

2025年11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10月度調査レポート》

サステナビリティ経営について約半数の中小企業が認知 小規模企業は始めやすいテーマから着手することが第一歩に

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、「サステナビリティ経営」について調査した2025年10月度レポートを公表します。

■2025年10月度の景況感

- ・「現在の業況」（業況DI）は▲11.8pt（前月差▲2.3pt）と悪化しました。「将来の見通し」（将来DI）は1.8pt（前月差±0.0pt）と横ばいでした。

■中小企業のサステナビリティ経営

- ・サステナビリティ経営について「名称・内容ともに知っている」と回答した企業は46%と中小企業にも広がりを見せています。ただし、従業員「5人以下」の企業では「名称・内容ともに知っている」が37%と規模の大きな企業と比べ認知度が低いことがわかりました。
- ・サステナビリティ経営の具体的な取組みとして、「省エネルギーの推進（53%）」が最も多く、次いで「従業員の健康への配慮（51%）」「資源の利用量削減（50%）」と比較的始めやすいテーマが上位となりました。
- ・サステナビリティ経営に取り組んで実際に得られた効果・メリットについては、「コスト削減（光熱水費等）（48%）」が最も多く、次いで「従業員の意識が良い方向に変化（26%）」となりました。

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>

「サステナビリティ経営」という言葉は広まりつつありますが、小規模の中小企業では、日々の経営に追われ、「メリットがよく分からない」「言葉の印象が難しそうで何から始めればよいのか分からない」といった理由で、取組みに躊躇している経営者も少なくありません。

しかし、サステナビリティ経営とは難しいことではありません。長期的な視点で、5、10年先に自社の価値を高め、社会から必要とされる企業になるために「何をすべきか」を考えることです。取組みは身近なことから十分です。地元密着企業なら「地域との関係や貢献」をどう強化するか、また、小規模企業でもペーパーレス化や省エネなど、日常業務の中で「できること」から始められます。行政や業界団体、同業者の支援も大きな助けになります。

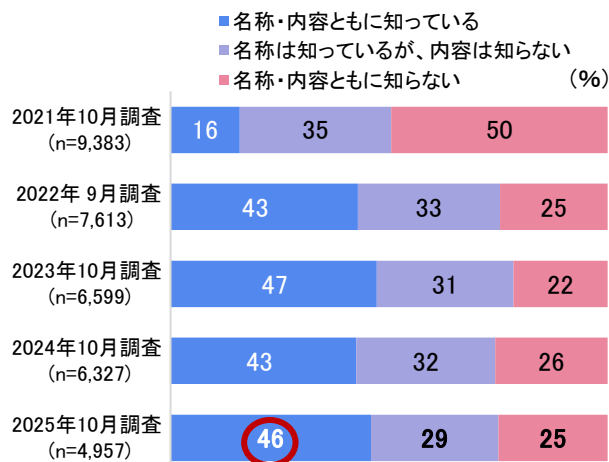
まずは「サステナビリティ経営とは何か」を理解することから一歩を踏み出してみましょう。

<調査概要>

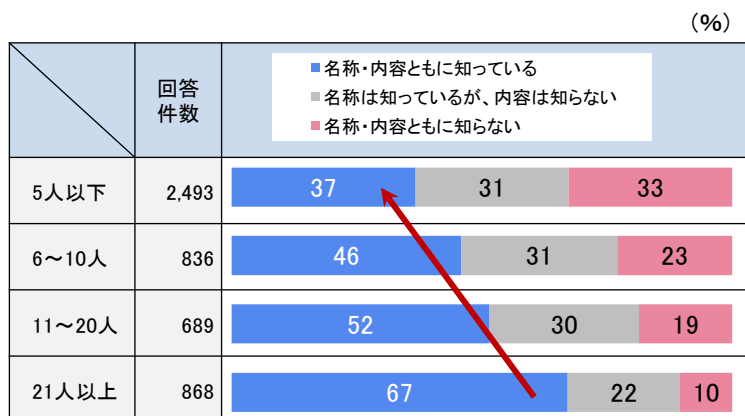
- 調査期間 : 2025年10月1日～同10月28日
- 調査対象 : 全国の企業経営者 5,303社 (うち約5割が当社ご契約企業)
- 調査方法 : 当社営業職員が訪問またはZoom面談により調査
- 調査内容 : 景況感、サステナビリティ経営の取組み状況

①サステナビリティ経営の認知度

<全体>



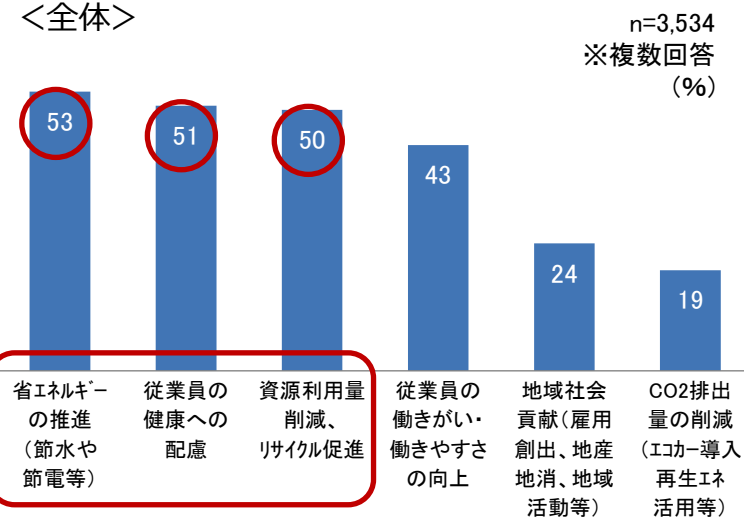
<従業員規模別>



②サステナビリティ経営の具体的な取組み状況

※Q3-①で「今後も取り組む予定はない」以外の回答をした方

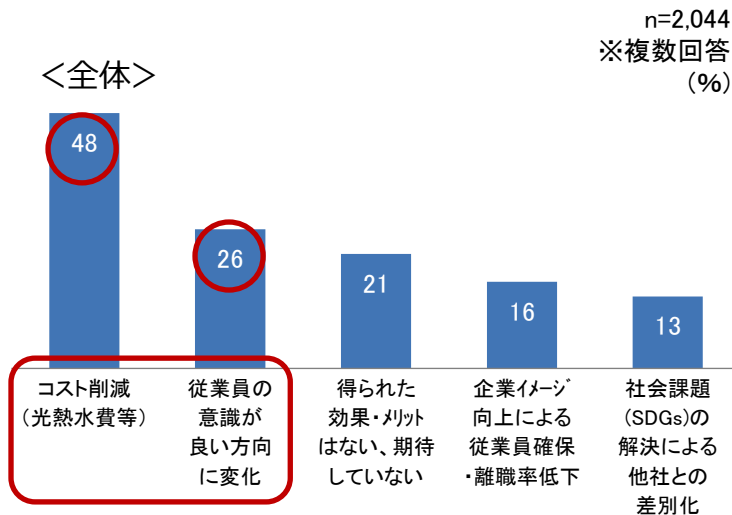
<全体>



③サステナビリティ経営で得られた効果・メリット

※Q3-①で「取り入れている」と回答した方

<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10月度調査レポート

サステナビリティ経営について約半数の中小企業が認知
小規模企業は始めやすいテーマから着手することが第一歩に

■景況感（P3～）

- ・「現在の業況」（業況DI）は▲11.8pt（前月差▲2.3pt）と悪化しました。「将来の見通し」（将来DI）は1.8pt（前月差±0.0pt）と横ばいでした。

■中小企業のサステナビリティ経営（P7～）

- ・サステナビリティ経営について「名称・内容ともに知っている」と回答した企業は46%と中小企業にも広がりを見せています。ただし、従業員「5人以下」の企業では「名称・内容ともに知っている」が37%と規模の大きな企業と比べ認知度が低いことがわかりました。
- ・サステナビリティ経営の具体的な取組みとして、「省エネルギーの推進（53%）」が最も多く、次いで「従業員の健康への配慮（51%）」「資源の利用量削減（50%）」と比較的始めやすいテーマが上位となりました。
- ・サステナビリティ経営に取り組んで実際に得られた効果・メリットについては「コスト削減（光熱水費等）（48%）」が最も多く、次いで「従業員の意識が良い方向に変化（26%）」となりました。



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10月1日～10月28日
- ・ 調査対象 : 全国の企業経営者 5,303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] サステナビリティ経営の取組み状況

<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		5,303 (100.0)	174	500	510	774	428	499	1,007	462	281	668
業種	製造業	931 (17.6)	18	60	116	98	112	129	230	69	37	62
	建設業	1,227 (23.1)	51	138	122	153	110	109	161	119	77	187
	卸・小売業	1,138 (21.5)	35	85	100	159	83	104	248	108	68	148
	サービス業	1,797 (33.9)	66	180	156	336	109	136	328	151	84	251
	その他	142 (2.7)	3	25	14	17	9	12	23	8	12	19
	無回答	68 (1.3)	1	12	2	11	5	9	17	7	3	1
従業員規模	5人以下	2,691 (50.7)	84	253	266	426	187	238	504	225	127	381
	6～10人	884 (16.7)	33	90	83	118	71	74	154	87	61	113
	11～20人	727 (13.7)	23	66	77	106	59	69	140	63	44	80
	21人以上	920 (17.3)	32	78	79	110	106	107	189	80	47	92
	無回答	81 (1.5)	2	13	5	14	5	11	20	7	2	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

