

第197回全国中小企業景気動向調査
(2024年7～9月期実績・2024年10～12月期見通し)

7～9月期業況は2四半期続けて小幅改善
【特別調査－中小企業におけるデジタル化とキャッシュレスへの対応について】

信金中央金庫
地域・中小企業研究所

調査の概要

- 1. 調査時点：2024年9月2日～6日
- 2. 調査方法：原則として、全国各地の信用金庫営業店の調査員による、共通の調査表に基づく「聴取り」調査
- 3. 標 本 数：14,752企業（有効回答数 13,129企業・回答率 89.0%）
※有効回答数のうち従業員数20人未満の企業が占める割合は 71.5%
- 4. 分析方法：各質問項目について、「増加」（良い）－「減少」（悪い）の構成比の差＝判断D.I.に基づく分析

概 況

- 1. 24年7～9月期（今期）の業況判断D.I.は△5.6、前期比2.2ポイント改善と、2四半期続けての小幅改善となった。
収益面では、前年同期比売上額判断D.I.がプラス6.3と前期比0.2ポイント改善、同収益判断D.I.が△3.7と同1.3ポイント改善した。販売価格判断D.I.はプラス26.2と2四半期ぶりに小幅低下した。人手過不足判断D.I.は△25.2と3四半期ぶりに人手不足感がやや強まった。設備投資実施企業割合は21.1%と前期比0.5ポイント低下した。業種別の業況判断D.I.は全6業種中、不動産業を除く5業種で、地域別には全11地域中8地域で、それぞれ改善となった。
- 2. 24年10～12月期（来期）の予想業況判断D.I.は△1.9、今期実績比3.7ポイントの改善を見込んでいる。業種別には全6業種中、横ばい見通しの不動産業を除く5業種で、また、地域別には全11地域中、北海道を除く10地域で、それぞれ改善する見通しとなっている。

業種別天気図

時 期 業種名	2024年 4～6月	2024年 7～9月	2024年 10～12月 (見通し)
総 合			
製 造 業			
卸 売 業			
小 売 業			
サ ー ビ ス 業			
建 設 業			
不 動 産 業			

地域別天気図（今期分）

地 域 業種名	北 海 道	東 北	関 東	首 都 圏	北 陸	東 海	近 畿	中 国	四 国	九 州 北 部	南 九 州
総 合											
製 造 業											
卸 売 業											
小 売 業											
サ ー ビ ス 業											
建 設 業											
不 動 産 業											
(この天気図は、過去1年間の景気指標を総合的に判断して作成したものです。)											
好調← → 低調											

全業種総合

○業況は2四半期続けて小幅改善

24年7～9月期（今期）の業況判断 D.I. は△5.6、前期比2.2ポイントの改善と、2四半期続けての小幅改善となった（図表1）。

収益面では、前年同期比売上額判断 D.I. がプラス 6.3、前期比0.2ポイント改善、同収益判断 D.I. が△3.7、同1.3ポイントの改善となった。また、前期比売上額判断 D.I. はプラス 4.4、前期比1.7ポイント改善、同収益判断 D.I. は△4.1、同2.3ポイント改善と、ともに改善となった。

販売価格判断 D.I. はプラス 26.2、前期比 0.8ポイントの低下と、2四半期ぶりに小幅低下した。また、仕入価格判断 D.I. はプラス 50.3、同2.4ポイントの低下と、こちらも2四半期ぶりの低下となった（図表2）。

雇用面では、人手過不足判断 D.I. が△25.2（マイナスは人手「不足」超、前期は△25.1）と、3四半期ぶりに人手不足感がやや強まった（図表3）。

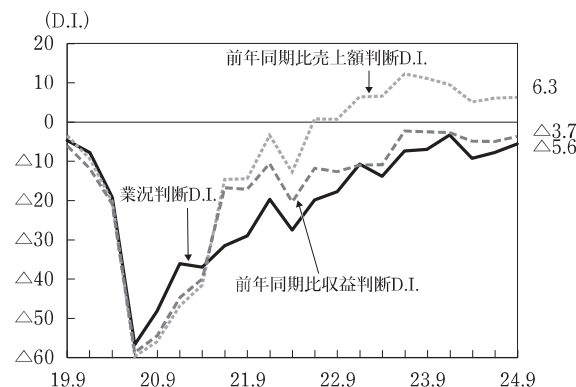
資金繰り判断 D.I. は△7.8、前期比0.6ポイント低下と、2四半期ぶりの低下となった。

設備投資実施企業割合は21.1%、前期比0.5ポイント低下と、2四半期ぶりの低下となった。

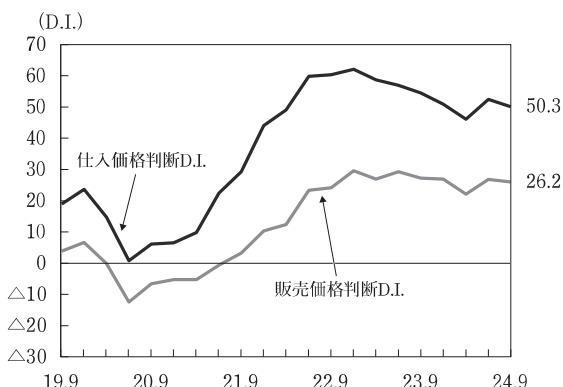
業種別の業況判断 D.I. は、全6業種中、不動産を除く5業種で改善した。最も改善幅が大きかったのは建設業（5.8ポイント）で、次いで製造業とサービス業（ともに2.6ポイント）、小売業（1.7ポイント）の順だった。

