

第19回生産物分類策定研究会 議事概要

1 日 時 平成30年12月19日（水）13：00～15：30

2 場 所 総務省第二庁舎 6階特別会議室

3 出席者

（構成員）宮川座長、菅構成員、居城構成員、牧野構成員

（審議協力者）中村審議協力者

（オブザーバー）内閣府（経済社会総合研究所）、総務省（統計局）、総務省（情報流通行政局）、財務省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、日本銀行 ※金融庁、文部科学省、環境省は欠席

4 議 題

1 研究会における議論等を踏まえた修正等について

・第15回研究会（G 情報通信業）

・第16回研究会（R サービス業（他に分類されないもの））

2 産業横断的な課題の取扱いについて

3 その他

5 概 要

事務局から、資料に基づき、第15回研究会における議論等を踏まえた修正等（G 情報通信業）及び第16回研究会における議論等を踏まえた修正等（R サービス業（他に分類されないもの））について説明があった。さらに、産業横断的な課題の取扱い等についての説明があった。

主な意見等は以下のとおり。

【情報通信業】

（「電気通信サービス」について）

○ SUTタスクフォースでは、内閣府から移動電気通信業と固定電気通信業合わせて16兆円の産出があるため、これらについて需要先を区分してほしいとの意見があった。生産物分類で「事業者向け」と「一般消費者向け」を区分することが難しいのは理解したが、SUTの作成においては何らかの方法で需要先別に推計する必要がある。需要先の区分の仕方について、ヒアリング結果等から良いアイデアがあれば教えてほしい。

→ ある企業のヒアリングでは、基本的には「事業者向け」と「一般消費者向け」は区分できないが、分けるとしたら、「法人営業」の部署の売上と「個人営業」の部署の売上で分ける方法があるとの回答を得た。ただし、「法人営業」が社長個人の携帯電話について契約を結ぶ場合もあるため、一部混在が発生するとのことであった。また、「大口」と「小口」で区分するのも難しいとの回答を得た。

→ 「一般消費者向け」については、家計を調査対象とした基礎統計において個人の消費データを把握し、「事業者向け」については、電気通信サービスの売上総額から個人の消費データ差し引くことは可能と考えられ、事業者の回答可能性を踏まえれば、修正案のとおりでよいのではないかと。事業者のデータを無理に需要先に分割すると家計消費が過大になる可能性もあると思う。

- 電気通信サービスを契約する場合、通話料と機器代金を支払っていると思うが、事業者は通話料と機器代金を区分して把握することは可能か。
- ヒアリングで区分可能性を確認していないが、おそらく区分可能と思われる。

（「電気通信サービス」の名称及び定義について）

- 「電気通信サービス」から「伝送サービス」に名称を変更した理由は何か。また、「その他の固定電気通信サービス」については、バスケット項目であるので、名称を「その他の固定伝送サービス」又は「その他の伝送サービス」に変更すべきである。
- 各分類の名称は、情報流通行政局と相談の上で決めたものであるが、「伝送サービス」という名称に変更した理由は、電気通信事業法施行規則において「音声伝送役務」や「データ伝送役務」といった用語が使用されているためと思われる。また、「その他の固定電気通信サービス」の由来は産業分類の「その他の固定電気通信業」である。ご指摘のあった名称変更については、情報流通行政局と相談の上、検討したい。

（テレビ放送サービス（広告収入）について）

- 生産物分類において、キー局から地方局に配分されるネットワーク配分金について、委託サービスの整理に従って、区分しないというのは良いが、売上の重複について、一次統計においてどのように対応するのかについては検討が必要である。

（ソフトウェア等のダウンロード版と媒体の区分について）

- 音楽ソフトなどについては、貿易統計で把握できる「財」と把握できない「サービス」の話であるから、統合分類で分けるか最下層で分けるかという問題はあるが、案のとおり、一応分けておいたほうがよいのではないかと。
- 情報サービス業の「ソフトウェア」については次回取り上げることとなるが、これについても同様の問題が考えられる。
- ヒアリング結果からは、物理的媒体とそれ以外を区分することはできるということであったが、一方で、プログラムをCDに記録した場合とプログラムをインターネットで配信した場合とでは、サービス内容が異なるのかという疑問は残る。

（モバイルWi-Fiのレンタルサービスについて）

- モバイルWi-Fi機器について、SUT上は、モバイルWi-Fiの提供者に対する中間投入にあたるのか。
- 耐用年数との関係もあるが、ストックだと固定資本減耗扱いであろうし、消耗品だと中間投入として扱われると思われる。