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	603 (11.4)	40歳未満	229 (4.3)	男性	4,779 (90.1)
10～30年未満	1,195 (22.5)	40歳代	874 (16.5)	女性	416 (7.8)
30～50年未満	1,424 (26.9)	50歳代	1,651 (31.1)	無回答	108 (2.0)
50～100年未満	1,669 (31.5)	60歳代	1,381 (26.0)		
100年以上	221 (4.2)	70歳以上	985 (18.6)		
無回答	191 (3.6)	無回答	183 (3.5)		

<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10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。

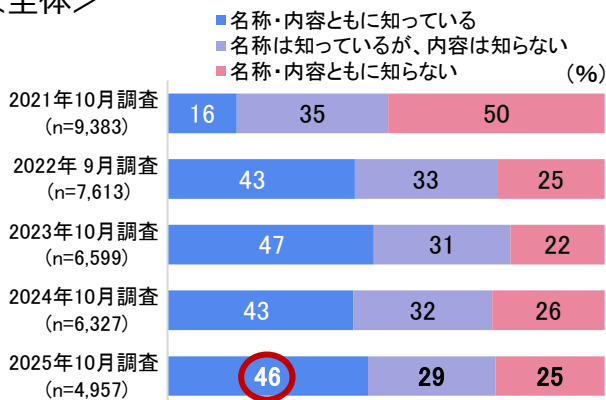
2025年10月度調査のポイント

サステナビリティ経営の取組み

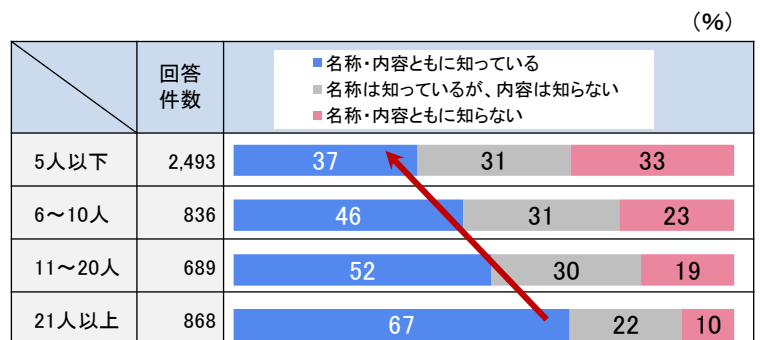
- サステナビリティ経営について「名称・内容ともに知っている」と回答した企業は46%と中小企業にも広がりを見せています。ただし、従業員「5人以下」の企業では「名称・内容ともに知っている」が37%と規模の大きな企業と比べ認知度が低いことがわかりました。
- サステナビリティ経営の具体的な取組みとして、「省エネルギーの推進（53%）」が最も多く、次いで「従業員の健康への配慮（51%）」「資源の利用量削減（50%）」と比較的始めやすいテーマが上位となりました。
- サステナビリティ経営に取り組んで実際に得られた効果・メリットについては、「コスト削減（光熱水費等）（48%）」が最も多く、次いで「従業員の意識が良い方向に変化（26%）」となりました。

①サステナビリティ経営の認知度

<全体>



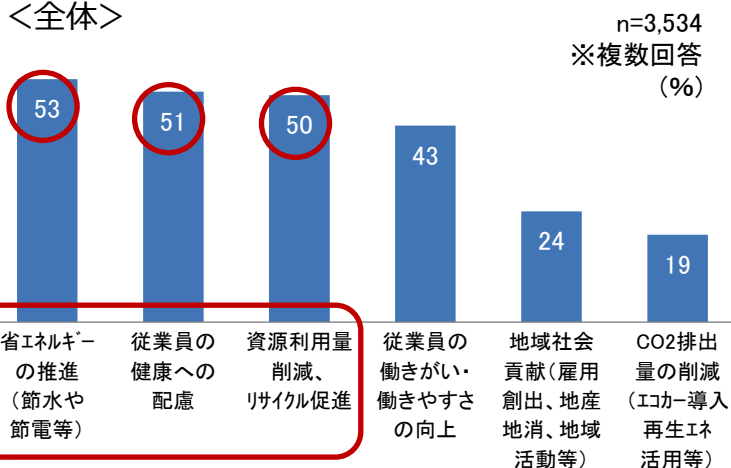
<従業員規模別>



②サステナビリティ経営の具体的な取組み状況

※Q3-①で「今後も取り組む予定はない」と回答をした方

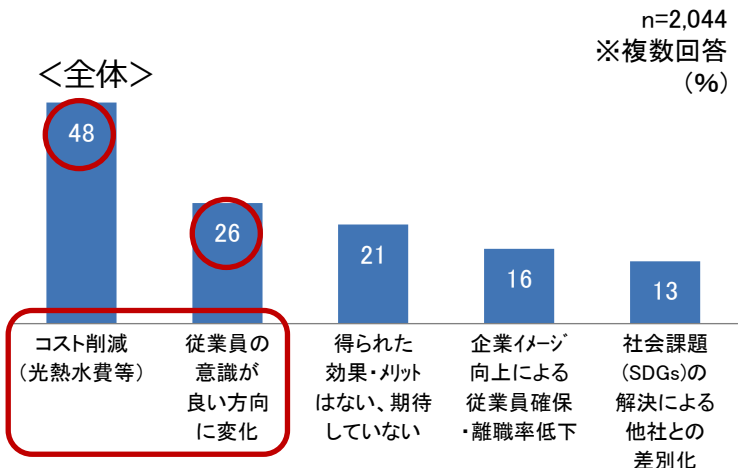
<全体>



③サステナビリティ経営で得られた効果・メリット

※Q3-①で「取り入れている」と回答した方

<全体>



監修者コメント

「サステナビリティ経営」という言葉は広まりつつありますが、小規模の中小企業では、日々の経営に追われ、「メリットがよく分からない」「言葉の印象が難しそうで、何から始めればよいのか分からない」といった理由で、取組みに躊躇している経営者も少なくありません。

しかし、サステナビリティ経営とは難しいことではありません。長期的な視点で、5、10年先に自社の価値を高め、社会から必要とされる企業になるために「何をすべきか」を考えることです。取組みは身近なことからで十分です。たとえば、地元密着企業なら「地域との関係や貢献」をどう強化するか、また、小規模企業でもペーパーレス化や省エネなど、日常業務の中でできることから始められます。行政や業界団体、同業者の支援も大きな助けになります。

まずは「サステナビリティ経営とは何か」を理解することから一歩を踏み出してみましょう。



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▲11.8pt(前月差▲2.3pt)と悪化しました。
「将来の見通し」(将来DI)は1.8pt(前月差±0.0pt)と横ばいでした。
- 「売上高(前月差+1.9pt)」「利益(前月差+1.9pt)」は改善しましたが、「資金繰り(前月差▲0.1pt)」は、先月に引き続き悪化しています。

現在の業況

調査月	■良い ■普通 ■悪い (%)	業況DI	前月差
2025年8月 (n=3,924)	13 64 23	▲10.8pt	+ 0.3pt
9月 (n=4,857)	13 65 23	▲ 9.6pt	+ 1.3pt
10月 (n=4,781)	12 64 24	▲11.8pt	▲ 2.3pt

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8月 (n=3,904)	15 70 14	1.2pt	+ 2.2pt
9月 (n=4,826)	15 72 13	1.8pt	+ 0.6pt
10月 (n=4,743)	16 71 14	1.8pt	± 0.0pt

売上高

調査月	■改善した ■変わらない ■悪化した (%)
2025年8月 (n=3,908)	15 69 16
9月 (n=4,821)	15 70 16
10月 (n=4,737)	16 69 15

利益

調査月	■改善した ■変わらない ■悪化した (%)
2025年8月 (n=3,900)	13 69 18
9月 (n=4,827)	12 71 17
10月 (n=4,733)	14 69 17

資金繰り

調査月	■改善した ■変わらない ■悪化した (%)
2025年8月 (n=3,881)	8 82 11
9月 (n=4,814)	7 83 10
10月 (n=4,714)	8 81 11

