

ISSN 0385-2148

# 研究所報

No.52

商業統計調査

2021年1月

法政大学

日本統計研究所

ISSN 0385-2148

# 研究所報

No.52

商業統計調査

2021年1月

法政大学

日本統計研究所

## はじめに

令和2年(2020年)、商業統計調査は、「公的統計の整備に関する基本的な計画(平成30年3月6日閣議決定)」における経済統計の体系的整備に関する要請に基づき、経済センサス-活動調査の中間年における経済構造統計の整備・充実を図るため、同統計に統合・再編され、廃止された。昭和27年(1952年)に調査を開始して以来、約70年の歴史に区切りをつけることになった。

本研究所では商業統計調査についてオーラル・ヒストリーを記録にのこすため、同統計調査の実務に長年従事され、同調査の歴史について詳しい今井洋夫氏(元経済産業省大臣官房統括経済産業調査官)をお招きしてインタビューを実施した。なお同氏は平成30年(2018年)に統計界で最高の荣誉とされる大内賞を受賞されている。インタビューに応じてくださった今井洋夫氏には深く感謝申し上げたい。

さらに商業の統計調査に関連して三本の論文を掲載した。菅論文は商業統計調査の経済構造統計への統合・再編の背景を整理し、その経緯を記録に留めたものである。宮川論文は平成9年・14年・19年・26年の4時点にわたる商業統計調査の個票データを用いて、GDPの推計精度向上という観点から、現状の商業部門の統計調査における問題点を指摘するとともに、今後のあるべき姿について考察を行ったものである。森論文はわが国の商業の統計調査の出発点である明治16年農商務通信規則による商務通信事項と附属様式を解明している。

2021年1月 日本統計研究所

## 目次

今井洋夫氏インタビュー	1
聞き手 菅幹雄、森博美、宮川幸三	
商業統計調査から経済構造実態調査へ	17
菅 幹雄	
商業統計データによる流通経路別マージン率の分析 ー商業部門の統計精度向上に向けた一考察ー	25
宮川 幸三	
明治 16 年農商務通信規則による商務通信事項と附属様式	53
森 博美	

# 今井洋夫氏 インタビュー

聞き手 菅幹雄、森博美、宮川幸三

## 今井洋夫氏の経歴

元経済産業省大臣官房統括経済産業調査官。一般社団法人経済産業統計協会専務理事。昭和 27 年（1952 年）生まれ。昭和 46 年（1971 年）通商産業省（現経済産業省）入省。長年統計業務に従事し、経済産業統計全般の企画・調整に関与。とりわけ経済センサス・活動調査の創設には初期の検討段階から参画し、関連する大規模統計調査の体系的整備にも経済産業省の実務責任者として尽力。第 12 回日本標準産業分類の改定において、所管する製造業、卸売業、小売業に関して昭和 24 年設定以来の大幅改定作業の中心となって原課や業界団体との調整に尽力。平成 30 年（2018 年）に統計界で最高の栄誉とされる大内賞を受賞。

菅：今井様、本日はありがとうございます。本日の趣旨としては、商業統計が廃止になりましたが、今まで商業統計がどのような歴史をたどってきたのかを今井様が一番ご存知なので教えていただきたいということと、大内賞の授賞式の時に今井さんがなさったスピーチの中で商業の事業所が昭和 57 年に減少して、それが大変なことになったというお話を聞いたのですが、それをもっと詳しくお聞きしたいことと、今井様自身が産業分類や経済センサスにも大きく貢献されているので、そのあたりもお伺いしたいと思っております。ではまず初めにご経歴をお教えくださいますでしょうか。私が初めて今井様にお会いしたのは 20 年前くらいですが、それ以前から経済産業省で統計にたずさわっていらっやいます。

今井：よろしく申し上げます。本日は、個人的に思い入れの強い商業統計調査についてこのような機会をいただきまして本当にありがとうございます。いろいろ思い出しながらお話しできればと思っています。最初に自身の経歴、統計とのかかわりについてですが、昭和 46 年に当時の通産省（現経産省）の調査統計部鉱業統計調査室に配属をされまして、これが統計との出会いになります。現在の鉱工業動態統計調査室の前身になります。当時の生産動態統計は、産業分野別に担当室が独立していてそれぞれ 40～50 人の職員が携わり部全体で 650 人ほどの職員が在籍しておりました。今一室の生産動態統計調査室が分野別に室を持ち、鉄鋼、化学、機械、繊維、鉱業、石炭の 6 室に分かれていました、このほかに、管理課、統計企画室、商業統計課、工業統計課、統計解析課がありました。当時は、まだ、サービスとか企業といった言葉は、統計の世界では、まだ頭出しされていませんでした。私は入ってすぐに鉱業統計調査室の総括業務を 2 年ほど担当し、その後、現場で月次調査に携わりました。

一次統計の調査担当のまさにスタートが、この時でした。金・銀・銅・鉛・亜鉛やアルミなど非鉄金属関係の月報を2年くらい担当し、その後、部内の化学工業統計調査室に異動しゴム製品月報を1年ほど担当しました。当時は、調査票の受付・審査・集計といった作業も、まだ手作業主体で、その後、急速に機械化（コンピュータ化）が進展といった時代でした。入省6年目に外郭団体、今でいう独立行政法人に出向しました。繊維産業がまだわが国において中核の産業だった時代でして、当時の繊維工業構造改善事業協会と言う団体です。当時、通産省には、繊維産業政策所管の内局として、繊維雑貨局が独立していた時代でした。今は製造産業局一本ですから、この半世紀で日本の産業構造が大きく変わりました。ちょうど、繊維二次製品製造をアパレル産業と呼称しはじめの時期でした。私は、繊維情報センターという部署で、アパレルの詳細な生産統計を業界の協力を得て整備するとのプロジェクトに携わりました。地場産業といわれ、商品によって産地があり、ニットの福島、新潟、婦人服の岐阜、被服の岡山等々、産地の組合にもよく出向きました。それまでの通産省での5年間では経験し得なかった新規調査の企画、実査を通じて、通産省原局、業界団体の方々はもちろんのこと、当時、直属の上司が帝人からの出向者であったこともあり、川上、川中の繊維メーカーの方々、業界紙の記者等々、沢山の人的ネットワークを持つことが出来、その後の役所人生に繋がる貴重な体験をすることができた期間であったと思っています。出向期間限度の5年間お世話になりました。前置きが長くなりましたが、入省10年後の昭和56年に、本省の調査統計部商業統計課に戻り、これが商業統計調査との出会いになります。当時の商業、とりわけ小売業の業界はダイエーの全盛期でした。巷では昔ながらの商店街や周辺の中小商店に少しずつ大規模店進出の影響が始め、大規模店舗の出店をめぐり各地の商業活動調整協議会が紛糾しておりました。経済産業省の中でも流通政策の転換に向けたビジョンが発表されるなど、激変の時代だったと思います。商業統計調査の二次加工統計として商店街ごとの立地環境特性別統計編の発刊もこのような時代背景を受けての取り組みだったように思います。コンビニエンスストアなど新しい業態が台頭し出したのもこの頃で、従前の産業分類に基づく産業表章だけではなかなか小売業の実態を把握することが困難ということで、新たに小売業の業態別統計表を作ろうということになりました。商業構造の変化を受けて、小売業の調査結果を新たな切り口で、集計、公表していこうと様々なチャレンジを開始するという時期にかかわる機会を得て、また、上司、同僚にも恵まれて、仕事にやりがいを感じた時期であったように思います。小売業は、自身の生活とも関わる身近な産業ということもあって、商業統計にかなりの親近感があったことをおぼえています。当時、商業統計調査は、3年周期で実施しておりましたので、57年調査と60年調査の企画から実査、公表までの一連の業務に携わりました。この時代、産業分類上、飲食店が小売業に分類されており、したがって、商業統計調査の対象でもありました。いわゆる遊興飲食店も飲食店の範疇に含まれ、調査客体の協力度合いも卸売・小売業に比べると極端に悪く、調査票の回収に大変苦労しました。飲食店とひとくくりに言っても、ラーメン屋、喫茶店からバー・ナイトクラブまでと幅広く、

従前から、サービス業との線引きの議論があったため、57年の産業分類改定において、飲食店を一般飲食店とその他の飲食店に分割する改定案を取りまとめし、次の商業統計調査の調査範囲見直しに向けた検討の前哨戦としたこともこの頃です。57年調査の一連の業務と並行して、次回調査の準備に入りましたが、昭和60年は、たしか総務省の事業所・企業統計調査との調整や省内においては、政府予算の問題、とりわけ商業統計調査は、当時200万を超える調査対象があったので、30億円規模の予算が必要でした。商業統計調査は3年周期のため、3年ごとに予算の山ができるわけで、当時、予算要求額は前年マイナスのシーリング枠というのが当たり前で、予算要求に山谷のある商業統計調査の予算確保は、結構大変でした。予算との関係で、60年には、大変なこともありました。商業統計調査の実査予算は前年の8月に要求して、年末に財務省内示とのスケジュールですが、6月調査のため、調査関係書類の印刷等の準備予算は、さらに1年前に要求し、調査準備を進めるとのスケジュールになっています。従って、60年調査においては、58年度に卸・小売業、飲食店にかかる準備予算を確保した上で、59年度に約30億の実査予算を要求するということになるわけですが、59年度予算の要求段階で、省内において、他の新規予算玉との関係で当初予算の要求が困難な状況となってしまったのです。結果的に、やむなく59年度は、卸・小売業にかかる実査予算にとどめ、飲食店にかかる実査は、翌年に繰り延べて61年調査として実施するとの整理で決着をみました。ところで、前年の準備予算は、飲食店の分も含めてすでに確保していたわけです。飲食店分を返還して、再度要求というわけにもいかず、両調査の準備を年度内中に行うということで、それからが大変でした。飲食店にかかる調査関係書類は、調査票を除けば、基本、卸・小売業と飲食店をセットにして共通の「調査の手引き」や、「事務処理要領」を作成するわけですので、このうち、飲食店に関する部分を切り離すなど、30種を超す調査関係書類のほとんどを作り直し、卸・小売業用と飲食店用に分けて再作成するといった大作業が必要になった訳です。結果、飲食店調査の書類は、59年度中に作成し、実査は61年度ということで、一年間、関係書類の保存が必要になるわけで、ここでも大きな問題が生じました。当時、たしか全国の飲食店数は、40万店ほどだったと思いますので、これに必要な関係書類の量は、国・都道府県・市区町村・調査員の事務用も含め、4トントラック数台分のボリュームになるわけです。この量を一年間保管しておく場所の確保が必要となり、予算的に外部の倉庫の借用はできず、場所探しにも苦勞し、最終的には、省内にやっとスペースを確保することができました。経産省の長い統計調査の実査の歴史の中でも、最大予算規模の商業統計調査ならではの最初で最後の事件でありましたし、今となっては、苦勞はありましたが、これも貴重な体験のひとつでもあったと思っています。その後、このような大変な思いをしながら、61年度に飲食店調査を単独で実施したわけですが、調査客体の協力度は相変わらず芳しくなく、実査の困難性は増すばかりということで、その後は、一般飲食店は自計方式、遊興飲食店は調査員による外観調査に切り替えましたが、それでも実査は厳しかったので、このように段階的に対応してきた後、平成4年をもって中止するというに至りました。また、他統計との

関係では事業所・企業統計調査と商業統計調査の産業別の事業所数に乖離があつて、各方面から指摘されていきました。そこで、57年調査の際に、両調査の名簿同士を突合照合させる作業を行い、両名簿の精緻化に取り組み、この作業経験が、後の両調査の同時実施等々に繋がっていった面もあったかと思ひます。

ちょっと横道にそれましたので、経歴にもどします。商業の57年調査、60年、61年調査の実務に関わつたのち、その後は統計企画室で省内の統計調査全般にかかる企画・調整、対総務省、統計審議会対応等の窓口業務を担当しました。たしか、オンライン調査に向けた検討を開始し始めたのもこの頃だつたと思ひます。森先生にもこの頃らご指導をいただてきました。3年後、もう一度出向となり、財団法人の附属機関であつた研究機関に勤務しました。当時話題の内外価格差に関する調査、研究をメインにした研究機関で、当時、スタンフォード大学の日本研究センター長であつた今井賢一さんが所長をしておりました。2年ほどの出向期間でした。その後、平成11年に、再び、商業統計担当の課長補佐として、経産省に戻つて来ました。11年6月には事業所・企業統計調査との同時実施が行われた年になります。商業統計調査が平成9年以降5年周期でその中間年(2年後)に簡易調査という整理がなされた最初の簡易調査の実施年ですが、同時実施として6月に行われた時の2か月前の4月に着任しました。この調査では、対象事業所の補足を行うとともに、両調査共通の簡易な調査票様式で、また調査に用いる名簿の共通化など新しい形で調査を実施した記憶があります。その後、14年の本調査に向け、新たな小売業態の市場の拡大もあつて、「FC・VC」といったチェーン組織の加盟の有無」や「電子商取引」に関する実態把握のための調査事項の新設等、調査の企画設計、準備、実査に実務の責任者として直接かかわりました。また、この調査計画の諮問に際して、調査結果の公表にあつての従業者数の秘匿解除についても提案し、以降、全ての統計調査の結果公表において、右へ倣えとなつた想ひ出の部会でもあります。

商業統計調査に約10年の間、分割実施の飲食店調査を含めると、5回もの商業統計調査の実査に携わつたことになります。私は昭和27年の生まれなんです、実は、「商業統計調査」の第一回が実施されたのが、27年で誕生年と一緒なんです。このようなご縁もあつて、商業統計調査には、思ひ入れが人一倍ありました。調査自体が、自分と同じ年代を生き、成長してきたわけですから、思ひ入れの強さ、商業統計調査愛は誰にも負けないと思ひておられます。少し、大げさですけど。そのあとですが、再び統計企画室で、企画担当の補佐、調査官、室長を務め、省内的には、経済統計全般の企画・調整、対外的には総務省や統括官室対応、また、都道府県等地方公共団体対応等の業務を中心に携わり、企画室長の時に政府内での経済センサスの立ち上げの議論がスタートしまして、経済センサスと既存調査との関係の整理を求められました。とりわけ、先程来お話ししてきたように思ひ入れの強い商業統計調査のあり方については、調査の廃止の議論もありましたが、経済センサス・活動調査の5年周期が既定路線のなか、5年では、間が空きすぎ利活用には支障を来たすとのことで、実施年の2年後に商業統計調査の簡易調査を実施するとの枠組みの整理

を提案しました。既存の関係する調査との整理を踏まえた、枠組みの検討・整理に3~4年くらい、その後、新調査の企画の議論、諸準備を経て調査の開始までに、かれこれ8年ほどの時間がかかりました。「統計行政の新中・長期構想」に経済センサスとの文言を書き込み、その後の関係省庁による検討がスタートしたわけですが、その最初から、第一回調査の実施、第一報の速報公表まで直接、担当者として関わってきました。今振り返っても大変貴重な経験をさせていただき感謝です。この間、省内の関係者はもちろんですが、当時の総務省基準部の審査官や統計局、統計センターのご一緒した皆さん、とりわけ、清水先生、舟岡先生をはじめ、菅先生、宮川先生等々、多くの先生方に数え切れないほどのご指導を頂いて参りました。ということで、入省以来40年のほとんどを統計調査業務に携わり、そのおおよそ半分を所管統計の企画・調整、分類改訂等の業務に関わり、残りの期間を商業統計調査、経済センサスといった構造統計調査の企画、実務に関わって参りました。今振り返りますと、あっという間の時間だったと感じていますし、その時々でいろんなことがありましたが、職場の先輩、同僚や、後輩をはじめ多くの関わりを持った皆様方に支えられ、何とかやってくることが出来、今日があるというふうに思っておりますし、この間ご一緒させていただいた方々に改めて感謝、お礼を申し上げたいと思います。

菅：経済センサス・活動調査の1回目の予算はいくらくらいですか？

今井：たしか、100億円くらいであったと思います。ご存じのとおり、総務省と経産省の共管調査ということで、対財務省への要求にあたり、これまで商業統計調査、工業統計調査の予算は経産省からの要求でありましたが、この予算枠を総務省の方に移して、総務省を窓口で予算要求をいたしました。財務省としては総務省へ配分するか経産省へ配分するかだけなのですが、経産省の予算枠が減るわけですから、省内での整理もなかなか骨が折れました。調査の立ち上げに向けた様々な準備も、はじめてのことでもあり、いろいろと大変でありました。体制として、調査の準備室を設置することになったのですが、どちらに設置するか、室名はどうしましょう、人繰りはどうするか等々、すべてがゼロからの検討でありましたし、それぞれに長年の統計調査経験を有する総務省、経産省でありましたので、長年の文化といいましょうか、ひとつひとつの結論、着地点をみいだすのにも、大変な苦労がありました。当時とはとにかく、なにもかも初めてのことであったので、致し方のないことであったかとも思いますが、これも今となっては懐かしい苦労話のひとつです。

ご案内のとおり、経済センサス創設の意義として、全産業分野にわたる経済活動を同一時点で把握することが必要とのことで、とりわけ、世の中のサービス化の進展にもかからず、サービス産業分野の統計が不十分なので、サービス業全体を網羅的に捉える統計を整備するというにありました。サービス業の分野は、それぞれ細部の業所管が各省に分かれていることもあって、これが分散型統計機構のわが国においては、統計整備がなかなか進まなかった要因のひとつであるとの共通認識でありました。先ほどの経歴の話のなか

で、特別触れませんでしたでしたが、現役時に、サービス産業統計調査室にも3年ほど在籍期間がありました。皆さんご存じの「特定サービス産業実態調査、動態統計調査」の担当室（当時）になりますが、調査名の「特定」とは、経産省所管のサービス業に限定するものと、当時の統計審議会において整理されていたところです。この特定サービス業の両調査は、スタート時には、「物品賃貸業」、「情報サービス業」、「広告業」のわずか3業種の調査からでした。その後、クレジットカード業、エンジニアリング業といった、当時市場規模の比較的大きな業種を追加し、その後も順次、省内ニーズを踏まえて業種拡充をしてきたという経緯があります。この業種拡充の議論において、エンジニアリング業では、機械メーカー系の企業群とゼネコン系の企業群に大別され、両者の市場規模が当時は半々の割合であったこともあって、他省所管の分野も当該調査で調査できないか、もちろん共管調査としてですが、相手側に何度もお願いに上がったという経験があります。もちろん、日の目を見ることはありませんでしたが。もちろん、その後の業種拡大の取り組みにおいて、学習塾等、関係省庁と連携したうえで実査に結びついた業種もございました。この経験則もあって、業の所管云々といった点で、サービス産業全体に網をかける調査、経済センサスを立ち上げるとなると、統計局をベースに各省が連携して体制を構築する以外、絵に描いた餅で終わってしまうのではとの思いでございました。

そのほか、商業統計調査の調査設計に関わる点で、2～3追加してお話ししたいと思います。一点目は、たしか57年調査結果がまとまった後の頃だったと思いますが、調査結果の産業別表章にあたっては、もちろん直近改定時の日本標準産業分類に依るわけですが、小売業の分類に中分類で「各種商品小売業」、小（細）分類で「百貨店、総合スーパー」とあり、この定義は、「衣、食、住にわたる商品を小売りする事業所で、その事業所の性格上いずれが主たる販売商品であるかが判別できない事業所であって、従業者が常時50人以上のものをいう。ただし、従業者が常時50人以上であっても、衣、食、住にわたらない事業所は主たる販売商品によって分類する」とあります。商業統計調査においては、商品別の販売額を調査していましたので、衣・食・住の販売比率のうち、いずれかが突出しない場合に格付けされることとなりますが、各百貨店の販売戦略的などころもありますし、とりわけ、家具ですとか家電といった住関連の商品が専門店、大型総合スーパーの台頭もあって、百貨店のこれら商品の売場が縮小しはじめた時期でもありました。百貨店は、都会でも、また、地方の中核都市においても、名の知れた店舗でありますし、店舗数が全国でも3桁のレベルですので、地域表章との関係からも、産業の格付けにあたっては、なかなかむずかしいところがありました。そこで、当時、直近の調査結果における各店舗毎の衣・食・住の構成比率を出して見て、結果分析を行いました。この検討結果を踏まえて、以降の商業統計調査における百貨店の格付けにあたっては、「衣（中分類57織物・衣服・身の回り品小売業）、食（中分類58飲食料品小売業）、住（中分類59機械器具小売業、60その他の小売業）にわたる各種商品を小売りしていて、衣、食、住の販売比率が各々10%以上70%未満の範囲にある事業所で、従業員が50人以上の事業所を「細分類5611百貨店、総合ス

ーパー」に格付けするとの運用基準を定め、以降、今日まで運用されてきているところ  
です。また、同じタイミングで、いわゆる総合商社が分類される各種商品卸売業について  
も、日標上の定義は、「中分類 51 から 55 のうち複数の中分類にわたり、かつ、小分類 3 項目  
以上にわたる商品の仕入卸売りを行う事業所で、その性格上いずれが主たる事業であるか  
を判別することができない事業所であって、従業者が常時 100 人以上のものをいう。」と  
ありますが、ひとつの中分類に属する小分類 3 つ以上に特化した企業もみられたことから、  
商業統計独自の格付けとして、「卸売業の小分類 511 から 559 までの小分類を生産財（511、  
532、533、534、535、536）、資本財（531、541、542、543、549）、消費財（512、513、  
521、522、551、552、553、559）の 3 財に分け、3 財にわたる商品を販売していて、各財  
の販売額が卸売販売額の 10%以上の事業所で、従業者が 100 人以上のものを「細分類 5011  
各種商品卸売業」に格付けることとし、百貨店同様、運用してきております。この運用基  
準の整理にあたっては、当時の責任者として深くかかわり、当時の課長と大激論したこと  
も、印象に残っています。

もうひとつ、自慢話になってしまいますが、実査の面では、商業統計調査で初めて本社  
一括調査を導入し、平成 14 年調査に携わった際に制度化をいたしました。企業の本社・本  
店等における売上げデータのコンピュータによる集中管理が進んで、当該調査が事業所単  
位の調査であるため、各店舗では、調査票の作成、提出ができないとのケースが年々増大  
してきていました。それまでも、実査においては、調査員調査のイレギュラーとして、運  
用してきていたやり方なのですが、具体的には、傘下に複数の事業所・店舗を  
有する各企業本社に調査票の提出方法を聞き取った上で、調査員調査の対象から除く本  
社・本店取り扱い事業所として準備調査名簿のうえで区分整理をして、本社・本店が所在  
する都道府県において、当該企業の本社・本店から傘下の店舗分の調査票を一括して回収  
し、審査ののち、各店舗が所在する他の都道府県に回送する形になります。特に、本社の  
集中する東京、大阪は、この方式で調査票を回収、他府県に回送する作業が、調査をやる  
毎に、増大し、現場から不満の声が上がってきていました。調査票が回送されてくるのを  
待っているだけの県もあり、大都市圏側からすると不公平感もはなはだしいといった話で  
す。当時は、運用の世界でしたので、きっちりとした予算面の裏付けもありませんでした  
ので。そこで、この方式を調査員調査とは別の調査方式として制度化し、予算要求の段階  
から整理をすることにしたわけです。これが、「本社等一括調査方式」の正式な始まりにな  
ります。各都道府県の持ち対象数に応じた手当の配分と新方式に伴う事務処理経費を配分  
することに組み替えをしました。地方側からの不満の声が減り、併せて、総予算の削減効  
果も生まれました。この手法が、その後の情報化の進展を背景に、現在の経済センサス  
をはじめ多くの調査において標準的な調査方法として引き継がれてきているわけです。

森：調査において分野や業態が拡大していく中で、潮目が変わって収縮に転ずるとき、一  
時点で転換するのでしょうか。それともある業態は増加を続け、ある業態は減少に転ずる

ような局面を迎えるのでしょうか。

今井：様々な形態があると思いますが、徐々に増加、減少とそれなりの時間経過のなかで変化しているということではないでしょうか。商業統計調査等、大規模でしかも周期的な調査ですと、様々な変化の実態をタイムリーに把握するということには、限界がありますので、どうしても後追いの把握、振り返っての分析になってしまいますが。この種に関して、現役時代に私もさんざん悩みました。構造統計として、時系列比較の重要性は十分理解しているところですが、調査ニーズと客体負担のバランスといいたまいますか、調査資源の制約がある中で、この点にウエイトを置くのか、新たな変化を捉えるための新規の調査事項に 대응するのか、もちろん、その時々、の重さの判断、スクラップ&ビルドが基本ですが、いつもこの点には悩みましたね。現下の産業構造の実態を捉えるというのが、調査の主旨ですので、個人的には変化の芽を捉える方向で、可能な範囲で見直しに重きを置くとのスタンスで対応してきたつもりでおります。この結果は、様々ではありますが。

菅：昭和 57 年に初めて商業事業所が減少し、追加調査をなさったそうですが、この件について教えてください。今後、東京の人口が減少に転じることが予測されるなど、色々なデータが転換点に差し掛かっています。そんな中で、57 年の話は何か参考になると思います。

今井：昭和 57 年に、調査開始以来右肩上がりが増加してきた商業事業所数が、初めて個人の事業所の減少で、前回調査結果を下回りました。これは小売業のみの話で、卸・小売業合計ではかろうじて、前回調査比微増でありました。57 年は小売業について局面が変わった年、転換点でありました。大型店の台頭などにより、各地の商店街などの肉屋、魚屋、八百屋、牛乳屋などの小規模店の商売が成り立たなくなり始めたころでありました。小売業というのは我々にとって極めて身近な業態なので、その時分の商店街の様子を見ると、この年の調査結果のマイナスは領けるものであり、この調査結果は、マスコミ等においても、さほどセンセーショナルには取り上げられませんでした。当時は、その後のシャッター通りと揶揄されるまでは想定しえませんでした。その後、60 年調査において、初めて卸売業の事業所数が前回調査を下回りました。小売業と同様に、減少したのは個人の小規模卸売事業所であり、地域的にも業種的にも限なく減少に転じました。卸売業は主力の仕入れ先である製造業と関りが深く、当時、生産財中心の製造業が下火になってきた時期だったので、これに連動して卸売業が減少に転じたものでした。このころ、中小企業庁のビジョンでは、今後とも中小卸売業は緩やかな増加傾向で推移するものと見込まれるとしておりました。その見込みに反した調査結果となったことで、中小企業庁をはじめ省內的には、調査結果に問題があるのではないかという疑義が出されました。事務的には、調査結果の廃業や転業、休業など前回調査からの移動状況は、しっかり整理してありましたので、都道府県別、業種別に 3 年間の移動状況を整理してその増減（事業所数にして約 1 万 3 千

戸の減少) 数を省内の関係課室に提示し、説明をしましたが、残念ながら十分に理解を得られませんでした。そこで、定量的にこれら事業所の廃業・転業の要因・理由をしっかりと聞き取り、データにして示すしかないとの思いで、廃業・転業事業所を抽出し、二次的な追跡調査を行って、統計部門らしく統計データで示すことにいたしました。当時、地域は5つか6つに分けたと記憶しています。業種別にも偏り無く、60年調査で廃業、転業となった事業所のうち2000ほどを抽出し、二次の聞き取り調査用の名簿整理を行ったわけです。1週間くらいかけて課員総出で電話をかけまくり、廃業転業等移動状況の確認とその理由の聞き取りを実施しました。たしか1割程度は転業により格付け異動で商業対象から外れたというケースもありましたが、残り8~9割が廃業という結果でありました。また、その要因ですが、廃業事業所のうちの7~8割という圧倒的な回答割合を占めた廃業要因は、いわゆる「後継者難」による廃業というものでした。背景には、売り上げが年々厳しく、後継者もなく、ここらが潮時ということで、自分の代で廃業を決意したとの声が大多数だったと記憶しています。同業他社との関係から撤退等々、5つ程度の要因別に聞き取り結果を整理し、データ、グラフで、追加調査の結果を整理して説明し、最終的には、先方より理解を得るに至った次第です。数字で示すことの重要性、強いて言えば、統計データの重要性を改めて認識した事象でありましたし、省内的には、改めて商業統計調査の結果精度が評価されることに繋がった出来事でもありました。

菅：その結果は公表されたのでしょうか。

今井：対外的にはしなかったと思います。統計審議会の関係部会等では報告したかもしれませんが。

森：追加調査というのは、普段は実施されないのですか。

今井：通常、実施しないです。少なくとも、私が携わった40年の間では、今申し上げた、昭和60年の商業統計調査の追加調査の経験が最初で最後だったと思います。

菅：ちなみに国勢調査では制度として事後調査をやるのが国際的に決まっています。開発途上国の中には精度が悪く、事後調査で数千万人のズレがあるケースもあるので、国勢調査は事後調査をやらざるを得ません。

今井：事後に、電話等で内容を確認する、ヒアリングをするといったことはよくやりますが、調査として広く実施し、その結果を定量的に集計、分析をするといった作業を行ったのは、この時だけだったと思います。

菅：非常に興味深くて、納得しました。電話をかけるのは大変です。約 2000 件ですから、調査員が 10 人だとして、1 人 200 件でしょうか。

森：それよりも電話が繋がらないケースが多いのではないですか。

今井：廃業でも自宅で事業を営んでいたというケースが多かったので、繋がりましたよ。中には、もちろん繋がらなかった事業所もありましたが、個人経営が主体でしたので、結構繋がりました。

菅：確かに個人だから廃業届を出す必要はありません。

今井：昭和 57 年、60 年の調査結果が調査開始以来初の事業所数の前回比減でしたが、以降、平成の時代は、減少の一途でして、まさに、この時期が商業構造のある意味転換点でもあったわけで、大変貴重な経験でもありました。

菅：個人経営の小売自営業は特に減っています。大きな事業所はあまり減っていませんが。

今井：そうですね。個人経営の小売店は、消費者の購買行動に直結していますので、非常に厳しい時代ですよ。

宮川：色々面白いお話をありがとうございました。中小企業庁の話が出てきましたが、今井様のご経験の中で、省内の他の部署から「このような調査をしてほしい」という話や、調査の結果で分かったことをフィードバックするようなことはありましたか。経済産業省に属しているからこそ、政策と密着したような経験がおありでしたら教えてください。と言いますのは、現在経済産業省から総務省統計局に主要な統計がどんどん移管されています。そうすると、政策と直結せず、現状だと GDP 統計の精度を向上するというミッションだけが与えられている状態のため、GDP 統計に使わないからこの調査項目はいらないといった方向で話を進められることがあるかと思います。このままだと流通経路別統計編なども全く作られなくなるでしょう。私はこのままでいいのかと危惧しています。過去に政策と統計が絡んだところで、商業統計においてどのような話があったかをお聞きしたいと思います。

森：今の話と関係して、大店法の話がありましたが、大店法を所管している原局や所管から、このようなことを調べてほしいなどの提案があったかどうかを教えてほしいと思います。

今井：自分が関わってきた範囲で申し上げますと、商業統計において、省内の政策原課等の要望を受けて、新規の調査事項の追加といったことや、新業態の市場把握の必要性等から、取り組んできました。大店法との関係で、小売業について、「専用駐車場の有無とその台数」について新規項目として追加したこと、当時、大店舗の出店調整に際し、売り場以外の店舗面積の把握や、交通渋滞などを含めた周辺環境対策に資するデータの必要性から、新たに追加把握したことがありました。また、小売業態といった切り口での表章の必要性から、調査事項を組み合わせることで固有の業態定義を定めて別集計してきています。例えば、コンビニエンスストアであれば、「営業時間が14時間以上、若しくは終日営業」、「セルフサービス方式を採用している」、「売場面積が50~300平米」、「飲食料品の売り上げが主体」といった条件で区分しています。調査事項のうち、「営業時間」、「セルフサービス方式採用の有無」、「売場面積」、「商品別販売額」の各事項から定義を定め、格付けしており、この業態区分の必要性から、営業時間については終日営業か否かを含め、調査事項に追加し調査をしてきています。また、連鎖化事業の推進といった行政ニーズを踏まえ、コンビニに代表される、フランチャイズチェーンやボランタリーチェーンへの加盟状況を新たに調査項目に加えたのもこの頃でした。また、行政とのかかわりといった点で、忘れられない経験があります。先ほど、ご紹介しました、産業分類格付けにおける百貨店の格付けの運用基準を60年に定めた時分のことであります。具体的には、57年調査と60年調査で「市区町村偏」の産業別表章において、秋田県内のある市で、57年に一店舗あった百貨店が廃業していないのに、60年に0との結果が発生しました。商業統計の運用基準の変更に伴う事象です。他方、当時、その市内に大型の総合スーパーが出店準備を進めていて、商業調整協議会が紛糾していたタイミングでもありました。この調査結果を受けて、某新聞社の秋田支社の記者から、「大型店が出店しやすくするよう、百貨店数を消したのではないか」といったクレーム混じりの照会でありました。もちろん、政策原課とは、一切コンタクトはとっておりませんでしたし、あくまで統計部門における、運用の見直しに伴う事象である旨の説明をし、理解を求めました。が、タイミング的には、より慎重な判断が必要だったとの反省の念もありました。もっとも、両者一線を引いての対応故に、このようなことになったのですが。統計の独立性、中立性といった視点について、身をもって貴重な体験をいたしました。

宮川：ありがとうございます。細かい話になりますが、商業統計では流通経路別統計編のために卸売業の仕入先と販売先のデータが取られていましたが、経済センサス活動調査ではそのようなデータを取りませんでした。商業統計調査が無くなった後、そのような調査項目は永遠になくなってしまいうような感じで進んでいます。次の経済センサスでも調査しないことが決まったようです。このデータは流通経路別統計編を作るうえで重要なものだと思うのですが、無くなってしまい大丈夫なのでしょうか。また、仕入先や販売先の調査項目あるいは二次加工統計としての流通経路別統計編はどのような経緯で作られ、どの

ように扱われていたのかをお聞きしたいと思います。

今井：54年から57年あたりから、卸売業の二次加工統計として、流通経路別統計編を作り始めましたが、当時の省内ニーズとして、流通構造の多段階化の解消に向けた議論がありました。ご存じのように、卸売業はメーカーと消費者の間に位置する業種です。

