

第 1 4 回部会における意見等について（回答）

問1 本調査の調査事項は、どのような考え方に基づいて設定しているのか（業種の実態把握、生産性の把握のためにどのような事項を設定しているのか。なお、各業種における事業者の将来予測、学習塾における通信教育に関する調査事項が必要ではないか。）

本調査は対象となるサービス産業の事業実態の把握がその目的であり、平成20年の本調査計画に対する答申においても、特に業種特性を的確に捉えること、また、事業内容の変化が激しいサービス産業の実態を捉える観点から短い周期でより多くの統計情報の提供を行うといった役割をもっているものと思料。このような観点から以下のような事項を設定してきている。

〔市場規模の把握〕

売上高、従業者数

〔収益構造の把握〕

売上高、営業費用

〔事業特性の把握〕

売上高の業務種類別内訳、営業費用の費用内訳、部門別事業従事者数の他業種ごとの特性事項（入場者数、受講生数、コンテンツ制作本数等）

〔生産性の把握に資するデータ〕

収益構造に係る事項の他、パートアルバイトの労働時間換算数、入場者数、受講生数などの当該サービスの利用、営業日数や施設の収容規模・面積、立地環境、IT化に向けた投資（固定資産取得額や経費）、講師の種類等

別添1参照

しかしながら、サービス業の特性を把握することは非常に難しく、実態把握に努めれば努めるほど調査事項が増加する傾向にあり、その結果、記入者負担が増加し協力度合いも低下する懸念もある。調査事項の設計に当たっては、過度な負担にならないよう配慮しているところ。

なお、「各業種における事業者の将来予測に関する調査事項の設定」という指摘については、調査実施日から公表まで1年かかることから将来予測に関する有用性が低くなること、原則事業所単位の調査であることから経営判断的な将来予測の記載はできないこと、から将来予測に関する調査事項の設定はできないものとする。

また、「学習塾における通信教育に関する調査事項の設定」という指摘については以下の点から時期尚早であり、調査事項として追加できないと判断している。

- ・ 学習塾については、教室での授業形式により生徒を集め、学力向上に努める事業が基本。従って、調査事項としても、授業形式の実態を把握すべく「集団方式と個別方式」を区別した収入割合を基本としつつ、講師の数や在籍生徒数（新規加入生徒数も含む）などの特性事項を設定しているところ。

通信教育という事業形態については、調査対象と想定している「学習塾を主たる事業として営む事業所」においては、通信教育を単独事業として行うケースは少なく、個別指導方式と組み合わせたカリキュラムの一つとして位置づけているケースが多い。従って、通信教育事業が学習塾の事業形態の中で大きな位置づけを占めるようになってから調査事項として設定していきたい。

問2 上記の基本的な考え方に則して、今回新規に追加した業種の調査事項について、具体的にどのように設定したのか。

別添2のとおり、業種ごとの実態を把握する調査事項を設定している。

問3 サービス産業の活動内容の変化が激しい中、長期時系列データとしても活用していくためには、調査事項について「長期的に連続して把握していく事項」と「産業の変化に併せて変更する調査事項」に区分し、後者について産業の実態変化に応じて変更していくべきではないか。

本調査の目的であるサービス産業の特性を把握する一方で、ご指摘のとおり調査結果の時系列活用は重要な課題であり、毎年調査事項が変化するようであれば、その利便性が低下し、当該調査の価値も下がってしまうものと認識。現在も「長期的に連続して把握していく事項」と「産業の変化に併せて変更する調査事項」を念頭におきながら調査事項を設定しているところ。

【補足】

長期的に連続して把握していく事項

：「売上高及び売上高の内訳（＝業務種類別の売上高等）」、「契約先別割合」、「営業経費」、「固定資産取得額」、「従業者数」等

産業の変化に併せて変更する調査事項

：上記以外の事項。

別添1参照

問4 前回答申で指摘された各業種の特性に対応した調査事項の設定について、今後、具体的にどのような検討を行うのか。

課題の具体化においては、調査事項の設計方法、記入のフィージビリティの確認などが重要な課題となるため、引き続き業界団体などとディスカッションを深めつつ、有識者を交えた検討会を設置して具体的な項目設計を図る等により検討を進めて参りたい。

