

資料 4

## 經濟産業省 説明資料

## 「電子マネーによる販売」の把握について

a 「電子マネーによる販売」を把握する理由、想定される利活用、政策的な要請は何か。

### 【回答】

- 1 商業統計調査では、決済手段の実態を把握するため、「年間商品販売額の販売方法別割合」を調べている。
- 2 「電子マネーによる販売」については、「諮問第 308 号の答申 平成 19 年に実施される商業統計調査の計画について」（平成 18 年 5 月 12 日）における今後の課題において、「年間商品販売額の販売方法別割合については、電子マネーなど決済手段の多様化を背景として、商業統計調査の目的に適合した区分の在り方について、次回調査までに検討を行う必要がある。」とされたところ。
- 3 電子マネーは、日本銀行決済機構局「最近の電子マネーの動向について」によると、発行枚数、端末台数は年々増加傾向にあり、また本年 3 月には一部交通系 IC カードの共通化が実施されるなど、今後さらなる普及拡大が見込まれている。
- 4 このため、平成 26 年商業統計調査では、平成 19 年商業統計調査の「年間商品販売額の販売方法別割合」で「現金販売」に含めていた電子マネーによる販売を特掲することとした。
- 5 商業活動の実態を明らかにする上で、こうした新たな決済手段である電子マネーの利用実態を把握することは、決済手段の多様化に伴うシステムや読み取り機器の共通化等も含め、商業のみならず電子マネーに係る今後の流通施策等における基礎資料としての役割が期待される。

### 平成 26 年商業調査票 B（案）抜粋

18 年間商品販売額 の販売方法別割合 ●販売方法別割合を整数（小数点 以下は四捨五入）で記入してく ださい。	①現金販売		②電子マネーによる販売		信用販売		合計
		%		%	③クレジットカードによる販売	④掛売・その他	
		%		%		%	100%

b 「電子マネーによる販売」の実績を会計情報から把握することは可能か。把握が困難な場合、どのように実績を回答させるのか。

【回答】

- 1 端末機器を設置している事業者は、電子マネー利用結果の集計・送信にもとづいた請求により電子マネー発行者から現金等を振り込ませる。このとき、振り込みは総額であるものの、その内訳としてクレジットカード利用やプリペイド方式・ポストペイ方式の電子マネー別に報告を受けることが一般的であるため、電子マネーによる販売実績を把握することは可能であると考えている。
- 2 また、これまでの商業統計調査においても、現金とクレジットカードの利用を区別して把握することができていたことから、電子マネーに該当する形態について「調査票の記入のしかた」に説明を加える等の工夫をすることで、電子マネーの利用状況の把握を行うことが可能であると考えている。

c 「電子マネーによる販売」についての試験調査結果はどのようになっているか。

【回答】

- 1 商業統計調査では、現金販売やクレジットカードなどの信用販売の状況を把握するために、年間商品販売額のうち販売方法別割合を調べている。  
同調査項目では、該当する販売方法がある場合に、その販売方法の欄に金額割合が記入される。
- 2 試験調査において回収した調査票のうち、「電子マネーによる販売」欄に数値が記入されているものについて集計した結果は次のとおりである。

試験調査における「電子マネーによる販売」の記入の状況

	① 回答を回収した 事業所	② ①のうち販売方法別割合に 記入があった事業所
事業所数	563	479
販売額計 (万円)		208,130,606

③  
②のうち電子マネーによる販売割合別の事業所数

電子マネーによる販売割合	事業所数
10%以上	8
10%未満	471

平成24年商業調査票（試験調査）抜粋

14 年間商品販売額の販売方法別割合 <small>第2面13(1)項「年間商品販売額」について その販売方法別割合を整数 (小数点以下は四捨五入)で記入してください</small>	①現金販売	②電子マネー による販売	信用販売		合計
			③クレジットカード による販売	④掛売・その他	
	%	%	%	%	100 %

## 「インターネット販売」の把握について

a 「インターネット販売」を把握する理由、想定される利活用、政策的な要請は何か。

**【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調べている。
- 2 昨今、IT技術の進展を背景に、インターネット販売など店舗によらない新たな商品販売形態が増え始めており、現下の我が国商業活動の実態をよりの確に捉えるためには、こうした構造変化の実態を調査する必要がある。
- 3 また、「平成 24 年経済センサスー活動調査」においても、小売販売額に占めるインターネット販売額の割合を調査しており、経年変化の状況を捉える上でも、引き続き把握することが重要である。
- 4 そこで、平成 26 年商業統計調査では、平成19年商業統計調査の「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」で「通信・カタログ販売」に含めていた「インターネット販売」を特掲する。
- 5 これにより、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、「インターネット販売」の市場規模の推定、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。