近年は卸売を通らないようなケースも多いですが、一般的には、最短の経路が卸売業者がメーカーから製品を仕入れて小売業者を通して消費者へという流れになります。当時の商業統計調査の結果では、卸売業の市場規模（販売額）が450兆円程度、小売業が150兆円程度の市場規模であったと思います。製品単価が変わらないと仮定して、1対3の市場規模です。商業統計の担当になった当初、「卸の市場規模の大きさになんで？」との一つの疑問点であったことをおぼえています。さまざまな要因が考えられますが、事業所単位の調査故の卸売業の多段階化といわれた卸売業間での取引の多さに他なりません。とりわけ、その代表が繊維産業でした。当時、この卸売業の流通構造、経路の実態を把握すべしとの省内ニーズがありました。このニーズに基づいて、法人の卸売業について、商品の仕入先と販売先がそれぞれどこで、その販売額割合が何%かを調査していました。仕入れ先区分として、本支店間、製造業者、卸売業者、国外等、販売先区分として、本支店間、卸売業者、産業用使用者、小売業者、国外のおおの区分毎に、取り扱い比率を記入してもらい、仕入先と販売先のそれぞれ最大の構成比をもって、流通経路毎に一次卸、二次卸、三次卸といった流通段階に格付け区分して表章するわけです。当時の結果からは、やや記憶があいまいですが、一番経路が短い製造業者から仕入れて小売業者へ販売する一次卸に該当するのは、全体の1割程度しかなかったように思います。当時は省内的な政策課題であったこともあり、調査結果には、それなりに反響があったことを記憶しています。卸売業自体、昨今は、様変わりしていますが。

菅：流通経路別統計編は林周二先生のアイデアでしょうか。

今井：自分は承知はしていませんが、当時、先生には多方面で指導をいただいております。結果表章をスタートさせた目的や意義、位置づけといったところは今お話した通りですが、二度目に担当として着任した当時の結果表自体の評価という点では、仕入先と販売先の実態が業種ごとにそれなりの特徴をもって把握できたとのメリットはあったと思います。しかしながら、何分、仕入先と販売先の最大比率をもって流通段階を決定し、その事業所における卸売りの総販売額を集計する形でありましたので、専門商社のように、取扱品目が限定されているケースですと実態に近い結果が読み取れますが、10数年の間に、各卸売業者における取り扱い商品の増加に伴い、仕入先も販売先も多様になってきていました。結果として、流通段階の格付けに用いる仕入先、販売先における最大比率が大きく低下することとなるわけで、この格付け方式での集計では、限界といいたいでしょうか、集計結

果にミスリードするくらいもあったりして、表章にあたって、利用上の注意等で、その点に留意する旨、強調したりとの対応を取ってきた経緯もありました。

宮川：今の話ですと、昭和 57 年当初は流通の多段階と言った話は最前線で、短くしようという政策課題もあったということですね。ですが時代と共に、データを取ることの難解さとは別に、政策としてもあまり課題として浮上してこなかったという面もありますか。

今井：そうですね。現下の状況は十分承知していませんが、その後の様々な対策の結果、この課題は一定の成果、改善がなされてきたという整理だったと理解しています。

宮川：ありがとうございます。

菅：商業統計ではマージンの把握についてはそれほど熱心にやってこなかったと思いますが、近年はマージンの把握が重要視されてきています。商業統計では販売額を把握するのがメインだったと思いますが、その背後にはマージンのデータがとりにくいといった側面が影響していたのでしょうか。

今井：その通りです。当時から強いニーズがあったことは承知しておりますが、何分にも、調査客体側からの記入拒否、しいては調査拒否との抵抗が極めて高い事項ということで、かねてから、要慎重対応の案件でもありました。この点につきます。しかしながら、いつからだったか、時期は定かではありませんが、その後の検討を経て、調査単位の事業所毎、商品毎の仕入額の把握は実査上の困難性から立ちゆかなかったのですが、何とか本件に関わるデータを提供しようと、企業単位で商品仕入額の総額を把握することとしたのです。商業統計調査は、もちろん事業所単位の調査であります。商業の本社事業所、単独店（一企業一事業所）は企業本社でもあるわけで、企業全体の活動状況についても一部調査する仕組みの調査票設計としていました。この本社・本店のみの調査票欄で企業全体の商品仕入額、のちには、このうちの電子商取引の割合等を把握するなどの見直しを実施してきていますが、商品仕入額の把握に舵を切りました。

菅：ありがとうございます。宮川先生いかがでしょうか。

宮川：納得しました。ありがとうございました。あとは、分類の話をお伺いしたいです。現在日本では商業部門の生産物分類の構築に取り組んでおり、これが商業統計の品目に該当するものになると思います。そうすると、産業分類の方はこれまでとは全く違う方向性で定義するというのもあり得るのではないかと思います。つまり、売っているものの種類によって生産物を分類し、産業分類については売っているもので分類をするわけではな

ということになります。当時生産物分類が存在せず、産業分類だけの中で、どのようなコンセプトで分類体系を作ってこられたかをお伺いしたいと思います。

今井：難しいですね。もう少し私にもわかるようにお話いただけますか。

宮川：例えば商業統計には業態分類もありますが、業態分類の1つであるコンビニエンスストアを1つの産業とすることもできなくはないですよね。産業分類で業態を捉え、何を売っているかを生産物分類側で捉えると、どのようなところで何を売っているかが分かると思います。ただ現状、諸外国含めそのような体系にはなってはいないと思います。当時は生産物分類はなかったので、どのようなコンセプトで分けられたのでしょうか。

森：それは二次元なのかもっと多次元なのか。要するに、売り方と業態は別の説明軸であり、その軸が何種類かあって小分けして最終的に何をうっているかといったような感じでしょうか。

宮川：分類を改定するといった話はあったのかどうかや、業態分類がなぜできたのかを教えてくださいたいです。やはり産業分類ではカバーしきれなかったということですかね。

今井：ご指摘の通りです。先ほども申し上げましたが、小売業であれば魚屋などの商店街にあるような店舗が徐々に衰退して、世の中の働き方、消費者の購買行動の変化に応じて品揃えを豊富にしたドラッグストア、コンビニなどの新しい業態が出てきました。これらの変化に応じて、これまでのような取り扱い商品による産業分類では小売業全体を色分けすることが難しくなってきました。商業統計独自の業態別統計を開始したゆえんです。その後、小売業の業態変化に応じて、産業分類の改訂作業において、順次、業態分類を拡充してきたわけですが、その際、すでに業態統計としてそれぞれ新業態の市場規模が把握出来ていたことが、産業分類において新設特掲するに際し、大変助かりました。定量的にデータで市場規模等の説明ができたわけですから。まずコンビニエンスストアを飲食料点小売業の細分類として起こし、次の改定でドラッグストアとホームセンターを新設特掲しました。扱う品目による切り口の産業分類体系の中で小売業のみ分類体系を変更することは統計間比較の観点からも難しかったため、ある意味無理やり、全体の体系にそぐわない中で業態というカテゴリーを起こしたのです。また、コンビニエンスストアの新設にあたっては、当時のコンビニは食料品主体でのスタートだったので、食料品小売業の中に新設しましたが、各種商品小売業に置くべきだという主張もありました。業種主体の切り口の体系に業態の切り口を持ち出したわけですが、そうは言っても、時系列比較の観点から、過去の小分類、中分類のレベル間での格付け移動が出来るだけ起きないよう配慮した整理だったと思います。ドラッグストアも、名称のごとく、医療品・化粧品販売額が主たる店舗

という定義でやっていますが、今や食料品、飲料の売り上げ構成が主体という店舗も見られますし。小売業分類の切り口を変えた抜本改定を行うとなると、過去との比較ができなくなるというデメリットはありますが、昨今のめまぐるしい小売業の構造変化をみると、抜本的検討の時期かなともいえるでしょうし、先生方がご尽力された生産物分類を用いて、今後どういう形で調査を設計していくのかといった点も含めた大きな議論もあると思っています。

宮川：当時業態分類を入れたのは非常に面白いと思います。産業分類も守っていかなければならない中で、新たな業態をどう反映させるかということを考えて作られたというのは、当時の雰囲気分かりました。他にも改善点はあったけれども、議論の段階までで実現されなかったトピックはありますか。

今井：他省庁と衝突したことは何度もありましたが、形にならなかったものはさほどなかったですね。強いて言うなら、さきほどお話した業所管のからみで、エンジニアリング業の話をしたしましたが、何十兆円もの市場であるにも関わらず、標準産業分類上は今でも分類名称は起きていません。上位分類を機械関係の方に置くか建設業の方に置くかとの相容れない議論でありました。

宮川：製造小売業に関して議論はありましたか。

今井：あまり記憶にはないですね。ただ、豆腐屋さんで、店頭販売のほか、町内のスーパーに卸しているといった事業者があって、その年の売り上げの多寡で、商業になったり、製造業になったりとのことで国際分類に倣って、整理すべきといった話はあったように思います。

菅：ありがとうございます。商業統計の歴史をお聞きして大変勉強になりました。せっかくなので、活動調査のお話も聞きたいと思います。私も活動調査に関わった人間の 1 人なのですが、活動調査が実現可能だとお考えになったのはいつごろでしょうか。つまり、私がアメリカに取材に行っていた頃は、とても実現できないといった雰囲気でも物語を聞いているようでした。しばらく経って本当にできそうだという雰囲気が出てきたのですが、現場の感覚としては当初から実現できるといった感触でしたか。それとも、夢物語だと感じていたのかを教えてください。

今井：スタートは、平成 13 年頃だったでしょうか。統計行政の新中・長期構想の中に 2~3 行、全産業にわたる経済活動を同一時点で網羅的にとらえる統計調査の整備に向け、関係省庁で検討を進めるといったような文言だったと思います。全サービス産業の把握と、同

時に既存の関係統計調査との関係の整理も念頭にありましたので、関わりの深い当省、総務省は、当時、検討することはやむなしといった認識であったと思います。経済省のなかでも文言の書き込みにあたっては、既存の工業統計、商業統計の将来像とセットの話でありましたし、かなりの議論がありましたよ。

菅：新中・長期構想の時に路線は確定していたということでしょうか。

今井：段階的にやらなければいけないと感じていました。目指すけれども、当省のみの話ではないので、他省の対応含め今後の検討次第といったところだったと思います。個人的には、言い出しっぺのグループでしたし、後には引けないなといった思いはありました。総務省の統括官室に、検討会の事務局が設置され、全省庁だったと思いますが、各省の関係課室長レベルの検討会が開始されました。検討が開始され、たしか3年程度で、調査の枠組みとして関係する既存調査との関係を含めて整理がなされました。枠組みが策定され、各省合意まで到達できたのは、なんと言っても当時の担当審査官の強いリーダーシップがあったと思っています。個人的には、詰めまくられ、その姿勢に引っ張られたといったところだったと思います。新中・長期構想には「検討を進める」と文言を濁したものの、審査官曰く、書きこんだのだから結論出すまでやりきるというスタンスでした。個人的には、審査官がいなかったら、立ち上げまでいかなかったと今でも思っています。

菅：それくらいリーダーシップがあったのですね。企画がスタートしたのが2003年くらいですから。トータルでは10年かかりました。

今井：この検討会の座長を務められた清水先生や委員として参加されていた舟岡先生にも様々な指導をいただきました。また、その後の調査の設計にあたっては、今は亡き松田先生を青森まで訪ね、一対一で講義を受けたこともありました。「俺がお前にできることは講義することしかない」とよくおっしゃっておられました。夜間にも何回か経産省まで来てもらって個別に指導を頂きました。調査の設計自体は松田先生が描いていた構想とは、やや異なりましたが、熱心にご指導をいただきました。多くの先生方から様々なご指導をいただき、重ね重ね感謝しかないです。

菅：今日は本当にありがとうございました。貴重なお話をありがとうございました。

# 商業統計調査から経済構造実態調査へ

菅 幹雄\*

## はじめに

令和2年(2020年)、商業統計調査は、「公的統計の整備に関する基本的な計画(平成30年3月6日閣議決定)」における経済統計の体系的整備に関する要請に基づき、経済センサス-活動調査の中間年における経済構造統計の整備・充実を図るため、経済構造統計に統合・再編され、廃止された。昭和27年(1952年)に調査を開始して以来、約70年の歴史に区切りをつけることになった。筆者は経済産業省および総務省統計局の研究会に参加し、商業統計調査の経済構造統計への統合・再編に関係した。本稿の目的は、今回の統合・再編の背景を整理し、その経緯を記録に留めることである。

## 1. 商業統計調査の特徴

まず商業統計調査とはどのような調査だったのかを整理しておこう。商業統計調査の特徴は、(1)調査対象が卸売業、小売業だけでなく、かつては飲食業も含んでいたこと、(2)調査単位が事業所、(3)抽出方法が全数調査、(4)調査時期が周期調査(2年以上の周期間隔で実施される統計調査)、(5)調査の目的が商業に関する施策の基礎資料を得ることであった。

(1)商業統計調査の調査対象は卸売業、小売業だけでなく、かつては飲食業も含んでいた。商業統計調査の沿革<sup>1</sup>には昭和33年に「甲及び乙調査から飲食店を切り離して丙調査(飲食店調査用)とし、甲、乙、丙の3種類の調査票に分割」したこと、昭和60年に「財政上の事情により甲・乙調査と丙調査を分離し、丙調査は甲・乙調査の翌年に実施することに変更」したこと、「丙調査は、…平成4年調査をもって調査中止」されたことが記されている。昔は運輸業、通信業などは公共企業体(日本国有鉄道、日本電信電話公社)や国営(郵政事業)であったから、商業統計調査は民間のサービス活動のかなりの部分をカバーしていた。

(2)調査単位が事業所であったことは、調査結果の地域表章が可・不可と関係している。日本標準産業分類一般原則では事業所を次のように定義している。「経済活動の場所的単位であって原則として次の要件を備えているものをいう。①経済活動が単一の経営主体の下において一定の場所すなわち一区画を占めて行われていること。②財又はサービスの生産と供給が、人及び設備を有して、継続的に行われていること」<sup>2</sup>。ポイントは場所的単位であるからこそ、地域表章が可能であったことである。企業調査では、本社所在地で地域表章される。本社は東京、大阪に集中している

\*法政大学経済学部教授・法政大学日本統計研究所所長

<sup>1</sup> 経済産業省ホームページ「商業統計」、アドレス:

<https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syougyo/gaiyo.html#menu04>

<sup>2</sup> 総務省「日本標準産業分類(平成25年10月改定)(平成26年4月1日施行)」、アドレス<

[https://www.soumu.go.jp/toukei\\_toukatsu/index/seido/sangyo/H25index.htm](https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/sangyo/H25index.htm)>、アクセス日:2020年5月23日

から、企業調査では地域経済の実態はわからない。なお調査単位を事業所とするときの問題は、報告者が調査票に記入できるかである。商業統計調査が開始した時点(昭和 27 年)においては、多くの商店は零細であり、個人経営の単独事業所であった。事業所＝個人企業であるから、報告者は帳簿をそのまま転記すればよかった。調査単位と経営単位の違いによる記入上の問題はなかった。

(3)全数調査であったことは、わが国では流通政策上、都道府県のみならず、市町村や商店街レベルという細かい地域表章のニーズがあったことに関係している。全数調査ならば、市町村や商店街レベルという細かい地域表章が可能である。それでは標本調査ならばどうであろうか。経済産業省の研究会では、試みに標本調査(層化抽出)で商業統計調査を設計してみたが、都道府県レベルでさえ、抽出率が高くなる都道府県が多く出てきて、標本サイズが大きくなりすぎ、調査・報告負担はかなり大きいことが確認された(経済産業省(2018))。これならば全数調査にして、ただし調査頻度を少なくする(2年以上の周期で実施する)方がよい。

全数調査のデメリットは報告者負担が大きいことである。全ての事業者が詳細な帳簿をつけているわけではない。いわゆる「白色申告」の事業者は、複式簿記による帳簿や青色申告決算書などは必要なく、簡単な記帳による収支内訳書の提出のみで済む。記帳する内容は、売上先や金額などの収入、必要経費などで、特に簿記の知識がなくても対応できる。だが、調査事項によっては記入が簡単ではないときがしばしばある。そうすると調査者がケアをする必要がある。また、大量の調査員を雇用しなければいけないが、人口が増加している時代にはそれが可能であった。

(4)調査の時期が周期調査であったのは、調査頻度を少なくして全数調査を行うためである。すなわち商業統計調査は、昭和 27 年(1952 年)に調査を開始して以来、昭和 51 年(1976 年)までは 2 年ごと、平成 9 年(1997 年)までは 3 年ごと、平成 19 年(2007 年)までは 5 年ごとに本調査を実施し、その中間年(本調査の 2 年後)には簡易調査を、平成 19 年以降は経済センサス活動調査実施の 2 年後に実施していた。

周期調査のデメリットは、国民経済計算の推計に活用しにくいことである。国民経済計算は毎年推計されるからである。ただし、商業統計調査の目的は「商業を営む事業所について、産業別、従業者規模別、地域別等に従業者数、商品販売額等を把握し、我が国商業の実態を明らかにし、商業に関する施策の基礎資料を得ること」であって、そこには「国民経済計算」という文言はなかった。

(5)調査の目的が「商業に関する施策の基礎資料を得ること」とは具体的にどういう意味であろうか。そもそも「商業に関する施策」とは何であろうか。これに関連するものとして、「流通政策」を見てみよう。前者は後者の一部ではあるが、その大きな部分を占めているからである。

渡辺(2001)によれば、「流通政策」とは生産から消費にいたる流通の機能や活動を対象に実施される公共政策であり、その目的は流通の「望ましい状態」を達成することである。「流通の望ましい状態」とは生産と社会をつなぐという流通システムの社会的・経済的機能が、効率的かつ有効に発揮されているかどうかにある。その流通政策の中に「流通活動の調整に関する政策と振興に関する政策」がある。「調整政策」とは、競争条件の調整という観点から、大企業からの競争圧力を緩和す

ることによって中小事業者の事業機会を確保することを目的とした政策である。「振興政策」とは、経営資源的にみて大企業に比べ劣位な中小事業者を、市場メカニズムに基づく公正な競争のルールの下で、健全な競争主体として育成し自立を促したり、環境変化への適応を支援する施策である。わが国では調整政策として大規模小売店舗法と振興政策としての中小小売商業振興法が相互補完的な政策体系を形成していた。したがって、「商業に関する施策の基礎資料を得ること」とは、大型店の出店の影響を受ける中小小売商の事業所数、従業者数(特に個人業主数と家族従業者数)、商品販売額を把握することであった。渡辺(2001)は次のように書いている。

大規模小売店舗法と中小小売商業振興法の制定にもかかわらず、中小小売商の経営環境は好転しなかった。そのため70年代末以降、大規模小売店舗法の改正や運用強化によって、大型店の出店を制限する方向に調整政策はシフトしていったが、中小小売商の衰退や商店街の地盤沈下などという大局的状况に変化はなかった。とりわけ衝撃的であったのは、85年商業統計における中小小売商を中心とした小売商店数の激減であり、中小小売商点数の減少傾向はとどまることなく現在も続いている。(下線は著者による)

この記述は商業統計が商業に関する施策にいかに関与したかをうかがわせる。

流通政策の主要な価値基準は、「流通の効率性」と「有効性」にある。こうした価値基準に基づく政策目標には①流通生産性の向上、②競争公平性の確保、③取引便宜性の向上、④配分平等性の確保がある。流通政策の主要な価値基準である「流通の効率性」はどのように測っていたのか。林(1962)は高度成長にとってもっとも直接的なボトルネックになっているものの一つとして商業を中心とした流通部門をあげて、その効率性の遅れについて次のように述べている。

数年来つづいた各産業における生産諸部門の設備拡張と近代化、それに伴う出荷増大と生産性向上にくらべて、いわゆる商業部門は、この間依然として旧態の殻を大きく破ることができなかった。旧来の卸・問屋の機構や小売商の体制が弱体で、増大の一途を辿る生産物を高能率で消化しえないことに気づいたメーカーは、いわゆるディーラーヘルプス<sup>3</sup>のあの手この手に狂奔しはじめた。

わが国では流通の多段階性が不効率の原因の一つであると考えられた。流通の多段階性の指標として W/W 比率があった。W/W 比率とは、卸業販売額から本支店間取引額を差し引いたものを、卸売業以外のユーザー向け販売額(小売業向け・産業用向け・国外直接輸出向け・消費者向け)で割った値であり、数値が1に近いほど卸売業者間の取引回数が少ないことを示す。商業統計調査とは、この W/W 比率を計算するために年間商品仕入額の仕入先別割合と、年間商品販売額のうち販売先別割合を調査していた(図 1)。

<sup>3</sup> メーカー(ときには卸売商)による自社製品の販売店に対するさまざまな支援の総称。

16 年間商品仕入額の仕入先別割合	① 本支店間移動	② 自店内製造	生産業者		⑤ 卸売業者 ・その他	⑥ 国 外 (直接輸入)	合計
			③ 親会社	④ その他			
平成18年4月から19年3月までの1年間(この期間で記入困難な場合は最寄りの決算日前1年間の商品仕入額について その仕入先別割合を整数(小数点以下は四捨五入)で記入してください)	%	%	%	%	%	%	100 %

17 年間商品販売額のうち卸売販売額の販売先別割合	① 本支店間移動	② 卸売業者	③ 小売業者	④ 産業用使用者 ・その他	⑤ 国 外 (直接輸出)	合計

図1 平成19年商業統計調査の調査票(一部)

その当時の流通が不効率であった原因の一つとして、中小小売商店が多数存在したことがあった。伊東(1970)は次のように描いている。

義務教育を終えて、住み込みで働く小僧さん、店員一かれらは戦前は年二度のおしきせとこづかいだけで、朝早くおきて道路をはき、夜おそくまで店に立って働いたそれは年季があけた時店をわけてもらえるという希望があったからである。やがて一軒の店を持ち、田舎の両親一戦前その多くは小作人であった一を呼び、東京見物をさせ、またできれば国から小僧を雇い故郷に錦をかざるとい夢を持っていた。日本の商店が、つねに小商店群出の圧力を持っていたのは当然といえる。日本は小規模な数多くの商店をかかえ、そのひとつひとつの商店が一商品当り多くの流通マージンを吸収してしまうという非合理的な流通の末端機構を持つようになった。

こうした「非合理的な流通の末端機構」が物価上昇の要因の一つになっていることを指摘したのは高須賀(1972)である。高須賀は「生産性格差インフレーション」を以下のように定義した。

経済の異種産業間に生産性格差が発生し、生産性の高い産業で価格を硬直的に維持すれば、等価交換比の傾向があるかぎり、生産性の低い産業では価格騰貴が生ずる。つまり従来等価交換されていた商品のうち一方で生産性が二倍になったにもかかわらず、価格が一定ならば、他の商品は価格が二倍にならなければ、以前と同じ交換条件とはいえない。こういう形での価格上昇をひとまず「生産性格差インフレーション」と呼んでおこう。

まさに、「小規模な数多くの商店をかかえ、そのひとつひとつの商店が一商品当り多くの流通マージンを吸収してしまうという非合理的な流通」(伊東)こそが「生産性の低い産業」であった。そして当時は今日とは違って物価上昇が大きな問題となっていた。このような背景のもとで流通の効率化が物価対策に有効であると考えられ、注目されていたのである。

## 2. 商業を巡る状況の変化

商業統計調査を開始した頃と、今日では商業を巡る状況は大きく変化した。それに対して商業統計調査の特徴が時代にそぐわないものになってきていた。個人事業所が減少する一方で、傘下に複数の事業所を所有し経営する複数事業所企業(スーパーやコンビニ)の事業所数が増えていた。こうした複数事業所企業では、調査単位と経営単位のズレが生じるようになっていた。例えば、仕入を事業所ではなく、本店で一括して行うケースが出てきた。事業所では仕入額を知らないの、仕入額を記入することは難しくなっていた。そこで商業統計調査では仕入額を本店(企業単位)で記入するなどの工夫がなされていた。だが、仕入額と同様に事業所では記入できない項目は増えていた。ちなみに経済センサス-活動調査において、単独事業所企業と複数事業所企業に分けて調査を実施するという調査手法をとっているのは、こうした事情を配慮したためである。ちなみに単独事業所企業と複数事業所企業概念は、もともとは米国経済センサスのシングル・ユニット(single units)とマルチユニット(multi units)という概念を導入したものである<sup>4</sup>。

かつて林(1962)が指摘した不効率な流通の多段階性については、W/W 比率が 1976 年の 1.71 から 2007 年には 1.57 まで低下し、流通経路が短縮していた。そもそも流通の不効率が問題となったのは、それが物価を押し上げる要因と考えられたからである。だが、わが国では 1999 年以降、デフレーション(以下、「デフレ」と略す)に突入した。その頃、流通革命等で生産性が上がり、物価が下がっていったという「良いデフレ」の意見<sup>5</sup>があったように、物価を押し上げる要因としての不効率は解消されたと認識された。

表 1 W/W 比率の推移

	卸売業全体の販売額 (兆円)	本支店間移動 (兆円)	本支店間移動を除いた 販売額 (兆円)	卸売業者以外の販売額 (兆円)	W/W比率
1976	217	15	202	118	1.71
1979	268	18	250	144	1.74
1982	391	23	368	214	1.72
1985	421	26	395	248	1.60
1988	439	30	410	253	1.62
1991	565	29	535	325	1.65
1994	509	26	483	299	1.62
1997	475	24	451	292	1.54
2002	410	17	393	253	1.56
2007	411	24	387	247	1.57

さらに日米構造問題協議をきっかけとして、大規模小売店舗法が緩和され、最終的に廃止されるようになった。これにより、中小小売商店数は大きく減少し、いわゆる「シャッター通り」(シャッターを下ろし、営業をしていない店舗が多く並ぶ、駅前や市街地にある、衰退した商店街)が各地で出現した。大規模小売店舗法の廃止の代わりに制定された大規模小売店舗立地法は、大規模小売店

<sup>4</sup> 菅・宮川(2014)でシングル・ユニット(single units)とマルチユニット(multi units)を紹介している。

<sup>5</sup> 『2001年(平成13年)度 経済財政白書』

舗(小売店舗の面積が1,000平方メートルを超える施設)の出店に際して、買い物客等による交通渋滞やお店から発生する騒音・ゴミ問題など、周辺地域の生活環境に与える影響を考慮することが目的である。同法には大規模小売店舗法のような調整項目が存在せず、中小小売商店の実態把握というニーズは薄れた。

一方で宮川(2020)が述べているように、国民経済計算のGDP推計において、商業マージンの精度が問題となりつつあった。従来、商業統計調査では商業マージンの把握に重きを置いていなかった。個人事業所は商品仕入額を記入することが難しかったからである。そのため、商業統計調査では、個人事業所あるいは、法人でない事業所は年間商品仕入額の記入を免除していた。法人企業については本店で企業単位の年間商品仕入額を調査していた。

### 3. 統計体系の変化

商業統計調査を開始した頃と、今日では統計体系も大きく変化した。まず、行政記録情報の活用、経済センサス-基礎調査、経済センサス-活動調査が開始され、それを活用してビジネスレジスターの整備が進んだ。また政府では産業連関表の供給・使用表(SUT)への移行が決定した。わが国の産業連関表は約400部門という詳細さと専門的な技能がある作成者による高い精度の表として高く評価されてきたが、国際標準ではなかった。わが国で産業連関表作成のベースとなったのは経済産業省生産動態統計調査と工業統計調査である。生産動態統計調査は、品目別に生産量と原材料投入量を毎月調査しており、抜群の精度を誇っていた。ただし、生産動態統計調査はカバレッジを75%確保するように設計されていたので、残りを補うために工業統計調査が用いられた。高度成長期は製造業のウェイトが高く、生産動態統計調査及び工業統計調査中心でも精度の高い表を作成可能だった。ただし生産動態統計調査はもともと、第二次世界大戦後の経済統制のために開始された統計であり、海外にも類似した調査は少なかった。したがって、わが国の産業連関表の作成方法は国際標準になりようがなかった。そしてわが国の経済的地位が高かった頃は、日本の独自性はプラスに評価されたが、低下するにつれマイナスに評価されるようになった。またサービス業のウェイトが高まったため、サービス業をカバーする統計が必要になり、それが経済センサス-活動調査、そして経済構造実態調査の創設につながったが、これらのデータを活用した場合の産業連関表の推計方法は従来とは当然ながら異なるものにならざるをえなかった。

さらには産業連関表の供給・使用表(SUT)への移行だけではなく、年次ベースの供給・使用表(年次SUT)が求められるようになった。そのために経済センサス-活動調査の中間年の年次産業統計調査が開始されることになった。これが経済構造実態調査である。同調査では、ビジネスレジスターの情報をフルに活用することによって、企業単位で調査しながら、都道府県単位の表章が可能になった。国民経済計算推計の基礎資料の提供と、地域のデータニーズを両立させることに成功したのである。

より詳しく説明すると、以下のようになる。ビジネスレジスターは、事業所の母集団名簿データベースのことであるが、単なる母集団名簿ではなく、多機能性がある。企業組織構造(企業と事業所のリンク)に関する情報が格納されているので、事業所単位のデータを企業単位に変換することが、

あるいはその逆も可能になった。すなわち、企業単位で調査したデータを、事業所単位に変換することが技術的に可能になった。したがって、企業単位の調査でも、都道府県レベルであれば地域表章は可能であり、将来的に技術が進めば、より細かい地理区分での表章もできる可能性がでてきた。地域で層を切らなくて済むのであれば、標本調査(層化抽出)の標本サイズは少なくなる。

#### 4. 商業統計調査の見直しの検討

こうした状況下、経済産業省において商業統計調査の見直しの検討が行われた(経済産業省(2018))。その基本的な考え方は、従前の商業統計調査で把握していた調査項目について、

①(基準年として)5年に1回調査する項目

②毎年調査する項目

に整理し、①については「経済センサス-活動調査」での把握を検討、②については見直し後の商業統計調査(年次調査)で把握するというものであった。

調査事項については、「見直し後の商業統計調査(年次調査)は、GDP 統計の精度向上等の観点から、毎年必要な調査項目に重点化して把握することとする。具体的には、年間商品販売額や年間商品仕入額など、GDP統計の精度向上に必要な商業マージンの算出に必要な調査項目や生産性把握に必要な調査項目に重点を置き、他の調査項目は、調査手法に合った調査項目の設定、結果精度の確保、調査客体の負担軽減の観点から、年次調査としては実施しない。」とされ、「商業に関する施策」から「GDP 統計の精度向上」に重点を移していた。

また調査方法については「効率的に調査を実施し、早期に公表する必要から、平成 28 年経済センサス-活動調査の確定名簿を母集団とし、調査対象事業所・企業を抽出する標本調査による実施を検討する。」とされた。ただし、標本調査の設計は容易ではなかった。詳細な地理区分での表章という制約が残っていたからである。

こうした商業統計調査の見直しの検討の中、商業統計調査の経済構造実態調査への再編・統合案が浮上した。

#### 5. 経済構造実態調査への再編・統合

もともと経済構造実態調査はサービス産業を対象として開始されたが、商業にも同様な手法を応用することが提案されたのである。総務省統計局及び経済産業省の研究会で試算してみたところ、調査が実施可能な標本サイズに収まることが分かった。そうすると、(1)事業所単位、(2)全数調査という制約がなくなり、かつ毎年実施できる見通しがたった。国民経済計算推計への基礎資料の提供も可能になったのである。経済産業省(2018)は次のように記している。

商業統計調査を取り巻く政府統計の統計改革の状況については、一昨年来の政府部内の統計見直し議論を経て、平成 29 年 5 月に統計改革推進会議の最終取りまとめが行われた。これを受けて、経済産業省は、年次化する商業統計に加え、サービス産業関連統計、工業統計等により構成される、GDP統計の推計等に必要な項目を産

業横断的に把握するための新たな枠組みである「ビジネスサーベイ(仮称)」の創設に向けて、経済センサス活動調査の中間年の経済構造統計を作成するための基幹統計調査として「経済構造実態調査(仮称)」を2019年度から総務省との共管により創設するべく検討することとし、経済産業省単体で実施していた商業統計調査の今後の在り方に関する見直し作業を中止し、以降は、総務省と共同で検討を行った。

こうして商業統計調査の経済構造実態調査への再編・統合が決まった。ただし、商業統計調査の調査事項のうち削除されたものがあった。それは W/W 比率の計算に係る調査事項であった。わが国の流通構造の不効率性の原因とされた流通の多段階性は短縮され、物価を押し上げる要因では最早なくなった。一方で供給・使用表の作成のための中間投入に関する調査事項が設定されたが、この調査事項の報告者負担が高いことが懸念され、必要性が相対的に低い調査事項は出来るだけ削減することになった。

だが、宮川(2020)が指摘しているように、W/W 比率の計算に係る調査事項には GDP 推計の精度向上につながるものがある。供給・使用表作成の目的が GDP の精度向上であるとすれば、皮肉なことである。中間投入に関する調査事項が安定して調査できるようになったら、調査事項を一部復活することを検討してもよいのではないかと考える。

ところで、商業統計調査で提供されてきた集計表の中には、令和3年経済センサス活動調査の集計表として拡大して引き継がれることになったものがある。以前の商業統計調査には「立地環境特性編」があり、これは「中心市街地活性化基本計画」の作成及びその評価のための基礎資料など、地方公共団体において広く利用されていたが、商業統計調査が平成26年調査を最後に中止されたため情報が提供されなくなった。だが「立地環境特性編」に対するニーズは高く、経済センサス活動調査での集計・公表についての要望が多数あった。さらに飲食サービス業等の個人向けサービス業の集計対象への追加要望もあった。そこで令和3年経済センサス活動調査の集計表として公表されることになった。これは商店街の分析に非常に役立つものと期待される。

## 参考・引用文献一覧

- 伊東光晴(1970)『保守と革新の日本的構造』筑摩書房  
岩永忠雄、佐々木保幸(2008)『流通と消費者』慶応義塾大学出版会  
経済産業省(2018)『商業統計調査の今後の在り方に関する調査研究(平成29年度)』  
菅幹雄、宮川幸三(2008)『アメリカ経済センサス研究』慶応義塾大学出版会  
高須賀義博(1972)『現代日本の物価問題』新評論  
林周二(1962)『流通革命』中公新書  
宮川幸三(2020)「商業統計データによる流通経路別マージン率の分析－商業部門の統計精度向上に向けた一考察－」『法政大学日本統計研究所所報』、No.52  
渡辺達朗(2001)『現代流通政策』中央経済社

