

2025年4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

～ 中小企業経営者アンケート「大同生命サーベイ」 2025年3月度調査レポートの公表 ～
物価高の影響が続くなか、中小企業の75%が「価格引き上げ」を実現。
引き上げ割合も増加するが、今後もコスト上昇に見合った価格転嫁が課題！

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、「価格交渉と価格引き上げの状況」について調査した2025年3月度レポートを公表します。

■2025年3月度の景況感

- ・「現在の業況」(業況DI)は▲13.1pt(前月差▲1.5pt)、
「将来の見通し」(将来DI)は▲0.1pt(前月差▲2.3pt)とともに悪化しました。

■価格交渉と価格引き上げの状況

- ・ 販売価格を「引き上げできた」企業は75%と前回調査に比べ、+5pt増加しました。
- ・ 上昇したコストに対して販売価格を引き上げた割合は、「50%以上」が43%(+12pt)、
「20%未満」が40%(▲6pt)と前回調査に比べ、引き上げ幅が増加していることがわかりました。
- ・ 一方で、コスト上昇に対する販売価格の引き上げ割合は、前回調査から+6pt増加したものの、平均は39%に留まっており、引き続き課題である状況が明らかになりました。

専門家意見



神戸大学経済経営研究所 **柴本 昌彦** 教授 <調査監修>

インフレ傾向が強まるなかで、これまで企業は値上げに慎重だったものの、近年は価格転嫁への理解も広がりつつあり、それが今回の調査でも明らかになりました。

一方で、「十分な価格転嫁」ができているか、また「継続的に価格転嫁」できるのかといった点はまだまだ課題が残ります。

今後は「価格転嫁」⇒「競争力強化」⇒「人材確保・育成」という好循環を作っていくことがインフレ環境下での成長のカギと言えるでしょう。

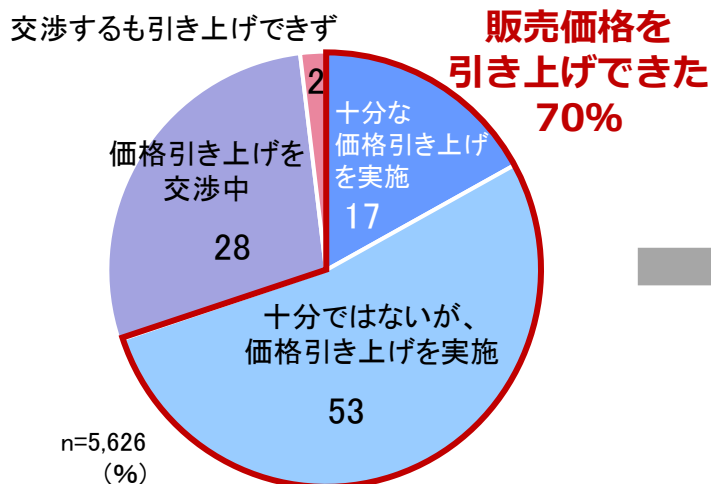
<調査概要>

- 調査期間 : 2025年3月3日~同3月28日
- 調査対象 : 全国の企業経営者 6,075社 (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またはZoom面談により調査
- 調査内容 : 景況感、価格交渉と価格引き上げの状況、国際女性デー

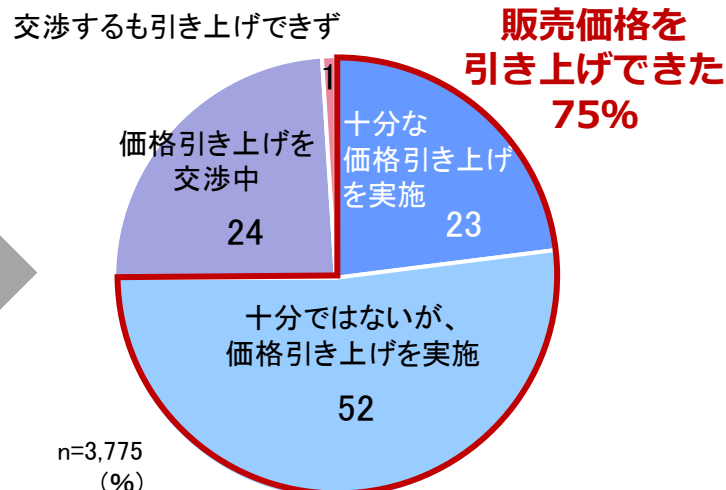
1. 販売価格引き上げの状況

- 販売価格を「引き上げできた」企業は75%と前回調査に比べ、+5pt増加しました。

<全体 (2023年2月調査)>



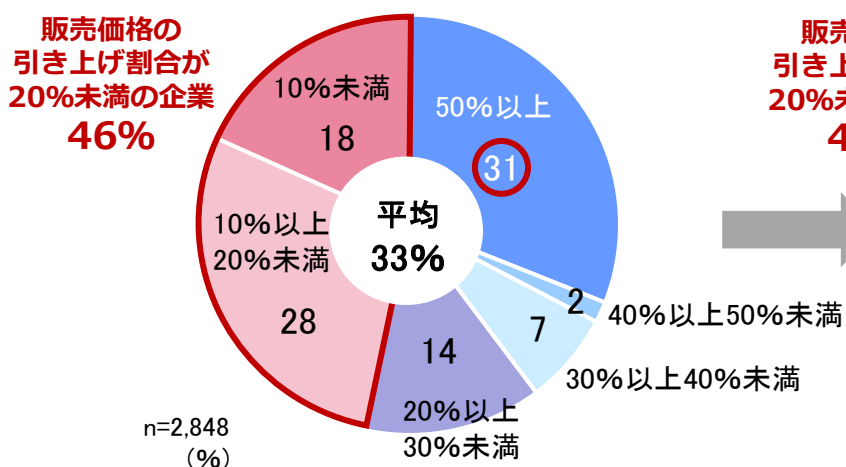
<全体 (今回調査)>



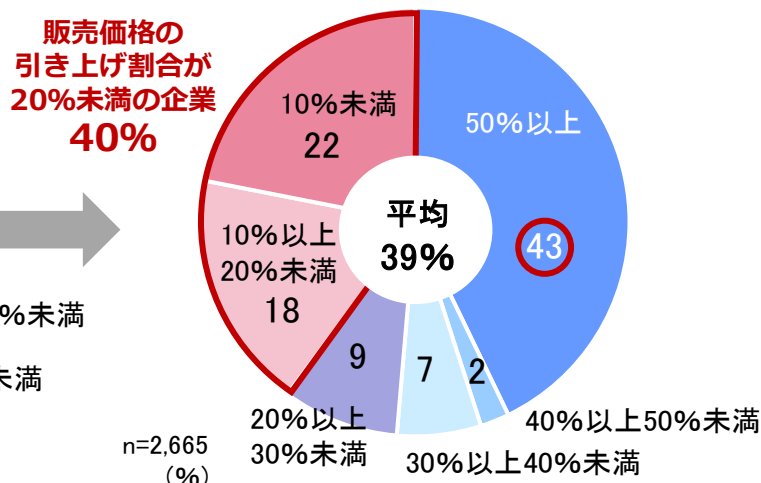
2. コスト上昇割合に対する販売価格の引き上げ割合 ※直近1年間で「コストが上昇した」と回答した企業

- 上昇したコストに対して販売価格を引き上げた割合は、「50%以上」が43% (+12pt)、「20%未満」が40% (▲6pt) と前回調査に比べ、引き上げ幅が増加していることがわかりました。
- 一方で、コスト上昇に対する販売価格の引き上げ割合は、前回調査から+6pt増加したものの、平均は39%に留まっており、引き続き課題である状況が明らかになりました。

<全体 (2023年2月調査)>



<全体 (今回調査)>



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」 2025年3月度調査レポート

物価高の影響が続くなか、中小企業の75%が「価格引き上げ」を実現。
引き上げ割合も増加するが、今後もコスト上昇に見合った価格転嫁が課題！

■景況感（P3～）

- ・「現在の業況」（業況DI）は▲13.1pt（前月差▲1.5pt）、「将来の見通し」（将来DI）は▲0.1pt（前月差▲2.3pt）とともに悪化しました。

■価格交渉と価格引き上げの状況（P7～）

- ・販売価格を「引き上げできた」企業は75%と前回調査に比べ、+5pt増加しました。
- ・上昇したコストに対して販売価格を引き上げた割合は、「50%以上」が43%（+12pt）、「20%未満」が40%（▲6pt）と前回調査に比べ、引き上げ幅が増加していることがわかりました。
- ・一方で、コスト上昇に対する販売価格の引き上げ割合は、前回調査から+6pt増加したものの、平均は39%に留まっており、引き続き課題である状況が明らかになりました。

 **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	：2025年3月3日～3月28日
・調査対象	：全国の企業経営者 6,075社（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] 価格交渉と価格引き上げの状況 [今月のトピックス] 国際女性デー

＜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		6,075 (100.0)	231	547	513	889	659	549	986	740	249	712
業種	製造業	1,135 (18.7)	19	73	114	129	184	139	256	112	43	66
	建設業	1,369 (22.5)	64	151	100	165	152	103	150	215	82	187
	卸・小売業	1,327 (21.8)	54	108	111	206	139	112	243	144	52	158
	サービス業	1,994 (32.8)	87	181	170	362	160	170	304	220	66	274
	その他	151 (2.5)	5	19	11	16	20	13	17	25	3	22
	無回答	99 (1.6)	2	15	7	11	4	12	16	24	3	5
従業員規模	5人以下	3,032 (49.9)	113	257	303	480	286	250	489	351	111	392
	6～10人	1,087 (17.9)	43	104	75	152	128	90	171	145	46	133
	11～20人	803 (13.2)	28	80	67	100	101	65	131	97	44	90
	21人以上	1,024 (16.9)	44	88	65	141	134	117	179	119	45	92
	無回答	129 (2.1)	3	18	3	16	10	27	16	28	3	5

