

中小企業経営者アンケート 「大同生命サーベイ」

2024年4月度調査レポート

新型コロナ5類移行から1年、企業の4割は「新規顧客・販路の開拓」への意欲が高まる
～日銀のマイナス金利政策解除がもたらす経営への影響は約半数の企業が「影響なし」～

■ 景況感 (P3～)

- ・ 「現在の業況」 (業況DI) は▲11.4pt (前月差+1.5pt)、「将来の見通し」 (将来DI) は+4.7pt (前月差+1.0pt) とともに改善しました。

■ 新規顧客・販路の開拓 (P7～)

- ・ 2023年5月 (新型コロナ5類移行時) と比べ、新規顧客・販路の開拓への意欲が「高まった」と回答した企業は約4割となり、一方で意欲が「低下した」と回答した企業は5%に留まりました。
- ・ 新規顧客・販路を開拓するにあたっての課題として、「開拓に必要な人材の確保」が40%と最も多く、次いで「商品・サービス力の強化」が39%と多くなりました。

■ 日銀のマイナス金利政策解除 (P11～)

- ・ 日銀のマイナス金利政策解除がもたらす経営への影響について、「ほとんど影響はない」と回答した企業は46%となりました。
- ・ 一方、「マイナスの影響がある」と回答した企業は28%となりました。

 **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 : 2024年4月1日～4月26日
- ・ 調査対象 : 全国の企業経営者 8,230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] 新規顧客・販路の開拓
[今月のトピックス] 日銀のマイナス金利政策解除

<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		8,230 (100.0)	328	665	770	1,280	795	878	1,525	702	263	1,024
業種	製造業	1,607 (19.5)	30	83	176	210	216	224	390	129	43	106
	建設業	1,955 (23.8)	103	211	194	236	209	181	284	204	76	257
	卸・小売業	1,721 (20.9)	55	127	143	266	157	192	338	142	64	237
	サービス業	2,643 (32.1)	116	211	235	532	194	245	457	202	68	383
	その他	202 (2.5)	14	26	14	28	12	22	27	18	10	31
	無回答	102 (1.2)	10	7	8	8	7	14	29	7	2	10
従業員規模	5人以下	3,970 (48.2)	172	330	435	677	325	389	706	314	107	515
	6～10人	1,526 (18.5)	56	128	123	228	159	186	272	128	56	190
	11～20人	1,134 (13.8)	44	78	100	160	122	106	217	114	47	146
	21人以上	1,467 (17.8)	46	111	102	202	179	180	303	135	49	160
	無回答	133 (1.6)	10	18	10	13	10	17	27	11	4	13

※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	864 (10.5)	40歳未満	372 (4.5)	男性	7,425 (90.2)
10～30年未満	1,749 (21.3)	40歳代	1,456 (17.7)	女性	630 (7.7)
30～50年未満	2,368 (28.8)	50歳代	2,508 (30.5)	無回答	175 (2.1)
50～100年未満	2,667 (32.4)	60歳代	2,062 (25.1)		
100年以上	331 (4.0)	70歳以上	1,566 (19.0)		
無回答	251 (3.0)	無回答	266 (3.2)		

<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(2024年4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。

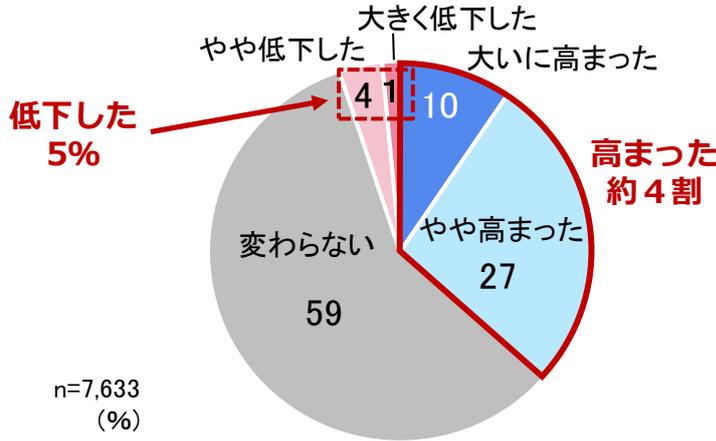
2024年4月度調査のポイント

新規顧客・販路の開拓

- 2023年5月（新型コロナ5類移行時）と比べ、新規顧客・販路の開拓への意欲が「高まった」と回答した企業は約4割となり、一方で意欲が「低下した」と回答した企業は5%に留まりました。
- 新規顧客・販路を開拓するにあたっての課題として、「開拓に必要な人材の確保」が40%と最も多く、次いで「商品・サービス力の強化」が39%と多くなりました。

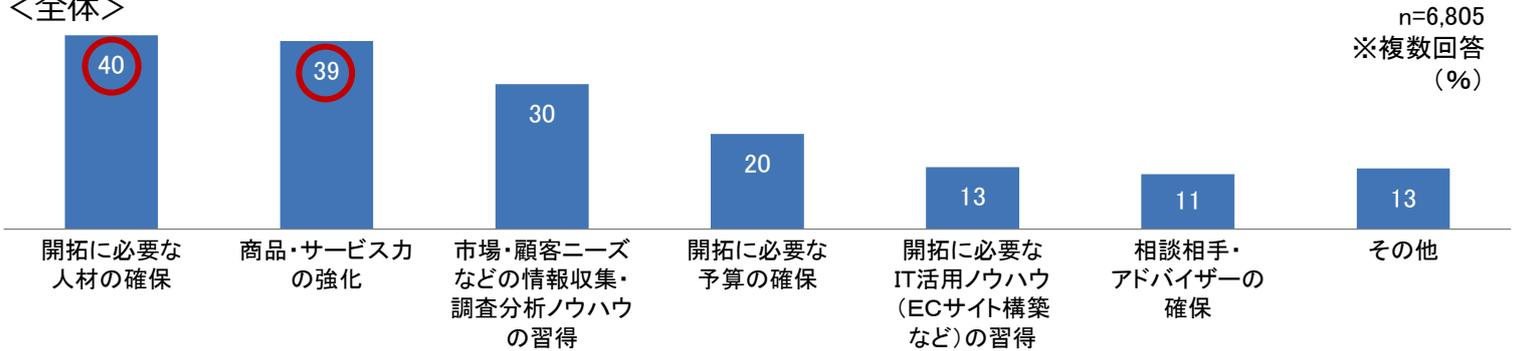
① 2023年5月（新型コロナ5類移行時）と比較した「新規顧客・販路の開拓」への意欲

