

調査レポート



とうほう地域総合研究所
エコノミスト

木村 正昭

県内企業のキャッシュレス化への対応状況 ～キャッシュレス化への対応に関するアンケート調査より～

<要 旨>

- ・ 手形・小切手の全面的な廃止への対応について、既に電子化へ移行している企業の割合が24.4%、引き続き手形・小切手を利用している割合が17.8%で、元々手形・小切手を利用していない割合が56.8%。
- ・ 手形・小切手廃止への対応としては「銀行振込（インターネットバンキング）」が7割を超え、「法人クレジットカード決済」が35.0%。
- ・ 経費支払いで現金や手形・小切手利用する理由では「以前からそうしているから」が5割を超え、課題がありながら課題として認識していないケースも多いとみられる。また、売上請求においては期日管理や与信管理など多くの項目に回答があり、何かしらの課題を抱える企業の様子が窺える。

経済産業省ではキャッシュレス決済比率を2025年までに4割程度、将来的に世界最高水準の80%まで上昇させることを目標としており、キャッシュレス決済比率は年々伸びている状況にある。また、企業間の決済手段として広く利用されてきた手形・小切手が2026年度末ですべて廃止されることが決定し、代替手段として「でんさい」や「法人クレジットカード決済」の拡大が見込まれている。一方、現金を扱う機会が多い小売業など、キャッシュレス化への移行が容易にはできない企業も多い。本稿では、アンケート調査の結果から、県内企業のキャッシュレス化への対応に関する意識や取り組み状況などについて確認する。

<調査要領>

1. 調査方法 郵送による配布、郵送・Webにより回収
2. 調査対象 県内企業1,345社
3. 回答企業 562社（有効回答率41.8%）
4. 調査時期 2025年2月～3月

構成比は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計が100にならない場合がある。

業 種	回答数(社)	構成比(%)
製 造	93	16.5
非 製 造	460	81.9
建 設	139	24.7
運 輸	30	5.3
卸 売	36	6.4
小 売	69	12.3
不 動 産	32	5.7
医 療・ 福 祉	32	5.7
サ ー ビ ス	68	12.1
そ の 他	54	9.6
無 回 答	9	1.6
合 計	562	100.0

1. 手形・小切手の全面的な電子化にかかる対応

手形・小切手の全面的な廃止を前に、その対応状況について尋ねたところ、全体で「既に電子化へ移行している」企業が24.4%、「引き続き手形・小切手を利用している」企業が17.8%、「元々手形・小切手を利用していない」企業が56.8%となった。

業種別では、「既に電子化へ移行している」のは「卸売」が55.6%と唯一5割を超えた。一方、「不動産」「医療・福祉」はともに1割強で、「元々手形・小切手を利用していない」が8割を超えている。

売上高別では、「既に電子化へ移行している」は「5千万円未満」が10%台、その他の階層がいずれも20%台で、「引き続き手形・小切手を利用している」は「5億円以上」の企業で20%台となっている（図表1）。