※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	657 (10.8)	40歳未満	265 (4.4)	男性	5,455 (89.8)
10～30年未満	1,295 (21.3)	40歳代	1,043 (17.2)	女性	483 (8.0)
30～50年未満	1,614 (26.6)	50歳代	1,814 (29.9)	無回答	137 (2.3)
50～100年未満	1,989 (32.7)	60歳代	1,504 (24.8)		
100年以上	255 (4.2)	70歳以上	1,182 (19.5)		
無回答	265 (4.4)	無回答	267 (4.4)		

＜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(2025年3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(景況感は小数点第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。

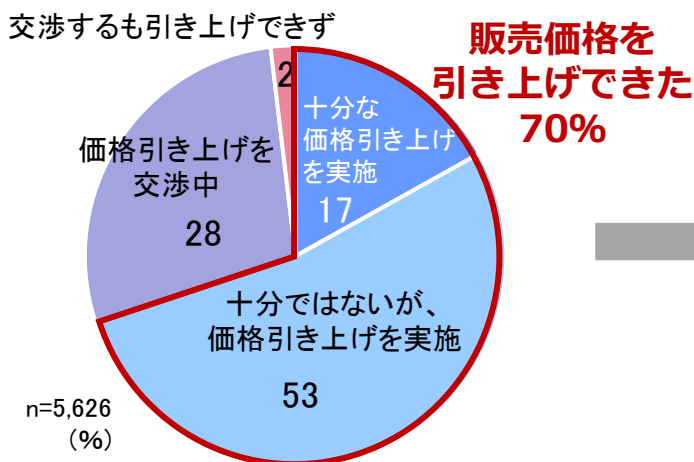
2025年3月度調査のポイント

価格交渉と価格引き上げの状況

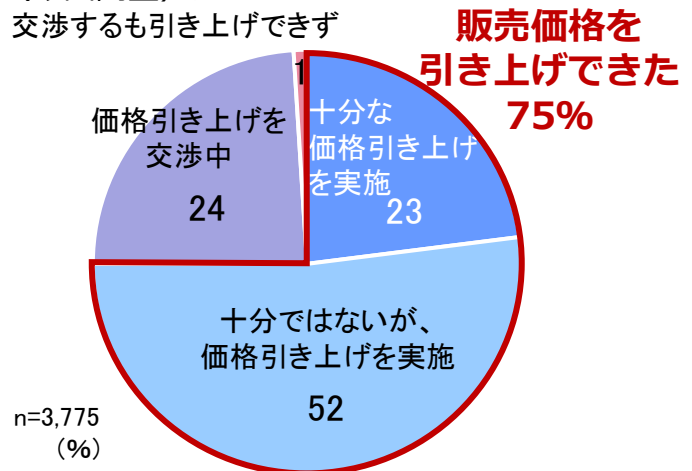
- ・ 販売価格を「引き上げできた」企業は75%と前回調査に比べ、+5pt増加しました。
- ・ 上昇したコストに対して販売価格を引き上げた割合は、「50%以上」が43%（+12pt）、「20%未満」が40%（▲6pt）と前回調査に比べ、引き上げ幅が増加していることがわかりました。
- ・ 一方で、コスト上昇に対する販売価格の引き上げ割合は、前回調査から+6pt増加したものの、平均は39%に留まっており、引き続き課題である状況が明らかになりました。

①販売価格引き上げの状況

<全体（2023年2月調査）>

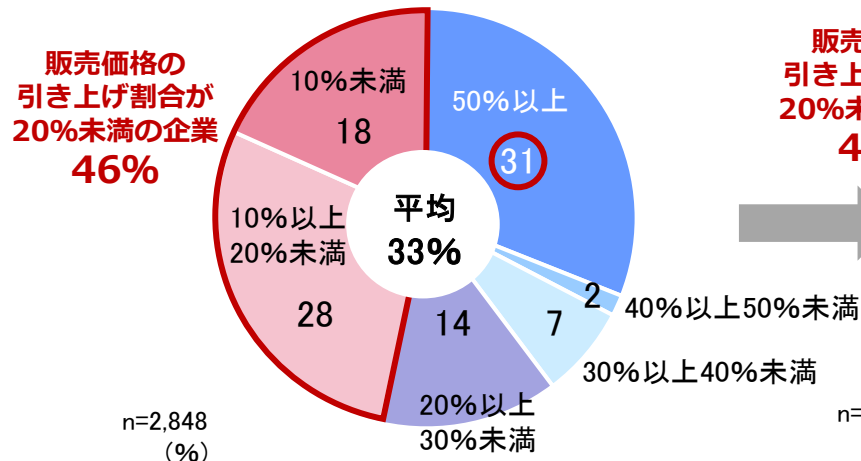


<全体（今回調査）>

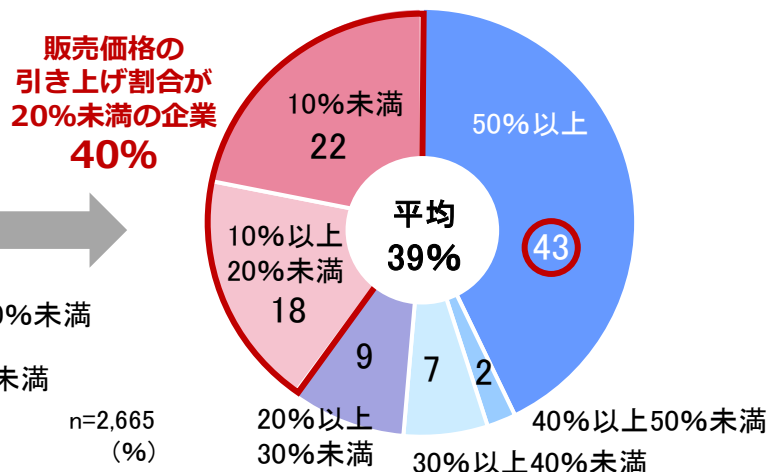


②コスト上昇割合に対する販売価格の引き上げ割合 ※直近1年間で「コストが上昇した」と回答した企業

<全体（2023年2月調査）>



<全体（今回調査）>



専門家意見

インフレ傾向が強まるなかで、これまで企業は値上げに慎重だったものの、近年は価格転嫁への理解も広がりつつあり、それが今回の調査でも明らかになりました。

一方で、「十分な価格転嫁」ができていないか、また「継続的に価格転嫁」できるのかといった点についてはまだまだ課題が残ります。

今後は「価格転嫁」⇒「競争力強化」⇒「人材確保・育成」という好循環を作っていくことがインフレ環境下での成長のカギと言えるでしょう。



神戸大学
経済経営研究所
教授 柴本 昌彦

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▲13.1pt(前月差▲1.5pt)、「将来の見通し」(将来DI)は▲0.1pt(前月差▲2.3pt)となりました。
- 2025年に入り両指標ともマイナス傾向が続いており、景気が若干後退しつつあります。
- 「売上高」「利益」は改善、「資金繰り」は悪化しています。

現在の業況

調査月	■ 良い ■ 普通 ■ 悪い (%)	業況DI	前月差
2025年1月 (n=6,297)	12 65 23	▲10.8pt	▲2.1pt
2月 (n=5,787)	13 63 24	▲11.6pt	▲0.8pt
3月 (n=5,452)	12 63 25	▲13.1pt	▲1.5pt

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
2025年1月 (n=6,278)	16 70 14	+2.2pt	▲0.8pt
2月 (n=5,757)	15 71 13	+2.2pt	±0.0pt
3月 (n=5,420)	15 70 15	▲0.1pt	▲2.3pt

売上高

調査月	■ 改善した ■ 変わらない ■ 悪化した (%)
2025年1月 (n=6,242)	14 69 17
2月 (n=5,762)	14 69 17
3月 (n=5,404)	15 69 16

利益

調査月	■ 改善した ■ 変わらない ■ 悪化した (%)
2025年1月 (n=6,243)	12 70 18
2月 (n=5,735)	13 69 19
3月 (n=5,393)	14 68 18

資金繰り

調査月	■ 改善した ■ 変わらない ■ 悪化した (%)
2025年1月 (n=6,195)	7 82 11
2月 (n=5,704)	7 82 11
3月 (n=5,357)	7 81 12

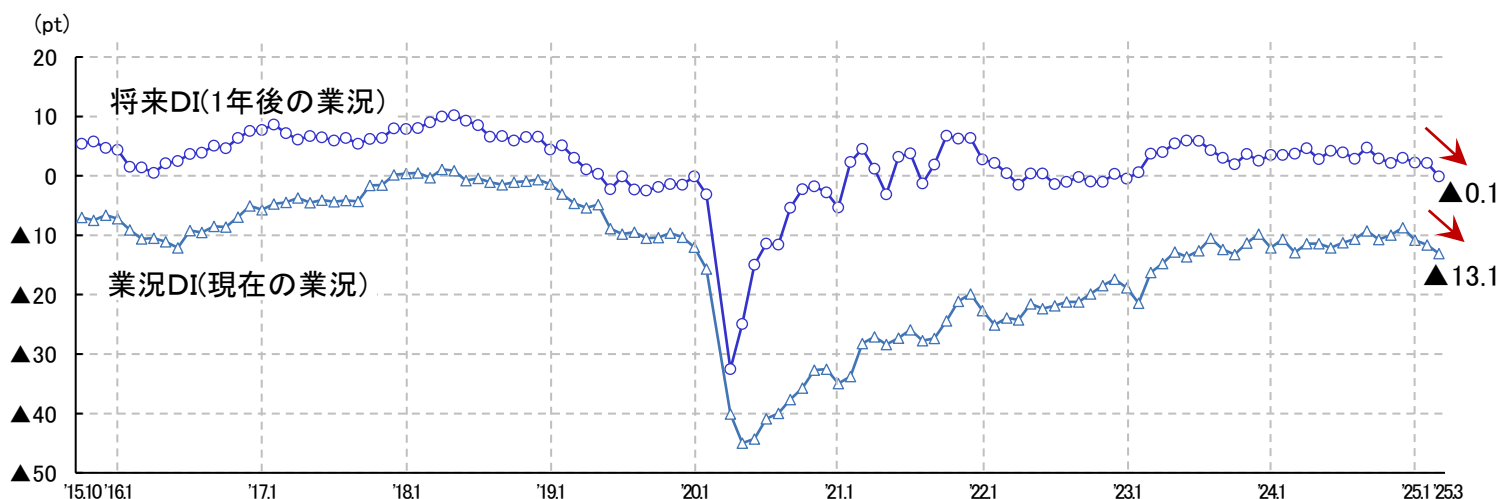
調査月	売上高DI	前月差
2025年1月	▲3.1pt	▲7.1pt
2月	▲3.1pt	±0.0pt
3月	▲0.7pt	+2.4pt

