

2025年10月27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9月度調査レポート》

健康経営の定着は、経営者自身の健康意識から！ 「健康経営優良法人認定制度」の普及の鍵は中小企業への波及。

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2025年9月度レポートを公表します。

■2025年9月度の景況感

- ・「現在の業況」(業況DI)は▲9.6pt(前月差+1.3pt)、「将来の見通し」(将来DI)は1.8pt(前月差+0.6pt)とともに改善しました。

■健康経営

- ・健康経営について「意味や内容を知っている」と回答した企業は38%となりました。
- ・経営者自身の健康意識が高いほど、健康維持・増進に取り組んでいるとの回答が多くなっていますが、意識が高い経営者でも「規則正しい生活」や「十分な睡眠」などに取り組んでいる割合は4割未満と、健康維持・増進への取組みに改善余地があることがわかりました。
- ・健康経営に取り組んだ効果として「生活習慣や健康に対する意識向上」が52%と最も多く、次いで、「従業員の満足度、モチベーションの向上(19%)」との回答となりました。
- ・「健康経営優良法人認定制度」について、83%の企業が「予定なし」と回答しており、中小企業まで波及していないことがわかりました。

監修者コメント



神戸大学経済経営研究所 柴本 昌彦 教授 <調査監修>

健康経営の定着に向けては経営者自身の健康意識が重要です。しかし、中小企業経営者の「健康維持・増進への取組み」は十分でなく、特に小規模企業では意識も低い傾向が見られます。経営者が率先して健康に取り組むことで、社内の健康意識が高まり、健康経営の定着もスムーズになります。

中小企業にとって従業員は最も大切な資産です。従業員が健康で安心して働ける環境を整えることは、企業の持続的な成長につながります。「健康経営優良法人認定制度」は、従業員の健康を経営の中心に据え、働きやすい職場づくりを進める企業を国が認定する制度です。認定取得に向けた取り組みは、難しいものではありません。まずは、健康診断の受診率向上や、メンタルヘルス対策など、できることから始めましょう。

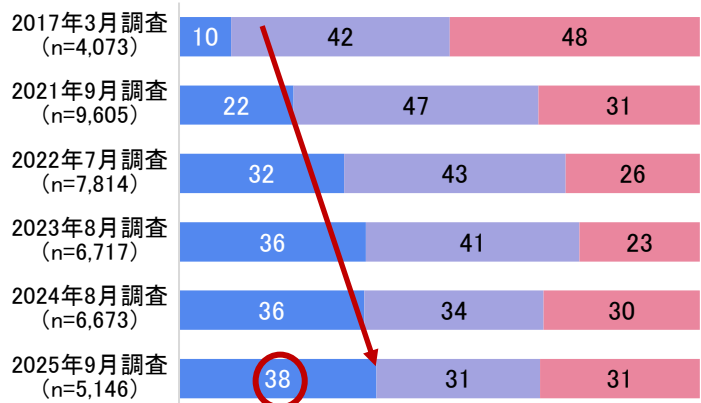
<調査概要>

- 調査期間 : 2025年9月1日～同9月26日
- 調査対象 : 全国の企業経営者 5,413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Z o o m面談により調査
- 調査内容 : 景況感、健康経営

①健康経営の認知度

<全体>

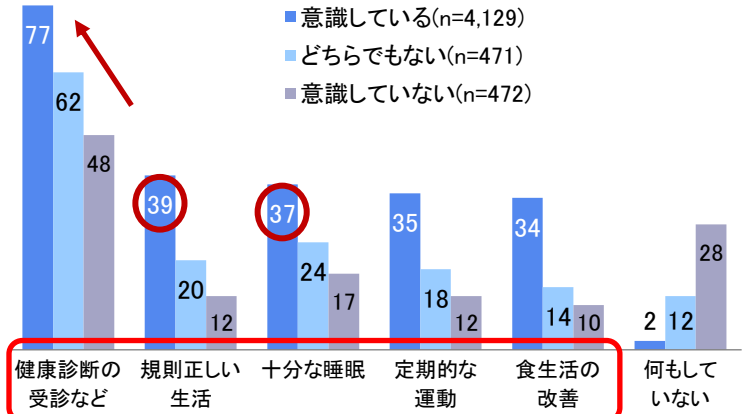
- 意味や内容を知っている
- 言葉だけは聞いたことがある
- 聞いたことがない、知らない



②健康維持・増進のために取組んでいること

<全体>

※複数回答 (%)

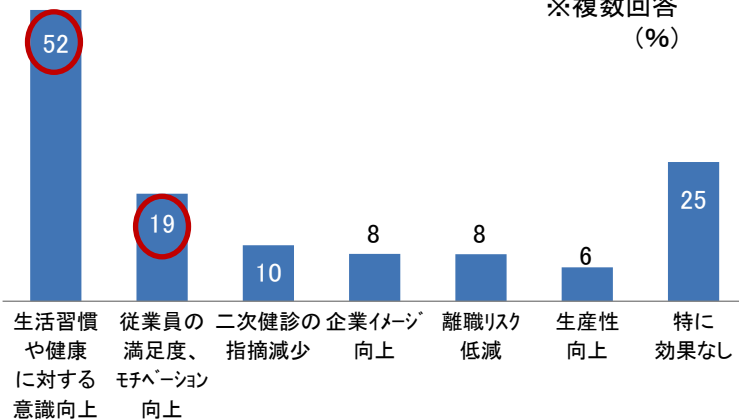


③健康経営の取組み効果

※従業員の「健康づくり」に「取り組んでいる」と回答した方

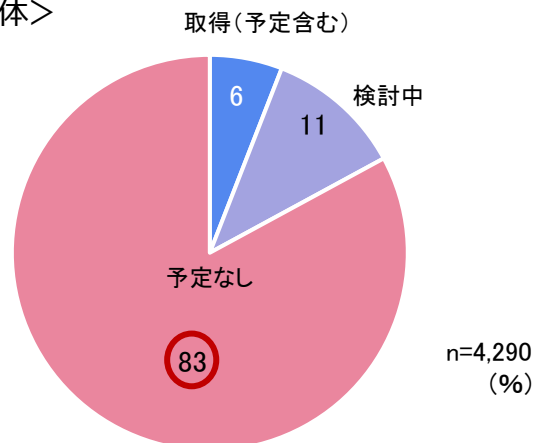
<全体>

n=2,575
※複数回答 (%)



④健康経営優良法人認定制度の取得状況

<全体>



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9月度調査レポート

健康経営の定着は、経営者自身の健康意識から！
「健康経営優良法人認定制度」の普及の鍵は中小企業への波及。

■景況感（P3～）

- ・「現在の業況」（業況DI）は▲9.6pt（前月差+1.3pt）、「将来の見通し」（将来DI）は1.8pt（前月差+0.6pt）とともに改善しました。

■健康経営（P7～）

- ・健康経営について「意味や内容を知っている」と回答した企業は38%となりました。
- ・健康意識の高い経営者ほど、健康維持・増進に取り組んでいるとの回答が多くなっていますが、意識が高い経営者でも「規則正しい生活」や「十分な睡眠」などに取り組んでいる割合は4割未満と、健康維持・増進への取組みに改善余地があることがわかりました。
- ・健康経営に取り組んだ効果として「生活習慣や健康に対する意識向上」が52%と最も多く、次いで、「従業員の満足度、モチベーションの向上（19%）」との回答となりました。
- ・「健康経営優良法人認定制度」について、83%の企業が「予定なし」と回答しており、中小企業まで波及していないことがわかりました。

 **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9月1日～9月26日
- ・ 調査対象 : 全国の企業経営者 5,413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] 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		5,413 (100.0)	168	472	556	825	489	525	1,067	431	274	606
業種	製造業	1,000 (18.5)	14	65	112	119	142	117	260	58	41	72
	建設業	1,235 (22.8)	48	141	142	166	111	121	167	123	77	139
	卸・小売業	1,129 (20.9)	38	80	93	174	96	95	257	88	67	141
	サービス業	1,825 (33.7)	59	160	196	326	125	160	340	145	79	235
	その他	148 (2.7)	7	16	10	33	10	17	24	11	4	16
	無回答	76 (1.4)	2	10	3	7	5	15	19	6	6	3
従業員規模	5人以下	2,589 (47.8)	76	208	280	439	210	226	518	198	120	314
	6～10人	929 (17.2)	27	85	94	128	95	86	177	79	54	104
	11～20人	741 (13.7)	29	70	80	110	69	78	144	50	45	66
	21人以上	1,040 (19.2)	34	98	93	129	110	112	204	93	50	117
	無回答	114 (2.1)	2	11	9	19	5	23	24	11	5	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	551 (10.2)	40歳未満	216 (4.0)	男性	4,879 (90.1)
10～30年未満	1,117 (20.6)	40歳代	944 (17.4)	女性	414 (7.6)
30～50年未満	1,485 (27.4)	50歳代	1,696 (31.3)	無回答	120 (2.2)
50～100年未満	1,792 (33.1)	60歳代	1,377 (25.4)		
100年以上	230 (4.2)	70歳以上	963 (17.8)		
無回答	238 (4.4)	無回答	217 (4.0)		

