

資料 2

經濟產業省 說明資料

④集計事項 ウ 変更事項3

a 業種別販売額等について、新たな推計方法はどのようになっているか。 (023)

1. 現行の業種別販売額の推計方法は、当該月に回収された調査票と前月に回収された調査票を照合し、両月とも回収されている事業所のみ販売額を業種・従業者規模別に合計し、対前月比を求め、前月の業種別・従業者規模別の販売額にその前月比を乗じて（比推計）、当月の業種別・従業者規模別の販売額を算出した後、業種別・従業者規模別販売額を業種別に合計し、業種別販売額を算出している。
2. 新たに企業調査分を追加して推計方法を行う業種は、以下【表1】においてシャドーがかかっている業種について、【表2】のイメージ図の方法で業種別販売額の推計値を算出する。
3. 事業所調査分の推計については、1. の従来と同じ方法で求める。
4. 企業調査分の推計については、企業調査において両月とも回収されている企業のみ販売額を業種別に合計し、対前月比を求め、前月の業種別の販売額（企業調査分）にその前月比を乗じて（比推計）、当月の業種別の販売額（企業調査分）を算出する。
5. 業種別に3. で求めた事業所調査分の推計額と4. で求めた企業調査分の推計額を合算することにより、当該業種別販売額の推計値とする。
6. なお、業種別販売額は比推計を行うため、平成27年6月分の業種別販売額の事業所調査分と企業調査分のスタート値が必要となる。スタート値は、平成27年6月分の業種別販売額の数値に平成24年経済センサス-活動調査から計算した販売額構成比を用いて按分する。

【表1】

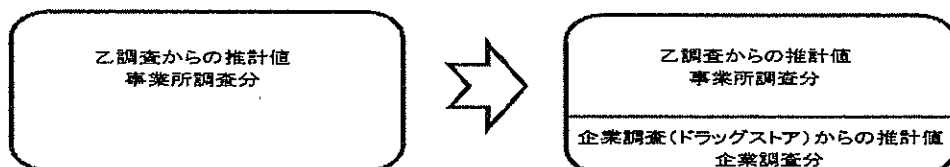
業種別販売額の系列(小売業)

業種名	推計方法(従来の事業所調査分比推計から変更の有無)
1 各種商品小売業	変更なし
2 織物・衣服・身の回り品小売業	変更なし
3 飲食料品小売業	変更あり(事業所調査分と企業調査(コンビニエンスストア)分の合算)
4 自動車小売業	変更なし
5 機械器具小売業	変更あり(事業所調査分と企業調査(家電大型専門店)分の合算)
6 燃料小売小売業	変更なし
7 医薬品・化粧品小売業	変更あり(事業所調査分と企業調査(ドラッグストア)分の合算)
8 その他小売業	変更あり(事業所調査分と企業調査(ホームセンター)分の合算)
9 無店舗小売業	※平成27年7月分より新設

【表2】

変更前: (例) 医薬品・化粧品小売業

変更後: (例) 医薬品・化粧品小売業



④集計事項 ウ 変更事項3

b 新たな推計方法の導入により、時系列比較の面でどの程度の影響が生じるか検討しているか。検討した結果、影響が大きい場合、何らかの対応をとることを想定しているか。(024)

以下の内容で試算を行った。

1. 業種別販売額のスタート値の算出
 - ① 新たな業種別販売額の推計（試算）を行うためには、スタート値が必要となる。専門量販店販売統計調査のスタートが平成26年1月分であり、前月比が算出可能となるのは平成26年2月分からとなる。
 - ② 従って、平成26年1月分をスタート値とし、平成26年1月分から平成26年2月分の伸び率を乗じて平成26年2月分の販売額（推計額）を試算する。
 - ③ スタート値（平成26年1月分）の数値は、平成26年1月分の業種別販売額の数値に平成24年経済センサス-活動調査から計算した販売額構成比を用いて按分する。
2. 試算期間
現時点で専門量販店販売統計調査は3月分であるため、平成26年1月分（スタート値）～平成26年3月分までとする。
3. 試算する業種
試算に必要なシステムを構築していないため、本作業は手作業で実施した。このため、試算は、小売業の「家電大型専門店」が属する「機械器具小売業」のみとし、商業計、小売業計、他の小売業については、作業が膨大となるため省略した。
4. 今回の試算は、特定の業種・期間に限定されていることから、今後は、平成27年7月分の公表に向け、他の業種についても専門量販店販売統計調査の結果を活用して推計方法の変更に伴う影響について検証を行うこととし、検証の結果に呼応した対応（連続性の確保）を図ることとしたい。

