

## 平成 26 年以降の拡大調査の集計等について

サービス産業動向調査（以下、「動向調査」という。）の平成 26 年拡大調査に関しては、平成 26 年経済センサス - 基礎調査（以降「基礎調査」という。）において売上高が調査項目に追加されたことから、調査の一部（詳細は後述）は実施せず、基礎調査結果の移送を受けることとしている。

動向調査の平成 25 年見直し時、経済センサスとのこうした調整は想定していなかったことから、今後、5 年に 2 回、経済センサス（基礎調査及び活動調査）が予定されていることを踏まえ、見直しの考え方に沿って、動向調査における母集団情報のあり方や経済センサス結果の利用方法等について、整理しておく必要がある。

### 1 サービス産業動向調査の見直しの考え方

これまで 11 回のサービス産業統計研究会の議論を経て、平成 25 年 1 月から行うこととした動向調査の見直しについては、以下のような考え方が示されている（別紙「サービス産業統計研究会報告書（抄）」参照）。

- ・見直しは、経済センサスを中心とするサービス産業関連統計の体系的整備の推進にも資するもの。特に拡大調査については、経済センサスを補間する観点が重要。
- ・拡大調査と月次調査との関係については、事前に次期月次調査客体に回答指導を行うことやプレプリント情報を把握すること等を目的に、拡大調査の対象には次期月次調査対象を含める。
- ・月次統計の指標性を高めるために月次調査から除外した「事業を継続するための収入」（運営費交付金、補助金等）は、市場規模をより正確に把握する観点から、拡大調査において把握。
- ・事業所母集団データベースの整備の進展や、平成 24 年経済センサス - 活動調査結果を踏まえたさらなる体系的整備についても、今後検討が必要。

### 2 サービス産業動向調査の現状

#### (1) 調査客体の選定方法

- ・平成 21 年基礎調査を母集団として、調査対象を選定。

##### ① 企業等層（企業等調査）

資本金等が 1 億円以上の会社企業及び一部産業の企業等については、継続して悉皆調査を実施。

##### ② 事業所層（事業所調査）

企業等層以外の事業所については、産業別事業従事者規模別の層化抽出による標本調査を実施。標本は 2 年間固定。

	企業等層	事業所層
月次調査	約 13,000	約 26,000
拡大調査※	約 9,500	約 67,000

※情報通信業は拡大調査の対象外。

## (2) 他調査結果データの利用

### ア 月次調査

特定サービス産業動態統計調査（以降、「特サビ動態」という。）と調査対象が重複した場合は、月次調査を実施せず、特サビ動態結果を移送。

### イ 拡大調査

- ・通常年（経済センサスを実施しない年）

特定サービス産業実態調査（以降、「特サビ実態」という。）と調査対象が重複した場合は、拡大調査を実施せず、特サビ実態結果を移送。

- ・経済センサスの実施年

企業等調査のみ実施し、経済センサス結果を事業所調査分として移送。

## (3) 集計方法

- ・無回答や不詳は、母集団情報、回答結果から算出した変化率や一人当たり売上高、前年の月次調査の回答（拡大調査の場合のみ）等を活用して補定。
- ・平成 21 年基礎調査を母集団として復元推定。

## (4) 結果の公表時期

	月次調査	拡大調査（通常年）
速報	調査月の 2 か月後	調査年の年末頃
確報	調査月の 5 か月後	調査年の翌年秋頃

## 3 拡大調査（26 年調査以降）の検討課題とその対応案

### (1) 集計・公表スケジュール

#### ア 課題

- ・通常年と経済センサスの実施年では、集計作業を開始できる時期が異なる。

	25 年拡大調査（通常年）	26 年拡大調査（基礎調査の実施年）
速報	25 年 11 月末～（調査の 5 ヶ月後）	27 年 6 月頃～
確報	26 年秋頃～ （特サビ実態確報の公表後）	（26 年基礎調査速報の公表後※）

