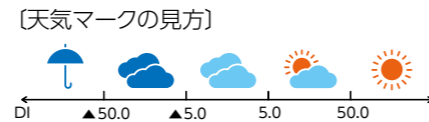


業種別天気図 (数値は業況判断DI)



業種	4~6月期 (前回)	7~9月期 (今回)	10~12月期 (見通し)	業種	4~6月期 (前回)	7~9月期 (今回)	10~12月期 (見通し)
全産業	▲ 22.5	▲ 17.1	▲ 13.9	出版・印刷	▲ 12.5	▲ 60.0	▲ 40.0
製造業	▲ 28.6	▲ 23.1	▲ 17.9	食料品	▲ 16.7	▲ 23.8	▲ 4.8
非製造業	▲ 18.0	▲ 12.6	▲ 10.9	卸売業	▲ 27.0	▲ 20.7	▲ 24.2
自動車部品	▲ 38.3	▲ 17.7	▲ 17.8	小売業	▲ 37.8	▲ 32.2	▲ 29.5
機械器具部品	▲ 35.7	▲ 31.9	▲ 25.2	飲食業	▲ 4.2	0.0	▲ 4.4
金属製品	▲ 39.3	▲ 13.8	▲ 6.9	建設業	▲ 15.0	▲ 7.1	▲ 3.9
窯業・土石	▲ 33.3	▲ 40.0	▲ 33.4	不動産業	▲ 8.8	▲ 6.2	▲ 6.2
木材・木製品	▲ 25.0	▲ 16.7	▲ 16.6	運輸業	▲ 5.7	▲ 11.8	▲ 5.9
繊維製品	▲ 32.0	▲ 37.5	▲ 20.9	サービス業	▲ 7.9	▲ 3.4	▲ 2.4

景況感、2期連続改善
製造業、非製造業ともに改善

中小企業景気動向調査(7~9月期)

当金庫が行った2024年7~9月期の「中小企業景気動向調査」の結果がまとまった。調査期間は8月16日から9月3日。調査対象はお取引先企業997社。回答社数900社(回答率90・3%)。

業況

企業の景況感を表す業況判断DI(業況を「良い」と答えた企業の割合から「悪い」と答えた企業の割合を差し引いた値)は、全産業でマイナス17・1。前回調査にくらべ5・4ポイントの改善となった。製造業は5・5ポイント改善してマイナス23・1。自動車部品、金属製品などが牽引した。非製造業は5・4ポイント改善

し、マイナス12・6。運輸業を除き、全ての業種で改善した。

製造業

自動車部品はマイナス17・7。20・6ポイントの改善となった。一部自動車メーカーの認証不問題の影響は残ったが、部品単価の値上げが進んだこともあり、業況を「良い」と回答した企業が増加した。