④集計事項 ウ 変更事項3

g 丁調査は企業を対象としていることから、販売額等に副業分が含まれる可能性はあるのか。含まれる可能性があるとするれば、これについて、何らかの対応をとるのか。
(025)

1. 今回の専門量販店販売統計調査の対象企業には、調査を開始するに際し、当省から調査票への記入について、各業界団体への説明、企業説明会（地方開催を含む）、個別企業への説明を行い、調査対象は、企業単体¹であることや他業種の店舗の数値や商品販売額以外の売上高は、含めないよう周知徹底及び指導を図ってきた。
2. 例えば、
 - ① 大型家電専門店調査の対象企業において、ホームセンターや修理専門店等の他業種の店舗の販売額は含めないこととしている。
 - ② ドラッグストア調査の対象企業において、当該企業がホームセンターやディスカウントストアの店舗を展開していても当該企業のドラッグストア調査票には、ドラッグストア店舗のみの報告となるため、他の業種に該当する店舗の数値が紛れて報告されることないと考えている。
なお、ドラッグストア調査の対象企業において、仮に当該企業がホームセンターを10店舗以上もしくはホームセンターの販売額が200億円以上を展開している場合は、ドラッグストア調査の対象に加えて、ホームセンター調査も対象となる。
 - ③ ホームセンター調査の対象企業において、スーパーや自転車専門店、アウトドア専門店等の他業種の店舗の販売額は含めないこととしている。
3. 以上のように各対象企業に対し、記入指導を徹底していることから、販売額等に副業分が含まれる可能性は無いと考えている。

¹ 連結ではなく、企業単体での報告を求めている。副業は、子会社が行っているケースがあることから、企業単体での報告を行うよう徹底を図っている。

⑥集計・公表方法について

a 本調査の実査の開始から確報公表までの各業務のスケジュールはどのようになっているか。(028)

1. 各業務スケジュールは【別添2】を参照。

⑥集計・公表方法について

b 集計方法の見直しやオンライン調査の促進により、公表時期の更なる早期化を図る余地はないか (029)

1. 今回の見直しにおいて、事業所を対象とした甲調査、乙調査及び丙調査の結果と、企業を対象とした丁調査（コンビニ調査、専門量販店販売統計調査）の両方の結果を利用した集計方法に変更する。
2. 現状の事業所調査と企業調査について「A：提出期日」「B：速報時」「C：確報時」における調査別の提出率を確認した。当省では精度の高い統計を提供する観点から「A：提出期日」（毎月15日）から「B：速報時」までの間、元々、事業者の内部事情により提出が遅れるとの連絡があったもの（以下「提出遅れ」）や督促を行うことによって、可能な限り調査票を回収することで現行の速報時点の提出率（「B：速報時」）を確保している。
3. 現行と同様の速報時の統計精度を確保するためには、「A：提出期日」において事業所調査及び企業調査の提出率が低調な調査を中心に提出遅れや督促による調査票の回収が必要と考えている。
4. 仮に「A：提出期日」までに回収した調査票を集計して速報を公表した場合、複数の調査において「B：速報時」の提出率と比べ、相当低いため、速報で上昇した販売額が確報では低下に変更されることもあり、これは大規模事業所が回収出来ないことも想定され、この場合、景気判断や2次加工統計に影響を及ぼすことも考えられ、公表時期の早期化を図る場合、現行の速報時点と同等の精度を確保した上で早期化を図ることが重要と考えている。
5. また、更なる公表の早期化に有効なオンライン調査の促進は、毎年²の提出促進運動（10月）を通じてオンライン調査の利用促進を図っているものの、昨今の利用率は頭打ちの傾向にあり、大幅な上昇は厳しい状況である。
6. 以上のことから、現時点においては、集計方法の見直しやオンライン調査の促進により公表時期の更なる早期化は困難である。
7. なお、一部業種では、業界団体において【別添3】のとおり、毎月、民間統計が作成されている。本調査の速報よりも早期にデータの入手²が可能で消費動向を把握する上で有用な情報である。

