

第13回産業連関技術会議 議事概要

1 日時 平成26年1月16日(木) 14:00~16:10

2 場所 総務省第二庁舎6階特別会議室

3 出席者

(座長) 清水委員

(委員) 菅委員、中野委員、中村委員、宮川委員

(関係府省庁) 内閣府(経済社会総合研究所)、金融庁、総務省(統計局)、財務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省

(オブザーバー) 内閣府(統計委員会担当室)、東京都

(事務局) 総務省(政策統括官室)

4 議題

- (1) 経済センサス-活動調査のデータを利用した国内生産額の推計について
- (2) 飲食サービス関連の部門設定について
- (3) 「商品・サービス等の販売先に関する実態調査」の調査結果について

5 概要

(1) 経済センサス-活動調査のデータを利用した国内生産額の推計について

事務局から、資料1(資料1-1~1-4)に基づき、経済センサス-活動調査(以下「経済センサス」という。)のデータを利用した国内生産額の推計方法について説明が行われた。

その後審議を行い、今回の会議で示された意見も踏まえ、更に検討することとされた。

本議題に関する主な意見は、次のとおり。

○ 従業者総数に対する主業に従事する者の率として「アクティビティ率」という概念を用いているが、従業者数は、主業と副業でそれぞれ把握できているのか。

→ 経済センサスにおける従業者数は、事業所の主業格付ごとに集計されており、この中には、主業のみならず、副業に従事した人数も含まれている。しかし、副業の内容ごとの従業者数は把握できない。組替集計においては、事業内容や品目別の売上高の比率を用いて、従業者数を案分している。

→ そうであるならば、主業であっても、副業であっても、同一事業所では、一人当たり売上高は一定と仮定しているということか。

→ そのような前提を置かざるを得ないと考えている。

→ 産業によっては、主業と副業で、一人当たり売上高が大きく異なる場合もあると考えられるため、更に検討が必要である。

→ 経済センサスで売上高が把握されていない部分の推計については、いくつかの仮定を置いて、推計せざるを得ない。

もし、同一事業所において、主業の一人当たり売上高と副業の一人当たり売上高との間に大

きな差異があるならば、当該事業所は、長期的には、一人当たり売上高が高い事業活動にシフトしていくと考えることができる。したがって、同一事業所において、主業と副業が併存していることについて、両者の一人当たり売上高が同程度であるという仮定は、必ずしも無理な仮定ではないだろう。したがって、組替集計で、主業と副業を同時に行っている事業所の従業者数を、当該事業所で生産する品目別の売上高の比率で案分することも一つの方法としてはあり得ると思う。

- 売上高が把握された事業所（以下「売上把握分」という。）の売上高から、従業者数の比率を用いて、売上が把握されていない事業所（以下「売上未把握分」という。）の売上高を推計することとしているが、これは、売上把握分についても売上未把握分についても、一人当たり売上高は等しいという仮定が前提になっている。

しかし、一人当たり売上高は、事業所の規模によっても異なると考えられる。もし、規模の小さい事業所ばかりの売上高が把握されていない場合のように、売上未把握分の事業所規模に偏りがあるならば、一人当たり売上高についても用いるべき値が変わる可能性がある。参考資料2によると、売上把握分と売上未把握分について、それぞれ、事業所数と従業者数が把握できている。事業所規模に偏りがなければ、事業所数の比率と、従業者数の比率はほぼ等しくなると考えられるため、比率を確認し、偏りが大きいようであれば、把握されなかった売上高の推計方法について、更に検討して頂きたい。

- より単純に考えれば、主業と副業に関するアクティビティ率のような概念は不要であり、売上高に、売上把握分の従業者数と売上未把握分の従業者を含む従業者総数の比率を乗じることで推計が可能と思われる。つまり、①と③の関係を、②と④の関係にも適用できるのではないか。その場合、売上把握分と売上未把握分の一人当たり売上高が等しいという前提があればよく、同様の考え方で④の部分も推計可能ではないか。

→ 経済センサスで売上高が把握されていない部分の推計については、いくつかの仮定を置いて、推計せざるを得ない。

資料では、④の推計について困難であると慎重な対応が示されているが、強い仮定を用いた暫定的な値だとしても、まずは推計を行い、全ての部分を埋めるべきだと思う。その上で、どのような問題があるかについて、事後的に、一次統計等を用いて、検証をしていけばよいのではないか。

→ 御意見を受け、検討させて頂く。

- 大きなくくりでしか得られない副業データ（22 区分）を、産業連関表の部門に配分する際に、副業として行われることが想定しにくい部門（以下「副業困難部門」という。）には、配分しないこととされている。これは、例えば、「サービス業を主業とする事業所が副業として行えない製造業の部門」といったように、他産業の事業所が行うことが可能か否かという観点で設定しているものと理解している。つまり、同一産業内での関係、例えば、「製造業の中で製品Aを作ることを主業とする事業所が、製品Bを副業として作れるか」ということは想定していないと考えている。なぜなら、同一産業内の生産活動であれば、主業・副業に関係なく、経済センサスの調査票第2面で網羅的に品目別データが把握され、そもそも22 区分のデータには含まれてこない

