

利用上の注意

本年報は、下記の商業動態統計調査に基づく調査結果を取りまとめたものである。

I 商業動態統計調査の概要

1. 調査の目的

本調査は、全国の商業を営む事業所及び企業の販売活動などの動向を明らかにすることを目的としている。

2. 根拠法規

本調査は、統計法に基づく基幹統計として、商業動態統計調査規則(昭和28年通商産業省令第17号)に基づいて実施している。

3. 調査の範囲

調査の範囲は、日本標準産業分類「大分類 I-卸売業、小売業」のうち、代理商、仲立業を除く全国の事業所である。

4. 調査の方法及び経路

本調査は、統計調査員が対象事業所(報告者)に調査票の記入を依頼し回収する(調査員調査)。ただし、一部、郵送調査、オンライン調査による。

(1) 調査員調査



(2) 郵送調査



(3) オンライン調査



5. 調査期日

調査期日は、毎月末日現在である。

なお、商品手持額は、四半期(3月、6月、9月及び12月)末日現在である。

6. 標本設計

本調査(丁調査を除く)は、平成19年商業統計調査によって把握された事業所を母集団として、標本理論に基づいて抽出された事業所を対象として平成22年7月分から実施している。標本は、下記のとおり個別標本と地域標本の2種類から構成されている。

(1) 個別標本

標本の抽出に当たっては、業種別に目標精度が5%以下(卸売業は8%以下)(標準誤差率表示)となるように設計されている。

- ① 個別標本は、すべての卸売事業所、自動車小売事業所、機械器具小売事業所、燃料小売事業所及び従業者20人以上の小売事業所(悉皆調査の大型小売店を含む)を対象としている。
- ② 業種別、従業者規模別に標本抽出枠(以下「セル」という)を設定し、セルごとに標本数を決定している。

(2) 地域標本

- ① 地域標本は、調査区(264調査区)を指定し、その調査区内に所在する従業者19人以下の小売事業所(自動車小売事業所、機械器具小売事業所、燃料小売事業所を除く)を対象としている。
- ② 調査区の抽出は、商業統計調査の基本調査区を母集団とし、層別(4層)に抽出を行っている。

7. 調査票の種類及び対象

調査票の種類は、甲票、乙票、丙票及び丁票の4種類に区分される。

(1) 甲票の対象範囲

従業者100人以上の各種商品卸売事業所及び従業者200人以上の卸売事業所で、経済産業大臣が指定する事業所。

(2) 乙票の対象範囲

- ① 甲票の対象を除いた卸売事業所、自動車小売事業所、機械器具小売事業所、燃料小売事業所及び従業者20人以上の小売事業所のうち、丙票の対象を除いた小売事業所で経済産業大臣が指定する事業所。
- ② 経済産業大臣が指定する調査区内に所在する従業者19人以下の小売事業所(自動車小売事業所、機械器具小売事業所、燃料小売事業所を除く)。

(3) 丙票の対象範囲

従業者50人以上の小売事業所のうち、百貨店及びスーパー(「IV 大型小売店販売」を参照)に該当する事業所で、経済産業大臣が指定する事業所。

(4) 丁票の対象範囲

一定規模以上のコンビニエンスストアのチェーン企業本部で、経済産業大臣が指定する企業。

8. 主な用語の定義

(1) 商品販売額

調査月の月初から月末までの1か月間の販売実績をいう。

(2) 月末従業者数

調査月の末日現在で主として当該事業所の業務に従事する者をいい、個人事業主及び無給家族従業者、会社及び団体の有給役員、常時雇用従業者をいう。

常時雇用従業者とは、一定の期間を定めないで又は1か月を超える期間を定めて雇用している者をいう。ただし、調査月の前2か月にそれぞれ18日以上雇われた臨時及び日雇の者は、常時雇用従業者に含まれる。

なお、他の事業所から派遣されてきている者は除き、他に派遣している者は含まれる。また、長期欠勤者で1か月以上いかなる給与も受けていなかった者は、在籍者であっても含まない。

(3) 売場面積

商品を販売するために実際に使用する売場の延床面積をいう。したがって、売場面積には、商品券売場、食堂・喫茶室、連絡通路、エレベーター、エスカレーター、階段、休憩室、化粧室、事務室、倉庫、配送所、駐車場などの面積は含まない。

