

資料 4

經濟產業省 説明資料

①調査対象の範囲

a 調査対象の範囲について、丁調査（企業対象）において、新たに「家電大型専門店」、「ドラッグストア」及び「ホームセンター」を調査対象業種に追加する理由は何か。

(001)

1. 商業動態統計調査（以下、「本調査」という。）は、現在、自動車小売業、燃料小売業など「業種別統計」の他に「業態別統計」として毎月の百貨店・スーパー及びコンビニエンスストアの3業態について公表している。

別紙1「商業動態統計の公表系列について」参照

2. しかしながら、スーパーは食品スーパーの出店などのため増加傾向にあるものの、消費形態や小売業の構造変化などから百貨店の販売額は、減退傾向にある中、近年、特に売上げが伸びている「家電大型専門店」「ドラッグストア」「ホームセンター」の販売動向を的確に捉えることは、我が国の消費動向を多角的に把握・分析するため必要と考えている。

別紙2「新3業態の市場規模の推移」参照

3. 新たな3業態は、基幹統計調査への組み入れを前提として、試験調査の意味合いも兼ね、平成26年1月分より統計法に基づく一般統計調査の「専門量販店販売統計調査」として、先行して開始した。なお、調査の開始に際し、従前、当省の中国経済産業局¹及び商務情報政策局²において行われていた調査を一本化（専門量販店販売統計調査：月次、一般統計）したものである。（重複調査の是正）

別紙3「専門量販店販売統計調査と他統計の関係」参照

4. また、日本標準産業分類の第12回改定（平成19年11月：平成20年4月適用）では、商業分野において「ドラッグストア」「ホームセンター」「無店舗小売業³」が新たな産業分類として設けられた。その結果は、適用時期との関係で平成19年商業統計調査に反映されなかったものの、昨年11月、平成24年経済センサス-活動調査の結果において、公表された。なお、「無店舗小売業」の売上高⁴は、政府統計として初めて公表されたものである。

¹中国経済産業局：中国地域専門量販店販売統計調査（一般統計：月次）中国地域の専門量販店（家電、ドラッグ、ホームセンター：40社）平成21年2月分開始：～平成25年12月分を持って終了。

²商務情報政策局情報通信機器課：家庭電気製品の量販店月次販売統計調査（一般統計：月次）家電量販店やホームセンターなど家電製品の売り上げが10億以上の80社対象。平成19年開始（2007年開始）～平成23年3月で休止。

³無店舗小売業：日本標準産業分類の定義では、「店舗を持たず、カタログや新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・インターネット等で広告を行い、通信手段によって個人から注文を受け商品を販売する事業所、家庭等を訪問し個人への物品販売又は販売契約とする事業所、自動販売機によって物品を販売する事業所及びその他店舗を持たない小売事業所」とされている。

⁴ 無店舗小売業：経済センサス-基礎調査において、事業所数及び従業者数が公表されている。

5. 以上、近年、売上げが伸び市場規模が拡大傾向にあるものや業種を把握する上でその対象範囲の定義が明確化（日本標準産業分類及び商業統計調査の業態別統計編における定義）されているものについて、対象業種に追加することとした。

① 調査対象の範囲

b 上記業種（「家電大型専門店」、「ドラッグストア」及び「ホームセンター」）を新たに把握することについて、行政上、どのようなニーズがあるか。 (002)

1. 本調査の結果は、速報、月報（確報）として毎月公表され、特に「小売業」については、我が国の個人消費動向を供給側から把握するための代表的な指標として幅広く利用されている。
2. 行政ニーズとしては、現行の「百貨店」「スーパー」「コンビニエンスストア」と同様に以下①から③のことが期待される。
さらに、業種別・都道府県別の販売額を把握し提供することから地域の消費動向分析資料として有用な基礎資料となることが期待される。
 - ① 将来的に（一定程度データの蓄積がされた後）、四半期別GDP速報（QE）の推計の有力な基礎資料（商品別期末商品手持額）としての採用が期待される。
 - ② 月例経済報告⁵、地域経済動向⁶（内閣府）の経済動向における全国、地域別基調判断のための基礎資料としての利用が期待される。
 - ③ 経済動向分析（全国、地域）の資料として3カ月に一度公表される「地域経済報告⁷（通称：さくらレポート、日本銀行）など経済動向における全国、地域別基調判断のための基礎資料としての利用が期待される。