# 商業統計データによる流通経路別マージン率の分析 —商業部門の統計精度向上に向けた一考察—\*

宮川 幸三<sup>1</sup>

## 1. 本研究の目的と概要

2017年5月に公表された政府の『統計改革推進会議最終とりまとめ』において、「GDP統計を軸にした経済統計の改善」がとりあげられ、GDPの精度向上に向けたいくつかの方策が示された。具体的には、産業連関表から供給・使用表(SUT)体系への移行と、それに伴う基準年推計における経済センサスをはじめとする基礎統計の拡充・改善、年次推計における商業統計の年次化等によるビジネスサーベいの創設などがあげられた。これを受けて、2018年3月に閣議決定された『公的統計の整備に関する基本的な計画』(いわゆる第Ⅲ期基本計画)においても、「国民経済計算を軸とした横断的・体系的な経済統計の整備推進」が掲げられ、以降の統計委員会において検討が進められている。

GDPの精度向上のためには、数多くの解決すべき課題があるが、その1つは商業部門つまり卸売・小売業のGDP推計手法にある。日本の卸売・小売業はGDPの約14%<sup>2</sup>を占める大規模な経済活動であり、精度の高いGDP推計を行うためには、卸売・小売業の実態を正確に把握することが必要不可欠である。一方で商業部門に関しては、生産額の把握方法に関して他の部門にはない特殊な性質がある。例えば製造業部門では、在庫の調整を無視すれば、基本的に売上額が生産額に相当するのに対し、商業部門では売上額から仕入額を差し引いたマージン額が生産額に相当する。従って商業部門の生産額を把握するためには、一次統計において売上額のみならず仕入額をも調査する必要があるが、すべての品目について仕入額を完全に調査することは極めて困難である。そこで商業部門の生産額推計においては、売上額から仕入額を差し引くのではなく、別途推計したマージン率を売上額に乗ずることによって生産額が推計されることになる。従って商業部門の生産規模を把握し正確なGDP推計につなげるためには、生産額のみならず、マージン率についてもできる限り精度の高い情報を収集する必要がある。「平成28年経済センサス—活動調査」(以下では「経済センサス—活動調査」のことを「活動調査」と呼ぶ)によれば、卸売業・小売業の売上総額は約6百兆円<sup>3</sup>であることから、マージン率の1%ポイント分は生産額で約6兆円、

---

\* 本研究は、令和元年度文部科学省科学研究費補助金(基盤研究(C)、研究課題:商業活動の統計的把握に向けた一次統計のあり方に関する調査研究、研究代表者:宮川幸三、研究課題番号:(17K03664)の助成を受けている。また本論文は、経済統計学会第63回全国研究大会において筆者が発表した「流通形態の変化と商業活動の統計的把握—商業統計マイクロデータを用いた分析—」の内容に基づき、一部を修正してまとめたものである。

<sup>1</sup> 立正大学副学長・立正大学経済学部教授・法政大学日本統計研究所客員研究員

<sup>2</sup> 内閣府「2018年度国民経済計算(2011年基準・2008SNA) 経済活動別国内総生産」より。<[https://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/data/data\\_list/kakuhou/files/h30/h30\\_kaku\\_top.html](https://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/data/data_list/kakuhou/files/h30/h30_kaku_top.html)>(最終アクセス日:2020年5月10日)

<sup>3</sup> 事業所に関する集計の「第6表 産業(中分類)別民営事業所数、売上(収入)金額及び事業活動(22区分)別売上(収入)金額(外国の会社及び法人でない団体を除く)」より、商業活動の売上金額合計を求めたもの。従って、商業以外の部門が行う商業活動を含み、商業部門が行う商業以外の活動は含んでいない。

GDP でいえば約 4 兆円<sup>4</sup>に相当するものである。このことから、マージン率の推定精度を保つことがどれほど重要であるかわかる。

一次統計の観点からいえば、商業にまつわる統計の体系はここ数年で大きく変化した。最も大きな変化は、「商業統計調査」に関するものである。「平成 24 年活動調査」の開始に伴って、従来の「商業統計調査」における簡易調査と同様の調査が「活動調査」で実施される一方、「活動調査」の中間年には 2019 年以降毎年「経済構造実態調査」が実施され、そこで年間商品販売額と年間商品仕入額が調査されることとなり、「商業統計調査」自体は平成 26 年調査を最後に廃止されることとなった<sup>5</sup>。「活動調査」が実施される以前は、SNA の基準年ではない年次において、5 年に 2 回のペースで「商業統計調査」が実施されていたのに対し、「活動調査」開始以降は基準年の商業活動が直接把握され、更に中間年についても「経済構造実態調査」によって毎年商業マージン額を求めることができるようになった、という点は大きな進歩であるといえる。しかしながら、「活動調査」の調査項目については課題も残されている。前述のように、「活動調査」では従来の「商業統計調査」における簡易調査の項目について調査が実施されるのみであり、売上額を調査する品目数や仕入先、販売先、販売形態等の流通経路に関して簡素化した調査項目が設定されている。野村・宮川 (2018) では、このような調査項目簡素化の影響について分析を行い、「活動調査」で調査品目数が上位 10 品目に限定されたことによる商業全体への影響は微小であるものの、品目によっては大きな影響があることを明らかにした。また流通経路に関連して、仕入先が国内であるか海外であるかによって、同じ品目でもマージン率が異なることを示した。

流通経路に関しては、国内と海外の区別だけでなく、仕入先、販売先の違いによってマージン率が異なる可能性があるため、従来の「商業統計調査」の本調査では、「年間商品仕入額の仕入先別割合」および「年間商品販売額のうち卸売販売額の販売先別割合」の調査項目<sup>6</sup>が設定されていた。しかし既に実施された「平成 24 年活動調査」および「平成 28 年活動調査」では、卸売販売額に占める本支店間移動の割合のみ調査されたもののその他の割合は調査されず、今後実施される「令和 3 年活動調査」においては、現時点において本支店間移動割合に加えて直接輸出割合の調査が実施される予定であるが、それ以外の仕入先別割合・販売先別割合は調査されない計画となっている<sup>7</sup>。また中間年に毎年実施される「経済構造実態調査」では、仕入先別割合や販売先別割合は一切調査されていない。従って現状の体系のもとでは、基準年・中間年に関わらず、本支店間移動および直接輸出以外の仕入先別や販売先別の情報は一切把握されないことになる。

しかし GDP 推計の基礎となる産業連関表や SUT 体系においては、生産者価格と購入者価格

<sup>4</sup> 「平成 27 年産業連関表」より得られる卸売・小売部門の国内生産額に対する GDP の比率を使用して計算した。

<sup>5</sup> 「経済構造実態調査」は、「サービス産業動向調査」(総務省)、「商業統計調査」(経済産業省)及び「特定サービス産業実態調査」(経済産業省)の 3 調査を統合・再編した調査として位置づけられており、その意味でいえば「商業統計調査」は「経済構造実態調査」に統合されたとみることできるが、両者の調査項目は大きく異なっている。

<sup>6</sup> 仕入先としては、本支店間移動、自店内製造、生産業者親会社、生産業者その他、卸売業社、国外(直接輸入)が、販売先としては、本支店間移動、卸売業者、小売業者、産業用使用者・その他、国外(直接輸出)が設定されており、事業所単位で割合の回答が求められていた。

<sup>7</sup> 第 147 回統計委員会、資料 1-2「諮問第 140 号「経済センサス-活動調査及び個人企業経済調査の変更について」より。<[https://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/singi/toukei/kaigi/02shingi05\\_02000402.html](https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/singi/toukei/kaigi/02shingi05_02000402.html)> (最終アクセス日:2020 年 5 月 10 日)

の関係を明確に表章する必要があることから、もしも仕入先や販売先の違いによってマージン率が異なっているのであれば、本来その情報を反映して産業連関表や SUT を推計することが必要となる。具体的には、産業連関表において同一の部門に格付けられる財であったとしても、中間財として産業使用者に販売されるケースと、最終消費向けに小売店に販売されるケース、輸出されるケースでは、卸売マージン率は異なっている可能性があるため、生産者価格が同じであったとしても、購入者価格は産出先ごとに異なったものになる。また同一部門であっても国産品の生産者価格と輸入品の CIF 価格はむしろ異なっていることが一般的であり、従ってマージン率や購入者価格も異なったものになるであろう。産業連関表や SUT においては、このようなマージン率や価格の違いを反映した推計を行うべきである。

1 つの例として、もしも実際には産業使用者に販売される際のマージン率が小売店に販売されるケースのマージン率を下回っているにも関わらず、両者のマージン率が等しいという仮定のもとで産業連関表あるいは SUT を作成すれば、卸売サービスの中間需要分は過大に、最終需要分は過小に推計されることになる。この場合、GDP も過少推計になってしまう可能性があるため、マージン率を産出先ごとに正確に把握したうえで産業連関表や SUT を推計することは、GDP の精度向上という観点からも極めて重要である。

しかしながら現在日本で作成されている産業連関表では、流通経路の違いによるマージン率の違いを反映せず、基本的に財が同じであればどのような流通経路であったとしてもマージン率は一定であるという仮定のもとで推計が行われている<sup>8</sup>。つまり、従来の「商業統計調査」において把握されていた流通経路別の情報は、これまでの産業連関表推計において活用されておらず、活用されていないのであれば今後の「活動調査」において流通経路別割合を調査しなくても問題はない、というのが「令和 3 年活動調査」において流通経路別の調査を実施しないことの 1 つの理由でもあろう。しかしそもそもの問題はマージン率一定の仮定自体にあり、むしろ流通経路別のマージン率や価格の違いを反映するよう産業連関表や SUT の推計手法を改善することが望まれる。

またたとえ基準年において流通経路別割合の情報を反映した産業連関表や SUT を推計した場合であっても、前述のように中間年に実施される「経済構造実態調査」では流通経路別割合の調査が行われないため、中間年の SUT では基準年の流通経路別マージン率の構造が変化しないことを前提とするなど何らかの仮定のもとで推計を行うことになる。流通経路別マージン率の相対的な大小関係が時系列で変化しないのであれば、基準年の構造を一定としながら中間年の推計を行うことも可能であろう。しかし流通経路の違いによってマージン率変化の方向性が異なっているにもかかわらず、あるいは流通経路ごとの売上額シェアが変化するにもかかわらず、基準年の構造を一定として推計を行えば、中間年の推計精度は低下することになる。また「経済構造実態調査」

---

<sup>8</sup> ただし、野村・宮川(2018)によれば、産業連関表推計時には、同一事業所内あるいは同一企業内の取引や、卸売業を介さずに生産者から直接購入するケースなど、マージンが発生しないと思われる一部の取引を考慮して「非対象率」が設定されており、それに従ってマージンを減額するような処理が行われているため、厳密に言えば同じ財であってもマージン率が異なっているケースが存在する。しかしながら、輸入品と国産品のマージン率が異なっていることや販売先によってマージン率が異なっていることを反映したものではなく、「非対象率」自体の推計方法も明確ではない。

の調査対象は、各産業の「売上高総額の8割を達成する範囲に含まれる企業」<sup>9</sup>とされている。従って、調査対象に含まれない売上額2割分については、調査対象となった8割の情報と基準年における情報を用いて推計しなければならない。このとき、もしも調査対象と調査対象外の事業所の仕入先割合や販売先割合に有意な違いがあり、かつ流通経路ごとのマージン率が異なっている状態で、流通経路別の売上額シェアや経路別マージン率を使用せずに推計をおこなえば、2割分の推計精度は低下することになる。前述のように「平成28年活動調査」における卸売業・小売業の売上総額は約600兆円であり、2割といえども約120兆円の規模について推計する必要があることから、推計精度の低下がマクロ経済からみても無視できない影響を及ぼすことは明らかである。

ここでとりあげた問題、すなわち現行の体系において流通経路別の情報が調査されないことによる問題の深刻さは、実際にマージン率の水準や変化の方向性が流通経路別に異なっているのか、実際に流通経路別販売額のシェアは変化しているのか、といった点に依存している。もしも流通経路別マージン率の水準やその変化の方向性に大きな違いがなく安定しているのであれば、現状のように一次統計において流通経路別情報を把握しなくとも問題はない。しかしそれらの違いが大きく変化も著しいようであれば、一次統計において流通経路別の調査項目を設定したうえで、産業連関表やSUTの推計に活用すべきである。

このような問題意識のもとで本稿では、平成9年・14年・19年・26年の4時点にわたる「商業統計調査」の個票データを用いて、卸売業における品目別・流通経路別のマージン率を推定し、流通経路別売上額シェアとマージン率の変化を観察するとともに、マージン率変化の要因分解を行うことにより変化の実態を明らかにした。またこの分析結果をうけて、GDPの推計精度向上という観点から、現状の商業部門の統計調査における問題点を指摘するとともに、今後のあるべき姿について考察を行った。

分析の結果としては、同一の財についての流通経路別販売額は分析期間を通じて安定的であったものの、流通経路別マージン率の違いは大きく、逆方向に変化しているケースも散見されたことから、やはり流通経路の違いを考慮した一次統計調査や産業連関表およびSUTの推計が必要であることが明らかとなった。ただし、「活動調査」において全事業所を対象として流通経路別の調査を実施することは困難であることも事実であることから、一部の大規模企業についてのみ調査を実施する、あるいは別途サンプル調査を実施するなど、効率的な手法を検討することが必要であろう。

以下では第2節において分析手法の詳細を述べたうえで、第3節で分析結果を示す。また第4節では、分析結果の考察を行うとともに本研究の結論をまとめている。

## 2. 分析手法

### 2.1. 流通経路別マージン率の導出

前節でも述べたように、本研究ではまず、4時点にわたる「商業統計調査」の個票データを用い

---

<sup>9</sup> 総務省統計局「経済構造実態調査の概要」<<https://www.stat.go.jp/data/kkj/gaiyo.html>> (最終アクセス日: 2020年5月10日)

て、品目別・流通経路別のマージン率を推定する。品目別・流通経路別マージン率を推定するためには、品目別・流通経路別の販売額とそれに対応する仕入額のデータが必要となる。しかし「商業統計調査」では、事業所ごとの品目別販売額に関する調査項目が設定されているものの、流通経路については前述のように事業所を単位として仕入先別割合と販売先別割合が調査されているのみであり、品目別の情報を得ることはできない。また仕入額については、企業全体での仕入額のみが調査されており、品目別・流通経路別はもとより、事業所単位の情報すら得ることができない。そこで本研究では、以下のように品目別・流通経路別販売額およびマージン額を計算した。

まず、「商業統計調査」より得られる卸売業の第  $i$  事業所における第  $j$  品目の販売額を  $X_{ij}^E$ 、第  $m$  番目の仕入先から仕入れた商品の販売額割合を  $s_{im}^p$ 、第  $n$  番目の販売先に販売した商品の販売額割合を  $s_{in}^s$  としたとき、第  $i$  事業所が  $m$  番目の仕入先より仕入れ  $n$  番目の販売先に販売した第  $j$  品目の販売額  $X_{ijmn}^E$  を(1)式のように表す。

$$X_{ijmn}^E = X_{ij}^E s_{im}^p s_{in}^s \quad (1)$$

なお、 $\sum_m s_{im}^p = 1$ 、 $\sum_n s_{in}^s = 1$  である。(1)式では、同一事業所が販売する商品の仕入先・販売先の割合は商品の種類に関わらず一定であること、および販売先割合は仕入先の種類に関わらず一定であることを仮定している<sup>10</sup>。表 1 は、「商業統計調査」における仕入先および販売先の区分を表している<sup>11</sup>。

表 1. 仕入先・販売先の区分

仕入先区分(m)	販売先区分(n)
自店内製造	卸売業者
生産業者(親会社)	小売業者
生産業者(その他)	産業用使用者
卸売業者	国外(直接輸出)
国外(直接輸入)	—

一方で、第  $i$  事業所を保有する第  $k$  企業の販売額を  $X_k^C$ 、仕入額を  $Y_k^C$  と表せば、第  $i$  事業所が  $m$  番目の仕入先より仕入れ  $n$  番目の販売先に販売した第  $j$  品目のマージン額  $M_{ijmn}^E$  を(2)式のように表すことができる。

<sup>10</sup> 実際には同一事業所内でも品目ごとに仕入先別割合や販売先別割合が異なる可能性や、仕入先の種類によって販売先割合が異なっている可能性もあるため、これら 2 つの仮定の妥当性については検討の余地がある。ただし「平成 26 年商業統計調査」の個票データによって、表 1 の区分に基づく事業所の仕入先別割合および販売先別割合を確認したところ、仕入先割合を回答した事業所のうち、81%の事業所では全仕入額の 9 割以上を単一の仕入先区分から仕入れており、また 60%の事業所では全販売額の 9 割以上を単一の販売先区分に販売していた。更に 82%の事業所は仕入先あるいは販売先のいずれかが単一の区分であり(例えば、卸売業者のみから仕入れている、小売業者のみに販売しているなど)、また 91%の事業所では、仕入額の 9 割以上を単一の相手先から仕入れるか、あるいは販売額の 9 割以上を単一の相手先に販売していた。これらの結果は、本稿で適用した 2 つの仮定による推計バイアスが一部の事業所においてのみ発生していることを示唆するものである。

<sup>11</sup> 「商業統計調査」では、仕入先、販売書きともに「本支店間移動」という項目が設定されており、事業所が回答する品目別販売額等には本支店間移動分が含まれている。一方で、企業が回答する販売額および仕入額については本支店間移動分が含まれておらず、それらから計算されるマージン率も本支店間移動分を含まない概念であるため、本支店間移動割合を用いて事業所ベースの品目別販売額のうち本支店間移動分を推定したうえで、それらを除いてすべての分析を行っている。

$$M_{ijmn}^E = X_{ijmn}^E (1 - Y_k^C / X_k^C) \quad (2)$$

前述のように「商業統計調査」では企業を単位とした仕入額のみが調査されるため、(2)式では「同一の企業が販売する商品のマージン率は品目によらず全て一定である」という仮定<sup>12</sup>を置いていることになる。

(1)式および(2)式の計算を行うためには、言うまでもなく、各事業所の品目別販売額と仕入先別・販売先別割合のデータに加えて、当該事業所を保有する企業の販売額および仕入額のデータが必要である。しかし、一部の事業所については、品目別販売額や仕入先別・販売先別割合について回答しているものの、企業ベースの販売額や仕入額については非回答であったケースや、事業所データに企業のマージン率をリンクすることができないケース<sup>13</sup>なども存在する。これらの事業所については、回答事業所のみで計算された品目別・仕入先別・販売先別マージン率を非回答事業所の品目別・仕入先別・販売先別販売額 $X_{ijmn}^E$ に乗ずることにより、マージン額 $M_{ijmn}^E$ を計算している<sup>14</sup>。

このようにして求めた $X_{ijmn}^E$ および $M_{ijmn}^E$ を全ての事業所について集計したものを、 $X_{jmn}^T$ および $M_{jmn}^T$ と表す。表 1 に示したように「商業統計調査」において調査されている仕入先は 5 種類あるが、このうち「自店内製造」「生産業者(親会社)」「生産業者(その他)」についてはいずれも国内生産者から直接仕入れたものであるため、本稿ではこれらを統合して国内生産者とする。その場合、仕入先は 3 種類 ( $m = 1, 2, 3$ )、販売先は 4 種類 ( $n = 1, \dots, 4$ ) となり、両者の組み合わせとしては、12 パターンを考えることができる。従って、 $X_{jmn}^T$ および $M_{jmn}^T$ は、1 つの商品について 12 種類求められることになる。

ここで表記の簡略化のために、 $m$  および  $n$  の組み合わせごとに異なる  $p$  を考え、更に品目を区分する添え字  $j$  を省略し、 $X_{jmn}^T$  および  $M_{jmn}^T$  をそれぞれ  $X_p^T$  および  $M_p^T$  ( $p = 1, \dots, 12$ ) と表すこととする。図 1 の左側は、これら 12 パターンの内訳を示している。図 1 左側の「仕入先-販売先パターン」において、各パターン名称の左側(例えば「国産品」)は「商業統計調査」の回答者である卸売

<sup>12</sup> 野村・宮川・新井(2017)によれば、この仮定は「平成 23 年産業連関表」の推計において実際に適用されている仮定である。しかしその仮定の妥当性については問題が指摘されており、その問題意識のもとで、野村・宮川(2017)では、「同一品目であればどのような業種が販売していてもマージン率は一定である」という仮説を前提として回帰モデルを用いた商品別マージン率の推定を行っている。回帰モデルを用いた手法は、仮定の妥当性という点で優れているものの、推定されるマージン率を用いて求めたマージン総額が「商業統計調査」より得られるマージン総額に必ずしも一致しないため別途調整が必要になることや、回帰モデルによる手法を公的統計である産業連関表の推計に用いることが困難であることなどを考慮し、本稿では回帰モデルによる推定を行っていない。

<sup>13</sup> 企業全体の販売額・仕入額については、単独事業所および複数事業所企業の本社のみが回答することになっているため、企業コードが付されていない平成 9 年・14 年・19 年のデータでは、複数事業所企業の本社以外の事業所について個別企業のマージン率をリンクすることができない。

<sup>14</sup> 平成 19 年以前のデータと異なり、平成 26 年データでは企業コードが付されているため、複数事業所企業の本社以外の事業所についても個別企業のマージン率を適用することができる。そこで平成 26 年について、仕入額を回答した全ての事業所を対象とするケースと、そこから複数事業所企業の本社以外の事業所を除いたケース(平成 19 年以前と同様の手法)の 2 種類について仕入額合計および販売額合計を求めたうえでマージン率を推計し、両者を比較したところ、卸売業全体では前者の手法によるマージン率が 21.3%であったのに対し、後者の手法では 21.5%とその差はわずか 0.2 ポイントであった。また品目別の結果においても両者の差は多くの品目において 3 ポイント以内におさまるものであった。しかしいくつかの品目においては両者の差が 10 ポイントを超えるケースも散見されたため、以下では平成 19 年以前の分析結果との整合性を考慮し、平成 26 年についても平成 19 年以前と同様の方法を採用している。

業者にとっての仕入先を、右側(例えば「小売向け」)は卸売業者にとっての販売先を表している。仕入先のうち「国産品」は、表 1 の仕入先区分における「自店内製造」・「生産業者(親会社)」・「生産業者(その他)」の合計である「国内生産者」を意味している。また仕入先の「輸入品」・「卸売」および販売先の「小売向け」・「産業向け」・「輸出向け」・「卸売向け」は、それぞれ表 1 の仕入先区分における「国外(直接輸入)」・「卸売業者」および販売先区分における「小売業者」・「産業用使用者」・「その他」・「国外(直接輸出)」・「卸売業者」に対応している。例えばパターン 1 は、国内で生産された商品を仕入れた一次卸売業者が、小売店向けに商品を販売したケースを表している。同様にパターン3・5・7は、国内で生産された商品を仕入れた一次卸卸売業者が、産業用使用者向け、輸出向け、二次卸売業者向けに販売したケースである。またパターン 2・4・6・8 は、ちょうどパターン1・3・5・7 の「国産品」が「輸入品」に変わったものである<sup>15</sup>。一方パターン 9~12 は、仕入先が卸売業者であり、その商品が国産品であるのか輸入品であるのか、また卸売業者が一次卸であるのか二次卸であるのか、といった点を識別することはできない。

本稿の目的は、流通経路別の販売額およびマージン額を求めることである。生産あるいは輸入された段階から、小売業者や産業用使用者の手に渡る、あるいは輸出されるまでを卸売の流通経路全体であると考えれば、パターン 1~6 は、流通経路全体を表しているといえる。しかし販売先が卸売業者であるパターン7・8 および仕入先が卸売業者であるパターン9~12 については、流通経路の一部を表したものにすぎない。これらはすべて二次以上の卸売業者を介する取引であり、2 つ以上のパターンを組み合わせてことによって流通経路全体を表すことができる。本稿では、図 1 左側にあるパターン 7~12 を国産品に関する流通経路と輸入品に関する流通経路の 2 つに集約したうえで、流通経路全体を表すパターン 1~6 と合わせて合計で 8 種類の流通経路別にマージン率および販売額シェアの構造とその時系列変化を分析する。図 1 の右側は、この 8 種類の経路を示したものである。

---

<sup>15</sup> パターン 8 は輸入した商品を再度輸出する、いわゆる中継貿易のようなケースである。前述のように、本稿の分析では販売先割合は仕入先の種類に関わらず一定であることを仮定しているが、現実的には輸入品の輸出向け割合は国産品の輸出向け割合に比較して著しく低いことから、パターン 8 については推計結果が過大になっていることが予想される。輸入品の再輸出はゼロであることを仮定して推計する方法も考えられるが、データ上では輸入比率が国内向け出荷比率を上回る事業所(再輸出を行っていると考えられるケース)も存在することや、卸売業からの仕入について輸入品が国産品であるかを識別できないことなどを考慮し、前述の仮定を採用している。平成 26 年データによれば、輸入と輸出の両方を行っている事業所(本稿の仮定のもとでは輸入品の再輸出を行っていると考えられる事業所)は、仕入先比率・販売先比率を回答した全ての事業所の 2.8%にすぎないことから、過大推計が発生している事業所は一部の事業所に限られているものの、輸出と輸入の両方を行う事業所は比較的規模が大きいことも事実であり、再輸出過大推計の問題は今後解決すべき課題の 1 つである。

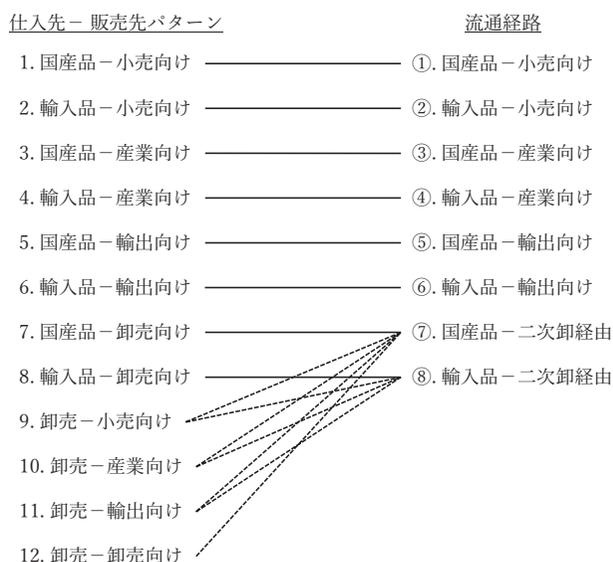


図 1. 「仕入先－販売先」と「流通経路」の対応

以下では、図 1 左側にある 12 パターンの販売額  $X_p^T$  およびマージン額  $M_p^T$  を用いて、図 1 右側の 8 種類の流通経路別販売額およびマージン額を推計する手法について述べる。ここで、流通経路別(図 1 右側)の販売額およびマージン額を  $X_r$  および  $M_r$  ( $r = 1, \dots, 8$ ) と表せば、仕入先・販売先パターン 1～6 は、一次卸業者のみを経由して最終的な販売先に販売されるものであり、それぞれ流通経路①～⑥に完全に一致しているため、 $X_p^T$  および  $M_p^T$  ( $p = 1, \dots, 6$ ) がそのまま  $X_r$  および  $M_r$  ( $r = 1, \dots, 6$ ) となる。一方、二次以上の卸売業者を経由する流通経路⑦におけるマージン額  $M_4$  は、仕入先・販売先パターン 7 において発生したマージン額に  $M_7^T$  に、パターン 9 から 12 のマージン額のうち国産品に関して発生したマージン分が加えられることになる。本稿では、仕入先・販売先パターン 7 と 8 の販売額比率を案分比率として用いて、以下のように  $M_7$  を計算している。

$$M_7 = M_7^T + \frac{X_7^T}{X_7^T + X_8^T} \sum_{p=9}^{12} M_p^T \quad (3)$$

本来は、二次以上の卸売業者を経由するケースについても、小売・産業・輸出といった販売先ごとに国産品と輸入品の比率は異なっているはずであるが、「商業統計調査」からそれを把握することは不可能である。そこで本稿では、二次以上の卸売業者を経由する取引について販売先の区分をせず、また販売先に関わらず国産品・輸入品比率が等しいことを仮定している。また「商業統計調査」では、二次卸から最終販売先に販売されるケースと、三次卸以上を経由するケースを識別することができないため、これらを統合して(3)式のように流通経路⑦のマージン額を求めている。流通経路⑦の販売額  $X_7$  は、仕入先・販売先パターン 7 の販売額  $X_7^T$  に(3)式で求めた  $M_7$  を加えたも

のとする<sup>16</sup>。二次以上の卸売業者を経由する輸入品についても同様の計算を行い、流通経路⑧の販売額 $X_8$ およびマージン額 $M_8$ を計算している。

以上のように計算される 8 種類の流通経路別販売額 $X_i$ およびマージン額 $M_i$ より、流通経路別販売額シェア $s_i = X_i / \sum_j X_j$ およびマージン率 $m_i = M_i / X_i$ を求めることができる。3.1 節では、 $s_i$ および $m_i$ を用いてスカイラインチャートを描き、4時点の流通構造を観察している。

## 2.2. マージン率変化の要因分解

前節で求めた販売額およびマージン額に基づいて、以下では、各商品の全体的なマージン率を、 $\mu = \sum_j M_j / \sum_j X_j$ と定義する。これは、全ての流通経路の販売額およびマージン額を合計し、その比率によってマージン率を計算したものである。本節では、この $\mu$ の 2 時点間の変化を、前節で求めた流通経路別販売額シェア $s_i$ および流通経路別マージン率 $m_i$ の変化による要因に分解する。

以下では、 $\mu$ の 2 時点間の変化を表す $\Delta\mu$ を、(4)式のように表す。

$$\Delta\mu = \Delta\mathbf{m}' \cdot \mathbf{w}^s + \Delta\mathbf{s}' \cdot \mathbf{w}^m \quad (4)$$

$\Delta\mathbf{m}'$ 、 $\Delta\mathbf{s}'$ 、 $\mathbf{w}^s$ 、 $\mathbf{w}^m$ は、それぞれ以下のようなベクトルである。

$$\Delta\mathbf{m} = \begin{pmatrix} \Delta m_1 \\ \vdots \\ \Delta m_8 \end{pmatrix}, \mathbf{w}^s = \begin{pmatrix} \bar{s}_1 \\ \vdots \\ \bar{s}_8 \end{pmatrix}, \Delta\mathbf{s} = \begin{pmatrix} \Delta s_1 \\ \vdots \\ \Delta s_8 \end{pmatrix}, \mathbf{w}^m = \begin{pmatrix} \bar{m}_1 - \bar{\mu} \\ \vdots \\ \bar{m}_8 - \bar{\mu} \end{pmatrix} \quad (5)$$

(5)式において、 $\Delta$ は各変数の 2 時点の差(1 時点の値－0 時点の値)を、 $\bar{\cdot}$ は各変数の 2 時点の平均値を表している。従って、マージン率の 2 時点間の変化 $\Delta\mu$ を、流通経路別マージン率変化の要因である $\Delta m_i \bar{s}_i$ と、流通経路別販売額シェア変化の要因である $\Delta s_i (\bar{m}_i - \bar{\mu})$ の合計 16 の要因(いずれも $i = 1, \dots, 8$ )に分解することができる。流通経路別販売額シェア変化の要因についていえば、当該流通経路の平均マージン率が商品全体の平均マージン率よりも高い場合には、販売額シェアの増加が商品全体のマージン率を上昇させる要因となるが、商品全体の平均マージン率よりも低い場合には、販売額シェアの増加が商品全体のマージン率を下落させる要因となる。

3.2 節では、平成 9～14 年、平成 14～19 年、平成 19～26 年の 3 期間と、平成 9～26 年の期間について上述の要因分解を行い、流通構造の変化を分析している。

<sup>16</sup> 従って本稿では、マージン額と運賃を区別して明示的に取り扱うことをしていない。一方、産業連関表では、生産者価格に商業マージンおよび運賃を加えたものが購入者価格であり、商業マージンと運賃は完全に分離したもものとして明確に定義されている。しかし「商業統計調査」や「活動調査」においては、運賃分が商品仕入額や商品販売額に含まれているのか、別途計上されているのかが明確でなく、産業連関表における取り扱いとの整合性には疑問が残る。他国では、例えばアメリカセンサス局が実施する Annual Wholesale Trade Survey (<https://www.census.gov/awts>)において、調査票の中で仕入額および販売額に運賃を含むことが明示されており、我が国の一次統計においても運賃の取り扱いを明確に規定することが望まれる。

### 3. 分析結果

#### 3.1. 流通経路別マージン率結果

図 2 は、2.1 節で示した手法により導出した流通経路別販売額シェアとマージン率をスカイラインチャートとして図示したものである。各行が産業小分類<sup>17</sup>に対応しており、最下行は卸売業全体の結果である。また、各列は時点に対応しており、左から平成 9 年・14 年・19 年・26 年のチャートを表している。チャートの内容についていえば、各チャートは 8 本の棒からなっており、左から順に図 1 の流通経路①から⑧に対応している。白い棒は国産品を、斜線の付いた棒は輸入品を表している。各棒の横幅は販売額シェアの大きさに、棒の高さはマージン率に対応している。従って、各棒の面積は流通経路別のマージン額そのものの大きさを表すことになる。また文末の付表 1 は、図 2 のチャートの元になっているマージン率および販売額シェアのデータである。