²本調査と業界団体のデータの主な違いは、本調査の方が業界団体に比べ地域別データ（都道府県別）の充実や対象企業数が多いことである。

⑦景気動向指数やSNA等への対応について

a 今回の変更内容について、景気動向指数や四半期別GDP速報等の利活用から見て問題ないか。(030)

1. 景気動向指数では、景気動向指数の一致系列の基礎データとして、本調査の結果（①卸売業前年同月比、②小売業前年同月比）が採用されている。四半期別GDP速報（QE）では、本調査の結果（③卸売業販売額、④小売業販売額、⑤商品別期末商品手持額（甲調査（大規模卸売店））、⑥商品別期末商品手持額（丙調査（大型小売店）））が利用されている。
2. 今回の変更内容において、影響が出るものと考えられるものは、上記1. ②④⑥となる。上記1. ⑥の変更内容は、四半期別GDP速報（QE）作成部署（内閣府）からの流通在庫の推計の精緻化の要請に応えたものであり、問題はないと考えている。
3. 他方、上記1. ②④については、業種別販売額の推計において、従来の事業所調査の結果のみから推計する方法から事業所調査と企業調査の結果から推計する方法に変更することとなるが、全体として動向に影響を及ぼすことは基本的に無いと考えている。
4. なお、平成27年7月分の公表に向け、今後も引き続き、2次統計作成部署に対し、見直しに伴う影響について情報提供を行うこととしたい。

小売業の各業種の変更は以下のとおり。

業種別販売額の系列（小売業）

	業 種 名	推 計 方 法（従来の事業所調査分推計から変更の有無）
1	各種商品小売業	変更なし
2	織物・衣服・身の回り品小売業	変更なし
3	飲食料品小売業	変更あり（事業所調査分と企業調査（コンビニエンスストア）分の合算）
4	自動車小売業	変更なし
5	機械器具小売業	変更あり（事業所調査分と企業調査（家電大型専門店）分の合算）
6	燃料小売業	変更なし
7	医薬品・化粧品小売業	変更あり（事業所調査分と企業調査（ドラッグストア）分の合算）
8	その他小売業	変更あり（事業所調査分と企業調査（ホームセンター）分の合算）
9	無店舗小売業	※平成27年7月分より新設

⑦景気動向指数やSNA等への対応について

b 商品や調査項目の詳細化等、更なる見直しについて、本調査のユーザーから要望はないか。 (031)

1. 四半期別GDP速報 (QE) 作成部署 (内閣府) より流通在庫の推計の精緻化のための品目分類の細分化について、丙調査 (小売業) の他に甲調査 (卸売業) の細分化 (現行18分類→23分類) についてもご要望を頂戴していた。
甲調査は丙調査に比べ、提出も遅い傾向にあり提出率も低いため、細分化による更なる記入者負担は、調査拒否に繋がる恐れもあることから細分化は見送ったところである。
2. また、現行の商品手持額 (卸売業、小売業) の表章について、速報は合計のみ確報は商品別に公表を行っている。
この公表方法について、四半期別GDP速報 (QE) 作成部署 (内閣府) より流通在庫の推計の精緻化のため、速報段階で確報と同様に品目別に公表してほしいとのご要望も頂戴していたが、当省としては、速報段階では商品手持額の回答率が低く、特に大規模な事業所ほど決算期における提出遅れが顕著に出ていることから、品目別の公表は難しい旨回答させていただいた。

⑨オンライン調査への対応について

a 本調査のオンライン調査の仕組みはどのようになっているか（政府共同利用システムか否か）。 (034)

1. 政府共同利用システムを利用している。
2. 平成12年からオンライン調査を導入しており、政府共同利用システムは平成22年から移行した。

⑨オンライン調査への対応について

b 電子調査票の様式はどのようになっているか。(PDF形式、HTML形式、excel形式等) (035)

1. 本調査は、PDF形式を導入している。
2. なお、本調査への組み込みを予定している専門量販店販売統計調査は、Excel形式⁶を採用している。

⁶ PDF形式の場合、企業の担当者がデータをセル毎に入力しなければならないが、Excel形式であれば、企業のデータを貼り付けることができ、特に全国に店舗展開している企業にとって利便性の向上が図られることからExcel形式としたもの。