<全体>



② 新規顧客・販路を開拓するにあたっての課題

<全体>

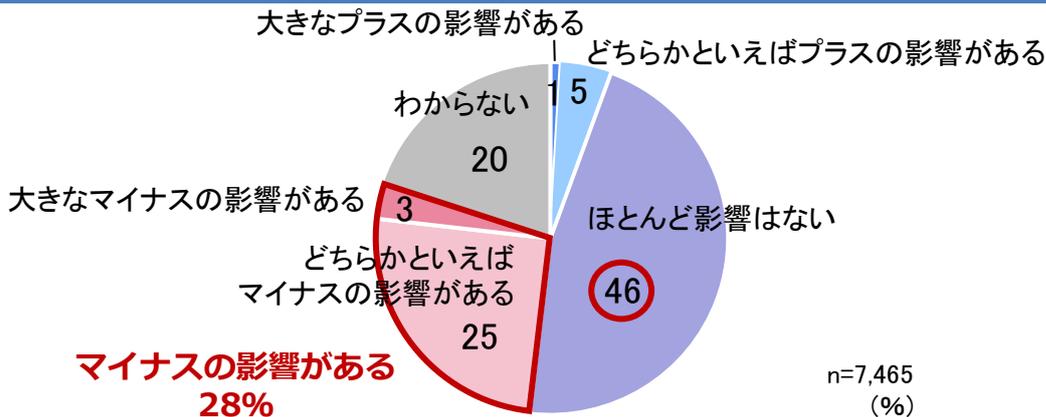


日銀のマイナス金利政策解除

- 日銀のマイナス金利政策解除がもたらす経営への影響について、「ほとんど影響はない」と回答した企業は46%となりました。
- 一方、「マイナスの影響がある」と回答した企業は28%となりました。

③ 日銀のマイナス金利政策解除がもたらす経営への影響

<全体>



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▲11.4pt(前月差+1.5pt)、「将来の見通し」(将来DI)は+4.7pt(前月差+1.0pt)とともに改善しました。
- 「売上高」「利益」「資金繰り」もいずれも改善しました。

現在の業況

調査月	■良い ■普通 ■悪い (%)	業況DI	前月差
2024年2月 (n=6,622)	13 64 23	▲10.7pt	+ 1.4pt
3月 (n=6,057)	13 62 26	▲12.9pt	▲ 2.2pt
4月 (n=7,570)	13 62 25	▲11.4pt	+ 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
2024年2月 (n=6,611)	16 72 12	+ 3.5pt	± 0.0pt
3月 (n=6,023)	16 72 12	+ 3.7pt	+ 0.2pt
4月 (n=7,562)	17 71 12	+ 4.7pt	+ 1.0pt

売上高



利益



資金繰り



調査月	売上高DI	前月差
2024年2月	▲ 2.1pt	+ 1.3pt
3月	+ 1.3pt	+ 3.4pt
4月	+ 1.6pt	+ 0.3pt

調査月	利益DI	前月差
2024年2月	▲ 5.6pt	+ 0.7pt
3月	▲ 2.3pt	+ 3.3pt
4月	▲ 2.1pt	+ 0.2pt

調査月	資金繰りDI	前月差
2024年2月	▲ 3.6pt	▲ 0.3pt
3月	▲ 2.3pt	+ 1.3pt
4月	▲ 1.5pt	+ 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】



