

第77回基本計画部会・第9回横断的課題検討部会（合同部会） 議事録

1 日 時 平成29年3月21日（火） 10:50～12:20

2 場 所 中央合同庁舎第7号館（金融庁）12階 共用第2特別会議室

3 出席者

【委員】

西村 清彦（部会長）、川崎 茂、清原 慶子、西郷 浩、嶋崎 尚子、白波瀬 佐和子、
関根 敏隆、永瀬 伸子、中村 洋一、野呂 順一、宮川 努

【審議協力者】

内閣府経済社会総合研究所所長、総務省統計局統計調査部長、財務省大臣官房総合政策課経済政策分析官、文部科学省生涯学習政策局上席生涯学習官、厚生労働省政策統括官（統計・情報政策担当）、農林水産省大臣官房統計部長、経済産業省大臣官房調査統計グループ長、国土交通省総合政策局情報政策本部長（大臣官房サイバーセキュリティ・情報化審議官）、日本銀行調査統計局参事役、東京都総務局統計部長

【事務局（総務省）】

横山大臣官房審議官

統計委員会担当室：山澤室長、永島次長、上田次長

政策統括官（統計基準担当）：新井政策統括官、吉牟田統計企画管理官、澤村統計審査官

4 議 事

（1）ビッグデータの活用に向けた取組

（2）多様化するサービス産業の計測に向けた取組

（3）平成27年度統計法施行状況に関する審議結果報告書（平成28年度下半期審議分）について

（4）その他

5 議事録

○西村部会長 それでは、ただ今から第77回基本計画部会・第9回横断的課題検討部会の合同部会を開催いたします。

本日は、河井委員、北村委員が御欠席です。

議事に入る前に、本日用意されている資料について、事務局から紹介してください。

○山澤総務省統計委員会担当室長 では、お手元の資料を確認させていただきます。資料1として、ビッグデータの活用に向けた取組ということで、内閣府、総務省統計局、経済産業省から資料が提出されております。その次に、資料2として、『サービス統計再

構築に関する調査研究』報告書」という資料がございます。これは、多様化するサービス産業の計測に向けた調査研究の報告ペーパーとして提出させていただきました。資料3として、下半期の審議結果報告書（案）がございます。この報告書（案）は、本日審議させていただきます。

私からの説明は、以上です。

○西村部会長 それでは、最初の議題に入ります。昨年10月の横断的課題検討部会において、本部会での年度後半の審議事項を決めておりますが、その中で、ビッグデータの活用に向けた取組として、行政機関におけるビッグデータの研究や活用の状況について報告を受け、今後の活用に向けて情報の共有を図るとされています。また、昨年12月に決定されました統計改革の基本方針では、ビッグデータの各府省での活用状況について、統計委員会において定期的に情報交換を行い、各府省において効率的な活用を努めるとされています。

こうしたことを踏まえ、本日はビッグデータの活用に関して、先行的に取り組んでいる内閣府、総務省統計局及び経済産業省に、それぞれの取組を簡単に報告していただくという形にいたしました。報告はそれぞれ10分程度で行っていただきたいと思っております。順番は、内閣府、総務省統計局、経済産業省で、質疑は3つの報告の後をお願いいたします。

それでは、内閣府、お願いします。

○茨木内閣府政策統括官（経済財政分析担当）付参事官 内閣府の経済財政分析担当参事官の茨木でございます。お配りしています資料1に基づきまして、説明をさせていただきますと思っております。

まず、1枚おめくりいただきまして、最初のページですけれども、こちら、昨年末に決められました統計改革の基本方針からの抜粋でございます。ビッグデータの活用について、早期かつ精緻な景気動向把握に資するビッグデータの活用を推進していくということでございます。この中で、内閣府としては、ビッグデータを使って新たな景気動向把握のために、POSデータを分析していく手法を開発するということを検討していくということになってございます。今日、御紹介いたしますのは、POSデータを用いた景気動向把握の、今の取組の中間報告ということでございます。

2ページ目、御覧になっていただきたいと思っております。私ども、ここで使っておりますのはPOSデータでありまして、ナウキャスト社からデータを提供いただいております。ここでは景気動向把握ということですが、まず第1弾ということで、物価の動向と景気動向の相関ということ調べようと思っております。そういった観点から、この物価指標を使っております。

POSデータの特徴ですけれども、全国のスーパーマーケット800店舗が調査対象ということで、ほぼ全国均等にカバーをしている。ただ、対象品目は、日用品、食料品、このようなものが対象でございます。左側に、T指数と言われているものと、総務省が発表されているCPIの動向、並べてお示ししておりますが、私どもが使っておりますのは、1989年から2016年末までのデイリーのデータを今回使って分析をいたしました。

それで、2ページの右下でございますけれども、T指数の価格変動に関しまして、いろいろ先行研究がございますので、私どもが今回やったのは、そういった先行研究のやり方をほぼなぞって再現をしてみたということでありまして、その先行研究を基にしまして、T指数の価格の動向、通常価格効果と特売効果に分けてございます。通常価格効果というのは定価の価格が変動したというもので、それ以外を特売価格効果としております。

更に通常価格効果の中を4つに分けていまして、通常価格の上方への改定頻度、要は何割ぐらいの品目が価格を改定したか。それと、価格の上方への改定幅、どれぐらいであったか。同様に、下方の価格改定頻度、それと、下方への価格の改定幅。この4つに分解をして分析をしております。

その結果ですけれども、その次のページ、3ページでございます。こうした通常価格効果、特売価格効果と分けて、まずは消費の動向、消費といっても食料支出額ですけれども、それとの相関を見ております。消費との相関そのものを見ると、それほど強い相関はございませんけれども、例えば上の段の一番右側ですけれども、通常価格の下方への改定頻度、要すれば、価格がより多くの品目で下がっているという時には消費も下がっているといった傾向が、こちらでは見られているということが考えられます。

もう少し広く、マクロの景気動向との相関を調べようということで、次のページ、4ページでございます。ここでは、私ども内閣府の経済社会総合研究所で作っております景気動向指数、C Iと言っておりますけれども、これとの相関、あるいは、そこで使われている個別の指数との相関関係を見ております。

左側、通常価格効果とそれぞれの景気指標との相関を見たものでありまして、通常価格効果の一番左側に、C I 先行、C I 一致、C I 遅行とありますけれども、C I の先行とはあまり相関ございませんが、一致、遅行、このようなところとは、ある程度、通常価格効果、正の相関を持っているというのがございます。右側、特売価格効果ですけれども、こちらの方も、C I の一致指数、遅行指数、このようなところと相関が見られるのかということでございます。

もう少しここを細かく見たものが、最後の5ページでございまして、この通常価格改定を頻度と幅に分けて見ております。こちらも同様でございまして、ある程度、通常価格改定の頻度、特に上方への頻度、このようなものの正の相関が見られているということがございます。逆に通常価格の下方への価格改定の頻度、これは逆相関をしているということで、ほぼ予想どおりの相関をしているのかというのがございます。

他方で、価格の改定幅というのは、必ずしも景気変動と予想されるような相関が見られていないというところがございます。ですので、あくまでここでは価格の動向を使って景気動向と比較しているということなので、景気の動向をこれだけをもって把握するというのはなかなか難しいところがありますけれども、一部のC Iについてはある程度相関が見られたということで、今後の課題としては、今回は価格だけを見ていますが、同時に売上数量、こちらの方も並行して見て、より包括的に景気の動向を把握できるように努めてまいりたいということで、今後も研究を続けていきたいということでございます。

簡単ではございますが、以上でございます。

○西村部会長 ありがとうございます。続いて、総務省統計局、お願いします。

○阿向総務省統計局統計調査部消費統計課長 総務省統計局統計調査部でございます。資料1のうち、「消費関連指標へのビッグデータの活用に向けた取組について」と題しました資料を御覧いただきたいと思っております。

それでは、早速表紙をめくっていただきまして、1ページ目でございます。消費関連統計につきましては、本統計委員会からも、景気指標としてビッグデータ等を含む新たな指標開発が必要との課題もいただいてございまして、私ども総務省におきましては、昨年9月から、高市総務大臣の主宰の下に、ここがございます「速報性のある包括的な消費関連指標のあり方に関する研究会」というものを開催しまして、検討を重ねてきたところでございます。

