



SCB

# 産業企業情報

No.2024-13

(2024.11.1)

信金中央金庫 地域・中小企業研究所

主任研究員 品田 雄志

03-5202-7671

s1000790@FacetoFace.ne.jp

## 新紙幣対応で一部に遅れがみられる中小企業 —新紙幣を機にしたキャッシュレスの広がりは限定的—

### 視 点

2024年7月、2004年以来20年ぶりに新紙幣が発行された。過去の実績を踏まえると新紙幣の流通は急速に進むと思われることから、B to Cの中小企業を中心に、自動販売機等の改修や買替えといった対応がいずれ必須となろう。

新紙幣対応にあたっては、政府が促進しているキャッシュレスについても考慮する必要がある。キャッシュレス支払手段の導入・強化といった対応に対しては、インバウンドへの対応やコストの削減に効果があるという見方がある一方、手数料が高い、現金化まで時間がかかるなどの不満が中小企業から聞かれている。また、新紙幣対応とキャッシュレス対応とで二重投資になるとの指摘もある。

以上の問題意識を踏まえ、本稿では、信用金庫取引先の中小企業向けアンケート結果から、中小小売業、中小サービス業にフォーカスし、新紙幣発行を契機とした新紙幣対応およびキャッシュレス対応の状況についてまとめた。

### 要 旨

- 新紙幣対応について、小売業で40.6%、サービス業で32.0%が必要性を感じている。しかしながら、実際に対応した企業は9月初旬時点でそのうちの6割程度にとどまり、残りの4割の企業は未対応の状況にある。
- キャッシュレス対応については、新紙幣発行をきっかけに強化したり、新たに導入した企業はごく一部にとどまっている。
- 中小企業がキャッシュレス対応に二の足を踏む理由としては、手数料が高いことや、現金化までに時間がかかることがかねてから指摘されている。今回の調査結果はこれを裏付けるものとなった。統計的分析を行ったところ、一部のキャッシュレス支払手段については、導入している企業群の方で資金繰りが悪いとの回答割合が高かった。
- キャッシュレス対応が売上増や事業効率化に結びついているとの声が聞かれている一方で、キャッシュレスの支払手段が乱立していることに加えて、経営者や従業員に知識がないことから必要を感じつつ導入できない企業も存在する。
- 信用金庫においては、これらの状況を踏まえ、取引先の中小企業に対し、融資や情報提供などのきめ細かい対応が求められよう。

### キーワード

新紙幣 キャッシュレス クレジットカード デビットカード 電子マネー QRコード  
決済 手数料 入金サイクル 資金繰り 全国中小企業景気動向調査

目次

はじめに

- 1. 新紙幣対応の必要性を感じながらも未着手の中小企業は多い
  - 2. 新紙幣発行を機にキャッシュレス対応を導入・強化した中小企業は一部にとどまる
  - 3. 手数料の高さや現金化の遅れがキャッシュレス導入の阻害要因
- おわりに

はじめに

2024年7月3日に、1万円札、5千円札、千円札の3種類の新紙幣が発行された。新紙幣の発行は、2004年以来20年ぶりのことである。

紙幣のデザイン改定に伴い、企業においては自動販売機等の改修や買替えなどの対応が必要になる。5千円札や千円札の平均寿命が1～2年ほど<sup>1</sup>とされることや、前回(2004年)の新紙幣発行の際、発行の1年後には流通ベースで約8割、タンス預金を含めた発行高ベースでも6割強が新紙幣に入れ替わっていた<sup>2</sup>ことを踏まえると、速やかに対応することが望まれよう。なお、企業による新紙幣対応は、経済全体では「改修特需」が需要増加要因となる一方で、中小企業にとっては収益を生まない投資となるので、純粋な負担要因となる。

また、新紙幣発行に伴い、キャッシュレスが進むという見方もある。キャッシュレス支払手段の導入・強化といった対応については、若年層顧客の取込みやインバウンド対応、コスト削減などでメリットがあるとの意見がある一方で、中小企業からは、手数料が高い、現金化まで時間がかかるといった不満も聞かれている。また、長内(2024)が指摘しているように、キャッシュレスの導入費用と新紙幣への対応費用がいわば二重負担となり得る。