(4) 月間営業日数

調査月において実際に営業した日数をいう。

(5) 月間商品券販売額

調査月における商品券そのものの販売額をいう。

(6) 期末商品手持額

調査月(3月、6月、9月及び12月)末日現在で事業所が販売の目的で保有している手持商品の金額をいう。手持商品の評価は、原則として仕入原価による。

(7) 在庫率

在庫率は、次の算式による。

$$\text{在庫率} = \text{期末商品手持額} / \text{月間商品販売額} \times 100$$

II 商業販売

この統計表は、全国の商業を営む事業所の販売動向を明らかにするため、商業動態統計調査によって調査された事業所について集計し、全国の商業販売額を推計したものである。

1. 業種別商業販売額の推計方法

業種別販売額の推計は、標本調査の結果から比推計によって行っている。ただし、悉皆調査の大型小売店分は、実額加算によっている。

比推計とは、標本の販売額を業種別・従業者規模別(セル別)に合計し、対前月比を求め、前月の販売総額に乗ずる方法である。

計算式は次のとおりである。

(1) 個別標本抽出分の月間販売額の推計

$$\hat{X}_{ij}^t = \hat{X}_{ij}^{t-1} \times \frac{\frac{1}{f_{ij}^t} \sum_k^n X_{ijk}^t}{\frac{1}{f_{ij}^{t-1}} \sum_k^n X_{ijk}^{t-1}} = \hat{X}_{ij}^{t-1} \times \frac{\sum_k^n X_{ijk}^t}{\sum_k^n X_{ijk}^{t-1}}$$

$$\hat{X}_{ij}^t = \sum_j \hat{X}_{ij}^t \quad (\text{ただし、}\hat{X}_{ij}^t \text{は従業者規模合計又は層区分合計})$$

(2) 地域標本抽出分の月間販売額の推計

$$\hat{X}_{ij}^t = \hat{X}_{ij}^{t-1} \times \frac{\sum_j \left(\frac{1}{f_j^t} \sum_l^m \sum_k^n X_{ijkl}^t \right)}{\sum_j \left(\frac{1}{f_j^{t-1}} \sum_l^m \sum_k^n X_{ijkl}^{t-1} \right)}$$

【記号の説明】

i: 業種区分

t: 月(時点)

k: 個別事業所番号(前月と一致した場合)

j: 従業者規模区分又は層区分 x: 標本事業所の月間販売額

n: 標本個別事業所数 \hat{X} : 月間販売額の推計値

m: 標本調査区数 f: 抽出率

l: 調査区番号

2. 水準修正

本調査は、商業統計調査を母集団とした標本調査であるため、2～3年ごとに実施する商業統計調査の結果が公表された時点で、過去にさかのぼって業種別販売額の水準を商業統計調査の結果に合わせるように数値の改訂(水準修正)を行っている。

平成16年商業統計調査の結果に基づき、平成14年4月分以降の商業動態統計調査の数値の改訂(水準修正)を平成19年2月分の確報で行った。

(1) 平成14年4月分～平成16年3月分の24か月分の業種別・従業者規模別修正販売額の求め方
計算式は、以下のとおりである。

【記号の説明】

$$Y_{ij} = \sum_{13}^{24} \hat{X}_{ij}^t = \alpha_{ij} \cdot \sum_{13}^{24} \hat{X}_{ij}^t \quad \hat{X}_{ij}^t = \left(\sqrt[24]{\alpha_{ij}} \right)^t \sum_{13}^{24} \hat{X}_{ij}^t \quad (1 \leq t \leq 24)$$

ただし、 α_{ij} は、 $\sum_{t=13}^{24} \left(\sqrt[24]{\alpha_{ij}} \right)^t \cdot \hat{X}_{ij}^t = Y_{ij}$ を満たす値であるため、繰り返し計算を行って修正する。

Y_{ij} = 平成16年商業統計調査の*i*業種*j*従業者規模年間販売額

\hat{X}_{ij} = 水準修正済商業動態統計調査の*i*業種*j*従業者規模(平成16年商業統計調査期間)販売額合計

\hat{X}_{ij}^t = 水準修正済業種*j*従業者規模年間販売額*t*時点における値

\hat{X}_{ij}^t = 水準修正前業種*j*従業者規模年間販売額*t*時点における値

なお、時点「*t*」は、平成14年4月分を*t*=1とし、平成16年3月分を*t*=24とした時系列に対応する月別一連番号である。

(2) 平成16年4月分以降の求め方
「1.業種別商業販売額の推計方法」により再計算を行う。

(3) 水準修正の期間
水準修正の期間などについては、「商業統計調査と商業動態統計調査の水準修正の対比表」を参照のこと。
商業統計調査と商業動態統計調査の水準修正の対比表