一方、地域別の業況判断 D.I. は、全11地域中、近畿、四国、南九州を除く8地域で改善した。

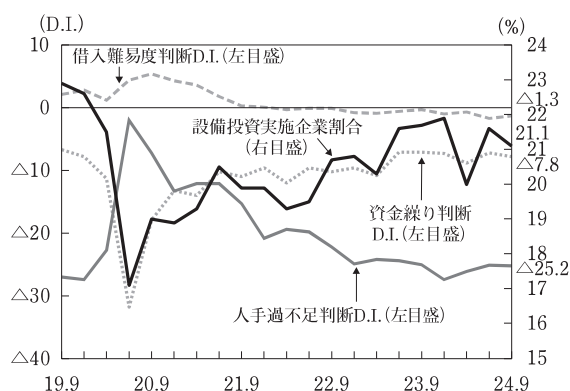
図表1 主要判断D.I.の推移



図表2 販売価格・仕入価格判断D.I.の推移



図表3 設備投資実施企業割合、資金繰り判断D.I.等の推移



最も改善幅が大きかったのは北陸（8.1ポイント）で、次いで北海道（6.7ポイント）、関東（5.5ポイント）の順だった。

○引き続き改善する見通し

来期の予想業況判断 D.I. は△1.9、今期実績比 3.7 ポイントの改善を見込んでいる。

業種別の予想業況判断 D.I. は、全 6 業種中、横ばい見通しの不動産業を除く 5 業種で改善を見込んでいる。一方、地域別では、全 11 地域中、北海道を除く 10 地域で改善の見通しとなっている。

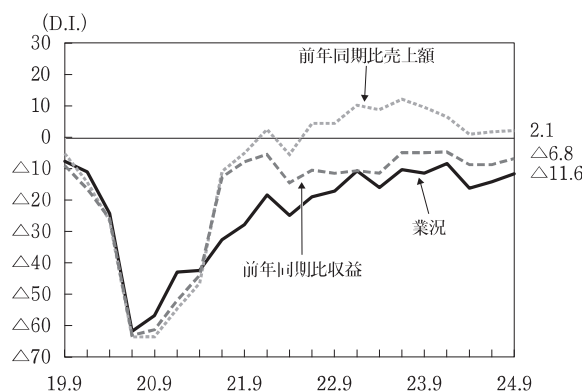
製造業

○2 四半期続けての小幅改善

今期の業況判断 D.I. は△11.6、前期比 2.6 ポイント改善と、2 四半期続けての小幅改善となった（図表 4）。

前年同期比売上額判断 D.I. はプラス 2.1、前期比 0.4 ポイントの改善、同収益判断 D.I. は△6.8、前期比 1.9 ポイントの改善となった。また、前期比売上額判断 D.I. は△0.2、前期比 0.2 ポイントの低下、同収益判断 D.I. は△7.5、同 1.4 ポイント改善となった。

図表 4 製造業 主要判断 D.I. の推移



○原材料価格 D.I. は 2 四半期ぶりの低下

設備投資実施企業割合は 23.2%、前期比 0.1 ポイント低下と、2 四半期ぶりの低下となった。

人手過不足判断 D.I. は△21.2（前期は△20.7）と、3 四半期ぶりに人手不足感がやや強まった。

販売価格判断 D.I. はプラス 21.9、前期比 1.8 ポイント低下と、一進一退が続くなかで 2 四半期ぶりの低下となった。一方、原材料（仕入）価格判断 D.I. はプラス 50.8、前期比 2.5 ポイント低下と、2 四半期ぶりの低下となった。

なお、資金繰り判断 D.I. は△10.3、前期比 1.3 ポイントの低下となった。

○製造業全 22 業種中、14 業種で改善

業種別の業況判断 D.I. は、製造業全 22 業種中、14 業種で改善、8 業種で低下と、業種全体の

うち6割超が改善する結果となった(図表5)。

素材型では、全7業種中、繊維、皮製品の2業種が低下したものの、それ以外の5業種では改善となった。とりわけ、鉄鋼は10ポイント超の大幅改善となった。

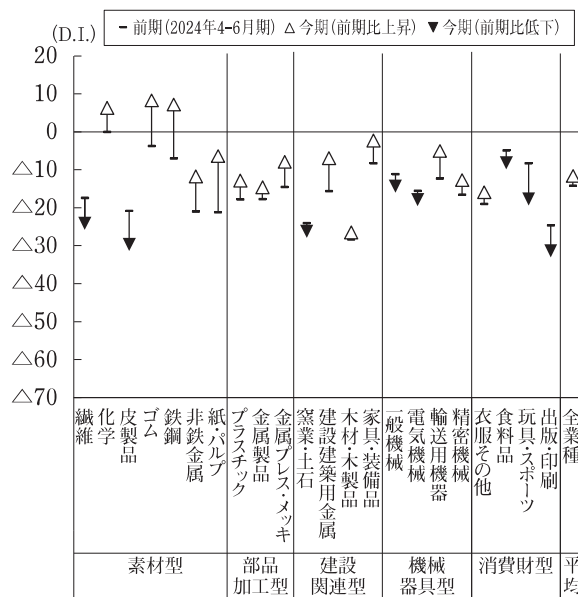
部品加工型は、全3業種そろって改善した。

建設関連型は、全4業種中、窯業・土石で小幅低下したものの、それ以外の3業種では改善した。

機械器具型は、全4業種中、一般機械と電気機械で低下、輸送用機器と精密機器で改善となった。

消費財型では、全4業種中、衣服その他で改善したものの、それ以外の3業種では低下した。とりわけ、玩具・スポーツは10ポイント近い大幅低下となった。

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



○従業員規模が大きいほど改善傾向

販売先形態別の業況判断 D.I. は、全5形態中、小売業者と最終需要家型の2形態で低下したものの、それ以外の3形態では改善した。

また、輸出主力型の業況判断 D.I. は△6.2と前期比6.2ポイントの改善となり、内需主力型は△11.2、同2.0ポイントの改善となった。

従業員規模別の業況判断 D.I. は、すべての階層で改善した。前期比の改善幅をみると、1～19人で1.5ポイント、20～49人で2.9ポイント、50～99人で6.4ポイント、100人以上で5.4ポイントと、規模が大きい方が改善幅も大きい傾向が見られた。

○全11地域中、9地域で改善

地域別の業況判断 D.I. は、全11地域中、四国と南九州で低下したものの、それ以外の9地域では改善した(図表6)。最も改善幅が大きかったのは東北(7.2ポイント)で、次いで関東(6.3ポイント)、北海道(5.8ポイント)の順だった。

