

ISSN 0288-8734

統計研究参考資料

No. 76

業 界 統 計

— その特徴と利用上の留意点 —

2001年 12月

法政大学日本統計研究所

Japan Statistics Research Institute

Hosei University

はしがき

中央官庁や地方自治体が作成する政府統計に比べれば民間の業界団体、銀行や各種調査会社、さらにはシンクタンクや大学等の調査・研究機関の手になるいわゆる民間統計については、企業の調査部などで業界の動向や自社のシェアの動きなどを知るのに活用されることはあっても、研究者や一般の統計利用者が民間統計を各種分析に利用することはあまりなかった。このため、民間統計については、これまで統計学の分野でもあまり注目されてこなかった。その主な理由としては、この種の統計が母集団に対する代表性その他でデータの質が政府統計よりも一般に劣るとみなされてきたこと、またどのような統計が現実には作成、提供されているかのについての統一的なリスト整備の立ち遅れといったようなことが考えられる。

本研究所では、利用可能なデータソースの一つとしての民間統計の意義にかねてから注目し、その利用特性の分析（『研究所報』No.23）や統一リスト作成（『統計研究参考資料』No.55）に積極的に取り組んできた。なお、民間が作成する統計については、業界団体の統計を中心に(財)全国統計協会連合会によって『民間統計ガイド』（平成9年3月、平成13年3月）が刊行され、一般にも利用可能な業界統計について情報がかなり整備されてきた。

民間統計の場合、政府の指定統計のような報告の義務もなく、報告者が調査に回答するかどうかは、ひとえに報告者の判断に依存している。従って、調査への回答にどれだけの手間やコストがかかるかといった調査技術上の問題に加え、報告者と調査実施者との間の関係や調査結果それ自体に報告者が利害関心を有しているかといった点が回答率を左右する。回答率の高低は調査結果のデータの品質に直結する。このため、民間統計について、その品質や利用可能性について一般的に議論することは殆ど意味がない。統計データの質は調査を実施する団体によっても異なり、厳密に言えば、同一団体が実施した調査でも、調査毎にそれは異なる

このように民間統計の場合、回答を行うかどうかについての報告者の裁量の余地は、政府統計よりも大きいと考えられる。このため、民間企業などでの回答業務担当者が、ふだんどのような意識でもって依頼のあった調査に対して回答するか否かを判断しているかは、結果として作成される統計データの品質を決定的に規定する。

そこで本『資料』では、これまで長年、政府統計をはじめ各種統計を利用する傍ら、中央官庁、地方自治体、研究機関それにシンクタンクなどから寄せられる報告依頼に対して、企業側の報告の取り纏めの仕事に従事してこられた近藤正彦氏に、その豊富な経験に基づき、企業における報告負担の実態ならびにその結果としての民間統計の利用特性についてまとめていただいた。

本書では、様々な調査主体から寄せられる報告依頼に対して企業がどのような優先順位でもって回答しているか、各調査主体から寄せられる報告依頼の内容がそれぞれどの

ような特徴を持つか、あるいはインターネットなど新たな調査技術の採用とその統計改善への貢献度、さらには景気動向あるいは企業におけるリストラの報告内容の質に及ぼす影響、類似統計の統合整理という短絡的な改善提案への異論など、極めて多岐にわたる論点が取り上げられている。

本書で紹介されている民間企業における報告実態は、企業、事業所関連統計の質を規定するものとして、統計利用者に個々の統計利用の前提となる貴重な補助情報を提供しているとともに、他方で統計作成者あるいは政府で統計行政に従事する者に対してわが国の今後の統計のあり方に関わる重要な論点を含んでいるように思われる。本書が、民間統計の利用ならびにわが国の統計の今後の改善にかかわる基礎的情報として貢献できれば幸いである。

2001年12月1日

法政大学 日本統計研究所

業界統計－その特徴と利用上の留意点－

近藤 正彦 （三菱重工業 企画部）

目次

はじめに

- 1 業界統計の特徴
- 2 回答する側からみた業界統計
- 3 業界統計の企業での活用方法
- 4 業界統計の役立ち度合い
- 5 官庁統計の補完の役割
- 6 速報の公表と確報の公表時期の早期化
- 7 インターネットの活用
- 8 構造変化のスピードに追いつくことが必要
- 9 海外関連統計の充実
- 10 IT関連統計の整備
- 11 業界統計の利用上の注意点
- 12 業界統計に求められるもの
- 13 統計の精度低下への対応
- 14 報告者負担の軽減

おわりに

参考文献

はじめに

企業においては、マクロ経済動向や産業動向の把握に経済産業省や内閣府等の官庁統計が使われるとともに業界統計も使われている。むしろ業界統計の方が利用という点では主体となっている。官庁統計は企画部門などの管理部門がマクロ経済動向の把握などにもつばら使うのに対して、業界統計は企画部などの管理部門も使うが、事業本部や営業が主体となって頻繁に使う。業界統計は企業においては業界動向の把握のほか、事業計画や経営計画の策定などに利用できる非常に役に立つ統計である。

業界統計は企業ではよく使われるが、外部の人にとっては、統計が持つクセや業界事情が分からないために活用するのが難しいという印象があると思う。実際のところ、業界内部の人でも読み切るのが難しく、業界外の人から業界統計を読みこなすのは並大抵ではない。最近ではホームページで簡単に業界統計のデータを入手することが出来るが、外部の人は業界統計の特性などを十分理解した上で利用する必要がある。数値をそのまま鵜呑みにす

るようでは読み間違いということも起きてくる。

次に、回答者側の統計調査の報告負担について考える。総務省が平成12年度に全国統計協会連合会に委託した調査—12年8月に報告期限があるアンケートにつき企業を対象に報告負担に関する調査を行ったその調査結果「統計調査等の報告負担に関する調査研究結果報告書（平成12年度）」（12年度調査、参考文献〔13〕）—を材料として業界統計に対する報告者の報告負担の実態を他の調査機関の統計調査と比較してみよう。なおこの委託調査は、1部、2部上場企業500社を対象に実施されたもので、各企業では本社と事業所について回答してもらっている。なお、本社の回答率が33.6%（標本数500）、事業所は16.8%（標本数483）である。

この調査は12年の8月中を報告期限として設定されていた統計調査を対象に実施されたものであるが、この8月というのは、実は1年のうちでも特殊な月である。企業の夏季休暇があるために民間が実施する統計調査の数はもちろんのこと少ない。統計調査を出す側も回答する側も夏季休暇を取るので、この時期のアンケート調査は少なくなる。業界団体の統計調査も同じである。国の統計調査についても年1回のまとまった調査は企業の実情を考慮してこの時期には少ない。このように統計調査全体の依頼件数が普段の月よりも少ないことや報告に手のかかる調査が少ないことから、統計調査の回答率は普段の月よりも高めに出ていることが考えられる。また、報告負担の多い統計が通常月よりも少ないと思われるために報告負担の度合いも他の月に比べて小さくなる傾向があると思う。そのために、調査結果に示されている回答率は通常月よりも高めに出しており、報告負担の程度は通常月よりも小さくでているものと考えられる。