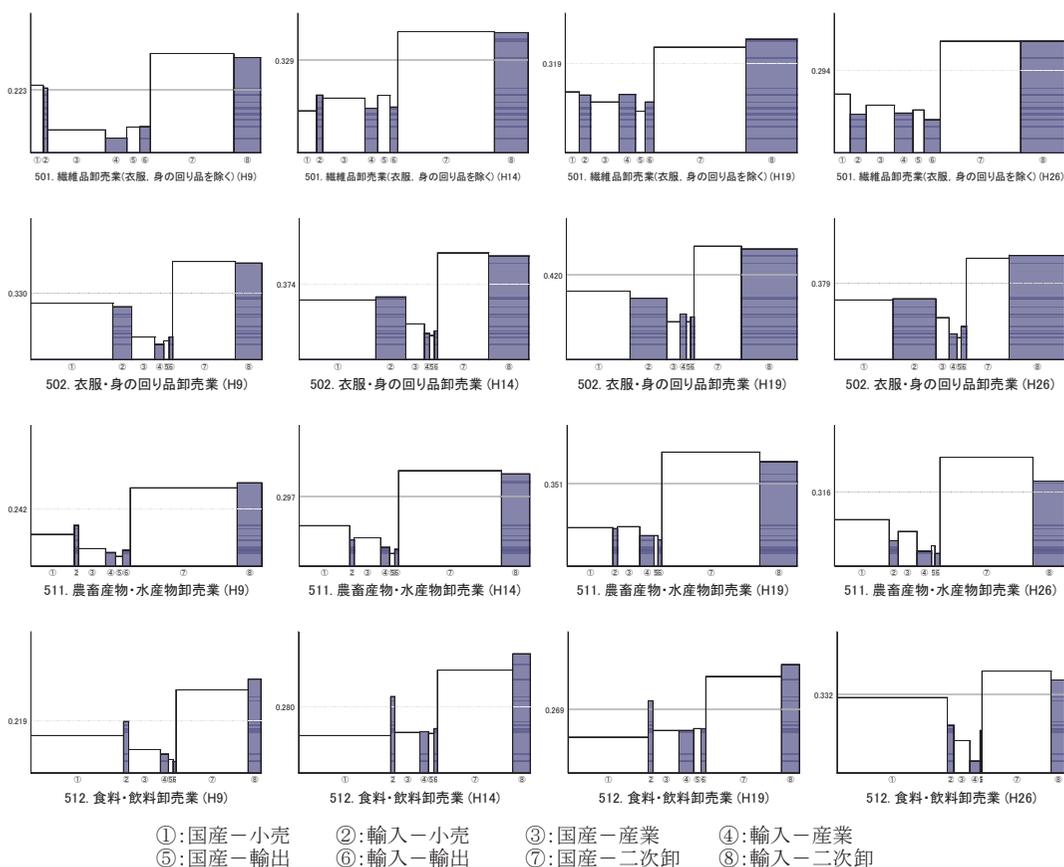
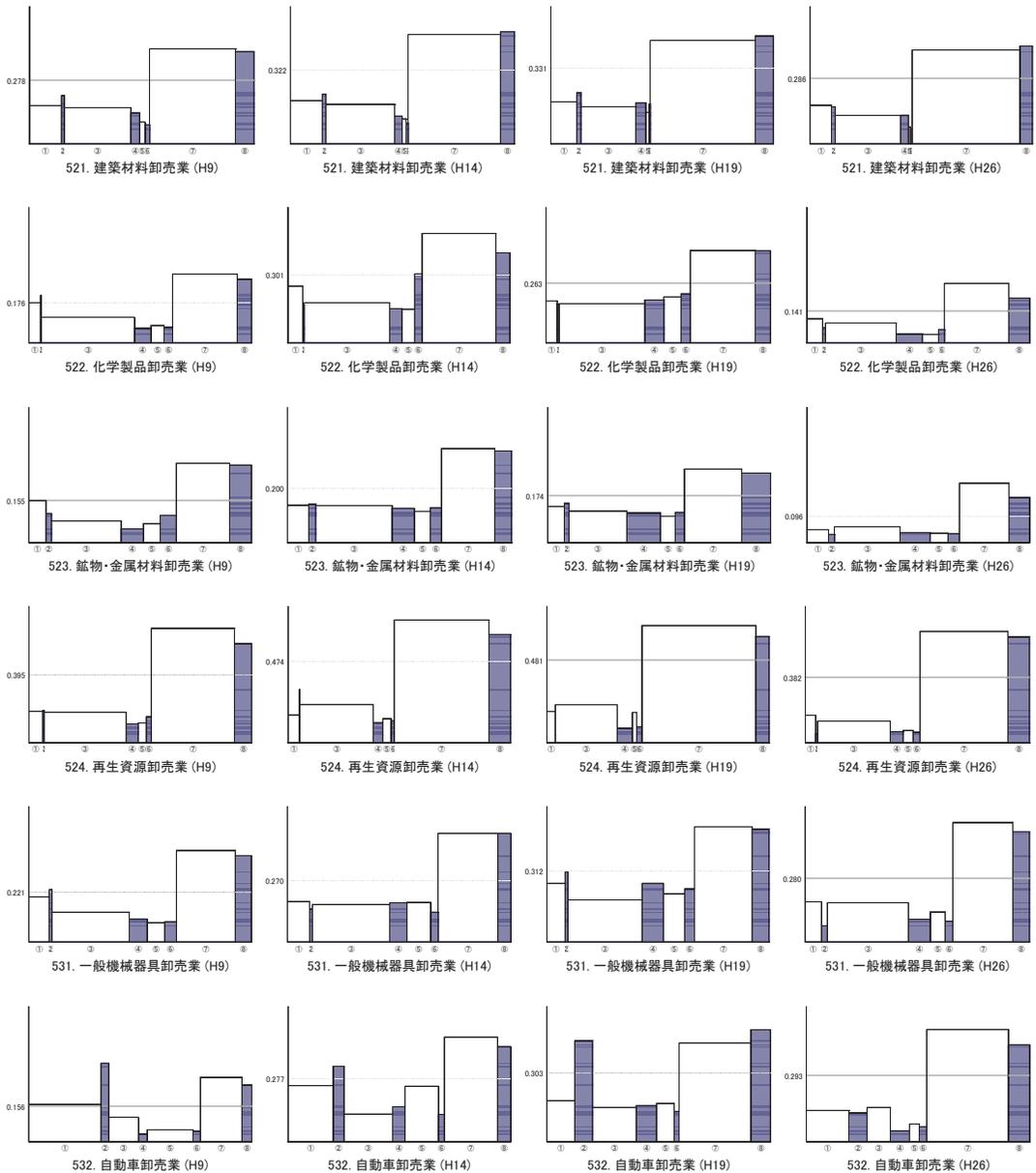


図 2. 流通経路別販売額シェア・マージン率のスカイラインチャート

<sup>17</sup> ここでは産業小分類ごとに集計した結果を示している。日本標準産業分類の改訂によって、各時点の「商業統計調査」に適用される分類体系は異なっている。本研究では、分析に用いた 4 時点の分類より独自に共通分類を作成し、それを分析に用いている。従って、ここで小分類と呼んでいるものは、日本標準産業分類における小分類とほぼ同程度の粒度であるものの、個別の部門は厳密には一致しない。



①: 国産-小売    ②: 輸入-小売    ③: 国産-産業    ④: 輸入-産業  
 ⑤: 国産-輸出    ⑥: 輸入-輸出    ⑦: 国産-二次卸    ⑧: 輸入-二次卸

図 2. 流通経路別販売額シェア・マージン率のスカイラインチャート(続き)

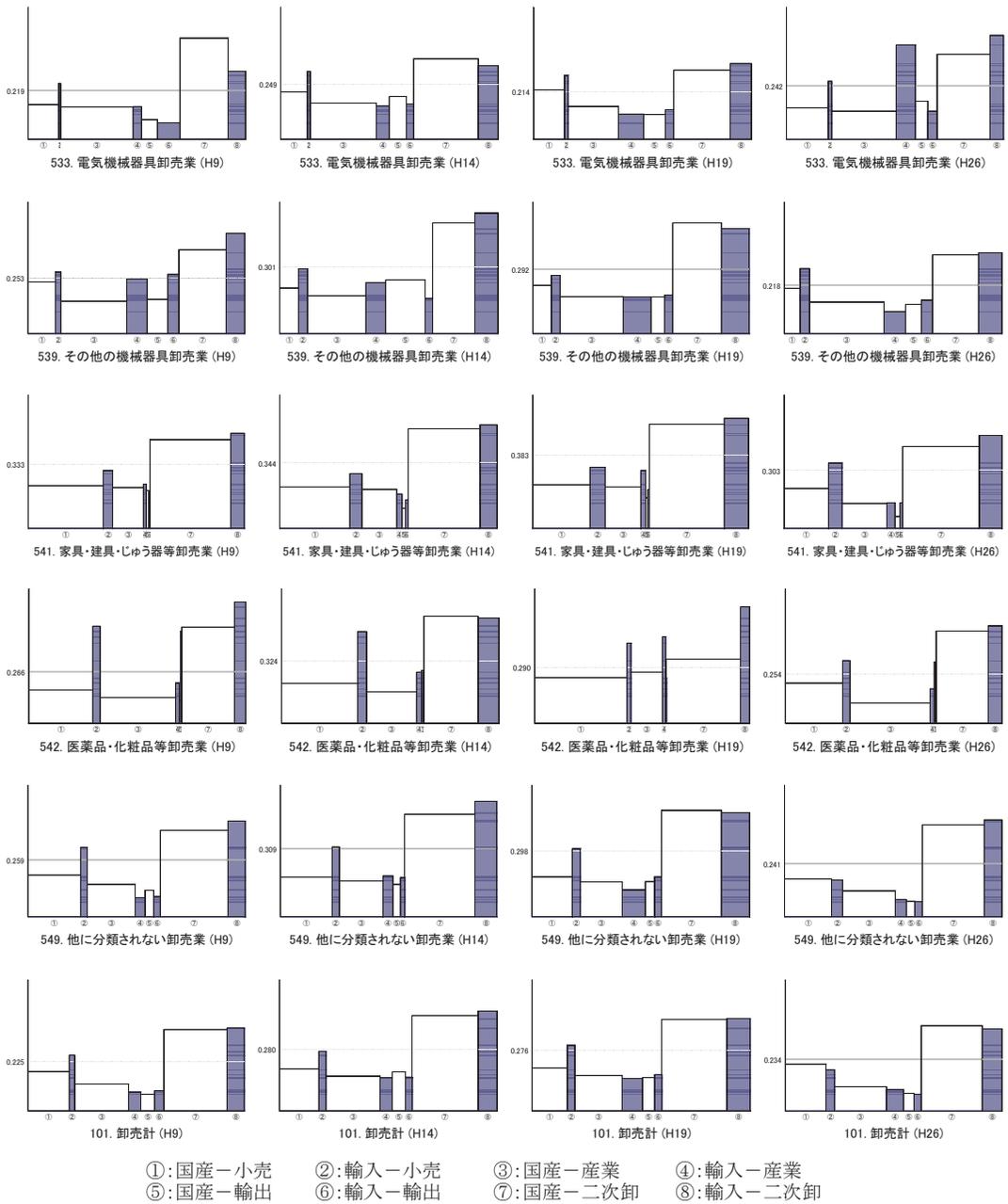


図 2. 流通経路別販売額シェア・マージン率のスカイラインチャート(続き)

最初に全体像についていえば、部門によってチャートの形状は大きく異なっているものの、部門ごとの違いに比較して同一部門の時点間の違いは小さいように見える。このことは、部門ごとの違いを反映できるような詳細な分類に基づいて統計調査を実施する必要がある一方、ある基準時

点において詳細な調査を行えば、その後頻繁に調査を実施せずとも基準時点の比率を適用しながら延長推計するような手法によって一定程度の精度を保てる可能性があることを示唆している。前述のように現在の日本では、5年に一度の基準年に実施される「活動調査」において全ての事業所の詳細な生産活動を把握したうえで、中間年に「経済構造実態調査」において主要な事業所の活動を把握し中間年の推計を行うという枠組みができており、上記の結果はこのような手法が有効であることを物語っている。

個別の内容について、まずマージン率をみれば、同じ部門であっても流通経路によって水準が異なっていることがわかる。また、例えば「512.食料・飲料卸売業」・「531.一般機械器具卸売業」・「532.自動車卸売業」などの部門では、平成19年から平成26年にかけて、特に輸入品に関するマージン率が著しく下落していた。この傾向は最下行の卸売業全体の結果においてもみられ、流通経路①(国産—小売)・②(輸入—小売)において、平成9・14・19年の3時点において輸入品のマージン率が国産品を大きく上回っているが、平成26年には輸入品のマージン率が大きく下落する一方、国産品のマージン率が上昇したため、マージン率水準の大小関係も逆転していたことがわかる。

このように輸入品のマージン率と国産品のマージン率が逆方向に変化するケースの頻度を確認するために、図2よりも詳細な分類である細分類部門の結果に基づいて、販売先別(小売・産業・輸出の別)に国産品と輸入品それぞれのマージン率の2時点間の変化の方向性を確認したところ、全体で223ケース<sup>18</sup>のうち、国産品マージン率が上昇(あるいは下落)する一方で輸入品マージン率が下落(あるいは上昇)しているケースは小売向けで100ケース、産業向けで73ケース、輸出向けで75ケースであった。つまり、数多くの部門において、輸入品のマージン率と国産品のマージン率は逆方向に変化していたことが明らかとなった。

更に、国産品と輸入品のマージン率の変動幅の違いを明らかにするために、細分類部門ごとに①～⑥の流通経路別に4時点のマージン率の変動係数をもとめ、その平均値を求めたところ、以下のような結果が得られた。

表 2. 流通経路別 マージン率の変動係数平均値

流通経路 (国産品)	変動係数 平均値	流通経路 (輸入品)	変動係数 平均値	比較
① 国産—小売	0.252	② 輸入—小売	0.345	国産<輸入
③ 国産—産業	0.303	④ 輸入—産業	0.465	国産<輸入
⑤ 国産—輸出	0.485	⑥ 輸入—輸出	0.476	国産≒輸入
⑦ 国産—二次卸	0.174	⑧ 輸入—二次卸	0.174	国産=輸入

①と②の比較および③と④の比較でいえば、販売先が同じであれば輸入品の変動が国産品を

<sup>18</sup> 本稿で利用している細分類部門は全部で75部門であるが、75部門×3時点=225(H9-H14の変化、H14-H19の変化、H19-H26の変化の3時点)から、平成26年のデータが存在しない「缶詰・瓶詰食品卸売業」および平成9年のデータが存在しない「自動車中古部品卸売業」の2つを除き、全部で223ケースとなる。

大きく上回っていたことがわかる。また、⑤と⑥についていえば、国産品と輸入品の差は小さいが、他の経路に比較して変動係数自体の水準は大きいことから、輸出に関連するマージン率も時点によって大きく変化していたと考えられる。⑦と⑧については、国産品と輸入品が完全に同値であるとともに、他の経路に比較して著しく低い結果が得られた<sup>19</sup>。

国産品と輸入品のマージン率の変化の方向性が異なっている場合が多く、輸入品に係るマージン率の変動が国内の取引に比較して大きいという以上の結果より、商業活動をより正確に反映した産業連関表や SUT を推計するためには、少なくとも国内の取引と輸入・輸出に関する取引を区分して調査を実施することが必要であるといえよう<sup>20</sup>。

続いて、流通経路ごとの販売額シェアの変化について全体像をみれば、部門によって経路ごとのシェアは異なっているものの時系列ではあまり大きく変化していないようにみえる。ただし、卸売業全体の結果をみれば、平成 14 年から平成 19 年にかけて輸入品に関連する流通経路②・④・⑥・⑧の販売額シェアが全て上昇する一方で国産品に関連する流通経路①・③・⑤・⑦の販売額シェアは全て下落しており、この時期には明らかに輸入品販売額比率の上昇がみられる。これに関連して、より詳細な細分類部門について輸入品に関する流通経路②・④・⑥・⑧の販売額シェア合計の平成 14 年から平成 19 年にかけての変化をみたところ、全 75 部門中 55 部門において販売額シェアが上昇していた。また産業連関表によれば、普通貿易輸入比率<sup>21</sup>は 1995 年に 7.6%であったものが、2000 年に 13.3%、2005 年には 16.5%、2011 年には 21.7%、2015 年には 23.6%と上昇を続けており、輸入品が部門全体のマージン率に及ぼす影響も増大し続けている。これらの結果と、前述の輸入品のマージン率の水準や変化の方向性が国産品とは異なるという結果から考えれば、輸入品増加の効果を考慮したマージン率あるいはマージン額の推計が必要であるといえよう。

流通経路⑦・⑧については、全ての部門・全ての時点で販売額シェアが大きく(棒の幅が大きく)なっている。これは、二次以上の卸売業者を介する取引について「商業統計調査」では輸入品・国産品の別と販売先を結びつけることができないため、販売先によらずすべて⑦および⑧としてまとめて集計してしまった本稿の分析手法の影響によるものである。いうまでもなく、二次以上の

---

<sup>19</sup> ⑥については、脚注 14 で述べたような再輸出の過大推計の問題が結果に影響を及ぼしていた可能性を否定することはできない。また⑦および⑧についても、本稿の分析手法上の問題として、二次以上の卸売業者を介する取引を産出先に関わらず全て集計してしまったことが影響していた可能性がある。二次以上の卸売業者を介する取引を的確に分析する手法を開発することは今後の課題である。

<sup>20</sup> Campa and Goldberg (2006)では、為替レートの変動に伴う輸入品の CIF 価格の変動に比較して消費者物価指数 CPI は安定的であることから、為替レートの変動がマージンに影響を与えていることが指摘されている。輸入品のマージン率が国産品のマージン率とは異なった動きをしており輸入品マージン率の変化幅が国産品に比較して大きいという本稿の分析結果は、急激な為替レートの変動がマージン率にも影響を与えていたことを示唆するものであるが、後の 3.2 節でも示すとおり、家計向けや産業向けといった販売先の違いによってもマージン率変化の方向性は異なっていることから、マージン率変化のメカニズムを明らかにするためには、国産品や輸入品の区別だけでなく販売先も考慮した分析が必要であろう。本稿は、卸売業に限定して流通経路別マージン率変化の実態とその要因を観察したものであるが、今後は小売マージンなども含めてより詳細な分析を行う必要があり、この点は今後の課題の 1 つである。

<sup>21</sup> ここでの普通貿易輸入比率は、普通貿易が行われている財について普通貿易輸入額／国内需要合計を計算したものの。

取引についても販売先によってマージン率は異なっている可能性があるが、「商業統計調査」の性質上この点について分析することは現時点では困難である。

二次以上の卸売業者を介する取引に関連して、卸売業の効率性を測る重要な指標としてW/W比率がある。鍋田(2005)および杉村(2011)等のこれまでの分析によれば、卸売業全体では平成9年まで一貫してW/W比率が低下してきたものの、平成9年から19年までは横ばいであった。その後の期間について本稿の結果をみれば、卸売業全体のW/W比率は平成19年に1.736であったものが平成26年には1.627まで低下していることから、近年の流通技術の急激な進歩などによってこの期間に効率化が進んでいた可能性がある<sup>22</sup>。ただし、このような効率化の程度は、国産品を扱うケースと輸入品を扱うケースでも異なっている可能性があり、また販売先によっても異なるものであろう。卸売業の効率化は経済全体にも広範囲に影響を与えるものであることから、卸売業の流通経路に関する情報を把握し分析することは重要である。このような観点からも、流通経路別に統計調査を実施することが必要であるといえよう。

### 3.2. 要因分解結果

続いて、2.2節において示した手法によってマージン率の変化の要因分解を行い、結果をグラフとして示したものが図3である。またその元になったデータを付表2として掲載している。図3では、各棒グラフが要因の寄与度を表しており、左端よりそれぞれ平成9～14年、平成14～19年、平成19～26年の各期間に対応している。右端の棒は観測期間通じての変化、つまり平成9～26年の全期間に対応している。要因としては、流通経路別マージン率変化の要因8つ((マ)が付されている項目)と流通経路別販売額シェア変化の要因8つ((販)が付されている項目)の合計16要因がある。また折れ線グラフは、各期間における各部門全体のマージン率 $\mu$ の変化( $\Delta\mu$ )を表しており、右端の平成9～26年については棒の中にある「×」が $\Delta\mu$ を意味している。

まず折れ線グラフで表される $\Delta\mu$ の動きをみれば、平成9～14年の期間にマージン率 $\mu$ が大きく上昇し、平成14～19年の期間にはほぼ横ばい、平成19～26年の期間には大きく下落する、という傾向が「521.建築材料卸売業」・「522.化学製品卸売業」・「523.鉱物・金属材料卸売業」・「524.再生資源卸売業」・「539.その他の機械器具卸売業」・「549.他に分類されない卸売業」など複数の部門でみられた。これらの部門はいずれも中間財や資本財など産業用使用分が多く、付表1をみても小売向け販売額比率(流通経路①・②)の割合が概ね小さい。また要因分解の結果をみても、小売向け販売が関係する流通経路①・②による寄与分は非常に小さいものになっている。一方で、「512.食料・飲料卸売業」および「533.電気機械器具卸売業」の2部門は、平成19～26年の期間に $\Delta\mu$ がまったく逆の動きをしており、マージン率 $\mu$ が上昇している。これら2部門は小売向け販売額の比率が高く、要因分解の結果をみても、「512.食料・飲料卸売業」では平成19～26年の期間に国産品の小売向け販売におけるマージン率の上昇を意味する「(マ)①国産-小売」が全

<sup>22</sup> 一般的に、W/W比率=(卸売業全体の販売額-本支店間移動分)/(卸売業の小売向け・産業向け・国外向け・消費者向け販売額)と定義され、1に近いほど効率的であるとされる。本稿の結果でいえば、流通経路①～⑥の販売額シェア合計の逆数がほぼW/W比率の概念に一致することになる。

体のマージン率  $\mu$  の上昇に大きく寄与しており、また「533.電気機械器具卸売業」では輸入品の小売向け販売におけるマージン率の上昇である「(マ)②輸入—小売」のマージン率上昇が全体のマージン率  $\mu$  の上昇に大きく寄与している。これらの結果は、期間が同じであっても産出先の違いによってマージン率の変化方向が大きく異なる可能性を示唆しているといえよう。

この他に、「522.化学製品卸売業」では、 $\Delta\mu$  を表す折れ線が各期間の棒の上端あるいは下端を通っている。これは、平成 9～14 年の期間ではほぼ全ての要因が  $\mu$  の増加に寄与し、平成 14～19 年、平成 19～26 年の期間においては、ほぼ全ての要因がマージン率の下落に寄与していたためである。このようにほぼ全ての要因が同一方向に寄与しているようなケースでは、流通経路によって下落幅に差があるものの、基準年においてマージン率を正確に把握することができていれば、中間年において流通経路別の情報なしで推計を行ったとしてもそれほど大きな問題は起こらないであろう。

一方で、「532.自動車卸売業」をみれば、平成 19～26 年の期間において、部門全体のマージン率  $\mu$  は 0.303 から 0.293 に下落しており、その差はわずか 0.01 であるが、その背景ではマージン率の上昇に寄与する要因と下落に寄与する要因が混在しており、上昇要因の合計および下落要因の合計はいずれも 0.05 を超えるものであった。このように、要因ごとに変化の方向性が逆になっているケースは、「533.電気機械器具卸売業」・「542.医薬品・化粧品卸売業」でも見られるものである。これらの部門は、いずれも中間財や資本財といった産業使用分と、最終需要財としての家計消費分が混在していることも興味深い点である。部門全体のマージン率  $\mu$  の変化幅が小さくとも、流通経路別マージン率や販売額シェアには大きな構造変化が生じているというこれらの事例を産業連関表や SUT の推計に際して的確に反映するためには、流通経路の違いを考慮した調査を実施することが必要であろう。

この他に全体的な傾向として、マージン率  $\mu$  の変化の多くの部分を流通経路別マージン率変化の要因が説明しており、販売額シェア変化の要因の影響が相対的に小さい点をあげることができる。このことは、3.1 節でも述べた通り、基準時点で詳細な調査を行い、中間年にはサンプル調査等を実施して基準年のシェアを一定とした延長推計を実施することの有用性を裏付けるものであるといえよう。

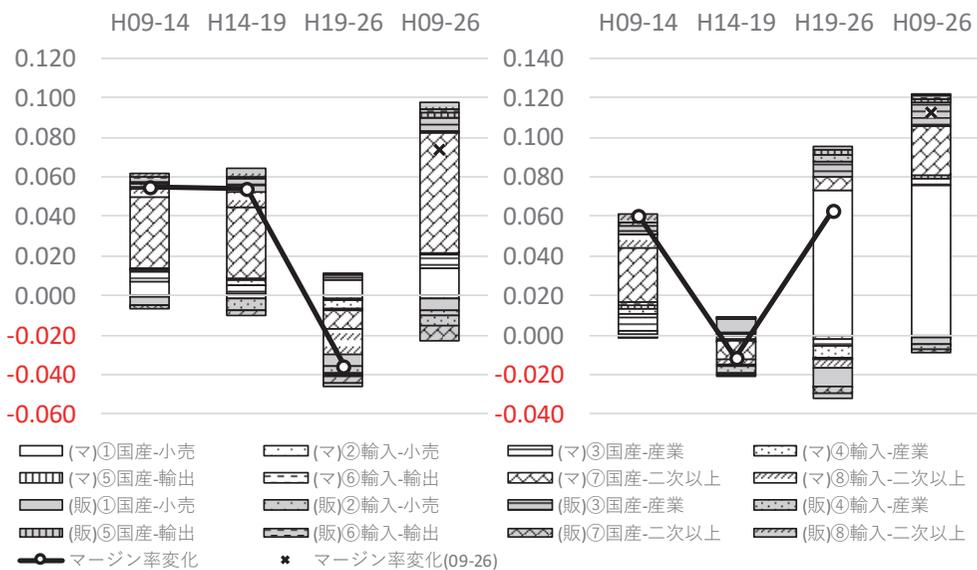
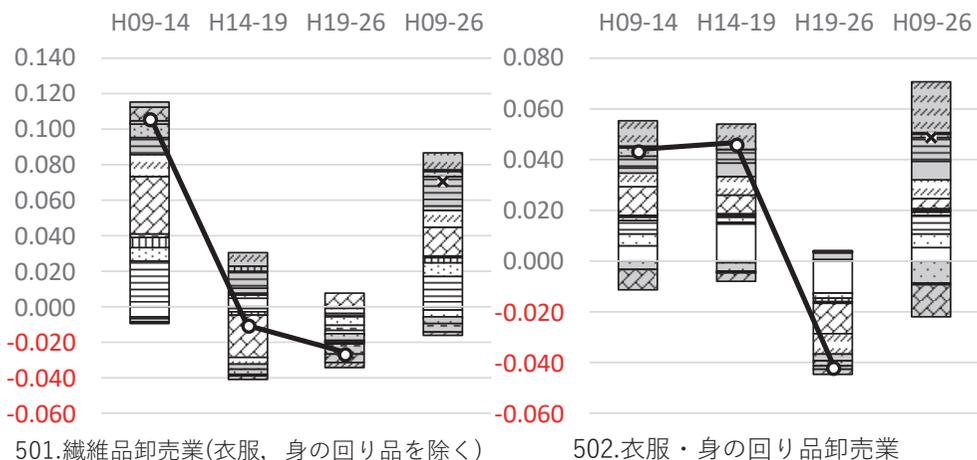


図 3. マージン率変化の要因分解結果

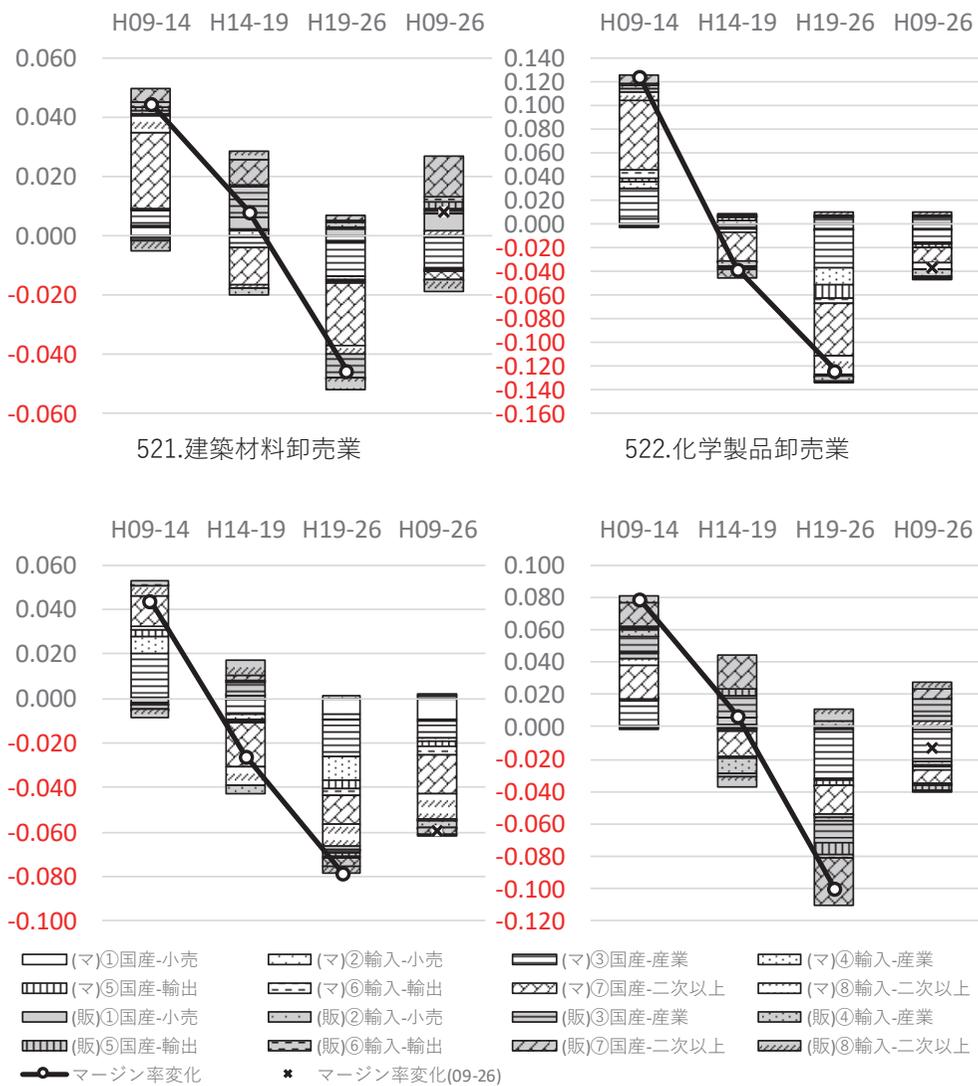


図 3. マージン率変化の要因分解結果 (続き)

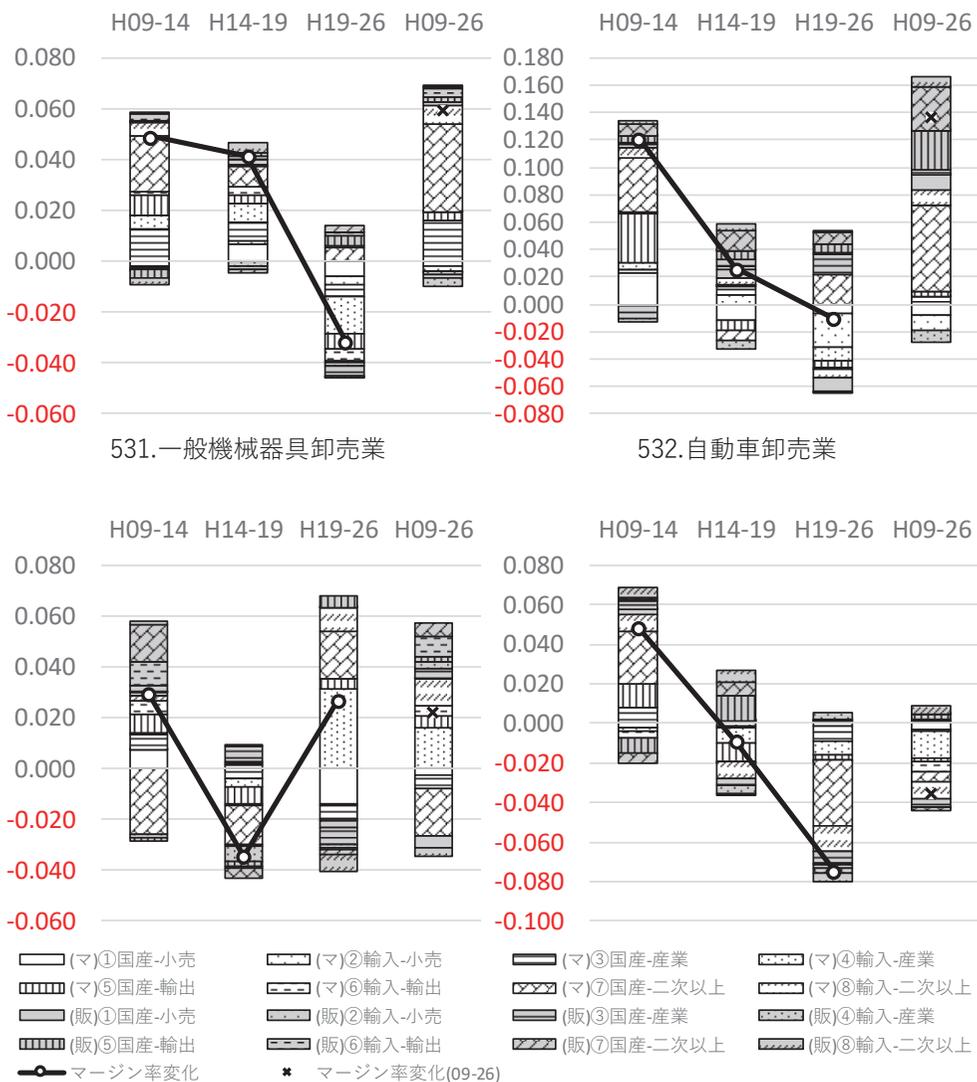


図 3. マージン率変化の要因分解結果 (続き)

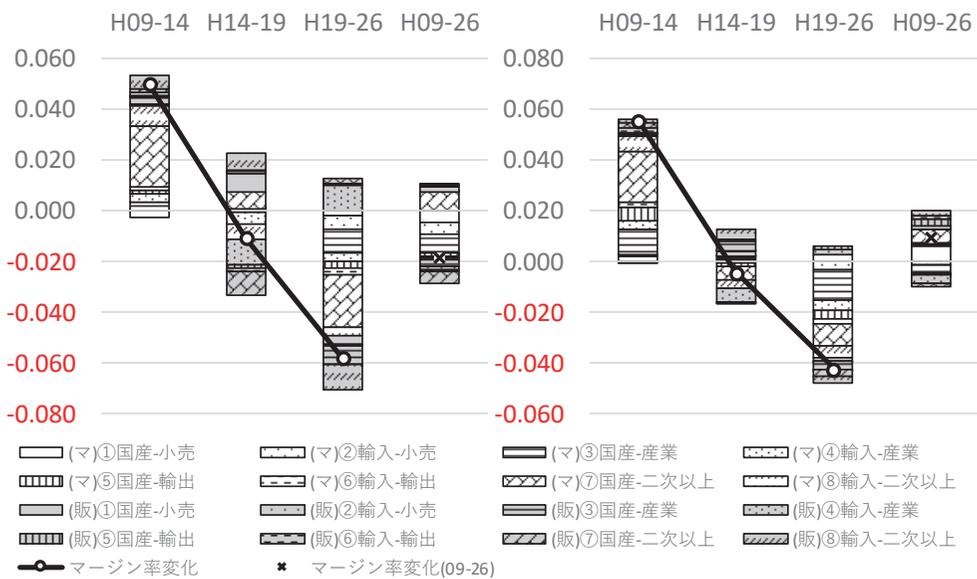
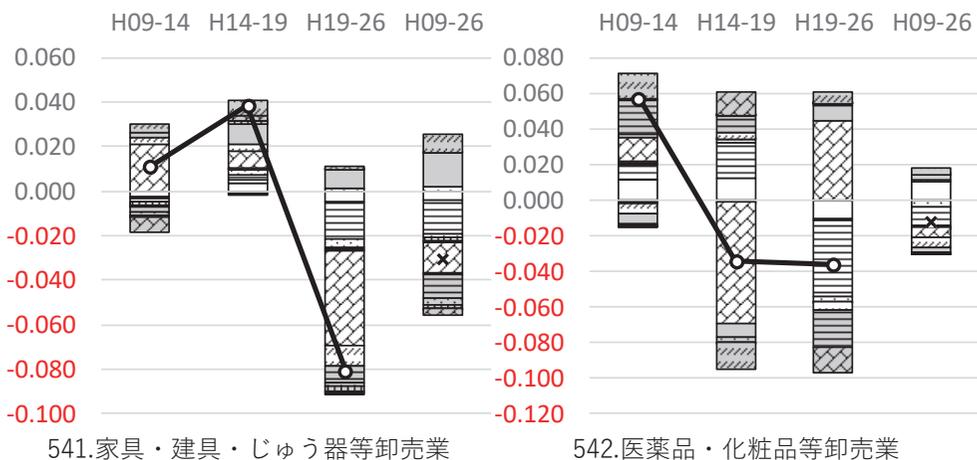


