

統計調査ニュース

平成20年(2008)11月

No.264



「経済の国勢調査」、スタート —平成21年経済センサス-基礎調査—

統計局統計調査部長 吉崎 賢介

平成21年経済センサス-基礎調査は、9月に、正式に指定統計(21年から基幹統計)としての指定が行われ、来年7月1日を調査期日として実施されることになりました。

統計局の庁舎玄関に「平成21年経済センサス-基礎調査実施本部」の木製看板が掛けられています。統計局でこのような看板を掛け、「実施本部」を設置するのは、これまでは国勢調査しかありませんでした。今回、この体制を統計局がとったことは、経済センサスの重要性を示しています。

そもそも、我が国の産業を対象とする大規模調査には次のような問題がありました。すなわち、①省庁ごとに所管産業別に異なる年次・周期で実施され、②国民経済のウエイトが高い第三次産業分野の統計が不足し、③SOHOなど調査員調査では的確な把握が困難な事業所・企業が増加しているといった点です。

このような現状からも、国の経済活動の実態を同一時点で包括的に表す一次統計の整備が必要とされてきました。

このため、政府全体で検討を行

い、平成21年に事業所・企業の捕捉に重点を置いた調査を実施し、この調査により得られた情報を有効に活用して、23年に経理項目の把握に重点を置いた調査を実施することになりました。

平成21年経済センサス-基礎調査は、商業・法人登記簿情報も活用し、これまでの事業所・企業統計調査の調査員調査では把握困難であった事業所を把握します。本社に対し、支社である事業所も含め調査票の記入を依頼する本社一括調査を導入します。また、一定規模以上の企業に対しては、オンライン・郵送による回答方法も導入します。

21年調査でこうして得られた事業所・企業の経営組織・資本金・従業員数・活動内容をベースに、平成23年経済センサス-活動調査で売上高・必要経費総額等の調査が行われます。23年調査では、原則、サービス業を含むすべての産業分野の経理事項等を包括的に調査します。

経済センサスにより、事業所・企業を対象とする各種調査に対する母集団情報の整備が図られること

はもちろんのこと、GDPを始めとする各種経済指標の精度向上が図られます。また、産業振興施策、中小企業施策など各種施策の的確な推進が図られるほか、地域に密着した政策の推進が期待されます。

今回、幾つかの大規模統計調査の整理統合も行われますが、事業所・企業統計調査と比べ、調査方法の変更などもあり、地方公共団体や調査員の皆さんにも御苦労をお掛けすることになります。事業所や企業を対象にした調査としては我が国最大の統計調査になり、多くの期待もかけられています。経済センサス50年の歴史の米国に比べれば、緒に就いたばかりですが、我が国の経済センサスが、経済政策運営や国民生活向上に不可欠な統計調査となるよう、よろしく御理解、御協力をお願いします。

ビルくんとケイちゃん



(経済センサスマスコットキャラクター)

目次

「経済の国勢調査」、スタート —平成21年経済センサス-基礎調査— …… 1
 平成19年就業構造基本調査の結果から ③ …… 2
 ネットショッピングの状況
 「家計消費状況調査」及び「社会生活基本調査」の結果から …… 4
 藤田峯三氏(OB)が第5回 JICA 理事長表彰を受賞 …… 5
 講演「私たちの暮らしと統計 —統計は国民の共有財産—」
 —日本統計学会主催 市民講演会— …… 6

第56回統計グラフ全国コンクール入選作品決定 …… 10
 統計データ・グラフフェアの開催 …… 12
 「平成20年秋の叙勲及び褒章」 …… 13
 平成21年経済センサス-基礎調査の広報計画 …… 14
 中核市発とうけい通信④ …… 15

平成 19 年就業構造基本調査の結果から ③

前々月号、前月号に引き続き、平成 19 年就業構造基本調査結果の概要を紹介します。

1 若年無業者は 63 万人 3 千人、5 年前に比べ 6 万 1 千人減少

若年無業者は 63 万 3 千人（就業希望者のうち非求職者 30 万 2 千人、非就業希望者 33 万 1 千人）で、平成 14 年と比べ 6 万 1 千人の減少となっています。

15～34 歳人口に占める若年無業者の割合は 2.1% となっており、平成 14 年と比べわずかに上昇しています。

男女別にみると、男性は 39 万 5 千人で、平成 14 年と比べ 2 万 4 千人の減少、女性は 23 万 8 千人で 3 万 7 千人の減少と、男女とも減少しています。（表 1）

* 若年無業者とは、15～34 歳で家事も通学もしていない無業者のうち、①就業を希望している者のうち、求職活動をしていない者（非求職者）、②就業を希望していない者（非就業希望者）

表 1 男女、就業希望の有無別若年無業者数及び割合（平成 14 年、19 年）

男女		実数			割合		
		総数	男	女	総数	男	女
平成 19 年	15～34 歳人口	30,566.5	15,547.8	15,018.7	100.0	100.0	100.0
	若年無業者	632.7	394.6	238.2	2.1	2.5	1.6
	就業希望者のうち非求職者	301.7	193.8	107.9	-	-	-
	非就業希望者	331.0	200.8	130.3	-	-	-
平成 14 年	15～34 歳人口	34,023.1	17,269.9	16,753.3	100.0	100.0	100.0
	若年無業者	694.0	418.7	275.3	2.0	2.4	1.6
	就業希望者のうち非求職者	328.4	206.1	122.3	-	-	-
	非就業希望者	365.6	212.6	153.0	-	-	-
増減	15～34 歳人口	-3,245.6	-1,722.1	-1,734.6	-	-	-
	若年無業者	-61.3	-24.1	-37.1	0.1	0.1	0.0
	就業希望者のうち非求職者	-26.7	-12.3	-14.4	-	-	-
	非就業希望者	-34.6	-11.8	-22.7	-	-	-

2 起業比率が高いのは「不動産業」、「サービス業（他に分類されないもの）」、「情報通信業」（過去 5 年間の転職起業者）

過去 5 年間の転職起業者の産業別割合を有業者全体の産業別割合で除した特化係数でみると、「不動産業」（2.6）が最も高く、次いで「サービス業（他に分類されないもの）」（2.0）、「情報通信業」（1.9）となっており、これらの産業で起業する比率が高いことを示しています。また、「建設業」、「飲食店、宿泊業」、「農業」で特化係数が 1 を超えています。（表 2）

* 「会社などの役員」及び「自営業主」について、今の仕事（事業）が自ら起こしたものであるかどうかを調査し、自ら起業した場合に「起業者」としている。

表 2 主な産業別過去 5 年間の転職起業者数及び割合（平成 19 年）

起業した産業	過去 5 年間の転職起業者		有業者全体と過去 5 年間の転職起業者の割合の比較		特化係数 (B/A)
	実数	割合	有業者全体の割合 (A)	過去 5 年間の転職起業者の割合 (B)	
総数	541.0	100.0	100.0	100.0	-
農業	30.8	5.7	3.8	5.7	1.5
建設業	69.0	12.8	8.3	12.8	1.5
製造業	20.0	3.7	17.6	3.7	0.2
情報通信業	36.0	6.7	3.4	6.7	1.9
運輸業	22.3	4.1	5.0	4.1	0.8
卸売・小売業	85.6	15.8	17.4	15.8	0.9
不動産業	22.1	4.1	1.6	4.1	2.6
飲食店、宿泊業	43.3	8.0	5.3	8.0	1.5
医療、福祉	31.6	5.8	9.0	5.8	0.6
教育、学習支援業	19.0	3.5	4.5	3.5	0.8
サービス業（他に分類されないもの）	143.7	26.6	13.1	26.6	2.0

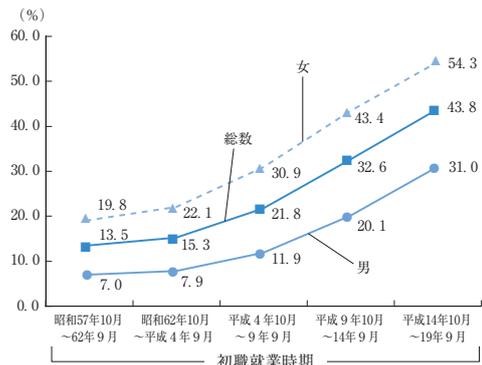
特化係数：過去 5 年間の転職起業者の産業別割合を有業者全体の産業別割合で除した比である。この比が 1 を超える場合、当該産業ではその産業に従事する有業者全体の割合よりも過去 5 年間の転職起業者の割合の方が高いことを示しており、起業する者の割合が高い（特化している）ことを意味している。

