.9	▲ 7.8
	249	14	63	22	▲ 7.6	+ 5.3
その他サービス業	798	11	62	27	▲16.8	+ 1.2
	722	10	62	28	▲18.8	▲ 2.0

「良い」全国平均(2022年7月調査)
10%

「悪い」全国平均(2022年7月調査)
32%

【業況DI（業種別）の推移】

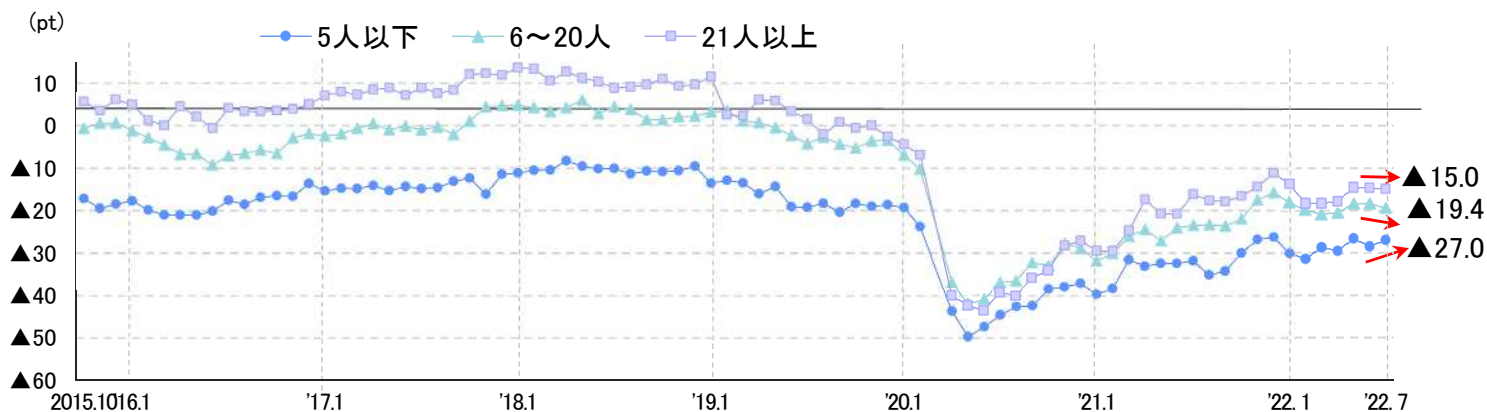


(3) 従業員規模別 業況DI

- 従業員数が5人以下の企業で改善（前月差+1.5pt）しました。

従業員規模	回答件数	※上段:2022年 6月調査 下段:2022年 7月調査	良い 普通 悪い (%)	業況DI (pt)	前月差 (pt)
5人以下	3,893	8	56	36	▲28.5 ▲1.9
	3,521	8	57	35	▲27.0 +1.5
6～20人	2,909	10	61	29	▲18.4 ±0.0
	2,545	11	59	30	▲19.4 ▲1.0
21人以上	1,616	14	58	28	▲14.7 ▲0.1
	1,486	13	59	28	▲15.0 ▲0.3