調査月	利益DI	前月差
2025年1月	▲6.1pt	▲6.5pt
2月	▲6.1pt	±0.0pt
3月	▲4.5pt	+1.6pt

調査月	資金繰りDI	前月差
2025年1月	▲3.4pt	▲1.9pt
2月	▲3.9pt	▲0.5pt
3月	▲4.5pt	▲0.6pt

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】

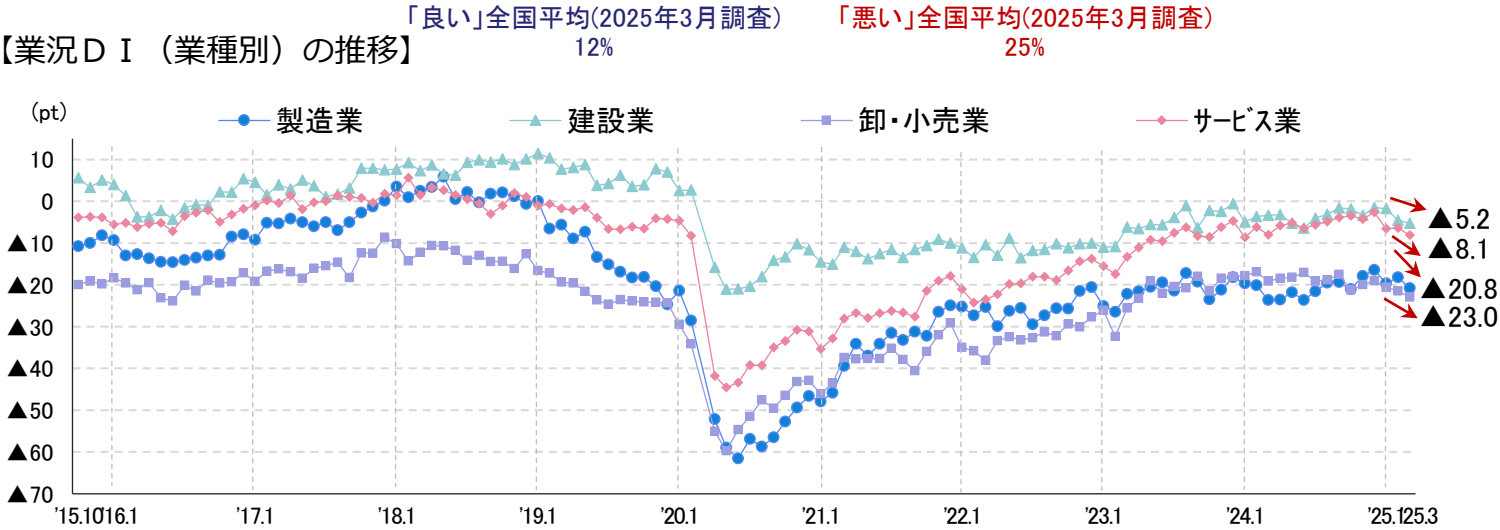


※2020年3月はコロナ禍の影響を踏まえ調査を中止。

(2) 業種別 業況DI

・「建設業」では▲5.2pt、「卸・小売業」では▲23.0ptとともに3ヵ月連続で悪化しました。

業種		回答件数	※上段:2025年2月調査 下段:2025年3月調査			業況DI (pt)	前月差 (pt)
			■ 良い	■ 普通	■ 悪い (%)		
製造業		1,076	13	56	31	▲ 18.2	+ 1.5
		1,033	12	54	33	▲ 20.8	▲ 2.6
建設業		1,315	14	67	19	▲ 4.6	▲ 2.9
		1,242	14	67	19	▲ 5.2	▲ 0.6
卸・小売業		1,247	10	58	32	▲ 21.5	▲ 0.9
		1,183	9	60	31	▲ 23.0	▲ 1.5
卸売業		573	13	58	29	▲ 16.1	▲ 0.6
		510	10	66	24	▲ 14.5	+ 1.6
小売業		674	8	57	34	▲ 26.1	▲ 1.3
		673	7	56	37	▲ 29.4	▲ 3.3
サービス業		1,916	13	67	20	▲ 6.4	+ 0.2
		1,783	13	67	21	▲ 8.1	▲ 1.7
情報通信業		100	18	68	14	+ 4.0	+ 7.3
		101	12	70	18	▲ 5.9	▲ 9.9
運輸業		210	11	62	26	▲ 14.8	▲ 7.4
		192	13	63	24	▲ 10.9	+ 3.9
不動産・物品賃貸業		325	12	72	15	▲ 3.1	▲ 0.5
		342	12	70	18	▲ 5.8	▲ 2.7
宿泊・飲食サービス業		146	14	66	19	▲ 4.8	+ 2.6
		151	17	56	27	▲ 9.9	▲ 5.1
医療・福祉業		154	10	68	22	▲ 12.3	▲ 2.4
		117	13	71	16	▲ 3.4	+ 8.9
教育・学習支援業		38	8	66	26	▲ 18.4	▲ 15.5
		26	4	62	35	▲ 30.8	▲ 12.4
生活関連サービス業、 娯楽業		183	16	63	20	▲ 3.8	+ 3.4
		187	11	65	25	▲ 13.9	▲ 10.1
学術研究、専門・技術 サービス業		218	14	68	18	▲ 4.6	▲ 3.3
		203	13	70	16	▲ 3.0	+ 1.6
その他サービス業		542	13	66	20	▲ 6.6	+ 4.3
		464	13	66	21	▲ 8.2	▲ 1.6

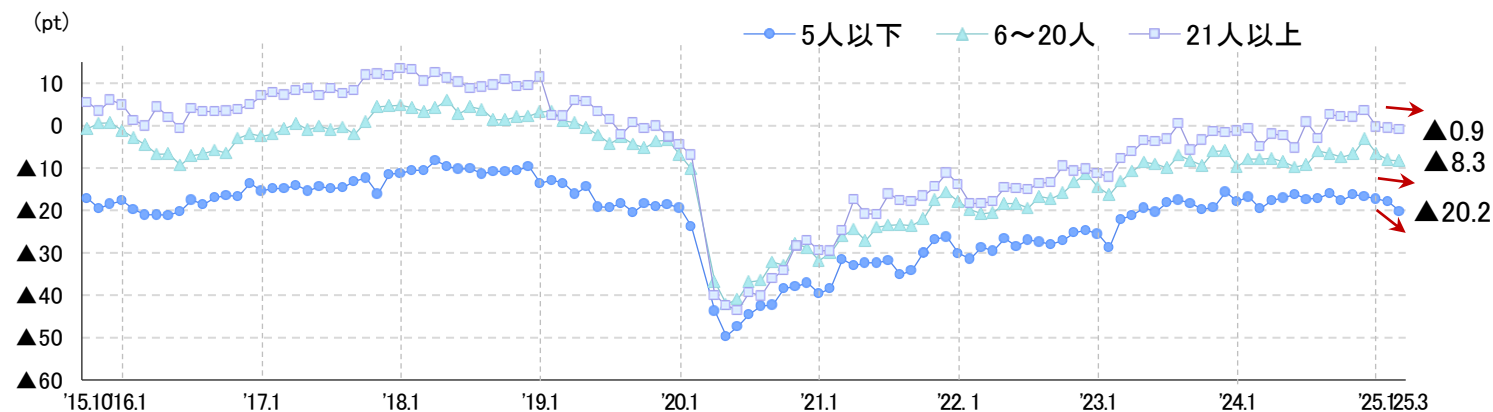


(3) 従業員規模別 業況DI

- 「5人以下」の企業では、4ヵ月連続で悪化しています。

従業員規模	回答件数	※上段:2025年 2月調査 下段:2025年 3月調査	良い 普通 悪い (%)	業況DI (pt)	前月差 (pt)
5人以下	2,822	10 62 28		▲ 17.9	▲ 0.6
	2,703	9 61 29		▲ 20.2	▲ 2.3
6～20人	1,849	14 64 22		▲ 8.1	▲ 1.5
	1,714	13 65 22		▲ 8.3	▲ 0.2
21人以上	1,028	18 63 19		▲ 0.6	▲ 0.3
	954	18 64 19		▲ 0.9	▲ 0.3