⑨オンライン調査への対応について

c 本調査における調査票の回収全体に占めるオンラインによる回収の割合の推移はどのように推移しているか。 (036)

1. 本調査のオンラインによる回収割合の推移について

	オンライン回収率					
	合計	うち乙県経由 除く合計	甲	乙 (県経由)	(直送)	丙
H22年	15.9	46.4	20.9	2.0	25.9	51.3
H23年	16.7	46.3	22.1	2.9	24.3	50.9
H24年	17.3	46.6	22.7	3.2	21.3	51.3
H25年	17.5	45.9	22.7	3.5	20.8	50.3

乙調査のオンライン回答が少ない原因は、以下のとおり。

- ①調査員調査において紙調査票を配布しているが、調査事項が「月末従業者数」と「月間商品販売額」と少ないことからオンライン提出を行うよりも紙調査票に書いた方が早いこと。
- ②調査周期（最短で1年間）が短い。

2. 専門量販店販売統計調査のオンラインによる回収割合について

平成26年1月調査：27.5%

平成26年2月調査：31.0%

⑨オンライン調査への対応について

d 対象事業所に対するオンライン調査のPR等、報告を求める者がオンライン調査に移行することについて、どのように奨励しているか。 (037)

1. オンライン調査の未導入事業者に対しては、オンライン調査リーフレットを配布しオンライン調査導入を奨励するとともに、一部事業者⁷については、経済産業省が毎年行っている「提出促進運動（10月）」の際にもオンラインでの提出の要請を継続的に行っている。
2. また、平成26年1月分より調査を開始した「専門量販店販売統計調査」については、全調査対象事業者に対しオンライン調査リーフレットを配布するとともに、未導入事業者については再度の依頼を実施した。さらに、大手企業については、別途、調査説明会、電話及び直接訪問によりオンライン調査導入を奨励している。

⁷ オンライン導入の登録をしたにもかかわらず、未だ紙の調査票の提出を継続している事業者。

⑩本調査の課題への対応について

本調査は、統計審議会の答申「諮問第257号の答申 商業動態統計調査の改正について」（平成11年1月22日付け統審議第2号）において、以下のとおり、課題を指摘している。

- ① 事業所調査と企業調査の有機的な連携の在り方や役割分担等
- ② 事業所調査及び企業調査の標本設計の見直し
- ③ コンビニエンスストアにおける金融関連サービスの把握
- ④ 事業所調査と企業調査の一体的な集計・公表
- ⑤ 情報通信技術の積極的導入等による一層の公表の早期化に努めること

(038~042)

③コンビニエンスストアにおける金融関連サービスの把握について

1. コンビニエンスストアの取り扱う商品は「モノ」の販売だけではなく、消費者ニーズに合致した多様なサービスを取り扱っている。
2. 本調査（コンビニエンスストア調査）では、消費者のサービスの消費の観点から乗車券、チケット、コピー、宅配便などをサービス売上高として把握している。
3. コンビニエンスストアにおける金融関連サービスに該当するものとして、公共料金（電気代、水道代、ガス代、NHKなど）収納代行・ATMの手数料収入が考えられるが、金融関連サービスは、現行の本調査で把握しているサービス売上高に比べ、代金の増減が消費動向とは直接関係が無いことなど通常の「モノ」の販売活動とは異質であるため、サービス売上高に含めることは困難である。
なお、当省と同様の理由で民間統計（（一社）日本フランチャイズチェーン協会）も含めていない。

⑩本調査の課題への対応について

また、前回承認時（平成21年12月11日承認（軽微処理とすることについて統計委員会サービス統計・企業統計部会長の了承済））には、以下のとおり、課題を指摘している。

- ① 業種間及び従業者規模区分間の事業所の経年的な移動への適切な対応
- ② 「その他の小売業」の目標精度を確保するための標本抽出方法の改善
- ③ 小売業販売額の地域別公表の在り方 (043～045)