機械器具部品は3・8ポイントの小幅改善となり、マイナス31・9。

金属製品は25・5ポイントの改善となり、マイナス13・8。原材料仕入価格は依然として高水準だが、販売価格の値上げにより収益環境が改善している。

木材・木製品は改善。窯業・土石、繊維製品は小幅悪化。出版・

印刷、食料品は40ポイント超の大幅悪化となった。

非製造業

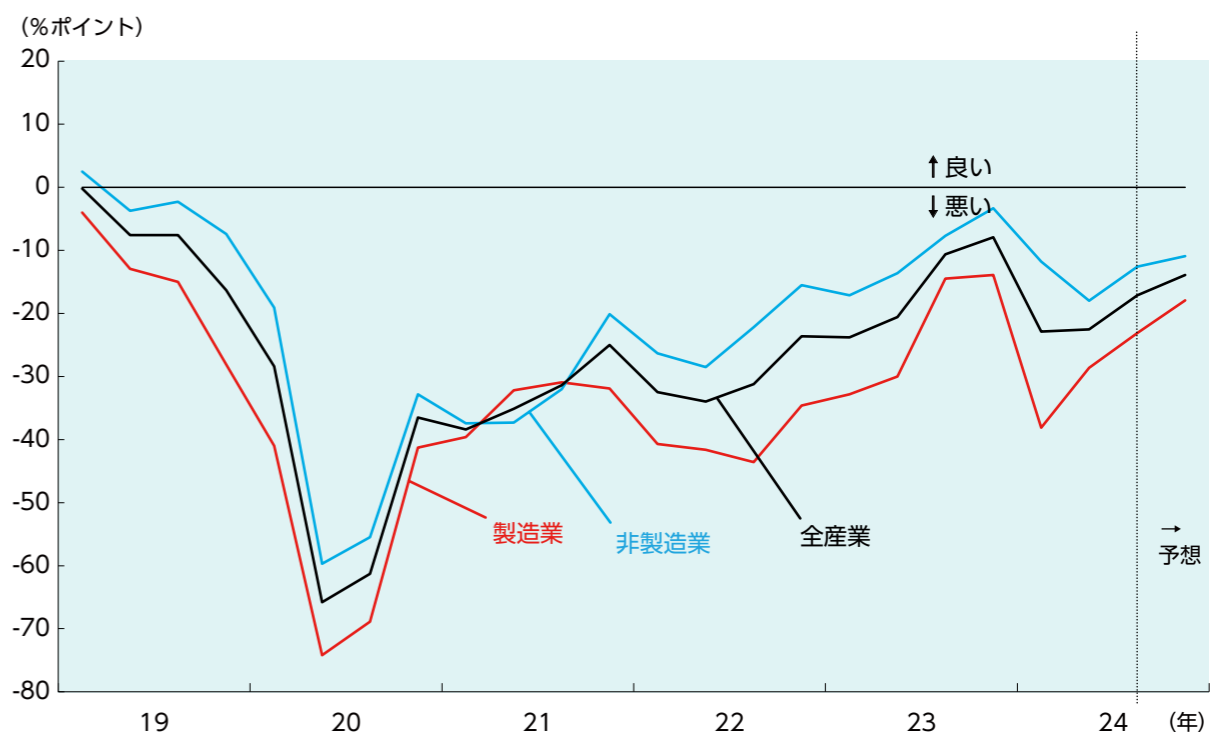
卸売業は6・3ポイントの改善となり、マイナス20・7。食料品卸や機械器具卸が比較的好調。2時期に比べて円安が修正され、輸入品コストの上昇が抑えられた」との声があった。

小売業は5・6ポイント改善し、マイナス32・2。卸売業と同様に、「円安が修正されたことで、仕入にプラスの影響が出始めた」との声が聞かれた。なお、「米の不足で仕入れが不足し、米売上高が減少している」との声も聞かれた。

飲食業は4・2ポイントの改善となり、プラスマイナス0。4割の企業が「販売価格を値上げした」と回答しており、仕入コストの価格転嫁が進んでいる。

建設業は7・9ポイント改善し、マイナス7・1。「官公庁案件の発注が多い」との声が聞かれ、公共工事を扱う企業の業況が改善している。不動産業は2・6ポイントの小

業況判断DI(「良い」-「悪い」)

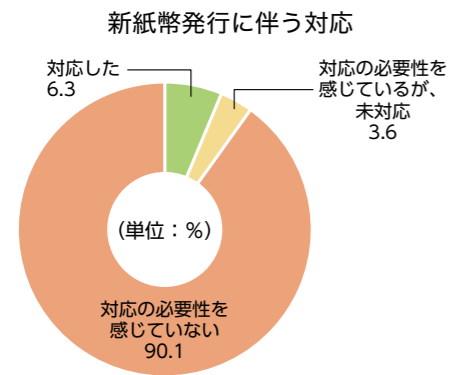


見通し

全産業の業況判断見通しDIはマイナス13・9。3・2ポイント小幅改善する見通し。製造業、非製造業ともに改善見込み。業況判断には、為替相場の影響が大きく、同相場の変動要因となる今後の米国の景気動向や日米の金融政策の行方が注目される。