<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9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。

中小企業の健康経営

労働人口の減少や高齢化により、従業員が健康で生き活きと長く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。

中小企業の健康経営について、産業医科大学と共同で実施した今回の調査結果は、今後さらに分析を深めたうえで、新たな対策の検討等に活用されます。

専門家意見

従業員の健康管理を経営的な視点で考え戦略的に実践する「健康経営」の認知度を確認したところ、「意味や内容まで知っている」と回答された方の割合が38%となりました。大企業ばかりでなく、中小企業にも「健康経営」が着実に浸透してきていることを嬉しく感じています。

日本の企業の99%は中小企業です。国そして地域経済を支える中小企業経営者の皆さんには、ぜひとも力強いリーダーシップで自社の「健康風土の醸成」や「健康経営の実践」に取り組んでいただきたいと強く思います。



森 晃爾

産業医科大学
産業生態科学研究所 教授

さて、今回の調査ですが、中小企業経営者が「健康維持・増進のために取り組んでいること」で最も多かったのは「健康診断や人間ドックの受診」でした。また、半数以上の方が「規則正しい生活」を意識されています。健康診断などで健康状態を可視化し、自らが健康的な生活習慣を心がけることはとても重要な健康行動です。経営者の健康経営に対する理解度が高い企業ほど健康行動は従業員（全員）の受診率が高い傾向にあるように、経営者の意識・行動は従業員の健康に直結します。企業のトップである経営者の皆さんには、健康経営の意味や内容をしっかりと理解してもらいたいと思います。

また、「健康経営に取り組むうえでの課題」で最も多かったのは「企業として従業員個人の健康にどの程度関与してよいかの判断が難しい」でした。過去から同様の傾向が続いており、産業医や保健師等の医療職がいない中小企業ならではの課題といえるでしょう。

大同生命が提供しているサービスの1つ「KENCO SUPPORT PROGRAM（ケンコウ・サポート・プログラム）」では、健康診断の予約や健康診断結果を自動で登録する機能、従業員の健康状態に応じて病院受診や保健指導の要否を確認できるレポート機能があります。また、健康や就業に関する悩みを産業医や保健師に相談できるサービスもありますので、積極的に活用してみてください。

最後になりますが、健康経営の実践を通じた皆さんの会社の一層の発展を期待しています。

<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。（「健康経営」は、NPO法人 健康経営研究会の登録商標です。）

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

2025年9月度調査のポイント

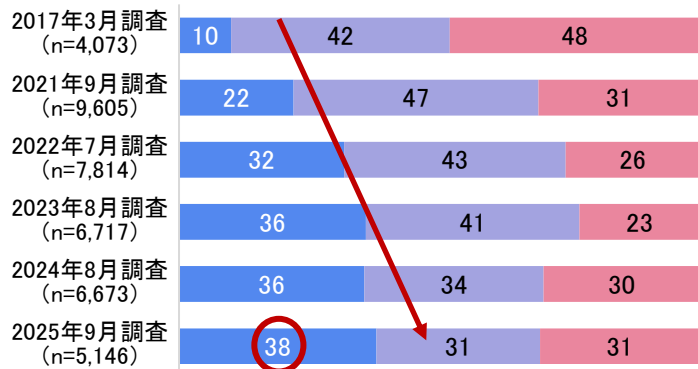
健康経営

- 健康経営について「意味や内容を知っている」と回答した企業は38%となりました。
- 健康意識の高い経営者ほど、健康維持・増進に取り組んでいるとの回答が多くなっていますが、意識が高い経営者でも「規則正しい生活」や「十分な睡眠」などに取り組んでいる割合は4割未満と、健康維持・増進への取組みに改善余地があることがわかりました。
- 健康経営に取り組んだ効果として「生活習慣や健康に対する意識向上」が52%と最も多く、次いで、「従業員の満足度、モチベーションの向上（19%）」との回答となりました。
- 「健康経営優良法人認定制度」について、83%の企業が「予定なし」と回答しており、中小企業まで波及していないことがわかりました。

①健康経営の認知度

<全体>

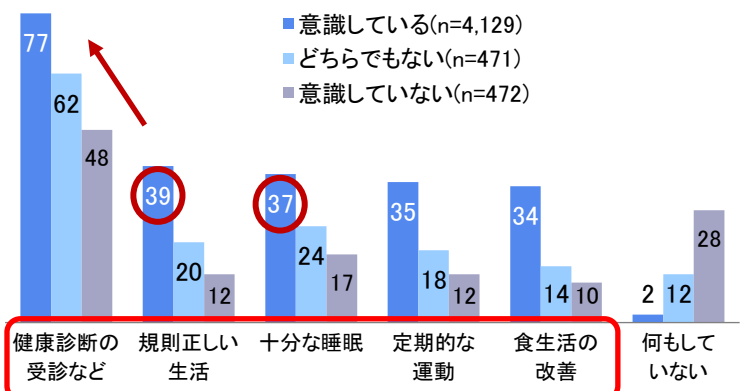
■意味や内容を知っている
■言葉だけは聞いたことがある
■聞いたことがない、知らない (%)



②健康維持・増進のために取り組んでいること

<全体>

※複数回答 (%)

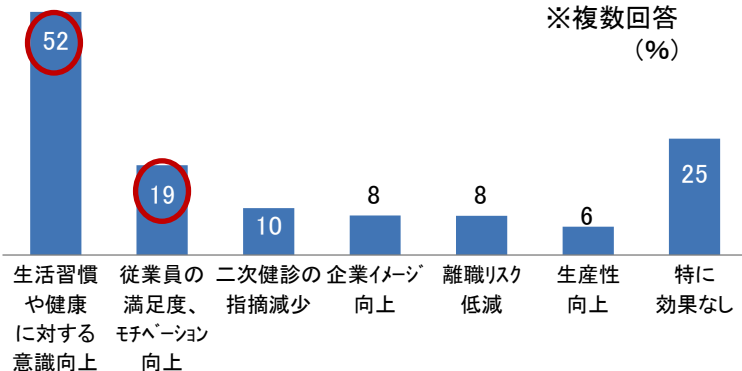


③健康経営の取組み効果

※従業員の「健康づくり」に「取り組んでいる」と回答した方

<全体>

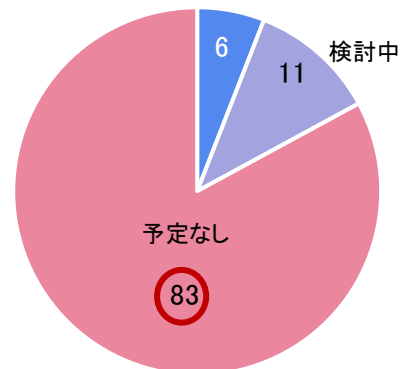
n=2,575
※複数回答 (%)



④健康経営優良法人認定制度の取得状況

<全体>

取得(予定含む)



n=4,290 (%)

監修者コメント

健康経営の定着に向けては経営者自身の健康意識が重要です。しかし、中小企業経営者の「健康維持・増進への取組み」は十分でなく、特に小規模企業で意識が低い傾向が見られます。経営者が率先して「健康」に取り組むことで、社内の健康意識が高まり、健康経営の定着もスムーズになります。

中小企業にとって従業員は最も大切な資産です。従業員が健康で安心して働ける環境を整えることは、企業の持続的な成長につながります。「健康経営優良法人認定制度」は、従業員の健康を経営の中心に据え、働きやすい職場づくりを進める企業を国が認定する制度です。認定取得に向けた取組みは難しいものではありません。まずは、健康診断の受診率向上や、メンタルヘルス対策など、できることから始めましょう。



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▲9.6pt(前月差+1.3pt)と改善しました。
また、「将来の見通し」(将来DI)は1.8pt(前月差+0.6pt)と改善しました。
- 「売上高(前月差▲0.5pt)」「利益(前月差▲0.2pt)」「資金繰り(前月差▲0.1pt)」は、いずれも悪化しました。

現在の業況

調査月	■良い ■普通 ■悪い (%)	業況DI	前月差
2025年7月 (n=4,927)	13 63 24	▲11.1pt	+ 1.8pt
8月 (n=3,924)	13 64 23	▲10.8pt	+ 0.3pt
9月 (n=4,857)	13 65 23	▲9.6pt	+ 1.3pt