商 業 統 計 調 査				水 準 修 正	
調 査 日	調 査 月	年 間 販 売 額 期 間	速 確 報 別	公 表 時 期	修 正 単 位
昭 和 45 年	6 月 1 日	昭 和 44 年 6 月 ～ 45 年 5 月	確 報	昭 和 50 年 1 月	業 種 別
” 47 ”	5 月 1 日	” 46 年 5 月 ～ 47 年 4 月	速 報	”	”
” 49 ”	5 月 1 日	” 48 年 5 月 ～ 49 年 4 月	確 報	昭 和 53 年 8 月	”
” 51 ”	5 月 1 日	” 50 年 5 月 ～ 51 年 4 月	速 報	”	”
” 54 ”	6 月 1 日	” 53 年 6 月 ～ 54 年 5 月	確 報	昭 和 57 年 3 月	業 種 別 ・ 従 業 者 規 模 別
” 57 ”	6 月 1 日	” 56 年 6 月 ～ 57 年 5 月	”	” 59 年 4 月	”
” 60 ”	5 月 1 日	” 59 年 5 月 ～ 60 年 4 月	”	” 61 年 10 月	”
” 63 ”	6 月 1 日	” 62 年 6 月 ～ 63 年 5 月	”	平 成 2 年 1 月	”
平 成 3 年	7 月 1 日	平 成 2 年 7 月 ～ 3 年 6 月	”	” 5 年 5 月	”
” 6 ”	7 月 1 日	” 5 年 7 月 ～ 6 年 6 月	速 報	” 7 年 12 月	”
” 9 ”	6 月 1 日	” 8 年 6 月 ～ 9 年 5 月	”	” 11 年 1 月	”
” 11 ”	7 月 1 日	” 10 年 4 月 ～ 11 年 3 月	”	” 13 年 10 月	”
” 14 ”	6 月 1 日	” 13 年 4 月 ～ 14 年 3 月	確 報	” 16 年 2 月	”
” 16 ”	6 月 1 日	” 15 年 4 月 ～ 16 年 3 月	”	” 19 年 2 月	”

3. 業種分類の対応

業種別商業販売の産業分類と日本標準産業分類との対応は、「商業動態統計調査業種分類と日本標準産業分類の対応表」を参照のこと。

商業動態統計調査業種分類と日本標準産業分類の対応表

商業動態統計業種分類	コード	日本標準産業分類 (平成14年3月改訂)
各種商品卸売業	491	各種商品卸売業
繊維品卸売業	501	繊維品卸売業
衣服・身の回り品卸売業	502	衣服・身の回り品卸売業
農畜産物・水産物卸売業	511	農畜産物・水産物卸売業
食料・飲料卸売業	512	食料・飲料卸売業
建築材料卸売業	521	建築材料卸売業
化学製品卸売業	522	化学製品卸売業
鉱物・金属材料卸売業	523	鉱物・金属材料卸売業
機械器具卸売業	53	機械器具卸売業
一般機械器具卸売業	531	一般機械器具卸売業
自動車卸売業	532	自動車卸売業
電気機械器具卸売業	533	電気機械器具卸売業
その他の機械器具卸売業	539	その他の機械器具卸売業
家具・建具・じゅう器卸売業	541	家具・建具・じゅう器等卸売業
医薬品・化粧品卸売業	542	医薬品・化粧品等卸売業
その他の卸売業	524	再生資源卸売業
	549	その他の卸売業
各種商品小売業	55	各種商品小売業
織物・衣服・身の回り品小売業	56	織物・衣服・身の回り品小売業
飲食物品小売業	57	飲食物品小売業
自動車小売業	581	自動車小売業
	(5814)	二輪自動車小売業(原動機付自転車を含む)を除く)
機械器具小売業	592	機械器具小売業
燃料小売業	603	燃料小売業
医薬品・化粧品小売業	601	医薬品・化粧品小売業
その他小売業	5814	二輪自動車小売業(原動機付自転車を含む)
	582	自転車小売業
	59	家具・じゅう器・機械器具小売業
	(592)	機械器具小売業を除く)
60	その他の小売業	
(601)	医薬品・化粧品小売業、603 燃料小売業を除く)	