⁵ 月例経済報告：「個人消費」の販売側統計として「小売販売額」「百貨店販売額」「スーパー販売額」「コンビニエンスストア販売額」として利用されている。

⁶ 地域経済動向：大型小売店（百貨店、スーパー）及びコンビニエンスストアについて地域別（北海道、東北、関東など）に利用されている。

⁷ 地域経済報告：大型小売店及びコンビニエンスストアについて地域別（北海道、東北、関東など）に利用されている。

① 調査対象の範囲

c 景気動向を把握する上で、従来の「百貨店」、「スーパー」、「コンビニエンスストア」に加え、今回新たに「家電大型専門店」、「ドラッグストア」、「ホームセンター」を把握するメリットは何か。 (003)

1. 小売業は、従来の「業種」の枠組みでは捉えられない新たな小売業の存在が多く見られる傾向にあり、これらの小売業は従来の業種を横断的に展開する「複合型」事業所の特徴を持っている。
2. 業種横断的な「複合型」タイプの実態を捉えるため、商業統計調査（構造統計）においても産業分類別（業種別）の統計の他に“業態別統計”を作成している。
3. 本調査では、現在、産業分類別（業種別：例えば「自動車小売業」など）統計をベースに、上記2. の考え方に沿って、比較的市場規模の大きい「百貨店」「スーパー」「コンビニエンスストア」を取り出して統計を作成している。
4. 消費動向を的確に把握するためには、消費の実態に即した統計が必要で、現行の3業種と同程度の市場規模に伸長している「家電大型専門店」「ドラッグストア」「ホームセンター」を本調査に組み入れることとしている。中でも「家電大型専門店」は、耐久消費財を扱っており、消費動向に密接に関係することからも、その結果を提供することは、インパクトが大きいものと考えている。
5. 特に、月例経済報告の「個人消費」の販売側統計として、現在、「小売販売額」「百貨店販売額」「スーパー販売額」「コンビニエンスストア販売額」が公表されており、新たに追加する3業種も同様の利用が期待される。
6. 現行では、消費動向について、「自動車小売業」などの業種別と百貨店・スーパー・コンビニエンスストアをベースに把握してきたが、今後は、新たな3業種を追加することにより、詳細（多角的）に把握することができるとともに、商品毎の販売額も把握する調査票設計となっていることから、より詳細に実態を把握することが可能となる。
7. また、新3業種は、都道府県別にも商品販売額を把握することとしており、従来の「百貨店」「スーパー」「コンビニエンスストア」と合わせ、今後は、6業種について、全て業種別・地域別（都道府県別）の販売額の把握が可能となることは、全国小売月次販売額約11.7兆円（本調査の平成26年1月分確報）のうち、この6業種は約3割以上を占めており、都道府県別の消費動向の把握を通じて、地域経済分析を行う上で有用な基礎資料となることが期待される。

② 報告を求める者 ア 変更事項 1

今回の母集団情報の変更による本調査への影響について、どのように評価しているか。(004)