そこで本稿では、9月初旬に信用金庫取引先中小企業を対象に実施した「第197回全国中小企業景気動向調査<sup>3</sup>(以下「景況調査」とい

(図表1) 第197回全国中小企業景気動向調査の調査概要

1) 調査時点 2024年9月2日～6日

2) 調査方法 原則として、全国の信用金庫営業店の調査員による面接聴取りによる感触調査

3) 標本数 14,752企業

4) 有効回答企業数 13,129企業・回答率 89.0%  
 なお、有効回答企業の内訳は以下の通り

従業員数	
1～4人	4,566
5～9人	2,515
10～19人	2,300
20～29人	1,164
30～39人	653
40～49人	806
50～99人	768
100～199人	241
200～300人	116

業種	
製造業	4,218
卸売業	1,791
小売業	2,178
サービス業	1,712
建設業	2,137
不動産業	1,093

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

<sup>1</sup> 国立印刷局HP「お札の特長 ([https://www.npb.go.jp/product\\_service/intro/tokutyou.html](https://www.npb.go.jp/product_service/intro/tokutyou.html))」ならびに日本銀行HP「銀行券の一生 ([https://www.boj.or.jp/note\\_tfjgs/note/n\\_other/bn\\_life.htm](https://www.boj.or.jp/note_tfjgs/note/n_other/bn_life.htm))」より。  
<sup>2</sup> 日本銀行(2005)では、2004年11月1日に発行した当時の新券について、2005年10月時点で新券受入比率(日本銀行が市中銀行から受け入れる銀行券の中で、新券が占める比率)が80.7%、新券切替率(銀行券発行高に占める新券の比率)が62.5%としている。  
<sup>3</sup> 同調査の全容については、<https://www.scbri.jp/reports/businesscycle/20240926-792-2.html> を参照されたい。

う)。」から、新紙幣発行を契機とした新紙幣対応およびキャッシュレス対応の状況について、特に影響が大きいであろう中小小売業や中小サービス業を中心にまとめる。

景況調査の概要は、図表1の通りである。本調査の特長は、大きく2つある。1つは、信用金庫営業店の調査員が直接、中小企業経営者に対して面接聞き取りを行っているため、より実情に即したきめの細かい調査が可能であるうえ、回答率も90%前後と非常に高いことである。もう1つは、回答企業の約7割が従業員20人未満であり、比較的小規模な企業をカバーできていることである。

同調査では、業況などを聞き取る定例調査に加えて、特別調査で「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」と題した質問を行った。本稿では、そのうち問3「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」、問4「活用しているキャッシュレス支払手段」、問5「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」を主に用いて、中小企業における対応状況について分析を行う。具体的な質問文および選択肢については、図表2の通りである。

(図表2) 新紙幣およびキャッシュレスに関する質問内容

<p>問3. 7月に実施された新紙幣の発行に伴い、貴社では何らかの対応(設備投資など)を実施しましたか。以下の1～3からお答えください。また、新紙幣導入を機にキャッシュレス支払手段の導入または強化をしましたか。以下の4～7からお答えください。</p>		回答欄
新紙幣発行に伴う対応	キャッシュレス支払手段	新紙幣対応 1. ～3.
1. 対応した	4. 既に導入済みでさらに強化した	<input type="text"/>
2. 対応の必要性を感じているが、まだ対応していない	5. 既に導入済みで強化はしていない	キャッシュレス支払 4. ～7.
3. 対応の必要性を感じていない	6. 新たに導入した	<input type="text"/>
	7. 導入していない	
<p>問4. 貴社では、取引先や顧客との決済にあたって、<u>現在、どのようなキャッシュレス支払手段を活用していますか。</u>主に活用しているキャッシュレス支払手段を以下の1～9の中から<u>3つ以内</u>で選んでお答えください。活用していない方は0とお答えください。</p>		回答欄
1. クレジットカード	6. デジタル通貨(地域電子通貨・暗号資産)	1. ～0.
2. デビットカード	7. 口座振替(自動引落)サービス	<input type="text"/>
3. QRコード決済	8. 電子記録債権(でんさい等)	<input type="text"/>
4. 電子マネー(交通系・流通系)	9. その他( )	<input type="text"/>
5. プリペイドカード	0. 活用していない・関係ない	
<p>問5. 問4の1～9で挙げたキャッシュレス支払手段について、導入している方は感じている不満を、導入していない方は導入していない理由を以下の1～0の中から<u>3つ以内</u>で選んでお答えください。</p>		回答欄
1. 初期費用が高い	6. 災害や障害時に利用不能になる	1. ～0.
2. 手数料が高い	7. 現金化までに時間がかかる	<input type="text"/>
3. セキュリティが不安	8. 個人情報などのデータ管理が煩雑	<input type="text"/>
4. 決済手段が多すぎて何をを使うべきかわからない	9. わかる人がいない	<input type="text"/>
5. キャッシュレスに対応していない取引先がある	0. 不満などはない	