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
2025年7月 (n=4,912)	15 70 16	▲1.0pt	▲0.6pt
8月 (n=3,904)	15 70 14	1.2pt	+ 2.2pt
9月 (n=4,826)	15 72 13	1.8pt	+ 0.6pt

売上高

調査月	■改善した ■変わらない ■悪化した (%)
2025年7月 (n=4,909)	15 68 18
8月 (n=3,908)	15 69 16
9月 (n=4,821)	15 70 16

利益

調査月	■改善した ■変わらない ■悪化した (%)
2025年7月 (n=4,909)	13 69 18
8月 (n=3,900)	13 69 18
9月 (n=4,827)	12 71 17

資金繰り

調査月	■改善した ■変わらない ■悪化した (%)
2025年7月 (n=4,882)	7 82 11
8月 (n=3,881)	8 82 11
9月 (n=4,814)	7 83 10

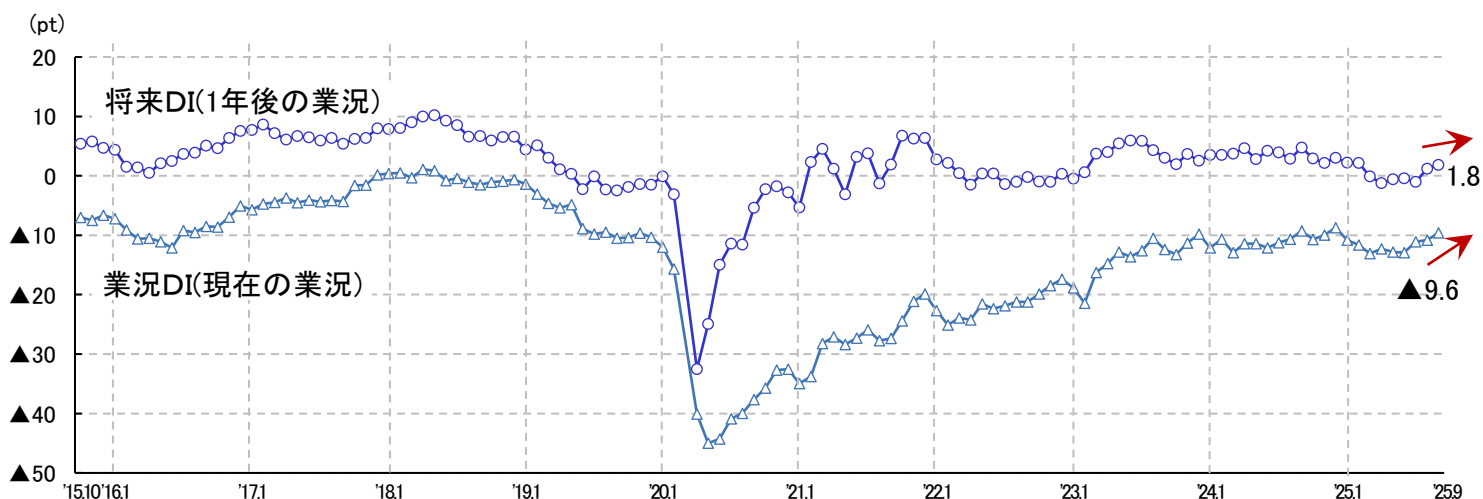
調査月	売上高DI	前月差
2025年7月	▲2.8pt	± 0.0pt
8月	▲0.7pt	+ 2.1pt
9月	▲1.2pt	▲0.5pt

調査月	利益DI	前月差
2025年7月	▲5.2pt	± 0.0pt
8月	▲4.3pt	+ 0.9pt
9月	▲4.5pt	▲0.2pt

調査月	資金繰りDI	前月差
2025年7月	▲3.8pt	▲1.4pt
8月	▲3.0pt	+ 0.7pt
9月	▲3.1pt	▲0.1pt

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】

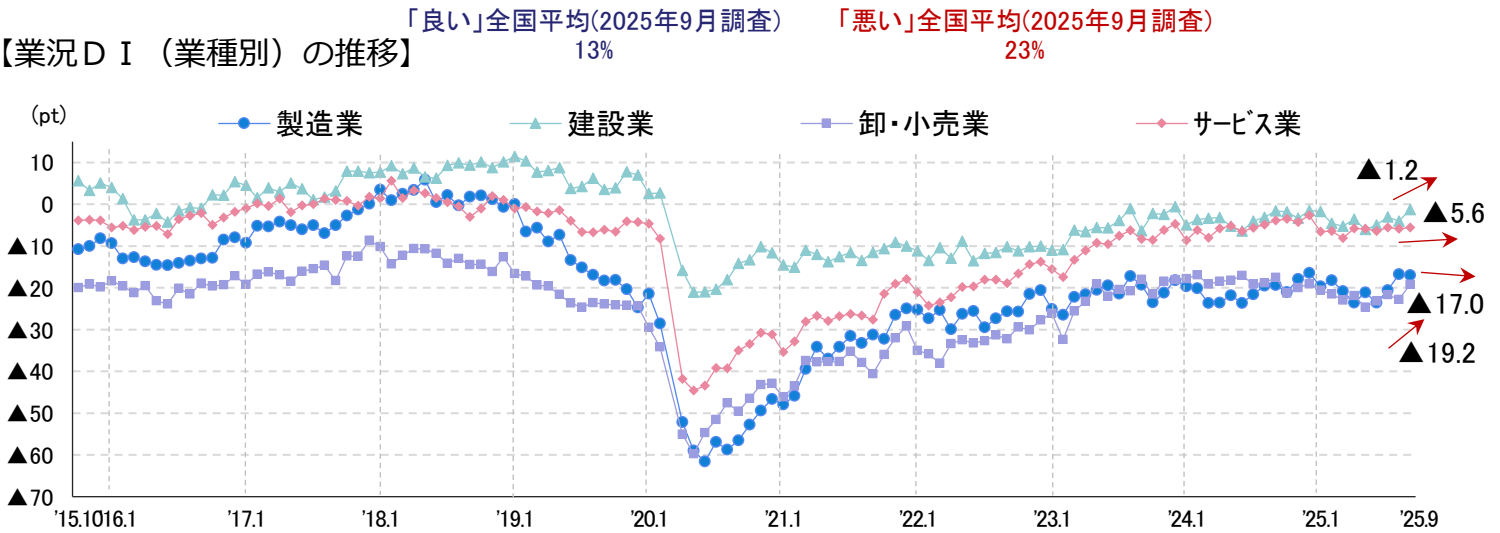


※2020年3月はコロナ禍の影響を踏まえ調査を中止。

(2) 業種別 業況DI

- 「卸売業」で前月差+8.9ptと大きく改善しています。
- 一方で、「製造業 (▲0.2pt)」や「小売業 (▲1.2pt)」では悪化しています。

業種	回答件数	※上段:2025年 8月調査 下段:2025年 9月調査			業況DI (pt)	前月差 (pt)
		良い	普通	悪い (%)		
製造業	723	12	59	29	▲ 16.7	+ 3.9
	896	13	58	30	▲ 17.0	▲ 0.2
建設業	921	14	67	18	▲ 4.0	▲ 0.9
	1,122	16	68	17	▲ 1.2	+ 2.8
卸・小売業	799	9	58	32	▲ 22.8	▲ 1.1
	1,016	9	63	28	▲ 19.2	+ 3.6
卸売業	353	10	57	33	▲ 23.5	▲ 3.8
	485	11	64	26	▲ 14.6	+ 8.9
小売業	446	9	60	31	▲ 22.2	+ 1.0
	531	7	62	31	▲ 23.4	▲ 1.2
サービス業	1,340	13	67	19	▲ 5.9	▲ 0.3
	1,656	14	67	19	▲ 5.6	+ 0.3
情報通信業	80	16	65	19	▲ 2.5	+ 7.9
	96	25	55	20	+ 5.2	+ 7.7
運輸業	152	13	59	28	▲ 14.5	+ 3.5
	176	15	60	25	▲ 10.2	+ 4.2
不動産・物品賃貸業	250	11	73	16	▲ 4.8	▲ 3.5
	284	11	73	16	▲ 4.9	▲ 0.1
宿泊・飲食サービス業	110	16	63	21	▲ 4.5	▲ 5.3
	116	13	69	18	▲ 5.2	▲ 0.6
医療・福祉業	89	16	61	24	▲ 7.9	▲ 5.4
	125	12	68	20	▲ 8.0	▲ 0.1
教育・学習支援業	22	14	73	14	+ 0.0	+ 9.1
	43	19	65	16	+ 2.3	+ 2.3
生活関連サービス業、 娯楽業	136	9	69	22	▲ 13.2	+ 1.3
	163	12	64	25	▲ 12.9	+ 0.4
学術研究、専門・技術 サービス業	136	16	69	15	+ 1.5	+ 0.9
	178	14	70	16	▲ 1.7	▲ 3.2
その他サービス業	365	13	69	18	▲ 4.1	+ 0.6
	475	14	68	19	▲ 5.5	▲ 1.4