2ページ目が構成員とオブザーバー府省の方々でございまして、1枚めくっていただきまして、3ページ、4ページが研究会の開催実績でございます。総務大臣はじめ、政務三役出席の下、毎月1回の頻度で開催してございまして、これまで計5回、そして明日最終回となります第6回の研究会を開催いたしまして、報告書を取りまとめる予定でございます。

次の5ページをお開きいただきたいと思っております。指標開発につきましては、3つのアプローチを同時並行的に進めているところでございます。1点目は、マクロの消費変動をビッグデータ等から速報的に推計する方法の検討でございます。2点目は、やや足元の話になってまいります、ミクロの消費変動、世帯の消費変動を、家計調査を補完・補強しまして、疑似的にサンプルサイズの拡大を図って推計する方法の検討でございます。

3点目は最も足元の取組となりますが、家計調査そのものの改善でございまして、こちらにつきましては、大臣研究会と並行いたしまして、白波瀬部会長の下、昨年秋から部会審議を頂戴いたしまして、平成30年1月からの刷新と今後の課題についてお取りまとめをいただいたところでございます。この場をお借りしまして御礼申し上げる次第でございます。本日は、1点目のマクロ消費変動の推計につきまして、ビッグデータの活用に関する検討を中心に御説明したいと思っております。

次のページ、6ページを御覧いただきたいと思っております。消費統計のデータソースと考えてございますビッグデータとしましては、ここがございますPOS、それからEC、インターネット通販、それからクレジットカード、ポイントサービス、電子マネーなどが挙げられるところでございます。ビッグデータの活用につきましては、実務的・技術的な面からクリアしなければならない課題がございまして、技術的な面につきましては、今年の年明けから、各社の御協力をいただきましてPOSデータを入手し、分析・解析を行っているところでございます。

7ページから8ページ、9ページ、10ページにかけまして、途中段階ながら、その一端を御紹介させていただいてございます。店舗カバレッジの問題でございましてとか、商品構成の問題でございましてとか、店舗形態の違いでございましてとか、分類標準化の課題でございましてとか、多くの課題が見えてきてございますが、中でも最大の技術的な課題と

しましては、ビッグデータの持つバイアスの問題でございまして、1社や2社のデータを単純に集計しまして社会全体の動向をみなせる状況にはないという状況でございます。

11ページを御覧いただければと思います。ページを幾つかめくっていただきまして、11ページでございますが、ビッグデータだけをながめていましても解決にはつながらないということで、大学の先生方からも御指導・御助言をいただきまして、デザイン化された調査データも使ってビッグデータのバイアスを補正するアプローチを、現在、考えているところでございます。この場合、調査データも非回答標本や調査方法によるバイアスなどが考えられることから、これらのバイアス補正も同時に研究課題といたしまして、方法論の検討を進めているところでございます。

他方、ビッグデータにつきましても調査データにつきましても、現時点でそれぞれ属性の情報の欠測もしくは欠落が見られるところでございまして、次のページ、12ページを御覧いただければと思いますが、消費統計のデータソースといたしまして、我々が考えます属性情報を、分かりやすく5W2Hの形であらわしたものでございます。

これらを全て保有するデータは存在していないということでございまして、このため、13ページを御覧いただければと思いますけれども、複数種類の複数社のビッグデータを複合的に組み合わせまして、欠測している属性、欠測している消費者のカバレッジ、商品・サービスのカバレッジを補完・補正したデータ融合を考えているところでございます。

次のページでございますが、こうやって、標本調査では得られない、非常に肉厚の、解像度の高いデータを基礎にいたしまして、マクロの消費動向をビッグデータの即時性を生かしましてすばやく推計することを考えているところでございますが、その方法としましては、時系列の解析手法を使いまして、最新の変動をナウキャストする計量モデルの構築を検討しているところでございます。

これらにつきましては大学の先生方と共同研究を行ってございまして、来年度、実用化まで持っていきたいと考えてございますが、それ以前の問題といたしまして、実務上解決しなければならない、非常に大きな課題がございます。それはビッグデータそのものの利用でございまして、現在、ほとんどのビッグデータが、先ほどPOSを御紹介させていただきましたが、POSも非常に大きなところは入っていませんで、ほとんどのビッグデータが、実際には利用できる状況にはございません。ビッグデータの一つ一つを、企業の方々と膝を突き合せながら、利活用できるような環境整備から行っていく必要性がございます。

このため、次の最後のページでございますが、産学官連携の枠組みといたしまして、データの実用化に向けた研究協議会を、並行しながら来年度早々に立ち上げることと考えてございまして、現在、その準備を各企業と進めているところでございます。いずれにしましても、できるだけ早期にビッグデータの実用化を進めながら、併せて技術的な問題も解決しまして、課題となつてございます新しい指標開発をできるだけ早期に公表・提供できるように、努力を進めていきたいと考えてございますので、委員の方からの御指導などもよろしくお願ひしたいと思います。

私からの説明は、以上でございます。

○西村部会長 ありがとうございます。それでは、経済産業省、お願いします。

○高辻経済産業省大臣官房統計グループ調査分析支援室長 経済産業省の調査分析支援室でございます。どうぞよろしく願いいたします。私どもの方からは、お手元の「ビッグデータを活用した新指標開発の概要」という資料で説明をいたします。

まず、1ページめくっていただきまして、最初のシートでございます。私どもはビッグデータを活用した新指標開発ということとさせていただきますが、その目的ということを書かせていただいております。民間企業が保有いたしますPOSデータ、またはサイバースペース上に蓄積されておりますSNS等のデータ、これらビッグデータを活用して、既存の政府統計を補完するとともに、速報性が高く、景気動向をよりの確に把握できる新指標の開発ができないかということで、取組をしております。

背景は言わずもがなでございますが、左下のところに記載しましたとおり、昨今、POSデータ、SNSデータ、それから政府統計と、ビッグデータが非常に多く活用ができる環境になっております。また、演算処理の高速化などにより可能となりました高度な解析、または人工知能の技術、このようなものが相まって、取組ができる環境になっているという認識でございます。

私どもの方としては、真ん中のところに記載しましたけれども、既存統計の補完、拡充、詳細化、それから速報性に優れた指標と、このようなものを開発することによって、一番右側でございますが、主なメリットということでございます。政府にとって、正確な景気判断と迅速な政策の決定。それから民間事業者の方々にとっても、的確な経営判断、迅速な意思決定ができると。そういう効果が見込めると思っております。

それから、次のシート、2を御覧ください。私どもの取組の全体スケジュールでございます。現在、ステージを1、2、3と分けて取り組んでおります。中長期的な取組をしてございます。

ステージの1、これが平成28年度、今年度に該当いたします。ステージ1では、家電大型専門店分野を、実証として先行実証してございます。この点については、「小売業のうちの『家電』分野に限定してPOSデータを調達し」と記載してあります。POSデータを調達いたしまして、商業動態統計調査、ここの家電大型専門店部分を代替・補完し得るものがないかという取組をしてございます。それに加えて、POSデータやSNS等のビッグデータ、それから政府統計データですが、これらを連携させて、より付加価値の高い新指標の開発ができないかということで、例えば新指標開発コンテストの実施などもしてございます。

それから、ステージの2でございます。翌年、29年度に予定してございますが、今年度先行実施をいたしました家電大型専門店の実証事業を更に高度化するに加えて、スーパー、コンビニ、ドラッグストア、ホームセンター、このような対象分野を拡大して、POSデータを用いた新指標の開発を続けていきたいと。また、こちらも引き続きでございますが、SNSデータを用いた、POSだけでは把握できない部分を補完するという取組も続けていきたいと思っております。

そして、ステージの3、30年度以降でございますが、このような成果を踏まえて、ビッグデータのデータ提供を安定的に行えるスキームを構築して、新指標の公表を目指したいと思っております。

