

令和 6 年 7 月 4 日
総務省行政管理局公共サービス改革推進室

民間競争入札実施事業
「中小企業実態基本調査」の評価について
(案)

競争の導入による公共サービスの改革に関する法律（平成 18 年法律第 51 号）第 7 条第 8 項の規定に基づく標記事業の評価は以下のとおりである。

記

I 事業の概要等

事 項	内 容
実施機関	経済産業省中小企業庁
事業概要	中小企業実態基本調査における調査の標本設計、調査名簿作成、調査の実施、審査・集計及び報告書作成業務
実施期間	令和 4 年 4 月～令和 7 年 3 月 (市場化テスト 2 期目)
受託事業者	エム・アール・アイ リサーチアソシエイツ株式会社
契約金額（税抜）	719,000,000 円
入札の状況	1 者応札（説明会参加＝2 者／予定価内＝1 者）
事業の目的	中小企業基本法に基づき、中小企業全般に共通する財務情報、経営情報及び設備投資動向等を把握するため、統計法に基づく「一般統計調査」として毎年実施している。
選定の経緯	本事業は、1 者応札が継続していたことから、公共サービス改革基本方針（平成 28 年 6 月 28 日閣議決定）において選定された。

II 評価

1 概要

終了プロセスに移行することが適当である。

2 検討

(1) 評価方法について

中小企業庁から提出された令和 4 年 4 月 19 日から令和 6 年 3 月 29 日までの実施状況についての報告（別添）に基づき、サービスの質の確保、実施経費及びその前提としての競争性等の観点から評価を行う。

(2) 対象公共サービスの実施内容に関する評価

事 項	内 容							
確保されるべき質の達成状況	以下のとおり、目標回収率及び目標有効回答率を達成しており、適切に実施されている。							
	確保されるべき水準	評 価						
	(1) 回収率等の目標							
	<p>目標回収率は約 43%（有効回答率約 40%）とすること。</p> <p>目標回収率については、中小企業庁と相談のうえ、調査対象に対する電話督促回数の増加等による調査の重要性・必要性を最大限に促し調査協力を求めるなど最善の努力をした結果、目標回収率を達成できなくてもやむを得ないものとする。</p>	<p>令和4年度、令和5年度ともに目標回収率及び目標有効回答率を上回った。</p> <p style="text-align: center;">【回収率】【有効回答率】</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">令和4年度</td> <td style="width: 20%;">46.6%</td> <td style="width: 20%;">41.1%</td> </tr> <tr> <td>令和5年度</td> <td>46.5%</td> <td>41.7%</td> </tr> </table>	令和4年度	46.6%	41.1%	令和5年度	46.5%	41.7%
令和4年度	46.6%	41.1%						
令和5年度	46.5%	41.7%						
	(2) 調査客体への対応状況							
	<p>調査対象企業からの苦情、調査に関する問合せ等があった場合の対応を行う。</p> <p>審査の結果、必要に応じて調査対象企業に疑義の照会を行い、照会結果に基づいて調査票データの修正を行う。</p>	<p>適切に実施された。</p> <p>問合せについては、受託事業者において「電話問合せマニュアル」、「電話問合せ FAQ」等に関する資料を作成の上、研修を実施し、専用ツールにより、迅速かつ丁寧に対応している。</p> <p>また、疑義の照会については、「疑義照会マニュアル」を作成し、専用ツールによる調査票情報の一元管理等を行っている。</p>						
民間事業者からの改善提案	<p>(1) オンライン回答率向上の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査客体に対して、有効回答につながりやすいオンライン回答のメリット等を調査関係用品に記載し、督促等の対応を実施した結果、令和5年調査は令和3年調査に比べ全体で 6.7 ポイント（47.8%→54.5%）のオンライン回答率が上昇した。 <p>(2) 調査客体への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・回線を 30 チャンネル（同時通話可能数）設定し、カスタマーコントロール機能を用い、時期や時間帯、在席している電話オペレーターの人数に合わせたチャンネル数の調整をリアルタイムに実施し、同時に受電できる電話機の数（電 							

