

平成 24 年 3 月 13 日  
厚生労働省

総務省政策統括官室提示の「平成 23 年表における飲食サービスの取扱い」について(意見)

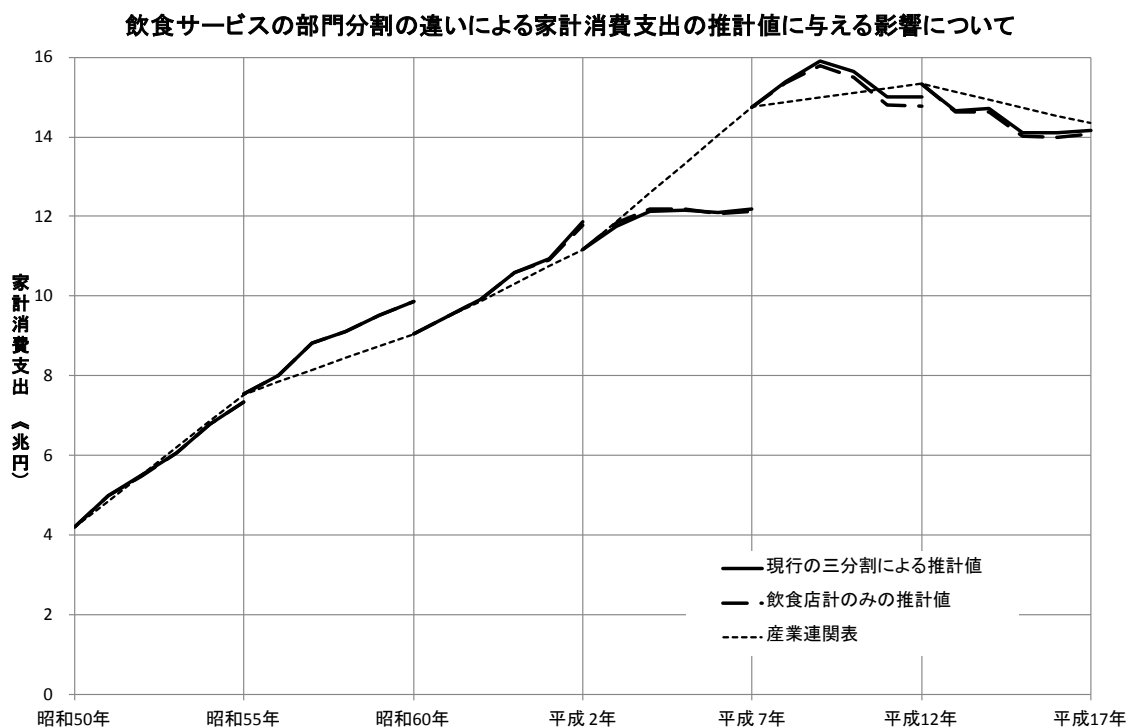
## I 分割の必要性について

提示された資料における分割の必要性については以下の2点である。

- GDP推計に支障が生じる可能性がある。
- 産出構造が違うアクティビティが統合されている可能性がある。

## 1 GDP推計上の問題について

そもそも分割して精度が向上するのは適切な分割が行えることが前提であり、みなし込みの分割であれば、分割することが精度の向上に資するとは限らない。実際に、御呈示の「参考1-1」「参考1-2」の結果をグラフで表示すると以下のとおりであり、三分割した方が優れた推計であるとは明らかにいえないことが見て取れる。



実際に常に三分割した方が推計値に近い値となっている訳ではなく、三分割が全体の推計値の精度向上には繋がっていないことが判る。一般的に、5年間で約1兆円程度の乖離が発生すると見込まれる精度の推計において、千億に満たない推計方法による差は本質的な問題とはならない。

以上のことから「分割しなければGDP推計に支障が生じる」とは考えられない。

## 2 産出構造の違いについて

産出構造に違いが生じているのであれば、部門を分割した方が良いと考えられる。しかしながら、23年表の作成においてはスケジュールの関係で一次統計データの結果を見て判断することができないので、23年の状況の予測に基づいて部門分割を考えざるを得ない。

御提示の資料において問題なのは、23年の状況の予想として17年表の比率のみを採用していることである。17年表として当該比率がその時点で適切であったということが、23年時点の状況を予想する際に他の統計データを用いることを排除する理由にはならない。予想においては可能な限り他の統計データ等を併せて考慮すべきである。

例えば、当該比率を用いた結果である平成17年表における「飲食サービス」部門から「家計外消費支出」部門への産出額は約7兆円であるが、この値は、以下のとおり、他のデータとはかなりの乖離があり、23年時点の予測としては17年表の比率と大きく異なる比率になることが合理的に推測されるのである。

