

統計調査ニュース

令和6年（2024年）7月

No.452



「令和6年全国家計構造調査」 ～全国的な家計のいまを把握する国の重要な調査です～

総務省統計局長 岩佐 哲也

統計局では10月から11月にかけて「令和6年全国家計構造調査」を実施いたします。

この調査は、家計における消費、所得、資産及び負債の実態を明らかにする重要な統計調査です。

バブル崩壊後約30年間、我が国はデフレが長期化し、消費や投資が停滞していました。賃金が上昇し、家計の購買力が向上することで、消費需要の増加や賃金の価格転嫁による物価の緩やかな上昇が生じ、そして企業の売上が増加することで再び賃金が増加していくという好循環を実現し、デフレ脱却に向けた重要な局面にあります。キャッチコピーにもあるとおり、この調査により、「全国的な家計のいまを把握する」ことは、今後の経済を捉える上で大変重要になっております。

また、この調査では、国民の「安心」や生活の「安定」を支えるセーフティネットである社会保障制度の検討など国の政策の基礎となる資料を提供します。このほか、地方公共団体の福祉行政、消費者行政など地域社会に密着した行政施策の基礎資料として幅広く利用いただけるよう、全

国的な家計のみならず都道府県、人口15万以上の市、県内経済圏などの地域別の家計の実態を明らかにすることとしています。

今回の調査では、昨今の個人情報保護の意識の高まりや、調査票記入による負担を軽減する観点から、多くのメリットがあるインターネット回答の対象範囲を拡大し、より一層推進してまいります。具体的には、画面の誘導に従うことでスムーズに回答できること、調査期間中はいつでも都合の良い時間に回答できることに加え、分からないところがあればチャットで質問できる機能なども設ける予定です。

いよいよ8月からは広報イメージキャラクターの濱口優・南明奈御夫婦を起用したポスターやインターネット広告なども全国で展開し、調査の実施を盛り上げてまいります。都道府県・市町村の皆様と力を合わせて、令和6年全国家計構造調査を正確かつ円滑に実施し、我が国の行政施策の礎を築いていきたいと考えていますので、皆様方の御支援、御協力のほど、よろしくお願いいたします。

目次

「令和6年全国家計構造調査」 ～全国的な家計のいまを把握する国の重要な調査です～	1	サービス産業動向調査 2023年(令和5年)結果(確報)の概要	4
令和6年全国家計構造調査の広報活動について	2	家計消費状況調査 2023年平均結果の概要	5
令和7年国勢調査の円滑な実施に向けて(その2)		～令和6年度「統計の日」標語の決定～	6
一広報・協力依頼の主なポイント	3	とうけい通信®市政データ活用で企業立地促進施策の効果検証を可視化／大阪府豊中市	7

令和6年全国家計構造調査の広報活動について

令和6年全国家計構造調査キャンペーンサイトを開設しました

調査対象となる世帯やマンション管理団体など、多くの関係者の皆様に全国家計構造調査に関する理解を深めていただけるよう、6月より、総務省統計局のウェブサイト上に「令和6年全国家計構造調査キャンペーンサイト」を開設しています。

キャンペーンサイトでは、調査内容の説明やよくある質問、前回調査結果を基にした調査レポートなどを御覧いただけるほか、世帯の皆様がインターネット回答をスムーズに行っていただけるよう、インターネット回答解説動画を掲載します。

また、広報イメージキャラクターの濱口優・南明奈御夫婦が登場する調査周知動画やポスター等を御覧いただける広報ギャラリーといったコンテンツも掲載し、調査実施に向け、更にキャンペーンサイトの内容を充実させていく予定です。

皆様も是非一度、キャンペーンサイトにアクセスしてみてください。



詳しくは **全国家計構造調査**

検索

<https://www.stat.go.jp/data/zenkokukakei/2024/campaign/index.html>



スマホからも
アクセス可能です！

令和6年全国家計構造調査 広報の実施について

総務省統計局では、調査の認知度向上を図るため、各種ウェブサイトに広告バナーや調査周知動画を掲載するインターネット広告を実施します。また、コンビニチェーンなどの全国展開する店舗を対象に、調査を周知するデジタルサイネージを掲示する予定です。そのほか、円滑な調査の実施を図るため、各種関係団体への協力依頼の実施や、地方公共団体においても広報を行っていただきます。