1 業界統計の特徴 —業界の役に立つ統計—

業界統計の特徴を企業サイドから一言で言えば、会社の業務の役に立つ統計であると言える。データが輸出国別、業種別、製品別など詳細にわたる上に、業界団体毎にそれぞれ出ているから、産業の動きを見るときは官庁統計よりも業界動向よくわかる。企業では、その企業が属する業界の動向の他に、関連の業界の動向の把握が重要であるが、それは他の業界統計をみることで可能となる。業界統計の特徴点を企業の立場から挙げてみると次の通りである。

1. 1 データが詳細にわたる —輸出、業種別などの把握が可能—

輸出国・地域別の受注高、業種別の受注高、機種別の受注高、海外生産高など、業界統計は、実に様々な統計を提供してくれる。これは、それだけ企業側がデータを毎月提供していることの裏返しであり、それだけ報告負担も大きいことを意味している。しかし企業側では、企業にとっても役に立つ統計であるから協力しているのである。

1. 2 会社の業務に役立つ —業界動向の把握には不可欠—

企業は業界動向はもちろん、シェアの把握をすることは事業を遂行するうえで不可欠の

ことである。企業は毎月、業界統計が発表されるのを待っているのが実状である。その他、業界統計は事業計画や経営計画の基礎資料ともなる。各業界が団体毎にそれぞれ業界統計を公表しているの、業界の調査や動向の把握の際は基本的な資料となる。他業界の動向については、それぞれの業界団体が出している業界統計が利用できる。業界統計を読むにはコツがあるが、このコツを掴めば他業界の統計も比較的容易に読み切ることができる。

1. 3 マクロ経済統計の補完 —業界統計があつてマクロの経済指標が読み切れる—

GDP統計にせよ、民間設備投資の動向にせよ、それだけで読みきることは難しく、業界統計の助けを借りないと読み切れない場合が多い。最近のように低成長が続くと、マクロ経済統計は特に読みづらいものとなっており、益々産業の実態や動きが分かる業界統計の助けが不可欠である。

例えば、工作機械の受注統計を見れば民間設備投資の勢いが分かり、景気よりも工作機械の受注が早く落ちるので民間設備投資はもちろのこと景気後退期には景気の先行指標となる。産業機械の受注統計からは、産業別の投資動向など民間設備投資の広がりをつかむことが出来る。

1. 4 報告の負担感は小さい —報告負担は小さくないが、負担感は小さい—

2で詳しく述べるが、業界統計は製品別、業種別や地域別・輸出国別の数値の把握をしているので作成にあたり企業側に詳細のデータが求められる。このため記入者側の報告負担は決して小さくない。しかし、業界統計の場合、業界動向やシェアの把握、経営計画・事業計画の策定に役立つ統計であるので、報告時間で測った実際の負担量に比べて報告者が感じる負担感はむしろ小さい。官庁統計やマスコミ・シンクタンクなどの民間統計について報告負担が大きいなど、不満や不平が結構あるのは大きく異なる。

1. 5 数値を読み切るのが難しい —業界内部の人でも読むのが大変—

業界統計は、

- ① 統計にクセがあること
- ② 業界の特性を反映して月によって大きく数値が振れたりすること
- ③ 統計数値は原数値が基本であり、一般的には季節調整がなされていない
- ④ 業界の実態を知らなくては読み切れないところがある

等の統計を読む上での難しさがある。

このため、業界内部の人でさえも統計数値の背景となる情報がないと的確に数値を読み切るのは難しいと言うのが実態である。外部の人が正しく読むためには、まず新聞の解説を読んだり業界の人の説明を受けるのが一番である。特に機械産業などの受注統計の読み方が難しい。

1. 6 産業区分と統計が合わない —業界団体の会員企業の集計値—

業界団体の統計は、会員企業の報告するデータを集計した集計値が基本であるため、産業名称と統計数値の中身の範囲が違う場合がある。例えば、日本産業機械工業会が作成している統計に「産業機械受注統計」がある。この統計には普通には産業機械とみられている建設機械が入っていない。建設機械については日本産業機械工業会から分離独立した別の業界団体である日本建設機械工業会が統計数値を公表している。要するに、これらは業界団体ベースの統計ということである。

もう一つ、同一内容のものであっても対象企業数が異なる場合がある。例えば、内閣府の機械受注統計における機種別の統計の工作機械受注額と日本工作機械工業会の工作機械の受注額とでは結果数字に違いがあるが、これは対象企業数が異なることによる差である。

1. 7 統計の説明が不十分 一外部にの人も読み切れる方向での改善が必要一

業界統計はデータが詳細ではあるが、次のような問題点がある。

- ①対象企業数が明確に記載されていない
- ②対象製品の中身がよく分からない
- ③現状判断の説明や解説がない

①、②についてはその内容を出来る限り公表物に記載すべきである。同じ産業を対象としたものでも対象企業数が官庁統計と異なる場合があるので、製品の中身の説明が無くては統計をきちんと理解できない。③については、官庁統計では一部の統計で現状判断を入れているものがあるが、官庁統計よりも読みにくい統計であるにもかかわらず業界統計では現状判断の説明がない。新聞などで業界団体の人のコメントが載っているが、理想から言えば公表物に現状判断を入れるべきであると思う。

2. 回答する側からみた業界統計¹

国、県、市町村の官庁、日本銀行などの特殊法人、工業会などの業界団体、新聞社・出版社などのマスコミ、更にはシンクタンク、大学等の研究機関から調査票やアンケートが毎日のように企業に送られて来る。それを企業の統計調査の担当者はどの様に処理しているのであろうか。

企業では会社に届いた統計調査の全てに回答しているといったようなことはあり得ない。ほとんどの企業では、世間で行われているような統計調査の報告に専従している職員を置いていないのが普通である。統計調査の担当者は統計調査のみを業務としている訳ではなく、他の仕事も当然ながら並行して行っている。そのため、業務の状況、統計調査の企業にとっての役立ち度合い、報告の負担度合い、調査機関と会社との関係などを勘案して統計調査を回答するかどうかを決めているのが実状である。企業には費用対効果というものがあり、いわゆる無駄なことはしない。言い換えれば効果のある仕事をするということが

¹ 第1章は参考文献〔13〕のうち筆者が執筆した第2部第4章第1節を大幅に加筆修正したものである。

強く求められており、統計調査についてはその結果が企業活動にとって役に立つものであることが望ましい。一方、企業には統計調査には出来るだけ協力するという社会的責任がある。その両者のバランス上に現実の回答率がある。

そこで、総務省が12年度に全国統計協会連合会に委託して調査した調査結果（参考文献〔13〕）をもとに、回答する側から業界統計をみることにしよう。

2. 1 業界統計の回答割合は比較的高い — 役立つ統計であるから回答率が高くなる —

まず、調査機関別の回答割合（本社）をまとめた第1表に従って、企業側でどの程度統計調査に回答しているのか、実際の回答状況を見ることにしよう。第1表をみると、国・地方の統計調査、日本銀行などの特殊法人、業界団体の統計調査の回答割合が高い。

第1表 統計調査の機関別回答割合（本社） (%)

	①回答した	②回答の予定	①+②
国・地方の統計調査	91	6	97
国・地方の業務報告	84	3	87
特殊法人の統計調査	92	4	96
業界団体の統計調査	83	10	93
民間の統計調査	71	4	75
全体	78	5	83