【業況DI (従業員規模別)の推移】

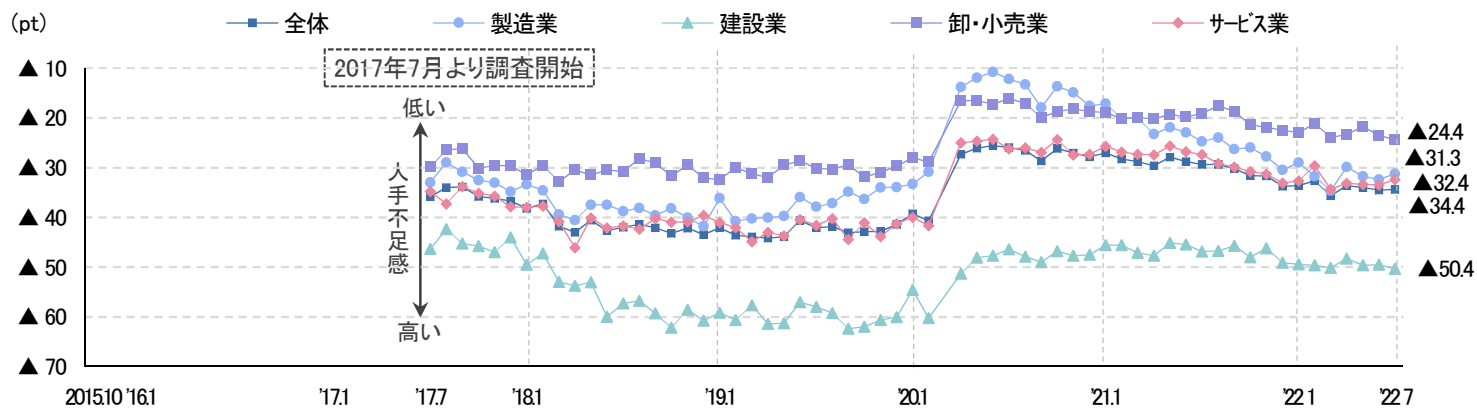


(4) 従業員過不足DI

- 従業員過不足DIは▲34.4pt（前月差+0.2pt）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 6月調査 下段:2022年 7月調査	過多 充足 不足 (%)	従業員過不足DI (pt)	前月差 (pt)
全体	8,459	2	62	36	▲34.6 ▲0.6
	7,615	2	62	36	▲34.4 +0.2
製造業	1,621	3	62	35	▲32.4 ▲0.7
	1,449	2	64	34	▲31.3 +1.1
建設業	1,889	1	49	50	▲49.6 ±0.0
	1,721	1	48	51	▲50.4 ▲0.8
卸・小売業	1,840	3	71	26	▲23.5 ▲1.7
	1,650	2	72	26	▲24.4 ▲0.9
サービス業	2,833	2	63	35	▲33.5 ▲0.1
	2,529	2	64	34	▲32.4 +1.1

【従業員過不足DI (業種別)の推移】



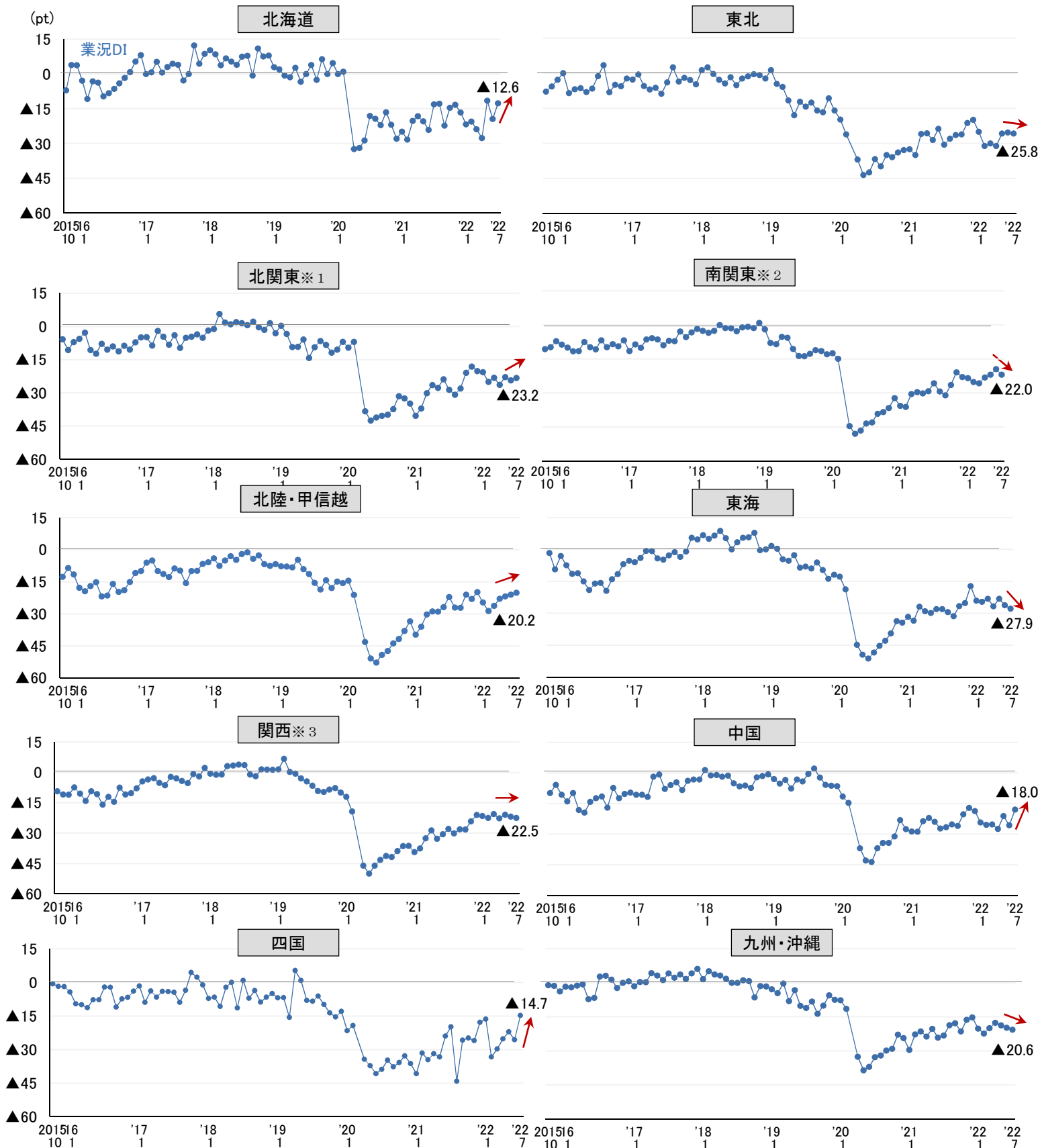
(5) 地域別 業況DI

- 「四国」で10.9pt改善しました。また、「北陸・甲信越」は5カ月連続で改善しています。

<全国平均の業況DI推移(直近6ヵ月)>

(単位:pt)