令和7年国勢調査の円滑な実施に向けて(その2)

—広報・協力依頼の主なポイント—



総務省統計局では、令和7年国勢調査の円滑な実施に向けて様々な準備を進めており、前号ではこれまでの準備状況と令和6年度の取組について御紹介しました。
今回は、令和7年国勢調査における広報・協力依頼の主なポイントについて御紹介します。



1 広報の主なポイント ～2か年にわたる一貫性のある広報～

令和7年国勢調査の広報は、令和6～7年度の2か年にわたって同一の広告会社と契約を結ぶ広報総合企画を中心とし、国勢調査の円滑な実施に向けて、一貫性のあるシームレスな広報を展開します。

令和6年度は、国勢調査キャンペーンサイトを構築し、国勢調査の事前周知を図るとともに、調査員募集のため、調査員業務の内容に加えて調査の意義・概要や調査員活動の副次的なメリットなどを訴求する広報を行う予定です。

令和7年度には、広く認知を得ることができる大規模な広報（テレビCM、新聞広告など）に加え、年齢層などの属性に応じて柔軟に内容を変更できる「デジタル広報」を積極的に取り入れるなど、効果的な広報を展開する予定です。テレビCMなどで御活躍いただく広報キャラクターについても、決まり次第本誌で御紹介しますので御期待ください！

【参考1】重点テーマ

(1) 調査の重要性等の理解促進・回答促進

調査に無関心な層やプライバシー意識が高い層などに向けて、全員が調査の対象であること、重要な調査であること、回答は義務であることなどを訴え、参加を促します。

(2) インターネット回答の促進

世帯に対してインターネット回答が「かんたん・便利・安心」であること、特にスマートフォンならば数秒でログインできることを重点的に伝え、インターネット回答をしてみよう！という気持ちを後押しします。

【参考2】主な広報ツール

テレビCM

最も認知率が高い広報ツール。
費用対効果を勘案しつつ、多くの人に視聴してもらうよう、コの字型（平日の朝・夜と土日の終日）など効果的に出稿。

動画配信サービス、インターネット広告

「若年層」に強い動画配信サービス、インターネット広告を選定。
サイトにアクセスしやすくなる、誘導効果の高い広告内容とする。

※ ソーシャルリスニングツール（広告に対する受け手の反応を把握するツール）を用いて、広告内容をタイムリーに見直し。

新聞広告

中高年層に特に高い認知率。
効果的な出稿方法を提案により決定。

SNS

国からのお知らせのほか、地方公共団体の動きも紹介し、全国的プロジェクトであることをアピール。

国勢調査 総合サイト

広報のほか、調査自体のコンテンツも組み入れ、情報発信の拠点として位置付け。

ラジオCM

外国語CMを放送することで、外国人の方も調査対象であることを周知。

キックオフPRイベント

調査期日100日前のキックオフPRイベント等の開催。「国勢調査サポーター企業」との連携も視野。

PR活動・パブリシティ

テレビの情報番組やネット記事など、多くの人の閲覧が見込める媒体でのPRで情報拡散を狙う。

各種ポスター、リーフレット等

- ・「重点訴求内容」が簡潔に伝わるよう、訴求内容のビジュアル化を図り、人々の目に留まる工夫をする。
- ・企業・大学を通じて従業員・学生の方へお知らせすることにより、調査実施に気付くきっかけとする。
- ・小中学校の生徒を通じて保護者向けの調査周知等を行い、調査実施・回答へ気づくきっかけとする。

2 協力依頼の主なポイント

今後、各府省や団体等への協力依頼を積極的に実施する予定です。令和2年国勢調査での協力依頼の実施状況等を踏まえ、協力依頼先のニーズを踏まえた依頼内容となるよう、従前以上に依頼先と密に連携するとともに、十分な周知期間が確保できるよう、依頼時期等について必要な見直しを行います。

(主な依頼内容) 「①調査員の確保」、「②調査員活動の支援」及び「③調査実施の周知・回答促進」

(主な協力依頼先) マンション関係団体、大手マンション管理会社、外国人関係団体、高齢者福祉施設関係団体、病院関係団体、教育関係団体、経済団体、大手企業、報道関係団体、各府省など