平成 26 年商業調査票（案）抜粋

19 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 ●「年間商品販売額」のうち、小売販売額計について、その商品販売形態別割合を整数（小数点以下は四捨五入）で記入してください。	① 店頭販売	② 訪問販売	③ 通信・カタログ販売 (インターネット以外)	④ インターネット販売	⑤ 自動販売機	⑥ その他	合計
	%	%	%	%	%	%	100%

**b 「インターネット販売」の定義は何か。**

**【回答】**

- 1 平成 19 年商業統計調査では、「インターネット販売」は「通信・カタログ販売」に含めて調査したが、平成 24 年経済センサスー活動調査では、「通信・カタログ販売」に含めていた「インターネット販売」を特掲して調査した。
- 2 平成 26 年商業統計調査は、平成 24 年経済センサスー活動調査と同じ定義で調査することとし、その定義は次のとおり。

「インターネット販売とは、インターネットにより購入の申し込みを受けて商品を販売したもの」

**c 「インターネット販売」の実績を会計情報から把握することは可能か。把握が困難な場合、どのように実績を回答させるのか。**

**【回答】**

- 1 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、販売形態の違いによる売上の優劣を比較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が予想される。
- 2 単一の帳簿により経理している場合であっても、「売上」にそれがインターネット販売によるものと分かる目印が付けられていれば、小売販売総額に占める割合を求めることは可能である。
- 3 こうした問題はインターネット販売に限ったことではなく、「店頭販売」の割合、「訪問販売」の割合など全ての項目についていえることであり、このため、「金額」ではなく、一律「割合」を記入してもらうこととしている。
- 4 帳簿上で識別できない場合には、インターネット販売用に設けた銀行口座への入金金額や、振込伝票による振込額などからおおよその売上高を求め、その小売販売総額に占める割合を記入してもらうことで把握することを考えている。

d 「インターネット販売」全体の傾向を把握する上で、無店舗小売業の実態の把握はどのように考えているか。

**【回答】**

- 1 SOHO等、外観からでは把握が困難な無店舗小売業の事業所の増加に伴い、調査員の目視だけでは事業所の捕捉が困難になり、商業事業所を必ずしも網羅的に把握できていない状況が生じていた。
- 2 こうした中、平成26年商業統計調査は、経済センサスー基礎調査との同時調査となり、両調査について一体的に実施することとしている。
- 3 このため、両調査共通の母集団名簿として、最新の事業所母集団データベースを用い、本年9月に実施予定の「企業構造の事前把握」の結果や、平成24年経済センサスー活動調査の結果等を反映させた名簿とする予定である。
- 4 これにより、平成19年商業調査名簿に比べ企業及び事業所の捕捉度合いが相当程度向上すると考えられることから、無店舗小売業の捕捉の度合いは相当程度向上するものと考えられる。

e 「インターネット販売」については試験調査で把握しているが、その結果はどのようなものか。

【回答】

- 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調べている。  
同調査項目では、該当する販売形態がある場合にのみ、その販売形態の欄に金額割合が記入される。
- 試験調査において回収した調査票のうち、小売業に格付けされた事業所であって、「インターネット販売」欄に数値が記入されているものについて集計した結果は次のとおりである。

(小売業のみ) 試験調査における「インターネット販売」の記入状況

	① 回答を回収した事業所	② ①のうち商品販売形態別割合に記入があった事業所
事業所数	342	299
販売額計(万円)		448,040,240

③ ②のうちインターネットによる販売割合別の事業所数	
インターネットによる販売割合	事業所数
50%以上	5
10%以上50%未満	11
10%未満	283

平成24年商業調査票(試験調査)抜粋

15 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	① 店頭販売	② 訪問販売	③ 通信・カタログ販売 (インターネット以外)	④ インターネット販売	⑤ 自動販売機による販売	⑥ その他	合計
第2面13(1)項「年間商品販売額」のうち小売販売額計について、その商品販売形態別割合を整数(小数点以下は四捨五入)で記入してください	%	%	%	%	%	%	100 %