- 平成17年の税務統計における交際費<sup>1</sup>の支出額は約3.5兆円であり、総額は低下傾向にある。(平成21年分で約3兆円(△15.2%))
- 平成16年サービス業基本統計組替集計における、「一般飲食店」、「喫茶店」のサービスの提供先別収入額は、以下のとおりであり一般消費者が94.4%を占めており、企業・団体向けは10%に満たない。この比率を適用すると一般飲食店及び喫茶店における家計外消費支出は約9千億円となり、17年表の約3.7兆円と約3兆円近い乖離が生じている。

平成16年サービス業基本統計組替集計結果

	総額	サービスの提供先別収入額			
		個人(一般消費者)	同一企業・団体内	他の企業・団体	
				民間(官公庁現業を含む)	官公庁(現業を除く)
70 一般飲食店 a	14,800,966 1,00000	13,969,023 0,94379	89,044 0,00602	742,899 0,05019	0 0,00000
704 喫茶店 b	1,183,626 1,00000	1,162,567 0,98221	2,315 0,00196	18,744 0,01584	0 0,00000
一般飲食店(除喫茶店) a-b	13,617,340 1,00000	12,806,456 0,94045	86,729 0,00637	724,155 0,05318	0 0,00000

仮に、交際費等における飲食部門の比率が6割と仮定する。また、サービス業基本統計組替集計の家計外消費支出の割合が小さめに出ていると考え、約1割

<sup>1</sup> 「交際費等とは、交際費、接待費、機密費その他の費用で、法人が、その得意先、仕入先その他事業に関係のある者等に対する接待、供応、慰安、贈答その他これらに類する行為のために支出する費用をいう。」(国税庁HP：<http://www.nta.go.jp/taxanswer/hojin/5265.htm> から抜粋) このため、企業が飲食サービスに支出している額以外の費用も含まれていると考えられる。

が企業向けと考えると、遊興飲食部門における家計外消費支出の割合も一般飲食と同じ約9割となる。

また、平成18年度の税制改正により原則損金不算入である交際費等の範囲から「1人当たり5千円以下の飲食費」が飲食交際費として損金算入されることとなったので、23年表においては、遊興飲食店の割合が減少し一般飲食店の割合が高まる可能性も少なくない。

さらに、商慣習が異なるとはいえ、アメリカのセンサスの結果でも飲食業において個人消費が91.6%を占め、企業等向けは8.4%に過ぎない。

Geographic area name	2007 North American Industry Classification System (NAICS) code	Meaning of 2007 North American Industry Classification System (NAICS) code	Meaning of Class of customer code code	Year code	Number of establishments	Sales (\$1,000)	Distribution of sales, receipts, or revenue (%)	Sales, rcpts, or rev of estabs responding to class of customer inquiry as % of total sales, rcpts, or rev (%)
United States	722	Food services and drinking places	All classes of customer	2007	571,621	433,404,52	100.0	76.7
United States	722	Food services and drinking places	Household consumers and individual users	2007	X	X	91.6	X
United States	722	Food services and drinking places	Businesses and government	2007	X	X	8.4	X

以上のことから23年表においては、提示資料のような家計外消費支出が6割近くになる区分が出現することや産出構造に20%以上の大きな違いが生じる可能性は極めて低く、分割の必要性は少ないものと考えられる。

そうはいつでも、若干の相違が生じる可能性は否定できないことから、調整案を踏まえどのような分割が望ましいのか次に検討する。

## II 分割方法について

### 1 部門分割する際の推計上の問題点について

仮に飲食サービスを飲食サービスAと飲食サービスBに分割したとする。そこで経済センサスでは一本となっている売上を「施設・店舗等の形態番号」を手懸かりに分割しCTを求める際に問題となるのは以下の3点と考えられる。

- 飲食サービスAにおいて副業として行なっている飲食サービスBの売上をどのように見積もるのか

- 飲食サービスBにおいて副業として行なっている飲食サービスAの売上をどのように見積もるのか
- 宿泊業等の飲食業以外で行なっている飲食サービスをどのように飲食サービスAと飲食サービスBに区分するのか

## 2 部門分割する合理的な理由について

GDP推計上の問題がないとすれば、部門を分割する基準となるのは、投入構造・産出構造の違いである。

なお、調整案においては、「料亭」を「遊興飲食店」部門に含めることとしているが、経済センサス-基礎調査において、「料亭」は「その他の専門料理店」に含まれており、同調査を母集団名簿として実施される産業連関構造調査において、「料亭」の投入構造を抜き出して把握することは困難である。このため、「料亭」は「一般飲食店」部門の方に含めて考えることとする。