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

全体の構成は以下のとおりである。1章では、新紙幣対応の現状についてまとめるとともに、必要性を感じながらもまだ対応できていない中小企業が一定数いることを明らかにする。2章では、新紙幣発行を機にキャッシュレス対応を導入・強化した中小企業がむしろ少数であることを明らかにする。3章では、中小企業がキャッシュレス対応に二の足を踏む理由に、手数料の高さや、売上から現金化までの時間差があることについて指摘する。

「おわりに」では、新紙幣発行やキャッシュレスに対して中小企業が今後どう向き合うべきかについて考察するとともに、信用金庫が取引先中小企業に対して行うべき支援についても触れる。

1. 新紙幣対応の必要性を感じながらも未着手の中小企業は多い

新紙幣対応について、必要性を感じている割合は、製造業や建設業などを含む全体では21.1%にとどまっている。対して、78.9%の企業では、そもそも新紙幣対応の必要性を感じていない（図表3）。中小企業経営者からヒアリングした信用金庫調査員のコメントからは、「手動レジなので、新紙幣発行への対応は特に必要ない。（自転車関連部品卸売 群馬県）」や、「新紙幣やキャッシュレスに関しては、事業への影響はないため、特別に対応する必要はない。（金型製造 愛知県）」のように、販売形態や業種の特性を受けて対応しないとの声が聞かれている。

対して、必要性を感じている企業は、主にB to Cに該当する業種で高く、小売業で40.6%、サービス業で32.0%に達する。ただし、対応した企業の割合はそれぞれ24.7%と18.6%と、必要性を感じている企業のうち6割程度にとどまっている。対して、まだ対応していない企業がそれぞれ15.9%と13.4%存在しており、新紙幣対応に着手していない企業が多く存在している。

コメントからは、新紙幣対応を行っている企業では「キャッシュレスや新紙幣への対応のための設備投資を受け、キャッシュアウトが非常に多い。（総合スーパー 兵庫県）」や（図表3）新紙幣発行に伴う対応状況

(単位：%)				
	対応の必要性を感じている			対応の必要性を感じていない
		対応した	まだ対応していない	
全業種平均	21.1	11.1	10.0	78.9
小売業平均	40.6	24.7	15.9	59.4
織物・衣服・身のまわり品	36.9	20.8	16.2	63.1
飲食料品	51.3	32.2	19.1	48.7
飲食店	45.5	27.2	18.3	54.5
自動車・自転車	30.1	15.7	14.5	69.9
家具・建具・じゅう器	25.6	10.3	15.4	74.4
家庭用機械・電気機械器具	29.7	16.9	12.7	70.3
医薬品・化粧品	44.1	30.9	13.2	55.9
燃料	47.2	31.5	15.7	52.8
書籍・文房具	48.7	25.0	23.7	51.3
スポーツ用品・がん具・楽器・娯楽用品	39.0	20.3	18.6	61.0
写真機・時計・眼鏡・貴金属	33.3	20.8	12.5	66.7
木材・建築材料	5.0	2.5	2.5	95.0
サービス業平均	32.0	18.6	13.4	68.0
物品賃貸業	33.3	26.7	6.7	66.7
旅館・その他の宿泊所	57.7	29.9	27.8	42.3
洗濯・理容・浴場業	33.5	17.6	15.8	66.5
娯楽業	83.3	72.9	10.4	16.7
自動車整備および駐車場業	24.0	11.4	12.5	76.0
情報サービス・調査・広告業	20.2	14.7	5.5	79.8

(備考) 1. 回答数 30 以下およびその他に該当する業種は除外した。  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成



「新機種入替や、新紙幣対応両替機の入替など設備投資を行っていかねばならず、資金繰りは余裕のある状態ではない。(遊技場運営 静岡県)」のように、資金繰りの面で重荷となっているとの声が聞かれている。また、対応していない企業では「新紙幣については、時間をかけて導入して対応していきたい。(精肉小売 群馬県)」のようにすぐには対応できないものの今後は対応するとの回答のほか、「たばこの自動販売機について、新紙幣対応が難しいため撤去する予定。(酒類・たばこ・飲料水小売 新潟県)」のように、対応そのものを断念するとの声も聞かれた。

