

平成26年3月24日
総務省政策統括官（統計基準担当）

諮問の概要

1 諮問事項

基幹統計調査である「商業動態統計調査」（以下「本調査」という。）の平成27年7月分以降の調査の実施に当たり、統計法（平成19年法律第53号。以下「法」という。）第11条第1項の規定に基づき、経済産業大臣から申請のあった以下の変更を承認すること。

あわせて、法第7条第3項において準用する同条第1項の規定に基づき、基幹統計である「商業動態統計調査」の指定の変更（名称の変更）を行うこと。

2 変更の概要

（1）商業動態統計調査（基幹統計調査）の変更

平成27年7月分以降に実施する本調査について、調査計画における①調査対象の範囲、②報告を求める者、③報告を求める事項及び④集計事項を以下のとおり変更する。

① 調査対象の範囲

丁調査（企業対象）において、新たに「家電大型専門店」、「ドラッグストア」及び「ホームセンター」を調査対象業種に追加する。

変更前				変更後			
種別	種類	調査対象	対象	種別	種類	調査対象	対象
甲調査	指定事業所甲	・従業者200人以上の卸売事業所等	事業所	甲調査	指定事業所甲	・従業者200人以上の卸売事業所等	事業所
乙調査	指定事業所乙	・指定事業所甲以外の卸売事業所	事業所	乙調査	指定事業所乙	・指定事業所甲以外の卸売事業所	事業所
		・自動車小売事業所等の小売事業所				・自動車小売事業所等の小売事業所	
	指定調査区乙	・従業者20人以上の小売事業所のうち指定事業所内を除いたもの			指定調査区乙	・従業者20人以上の小売事業所のうち指定事業所内を除いたもの	
		・経済産業大臣が指定した調査区内に所在する従業者数19人以下の小売事業所	事業所			・経済産業大臣が指定した調査区内に所在する従業者数19人以下の小売事業所	事業所
丙調査	指定事業所丙	・従業者50人以上の小売事業所のうち百貨店及びスーパーに該当する事業所	事業所	丙調査	指定事業所丙	・従業者50人以上の小売事業所のうち百貨店及びスーパーに該当する事業所	事業所
丁調査	指定企業丁		企業	丁調査	指定企業丁		企業
		・コンビニエンスストア(一定規模以上)				・コンビニエンスストア(一定規模以上)	
		(新設)				・家電大型専門店(一定規模以上)	
		"				・ドラッグストア(一定規模以上)	
"	・ホームセンター(一定規模以上)						

【説明】

本調査の「百貨店」、「スーパー」及び「コンビニエンスストア」の結果は、月例経済報告（内閣府）に主要経済指標として掲載されていることから、今回、平成24年経済センサス-活動調査の結果において当該業種とほぼ同じ市場規模である「家電大型専門店」、「ドラッグストア」及び「ホームセンター」の動向について新たに把握することにより、内閣府等が景気判断を行う際の基礎資料の提供に資する。

② 報告を求める者

ア 変更事項1

本調査の母集団情報を平成19年商業統計調査結果から平成24年経済センサス-活動調査結果に変更する。

【説明】

本調査は、これまで平成19年商業統計調査（基幹統計調査。経済産業省）の情報に基づき、報告を求める者を選定していた。この度、平成24年経済センサス-活動調査（基幹統計調査。総務省・経済産業省）が実施さ

れ、平成25年11月及び平成26年2月に結果が公表されたことを踏まえ、本調査の母集団情報を直近のものに変更する。

イ 変更事項 2

丁調査において、「家電大型専門店」、「ドラッグストア」及び「ホームセンター」を調査対象業種に追加することに伴い、報告を求める者として当該事業を行う企業を新たに選定する。

【説明】

「家電大型専門店」、「ドラッグストア」及び「ホームセンター」の報告を求める者として、以下の企業を抽出することとしている。

i 家電大型専門店

家電大型専門店（日本標準産業分類（平成19年11月改定）の細分類5931「電気機械器具小売業（中古品を除く）」又は細分類5932「電気事務機械器具小売業（中古品を除く）」に属する事業所のうち売場面積が500㎡以上のもの）を10店舗以上有する企業

ii ドラッグストア

日本標準産業分類の細分類6031「ドラッグストア」を50店舗以上有する企業又はドラッグストアの年間販売額が100億円以上の企業

iii ホームセンター

日本標準産業分類の細分類6091「ホームセンター」を10店舗以上有する企業又はホームセンターの年間販売額が200億円以上の企業

ウ 変更事項 3

丁調査において報告を求める者となった企業の当該業種の傘下の事業所は、乙調査及び丙調査の調査対象から除外する。

【説明】

本調査では、これまで、小売業の事業所を対象とした乙調査及び丙調査と、企業を対象とした丁調査との間で報告を求める者の調整を行っておらず、結果的に重複してデータを把握している事業所が存在していたため、今回、この是正を行う。