図 3. マージン率変化の要因分解結果 (続き)

#### 4. 考察および結語

冒頭でも述べたように、産業連関表あるいは SUT において、もしも同一の財について仕入先や販売先ごとにマージン率が異なっているのであれば、その違いを反映して商業部門のマージン額推計を行う必要がある。その違いを無視して産業連関表や SUT を推計すれば、産業連関表や SUT 自体の精度が低下するだけでなく、GDP までもが過大あるいは過小に推計される可能性がある。しかしながらこれまでの産業連関表や SUT では、「商業統計調査」において流通経路別の情報が把握されていたにも関わらず、その情報を利用した推計を行っておらず、その点は大きな問題であった。さらに今後の「活動調査」では、流通経路別の調査項目自体が著しく簡素化されてしまうため、現在の計画のままでは産業連関表や SUT における上述のような商業部門の精度上の問題は解決できないという点が本研究の問題意識であった。

本研究における分析の結果、やはり仕入先や販売先ごとにマージン率の水準は異なっており、更にその変化の方向性も販売先や仕入先ごとに異なっているものが多くみられた。この結果は、少なくとも基準年の一次統計調査において流通経路を考慮して調査を実施したうえで、それらの情報を産業連関表や SUT の推計に活用することが必要であることを示唆するものであった。

ただし、「活動調査」において全事業所を対象として詳細な調査を実施すべきであるか否か、という点については検討が必要である。部門によっては大部分が国産品であり輸入品の割合が極めて小さいケースや、販売先の大半が産業向けであるなど特定の販売先に限定されるケースが存在することを考えれば、必ずしも「活動調査」において全事業所を対象として流通経路別の調査を実施すべきであるとは言い切れない。基準年において調査を実施する際には、記入者負担を考慮しながら、できる限り効率的に適切な情報を収集できる手法を考える必要があり、この点は今後の課題である。

中間年のマージン額推計について考えれば、前述のように、中間年においては「経済構造実態調査」に基づいて商業部門の推計を行うことになる。この調査の対象は、各産業の「売上高総額の8割を達成する範囲に含まれる企業」であるため、これらの企業については毎年のマージン額を正確に把握することができる。一方で調査対象ではない2割の小規模企業については、8割の大規模企業におけるマージン率をそのまま適用するなどの手法によってマージン額が推定されることになる。本稿の結果が示すように流通経路別のマージン率が異なっているなかで、大規模企業と小規模企業の間で輸入品の比率や販売先の比率が異なっていれば、小規模企業のマージン額推計結果の精度は低下することになる。

このような問題意識に基づいて、「平成26年商業統計調査」より、商品販売額の大きい順に各部門の販売総額の80%を占める事業所群を大規模、残り20%を小規模とし、それぞれについて仕入先および販売先が国外である割合（輸入比率および輸出比率）を計算したものが図4である。

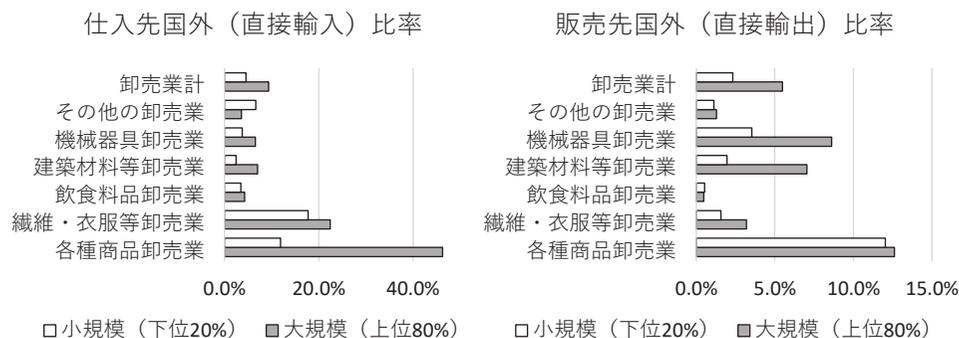


図 4. 平成 26 年 部門別・規模別 直接輸入比率・直接輸出比率

左側のグラフは、部門別に直接輸入（仕入先が国外）の比率を表したものである。これをみれば「その他の卸売業」を除くすべての部門で、大規模の直接輸入比率が小規模を上回っており、特に「各種商品卸売業」では両者の差が大きい。また右側のグラフは、直接輸出（販売先が国外）の比率を表している。「飲食料品卸売業」以外の部門では大規模の直接輸出比率が小規模を上回っており、特に「機械器具卸売業」や「建築材料等卸売業」において両者の差が大きかった。

このように企業の規模によって仕入先や販売先の比率が異なっており、かつ仕入先や販売先の違いによってマージン率が異なっているとすれば、大規模企業のマージン率をそのまま小規模企業に適用するような推計手法には問題がある。このような問題を解決するためのもっとも安易な方法は、「経済構造実態調査」の対象外となっている小規模企業についても毎年調査を実施することであるが、記入者負担や調査のコスト面等を考えれば、そのような手法は現実的ではない。1つの方法としては、基準年の調査によって各企業あるいは事業所の仕入先割合や販売先割合をしっかりと把握したうえで、中間年には流通経路別マージン率に関するサンプル調査を行い、基準年の結果を延長推計するような手法が考えられる。いずれにしても、現在の計画のように基準年においてすら本支店間移動割合と直接輸出割合以外の流通経路別の調査を実施しないということであれば、本稿で取り上げた問題を解決することは困難であろう。

商業部門は経済全体の中でも規模が大きく、産業連関表や SUT のようなマクロ経済のバランス体系のもとでは、商業部門において発生したバイアスが他の部門にも大きな影響を及ぼすことになる。GDP の推計精度向上を目指した統計改革の名のもとに実施してきた一次統計の再編や拡充による成果を無駄にしないためにも、商業部門に関する一次統計の改善や、産業連関表および SUT の推計手法の見直しに早急に着手することが必要であろう。

## 参考文献

Campa, José M., and Linda S. Goldberg (2006) “Distribution Margins, Imported Inputs, and the Sensitivity of the CPI to Exchange Rates,” NBER Working Paper No.12121, National Bureau of Economic Research.

- 杉村泰彦 (2011)「流通システムの変化と卸売業の再編」『農業市場研究』第 20 巻 3 号, pp.35-49, 日本農業市場学会.
- 総務省 (2018)『公的統計の整備に関する基本的な計画』
- 統計改革推進会議 (2017)『統計改革推進会議最終とりまとめ』
- 鍋田英彦 (2005)「流通における中間業者排除に関する考察」『東洋学園大学紀要』(13), pp.201-215, 東洋学園大学.
- 野村浩二・宮川幸三 (2017)「日本の卸売・小売サービスは高いのか—マイクロデータに基づくマージン率推計と日米価格差」, RIETI Discussion Paper, 17-J-026, 経済産業研究所.
- 野村浩二・宮川幸三 (2018)「産業連関体系のリバランスと GDP 評価—商業マージン表の改訂に向けた一試論」『経済統計研究』第 46 巻 I 号, pp.29-55, 経済産業統計協会.
- 野村浩二・宮川幸三・新井園枝 (2017)「産業連関表の商業マージン推計における諸課題と精度改善に向けた考察」『経済統計研究』第 45 巻 III 号, pp.23-52, 経済産業統計協会.

付表 1. 流通経路別マージン率および販売額シェア

501. 繊維品卸売業(衣服、身の回り品を除く)				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.240	0.148	0.217	0.209
②. 輸入・小売	0.229	0.205	0.205	0.136
マ ③. 国産・産業	0.079	0.194	0.180	0.168
┆ ④. 輸入・産業	0.049	0.157	0.206	0.140
ジ ⑤. 国産・輸出	0.090	0.204	0.147	0.152
ン ⑥. 輸入・輸出	0.092	0.161	0.179	0.116
率 ⑦. 国産・二次以上	0.354	0.431	0.377	0.398
⑧. 輸入・二次以上	0.339	0.429	0.406	0.399
μ	0.223	0.329	0.319	0.294
販 ①. 国産・小売	0.047	0.077	0.055	0.063
販 ②. 輸入・小売	0.012	0.019	0.040	0.063
売 ③. 国産・産業	0.262	0.190	0.122	0.122
額 ④. 輸入・産業	0.090	0.048	0.066	0.076
シ ⑤. 国産・輸出	0.050	0.049	0.034	0.041
エ ⑥. 輸入・輸出	0.037	0.023	0.030	0.065
ア ⑦. 国産・二次以上	0.385	0.447	0.424	0.370
⑧. 輸入・二次以上	0.116	0.147	0.229	0.199

502. 衣服・身の回り品卸売業				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.277	0.293	0.339	0.295
②. 輸入・小売	0.261	0.310	0.303	0.301
マ ③. 国産・産業	0.110	0.174	0.186	0.207
┆ ④. 輸入・産業	0.074	0.128	0.224	0.126
ジ ⑤. 国産・輸出	0.092	0.119	0.186	0.107
ン ⑥. 輸入・輸出	0.110	0.140	0.210	0.163
率 ⑦. 国産・二次以上	0.485	0.529	0.562	0.502
⑧. 輸入・二次以上	0.477	0.513	0.549	0.517
μ	0.330	0.374	0.420	0.379
販 ①. 国産・小売	0.375	0.348	0.288	0.262
販 ②. 輸入・小売	0.078	0.129	0.160	0.191
売 ③. 国産・産業	0.097	0.074	0.050	0.050
額 ④. 輸入・産業	0.030	0.016	0.018	0.026
シ ⑤. 国産・輸出	0.016	0.015	0.012	0.012
エ ⑥. 輸入・輸出	0.010	0.009	0.011	0.016
ア ⑦. 国産・二次以上	0.281	0.231	0.210	0.191
⑧. 輸入・二次以上	0.112	0.178	0.251	0.252

511. 農畜産物・水産物卸売業				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.135	0.170	0.162	0.197
②. 輸入・小売	0.173	0.110	0.159	0.106
マ ③. 国産・産業	0.072	0.117	0.165	0.147
┆ ④. 輸入・産業	0.056	0.078	0.128	0.062
ジ ⑤. 国産・輸出	0.040	0.052	0.127	0.084
ン ⑥. 輸入・輸出	0.065	0.071	0.111	0.052
率 ⑦. 国産・二次以上	0.332	0.407	0.484	0.463
⑧. 輸入・二次以上	0.354	0.391	0.444	0.360
μ	0.242	0.297	0.351	0.316
販 ①. 国産・小売	0.192	0.224	0.201	0.245
販 ②. 輸入・小売	0.012	0.014	0.014	0.031
売 ③. 国産・産業	0.119	0.112	0.092	0.077
額 ④. 輸入・産業	0.036	0.031	0.056	0.058
シ ⑤. 国産・輸出	0.021	0.015	0.011	0.009
エ ⑥. 輸入・輸出	0.023	0.010	0.011	0.015
ア ⑦. 国産・二次以上	0.496	0.475	0.453	0.427
⑧. 輸入・二次以上	0.102	0.120	0.161	0.139

512. 食料・飲料卸売業				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.155	0.156	0.150	0.317
②. 輸入・小売	0.215	0.322	0.304	0.200
マ ③. 国産・産業	0.096	0.171	0.178	0.134
┆ ④. 輸入・産業	0.079	0.172	0.177	0.048
ジ ⑤. 国産・輸出	0.055	0.166	0.186	0.177
ン ⑥. 輸入・輸出	0.046	0.185	0.185	0.078
率 ⑦. 国産・二次以上	0.351	0.434	0.407	0.429
⑧. 輸入・二次以上	0.396	0.503	0.457	0.395
μ	0.219	0.280	0.269	0.332
販 ①. 国産・小売	0.424	0.419	0.365	0.509
販 ②. 輸入・小売	0.016	0.012	0.014	0.018
売 ③. 国産・産業	0.138	0.104	0.111	0.062
額 ④. 輸入・産業	0.025	0.027	0.059	0.037
シ ⑤. 国産・輸出	0.015	0.017	0.022	0.004
エ ⑥. 輸入・輸出	0.008	0.010	0.014	0.003
ア ⑦. 国産・二次以上	0.328	0.342	0.343	0.315
⑧. 輸入・二次以上	0.047	0.069	0.072	0.053

521. 建築材料卸売業				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.165	0.187	0.183	0.167
②. 輸入・小売	0.210	0.216	0.223	0.161
マ ③. 国産・産業	0.156	0.173	0.161	0.121
┆ ④. 輸入・産業	0.134	0.121	0.178	0.124
ジ ⑤. 国産・輸出	0.094	0.107	0.136	0.072
ン ⑥. 輸入・輸出	0.082	0.089	0.172	0.064
率 ⑦. 国産・二次以上	0.414	0.475	0.449	0.408
⑧. 輸入・二次以上	0.401	0.489	0.470	0.426
μ	0.278	0.322	0.331	0.286
販 ①. 国産・小売	0.143	0.139	0.112	0.093
販 ②. 輸入・小売	0.007	0.010	0.013	0.010
売 ③. 国産・産業	0.310	0.319	0.255	0.303
額 ④. 輸入・産業	0.029	0.022	0.035	0.024
シ ⑤. 国産・輸出	0.017	0.013	0.010	0.007
エ ⑥. 輸入・輸出	0.014	0.006	0.005	0.006
ア ⑦. 国産・二次以上	0.403	0.435	0.497	0.510
⑧. 輸入・二次以上	0.077	0.056	0.074	0.047

522. 化学製品卸売業				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.176	0.249	0.185	0.105
②. 輸入・小売	0.207	0.166	0.170	0.066
マ ③. 国産・産業	0.113	0.176	0.172	0.086
┆ ④. 輸入・産業	0.065	0.150	0.188	0.038
ジ ⑤. 国産・輸出	0.077	0.147	0.201	0.035
ン ⑥. 輸入・輸出	0.068	0.304	0.216	0.059
率 ⑦. 国産・二次以上	0.303	0.483	0.408	0.262
⑧. 輸入・二次以上	0.280	0.396	0.406	0.196
μ	0.176	0.301	0.263	0.141
販 ①. 国産・小売	0.043	0.061	0.040	0.066
販 ②. 輸入・小売	0.004	0.005	0.006	0.008
売 ③. 国産・産業	0.441	0.406	0.406	0.335
額 ④. 輸入・産業	0.069	0.048	0.079	0.116
シ ⑤. 国産・輸出	0.054	0.050	0.073	0.067
エ ⑥. 輸入・輸出	0.029	0.023	0.032	0.018
ア ⑦. 国産・二次以上	0.303	0.351	0.304	0.301
⑧. 輸入・二次以上	0.057	0.056	0.060	0.089

523. 鉱物・金属材料卸売業				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.154	0.136	0.131	0.045
②. 輸入・小売	0.105	0.140	0.144	0.028
マ ③. 国産・産業	0.079	0.135	0.114	0.056
┆ ④. 輸入・産業	0.048	0.125	0.108	0.036
ジ ⑤. 国産・輸出	0.068	0.113	0.094	0.033
ン ⑥. 輸入・輸出	0.098	0.127	0.110	0.032
率 ⑦. 国産・二次以上	0.292	0.347	0.270	0.219
⑧. 輸入・二次以上	0.285	0.336	0.255	0.164
μ	0.155	0.200	0.174	0.096
販 ①. 国産・小売	0.072	0.092	0.070	0.095
販 ②. 輸入・小売	0.017	0.021	0.014	0.018
売 ③. 国産・産業	0.329	0.362	0.272	0.311
額 ④. 輸入・産業	0.099	0.099	0.152	0.136
シ ⑤. 国産・輸出	0.072	0.067	0.061	0.077
エ ⑥. 輸入・輸出	0.065	0.039	0.032	0.043
ア ⑦. 国産・二次以上	0.251	0.251	0.270	0.232
⑧. 輸入・二次以上	0.096	0.069	0.130	0.088

524. 再生資源卸売業				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.182	0.160	0.179	0.158
②. 輸入・小売	0.187	0.310	0.204	0.049
マ ③. 国産・産業	0.176	0.220	0.219	0.122
┆ ④. 輸入・産業	0.105	0.114	0.083	0.061
ジ ⑤. 国産・輸出	0.111	0.138	0.174	0.069
ン ⑥. 輸入・輸出	0.149	0.126	0.091	0.059
率 ⑦. 国産・二次以上	0.670	0.718	0.686	0.650
⑧. 輸入・二次以上	0.579	0.632	0.620	0.619
μ	0.395	0.474	0.481	0.382
販 ①. 国産・小売	0.054	0.042	0.028	0.037
販 ②. 輸入・小売	0.004	0.001	0.001	0.006
売 ③. 国産・産業	0.386	0.344	0.290	0.342
額 ④. 輸入・産業	0.046	0.034	0.059	0.050
シ ⑤. 国産・輸出	0.028	0.026	0.013	0.037
エ ⑥. 輸入・輸出	0.015	0.009	0.015	0.019
ア ⑦. 国産・二次以上	0.396	0.450	0.543	0.417
⑧. 輸入・二次以上	0.071	0.093	0.052	0.091

付表 1. 流通経路別マージン率および販売額シェア（続き）

531. 一般機械器具卸売業				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.199	0.179	0.258	0.176
②. 輸入・小売	0.229	0.143	0.307	0.070
マ ③. 国産・産業	0.130	0.165	0.185	0.172
┆ ④. 輸入・産業	0.100	0.171	0.259	0.099
ジ ⑤. 国産・輸出	0.083	0.173	0.211	0.132
ン ⑥. 輸入・輸出	0.087	0.131	0.233	0.090
率 ⑦. 国産・二次以上	0.403	0.480	0.508	0.528
⑧. 輸入・二次以上	0.380	0.480	0.498	0.486
μ	0.221	0.270	0.312	0.280
販 ①. 国産・小売	0.088	0.098	0.077	0.068
販 ②. 輸入・小売	0.007	0.008	0.008	0.018
売 ③. 国産・産業	0.369	0.367	0.353	0.385
額 ④. 輸入・産業	0.075	0.071	0.094	0.094
シ ⑤. 国産・輸出	0.074	0.102	0.091	0.059
エ ⑥. 輸入・輸出	0.045	0.025	0.037	0.026
ア ⑦. 国産・二次以上	0.277	0.279	0.270	0.282
⑧. 輸入・二次以上	0.065	0.049	0.069	0.067

533. 電気機械器具卸売業				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.155	0.212	0.223	0.141
②. 輸入・小売	0.252	0.306	0.288	0.262
マ ③. 国産・産業	0.144	0.161	0.148	0.127
┆ ④. 輸入・産業	0.146	0.151	0.113	0.426
ジ ⑤. 国産・輸出	0.087	0.191	0.111	0.170
ン ⑥. 輸入・輸出	0.072	0.159	0.133	0.125
率 ⑦. 国産・二次以上	0.459	0.364	0.313	0.383
⑧. 輸入・二次以上	0.305	0.333	0.342	0.471
μ	0.219	0.249	0.214	0.242
販 ①. 国産・小売	0.140	0.120	0.142	0.198
販 ②. 輸入・小売	0.005	0.007	0.010	0.011
売 ③. 国産・産業	0.352	0.320	0.239	0.313
額 ④. 輸入・産業	0.031	0.052	0.116	0.083
シ ⑤. 国産・輸出	0.067	0.076	0.099	0.050
エ ⑥. 輸入・輸出	0.100	0.023	0.030	0.036
ア ⑦. 国産・二次以上	0.229	0.313	0.272	0.255
⑧. 輸入・二次以上	0.075	0.089	0.091	0.054

541. 家具・建具・じゅう器等卸売業				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.221	0.215	0.227	0.208
②. 輸入・小売	0.301	0.284	0.318	0.341
マ ③. 国産・産業	0.213	0.204	0.215	0.128
┆ ④. 輸入・産業	0.229	0.177	0.301	0.130
ジ ⑤. 国産・輸出	0.197	0.102	0.158	0.061
ン ⑥. 輸入・輸出	0.186	0.148	0.200	0.130
率 ⑦. 国産・二次以上	0.464	0.521	0.544	0.428
⑧. 輸入・二次以上	0.498	0.542	0.577	0.486
μ	0.333	0.344	0.383	0.303
販 ①. 国産・小売	0.359	0.337	0.275	0.210
販 ②. 輸入・小売	0.035	0.049	0.063	0.056
売 ③. 国産・産業	0.140	0.160	0.167	0.212
額 ④. 輸入・産業	0.007	0.017	0.015	0.028
シ ⑤. 国産・輸出	0.008	0.011	0.006	0.016
エ ⑥. 輸入・輸出	0.005	0.007	0.006	0.007
ア ⑦. 国産・二次以上	0.391	0.346	0.360	0.370
⑧. 輸入・二次以上	0.055	0.073	0.107	0.101

549. 他に分類されない卸売業				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.189	0.178	0.180	0.170
②. 輸入・小売	0.314	0.316	0.309	0.164
マ ③. 国産・産業	0.145	0.160	0.157	0.117
┆ ④. 輸入・産業	0.084	0.183	0.120	0.076
ジ ⑤. 国産・輸出	0.119	0.146	0.158	0.067
ン ⑥. 輸入・輸出	0.089	0.175	0.180	0.066
率 ⑦. 国産・二次以上	0.393	0.465	0.485	0.415
⑧. 輸入・二次以上	0.434	0.525	0.472	0.439
μ	0.259	0.309	0.298	0.241
販 ①. 国産・小売	0.256	0.250	0.192	0.225
販 ②. 輸入・小売	0.021	0.023	0.028	0.044
売 ③. 国産・産業	0.230	0.211	0.199	0.254
額 ④. 輸入・産業	0.037	0.037	0.102	0.043
シ ⑤. 国産・輸出	0.032	0.025	0.035	0.031
エ ⑥. 輸入・輸出	0.021	0.014	0.024	0.025
ア ⑦. 国産・二次以上	0.330	0.342	0.290	0.300
⑧. 輸入・二次以上	0.074	0.098	0.130	0.078

532. 自動車卸売業					
流通経路	H09	H14	H19	H26	
①. 国産・小売	0.164	0.164	0.247	0.181	0.136
②. 輸入・小売	0.346	0.331	0.445	0.127	
マ ③. 国産・産業	0.106	0.120	0.150	0.151	
┆ ④. 輸入・産業	0.032	0.151	0.158	0.046	
ジ ⑤. 国産・輸出	0.050	0.244	0.169	0.075	
ン ⑥. 輸入・輸出	0.044	0.119	0.133	0.065	
率 ⑦. 国産・二次以上	0.284	0.462	0.437	0.496	
⑧. 輸入・二次以上	0.249	0.421	0.495	0.428	
μ	0.156	0.277	0.303	0.293	
販 ①. 国産・小売	0.343	0.209	0.125	0.197	
販 ②. 輸入・小売	0.024	0.041	0.074	0.079	
売 ③. 国産・産業	0.134	0.228	0.203	0.103	
額 ④. 輸入・産業	0.029	0.047	0.087	0.081	
シ ⑤. 国産・輸出	0.216	0.153	0.075	0.037	
エ ⑥. 輸入・輸出	0.022	0.019	0.015	0.022	
ア ⑦. 国産・二次以上	0.194	0.251	0.339	0.389	
⑧. 輸入・二次以上	0.037	0.052	0.082	0.092	

539. その他の機械器具卸売業				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.231	0.206	0.219	0.204
②. 輸入・小売	0.277	0.292	0.262	0.294
マ ③. 国産・産業	0.146	0.171	0.165	0.143
┆ ④. 輸入・産業	0.245	0.230	0.163	0.098
ジ ⑤. 国産・輸出	0.154	0.242	0.164	0.131
ン ⑥. 輸入・輸出	0.269	0.157	0.172	0.151
率 ⑦. 国産・二次以上	0.381	0.503	0.502	0.357
⑧. 輸入・二次以上	0.454	0.548	0.477	0.366
μ	0.253	0.301	0.292	0.218
販 ①. 国産・小売	0.128	0.082	0.080	0.068
販 ②. 輸入・小売	0.017	0.033	0.032	0.035
売 ③. 国産・産業	0.321	0.282	0.309	0.366
額 ④. 輸入・産業	0.090	0.089	0.129	0.097
シ ⑤. 国産・輸出	0.091	0.188	0.057	0.067
エ ⑥. 輸入・輸出	0.044	0.024	0.028	0.043
ア ⑦. 国産・二次以上	0.248	0.200	0.236	0.219
⑧. 輸入・二次以上	0.081	0.102	0.129	0.105

542. 医薬品・化粧品等卸売業				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.170	0.205	0.235	0.207
②. 輸入・小売	0.504	0.476	0.415	0.325
マ ③. 国産・産業	0.132	0.160	0.264	0.104
┆ ④. 輸入・産業	0.208	0.263	0.447	0.177
ジ ⑤. 国産・輸出	0.117	0.273	0.252	0.318
ン ⑥. 輸入・輸出	0.479	0.151	0.234	0.141
率 ⑦. 国産・二次以上	0.499	0.554	0.331	0.478
⑧. 輸入・二次以上	0.631	0.545	0.605	0.506
μ	0.266	0.324	0.290	0.254
販 ①. 国産・小売	0.305	0.364	0.445	0.272
販 ②. 輸入・小売	0.021	0.031	0.012	0.022
売 ③. 国産・産業	0.363	0.238	0.142	0.384
額 ④. 輸入・産業	0.010	0.015	0.009	0.012
シ ⑤. 国産・輸出	0.004	0.004	0.002	0.004
エ ⑥. 輸入・輸出	0.003	0.003	0.002	0.001
ア ⑦. 国産・二次以上	0.251	0.257	0.354	0.248
⑧. 輸入・二次以上	0.042	0.089	0.034	0.056

101. 卸売計				
流通経路	H09	H14	H19	H26
①. 国産・小売	0.179	0.191	0.195	0.211
②. 輸入・小売	0.252	0.270	0.297	0.187
マ ③. 国産・産業	0.119	0.157	0.160	0.108
┆ ④. 輸入・産業	0.084	0.150	0.146	0.095
ジ ⑤. 国産・輸出	0.075	0.176	0.150	0.077
ン ⑥. 輸入・輸出	0.090	0.153	0.164	0.073
率 ⑦. 国産・二次以上	0.370	0.434	0.416	0.388
⑧. 輸入・二次以上	0.378	0.454	0.419	0.374
μ	0.225	0.280	0.276	0.234
販 ①. 国産・小売	0.197	0.188	0.165	0.196
販 ②. 輸入・小売	0.017	0.022	0.024	0.029
売 ③. 国産・産業	0.260	0.260	0.227	0.251
額 ④. 輸入・産業	0.050	0.051	0.089	0.075
シ ⑤. 国産・輸出	0.057	0.055	0.049	0.040
エ ⑥. 輸入・輸出	0.035	0.019	0.022	0.023
ア ⑦. 国産・二次以上	0.307	0.321	0.318	0.298
⑧. 輸入・二次以上	0.076	0.083	0.106	0.088

付表 2. マージン率変化の要因分解結果

501. 繊維品卸売業(衣服, 身の回り品を除く)

流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	-0.006	0.005	-0.000	-0.002
マ ②. 輸入・小売	-0.000	-0.000	-0.004	-0.004
丨 ③. 国産・産業	0.026	-0.002	-0.001	0.017
ジ ④. 輸入・産業	0.008	0.003	-0.005	0.008
ン ⑤. 国産・輸出	0.006	-0.002	0.000	0.003
率 ⑥. 輸入・輸出	0.002	0.000	-0.003	0.001
変 ⑦. 国産・二次以上	0.032	-0.023	0.008	0.017
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.012	-0.004	-0.001	0.009
マージン率要因計	0.079	-0.025	-0.006	0.049
販売額シエア変化				
①. 国産・小売	-0.003	0.003	-0.001	-0.001
②. 輸入・小売	-0.000	-0.002	-0.003	-0.004
③. 国産・産業	0.010	0.009	-0.000	0.019
④. 輸入・産業	0.007	-0.002	-0.001	0.002
⑤. 国産・輸出	0.000	0.002	-0.001	0.001
⑥. 輸入・輸出	0.002	-0.001	-0.006	-0.004
⑦. 国産・二次以上	0.007	-0.002	-0.004	-0.002
⑧. 輸入・二次以上	0.003	0.008	-0.003	0.009
販売額要因計	0.027	0.014	-0.019	0.021
Δμ	0.106	-0.010	-0.026	0.071

511. 農畜産物・水産物卸売業

流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	0.007	-0.002	0.008	0.014
マ ②. 輸入・小売	-0.001	0.001	-0.001	-0.001
丨 ③. 国産・産業	0.005	0.005	-0.002	0.007
ジ ④. 輸入・産業	0.001	0.002	-0.004	0.000
ン ⑤. 国産・輸出	0.000	0.001	-0.000	0.001
率 ⑥. 輸入・輸出	0.000	0.000	-0.001	-0.000
変 ⑦. 国産・二次以上	0.036	0.036	-0.009	0.060
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.004	0.007	-0.013	0.001
マージン率要因計	0.053	0.051	-0.022	0.081
販売額シエア変化				
①. 国産・小売	-0.004	0.004	-0.007	-0.006
②. 輸入・小売	-0.000	-0.000	-0.003	-0.003
③. 国産・産業	0.001	0.004	0.003	0.007
④. 輸入・産業	0.001	-0.006	-0.000	-0.005
⑤. 国産・輸出	0.001	0.001	0.000	0.003
⑥. 輸入・輸出	0.003	-0.000	-0.001	0.002
⑦. 国産・二次以上	-0.002	-0.003	-0.004	-0.008
⑧. 輸入・二次以上	0.002	0.004	-0.002	0.003
販売額要因計	0.002	0.004	-0.013	-0.007
Δμ	0.055	0.054	-0.035	0.074

521. 建築材料卸売業

流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	0.003	-0.001	-0.002	0.000
マ ②. 輸入・小売	0.000	0.000	-0.001	-0.000
丨 ③. 国産・産業	0.005	-0.003	-0.011	-0.011
ジ ④. 輸入・産業	-0.000	0.002	-0.002	-0.000
ン ⑤. 国産・輸出	0.000	0.000	-0.001	-0.000
率 ⑥. 輸入・輸出	0.000	0.000	-0.001	-0.000
変 ⑦. 国産・二次以上	0.026	-0.012	-0.021	-0.003
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.006	-0.001	-0.003	0.002
マージン率要因計	0.040	-0.015	-0.040	-0.013
販売額シエア変化				
①. 国産・小売	0.000	0.004	0.003	0.006
②. 輸入・小売	-0.000	-0.000	0.000	-0.000
③. 国産・産業	-0.001	0.010	-0.008	0.001
④. 輸入・産業	0.001	-0.002	0.002	0.001
⑤. 国産・輸出	0.001	0.001	0.001	0.002
⑥. 輸入・輸出	0.002	0.000	-0.000	0.002
⑦. 国産・二次以上	0.005	0.008	0.002	0.014
⑧. 輸入・二次以上	-0.003	0.003	-0.004	-0.004
販売額要因計	0.005	0.023	-0.005	0.021
Δμ	0.045	0.009	-0.045	0.008

502. 衣服・身の回り品卸売業

流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	0.006	0.015	-0.012	0.006
マ ②. 輸入・小売	0.005	-0.001	-0.000	0.005
丨 ③. 国産・産業	0.006	0.001	0.001	0.007
ジ ④. 輸入・産業	0.001	0.002	-0.002	0.001
ン ⑤. 国産・輸出	0.000	0.001	-0.001	0.000
率 ⑥. 輸入・輸出	0.000	0.001	-0.001	0.001
変 ⑦. 国産・二次以上	0.011	0.007	-0.012	0.004
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.005	0.008	-0.008	0.007
マージン率要因計	0.035	0.033	-0.035	0.032
販売額シエア変化				
①. 国産・小売	0.002	0.005	0.002	0.008
②. 輸入・小売	-0.003	-0.003	-0.003	-0.008
③. 国産・産業	0.005	0.005	0.000	0.009
④. 輸入・産業	0.003	-0.000	-0.002	0.001
⑤. 国産・輸出	0.000	0.001	0.000	0.001
⑥. 輸入・輸出	0.000	-0.000	-0.001	-0.001
⑦. 国産・二次以上	-0.008	-0.003	-0.003	-0.013
⑧. 輸入・二次以上	0.009	0.010	0.000	0.020
販売額要因計	0.009	0.014	-0.006	0.017
Δμ	0.044	0.046	-0.041	0.049

512. 食料・飲料卸売業

流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	0.000	-0.002	0.073	0.075
マ ②. 輸入・小売	0.001	-0.000	-0.002	-0.000
丨 ③. 国産・産業	0.009	0.001	-0.004	0.004
ジ ④. 輸入・産業	0.002	0.000	-0.006	-0.001
ン ⑤. 国産・輸出	0.002	0.000	-0.000	0.001
率 ⑥. 輸入・輸出	0.001	-0.000	-0.001	0.000
変 ⑦. 国産・二次以上	0.028	-0.009	0.007	0.025
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.006	-0.003	-0.004	-0.000
マージン率要因計	0.051	-0.014	0.064	0.104
販売額シエア変化				
①. 国産・小売	0.000	0.006	-0.010	-0.003
②. 輸入・小売	-0.000	0.000	-0.000	-0.000
③. 国産・産業	0.004	-0.001	0.007	0.012
④. 輸入・産業	-0.000	-0.003	0.004	-0.002
⑤. 国産・輸出	-0.000	-0.000	0.002	0.002
⑥. 輸入・輸出	-0.000	-0.000	0.002	0.001
⑦. 国産・二次以上	0.002	0.000	-0.003	-0.002
⑧. 輸入・二次以上	0.004	0.001	-0.002	0.001
販売額要因計	0.010	0.002	-0.000	0.008
Δμ	0.060	-0.011	0.064	0.113