## 2. 新紙幣発行を機にキャッシュレス対応を導入・強化した中小企業は一部にとどまる

日本におけるキャッシュレスは、急速に拡大傾向にある。政府が「2027年までに4割程度」という目標<sup>4</sup>を掲げた2017年の時点で21.3%だったキャッシュレスの決済比率は、その後のポイント還元政策や、QRコード決済会社による大規模なキャンペーンなどを受けて、直近の2023年では39.3%にまで達した(図表4)。

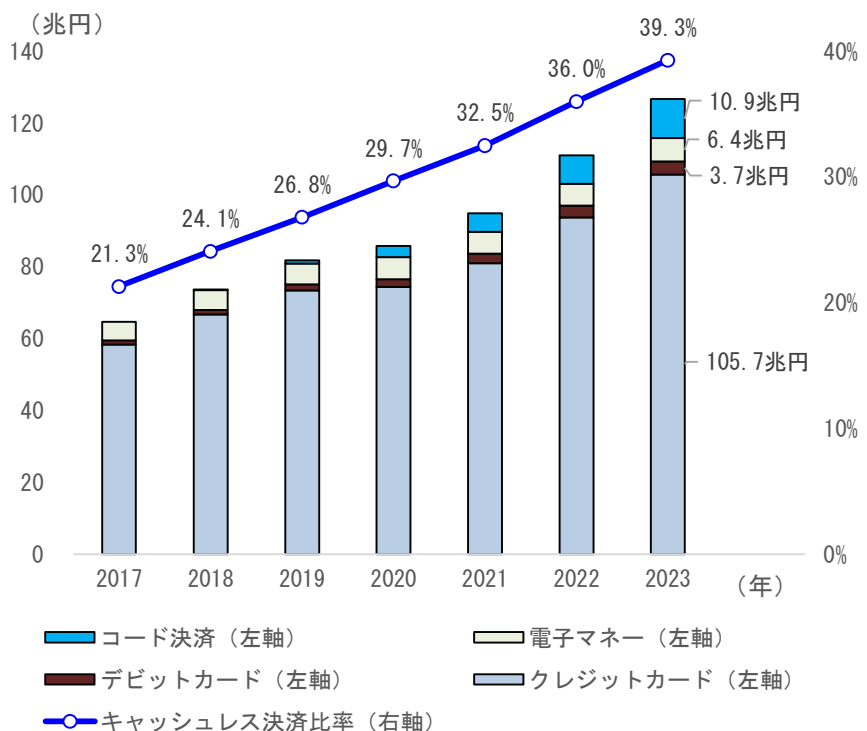
さらに、今回の新紙幣発行をきっかけとして、キャッシュレスが加速する可能性があるとの意見もみられる<sup>5</sup>。

しかしながら、景況調査からは、新紙幣発行を機にキャッシュレス支払手段を強化したり、新たに導入した中小企業は少ないという結果が得られている。

うち、強化については、以前から導入済みの企業が小売業平均で62.9%、サービス業平均で49.3%あるのに対し、そのうち新紙幣発行を機にさらにキャッシュレス支払手段を強化した企業はそれぞれ12.2%、8.7%にとどまる(図表5)。

導入の動きはさらに低調である。これまでキャッシュレス支払手段を導入

(図表4) キャッシュレス決済額及び比率の推移



- (備考) 1. 経済産業省資料より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成  
2. キャッシュレス決済比率  
 $\text{キャッシュレス決済比率} = \frac{\text{キャッシュレス決済額}}{\text{民間最終消費支出 (名目)}}$   
3. キャッシュレス決済額は、クレジットカード、デビットカード、電子マネー、コード決済の合計

<sup>4</sup> のち、4割という目標達成時期については、2年前倒しで2025年に変更された。

<sup>5</sup> 例えば、永濱(2024)は、新紙幣発行とキャッシュレスに関連して「今後キャッシュレス決済比率の上昇が見込まれるなか、需要がさらに低下していくATMや自動販売機への投資が盛り上がるとは限らない。むしろ紙幣刷新が、キャッシュレス化の促進に向けた設備投資につながる可能性もあろう。逆に言えば、紙幣刷新を機に企業のキャッシュレス化を推進する狙いが政府にはあるものと推察される」と指摘している。

(図表5) 新紙幣発行に伴うキャッシュレス支払手段にかかる導入等の状況

(単位：％)

