

調 査

第175回全国中小企業景気動向調査 (2019年1～3月期実績・2019年4～6月期見通し)

1～3月期業況は2四半期ぶりにマイナス転換

【特別調査—中小企業におけるインターネット利用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：2019年3月1日～7日
2. 調査方法：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：15,498企業（有効回答数 14,055企業・回答率 90.7%）
※ 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 71.0%
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. 19年1～3月期（今期）の業況判断D.I.は△3.7、前期に比べ7.7ポイントの低下となり、前回調査時における今期見通し（△2.3）を下回った。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△1.6と前期比5.2ポイント低下、同収益判断D.I.は△5.5と同4.4ポイント低下した。販売価格判断D.I.は同3.1ポイント低下し、プラス3.5となった。人手過不足判断D.I.は△28.9と前期比1.0ポイント人手不足感は緩和したものの、前期までと同様に厳しい水準が続いている。業種別の業況判断D.I.は、6業種すべてで低下した。地域別でも、11地域すべてで低下した。

2. 19年4～6月期（来期）の予想業況判断D.I.は△2.7、今期実績比1.0ポイントの改善見通しである。業種別には、全6業種中、4業種で、地域別には全11地域中、6地域で改善する見通しにある。

業種別天気図

時期 業種名	2018年 10～12月	2019年 1～3月	2019年 4～6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

1. 全業種総合

○業況は大幅に低下

19年1～3月期（今期）の業況判断D.I.は△3.7と、前期比7.7ポイントの大幅な低下となった。なお、今回の業況判断D.I.は、前回調査時における今期見通し（6.3ポイントの低下見通し）の低下幅を上回った。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△1.6、同収益判断D.I.が△5.5と、それぞれ前期比5.2ポイント、同4.4ポイントの低下となった。なお、前期比売上額判断D.I.は△6.6と前期比17.0ポイント、同収益判断D.I.も△9.1と同14.0ポイントの大幅低下となった。

販売価格判断D.I.はプラス3.5と、前期比3.1ポイント低下したものの、10四半期連続でプラス水準を維持した。また、仕入価格判断D.I.は、プラス22.1と、同4.1ポイント低下した。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△28.9（マイナスは人手「不足」超、前期は△29.9）と前期比1.0ポイントの低下となり、1992年4～6月期（△27.5）以来で最も厳しい水準となった前期に続いて、依然として人手不足感は厳しい状況が続いている。

資金繰り判断D.I.は△6.4と、前期比1.4ポイント低下したものの、引き続き緩和状態は続いている。

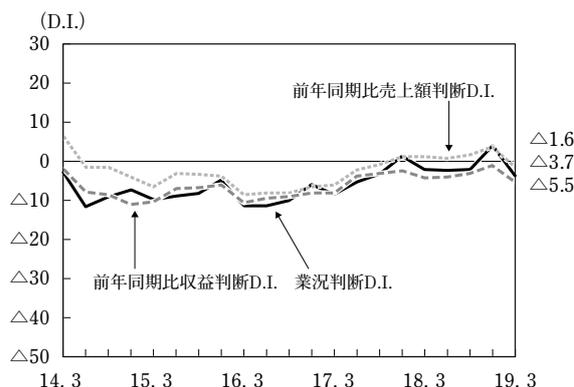
設備投資実施企業割合は22.3%と、前期と同水準であり、高い水準を維持している。

業種別の業況判断D.I.は、6業種すべてで低下した。とりわけ、製造業と卸売業では、

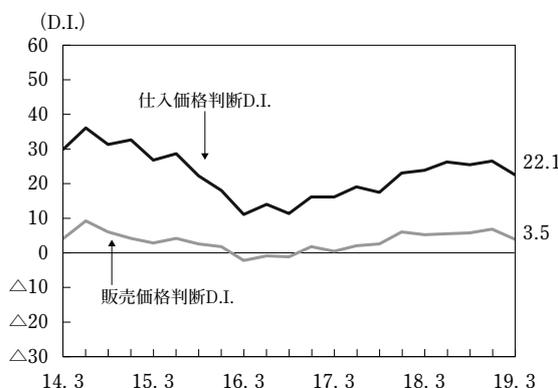
前期比10ポイント超の大幅低下となった。

地域別の業況判断D.I.は、11地域すべてで低下となった。なかでも、東北、関東、北陸、東海では前期比10ポイントを超える大幅な低下をみせた。

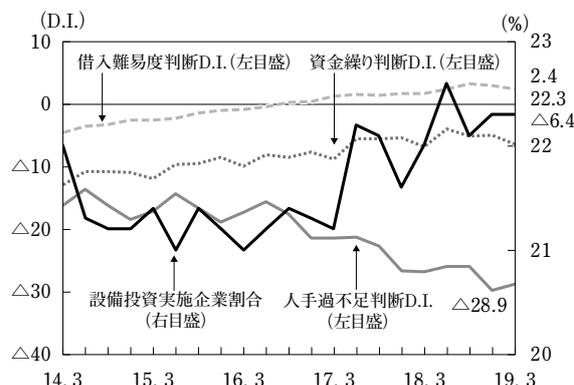
図表1 主要判断D.I.の推移



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



○業況は改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△2.7、今期実績比1.0ポイントの改善を見込む。なお、今回の予想改善幅は、過去10年の平均（0.7ポイントの改善見通し）をわずかに上回る水準となった。

業種別の予想業況判断D.I.は、全6業種中、建設業と不動産業を除く4業種で改善する見通しとなっている。地域別では、全11地域中、6地域で改善、1地域で横ばい、4地域で低下と、まちまちの見通しとなっている。

