

諮問第173号の概要 (商業動態統計調査の変更)

1. 商業動態統計調査の概要（現行計画）

目的

商業を営む事業所及び企業の事業活動の動向を明らかにする。

調査対象

日本標準産業分類「I - 卸売業, 小売業」に属する以下の事業所（代理商, 仲立業を除く。）

甲調査 : 従業者100人以上の各種商品卸売事業所、従業者200人以上の卸売事業所

乙調査 : 甲調査の対象外の卸売事業所、丙調査及び丁調査の対象外の小売事業所

丙調査 : 従業者50人以上の百貨店及びスーパー（丁調査の対象及び無店舗小売業等を除く。）

丁調査 : コンビニエンスストア（丁1）、家電大型専門店（丁2）、ドラッグストア（丁3）又はホームセンター（丁4）を有する企業（一定規模以上）

報告者数

約25,000事業所又は企業（母集団の大きさ：約136万）
（内訳）

甲：約 800 事業所 乙：約 18,000 事業所

丙：約 6,100 事業所 丁：約 100 企業

調査系統

経済産業省 - 民間事業者 - 報告者

郵送・オンライン調査で実施

※丁2調査は、POS等による提出も可

調査事項

甲調査：従業者数、商品販売額、商品手持額 等

乙調査：従業者数、商品販売額 等

丙調査：売場面積、従業者数、営業日数、商品販売額、商品券販売額、商品手持額 等

丁調査：商品販売額、店舗数、サービス売上高（丁1のみ）等

公表

速報：調査月の翌月下旬

確報：調査月の翌々月中旬

2. 調査結果の利活用状況

政策判断等における利用

- 月例経済報告、地域経済動向（内閣府）
 - ・ 全国、地域別の経済動向把握や基調判断のための基礎資料として利用
- 経済・物価情勢の展望、地域経済報告（さくらレポート）（日本銀行）
 - ・ 全国、地域別の経済動向把握や基調判断のための基礎資料として利用

加工統計等の基礎データとしての利用

- 四半期別GDP速報（QE）（内閣府）
 - ・ 商業販売額（卸売業・小売業）を基礎データとして利用
 - ・ 商品別期末商品手持額（大規模卸売店、百貨店・スーパー）を基礎データとして利用
- 景気動向指数（内閣府）
 - ・ 商品販売額（卸売業計・小売業計）前年同月比を一致系列の基礎データとして利用
- 第3次産業活動指数（経済産業省）
 - ・ 指数作成の基礎データ及び経済分析（個人消費）のための基礎資料として利用
- 消費動向指数（総務省）
 - ・ 商品販売額（小売業計）を消費動向指数の説明変数系列として利用

3. 主な変更内容（丙調査）

集計事項の変更

⇒ 丙調査（百貨店、総合スーパー等）における地方別の集計については、百貨店等の減少による統計表の利便性低下（秘匿箇所の増加）や、ユーザーニーズを踏まえ、令和6年1月分調査から、以下のとおり、**東京特別区・政令指定都市別の集計を取りやめ**

商業動態統計月報（確報）	速報
第3部 百貨店・スーパー販売	
第5表（1）東京特別区・政令指定都市別販売額	第7表（1）
（2）東京特別区・政令指定都市別販売額前年（度、同期、同月）比増減率	第7表（2）
（3）東京特別区・政令指定都市別、商品別販売額等	
第6表（3） <u>経済産業局別、東京特別区・政令指定都市別</u> 、商品別期末商品手持額	

※第6表（3）は下線部分を取りやめ

4. 前回答申時の「今後の課題」※への対応

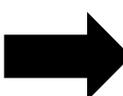
※ 直近の「諮問第143号の答申」（令和2年9月）においては、「諮問第129号の答申」（令和元年6月）における「今後の課題」が引き継がれている。

1 調査方法の変更に関する検証・検討

本調査の調査結果は、幅広く利活用されていることから、安定的な結果精度の確保が重要である。

このため、今回の民間事業者の活用拡大や、調査員調査から郵送・オンライン調査に統一することによる実査及び調査結果への影響等について、特に小規模事業所を中心に分析・検証を実施し、その結果を統計委員会に事後的に報告するとともに、必要に応じて、委託業務内容等の改善に活用すること。