	以前から導入済み			これまで導入せず		
		さらに強化	強化せず		新たに導入	導入せず
全業種平均	32.8	5.8	27.0	67.2	1.1	66.1
小売業平均	62.9	12.2	50.7	37.1	1.5	35.6
織物・衣服・身のまわり品	63.7	14.3	49.4	36.3	0.8	35.5
飲食料品	59.6	14.6	45.0	40.4	1.8	38.6
飲食店	68.0	11.0	57.0	32.0	0.5	31.5
自動車・自転車	71.3	12.8	58.5	28.7	0.6	28.0
家具・建具・じゅう器	69.2	12.8	56.4	30.8	0.0	30.8
家庭用機械・電気機械器具	62.4	6.0	56.4	37.6	0.9	36.8
医薬品・化粧品	79.1	10.4	68.7	20.9	1.5	19.4
燃料	70.7	12.1	58.6	29.3	2.3	27.0
書籍・文房具	60.0	5.3	54.7	40.0	0.0	40.0
スポーツ用品・がん具・楽器・娯楽用品	76.3	16.9	59.3	23.7	1.7	22.0
写真機・時計・眼鏡・貴金属	76.6	17.0	59.6	23.4	2.1	21.3
木材・建築材料	27.5	0.0	27.5	72.5	0.0	72.5
サービス業平均	49.3	8.7	40.6	50.7	1.2	49.5
物品賃貸業	54.3	13.0	41.3	45.7	0.0	45.7
旅館、その他の宿泊所	88.2	12.8	75.4	11.8	1.5	10.3
洗濯・理容・浴場業	47.9	7.8	40.1	52.1	1.1	51.1
娯楽業	72.9	18.8	54.2	27.1	0.0	27.1
自動車整備および駐車場業	48.1	7.3	40.8	51.9	1.5	50.4
情報サービス・調査・広告業	25.7	3.7	22.0	74.3	0.9	73.4

(備考) 1. 回答数 30 以下およびその他に該当する業種は除外した。

2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

していなかった企業が小売業平均で 37.1%、サービス業平均で 50.7%あるのに対し、そのうち新たに導入した企業はそれぞれ 1.5%、1.2%にとどまっている。

導入していない企業については、コメントからは「経営陣が高齢であるうえ、地元の長年の取引先向けの配達や掛け売りがメインであるため、キャッシュレスに疎く、必要性も感じていない。(ガソリンスタンド・石油小売 千葉県)」や「高齢の近隣住民が利用する小さな商店であるため、キャッシュレスへの対応はあまり考えていない。(食料品小売 岡山県)」のように地域特性や顧客属性を踏まえた声に加え、「経営者が高齢であり廃業を視野に入れているため、キャッシュレスの導入はしない。(茶・海苔小売 岩手県)」のように、将来の廃業を見据えた声も聞かれた。

一方で、「小規模の個人店であり、キャッシュレス導入のメリットは考えられない。ただし、顧客のニーズが高まれば時代の流れとして実施せざるを得ない。(美容業 神奈川県)」や「顧客からキャッシュレス対応の要望があり、導入の必要性を検討中。(パン製造・販売 岡山県)」のように、先行きに応じてキャッシュレス対応を図ることを視野に入れているとの声も聞かれた。

また、新紙幣発行との関連については、「新紙幣対応に多額の費用が掛かり、キャッシュレス支払への対応拡大があまり進んでいない。(温泉浴場業 埼玉県)」のように、新紙幣対応がむしろキャッシュレス対応の強化の妨げになっているとの声が聞かれた。