	2月	3月	4月	5月	6月	7月
業況DI	▲25.1	▲23.9	▲24.2	▲21.5	▲22.3	▲21.9



※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

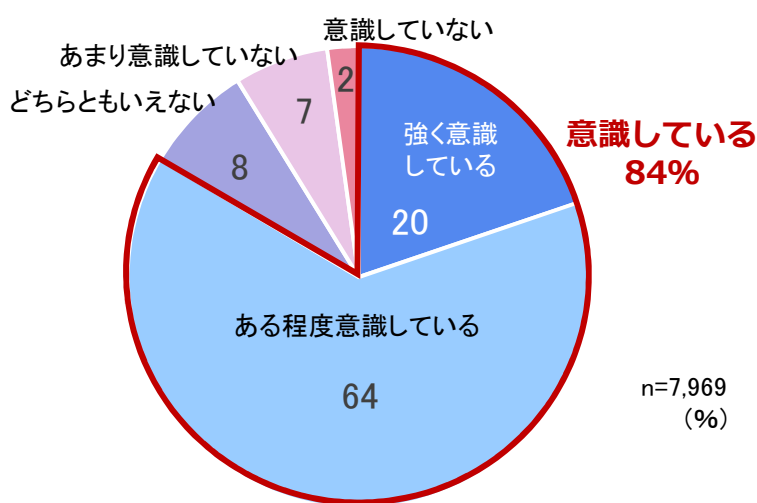
Ⅱ. 健康経営

Q1 経営者自身の健康に対する意識と行動

- ・ 中小企業経営者の84%が、自身の健康について「意識している」と回答しました。また、経営者の年齢が高いほど、その傾向が高くなります。
- ・ 健康維持・増進を目的とした取組みとして、「健康診断の受診」が72%と最も多く、次いで「規則正しい生活」が38%、「十分な睡眠」が37%となりました。

① 経営者自身の健康に対する意識

<全体>

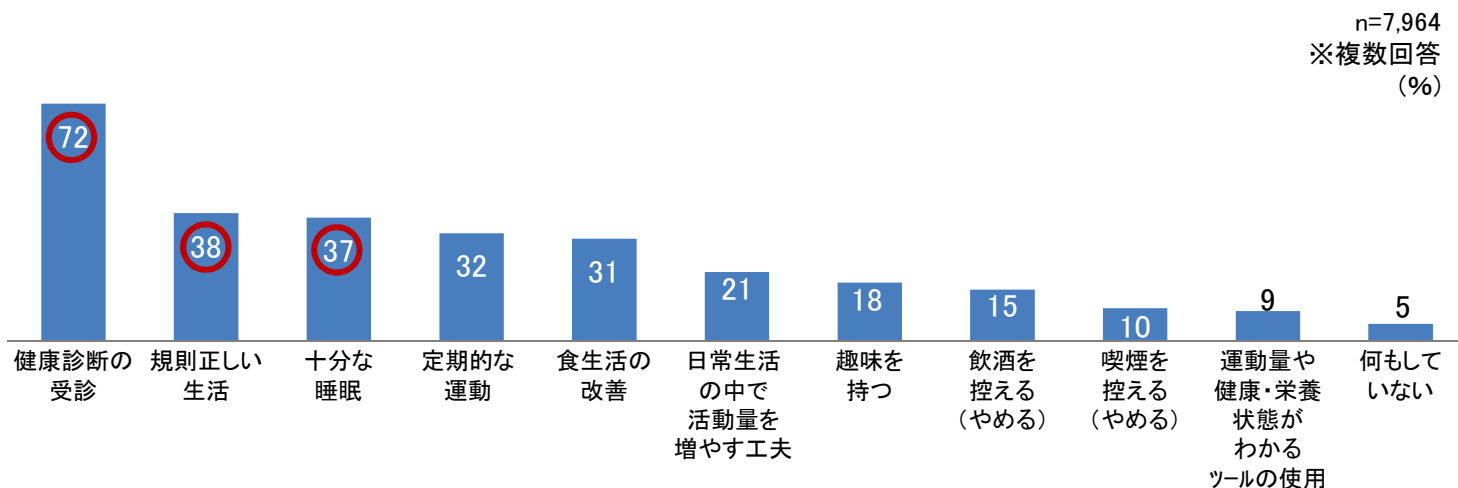


<経営者の年齢別>

		(%)			
	回答件数	強く意識している	ある程度意識している	どちらともいえない	意識していない
49歳以下	1,906	17	64	9	8
50歳代	2,388	18	65	7	7
60歳代	1,980	22	66	6	5
70歳以上	1,449	24	60	7	6