※ プロスポーツ団体などに対する協力依頼（スタジアムでのサイネージ放映等）も検討

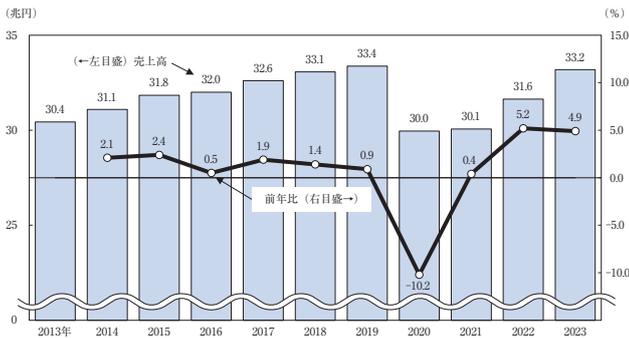
サービス産業動向調査 2023年(令和5年)結果(確報)の概要

サービス産業動向調査は、全国のサービス産業（第3次産業）の事業活動を行っている事務所・店舗・施設等の事業所・企業等を対象として調査を実施しています。この調査は、サービス産業全体の生産と雇用の動向を月次で把握し、GDPの四半期別速報（QE）を始めとする各種経済指標の精度向上に資することを目的としています。この度、2023年（令和5年）結果（確報）を5月31日に公表しましたので、その概要を紹介します。

1 「サービス産業計」の売上高の動向

「サービス産業計」の2023年平均（2023年1月～12月の平均）の売上高は、33.2兆円で前年比4.9%の増加となりました。2014年以降、「サービス産業計」の売上高は前年比で増加が続いていましたが、2020年は新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、前年比10.2%の減少と大きく落ち込みました。2021年の売上高も2020年と同程度の水準でしたが、2023年の売上高は新型コロナウイルス感染症の位置付けが5類感染症に移行したこともありコロナ禍前と同程度の水準にまで回復しています。（図1）

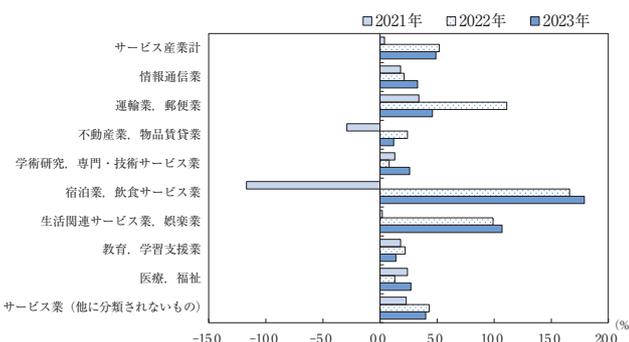
図1 「サービス産業計」の売上高（年平均）の推移



2 産業大分類別の売上高の動向

2023年のサービス産業の売上高を産業大分類別に前年と比べると、「宿泊業、飲食サービス業」（前年比17.9%増）、「生活関連サービス業、娯楽業」（同10.7%増）、「運輸業、郵便業」（同4.6%増）、「サービス業（他に分類されないもの）」（同4.0%増）など全ての産業で増加となりました。（図2）

図2 産業大分類別売上高の前年比の推移

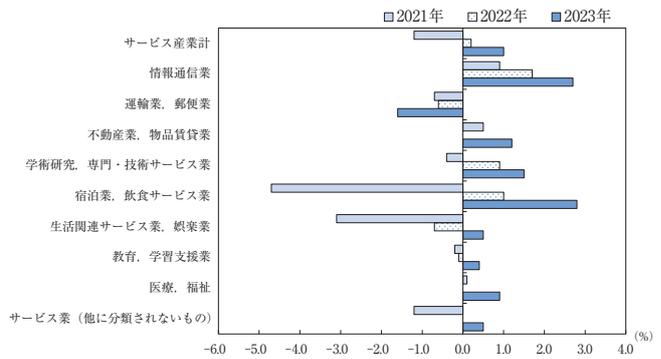


3 産業大分類別の事業従事者数の動向

2023年のサービス産業の事業従事者数^(注)の各月平均は、2957万人となり、前年と比べ1.0%の増加となりました。産業大分類別に前年と比べると、「宿泊業、飲食サービス業」（前年比2.8%増）、「情報通信業」（同2.7%増）など8産業で増加となる一方、「運輸業、郵便業」（同1.6%減）で減少となりました。（図3）

