

総務省統計局及び経済産業省

説明資料

(第 34 回部会の宿題)

○第 34 回サービス統計・企業統計部会 (25. 5. 22)

北村委員からの質問

「インターネットによる販売」の把握について

- ① 小売物価統計調査の変更の審議においては、通信販売価格の把握について、シェアが低いため時期尚早と判断しており、本調査においてインターネット販売を把握するとするならば、インターネット販売のシェアを示した上で理由を明らかにしてほしい。

【回答】

- 1 インターネットによる販売については、経済産業省「我が国情報経済社会における基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書」によれば、小売業の BtoC-EC の市場規模は年々増加傾向にあり、商業動態統計調査の小売業販売額を分母としてその割合を試算すると、平成 23 年は約 3.3%となる。
- 2 インターネット販売は、小売業販売額全体に対する割合としてはあまり大きくはないものの、例えば、平成 19 年の日本標準産業分類の改定において、情報通信技術の高度化等に伴って製品の流通の変化等を的確に把握することを可能とする必要があり、店舗を有することなく消費者に商品を流通させる「無店舗小売業」が新設されたように、新たな販売形態を有する事業所の実態を把握する上でも、インターネット販売を特掲して調査することは重要と考える。
- 3 昨年実施した試験調査の結果でも、商品販売形態別割合のうちインターネット販売の割合が 50%以上であった事業所も存在しており、産業分類別、地域別、業態別等による集計結果として見ることににより、我が国におけるインターネット販売の普及の度合いを明らかにすることが可能となり、インターネットを活用した新たな商業モデルの創出など、電子商取引全体を普及・拡大するための施策立案に資する基礎資料としての役割が期待される。
- 4 既に、平成 24 年経済センサス活動調査においても、「小売販売額の商品販売形態別割合」の中で「店頭販売」、「訪問販売」、「通信・カタログ販売」等とともに、「インターネット販売」の割合を調査しており、経年変化の状況を捉える上でも、今回の調査において引き続き把握することが重要と考えている。

インターネットによる販売の小売業販売額に対する割合（試算）

(億円)

	平成 19 年 (2007 年)	平成 20 年 (2008 年)	平成 21 年 (2009 年)	平成 22 年 (2010 年)	平成 23 年 (2011 年)
小売業の BtoC-EC の市場規模	25, 550	29, 330	33, 600	40, 260	44, 910
小売業販売額	1, 354, 170	1, 360, 190	1, 329, 610	1, 364, 790	1, 351, 570
割合 (%)	1. 9	2. 2	2. 5	2. 9	3. 3

(出所) 経済産業省「我が国情報経済社会における基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書」、経済産業省「商業動態統計調査」

② 販売形態別割合において、インターネット販売を通信・カタログ販売から特掲して把握することに関し、割合で調査することに統計的に意味があるのか。

【回答】

- 1 商業統計調査では、小売業における販売形態の多様化の実態を把握するために、年間商品販売額のうち小売販売額の商品販売形態別割合を、昭和63年調査から把握するようにしている。
- 2 店頭販売、訪問販売、通信・カタログ販売といった販売形態を、金額ではなく割合で記入するようにしているのは、比較的規模の大きい企業組織であれば、経営戦略上、販売形態毎に勘定を設けて経理しているものと思われるが、中小、零細規模の企業では、販売形態の区別なく単一の帳簿によりひとまとめに経理していることも予想されることから、記入者の負担感を軽減し、比較的容易に記入できるようにして、未記入率が高まることを防ぐためである。
- 3 統計調査を取り巻く環境が厳しさを増している中、当該調査項目の構造や傾向を把握する上では、精緻な数値を記入させる方式とすることにより調査拒否や未記入といった状態が多くなり、実態を捉えることが困難となるよりは、割合とすることで数値を把握できた方が有用性は高いと考える。
- 4 なお、このような金額ではなく割合で把握するといった調査項目は、商業統計調査の創設時である昭和 27 年調査から存在しており、また、他の基幹統計調査においても、従来から、調査項目によっては、同様に割合で把握している場合があり、今回新たに設けた記入方式というわけではない。

