

調 査 計 画

1 調査の名称（☐特定一般統計調査 ☒その他の一般統計調査）

産業連関構造調査（企業の管理活動等に関する実態調査）

2 調査の目的

企業全体及びその内数として本社事業所における管理活動等に係る投入構造を把握し、産業連関表の部門別の投入額推計等の基礎資料を得ることを目的とする。

3 調査対象の範囲

（1）地域的範囲（☒全国 ☐その他）

（2）属性的範囲（☐個人 ☐世帯 ☐事業所 ☒企業・法人・団体 ☐地方公共団体 ☐その他）

日本標準産業分類（平成25年10月改定）に掲げる「産業中分類93 - 政治・経済・文化団体」及び「産業中分類94 - 宗教」を除く民営の法人企業のうち、複数事業所を有し、かつ、企業全体の常用雇用者数30人以上の企業

4 報告を求める個人又は法人その他の団体

（1）報告者数

約11,000企業（母集団の大きさ：約123,000企業）

（2）報告者の選定方法（☐全数 ☒無作為抽出（☒全数階層あり） ☐有意抽出）

事業所母集団データベースの令和2年次フレームを母集団名簿とする。（標本設計の詳細については、別紙1を参照）

5 報告を求める事項及びその基準となる期日又は期間

（1）報告を求める事項

- ① 消費税の取扱い
- ② 令和2年の年間売上高・年間総費用（企業全体）
- ③ 販売費及び一般管理費の内訳
- ④ 販売費及び一般管理費の詳細内訳
- ⑤ 自社利用ソフトウェアの状況
- ⑥ 従業者数

〔集計しない事項の有無〕 無☒ 有☐

(2) 基準となる期日又は期間

産業連関表作成対象年の1～12月（ただし、従業者数については、調査実施年の10月1日現在。自社利用ソフトウェアに関する従事時間割合については、原則、調査実施年の9月1日～30日）

6 報告を求めるために用いる方法

(1) 調査系統

・総務省 — 民間事業者 — 報告者

(2) 調査方法

☒郵送調査 ☒オンライン調査（☒政府統計共同利用システム ☐独自のシステム ☐電子メール）
☐調査員調査 ☐その他（ ）

〔調査方法の概要〕

【配布】総務省から調査事務を受託した民間事業者から報告者に対して、郵送により調査票を配布

【取集】報告者は、自計記入により民間事業者に郵送で返送又は政府統計共同利用システムを用いオンライン提出する。

〔民間事業者への委託業務〕

調査票の配布・回収、疑義照会、督促

7 報告を求める期間

(1) 調査の周期

☐1回限り ☐毎月 ☐四半期 ☐1年 ☐2年 ☐3年 ☒5年 ☐不定期 ☐その他（ ）
（1年を超える場合又は不定期の場合の直近の実施年：平成28年）

(2) 調査の実施期間又は調査票の提出期限

調査実施年の9月～11月

8 集計事項

- ① 調査対象産業分類別、売上（収入）金額構成比（全国）
- ② 調査対象産業分類別、費用構成比（全国）
- ③ 従業者構成比並びに自社利用ソフトウェアの有無及び自社利用ソフトウェアに関する従事時間割合（全国）

9 調査結果の公表の方法及び期日

(1) 公表・非公表の別 (■全部公表 □一部非公表 □全部非公表)

(2) 公表の方法 (■e-Stat □インターネット (e-Stat以外) □印刷物 □閲覧)

(3) 公表の期日

調査実施翌年の11月

10 使用する統計基準等

■使用する→■日本標準産業分類 □日本標準職業分類 □その他 ()