	<p>話対応ができる電話オペレーターの人数)を調整することが可能となり、話中状態となる状況を防ぐことに努めることができた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・問合せ管理ツールへの問合せ内容の記録については、一部の問合せ種別を選択すると問合せ内容メモ欄に自動的に定型文が追記される仕組みを導入し、入力にかかる時間を短縮し電話対応に専念できた。 ・問合せ管理ツールに、記入担当者の氏名、電話番号から調査対象者を検索できる機能を付加した。当該機能を利用し、対象者からの疑義照会の折り返しがあった際にも、スムーズな引継ぎが可能となった。 <p>等、民間事業者からは積極的に改善提案が出され、調査をより適切に、効率的に実施した。</p>
--	--

(3) 実施経費 (税抜)

実施経費は、従来経費 (257,344,155 円) と比較すると、下記のとおり 19,459,925 円 (7.6%) の削減しており、一定の効果があつたものと評価している。

市場化テスト導入前と市場化テスト第2期を比較して、経費削減の効果が生じた理由については、複数年契約による業務内容の習熟や名簿作成作業の平準化等によるものと考えられる。

なお、実施経費と従来経費ともに支払額としている。

従来経費 A	257,344,155 円
実施経費 B	237,884,230 円
削減額 A-B	19,459,925 円減
削減率	7.6%減

<従来経費>

257,344,155 円

<実施経費>

(237,718,902 円 (令和4年度) + 238,049,558 円 (令和5年度)) ÷ 2 =

237,884,230 円

(4) 競争性改善のための取組

競争性の改善のため、中小企業庁が実施した主な取組は、以下のとおりである。

- ① 入札公告期間を標準 (20 日間) より 16 日多い 36 日間に延長。
- ② 単独で本事業が担えない場合は、適正に業務を遂行できる 入札参加グループとして参加することが可能であることを明記。
- ③ 調査関係書類等の 事業内容に関する情報開示 (入札公告期間中、閲覧可能) を行った。

- ④ 統計調査の目標精度を維持しつつ、目標とする回収率及び有効回答率を実態に即して緩和した。
- ⑤ 対応が必要となる業務量等を実施要項に明確化した。
- ⑥ 入札参加が期待される分野の協会に依頼し、実施要項案に対する意見募集や入札公告について会員企業への周知を行った。
- ⑦ 契約期間を単年度から複数年度（3年間）に変更して調達を行った。
などの改善を講じてきた。
なお、これまでの官民競争入札等監理委員会における審議を通じて指摘されたことはすべて対応してきた。

(5) 業務の特殊性

上記のような改善策を講じてきたにもかかわらず、1者応札となった。

複数の事業者からヒアリングを実施した結果、以下のとおり、本事業の特殊性を踏まえると競争性の改善及び民間事業者による入札参加が困難な状況である。

① 一般統計調査としての制約

本調査は、統計法に基づく一般統計調査であるため、実施に当たっては、総務大臣の承認を受けた「調査計画」に基づき実施することが求められる。

統計の品質向上を図る観点からも「調査計画」を安易に変更することはできず、また、中小企業政策のE B P M・データ駆動型行政の取組を実現するため、政策効果のモニタリングの観点から、今後も一般統計調査として調査計画に基づき実施し、安定的な品質を確保し精度の高いデータを収集・整備することが必要不可欠としている。

② 調査対象となる企業の抽出方法の専門性及び市場の特殊性

本業務を実施するには、調査計画に記載された標本設計を理解し目標精度を満たしうる最小の標本サイズを計算する等の精緻な作業が要求されるため、本調査の標本抽出作業を実施できる能力があると指摘のあったシンクタンクについてもヒアリングを行ったものの、コスト面で予算内に納めることが難しいとのことであった。

本調査は、調査計画に基づき実施する必要があることから、民間事業者が業務の実施に当たっては、創造性・独創性を生み出す余地が少なく、提案要素も少ないことから、応札意欲のある事業者の発掘に至っていない状況である。

③ 調査業務を分割することの困難性

調査の遅延や調査結果の精度悪化等調査の信頼性や有用性を損ねる可能性があることから、「標本抽出・調査名簿作成業務」と「推計・集計業務」は一連の業務とする必要があり、さらに、調査票回収業務等とも緊密な連携が必要であり、本調査業務を分割して実施することは困難である。

3 評価のまとめ

業務の実施に当たり確保されるべき達成目標として設定された質については、すべて目標を達成していると評価できる。また、オンライン回収率向上の取組等、民間事業者のノウハウと創意工夫の発揮が業務の質の向上に貢献したものと評価できる。