### 3. 手数料の高さや現金化の遅れがキャッシュレス導入の阻害要因

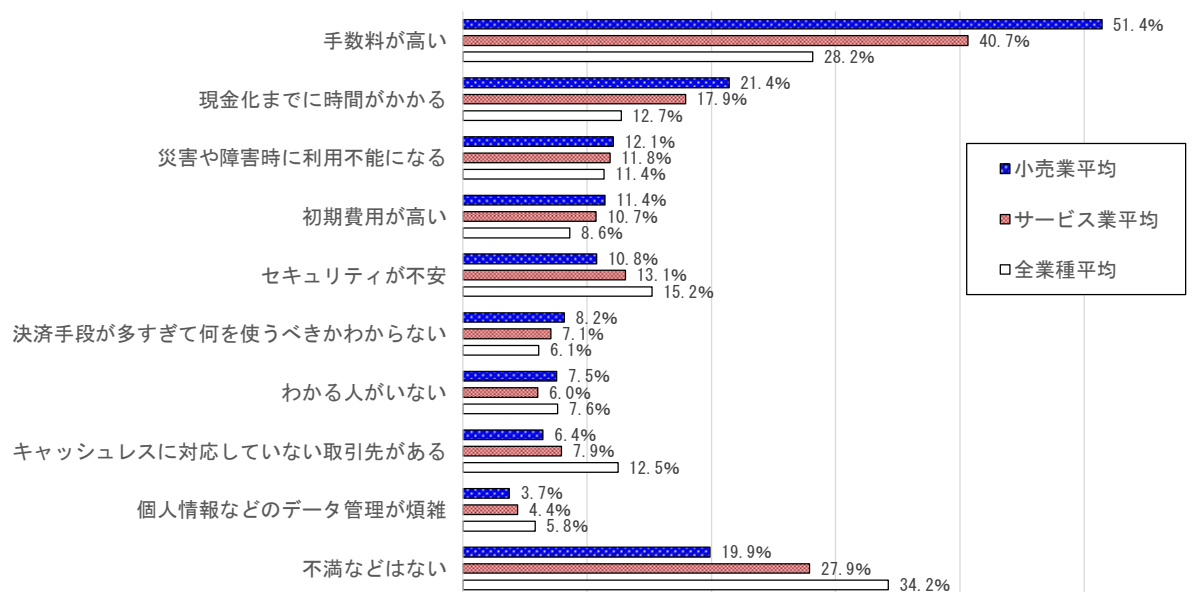
キャッシュレス対応が進まない要因として、手数料の高さや現金化までの時間差などがかねてから指摘されている。例えば、経済産業省(2022)は、「中小店舗からは、「決済手

数料の負担が重い」、「店舗への売上の入金サイクルが長い」、「多種多様な決済サービスの中からどれを選べばよいかわからない」といった声が依然聞かれる状況」と指摘している。こうした指摘を受け、一般社団法人キャッシュレス推進協議会<sup>6</sup>では、200以上のキャッシュレスサービスについて、決済手数料や入金サイクルなどを一覧にしてHP上で公表<sup>7</sup>している。

景況調査において、キャッシュレス支払手段について、利用している企業に対しては不満を、利用していない企業に対してはその理由を尋ねたところ、「手数料が高い（小売業 51.4%、サービス業 40.7%）」、「現金化までに時間がかかる（小売業 21.4%、サービス業 17.9%）」となり、経済産業省の指摘を裏付ける結果となった（図表6）。

コメントからは、手数料については「キャッシュレス化は避けられない流れとなっているが、手数料の高さにやや懸念がある。（建売業・土地売買業 埼玉県）」や「キャッシュレス決済手段は導入済だが、決済手数料の高さに不満がある。（ウインター商品・スキー・スノーボード小売 滋賀県）」、「材料・商品価格の上昇もあり、キャッシュレス化については、手数料を勘案すると本格的に活用できない。（酒類小売 群馬県）」という声が聞かれている。また、入金サイクルについては「キャッシュレス対応によって顧客の満足度は高くなったが、回収サイトが長期化することから、資金繰りは厳しくなっている。（清掃用品賃貸業 群馬県）」や「取引先がキャッシュレスを利用していることが多く、当社も導入しているが、現金化までの時間に不満がある。（設備工事業 和歌山県）」、「キャッシュレス決済を使う人が多く、現金化まで時間を要することも負担となっている。（洋菓子小売 岡山県）」という声が聞かれている。

なお、統計的分析を行った結果でも、QRコード決済や電子マネーを導入している企業においては、導入していない企業と比較して、資金繰りが「悪い」と回答する割合が高い（図表6）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



（備考） 1. 最大3つまで複数回答  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

<sup>6</sup> <https://paymentsjapan.or.jp/>

<sup>7</sup> <https://areal8.smp.ne.jp/area/table/32291/KhEKKJ/M?S=pftjm2lgkfrj>

(QRコードで約2.3～2.4%、電子マネーで約2.1～2.2%)傾向にあった(参考を参照)。  
このことから、一部のキャッシュレス支払手段が、中小企業の資金繰り全体に悪影響を及ぼしている可能性が示唆される。

(参考) キャッシュレス支払手段の利用と資金繰りとの関係にかかる統計分析について

本稿では、中小企業におけるキャッシュレス支払手段の利用と資金繰りとの関係について考察するため、被説明変数に「資金繰りが苦しい(やや苦しいを含む。)」との回答を1とするダミー変数、説明変数にクレジットカード、デビットカード、QRコード決済、電子マネーを利用しているとの回答を1とするダミー変数をそれぞれ用いて、ロジットモデルとプロビットモデルで限界効果を推計した。なお、推計に当たっては業種と規模を調整した。