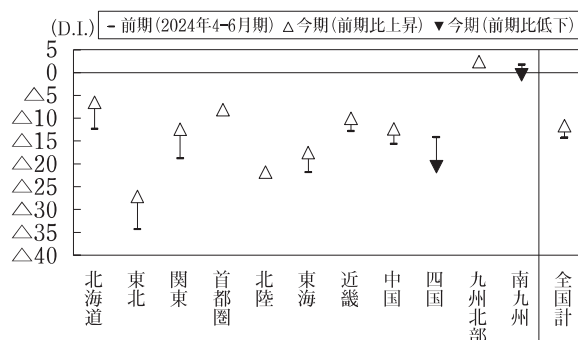
なお、D.I.の水準に着目すると、九州北部のみプラス水準(2.4)で、それ以外の10地域ではマイナス水準となっている。なお、東北(△27.1)や北陸(△21.8)、四国(△20.6)などが相対的に厳しい水準にある。

○改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I. は△5.3と、今期実績比6.3 ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、ゴム、非鉄、建設金属を除く19業種で改善を見込んでいる。また、地域別では、全11地域で改善見通しとなっており、特に、四国と南九州では前期比10 ポイント超の改善と、大幅な改善を見込んでいる。

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



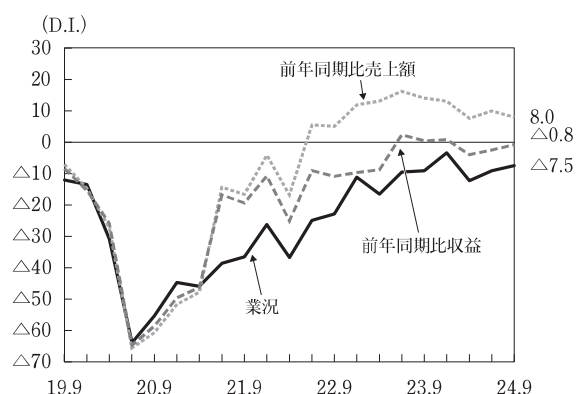
卸売業

○2四半期続けての改善

今期の業況判断 D.I. は△7.5、前期比1.6 ポイントの改善と、2四半期続けての改善となった(図表7)。

なお、前年同期比売上額判断 D.I. はプラス8.0、前期比1.9 ポイントの低下となった一方、同収益判断 D.I. は△0.8、同1.7 ポイントの改善となった。

図表7 卸売業 主要判断D.I.の推移



○全11地域中、6地域で改善

業種別の業況判断 D.I. は、全15業種中、紙製品や繊維品など8業種で低下した。一方、地域別では、全11地域中、関東や近畿など5地域で低下となったものの、それ以外の6地域では改善した。とりわけ、東北と九州北部では10 ポイント超の大幅改善となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I. は△3.6、今期実績比3.9 ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、全15業種中、紙製品や繊維品など10業種が改善見込みとなっている。また、地域別には、全11地域中、改善見通しは9地域、低下見通しは2地域となっている。

小売業

○業況は改善

今期の業況判断 D.I. は△12.9、前期比 1.7 ポイントの改善となった（図表8）。

一方、前年同期比売上額判断 D.I. はプラス 2.9、前期比 1.5 ポイントの低下、同収益判断 D.I. は△10.4、同 1.0 ポイントの改善となった。

○全11地域中、6地域で改善

業種別の業況判断 D.I. は、全13業種中9業種で改善、4業種で低下となった。業種別にみると、書籍・文房具が30ポイント近い大幅低下となった一方、カメラ・時計・メガネが20ポイント超の大幅改善となった。地域別では、全11地域中、6地域で改善となった。とりわけ、中国では10ポイント近い大幅改善となった。

○全11地域中、6地域で改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I. は△8.1、今期実績比 4.8 ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全13業種中、10業種で改善、3業種で低下の見通しとなっている。特に飲食店で10ポイント超の改善見通しとなっている。また、全11地域中、北海道のみ低下の見通しとなっている。

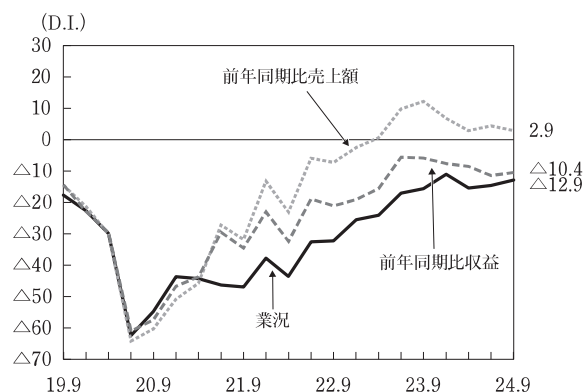
サービス業

○業況は改善

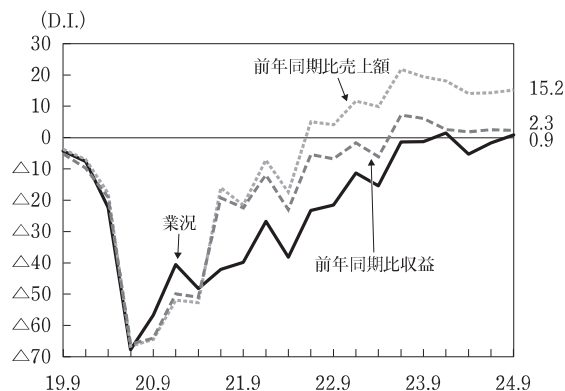
今期の業況判断 D.I. は0.9、前期比 2.6 ポイントの改善と、三四半期ぶりのプラス転換となった（図表9）。

前年同期比売上額判断 D.I. はプラス 15.2、前期比 0.9 ポイントの改善、同収益判断 D.I. はプラス 2.3、同 0.2 ポイントの低下となった。

図表8 小売業 主要判断D.I.の推移



図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



○全8業種中、6業種が改善

業種別の業況判断 D.I. は、全8業種中、自動車整備や旅館・ホテル等6業種が改善となった。地域別では、全11地域中、8地域で改善となった。とりわけ、東北、関東、北陸では10ポイント超の改善となった。

○小幅改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I. はプラス 1.4 と、今期実績比 0.5 ポイントの小幅改善を見込んでいる。