注) 月末に最も近い営業日に実際に働いている人（「出向又は派遣として他の企業などで働いている人」を含まず、「出向又は派遣として他の企業などから来てこの事業所・企業等で働いている人」を含む。）をいう。

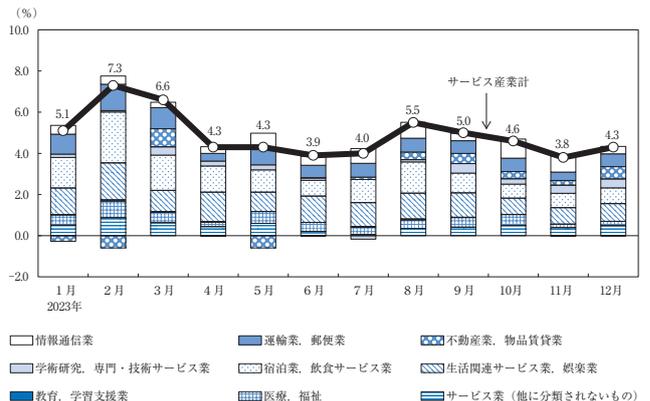
図3 産業大分類別事業従事者数の前年比の推移



4 月間売上高の対前年同月比の推移

2023年の「サービス産業計」の売上高の対前年同月比は、全ての月で増加しました。特に、2022年2月に新型コロナウイルス感染症まん延防止等重点措置が適用されたことによる反動で、2月の売上高の対前年同月比が7.3%と最も高くなりました。産業大分類別にみると、主に「宿泊業、飲食サービス業」及び「生活関連サービス業、娯楽業」が増加に寄与しています。（図4）

図4 「サービス産業計」の月間売上高の対前年同月比と寄与度の推移 - 2023年



家計消費状況調査 2023年平均結果の概要

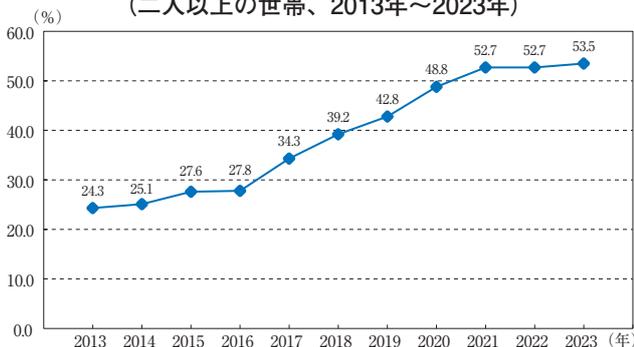
家計消費状況調査の2023年平均結果を2024年2月6日に公表しましたので、その概要を紹介します。

本調査は、個人消費動向の的確な把握のため、インターネットを利用した購入状況や、購入頻度が少ない高額商品・サービスの消費等の実態を安定的に捉えることを目的として、毎月実施している調査です。

ネットショッピング利用世帯の割合は過去最高

二人以上の世帯について、ネットショッピング*を利用した世帯の割合をみると、2023年は53.5%と、2002年の調査開始以来、過去最高水準だった前年(52.7%)を上回りました。(図1)

図1 ネットショッピング利用世帯の割合の推移
(二人以上の世帯、2013年~2023年)