③ 報告を求める事項

ア 変更事項 1

丁調査において、「家電大型専門店」、「ドラッグストア」及び「ホームセンター」を調査対象業種に追加することに伴い、報告を求める事項として「商品別月間商品販売額」、「都道府県別月間商品販売額」、「都道府県別月末店舗数」及び「期末商品手持額」を新たに把握する。

また、従来から丁調査で調査を実施している「コンビニエンスストア」において、地域別の商品販売額等の把握を地方経済産業局単位から都道府県単位に変更するとともに、既存店における商品販売額等の項目を削る。

【説明】

都道府県における景気動向を把握するための基礎資料を得るため、丁調査で都道府県別の商品販売額等を把握する一方で、報告者負担の軽減の観点から、既存店における商品販売額等の項目を削る。

イ 変更事項 2

丙調査で把握する期末商品手持額について、従来の4品目（うち計項目1）から10品目（うち計項目1）に細分化する。

【説明】

国民経済計算（基幹統計。内閣府）の四半期別GDP速報における流通在庫の推計精度の向上に資するため、商品販売額の商品分類に合わせる形で期末商品手持額の商品分類の細分化を行う。

④ 集計事項

ア 変更事項 1

今回、(i) 丁調査の調査対象業種として「家電大型専門店」、「ドラッグストア」及び「ホームセンター」を追加、(ii) 丁調査のうち、「コンビニエンスストア」における地域別売上高を都道府県単位で把握、(iii) 丙調査の期末商品手持額の細分化といった見直しを行うことに伴い、関連する集計事項を追加・変更する。

【説明】

調査対象業種等の変更を踏まえ、的確な集計結果の公表の観点から、集計事項の追加等を行う。

イ 変更事項 2

母集団名簿を平成19年商業統計調査結果から平成24年経済センサスー活動調査結果に変更することに伴い、業種別の表章項目に「無店舗小売業」を追加する。

【説明】

平成19年商業統計調査においては、日本標準産業分類の平成14年改定を基に調査を実施しており、同分類の平成19年改定（平成20年4月適用）の際に新設された中分類61「無店舗小売業」は同調査の業種分類として設定されていなかった。今回、母集団情報を平成24年経済センサスー活動調査結果に変更することに伴い、中分類61「無店舗小売業」についても表章が可能となったため、集計事項の見直しを行う。

ウ 変更事項 3

業種別販売額等について、従来の事業所調査（標本調査）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を用いて推計する方法に変更する。

【説明】

今回から、丁調査の対象となった企業の当該業種の傘下の事業所は、乙調査及び丙調査の調査対象から除外することとしていることから、甲調査、乙調査及び丙調査の結果に加えて、丁調査の結果も併せて業種別販売額等の推計を行う。

(2) 商業動態統計調査（基幹統計）の指定の変更（名称の変更）

「商業動態統計調査」は、現在、基幹統計調査の名称であると同時に、基幹統計の名称でもあるが、法では、統計とそれを作成する手段である統計調査とを概念上区分しており、基幹統計の名称を基幹統計調査の名称と同一にしておくことは適当でない。

この点を踏まえ、基幹統計である商業動態統計調査の名称を適切なもの（例：商業動態統計）に変更する。

3 審議すべき重点事項

(1) 「公的統計の整備に関する基本的な計画」への対応について

「諮問第58号の答申 公的統計の整備に関する基本的な計画の変更について」(平成26年1月31日付け府統委第9号。以下「第Ⅱ期基本計画答申」という。)において、本調査についての直接的な記述はないが、関連する事項として、国民経済計算と一次統計等との連携強化の中で「流通在庫などの在庫推計のための基礎統計の整備」について指摘があることから、本調査における対応について、検討する必要がある。

(2) 丁調査の調査対象業種に「家電大型専門店」、「ドラッグストア」及び「ホームセンター」を追加することについて

今回、丁調査において「家電大型専門店」、「ドラッグストア」及び「ホームセンター」を新たに調査対象業種とすることとしている。これに関して、当該業種を新たな業種として設定することの必要性等について、検討する必要がある。

(3) 調査対象事業所の標本抽出方法の変更について

今回、母集団情報を平成19年商業統計調査結果から平成24年経済センサス-活動調査結果に変更するとともに、丁調査の報告者となった企業の当該業種の傘下の事業所は、乙調査及び丙調査の調査対象から除外することとしている。これに関して、結果精度や時系列比較への影響の有無等について、検討する必要がある。

