

平成 24 年度

特定サービス産業実態調査利活用促進のための
データ作成とサービス産業動向把握のための調査

報 告 書

平成 25 年 3 月

目 次

はじめに.....	7
1. 本調査研究の背景と目的	7
2. 本調査研究の実施方法など	7
(1) 調査設計評価、時系列データ整備	7
(2) サービス産業の新しい動向の把握	7
. 調査設計評価、時系列データ整備.....	8
1. 調査設計評価	8
(1) 作業の目的	8
(2) 作業方法	8
(3) 試算結果	12
(4) シミュレーション結果を踏まえた考察	34
2. 時系列データの整備	35
(1) 作業の目的	35
(2) 作業方法	35
(3) 作業結果	37
(4) 時系列接続データの作成	49
. サービス産業の新しい動向の把握.....	86
1. サービス産業の市場動向や新たな潮流・特徴について	86
(1) 葬儀業	88
(2) 学習塾	92
(3) フィットネスクラブ	95
(4) 結婚式場業	97
(5) ソフトウェア業, 情報処理・情報サービス業及びインターネット附随サービス業	100
(6) デザイン業	103
(7) その他の業種	106
2. 特定サービス産業実態調査に関するニーズ等	109
(1) 葬儀業	109
(2) 学習塾	111
(3) フィットネスクラブ	114
(4) 結婚式場業	116
(5) ソフトウェア業, 情報処理・情報サービス業及びインターネット附随サービス業	118
(6) デザイン業	120
(7) その他の業種	122

本 編

はじめに

1．本調査研究の背景と目的

サービス産業の現状を把握する統計として、昭和 48 年から特定サービス産業実態調査（以下、「特サビ実態調査」）が実施されている。サービス産業企業の多様化、グローバル展開等サービス産業の状況変化及び経済センサス活動調査の創設、サービス産業動向調査の年次調査開始等の統計事情の変化に伴い、平成 26 年調査から、特サビ実態調査は、対象業種、手法、調査事項等の見直しを予定しているところである。

そのような中で、本調査研究においては、時系列データ整備を行うことによって、特サビ実態調査の利活用促進を図ること、及び、平成 26 年以降の特サビ実態調査の調査改定に向けて、サービス産業の新しい動向を把握し、調査項目、調査対象業種、従業の把握方法などについての検討を行うことを目的として実施した。

2．本調査研究の実施方法など

（1）調査設計評価、時系列データ整備

特サビ実態調査について、業種別に時系列データの整備を図った。時系列データ整備に当たっては、全数調査を基準とする係数を推計することを行っている。また、調査設計評価の検討に当たっては全数調査年結果を母集団とした標本抽出を行い、当該結果と経年比較する等の方法により標本調査手法の評価を実施した。さらに、当該事業により整備した時系列データと公表値との間に乖離が生じた場合には要因分析を行い、なお、調査手法の評価や時系列整備における処理手法について検討を行っている。

（2）サービス産業の新しい動向の把握

調査業種の特性、サービス産業の新しい動向、海外取引、従業の状況、産業・雇用政策等を、企業ヒアリング、団体ヒアリングや関連する文献調査等により把握した。

なお、事業所の従業状況については、特サビ実態調査の調査業種（概ね日本標準産業分類小分類～中分類）程度の細かい分類での従業把握につとめている。特に、海外取引や事業所の従業についてどの程度調査が可能であるかについて検討しつつ、検討に当たっては、分析的視点も含め、当該産業の新たな潮流などを把握することにつとめた。

これらの結果を基にして、26 年以降の調査票の設計に必要な調査事項を収集、分析し、必要となる調査事項について検討が行えるよう調査研究を実施している。

．調査設計評価、時系列データ整備

1．調査設計評価

(1) 作業の目的

特定サービス産業実態調査では、平成 21 年調査以降、母集団数が 1,000 に満たない小規模な 7 業種¹を除いて、標本調査が行われている。

標本調査における抽出方法は、業種別・事業従事者規模別・都道府県別の層化抽出（企業単位の業種については常用雇用者規模別・都道府県別）となっており、業種全体の売上高合計について、標準誤差率が 2.0%以下とすることが抽出の基本的な考え方となっている。

この抽出設計が行われている背景には、「特定サービス産業実態調査では、各産業の市場規模を表す売上高が最も注目される数値である」、「事業所・企業の規模と売上高には相関関係があると想定され、規模層化を行うことで売上高の推計精度向上が期待できる」等の判断がある。

売上高の推計精度向上を目的として事業所・企業規模の層化を行う場合、もっとも有効な基準は売上高規模と考えられる。しかし、平成 21 年特定サービス産業実態調査における母集団名簿情報（平成 18 年事業所・企業統計調査名簿）には、売上高情報が存在しないため、売上高と相関が強いと考えられる従事者数が、規模層化の基準として採用されている。

ここで、事業所・企業統計調査は平成 21 年以降、経済センサスに統合されており、母集団名簿情報として経済センサス活動調査情報が利用できる場合、母集団情報として「売上（収入）金額」を取得し、売上高規模による規模層化を検討できる可能性がある。

そこで、将来的な標本設計を検討するための基礎情報を取得することを目的として、売上高による規模層化を用いた標本設計を試行し、現在の従事者規模を用いた標本設計との比較を行う。

(2) 作業方法

標本設計は、以下の手順で行った。

母集団名簿

従事者数と売上高を取得できる平成 20 年特定サービス産業実態調査全個票を母集団名簿情報として利用した。

試行対象業種の設定

平成 21 年特定サービス産業実態調査において標本調査が行われている 21 業種のうち、母集団数（平成 20 年特定サービス産業実態調査個票数）が多い 4 業種（ソフトウェア業、

¹ 「音声情報制作業」「クレジットカード業、副賦金融業」「事務用機械器具賃貸業」「スポーツ・娯楽用品賃貸業」「計量証明業」「映画館」「公園、遊園地・テーマパーク」

産業用機械器具賃貸業、デザイン・機械設計業、広告代理業)を対象業種とした。なお、これら4業種は、事業所調査が行われている業種である。

標本設計の基本的な前提

各業種について、規模別・都道府県別の層化抽出を行った。なお、規模別層化については、従事者数を用いた層化と、事業所全体の年間売上高を用いた層化の2種を行っている。

a) 層の区分

規模別層化の層の区分については、従事者数、年間売上高ともに、表章区分と同じ区分を用いることとした。

図表1 事業所規模に関する層の区分

従事者数による区分

1	4人以下
2	5～9人
3	10～29人
4	30～49人
5	50～99人
6	100～299人
7	300～499人
8	500人以上

事業所全体の年間売上高による区分

1	1千万円未満
2	1千万円以上3千万円未満
3	3千万円以上1億円未満
4	1億円以上10億円未満
5	10億円以上100億円未満
6	100億円以上

b) 目標精度

平成21年特定サービス産業実態調査における標本設計を参考に、各業種において、事業所の年間売上高総和(全国計)の標準誤差率を2.0%以下とすることを目標精度とした。

なお、標準誤差率は以下の式によって算出した。

$$\text{標準誤差率} = \frac{\sqrt{\sum_{h=1}^L N_h (N_h - n_h) \times \sigma_{xh}^2 / n_h}}{T_x}$$

L: 層の総数

N_h : 第h層の母集団数

n_h : 第h層の標本数

σ_{xh}^2 : 第h層の売上高の母分散

T_x : 母集団の売上高の総和

標本数算出の具体的な手順

平成 21 年特定サービス産業実態調査における標本設計手順を参考に、以下の手順による算出を行った。

a) 初期配分 (全国単位)

事業所全体の年間売上高の総和 (全国計) の標準誤差率が 2.0% 以下となるように、事業所規模層別の標本数を算出する。なお、層別標本数の配分はネイマン配分とし、各層への配分比率は以下の式によって設定した。

$$\text{第 } h \text{ 層への配分比率} = \frac{N_h \sigma_{xh}}{\sum_{h=1}^L N_h \sigma_{xh}}$$

L: 層の総数

N_h : 第 h 層の母集団数

σ_{xh} : 第 h 層の売上高の標準偏差

b) 悉皆層の特定 (全国単位)

初期配分の結果、抽出率が 50% を超えた層を悉皆層に設定する。なお、従事者数を用いて層の区分を行う場合は、平成 20 年特定サービス産業実態調査における設計に従い、初期配分による抽出率によらず、従事者数 100 人以上の層は悉皆層と設定した。

c) 再配分 (全国単位)

悉皆層からは全数抽出を行う条件のもとで、事業所全体の年間売上高の総和 (全国計) の標準誤差率が 2.0% 以下となるように、悉皆層以外の層における標本数を再計算する。初期配分と同様に、各層への配分比率はネイマン配分とした。

d) 比例配分 (都道府県単位)

再配分によって算出された規模別標本数を各都道府県に配分する。配分比率は、母集団における事業所数比率を用いた比例配分とした。

e) 最低標本数調整 (都道府県単位)

比例配分の結果、標本数が 2 未満となった層について、当該層の標本数を 2 とする。なお、母集団が 1 以下の層であった場合には、全数を標本とする。

f) 標準誤差率改善 (都道府県単位)

最低標本数調整後に、各都道府県における事業所全体の年間売上高の総和の標準誤差率を算出する。標準誤差率が 20% を超えている都道府県については、標準誤差率 20% 以下となるように標本数を追加する。

なお、標本数の追加は、各都道府県における規模別事業所数の比率 (母集団比率) に従って、悉皆層以外の層に配分した。

試算パターン

各業種における標本数設計は、従事者規模を用いた設計1種（平成21年特定サービス産業実態調査におけるにおける標本設計と同様の設計）、事業所全体の売上高規模を用いた設計4種を行った。各ケースの概要は下表のとおりである。

図表2 試算パターン

抽出基準	抽出区分	目標精度		
		基準変数	全国計	各都道府県
従事者規模基準	従事者規模別・都道府県別	年間売上高	2%	20%
売上高規模基準	売上高規模別・都道府県別	年間売上高	2%	20%
売上高規模基準	売上高規模別・都道府県別	従事者数	2%	20%
売上高規模基準	売上高規模別・都道府県別	年間売上高	1%	10%
売上高規模基準	売上高規模別・都道府県別	年間売上高	1%	15%

従業者規模基準、売上高規模基準、売上高規模基準による標本数設計結果については、都道府県別・事業所規模別に設定された標本数に従って母集団からの無作為抽出を行い、抽出事業所による回答数値に抽出率の逆数を乗じた値の総和をとることで、母集団推計値を計算、母集団合計値と推計値の誤差率（ $(\text{母集団推計値} - \text{母集団合計値}) \div \text{母集団合計値}$ ）を算出する試行を各1000回実行し、誤差率の分布をまとめた。

なお、誤差率については、「事業所全体の売上高」と「従事者数」についての計算を行っている。

(3) 試算結果

ソフトウェア業

平成20年特定サービス産業実態調査個票(12,313事業所)を母集団として、5種の標本数設計を行った結果を以下に示す。

図表3 ソフトウェア業における標本数試算結果

標本数試算結果(抽出数・抽出率)

	合計	従事者数規模								
		4人以下	5~9人	10~29人	30~49人	50~99人	100~299人	300~499人	500人以上	
従事者規模基準	標本数計 (抽出率)	1,666 13.5%	106 4.2%	105 4.6%	125 3.2%	102 7.6%	117 9.6%	786 100.0%	154 100.0%	171 100.0%

	合計	売上高規模						
		1千万円未満	1千万円以上 3千万円未満	3千万円以上 1億円未満	1億円以上 10億円未満	10億円以上 100億円未満	100億円以上	
売上高規模基準	標本数計 (抽出率)	926 7.5%	125 20.7%	131 10.9%	132 4.5%	162 2.7%	201 14.4%	175 100.0%
売上高規模基準	標本数計 (抽出率)	1,365 11.1%	127 21.1%	149 12.4%	161 5.5%	357 5.9%	396 28.4%	175 100.0%
売上高規模基準	標本数計 (抽出率)	1,786 14.5%	197 32.7%	224 18.7%	244 8.4%	401 6.6%	545 39.1%	175 100.0%
売上高規模基準	標本数計 (抽出率)	1,404 11.4%	139 23.1%	151 12.6%	157 5.4%	298 4.9%	484 34.7%	175 100.0%

抽出誤差

	標本総数	標準誤差率 (売上高)	標準誤差率 (従事者数)
従事者規模基準	1,666	1.05%	0.41%
売上高規模基準	926	1.42%	2.59%
売上高規模基準	1,365	0.93%	1.70%
売上高規模基準	1,786	0.77%	1.47%
売上高規模基準	1,404	0.86%	1.67%

平成21年特定サービス産業実態調査と同様に従事者数を事業所規模層の基準とした場合、全国計の売上高総和の標準誤差率を2.0%以下、各都道府県における売上高総和の標準誤差率を20%以下とするためには、1,666標本(抽出率13.5%)が必要との結果になった。(従事者規模基準)

これに対し、年間売上高を事業所規模層の基準とした場合、926標本(抽出率7.5%)で

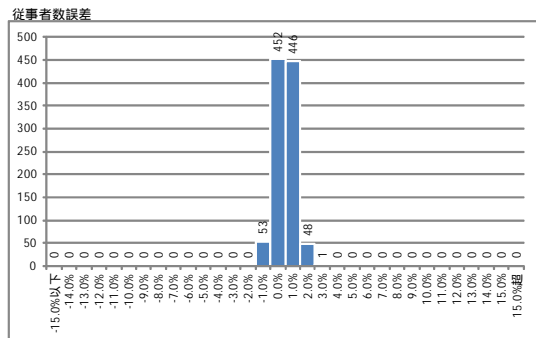
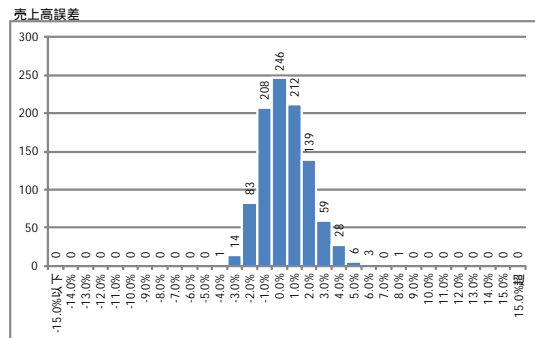
同じ目標精度を達成できる結果となっている。(売上高規模基準)

ただし売上高規模基準 による設計では、従事者数の標準誤差率が 2.59%と高くなっており、都道府県別・事業所規模別標本数の設計結果に従った抽出シミュレーションによる誤差率の分布においても従事者数の誤差分布が大きくなっている。

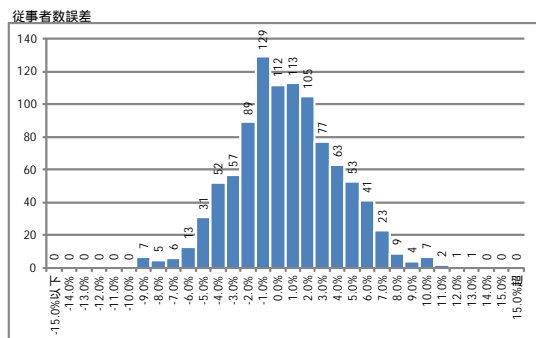
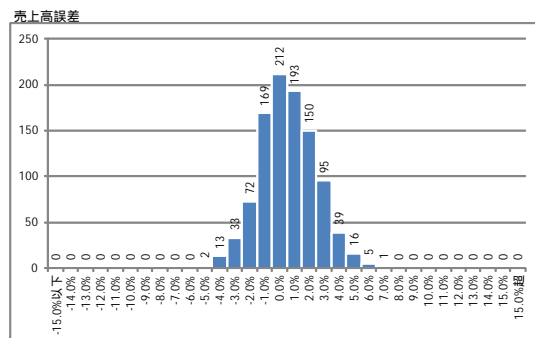
一方、目標誤差を従事者数誤差とした売上高規模基準 では、従事者数標準誤差は 1.70%と若干高いものの、売上高標準誤差は 0.93%となっており、従事者基準による標本設計結果よりも少ない標本数で高い精度を達成できる結果となった。

図表 4 シミュレーションによる誤差分布確認結果

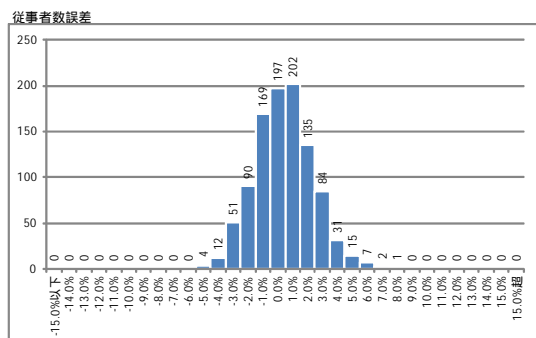
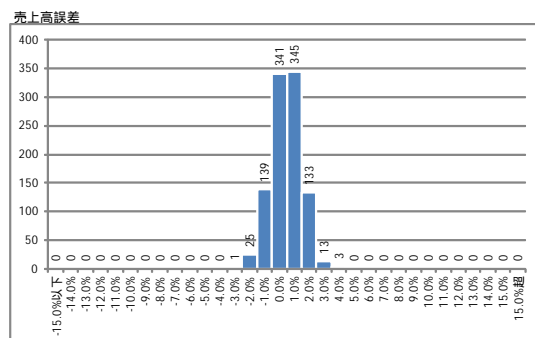
従事者規模基準



売上高規模基準



売上高規模基準



産業用機械器具賃貸業

平成 20 年特定サービス産業実態調査個票（6,068 事業所）を母集団として、5 種の標本数設計を行った結果を以下に示す。

図表 5 産業用機械器具賃貸業における標本数試算結果

標本数試算結果(抽出数・抽出率)

	合計	従事者数規模								
		4人以下	5～9人	10～29人	30～49人	50～99人	100～299人	300～499人	500人以上	
従事者規模基準	標本数計	1,653	195	556	559	218	104	21	0	0
	(抽出率)	27.2%	10.3%	24.7%	35.3%	100.0%	100.0%	100.0%	-	-

	合計	売上高規模						
		1千万円未満	1千万円以上 3千万円未満	3千万円以上 1億円未満	1億円以上 10億円未満	10億円以上 100億円未満	100億円以上	
売上高規模基準	標本数計	1,035	108	106	119	405	291	6
	(抽出率)	17.1%	38.3%	22.6%	9.6%	10.7%	100.0%	100.0%
売上高規模基準	標本数計	1,297	96	94	115	695	291	6
	(抽出率)	21.4%	34.0%	20.1%	9.3%	18.4%	100.0%	100.0%
売上高規模基準	標本数計	1,828	102	98	109	1,222	291	6
	(抽出率)	30.1%	36.2%	20.9%	8.8%	32.3%	100.0%	100.0%
売上高規模基準	標本数計	1,713	92	89	96	1,139	291	6
	(抽出率)	28.2%	32.6%	19.0%	7.8%	30.1%	100.0%	100.0%

抽出誤差

	標本総数	標準誤差率 (売上高)	標準誤差率 (従事者数)
従事者規模基準	1,653	1.95%	0.51%
売上高規模基準	1,035	1.84%	2.52%
売上高規模基準	1,297	1.35%	1.87%
売上高規模基準	1,828	0.93%	1.35%
売上高規模基準	1,713	0.98%	1.42%

平成 21 年特定サービス産業実態調査と同様に従事者数を事業所規模層の基準とした場合、全国計の売上高総和の標準誤差率を 2.0% 以下、各都道府県における売上高総和の標準誤差率を 20% 以下とするためには、1,653 標本（抽出率 27.2%）が必要との結果になった。（従事者規模基準）

これに対し、年間売上高を事業所規模層の基準とした場合、1,035 標本（抽出率 17.1%）で同じ目標精度を達成できる結果となっている。（売上高規模基準）

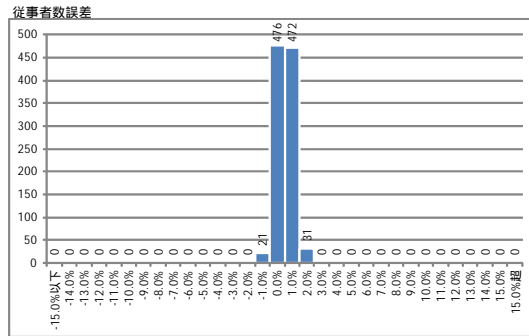
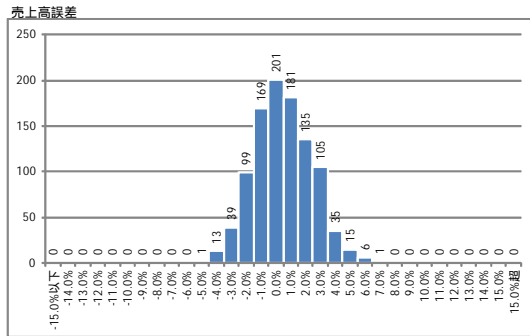
ただし売上高規模基準による設計では、従事者数の標準誤差率が 2.52% と高くなっており、都道府県別・事業所規模別標本数の設計結果に従った抽出シミュレーションによる

誤差率の分布においても従事者数の誤差分布が大きくなっている。

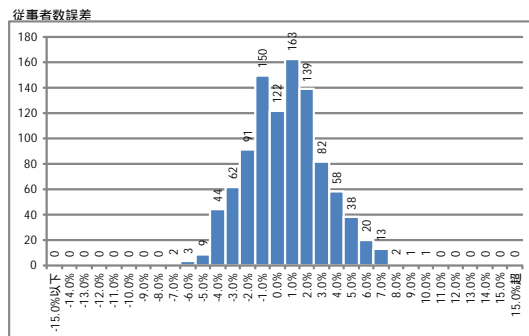
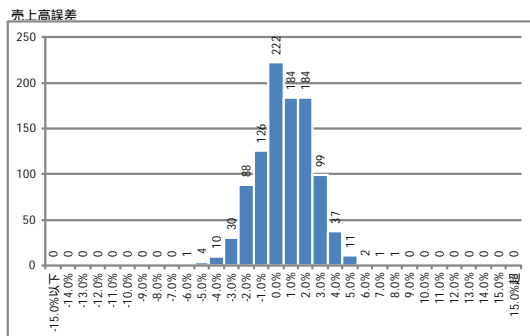
一方、目標誤差を従事者数誤差とした売上高規模基準 では、従事者数標準誤差は 1.87% と若干高いものの、売上高標準誤差は 1.35%となっており、従事者基準による標本設計結果よりも少ない標本数で高い精度を達成できる結果となった。

図表 6 シミュレーションによる誤差分布確認結果

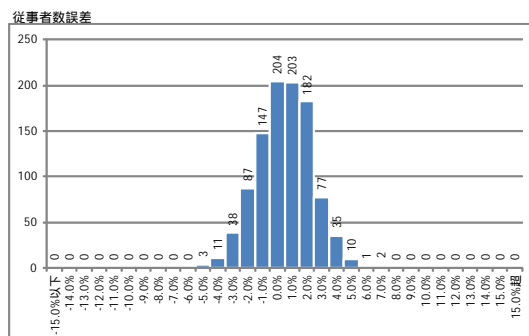
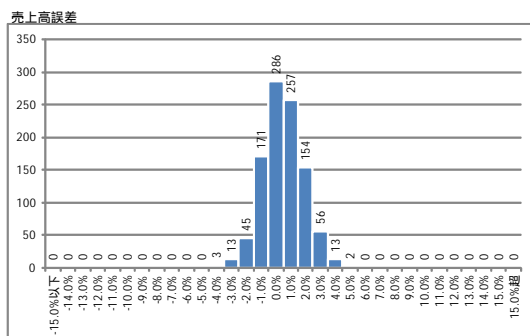
従事者規模基準



売上高規模基準



売上高規模基準



デザイン，機械設計業

平成 20 年特定サービス産業実態調査個票（9,111 事業所）を母集団として、5 種の標本数設計を行った結果を以下に示す。

図表 7 デザイン，機械設計業における標本数試算結果

標本数試算結果(抽出数・抽出率)

	合計	従事者数規模								
		4人以下	5～9人	10～29人	30～49人	50～99人	100～299人	300～499人	500人以上	
従事者規模基準	標本数計	976	250	200	262	81	109	54	6	14
	(抽出率)	10.7%	4.1%	11.7%	26.6%	51.6%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

	合計	売上高規模						
		1千万円未満	1千万円以上 3千万円未満	3千万円以上 1億円未満	1億円以上 10億円未満	10億円以上 100億円未満	100億円以上	
売上高規模基準	標本数計	687	105	105	120	261	92	4
	(抽出率)	7.5%	3.5%	4.3%	5.2%	20.4%	100.0%	100.0%
売上高規模基準	標本数計	842	103	115	151	377	92	4
	(抽出率)	9.2%	3.5%	4.7%	6.5%	29.4%	100.0%	100.0%
売上高規模基準	標本数計	1,173	112	122	178	665	92	4
	(抽出率)	12.9%	3.8%	5.0%	7.7%	51.9%	100.0%	100.0%
売上高規模基準	標本数計	1,107	99	109	165	638	92	4
	(抽出率)	12.2%	3.3%	4.5%	7.1%	49.8%	100.0%	100.0%

抽出誤差

	標本総数	標準誤差率 (売上高)	標準誤差率 (従事者数)
従事者規模基準	976	1.74%	0.67%
売上高規模基準	687	1.64%	2.13%
売上高規模基準	842	1.31%	1.73%
売上高規模基準	1,173	0.87%	1.25%
売上高規模基準	1,107	0.91%	1.31%

平成 21 年特定サービス産業実態調査と同様に従事者数を事業所規模層の基準とした場合、全国計の売上高総和の標準誤差率を 2.0% 以下、各都道府県における売上高総和の標準誤差率を 20% 以下とするためには、976 標本（抽出率 10.7%）が必要との結果になった。（従事者規模基準）

これに対し、年間売上高を事業所規模層の基準とした場合、687 標本（抽出率 7.5%）で同じ目標精度を達成できる結果となっている。（売上高規模基準）

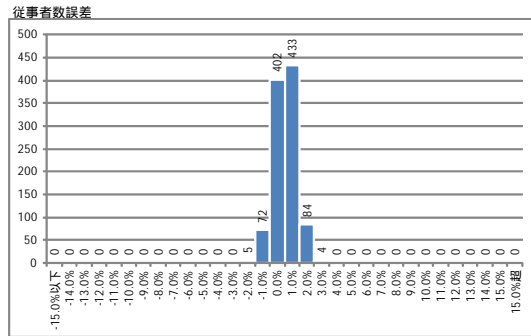
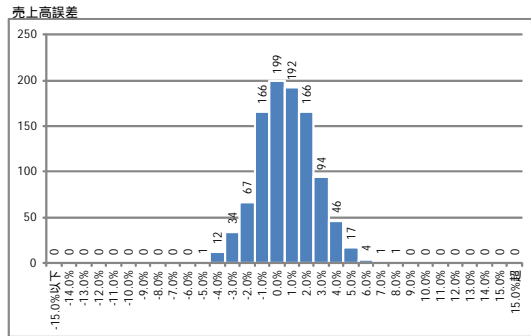
ただし売上高規模基準による設計では、従事者数の標準誤差率が 2.13% と高くなっており、都道府県別・事業所規模別標本数の設計結果に従った抽出シミュレーションによる

誤差率の分布においても従事者数の誤差分布が大きくなっている。

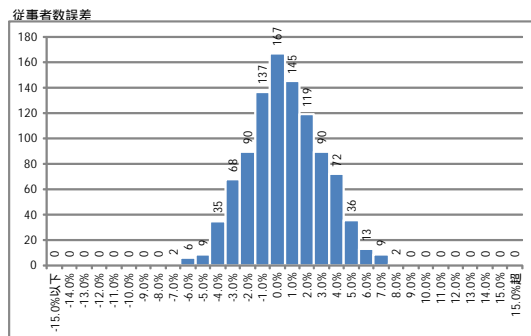
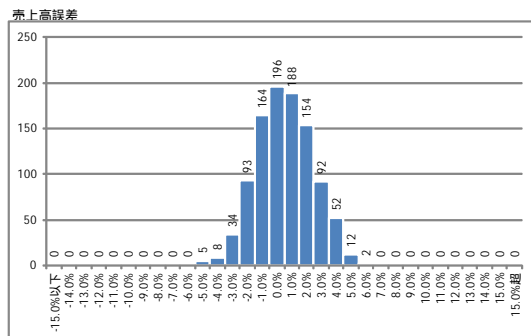
一方、目標誤差を従事者数誤差とした売上高規模基準 では、従事者数標準誤差は 1.73% と若干高いものの、売上高標準誤差は 1.31%となっており、従事者基準による標本設計結果よりも少ない標本数で高い精度を達成できる結果となった。

図表 8 シミュレーションによる誤差分布確認結果

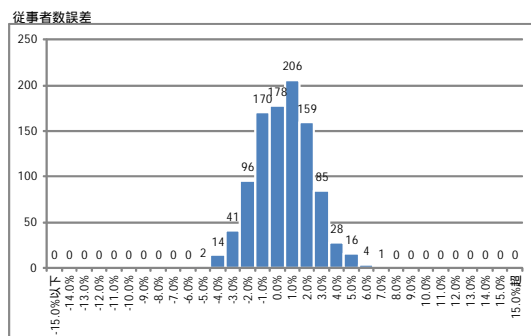
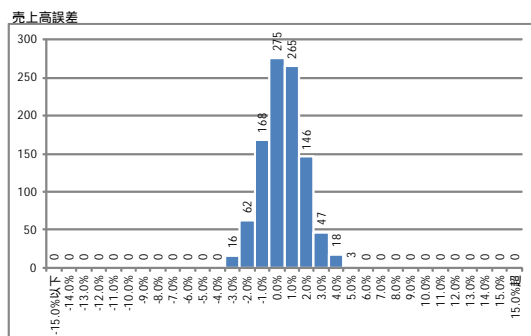
従事者規模基準



売上高規模基準



売上高規模基準



広告代理業

平成 20 年特定サービス産業実態調査個票（5,035 事業所）を母集団として、5 種の標本数設計を行った結果を以下に示す。

図表 9 広告代理業における標本数試算結果

標本数試算結果(抽出数・抽出率)

	合計	従事者数規模								
		4人以下	5～9人	10～29人	30～49人	50～99人	100～299人	300～499人	500人以上	
従事者規模基準	標本数計	937	179	196	255	106	95	80	13	13
	(抽出率)	18.6%	10.3%	13.4%	19.6%	42.1%	54.9%	100.0%	100.0%	100.0%

	合計	売上高規模						
		1千万円未満	1千万円以上 3千万円未満	3千万円以上 1億円未満	1億円以上 10億円未満	10億円以上 100億円未満	100億円以上	
売上高規模基準	標本数計	730	72	110	151	173	165	59
	(抽出率)	14.5%	43.9%	24.1%	12.9%	6.8%	25.6%	100.0%
売上高規模基準	標本数計	1,929	62	87	191	886	644	59
	(抽出率)	38.3%	37.8%	19.0%	16.3%	34.9%	100.0%	100.0%
売上高規模基準	標本数計	1,338	82	158	257	391	391	59
	(抽出率)	26.6%	50.0%	34.6%	22.0%	15.4%	60.7%	100.0%
売上高規模基準	標本数計	1,073	73	123	187	275	356	59
	(抽出率)	21.3%	44.5%	26.9%	16.0%	10.8%	55.3%	100.0%

抽出誤差

	標本総数	標準誤差率 (売上高)	標準誤差率 (従事者数)
従事者規模基準	937	1.28%	0.51%
売上高規模基準	730	1.36%	5.46%
売上高規模基準	1,929	0.22%	1.93%
売上高規模基準	1,338	0.69%	3.31%
売上高規模基準	1,073	0.80%	4.01%

平成 21 年特定サービス産業実態調査と同様に従事者数を事業所規模層の基準とした場合、全国計の売上高総和の標準誤差率を 2.0% 以下、各都道府県における売上高総和の標準誤差率を 20% 以下とするためには、937 標本（抽出率 18.6%）が必要との結果になった。（従事者規模基準）

これに対し、年間売上高を事業所規模層の基準とした場合、730 標本（抽出率 14.5%）で同じ目標精度を達成できる結果となっている。（売上高規模基準）

ただし売上高規模基準による設計では、従事者数の標準誤差率が 5.46% と高くなっており、都道府県別・事業所規模別標本数の設計結果に従った抽出シミュレーションによる

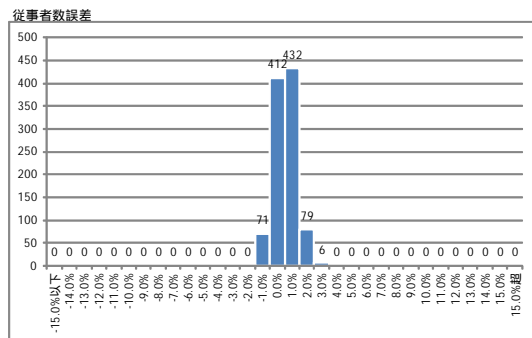
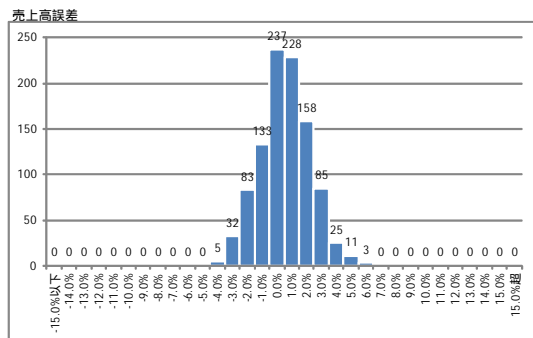
誤差率の分布においても従事者数の誤差分布が非常に大きくなっている。

一方、目標誤差を従事者数誤差とした売上高規模基準 では、従事者数標準誤差 1.93%、売上高標準誤差 0.22%と、特に売上高精度の高い結果を得ることができたが、標本数が 1,929 標本（抽出率 38.3%）となり、従事者基準による標本設計結果よりも多くの標本数が必要となる結果になった。

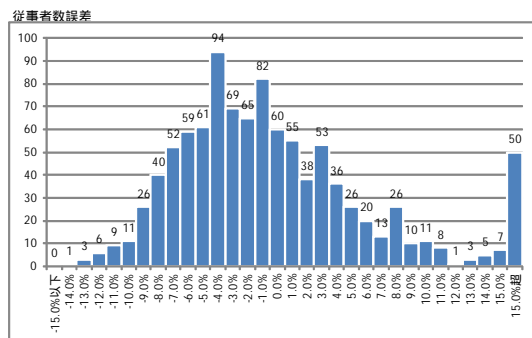
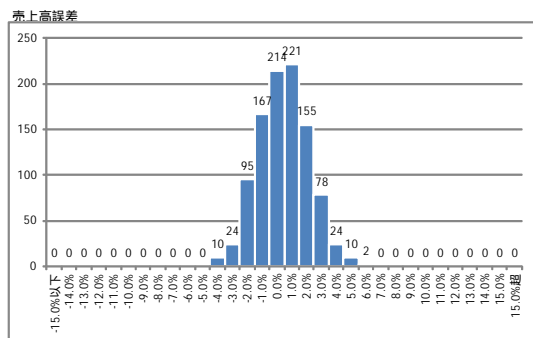
なお、売上高基準 による抽出設計において、従事者数の誤差が 15%超となるケースが多くなっているが、これは売上高に比して従事者数の大きな事業所が若干存在しており、これらの事業所が抽出率の低い層に含まれていることが要因となっている。母集団推計値は、個票の従事者数に抽出率の逆数を乗じた値を合計して算出するため、抽出率の低い層から従事者数の大きな事業所が抽出された場合は、母集団推計値が非常に大きな値となり、誤差率が拡大する結果となった。

図表 10 シミュレーションによる誤差分布確認結果

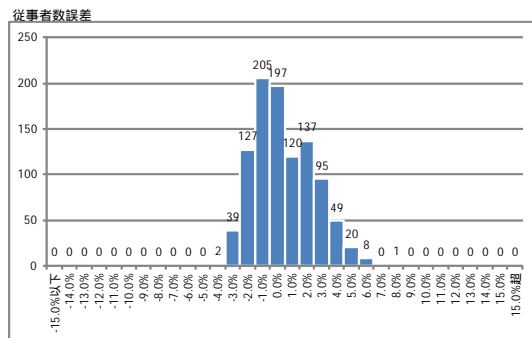
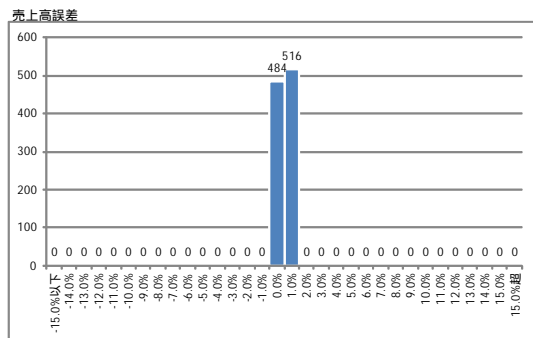
従事者規模基準



売上高規模基準



売上高規模基準



(参考：各業種における母集団情報)

ソフトウェア業	合計	従事者数規模							
		4人以下	5～9人	10～29人	30～49人	50～99人	100～299人	300～499人	500人以上
事業所数	12,313	2,497	2,263	3,883	1,345	1,214	786	154	171
売上高計(10億円)	14,807	93	216	911	686	1,178	2,185	1,162	8,377
売上高平均(百万円)	1,203	37	95	235	510	970	2,780	7,546	48,987
売上高標準偏差(百万円)	13,768	63	102	309	480	864	2,543	5,089	105,806
従事者数計(千人)	634,028	6,330	15,471	67,808	51,511	83,805	130,690	58,224	220,189
従事者数平均(人)	51	3	7	17	38	69	166	378	1,288
従事者数標準偏差(人)	239	1	1	6	6	14	55	54	1,526

	合計	売上高規模					
		1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
事業所数	12,313	603	1,200	2,909	6,033	1,393	175
売上高計(10億円)	14,807	3	23	179	1,991	3,826	8,785
売上高平均(百万円)	1,203	6	19	61	330	2,746	50,199
売上高標準偏差(百万円)	13,768	3	6	20	220	2,013	104,028
従事者数計(人)	634,028	1,226	3,962	21,631	176,169	223,096	207,944
従事者数平均(人)	51	2	3	7	29	160	1,188
従事者数標準偏差(人)	239	2	5	5	24	133	1,552

産業用機械器具賃貸業	合計	従事者数規模							
		4人以下	5～9人	10～29人	30～49人	50～99人	100～299人	300～499人	500人以上
事業所数	6,068	1,890	2,250	1,585	218	104	21	0	0
売上高計(10億円)	1,918	159	482	738	259	205	76	0	0
売上高平均(百万円)	316	84	214	465	1,190	1,970	3,598	-	-
売上高標準偏差(百万円)	712	119	301	435	2,238	1,889	3,397	-	-
従事者数計(人)	62,810	5,370	15,112	24,434	8,215	6,820	2,859	0	0
従事者数平均(人)	10	3	7	15	38	66	136	-	-
従事者数標準偏差(人)	13	1	1	5	6	12	42	-	-

	合計	売上高規模					
		1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
事業所数	6,068	282	468	1,238	3,783	291	6
売上高計(10億円)	1,918	2	9	78	1,182	551	97
売上高平均(百万円)	316	6	19	63	312	1,894	16,195
売上高標準偏差(百万円)	712	3	6	21	199	1,110	5,480
従事者数計(人)	62,810	649	1,400	6,053	41,511	12,713	484
従事者数平均(人)	10	2	3	5	11	44	81
従事者数標準偏差(人)	13	4	2	3	9	34	64

デザイン, 機械設計業

	合計	従事者数規模							
		4人以下	5～9人	10～29人	30～49人	50～99人	100～299人	300～499人	500人以上
事業所数	9,111	6,078	1,709	984	157	109	54	6	14
売上高計(10億円)	814	103	117	180	69	78	103	37	126
売上高平均(百万円)	89	17	68	183	443	712	1,906	6,174	9,027
売上高標準偏差(百万円)	491	23	59	161	293	391	1,371	3,786	4,833
従事者数計(人)	74,774	12,950	11,086	15,181	5,984	7,438	8,391	2,522	11,222
従事者数平均(人)	8	2	6	15	38	68	155	420	802
従事者数標準偏差(人)	41	1	1	5	6	14	47	63	461

	合計	売上高規模					
		1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
事業所数	9,111	2,978	2,432	2,324	1,281	92	4
売上高計(10億円)	814	16	43	126	324	242	63
売上高平均(百万円)	89	5	18	54	253	2,632	15,704
売上高標準偏差(百万円)	491	3	6	19	179	2,223	3,973
従事者数計(人)	74,774	4,754	6,758	13,839	26,965	17,567	4,891
従事者数平均(人)	8	2	3	6	21	191	1,223
従事者数標準偏差(人)	41	1	1	3	20	185	693