からである。そのような理解でよいか。

→ 基本的には、そのような御理解で結構である。ただ、実際の調査票の中には、調査票第1面の22区分のデータしか得られていないものもある。そのような場合、組替集計上は、主業であっても、形式上、副業扱いの22区分のデータに集計せざるを得ない。したがって、この22区分のデータを配分する際、厳密には、同一産業内の主業・副業関係も考慮した方がよい場合もあると考えている。

→ 例えば、「トラック・バス・その他の自動車」について、副業困難部門とされていないが、製造業以外の事業所で「トラック・バス・その他の自動車」の生産が可能ということか。特に製造業については、本日の資料で示されたもののほかにも、副業困難部門があると考えられる。

→ 産業格付については、一次統計においても難しい課題である。例えば、大規模に電気製品の生産・販売を行っている企業について、産業格付上、商業とされた場合、企業活動の基本になっている製造業の活動は副業なのかという問題もある。そういった意味で、主業・副業の区分は、様々な課題をはらんでいる。

→ 副業困難部門については、本日の御指摘を踏まえて、定義も含め、改めて整理させて頂く。

(2) 飲食サービス関連の部門設定について

事務局から、資料2に基づき、経済センサスの結果を受けて判断することとされていた、平成23年表における飲食サービス関連の部門設定について、検討結果の報告が行われた。

本議題に関する主な意見等は、次のとおり。

- 平成17年表まで複数の部門が設定されていた飲食サービスを、平成23年表で単独の部門として設けた場合、過去の産業連関表との比較において、どのように解釈するべきかという論点はあり得る。しかし、少なくとも、経済センサスでは飲食サービスについて、単独の調査品目しか設定されていないのが実態であり、その制約の中で、平成23年表を推計するという観点から、やむをえない対応であると思われる。
- 配達飲食サービス店の産出先について、「企業・団体（民間）」に大きく計上されているが、実際には、そこで働く従業員が個人として購入している場合も多いと考えられ、産業連関表上、家計消費支出として扱われる内容も多いのではないかと。

(3) 「商品・サービス等の販売先に関する実態調査」の調査結果について

事務局から、資料3に基づき、「商品・サービス等の販売先に関する実態調査」の概要及び集計結果について、説明が行われた。

本議題に関する主な意見は、次のとおり。

- 調査結果を見ると、卸売・小売を介在する製造業については、最終需要者を尋ねる今回のような調査が難しいということが言えそうだが、一方で、生産者と最終需要者が直接取引を行うサービス部門については、調査が可能という印象を持っている。また、本調査により、
 - ① 従前、見落とされていた産出先の発見につながる
 - ② 新設した部門の産出推計に大きな手がかりを与える

という点で大きなメリットがあったと考えられ、期待以上の成果が出ていると思う。

- 取引相手先について、産業区分で書けない場合には、直接、企業名を記入してもよいという調査票の設計になっているが、企業名での記入も少なからずあったとのこと。従前、統計調査であっても、取引先企業の名称を記載してもらうことには忌避感が伴うのではないと言われていたが、必ずしもそうではないということも明らかになった。
- これまでの産業連関表の産出推計は、データ上の制約もあり、専ら、各部門のタテ（投入額）の推計を行う結果として得られる額を基礎にすることが多かったと思われるが、今回の調査は、ヨコ（産出額）の推計資料を直接得ようとする試みであり、画期的なものである。
- 今回の調査は、販売先の産業に関する情報を得るだけでなく、中間需要と最終需要がどの程度の比率なのかを把握するための示唆を与えるものにもなっている。これは、国民経済計算のGDP推計においても重要な情報であり、このような関係から、産業連関表でも最終需要の多くの部門は、内閣府が担当しているが、今回の調査を契機として、従前の推計方法との整合性も確認してほしい。
- 今回の調査では、販売先内訳について、金額又は割合のどちらで記入してもよいことにされているが、どちらが多かったか。
→ 詳細には見ていないが、金額で記入されているケースが多いように見受けられる。
- 製造業では、「作ったものを売る」というよりも「売れるものを作る」という姿勢が強いと思われるが、何が売れ筋かというマーケット情報は、商社から提供されている場合が多いのではないか。その意味で、今後、調査対象として、商社も加える必要があるだろう。
→ 今回の調査計画を立案する際にも、商社を調査対象に含めるべきかどうかは論点の一つになった。しかし、卸売だけでも複数の段階がある場合もあり、調査対象の選定の困難さなどから、対応を見送った経緯がある。ただ、総合商社はともかくとして、専門商社については、検討の価値はあると思う。

最後に、事務局から、次回の産業連関技術会議の開催時期については、平成 23 年表公表後の平成 27 年 1 月頃を予定している旨連絡があった。

以上