【業況DI (従業員規模別) の推移】

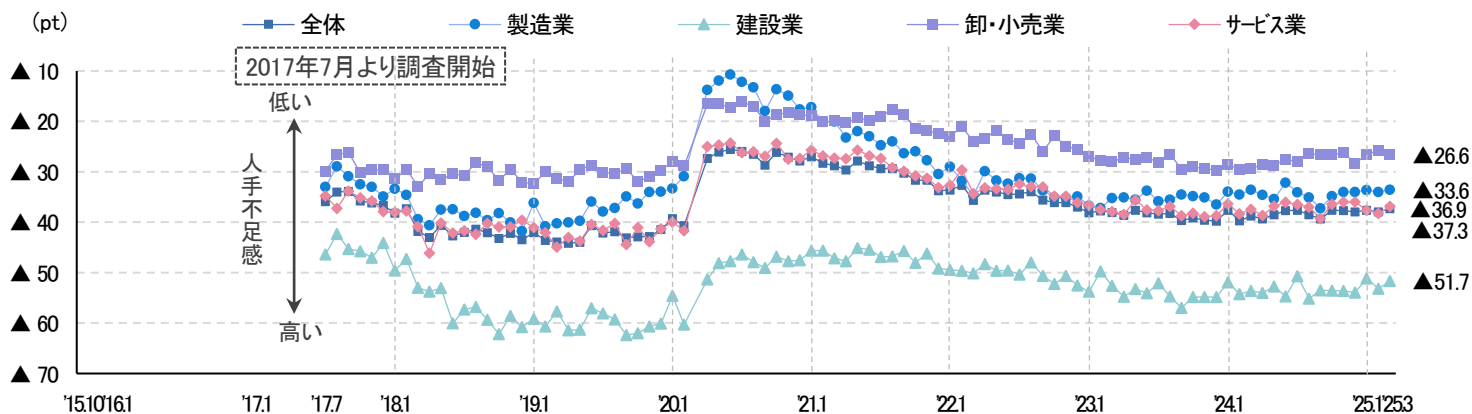


(4) 従業員過不足DI

- 従業員過不足DIは▲37.3ptと人手不足が継続する一方、前月差は+0.6ptとなりました。
- これは景気が若干後退しつつあるなか、企業の人材需要もやや低下している可能性があります。

業種	回答件数	※上段:2025年 2月調査 下段:2025年 3月調査	過多 充足 不足 (%)	従業員過不足DI (pt)	前月差 (pt)
全体	5,761	1 60 39		▲ 37.9	▲ 0.3
	5,414	1 61 38		▲ 37.3	+ 0.6
製造業	1,070	2 61 36		▲ 34.0	▲ 0.4
	1,024	2 62 36		▲ 33.6	+ 0.4
建設業	1,308	1 46 54		▲ 53.2	▲ 2.1
	1,237	0 48 52		▲ 51.7	+ 1.5
卸・小売業	1,247	1 72 27		▲ 25.7	+ 0.9
	1,165	1 71 28		▲ 26.6	▲ 0.9
サービス業	1,912	1 59 39		▲ 38.3	▲ 0.6
	1,775	1 62 38		▲ 36.9	+ 1.4

【従業員過不足DI (業種別) の推移】

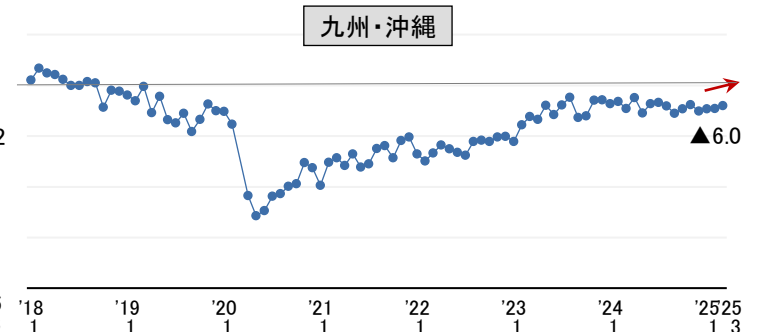
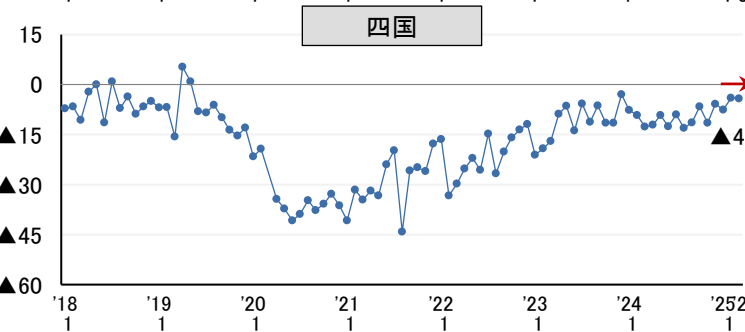
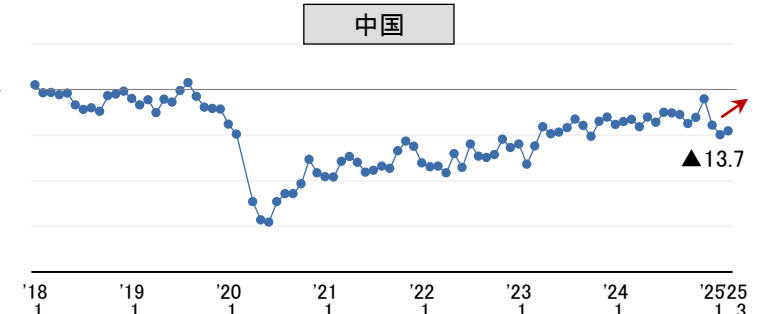
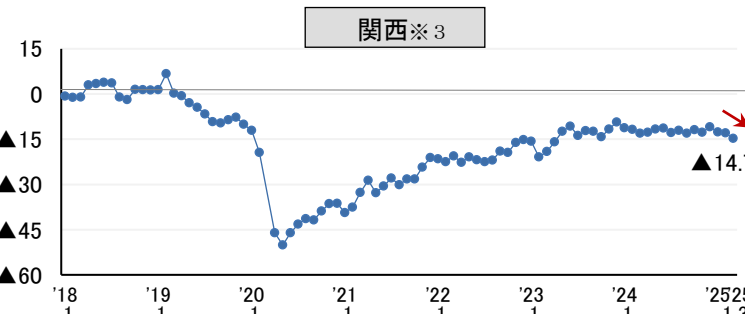
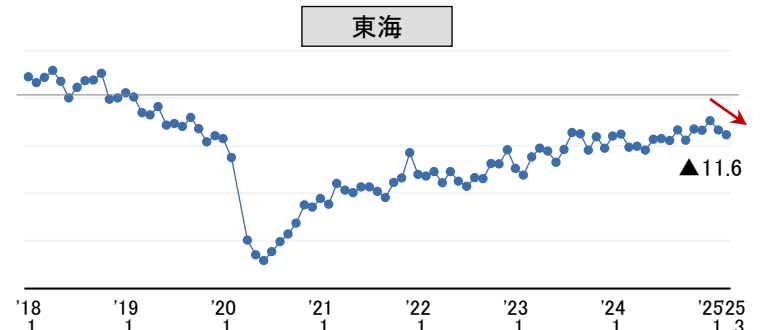
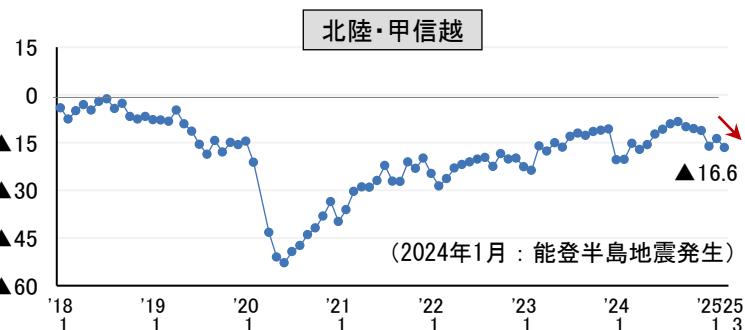
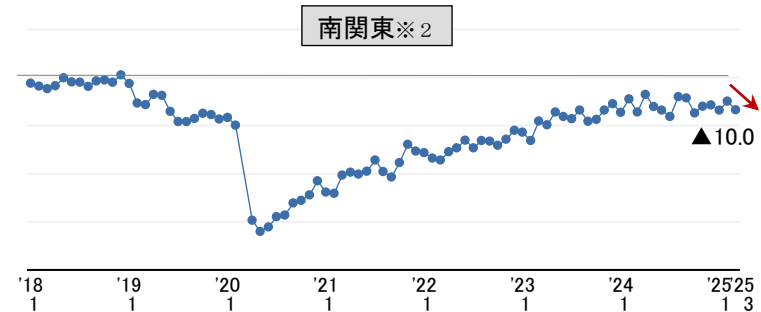
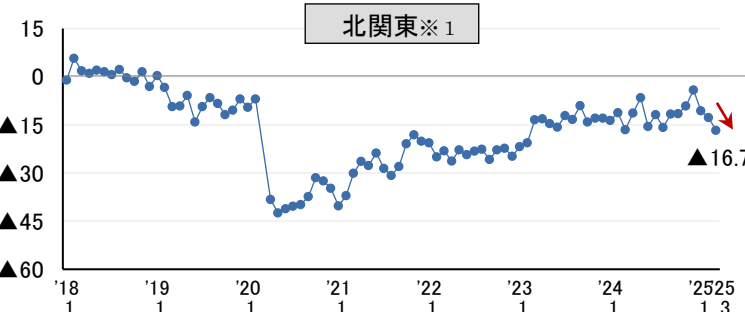
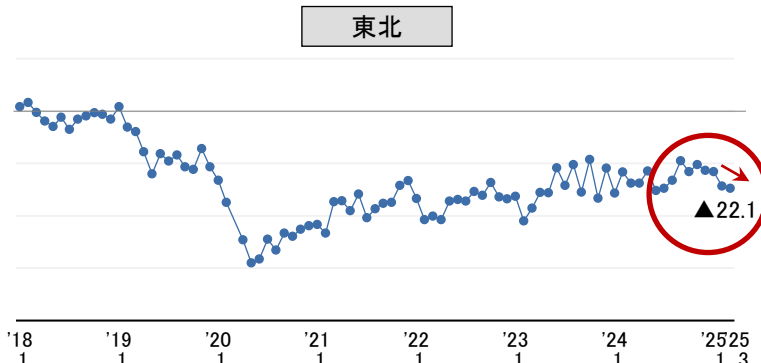
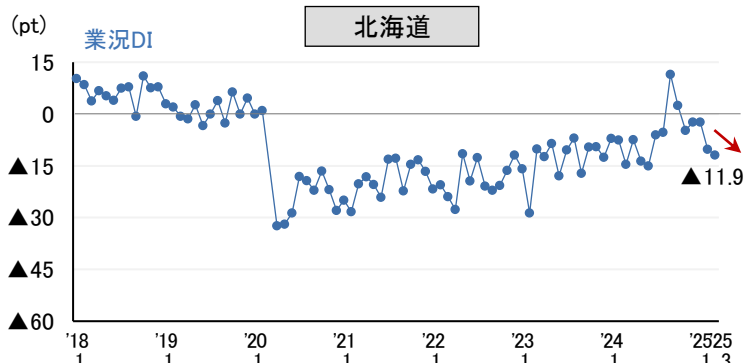