業種別では、全8業種中、情報・調査・広告など4業種で改善の見通しとなっている。また、地域別では全11地域中6地域で改善の見通しとなっている。

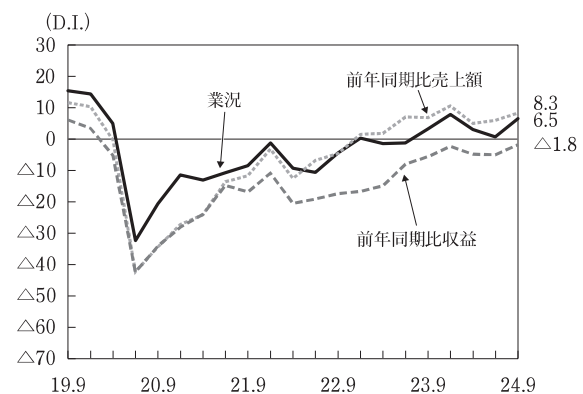
建設業

○業況は改善

今期の業況判断 D.I. はプラス 6.5、前期比 5.8 ポイントの改善となった（図表10）。

なお、前年同期比売上額判断 D.I. はプラス 8.3、前期比 2.3 ポイントの改善、同収益判断 D.I. は△1.8、同 3.2 ポイントの改善となった。

図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



○全11地域中、9地域で改善

業況判断 D.I. を請負先別でみると、全4請負先すべてで改善となった。中でも、官公庁は10ポイント超の大幅改善となった。

地域別では全11地域中、中国、四国を除く9地域で改善となった。中でも、北陸、関東、九州北部は10ポイント超の大幅改善となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I. はプラス 7.8 と、今期実績比 1.3 ポイントの改善を見込んでいる。

請負先別では、全4請負先中、官公庁を除く3請負先で改善の見通しとなっている。地域別には全11地域中7地域で改善の見通しとなっている。なかでも、南九州は10ポイント超の大幅改善を見込んでいる。

不動産業

○業況は低下

今期の業況判断 D.I. はプラス 1.9、前期比 4.7 ポイントの低下となった（図表 11）。

なお、前年同期比売上額判断 D.I. はプラス 8.5、前期比 0.4 ポイントの改善、同収益判断 D.I. はプラス 3.9、同 1.9 ポイントの低下となった。

○全 5 業種中、4 業種で業況低下

業況判断 D.I. は、全 5 業種中、貸事務所や代理・仲介等 4 業種で低下となった。

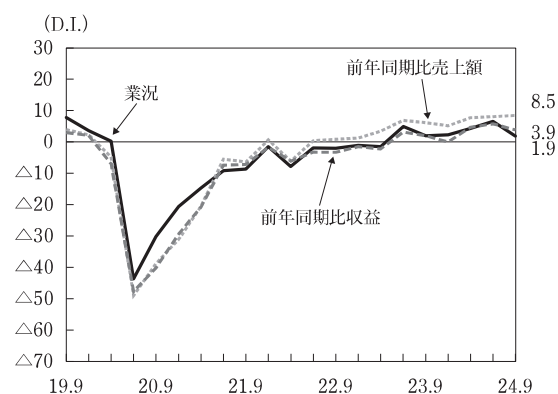
地域別では、全 11 地域中、4 地域で改善、7 地域で低下となった。なかでも、東北は 20 ポイント近い大幅な低下となった。

○横ばいの見通し

来期の予想業況判断 D.I. はプラス 1.9 と今期実績比で横ばいになることを見込んでいる。

業種別には、全 5 業種中、3 業種で改善を見込んでいる。地域別には、全 11 地域中、5 地域で低下、2 地域で横ばい、4 地域で改善の見通しとなっている。

図表 11 不動産業 主要判断 D.I. の推移



特別調査

中小企業におけるデジタル化とキャッシュレスへの対応について

○ネットやメールの利用率高まる

インターネットの利用状況については、2019年3月調査（以下「前回」という。）と同様の調査を行った。結果、「利用しており、自社HPも開設」が61.8%と、前回の53.1%から上昇した（図表12）。対して、「利用しているが、自社HPは未開設」は22.8%と前回の25.6%から低下、「利用していないが、今後利用したい」は4.4%と前回の6.5%から低下、「利用することとは考えていない」は11.0%と前回の14.7%から低下した。

図表12 インターネットおよび電子メールの利用状況

（単位：％）

選択肢		1	2	3	4	5	6	7
		インターネット利用				電子メール利用		
		利用しており、自社ホームページも開設	利用しているが、自社ホームページは未開設	利用していないが、今後利用したい	利用することとは考えていない	利用している	利用していないが、今後利用したい	利用することとは考えていない
全 体		61.8	22.8	4.4	11.0	83.2	5.8	11.0
地域別	北海道	57.8	29.6	4.5	8.1	85.8	6.2	7.9
	東北	62.2	25.5	3.4	8.9	84.7	7.6	7.7
	関東	67.5	22.5	3.6	6.5	88.6	4.3	7.0
	首都圏	56.5	22.3	5.7	15.5	78.8	6.5	14.7
	北海道	65.0	23.0	3.1	8.9	87.4	3.9	8.7
	東北	70.1	19.8	3.1	7.0	89.6	3.4	7.0
	近畿	69.9	20.1	3.0	7.0	89.2	4.7	6.1
	中国	63.3	23.9	3.5	9.3	86.0	4.3	9.8
	四国	55.2	22.5	5.2	17.1	71.0	8.6	20.4
	九州北部	55.1	25.1	5.5	14.3	79.8	6.7	13.5
	九州南部	49.7	22.9	8.3	19.0	65.9	9.9	24.2
規模別	1～4人	37.9	32.3	7.3	22.5	67.6	8.9	23.5
	5～9人	55.3	30.6	4.6	9.5	85.0	6.6	8.4
	10～19人	71.0	20.1	3.4	5.4	91.7	4.1	4.2
	20～29人	80.9	13.4	2.8	2.9	94.0	3.4	2.6
	30～39人	87.4	8.9	1.5	2.2	94.0	3.9	2.1
	40～49人	94.2	4.3	0.8	0.8	96.3	2.2	1.4
	50～99人	93.8	5.0	0.7	0.5	97.5	1.2	1.3
	100～199人	97.9	1.3	0.4	0.4	100.0	0.0	0.0
	200～300人	99.1	0.0	0.0	0.9	100.0	0.0	0.0
業種別	製造業	65.9	20.4	4.2	9.5	87.1	4.5	8.3
	卸売業	58.6	26.7	4.4	10.2	85.5	5.9	8.6
	小売業	49.5	26.5	6.3	17.7	68.7	9.2	22.1
	サービス業	62.8	20.4	4.9	12.0	78.0	6.6	15.3
	建設業	63.7	24.9	3.4	8.1	90.5	4.5	5.0
	不動産業	70.1	17.8	2.9	9.3	87.2	4.7	8.1