広告代理業

	合計	従事者数規模							
		4人以下	5～9人	10～29人	30～49人	50～99人	100～299人	300～499人	500人以上
事業所数	5,035	1,735	1,466	1,303	252	173	80	13	13
売上高計(10億円)	6,939	147	368	922	509	672	799	585	2,937
売上高平均(百万円)	1,378	85	251	707	2,020	3,886	9,988	44,970	225,957
売上高標準偏差(百万円)	21,755	138	318	816	2,009	3,403	12,079	22,471	358,189
従事者数計(人)	94,243	4,532	9,790	21,101	9,545	11,758	13,513	4,988	19,016
従事者数平均(人)	19	3	7	16	38	68	169	384	1,463
従事者数標準偏差(人)	109	1	1	5	6	13	52	54	1,471

	合計	売上高規模					
		1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
事業所数	5,035	164	457	1,170	2,541	644	59
売上高計(10億円)	6,939	1	9	72	861	1,755	4,242
売上高平均(百万円)	1,378	6	19	61	339	2,724	71,900
売上高標準偏差(百万円)	21,755	3	6	20	225	1,956	187,758
従事者数計(人)	94,243	290	1,177	5,809	30,842	29,380	26,745
従事者数平均(人)	19	2	3	5	12	46	453
従事者数標準偏差(人)	109	1	2	10	24	54	871

売上高基準による事業所規模階層における悉皆層設定に関する試行

事業所全体の年間売上高を用いた事業所規模層の設定では、初期配分終了後に抽出率50%以上となっている層については悉皆層としているが、平成21年特定サービス産業実態調査における標本設計のような、抽出率によらず一定規模以上の層を悉皆層とする処理は行っていない。

そこで、参考的な試行として、一定規模以上の売上高を持つ層を悉皆層として標本設計を行い、売上高および従事者数の標準誤差率の確認を行った。また、母集団全体における売上高に占める悉皆層の売上高合計額の割合（カバレッジ）についても合わせて確認を行った。

なお、表章の売上高区分では、ソフトウェア業、産業用機械器具賃貸業、広告代理業において三番目に規模の大きな年間売上高「1億円以上10億円未満」の層に多数の事業所が含まれており、上位三階層を悉皆層とした場合の抽出率が60%以上となる。事業所数も非常に大きな規模となり、実現可能性は著しく低いと想定されることから、年間売上高「1億円以上10億円未満」の層を、「1億円以上2億円未満」「2億円以上5億円未満」「5億円以上10億円未満」の3層に細分化した上で、検討を行った。

図表 11 表章区分による売上高規模別事業所数の確認

		合計	売上高規模						上位3階層合計
			1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上	
ソフトウェア業	(事業所数)	12,313	603	1,200	2,909	6,033	1,393	175	7,601
	(比率)	100.0	4.9	9.7	23.6	49.0	11.3	1.4	61.7
産業用機械器具賃貸業	(事業所数)	6,068	282	468	1,238	3,783	291	6	4,080
	(比率)	100.0	4.6	7.7	20.4	62.3	4.8	0.1	67.2
デザイン, 機械設計業	(事業所数)	9,111	2,978	2,432	2,324	1,281	92	4	1,377
	(比率)	100.0	32.7	26.7	25.5	14.1	1.0	0.0	15.1
広告代理業	(事業所数)	5,035	164	457	1,170	2,541	644	59	3,244
	(比率)	100.0	3.3	9.1	23.2	50.5	12.8	1.2	64.4

図表 12 表章区分による売上高規模別事業所数の確認

		合計	売上高規模								上位3階層合計
			1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上	
ソフトウェア業	(事業所数)	12,313	603	1,200	2,909	2,314	2,454	1,265	1,393	175	2,833
	(比率)	100.0	4.9	9.7	23.6	18.8	19.9	10.3	11.3	1.4	23.0
産業用機械器具賃貸業	(事業所数)	6,068	282	468	1,238	1,409	1,744	630	291	6	927
	(比率)	100.0	4.6	7.7	20.4	23.2	28.7	10.4	4.8	0.1	15.3
デザイン, 機械設計業	(事業所数)	9,111	2,978	2,432	2,324	698	448	135	92	4	231
	(比率)	100.0	32.7	26.7	25.5	7.7	4.9	1.5	1.0	0.0	2.5
広告代理業	(事業所数)	5,035	164	457	1,170	915	1,059	567	644	59	1,270
	(比率)	100.0	3.3	9.1	23.2	18.2	21.0	11.3	12.8	1.2	25.2

a) ソフトウェア業

売上高の標準誤差率を全体2%、都道府県別20%とするように標本設計した場合

一定規模以上の層を悉皆層とする設定を行わない通常の配分方法では、標本数は901標本(抽出率7.3%)となった。なお、最上位(年間売上高100億円以上)の層は初期配分において抽出率50%以上となったため悉皆層となった。この層による売上高カバレッジは59.3%となっている。この設定では、売上高標準誤差率は1.72%、従事者数標準誤差率は2.80%となっている。

図表13 「悉皆層設定なし」での標本設計結果

	売上高規模								
	合計	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
標本数	901	100	104	105	105	104	95	113	175
(抽出率)	7.3%	16.6%	8.7%	3.6%	4.5%	4.2%	7.5%	8.1%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	15,132	64,185	570,178	634,122	1,968,687	1,743,058	25,283,931	0
標準誤差(従事者数)	-	122	530	1,452	2,584	3,863	3,686	16,661	0

標準誤差率(売上高)	1.72%	標本数	901
標準誤差率(従事者数)	2.80%	悉皆層の売上高カバレッジ	59.3%

なお、売上高規模区分に表章区分を用いた標本設計結果(図表3 売上高規模基準)と比較すると、売上高規模「1億円以上10億円未満」層を3区分することで、各層における売上高の標準偏差が小さくなったこと等から、標本数は926から901に縮小した。

図表14 売上高規模区分の変更による母集団情報の変化

表章区分による母集団情報

	売上高規模						
	合計	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満
事業所数	12,313	603	1,200	2,909	6,033	1,393	175
売上高計(10億円)	14,807	3	23	179	1,991	3,826	8,785
売上高平均(百万円)	1,203	6	19	61	330	2,746	50,199
売上高標準偏差(百万円)	13,768	3	6	20	220	2,013	104,028
従事者数計(人)	634,028	1,226	3,962	21,631	176,169	223,096	207,944
従事者数平均(人)	51	2	3	7	29	160	1,188
従事者数標準偏差(人)	239	2	5	5	24	133	1,552

区分を変更した母集団情報

	売上高規模								
	合計	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
事業所数	12,313	603	1,200	2,909	2,314	2,454	1,265	1,393	175
売上高計(10億円)	14,807	3	23	179	332	783	877	3,826	8,785
売上高平均(百万円)	1,203	6	19	61	144	319	693	2,746	50,199
売上高標準偏差(百万円)	13,768	3	6	20	29	84	140	2,013	104,028
従事者数計(人)	634,028	1,226	3,962	21,631	35,515	71,179	69,475	223,096	207,944
従事者数平均(人)	51	2	3	7	15	29	55	160	1,188
従事者数標準偏差(人)	239	2	5	5	12	16	30	133	1,552

次に、上位2階層目にあたる「10億円以上100億円未満」の層を悉皆層として標本設計を行った。上位2階層による売上高カバレッジは85.2%となっている。

上位2階層を悉皆層とした場合、標本数は2,120標本（抽出率17.2%）となった。悉皆層設定を行わない場合、「10億円以上100億円未満」の層の標本数は113標本であり、悉皆層とすることで1,393標本に拡大することが標本数全体を増加させる要因となっている。この設定では、売上高標準誤差率0.20%、従事者数標準誤差率1.02%と精度が向上する。

図表15 上位2階層を悉皆層とした場合

合計	売上高規模								
	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上	
標本数	2,120	92	93	94	94	93	86	1,393	175
(抽出率)	17.2%	15.3%	7.8%	3.2%	4.1%	3.8%	6.8%	100.0%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	15,901	68,215	603,798	671,865	2,086,728	1,839,029	0	0
標準誤差(従事者数)	-	128	564	1,538	2,738	4,094	3,889	0	0

標準誤差率(売上高)	0.20%	標本数	2,120
標準誤差率(従事者数)	1.02%	悉皆層の売上高カバレッジ	85.2%

従事者数の標準誤差率を全体2%、都道府県別20%とするように標本設計した場合

一定規模以上の層を悉皆層とする設定を行わない通常の配分方法では、標本数は1,209標本（抽出率9.8%）となった。なお、最上位（年間売上高100億円以上）の層は初期配分において抽出率50%以上となったため悉皆層となった。この層による売上高カバレッジは59.3%となっている。この設定では、売上高標準誤差率は0.9%、従事者数標準誤差率は1.61%となっている。

図表16 「悉皆層設定なし」での標本設計結果

合計	売上高規模								
	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上	
標本数	1,209	96	101	108	122	135	127	345	175
(抽出率)	9.8%	15.9%	8.4%	3.7%	5.3%	5.5%	10.0%	24.8%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	15,505	65,220	561,903	586,016	1,716,496	1,486,792	13,093,325	0
標準誤差(従事者数)	-	125	539	1,431	2,388	3,368	3,144	8,628	0

標準誤差率(売上高)	0.90%	標本総数	1,209
標準誤差率(従事者数)	1.61%	悉皆層の売上高カバレッジ	59.3%

売上高規模区分を表章区分とした場合（図表3 売上高規模基準）と比較すると、売上高と同様に、従事者数についても、売上高区分を細分化することで、各層の標準偏差が小さくなるため、標本数は1,365から1,209に縮小している。

次に、上位2階層目にあたる「10億円以上100億円未満」の層を悉皆層として標本設計を行った。上位2階層による売上高カバレッジは85.2%となっている。

上位2階層を悉皆層とした場合、標本数は2,175標本（抽出率17.2%）となった。悉皆層設定を行わない場合と比較すると、「10億円以上100億円未満」の層の標本数が345標本から1,393標本に拡大しており、これが標本数全体を増加させる要因となっている。この設定では、売上高標準誤差率0.18%、従事者数標準誤差率0.95%と精度が向上する。

図表17 上位2階層を悉皆層とした場合

合計	売上高規模								
	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上	
標本数	2,175	93	98	100	104	110	102	1,393	175
(抽出率)	17.7%	15.4%	8.2%	3.4%	4.5%	4.5%	8.1%	100.0%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	15,800	66,301	584,780	637,307	1,911,797	1,677,145	0	0
標準誤差(従事者数)	-	127	548	1,490	2,597	3,751	3,547	0	0
標準誤差率(売上高)	0.18%								
標準誤差率(従事者数)	0.95%								
標本数								2,175	
悉皆層の売上高カバレッジ								85.2%	

b) 産業用機械器具賃貸業

売上高の標準誤差率を全体2%、都道府県別20%とするように標本設計した場合

一定規模以上の層を悉皆層とする設定を行わない通常の配分方法では、標本数は689標本（抽出率11.4%）となった。なお、最上位（年間売上高100億円以上）の層は初期配分において抽出率50%以上となったため悉皆層となった。この層による売上高カバレッジは5.1%となっている。この設定では、売上高標準誤差率は1.44%、従事者数標準誤差率は2.72%となっている。

図表18 「悉皆層設定なし」での標本設計結果

合計	売上高規模								
	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上	
標本数	689	91	88	94	94	98	91	127	6
(抽出率)	11.4%	32.3%	18.8%	7.6%	6.7%	5.6%	14.4%	43.6%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	6,486	27,103	253,867	395,890	1,434,113	843,814	2,151,445	0
標準誤差(従事者数)	-	90	76	351	586	1,168	808	654	0
標準誤差率(売上高)	1.44%								
標準誤差率(従事者数)	2.72%								
標本数								689	
悉皆層の売上高カバレッジ								5.1%	

なお、売上高規模区分に表章区分を用いた標本設計結果（図表5 売上高規模基準）と比較すると、売上高規模「1億円以上10億円未満」層を3区分することで、各層における売上高の標準偏差が小さくなったこと等から、標本数は1,035から689に縮小した。

図表19 売上高規模区分の変更による母集団情報の変化

表章区分による母集団情報	合計	売上高規模					
		1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
事業所数	6,068	282	468	1,238	3,783	291	6
売上高計(10億円)	1,918	2	9	78	1,182	551	97
売上高平均(百万円)	316	6	19	63	312	1,894	16,195
売上高標準偏差(百万円)	712	3	6	21	199	1,110	5,480
従事者数計(人)	62,810	649	1,400	6,053	41,511	12,713	484
従事者数平均(人)	10	2	3	5	11	44	81
従事者数標準偏差(人)	13	4	2	3	9	34	64

区分を変更した母集団情報	合計	売上高規模							
		1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
事業所数	6,068	282	468	1,238	1,409	1,744	630	291	6
売上高計(10億円)	1,918	2	9	78	207	546	429	551	97
売上高平均(百万円)	316	6	19	63	147	313	680	1,894	16,195
売上高標準偏差(百万円)	712	3	6	21	28	84	138	1,110	5,480
従事者数計(人)	62,810	649	1,400	6,053	9,650	19,511	12,350	12,713	484
従事者数平均(人)	10	2	3	5	7	11	20	44	81
従事者数標準偏差(人)	13	4	2	3	4	7	13	34	64

次に、上位2階層目にあたる「10億円以上100億円未満」の層を悉皆層として標本設計を行った。上位2階層による売上高カバレッジは33.8%となっている。

上位2階層を悉皆層とした場合、標本数は848標本（抽出率14.0%）となった。「10億円以上100億円未満」の層を悉皆層とすることで、標本数が127標本から291標本に増加したことが標本数全体を増加させる要因となっている。この設定では、売上高標準誤差率0.92%、従事者数標準誤差率2.55%となり、売上高の精度が向上する。

図表20 上位2階層を悉皆層とした場合

	合計	売上高規模							
		1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
標本数	848	91	88	94	94	94	90	291	6
(抽出率)	14.0%	32.3%	18.8%	7.6%	6.7%	5.4%	14.3%	100.0%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	6,486	27,103	253,867	395,890	1,466,086	849,276	0	0
標準誤差(従事者数)	-	90	76	351	586	1,194	813	0	0

標準誤差率(売上高)	0.92%	標本数	848
標準誤差率(従事者数)	2.55%	悉皆層の売上高カバレッジ	33.8%

さらに「5億円以上10億円未満」の層も悉皆層として標本設計を行うと、標本数は1,388

標本となった。悉皆層による売上高カバレッジは 56.1%に上昇した。また、売上高標準誤差率は 0.80%、従事者数標準誤差率は 2.20%となり、売上高の精度がさらに向上した。

図表 21 上位 3 階層を悉皆層とした場合

	売上高規模								
	合計	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
標本数	1,388	91	88	94	94	94	630	291	6
(抽出率)	22.9%	32.3%	18.8%	7.6%	6.7%	5.4%	100.0%	100.0%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	6,486	27,103	253,867	395,890	1,466,086	0	0	0
標準誤差(従事者数)	-	90	76	351	586	1,194	0	0	0
標準誤差率(売上高)	0.80%	標本数		1,388					
標準誤差率(従事者数)	2.20%	悉皆層の売上高カバレッジ		56.1%					

従事者数の標準誤差率を全体 2%、都道府県別 20%とするように標本設計した場合

一定規模以上の層を悉皆層とする設定を行わない通常の配分方法では、標本数は 1,083 標本(抽出率 17.8%)となった。なお、年間売上高「100億円以上」および「10億円以上100億円未満」の 2 層は、初期配分において抽出率 50%以上となったため悉皆層となった。この層による売上高カバレッジは 33.8%となっている。この設定では、売上高標準誤差率は 0.62%、従事者数標準誤差率は 1.80%となっており、売上高の標準誤差率を目標精度として上位 3 階層を悉皆層とした場合よりも、精度の高い結果となった。

図表 22 「悉皆層設定なし」での標本設計結果

	売上高規模								
	合計	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
標本数	1,083	92	89	101	126	212	166	291	6
(抽出率)	17.8%	32.6%	19.0%	8.2%	8.9%	12.2%	26.3%	100.0%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	6,433	26,914	244,161	337,756	940,682	579,666	0	0
標準誤差(従事者数)	-	90	76	337	500	766	555	0	0
標準誤差率(売上高)	0.62%	標本数		1,083					
標準誤差率(従事者数)	1.80%	悉皆層の売上高カバレッジ		33.8%					

売上高規模区分を表章区分とした場合(図表 5 売上高規模基準)と比較すると、売上高と同様に、従事者数についても、売上高区分を細分化することで、各層の標準偏差が小さくなるため、標本数は 1,297 から 1,083 に縮小している。

次に、上位3階層目にあたる「5億円以上10億円未満」の層も悉皆層として標本設計を行った。上位3階層による売上高カバレッジは56.1%となっている。

また、売上高標準誤差率は0.59%、従事者数標準誤差率は1.71%となり、最も精度の高い結果となった。

図表 23 上位3階層を悉皆層とした場合

合計	売上高規模								
	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上	
標本数	1,496	93	91	100	112	173	630	291	6
(抽出率)	24.7%	33.0%	19.4%	8.1%	7.9%	9.9%	100.0%	100.0%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	6,382	26,547	245,487	360,194	1,054,500	0	0	0
標準誤差(従事者数)	-	89	75	339	533	859	0	0	0

標準誤差率(売上高)	0.59%	標本数	1,496
標準誤差率(従事者数)	1.71%	悉皆層の売上高カバレッジ	56.1%

c) デザイン，機械設計業

売上高の標準誤差率を全体2%、都道府県別20%とするように標本設計した場合

一定規模以上の層を悉皆層とする設定を行わない通常の配分方法では、標本数は581標本(抽出率6.4%)となった。なお、年間売上高「100億円以上」および「10億円以上100億円未満」の2層は、初期配分において抽出率50%以上となったため悉皆層となった。この層による売上高カバレッジは37.5%となっている。この設定では、売上高標準誤差率は0.86%、従事者数標準誤差率は1.87%となっている。

図表 24 「悉皆層設定なし」での標本設計結果

合計	売上高規模								
	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上	
標本数	581	94	94	99	88	69	41	92	4
(抽出率)	6.4%	3.2%	3.9%	4.3%	12.6%	15.4%	30.4%	100.0%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	77,023	138,624	435,675	191,072	410,111	255,690	0	0
標準誤差(従事者数)	-	233	350	716	514	843	548	0	0

標準誤差率(売上高)	0.86%	標本数	581
標準誤差率(従事者数)	1.87%	悉皆層の売上高カバレッジ	37.5%

なお、売上高規模区分に表章区分を用いた標本設計結果(図表7 売上高規模基準)と比較すると、売上高規模「1億円以上10億円未満」層を3区分することで、各層における売上高の標準偏差が小さくなったこと等から、標本数は687から581に縮小した。

図表 25 売上高規模区分の変更による母集団情報の変化

表章区分による母集団情報	合計	売上高規模					
		1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
事業所数	9,111	2,978	2,432	2,324	1,281	92	4
売上高計(10億円)	814	16	43	126	324	242	63
売上高平均(百万円)	89	5	18	54	253	2,632	15,704
売上高標準偏差(百万円)	491	3	6	19	179	2,223	3,973
従事者数計(人)	74,774	4,754	6,758	13,839	26,965	17,567	4,891
従事者数平均(人)	8	2	3	6	21	191	1,223
従事者数標準偏差(人)	41	1	1	3	20	185	693

区分を変更した母集団情報	合計	売上高規模							
		1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
事業所数	9,111	2,978	2,432	2,324	698	448	135	92	4
売上高計(10億円)	814	16	43	126	96	136	92	242	63
売上高平均(百万円)	89	5	18	54	138	304	679	2,632	15,704
売上高標準偏差(百万円)	491	3	6	19	27	83	145	2,223	3,973
従事者数計(人)	74,774	4,754	6,758	13,839	8,697	11,034	7,234	17,567	4,891
従事者数平均(人)	8	2	3	6	12	25	54	191	1,223
従事者数標準偏差(人)	41	1	1	3	7	17	31	185	693

次に、上位3階層目にあたる「5億円以上10億円未満」の層を悉皆層として標本設計を行った。上位3階層による売上高カバレッジは48.7%となっている。

上位3階層を悉皆層とした場合、標本数は673標本(抽出率7.4%)となった。「5億円以上10億円未満」の層を悉皆層とすることで、当該層の標本数は41標本から135標本に増加することが標本数全体を増加させる要因となっている。この設定では、売上高標準誤差率0.80%、従事者数標準誤差率1.73%となり、若干精度が向上する。

図表 26 上位3階層を悉皆層とした場合

	合計	売上高規模							
		1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
標本数	673	94	94	97	88	69	135	92	4
(抽出率)	7.4%	3.2%	3.9%	4.2%	12.6%	15.4%	100.0%	100.0%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	77,023	138,624	440,341	191,072	410,111	0	0	0
標準誤差(従事者数)	-	233	350	724	514	843	0	0	0

標準誤差率(売上高)	0.80%
標準誤差率(従事者数)	1.73%

標本数	673
悉皆層の売上高カバレッジ	48.7%

従事者数の標準誤差率を全体2%、都道府県別20%とするように標本設計した場合

一定規模以上の層を悉皆層とする設定を行わない通常の配分方法では、標本数は732標本（抽出率8.0%）となった。なお、年間売上高「100億円以上」および「10億円以上100億円未満」の2層は、初期配分において抽出率50%以上となったため悉皆層となった。この層による売上高カバレッジは37.5%となっている。この設定では、売上高標準誤差率は0.68%、従事者数標準誤差率は1.48%となっており、売上高、従業者数ともに、売上高の標準誤差率を目標精度として上位3階層を悉皆層としたケースよりも精度の高い結果となっている。

図表 27 「悉皆層設定なし」での標本設計結果

	売上高規模								
	合計	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
標本数	732	97	106	135	115	118	65	92	4
(抽出率)	8.0%	3.3%	4.4%	5.8%	16.5%	26.3%	48.1%	100.0%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	75,783	130,206	370,059	163,403	292,632	175,240	0	0
標準誤差(従事者数)	-	229	329	608	440	602	375	0	0

標準誤差率(売上高)	0.68%	標本数	732
標準誤差率(従事者数)	1.48%	悉皆層の売上高カバレッジ	37.5%

売上高規模区分を表章区分とした場合（図表7 売上高規模基準）と比較すると、売上高と同様に、従事者数についても、売上高区分を細分化することで、各層の標準偏差が小さくなるため、標本数は842から732に縮小している。

次に、上位3階層目にあたる「5億円以上10億円未満」の層を悉皆層として標本設計を行った。上位3階層による売上高カバレッジは48.7%となっている。

上位3階層を悉皆層とした場合、標本数は788標本（抽出率8.6%）となった。また、売上高標準誤差率0.65%、従事者数標準誤差率1.42%となり、若干精度が向上した。

図表 28 上位2階層を悉皆層とした場合

	売上高規模								
	合計	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
標本数	788	96	105	131	112	113	135	92	4
(抽出率)	8.6%	3.2%	4.3%	5.6%	16.0%	25.2%	100.0%	100.0%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	76,190	130,853	376,009	166,002	301,293	0	0	0
標準誤差(従事者数)	-	231	330	618	447	619	0	0	0

標準誤差率(売上高)	0.65%	標本数	788
標準誤差率(従事者数)	1.42%	悉皆層の売上高カバレッジ	48.7%

d) 広告代理業

売上高の標準誤差率を全体2%、都道府県別20%とするように標本設計した場合

一定規模以上の層を悉皆層とする設定を行わない通常の配分方法では、標本数は714標本(抽出率14.2%)となった。なお、最上位(年間売上高100億円以上)の層は初期配分において抽出率50%以上となったため悉皆層となった。この層による売上高カバレッジは61.1%となっている。この設定では、売上高標準誤差率は1.43%、従事者数標準誤差率は4.47%となっている。

図表29 「悉皆層設定なし」での標本設計結果

	売上高規模								
	合計	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
標本数	714	60	87	99	97	97	84	131	59
(抽出率)	14.2%	36.6%	19.0%	8.5%	10.6%	9.2%	14.8%	20.3%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	4,565	25,397	227,911	251,571	855,990	788,990	9,822,038	0
標準誤差(従事者数)	-	20	84	1,077	971	1,339	2,559	2,707	0

標準誤差率(売上高)	1.43%	標本数	714
標準誤差率(従事者数)	4.47%	悉皆層の売上高カバレッジ	61.1%

なお、売上高規模区分に表章区分を用いた標本設計結果(図表9 売上高規模基準)と比較すると、売上高規模「1億円以上10億円未満」層を3区分することで、各層における売上高の標準偏差が小さくなったこと等から、標本数は730から714に若干縮小した。

図表30 売上高規模区分の変更による母集団情報の変化

表章区分による母集団情報	合計	売上高規模					
		1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満
事業所数	5,035	164	457	1,170	2,541	644	59
売上高計(10億円)	6,939	1	9	72	861	1,755	4,242
売上高平均(百万円)	1,378	6	19	61	339	2,724	71,900
売上高標準偏差(百万円)	21,755	3	6	20	225	1,956	187,758
従事者数計(人)	94,243	290	1,177	5,809	30,842	29,380	26,745
従事者数平均(人)	19	2	3	5	12	46	453
従事者数標準偏差(人)	109	1	2	10	24	54	871

区分を変更した母集団情報	合計	売上高規模							
		1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
事業所数	5,035	164	457	1,170	915	1,059	567	644	59
売上高計(10億円)	6,939	1	9	72	130	335	397	1,755	4,242
売上高平均(百万円)	1,378	6	19	61	142	316	700	2,724	71,900
売上高標準偏差(百万円)	21,755	3	6	20	29	84	138	1,956	187,758
従事者数計(人)	94,243	290	1,177	5,809	7,112	12,523	11,207	29,380	26,745
従事者数平均(人)	19	2	3	5	8	12	20	46	453
従事者数標準偏差(人)	109	1	2	10	11	13	45	54	871

次に、上位2階層目にあたる「10億円以100億円未満」の層を悉皆層として標本設計を行った。上位2階層による売上高カバレッジは86.4%となっている。

上位2階層を悉皆層とした場合、標本数は1,203標本（抽出率23.9%）となった。悉皆層設定を行わない場合、「10億円以100億円未満」の層の標本数は131標本であり、悉皆層とすることで644標本に拡大することが標本数全体を増加させる要因となっている。この設定では、売上高標準誤差率0.18%、従事者数標準誤差率3.53%となった。売上高に関しては十分に高い精度が達成できているが、従事者数標準誤差率は、悉皆層設定を行わないケースと比較して精度は向上するものの、やや誤差率の高い結果となった。

図表 31 上位2階層を悉皆層とした場合

合計	売上高規模								
	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上	
標本計	1,203	59	83	94	92	92	80	644	59
(抽出率)	23.9%	36.0%	18.2%	8.0%	10.1%	8.7%	14.1%	100.0%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	4,626	26,142	234,439	259,105	881,224	811,815	0	0
標準誤差(従事者数)	-	20	86	1,107	1,000	1,378	2,633	0	0

標準誤差率(売上高)	0.18%	標本数	1,203
標準誤差率(従事者数)	3.53%	悉皆層の売上高カバレッジ	86.4%

さらに、上位3階層目にあたる「5億円以10億円未満」の層も悉皆層として標本設計を行った。上位3階層による売上高カバレッジは92.1%となっている。

上位3階層を悉皆層とした場合、標本数は1,690標本（抽出率33.6%）となった。また、売上高標準誤差率0.14%と十分に高い精度が達成できるが、従事者数については標準誤差率2.16%となり、2%を上回る水準となった。

図表 32 上位3階層を悉皆層とした場合

合計	売上高規模								
	1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上	
標本数	1,690	59	83	94	92	92	567	644	59
(抽出率)	33.6%	36.0%	18.2%	8.0%	10.1%	8.7%	100.0%	100.0%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	4,626	26,142	234,439	259,105	881,224	0	0	0
標準誤差(従事者数)	-	20	86	1,107	1,000	1,378	0	0	0

標準誤差率(売上高)	0.14%	標本数	1,690
標準誤差率(従事者数)	2.16%	悉皆層の売上高カバレッジ	92.1%

従事者数の標準誤差率を全体2%、都道府県別2.0%とするように標本設計した場合

一定規模以上の層を悉皆層とする設定を行わない通常の配分方法では、標本数は1,209標本（抽出率9.8%）となった。なお、年間売上高「100億円以上」「10億円以上100億円未満」「5億円以上10億円未満」の上位3階層は、初期配分において抽出率50%以上となったため悉皆層となった。この層による売上高カバレッジは92.1%となっている。この設定では、売上高標準誤差率は0.1%、従事者数標準誤差率は1.60%となっている。

図表33 「悉皆層設定なし」での標本設計結果

	合計	売上高規模							
		1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
標本数	1,884	61	89	152	142	170	567	644	59
(抽出率)	37.4%	37.2%	19.5%	13.0%	15.5%	16.1%	100.0%	100.0%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	4,506	25,042	179,325	202,123	621,575	0	0	0
標準誤差(従事者数)	-	19	83	847	780	972	0	0	0

標準誤差率(売上高)	0.10%	標本数	1,884
標準誤差率(従事者数)	1.60%	悉皆層の売上高カバレッジ	92.1%

売上高規模区分を表章区分とした場合（図表9 売上高規模基準）と比較すると、売上高と同様に、従事者数についても、売上高区分を細分化することで、各層の標準偏差が小さくなるため、標本数は1,929から1,884に縮小している。

さらに、上位4階層目にあたる「2億円以上5億円未満」の層を悉皆層として標本設計を行った。上位4階層による売上高カバレッジは97.0%となっている。

上位4階層を悉皆層とした場合、標本数は2,717標本（抽出率54.0%）、売上高標準誤差率0.04%、従事者数標準誤差率1.37%となった。

図表34 上位2階層を悉皆層とした場合

	合計	売上高規模							
		1千万円未満	1千万円以上3千万円未満	3千万円以上1億円未満	1億円以上2億円未満	2億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上100億円未満	100億円以上
標本数	2,717	61	84	125	118	1,059	567	644	59
(抽出率)	54.0%	37.2%	18.4%	10.7%	12.9%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
標準誤差(売上高)	-	4,506	25,951	200,351	225,142	0	0	0	0
標準誤差(従事者数)	-	19	86	946	869	0	0	0	0

標準誤差率(売上高)	0.04%	標本数	2,717
標準誤差率(従事者数)	1.37%	悉皆層の売上高カバレッジ	97.0%

(4) シミュレーション結果を踏まえた考察

売上高基準による事業所規模階層設定の有効性

4業種を対象としたシミュレーション結果から、基準変数を売上高として、売上高合計の誤差を一定範囲とするための抽出を行う場合、現行の従事者数(常用雇用者数)による規模階層設定と比較して、売上高規模による規模階層設定では、標本数を少なくすることができることが確認できた。調査効率向上の観点から、少ない標本数で十分な精度を持った調査結果が得られる可能性が高い「売上高基準による規模階層設定」は、今後の調査標本設計において採用を検討する意義は高いと考えられる。

売上高規模区分の調整の必要性

今回のシミュレーションでは、売上高規模区分の境界値として、まず表章区分を用いたシミュレーションを行った。この規模区分設定でも、従事者区分による標本設計より少ない標本数で、売上高合計については同じ精度を確保できることが確認されたが、従事者数合計については、やや誤差が大きな結果となった。

これは、現行の従事者数(常用雇用者数)規模区分では、「4人以下」「5～9人以下」「10～29人以下」等の規模の小さな層に多くの事業所(企業)が含まれる区分となっていることに対し、表章区分による売上高規模区分では、「3千万円以上1億円未満」「1億円以上10億円未満」等の中間層に非常に多くの事業所・企業が含まれた分布になることが影響していると考えられる。

母集団推計値の誤差率は、各層に含まれる事業所(企業)数と各層の標準偏差の大きさに影響される。売上高による規模区分では、目標精度を定める基準変数(売上高)については、売上高規模が同一の事業所によって層を形成するため、各層の標準偏差が小さくなり、母集団推計値の誤差率を低くすることが可能となる。しかし、従事者数に関しては、従事者規模が小さく標準偏差のきわめて小さな区分に多数の事業所が含まれる従事者数による規模区分と比較して、売上高規模区分では、標準偏差の大きな層に多数の事業所が含まれる設定となったため、誤差率が大きくでる結果となった。

売上高合計値の精度を確保しつつ、従事者数についても精度を向上させるためには、売上高規模区分の階級値を、表章区分から変更する検討を行う必要がある。

今回のシミュレーションでは、多数の事業所が含まれる「1億円以上10億円未満」層を細分化した試算をおこなったが、いずれの試算においても、表章区分による標本設計よりも少ない標本数で同じ精度を確保することが可能となった。

特定サービス産業実態調査の標本設計は、規模別・都道府県別の層設定を行うため、過度に規模区分を細分化すると、規模別・都道府県別各層における標本数を最低2とする調整の結果、標本数が増加する可能性があるが、表章区分による規模設定から若干細分化することで、より効率の良い標本設計が可能になると思われる。

2. 時系列データの整備

(1) 作業の目的

特定サービス産業実態調査では、各年の調査結果公表と同時に、調査結果利用者の利便性、時系列の継続性確保の観点から、平成20年調査までは比較可能な主要調査項目について調査年と前年の両年で調査対象となっている事業所（継続対象事業所）のみの集計結果による実数および伸び率の比較資料（参考資料「継続対象事業所のみの集計結果による伸び率」）が掲載されている。

平成21年に全数調査から標本調査に調査方法が変更されたため、平成21年調査と平成20年調査に関しても、継続対象事業所のみの集計結果による比較資料の作成が必要である。

そこで、平成20年・平成21年両年の名簿情報および個票情報を用い、継続対象事業所の抽出、集計、および両年集計結果の伸び率整理を行った。

(2) 作業方法

作業対象業種の特定

平成21年調査では28業種を対象とした調査が行われているが、平成21年から調査の開始された7業種²を除く21業種すべてについて、平成20年調査との時系列比較を行うこととした。

継続対象事業所・企業の特定

平成20年名簿情報と平成21年名簿情報を比較し、両年調査において継続して調査対象となっている事業所・企業を特定した。なお、業種の統合が行われた「広告業」と業種の細分化が行われた「デザイン業」「機械設計業」については、事業所名、住所、電話番号などの情報も合わせて確認し、継続して調査対象となっている事業所の特定を行った。

さらに、平成20年調査個票と平成21年調査個票を確認し、両年調査において継続して回答している事業所・企業の抽出を行った。

継続対象事業所を対象とした集計の実行

継続対象事業所のみを抽出した個票セットを作成し、回答数値の特別集計を行った。

なお、平成21年調査では、ネイマン配分による標本配分が行われており、また、従事者数（企業単位調査が行われている業種については常用雇用者数）100人以上の事業所・企業については悉皆層とする標本設計が行われているため、名簿および個票から設定される継続対象事業所は、規模の大きな事業所に偏っており、継続対象事業所による回答数値の単純合計値は、業種全体の傾向よりも規模の大きな企業の影響を強く受けた結果になっていると想定される。

そこで、継続対象事業所を対象とした集計にあたっては、平成21年調査において層別に設定されている拡大推計のための係数（抽出率の逆数）を乗じたうえで集計を行った。

² 「冠婚葬祭業」、「映画館」、「興行場（別掲を除く）」、「興行団」、「スポーツ施設提供業」、「公園、遊園地」、「学習塾」、「教養・技能教授業」の7業種

図表 35 継続対象事業所数の抽出結果

業種		業種名	全個票		共通個票数		うち通常票 回答個票数		個票数 カバレッジ	
H20	H21		H20 (a)	H21 (b)	H20 (c)	H21 (d)	H20 (e)	H21 (f)	H20 (c/a)	H21 (d/b)
40	40	ソフトウェア業	12,313	3,033	2,517	2,517	2,348	2,348	20.4%	83.0%
41	41	情報処理・提供サービス業	5,433	2,998	2,581	2,581	2,474	2,474	47.5%	86.1%
42	42	インターネット附随サービス業	513	504	206	206	166	166	40.2%	40.9%
43	43	映像情報制作・配給業	1,300	1,077	764	764	482	482	58.8%	70.9%
44	44	音声情報制作業	73	77	46	46	46	46	63.0%	59.7%
64	64	映像・音声・文字情報制作に 附帯するサービス業	325	310	213	213	102	102	65.5%	68.7%
45	45	新聞業	537	368	262	262	194	194	48.8%	71.2%
46	46	出版業	1,332	999	721	721	523	523	54.1%	72.2%
47	47	クレジットカード業、割賦金融業	298	270	259	259	259	259	86.9%	95.9%
58	58	各種物品賃貸業	1,576	819	574	574	488	488	36.4%	70.1%
59	59	産業用機械器具賃貸業	6,066	3,445	3,020	3,020	2,574	2,574	49.8%	87.7%
60	60	事務用機械器具賃貸業	212	223	158	158	158	158	74.5%	70.9%
65	65	自動車賃貸業	2,904	1,725	1,390	1,390	1,199	1,199	47.9%	80.6%
66	66	スポーツ・娯楽用品賃貸業	196	294	141	141	141	141	71.9%	48.0%
67	67	その他の物品賃貸業	3,012	2,099	1,157	1,157	989	989	38.4%	55.1%
50	71	デザイン業、機械設計業 デザイン業/機械設計業	9,111	2,920	3,978	2,581	2,225	1,280	43.7%	88.4%
	72			1,485		1,397		945		94.1%
61	70	広告代理業/その他の広告業 広告業	5,035	2,525	1,681	2,463	1,389	1,991	33.4%	97.5%
62			2,532		782		602		30.9%	
63	63	計量証明業	492	483	444	444	444	444	90.2%	91.9%
56	56	機械修理業(電気機械器具を除く)	5,386	1,469	1,141	1,141	887	887	21.2%	77.7%
57	57	電気機械器具修理業	3,184	1,118	762	762	584	584	23.9%	68.2%

平成 20 年から平成 21 年にかけての伸び率整理

継続対象事業所による集計結果を用いて、平成 20 年から平成 21 年にかけての伸び率の整理を行った。なお、伸び率整理を行う調査項目については、平成 18 年から平成 19 年、平成 19 年から平成 20 年にかけて継続対象事業所による伸び率の整理が行われている項目を中心に設定した。

ただし、平成 19 年 11 月に行われた日本標準産業分類の改定により、契約先産業別の年間売上高については接続が困難となっているため、整理対象項目から除外した。

一方、営業費用とその内訳費目については、従来は伸び率の整理が行われていなかったが、接続可能な項目が多く存在するため、平成 20 年から平成 21 年にかけての伸び率整理対象項目とした。

なお、平成 21 年調査では、従事者数（または常用雇用者数）が 4 人以下の場合は、調査項目を簡素化した簡易票による調査が行われており、年間営業費用の費目別金額、および事業従事者の部門別人数については調査が行われていない。一方で平成 20 年調査では、従事者数 4 人以下の事業所も含め、すべての調査対象による回答が行われている。

このため、これらの調査項目の伸び率の算出にあたっては、継続対象事業所のうち平成 21 年調査において通常票による調査が行われたもののみを再抽出した上で別途集計を行った。ただし、通常票に回答している事業所・企業の中には、調査時点における従事者数（常用雇用者数）が 4 人以下となっていたものも含まれている。本調査では、継続対象事業所数の減少を防ぐため、通常票に回答している従事者数（常用雇用者数）4 人以下の事業所・企業のデータを排除せずに集計を行っている。

また、平成 21 年度調査における簡易票では、業務種別売上高のうち、一部の内訳項目に対する調査が行われていないが、本作業では、業務種別売上高については、通常票に加え簡易票で取得される業務種別売上高も合わせて合計を算出している。

(3) 作業結果

ソフトウェア業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(%) (B) / (A)
年間売上高	事業所全体の年間売上高 (万円)	1,477,802,051	1,399,780,336	94.7
	ソフトウェア業務 (万円)	1,173,718,964	1,110,833,708	94.6
業務種別	受注ソフトウェア (万円)	1,011,515,034	968,681,288	95.8
	ソフトウェア・プロダクツ計 (万円)	162,203,930	142,152,421	87.6
	業務用パッケージ (万円)	120,503,007	104,682,915	86.9
	ゲームソフト (万円)	26,520,236	23,927,871	90.2
	コンピュータ基本ソフト (万円)	15,180,688	13,541,635	89.2
従業者数	合計 (人)	633,485	628,530	99.2
従事者数	合計 (人)	571,939	563,630	98.5
	管理営業部門 (人)	99,132	93,209	94.0
	システムエンジニア (人)	286,125	282,185	98.6
	プログラマー (人)	145,600	136,743	93.9
	研究員 (人)	2,424	2,384	98.3
	その他() (人)	38,658	49,109	127.0
年間営業費	合計 (万円)	1,272,467,317	1,232,643,128	96.9
	給与支給総額 (万円)	368,925,048	357,199,945	96.8
	外注費(国内) (万円)	465,862,634	465,378,571	99.9
	外注費(国外) (万円)	5,887,184	7,642,265	129.8
	減価償却費 (万円)	38,719,709	39,387,139	101.7
	賃借料:土地・建物 (万円)	27,856,147	28,494,971	102.3
	賃借料:情報通信機器 (万円)	8,459,494	6,310,113	74.6
	賃借料:その他の機械・装置 (万円)	2,186,209	2,747,034	125.7
	その他の営業費用 (万円)	354,570,891	325,483,089	91.8