② 経営者自身が健康維持・増進を目的に行っている取組み

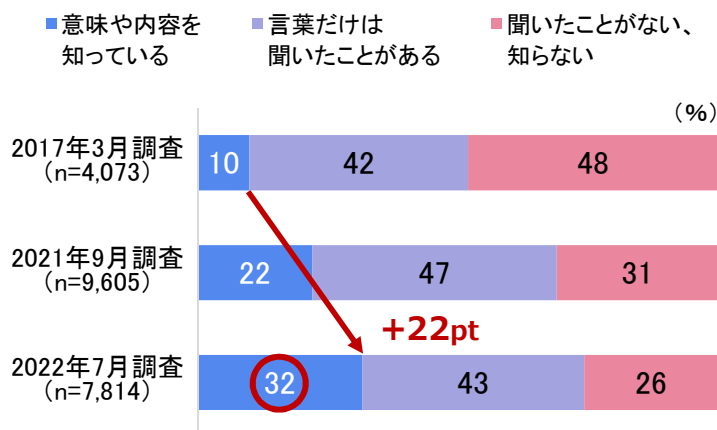
<全体>



Q2 健康経営の認知度

- 健康経営について、「意味や内容を知っている」が32%（2017年3月調査比+22pt、2021年9月調査比+10pt）と、認知度が高まっています。
- また、経営者が自身の健康を意識している企業ほど、認知度が高くなっています。

<全体>



<経営者自身の健康に対する意識別>

	回答件数	意味や内容を知っている (%)	言葉だけは聞いたことがある (%)	聞いたことがない、知らない (%)
強く意識している	1,539	44	33	23
ある程度意識している	4,975	32	45	23
どちらともいえない	583	17	51	32
あまり意識していない	507	13	46	41
意識していない	161	14	27	59

※「健康経営」とは？

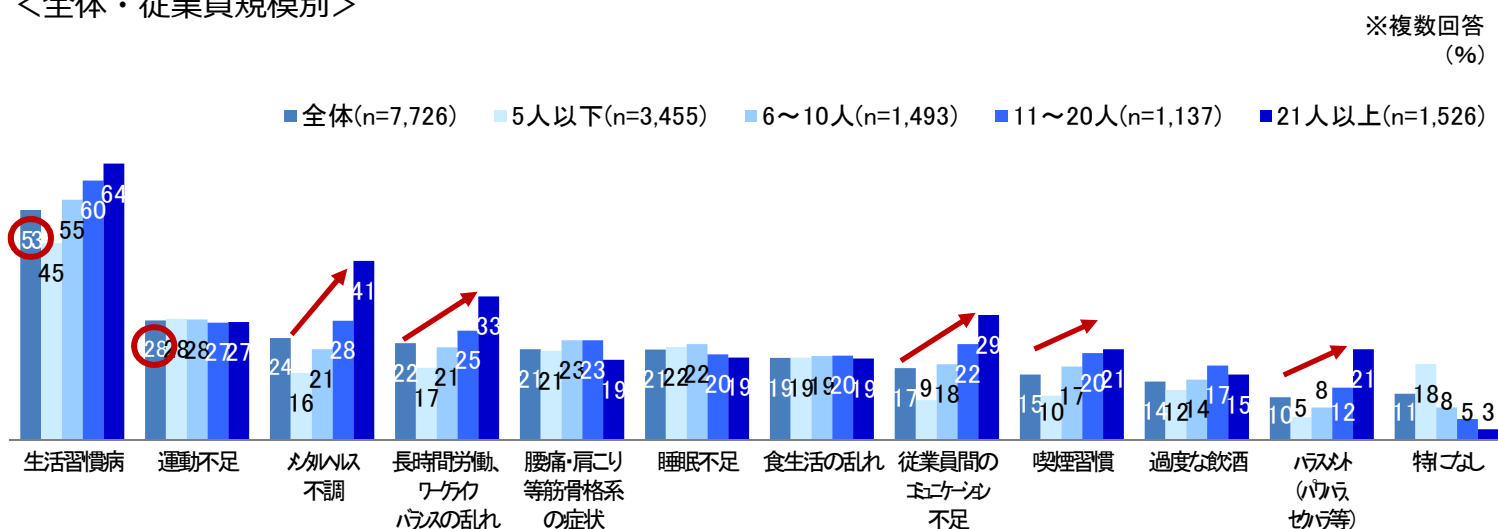
従業員等の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践することです。企業理念に基づき、従業員等への健康投資を行うことは、従業員の活力向上や生産性の向上等の組織の活性化をもたらし、結果的に業績向上や株価向上につながると期待されます。