III 大規模卸売店販売

この統計表は、大規模卸売店の商品別販売動向を明らかにするため、商業動態統計調査のうち、甲票（I-7-(1)）について集計したものである。

なお、本調査は2～3年ごとに標本を見直すため、時系列の間に若干の不連続が生じている。したがって、前年同月比は月間販売額などにリンク係数を乗じて求めている。

接続する際のリンク係数は、参考の「第1表 大規模卸売店販売リンク係数表」を参照のこと。

1. 商品分類

大規模卸売店販売の商品分類は、「大規模卸売店販売の商品分類表」を参照のこと。

大規模卸売店販売の商品分類表

商品名	内 容 例 示
織 維 品	生糸、綿花、羊毛、化学繊維、その他の繊維原料、織物の糸、綿織物、毛織物、絹織物、化学繊維織物、その他の織物など
衣服・身の回り品	洋服、下着類、寝具類、靴類、履物、かばん・袋物、和・洋傘、その他の衣服・身の回り品など
農畜産物・水産物	米、麦、雑穀、小麦粉、でん粉、豆類、野菜、果実、食肉、生鮮魚介類、その他の農畜産物・水産物など
食 料 ・ 飲 料	砂糖、味そ、しょう油、酒類、乾物、缶詰、瓶詰、菓子、パン、清涼飲料、茶類、乳製品、その他の食料・飲料など
医薬品・化粧品	医薬品、医療用品、化粧品、歯磨、石けん、洗剤、シャンプーなど
化 学 製 品	塗料、印刷インキ、染料、顔料、油脂、ろう、火薬類、その他の化学製品など
石 油 ・ 石 炭	原油、揮発油、灯油、軽油、重油、潤滑油、グリース、パラフィン、道路油、天然ガス、プロパンガス、LPガス、石炭、コークスなど
鉱 物	鉄鉱石、マンガン鉱、ボーキサイト、石灰石、雲母、黒鉛、陶磁器用粘土など
鉄 鋼	銑鉄、原鉄、鋳鉄、フェロアロイ、鋼、鋼半製品、鋳鋼、鍛鋼、普通鋼鋼材、特殊鋼鋼材、鋼管、棒鋼、軌条、鋼板、鉄鋼二次製品など
非 鉄 金 属	地金、線、管、はく、金属粉など
一 般 機 械 器 具	事務用機械器具、農業用機械器具、はん用内燃機関、繊維関係機械器具、ポンプ、圧縮機、ミシン、建設・鉱山機械器具、金属加工機械器具、自動販売機、その他の一般機械器具など
自 動 車	乗用車、トラック、二輪自動車、その他の自動車、自動車部分品・付属品など
そ の 他 の 輸 送 用 機 械 器 具	自転車、船舶、航空機、鉄道車両、産業用車両、作業用運搬車など
家 庭 用 電 気 機 械 器 具	テレビジョン・ラジオ受信機、ステレオ、DVD、VTR、デジタルカメラ、エアコン、扇風機、電気洗濯機、電気掃除機、電気冷蔵庫、電子レンジ、電気がま、電気こたつ、トースタ、ミキサ、電気ストーブ、電気アイロン、照明器具(家庭用)など
そ の 他 の 機 械 器 具	写真機、映写機、撮影機、時計、光学レンズ、長さ計、はかり、温度計、その他の測量測定機械器具、医療用機械器具、理化学機械器具、電話機、有線通信機械、伝送装置、電信信号装置、発電機、電動機、変圧機、電線・ケーブル、蓄電池、配線器具、照明器具(家庭用を除く)など
建 築 材 料	木材、竹材、杉皮、セメント、板ガラス、かわら、れんが、タイル、スレート、ヒューム管、セメントボール、石材、人造石、大理石、砂・砂利、生コンクリート、サッシ、土管、衛生用陶磁器など
紙 ・ 紙 製 品	紙、段ボール製品、紙器、学用紙製品、包装紙、日用紙製品、ノート、アルバム、帳簿、紙袋など
そ の 他 の 商 品	空瓶・空缶等空容器、鉄スクラップ、非鉄金属スクラップ、古紙、その他の再生資源、家具・建具、金物、荒物、薪炭、肥料、書籍、雑誌、運動具、がん具、娯楽用品、天然ゴム、なめし革、製紙用パルプ、文房具、漁網、研磨材料、土産物細工、宝石類、種子、種苗、飼料、ゴム製品、写真感光材料、記章、バッジ、メダル、美術骨とう品、楽器、たばこなど