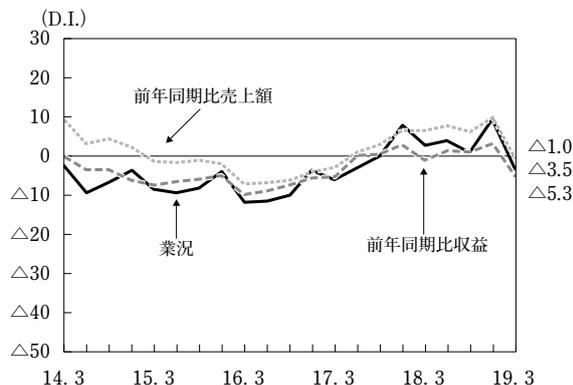
2. 製造業

○業況は大幅に低下

今期の業況判断D.I.は△3.5と、前期比12.8ポイントの大幅低下となった。つれて、業況判断D.I.の水準は、7四半期ぶりのマイナス水準へ転じた（図表4）。

前年同期比売上額判断D.I.は△1.0、前期比10.7ポイント低下、同収益判断D.I.は△5.3、同8.4ポイント低下と、ともに大きく低下した。また、前期比売上額判断D.I.は前期比23.8ポイント低下して△8.4、同収益判断

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



D.I.は同19.0ポイント低下して△11.0と、季節的な要因もあり、ともに大幅に低下した。

○人手不足感は三四半期ぶりにやや緩和

設備投資実施企業割合は26.8%と、前期比横ばいだった。

人手過不足判断D.I.は△27.9(前期は△29.5)と、人手不足感の高水準が続くなかで三四半期ぶりにやや緩和した。

販売価格判断D.I.はプラス3.5、前期比2.2ポイントの低下と、8四半期ぶりの低下となったが、8四半期続けてのプラス水準（「上昇」という回答が「下降」を上回る）は維持した。一方、原材料（仕入）価格判断D.I.はプラス26.4と、前期比4.8ポイント低下し、価格を「上昇」と回答した企業の割合がやや減少した。

なお、資金繰り判断D.I.は△6.1、前期比3.3ポイント低下と、2四半期ぶりの低下となった。

○全22業種中、21業種で低下

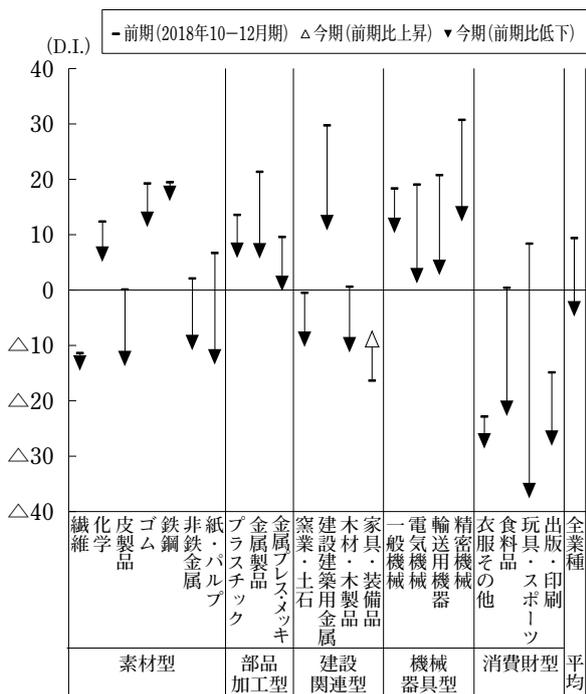
業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、家具を除く21業種で低下した（図表5）。

素材型業種は、全7業種で低下した。とりわけ、紙・パルプと皮製品は前期比10ポイント超の大幅な低下となった。

部品加工型業種も、全3業種で低下したが、7四半期連続で3業種そろってのプラス水準は維持した。

建設関連型業種は、家具が小幅改善したものの、それ以外の3業種では低下した。

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



機械器具型業種は、全4業種で低下したが、7四半期連続で4業種そろってのプラス水準は維持した。

消費財型業種も、全4業種で低下した。とりわけ、玩具・スポーツは40ポイントを超える大幅な低下となった。

○最終需要家型が大幅低下

販売先形態別の業況判断D.I.は、5形態すべてで低下し、これらのうち大メーカー型(プラス11.4)を除く4形態は業況判断D.I.がマイナス水準へ転じた。なお、低下幅では、最終需要家型が前期比20ポイント超の低下と最大だった。

輸出主力型の業況判断D.I.は前期比16.7ポイント低下してプラス2.0となった。また、内需主力型も同12.3ポイント低下して△3.5と、2四半期ぶりのマイナス水準へ転じた。

従業員規模別の業況判断D.I.は、すべての階層で低下した。なお、水準面では、1~19人のみがマイナス水準(△8.8)まで低下したが、それ以外の3階層では、低下したとはいえプラス水準は維持した(20~49人でプラス1.8、50~99人でプラス4.3、100人以上でプラス14.0)。

○11地域すべてで低下

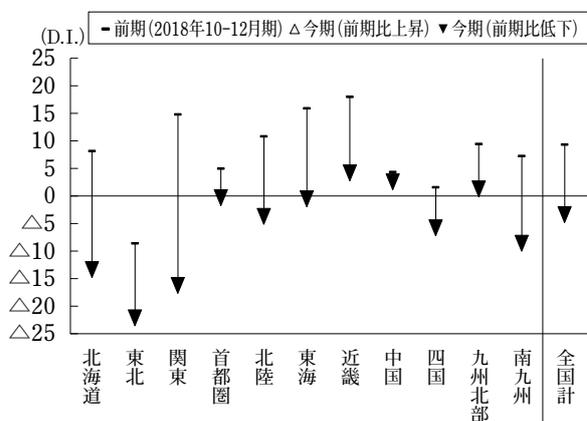
地域別の業況判断D.I.は、全11地域で低下した(図表6)。とりわけ、北海道と関東は前期比20ポイント超の大幅低下となった。なお、業況判断D.I.の水準面では、全11地域中、近畿、中国、九州北部がプラス水準を維持したものの、それ以外の8地域はマイナス水準となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比2.9ポイント改善の△0.6を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、食料品、紙・パルプ、非鉄金属など14業種で改善が見込