3ページのシート以降は、今年度の取組の成果の一端を御紹介させていただくということで、参考としてございます。

参考の1でございます。商業動態統計の家電大型専門店部分と、それから、データ収集をしている民間事業者の方がいらっしゃいますので、こちらの御協力を得まして集めましたPOSデータで比較をし、新指標の開発の可能性を探りました。結果については左下でございます。1年間の家電大型専門店、商業動態統計の数値を100%としますと、今回集めたPOSデータでございますけれども、商業動態統計で対象としている企業数と同じ企業数を集めることができましたので、そこは一致と。販売高、販売額については、88%のところまでカバーができた。12%ばかり、POSデータの方が少のうございました。

これを月別に見たのが右側でございます。青いグラフが商業動態統計の動きでございます。2015年11月を100として見ております。下の方のオレンジが、今回のPOSデータでございます。月によって差が変動しますが、大体9%から14%の範囲で変動していると。年間で12%ということになりました。この差についても分析ができておまして、一番大きなのは、その他という部分の影響でございます。非家電商品を入れる入れないというのが大きな差になってございました。もう一つは、通信販売の扱い等ございました。

それから、恐縮ですが、1つ飛ばしていただいて、5ページ、6ページを御覧いただきたいのですが、今回の取組で、指標の開発とともに、将来の迅速化・詳細化のイメージというものを取りまとめてございます。

まず、5ページのシートを見ていただきますと、5ページのシートの上半分が、現行の商業動態統計を念頭に置いておりますけれども、どのようなタイムスケジュールでやっているかということ、こうやって記載してあります。下半分が、POSを使うとどのぐらい早くなるかというシミュレーションでございます。

上の方を見ていただきますと、例えば調査対象期間、これを当月、例えば3月といたしますと、3月の結果は翌月の大体15日ぐらいにデータをいただいて、4月の28から31日と記載してありますが、翌月下旬に速報を出す。そして確報は翌々月ですので、5月の半ばぐらいということで、現在やっております。

これが、この下ですけれども、POSデータを自動で例えば日々いただけることになると、それを日報として収集し、週報としてまとめたり、あるいはそれを更に月報としてまとめると、大体データ処理については、いただいてから3日程度は最低かかるということが判明いたしておりますが、最大で月報としても、3月を対象とすると、4月の3日、4日には出せる可能性がある。これを現行の商業動態統計の確報のタイミングと比べますと、最大ですけれども、40日ほど迅速化が可能かもしれないということです。

それから、6ページのシートでございます。詳細化のイメージでございます。左側が現行の商業動態統計の家電分野です。大きく商品は6分野で公表してございます。AV家電からはじまって、その他となっております。内容例示というのが書かれておりますけれども、個別に数字が出ているわけではございません。これを、将来ということで、6分野の内容例示、そのレベルぐらいですと、POSデータを使って迅速に出すことが十分可能であると。大体6分野から100分類程度となっております。

恐縮でございます。お戻りいただきまして、4ページのシートを御覧ください。このようにPOSデータを例にしておりますけれども、迅速化、それから詳細化などを進めて、将来のビッグデータを使った新指標の、ビッグデータ収集のイメージということでございます。

このポンチ絵では、左側に当省、それから右側が調査対象として、調査客体を念頭に置いて記載してあります。一番上にはピンクの色で矢印を書いておりますが、現状では、調査客体の方に、ここ、見にくいですが、調査票に直接記入をいただいて、郵送もしくはオンラインで御提出をいただいているというのが現状でございますが、これを先ほど申し上げたような高頻度・多項目の御回答をいただくには、調査対象の方でPOSデータをお持ちの方は、直接、我々がお示したような高頻度・多項目の内容に沿った形にPOSデータを加工・編集をしていただいて、御提出をいただく。もしくは、自分ではできないという方もいらっしゃるかと思うので、その場合には、ここには代理提出事業者ということで仮に名前を付けておりますけれども、そういった方をお願いをして、ここのビッグデータと書いてあるものを、ローデータ、生データを提出して、加工・再編をしていただき、私どもに提出をいただくということが、一つのイメージとして考えられるかなと思ってございます。

私どもの新指標の開発も途に就いたばかりと認識をしてございますので、先ほどのステージ1、2、3に従って着実に進めてまいりたいと思っておりますので、引き続き御指導のほどお願いしたいと思います。以上でございます。

○西村部会長 ありがとうございます。それでは、ただ今の報告について、確認しておきたいこと、御質問等はございますか。また、府省間での情報共有ということも目的としておりますので、審議協力者である各府省からも積極的な質問をお願いいたします。

どうぞ、清原委員。

○清原委員 ありがとうございます。三鷹市長の清原です。ビッグデータにつきまして、統計改革の基本方針に基づいて、各府省が熱心に、かつ慎重に御検討いただいているということを伺って、大変敬意を表したいと思っております。特に重要なのが、せっかくの国民・市民の消費動向ですとかそうした統計を、調査の負担を減らしつつ、しかし的確に把握するために、ビッグデータの有用性を確認するために御努力いただいていると感じました。

そこで総務省に質問させていただきたいのですが、今回、「速報性のある包括的な消費関連指標のあり方に関する研究会」での丁寧な議論とともに、大学の研究者の皆様と、各ビッグデータのバイアス補正、データ融合及びマクロ消費推計のモデル構築について

も共同研究をされていると伺いました。こうした統計学的な研究というのがとても重要だと感じるのですが、併せて、当然のことながら、公益性を重視し、しかも匿名性を保証して、個人情報保護に配慮したビッグデータの活用を御検討いただいていると思うのですが、例えば個人情報保護法ですとか、現在の法制度で、このビッグデータの活用を進めていくに当たって検討課題となっていらっしゃる法務的な課題等が、この間の御研究で明らかになっていらっしゃるかどうかが、あるいは、そのほかのテーマでもよろしいのですが、今回の御検討の中で、今後の検討課題として示されたものがありましたら、お示しいただければ、共有することに意義があると思いますので、よろしくをお願いします。

以上です。

○西村部会長 それでは、総務省、どうぞ。

○阿向総務省統計局統計調査部消費統計課長 ありがとうございます。幾つか技術的以外のところも見えてきてございます。今、清原委員が御指摘のとおり、企業側の方は、個人情報保護、それから企業経営情報の保護、法人情報の保護といった観点から総論賛成で、ただ、実務的にはいろいろなところで、先ほど申し上げましたように、膝を突き合せながら課題クリアをしていく必要があるかと思えます。

1つは、先ほど清原委員が御指摘のとおり、個人情報の保護をしていく観点から、しっかりと、一言で言いますと、炎上が起こらないような対応をしっかりとやっていく必要性がございまして、この5月から匿名加工情報のデータが出てまいります。ただ、企業側の方は、いの一に自分たちがやりたいとはあまり思っていないところもございまして、また、加工方法も必ずしも各企業で確立できていないところもございまして、私どもと一緒に議論・研究をしながら、その中で方法論の、それぞれの企業の方も学んでいただくなり、自分のものにしていただくといったような取組が必要だろうとは思われます。

また、個人情報保護の観点で申しますと、現在、この統計作成のために、私どもがビッグデータを例えば入手したいと思ったときの、法的な特別な規定というのがあればいいのですが、今、現状でいきますと、個人情報保護法の枠組みの中で第三者提供を考えなければいけないといったような点もございまして、このようなところは、今後の統計改革の中でも御検討いただければ、材料になるかというような話かと思っております。

○清原委員 どうもありがとうございました。

○西村部会長 それでは、関根委員。

○関根委員 御説明、どうもありがとうございました。特に私自身は、経済産業省から御説明いただいたPOSの家電の指標が、非常に高いパフォーマンスというか、素晴らしい仕上がりになっていると思っているのですが、その関係で、今後の予定みたいなどころを確認させていただきたいと思った次第であります。

2ページのステージ1、2、3ということで、ステージ2にこれから着手されるということかと思うのですが、ここで挙がっているのが、スーパー、コンビニ、ドラッ

グストア、ホームセンター等となっていますけれども、ゆくゆくは百貨店とかも含めて、商業動態統計の小売の部分をデイリーベースで当てに行くということが、スコープに入っているのでしょうかというのが、1点目の質問です。