522. 化学製品卸売業

流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	0.004	-0.003	-0.004	-0.004
マ ②. 輸入・小売	-0.000	0.000	-0.001	-0.001
丨 ③. 国産・産業	0.027	-0.001	-0.032	-0.010
ジ ④. 輸入・産業	0.005	0.002	-0.015	-0.002
ン ⑤. 国産・輸出	0.004	0.003	-0.012	-0.003
率 ⑥. 輸入・輸出	0.006	-0.002	-0.004	-0.000
変 ⑦. 国産・二次以上	0.059	-0.024	-0.044	-0.012
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.007	0.001	-0.016	-0.006
マージン率要因計	0.111	-0.025	-0.127	-0.038
販売額シエア変化				
①. 国産・小売	-0.000	0.001	-0.001	-0.000
②. 輸入・小売	-0.000	-0.000	-0.000	-0.000
③. 国産・産業	0.003	-0.000	0.005	0.006
④. 輸入・産業	0.003	-0.004	-0.003	-0.005
⑤. 国産・輸出	0.001	-0.003	0.001	-0.001
⑥. 輸入・輸出	0.000	-0.000	0.001	0.001
⑦. 国産・二次以上	0.007	-0.008	-0.000	-0.000
⑧. 輸入・二次以上	-0.000	0.000	0.003	0.003
販売額要因計	0.014	-0.012	0.004	0.003
Δμ	0.124	-0.037	-0.123	-0.036

付表 2. マージン率変化の要因分解結果（続き）

523. 鉱物・金属材料卸売業

流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	-0.001	-0.000	-0.007	-0.009
マ ②. 輸入・小売	0.001	0.000	-0.002	-0.001
！ ③. 国産・産業	0.019	-0.006	-0.017	-0.007
ジ ④. 輸入・産業	0.008	-0.002	-0.010	-0.001
ン ⑤. 国産・輸出	0.003	-0.001	-0.004	-0.003
率 ⑥. 輸入・輸出	0.002	-0.001	-0.003	-0.004
変 ⑦. 国産・二次以上	0.014	-0.020	-0.013	-0.018
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.004	-0.008	-0.010	-0.011
マージン率要因計	0.049	-0.039	-0.066	-0.054
販売額シエア変化				
①. 国産・小売	-0.001	0.001	-0.001	-0.001
②. 輸入・小売	-0.000	0.000	-0.000	-0.000
③. 国産・産業	-0.002	0.006	-0.002	0.001
④. 輸入・産業	-0.000	-0.004	0.001	-0.003
⑤. 国産・輸出	0.000	0.000	-0.001	-0.000
⑥. 輸入・輸出	0.002	0.001	-0.001	0.001
⑦. 国産・二次以上	-0.000	0.002	-0.004	-0.003
⑧. 輸入・二次以上	-0.004	0.007	-0.003	-0.001
販売額要因計	-0.005	0.013	-0.011	-0.005
Δμ	0.044	-0.026	-0.078	-0.059

531. 一般機械器具卸売業

流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	-0.002	0.007	-0.006	-0.002
マ ②. 輸入・小売	-0.001	0.001	-0.003	-0.002
！ ③. 国産・産業	0.013	0.007	-0.005	0.016
ジ ④. 輸入・産業	0.005	0.007	-0.015	-0.000
ン ⑤. 国産・輸出	0.008	0.004	-0.006	0.003
率 ⑥. 輸入・輸出	0.002	0.003	-0.005	0.000
変 ⑦. 国産・二次以上	0.022	0.008	0.005	0.035
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.006	0.001	-0.001	0.007
マージン率要因計	0.052	0.038	-0.035	0.057
販売額シエア変化				
①. 国産・小売	-0.001	0.002	0.001	0.001
②. 輸入・小売	-0.000	-0.000	-0.001	-0.001
③. 国産・産業	0.000	0.002	-0.004	-0.002
④. 輸入・産業	0.000	-0.002	-0.000	-0.003
⑤. 国産・輸出	-0.003	0.001	0.004	0.002
⑥. 輸入・輸出	0.003	-0.001	0.001	0.003
⑦. 国産・二次以上	0.000	-0.002	0.003	0.001
⑧. 輸入・二次以上	-0.003	0.004	-0.000	0.000
販売額要因計	-0.003	0.003	0.004	0.002
Δμ	0.049	0.042	-0.031	0.060

533. 電気機械器具卸売業

流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	0.007	0.001	-0.014	-0.002
マ ②. 輸入・小売	0.000	-0.000	-0.000	0.000
！ ③. 国産・産業	0.006	-0.004	-0.006	-0.006
ジ ④. 輸入・産業	0.000	-0.003	0.031	0.016
ン ⑤. 国産・輸出	0.007	-0.007	0.004	0.005
率 ⑥. 輸入・輸出	0.005	-0.001	-0.000	0.004
変 ⑦. 国産・二次以上	-0.026	-0.015	0.019	-0.018
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.002	0.001	0.009	0.011
マージン率要因計	0.003	-0.028	0.043	0.009
販売額シエア変化				
①. 国産・小売	0.001	-0.000	-0.003	-0.005
②. 輸入・小売	0.000	0.000	0.000	0.000
③. 国産・産業	0.003	0.006	-0.007	0.004
④. 輸入・産業	-0.002	-0.006	-0.001	0.003
⑤. 国産・輸出	-0.001	-0.002	0.004	0.002
⑥. 輸入・輸出	0.009	-0.001	-0.001	0.008
⑦. 国産・二次以上	0.015	-0.004	-0.002	0.005
⑧. 輸入・二次以上	0.001	0.000	-0.007	-0.003
販売額要因計	0.026	-0.007	-0.016	0.014
Δμ	0.030	-0.034	0.027	0.022

524. 再生資源卸売業

流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	-0.001	0.001	-0.001	-0.001
マ ②. 輸入・小売	0.000	-0.000	-0.001	-0.001
！ ③. 国産・産業	0.016	-0.000	-0.031	-0.020
ジ ④. 輸入・産業	0.000	-0.001	-0.001	-0.002
ン ⑤. 国産・輸出	0.001	0.001	-0.003	-0.001
率 ⑥. 輸入・輸出	-0.000	-0.000	-0.001	-0.002
変 ⑦. 国産・二次以上	0.021	-0.016	-0.017	-0.008
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.004	-0.001	-0.000	0.003
マージン率要因計	0.041	-0.018	-0.054	-0.031
販売額シエア変化				
①. 国産・小売	0.003	0.004	-0.002	0.004
②. 輸入・小売	0.001	0.000	-0.002	-0.001
③. 国産・産業	0.010	0.014	-0.014	0.011
④. 輸入・産業	0.004	-0.009	0.003	-0.001
⑤. 国産・輸出	0.000	0.004	-0.007	-0.003
⑥. 輸入・輸出	0.002	-0.002	-0.002	-0.001
⑦. 国産・二次以上	0.014	0.021	-0.030	0.006
⑧. 輸入・二次以上	0.004	-0.006	0.007	0.004
販売額要因計	0.038	0.025	-0.046	0.019
Δμ	0.079	0.008	-0.099	-0.013

532. 自動車卸売業

流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	0.023	-0.011	-0.007	-0.007
マ ②. 輸入・小売	-0.000	0.007	-0.024	-0.011
！ ③. 国産・産業	0.003	0.006	0.000	0.005
ジ ④. 輸入・産業	0.005	0.000	-0.009	0.001
ン ⑤. 国産・輸出	0.036	-0.009	-0.005	0.003
率 ⑥. 輸入・輸出	0.002	0.000	-0.001	0.000
変 ⑦. 国産・二次以上	0.040	-0.007	0.022	0.062
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.008	0.005	-0.006	0.012
マージン率要因計	0.114	-0.008	-0.031	0.065
販売額シエア変化				
①. 国産・小売	0.001	0.006	-0.010	0.011
②. 輸入・小売	0.002	0.003	-0.000	0.001
③. 国産・産業	-0.010	0.004	0.015	0.003
④. 輸入・産業	-0.002	-0.005	0.001	-0.010
⑤. 国産・輸出	0.004	0.007	0.007	0.029
⑥. 輸入・輸出	0.000	0.001	-0.001	0.000
⑦. 国産・二次以上	0.009	0.014	0.008	0.032
⑧. 輸入・二次以上	0.002	0.005	0.002	0.006
販売額要因計	0.007	0.034	0.021	0.073
Δμ	0.121	0.026	-0.010	0.137

539. その他の機械器具卸売業

流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	-0.003	0.001	-0.001	-0.003
マ ②. 輸入・小売	0.000	-0.001	0.001	0.000
！ ③. 国産・産業	0.007	-0.002	-0.008	-0.001
ジ ④. 輸入・産業	-0.001	-0.007	-0.007	-0.014
ン ⑤. 国産・輸出	0.012	-0.010	-0.002	-0.002
率 ⑥. 輸入・輸出	-0.004	0.000	-0.001	-0.005
変 ⑦. 国産・二次以上	0.026	-0.000	-0.033	-0.005
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.009	-0.008	-0.013	-0.008
マージン率要因計	0.047	-0.026	-0.064	-0.038
販売額シエア変化				
①. 国産・小売	0.003	0.000	0.001	0.001
②. 輸入・小売	0.000	0.000	0.000	0.001
③. 国産・産業	0.005	-0.003	-0.006	-0.004
④. 輸入・産業	0.000	-0.004	0.004	-0.000
⑤. 国産・輸出	-0.008	0.012	-0.001	0.002
⑥. 輸入・輸出	0.001	-0.001	-0.001	0.000
⑦. 国産・二次以上	-0.005	0.007	-0.003	-0.001
⑧. 輸入・二次以上	0.005	0.006	-0.004	0.004
販売額要因計	0.001	0.017	-0.010	0.003
Δμ	0.048	-0.009	-0.074	-0.035

付表 2. マージン率変化の要因分解結果（続き）

541.家具・建具・じゅう器等卸売業				
流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	-0.002	0.004	-0.005	-0.004
マ ②. 輸入・小売	-0.001	0.002	0.001	0.002
丨 ③. 国産・産業	-0.001	0.002	-0.017	-0.015
ジ ④. 輸入・産業	-0.001	0.002	-0.004	-0.002
ン ⑤. 国産・輸出	-0.001	0.000	-0.001	-0.002
率 ⑥. 輸入・輸出	-0.000	0.000	-0.000	-0.000
変 ⑦. 国産・二次以上	0.021	0.008	-0.043	-0.014
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.003	0.003	-0.010	-0.001
マージン率要因計	0.018	0.021	-0.077	-0.036
販 ①. 国産・小売	0.003	0.009	0.008	0.015
売 ②. 輸入・小売	-0.001	-0.001	0.000	0.000
額 ③. 国産・産業	-0.003	-0.001	-0.008	-0.011
シ ④. 輸入・産業	-0.001	0.000	-0.002	-0.003
ェ ⑤. 国産・輸出	-0.001	0.001	-0.002	-0.001
ア ⑥. 輸入・輸出	-0.000	0.000	-0.000	-0.000
変 ⑦. 国産・二次以上	-0.007	0.002	0.002	-0.003
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.003	0.007	-0.001	0.008
販売額要因計	-0.007	0.017	-0.003	0.006
Δμ	0.011	0.039	-0.080	-0.030

549.他に分類されない卸売業				
流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	-0.003	0.001	-0.002	-0.005
マ ②. 輸入・小売	0.000	-0.000	-0.005	-0.005
丨 ③. 国産・産業	0.003	-0.001	-0.009	-0.007
ジ ④. 輸入・産業	0.004	-0.004	-0.003	-0.000
ン ⑤. 国産・輸出	0.001	0.000	-0.003	-0.002
率 ⑥. 輸入・輸出	0.001	0.000	-0.003	-0.001
変 ⑦. 国産・二次以上	0.024	0.006	-0.021	0.007
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.008	-0.006	-0.003	0.000
マージン率要因計	0.038	-0.004	-0.049	-0.011
販 ①. 国産・小売	0.001	0.007	-0.003	0.002
売 ②. 輸入・小売	0.000	0.000	-0.001	-0.000
額 ③. 国産・産業	0.002	0.002	-0.007	-0.003
シ ④. 輸入・産業	0.000	-0.010	0.010	-0.001
ェ ⑤. 国産・輸出	0.001	-0.001	0.001	0.000
ア ⑥. 輸入・輸出	0.001	-0.001	-0.000	-0.001
変 ⑦. 国産・二次以上	0.002	-0.009	0.002	-0.005
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.005	0.006	-0.010	0.001
販売額要因計	0.012	-0.006	-0.008	-0.007
Δμ	0.050	-0.010	-0.058	-0.018

542.医薬品・化粧品等卸売業				
流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	0.011	0.012	-0.010	0.011
マ ②. 輸入・小売	-0.001	-0.001	-0.002	-0.004
丨 ③. 国産・産業	0.009	0.020	-0.042	-0.010
ジ ④. 輸入・産業	0.001	0.002	-0.003	-0.000
ン ⑤. 国産・輸出	0.001	-0.000	0.000	0.001
率 ⑥. 輸入・輸出	-0.001	0.000	-0.000	-0.001
変 ⑦. 国産・二次以上	0.014	-0.068	0.044	-0.005
化 ⑧. 輸入・二次以上	-0.006	0.004	-0.004	-0.006
マージン率要因計	0.028	-0.032	-0.017	-0.015
販 ①. 国産・小売	-0.006	-0.007	0.009	0.002
売 ②. 輸入・小売	0.002	-0.003	0.001	0.000
額 ③. 国産・産業	0.019	0.009	-0.021	-0.003
シ ④. 輸入・産業	-0.000	-0.000	0.000	-0.000
ェ ⑤. 国産・輸出	-0.000	0.000	0.000	-0.000
ア ⑥. 輸入・輸出	-0.000	0.000	0.000	-0.000
変 ⑦. 国産・二次以上	0.001	0.013	-0.014	-0.001
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.014	-0.015	0.006	0.004
販売額要因計	0.029	-0.002	-0.019	0.003
Δμ	0.057	-0.034	-0.036	-0.012

101.卸売計				
流通経路	H09-H14	H14-H19	H19-H26	H09-H26
①. 国産・小売	0.002	0.001	0.003	0.006
マ ②. 輸入・小売	0.000	0.001	-0.003	-0.002
丨 ③. 国産・産業	0.010	0.001	-0.012	-0.003
ジ ④. 輸入・産業	0.003	-0.000	-0.004	0.001
ン ⑤. 国産・輸出	0.006	-0.001	-0.003	0.000
率 ⑥. 輸入・輸出	0.002	0.000	-0.002	-0.000
変 ⑦. 国産・二次以上	0.020	-0.006	-0.009	0.006
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.006	-0.003	-0.004	-0.000
マージン率要因計	0.049	-0.009	-0.035	0.008
販 ①. 国産・小売	0.001	0.002	-0.002	0.000
売 ②. 輸入・小売	0.000	0.000	-0.000	-0.000
額 ③. 国産・産業	-0.000	0.004	-0.003	0.001
シ ④. 輸入・産業	-0.000	-0.005	0.002	-0.004
ェ ⑤. 国産・輸出	0.000	0.001	0.001	0.003
ア ⑥. 輸入・輸出	0.002	-0.000	-0.000	0.002
変 ⑦. 国産・二次以上	0.002	-0.000	-0.003	-0.001
化 ⑧. 輸入・二次以上	0.001	0.004	-0.003	0.002
販売額要因計	0.006	0.005	-0.007	0.002
Δμ	0.055	-0.004	-0.042	0.010

## 明治 16 年農商務通信規則による商務通信事項と附属様式

森 博美\*

### はじめに

日本統計研究所編『日本統計発達史』(以下、『発達史』)は、明治 16 年農商務通信規則の制定を「日本の生産統計整備の過程」が「新しい段階に入った」画期〔『発達史』 59 頁〕としている。このような統計史における評価について同書はその根拠を、農商務通信規則による報告徴集が「素朴な農産表時代から一步をすすみ、たんなる生産高以外に農工商の基本的事項をつかむことに注意を向けている点」、すなわち、「農業では生産条件としての作付反別または自小作別耕地をしらべ、工業では、工場・生産設備・職工数・賃金など、生産手段と労働力にかんする調査事項を新たに加えた」〔『発達史』 59 頁〕ことに求めている。

また、わが国の統計発達史を政府統計体系の形成過程並びに政府統計の近代化過程という視点から鳥瞰した『統計日本経済』で鮫島龍行は、維新当初、税制改革を契機に開始される物産表(農産表)、物価表では生産高と相場の把握が主たる目的とされ経済活動を産業という視点で捉えようとする意識が希薄であった中で、「明治草創期の生産活動にかんする調査を統合し、調査事項、すなわち当時の「通信事項」を「工業」「商事」「農業」にわけて体系づけている点で、明治 16 年の「農商務通信規則」をわが国産業統計の体系化の第一歩を印したもの」〔相原・鮫島 52-53 頁〕と評価している。

さらに彼はこの間の物産調査が表式調査として実施されてきた点に注目し、「農商務通信規則」による報告徴集が「維新以来の伝来的な数字的報告形式の拡大延長のひとつの頂点を形成」するものであり、明治 16 年の「通信規則」から 27 年農商務省訓令第 17 号による「農商務統計報告規定」の制定にいたる 10 年間を「前近代的統計情報収集方式としての表式調査体系の完成期」〔相原・鮫島 54 頁〕にあたるとする。

筆者は個票調査によって得られる調査票情報の情報特性の解明という問題意識から、個票調査とは対極にある表式調査の史的展開、なかでも鮫島が「表式調査体系の完成期」の開始時点と終了時点として表式調査の絶頂期というひとつの時代を画する契機として捉えている明治 16 年農商務通信規則と 27 年農商務統計報告規定にも少なからず関心を寄せてきた。特に明治 27 年の「農商務統計報告規定」による「会社票」・「工場票」という個票の導入が「前近代的統計情報収集方式としての表式調査体系の完成期」を終焉させ政府の生産統計がその新たな近代化過程を歩むことになったとする彼の指摘には、調査個票情報の統計情報論的な意味を考察する上での多くの示唆的内容が含まれているように思われる。筆者がこの間進めてきた一連の検討作業の中ですでにそれに関連すると思われるいくつかの知見が得られている。なお、個票情報論の観点からの「農商務統計報告規定」による個票導入の評価については、この間の検討結果も踏まえ稿を改めて論じることにした。

他方で、『発達史』が日本の生産統計整備における新たな段階として、また鮫島が産業統計の

---

\* 法政大学名誉教授・法政大学日本統計研究所名誉研究員

体系化の第一歩であり表式調査の絶頂期の開始時点を飾るものという史的位置づけが与えられている明治 16 年農商務通信規則については、改めて筆者なりの検証を試みるべく、この間『発達史』がわが国生産統計の「幼年期」としている「通信規則」制定に先立つ生産統計の前身〔森 2020a〕、「通信規則」の先行規定である明治 10 年内務省達乙第 72 号さらには内務省勸農局による「府県通信仮規則」との比較〔森 2020b〕を行ってきた。また、「通信事項」を「工業」「商事」「農業」にわけて体系づけている〔相原・鮫島 52・53 頁〕「農商務通信規則」による報告徴集の特徴を報告様式体系さらには調査事項なども踏まえて明らかにするための作業の一環として、前稿〔森 2020c〕では工業通信事項を取り上げ、同規則に基づいて報告徴集業務のために佐賀県が作成したとされる『工業通信事項及附録様式』（明治 17 年佐賀縣達乙第 91 号）所収の「工業通信事項」と「附録表式」を資料として考察を行った。

「農商務通信規則」の先行規定とされる明治 10 年内務省達乙第 72 号に至るそれまでの物産調査では、いずれも産品を指定し各品目について年間の産高の報告を求める画一的な報告様式となっていた。これに対して、「農商務通信規則」による報告徴集では、「工場」「品目」「職工」の各様式群を構成する形で報告様式が体系化され、生産高という生産活動の結果面だけでなくその遂行の場である工場の実態を示す資本、生産設備、労働力（規模、賃金、労働時間）等、さらには生産の担い手としての職工の職種別人数や熟練度別賃金など生産をその生産過程との関連で捉えている点などがそこでの考察から明らかになった。

本稿は〔森 2020c〕の継続作業にあたるもので、「農商務通信規則」がその把握を目的としている「農商工山林二關スル事件」のうち「商事（商務）」（以下、商務）に関する通信事項が持つ特徴について考察する。

「商務」についても「工業」と同様に、明治 16 年農商務省達第 21 号の但し書きの「本文ニ關スル通信事項ハ更ニ主務局ヨリ通牒スヘシ」という記述を受けた公的文書の存在は現在確認されていない。そのため農林統計関係の法令等の記録文書を収録した『明治 2 年以降農林省統計關係法規輯録』（以下、『輯録』）には、「工業」と同じく佐賀県が県下での物産調査の実施に際して明治 17 年に作成したと考えられる『商事通信事項及附録様式』（明治 17 年 7 月 10 日佐賀縣達乙第 119 号）が所収されている。なお、佐賀縣達乙第 119 号の但し書きは、「客年（明治 16 年—引用者）十二月勸第七十二號達ハ消滅候儀ト心得ヘシ」（『輯録』115 頁）と記している。この勸第 72 号は同年 12 月の「農商務通信規則」の制定を受けた県からの通牒と推察されるが、それと『輯録』が所収している『商事通信事項及附録様式』との異同については不明である。

以下、本稿では『輯録』に所収されている『商事通信事項及附録様式』による「商務通信事項」と「商務通信統計様式凡例」を検討資料として、「商務通信事項」に係る報告徴集の特徴を検討してみたい。

## 1. 商務通信事項の体系

### (1) 商務通信事項と商務通信統計様式

佐賀県が作成した『商事通信事項及附録様式』に所収されている「商務通信事項」には、商務に関する 11 の項からなる報告徴集分野、すなわち第 1 項「(港灣河岸場)輸出入商品船舶」、第 2 項「都邑商品ノ聚散」、第 3 項「都邑物價」、第 4 項「外國貿易品相庭並在高」、第 5 項「常用品相庭」、第 6 項「諸會社」、第 7 項「商人營業區別」、第 8 項「諸市場」、第 9 項「商家傭人給料」、第 10 項「商用地圖」、第 11 項「商況報告」が取り上げられ、それぞれについて所定の「様式及凡例ニ

由り報道スヘシ」と指示されている[『輯覧』116頁]。

表1は「商務通信事項」の各項が商務通信事項としている11の通信分野と当該分野の通信事項の報告徴集に用いられる報告様式名等を一覧整理したものである。

表1 「商務通信事項」における商務通信分野と報告様式

商務通信分野		報告様式		
第1項	港灣河岸場輸出入商品船舶	統計様式 (表式)	第1表 商品輸出入表	
第2項	都邑商品ノ聚散		第2表 港灣及河岸場船舶出入表	
第3項	都邑物價		第3表 商品聚散	
第4項	外國貿易品相庭並在高		第4表 都邑物價表	
第5項	常用品相庭		第5表 外國貿易品相庭	
第6項	諸會社		第6表 常用品相庭	
			第7表 諸會社	
			第8表 諸會社(一己人營業)	
第9項	商家傭人給料		第9表 貯金會社	
第7項	商人營業區別		第10表 水運會社	
第8項	諸市場		第11表 陸運會社	
第9項	商家傭人給料		第12表 商人營業區別	
第10項	商用地圖		記述様式	第13表 諸市場
				第14表 商家傭人給料
第11項	商況報告	第15表 商人録		
		第16表 水運賃銭表、陸運賃銭表		
		何所商況		
		何處金融ノ景況		

[出所] 『輯覧』116-138頁より作成

表中の太実線によって区分したように、商務通信事項はそれぞれ通信事項として徴集される情報の種類によって二種類の性格を異にする報告群に大別される。その1は太実線の上段部分の第1項から第9項に該当する通信事項で、商務統計作成を目的とした数値情報(統計原情報)の報告を求めるものである。そのため、第1表から第14表の各報告様式は、各様式に設けられた記載欄に属性事項(調査項目)に関する地域(郡・区)集計値を書き込む表式として設計されている。

これに対して太実線の下段部の第10項と第11項の商務通信事項に関わる報告徴集は、統計作成を目的としたものではなく、基本的に文書記述形式での報告を求めるものである。表1にも掲げたように、第10項「商用地圖」についての報告様式である第16表「水運賃銭表」、「陸運賃銭表」、また第11項「商況報告」にも「何處金融ノ景況」のように水運・陸運の季節別の運賃や年利、日歩といった数値による報告を求める様式も一部含まれる。しかし、これらの報告様式に記載される数値はあくまでも運賃や金利といった記述的性格のものであり、それらを集計処理することで統計結果表を得るといふ統計原情報には該当しない。これらも含め第10項「商用地圖材料」では地域の地誌的情報や陸上・水上輸送のインフラ情報、また第11項「商況報告」でも地域産品の価格や生産に関わる気象条件等の状況に関するそれぞれ記述形式での報告がその中心となっている。

以上のことから本稿では、通信事項として報告される情報の性格の相違に注目し、第 1～9 項までの統計原情報の獲得を目的とした表式様式による数値情報の収集に関わる報告事項を「商務統計通信事項」、また第 10-11 項に該当する記述様式等による文書情報に係る報告を「商務記述通信事項」とそれぞれ呼ぶことにする。

## (2) 商務統計通信事項

「商務統計通信事項」は、物資の取引、流通並びに関連する経済活動について、①物流、②物価、③会社とその事業形態、④市場、⑤商業従事者の給与を商事分野として、各分野に通信事項を定め定期的に統計原情報としての数値情報の収集を行なうものとしている。以下に各分野の通信事項並びにそこでの統計原情報の獲得に用いる報告様式を見ておく。

### (i) 物流

物流に関しては第 1 項と第 2 項がそれを商務通信事項と規定している。

このうち第 1 項「港湾河岸場輸出入商品船舶」は、指定港湾における指定物資の搬入・搬出移動と船舶の入出航状況の把握を通信事項としたものである。前者については第 1 表「商品輸出入表」が、指定港湾・河岸場における指定品目についての船舶を用いた物資の搬出入状況を搬出（「輸出」）、搬入（「輸入」）量として把握している。一方、同項の第 2 表「港湾及河岸場船舶出入表」は、指定港湾・河岸場を対象に物資輸送手段としての船舶の入出港状況の把握を行うための報告様式である。

また、第 2 項「都邑商品ノ聚散」は、町村（「都邑」）のうち「仲間組合」あるいは「問屋倉所」等の資料による把握が可能な地域について、第 1 項第 1 表に掲げた諸品目についての月間生産高、移出入高、消費高、月末の在庫高（「月末在高」）に関する数値情報と主要取引地域（「仕出先」、「仕向先」）に関する報告徴集を行うものである。そこでは、第 3 表「商品聚散」がその報告様式として用いられる。なお、後年の明治 27 年農商務統計報告規定による報告徴集に関して同年 3 月の農総務省訓令第 14 号<別冊>の「農商務統計様式改正要旨」は、「農工及水産ノ部ニ比シ調査ノ事項極メテ僅少ナルハ凡ソ商事ニ關スル事實ハ商法會議所取引所等ヲシテ直接ニ本省ヘ調査報告セシムルモノ多キヲ以テナリ」【『輯覧』 333 頁】と述べている。このことから、主管部局である商務部では物産調査の他にも独自の業務報告徴集経路を有していたことがわかる。

### (ii) 物価

「農商務通信規則」の第 3 項「都邑物價」、第 4 項「外國貿易品相庭並在高」、第 5 項「常用品相庭」で「物價」ないしは「相庭」と表記されているのは実際には品目価格であり、卸・小売品や貿易品についての価格情報が「物價」あるいは「相庭（相場）」として採取されている。

このうち第 3 項で通信事項とされている「都邑物價」については、第 4 表「都邑物價表」が 29 の指定品目について単位数量あたりの採取価格から月間の最高価格、最低価格、平均価格の報告を求めている。また、第 4 項の通信事項「外國貿易品相庭並在高」については、第 5 表「外國貿易品相庭」の報告様式が、指定貿易品の採取価格について月間の最高価格、最低価格、平均価格、それに「月末在高」として月末現在の在庫情報を徴集している。さいごに第 5 項の報告様式である第 6 表「常用品相庭」は、「常用品」として指定した 38 品目について各町村で毎月採取する価格情報の中からそれぞれ最高価格と最低価格を報告するものである。なお「商務通信統計様式凡例」

によれば、第 4 表の場合には「卸相庭」、また第 6 表では「小賣相庭」とされており、それぞれ採取の対象となるのは第 4 表の場合は卸売価格、また第 6 表では小売価格である〔『輯覧』122、126 頁〕。

### (iii) 会社とその事業形態

「農商務通信規則」は商務通信事項の第 6 項と第 7 項で商務事業の主体である会社等(会社、組合、会所、銀行等)について、二つの側面から会社情報に関する報告徴集を行っている。

このうち第 6 項「諸會社」は会社それ自体の各種属性を通信事項として把握するものである。表 1 にも示したように第 6 項「諸會社」は第 7 表から第 11 表までの五つの報告様式から構成されるが、これらのうち第 7・8 表と第 9・10・11 表とはそれぞれ性格の異なる報告様式となっている。

このうち第 7 表と第 8 表は「農商工業ノ別ナク」「米商會所、株式取引所、國立銀行」を除く全ての会社等を把握の対象とするもので、共同出資の会社等については第 7 表「諸會社」様式、また単独出資の会社については第 8 表「諸會社(一己人營行)」の報告様式によって、それぞれ会社等の基本属性、資産・負債、利益状況等に関する報告徴集を行うものである。これに対して第 9・10・11 表の三つの報告様式は、いずれも業種別の会社表に相当するものであり、商業に比較的關係の深いと考えられる金融業と運送業について、第 9 表「貯金會社」、第 10 表「水運會社」、第 11 表「陸運會社」の各報告様式によってそれぞれの業種の会社の営業状況に関する情報収集が行われる。

このように「商務通信事項」では、第 7 表から第 11 表は商務通信事項第 6 項「諸會社」として一括されているが、実際には第 7・8 表と第 9・10・11 表とは相互にその把握の次元を異にしている。なぜなら、前者については第 7 表と第 8 表とが相互に背反な形でほぼ全ての会社等を把握の対象としているのに対して後者に属する「貯金會社」、「水運會社」、「陸運會社」は前者とは重層の關係にあるからである。すなわち、第 9・10・11 表に該当する会社等については、第 7 表ないしは第 8 表様式によっても把握される。

第 6 項「諸會社」は商務通信事項の一分野とされているにもかかわらず商業に従事する会社は、第 7 表と第 8 表とが「農商工業ノ別ナク」事実上全業種をその把握対象としている限りであくまでも一つの会社として取り上げられているに過ぎない。

これに対して第 7 項「商人營業區別」は、商業を営む会社だけを対象に、専業・兼業面での業態情報を通信事項として把握するものである。これについては第 12 表「商人營業區別」が、単独事業としての商業、商業内での兼業、商業と異業種との兼業に関する情報徴集を行う報告様式となっている。

### (iv) 市場

第 8 項「諸市場」は定期、不定期を問わず地域において交易の場として開催される市場情報を通信事項としてその報告徴集を行うものである。これについては第 13 表「諸市場」の報告様式が各地で開催される市場の開催情報並びに取引額の把握を行っている。

### (v) 商業従事者の給与

「商務通信事項」の第 9 項も第 7 項「商人營業區別」と同様に商業を営む会社(商家)を報告対象としたものである。第 9 項「商家傭人給料」は、商業従事者の給与額を通信事項としている。当時

の商家では住み込みという雇用形態が多くみられることから食事の賄いや業務用衣料等が現物支給(「仕着」)のケースも少なくない。その有無は給与支給額にも影響しうることから、第 14 表「商家傭人給料」は様々な支給パターンを想定して設計された報告様式によって支給実態の把握を行っている。

### (3) 商務記述通信事項

『商事通信事項及附録様式』が所収している「商務通信統計様式凡例」は、第 10 項「商用地圖材料」の報告事項についての記述とともに「水運賃銭表」と「陸運賃銭表」を、また第 11 項「商況報告」では「何處金融ノ景況」としてそれぞれ行先地別の旅客・貨物運賃や金利・利回りといった数値による報告様式を掲げている。ただし、これらは数値という情報形式こそとっているものの、上述の商務統計通信事項のように獲得した情報を集計し統計として編集することを目的とする統計原情報とはその性質を異にする。それらの数値は決して集計されることもまた平均値等が算出されることもない記述的数値情報とでも言えるものである。以下の第 10 項「商用地圖材料」と第 11 項「商況報告」として規定された通信事項は、このような記述的数値情報も含め、その記述(テキスト)的性格をその情報面での特徴とする。

#### (i) 商用地圖材料

「商務通信統計様式凡例」によれば、第 10 項「商用地圖材料」は、地域の基礎的地誌情報、道路・港湾・航路の交通基盤情報、それに地域の有力商人の人名録や店舗情報等をその通信事項として掲げる。このうち地域の商人・店舗情報に関しては、「商人録」という報告様式によって域内(「都邑」)で商業事業を営む商人のうち特に「重ナル商人」について、その「業體」「屋號荷印ノ類」「姓名」「見世所在ノ町番地」といういずれもテキスト情報の収集を行っている。また水運・陸運に関しては、次節の(2)(i)で改めて詳述するように、道路、物産、港湾河岸場、航路について具体的な報告項目を規定するとともに、「水運賃銭表」、「陸運賃銭表」という報告様式によって当該地域から主要目的地間の交通手段・品目別の輸送運賃等についての情報徴集を行っている。

#### (ii) 商況報告

第 11 項「商況報告」は、41 の農林漁業、鉱工業産品について代表的な生産地あるいは取引地を指定し、価格(「相庭」)、産出高、仕向先や仕出元等に関するテキスト形式での報告を求めるものである。なお、この他に「商況報告」では金融商品や動産、不動産等の利率や利回りも通信事項とされている。これらについては、特に府県内の「樞要ノ地」を指定し、「金融ノ景況」という報告様式によって金利等の数値による報告とともに当該地域における「金融ノ繁閑利息昂低」の原因についての文書による報告を求めている。