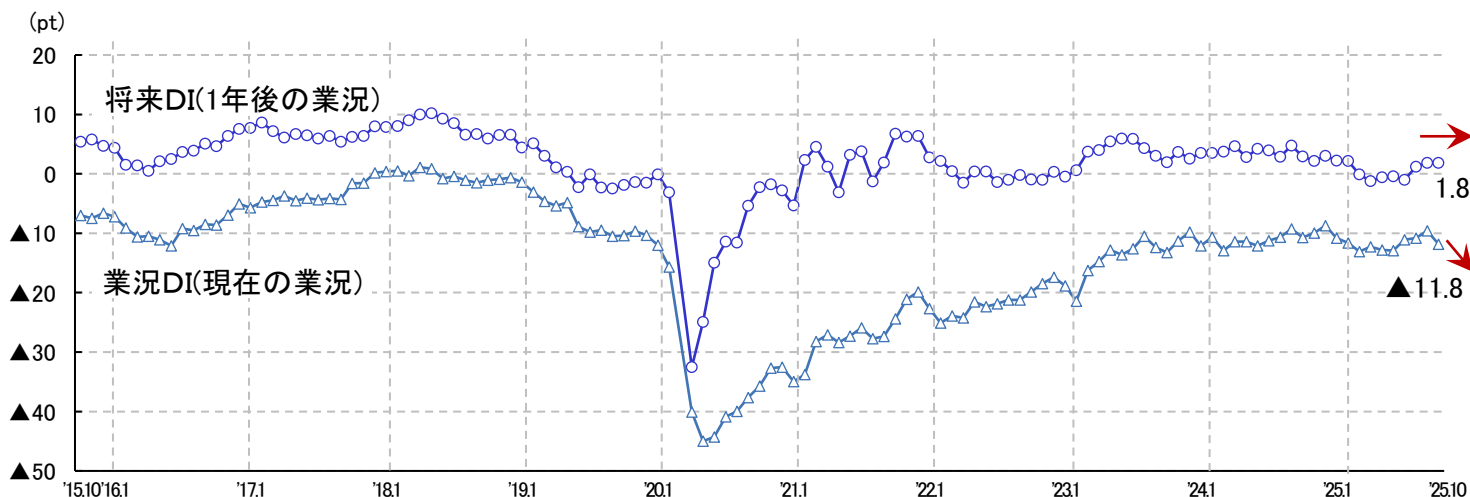
調査月	売上高DI	前月差
2025年8月	▲ 0.7pt	+ 2.1pt
9月	▲ 1.2pt	▲ 0.5pt
10月	0.7pt	+ 1.9pt

調査月	利益DI	前月差
2025年8月	▲ 4.3pt	+ 0.9pt
9月	▲ 4.5pt	▲ 0.2pt
10月	▲ 2.6pt	+ 1.9pt

調査月	資金繰りDI	前月差
2025年8月	▲ 3.0pt	+ 0.7pt
9月	▲ 3.1pt	▲ 0.1pt
10月	▲ 3.2pt	▲ 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】



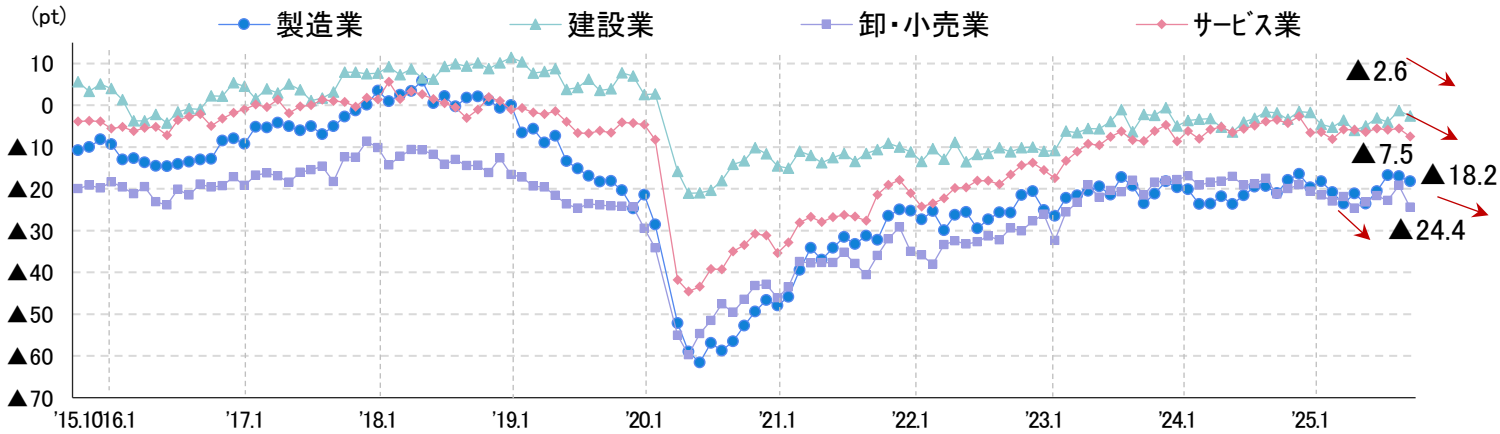
※2020年3月はコロナ禍の影響を踏まえ調査を中止。

(2) 業種別 業況DI

・全業種で悪化しました。特に「卸売業（▲10.5pt）」で悪化幅が大きくなっています。

業種	回答件数	※上段:2025年9月調査 下段:2025年10月調査			業況DI (pt)	前月差 (pt)
		良い	普通	悪い (%)		
製造業	896	13	58	30	▲ 17.0	▲ 0.2
	841	12	59	30	▲ 18.2	▲ 1.2
建設業	1,122	16	68	17	▲ 1.2	+ 2.8
	1,110	15	67	18	▲ 2.6	▲ 1.4
卸・小売業	1,016	9	63	28	▲ 19.2	+ 3.6
	1,041	8	59	33	▲ 24.4	▲ 5.2
卸売業	485	11	64	26	▲ 14.6	+ 8.9
	478	8	60	33	▲ 25.1	▲ 10.5
小売業	531	7	62	31	▲ 23.4	▲ 1.2
	563	9	58	33	▲ 23.8	▲ 0.4
サービス業	1,656	14	67	19	▲ 5.6	+ 0.3
	1,628	13	66	21	▲ 7.5	▲ 1.9
情報通信業	96	25	55	20	+ 5.2	+ 7.7
	96	16	71	14	+ 2.1	▲ 3.1
運輸業	176	15	60	25	▲ 10.2	+ 4.2
	161	13	60	27	▲ 14.3	▲ 4.1
不動産・物品賃貸業	284	11	73	16	▲ 4.9	▲ 0.1
	318	14	69	17	▲ 2.8	+ 2.1
宿泊・飲食サービス業	116	13	69	18	▲ 5.2	▲ 0.6
	114	10	61	29	▲ 19.3	▲ 14.1
医療・福祉業	125	12	68	20	▲ 8.0	▲ 0.1
	126	13	67	20	▲ 6.3	+ 1.7
教育・学習支援業	43	19	65	16	+ 2.3	+ 2.3
	35	9	74	17	▲ 8.6	▲ 10.9
生活関連サービス業、 娯楽業	163	12	64	25	▲ 12.9	+ 0.4
	150	12	63	25	▲ 13.3	▲ 0.4
学術研究、専門・技術 サービス業	178	14	70	16	▲ 1.7	▲ 3.2
	170	11	67	22	▲ 11.8	▲ 10.1
その他サービス業	475	14	68	19	▲ 5.5	▲ 1.4
	458	15	66	19	▲ 4.1	+ 1.3

「良い」全国平均(2025年10月調査) 12% 「悪い」全国平均(2025年10月調査) 24%

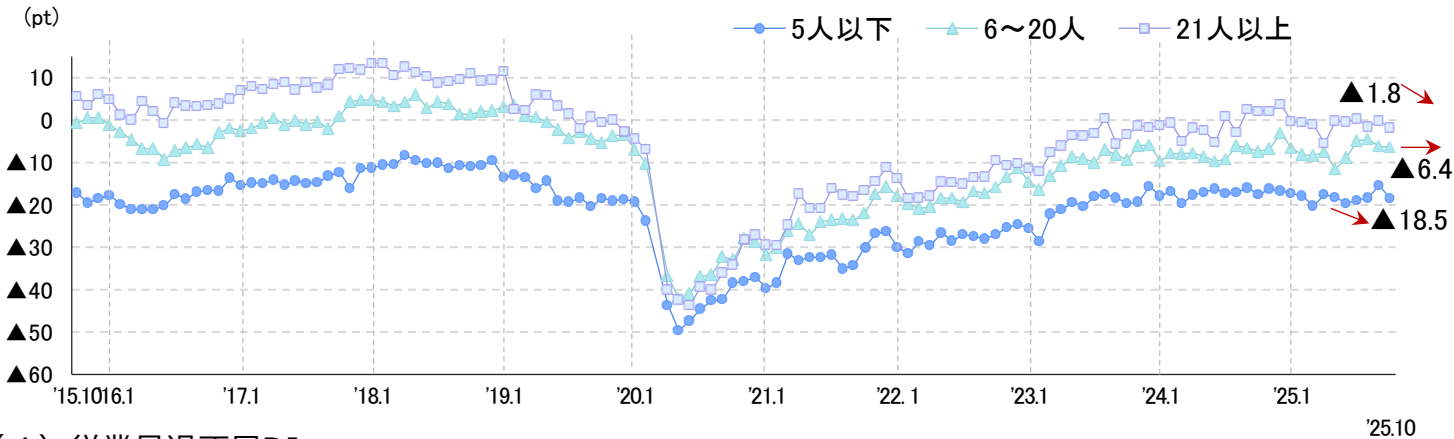


(3) 従業員規模別 業況DI

・全従業員規模で悪化しています。「5人以下（前月差▲3.1pt）」が大きく悪化しました。

従業員規模	回答件数	※上段:2025年 9月調査 下段:2025年10月調査			業況DI (pt)	前月差 (pt)
5人以下	2,341	10	64	26	▲ 15.4	+ 2.9
	2,403	10	61	29	▲ 18.5	▲ 3.1
6～20人	1,505	14	65	21	▲ 6.2	▲ 1.6
	1,478	14	66	20	▲ 6.4	▲ 0.2
21人以上	959	17	65	18	▲ 0.2	+ 1.3
	851	16	66	18	▲ 1.8	▲ 1.6