あと、2点目の質問は、そうしていくと、こちらの方が更に野心的になるのですが、サービスの方はどうかということです。御省は第3次産業活動指数というものをお作りになっていますので、サービスの方に関して、何か同様のアプローチで取り組むようなことができるのだろうか、そんなことも考えていらっしゃるのだろうかということです。

その2点について、確認させていただければと思った次第です。

○西村部会長 どうぞ。

○高辻経済産業省大臣官房統計グループ調査分析支援室長 御質問ありがとうございます。まず第1点、百貨店の話ですが、こちらの資料でホームセンター等と書かせていただいた、この「等」は、まさにその先、百貨店も考えてみたいと。商業動態統計においては、6業態が特出しで数字が出ておりますので、まずその6業態について、POSでどこまでできるかやってみたいと思っているのが現状でございます。将来、小売全体の話になりますと、POSデータで小売を全部カバーするのは、非常にこれは困難であろうと思っておりますので、それは将来課題かと思っております。

それから、2点目の、サービスはどうかというお話ですが、正直、まだサービスを、このスコープの中で捉えてはおりません。御指摘のとおり、将来の更なる課題かと認識しております。

○西村部会長 川崎委員、どうぞ。

○川崎委員 詳しい御報告、ありがとうございます。大変熱心な研究なので、期待しております。3点ほど、ややお答えになりにくいところもあるかもしれませんが、私なりの問題意識を申し上げながら質問させていただきたいと思っております。

1点目は、内閣府からの御報告ですが、これはPOSデータそのものを直接お使いになったというよりも、それを加工された会社のデータをお使いになったと理解いたしました。これは現段階での評価はどんなことだろうか、また、今後どのようにお考えだろうかということ、もう少しお話をいただけたらありがたいと思っております。

どういうことかと言いますと、これはもともと景気動向把握の早期化・精緻化というのが目標だということだと思います。そうすると、例えばこの4ページ目などを見ますと、これは非常に面白いと私は思って拝見しました。価格の設定の引上げなどが、左から3番目のC Iの遅行と相関が高いということで、要するに企業の価格の引上げというのは、ぎりぎりまで待つて渋々上げているような、今は商品の価格の付替えもなかなか難しいというようなことも起こったりしていることも現すのかと思います。そういう意味で、このPOSデータの指数に関して言えば、やや早期化にはなかなか使いにくいのかという印象を持ちました。そういったような評価とか、そうであれば、今後、ほかにどのような指標が視野に入れられるだろうかというのをお尋ねしてみたいと思っております。これが1点目です。

それから、3点ありますが、あとの件も続けて申し上げてよろしいでしょうか。

○西村部会長 どうぞ。

○川崎委員 2点目は、総務省、それから経済産業省へのお尋ね、あるいは全体にも係るかもしれないのです。大変いろいろな分析もされていて面白いのですが、このようなPOSデータでは非常に難しいことですが、母集団との関係がどうなっているのだろうかというのが、私は常にこれを見ながら気になっております。正確な母集団という情報がなかなかないのはよく分かるのですが、こういう企業からもらうようなPOSデータの中には、例えば店舗の範囲ですとか、その店舗のシェアなどの情報は分かるのでしょうか。あるいは、ここに含まれている売上の分類、商品なのか、サービスなのかとか、いろいろなものが入っていると思うのですが、データを実際利用されるときに、どれぐらい利用者側でそういう情報を見ながら分析できるのか、今の状況だけでもお教えいただけたらと思います。これが2点目です。

それから、3点目は、これも両省へのお尋ねですが、今後のデータのアクセスの問題で、いろいろな課題があることもおっしゃいましたけれども、もう1点、私、気になりますのは、データは購入することになるのか、それとも善意で無償提供していただくことになるのかということも考えなければいけないかと思うのです。というのは、以前、私、CPIの関係で、POSデータを購入する業務のことを聞いたことがあるのですが、随意契約でやるか競争入札でやるかというような、手続の透明性の問題が出てくるものと思います。随意契約でやるのが、このデータが欲しいという時には一番良いのですが、もう一方で競争性も必要だということになったりすると、非常に良いデータがあっても、欲しいという時になかなか得ることが難しいことも起こるのではないかと思います。

そういう意味で、購入の仕方をどのようにするのか、それとも無償で何らかの方法で、例えば統計調査の調査票の情報は原則無料でいただいていますけれども、そういうような形になるのか、どういうイメージを今後お考えになっているだろうかというのを、少しそのあたりのお考えを聞けたらと思います。

以上です。

○西村部会長 どうぞ。

○茨木内閣府政策統括官（経済財政分析担当）付参事官 御質問、ありがとうございます。内閣府でございます。私どもの取組について簡単に説明させていただきたいと思いますが、川崎委員の御指摘のとおり、4ページ御覧になっていただきますと、価格情報ですので、どうしても景気等の関係で言うと、遅行性を持っているということでもあります。ただ、これは価格平均をしたマクロの、これはビッグデータをデイリーで取っていますが、それを全部平均したものになりますので、例えば特売効果みたいな、セールをどういうタイミングで打つかとか、そういったものは、また別の情報を持っているかと思えますし、今後やっていきたいと思っておりますのは、ここは価格だけの情報ですけれども、例えばセールを打った時に、では対象の売上数量が増えるのか減るのか、そういったことも併せることによって、例えば消費者の財布のひもが固いかいというときは、例えば価格を下げてあまり売上げが伸びないとか、そういった行動も見られるかもしれませんし、その辺の情報をもう少し取り込んで、研究を発展させていきたいと考えております。

○阿向総務省統計局統計調査部消費統計課長 続けて、総務省でございますが、御質問ありがとうございます。まず、御指摘いただきました母集団との関係、それからビッグデータに含まれます消費者のカバレッジの問題、それから商品・サービスのカバレッジの問題、更には商品をどう分類していくかという問題、全て御指摘のとおりでございます。

最初の方は、私どもは、調査データ、家計調査だけではなくて、その他の世帯調査だとか、いろいろな調査データをデザイン化されたデータ、民間のデータも使いながら、ビッグデータのカバレッジが限定されている、偏りがあるといったところの補正をしていくというようなアプローチが1つと、それから、商品をどう分類していくかということにつきましては、例えば、ある1社のデータホルダーのデータの中に、数十の商品マスターが混在している。彼らにとっても非常にどうしたら良いのだろうというのが実際でございまして、私どもといたしましては、いずれにしても統計にする時に、例えば収支項目分類などにしていく必要性、まとめていく必要性がございますので、ここは統計センターのノウハウなどを使いまして、企業側の方にも、それぞれが持っているマスターと、コンバートする情報共有、これはまた企業にとりましては非常に魅力的といひましようか、やっていきたいという要素でもございまして、このような中で企業と連携しながら、複数、それこそ何十種類もありますマスターをコンバートしていく仕組みを取り入れていきたいと思っております。

それと、金額のお金の話につきましては、私ども、3段階の取組を考えてございます。私どもの資料の15ページを見ていただければと思いますが、研究協議会を立ち上げまして、第1段階から第3段階に入っております。第1段階は、基本的に今、企業とは、無償ということで、一緒に研究分析をそれぞれ当事者意識を持ってやりましょうということで話をしております。ただ、第2段階、第3段階に参りますと、私どもの都合も出てまいりますし、そこはこの協議会の中で協議をしていこうということにしております。

なお、参考まででございますが、私どもも今回、7ページから10ページまで、一部の分析状況を載せさせていただきましたが、1社で競争入札で安かったところで決めるというのは統計的にあり得ないと思われましたので、今回は各社の御協力もいただきながら、全て随意契約で各社のデータを揃えたというような調達を行いました。

○高辻経済産業省大臣官房統計グループ調査分析支援室長 経済産業省でございます。御指摘いただいた母集団との関係等でございますが、お手元の資料の方で、3ページのシートでお話をさせていただきましたけれども、今回は商業動態統計の対象と対象企業数を一致することができましたので、この分野については、ほぼ同程度のカバーができたということになります。ただ、これ、非常に稀有な例でありまして、ステージ2以降でチャレンジしようと思っておりますスーパーですとかコンビニの方に行きますと、このようなことは非常に難しいだろうということで、今、考えております。