従事者数および年間営業費については、平成 21 年調査において「通常票」（従事者数 5 人以上）に回答した事業所を集計（ ）平成 21 年の「従事者数・その他」は、「企画部門」「ユーザーサポート」「その他」の合計

情報処理・提供サービス業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(%) (B) / (A)
年間売上高	事業所全体の年間売上高 (万円)	424,293,638	406,586,695	95.8
	情報処理・提供サービス業務 (万円)	354,698,703	338,050,278	95.3
業務種別	情報処理サービス (万円)	116,751,706	111,596,769	95.6
	システム管理運営受託 (万円)	141,802,583	139,446,643	98.3
	データベース計 (万円)	28,611,237	23,650,048	82.7
	データベース: ネット (万円)	11,145,553	8,245,817	74.0
	データベース: その他 (万円)	17,465,684	15,404,230	88.2
	各種調査 (万円)	30,624,056	29,780,281	97.2
	その他 (万円)	36,909,121	33,576,537	91.0
	従業者数	合計 (人)	194,950	190,232
従事者数	合計 (人)	170,816	165,653	97.0
	管理営業部門 (人)	40,127	38,778	96.6
	システムエンジニア (人)	40,923	33,820	82.6
	プログラマ (人)	12,450	13,079	105.1
	研究員 (人)	4,091	3,895	95.2
	その他() (人)	73,225	76,083	103.9
年間営業費	合計 (万円)	356,769,855	355,677,667	99.7
	給与支給総額 (万円)	97,618,329	92,464,037	94.7
	外注費(国内) (万円)	83,301,277	87,894,739	105.5
	外注費(国外) (万円)	1,264,020	1,944,809	153.9
	減価償却費 (万円)	11,540,881	14,556,229	126.1
	賃借料: 土地・建物 (万円)	10,159,405	11,392,716	112.1
	賃借料: 情報通信機器 (万円)	11,633,924	12,691,154	109.1
	賃借料: その他の機械・装置 (万円)	916,798	1,537,482	167.7
	その他の営業費用 (万円)	140,335,221	133,196,500	94.9

従事者数および年間営業費については、平成21年調査において「通常票」(従事者数5人以上)に回答した事業所を集計
()平成21年の「従事者数・その他」は、「企画部門」「ユーザーサポート」「その他」の合計

インターネット附随サービス業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(%) (B) / (A)
年間売上高	事業所全体の年間売上高 (万円)	64,236,420	71,725,478	111.7
	インターネット附随サービス業務 (万円)	61,400,456	67,358,317	109.7
業務種別	サイト運営 (万円)	35,285,251	42,935,700	121.7
	コンテンツ配信 (万円)	16,268,275	14,640,707	90.0
	ASP (万円)	1,584,773	2,039,659	128.7
	セキュリティサービス (万円)	192,993	220,926	114.5
	サーバーハウジング (万円)	1,142,330	934,659	81.8
	サーバーホスティング (万円)	1,967,656	1,956,678	99.4
	電子認証 (万円)	345,426	378,116	109.5
	課金・決済代行 (万円)	154,076	109,281	70.9
	その他 (万円)	4,459,676	4,142,592	92.9
	従業者数	合計 (人)	18,562	20,257
従事者数	合計 (人)	18,055	19,358	107.2
	管理営業部門 (人)	6,510	7,134	109.6
	企画部門 (人)	2,695	3,141	116.5
	システムエンジニア (人)	1,967	3,036	154.3
	プログラマ (人)	2,042	1,410	69.1
	研究員 (人)	42	51	122.3
	ユーザーサポート (人)	1,787	1,873	104.8
	その他 (人)	3,012	2,714	90.1
	年間営業費	合計 (万円)	56,964,086	65,901,948
給与支給総額 (万円)		8,591,528	9,821,464	114.3
外注費(国内) (万円)		7,031,954	7,549,595	107.4
外注費(国外) (万円)		156,775	97,425	62.1
減価償却費 (万円)		2,751,707	2,909,048	105.7
賃借料: 土地・建物 (万円)		2,271,525	2,412,812	106.2
賃借料: 情報通信機器 (万円)		3,068,595	363,243	11.8
賃借料: その他の機械・装置 (万円)		2,414,055	165,109	6.8
その他の営業費用 (万円)		30,677,948	42,583,252	138.8

従事者数および年間営業費については、平成21年調査において「通常票」(従事者数5人以上)に回答した事業所を集計

映像情報制作・配給業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(% (B) / (A)
年間売上高	企業全体の売上高	(万円) 119,853,700	117,983,511	98.4
	映像情報制作・配給業務	(万円) 98,522,379	95,585,912	97.0
	業務種別			
	映画制作・配給業務	(万円) 19,690,755	19,714,849	100.1
	テレビ番組制作・配給業務	(万円) 51,674,688	51,788,332	100.2
	ビデオ制作・発売業務	(万円) 27,156,937	24,082,730	88.7
従業者数	合計	(人) 33,320	33,526	100.6
従事者数	合計	(人) 24,272	23,947	98.7
	管理・営業部門	(人) 4,804	4,439	92.4
	企画部門	(人) 1,535	1,531	99.7
	制作部門	(人) 15,193	14,518	95.6
	配給部門	(人) 427	684	160.2
	宣伝部門	(人) 609	596	97.8
	その他部門	(人) 1,703	2,179	127.9
年間営業費	合計	(万円) 97,568,542	104,394,605	107.0
	給与支給総額	(万円) 15,061,458	15,919,591	105.7
	制作費(人件費)	(万円) 6,489,868	7,377,082	113.7
	制作費(その他)	(万円) 16,356,672	18,803,765	115.0
	外注費	(万円) 15,898,700	15,971,292	100.5
	配給権獲得(国内)	(万円) 2,960,652	2,197,290	74.2
	配給権獲得(国外)	(万円) 1,597,907	1,568,097	98.1
	配収支払費	(万円) 2,657,929	3,697,168	139.1
	著作権獲得(国内)	(万円) 1,649,033	1,420,801	86.2
	著作権獲得(国外)	(万円) 3,339,661	2,458,501	73.6
	広告宣伝費	(万円) 7,164,490	6,763,294	94.4
	減価償却費	(万円) 1,115,330	1,338,511	120.0
	賃借料:土地・建物	(万円) 1,767,983	1,956,759	110.7
	賃借料:情報通信機器	(万円) 452,268	513,198	113.5
	賃借料:その他の機械・装置	(万円) 291,256	175,575	60.3
その他の営業費用	(万円) 20,765,334	24,233,681	116.7	

従事者数および年間営業費については、平成21年調査において「通常票」(従事者数5人以上)に回答した事業所を集計

音声情報制作業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(% (B) / (A)
年間売上高	企業全体の年間売上高	(万円) 20,090,575	19,232,078	95.7
	音声情報制作業務	(万円) 19,424,356	18,533,663	95.4
	業務種別			
	音楽ソフト制作業務	(万円) 18,728,124	17,889,051	95.5
	ラジオ番組制作業務	(万円) 696,232	644,612	92.6
従業者数	合計	(人) 3,184	2,859	89.8
従事者数	合計	(人) 3,027	2,754	91.0
	管理部門	(人) 719	662	92.0
	企画・制作部門	(人) 1,150	947	82.3
	宣伝部門	(人) 579	559	96.4
	その他	(人) 579	586	101.3
年間営業費	合計	(万円) 16,925,948	17,387,377	102.7
	給与支給総額	(万円) 2,292,292	2,275,898	99.3
	(制作費)人件費	(万円) 279,311	293,926	105.2
	(制作費)その他	(万円) 668,733	783,130	117.1
	外注費	(万円) 355,420	3,611,361	1016.1
	著作権使用料	(万円) 2,558,372	1,107,791	43.3
	広告宣伝費	(万円) 1,744,109	1,698,372	97.4
	減価償却費	(万円) 104,204	96,956	93.0
	賃借料:土地・建物	(万円) 319,117	332,374	104.2
	賃借料:情報通信機器	(万円) 2,459	2,880	117.1
	賃借料:その他の機械・装置	(万円) 5,041	3,619	71.8
	その他の営業費用	(万円) 8,596,888	7,181,072	83.5

映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(%) (B) / (A)
年間売上高	企業全体の売上高 (万円)	9,965,166	9,390,081	94.2
	映像・音声・文字情報制作附帯サービス業務 (万円)	9,431,234	8,802,042	93.3
業務種別	ニュース供給業 (万円)	3,010,177	2,737,359	90.9
	貸スタジオ (万円)	694,403	498,928	71.8
	音楽スタジオ業 (万円)	464,892	467,367	100.5
	撮影スタジオ業 (万円)	216,582	245,953	113.6
	ポストプロダクション (万円)	2,791,317	2,434,360	87.2
	その他 (万円)	2,253,863	2,418,074	107.3
従業者数	合計 (人)	7,833	7,677	98.0
従事者数	合計 (人)	6,432	6,201	96.4
	管理・営業部門 (人)	1,112	1,069	96.1
	編集部門 (人)	2,614	996	38.1
	技術部門 (人)	1,420	1,387	97.7
	製作部門 (人)	943	877	93.0
	その他 (人)	343	1,874	546.1
年間営業費用	合計 (万円)	8,156,364	7,993,013	98.0
	給与支給総額 (万円)	3,025,266	2,993,117	98.9
	外注費 (万円)	1,197,546	1,240,058	103.5
	減価償却費 (万円)	373,853	372,925	99.8
	賃借料:土地・建物 (万円)	504,786	472,640	93.6
	賃借料:情報通信機器 (万円)	109,223	145,252	133.0
	賃借料:その他の機械・装置 (万円)	60,998	61,234	100.4
	その他の営業費用 (万円)	2,884,692	2,707,788	93.9

従事者数および年間営業費については、平成21年調査において「通常票」(従事者数5人以上)に回答した事業所を集計

新聞業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(%) (B) / (A)
年間売上高	企業全体の年間売上高 (万円)	243,335,204	227,082,440	93.3
	新聞業務 (万円)	214,055,287	200,984,528	93.9
業務種別	新聞販売収入 (万円)	136,897,199	133,142,721	97.3
	広告料収入 (万円)	74,165,050	63,393,554	85.5
	その他 (万円)	2,993,038	4,448,253	148.6
	合計 (万円)	243,335,204	227,082,440	93.3
従業者数	合計 (人)	54,563	52,673	96.5
従事者数	合計 (人)	48,235	48,077	99.7
	管理・営業部門 (人)	13,891	13,460	96.9
	編集部門 (人)	24,257	24,593	101.4
	製作・印刷・発送部門 (人)	6,040	5,940	98.4
	出版・事業・電子メディア部門 (人)	2,743	1,802	65.7
	その他 (人)	1,304	2,281	174.9
年間営業費	営業費用・合計 (万円)	229,852,877	220,786,643	96.1
	給与支給総額 (万円)	46,537,136	48,670,631	104.6
	外注費 (万円)	25,851,180	25,506,041	98.7
	広告宣伝費 (万円)	10,961,840	9,033,136	82.4
	減価償却費 (万円)	10,446,411	10,605,452	101.5
	賃借料:土地・建物 (万円)	2,667,661	2,580,737	96.7
	賃借料:情報通信機器 (万円)	995,062	961,464	96.6
	賃借料:その他の機械・装置 (万円)	915,438	1,013,138	110.7
	その他の営業費用 (万円)	131,478,147	122,416,044	93.1

従事者数および年間営業費については、平成21年調査において「通常票」(従事者数5人以上)に回答した事業所を集計

出版業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(% (B) / (A)
年間売上高	企業全体の年間売上高	(万円) 177,136,902	156,550,029	88.4
	出版業務	(万円) 164,555,531	144,311,875	87.7
業務種類別	書籍販売収入	(万円) 81,768,722	70,645,417	86.4
	雑誌販売収入	(万円) 45,826,007	41,614,501	90.8
	広告料収入	(万円) 28,082,095	23,405,675	83.3
	ロイヤリティ収入	(万円) 2,131,764	2,315,442	108.6
	その他	(万円) 6,746,943	6,330,841	93.8
従業者数	合計	(人) 51,036	46,647	91.4
従事者数	合計	(人) 42,534	37,443	88.0
	管理部門	(人) 6,046	5,412	89.5
	営業部門	(人) 11,921	11,013	92.4
	編集・製作部門	(人) 21,812	18,608	85.3
	電子メディア部門	(人) 783	792	101.2
	その他	(人) 1,972	1,617	82.0
年間営業費	合計	(万円) 150,496,978	136,183,850	90.5
	給与支給総額	(万円) 31,466,717	29,085,339	92.4
	外注費	(万円) 26,757,464	31,807,264	118.9
	印税・原稿料	(万円) 13,563,702	15,194,814	112.0
	広告宣伝費	(万円) 8,755,460	8,818,215	100.7
	減価償却費	(万円) 1,273,643	1,367,471	107.4
	賃借料:土地・建物	(万円) 1,991,468	2,186,166	109.8
	賃借料:情報通信機器	(万円) 609,110	590,932	97.0
	賃借料:その他の機械・装置	(万円) 351,174	309,699	88.2
	その他の営業費用	(万円) 65,728,239	46,823,951	71.2

従事者数および年間営業費については、平成21年調査において「通常票」(従事者数5人以上)に回答した事業所を集計

クレジットカード，割賦販売業

			平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(% (B) / (A)	
年間売上高	企業の年間売上高	(万円)	5,984,774,943	6,073,914,084	101.5	
	クレジットカード・割賦金融業務売上	(万円)	4,714,855,309	4,893,618,112	103.8	
業務種類別	クレジットカード業務計	(万円)	4,125,887,166	4,247,016,280	102.9	
	クレ__販売信用__国内	(万円)	3,278,722,290	3,476,927,770	106.0	
	クレ__販売信用__国外	(万円)	161,681,619	159,268,075	98.5	
	クレ__消費者信用業務	(万円)	685,483,257	610,820,435	89.1	
	割賦金融業務	(万円)	588,968,151	646,601,832	109.8	
従業者数	合計	(人)	62,836	66,574	105.9	
従事者数	合計	(人)	45,810	49,438	107.9	
	管理・営業部門	(人)	23,101	24,411	105.7	
	顧客・加盟店管理部門	(人)	8,725	11,713	134.3	
	審査部門	(人)	7,208	8,470	117.5	
	その他	(人)	6,776	4,844	71.5	
年間営業費用 (企業全体)	合計	(万円)	287,813,555	265,364,598	92.2	
	給与支給総額	(万円)	34,448,931	30,849,658	89.6	
	外注費	(万円)	19,142,719	19,781,237	103.3	
	減価償却費	(万円)	10,906,549	10,067,055	92.3	
	賃借料:土地・建物	(万円)	4,140,939	3,771,407	91.1	
	賃借料:情報通信機器	(万円)	1,470,452	1,310,458	89.1	
	賃借料:その他の機械・装置	(万円)	508,653	181,917	35.8	
	貸倒引当金繰入額	(万円)	65,016,337	45,257,730	69.6	
	金融費用	(万円)	17,897,647	18,099,483	101.1	
	その他営業費用()	(万円)	134,281,328	136,045,655	101.3	
	(当該業務)	合計	(万円)	224,359,572	207,374,805	92.4
		給与支給総額	(万円)	26,179,908	22,639,296	86.5
		外注費	(万円)	15,619,666	14,979,702	95.9
		減価償却費	(万円)	9,072,123	8,508,775	93.8
		賃借料:土地・建物	(万円)	2,794,711	2,401,039	85.9
賃借料:情報通信機器		(万円)	891,352	960,668	107.8	
賃借料:その他の機械・装置		(万円)	381,859	127,150	33.3	
貸倒引当金繰入額		(万円)	50,169,564	33,581,515	66.9	
金融費用		(万円)	13,543,082	13,685,160	101.0	
その他営業費用()		(万円)	105,707,306	110,491,500	104.5	

()平成21年の「年間営業費用・その他の営業費用」は、「広告宣伝費」と「その他の営業費用」の合計

各種物品賃貸業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(%) (B) / (A)
年間売上高	事業所の年間売上高 (万円)	566,504,846	434,673,148	76.7
	各種物品賃貸業務 (万円)	469,189,730	373,583,850	79.6
レンタル売上高	レンタル年間売上高 (万円)	12,464,304	13,669,886	109.7
物件別	産業用機械器具 (計) (万円)	5,650,775	6,031,147	106.7
	産業機械 (万円)	135,351	212,140	156.7
	工業機械 (万円)	210,726	193,263	91.7
	土木・建設機械 (万円)	3,447,437	3,322,056	96.4
	医療用機器 (万円)	46,437	24,854	53.5
	商業用機械・設備 (万円)	356,989	411,100	115.2
	通信機器 (万円)	988,158	1,389,371	140.6
	サービス業用機械・設備 (万円)	141,773	86,789	61.2
	その他の産業用機械・設備 (万円)	323,904	391,573	120.9
	事務用機械器具 (計) (万円)	4,232,642	5,938,391	140.3
	電子計算機・同関連機器 (万円)	3,283,916	5,105,921	155.5
	事務用機器 (万円)	948,727	832,469	87.7
	自動車 (万円)	607,743	538,283	88.6
	その他 (万円)	1,973,144	1,162,064	58.9
リース契約高	リース年間契約高 (万円)	448,850,518	320,419,393	71.4
物件別	産業用機械器具 (計) (万円)	228,987,765	158,591,937	69.3
	産業機械 (万円)	66,192,929	47,667,651	72.0
	工作機械 (万円)	20,632,926	16,037,743	77.7
	土木・建設機械 (万円)	10,406,243	8,814,751	84.7
	医療用機器 (万円)	24,189,895	13,494,418	55.8
	商業用機械・設備 (万円)	42,301,006	27,020,375	63.9
	通信機器 (万円)	26,040,534	19,198,692	73.7
	サービス業用機械・設備 (万円)	25,970,180	17,197,492	66.2
	その他の産業用機械・設備 (万円)	13,254,053	9,160,814	69.1
	事務用機械器具 (計) (万円)	157,785,437	114,139,845	72.3
	電子計算機・同関連機器 (万円)	115,786,317	89,960,315	77.7
	事務用機器 (万円)	41,999,120	24,179,531	57.6
	自動車 (万円)	22,529,471	18,571,492	82.4
	その他 (万円)	39,547,845	29,116,119	73.6
従業者数	合計 (人)	18,218	18,515	101.6
従事者数	合計 (人)	15,321	17,961	117.2
	管理・営業部門 (人)	13,668	16,124	118.0
	保守・管理・操作部門 (人)	1,074	1,319	122.7
	その他 (人)	579	518	89.5
参考	リース売上高 (万円)	456,725,426	359,913,964	78.8
年間営業費用	合計 (万円)	512,150,162	376,094,984	73.4
	給与支給総額 (万円)	12,820,298	11,885,595	92.7
	貸与資産原価 (万円)	342,841,591	68,887,253	20.1
	リース投資資産原価 (万円)	13,233,535	152,763,300	1154.4
	資金原価 (万円)	16,140,555	11,399,803	70.6
	減価償却費 (万円)	10,283,021	3,532,988	34.4
	賃借料:土地・建物 (万円)	1,671,368	1,521,406	91.0
	賃借料:情報通信機器 (万円)	501,596	195,510	39.0
	賃借料:その他の機械・装置 (万円)	478,939	333,976	69.7
	その他の営業費用 (万円)	114,179,257	125,575,153	110.0

従事者数および年間営業費用については、平成21年調査において「通常票」(従事者数5人以上)に回答した事業所を集計

(注)年間営業費用「リース投資資産原価」の大幅な増加は、リース会計基準の変更が影響していると考えられる。新リース会計基準は、平成20年4月1日以降に開始される事業年度より適用されているが、平成20年特定サービス産業実態調査の対象期間は平成19年11月1日から平成20年10月31日までであり、会計基準が適用されない期間が含まれている。一方、平成21年調査は平成20年11月1日から平成21年10月31日までの調査であるため、新リース会計基準が完全に適用されている期間となっている。新リース会計基準では、所有権移転外ファイナンス・リース取引における賃借借処理が廃止され、売買処理のみとなったため、平成20年調査から平成21年調査にかけて、貸与資産原価が大幅に減少し、リース投資資産原価が増加したと考えられる。なお、各種物品賃貸業のほか、事務用機械器具賃貸業、自動車賃貸業においても同様の変化がみられる。

産業用機械器具賃貸業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(% (B) / (A)
年間売上高	事業所の年間売上高 産業用機械器具賃貸業務	(万円) 174,566,864	(万円) 165,443,385	94.8 93.6
レンタル売上高	レンタル年間売上高	(万円) 142,015,581	(万円) 128,160,640	90.2
物件別	産業機械	(万円) 5,204,626	(万円) 7,739,142	148.7
	工業機械	(万円) 696,500	(万円) 776,914	111.5
	土木・建設機械	(万円) 113,133,682	(万円) 99,126,106	87.6
	医療用機器	(万円) 4,068,489	(万円) 3,954,780	97.2
	商業用機械・設備	(万円) 2,785,855	(万円) 1,810,036	65.0
	通信機器	(万円) 1,800,833	(万円) 997,103	55.4
	サービス業用機械・設備	(万円) 4,094,892	(万円) 4,756,824	116.2
	その他の産業用機械・設備	(万円) 10,230,703	(万円) 8,999,735	88.0
リース契約高	リース年間契約高	(万円) 8,824,655	(万円) 10,377,367	117.6
物件別	産業機械	(万円) 1,956,790	(万円) 909,230	46.5
	工作機械	(万円) 269,286	(万円) 243,253	90.3
	土木・建設機械	(万円) 1,223,788	(万円) 3,688,112	301.4
	医療用機器	(万円) 3,052,515	(万円) 4,227,046	138.5
	商業用機械・設備	(万円) 231,639	(万円) 93,656	40.4
	通信機器	(万円) 99,591	(万円) 235,465	236.4
	サービス業用機械・設備	(万円) 849,036	(万円) 608,464	71.7
	その他の産業用機械・設備	(万円) 1,142,011	(万円) 372,141	32.6
従業者数	合計	(人) 59,763	(人) 58,665	98.2
従事者数	合計	(人) 51,335	(人) 51,657	100.6
	管理・営業部門	(人) 26,285	(人) 28,530	108.5
	保守・管理・操作部門	(人) 20,985	(人) 18,764	89.4
	その他	(人) 4,064	(人) 4,364	107.4
参考	リース売上高	(万円) 12,187,745	(万円) 16,118,125	132.2
年間営業費用	合計	(万円) 115,917,776	(万円) 138,732,286	119.7
	給与支給総額	(万円) 24,528,124	(万円) 24,908,289	101.5
	貸与資産原価	(万円) 32,791,846	(万円) 46,559,976	142.0
	リース投資資産原価	(万円) 5,360,932	(万円) 4,121,206	76.9
	資金原価	(万円) 1,717,483	(万円) 2,079,082	121.1
	減価償却費	(万円) 6,548,516	(万円) 7,661,045	117.0
	賃借料:土地・建物	(万円) 4,204,960	(万円) 3,712,251	88.3
	賃借料:情報通信機器	(万円) 673,877	(万円) 328,542	48.8
	賃借料:その他の機械・装置	(万円) 4,832,657	(万円) 3,763,139	77.9
	その他の営業費用	(万円) 35,259,381	(万円) 45,598,756	129.3

従事者数および年間営業費については、平成21年調査において「通常票」(従事者数5人以上)に回答した事業所を集計

事務用機械器具賃貸業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(% (B) / (A)
年間売上高	事業所の年間売上高	(万円) 43,753,225	40,651,804	92.9
	事務用機械器具賃貸業務	(万円) 34,784,250	36,241,769	104.2
レンタル売上高	レンタル年間売上高	(万円) 9,260,001	8,324,778	89.9
物件別	電子計算機・同関連機器	(万円) 5,875,382	5,611,460	95.5
	事務用機器	(万円) 3,384,619	2,713,318	80.2
リース契約高	リース年間契約高	(万円) 28,163,165	30,630,111	108.8
	物件別			
	電子計算機・同関連機器	(万円) 20,334,417	21,488,338	105.7
	事務用機器	(万円) 7,828,748	9,141,773	116.8
従業者数	合計	(人) 2,494	2,612	104.7
従事者数	合計	(人) 2,294	2,366	103.1
	管理・営業部門	(人) 1,588	1,646	103.6
	保守・管理・操作部門	(人) 558	592	106.1
	その他	(人) 147	128	87.0
参考	リース売上高	(万円) 25,524,249	27,916,991	109.4
年間営業費用	合計	(万円) 37,870,631	37,667,785	99.5
	給与支給総額	(万円) 1,270,376	1,281,004	100.8
	貸与資産原価	(万円) 28,787,985	11,674,238	40.6
	リース投資資産原価	(万円) 862,513	10,618,222	1231.1
	資金原価	(万円) 713,169	646,467	90.6
	減価償却費	(万円) 224,196	297,075	132.5
	賃借料:土地・建物	(万円) 183,539	225,390	122.8
	賃借料:情報通信機器	(万円) 19,964	34,581	173.2
	賃借料:その他の機械・装置	(万円) 42,826	33,208	77.5
	その他の営業費用	(万円) 5,766,063	12,857,600	223.0

自動車賃貸業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(% (B) / (A)
年間売上高	事業所の年間売上高	(万円) 163,865,985	142,356,197	86.9
	自動車賃貸業務	(万円) 131,000,959	113,123,813	86.4
レンタル売上高	レンタル年間売上高	(万円) 26,206,208	33,698,109	128.6
	法人向け	(万円) 17,258,915	19,365,637	112.2
	個人向け	(万円) 8,947,292	14,332,472	160.2
リース契約高	リース年間契約高	(万円) 103,170,344	70,659,643	68.5
	法人向け	(万円) 97,995,958	66,967,201	68.3
	個人向け	(万円) 5,174,386	3,692,442	71.4
従業者数	合計	(人) 30,571	30,035	98.2
従事者数	合計	(人) 24,123	23,812	98.7
	管理・営業部門	(人) 21,393	21,113	98.7
	保守・管理・操作部門	(人) 1,407	1,625	115.4
	その他	(人) 1,323	1,074	81.2
参考	リース売上高	(万円) 104,794,752	79,425,703	75.8
年間営業費用	合計	(万円) 149,488,725	121,983,706	81.6
	給与支給総額	(万円) 10,212,236	9,703,825	95.0
	貸与資産原価	(万円) 59,891,812	39,656,976	66.2
	リース投資資産原価	(万円) 3,925,059	18,246,765	464.9
	資金原価	(万円) 3,092,151	1,981,598	64.1
	減価償却費	(万円) 11,445,898	5,291,197	46.2
	賃借料:土地・建物	(万円) 4,818,619	3,923,783	81.4
	賃借料:情報通信機器	(万円) 132,362	252,251	190.6
	賃借料:その他の機械・装置	(万円) 225,423	1,117,675	495.8
	その他の営業費用	(万円) 55,745,165	41,809,635	75.0

従事者数および年間営業費については、平成21年調査において「通常票」(従事者数5人以上)に回答した事業所を集計

スポーツ・娯楽用品賃貸業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(% (B) / (A))
年間売上高	事業所の年間売上高 (万円)	509,369	476,730	93.6
	スポーツ・娯楽用品賃貸業務 (万円)	406,549	397,372	97.7
	レンタル年間売上高 (万円)	400,577	390,472	97.5
	リース年間契約高 (万円)	2,567	6,900	268.8
従業者数	合計 (人)	1,281	1,051	82.1
従事者数	合計 (人)	889	895	100.7
	管理・営業部門 (人)	624	542	86.8
	保守・管理・操作部門 (人)	183	236	129.0
	その他 (人)	81	117	143.5
参考	リース売上高 (万円)	5,972	6,900	115.5
年間営業費用	合計 (万円)	459,982	424,082	92.2
	給与支給総額 (万円)	165,162	157,042	95.1
	貸与資産原価 (万円)	37,051	24,102	65.1
	リース投資資産原価 (万円)	27,874	0	0.0
	資金原価 (万円)	14,386	10,152	70.6
	減価償却費 (万円)	21,655	27,018	124.8
	賃借料: 土地・建物 (万円)	17,816	18,232	102.3
	賃借料: 情報通信機器 (万円)	1,380	894	64.8
	賃借料: その他の機械・装置 (万円)	7,992	4,916	61.5
	その他の営業費用 (万円)	166,667	181,727	109.0

その他の物品賃貸業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(% (B) / (A))
年間売上高	事業所の年間売上高 (万円)	54,828,261	54,308,505	99.1
	その他の物品賃貸業務 (万円)	43,099,736	43,253,493	100.4
レンタル売上高	レンタル年間売上高 (万円)	41,287,789	41,924,021	101.5
物件別	映画・演劇用品 (万円)	1,681,958	817,316	48.6
	音楽・映像記録物 (万円)	9,872,952	9,829,257	99.6
	貸衣しょう (万円)	10,534,339	10,633,257	100.9
	その他 (万円)	19,198,541	20,644,192	107.5
リース契約高	リース年間契約高 (万円)	2,026,291	2,389,352	117.9
物件別	映画・演劇用品 (万円)	298	0	0.0
	音楽・映像記録物 (万円)	22,279	25,376	113.9
	貸衣しょう (万円)	152,154	331,109	217.6
	その他 (万円)	1,851,561	2,032,868	109.8
従業者数	合計 (人)	51,829	51,385	99.1
従事者数	合計 (人)	39,161	43,321	110.6
	管理・営業部門 (人)	23,804	27,821	116.9
	保守・管理・操作部門 (人)	4,932	7,137	144.7
	その他 (人)	10,424	8,363	80.2
参考	リース売上高 (万円)	1,811,946	1,329,471	73.4
年間営業費用	合計 (万円)	37,605,187	39,481,820	105.0
	給与支給総額 (万円)	11,677,750	11,917,197	102.1
	貸与資産原価 (万円)	5,373,727	5,638,298	104.9
	リース投資資産原価 (万円)	516,076	395,814	76.7
	資金原価 (万円)	585,801	326,504	55.7
	減価償却費 (万円)	1,407,079	1,231,671	87.5
	賃借料: 土地・建物 (万円)	2,255,635	2,287,101	101.4
	賃借料: 情報通信機器 (万円)	219,614	136,364	62.1
	賃借料: その他の機械・装置 (万円)	603,271	440,463	73.0
	その他の営業費用 (万円)	14,966,233	17,108,408	114.3

従事者数および年間営業費については、平成21年調査において「通常票」(従事者数5人以上)に回答した事業所を集計

デザイン業、機械設計業（平成20年調査では「デザイン、機械設計業」）

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(% (B) / (A)
年間売上高	事業所全体の年間売上高 (万円)	86,899,538	83,430,541	96.0
	デザイン・機械設計業務 (万円)	79,744,611	77,018,287	96.6
業務種類別	デザイン業務 (万円)	32,296,067	29,440,240	91.2
	機械設計業務 (万円)	47,448,544	47,578,047	100.3
従業者数	(人)	83,896	82,279	98.1

平成21年の値は、「デザイン業」と「機械設計業」の合計

広告業（平成20年調査では「広告代理業」と「その他の広告業」）

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(% (B) / (A)
年間売上高	事業所全体の年間売上高 (万円)	1,001,784,111	918,496,827	91.7
	広告業務 (万円)	988,146,568	901,741,165	91.3
従業者数	(人)	141,554	140,880	99.5

平成20年の値は、「広告代理業」と「その他の広告業」の合計

計量証明業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(% (B) / (A)
年間売上高	事業所全体の年間売上高 (万円)	15,592,674	14,655,089	94.0
	計量証明業務 (万円)	11,168,718	10,197,611	91.3
業務種類別	一般計量測定 (万円)	263,734	176,714	67.0
	環境計量証明 (万円)	9,918,156	8,833,591	89.1
	その他 (万円)	986,828	1,187,306	120.3
	従業者数	合計 (人)	14,023	13,811
従事者数	合計 (人)	11,057	10,610	96.0
	管理・営業部門 (人)	2,311	2,472	107.0
	技術部門 (人)	8,282	7,628	92.1
	一般計量測定 (人)	549	458	83.4
	環境測定 (人)	5,389	4,858	90.1
	作業環境測定 (人)	844	786	93.2
	建物内測定 (人)	426	418	98.0
	その他の技術部門 (人)	1,073	1,108	103.2
	その他 (人)	464	510	109.9
	年間営業費用	合計 (万円)	13,738,705	13,475,221
給与支給総額 (万円)		6,309,202	6,254,363	99.1
外注費 (万円)		2,012,447	1,816,028	90.2
減価償却費 (万円)		714,386	699,424	97.9
賃借料: 土地・建物 (万円)		356,427	357,225	100.2
賃借料: 情報通信機器 (万円)		69,700	42,019	60.3
賃借料: その他の機械・装置 (万円)		306,404	292,192	95.4
その他の営業費用 (万円)		3,970,139	4,013,970	101.1

機械修理業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(% (B) / (A))
年間売上高	事業所の年間売上高	(万円) 153,866,806	140,743,533	91.5
	機械修理業務	(万円) 127,207,753	116,186,832	91.3
発注元別	法人:親会社	(万円) 33,169,401	27,839,522	83.9
	法人:親会社以外	(万円) 90,305,440	84,081,949	93.1
	個人	(万円) 3,732,912	4,265,361	114.3
業務種類別	一般機械器具	(万円) 90,875,048	80,993,001	89.1
	輸送機械器具	(万円) 3,968,272	4,665,200	117.6
	精密機械器具	(万円) 14,840,547	14,018,549	94.5
	建設・鉱山機械器具	(万円) 11,473,876	9,136,001	79.6
	その他	(万円) 6,050,010	7,374,082	121.9
従業者数	合計	(人) 77,950	75,828	97.3
従事者数	合計	(人) 59,209	61,962	104.6
	管理・営業部門	(人) 12,526	14,156	113.0
	技術部門	(人) 42,188	44,219	104.8
	機械部門	(人) 36,620	34,083	93.1
	計装部門	(人) 872	987	113.2
	情報処理部門	(人) 475	2,510	528.8
	検査部門	(人) 1,190	1,303	109.5
	その他の技術部門	(人) 3,032	5,336	176.0
	その他	(人) 4,496	3,587	79.8
年間営業費用	合計	(万円) 116,028,366	107,130,690	92.3
	給与支給総額	(万円) 34,260,192	33,410,633	97.5
	外注費	(万円) 25,379,525	24,491,663	96.5
	減価償却費	(万円) 1,436,252	1,603,140	111.6
	賃借料:土地・建物	(万円) 2,674,981	2,690,405	100.6
	賃借料:情報通信機器	(万円) 377,865	280,411	74.2
	賃借料:その他の機械・装置	(万円) 828,903	721,315	87.0
	その他の営業費用	(万円) 51,070,648	43,933,123	86.0

従事者数および年間営業費については、平成21年調査において「通常票」(従事者数5人以上)に回答した事業所を集計

電気機械器具修理業

		平成20年 (A)	平成21年 (B)	伸び率(% (B) / (A))
年間売上高	事業所の年間売上高	(万円) 97,064,983	107,017,252	110.3
	電気機械修理業務	(万円) 72,674,826	75,481,032	103.9
発注元別	法人:親会社	(万円) 30,853,793	34,081,027	110.5
	法人:親会社以外	(万円) 36,848,496	37,141,325	100.8
	個人	(万円) 4,972,536	4,258,680	85.6
業務種類別	電気機械器具	(万円) 33,540,806	31,361,426	93.5
	情報通信機械器具	(万円) 35,785,061	41,116,453	114.9
	その他	(万円) 3,348,959	3,003,153	89.7
従業者数	合計	(人) 44,635	45,651	102.3
従事者数	合計	(人) 38,381	37,969	98.9
	管理・営業部門	(人) 8,172	8,273	101.2
	技術部門	(人) 22,739	23,283	102.4
	機械部門	(人) 9,994	10,618	106.2
	計装部門	(人) 1,416	1,264	89.2
	情報処理部門	(人) 2,973	2,957	99.5
	検査部門	(人) 1,415	1,473	104.1
	その他の技術部門	(人) 6,941	6,971	100.4
	その他	(人) 7,470	6,413	85.8
年間営業費用	合計	(万円) 69,240,709	80,730,998	116.6
	給与支給総額	(万円) 24,687,855	23,842,636	96.6
	外注費	(万円) 15,599,592	19,687,471	126.2
	減価償却費	(万円) 888,129	846,436	95.3
	賃借料:土地・建物	(万円) 3,795,876	2,768,325	72.9
	賃借料:情報通信機器	(万円) 486,963	393,279	80.8
	賃借料:その他の機械・装置	(万円) 352,371	392,312	111.3
	その他の営業費用	(万円) 23,429,923	32,800,538	140.0

従事者数および年間営業費については、平成21年調査において「通常票」(従事者数5人以上)に回答した事業所を集計

(4) 時系列接続データの作成

継続対象事業所の集計値の伸び率整理は、「平成 18 年調査と平成 19 年調査」「平成 19 年調査と平成 20 年調査」についても整理されている。これと本調査において整理した「平成 20 年調査と平成 21 年調査」の伸び率を用い、平成 18 年から平成 22 年にかけての時系列データの整理を行った。

データ作成方法

時系列データは、各年における継続対象事業所による調査項目別の伸び率を「リンク係数」として、平成 20 年調査結果を 100 とした場合の各年の指標値として作成した。

平成 18 年から平成 19 年、平成 19 年から平成 20 年にかけての伸び率については、特定サービス産業実態調査報告書に記載されている参考資料「継続対象事業所のみ集計結果による伸び率」をリンク係数とした。

平成 20 年から平成 21 年にかけてのリンク係数は本調査において作成した係数を使用した。

平成 21 年から平成 22 年にかけてのリンク係数は両年公表値の伸び率とした。ただし、平成 21 年調査以降、小規模な調査対象に対し、簡易票による調査が導入されているため、標本調査となった業種においては、すべての従事者（情報雇用者）規模の調査対象による全規模集計表では、業務別売上高、部門別従事者数、営業費用内訳等のデータが取得できず、平成 21 年から平成 22 年にかけての伸び率を算出できない。標本調査対象業種については、従事者数（常用雇用者数）5 人以上を対象とした通常票に関する公表値を参照し、各項目の伸び率を求めて作成した。

各年データの作成方法

平成 22 年指標値	平成 20 年指標値に対し、平成 21 年 - 平成 22 年公表値の伸び率を乗じて作成
平成 21 年指標値	平成 20 年値（100）に対し、平成 20 年 - 平成 21 年継続対象事業所による集計値の伸び率を乗じて作成
平成 20 年指標値	100
平成 19 年指標値	平成 20 年値（100）に対し、平成 19 年 - 平成 20 年継続対象事業所による集計値の伸び率の逆数を乗じて作成
平成 18 年指標値	平成 19 年指標値に対し、平成 18 年 - 平成 19 年継続対象事業所による集計値の伸び率の逆数を乗じて作成

作成結果

次ページ以降に、各業種における業務種類別売上高、部門別従事者数、年間営業費用等についての時系列接続データの整理結果を示す。

ソフトウェア業

	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の年間売上高	98.7	101.7	100.0	94.7	83.5
ソフトウェア業務の年間売上高	95.0	99.1	100.0	94.6	81.2
受注ソフトウェア	94.4	99.3	100.0	95.8	80.2
ソフトウェア・プロダクツ計	99.4	98.0	100.0	87.6	87.5
業務用パッケージ	98.5	95.0	100.0	86.9	83.3
ゲームソフト	117.8	100.5	100.0	90.2	79.5
コンピュータ基本ソフト	92.8	107.7	100.0	89.2	136.0
従業者数	98.9	98.6	100.0	99.2	94.3
従事者数	101.6	100.6	100.0	98.5	92.5
管理営業部門	97.2	94.4	100.0	94.0	90.7
システムエンジニア	101.9	102.8	100.0	98.6	96.3
プログラマ	104.9	100.0	100.0	93.9	82.8
研究員	118.9	126.9	100.0	98.3	73.7
その他()	97.7	101.3	100.0	127.0	107.6
年間営業費	-	-	100.0	96.9	89.1
給与支給総額	-	-	100.0	96.8	93.8
外注費(国内)	-	-	100.0	99.9	84.6
外注費(国外)	-	-	100.0	129.8	107.5
減価償却費	-	-	100.0	101.7	89.6
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	102.3	92.0
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	74.6	44.1
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	125.7	95.5
その他の営業費用	-	-	100.0	91.8	90.9