図表1 手形・小切手の全面的な電子化にかかる対応状況

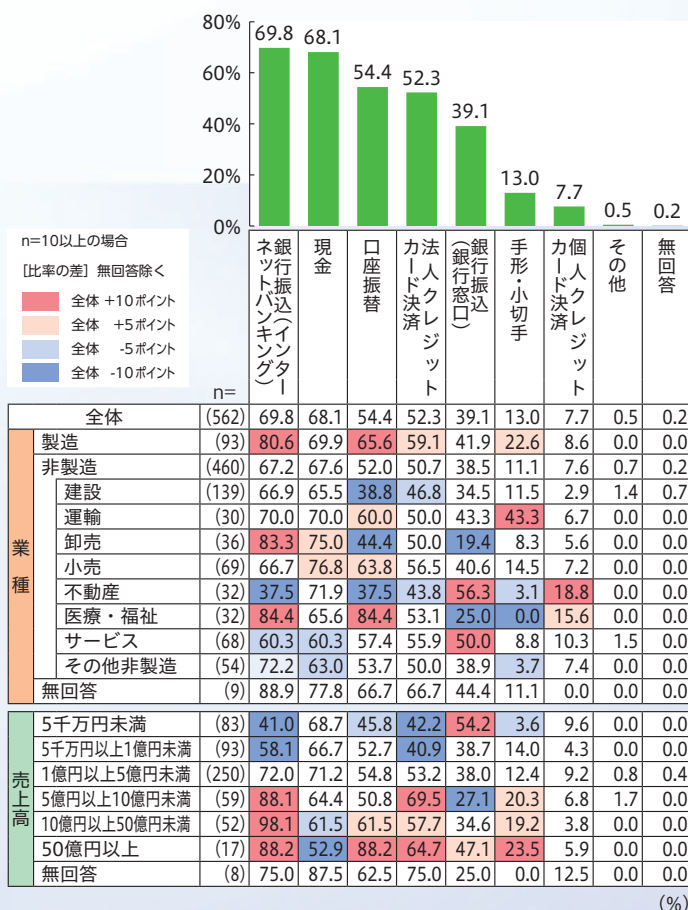
		n=	既に電子化へ移行している		引き続き手形・小切手を利用している	元々手形・小切手を利用していない	無回答
業 種	全体	(562)	24.4		17.8	56.8	1.0
	製造	(93)	33.3		23.7	43.0	
	非製造業	(460)	22.2		16.7	59.8	1.3
	建設	(139)	25.9		17.3	55.4	1.4
	運輸	(30)	20.0		50.0	26.7	3.3
	卸売	(36)	55.6		19.4	25.0	
	小売	(69)	20.3		17.4	60.9	1.4
	不動産	(32)	3.1	9.4	87.5		
	医療・福祉	(32)	9.4	3.1	84.4	3.1	
	サービス	(68)	19.1		16.2	64.7	
	その他非製造	(54)	16.7		7.4	74.1	1.9
無回答	(9)	44.4		11.1	44.4		
売 上 高	5千万円未満	(83)	14.5		13.3	72.3	
	5千万円以上1億円未満	(93)	24.7		16.1	59.1	
	1億円以上5億円未満	(250)	25.6		16.8	55.2	2.4
	5億円以上10億円未満	(59)	28.8		23.7	47.5	
	10億円以上50億円未満	(52)	28.8		26.9	44.2	
	50億円以上	(17)	23.5		23.5	52.9	
	無回答	(8)	25.0			75.0	

1%未満のデータラベルは非表示（%）

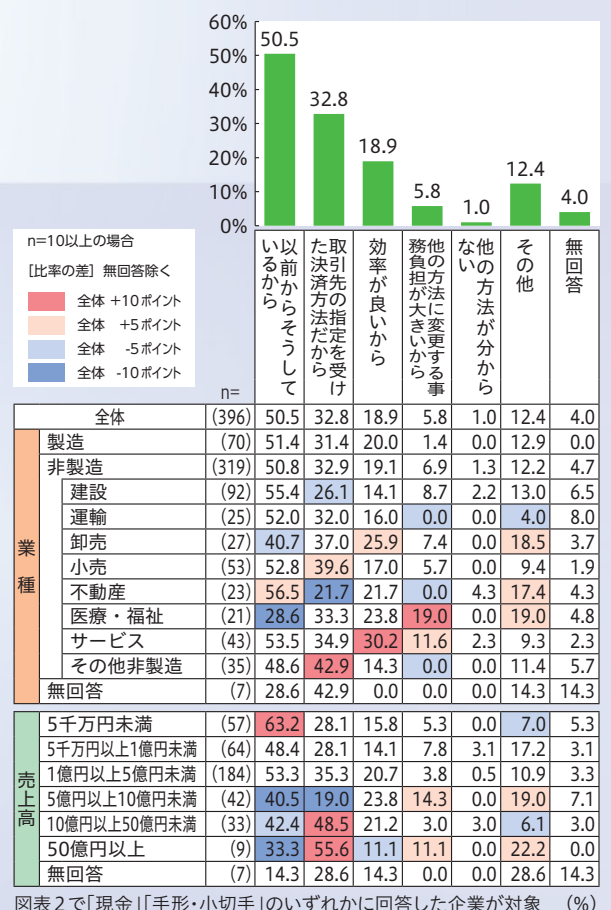
1%未満のデータラベルは非表示（%）

2. 経費の支払いで現金や手形・小切手を利用する理由

図表2 経費の支払いに際し利用している決済方法（複数回答）



図表3 経費の支払いに現金、手形・小切手を利用する理由（複数回答）



図表2で「現金」「手形・小切手」のいずれかに回答した企業が対象（%）

経費の支払いに際し利用している決済方法については、全体で「銀行振込（インターネットバンキング）」が69.8%と最も多く、売上高「5億円以上」の階層では9割前後に上っている。