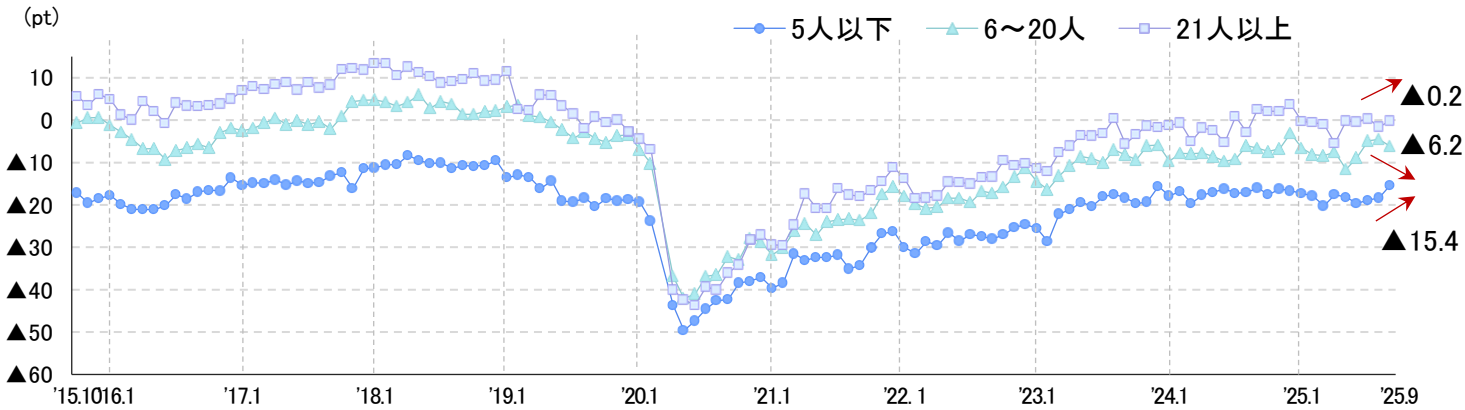


(3) 従業員規模別 業況DI

・「6～20人」の規模の企業で、前月差▲1.6ptと悪化しました。

従業員規模	回答件数	※上段:2025年 8月調査 下段:2025年 9月調査	良い 普通 悪い (%)	業況DI (pt)	前月差 (pt)
5人以下	1,916	10	62 28	▲ 18.3	+ 0.6
	2,341	10	64 26	▲ 15.4	+ 2.9
6～20人	1,256	15	66 19	▲ 4.5	+ 0.3
	1,505	14	65 21	▲ 6.2	▲ 1.6
21人以上	710	17	64 19	▲ 1.5	▲ 1.9
	959	17	65 18	▲ 0.2	+ 1.3

【業況DI（従業員規模別）の推移】

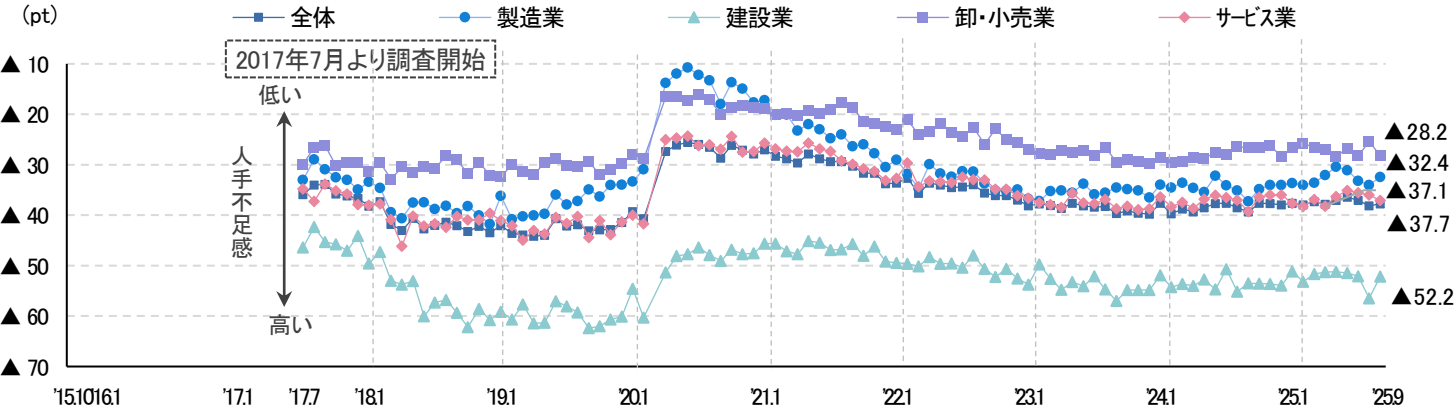


(4) 従業員過不足DI

- ・従業員過不足DIは▲37.7pt（前月差+0.4pt）となりました。
- ・「サービス業」では人手不足感が高まっています。

業種	回答件数	※上段:2025年 8月調査 下段:2025年 9月調査	過多 充足 不足 (%)	従業員過不足DI (pt)	前月差 (pt)
全体	3,990	1	59 39	▲ 38.1	▲ 1.1
	4,849	1	60 39	▲ 37.7	+ 0.4
製造業	726	3	60 37	▲ 34.0	▲ 0.8
	885	3	62 35	▲ 32.4	+ 1.6
建設業	933	1	42 57	▲ 56.5	▲ 4.4
	1,114	1	47 53	▲ 52.2	+ 4.3
卸・小売業	815	2	71 27	▲ 25.4	+ 2.8
	1,015	1	70 29	▲ 28.2	▲ 2.8
サービス業	1,370	1	63 37	▲ 36.0	▲ 0.5
	1,668	1	61 38	▲ 37.1	▲ 1.1