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



まれている一方で、それ以外の8業種では低下を見込んでいる。

地域別には、全11地域中、北陸と九州北部を除く9地域で改善を見込んでいる。とりわけ、北海道では10ポイント超の大幅改善を見込んでいる。なお、水準面では全11地域中、北海道、首都圏、東海、近畿、中国の5地域でプラス水準が見込まれている。

3. 卸売業

○業況は4四半期ぶりの低下

今期の業況判断D.I.は△11.9、前期比10.7ポイントの低下と、4四半期ぶりの低下となった(図表7)。

また、前年同期比売上額判断D.I.は△4.9、前期比5.5ポイント低下、同収益判断D.I.は△7.8、同4.3ポイントの低下となった。

○全15業種中、12業種で低下

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、繊維など3業種で改善したものの、それ以外の12業種では低下した。一方、地域別には、全11地域中、九州北部で改善となったもの

の、それ以外の10地域では低下した。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△5.0、今期実績比6.9ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、全15業種中、飲食料品や繊維品など9業種で改善が見込まれている。また、地域別には、11地域で改善が見込まれている。とりわけ、北海道、関東、中国では前期比10ポイント超の大幅改善を見込んでいる。

4. 小売業

○業況は低下

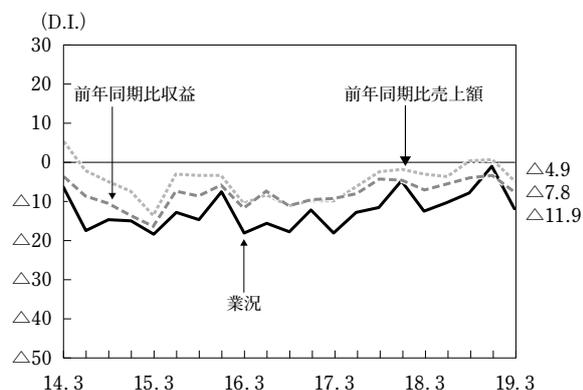
今期の業況判断D.I.は△18.8、前期比2.9ポイントの低下となった(図表8)。

なお前年同期比売上額判断D.I.は△14.4、前期比2.3ポイントの低下、同収益判断D.I.は△17.5、同1.9ポイントの低下となった。

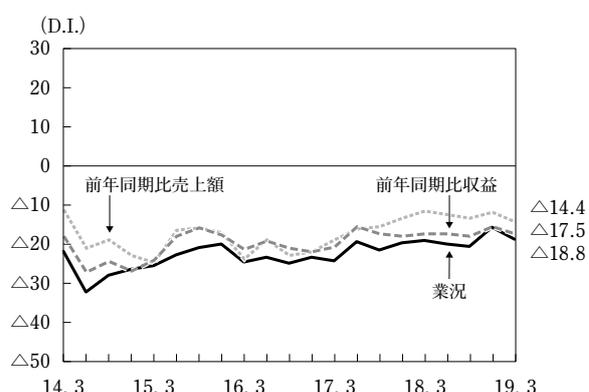
○業種別、地域別にも総じて低下

業種別の業況判断D.I.は、全13業種中、7業種で低下した。とりわけ、木材・建築材料では20ポイント超、飲食店では10ポイント

図表7 卸売業 主要判断D.I.の推移



図表8 小売業 主要判断D.I.の推移



超の大幅低下となった。地域別では全11地域中、北陸を除く10地域で低下となった。

○業種別、地域別にも総じて改善

来期の予想業況判断D.I.は△17.6、今期実績比1.2ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全13業種中、7業種で改善、1業種で横ばいの見通しとなっている。また、地域別では全11地域中、7地域で改善の見通しとなっている。

5. サービス業

○業況は低下

今期の業況判断D.I.は△8.1、前期比5.9ポイントの低下となった（図表9）。

なお前年同期比売上額判断D.I.は△3.9、前期比1.3ポイントの低下、同収益判断D.I.は△6.4と前期比横ばいであった。

○業種別、地域別にも総じて低下

業種別の業況判断D.I.は、8業種すべてで低下した。地域別では全11地域中、北海道、首都圏、九州北部を除く、8地域で低下と

なった。なかでも、関東、北陸は20ポイント超、近畿、中国、四国、南九州では10ポイント超の大幅低下となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△3.7、今期実績比4.4ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全8業種中、6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。

6. 建設業

○業況は低下

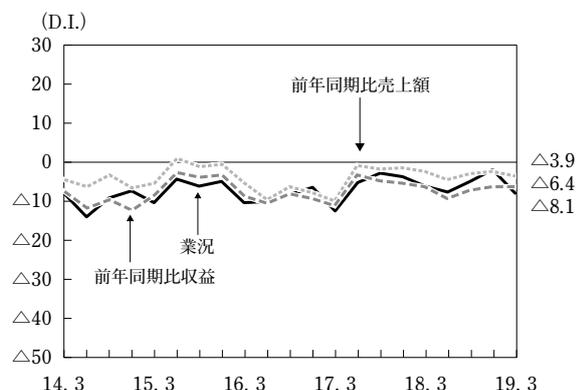
今期の業況判断D.I.はプラス14.8、前期比4.3ポイントの低下となった（図表10）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.はプラス11.5、前期比0.3ポイント低下し、同収益判断D.I.はプラス3.2、同3.3ポイントの低下となった。

