

サービス産業統計研究会における平成 26 年度検討結果

はじめに

平成 20 年に創設されたサービス産業動向調査は、第 I 期「公的統計の整備に関する基本的な計画」(平成 21 年 3 月閣議決定)において、「将来の基幹統計化について検討する統計」に位置づけられた。総務省統計局では、同計画を踏まえて平成 21 年から「サービス産業統計研究会」(座長：廣松毅 情報セキュリティ大学院大学教授)を開催し、同調査の調査方法等の検討を経て、平成 25 年から、企業単位の調査の導入による精度向上や都道府県別売上高の把握を含めた大幅な見直しを行った。

また、第 II 期の計画(平成 26 年 3 月閣議決定)においては、「サービス産業の全体像を把握する上で重要な付加価値等の構造面を把握する統計の在り方について研究を進める」ことなど、引き続きサービス産業に係る統計整備の必要性が指摘されている。

これらを踏まえ、総務省統計局では、見直し後の調査の実施状況を検証・評価し、統計の有用性の向上やサービス関連統計の体系的整備等に関して引き続き検討するため、平成 26 年 5 月から本研究会(座長：引頭麻実 株式会社大和総研常務執行役員調査本部副本部長)を再開した。

本報告は、平成 26 年度に本研究会で行った調査の実施状況の検証・評価と、それにより明らかとなった今後の検討課題についてとりまとめたものである。

I 調査の実施状況の検証・評価

1 回答状況

見直し後の調査の実施状況を評価する第 1 の視点として、回収率や調査事項の記入率等を検証した。

(1) 調査票回収率

調査見直し後の平成 25 年の調査票回収率は、月次調査の年平均で 48.7% (速報) 及び 59.6% (確報) となった。調査方法が従来と異なるため単純比較はできないが、平成 24 年と比較すると、それぞれ 8.1 ポイント (速報) 及び 7.2 ポイント (確報) 低下した¹。調査項目の拡充による回答負担の増加や、従来調査員調査としていた小規模事業所にお

¹ ただし後述のとおり、企業単位の調査の導入による売上高カバーの向上により、得られる統計の精度は従来に比べ改善しているものと考えられる。

ける郵送調査への変更等が、低下の背景にあるものと考えられる。

平成 26 年の回収率は、直近までの年平均で 51.6%（速報）及び 60.5%（確報）となり、平成 25 年よりも若干改善しているものの、必ずしも十分とはいえない状況である。

なお、平成 25 年に初めて実施した拡大調査の回収率は、61.5%（確報）となった²（資料 1-1-P1）。

一方、平成 25 年の回収率を企業等及び事業所別に見ると、それぞれ確報で 57.6%、60.7%となる等、企業等の回収率の方が事業所より低い状況である。また、客体の産業別にみると、特に「宿泊業、飲食サービス業」及び「生活関連サービス業、娯楽業」において回収率が低くなっており、この傾向は企業等よりも事業所の方がより顕著な状況である。さらに事業従事者規模別にみると、「10 人未満」の事業所の回収率が低いが、「1000 人以上」の企業等の回収率が高いとは言えないことも見逃せない（資料 1-1-P2）。

これらの結果は、従来から予想された小規模の調査困難産業に加え、大規模企業への対策の必要性も示唆するものと言える。

(2) オンライン回答率

オンライン回答については、第Ⅱ期基本計画においても、効率的な統計作成や回答者の負担軽減等のため、その促進が必要とされている。サービス産業動向調査では、従来希望客体のみ配布していたログイン情報（オンライン回答に必要な ID 及びパスワード）を、平成 25 年 11 月以降すべての企業等に配布したことにより、特に企業等におけるオンライン回答率が大きく向上した。

平成 26 年のオンライン回答率は直近で 8.4%（暫定）となっており、徐々に上昇している状況である（資料 1-1-P1）。

(3) 調査項目の記入率

回答のあった客体における調査項目の記入状況を見ると、平成 25 年からの新規項目である、企業等の「事業活動別売上高」（月次調査）については、9 割以上の記入率を得ている。一方で「需要の状況」（月次調査）については、平成 25 年の平均で 80%台となっており、他の調査事項に比べて記入率が低い。なお、平成 24 年以前も調査していた「事業従事者数」³（月次調査）については、100%近い記入率を得ている（資料 1-1-P3）。