()平成21年の「従事者数・その他」は、「企画部門」「ユーザーサポート」「その他」の合計

情報処理・提供サービス業

	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の年間売上高	102.4	104.8	100.0	95.8	81.7
情報処理・提供サービス業務の年間売上高	104.5	105.4	100.0	95.3	79.5
情報処理サービス	96.7	104.2	100.0	95.6	87.3
システム管理運営受託	107.3	104.4	100.0	98.3	69.9
データベース計	95.0	90.5	100.0	82.7	79.7
データベース:ネット	95.8	106.6	100.0	74.0	68.0
データベース:その他	93.4	80.6	100.0	88.2	87.3
各種調査	96.2	114.2	100.0	97.2	89.8
その他	153.3	122.8	100.0	91.0	80.4
従業者数	101.0	102.7	100.0	97.6	94.2
従事者数	99.7	101.0	100.0	97.0	90.1
管理営業部門	94.1	97.9	100.0	96.6	83.4
システムエンジニア	98.2	101.9	100.0	82.6	85.1
プログラマ	107.9	100.6	100.0	105.1	95.4
研究員	80.1	92.7	100.0	95.2	62.2
その他()	102.9	102.7	100.0	103.9	96.3
年間営業費	-	-	100.0	99.7	88.4
給与支給総額	-	-	100.0	94.7	93.6
外注費(国内)	-	-	100.0	105.5	101.4
外注費(国外)	-	-	100.0	153.9	148.5
減価償却費	-	-	100.0	126.1	119.9
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	112.1	93.0
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	109.1	96.3
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	167.7	70.4
その他の営業費用	-	-	100.0	94.9	72.4

()平成21年の「従事者数・その他」は、「企画部門」「ユーザーサポート」「その他」の合計

インターネット附随サービス業

	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の年間売上高	-	-	100.0	111.7	108.7
インターネット附随サービス業務の年間売上高	-	-	100.0	109.7	108.2
サイト運営	-	-	100.0	121.7	140.7
コンテンツ配信	-	-	100.0	90.0	61.8
ASP	-	-	100.0	128.7	74.5
セキュリティーサービス	-	-	100.0	114.5	195.5
サーバーハウジング	-	-	100.0	81.8	115.6
サーバーホスティング	-	-	100.0	99.4	102.7
電子認証	-	-	100.0	109.5	248.0
課金・決済代行	-	-	100.0	70.9	115.9
その他	-	-	100.0	92.9	77.7
従業者数	-	-	100.0	109.1	102.0
従事者数	-	-	100.0	107.2	103.1
管理営業部門	-	-	100.0	109.6	93.7
企画部門	-	-	100.0	116.5	122.2
システムエンジニア	-	-	100.0	154.3	186.9
プログラマ	-	-	100.0	69.1	67.4
研究員	-	-	100.0	122.3	79.8
ユーザーサポート	-	-	100.0	104.8	71.4
その他	-	-	100.0	90.1	92.1
年間営業費	-	-	100.0	115.7	90.3
給与支給総額	-	-	100.0	114.3	112.4
外注費(国内)	-	-	100.0	107.4	140.6
外注費(国外)	-	-	100.0	62.1	42.1
減価償却費	-	-	100.0	105.7	106.0
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	106.2	90.3
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	11.8	17.3
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	6.8	2.9
その他の営業費用	-	-	100.0	138.8	82.0

映像情報制作・配給業

	H18	H19	H20	H21	H22
企業全体の年間売上高	-	106.5	100.0	98.4	101.2
映像情報制作・配給業務の年間売上高	-	106.6	100.0	97.0	98.9
映画制作・配給業務	-	103.2	100.0	100.1	118.0
テレビ番組制作・配給業務	-	106.5	100.0	100.2	70.8
ビデオ制作・発売業務	-	109.2	100.0	88.7	78.5
従業者数	-	100.9	100.0	100.6	103.2
従事者数	-	102.4	100.0	98.7	101.5
管理・営業部門	-	100.1	100.0	92.4	81.5
企画部門	-	109.0	100.0	99.7	88.8
制作部門	-	105.4	100.0	95.6	102.2
配給部門	-	93.0	100.0	160.2	153.2
宣伝部門	-	117.5	100.0	97.8	74.6
その他部門	-	80.3	100.0	127.9	153.9
年間営業費	-	-	100.0	107.0	103.1
給与支給総額	-	-	100.0	105.7	110.4
制作費(人件費)	-	-	100.0	113.7	144.6
制作費(その他)	-	-	100.0	115.0	109.0
外注費	-	-	100.0	100.5	69.2
配給権獲得(国内)	-	-	100.0	74.2	83.9
配給権獲得(国外)	-	-	100.0	98.1	33.7
配収支払費	-	-	100.0	139.1	127.7
版權獲得(国内)	-	-	100.0	86.2	41.7
版權獲得(国外)	-	-	100.0	73.6	74.7
広告宣伝費	-	-	100.0	94.4	100.7
減価償却費	-	-	100.0	120.0	104.7
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	110.7	104.1
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	113.5	94.6
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	60.3	91.5
その他の営業費用	-	-	100.0	116.7	124.5

音声情報制作業

	H18	H19	H20	H21	H22
企業全体の年間売上高	-	-	100.0	95.7	102.1
音声情報制作業務の年間売上高	-	-	100.0	95.4	103.9
音楽ソフト制作業務	-	-	100.0	95.5	105.3
ラジオ番組制作業務	-	-	100.0	92.6	68.0
従業者数	-	-	100.0	89.8	99.9
従事者数	-	-	100.0	91.0	101.2
管理部門	-	-	100.0	92.0	93.5
企画・制作部門	-	-	100.0	82.3	107.2
宣伝部門	-	-	100.0	96.4	75.4
その他	-	-	100.0	101.3	119.6
年間営業費	-	-	100.0	102.7	84.4
給与支給総額	-	-	100.0	99.3	107.2
(制作費)人件費	-	-	100.0	105.2	65.0
(制作費)その他	-	-	100.0	117.1	99.2
外注費	-	-	100.0	1,016.1	416.7
著作権使用料	-	-	100.0	43.3	133.6
広告宣伝費	-	-	100.0	97.4	107.0
減価償却費	-	-	100.0	93.0	86.9
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	104.2	87.4
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	117.1	124.8
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	71.8	58.8
その他の営業費用	-	-	100.0	83.5	47.8

新聞業

	H18	H19	H20	H21	H22
企業全体の年間売上高	-	-	100.0	93.3	86.7
新聞業務の年間売上高	-	-	100.0	93.9	87.3
新聞販売収入	-	-	100.0	97.3	94.8
広告料収入	-	-	100.0	85.5	72.7
その他	-	-	100.0	148.6	107.5
従業者数	-	-	100.0	96.5	93.6
従事者数	-	-	100.0	99.7	96.9
管理・営業部門	-	-	100.0	96.9	99.9
編集部門	-	-	100.0	101.4	100.0
製作・印刷・発送部門	-	-	100.0	98.4	85.8
出版・事業・電子メディア部門	-	-	100.0	65.7	61.1
その他	-	-	100.0	174.9	142.3
年間営業費	-	-	100.0	96.1	89.2
給与支給総額	-	-	100.0	104.6	96.2
外注費	-	-	100.0	98.7	95.9
広告宣伝費	-	-	100.0	82.4	43.9
減価償却費	-	-	100.0	101.5	95.6
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	96.7	98.8
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	96.6	70.7
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	110.7	124.6
その他の営業費用	-	-	100.0	93.1	88.2

出版業

	H18	H19	H20	H21	H22
企業全体の年間売上高	-	-	100.0	88.4	83.0
出版業務の年間売上高	-	-	100.0	87.7	82.0
書籍販売収入	-	-	100.0	86.4	82.2
書籍のうち電子メディア	-	-	100.0	130.6	107.2
雑誌販売収入	-	-	100.0	90.8	87.1
雑誌のうち電子メディア	-	-	100.0	230.2	75.1
広告料収入	-	-	100.0	83.3	70.1
広告のうち雑誌本体	-	-	100.0	77.7	65.3
広告のうち電子メディア	-	-	100.0	101.0	80.5
広告のうちフリーペーパー	-	-	100.0	170.7	179.3
ロイヤリティ収入	-	-	100.0	108.6	111.1
その他	-	-	100.0	93.8	81.1
従業者数	-	-	100.0	91.4	86.4
従事者数	-	-	100.0	88.0	83.0
管理部門	-	-	100.0	89.5	83.2
営業部門	-	-	100.0	92.4	85.7
編集・製作部門	-	-	100.0	85.3	80.6
電子メディア部門	-	-	100.0	101.2	108.8
その他	-	-	100.0	82.0	82.9
年間営業費	-	-	100.0	90.5	87.2
給与支給総額	-	-	100.0	92.4	90.2
外注費	-	-	100.0	118.9	92.5
印税・原稿料	-	-	100.0	112.0	138.0
広告宣伝費	-	-	100.0	100.7	88.2
減価償却費	-	-	100.0	107.4	101.7
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	109.8	100.7
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	97.0	103.9
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	88.2	80.2
その他の営業費用	-	-	100.0	71.2	72.3

クレジットカード業、割賦金融業

	H18	H19	H20	H21	H22
企業全体の年間売上高	-	94.4	100.0	101.5	98.0
クレジット・割賦金融業務の年間売上高	-	94.8	100.0	103.8	100.3
クレジットカード業務計	-	92.9	100.0	102.9	101.3
販売信用業務	-	89.9	100.0	105.7	108.4
消費者金融業務	-	107.6	100.0	89.1	65.8
割賦金融業務	-	108.5	100.0	109.8	93.2
従業者数	-	104.9	100.0	105.9	93.7
従事者数	-	101.7	100.0	107.9	92.4
管理・営業部門	-	103.1	100.0	105.7	82.6
顧客・加盟店管理部門	-	91.9	100.0	134.3	133.8
審査部門	-	100.9	100.0	117.5	99.1
その他	-	110.8	100.0	71.5	65.2
年間営業費用(企業全体)	-	-	100.0	92.2	89.3
給与支給総額	-	-	100.0	89.6	83.1
外注費	-	-	100.0	103.3	105.0
減価償却費	-	-	100.0	92.3	100.0
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	91.1	93.0
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	89.1	59.6
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	35.8	35.6
貸倒引当金繰入額	-	-	100.0	69.6	74.0
金融費用	-	-	100.0	101.1	91.2
その他営業費用()	-	-	100.0	101.3	95.2
年間営業費用(当該業務)	-	-	100.0	92.4	89.9
給与支給総額	-	-	100.0	86.5	84.0
外注費	-	-	100.0	95.9	105.8
減価償却費	-	-	100.0	93.8	103.0
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	85.9	93.7
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	107.8	86.1
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	33.3	35.8
貸倒引当金繰入額	-	-	100.0	66.9	71.9
金融費用	-	-	100.0	101.0	88.4
その他営業費用()	-	-	100.0	104.5	96.5

() 平成21年の「年間営業費用・その他の営業費用」は、「広告宣伝費」と「その他の営業費用」の合計

各種物品賃貸業

	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の年間売上高	103.8	106.2	100.0	76.7	81.3
各種物品賃貸業務の年間売上高	103.1	106.8	100.0	79.6	81.0
レンタル年間売上高	112.2	104.6	100.0	109.7	107.0
産業用機械器具(計)	113.8	101.8	100.0	106.7	102.0
産業機械	258.9	53.8	100.0	156.7	131.5
工業機械	106.4	68.2	100.0	91.7	-
土木・建設機械	94.5	92.5	100.0	96.4	95.1
医療用機器	75.3	69.2	100.0	53.5	135.9
商業用機械・設備	105.0	87.3	100.0	115.2	58.4
通信機器	154.7	149.4	100.0	140.6	142.2
サービス業用機械・設備	107.9	98.6	100.0	61.2	29.2
その他の産業用機械・設備	140.1	108.1	100.0	120.9	-
事務用機械器具(計)	116.9	109.0	100.0	140.3	117.1
電子計算機・同関連機器	118.7	112.1	100.0	155.5	117.9
事務用機器	112.1	100.6	100.0	87.7	109.3
自動車	114.3	101.1	100.0	88.6	135.2
その他	104.8	105.3	100.0	58.9	71.1
リース年間契約高	110.6	112.6	100.0	71.4	68.3
産業用機械器具(計)	110.8	110.9	100.0	69.3	69.2
産業機械	108.1	103.8	100.0	72.0	68.5
工作機械	80.1	99.4	100.0	77.7	42.9
土木・建設機械	91.1	114.2	100.0	84.7	61.5
医療用機器	81.2	76.0	100.0	55.8	62.1
商業用機械・設備	112.8	114.5	100.0	63.9	76.8
通信機器	112.9	106.8	100.0	73.7	76.8
サービス業用機械・設備	151.7	152.9	100.0	66.2	58.5
その他の産業用機械・設備	168.5	142.5	100.0	69.1	107.6
事務用機械器具(計)	114.3	118.9	100.0	72.3	61.4
電子計算機・同関連機器	120.1	126.0	100.0	77.7	61.7
事務用機器	96.7	97.9	100.0	57.6	60.5
自動車	104.7	110.0	100.0	82.4	85.7
その他	99.2	101.3	100.0	73.6	80.8
リース売上高(参考)	102.7	106.9	100.0	78.8	80.4
従業者数	94.8	97.5	100.0	101.6	105.6
従事者数	94.3	98.0	100.0	117.2	123.0
管理・営業部門	90.4	96.0	100.0	118.0	128.6
保守・管理・操作部門	114.8	100.0	100.0	122.7	100.8
その他	128.6	130.0	100.0	89.5	77.8
年間営業費用	-	-	100.0	73.4	76.3
給与支給総額	-	-	100.0	92.7	101.6
貸与資産原価	-	-	100.0	20.1	21.5
リース投資資産原価	-	-	100.0	1,154.4	1,155.9
資金原価	-	-	100.0	70.6	99.5
減価償却費	-	-	100.0	34.4	36.1
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	91.0	186.7
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	39.0	50.9
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	69.7	51.3
その他の営業費用	-	-	100.0	110.0	111.6

産業用機械器具賃貸業

	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の年間売上高	103.0	103.0	100.0	94.8	72.9
産業用機械器具賃貸業務の年間売上高	102.8	102.7	100.0	93.6	71.3
レンタル年間売上高	102.3	103.7	100.0	90.2	80.5
産業機械	130.4	116.8	100.0	148.7	81.0
工業機械	192.5	126.4	100.0	111.5	63.4
土木・建設機械	94.8	102.9	100.0	87.6	78.4
医療用機器	146.1	105.4	100.0	97.2	178.2
商業用機械・設備	94.4	96.9	100.0	65.0	63.7
通信機器	117.6	89.0	100.0	55.4	50.0
サービス業用機械・設備	96.9	91.9	100.0	116.2	89.1
その他の産業用機械・設備	151.7	111.3	100.0	88.0	75.6
リース年間契約高	111.2	109.6	100.0	117.6	67.3
産業機械	116.8	109.3	100.0	46.5	24.1
工作機械	76.7	74.1	100.0	90.3	36.6
土木・建設機械	153.5	122.6	100.0	301.4	150.9
医療用機器	94.6	106.1	100.0	138.5	119.7
商業用機械・設備	129.9	256.3	100.0	40.4	20.6
通信機器	140.7	78.0	100.0	236.4	320.2
サービス業用機械・設備	135.2	142.4	100.0	71.7	35.6
その他の産業用機械・設備	111.5	93.7	100.0	32.6	11.8
リース売上高(参考)	106.9	92.7	100.0	132.2	85.2
従業者数	105.7	101.8	100.0	98.2	86.8
従事者数	105.7	100.4	100.0	100.6	89.9
管理・営業部門	103.3	97.9	100.0	108.5	91.4
保守・管理・操作部門	103.5	101.8	100.0	89.4	82.8
その他	128.8	109.3	100.0	107.4	120.8
年間営業費用	-	-	100.0	119.7	88.9
給与支給総額	-	-	100.0	101.5	86.4
貸与資産原価	-	-	100.0	142.0	96.6
リース投資資産原価	-	-	100.0	76.9	70.9
資金原価	-	-	100.0	121.1	79.8
減価償却費	-	-	100.0	117.0	77.7
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	88.3	70.7
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	48.8	51.7
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	77.9	63.1
その他の営業費用	-	-	100.0	129.3	107.4

事務用機械器具賃貸業

	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の年間売上高	103.7	99.8	100.0	92.9	141.9
事務用機械器具賃貸業務の年間売上高	102.2	101.3	100.0	104.2	158.9
レンタル年間売上高	108.1	108.4	100.0	89.9	60.6
電子計算機・同関連機器	110.4	111.6	100.0	95.5	60.6
事務用機器	94.2	89.8	100.0	80.2	79.6
リース年間契約高	78.8	88.5	100.0	108.8	143.6
電子計算機・同関連機器	87.0	98.0	100.0	105.7	153.1
事務用機器	37.5	40.5	100.0	116.8	115.4
リース売上高(参考)	98.7	97.0	100.0	109.4	247.0
従業者数	114.1	89.3	100.0	104.7	106.9
従事者数	99.9	91.8	100.0	103.1	111.7
管理・営業部門	102.7	88.6	100.0	103.6	129.1
保守・管理・操作部門	90.8	97.1	100.0	106.1	63.1
その他	114.4	120.7	100.0	87.0	72.8
年間営業費用	-	-	100.0	99.5	145.2
給与支給総額	-	-	100.0	100.8	109.1
貸与資産原価	-	-	100.0	40.6	121.1
リース投資資産原価	-	-	100.0	1,231.1	1,420.2
資金原価	-	-	100.0	90.6	99.0
減価償却費	-	-	100.0	132.5	94.2
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	122.8	136.5
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	173.2	144.7
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	77.5	74.0
その他の営業費用	-	-	100.0	223.0	258.5

自動車賃貸業

	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の年間売上高	-	-	100.0	86.9	65.6
自動車賃貸業務の年間売上高	-	-	100.0	86.4	68.8
レンタル年間売上高	-	-	100.0	128.6	98.1
法人向け	-	-	100.0	112.2	95.7
個人向け	-	-	100.0	160.2	101.5
リース年間契約高	-	-	100.0	68.5	50.5
法人向け	-	-	100.0	68.3	50.6
個人向け	-	-	100.0	71.4	49.7
リース売上高(参考)	-	-	100.0	75.8	61.3
従業者数	-	-	100.0	98.2	80.1
従事者数	-	-	100.0	98.7	80.6
管理・営業部門	-	-	100.0	98.7	77.4
保守・管理・操作部門	-	-	100.0	115.4	114.6
その他	-	-	100.0	81.2	82.2
年間営業費用	-	-	100.0	81.6	63.9
給与支給総額	-	-	100.0	95.0	75.9
貸与資産原価	-	-	100.0	66.2	43.6
リース投資資産原価	-	-	100.0	464.9	712.2
資金原価	-	-	100.0	64.1	49.1
減価償却費	-	-	100.0	46.2	22.6
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	81.4	47.4
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	190.6	130.2
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	495.8	232.8
その他の営業費用	-	-	100.0	75.0	52.0

スポーツ・娯楽用品賃貸業

	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の年間売上高	-	-	100.0	93.6	54.3
スポーツ・娯楽用品賃貸業務の年間売上高	-	-	100.0	97.7	60.5
レンタル年間売上高	-	-	100.0	97.5	62.0
リース年間契約高	-	-	100.0	268.8	109.4
従業者数	-	-	100.0	115.5	76.8
従事者数	-	-	100.0	82.1	56.8
管理・営業部門	-	-	100.0	100.7	74.1
保守・管理・操作部門	-	-	100.0	86.8	57.2
その他	-	-	100.0	129.0	80.2
リース売上高(参考)	-	-	100.0	143.5	66.3
年間営業費用	-	-	100.0	92.2	53.9
給与支給総額	-	-	100.0	95.1	57.1
貸与資産原価	-	-	100.0	65.1	44.4
リース投資資産原価	-	-	100.0	0.0	0.0
資金原価	-	-	100.0	70.6	29.6
減価償却費	-	-	100.0	124.8	68.7
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	102.3	80.7
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	64.8	64.2
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	61.5	8.8
その他の営業費用	-	-	100.0	109.0	60.9

その他の物品賃貸業

	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の年間売上高	-	-	100.0	99.1	95.8
その他の物品賃貸業務の年間売上高	-	-	100.0	100.4	98.9
レンタル年間売上高	-	-	100.0	101.5	97.6
映画・演劇用品	-	-	100.0	48.6	89.0
音楽・映像記録物	-	-	100.0	99.6	72.0
貸衣しよう	-	-	100.0	100.9	113.4
その他	-	-	100.0	107.5	106.0
リース年間契約高	-	-	100.0	117.9	138.9
映画・演劇用品	-	-	100.0	0.0	-
音楽・映像記録物	-	-	100.0	113.9	-
貸衣しよう	-	-	100.0	217.6	-
その他	-	-	100.0	109.8	124.1
リース売上高(参考)	-	-	100.0	73.4	110.4
従業者数	-	-	100.0	99.1	92.3
従事者数	-	-	100.0	110.6	91.0
管理・営業部門	-	-	100.0	116.9	91.6
保守・管理・操作部門	-	-	100.0	144.7	132.7
その他	-	-	100.0	80.2	71.5
年間営業費用	-	-	100.0	105.0	107.6
給与支給総額	-	-	100.0	102.1	99.5
貸与資産原価	-	-	100.0	104.9	113.4
リース投資資産原価	-	-	100.0	76.7	56.9
資金原価	-	-	100.0	55.7	65.6
減価償却費	-	-	100.0	87.5	103.1
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	101.4	95.0
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	62.1	60.9
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	73.0	85.3
その他の営業費用	-	-	100.0	114.3	119.2

デザイン・機械設計業(デザイン業 + 機械設計業)

	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の年間売上高	-	101.4	100.0	96.0	74.0
デザイン・機械設計業務上の年間売上高	-	100.8	100.0	96.6	75.4
デザイン業務	-	102.3	100.0	91.2	76.2
機械設計業務	-	100.0	100.0	100.3	74.5
従業者数	-	100.6	100.0	98.1	88.1

広告代理業 + その他広告業(広告業)

	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の年間売上高	106.1	102.9	100.0	91.7	82.3
広告業務の年間売上高	106.7	103.0	100.0	91.3	81.9
従業者数	106.4	101.7	100.0	99.5	91.2

計量証明業

	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の年間売上高	-	101.7	100.0	94.0	84.7
計量証明業務の年間売上高	-	101.5	100.0	91.3	82.0
一般計量測定	-	108.2	100.0	67.0	34.2
環境計量証明	-	102.7	100.0	89.1	81.5
その他	-	89.7	100.0	120.3	98.9
従業者数	-	101.0	100.0	98.5	93.3
従事者数	-	100.5	100.0	96.0	90.4
管理・営業部門	-	94.6	100.0	107.0	99.9
技術部門	-	100.7	100.0	92.1	87.2
その他	-	131.5	100.0	109.9	102.3
年間営業費用	-	-	100.0	98.1	89.3
給与支給総額	-	-	100.0	99.1	91.5
外注費	-	-	100.0	90.2	84.5
減価償却費	-	-	100.0	97.9	88.4
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	100.2	95.2
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	60.3	46.6
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	95.4	79.8
その他の営業費用	-	-	100.0	101.1	89.2

機械修理業(電気機械器具を除く)

	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の年間売上高	-	-	100.0	91.5	87.0
機械修理業務の年間売上高	-	-	100.0	91.3	87.5
発注元別					
法人:親会社	-	-	100.0	83.9	55.2
法人:親会社以外	-	-	100.0	93.1	99.3
個人	-	-	100.0	114.3	109.1
業務種類別					
一般機械器具	-	-	100.0	89.1	77.2
輸送機械器具	-	-	100.0	117.6	109.6
精密機械器具	-	-	100.0	94.5	150.4
建設・鉱山機械器具	-	-	100.0	79.6	61.6
その他	-	-	100.0	121.9	120.5
従業者数	-	-	100.0	97.3	86.6
従事者数	-	-	100.0	104.6	95.8
管理・営業部門	-	-	100.0	113.0	98.9
技術部門	-	-	100.0	104.8	96.3
機械部門	-	-	100.0	93.1	89.5
計装部門	-	-	100.0	113.2	138.6
情報処理部門	-	-	100.0	528.8	111.5
検査部門	-	-	100.0	109.5	91.6
その他の技術部門	-	-	100.0	176.0	162.2
その他	-	-	100.0	79.8	80.9
年間営業費用	-	-	100.0	92.3	88.4
給与支給総額	-	-	100.0	97.5	83.4
外注費	-	-	100.0	96.5	94.0
減価償却費	-	-	100.0	111.6	101.3
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	100.6	73.0
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	74.2	59.6
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	87.0	86.1
その他の営業費用	-	-	100.0	86.0	90.1

電気機械器具修理業

	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の年間売上高	-	-	100.0	110.3	97.0
電気機械修理業務の年間売上高	-	-	100.0	103.9	90.1
発注元別					
法人:親会社	-	-	100.0	110.5	88.6
法人:親会社以外	-	-	100.0	100.8	92.6
個人	-	-	100.0	85.6	78.4
業務種類別					
電気機械器具	-	-	100.0	93.5	76.9
情報通信機械器具	-	-	100.0	114.9	103.1
その他	-	-	100.0	89.7	86.7
従業者数	-	-	100.0	102.3	102.9
従事者数	-	-	100.0	98.9	101.4
管理・営業部門	-	-	100.0	101.2	102.3
技術部門	-	-	100.0	102.4	112.2
機械部門	-	-	100.0	106.2	118.3
計装部門	-	-	100.0	89.2	84.6
情報処理部門	-	-	100.0	99.5	130.7
検査部門	-	-	100.0	104.1	86.6
その他の技術部門	-	-	100.0	100.4	104.4
その他	-	-	100.0	85.8	63.1
年間営業費用	-	-	100.0	116.6	101.6
給与支給総額	-	-	100.0	96.6	93.5
外注費	-	-	100.0	126.2	91.3
減価償却費	-	-	100.0	95.3	79.7
賃借料:土地・建物	-	-	100.0	72.9	64.5
賃借料:情報通信機器	-	-	100.0	80.8	83.2
賃借料:その他の機械・装置	-	-	100.0	111.3	118.2
その他の営業費用	-	-	100.0	140.0	124.5

次ページ以降に、参考数値として、平成 20 年公表値と各年指標値を用いて、平成 20 年基準接続値を試算した結果を示す。なお、図表では主要な項目として、年間売上高、主業の年間売上高、従業者数について表示している。

本接続値は平成 20 年公表値に各年の継続対象事業所における伸び率を乗じて作成した数値の例示であり、各年の公式な統計値は、各年の特定サービス産業実態調査結果として公表されている公表値である。

ソフトウェア業

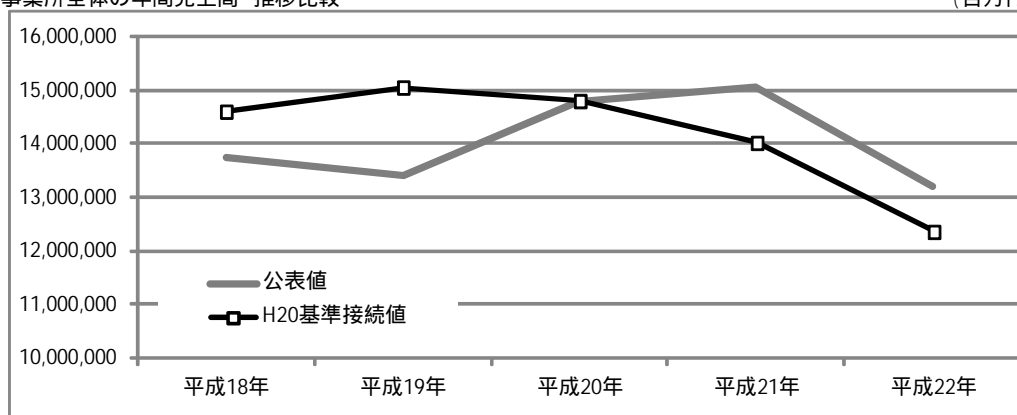
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
事業所全体の年間売上高	公表値	13,751,730	13,409,670	14,807,020	15,063,563	13,210,126
	指標値	98.7	101.7	100.0	94.7	83.5
	H20基準接続値	14,610,108	15,061,560	14,807,020	14,025,272	12,361,051
ソフトウェア業務の年間売上高	公表値	10,476,004	10,297,504	11,465,529	11,914,111	10,164,191
	指標値	95.0	99.1	100.0	94.6	81.2
	H20基準接続値	10,892,839	11,367,766	11,465,529	10,851,231	9,311,279
従業者数	公表値	567,498	548,236	618,519	676,099	640,547
	指標値	98.9	98.6	100.0	99.2	94.3
	H20基準接続値	611,754	609,919	618,519	613,681	583,210

() 指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

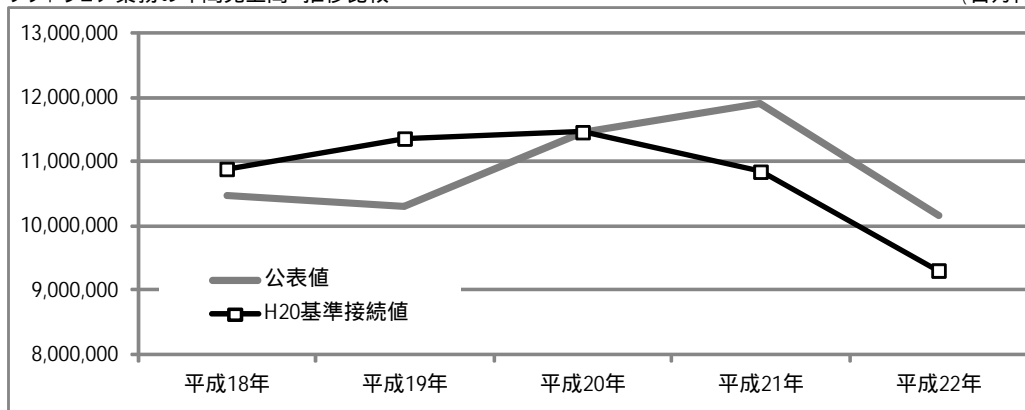
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



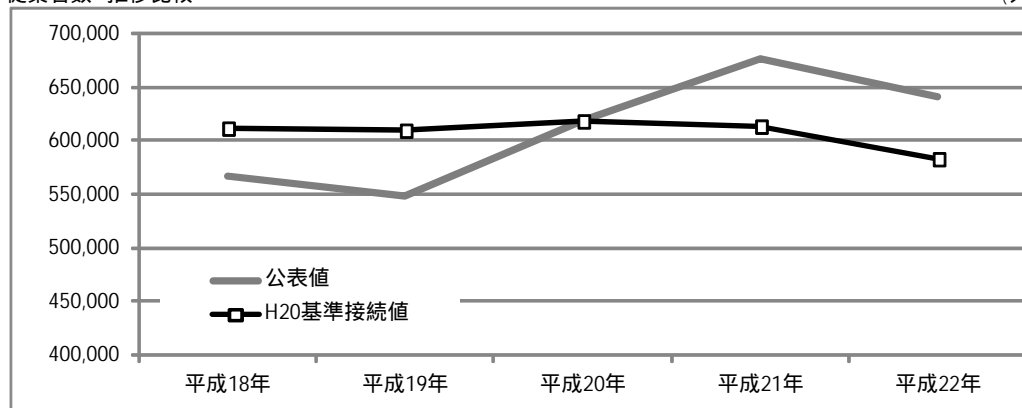
ソフトウェア業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



情報処理・提供サービス業

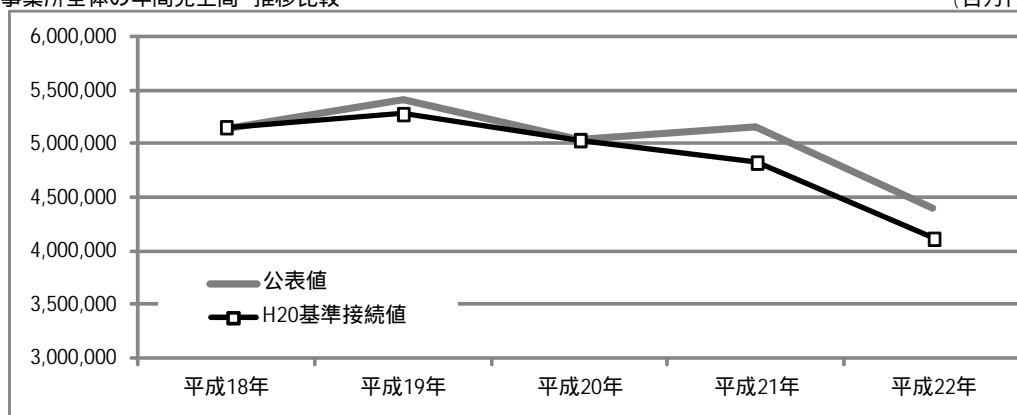
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
事業所全体の年間売上高	公表値	5,143,461	5,416,430	5,038,458	5,162,855	4,404,265
	指標値	102.4	104.8	100.0	95.8	81.7
	H20基準接続値	5,158,590	5,280,849	5,038,458	4,828,189	4,116,285
情報処理・提供サービス業務の年間売上高	公表値	4,058,359	4,199,998	4,000,044	4,064,073	3,393,047
	指標値	104.5	105.4	100.0	95.3	79.5
	H20基準接続値	4,180,391	4,216,342	4,000,044	3,812,294	3,179,209
従業者数	公表値	253,225	238,441	239,358	240,883	232,340
	指標値	101.0	102.7	100.0	97.6	94.2
	H20基準接続値	241,859	245,874	239,358	233,566	225,486

()指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

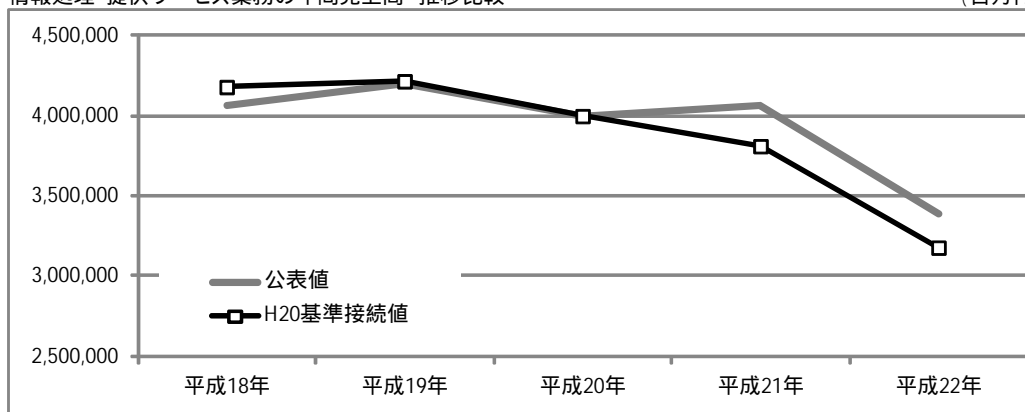
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



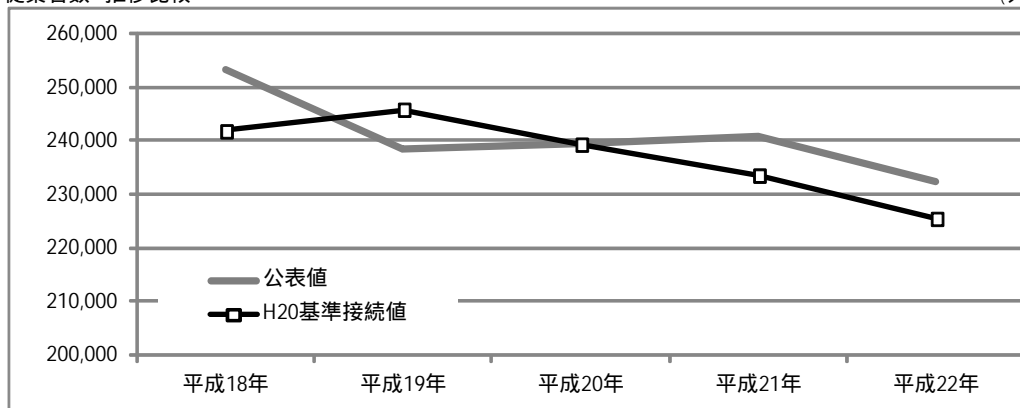
情報処理・提供サービス業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



インターネット附随サービス業

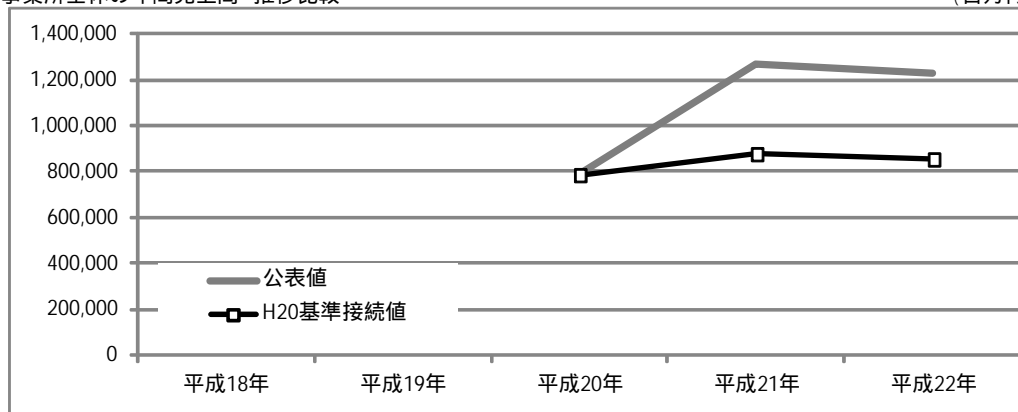
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
事業所全体の年間売上高	公表値	-	-	785,262	1,268,842	1,229,354
	指標値	-	-	100.0	111.7	108.7
	H20基準接続値	-	-	785,262	876,812	853,724
インターネット附随サービス業務の年間売上高	公表値	-	-	740,310	1,114,491	1,093,257
	指標値	-	-	100.0	109.7	108.2
	H20基準接続値	-	-	740,310	812,144	800,971
従業者数	公表値	-	-	21,584	42,211	39,397
	指標値	-	-	100.0	109.1	102.0
	H20基準接続値	-	-	21,584	23,556	22,013

() 指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

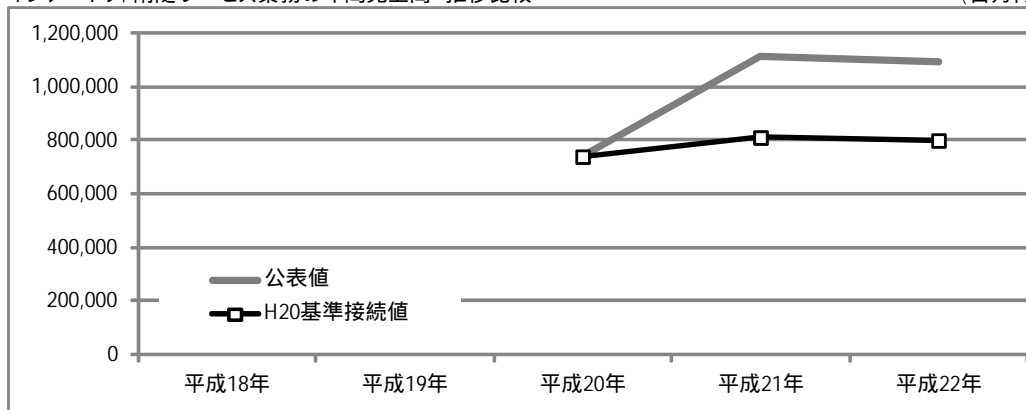
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



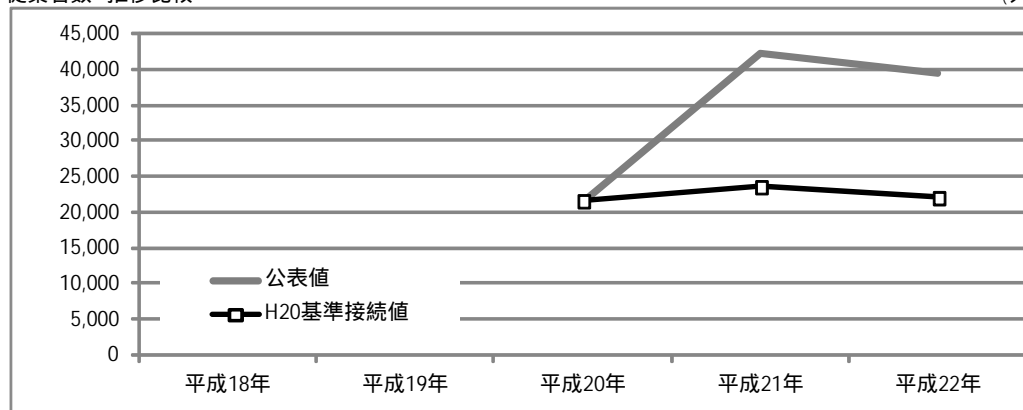
インターネット附随サービス業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