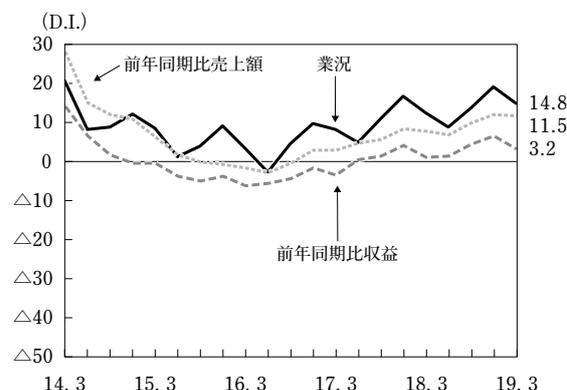
○4請負先中、3請負先で低下

業況判断D.I.を請負先別でみると、4請負先のうち、官公庁を除く3請負先で低下と

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



なった。

地域別では、全11地域中、6地域で低下となり、なかでも北海道、東北、関東、北陸では、10ポイント超の大幅低下となった。

○低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比8.4ポイント低下のプラス6.4を見込んでいる。

請負先別では、4請負先のうち個人を除く3請負先で低下、地域別には全11地域中、9地域で低下の見通しとなっている。

7. 不動産業

○業況は低下

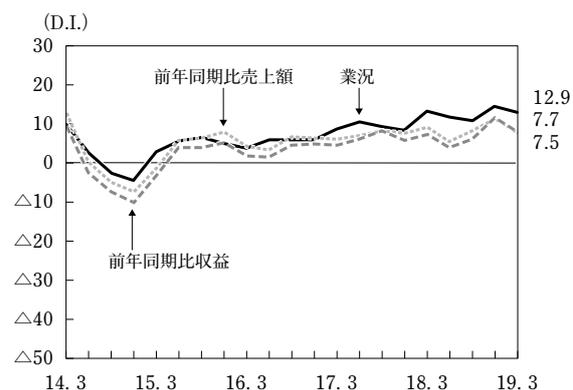
今期の業況判断D.I.は、前期比1.6ポイント低下のプラス12.9となった（図表11）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.はプラス7.5、前期比3.8ポイントの低下、同収益判断D.I.はプラス7.7、同3.7ポイントの低下となった。

○全11地域中、8地域で低下

業況判断D.I.を業種別でみると、全5業種

図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



中、貸事務所、建売の2業種で改善したものの、それ以外の3業種では低下した。

地域別では、全11地域中、8地域で低下した。なかでも関東、四国では10ポイント超の大幅低下となった。

○低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比4.1ポイント低下のプラス8.8を見込む。

業種別では、全5業種中、3業種で低下を見込む。地域別では全11地域中、7地域で低下の見通しとなっている。

特別調査

中小企業におけるインターネット利用とキャッシュレスへの対応について

○ネット、電子メールとも活用広がる

事業上の情報収集・情報発信等におけるインターネットの利用については、78.8%が利用していると回答した。うち、53.1%が自社のホームページも開設している。2006年、2016年に行った同様の調査と比較すると、

インターネットの利用割合、うちホームページの開設割合とも上昇した（図表12）。

同様に電子メールの利用については、74.5%が利用していると回答した。2006年、2016年に行った同様の調査と比較すると、利用割合は上昇した。

図表12 インターネットと電子メールの利用

(単位：%)

		インターネットの利用						電子メールの利用			
		利用している			利用していない			利用している	利用していない		
		自社HP開設している	自社HP開設していない		利用意向あり	利用意向なし	利用意向あり		利用意向なし		
全	体	78.8	53.1	25.6	21.2	6.5	14.7	74.5	25.5	8.5	17.0
地域別	北海道	83.0	47.2	35.8	17.0	5.4	11.7	78.0	22.0	7.2	14.8
	東北	82.3	52.2	30.0	17.7	7.7	10.0	76.4	23.6	10.0	13.6
	関東	83.8	60.7	23.1	16.2	5.1	11.1	79.7	20.3	8.0	12.3
	首都圏	69.7	45.9	23.7	30.3	8.4	22.0	66.5	33.5	9.8	23.7
	北陸	82.9	59.7	23.1	17.1	4.7	12.4	77.2	22.8	6.9	16.0
	東海	85.8	62.5	23.3	14.2	4.5	9.7	81.7	18.3	6.9	11.4
	近畿	85.1	62.8	22.3	14.9	5.4	9.4	82.3	17.7	6.7	11.0
	中国	86.6	58.1	28.4	13.4	3.5	9.9	80.9	19.1	6.2	12.9
	四国	72.3	46.7	25.6	27.7	5.5	22.2	63.7	36.3	10.4	25.9
九州	北部	79.3	47.2	32.2	20.7	6.3	14.3	78.4	21.6	8.0	13.7
	南九州	69.5	41.2	28.3	30.5	10.8	19.7	59.3	40.7	14.2	26.5
規模別	1～4人	60.0	28.2	31.8	40.0	10.5	29.5	53.3	46.7	12.9	33.8
	5～9人	80.0	46.3	33.7	20.0	7.5	12.5	75.0	25.0	9.5	15.4
	10～19人	86.3	59.0	27.2	13.7	5.3	8.4	84.1	15.9	7.5	8.4
	20～29人	91.8	72.7	19.1	8.2	3.2	5.0	89.1	10.9	5.2	5.7
	30～39人	94.5	78.1	16.4	5.5	2.6	3.0	91.5	8.5	3.4	5.2
	40～49人	96.2	88.4	7.8	3.8	1.5	2.3	94.7	5.3	2.4	3.0
	50～99人	96.6	90.4	6.2	3.4	1.2	2.2	94.1	5.9	2.7	3.2
	100～199人	98.9	94.5	4.4	1.1	0.0	1.1	97.3	2.7	1.5	1.1
	200～300人	99.1	97.3	1.8	0.9	0.0	0.9	99.1	0.9	0.9	0.0
業種別	製造業	79.8	56.6	23.2	20.2	6.0	14.3	78.2	21.8	7.1	14.7
	卸売業	79.2	52.6	26.6	20.8	6.7	14.1	76.7	23.3	8.1	15.1
	小売業	68.0	40.7	27.3	32.0	9.7	22.3	56.2	43.8	13.9	29.9
	サービス業	78.9	55.2	23.7	21.1	6.1	14.9	72.0	28.0	9.0	19.0
	建設業	83.6	50.8	32.8	16.4	5.8	10.6	83.0	17.0	6.4	10.6
	不動産業	86.9	67.2	19.7	13.1	3.8	9.3	81.5	18.5	6.9	11.5

インターネット、電子メールとも、規模が大きい企業ほど利用割合が高い傾向にあったものの、従業員4人以下の企業でも半数以上が利用していると回答している。小規模企業でもインターネットや電子メールが浸透しつつあるといえる。