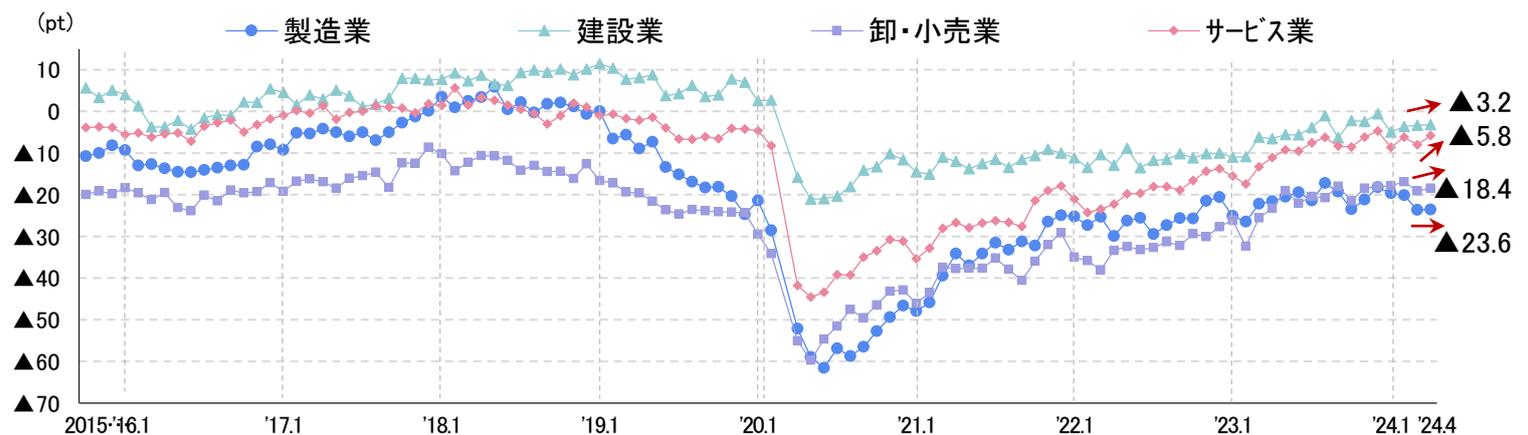
※2020年3月はコロナ禍の影響を踏まえ調査を中止。

(2) 業種別 業況DI

- 「建設業」は、3ヵ月連続で改善しました。

業種	回答件数	※上段:2024年3月調査 下段:2024年4月調査			業況DI (pt)	前月差 (pt)
		■良い (%)	■普通 (%)	■悪い (%)		
製造業	1,201	12	53	35	▲ 23.6	▲ 3.4
	1,478	12	52	36	▲ 23.6	± 0.0
建設業	1,399	14	68	18	▲ 3.4	+ 0.3
	1,825	15	68	18	▲ 3.2	+ 0.2
卸・小売業	1,270	11	59	30	▲ 19.1	▲ 2.2
	1,563	11	59	30	▲ 18.4	+ 0.7
卸売業	599	12	59	29	▲ 16.5	▲ 3.5
	763	12	60	28	▲ 16.1	+ 0.4
小売業	671	10	58	32	▲ 21.5	▲ 1.1
	800	10	59	31	▲ 20.6	+ 0.9
サービス業	1,952	13	66	21	▲ 8.0	▲ 1.8
	2,442	14	66	20	▲ 5.8	+ 2.2
情報通信業	99	19	63	18	+ 1.0	▲ 5.3
	113	20	61	20	0.0	▲ 1.0
運輸業	222	10	58	32	▲ 23.0	▲ 9.4
	291	10	62	29	▲ 19.2	+ 3.8
不動産・物品賃貸業	395	9	75	16	▲ 6.8	▲ 4.2
	479	13	73	14	▲ 0.8	+ 6.0
宿泊・飲食サービス業	128	23	51	26	▲ 2.3	+ 6.9
	186	22	53	25	▲ 3.2	▲ 0.9
医療・福祉業	153	13	63	24	▲ 10.5	+ 0.4
	183	12	72	16	▲ 4.9	+ 5.6
教育・学習支援業	37	16	62	22	▲ 5.4	▲ 5.4
	42	19	64	17	+ 2.4	+ 7.8
生活関連サービス業、 娯楽業	172	13	65	22	▲ 8.1	+ 0.8
	213	14	64	23	▲ 8.9	▲ 0.8
学術研究、専門・技術 サービス業	195	16	68	16	+ 0.5	+ 2.8
	228	15	71	14	+ 1.8	+ 1.3
その他サービス業	551	12	67	21	▲ 8.3	▲ 2.8
	707	14	64	22	▲ 7.4	+ 0.9

【業況DI (業種別) の推移】 「良い」全国平均(2024年4月調査) 13% 「悪い」全国平均(2024年4月調査) 25%

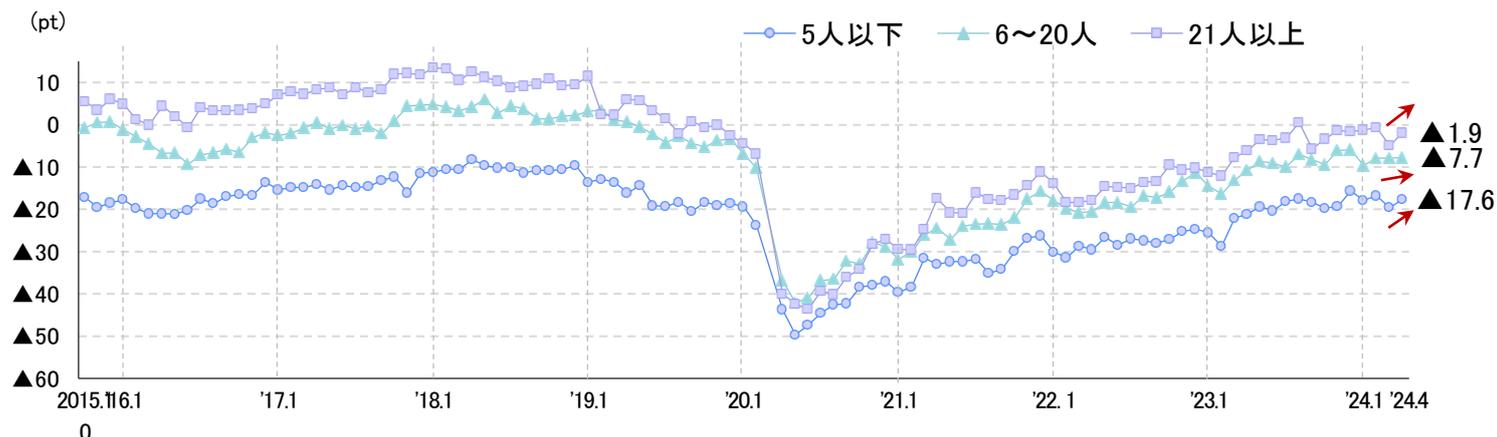


(3) 従業員規模別 業況DI

・従業員規模によらず、業況DIは改善しています

従業員規模	回答件数	※上段:2024年 3月調査 下段:2024年 4月調査			業況DI (pt)	前月差 (pt)
		■ 良い	■ 普通	■ 悪い (%)		
5人以下	2,888	10	60	30	▲ 19.6	▲ 2.8
	3,621	11	61	29	▲ 17.6	+ 2.0
6~20人	1,977	14	65	22	▲ 7.9	± 0.0
	2,482	14	64	22	▲ 7.7	+ 0.2
21人以上	1,127	16	62	21	▲ 5.0	▲ 4.4
	1,380	18	63	20	▲ 1.9	+ 3.1