一方、平成 25 年拡大調査における記入率をみると、「事業活動別事業従事者数」については、「事業従事者数」（月次調査）に比べて低い。また、「事業活動別地域別年間売上高」に関しても、「事業活動別売上高」（月次調査）に比べて低い（資料 1-1-P4）。これら

² 平成 25 年拡大調査の回収率（企業等：56.0%、事業所：62.3%）を、月次調査の 25 年平均（確報）と比較すると、企業等は月次調査より低く、事業所は高い。企業等については拡大調査の負担の重さを示唆していると考えられる一方、事業所については調査事項が少ない上に年 1 回の回答で済むことが、この背景にあるものと見られる。

³ 企業等調査において、傘下の事業所の裁量で採用しているアルバイト等を的確に回答できているかについては、記入率のみでは判断できない。

については、「(4)企業等における必要回答項目数と回答状況の関係」及び「3 企業ヒアリング」の項でも考察する。

(4) 企業等における必要回答項目数と回答状況の関係

ア 事業活動数別

企業等において回答が必要となる事業活動数（1～4）別に、平成25年拡大調査の回収率を見ると、事業活動数が多くなるほど回収率は高くなる傾向が見られる。また、売上高の記入率（＝記入数／記入対象活動数）は、事業活動数にかかわらず100%近い。したがって、少なくともこの分析からは、回答負担が必ずしも回収率等に負の影響を与えているとはいえない。

他方、事業従事者数の記入率は、事業活動数が多くなるほど低下する傾向にある（資料1-1-P5）。

これらの状況を、さらに事業従事者規模別に見ると、回収率については、どの規模においても、事業活動数が増えるほどおおむね回収率は高くなる傾向が見られる。売上高の記入率は、規模ごとに目立った特徴は見られない。

一方、事業従事者数の記入率については、規模が大きいくほど、事業活動数に対して右肩下がりの傾向が強まり、特に「300人以上」の企業等における記入率の低下が顕著である（資料1-1-P6）。

これらの結果から、特に大規模な企業等において、複数活動の事業従事者の計上が困難な状況が見受けられる。ただし、事業従事者数ベースで回答状況等を見ると、企業等の事業従事者数は事業所に比べて極めて少ない。すなわち、企業等の「記入率」よりも事業所を含めた全体の「回収率」の方が、事業従事者数の結果精度を実質的に決定していることも分かる（資料1-1-P8）。

イ 地域数別

次に、地域数（当該企業が事業活動を行っている都道府県数）別に回収率を見ると、地域数が多くなるほど回収率は高くなっており、これについても回答負担と回収率の負の相関は見られない。

一方、売上高の記入率（＝記入数／記入対象地域数）は、地域数が多くなるほど低下する傾向にある。特に10以上の都道府県でまたがって活動している企業等の売上高記入率は、8割未満となっており、サービス産業における地域別売上高の回答の困難さがうかがえる（資料1-1-P5）。

これらの状況をさらに産業別に見ると、特に売上高の記入率は、どの産業においても地域数が増えるほど低下する傾向が見られる。この結果は、いわゆるネットワーク産業以外についても、地域別売上高の回答が困難なことを示しており、サービス産業共通の課題が内在していることを示唆している（資料1-1-P7）。

なお、売上高ベースで見ると、企業等の地域別売上高の「記入率」よりも、事業所を含めた全体の「回収率」の方が、結果精度への影響が大きいことが分かる（資料 1-1-P8）。

2 調査結果の妥当性

見直し後の調査を評価する第2の視点として、他の統計調査結果と比較すること等により、調査結果の妥当性を検証した。

(1) 事業活動別売上高

平成 25 年拡大調査の売上高（24 暦年）を、24 年の月次調査（年計、見直し前後の時系列比較が可能となるよう調整した値）と比較すると、それぞれ 291.3 兆円、288.6 兆円（情報通信業を除く）となっている。これを産業別にみても、差はおおむね標本誤差の範囲で収まっており、月次調査と拡大調査は整合的な結果が得られている（資料 1-1-P9）。