また、経費削減効果についても、19,459,925円(7.6%)の削減が認められ、公共サービスの質の維持向上、経費の削減の双方の実現が達成されたものと評価できる。

一方、1者応札が継続しており、競争性に課題が認められる。

この点、「(4)競争性改善のための取組」を実施したものの、「(5)業務の特殊性」により、市場化テストの実施だけでは実施状況の更なる改善が見込めないものと認められる。

4 今後の方針

本事業については、競争性の確保において課題が認められ、良好な実施結果が得られたと評価することは相当ではないが、「3 評価のまとめ」のとおり、市場化テストの実施だけでは実施状況の更なる改善は見込めないものと認められる。

以上のことから、本事業については、「市場化テスト終了プロセス運用に関する指針」Ⅱ. 1. (2)の基準を満たしているものとして、現在実施中の事業をもって市場化テストを終了することとする。

市場化テスト終了後の事業実施については「競争の導入による公共サービスの改革に関する法律」の対象から外れることとなるものの、これまでの官民競争入札等監理委員会における審議を通じて厳しくチェックされてきた公共サービスの質、実施期間、入札参加資格、入札手続及び情報開示に関する事項等を踏まえた上で、中小企業庁が自ら公共サービスの質の維持向上、コストの削減及び事業の透明性の確保を図っていくことを求めたい。

さらに、中小企業庁に対し、今後も受託者の決定プロセス及びコストの透明性を確保するよう求めるとともに、競争性の改善を通じた公共サービスの質の維持向上及びコストの削減を図るため、本事業の目的・理念に沿う範囲内で、事業の実施方法等についての見直しを含めた不断の検討を要請する。

令和 6 年 6 月 5 日
 中小企業庁事業環境部調査室

民間競争入札実施事業
 中小企業実態基本調査の実施状況報告について（案）

基本方針に基づく標記事業の実施状況（令和 4 年度及び令和 5 年度）は以下のとおり。

I 事業の概要等

事 項	内 容
事業概要	中小企業実態基本調査における調査の標本設計、調査名簿作成、調査の実施、審査・集計及び報告書作成業務 （※中小企業実態基本調査は統計法に基づく一般統計調査）
事業実施期間	令和 4 年 4 月 19 日から令和 7 年 3 月 31 日までの 3 年間 （※評価対象期間は、令和 4 年 4 月 19 日から令和 6 年 3 月 29 日まで）
受託事業者	エム・アール・アイ リサーチアソシエイツ株式会社
契約金額（税抜）	719,000,000 円
入札の状況	一者応札（説明会参加＝2 者／予定価内 1 者）
事業の目的	中小企業実態基本調査は、中小企業基本法に基づき、中小企業を巡る経営環境の変化を踏まえ、中小企業全般に共通する財務情報、経営情報及び設備投資動向等を把握するため、中小企業全般の経営等の実態を明らかにし、中小企業施策の企画・立案のための基礎資料を提供するとともに、中小企業関連統計の基本情報を提供するためのデータ収集を行うことを目的とする。
選定の経緯	一者応札が継続していた事業として平成 28 年度基本方針において選定。 平成 31 年度～令和 3 年度、令和 4 年度～令和 6 年度に市場化テスト事業として実施。
特記事項 （改善指示、法令違反行為等の有無）	特になし