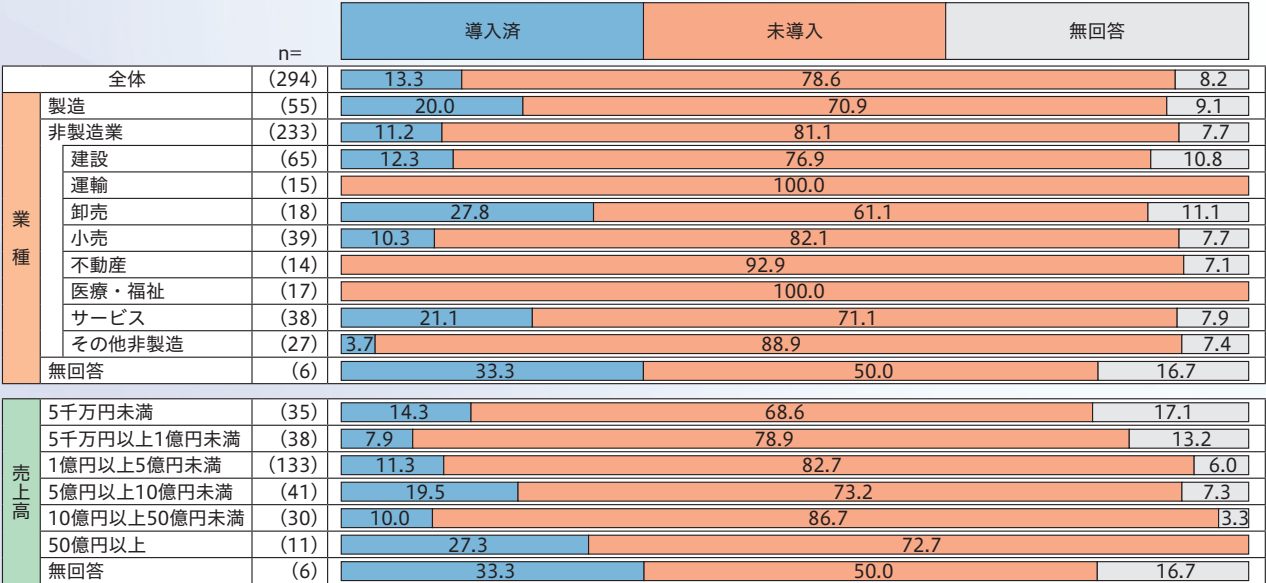
一方、「現金」も68.1%で約7割となっている。売上高「50億円以上」の52.9%を除き、いずれの業種・売上高階層も6割を超えており、今もなお現金取引が多くの場面で発生するものとみられる。一方、「法人クレジットカード決済」は製造業・非製造業ともに5割を超えているが、売上高別でみると「5億円未満」と「5億円以上」で利用状況に差がみられる。「手形・小切手」については製造業が22.6%と非製造業を上回る。非製造業では「運輸」、売上高では「5億円以上」の階層で回答割合が高く、業種や取引金額の規模による特徴も窺える（図表2）。

現金や手形・小切手を利用する理由については、全体で「以前からそうしているから」が5割を超え最も多く、売上高「5千万円未満」では6割を超えている。次いで「取引先の指定を受けた決済方法だから」が32.8%で、売上高「10億円以上」の階層で特に高い。「効率が良いから」は18.9%と2割を下回ったが、回答企業の多くは現時点で他の代替手段に完全に切り替えることに消極的な印象を受ける（図表3）。

3. 経費精算システムの導入及び法人クレジットカード決済との連携

経費の支払いで法人クレジットカード決済を利用する企業について経費精算システムの導入状況を見ると、「導入済」の企業は全体で13.3%にとどまる。製造業で2割、非製造業では「卸売」「サービス」が2割を超えている。売上高別で「導入済」は「50億円以上」で27.3%、「5億円以上10億円未満」で19.5%など、業種や売上高規模にかかわらず、導入の進捗は途上の段階にあるものとみられる（図表4）。

図表4 経費精算システムの導入状況



図表2で「法人クレジットカード決済」に回答した企業が対象 1%未満のデータラベルは非表示 (%)

経費精算システムを導入している企業39社について、法人クレジットカード決済との連携状況について尋ねたところ、「連携有」が33.3%、「連携無」が59.0%で、連携しているのは3分の1となっている。「連携有」は業種・売上高にかかわらず全般的に少数であるが、業種別では製造業が非製造業を上回り、売上高別では「1億円未満」で高い結果となっている（図表5）。