(5) 地域別 業況DI

- 「東北」は4ヵ月連続で悪化しています。

<全国平均の業況DI推移(直近6ヵ月)> (単位:pt)

	10月	11月	12月	1月	2月	3月
業況DI	▲10.7	▲10.0	▲8.7	▲10.8	▲11.6	▲13.1



※1: 北関東 = 茨城・栃木・群馬・埼玉

※2: 南関東 = 千葉・東京・神奈川

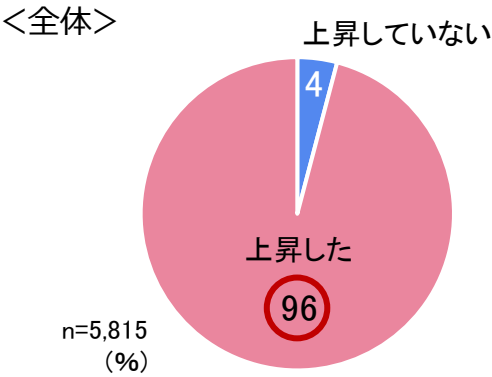
※3: 関西 = 滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山

Ⅱ. 価格交渉と価格引き上げの状況

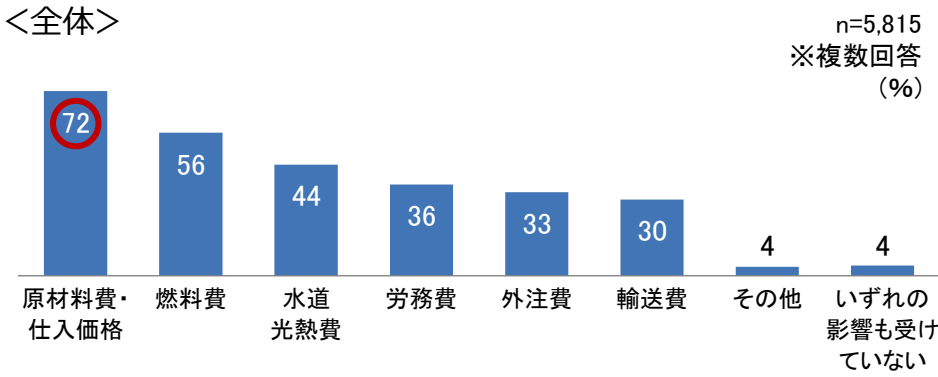
Q1 直近 1 年間で上昇しているコスト

- 直近 1 年間で「コストが上昇した」と回答した企業は、96%となりました。
- 上昇しているコストの費目は、「原材料費・仕入価格」が72%と最も多くなりました。
- その中でも最も負担の大きいコストは、「原材料費・仕入価格（54%）」となりました。
- 業種別でみると、宿泊・飲食サービス業では「原材料費・仕入価格」、運輸業では「燃料費」、情報通信業では「労務費」が最も多く、業種による特徴が表れています。

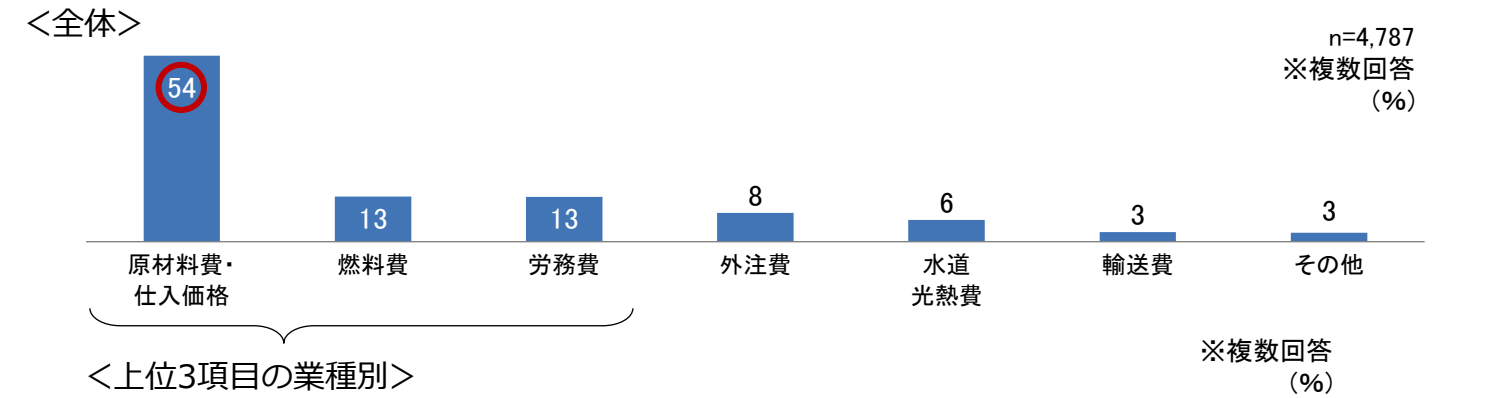
①直近 1 年間でのコスト上昇



②直近 1 年間で上昇しているコスト



③自社内で上昇している最も負担の大きいコスト ※Q1-②で「いずれの影響も受けていない」以外と回答した方

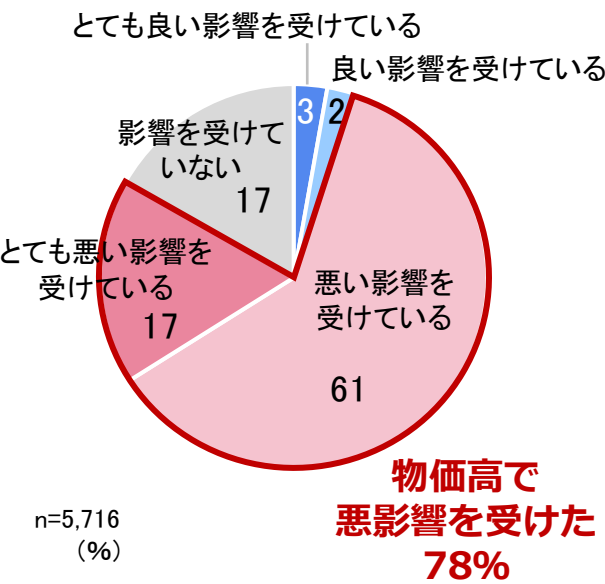


業種	回答 件数	原材料費・ 仕入価格	燃料費	労務費
製造業	944	65	7	14
建設業	1,092	57	13	11
卸・小売業	1,062	69	8	9
卸売業	465	71	8	9
小売業	597	68	7	9
サービス業	1,501	35	21	17
情報通信業	81	22	6	38
運輸業	178	12	59	13
不動産・物品賃貸業	247	27	15	9
宿泊・飲食サービス業	144	75	6	12
医療・福祉業	118	27	18	28
教育・学習支援業	25	28	16	12
生活関連サービス業、娯楽業	160	42	19	11
学術研究、専門・技術サービス業	174	30	10	24
その他サービス業	374	41	22	16

Q2 物価高の影響

- 78%の企業が「物価高で悪影響を受けた」と回答しました。
- 業種別では、「宿泊・飲食サービス業（41%）」「運輸業（30%）」が他業種と比べ、「とても悪い影響を受けている」割合が多く、より物価高の影響が大きかったことがわかりました。

<全体>



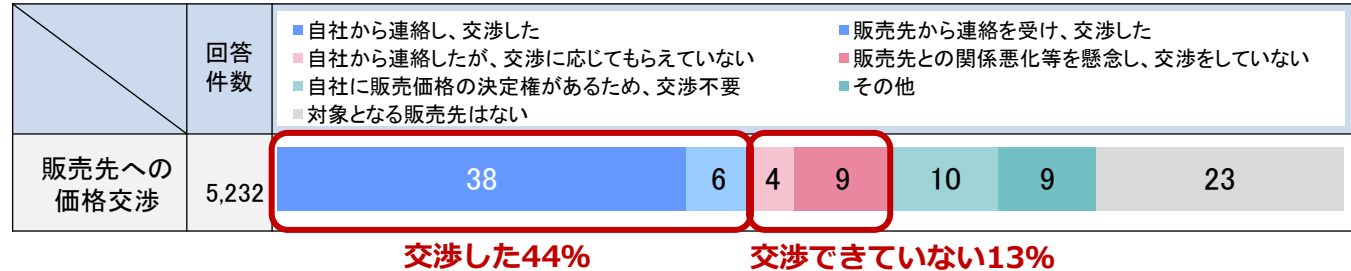
<業種別>

	回答件数					(%)
製造業	1,096	32	64	20	11	
建設業	1,282	22	68	14	14	
卸・小売業	1,255	43	62	19	13	
卸売業	543	44	62	17	14	
小売業	712	52	61	21	12	
サービス業	1,851	22	54	17	25	
情報通信業	109	13	45	8	4	
運輸業	199	51	57	30	8	
不動産・物品賃貸業	349	13	49	10	37	
宿泊・飲食サービス業	162	42	45	41	9	
医療・福祉業	128	2	62	19	17	
教育・学習支援業	26		54	19	27	
生活関連サービス業、娯楽業	195	22	65	15	16	
学術研究、専門・技術サービス業	215	14	51	10	35	
その他サービス業	468	22	57	14	24	