1. これまでの卸売・小売業に関する構造統計は、商業統計調査として5年に2回、詳細調査と簡易調査が行われていた。直近の実施は、平成19年調査（詳細調査）で、「経済センサス-活動調査（以下、「経済センサス」）」の創設（平成24年2月に第1回調査を実施）により、本来予定されていた、平成21年商業統計調査（簡易調査）は中止された。
2. 経済センサスの創設により、これまで5年に2回実施されてきた「商業統計調査」は、「経済センサスの枠組み」によると経済センサスの2年後に実施されると整理されている。
3. 本調査は、これまで商業統計調査を母集団とした標本調査であるが、経済センサスの創設により、今後は、5年周期で実施される「経済センサス-活動調査」と、その2年後に実施される「商業統計調査（本調査（詳細調査）」）を母集団として、標本設計及び標本替え（調査対象企業・事業所の選定）を行うこととしている。
4. これまで商業統計調査の結果から対象選定（標本抽出）を行ってきたが、今回、経済センサスの結果が公表されたことから、現在の卸・小売業の実態に近い情報に基づいた対象選定を行うため、最新の母集団情報に変更する。
5. 経済センサスの卸・小売業をみると「産業編（総括表）第1表」と「産業編（総括表）第2表以降」の事業所数は、2種類の結果となっている。

(ア) 産業編（総括表）第1表 : 約141万事業所
(イ) 産業編（総括表）第2表以降 : 約105万事業所 差 約36万事業所

この差の要因は、平成24年経済センサスの記入注意によると、産業編（総括表）第2表以降は、「①管理、補助的経済活動のみを行う事業所ではないこと、②「事業別売上（収入）金額」の「商業」（「卸売の商品販売額（代理・仲立手数料を含む）」及び「小売の商品販売額」を合算したもの。）に金額が有り、かつ産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所であることの全てに該当する事業所について集計した」ことがその差として現れていると考えられる。

こうした産業細分類の格付けが出来なかったものは、経済センサスの結果表では、主に各産業3桁（小分類）の「〇〇業種 内格付不能（〇〇〇Z）」に計上されている。

6. 標本設計（母集団の特徴を分布で表す特性値計算や標本サイズの計算）を行う際、「商品販売額」と「産業細分類（4桁）」が必要となることから、結果として必要な情報が整っている上記（イ）の情報を母集団情報として利用することとなったが、経済センサスは、商業統計調査に比べデータが新しいことから、最新の卸売・小売

業の実態として対象選定を行う上で十分なものである。

7. また、経済センサスの企業構造情報（企業ごとの傘下事業所の情報）は、新たに実施した「本社一括調査」により、従来の事業所を企業名寄せしていた名簿情報ではなく、正確な企業・事業所の関係が把握されていることから、丁調査傘下の事業所の特定作業の効率化が図られ、対象選定作業の効率化にも貢献するものである。

② 報告を求める者 イ 変更事項 2

a 今回追加する「家電大型専門店」、「ドラッグストア」及び「ホームセンター」について、企業を対象に調査を実施する理由は何か。 (005)

1. 調査の導入に際し、業界団体・企業に対して、調査の単位を事業所と企業のどちらがよいのかについてヒアリングを実施した。その結果、事業所を単位とした調査より企業単位の調査の方が良いとの意見が大勢を占めた。その理由としては「事業所単位の調査では回答しない事業所が多く出る」など、回収率確保が困難なことや、「各事業所（店舗）に回答負担をかけるよりも、企業として一括して回答する方が効率的」との報告者負担を軽くするための意見であった。
2. また、事業所を単位とした調査を企業本社にそれぞれ記入してもらう、いわゆる「本社一括調査方式」を導入した場合、対象事業所ごとにデータを区分して調査票に記入しなければならず、手間がかかるが、それに比べ企業調査の場合は、調査票への記入が企業全体の数値の記入のため、1枚で済むこととなる。
3. 企業調査の優位性は以下のとおり。
 - ① 調査結果の精度の向上
→企業傘下にある事業所を一括して調査できるため、事業所調査で現行の精度を確保した事業所数と比べ、企業調査で調査する方がはるかに多く、結果精度は向上すると考えている。
※企業調査は、カバー率80%、事業所調査は、業種の標準誤差率5%（現行と同じ）で、データは、平成19年商業統計調査と日経MJ 2009を利用し試算した。
○家電大型専門店：企業調査は 9社 1,600店舗 ←→ (344)
○ドラッグストア：企業調査は22社 5,389店舗 ←→ (569)
○ホームセンター：企業調査は36社 2,837店舗 ←→ (3,726)⁸
()内は、事業所調査で必要となる店舗数。
 - ②報告者負担の軽減
→各事業所ではなく、本社企業に集約できる
 - ③調査の効率性の向上
→調査対象数が少なく効率的な審査・集計が可能となる。
 - ④詳細な調査項目の設定
→商品販売額毎の調査項目を盛り込むことが可能。
(事業所調査（乙調査票）では調査事項の変更が必要となり、商品毎の販売額の項目は、記入者負担が増大する。)