「商品手持額の把握」について

① 商品手持額が事業所ベース（４桁）から企業ベース（３桁）になることについて、以下のどちらによるものか。

- ・ 事業所ベースでの回答状況が悪化したため、変更せざるを得ない。
- ・ これまでも事業所ベースの表章には無理があった。

【回答】

- 1 前回の平成１９年商業統計調査までは、事業所単位の調査事項として期末のみの商品手持額を調査していたが、産業連関表及び国民経済計算等の二次加工統計の推計精度の向上から、より正確な商業マージンの推計のため、流通在庫増減の把握を求められているところ。
- 2 その一方、商業事業所の実態として、以前は同一の商業事業所内に倉庫等を有していたため、事業所内で商品手持額（在庫）を管理する形態が一般的であったが、現在では、複数の商業事業所を有する企業の場合、商品手持額が事業所にあるとは限らず、企業として管理していることが一般化しており、このような事業所の場合、従前の事業所単位での商品手持額を把握することは困難となってきた。
- 3 この様な実態に基づき、さらに、記入者負担に十分配慮しつつ、二次加工統計の推計精度の向上を実現するべく調査事項を検討した結果、企業単位で年初と年末の商品手持額を把握することとしたものである。
- 4 なお、集計表において、産業分類格付けが細分類（４桁）から、小分類（３桁）となるのは、調査事項が事業所単位ではなく企業単位となったことで、企業の集計表で表章することとなるためである。企業の産業分類は細分類レベルで格付けすることが困難であり、結果として小分類別での集計となるものである。

② 法人事業所には仕入額の仕入先別割合を聞いているが、仕入総額の方が答えやすいのではないか。

【回答】

- 1 法人事業所に対して年間商品仕入額の仕入先別割合を聞いているのは、仕入先別割合と販売先別割合をクロスさせることで、事業所ごとに流通経路・流通段階のどこに該当するかの格付を行い、商業事業所における流通経路・流通段階別の商取引実態を明らかにすることを目的としているためであり、仕入総額ではなく仕入先別の割合を調査することが必要である。
- 2 また、企業に加えて事業所ごとの仕入総額を記入させることは、記入者負担が増加することから、調査事項とすることは適当ではないと考える。

③ 商品手持額は仕入原価による評価を原則としているが、在庫変動、マージン額の推計のためには、加工統計側で、これを年末価格評価に変換する必要がある（時価ベースで調査する必要があるということではありません。）。この評価の変換は、複数の商品が混じると格段に難しくなるので、商品別の手持額、仕入額を把握することが望ましい。

商品別に詳細な情報を得ることは無理として、売上高最大の、あるいは代表的な商品1種に限って手持額と仕入額を回答してもらうことができれば、その方がよいかもしれない。

【回答】

- 1 商品別の在庫が把握できれば、ご指摘のとおり評価の変換作業の効率化が図られることと思われるが、今般、期末のみの商品手持額を、年初と年末の2時点を記入させることとする調査事項の見直し（記入箇所増）を行うこととしており、これに加えて、商品別に年初商品手持額と年末商品手持額を記入させることは、記入者に著しい負担を強いることとなり、結果として未記入の増加につながるものが懸念されるため、望ましくないと考える。
- 2 また、企業の仕入総額ではなく、代表的な商品1種についてのみ仕入額と手持額を調査したとしても、これらは企業の活動の極めて限られた部分的な数値であり、商業活動の構造を明らかにすることを目的とする商業統計調査の結果とは異なるものと考ええる。

○ 第 34 回サービス統計・企業統計部会 (25. 5. 22)
北村委員からの質問

「調査期日の変更」について

両調査を一体的に実施することとした場合のメリットとして、「経費の合理化」との記述があるが、過去にどのくらいの経費の合理化（コスト削減）が見込まれたのか。

【回答】

- 1 両省の所管する調査を過去に一体的に実施した例としては、経済センサスの前身である総務省所管の「平成 16 年事業所・企業統計調査（簡易調査）」※と経済産業省所管の「平成 16 年商業統計調査（簡易調査）」※がある。また、平成 16 年は、総務省所管の「平成 16 年サービス業基本調査」※も実施されたことから、同調査を加えた 3 調査による同時実施であった。

※ 経済センサスの創設に伴い、事業所・企業統計調査、商業統計調査（簡易調査）及びサービス業基本調査は、経済センサスに整理廃合された。

- 2 平成 16 年における調査時（当時）の試算によると、平成 16 年事業所・企業統計調査（簡易調査）においては、単独で同調査を実施した場合（約 28.6 億円を試算）と比べて、調査関係書類・用品に係る作成経費や調査実施に係る経費（会議の開催、調査員などの手当等）の合理化により約 4.8 億円の合理化減となる約 23.8 億円を見込んでいたところ。

同様に、平成 16 年商業統計調査（簡易調査）についても、単独で同調査を実施した場合（約 21.1 億円を試算）と比べて約 5.0 億円の合理化減となる約 16.1 億円を見込んでいたところ。

