

資料 3

総務省統計局及び経済産業省

説明資料

(第 33 回部会の宿題)

## ○ 第33回サービス統計・企業統計部会(25.5.8)における確認事項

(野辺地専門委員からの質問)

従業員上の地位について、二つの会社において役員を兼務している場合、「事業所の従業者数」欄への記入はどのようなになるか。

## 【回答】

- 1 経済センサス - 基礎調査における従業者数とは、調査日現在、当該事業所に所属して働いている全ての人をいう。  
 ここでいう事業所とは、経済活動が行われている場所ごとの単位で、原則として次の条件を備えているものをいう。
  - ① 一定の場所(1区画)を占めて、単一の経営主体のもとで経済活動が行われていること。
  - ② 従業者と設備を有して、物の生産や販売、サービスの提供が継続的に行われていること。
  
- 2 したがって、調査票における調査項目「事業所の従業者数」のうち、「有給役員」欄には、経済活動が行われている事業所単位の役員数を記載することとなるため、事業所の役員として当該事業所から役員報酬が支払われている場合には、他の事業所と兼務している等にかかわらず、当該事業所の「有給役員」として記入することとしている。  
 つまり、一人の人が二つの会社において有給の役員を兼務している場合、各事業所において、それぞれ調査票に記入される。
  
- 3 なお、従業者には、他の会社などの別経営の事業所へ派遣している人も含まれる。その一方で、当該事業所で働いている人であっても、他の会社などの別経営の事業所から派遣されているなど、当該事業所から賃金・給与(現物給与を含む。)を支給されていない人は従業者に含めないこととしている。(個人経営の事業所の家族従業者は、賃金・給与を支給されていなくても従業者としている。)

## [参考]

## ■平成21年経済センサス - 基礎調査における民営事業所数及び有給役員数

○民営事業所数	5,886,193 (事業所)	
○従業者数(総数)	58,064,534 (人)	[100.0%]
・個人業主・無給の家族従業者	3,135,733	[ 5.4%]
・有給役員	4,188,122	[ 7.2%]
・常用雇用者	47,601,397	[ 82.0%]
(うち正社員・正職員)	30,549,889	
(うち正社員・正職員以外)	17,051,508	
・臨時雇用者	3,139,282	[ 5.4%]
○別経営の事業所からの派遣	1,670,325 (人)	

## 北村委員からの質問への回答

### 「電子マネーによる販売」の把握について

- ① 「電子マネーを使った決済がどれくらい増えているのかということ把握することは商業のみならず電子マネーに係る今後の流通施策等における基礎資料としての役割が期待される」との説明であったが、日本銀行の決済統計で把握されている点と比べて、本調査では個別企業毎の情報が得られるということに利点があるということか。

#### 【回答】

- 1 商業統計調査は、我が国の商業の実態を明らかにすることを目的として調査を実施してきている。このうち、決済手段の実態について把握するため、「年間商品販売額の販売方法別割合」を調査しており、平成26年調査においては、これまで「販売方法別割合」で「現金販売」に含めていた「電子マネーによる販売」を特掲することとしている。
- 2 電子マネーの動向については、日本銀行決済機構局による「最近の電子マネーの動向について」において、発行枚数・端末台数、決済金額・件数、電子マネーの残高が年々増加傾向にあることはわかるが、平成26年商業統計調査では、電子マネーが商業事業所においてどの程度利用されているかを、商品販売額の内訳として把握することが可能となる。

- ② 「電子マネーに係る今後の流通施策」とは何か。決済手段が多様化すること自体は金融システム上の問題であって、商業取引、企業情報にどのような政策上の意味をもたらすのか。

#### 【回答】

- 1 電子マネーは、消費者の支払いにおける利便性の向上に資するものであり、その利用が拡大傾向にあることは、前述の日本銀行決済機構局の発行枚数・端末台数の増加からもみてとれる。また、交通系ICカードの共通化により、さらに利便性が向上しており、今後ますます普及していくことが想定される。
- 2 さらに、大型店が発行する電子マネーを地域全体で共有して活性化につなげる事例も存在しており、決済手段の多様化のみならず、新たな仕組みやサービスの付加についても注目を集めている。
- 3 このような状況の中で消費者の利便性の要望に応えられるような環境整備が進むことが期待されており、商業事業所における決済手段の多様化の状況について、産業分類別、地域別、業態別等による集計結果として明らかにすることは、流通分野における今後の課題を考えていく上での基礎資料としてのみならず、流通業界においても非常に有益な情報となると期待される。

### 「インターネットによる販売」の把握について

- ① 「b インターネット販売の定義」については、定義すること自体が極めて難しい。インターネットを参照して最終的に店頭販売で購入するとか、あるいはその逆で、店頭で品質等をチェックした後にインターネットで購入するなどのケースもあり、厳密な定義は難しく、「b」で与えられた定義では上記のようないわゆる外部性は把握できないのではないか。

【回答】

- 1 商業統計調査は、消費者がインターネット上で行った購入申し込みを受けて企業が商品を販売した結果としての売上額を把握することにより、小売業の販売形態の多様化の実態について把握しようとするものであり、インターネット情報をどう利用したかではなく、インターネットを通じて商品売買契約を結んだか否かを判断基準としている。

- ② 「c 会計情報」において、会計情報から把握することのむずかしさが指摘されているのに対して、割合で答えるので問題はないというのは納得できない。販売額からインターネット販売の割合がわかるのであれば、金額ベースでも計算できるはずであるし、本当は難しいのであれば、答えとして得られる「割合」は大雑把な数字になり、統計数字として使えるのか。

【回答】

- 1 商業統計調査では、小売業における販売形態の多様化の実態を把握するために、年間商品販売額のうち小売販売額の商品販売形態別割合を調べている。
- 2 金額ではなく割合で記入するようにしているのは、比較的規模の大きい企業組織であれば、経営戦略上、販売形態毎に勘定を設けて経理しているものと思われるが、中小、零細規模の企業では、販売形態の区別なく単一の帳簿によりひとまとめに経理していることも予想されることから、記入者の負担感を軽減し、比較的容易に記入できるようにして、未記入率が高まることを防ぐためである。