(4) 集計・公表方法について

今回、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の結果について、一体的に集計・公表することとしている。

これを踏まえ、(i)集計方法の妥当性、(ii)公表の時期の更なる早期化の可能性等について、検討する必要がある。

(5) 景気動向指数やSNA等への対応について

本調査は、景気動向指数、四半期別GDP速報等に利用されている。これを踏まえ、(i)今回の変更内容に特に問題はないか、(ii)更なる見直しが必要な点はないか等について、検討する必要がある。

(6) 卸売・小売業を対象とした統計調査の体系的な整備について

本調査と構造調査である商業統計調査や経済センサス-活動調査との役割分担等がどのように整理されているのか、検討する必要がある。

(7) オンライン調査への対応について

第Ⅱ期基本計画答申において、「統計調査の実施計画を企画する際、オンライン調査を導入していない調査は導入の適否、導入している調査はオンラインによる回収率の向上方策について事前に検討する」とこととされている。

本調査は、既にオンライン調査は導入済みであるが、オンライン調査の推進に向けた取組がどのようになっているか、確認する必要がある。

(8) 本調査の課題への対応について

本調査については、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、課題が指摘されている。

- 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による報告者負担の軽減
- 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

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））において、以下のとおり、課題が指摘されている。

- 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

以上の課題については、今回の見直し等によって、おおむね対応がなされているものの、その妥当性について、検討する必要がある。

商業動態統計調査の概要

〈調査の目的〉

商業動態統計調査は、全国の商業を営む事業所及び企業の事業活動の動向を明らかにすることをその目的としている。

〈調査の概要〉

【調査の範囲】

日本標準産業分類 I-卸売業・小売業のうち、代理商、仲立業を除く全国の事業所及び企業

【調査の対象】

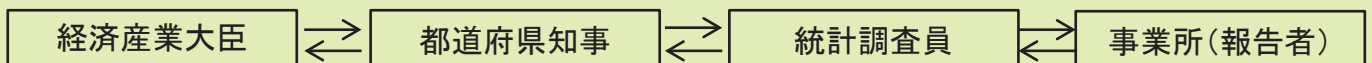
- 調査票甲：・従業者100人以上の各種商品卸売事業所（総合商社等）
・従業者200人以上の卸売事業所
- 調査票乙：【指定事業所（業種別、従業者規模別に層別した上で無作為に抽出した事業所を対象）】
・調査票甲の対象となる卸売事業所以外の卸売事業所
・従業者数20人以上の小売事業所のうち、調査票丙の対象となる事業所を除いた事業所
・従業者数19人以下の自動車小売事業所、機械器具小売事業所及び燃料小売事業所
【指定調査区（経済産業省が抽出した調査区内に所在する全ての事業所を対象）】
・従業者数19人以下の小売事業所（自動車小売事業所、機械器具小売事業所、燃料小売事業所を除く）
- 調査票丙：従業者50人以上の小売事業所のうち、百貨店（注1）及びスーパー（注2）に該当する全ての事業所
- 調査票丁：500店舗以上のコンビニエンスストアを有する全ての企業
（注1）百貨店は「日本標準産業分類（平成19年11月改定）の中分類561「百貨店、総合スーパー」のうち、「スーパー」に該当しない事業所であって、かつ、売場面積が東京特別区及び政令指定都市で3,000平方メートル以上、その他の地域で1,500平方メートル以上の事業所」をいう。
（注2）スーパーは「売場面積の50%以上についてセルフサービス方式を採用している事業所であって、かつ、売場面積が1,500平方メートル以上の事業所」をいう。

【報告事項】

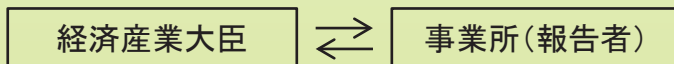
1. 調査票甲：従業者数、月間商品販売額、期末商品手持額
2. 調査票乙：従業者数、月間商品販売額
3. 調査票丙：売場面積、従業者数、営業日数、月間商品販売額、商品券販売額、期末商品手持額
4. 調査票丁：月間商品販売額、サービス売上高、店舗数

【調査系統】

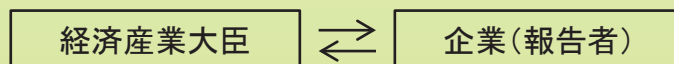
1. 指定事業所甲、乙及び指定調査区乙事業所・・・調査員調査、郵送調査又はオンライン調査