(出所) 経済産業省HP: https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/kenko_keiei.html

Q3 経営者が課題と考える「従業員の健康上の問題」

- 経営者が課題と考える「従業員の健康上の問題」は、「生活習慣病」が53%と最も多く、次いで「運動不足」が28%となりました。
- 従業員数が多い企業ほど、「メンタルヘルス不調」「長時間労働、ワークライフバランスの乱れ」「従業員間のコミュニケーション不足」「喫煙習慣」「ハラスメント」を課題と考える割合が高くなっています。

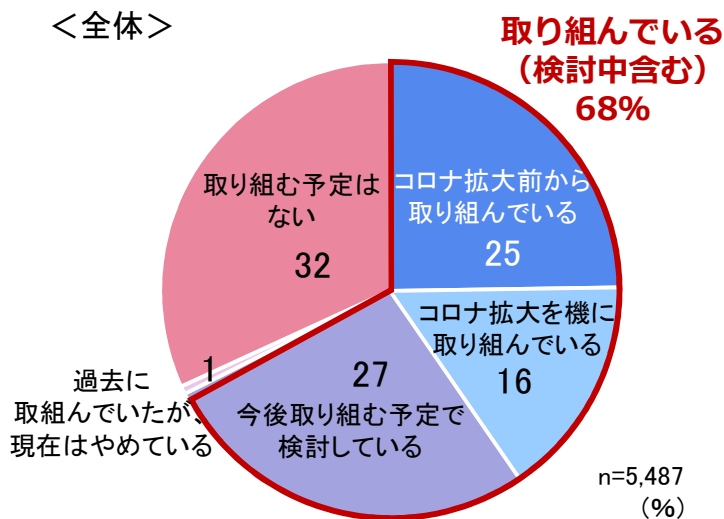
<全体・従業員規模別>



Q4 健康経営の取組み状況 ※Q2で「意味や内容を知っている」「言葉だけは聞いたことがある」と回答した方

- 健康経営を認知している企業の中で、「健康経営に取り組んでいる」または「取組みを検討している」は68%となりました。
- また、従業員数が多い企業ほど、健康経営の取組意向も高くなっています。

<全体>



<従業員規模別>

業況	回答件数	(%)				
		■コロナ拡大前から取り組んでいる	■コロナ拡大を機に取り組んでいる	■今後取り組む予定で、検討している	■過去に取り組んでいたが、現在はやめている	■取り組む予定はない
5人以下	2,167	20	15	22	1	42
6～10人	1,057	21	16	30	1	32
11～20人	872	26	19	32	0	24
21人以上	1,328	34	14	31	1	21