- (備考) 1. 全国統計協会連合会（総務省統計局委託事業）「統計調査等の報告負担に関する調査研究結果報告書（平成12年度）」第2部第4章1節 2001. 3より。
2. 以下2において「同報告書」第2部第4章1節から引用の表は出所を明記していない。

国の統計調査の中には指定統計が多い。たとえば、経済産業省の「生産動態統計調査」は毎月定例的に報告するもので、機械関係の会社で製品の多いところでは調査票が50種類程にもなる。この統計については大企業はもちろん比較的小さな会社まで調査対象となっており、毎月報告している。なお、生産動態統計の場合の報告は事業所が主体で、本社のみで数値を把握して回答しているところは全体の3分の1程度である。また、事業所数の多い会社では、事業所が作成する調査票を一括して本社が纏めて経済産業省に提出している。また、承認統計の中にも指定統計と同様、毎月定例的に報告するものが多く、当然の事ながら回答する。県と市の統計調査への回答率は国の統計調査よりもやや低いですが、報告の実態は国とほぼ同じ傾向にある。

特殊法人の統計調査としては、例えば、日本銀行の卸売物価指数の原データとなる「価格調査票」がある。これは毎月調査で、1社当たりの報告対象となる品目は多いが、当然の事ながら回答する。同じく日本銀行の四半期調査である「短観」にも企業では回答する。

業界団体の統計調査に対する企業の回答割合も高い。業界団体では、業界全体の受注高、生産額、販売額を把握するために、毎月、企業に調査票を送付して数値を記入してもらいその集計結果を公表している。企業では「業界動向の把握」、「業界における自社の位置付け」、「中・長期の経営戦略の指標」、「経営計画に反映」などに業界統計を使っており、業

界統計は会社の業務に非常に役立っている。そのため業界団体の統計調査に対する回答率は当然のことながら高くなるのである。そして、提出が遅れると業界団体から督促が来ることも回答率を高くしている要因である。しかしながら、定例調査でも四半期調査などで見通しが含まれているようなアンケート調査については、他部門にデータを問い合わせたり、データを組み替える必要があるものは報告負担が比較的大きく、やや回答割合が低い。

次に、やや回答率の低い国・地方の業務報告と一番回答率の低い民間の統計調査について見てみよう。

まず、国・地方の業務報告のうち、定期的実施されるものについては、国・地方の統計調査の場合と同様回答する。こういった調査の他に、非定例で実施されるアンケート調査がある。たとえば、県や市が実施する企業誘致アンケートなどがそれで、かなりの数が毎月のように企業に送られて来る。会社に関連があったり、関心のある県や市が実施するアンケートには回答するが、業務の都合上全てにわたって回答するわけにはゆかず、回答割合はやや低くなるものと思われる。

一方、今回の調査では民間統計の回答率は75%と一番低くなっている。上にも述べたような理由で、この数値でも通常思われているよりもかなり高いと言える。一般にはシンクタンクのアンケート調査の回答率は20～25%程度と言われており、そのことを勘案すれば極めて高い。

そこで次に、民間統計の調査機関毎の内訳を第2表によって見てみよう。民間統計の中で回答割合の一番高いのが新聞・出版社の92%である。これは驚くべき数字ではなく、ある意味では予想される数値である。なぜなら、企業では、新聞社や出版社に対しては自分の会社についていい記事を書いてもらいたいために、取材や調査には極めて協力的である。そのことは、これらが実施するアンケートについても当てはまる。

第2表 統計調査の機関別回答割合（本社） (%, 件)

	①回答した	②回答の予定	①+②	件数
国の統計調査	92	5	97	423
県・市の統計調査	57	29	86	7
国の業務報告	91	2	93	244
県・市の業務報告	70	5	75	132
特殊法人の業務報告	92	4	96	281
業界団体の調査	83	10	93	364
シンクタンク等の調査	69	3	72	500
新聞・出版社の調査	89	3	92	569
大学等の調査	42	5	47	204
民間企業の調査	79	6	85	174
その他	60	4	64	389
全体	78	5	83	3287

(備考) 件数は回答しなかったものを含む。

しかしながら、景気関連あるいは経済対策等の政策関連についてのアンケートにせよ、中身的には他社と重複した内容のものが目立つ。そして、企業にはマスコミから同じよう

な内容のアンケートが、しかも同じ時期に数多く届く。中には、結果を急ぐあまりに設問を並べただけの雑な内容のアンケートも結構ある。アンケートの内容については「企業は景気対策を強く望む」という新聞等での見出しを出したいがための誘導的な設問がほとんどで、アンケートを行う前から結果がわかっている類のものと知りながら企業ではアンケートに答えているのが実態である。設問は一般に選択肢から選ぶものが大半で、記入に伴なう負担はそれほどない。個々のアンケートについての負担は小さいが、それでも各社から大量に会社の方に届けられると、回答期限が短いこともあり結構報告負担は大きくなる。

シンクタンク等の調査は、調査項目も多く、しかも設問の内容が詳しすぎるために、回答するのに多くの時間をとられるなど報告負担が大きい。このため、回答率は一般に低い。企業の業務に余り関連のないテーマが多いこと、あるいは業務に関連があるものでも、細かいところまで尋ねられるので逆に回答が敬遠されることも回答率を低くしている要因の一つである。企業活動にあまり関係のないアンケートに対しては企業の側に積極的な協力姿勢が生まれにくいのが普通である。今回の調査では回答すると答えた率が72%にも達している。これは、調査の依頼件数も少なく、回答がやっかいなアンケートが少ない8月ということも考慮しても、高すぎる。

大学等の調査への回答率は民間の中では一番低い。今回の調査でも、47%と最も低く、回答率の高低の度合いの傾向は出ているが、実感からすればやや高過ぎる。大学のアンケートはシンクタンクのアンケートよりもさらに設問項目が多く、記入内容も詳しすぎ、報告負担が極めて大きい。企業行動や企業戦略を尋ねる経営学的内容のものが多い。事実、経営学部や商学部といった経営学関連の研究室からの依頼が多く、回答を集計して、表やグラフをつけてコメントすれば立派な本が一冊出来るくらい内容は細かい。設問内容については、企業の実態を余り把握していないようなものや専門的な観点からの設問が多い。この種の調査の場合、普通は回答率は2割程度と思われる。

民間統計については、今回の調査でも調査機関毎の回答率の高低という点についてはその傾向がよく出ていると思われる。ただし民間統計全体の回答率75%という数値はどうみても高過ぎる。

その理由としては、まず、実際は未回答と回答すべき統計調査が今回の調査では多く漏れていることが考えられる。「未回答である」と報告すべき統計調査を報告しないと回答率は当然上昇する。このように回答しなかったアンケート調査が報告からハズれてしまった、あるいは意識的にハズしてしまったというケースが民間機関のアンケートにかなりあると思われる。

第二の理由としては、今回の調査が回答期限が8月中のものを対象としており、統計調査の依頼件数が民間を中心にして通常月よりもかなり少ないことが考えられる。調査件数が少ないと回答率は上昇する。

第三点目は、8月ということで手の込んだ、従って回答率が低くなるとと思われる調査が余り無いことがある。つまり回答しやすい調査が多いことも回答率を上げた要因であると考えられる。

