

個人企業経済調査の現状と課題

1 現 状

(1) 調査の目的

個人企業経済調査は、統計法に基づく基幹統計調査（基幹統計である個人企業経済統計を作成するための調査）として、個人で「製造業」、
「卸売業、小売業」、
「宿泊業、飲食サービス業」又は「サービス業」を営んでいる事業所の経営実態を明らかにし、景気動向の把握や
中小企業振興のための基礎資料などを得ることを目的に実施している。（別紙 1 及び別紙 2 参照）

(2) 調査の対象

全国の個人経営事業所の約 247 万事業所（平成 21 年経済センサス基礎調査結果による。）のうち、個人で「製造業」、
「卸売業、小売業」、
「宿泊業、飲食サービス業」又は「サービス業」を営んでいるものの中から、一定の統計上の抽出方法に基づき抽出した約 4,000 事業所を調査
対象としている。（別紙 3 参照）

(3) 調査方法

都道府県を通じて、統計調査員（調査員）が事業所に調査票を配布し、事業主又は事業主に代わる者に記入してもらい、記入された調査
票を取集することにより調査を行っている。

(4) 調査票及び調査事項

動向調査票及び構造調査票の2種類の調査票により、下記の事項について調査を行っている。（別添 1 及び別添 2 参照）

動向調査票（四半期ごとに実施）	構造調査票（年 1 回実施）
<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業主の業況判断に関する事項（今期の業況、売上状況等） ・ 従業者に関する事項（従業者数、給料賃金） ・ 営業収支等に関する事項（売上金額、営業経費、設備投資等） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業所の経営形態に関する事項（開設時期、営業日数等） ・ 事業主に関する事項（事業主の年齢、後継者の有無） ・ 営業収支等に関する事項（売上金額、営業経費、設備投資等） ・ 従業者に関する事項（従業者数、給与賃金、従業者の採用・離職の状況） ・ パソコン使用の有無、事業経営上の問題点、今後の事業展開、法人化の予定 ・ 営業上の資産及び負債

(4) 調査結果の公表及び主な利活用

- ・ 動向編（四半期ごとの結果）：調査終了月の翌々月（2月、5月、8月、11月）の中旬に速報、下旬に確報を公表（別添 3 参照）
- ・ 構造編（前年 12 月末現在の過去 1 年間の結果）：毎年7月に公表（別添 4 参照）

調査結果の利活用における主な事例については、別紙 4 参照。

2 課題

平成 24 年経済センサスー活動調査によると、全国の個人及び法人の企業等の数は約 410 万あり、うち個人経営の企業は約 220 万企業（約 53%）、会社企業は約 170 万企業（約 41%）となっている（別紙 5 参照）。また、民営事業所数は全国で約 530 万事業所あり、うち個人経営の事業所は約 220 万事業所（約 40%）、会社企業の事業所は約 280 万事業所（約 52%）となっている。

個人経営の企業の事業所の経営実態を捉える調査としては総務省の個人企業経済調査があり、会社企業の企業活動を捉える調査としては財務省の法人企業統計調査がある。ここでは、両調査を比較し、その相違点から、個人企業経済調査の課題について探ることとする。

