

# 第 15 回産業統計部会 議事録

大臣官房 統計委員会担当室

# 第 15 回産業統計部会 議事次第

日 時：平成 21 年 4 月 1 日（水）15:00～18:15

場 所：総務省第 2 庁舎 6 階 特別会議室

1 . 開 会

2 . 議 事

特定サービス産業実態調査の改正について

3 . 閉 会

舟岡部会長 ただいまから「第15回産業統計部会」を開催いたします。

本日の議題は、前回に引き続き「特定サービス産業実態調査の改正について」です。

年度初めのお忙しい中、お集まりいただきまして、ありがとうございます。

本日4月1日から新しい統計法が全面施行されます。したがって、本部会においても、前回部会でお話ししましたように、新しい統計法の規程に基づいて審議を行うこととなりますので、よろしく願いいたします。

本日の部会は、18時までを予定していて長時間にわたり大変恐縮ですが、御協力よろしく願いいたします。途中17時頃に一段落したら、休憩を5分程度とりたいと考えています。

それでは、これから、前回部会で事務局から示された審査メモの項目に沿って、審議を進めていきます。今回は本調査の調査対象業種のうち、追加業種を中心として、各業界の有識者として、映画館の関係で株式会社ワーナー・マイカルの岡村専務取締役、学習塾の関係で社団法人全国学習塾協会の稲葉専務理事、それに、情報サービス業の関係で社団法人情報サービス産業協会の田原事務局次長に、御参加いただくこととしています。

後ほど、調査票及び調査事項等の審議に御参加いただき、各業界の実情などを含め、本調査についての御意見をお聞かせいただくこととしております。

3時間という長時間ですが、皆様の御協力をよろしく願いいたします。

なお、本日は、出口委員、笹井専門委員が所用のため御欠席です。

審議の進め方につきましては、前回部会で事務局から示された審査メモの「審査の視点と審査結果」の各項目に沿って審議を進めたいと思います。

前回部会において皆様方からいただいた御意見等について、事務局において、審査メモの項目に沿って、問という形で整理し、本支配布の参考1として、まとめてあります。この問に対して、調査実施者が資料1として回答を用意していますので、まずこの回答について調査実施者から説明していただき、それを踏まえ、御審議をお願いしたいと思います。

なお、審査メモの2(3)「前回答申への対応状況」については、2(1)の項目と関連することありますから、関連する項目の中で併せて御審議をお願いしたいと思います。

また審査メモ2(1)ア(イ)「追加業種の調査票及び調査事項について」及び(ウ)の「調査対象事業所規模に応じた調査事項の精粗の設定について」は、各業界の有識者の方々に審議協力者として御参加いただき、意見を聴取した上で御審議をお願いしたいと思います。

それでは審議に入る前に、本日の配布資料の説明と併せて、3月12日に開催された前回部会の結果概要について、事務局から説明をお願いします。

犬伏統計審査官 それでは、議事次第4「配布資料」を見ながら、資料の確認をお願いしたいと思います。

資料といたしましては、

資料1が、今、部会長から説明がございました、調査実施者からの回答でございます。

資料 2 が、前回 3 月 12 日の部会の後に、鈴木専門委員の方から意見が出てまいりまして、それに対する調査実施者側の回答ということでございます。

資料 3 は、前回、各専門委員からの意見を踏まえて、調査実施者の方で調査票の修正案を作成しています。

参考といたしまして、資料 1 ~ 4 まで付けています。

参考 1 は、今、部会長から紹介があったとおりです。

参考 2 は、鈴木専門委員から提出された調査票に対する意見でございます。

参考 3 が、前回の各委員からの質問に対する回答として参考になるような資料を、事務局としてまとめたものでございます。

参考 4 が結果概要でございます。

それから、審査メモと、今日、業界の有識者お三方をお招きしていますけれども、それぞれの方からの資料が 3 種類、席上配布資料ということで配らせていただいておりますので、御確認いただければと思います。

それでは、参考 4 で、前回 3 月 12 日に開催されました、「第 14 回産業統計部会」の結果概要を簡単に御説明して、確認していただきたいと思っております。

まず、5 以降、質疑応答の関係でございますけれども、専門委員の方から、今回の調査においてどのような標本の入れ替え、調査対象の選定を行うのか、パネルデータとか継続標本とかそういったことを考えているのかという御質問があり、それに対して、調査実施者の方からは、今回の調査計画では、標本層が非常に細かくしていますので、層当たりの客体数が少なく、また客体の調査負担の軽減という見地から、継続標本という形はとらない計画であるという説明がございました。

その後、各専門委員等からご意見をいただいたわけでございますが、主なご意見を御説明させていただきたいと思っております。

でございますが、論点としては、審査メモ等でほぼ尽きていると思う。しかし、業種の拡大については、基本的には適当ではないかと考えるけれども、各業種の調査事項の意味について、もう少し確認が必要ではないか。また、標本設計上、大規模の事業所・企業については、全業種ともほぼ全数であるということから、当該全数部分の設定によっては、都道府県別のクロス表まで集計結果の公表が可能になると考えられるので、集計表について更に検討が必要ではないか、という意見がございました。

でございますが、欠測値の補完につきまして、売上げについては平均値補完でいいと思うけれども、他の調査項目については、こういった扱いを行う予定なのか。それから、前回、業種特性についてとらえるという課題があったわけでございますけれども、これについては、今回検討が間に合わなかったのはやむを得ないが、やはり、外注状況の把握とか付加価値連鎖の構造把握の具体化に向けて、もう少し整理を行ってほしいという意見がございました。それから、サービス・コンテンツ系については、総務省と経産省に所管が分かれるという問題はあるけれども、これらのデータ整備についても、何らかの方向性を

出してほしいという意見がございました。

でございますが、欠測値の補完につきましては、サービス業は、業績などの変動が非常に激しく、また、未回答項目が固定化する傾向があるので、前年度データを使っただけの補完というのは難しく、平均値補完しかないのではないかという意見がございました。また、内製、外注の区分や企業の技術の源泉の変化などをとらえるような調査としてほしい、そういう調査となるよう検討をしてほしいという意見がございました。

でございますが、今回、標本調査を導入いたしまして、本調査の対象業種を拡充したことは非常に評価できる。また、本調査については負担感が大きいという話があるけれども、調査結果は調査客体のメリットにもなるので、そういったことを考慮しながら調査を進めてほしいという意見がございました。どの役所がどの業種を所管しているということは、国民にとっては無意味であって、国民にとって分かりやすい統計となるように工夫してほしいという意見がございました。

でございますが、今回の対個人サービス業種の追加は、非常にありがたい、また標本調査化や欠測値の補完も現実的な対応で、実際に使う上でも利用しやすくなり、期待できるのではないかという意見がございました。また、欠測値の補完につきましては、今回の調査結果を踏まえて、更に検討してほしいという意見がございました。それから、今後は時系列的に継続的に把握すべき項目と、構造変化をとらえる項目、こういったものを截然と区分して、どう盛り込んでいくかというのが課題ではないかという御意見がございました。

でございますが、本調査につきましては、アナリスト等の中においては、産業間の比較が非常に難しい、また、どうしてそのような集計結果になったのか、その要因がよく分からないなど、非常に使いづらいという認識が一般的であるとの説明がございました。調査事項について、何が求められているのかということについて、どういうデータをとるかということを含めて、いろいろ探っていく必要があるのではないかと、また、単なる集計結果の公表だけではなく、なぜそうなかったかという要因分析を含めて、コメントをつけてほしいという要望もございました。それから、調査に協力した企業名も開示してほしいという意見もございました。また、サービス業の稼働率の把握が、可能となるような調査とすべきだという意見もございました。

でございますが、今回の改正によって対個人サービス業が、かなり網羅的に実態把握ができることとなって、非常に有意義なものになるという評価がされました。サービス業自体、非常に多様化しており、一つの企業が異なる所管官庁の対象となっているところもあるので、経済産業省所管のサービス業にとらわれず、もう少し裾野の広がりを考慮した検討が必要であるという意見がございました。

でございますが、統計として長期的な継続性も必要である、少し長い視点でサービス業全体をどうとらえていくかという検討が必要ではないか、という意見がございました。新規業種について、標本調査を導入しておりますけれども、回収率の低下が予想されるの

で、当該業種についてアピールが必要である。重複については、調査内容の重複だけではなく、調査対象と申しますか、調査客体の重複をなくすという観点も、必要ではないか。郵送調査の回収率の低下を考慮した、標本数の設定になっているのかどうかという意見もございました。調査事項の精粗について、調査客体が4人以下かどうかは、どの時点で誰がどういう基準で判断するのかという御意見がございました。

でございますが、調査対象産業の生産性の把握というのが本調査の意義ということであれば、本調査については売上げは分かるけれども、アウトプットに該当する数量と単価の情報はほとんど正確に得られない。また、労働時間の調査がないのでインプット側も分からない。有形固定資産も取得額しか分からないので、残額も分からない。このように、本調査は中途半端な状況ではないか。本調査について、何をめざす統計なのかははっきり定めた上で、どういう内容を聞くべきかという検討が必要ではないかという御意見がございました。

前回の主な意見は、以上のとおりでございます。

舟岡部会長 どうもありがとうございました。

前回部会の審議の概要につきまして、参考4のような取りまとめでよろしいでしょうか。

(「はい」と声あり)

舟岡部会長 それでは参考4の結果概要の取りまとめについて了承いただいたといたします。

それでは審議に入ります。審査メモをご覧ください。席上配布資料です。

先ほど申しましたが、2(1)ア「基幹統計の作成目的に照らした必要性等の視点」から、審議を始めたいと思います。

まず、(ア)「調査対象業種の追加について」は、今回調査から対個人サービス業7業種を新たに調査対象業種として追加し、全部で28業種とする計画であります。これについては、審査メモにもありますように、従来からの計画等に沿ったもので、このことで経済産業省の所管するサービス業がおおむね網羅されることとなります。それによって、サービス業に係る統計が、より一層充実することが期待されるので、評価できるという意見が、前回部会の大方の意見だったかと思えます。

今回の調査対象業種の追加につきまして、審査メモの結論について、何か御意見はありますでしょうか。

前回部会では、先ほどの部会結果概要の取りまとめにありますように、経済産業省所管以外の業種まで含めて、幅広くサービス業をとらえるような、そういう調査に発展させることが望ましいとの意見もございましたが、何せ分散型の統計機構のもとで、経済産業省の所管の中でしか、実施者の立場としては検討できませんので、これについては、少し舞台を変えて、例えば統計委員会等で各府省にお願いして、検討していただくということになるかと思えます。この対象業種の追加についていかがでしょうか。

今回28業種に拡大して、経済産業省が所管するサービス業の業種をほぼ網羅することに

なりますと、特定サービス産業実態調査の役割なり目的が、若干変わるだろうと理解しています。サービス業を広義のサービス業としてとらえると、第3次産業がそれに相当しますが、その中で、特定サービス産業実態調査は金融・保険業の一部のクレジットカード業について調査していますが、銀行、保険、証券等の金融分野は、基本的に対象外としていて、それ以外でも、例えば卸売業、小売業等については、商業統計調査、あるいは商業動態調査で調査していますので、それらの業種を除きますと、かなり幅広い業種をカバーするようになった。

そのことで、単に特定のサービス業種の実態や構造を明らかにするという役割から一歩踏み超えて、業種間の比較なり、あるいは個々の業種の変化を長い時間軸でとらえる役割を持つことになるのだろうと思います。

今回の計画では、そうした課題に対しても十分答えるような内容となっていて、問題ないと思いますが、そのような視点に立って、これから議論していただく事項についても、御審議をお願いしたいと思います。いかがでしょうか。

そのような視点からみて、対象業種の追加について、いかがですか。28業種で整備が終わりということではなくて、所管が必ずしも明らかではない業種については、関係する府省が協力して、その業種についての調査を実施する。あるいは行政記録情報等がある場合には、それを統計化する等々で、サービス業をもれなく横断的にとらえられるようなサービス業に係る統計の体系を目指すことが望ましいと考えております。

どういう範囲について、どういう概念に基づいて、調査対象とするかについては、時間があつたら、本部会でも御議論いただきたいと思っておりますが、このアの調査対象業種の追加についてはよろしいですか。

(「はい」と声あり)

舟岡部会長 それでは、調査対象業種の追加につきましては、審査メモの結論で、異論はなく、了承されたといたします。

次の項目に移ります。(イ)「追加業種の調査票及び調査事項について」と(ウ)「調査対象事業所規模に応じた調査事項の精粗の設定について」の2つについては、ともに調査票と調査事項の設計に関する事項ですので、併せて審議をお願いします。

前回部会での意見は参考1でまとめられていますが、まず初めに、調査実施者から、その中の問1から問5についての回答を、まとめて御説明いただいた後、業種ごとに有識者から意見聴取を行った上で質疑応答等を行い、最終的に本項目全体の御審議をお願いしたいと思います。

また、調査票について、鈴木専門委員から、事務局に対して別途意見が出されています。配布資料の中に参考2として入れてあります。この意見についても、前回部会での意見に対する回答とともに、調査実施者から回答をいただき、本項目の中で併せて審議したいと思います。

それでは、調査実施者から、問1～問5及び鈴木専門委員の意見に対する回答の御説明

をお願いします。

経済産業省（山根室長） 経済産業省のサービス統計室、山根でございます。

前回、所用がありまして欠席させていただきましたけれども、大変重要なときに欠席をいたしまして、深くおわび申し上げます。

それでは資料に基づきまして、前回部会における意見等について回答したいと思います。

資料1の問1からでございます。まず、今回の調査票の調査事項の設計の基本的な考え方ということで、問1、問2、問3と、大きく質問を頂戴しておりますけれども、基本的な調査事項の設定でございますが、ここにも記載させていただいているとおり、この調査対象となるサービス産業の実態の把握を目的としているわけでございますけれども、平成20年、昨年の本調査の調査計画の答申におきましても、特に業種特性を的確にとらえること、事業内容の変化が激しいサービス産業の実態をとらえる観点から、短い周期でより多くの統計情報の提供を行うという役割を持っているものと考えております。