II 評価

1. 事業の質に関する評価

(1) 確保されるべき質の達成状況及び評価

令和4年度及び令和5年度に実施した本業務における確保されるべき質の達成状況及び評価は次のとおり。

①回収率・有効回答率

ア 実施状況

a 令和4年度

令和4年度は「令和4年調査（令和3年度決算実績）」を実施した。

- ・5月下旬に調査名簿を作成し、6月9日以降、調査客体に対して調査協力依頼を送付し調査名簿の精度向上を図り、調査対象用品発送用名簿を確定した。その後、7月4日以降、順次、調査対象用品を発送した。回収率の向上を図るため、調査対象用品が未到着となった場合（調査客体に調査対象用品が到着せず、返送されてきた場合）や、調査客体から事務局への問合せの結果、当該企業が調査対象外・休業・廃業・倒産等が判明した場合は、名簿から当該企業を除外し、予備標本から標本を入れ替えた後、入れ替えた企業に対して調査対象用品を発送した。
- ・調査票の締切日は9月1日とし、8月22日及び25日に提出期限のお知らせ通知を発送し、締切日以降も法人企業に対し督促電話（「1stコール」は9月8日～10月13日、「フォローコール」は9月28日～10月28日）を実施。
- ・さらに、法人企業に対しては督促状の発送（9月20日、10月24日発送）、調査票の再発送（11月10日発送）、個人企業に対しては調査票の再発送（9月20日、11月11日発送）により、回収率の向上を図った。
- ・別途、売上高が特に大きな企業（以下「外れ値企業」という。）に対しては、督促架電及び調査票再送を実施した。
- ・また、回収された調査票については、マニュアルを作成し審査を実施し、誤記入等の不備があるものについては電話による疑義照会を実施し、調査結果の精度向上を図った。
- ・セキュリティ対策は問題なく、情報の漏えい等の事故は発生しなかった。

b 令和5年度

令和5年度は「令和5年調査（令和4年度決算実績）」を実施した。

- ・5月下旬に調査名簿を作成し、6月12日以降、調査客体に対して調査協力依頼を送付し調査名簿の精度向上を図り、調査対象用品発送用名簿を確定した。その後、7月3日以降、順次、調査対象用品を発送した。回収率の向上を図るため、調査対象用品が未到着となった場合（調査客体に調査対象用品が到着せず、返送されてきた場合）や、調査客体から事務局への問合せの結果、当該企業が調査対象外・休業・廃業・倒産等が判明した場合は、名簿から当該企業を除外し、予備標本から標本を入れ替えた後、入れ替えた企業に対して調査対象用品を発送した。
- ・調査票の締切日は9月1日とし、8月22日及び25日に提出期限のお知らせ通知を発送し、締切日以降も法人企業及び個人企業に対し督促電話（「1stコール」は9月7日～10月12日、「フォローコール」は9月27日～10月27日）を実施。

- ・さらに、法人企業に対しては督促状の発送（9月19日、10月20日発送）、調査票の再発送（11月10日発送）、個人企業に対しては調査票の再発送（9月20日、11月10日発送）により、回収率の向上を図った。
- ・別途、外れ値企業に対しては、督促架電及び調査票再送を実施した。
- ・また、回収された調査票については、マニュアルを作成し審査を実施し、誤記入等の不備があるものについては電話による疑義照会を実施し、調査結果の精度向上を図った。
- ・セキュリティ対策は問題なく、情報の漏えい等の事故は発生しなかった。

イ 評価

- ・目標回収率は約43%（目標有効回答率約40%）としていたが、結果は以下のとおり。

	回収率	有効回答率
令和4年度	46.6%	41.1%
令和5年度	46.5%	41.7%

- ・適切に実施された。令和4年度及び令和5年度の回収率はいずれも実施要項に記載された目標回収率・目標有効回答率を上回ることができた。両年度とも前年度の回収実績を分析し、調査客体の従業員規模や主業の産業大分類に応じて、督促電話、督促はがき、調査票再送の督促手法を選別し実施したことで、目標を上回る回収率・有効回答率となっており、一定の成果が見られた。

②調査客体への対応状況（問合せ件数・疑義照会件数）

ア 実施状況（令和4年度及び令和5年度）

- ・問合せ件数の結果は以下のとおり。

	計	拒否・クレーム	再発送依頼	発送先情報変更
令和4年度	11,288件	904件	750件	865件
令和5年度	10,722件	816件	585件	568件

- ・疑義照会件数の結果は以下のとおり。

	疑義照会件数	疑義照会率 (疑義照会件数/回答企業数)
令和4年度	44,321件	86.5%
令和5年度	40,124件	78.7%

<問合せ>

調査客体からの問合せ用電話窓口として、専用フリーコール及び直通電話を整備し調査事務局として設置した（ピーク時（調査票発送時）は、常時 10 人程度は問合せ対応できる体制を構築）。

問合せ対応に当たっては、受託事業者において「電話問合せマニュアル」及び「電話問合せ FAQ」を作成した。また、業務開始にあたり、これらの資料や調査概要、決算書に関する資料によりオペレーターへの研修（3 日間）を行った。

調査客体からの問合せ内容及び事務局からの回答内容は、受託事業者において構築した「問合せ管理ツール」に入力しオペレーター同士で状況確認（終了・未決）や引継ぎ時に活用した。