○6割がインターネットバンキングを利用

インターネットバンキングについては、59.1%が「利用している」と回答した。利用している主な理由については、「社内のIT化・事務負担軽減」が15.8%と最も高く、以下「残高管理が容易（14.3%）」、「金融機関店舗に行く必要がない（13.9%）」が続いた（図表13）。

図表13 インターネットバンキングの利用状況とその理由

(単位：%)

		インターネットバンキングを利用している						インターネットバンキングを利用していない					
		夜間や休日でも利用可能	社内のIT化・事務負担軽減	残高管理が容易	金融機関職員からの勧め	金融機関店舗に行く必要がない	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	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	59.1	9.8	15.8	14.3	5.3	13.9	40.9	12.1	3.9	6.5	14.9	3.5
地域別	北海道	61.0	8.5	17.8	18.1	3.4	13.2	39.0	7.4	5.5	7.3	16.3	2.5
	東北	51.5	6.1	14.9	10.1	5.9	14.5	48.5	11.8	4.3	10.0	18.9	3.6
	関東	60.1	7.3	19.1	15.5	5.4	12.9	39.9	13.4	3.6	7.0	13.5	2.4
	首都圏	49.6	10.0	10.7	12.9	5.2	10.8	50.4	15.5	4.6	6.8	18.2	5.3
	北陸	68.7	11.8	19.1	16.1	7.0	14.7	31.3	10.1	3.8	4.9	10.9	1.6
	東海	69.2	9.8	21.5	14.8	6.7	16.5	30.8	11.1	2.1	6.4	9.2	2.1
	近畿	73.5	12.4	18.9	17.2	5.3	19.7	26.5	7.7	2.6	5.4	8.6	2.1
	中国	69.4	9.4	22.1	16.3	5.6	16.0	30.6	9.5	2.6	4.2	11.5	2.9
	四国	42.5	7.9	11.2	11.4	4.7	7.2	57.5	18.9	2.1	7.7	22.0	6.8
九州	九州北部	55.1	8.2	16.2	11.2	6.0	13.5	44.9	11.2	5.5	5.2	20.4	2.7
	南九州	44.2	11.0	9.1	10.0	4.0	10.0	55.8	17.0	5.9	6.3	22.1	4.6
規模別	1～4人	32.6	7.2	5.3	7.9	3.4	8.8	67.4	16.7	6.1	8.2	28.7	7.7
	5～9人	56.2	10.5	11.5	13.9	6.3	14.1	43.8	14.5	4.5	7.5	14.9	2.5
	10～19人	70.0	10.9	16.7	17.2	7.5	17.7	30.0	11.1	3.3	6.3	7.9	1.3
	20～29人	79.1	11.5	23.6	19.9	7.0	17.1	20.9	8.7	1.8	4.0	5.0	1.4
	30～39人	83.1	12.7	28.6	20.3	5.0	16.4	16.9	6.0	1.6	5.2	3.7	0.4
	40～49人	86.7	13.9	32.0	17.6	5.9	17.4	13.3	5.1	1.0	3.9	2.8	0.5
	50～99人	87.9	10.9	32.6	23.0	4.7	16.8	12.1	3.8	0.9	4.4	2.9	0.1
	100～199人	93.0	7.8	42.2	19.3	2.6	21.1	7.0	3.0	0.4	1.9	1.9	0.0
	200～300人	92.9	4.4	45.1	19.5	1.8	22.1	7.1	2.7	0.9	0.9	1.8	0.9
業種別	製造業	64.7	9.0	18.2	15.3	6.3	15.9	35.3	11.4	3.3	5.6	12.2	2.8
	卸売業	67.1	10.4	18.5	17.2	5.5	15.6	32.9	10.6	2.9	6.2	10.4	2.8
	小売業	41.8	10.1	8.5	10.0	3.6	9.7	58.2	16.1	4.5	6.9	23.9	6.8
	サービス業	54.3	9.4	15.7	11.3	4.8	13.1	45.7	12.4	4.7	5.9	18.9	3.8
	建設業	65.3	9.8	17.3	17.9	6.4	14.0	34.7	10.6	4.1	7.9	10.1	1.9
	不動産業	55.0	12.5	13.7	12.2	3.4	13.2	45.0	11.4	4.9	8.2	17.8	2.8

対して、「利用していない」は40.9%となった。利用していない主な理由については、「利用する機会がない(14.9%)」、「金融機関職員が訪問するから不要(12.1%)」が続いた。

は、「すでに導入している」が10.4%、「導入予定」が3.3%となった。一方で、「導入する必要なし」は31.0%、「関心なし・関係なし」は12.0%となった(図表14)。

○小売・サービスでキャッシュレス対応進む

2019年10月予定の消費税率引上げに向けてのキャッシュレスへの対応状況について

業種別にみると、小売業やサービス業では、導入済みや導入予定の割合が高い。一方、そのほかの4業種では、「導入する必要なし」や「関心なし・関係なし」の割合が高

図表14 キャッシュレス決済への対応

(単位：%)