それから、商品についても、先ほど申し上げたとおり、一部のカバレッジについては差がございまして、POSデータでマイナス12%という結果になってございます。この辺

は合わせるという努力は、今後する余地は多少残っているのかなど。先ほど申し上げた通信販売、このようなところについては、お持ちの事業者の方々に提出を促すとかいうことの可能性はあるのかと思っております。ただ、スーパー、コンビニの方へ拡大していくと、商品のカバレッジの話というのは、また顕在化をしていくという認識は持っております。

それから、データアクセスの件でございますが、現状は、今回の分析、新指標の開発に必要なデータは購入をさせていただき、今、やっております。将来、ステージの3、新指標の公表を目指すというステージになった時にはどういうスタイルが一番良いのかというのは、今後検討していきたいと思っております。

○川崎委員 ありがとうございます。

○西村部会長 ほかにいかがでしょうか。

白波瀬委員。

○白波瀬委員 ありがとうございます。専門が違いますので、あれですけれども、私もこの経済産業省の方から出されました報告については、極めて現実的であり、かつ完成度も高い御報告いただいたと思っております。

繰り返しの確認の質問になってしまうかもしれませんが、家電に限定されたことに伴うメリットというか、要するに対象を限定された結果としての今のご報告ということはあると思っております。この第2ステージが一番これからどうかということだと思うのですが、これに当たって全てを把握することはできないかもしれないという、そういう意味では非常に正当な御判断だと私は思うのですが、こういうのは大体どれぐらいのカバーの指標を目指されているのかとか、そのあたりというのは現時点でお考えですか。つまり、要するにスーパー、コンビニ、ドラッグストアという形で一つずつ拡大していくという作業にはなっていくと思うのですが、大体この程度のところでの対象、何というか、この指標としては、動向を把握するに当たっての、要するに明らかにできるところだという見通しというのは一つありますかというのが1点です。

あと、2点目は、申し訳ない、意地悪な質問かもしれないのですが、統計局で非常に御努力されているということも理解しているのですが、ずっと聞いていて若干気になるところは、要するに経済産業省の場合は、データそのものがもう限定しているのです。だけれども、非常にたくさんのレベルのいろいろなデータを同時に検討されていて、それでカバレッジを補強していくということを何度かおっしゃるのですが、これが私としては、果たしてそんなことはできるのかということが疑問に思いまして、例えば家計調査というのは別立てで議論もしてきましたし、それで部会としても結論は出したわけですが、ビッグデータをこういう形で景気動向として活用する場合に、このビッグデータを補強するという形でマッチングさせるようなイメージであるのかどうかというのは、野心的であるがゆえに混乱してしまうのですが、そのあたりは複数のデータを御活用なので、方針というか、基本的な質問になるのですが、どう思われていますかというのが2点目です。

以上です。

○西村部会長 どうぞ。

○高辻経済産業省大臣官房統計グループ調査分析支援室長 ステージ2においての目標とするカバレッジのようなものはあるかという御質問でございますけれども、結論で言うと、まだはっきりとした目標というのがあるわけではございません。というのは、スーパーですとかコンビニ等々、各社とのコミュニケーションは、これから本格化するということですので、大所の方々の御協力が得られれば、相当のカバーも可能ではないかと思うのですが、何せ29年度という、このタイミングで関係する方々全員の御協力が取り付けるかどうか、まだはっきりしてございませんけれども、ただ、総務省もいろいろ働きかけをしていただいているような環境にありますので、なるべく御協力をいただき、カバーを上げるという努力はしていきたいと思っております。

○阿向総務省統計局統計調査部消費統計課長 続けて、統計局でございますが、例えばPOSデータにつきましても、今、経済産業省がおっしゃったとおり、家電は私どもも認識しておりまして、そこはほぼ1社とか2社でカバーできるのは分かってございます。ただ、食料品含めて生活雑貨につきましても、大所のスーパー、大きなグループにいますが、そこは入っておりませんし、複数のデータを更に加工しないと、なかなか難しいだろうと思われまます。

また、POSデータ以外のものを考えているのは、通常のPOSデータでは、消費者の情報はそれだけでは分からないというのがございます。例えばカバー率が非常に大きいものになってまいりますと、クレジットカードのデータになってまいります、ブランド側の方で持っている情報には、店舗の情報と店舗の所在地の情報はございますが、商品情報は全くないのです。ですので、どのデパートでいつの時点で幾ら使われたということは分かっているのですが、何に使われたかは分かっていると。それは非常にカバレッジとしては広い範囲でクレジットカード会社の方とかはお持ちでございますので、このようなものを、例えば百貨店側の方のPOSデータと統計的なマッチングによりまして、その部分の分解をしていくであるとか、幾つかの情報を複合的にしていかないと見えてこない、解像度が高くなってこない。

また、むしろ複数のものを組み合わせていきますと、私どもの絵で申しますと、本当にここまでできるのかというのがあるかもしれませんが、12ページのように、5W2Hの形で書かせていただきましたが、こういう非常にいろいろなものが、あくまでも統計的な推測とかが入った、加工が入ったものでございますが、一つのシングルレコードとしてこういう情報を持ったものができれば、多角的な消費分析は、誰がどこで何をどのような目的で、どのような決済手段で幾ら使ってきたのかということが、こういうようなところが分解可能であるとすれば、それは非常に有効な分析資料にもなっていくかと思っておりますので、1年後どこまで到達できるかはありますが、将来的なto beとしての目標としましては、こういうところを頭に入れながら、複数の企業とお話を、今、させていただいているということでございます。

○西村部会長 ほかにいかがでしょうか。

永瀬委員、どうぞ。

○永瀬委員 非常に興味深い取組をいろいろと御報告いただいて、大変勉強になりました。内閣府の資料の細かいところですけども、2ページ目で、T指数とCPI指数の動きが載っているんですけども、もちろんCPIは総合で、T指数はここにあるように品目が日用品に限定されているということですけども、本当にタイムリーに動きが分かるというところでは非常に貴重だと思います。大体動きは合っているように見えますが、2014年に消費者物価は山が結構大きいものに対して、直近のところの2014、15、16では2年ぐらいT指数との山がずれてしまっているように見えます。つまりビッグデータで、日常的に、ある特定の店舗からの情報を非常に手厚く特定商品について手に入れられるということと、もう少し幅広い値動きとの間の乖離というのは、それぞれ注意深く分析していく必要があると思うのですが、ここについてはどのような御見解を持たれるか、教えていただけませんか。

○茨木内閣府政策統括官（経済財政分析担当）付参事官 2ページにCPIとT指数、並べてございますが、カバレッジが違うというのが一番大きいところで、いろいろ原油価格とか、あるいは為替とか動いてくると、それによって影響を受けるという品目がいろいろございますので、そのカバレッジというのが大きいかと思っております。

ただ、我々、何というのですか、ビッグデータを用いてマクロのインフレの状況を見ようということではなくて、個々の日々の動きというのが、何らかの消費者の支出する態度、マインドであるとか、そういったものを何か反映しているような情報はないかというのを、先ほど御覧になっていただきましたような特売効果とかといろいろ分けて、ミクロの行動をきめ細かく見ていこうということでありまして、その辺はCPIとはもともと捉えるものが違うということと、我々の利用の仕方も、マクロのインフレはもちろんCPIで見るわけで、ここで見たいというのは、それ以外の消費者のミクロの行動をうまく景気動向と相関して見られないかと、そういう試みでございますので、そういった御理解をいただければと思います。

○永瀬委員 ありがとうございます。

○西村部会長 私も言いたいことがたくさんあるんですけども、たくさんやっていると終わっちゃいますので、幾つか3つに分けます。

1つは、経済産業省、これは基本的には商業動態統計をある意味取り替えるという、そういう考え方でなさっているのであれば、話は非常に分かりやすく、是非やっていただきたいということですが、まずそれはそういうおつもりなのかということが1点です。

それから総務省に関しては、これ、要するに家計側のものなのか、それとも企業側のものなのかという、この2つがごちゃごちゃになっている感じがいたします。これ、2つは基本的には違うものなので、明確に区別して、そして、その中で組み合わせを使っていくということがあるのですが、そういうことですか。