【業況DI（従業員規模別）の推移】

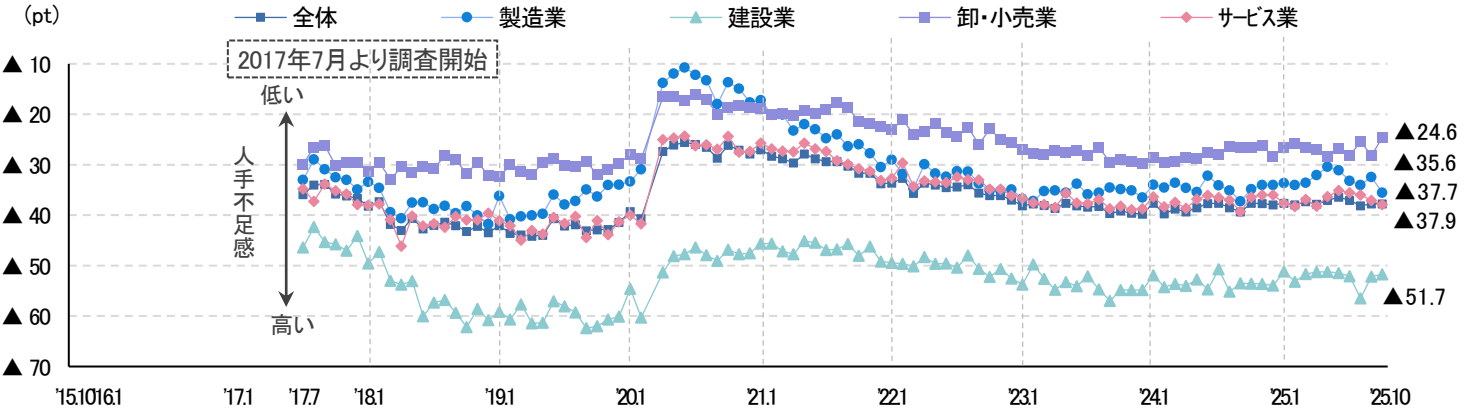


(4) 従業員過不足DI

- ・従業員過不足DIは▲37.7pt（前月差±0.0pt）と横ばいになりました。
- ・「サービス業」では人手不足感が引き続いています。

業種	回答件数	※上段:2025年 9月調査 下段:2025年10月調査			従業員 過不足DI (pt)	前月差 (pt)
全体	4,849	1	60	39	▲ 37.7	+ 0.4
	4,766	1	60	39	▲ 37.7	± 0.0
製造業	885	3	62	35	▲ 32.4	+ 1.6
	835	3	59	38	▲ 35.6	▲ 3.1
建設業	1,114	1	47	53	▲ 52.2	+ 4.3
	1,110	1	47	52	▲ 51.7	+ 0.4
卸・小売業	1,015	1	70	29	▲ 28.2	▲ 2.8
	1,032	2	72	26	▲ 24.6	+ 3.6
サービス業	1,668	1	61	38	▲ 37.1	▲ 1.1
	1,629	1	61	39	▲ 37.9	▲ 0.8

【従業員過不足DI（業種別）の推移】

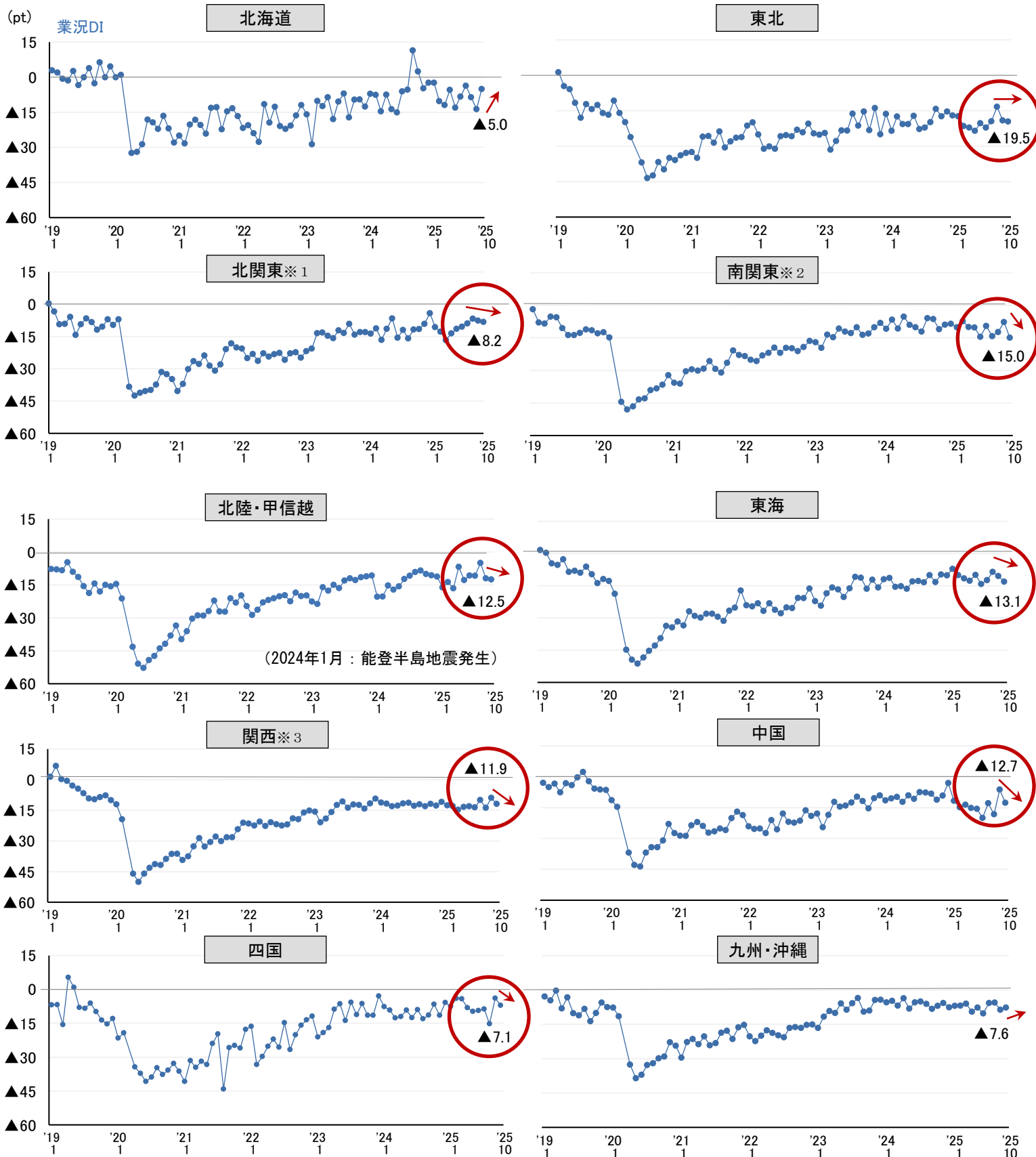


(5) 地域別 業況DI

- 「北海道」「九州・沖縄」の2地域で改善しましたが、残り8地域で悪化しています。

<全国平均の業況DI推移（直近6ヵ月）>（単位：pt）

	5月	6月	7月	8月	9月	10月
業況DI	▲12.8	▲12.9	▲11.1	▲10.8	▲9.6	▲11.8



※1：北関東 = 茨城・栃木・群馬・埼玉

※2：南関東 = 千葉・東京・神奈川

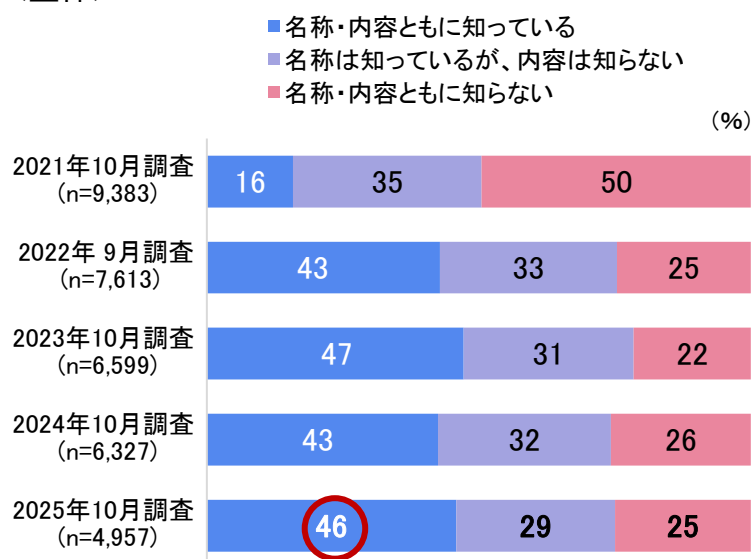
※3：関西 = 滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山

