

第 43 回サービス統計・企業統計部会結果概要

- 1 日 時 平成 26 年 4 月 4 日（金）12:57～14:54
- 2 場 所 総務省第 2 庁舎 6 階特別会議室
- 3 出席者
- （部 会 長） 廣松毅
- （委 員） 北村行伸、西郷浩
- （専 門 委 員） 永井知美、山本渉
- （審議協力者） 内閣府、財務省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、日本銀行、埼玉県、東京都
- （調査実施者） 経済産業省大臣官房調査統計グループサービス動態統計室：間中室長ほか
- （事 務 局） 内閣府統計委員会担当室：清水政策企画調査官
総務省政策統括官付統計審査官室：山田統計審査官、佐藤国際統計企画官
ほか
- 4 議 題 商業動態統計調査の変更及び商業動態統計調査の指定の変更について

5 概 要

- 事務局から諮問の概要について、調査実施者から商業動態統計調査（以下「本調査」という。）の変更案について説明が行われた後、事務局から審査メモについて説明があり、その後、審査メモに沿って審議が行われた。
- 審査メモ中の「1 商業動態統計調査（基幹統計調査）の変更」のうち、「① 報告を求める事項」及び「② 報告を求める者」の変更計画については適当と判断された。
- なお、委員及び専門委員からの質問事項のうち、回答が積み残しとなった案件については次回部会において、調査実施者から報告が行われることとされた。

委員及び専門委員からの主な意見等は以下のとおり。

(1) 調査対象の範囲

- ・ 調査対象の範囲の変更内容はおおむね理解した。「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、どのような売上高の規模やシェアであることから追加することとしたのか。
 - 小売業全体で 11.7 兆円の売上高がある中で、「百貨店」、「スーパー」、「コンビニエンスストア」と「家電大型専門店」、「ドラッグストア」及び「ホームセンター」で約 30.2 パーセントを占めており、それぞれの売上高規模は百貨店が 6,000 億円、スーパーが 1.1 兆円、コンビニエンスストアが 8,000 億円、家電大型専門店が 4,000 億円、ドラッグストアが 3,700 億円、ホームセンターが 2,500 億円である。今回追加する 3 業態は約 8 パーセントに及んでいることを踏まえたものである。
- ・ シェアが増えてきたら、調査項目に細分化して含めた方がよいといった目安はあるのか。
 - 特にそのような目安はないが、各業種のデータの推移をみると、売上高規模がお

おむね拡大の傾向にある中、日本標準産業分類で、分類として設定された上で、経済センサス-活動調査で実態が把握できたことを踏まえ、今回、新たに把握することは消費動向を把握する上での有用な基礎資料となるものと考えているところ。

- 本調査は、景気動向や小売業界の動向を把握する上で非常に注目している調査であり、今回の調査対象業種の追加は歓迎すべきことと考える。最近、消費者が百貨店、スーパーから専門量販店にシフトしている傾向にある中、こういった動きを個別に見られる有用な統計になると考えるからである。なお、今回の変更に反映していただきたいということではないが、現在、伸びている傾向にあるネット通販や、アパレルといった製造小売業についても把握することにより、本調査の有用性が一段と高まるのではないかと考える。
- 調査対象業種に追加する数値等の基準は特に設定されていないようであるが、経済センサス-活動調査でより詳細なデータが把握されたことにより、本調査でも把握する必要性が高まったのではないかと考える。なお、ネット通販やアパレルといった製造小売業の把握については今後の対応ということで御意見を頂いたものと考えている。
- 経済センサス-活動調査で把握をされるようになったということは一定程度のシェアがみられてきたと理解してよいのか。
- 改定の際に、それを考慮した上で新設されたものと考えている。
- 経済センサス-活動調査で今回、新たに把握する3業態については、小売業の業態でみて上位3業態に入るのか。他にも規模の大きな業態があるものの、把握が困難な業態があれば教えてほしい。
 - 小売業の業態の中では、専門スーパーが15.2パーセント、住関連スーパーが4.7パーセント（うちホームセンターが2.7パーセント）、コンビニエンスストアが5.0パーセント、ドラッグストアが3.4パーセント、家電専門店が4.8パーセント、食料品スーパーが15.2パーセント、無店舗小売業が5.1パーセントとなっている。日本標準産業分類で上記以外には分類自体がないものもあるため、把握できる限り、データをとっているものと考えている。
- 四半期別GDP速報等において、どの程度データが蓄積されると、実際にデータが使ってもらえるのか。前年同月比や2時点間の情報が把握できれば使えるのか。使用可能となる見込みの時期の考え方などがあれば、調査実施者である経済産業省だけでなく、本調査結果の利用が期待されている内閣府や日本銀行にも教えてほしい。
 - 前年同月比が計算できる1～2年程度の把握が必要であり、それまでは構成比に係るデータを活用することとなる。実額の前年比とともに、季節調整済みの数値を求めるとなると、7～8年分程度のデータが必要となるものと考えている。なお、3年程度のデータが蓄積された段階で検証を行う予定である。
 - 一定程度のデータが蓄積されたのち、検証を行い、QEに取り込むことを検討することになるものと考えている。通常、基礎統計の大幅な見直しは基準改定ごとに対応することが多く、今回の見直しについても同様となるのではないかと考える。
 - 本調査の結果はさくらレポートや地域分析に利用させていただいており、都道府県別集計が行われることにより、有用性が高まるものと考えている。確たることを申し上げることはできないが、今回追加する部分のデータを利用するまで2年程度は必要では