3 「平成 14 年 10 月～19 年 9 月」に初職に就いた者の 4 割以上が「非正規就業者」

昭和 57 年 10 月以降「初職」に就いた者について、初職の雇用形態をみると、非正規就業者として初職に就いた者は年を追うごとに高くなっており、「平成 14 年 10 月～19 年 9 月」では 43.8% と 4 割以上を占めています。

また、「平成 14 年 10 月～19 年 9 月」に初職に就いた者について男女別にみると、男性は非正規就業者が 31.0%、女性は 54.3% となっており、非正規就業者として初職に就いた者の割合は男女とも昭和 57 年以降で最も高くなっています。（図 1）

図 1 男女、初職就業時期別「非正規就業者として初職に就いた者」の割合（平成 19 年）

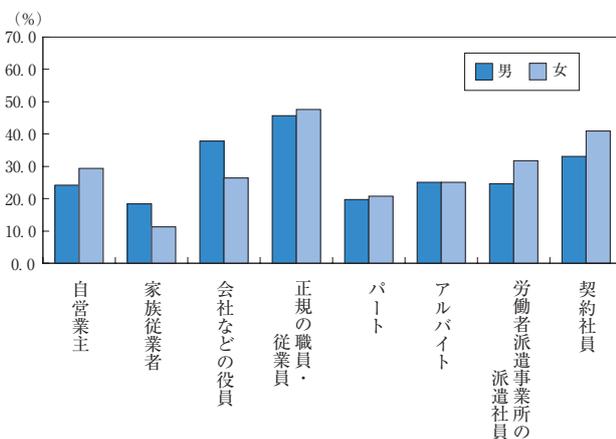


4 「正規の職員・従業員」で職業訓練・自己啓発をした者は約5割

有業者の職業訓練・自己啓発の状況について、従業上の地位・雇用形態別でみると、職業訓練・自己啓発をした者の割合は「正規の職員・従業員」が46.3%と最も高く、次いで「契約社員」(36.8%)、「会社などの役員」(35.1%) などとなっています。

男女別にみると、男性は「正規の職員・従業員」が45.7%と最も高く、次いで「会社などの役員」(37.8%)、「契約社員」(33.0%) などとなっており、女性も、「正規の職員・従業員」が47.6%と最も高く、次いで「契約社員」(40.9%)、「労働者派遣事業所の派遣社員」(31.8%) などとなっています。(図2)

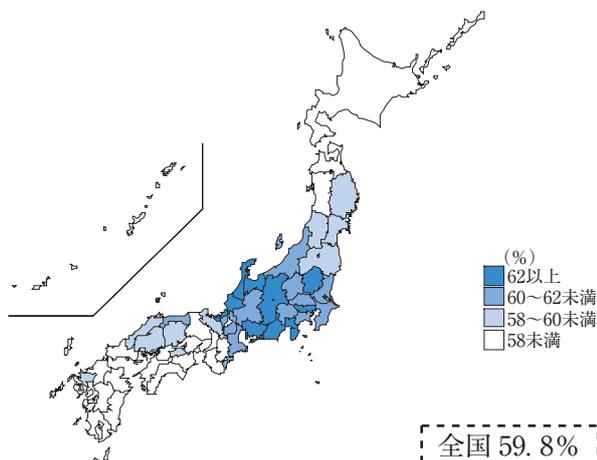
図2 男女、従業上の地位・雇用形態別
職業訓練・自己啓発をした者の割合（平成19年）



5 有業率は愛知県が最も高く64.2%

都道府県別の有業率（全国59.8%）をみると、愛知県が64.2%と最も高く、次いで静岡県（63.6%）、東京都（63.5%）、長野県（63.2%）、福井県（62.6%）などとなっており、19都県で60%以上となっています。(図3)

図3 都道府県別有業率（平成19年）



6 すべての都道府県で上昇した非正規就業者の割合

非正規就業者（全国35.5%）は、沖縄県が40.7%と最も高く、次いで京都府（40.0%）、大阪府（38.6%）、北海道（38.2%）、千葉県（37.9%）などとなっており、非正規就業者の割合は、平成14年と比べすべての都道府県で上昇しています。(図4)

平成14年とのポイント差でみると、福島県が6.9ポイントと最も高く、次いで奈良県（6.3ポイント）、山形県（5.9ポイント）、山梨県（5.7ポイント）などとなっています。(図5)

東海、近畿地方は、非正規就業者の割合、増加ポイントともに高くなっています。

図4 非正規就業者の割合（平成19年）

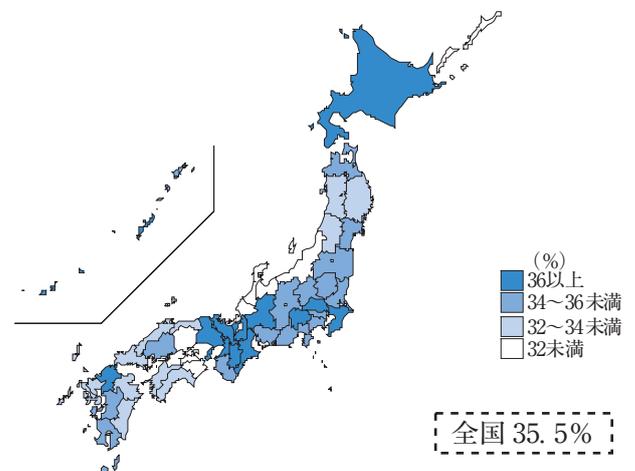
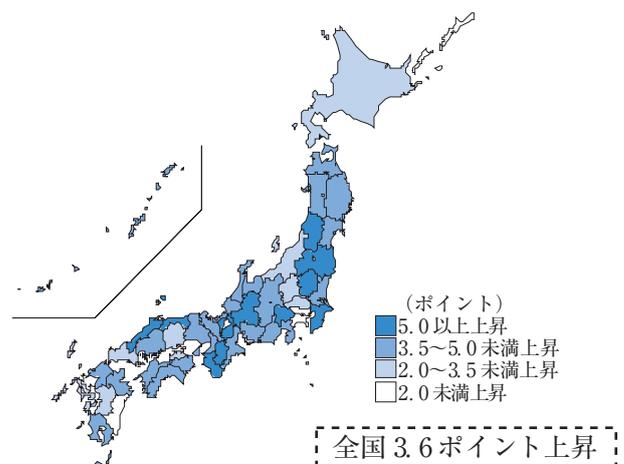


図5 非正規就業者の割合（平成19年）
（平成14年調査時とのポイント差）



ネットショッピングの状況

「家計消費状況調査」及び「社会生活基本調査」の結果から

情報化社会において、今やICT^{*1}は不可欠な存在となり、私たちの日常生活にも広く浸透してきています。そこで総務省統計局では、商品購入の新たな方法として近年注目されているネットショッピング（インターネットを利用した商品やサービスの購入）の状況について、「家計消費状況調査」及び「社会生活基本調査」の結果から取りまとめました。

※1 Information and Communication Technology

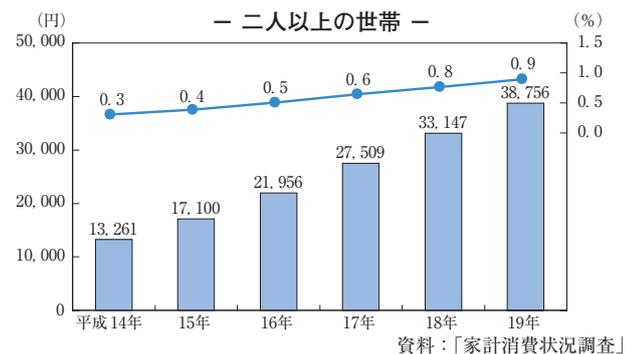
<支出の推移>

ネットショッピングへの支出は、この5年間で3倍に増加

二人以上の世帯について、ネットショッピングへの1世帯当たりの年間支出総額をみると、平成14年は1万3千円でしたが、年々増加し、19年は3万9千円となり、5年前に比べ約3倍になっています。