図表5 経費精算システムと法人クレジットカード決済との連携有無

		n=	法人クレジットカード決済との連携有	法人クレジットカード決済との連携無	無回答
業種	全体	(39)	33.3	59.0	7.7
	製造	(11)	45.5	45.5	9.1
	非製造業	(26)	30.8	61.5	7.7
	建設	(8)	25.0	50.0	25.0
	運輸	(0)			
	卸売	(5)		100.0	
	小売	(4)	75.0		25.0
	不動産	(0)			
	医療・福祉	(0)			
	サービス	(8)	37.5	62.5	
	その他非製造	(1)		100.0	
	無回答	(2)		100.0	
売上高	5千万円未満	(5)	60.0	40.0	
	5千万円以上1億円未満	(3)	66.7	33.3	
	1億円以上5億円未満	(15)	26.7	53.3	20.0
	5億円以上10億円未満	(8)	25.0	75.0	
	10億円以上50億円未満	(3)	33.3	66.7	
	50億円以上	(3)	33.3	66.7	
	無回答	(2)		100.0	

図表4で経費精算システムを「導入済」と回答した企業が対象

1%未満のデータラベルは非表示 (%)

4. 会計システムの導入及び法人クレジットカード決済との連携

会計システムの導入状況について、「導入済」の企業は全体で42.2%と4割を超え、製造業で約5割となっている。業種別でみると、非製造業では「卸売」「サービス」が5割に達する一方、「不動産」「医療・福祉」「運輸」では2割台にとどまる。売上高別では、「10億円以上50億円未満」が7割と最も高いが「5千万円未満」でも4割を超えるなど、売上高が大きい階層で導入割合が高いとはいえず、小さい階層でも導入している企業が一定数みられる（図表6）。

図表6 会計システムの導入状況

		n=	導入済	未導入	無回答
業種	全体	(294)	42.2	51.0	6.8
	製造	(55)	49.1	43.6	7.3
	非製造業	(233)	40.3	52.8	6.9
	建設	(65)	44.6	49.2	6.2
	運輸	(15)	20.0	80.0	
	卸売	(18)	55.6	27.8	16.7
	小売	(39)	38.5	56.4	5.1
	不動産	(14)	28.6	64.3	7.1
	医療・福祉	(17)	23.5	76.5	
	サービス	(38)	50.0	42.1	7.9
	その他非製造	(27)	37.0	51.9	11.1
	無回答	(6)	50.0	50.0	
売上高	5千万円未満	(35)	42.9	42.9	14.3
	5千万円以上1億円未満	(38)	26.3	65.8	7.9
	1億円以上5億円未満	(133)	36.8	57.1	6.0
	5億円以上10億円未満	(41)	53.7	39.0	7.3
	10億円以上50億円未満	(30)	70.0	30.0	
	50億円以上	(11)	45.5	54.5	
	無回答	(6)	33.3	50.0	16.7

図表2で「法人クレジットカード決済」に回答した企業が対象

1%未満のデータラベルは非表示 (%)

会計システムを導入している企業124社について、法人クレジットカード決済との連携状況について尋ねたところ、「連携有」が17.7%、「連携無」が79.8%で、県内でクレジットカード決済との連携は進んでいないことがわかる。業種別では「連携有」が4割に達した業種はなく、売上高別では「5千万円未満」が唯一4割となっている（図表7）。

図表7 会計システムと法人クレジットカード決済との連携有無

		法人クレジットカード決済との連携有		法人クレジットカード決済との連携無	無回答
n=					
全体		(124)	17.7	79.8	2.4
業種	製造	(27)	22.2	74.1	3.7
	非製造業	(94)	17.0	80.9	2.1
	建設	(29)	13.8	79.3	6.9
	運輸	(3)		100.0	
	卸売	(10)	20.0	80.0	
	小売	(15)	33.3	66.7	
	不動産	(4)		100.0	
	医療・福祉	(4)	25.0	75.0	
	サービス	(19)	15.8	84.2	
	その他非製造	(10)	10.0	90.0	
無回答		(3)		100.0	
売上高	5千万円未満	(15)	40.0	60.0	
	5千万円以上1億円未満	(10)	30.0	70.0	
	1億円以上5億円未満	(49)	16.3	77.6	6.1
	5億円以上10億円未満	(22)	9.1	90.9	
	10億円以上50億円未満	(21)	9.5	90.5	
	50億円以上	(5)	20.0	80.0	
	無回答	(2)		100.0	