このような目的及び役割から、調査事項の設定を考えますと、一つは、市場規模の把握ということで、売上高、従業者数、それから収益構造の把握につきましても、売上高、営業費用、事業特性の把握ということでは、一つには売上高の業種類別内訳、営業費用の費用内訳、部門別事業従事者数の他業種ごとの特性という部分、生産性の把握に資するデータとしましては、収益構造に係る事項の他、パートアルバイトの労働時間換算数等、種々のものを設定させていただいているところでございます。

ただ、そういった中で、多様な事業活動を実施しているサービス業の特性を把握するという事は、非常に難しいというふうに、我々は認識しているところでございまして、実態把握に努めれば務めるほど、調査事項が増加する傾向にあります。

そういった中で、記入者負担が増加し、協力度合いも低下するという懸念も生じているため、調査事項の設計に当たりましては、できるだけ過度な負担にならないように配慮しているところでございます。

このような基本的な考え方に基づきまして、調査事項を設定しているわけでございますけれども、一方で、前回の部会におきましても、この資料で申し上げますと、問3の部分で、サービス産業の活動内容が激しい中、長期時系列データとしても活用していくためには、調査事項について、一つには長期的に連続して把握していく事項、2つ目には、産業の実態変化に応じて変更していくべきではないかというような御指摘もいただいているところでございます。

加えまして、今回計画からは、従業者規模4人以下の調査対象については、調査事項を粗くした調査票を設計しているところでございます。

したがいまして精粗の調査事項の考え方も含めまして、少し資料を整理させていただきましたので、それに基づきまして、少し御説明をさせていただければと思っております。

資料1の別添1「調査事項の設定の考え方について」という資料を用意させていただいています。



まず、「調査事項設定の考え方」ということで、大きく考えますと、階層別の設定というように整理ができるのかなというふうに考えております。1つは、階層別の設定ということ、精粗の設定を少し整理させていただきました。

大きく基本的なことを御説明申し上げますと、各業種ごとの調査事項設定の基本的な考え方としましては、ここにも記載させていただいているとおり、サービス業の実態は業種ごとに大きく異なっているということもございまして、まず1つは、28業種ごとの調査事項の設定が必要と考えております。その際、1つとしては業者間比較を可能とする横断的に把握する事項、2つ目が時系列に把握する業種ごとの特性事項、3つ目が業種の業態変化に応じて把握する調査事項という、3つの階層の視点から設定を考えております。

それから、大きい2つ目としましては、調査事項の精粗に当たりましては、調査業種の業務種類別の市場規模、利益率、従業者1人当たりの売上高、あるいは従業者規模別の同業者取引の割合等の業種横断的な分析が、引き続き必要ではないかということに加えまして、今回、標本設計の考え方を導入させていただきました。このことによりまして、時系列比較が、従来よりも増して可能になるということ踏まえまして、これらに係る事項といたしまして、先ほど申し上げました、の中から、産業構造業種全体から俯瞰するための基礎事項及び産業構造の時系列比較をとらえるための特性事項などにつきまして、粗い調査様式において把握することといたしております。

このような調査事項の基本的な考え方を、更に階層別に整理しますと、以下のような考え方となります。1、2、3の考え方で階層別に、ちょっと順番が逆になりますけれども、下の方から1階ということ、28業種横断的な調査事項ということでございます。この部分の調査事項につきましては、この調査自体の基本的な情報ということ、今後の調査設計におきましても、原則見直しの必要がないとの視点から、設定しているところでございます。

具体的には、次の横長の資料をご覧くださいと思います。冠婚葬祭業から、それぞれの調査票ごとに1階、2階、3階ということ整理させていただいておりますけれども、1階部分、下の方でございますけれども、フェース項目の事業所名等々、それから事業所全体の年間売上高、それから営業費用の関係では年間営業費用等を整理させていただいております。横に業種を見比べていただきますと、同様なものということで、横断的な事項を整理させていただいているところでございます。

この部分の精粗の考え方でございますけれども、産業構造を業種全体から俯瞰するための基礎的事項としまして、「粗」への採用をしております。ただ、従前から記入者負担が高いとされて、また詳細情報として中規模以上の事業者の情報があれば十分とも考えられる事項につきましては、記入者負担軽減の観点から、「粗」へは採用しておりません。

次に、2階部分でございますけれども、時系列的な構造把握ということ、業種それぞれの特性事項を時系列で把握するというように整理をさせていただいております。この部分につきましては、売上高や営業費用等の詳細な内訳に関する事項、特サビ実態調査が小

分類ベースの調査をしておりますので、詳細な業務種類別の売上高情報と市場規模推移把握の観点から、時系列的に把握が必要ではないかと考えているところでございます。

それから、経理項目以外の視点から、産業活動の実態を把握する事項としまして、入場者数、あるいは製作本数等もこの部分に含めているところでございます。先ほどの後ろの方についている横長の資料をご覧いただければと思います。2階というところに記載させていただいているところでございます。

いずれにしましても、2階部分につきましては、産業構造の時系列的变化を重視するというので、内訳的な要素の変化を包含しながらも、全体的な考え方や必要性が変化しないという視点から、設定できればということと考えております。

3階部分でございますけれども、この部分はいわゆる業態変化に応じた構造把握ということで、特性事項、サービス業の変化に対応した実態を、的確に把握するための調査事項というふうに考えております。時系列的な視点というよりも、その時点、時点で、産業特性を把握する視点ということで整理をして、設定させていただいているところでございます。

資料は、それぞれ業種調査票ごとに整理をさせていただいておりますので、詳しくはまたご覧いただければと思います。基本的な考え方の整理でございます。

また、今回追加の7業種の調査事項設定の基本的な考え方でございますけれども、別添2というのを用意させていただいております。「追加7業種の調査事項について」ということで、調査票の様式に、特にポイントとなるような調査事項について、吹き出しという形で説明書きを加えさせていただいております。

7業種を細かく御説明申し上げますと、大部な時間を要してまいりますので、ここではポイントを説明させていただければと思います。

冠婚葬祭業の調査票からでございますけれども、冠婚葬祭業につきましては、日本標準産業分類上は、内容的に結婚式場業務、葬祭業務、冠婚葬祭互助会業務に分類されるわけでございます。そういったことから年間売上高の部分につきましては、更に詳しく業務種類別年間売上高ということで、結婚式場業務、葬祭業務、冠婚葬祭互助会事業ということで把握をさせていただくように、設定させていただいております。

同じく5の年間売上高の部分で、大分細かく調査票を設定させていただいておりますけれども、4、5の部分、結婚式場業務の年間売上高の業務種類別割合という部分でございますけれども、婚礼とか葬儀につきましては、関連する業界、あるいは事業が非常に多いということがございまして、こういった部分については事業収入、多様なサービスの対価が含まれているということがございまして、こういった部分について、構造把握の観点から区分を設定し、調査項目としております。

それから6の年間取扱件数の部分ですが、例えば挙式の関係で、披露宴取扱件数及び冠婚葬祭互助会活用件数部分でございますけれども、結婚数が減少傾向の中で、挙式の形態、利用のニーズの把握ということ、披露宴費用の規模別により経営効率を把握するであると

か、あるいは冠婚葬祭互助会を活用した件数という部分につきましては、割賦販売法に基づく前払い特定取引の許可を受けている。そういった互助会の利用についての現状を把握するというので、設定させていただいております。

年間披露宴の単価規模別取扱件数につきましては、少子高齢化が続いているということもございまして、結婚人口が減少している。一方で、晩婚化も進んでいるわけですがけれども、こういったマーケット規模の減少に向かっていくということが予想されている中で、事業者がサービス内容を差別化することにより、対応することが予想されているわけですがけれども、こういった部分の経営効率を把握するために、単価別の規模別取扱件数を設定させていただいているというような部分が、ございます。

それから、6の でございますけれども、年間披露宴費用規模別取扱件数は、結婚式業務に占める披露宴の売上高が非常に高いということもございまして、規模別の件数をとらえることで、経営の効率の把握ができればということで設定しております。

隣の年間葬儀費用規模別取扱件数につきましても、葬儀市場がある意味、最近非常に右肩の傾向があるということもございまして、葬儀規模別の件数をとらえることで、経営の効率化を把握できればということで、設定させていただいているところでございます。

それから、部門別従業者数のところで特徴的なところにつきましては、葬祭ディレクターという従業者がいるわけですがけれども、これは厚生労働省認可の制度ということでございますけれども、こういった方がいると質の高いサービスの提供ができるということで、そういった者がどのくらい配置されているかという部分も、サービスの提供の中で、少し把握したいということで、設定させていただいている部分でございます。

次に、映画館の調査票でございます。映画館につきましては、特に年間売上高、その他業務の部分で、映画館の業務は入場料はもとより、その他業務の部分で、売店のドリンク、ポップコーン、あるいはパンフレット、そういったものの売店の収入もウェイトが大きいというように聞いております。そういう意味で、その他業務の中で、特に卸売、小売業務ということで、売店直営の部分の特掲させていただいております。

6入場者数及び公開本数の関係で、邦画、洋画、アニメーションと区分させていただいておりますけれども、入場者数の変動が、やはり損益に大きな影響を与えるということで、入場者数は有益な情報ということで、調査項目を設定させていただいております。

アニメにつきましては、業界統計でも把握されておりませんし、アニメ作品の売上げが非常に大きいということもございまして、有益な情報ということで、特掲させていただいているところでございます。

7番の施設の関係でございますけれども、座席数については稼働率の関係、デジタルスクリーンについては、最近大分スクリーンとしては出てきているわけですがけれども、品質が劣化しない映像の提供、あるいは映画、コンサート映像、スポーツ実況、それから3Dというような新しいコンテンツの提供が出ているということもございまして、こういった部分についてどのくらいスクリーン数が出ているかというような部分を、把握したいとい

うこととございます。

デジタルスクリーンとその他のスクリーンは、区別をしてということとございます。この部分につきましては、デジタルシネマにつきましては、フィルムが不要ということもございまして、配給会社にとっては、処理、配送、保管に係るコストの削減、興行会社につきましては映写機のフロアが不要、人件費の削減が見込めるといようなことで、ランニングコストが低く出るといようなメリットがあるということと、1スクリーン当たりの投資コストが高く、普及には時間を要すると思われましても、こういったデジタルスクリーン数とその他のスクリーン数を区分して、動向を把握したいということとございます。

8の「系列・立地環境等」でございませけれども、映画館の系列、シネマコンプレックスなどの公開形態、それから立地、併設の施設、映画館の開設年など映画化を取り巻く環境、立地条件によりまして、スクリーン数、入場数、売上高との関係で構造を把握しまして、映画館の事業活動の実態が把握できればということと、設定させていただいております。

次に、興行場、興行団調査票でございませ。ここの特徴的なところにつきましては、まず2経営組織及び資本金額のところでございませ。興行場、興行団につきましては、公設の施設も多いということから、資本金額の部分に公的資本比率を設定させていただいております。それからこの業種に関しましては、事業の形態がさまざまなものが含まれているということがございまして、産業分類の細分類、もしくは内容例示にある業態で主要なものについて把握をするということと、事業の形態を4として設定させていただいております。

年間売上高の部分でございませが、特に主業の興行場、興行団業務以外のところで、その他の業務ということでは、売店であるとか駐車場、食堂、これは直営の部分でございませが、この部分の売上高も多いといような聞いておりまして、この部分も把握するための設定をさせていただいております。

それから、入場者数、入場料、興行収入、賃貸収入、その他の収入ということと、興行場、興行団におけるビジネスモデルが非常に異なるといふ方に推察をしております。興行場、興行団全体で売上高を集計してしまますと、産業構造の特徴的なところ、内部構造が把握できないということもございまして、興行種類、収入区分ごとに売上高を把握するということと設定させていただいております。

なおかつ、その他の収入の部分につきましては、特徴的なところということと、演芸団、興行団においては興行団としての商標権、それから所属アーティストに係る権利収入その他上演演目やイベント、テレビ放映による権利収入等が発生することから、これらの内訳について事項を設定し、具体的な収入の構造の把握を行いたいと考えております。

また、一部興行団におきましては、国等外部からの資金投入がなされている部分もあることから、こういった寄付、助成金、補助金の収入を併せて把握するよう設定をさせて

いただいております。

次にスポーツ施設提供業でございます。スポーツ施設提供業におきましても、資本金の部分につきましては、公営の施設が多いということもございまして、公的資本の比率、それからこの業種につきましても、事業の形態が多様ということもございまして、事業の形態として主要な施設を把握するというところで、ゴルフ場以下の事業形態を設定させていただいております。

次に、施設提供業務の業務種類別、収入種類別の売上高でございますけれども、過去の特定サービス産業実態調査の結果を基にしまして、売上高に占める割合が大きい項目を収入区分として設定しております。その際、キャディフィにつきましては、ゴルフ場の収入に占めるウェイトが非常に高いということもございまして、特別に特掲をさせていただいております。

業務種類の関係では、スポーツ施設提供業のうち、産業分類の細分類で、市場規模の大きな主要な事業の形態ということで、ゴルフ場以下、特掲をさせていただいているところでございます。

7番の施設キャパシティの関係でございますが、スポーツ施設提供業の主要業態におきましては、当該施設の特徴的なキャパシティと年間利用者数を把握させていただきまして、稼働率とかそういった経営効率をはかるための項目として設定したところでございます。

面積当たりの事業所の売上高などの経営効率をはかるということで、事業所の総面積も合わせて設定させていただいているところでございます。

次に、公園、遊園地・テーマパーク調査票でございます。この業種につきましても、公営の施設が多いということもございまして、資本金額の部分に公的資本比率の設定をさせていただいております。

年間売上高等につきましては、業種的にこの業種、公園、遊園地・テーマパークにつきましては産業分類が3つに分かれているということがありまして、この部分で内容の事業活動にも差異があるということで、特別に3つの区分にさせていただいております。

その他の業務という部分につきましては、公園、遊園地・テーマパークの事業活動としまして、附随的な業務としましては、売店、駐車場、食堂、宿泊施設等の売上高も大きいということで、特掲をさせていただいております。

6番の総敷地面積、駐車場の台数及び保有施設の項目でございますけれども、敷地面積等につきましては、事業規模をはかる指標としても有益ではないか。それから、公園、遊園地・テーマパークの総敷地面積を把握する。総敷地面積と年間入場者、利用者数等を把握することで経営効率をはかるための指標としまして入場料、年間入場者数と合わせて、調査項目として設定しております。