年間支出総額全体に占めるネットショッピングへの支出の割合も、年々増加しています。（図1）

図1 ネットショッピングへの年間支出総額及び年間支出総額全体に占める割合（平成14年～19年、1世帯当たり）



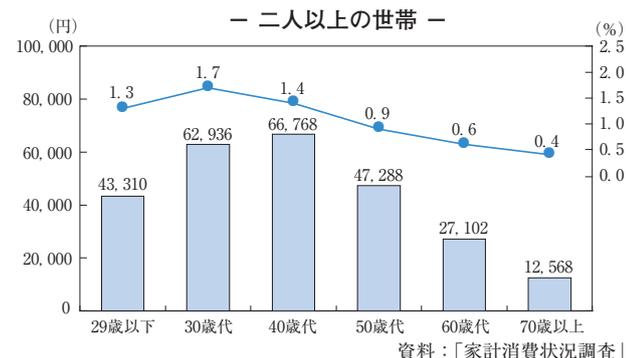
<世帯主の年代別にみた支出>

ネットショッピングへの支出が最も多いのは世帯主が40歳代の世帯

また、ネットショッピングへの支出（平成19年）について世帯主の年代別にみると、40歳代が6万7千円と最も多く、次いで30歳代が6万3千円となっています。

年間支出総額全体に占めるネットショッピングへの支出の割合は、30歳代が1.7%と最も高く、次いで40歳代が1.4%となっています。（図2）

図2 世帯主の年代別ネットショッピングへの年間支出総額及び年間支出総額全体に占める割合（平成19年、1世帯当たり）



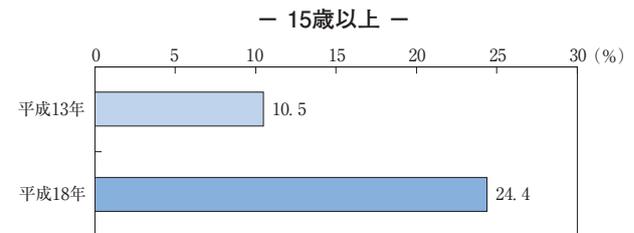
<ネットショッピング利用者の割合>

4人に1人がネットショッピングを利用

15歳以上の人について、1年間にネットショッピングをした人^{*2}の割合（行動者率）をみると、平成13年は10.5%と10人に1人の利用でしたが、18年は24.4%と2倍以上に上昇し、4人に1人が利用しています。（図3）

※2 商品やサービスの予約、支払いなどをした人も含みます。以下同じ。

図3 ネットショッピングの行動者率（平成13年、18年）



注) 平成13年は、仕事や学業で利用した場合も含めています。

資料：「社会生活基本調査」

<購入頻度>

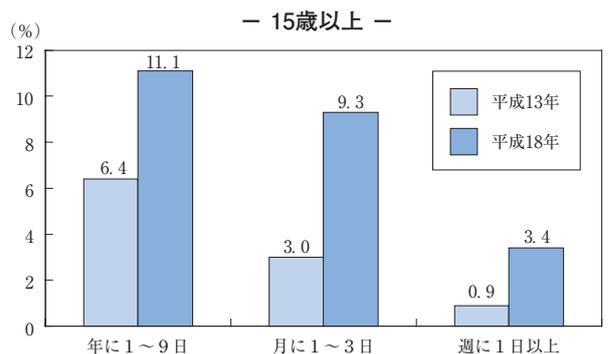
「月に1～3日」の頻度で

ネットショッピングをした人の割合が大きく上昇

また、購入頻度別（平成18年）にみると、「年に1～9日」が15歳以上人口全体の11.1%と最も高く、次いで「月に1～3日」が9.3%、「週に1日以上」が3.4%となっています。

平成13年と比べると、すべての購入頻度で行動者率が上昇し、特に「月に1～3日」で3.0%から9.3%へ6.3ポイントと大きく上昇しています。（図4）

図4 購入頻度別ネットショッピングの行動者率（平成13年、18年）



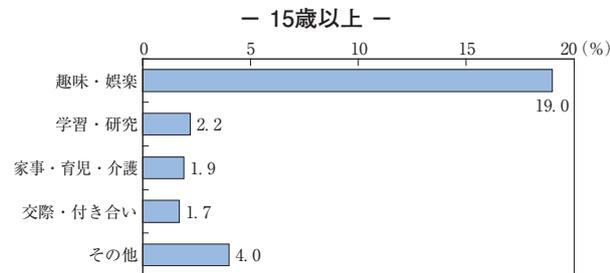
資料：「社会生活基本調査」

<購入目的>

「趣味・娯楽」のためにネットショッピングをした人が約8割

さらに、購入目的別(平成18年)にみると、「趣味・娯楽」のためが最も高く、15歳以上人口全体の19.0%となっており、ネットショッピングをした人(24.4%、図3参照)の約8割を占めています。(図5)

図5 購入目的別ネットショッピングの行動者率(平成18年)



注1) 複数回答あり。

注2) 「その他」には、「ボランティア活動・社会参加活動」を含みます。
資料：「社会生活基本調査」

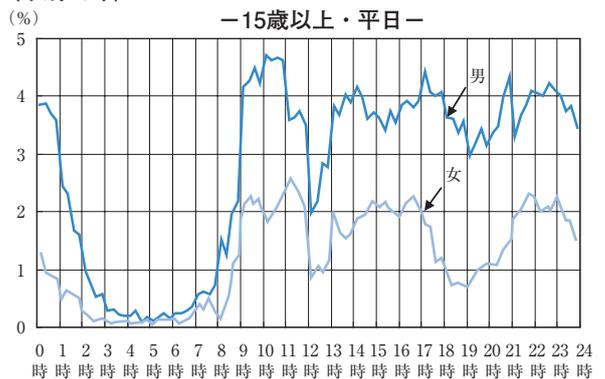
～ 参考 ～

平日の時間帯別にみたインターネットを利用した人の割合

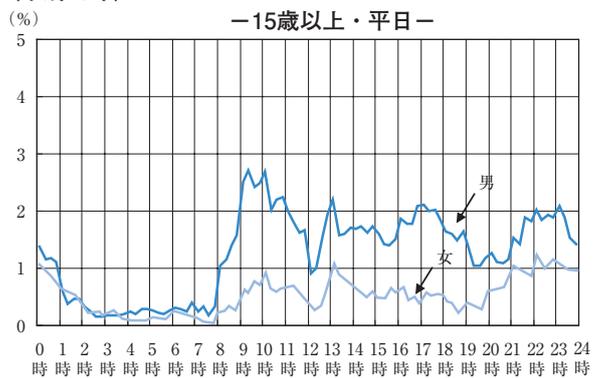
時間帯別(平成18年)にインターネットを利用した人の割合をみると、ほとんどの時間帯で女性より男性の方が高くなっています。特に男性は、深夜0時を過ぎても4%近くの方がインターネットを利用しており、平成13年と比べると約2.5ポイント上昇しています。また、9時から24時までについてみると、平成13年に比べて男性は平均で約2ポイント、女性は約1ポイント上昇しています。

時間帯別インターネット利用の行動者率

(平成18年)



(平成13年)



注) 仕事や学業で利用した場合も含めています。

資料：「社会生活基本調査」

上記については、平成20年10月の情報化月間にちなんで、統計トピックス No. 33「ネットショッピングの状況」として9月30日に公表したものです。

統計トピックスは、統計局ホームページに掲載していますので御覧下さい。

(<http://www.stat.go.jp/data/topics/index.htm>)

藤田 峯三氏 (OB) が第5回 JICA 理事長表彰を受賞

去る9月16日(火)、統計局・統計センターOBである藤田峯三氏が第5回 JICA 理事長表彰を受賞されました。JICA 理事長表彰は、国際協力事業に長年にわたって貢献・協力し、開発途上国の人材育成や社会発展に尽力された功績を称え、個人及び団体を表彰するものです。

藤田氏は、アルゼンチンの2001年の人口住宅センサスの支援を目的に5年間の JICA 人口統計プロジェクトを成功裏に導き、さらにこの成果をブラジルやパラグアイなどの周辺国に対する第三国研修を通じて中南米諸国に統計を発展されてきた功績が認められたものです。

9月16日、JICA 本部(東京都渋谷区)で表彰式が開催され、緒方 貞子理事長から感謝状と記念品が藤田氏に贈られました。



表彰式

講演 「私たちの暮らしと統計 —統計は国民の共有財産—」 —日本統計学会主催 市民講演会—

去る9月7日、日本統計学会の主催で市民講演会「情報社会と統計教育 ～私たちの暮らしを支える身近な統計～」が慶應義塾大学矢上キャンパス（神奈川県横浜市）において開催されました。この講演会は、多くの市民に統計の見方、意義などに関する理解を広めることを目的として毎年開催されているものです。

この講演会では、川崎 茂 統計局長が「私たちの暮らしと統計 —統計は国民の共有財産—」と題して講演を行いました。以下にその要旨を掲載します。

1 はじめに

皆様、本日は多数の御参加をいただきありがとうございます。多くの方々が統計に関心を持っておられることを知り、統計に携わる者としてありがたく思っています。本日は、皆様に統計に親しんでいただき、社会の中での統計の役割についてよりよく御理解いただけるよう、身近な統計の話題を中心にお話ししたいと思います。

私も総務省統計局を始め、国の統計部局では様々な統計を作成・提供しています。統計は難しい、分かりにくいと思われる方もおられるようですが、実は生活に身近な親しみやすい統計はたくさんあります。そこで私の話の前半では、身近な統計の例として消費者物価指数と家計調査を取り上げ、最近の物価上昇の動きと、それに対応した消費者の行動の変化をお話しします。また、後半では、統計が国民の共有財産であり、社会で重要な役割を果たしていることをお話しします。