## 「商品手持額」の把握について

a SNA（国民経済計算）、産業連関表のさらなる推計精度向上に資する観点から、事業所別（もしくは商品別）の商品手持額及び商品仕入額が把握できないか。

### 【回答】

- 1 事業所別の商品手持額については、個人事業所における記入が困難であるところが多かったこともあり、今回、法人の本社を対象に調査を行うこととしている。  
また、商品仕入額については、商業マージンの把握のために、法人の本社に対し、企業における年間商品販売額と合わせて調査しており、さらに事業所別にも商品仕入額を把握することは、記入者負担の観点から困難であると考えている。
- 2 商品別についても、詳細な調査項目について記入させることとなることから、前述同様、記入者負担の観点から、商品手持額及び商品仕入額の把握は困難であるとする。



## (2) 調査期日の変更について

### b 調査期日の変更に伴う、他の既存の統計調査への影響はないか。

#### 【回答】

- 1 当初予定では、商業統計調査の実施時期は、「経済センサスの枠組みについて」(平成18年3月31日経済センサスの創設に関する検討会決定)に基づき、経済センサス-活動調査の2年後に実施することと整理されていた。
- 2 その後、(2) aの回答のとおり、経済センサス-活動調査の実施時期が平成23年から平成24年へと変更されたことを受け、商業統計調査の実施時期が平成26年となった。
- 3 これにより、近接した時期に、調査対象が重複する大規模調査として経済センサス-基礎調査と商業統計調査を同時期に実施することとなることから、調査客体の負担及び統計業務の輻輳による地方公共団体の事務負担を考慮し、両調査を一体的に実施することとして整理したため、商業統計調査の調査期日を従来の6月1日から、経済センサス-基礎調査の調査期日である7月1日に変更することとしたものである。
- 4 経済センサス-基礎調査の他に、時期的及び対象範囲的に、商業統計調査の調査期日の変更の影響が懸念される大規模な統計調査は存在しないことから、他統計への影響は無いものとする。

### c 期日の変更は今回限りの措置か。

#### 【回答】

- 1 今回の期日の変更は、前述(b)のとおり、平成26年経済センサス-基礎調査と平成26年商業統計調査を一体的に実施することとして整理したことにより変更したものであり、今回限りの措置である。

### (3) 調査対象期間の変更について

a 暦年で回答させることによって、企業会計の観点から報告者負担が増えることにならないか。

**【回答】**

- 1 商業統計調査において、商品販売額等については、これまで年度ベースで把握してきたところであるが、今回暦年ベースで把握するように変更している。
- 2 これについては、直近の調査として実施した「経済センサス-活動調査」においても、暦年による把握を行っており、事業所側において、新たに負担増となることはないと考えます。
- 3 なお、これまでの商業統計調査においても、事業所（企業）によっては、必ずしも年度での決算としていないところもあるため、調査票において、年度における記入が困難な場合は、最寄りの決算日前1年間の商品販売額として記入していただくよう整理していたところであり、今回、年度から暦年に変更した場合においても、同様の整理で行うことを予定しており、新たに報告者負担が増えることにはならないと考えます。

b 暦年による把握に変更する理由は何か。

**【回答】**

- 1 経済産業省では、経済センサス-活動調査を産業統計の基盤統計調査と位置づけている。平成 24 年に実施した経済センサス-活動調査において、売上等の経理項目は暦年ベースで把握しており、比較可能性を高める観点から、経済センサス-活動調査後に実施する商業統計調査で把握する商品販売額等の調査事項を、年度から暦年で把握するように変更するものである。
- 2 また、当室所管の工業統計調査、特定サービス産業実態調査においても、暦年で出荷額、売上高等を調査しているところであり、これらの産業関連統計との関係整理上の観点からも調査期間を合致させることが望ましいと考える。
- 3 以上のことから、調査対象期間を1月から12月の暦年で把握することを考えている。

c 比較可能性を向上させる対象となる統計調査として、工業統計調査、特定サービス産業実態調査の他に、どのようなものを想定しているか。

**【回答】**

- 1 商業統計調査は、商業を営む事業所について、産業別、従業者規模別、地域別等に従業者数、商品販売額等を把握し、その構造を分析するための基本的な統計である。
- 2 経済産業省では、経済センサス-活動調査を産業統計の基盤統計調査と位置づけており、商業統計調査、工業統計調査、特定サービス産業実態調査は、その産業分野別統計との位置づけと考えている。
- 3 このため、経済センサス-活動調査を中心に、前述した各産業分野別統計について比較可能性を向上させることとして整理しており、この他については、特に想定はしていない。

d 調査対象期間については、これから継続的に暦年で把握するのか。今回限りの措置か。

**【回答】**

- 1 経済産業省では、経済センサス-活動調査を産業統計の基盤統計調査と位置づけており、調査結果の比較可能性を高める観点からも、調査期間を合致させることが望ましいと考えていることから、今後についても暦年で把握していく。