Q3 主な（取引が最も多い）販売先への価格交渉

- 主な販売先へ「価格交渉した」企業は、44%となりました。一方で「交渉に応じてもらえない」「関係悪化等を懸念して交渉していない」と回答した企業は、13%となりました。
- 業種別でみると「サービス業」で価格交渉が進んでいないことがわかりました。また、従業員規模が小さい企業においても、同様の傾向であることがわかりました。

<全体>



<業種別>

	回答件数							(%)
製造業	1,035	56	6	5	9	9	8	7
建設業	1,174	37	8	5	11	8	10	21
卸・小売業	1,135	41	43	8	16	8	19	
サービス業	1,678	27	53	10	10	10	36	

<従業員規模別>

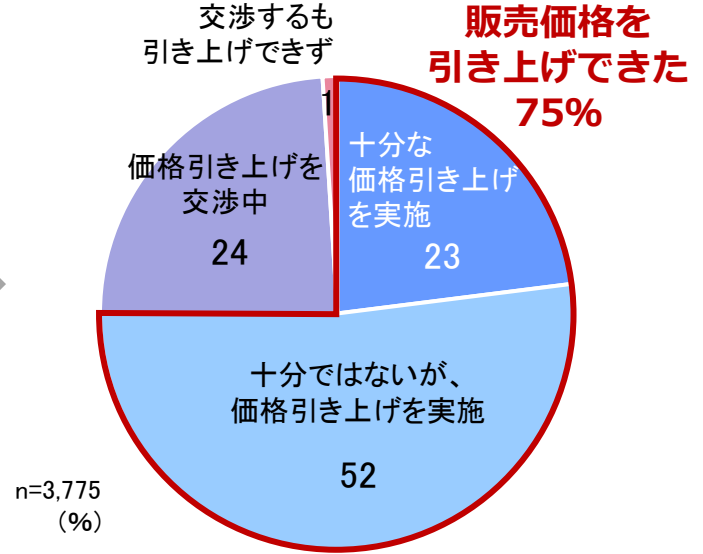
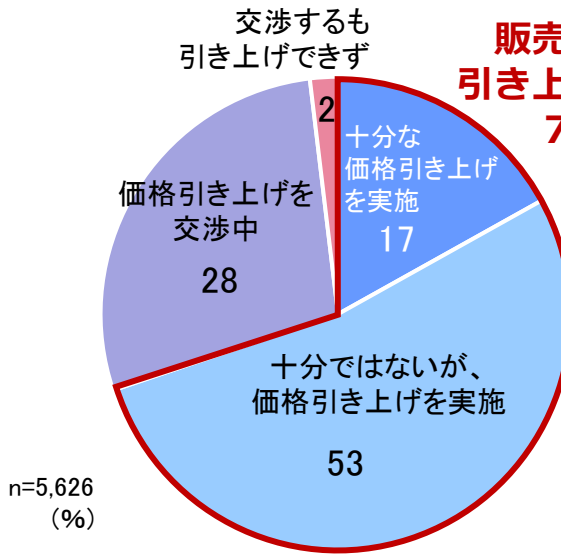
	回答件数							(%)
5人以下	2,575	28	53	10	13	11	29	
6～10人	937	45	7	4	11	8	8	17
11～20人	702	45	8	5	11	7	8	16
21人以上	922	56	6	4	5	7	8	15

Q4 販売価格引き上げの状況

- ・販売価格を「引き上げできた」と回答した企業は75%と、前回調査（2023年2月、70%）から+5pt増加しました。

<全体（2023年2月調査）>

<全体（今回調査）>

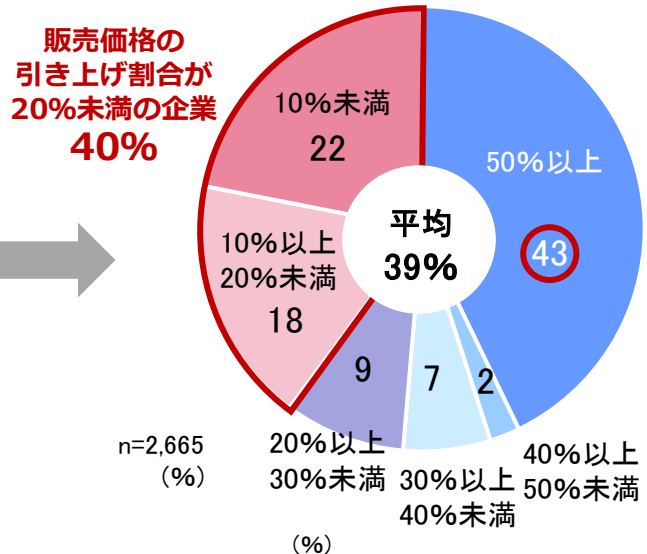
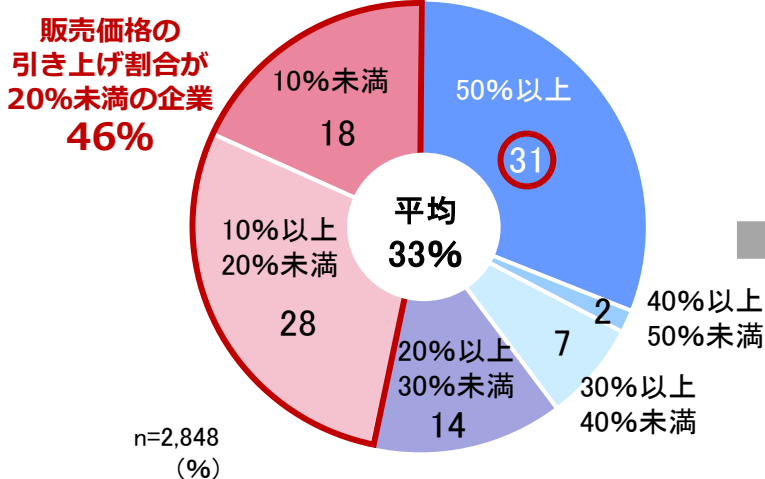


Q5 コスト上昇割合に対する販売価格の引き上げ割合 ※Q1-①直近1年間で「コストが上昇した」と回答した方

- ・直近1年間で「コストが上昇した」企業のうち、コスト上昇割合に対する販売価格の引き上げ割合は、「50%以上」が43%（+12pt）、「20%未満」が40%（▲6pt）と前回調査に比べ増加しています。
- ・一方で、引き上げ割合は前回調査から+6pt増加したものの、平均は39%に留まっており、引き続き課題である状況が明らかになりました。
- ・業種別でみると、「サービス業」では「20%未満」の割合が多く、なかなか価格引き上げができていないことがわかりました。

<全体（2023年2月調査）>

<全体（今回調査）>



<業種別>

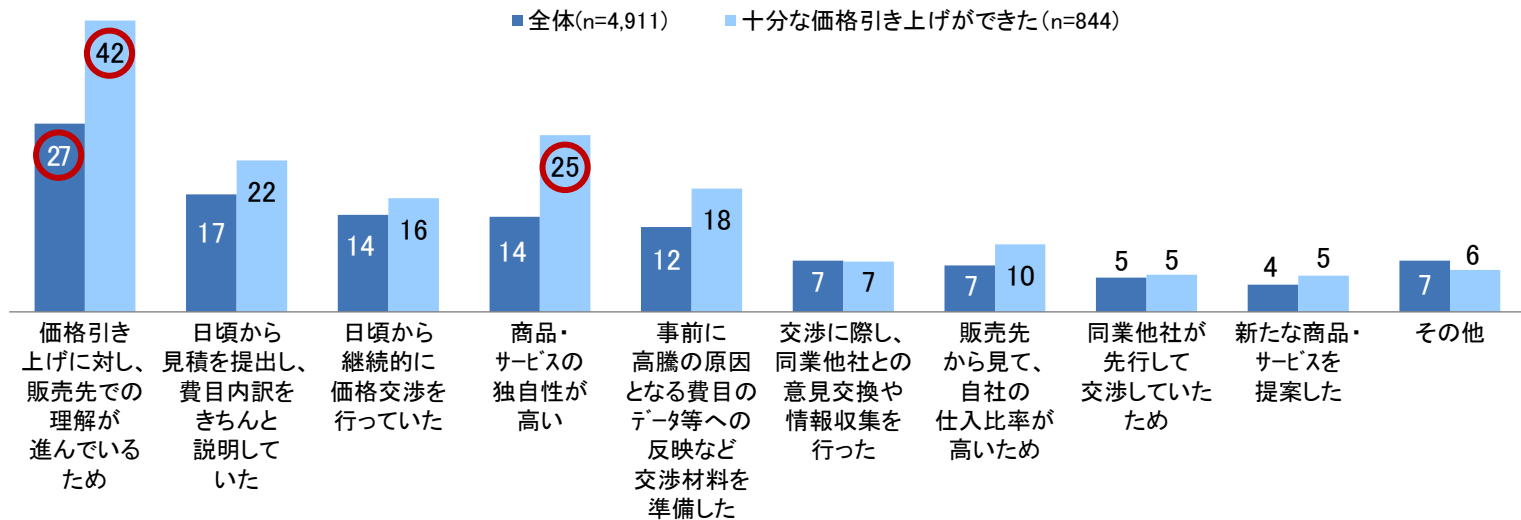
	回答 件数					
製造業	647	50	36	11	15	15
建設業	569	43	28	9	19	20
卸・小売業	631	48	35	7	18	18
サービス業	730	33	17	8	18	33