第四の理由としては、8月は企業が比較的暇な時期であるので依頼件数が少ないことも手伝って統計調査に回答する余裕があり回答割合が高くなった可能性があり得る。

2. 2 比較的大きい業界統計の報告負担 一細かいところまで数値が要求される一

次に、統計調査の調査機関別の報告負担について考えてみよう。

国・地方の統計調査は、報告データを標準分類に合わせるために社内のデータを組み替えたりするなど手間がかかるものが多い。製品のデータを標準商品分類に、業種のデータを標準産業分類に組み替えるのである。そのために普通はコンピューターで再集計する。それ自体かなりの手間ではある。しかしながら、毎月報告をするような定例的な統計調査の場合、同じパターンでの繰り返しであり、みかけほどの報告負担はかからない。年1回の調査のような非定例的な企業行動や企業構造を調べるような調査は、設問も多く細かな数値まで回答することが要求され、かなり手間がかかる。

国・地方の業務報告には定例的なものが多く、負担が大きいものは少ない。県や市町村が行う企業誘致のアンケートなどは、非定例的なものでも手元の資料で対応でき、それほど負担は大きくない。

特殊法人の調査は、日本銀行の「価格調査票」や「短観」のように定例的なものが多く負担が大きいものは少ない。

業界団体の統計調査については、国の統計調査と同様に、業種別や機種別などの数値を標準分類に合わせるためにデータの組み替えをしたり、輸出先別のデータ等の算出など手間のかかるものが多い。これらを把握するためには製品別・業種別・輸出国別のデータが必要で、その算出のための負担は比較的大きいと思われる。例えば、受注品の場合には、企業はそれぞれの受注案件毎の輸出国、業種、取引先等のデータを持っているので、これらのデータを元に輸出国別とか、業種別、製品別といった単位で集計する。これを円滑に処理するためには、普段からデータの管理や集計のプログラムのメンテナンスが必要である。この面での負担も結構大きい。

民間統計のうち、新聞社などマスコミからの調査には、簡単な設問に答えるだけのものが多い。そのために回答は比較的楽で、負担は小さいが、類似の調査が同時期に集中してマスコミから届くことが問題といえれば問題である。シンクタンクからのアンケートは、設問が多く、設問の内容も細かく、負担が大きい。そのために回答率は当然のように低くなる。それに輪をかけたのが大学からのアンケートであり、経済学部というよりも経営学部や商学部からの経営全般や経営戦略に関するものが多い。これらアンケートは、シンクタンクからのアンケートよりもさらに設問が多く、設問内容も細かい。当然シンクタンクのアンケートよりも報告負担が大きくなり、回答率が低くなる。

そこで実際の統計調査の報告負担の程度を今回の調査結果から見てみよう。第3表は、調査機関別の統計調査の報告負担の度合いを示したものである。算出にあつたては、回答したもの、回答予定のものを含んでいる。ここでは、「おおいに負担」、「かなり負担」、「やや負担」という回答割合を合計して「負担あり」とし、「大いに負担」、「かなり負担」の合計を「負担大」としている。

まず「負担あり」を見ると、負担が大きいと思われた「国・地方の統計調査」と「国・地方の業務報告」の報告負担が比較的小さく、特に、「国・地方の業務報告」の負担度合が小さくなっている。これは報告自体に定例的なものが多いうえ、アンケート調査についても手元の資料のみで作成できるものが多いためであると思われる。「国・地方の統計調査」

についても月例の定例的な調査が多いことが、「負担あり」の割合を小さいものになっている。

これらとは逆に、「特殊法人の統計調査」、「業界団体の統計調査」、「民間の統計調査」での「負担あり」の割合が高くなっている。特に「民間の統計調査」はシンクタンクや大学等のアンケート等の負担が大きいことから、「負担あり」の割合が高いという予想通りの結果となっている。

次に、「大いに負担」、「かなり負担」を合計した「負担大」についてみると、「国・地方の統計調査」、「業界団体の統計調査」、「民間の統計調査」の負担が大きい。

「国・地方の統計調査」には毎月報告する「生産動態統計調査」のようなものもあるが、これらは定例調査であるため負担はあまりかからないと思われるが、定例のものでも手間がかかるものもあることや定例外の統計調査などで負担が大きい統計調査があるため全体として負担が大きくなっているものと思われる。

「業界団体の統計調査」については、業界団体は業界の受注額などを製品別、需要先別、輸出国先別というような区分で把握する統計を作成している。それに対応するために企業には細かな分類のデータの報告が求められ、社内データの組み替えなどで報告負担が大きくなっていると考えられる。実際、社内では使用しないのに、業界団体に提出するためだけに別途統計データを作成しているのが実状である。そしてかなり細かいところまでデータの提出が求められるので、提出用のデータに間違いがないかどうか調べるのにかなりの時間がかかり、提出後も担当者から報告内容や疑問についての照会がかなりあり、必要に応じて調べたりする。企業側では、これから作られる業界レベルの纏まった公表データが業務に役立つと思うから報告している面がかなりある。

「民間の統計調査」はシンクタンクや大学等のアンケート等を中心に報告負担が大きいものが多い。この調査では回答あるいは回答予定の統計調査についての負担割合を算出しているが、それでも負担が大きいという結果となっている。もし回答しなかった統計調査まで含めて統計調査全体の負担度合いを出したとすれば、負担は一層大きなものとなったであろう。回答しなかった統計調査の方が、報告負担がより大きいものが多いと思われるからである。負担が大きいものには一般に回答しない傾向が強く、この点を考慮すれば、今回の調査での報告負担という点については、国・地方、特殊法人、業界団体の統計調査と民間の統計調査とを同列で考えてはいけない。

第3表 調査機関別の報告負担（本社） (%)

調査機関	負担あり	負担大
国・地方の統計調査	51	22
国・地方の業務報告	40	16
特殊法人の統計調査	55	16
業界団体の統計調査	55	21
民間の統計調査	54	22
全体	52	21

（備考）「負担あり」は「大いに負担」、「かなり負担」、「やや負担」の合計の構成比

「負担大」は「大いに負担」、「かなり負担」の合計の構成比

2. 3 業界統計の作成方法と報告負担 —データの組み替えや他部門へのデータ照会が負担—

この調査では、回答した、あるいは回答予定の統計調査について、その作成方法を尋ねている。そこで、作成方法と報告負担の関係を見ることにしよう。

第4-1から4-6表は、調査機関別に調査票の作成方法と報告負担の関係をみたものである。一般的な傾向からみれば、「直接出力」、「直接出力（転記あり）」、「データを組替え集計」、「他部門に問い合わせ」「手元の資料のみで作成」という5つの作成方法のうち、「直接出力」、「直接出力（転記あり）」及び「手元の資料のみで作成」という作成方法の負担が小さく、こういった調査方法の調査票が多い「国・地方の業務報告」の負担が小さくなっている。反対に、民間の統計調査に多くみられる「データを組替え集計」、「他部門にデータを問い合わせ」という調査方法の場合は負担が大きく、このことが「民間の統計調査」の報告負担を大きくしている。

そこで、各調査機関別に作成方法と報告負担の関係（本社）を見てみよう。

(1) 「国・地方の統計調査」

第4-1表から「直接出力（転記あり）」や「データを組替え集計」でかなりの負担がかかっているのが読み取れる。そして、国・地方の統計調査の場合、「データを組替え集計」の集計方法の件数の全調査件数に占める割合が約3分の1と高く、このことが「国・地方の統計調査」全体の報告負担を高めている。