IV 大型小売店販売

この統計表は、従業者50人以上の小売事業所(百貨店及びスーパー)の商品別販売動向を明らかにするため、商業動態統計調査のうち、丙票(Ⅰ-7-(3)参照)について集計したものである。百貨店及びスーパーとは、従業者50人以上の小売事業所のうち、次に該当する小売事業所をいう。

(1) 百貨店

日本標準産業分類（平成14年3月改定）の百貨店、総合スーパー（551）のうち、次のスーパーに該当しない事業所であって、かつ、売場面積が東京特別区及び政令指定都市で3,000㎡以上、その他の地域で1,500㎡以上の事業所。

(2) スーパー

売場面積の50%以上についてセルフサービス方式を採用している事業所であって、かつ、売場面積が1,500㎡以上の事業所。

セルフサービス方式とは、次の3つの条件を備えた販売方法をいう。

- ① 商品があらかじめ包装され、値段が付けられていること。
- ② 店に備え付けられたバスケットなどにより、客が自分で商品を取り集めるような形式を取っていること。
- ③ 売場の出口などに設けられた勘定場で一括して代金の支払いを行う形式となっていること。

なお、売場面積とは、商品を販売するために実際に使用する売場の延床面積をいうため、商品券売場、食堂・喫茶室、連絡通路、エレベーター、エスカレーター、階段、休憩室、化粧室、事務室、倉庫、配送所、駐車場などの面積は含まない。

1. 商品分類

大型小売店販売の商品分類は、「大型小売店販売の商品分類表」を参照のこと。

大型小売店販売の商品分類表

商品名	内容例示
紳士服・洋品	紳士服、下着類、ワイシャツ、ネクタイ、靴下など
婦人・子供服・洋品	婦人服、子供服、下着類、ブラウス、靴下など
その他の衣料品	呉服、反物、寝装具類、和装小物、タオルなど
身の回り品	靴、履物、和・洋傘類、かばん、トランク、ハンドバッグ、裁縫用品、装身具(宝石、貴金属製を除く)など
飲食料品	飲料、和・洋酒、調味料、食肉、鮮魚、乾物、野菜、果実、菓子、パン、乳製品など
家具	和・洋家具、室内調度品、神仏具、じゅうたん、カーテン、ござなど
家庭用電気機械器具	テレビ、ラジオ、ステレオ、DVD、エアコン、電気洗濯機、電気冷蔵庫、照明器具、電気こたつ、電気ストーブ、パソコン、電話機、携帯電話など
家庭用品	陶磁器、ガラス器、漆器、金物、荒物、ガス器具、石油ストーブ、水道器具、ミシン、編機など
その他の商品	医薬品、化粧品、洗剤、書籍、文房具、事務用品、貴金属、宝石、美術工芸品、時計、眼鏡、カメラ、ビデオテープ、CDソフト、DVDソフト、スポーツ用品、娯楽用品、がん具、電子応用玩具、ゲームソフト、楽器、園芸用品、大工用品、ペット関連商品、たばこ、喫煙具、燃料、自転車、自動車、トイレットペーパー、ティッシュペーパー、紙おむつなど
食堂・喫茶	食堂、喫茶室、すし屋などその場で顧客に飲食させるもの

2. 地域区分

この統計表で使用している経済産業局及び東京特別区・政令指定都市の地域別内容は、次のとおりである。

(1) 経済産業局

北海道経済産業局	北海道
東北	青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島各県
関東	茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、新潟、山梨、長野、静岡各都県
中部	富山、石川、岐阜、愛知、三重各県
近畿	福井、滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山各府県
中国	鳥取、島根、岡山、広島、山口各県
四国	徳島、香川、愛媛、高知各県
九州	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島各県
沖縄(内閣府)	沖縄県

(2) 東京特別区・政令指定都市

札幌市、仙台市、さいたま市、千葉市、東京特別区(東京23区)、横浜市、川崎市、新潟市、静岡市、浜松市、名古屋市、京都市、大阪市、堺市、神戸市、岡山市、広島市、福岡市、北九州市
 平成19年年報から「東京特別区・政令指定都市以外」の数値を削除した。
 平成22年年報から「東京特別区・政令指定都市計」の数値を削除した。