一方、拡大調査の売上高（平成 24 暦年）を、対象年次が 1 年前の平成 24 年経済センサス - 活動調査（以下「活動調査」という。23 暦年）の結果とあえて単純比較をすると、拡大調査の売上高計が 291.3 兆円となっているのに対し、同一産業における活動調査の結果は 242.7 兆円となっている⁴（資料 1-1-P10）。

この要因としては、対象年次（活動調査は東日本大震災が発生した年）や対象範囲（活動調査の対象には公営事業所が含まれない）の違いに加えて、サービス産業動向調査では平成 21 年経済センサス - 基礎調査（以下「基礎調査」という。）の結果に合わせて復元推定していることも影響が大きいと考えられる。このことは、本調査で用いる母集団情報について、検討課題を提起する結果となった（「Ⅱ 今後の課題」参照）。

(2) 需要状況 D I

「需要の状況」について、前年同月と比較した状況が的確に回答されているかを検証するため、平成 25 年における「需要状況 D I」と「売上高（前年同月比又は前月比）」の関係を見ると、「相関係数」等の指標やグラフのいずれで比較しても、全体的に「需要状況 D I」は売上高の「前年同月比」ではなく「前月比」との関連が強い傾向にある。特に、弁護士等のいわゆる「士業」や経営コンサルタント等が該当する「専門サービス業」等において、その傾向が顕著となっている（資料 1-1-P16～20）。

「需要の状況」は、売上高の変化の背景を探るために設けた調査事項であり、「需要状況 D I」と「売上高前年同月比」は必ずしも動きが一致すべきものではないが、短期間にサービスの単価が大きく変動することは考えにくいいため、ある程度似た動きを示すこ

⁴ 売上高のうち主業が占める割合（主業比率）については、拡大調査（企業等調査）と活動調査の結果は、一部の産業を除きほぼ一致する。やや差が見られる産業においては、調査方法の違い（サービス産業動向調査：調査客体に応じた事業活動（産業小・細分類レベル）をプレプリント、活動調査：全客体共通の事業区分（産業大・中分類レベル）による調査）も、影響しているものと見られる（資料 1-1-P15）。

また、地域別売上高（各都道府県における産業構成）については、両調査とも全体的におおむね同じような傾向をしているが、一部の県ではやや差が見られる（資料 1-1-P11～14）。

とが望ましいと考えられる。したがって上記の分析は、「需要の状況」の調査方法等に大きな検討課題があることを示唆している。

一方で「鉄道業」においては、「売上高前年同月比」との関連が強い。鉄道業においては、業務上システムの的に管理されている乗客数などを元に、前年同月と比較した「需要の状況」が回答されているものと推察される⁵。

3 企業ヒアリング

調査の実施状況を評価するもう一つの視点として、調査の回答者の認識を把握するため、調査対象企業に対してヒアリング等を行い、111社（訪問による聴取53社、アンケート回答58社）から回答を得た（資料1-2）。

(1) 事業活動別売上高

事業活動別売上高に関しては、回答企業の約9割にあたる99社が、「サービス産業動向調査で用いている活動別に売上高を管理している」という結果となった。

企業が用いているセグメント情報と当調査における事業活動は、おおむね適切に対応していると見受けられるが、一部には事業活動別の回答が難しいとの事例も見られた。

(2) 都道府県別売上高

都道府県別売上高に関しては、情報通信業を除く回答対象企業の過半にあたる52社が、「都道府県別に管理していない事業がある」という結果となった。さらにそのうち約半数の23社は、「事業従事者数などであん分することも不可能」としている。

その理由としては、地域別の管理が概念上困難な旅客移動や物流以外にも、都道府県までの細かい単位で会計管理していない事例が判明した。また、サービス産業動向調査では、原則サービスを提供した場所で売上高を計上することとしているが、「顧客の所在地別の管理まではしていない」という声や、「複数拠点をもつ大企業を顧客とするサービスの場合には、どの場所の売上高として計上すべきか分からない」との声も聞かれた。