Ⅱ. サステナビリティ経営の取組み状況

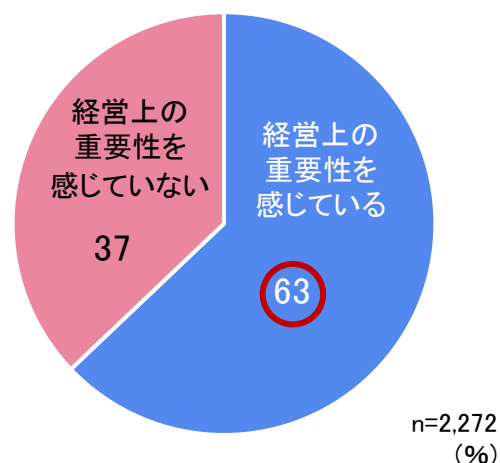
Q1 サステナビリティ経営の認知度

- サステナビリティ経営について「名称・内容ともに知っている」と回答した企業は46%と中小企業にも広がりを見せています。
- 「名称・内容ともに知っている」と回答した企業のうち約6割が「経営上の重要性を感じている」と回答しました。
- 従業員規模別にみると、「5人以下」の企業で「名称・内容ともに知っている」が37%と「21人以上」の比較的規模の大きい企業と比べて「認知されていない」ことがわかりました。

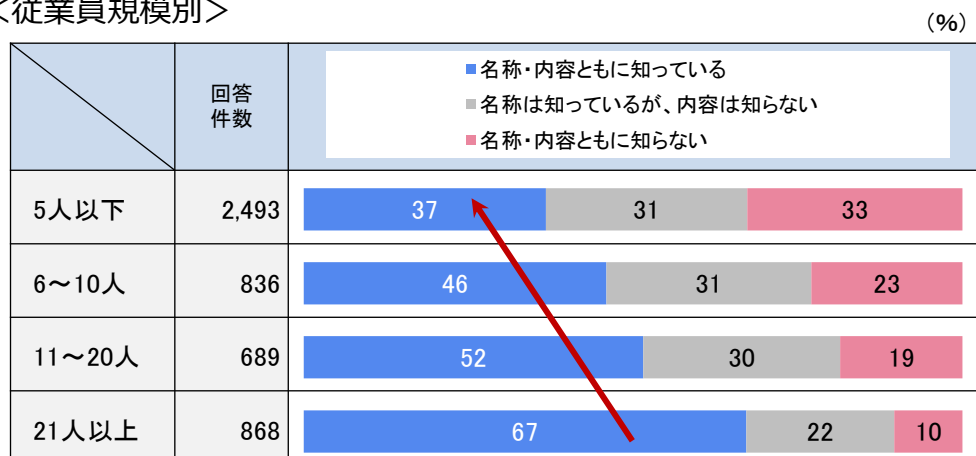
<全体>



<「名称・内容ともに知っている」別 経営上の重要性>

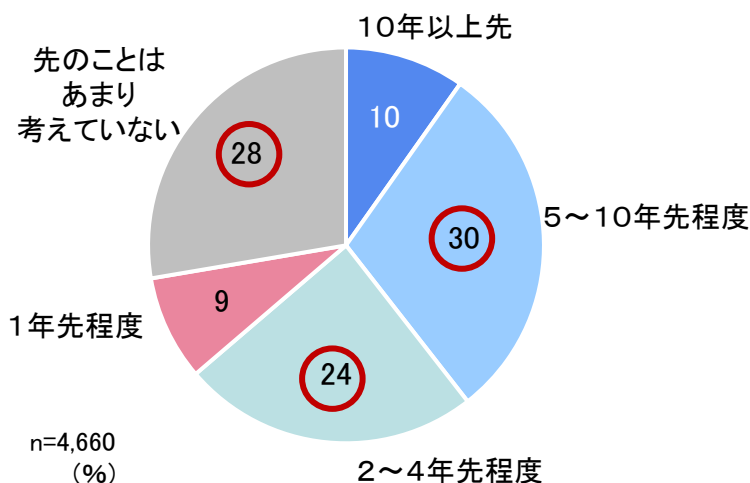


<従業員規模別>



- 「自社の将来像」について、何年先まで見据えた経営を行っているかとの調査では、「5～10年先程度（30%）」との回答が最も多く、次いで「2～4年先程度（24%）」となりました。
- 一方、「先のことはあまり考えていない」と回答する企業も28%となり、特に「5人以下」の企業でその割合が高くなっています。

<全体>



<従業員規模別>

	回答件数	(%)				
5人以下	2,322	8	24	22	10	36
6～10人	780	9	30	26	7	28
11～20人	654	12	33	26	9	20
21人以上	844	14	42	28	5	12

Pick Up! （他社や社会に対してアピールしたい自社のサステナビリティ経営に関する取組み）

- 規格外野菜を商品化し、障害者の工賃向上につなげている。また産学連携、産官学全農福連携とパートナーシップを結び、地域課題解決に取り組んでいる（医療・福祉業／北海道）
- 水環境問題に関心を高めてもらうため、小学生向け環境教室を開催している（建設業／福島）
- 自社工場の環境改善を推進するとともに、自社製品が地球環境に優しいものであるという事を、数値の裏付けに基づいてメーカーに説明し理解いただいている（製造業／長崎）
- フードロスの観点から、廃棄野菜等をペット用食品にドライ加工・販売する事業を計画（卸売業／静岡）
- 地元の商店街の活性化、駅前の人出創出につなげるため、幅広い年代が楽しめる場を提供している（宿泊・飲食サービス業／広島）
- 町会長として、子供から高齢者まで安全で住みやすい街として防災活動や、地域住民が交流できるように盆踊り、お祭り、町の清掃活動など地域貢献に取り組んでいる（小売業／大阪）
- 放置竹林を整備をした際に出る廃竹をカトラリーセットや食品・衣類に転用している（小売業／岡山）
- 女性が働きやすくなるよう、シフト・時短など・ライフスタイルに合わせた出勤を可能としている。また、障害者施設からの就労受け入れ・ふるさと納税返礼品に参加するなど地域貢献に努めている（小売業／福岡）
- 自社に高齢の従業員が多いこともあり、地域行事や清掃活動などに参加し、地域住民との交流や高齢者の見守りを行っている。（医療・福祉業／佐賀）

Q3 サステナビリティ経営を意識した経営

- 「サステナビリティ経営を認知している」企業の方が、「取り入れている」割合が高く、「認知していない企業」は、「今後も取り組む予定はない」と回答する割合が高くなっています。また「取り入れている企業」の方が自社の業況を「良い」と回答する割合が高くなっています。
- サステナビリティ経営の具体的な取り組みとしては、「省エネルギーの推進（53%）」が最も多く、次いで「従業員の健康への配慮（51%）」「資源の利用量削減（50%）」と比較的始めやすいテーマが上位となりました。

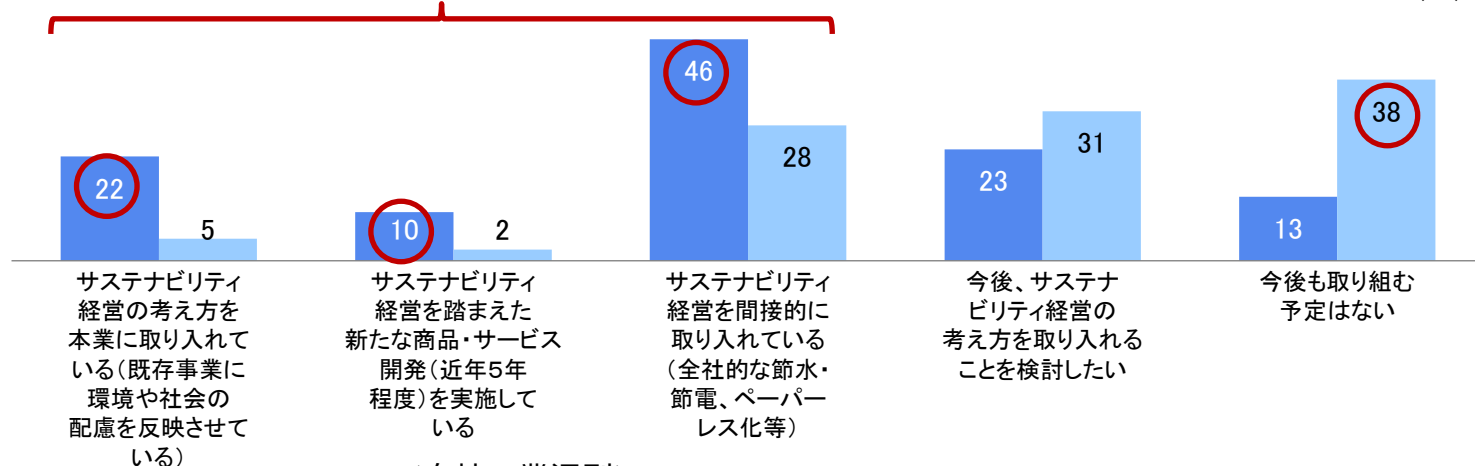
① サステナビリティ経営の取り組み状況

<全体>

■ 内容を認知している(n=2,207) ■ 内容は知らない(n=2,552)