3. 表章上の秘匿

都道府県別、経済産業局別及び東京特別区・政令指定都市別表章の統計表においては、事業所数が県内、局内及び都市内で1又は2である場合、報告者の秘密保護のため、県別、局内及び都市別に表章していない県、局及び都市がある。また、事業所数が3以上であっても、前記の県、局及び都市の秘匿の関連上秘匿した県、局及び都市がある。

4. 既存店

既存店とは、調査対象事業所の定義変更及び異動(開店、廃業)があった場合、当月及び前年同月とも調査の対象となった事業所をいい、前年同月比の算出はその事業所のみで行っている。また、前年(度・同期)比の算出は、月次の既存店の販売額の積み上げによって計算している。

5. 年(度)及び四半期数値

この統計表の年(度)及び四半期数値のうち、事業所数、従業者数、売場面積は、年(度)及び四半期末値を掲載している。また、営業日数は、月間平均営業日数の合計値である。
 $月間平均営業日数 = 延営業日数 / 事業所数$

6. リンク係数

平成22年7月分より調査対象事業所の見直しを行ったため、平成22年6月分以前の月間販売額などとの間に不連続が生じている。従って、平成22年6月分以前の月間販売額などにリンク係数を乗じたものが平成22年7月分以降と接続する。なお、リンク係数については参考の「第3表 大型小売店販売リンク係数表」を参照のこと。

V コンビニエンスストア販売

この統計表は、コンビニエンスストアの販売動向を明らかにするため、商業動態統計調査のうち、丁票(I-7-4)参照)について集計したものである。

1. 調査の範囲

この調査の対象は、一定規模以上のコンビニエンスストアのチェーン企業本部が調査対象である。

2. 調査の開始時期及び期間

この調査は、平成10年10月分から調査を開始したが、平成10年4月分まで遡及し、同時に前年同月値も併せて調査した。平成11年4月分調査から商業動態統計調査の丁調査とした。

3. 商品分類

コンビニエンスストア販売の商品分類は、「コンビニエンスストア販売の商品等分類表」を参照のこと。

コンビニエンスストア販売の商品等分類表

商品分類等		内 容 例 示
商 品 販 売 額	ファーストフード 及び日配食品	米飯類(寿司、弁当、おにぎり等)、パン、調理パン、惣菜、漬物、野菜、青果、水物(豆腐等)、調理麺、卵、加工肉(ハム、ウインナー、ベーコン等)、牛乳、乳飲料、乳製品(バター、チーズ等)、練物(ちくわ、かまぼこ等)、生菓子(ケーキなどの和洋菓子)、サラダ、デザート類(プリン、ゼリー、ヨーグルト等)等
	加工食品	菓子類(生菓子を除く)、ソフトドリンク(乳飲料を除く)、アルコール飲料(日本酒、ウイスキー、ワイン等)、調味料(味そ、しょう油、うま味調味料、ソース等)、嗜好品(コーヒー、お茶等)、食塩、砂糖、食用油、米穀、乾物、各種の缶・瓶詰類、冷凍食品、アイスクリーム、レトルト食品、インスタント食品、焼きのり等
	非食品	雑誌、書籍、新聞、衣料品、袋物類、文房具、ブラシ、玩具、雑貨、たばこ、ペットフード、乾電池、テープ、CD、電球・蛍光灯、電卓、燃料、人形、サングラス、履物、園芸用品、ゲームソフト、花火、洗剤、化粧品、医薬品、医薬部外品栄養ドリンク、陶磁器・ガラス器、金物、紙製品、フィルム、切手、はがき、収入印紙、装身具等
サービス売上高		コピー、ファクシミリ、宅配便、商品券、ギフト券、乗車券、各種チケット、テレフォンカード、宝くじ、D.P.E、レンタル、航空券、宿泊券、クリーニング等

注: サービス売上高には、電力料金、ガス料金、放送受信料、電話料金、水道料金など公共料金等

の収納代行による売上高は除く。

4. 地域区分

この統計表で使用している経済産業局は、次のとおりである。

経済産業局

北海道経済産業局 北海道

- 東 北 〃 青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島の各県
- 関 東 〃 茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、新潟、山梨、長野、静岡の各都県
- 中 部 〃 富山、石川、岐阜、愛知、三重の各県
- 近 畿 〃 福井、滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山の各府県
- 中 国 〃 鳥取、島根、岡山、広島、山口の各県
- 四 国 〃 徳島、香川、愛媛、高知の各県
- 九州・沖縄(内閣府) 福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄の各県