上記のとおり、ヒアリング結果からは、いわゆるネットワーク以外の産業でも、都道府県別の算出が困難な状況がうかがえる。

(3) 消費税の取扱い

売上高における消費税の扱いについては、大半の101社が税抜経理の会計処理を行っており、そのうち約6割にあたる60社が「税込補正は不可能」という結果となった。

非課税品目が混在し、自社システムが税抜処理となっている事例の他、「グループ本社（親会社）が税抜で連結決算を行うために税込回答が困難」との事例も得られた。

⁵ 加えて、鉄道業は調査設計上全数調査としているため、「需要の状況」と同じく「売上高」も復元推定しない（ウェイトが1）ことも、その要因と考えられる。

(4) 需要の状況

「需要の状況」については、回答企業の3割強にあたる37社が「前年との比較が難しい」とし、そのうち15社が「何をもって需要の増／減とするかわからない」とした。

また、「前年同月の需要量を管理していない」とする企業も多く、「具体的に〇%ならば需要増と考えるのか不明」、「単月の契約件数は需要とは呼べない」、「感覚的な回答しかできない」、「何の指標を基準に需要を判断すればよいか分からない」等の意見もあった。

一方でサービスの「需要」を、売上高や受注額等によって判断している企業も多く存在した。これは、(金額ではなく)数量ベースの需要を調べるという本来の趣旨について、大きな課題を提起する結果といえる。

(5) 事業活動別事業従事者数

事業活動別事業従事者数については、回答企業の3割にあたる27社が、事業活動別に従事者数を「管理していない」とした。事業を特定できない本部や間接部門の社員や、パート・アルバイト、必要に応じて本来業務とは別の業務が発生する従業員の管理などに、課題が見られた。

(6) オンライン調査

本調査においてオンラインによらず郵送回答を選択している企業のうち、6割強にあたる56社は「紙の調査票に記入する方が簡単」とした。「ログイン作業をしている間に紙への記入が終わる」といった意見の他、「紙の方が仕事を忘れにくい」「調査票を部内閲覧するため」「項目別に記入部署が異なるため」「紙の方が担当者変更時に引継ぎしやすい」等の意見もあった。また「オンライン回答できることを知らなかった」との声も聞かれた。

一方、オンラインで回答している企業にその使い勝手について聞いたところ、「回答送信後に回答修正できる機能の追加」「システムへのログインの簡素化」「前回の入力履歴の保存」等の要望があった。

4 サービス産業動向調査の見直しの評価

上記の検証を通じて、平成25年に行った調査の見直しに対する評価として、次のとおり総括することとしたい。

(1) 統計精度の向上

見直しの一つ目の目的は、企業単位の調査の導入による、売上高のよりの確な把握である。

これについては、従来は調査対象の事業所（約 3.9 万）から全国の状態を推計していたのに対し、平成 25 年からは、調査対象企業の傘下事業所（約 15 万）及び調査対象事業所（約 2.6 万）から推計できるようになったため、（回収率の低下を加味しても）全体として売上高のカバーは向上した。したがって、得られる統計の精度は従来に比べ改善しているものと考えられる。

また売上高の事業活動別の把握に関しても、記入率や企業ヒアリングの結果等からみて大きな問題は生じておらず、統計精度の向上に寄与していると考えられる。

以上のことから、回収率及び記入率の課題は残るものの、企業調査の導入による統計精度の向上は、おおむね目的を達成しているといえる。

(2) 統計の充実

見直しのもう一つの目的は、需要動向の把握や年次調査（拡大調査）の創設による、統計の充実である。

これらの新たな統計の提供は、サービス産業の地域別状況などの統計の充実を果たした反面、企業ヒアリングの結果等から、当初は想定していなかった課題もいくつか明らかとなった。

以上のことから、統計の充実という観点からは、見直しの目的達成は中途段階といえ、調査事項の更なる検討を要するものと考えられる。

II 今後の検討課題

1 回収率及び記入率の向上

上記の検証により、回収率については、①事業所調査よりも企業等調査の方が低い傾向にあること、②「宿泊業、飲食サービス業」及び「生活関連サービス業、娯楽業」において特に低いこと、③事業従事者「10 人未満」の事業所の回収率が低いことに加えて「1000 人以上」の企業等の回収率も高いとはいえないこと等が明らかとなった。また、回答企業における売上高や事業従事者数の記入率と比べて、回収率そのものの方が全体の結果精度に与える影響は大きいことも判明した。