2. 指定事業所丙・・・郵送調査又はオンライン調査



3. 指定企業丁・・・郵送調査又はオンライン調査



〈結果の公表〉

経済産業省のホームページ及び定期刊行物により公表し、速報は調査月の翌月下旬、確報は調査月の翌々月中旬に公表している。

商業動態統計調査の結果の利用

商業動態統計調査の調査結果は、「商業販売統計速報」、「商業販売統計月報」として毎月公表され、特に「小売業」については、我が国の個人消費動向を供給側から把握するための代表的な指標として幅広く利用されている。

【行政施策上の利用】 ～景気観測の資料として～

1 景気動向指数(DI、内閣府)

DIの一致系列の基礎データ(2系列/11系列中)として採用されている。

① 商業販売額(小売業前年同月比)

② 商業販売額(卸売業前年同月比)

2 GDP四半期別統計(QE、内閣府)

QEの基礎データとして利用されている。

① 商業販売額(小売業)

② 商業販売額(卸売業)

③ 商品別期末商品手持額(大規模卸売店)

④ 商品別期末商品手持額(大型小売店)

3 第3次産業活動指数(経済産業省)

2次加工統計のデータ及び経済分析(個人消費)のための基礎資料

4 月例経済報告、地域経済動向(内閣府)

経済動向における全国、地域別基調判断のための基礎資料

【金融機関等における利用】 ～経済動向分析(全国、地域)の資料として～

○ 金融経済月報、さくらレポート(日本銀行)

経済動向における全国、地域別基調判断のための基礎資料

商業動態統計調査の主な変更のポイント

I 商業動態統計調査(基幹統計調査)の変更

1 調査対象の範囲

これまで、専門量販店販売統計調査(一般統計調査・経済産業省)で調査対象としていた「家電大型専門店」、「ドラッグストア」、「ホームセンター」を、商業動態統計調査(以下、「本調査」という。)の調査対象の範囲に追加

変更前		変更後	
事業所	対象	事業所	対象
指定事業所甲	・従業者200人以上の卸売事業所等	指定事業所甲	事業所
指定事業所乙	・指定事業所甲以外の卸売事業所 ・自動車小売事業所等の小売事業所 ・従業者20人以上の小売事業所のうち指定事業所丙を除いたもの	指定事業所乙	事業所
指定調査区乙	・経済産業大臣が指定した調査区内に所在する従業者数19人以下の小売事業所	指定調査区乙	事業所
指定事業所丙	・従業者50人以上の小売事業所のうち百貨店及びスーパーに該当する事業所	指定事業所丙	事業所
指定企業丁		指定企業丁	企業
	・コンビニエンスストア(一定規模以上)	・コンビニエンスストア(一定規模以上) ・家電大型専門店(一定規模以上) ・ドラッグストア(一定規模以上) ・ホームセンター(一定規模以上)	

2 報告を求める者

- ① 本調査の母集団名簿の情報を平成19年商業統計調査結果から平成24年経済センサス-活動調査結果に変更することによる報告者数の変動
- ② 本調査に専門量販店販売統計調査の調査対象業種を追加することにより、新たに報告者となる企業が増加
- ③ 企業調査の調査対象となった企業の傘下の小売事業所は、事業所調査の抽出の対象から除外。あわせて、業種別販売額等の集計を、従来の事業所調査の結果のみで推計する方法から、両調査の結果を用いて推計する方法に変更

3 報告を求める事項

- ① 本調査に専門量販店販売統計調査の調査対象業種を追加することによる調査項目の追加
- ② SNA精度向上に係る対応による変更(丙調査の在庫品目について、商品別販売額の品目に合わせる形で細分化(4品目(うち計項目1)→10品目(うち計項目1))
- ③ 丁調査(コンビニエンスストア)の地域別売上高の把握を、他の企業調査(家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンター)と同様、地方経済産業局単位から都道府県単位に変更するとともに、既存店の月間商品販売額の把握項目を削除

4 集計事項

- ① 専門量販店販売統計調査の組入れによる集計表の追加
- ② 丙調査の期末商品手持額の品目の細分化による変更
- ③ 丁調査の都道府県単位での把握による変更
- ④ 無店舗小売業の新設に伴う変更