5. 既存店

既存店とは、調査対象事業所の定義変更及び異動(開店、廃業)があった場合、当月及び前年同月とも調査の対象となった事業所をいい、前年同月比の算出はその事業所のみで行っている。また、前年(度・同期)比の算出は、月次の既存店の販売額の積み上げによって計算している。

VI. 指数

1. 基準販売額

平成19年2月分から基準時を平成17年に改めた(基準改定)。平成16年商業統計調査の結果に基づき平成19年2月分の確報で水準修正を行ったことに伴い、業種別商業販売額指数の平成17年基準販売額の再計算を行った。原指数を求める平成17年基準販売額は、以下のとおりである。

①商業：業種別商業販売額指数の基準販売額

(100万円)

業種分類		基準販売額
商業計		47,427,776
卸売業		36,173,233
各種商品卸売業		4,540,400
繊維品卸売業		367,594
衣服・身の回り品卸売業		1,112,608
農畜産物・水産物卸売業		3,713,191
食料・飲料卸売業		3,669,306
建築材料卸売業		1,958,576
化学製品卸売業		1,863,576
鉱物・金属材料卸売業		4,091,328
機械器具卸売業		9,061,525
家具・建具・じゅう器卸売業		630,737
医薬品・化粧品卸売業		1,940,269
その他の卸売業		3,224,123
小売業		11,254,542
各種商品小売業		1,375,009
織物・衣服・身の回り品小売業		926,898
飲食料品小売業		3,383,711
その他の小売業		5,568,924
自動車小売業		1,322,044
機械器具小売業		650,450
その他の小売業		3,596,430

②大型小売店：業態別商品別販売額指数の基準販売額

(100万円)

業態・商品分類		基準販売額
合計		1,777,363
百貨店		730,244
スーパー		1,047,118
衣料品		551,586
百貨店		369,085
スーパー		182,501
飲食料品		803,711
百貨店		184,244
スーパー		619,467
その他		422,066
百貨店		176,915
スーパー		245,151

③コンビニエンスストア：

商品別販売額指数の基準販売額

(100万円)

商品分類	基準販売額
合計	613,297
商品販売額	586,864
ファーストフード及び日配食品	218,973
加工食品	202,444
非食品	165,448
サービス売上高	26,433

2. 季節指数の算出方法

商業販売統計(業種別商業販売額指数及び大型小売店業態別商品別販売額指数、コンビニエンスストア商品別販売額指数)における季節指数の算出方法を、平成11年1月分の速報から、従来のMITI法ⅢRから米国センサス局法X-12-ARIMAに変更した。そのため、季節調整済指数は、季節要因に加え曜日・祝祭日要因によっても調整されている。具体的には以下のとおり。

$$\text{季節調整済指数} = \text{原指数} \div (\text{季節指数} \times \text{曜日} \cdot \text{祝祭日指数})$$

X-12-ARIMAでの季節調整に使用しているスペックファイルは以下のとおり。

```
Series      {start=2004. Jan
             span=(2004. 1, 2010. 12)
             decimals=1}
transform   {function=log}
arima       {model=(011) (011)}
regression  {variables=(tdlcoef)
             user=(jap - hol)
             usertype=holiday
             start=2004. 1
             file="xxxxxxx"}
forecast    {maxlead=0}
estimate    {save=(mdl)}
x11         {save=(d10 d11 d16)}
```

VII その他の注意事項

- 各統計表に用いた記号の内容は、次のとおりである。
-:実績のないもの、…:不詳、0:単位未満、x:報告者の秘密保持のため秘匿した箇所、r:修正値
- 各統計表の数値は、単位未満を四捨五入しているため、合計と内訳又は年(度)及び四半期計が必ずしも一致しない場合がある。
- 販売額は、消費税分を含んでいる。
- 平成22年年報より参考として「第4表 経済産業局別小売業販売額」を掲載した。
- この年報に掲載された数字を他に転載する場合は、「経済産業省経済産業政策局調査統計部編 平成22年 商業販売統計年報」による旨を必ず明記してください。
- この年報についての質問・照会等は、下記へお願いします。

〒100-8902 東京都千代田区霞が関一丁目3番1号
経済産業省経済産業政策局調査統計部サービス動態統計室
電話 03-3501-1511 (内線2898~9)
<http://www.meti.go.jp/statistics/index.html>

本年報は、再生紙を使用しております。