2 暮らしを映す統計—消費者物価指数と家計調査

◇指数の動きと生活実感はなぜ一致しない？

最近の世界的な原油や食料の価格の高騰に伴い、我が国でも物価が上昇しています。統計局が8月末に公表した消費者物価指数（CPI）の7月の結果（全国）は、1年前に比べて2.3%の上昇となりました。この上昇幅は、消費税率の引上げのあった1997年を除くと、16年ぶりの大幅なものとなりました。

この急な物価上昇に対して、新聞等では時々「物価はCPI以上に上昇しているのではないか。CPIは生活実感と合っていないのではないか。」との見方が紹介されることがあります。また、日本銀行が本年6月に行ったアンケート調査では、年率5%以上の物価上昇があると感じている人は約6割であり、最も多いのは5～10%であるとの結果が得られています。

そこで、CPIが生活実感と合わないとなれば、その原因は何であるのか考えてみることにしましょう。

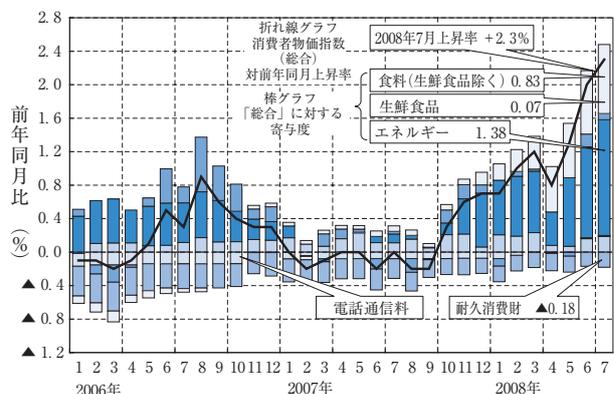
◇印象に残りやすい値上げ、見落としがちな値下げ

CPIの作成には、消費者の購入する代表的な商品・サービス、約600品目について、毎月全国で約24万件の価格を調査しています。その価格を、基準年（現在は2005年）の価格を100とした比率として表し、それを、各品目の家計消費に占めるウエイトにより「重み」を付けて平均することにより、CPIが算出されます。調査品目の選定や各品目のウエイトの決定は、家計調査のデータに基づいて行われます。CPIは、このように体系的に調査して得られた数多くのデータを取りまとめて作成される統計指標です。

これに対して生活実感は、個人個人の体験に基づくものであり、日常生活で接する商品・サービスの価格を見て形成されるものです。このため、必ずしも家計消費全体を体系的にカバーしたものとはならず、日常生活で印象の薄い品目の価格動向は生活実感に反映されにくい傾向があると考えられます。

図1は、2006年以降の毎月のCPI（総合）が1年前に比べ何%上昇したかを折れ線グラフで表し、それを上昇（又は下落）させた要因の大きさを棒グラフにより表したものです。

図1 消費者物価指数（総合）
対前年上昇率とその内訳の要因



これによると、昨年10月以降、物価上昇率は急に高まり、本年7月には2.3%の上昇となりました。上昇の

要因として大きいのはエネルギーと食料(生鮮食品を除く)であり、それぞれ1.38%、0.83%分の引上げ要因となっています。

さて、昨今はどうしても値上げに注目が集まりますが、逆に値下げされた品目は案外忘れがちなのではないでしょうか。例えば、パソコン、家電製品などの耐久財は長年にわたり下落が続いており、これが0.18%分の引下げ要因となっています。また、一昨年来の携帯電話の通信料の値下げは、月によって異なりますが、総合指数を0.1~0.2%分引き下げる要因となっていました。このほか、グラフには示されていませんが、本年4月から自動車保険料(いわゆる自賠責)が26.6%引き下げられました。これは近年の交通事故の減少を受けて引き下げられたもので、これが総合指数を0.08%分引き下げています。

物価動向に関しては、値上げのほうが強くと印象に残り、値下げされた商品・サービスの記憶は薄れがちです。このため、特に現在のように物価が上昇する時期には、物価上昇が高めに感じられる傾向があります。なお、エネルギーと食料(生鮮食品を除く)の指数は本年7月には1年前に比べそれぞれ17.4%、3.8%分上昇しており、生活実感の上昇率をこの程度に感じる人もいます。

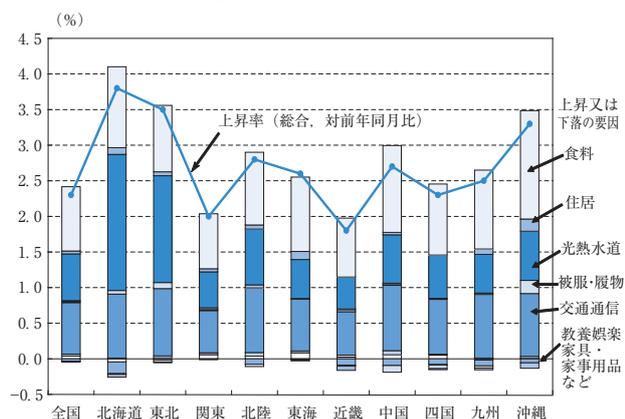
◇地域によって異なる物価上昇の影響

先ほど述べたように、CPIは約600品目の物価動向を平均したのですが、これはまた、全国各地の物価動向の平均でもあります。地域の物価動向は全国の平均的な動向とは異なっており、このこともCPIと生活実感に差異が生じる原因となっています。

図2は、地方別のCPI(総合)について、前年の同じ月と比べた上昇率(折れ線グラフ)と、各費目が上昇に寄与した大きさの内訳(棒グラフ)を表したものです。

これによると、CPIの上昇率は、北海道が3.8%、

図2 地方別に見た物価の対前年上昇率とその内訳
消費者物価指数(総合)2008年7月



東北地方が3.5%、沖縄県が3.3%であり、全国平均よりも1ポイント余り高くなっています。上昇率の内訳をみると、北海道と東北地方では灯油などエネルギーへの依存度が他の地域よりも著しく高いため、光熱・水道料などが大きな引上げ要因となっています。沖縄県では県外から購入するものへの依存が大きいため、食料価格が輸送コストの上昇の影響を受けやすいようです。

他方、関東地方は上昇率が2.0%、近畿地方は1.8%と全国平均よりも低くなっています。これらの地域では流通事情が良いこと、また、公共交通機関のおかげでガソリンへの依存度が低いことが原因と見られます。

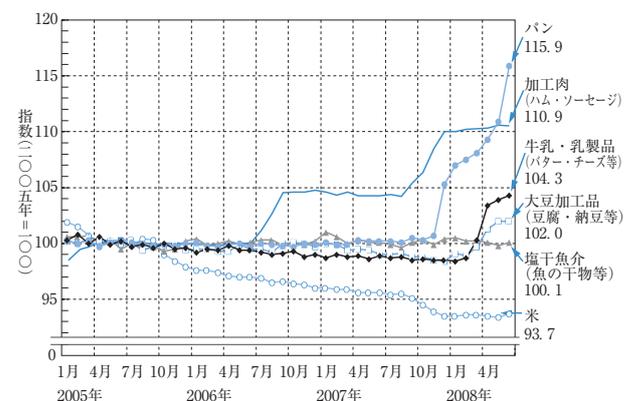
このように、地域によって物価上昇の影響の大きさが異なることから、地域での物価上昇の生活実感は全国平均のCPIとは必ずしも一致しないことになります。

◇生活様式によって異なる物価上昇の影響

物価上昇に関する個人の生活実感は、その人がどのような生活様式をしているかによっても異なります。例えば、食生活が「和食好み」の人と「洋食好み」の人では物価上昇の影響の度合いが異なります。

図3は、典型的な朝食の食材の価格動向を、2005年を100とした指数で表したものです。洋食メニューとしてはパン、牛乳・バター・チーズ、ハム・ソーセージなど、和食メニューとしては米、魚の干物、豆腐・納豆などを挙げてみました。このグラフを見ると、洋食の食材は軒並み大幅に上昇しているのに対して、和食の食材は2005年に比べて下落又は小幅な上昇となっています。特に米は93.7と2005年より6%余り安くなっています。

図3 食料品の価格動向
消費者物価指数(2008年=100)



ここに表示された洋食と和食の食材について、CPIのウェイトを使って重み付きの平均指数を試算してみると、本年6月の「洋食指数」は110.5、「和食指数」は98.7となります。現在の物価情勢では、和食を好む世帯の方が洋食を好む世帯よりも物価上昇の影響を受けにくいという結果となります。