問5 調査事項の精粗のメルクマールである調査対象の事業従事者が4人以下であるか否かについては、どの時点で誰がどのような基準で判断するのか。

提示した調査票（案）の考え方は、調査対象において従業員数等を記載させることで自己の事業所の事業従事者数を認識させ、その後、調査対象自らが4人以下の場合の記載事項と、そうでない場合の記載事項を判断し、記載する、方法である。

この方法によると、事業従事者数が4人前後の事業所においては、「事業従事者数5人の事業所であったとしても、事業従事者数4人と回答し、少ない調査事項だけ記載する」というケース（＝いわゆる逃げ込み）が発生する懸念があるとのこと指摘を受けている。

逃げ込みを回避する方法については、3月12日の産業統計部会以降内部で検討を行い、以下のような方法をとることとしたい。

【変更（案）】 資料3参照

- 1) 母集団名簿情報を活用し、事業従事者数4人以下の事業所については、事業所名、住所等をプレプリントする際に記載しなくてよい調査事項に「*」を併せて印刷して配布する。その際、当該事業所に対しては、「*」に関して記載しなくてよい旨の説明紙を配布する。
- 2) 他方、「事業従事者数4人以下の事業所」として調査票を配布・回収した後に、当該事業所が「事業従事者数5人以上の事業所」であったことが判明する場合、（その反対に）「事業従事者数5人以上の事業所」として調査票を配布・回収した後に、当該事業所が「事業従事者数の4人以下事業所」として判明する場合が想定できる。このようなケースに対しては調査項目が欠測した場合、として補完推計することで解決したい。

なお、この他の対応策として調査票の2種類化が考えられるが（5人以上の調査票と4人以下の調査の2種類を作成し、配布する方法）調査実施の過程において、調査票の枚数が増えることは調査員・都道府県の事務負担の大幅な増加に繋がることから困難と判断し、「業種ごとに1様式として設定」する方法に至った。

問6 ソフトウェア業、新聞業について、従業者数 100 人以上の層を全数調査にすることにより、都道府県別の結果表章を拡充すべきではないか。

表章ニーズを踏まえ、一定規模以上を悉皆層と設定することは重要な観点ではあるものの、業種ごとの規模構造が相違することから必ずしもすべて一律に悉皆層とすることが良いのか、また、一律に悉皆層を設定する際にも、そのメルクマールとなる基準を 100 人以上とすべきか、50 人以上とすべきか、等、様々な課題があると想定される。ご指摘の点については、21 年調査結果を踏まえ、産業ごとの分析を行い、どういう基準において悉皆層を設定すべきか、表章ニーズの面も含め今後引き続き検討していくこととしたい。

問7 郵送調査を行う業種の標本数については、郵送調査による回収率を考慮して設定しているのか。

郵送調査を行う業種の標本数については、平成20年の郵送調査による回収率（約50%）を考慮して設定している。

問8 追加業種について、回収率の向上を図るためにどのような措置を講じることとしているのか。

追加業種については、認知度を向上させることが重要と考えていることから、業界団体を通じたPR活動や対象事業者に直接DMを送付する等の取り組みを通じて認知度を向上させ、回収率向上に努めていきたい。

問9 コールセンターが的確に機能するよう、どのような措置を講じること
としているのか。

20年調査において追加した10業種については、国直轄の郵送調査として民間事業者を外注している中、当該10業種に関する調査対象者から民間事業者に対し、調査票に関する記載の問い合わせ等があり、それに対し、民間事業者においては、事前のQ & A作成、経済産業省との連絡体制の構築などの措置を行いつつ、対応している実績がある。これらのノウハウを他の業種にも応用することで、新たに設置するコールセンターにおける円滑な運用を図る。