問合せは、令和 4 年度は 11,288 件、令和 5 年度は 10,722 件であった。

<疑義照会>

上述の調査事務局にて対応。業務開始に当たっては、オペレーターに上述の問合せ研修を受講させた後、受託事業者において作成した「審査マニュアル」や「疑義照会マニュアル」により研修（1 日間）を行った。

受託事業者において作成した「審査マニュアル」を元に審査を行い、調査票の回答内容に疑義が生じた場合、オペレーターが調査客体に電話で確認し、受託事業者において構築した「疑義照会ツール」に入力・修正しオペレーター同士で進捗状況（「完了」、「拒否」、「不在」又は「保留」）の把握や引継ぎを行った。

疑義対象件数は、令和 4 年度は 44,321 件、令和 5 年度は 40,124 件であった。

イ 評価

<問合せ>

- ・適切に実施された。受託事業者において、「電話問合せマニュアル」、「電話問合せ FAQ」、調査概要、決算書に関する資料を作成の上、研修を実施し、また、専用ツールにより、迅速かつ丁寧に対応していることは評価できる。

<疑義照会>

- ・適切に実施された。受託事業者において、「疑義照会マニュアル」を作成し、専用ツールによる調査票情報の一元管理を行うとともに、調査客体への電話時に確認が必要な項目数やおおよその通話時間を伝える等、創意工夫を行っている点は評価できる。
- ・なお、令和 5 年度は前年度に比べ疑義照会率が低下しているが、疑義照会が必要な調査客体には漏れなく対応済みであり、下述（2）①に記載のオンライン調査（※）の回答率増加によるものと思料できる。

※ オンライン調査時に入力する調査票（HTML 形式）には、自動計算機能があり一部項目において検算機能を有しているため、オンラインにて提出された調査票は有効回答につながりやすく疑義照会の件数が少なくなる傾向がある。

一方で、問合せや疑義照会の対応時に、調査客体からは以下のコメント等があり、一部については「電話問合せマニュアル」、「電話問合せ FAQ」又は「疑義照会マニュアル」の修正や研修等に改善の余地があるところ。

- － 令和4年度において、オペレーターが令和5年度は調査票を送付しないと発言したにもかかわらず、実際には令和5年度も調査票が送付されてきたとの申出があったため、中小企業庁担当者より調査方法等を説明した。
- － 調査事務局より調査客体にフリーダイヤルで連絡したことに対し不信感を持たれてしまったため、今後の疑義照会を実施することができなかった。
- － 「本当に中小企業庁で実施している調査なのか」と尋ねられ、オペレーターがマニュアルどおり、中小企業庁から委託されて実施していることを伝えたが、委託先の企業名を正しく伝えることができず、中小企業庁担当者より委託状況等を説明した。
- － 令和4年調査の回答状況を回答いただき助かった。

(2) 民間事業者からの改善提案による改善実施事項等

①回収率・有効回答率

- ・令和4年調査以降も引き続き、特に回収率・有効回答率の向上に資する取り組みを複数実施した。調査客体の票種（法人企業・個人企業）や主業の産業に対して、適切と考えられる方法を選定するとともに、自動計算機能を有し有効回答につながりやすいオンライン回答のメリット等を調査関係用品に記載し、督促等の対応を実施した。

・この結果、

令和4年調査：前年度調査に比べ回収率が2.2ポイント減少（48.8%→46.6%）したものの、オンライン回答率（※）は4.1ポイント増加（47.8%→51.9%）した。

令和5年調査：前年度調査に比べ回収率が0.1ポイント減少（46.6%→46.5%）したものの、オンライン回答率（※）が2.6ポイント増加（51.9%→54.5%）した。さらに、有効回答率も令和4年調査に比べ0.6ポイント増加（41.1%→41.7%）した。

※オンライン回答率（%）＝オンラインによる回答数／紙・オンラインによる回答数×100

②調査客体への対応状況（問合せ件数・疑義照会件数）

- ・回線を30チャンネル（同時通話可能数）設定し、カスタマーコントロール機能を用い、時期や時間帯、在席している電話オペレーターの人数に合わせたチャンネル数の調整をリアルタイムに実施した。これにより、同時に受電できる電話機の数（電話対応ができる電話オペレーターの人数）を調整することが可能となり、話中状態となる状況を防ぐことに努めることができた。
- ・問合せ管理ツールへの問合せ内容の記録については、一部の問合せ種別を選択すると問合せ内容メモ欄に自動的に定型文が追記される仕組みを導入し、入力にかかる時間を短縮し電話対応に専念できた。
- ・問合せ管理ツールに、記入担当者の氏名、電話番号から調査客体を検索できる機能を付加した。当該機能を利用し、対象者からの疑義照会の折り返しがあった際にも、スムーズな引継ぎが可能となった。
- ・疑義照会のオペレーターについては、業務経験者を多数、配置した。