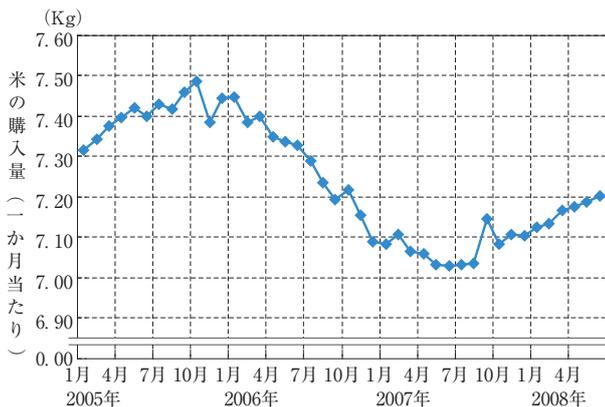
このように、どのような生活のスタイルを取るかによって物価上昇の影響は異なります。このことも、CPIが生活実感と合わないと感じられる一因と考えられます。

◇物価上昇から生活を守る「賢い消費者」

このように、洋食の食材の価格は上昇し、逆に和食の食材は下落又は安定していますが、これに消費者はどのように対応しているのでしょうか。家計調査のデータでみると、消費者は物価上昇に対して自衛行動を取っていることが読み取れます。図4は、1世帯当たりの米の購入数量の月別の推移を表したものです。

これによると、米の購入数量は昨年半ばまで減少傾向にありましたが、物価上昇が目立ち始めた昨年秋口からは増加に転じています。物価上昇に対応して購買行動を変化させる「賢い消費者」の姿の一端が読み取れます。

図4 米の購入数量の変化（1世帯当たりkg）
（家計調査二人以上世帯，12か月後方移動平均）



◇CPIと家計調査は物価と家計の動向を映す鏡

以上、最近の物価上昇について、CPIと生活実感との違いの観点から物価と家計のデータをお話ししました。これらの統計は、私たちの毎日の暮らしを忠実に描き出したものであることが御理解いただけたことと思います。この意味で、CPI、小売物価統計調査、家計調査の統計は、私たちの日常生活を映す鏡と言えるでしょう。

小売物価統計調査と家計調査は、いずれも全国各地で毎月実施されており、それを短期間のうちに集計・分析し、その結果が統計として発表されます。これらの統計は、調査に携わる統計調査員や調査の対象となった店舗や世帯など多くの方々の御協力によって成り立っています。これらの統計に限らず、政府の作成する他の統計にも、同じくらい国民の暮らしや社会の実態を映し出すものが多くあり、それらの多くも統計調査に基づいて作成されています。

皆様には今後とも、様々な統計に一層御関心をお持ちいただくとともに、統計調査に対して御理解・御支援をいただきますようお願いいたします。

3 幅広く活用される政府の統計

これまで見てきたCPIや家計調査などの政府の統計は、社会の中でどのように活用されているのでしょうか。以下では、消費者物価指数と国勢調査を例として、統計がどのように活用されているのかをお話しします。

◇CPIは「経済の体温計」

国民生活の安定・向上のためには、物価の安定は欠くことのできない大事な要素です。このため、物価の安定は、金融政策や経済政策などで重要な目標と位置付けられています。この政策判断を的確に行うには、まず物価の動向を正確に把握することが不可欠であり、その役割を果たすのがCPIです。CPIは、景気が過熱気味の時には大幅な上昇となり、逆に景気の低迷期にはゼロ又はマイナスになる傾向があります。このため、CPIは「経済の体温計」とも呼ばれ、金融政策や経済政策の判断のための最も基本的な指標とされています。物価の番人とも言われる日本銀行が金融政策を決定する際の、最も注目する指標の一つがCPIです。

また、CPIは公的年金の改定の基準としても用いられます。物価が一定の率以上上昇した場合、年金額はそれに応じて改定される仕組みとなっています。ただし、2005年からマクロ経済スライド制が導入されたことにより、改定幅はCPIの上昇率そのものではなく、これに一定の調整が加えられたものとなります。

CPIは金融商品にも活用されています。例えば、国が発行する国債に「物価連動国債」というものがあります。これは、償還時の元本が直近の一定期間のCPIに連動して変動する国債であり、インフレに強い金融商品として投資家に注目されています。

このように、CPIは、政府の政策判断や経済取引など幅広い分野で用いられており、各方面から常に注目されています。このため、CPIの公表に当たってはあらかじめ公表の期日・時刻を案内するとともに、事前に情報が漏洩することのないよう厳格な情報管理を行っています。公表時刻には、記者発表とインターネットによる公表を同時に行うなどして、すべての利用者に公平に情報が行き渡るように努めています。

◇国勢調査は地方交付税の配分や地域計画等に活用

国勢調査の人口は、法律上の基準となる人口（「法定人口」）として用いられます。例えば、地方公共団体への地方交付税配分額の決定には、国勢調査の人口が用い

られます。地方交付税の配分額は、「基準財政需要額」から「基準財政収入額」を差し引いた額を基本として決められます。この基準財政需要額は、地方交付税法の中にある別表に記載された様々な費目ごとに積算基準に基づいて積算されます。その費目には、国勢調査の人口を基礎として計算されるものが数多く見られます。人口に連動する費目をすべて合算すると、地方の事情によって若干異なりますが、人口1人当たりで10～15万円程度に相当します。

このように、国勢調査の人口は、法定人口として地方公共団体に配分される交付金の額を左右するほど大きな影響を持っており、地方公共団体の利害に直接関わるものです。国民の貴重な税金を適正に配分することは、公正な社会運営のために不可欠なことです。このことから、国勢調査の統計に高い正確性が要求されることが御理解いただけることと思います。

4 社会の情報基盤としての統計

政府の統計は、日常のニュースなどで目にするのが多いため、あるのが当然と思われる方も多いかもかもしれません。しかし、統計は自然にできるものではなく、国民の理解・支援の下に作成されるものです。最後に、統計が社会の中でどのような仕組みで作られ、利用されているか、その様子をお示ししたいと思います。

◇国民の理解・支持で成り立つ統計のサイクル

統計の多くは統計機関の実施する統計調査に基づいて作成されます。国民が統計調査に回答すると、統計作成に必要な情報が統計機関に集められます。こうして得られた情報は、統計機関が統計として集計・公表し、その結果が国民に還元されます。これが基本的な情報のサイクルであり、図の外側の矢印で表されています。

統計は誰でも利用できるものですが、これを専門的に利用する集団があります。その代表的なものとして、国の行政機関や地方公共団体がありますが、それだけでは

なく、学界、報道機関など様々な個人や団体が統計を利用しています。これら利用者は、統計を基にして行政施策、行政サービス、ニュース、学術知識などを国民に提供します。これが、図の中央部分の下から上への流れです。

このように、国民が統計調査に回答した情報は、最終的には様々なサービスとなって国民自身に還元されます。このような情報のサイクルがスムーズに回ることによって、社会の必要とする統計が作成され、その統計が社会・経済の効率的かつ公正な運営に活用されます。このように、統計は国民や利用者の理解・支持があってこそ成り立つものであり、また、それによって社会全体が恩恵を得られます。

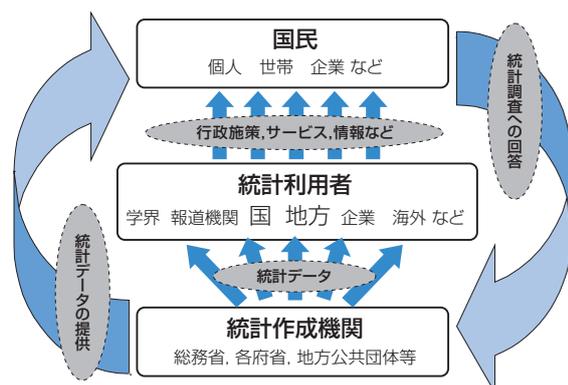
◇社会に一層役立つ統計を目指して

社会経済の発展に役立つ統計を体系的に整備することを目的として制定された法律として「統計法」があります。これは、昭和22年に初めて制定された法律ですが、近年の社会経済の変化により適切に対応できるよう、昨年5月に抜本改正が行われました。統計局を始め政府の様々な統計調査は、この「統計法」に基づいて行われています。統計局としても、この法律の理念・規定に基づき、社会により役に立つ信頼される統計を整備し、それを国民の皆様幅広く提供してまいります。

近年は、従来に比べて統計調査に対する国民の協力が得にくくなりつつあり、統計調査員の方々の方が容易に調査対象者と会うことが難しくなるなど、御苦労も増えています。統計局としては、調査対象者の秘密の保護に万全を期するとともに、回答の負担にも配慮し、皆様に安心して御回答いただけるよう努めます。正確で有用性の高い統計を作成するには、国民一人一人の御理解・御協力が必要です。また、特に学界の皆様を始めとする統計の利用者からの御支援も重要です。皆様には、統計は社会の情報基盤として欠くことのできない大切なものであることを御理解いただき、今後とも政府の統計に対して一層の御理解・御支援をよろしく願いいたします。