※26 年基礎調査の公表予定：速報は平成 27 年 6 月までに公表、確報は平成 27 年 11 月以降順次公表。



## (2) 経済センサスから移送できない調査事項の推計方法

### ア 課題

- ・ 拡大調査と基礎調査では、調査事項の取扱いが、以下のとおり異なる。

	25年拡大調査 (通常年)	26年基礎調査
売上高	全ての事業所を調査	国，地方公共団体の事業所は、調査せず
事業を継続するための収入	経営組織が「会社以外の法人」「法人でない団体」である事業所を対象として調査 ※	調査せず (売上高の一部に含まれる)
事業従事者数	6月末に最も近い営業日現在 ※	7月1日現在

※移送を受けた特サビ実態の調査時点は、「7月1日現在又はこれに近い給与締め切り日現在」。なお、特サビ実態においても「事業を継続するための収入」は調査していないため、統計局において補定している。

- ・ 基礎調査で調査していない、国，地方公共団体の事業所における「売上高」は、25年拡大調査結果以外に情報がない。
- ・ 経営組織が「会社以外の法人」及び「法人でない団体」の事業所（国，地方公共団体の事業所も含まれる）における「事業を継続するための収入」も、25年拡大調査結果以外に情報がない。
- ・ なお「事業従事者数」については、基礎調査では調査しているが、活動調査では国，地方公共団体の事業所は調査対象外である。

※拡大調査の企業等調査の対象としている国，地方公共団体の事業所については、「事業従事者数」、「売上高」及び「事業を継続するための収入」が把握可能。

### イ 対応

- ・ 経済センサスの実施年において、国，地方公共団体の事業所については、「売上高」及び「事業を継続するための収入」（活動調査の年は「事業従事者数」も）は、便宜的に一定であるとみなし、前年の拡大調査の結果を移送することとする。
- ・ また、「会社以外の法人」及び「法人でない団体」については、経済センサスの売上高には「事業を継続するための収入」が概念上含まれるため、これを適切に分割する方法について検討する。

### (3)集計方法等

#### ア 課題

- ・拡大調査と基礎調査では、調査方法、集計方法等が以下のとおり異なる。

	25年拡大調査	26年基礎調査
調査方法	標本調査	悉皆調査
集計方法	無回答や不詳は補定し、平成21年母集団に復元推定	有効回答を積み上げ
売上高の公表値	291兆円(24暦年)	243兆円※前後

※24年活動調査結果(23暦年)。これには国・地方公共団体の事業所が含まれていないことや、拡大調査とは調査対象年次が異なることにも留意が必要。なお、産業分類は拡大調査の調査対象産業に合わせている。

- ・25年拡大調査の売上高は、24年活動調査結果とは相当程度の差が生じている。したがって、単純に26年基礎調査結果をそのまま移送するだけでは、拡大調査の時系列に断層が生じると予想される。
- ・拡大調査は、安定した時系列結果を提供する必要があるとともに、経済センサスを補間する年次統計という役割が期待されていることを踏まえ、経済センサスとも一定の整合性を図る必要がある。
- ・25年拡大調査で復元推定した母集団は、当時、最新の経済センサスの確定値であった21年基礎調査である。26年拡大調査の公表時には、最新の経済センサスの確定値は24年活動調査であるため、24年活動調査を母集団に復元推定する方法が考えられる。

#### イ 対応

- ・事業所層については、毎年「標本調査」(経済センサスの実施年には、経済センサスの個票を標本抽出)を行い、不詳の事業所については補定し、最新の経済センサスの確定値を母集団として復元推定することとする。なお、26年拡大調査については、事業所は26年基礎調査データを用いて「標本調査」を行い、24年活動調査を母集団として復元推定することとする。
- ・拡大調査においては、復元推定する母集団を逐次更新することで、毎年推計・公表する売上高(市場規模)の精度を高め、年次統計としての時系列安定性を確保する。過去の系列の遡及改定はしない。
- ・26年拡大調査(25暦年)を24年基準とすると、既に公表を終えている月次調査の25年合計(21年基準)と、基準年の相違に起因する差が生じることとなるが、月次・拡大の棲み分けを図る(後述)こととし、公表済の月次調査結果は特に補正等を行わない。