- 3 平成 26 年において経済センサス - 基礎調査及び商業統計調査を一体的に実施する状況と、平成 16 年に実施した調査は“簡易調査”であることを始め、直轄調査における民間事業者の活用など調査手法や調査事項に相違があるなどの状況が異なるため、単純に比較することは出来ないが、円滑な調査実施に向け、両省において一体的に取り組むことにより、経費の合理化を図る。

[平成 16 年及び平成 26 年における統計調査の同時実施 (比較)]

調査年	平成 16 年(3調査)			平成 26 年(2調査)	
調査名	事業所・企業 統計調査 (簡易調査)	商業統計調査 (簡易調査)	サービス業 基本調査	経済センサス- 基礎調査	商業統計調査
調査手法	調査員調査※1			調査員調査	
				直轄調査	
調査票の 種類	3調査共通調査票			調査票A、調査票B	
				調査票C(企業票)、調査票C(事業所票)	
調査事項	[共通]			[共通]	
	・名称等 ・所在地 ・従業者数 ・開設時期 ・本所・支所の別 ・経営組織 ・資本金額等 ・事業の種類	・年間商品販売額等※2 ・売場面積 ・セルフサービス方式採用の有無 ・営業時間	・開設形態 ・収入額(年間) ・収入額割合 ・経費総額 ・給与支給総額 ・設備投資額	・名称等 ・所在地 ・従業者数 ・事業の種類及び業態 ・開設時期 ・経営組織 ・単独事業所・本所・支所の別 ・総売上高 ・資本金額等 ・決算月 ・親会社の有無等 ・子会社の有無 ・持株会社か否か ・組織全体の常用雇用者数等	・年間商品販売額等※2 ・年間商品販売額の販売方法別割合 ・年間商品販売額のうち小売販売額の商品販売形態別割合 ・セルフサービス方式採用の有無 ・売場面積 ・営業時間 ・来客用駐車場の有無及び収容台数 ・チェーン組織への加盟の有無 ・年間商品仕入額の仕入先別割合 ・年間商品販売額のうち卸売販売額の販売先別割合 など

※1 「平成 16 年商業統計調査(簡易調査)」の実施に当たり、希望する企業に対し本社等一括調査を実施。

※2 当該項目においては、調査票の該当する欄(平成 16 年調査においては3品目、平成 26 年調査においては10品目)に年間商品販売額の内訳(卸売業又は小売業)を販売額の多い順に品目別に記入。

審議協力者（埼玉県）からの質問

「プレプリント事項の拡大」について

事業所・企業の名称をプレプリントすることとしているが、「フリガナ」についても、プレプリントをするのか。

【回答】

- 1 平成 21 年の基礎調査及び平成 19 年の商業統計調査においては、前回調査（平成 18 年事業所・企業統計調査、平成 19 年商業統計調査）において把握した事業所・企業に対し「フリガナ」についてもプレプリントし、調査を行ったところ。
- 2 今回の調査においても、両調査とも前回調査と同様に「フリガナ」についても可能な限りプレプリントし、調査を行うこととしている。