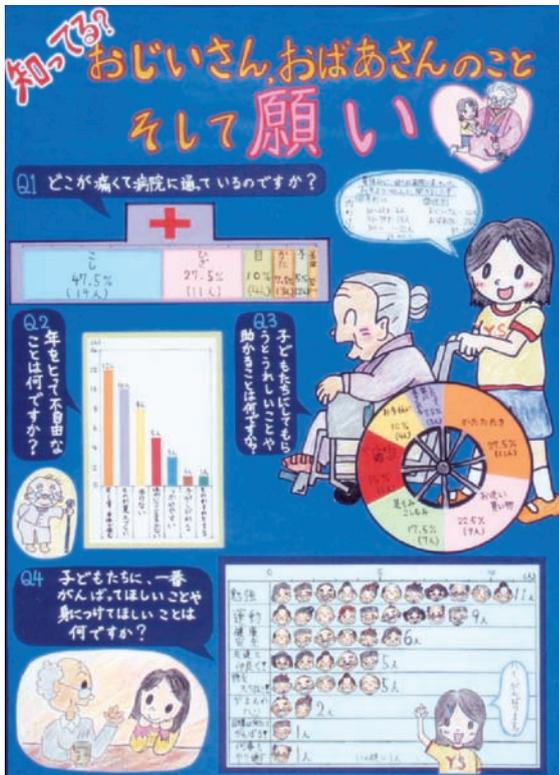
御静聴ありがとうございました。

図5 国民の理解・支持で成り立つ統計のサイクル



第 56 回統計グラフ全国コンクール入選作品決定

総務大臣特別賞は、福島県矢吹町立善郷小学校5年 清野 優花さんの作品
知ってる？ おじいさん、おばあさんのこと そして願い



【総務大臣特別賞】

〈統計グラフ全国コンクール〉

統計グラフ全国コンクールは、国民の皆さんに、統計グラフの作成を通じて、日常生活の中で統計を利用することの有用性を知っていただくとともに、統計調査への理解を深めていただくことを目的に、昭和28年から実施されており、今年で56回目を迎えました。

このコンクールは、(財)全国統計協会連合会が主催し、総務省、文部科学省等の関係機関の後援及び協賛により、10月18日の「統計の日」の主要な関連行事として実施されています。

〈第56回（平成20年度）の審査経過〉

今年も、6部門に、全国の小・中学生から一般の方々まで、27,010作品に及ぶ多くの応募がありました。

これらの応募作品について、各都道府県の統計グラフコンクールを兼ねた第1次審査、総務省政策統括官及び統計局並びに独立行政法人統計センターの職員による第2次審査の後、統計グラフ全国コンクール最終審査会(審査委員長：渡辺 美智子 東洋大学経済学部教授)が最終審査を行い、各部ごとに特選作品(各部1作品)及び入選作品(各部6～9作品)計57作品を決定しました。

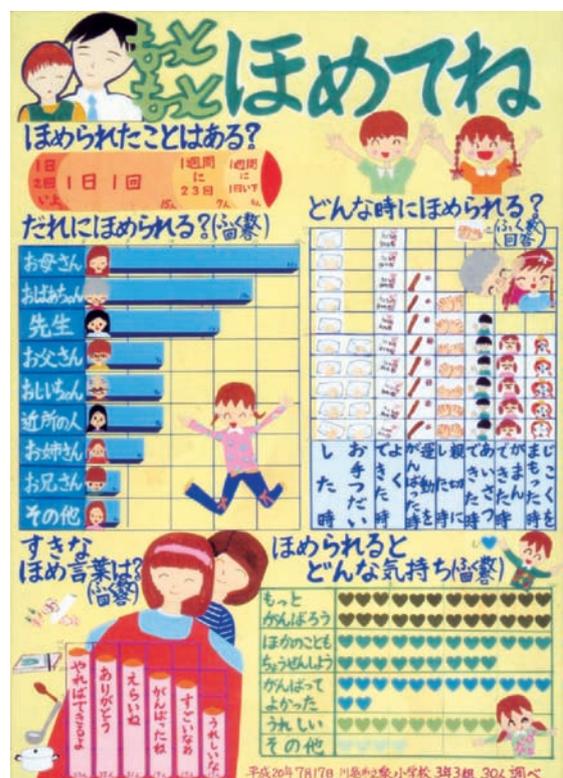
さらに、特選の中から特に優秀な作品が、「総務大臣特別賞」と「文部科学大臣奨励賞」(各1作品)に選ばれました。

〈総務大臣特別賞〉

総務大臣特別賞に選ばれた作品は、福島県矢吹町立善郷小学校5年の清野 優花(せいの ゆうか)さんの作品で、テーマは「知ってる？ おじいさん、あばあさんのこと そして願い」〔第3部(小学校5年生及び6年生の児童)特選作品から選出)です。

〈文部科学大臣奨励賞〉

文部科学大臣奨励賞は、埼玉県川越市立泉小学校3年の松井 杏奈(まつい あんな)さん、井上 奈愛(いのうえ なちか)さん、内田 愛姫(うちだ まなき)さんの作品で、テーマは「もっともっとほめてね」〔第2部(小学校3年生及び4年生の児童)特選作品から選出)です。



【文部科学大臣奨励賞】

〈各部特選受賞作品〉

その他の特選受賞作品は、第1部（小学校1年生及び2年生の児童）が、岐阜県大垣市立南小学校2年の鳥本若香（とりもと なおか）さんの作品「ケンカもするけどやっぱり友だちっていいね！」です。



【第1部特選】

第4部（中学校の生徒）の特選受賞作品は、静岡県裾野市立富岡中学校2年の多々良 萌音（たたら もね）さんの作品、「飽食の国 大丈夫？ 日本の食料実態」です。



【第4部特選】

第5部（高等学校以上の生徒・学生及び一般）の特選受賞作品は、一般の小倉 祥子（おぐら さちこ）さんの作品、「松山市民のおとなの朝ごはん事情」です。



【第5部特選】

パソコン統計グラフの部（小学校の児童以上）の特選受賞作品は、茨城県古河市立古河第四小学校6年の平河内悠（ひらこうちはるか）さん、長濱 夏希（ながはま なつつき）さん、岡安 桃子（おかやす ももこ）さんの作品、「小学校もストレス社会 ストレスなんかに負けないぞ！」です。



【パソコン統計グラフの部特選】

〈表彰式等〉

「総務大臣特別賞」を含む特選受賞作品の表彰は平成20年11月13日(木)に岡山県岡山市「岡山シンフォニーホール」で開催される第59回全国統計大会の席上で、入選作品の表彰は各都道府県で開催される地方統計大会、統計功労者表彰式等の席上でそれぞれ行われます。

また、57点の特選・入選作品は、全国統計大会会場で展示されるほか、10月11日(土)～13日(月・祝)の3日間、新宿駅西口広場イベントコーナーで開催された「統計データ・グラフフェア」会場においても展示されました。

統計データ・グラフフェアの開催

総務省政策統括官では、平成20年10月11日(土)から13日(月)の3日間、新宿駅西口広場イベントコーナーにおいて、「統計データ・グラフフェア」を開催しました。



同フェアの開催は、今年度で7回目となり、統計の普及・啓発を図るため、昭和48年7月3日の閣議了解によって定められた「統計の日」(10月18日)に関連する主要な行事の一つとして開催しています。

また、同フェアは、総務省、東京都及び(財)全国統計協会連合会の共催により、関係府省等の協力を得て開催しています。本年度は、内閣府、公正取引委員会、法務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省、日本銀行から、閲覧用の各種統計書の貸出、展示・配布資料の提供等の多大な御協力をいただきました。

以下に、主な内容を紹介します。

◇統計グラフコンクール入選作品展示コーナー

第56回統計グラフ全国コンクールの入選作品57作品、東京都統計グラフコンクールの入選作品42作品のほか、埼玉県、千葉県、神奈川県の入選作品、計203作品を展示しました。

新宿駅西口広場イベントコーナーは、新宿駅西口地下広場の一角にあるオープン形式のイベント会場で、会場内は自由に通行できるため、通りがかりの人も足を止めてコンクール入選作品を見て行くなど、多くの来場者がありました。

また、フェアの実施時期が3連休に当たるため、統計グラフコンクールに入選し展示されている作品の作者である子供たちが、作品の横に立って、家族で記念撮影をするという微笑ましい光景も度々見られました。

さらに、テレビ番組「ご存じですか」の取材に訪れた日本テレビのアナウンサーが、来場した全国コンクールの文部科学大臣奨励賞の受賞者(川越市立泉小学校3年生3人)にインタビューする場面も見られました。