例えば、内閣府の「機械受注統計調査」は、調査票に記入する機種の種類や需要者の分類は標準分類によるもので会社の製品分類や業種分類とは異なる。このため、調査票の記入に当たっては、社内データをそれら標準分類に合わせるという組替えが必要となる。社内では標準分類で製品の実績を把握する必要は全くなく、まさにこの統計のためだけに会社では特別に集計しているのである。その集計は、機種だけではなく、各機種についてその需要先までも集計している。統計調査への報告、或は統計の作成のための実に手間のかかる作業である。毎月調査の経済産業省の「特定サービス産業動態統計調査」についても同じように対象製品のデータの組替えが必要で負担がかかる。年1回の統計調査についても、「データを組替え集計」というものが多い。官庁へ報告する統計調査には、社内のデータを標準分類に組替えるものが多く、報告負担は大きくなる。個々の企業が独自の製品名称を使っており、しかもその製品のカバーする範囲も会社毎にそれぞれ異なるためデータを標準的なものに組替えないと統計として読み取れないから組替えが必要になるのである。

組替えは当然、コンピューターで行われるが、データが正しくアウトプットされているかどうかを調べる集計後の内容チェックなどは必要で、そのチェックが終わってから内閣府に提出するのである。そして、調査票を提出した後でも「〇〇の機種の△△の需要先におかしいデータが入っている」、「〇〇の機種の△△の需要先にマイナスのデータが入っている」ので調べて欲しいなどといった照会が内閣府の担当者からあると、それについて調査をし、回答をしなければならない。またデータの誤りがある場合には即、修正が必要となってくる。

第4-1表 作成方法別の報告負担（本社）—国・地方の統計調査—（％）

作成方法	負担あり	負担小	合計（件数）
直接出力	0	100	1
直接出力（転記あり）	61	39	46
データを組替え集計	71	29	136
他部門にデータを問い合わせ	39	61	119
手元の資料のみで作成	35	65	114
全体	51	49	416

（備考）「負担あり」は「おおいに負担」、「かなり負担」、「やや負担」の合計の構成比
「負担小」は「さほど負担ではなかった」、「全く負担は感じなかった」の合計の構成比

また、社内で新製品が出てきた時などにはそれを「どこの機種に含めるか」というその振り分け先などを絶えずメンテナンスする必要があり、それに伴う負担も大きい。これにはコンピューターのシステム変更が必要となる。こういった反面、「他部門にデータを問い合わせ」、「手元の資料のみで作成」の作成方法の負担は小さくなっている。この理由の一つとしては、例えば経済産業省の「生産動態統計調査」は事業所で回答する企業が多いが、中には本社で事業所の分を一括して取り纏めた上で経済産業省に提出するところがある。この場合は、事業所が記入して送ってきた調査票を本社で取り纏めて提出することと、官庁からの調査票の内容の照会の際に必要なに応じて事業所に問い合わせするだけであるから報告負担は当然の事ながら小さくなる。また、問い合わせただけで調査票の作成が完了する統計調査もある。これらの調査票の件数はそれぞれ約3割とかなり多いから、この様な報告様式が国・地方の統計調査の報告負担を小さくしているものと思われる。

（2）「国・地方の業務報告」

第4-2表から、この種の報告の場合、「データを組替え集計」や「他部門にデータを問い合わせ」でかなりの報告負担がかかっていることがわかる。その反面、「直接出力（転記あり）」、「手元の資料のみで作成」の負担は小さい。負担の小さい「手元の資料のみで作成」の集計方法の件数の全報告件数に占める割合が4割と高く、このことが「国・地方の業務報告」全体を通した報告負担を小さくしている。

第4-2表 作成方法別の報告負担（本社）—国・地方の業務報告—（％）

作成方法	負担あり	負担小	合計（件数）
直接出力	40	60	5
直接出力（転記あり）	6	94	50
データを組替え集計	61	39	66
他部門にデータを問い合わせ	65	35	84
手元の資料のみで作成	24	76	120
全体	40	60	325

（3）「特殊法人の統計調査」

特殊法人の統計調査の場合、「データを組替え集計」、「他部門にデータを問い合わせ」で

の「負担あり」の割合が大きい。そして、「データを組替え集計」の集計方法の件数の全体の件数に占める割合が4割と高いことが「特殊法人の統計調査」全体の負担感を高めていることが第4-3表からわかる。

第4-3表 作成方法別の報告負担（本社）－特殊法人の統計調査－（％）

作成方法	負担あり	負担小	合計（件数）
直接出力	0	100	6
直接出力（転記あり）	24	76	42
データを組替え集計	68	32	107
他部門にデータを問い合わせ	71	29	48
手元の資料のみで作成	49	51	68
全体	55	45	271

特殊法人の統計調査では、「他部門にデータを問い合わせ」という形の「負担あり」の割合が他の調査機関に比べて高い。例えば、日本銀行の卸売物価指数の「価格調査票」は調査品目がかかなり多いため企業の統計の窓口部門だけでは調査票に回答するのができない。そのため、関連の部門に価格調査を依頼し、それらを纏めるという「他部門にデータを問い合わせ」という形の集計方法が普通とられている。調査票の内容についての照会があるとそれをまた他部門にまわすなど手間がかかなりかかる場合もあり、報告負担が結構高いものとなっているものと思われる。「短観」も取り纏め部門が他部門にデータを問い合わせる調査票に回答するのが普通である。

（4）「業界団体の統計調査」

業界団体の統計調査の場合、「データを組替え集計」、「他部門にデータを問い合わせ」の「負担あり」の割合が大きくなっている。「データを組替え集計」、「他部門にデータを問い合わせ」の集計方法の件数の全調査件数に占める割合がそれぞれ3割程度と高く、このことが「業界団体の統計調査」全体の報告負担を大きいものにしている。

第4-4表 作成方法別の報告負担（本社）－業界団体の統計調査－（％）

作成方法	負担あり	負担小	合計（件数）
直接出力	43	57	7
直接出力（転記あり）	40	60	45
データを組替え集計	70	30	107
他部門にデータを問い合わせ	63	37	93
手元の資料のみで作成	36	64	85
全体	55	45	337

毎月定例的に行う受注実績などの月例報告では国の調査と同様に調査票に記入する数値の製品分類や業種分類が会社の製品分類や業種分類とは異なるために、それに合わせるために社内データの組替えが必要となる。製品名称は企業毎にそれぞれまちまちで、製品の対象範囲も違っている。そのため、統計としてみるためには統一する必要がある。統一するといっても、国の生産動態統計調査や機械受注統計のように記入用のしっかりしたマニ

ュアルがある訳ではなく、国の統計にベースを合わせているだけである。

それに加えて業界団体の統計調査の場合、国の統計調査には見られない輸出国・地域別の統計などかなり手間がかかる調査項目があるのが普通である。輸出国を把握するためには、国別のデータを持っていないてはならない。また、統計の直接の報告負担ではないが、新製品が出てきた時などにはその製品をどの機種に振り分けるかなどを決め、絶えずコンピュータでメンテナンスをするといったような間接的な負担もある。