結果、QRコードについては5%水準、電子マネーについては10%水準でそれぞれ正で有意となっており、これらを用いている企業では、「資金繰りが苦しい」と回答する割合が高いという結果となった。なお、キャッシュレスを使用していない企業では10%水準で負で有意となった。

モデル	被説明変数：資金繰りについて「苦しい」「やや苦しい」との回答＝1（限界効果）									
	ロジット	ロジット	ロジット	ロジット	ロジット	プロビット	プロビット	プロビット	プロビット	プロビット
クレジットカード	0.007 (0.007)					0.007 (0.007)				
デビットカード		-0.022 (0.022)					-0.019 (0.021)			
QRコード決済			0.023** (0.010)					0.024** (0.010)		
電子マネー				0.021* (0.012)					0.022* (0.012)	
キャッシュレス 使用せず					-0.014* (0.007)					-0.014* (0.007)
標本数	13129	13129	13129	13129	13129	13129	13129	13129	13129	13129
AIC	11783.6	11783.3	11778.7	11781.3	11780.7	11781.5	11781.7	11776.6	11779.2	11778.7
BIC	12344.7	12344.5	12339.9	12342.5	12341.9	12342.7	12342.9	12337.8	12340.4	12339.8
RMSE	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37

ただし、上記の分析で表しているのは因果関係ではなく相関関係である(例えば、資金繰りの苦しい中小企業にとって他の決済手段と比較してQRコード決済や電子マネーが相対的に利用しやすい場合には、資金繰りの苦しい中小企業ほどQRコード決済や電子マネーの利用率が高まる。この場合も、分析上は同様の結果となり得る。)ことから、追加検証として、何らかのキャッシュレス支払手段を用いている8,329社のみを対象に、被説明変数にキャッシュレスへの不満として「現金化までに時間がかかる」との回答を1とするダミー変数、説明変数にクレジットカード、デビットカード、QRコード決済、電子マネーを利用しているとの回答を1とするダミー変数をそれぞれ用いて同様の分析を行った。

結果、QRコードについては1%水準、電子マネーについては5%水準でそれぞれ正で有意(クレジットカードについても1%水準で有意)となっており、これらを用いている企業では、「現金化までに時間がかかる」と回答する割合が高いという結果となった。

モデル	被説明変数：キャッシュレスへの不満として「現金化までに時間がかかる」との回答＝1（限界効果）							
	ロジット	ロジット	ロジット	ロジット	プロビット	プロビット	プロビット	プロビット
クレジットカード	0.030*** (0.009)				0.029*** (0.008)			
デビットカード		0.007 (0.017)				0.008 (0.018)		
QRコード決済			0.060*** (0.009)				0.062*** (0.009)	
電子マネー				0.023** (0.010)				0.025** (0.011)
標本数	8329	8329	8329	8329	8329	8329	8329	8329
AIC	6529.7	6541.7	6496.9	6536.8	6528.0	6540.1	6495.4	6535.1
BIC	7056.8	7068.7	7024.0	7063.9	7055.1	7067.2	7022.4	7062.2
RMSE	0.34	0.34	0.34	0.34	0.34	0.34	0.34	0.34

- (備考) 1. 上段の\*\*\*は1%水準、\*\*は5%水準、\*は10%水準で有意。下段のカッコ内は標準誤差  
2. 業種については69の小業種(製造業25、卸売業15、小売業13、サービス業8、建設業3、不動産業5)、規模については6つの規模区分(4人以下、5～9人、10～19人、20～29人、30～39人、40人以上)にそれぞれダミー変数を用い、調整している。



中小企業がキャッシュレスの導入による資金繰り悪化を強く意識した場合、キャッシュレスの普及には阻害要因となるであろう。

## おわりに

本稿では、信用金庫取引先の中小企業向けアンケート結果から、中小小売業、中小サービス業にフォーカスし、新紙幣発行を契機とした新紙幣対応およびキャッシュレス対応の状況についてまとめた。