◇新統計法紹介コーナー

昨年5月に公布された新統計法の主要ポイントである、「政府として『基本計画』を策定」「『基幹統計』を中心に公的統計を体系化」「統計調査の対象者の秘密保護の強化」「統計データの有効利用の促進」「統計整備の『司令塔』機能の強化」などについて、パネルを使って紹介しました。



◇東京オリンピックの頃のデータコーナー

東京都からは、「東京オリンピックの頃のデータ」と題して、東京オリンピックが開催された1964年(昭和39年)の頃の東京都の各種データと現在のデータを比較したパネルの出展がありました。昭和39年と平成20年の東京都の人口の年齢構造(人口ピラミッド)の比較や小売物価の比較、昭和39年の耐久消費財等の普及率の紹介及び東京オリンピック招致ポスターの展示などがありました。



そのほか、総務省を始め、協力していただいた府省等から提供のあった各種統計書、広報用資料を展示・配布するとともに、各種統計調査のポスターや、統計調査の結果・活用事例を分かりやすく説明したパネル等を展示した「各種統計調査コーナー」、統計古資料の展示、インターネットを利用した統計情報の提供の紹介等を行いました。



また、国勢調査のイメージキャラクターである「センサス君」の着ぐるみも参加して、家計調査のデータを活用した「好きな食べ物ランキングクイズ」を実施するなどして、来場者の皆さんに統計に親しんでいただきました。

政策統括官では、これからも国民の皆さんに統計への興味と理解を深めていただくための取組みを行ってまいります。皆さんの御理解と御協力をお願いいたします。



「平成20年秋の叙勲」

政府は、11月3日の文化の日に、「秋の叙勲」の受章者を発令しました。

総務省では、11月7日にグランドプリンスホテル赤坂において伝達式を行い、総務大臣から受章者に勲章が伝達されました。また、受章者は伝達式後、皇居において天皇陛下に拝謁しました。

統計局関係では、永年にわたり国勢調査を始め各種統計調査に調査員として従事し、調査実施に多大な貢献をした次の方々が、勲章の榮譽に浴されました。栄えある叙勲にお祝い申し上げます。

【勲章受章者】

○瑞宝単光章 ※敬称略

杉浦 清	(北海道)	高橋 松子	(福島県)	中橋 藤夫	(石川県)
鎌田 賢一	(北海道)	石井 利男	(福島県)	杉本 俊子	(長野県)
石井 清春	(北海道)	井坂 賛雄	(茨城県)	近藤 喜登	(岐阜県)
土井 重雄	(北海道)	遠藤 豊	(茨城県)	後藤 弘子	(静岡県)
森 タツ	(北海道)	三ツ木 昌雄	(群馬県)	富田 和加子	(愛知県)
種川 種幸	(北海道)	鈴木 澄子	(栃木県)	世古 量平	(三重県)
佐藤 喜一郎	(青森県)	加藤 千恵子	(埼玉県)	知田 康男	(滋賀県)
木村 柁一	(青森県)	新井 芝	(埼玉県)	谷 乙弘	(大阪府)
赤屋敷 信一	(岩手県)	浅尾 忠	(千葉県)	留 ヒサコ	(兵庫県)
越田 金一	(岩手県)	市原 弘	(千葉県)	坪井 利雄	(岡山県)
千田 弘	(岩手県)	吉田 基尹子	(東京都)	大嶋 高明	(岡山県)
東海林 聰悟	(宮城県)	小島 和二郎	(神奈川県)	山上 貞香	(広島県)
柴田 鉄雄	(秋田県)	舩居 ミツ	(神奈川県)	河井 秀子	(香川県)
長岡 藤六	(山形県)	本間 秀平	(新潟県)	三原 光	(福岡県)
伊藤 立美	(山形県)	榎並 幸子	(新潟県)	大塚 敬子	(大分県)
赤石沢 達	(福島県)	高田 久子	(富山県)	石橋 テル子	(宮崎県)

平成 21 年経済センサス - 基礎調査の広報計画について

総務省統計局では、平成 21 年 7 月 1 日現在で「平成 21 年経済センサス - 基礎調査」を実施します。ここで、今回の調査実施に伴う広報計画について、その概要を紹介します。

広報の必要性

平成 21 年経済センサス - 基礎調査は、我が国における事業所及び企業の活動を明らかにするとともに、事業所・企業を対象とする各種統計調査を効率的かつ正確に実施するための基礎資料を提供することを目的としています。

今回の調査においては、正確な母集団名簿を得る等のため、傘下の支社・支所等の情報を本社・本所等で一括して記入してもらう新たな調査方式を導入することとしています。このため、特に本社・本所等に対しては、調査方法の周知を図るとともに、調査への協力が得られるような広報活動を強力に推進する必要があります。また、商業・法人登記簿の情報を活用して、調査員調査だけでは把握が困難な、SOHO など外観からはとらえにくい事業所やオートロックマンション内の事業所などを調査対象に加えることとしており、これらの事業所に対しても調査の重要性・必要性を周知するとともに、調査の実施を周知する必要があります。

このような状況において調査の正確かつ円滑な実施を図るためには、様々な広報媒体を積極的に活用してより多角的な方法を用いた広報活動を実施することにより、あらゆる機会をとらえ事業所及び企業に対し調査の周知、浸透を図り、協力意識、調査に対する信頼を得ることが必要不可欠となります。

広報活動の基本方針

1 広報の目的

事業所及び企業に対して、調査についての理解促進を図るとともに、調査の実施及び内容について周知し、調査の協力を得ることを目的とします。

2 広報の対象

本調査は、全国すべての事業所を対象とする大規模な調査であることから、広報の主たる対象を①各種経済団体、業界団体、多支店・多事業所を有する企業等、②調査対象の多くを占める中小企業、個人事業所、③SOHO 等の外観からでは捕捉が困難なマンション内事業所とし、様々な訴求対象に的確な広報を展開します。

3 広報の実施主体と役割分担

広報は、統計局と地方公共団体との適切な役割分担の下に、相互に連携・協力して実施します。

統計局が行う広報活動

- 1 ポスター、新聞、雑誌、ラジオ CM、インターネット等による効果的な広報を全国的に展開します。
- 2 全国的組織の各種経済・業界団体、支社・支店を有する企業に対し、調査の協力依頼を行います。
- 3 統計局ホームページや各種刊行物を活用し、調査実施等について広く周知します。
- 4 次の資料を作成し、広報及び協力依頼に使用するとともに、地方公共団体に提供し、地方公共団体が行う広報活動を支援します。

ポスター、調査のはなし、パンフレット、リーフレット(調査についてのお願ひ)、調査のしおり、広報マニュアル、調査協力依頼状等

中核市発とうけい通信④

震災から13年 中核市として新たに出発した文教住宅都市西宮

西宮市総務局総務総括室情報公開課

○酒蔵と甲子園球場そして文教住宅都市

西宮市は兵庫県東南部、阪神間の中央部に位置した酒蔵と甲子園球場のある町です。酒づくりは江戸時代より、市域南部（西宮郷、今津郷）において、樽廻船による江戸積み酒造業として栄え、明治以降神戸灘地域の三郷を加え灘五郷として全国の酒造地を代表してきました。平成18年の生産量をみると、全国524,285キロリットルのうち、灘五郷は114,848キロリットルと約22%を占めており、西宮市ではこの半数に当たる56,500キロリットルの生産量を誇っています。

灘の酒が遠く離れた江戸を主な市場にできた理由として酒づくりには欠かせない“宮水”と六甲山系の急傾斜を流れ落ちる河川の存在が挙げられます。宮水は西宮郷の特定地域からしか産出されない六甲山系を源流とする地下水です。また、急傾斜の河川は早くから水車による大量精米を可能にしました。



宮水井戸

このように、酒づくりは西宮の自然環境に大きく依存していますが、高度成長期には西宮沖に石油コンビナート誘致計画が持ち上がり、経済発展か環境保全かで市内世論は二分されました。その反省に立ち、市は良好な住環境と教育環境を重視する『文教住宅都市』を宣言し、以後同宣言を西宮市の都市理念としてきました。