それから3番目のことになるのですが、全体として、最初の段階ではこういう形で、それぞれの省が、自分のイニシアチブでいろいろなことをやっていただくというのは良いのですが、どこかでコーディネーションをしなければいけないという感じがします。

簡単に言えば、同じPOSのところ、総務省と、それから経済産業省と、両方から下

さいということになることは、ほとんど間違いない話です。そういうことからすると、これは今の議論より超越的なことになりませんが、どこかでコーディネーションを考える必要があるという形になりますので、これについては統計委員会としても少し考えなきやいけないことではないかと思えます。

それから、これで3点ですが、4点目は、細かい分類をする、つまり解像度を高めるということのほかに、全体を把握する、コントロール・トータルを把握するということが重要なわけです。このコントロール・トータルを把握するというので、例えば米国の場合であれば、先ほどクレジットカード会社の話がありましたが、米国の場合はクレジットカード会社というのは寡占が進んでいて、事実上1社プラス0.5ぐらいのところと一緒になっていますから、その1社のデータがあると、かなりの部分、コントロール・トータル、つまり全体が分かると。しかも大体3日から4日後に分かるということですので、そういう形で分かるわけです。それから、アメリカはクレジット社会ですから、基本的には現金では払っていませんので、そうすると、そこに非常に話は分かる。ところが日本の場合、それはうまくいかないのが、多分、最終的にはこのPOSの方から見ていくということになるのだらうと思えます。

そうすると、先ほど言ったコーディネーションの問題、それから、マクロでどういう形で全体を捉えるかということが重要になるので、そうすると、各府省を超えた、各府省より上にあるところでの把握というか、検討というのは、どうしても必要になると私は思います。これは質問ではなくて、私の判断であります。

それで、私が聞いた2点について、まずQEと商業動態統計です。商業動態統計を、完全にリプレースすることはできないにせよ、かなりの部分、速報的に把握していくということに使うのか、そういうおつもりなのかという。おつもりなのだらうと私は思うので、それを確認ということですが、まず経済産業省、どうですか。

○高辻経済産業省大臣官房統計グループ調査分析支援室長 今回の取組は、商業動態統計を一つの先行事例、ケースとしてチャレンジをしているということでございますが、商業動態統計の一部ですけれども、どこまで迫れるかということで、最大の努力をしているということでございます。もしも完全にカバーすることができ、先ほど申し上げたような詳細化・迅速化が可能ならば、将来、代替もあり得るかと思っております。

ただ、先ほど申し上げたとおり、企業数は一致することもできましたけれども、対象とする商品のアジャストですとか、あるいは今後考えておりますスーパー、コンビニ、このようなところになりますと、カバレッジがどこまで高められるかということを考えますと、できれば一部代替なんかできたら良いとは思っておりますが、まずは代替、それから補完、そういった機能がどこまで果たせるかということで、引き続き研究をしていきたいと思っております。

○西村部会長 それでは、総務省。

○阿向総務省統計局統計調査部消費統計課長 データはそれぞれ、確かに御指摘のあったとおり、企業側から、それから消費者側から抜いたデータである特性をそれぞれ持っておりますので、そこはごっちゃ混ぜにならないように、特性を意識しながら分析を今

後も進めていきたいと思っております。

○西村部会長 ほかに御質問はございますか。

川崎委員、どうぞ。

○川崎委員 先ほどの永瀬委員の御発言を聞きながら、内閣府の資料の2ページ目、2014年のところ、何でギャップがあるのだろうと一生懸命考えていたのですが、この問題は意外と大事なことではないかなという気がしてきたので、コメントとして申し上げます。これは内閣府が、確かナウキャスト社からこのような指数を受け取って、こう分析されているということで、それはそれで結構だと思うのですが、例えばこういうときに、なぜこういうギャップが起こるのだろうかという分析が、多分必要なのだろうと思うのです。

その例で、例えばこの場合で言いますと、2014年は消費税率の引き上げがあったということで、恐らく物価は上がっているはずだと思います。そうすると、T指数の方は上がっていないように見えるのです。これは例えば私の直感では、多分、品質調整とか、そういうようなのがどこまでできているかとかいうこともあったりするのかなと思うのです。そういうギャップを考えますと、利用する側から提供する会社の側に対して、この指数どうですか、このように直せませんかとかいうフィードバックがどれぐらい効くのだろうかというのが私は気になったのです。

つまり、利用する側も、恐らく有料の情報を買っているわけでしょうから、メーカーに対してものを言う権利が恐らくあると思うので、そういうフィードバックが、これって現実には、まだこのサービスが始まってどれぐらいか分かりませんが、どれぐらいできるのだろうかという疑問を持ちました。もしそのあたり、お考えになったりしたところがあれば、内閣府の方からも教えていただけたらと思います。

○茨木内閣府政策統括官（経済財政分析担当）付参事官 今、御指摘のあった点ですけれども、もちろんナウキャスト社、これは会社の営業としてやっておられることなので、社の方針ということもあると思いますけれども、今回の分析を行うに当たっても、我々も実務レベルで協働して作業を行いましたので、またこういう違いとかあれば、そういった点も分析対象に加えてやっていきたいとは思っています。

○関根委員 ナウキャスト社は、T指数のほかにS指数というのも出しています、S指数というのは、CPIに相当するところを当てに行くものです。ですから、彼らの立場からすると、T指数というのは、特売なども含めて、今、彼らのPOSデータを集めてみると、こんな価格になりますというものです。一方、S指数というのは、CPIの対応する品目の部分を当てに行くというものでして、我が社は当然ユーザーですから、極めて注意深く、日々モニタリングしております。今で言いますとS指数の方が結構上がってしまっていて、私どもとしては、これは良いことが起こるのではないかと考えて待っているのですが、なかなかT指数が下げ止まらないとかいうこともあり、千々に心が乱れながら、毎日こういうものをみているといった次第であります。

以上です。

○西村部会長 私はナウキャスト社とも関係がありますので、基本的にはPOSのデータ

というのは税抜きの情報がありますから、そういう調整はしているはずです。

ほかにいかがでしょうか。

これは、このビッグデータのものをここで情報共有するというのが、大きなマンドートの一つになっているのですが、今日のことから分かるように、単に情報共有だけではなくて、相互にある種の調整というのを多分図らなければいけないのではないかという気がいたします。そういうことで、これからどういう形で進むかは別とすれば、統計委員会が考えて、それなりに調整というのを、恐らくせざるを得ない。

その理由は、1つは、それぞれについて相当大きな、リソースの投入がなされているわけですから、そのリソースの投入が、オーバーラップが起きたりするようなことができるだけないような形で、しかし、それぞれの省の創意工夫というものを引き立てるような形でやっていく必要があるのだろうと思います。

それから、もう1点、これは経済産業省の資料の4ページのところですが、4ページのところの下にある代理提出事業者ですが、実際上は、例えばアメリカの場合は既に存在しているわけです。ビッグデータから、ここにAPIを使って、そこでこの事業者の情報が出て、その情報から、アメリカの場合は当局が情報を得るといような形でできているわけです。この業者は分析結果を調査対象に還元していると、そういう形で、もう既にこういうものは動いているわけで、逆に言えば、こういう形の動きというのを、単純にPOSデータを全部もらうというような形がずっとできれば良いのですけれども、なかなか難しくなってくる。

それから、POSデータだけではなくて、その他の企業の財務データというようなものも、単純に言えばPOSだけではなくて必要になってきますから、そういうものに関しては、こういうような新しい分野というものができてくるということが非常に重要なことなので、そういうような方向に持っていくような形というのを、経済産業省及びほかの省庁においても、そういうようなものの、バックグラウンドというか、素地ができるようなことをお願いしたいと思います。以上です。

それでは、このあたりまでにしたいと思います。ビッグデータを統計作成に向けた新たな情報源として活用するということは、非常に重要な課題であるということでもあります。しかし、ビッグデータは必ずしも統計作成を目的として集められたものではないために偏りが生じ、かつ、プロプライエタリーな情報である。そして、個人情報、個企業の情報が入ってくるということで、そういう部分に関しての慎重な配慮が必要であるというのは、先ほど清原委員がおっしゃったとおりであります。