2. 実施経費についての評価

①実施状況（市場化テスト前（平成 30 年度）と市場化テスト第 2 期（令和 4 年度及び令和 5 年度）の比較）

	市場化テスト前	市場化テスト第 2 期	
	平成 30 年度 (A)	令和 4 年度 (B-1)	令和 5 年度 (B-2)
支払額（税抜）	257,344,155 円	237,718,902 円	238,049,558 円
市場化テスト前後の増減率 ※ (B-A) / A	—	▲7.6%	▲7.5%
調査客体数	108,444 社	109,838 社	109,749 社
調査客体 1 社当たり支払額	2,373.1 円/社	2,164.3 円/社	2,169.0 円/社
1 社当たり支払額の市場化テスト前後の増減率 ※ (B-A) / A	—	▲8.8%	▲8.6%

②評価

市場化テスト前（平成 30 年度）と市場化テスト第 2 期（令和 4 年度及び令和 5 年度）を比較した結果、支払額において、両年度とも削減、また、調査客体 1 社当たりの支払額も両年度とも削減された。複数年契約によるメリット（業務内容の習熟、名簿作成作業の平準化等）に因るものと考えられる。

III 競争性改善のための取組及び分析

市場化テストにおいて、入札公告期間（公告日から提案締切まで）を標準（20 日間）より 16 日多い 36 日に延長し、また、情報開示（調査関係書類等の資料閲覧）や過去の入札監理小委員会での御指摘への対応（業務量の明確化、目標とする回収率及び有効回答率の緩和等）により競争性改善の取組を実施した。さらに、マーケティング・リサーチの業界団体に対し、仕様に関する意見募集をするとともに、パブリックコメント募集及び入札公告についての周知依頼を実施し、本事業の内容を広報することはできた。

IV 今後の事業について

1. 全体的な評価

- ・令和4年度及び令和5年度の確保されるべき質として設定した回収率・有効回答率については、目標回収率及び目標有効回答率を達成することができた。さらに、令和5年度では一部、督促方法を追加したり、オンライン回答を促す対応等により、前年度を上回る有効回答率となった。
- ・調査客体への対応状況等については、民間事業者から積極的に改善提案が出されており、調査をより適切に、効率的に実施しようとする姿勢は評価できる。
- ・実施経費については、市場化テスト開始前（平成30年度）と市場化テスト第2期（令和4年度及び令和5年度）の単年度支払額で比較すると、令和4年度は7.6%減（調査客体1社当たりの支払額では8.8%減）、令和5年度は7.5%減（調査客体1社当たりの支払額では8.6%減）と経費削減効果は得られた。
- ・一方で、競争性の確保については、Ⅲの競争性改善の取組及び分析のとおり、競争性改善に向けて仕様の意見募集や事業内容の広報の取組を行ったものの、結果として一者応札となった。本調査は統計法に基づく一般統計調査であるため、実施に当たっては、総務大臣の承認を受けた「調査計画」に基づき実施することが求められる。本業務を実施するには、「調査計画」に記載された標本設計を理解し目標精度を満たしうる最小の標本サイズを計算する等の精緻な作業が要求されるため、本調査の標本抽出作業を実施できる能力があると前回事業評価において指摘のあったシンクタンクについてもヒアリングを行ったものの、コスト面で予算内に納めることが難しいとのことであった。さらに、「調査計画」に基づき実施する必要があることから、民間事業者が本調査の実施に当たっては、創造性・独創性を生み出す余地が少なく、提案要素も少ないことから、応札意欲のある事業者の発掘には至っていない。このように、本事業の特殊性を踏まえると、本調査に対応可能な民間事業者は極めて限られていると考えられ、この点について、市場化テストの実施による改善は難しいものとする。
- ・なお、統計の品質向上を図る観点からも「調査計画」を安易に変更することはできず、また、「経済産業政策新機軸部会 第2次中間整理」（令和5年6月27日）において定められているとおり、中小企業政策のEBPM・データ駆動型行政の取組を実現するため、政策効果のモニタリングの観点から、今後も一般統計調査として「調査計画」に基づき実施し、安定的な品質を確保し精度の高いデータを収集・整備することが必要不可欠である。
- ・また、令和6年4月22日に得られた外部有識者による評価は以下のとおり。
 - (1) 回収率については、回収実績（回答した調査客体の属性等）を見ながら督促手法を変える等、回収率の向上を図る取り組みを行ったことにより、両年度調査とも目標回収率を上回る回収率となり、一定の成果が見られたことから、最善の努力をしていることがうかがえる。
 - (2) 調査客体への対応状況等については、調査客体からの問合せ、疑義照会とも適切に実施された。一方で、一部調査客体から電話対応等に関する不満のコメントがあるが、マニュアルの更なる充実やオペレーターへの研修等を通じて、今後より一層適切な対応をしていただきたい。
 - (3) 実施経費（実際に本業務に要した経費）については、支払額及び調査客体1社当たりの支払額は、市場化テスト開始前（平成30年度）と比べ両年度とも削減され、評価できる。
 - (4) 市場化テスト第2期（令和4年度～令和6年度）でも一者応札となったが、本調査は標本調査としては規模が大きく、財務関係等の調査内容も専門性が必要となることが要因であると考えられる。政府統計を取り巻く環境も踏まえると、今後も一者応札の傾向になると思われ、複数の応札者を得るのは難しいのではないかと考える。