次に、定例ではあるが四半期毎に行われる景気動向調査のようなアンケート調査では、設問が、受注額、売上額や人員、企業業績、設備投資額など多岐にわたるものがある。実績に加えて見通しも回答する訳であるが、このような調査には自部門だけでは対応できず他部門へのデータの問い合わせが必要となる。業界団体の統計の場合、このような調査が多く、実際の記入に当たっての負担が小さくないことが国の定例的な統計調査と異なっている。

5) 「民間の統計調査」

「直接出力」、「データを組替え集計」、「他部門にデータを問い合わせ」をはじめ、多くの作成方法で報告負担が大きい傾向がある。調査は国や業界団体とは異なり定例的なものが少なく、データを組替えたり、他部門にデータを問い合わせしたりするものが多い。更には、シンクタンクや大学等のアンケートでは設問自体が新しいものが多いうえに、設問が細かいため、新たに調べたり他部門に照会することが多く報告負担は大きくなる。そして企業の実態から離れたような内容の設問も負担をより大きいものになっている。

第4-5表 作成方法別の報告負担（本社）－民間の統計調査－ (%)

作成方法	負担あり	負担小	合計（件数）
直接出力	69	31	13
直接出力（転記あり）	58	42	33
データを組替え集計	67	33	216
他部門にデータを問い合わせ	65	35	383
手元の資料のみで作成	43	57	711
全体	54	46	1356

一方、負担は小さいものの「手元の資料のみで作成」というのは、民間からの統計調査に非常に多い。これは、マスコミからのアンケート調査のように手元の資料で調査票の作成が十分可能なものである。そして、この作成方法が民間からの統計調査全体の半数以上を占めており、これが全体の「負担あり」の割合を54%と小さいものになっている。

(6) 全体

全体を通してみると、「データを組替え集計」、「他部門にデータを問い合わせ」といった作成方法で報告負担が大きい。この作成方法の構成比が高い調査機関では、調査機関全体の負担が高くなっている。特殊法人と業界団体がそれに該当する。逆に、「直接出力（転記あり）」、「手元の資料のみで作成」、「直接入力」の負担は小さくなっており、「手元の資料のみで作成」が主体となっている国・地方の業務報告では全体の負担は小さい。

第4-6表 作成方法別の報告負担（本社）－合計－ (%)

作成方法	負担あり	負担小	合計（件数）
直接出力	44	56	32
直接出力（転記あり）	36	64	216
データを組替え集計	68	32	632
他部門にデータを問い合わせ	61	39	727
手元の資料のみで作成	40	60	1098
全体	52	48	2705

2.4 業界統計は定例的な調査が多い 一定例的な調査であるかどうか報告負担の大小を左右する

2.3で述べてきたことを踏まえて考えると、統計調査が月例調査のように定例的なものであるかどうか報告負担の大小を左右する要因の一つであると思われる。定例的な調査の場合、一般には負担は小さい。第5表は、その関連の度合いを筆者なりに分類したものである。ここでは調査機関別に統計調査が定例的なものとそうでないものとに分けて、それぞれの負担度合いを示してある。

第5表 定例性と報告負担

調査機関	定例性	負担度合い
国・地方の統計調査	定例的（毎月、四半期）	小
	非定例的（年1回）	大
国・地方の業務報告	定例的	小
	非定例的	小
特殊法人の統計調査	定例的	中
	非定例的	中
業界団体の統計調査	定例的（毎月、四半期）	中
	非定例的（年1回）	中
民間の統計調査	非定例的（マスコミ）	小
	非定例的（シンクタンク）	大
	非定例的（大学）	大

国・地方の統計調査については、月例や四半期など調査周期が定例的なものは負担が小さい。しかし、非定例である年1回調査の統計調査の場合は設問が多岐にわたり、内容も細かいところまで求められることが多い。このため、データの組替えや他部門へのデータの問い合わせなどの作業をかなり伴い、負担は極めて大きいと思う。

国・地方の業務報告は定例的なものが多く、その負担は小さい。そして非定例調査の場合にも、アンケートのように手元で作成して提出できるものが多い。このために負担は小さく、全体としての負担は大きくはない。

特殊法人の統計調査については、国の統計調査と同様に定例的なものが多い。しかし、日本銀行の価格調査票のように「他部門にデータを問い合わせ」を必要とするものもある

ため、全体としての負担はある程度あると思う。

業界団体の統計調査には、毎月決まって報告する定例的なものが多い。しかしながら回答する内容が細かく、データの組替えを伴うので、その負担は小さくない。同じく定例でも四半期別の調査などの場合、他の部門に問い合わせたりするので月例の調査のように負担は小さくない。年 1 回の統計調査となると、数値を算出したり他部門に照会したりすることも多く、負担は結構大きい。

民間の統計調査には定例的なものが少ない。マスコミのアンケートは非定例的であるが、回答する量が少ないうえに選択肢の回答方法が多いので負担は小さい。シンクタンクや大学のアンケート調査は設問数が多く、その調査内容も細かいため負担が大きい。そして、新たなテーマについてのアンケートも多く、答えるとなった場合には他部門に問い合わせが必要で、このことが負担の程度を大きくしている。

2. 5 実際の負担感 —業務に役立つ業界統計の負担感は小さい—

通常、報告負担を判断するには、報告時間を念頭に置いていると思われる。しかし、報告に要する時間そのものではなく調査票の報告にあたり報告者が実感する負担感をもし尋ねるとしたら結果はまた違ったものになると思われる。それを筆者の判断で纏めたものが次の第 6 表である。

第 6 表 実際の負担感

調査機関	実際の負担感
業界団体	小
国・地方	↓
民間	大

会社にとって役に立たないと思われる調査に時間をかけて回答する場合、報告者の負担感は大きくなる。反対に、報告に要する時間が同じでも調査の結果が会社にとって役に立つと思われる場合には、負担感を実際の負担よりも小さくなると予想される。

第 6 表は、実際の報告者が感じ取る負担感を、国・地方、業界、民間の三つの調査機関に大きく分けてみている。これによると、業界団体の統計調査が一番負担感が小さく、国・地方→民間の調査の順に負担感は大きくなる。

業界団体の調査については国の統計調査と報告負担の程度はそれほどは変わらないと思われるが、業界団体の統計調査の場合、その結果から企業では業界の動き、企業の業界でのシェアを把握できるので、経営戦略の有益な資料としてかなり役立つ。このため報告に際して報告者が感じる負担感の程度は実際の負担よりも小さいものと思われる。

国の統計調査は、実際に企業で役に立ってはいる。しかし、国の統計調査の調査機関別の役立ち度合いについての総務庁の意識調査（参考文献 [12]）では、企業でのアンケートの記入者が統計利用者ではなく報告者であることが多いためか、国の統計調査は会社にとって余り役に立っていないという結果が出ている。

民間の統計調査のうちマスコミのアンケートは設問が少なくかつ選択式が多いために負

担は少なく、負担感も小さい。しかし、アンケートの設問の中に記述欄がある場合には、マスコミということでその内容がそのまま外部にコメントとして出ることがあるので、記述に時間をかけるうえ、記述内容につき内部の根回しなどに多くの時間を費やすために負担感は極めて大きくなる。シンクタンクや大学のアンケートの負担感の大きさは説明するまでもない。何しろ、設問の数が多く、頭の中で考えただけの回答に困るような内容の設問がかなり多い。調査結果が会社の業務に役立つことも少なく、負担感はきわめて大きい。