Q6 販売価格の引き上げができた理由

- ・販売価格の引き上げができた理由について、「価格引き上げに対し、販売先での理解が進んでいるため」が27%と最も多くなりました。
- ・また「十分な価格引き上げができた」と回答した企業では、「販売先の理解（42%）」に次いで「自社の商品・サービスの独自性が高い（25%）」ことを理由に挙げています。

<全体・販売価格引き上げの状況別>

※複数回答
(%)

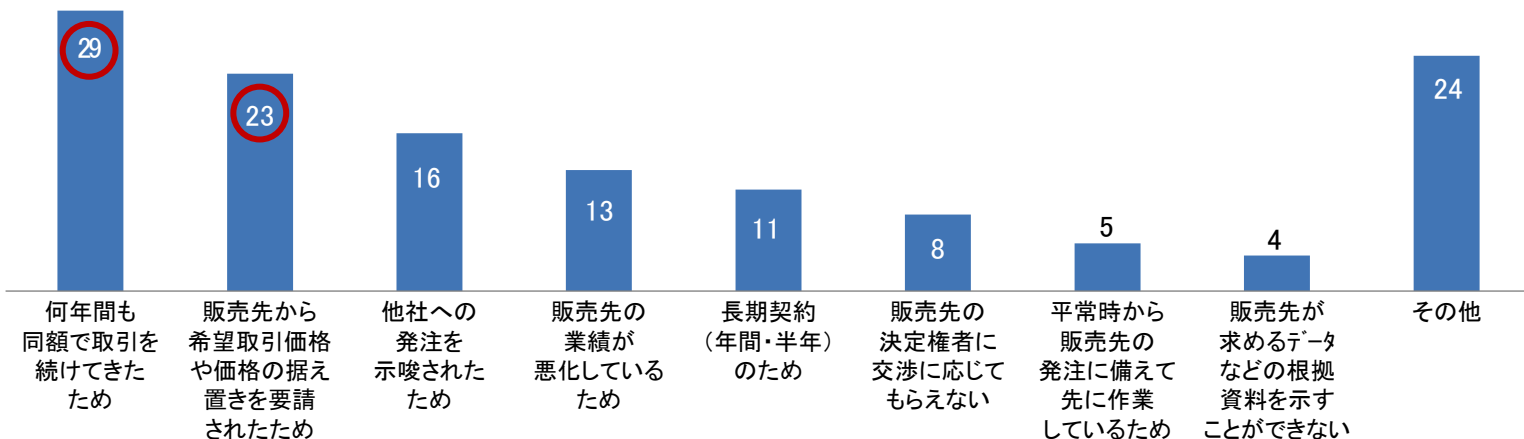


Q7 販売価格の引き上げができなかった理由

- ・販売価格の引き上げができなかった理由について、「何年間も同額で取引を続けてきたため」が29%と最も多く、次いで「販売先から希望取引価格や価格の据え置きを要請されたため」が23%となりました。

<全体>

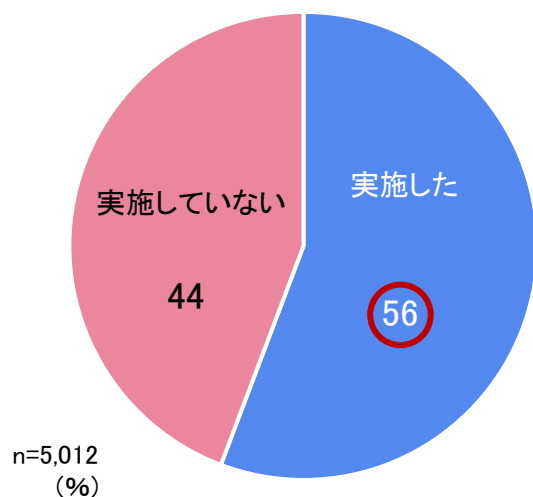
n=1,925
※複数回答
(%)



- ・販売価格の引き上げ以外の対応策を実施した企業は、56%となりました。
- ・業種別でみると、「製造業」は64%と他業種より「実施した」割合が多くなりました。
- ・従業員規模別でみると、規模が大きい企業ほど実施しています。
- ・また、具体的な対応策としては「自社内でのコスト削減」が44%と最も多くなりました。

①販売価格の引き上げ以外の対応策の実施

<全体>



<業種別>

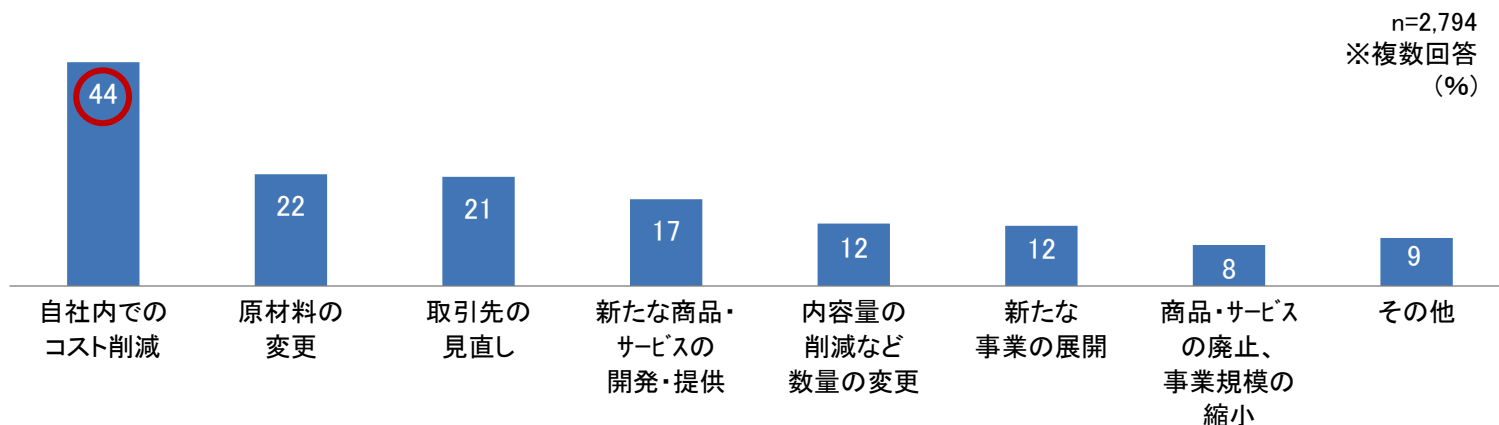
	回答 件数	(%)	
製造業	982	64	36
建設業	1,134	55	45
卸・小売業	1,073	58	42
サービス業	1,619	50	50

<従業員規模別>

	回答 件数	(%)	
5人以下	2,462	50	50
6～10人	892	58	42
11～20人	669	61	39
21人以上	890	67	33

②販売価格の引き上げ以外の対応策 ※Q8-①で「実施した」と回答した方

<全体>



Pick Up! 経営者の声（販売価格の引き上げができた・できなかった理由や、価格交渉のための具体的な工夫、交渉のノウハウ、課題など）

- ・良質な材料の使用など商品価値を理解してもらえるよう、店頭の見せ方や販売ルート工夫したうえで価格を上げたことで、これまでよりも商品価値を理解してもらうことができ、売上も順調。（製造業／北海道）
- ・業界の組合として交渉を行った。一企業だけでは力がなくとも、組合として交渉することで交渉しやすくなり、業界全体の底上げにもなる。（建設業／東北）
- ・価格を上げてでもそれで購入を見送られれば同じこと。原材料の高騰分はなんとか価格転嫁できているが、人件費までは上乗せできていない状況。（製造業／関西）
- ・物価高での悪影響はどこの企業も同じため、自社だけ引き上げということはしにくい。（建設業／九州・沖縄）

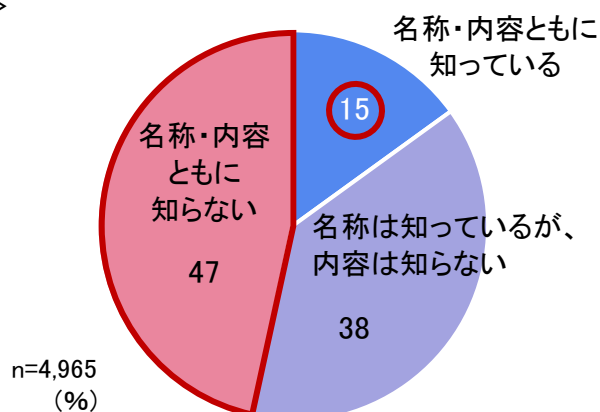
Ⅲ. 今月のトピックス『国際女性デーについて』

Q1 国際女性デーについて

- ・「国際女性デー」の「名称・内容ともに知っている」と回答した企業は15%となりました。
一方、約5割の企業では「名称・内容ともに知らない」という結果になりました。
- ・近くにいる「感謝したい・応援したい人」は、「配偶者・パートナー」が68%と最も多い回答となりました。
- ・参加したい取組みとしては、「働く仲間や家族など、身近な方に感謝の気持ちを伝える取組み」が38%と最も多い回答となりました。