○ 個人企業経済調査と法人企業統計調査との比較

個人企業経済調査と法人企業統計調査における標本設計や調査方法等を比較すると、次のような違いがある。

個人企業経済調査と法人企業統計調査の比較表

事項	個人企業経済調査	法人企業統計調査	備考（課題・見直しの視点等）
調査対象	<ul style="list-style-type: none"> 調査単位 事業所 標本規模 約 4,000 事業所 調査期間 1 年間（四半期ごとに四分の 1 の標本を入れ替え） 	<ul style="list-style-type: none"> 調査単位 企業 標本規模 四半期別調査 : 約 30,000 企業 年次別（上期・下期）調査 : 約 35,000 企業 調査期間 2 年間（毎年度ごとに半数の標本を入れ替え） 	<ul style="list-style-type: none"> 個人企業の標本規模の拡大 ⇒郵送調査の導入や調査周期の見直しなどにより、調査コストを削減し、標本規模を拡大
母集団 カバー率	[個人企業総数（母集団）に占める調査対象の 4 産業の個人企業数の割合] 58.0%	[会社企業総数（母集団）に占める調査対象産業の企業数の割合] 99.7%（共済事業以外の全産業）	<ul style="list-style-type: none"> 対象業種の拡大 ⇒SNA 等の推計に用いる営業利益等の重要度が高い業種の採用
標本抽出方法	<ul style="list-style-type: none"> 層化 3 段抽出法 第 1 段（市区町村の抽出） 地方・都市階級別に層化し、対象産業の従業者数に比例した確率で系統抽出。 第 2 段（「単位区」の抽出） 市区町村ごとに単位区を設定し、単位区の中から無作為抽出（等確率系統抽出） 第 3 段（事業所の抽出） 単位区内の事業所の中から、産業別に事業所の従業者数に比例した確率で系統抽出 	<ul style="list-style-type: none"> 調査対象は業種・資本金階層別に層化し、等確率系統抽出により抽出 (ただし、金融業・保険業以外の業種では資本金 5 億円以上の企業は悉皆、金融業・保険業では資本金 1 億円以上の企業は悉皆) 	<ul style="list-style-type: none"> 標本設計の見直し ⇒事業所母集団 DB の整備、経済センサスー活動調査の実施など、経理事項を含む母集団情報の利用環境が整ったことにより、層化基準の見直しなど、新たな標本設計が可能

調査の方法		<ul style="list-style-type: none"> 調査員調査（自計記入） <p>[調査系統] 総務省－都道府県－統計調査員（指導員） －統計調査員（調査員）－事業所</p>	<ul style="list-style-type: none"> 郵送又はオンラインによる調査（自計記入） <p>[調査系統] 財務省－財務局、財務事務所等－調査企業</p>	<ul style="list-style-type: none"> 調査方法の見直し ⇒郵送調査（オンラインを含む）を導入した場合、コスト削減が可能。ただし、回収率は調査員調査より低くなる。
主な調査事項	売上高	<ul style="list-style-type: none"> 発生主義 (商品、製品などの引き渡し時又はサービスの提供時に計上) 	<ul style="list-style-type: none"> 実現主義 (商品等の販売又は役務の提供により、現金等価物[現金、売掛金、受取手形等]の取得時に計上) 	<ul style="list-style-type: none"> 計上時点が異なる。(個人と法人では決算期も異なるため、そもそも売上等の計上期間も異なる)
	利益	<ul style="list-style-type: none"> 営業利益 (営業利益＝売上高－売上原価－営業経費) 	<ul style="list-style-type: none"> 経常利益 (経常利益＝営業利益＋営業外収益－営業外費用) 	<ul style="list-style-type: none"> 個人と法人では利益の捉え方が異なる。
	設備投資	<ul style="list-style-type: none"> 有形固定資産のみ把握 (ただし、調査期に新規に購入したもののみ) 	<ul style="list-style-type: none"> 有形固定資産、無形固定資産及び投資その他の資産として全般を把握 	<ul style="list-style-type: none"> 個人と法人では把握する範囲が異なる。
	営業経費、販売費、一般管理費	<ul style="list-style-type: none"> 営業経費 (通信費、旅費交通費、修繕費、消耗品費、福利厚生費、給与賃金、減価償却費など) 	<ul style="list-style-type: none"> 販売費、一般管理費 (通信費、旅費交通費、修繕費、消耗品費、福利厚生費、給与賃金、減価償却費など) 	<ul style="list-style-type: none"> 名称は異なるが内容はほぼ同じ
公表結果 (主なもの)		<ul style="list-style-type: none"> 公表時期 動向編：調査終了月の翌々月(2、5、8、11月) 構造編：7月 公表数値 [売上高、営業利益、設備投資] 4産業別の1事業所当たりの金額 [業況判断] 調査産業計と4産業別の割合(%) 表章地域 全国、8地方(北海道・東北、関東、北陸、東海、近畿、中国・四国、九州、沖縄) 	<ul style="list-style-type: none"> 公表時期 四半期別：調査終了月の3ヶ月後(3、6、9、12月) 年次別：9月 公表数値 [売上高、経常利益、設備投資] 産業別と資本金別に母集団を推計した総額 表章地域 全国のみ(地域での層化は行っていない) 	<ul style="list-style-type: none"> 結果の推定方法の見直し 経済センサスをベンチマークとした推計値の算出(移動平均により算出した変化率の利用など) 地域区分の見直し ⇒標本拡大による都道府県別表章の可能性(現行調査は沖縄のみ)