総務省では平成 27 年調査から、調査業務を実施する民間事業者との間で、結果精度への影響が大きい企業への重点的な督促と、規模・産業に応じた督促の工夫を、委託契約事項として盛り込んでいる。今後、これらの措置の効果について注視していくとともに、民間事業者とも連携しつつ、調査の重要性の周知や調査用品の改善による負担感の軽減等を図りながら、引き続き回収率の向上に努めていく必要がある。

またオンライン回答については、従来希望客体のみ配布していた ID 等を全客体に配布することで、手続きを簡素化することとしているが、オンライン回答の認知不足や閲覧・修正機能の追加要望等も判明したことから、これらの対応についても検討する必要

がある。

2 調査事項の在り方

(1) 事業活動別売上高（主に月次調査）

事業活動別売上高については、記入率や企業ヒアリングの結果等からみて、これまでのところ大きな問題は見当たらない状況といえる。ただし、一部企業において回答が難しい事例も見られたことから、引き続き運用を注視していく必要がある。

(2) 都道府県別売上高（拡大調査）

企業等における都道府県別売上高については、事業の性質から算出が容易でないと想定される「運輸業、郵便業」以外の産業においても、回答が困難な状況が見受けられた。特に企業ヒアリングによれば、過半数が都道府県単位で売上高を管理していない事業を有し、そのうち半数近くは、あん分などによる算出も困難との結果であった。

これらを踏まえ、都道府県別売上高に関しては、回答が困難な場合の対処方法、「記入のしかた」の工夫の余地、把握すべき「都道府県別売上高」の在り方などについて、引き続き検討していく必要がある。

(3) 事業活動別事業従事者数（拡大調査）

企業等における「事業活動別事業従事者数」については、事業活動別に事業従事者数を管理していない事例や、複数事業を兼務しているもしくは管理部門の社員等の扱いに課題があることが判明した。一方で、売上高に比べて事業従事者数は、複数事業を調査する企業等調査よりも事業所調査の方が、調査結果に与える影響が圧倒的に大きいことも確認された。

これらを踏まえ、企業等における事業活動別事業従事者数の扱いに関しては、その調査目的に照らして、調査項目の必要性も含めて改善を検討していく必要がある。

(4) 需要の状況（月次調査）

「需要の状況」については、他の項目に比べて記入率が低い上、結果数値の妥当性の観点や回答企業の意見からも、総じて否定的な検証結果となった。

これらを踏まえ、「需要の状況」については、その調査目的に照らして、調査項目の必要性も含めて抜本的に見直す必要がある。

3 母集団情報の在り方

サービス産業動向調査では、これまで平成 21 年基礎調査の結果に合わせて復元推定しているが、このことが 24 年活動調査結果との差の一因となっている上、古い情報を使用し続けることによる結果精度への影響について、懸念を残す状況となっている。

経済センサスを補間する役割が期待される拡大調査については、売上高の実額（市場規模）の精度を確保する観点から、27年以降、24年活動調査を用いた復元推定を予定しているが、月次調査については、時系列安定性や作業負担等の面を勘案し、平成28年まで21年基礎調査を用いることとしている。したがって、特に月次調査においては、実額の精度確保に課題が残っている。

現在、新設が確認された企業等を年初に調査対象として追加することで、時間の経過に伴う母集団情報の劣化を防ぐ措置を講じているが、今後も母集団情報の在り方について、結果精度、ユーザーのニーズ、月次・年次・5年次統計の体系的整備の観点から、中長期的に検討していく必要がある。

おわりに

本研究会では、今年度の計4回に渡って、サービス産業動向調査の見直しの検証を行ってきた。

来年度以降も、まずは結果精度確保のため、回収率の向上に向けた不断の努力の継続が必要である。また、今年度明らかとなった上記課題の検討を始めるとともに、蓄積されつつあるデータを用いて、今年度必ずしも十分にできなかった実施状況の検証を、引き続き進めていく必要がある。

また、調査の有用性向上の観点から、第Ⅱ期基本計画で掲げられた「付加価値等の構造面を把握する統計の在り方」や、消費税の取扱い等についても、研究を開始する必要がある。

これらの分析を踏まえ、経済センサス - 活動調査や同 - 基礎調査の動きも注視しながら、関連統計調査との関係等についても、中長期的に検討を進めていく必要がある。