映像情報制作・配給業

	(百万円、人)				
	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
公表値	-	1,026,693	1,140,584	1,481,751	1,501,140
指標値	-	106.5	100.0	98.4	101.2
H20基準接続値	-	1,214,680	1,140,584	1,122,787	1,154,390
公表値	-	842,108	935,459	1,234,467	1,237,136
指標値	-	106.6	100.0	97.0	98.9
H20基準接続値	-	997,291	935,459	907,577	924,858
公表値	-	25,113	30,795	45,830	46,865
指標値	-	100.9	100.0	100.6	103.2
H20基準接続値	-	31,059	30,795	30,986	31,790

() 指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)

映像情報制作・配給業務の年間売上高 推移比較

(百万円)

従業者数 推移比較

音声情報制作業

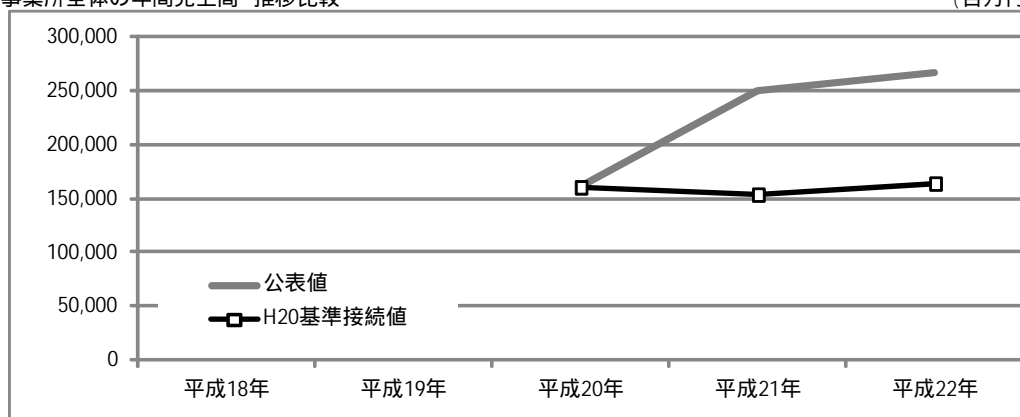
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
企業全体の年間売上高	公表値	-	-	160,719	250,215	266,973
	指標値	-	-	100.0	95.7	102.1
	H20基準接続値	-	-	160,719	153,851	164,155
音声情報制作業務の年間売上高	公表値	-	-	153,856	241,799	263,258
	指標値	-	-	100.0	95.4	103.9
	H20基準接続値	-	-	153,856	146,801	159,829
従業者数	公表値	-	-	2,385	3,765	4,190
	指標値	-	-	100.0	89.8	99.9
	H20基準接続値	-	-	2,385	2,141	2,383

()指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

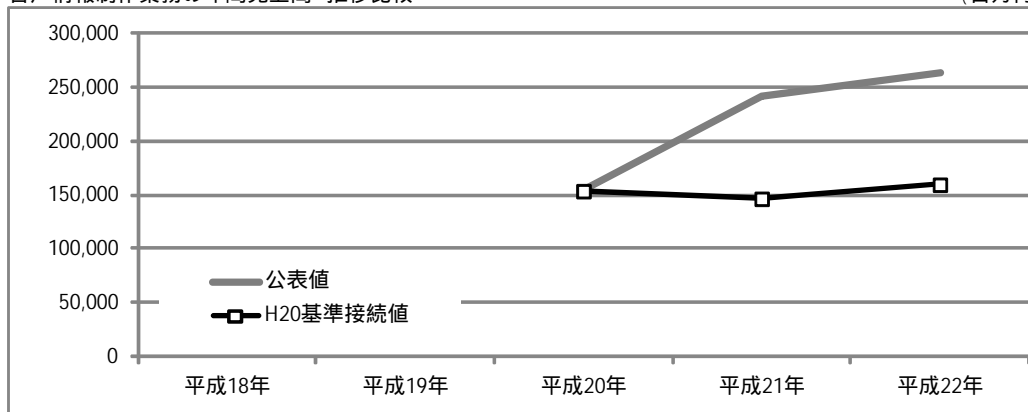
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



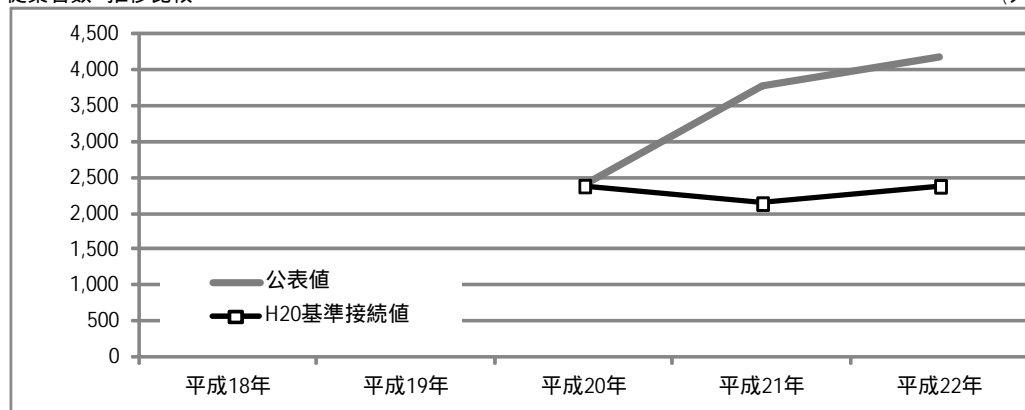
音声情報制作業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



映像・音声・文字情報制作附帯サービス業

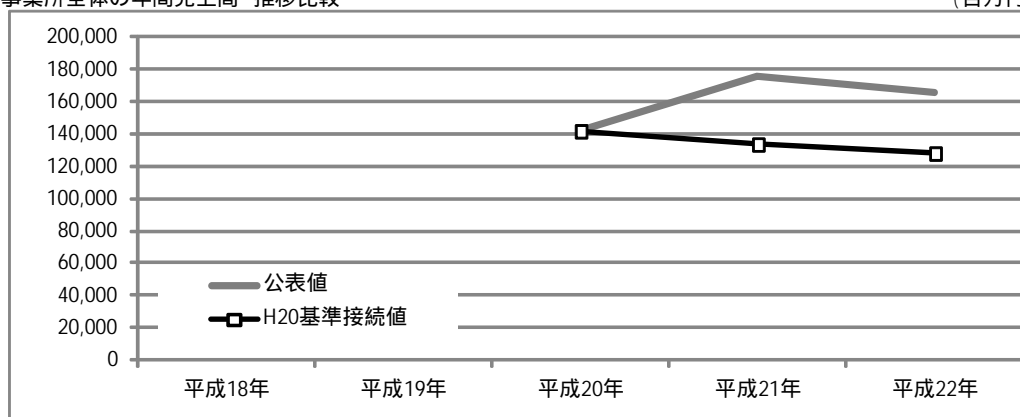
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
企業全体の売上高	公表値	-	-	141,828	175,596	165,442
	指標値	-	-	100.0	94.2	90.3
	H20基準接続値	-	-	141,828	133,643	128,081
映像・音声・文字情報制作 附帯サービス業務の年間 売上高	公表値	-	-	133,576	165,421	155,870
	指標値	-	-	100.0	93.3	89.5
	H20基準接続値	-	-	133,576	124,665	119,556
従業者数	公表値	-	-	9,252	11,690	11,090
	指標値	-	-	100.0	98.0	95.2
	H20基準接続値	-	-	9,252	9,068	8,812

()指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

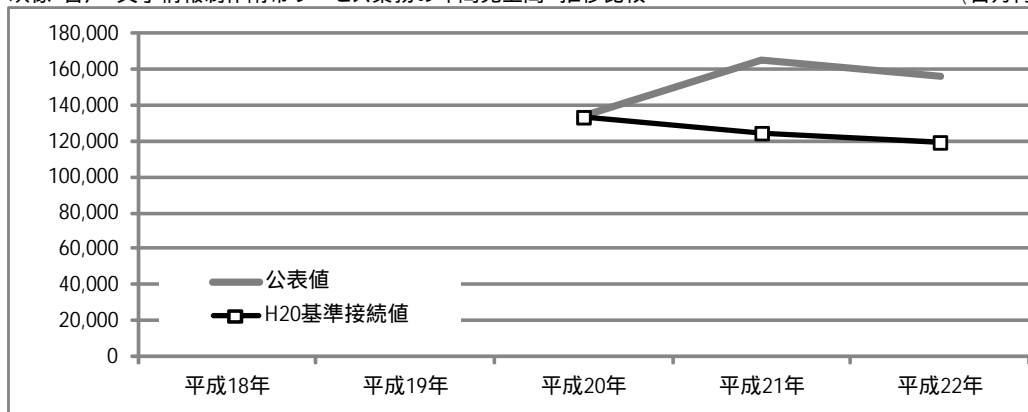
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



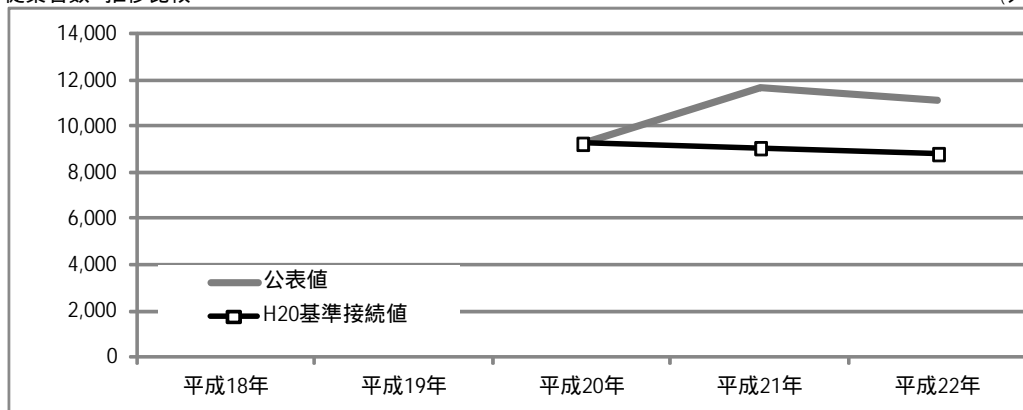
映像・音声・文字情報制作附帯サービス業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



新聞業

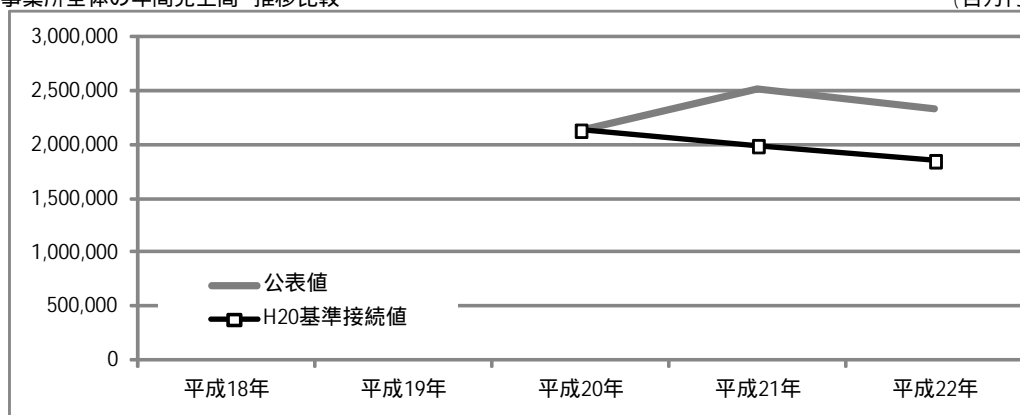
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
企業全体の年間売上高	公表値	-	-	2,132,994	2,519,632	2,327,587
	指標値	-	-	100.0	93.3	86.7
	H20基準接続値	-	-	2,132,994	1,990,528	1,849,827
新聞業務の年間売上高	公表値	-	-	1,889,290	2,235,516	2,065,559
	指標値	-	-	100.0	93.9	87.3
	H20基準接続値	-	-	1,889,290	1,773,925	1,648,839
従業者数	公表値	-	-	47,513	62,985	60,018
	指標値	-	-	100.0	96.5	93.6
	H20基準接続値	-	-	47,513	45,868	44,486

()指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

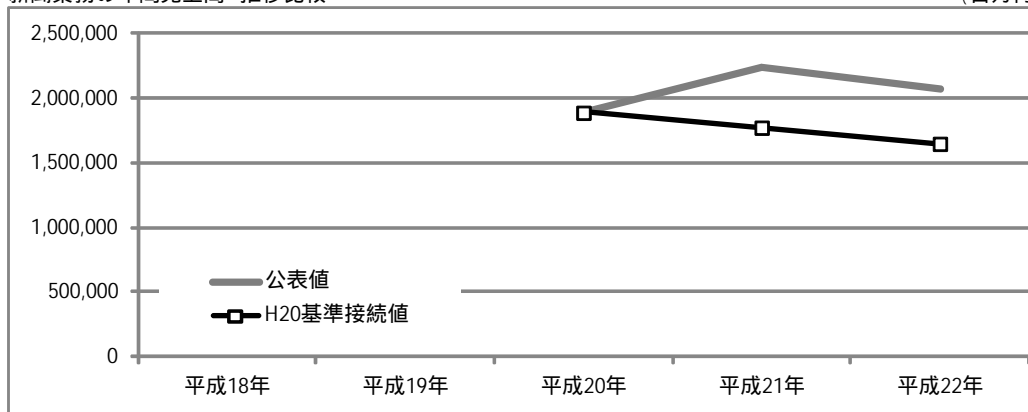
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



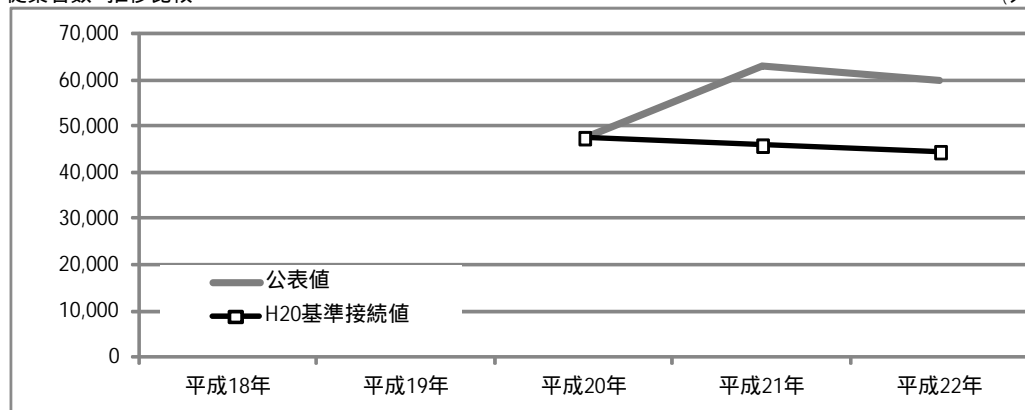
新聞業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



出版業

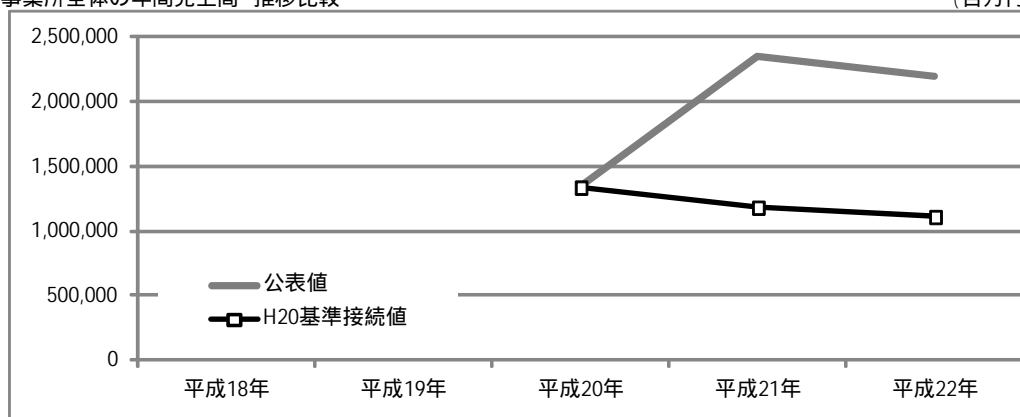
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
企業全体の年間売上高	公表値	-	-	1,336,799	2,345,142	2,191,028
	指標値	-	-	100.0	88.4	83.0
	H20基準接続値	-	-	1,336,799	1,181,436	1,109,667
出版業務の年間売上高	公表値	-	-	1,209,811	2,172,996	2,022,260
	指標値	-	-	100.0	87.7	82.0
	H20基準接続値	-	-	1,209,811	1,060,980	992,392
従業者数	公表値	-	-	37,763	66,256	61,575
	指標値	-	-	100.0	91.4	86.4
	H20基準接続値	-	-	37,763	34,516	32,639

()指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

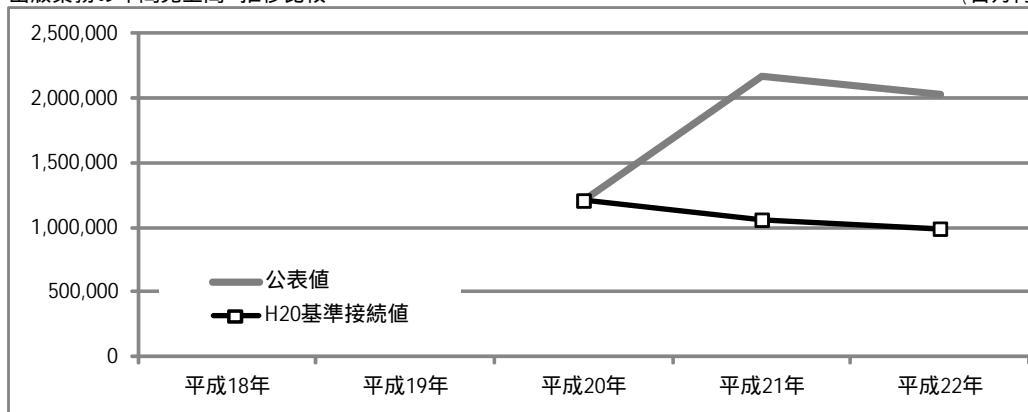
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



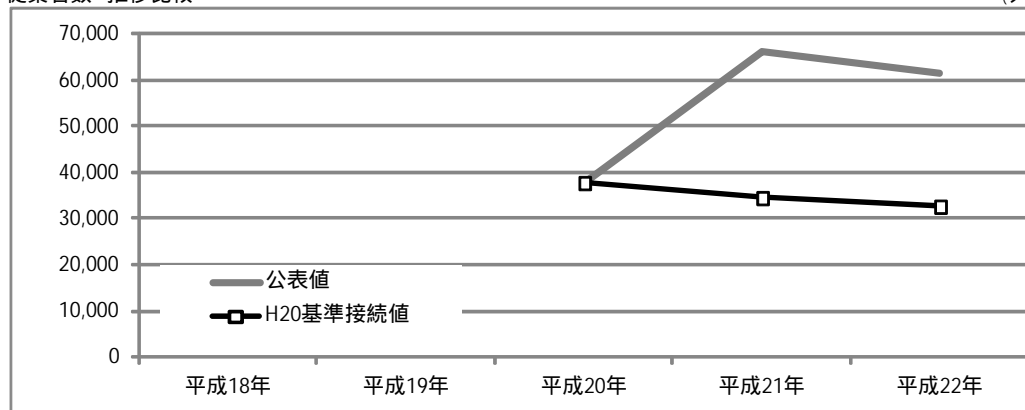
出版業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



クレジットカード業, 割賦金融業

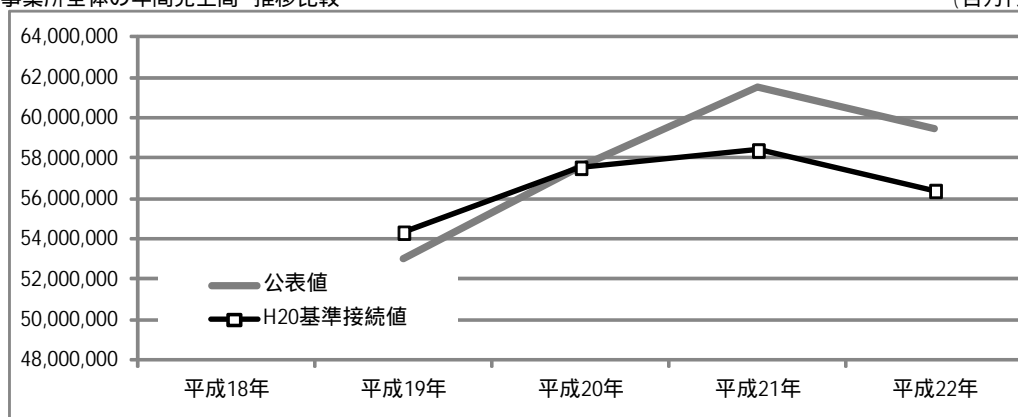
(百万円, 人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
企業全体の年間売上高	公表値	-	53,013,690	57,538,303	61,565,021	59,450,870
	指標値	-	94.4	100.0	101.5	98.0
	H20基準接続値	-	54,322,416	57,538,303	58,395,296	56,389,994
クレジット・割賦金融業務の年間売上高	公表値	-	43,002,026	45,370,690	49,601,743	47,922,309
	指標値	-	94.8	100.0	103.8	100.3
	H20基準接続値	-	43,005,393	45,370,690	47,090,910	45,496,489
従業者数	公表値	-	62,035	60,807	67,480	59,651
	指標値	-	104.9	100.0	105.9	93.7
	H20基準接続値	-	63,766	60,807	64,424	56,950

() 指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

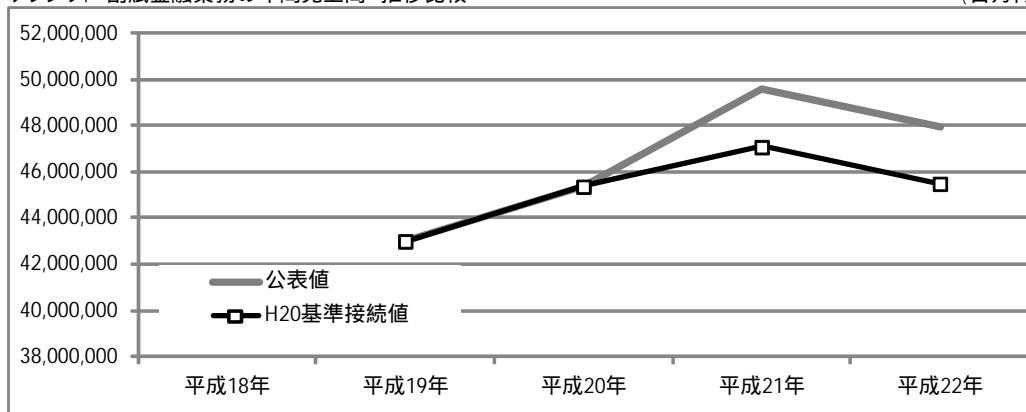
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



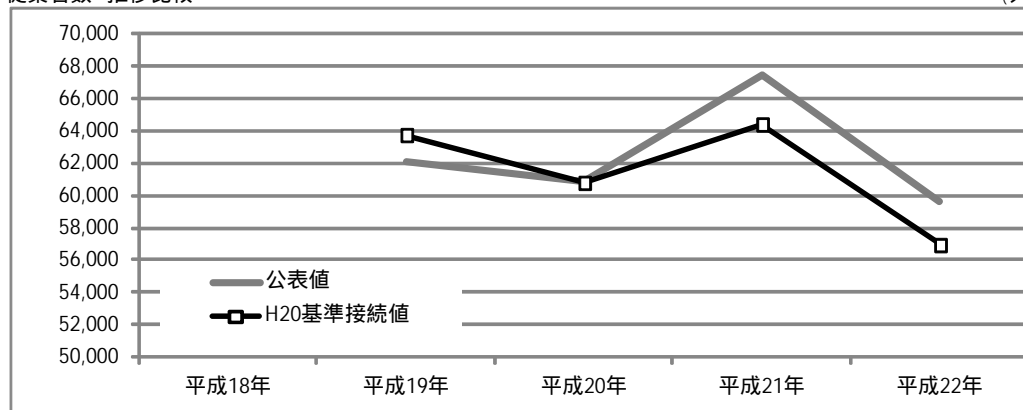
クレジット・割賦金融業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



各種物品賃貸業

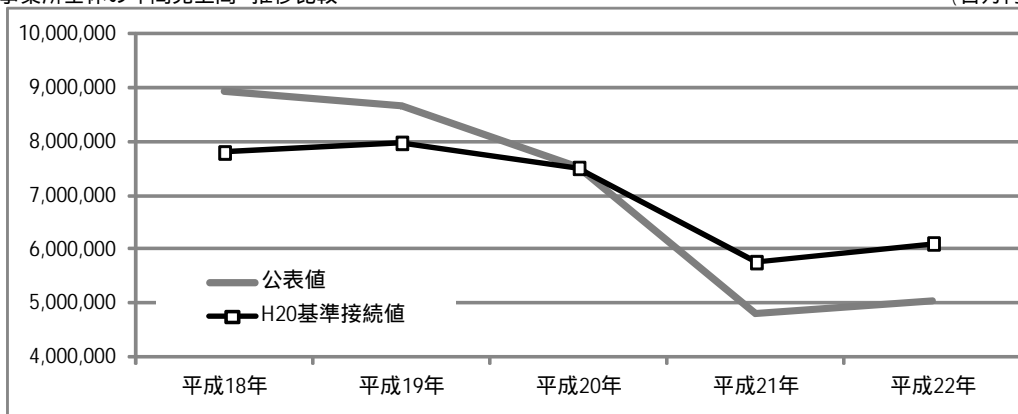
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
事業所全体の年間売上高	公表値	8,933,213	8,659,421	7,518,182	4,806,181	5,050,061
	指標値	103.8	106.2	100.0	76.7	81.3
	H20基準接続値	7,805,725	7,984,476	7,518,182	5,768,621	6,113,997
各種物品賃貸業務の年間売上高	公表値	7,237,273	7,187,866	6,311,620	4,120,247	4,152,298
	指標値	103.1	106.8	100.0	79.6	81.0
	H20基準接続値	6,505,323	6,738,864	6,311,620	5,025,514	5,115,344
従業者数	公表値	34,590	31,858	30,544	23,388	24,589
	指標値	94.8	97.5	100.0	101.6	105.6
	H20基準接続値	28,962	29,787	30,544	31,042	32,267

()指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

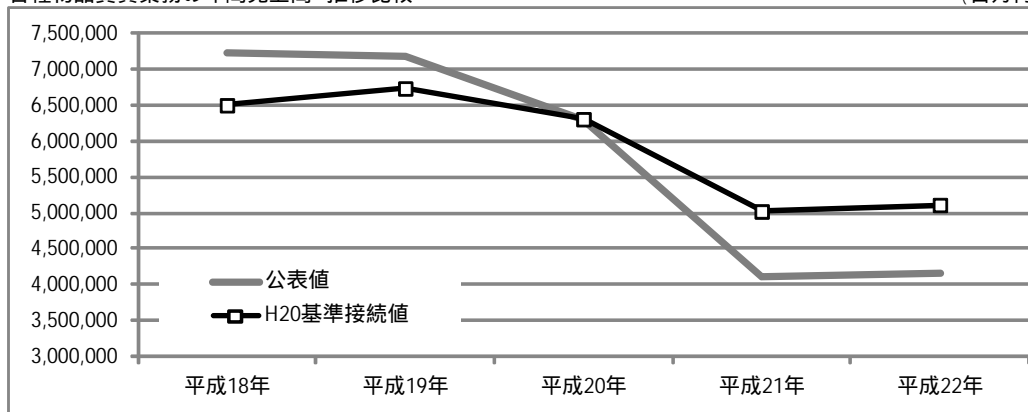
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



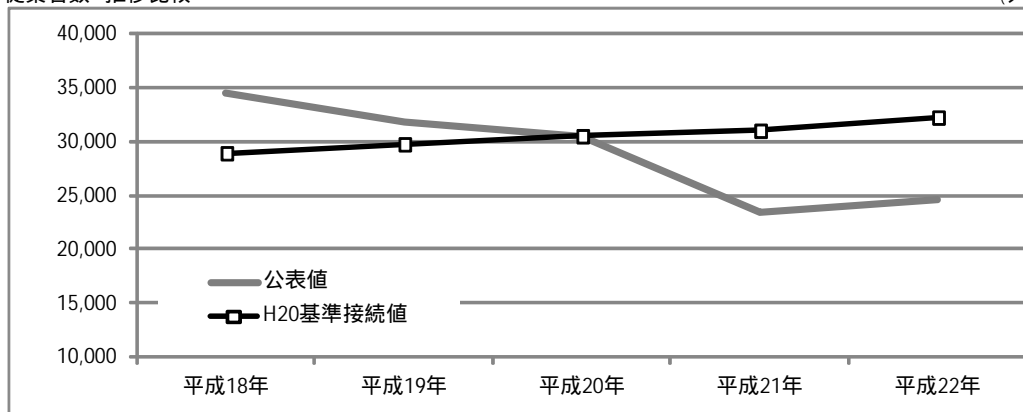
各種物品賃貸業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



産業用機械器具賃貸業

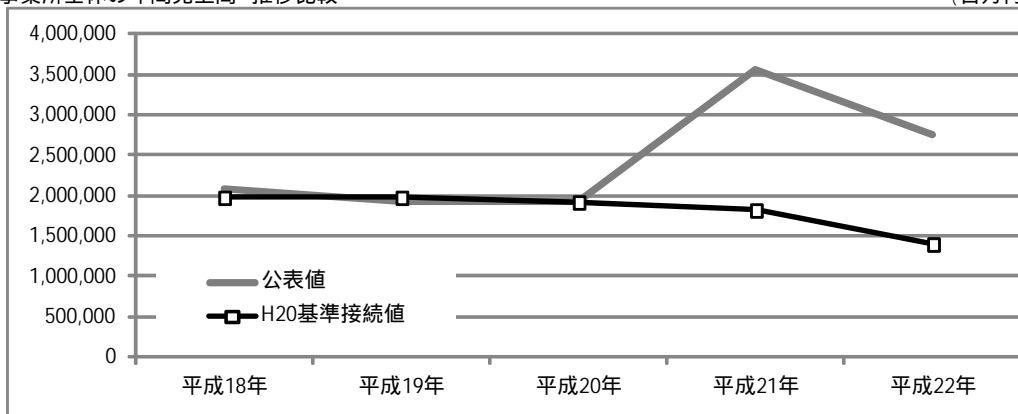
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
事業所全体の年間売上高	公表値	2,079,014	1,934,171	1,918,396	3,563,805	2,760,940
	指標値	103.0	103.0	100.0	94.8	72.9
	H20基準接続値	1,975,691	1,975,691	1,918,396	1,818,134	1,397,597
産業用機械器具賃貸業務の年間売上高	公表値	1,755,700	1,646,050	1,635,125	2,964,444	2,283,852
	指標値	102.8	102.7	100.0	93.6	71.3
	H20基準接続値	1,680,807	1,679,463	1,635,125	1,529,888	1,166,455
従業者数	公表値	67,171	60,486	61,837	71,722	63,762
	指標値	105.7	101.8	100.0	98.2	86.8
	H20基準接続値	65,371	62,919	61,837	60,701	53,684

()指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

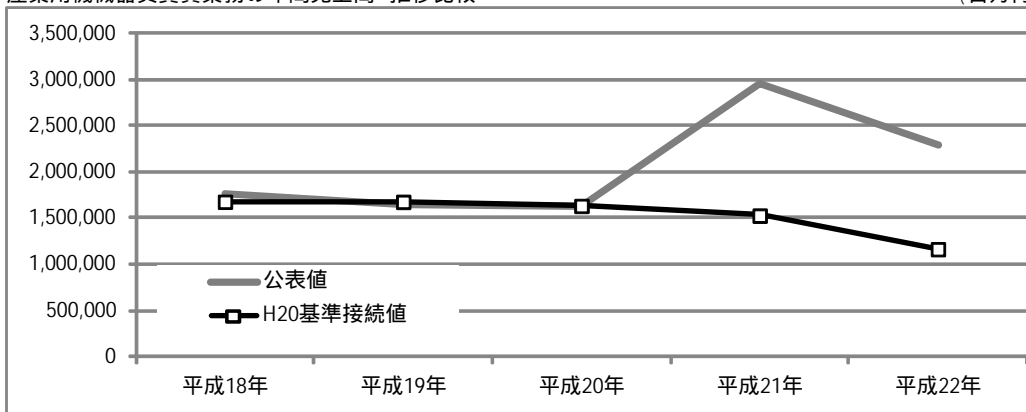
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



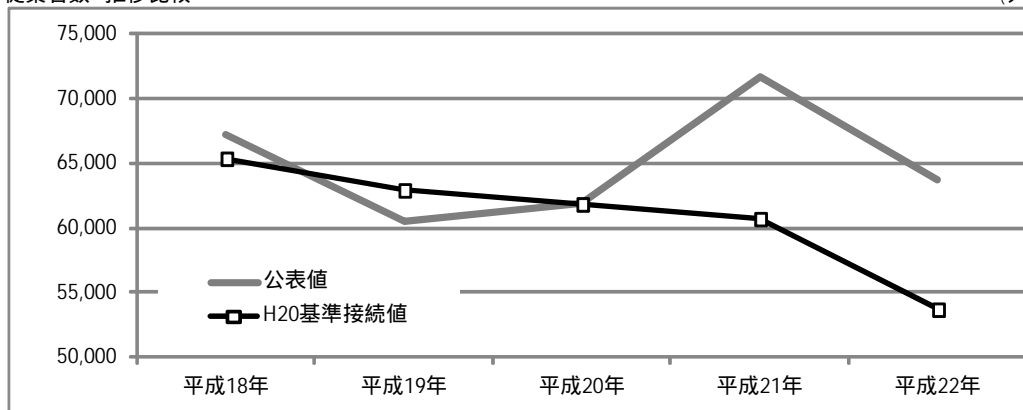
産業用機械器具賃貸業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



事務用機械器具賃貸業

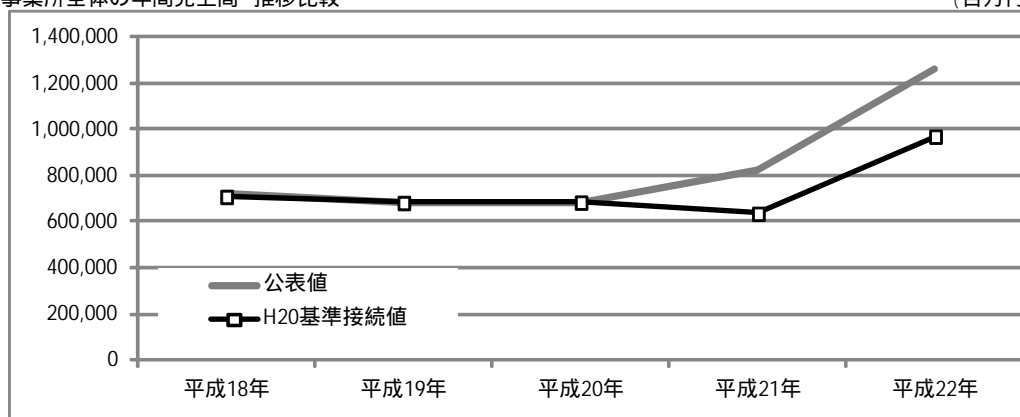
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
事業所全体の年間売上高	公表値	721,931	681,568	683,494	824,428	1,259,355
	指標値	103.7	99.8	100.0	92.9	141.9
	H20基準接続値	708,495	681,926	683,494	635,045	970,063
事務用機械器具賃貸業務の年間売上高	公表値	619,300	596,540	591,226	695,730	1,061,108
	指標値	102.2	101.3	100.0	104.2	158.9
	H20基準接続値	604,454	599,135	591,226	615,999	939,505
従業者数	公表値	3,870	3,280	3,402	5,732	5,849
	指標値	114.1	89.3	100.0	104.7	106.9
	H20基準接続値	3,882	3,039	3,402	3,563	3,636

() 指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

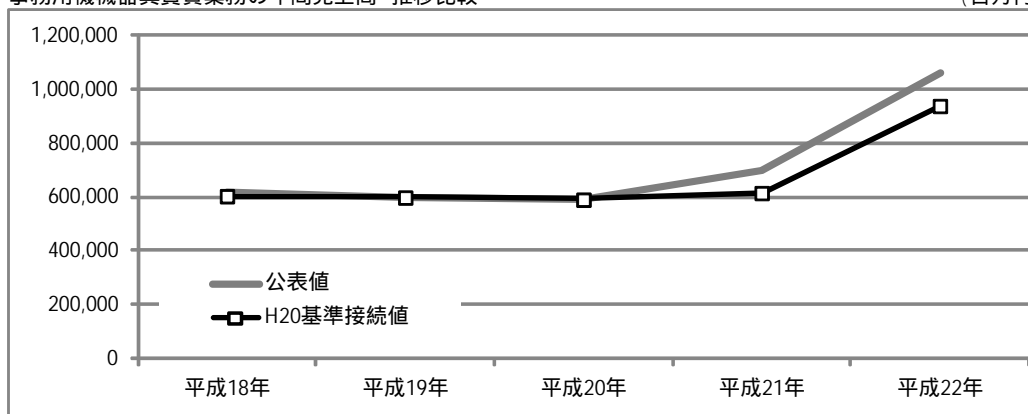
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



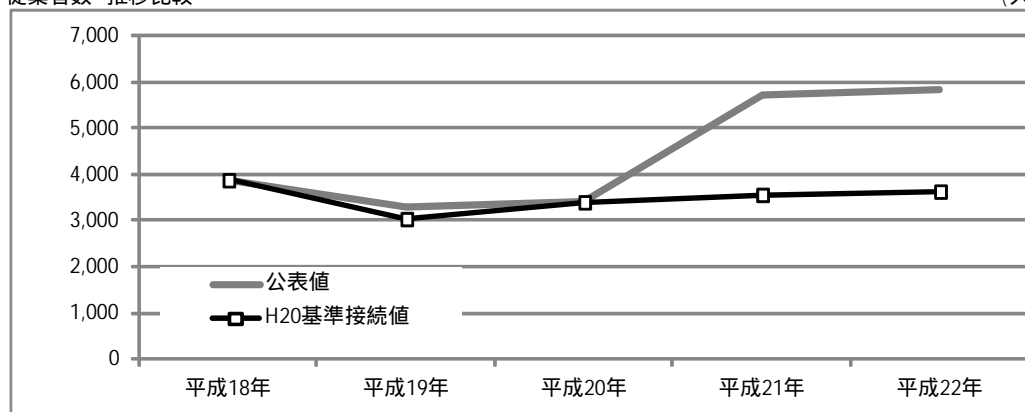
事務用機械器具賃貸業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



自動車賃貸業

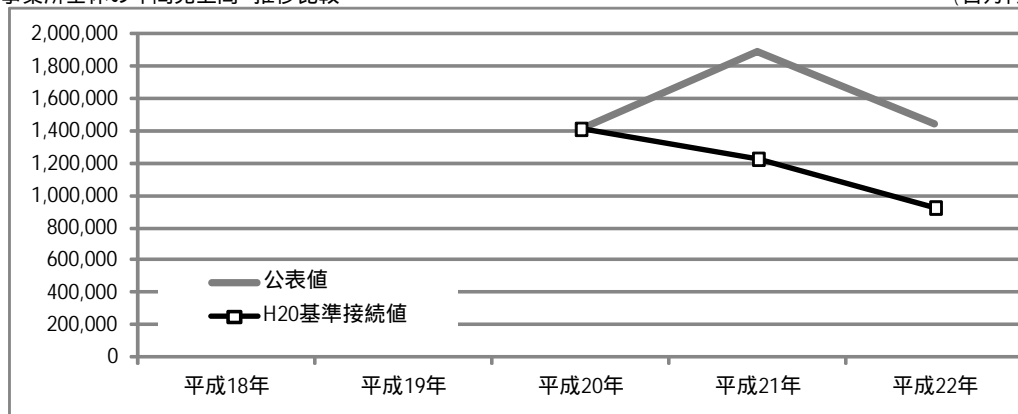
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
事業所全体の年間売上高	公表値	-	-	1,415,055	1,892,246	1,448,751
	指標値	-	-	100.0	86.9	65.6
	H20基準接続値	-	-	1,415,055	1,229,309	927,752
自動車賃貸業務の年間売上高	公表値	-	-	1,163,715	1,565,480	1,265,935
	指標値	-	-	100.0	86.4	68.8
	H20基準接続値	-	-	1,163,715	1,004,908	801,131
従業者数	公表値	-	-	26,997	38,339	32,390
	指標値	-	-	100.0	98.2	80.1
	H20基準接続値	-	-	26,997	26,524	21,637