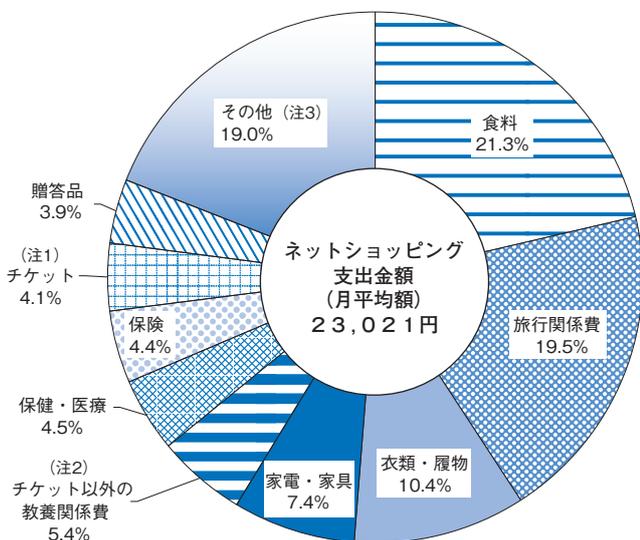


*「ネットショッピング」とは、インターネットを通じた財(商品)・サービスの予約・購入のことをいいます。インターネットを情報収集のみに利用した場合は含めません。

ネットショッピング支出割合が最も高いのは「食料」

2023年におけるネットショッピングの支出金額は、1か月平均23,021円となりました。支出金額に占める主な項目の割合をみると、「食料」の支出が21.3%と最も高く、次いで「旅行関係費」が19.5%、「衣類・履物」が10.4%などとなっています。(図2)

図2 ネットショッピングの支出金額に占める主な項目の支出割合(二人以上の世帯、2023年)

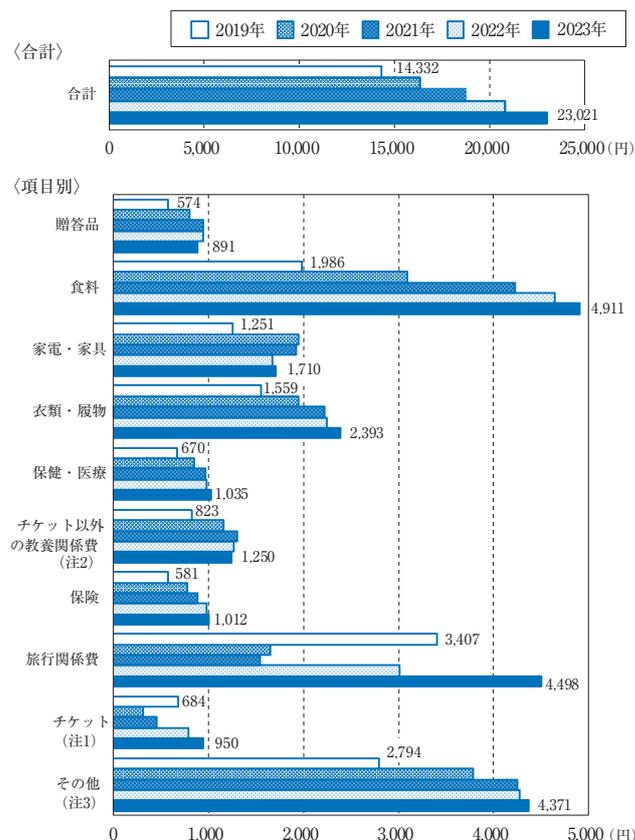


「食料」及び「旅行関係費」を中心に需要が年々拡大

ネットショッピングの支出金額について、新型コロナウイルス感染症の影響が拡大する前の2019年からの推移をみると、2019年は1か月平均14,332円でしたが、2023年には23,021円と、約1.6倍になりました。

その内訳をみると、「食料」、「衣類・履物」は、2020年に大きく増加し、その後も増加が続いています。一方、「家電・家具」は、2020年に増加しましたが、2021年以降は減少傾向となっています。また、「旅行関係費」、「チケット」は、2020年に大きく減少しましたが、2023年には、どちらも感染症拡大前の2019年の支出金額を上回る結果となりました。(図3)

図3 ネットショッピングの1世帯当たり1か月間の支出金額(二人以上の世帯、2019年~2023年)



(注1) チケット
映画、演劇、コンサート、スポーツ観戦などのチケット
(注2) チケット以外の教養関係費
「書籍」、「音楽・映像ソフト、パソコン用ソフト、ゲームソフト」及び「デジタルコンテンツ」の合計
(注3) その他
「化粧品」、「自動車等関係用品」及び「上記に当てはまらない商品・サービス」の合計

～令和6年度「統計の日」標語の決定～

総務省政策統括官（統計制度担当）室では、統計の重要性に対する関心と理解を深め、統計調査に対する国民の皆様の一層の協力を頂けるようにと定めた「統計の日」（10月18日。昭和48年7月3日閣議了解）の周知を図り、毎年「統計の日」のポスターを始めとする広報媒体に活用するため標語を募集しています。