【具体的な方策(案)】

調査対象の質問内容を分析し、それに応じた回答マニュアルの作成、コールセンター職員の教育訓練

問い合わせの多い日時の把握(締め切り直後、時間帯等)し、コールセンターの人員を整備

コールセンターにおいて回答できない場合における、調査対象・コールセンター・国との連絡体制の確立、円滑な実施

コールセンターにおける調査対象との質疑に関する都道府県との情報共有

利便性向上の観点からコールセンター設置のPR、フリーコール対応

() 予算を勘案し、事業内容を設定していく。

問 10 本調査は、他の統計調査の調査客体との重複排除のため、どのような措置を講じるのか。

抽出層においては総務省における重複是正作業を通じて調査客体の負担の均衡化を図ることとしている。

問 11 サービス・コンテンツ系の業種について、総務省と経済産業省に所管が分かれているが、調整は図られているのか。

サービス・コンテンツ系の業種を含むインターネット附随サービス業については、昨年の諮問前に総務省との調整を終えている

【参考：平成20年調査計画の産業統計部会提出資料】

1．当省としては、以下の観点から必ずしも重複の度合いが大きいわけではないと考えられるため、調査結果データの移送等特段の重複是正に係る措置は行わない予定である。

調査項目の重複部分のごく一部（売上高、営業費用のうち一部）であること

調査項目の把握期間が異なること

調査対象単位が相違（本調査は事業所単位、通信産業基本調査は企業単位）し、調査対象範囲についても調査対象事業者の性格が同一ではないこと（本調査は当該業種に主業格付けされた事業所、通信産業基本調査は業界団体名簿及び事業所・企業統計名簿。また調査対象数は、特定サービス産業実態調査が約3200、通信産業基本調査が約460）

2．なお、昨年、本調査設計に当たり、総務省情報通信政策局総合政策課にお伺いし、調査票及び調査計画に係る案について協議したが、調査対象単位が相違すること、調査対象事業者の性格が同一ではないこと、調査期日が異なることなどから、本調査の実施にあたり、重複是正に係る措置は行わないことで合意した。

問 12 経済産業省として様々な業種を調査していることから、本調査の調査対象となっていることが、国民にとって分かりにくい業種（学習塾、冠婚葬祭業等）について、その成果を公表する際は、分かりやすくPRする措置は講じるべきではないか。

成果の公表においては、利用する者をイメージしながら、公表資料の送付・説明を行うなどの工夫を行いつつ、他方で、他省庁の協力を得ながら他省庁のHP等からも当該調査結果の利用が見える形のPRを検討してまいりたい。

問 13 調査に協力した企業の企業名は開示できないのか。

本調査は昭和48年から指定統計調査として実施しており、指定統計調査については、統計法においても人又は法人に対して申告義務を課すことができるとし、この規定の実効性を確保するための手段として、申告拒否、虚偽申告等に対する罰則規定を設けている。一方、調査対象者との信頼と協力の下にありのままの報告を得るために、こうした法的強制のみならず、調査対象者の秘密の保護、調査票の目的外使用の禁止を定めており、統計精度の基盤は、これらの秘密保護及び目的外使用禁止によって裏付けられる信頼関係にある。このため、経済産業省においては、本調査の実施に当たって、調査対象者からありのままの正確な申告が得られるよう、毎年調査対象者に配布する記入注意には「この調査票にお答え頂いた内容は、統計作成上の目的以外に使用されることはありません」と明記し、統計法の規定の趣旨を尊重した事務の積み重ねによって調査対象者の信頼を得たことにより、調査を円滑に実施してきた。従って、調査実施者自らが、何人に対しても開示することになれば、昭和48年から築き上げてきた調査対象者との信頼関係は損なわれ、その後の調査への協力を得ることが困難となるのみならず、申告の遅延、公表の遅延等統計事務の遂行に支障を生じ、ひいては本調査の目的が達成できなくなり、統計としての意義が失われることとなる。以上のことから、調査に協力した企業の企業名の開示はできないものと考えらる。