

## サービス分野の投入額の把握について

### 1 これまでの経緯（SUT タスクフォース）

これまでのサービス産業・非営利団体等調査などの実施状況について、回答率などの分析結果から、記入者負担軽減の観点及び回答率向上の観点から、①アクティビティの費用ではなく、企業全体の費用の把握が望ましい、②産業別の調査票の導入が望ましい、③費用項目の集約が望ましいなどの議論がされた。

### 2 「産業」ごとの投入構造の違いについて（分析）

（「産業」内のばらつき）

「産業」ごとの投入構造のばらつきをみるため、平成23年サービス産業・非営利団体等調査（以下「23年調査」という。）の結果を用いて、対象アクティビティごとに、「中間投入計」／「費用計」のばらつきを比較した。

- ・一般に、多くの産業で中間投入比のばらつきは大きくなっている。分布の形状として、以下のようなタイプがある。

＊単峰タイプ

＊双峰タイプ

＊峰が特定できないタイプ

- ・このようなばらつきには、外注費や労働者派遣費用の有無の影響がみられる。これらの影響を除外して計算すると、多くの産業でばらつきが小さくなるが、依然としてばらつきが大きい産業がみられる。
- ・特に、以下の産業においては、ばらつきが大きく、調査の設計において留意する必要があると考えられる。

映像情報制作・配給業 峰がはっきりしない

各種物品賃貸業 峰は明確だが“ロングテール”

自然科学研究機関 峰がはっきりしない

興行場、興行団 峰がはっきりしない

### 3 「生産物」の把握の粒度について（分析）

費用項目の把握の可能性をみるため、23年調査の結果を用いて、対象アクティビティごとに、費用項目ごとの回答数と、このうち他項目とまとめて合計された回答数を比較した。

この結果を踏まえ、以下のような調査事項の見直しを行う。

### 4 見直しの方向性について

- (1) 2020年を対象とするサービス産業・非営利団体等調査については、以下のような見直しを行うのはどうか。

<調査項目>

- ・ 企業単位の費用の把握とする。
- ・ これまでの調査の回答状況などを踏まえ、費用項目のうち、従来、詳細に把握していた項目は、集約した項目のみを把握する。
- ・ 企業共通的な費用項目に加え、主たる生産物における特徴的な原材料等（3項目程度）については、一部把握する。
- ・ 企業共通的な費用項目は、経済構造実態調査より若干の項目追加を行う。
- ・ 調査項目の詳細については、下記イメージをベースに、来年度以降、調査研究を進め決定する。

● 現行の調査との比較

- ・ 全業種共通事項
 

通信費の内訳など一部削減し、比較的回答率が高いものを残している。(経済構造実態調査並みの調査事項)

ただし、前回までは指定されたアクティビティに要する費用であったものを企業全体の費用に変更
- ・ 業種別事項
 

これまでは、指定されたアクティビティに要する費用のうち「仕入・材料費」、「備品・消耗品費」などを詳細に調査していた（費用ごとに当該費用の分類と金額の回答を求めている）。今回は、これも企業全体の費用に変更の上、3項目程度に削減

| サービス投入調査（費用項目）の全業種共通事項イメージ（下線は経済構造実態調査でも把握） |                                  |
|---|----------------------------------|
| （企業等の全体の費用）                                 |                                  |
| ・   | 総費用（売上原価＋販売費及び一般管理費）             |
|   | 売上原価                             |
|   | 役務原価                             |
|   | 労務費                              |
|   | 旅費交通費                            |
|   | その他                              |
|   | 仕入原価                             |
|   | 製造原価                             |
|   | <u>材料費</u> （経済構造実態調査では飲食業、宿泊業のみ） |
|   | <u>労務費</u> （経済構造実態調査では飲食業のみ）     |
|   | その他                              |
|   | 販売費及び一般管理費                       |
| ・   | 総費用の内訳                           |
|   | <u>役員報酬・給与手当、退職金</u>             |
|   | <u>法定福利費</u>                     |
|   | <u>福利厚生費</u>                     |
|   | <u>租税公課</u>                      |
|   | <u>減価償却費</u>                     |
|   | <u>保険料</u>                       |
|   | <u>光熱水道費</u>                     |
|   | <u>電気</u>                        |
|   | <u>ガス</u>                        |