今年は、令和6年2月1日（木）から3月31日（日）にかけて募集を行ったところ、9,980作品の応募を頂きました。

【応募数】

総数	9,980点
うち 小学生の部	174点
中学生の部	1,986点
高校生の部	2,270点
一般の部	1,514点
統計調査員の部	2,550点
公務員の部	1,486点

これらの応募作品について数次にわたる審査の結果、最終審査の統計行政推進会議において、福島県いわき市立赤井小学校6年 矢野 武さんの作品 『今を知り 未来つこう 統計パワー』を特選としたほか、併せて5名の方の作品を佳作として決定しました。

特選に選ばれた矢野さんの作品は、「統計の日」ポスターに使用されます。ポスターは、国の行政機関、都道府県、市区町村、公立の小中学校及び高等学校等に配布されるなど、全国で掲示されます。

各府省、各都道府県におかれましては、特選及び佳作の作品について、広報資料や広報用品、封筒への印字など、各種広報に幅広く御活用いただき、積極的な広報に御協力いただけますようお願いいたします。

その他、「統計の日」関連行事や「統計の日」ポスターなど、「統計の普及、広報」については、ホームページ (https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/info/guide/stkankyo.htm) にて紹介していますので、是非御覧ください。

【特選】

◎小学生の部

『今を知り 未来つこう 統計パワー』

矢野 武さん（福島県いわき市立赤井小学校6年）

【佳作】

◎中学生の部

『答えよう あなたの「答え」で 日本が変わる。』

射場 きくのさん（京都府京都市立洛北中学校3年）

◎高校生の部

『統計は 未来をつくる 設計図』

竹平 咲希さん（早稲田大阪学園向陽台高等学校）

◎一般の部

『AIも 正しいデータ あればこそ』

田村 直樹さん（神奈川県横浜市）

◎統計調査員の部

『地味だけど 大切なんです 統計調査』

若林 友美さん（兵庫県西宮市統計調査員）

◎公務員の部

『あつまる統計 ひろがる未来』

大内 隼さん（神奈川県健康危機・感染症対策課）

（学年は令和6年6月現在）

市政データ利活用で企業立地促進施策の効果検証を可視化

大阪府 豊中市 都市活力部 産業振興課

1. はじめに

本市は、大阪都心部に北接し、近畿都市圏を構成する中核市として人口40万人を有しています。モノレールや鉄道、路線バスを始め大阪国際空港のターミナルビルもあり、非常に交通利便性が高い良好な住宅都市です。

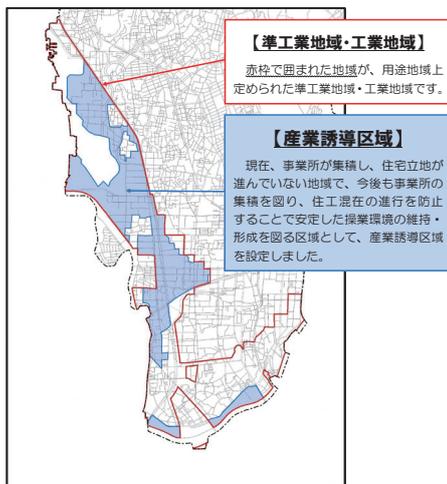
一方、本市の西部及び南部地域には、製造業や運輸業を始めとする事業所が集積し、事業所数では大阪府内4番目である「産業都市」としての顔も持ち合わせています。

2. 本市における産業振興の取組

本市では、1990年に産業と都市の将来像を示した「産業振興ビジョン」を策定しています。2008年には「企業立地促進条例」を施行し、奨励金制度の創設により準工業・工業地域への産業集積を進めています。2018年には「企業立地促進計画」の策定と「企業立地促進条例」の一部改正を行い、本市の西部及び南部地域に産業誘導区域を設定するとともに、奨励金制度の拡充にも取り組んでいます。

一方、新型コロナウイルス感染症の世界的な大流行を契機に社会経済環境は激変し、新たな局面を迎えることとなります。このため、本市では、2022年に「新・産業振興ビジョン」を策定し、奨励金制度の対象エリアや対象業種を拡大することにより、商業地も含めた市域全体での企業立地促進に取り組むことを明らかにしています。