2. 今後の事業

上述のとおり本事業は、概ね良好な実施結果であり、質の点についても民間事業者から改善提案が複数示される等、創意工夫が認められる。

令和4年度から令和6年度までの事業（市場化テスト第2期）では、実施要項の記載事項を明確化するとともに、目標回収率を現実可能な数値に設定する等の対応策を行った。また、複数応札に向けて業界団体を通じた事業者への情報提供等の広報を実施した。

以上のように、改善に向けた取り組みを行ったものの、一者応札が続いている。市場化テストの実施だけでは実施状況の更なる改善が見込めないことから、「市場化テスト終了プロセス運用に関する指針」（平成26年3月19日官民競争入札等監理委員会決定）Ⅱ. 1（2）の基準に照らし、現在実施中の事業をもって市場化テストを終了したい。

なお、市場化テスト終了後も、これまで官民競争入札等監理委員会における審議を通じて厳しくチェックされてきた公共サービスの質、実施機関、入札参加資格、入札手続き及び情報開示に関する事項等を踏まえた上で、引き続き、法の趣旨に基づき、公共サービスの質の維持向上及びコスト削減等を図る努力をしてまいりたい。

(別紙 2) 自己チェック資料

令和 6 年 6 月 5 日
中小企業庁事業環境部調査室民間競争入札実施事業
「中小企業実態基本調査」の自己チェック資料

① 「実施要項における競争性改善上のチェックポイント」の対応状況

市場化テスト第 2 期においては、以下の改善を行った。

○業務内容、評価項目の明確化、目標水準の緩和

- ・対応が必要となる業務量や類似実績として認める範囲を明確化した。
- ・目標とする回収率及び有効回答率を緩和（減少）した。

○入札スケジュールの見直し、事業内容の情報開示

- ・事業者へのヒアリングにより、入札に関するスケジュールがタイトであることが課題としてあったため、入札公告期間（公告日～提案締切）を標準（20 日）より 16 日長い 36 日を確保した（第 1 期に続いての措置）。
- ・調査関係書類等の事業内容に関する情報開示（入札公告期間中、閲覧可能）を行い、新規事業者の参入を促進した。（第 1 期に続いての措置）

○再委託・入札参加グループの可否の明記

- ・本事業の一部について、再委託が可能であることを明記した。（第 1 期に続いての措置）
- ・単独で本事業が担えない場合は、適正に業務を遂行できる入札参加グループとして参加することが可能であることを明記した。（第 1 期に続いての措置）

○広報の実施

- ・入札参加が期待される分野の協会に依頼し、実施要項案に対する意見募集や入札公告について会員企業への周知を行った。

○その他

- ・第 1 期及び第 2 期は国庫債務負担行為による 3 カ年度事業として調達した。

② 実施状況の更なる改善が困難な事情の分析

■実施可能な事業者が限定される要因

(市場の特殊性について)