【従業員過不足DI（業種別）の推移】

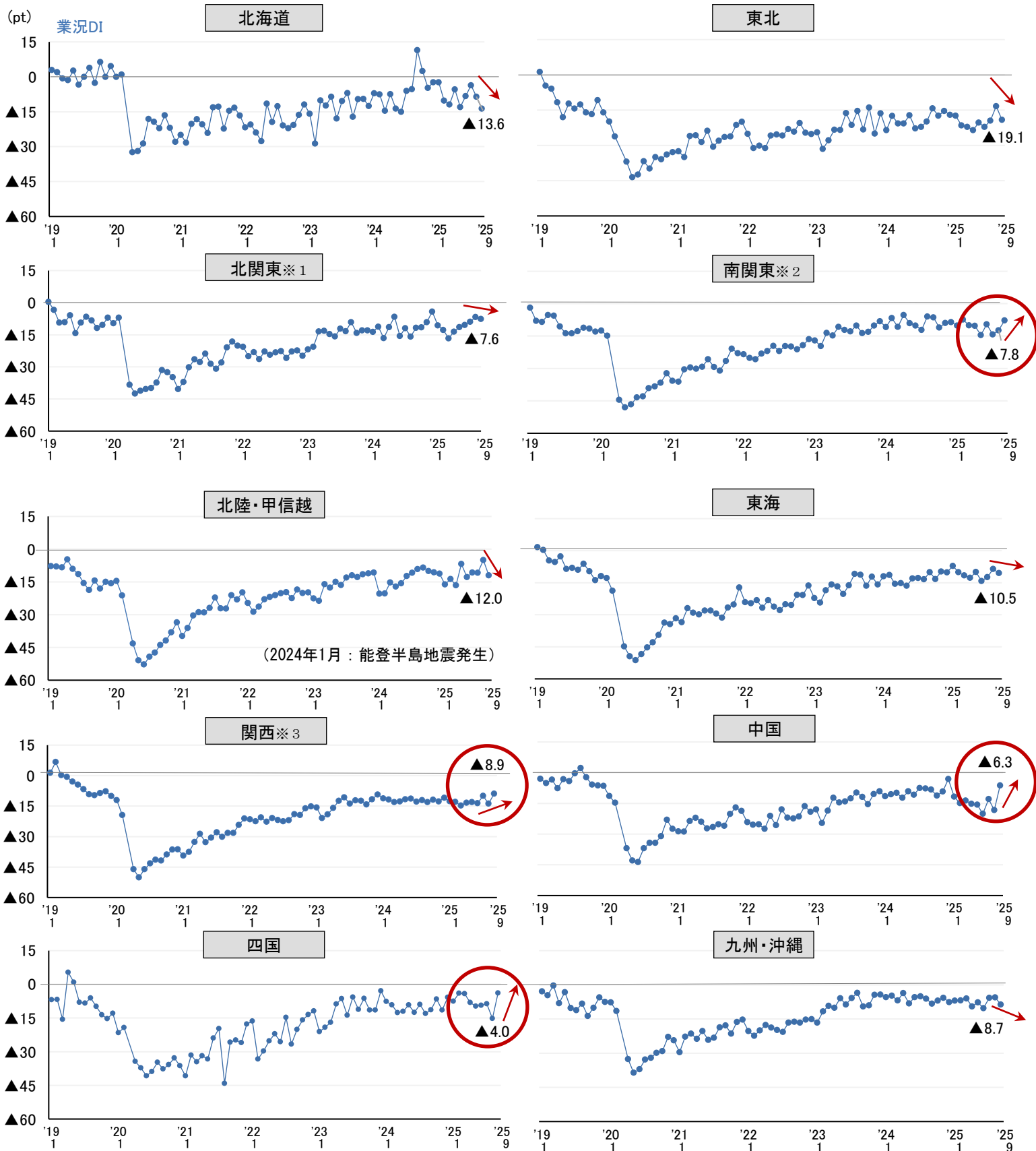


(5) 地域別 業況DI

- 「南関東」「関西」「中国」「四国」の4地域で改善しています。

<全国平均の業況DI推移(直近6ヵ月)> (単位:pt)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
業況DI	▲12.3	▲12.8	▲12.9	▲11.1	▲10.8	▲9.6



※1: 北関東 = 茨城・栃木・群馬・埼玉

※2: 南関東 = 千葉・東京・神奈川

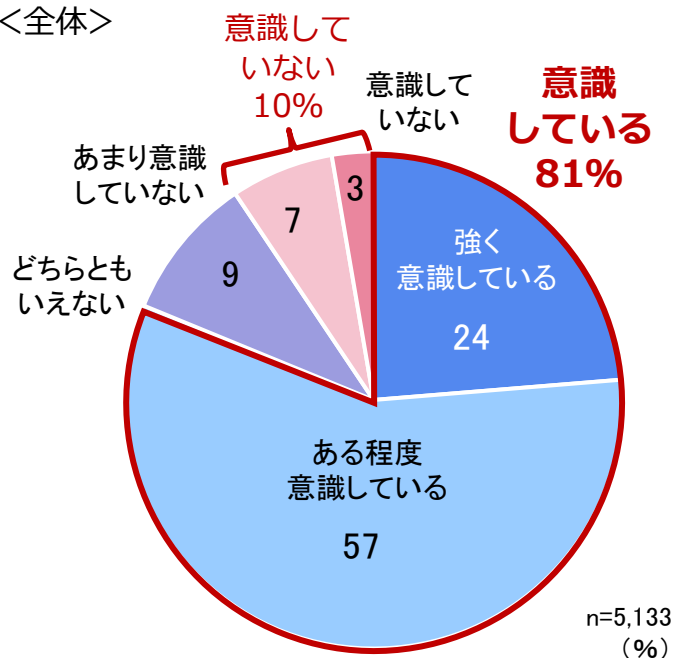
※3: 関西 = 滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山

Ⅱ. 健康経営

Q1 健康に対する意識

- ・ 中小企業経営者の81%が、自分自身の健康について「意識している」と回答しました。
- ・ 従業員規模別では規模が小さいほど「意識していない」との回答割合が高くなりました。

<全体>



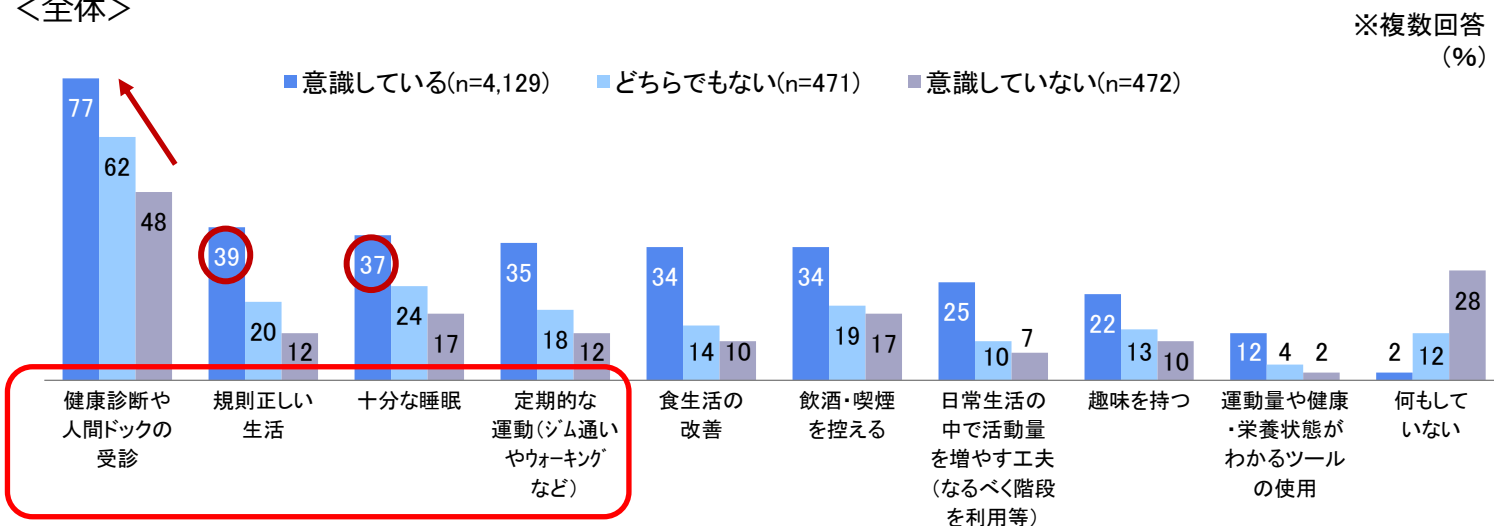
<従業員規模別>

	回答件数	意識している (%)	どちらともいえない (%)	意識していない (%)
5人以下	2,434	78	10	12
6～10人	888	80	10	9
11～20人	709	86	9	5
21人以上	1,013	87	7	6

Q2 健康維持・増進のために取組んでいること

- ・ 健康維持・増進のために取組んでいることは、「健康診断や人間ドックの受診」が最も多くなりました。次いで「規則正しい生活」「十分な睡眠」「定期的な運動」の順で回答が多くなっています。
- ・ 健康意識の高い経営者ほど、健康維持・増進に取り組んでいるとの回答が多くなっていますが、意識が高い経営者でも「規則正しい生活」や「十分な睡眠」などに取組んでいる割合は4割未満と、健康維持・増進への取組みに改善余地があることがわかりました。

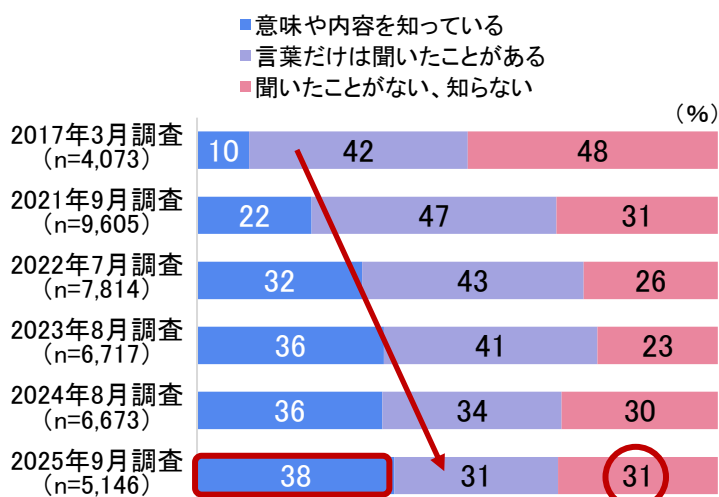
<全体>



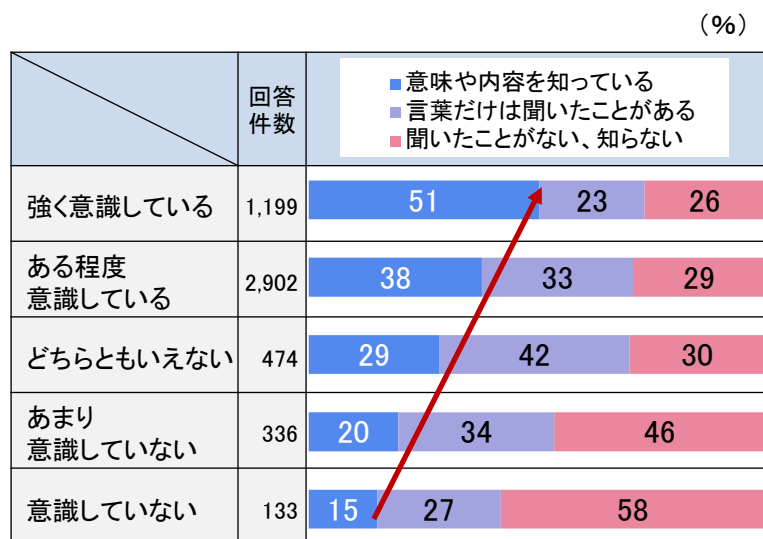
Q3 「健康経営」の認知度

- 健康経営について「意味や内容を知っている」と回答した企業は38%となりました。調査開始時（2017年3月調査）と比べると認知度は高まっていますが、「知らない」との回答も3割存在しており、更なる浸透が必要です。
- なお、経営者自身の健康意識が強い企業ほど、「健康経営」に対する認知度が高くなっています。