【区域図】



3. 奨励金制度の効果検証

奨励金制度の対象エリアや対象業種の拡大を検討するに当たっては、制度の効果検証を行う必要がありました。2022年度に本市の公民連携事業である「地域課

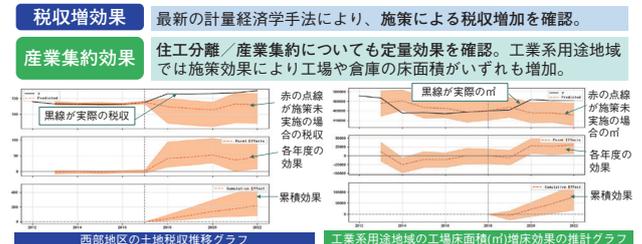
題解決支援事業」にエントリーし、効果検証の機会をうまく獲得することができました。連携パートナーにはNECソリューションイノベータ(株)が選定され、庁内関係課(経営戦略課・固定資産税課・市民税課)とともに、「市政データ利活用で企業立地促進施策の効果検証を可視化」の取組がスタートします。

効果検証の成果指標としては、法人に係る固定資産税収入額と準工業・工業地域における工場や倉庫の床面積の推移に着目しました。

4. 効果検証の結果

改正企業立地促進条例が施行された翌年の2019年度を基点に集計データを分析したところ、事業所が集積する本市の西部地域では、法人に係る固定資産税増収効果が2019年度から2022年度までの4年間で約2億円ありました。また、準工業・工業地域における工場や倉庫の床面積についても、同じ4年間でそれぞれ78,387㎡、12,679㎡増加し、産業集約が進んでいることも確認できました。

データを活用した施策の効果検証



企業立地施策の対象エリア・業種拡大を検討。

5. おわりに

今回の取組では、市税データを利活用することにより、施策効果の可視化を実現できたという点が大きかったと実感しています。近年では、エビデンスに基づく政策立案が当然のこととなっており、特に施策を拡充する際にはこれまでの総括、とりわけ市税収入への貢献度といった観点が産業振興施策には問われます。

本市のように広域都市圏を構成するベッドタウンにおいては、良好な住宅地としての強みをいかしつつ、産業や観光、医療や教育といった他分野での特色や特質を伸ばしていくことも、都市経営上の重要な観点と言えます。これまで長年取り組んできた本市での産業振興施策が新たなフェーズを迎えた今、「新・産業振興ビジョン」に位置づけた奨励金制度の対象エリアや対象業種の拡大検討に確信を持って臨めることが、今回の取組の最大の成果であったかもしれません。

最近の数字

	人口		労働・賃金			産業		家計(二人以上の世帯)		物価		
	総人口 (推計による人口)		就業者数	完全失業率 (季節調整値)	現金給与総額 (規模5人以上)	鉱工業 生産指数 (季節調整値)	サービス産業 の月間売上高	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		
	千人(Pは万人)									万人	%	円
実数	2024.	1	124143	6714	2.4	287,563	98.0	31.6	289,467	408,050	106.9	106.6
		2	P 12399	6728	2.6	281,087	97.4	P 32.3	279,868	465,712	106.9	106.7
		3	P 12397	6726	2.6	302,060	101.7	P 40.0	318,713	419,572	107.2	107.1
		4	P 12400	6750	2.6	295,709	100.8	P 32.8	313,300	453,011	107.7	107.0
		5	P 12393	6766	2.6	P 297,151	P 103.6	...	290,328	376,084	108.1	107.4
		6	P 12389	P 107.5
前年同月比	2024.	1	-	0.4	* -0.1	1.5	* -6.7	3.3	-6.3	-1.7	2.2	1.8
		2	-	0.9	* 0.2	1.4	* -0.6	P 5.3	-0.5	-2.8	2.8	2.5
		3	-	0.4	* 0.0	1.0	* 4.4	P 1.4	-1.2	-0.1	2.7	2.6
		4	-	0.1	* 0.0	1.6	* -0.9	P 3.2	0.5	-2.6	2.5	1.8
		5	-	0.3	* 0.0	P 1.9	* P 2.8	-	-1.8	5.3	2.8	2.2
		6	-	0.3	* 0.0	P 1.9	* P 2.8	-	-1.8	5.3	2.8	2.2

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

掲示板 統計関係の主要日程 (2024年7月~2024年8月)