#### (4) 調査方法の変更

##### ア 本社一括調査の調査系統、対象範囲の変更について

○ 商業調査については、今後、継続的に今回の調査方法を採用するのか、今回1回限りの措置か。

##### 【回答】

- 1 商業統計調査では、従来から企業の希望に応じ本社等一括調査による調査を実施しており、傘下に商業事業所を有する企業を代表する者を報告義務者として、調査票の報告を求めてきているところ。
- 2 平成 26 年の商業統計調査は、同年に実施する経済センサス-基礎調査と一体的に実施するため、複数事業所を有する企業に対し、本社一括調査による調査として拡充・整理したもの。
- 3 次回調査における本社一括調査については、26 年調査の実施状況等を踏まえ、より有効な調査方法について検討していきたい。

## エ プレプリント事項の拡大について

a 報告者負担の軽減をより一層図るため、プレプリント事項とすべき調査事項は他にないか。

### 【回答】

- 1 平成 19 年商業統計調査では、報告者負担の軽減を図る観点から、以下の項目についてプレプリントを行い、調査を実施したところ。
  - ・事業所の名称及び電話番号
  - ・事業所の所在地
  - ・事業所の開設時期
  - ・経営組織
  - ・単独事業所・本店・支店の別
  
- 2 平成 26 年調査においても、平成 19 年調査と同様に、報告者負担の軽減を図る観点から、引き続き同項目についてプレプリントを行う予定。さらに、経済センサス-基礎調査と一体的に調査を実施することから、基礎調査において必要な以下の調査項目についてもプレプリントすることとしている。
  - ・主な事業の内容
  - ・決算月
  - ・組織全体の主な事業の内容
  
- 3 なお、これら以外の調査項目については、調査時点における経済活動の変動等により変更が多く発生すると考えられることから、プレプリント項目として追加するものはないと考えている。

## (5) 調査事項の把握方法の変更について

- a 今回、卸売販売額、小売販売額の内訳の把握方法を見直した理由として、新旧対照表では、「今回の経済センサス-基礎調査との一体的実施に伴うレイアウト変更」とあるが、他に理由はあるか。
- b 試験調査においては、平成19年商業統計調査と同様、全商品分類を展開する方法をとっているが、今回の見直しは、試験調査の結果を踏まえた対応（例えば、試験調査において実態の把握に支障があった等）と考えてよいか。
- c 今回の見直しは、平成26年調査限りの措置と考えてよいか。

### 【回答】

- 1 商業統計調査（本調査）では、商業を営む事業所の活動実態を把握するため、調査項目の一つとして、商品分類別に販売額を把握してきた。
  
- 2 前回（平成19年）調査では、記入者負担の軽減、まとめ書き防止の観点から、調査票の裏面全てを使い、卸売・小売合わせて182ある商品分類を一覧表形式に変更し、該当する商品分類欄に販売額を記入する方式により調査を実施したところ。
  
- 3 平成26年商業統計調査は経済センサス-基礎調査との一体的実施であり、卸売業、小売業を営む事業所については、両調査で必要な調査項目を組み込んだ調査票にする必要があるため、平成24年9月に実施した試験調査における商業事業所向けの調査票では、平成19年商業調査票を基本とし、基礎調査として必要な調査項目を加えたものとして設計した。このため、商品分類別販売額の記入レイアウトについても、全ての商品分類を一覧表形式にして実施した。
  
- 4 しかし、試験調査の実施後、調査実施市区町村による事後報告会における調査実施担当者からの意見では、調査票自体の字が小さく見にくいとの意見が多く出されたことを踏まえ、調査票の見直しを検討し、両調査で必要な調査項目を配置するため、一覧表形式ではなく、分類番号、商品名、年間販売額等を記入する方式に変更することとした。
  
- 5 今回の調査票設計は、基礎調査との一体的実施として整理・変更したものであり、次回の商業統計調査については、改めて検討する。

d 全商品分類を展開する方法の場合、卸売販売額計、小売販売額計と、その内訳である商品分類別の販売額の合計額は一致するが、今回の見直しにより、卸売、小売に関わらず 10 を超える商品を取扱う事業所の場合、卸売販売額計、小売販売額計とその内訳である商品分類別の販売額の合計額とは一致しないと考える。