本調査の対象となる企業の抽出方法は、「標本調査」(※)として、産業中分類・従業者規模別層化無作為抽出(目標精度を設定し、層別の売上高の分散を考慮し抽出)により選定しているが、抽出において、詳細調査票・簡易調査票(調査票の種類)別の抽出数を確保することに加え、外れ値企業の選定やローテーションサンプリングの状態別に抽出数を調整している。また、法人企業統計調査(財務省)等の他統計調査との重複是正も実施している。

さらに、「産業中分類・従業者規模別」「産業中分類別」「産業大分類・従業者規模別」の3区分の層化において、全体分(詳細調査票及び簡易調査票)のうち詳細調査票の2つの目標精度を満たしうる最小の標本サイズを計算する等の精緻な作業が必要なため、本調査の業務に対応できる事業者が限られている。

※標本調査とは、調査対象の母集団の中からその一部(標本)を抽出し、標本のデータに基づいて、母集団について推計を行う手法

企業活動の実態(売上高・売上金額等)を把握するため、政府が実施する比較的規模が大きい統計調査(標本調査)として、以下が存在しているが、抽出方法はいずれもローテーションサンプリングを採用しているものの等確率系統抽出・均等配分が主であり、本調査の抽出方法と比べて、比較的簡略な抽出方法となっている。

- ・法人企業統計調査(財務省)
- ・個人企業経済調査(総務省)

なお、両調査とも抽出作業については民間企業に外注していない。

本調査の標本抽出作業を実施できると考えていたシンクタンクについて、一部のシンクタンクは上述の抽出方法により本調査の対象となる企業を抽出することは可能だが、コスト面で予算内に納めることが難しく、また、実施業務に創造性・独創性を生み出す余地が少なく、提案要素も少ないため、実質、応札には至らない可能性が高いことから、本業務に対応可能な事業者が限られている。

(関連政策、関係法令等の抜本的見直しが必要となる点について)

本調査は、商工業実態基本調査の後継として、中小企業基本法における「中小企業の実態を明らかにするため必要な調査を行い、その結果を公表しなければならない。」に基づき実施している統計法上の一般統計調査であり、中小企業政策に必要な財務情報、経営情報及び設備投資動向を捕捉するものである。

統計法では、「公的統計の整備に関する基本的な計画」（令和5年3月28日閣議決定）に基づき、統計の品質向上や総合的品質管理（TQM）に取り組むこととされており、調査計画において調査の対象や標本抽出手法、調査項目、調査方法等の制約を受ける。このため、後述の統計調査に係る業務負荷の抜本的な軽減に向けた業務の簡素化は、改正統計法及び基本計画の趣旨である「公的統計の品質の確保と向上」とは相容れないほか、産業構造審議会 経済産業政策新機軸部会における「経済産業政策新機軸部会 第2次中間整理」（令和5年6月27日）では、EBPM・データ駆動型行政の実現に向けた政策効果のモニタリングの必要性やデータ整備・活用の拡大が行われており、むしろ中小企業政策のEBPMの拡大に向けて、本調査は一層の役割の拡大を求められているところ、実施状況の改善に向けた本調査の業務負荷の軽減は、こうした既存の政策の方向性や関連法令の抜本的な見直しを要する。

■競争性改善のための分割の検討

本調査業務の円滑な実施には、標本調査の性質上、標本抽出・調査名簿作成業務と推計・集計業務は一連の業務とする必要があり、さらに、産業中分類・従業者規模別の回収状況や企業単位で拡大推計をするための乗率を更新・管理する観点から、調査票回収業務、督促業務、疑義照会業務、個票審査業務との緊密な連携も不可欠。各業務の過程で連携が不十分であると、調査の遅延や、調査結果の精度悪化等調査の信頼性や有用性を損ねる可能性がある。

仮に業務を分割した場合でも、特に、推計・集計業務とその前段階の業務（個票審査業務等）との間で緊密な連携を確保するためには、契約期間を重複させ個票データと集計データを相互に検証することとなるため、経費が増加する可能性がある。

このため、分割した調査業務の実施はできない。

なお、競争性確保の観点から、グループ入札や外部委託は可能としている。