## 3 考えられる部門分割案及び問題点について

調整案を基に、投入構造・産出構造に違いが見られるかどうかという観点から部門分割の案を考えるとすると、以下の3つが考えられる。

- 案① 「酒場、ビアホール」と「バー、キャバレー、ナイトクラブ」とそれ以外に分割する(調整案に相当する案)
- 案② 「バー、キャバレー、ナイトクラブ」とそれ以外に分割する
- 案③ 分割を行わない

それぞれの案における問題点は以下のとおりである。

### 案①における問題点

分割したそれぞれがある程度の大きさのCTとなる案であるが、以下のような問題点が考えられる。

#### (推計上の問題点)

推計上問題となるのは、「1事業所＝1種類の活動」とはならない副業の取り扱いである。別紙のとおり、少額ではあるが、一般飲食店からも遊興飲食店としての売上げが発生しているので、厳密な意味で「1事業所＝1種類の活動」と見なすことは出来ない。考えられる推計方法は以下のとおりである。

○ 一般飲食店において副業として行なっている遊興飲食店(夏季限定ビアホール等が考えられる)の売上をどのように見積もるのか

・副業は23億円と一般飲食店の0.02%に過ぎないので推計しないという整理もあり得る。23億円自体は些少とはいえないと考えられるが、推計精度という面においては問題が少ない。

・別紙のサービス業基本統計の比率を用いる。なお、数字が6年前であるということ以外にも売上高を上位3業種までしか取っておらず過小評価となっているといった問題もある。

○ 遊興飲食店において副業として行なっている一般飲食店としての売上をどのように見積もるのか

・手懸かりが全くないので推計しないという整理しかないものと考えられる。

○ 宿泊業等の飲食業以外で行なっている飲食サービスをどのように一般飲食店と遊興飲食店に区分するのか

・別紙のサービス業基本統計の比率を用いる。なお、数字が6年前であるということ以外にも売上高を上位3業種までしか取っておらず一般飲食店の12品目に対し遊興飲食店のみでは比率に歪みが出ている可能性も少なくないといった問題もある。

・「施設・店舗等の形態番号」別の売上比率で分割する。なお、別紙をみると宿泊業自体に限定すると遊興飲食店の売上げは17%、その他の産業では3%であるのに対し、飲食店の事業所別では約28%程度を占めるものと考えられるので、比率として15%程度の乖離が生じている。(金額にすると500億円程度の違いとなる)

(分割内容に関する問題点)

投入構造・産出構造の異なる部門を合算している可能性が高く、分割する基準として問題が大きい。

・産業分類の改訂時の産業分類部会において飲食産業に造詣が深いということで参考人として出席していた信州大学の茂木教授から「酒場・ビアホールで大きなシェアを取っている居酒屋チェーンは、

食事と飲料の売り上げが7:3の比であり、実態は「食べ物屋」という指摘もあった。

- ・ 飲食業のコンサルタントを行っているイワサキ・ビーアイの資料によれば、居酒屋の人件費のコストは、低価格チェーン店で売上げの23%、海鮮居酒屋店で17%と概ね他の飲食店と同じ20%程度であるのに対し、スナックでは50%を占めるとされている。
- ・ 平成17年度の中小企業実態基本調査においても一般飲食店の人件費のコストが31.5%に対し、遊興飲食店において28.4%と逆転していたのは、居酒屋等の「酒場・ビアホール」の影響があったからと考えられる。

以上の通り「酒場・ビアホール」は投入構造・産出構造は「バー・キャバレー・ナイトクラブ」より「一般飲食店」に近いと考えられるにもかかわらず「バー・キャバレー・ナイトクラブ」に含めることは問題が大きい。

#### 案②における問題点

分割基準として、投入構造・産出構造の違いに基づいた分割となっている可能性が案①よりは期待ができ、案①よりみなしの部分が小さくなっているため、CTに含まれる推計誤差の絶対額が小さくなっているという利点もあるが、以下のような問題点が考えられる。

#### (推計上の問題点)

案①のように手懸かりとなる統計がないため、飲食店に関しては「1事業所＝1種類の活動」とみなすしかない。

宿泊業等の飲食業以外で行なっている飲食サービスから、「スナック・キャバレー・ナイトクラブ」に相当する売上げを区分する方法としては以下の二つが考えられる。

- ・ 副業は区分せず、全て一般飲食店の方で計上する。なお、ホテルにはスナックが併設されているところもあり、最大で200億円程度の誤差が発生する可能性がある推計方法である。
- ・ 「施設・店舗等の形態番号」別の売上比率で分割する。前記したように、副業の方が「スナック・キャバレー・ナイトクラブ」の割合が小さいと考えられることから200億円近い過大推計となる可能性も