〈参考〉過去調査結果

2019年3月調査	53.1	25.6	6.5	14.7	74.5	8.5	17.0
2016年6月調査	49.2	26.1	7.5	17.3	70.1	10.2	19.7
2006年6月調査	32.2	35.1	13.4	19.4	50.9	21.8	27.2

電子メールについては、「利用している」が83.2%と、前回の74.5%から上昇した。対して、「利用していないが、今後利用したい」が5.8%と前回の8.5%から低下、「利用することは考えていない」が11.0%と前回の17.0%から低下した。

○7割がインターネットバンキングを契約

インターネットバンキングの契約状況については、70.7%が「契約している」と回答した（図表13）。企業規模別にみると、30人以上の規模階層では、軒並み90%を上回った。対して、「契約していない」は29.3%となった。

契約している企業の理由や状況については、「金融機関の店舗に行く必要がない（21.4%）」

図表13 インターネットバンキングへの契約の有無とその理由

(単位：%)

選択肢				1	2	3	4	5		6	7	8	9	0
			契約している（理由、状況）					契約していない（理由）						
			夜間や休日でも利用できる	社内全体のIT化・事務負担軽減	残高管理が容易である	金融機関の店舗に行く必要がない	契約しているがほぼ使っていない		金融機関職員が訪問するから不要	パスワード管理等操作が面倒	セキュリティに不安がある	利用する機会がない	インターネット利用環境がない	
全 体			70.7	13.9	18.3	14.8	21.4	2.3	29.3	7.8	2.9	3.7	13.0	1.9
地域別	北海道	74.2	13.8	20.5	16.9	20.0	3.0	25.8	3.7	3.1	4.2	13.4	1.4	
	東北	61.2	10.1	17.4	12.7	19.5	1.5	38.8	9.2	4.3	6.3	16.1	2.8	
	関東	76.2	12.5	22.4	14.9	23.2	3.1	23.8	8.3	3.0	3.1	8.5	0.9	
	首都圏	61.5	14.1	14.9	13.3	17.0	2.2	38.5	10.5	3.5	4.2	17.2	3.0	
	北陸	81.5	18.4	20.9	16.3	24.3	1.6	18.5	6.0	2.4	2.2	7.2	0.8	
	東海	81.4	15.2	22.6	16.4	25.7	1.5	18.6	4.9	1.6	2.6	8.4	1.0	
	近畿	83.4	16.4	20.7	16.9	27.1	2.3	16.6	4.0	1.9	3.4	6.2	1.1	
	中国	78.5	11.4	21.7	15.4	27.5	2.6	21.5	5.8	1.8	1.5	10.6	1.7	
	四国	57.7	10.9	13.5	11.3	17.0	5.0	42.3	13.7	4.7	2.8	19.9	1.2	
規模別	九州北部	63.2	13.5	14.8	14.3	19.2	1.3	36.8	11.2	4.3	3.3	16.5	1.5	
	南九州	52.8	10.0	11.5	13.0	15.1	3.2	47.2	13.6	3.2	4.8	22.5	3.1	
	1 ～ 4人	46.8	11.3	7.1	10.2	15.3	3.0	53.2	12.2	5.2	5.6	26.0	4.2	
	5 ～ 9人	70.3	14.8	15.8	16.1	20.7	2.9	29.7	9.1	3.0	4.5	11.9	1.3	
	10 ～ 19人	83.9	15.2	21.8	18.3	26.4	2.2	16.1	5.0	2.0	2.6	5.7	0.7	
	20 ～ 29人	87.5	15.2	24.8	19.4	26.4	1.7	12.5	5.2	1.1	1.9	4.1	0.2	
	30 ～ 39人	92.3	17.6	29.5	18.2	25.3	1.5	7.7	2.9	0.9	1.7	2.0	0.2	
	40 ～ 49人	92.5	18.5	32.4	15.6	25.1	0.9	7.5	3.6	0.6	1.4	1.9	0.0	
	50 ～ 99人	95.4	13.4	37.4	16.5	27.4	0.8	4.6	2.0	0.1	1.0	1.3	0.1	
業種別	100 ～ 199人	94.5	13.9	36.3	17.3	26.6	0.4	5.5	3.4	0.4	1.3	0.4	0.0	
	200 ～ 300人	99.1	12.9	46.6	13.8	25.9	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	
	製造業	76.3	14.1	19.2	16.4	24.5	2.2	23.7	6.9	2.5	2.9	10.0	1.4	
	卸売業	75.4	13.4	20.8	17.8	21.5	1.9	24.6	6.8	2.7	2.7	10.4	1.9	
	小売業	54.8	12.4	12.4	12.0	15.5	2.4	45.2	10.6	3.6	4.1	23.1	3.8	
	サービス業	64.4	15.3	17.1	11.8	17.9	2.4	35.6	9.7	3.9	3.8	16.2	2.1	
業種別	建設業	78.3	14.2	21.7	15.1	24.9	2.4	21.7	6.5	2.7	4.3	7.3	1.0	
	不動産業	68.4	14.4	17.3	13.9	19.7	3.1	31.6	7.6	2.6	5.8	14.5	1.1	

が最も高く、以下「社内全体のIT化・事務負担軽減(18.3%)」が続いた。一方、契約していない企業の理由については、「利用する機会がない(13.0%)」が最も多く、「金融機関職員が訪問するから不要(7.8%)」が続いた。

○新紙幣への対応は道半ば

新紙幣発行に伴う対応状況については、「対応した」が11.1%（うち小売業で24.7%、サービス業で18.6%）に対し、「対応の必要性を感じているが、まだ対応していない」が10.0%（うち小売業で15.9%、サービス業で13.4%）となり、必要性があるものの対応していない企業も一定数いることがうかがえる（図表14）。

図表14 新紙幣発行に伴う対応状況およびキャッシュレス支払にかかる導入等の状況 (単位: %)