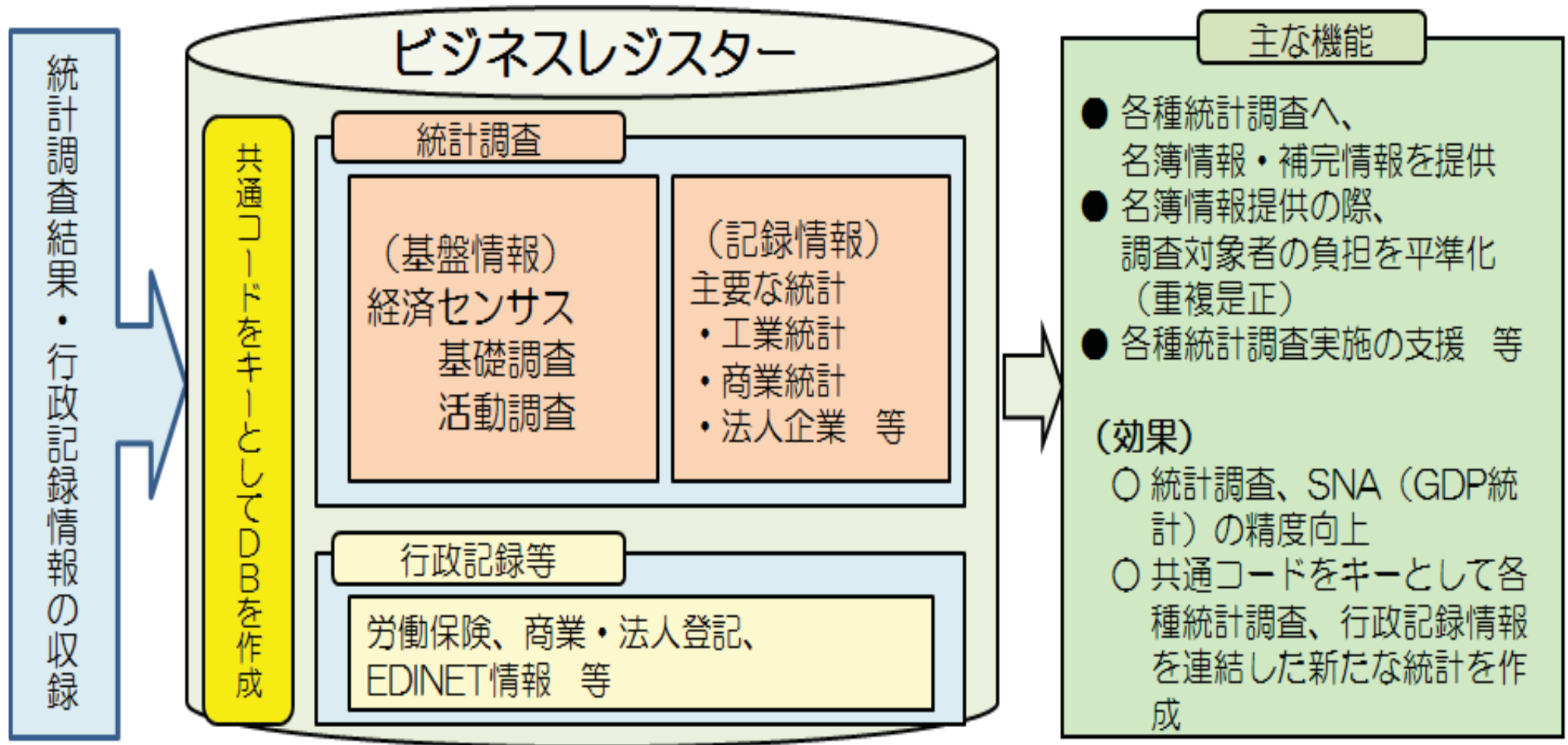
平成 26 年経済センサス-基礎調査において「総売上高を把握すること」の効果及び懸念等に関する部会審議の主な内容（案）

総務省統計局（調査実施者）、総務省政策統括官室（事務局）

項 目	効 果	懸 念	対 応 策
事業所母集団データベースの整備との関係	○ 運用初期段階における事業所母集団データベースの有用性を図り、利活用のための環境整備の一環に資する効果が期待できる。 ○ 事業所母集団データベースから調査対象事業所の状況を事前に把握することが可能となる。 ○ 事業所母集団データベースと統計調査の総売上高を確認することにより、調査結果の良否の確認が可能となる。	○ 回収率低下の懸念に伴う事業所母集団データベースの整備への影響のおそれ	○ オンライン調査の実施による調査客体の利便性の向上及び情報保護意識への対応 ○ 総売上高のデータ移送が可能な統計調査のデータについて、データ移送の措置 ○ 経済センサスの知名度の向上のための広報の実施や、即時かつ的確に双方向で情報発信を行うことのできるソーシャルメディア等を活用した広報の工夫
他の基幹統計調査等との関係	○ 総売上高を把握している各種統計調査のデータ補完や、各種統計調査の結果確認への活用において有用性の向上が図られる。 ○ 総売上高に従業者数等と同様にフェイス項目として確認することによる統計の品質向上が期待できる。 ○ 標本抽出の際に、総売上高で層化することによって、統計調査結果の精度向上が期待できる。 ○ 標本調査の可能性の拡大を探るための一つの検証（参考） EuroStat が作成した「ビジネスレジスター勧告マニュアル」では、取引額などの規模指標の利用を可能とすることが望ましいとの指摘あり。	○ 総売上高について、各種調査において複数回の回答を求められることによる報告者負担の増加及び回収率低下の懸念 ○ データ移送の対象となる統計調査の報告者と対象とならない統計調査の報告者との間で生じる不公平感への懸念 ○ 総売上高を層化の基準として使用する際、基礎調査の実施時点と、標本抽出に用いる時点にズレが生じることによる利用上の懸念	○ 総売上高の必要性・重要性を記載したリーフレット等を活用した調査協力依頼の強化 ○ 国及び地方公共団体から各業界団体への協力依頼の徹底 ○ 地方公共団体において有効であったとされる手法を地方公共団体同士で共有すること等により事務体制を整備
基礎調査との関係	○ 運用初期段階における事業所母集団データベースの有用性を図り、利活用のための環境整備の一環に資する効果が期待できる（再掲）。	○ 調査実施部局における審査業務の負担増の懸念 ○ 経理項目の把握について、事業所とりわけ小さな事業者からの根強い抵抗感への懸念（特に来年は消費税が上がる時期と重なり、行政への反感も強まる。） ○ 地方公共団体における報告者への説明や督促、加えて照会対応の負担増への懸念	○ 調査票データ審査システム（仮称）の活用を通じた審査内容の重点化・効率化 ※ 以上については、適宜事務局経由で部会委員、専門委員に情報提供予定。