## 2. 商務通信統計様式と統計通信属性項目

「商務通信統計様式凡例」はその冒頭部分で通信事項全体に共通する記載留意事項を 4 点にわたって記述し、個々の報告様式に関する記載要領についてはそれぞれの箇所に掲げている。

「商務通信統計様式凡例」の冒頭に掲げた共通事項のうちの項番 1 は、統計の比較可能性の要件を充足させるために調査法、品目、数称を変更する際に報告様式へのその理由に関する付記を求めたものである。また、項番 2 は、統計の集計並びに比較可能性の見地から報告者側に品

目の計量単位についての情報提供を求めたものである。計量に関する慣行が地域によって異なる場合、同一の数称であっても実際の数量が地方間で異なるというケースがありうる。そのような場合にも報告数値間の比較可能性を担保するために、項番 2 では「斤、俵、個、束、反」といった具体的な計量単位名を挙げ、報告様式への記載に際して「正味ノ數量」の併記を求めている。項番 3 は、報告様式への記載内容の中で特に解説を必要とするもの、さらには前年の数値から顕著な変動が見られる場合にその実況を報告様式に付記するよう要請したものである。さいごに項番 4 は報告期限を規定したもので、報告様式に特に期限が明記されていない場合、いずれも月次で取りまとめを行い翌月 5 日までに報告することを記したものである。

以下、第 1～9 項の「統計報告事項」と第 10・11 項の「記述報告事項」について、「商務通信統計様式凡例」並びに各報告様式中に示されている記載属性項目等に基づいて商務統計通信事項の内容とその特徴を具体的に考察する。

## (1) 商務統計通信事項

### (i) 第 1 項「港灣河岸場輸出入商品船舶」

商務統計通信事項の第 1 項「港灣河岸場輸出入商品船舶」については、その報告様式として第 1 表「商品輸出入表」と第 2 表「港灣及河岸場船舶輸出入表」の二種類の様式が設けられている。これからも分かるように、第 1 項の通信事項は「港灣河岸場」を対象地域とした「輸出入商品」と「船舶」を内容とするもので、港灣河岸を指定し、そこでの船舶による輸送量・金額と入出港船舶に関する報告徴集を行うものである。

このうち第 1 表「商品輸出入表」では、米、大麥、小麥、大豆、小豆、食鹽、醬油、味醂、酢、清酒、茶、白砂糖(和産・洋産)、赤砂糖(和産・洋産)、鯉節、葉烟草、刻烟草、呉服、太物、麻布、洋反物(生金巾・晒金巾・染金巾・綿繻子・羅紗・縮緬呉呂・絹呉呂・毛繻子)、生糸、屑糸、木綿糸(和産・洋産)、繰綿(和産・洋産)、麻苧、藍玉、材木(檜・杉・松・杉板・松板・杉丸太・松丸太)、瓦、丁銅、荒銅、熟鐵(和産・洋産)、鐵塊(和産・洋産)、鐵釘(和産・洋産)、疊表、水油、石炭油、薪、炭、石炭、紙(和産・洋産)、肥物(干鰯・搾滓・鯢肥物類・種粕)、糠の 43 品目について、それぞれ港灣を経由する搬入、搬出の数量並びに金額、それに国内仕向先、仕出元港灣等の報告を求めている。

なお、第 1 項に関する記入凡例によれば、佐賀県では佐賀郡諸富河岸、唐津湾、呼子港、伊万里湾の四つの港灣・河岸場を報告対象として指定している。また、普通商品として指定された上記 43 品目については全国比較の必要からその多寡にかかわらず記載を義務づけているが、特にそれぞれの地域において貨物取扱量が多い品目については記載欄の余白部への追加記載という形でその報告を求めている。さらに品目名に関しては、米には糯米と陸米を、大麥には裸麥を、赤砂糖には黒砂糖を、鐵塊には砂鐵をそれぞれ含め、熟鐵は板棹細鐵類の総称とするとしている(『輯覧』116-117 頁)。

第 2 表「港灣及河岸場船舶輸出入表」は船舶の指定港灣における月間出入船状況についての報告様式である。具体的には蒸気船、西洋形帆船、日本型船の船種並びに積載量(噸、石)別に各指定港灣・河岸の入港出向船の月別隻数、噸(石)数が記載属性項目とされている。

### (ii) 第 2 項「都邑商品ノ聚散」

統計通信事項の第 2 項「都邑商品ノ聚散」の報告様式である第 3 表「商品聚散」は、第 1 表に普

通商品として掲げた 43 の各品目に関して、各地方における地場生産物(「土地産」と他地域からの搬入物(「輸入品」)に分け、それぞれ土地消費高、他地への搬出高(「輸出高」、在庫(「月末在高」)を主な搬入元(「輸入仕出元」と搬出先(「輸出仕向先」)の名称とともに報告を求めるものである。ただし、これは県内の全ての町村(「都邑」)における指定商品の荷動きの総体を把握するものではない。なぜなら、「商務通信統計様式凡例」によれば、調査は当分の間「仲間組合」や「問屋倉所」を通じるなど簡易な把握が可能な地域あるいは商品に限定して実施するものとしているからである(『輯覧』120-121頁)。

### (iii) 第3項「都邑物價」

第3項「都邑物價」における通信事項は、戸数約1000以上の町村を対象地域として、それぞれの地域における指定品目についての卸売価格をその内容とする。そのための報告様式である第4表「都邑物價表」は、次の諸品目を対象品目として指定し各地の相場(「相庭」)情報を得るための様式である。そこでの価格採取の対象品目となっているのが、米、大麥、小麥、大豆、小豆、食鹽、醬油、清酒、茶、白砂糖、黒砂糖、鰹節、木綿、葉烟草、綿糸、金巾、繰綿、裏地花色絹、麻苧、藍玉、材木、水油、石油、石炭、木炭、薪、美濃紙十帖、半紙十帖、肥料の29品目である。なお、米については上・中・下の各等級、白砂糖、黒砂糖、綿糸、繰綿の4品目については和産と洋産、木綿は生木綿と晒木綿、金巾は何斤物生金巾と何斤物晒金巾、材木は四分杉板と松六ト板、肥料は干鰯と種粕にそれぞれ品目が区分されている。対象品目として指定された29品目(39種目)については、月間最高価格(「最昂」)、最低価格、それに平均価格が報告様式での記載属性項目となっている。なお、上・中・下の等級別に価格採取を行う米を除き他の諸品目については、いずれも「上品ノ卸相庭」を調査するものとしている。さらに、指定29品目以外にそれぞれの地域において「殊ニ取引多キモノ」が存在する場合にはそれに関する卸売価格情報の報告を求めている。

「商務通信統計様式凡例」はまた、第4表に記載する価格の採取方法に関して、「同種ノ商品」を「建物ヲ定メ置キ常ニ相庭ヲ取ル」とその具体的な調査方法を指示している。しかし、実際に価格採取を行う銘柄に関しては、単に「其名稱(例ヘハ米ナレハ肥後米又食鹽ナレハ本齊<sup>(1)</sup>ノ如シ)ヲ注記スルヲ要ス」と指示するにとどまり、具体的な銘柄を指定するまでは至っていない。このように、第3項「都邑物價」に関する通信事項は、報告様式によって徴集された価格の地域的、時系列的比較という観点からは課題を残している(『輯覧』121-122頁)。

### (iv) 第4項「外國貿易品相庭並在高」

統計通信事項の第4項「外國貿易品相庭並在高」については、第5表「外國貿易品相庭並」が主要輸出品目(「外國貿易品ノ重ナルモノ」)として指定した28品目について、月間の最高価格と最低価格、平均価格、それに月末時点での在庫量(「月末在高」)を記載属性項目として報告徴集を行っている。具体的に佐賀県が外国貿易輸出品の価格採取対象品目として指定しているのは、生糸、繭、屑物、綿糸(和産)、綿糸(洋産)、生金巾、晒金巾、雲齋、縮緬吳呂、葉烟草、茶、椎茸、昆布、鰯、乾鮑、煎海鼠、人參、寒天、白砂糖、赤砂糖、丁銅、鑛銅、鐵(和産)、鐵(洋産)、蜜蠟、木蠟、樟腦の諸品目である。このうちの生糸や屑物、綿糸(和産、洋産)、染金巾、縮緬吳呂については報告様式の雛形に製法、材質、製品種別等による銘柄が事前に指定されているが、他

(1) 阿波国撫養塩田産の塩で、本齊塩として当時は他地域産の塩とは区別されていた。

の諸品目については報告者側で価格採取銘柄を適宜記載して調査結果を報告するといった報告様式的设计となっている。なお、これらの輸出品目の価格調査について佐賀県は伊万里市街のみを対象地域として指定しており、価格情報の採取方法については第3項「都邑物價」のそれに準じている。また、全国共通の調査対象品目として指定されたこれら28品目以外にもその地域において貿易品として特に取引高の大きい品目については追加的に報告を求めている[『輯覧』124頁]。

このように、輸出品目についても第3項「都邑物價」の場合と同じように具体的な銘柄の選定は価格採取者の裁量に依存する部分が大きく、各府県から上申される結果数字もその比較可能性には少なからず問題を持っていた。その結果、獲得された価格資料は自ずと各地域の事例報告的性格を持つものであった。

#### (v) 第5項「常用品相庭」

第5項「常用品相庭」は、第3項「都邑物價」と同様に戸数約1000以上の町村を対象地域として第6表「常用品相庭」によって「常用品」価格に関する報告徴集を行うものである。ここで「常用品」として調査対象とされているのは、米(白米)、糯(白)、大麥(春)、小麥、大豆、小豆、粟、黍、饅頭粉、蕎麥、食鹽、醤油、味噌、酢、清酒、茶、白砂糖、黒砂糖、鯉節、鶏卵、刻烟草、木綿、打綿、金巾、裏地花色金巾、縮緬呉呂、毛繻、木綿裏地、麻苧、水油、石油、蠟燭十匁掛、薪(堅木)、炭(堅炭)、半紙、屑紙、手拭の38品目である。このうち米については上・中・下の等級別に、砂糖は和産と洋産、木綿と金巾は生・晒、縮緬呉呂は無地・模様染がそれぞれ区別されており、全体で44の種目に関して価格が採取される。また「商務通信統計様式凡例」は、これら38品目以外にもその地域で特に常用されている品目については報告様式への記載も可としている[『輯覧』126頁]。

なお、米以外の品目については等級の区別は行われていないが、いずれも中等品の小売価格(「小賣相庭」)の最高、最低価格を報告するものとしている。また、小売価格は商店毎に異なることから、報告様式への記載価格の決定にあたっては、「毎月十五日若シクハ其前後ノ日ニ當リ同商家兩三軒以上ノ賣直ヲ調査シ其最高ト最低トヲ掲」げるように指示している。

#### (vi) 第6項「諸會社」

「商務通信統計様式凡例」は、「米商會所、株式取引所、國立銀行」を除く「會社、組合、會所、銀行等」を「諸會社」として、第7表「諸會社」、第8表第8表「諸會社」(一己人營業)、第9表「貯金會社」、第10表「水運會社」、第11表「陸運會社」の五つの報告様式を用いて第6項「諸會社」の通信事項に関する報告徴集を行っている。なお、これらの報告徴集はいずれも年次ベースによるものであり、各様式への記載(「調製」)を毎年12月現在で行い、翌年1月を期限として報告を求めるとなっている。

第7～11表の各報告様式で報告の対象となる諸会社の範囲と記載属性項目については、「商務通信統計様式凡例」の項番第廿三～廿六がそれぞれ規定している。

このうちの第7表「諸會社」と第8表「諸會社」(一己人營業)は、経営組織によって2人以上の共同経営と個人経営によるものとに区分し、通信事項についての報告徴集を行うものである。

まず、項番第廿三は第7表「諸會社」に関するそれらを規定したもので、2人以上の拠出資金による諸会社に関して、その名称(「會社名稱」)の他次のような記載属性項目に関する報告を徴集

する様式となっている。すなわち、営業ノ種類、所在地、創業年月、支店(所在地)、資本金、株数、株主組合人員、負債(資本金拂込高、準備金立金、借入金、其他支拂フヘキ負債)、資産(所有ノ地所家屋公債證書實價、貸附金、現在貨物其他収入スヘキモノハ實價、金錢在高)、利益金、利益金内譯(準備債立金、株主組合割賦金、役員賞與其他、翌年繰越、前半季株主組合割賦金)がそれである。なお、資産と負債は「後半季ノ總勘定」によるものを記載するものとしている〔『輯覧』128頁〕。

また、項番第廿四は、個人の資金により営業(「一己人営業」)を行っている諸会社を対象としたもので、報告様式の第8表「諸会社」(一己人営業)に従って報告を求めている。個人営業の諸会社についての報告様式である第8表には株数と株主組合人員の記載欄はないものの、それ以外の属性項目については第7表のそれに準じたものとなっている。

一方、第9・10・11表はいずれも個別産業の会社事項に関する報告徴集様式となっている。そこでは「貯金會社」、「水運會社」、「水運會社」という金融業と運送業という商業活動の周辺分野を形成する産業に属する諸会社について様々な記載属性項目についての報告徴集を行っている。

このうちまず金融業(「貯金會社」)に関しては項番第廿五が、第9表「貯金會社」によって貯蓄預り金會社、組合、商會、さらには個人資金による場合にも會社、組合、商會等、さらには私立銀行や貯金預所を対象として、年末現在での報告を求めている。そこに示されている報告様式雛形によれば、各会社について、會社名稱とともに、所在地、本年中預り高(一割五分以上利付、一割五分未満一割以上利付、一割以下利付)、前年繰越高、元金拂渡高、利息拂渡高、差引残預高(年末)、差引残高二對スル利息、預ケ人人員(本年、前年繰越、拂戻、残)、會社所有ノ金錢證券(年末:保證預ケ金公債證書(實價)、公債證書(實價)、貸付金、金錢在高)、利息元金結込期月、一口預り金ノ制限が記載属性項目として設定されている。なお、同項番は報告様式への記載について「…更ニ第9表ニ因リ記入スヘシ」と記載している。このことから「農商務通信規則」が、報告対象の会社について、第7表(ないしは第8表)と第9表の双方への記載を求めていることがわかる。

一方、運輸業については、項番第廿六がそれぞれ二人以上の出資により水陸運輸業を営む會社、組合、商會、會所、それに個人営業である場合にもこれらの集合名によって当該業務にあたっている会社等を対象については、第10表「水運會社」と第11表「陸運會社」の報告様式によって報告徴集を行っている。

このうち、水運會社については第10表「水運會社」が下記の記載属性事項に関して12月現在での記載、報告を求めている。すなわち、會社名稱、所在地、定期航路ノ延長、常時航路ノ延長、汽船(艘數、噸數)、西洋形帆船(艘數、噸數)、日本形(五百石以上:艘數、石數)、日本形(五百石未満五十石以上:艘數、石數)、日本形(五十石未満:艘數、石數)、船長以下乗組人員、収入(旅客賃金、荷物賃金、雜収入)、支出(興業費、營業費)、遭難(汽船(皆破(艘數、噸數)、漂流(艘數、噸數)、損傷(艘數、噸數))、西洋形帆船(皆破(艘數、噸數)、漂流(艘數、噸數)、損傷(艘數、噸數))、日本形船(皆破(艘數、噸數)、漂流(艘數、噸數)、損傷(艘數、噸數))、乗客(死、傷)、乗組員(死、傷)がそれである。

また、「陸運會社」については、第11表によって12月現在で次の諸事項を把握することとされている。すなわち、會社名稱の他にそこで記載属性項目とされているのは、所在地、定期運路ノ延長、常時運路ノ延長、馬車ノ數、牛車ノ數、荷車ノ數(人力運用)、牛、馬、役夫、収入(旅客賃金、荷物賃金、雜収入)、支出(興業費、營業費)、遭難(諸車(皆破、損傷)、乗客(死、傷)、技手(死、

傷)、職工(死、傷)、雇夫(死、傷)、其他(死、傷))の諸項目である。

なお、項番第廿六は水運会社による第 10 表への、また陸運会社による第 11 表への記載に関して、上述した貯金会社の場合と同様に、項番第廿六で「…更に第 10 表(水運)第 11 表(陸運)ニ因リ記入スヘシ」(『輯覧』 128 頁)となっている。このことから「農商務通信規則」は、水運会社については第 7 表(ないしは第 8 表)と第 10 表、そして陸運会社についても同様に第 7 表(ないしは第 8 表)と第 11 表の双方への記載を求めていることがわかる。

ところで、通信事項の第 6 項「諸會社」への記載要領を記したこれら一連の項番に先立ち項番第廿二は、「本項(第 6 項一引用者)ハ農商工業ノ別ナク二人以上資金ヲ合セ損益ヲ共ニスル會社、組合、會所、銀行等ヲ調査スルモノトス」(『輯覧』 128 頁)と規定している。この項番の記述は、それに続く第廿三から廿六のそれらとの間でいくつかの点で若干整合性を欠く内容となっている。まず、その冒頭部分で「本項ハ農商工業ノ別ナク」と第 6 項「諸會社」に関する報告徴集が業種のいかんを問わず全業種を対象とするとしていながら、実際には第 9・10・11 表は「貯金會社」、「水運會社」、「陸運會社」という特定業種だけが把握の対象となっている。また、「二人以上資金ヲ合セ損益ヲ共ニスル」諸會社としていながら、項番第廿四は第 8 表の記載対象を「一己人ノ資金」による会社としている。

このように、通信事項の第 6 項「諸會社」への記載要領を記した項番の記述内容に整合性を欠く要素もないわけではないが、第 6 項に係る報告様式全体の体系について次のような特徴を指摘できるであろう。第 9・10・11 表は金融業と運輸業(水運業、陸運業)という特定の産業において事業を営む会社等を把握の対象としており、これらはいわば業種会社表といった性格のものである。このような文脈で通信事項の第 6 項「諸會社」の報告様式を捉えたとすれば、それと同様の視点から「商務統計通信事項」のいわば本丸にあたると思われる商業を営む会社を対象とする報告様式が様式体系中に設置されてしかるべきと思われる。しかし現実には第 7 表と第 8 表は商業だけでなく「農商工業」分野における会社等を把握の対象としたものとなっており、それらを経営組織の形態に従って会社属性項目に関する報告徴集を行うものとして設計されている。すでに前節でも指摘したように、第 6 項「諸會社」の統計通信事項に関する報告様式体系は、第 7 表と第 8 表が相互に背反な形で産業全体の「諸會社」を悉皆的にカバーし、その上で金融業と運輸業についていわば重層的に報告徴集の網をかけるものとなっている。

#### (vii) 第 7 項「商人營業區別」

第 7 項「商人營業區別」は、「内國稅地方稅賦課調」の資料に基づいて把握が可能な商業を記載の対象として、本業、専業、兼業についての業態情報を統計通信事項とするものである。なお、「商務通信統計様式凡例」で第 7 項に関する記載要領を記した項番第廿九は、本業、専業、兼業として商業事業者をそれぞれ次のように定義している。すなわち、「一商業(例へハ米穀商)ニ限り營ム會社若クハ問屋仲買等」を本業としての商業事業者とし、「二業以上(米穀薪炭等)ヲ營ム内ノ重ナル商業」すなわち第 1 種兼業としての商業事業者を専業、さらに「専業ノ外ニ兼テ營ム商業」すなわち第 2 種兼業としての商業事業者を兼業、としている(『輯覧』 133 頁)。

第 7 項の通信事項についての記載様式である第 12 表「商人營業區別」は、これら本業、専業、あるいは兼業として商業事業を営んでいる事業者に対して、商業の營業種別に会社名並びに商業の流通段階別に問屋・卸賣、仲買、小賣のいずれに該当するかを記載属性項目として報告を求めている。ただし、問屋・卸賣業、仲買業、あるいは小賣業を同時に営んでいる場合には、項番第三十によって、そのうちのいずれか主要な業態だけを記載するよう指示している。また、項番第卅

一は、「回漕業製造所質屋兩替諸飲食店等」のように問屋・卸賣、仲買、小賣の区別ができない事業者の場合には、記載欄の中央にその業種名を括弧書きによって記載するよう指示している〔『輯覧』133頁〕。

### (viii) 第8項「諸市場」

第8項「諸市場」については、第13表「諸市場」の報告様式が交易の場として地域において開催される各市場の年間の開催並びにそこでの取引状況に関する報告徴集を行っている。この報告様式の具体的な記載事項は、市場名称、種類、所在地、開市日、開市一ケ年合日数、一ケ年賣上高、一ケ年口銭其他収入高若クハ課税ノ目安シタル金高である。なお、このうちの「一ケ年口銭其他収入高若クハ課税ノ目安シタル金高」については、調査の設計者自身も記載の困難さを認識していたものと思われ、項番第卅三は「其調査シ得ルモノヲ記入」するよう指示しており、口銭、収入高、課税対象取引額のいずれを記入するかを記入者の裁量に委ねている〔『輯覧』133頁〕。また、仲介マージンである口銭の料率についてそれまでの慣行に変更等があった市場にはその理由を付記し、さらに、牛馬競り市のように売買成立価格が明確なものについては、その価格（「一頭ノ平均及最昂最低」）を別記するものとしている〔『輯覧』134頁〕。

### (ix) 第9項「商家傭人給料」

第9項「商家傭人給料」は、商家従業員の年間給料を通信事項として、12月現在で調査して翌年1月を期限として報告を求めるものである。その報告様式である第14表「商家傭人給料」には「調査シタル場所ノ名ヲ掲記スヘシ」とされているが、「商務通信統計様式凡例」の項番第卅六によれば佐賀県では「佐賀市街一ケ所」を調査地点として指定している〔『輯覧』134頁〕。ただ、地点の選択理由さらには城内での対象商家の選定数や選定方法等に関しては「商務通信統計様式凡例」には何も記されておらずその運用は報告者の裁量に委ねられている。

当時、商家では従業員に対して食事（賄い）や「仕着せ」として業務衣服の現物支給を行うケースも少なくない。そのため報告様式である第14表「商家傭人給料」もそのような事情を反映して、商家における食料・仕着に従って食料附ノモノ、給料ノモノ、仕着附ノモノ、食料仕着附ノモノ、利益高ニ應シ賞與アルモノ、食料仕着ノモノの6種類に類別し、それぞれ代理人・支配人、手代、丁稚をそれぞれ上中下に3区分して給料額を記載するよう指示している。

また、報告様式「商務通信統計様式凡例」への記載方法についても、いくつか不明な点も残されている。例えば、項番第卅七は「食料仕着ノミ」で給料の支払いを行っていない商家については「衣食ノ料金ヲ概算シテ記入スヘシ」としているが、これ以外の現物支給形態の商家の場合、食料あるいは仕着相当額を評価した上でそれを給料額に反映させるか否かについては具体的には記されていない。また、上記の給与・現物支給の全6タイプについて報告を求めているかどうか指示も徹底されていない。

## (2) 記述報告事項

第10項「商用地図材料」には第15表「商人録」、第16表「水運賃銭表、陸運賃銭表」、また第11項「商況報告」にも「何所商況」、「何處金融ノ景況」にも界紙による表形式の報告様式が設けられている。このうち第10項で通信事項とされているものの中には第16表「水運賃銭表、陸運賃銭表」、また報告様式番号は特には付与されていないが、第11項に関しても報告様式「何處金融

ノ景況」には数値による記載欄がある。しかし、後述するようにこれらは調査対象地域から東京や大坂等の目的地までの里程や貨物・旅客運賃あるいは地域における適用利率等について 12 月現在での報告を求めるものである。所定の欄に数値として記載されるこれらの情報は、地域における事業活動の基盤情報として通運、利率、動産・不動産等の利回りを一種のテキスト情動的に示すものである。それらは統計通信事項として上述した各種記載属性項目のように統計原情報の獲得を目的としたものとは明らかにその性格を異にしている。

### (i)第 10 項「商用地図材料」

第 10 項「商用地図材料」には町村(「都邑」)に報告を求めている通信事項とそれに関係する二種類の報告様式(第 15 表「商人録」、第 16 表「水運賃銭表、陸運賃銭表」)が含まれる。次に掲げる表 2 は、第 10 項「商用地図材料」の項番第卅九が、都邑、道路、物産、港湾河岸場、航路の 5 分野について通信事項として列挙しているものを一覧表の形に整理したものである。

表2 第10項「商用地図材料」の通信事項

都邑	地名、人口、其他ノ人民由テ生活スル所ノ重ナル職業、重ナル商業ヲ營ム重ナル商人ノ業體・姓名(第15表)、取引交通アル地名(即ち商線)
道路	国道県道ノ里程道幅、荷車牛馬車ノ通塞里程、橋銭渡銭隧道銭ヲ収ムル場所ノ名及其割合、新道開鑿脩路ノ里程工費、廢道里程、水陸運賃(第16表)
物産	鑛物土石産出地名及一ケ年産出高及使役ノ人員、特有農工物産々々出地名及一ケ年産出高
港湾河岸場	港湾河岸場ノ名、港湾ノ深淺廣狹、繫泊船ノ大小及形状、繫泊所ト海岸トノ距離、築港セン場所ノ名、舢舨、通船料及港税、港則
航路	定期發着及寄港ノ名、河海航路ノ里程、新開航路ノ里程、河湖通船ノ大小、河流行引舟帆船路ノ別、和洋形造船所ノ位置、水路運賃(第16表)

〔出所〕『輯覧』 135-136頁より作成

報告は毎年 1 月を期限として提出するものとされているが、前年からの変化がない場合にはその旨を記すことで報告様式への記載を省略することも認めている。なお、防諜上の理由によるものかどうかは明らかではないが、「商務通信統計様式凡例」は「一千戸以上要衝ノ地ハ此限ニアラス」と通信報告の提出を免除している(『輯覧』 135 頁)。また、「商務通信統計様式凡例」の項番第四十二は、第 10 項「商用地図材料」に係る記述通信事項の補足資料として、必要に応じて地形図、市街図、陸・水路図といった地図資料の添付も推奨している。

表 2 に掲げた「都邑」の部で報告事項のひとつである「重ナル商業ヲ營ム重ナル商人ノ業體・姓名」に関しては、報告様式として第 15 表「商人録」が示されている。そこでは各地域(「都邑」)を代表する商業事業者について、業體、屋號荷印ノ類、姓名、見世所在ノ町番地というテキスト情報を 12 月現在で報告することを求めている。

また、表 2 中にも示したように、「道路」の部の通信事項のうちの「水陸運賃」と「航路」の部の「水路運賃」については、いずれも第 16 表として二種類の報告様式(「水運賃銭表」、「陸運賃銭表」)が設けられている。このうち指定港湾・河岸場について作成される「水運賃銭表」には、汽船、西洋形帆船、日本形船別に重量ないし容積単位当たりの一般貨物並びに品目別に仕向地名、出航地からの里程、それに 1~3 月、4~6 月、7~9 月、10~12 月の 4 期に区分した運賃の記載欄が設けられている。一方、「陸運賃銭表」も「水運賃銭表」と同様の報告様式として設計されており、物資

輸送に関しては馬車、荷車、牛、馬、人足といった輸送手段別に一輛(一駄、一人)当たりの一般貨物並びに品目別に、また旅客輸送に関しては人力車(一人乗、二人乗)、馬車(乗客一人)のそれぞれについて、目的地(「至」)や距離(「里程」)とともに季節別の運賃記載欄が設けられている。

## (ii)第 11 項「商況報告」

第 11 項「商況報告」による通信事項は、「商況ノ報告」と「金融ノ景況」の二種類からなる。

このうち「商況ノ報告」は、調査の主務部局側で予め「商況ノ報告ヲ要スル物ト場所」を指定し「何所商況」(「何所」は地名)の様式に従って月次による報告を求めるものである。「商況ノ報告」で報告の対象となる品目と場所については、「商務通信統計様式凡例」の項番第四十四において、表 3 として掲げたような品目別の報告対象地域がその「概定」事例として示されている。なお、対象地域は生産量ではなくあくまでも取引量(額)ベースで指定されたものであり、項番第四十四は「概定」事例以外でも特に取引量の多い品目・地域が存在する場合には、下に述べるような所定の報告様式に従った報告を求めている。

表 3 「商況ノ報告」の対象品目と地域

品目	地域名	品目	地域名
生糸	横濱、八王子、前橋、福島、甲府、上田、	砂糖(洋)	東京、大坂、横濱、長崎
並屑糸	岐阜、高山、長瀨、米澤、静岡	砂糖(和)	東京、大坂、名古屋、静岡、阿波*、鹿兒島、高松
金巾	東京、大坂、横濱、神戸	人參	横濱、神戸、長崎、信州*、若松、雲州*
洋総糸	横濱、神戸、東京、大坂、名古屋	寒天	横濱、大坂、神戸
和総糸	東京、大坂、名古屋、淡洲洲本	大豆	東京、大坂、仙臺
繰綿	東京、大坂、名古屋、広島、堺	小豆	東京、大坂
木綿織物	東京、大坂、名古屋、高岡、足利、笠松、久留米	鹽	東京、大坂、広島、赤穂、渦元
絹織物	東京、大坂、名古屋、西陣、桐生、足利、長瀨、岐阜、丹後*、福井、谷村、八王子	大麥	東京、大坂、博多、常州石岡
麻	東京、大坂、野州*、広島、信州*	小麥	東京、大坂、博多、常州石岡
米	東京、大坂、兵庫、長崎、新潟、下ノ關、京都、大津、桑名、名古屋、金澤、岡山、徳島、博多、酒田、函館、石ノ巻、伏木、敦賀、若津、松山	清酒	東京、大坂、名古屋、新潟、函館
		鯉節	東京、大坂、土佐*、薩摩*、伊豆*
		木蠟	東京、大坂、長崎、神戸、博多、伊豫*
		銅	東京、大坂、神戸
茶	東京、大坂、四日市、長崎、山城*、静岡、横濱、神戸、佐原	石炭	東京、大坂、横濱、神戸、長崎、博多
		石油	東京、大坂、横濱、神戸、新潟、函館
烟草	東京、大坂、鹿兒島、宮崎、長崎、水戸、野州、大迫	樟腦	横濱、神戸、長崎、大坂、高知、宮崎
		藍	東京、大坂、阿波*
椎茸	東京、大坂、神戸、長崎、静岡、伊豆*、土佐*	肥物	東京、大坂、函館、敦賀、下ノ關
		薪	東京、大坂、
錫	横濱、神戸、長崎、大坂、函館、鳥取、島根、土佐*、下ノ關	炭	東京、大坂、伊豆*、紀州*
		水油	東京、大坂、
昆布	横濱、神戸、大坂、長崎、函館	疊表	東京、大坂、大聖寺、備後*
乾鮑	横濱、神戸、大坂、長崎、函館	鐵	横濱、神戸、大坂、東京
煎海鼠	横濱、神戸、大坂、長崎	硫黄	東京、大坂、
		鮑貝	横濱、神戸、長崎

\*：府県内で適当な調査地点を選択するように指示されている地域

表中の品目と地域名は、「商務通信統計様式凡例」項番第四十四が「商況ノ報告ヲ要スル物ト場所」の概定として掲げているもの

〔出所〕〔『輯覧』 139-143頁〕

指定品目の報告地域として指定された地域では、項番第四十五に示された報告様式「○○商況」(○○は地域名)に従って報告を行う。報告では、対象品目について、商品ノ相庭、氣候ノ順不順(産出物ニ因リ氣候ニ關係アルモノ)、産出高ノ概算、當地商況ノ盛衰物價昂低ノ原因、仕向先及仕出元及市上(市場一引用者)ノ景況等〔『輯覧』143-144頁〕を挙げ、それを詳述するよう求めている。

第11項「商況報告」におけるもうひとつの通信事項である「金融ノ景況」については、項番第四十六が各府県管内の「樞要ノ地」における金融の実情の把握を目的として、「何處金融ノ景況」(「何處」は地名)報告様式に従った地域における金融商品や動産、不動産等の利回りに関する情報徴集を行うことを規定している。具体的には、百圓以下、五百圓未満百圓以上、千圓未満五百圓以上、五千圓未満千圓以上、一萬圓未満五千圓以上、一萬圓以上の金額5階級区分に従って公債證書、動産、不動産、無抵當の4種類の金融資産その他についての年利並びに日歩といった数値情報の報告を求めるとともに、当該地域における金融の繁閑状況並びに利息の高低の原因についても詳細な報告を要請している〔『輯覧』144頁〕。

### 3. 『甲斐国現在人別調』と「農商務通信規則」における産業としての商業の取り扱い

「農商務通信規則」の先行規定である明治10年内務省達乙第72号による物産調査では、その把握の対象は調査を所管する同省勸農局の所掌範囲である農業に限られていた。それに対して明治10年内務省達乙第72号の先行規定とされる明治7年内務省布達甲第18号に基づいて実施された物産調査は、具体的に品目名が明示されたものだけでも400近い広範囲からなる産品について年産高等の報告を求めるものであった。それ以前の物産調査が対象品目を単に列挙しただけのものであったのに対して、内務省布達甲第18号による調査では報告対象品目はその種目や製品の材質、あるいは用途等に従って初めて33の品目群に類別された。とはいえ、物産調査が物資の生産高の把握を目的としたものであったことから、品目群の類別にあたっては産業という視点は全く意識されていない。そのような中では、経済活動全体を俯瞰することで初めて統計概念として形作られる産業分野のひとつとしての「商業」が成立する状況にはそもそもなかった〔森2020a 4-6頁〕。

#### (1) 『甲斐国現在人別調』の職業別結果表における商業の分類

ところで、物産調査とは統計の分野は異なるが、「農商務通信規則」が制定された当時、人口・世帯統計ではすでに商業を産業分野のひとつとして捉えていたものがある。明治12年末現在で杉亨二を中心とする太政官正院政表課が実施した「甲斐国現在人別調」がそれである。

その結果報告書である『甲斐国現在人別調』(明治15年刊)は、「職業分類」として「農作等ニ係ル業」や「飲食等ニ係ル業」など17区分からなる職業別結果表<sup>②</sup>を掲げており、その中の部門のひとつとして「商業」が取り上げられている。