選択肢		1	2	3	4	5	6	7
		新紙幣発行に伴う設備投資などの対応			新紙幣導入を機としたキャッシュレスの状況			
		対応した	対応の必要性を感じているが、まだ対応していない	対応の必要性を感じていない	既に導入済みでさらに強化した	既に導入済みで強化はしていない	新たに導入した	導入していない
全 体		11.1	10.0	78.9	5.8	27.0	1.1	66.1
地域別	北海道	11.3	10.3	78.5	6.9	30.3	1.6	61.3
	東北	12.2	7.4	80.4	6.5	27.9	0.8	64.8
	関東	8.3	9.4	82.3	7.2	27.6	1.3	63.9
	首都圏	12.4	11.5	76.1	4.5	24.3	1.0	70.3
	北陸	9.8	7.6	82.7	7.2	31.5	1.6	59.7
	東海	9.7	6.4	83.9	5.8	27.3	0.8	66.0
	近畿	9.3	10.2	80.5	6.6	26.3	1.2	65.8
	中国	10.2	7.5	82.3	4.8	28.7	0.6	65.8
	四国	12.3	10.4	77.3	4.8	26.6	0.7	67.9
規模別	九州北部	12.7	14.5	72.8	5.7	27.8	1.0	65.5
	九州南部	15.2	14.2	70.6	6.4	28.8	1.5	63.4
	1～4人	9.9	11.1	78.9	4.4	25.9	1.0	68.7
	5～9人	10.2	10.8	79.0	5.6	27.3	1.1	66.0
	10～19人	11.2	9.2	79.6	6.2	26.2	1.2	66.4
	20～29人	10.8	9.9	79.3	5.9	27.8	1.2	65.0
	30～39人	12.4	8.6	79.0	8.5	25.7	1.1	64.7
	40～49人	24.0	8.8	67.2	12.5	35.3	1.1	51.1
	50～99人	7.3	7.5	85.2	5.1	25.4	1.5	68.1
業種別	100～199人	6.3	7.1	86.6	5.1	24.3	1.3	69.4
	200～300人	15.5	6.9	77.6	5.3	34.2	0.0	60.5
	製造業	5.8	7.5	86.7	4.1	19.8	1.1	75.0
	卸売業	10.3	10.4	79.3	4.1	23.2	1.3	71.4
	小売業	24.7	15.9	59.4	12.2	50.7	1.5	35.6
	サービス業	18.6	13.4	68.0	8.7	40.6	1.2	49.5
	建設業	4.3	6.6	89.1	3.0	14.8	0.7	81.6
	不動産業	7.6	9.0	83.4	3.5	16.0	0.8	79.6

また、新紙幣発行を機としたキャッシュレス支払手段の状況については、「既に導入済みでさらに強化した」は5.8%（うち小売業で12.2%、サービス業で8.7%）、「新たに導入した」は1.1%（うち小売業で1.5%、サービス業で1.2%）にとどまった。

○3分の2の企業でキャッシュレスを利用

活用しているキャッシュレス支払手段については、「クレジットカード」が37.9%と最も多く、以下「口座振替（自動引落）サービス（31.2%）」、「電子記録債権（でんさい等）（16.4%）」、「QRコード決済（15.0%）」が続いた（図表15）。

一方で「活用していない・関係ない」は35.8%となり、残りの64.2%では、何らかのキャッシュレス手段を利用しているとの結果になった。従業員規模が小さい企業ほど利用していない

図表15 活用しているキャッシュレス支払手段

（単位：％）

選択肢		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
		クレジットカード	デビットカード	QRコード決済	電子マネー（交通系・流通系）	プリペイドカード	デジタル通貨（地域電子通貨・暗号資産）	口座振替（自動引落）サービス	電子記録債権（でんさい等）	その他	活用していない・関係ない
全 体		37.9	2.6	15.0	8.2	0.9	0.5	31.2	16.4	1.1	35.8
地域別	北海道	41.6	1.8	14.9	9.4	1.5	0.2	27.9	14.1	0.9	35.0
	東北	35.9	1.8	15.9	10.9	1.4	0.5	39.5	15.0	1.5	31.8
	関東	37.7	3.1	15.4	8.9	0.6	1.3	37.7	22.0	1.6	32.2
	首都圏	37.4	2.6	11.2	7.4	0.6	0.4	26.9	13.3	0.8	41.0
	北陸	39.3	5.3	20.7	9.7	0.9	0.5	34.7	20.7	2.0	28.5
	東海	38.1	2.2	15.5	7.6	1.1	0.5	38.4	24.2	1.2	30.2
	近畿	38.3	2.5	13.5	7.4	1.1	0.5	35.7	21.6	1.4	32.0
	中国	38.5	2.3	18.6	9.5	0.5	0.8	32.0	16.9	0.6	34.5
	四国	32.2	2.1	14.7	4.7	1.7	0.2	23.2	10.6	1.2	44.7
規模別	九州北部	38.5	2.5	18.3	7.3	0.0	0.5	23.3	8.6	0.7	40.4
	南九州	37.6	2.8	24.3	9.8	0.7	1.1	18.4	4.8	0.9	42.0
	1～4人	34.0	2.7	18.1	8.6	1.1	0.7	22.2	5.0	1.2	45.8
	5～9人	38.3	2.2	15.3	7.9	1.0	0.4	29.8	11.1	1.2	37.2
	10～19人	40.3	2.5	12.8	7.2	0.8	0.4	35.1	19.5	1.1	31.3
	20～29人	39.6	2.2	11.6	7.5	0.4	0.6	39.3	25.7	0.7	28.1
	30～39人	39.3	2.9	13.9	7.6	0.3	0.5	37.6	30.0	1.1	27.2
	40～49人	54.2	3.8	20.4	14.6	1.0	0.5	37.2	22.2	1.6	20.8
	50～99人	33.6	2.6	7.0	5.9	0.7	0.3	46.5	45.4	0.7	24.5
業種別	100～199人	33.3	2.5	4.2	4.6	1.3	0.4	48.9	45.6	1.7	27.8
	200～300人	39.7	2.6	12.9	6.9	0.0	0.9	40.5	59.5	0.0	20.7
	製造業	29.6	1.6	7.2	4.5	0.4	0.4	37.8	29.2	1.2	35.3
	卸売業	31.9	1.8	10.7	6.0	0.5	0.5	30.4	20.5	1.4	39.7
	小売業	64.3	5.7	41.3	21.0	2.7	1.2	17.5	2.4	0.9	22.3
	サービス業	53.6	4.7	26.7	12.9	0.9	0.8	23.8	4.8	0.6	30.4
業種別	建設業	26.0	1.0	2.5	2.9	0.4	0.2	37.5	19.1	1.2	43.5
	不動産業	26.2	1.1	5.9	3.3	0.8	0.1	33.5	1.7	1.3	51.3