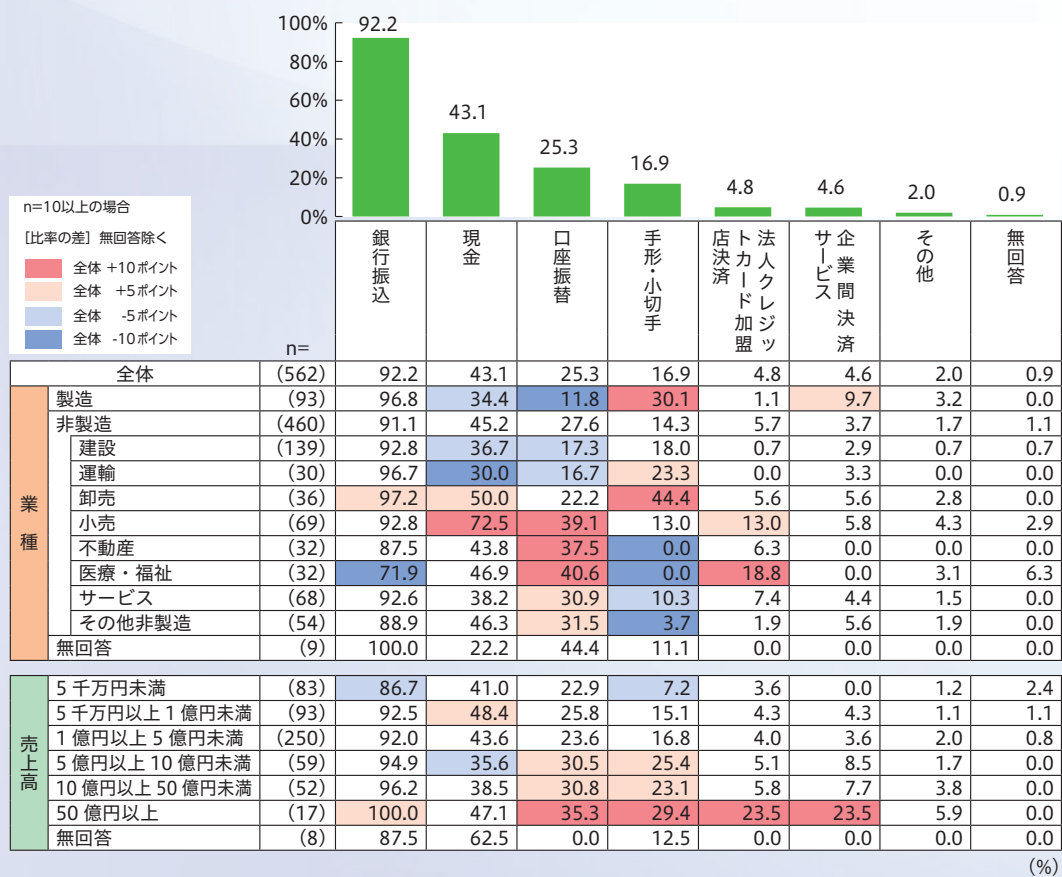
図表6 で会計システムを「導入済」と回答した企業が対象 1%未満のデータラベルは非表示 (%)

5. 取引先への請求について

取引先への請求に際し利用している決済方法は「銀行振込」が92.2%と大半の企業が利用している。次いで「現金」が43.1%であるが、非製造業の「小売」は72.5%に上り、業種による差が顕著に表れている。

「手形・小切手」は製造業が3割で、非製造業では「卸売」が44.4%と高い。売上高別「50億円以上」では「銀行振込」が100%のほか、いずれの項目にも多くの回答があり、代金回収の方法が多岐にわたっていることが確認できる。(図表8)。

