

サービス産業・非営利団体等調査 (投入調査) について

令和 3 年 3 月 19 日
総務省政策統括官室

調査の目的、検討課題

■調査の目的

サービス産業・非営利団体等調査（以下「投入調査」という。）
サービス業・非営利活動等を営む企業がその事業活動を行うために要した費用の内訳等の実態を把握し、産業連関表の作成における投入額推計等の基礎資料を得ることを目的とする。

■検討課題

- 1 投入構造をより正確に把握するような標本設計
（「統計改革推進会議最終とりまとめ」記載事項）
- 2 調査項目及び把握単位の見直し
（回収率、回答率の向上及び投入構造を正確に把握する調査項目の設定）
- 3 企業ヒアリングの実施
（調査で把握困難な詳細項目の把握、一部産業について調査の代替）

1 投入構造をより正確に把握するような標本設計

平成28年経済センサス - 活動調査を用いて、

- ・ 企業産業小分類（一部細分類）
- ・ 悉皆層・売上高上位8割・下位2割別
- ・ 複数事業所企業・単独事業所企業別

に層化し無作為抽出（※1）する。

付加価値額／売上高比率の推定値の標準誤差が0.05以下（※2）となるように標本を抽出する。

この条件で抽出した標本サイズは、約1万3千企業となる。

なお、実際の抽出は最新の事業所母集団データベースによることとし、産業別の投入構造（使用表）及びアクティビティ別の投入構造（産業連関表）の推計に当たっては、上記層などの区分ごとの結果（※3）について、回答状況（細かな区分だと精度が確保できない）に配慮して利用することを検討する。

※1 悉皆層は各産業分類内での売上高シェア1%以上企業。また、回答率や売上高を考慮し法人企業を重点的に抽出。

※2 使用表における公表産業区分（産業中分類程度）ごとの目標精度。

※3 例えば、アクティビティの投入推計では、当該産業のうち（概念的に近い）一部の区分の結果のみを用いる。

2 調査項目及び把握単位の見直し

①費用項目等の把握単位

前回調査では、産業小分類レベルの事業活動（以下「指定事業」という。）を把握単位としてきたところであるが、指定事業での回答が十分に得られなかった（企業全体での回答が多数あった）。

昨年度、指定事業の費用項目の回答可能性に関するアンケートを実施し、比較的把握が可能と考えられたため、前回SUTタスクフォースでは指定事業ごとに把握する方向で検討を進めると報告したところ。

今年度も、調査計画に沿った本番想定¹の費用項目の回答可能性についてアンケートを実施した。**その結果、本番想定¹の費用項目の場合は指定事業での回答は困難とするものが多数見られた。（ただし、一定の事業区分ごとの回答は可能とのこと）**

今回調査では、**指定事業を含むセグメント単位での回答を許容**することにより、報告者負担軽減及び回答率の向上を図る。

また、**指定事業が企業全体の事業活動の大宗を占める企業（以下「単一産業企業」という。）については、企業全体での回答を求めることとする。**

売上及び費用に関する項目に関して、総売上高、費用総額等の主要項目については、「企業全体」及び「指定事業」を調査する。一方で、費用項目の内訳については「指定事業」についてのみ把握する。

2 調査項目及び把握単位の見直し（続き）

②調査項目の見直し

投入構造を正確に把握する観点から、前回調査で**費用総額の内訳において「その他」のウェイトが大きい産業を中心に、産業特性項目を追加。**また、新たに策定されたサービス分野の生産物分類を投入品目として策定。

■物品賃貸業の特性事項として「リース投資資産原価」等を追加

前回調査の物品賃貸業のうち、リースのウェイトが高い「各種物品賃貸業」等で「その他」のウェイトが高いことへの対応。

■広告業の特性事項として「広告代理店の媒体仕入費」を追加

前回調査の広告業について、「その他の仕入・材料費」の割合が極めて高いことへの対応。

■広告宣伝費に「広告代理店以外への支払（イベントの協賛金等）」を追加

広告代理店を通さない広告宣伝費の内訳として、新たに策定されたサービス分野の生産物分類である「ネーミングライツ付与・スポンサーシップサービス」に対応した詳細項目を設定。

2 調査項目及び把握単位の見直し（続き）

③産業別調査票の作成

投入調査は、報告者負担の非常に大きな調査であるとの指摘がされている。とりわけ、財品目については、前回調査では約120品目から該当品目を選択（該当品目コードを探しそのコードと費用額をあわせて記入）することになっており、極めて高い負担となっている。

今回調査では、**産業別調査票を作成し、仕入・材料費（最大10～15品目程度）、消耗品費（最大5～10品目程度）をプレプリント**することにより報告者負担の削減、回答率の向上を図ることとしている。

このほか、**単一産業企業（企業全体で把握）、複数産業企業（企業全体及び指定事業で把握）別に調査票を作成**することにより、投入調査全体で、**18種類**の調査票を設定。

3 企業ヒアリングの実施

- 基本構成の大枠では、投入調査では把握できない詳細な費用項目について企業ヒアリングを実施することとしている。
- 今年度、企業ヒアリングの仕様を検討するために、前述のアンケートとあわせて、電子会議や電話等により、企業ヒアリングを実施し、ヒアリング方法や作業量の算定など実務的な作業内容の知見や、経理項目の管理状況や「指定事業」の内容がわかりづらいなどの企業の経理担当の意見などが得られた。

- これを踏まえ、回答企業のうち約40社程度に対し、より詳細な費用項目についてヒアリングを実施。
- 一方、詳細な費用項目の把握は、対象企業の大きな負担となることから、調査で把握できる項目については、可能な限り調査で把握し、企業ヒアリングは、調査で把握できない項目に注力する。
- また、特定の企業に集中している産業については、効率性の観点から、投入調査を経ずにヒアリングのみを実施。

サービス産業・非営利団体等調査の概要

■調査対象

日本標準産業分類に基づき分類された、サービス産業に属する企業・団体を対象に、最新の事業所母集団データベースから、約1万3千企業を選定する。

■調査事項

①年間売上高・年間総費用

②年間総費用の内訳 等

■調査期間

令和3年10月～11月

■主な集計事項

産業分類別、費用等項目別構成比

■公表予定

令和4年11月にホームページに掲載する等により公表