【業況DI (従業員規模別) の推移】

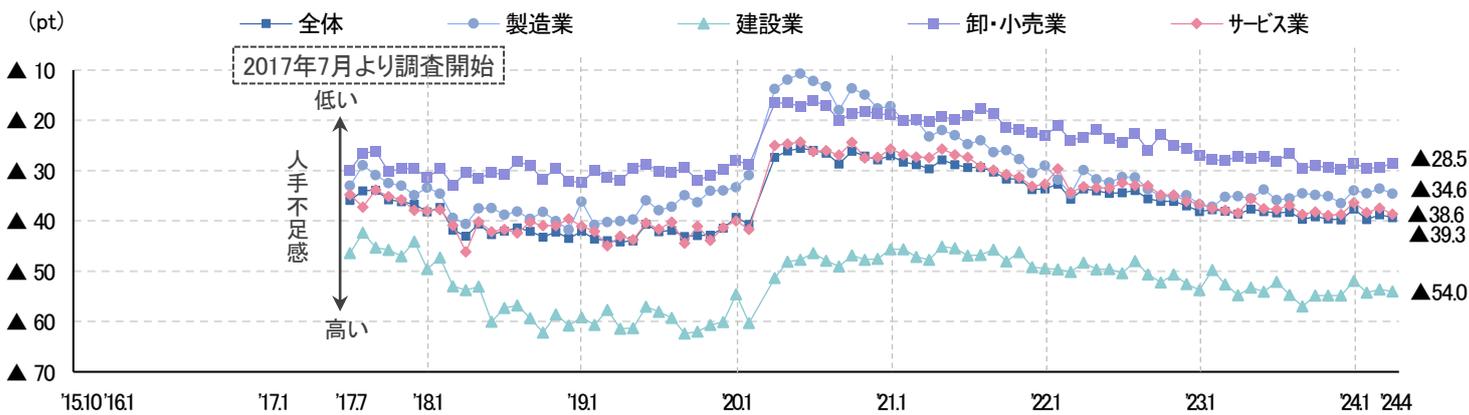


(4) 従業員過不足DI

・従業員過不足DIは▲39.3pt (前月差▲0.5pt) と改善しました。
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:2024年 3月調査 下段:2024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	6,011	1	59	40	▲ 38.8	+ 0.9
	7,556	1	58	41	▲ 39.3	▲ 0.5
製造業	1,185	2	62	36	▲ 33.6	+ 0.9
	1,479	2	61	37	▲ 34.6	▲ 1.0
建設業	1,378	0	46	54	▲ 53.6	+ 0.6
	1,810	1	44	55	▲ 54.0	▲ 0.4
卸・小売業	1,269	2	68	31	▲ 29.5	± 0.0
	1,560	1	70	29	▲ 28.5	+ 1.0
サービス業	1,953	1	61	38	▲ 37.4	+ 0.9
	2,446	1	59	40	▲ 38.6	▲ 1.2

【従業員過不足DI (業種別) の推移】

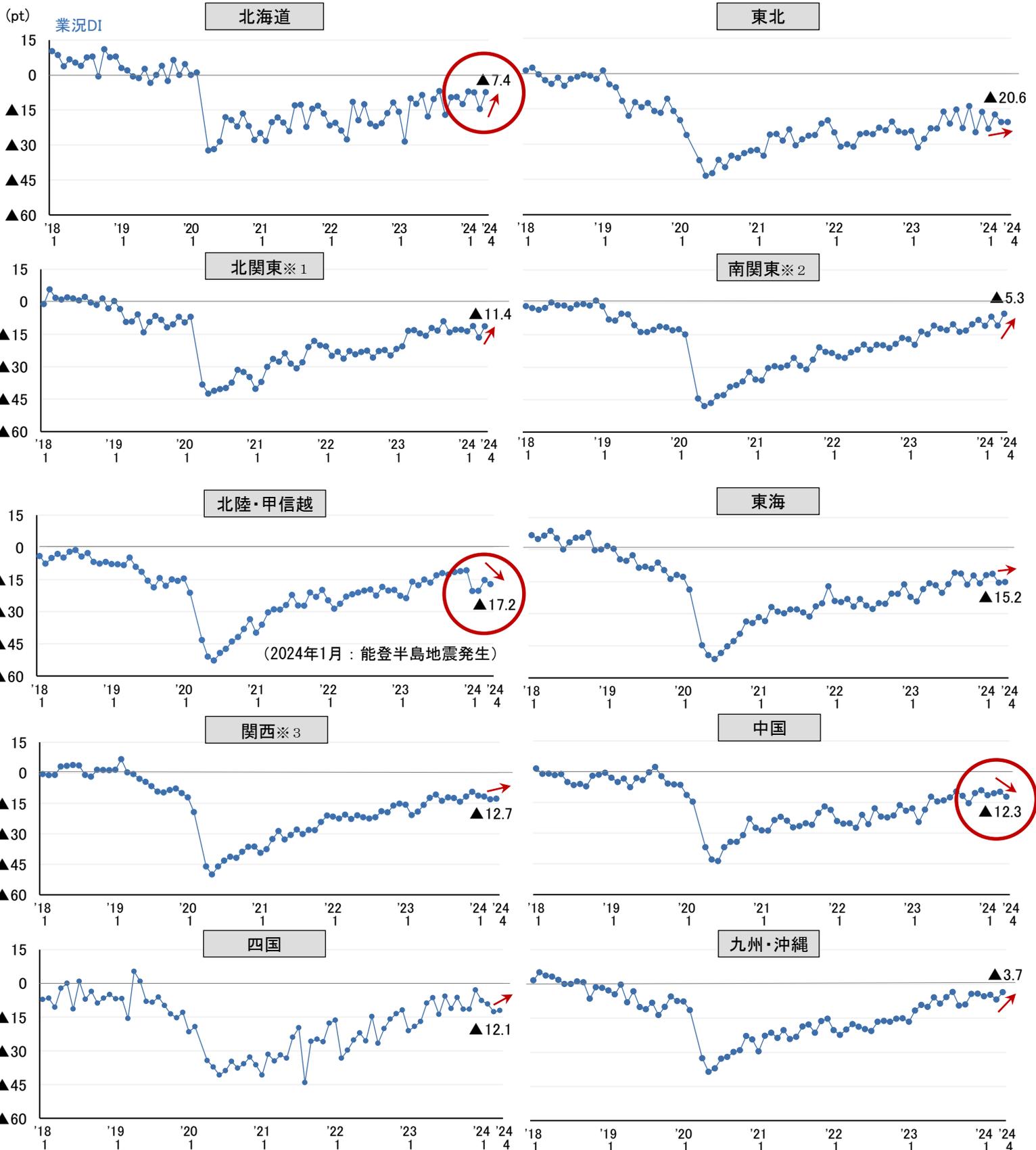


(5) 地域別 業況DI

- 「北陸・甲信越」「中国」で悪化しました。
- 一方、「北海道」は+7.2pt改善しました。

<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	▲11.3	▲9.8	▲12.1	▲10.7	▲12.9	▲11.4