第 31 回～第 33 回サービス統計・企業統計部会提出資料等を基に作成

図表1 各種統計調査、行政記録情報と事業所母集団データベース（ビジネスレジスター）との関係図



注1 現在、経済センサス-基礎調査は、平成21年調査結果、経済センサス-活動調査は、平成24年調査結果のデータが収録。

2 平成26年経済センサス-基礎調査結果は、結果公表後、速やかに収録予定。

出典：第32回サービス統計・企業統計部会提出資料

図表2 経済センサス、行政記録情報の照会、各種統計調査の役割

経済センサス - 活動調査	・ <u>包括的な産業構造統計の整備</u>に加えて統計精度の向上に資する<u>母集団名簿の拡充を図るための調査</u>。（「経済センサスの枠組み」による。） ・ ビジネスレジスターの主たる情報源は、経済センサスを中心とした各種統計調査結果と行政記録情報。（「基本計画」による。）	5年周期
中間年における母集団情報整備のための調査 ⇒平成 26 年経済センサス - 基礎調査	・ ビジネスレジスターの主たる情報源は、経済センサスを中心とした各種統計調査結果と行政記録情報。（「基本計画」による。） ・ 平成 26 年調査は、<u>母集団情報の的確な整備</u>のため、経済センサス - 活動調査の中間年に当たる平成 26 年に、事業所に関する属性情報や企業の親子関係等を的確にとらえる経済センサス - 基礎調査を実施する。（「基本計画」による。）	
行政記録情報による照会	・ 総務大臣が事業所母集団データベースを整備することを踏まえ、<u>母集団情報の維持・更新</u>の精度向上のため、行政記録情報に基づく事業所・企業への照会業務を実施。（「統計法第 27 条第 1 項の規定」による。） - 具体的には、行政記録情報を情報源とし、事業所及び企業の開設・廃止等の異動情報を適時に把握し、<u>母集団情報を経常的に整備・更新</u>することを目的とした事業所・企業への照会業務を実施。	毎月 経常的
統計調査結果の記録 19 調査（うち、総売上高のある統計調査は 15） ※ 経済センサス - 基礎調査及び活動調査を除く	・ ビジネスレジスターは、経済センサスを始めとする各種全数調査の結果を収録することに加え、各種行政記録情報を事業所及び企業の識別番号と結合させて活用すること等が可能となれば、<u>有効な統計の作成に活用</u>することができる。（「基本計画」による。） ・ 経済センサス - 基礎調査及び活動調査を除く、19 の統計調査結果を記録する。（「事業所母集団データベースの整備方針について」（平成 23 年 3 月 25 日総務大臣決定）及び「事業所母集団データベース運用管理規程」（平成 24 年 12 月 21 日総務省統計局長・政策統括官（統計基準担当）決定））	各統計調査の周期による
企業構造の事前把握	・ <u>21 年基礎調査の答申においても触れられているとおり、本社一括調査の実施は、報告者負担の観点からも企業全般における調査票の記入負担の軽減につながると考えられ、さらには、調査員事務の簡素化につながることから、今回の基礎調査においても、「本社一括調査」と単独事業所（新設を含む）を対象に調査員により事業所を把握する「調査員調査」の 2 つの調査手法により実施することとしている。</u> ・ この 2 つの調査手法を効果的に実施するためには、企業に対して支所の定義等について認識の共有を図り、円滑な本調査実施のための確度の高いかつ最新の調査区内事業所名簿に関する情報を得ることが必要である。 なお、事業所母集団データベースの整備事業において現在活用している行政記録情報のみでは、法人企業の支所の改廃や法人企業の廃業等において網羅的に把握することに不足があると考えられる。 ・ このため、今回の基礎調査において本社一括調査により把握する企業（本社）に対し、同企業の傘下支所事業所に関する情報を事前に確認する<u>「企業構造の事前把握」の実施は、基礎調査においては欠かせないものと考えている。</u>	基礎調査の前年

第 32 回及び第 33 回サービス統計・企業統計部会提出資料を基に作成