

第9回生産物分類策定研究会 議事概要

1 日 時 平成30年3月6日（火）14：00～17：45

2 場 所 総務省第二庁舎6階特別会議室

3 出席者

（構成員）宮川座長、菅構成員、牧野構成員、居城構成員

（審議協力者）中村審議協力者

（オブザーバー）内閣府（経済社会総合研究所）、金融庁、総務省（統計局）、財務省、厚生労働省、
農林水産省、経済産業省、国土交通省、日本銀行 ※文部科学省は欠席

（事務局）総務省（政策統括官室）

4 議 題

1 個別分野の検討について

（1）F 電気・ガス・熱供給・水道業

（2）L 学術研究，専門・技術サービス業（第3回）

2 研究会における議論等を踏まえた修正等について

（1）第6回研究会（L 学術研究，専門・技術サービス業（第1回））

（2）第7回研究会（H 運輸業，郵便業（郵便業を除く）（第1回））

5 概 要

事務局から、資料に基づき、「F 電気・ガス・熱供給・水道業」及び「L 学術研究，専門・技術サービス業」のうち、専門・技術サービス業の一部に係る生産物分類の分類原案及び第6回・7回研究会における議論等を踏まえた修正等について説明があった。

主な意見等は以下のとおり。

（電気・ガス・熱供給・水道業）

○ 各産業のサービスを見ると、全体的に生産、輸送、小売、検針、維持に分かれているものの、水道と熱供給には検針がないが、これはほかの項目に含まれているのか。

→ 熱供給については、把握することは難しいと思われるため設定していない。

水道については、水道局自身が検針を行えば生産物として設定されない可能性があるが、P扱いである料金徴収事務受託サービスを行う事業者が検針を受託していれば設定する可能性があるため、改めて確認したい。

→ 料金徴収事務受託サービスについては、新聞やNHKなども料金徴収事務を委託しているが、こうしたサービスを産業ごとに分けて設定するかは検討すべきである。

○ 「その他の水供給サービス」に農業用水は含まれるのか。

→ 現時点では、農業用水は「その他の水供給サービス」に含まれると整理しているが、農業用水の場合、自治体が農業用水の使用料を徴収することもあるが、土地改良区が管理することが多く、土地改良区は水の使用量ではなく土地の面積によって農家から賦課金を徴

収している。この賦課金を農業用水の使用への対価と判断するかはまだ検討中であり、日本標準産業分類において土地改良区が農業に分類されることから、農業の議論を行う際に併せて検討したい。

- 一般的に、ガスは都市ガスとプロパンガスを含む言葉であるため、生産物の「ガス」にプロパンガスを含まないのであれば、それが明確になるように名称の変更を検討すべき。
- 熱供給サービスは、熱供給事業法の対象かどうかで分けているが、毎年の事業活動の実績に応じて法律の対象になるかどうか変動するのであれば、分類が不安定になるので、区分方法を再検討した方がよい。
 - 熱供給事業法の登録がされているかどうかではなく、供給の方式が、地域熱供給（地域冷暖房）方式かどうかで区分してはどうか。
- 自宅で太陽光発電などを行っている場合も「発電」に含まれるとすると、調査でどれくらい把握できるか。
 - 世帯統計でなければ把握できないのではないかな。
- 上水道は供給サービスのみだが、電気のように生産、輸送、小売は区分されないのか。
 - 基本的に自治体が生産、輸送、小売を全て一貫して行っているため、生産物としては区分されないと思われる。
 - 当該自治体の地域外にある水源から水を供給する場合は、生産部分が別になるのではないかな。
 - 水道事業者である市町村に都道府県が水を供給する場合があるが、これは、水道用水供給サービスに含まれることになる。

（専門・技術サービス業）

- 「マルチメディアデザイン」は、定義が曖昧でほかの産業の生産物と重複するように思うので、重複がないように定義を見直すべき。
- 「イベント広告サービス」について、オリンピックのような一般的なイベントでの広告以外に商品の宣伝広告も含むようだが、何がイベントに入るのか切り分けが不明確である。
 - 調査回答者が認識可能な名称を使用すべきであり、広告業界においてどのような名称を使用しているのかよく確認してほしい。
- 広告代理店は、広告主から広告料収入、広告媒体から取引手数料収入をそれぞれ得るが、総合広告として広告料収入を得て、それが「総合広告サービス」に入り、広告媒体から得た取引手数料も総合広告サービスのテレビ広告に入るとすると、ダブルカウントになるのではないかな。
- 広告サービスには、広告の制作、広告の仲介、広告場所の提供の3つがあると思われ、最下層を見たときにどの広告サービスを指すのか誤解を招かないよう、広告枠販売仲介サービスの最下層の名称に、全て「仲介」と表示した方が良い。
- 電柱広告が屋外広告になるなら、送配電会社から、主業ではないが広告場所提供サービスが出てくることになるのではないかな。
 - 広告場所の提供は、様々な産業から産出されることが想定されるため、どの産業で広告場所提供収入を把握できるか、事務局で整理したい。
- 「インターネット広告サービス」の内容例示に電子メール広告があるが、電子メールに広告

を出すのと、電子メールを実際に送付するのとではサービスが違う。電子メール広告やモバイル広告がどのようなサービスを指すのか明確にすべき。

→ インターネット広告は、場所貸しと仲介サービスがあり得るため、「インターネット広告サービス」が仲介サービスであることを明示すべき。

- ネーミングライツも広告の一貫だが、生産物でどこに分類するか検討すべき。
- プラントエンジニアリングについては、建設との境界を決めないとやりづらいところがあり、建設の生産物とあわせて検討する必要があるのではないかと。
- プラントエンジニアリングについては、取引の実態を良く確認する必要がある。

(第6回研究会における議論等を踏まえた修正等)

- 「一般消費者」と「事業者」は日本産業分類では使わない表現のため、生産物分類と日本標準産業分類との関係を検討すべき。
 - 日本標準産業分類の改定後、生産物分類にフィードバックすることも考えられるため、日本標準産業分類の改定時に検討したい。
 - 必ずしも一緒でなくても良いのではないかと。
- 「法律サービス」について、労働問題は被用者向けと使用者向けで用途が異なるが、不動産問題については、事業者向けと一般消費者向けの用途は同じ場合もあるのではないかと。
- 「法律サービス」について、相続に係る不動産問題はどの分類に入るのか。バスケット項目を設定して、そこに入れざるを得ないかもしれない。
- 鉱物探査を「鉱業、採石業、砂利採取業」から除くと、「鉱業」の生産物が小さくなり過ぎるのではないかと。

(第7回研究会における議論等を踏まえた修正等)

- 「自動車等による広告サービス」の「自動車等」は必要ないのではないかと。どこで広告するかに関わらず、広告場所提供サービスとして検討するのではないかと。
- 輸送には、元請、下請、孫請があり、下請や孫請になると、細かく収入を把握していない可能性があり、調査で細かく分けても回答できないことが懸念される。収入が区分できない場合のためのバスケット項目を検討すべき。
- 航空機のコードシェア便の場合、航空機を実際に運行している会社と、運行会社から席を買い取り、消費者に席だけを販売するマーケティング会社がある。後者は商業的なサービスであり、運行会社がマーケティング会社に売った席代と、マーケティング会社が消費者に売った席代を別の生産物とすることに有用性があれば、分けて設定してはどうか。事務局において検討してほしい。

以上