※1: 北関東 = 茨城・栃木・群馬・埼玉

※2: 南関東 = 千葉・東京・神奈川

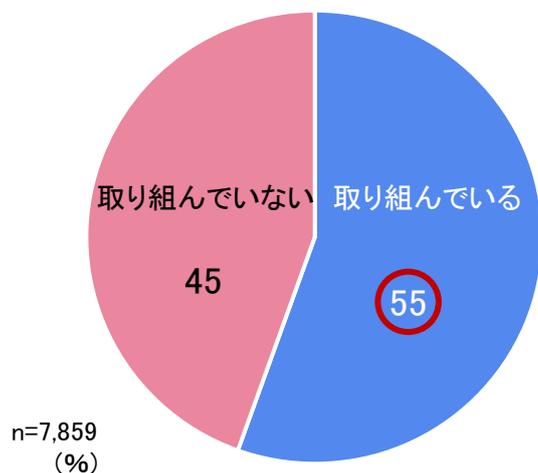
※3: 関西 = 滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山

Ⅱ. 新規顧客・販路の開拓

Q1 新規顧客・販路の開拓の取組状況

- 新規顧客・販路の開拓に「取り組んでいる」と回答した企業は、55%となりました。
- 従業員規模が大きい企業ほど、積極的に取り組んでいます。

<全体>



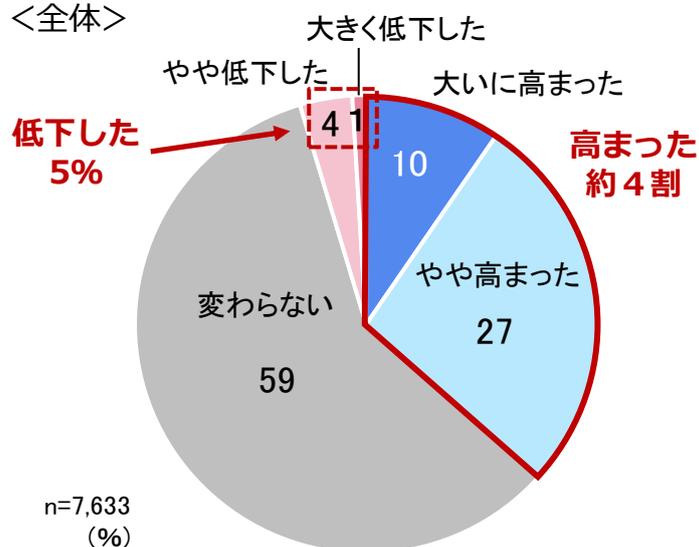
<従業員規模別>

従業員規模	回答件数	取組んでいる (%)	取り組んでいない (%)
5人以下	3,772	46	54
6~10人	1,455	57	43
11~20人	1,091	61	39
21人以上	1,424	73	27

Q2 2023年5月（新型コロナ5類移行時）と比較した「新規顧客・販路の開拓」への意欲

- 2023年5月（新型コロナ5類移行時）と比べ、新規顧客・販路の開拓への意欲が「高まった」と回答した企業は約4割、一方で意欲が「低下した」と回答した企業は5%に留まりました。
- 自社の業況別で見ると、「業況が良い」企業ほど「意欲が高い」結果となりました。

<全体>

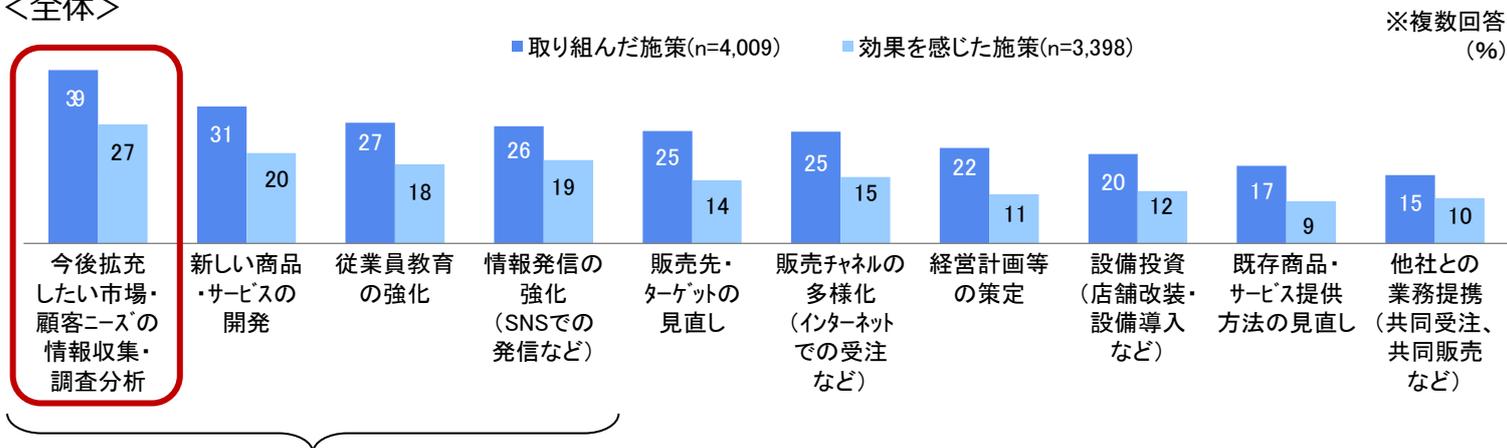


<自社の業況別>

業況	回答件数	意欲が高まった (%)	意欲が低下した (%)
良い	929	51	2
普通	4,405	61	3
悪い	1,762	56	6

- 新型コロナが5類移行された2023年5月以降に取り組んだ施策、および、その中で効果的だった施策は、「市場・顧客ニーズの情報収集・調査分析」がともに最も多い回答（39%、27%）となりました。
- また、「効果を感じた施策」の上位4項目について、「製造業」「卸・小売業」では「新しい商品・サービスの開発」、「建設業」では「従業員教育の強化」なども多くなりました。

<全体>



<業種別(「効果を感じた施策」の上位4項目)>

	回答件数	今後拡充したい市場・顧客ニーズの情報収集・調査分析	新しい商品・サービスの開発	従業員教育の強化	情報発信の強化 (SNSでの発信など)
製造業	722	27	26	16	18
建設業	656	28	7	24	17
卸・小売業	799	25	27	13	19
サービス業	1,103	26	19	19	20