※ 甲調査・乙調査は、令和2年3月分から、調査員調査を廃止し、郵送・オンライン調査に変更



対応

- 甲調査及び乙調査における郵送・オンライン調査への変更（令和2年3月）による調査への影響をみると、回収率は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により一時的に低下したものの、令和2年夏頃には、小規模事業所を含め、従前とほぼ同水準まで回復し、その後も順調に推移

4. 前回答申時の「今後の課題」への対応

2 調査対象の範囲の変更に関する検証・検討

今後の調査対象の範囲の変更に向けた検討においては、今回の審議結果や利活用ニーズを踏まえ、学識経験者等の知見も活用しつつ、以下の点について検証・検討すること。

- ① 調査対象の範囲を変更した場合の商業全体の推計方法については、本調査の役割や利活用ニーズを整理した上で、特に、除外部分の推計に用いる階層設定の在り方、廃業事業所の推計への反映について、幅広い時期のデータを使用して、統計的な検証・検討を行うこと。
- ② 調査対象の範囲の変更に当たっては、従業者数以外の基準を用いた階層の設定の可能性や除外の範囲を業種別に設定することの可否を含め、改めて幅広く検証・検討すること。

※ 調査対象の範囲については、諮問第129号当時（平成31年4月）、乙調査における小規模事業所の裾切り（卸売業は従業者9人以下、小売業は従業者4人以下を除外）が計画されていたが、推計手法の確立には至っておらず慎重に検討する必要があるとして、見送られた経緯がある。



対応

- 乙調査の調査対象から全業種一律で従業者規模1～4人層を除外し、5～9人層又は全層の増減率を用いて1～4人層を推計するシミュレーションをしたところ、いずれの場合も、業種別販売額の推計結果に大きな影響はみられなかった。
- ただし、調査対象事業所の約半数を占める1～4人層の除外は、調査対象範囲の大きな見直しとなることから、当面は現行の調査対象範囲を継続し、売上高等による層化の可能性、推計上の工夫、母集団情報の変更の影響などについても検証の上で、慎重に検討する方針

4. 前回答申時の「今後の課題」への対応

3 母集団情報の整備に向けた検討

本調査がこれまで母集団情報として用いていた商業統計調査が中止されたことや調査員調査の廃止により新規事業所の把握が困難となることに伴い、経済センサス-活動調査、経済構造実態調査、行政記録情報等から商業の実態を適切に把握できるような調査対象名簿の整備方法について検討すること。特に、事業所母集団データベースの年次フレームは、より早期に基礎的な名簿情報の把握が可能なることから、その活用による新設、廃業事業所の把握を中心に検証・検討すること。

対応

- 母集団情報としては、引き続き、（本調査の調査対象範囲の特定に必要な項目※が揃っている）経済センサス-活動調査を用いる予定
 - ※ 産業細分類、売場面積、セルフサービス方式など
- 母集団情報を令和3年経済センサス-活動調査に更新後は、その後の事業所の異動状況が反映された最新の年次フレームを活用し、事業所の存否確認を実施した上で、調査を実施する予定

4. 前回答申時の「今後の課題」への対応

4 公表の早期化に向けた検討

本調査については、今回、甲及び乙調査の調査方法を変更し、郵送・オンライン調査に一本化されることから、その実施状況や報告者負担も踏まえ、結果精度を確保しつつ、公表の早期化や調査業務の効率化を目指す観点から、調査票の提出期日の在り方を検討すること。

※ 従来、調査員調査（甲調査及び乙調査）における調査票の提出期日は調査対象月の翌月10日であったが、令和2年3月分から調査方法を郵送・オンライン調査に一本化したことに伴い、調査票の提出期日も翌月15日に一本化された。

対応

- 調査票の提出期日（調査月の翌月15日）の早期化の可能性について、対象事業所にヒアリングしたところ、売上データ等の確定日や社内確認の期間を踏まえ現状どおりを希望するとの回答が大部分
- 報告者負担の軽減と、結果精度の確保の観点から、現状の提出期日を維持しつつ、郵送・オンライン調査の早期提出の状況や、公表早期化のニーズを注視していく。

※本調査の公表日（速報は調査月の翌月下旬）は、主要な月次統計と比較しても遅いものではない。