《会議及び研修関係等》

時期	概要	時期	概要
7月4日	統計作成実務コース「指数に関する研修-鉱工業指数を中心に」開講【集合・ライブ配信】(～5日)	8月下旬	オンライン統計研修【第2回】データ活用コース「政策立案と統計」開講(～9月中旬)
19日	ブロック幹事等統計主管課(部)長会議	〃	オンライン統計研修【第2回】統計作成実務コース「国民・県民経済計算」開講(～9月中旬)
25日	都道府県職員向けコース「統計指導者講習会(中央研修)」開講【ライブ配信】	〃	オンライン統計研修【第2回】統計実務職員(統計データアナリスト補)研修「調査設計の基本」開講(～9月下旬)
8月7日	教育関係者向けコース【滋賀大学との共催セミナー】「教育関係者向けセミナー」(滋賀大学開催)開講【ライブ配信】	〃	オンライン統計研修【第2回】データ活用コース「政策評価と統計」開講(～9月下旬)
9日	教育関係者向けコース【滋賀大学との共催セミナー】「教育関係者向けセミナー」(統計研究研究所開催)開講【ライブ配信】	〃	オンライン統計研修【第2回】データ活用コース「ビッグデータ活用-基礎から応用まで」開講(～9月下旬)
23日	データ活用コース【滋賀大学との共催セミナー】「データサイエンスセミナー」(滋賀大学開催)開講【ライブ配信】	〃	オンライン統計研修【第2回】データ活用コース「データサイエンス入門」開講(～9月下旬)
下旬	オンライン統計研修【第2回】統計取扱業務担当職員向け研修「初めて学ぶ統計」開講(～9月中旬)	〃	オンライン統計研修【第2回】統計作成実務コース「産業連関表の作成・分析」開講(～9月下旬)
〃	オンライン統計研修【第2回】統計実務職員(統計データアナリスト補)研修「統計利用の基本」開講(～9月中旬)		

《調査結果の公表関係》

時期	概要	時期	概要
7月5日	家計調査(家計収支編:2024年5月分)公表	8月9日	労働力調査(詳細集計)2024年4~6月期平均公表
〃	家計消費状況調査(支出関連項目:2024年5月分)公表	20日	人口推計(2024年3月1日現在確定値及び2024年8月1日現在概算値)公表
〃	消費動向指数(CTI)2024年5月分公表	23日	消費者物価指数(全国:2024年7月分)公表
〃	小売物価統計調査(ガソリン)2024年6月分公表	〃	小売物価統計調査(全国:2024年7月分)公表
19日	消費者物価指数(全国:2024年6月分)公表	27日	住民基本台帳人口移動報告(2024年7月分)公表
〃	小売物価統計調査(全国:2024年6月分)公表	30日	労働力調査(基本集計)2024年7月分公表
〃	人口推計(2024年2月1日現在確定値及び2024年7月1日現在概算値)公表	〃	消費者物価指数(東京都都区部:2024年8月分(中旬速報値))公表
26日	家計調査(貯蓄・負債編:2024年1~3月期平均)公表	〃	小売物価統計調査(東京都都区部:2024年8月分)公表
〃	消費者物価指数(東京都都区部:2024年7月分(中旬速報値))公表	〃	サービス産業動向調査(2024年6月分速報及び2024年4~6月期速報並びに2024年3月分確報及び2024年1~3月期確報)公表
〃	小売物価統計調査(東京都都区部:2024年7月分)公表		
〃	住民基本台帳人口移動報告(2024年6月分)公表		
〃	経済構造実態調査(2023年二次集計結果)公表		
30日	労働力調査(基本集計)2024年6月分及び4~6月期平均公表		
31日	サービス産業動向調査(2024年5月分速報及び2024年2月分確報)公表		
8月2日	小売物価統計調査(ガソリン)2024年7月分公表		
6日	家計調査(家計収支編:2024年6月分及び2024年4~6月期平均)公表		
〃	家計消費状況調査(支出関連項目:2024年6月分及び2024年4~6月期平均 ICT関連項目:2024年4~6月期平均)公表		
〃	消費動向指数(CTI)2024年6月分及び2024年4~6月期平均公表		

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 統計情報利用推進課 情報提供第一係

TEL 03-5273-1160 E-mail y-teikyoul@soumu.go.jp

ホームページ <https://www.stat.go.jp/>

御意見・御感想をお待ちしております。