|   |   |
|---|---|
| 水道料   |   |
| 通信費   |   |
| 交際費   |   |
| 諸会費・寄付金   |   |
| 車両費   |   |
| 修繕費（経済構造実態調査では宿泊業のみ）  |   |
| 賃借料   |   |
| 土地・建物   |   |
| 情報通信機器  |   |
| その他   |   |
| 荷造運賃  |   |
| 研究開発費   |   |
| 外注分   |   |
| 自社費用分   |   |
| 教育訓練費   |   |
| 図書・印刷費  |   |
| 広告宣伝費   |   |
| 販売手数料（経済構造実態調査では冠婚葬祭業のみ）  |   |
| 支払手数料   |   |
| 労働者派遣費  |   |
| 委託費・外注費   |   |
| 法務財務会計サービス  |   |
| 情報処理・提供サービス   |   |
| 警備保障サービス（経済構造実態調査では学習塾のみ）   |   |
| 建物サービス  |   |
| 同業者に対する委託（経済構造実態調査では、ソフトウェア業、情報処理・提供サービス業、インターネット附随サービス業に対し外注費（国内）、外注費（国外）を把握）                      |   |
| その他の委託費・外注費（園芸サービスなど）   |   |
| （※経済構造実態調査では、冠婚葬祭業、映画館、興行場、公園・遊園地に対して、修繕費・点検費、建物サービス、園芸サービス費などからなる「施設管理費」を把握）                       |   |
| 備品・消耗品費   |   |
| 電子計算機・付属装置  |   |
| 電子媒体代   |   |
| 著作権使用料等（経済構造実態調査では、映像・文字情報制作・配給業（配給権獲得費（国内）、配給権獲得費（国外）、配収支払費、版權獲得費（国内）、版權獲得費（国外）を把握）及び音声情報制作・配給業のみ） |   |
| <b>業種別事項イメージ（主たる生産物に使用が限定されるものを把握。空欄は、主要な費用項目の列挙のみ（金額は調査しない）や、そもそもこの事項を把握をしないことも想定）</b>             |   |
| ・ 宿泊・飲食業、浴場業  | 食材費   |
| ・ 園芸サービス業   | 花き・花木類  |
| ・ 情報サービス業   |   |
| ・ 映像・文字情報制作・配給業   | 芸能プロダクション等に対する支払（経済構造実態調査では、制作費（出演料等の人件費））<br><u>制作費（人件費以外）</u><br>用紙代<br>塗料・インク代 |
| ・ 新聞・出版   | 用紙代<br>塗料・インク代<br><u>印税・原稿料</u>   |

|                   |   |
|-------------------|---|
| ・物品賃貸業            | <u>貸与資産原価</u><br><u>リース投資資産原価</u><br><u>資金原価</u>                                    |
| ・研究機関             |   |
| ・法務・財務・会計サービス     |   |
| ・広告               | <u>媒体費</u><br>テレビ・ラジオ広告<br>新聞・雑誌・その他広告サービス  |
| ・獣医業              |   |
| ・土木建築サービス         |   |
| ・写真業              | 写真感光材料<br>光学機械・レンズ  |
| ・洗濯業              | 石けん・合成洗剤  |
| ・理容・美容業           | 化粧品・歯磨  |
| ・その他の洗濯・理容・美容・浴場業 |   |
| ・冠婚葬祭業            | 木製家具<br>食材費   |
| ・映画館              | <u>上映映画料</u>  |
| ・興行場              | <u>選手契約料</u> ・ <u>出演契約料</u>   |
| ・競輪・競馬等の競走場・競技団   |   |
| ・スポーツ施設提供業        | 電球類<br>運動用品<br>衣服   |
| ・ゴルフ場             | 花き・花木類  |
| ・遊技場              | 娯楽用機器   |
| ・その他の教育訓練機関       |   |
| ・個人教授業            | <u>講師謝礼</u> （経済構造実態調査では教養・技能教授業のみ）<br>用紙代<br>出版<br>（※経済構造実態調査では教養・技能教授業に対し教材作成費を把握） |
| ・社会保険施設           |   |
| ・廃棄物処理業           | 衣服  |
| ・機械設計業            |   |
| ・各種修理業            |   |
| ・労働者派遣業           |   |
| ・建物サービス業          | 家具、時計   |
| ・警備業              | 衣服<br>その他の電気通信機器  |
| ・その他の対事業所サービス     |   |

#### <調査対象の選定>

- ・ 売上高のみならず、中間投入比でもばらつきが大きく、回答率も高くないため、調査対象の選定については工夫が必要である。
- ・ 現行調査は、リソースの限界もあり、「産業大分類」ごとに、売上高等の標準誤差率が10%に収まるように、それぞれの産業大分類ごとの対象数を決定した上で、各産業別各売上高規模階級には、売上高の分散を用いたネイマン配分により標本設計（想定回収率を加味）。

- ・ 今回は、産業（公表部門）ごとに、調査から得られる費用総額のうち中間投入相当分と売上高等の比が、一定の精度を確保できるように、調査対象の選定を行う。

① 売上高規模、産業による層化等の対象選定方法の見直し

経済構造実態調査では、売上高上位企業の全数を対象としているところ。本調査においても、売上高のばらつきが大きいため、売上高の大きい企業の結果如何で、調査結果が大きく変動。また、企業の産業やその生産物の産出状況の違いによって投入の違いが生じ調査結果の変動が予想される。

そこで、売上高規模や産業（作業部門）ごとに層化を行った対象企業の選定を行う。また、その際には、生産物の産出状況にも留意する。

② 産業（公表部門）ごとの誤差評価と集計結果の集約化

産業（作業部門）や各種物品賃貸業など中間投入にばらつきの大きいところの層化を行いつつ、産業（公表部門）ごとの中間投入比率の標準誤差を目標とした標本設計を行う。また、集計結果については、公表精度を確保できない計数については集約したもののみ公表する。

③ ヒアリングの実施

調査事項の縮減を行うことに伴い、調査で得られない費用項目の推計を行う必要があることから、これらの情報を得るため、特定の企業に対してヒアリングを行う。

(2) 2025年については、2020年の見直しによる結果を踏まえつつ、以下の課題を検討する。

- ・ 統計調査とヒアリングの役割分担の評価・見直し
- ・ 新たな分類に対応した調査項目、調査産業の見直し
- ・ サービス以外の部門の投入の把握の見直し
- ・ 経済センサス活動調査との関係の整理（調査対象名簿、データの利用など）
- ・ 経済構造実態調査との関係の整理