（備考）最大3つまで複数回答

い傾向がみられる。

業種別では、小売業で導入割合が多い一方、不動産業では「活用していない・関係ない」とする割合が多かった。

○手数料の高さに不満

キャッシュレスに対する不満、未導入の理由については、「手数料が高い」が28.2%と最も多く、以下「セキュリティが不安(15.2%)」、「現金化までに時間がかかる(12.7%)」、「キャッシュレスに対応していない取引先がある(12.5%)」が続いた(図表16)。業種別では、小売業で「手数料が高い(51.4%)」や「現金化までに時間がかかる(21.4%)」などの不満が多い傾向があった。

一方、「不満などはない」の回答割合が34.2%となった。

図表16 キャッシュレス支払に対しての不満もしくは未導入理由

(単位：%)

選択肢		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
		初期費用 が高い	手数料が 高い	セキュリ ティが不 安	決済手段 が多すぎ て何を使 うべきかわ からない	キャッシュ レスに対 応してい ない取引 先がある	災害や障 害時に利 用不能に なる	現金化ま でに時間 がかかる	個人情報 などの データ管 理が煩雑	わかる人 がいない	不満など はない
全 体		8.6	28.2	15.2	6.1	12.5	11.4	12.7	5.8	7.6	34.2
地 域 別	北 海 道	7.9	32.4	13.2	6.1	12.4	13.4	12.9	5.8	7.2	31.8
	東 北 道	7.3	34.3	17.1	6.5	13.7	12.6	15.0	5.9	7.5	29.0
	関 東 圏	7.2	30.4	16.8	5.9	15.1	11.8	13.0	6.6	6.9	31.9
	首 都 圏	10.7	23.4	13.4	6.2	11.7	9.1	12.0	5.1	9.2	36.7
	北 陸 道	9.5	33.8	14.1	5.9	13.9	13.1	13.9	7.0	5.6	30.4
	東 海 道	7.3	31.1	15.0	5.3	12.2	13.2	11.5	6.6	5.4	36.3
	近 畿 道	7.7	26.6	19.6	6.2	14.3	13.4	10.3	6.6	6.1	34.3
	中 国 道	5.9	30.4	16.5	7.4	9.7	12.9	12.9	4.5	8.3	34.7
	四 国 道	10.9	24.0	14.4	6.8	11.6	7.8	13.9	6.3	11.6	32.8
規 模 別	九 州 北 部	10.0	24.9	14.2	5.5	11.4	8.8	15.2	6.2	6.1	34.6
	南 九 州	7.4	30.7	12.5	6.1	10.0	9.1	18.2	4.1	10.6	34.4
	1 ～ 4人	9.5	30.8	12.3	6.2	8.9	8.8	15.7	5.0	11.6	32.7
	5 ～ 9人	8.9	29.1	14.6	6.4	12.6	10.9	12.8	5.4	7.0	34.0
	10 ～ 19人	8.7	26.6	16.5	5.7	15.2	11.1	11.9	6.5	5.8	34.5
	20 ～ 29人	7.2	26.5	19.1	7.3	14.0	13.4	10.8	6.9	4.9	33.1
	30 ～ 39人	7.5	23.3	15.9	3.2	15.6	13.6	8.9	7.0	4.9	39.4
	40 ～ 49人	9.2	34.8	19.9	6.1	11.4	16.0	11.3	6.0	4.2	31.8
	50 ～ 99人	5.4	18.3	18.9	5.8	17.3	16.1	9.0	6.4	3.9	39.9
業 種 別	100 ～ 199人	7.7	15.9	14.5	7.7	21.4	19.5	4.5	8.2	2.3	39.1
	200 ～ 300人	6.3	24.1	16.1	6.3	18.8	11.6	4.5	6.3	3.6	45.5
	製 造 業	6.8	19.7	17.4	5.3	14.8	12.1	9.3	6.2	8.3	38.0
	卸 売 業	9.2	26.4	16.2	6.1	15.6	10.5	13.9	5.6	7.5	33.6
	小 売 業	11.4	51.4	10.8	8.2	6.4	12.1	21.4	3.7	7.5	19.9
	サ ー ビ ス 業	10.7	40.7	13.1	7.1	7.9	11.8	17.9	4.4	6.0	27.9
業 種 別	建 設 業	6.4	15.8	17.2	5.3	16.6	11.6	7.4	7.9	8.0	41.5
	不 動 産 業	9.8	19.9	13.8	5.0	10.2	7.4	8.2	7.2	6.8	46.5

(備考) 最大3つまで複数回答

「調査員のコメント」から

全国中小企業景気動向調査表には、「調査員のコメント」として自由記入欄を設けている。ここでは、本調査の調査員である全国の信用金庫営業店職員から寄せられた声の一部を紹介する。

(1) キャッシュレス等への対応

- ①地場の同業者や中小企業からは手形や振込での決済依頼が多いため、現状、キャッシュレス化を進める必要性は低い。(鉄鋼加工品製造 北海道)
- ②本部主導でキャッシュレス対応を行っている。業務の効率化が図られる一方、手数料の増加や対応できる人材の不足等が課題となっている。(雑貨・食料品小売 宮城県)
- ③導入できるものなら導入したいが、社内に詳しい人がいないこともあり導入できていない。(空調設備業 神奈川県)
- ④キャッシュレス等のデジタル化は進んでいるものの、手数料が高いことや、入金までのタイムラグが長いこと等が不満である。(自動車部品製造 静岡県)
- ⑤全店でキャッシュレス決済に対応済。インターネットバンキングを実施する環境も整っている。今後もデジタル化によって生産性向上を図っていく。(食肉小売 滋賀県)
- ⑥個人情報の流出や通信障害など懸念点も多く、導入に前向きになれていない。(総合工事業 岡山県)
- ⑦決済方法が多過ぎて、日々日報が合わずにレジ締めが遅くなる。レジでの会計はスムーズ・スマートでも、経理担当者にとっては手間と時間がかかる。(理美容業 宮崎県)