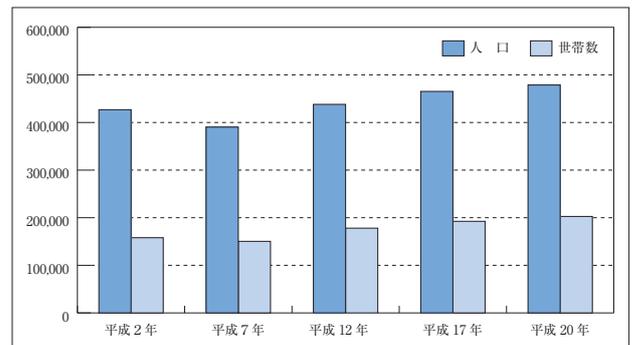


夏の高校野球選手権大会入場式

他方、西宮市は電鉄会社が電鉄経営の一環として行った不動産開発により造られた町でもあります。阪急、阪神共にレジャー施設開発や宅地開発を行いました。大正期に阪神電鉄が開発したレジャー施設の目玉の一つが甲子園球場です。平成20年度の夏の高校野球選手権大会は第90回を数える記念すべき大会となりました。

○震災復興と急激な人口増加

震災直後、一時的な人口減少は見られたものの、すぐに震災前ピーク（平成2年42万人強）までに回復し平成20年9月現在478,802人に達し、なお増加傾向にあります。



人口・世帯数推移（平成2年～20年）

そのため一部の人口急増地域では学校施設に影響が現れ、高度成長期に見られた仮設校舎が復活する事態となっています。小学校児童数をみると、平成10年は23,357人でしたが、平成19年には28,493人と約5,000人の増加となりました。人口増加のほとんどが大阪府や兵庫県内の近隣市からの移動であることから、『文教住宅都市』を理念とする市政と都市環境が現代の都市住民に選好された結果であるとも言えなくもありません。しかし近い将来、西宮市にも間違いなく少子高齢社会はやってくるだけに現状とのギャップをどう調整するのか他市以上に難しい問題を抱えることになったと言えるでしょう。



小学校仮設校舎

○新たに中核市として出発

平成20年4月、西宮市は中核市としてスタートしました。兵庫県下では姫路市に次いで2番目の中核市となります。震災復興事業として西宮市は激震地で市のへそに当たる阪急西宮北口駅周辺の都市基盤整備を行い、中心核建設を進めてきました。兵庫県も日本有数の芸術文化センターを立地させ、阪急ホールディングスも阪急百貨店を核とする超巨大ショッピングセンター（敷地面積9万㎡、11月オープン予定）を立地させるなどで名実共にこの地域は阪神間の中心地になろうとしています。それだけに、中核市としてスタートした西宮市にとって阪神間を広域的視点で見ることは大切になってきたと言えます。

最近の数字

		人口		労働・賃金			生産	家計 (二人以上の世帯)		物価			
		総人口 (推計人口)	就業者数	完全失業率 (季調済)	現金給与総額 (規模30人以上)	鉱工業生産指数 (季調済)	1世帯当たり 消費支出	1世帯当たり 可処分所得 (うち勤労者世帯)	消費者物価指数		国内企業 物価指数		
		千人(Pは万人)	万人	%	円	H17=100	円	円	全 国	東京都区部	H17=100		
実 数	H20.5	127662	6478	4.0	310,063	109.3	288,128	338,573	101.7	101.3	108.9		
	6	P12771	6451	4.1	578,170	106.9	281,951	594,393	102.2	101.6	109.9		
	7	P12772	6406	4.0	441,373	108.3	298,366	483,915	102.4	101.5	112.2		
	8	P12774	6405	4.2	312,883	104.5	291,154	412,235	102.7	101.6	112.1		
	9	P12768	6393	4.0	P303,056	P105.8	281,433	359,201	102.7	101.9	P111.6		
	10	P12771	P101.8	...		
前 年 同 月 比	H20.5	—	—	%	%	%	%	%	%	%	%		
	6	—	-0.3	*	0.0	1.0	*	2.8	-3.2	0.2	1.3	0.9	4.9
	7	—	-0.6	*	0.1	0.8	*	-2.2	-1.8	-4.3	2.0	1.5	5.8
	8	—	-0.8	*	-0.1	0.3	*	1.3	-0.5	-3.9	2.3	1.6	7.3
	9	—	-0.6	*	0.2	0.6	*	-3.5	-4.0	2.2	2.1	1.3	7.2
10	—	-0.5	*	-0.2	P-0.1	*	P 1.2	-2.3	-3.3	2.1	1.4	6.8	

注) P：速報値 *：前月比
家計 (二人以上の世帯) の前年同月比は実質値

掲示板 統計局・政策統括官(統計基準担当)・統計研修所の主要行事日程(2008年11月~12月)

時 期	行 事 等 の 概 要	時 期	行 事 等 の 概 要
11月4日	家計消費状況調査(支出関連項目：平成20年9月分結果及び平成20年7~9月期平均結果速報)公表	12月1日	第10回産業統計部会開催
〃	統計研修 特別講座「統計調査基礎課程」(11月期 通信研修)開始(～25日)	5日	家計消費状況調査(支出関連項目：平成20年10月分速報)公表
7日	第8回産業統計部会開催	8日	第16回統計委員会・第20回基本計画部会開催
10日	統計研修 専科「国民・県民経済計算」(秋季)開講(～14日)	12日	家計調査(家計消費指数：平成20年10月分)公表
〃	第15回統計委員会・第19回基本計画部会開催	〃	家計消費状況調査(支出関連項目：平成20年10月分速報)公表
11日	家計調査(家計収支編：平成20年7~9月期平均速報)公表	〃	第11回産業統計部会開催
〃	家計調査(家計消費指数：平成20年9月分及び平成20年7~9月期平均)公表	15日	第12回産業統計部会開催
〃	家計消費状況調査(IT関連項目：平成20年7~9月期結果、支出関連項目：平成20年9月分結果及び平成20年7~9月期平均結果確報)公表	17日	総合統計データ月報(12月更新分)
〃	地域ブロック別登録調査員研修(中国四国ブロック)開催(岡山市、～12日)	18日	平成20年度登録調査員中央研修開催(～19日)
12日	第29回理論家と実務家による官庁統計シンポジウム開催(岡山市)	〃	科学技術研究調査(平成20年調査結果)公表
13日	第59回全国統計大会開催(岡山市)	中旬	平成19年全国物価統計調査(全国物価地域差指数編集集計)公表
〃	第12回東アジア統計局長会議開催(～15日)	22日	推計人口(平成20年7月1日現在確定値及び平成20年12月1日現在概算値)公表
17日	個人企業経済調査(動向編)平成20年7~9月期結果(速報)公表	〃	「PSI月報(12月)」刊行
18日	平成20年度労働力調査等に関する地方別事務打合せ会(全国6ブロック、～12月2日)	〃	第17回統計委員会・第21回基本計画部会開催
19日	総合統計データ月報(11月更新分)	24日	第13回産業統計部会開催
21日	推計人口(平成20年6月1日現在確定値及び平成20年11月1日現在概算値)公表	26日	住民基本台帳人口移動報告(平成20年11月分)公表
〃	「第58回日本統計年鑑」刊行	〃	労働力調査(平成20年11月分(基本集計))公表
25日	個人企業経済調査(動向編)平成20年7~9月期結果(確報)公表	〃	家計調査(二人以上の世帯：平成20年11月分速報)公表
〃	「PSI月報(11月)」刊行	〃	消費者物価指数(全国：平成20年11月分、東京都区部：平成20年12月中旬速報値、平成20年平均速報値)公表
〃	統計研修 特別講座「行政評価のための統計的手法」開講(～28日)	〃	小売物価統計調査(全国：平成20年11月分、東京都区部：平成20年12月)公表
28日	住民基本台帳人口移動報告(平成20年10月分)公表	下旬	平成17年国勢調査(抽出詳細集計結果：都道府県編、全国編)公表
〃	労働力調査(平成20年10月分(基本集計)及び平成20年7~9月期平均(詳細集計))公表	〃	平成17年国勢調査(従業地・通学地その3)公表
〃	家計調査(二人以上の世帯：平成20年10月分速報)公表	〃	平成18年事業所・企業統計調査に関する地域メッシュ統計(日本測地系)公表
〃	消費者物価指数(全国：平成20年10月分、東京都区部：平成20年11月中旬速報値)公表	〃	統計トピックス「丑年生まれ」と「新成人」の人口公表
〃	小売物価統計調査(全国：平成20年10月分、東京都区部：平成20年11月)公表		
〃	第9回産業統計部会開催		
下旬	平成17年国勢調査(抽出詳細集計結果：都道府県編)公表		
〃	平成18年事業所・企業統計調査(親会社と子会社の名寄せによる集計結果)公表		
〃	統計トピックス「就業構造基本調査の結果から(仮題)」公表		

この記事を用いる場合には、下記にあらかじめ御連絡ください。

編集発行 総務省統計局
〒162-8668 東京都新宿区若松町19-1
総務省統計局総務課広報担当
TEL 03-5273-1120
FAX 03-5273-1180
E-mail g-kouhou@soumu.go.jp
ホームページアドレス http://www.stat.go.jp/
御意見・御感想をお待ちしております。