ある。

(分割内容に関する問題点)

「スナック」と格付けられる店の中には、名称がスナックであっても

- ・テーブルで接客を行うなどの遊興性がなく
- ・メニューに料理があり、料理の値段設定が通常範囲内

というような一般の飲食店と変わらない店も多いため、投入構造・産出構造に違いが生じない可能性もある。

また、CTが小さいので分割する意義も小さい。

案③における問題点

推計上の問題は生じないが、20兆円を超える大きな部門となるといった問題点が考えられる。

【別紙】

H16サービス業基本統計組替集計から作成したV表

(単位:百万)

	70													71	72	その他の産業	産業計
	70A	70B	70C	70D	70E	70F	70G	70H	70I	70J	70K	70L	70M				
	一般飲食店(喫茶店を含む)	日本料理店	西洋料理店	中華料理店	焼肉店(焼肉店(東洋料理のもの)の)	その他の食店(レストラン)	そば・うどん店	すし店	喫茶店	ハンバーガー店	お好み焼	他に分類されない飲食店	遊興飲食店	宿泊業			
一般飲食店(喫茶店を含む)	14,487,188	2,496,737	2,268,581	1,639,135	2,037,070	1,015,570	1,022,108	1,456,183	1,172,707	503,514	204,511	379,073	2,284	10,254	101,706	14,601,432	
70A 一般食屋	2,497,249	2,496,004	0	275	0	48	249	90	519	0	0	64	246	2,088	31,619	2,531,202	
70B 日本料理店	2,267,931	184	2,267,343	254	0	0	0	103	67	0	0	0	208	406	14,132	2,282,677	
70C 西洋料理店	1,640,690	545	63	1,638,368	568	0	315	0	831	0	0	0	140	1,700	13,194	1,655,724	
70D 中華料理店	2,036,514	0	227	0	2,036,135	5	0	0	147	0	0	0	97	4,168	5,303	2,046,082	
70E 焼肉店(東洋料理のもの)	1,015,963	0	24	0	219	1,015,459	261	0	0	0	0	0	132	560	2,704	1,019,359	
70F その他の食店(レストラン)	291,792	0	0	114	0	0	291,614	0	64	0	0	0	0	0	3,459	295,251	
70G そば・うどん店	1,021,401	1	44	0	0	0	1,021,228	0	128	0	0	0	85	906	4,556	1,026,948	
70H すし店	1,456,988	0	826	0	0	58	70	1,455,990	44	0	0	0	0	0	5,253	1,462,241	
70I 喫茶店	1,171,080	23	0	124	14	0	12	0	1,170,861	0	46	0	1,197	426	14,713	1,187,416	
70J ハンバーガー店	503,469	0	0	0	0	0	0	0	0	503,469	0	0	0	0	807	504,276	
70K お好み焼	204,497	0	0	0	0	0	0	0	32	0	204,465	0	179	0	521	205,197	
70L 他に分類されない一般飲食店	379,614	0	54	0	134	0	234	0	14	45	0	379,009	0	0	5,445	385,059	
71 遊興飲食店	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	5,687,453	?	?	?	
72 宿泊業	208,884	95,647	8,072	75,374	639	617	367	122	1,725	0	4	2,038	43,211	6,534,821	158,544	6,945,460	
その他の産業	104,894	37,917	4,804	25,457	283	1,234	1,305	31	9,194	1	0	7,705	3,431	34,473	?	?	
商品計	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	5,736,272	?	?	?	
(遊興飲食店等の調査対象となっていない事業所分を除く)	14,800,966	2,630,301	2,281,457	1,739,866	2,037,992	1,017,421	1,023,780	1,456,336	1,183,626	503,515	204,515	388,816	48,926	6,579,548	?	?	
(遊興飲食店)	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	5,687,453	?	?	?	

(注) サービス業基本統計組替集計からではデータが把握できない部分

本V表の商品計は、第1-1表(主産業:○合計)のデータを記入。産業計及び商品別産出額は第1-1表(主産業:(702)そば・うどん店)を用いて記入。その他の産業は、商品計、産業計と、飲食店、宿泊業に計上された数値との差額で計算。

サービス業基本統計では、遊興飲食店は調査対象に含まれていないため、商品計はH17表の遊興飲食店部門のCTを用いた。なお、サービス業基本統計では、調査対象業種が副業として遊興飲食店を行っている場合の売上高は把握されることから、当該数値はそのまま用いて、遊興飲食店(行)と遊興飲食店(列)の交点の数値で調整した。