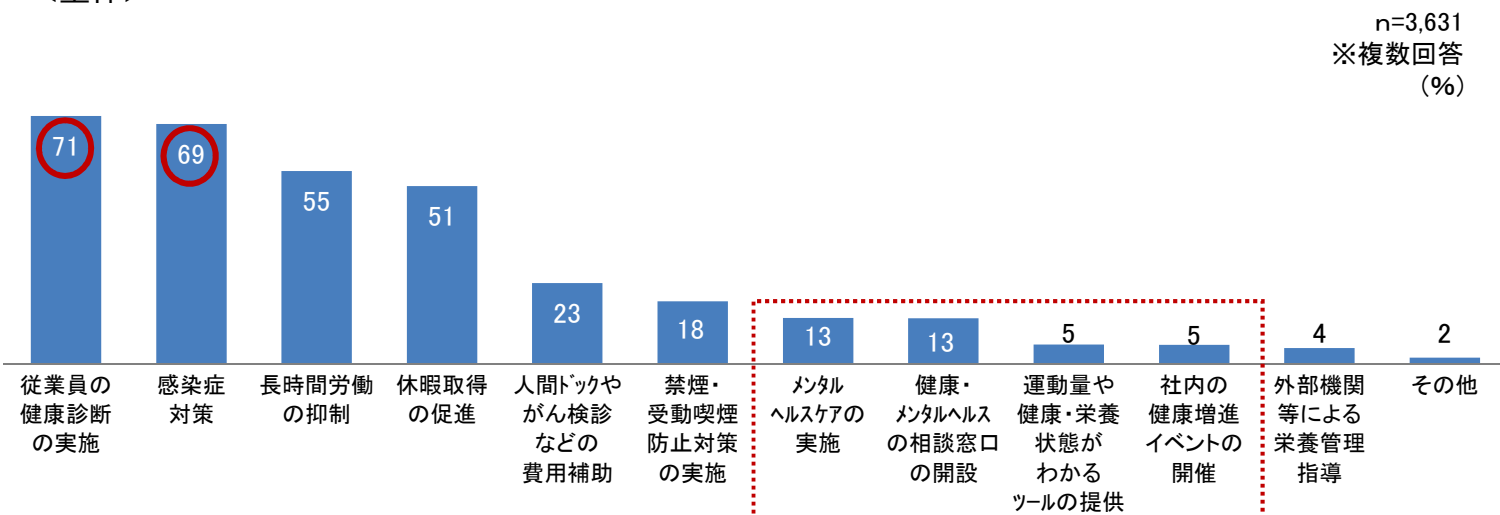
Q5

健康経営ですでに取り組んでいること (今後取り組みたいこと)

※Q4で「取り組んでいる」「今後取り組む予定で、検討している」と回答した方

- 「従業員の健康診断の実施」が71%と最も多く、次いで「感染症対策」が69%となりました。
- 「従業員の健康上の問題」(Q3)で「運動不足(28%)」「メンタルヘルス(24%)」が上位を占めた一方で、実際に対策として取り組んでいる(今後取り組みたい)という回答は少なくなっています。

<全体>

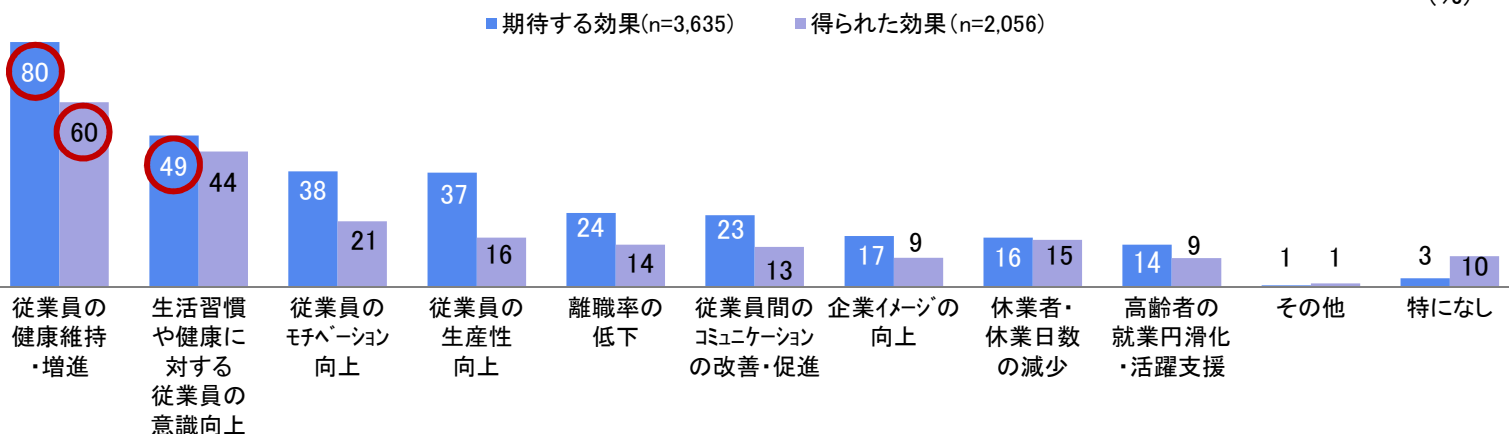


健康経営に「期待する効果」と「実際に得られた効果」

※Q4で「取り組んでいる」「今後取り組む予定で、検討している」と回答した方

- 健康経営に「期待する効果」は、「従業員の健康維持・増進」が80%と最も多く、次いで「生活習慣や健康に対する従業員の意識向上」が49%となりました。
- 実際に健康経営に取り組んだことで「従業員の健康維持・増進」につながったという回答が60%となっています。

<全体>

※複数回答
(%)