※より厳密に言えば、国、地方公共団体の事業所については、母集団情報は基礎調査しかないため、今回24年活動調査に復元推定できるのは民営事業所のみとなる。

※事業所層には企業等層の傘下事業所を含めない必要があり、そのためには本支名寄せが完了している母集団データが必要。データ移送する26年基礎調査(速報)は、本支名寄せが未了なため、今回拡大調査を

26年基礎調査に復元推定することは困難。

※月次調査と拡大調査における標本の相互関係により、異なる母集団名簿から選定した標本が混在することとなるため、抽出元母集団と復元先母集団の概念は一致しない。

#### (4) 産業分類

##### ア 状況

- ・日本標準産業分類第13回改定に伴い、26年基礎調査で用いられる産業分類が、以下のとおり変更される。

サービス産業動向調査 (産業細集計区分)	21年基礎調査 (25年拡大調査の母集団)	26年基礎調査
41a 他の映像・音声・ 文字情報制作業	41A ニュース供給業	416 映像・音声・文字 情報制作に付随する サービス業
	41B その他の映像・音声・ 文字情報制作に付随す るサービス業	
76b 他の飲食店	76G 他に分類されないそ の他の飲食店	76G 他に分類されない 飲食店
79a 他の生活関連サ ービス業	79D 写真現像・焼付業	79D 写真プリント、現 像・焼付業

※変更のある産業分類のうち、サービス産業動向調査の調査対象産業のみを抜粋

##### イ 対応

- ・上記分類の改定は、拡大調査の集計には影響しない。

#### 4 平成27年以降の調査の検討課題とその対応案

##### (1) 月次調査の集計

##### ア 課題

- ・平成20年から24年までは平成18年事業所・企業統計調査、25年からは平成21年基礎調査を母集団として集計。27年以降の母集団について検討が必要。
- ・月次調査においても、拡大調査同様、逐次最新の母集団に切り替えていく方法も考えられるが、拡大調査と比べ、実額（市場規模）自体の精度を確保する優先度は高くなく、むしろ月次統計としての時系列安定性が求められる。実際、5年ごとに基準改定を行う月次統計が多く見られることにも照らせば、しばらくは基準年を固定することが妥当とも考えられる。
- ・事業所層は2年間標本を固定。

## イ 対応

- ・月次調査については、平成 28 年（次期標本）までは 21 年基準とし、26 年基礎調査確報が利用可能となる 29 年調査（次々期標本）から、26 年基準として公表。基準年を一定期間固定することで月次の安定性を確保する月次調査と、逐次基準年を更新することで実額の精度を確保する拡大調査とで、棲み分けを図る。
- ・月次調査の基準改定は、全事業所を対象とする基礎調査（確報）の公表後、速やかに行うこととする。また、遡及演算や標本交替による断層を解消するためのリンク処理を適宜行う。

## (2) 年次フレームの利活用

### ア 課題

- ・動向調査では、平成 21 年基礎調査を基本としつつ、新設が確認された企業等を 25 年 1 月（新調査開始時）と 26 年 1 月に追加。
- ・事業所・企業の異動に伴う母集団情報の劣化を防ぐため、引き続き新設・廃業情報を速やかに調査対象名簿に反映できることが望ましい。
- ・事業所母集団データベースに関し、毎年の「年次フレーム」（毎年度決められた時点を基準にして、経済センサスを基礎としてその他の行政記録や統計調査結果により更新した母集団情報）の提供が開始されたことも踏まえ、調査対象名簿の更新方法について検討が必要。