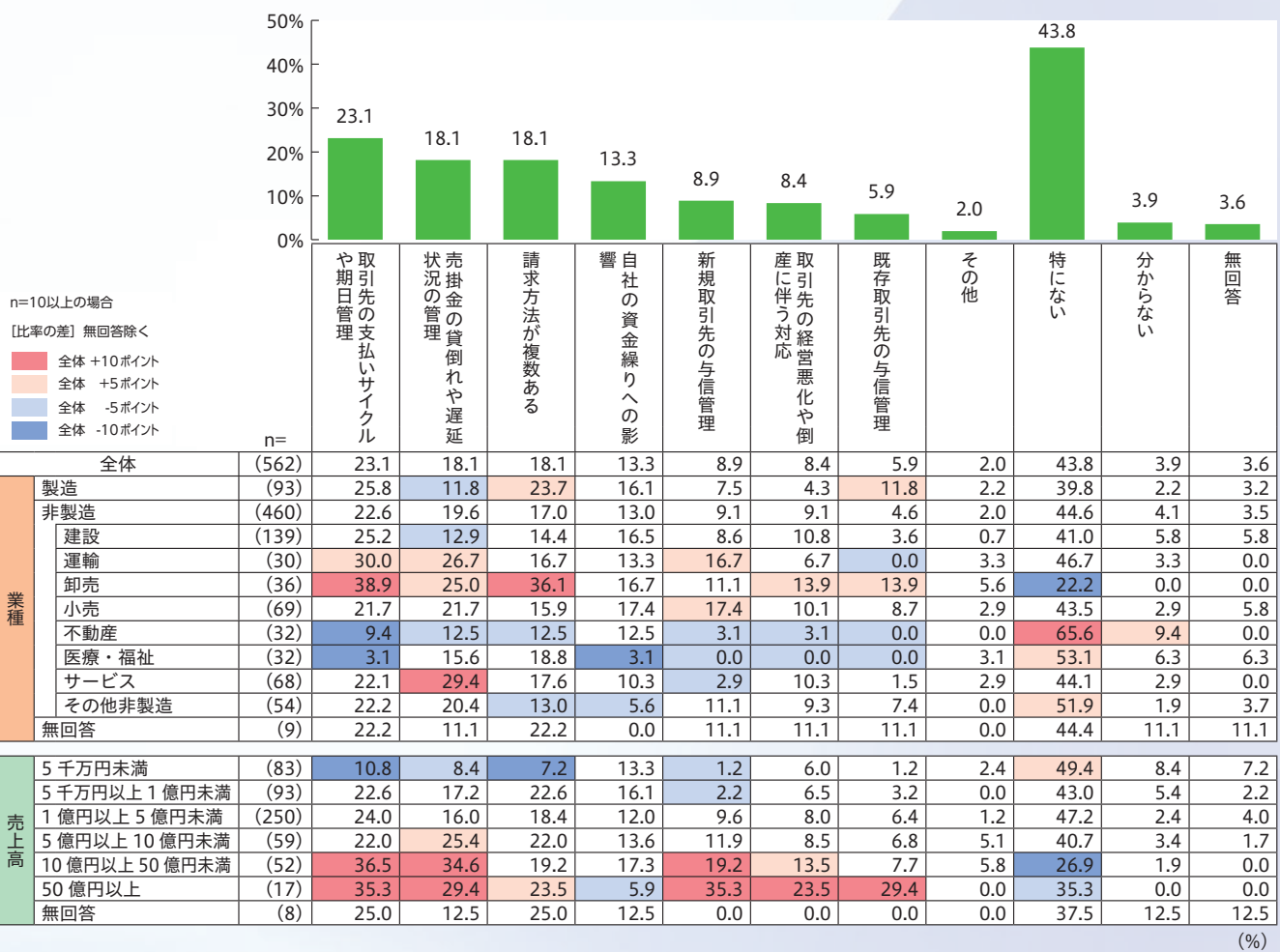
図表8 取引先への請求に際し利用している決済方法（複数回答）



6. 取引先への売上請求における課題

取引先への売上請求における課題は全体で「取引先の支払いサイクルや期日管理」「売掛金の貸倒れや遅延状況の管理」「請求方法が複数ある」が上位となり、取引先ごとに異なる対応が必要となること大きなネックとなっている。一方、「特にない」は43.8%に上っている。売上高規模が大きな階層ほど多くの項目に回答がみられる一方、「5千万円未満」では「特にない」が約5割と差がみられ、実際には課題がありながら課題として捉えていない企業が相当程度あるものとみられる（図表9）。

図表9 取引先への売上請求における課題（複数回答）



7. アンケート調査結果まとめ

今回のアンケート調査結果をみると、手形・小切手の全面電子化への対応は次第に進んでいる様子が見える。しかし、代替手段として「銀行振込（銀行窓口）」などにも回答があることから、県内企業においては、法人クレジットカードをはじめとする電子化への取組み余地が大きいとみられる。

企業取引におけるキャッシュレス化の流れを加速させるには、キャッシュレス化に伴うメリットをいかに享受できるかがポイントであり、啓発活動が重要とみられる。そのために、①県や市町村、関係団体などとの枠組み構築（情報の共有、共通のツール使用）、②キャッシュレス導入事業者の拡大（キャッシュレス導入事業者の増加は利用企業における利便性向上につながる）、③キャッシュレス化に対応できる人材の育成支援（中堅・中小企業の人材不足に対する支援）などが必要になると考えられる。