① 業種間及び従業者規模区分間の事業所の経年的な移動への適切な対応

1. 従業者規模³区間の移動については、同一業種内で動くことは、月次の経済活動では自然なことである。現時点、把握している中では、従業者規模2段階以上⁴と大きく動くケースは、従業者規模ごとの移動率で0～2%以内に収まっており、販売額推計への影響はほとんど無いものと考えている。しかし、大きく動く調査対象がどの程度あるのかについては、引き続き毎月の調査の中で観察していくことで対応する。
2. 業種間移動については、平成26年度より、実査において調査票内の「備考欄」を活用するなど、業種移動した場合の情報把握を徹底し、仮に移動した調査対象があった場合は、対象外（代替対象を選出する）として販売額推計には活用しないこととして対応する。

② 「その他の小売業」の目標精度を確保するための標本抽出方法の改善

1. これまでの対応は、前回（平成22年）の標本替えにおいて、「その他の小売業」から「医薬品・化粧小売業」を取り出し表章した。
2. 今回の見直しにおける標本抽出方法の改善として、専門量販店販売統計調査（ホームセンター）の企業調査分の組み入れにより、ホームセンター対象企業傘下の店舗（約4000店舗）は、丁調査（企業調査）において捉えることができ、丁調査（企業調査）対象企業傘下の店舗を除いて標本抽出を行うことで対応する予定である。

³ 従業者規模：①1～9人、②10～19人、③20～49人、④50～99人、⑤100～199人、⑥200人以上の6区分。

⁴ 従業者規模2段階以上：従業者規模1～9人の事業所が、従業者規模20～49人に移動するケース。

2 商業動態統計調査（基幹統計）の指定の変更（名称の変更）

a 基幹統計調査の調査結果である基幹統計の名称については、紛れが生じないよう適切な名称とすべきであり、既存の基幹統計の名称との関係や、報告者及び利用者への分かりやすさを踏まえ検討する必要がある。

なお、例示として挙げた「商業動態統計」のほか、「商業販売統計」とする案も考えられる。

	商業動態統計	商業販売統計
メリ ット	<ul style="list-style-type: none"> ・本調査の結果から作成された統計であることを端的に表している。 ・商業に係る動態調査であるという本調査の位置づけが名称からみても明確になる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・これまで「商業販売統計」として結果を公表していたため、利用者にとってなじみがある。
デメ リッ ト	<ul style="list-style-type: none"> ・これまで「商業販売統計」として結果を公表していたため、利用者が一時的に混乱する可能性がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・商業の販売の把握という意味では商業統計も同様の役割を担うため、本調査の名称として妥当かどうか疑問がある。 ・本調査の結果から作成された統計であることが明確ではない。

(046)

1. 現行の基幹統計の名称は、基幹統計調査の名称と同じ“商業動態統計調査”となっている。これでは、基幹統計調査の名称と基幹統計の名称が同じであり、紛れが生じてしまうことから、今般、基幹統計の名称を調査の名称と紛れが生じないよう“商業動態統計”に変更することとしたい。
2. しかし、現行の公表物（冊子）の名称は、速報、確報等においては「商業販売統計」という名称を使っている。
3. こうした中、当省では、統計の名称を検討する際、現行の公表物（冊子）の名称も含め、検討した結果、仮に現行の公表物（冊子）において表記している「商業販売統計」を統計名とし、調査名もこれに合わせる形の「商業販売統計調査」とした場合、調査対象者（事業所又は企業）において初めて目にする調査名称であることから調査に混乱を起こす恐れがあり、最悪の場合、調査拒否に繋がる恐れがある。
4. 他方、平成22年11月付け総務省政策統括官の事務連絡によると、「「基幹統計」「基幹統計調査」の名称を明確に分ける措置」が各省に対して連絡され、統計調査名称と統計名称が同一の場合、例えば、“調査”という名称を削除するようにとの通達が発出されたこと、他の月次の政府統計の名称においても“動態”という名称を使っていることから他の類似の政府統計名との整合を図る上でも“商業動態”が適当と判断し、基幹統計の名称は“商業動態統計”に変更する。
5. なお、統計名称の変更により、統計利用者（ユーザー）の混乱を招かないために、

平成27年7月分からの速報及び月報のホームページや定期刊行物（冊子）において、一定の期間（1年程度）、そのタイトルについて両方併記することで、新名称の浸透を図ることとしたい。