駐車場の台数につきましても、売上高規模をはかる指標としても有用であると考えするために、駐車場の台数を把握しているところでございます。保有施設につきましても、公園、遊園地・テーマパークの施設の特徴を把握するというところで、項目を設定しております。

次に学習塾でございますが、学習塾の調査票につきましては、特に売上高の部分につきまして、学習塾業務の年間売上高の受講生区別割合ということで、この部分につきましては集団指導方式、個別指導方式ということで、新たな子どもの能力や適性を引き伸ばすためのきめ細かい対応の把握をするということで、指導方式について区分をした年間売上高を設定させていただいております。

年間売上高の収入種類別割合でございますけれども、塾の収入というのは多様な部分もございます。そういう意味で、入会金、入塾金、授業料等について設定をさせていただいております。入会金とか授業料が安くても、テキスト代、教材費とか講習費とか施設費などが別途料金になっているところが多いということもあり、これらの実態を把握するという意味で、設定しているところでございます。

次に、入会金・講座単価等でございますけれども、入会金や個別指導の1時間当たりの受講料を把握するということが、経営効率をはかる指標とするために、調査項目を設定させていただいております。

受講料の前受金の有無につきましては、消費者保護の観点ということで、調査項目を設定させていただいております。

教室・施設の床面積につきましても、事業場として教室は不可欠ということでありまして、こういった敷設の保有形態等から経営効率の一端を把握できればということで、設定させていただいております。

次に、教養・技能教授業でございますが、この業種につきましても、事業所の事業形態が種々のものが入っているということがございます。産業分類の細分類にある業態を区分して把握するということが、3の2として事業所の事業形態、音楽からその他ということで、設定させていただいております。

年間売上高の部分でございますが、特に事業所の年間売上高の業務種類別収入ということでは、この分類上の細分類あるいは内容例示にある業態で、特に市場規模が大きいものにつきまして、事業形態として特掲をして調査をするということで、設定させていただいております。

この業種自体が収入区分が多様ということもございまして、売上高構造を把握するために、入会金以下、会費受講料など主要項目を特掲させていただいております。

6番につきましては、区別の講座数、受講者数、利用者数、講座1時間当たりの受講料であるとか入会金、教室施設別の床面積など事業活動に係る詳細な調査項目を設定することによりまして、収入構造を把握し、経営効率をはかる指標ということで、設定させていただいております。

受講料及び入会金の関係でございますけれども、講座1時間当たり受講料や入会金を把握することで、経営効率をはかる指標とするために、設定させていただいております。

前受金につきましては、消費者保護の観点により、調査項目として設定させていただいております。

以上、ざっとポイントのみでございますが、年間費用及び年間営業用固定資産につきましては、業種ごとに特徴的なところにつきましては、ブルーの丸で囲いをしてございますので、ご覧いただければと思います。

資料1の方に戻っていただきまして、問1のうち、御質問の中に各業種における事業者の将来予測、学習塾における通信教育に関する調査事項が、必要ではないかという御質問をいただいておりますけれども、この調査につきましては、調査実施日から公表まで1年ぐらいかかるということで、そういう意味では結果を見た場合に、将来予測に関する有用性が低くなってしまうということ。それから、この調査は、原則事業所単位の調査であるということもございまして、経営判断的な将来予測の記載が、なかなか難しいのかなというふうに考えております。

そういった意味で将来予測に関する調査事項の設定は、なかなか困難であるのかなというふうに考えておりますので、よろしくお願いたします。

それから、学習塾における通信教育に関する調査事項の設定という御指摘をいただいておりますけれども、御案内のとおり、学習塾につきましては、教室での授業形式によりまして、生徒を集めて学力向上に努める授業が基本ということがあるかと思っております。したがって調査事項としましても、授業形式の実態も把握するというところで、先ほど申し上げましたとおり、集団方式と個別方式ということで区別をさせていただきまして、そういった収入の割合を基本としつつ、講師数あるいは在籍の生徒数などの特性事項を、設定させていただいているところでございます。

通信教育でございますけれども、事業形態につきましては、調査対象と想定しております学習塾を主体とする事業所の一部事業所におきましてはやられているということは、聞き及んではおりますけれども、通信教育を単独事業として行うケースは、今のところ少ないということで、個別指導方式と組み合わせたカリキュラムの一つとして位置付けているケースが多いように聞いています。

そういったことで、通信教育事業が学習塾の事業形態の中で大きい位置付けを占めるようになってからでも、調査事項の設定は遅くはないのではないかとというふうに考えております。そのようなことで、今後検討していければというふうに思っておりますので、御理解をいただければと思っております。

続きまして、調査票に関する意見ということで、鈴木専門委員からいただいている御意見でございます。資料2の方に整理をさせていただいております。

問1でございますけれども、この調査は原則として事業所単位で実施させていただいているところでございますけれども、事業所単位でのこの調査の記入につきましては、今現在でも調査事項のボリュームが大きく、負担感が大きいと言われているわけでございます。

中でも、経費項目、固定資産に関わる事項については、事業所が自らの分を記述させることを要求しているということもあって、調査対象の皆さんからは、非常に記入難度が高い事項として指摘がされている状況であります。こういったことから、更に事業所単位で

記入できない難しい項目を設定するという点については、なかなか難しいのかなというふうに考えているところでございます。

次に、問2でございますけれども、実は現在設定している売店にも飲食物、物販も含まれているわけでございますので、この点は我々は織込み済と考えているところでございます。

問3の関係でございます。これにつきましても、現在、売店の設定をさせていただいておりますので、関連グッズ等の物販も含まれておりますので、ここも織込み済というふうに考えているところでございます。

参考ということで書かせていただいておりますけれども、サッカーとか野球など一部人気の高いスポーツの興行団において見られますけれども、すべての興行団を視野に入れた場合には、物販以外、特に商標権や所属アーティストや選手に係る権利収入、その他上演演目やイベント、試合などのテレビ放映による権利収入などが大きな収入ではないかと考えておまして、こういったことで調査事項としては「ロイヤリティー収入」を設定して把握に努めているところでございます。

次に問4でございます。スポーツ施設提供業として、1人当たりの売上高を把握することができるということで、客単価の数については把握可能ではないかと考えております。

御指摘をいただいたような細かい項目設定でございますけれども、やはり記入者に過度な負担をかけるということもありまして、できれば必要最低限度の調査項目を設定する観点から、設定は困難ではないかというふうに考えているところでございます。

この点につきましては、実は関連の協会の方にも、少し意見を確認させていただいたところでございますけれども、一般的に利用者のカウントというのは、ゴルフ場では、組数というよりは、人数でカウントをしているところが多いという回答を得ております。一方で、セルフでやるとか、あるいはツーサムでやるといっても、なかなか料金単価的にも区分をしているゴルフ場と、していないところもあるということもございまして、こういった観点からもなかなか記入が難しいのではないかというような回答を得ているところでございます。

問5につきましては、先ほど御回答申し上げたものと同様でございます。

問6でございますけれども、会員数の関係で、男女別とか年齢階層の記載については、当該業種の特性事項の一つということで、我々も当初この調査票を設計するときに、記入記載の可能性について業界団体や企業等にヒアリングをさせていただいたわけでございますけれども、実際的には本社でこういった事項については、管理を行っているケースはあると聞いております。ただ、この調査自体が、事業所をベースに調査をしているということもございまして、なかなか記載が難しいという回答を得ておまして、そういったところで、今回調査票の設計をするときにも、見送っております。そういう意味で、御指摘の点につきましては、なかなか設定が難しいのかなというふうに、考えているところでございます。



この点につきましても、再度事業者を確認、ヒアリングをとって見たところでは、やはり各教室におきましては、例えばスクールマネジャーといわれるような方が1名おられて、そのほかは例えばインストラクターであるとか講師であるとか、そういった方しか在籍していないということがございまして、なかなかこういった調査票を記入することが難しい。

なおかつ最近においては、マネジャーといわれる方が1教室1事業所以外、3つも4つも掛け持ちをしているということもありまして、そういった中で、本社のデータベースにアクセスをして、集計をするということについては、負担感も大きいということもございまして、設定が難しいのかなというふうに考えているところでございます。

以上、鈴木委員からの御質問の回答でございます。

続きまして、資料1の問4でございます。「調査事項の設定について、今後、具体的にどのような検討を行うのか」という御質問でございますけれども、課題の具体化につきましては、調査事項の設計方法、記入のフィージビリティの確認など、重要な課題がございます。引き続きまして、業界団体などとディスカッションを深めさせていただきつつ、有識者の方も交えた検討会を省内に設置させていただきまして、具体的な項目の設計を図っていきたいというふうに考えております。

問5の関係でございます。「調査事項の精粗のメルクマールである調査対象の事業従事者が4人以下であるか否かについては、どの時点で誰がどのような基準で判断するのか」という御質問でございます。

まず現行の調査票の考え方でございますけれども、これは調査対象に従業者数等を記載させることで、自分のところの事業所の事業従事者を確認させて、その後、調査対象自らが、4人以下の場合の記載とそうでない場合の記載を判断して記載する方法という整理をさせていただいているところでございます。

この方法で実施しますと、4人前後の事業所の部分で逃げ込みが発生する懸念があるという御指摘も受けているところでございます。そういったことで、我々は前回の部会の後で検討をさせていただきました。

変更案でございますけれども、まず基本は母集団名簿情報を活用するということで、母集団名簿に事業従事者が4人以下か、もしくは5人以上なのかという判断をしまして、プレプリントをさせてもらうわけでございますけれども、その際に母集団名簿の事業従事者が4人であれば、記入しなくてもよい調査事項につきましては、\*を合わせて印刷するというふうにさせてもらえばということで、整理をしました。

資料3をご覧いただければと思います。1枚目、冠婚葬祭業の調査票でございます。これが仮に4人以下の事業所に配布をするケースでございますけれども、母集団名簿上に4人以下というような情報があった場合には、記載をしなくてもよい項目につきましては、ここに例示させていただいているとおり、記入しなくてもいい事項に網かけをしつつ、記入項目に\*を入れさせていただく形式。これを配布するという形をとらせていただければ

と思っております。

5人以上の調査対象につきましては、1枚おめくりいただいて通常の調査票ということで、網かけをしない、網かけもしくは\*を入れない形式のもので、配布させていただければというふうに思っています。

その際に、仮に対象事業所が事業従事者数5人以上の事業者であったことが判明する場合と、その反対に事業従事者数5人以上の事業所として、調査票を配布回収した後に、当該事業所が事業従事者数が4人以下として判明する場合は、想定できるわけでございますけれども、最初に申し上げたようなケースについては、調査項目は欠測するわけでございますけれども、この場合については補完推計するというところで、解決を図ればというふうに考えているところでございます。

これ以外の方法としまして、調査票を2種類作成するということが考えられるわけでございますけれども、調査票の枚数が増えることによりまして、調査の現場であります調査員あるいは都道府県の事務が増えるということもございまして、調査票1枚にするということで、今回は整理をさせていただいたところでございます。

ここまででございます。

舟岡部会長 どうもありがとうございました。

ただいまの実施者からの説明に対する質疑応答等を行う前に、本日、3名の各業界の有識者の方々をお呼びしております。それぞれの業界について、業界全体の実態の概要、業種特性の把握に必要なアウトプット項目、インプット項目は何か。本調査の調査事項や調査票、それから本調査全体に対する意見などについて、お1人10分程度で御説明をお願いし、その後、15分程度、質疑、意見交換をしたいと思います。

なお、各業界の有識者は、専門分野の質疑が終了した時点で御退席になりますので、質問等については、そのつもりでお願いいたします。

それでは最初に、映画館に関して、株式会社ワーナー・マイカルの専務取締役の岡村様にお越しいただいております。岡村様から御説明をお願いいたします。

岡村専務取締役 こんにちは。ワーナー・マイカルの岡村でございます。

横にるのが広報の担当をしている久世でございます。対外的なアンケート等について、窓口をやっておりますので、同席します。

本日は、映画業界の現状とこれからどういう方向に行こうとしているのかということについて、一興行者の立場で申し上げたいと思います。

お手元に簡単な資料ですが、最新の業界動向を記しております。

1ページ目に興行売上げと動員数がどうなっているか。大きく見ますと、2000年以降、動員数は1億6,000万人程度で増減なく、興行売上げも約2,000億円ということで、一進一退という形であります。

いわゆるブロックバスターという大型作品についてですが、昨年度は洋画が非常に低迷しました。毎年100億円以上の作品が数本ありますが、昨年度は「インディ・ジョーンズ」

の 57 億円が最高ということで、今までに例がないほど洋画は不振でした。

2 枚目ですが、供給サイドのスクリーンがどうなっているのかということでございます。これは猛烈な勢いで増加を続けております。昨年末現在で 3,359 スクリーンということで、これについても後で申し上げます。

それから 5 項目は 1 スクリーン当たり動員、興行売上げですが、ここ数年コンスタントに低下しており、今の興行の厳しさを示しています。

6 項目が主な興行会社です。

次のページですが、昭和 24 年にさかのぼりまして、映画興行界のスクリーン数、興行売上、平均単価、入場単価の推移です。

その中で、最後の表であります。これが象徴的に物語ると思うのですが、赤い折れ線グラフがスクリーン数で、目盛りは右側です。1960 年に約 7,500 スクリーン、その後低下の一途を辿りましてボトムは 1993 年、約 1,700 スクリーン、その後、私どもが海老名で日本のシネコン 1 号を作った年を境に増えていき、その時の約 2 倍というのが現状です。

左の棒グラフの赤いものが、全体の動員数ですが、これもピークは昭和 33 年、11 億人です。このボトムが 1996 年 1 億 2,000 万人、その後、シネコンなどの増加により少しずつではありますが上がっております。

これだけ動員が減ったのに、では業界の売上げがどうかといいますと、青い線の通り、2004 年に 2,100 億円ピークをつけています。約半世紀の間、動員が減るたびに単価を改定してきたということで、その前のページにあるように、入場者単価というものは、5 年おきに数百円単位で値上げをすることによって、興行売上げを維持してきたわけです。

ただ、これも 1993 年、我々が日本に参入して以降、我々も含めて柔軟な価格政策を導入したということもあって、値上げというものは止まっています。

そういう中で、今の課題は、大きく言えば 2 点です。1 つは、2 枚目にありますように、スクリーン数が例えば 5 年前と比べまして 25% 増えている。ところが動員は変わらないということは、逆に 25%、1 スクリーン当たりの動員が減っているわけです。