<全体>



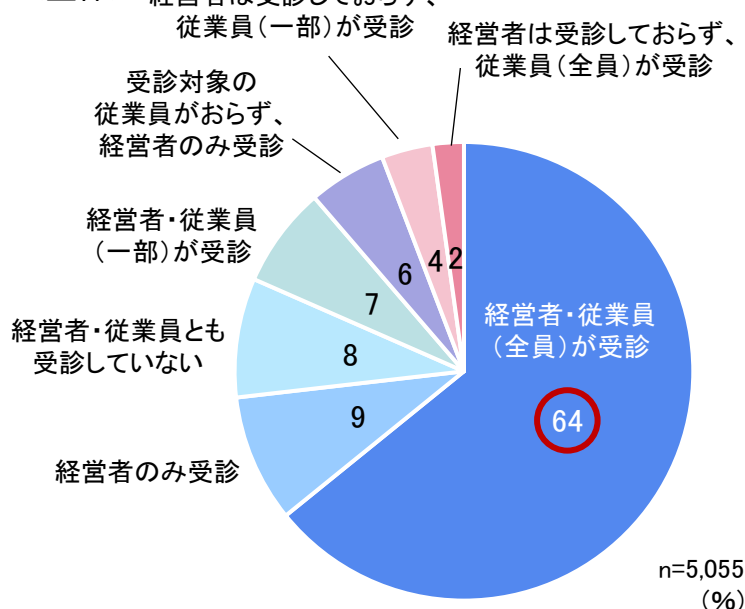
<経営者の健康への意識別>



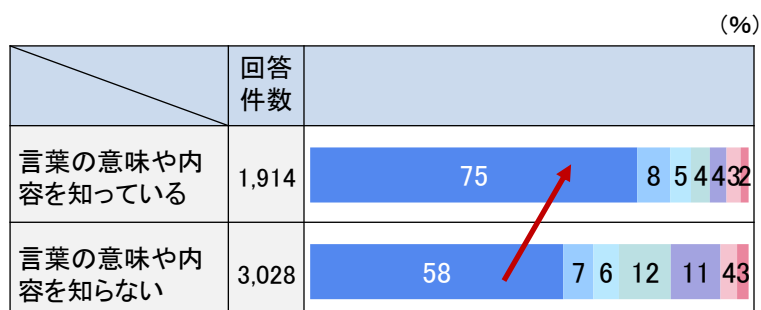
Q4 健康診断・人間ドックの受診状況

- 健康診断や人間ドックの受診状況について、「経営者・従業員（全員）が受診」と回答した企業は64%となりました。
- また、経営者の健康経営への理解が進んでいる企業では、経営者・従業員（全員）の受診率も高くなっています。

<全体>

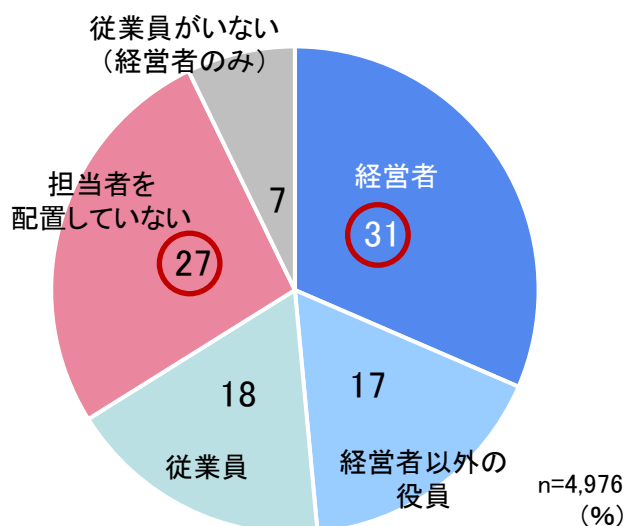


<健康経営の理解度別>



- 従業員の「健康づくり」担当者の配置状況について、「経営者」と回答した企業が31%と最も多くなりました。
- 一方、「担当者を配置していない」と回答した企業も27%となっています。

<全体>



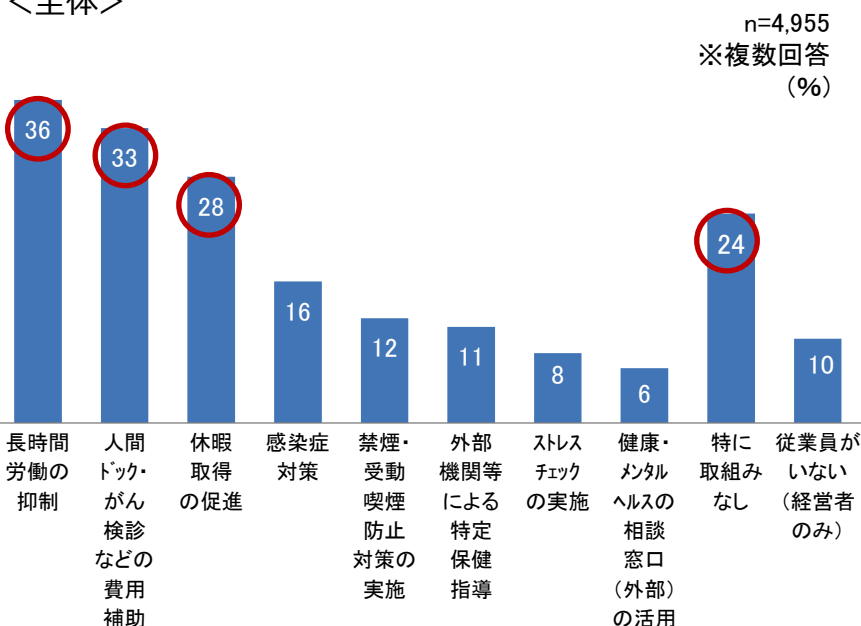
Pick Up! (従業員の「健康づくり」についての課題や工夫、「健康経営」へのご意見)

- 健康経営優良法人認定制度は良いものだと思うが、コストもかかる施策であり、特に小規模企業にどのようなメリットがあるのか、よくわからない。(サービス業／北海道)
- そもそも、何から始めればいいのかわからない。(製造業／山形県)
- 個人の健康にどの程度、会社が関与していいのか判断がものすごく難しい。(建設業／静岡県)
- 健康に関心がない従業員に無理に推進すると逆に不満や退職につながる可能性もあるので難しい。(情報通信業／石川県)
- 例えば、毎年の健康診断費用やスポーツジムの会費、健康促進グッズの購入支援を会社負担で行いたいのがコスト負担が厳しい。こうした施策へ行政から支援して欲しい。(小売業／兵庫県)
- 経営者自ら率先して健康づくりに取り組み、社員に意識づけをしている。(製造業／長野県)
- 過去に、健康経営優良法人認定制度の取得を試みたが、記入方法すらわからず途中断念したことがある。取得のためのサポートや講習会が必要。(建設業／鹿児島県)
- 県、国など健康経営を申請する先が複数あり、どこに申請すれば良いかわかりにくい。また、申請手続きや認定基準などクリアしていくのに時間と手間がかかり負担が大きい(建設業／大分県)

- 健康経営の取組内容としては、「長時間労働の抑制」が36%と最も多く、次いで「人間ドック・がん検診などの費用補助（33%）」「休暇取得の促進（28%）」となり、中小企業でも労働環境の改善が進んでいることがわかりました。
- 一方、「特に取組みなし」と回答した企業は24%となりました。従業員規模別にみると、企業規模が小さい企業ほど取組みが進んでいないことがわかりました。
- 実際の効果としては、「生活習慣や健康に対する意識向上」が52%と最も多くなりました。また、19%の企業で「従業員の満足度、モチベーションの向上」につながったとの回答がありました。

