

本社などから事業所情報を把握する方法について

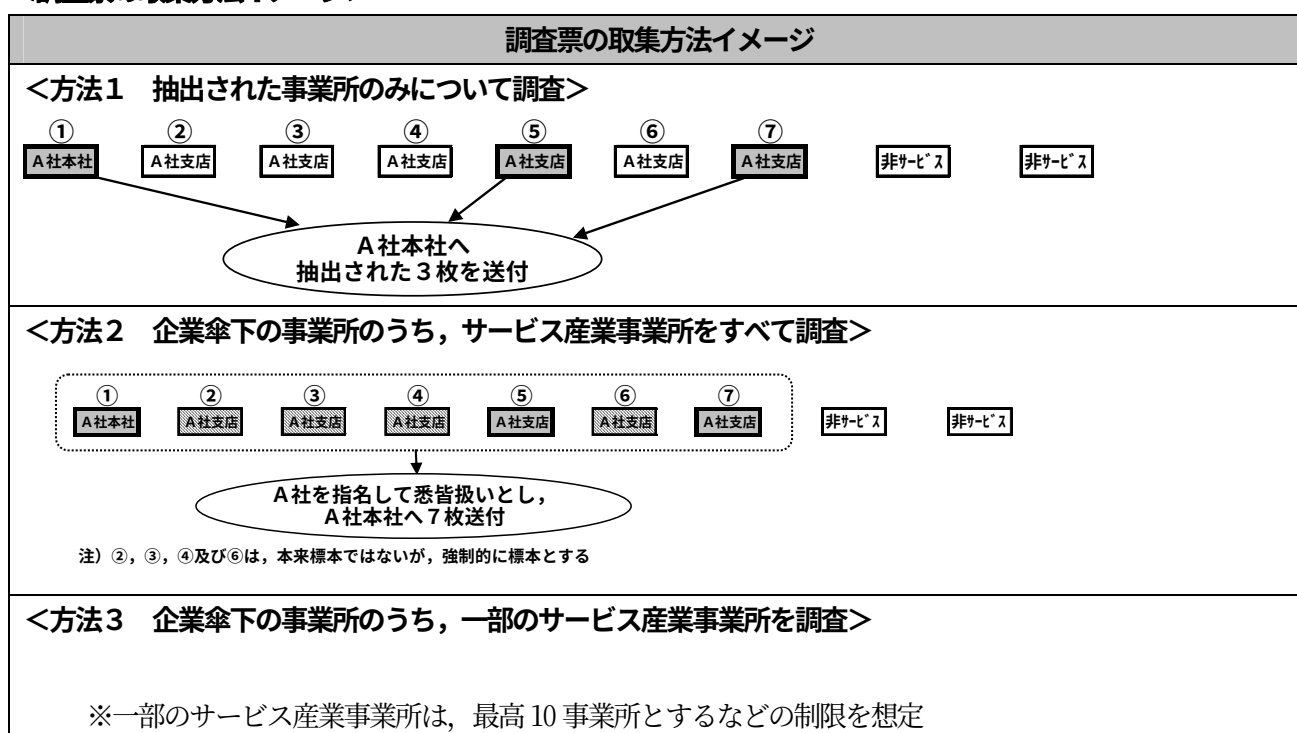
1. 調査票の収集方法

これまでの研究会の中で、本社などから傘下事業所の情報を把握することにより、効率的な調査の実施が可能となるのではないかと意見があった。

また、業界ヒアリングの結果、一部の企業においては、事業所（支店）が自身の売上高（収入額）を申告することが困難であるとの情報が得られたため、少なくともこれらについては、本社などから調査票を収集することが必要である。

本社などから調査票を収集する方法については、次の3つの方法が考えられる。

<調査票の収集方法イメージ>



次に示す検討の結果、方法1が妥当

2. 調査票の収集方法別の検討結果

<方法1について> ⇒ 標本理論上の問題はなく、実査上の回収対策として有効

・標本理論上の観点から

本社に複数枚の調査票を送付するが、標本理論に基づいた標本のみを調査する点は変わらない。したがって、標本理論上の観点からの問題点はない。

・実査上の観点から

現在の標本設計では、2事業所以上抽出される企業はほとんど見込まれないものの、複数事業所が抽出される企業があり、本社への送付を希望する企業があれば、回収対策のひとつとして、実査上対応することは、円滑な調査の実施に有効。

<方法2について> ⇒ **実査上困難**

・標本理論上の観点から

乗率を1にして集計するなどの工夫が可能であり、理論上の問題はない。

・実査上の観点から

30 か所以上の支所を有する企業の平均支所数は約 140 と見込まれ、本所に対しすべての支所分の記入を依頼するのは非現実的。

<方法3> ⇒ **標本理論に沿った設計が困難**

・実査上の観点から

方法2は実査上困難であることから、1企業に対し記入依頼する調査票枚数に上限（例えば 10 枚を上限など）を設ける。

・標本理論上の観点から

次のような問題が生じ、標本理論に沿った設計が困難になる。

例1 10支所を企業内の売上上位の支所とした場合

確率標本ではなくなり、適切な誤差評価などが困難

例2 10支所を調査実施者がランダムに選定した場合

標本設計は産業分類別結果の精度を保つことを目標に行おうとしており、多角化経営がみられる企業単位に抽出・復元すると、適切な誤差評価などが困難

（備考） 2事業所以上抽出される企業はほとんど見込まれないことについて

抽出率は約2%（標本数約4.5万）を想定している。調査対象産業の企業傘下の平均支所数は6.4であることから、1社当たりの平均標本数は0.128事業所となり、2事業所以上抽出される企業はほとんどないことになる。したがって、標本数と調査地点数はほぼ一致と考えられる。

ただし、30 か所以上の支所を有する企業は約 1300 あり、その合計支所数は約 17 万である。抽出率は2%であるから、約 3400 の標本が抽出されることになり、1社平均 2.6 事業所抽出されることになるから、若干の調査地点数の節約がありうるものの、2000 地点の節約になる程度に過ぎないと見込まれる。

注) 30 か所以上支所を持つ企業の合計支所数は、全支所数から支所数 29 か所以下の累計支所数を減じて求めた。