(2) 業況堅調

- ①半導体工場の誘致や札幌駅周辺の再開発等によって需要が旺盛であり、受注は安定している。(鉄鋼素材二次加工 北海道)
- ②お盆の時期であり、花や墓参り用品の売上げが伸びた。材料価格の上昇は多少みられるが、収益の減少は少ないと予想している。(葬祭業 岩手県)
- ③7～9月は例年閑散期となるが、今年に関しては近隣の競合他社の撤退もあいまって、例年より売上が増加している。(電気機械器具小売 埼玉県)
- ④立地条件も良く、家族連れに人気。口コミやSNS宣伝効果もあり、常連客のみならず遠方より買いにくる新規顧客も多い。(洋菓子小売 三重県)
- ⑤業況は安定しており、前年と同程度の仕事量は確保している。来年は大阪万博関連の受注予定もあり、売上高は増加の見通しである。(歯ブラシ卸売 大阪府)
- ⑥既存取引先との価格交渉、新規・販路開拓が図れており、業況は順調推移。専務取締役がH Pを開設しており、今後ネット環境の強化を図っていく。(鮮魚卸売 兵庫県)
- ⑦所有不動産の入居率が高く、家賃収入は安定している。(不動産売買・賃貸 福岡県)

(3) 苦境

- ①中国向け水産物の禁輸が長引いており、輸出関連業務の売上が減少している。現在は水産物に限らず販路を模索している。(包装資材卸売 北海道)
- ②Web制作関連の補助金が終了し、売上が減少した。(インターネット広告業 群馬県)
- ③個人店で自転車を買う人は減る一方だが、流行りのロードバイク系は販売知識がないため、取り扱うことが難しい。(自転車関連部品卸売 群馬県)
- ④住宅の着工件数が減り、材木の需要が減少している。今後は売上の増加ではなく、確実な利益の確保を目指す経営にシフトしていく。(木材・木製品製造 静岡県)
- ⑤自動車メーカーの不正検査の影響で金型受注が停滞し、売上が減少。資金繰りも厳しい状況が続いている。(金型製造 愛知県)
- ⑥卸売の業態が現在減っているため、何かしら派生できるものを見つけ、強みを作っていけないと業態的に難しくなっていくと思料される。(タイヤ卸売 岡山県)

(4) 人手不足

- ①取引先との単価交渉を行い、価格の見直しを図っているものの、1人で営業しているため、人手不足に悩まされる状況が続いている。
(自動車整備・販売 北海道)
- ②提案から成約へ結び付けられる営業力が不足している。ノウハウの蓄積、即戦力の人材確保を急務としている。
(家電・リフォーム 山形県)
- ③人手不足を外国人労働者で補うことで対応している。外国人材を確保するため、外国人寮のリフォーム等で他社との差別化を図っている。
(総合工事業 埼玉県)
- ④人手不足に悩んでおり、ハローワークに求人を出しても希望の人材が集まらない。
(製紙機械製造 静岡県)
- ⑤特に自動車検査員、自動車整備士等の資格保有者の確保に苦戦している。
(自動車関連製品小売 静岡県)
- ⑥業界を通して人員不足感が否めない。残業を減らす等の職場改善も積極的に行っているが、現場作業が多いため、若年層からの応募が少ない。
(総合工事業 滋賀県)
- ⑦受注は増加傾向にあるが、人手不足が課題となっている。若い人材がなかなか集まらず、現状は経験者を中心に即戦力となる人材確保を考えている。
(総合建設業 山口県)

(5) 販売価格・仕入価格

- ①荷主との値上げ交渉は実施済だが、燃料費や車両費等の変動が続き、収益環境がなかなか安定しない。
(運送業 岩手県)
- ②仕入価格高騰につき、販売価格に転嫁しているものの、仕入額の上げ幅に追いついていない。
(生コン・建築工具等卸売 千葉県)
- ③物価高騰の影響を受けて仕入価格は上昇しているが、販売価格へ転嫁も十分にできており、現状は安定した売上確保ができています。
(農業用機械修理 滋賀県)
- ④仕入価格の上昇スピードが早く、販売価格への転嫁が遅い。キャッシュレスや新紙幣対応のための設備資金もあり、キャッシュアウトが非常に多い。
(総合スーパー 兵庫県)
- ⑤漁獲量が減少しており、水産加工品の高騰が続いているため、仕入先の見直し、販売先に対する価格転嫁に取り組んでいる。
(水産加工品卸売 和歌山県)
- ⑥原材料の高騰により、売上が下がり収益も出ていない。これ以上値上げはしたくない。
(豆腐・油揚げ卸売 岡山県)
- ⑦自動車仕入価格の上昇に伴う販売価格への転嫁は適正に行えている。
(自動車販売 岡山県)

(6) 前向きな取組み

- ①主力事業はマンパワーが必要だが、今後の人口減少に備えてマンパワーが必要とならない事業への進出も視野に入れている。
(総合ビルメンテナンス事業 山形県)
- ②店舗前で近隣住民を中心にしたイベントを開催するなど、地域に根付いた店舗を目指して、日々営業している。
(豆腐等製造 神奈川県)
- ③原材料の高騰等により経営に支障をきたしているが、副業で始めた印鑑作成が海外で多くの受注を獲得している。
(精密部品製造 山梨県)
- ④商品の販売だけではなく、「体験」を付加価値として取り入れ、実店舗への集客増加を目指している。
(中古品小売 静岡県)
- ⑤新商品開発に向け、クラウドファンディングの活用を検討している。予防用商品の開発により、顧客の健康管理を推進していく。
(医療用機器製造 兵庫県)
- ⑥売上の伸び悩みがあり、販路開拓が必要となっている。現在は新顧客獲得に向けて、チラシ等を作成するなど努力している。
(建材什器卸売 鳥取県)

※本稿の地域区分のうち、関東は茨城、栃木、群馬、新潟、山梨、長野の6県。首都圏は埼玉、千葉、東京、神奈川の1都3県。東海は岐阜、静岡、愛知、三重の4県。九州北部は福岡、佐賀、長崎の3県。南九州は熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄の5県。