		すでに導入している	導入予定	現在、導入を検討している	今後、導入を検討したい	導入する必要なし	関心なし・関係なし	わからない
全 体		10.4	3.3	5.7	17.3	31.0	12.0	20.3
地 域 別	北 海 道	12.7	2.4	5.9	20.8	31.8	8.4	18.1
	東 北	11.9	3.1	6.8	19.2	27.3	10.5	21.1
	関 東	12.7	3.2	6.3	20.1	30.2	10.0	17.6
	首 都 圏	7.8	2.7	4.9	17.4	31.5	14.0	21.8
	北 陸	11.4	4.7	6.1	17.1	28.8	9.1	22.8
	東 海	12.4	3.2	4.9	15.8	31.3	11.8	20.5
	近 畿	12.0	3.6	4.9	16.3	31.9	13.3	17.9
	中 国	12.9	4.0	6.8	14.1	30.2	11.1	20.9
	四 国	9.7	3.0	8.3	10.2	31.5	13.4	23.8
九 州 北 部	7.7	3.5	5.8	16.3	32.6	11.5	22.6	
南 九 州	7.3	5.9	8.5	18.7	30.7	9.6	19.3	
規 模 別	1～4人	8.5	3.2	5.3	15.3	29.0	14.9	23.7
	5～9人	9.9	3.3	5.3	18.7	30.4	11.9	20.4
	10～19人	10.0	3.4	5.0	17.2	33.1	12.0	19.3
	20～29人	12.1	2.9	6.4	19.0	33.2	9.1	17.4
	30～39人	13.1	2.2	7.0	16.7	35.9	11.2	13.9
	40～49人	19.9	5.7	7.3	17.9	26.4	5.7	17.2
	50～99人	7.8	3.0	6.6	21.5	34.8	8.2	18.2
	100～199人	14.1	3.7	5.9	17.8	31.2	9.3	17.8
	200～300人	8.8	2.7	8.8	13.3	36.3	9.7	20.4
業 種 別	製 造 業	7.1	1.9	4.3	14.4	36.9	14.3	21.0
	卸 売 業	6.6	2.7	5.5	18.6	33.7	12.6	20.2
	小 売 業	24.3	7.5	9.1	21.3	13.1	7.0	17.6
	サ ー ビ ス 業	15.6	4.6	7.6	20.2	23.5	9.1	19.4
	建 設 業	3.7	1.6	3.1	15.7	39.7	13.9	22.3
	不 動 産 業	4.9	2.6	6.2	15.8	36.4	12.7	21.2

い傾向にあった。

○業種別でキャッシュレスへの対応に差

取引先や顧客との決済にあたってのキャッシュレス支払手段について、現在および今後の意向について聞いたところ、現在は「クレジットカード（30.1%）」、「口座振替（自動

引落）サービス（27.5%）」が上位となった。一方、「活用していない・関係ない」は46.7%となった（図表15）。

対して、今後活用していきたい支払手段については、「クレジットカード（21.6%）」、「口座振替（自動引落）サービス（19.6%）」、「スマートフォンによるQRコード決済（16.1%）」

図表15 現在活用しているキャッシュレス支払手段

(単位：%)

	クレジット カード	デビット カード	スマート フォンによるQRコード 決済	スマート フォンによる バーコード 収納	電子マネー (交通系・ 流通系)	デジタル 通貨(地域 電子通貨・ 仮想通貨)	プリペイド カード	口座振替 (自動引落) サービス	電子記 録債権 (でんさい 等)	活用し ていな い・関 係ない	
全 体	30.1	2.6	4.3	0.9	4.4	0.2	1.4	27.5	11.7	46.7	
地 域 別	北 海 道	37.7	1.9	3.1	1.2	4.4	0.1	3.0	28.2	8.8	42.0
	東 北	27.2	2.6	4.3	0.7	4.5	0.3	1.3	35.4	11.7	43.3
	関 東	32.2	2.1	3.8	0.5	3.3	0.3	1.5	36.6	17.7	38.3
	首 都 圏	26.5	2.0	3.8	0.9	5.2	0.3	0.8	20.2	8.1	54.6
	北 陸	35.7	7.3	4.0	1.2	3.7	0.2	2.1	35.5	18.1	33.4
	東 海	30.6	2.0	4.9	0.4	4.3	0.2	1.4	32.0	19.2	41.6
	近 畿	33.0	2.9	4.9	0.6	4.8	0.2	1.8	32.5	15.2	40.9
	中 国	30.4	2.9	4.3	1.0	4.8	0.2	1.4	30.4	14.0	44.5
	四 国	27.5	3.2	3.9	0.9	1.8	0.0	0.2	22.5	6.7	55.7
九 州 北 部	27.1	2.8	5.9	1.0	3.5	0.3	0.8	19.9	6.9	54.5	
南 九 州	27.4	2.7	6.4	2.0	3.6	0.3	1.5	20.5	2.5	55.4	
規 模 別	1～4人	25.8	1.9	4.8	1.1	3.6	0.3	1.4	17.4	2.6	59.4
	5～9人	31.0	3.1	5.0	0.9	4.0	0.2	1.4	26.5	6.6	48.1
	10～19人	30.0	2.1	3.6	0.8	4.1	0.3	1.6	31.8	12.6	43.4
	20～29人	32.1	3.0	4.0	1.0	4.5	0.2	1.1	33.6	18.4	38.3
	30～39人	32.6	2.0	3.1	0.3	5.0	0.3	1.2	37.6	23.2	36.6
	40～49人	45.6	6.8	5.8	0.9	10.2	0.3	2.3	35.8	18.5	27.0
	50～99人	27.9	1.3	2.5	0.3	4.8	0.1	0.9	39.7	34.2	33.9
	100～199人	35.1	1.8	3.3	0.7	3.3	0.4	0.4	48.3	46.9	21.0
	200～300人	30.1	1.8	1.8	0.0	8.0	0.0	1.8	38.9	46.9	23.9
業 種 別	製 造 業	22.5	1.1	1.7	0.4	3.6	0.2	0.8	32.2	21.5	47.1
	卸 売 業	24.7	1.3	3.1	0.5	2.9	0.1	0.9	26.0	13.2	51.6
	小 売 業	52.4	6.9	11.8	2.4	9.2	0.5	3.2	17.2	1.4	35.9
	サ ー ビ ス 業	43.8	4.6	7.0	1.0	5.3	0.3	1.5	23.9	3.6	40.4
	建 設 業	19.8	0.8	1.1	0.3	2.1	0.1	1.0	32.3	13.5	53.3
	不 動 産 業	19.8	1.5	3.3	0.9	3.6	0.5	1.7	29.0	0.6	58.2

(備考) 最大3つまで複数回答

が上位となった。一方、「まったく関心がない・関係ない」は43.7%となった（図表16）。

現在の状況と今後の意向とを比較すると、「スマートフォンによるQRコード決済」や「電子マネー（交通系・流通系）」、「スマートフォンによるバーコード収納」などで、現在の利用割合より、今後の意向の割合が高くなった。