※複数回答 (%)

サステナビリティ経営を取り入れている



<自社の業況別>

(%)

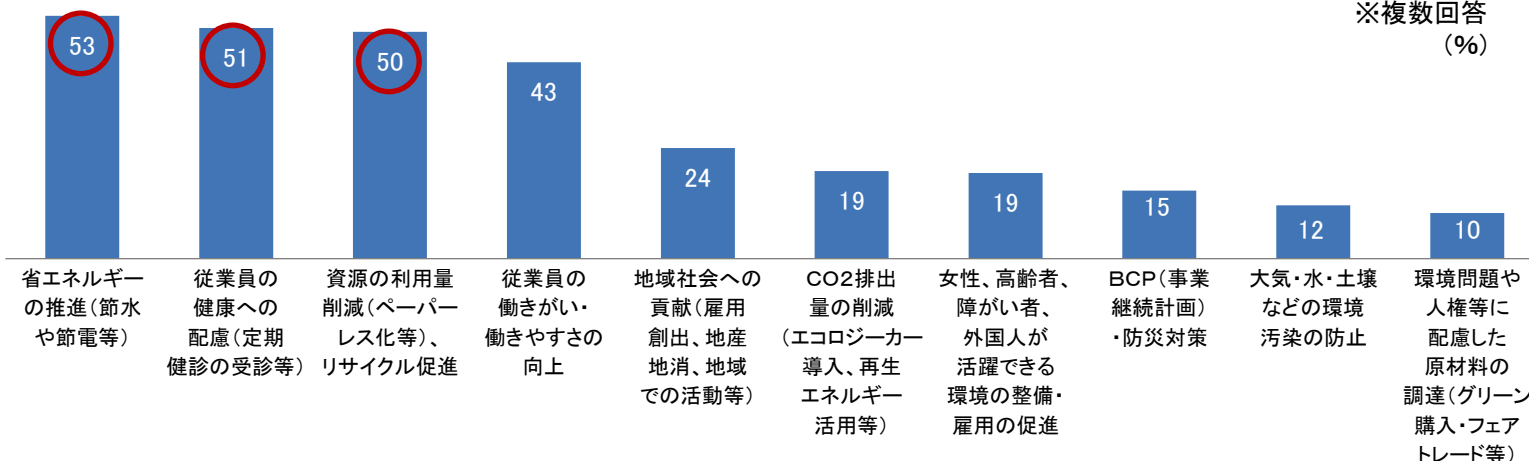
	回答件数	取り入れている	取り入れていない
良い	535	55	45
普通	2,859	49	52
悪い	1,056	42	58

② 具体的な取り組み状況

※Q3-①で「今後も取り組む予定はない」以外の回答をした方

<全体>

n=3,534
※複数回答 (%)



Q4 サステナビリティ経営に取り組むにあたっての課題

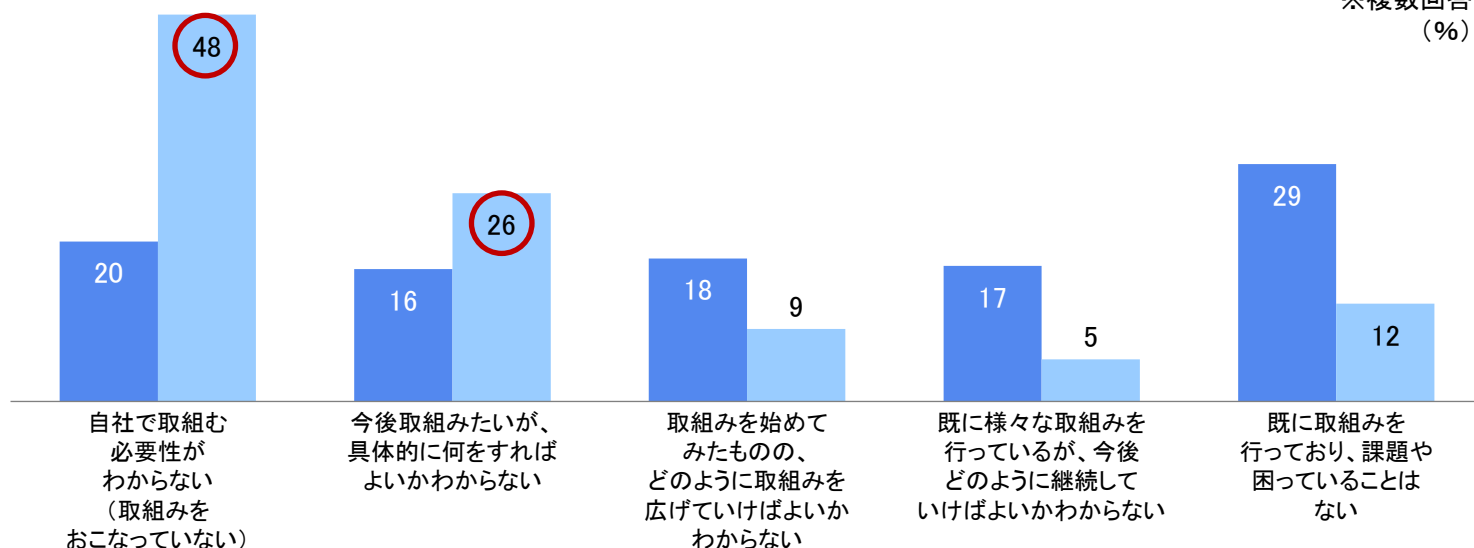
- 現在の取り組み段階として、「サステナビリティ経営の内容を認知していない企業」で、「自社で取り組む必要性がわからない（48%）」が最も多く、次いで、「取り組みたいが、具体的に何をすればよいかわからない（26%）」となりました。「サステナビリティ経営」がどのようなものかを理解することが最大の課題となっていることがわかります。
- 現在感じている課題の具体的な内容としては「サステナビリティ経営に関する知識や詳しい人材が不足（36%）」が最も多い回答となりました。

①サステナビリティ経営の取り組み段階

<全体>

■内容を認知している(n=2,067) ■内容は知らない(n=2,351)

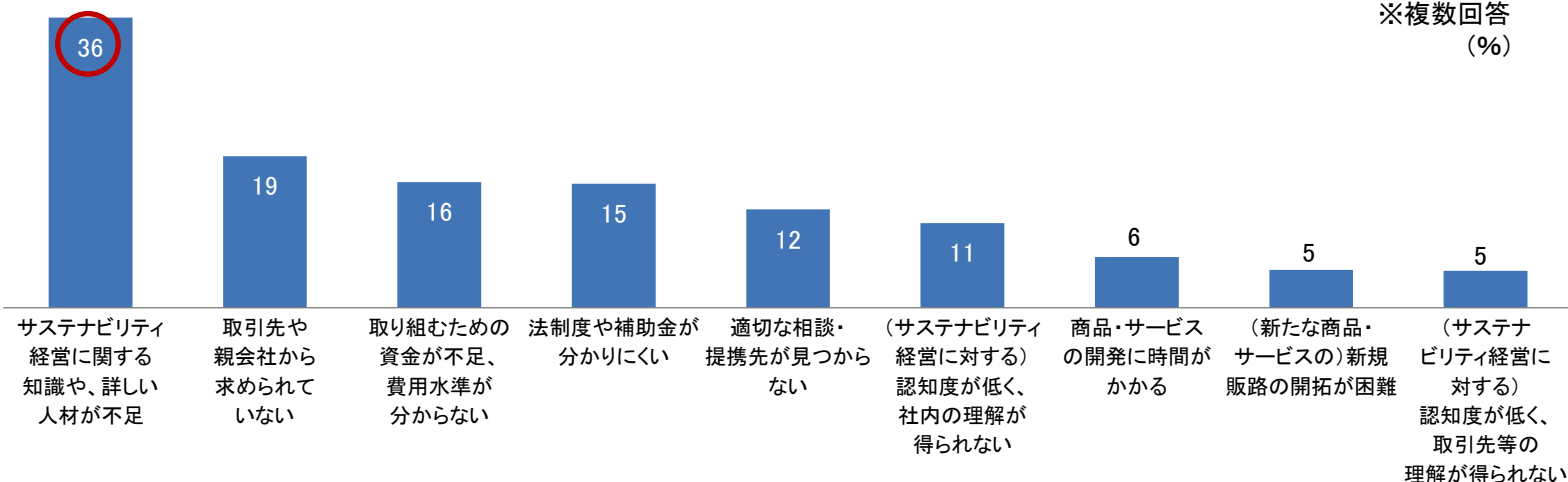
※複数回答
(%)