()指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

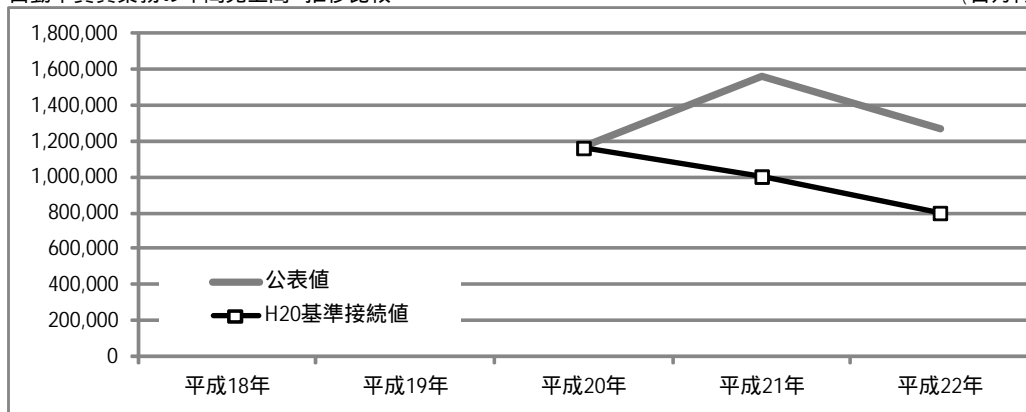
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



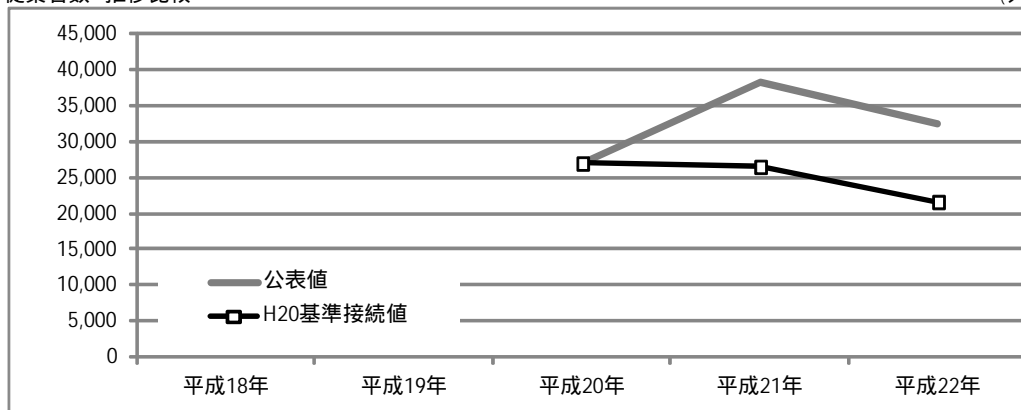
自動車賃貸業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



スポーツ・娯楽用品質貸業

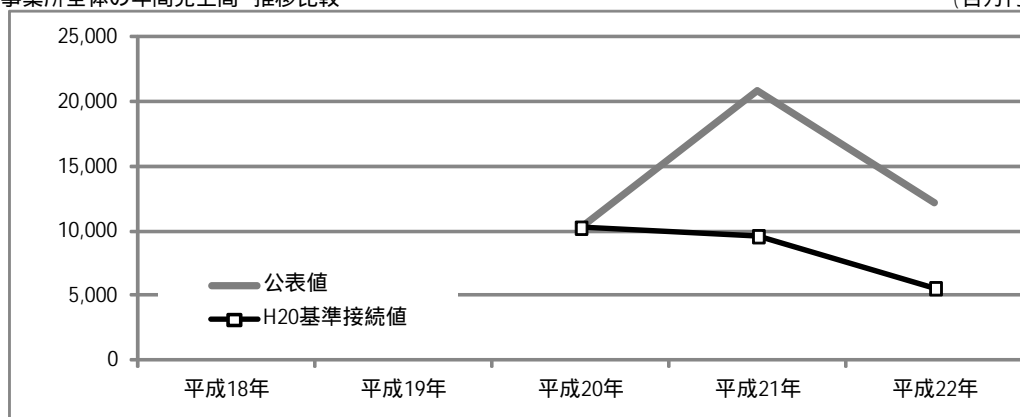
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
事業所全体の年間売上高	公表値	-	-	10,267	20,895	12,126
	指標値	-	-	100.0	93.6	54.3
	H20基準接続値	-	-	10,267	9,609	5,577
スポーツ・娯楽用品質貸業務の年間売上高	公表値	-	-	6,381	17,524	10,849
	指標値	-	-	100.0	97.7	60.5
	H20基準接続値	-	-	6,381	6,237	3,861
従業者数	公表値	-	-	1,543	3,083	2,048
	指標値	-	-	100.0	115.5	76.8
	H20基準接続値	-	-	1,543	1,266	841

() 指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

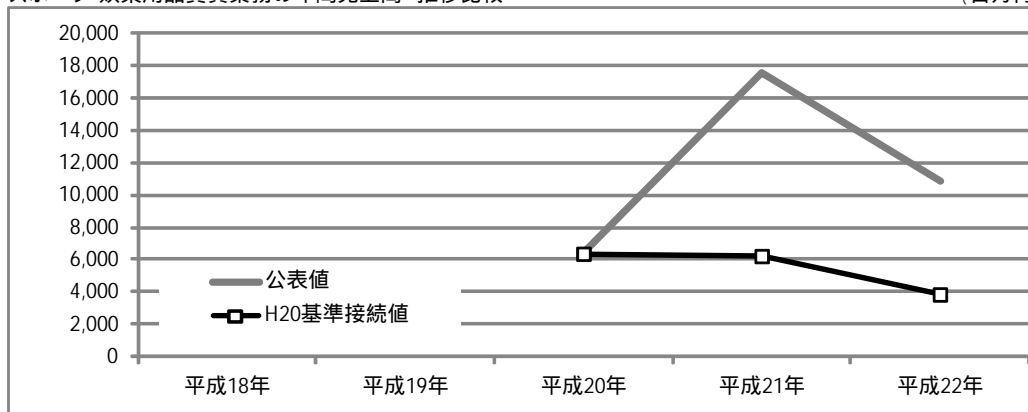
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



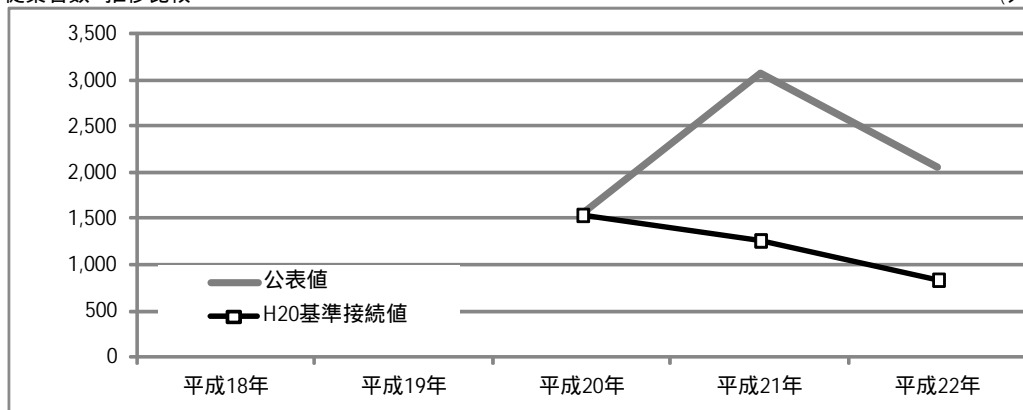
スポーツ・娯楽用品質貸業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



その他の物品質貸業

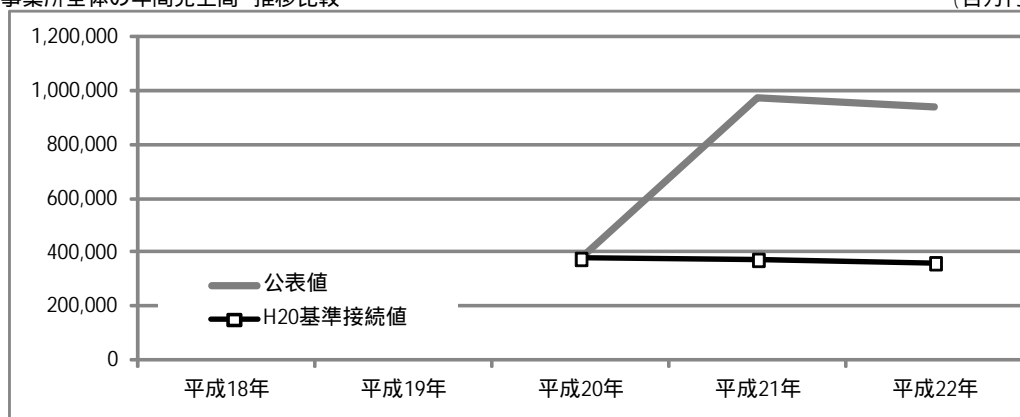
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
事業所全体の年間売上高	公表値	-	-	376,619	972,213	942,968
	指標値	-	-	100.0	99.1	95.8
	H20基準接続値	-	-	376,619	373,049	360,683
その他の物品質貸業務の年間売上高	公表値	-	-	292,122	747,608	736,665
	指標値	-	-	100.0	100.4	98.9
	H20基準接続値	-	-	292,122	293,164	289,053
従業者数	公表値	-	-	33,315	90,620	84,877
	指標値	-	-	100.0	99.1	92.3
	H20基準接続値	-	-	33,315	33,030	30,737

()指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

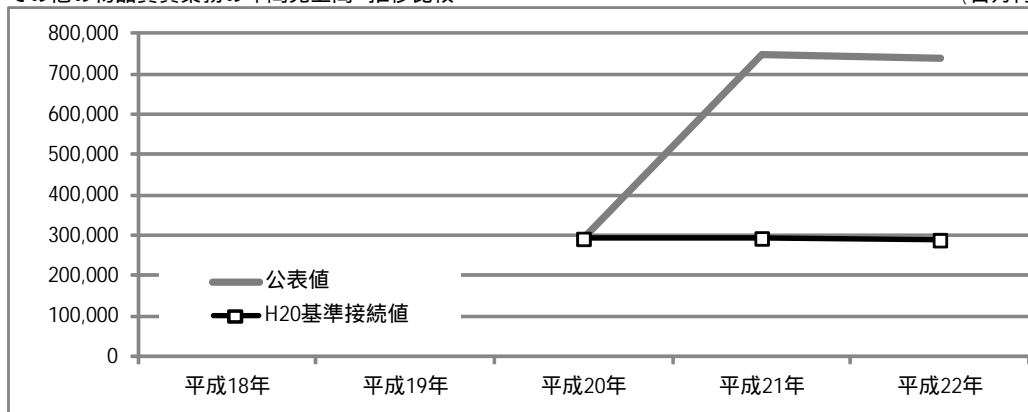
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



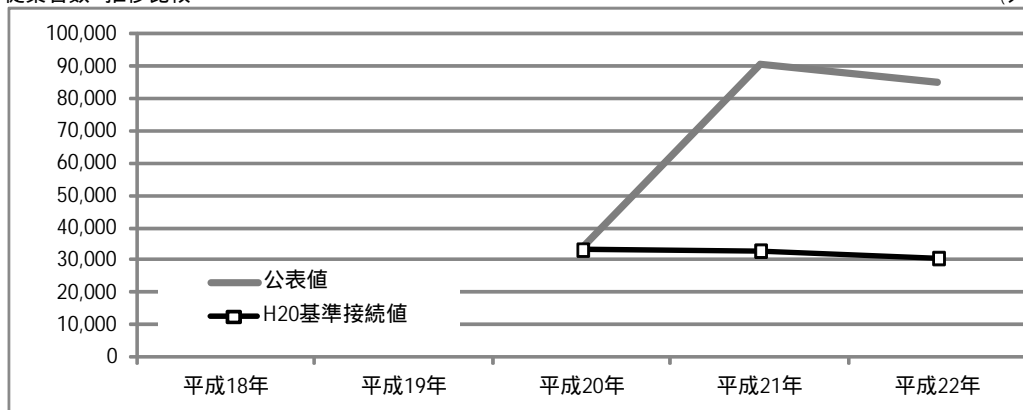
その他の物品質貸業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



デザイン・機械設計業(デザイン業+機械設計業)

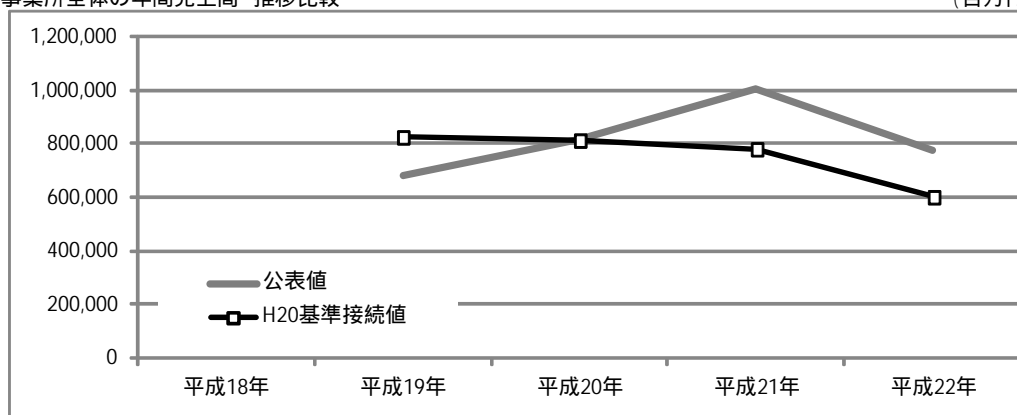
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
事業所全体の年間売上高	公表値	-	682,832	813,920	1,007,313	776,063
	指標値	-	101.4	100.0	96.0	74.0
	H20基準接続値	-	825,477	813,920	781,429	602,035
デザイン・機械設計業務の年間売上高	公表値	-	623,403	738,038	930,650	726,135
	指標値	-	100.8	100.0	96.6	75.4
	H20基準接続値	-	743,915	738,038	712,806	556,163
従業者数	公表値	-	67,050	76,628	92,047	82,700
	指標値	-	100.6	100.0	98.1	88.1
	H20基準接続値	-	77,075	76,628	75,151	67,520

()指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

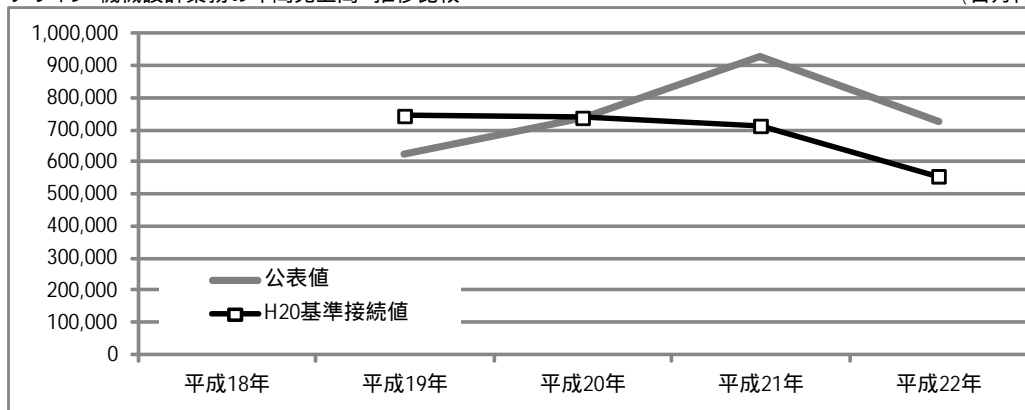
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



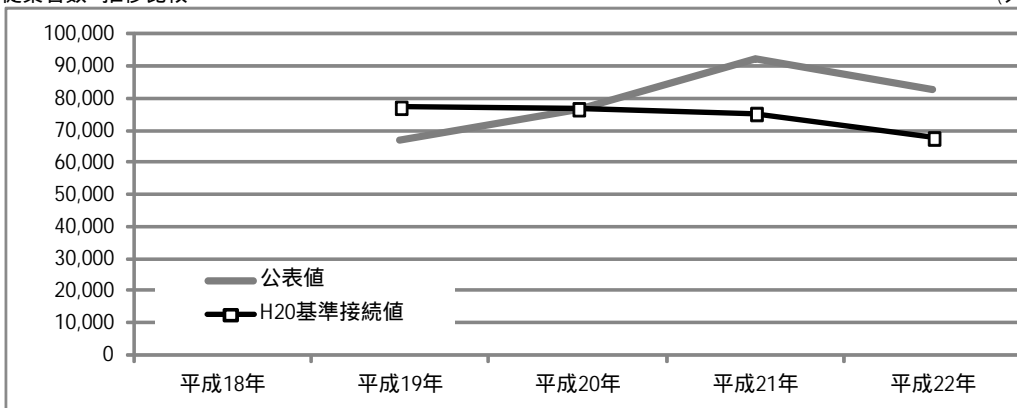
デザイン・機械設計業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



広告代理業 + その他広告業 (広告業)

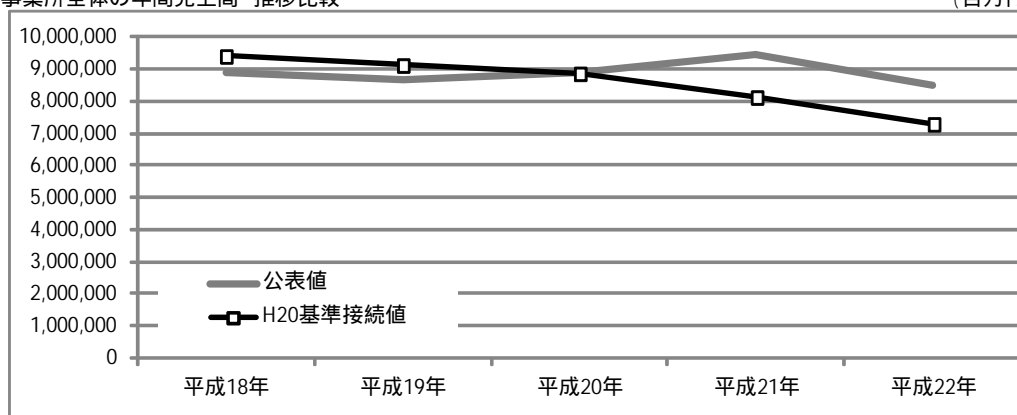
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
事業所全体の年間売上高	公表値	8,881,608	8,685,701	8,859,547	9,451,629	8,478,964
	指標値	106.1	102.9	100.0	91.7	82.3
	H20基準接続値	9,402,680	9,118,663	8,859,547	8,122,974	7,287,040
広告業務の年間売上高	公表値	8,729,844	8,558,973	8,724,992	9,276,983	8,327,558
	指標値	106.7	103.0	100.0	91.3	81.9
	H20基準接続値	9,308,574	8,990,688	8,724,992	7,962,062	7,147,209
従業者数	公表値	129,501	120,309	127,321	145,691	133,546
	指標値	106.4	101.7	100.0	99.5	91.2
	H20基準接続値	135,462	129,436	127,321	126,715	116,152

() 指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

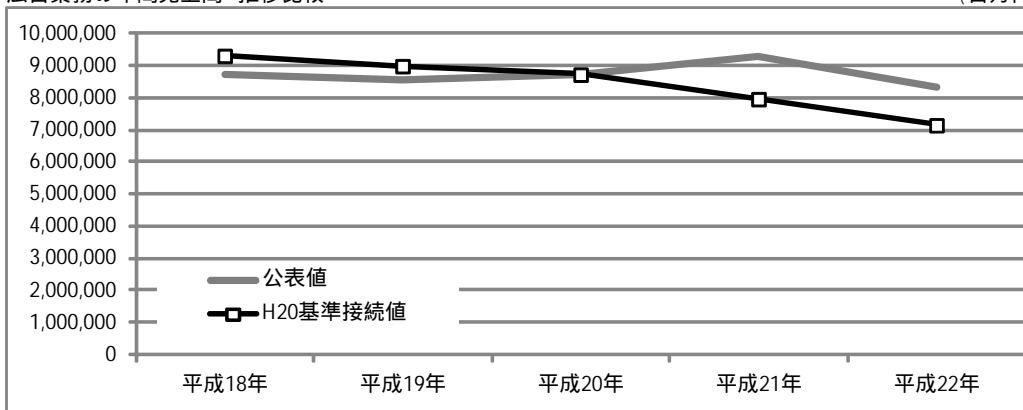
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



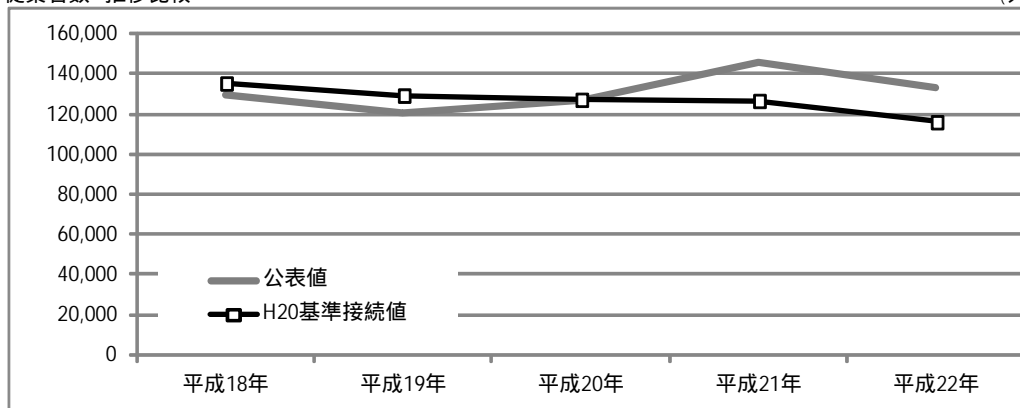
広告業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



計量証明業

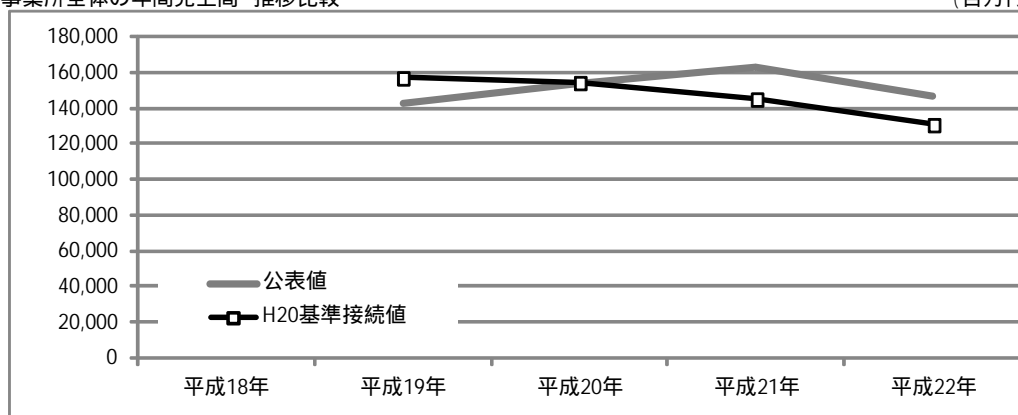
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
事業所全体の年間売上高	公表値	-	143,244	154,321	163,045	146,981
	指標値	-	101.7	100.0	94.0	84.7
	H20基準接続値	-	156,974	154,321	145,042	130,752
計量証明業務の年間売上高	公表値	-	98,824	109,577	113,080	101,543
	指標値	-	101.5	100.0	91.3	82.0
	H20基準接続値	-	111,234	109,577	100,049	89,842
従業者数	公表値	-	12,835	13,956	14,946	14,160
	指標値	-	101.0	100.0	98.5	93.3
	H20基準接続値	-	14,097	13,956	13,745	13,023

()指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

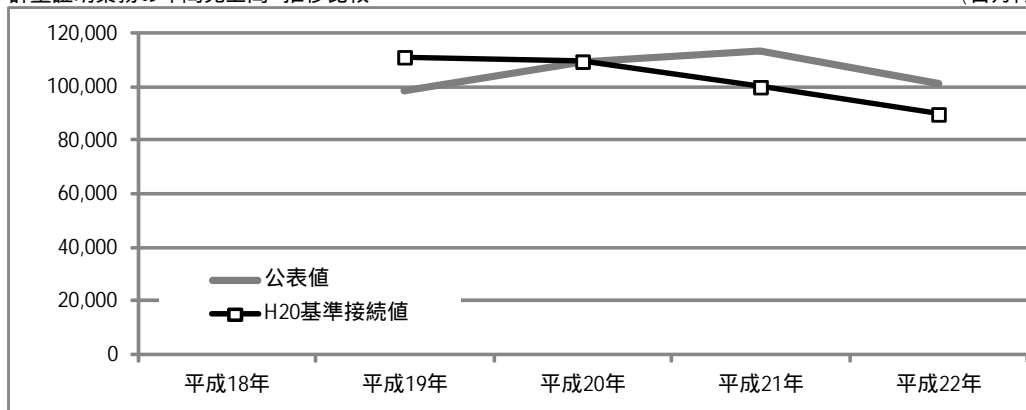
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



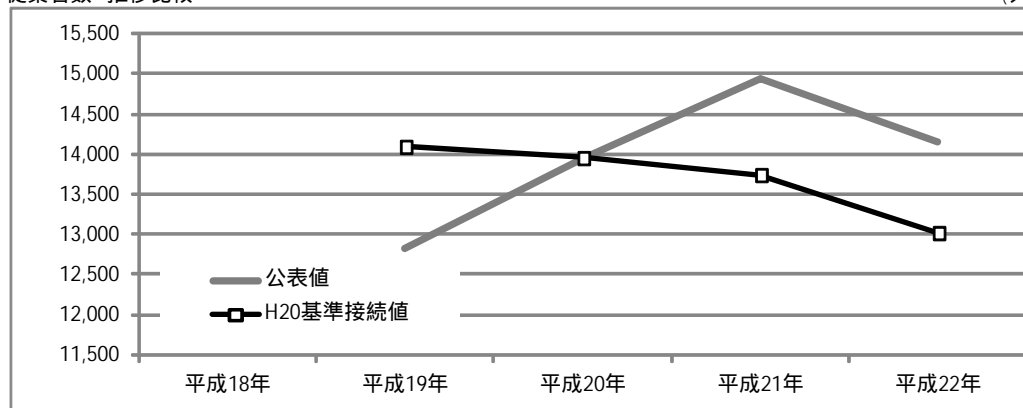
計量証明業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



機械修理業(電気機械器具を除く)

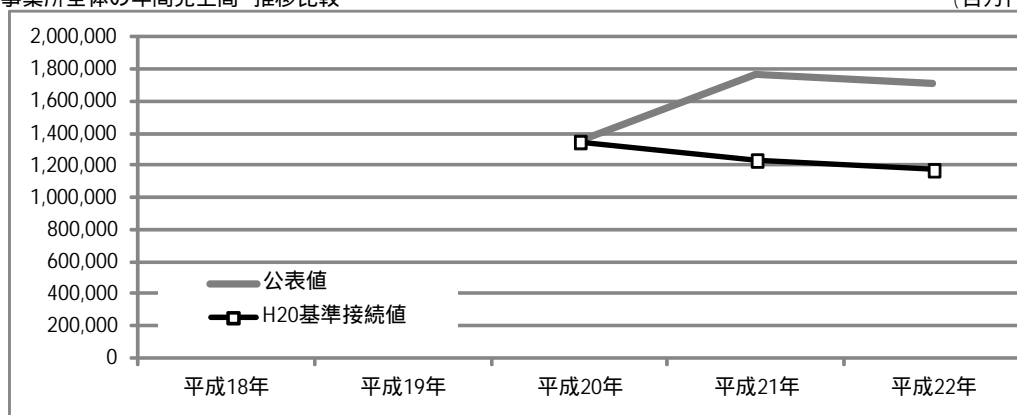
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
事業所全体の年間売上高	公表値	-	-	1,346,868	1,768,462	1,710,537
	指標値	-	-	100.0	91.5	87.0
	H20基準接続値	-	-	1,346,868	1,231,993	1,171,446
機械修理業務の年間売上高	公表値	-	-	1,103,697	1,455,639	1,412,081
	指標値	-	-	100.0	91.3	87.5
	H20基準接続値	-	-	1,103,697	1,008,076	966,232
従業者数	公表値	-	-	62,794	97,180	87,999
	指標値	-	-	100.0	97.3	86.6
	H20基準接続値	-	-	62,794	61,084	54,351

()指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

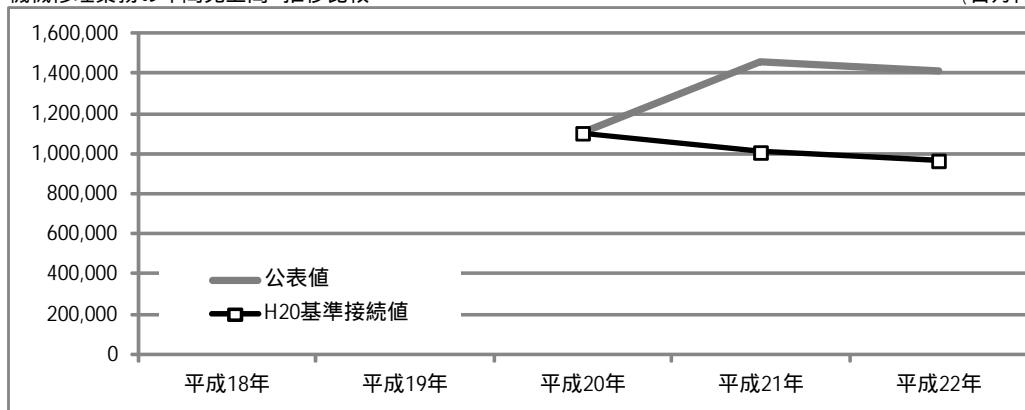
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



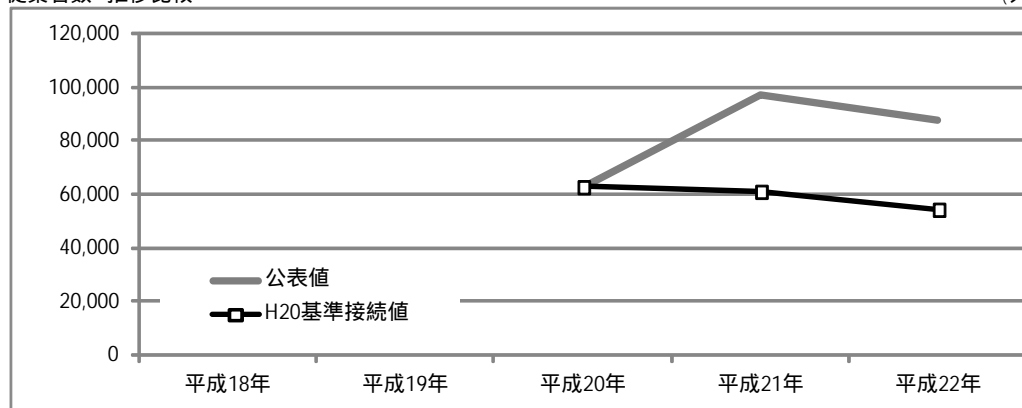
機械修理業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



電気機械器具修理業

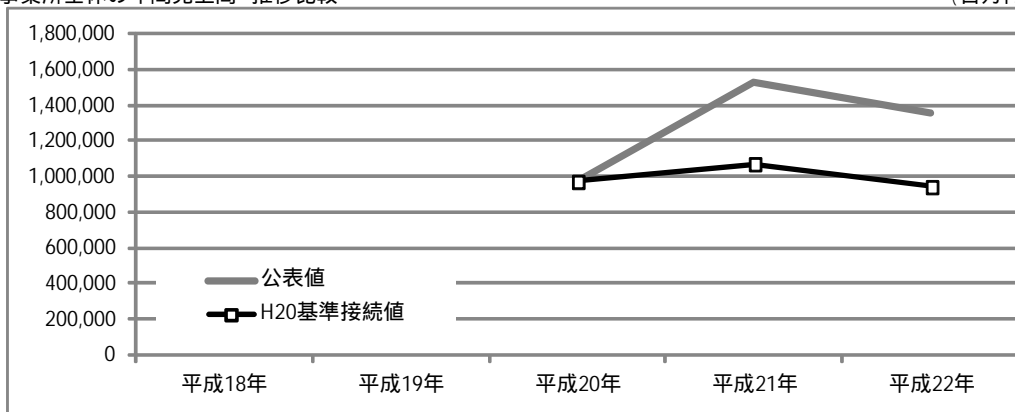
(百万円、人)

		平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
事業所全体の年間売上高	公表値	-	-	971,715	1,531,211	1,354,256
	指標値	-	-	100.0	110.3	97.0
	H20基準接続値	-	-	971,715	1,071,347	942,403
電気機械修理業務の年間売上高	公表値	-	-	738,637	1,105,101	962,508
	指標値	-	-	100.0	103.9	90.1
	H20基準接続値	-	-	738,637	767,158	665,391
従業者数	公表値	-	-	47,674	65,686	65,895
	指標値	-	-	100.0	102.3	102.9
	H20基準接続値	-	-	47,674	48,759	49,058

()指標値は、H20=100として、各年における継続事業所集計値の伸び率を用いて作成

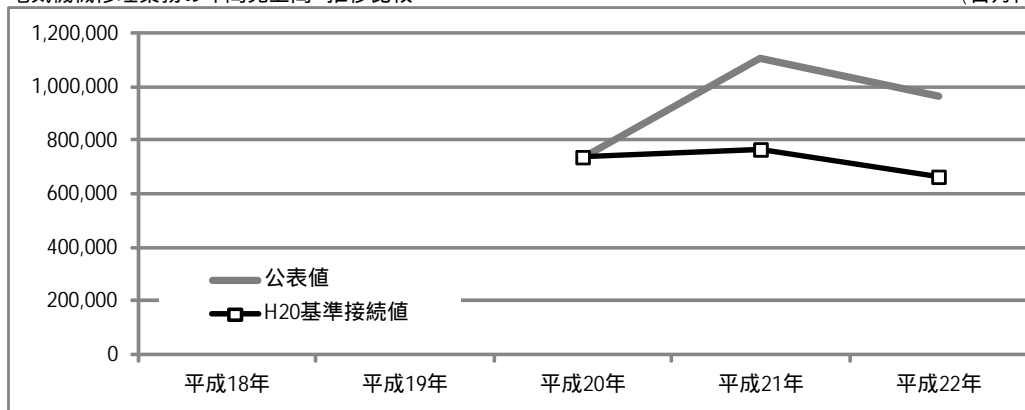
事業所全体の年間売上高 推移比較

(百万円)



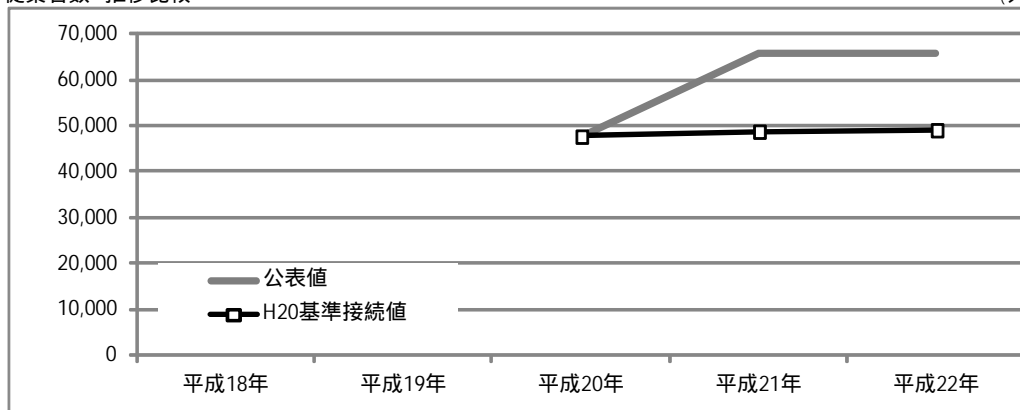
電気機械修理業務の年間売上高 推移比較

(百万円)



従業者数 推移比較

(人)



参考指標として、平成 18 年以前の継続事業所集計値の伸び率が得られる 3 業種（物品賃貸業、情報サービス業、広告業）について、平成 20 年の調査結果を 100 とした場合の指標値を平成 13 年まで遡り試算した。

本指標値は、前述の時系列データの作成方法（49 頁参照）に準じ、平成 20 年指標値（100）に各年の伸び率（20 年以前は伸び率の逆数）を乗じて作成した。

伸び率については、平成 17 年から 18 年、18 年から 19 年、20 年から 21 年にかけては特定サービス産業実態調査報告書に記載されている参考資料「継続対象事業所のみを集計結果による伸び率」を、平成 20 年から 21 年にかけては本調査において作成した係数を、平成 21 年から 22 年にかけて及び 16 年から 17 年にかけてより以前は両年公表値の伸び率を、それぞれ使用した。

なお、平成 17 年以前の調査業種の産業分類レベルが中分類であるため、これにそろえるため各年の公表値及び伸び率は中分類に括った上で試算した。

物品賃貸業(各種物品賃貸業+産業用機械器具賃貸業+事務用機械器具賃貸業) (億円、人)

		H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の 年間売上高	公表値	162,258	152,684	146,586	130,354	128,995	117,342	112,752	101,201	91,944	90,704
	指標値	131.3	123.5	118.6	105.5	104.4	103.6	105.1	100.0	81.6	80.5
	H20基準接続値	132,842	125,003	120,011	106,722	105,609	104,891	106,395	101,201	82,625	81,510
物品賃貸業務の 年間売上高	公表値	94,702	90,056	88,622	88,114	88,550	96,450	94,562	85,711	80,735	78,115
	指標値	108.7	103.4	101.7	101.1	101.6	103.0	105.6	100.0	84.2	81.5
	H20基準接続値	93,169	88,598	87,187	86,688	87,116	88,248	90,496	85,711	72,158	69,816
従業者数	公表値	123,738	115,064	113,457	108,127	104,628	105,631	95,624	95,783	100,842	94,200
	指標値	119.0	110.7	109.1	104.0	100.6	102.3	99.9	100.0	99.2	92.6
	H20基準接続値	113,977	105,987	104,507	99,597	96,374	98,013	95,706	95,783	94,970	88,715

情報サービス業(ソフトウェア業+情報処理・提供サービス業)

(億円、人)

		H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の 年間売上高	公表値	210,983	217,409	189,728	193,958	197,868	188,952	188,261	198,455	202,264	176,144
	指標値	101.7	104.8	91.4	93.5	95.3	99.6	102.5	100.0	95.0	82.7
	H20基準接続値	201,750	207,895	181,425	185,470	189,209	197,591	203,354	198,455	188,467	164,128
情報サービス業務 の年間売上高	公表値	137,039	139,731	141,706	145,271	145,560	167,293	167,959	178,955	184,066	161,926
	指標値	89.3	91.1	92.4	94.7	94.9	97.3	100.7	100.0	94.8	83.4
	H20基準接続値	159,860	163,002	165,305	169,463	169,801	174,165	180,200	178,955	169,643	149,238
従業者数	公表値	670,467	677,962	664,487	678,726	677,005	820,723	786,677	857,877	916,982	872,887
	指標値	97.6	98.7	96.7	98.8	98.5	99.4	99.6	100.0	98.8	94.1
	H20基準接続値	837,212	846,571	829,744	847,525	845,376	852,646	854,756	857,877	847,860	807,090

広告業(広告代理業+その他広告業)

(億円、人)