高齢者を中心にキャッシュレスに抵抗がある層が存在することに加え、災害時にキャッシュレスのシステム自体が利用不能になる危険性があることなどを踏まえると、現金のニーズが全くなくなることはないであろう。加えて今後、新紙幣が急速に普及する可能性があることを踏まえると、中小企業としては新紙幣対応に速やかに取り組むことが望まれよう。執筆者の周囲でも「新札は使えません」との貼り紙がある券売機が散見されるが、そういった対応を長く続けることは現実的ではないと考えられる。なお、中小企業における新紙幣対応に関連し、一部の自治体では専用の補助金制度があるものの、国では制度を設けていない<sup>8</sup>のが現状である。このため、多くの中小企業においては、自己資金もしくは借入による対応が必要となる。

前述の通り、資金繰り悪化の要因になるといった分析結果も得られている一方で、景況調査からは、キャッシュレス対応を進めたことによりメリットをすでに享受しているとのコメント、具体的には「他県から多くの顧客が来るので、キャッシュレス化は常に必要だと考えている。（観光土産品販売 秋田県）」や「キャッシュレスによって、手数料の問題があるものの、業務の効率化は図られている。（雑貨・食料品小売 宮城県）」といった声が聞かれている。また、「現在の顧客の多くが高齢であるためキャッシュレスを導入していないが、今後、新たな顧客層を確保していくにあたっては必要性を感じている。（簡易宿泊所運営 神奈川県）」、「店売りや訪問販売を行うにあたって、顧客からキャッシュレス対応への要望を受けているため、導入の必要性を検討中。（パン製造・販売 岡山県）」、「顧客層が幅広いことから、キャッシュレス決済には力を入れている。（焼き鳥店経営 鹿児島県）」のように、今後、キャッシュレス対応を進めていくことが売上増や事業効率化に向けて必要であるとの声が聞かれる。現時点でキャッシュレス対応の必要性を感じていない企業においても、周囲で普及が進むにつれて導入を余儀なくされる可能性があることにも留意する必要がある。

一方で「（キャッシュレスの効果や必要性は感じているものの）経営者ならびに従業員に知識がないので対応できない」との声も散見されている。同様に、「キャッシュレスの種類が多すぎてどれを使うべきかわからない」という声もある。コスト負担を考えると、導入するキャッシュレスサービスについては、企業や顧客の特性に応じて取捨選択してい

<sup>8</sup> 第213回国会 衆議院 経済産業委員会 第17号 議事録などより。なお、新紙幣の対応費用が別の補助金等の制度の目的に合致する場合には、補助金が支給される可能性はある。例えば酒井（2024）は、新紙幣対応に際して中小企業が活用できる可能性がある補助金制度として、「小規模事業者持続化補助金」「IT導入補助金」「中小企業省力化投資補助金」の3つを挙げている。

くことが現実的と思われる。

信用金庫においては、これらの状況を踏まえ、取引先の中小企業に対して融資や情報提供などのきめ細かい対応が求められよう。

以 上

#### <参考文献>

- ・長内智（2024）「キャッシュレス化の現在位置と今後の展望 新紙幣発行の裏で進む一万円札の減少」大和総研レポート
- ・一般社団法人キャッシュレス推進協議会HP
- ・経済産業省（2022）「キャッシュレス決済の中小店舗へのさらなる普及促進に向けた環境整備検討会 とりまとめ」
- ・経済産業省HP「2023年のキャッシュレス決済比率を算出しました キャッシュレス決済比率は 39.3%、2025 年の目標年に向け堅調に拡大」（2024 年 10 月 28 日閲覧）  
（<https://www.meti.go.jp/press/2023/03/20240329006/20240329006.html>）
- ・酒井麻子（2024）「実務解説 新紙幣に対応した券売機の導入・変更 導入にあたって活用できる3つの補助金」『税務広報』72（7）、pp. 57-65
- ・信金中央金庫 地域・中小企業研究所「第 197 回全国中小企業景気動向調査」
- ・永濱利廣（2024）「キャッシュレス化とタンス預金の解消を狙う新紙幣発行 経済特需は低下も、「偽造防止」だけではない紙幣刷新の効果」『金融財政事情』75（14）、pp. 26-29
- ・日本銀行（2005）「新しい日本銀行券の普及状況 ～ 改刷から1年を経て」

本レポートは発表時点における情報提供を目的としており、文章中の意見に関する部分は執筆者個人の見解となります。したがって、投資・施策実施等についてはご自身の判断をお願いします。また、レポート掲載資料は信頼できると考える各種データに基づき作成していますが、当研究所が正確性および完全性を保証するものではありません。なお、記述されている予測または執筆者の見解は予告なしに変更することがありますのでご注意ください。