II 商業動態統計調査(基幹統計)の指定の変更

基幹統計の名称が「商業動態統計調査」となっており、基幹統計調査と同一の名称であることから、これを「商業動態統計」(仮称)に変更

統審議第2号
平成11年1月22日

総務庁長官
太田 誠 一 殿

統計審議会会長
溝 口 敏 行

諮問第257号の答申
商業動態統計調査の改正について

通商産業省は、商業動態統計調査（指定統計第64号を作成するための調査）について、百貨店、総合スーパーと並ぶ主要な業態に成長し、近年著しく売上高が伸長しているコンビニエンス・ストアの販売動向を的確にとらえるため、新たに調査票を追加して、平成11年4月分調査から実施することを計画している。

本審議会は、本調査が、我が国における商業の販売動向を早期に把握し、景気判断等のために不可欠な基礎資料を提供するものであることにかんがみ、今回の改正計画全般にわたって、適切な経済運営に資する観点も踏まえ、審議した結果、下記の結論を得たので答申する。

記

1 今回の改正計画

(1) 調査の体系

商業動態統計調査は、全国の商業を営む事業所を対象とする調査（以下「事業所調査」という。）として実施されており、百貨店等の全数調査、商業統計調査の名簿による指定商店調査及び商業統計調査の調査区情報に基づく調査区調査により構成されている。

今回、コンビニエンス・ストアの販売動向を的確に把握するため、コンビニエンス・ストアを展開する企業を対象とする調査（以下「コンビニ企業調査」という。）を加え、商業動態統計調査の一調査として実施する計画である。

これについては、我が国経済の低迷が続く中で、景気動向をよりの確に把握しようとする政策ニーズに対応して、現行の事業所調査とは独立した体系の調査として計画されたものであり、緊急に整備が必要な分野の統計を提供するものとして評価できる。

しかしながら、コンビニ企業調査の実施によって、商業動態統計調査の調査体系は、事業所調査と企業調査により構成されることとなり、集計結果も独立した扱いになることから、今後、作成される統計の一体性や整合性の観点も踏まえ、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について検討する必要がある。

(2) 調査対象及び標本設計

コンビニ企業調査の調査対象は、原則として500店舗以上のコンビニエンス・ストアを展開する企業とする計画である。

これについては、景気動向をよりの確に把握しようとする政策ニーズに緊急に対応するとともに、調査の効率的実施、報告者負担の抑制を図るものであり評価できる。

しかしながら、事業所調査については、調査対象にコンビニエンス・ストアが含まれている調査区調査があることから、事業所調査の結果と企業調査の結果を一体的に集計

できないこととなっているので、今後、事業所調査及び企業調査の標本設計の見直しについて検討する必要がある。

これにより、一層の報告者負担の軽減も期待されるものと考えられる。

(3) 調査事項

コンビニ企業調査の調査事項は、月間商品販売額、月間サービス売上高及び月末店舗数とする計画である。

これについては、コンビニエンス・ストアの販売動向を把握するための必要最小限のものとなっており、妥当と認められる。

なお、コンビニエンス・ストアについては、規制緩和等社会経済情勢の変化に対応して、公共料金収納代行等営業内容が拡大していることから、今後、報告者負担の抑制及び金融に係る業務統計の整備状況を踏まえつつ、金融関連サービスの把握について検討することが望まれる。

(4) 集計・公表

コンビニ企業調査の結果は、事業所調査の結果及びその結果を用いて作成される指数等とは切り離して集計・公表する計画である。

これについては、調査の体系の相違から、当面は、やむを得ないものと認められるが、標本設計の見直しに合わせ、商業動態統計調査の結果として一体的な集計・公表について検討する必要がある。

また、調査結果は、現行の事業所調査の結果と同時に調査月の翌月下旬に公表する計画である。

これについては、コンビニエンス・ストアの販売動向が個人消費の動向把握の基礎資料として重要であることにかんがみ、調査の実施状況を踏まえながら、情報通信技術の積極的導入等により一層の公表の早期化に努める必要がある。

なお、その際、百貨店等の全数調査結果等他の調査結果についても、可能な限り公表の早期化に努めることが必要である。

2 その他

(1) サービス販売に係る動態統計の整備

経済のサービス化の進展の中で、個人消費に占めるサービス消費の割合も上昇し、サービス販売の動向をとらえることは、個人消費動向の把握ひいては景気動向の的確な把握に資するものと考えられる。このようなことから、個人向けサービス販売の動向をとらえる動態統計の必要な整備を図っていくことが望まれる。

(2) 景気動向のよりの的確な把握への活用

コンビニ企業調査の実施、上記サービス動態統計の拡充等販売動向を把握する月次データの充実によって景気動向に関する貴重な情報が提供されることになる。これらの情報は、景気変動の把握に活用できることから、例えば、景気動向指数、第三次産業活動指数等景気動向に関連する指標の見直し等について検討することが望まれる。