②課題の具体的な内容 ※Q4－①で「課題や困っていることはない」以外の回答をした方

<全体>

n=3,391
※複数回答
(%)

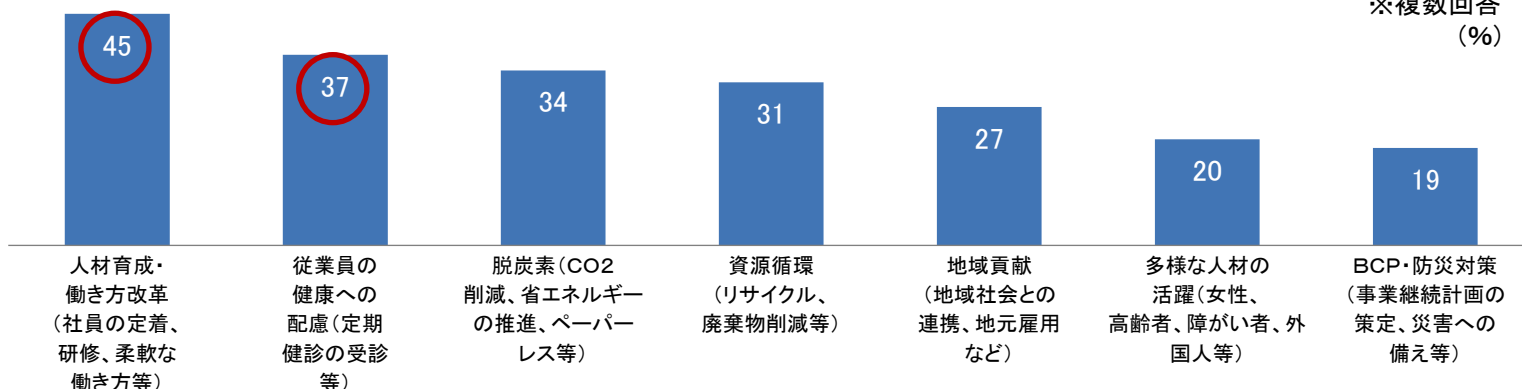


サステナビリティ経営に取り組むにあたって関心がある、注力したい分野

※Q3-①で「今後も取り組む予定はない」以外の回答をした方

- 「特に関心がある、今後注力したい分野」としては「人材育成・働き方改革」が最も多く、次いで「従業員の健康への配慮」と人材に関する項目が上位となりました。

<全体>

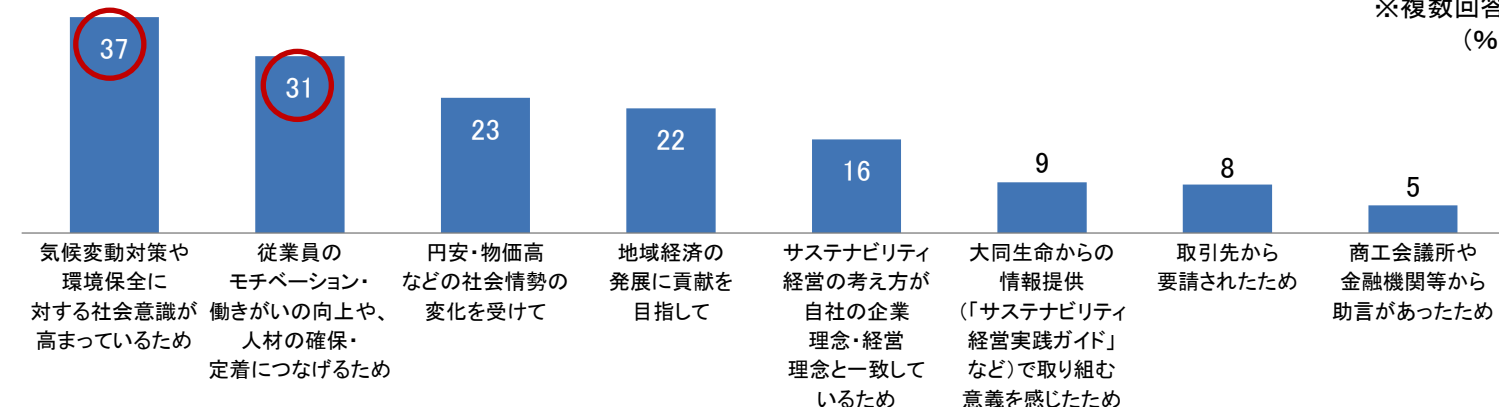
n=3,264
※複数回答 (%)

サステナビリティ経営の考え方を取り入れたきっかけ

※Q3-①で「取り入れている」と回答した方

- サステナビリティ経営を取り入れたきっかけとして、「気候変動対策や環境保全に対する社会の意識が高まっているため (37%)」が最も多く、次いで「従業員のモチベーション・働きがいの向上や人材の確保・定着につなげるため (31%)」となりました。

<全体>

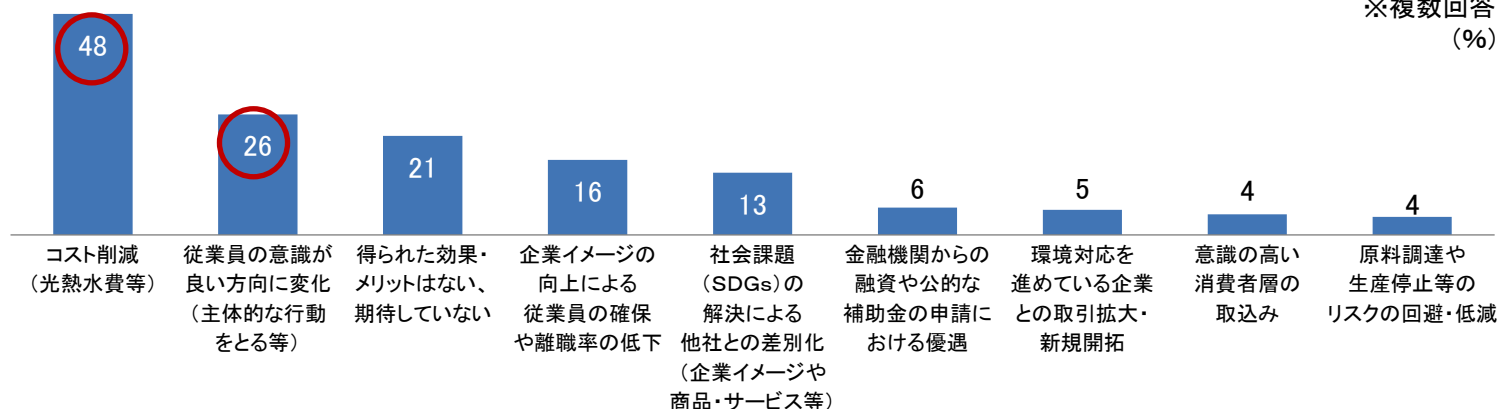
n=2,121
※複数回答 (%)

サステナビリティ経営に取り組んで実際に得られた効果・メリット

※Q3-①で「取り入れている」と回答した方

- サステナビリティ経営に取り組んで実際に得られた効果・メリットについては「コスト削減 (光熱水費等) (48%)」が最も多く、次いで「従業員の意識が良い方向に変化 (26%)」となりました。

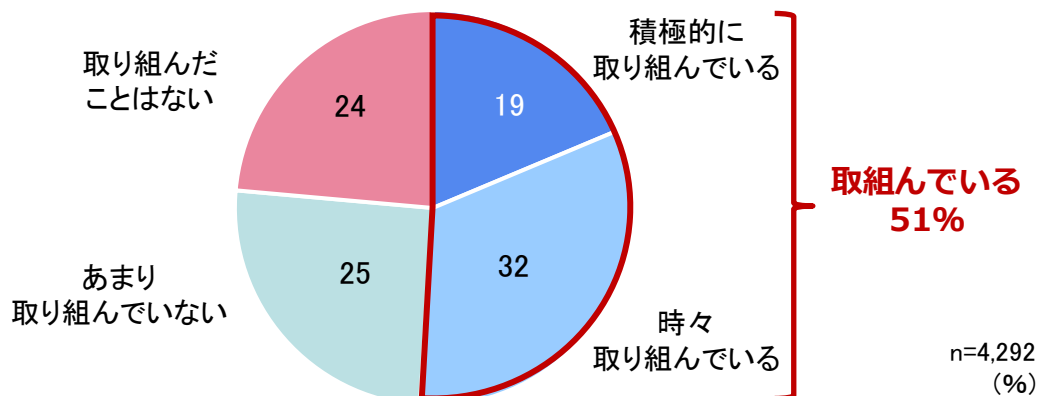
<全体>

n=2,044
※複数回答 (%)

- 地域社会への貢献活動は約半数の企業が「取り組んでいる」と回答しました。
- 「取り組んでいる」と回答した割合を都道府県別にみると、「和歌山県（76.5%）」が最も多く、次いで「栃木県（71.4%）」、「岩手県（70.4%）」、「山梨県（68.8%）」「佐賀県（64.0%）」となりました。