⁸ ホームセンターの店舗数が、企業調査傘下の店舗数を上回っているが、これは「その他の小売業」に必要な店舗数であるため、比較する場合は注意が必要である。

②報告を求める者 イ 変更事項2

b 報告を求める者（企業）の選定基準はどのようになっているか。 (006)

1. 新3業種ともに、実際の調査結果データ（平成19年商業統計調査）を使い、シミュレーションした上で以下の考え方で選定基準を決定した。

- ① 業界団体の提案する店舗数や販売額のレベルまで当該業種において調査対象となることが望ましい企業が含まれること。
- ② 市場規模の概ね上位8割をカバーすること。
- ③ 基準が明確で、わかりやすく、安定的、継続的に調査上の選定基準として調査を実施できること。
- ④ 都道府県別別表章を前提としているため秘匿との関係から、各都道府県に異なる3社以上の事業所が存在すること。

上記の考え方に基づき新たな3業種の選定基準は以下のとおり。

- ・家電大型専門店：家電大型専門店（500㎡以上）を10店舗以上有する企業。
- ・ドラッグストア：ドラッグストアを50店舗以上有する企業もしくはドラッグストアの年間販売額が100億円以上の企業。
- ・ホームセンター：ホームセンターを10店舗以上有する企業もしくはホームセンターの年間販売額が200億円以上の企業。

②報告を求める者 イ 変更事項2

c 平成26年1月分から実施している一般統計調査において、「家電大型専門店」、「ドラッグストア」及び「ホームセンター」の調査結果はどのようになっているか。

(007)

平成26年1月分の専門量販店販売統計調査の確報によると、実額のみではあるが各業種の結果は以下のとおり。（前年同月比は平成27年1月分からとなる）

専門量販店販売の動向

平成26年1月の専門量販店販売は、家電大型専門店が4095億円、ドラッグストアが3770億円、ホームセンターが2468億円となった。

家電大型専門店 (単位:億円、店)

商品販売額・構成比							店舗数
AV家電	情報家電	通信家電	カメラ類	生活家電	その他		
4,095	659	1,091	359	205	1,520	260	2,440
100.0%	16.1%	26.7%	8.8%	5.0%	37.1%	6.4%	

ドラッグストア (単位:億円、店)

商品販売額・構成比										店舗数
調剤医薬品	OTC医薬品	ヘルスケア用品(衛生用品)・介護・ベビー	健康食品	ビューティケア(化粧品・小物)	トイレタリー	家庭用品・日用消耗品・ペット用品	食品	その他		
3,770	263	605	303	141	557	405	557	831	109	12,789
100.0%	7.0%	16.0%	8.0%	3.7%	14.8%	10.7%	14.8%	22.0%	2.9%	

ホームセンター (単位:億円、店)

商品販売額・構成比										店舗数
DIY用具・素材	電気	インテリア	家庭用品・日用品	園芸・エクステリア	ペット・ペット用品	カー用品・アウトドア	オフィス・カルチャー	その他		
2,468	516	228	202	513	215	176	122	148	349	4,032
100.0%	20.9%	9.2%	8.2%	20.8%	8.7%	7.1%	4.9%	6.0%	14.1%	