① 取組内容

<全体>



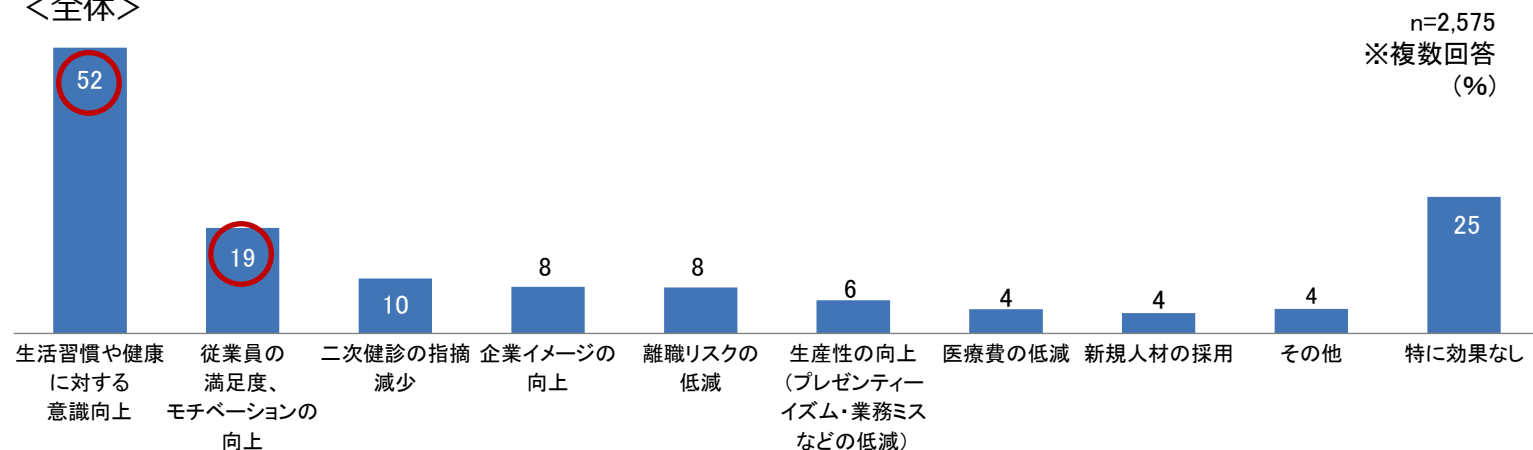
<取組状況（従業員規模別）>

（%）

	回答件数	取組んでいる	特に取組みなし	従業員がいない（経営者のみ）
5人以下	2,323	47	33	20
6～10人	856	77	23	
11～20人	703	84	16	
21人以上	993	92	8	

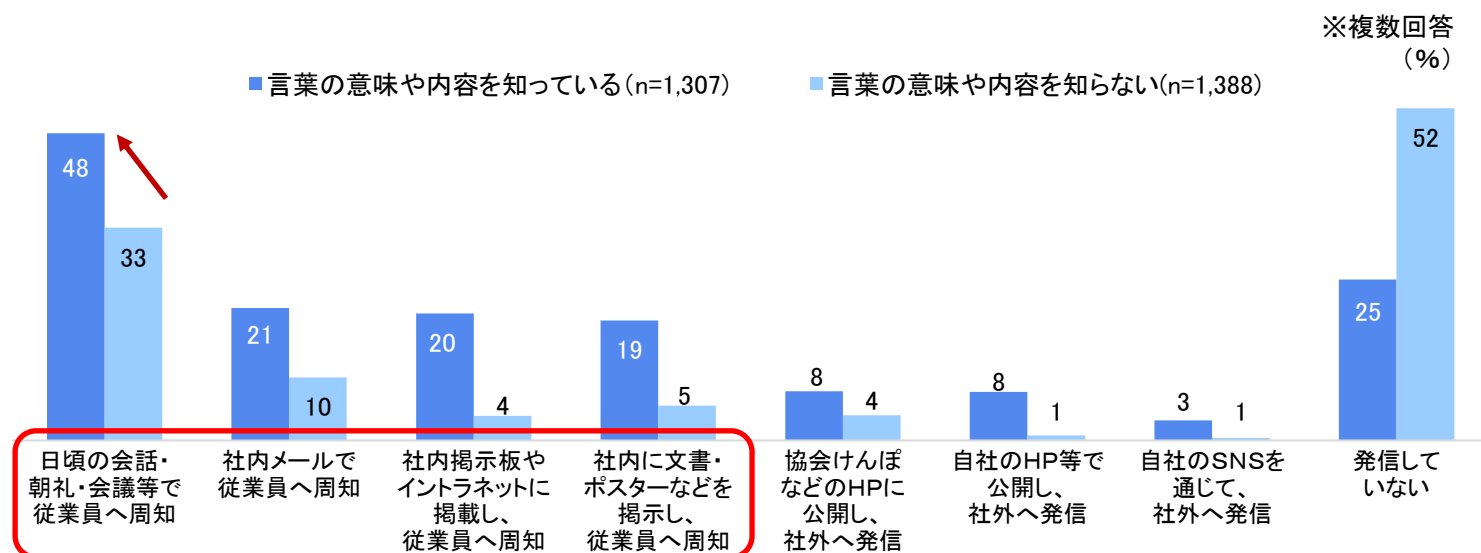
② 実際の効果

<全体>



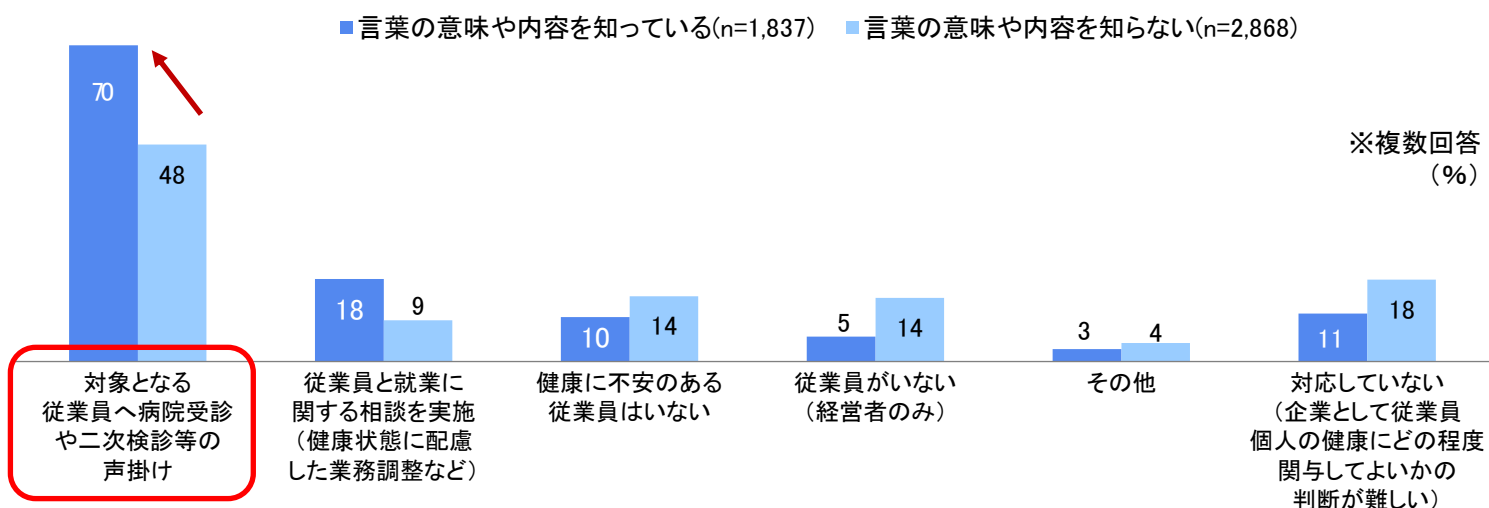
Q7 「従業員の健康づくりのための会社の取組み」に関する社内外への情報発信

- 「従業員の健康づくりのための会社の取組み」について「日頃の会話・朝礼・会議等」、「社内メール」や「社内掲示板やイントラネット」といった方法で、従業員に向けて情報発信に取り組んでいる企業が多いことがわかりました。
- また、経営者の健康経営への理解が進んでいる企業ほど、社内外への情報発信に取り組んでいる企業の割合が高くなっています。