□使用しない

調査対象の範囲の画定及び集計結果の産業別表章において、日本標準産業分類を使用する。

11 調査票情報の保存期間及び保存責任者

保存期間：記入済み調査票は10年、調査票の内容を記録した電磁的記録は常用

保存責任者：総務省政策統括官（統計制度担当）付統計審査官

企業の管理活動等に関する実態調査の標本設計案

1. 母集団の確定

1.1 母集団名簿

母集団名簿として、事業所母集団データベースを採用。

1.2 母集団条件

(1) 概要

上記の母集団名簿から前回調査と同様、下記条件に基づき抽出し、標本抽出を行う母集団を作成。

- 日本標準産業分類に掲げる産業中分類 93 - 政治・経済・文化団体」及び「産業中分類 94 - 宗教」を除く民営の法人企業
- 複数事業所を有し、企業全体での常用雇用者が 30 人以上の企業

(2) 規模区分

売上高を基準とし、50 億円未満、50 億円以上 100 億円未満、100 億円以上の 3 区分で設定。

2. 標本設計

2.1 基本的な考え方

標本抽出は以下のとおり、産業大分類ごとに規模区分×産業中分類を層化基準として層化無作為抽出を行うことを基本とする。

- 目標精度：販管費（販管費が存在しない層については売上高）について標準誤差率 5 %
- 配分方法：ネイマン配分
- 想定回収率：前回調査の各産業の実績回収率（おおむね 50 % 程度）

2.2 標本設計手順

標本は、産業大分類ごとに次の (1) ～ (5) の手順に基づいて設定する。

(1) 層の設定

経済センサス - 活動調査の結果を用い、売上高による規模区分し、業種に関しては、産業中分類ベースの業種に区分の上、層化を行う。

(2) 基本統計量の算出

経済センサス - 活動調査の結果から、販管費について、層 i の平均 (μ_i)、標準偏差 (σ_i)、

分散 (σ_i^2) を求める。

(3) 標本サイズの仮計算

(2) の基本統計量を用いて、必要な標本サイズの計算を以下の式により行う。

$$n = \frac{(\sum N_i \sigma_i)^2}{\varepsilon^2 (\sum N_i \mu_i)^2 + \sum (N_i \sigma_i^2)}$$

(N_i : 層 i の母集団サイズ、 ε (=0.05) : 標準誤差率)

(4) ネイマン配分による標本割付

(3) で得られた標本サイズを元に以下の式により、層区分別に標本サイズを割り付ける。

$$n_i = n \frac{N_i \sigma_i}{\sum N_i \sigma_i}$$

(5) 配布数の算出

各産業の実績回収率を踏まえると、総配布数は約 1 万 1 千となる。

なお、一部の層では配布数が母集団サイズを超えるため、悉皆層となる。ネイマン配分にて配布数が 0 となった層であっても、母集団が 1 以上あるとき 1 として、前回の回収実績率を考慮して配布数を増やす。ただし、前回の回収実績が計算不能な中分類については、回収率を大分類内の平均値を採用する。

※総配布数の約 1 万 1 千は、平成 28 年経済センサス - 活動調査結果から算出している。

ただし、最新の事業所母集団データベース令和 2 年年次フレームに至る企業の改廃、さらに調査実施までの間に廃業等が判明した場合などにより若干異なる場合があり得る。

3. その他

報告者負担を考慮し、令和 3 年に実施した、サービス産業・非営利団体等調査で対象となった企業との重複是正を行う。

ただし、重複是正を行った結果、必要なサンプルを確保できない場合又はサービス産業・非営利団体等調査において全数階層に属する企業については重複是正の対象とはしない。

産業連関構造調査（企業の管理活動等に関する実態調査）

○推計方法

調査層（産業・規模別）ごとの有効回収数を基に推計用乗率を設定した。回答数値に推計用乗率を乗じて構成比を算出した。

企業の管理活動に関する実態調査の回収率について

	平成 7 年	12 年	17 年	23 年	28 年
回収率	33.6%	41.9%	29.0%	51.9%	55.6%
オンライン回答率	—	—	—	—	15.1%
有効回答率	—	—	—	49.7%	55.0%

※ オンライン調査は平成 28 年から実施

※ 平成 7 年から平成 17 年の有効回答率については算出していない