しかし、この方向に向かっていくことは、これは避けられないことでもありますので、今、紹介があった事例だけではなくて、まだ活用に着手していない府省についても、その点を留意して、各府省に対応するビッグデータについての活用についての検討を進めていかれたいと思います。例えば労働のものに関しては、非常に大きなビッグデータがあるわけですから、そういったものを使うということは非常に重要な点でありますし、もう既にほかの国では使われているということもありますので、それを考えていただきたいと思います。

それでは、内閣府、総務省統計局、経済産業省に関しては、本日の御説明、どうもありがとうございました。

それでは、次は、同じく10月の部会で指摘しております「多様化するサービス産業の計測について」です。これについては、部会において「シェアリング・エコノミーの出現など複雑・多様化するサービス産業の活動の計測のあり方について、本年度、統計委員会担当室において調査研究を行うということとしており、その中間報告を部会で行って意見交換を実施する」としてしております。そのために、本日は、統計委員会担当室からその報告を受けたいと思います。

○山澤総務省統計委員会担当室長 それでは、資料2を御覧ください。「『サービス統計再構築に関する調査研究』報告書」ということで、まだ中間報告ではありませんが、御紹介いたします。

まず、4ページ目をお開きください。本調査研究の目的というところですが、この研究会自体の問題意識ということになります。生産性を正しく計測する必要があって、そのためにはアウトプットに関する情報が著しく不足しているということが挙げられます。単純に日本のサービス業の生産性が国際的に低いとするかどうかは、アウトプットが正確に測られているかどうかにも依存しているということになります。また、シェアリング・エコノミーなど、新たなサービス業が急増しておりまして、サービスの質をどのように計測するか、また、カバレッジをどうやって把握するかなどが問題になっております。そこで、本調査では、サービスの質に関する概念などの生産性概念の捉え方や、サービスの質の計測方法、また、新たな業態のサービス産業全体の統計について、研究をしております。

報告書全体の概要は5ページにありまして、まずGDPの理論的な意味の整理をしまして、サービス活動の類型化、第4章では質の計測方法、第5章ではシェアリング・エコノミーなどの把握、第6章で提案という構成になっております。

研究会の概要ですが、6ページ目をお開きください。座長は慶應義塾大学の商学部の中島隆信先生で、研究会はこれまで4回開いておりまして、海外へのヒアリング調査なども行っております。

簡単に、その内容を説明します。まず第2章ですが、8ページ目をお開きください。ここでは、GDPの理論的な意味を踏まえた計測上の重要な論点ということで、まず消費と投資に分類する。これは後で出てきますが、サービス商品についても消費と投資を考えるということです。あとは、サービス価格の適切な評価ということで、市場価格がない場合や市場が完全でない場合は、シャドープライスによる評価が望ましく、そうしたサービス価格を適切に評価する必要があるということです。第3点目は、消費者の効用の反映ということで、単純に支出をする消費から測るというわけではなくて、消費者の効用に資するものもGDPに反映されるべきではないかという問題意識で組み立てております。

次に、第3章についてですが、第3章については、13ページにまとめた表がありますので、御覧ください。ここでは、サービス業は多岐にわたっておりますので、その分け方

としまして、生産性が上がるためにはどのように考えれば良いかというか、生産性への影響度の違いによって、3つに分けております。

1つはインフラ系投資型サービスというもので、サービス産業ですが、投資的な要素を持っていて、投入が資本を増やして、資本ストックがあるというような考え方で、医療、教育、保育、福祉などのサービス業を考えております。

その他の部分については、エージェント系消費型サービスとコンテンツ系消費型サービスに分けております。エージェント系の方は、基本的には自分の会社などでやろうと思えばできるのですが、費用がすごくかかるといふものを代わりにやる業者があるということで、運輸、卸小売、通信、金融などの産業を挙げてあります。

3番目のコンテンツ系消費型サービスは、基本的には本質的なサービス産業ということになります。接客、興行、情報などで、サービスの質が料金を決めるというようなサービスになっております。こうした分類に分けて考えていくのが、これから良いのではないかという考え方です。

第4章は、具体的なサービスの計測方法について紹介してございまして、まだそれほど実用的なものにはなっておりませんが、18ページをまず御覧いただければと思います。これはインフラ系投資型サービスの例として、医療サービスのアウトプットの計測についての紹介になっています。

イギリスでは実際に医療のアウトプットを推計してございまして、それは費用で測るのではなくて、アウトカムというか、実際にどういう治療が行われたかということで測っております。それは患者数が量ですが、質には死亡率や患者満足度、入院や手術までの待機日数などを計算してございまして。それに関して日本に適用した例としては、深尾先生が計算した例があります。その後も、医療に関して、死亡率が下がったり、がんの治癒率が上がることによって効用が増えるということ仮定して計算した例が載っております。

もう1つの例として、22ページをお開きください。こちらは、もう1つのエージェント系消費型サービスの計測方法ということで、卸小売りの生産者価格指数の作成においてヘドニックモデルが使われているという海外の例が紹介されております。まだ、ヘドニックモデルを使わない例として、その下に中島座長の論文がありまして、需要曲線や供給曲線を想定することによって、需要曲線のシフトの一部が消費者評価の向上率につながっているのではないかということ仮定して、実際にタクシー業界について消費者の評価が向上した例について紹介してございまして。

続きまして、第5章に参りまして、ここはシェアリング・エコノミーなどの新しいサービス業についての分析となっております。29ページに概念図がありますので、これを使ってお話ししたいと思います。左側がシェアリング・エコノミーのイメージ図で、右側がネット上の無償サービスのイメージ図となっております。

現在の統計ですと、シェアリング・エコノミー、民泊とか、自動車の貸出し、個人がそういうことをやることでサービスが成り立っているということですが、企業としては、その仲介者として存在するわけです。現在は、手数料の支払いという意味ではある程度把握できてはいるのですけれども、実際のサービスの提供や利用は個人間で行われてい

て、実際にはここもサービスの提供であるので、GDPとして把握する必要があるのですが、その辺がまだうまく把握できていないので、統計上、この部分を把握する必要があるということです。

29ページの右側は、無償サービス、SNSなどのインターネットがタダで使える情報ですが、これをどのようにサービスとして捉えるかということになります。タダで使えるわけですが、消費者側はいろいろな便益を受けているわけですし、それはサービスが発生しているということになります。昔からあるテレビのようなモデルですと、タダで見られるけれども、そこには広告が入っていて、実際のお金は広告主が払っているという場合が考えられます。また、いろいろなインターネットの企業が、タダでサービスを提供する代わりに、ユーザーの情報を吸い上げて、どういう年齢でどういうところに住んでいてといった情報をデータベース化して持っていると考えれば、そういう企業が持つ資産への投資とも考えられるということで、そういった形で無償サービスなども把握していく必要があるのではないかとということになります。

最後は、第6章は、これからの提案ということで、36ページ以降になりますが、サービス産業の戦略的類型化、サービスアウトプットの基礎統計の整備、新たなサービスに係る統計情報の把握などが必要であると提案しております。

以上です。

○西村部会長 ありがとうございます。それでは、ただ今の報告について、確認しておきたいこととか御質問等はございますか。これは報告ですので。

川崎委員、どうぞ。

○川崎委員 大変レベルの高い報告を拝見しまして、私は正直言って大変勉強になりました。ただ、まだ勉強が十分できていないので、消化し切れていないと思いながら、何とかページをめくりながら拝見して、大変興味深く拝見しました。レベルの高さは、よくよく見たら、委員名簿を見れば、なるほどとますます納得したわけですが、それはさておきまして、私はこれを拝見して、もう1個、今後、委員会の中でもう少し議論をしたら良いかと思っておりますのは、一体この後、公的統計として何をどうしなければいけないのだろうかということは、せっかくここまで詰めていただいたら、いずれ議論ができたらと思いました。