ないか考える。

- ・ 今回の変更内容については、利用者ニーズや関心が非常に高いものであり、公表に当たってはミスリーディングを招かないよう、十分に注意して行うことが必要である。行政ニーズへの対応という面では、データ蓄積までに少し期間が必要であるが大変重要な基礎データになるといった評価をいただいているものと考え。ただ、ネット通販については別の観点も入ってくると思うので、答申案を取りまとめる際にどのように扱うかについて考えることとしたい。
- ・ 調査対象の変更については特に異論がないようなので、部会として了解することとした。

(2) 報告を求める者

① 変更事項 1

- ・ 基本的な考え方は理解できるが、経済センサス-活動調査結果の、「(ア) 産業編 (総括表) 第 1 表」の約 141 万事業所でなく、「(イ) 産業編 (総括表) 第 2 表以降」の約 105 万事業所のデータを母集団情報として使用することに少し悩ましい部分がある。
- ・ 母集団情報に関し、最新の名簿情報を活用することから、これまでの商業統計調査結果から経済センサス-活動調査結果に切り替えるとしても、経済センサス-活動調査結果は初めて使用するものであることを踏まえ、標本抽出する段階で様々な情報に留意し、十分に注意を払いながら行うことが必要ではないか。
- ・ 36 万事業所の差異が生じており、これらは、おそらく格付け困難な小規模事業所であると推測されるが、どのような事業所規模かといった状況に関する情報を有しているのか。また、このような事業所の数は増えているのか。
 - どのような事業所規模かといった状況については特に把握していないが、事業所数については、平成 19 年商業統計調査で 147 万事業所であり、平成 24 年経済センサス-活動調査では 141 万事業所と約 6 万事業所減っている状況にある。
- ・ 母集団情報が商業統計調査から経済センサス-活動調査に変更されたことによって、従前と比べ調査対象となる企業等に何かの変化や特性といったものはみられないのか。
 - 平成 24 年経済センサス-活動調査の結果では、卸売事業所が 26 万 7,000 事業所、小売事業所が 78 万 2,000 事業所であり、平成 19 年商業統計調査では、卸売事業所が 33 万 5,000 事業所、小売事業所が 113 万 8,000 事業所である。これは主業種で格付けをした結果であり、これ以上のことは分からない。また、具体的な調査対象の企業等の移動において変化等が生じたのかについても分からない。
- ・ 平成 19 年商業統計調査から平成 24 年経済センサス-活動調査までの期間の経過に伴う企業構造の変遷の細かいところまで把握することは難しいかもしれない。また、今回、母集団情報の名簿を替えるということから、調査を実施してみないと分からないといったこともある。その一方で、平成 24 年経済センサス-活動調査の結果を用いることにより、企業構造を正確に把握できるといったメリットも副次的にある。そういったこと含めて考えると、今回の母集団情報の変更はよいのではないか。

② 変更事項 2

- ・ 企業を対象に調査を実施する理由として、業界団体や企業からヒアリングをした結果、事業所対象だと回答しない事業所が多く出るとのことである。しかし、企業が事業所の情報を集めるという点では、企業にとっての負担は同じではないか、企業が事業所からデータが出てこない場合、前月と同じデータを報告するといった懸念はないのか。また、地域別情報が重要だとすると企業単位よりも事業所単位で把握するほうが重要なのではないか。
 - 企業調査においては都道府県別にデータを把握しており、地域別情報の把握を行っている。また、POS システム（販売時点情報管理）で電算集計が行われるため、各事業所の状況について把握しており、また、集計への負担はあまりないのではないかと考える。
- ・ 調査票を確認したところ、都道府県別に把握することから、地域別情報は把握できるものと考ええる。
- ・ 事業所単位だと回答しないというヒアリングの結果をみると、実査上大丈夫かと懸念するが、特に心配しなくてもよいということか。
 - 企業からは、単体の店舗や事業所には調査に行かないでほしいという要望が出ている一方で、本社で事業所分についてまとめて回答するといった意見等があったようだ。
- ・ 新たな標本抽出によりカバー率が 90 パーセントを超えている一方で、36 万事業所の詳細がよく分からないし、小規模事業所が漏れているのではないかと推測される中で、後者の状況についてどのように考えるか。
- ・ おそらく企業の方が調査を行う上では効率的であり、都道府県別データを把握するというのであれば、この変更内容でよいのではないか。企業の選定基準をみると、漏れるところはあるものの、本調査の趣旨から見て問題のないものと整理してよいかどうかということではないか。漏れるところはあるが、90 パーセント以上のカバー率があるし、本調査によって月々の動向や変化、トレンドを追えるということであれば、漏れる部分はやむを得ないものではないかということ部会として承認できるか否かである。

③ 変更事項 3

- ・ 資料によると追加する 3 業種で 70,000 事業所をカバーするということである。重複する事業所はどの程度あるのか。
 - 丙調査では 5,300 事業所のうち 369 事業所、乙調査では 12,500 事業所のうち 917 事業所である。1 割に満たないくらい分が重複していたことになる。
- ・ 数字が意外に小さいといった印象であるが、今回新たに 3 業種が丁調査の対象となることにより、これまでうまく捉えられていなかった部分が把握できるようになると評価できるのではないか。

④ まとめ

- ・ 母集団情報の変更については十分に注意を払いながら、適切に対応することが必要

であるものの、同母集団情報に基づく標本抽出による追加3業種のカバー率は90パーセント以上であり、調査としては一定の精度を確保できるものと考えられることから、部会としては母集団情報の変更や3業種を丁調査の対象とする変更等については了承することとしたい。

(3) その他

- ・ ネット販売やアパレルといった製造小売業の把握の必要性について指摘があったことに関し、調査実施者の考えを次回の部会において報告願いたい。

6 次回予定

次回は、平成26年4月18日（金）13時00分から総務省第2庁舎6階特別会議室において開催することとされた。