

第9回研究会（L 学術研究，専門・技術サービス業（第3回））における主な御意見とその対処方針（案）

1. 研究会における御意見

No.	御意見	対処方針(案)
1	<p>○ デザイン業において、Web デザインは、「マルチメディアデザイン」に該当するようだが、定義が曖昧ではかの産業の生産物と重複するように思うので、重複がないように定義を見直すべき。</p> <p>○ 情報通信業の 4012「アプリケーション・サービス・コンテンツ・プロバイダ」の例示に「ウェブ・コンテンツ提供業」があるので、定義において区別できるよう確認願いたい。</p>	<p>○ 政策原課への確認を踏まえ、「マルチメディアデザイン」の名称は、現在用いられる「デジタルメディアデザイン」に名称変更した。</p> <p>また、Web デザインについては、構成(レイアウト)を含め、ヴィジュアルイメージの具体化が Web デザインであり、それをコーディングによって実装する(Web 上で使えるようにする)のが、ウェブエンジニア(プログラマー)」とのこと。したがって、前者がデザイン業に含まれ、後者はインターネット付随サービス業となるが、Web デザイナーがコーディングまで行うケースもあるとのこと。</p> <p>なお、ウェブサイトの情報として配信する場合、4012に該当すると理解しているが、デジタルメディアに関する生産物の定義上の区別については、情報通信業の作成・検討時に留意したい。</p>
2	<p>○ 「イベント広告サービス」について、オリンピックのような一般的なイベントでの広告以外に商品の宣伝広告も含むようだが、何がイベントに入るのか切り分けが不明確である。</p> <p>○ 調査回答者が認識可能な名称を使用すべきであり、広告業界においてどのような名称を使用しているのかよく確認してほしい。</p>	<p>○ 原案の「総合広告サービス」は、NAPCS 等の分類を参考に、オリンピック等のイベントや新商品の広告宣伝の企画・立案、制作及び広告媒体の選択・仲介等を総合的に実施するサービスとして設定したものであった。</p> <p>業界団体に改めてヒアリングを行ったところ、イベントや商品宣伝のための総合的な広告サービスは実際に行われているものの、業界として「総合広告」といった名称で他の広告サービスと区分して売上高を把握しておらず、広告媒体(メディア)別の区分が一般的との回答であった。</p> <p>したがって、広告サービスの分類は、特定サービス産業実態調</p>

No.	御意見	対処方針(案)
		<p>査の区分をベースに、業界団体の意見も反映した広告媒体別の区分に修正することとした。</p>
3	<p>○ 広告代理店は、広告主から広告料収入、広告媒体から取引手数料収入をそれぞれ得るが、総合広告として広告料収入を得て、それが「総合広告サービス」に入り、広告媒体から得た取引手数料も総合広告サービスのテレビ広告に入るとすると、ダブルカウントになるのではないか。</p> <p>○ 広告サービスには、広告の制作、広告の仲介、広告場所の提供の3つがあると思われ、最下層を見たときにどの広告サービスを指すのか誤解を招かないよう、広告枠販売仲介サービスの最下層の名称に、全て「仲介」と表示した方が良い。</p>	<p>○ 業界団体とのヒアリングを行った結果、海外の生産物分類のように広告代理店サービス、メディア買い付けといった区分でデータ把握がされていないことから、再検討。</p> <p>媒体（メディア）別に整理することとし、広告業で公表されている区分に基づく設定（現行の特定サービス産業実態調査の調査項目の一部を分割）し、その際の売上高は、広告代理店が受け取る広告主からの広告料収入とすることで業界団体の了解が得られたところ。</p> <p>○ 「広告サービス」については、上記のとおり、広告代理店が行う広告宣伝の企画・立案、制作及び広告媒体の選択・仲介等を含む総合的なサービスとし、その生産額は広告主からの広告料収入とする。</p> <p>また、「広告場所提供サービス」及び「広告制作サービス」については、別途、統合分類レベルで設定することを予定しており、その際には「広告サービス」と紛れがない名称とするとともに、可能な限り広告媒体区分に合わせた形での設定を検討している。具体的な案については次回研究会以降に提示する。</p>
4	<p>○ 電柱広告が屋外広告になるなら、送配電会社から、主業ではないが広告場所提供サービスが出てくることになるのではないか。</p>	<p>○ 広告場所の提供は、様々な産業から産出されることが想定されるため、どの産業で広告場所提供収入を把握できるか、事務局で整理し、次回以降の研究会において提示する。</p>