		H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22
事業所全体の 年間売上高	公表値	-	-	80,883	-	-	88,816	86,857	88,595	94,516	84,790
	指標値	-	-	98.8	-	-	106.1	102.9	100.0	91.7	82.3
	H20基準接続値	-	-	87,507	-	-	94,027	91,187	88,595	81,230	72,870
広告業務の 年間売上高	公表値	-	-	75,359	-	-	87,298	85,590	87,250	92,770	83,276
	指標値	-	-	98.2	-	-	106.7	103.0	100.0	91.3	81.9
	H20基準接続値	-	-	85,651	-	-	93,086	89,907	87,250	79,621	71,472
従業者数	公表値	-	-	110,535	-	-	129,501	120,309	127,321	145,691	133,546
	指標値	-	-	103.0	-	-	106.4	101.7	100.0	99.5	91.2
	H20基準接続値	-	-	131,084	-	-	135,462	129,436	127,321	126,715	116,152

()指標値は、H20=100として、各年における継続事業所の伸び率を用いて作成

公表値と時系列接続データの乖離に関する考察

各業種における、継続対象事業所の集計値伸び率を用いた時系列接続データの推移には、公表値の推移と乖離している部分がある。その要因としては各調査年における集計対象事業所数（平成 21 年調査以降は標本調査による母集団推計が行われているため母集団数）の変化が影響していると考えられる。

例えば、「映像情報制作・配給業」では、公表値は増加推移となっている一方で、継続対象事業所の伸び率を用いた接続値は減少傾向となっている。映像情報制作・配給業における継続対象事業所集計値の伸び率は微減となっているが、各調査年における集計対象事業所数は、1,051 事業所（平成 19 年）1,300 事業所（平成 20 年）2,322 事業所（平成 21 年）と増加しており、これが公表値の増加傾向要因になっていると考えられる。

各年における集計対象数の変化要因としては、「新設、廃業等に伴う母集団数（調査対象数）の変化」、「各事業所の主業格付けの変更に伴う業種間の事業所移動」、「平成 20 年以前の全数調査における回収率の変化」等が想定される。

継続対象事業所数の伸び率を用いた時系列接続データでは、こうした集計対象数の変化を考慮していないため、公表値との乖離が生じる要因となっている。

図表 36 調査対象事業所数、集計対象事業所数の推移

	H18		H19		H20		H21	H22		
	調査対象	集計対象	調査対象	集計対象	調査対象	集計対象	母集団数	母集団数		
ソフトウェア業	13,755	10,789	12,389	9,885	15,934	12,313	15,249	14,321		
情報処理・提供サービス業	6,662	5,473	5,820	4,746	6,892	5,433	6,873	6,637		
インターネット附随サービス業	-	-	-	-	1,159	513	1,452	1,596		
映像情報映像情報制作・配給業	-	-	2,196	1,051	2,658	1,300	2,332	2,160		
音声情報制作業	-	-	-	-	181	73	158	128		
映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業	-	-	-	-	768	325	656	563		
新聞業	-	-	-	-	1,018	537	963	915		
出版業	-	-	-	-	3,354	1,332	3,056	2,833		
クレジットカード業、割賦金融業	-	-	390	311	326	298	281	254		
各種物品賃貸業	2,009	1,796	1,812	1,592	1,893	1,576	1,481	1,676		
産業用機械器具賃貸業	7,704	6,004	7,233	5,817	7,669	6,068	7,274	6,746		
事務用機械器具賃貸業	302	202	255	185	302	212	313	300		
自動車賃貸業	-	-	-	-	4,424	2,904	4,332	4,245		
スポーツ・娯楽用品賃貸業	-	-	-	-	446	196	466	289		
その他の物品賃貸業	-	-	-	-	8,951	3,012	8,655	8,374		
デザイン業、機械設計業		デザイン業	-	-	11,863	7,903	13,308	9,111	7,747	7,212
		機械設計業							4,751	4,410
広告代理業	広告業	6,679	4,488	5,688	4,443	6,783	5,035	9,693	9,233	
その他広告業		3,002	2,336	2,780	2,304	3,211	2,532			
計量証明業	-	-	541	422	592	492	518	486		
機械修理業（電気機械器具を除く）	-	-	-	-	11,239	5,386	10,847	10,299		
電気機械器具修理業	-	-	-	-	5,949	3,184	5,868	5,963		

．サービス産業の新しい動向の把握

1．サービス産業の市場動向や新たな潮流・特徴について

サービス産業の新しい動向を把握するために、業種別に、直近の特サビ実態調査結果などで、市場を概観するとともに、文献調査及びヒアリング調査から得られた市場動向や業界における新たな潮流・特徴、課題等を取りまとめた。

なお、ヒアリング調査は以下の35件（団体及び企業）を対象に実施している。

図表 37 ヒアリング調査の対象業界と団体及び企業（その1）

業種	団体名または企業名	所在地（事務局・本社）	ヒアリング実施年月
葬儀業	A 業界団体	東京都港区	平成24年11月
	B 社	大阪府大阪市	平成25年1月
	C 社	東京都墨田区	平成24年11月
	D 社	青森県弘前市	平成24年12月
学習塾	A 業界団体	東京都豊島区	平成24年11月
	B 社	東京都千代田区	平成24年12月
	C 社	大阪府大阪市	平成25年1月
	D 社	神奈川県横浜市	平成25年1月
	E 社	東京都新宿区	平成25年2月
フィットネス	A 業界団体	東京都千代田区	平成24年10月
	B 社	東京都品川区	平成25年1月
	C 社	東京都中央区	平成24年11月
	D 社	東京都墨田区	平成24年12月
	E 社	東京都渋谷区	平成24年11月
	F 社	東京都中央区	平成25年1月
結婚式場業	A 業界団体	東京都港区	平成24年11月
	B 社	東京都中央区	平成24年11月
	C 社	東京都千代田区	平成25年1月
	D 社	大阪府大阪市	平成24年12月
	E 社	東京都港区	平成24年11月
	F 社	新潟県新潟市	平成24年12月
	G 社	東京都文京区	平成25年3月

図表 38 ヒアリング調査の対象業界と団体及び企業（その2）

業種	団体名または企業名	所在地（事務局・本社）	ヒアリング実施年月
ソフトウェア業、 情報処理・ インターネット 提供サービス業 随サービス業	A 業界団体	東京都港区	平成24年12月
	B 業界団体	東京都千代田区	平成24年12月
	C 業界団体	東京都中央区	平成24年12月
	D 業界団体	東京都港区	平成24年12月
	E 社	東京都港区	平成25年1月
	F 社	東京都渋谷区	平成25年1月
デザイン業	A 業界団体	東京都港区	平成24年12月
	B 業界団体	東京都港区	平成25年1月
	C 業界団体	東京都港区	平成24年12月
その他	A 業界団体（リース）	東京都千代田区	平成25年2月
	B 業界団体（ゴルフ場）	東京都千代田区	平成25年2月
	C 業界団体（広告）	東京都中央区	平成25年2月
	D 業界団体（CD等レンタル）	東京都千代田区	平成25年3月

(1) 葬儀業

市場の概況

a) 葬儀業の事業所数・従業者数

総務省統計局「平成21年経済センサス-基礎調査」によれば、平成21年7月1日現在の葬儀業の事業所数は8,446事業所であり、従業者数は85,115人であった。

なお、過去の統計により葬儀業における企業規模をみると、常用雇用者10人未満の中小企業が約7割を占めていることがわかる。

図表39 葬儀業の常用雇用者規模別企業数

		平18年	構成比
(常用雇用者規模別)	企業数	3,494	100.0
	～9人	2,481	71.0
	10～49	895	25.6
	50～99	56	1.6
	100～299	50	1.4
	300人～	12	0.3
事業所数(カ所)		7,301	—

(資料) 総務省統計局「平成18年事業所・企業統計調査」

b) 葬儀業の市場規模等

経済産業省の特定サービス産業実態調査報告書によると、事業従事者5人以上の葬儀業における年間売上高は1兆4145億円で、前年比6.0%の減少となっている。

これを業務種類別にみると、「式典進行・設営・葬具」が5859億円(構成比41.4%)と最も多い。

図表40 葬儀業務の業務種類別年間売上高(事業従事者5人以上)

業務種類別	事業従事者5人以上				
	21年		22年		前年比(%)
	(百万円)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	
葬儀業務の年間売上高	1,505,013	100.0	1,414,501	100.0	▲ 6.0
葬儀一式請負	1,467,413	97.5	1,379,824	97.5	▲ 6.0
式典進行・設営・葬具	638,365	42.4	585,898	41.4	
会場・室料	73,320	4.9	89,261	6.3	
飲食料	182,201	12.1	175,770	12.4	
生花	186,003	12.4	186,848	13.2	
返礼品	260,090	17.3	238,462	16.9	
その他	127,434	8.5	103,585	7.3	
その他	37,599	2.5	34,677	2.5	

(資料) 経済産業省「平成22年 特定サービス産業実態調査」

サービス産業の新たな潮流・特徴

a) 葬儀の小規模化の進展

- ・ 葬儀業では、葬儀の小規模化の進展が著しいと言われている。
- ・ 数年前はホールを貸し切った葬儀が一般的であったところ、現在は、ホールを小分けに区切って小規模な葬儀が増えており、死亡者数は増え続けているものの、小規模化等に伴い、事業者によっては、売上高は横ばいもしくは減少傾向にある。
- ・ 葬儀の小規模化に関する要因は複合的だが、既存の調査研究結果やヒアリング調査によれば、以下のような理由が挙げられる。
 - 「高齢化」によって、死亡者の年齢も施主の年齢も高く、社会的な繋がりが少ない場合が多いことがあげられる。以前は、60歳に定年退職後、70歳くらいで亡くなるパターンが多かったが、昨今は高齢化に伴い、死亡者自身の社会的なネットワークは限定され、施主も定年退職をしているために多くの関係者を呼ぶ必要性がないケースが多い。
 - 「情報化」によるものも大きい。以前は紙媒体で友人や連絡先のリストがあったが、昨今は全てデジタルで管理しているため、例えば配偶者であっても、夫の人的ネットワークは見られないことが多く、誰を呼べばいいのかわからない状態が発生している。必然的に参加者は少なくなる。
 - 「宗教離れと地域コミュニティの崩壊」があげられる。供養に積極的でない世代が喪主を務めるようになり、この傾向はさらに強くなるであろう。また、以前の葬儀は地域コミュニティで実施していたところ、家族で準備をするようになってきたが、現在は、近隣住民を葬儀に呼ぶこともなくなってきた。地域コミュニティの崩壊は、都心部で強く見られる。

b) 儀式の簡素化

- ・ 葬儀については、儀式の簡素化・省略化の傾向も顕著である。
- ・ 近年では、「ワンデイセレモニー」と呼ばれ、1日で通夜から葬儀、初七日など全てを終わらせる葬儀があり、ニーズが高まってきている。そもそも宗教儀式を伴わない「直葬」を選択するケースもある。
- ・ 昨今は、身寄りのない死亡者も増えている。身寄りのない死亡者や旅先での死亡者は「行旅死亡人」と呼ばれるが、そのような場合でも戒名はつけられ、火葬から埋葬までを行政（自治体）から依頼され、葬儀事業者が対応している。
- ・ 葬儀の必要性が問われる時代になっており、葬儀事業者は、社会の仕組みを守る重要な文化産業であることを啓蒙する必要性に迫られている。
- ・ なお、儀式の簡素化に伴い、新たな形態として、檀家の減った寺院の僧侶を葬儀に派遣するようなビジネスも生まれてきている。

c) 事前相談・事前契約

- ・ 死に対するタブー意識も薄らいできており、葬儀の事前相談は非常に多くなってきている。事業者側も、顧客の囲い込みが可能となるため、力を入れている状況である。
- ・ 事前相談が一般化してきた流れを受けて、全日本葬祭業協同組合連合会では、業界団体

の自主制度として適切な事前相談ができるよう「事前相談員制度」を検定試験方式で導入している。

d) 規制・業界適正化の必要性

- ・ 葬儀業は事業免許もいらず、自由に参入できる業界である。
- ・ 今後は死者の数が増える流れの中で、コンプライアンスを無視した悪質な新規参入も指摘されている。個人情報保護法や景品表示法などが関係するが、業界での意識は低い。適正な業界の発展を強く望んでいる。
- ・ また、遺体を扱う際には、感染症リスクなどがある中で、取扱知識をもたない事業者も参入している。人の死後数時間は、感染症リスクが非常に高い時間帯であるため、死体の腐敗防止として、欧米では8割はエンバーミングの措置がなされるが、日本では非常に少ない。

e) サービスの質の評価について

- ・ 葬儀の質を評価する際に、目安となるのは、価格の透明性と人材育成、コンプライアンス、さらには葬儀を行う施設の品質と言われている。
- ・ 特に、人材の質を担保するためにわかりやすいのは葬祭ディレクター技能審査による資格制度である。葬祭ディレクター技能審査は、平成8年3月にスタートし、現在1級と2級をあわせて2万5千人を超える有資格者がいる（平成8年度から24年度までの累計）。網羅的な知識と技能を有している目安にはなるが、永久資格であり、更新はない。

f) 地域コミュニティとの関係・QOL向上に向けた取組

- ・ 葬儀業と地域コミュニティとの関係は根強く、コミュニティが崩壊したとはいえ、都心でもいまだに町内会が葬儀を取り仕切る場合もある。町会長が葬儀事業者とやりとりをするケースは少なくない。
- ・ 単に簡素に儀式をやればよいだけのパターンも増えるが、地域密着型の事業者は、葬儀だけを行う事業では成り立たないと思われる。生前から死亡時、死後のことも含めてのサービスを提供しなくては行けない。
- ・ 今後は、医療・介護・生活支援サービスなどとも連携し、ライフエンディング・ステージの充実、終末期のワンストップサービスとして期待されている。事業拡大というよりは、異業種連携を通じて、健全に発展していきたいという機運がある。

特に、海外取引、従業・外注の実態

a) 海外取引の実態

- ・ 海外取引、拠点の進出などはほとんどみられない。宗教性など考慮すべき問題は多いため、海外展開は非常に難しい業態である。強いて言えば生花などの輸入がある。
- ・ 海外展開なども検討する際、ターゲットになり得るアジア地域は、リーガルリスクが大きく商慣行面でも不安が大きい。葬儀の捉え方なども異なる可能性がある。

b) 従業（副業）の実態

- ・ レストランを経営する葬祭会館は多い。通夜振る舞いの提供等、葬儀前後の料理を提供するほか、日常的に営業をやっている。
- ・ 花屋（生花）を副業とするところも多く、地域によっては、葬儀業の前身が花屋である場合がある。同様に、運輸系（霊柩車）、墓石販売を副業とする葬儀事業者も多い。
- ・ 昨今では、エンディング・ライフを充実させるということで、金融・保険関係を副業とする事業者も出てきた。
- ・ 伝統ある葬儀事業者は、地域コミュニティの拠り所としての伝統などを堅持し続ける役割を担っており、昨今は死後の葬儀だけではなく、亡くなる前から、儀式、その後の対応までを一括でサービス提供できるようにしている。
- ・ 新たな従業として、例えば「遺品整理業」などがある。また各種手続きを一括して支援する業務なども、司法書士との連携を通じて行っている。
- ・ 倉庫業として遺体預かり業を行う業者も増えている。死亡者数の増加に伴い、様々な関連業態が生まれている。

c) 外注の実態

- ・ 一般的に葬祭業者が外注するのは、生花、設営会社（印刷も含む）、看板、礼状・ポスター、返礼品、料理・仕出し、霊柩・ハイヤーなどの運輸である。これらを内製化するか外注とするかは企業の経営方針による。
- ・ 先々の需要が見込めない事業でもあるため、セレモニースタッフの需給ギャップは生じやすい。繁忙時（冬場）は多くの事業者が、セレモニースタッフの派遣サービスを活用している。
- ・ 外注の状況は、地域によって大きく異なるのが実態である。特に東京では、コーディネーターだけを行うマッチング事業者が多く存在。地方に行けばいくほど、全てを一括して行う事業者が増える傾向がある。

(2) 学習塾

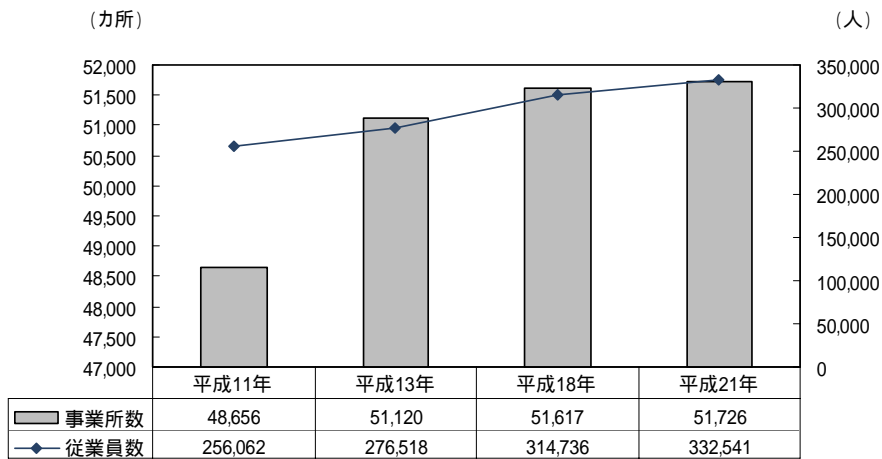
市場の概況

a) 学習塾の事業所数・従業者数

総務省統計局「平成21年経済センサス-基礎調査」によれば、平成21年7月1日現在の事業所数は51,726事業所であり、従業者数は332,541人であった。

なお、過去の統計により学習塾の推移をみると、事業者数および従業者数ともに増え続けていることがわかる。

図表 41 学習塾の事業所数と従業者数の推移



(資料) 平成18年までは、『総務省統計局「事業所・企業統計調査」』、
平成21年は『総務省統計局「平成21年経済センサス-基礎調査」』による

b) 学習塾の市場規模等

経済産業省の特定サービス産業実態調査報告書によると、学習塾業の年間売上高は9254億円で、前年比3.7%の減少となっている。

図表 42 学習塾業の業務種類別年間売上高(事業従事者5人以上)

業 務 別	21年		22年		
	(百万円)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	前年比(%)
事業所の年間売上高(全規模)	961,109	100.0	925,377	100.0	▲ 3.7
学習塾業務(主業)	946,775	98.5	916,119	99.0	▲ 3.2
その他業務(従業)	14,334	1.5	9,258	1.0	▲ 35.4
事業所の年間売上高(事業従事者5人以上)	817,681	100.0	767,776	100.0	▲ 6.1
学習塾業務(主業)	806,352	98.6	760,510	99.1	▲ 5.7
その他業務(従業)	11,329	1.4	7,265	0.9	▲ 35.9
製造業	-	-	-	-	-
情報通信業務	48	0.0	110	0.0	-
卸売・小売業務	1,273	0.2	145	0.0	-
不動産業務	1,025	0.1	1,098	0.1	-
サービス業務	4,185	0.5	3,673	0.5	-
その他の業務	4,799	0.6	2,240	0.3	-

(資料) 経済産業省「平成22年 特定サービス産業実態調査」

サービス産業の新たな潮流・特徴

a) 学習塾の大規模化・サービス産業化の進展

- ・ 学習塾のうち、大手の塾については少子化の中にあっても比較的順調に売り上げを伸ばしている傾向にあるが、一方で中小規模・個人経営の塾については経営者の世代交代が起きている時期であり、存続・承継が課題。
- ・ 学習塾のサービス産業化に伴い、求められる役割は増えたため従来の個人塾モデルでは対応が困難になった側面があり、保護者への対応、各種コンプライアンスなど、一定の組織がないと困難な業務も増加している。
- ・ フランチャイズ化については特に個別指導方式において展開されやすく、大手フランチャイズチェーンが発展している傾向。

b) 公教育との連携・自治体の助成

- ・ 東京 23 区では区で助成金を出し、学習塾が学校で補習を行う等、公教育と学習塾との連携がなされている場合がある。

c) 塾講師の質を担保するための取組（塾講師検定）

- ・ 塾講師の「質」を一定程度担保するために、3 年前から全国学習塾協会において「塾講師検定」に取り組んでいる。教えるために最低限必要となる基本や型を学ぶための検定試験である。現在 100 名程度が有資格者となっている。
- ・ 「塾講師検定」については、人材育成ツールとして一定の評価を得ており、資格取得が自信につながったり、保護者へのアピールポイントとしても活用されている。

d) 消費者対応、安心・信頼の確保

- ・ ISO29990 の認証やプライバシーマークの取得、塾講師検定資格取得に積極的に取り組んでいる例もあるが、一方で認証、資格取得については検討中の例もみられる。

e) 従業員の高齢化問題

- ・ 塾講師の高齢化が一つの課題となっており、多角化も含めベテラン講師の活用方法が課題となっている。

f) 個別指導と集団指導の形態

- ・ 個別指導であっても、必ずしも 1 対 1 の指導だけではなく、効果と効率性の観点から 1 対 3 や、1 対 6 という例もある。
- ・ 個別指導と集団指導は人数で分けるというよりは、個別ニーズに対応した指導をするのが個別指導であるという理解が、業界では一般的となっている。

特に、海外取引、従業・外注の実態

a) 海外取引の実態

- ・ 大手は海外進出を探り始めている状況であるが、東アジア（中国・台湾・韓国等）方面に進出している例がある。また、ベトナム等日系企業が進出する地域に、現地の日本人

を対象として、展開する例もある。

b) 従業（副業）の実態

- ・ 自治体が実施する学童保育については、従来、学習機能面が弱い、対応時間が短い、職員の質の問題等が指摘されてきたが、それらの課題に対応するような、学童保育機能のある学習塾設置の動きがある。これまで学習塾が培ってきた指導ノウハウをさらに磨き上げた質の高い学習カリキュラム・学習環境と、希望の多かった食事や送迎のサービス等を組み合わせることにより、今までになかった「上質な学びの場」を提供している。
- ・ その他、就活支援のセミナーなども開催し、「ティーチングスキル」を活かして、児童から就活生まで幅広い年代の客層の取り込みについて検討している例もある。

(3) フィットネスクラブ

市場の概況

a) フィットネスクラブの事業所数・従業者数

総務省統計局「平成21年経済センサス-基礎調査」によれば、平成21年7月1日現在のフィットネスクラブの事業所数は3,273事業所であり、従業者数は73,981人であった。

なお、過去の統計によりフィットネスクラブの事業所数、従業員数、個人会員数の推移などをみると、ここ数年はいずれも横ばいに推移していることがわかる。

図表43 フィットネスクラブの事業所数、従業員数、個人会員数等の推移

	調査企業の当該業務を含む事業所数 (カ所)	従業員数 (人)	指導員数 (人)	年間売上高 (百万円)	年間延べ 利用者数 (千人)	個人会員数 (千人)
平19年	984	36,274	32,381	288,864	188,848	2,031
20	1,013	36,015	30,101	294,174	198,567	2,011
21	1,019	37,088	30,753	291,528	199,907	2,080

(資料) 経済産業省「平成22年 特定サービス産業実態調査」

b) フィットネスクラブの市場規模等

経済産業省の特定サービス産業実態調査報告書によると、スポーツ施設提供業務の年間売上高は1兆8529億円であるところ、フィットネスクラブは3,926億円となっている。

図表44 スポーツ施設提供業務の事業の形態別年間売上高

事業の形態別	21年		22年		
	(百万円)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	構成比(%)
スポーツ施設提供業務(合計)	1,892,752	100.0	1,852,889	100.0	▲2.1
ゴルフ場	886,374	46.8	824,006	44.5	
ゴルフ練習場	230,650	12.2	211,995	11.4	
ボウリング場	105,434	5.6	64,594	3.5	
フィットネスクラブ	322,944	17.1	392,602	21.2	
体育館	104,046	5.5	164,243	8.9	
テニス場	62,256	3.3	36,301	2.0	
バッティング・テニス練習場	11,985	0.6	14,877	0.8	
その他	162,225	8.6	144,270	7.8	
不詳	6,838	0.4	-	-	

(資料) 経済産業省「平成22年 特定サービス産業実態調査」

サービス産業の新たな潮流・特徴

a) 医療・介護周辺サービス機能

- ・ 高齢化の進展に伴い、会員の中でもシニア層の増大が顕著となっており、さらに、自治体とも連携した介護予防との連携推進の動きがみられる。
- ・ 介護保険施設として、主に要支援の人を対象としたリハビリ特化型のデイサービス施設を設置している例や、施設は設置しないが、介護予防についてトレーニングを受けた人

材を自治体の介護施設に派遣して、介護予防メニューを実施する例がある。

- ・ 人材育成については、各社で介護予防のためのトレーニング方法を開発し、社内で育成しているケースが多い。

b) 小規模低投資施設の台頭

- ・ 消費者ニーズの多様化から、さまざまなニーズに対応した小規模なスタジオ等低投資施設が特に都心において増加傾向。
- ・ 女性の健康志向の高まりやシニア層の拡大を背景に小規模スペースを活用した大手フランチャイズチェーンも拡大傾向。
- ・ プールをもたない低投資施設、女性用専用サーキットトレーニングジム、マンションや学校付帯施設など新しいサービス形態は、施設数・利用者数ともに増えてきている。

c) 顧客層の変化

- ・ シニア層が拡大する一方で、30代～40代の中間年齢層の伸びが苦戦。
- ・ 一方で学校において「ダンス」が必修となったことに伴い、子供の会員数は増加傾向。

d) 多様な付加価値向上策、周辺サービスとの連携

- ・ 大手フィットネスクラブでは、会員制の定額サービスに加えて、プライベートレッスンや業務委託によりインストラクターを外部から派遣してもらう等、サービス向上を図っている。

e) 費用構造の特徴

- ・ フィットネスクラブに係る三大費用は、人件費、テナント料、水道光熱費である。特にプールやスパを運営する場合、水道光熱費は非常に負担が大きい。
- ・ いずれも固定費であるため、如何にして利用者数を増やすかとい点が、フィットネスクラブの運営上のポイントとなる。

特に、海外取引、従業・外注の実態

a) 海外取引の実態

- ・ トレーニングマシン等を欧米や台湾などから輸入したり、スタジオプログラム等を配給会社から輸入する例がある。

b) 従業（副業）の実態

- ・ ウエアや水着等物販が多いが、昨今は、美容・健康・スパなどの分野が連携して、「美しく、健康で、長生き」の取組をサポートしている。

(4) 結婚式場業

市場の概況

a) 結婚式場業の事業所数・従業者数

総務省統計局「平成21年経済センサス-基礎調査」によれば、平成21年7月1日現在の結婚式場業の事業所数は1,443事業所であり、従業者数は53,747人であった。

b) 結婚式場業の市場規模等

経済産業省の特定サービス産業実態調査報告書によると、結婚式場業の年間売上高は4,451億円で、前年比3.5%増となっている。

図表 45 結婚式場業の業務種類別年間売上高（事業従事者5人以上）

業務種類別	事業従事者5人以上				
	21年		22年		
	(百万円)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	前年比(%)
結婚式場業務の年間売上高	430,225	100.0	445,139	100.0	3.5
挙式・披露宴	420,774	97.8	439,766	98.8	4.5
挙式・介添料・室料	46,044	10.7	46,735	10.5	
飲食料	150,754	35.0	162,605	36.5	
花	23,727	5.5	26,600	6.0	
貸衣装	65,698	15.3	69,814	15.7	
美容・着付	14,537	3.4	18,325	4.1	
写真	38,769	9.0	32,007	7.2	
引き出物	38,202	8.9	40,063	9.0	
その他	43,044	10.0	43,616	9.8	
その他	9,451	2.2	5,373	1.2	

(資料) 経済産業省「平成22年 特定サービス産業実態調査」

c) 披露宴・披露パーティーの実施会場

挙式・披露宴は一般の結婚式場のほかにホテル、ゲストハウス、レストラン、共済・基金等の施設等で行われるが、近年は、ホテルのシェアが低下し、ハウスウェディングのシェアが拡大していることがわかる。

図表 46 披露宴・披露パーティーの実施会場

	平17年	18	19	20	21	22	備考
ホテル	38.0	34.6	32.9	32.7	32.1	31.2	シェア下げ止まり
一般の結婚式場	27.0	28.2	28.8	28.4	27.4	28.3	横ばい維持
ハウスウェディング(ゲストハウス)	14.2	15.7	19.0	19.1	21.7	21.8	シェア拡大
レストラン	8.7	9.7	8.7	9.0	8.5	8.6	
ホテル・式場・会館内のレストラン	5.0	5.5	5.0	4.3	4.2	4.0	
その他	7.1	6.3	5.6	6.5	6.1	6.1	

(資料) ゼクシィ「ゼクシィ結婚トレンド調査2010」「ゼクシィ結婚トレンド調査2009」

サービス産業の新たな潮流・特徴

a) 多様な業態と新規参入

- ・ 『結婚式場』を大きく3分類にすると、以下の3つになる。
 - 【専門式場】いわゆる「ハウスウェディング」会場。昨今は、全体数の約2割を占めるようになってきた。顧客側に自由度があり、オーダーメイドの結婚式になることが特徴。よって、平均価格はむしろ高めとなる。
 - 【一般式場(総合宴会場)】「冠婚葬祭」を複合的にやっていることも特徴。「葬」をやることはあまりないが、『お別れの会』などは実施される。
 - 【ホテル】数年前までは、約4割弱の結婚式がホテルであったが、昨今は全体の3割程度に低迷している。
- ・ 新規参入は多い。特に、レストラン業でブライダル関連に進出しているケースが多い。結婚式とそうでないパーティーとの区別も曖昧であり、いわゆる1.5次会について含めれば、参入業種は更に多様になってきている。

b) 少子化による婚姻数の減少

- ・ 今後、真の少子化時代が到来することが見込まれ、現在も、適齢期の世代は非正規社員などが増えている。
- ・ 少子化の問題もあるが、それ以前に、「結婚するカップルが結婚式を挙げてもらうようにすること」に業界全体で取り組むべき課題か。

c) 披露宴の二極化、個別化

- ・ 「結婚式」の単価は近年大きな変化無し、「披露宴」は二極化・個別化・ファッション化が進んでおり、演出が凝っていることが特徴。全体的に、単価は上昇しているが、参加者は減っているため、1件あたりの結婚式に係る費用は横ばいという理解である。
- ・ 結婚式や披露宴については、近年、宗教色が薄くなってきており、挙式の形態も人前式など千差万別になってきている。また、和式や神前式が減ってきており、チャペルでの挙式が増えてきている。チャペルでの挙式についても、聖歌隊が入るなど、イベント的になってきている。
- ・ 2次会が披露宴的になってきている。「1.5次会」とも呼ばれ、そこでは、お色直しも行われる。「披露宴・1.5次回・2次会」の境界は曖昧で、顧客の定義にあわせているのが実態。

d) ウェディング・プランナーの重要性向上

- ・ 結婚式は様々な付加価値が求められ、オーダーメイドであることを求められる。結婚式の企画・営業を司る『ウェディングプランナー』の役割は重要性が増している。
- ・ ウェディングプランナーの能力が、結婚式の成功を左右し、売上も左右するようになってきている。ブライダル関連事業者は、どこもウェディングプランナーの確保・育成に力を入れている。
- ・ フリーのウェディングプランナーが活躍しはじめており、フリーのウェディングプラン

ナーの組織化が始まっている。今後は、フリーのウエディングプランナーがレストランとコラボレーションするなどの展開もあるのではないかと。

- ・ 結婚式の形態が欧米式になってきており、「施設（会場）」で選ぶ時代から「人（ウエディングプランナー）」で選ぶ時代になってきている。フリーのウエディングプランナーがレストランやホテルといった会場と契約し結婚式を執り行うといったケースも今後でてくるのではないかと。

特に、海外取引、従業・外注の実態

a) 海外取引の実態

- ・ 海外挙式は、国内でコーディネートを行い、旅行を兼ねて、現地の施設で結婚式を挙げるケースが多い。
- ・ リゾート（海外・国内とも）地での挙式、アジアの結婚式を行っている。リゾート地にも自社施設を持っている。式場の紹介も行っている。挙式の場所が国内外であっても同様のサービスを提供している。
- ・ アジア圏（香港など）の富裕層にむけて日本国内でロケーション撮影をし、アルバム制作を売り出し、受注しているようなケースも出てきている。写真だけでなく、香港からみて日本で海外ウエディングを執り行うことについても、観光とからめて北海道（札幌市）、沖縄などの自治体も誘致している。

b) 従業（副業）の実態

- ・ ホテルやレストランにとって、結婚式が「従業」である場合がほとんどである。よって、主業のみを対象とした調査になると、結婚式場の正確な数値は得られない。
- ・ 依然として、結婚式場市場でホテルが占める割合は非常に大きいため、ブライダル関連統計を作成する際に、ホテルを落としてはならない。
- ・ レストランが実施している結婚関連パーティーは、披露宴と二次会の区別がつかないケースがあり、捉え方が難しい。
- ・ 披露宴と宴会の区切りは、個社の判断だが、引き出物、花、衣装があれば披露宴で、飲食のみ場合は宴会となる

c) 外注の実態

- ・ 1つの結婚式場での取引先は、ギフトにはじまり、美容・着付け・貸衣装、音響・写真、師会各種レンタル、人材派遣、と業種も多様。
- ・ ホテル結婚式における外注項目は、料理、衣装、装花、飲料・ケーキ、写真・ビデオ、引き出物などである。これらを外注しているか内製化しているかは、各式場の経営判断である。
- ・ 一般的に大きな外注は、衣装と料理であろう。最近は、写真の他に演出としてのビデオ撮影が大きな割合を占めるようになってきた。結婚式を一つの舞台として捉え、映画を撮るように撮影し、それをエンディングで流し、思い出としても映像を渡すような演出がスタンダードになってきている。

(5) ソフトウェア業、情報処理・情報サービス業及びインターネット附随サービス業

市場の概況

a) 事業所数・従業者数

総務省統計局「平成21年経済センサス-基礎調査」によれば、平成21年7月1日現在のソフトウェア業の事業所数は31,031事業所であり、従業者数は914,407人、情報処理・提供サービス業の事業所数は7,523事業所であり、従業者数は185,252人、インターネット附随サービス業の事業所数は5,929事業所であり、従業者数は64,936人であった

b) 市場規模等

<ソフトウェア業>

経済産業省の特定サービス産業実態調査報告書によると、ソフトウェア業の年間売上高は13兆2101億円で、前年比12.3%の減少となっている。また、主業であるソフトウェア業務の年間売上高は10兆1642億円で、ソフトウェア業の年間売上高に占める割合は76.9%となっている。

図表47 ソフトウェア業の業務種類別年間売上高

業 務 別	21年		22年		
	(百万円)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	前年比(%)
事業所の年間売上高(全規模)	15,063,563	100.0	13,210,126	100.0	▲12.3
ソフトウェア業務(主業)	11,914,111	79.1	10,164,191	76.9	▲14.7
その他業務(従業)	3,149,452	20.9	3,045,935	23.1	▲3.3
情報処理・提供サービス業務	1,705,850	11.3	1,946,965	14.7	
インターネット附随サービス業務	128,204	0.9	87,057	0.7	
その他業務	1,315,397	8.7	1,011,914	7.7	
事業所の年間売上高(事業従事者5人以上)	14,880,644	100.0	13,114,926	100.0	▲11.9
ソフトウェア業務(主業)	11,745,238	78.9	10,078,413	76.8	▲14.2
その他業務(従業)	3,135,406	21.1	3,036,513	23.2	▲3.2
製造業務	104,313	0.7	86,006	0.7	
情報通信業務	1,991,868	13.4	2,206,875	16.8	
卸売・小売業務	376,926	2.5	324,298	2.5	
サービス業務	409,922	2.8	212,398	1.6	
その他の業務	252,377	1.7	206,937	1.6	

(資料) 経済産業省「平成22年 特定サービス産業実態調査」

<情報処理・提供サービス業>

情報処理・提供サービス業の年間売上高は4兆4043億円で、前年比14.7%の減少となっている。また、主業である情報処理・提供サービス業務の年間売上高は3兆3930億円で、情報処理・提供サービス業の年間売上高に占める割合は77.0%となっている。

図表 48 情報処理・提供サービス業の業務種類別年間売上高

業 務 種 別	21年		22年		
	(百万円)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	前年比(%)
事業所の年間売上高(全規模)	5,162,855	100.0	4,404,265	100.0	▲ 14.7
情報処理・提供サービス業務(主業)	4,064,073	78.7	3,393,047	77.0	▲ 16.5
その他業務(従業)	1,098,782	21.3	1,011,217	23.0	▲ 8.0
ソフトウェア業務	722,532	14.0	688,396	15.6	
インターネット附随サービス業務	66,372	1.3	55,287	1.3	
その他業務	309,879	6.0	267,534	6.1	
事業所の年間売上高(事業従事者5人以上)	5,078,942	100.0	4,330,065	100.0	▲ 14.7
情報処理・提供サービス業務(主業)	3,987,157	78.5	3,325,033	76.8	▲ 16.6
その他業務(従業)	1,091,785	21.5	1,005,031	23.2	▲ 7.9
製造業務	14,321	0.3	11,335	0.3	
情報通信業務	835,608	16.5	779,081	18.0	
卸売・小売業務	81,833	1.6	81,885	1.9	
サービス業務	88,495	1.7	50,505	1.2	
その他の業務	71,528	1.4	82,225	1.9	

<インターネット附随サービス業>

年間売上高は1兆2294億円で、前年比3.1%の減少となっている。また、主業であるインターネット附随サービス業務の年間売上高は1兆933億円で、インターネット附随サービス業の年間売上高に占める割合は88.9%となっている。

図表 49 インターネット附随サービス業の業務種類別年間売上高

業 務 種 別	21年		22年		
	(百万円)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	前年比(%)
事業所の年間売上高(全規模)	1,268,842	100.0	1,229,354	100.0	▲ 3.1
インターネット附随サービス業務(主業)	1,114,491	87.8	1,093,257	88.9	▲ 1.9
その他業務(従業)	154,351	12.2	136,097	11.1	▲ 11.8
ソフトウェア業務	42,097	3.3	22,016	1.8	
情報処理・提供サービス業務	50,305	4.0	34,012	2.8	
その他業務	61,949	4.9	80,069	6.5	
事業所の年間売上高(事業従業者5人以上)	1,244,255	100.0	1,211,492	100.0	▲ 2.6
インターネット附随サービス業務(主業)	1,092,626	87.8	1,077,594	88.9	▲ 1.4
その他業務(従業)	151,630	12.2	133,898	11.1	▲ 11.7
製造業務	2,332	0.2	1,351	0.1	
情報通信業務	94,022	7.6	73,788	6.1	
卸売・小売業務	27,663	2.2	39,697	3.3	
サービス業務	12,311	1.0	2,271	0.2	
その他の業務	15,302	1.2	16,791	1.4	

サービス産業の新たな潮流・特徴

a) クラウド化の急速な進展

- ・ 経済社会のグローバル化に加え、モバイル等の通信技術や仮想化の技術がクラウドの活用を促進している。ソフトウェア業、情報サービス業において、クラウドはソフトウェアの開発期間を早めている。
- ・ パッケージソフトウェアベンダから、クラウドサービス提供への移行する企業がみられる。SaaS、Paas、IaaS等のクラウド化は、業界においても大きな動きである。
- ・ 従来、IT産業におけるサービスビジネスは、製品を販売したのちの保守サービスが中心であったが、最近は製品そのものをサービスとして販売するクラウドビジネスにシフトしてきている。
- ・ 業界別にクラウドサービスの導入状況を概観すると、金融業や公共部門では比較的早く進んだ。製造業は、システムについても自社で作成する形態が主流であったが、近年は製造業においてもクラウドサービスの導入が浸透し始めている。

b) クラウド化の進展に伴う課題

- ・ クラウド化への対応はビジネスモデルの大きな転換となり、どこで売上を確保するか、課金決済をどこが対応するのかなどの環境整備が課題となっている。
- ・ クラウドビジネスへのシフトは、概念的には「所有」から「利用」へのシフトとなる。従来は所有権を購入していたが、これからは利用料を支払う形態に変化する。
- ・ クラウドサービスは、仮想化に限定して考えるべきではなく、あくまで「サービスとして提供されているか」という点に注目し、業として捉え直すべきではないか。

c) 家庭用ゲームソフト市場の特徴

- ・ 従来、ゲームソフトはROMやメモ리카ード等の有形物であったが、ダウンロードサービスが主となっている。ダウンロードサービスには、SDカード等の形態で販売しているものと同じソフトをダウンロードサービスでも配信する併売型の他、昔のゲームソフトを配信するサービスも存在する。
- ・ 家庭用ゲーム業界では、従来から海外市場への輸出が中心となっている。輸出入のバランスは圧倒的に輸出超過となっている。

b) ITを活用したリサーチ手法の浸透

- ・ マーケティングリサーチの手法として、調査対象をwebモニターとしたIT活用型の調査が多くなっており、対応が遅れている調査会社は厳しい状況になっている。
- ・ ヒアリング調査等の質的な調査においても、テキストマイニング等、ITを活用した手法が求められている。
- ・ 調査手法にITが導入されることにより、調査価格の下落と業務内容の変化が生じている。web調査では企画や実施計画は顧客が作成し、調査会社は実施と集計のみを行うようなスタイルが多くなってきている。