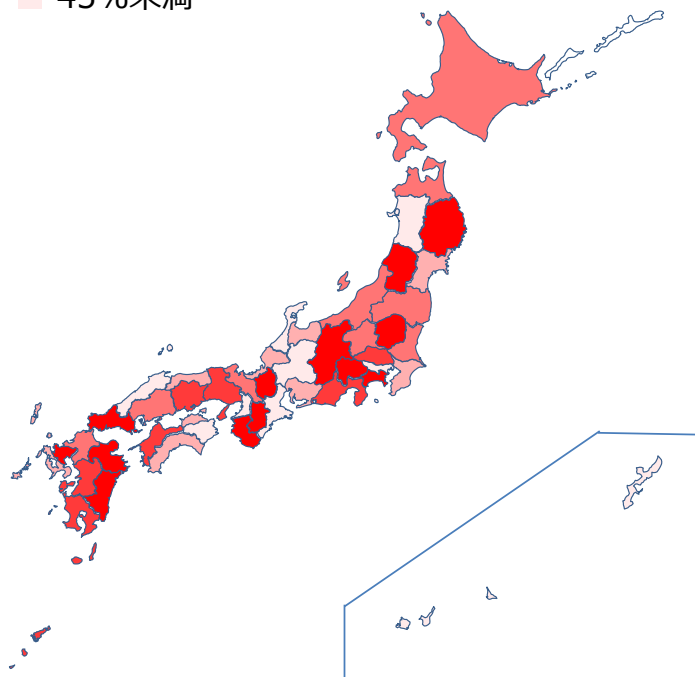
① 地域社会への貢献活動

<全体>



<「取り組んでいる」と回答した割合>
(都道府県別)

- 60%以上
- 55%以上 ～60%未満
- 50%以上 ～55%未満
- 45%以上 ～50%未満
- 45%未満



		割合 (%)	順位
北海道・東北	北海道	53.3	24
	青森	50.0	29
	岩手	70.4	3
	宮城	48.8	31
	秋田	35.9	47
	山形	62.5	8
	福島	54.0	21
北関東	茨城	52.1	25
	栃木	71.4	2
	群馬	50.9	27
	埼玉	59.1	15
南関東	千葉	46.9	35
	東京	43.2	40
	神奈川	62.3	10
北陸・甲信越	新潟	51.4	26
	富山	47.8	33
	石川	44.3	39
	福井	49.0	30
東海	山梨	68.8	4
	長野	62.9	7
	岐阜	40.0	42
	静岡	59.4	14
	愛知	46.6	36
	三重	42.4	41

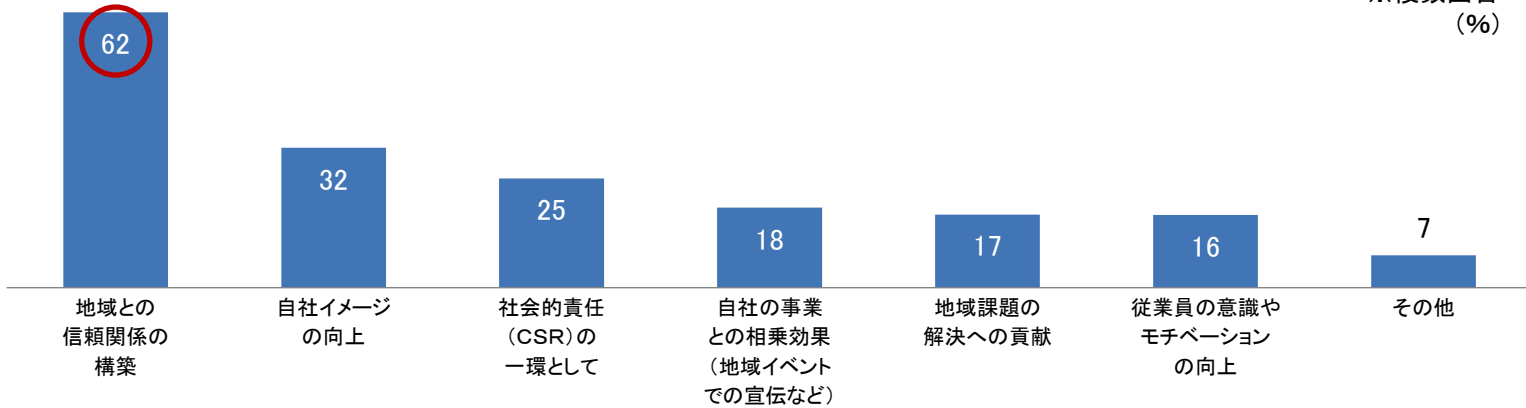
		割合 (%)	順位
関西	滋賀	62.5	8
	京都	53.5	23
	大阪	36.8	46
	兵庫	55.9	19
	奈良	61.1	12
	和歌山	76.5	1
中国	鳥取	45.5	37
	島根	38.9	44
	岡山	55.2	20
	広島	50.3	28
四国	山口	61.6	11
	徳島	37.1	45
	香川	45.5	37
	愛媛	57.6	16
九州・沖縄	高知	47.7	34
	福岡	53.7	22
	佐賀	64.0	5
	長崎	48.8	32
	熊本	57.4	17
	大分	63.4	6
	宮崎	60.6	13
	鹿児島	57.3	18
	沖縄	39.3	43

- 取り組む目的としては「地域との信頼関係の構築（62%）」が最も多くなりました。
- 取り組んで得られた効果としては「新たな人と交流できた（41%）」と最も多くなりました。

② 地域社会への貢献活動に取り組む目的 ※Q8-①で「取り組んだことはない」以外の回答をした方

<全体>

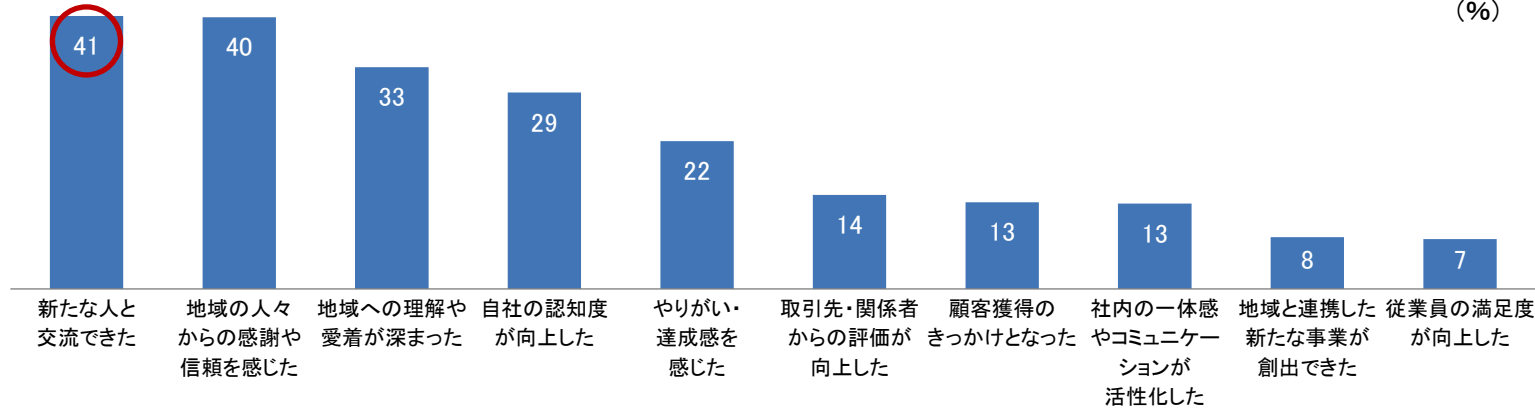
n=3,098
※複数回答
(%)



③ 地域社会への貢献活動に取り組んで得られた効果 ※Q8-①で「取り組んだことはない」以外の回答をした方

<全体>

n=2,754
※複数回答
(%)



【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
	10月	▲11.8	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	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
	10月	▲18.2	▲ 2.6	▲24.4	▲ 7.5
従業員過不足 D I	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
	10月	▲35.6	▲51.7	▲24.6	▲37.9

<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	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
	10月	▲18.5	▲ 6.4	▲ 1.8
従業員過不足 D I	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
	10月	▲27.8	▲42.9	▲56.7

※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ヵ月)>

(単位:pt)

		北海道	東北	北関東	南関東	北陸・甲信越
業況DI	2025年 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
	10月	▲ 5.0	▲19.5	▲ 8.2	▲15.0	▲12.5
従業員過不足 D I	2025年 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
	10月	▲45.7	▲34.3	▲38.4	▲39.9	▲41.2

		東海	関西	中国	四国	九州・沖縄
業況DI	2025年 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
	10月	▲13.1	▲11.9	▲12.7	▲ 7.1	▲ 7.6
従業員過不足 D I	2025年 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
	10月	▲37.2	▲35.9	▲38.5	▲35.5	▲36.8

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(%)