なぜこんなにスクリーンが増えてきたかといいますと、2000 年の立地法、2007 年の改正都市計画法、いわゆるまちづくり三法の施行のタイミングで、大手流通業や、商社、ディベロッパーによる出店ラッシュがあり、それに伴ってシネコンも開業してきたからです。映画館を入れることによって、ショッピングセンターの商域を広げるとというのが、ディベロッパーの考えですから、多くの誘致があり、それに応じたわけです。

興行動員が 1 億 6,000 万人、興行売上が 2,000 億円から動かない。しかし、中身を分解すると劇的に変化しています。大きく言えば洋画の動員が急激に減少し、邦画の動員が増加、5 年前に比べると洋画は 60%、邦画は 170% という形で、洋画は 5 年前に比べ、約 500 億円売上げを減らしているわけです。その分を邦画が埋めてどうにか横ばいです。

一方、ハリウッド 5 社というワーナーブラザーズ、ディズニー、FOX、ソニー、パラマウント合わせて 500 億円で、特に昨年は今までと様変わりになりました。この昨年度の

邦画：洋画の興行収入比率は、実に 1973 年以降の現象です。では、なぜ今、洋画がだめで、邦画がいいのでしょうか。

例えば映画の作品力を評価するときに、3つの要素があると我々は言います。まずシナリオが6割を占める。それからキャスト、俳優が3割、それに監督が1割ということで考えたときに、今のアメリカ映画というのは、日本のお客様にとって、この俳優なら行こうという人が随分減りました。例えば興行的に大丈夫だなというのは、今はジョニー・デップ、ウィル・スミス、ブラッド・ピットぐらいです。ということは、出演俳優で観に行くアメリカ映画が少なくなった。シナリオはどうかというと、リメイクとそれからアメリカのコミックムービーを主としまして、日本人との嗜好のギャップが顕著に現れている。有名監督さんの作品についても同様のことが言える。

では邦画はどうかというと、先ほどのキャスト、俳優、特にジャニーズ系を主とした若いタレントさんの映画は非常に多くのお客様が来ます。もう一つは、テレビとのタイアップです。今の邦画のほとんどが、製作委員会方式をとっていて、基本的にはテレビ会社、出版会社、みんなでリスクを分け合い、同時にそれぞれの得意な分野で宣伝するという、総合力で動員を集めています。

ただ、『おくりびと』なんかは、これは本当に業界で珍しいケースですが、去年の9月に公開して今年2月までの興行売上げが約30億円です。本当は、ファーストランとしては一旦ほとんど終わっていたのですが、アカデミー賞をとってから凱旋興行となり、追加的に30億円をあげました。これはすばらしいシナリオというものが評価されたのだらうと思います。

2つ目の問題点は、今の傾向として、若い人が洋画には行かなくなったということです。今の映画興行を支えているのは、従来の若い人ではなく、中高年です。またライトユーザーよりヘビーユーザー、年に何十回も行く人たちが、映画の主要な部分を占め出したということです。映画人口の裾野を広げるという意味では、非常な危機感があります。もっと新しいお客様を誘引して映画人口の若返りをしないと、将来的には厳しいだらうなということを実感しています。

シニアというか、50歳以上の方々の映画総動員に占める割合は3分の1を超えます。これは年々上がっています。やはり一つの大きな課題だらうと思います。

今後の対応として、一つはデジタル化と3Dです。3Dは例でいいますと、去年の秋に『センター・オブ・ジ・アース』という映画を公開しました。全国で2Dと3Dをほぼ同じ本数で上映した結果、3Dが2Dの3倍動員、興行売上でいえば3Dは2Dの5倍だったということで、大きな集客力があり期待が出来ます。

3Dの良さというのは、2つありまして、今まで映画を観なかった人たちが、3Dというエンターテインメント的な要素で来場し、新しいマーケットを作るということ。もう一つは単価です。映画の平均客単価は大体1,200円です。それに対して3Dは1,700円ということは、500円売上げが大きい。例えば今1億6,000万人の方々のうち、3D鑑賞者が15%

になったら 2,400 万人、2,400 万人に対して 500 円を掛けると 120 億円。ということは興行収入 2,000 億円が 6 % 増える。

そういう意味では 3D を大事に育てて、お客様の支持をいただければ、この業界にとって一つの起死回生策になるのではないかと考えています。

以上、申し上げましたように、1 スクリーン当たりの興行売上が低下する中で、私たち興行会社は、映画だけでは収支は合わない。そうすると門前町というか参道商売です。売店商品をどう売るか。例えば売店は全体の売上の約 15% ですがけれども、粗利益率は映画よりも高いし、自助努力しやすい部門です。

そういう意味で、この調査票を拝見しまして、今の映画館の売上が構成する三大要素、映画興行、売店、スクリーン広告、また、今後ウェイトが上がるチケットのインターネット売上などが調査項目に入っているのは適切と思います。今、我々の映画館に来るお客様の半分は、ネットで時間のチェック等をして来られます。できるだけネットでのチケット購入比率を高めて、劇場でのお客様の待ち時間を減らし、混雑を減らしたいと考えています。そういう意味でも調査票については新しい方向性を加味されているのだろうと思います。

以上でございます。

舟岡部会長 どうもありがとうございました。

ただいまの御説明に対しまして、御質問、御意見等ありますでしょうか。

調査票の原案を作成する過程で、随分とお世話になっていますが、業界団体のお知恵や要望等をいろいろ取り入れた形になっておりますでしょうか。

岡村専務取締役 私どもは業界団体を代表してではなく、一興行者としての意見を申し上げました。シネコンオペレーターとして提言したことについては、いろいろ反映していただいております。

舟岡部会長 ただ今、資料としてお示しいただいたデータは、どこからのデータなのでしょうか。

岡村専務取締役 これはいろんなところから持ってきています。映連の資料をベースにしながら、他のソースからのデータを足したりもしています。

舟岡部会長 映連に加入している事業者の集計した数値が、今日お示しいただいた資料の中に反映している。

岡村専務取締役 はい、そうです。しかし、映連は映画製作者連盟といい、あくまでも映画をつくっているサイドの方がメンバーです。ですから興行者サイドの数字ではなくて、製作サイドの数字が主です。

例えば、競合他社のものは、我々が調査したデータを記載しています。いろいろなものを含めて加工した形になっておりますが、基本的に大きな間違いはないだろうと考えています。

舟岡部会長 最後の日本の映画興行の数字は、映画館等の興行を行うところが、ほぼすべて網羅された集計値でしょうか。

岡村専務取締役 そうですね、はい。

舟岡部会長 そうしますと、今回、計画している映画館の調査票で調査を行って、各事業所から十分な協力が得られると判断できますかね。

岡村専務取締役 はい、しかしながら結構書くのが難しいところがあります。個別劇場ごとのデータですから。

舟岡部会長 はい。

岡村専務取締役 全映画館別 3,300 くらいのペーパーが出てくるということですね。当社もこれを 60 枚つくることになりましたが、年に 1 回ということですから、何とか頑張って提出しようと思います。

舟岡部会長 ありがとうございます。

今回の調査で、これまで業界の各種の資料等から知ることのできた以上の多くの情報が得られる。

岡村専務取締役 そうですね。例えばインターネットの受付割合というのは、これからどんどんネット化が進む中で、こういうデータというのは、今まで全くありませんでした。それからデジタル化というのも、今ちょうどデジタル化の曙みたいなものですから、こういうものがはっきりわかるというのは、いいことだろうと思います。

岡室専門委員 先ほど最近の邦画の成功要因の一つとして、広告宣伝戦略、書店等とのタイアップの話がありましたが、この映画館調査票の中には、年間営業費用等のところで広告宣伝費があります。先ほどおっしゃった、他とタイアップして出すというそのときの広告宣伝費は、本社レベルで、当然把握されて出されるわけですね。

岡村専務取締役 今申し上げた広告宣伝というのは、配給サイドが出す宣伝です。例えばテレビスポットなどは、配給会社が出しています。我々はどちらかということ、劇場サイドでチラシを打つなどです。今のテレビ広告は、配給サイドの負担になっていますので、ここには出てきません。

岡室専門委員 ここに出てくる広告宣伝費というのは、劇場としてのチラシであるとか。

岡村専務取締役 当社としてのチラシ、その他いろいろポスターであるとか、劇場の PR 映像などを作ったりする費用です。

岡室専門委員 わかりました。

私の昔の記憶ですと、子どもの頃は、客単価の中で、ドリンクとか飲食代とかパンフレットがもっと大きかったような気がします。映画のチケット代は、もっと低くて、結構時期によって、あるいは映画館のタイプによって、収入の割合というのが変わってくるわけですが、その他収入の割合がもしかしたら違うかもしれない。

例えばこの調査票では、映画館業務の入場者収入の他に、その他業務と全部一括されませんが、例えばその他業務の中で、広告収入ですとかアミューズメントのものとか、もう少し細かく分けてとるというのは、不可能でしょうか。

岡村専務取締役 基本的に映画館の収入というのは、先ほど申し上げた 3 つでほとんど

すべてです。できればこれ以上細分しない事にさせていただきたいです。

岡室専門委員 あるいは、そういったその他業務の収入の内訳で、特に意味はないんでしょうか。

岡村専務取締役 その3つの興行と売店、スクリーン広告を押さえれば、ほぼすべてに近いと思います。

それからコンセッション(売店)の売上は、もっと昔はわかりませんが、当社でいえば、5年の間で、1人当たりの売上が上がってきています。経営としてそこに注力しています。興行収入だけでは利益が上がりづらくなっており、対策としてさっき言った門前町みたいなもの、つまりスクリーン広告や売店などのサイドビジネスで考えています。

川本専門委員 大変わかりやすい御説明をありがとうございました。

質問としては、今、岡室さんがおっしゃったように、その他業務のところの分けが、もう少しあった方がいいのではないかということをお聞きしたかったですけれど、それより以前に、58年の動員数最高から2008年を拝見すると、11億人から1億6,000万人まで減っていて1/7ですね。収入は3倍に、その間に伸ばしておられる。それはどうしてかということ、客単価を21倍に上げておられるという、非常に簡単な算数ですけど、こういう形で価格がどんどん下がっていくというのが、普通の業界だと思わなすけれど、そういうことがなぜ起こらなかったのかということのを、もし教えていただけたらなというのが、済みません。ちょっと興味本位の質問です。

岡村専務取締役 最後から2枚目の表がありますね。ここに真ん中あたりに定価という、要するに大人が何も割引が付かなかったときの値段が、1,800円になっています。その横に平均単価というのがありますね。これがいろんなレディースデイとかレイトショーとか割引を含めた平均客単価です。これを見ますと例えば2008年は1,210円で、少しずつですが確実に下がっています。

1,800円という定価で来る人は、今は全体の15%ぐらいしかいなくて、顕著なのは、レディースデイとかファーストデイなどのサービスデイに、どんどんお客様が集中している事です。

川本専門委員 なるほど。そうすると私は1958年と2008年を見て、64と1,214で20倍だと思ったんですけど、見るべきは98年以降の低下であるということですか。

岡村専務取締役 そうですね。

川本専門委員 これは今後どういう形で、普通はそれだけディベロッパーと組んだスクリーンが増えていくと、客単価はもっと急激に落ちるのではないかと。特にビデオの普及、デジタル化ということがあると思わなすけれど、その辺について、今後の見通しは。

岡村専務取締役 売上げというのは、単価×客数ですね。ということは、価格の弾力化があるのかということ、我々もいろいろな実験をやっています。しかし、価格を下げたらどうなる。ということよりも、基本的には作品価値で、価格を下げても作品がだめだったらお客様はいらっしやいません。

しかしながら、やはり私たちの使命として日本の映画人口の増大というのがあり、一つの例として申しますと、アンコールシネマというジャンルを作りました。これは一たん終わったけれども、次のビデオが始まるまでの期間や、既にビデオが販売されている作品を、1ビル1コイン、つまり映画館で1,000円とか500円で観ていただけるという企画です。ただ、当社内でもまだ大きなパイになっていません。ビデオ人口というのは、ざっと言えば8億人います。映画人口の5倍あるので、ビデオから少しでも映画館にお客様を誘導したいと考えています。アンコールシネマで来場されたお客様が、封切りの新作を映画館でご覧になるきっかけになればと思います。

価格の弾力性については経営的には、いろいろなことをやりながら検証しています。例えばある地域では、1作品1,200円~1,300円程度という価格もあり得るかもしれません。

土屋専門委員 3つ教えていただきたいのですが、まず第1点目は、この調査票と今日の資料とを見比べまして、調査票の入場者数というのと今日の資料の動員数というのは、同じものというふうに考えてよろしいのか。

岡村専務取締役 そうですね。

土屋専門委員 調査票の方にアニメ作品の入場者数は、業界統計で把握されていないというふうにあるんですが、動員数をはかるということは、その辺もわかるのではないかと。

岡村専務取締役 今おっしゃったのは、アニメ作品のところですか。

土屋専門委員 はい。

岡村専務取締役 今までは、私たち自身は全上映作品の動員数について、全社合計をとらえていても、劇場ごとではデータを整理して残していません。

土屋専門委員 把握されていない。

岡村専務取締役 今のところは把握しておりません。

土屋専門委員 わかりました。

2点目ですけれども、調査票の方に公開本数というのがあります。これは映画の種類のことかと思うんですが、1日のうちに同じ作品を何度も上映しますけれども、ああいっただもの、何回上映されたかとかそういう情報というのは、把握しても意味がないものなのか。

岡村専務取締役 公開本数というのはタイトルの数ですね。別に上映回数はこちらに出てくるのですか。

経済産業省(三瀬係長) 出てきません。

岡村専務取締役 出てこないのですね。

土屋専門委員 そういった情報というのは、有益な情報にならないのでしょうか。

岡村専務取締役 劇場別にデータを作るのが、非常に大変ですね。さかのぼればできないわけではないと思いますが、1回当たりの動員の把握が目的ですか。

シネコンは、一種の装置産業でもありますので、シートの稼働率には、注意を払っています。だから大きなスクリーンから小さなスクリーンに移動したりするのは、席の稼働率



を上げるためにやっています。

土屋専門委員 3つ目ですけど、先ほど3Dにこれから移っていくというお話がありました。アニメーションの定義で、コンピューターで、CGで作ったようなものはアニメーションというのか、あるいはアニメと実写を組み合わせたような映画とか、前にあったような気もするんですが、そういったアニメーションを今後区別できるのかというところは、どうなんでしょうか。