試験調査（もしくは平成 19 年商業統計調査）の結果から、このような事例はどの程度発生するのか、影響がどの程度あるのか等、検証をしているか。

また、平成 24 年経済センサス-活動調査の結果との時系列比較に支障はないか。

【回答】

- 1 平成 19 年調査における商品分類別販売額の記入状況では、10 商品を超えて記入のあった事業所は全体の約 6%となっており、残りの約 94%については、10 商品以下であった。
- 2 これに対し、試験調査における商品分類別販売額の記入状況では、商品別販売額に記入のあった 451 事業所のうち、10 商品を超えて記入のあった事業所は 20 事業所と約 4%であり、19 年調査と同様あるいはそれ以下の水準であった。
- 3 今回、調査票の様式は異なるものの、10 商品を超えて販売がある事業所の場合についても、補助用紙の活用により平成 19 年調査と同様全ての商品販売額について記入していただくこととしており、卸売販売額計、小売販売額計とその内訳である商品分類別の販売額の合計額とは一致する。なお、調査実施に当たっては、まとめ書きや記入漏れとならないよう、記入指導等により対応したいと考えている。
- 4 また、このように、商品分類別販売額の把握すべき内容を変更したものではないことから、これにより今回調査の卸売販売額計及び小売販売額計と平成 24 年経済センサス-活動調査の販売額計との比較には支障は生じない。

e 商業統計調査を基に推計を行う国民経済計算や産業連関表において、今回の見直しによる影響について、確認をとっているか。

【回答】

- 1 今回の商業統計調査において、商品分類別販売額の把握については、一覧表形式ではなく、分類番号、商品名、年間販売額等を記入する方式に変更はしたものの、把握すべき内容について変更したものではないことから、特段影響はないものと考えている。

### 3 集計結果について

a 今回、新たに総売上高などを把握することとしているが、調査項目の見直しを踏まえた、適切な集計事項となっているか。

【回答】

- 1 商業統計調査では、従来より年間商品販売額等（卸売販売額、小売販売額、その他の収入額）を把握し、集計結果を公表してきているところ。
- 2 平成 26 年商業統計調査においては、主な調査事項の見直しは次の 3 点であり、これらの見直しを行った調査項目については、「別紙」のとおり表章様式を変更する予定である。
  - ・年間商品販売額の販売方法別割合に電子マネーによる販売を特掲
  - ・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にインターネット販売を特掲
  - ・事業所単位に把握していた商品手持額を廃止し、法人企業単位に年初・年末の商品手持額を把握



#### 4 経済センサスの在り方（前回（平成 21 年）調査における今後の課題への対応）

c 基礎調査と商業調査の在り方について、体系的整備の観点からどのように整理する計画か。

【回答】

- 1 商業統計調査の在り方については、経済センサスの枠組について（平成 18 年 3 月 31 日決定）において、「平成 23 年経済センサス－活動調査（周期 5 年）の実施の 2 年後に商業の実態を詳細に把握する為に商業統計調査を実施する。この際、標本調査の可能性について検討するとともに、調査事項の見直しを図る。」こととされている。
- 2 これを受けて経済産業省では、標本調査の可能性や、次回調査に向けた調査項目の見直しを行い、平成 26 年調査を計画したもの。
- 3 平成 26 年調査以降の商業統計調査の在り方については、現時点においては前述の経済センサスの枠組みで整理されたとおり、経済センサス－活動調査の実施の 2 年後に商業統計調査を実施することとして考えている。また、調査の実施にあたっては、調査事項等について検討し、必要に応じた見直しを図りたいと考えている。

## 平成26年商業統計調査

調査項目の変更にもなう表章様式の変更(イメージ)

第7表 産業分類細分類別、従業者規模別、販売方法別の事業所数、年間商品販売額及び構成比

旧

産業分類 (4桁)	従業者規模	計			現金販売			信用販売						
		事業所数	年間商品販売額		事業所数	年間商品販売額		計			クレジットカードによる販売		掛売・その他	
			販売額 (百万円)	構成比 (%)		販売額 (百万円)	構成比 (%)	延事業所数	年間商品販売額 (百万円)	構成比 (%)	事業所数	年間商品販売額 (百万円)	構成比 (%)	事業所数