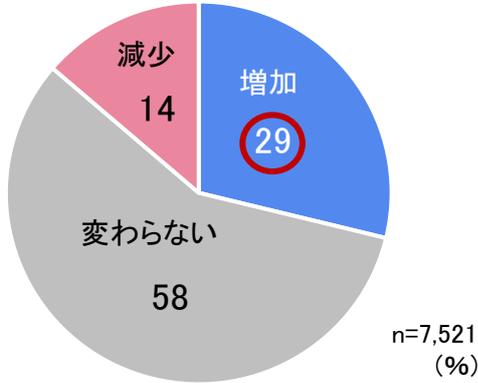
Pick Up! (新規顧客・販路の開拓に向けて工夫したことや成功したこと)

- 展示会や商談会、学会などコロナ禍によりできなかった対面での営業が、コロナ5類移行後はとても反応が良い。
(その他サービス業/北海道)
- コロナ禍や5類移行後など状況に合わせて、お店の开店時間の調整、新規顧客獲得のためインバウンド向けのアプローチやお弁当、おせちの配達など色々な方法をとるようになった。
(宿泊・飲食サービス業/北海道)
- 地元の地域貢献活動に積極的に取り組み、新しいお客さまと出会えた。
(その他サービス業/東北)
- 作業中のマナーなど指導を徹底していたことで、工事先の近隣宅から依頼があった。
(建設業/東北)
- 会社の最新の情報を伝えるため、Webサイトやパンフレットは適時見直している。
(製造業/南関東)
- 顧客の支払方法の多様化に応えたことで、幅広い年齢層での受け入れが出来た。
(運輸業/東海)
- 地域密着から県外も視野に入れて活動し、積極展開することで売上UPにつながった。
(学術研究、専門・技術サービス業/九州・沖縄)

Q4 顧客数の変化

- 2023年5月（新型コロナ5類移行時）と比べ、「顧客数」が「増加した」と回答した企業は29%となりました。
- 業種別にみると、「宿泊・飲食サービス業」では「増加した」が63%と高くなりました。
- 新規顧客・販路の開拓に「取り組んでいる」企業では、顧客数が「増加した」とする回答が40%となりました。

<全体>



<新規顧客・販路の開拓の取組状況別>

新規顧客・販路の開拓	回答件数	増加 (%)	変わらない (%)	減少 (%)
取り組んでいる	4,144	40	47	14
取り組んでいない	3,251	15	72	14

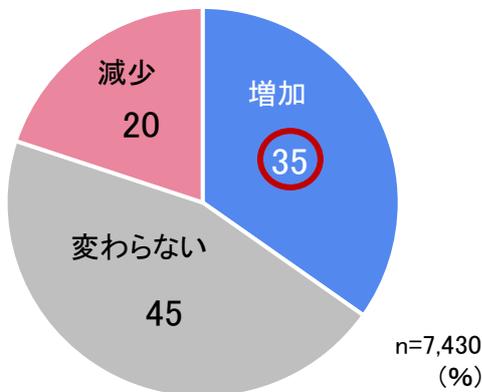
<業種別>

業種	回答件数	増加 (%)	変わらない (%)	減少 (%)
製造業	1,500	27	61	12
建設業	1,786	23	68	9
卸・小売業	1,570	30	49	21
卸売業	760	30	53	18
小売業	810	31	45	23
サービス業	2,398	33	53	14
情報通信業	115	42	47	11
運輸業	297	28	62	10
不動産・物品賃貸業	463	24	65	11
宿泊・飲食サービス業	183	63	22	14
医療・福祉業	168	38	44	18
教育・学習支援業	41	39	29	32
生活関連サービス業、娯楽業	208	36	43	22
学術研究、専門・技術サービス業	231	29	64	7
その他サービス業	692	32	54	14

Q5 売上の変化

- 2023年5月（新型コロナ5類移行時）と比べ、「売上」が「増加した」と回答した企業は35%となりました。
- 業種別にみると、「宿泊・飲食サービス業」では「増加した」が62%と高くなりました。
- 新規顧客・販路の開拓に「取り組んでいる」企業では、売上が「増加した」との回答が44%となりました。

<全体>



<新規顧客・販路の開拓の取組状況別>

新規顧客・販路の開拓	回答件数	増加 (%)	変わらない (%)	減少 (%)
取り組んでいる	4,099	44	37	19
取り組んでいない	3,206	24	55	21

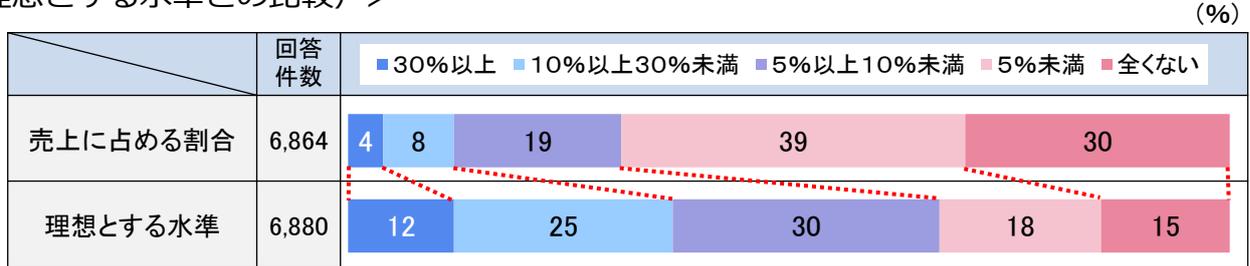
<業種別>

業種	回答件数	増加 (%)	変わらない (%)	減少 (%)
製造業	1,488	35	40	25
建設業	1,756	30	53	17
卸・小売業	1,555	37	41	23
卸売業	757	37	40	23
小売業	798	36	42	22
サービス業	2,368	37	46	17
情報通信業	115	41	39	20
運輸業	299	37	43	20
不動産・物品賃貸業	455	28	60	12
宿泊・飲食サービス業	183	62	21	16
医療・福祉業	164	35	46	18
教育・学習支援業	41	42	32	27
生活関連サービス業、娯楽業	205	41	41	19
学術研究、専門・技術サービス業	224	35	51	14
その他サービス業	682	35	46	19

Q6 売上に占める「新規顧客・販路」の割合

- ・ 売上に占める「新規顧客・販路」の割合は、理想とする水準と比べてギャップがあり、「新規顧客・販路の開拓」が十分に進んでいない状況がうかがえます。
- ・ 業種別では、「宿泊・飲食サービス業」や「教育・学習支援業」が高くなっていますが、各業種とも理想とする水準と比べると低くなっています。