といたしますのは、はっきり言って、かなり高いハードルだと思います。それをどうこなしていったら良いかというのは難しいところがあって、例えば先ほどの第4章の医療でしたか、このあたりのところも相当な分析が必要であったり、あるいはいろいろなデータ収集をしていく上でも、特に事業所・企業系の統計になってきますと、企業の負担とかいったようなものも出てくるかと思えます。そういうようなことを考えますと、一体、例えば極端なことを言えば、QEですぐ実現するのか、年次推計でGDPでやっていくのか、あるいは今後の研究課題として何年間のタームで開発していくのかとか、そういう何か大きな戦略的なことも考えていかないと、これは提言だけに終わったらもったいないという気がしましたので、是非このようなことを、また引き続きどこかの場で議論する機会を作れたらと思いました。

以上です。

○西村部会長 どうもありがとうございました。イギリスのケースも、これ、SNAに入っているわけではないので、まだそういうアウトプットを計測しましたという段階で、サテライトで入っているかもしれませんが、入っていませんので、だからこれをいきなりやるということではなくて、これはコンセプトチャライゼーションのペーパーということで、ほかの国ではこんな形にどんどん動いているので、我々も置いてきぼりにされていると困るといふのと、日本の基本的な考え方、ほかの国であって日本でないというのは、一つは例えばリテールのサービスの質というのは、ほかの国ではサービスがない国が多いので、あまり問題ありませんが、日本はサービスが非常に高いので、少なくとも高いと皆様が思っているわけで、そういうことに関してのきちんとした品質調整をして、品質調整済みのアウトプットなり何なりを計測する必要があるだろう、そういう問題意識で書いております。だから、これを例えば10年後の改定までに間に合わせるといふようなことは無理かというぐらいの、かなり大きな長いスパンの話になると思います。

ただ、喫緊の課題として出てくるのは、デフレーターと関係しますので、デフレーターのところをやるときは、きちんとしたこういう形の考え方を持つていく必要があるのだろうと思います。そういったものを含めて、最終的なところには記載し込んだほうが良いのかもしれない。

中村委員、どうぞ。

○中村委員 非常にレベルの高い報告なので、私も全く消化をしておりますけれども、例えば36ページに書いてあるような管理会計的サービス統計の構築というのは、これはそのとおりであると思います。ただ、その中で、投資的サービスのアウトプットについて、これは資本サービスをきちんと計測しようというように各国やっておりますし、日本でもそういう努力をするということになるかと思いますが、そのことはカバーできると思うのですが、この管理会計的サービス統計の構築、その中には何が入って何が入らないのかということ、次の基準改定での課題をはるかに超えるものとして捉えるにしても、ただ、どの辺まで考えるのかということ、今、委員長がおっしゃられたデフレーターの問題、これは非常に重要なことで、それはやらなければいけないと思いますけれども、どのあたりをどのぐらいまで考えるのかということ、もう少し、何というのでしょうか、保守的に考えるのも必要があるかと、そういう印象を持ちました。

○西村部会長 ありがとうございます。6章のところはアドバルーンを上げただけというところが実際のところで、こちらはできれば良いという、何といいますか、管理会計的サービス統計が一体何なのかと言われると、いささか困りますが、要は、つまり企業での管理会計に対応するような、戦略なり政策の指針となるような情報を与えるような会計というか、概念がきちんと分かるようなものを、サービス統計を作る必要があるだろうと。そういう基本的な方針ということです。

ほかにいかがでしょうか。

それでは、私は本当にまだ御意見伺いたいところですが、時間の関係もございますので、

このあたりにしたいと思います。サービス産業の計測というのはなかなか難しいテーマでありますし、担当室の今回の調査研究を、入り口の入り口というところですがけれども、更に研究を進めていく必要があると思いますので、引き続き検討していきたいと思ひます。

それでは、次の議題に移ります。平成27年度統計法施行状況に関する審議結果報告書（平成28年度下半期審議分）についてです。これまでの基本計画部会、横断的課題検討部会における審議を踏まえ、私と事務局で審議結果報告書の案を作成し、委員の皆様にも事前に御提示するとともに、事実関係等について各府省に確認していただきました。このうち、未諮問基幹統計である賃金構造基本統計及び建築着工統計の審議結果については、2月23日に開催した基本計画部会・横断的課題検討部会の合同部会で既に審議を終えていますので、本日は、横断的課題検討部会での審議結果を中心に御意見をお伺いしたいと思います。

では、報告書の概要について、事務局から簡単に説明をお願いします。

○山澤総務省統計委員会担当室長 それでは、今年度下半期の審議結果報告書の案について御説明します。資料は3でございます。

報告書の最初の「はじめに」は、上半期での報告書同様、概要もまとめました。第1章の検討の経緯等は、審議の進め方、審議結果などをまとめました。これらは事前に御確認いただいております。

9ページ目以降の第2章では、未諮問の基幹統計に関する審議結果をまとめており、内容については、前回の合同部会にて御承認いただいております。

29ページ目以降の第3章では、横断的課題検討部会での審議結果をまとめております。このうち、1、統計精度に関する計画的な検査等を行うべき課題は、前回の合同部会での骨子案を基に整理し、2、学術民間データの活用と一緒に、事前に御確認していただきました。

最後、39ページの3、その他は、先ほどの議論していただきました内容について、情報共有を図るという観点を中心に書いております。ここは本日初めて御覧になるかと思ひます。

報告書をどの部会で審議するのかということに厳密に言えば、「はじめに」と第1章、第2章は基本計画部会、第3章は横断的課題検討部会で審議するものとなりますが、本日は合同部会ですので、全体を通して審議できるものと考えます。

また、昨年4月の統計委員会で決定した「委員会と構成員が同一となっている部会の審議事項に関する委員会の議決について」において、委員会と構成員が同一である部会の審議事項については、部会の議決をもって統計委員会の議決とすることができるとありますので、この合同部会での御承認をもって、統計委員会の御承認としていただければと思ひます。よろしくをお願いします。

○西村部会長 ただ今の説明のありました報告書ですが、大部分は事前に委員の皆様にも確認をさせていただいており、大きな問題はないと思ひますが、第3章の横断的課題に関する審議結果についての3、その他は本日初めてということですので、その点について

御留意をお願いいたします。これを含めまして、全体を通して何か御意見、御質問等がございますか。

自分で言うのも何ですが、その他のところの、ビッグデータは単純に意見交換だけでは駄目という感じがありますので、何か加える必要があります。

○上田総務省統計委員会担当室次長 承知しました。

○西村部会長 意見交換ですが、各府省、非常に意欲を持って、すごく良い仕事をしてくれたので、逆に言えば、問題点もある意味はっきりしてきたというような感じがします。各府省がこういう形で良い仕事をしていただくのもあるのですけれども、全体としてどのように見ていくのかというところが重要なので、その辺についての、コーディネーションというのはどうしても必要という感じがいたしました。

それから、さきほど説明したサービス業の調査研究ですが、これは調査研究の中間報告ということで、意見交換を行い、情報共有を図ったと、この程度で十分ではないかと思っています。

ほかにいかがでしょうか。

特に御意見がないようですので、原案どおりで御了承いただいたものという形にしてよろしいでしょうか。

どうもありがとうございました。報告書は、本日の審議を踏まえて、必要な修正と文書審査を経て最終的に確定したいと思いますのですが、その確定は私に御一任いただくということでよろしいでしょうか。

どうもありがとうございました。それでは、最終的に確定した日にちをもって公表日としたいと思います。公表の段取りが整い次第、事務局から連絡させていただきます。

なお、審議結果報告書の統計委員会としての取りまとめについてですが、先ほど事務局から説明があったとおり、この合同部会の議決をもって統計委員会の議決とすることができますので、本日の取りまとめのとおりに、統計委員会としても了承したとさせていただきます。

本日予定された議事が終了しましたので、本日の部会はここまでとします。最後に、次回の部会の日程について、事務局から連絡をお願いします。

○山澤総務省統計委員会担当室長 次回の基本計画部会・横断的課題検討部会は、4月20日木曜日10時に開催予定の統計委員会終了後に開催します。具体的な時間、場所も含め、詳細につきましては別途御連絡いたします。

○西村部会長 それでは、以上をもちまして、本日の基本計画部会・横断的課題検討部会合同部会を終了いたします。ありがとうございました。