岡村専務取締役 おっしゃるように難しいですね。何をってアニメというのか。

ワーナー・マイカル随行者 全編アニメーションの場合が、アニメーションととらえています。俳優が出てフルCGでという作品、『ベオウルフ』という作品がちょうど2007年にありましたけれども、あれはアニメとはとらえていません。アンジェリーナ・ジョリーが出ていて、映像を見るとフルCGですが、あれは実写ととらえていました。

岡村専務取締役 何らかの定義が必要と思います。

ワーナー・マイカル随行者 上映回数ですけども、普通映画が2時間前後の作品と思えば、1日時間が決まっているわけで、オールナイトをやられているところもありますけれど、最近は、余り多くの映画館がオールナイトはやっていないと思います。従って大体4~5回とかで1日の上映回数を計算して、席の稼働率を出したりします。

舟岡部会長 業界資料に基づいた時系列データから、映画産業では退潮の時期を経験して、その後、ある時点から盛り返してきたことがわかった。

今度、特定サービス産業実態調査が、サービス産業について28業種まで調査するようになりました。映画館とそれ以外のサービス業が、どこでどういう違いがあるのか。あるいはある期間をとったときに、その伸張の程度について、どういう違いがどういう原因で発生したのか。そういう利用の仕方が、これから可能になってくると思われれます。そういう使われ方は、これまでやろうと思っても材料がありませんでしたが、いかがでしょうか。ほかの芝生と比較して我がグリーンはどうであるかという利用の仕方は。

岡村専務取締役 私どもは、月報はタイムリーに使わせていただいています。まだ出ませんかと電話して時々確認するぐらいです。マクロの数字はどうなんだという意味では、既存対比の動員とか既存対比の売上げなどいただいた数字を図表の左側においてベンチマークとします。当社の数字とベンチマークと比較して分析を行っています。

例えば去年9月のリーマンショック以降、どうなったんだと資料を拝見しました。百貨店は前期の85%、スーパーは92%ですが、例えばスイミングスクールは1月・2月、前期を上回っているんです。

ということは、業界によって大きな跛行色があって、この今の経済の中でも、特に”こと”に関することというのは、落ちていない部分があります。ですから私たちももっと頑張っていて、余り経済が悪いから仕方がないと言わずにやろうねと考えます。

ただ、今度は年間ベースなので、大分タイミングが遅れます。ですから日々のオペレーションではなくて、何か中期計画を立てるときなどに、多分使わせていただけるだろうと

期待しています。

舟岡部会長 まだまだお伺いしたいことがたくさんあるかと思えますけれども、時間の都合もありますので、岡村様からの御説明はこれまでとさせていただきます。

本日は大変お忙しい中、貴重な情報提供をしていただきまして、ありがとうございます。ただいまいただいた御説明を、これからの審議に生かして、よりよい統計ができるように努めたいと思います。

岡村様におかれましては、本日、御多忙の中、ありがとうございます。

それでは引き続きまして、学習塾に関して社団法人全国学習塾協会専務理事の稲葉様から御説明をいただきます。

稲葉専務理事 ただいま御紹介にあずかりました、全国学習塾協会の稲葉でございます。どうぞよろしく願いいたします。

お手元の資料をベースにしながら、お話をさせていただきたいと思えます。

まず最初に、私どもはこういった統計調査というのも、今後進んでいくということで、余り新しい資料はないものですから、近々の資料ということで、ちょっと年代的には古い資料をおつけしてあるかと思えます。

まず最初に業種分類というところから御説明したいんですけど、私ども学習塾というふうに一般的にいわれておりますが、意外と学習塾の定義が若干難しいところがございます。

例えば予備校といわれる分野がございます。この予備校というのは、一つの例を申し上げますと、河合塾さんというのがございます。河合塾さんというのは学校法人でございます。原則そちらは、やっている内容は小中高の受験指導をやっているわけですが、学校法人化されているところは、私たちの業界の中の分類上は入っていないということで、御理解をいただきたいというふうに考えています。

逆に、学習塾の中でも予備校という名前をつけたまま、いわゆる学校法人化されていない形で、予備校と名乗っているところもございまして、逆にそれは塾の方でカウントさせていただいているということでございます。

それから、家庭教師というのも、私たちの分類上からは外れますので、その点をまず御認識いただきたいというふうに思います。

次に、市場の規模でございますけれども、こちらは16年度の資料ということで、総務省の方でお出しいただきました資料です。私どもの団体というのは、そこにも出ておりますように、30人以上の従業者数を抱えているところが全体の大体12%、100人以上を抱えているところになりますと、全体の約4%ということで、非常に規模的に大きなところはわずかで、中小が中心になっているということが、その表からも読み取れるかと思えます。

その次に学習塾の企業数、事業所数、従業者数の推移でございますが、全体ではその表に書いてございますように、約5万事業所あるというふうになっております。

このうち、資料に出てこない部分としてお話をしますと、公文さんというのがございます。これは日本ばかりでなく世界的にも今、公文は事業展開をされています。こちらは日本だけで事業所の数が、これは一番最近の資料ではないので何とも言えませんが、私が知っている情報では、1万7,400事業所でございます。ですからこの5万1,620の事業所に対して1万7,400は公文さんであるということで、御理解いただきたいというふうに思います。

従業者の数は、ほぼ30万人ということでございます。

その次に3番目の資料でございますが、学習塾の存続事業所数ということで、13年度と18年度の資料が書いてございます。それぞれ存続が大体3万3,000ぐらいあり、新設が1万9,000、廃業1万7,000ということです。他の業界を私も知らないのですが、よく存じ上げませんが、やはり非常に入れ替えのある業界であるような感じが、私自身はしております。

それから4番目に学習塾の収入というところで、次のページになります。収入額としては、16年度ということで、この年は意外とよかったので1兆4,111億円ということになっております。

従業者数は、28万477人、うち正社員と正職員と書いてございます。これが5万4,315人ということで、正社員は非常にわずかで、非常勤いわゆる非正社員の方が非常に多い。いわゆるアルバイトの方が、大変多い業界になっているという業態になっております。

3ページと4ページは、同じところからの調査の内容でございます。4ページの方を先にご覧いただくとわかりますが、これは特定サービス産業動態統計調査で行いましたときに1月から12月までの中で、7,835の事業所に対して調査が行われた結果が、3ページ目の結果でございます。ですから、全体というふうにはとらないでいただきたいと思います。

3ページ目の上の表に学習塾の売上高推移というのがございます。1月、3月、4月、7月、8月、12月というのが、若干他の月よりも増えているかと思えます。学習塾の場合は講習会の売上げというのが、結構大きなものがございます。そのために1、3、4、7、8、12は、例年このようなグラフの形になっております。

それから事業所の推移としては、1月から12月、20年度についてみますと、非常に増えているような勢いになっていきますけれども、全体の数として、他業種からの参入等もありまして、確かに20年のこの月は確かに増えておりまして、今は落ち着きが出てきているという感じがしております。

3ページ目と4ページ目の資料は、以上でございます。

5枚目の資料でございますが、こちらは文科省さんが行った子どもの数の推移が出ております。ここから私どもの業界の成り立ちといえますか、その辺をお話しさせていただきたいと思えます。

私たちの業界というのは、今現在あるような業態になって約60年というふうに言われています。その60年前、1960年、表でいいますと昭和35年あたりをご覧くださいとおわかりかと思うんですが、ちょうど人口がピークに差し掛かっていく、すなわち第1次ベビー

ブームの世代が塾に通う時代に入ってくるわけです。この時代に、私どもの団体が生まれたというふうに言われています。

その一つの理由は、戦後、豊かな生活を求めたいという方たちが、子どもに教育だけはいいものを受けさせてあげたいというお母さん方、お父さん方が増えてきて、それと相まって受験型の社会というんでしょうか、高学歴化社会がスタートしていった。

たまたまこの時期に、御存じのとおり、大学生が日米安保で大変荒れた時期でございます。いわゆる学生運動がこの時期に始まっております。学生運動をやった学生たち、すなわちある程度高学歴の学生たちが、その年、非常に就職難になっているんです。一般企業で受け入れなくなってしまった。私は現在 52 歳でございますが、大体私ぐらいの年齢のあたりの人たちが就職難で、そしてなおかつ企業が受け入れてくれない。そこで自分の近くの小さな部屋を借りて、そこでニーズが出てきた子どもたちの面倒を見始めたというのが、大きなきっかけになっております。ですから今の大手の企業の社長さんを見ますと、昔、学生運動をされた方が、かなりいるような状況でございます。

そのような形で学習塾が始まり、ちょうど 1980 年、昭和 55 年から平成 2 年ぐらいの間、そこに数字も出ていますように生徒さんたち、子どもさんたちが増えている。学習塾も、この生徒の数に合うように、ニーズとして高まってまいりまして、成長期を迎えました。

そして現在に至るまで、確かに子どもさんの数は減ってはいるんですが、逆に通塾率はある程度キープしております。逆に若干上向いているかなと。先ほどの映画館のお話ではないんですが、私たちの業界は、意外とまだまだニーズは、あるような感じがしております。これは、この表から読み取れる内容でございます。

次に 6 ページでございます。これは同じく出所は文科省さんの方でお作りになっていた子どもの学習塾調査というところでございます。この表から大体月謝が見えてくると思います。小学生ですと、お通いいただくのが週 1 ~ 2 回、月謝は 6,000 ~ 8,000 円ぐらいが平均でございます。また中学校の子どもさんですと、週 2 ~ 3 回、月謝の目安は 1 万 2,000 ~ 1 万 8,000 円の月謝をいただいているというような感じでございます。

通塾率をご覧いただく場合は、金額区分 0 円を見ていただきまして、0 円のところのパーセンテージ、例えば小学校（公）というのがございます。そうすると、この 61.0% というのは、塾にも何も行っていないというのが 61% いる。逆にこれを 100 から引けば、39% が塾に通っているという見方でよろしいかと思えます。同じく中学生の場合も、75% は通塾していただいているという形でございます。

それが、14 年度と下の方の 18 年度というところで比較していただきますと、多少の推移がおわかりいただけるかと思えます。

次のページに参りますと、学習塾業界の概要ということで、1 枚にまとめてみました。ちょっとミスがございますので、訂正いただきたいのですが、一番上の列の 1 行目のところに学習塾企業数、これは企業数としては、4,053 と書いてあります。それから売上高の合計が 9,450 億円です。従業者数が間違っております。これは 30 万人の間違いです。事業

所数は、約5万1,000。これもいつとった資料か、今ちょっと思い出せないので申し訳ございません。この資料を作ったときにたまたま出した数字でございます。塾生数が約690万人いるということでございます。

それから私たちの業界としましては、塾団体というのが、私どもは社団法人として一つの塾の団体でございますが、全国には大体56の塾の団体がございます。県認可の団体もございまして、任意団体もございまして。その中に、それぞれ大手企業さんというところで、一応そこにお名前と売上高なども、一緒に入れさせていただいております。

特にここ数年、塾の傾向といたしましては、塾の最初の成り立ちから考えてみますと、8~9割方、昔は集団型の授業を行ってございましたが、現在は集団型から個別化の塾ということで、そちらのニーズが大変高まってきております。ただ、この個別化というのも、解釈を間違えるといけないのは、通常の個別という言葉と個人指導という言葉は、似ているようでございますが、一般的に個別指導といった場合には、個人指導も含んでいます。ですから例えば1対1で教えることも、個人指導という言い方をします。あるいは個別指導という言い方。それから1対2、すなわち先生1に対して生徒が2の場合も、個別指導です。1対3であってもです。

では何人まで個別指導というのかということ、定義があるわけではございませんが、10人ぐらいまでは、個別というふうに表示して生徒募集を行っております。

10人もいて個別ができるのかといいますと、今は自立型というのがございまして、先生が最初に授業をやって、それぞれこのような円卓を囲む形をもしとるとすれば、集団の授業が一たん終わりますと、先生が、10人いたら10人をずっと1人ずつ回って、今日は君はこのページのここをやりなさい。今やった授業をわかっている子は、そのまま今日の授業の内容の勉強の練習問題をやる。できない子は、今日やった問題では、やらせてもできないから、戻ってもっと前の学年の内容をやりましょうということで、それぞれその子どもができる内容、目的をそれぞれ別にして、それぞれの希望に合わせて指導をしていく。

先生が巡回をしながら、あなたはこれ、あなたはこれ、できたら先生のところに持ってきなさいというような形の授業も、個別指導と称しております。

その辺が最近の授業の変化といいたいでしょうか、10年ぐらい前から、そういう形で変化してきました。集団型が非常に少なくなっているという現状が、ございます

あとは、私たちの業界も吸収合併、あるいはM&A、そして異業種の参入などもございまして、意外と全く知らない業種でありまして、私たちの業界は入りやすい業界なのかなと、私は個人的に感じております。

今後、私たちの課題になっておりますのは、個別化になっていくに従いまして、先生の質がだんだん落ちてきているという状況がございまして。従来ですと、集団型の場合には、1人の先生が教壇にお立ちになって、その塾の生命線はその先生にかかっていたわけです。ですからその先生がよければ、幾らでも生徒が集められたのですが、これからは個別化の時代に入ってまいりますので、一人一人の先生方が、どれだけ力量を持っているかという

のは、なかなか見分けづらい。また見づらい部分になってしまいます。

今まででしたら、生徒が減れば必然的にその先生の指導法が悪いということで、私たちは見抜けたんですが、個別になりますとなかなかそのところに立ち入れない。1対1で教えているようなケースを考えますと、立ち入れないことが出てまいりますので、その辺が私どもが今後、質の低下を招かないような業態にしていかなければならないというふうに考えております。

そのために、先だって新聞等でも発表させていただきましたが、私たちは学習塾の検定、先生方の検定授業というのを、昨年からは始めております。

大体、以上でございます。

舟岡部会長 どうもありがとうございました。

それではただいまの御説明に対して、御質問、御意見等がございましたら、お願いいたします。

篠崎専門委員 説明ありがとうございました。学習塾の市場規模が9,450億円という御案内だったんですけれども、先ほど御指摘がありました予備校などの学校法人が、多分メインプレーヤーでもあるのかなと思うんですが、このあたりを加えますと、市場規模全体というのは、どれくらいのイメージを持っていけばよろしいでしょうか。