<全体（理想とする水準との比較）>



<業種別>

	回答件数	(%)					
		■ 30%以上	■ 10%以上30%未満	■ 5%以上10%未満	■ 5%未満	■ 全くない	
製造業	1,388	3	5	18	42	33	
建設業	1,637	3	8	19	35	36	
卸・小売業	1,427	3	9	19	46	23	
卸売業	704	1	7	18	49	25	
小売業	723	4	12	20	42	21	
サービス業	2,176	6	1	20	36	28	
情報通信業	110	5	11	19	33	3	
運輸業	272	1	4	19	38	38	
不動産・物品賃貸業	407	1	11	6	15	27	41
宿泊・飲食サービス業	163	1	10	18	29	33	10
医療・福祉業	151	4	11	25	42	18	
教育・学習支援業	38	1	16	11	26	37	11
生活関連サービス業、 娯楽業	188	4	15	23	39	18	
学術研究、 専門・技術サービス業	208	5	14	17	37	27	
その他サービス業	639	5	10	20	41	24	

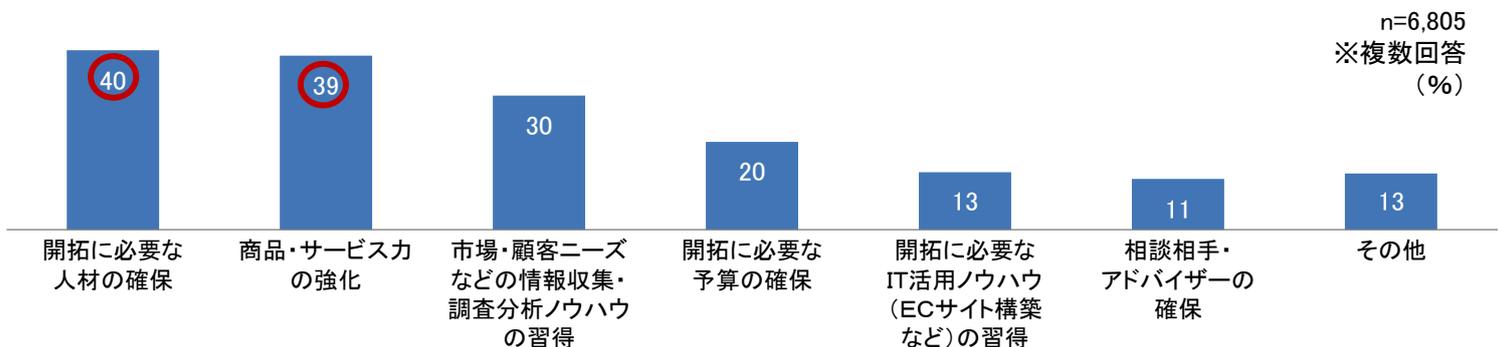
<業種別（理想とする水準）>

	回答件数	(%)					
		■ 30%以上	■ 10%以上30%未満	■ 5%以上10%未満	■ 5%未満	■ 全くない	
製造業	1,384	9	27	33	17	15	
建設業	1,626	11	24	29	17	20	
卸・小売業	1,438	12	25	34	20	10	
卸売業	703	8	24	36	22	10	
小売業	735	16	26	31	17	10	
サービス業	2,188	1	2	28	19	14	
情報通信業	112	12	33	26	16	1	
運輸業	267	9	25	31	20	15	
不動産・物品賃貸業	409	2	20	19	17	25	
宿泊・飲食サービス業	170	2	25	28	22	21	4
医療・福祉業	152	1	10	28	36	16	10
教育・学習支援業	40	2	20	30	18	28	5
生活関連サービス業、 娯楽業	192	1	16	27	29	16	12
学術研究、 専門・技術サービス業	210	1	16	20	32	20	12
その他サービス業	636	1	14	24	30	20	12

Q7 新規顧客・販路を開拓するにあたっての課題

- ・ 新規顧客・販路を開拓するにあたっての課題として、「開拓に必要な人材の確保」が40%と最も多く、次いで「商品・サービス力の強化」が39%と多くなりました。

<全体>

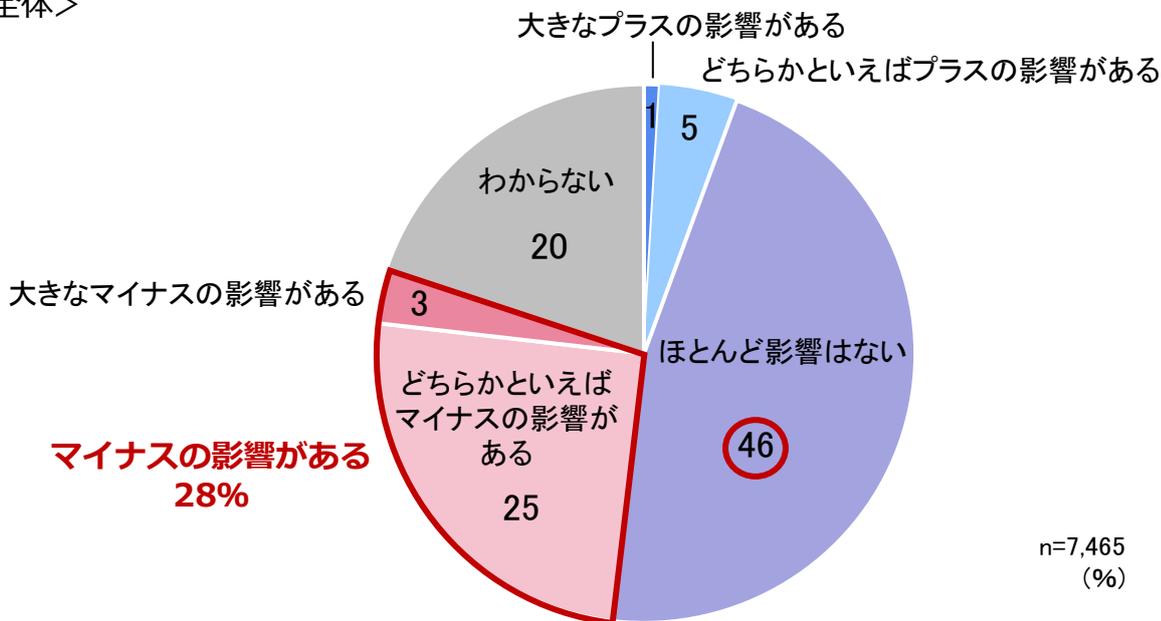


Ⅲ. 日銀のマイナス金利政策解除

Q1 日銀のマイナス金利政策解除がもたらす経営への影響

- 日銀のマイナス金利政策解除がもたらす経営への影響について、「ほとんど影響はない」と回答した企業は46%となりました。
- 一方、「マイナスの影響がある」企業は28%となりました。