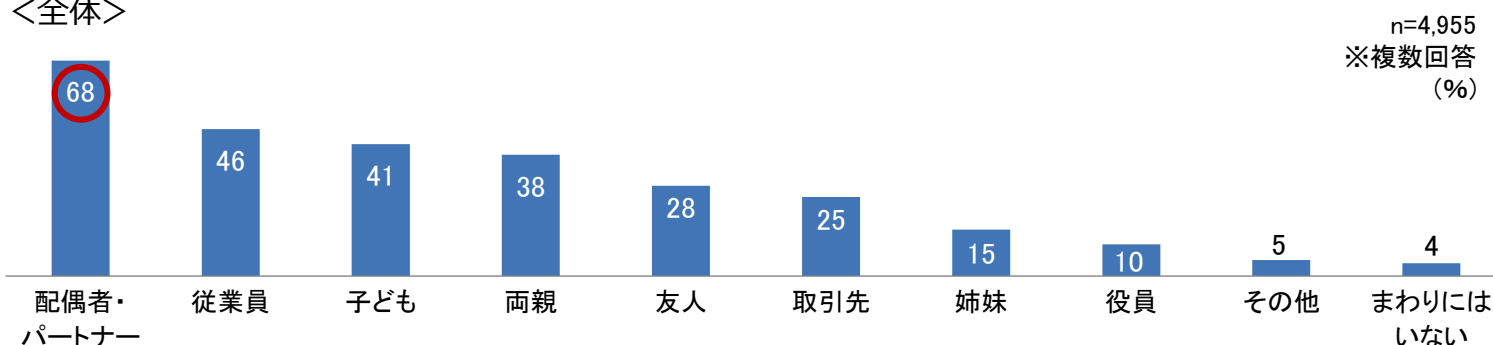
① 国際女性デーの認知度

＜全体＞



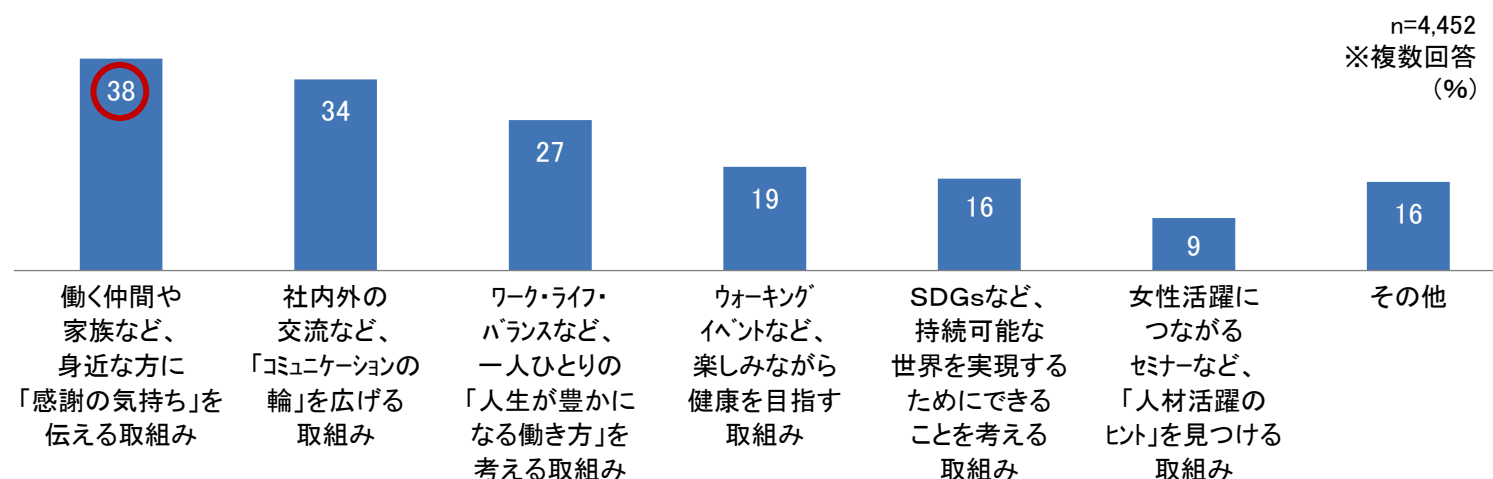
② 近くにいる「感謝したい人」「応援したい人」

＜全体＞



③ 参加したい取組み

＜全体＞



【DIの推移】

<全体>

(単位:pt)

<業種別 D I (直近6ヵ月)>

(単位:pt)

		業況DI	将来DI	従業員過不足 D I
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
	8月	▲21.2	▲ 1.0	▲34.0
	9月	▲21.2	▲ 0.2	▲35.6
	10月	▲19.9	▲ 1.0	▲36.1
	11月	▲18.4	▲ 1.0	▲36.1
	12月	▲17.4	0.3	▲37.0
2023年	1月	▲18.9	▲ 0.5	▲38.1
	2月	▲21.4	0.6	▲37.8
	3月	▲16.2	3.8	▲38.1
	4月	▲14.8	4.0	▲38.7
	5月	▲12.8	5.5	▲37.6
	6月	▲13.6	5.9	▲38.1
	7月	▲12.6	5.9	▲38.4
	8月	▲10.5	4.3	▲38.3
	9月	▲12.4	3.1	▲39.7
	10月	▲13.3	2.0	▲39.2
	11月	▲11.3	3.7	▲39.6
	12月	▲ 9.8	2.5	▲39.8
2024年	1月	▲12.1	3.5	▲37.6
	2月	▲10.7	3.5	▲39.7
	3月	▲12.9	3.7	▲38.8
	4月	▲11.4	4.7	▲39.3
	5月	▲11.4	2.8	▲38.5
	6月	▲12.1	4.2	▲37.7
	7月	▲11.3	4.0	▲37.6
	8月	▲10.7	2.8	▲38.5
	9月	▲ 9.3	4.8	▲39.4
	10月	▲10.7	2.9	▲37.6
	11月	▲10.0	2.2	▲37.7
	12月	▲ 8.7	3.0	▲37.9
2025年	1月	▲10.8	2.2	▲37.6
	2月	▲11.6	2.2	▲37.9
	3月	▲13.1	▲ 0.1	▲37.3

業種		製造業	建設業	卸・小売業	サービス業
業況DI	10月	▲21.1	▲ 1.8	▲21.3	▲ 3.5
	11月	▲17.9	▲ 3.4	▲20.0	▲ 4.3
	12月	▲16.4	▲ 1.5	▲19.0	▲ 2.6
	1月	▲19.7	▲ 1.7	▲20.6	▲ 6.6
	2月	▲18.2	▲ 4.6	▲21.5	▲ 6.4
	3月	▲20.8	▲ 5.2	▲23.0	▲ 8.1
従業員過不足 D I	10月	▲34.8	▲53.6	▲26.7	▲36.4
	11月	▲34.0	▲53.6	▲26.2	▲36.0
	12月	▲34.0	▲53.9	▲28.3	▲36.0
	1月	▲33.6	▲51.1	▲26.6	▲37.7
	2月	▲34.0	▲53.2	▲25.7	▲38.3
	3月	▲33.6	▲51.7	▲26.6	▲36.9

<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	10月	▲17.6	▲ 7.4	+ 2.2
	11月	▲16.3	▲ 6.7	+ 2.1
	12月	▲16.7	▲ 3.0	+ 3.7
	1月	▲17.3	▲ 6.6	▲ 0.3
	2月	▲17.9	▲ 8.1	▲ 0.6
	3月	▲20.2	▲ 8.3	▲ 0.9
従業員過不足 D I	10月	▲26.8	▲44.5	▲54.6
	11月	▲27.1	▲44.6	▲56.8
	12月	▲27.2	▲44.2	▲56.1
	1月	▲26.7	▲44.9	▲55.9
	2月	▲27.0	▲43.9	▲56.2
	3月	▲26.2	▲45.3	▲54.1

※2020年3月は新型コロナ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カ月)>

(単位:pt)

		北海道	東北	北関東	南関東	北陸・甲信越
業況DI	2024年10月	2.4	▲17.4	▲11.5	▲11.1	▲10.0
	11月	▲ 4.8	▲15.4	▲ 9.2	▲ 9.0	▲10.6
	12月	▲ 2.3	▲17.0	▲ 4.2	▲ 8.6	▲11.2
	2025年 1月	▲ 2.3	▲17.3	▲10.6	▲10.2	▲16.2
	2月	▲10.2	▲21.5	▲12.8	▲ 7.4	▲13.7
	3月	▲11.9	▲22.1	▲16.7	▲10.0	▲16.6
従業員過不足 D I	2024年10月	▲49.8	▲36.8	▲30.6	▲35.0	▲36.6
	11月	▲41.9	▲38.5	▲30.6	▲36.0	▲36.5
	12月	▲47.2	▲43.2	▲34.5	▲37.3	▲34.7
	2025年 1月	▲45.5	▲38.3	▲33.5	▲35.8	▲38.1
	2月	▲42.4	▲38.0	▲36.5	▲34.7	▲39.0
	3月	▲41.0	▲38.2	▲34.3	▲37.2	▲33.3

		東海	関西	中国	四国	九州・沖縄
業況DI	2024年10月	▲13.3	▲11.8	▲11.2	▲ 6.6	▲ 6.9
	11月	▲ 9.7	▲12.7	▲ 9.2	▲11.5	▲ 5.7
	12月	▲10.2	▲10.9	▲ 3.2	▲ 5.8	▲ 7.6
	2025年 1月	▲ 7.1	▲12.6	▲11.7	▲ 7.5	▲ 6.9
	2月	▲10.1	▲12.9	▲15.0	▲ 4.0	▲ 6.8
	3月	▲11.6	▲14.7	▲13.7	▲ 4.2	▲ 6.0
従業員過不足 D I	2024年10月	▲34.0	▲36.9	▲43.5	▲41.6	▲41.0
	11月	▲32.7	▲37.9	▲41.0	▲44.0	▲42.1
	12月	▲31.8	▲38.6	▲42.2	▲40.7	▲37.6
	2025年 1月	▲35.3	▲36.9	▲38.0	▲40.2	▲39.9
	2月	▲34.5	▲38.5	▲42.9	▲35.5	▲39.1
	3月	▲38.2	▲35.5	▲39.9	▲41.9	▲38.9

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(%)