稲葉専務理事 残念ながらその資料はわかりません。

篠崎専門委員 推察することもなかなか。

稲葉専務理事 それは多分文科省さんの資料の中、私たちもあえて調べていないんですけれども、見れば出てくるのではないかと。学校法人でございますので。

篠崎専門委員 あと個別指導と集団指導の市場規模の違いというのは、どんなバランスであるんですか。

稲葉専務理事 大体、今、集団でやっていますのが6割ぐらい、個別が4割ぐらいのバランスではないかと思えます。

篠崎専門委員 では逆転してくる可能性が。

稲葉専務理事 はい。もっと逆転してくると思えます。

篠崎専門委員 ありがとうございました。

鈴木専門委員 ありがとうございました。先ほどの御説明の中にもございましたけれども、最近特に大手の上場企業等を中心に、非常に業界再編の動きが活発化していると思えます。全体としては、集団から個別への動きということでございますけれども、私は昨年来まで山梨の支店に勤めていたんですけれども、そこでも地元の学習塾に対しまして、隣県の静岡に本拠を置く上場企業が、明らかにそこをねらってぶつけてくるわけです。教室の隣に大きなもとより立派な教室を建ててぶつけてくるというような、これは今回の調査と直接の関係はございませんけれども、この先、この業界再編の動きは、どのようになると考えていらっしゃるか、お話しただけですでしょうか。

稲葉専務理事 非常に活発化していると思えます。多分、調査をされると非常に明確に

なってくると思いますが、特に従来からある塾といいますか、非常に今、大手の寡占化が進んでいます。大手が勢いがあるって、それに巻き込まれるような形で中小がどんどん食われているような状態です。ですから、今後このまま進んでいきますと、ほんのわずかな中小と大手だけになってしまう。いわゆる真ん中が抜けてしまうような現象が起きるのではないかという感じが、私的にはします。これはだんだん調査をしていく中で、はっきりしてくるのではないかと思います。

鈴木専門委員 ありがとうございます。

舟岡部会長 他にいかがですか。

岡室専門委員 ありがとうございます。この発表資料の中で、学習塾業界図というところに、公文、学研を初めとして、有力フランチャイズのお話ですけれども、先ほど公文の話がありましたが、かなりフランチャイズ形態でやっているところの事業所が多いわけですね。

そういうところの人が、この調査票を見た場合に、どうするのかを考えてみたんですけど、例えば部門別事業従事者数というのが、この調査票にあります。例えば学研あるいは公文で自宅を使ってフランチャイズをやられている、例えば奥様がやられているようなものもあると思うんですけど、そういう方は自分で教え、かつ自分で管理もやり、例えば帳簿をつけたりです。あるいは自分で講師というふうに理解して位置付けた場合に、その方は月給制としてそこに専任としてつけるのでしょうか。つまりフランチャイズの場合は、どういうふうにその人の割り振りを考えるのであろうかというのが、1点です。

あとこの調査票の中では、事業所の本社、支社別という項目がありまして、上の方に単独事業所か本社か支社かというんですけども、フランチャイズの事業所は、この場合単独事業所というふうに皆さん理解されるのか、あるいは支社というふうに理解されるのか、どちらでしょうか。

稲葉専務理事 ちょっと、済みません。私はそこら辺は資料読めないんですけど。

岡室専門委員 では調査票を離れまして、フランチャイズで塾を運営されている。自分で経営をしながら生徒を集めて教えている方というのは、御自分を管理営業者としてカウントされるのでしょうか。それとも講師として、そちらの方か。

稲葉専務理事 この調査票がそこに渡った場合には、当然その方がフランチャイズで経営されている方ということであれば、当然、事業所としてお書きになるのではないのでしょうか。と思うんですけど。ただ、逆に。

舟岡部会長 直営か否か。直営の場合だったら支社でしょうが、それ以外だったら単独に記入してくれると思います。

稲葉専務理事 そうですね。

岡室専門委員 わかりました。ありがとうございます。

川本専門委員 ありがとうございます。学習塾業界図概要という表の見方を教えていただきたいんですけども、ブルーのところは全国学習塾協会の会員の方たちですか。それ

でグリーンがそれ以外なのでしょうか。

稲葉専務理事 一応そういう意味合いで書いてございます。

川本専門委員 そうすると、重なっている部分みたいなのは、ここは重なってはいなくて、ブルーとグリーンは別だということですか。

それと更に済みません。売上高を足すと7,735億円で全体が9,450億円ですけど、あとはどこから出てくるのでしょうか。

稲葉専務理事 この表は、特に今お話があったような意味合いで作った趣旨と違うだろうと思うんです。私も、これは別のところでお出しになったところを、今日はお持ちしたので、具体的なこの表のとり方が理解できないのですが、多分売上高が書いてございますが、その売上高以外は大手以外という意味合いの金額が足されて、上の売上げになっているのではないかと思います。

川本専門委員 なるほどわかりました。そうすると気になっているのは、学習塾という分類で調査をしたときに、大手の予備校が除外されてしまうということは、我々は全体像が見えないということでしょうか。

稲葉専務理事 いえ、そうではなくて、予備校というのは、あくまでも学校法人ですので。

川本専門委員 でもやっていることは、同じですよ。ちょっと御議論があると思うんですけども、後ろの書かれたものを拝見すると、予備校と非常に区別して使っているんですけども、東進ゼミナールと駿台と違うか、河合塾と違うかということ、みんな同じで、先生たちも同じでやっている中で、会員かどうかということに分けていらっしゃる。

稲葉専務理事 会員ではなくて、分類上ということではないのでしょうか。

川本専門委員 その分類に従って調査をしていくと、全体像が見えてこない危険性があるということですね。

稲葉専務理事 そうですね。特に今、予備校業界というのは非常に厳しい業界なんです。学校法人化された方は、厳しいです。生徒さんがなかなか今、集まりづらくなってきているんです。

川本専門委員 学習塾というネーミングに、非常に意味合いがあるということですね。普通、一般庶民が思っている学習塾の定義とは違う業界の言葉があるということですね。

稲葉専務理事 そうです。

川本専門委員 わかりました。ありがとうございます。

土屋専門委員 調査票の方に受講生数というのが6としてございまして、そこに小学生、中学生、高校生となっておりますけれども、この統計でとる内容かどうかは、ちょっとわかりませんが、個人的には学年によって通塾率というのが相当違うと思うんです。最終学年、特に中学3年生は非常に高いとか、大分違うのではないかと思います。その学年別の受講生数を記入してもらうというのは、塾にとっては負担になるのでしょうか。



稲葉専務理事 それほどはならないと思いますが、多分この調査票の中で、それは私の方の要望ではないので何とも言えないのですが、勿論各学年ごとに見えた方が、全体のバランスが見えて、私たちもありがたいんですが、でも大体想定はつくんです。私たちも集まる学年とそうでない学年の想定は、つくんですけれども、ただ、学年があればあったなりに、それは私たちにとっても、参考資料にはなりません。

ただ、これだけたくさんのお書きになるので、余り私たちも要望は出せないところでございます。

舟岡部会長 よろしいですか。ほかにありませんか。

ないようでしたら、私から幾つかお伺いします。まず集団指導方式と個別指導方式について、塾経営者は、紛れなくその区分ができるのか。

それから学習塾の事業者は、7割が個人事業所ですが、個人事業所にこの調査票を配布したときに、適切に記入してもらえるかどうか。

そして、正しく協力して記入してもらうためには、どんな工夫をしたら良いのか。以上の3点について教えていただけますでしょうか。

稲葉専務理事 まず個人事業所の方たちにこの調査票を回したときに、きちんとお書きいただけるかどうかということですが、やはりこれに対してもう少し注釈が、当然ここにはこういう内容を入れてくださいということで、きちんとした説明書きが多分入るんだと思いますが。

ただ、私どもも動態調査などにも協力させていただいているんですが、やはり毎月やるものですと、だんだん、ここにこれを入れればいいとずっと行くんですけれども、これはもう本当に1年に1回切りの話になりますね。ということになると、やはりそのときにそれなりの時間を使ってやらないと、きちんとした数字を書き入れていただけないと思いますので、調査の仕方も私はよくわかりませんが、調査員の方が実際に訪問をして、書いていただく形になるんですね。

そうしますと、その方の方がきちんとした御理解をいただいた上で、向かっていかないと、逆に質問されたとき、その調査員の方がどちらかなと迷われると困るので、そこをきちんと、先ほど1番目の質問にもあったように、個別か集団か、うちの塾はどちらなんだろうねと逆に聞かれたときに、答えられる調査員の方でないと、ちょっと私は心配だなという気はいたします。

特に先ほどのように、個別と集団というのは、個別だけでやっている場合、集団だけでやっている場合はわかりやすいんですけど、ハイブリッド型といわれる集団と個別両方兼ねて教えるようなスタイルをとっているようなところだと、自分の塾はどちらに入れたらいいのかがわかりづらい。その場合にはどちらにしますよと。

私たちの場合は、兼ねている場合には、基本的には個別に入れていただく方が、資料としては使いやすいんですけども。その辺も含めて、書き入れるための、細かな書き方の注意事項をわかりやすく御提示いただきたいというのが、希望ではございます。

舟岡部会長 ありがとうございます。

まだまだお伺いしたいことがたくさんありますが、時間の都合もありますので、ここま  
でとしたいと思います。

本日はお忙しい中、大変有益な情報を提供していただきまして、稲葉様に、大変感謝い  
たします。いただいた御説明、御意見等を今後の審議に生かしていきたいと思います。

本日はどうもありがとうございました。

ここで5分の休憩とっていたのですが、実は審議スケジュールが予定よりも大分遅れ  
ています。1分か2分、休憩にしましょうか。ではやめて、このままでよろしいですか。

それでは、最後になります。情報サービス業に関して、社団法人情報サービス産業協  
会事務局次長の田原様から御説明をお願いいたします。よろしくをお願いいたします。

田原事務局次長 情報サービス産業協会の田原と申します。今日は発言の機会をいた  
だきまして、どうもありがとうございます。同じく高松も横で補佐をさせていただきます。  
どうぞよろしくをお願いいたします。

お手元に審議参考資料として、情報サービス業の現状とそれから私どもからの調査に対  
する改善要望ということで、意見書を事前に提出させていただきました。お目通しをいた  
ただければと思っております。

内容について簡単に御紹介させていただきますと、まず1ページをご覧くださいと、  
私どもの現状が書いてございます。これは特定サービス産業実態調査を、私どもは活用さ  
せていただいております。業界の内外に向けて、特サビのデータを利用しながら、私ど  
もの業界の説明をさせていただいている資料そのものでございます。

1つ目は業界全体の売上げと従業員、私どもの2007年の結果で見れば、大まかに言いま  
して、売上高17兆円、従業員数80万人という業界でございます。

私どもの業界は、企業の情報システムの構築、運用を担っている業界でございますけれ  
ども、構築の部分は、一般的にはSIサービスといたしまして、企画から設計、開発、事業  
者へ引き渡すというところまでをサービスする部分と、情報システムの運用を担う部分も、  
中心となる事業でございます。ここはデータセンターを活用しながら、情報システムの管  
理運営受託サービスを提供するというのが、二大事業になっている業界でございます。そ  
の売上げが(1)で示されてございます。

(2)も動態統計調査を利用させていただいておりますけれども、前年同月比のグラフ  
を添付させていただきました。製造業であるとか金融業であるとかに比べれば、まだ影響  
は小さいものの、ここ数カ月の前年同月比は、マイナスになる傾向が続いております。私  
どもの業界も、21年度の業績については、見通しが立たないといった状況が見えてきてご  
ざいます。

以上が私どもの業界の現状でございます。こういう現状を私どもは、この特定サービ  
ス産業実態調査を利用させていただきながら、きちんと分析をして、私どもの次の業界の  
発展に向けた基礎資料にするという任務を担っていると思っております。是非、私どもの要

望をお聞き届けいただければと思っております。

2. のところで改善要望を(1) 2ページにその内容があります。3ページに(2) ということで、大きく2つの意見を記載させていただきました。

1点目でございますけれども、タイトルに書きましたように、私どもの情報サービス業務、先ほど申しましたSI、それからシステムの管理運営受託、この中心となる業務のうちシステムの管理運営受託の部分が、インターネット附随サービス業務と重複する部分が多少ございまして、それについてきちんと関係を整理していただきたいというのが、1点目でございます。

もともと産業分類の39が情報サービス業でありましたけれども、その中でインターネットの普及発展に伴って、情報サービス業に分類されないものを、40番のインターネット附随サービス業として、平成14年だったでしょうか、その前かもしれませんが、の産業分類から、私どもの業界に属さない業務で、インターネットを利用するものを、インターネット附随サービス業ということで分類を設定されて、現在に至っているという認識を持っております。

そういう意味では、産業分類の中ではインターネット附随サービス業の解説の部分が、2ページ目の冒頭の2行目に書いてございます。「インターネットを通じて、通信及び情報サービスに関する事業を行う事業所であって、他に分類されない事業所」という定義がなされております。しかし、私どもにとりましては、先ほど申し上げましたように、システムの管理運営受託を含みます、情報処理提供サービス業務といったものは、ネットワークを介して当然提供すべき業務に分類されるもので、私どもにとっては、情報サービス業に分類されて当然と思っている業務でございます。

したがいまして、従来情報サービス業として、特定サービス産業実態調査を実施していただいていた段階では、これも上から8~12行目になります、インターネット附随サービス業として区分の説明がございましてASPについては、情報処理サービス業務、サーバーハウジング業務、サーバーホスティング業務といった業務区分については、システムと管理運営受託で、もともと私どもの業界は計上していたものでございます。

説明が長くなって申し訳ありませんけれども、こういったこれまでの集計の特徴を踏まえた分析は、私どもは今後も必要だと思っております、改善要望としましては、下から8行目ぐらいになります。アとイで書いてございます2点を、是非御検討いただきたいと思っております。

1つは、情報処理提供サービス業務の業務処理区分にあります、情報処理サービス、この部分に括弧書きで、(ソフトウェア開発を伴うASP・SaaS業務を含む)という解説を付け加えていただきたい。

同じく2つ目ですけれども、システム等管理運営受託につきましては、これも括弧書きで、(サーバーハウジング業務、サーバーホスティング業務を含む)といった修正を加えていただきたい。この2点が私どもからの要望でございます。