<全体>



Pick Up! (日銀のマイナス金利政策解除について)

- 中小企業としては賃上げをよりしていく必要があるため、厳しい面もあるが国としては進めていくべき。
(その他サービス業/北海道)
- マイナス金利が異常であったので、正常に戻り日本経済が活性化することを期待する。(運輸業/東北)
- 今後の設備投資、運転資金など借入金の金利負担増加が不安。(製造業/南関東)
- 基本的には賛成。いつまでもマイナス金利でやるわけにはいかない。ただ企業としては金利が高すぎるのも困る。
(製造業/東海)
- 直接影響はないが、お客さまの財布の紐が固くなる可能性があるので、そこが心配。(建設業/東海)
- 短期的にみると融資が借りづらくなるなどマイナス要因があるが、長期的にみると経済効果によって顧客の購買意欲が向上し売上上昇も期待できるので何とも言えない。経済効果に期待したい。(小売業/北陸・甲信越)
- 物価高や金利上昇などで働く人の環境が悪くなり、より人手不足が深刻になるのではないかと。
(医療・福祉業/四国)
- 去年、借入をしたばかりで金利が上がればそのまま経営に関係していくので、しっかりした経営をするためにも集客を頑張らなければならない。(宿泊・飲食サービス業/九州・沖縄)

【DIの推移】
 <全体>

		(単位:pt)		
		業況DI	将来DI	従業員過不足DI
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
	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

<業種別DI(直近6カ月)>

(単位:pt)

		(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	▲21.2	▲ 2.4	▲18.4	▲ 6.1	
	12月	▲18.2	▲ 0.6	▲18.0	▲ 4.7	
	1月	▲19.6	▲ 4.9	▲17.8	▲ 8.6	
	2月	▲20.2	▲ 3.7	▲16.9	▲ 6.2	
	3月	▲23.6	▲ 3.4	▲19.1	▲ 8.0	
	4月	▲23.6	▲ 3.2	▲18.4	▲ 5.8	
	従業員過不足DI	11月	▲35.1	▲54.9	▲29.4	▲38.9
		12月	▲36.5	▲54.8	▲29.7	▲38.7
1月		▲34.0	▲51.9	▲28.6	▲36.4	
2月		▲34.5	▲54.2	▲29.5	▲38.3	
3月		▲33.6	▲53.6	▲29.5	▲37.4	
4月		▲34.6	▲54.0	▲28.5	▲38.6	

<従業員規模別DI(直近6カ月)>

(単位:pt)

		(単位:pt)			
		従業員数	5人以下	6~20人	21人以上
業況DI	11月	▲19.3	▲ 6.1	▲ 1.3	
	12月	▲15.6	▲ 5.9	▲ 1.6	
	1月	▲17.9	▲ 9.6	▲ 1.2	
	2月	▲16.8	▲ 7.9	▲ 0.6	
	3月	▲19.6	▲ 7.9	▲ 5.0	
	4月	▲17.6	▲ 7.7	▲ 1.9	
	従業員過不足DI	11月	▲27.6	▲45.8	▲57.3
		12月	▲29.3	▲44.3	▲57.5
1月		▲26.3	▲43.7	▲56.8	
2月		▲27.4	▲46.3	▲57.6	
3月		▲27.7	▲44.3	▲57.3	
4月		▲27.7	▲46.4	▲56.8	

※2020年3月は新型コロナ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	2023年 11月	▲ 9.4	▲24.9	▲12.9	▲10.2	▲11.1
	12月	▲12.5	▲16.3	▲13.0	▲ 8.1	▲10.8
	2024年 1月	▲ 7.1	▲23.5	▲13.6	▲10.8	▲20.4
	2月	▲ 7.5	▲17.5	▲11.3	▲ 6.7	▲20.3
	3月	▲14.6	▲20.7	▲16.6	▲10.8	▲15.3
	4月	▲ 7.4	▲20.6	▲11.4	▲ 5.3	▲17.2
従業員過不足 D I	2023年 11月	▲50.6	▲37.2	▲39.7	▲34.9	▲40.6
	12月	▲43.6	▲40.6	▲40.0	▲35.8	▲37.9
	2024年 1月	▲38.3	▲39.2	▲35.5	▲33.3	▲37.5
	2月	▲37.8	▲44.1	▲38.8	▲37.0	▲39.1
	3月	▲42.1	▲42.6	▲38.5	▲35.3	▲33.9
	4月	▲40.7	▲39.1	▲39.2	▲37.7	▲38.1

		東海	関西	中国	四国	九州・沖縄
業況DI	2023年 11月	▲12.2	▲11.7	▲10.6	▲11.5	▲ 4.4
	12月	▲15.8	▲ 9.4	▲ 9.2	▲ 3.0	▲ 4.3
	2024年 1月	▲12.0	▲11.3	▲11.5	▲ 7.6	▲ 5.4
	2月	▲11.3	▲11.7	▲10.6	▲ 9.2	▲ 4.7
	3月	▲15.5	▲13.1	▲9.9	▲12.6	▲6.8
	4月	▲15.2	▲12.7	▲12.3	▲12.1	▲3.7
従業員過不足 D I	2023年 11月	▲36.9	▲39.5	▲40.3	▲46.3	▲45.7
	12月	▲37.7	▲39.3	▲43.9	▲41.7	▲43.9
	2024年 1月	▲36.8	▲38.7	▲40.2	▲40.9	▲41.2
	2月	▲35.1	▲40.4	▲42.2	▲41.3	▲43.6
	3月	▲36.5	▲38.8	▲41.9	▲39.9	▲43.4
	4月	▲34.8	▲38.8	▲42.5	▲41.6	▲44.1

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(%)