No.	御意見	対処方針(案)
5	<ul style="list-style-type: none"> ○ 「インターネット広告サービス」の内容例示に電子メール広告があるが、電子メールに広告を出すのと、電子メールを実際に送付するのとではサービスが違ふ。電子メール広告やモバイル広告がどのようなサービスを指すのか明確にすべき。 ○ インターネット広告は、場所貸しと仲介サービスがあり得るため、「インターネット広告サービス」が仲介サービスであることを明示すべき。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 「広告サービス」は、上記のとおり、広告代理店が行う広告宣伝の企画・立案、制作及び広告媒体の選択・仲介等を含む総合的なサービスであり、本分類における「広告サービス(インターネット広告)」は、その広告媒体として、主としてインターネットを利用して行うものとし、その生産額は広告主からの広告料収入としている。 <ul style="list-style-type: none"> ○ なお、広告場所提供サービスとしてのインターネット広告は、別途設定する予定である。 ○ 「インターネット広告サービス」については、業界関係者よりその内訳の統計データが2018年3月28日ニュースリリースされたことからその区分を参考にインターネット広告の例示として、「ディスプレイ広告」「リスティング広告」「ビデオ(動画)広告」「成果報酬型広告」「その他のインターネット広告」を設定。 http://www.dentsu.co.jp/news/release/pdf-cms/2018037-0328.pdf
6	<ul style="list-style-type: none"> ○ ネーミングライツも広告の一貫だが、ネーミングライツがどの生産物分類に該当するか検討すべき。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ネーミングライツの扱いについては、「広告場所提供サービス」の検討とあわせて整理する予定であり、次回研究会以降に対処方針(案)を提示させていただく予定。
7	<ul style="list-style-type: none"> ○ プラントエンジニアリングは、売上の規模が約2兆円と大きいが生産物分類は1つで良いか。 ○ また、建設業や設計業との違い、国内向けと輸出向けの違いなどについて、取引の実態を確認した上で整理する必要があるのではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 業界へのヒアリングを行い、検討した結果、大手企業については海外向けの割合が多いと思われることから、「国内向け」「海外向け」の生産物分類としたい。さらに詳細な把握のニーズを踏まえ、例示及び副業を記載することとしたい。 <ul style="list-style-type: none"> ○ また、建設コンサルタントとの区分を考慮し、引き続き、プラントエンジニアリング業の定義を検討したい。

2. 研究会後に寄せられた御意見

No.	御意見	対処方針(案)
8	<p>総合広告サービスと広告枠販売仲介サービスについて</p> <p>「総合広告サービス」と「広告枠販売仲介サービス」の違いは、前者は、広告枠仲介サービスに企画やコンサルタント業務を付加したサービスで、後者は仲介のみを単独で行うサービスと理解してよいか。</p>	○ 御意見を踏まえ、前記No. 2のとおり修正。
9	<p>インターネット広告サービスについて</p> <p>前述のように解釈した場合、総合広告サービスの最下層分類として「イベント広告サービス」が設定され、内容例示として「インターネット広告」が設定されているが、統合分類として別途「インターネット広告サービス」も設定されており、両者とも広告の企画を行い得ると解釈できるのであれば、両者の違いが不明瞭となる。</p> <p>「インターネット広告サービス」を独立させて統合分類として設定するのであれば、「総合広告サービス」との違いが明確になるような定義とすべきではないか。</p>	○ 御意見を踏まえ、前記 No.2及び No.5のとおり修正。

3 他の個別検討分野からの検討課題

	検討課題	対処方針(案)
10	<p>知的財産関連生産物の設定について</p> <p>第10回研究会において検討を行った「知的財産関連生産物の設定方針(案)」を踏まえ、デザイン業における知的財産生産物を検討</p>	○ 設定方針(案)を踏まえ、デザイン業の生産物に「デザインのオリジナル」及び「デザインの使用許諾サービス」を追加。
11	<p>電気保安サービスの取扱いについて</p> <p>F電気・ガス・熱供給・水道業の検討において、保守、点検、</p>	○ 左記方針を踏まえ、7499その他の技術サービス業に含まれる「電気保安サービス」については、P扱いとし、大分類Rでの

	検討課題	対処方針（案）
	検針、料金徴収の請負は、いずれも大分類Rに分類されることから、P扱いで「保守・点検サービス」と「検針・料金徴収サービス」を設定し、大分類Rでの議論を踏まえて検討することとされた。	議論を踏まえて検討することとする。