2. 6 報告負担と統計調査の役立ち度合い — 業界団体の調査が一番役に立つ —

次に、統計調査結果の会社にとっての役立ち度合いについて考えてみよう。役立ち度合いという考え方はこれまで報告負担の議論では余り触れられてはこなかったが、統計調査の報告負担を考えるうえで極めて重要な要因であると思われる。

国・地方の統計調査、国・地方の業務報告、特殊法人の統計調査、業界団体の統計調査、民間の統計調査のうち企業にとってもっとも役立っているのは、業界団体の統計調査であると言える。逆に、役に立つ度合いが最も小さいのは民間の統計ということになる。国・地方の業務報告、特殊法人の統計調査は国と同列と考えてもいい。第7表は、その役立ち度合いと実際の負担感を筆者の判断で纏めたものである。実際の負担感は統計調査の役立ち度合いに大きく左右されていると言える。

第7表 役立ち度合いと実際の負担感

調査機関	役立ち度合い	実際の負担感
業界団体	大	小
国・地方	↓	↓
民間	小	大

また、調査機関別の統計調査の役立ち度合いを負担感と合わせて纏めてみたのが第8表である。

第8表 統計調査と役立ち度合い

調査機関	定例性	役立ち度合い	負担感
国・地方の統計調査	定例的（毎月、四半期）	中	小
	非定例的（年1回）	中	大
国・地方の業務報告	定例的	中	小
	非定例的	小	小
特殊法人の統計調査	定例的	中	中
	非定例的	中	中
業界団体の統計調査	定例的（毎月、四半期）	大	小
	非定例的（年1回）	中	中
民間の統計調査	非定例的（マスコミ）	中	小
	非定例的（シンクタンク）	小	大
	非定例的（大学）	小	大

国・地方の統計調査は企業にとって基本的に役立つはいるが、その役立ち度合いは調査によって異なる。一般に、経済産業省の生産動態統計のように定例的なものの方が年1回という非定例的な統計調査よりも役立つという感じである。年1回のような大かかきな統計調査には、指定統計である工業統計表のような非常に役立つものがあるが、実際にはかなり会社にとって役立つ統計調査と負担感の大きき程には会社の業務に役立つでない統計調査の両方があるようだ。

特殊法人の統計調査には、たとえば、日本銀行の「短観」のように会社の業務にかなり役立つものがある。「短観」の目玉である産業別の「業況感」はマスコミがしきりと持ち上げるので、景気や民間設備投資などへの影響度としては大きいと思われるが、ただ企業の立場からすれば「業況感」はあたりまえの結果が出ているだけでマスコミが大騒ぎをするような内容のものでは全然ない。しかし、その景気や民間設備投資への影響度の大ききを考えれば注意してみなければならぬ指標である。しかしながら、「短観」には設備投資動向や収益動向など企業にとって役に立つ情報が多い。同じく、日本銀行の「卸売物価指数」も役立ち度合いは高いと思われるが、これは建値での価格の報告が多いように実勢価格を的確にとらえることが難しいという大きな問題を抱えている。

業界団体の統計調査からは、製品のシェアを調べたり、自社の受注高や販売額の対前年伸び率を業界の受注高や販売額の対前年伸び率の動きと比較することができるし、業界の動きや業界規模も簡単に掴むことができる。調査の内容も輸出先の動向や需要先の業種別の動向など詳細にわたっており、その分報告者の負担はあるものの、役立ち度合いは大きく実際の負担感は小さい。定例以外の調査は、定例のものに比べて役立ち度合いは小さい。

民間の統計調査のうちマスコミのアンケートについては、一部を除き余り役には立たない。特に、景気のアンケートなどでは、回答する前から調査結果がわかっている感じのものが多く、調査結果が出ても会社の業務には余り役には立たない。ただマスコミの記事作成に協力している感じである。

今回の米国の同時多発テロなど特定の事件の際や、急激な円高、株安のような時には、同じような内容のアンケートがマスコミから殺到する。会社への影響をはっきり把握出来ていない段階で紙面を作るために急いで回答を求められる。はっきり言って大きな迷惑であり負担でもある。しかし、マスコミのアンケートの中にもテーマによっては会社の業務に役に立つものもある。海外生産の進展度合いの動きを捉えたようなアンケートなどがそれである。マスコミの調査結果から欲しいと思うデータを入手出来ることが結構ある。

シンクタンク、大学のアンケートについては会社の業務に役に立たないものが多い。ただし、シンクタンクのアンケート結果の中にも、特にそれが企業の求めているテーマと合致する場合には、その調査結果は非常に役に立つものがある。

2. 7 役立ち度合いと回答率 —回答率は役立ち度合いに大きく左右される—

企業の業務では「費用対効果」というものが常に要求される。統計調査もその例外ではない。要するに企業は無駄なことはしない、効果の出ないことは費用をかけてまで行わないということである。最近では、合理化、経費の削減という観点から人員削減の動きが多くの会社で急ピッチで進んでいる。これは、景気の良し悪しに関係なく進んでいる動きで

あり、今後も低成長が続くとこの前提のもと、企業体質の強化を狙った動きである。

こういった動きの中で、当然のことながら統計調査に従事する人員も削減されており、削減されないまでも、部あるいは課全体の人員が減っているのだから、担当する仕事も以前よりも多くなるし、担当者にはまず第一に従来にも増して会社の業務に専念することが求められる。

このように統計調査の報告に従来ほど時間を割くことが出来ない中で、この動きに追い打ちをかけるように、統計調査の依頼件数が増えているのが実状である。総務庁の調査（参考文献〔12〕）によれば、報告者は以前に比べて依頼件数が全般的に増えたと感じており、調査機関別では特に業界団体とシンクタンク等からの依頼件数が大きく増加しているという調査結果となっている。このため、報告者の負担感は確実に増大していると思われる。

第9表は、5年前に比べて報告依頼件数の変化を報告者の印象に基づき回答を得たものである。本社調査では業界団体とシンクタンク等からの依頼件数の増加が目立つが、減少と答えた割合が各機関とも極めて小さいというのが印象的である。業界団体とシンクタンクの統計調査は国の指定統計や承認統計と異なり手続きが必要とされないので大きく増加している。事業所での調査（第10表）も、依頼件数が増加したと感じる割合が多くなっている。

第9表 5年前と比較した依頼件数の変化意識（本社） (単位、%)

	国の統計調査	県・市の統計調査	国の業務報告	県・市の業務報告	特殊法人の業務報告	業界団体の調査	シンクタンク等の調査
増加	22.9	17.8	24.3	21.0	21.5	45.3	62.1
不変	60.7	64.0	57.9	60.3	64.5	41.1	23.4
減少	1.4	0.0	1.9	0.5	0.9	2.8	2.3
分からない	13.6	15.4	13.6	15.9	11.7	8.9	9.8
欠測	1.4	2.8	2.3	2.3	1.4	1.9	2.3

(備考) 総務庁統計局統計基準部「統計調査等の報告負担に関する調査 結果の概要」
2000.6

第10表 5年前と比較した依頼件数の変化意識（事業所） (単位、%)