業種別にみると、小売業やサービス業では何らかのキャッシュレス手段を活用する割合が高い傾向にあった。

規模別にみると、規模の小さい企業を中心に、現在活用しておらず、今後も関心がないとの割合が高い傾向にあった。

図表16 今後活用したいキャッシュレス支払手段

(単位：%)

	クレジットカード	デビットカード	スマートフォンによるQRコード決済	スマートフォンによるバーコード収納	電子マネー(交通系・流通系)	デジタル通貨(地域電子通貨・仮想通貨)	プリペイドカード	口座振替(自動引落サービス)	電子記録債権(でんさい等)	まったく関心がない・関係ない	
全 体	21.6	3.6	16.1	4.9	8.2	1.5	1.4	19.6	12.6	43.7	
地域別	北海道	26.4	3.1	16.1	5.6	10.1	0.9	2.4	21.2	11.8	40.2
	東北	24.6	4.1	15.2	4.5	8.6	1.4	1.8	26.8	11.8	37.6
	関東	25.0	4.2	15.8	5.0	9.0	1.1	1.7	25.5	17.7	35.5
	首都圏	19.2	3.5	14.1	4.2	7.8	1.6	1.0	13.4	9.9	51.1
	北陸	25.2	6.3	19.1	6.1	6.8	1.0	0.9	26.4	18.0	32.2
	東海	22.8	2.9	13.3	3.3	8.1	1.4	1.3	25.1	17.3	41.0
	近畿	21.3	3.9	17.3	5.8	9.0	1.8	1.6	22.5	15.2	39.2
	中国	19.6	2.1	14.9	4.0	7.6	3.1	1.8	20.4	14.1	44.8
	四国	18.6	1.9	13.0	4.0	6.3	0.5	0.9	17.7	8.8	51.6
九州北部	18.8	3.4	21.6	6.9	7.1	1.2	0.7	13.9	11.5	47.0	
南九州	21.7	4.2	24.8	6.7	7.0	1.2	2.0	14.4	4.3	46.1	
規模別	1～4人	20.8	3.6	16.5	4.5	6.8	1.4	1.6	13.4	3.8	53.7
	5～9人	22.5	3.8	17.7	4.8	8.1	1.2	1.5	19.5	9.0	44.0
	10～19人	21.4	3.0	14.0	4.5	7.8	1.5	1.2	23.4	14.3	42.1
	20～29人	21.8	3.6	15.3	5.0	7.9	1.6	1.6	22.7	20.7	35.7
	30～39人	22.1	4.0	13.1	4.0	8.5	1.1	0.8	27.1	23.5	34.4
	40～49人	25.7	5.9	25.9	9.0	14.1	2.0	1.8	22.4	16.5	28.5
	50～99人	19.6	2.9	10.7	3.8	9.8	2.4	0.7	24.8	30.5	35.1
	100～199人	20.5	1.9	10.6	8.7	11.0	1.9	0.8	30.8	44.5	23.6
	200～300人	18.0	4.5	7.2	1.8	9.9	1.8	1.8	27.9	44.1	26.1
業種別	製造業	16.1	1.8	7.3	2.5	5.8	1.2	1.0	23.2	22.0	46.6
	卸売業	18.9	3.0	14.5	4.2	7.2	1.4	0.9	19.7	14.3	46.0
	小売業	34.7	7.9	36.9	11.2	15.8	2.4	2.9	10.8	1.0	30.3
	サービス業	29.9	5.5	26.8	7.6	11.8	1.8	1.8	16.5	3.8	36.0
	建設業	15.3	2.0	5.2	1.8	3.9	1.0	1.0	22.3	17.3	52.0
	不動産業	19.3	2.9	13.4	3.6	5.6	1.1	1.3	23.0	1.6	53.1

(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) 今後を見据えた対応

- ・設備投資導入で確保した余剰人員を製造工程に投入し、増産対応等の生産体制の再構築を予定している。
(工作機械 岩手県)
- ・代表取締役による社員への技術指導が不可欠であり、社員全体のレベルアップを図っている。
(貴金属製造 茨城県)
- ・在庫管理システムと連動したPOSレジシステムの導入をする予定である。(洋・和菓子製造 千葉県)
- ・今後、工場ラインの自動化により作業効率や労働生産性の向上に努める。(輸送機器部品製造 静岡県)
- ・ホームページの大幅リニューアルにより取引先から高評価を受け、今まで実績のない合同企業説明会へ参加する等、新しい取組みにチャレンジしている。
(輸送用木箱製造 岐阜県)
- ・昨年中にベトナム人2名を採用する等、人手不足解消のため積極的な採用をしている。
(一般機械製造 愛知県)
- ・中国企業からの資本を受け入れ、中国国内での販路拡大に努めている。(銅像・梵鐘製造 滋賀県)
- ・海外に工場展開する等、大手受注先からの発注に対応できるよう製造ラインを増設している。併せて、外国人労働者の採用にも注力している。
(自動車部品製造 兵庫県)
- ・香袋作り体験やアマゾン出店等で今まで需要のなかった若年層に積極的にアプローチしている。
(線香製造 兵庫県)
- ・昨年中の工場移転と大幅な設備投資により、生産効率が上がった。(金属部品加工 宮崎県)
- ・海外への販路拡大につながるパイプ役として、将来、外国人労働者の採用を検討したい。
(家具製造 静岡県)
- ・人手および機械設備ともに不足していることから、自動化を積極的に進めている。(家具販売 岡山県)
- ・品揃えの改善や食事提供によりインバウンド需要の取込みに努めている。(土産物販売 北海道)
- ・GW10連休の特需が控える中、社員の確保と新入社員研修に力を入れている。(ホテル旅館 三重県)