Q8 持病や健康診断で指摘のある従業員への対応

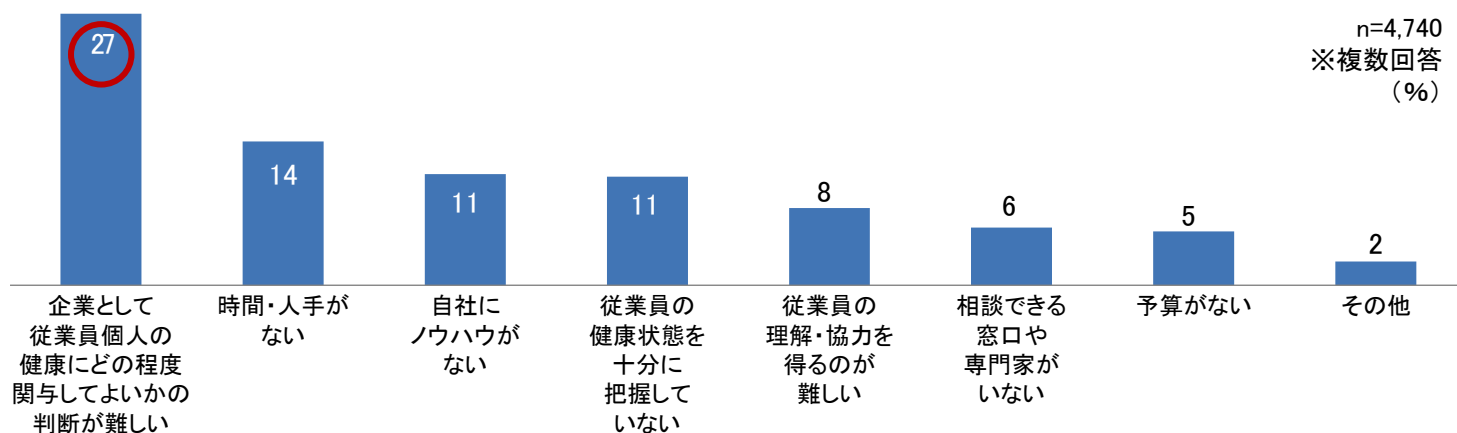
- 持病や健康診断で指摘のある従業員への対応について、「対象となる従業員へ病院受診や二次検診等の声掛け」と回答した企業が最も多くなりました。
- 経営者の健康経営への理解が進んでいる企業ほど、持病や健康診断で指摘のある従業員への対応を進めていることがわかりました。



Q9 健康経営に取り組むうえでの課題

- 健康経営に取り組むうえでの課題として、「企業として従業員個人の健康にどの程度関与してよいかの判断が難しい」が27%と最も多くなりました。

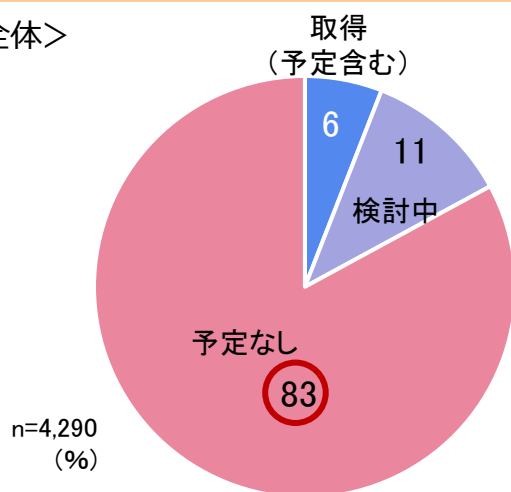
<全体>



Q10 「2025年度健康経営優良法人認定制度」の取得状況

- 「健康経営優良法人認定制度」について、83%の企業が「予定なし」と回答しており、中小企業まで波及していないことがわかりました。
- 経営者の健康経営への理解が進んでいない企業では、更にその割合が高くなり、9割以上が「予定なし」と回答しています。

<全体>



<健康経営の理解度別>

	回答件数	取得 (予定含む) 検討中 予定なし (%)		
言葉の意味や内容を知っている	1,675	14	18	68
言葉の意味や内容知らない	2,557	7	92	

【参考】「健康経営優良法人認定制度」とは？

- ★「健康経営優良法人」とは、企業が従業員の健康を経営的な視点で戦略的に管理・推進していることを、経済産業省と日本健康会議が認定する制度です。

メリット

- 「従業員を大切にする会社」として企業イメージが向上！
- 「働きやすさ」を重視する若年層を中心に、求人時の訴求力がアップ！
- 「職場環境が改善」され、離職率の低下や、業務効率が向上！
- 「ものづくり補助金」や「IT導入補助金」などで加算対象となるケースや、一部金融機関では、認定企業に対して優遇金利を適用する制度も！

概要はこちら（健康経営優良法人認定事務局）→ <https://kenko-keiei.jp/>

【DIの推移】

＜全体＞

(単位:pt)

		業況DI	将来DI	従業員過不足 D I
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
	4月	▲12.3	▲ 1.3	▲37.8
	5月	▲12.8	▲ 0.6	▲37.1
	6月	▲12.9	▲ 0.4	▲36.4
	7月	▲11.1	▲ 1.0	▲37.1
	8月	▲10.8	1.2	▲38.1
	9月	▲ 9.6	1.8	▲37.7

＜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	4月	▲23.6	▲ 3.6	▲21.9	▲ 5.8
	5月	▲21.2	▲ 6.1	▲24.6	▲ 5.9
	6月	▲23.6	▲ 5.0	▲23.2	▲ 6.4
	7月	▲20.6	▲ 3.1	▲21.6	▲ 5.6
	8月	▲16.7	▲ 4.0	▲22.8	▲ 5.9
	9月	▲17.0	▲ 1.2	▲19.2	▲ 5.6
従業員過不足 D I	4月	▲32.1	▲51.3	▲27.0	▲38.2
	5月	▲30.4	▲51.2	▲28.3	▲36.3
	6月	▲31.1	▲51.5	▲26.8	▲35.1
	7月	▲33.2	▲52.1	▲28.2	▲35.5
	8月	▲34.0	▲56.5	▲25.4	▲36.0
	9月	▲32.4	▲52.2	▲28.2	▲37.1

＜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	4月	▲17.6	▲ 7.5	▲ 5.5
	5月	▲18.1	▲11.6	▲ 0.2
	6月	▲19.6	▲ 8.8	▲ 0.4
	7月	▲18.9	▲ 4.9	0.3
	8月	▲18.3	▲ 4.5	▲ 1.5
	9月	▲15.4	▲ 6.2	▲ 0.2
従業員過不足 D I	4月	▲28.2	▲43.5	▲54.4
	5月	▲26.4	▲43.7	▲54.9
	6月	▲25.9	▲43.7	▲53.9
	7月	▲26.5	▲43.9	▲55.2
	8月	▲27.7	▲45.1	▲54.2
	9月	▲27.0	▲42.1	▲56.1

※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	2025年 4月	▲ 5.4	▲23.5	▲13.6	▲10.3	▲ 6.8
	5月	▲13.0	▲20.3	▲11.5	▲14.5	▲12.8
	6月	▲ 8.3	▲22.2	▲10.4	▲ 9.5	▲10.8
	7月	▲ 3.7	▲19.5	▲ 8.9	▲14.2	▲10.9
	8月	▲ 8.5	▲13.3	▲ 6.7	▲12.4	▲ 5.0
	9月	▲13.6	▲19.1	▲ 7.6	▲ 7.8	▲12.0
従業員過不足 D I	2025年 4月	▲40.1	▲36.1	▲37.5	▲37.6	▲37.1
	5月	▲43.7	▲37.1	▲36.1	▲33.9	▲36.6
	6月	▲40.7	▲37.1	▲34.1	▲34.3	▲38.4
	7月	▲48.5	▲36.1	▲34.8	▲37.4	▲35.5
	8月	▲42.7	▲33.2	▲41.8	▲37.0	▲40.0
	9月	▲47.4	▲39.0	▲38.1	▲37.4	▲33.3

		東海	関西	中国	四国	九州・沖縄
業況DI	2025年 4月	▲12.7	▲13.3	▲15.3	▲ 8.1	▲ 9.5
	5月	▲10.0	▲13.1	▲15.7	▲ 9.8	▲ 7.7
	6月	▲14.2	▲13.6	▲20.1	▲ 9.4	▲10.3
	7月	▲12.3	▲ 9.9	▲13.0	▲ 8.7	▲ 5.7
	8月	▲ 8.6	▲13.8	▲18.3	▲15.3	▲ 5.5
	9月	▲10.5	▲ 8.9	▲ 6.3	▲ 4.0	▲ 8.7
従業員過不足 D I	2025年 4月	▲33.6	▲37.7	▲38.9	▲40.4	▲40.7
	5月	▲31.9	▲37.9	▲40.7	▲41.9	▲37.2
	6月	▲33.5	▲37.6	▲35.4	▲35.7	▲38.6
	7月	▲30.6	▲36.9	▲36.2	▲41.2	▲40.5
	8月	▲34.6	▲35.6	▲40.8	▲42.6	▲39.0
	9月	▲36.5	▲38.7	▲38.2	▲34.8	▲38.1

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(%)