新3業種計

販売額 1兆255億円、事業所数：19,191

②報告を求める者 イ 変更事項2

d 上記bの基準により選定した企業の売上高は、「家電大型専門店」、「ドラッグストア」、「ホームセンター」のそれぞれの売上高全体のおおよそ何割をカバーしているか。(008)

各業種のカバー率については、平成19年商業統計調査結果をもとに、当該業種の商品販売額カバー率が80%以上を満たすように設定し、平成24年経済センサス-活動調査の結果で更新した。さらに、平成24年2月以降、当該業種の公知の企業吸収合併、統廃合情報などから追加・削除し試算した結果は以下のとおり、結果として各業種9割を超えるカバー率を確保している。

1. 家電大型専門店・・・カバー率は93.1%

- ・専門量販店販売統計調査（平成24年暦年試算値）における「家電大型専門店（対象企業）」の年間商品販売額は、5.0兆円。
- ・同様に、調査研究結果における「家電大型専門店（全体）」の商品販売額をみると、5.4兆円。（平成24年暦年）
- ・「家電大型専門店（全体）」に占める「家電大型専門店（対象企業）」のカバー率は93.1%となっている。

2. ドラッグストア・・・カバー率は92.7%

- ・専門量販店販売統計調査（平成24年暦年試算値）における「ドラッグストア（対象企業）」の年間商品販売額は、3.8兆円。
- ・同様に、調査研究結果における「ドラッグストア（全体）」の商品販売額をみると、4.1兆円。
- ・「ドラッグストア（全体）」に占める「ドラッグストア（対象企業）」の割合は92.7%となっている。

3. ホームセンター・・・カバー率は90.1%

- ・専門量販店販売統計調査（平成24年暦年試算値）における「ホームセンター（対象企業）」の年間商品販売額は、3.2兆円。
- ・同様に、調査研究結果における「ホームセンター（全体）」の商品販売額をみると、3.5兆円。
- ・「ホームセンター（全体）」に占める「ホームセンター（対象企業）」のカバー率は90.1%となっている。

②報告を求める者 ウ 変更事項3

a 今回の見直しにより、乙調査及び丙調査において、どの程度、報告を求める者の数が削減されるのか (009)

1. 平成24年経済センサス-活動調査と現行の商業動態統計調査の対象名簿を企業名称等で名寄せし試算した結果は以下のとおり。

① 丙調査の除外候補数は以下のとおり

家電大型専門店	:	39事業所
ドラッグストア	:	11事業所
ホームセンター	:	319事業所
コンビニエンスストア	:	なし

② 乙調査の除外候補数は以下のとおり。

家電大型専門店	:	293事業所
ドラッグストア	:	129事業所
ホームセンター	:	298事業所
コンビニエンスストア	:	197事業所

2. なお、平成24年経済センサス-活動調査に基づく対象の選定（確定情報）は、平成26年度外部委託事業において標本抽出作業を行う関係で本部会の場でお示しすることはできない。

③ 報告を求める者 ウ 変更事項3

b 丁調査において報告を求める者となった企業の傘下の事業所数はどの程度あるか。 (010)

1. 丁調査（コンビニエンスストア、家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンター）調査対象企業数は、直近の専門量販店販売統計調査及び商業動態統計調査の結果（平成26年1月分確報値）は以下のとおり。

（）内は対象企業数。

- ・コンビニエンスストア：50,384事業所（12企業）
- ・家電大型専門店：2,440事業所（24企業）
- ・ドラッグストア：12,789事業所（67企業）
- ・ホームセンター：4,032事業所（52企業）

以上、丁調査の対象となる企業、事業所数は、155企業、69,645事業所である。

※家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンターは、専門量販店販売統計調査の結果。コンビニエンスストアは、商業動態統計調査となる。