表4は『甲斐国現在人別調』の職業別結果表が「商業」部門に掲げている173の職種名を一覧

---

<sup>②</sup> この『甲斐国現在人別調』における職業分類については三瀧信邦が、J. ベルチオンが1872(明治5)年の第8回万国統計会議に提示し、その後いくつかの修正を経て最終的に1893(明治26)年の第4回国際統計会議(ISI)で受理、採択されたいわゆる「ベルチオン分類」との類似点を指摘している〔三瀧74頁〕。しかしこの点に関して、杉やその門下生達による甲斐国現在人別調の顛末記録等にはベルチオン分類との関係をうかがわせるような記述は今のところ確認できていない。

表示したものである。

表4 甲斐国現在人別調の職業表における商業分類

穀商及手伝	餅商	太物商	柿洪商	陶器壳	葛商
穀商支配人	餅菓子商	西洋反物商	蝙蝠傘商	土器商	菓種商及手伝
穀物仲買	飴菓子商	莫大小商	足袋商	珠数商	壳菓商
麵包商	雑菓子商	生絲商	靴商	金物商	菓壳
粉商	汁粉商	生絲仲買	下駄商	古金商	艾商
味噌商	蕎麦商	太絲商	麻裏草履等	古鍔商	艾壳
醬油商	豆腐商	絲繭商及手伝	草履草鞋等	鋸商	髮油商
醬油商支配人	麩商	繭商	材木商	鍋商	フシノ粉商
酒商	蒟蒻商	屑繭商	板商	鉄物商	小間物商
酒商支配人	揚物商及手伝	絲蛹商	竹商	鉄砲彈藥商	小間物壳
白酒商	乾物商	蚕種商	瓦商	獸皮商	洋物商
甘酒商	乾物壳	絲商	石灰商	印伝商	唐物商
甘酒壳	椎茸商	唐絲商	建具商	荷鞍商	袋物商
麴商	素麴商	木綿商	硝子商	紙商	鼈甲商
魚問屋	青物商	木綿仲買	簾商	楮商	眼鏡商
魚会社役員	青物仲買	篠巻商	笊商	筆墨紙商	飼鳥商
魚商及手伝	唐辛商	綿商及手伝	笊壳	紙袋商	荒物商及手伝
魚壳	水菓子商	古綿商	機具商	紙屑商	荒物商支配人
鰻仲買	料理業及手伝	綿仲買	笈商	書籍商	玩物商
干魚商	飲食商及手伝	真綿商	豊表商	書画商	雑品商及手伝
鯉節商	煮壳商	繰綿商	蕨商	絵草紙商	雑品壳
鶏肉商	焼豆商	綿種商	桶商	印肉商	諸仲買
茶商	煮豆商	綿種仲買	檜物商	提灯商	種物商
砂糖商	漬物商	股引腹掛商	木曾物商	燈油商	植木商
鹽商	呉服商及手伝	古着商	古道具商	石油商	桑桐苗木商
菓子商及手伝	呉服商支配人	藍葉商	古道具仲買	石油壳	旅人宿業及手伝
菓子種商	呉服壳	藍葉仲買	度量衡商	附木商	牛馬商
菓子壳	絹仲買	西洋染粉商	陶器商及手伝	炭薪商	商雇
饅頭商	反物商及手伝	合羽商	陶器商支配人	漆商	

〔出所〕『甲斐国現在人別調』より作成

列举された 173 の職種の中には「旅人宿業及手伝」のように現行の標準産業分類ではM宿泊業・飲食サービス業に格付けされるものも一部含まれるが、『甲斐国現在人別調』での商業に係る職業分類は基本的に物品の売買従事者をそこで商っている商品の種類に従って類別したものとなっている。

その一方で表4に掲げた分類項目の中には職業分類とは異質の基準によると見られる項目も混在している。その1が〇〇役員、〇〇支配人、〇〇手伝と標記された諸項目である。これらは商業

事業の経営あるいは経営体の所有面での関与形態の違いを反映したもので、その後整備されることになる従業上の地位分類へとつながるものである。第 2 は商業を流通過程という視点から区分したもので、〇〇問屋、〇〇仲買といったものがそれにあたる。さらに、表 4 の分類項目には同一品目に対して〇〇商、〇〇売として併記されている職種も散見される。これは店舗販売と移動販売による区分を示すもので、ある意味では今日の商業の業態区分につながる類別基準にあたるものである。

このように、『甲斐国現在人別調』は「職業分類」として甲斐国人口についての職業別結果表章を行うにあたって、部分的に従業上の地位や業態区分といった分類基準の要素を混在させつつも、商業従事者を基本的にその取り扱い品目の種類に従って類別しているといえる〔森 2019〕。

## (2)「農商務通信規則」の商務統計通信事項における商業

「農商務通信規則」の工業通信事項の場合、第 2 項「品目」により、絲、織物、編物、莫大小、疊表、紙類、金屬器、金玉器、陶器、磁器、瓦類、七寶器、漆器、角甲牙器、醸造物、油類、化學上製品、製皮革皮具、罐詰、機械、船舶、車、活字版類並びに其他著名ノ工産物について、第 4 号ノ三から第 25 号の各報告様式によって生産高(額)等の生産に関する情報徴集を行っている。また、第 3 項「職工賃銀」では生産活動に従事する職工の賃金を通信事項としており、報告様式の第 26 号ノ一～三が 15 の職種について熟練度(上中下)別の賃金情報を収集している。さらに第 4 項「職工人員」では報告様式の第 27 号ノ一・二によって職種別の人員規模についての報告徴集を行っている。

なお、『工業通信事項及附録様式』が「附録表式」として所収している様式雛形に併記されている「製表心得」によれば、雛形様式に明示された 15 職種に加え、賃金については他に陶磁器職、瓦焼職、煉瓦焼職、紙漉職、鑄物職、鍛冶職、鋳食、漆器職、蒔繪職、酒造職、酢醸造職、味噌醸造職、醤油醸造職、油絞職、印板板木師、彫刻職、袋物職、縫箔職、足袋職、染物職、煙管張職、綿打職、糸組職、傘張職、提灯張職、筆職、櫛挽職、莨刻職、鼈甲細工職、版摺職、靴製造職、船大工職、製本職、洋服仕立職、皮滑職、菓子製造職、車製造職、活版植字職、日雇人足の 39 の職種、一方、「職工人員」については、これから「日雇人足」を除いた 38 職種についても職種別人員の把握を行うものとしている〔『輯覧』 110 頁〕。

以上のように、工業通信事項の場合、第 2 項「品目」における工業の分類は基本的に製造する品目種別に基づく分類であり、職工の数や賃金に関する報告徴集にあたって採用されている職種分類も同様に品目ベースでのものとなっている。

これに対して「農商務通信規則」における商務統計通信事項の場合には、工業通信事項あるいは『甲斐国現在人別調』の職業別結果表中の商業に見られるような区分、すなわち商業事業者が取り扱う品目の種目や商品の用途が商業の類別基準となっているわけではない。工業通信事項との対比で見れば、第 14 表「商家傭人給料」は工業通信事項の第 3 項「工業賃銀」の様式である第 26 号ノ一・二・三「職工賃銀」に相当する。後者の様式がいずれも各職種について熟練度(上・中・下)別の賃金情報を収集しているのに対して、第 14 表「商家傭人給料」は商業事業者が商う品目の種別の商家従事者の給料ではなく、品目を区別することなく代理人支配人、手代、丁稚という商業経営における一種の従業上の地位に注目した賃金・報酬についての報告様式となっている。このことは、工業の職工賃金の場合には職種間における賃金の差異が主たる関心事項であるのに対して商業では取り扱い品目の違いに起因する賃金・報酬の差異よりは商業活動それ自体への関

与形態の違いによる給与面での差異の方がより大きい意味を持つという事情によるものと思われる。

#### 4. 商務通信事項体系の特徴

第1表でも見たように、『商事通信事項及附録様式』は商務通信事項として規定した11項目について、「商務通信統計様式凡例」にそれぞれの通信事項に対応した報告様式を掲げている。それらの報告様式では前稿〔森 2020c〕で考察した工業通信事項と類似した側面が認められる一方で、「商務通信」の場合、「工業通信」の単なる商業版とも言い切れない側面も持つ。本節では、第1節と第2節で行った「商務通信事項」と「商務通信統計様式凡例」、さらには各報告様式に記された記載属性項目に基づく検討内容を踏まえ、「工業通信」との異同なども含め商務通信事項の特徴について検討する。

##### (1) 商務通信事項としての統計報告と記述報告

第1節では報告される通信事項の情報形態の違いに注目して、『商事通信事項及附録様式』が商務通信事項として掲げている11項目のうち第1項「港灣河岸場輸出入商品船舶」から第9項「商家傭人給料」までを商務統計通信事項、また第10項「商業地圖」と第11項「商況報告」を商務記述通信事項として区別した。このうち前者を構成する各通信事項については、集計され統計表として結果表章するための統計原情報が各報告様式によって収集される。一方、後者に属する通信事項の中にも運賃や金利といったように数値形式による報告を求めているものもある。しかしそこで収集されるこれらの数値情報は、事後的に集計され府県あるいは全国計という形で統計的に集約される統計原情報とは性格を異にする記述的数値情報に他ならない。

ここで、前稿〔森 2020c〕で考察した『工業通信事項及附録様式』に所収された報告様式が形成していた様式体系の特徴を想起してみよう。『工業通信事項及附録様式』は工業通信事項として、第1項「工場」、第2項「品目」、第3項「職工賃銀」、第4項「職工人員」、第5項「工業景況」をそれぞれ規定している。筆者はこれらのうちの「職工賃銀」と「職工人員」を「職工」として統合することで、報告様式を「工場様式」「品目様式」「職工様式」「景況様式」の各様式群に類別した。

このうち「工場様式」、「品目様式」それに「職工様式」の三つの様式群は、統計通信事項に関する報告徴集のための様式として提示されているものである。一方、工業通信事項のうち「景況」についての報告様式として示されているのは、いずれも統計通信事項に関する報告で特に顕著な変化が見られた場合についての文書形式による説明を求めるものであり、収集する情報の形態としては工業記述通信事項といった性格のものである。

「農商務通信規則」に基づく商務通信事項が報告徴集される情報形態の違いに従って統計通信事項と記述通信事項とに類別されることはすでに第1節(2)と(3)で指摘した。上述したように、このような区別は工業通信事項にも同様に見られる。以上のことから、少なくとも工業と商務に関しては、明治16年農商務通信規則の施行当初の報告徴集の特徴のひとつとして、それが統計原情報の収集を目的とした統計通信事項だけでなく記述通信事項もその内容としていた点を指摘することができる。

## (2)「商務統計通信事項」における統計報告の特徴

### (i) 商務についての構造把握

第1節では「商務通信統計様式凡例」が掲げている各通信事項に関する報告様式の報告内容に従って、商務統計通信事項に関する報告様式を、①物流、②物価、③会社とその事業形態、④市場、⑤商業従事者の給与という五つの様式群に類別した。

明治16年の「農商務通信規則」制定以前の明治10年内務省達乙第72号に至る物産調査は、いずれも基本的に各品目の年間生産高に関する情報の獲得を目的とするものであった。「農商務通信規則」もまた工業通信事項については、「品目様式」群の各報告様式は、それまでの物産調査の範に倣ってそれぞれ該当する品目の年間生産高を記載属性項目としていた〔森 2020c〕。もし、商務通信事項についても同様の接近方法を採用するとすれば、商家における指定品目の販売額を記載属性項目として報告徴集を行う報告様式群が差し当たり想定される。

しかしながら、上述した五つの群の中には、工業通信事項の報告様式全体の2/3近い31様式(第4号ノ三～第25号)を占める「品目様式」に相当する報告様式群は含まれていない。それに比較的近い性格を持つと考えられる報告様式をあえて挙げるとすれば、指定された港湾河岸場における43品目に関する搬出(「輸出」)、搬入(「輸入」)数量と価額を記載属性項目として持つ第2節(1)(i)で見た第1表「商品輸出入表」と報告徴集の対象範囲は「仲間組合」や「問屋倉所」に限られるが、品目別の消費高、移出高(「輸出高」)、その月末在庫額等を記載属性項目として持つ同じく(1)(ii)で見た第3表「商品聚散」という二つの様式がそれに相当する。

商務統計通信事項に関する五つの報告様式群は、物資の流通、流通価格、経済活動単位としての会社、地域市場の規模、それに商業の担い手の給与という多様な活動フェーズとその担い手を「商務」という形でひとつの構造として捉える報告様式体系を形作っている。ここで、商務統計通信事項の報告様式に見られる体系的な特徴を工業通信事項のそれと比較考察してみよう。

「農商務通信規則」に基づく工業統計通信事項のうち統計原情報の獲得のための報告様式である通信統計様式は、それまでの物産調査の形式を継承した「品目様式」群からなる諸様式を中心として、それに生産活動を遂行する経済単位としての「工場様式」群と生産活動遂行の担い手に関する情報徴集を行うための「職工様式」群を加えた全体が三つの様式群から構成されていた〔森 2020c〕。このうち「工場様式」群だけでなく一部の「品目様式」群の報告様式の中にも、原材料あるいは機械等の生産設備を記載属性項目として持つものも存在する。そのことで「農商務通信規則」による報告徴集は、それまでの専ら生産高の把握を目的としてきた物産調査から一歩踏み出し、生産活動を単なる算出結果としてではなく、その投入面である固定・流動資本、生産手段、そして労働力にも目を向けている点をその特徴のひとつとしている。

これと上述した商務統計通信事項に関わる統計報告様式の体系を比較した場合、工場あるいは会社としてそれぞれ生産あるいは流通関連事業を遂行する経済単位並びにその担い手としての職工や商家傭人に関する報告様式を持つという点は双方に共通している。

その一方で両者の間には相違点も認められる。工業における生産活動の方が商業活動と比較すれば特定の品目に特化する傾向が強い。工業統計通信事項の「品目様式」群にみられるような商家の区分、言い換えれば『甲斐国現在人別調』の職業別結果表に見られるような取扱商品の種目別に商家を区分し、それぞれ品目別取引高を調査するといった報告徴集の方法が商務統計通信事項で採用されなかったのはこのような事情によるものと思われる。それに加えて、商務統計通信事項の場合、物流や金融といった周辺業種さらには市場等も含め商業をより広義の商務概念と

して包括的に捉えている点もまた工業統計通信事項との違いとして指摘することができる。

## (ii) 第6項「諸會社」の対象範囲に見る報告様式体系の特徴

第6項「諸會社」は、第7表「諸會社」、第8表「諸會社(一己人營業)」、第9表「貯金會社」、第10表「水運會社」、第11表「陸運會社」の五つの統計報告様式から構成される。このうち第9表以下の三つの様式は、それぞれ金融(「貯金」)業、水運業、陸運業を営む会社を対象とした報告様式である。このように商務統計通信事項が特に金融業と運輸業に従事する会社を報告様式体系に含め各種の記載属性項目に関する報告を求めていることは、「農商務通信規則」が商務を産業としての商業だけでなくそれと比較的關係が深いと考えられる隣接する産業も含めてより広義の概念として捉えていることを意味する。

このような観点から商務統計通信事項の第6項「諸會社」の報告様式の体系性について考えた場合、第7表と第8表が把握の対象とする会社としては、それを商業を営む経営単位とするのが自然である。なぜなら、そうすることで、第6項「諸會社」が全体として「商務」の対象となる会社を網羅的にカバーすることができるからである。

ところで、「商務通信統計様式凡例」の第6項は「諸會社」を「米商會所、株式取引所、国立銀行ヲ除く会社と定義し、項番第廿二は、報告徴集の対象を「本項ハ農商工業ノ別ナク…會社、組合、會所、銀行等ヲ調査スルモノトス」(『輯覽』128頁)としている。第7表と第8表は、このような「諸會社」を出資者数(2人以上か単独(一己人))に従って二種類の会社に区分し、それぞれ会社属性情報に関する報告を求める統計報告様式である。ただし、項番廿四は「一己人ノ資金ヲ以テスト雖ト會社、組合、商會、會所等ノ集合名ヲ用ヒ若クハ銀行ノ名義ヲ用ヒ各其事務ヲ營ムモノハ姑ラク第八表ニ因リ記入スヘシ」(『輯覽』128頁)としており、集合名義あるいは銀行名義による会社については当面第8表「諸會社(一己人營業)」の対象として扱うものとしている。第7表あるいは第8表の対象となる会社について一部このような特例的取り扱いがあるとはいえ、これらの様式は相互補完的に諸會社を網羅的にカバーするものとなっている。他方で、第9・10・11表の三つの統計報告様式もまた金融業(「貯金會社」、運輸業(「水運會社」、「陸運會社」))に従事する会社を、相互には重複することなく各業種をそれぞれカバーするものとなっている。

しかしながら、同じく商務通信事項の第6項「諸會社」に属する統計報告様式である第7・8表と第9・10・11表とは、報告対象となる会社のカバレッジという点で相互補完的な関係にあるわけではない。

第6項「諸會社」の統計通信事項の各統計報告様式への記載要領を記した「商務通信統計様式凡例」の項番廿五は、「貯蓄預り金會社組合商會及一己人ノ資金ヲ以テスルモノト雖ト會社、組合、商會、等ノ集合名ヲ用ヒ若クハ私立銀行又ハ貯金預所ノ名ヲ以テ其業ヲ營ムモノハ更ニ第九表ニ因リ記入スヘシ」として、第7表ないし第8表と併せて第9表への記載も求めている。さらに項番廿六は、同じく水・陸運業の會社、組合、商會、會所等について、第7表ないし第8表とともに水運事業者の場合は第10表「水運會社」、また陸運事業者は第11表「陸運會社」にも記載するものとしている。

以上のことから、第6項「諸會社」の統計報告様式のカバレッジ面での特徴として次の二点を指摘することができる。すなわち、商事統計通信事項の把握様式であるにもかかわらず第7・8表は商務という枠を超えて実質的にはほぼ全産業を網羅した形で会社の基本属性情報の把握を行っていること、そしてまた産業部門別様式として設定されている第9・10・11表の各様式は第7表ないし

は第 8 表とは相互に重層的な位置関係にある点がそれである。

## むすび

本稿では『発達史』が日本の生産統計が新たな段階に入った画期、また鮫島が明治草創期の生産活動にかんする調査を統合しそれまでの物産調査を「工業」「商事」「農業」にわけて体系づけ産業統計の体系化の第一歩としている明治 16 年の「農商務通信規則」に基づく報告徴集のうち特に「商務」に関する報告徴集の特徴を、『商事通信事項及附録様式』に所収されている「商務通信事項」と「商務通信統計様式凡例」を検討資料として考察してきた。最後に、本稿での考察から得られたいくつかの知見について、この間筆者が取り組んできた明治初期から「農商務通信規則」の制定に至る物産調査の展開という史的な脈絡の中の位置づけ、さらには今後予定している明治 27 年農商務省訓令第 17 号による「農商務統計報告規定」の史的評価に向けた準備も兼ねて当面の中間とりまとめをしておくことにする。

### (i) 「農商務通信規則」による報告徴集における統計通信事項の位置

本稿では、「農商務通信規則」が「通信」として規定する報告徴集のうち「特ニ報告期限ヲ定メ」た「定期報」のうち「商務通信事項、なかでも統計通信事項について、先に〔森 2020c〕で考察した工業通信事項の特徴などとも比較しつつ検討してきた。本文でもすでに指摘したように、商務通信事項は、報告徴集によって獲得される情報の収集目的とその形態に従って、統計作成を目的とした統計原情報としての数値情報と統計作成以外の行政施策等への活用を目的とする非数値(テキスト)情報とに大別される。本稿で商務統計通信事項と商務記述通信事項としたものがそれである。このような区別は工業通信事項にも同様に認められる。なお、詳しいことは今後の検討を待つことになるが、このような二つのタイプの通信事項の存在は、今後検討を行う予定の農業(農務)通信事項にも同様に認められるものと想定される。さらに、こういった情報の性格による区分は「臨時報」にも同様にみられるものと考えられる。

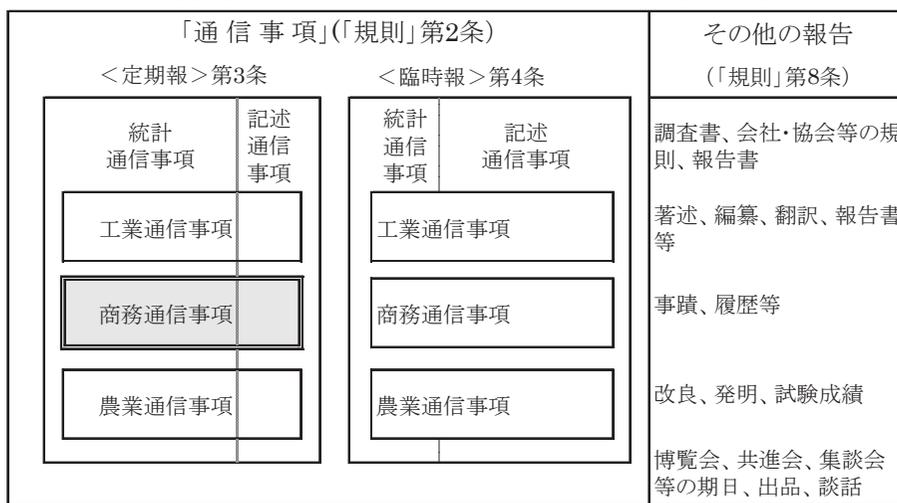
ところで、「農商務通信規則」の第 8 条は、定期報・臨時報以外にも「農商工山林ニ關」するその他の報告として、規則、報告書、著述、翻訳、事蹟、履歴、慣習、博覧会等の出品、談話の模様といった報告徴集も規定している〔森 2020b〕。これらはいずれも、「農商務通信規則」に基づく物産調査を所管する農商務省の各現業部局の所掌業務に関係〔森 2020b 13 頁〕した行政目的での文書(テキスト)情報の収集にあたる。さらにこのような報告徴集の由来を辿れば、それは従来からの物産調査の中にも部分的に含まれていたものがあるが、より直接的には明治 7 年内務省勸業寮による『勸業報告』を嚆矢とし同省勸農局の「府県通信仮規則」が継承してきた報告徴集の流れをくむものである。ちなみに、「府県通信仮規則」の第 6 則の各号が掲げる一連の事項は、農業(農事)に対象を限定してではあるが、情報収集の目的さらには収集する情報の形態面での特徴という点で、「農商務通信規則」第 8 条が掲げる諸項目との親和性が高い。

このように、「農商務通信規則」は、「定期報」による統計通信事項に係る統計原情報の獲得規定であると同時に、テキスト情報の定期的徴集、「臨時報」さらには「通信事項」以外の報告徴集の根拠規定ともなっている。『発達史』がわが国の生産統計の「幼年期」と位置づける明治 2 年の「物産ノ事」から明治 10 年内務省達乙第 72 号に至る間に物産調査が報告徴集の目的を徴税から勸業政策へと次第にシフトさせる中、収集される情報そのものも行政情報から統計情報へと徐々にその性格を変容させていくことになる。とはいえ、当時調査実施機関であった内務省勸農局では、勸

農政策の主務機関として、統計原情報だけでなく行政の遂行や企画立案の参考情報として広範な非統計情報の収集にも強い関心を寄せてきた〔森 2020a 18 頁〕。

図1は、「農商務通信事項」による報告徴集体系とその中での商務統計・記述通信事項の位置を模式図として示したものである。

図1 「農商務通信規則」に基づく報告徴集における商務通信事項の位置



「農商務通信規則」による報告徴集制度に対してはその後数次にわたり改定が加えられる。

まず、施行から3年後の明治19年3月には農商務省令第1号によって通信事項・報告様式が改められる。さらに明治22年には4月17日農商務省訓令第26号によって、「農商務通信事項様式中概況報告部ヲ廢シ統計部別冊ノ通改正ス」(『法令全書』1889 53頁)と「農商務通信規則」による報告徴集制度に大きな変更が加えられる。この訓令は「農商務通信規則」による農商務通信事項を統計報告だけに集約するものであり、これによって『勸業報告』から「府県通信仮規則」へと継承されてきた非統計的な文書(テキスト)情報による報告部分が物産調査の報告体系からそぎ落とされ、報告徴集はその内容を統計情報に特化したものとなる。その意味では明治16年制定時点での「農商務通信規則」に基づく報告徴集は、統計調査すなわち統計原情報の獲得制度という点ではその確立に向けてなお道半ばにあったと言えるであろう。

## (ii) 商務統計通信様式の体系

筆者は〔森 2020c〕において各報告様式に設けられている具体的な記載属性項目も含めて、工業統計通信様式の体系的特徴に関する考察を行った。そこでの分析からは、工業統計通信事項に関して、「品目様式」群とともに「工場様式」群と「職工様式」群によって生産活動を単に産出面(各品目の年間生産高)だけでなく、生産活動の投入面の諸要素(原材料、生産設備、労働力)についても統計的把握の対象としているなど、素朴な形としてはあるが、工業の実情把握のための構造的接近として、各報告様式並びに記載属性項目が体系化されている点が明らかになった。

商務統計通信事項に関する報告徴集に用いる様式は、明治10年内務省達乙第72号までの

物産調査や工業通信事項における「品目様式」群、さらには前節で見た『甲斐国現在人別調』の職業別結果表における商業のように、品目の種別に商取引を把握する報告様式を中心とした構成とはなっていない。なお、この点とも部分的には関係するが、鮫島は『甲斐国現在人別調』における職業分類を念頭に置き、「農商務通信規則」における産業の取り扱いについて、「当時の実務家たちは統計学的認識とも無縁であった、杉亨二が「甲斐国現在人別調」の職業分類で示したような統計分類的思考、とくに産業分類的思考は、ここでは、まだ現われていなかった」とその統計理論的未成熟を指摘するとともに、それをひとつの論拠として「農商務通信規則」を「前近代的調査方式のひとつの完成図」〔相原・鮫島 57 頁〕と評している。

商務統計通信事項に関する報告様式の体系的特徴については、工業統計通信事項との比較も含めてすでに前節で詳論しておりここでは改めて再説はしないが、報告様式は全体が五つの様式群から構成され、物資の流通、流通価格、経済活動単位としての会社、地域市場の規模、それに商業の担い手の給与といった形で、多様な活動フェーズとその担い手を「商務」という形でひとつの報告体系を形作っている。工業通信事項の場合、製造活動を営む工場を対象として原材料、設備、労働力といった投入要素を個々の製品という産出物に変換する生産過程としての生産活動が想定されることから、それぞれの投入要素や生産活動の場としての工場を各種記載属性項目によって捉えるというアプローチがとられている。

一方、商務統計通信事項については、「農商務通信規則」は産業としての商業だけを把握対象として想定しているわけではなく、商業の活動と比較的関係の深いと考えられる金融や運輸も含めたより広義の産業概念として「商務」を捉え、関連する統計原情報の獲得が行われている。その一方で商務統計通信事項は、工業統計通信事項での「職工賃銀」に対応する報告様式については商家に限定した形で「傭人給与」の把握を行っており、第 6 項「諸會会社」についての報告様式も第 7・8 表と第 9・10・11 表とはそれらが対象とする会社等のカバレッジの面で整合性を欠くものとなっている。冒頭部分で紹介した『発達史』は、農業と工業に関して農業や工業生産の規定要因としての作付反別や生産手段、労働力についての調査項目に注目する一方で、商務(商事)には何の言及もしていない。工業における生産過程のような生産手段の関与のようなものが商業では想定しにくいことがそのひとつの理由となっているように思われる。その半面で商業の場合には流通過程という価値連鎖が工業とは違う独自の意味を付与する点を考慮すれば、「農商務通信規則」が商務通信事項を「商務」を商業の枠を超える広範な概念として想定し各種の報告様式によってその把握を試みている点にも意味があるように思われる。

### (iii) 会社票一個票論

さいごに、統計報告様式によって収集される統計原情報の情報性格という視点から商務通信事項の第 6 項「諸會社」の諸様式のうち特に第 7 表「諸會社」と第 8 表「諸會社」(一己人營業)によって獲得される統計原情報の情報特性に関してここで若干の指摘をしておきたい。

この間筆者が行ってきた物産調査に関する一連の考察の最終目的は、明治 27 年農商務統計報告規定で初めて個票様式として採用される「工場票」と「企業票」の情報論的性格の解明にある。そのための準備的作業のひとつとして〔森 2020c〕では、工業通信事項における「工場様式」群の報告様式を集計値記載欄としての表式部分とその原情報記載欄を併せ持つ複合様式として捉え、各様式の原情報記載列に「工場名稱」が共通項目として設けられている点に注目して、「工場様式」について次のような個票情報論的な解釈の可能性を提起した。

もし工場名称を識別コードとして個々の工場を特定することができれば、少なくとも情報形態の面からは工場様式第 1 号に該当する工場については一～四の四つの、また第 2 号では一～三の三つの、そして第 3 号の場合には一・二の二つの様式を個体(マイクロ)ベースでそれぞれ単一レコードに統合することができるのではないかというのがそれである。その論拠は、これらの報告様式的设计者の意図とは無関係に、少なくとも情報形態としては、投入資本(固定、流動)、使用動力、使用原材料、職工数、職工の就労時間、製造品生産量・価額の間の関係を個体ベースで把握できる設計となっていることにある。

工業通信事項の「品目様式」群の諸様式が製造業に従事する工場を品目群別に捉えるものとなっていたのとは異なり、第 4 節(2)(ii)でも指摘したように、商務通信事項の第 6 項「諸會社」のうち第 7 表と第 8 表については、商業を営む会社だけでなく、「米商會所、株式取引所、国立銀行」を除く全ての会社が把握の対象となっている。加えてこれら二つの報告様式的设计を見ると、少なくともその形式としては工業通信事項の「工場様式」群の諸様式と同様に、各様式に「會社名稱」の記載を求めている。このことは、工業通信事項の場合と同様に、「會社名稱」をキーワードとして、第 7 表と第 8 表様式の各「續表」に記載されている属性項目も含め、個々の会社情報をそれぞれ単一の属性レコードに統合できることを意味する。

わが国における表式調査の完成期の端緒をなすとされる明治 16 年の「農商務通信規則」の諸様式に含まれるこれらの「諸會社」様式によって収集される統計原情報がこのようなマイクロレコードとしてのデータ統合の潜在可能性を内在させているという認識は当時の様式设计者の意識の中にはそもそも存在せず、当時の情報処理能力もまたそれを実現できる状況にはなかった。第 6 項「諸會社」の報告様式のうち第 7 表と第 8 表様式によって獲得される会社属性情報は、商業だけでなく実質的に他産業も含めて把握対象としている点と併せて、それらがそのカバレッジにおいてもまた収集される個体情報の情報特性の面でも、表式調査の枠内では捉えきれない潜在的に拡張可能な情報特性を有している。ただ、ここではこの点を指摘するにとどめ、その本格的な意味づけについては、明治 27 年農商務統計報告規定における工場票、会社票についての史的評価と関連づけて改めて論じることにしたい。

## 参考文献

- 相原茂・鮫島龍行編(1971)『統計日本経済』筑摩書房  
総理府統計局編(1951)『総理府統計局八十年史稿』  
太政官統計院編纂(1882)『甲斐国現在人別調』  
内閣官報局(1890)『法令全書』第 10 卷  
内閣官報局(1889)『法令全書』第 22 卷-2  
内閣官報局(1890)『法令全書』第 24 卷-1  
日本統計研究所編(1960)『日本統計発達史』東京大学出版会  
農林大臣官房統計課(1932)『明治 2 年以降農林省統計關係法規輯覽』東京統計協会  
三瀧信邦(1983)『経済統計分類論』有斐閣  
森博美(2019)「甲斐国現在人別調の職業分類とわが国における職業分類の展開－職分表から昭和 30 年国勢調査の職業分類まで－」『オケージョナルペーパー』No.99  
森博美(2020a)「明治初期における生産の統計的把握－明治 16 年農商務通信規則成立前史－」『オケージョナルペーパー』No.113

森博美(2020b)「明治 16 年農商務通信規則について」『オケージョナルペーパー』No.114

森博美(2020c)「明治 16 年農商務通信規則による工業通信事項と附録様式」『オケージョナルペーパー』No.115

## 研究所報(最近刊行分)

号数	タイトル	刊行年月日
28	第4回日本・中国経済統計学国際会議	2002.03.15
29	職安求職者にみる失業の実態	2002.12.20
30	国連ミレニアム開発目標と統計	2003.10.20
31	Workshops on “the Population Censuses” and “the Use of Census Micro Data”	2003.12.20
32	マイクロデータとその利用	2004.04.20
33	International Symposia on Population Census and Micro Data Archives	2005.01.10
34	政府統計の二次的利用	2005.04.20
35	ジェンダー(男女共同参画)統計	2007.02.20
36	人口センサスの現状と新展開	2007.04.01
37	統計における官学連携	2007.04.20
38	ジェンダー(男女共同参画)統計 II	2009.02.10
39	社会生活基本調査とその利用	2010.01.15
40	地方統計の現状と課題	2010.09.15
41	Exploring Potential of Individual Statistical Records	2011.11.05
42	観光統計	2013.02.05
43	国民経済計算関連統計の新たな展開	2014.01.30
44	タウンページデータによる事業所立地分析	2014.02.15
45	フィンランドのビジネス・レジスター	2015.03.20
46	19世紀ドイツ営業統計史研究	2015.07.20
47	地方統計と統計GIS	2016.01.25
48	首都圏の人口移動	2017.03.10
49	宿泊業及び飲食業の実証分析	2018.08.01
50	サービス分野の生産物分類	2019.01.31
51	全市区町村産業連関表(平成23年表)の推計	2019.10.15

研究所報 No.52

2021年1月31日

発行所 法政大学 日本統計研究所  
〒194-0298 東京都町田市相原 4342  
Tel 042-783-2325,6  
Fax 042-783-2332  
jsri@adm.hosei.ac.jp  
発行人 菅 幹雄

**BULLETIN**  
**OF**  
**JAPAN STATISTICS RESEARCH INSTITUTE**

---

No.52

January 2021

---

Census of Commerce

CONTENTS

Foreword

Interview with Mr. Hiroo IMAI

Mikio SUGA, Hiromi MORI, Kozo MIYAGAWA

From Census of Commerce to Economic Conditions Survey

Mikio SUGA

An Analysis of Margin Rate by Distribution Channel based  
on the Census of Commerce  
- A Consideration for Improving the Statistical Accuracy  
of the Commercial Sector -

Kozo MIYAGAWA

Business Communication Matters and Attached Forms According  
to the Agriculture and Commerce Communication Regulations of 1884

Hiromi MORI

---

Edited by  
JAPAN STATISTICS RESEARCH INSTITUTE  
HOSEI UNIVERSITY  
TOKYO, JAPAN