健康経営に取り組むうえでの課題

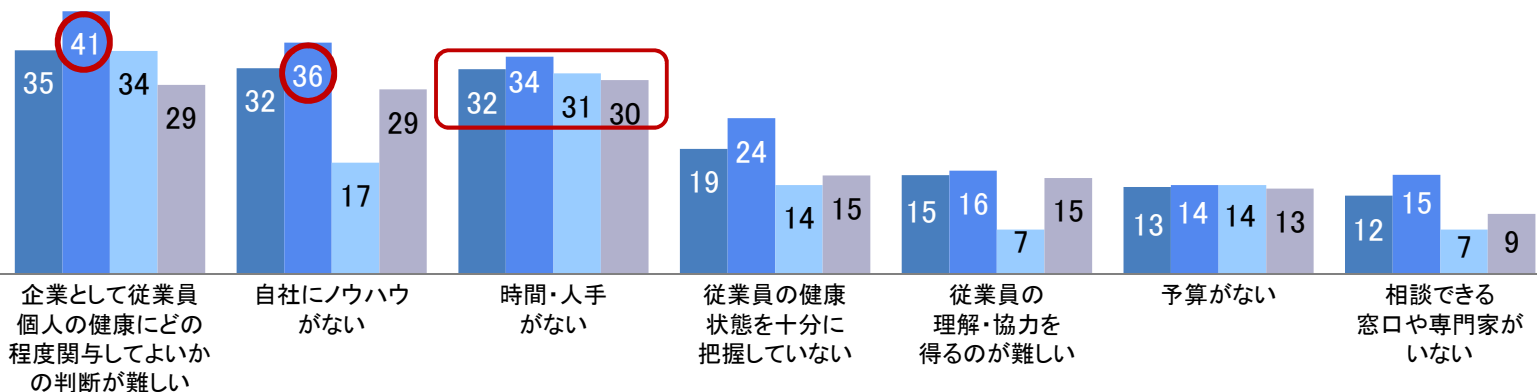
※Q4で「今後取り組む予定で、検討している」「過去に取り組んでいたが、現在はやめている」「取り組む予定はない」と回答した方

- 今後健康経営に取り組む予定の企業（Q4）では、「従業員個人の健康にどの程度関与すべきかの判断が難しい」が41%と最も多く、次いで「ノウハウ不足」が36%となりました。
- また、健康経営の取組み状況にかかわらず、「時間・人手不足」と回答する企業が多くなっています。

<全体・健康経営の取組み状況別>

※複数回答
(%)

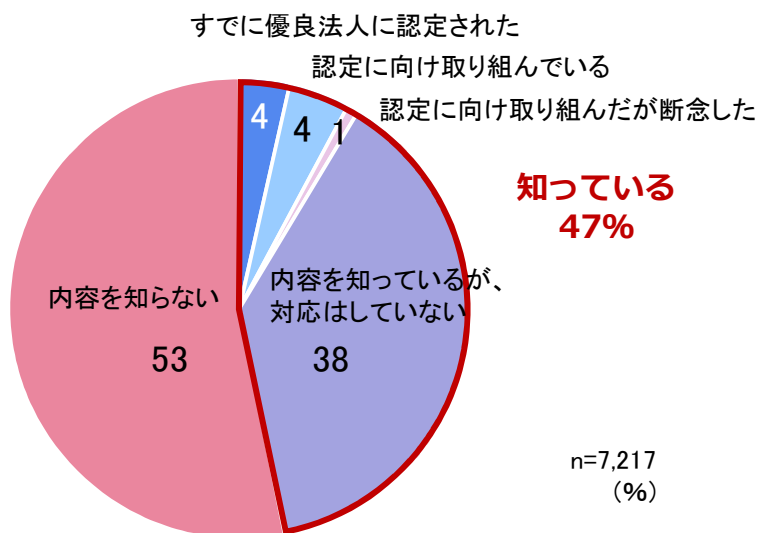
■全体(n=3,100) ■今後取り組む予定で、検討している(n=1,444)
 ■過去に取り組んでいたが、現在はやめている(n=29) ■取り組む予定はない(n=1,627)



- 健康経営優良法人認定制度を「知っている」と回答した企業は、47%となりました。
- 認定されるメリットとしては、「求人に対する応募が増える（増えた）」が37%と最も多く、業種別にみると、建設業では「公共工事などの入札時に加点評価される」が26%と多い結果となりました。

①健康経営優良法人認定制度の認知度

<全体>



②健康経営優良法人に認定されるメリット

※①で「すでに認定された」「認定に向けて取り組んでいる」と回答した方

<全体・業種別>

※複数回答
(%)

■全体(n=525) ■製造業(n=122) ■建設業(n=127) ■卸・小売業(n=108) ■サービス業(n=156)



※「健康経営優良法人認定制度」とは？

地域の健康課題に即した取組や日本健康会議が進める健康増進の取組をもとに、特に優良な健康経営を実践している企業を顕彰する制度です。

(出所)経済産業省HP: https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/kenkoukeiei_yuryouhouzin.html#

Ⅲ. 中小企業がVUCA（ブーカ）社会で発展するためには？

- ・ 昨今、DXやSDGsといった社会的課題への対応が求められる一方で、新型コロナやウクライナ情勢といった「想定外の出来事」が次々と起こるなど、今後も「先の見通せない状況」が続くと考えられます。
- ・ このように、いや応なしに変化に直面する「VUCA社会」において、中小企業が「未来に向かって発展するために必要なこと」をおうかがいした結果、約500のご意見をいただきました。ここでは、お寄せいただいた内容の一部をご紹介します。