合計



第7表 産業分類細分類別、従業者規模別、販売方法別の事業所数、年間商品販売額及び構成比

新

産業分類 (4桁)	従業者規模	計			現金販売			電子マネーによる販売			
		事業所数	年間商品販売額		事業所数	年間商品販売額		事業所数	年間商品販売額		
		販売額 (百万円)	構成比 (%)			販売額 (百万円)	構成比 (%)			販売額 (百万円)	構成比 (%)

合計

信用販売									
計			クレジットカードによる販売			掛売・その他			
延事業所数	年間商品販売額		事業所数	年間商品販売額		事業所数	年間商品販売額		
数 (百万円)	販売額 (%)	販売額 (百万円)		構成比 (%)	販売額 (百万円)		構成比 (%)	販売額 (百万円)	構成比 (%)

※  網掛け部分が変更箇所です。

第9表 小売業の産業分類小分類別、従業者規模別、商品販売形態別の事業所数、年間商品販売額及び構成比

旧

産業分類 (3桁)	従業者 規模	合 計		卸 売 計		小 売 計			商 品 販 売 形 態 別								
		事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	延事業所 数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)	店 頭 販 売			訪 問 販 売			通 信 ・ カ タ ロ グ 販 売		
									事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)	事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)	事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)

小 売 業 計  
S

自動販売機による販売					そ の 他						
事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)	事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)	事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)	事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)

第9表 小売業の産業分類小分類別、従業者規模別、商品販売形態別の事業所数、年間商品販売額及び構成比

新

産業分類 (3桁)	従業者 規模	合 計		卸 売 計		小 売 計			商 品 販 売 形 態 別								
		事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	延事業所 数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)	店 頭 販 売			訪 問 販 売			通 信 ・ カ タ ロ グ 販 売		
									事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)	事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)	事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)

小 売 業 計  
S

インターネット販売				自動販売機による販売				そ の 他			
事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)	事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)	事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)	事業所数	年間商品 販売額 (百万円)	構 成 比 (%)

※  網掛け部分が変更箇所です。

第1表 産業分類細分類別、年次別の事業所数(法人・個人別)、従業者数、年間商品販売額、商品手持額及び売場面積

旧

産業分類 (4桁)	年次	事業所数			従業者数 (人)	年間商品 販売額 (百万円)	商品 手持額 (百万円)	売場面積 (㎡)
		計	法人	個人				
ケイ	合計							



第1表 産業分類細分類別、年次別の事業所数(法人・個人別)、従業者数、年間商品販売額及び売場面積

新

産業分類 (4桁)	年次	事業所数			従業者数 (人)	年間商品 販売額 (百万円)	売場面積 (㎡)
		計	法人	個人			
ケイ	合計						

※  網掛け部分が変更箇所です。

第22表 産業分類小分類別、従業者規模別の商業企業数(商業事業所数階級別)、商業事業所数、  
商業企業の従業者数、年間商品仕入額、年間商品販売額及び電子商取引実施の商業企業数・取引額

旧

産業分類 (3桁)	企業の 従業者規模	商業企業数 (商業事業所数階級別)								商業事業所数	商業企業の 従業者数 (人)	商業企業の 年間商品 仕入額 (百万円)	商業企業の 年間商品 販売額 (百万円)
		計	単独 事業所	2 事業所	3～4 事業所	5～9 事業所	10～ 19 事業所	20～ 49 事業所	50事業 所以上				

合計

電子商取引実施の商業企業数・取引額			
年間商品仕入額		年間商品販売額	
企業数	取引額 (百万円)	企業数	取引額 (百万円)

第22表 産業分類小分類別、従業者規模別の商業企業数(商業事業所数階級別)、商業事業所数、  
商業企業の従業者数、年間商品仕入額、年間商品販売額、年始及び年末商品手持額及び電子商取引実施の商業企業数・取引額

新

産業分類 (3桁)	企業の 従業者規模	商業企業数 (商業事業所数階級別)								商業事業所数	商業企業の 従業者数 (人)	商業企業の 年間商品 仕入額 (百万円)	商業企業の 年間商品 販売額 (百万円)
		計	単独 事業所	2 事業所	3～4 事業所	5～9 事業所	10～ 19 事業所	20～ 49 事業所	50事業 所以上				

合計

商業企業の 商品手持額		電子商取引実施の商業企業数・取引額			
		年間商品仕入額		年間商品販売額	
年始 (百万円)	年末 (百万円)	企業数	取引額 (百万円)	企業数	取引額 (百万円)

※      網掛け部分が変更箇所です。