注) 調査対象産業の比較は別紙6を参照。

[参考] 個人企業経済調査に関する外部からの指摘等

SNA や QE の推計に用いている内閣府から、個人企業経済調査の「対象業種の拡大とサンプル数の増加が課題」との指摘を受けている。また、第Ⅱ期の「公的統計の整備に関する基本的な計画」（以下、「基本計画」という。）においては、これまで統計委員会に諮問されていないため、見直し状況や基幹統計としての重要性及び必要性の充足状況等の確認を行うこととしている。

(1) 「国民経済計算と基礎統計との連携について」（平成 25 年 6 月 21 日、内閣府経済社会総合研究所）

平成 25 年 6 月 21 日開催の基本計画部会第 1 ワーキンググループ SNA タスクフォースの第 1 回会合において配布された資料（別添 5）において、基礎統計の課題として個人企業経済調査について言及している。

(2) 第Ⅱ期「公的統計の整備に関する基本的な計画」（平成 26 年 3 月 25 日閣議決定）

これまで統計委員会に諮問されていない基幹統計（未諮問統計）に対する確認

第 4 基本計画の推進

1 施策の効果的かつ効率的な実施

（略）統計委員会は、統計法第 55 条第 3 項の規定に基づき、毎年度、同法の施行状況に関する審議を通じて基本計画に関する施策の取組状況を把握し、必要に応じて関係府省に意見を提示している。第Ⅱ期基本計画においては、公的統計の整備に関する施策の更なる推進を図るため、統計法第 55 条第 3 項の規定に基づき、以下の取組を重点的に実施する。

第一に、社会経済情勢の変化、経済構造統計を始めとする統計の新設、整理及び統合等を踏まえ、これまで統計委員会に諮問されていない基幹統計（基幹統計調査）を中心に、品質評価の要素に沿った見直し状況や基幹統計としての重要性及び必要性の充足状況等について計画的に確認する。（以下略）

注 1) 下線は統計局が付したものである。

注 2) 「品質評価の要素」とは、「公的統計の品質保証に関するガイドライン」（平成 22 年 3 月 31 日各府省統計主管課長等申合せ、平成 23 年 4 月 8 日改定）に示された 8 要素（ニーズ適合性、正確性、適時性、解釈可能性・明確性、信頼性、整合性・比較可能性、アクセス可能性、効率性）である。

注 3) 基幹統計としての重要性及び必要性とは、

- (1) 基幹統計の法定要件（①全国的な施策の企画立案や実施の上で重要な統計か、②民間の意思決定や研究活動に広く利用されるか、③国際条約上又は国際機関から作成を求められている統計その他国際比較を行う上で重要な統計か）を満たしているか、
- (2) 基幹統計としての規律（報告義務など）を課すにふさわしい統計か
- (3) 統計法施行時に要件を満たしていたものの、その後の社会経済情勢の変化を踏まえても、なお満たしているかを表す。

注 4) 個人企業経済調査についての確認は、平成 28 年度に実施される予定である。