(6) デザイン業

市場の概況

a) デザイン業の事業所数・従業者数

総務省統計局「平成21年経済センサス-基礎調査」によれば、平成21年7月1日現在のデザイン業の事業所数は10,578事業所であり、従業者数は47,163人であった。

なお、従業者規模別に事業所数の割合をみると、「4人以下」が74.3%と最も多く、9人以下の事業所で全体の9割を超えていることがわかる。

図表50 デザインの事業所数と従業者数の推移

従業者規模別	21年		22年		
		構成比(%)		構成比(%)	前年比(%)
計	7,747	100.0	7,212	100.0	▲ 6.9
4人以下	5,659	73.0	5,359	74.3	▲ 5.3
5人～9人	1,392	18.0	1,217	16.9	▲ 12.6
10人～29人	596	7.7	551	7.6	▲ 7.6
30人～49人	77	1.0	59	0.8	▲ 23.4
50人～99人	15	0.2	18	0.2	20.0
100人以上	8	0.1	8	0.1	0.0

注：標本調査で拡大推計して集計値に四捨五入をしている。そのため、総計と内訳の合計とは一致しない場合がある。以下の表も同様。

(資料) 経済産業省「平成22年 特定サービス産業実態調査」

b) デザイン業の市場規模等

経済産業省の特定サービス産業実態調査報告書によると、デザイン業の年間売上高は2,323億円で、前年比 5.4%となっている。

図表51 デザイン業の業務種類別年間売上高(事業従事者5人以上)

業務種類別	事業従事者5人以上				
	21年 (百万円)		22年		
		構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	前年比(%)
デザイン業務	274,625	100.0	232,269	100.0	▲ 15.4
インダストリアル	15,555	5.7	11,428	4.9	
グラフィック	168,708	61.4	143,299	61.7	
インテリア	12,301	4.5	9,621	4.1	
パッケージ	17,261	6.3	16,896	7.3	
ディスプレイ	14,342	5.2	10,596	4.6	
テキスタイル、ファッション	8,328	3.0	10,652	4.6	
マルチメディア	20,131	7.3	15,087	6.5	
その他	17,997	6.6	14,688	6.3	

(資料) 経済産業省「平成22年 特定サービス産業実態調査」

サービス産業の新たな潮流・特徴

a) デザイン会社の機能の変化

- ・ デザインは機能別に分かれ、業界団体も8団体に分かれていたが、現在はメンバーも重複しており、垣根が低くなっている。デザイン会社、デザイナーは何でもやる時代になってきた。
- ・ 昨今、デザイン会社の機能も変化しつつある。以前は工業製品を「格好良く作ること」のみに主眼が置かれてきたが、昨今は「まちづくり」などにもデザイナーの関わりが発生してきた。「モノ作り」に対比して「コト作り」業として認識がなされている。
- ・ ユーザーインターフェイス関連部分が増えているのも、昨今のインダストリアルデザインの傾向。ATM やスマートフォンのデザインなどは、旧来のデザインに加えて工学系の要素が盛り込まれている。格好良くしたいがそれ以上に内容は重視されてきている。

b) インハウス（企業内所属）デザイナーの存在

- ・ 日本のデザイナーの多くは、企業内に所属している「インハウス」のデザイナー。デザイン会社として独立しているデザイナーだけを、日本のデザイナーと捉えると、大きく見誤る恐れがある。
- ・ 昨今は、大手企業でも分社化の流れがあり、専門分化されてきた。その中でデザイン部門が切り離され、事業者として独立しているケースも多い。
- ・ 以前はインハウスのデザイナーが圧倒的に多かったが、今はフリーランスのデザイナーの方が多くではないか。インハウスでやっていたデザイナーも多くが独立している。
- ・ グラフィックデザイナーに限って言えば、フリーのデザイナーは多く、全体の半分はフリーであると思われる。プロダクトデザインの場合は、8割がインハウスのデザイナーであろう。

c) 組織の小規模化

- ・ デザイン会社の多くは、個人事業主か中小零細事業者である。全国に展開している大規模企業は数える程しかない。
- ・ デザイン会社は組織化があまりなされていない。

d) 付加価値の把握

- ・ デザインは、単独での事業ができないため、デザインだけの付加価値を把握することは非常に困難。
- ・ 今後は、ロイヤリティによる収入を増やしていかななくてはならない。日本のデザイナーは権利意識が極めて希薄。意匠権などは、作成者が守っていかななくてはならない。取引の際、権利についての契約が結ばれることはいまだ少ない。

特に、海外取引、従業・外注の実態

a) 海外取引の実態

- ・ 日本の製造業の海外進出に伴い、海外に工場が移れば、その設計・デザインは業務として発生する。しかし、それらを担うのはあくまでインハウスのデザイナーであり、日

本の独立系のデザイン会社に海外から発注が来ることはほとんど無い。

- ・ 大手デザイン会社は海外に出ている場合もあるが、市場調査が主であり、海外工場と海外デザイン事務所間での取引で完結している。
- ・ 日本の製造業の海外移転に伴い、インハウスのデザインエンジニアは海外に進出している可能性はあるが、デザイン会社として取引をするには至っていない。
- ・ 海外取引はほとんど無い。特にグラフィックデザインに関しては、極めてドメスティックである。
- ・ 海外のデザインを日本のデザイン事務所が受ける場合はほとんど無い。グラフィックデザインは、国内の仕事だけで十分成り立つことに加え、デザインフィーも日本の方が高いからである。

b) 従業（副業）の実態

- ・ 地方の産品を地場のデザイン事務所がデザインし、その後に製造・販売までをするケースはある。地場のデザイン事務所はまちおこし、まちづくりに携わりはじめている。
- ・ 製造・販売業種とインダストリアルデザインの垣根が小さくなっているが実態。
- ・ また、ユーザーインターフェイス、双方向のやりとりが必要となるため、マーケティング調査を副業として実施するケースもある。
- ・ 副業としてアプリ開発を実施しているデザイン会社は多いだろう。産業分類としてはインターネット附随サービスを副業にしているケースは多い。
- ・ デザインの受注ではなく、自らショップ運営に乗り出しているケースもある。特にインダストリアルデザインには多いケースか。

(7) その他の業種

各種物品賃貸業

a) 市場の概況

総務省統計局「平成21年経済センサス-基礎調査」によれば、平成21年7月1日現在の物品賃貸業の事業所数は33,213事業所であり、従業者数は310,812人であった。

経済産業省の特定サービス産業実態調査報告書によると、各種物品賃貸業の年間売上高は5兆501億円で、前年比5.1%の増加となっている。

図表52 各種物品賃貸業の業務種類別年間売上高

業 務 別	21年		22年		
	(百万円)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	前年比(%)
事業所の年間売上高(全規模)	4,806,181	100.0	5,060,061	100.0	5.1
各種物品賃貸業務(主業)	4,120,247	85.7	4,152,298	82.2	0.8
その他業務(従業)	685,934	14.3	897,763	17.8	30.9
事業所の年間売上高(事業従事者5人以上)	4,469,164	100.0	4,736,739	100.0	6.0
各種物品賃貸業務(主業)	3,830,707	85.7	3,899,181	82.3	1.8
その他業務(従業)	638,456	14.3	837,558	17.7	31.2
製造業業務	4,477	0.1	5,422	0.1	
卸売・小売業務	140,409	3.1	73,164	1.5	
金融・保険業務	211,884	4.7	410,810	8.7	
サービス業務(各種物品賃貸業務を除く)	49,893	1.1	55,464	1.2	
その他の業務	231,794	5.2	292,697	6.2	

(資料) 経済産業省「平成22年 特定サービス産業実態調査」

b) サービス産業の新たな潮流・特徴

<リース>

- ・ 東日本大震災の電力不安定化によって、省エネルギー関係、太陽光発電、風量発電などのエネルギー関係、節電設備等の投資が多くなってきている。民間需要が中心になるため、社会環境の変化が敏感に表れる。
- ・ なお、自動車リースは他のリースと異なり、ガソリン価格の影響が大きい。コストが大きくなると、無駄な台数を保有せず、保有する車を減らしていく。
- ・ 卸・小売業の設備はほとんどがリースであるため、非製造業の設備投資が業界に与える影響は大きい。

<CD・DVD レンタル>

- ・ 全体の店舗数が減少している中、大規模チェーンが店舗数を増やしている。規模が小さい店舗が、チェーン店に店舗を売却したり、フランチャイズに入る店舗が増えている。
- ・ 多くの店舗で、レンタル以外に、CD等の中古販売を行っている。また、書籍(コミック)レンタルを兼業でおこなっている店舗が増えているのが特徴。

ゴルフ場業

a) 市場の概況

総務省統計局「平成 21 年経済センサス-基礎調査」によれば、平成 21 年 7 月 1 日現在のゴルフ場の事業所数は 2,867 事業所であり、従業者数は 147,431 人であった。

経済産業省の特定サービス産業実態調査報告書によると、スポーツ施設提供業務の年間売上高は 1 兆 8529 億円であるところ、ゴルフ場は 8,240 億円となっている。

図表 53 スポーツ施設提供業務の事業の形態別年間売上高

事業の形態別	21年		22年		
	(百万円)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	構成比(%)
スポーツ施設提供業務(合計)	1,892,752	100.0	1,852,889	100.0	▲ 2.1
ゴルフ場	886,374	46.8	824,006	44.5	
ゴルフ練習場	230,650	12.2	211,995	11.4	
ボウリング場	105,434	5.6	64,594	3.5	
フィットネスクラブ	322,944	17.1	392,602	21.2	
体育館	104,046	5.5	164,243	8.9	
テニス場	62,256	3.3	36,301	2.0	
パッティング・テニス練習場	11,985	0.6	14,877	0.8	
その他	162,225	8.6	144,270	7.8	
不詳	6,838	0.4	-	-	

(資料) 経済産業省「平成 22 年 特定サービス産業実態調査」

b) サービス産業の新たな潮流・特徴

- ・ 景気低迷によりゴルフ人口は減少している。さらに、低価格競争により顧客の奪い合いになっており、底辺を広げることができていない。
- ・ ゴルフ場に行ってプレーをするためには、7~8 時間の時間が必要となる。拘束時間が長い場合、子育て世代や家庭をもっている人は難しい。また、子育てが終わってからゴルフを始めてもなかなか上手にならないため、辞めてしまう人が多い。
- ・ 団塊の世代では、ゴルフ人口の割合は高く、定年退職を迎えるので層は厚い。ただし、高齢化に伴うことによる自然減と、収入が減少するため、ゴルフをすることをあきらめる人がでてきている。

広告業

a) 市場の概況

総務省統計局「平成 21 年経済センサス-基礎調査」によれば、平成 21 年 7 月 1 日現在の広告業の事業所数は 11,579 事業所であり、従業者数は 134,036 人であった。

経済産業省の特定サービス産業実態調査報告書によると、広告業の年間売上高は 8 兆 4790 億円で、前年比 10.3%の減少となっている。

図表 54 広告業の業務種類別年間売上高

業 務 別	21年		22年		
	(百万円)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	前年比(%)
事業所の年間売上高(全規模)	9,451,629	100.0	8,478,964	100.0	▲ 10.3
広告業務(主業)	9,276,983	98.2	8,327,558	98.2	▲ 10.2
その他業務(従業)	174,646	1.8	151,406	1.8	▲ 13.3
事業所の年間売上高(事業従事者5人以上)	9,195,217	100.0	8,264,256	100.0	▲ 10.1
広告業務(主業)	9,027,334	98.2	8,119,792	98.3	▲ 10.1
その他業務(従業)	167,882	1.8	144,464	1.7	▲ 13.9
情報通信業務	14,226	0.2	22,215	0.3	
卸売・小売業務	17,721	0.2	21,235	0.3	
サービス業務(広告業務を除く)	52,817	0.6	51,477	0.6	
その他の業務	83,119	0.9	49,537	0.6	

(資料) 経済産業省「平成 22 年 特定サービス産業実態調査」

b) サービス産業の新たな潮流・特徴

- ・ テレビ広告については順調に回復している。しかし、若い人のテレビ離れがすすんでいる。テレビ広告は若い人向けのものが多く、その層がテレビをみていないことが懸念されている。今後は団塊の世代向けの番組が増えていくことが予想される。
- ・ 雑誌広告は縮小している。雑誌はネット化が進んでおり、インターネットとの組み合わせた展開が今後も増えていくのではないかと。
- ・ インターネットは、検索と連動した「運用型広告」や、人を介さずとも広告を自動的に出すことができるといった新しい手法が発展している。また、今後スマートフォン向けの広告が増えるのではないかと。
- ・ 交通広告であるトレインビジョンは増加傾向にあり、また、注目もされている。
- ・ 広告代理店は、当初、広告枠を確保するのが仕事だったが、今は、広告主からの要求の難度が上がっている。例えば、広告を展開するメディアを選択する際も、ビックデータや行動データから商品のターゲットに合わせている。

2. 特定サービス産業実態調査に関するニーズ等

特サビ実態調査について、業種別の利活用実態や、今後の活用に係るアイデア、業種別の調査項目に関するニーズについて取りまとめている。

(1) 葬儀業

既存調査の各調査項目について

既存調査（平成 17 年度および平成 22 年度調査）の調査項目について、以下のような意見が挙げられた³。

年間葬儀費用規模別取扱件数

- ・ 業界として、事前相談や事前契約には力を入れているため、「年間葬儀取扱件数」の内数として事前相談があった件数、事前契約の件数などを把握できれば有用。
- ・ 葬儀一件あたりの規模分布は把握できるが、それが参列者の人数増減による変化か、参列者一人当たりの単価増減による変化かに分けて把握できれば有用である。
- ・ 特に参列者人数別の施行件数は、経営にも役立つと思われる。およそ 20 人以下、21～50、50～100、101 人以上という区分けで把握できればよい。ただし、「参列者」の定義は長年の業界での課題でもある。
- ・ 定義が地域によって様々であるのが、葬儀業の難しいところ。直葬の場合は「宗教儀礼を伴わない葬儀」ということで定義できる可能性がある。
- ・ 年間葬儀取扱件数は、費用規模毎に把握すべきであるが、昨今の小規模化を反映し、「50 万円以下」をさらに細分化すべき。儀式を伴わないいわゆる「直葬」も 20 万円未満であり、直葬に+ が加わると 30 万円程度になる。
- ・ 一般的な葬儀は 150 万円～200 万円である。200 万円以下の葬儀が全体の 9 割を超えるであろう。

葬祭ディレクターの人数

- ・ 葬祭ディレクターの数を把握するのはよいが、一定の質を担保しているかという点では、一級のみでなく、二級も把握しておくべき。

新たな調査項目ニーズ、今後の活用にかかるアイデア等

- ・ 平成 17 年のように、葬儀単独で調査項目も同様の調査であれば、非常に有意義である。
- ・ ホールがないと葬儀が成り立たないのは、全国的に共通した事実。その点で、有するホールの数や大きさ等を統計として把握することは非常に興味深い。
- ・ 主業格付けでは、農協などが入ってこない恐れがある。葬儀業全体把握するためには、農協と生協、互助会事業者などを対象とすべきか。互助会が強い地域、農協が強い地域というように、実態が分かれば大変興味深い。
- ・ 地域の中で、どれくらい亡くなるか、そのうちどれくらいの葬儀がなされているかというデータは非常に興味深い。

³ 既存調査の調査票は、巻末参考資料に掲載。

まとめ（調査項目等に関するニーズ）

a) 業界による既存項目の改善ニーズ等

調査票	事項	改善ニーズ	目的・用途・課題
H22	「6.年間取扱件数」 年間葬儀取扱件数	・ 内数として、「事前契約・事前相談がなされた葬儀取扱件数」を把握すべき。	・ 業界では、葬儀の事前相談・契約を拡大していく方向にあるため
	「6.年間取扱件数」 年間葬儀費用規模別取扱件数	・ 費用規模別に加えて、「参列者人数規模別」を把握すべき。	・ 葬儀1件当たりの費用変化が、参列者の増減によるものか、一人あたり単価の増減によるものかを把握したい。 ・ ただし、「参列者」の定義は極めて困難。
	「6.年間取扱件数」 年間葬儀費用規模別取扱件数	・ 「50万円未満」をさらに細分化して把握すべき。具体的には「30万円未満」で区切るべき。 ・ 200万円以上の区分は統合すべき。	・ 宗教儀式を伴わない葬儀である「直葬」などと分けて把握することができるため。 ・ 200万円以下の葬儀が全体の9割を占めるため
	「8.従業者数」 葬祭ディレクターの数	・ 「1級取得者」のみではなく2級取得者も把握しておくべき。	・ 一定の知識や質を担保しているという点では、2級も含めて捉えているため。

b) 業界による新たな調査ニーズ等

ニーズ	目的・用途
保有する葬祭ホールの数・広さ	・ 葬祭ホールでの葬儀は全国的に浸透しており、有するホールの広さや数などは、業界の方向性として極めて重要な指標となるため
業界動向を把握するための調査対象の拡大	・ 葬儀は冠婚葬祭互助会に加え、農協・生協などでもなされており、それらを含めることによって、我が国の葬儀全体が把握できるため。

(2) 学習塾

既存調査の各調査項目について

既存調査（平成22年度調査）の調査項目について、以下のような意見が挙げられた⁴。

フランチャイズ

- ・ 既存のフランチャイズ契約の個別指導フランチャイズチェーンもあれば、集団指導の一部として、映像で授業を配信するようなフランチャイズチェーンもある。フランチャイズの定義について最近の多様なフランチャイズ契約をどのように反映させるのか検討してはどうか。

年間売上高

- ・ 小学生の場合、中学受験をするか否かで、単価は大きく異なる。受講生区分のうち、小学生について受験対応なのか、そうでないのかが把握できるのであればより望ましい。
- ・ 現在、入会金については無料期間を設けている塾も多い。むしろ夏季講習、冬期講習等の売上が大きいので、そちらの項目を立てることも一案。

講座数、受講生数

- ・ 講座数、年間延べ受講生数、年間延べ講座開設時間数については、経営上特段定量的な把握をしていない数字である上に、実質的にカウントも相当困難である。また、通期と短期（春期・夏期・冬期講習）を混在させてしまうと、数字を把握する意義は低い。講座数についても学習塾によって定義がさまざま、講座ではなく「コース」という区分を設けている学習塾もある。
- ・ 今現在「何名の生徒が在籍しているか」は、どこの学習塾でも把握しているはず。時点を定めて（たとえば4月、9月等）、その時点での人数の方が把握しやすい。それに加えて、塾生の出入りについてはどこの学習塾でも興味は強い。退塾者数の調査は困難かもしれないが、入塾者数は把握できるのではないか。塾生毎の「一人あたり単価」も多くの学習塾で把握し、注視している指標である。

入会金・講座単価等

- ・ 時間当たりの単価よりは一人あたり単価のほうが数字としては出しやすい。
- ・ 特定継続的役務で規制されている前受金を受け取る塾は少ないと思われるが、月次の費用を、前月に前払いで受け取る塾は多く、それを前受金と解釈される可能性があるため、何を前受け金とするのか明確にする必要あり。

インターネットを活用した指導方法の採用の有無

- ・ 単にインターネットを活用した指導方法の採用の有無を聞くよりも、別料金で課金している等授業等して活用しているかについての有無を聞いたほうが現実に即している可能性はある。定義について現状を把握した上で検討してはどうか。

⁴ 既存調査の調査票は、巻末参考資料に掲載。

年間営業費用

- ・ 学習塾の経費は、「給与支払総額」「広告宣伝費」「賃借料(土地・建物)」でほとんどであろう。このうち、広告宣伝費については、大手企業の場合は事業所単位で算出することは困難。
- ・ 「警備費」については、項目追加の経緯について理解するが、現在では警備員を導入している事業所は少ないのではないかと(従業者数(警備員)についても同様)。
- ・ 固定資産取得額については、大手塾の場合、事業所単位では記入が困難。

従業者数

- ・ 学習塾が派遣を受け入れることはあまりないと思うが、公教育の連携や学童保育との連携などで、学習塾側の講師を派遣することは、今後は少しずつ増えていくのではないかと。
- ・ 学習塾産業の成熟化に伴い、従業員の年齢構成も変化し、従業員の高齢化が大きな課題となっている。従業者数については、性別の把握にとどまらず、年代別に把握することも一案。
- ・ また、従業員の、離職率や勤続年数についても業界としては関心がある。

新たな調査項目ニーズ、今後の活用にかかるアイデア等

- ・ サービスの質を図るための取組も指標化できないか。ISO29990は今後注目したいが、プライベートマークの取得状況の把握等は、業界への啓発になる可能性もある。
- ・ 学習塾については、都道府県ごとに公立・私立の受験傾向に対応する等、地域産業的な側面があり、また、教室数(=事業所数)の増減も経営上重視している数字であるため、都道府県ごとに事業所単位で行う特サビ実態調査は、学習塾の統計として極めて有用である。

まとめ(調査項目等に関するニーズ)

a) 業界による既存項目の改善ニーズ等

調査票	事項	改善ニーズ	目的・用途・課題
H22	「4.フランチャイズ」	・ フランチャイズの定義について現状も踏まえた形での検討を行うべき	・ 大手個別指導塾は完全なフランチャイズで拡大する一方、映像授業の配信など全体の一部がフランチャイズである場合もあるため。
	「5.年間売上高」 年間売上高の受講生区分別割合	・ 小学生の場合について、中学受験者の数字の把握の可能性について検討してはどうか。	・ 中学受験とそうでない場合については単価が大きく異なるため。
	「5.年間売上高」 年間売上高の受講生区分別割合	・ 受講料収入について通常の受講料に加えて夏期・冬期・春期講習の受講料を追加について検討してはどうか	・ 講習が大きな割合を占めている学習塾があるため。

<p>「6. 講座数・受講生数等」</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「講座数」、「年間延べ受講生数」、「年間延べ開設時間数」は削除し、現行の「受講生数（在籍者数、新規）」に加えて、「一人当たり単価」を把握してはどうか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「講座数」、「年間延べ受講生数」、「年間延べ開設時間数」は、カウントすることが困難。それよりも受講生数（在籍者数、新規受講生数）や、「一人当たり単価」の指標を把握するほうがよいのではないか。
<p>「8. インターネットを活用した指導方法の採用の有無」</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ ただ単に有無を聞くだけではあまり意味はない。項目として残すのであれば、「サービス料金として課金されているかどうか」等のような場合を把握するのか現状を踏まえた定義を明確化したほうが良いのではないか 	<ul style="list-style-type: none"> ・ インターネットの活用は広義で考えれば全ての塾で活用しているため。
<p>「9. 年間営業費用」 事業所の年間営業費用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「警備費」は削除しても差し支えない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現状では多くの学習塾で警備費用は計上しておらず、仮に計上している場合でも外注費の軽微な部分であるため。
<p>「10. 従業者数」 事業所の従業者数</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 従業員の年齢構成区分の把握について検討してはどうか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 業界では従業員の高齢化が今後の課題となることが推察される。高齢法の改正や若年者の離職率向上などの社会問題と合わせ業界の検討課題であるため。

(3) フィットネスクラブ

既存調査の各調査項目について

既存調査（平成 17 年度および平成 22 年度調査）の調査項目について、以下のような意見が挙げられた⁵。

会員数

- ・ 「年代別割合」については、今後、介護との連携の可能性が高まることから、より高い年代の区分の把握が望ましい。
- ・ 同様に、若年層の部分についても、企業ではより若い年代の区分から把握を行っている。
- ・ 法人会員は、現在では記名式か無記名式かで分類はしていない。法人の福利厚生で割安の個人会員になっている層は多いが、その場合、個人会員としてカウントしている。
- ・ 法人と個人の会員の区分も実は困難である。
- ・ 会員数とは別に「都度利用」の概念がある。公共施設の場合はほとんどが都度利用になる。都度利用の捉え方は企業によっても様々であり、横並びで捉えるのは難しい。
- ・ フィットネスクラブの要の数値は「会員数」であるが、現状ではその定義が曖昧であり、各社の会員数の取り方も異なっているので、統計の場合は定義を明確化する必要がある。
- ・ スクールの「家族会員」は現状では、ほとんどないのが実態である。

年間売上高及び利用料金

- ・ フィットネスクラブは、会員の会費が主要な部分であり、会費以外の売上とは明確に分かれる。

面積

- ・ 小規模低投資型施設の面積は 40～50 坪。従来型のフィットネスクラブとの違いは、面積で見れば一目瞭然あり、有意義。
- ・ 駐車場台数を記入する欄があるが、地方では駐車場はある場合は多いが、駐車場は専用でない場合も多い。記入が難しい指標。
- ・ 施設の呼称がやや古い印象を受ける。「トレーニングジム」は「マシンルーム」、「フィットネススタジオ」は「スタジオ」ではどうか。

利用者数

- ・ 企業としては書きにくい数字かもしれないが、会員の入会と退会の数字を企業では注視している。

営業費用等

- ・ フランチャイズの場合、費用面は本部側で管理している部分が多く、事業所では回答が困難。

従業者数

- ・ ヨガなどのスタジオプログラムでは、従業員でもなく派遣でもない「業務委託」が増えてきている。1 プログラムあたりの契約で依頼をしている。今後も業務委託を活用する

⁵ 既存調査の調査票は、巻末参考資料に掲載。

可能性があり、従業者数とセットで把握できるとよい。

新たな調査項目ニーズ、今後の活用にかかるアイデア等

- ・ 大手フィットネス企業では、「駅前型・郊外型・都心型」に分けて立地環境を考えているケースが多い。これらの違いによって、フィットネスクラブの会員層や戦略は大きく異なるはずである。
- ・ 平成 22 年調査「スポーツ施設提供業」ではフィットネスクラブ産業の数字を明確にすることが困難であるので、基本的に平成 17 年の「フィットネスクラブ調査票」への変更がのぞましい。
- ・ 小規模なフィットネスクラブの正確な数字の把握が重要。

まとめ（調査項目等に関するニーズ）

a) 業界による既存項目の改善ニーズ等

調査票	事項	改善ニーズ	目的・用途・課題
H17	「4.会員数」 会員数	<ul style="list-style-type: none"> ・ 会員数の定義を明確にすべき。 ・ 法人会員と個人会員の区別については要検討。法人会員を残す場合であっても、記名式・無記名式の区別については現状にそぐわない。 ・ スイミングスクールの「家族会員」は削除して差し支えない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 会員数のカウント方法が各社で異なるため。 ・ 法人会員と個人会員は区別して管理していない場合も多いため。法人会員は記名式・無記名式の区別は現在ないため。 ・ スイミングスクールの「家族会員」は実態としてほとんどいない。
	「4.会員数」 個人会員の男女別、 年代別割合	<ul style="list-style-type: none"> ・ 年代別に 60 代以上、70 代についても検討すべき ・ 同様に 20 歳未満の細分化についても必要に応じて検討してはどうか 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 会員のシニア化、介護予防との連携という社会情勢についても把握する必要あり。 ・ キッズスクールの低年齢化などの動向
	「5.従業者数」 のフィットネス クラブ業務に従事する 部門別従業者数	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「食堂・売店（直営）」の区分は削除して差し支えない 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 食堂や売店に専属の従業者を設置させることはほぼないため。
	「7.面積及び施設等」 駐車場の台数	<ul style="list-style-type: none"> ・ 駐車場の台数については要検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大都市圏の場合駐車場はほぼないことに加え、地域においてもショッピングセンター内で専用駐車場ではない場合が多いため。
	「7.面積及び施設等」 施設	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「トレーニングルーム」を「マシンルーム」に修正、「フィットネススタジオ」は「スタジオ」にしてはどうか 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現在一般的に用いる用語を使ってはどうか。

(4) 結婚式場業

既存調査の各調査項目について

既存調査（平成 17 年度および平成 22 年度調査）の調査項目について、以下のような意見が挙げられた⁶。

年間売上高

- ・ 「飲食料」と「サービス料」は別に記載してもよい。プロデュース料をとらないで、それぞれサービス料として請求している場合がある

年間売上高の業務種類別割合

- ・ 『演出』の範囲は、入退場の音楽、スポット、映像、アトラクションなどがある。機材を使用しないソフトでの演出（手紙など）もある。
- ・ 業務別年間売上高については、「写真」以外に「映像演出」を設定してはどうか。昨今はビデオを撮影し、エンディングに流すサービスは定番になってきた。

年間取扱件数

- ・ 「年間披露宴費用規模別取扱件数」の規模は 50 万円単位として欲しい。また、平成 17 年調査にあった「年間披露宴件数及び参加人数規模別件数」の参加人数は 10 人単位として欲しい。
- ・ 「参加人数規模」は「30 人未満、30 人以上 50 人未満、50 人以上 70 人未満、70 人以上 100 人未満、100 人以上 200 人未満、200 人以上」に変更した方がよいのではないかと。「0～100 人」が 8～9 割を占めている。
- ・ ウエディングプランナーが 1 人で何組対応しているかについては知りたいところである。

従業者数

- ・ ウエディング・プランナーは別途把握すべきである。

新たな調査項目ニーズ、今後の活用にかかるアイデア等

- ・ 業界にとって、特定サービス産業実態調査は極めて重要な位置づけ。平成 17 年実施の調査を、少々改善することで、業界ニーズに合致した調査ができる。
- ・ 結婚式場として、ホテルを含めることは必須。また、一部レストランも含めることが理想であるが飲食との区分けが難しい。
- ・ 結婚式の形態も多様化し、位置づけも変化している。位置づけが曖昧な 1.5 次会や 2 次会のようなものもあり、結婚式とは見分けがつかないブライダル関連のパーティをやっている場合は多くある。これらのケースは調査からはもれてしまう。
- ・ 「質」を測る指標としては、「成約率（当該式場で挙式をした数 / 当該式場に見学・問い合わせにきた人）」があるのではないかと。ただし、企業としては、集客状況が明確になるため、外に出すことが難しい数字かもしれない。結婚式場における成約率はサラリ

⁶ 既存調査の調査票は、巻末参考資料に掲載。

ーマンの販売実績をみるに等しい。

- ・ 近年は各社ともホームページが充実しているため、比較検討した結果、来場するカップルが多く、来客数が減っていても成約数が上がっている傾向もある。

まとめ（調査項目等に関するニーズ）

a) 業界による既存項目の改善ニーズ等

調査票	事項	改善ニーズ	目的・用途・課題
H17	「7.年間売上高の業務種類別割合」	・ 新たな区分として「映像演出」を加えるべき。	・ 昨今は、新郎新婦の生い立ちの映像を式場で流したり、結婚式の様子をビデオで撮影し、エンディングに流すサービスは定番になっているため。
	「5.従業者数」 の結婚式場業務に 従事する部門別従業者数	・ 「ウェディング・プランナー」を定義し、追加すべき	・ 顧客に対して、企画・営業を行うウェディング・プランナーは、多くの式場で個別に設置されているため。
	「8.利用件数」 年間披露宴会数及 び参加人数規模別件数	・ 区分を「30人未満」、「30人以上50人未満」、「50人以上70人未満」、「70人以上100人未満」、「100人以上200人未満」、「200人以上」とすべき。	・ 披露宴は、100人以下の場合がほとんどであり、その中で詳細を把握することが有用であるため。

b) 業界による新たな調査ニーズ等

ニーズ	目的・用途
結婚式場に見学に来た人数の把握	・ 「成約率(当該式場で挙式をした数/当該式場に見学・問い合わせに来た人)」は、多くの結婚式場において重要な経営指標となっている。挙式数は把握できているため、見学に来た人数を把握すれば、成約率が算出できるため。
業界動向を把握するための調査対象の拡大	・ 結婚式はホテルでの実施が最も多いため、調査対象にホテルを含めることが必要であり、一部の専門的なレストラン(定常的に披露宴を開いているレストラン)も含められればよいが見分けが困難。

(5) ソフトウェア業、情報処理・情報サービス業及びインターネット附随サービス業
既存調査の各調査項目について
既存調査（平成 22 年度調査）の調査項目について、以下のような意見が挙げられた⁷。

年間売上高の業務種類別割合

<ゲームソフトについて>

- ・ オンラインゲーム、携帯・スマホ向けゲーム等、端末の多様化に合わせたゲームソフトに関する調査事項を細分化するのは困難。SNS ゲームについては、インターネット附随サービス業の一部になると思われるが、ゲームコンテンツそのものの配信は無料で行っており、アイテム購入等で売り上げをあげている。
- ・ 支払方法も、プリペイドの場合もあれば、キャリア決済、クレジットカード決済など様々な方法が可能となっている。売上費目の定義が異なっており、純粋な売上高を把握することが難しくなっている。

<コンテンツ配信業務について>

- ・ インターネット附随サービス業のコンテンツ配信による売上高は、セグメント別に把握できない可能性がある。定額で様々なコンテンツが利用できるサービスを提供している場合もあり、売上高をコンテンツ別に分類すること自体が不可能。
- ・ インターネット附随サービス業務については、業務種類の区分が細かすぎるのではないかと。認証業務等の比率が小さいと思われる区分を削除する、サーバハウジングとサーバホスティングを統合する等の区分の再整理は行うべき。

新たな調査項目ニーズ、今後の活用にかかるアイデア等

- ・ 現在の構造では、ソフトウェア業務が主たる業務である企業による回答のみとなっているため、「業務用パッケージ」の売上高全額を把握できなく困っている。
- ・ ゲーム開発を行っている事業者数はぜひとも把握したい。同様に、ゲーム業界のみの売上高についても知ることができればと考えている。
- ・ 今後、ゲーム業界においてもインターネットを利用した形態が増えていくと思われる。ROM やメモリカードの有形物の形態で流通している場合は流通量を数えることができるが、無形になってしまうと流通量・売上高が不透明になる恐れがある。
- ・ クラウドに関する調査事項の新設は必要であり、位置づけとしては、データベースサービスのインターネットによるもの、ASP 業務、サーバハウジング業務、サーバホスティング業務等が近いと思われる。
- ・ 「所有」と「利用」を大きな分類として捉え、「テクノロジーを販売する企業」と「サービスを販売する企業」が、どのレイヤーにおいて提供しているのかを整理することで、変化のスピードの速い IT 産業を、比較的長期にわたって区分することができるのではないだろうか。

⁷ 既存調査の調査票は、巻末参考資料に掲載。

まとめ（調査項目等に関するニーズ）

a) 業界による既存項目の改善ニーズ等

調査票	事項	改善ニーズ	目的・用途・課題
H22	「4.年間売上高」 「主たる業務」の年間売上高	・ サーバハウジングとサーバホスティングは統合すべき。	・ 業務横断的なものが増えており、区別が難しいため。

b) 業界による新たな調査ニーズ等

ニーズ	目的・用途
ゲーム開発をしている事業所、ゲーム関係売上高の把握	・ ゲーム業界の市場規模などを把握したいため。
クラウドに関連する調査事項の新設	・ クラウド化の急速な進展を捉えるため(データベースサービスのインターネットによるもの、ASP業務、サーバハウジング業務、サーバホスティング業務などが対象となる)。
コンテンツにおける、インターネット上の配信などの把握	・ 無形物の流通は、正確な流通量・売上高が把握できなくなる恐れがあり、それらを正確に記入してもらうような啓蒙が必要となる。

(6) デザイン業

既存調査の各調査項目について

既存調査（平成22年度調査）の調査項目について、以下のような意見が挙げられた⁸。

年間売上高

- ・ 昨今は「サインデザイン」も発達し、一定の割合をしめすようになってきた。サインデザインとは駅の中で乗り場を探すために吊り下げられる表示などのデザインである。今後、まちづくりの分野にデザイナーが求められていく中、サインデザインのニーズは高まっていくだろう。
- ・ 「グラフィック」と「パッケージ」は判別が困難であろう。
- ・ 「ディスプレイ」は、今現在は「空間デザイン」と呼ばれている。
- ・ 年間売上高における「主たる業務」は、記入はできるが、業務間の垣根は低く、互いに関係しているので、割合はおおよそその按分にならざるを得ない。
- ・ 業務の区分としては、「デザインディレクション」や「サインデザイン」が不足しているか。昨今は、デザインの垣根が低下し、デザインの営為の全てにわたってリーダーシップをとるデザインディレクションの役割は重要になってきている。

年間売上高の契約先産業別割合

- ・ 取引先の業種を把握できれば、非常に興味深い統計となる。独立系デザイン会社を活用している業種がわかり、デザイン会社にとって有用なデータになる。例えば、インテリアデザインは、どの業種に移行しつつあるといった潮流もわかる。

新たな調査項目ニーズ、今後の活用にかかるアイデア等

- ・ 海外取引を、本調査で把握する必要性は現時点では低い。特に、日本のデザイン会社を対象とする場合、取引はほとんどないのが実態。なお、海外取引が拡大しない背景としては、国内の業務のみで賄えている現状に加え、言語の問題、海外のデザイン料の低さなどの問題がある。当面、海外取引が拡大するような兆候はない。
- ・ 業界の興味は、製造製品に占めるデザイン業務の割合だが、これは製造業やゼネコン、設計事務所その他に尋ねるべき項目。インハウスでデザイナーを抱えるメーカーに尋ねられればよい。
- ・ 新たな項目としては、工業所有権における収入を記載する欄が欲しい。現在、デザイン会社で工業所有権による収入はほとんど無いと思うが、今後は権利で収入を得ていく方向にすべきであり、それを計測していくことは重要である。

⁸ 既存調査の調査票は、巻末参考資料に掲載。

まとめ（調査項目等に関するニーズ）

a) 業界による既存項目の改善ニーズ等

調査票	事項	改善ニーズ	目的・用途・課題
H22	「4.年間売上高」 「主たる業務」の年 間売上高	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「サインデザイン」を加えるべき ・ 「グラフィック」と「パッケージ」は統合すべき 	<ul style="list-style-type: none"> ・ サインデザインは昨今発達し、一定割合を占める。今後もニーズは高まるため。 ・ 業務間の垣根は低く、互いに関係するが、両者は判別困難であるため。

b) 業界による新たな調査ニーズ等

ニーズ	目的・用途
工業所有権における収入の新設	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今後のデザイン業界は権利で収入を得ていく方向を目指している。現在工業所有権による収入はほぼないが、それを計測し始めることが業界にとって有用と思われるため。

(7) その他の業種

各業界団体からは以下のような意見が挙がっている。

物品賃貸業（平成22年調査票について）

- ・ 協会で実施している統計では全国でしか結果を公表していない。地域別の傾向を把握できるのは本統計の一番の利点である
- ・ リース業界での売上高は、毎年の契約金額ではなく、過去の契約からの入金であり、当期の営業実績ではない。重視するのは、売上高よりも「契約件数」である。
- ・ 「8年間売上高、契約高」、「8物件別割合」等の調査事項について、「主たる業務」の「主たる」をはずすべきではないか。各社のビジネスは同じであり、企業は自社がどの産業分類に属するかは意識していない。明確に区分できるのは自動車リースくらいである。産業分類で区分する必要があるか疑問。
- ・ 売上高、契約高、契約件数については、「音楽・映像記録物」で一括りになっているが、「音楽」「映像」「コミック」の3種類にわけて欲しい。原則分けて管理をしているため、記載は可能である。また、動向が異なるため、分けないと業界では意味がない数字となっている。

ゴルフ場業（平成16年調査票について）

運営方法、会員数等

- ・ 「運営方法」は、「1. 会員制（ゴルフ場）」「2. 非会員制（パブリック制ゴルフ場）」とすべき。
- ・ 「会員制の形態」は「1. 株主会員制（議決権あり）」「2. 株主会員制（議決権なし）」「3. 預託会員制」「4. 株主・預託会員制の併用」「5. その他（一般社団法人会員制を含む）」とすべき。
- ・ 「会員数」は「正会員」「平日会員」「その他」とし、それぞれ「法人（社数）」「個人（人数）」とすべき。

従業者数

- ・ 「のゴルフ場業務に従事する部門別従業者数」のうち「施設・造園部門」は「コース管理」に変更すべき。

年間売上高及び利用料金

- ・ 「事業所全体の年間売上高」のうち「名義書換料収入」「年会費収入」は売上のうち大きな割合を占めており、ぜひ知りたい項目である。
- ・ 「会員・非会員別曜日別グリーンフィ」は「グリーンフィ」は「1ラウンドの料金」を聞く設問とした方がよい。

面積および施設等

- ・ 「駐車場の台数」は不要である。また、「乗用カートの導入状況」で「導入している」ゴルフ場に対しては「2人乗り」「5人乗り」でよい。

預託金等

- ・ 「預託金の状況」は不要である。

広告業（平成 22 年調査票について）

- ・ 「4」のその他の業務の内訳に「コンサルティング」「商品開発」「データ解析」などの業務を加えるか、その他の例示として注意書きを加えるべき。