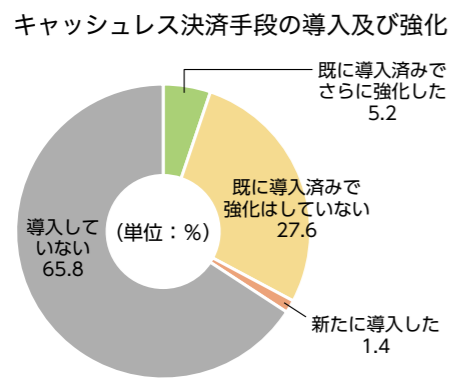
幅改善となり、マイナス6・2。先行きについては「金利上昇が顧客の購買意欲低下に繋がらないか不安」との声が聞かれた。運輸業は6・1ポイント悪化し、マイナス11・8。非製造業のうち唯一DIが悪化した。

サービス業は4・5ポイントの改善となり、マイナス3・4。法人向けの改善が中心。個人向けは、猛暑により来店客数が抑えられたり、アウトドアスポーツの利用客が減少したりしたこと悪化した。



新紙幣発行に伴う対応など
飲食・小売・サービス業で対応

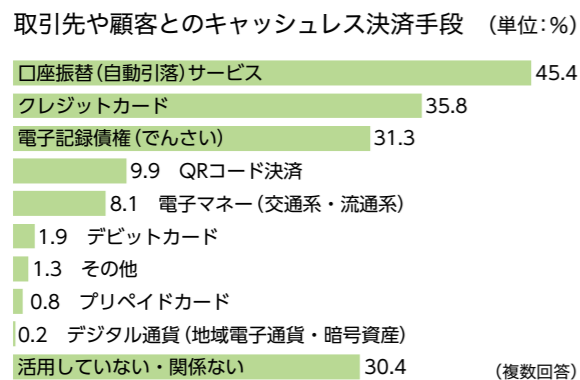
新紙幣発行は企業に影響があったのか。設備投資などを含め、何らかの対応を行ったかを聞いた。業種によって対応の有無が大きく分かれた。現金のやり取りの多い飲食業では、42・9%が「対応した」と回答。また、サービス業や小売業でもそれぞれ2割弱が「対応した」と回答している。それ以外の業種を含めた全体では90・1%が「対応の必要性を感じていない」と回答し、「対応した」と回答した企業は6・3%にとどまった。



新たな導入・強化は少数
新紙幣発行を機にキャッシュレス決済手段を導入または強化したか聞いた。

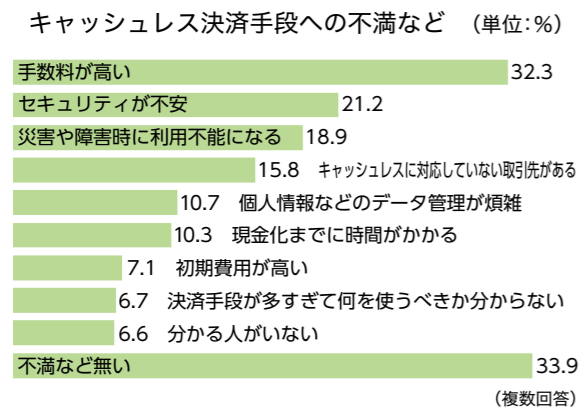
「強化した」は5・2%、「新たに導入した」は1・4%となった。「既に導入済みで強化はしていない」企業も27・6%おり、全体で3割超がキャッシュレス決済を導入している。なお、小売業では6割、飲食業では8割近くがキャッシュレス決済を導入済との結果となっている。

一方で、「導入していない」企業は65・8%となった。業種別では、建設業・不動産業・運輸業の割合が高かった。



取引先や顧客とのキャッシュレス決済手段
口座振替サービスがトップ

取引先や顧客との決済でどのようなキャッシュレス決済手段を活用しているか、複数回答で伺った。最も多かった回答は「口座振替(自動引落)サービス」で、45・4%。2番目は「クレジットカード」(35・8%)、3番目は「電子記録債権(でんさい)」(31・3%)となった。