(2) 直面する困難、試練

- ・原材料価格高騰で利幅が低下する中で人件費の増加もあり、受注内容を選別している。
(水産加工 北海道)
- ・製造工程の人手は適正だが、内部事務人員が不足している。
(溶接加工 千葉県)
- ・地元ブランドを活用して販路拡大に努めているものの、売上増加に結びついていない。
(味噌製造 新潟県)
- ・従業員の高齢化とともに機械の老朽化が進んでいるものの、後継者未定のため新たな設備導入ができな
いままである。
(機械部品加工 静岡県)
- ・外国人労働者を雇用しているものの、人手不足が解消されていない。
(食品容器製造 愛知県)
- ・受注は増加しているものの、技術者不足や原料不足により納期管理に苦慮している。
(金属部品製造 兵庫県)
- ・経理担当であった社長の母が入院したことで、社長が事務に忙殺されている。
(帽子製造 岡山県)
- ・後継者不在のため、本年度決算をもって廃業する予定である。
(ガス・燃料販売 茨城県)
- ・時間給を上げてても人手不足は解消せず、根本的な改善が必要である。
(イタリア料理店 愛知県)
- ・後継者不在のなか代表者は高齢であり、当面は現状維持に努めていく。
(衣料販売 兵庫県)
- ・自社ホームページを持っているが、更新頻度が低く、集客に活用できていない。(旅行代理店 北海道)
- ・同業者間の競争激化や値下げ要請等、業界の体質は旧態依然のままである。(印刷・製本 山形県)
- ・人手不足が常態化しており、キャッシュレス対応等新しい事に取り組む余裕がない。
(自動車整備 兵庫県)
- ・看護師、介護士等資格職の人材不足が深刻である。
(病院 愛媛県)

(3) 特別調査のテーマ（中小企業におけるインターネット利用とキャッシュレスへの対応について）

- ・ネット販売には関心があるが、キャッシュレスには関心がない。（水産加工・販売 北海道）
- ・業界内でキャッシュレス対応が進んでいないため、活用を考えていない。（製材 北海道）
- ・業種柄、キャッシュレス決済は無関係である。
（菓子製造 北海道、溶接加工 千葉県、貴金属製品 山梨県、仏壇 静岡県、
自動車内装部品製造 岡山県、豆腐製造 大分県、織物販売 新潟県）
- ・ホームページを一度作成すると更新しなくてはならないため、フェイスブックで無理のない範囲で情報発信をしている。（和菓子製造 岩手県）
- ・以前にインターネットバンキングを利用していましたが、セキュリティ上の問題で解約した。
（磨帯鋼製造 埼玉県）
- ・スマホ決済の導入を検討しているが、それに合わせた社員教育に課題を抱える。（食料品製造 大分県）
- ・顧客の多くが高齢者であり、キャッシュレス決済を求められたことがない。（農産物卸売 北海道）
- ・直接対面の営業手法で事足りており、インターネット活用は考えていない。（食品販売 北海道）
- ・取引先がキャッシュレス導入を求めてくれば、キャッシュレス導入を検討したい。
（ギフト用品販売 岩手県）
- ・経営者が高齢であり、インターネット利用やキャッシュレス対応はできていない。（鮮魚販売 静岡県）
- ・話題性からQRコード決済を導入したが、その他キャッシュレス決済導入は慎重に対応したい。
（精肉販売 愛知県）
- ・キャッシュレス決済を導入しても仕組みを理解しきれない。（着物レンタル・販売 静岡県）
- ・導入予定だが、どのように設置、使用してよいか不安がある。（洋菓子販売 静岡県）
- ・キャッシュレス決済を導入したが利用者が少ない。
（燃料販売 大分県、自動車販売 埼玉県、ガソリンスタンド 神奈川県）
- ・インバウンド需要の取り込みのため、キャッシュレス対応を検討している。
（飲食店 沖縄県、旅館 岡山県）
- ・管理物件の賃料管理すべてを振込・自動引落しサービスで対応済みであり、それ以外のキャッシュレス決済手段は必要ない。（不動産仲介 愛媛県）

(4) その他

- ・社員全員に事業運営上の改善や要望を求めるも意見が出ず、経営陣と社員の間に温度差がある。
（金属製品製造 北海道）
- ・軽減税率への対応が急務であるが、複雑で対応に苦慮している。（食品加工 北海道）
- ・メーカーとの価格交渉による納品単価の値上げ、仕入れ単価の値下げ効果により収益性が改善傾向にある。
（農機具製造 茨城県）
- ・リニア関連の案件を継続的に多く受注しており、売上は増加傾向にある。（集塵機・送風機製造 千葉県）
- ・第二東名高速関連の案件を中心に売上を確保しており、売上ピークに達している。
（生コンクリート 神奈川県）
- ・北陸新幹線トンネル工事関連の特需によって業務多忙である。（生コンクリート 福井県）
- ・米中貿易摩擦の影響による受注の減少を懸念している。
（産業機械部品加工 新潟県、自動車部品製造 長野県、自動車部品製造 愛知県、自動車部品製造 大阪府）
- ・米中貿易摩擦の影響や中国景気の減速を受けて当面、厳しい業況が続く。
（半導体部品製造 長野県、製紙原料販売 静岡県）
- ・海外でのプラモデル需要が高まり、プラモデル玩具の受注が堅調である。
（プラモデル部品製造 静岡県）
- ・システムをすべて西暦表示とすることで新元号対応を済ませている。（印刷 静岡県）
- ・受注単価が下がる一方で、受注自体は増加傾向にある。（航空機部品製造 三重県）
- ・消費増税の駆け込み需要等の影響がある。
（事務機卸売 静岡県、家具販売 長野県、住宅建築 兵庫・岡山県）
- ・災害復旧を含む販売・レンタルが好調である。（重機レンタル・販売 岡山県）
- ・廃業する農家が増えており、取引先が徐々に減少している。（農機具販売 千葉県）
- ・東京オリンピックや消費増税を前に、4Kや8Kテレビの需要増加を期待している。
（家電販売 静岡県・新潟県）
- ・シェアハウスへの不正融資事件後、収益物件に対する金融機関からの借入が厳しい。
（不動産仲介 静岡県・岡山県）

※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。