【サービス業（他に分類されないもの）】

（「輸送用機械器具の保守・修理サービス（自動車整備サービスを除く）」について）

- 「輸送用機械器具の保守・修理サービス（自動車整備サービス、鉄道車両、船舶、航空機を除く）」について、この分類から鉄道車両や船舶などが除かれるとフォークリフトやコンテナなど規模が小さいものしか残らないため、これらを「その他の産業用機械・設備の保守・修理サ

ービス」に含めることとする。

(文化財の修復について)

- 「文化財」には建物も含まれるので、「文化財の修復」には建物以外の絵画や工芸品等だけが含まれるよう、定義を修正してほしい。
- 文化財指定されていない絵画の修復などはどこに含まれるのかといった問題もあるので、具体的にどのようなものが含まれるのか、定義を明確にするよう修正することとする。

(「非営利的団体サービス」及び「協同組合組合員向け指導サービス」の取扱いについて)

- 政治団体について、実際に入会金や会費を取って会員向けのサービスを提供しているところがあれば分類を設定してもよいが、あったとしても規模は小さいと思われるので、「政治団体による会員向け指導その他のサービス」を「その他の団体・組合による会員・組合員向け指導その他のサービス」に統合してもよいと思われる。また、「各種団体・組合による会員・組合員向け指導その他のサービス」の最下層を1本にする案もあるが、経済団体や労働団体、農林業水産業協同組合は規模が大きいので、全てまとめる必要はないのではないかな。
- ご指摘を踏まえ、「政治団体による会員向け指導その他のサービス」を「その他の団体・組合による会員・組合員向け指導その他のサービス」に統合することとする。

【産業横断的な課題の取扱いについて】

(シェアリングエコノミーの取扱いについて)

事務局から、シェアリングエコノミーにおけるプラットフォームによる仲介サービスの把握に資するため、G情報通信業の生産物分類原案である「マーケットプレイス提供サービス（広告以外の収入）」を、最下層分類で「個人が提供するサービスの仲介」と「法人が提供するサービスの仲介」に区分することが提案された。

- 出品者と購入者の両方から手数料をとる場合、購入者側の手数料はどこに分類されるか。また、購入者側の手数料が月額払いで購入するサービスが法人も個人もある場合はどうなるのか。
- 出品者の属性ごとに手数料を把握できるといっていた事業者はあったものの、購入者の手数料の扱いは明確ではなかったので、確認した上で、概念整理することとしたい。
- シェアリングエコノミーの新しいサービスは、とりあえずこの分類に含まれることとなり、法人と個人を分けておくと、シェアリングエコノミーは統計調査では捕捉しづらいと思われ、それを補うことができるので、このような取扱いで有用なのではないか。
- カーシェアリングなど法人だけでなく個人もサービスを提供しているものについて、生産物分類を設定することにより、法人と個人を判別することができる。
- 「マーケットプレイス提供サービス（広告以外の収入）」を提供元に分けて設定することについては、実際の分析等で使用できるか不明な部分があるので、シェアリングエコノミーを研究している研究者などにも確認した方がよい。
- 事前に内閣府の担当者にもご納得いただいているので、問題はないと思われる。
- 内容例示に「スキル・お金のマッチング」とあるが、具体的にはどのようなものがあるか。
- 「スキル」については、専業主婦が料理を作り置きしたり、掃除をしたりするサービスがある。また、「お金」については、寄付金などがある。

- シェアリングエコノミーの定義について、例えば、家庭教師による教授は昔からあるが、最近だとインターネット上でもサービス提供が可能である。これはスキルの提供にあたるとも考えられるので、シェアリングエコノミーにあたるのかどうか判断が困難なものもある。
- 生産物分類を設定することと実際に調査が実施されるかは別の話であると思うが、最下層を提供元で分けることにより、それごとの回答が難しいとすれば、かえって本来回答できたはずの全体についても、把握できなくなるという可能性はあるのではないか。
 - 基本的には原案どおり分類を設定することとするが、提供元で分けることにより、回答ができないため回収率が下がることも考えられるし、出品者と購入者の両方から手数料を取る場合、購入者側の手数料も法人と個人に区分が可能かどうかなど、他にも区分が難しいケースがあると考えられるので、それについては再度検討が必要である。

【その他】

事務局から、サービス分野の生産物分類の全体調整及び分類体系等について説明があった。

(以上)