もともと私どもの業務の「その他」に分類されるような業務を、なぜ今回このようなインターネット附随業務として合計で11の区分、これほど細かい分類が本当に必要なのかというそもそもの疑問があります。私どもから見ますと、2ページの一番下の3行分になりますけれども、例えばサーバーハウジング業務からは、その他に書いてあります5つの業務につきましては、これを集約して「その他」に変更してもよろしいのではないかといった意見も、内部では出てございます。

それから、ページをめくっていただきまして3ページ目、これも非常に私どもは問題視してございます。現在の特サビの調査では、主業のみの業務割合、それから契約先別の割合、事業従事者数といった記載をすることになってございますけれども、私どもの、先ほど申し上げました売上高17兆円あるうちの、主業のみでの記載をすることによりまして、ソフトウェア業務につきまして約1兆5,000億円。それから、情報処理提供サービス業につきましては約8,000億円、合計で2兆3,000億円分の内訳が不明という状況が、現在発生しております。

私どもの業界の大手では、先ほど申しました主要なS Iとシステム管理は、ほぼ同規模で事業を実施している企業が多くあります。私どもも、現在の業界の現状を見ますと、業績の二極化が進んでおりまして、大手を中心とする再編が進みつつある中で、多分この不明分というのが、この先、額が更に拡大するのではないかという思いを持っております。

私どもの使命でございます、業界の発展のための施策を考える上でも、この内訳不明分がこのまま大きい値で推移するというのは、なかなか許容しがたい部分がございます。これにつきましても、もし可能であれば、この先のどこかで、是非従業を含めて実態が把握できるような調査票の設計の見直しをお願いしたいということが、大きな2点目でございます。

その他としましては、従来、情報サービス業のみのところに対して、インターネット附随サービス業を付け加えた調査票が配られるということで、事業者にとっては混乱が大きくなるという観点もございまして、そういう意味では、少しでも負荷を減らすという観点からはその他に記載しましたけれども、ソフトウェア業務の中の、ソフトウェアプロダクトの内訳の部分、コンピューター基本ソフトというのが出てまいりますけれども、これはその他に区分して、全体としては業務用パッケージ、ゲームソフト、その他といったような区分でよろしいのではないかというのが、その他の1点目でございます。

それから2点目は、情報処理提供サービス業務の中のデータベースサービスの部分でございましてけれども、これも特にインターネットによるものとその他に区分する必要はないと思っております。これもデータベースサービス一本でいいのではないかというのが、本日お配りさせていただきました資料の趣旨でございます。

以上、私どもの業界からの説明とさせていただきます。と思います。

舟岡部会長 どうもありがとうございました。

ただいまの御説明に対して何か御質問はありますでしょうか。

私から最初に発言します。まずインターネット附随サービス業については、前々回の産業分類の改訂で、この産業を、中分類一つ、小分類一つ、細分類一つの異例な形で分類項目としたのは、ここに記されておりますが、通信と情報サービス処理の間で、分かちがたい領域が出てきて、ここをいずれかに区分するのは困難で、それをやろうとしたら情報通信業の分類が、100年経ってもできそうにない。そんな状況を背景として両者の係り合うところを、一つの分類にまとめようという、趣旨によっています。

ただ今、情報サービス産業協会という業界団体の立場から、御意見をいただきましたが、他方、通信の業界団体からは、逆の御意見をいただくこととなります。

今回の調査票については、総務省の通信関係の部局と経済産業省とが調整した上で、両省が互いに必要な情報をとれるようにという、設計になっていることについては、御理解いただきたいと思います。片面から都合が良いというのは、片面から非常に都合が悪いということにもなります。統計結果の表章を行うときには、産業分類に従うことになっていますから、この調査だけ違った産業区分で表章することはできない。これについてはもう十分御理解いただいているところかと思えます。

私から質問したいのは、3ページの(2)の主業だけではだめで従業を含む記入例の見直しをということですが、情報サービス業の範囲だけで従業の内容を捉えても意味がない。というのは、かつてはアクティビティベースで情報サービス活動を行っている事業所については、従たる業務を行っている事業所であっても調査対象になりました。それが数年前から母集団の名簿を業界団体名簿から事業所・企業統計調査に移行することに伴って、主業ベースで格付けされた事業所だけしか対象にできなくなった。そういう経緯がございます。

これは御指摘のように、従たる業務として行っている事業所でも非常に大きなところがあつたならば、そこについても何らかの形で調査することが、将来的には必要かと思えます。これは何も情報サービス業に限ることではなくて、いろんな経済活動の実態の把握にも求められるところだろうと思えます。

ただし、その場合に非常に難しい点は、同一企業内の事業所間の取引について、活動として市場取引とみなして取り上げるのか。あるいはそうしないのか。そして更に突き進みますと、同一事業所内で行われているアクティビティ、例えば製造事業所等で行われている情報サービス活動までとらえるべきだ、とらえたいというお考えなのか。そこについてはいかがでしょうか。

田原事務局次長　まず、前半の点で申し上げますと、私どもも平成14年の産業分類の改定、19年の改定のたびに、意見は申し上げているわけですがけれども、もともとが私どもで分類されないものを、インターネットを使うということで、新設されたものを伸ばしていくという観点はありますし、それはそれで私どもが異論を挟むものではございません。

ただ、事業者の立場からしますと、これを同一調査票でやられるということは、それなりに中の細分類といたしましうか、その部分はきちんと整理をしていただきたいと思います。

ております。それができないのであれば、少なくとも、意見で申し上げましたように、注釈だけでもわかりやすい表現を、私どもの業界のメンバーに多少記入の手助けができるような表現を付け加えていただきたいという要望でございます。

舟岡部会長 それについてもちょっと断っておきますが、一方の業界からの意見だけ聞いて、それを反映させるというのは、なかなか大変なところもあるかと思しますので、十分御理解ください。

田原事務局次長 ただ、私どもからしますと、企業名を挙げるのは申し訳ないと思いますが、イメージをつかんでいただきたいという点では、インターネット附随サービス業というのを一言で企業をイメージしていただきますと、ヤフーであったりニフティであったり、ある意味では楽天であったり、そういった企業を思い浮かべていただければ、十分かと思えます。

私どもの業界の中心となる事業者は、やはり先ほど申しましたS Iとシステムの運用の両方を担う事業者がおりまして、代表的な事業者としては、N T TデータであったりユニシスであったりT I Sといったような事業者が思い浮かばれるわけです。そういう方々、私どもの中心となる業界の方々がこの調査票を見ましたときに、要は混乱を招かないような処置は、是非検討していただきたい。

勿論、通信業から出ていらした、そういうインターネットのポータルサイトなりインターネットへのアクセスを提供するようなサービスをやっている方々から見れば、またそれはそれでお立場があると思いますが、私どもは私どもの立場がございまして、是非そこら辺を勘案した検討をお願いできればというのが、趣旨でございます。

それから、後半の方が、うまく御質問の趣旨を把握できなかったのですが。

舟岡部会長 主業じゃない事業所についても調査をして情報サービス活動を把握する。

田原事務局長 調査をしてというよりは、この調査票を多少カスタマイズといいますが、見直しをしていただいて、要は従業の部分の内訳についてもやはりとれるような考え方があってもよろしいのではないかとということだけでございます。一番安易な考え方は、私どもの情報サービス業から見ますと、ソフトウェア業務と情報処理提供サービス業務は、売上規模は多少差がありますが、私どもの業務の中心となる業務でありまして、それらをこの主たる業務と書いてございますけれども、例えばソフトウェア業務と情報処理・提供サービス業務については、両方とも主業、従業に関わらず記入していただくようなことでも、構わないと思っています。

ただ、それが、もともとこちらの趣旨でございます、小分類に従った調査を徹底されるということでありまして、趣旨は異なるかもしれませんが、そこは私どもの業界としては、主業のみでとらえた場合に内訳が不明となる部分が、非常に大きな値になり、この先もそれが拡大すると思っているものですから、是非そういったところについても、御配慮をお願いしたいという趣旨でございます。

舟岡部会長 検討させていただきます。

今回これまでのお2人と違って、業界団体からの要望をこの場でお伺いしたということで、ただいまいただいた御要望につきまして、これからの審議に参考として生かしていきたいと思っております。

田原事務局次長 御検討のほど、よろしく申し上げます。

舟岡部会長 時間の都合もありますので、御質問、御意見等、特になければ、これまでとさせていただきます。

田原様におかれましては、御多忙の中、御出席をいただきましてありがとうございました。

田原事務局次長 時間をいただきまして、ありがとうございました。

舟岡部会長 それでは、ただいまいただきました審議協力者からの意見聴取の内容、要望、それから先ほどの調査実施者からの回答を踏まえて、残りの時間を、イの追加業種の調査票及び調査事項、ウ調査対象事業所規模に応じた調査事項の精粗の設定について、調査実施者から調査票の差し替え案がありましたが、それも含めて御審議いただきたいと思っております。

どなたからでも、どこについてでも、結構ですので、お願いいたします。

まず、一番大きな論点から審議した方が良いかもしれません。問5に対する回答から始めます。従業者が4人以下であるか、4人超であるかで調査票の精粗を区分してはいますが、それについて当初計画では、調査対象の判断に委ねて、4人超であれば詳細な調査票、4人以下であれば粗い調査票に回答してもらう方法によるとしていましたが、その方法では、いわゆる回答の逃げ込みが起きて、調査結果に不正確なところが出てくるということで、今回の回答では、調査対象の確定時の従業者数に基づいて調査票を配り分ける方法への変更を提案しています。その場合、例えば確定時点では4人以下であったけれども、実際の回答では5人以上であった場合に、粗い調査票でしか記入を求めていますから、5人以上を対象とした詳細な調査票の事項についての集計において情報が不足しますが、それに対しては、未回収等について行う補完の手法を適用して、何らかの補完による結果を活用し集計結果を表章する。

逆に言いますと、5人以上であったが調査時点で4人以下になっていた事業所については、詳細な調査票に記入してもらった情報を、一部の調査項目については、残念ながら参考程度にしか利用しないこととなる。この変更はかなり踏み切った判断でして、経済産業省の統計調査としては初めての試みです。この方法は経済産業省に限らずどこの府省でも行っていませんね。こういうやり方を取り入れて、うまくいきますと、他の同様な統計調査でもこれにならえということになるのではないかと、私は予想していますが、これについて御意見をいただきたいと思っております。

土屋専門委員、いかがですか。

土屋専門委員 資料1の問5で、母集団名簿情報活用というふうにございますけれども、その名簿情報がどの程度正確なのかによるんだろうと思っております。

もともと名簿情報をもとにして4人以下か5人以上かを判断されるということですので、名簿情報がどの程度正確にそこを把握できているのかによってくる。

舟岡部会長 21年経済センサスが今年の7月に行われて、その結果を使えば、非常に正確なのですが、その情報を先だって多少使えるのでしょうか。

経済産業省(山根室長) よろしいでしょうか。今現在の母集団名簿につきましては、これまでの御案内で御説明させていただいているとおり、直近18年の事業所・企業統計調査名簿を活用させていただく形になっておりますけれども、我々は18年、19年、20年と実査をやらせていただいておりますので、20年調査まで実施している業種につきましては、最新情報として事業従事者の情報がありますので、これは最新情報が使えるというふうに考えております。

一方、21年に調査する7業種につきましては、残念ながら最新情報はございません。ただ、これにつきましては、調査を実施する前に、一応18年の事業所・企業統計調査名簿を活用させていただきまして、我々はクリーニングと呼んでおりますけれども、当該の調査対象が本当にその業種に属しているかどうかについては、確認をさせていただいております。

ただ、残念ながら、従業者の数まで確認できるかどうかというところは、ちょっと難しいかなというふうに考えているところでございます

以上でございます。

舟岡部会長 22年からは大丈夫ですね。

経済産業省(山根室長) ええ。勿論、22年につきましては、最新の情報が得られますので、それは経済センサスの基礎調査のデータを活用させていただければと考えております。

美添部会長代理 基本的な考え方としては、今回の案に積極的に賛成したいと思います。

確かに土屋専門委員の指摘のとおり、名簿の正確性によるわけで、名簿の信頼性が非常に低い場合には、やむを得ないこととなりますが、従来経験でも、複数の調査を同時実施した場合に、調査員が配り分けるということ、これそのものが大変な負担になるということもあります。

更に、従来から具体的な統計の名前としては、工業統計がすぐ思い浮かぶわけですが、調査票の内容が違うということが、客体に明示的に明らかになっている場合には、記入の楽な方に、なぜか理由はともかく、事業所そのものが移動してしまうという動きが、従来から見えてきた。それを何とか防ぐ手立てはないかということで、今回の提案は、大変歓迎したい提案だと思います。

このような方法ですと、調査員が配り分けをするという負担が事務的にもなくなりますし、事業所を説得するという精神的な負担も軽減されるはずです。

一方、事業所としては、今回の提案のようなプレプリントがなされていると、4人以下の場合でも、ここは記入が不要だという判断ができると同時に、その他のところは項目の



名称が見えるという設計になっておりますので、具体的にはどこが項目全体に含まれるのかという例示の役割も果たしている、大変すぐれた設計になっているものと思います。

最後の問題は、土屋専門委員が指摘されたとおり、決定的に重要なのは名簿の整備であるということから、そちらについては引き続き最大の努力をするということは当然として、それを前提とした上で、この方法は最初の提案よりはるかにすぐれたものだろうと思います。

土屋専門委員 最終的には、母集団名簿をきちんと整備するという前提で、変更案の方がよい方法だと思います。

舟岡部会長 いかがでしょうか。

これは大きな調査方法の変更になりますので、御意見、特にございませんか。

東京都と埼玉県から、何かこれについてありませんか。

よろしいですか。

調査票もすっきりして、そしてただ今、美添委員の御意見にありますように、配り分けという面倒なことをせずに済む点でも、非常に望ましいと思いますが、よろしいでしょうか。

(「はい」と声あり)

舟岡部会長 それでは、問5について、名簿情報の従業者数によって、調査票をブルブル印刷して配布する方法への変更は、よろしいでしょうか。

御了承いただいたとして、それ以外の問1～4までと鈴木専門委員からの御意見に対する回答等も含めてご意見をお願いします。

先ほど学習塾の方に、通信教育をやっている事業者はどれくらいあるのかをお聞きしようと思っていたのですが、ついつい時間が気になってうっかりしましたが、事業者の数はどうでしょうか。