※ VUCAとは、「Volatility（変動性）」「Uncertainty（不確実性）」「Complexity（複雑性）」「Ambiguity（曖昧性）」の頭文字を取った用語で、「先行きが不透明で、将来の予測が困難な状況」を指します。

- ・ 自主的に社外のセミナーに参加するなど、**一人ひとりの従業員が常に環境の変化を意識するような風土**をつくる。（サービス業／北海道）
- ・ **自社の社会的価値や立ち位置を常に確認**し、社会の変化に素早く対応できる組織をつくる。（建設業／南関東）
- ・ 「企業の安定」を支えるのはそこで働く人であるため、**変化や多様性を柔軟に受け入れられる人材を育成**する。（製造業／北陸）
- ・ 課題を放置するとすぐに時代に乗り遅れてしまうので、**小さな課題でも1つずつ解決**していく。（小売業／東海）
- ・ 一人ひとりの従業員が仕事に対して誇りを持ち、**苦しい時に社員が一致団結できる職場**にする。（サービス業／関西）
- ・ 自社単独ではなく、ケースにより**他社と連携して課題を解決**する。（製造業／中国）
- ・ 社会の変化に順応できるよう、想定外の出来事が起こる前に、**日頃から経営者と従業員が課題や情報を共有**する。（建設業／四国）
- ・ **会社のビジョンをより明確にする**ことで、一人ひとりの社員が持てる能力を最大限に発揮できるようにする。（卸売業／九州）

- ・ なお、本件は日本経済新聞社が主催する「未来会議プロジェクト」との連動企画であり、本年6月27日の日本経済新聞（朝刊）で新聞読者からのアイデアが公表されました。

2022年6月27日 日本経済新聞（日経電子版）

<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGH148DI0U2A610C2000000/>



【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
	5月	▲21.5	0.4	▲34.0
	6月	▲22.3	0.4	▲34.6
	7月	▲21.9	▲ 1.4	▲34.4

<業種別 D I (直近6ヵ月)>

		(単位:pt)			
	業種	製造業	建設業	卸・小売業	サービス業
業況DI	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
	5月	▲26.3	▲8.8	▲32.5	▲19.8
	6月	▲25.6	▲13.6	▲33.2	▲19.7
	7月	▲29.5	▲11.7	▲32.7	▲18.0
従業員過不足 D I	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
	5月	▲31.7	▲49.6	▲21.8	▲33.4
	6月	▲32.4	▲49.6	▲23.5	▲33.5
	7月	▲31.3	▲50.4	▲24.4	▲32.4

<従業員規模別 D I (直近6ヵ月)>

		(単位:pt)		
	従業員数	5人以下	6～20人	21人以上
業況DI	2月	▲31.5	▲19.8	▲18.4
	3月	▲28.7	▲20.8	▲18.3
	4月	▲29.6	▲20.5	▲17.8
	5月	▲26.6	▲18.4	▲14.6
	6月	▲28.5	▲18.4	▲14.7
	7月	▲27.0	▲19.4	▲15.0
従業員過不足 D I	2月	▲22.6	▲39.1	▲46.7
	3月	▲24.1	▲41.5	▲52.5
	4月	▲24.2	▲40.1	▲46.0
	5月	▲24.3	▲40.3	▲47.2
	6月	▲24.0	▲41.1	▲47.8
	7月	▲25.1	▲39.3	▲48.1

※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。

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(%)

<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	2022年 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
	5月	▲11.5	▲25.8	▲22.9	▲21.9	▲21.9
	6月	▲19.4	▲25.4	▲24.3	▲19.5	▲21.1
	7月	▲12.6	▲25.8	▲23.2	▲22.0	▲20.2
従業員過不足 D I	2022年 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
	5月	▲40.1	▲43.2	▲33.0	▲31.3	▲37.7
	6月	▲47.6	▲43.0	▲33.4	▲29.1	▲39.1
	7月	▲46.2	▲39.0	▲33.0	▲30.7	▲37.5

		東海	関西	中国	四国	九州・沖縄
業況DI	2022年 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
	5月	▲23.1	▲20.9	▲21.1	▲22.1	▲18.8
	6月	▲26.3	▲21.9	▲25.6	▲25.6	▲19.8
	7月	▲27.9	▲22.5	▲18.0	▲14.7	▲20.6
従業員過不足 D I	2022年 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
	5月	▲31.2	▲28.7	▲37.8	▲40.2	▲38.4
	6月	▲32.6	▲30.3	▲34.1	▲39.3	▲41.2
	7月	▲33.7	▲29.5	▲35.2	▲39.7	▲40.1

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(%)