キャッシュレス決済手段への不満など
手数料の高さが最多

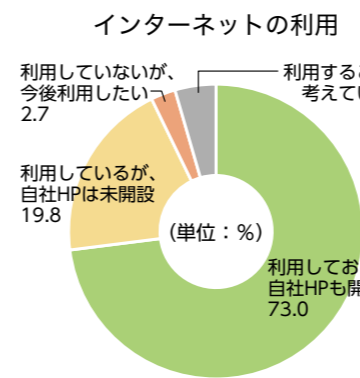
最後に、キャッシュレス決済手段を導入している企業には、利用に伴う不満を聞いた。導入していない企業には、その理由を伺った。両者を併せた回答で最も多かったのは「手数料が高い」(32・3%)。続いて、「セキュリティが不安」(21・2%)、「災害や障害時に利用不能になる」(18・9%)となった。



特別調査

デジタル化とキャッシュレスへの対応

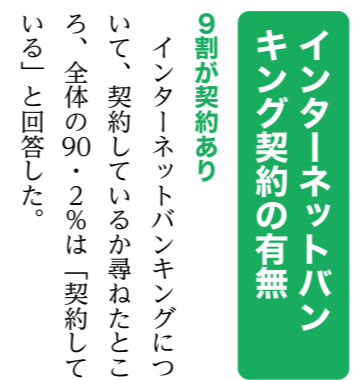
アナログからデジタルへ、現金からキャッシュレスへとビジネス環境が変わりつつある。中小企業はデジタル化とキャッシュレスについて、どのように考えているのかアンケートを行った。調査期間は8月16日から9月3日。対象はお取引先企業997社。回答社数900社。(回答率90.3%)



電子メールの利用
未利用は1割未満

企業は情報収集・情報発信等どの程度インターネットを利用しているのか。

利用の有無について伺ったところ、92・8%が「利用している」と回答した。また、73・0%の企業は自社ホームページを開設しており、情報発信にも力を入れている。一方、「利用していないが、今後利用したい」は2・7%、「利用することは考えていない」は4・5%となり、インターネットを利用していない企業は1割に満たなかった。

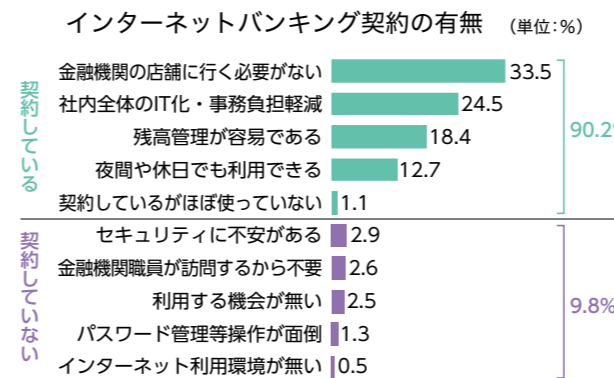


電子メールの利用

利用している	92.5
利用することは考えていない	5.0
利用していないが、今後は利用したい	2.5

(単位：%)

また、電子メールの利用について伺ったところ、「利用している」は92・5%、「今後利用したい」は2・5%、「利用することは考えていない」が5・0%だった。従来の通信手段に比べ利便性が高い電子メールは、ビジネスでも広く活用されている。



契約している理由については、「金融機関の店舗に行く必要がない」が33・5%で最も多かった。それ以外では、「社内全体のIT化・事務負担軽減」(24・5%)、「残高管理が容易である」(18・4%)が多数を占めた。

一方、契約していない理由については、「セキュリティに不安がある」(2・9%)、「金融機関職員が訪問するから不要」(2・6%)、「利用する機会が無い」(2・5%)などとなった。