経済産業省(田邊参事官補佐) よろしいですか。ヒアリングをさせていただいたときにお聞きしたところ、はっきりした、確とした数字はお持ちでないということでありましたけれども、印象論が強いかもしれませんが、全体で2けたにやっと届いたかぐらいではないか。事業所の数ということで、売上げではないと思います。

先ほど申し上げたとおり、規模が大きいところで施設に対しての設備投資が可能なところで普及をしているということから考えると、数的にはそれくらいではないかというふうに、お話をいただいています。ただ、申し上げたとおり印象論に近いところがございます。

舟岡部会長 今回の計画から、特定サービス産業実態調査では、時系列でもその変化をとらえることができるように設計されていて、そうした趣旨を強く持たせています。

ある程度の規模になったら、調査事項とするよりも、立ち上げの段階からとらえて、時間の推移とともにどう変化したのか。それがどういう要因によるものか。そこを明らかにできると、統計情報の有用性が増すと考えられないでしょうか。

私がデータを使って困った経験として、製品の普及率が、例えば20%とか30%とかから

数字があっても、ほとんど意味がない。製品の普及率は10%を超えると、急激に立ち上がって、テークオフすると経験則から言われています。その前段階からちゃんとデータがないと、分析に際してほとんど意味がない。

同じように、この種の新たな、これから伸びると思われる教育のやり方は早い段階から捉えるべきで、前回の部会で生産性をはかることが必要だとの意見もありましたが、そうした観点からしましても、大事な論点かなと思います。

鈴木専門委員、いかがですか。

鈴木専門委員 そうですね。通信教育は、確かに数がそれほど多くないということなのですが、果たして受講者の数が伸びているのか、伸びていないのか、これはおわかりになりませんかでしょうか。売上げあるいは受講者の数。

経済産業省（山根室長） 私どもが、先ほどお見えになった稲葉さんに確認させていたいただいているところでは、今、田邊が御説明したような内容しか実は把握していません。

今の御説明の繰り返しになってしまいますが、通信教育実態が、どちらかという体力のある大手企業、勿論設備投資ができるかできないかというところが、一つのメルクマールになるということがございまして、そういう意味では確かに注目を浴びているというか、学習塾の業界では、そういった手法もあるということではございますけれども、100%通信教育だけではなくて、この吹き出しにも少し記載させていただいておりますけれども、どちらかという、個別指導方式とミックスしたような形、コラボレーションしたような形での授業形式が多いということもございまして、我々自身としましては、今回、通信手法を用いた指導方法につきましては、一応個別方式の中に包含したような形で、今回は設計をさせていただければというふうに考えております。

この際、記入の手引き等につきましても、そういった手法については、取り入れている場合については、個別方式の方に包含して記載をいただくような整理をさせていただければというふうに思っていたところでございます。

経済産業省（三瀬係長） 今回の部会長等の御意見の中で、どこら辺のタイミングからとり始めるかというのを、今日のゲストスピーカーの方々も踏まえて議論をしたときに、やはり今現在、数字を物理的にとらえるかどうかという意味では、完全に区分経理をどこまでしているかというのが担保できないので、仮に設定したという、ちょっと表現はよくないんですけど、出てくるアウトプットの数字をどちらに入れるかというのが、大分混乱してしまうのではないかという意味では、まだ数字を把握する、数字を記入するという意味でも、もう少し早いのかなというのが、業界団体の認識ということもございまして、今回、時期尚早という答えに至ったという次第です。

舟岡部会長 よろしいですか。

経済産業省（田邊参事官補佐） それから、幾つか聞いている話の中では、個別方式にも、今おっしゃっていただいた、例えば通信機能を使った、ネットを介したような教育の方法もありますし、もう一つは実は派遣型みたいなものも出てきているようです。例えば

今おっしゃっていたのは、ネットを通じてやるということでしたけれども、実際に先生を派遣して、個別の自宅にお伺いして、実際に自宅学習の進捗状況を加味しながら指導するとか、そういうようなものも個別指導中に入り込んでいる。

個別指導のやり方も、相当千差万別の方式があって、今申し上げたようなやり方は、実は先ほど協会の方がおっしゃっていましたが、業界には入っていない家庭教師のものと競争があったりということも、事実上あるということでお話を聞いています。形態がかなりいろいろな部分で分かれてくるということですので、このあたりは具体的にどんな形態があるのかということをお勉強しながら、検討する必要があるかなというふうに思っています。

舟岡部会長 計数をとらえるのが無理なら、そのような通信教育の手法を取り入れているかといった、定性的な情報だけでも明らかになれば、何か雲をつかむような話から一步脱して、どれくらいの事業者が、そのような通信教育とかインターネットを活用した教育を行っているのかがわかります。せめて実施している割合だけでもわかれば、それが十分多くなったら、何らかの形で計数的にとらえる手法を考える必要を促すことにもなりますから、何かそういう情報は必要ではないかという気がします。

美添部会長代理 報告者の負担ということと、今回はかなり記入事項が多いので、取り入れられるかどうかで、今、部会長が指摘されたような、比較的簡単に答えられる活動の項目、あり、なしというのが、幾つかの調査票ではそういう設計もあります。もし記入が難しくないとことでしたら、あり、なしだけでも、例えば今おっしゃった派遣をしているような授業の形態も含めて、これから伸びると思われるような形態について、その有無をあり、なしだけでも金額、人数などは触れずに書くことが可能かどうか。これは若干検討の余地は残されているようにも思います。

ただ、今回、余り無理をして、調査票の設計を変えるよりも、次回以降の調査で大きな見直しがあることが予想されていますので、その時点までの問題の整理とした方が、次回以降の対応が簡単になるのではないかと思います。

舟岡部会長 他にいかがでしょうか。

追加業種の調査事項についてはいかがでしょうか。今日2つの業界団体から御説明をいただきましたが。

岡室専門委員 学習塾について私も質問しましたが、やはりフランチャイズでやっているかどうかということをお区別することは、意味があると思います。この調査では単独事業所となりますけれども、フランチャイズでなくて単独でやっているところも、多分たくさんあると思います。フランチャイズになりますと、例えば教材は本部から与えられるとか、受講料が決めているとか、あるいは広告宣伝費が基本的に必要ないとか、かなり経営条件が違います。やはりフランチャイズをやっていますか、やっていませんか、ある、なしぐらいの質問は是非入れるべきではないかと思いますが、いかがでしょうか。

これは隣の教養・技能教授業の方にも、同じ問題があると思います。

舟岡部会長 それでは、御検討いただけますか。

経済産業省（山根室長） はい。

舟岡部会長 他にいかがですか。次回もまた調査事項については、業界団体の方から御説明をいただきますので、その折りにまた御議論をいただくことになるかと思えます。

先ほど資料1の別添1で、調査事項の設定の考え方についてとして、1階建て、2階建て、3階建ての説明がありました。1階建てが業種横断で共通で比較できるような調査事項が置かれている。すべての対象事業所について調査すべき事項が多く含まれることとなります。

2階建てについては、時系列で長期にわたって継続してとらえるべき、概念等もしっかりした調査事項が置かれている。当該業種の基本的な指標を設定していて、それらの調査事項については詳細な調査票にも入るし、粗い調査票に入る場合もあり、それぞれ区分けされる。

3階建てについては、それぞれの業種で業態変化等で新たに必要になった調査事項等が、適宜とらえられるように、その業種に特定の調査事項を主として設定している。これらの事項は詳細な調査票でとらえることになる。

こういう区分けで、基本的に特定サービス産業実態調査の全体の調査票の設計の概念が整理されて、わかりやすくなっていると思いますが、いかがでしょうか。

美添部会長代理 形式的な整理としては、非常に見事な整理で、この資料の1階、2階、3階という概念としてはこれでいいと思うのですが、具体的に個別業種までは丁寧に見ていませんが、このような形でよいのかどうかは、今は的確な判断ができる自信がありません。

基本的に長期的に各業種の特性をとらえて、時系列的に見るという方向と、業種横断的に見るという方向、2階と1階は明確です。3階はその時々に応じて、細かいことをやりたいということなので、整理としては見事かなと思うのですが、もう1点、これに関連もするという事なので申し上げておきますけれども、地域別表象ができるような形はどこなのかという視点も併せて、ここに組み入れることは、今回は間に合わなくて勿論結構ですが、規模の大きな事業所については全数に近い形だというのは、前回からの標本設計になっていますので、そこを工夫していただくと、2階のかなりの部分、それから3階の一部分については、地方の実態も明らかにできるのではないかと思います。

ちょっと話題が違いますが、そこまで含め、この階層別の設定というふうに読めますので、今後の検討課題として認識をお願いしたいと思います。

土屋専門委員 この1階、2階、3階というのは、非常にわかりやすく、よい整理だと思うんですけど、ただ、これはこの資料を拝見しているこちらにとっては、わかるんですけども、この調査票を記入する側にとっては、調査票に、そのことはどこにも触られていませんので、当然わからない。1階、2階については、今後もずっと同じ形で調査をしていくというわけです。全数部分についてはもしかすると、社内でこういうシステ

ムを作っているということもあるかもしれない。

ですので、この部分が毎年毎年、去年と同じですよ。この部分は前回とちょっと変わっていますよというようなことが明確になるような工夫を少しされていると、誤解して、変わっているのに去年と同じだとか、この部分は変えずにこの調査システムに組み込めるとか、何かその辺を対象者にうまく伝えられると、記入者の負担が減るのではないかと思います。

経済産業省（三瀬係長） 済みません。御指摘いただいた点を、真っ向から反対とか否定とかするわけではありませんが、例えば、インターネット附随サービスなどの小分類の内訳合計があった次に内訳を聞くときに、サーバーハウジングとかという項目を今作っていますけれども、これが3年固定なのか、2年固定なのか、私たちもわからない。業界の人たちに聞いたら、もう月々変わるかもしれないとか、本当に言われている状況です。

このよく変わる業種の調査票を、業界の人に話したときに、全く同じような質問を私たちがしまして、こういう表現というのは、ずっと固定なんですかねという話を聞きますと、基本的なところは固定だけれども、周りのところが変わったりするので、正直言うとその場その場で見てやります。

ただ、1回調査をやれば、去年こんなふうにしたというのがわかっていただけるので、そこは最初は負担が大きいかもしれませんが、徐々にやっていけるのではないのでしょうかというお言葉をいただいています。そういう意味では多少調査項目も、内訳が7個のうち5個は同じでも、2個は変わったりしますけれども、そこは意味合いとしては、長期時系列でとりたいし、残りの2つは少しずつ、時代時代に合わせながら、うまく書きやすいようにしていくという工夫を、なるべくしていきたいと思っていますところでございます。

舟岡部会長 他にございませんか。

鈴木専門委員 ちょっと離れますけれど、映画の調査票の中で、先ほども業界団体としてもデータがないということでございましたけれども、アニメーションを切り出しておられる背景については、特に御説明がなかったと思うんですけれども、そのあたりはどういうことなんでしょうか。

経済産業省（山根室長） アニメーションにつきましては、実は一方でコンテンツ産業的なものもありまして、そういった観点から、こういった作品がどの程度上映されていて、どの程度の売上げがあるのかというのが、一つの関心事項。つまりコンテンツ産業側から見たときに、作った作品がどのくらい売れているかどうかということも、ここでは邦画、洋画と区分けをしまして、別途把握をしていきたいというふうに考えております。

付け加えておきますと、我々がいろいろ業界団体等の資料を集めて調べた限りにおいては、やはりそういったデータすべてを包含するものは存在しないということでございますので、この際、調査票の調査事項として入れさせていただければということで、設定したということでございます。

舟岡部会長 経済産業省が産業政策として力を入れているから、とりたいということですよ。

他に何かありますでしょうか。

よろしいでしょうか。

調査事項については、また次回にも御審議いただくこととなりますが、本日の部会では調査票の差し替え案が実施者から提示され、それについては適当であると了承されたことが、大変重要な決定であります。

それ以外に、学習塾調査については、フランチャイズ化の情報を調査すべきではないかとか、通信教育の取組みについて、せめて有無をとれないかとの意見がありました。御検討ください。

調査票の設計については、地域別の表章が可能な調査事項として何が対象になるのかについては十分、吟味検討する必要があるとの御意見でした。

先ほどの学習塾における質疑の中で、川本専門委員から予備校まで含めてとらえられないのは、一般の家庭では学習塾と同じような概念でとらえているので、その点は問題ではないかとの意見が示されました。これは統計委員会でも意見のあった点です。これについては、文部科学省の所掌する学校法人についてのデータと、今回の学習塾の調査結果をどういう項目についてどう組み合わせたら、どんなことがわかるかに関して、文部科学省と経済産業省とで打ち合わせをして、簡単なもので結構ですので、次回までに資料を提供していただけますでしょうか。よろしく願いいたします。

今日は3時間を予定して、更に10分も延長になって、大変申し訳ありません。実は審議すべき事項がさらにあつたのですが、不手際で時間だけかかって審議できませんでした。

次回の部会でも、本日と同様に、調査対象業種について、有識者2人を審議協力者として呼びして意見を伺う予定ですので、調査事項等については、引き続き次回部会において審議を行った上で、最終的な結論を得ようと思いますので、よろしく願いいたします。

それでは、これで本日の部会は終了とさせていただきますが、何か本日審議したことで、言い残したこと、あるいは質問等がありましたら、事務局あて御意見、御質問お寄せいただきたいと思います。

次回の部会では、審査メモの残りの項目について、審議を行います。

本日の部会の結果概要につきましては、前回部会の結果概要とともに、4月13日月曜日に開催の統計委員会において、報告する予定です。

次回部会の開催日程等について、事務局から願います。

犬伏統計審査官 次回3回目の部会でございますけれども、来週の4月6日月曜日10時から同じくこの会議室ということで、願います。

資料は基本的にはまた使いますので、必要なものはお持ち帰りいただいて、不要であればそのまま残していただければ、今日と同じようにドッチファイルに綴じて、次回の部会に提出させていただくという形をとりたいと思いますので、よろしく願いいたします。

舟岡部会長　これで本日の部会を終了いたします。

どうも長い時間、審議に御協力いただきましてありがとうございました。