### イ 対応

- ・年次フレームによって動向調査の対象とするべき新設企業・事業所が把握できた場合には、新設企業については、翌年 1 月の月次調査又は拡大調査から調査対象に追加し、新設事業所については、代替事業所名簿（調査対象事業所が廃業した場合に代替事業所を選定する際の名簿）に追加することを検討する。
- ・年次フレームによって動向調査の調査対象となっている企業・事業所の廃業が確認できた場合には、廃業した企業については調査対象外とし、廃業した事業所については、翌年 1 月の月次調査から代替事業所を調査することを検討する。

※現時点で年次フレームにて活用している行政記録情報（労働保険情報、商業・法人登記情報）では、個人経営事業所や支社事業所等の新設・廃業が把握困難であることが確認されているため、動向調査の復元先母集団情報として年次フレームを活用することは、今後の課題。

サービス産業統計研究会報告書（平成 24 年 2 月）（抄）

1 見直しの基本的な考え方

本統計は、「サービス産業全体の生産・雇用等の状況を概括的に把握できる統計であること」を基本としており、①産業網羅的に、②小規模企業及び個人企業も把握することでサービス産業全体の母集団推計が可能な、唯一のサービス産業の月次動向を把握する統計といえる。

月次統計については、この特長を活かしつつ、さらに精度の向上を図りつつ、産業活動の実態をよりの確に把握するものとするべく検討を行った。

（中略）

こうしたことから、本統計の見直しについては、月次調査の精度向上の観点から企業単位の調査を一部導入するとともに、月次調査の一部を拡大（拡大調査）し、年次で都道府県別の活動を把握することとする。これらにより、サービス産業全体の生産・雇用等の概括的な統計において、売上高の時系列的・地域把握の整備を進め、もって経済センサス - 活動調査を中心とするサービス産業関連統計の体系的整備の推進にも資することとする。

（後略）

3 サービス産業動向調査の見直し

(2) 年次統計及びそのための拡大調査の導入

本統計においては、5年に一度実施される経済センサスを補間する観点が重要である。

このため、具体的には、詳細な産業分類別売上高や従業者数等の構造的側面についても動向を把握することとする。

（中略）

拡大調査については、以下のような点に留意した設計を行うことにより月次統計にも有効なものとなる。

- ① 次期調査客体となると見込まれる事業所については、月次調査当初の回収率が低い傾向があり、月次調査の事前に、調査票の記入指導、オンライン調査等調査方法の選択とその回答準備の指導などを適切に行う必要がある。
- ② このような標本の交替に伴い、交替前後の統計の接続性に資する対応を図る必要がある。
- ③ 月次調査の対象の企業に対して、月次調査の事前に、年間ベースの詳細な情報を的確に入手することにより、月次調査の回答を求める事業内容のプレプリント情報

を把握する必要がある。

- ④ 月次統計の景気動向としての指標性を高めるため、国や地方公共団体等の事業所において、売上高から、国や地方公共団体の支出等による収入を月次調査から除外する必要がある一方で、年次統計においては、産業ごとの生産の状況をより正確に把握する観点から、そのようなものについても把握する必要がある。

#### (8) 新規事業所・企業の把握

新規事業所・企業の把握のため、拡大調査において、次期調査客体となると見込まれる事業所を選定する際に、事業所母集団データベース等の結果を用いて新設事業所・企業を対象に追加することとし、その他の変更情報も合わせて反映することとする。

### 5 おわりに

#### (1) サービス産業動向調査の果たすべき役割

(前略)

今後、経済センサスを中心としたサービス産業関連統計の体系的整備において、今回創設する年次統計を含め、ますます重要な役割を担っていくことが見込まれると考える。

今回の見直しにより一定の精度が確保され、年次統計についても、月次統計と相互補完しつつ、一貫した統計体系として構築していくことが適当である。

#### (2) 今後の課題

- ③ 平成 21 年経済センサス - 基礎調査結果の分析を行うとともに、事業所母集団データベースの整備による企業・事業所の構造把握の進展や、今後実施予定の平成 24 年経済センサス - 活動調査結果を踏まえたさらなる体系的整備についても検討する必要がある。