	国の統計調査	県・市の統計調査	国の業務報告	県・市の業務報告	特殊法人の業務報告	業界団体の調査	シンクタンク等の調査
増加	9.8	13.0	11.4	16.3	8.1	30.1	29.3
不変	70.7	66.7	64.2	59.3	62.6	50.4	45.5
減少	1.6	0.8	2.4	3.3	2.4	1.6	1.6
分からない	15.4	14.6	16.3	15.4	20.3	16.3	18.7
欠測	2.4	4.9	5.7	5.7	6.5	1.6	4.9

(備考) 総務庁統計局統計基準部「統計調査等の報告負担に関する調査 結果の概要」
2000.6

企業では、人員の削減などで以前と比べて仕事が忙しくなっている。その上に、会社からは効率が強く求められるので、「会社にとって必要でないもの」は極力省くことになる。そのため、統計調査の報告も必要最小限にとどめようということで、統計調査の回答率は確実に低下していると思われる。

会社にとって必要でない統計とは、会社にとって役に立たない統計のことである。つまり、企業は会社にとっては役に立つと思われる統計調査を中心に回答することになる。その場合、企業は実際にどのような対応を取るのであろうか。それを調査機関別にみると、国や地方の統計調査や業務報告、特殊法人の業務報告は定例報告を中心に基本的には回答する。国や地方の統計に対してはそれに回答する社会的責任があると多くの企業では認識している。企業にとって一番役に立つ統計である業界統計も、月例の統計は当然の事ながら回答するが、定例でも四半期のアンケート調査のような手間がかかるものになると回答しない場合も出てくる。一番しわ寄せを食うのが民間統計である。これまでも回答率は低かったが、更に回答率は低下すると思われる。マスコミのアンケートへの回答率は引き続き高いであろうが、シンクタンクと大学のアンケートは更に回答率が低下するであろう。このあたりの役立ち度合いと回答率の関係について纏めてみたのが第11表である。

第11表 役立ち度合いと回答率

調査機関	定例性	役立ち度合い	回答率
国・地方の統計調査	定例的（毎月、四半期）	中	高
	非定例的（年1回）	中	高
国・地方の業務報告	定例的	中	高
	非定例的	小	中
特殊法人の統計調査	定例的	中	高
	非定例的	中	中
業界団体の統計調査	定例的（毎月、四半期）	大	高
	非定例的（年1回）	中	中
民間の統計調査	非定例的（マスコミ）	中	高
	非定例的（シンクタンク）	小	小
	非定例的（大学）	小	小

この表に沿って説明しよう。

企業は国・地方の統計調査は役立ち度合いにかかわらず基本的に回答する。企業では、官庁の統計調査に答えることは企業の社会的責任の一環であるとの認識がある。そして、国の統計調査の中には、景気や産業動向の動向を把握する統計、工業統計表などの構造を把握する統計など企業にとって役に立つのがかなりある。

国・地方の業務報告や特殊法人の統計調査に対しても企業では基本的に同じ考えに立っている。役立ち度合いにかかわらず報告する。

業界団体の統計調査のうち毎月実施され定例的に受注高や売上高などを報告する統計調査は会社の業務に非常に役に立つことから、企業でも基本的には答え回答率は高い。また、1社でも欠けると統計としての意味がなくなるため、業界団体からの提出の催促が行われる。このため、月例の統計調査については、国の指定統計と民間の統計調査の回答率は

変わらないと思う。

しかし、定例調査でも四半期のものや年1回の統計調査となると記入に手間がかかり、また一般に月例資料ほどには会社の役に立たない。そのため、回答率が悪くなる。実際のところ、企業がなかなか回答してくれない、企業から業界団体への報告が締め切り時期よりも大きく遅れるという不満の声が業界団体の担当者から良く聞こえてくる。

民間の統計調査の中には総じて会社にとって役に立つものが少ない。このため、マスコミを除いて回答率は基本的に低い。企業はマスコミとの良好な関係を維持するためにマスコミのアンケートには基本的に協力する。民間の統計調査においては費用対効果という考えが大きな役割を演じる。民間の統計調査には企業の報告義務は全くなく、企業は役に立つ統計調査、別の面でいえば投入した費用に見合う効果が得られる統計調査には回答するが、そうでないものには回答しないという態度が徹底する。企業は無駄なことをしないものであり、リストラなどで人員削減が進み、企業では統計調査に十分な人員と時間を配置するだけの余裕がなくなっていることもあり、回答しようにも回答できないのである。

回答率と精度 —精度は回答率に大きく左右される—

2. 7では役立ち度合いと回答率の間に大きな関係があることを見た。企業のリストラのもとでも役立ち度合いが高い調査の回答率が高い傾向があることも説明した。回答率は調査機関別にも、また同じ調査機関でも統計の種類によって落ちないものと、落ちることが予想されるものがあることも指摘した。この点で、回答率の高低は統計の精度に影響してくるものと予想される。

回答率と精度の間には次のような関係があると考えられる。

統計の精度＝回答率＋回答する際の丁寧度

統計の精度は、二つの要因に分解することが出来る。一つは、回答率で、これが高いと当然のことながら集計結果の精度が高くなる。もう一つは丁寧に回答する度合いである。両者の間には正の相関関係があり、回答率の高いもの程丁寧度が高くなる傾向がある。回答率が低いものは、回答が得られた場合にも、回答率が高いものに比べて報告時間をかけることが少なく丁寧度が低いと思われ、精度が低くなる傾向があると考えられる。

そして、低成長やリストラのために企業には余裕がなくなっていると全般的に言える。以前よりも効率を求める余り、統計調査の報告も、全体として丁寧さが低下していると思われる。

3 業界統計の企業での活用方法

企業においては、業界動向を把握するために企業の属する業界（自業種）の業界統計はもちろん、事業に関連する業界（他業種）の動向も把握する必要があるために他業種の業界団体の業界統計も使う。企業ではどのような目的でこういった部門が業界統計を使うか、ここでは、企業における業界統計の活用方法を見てみよう。

3. 1 業界統計の活用方法 —業界動向の把握が一番の目的—

業界統計は、一般に企業の経営上役に立つ統計が多いと言われている。企業では業界統計をどう活用しているのであろうか。第12表は、(財)産業研究所が平成12年度に日刊工業新聞社に委託して実施した「機械・電子情報産業における自主統計のあり方に関する調査研究」² (参考文献〔10〕)の中にある機械・電子情報産業に属する企業を対象に行ったアンケートの調査結果を示したものである。

第12表 業界統計の調査結果の活用方法 (単位、%)

	機械系	電子情報系
中・長期の経営戦略の指標	33.6	48.6
経営計画に反映	17.2	28.6
業界動向の把握	88.5	88.6
業界における自社の位置付け	55.7	45.7
その他	0.0	2.9
あまり役立たない	13.1	5.7

(備考) 1. 複数回答、三つまで。

2. 財団法人 産業研究所 (委託先日刊工業新聞社)「機械・電子情報産業における自主統計のあり方に関する調査研究」2001. 3

この調査結果を回答割合の高い順に示すと、企業における民間統計の主な活用方法として、①業界動向の把握、②業界における自社の位置付け、③中・長期の経営戦略の指標、④経営計画に反映、といったものが挙げられる。

次に、個々の用途について簡単に説明しよう。

一番目の「業界動向の把握」については、企業は業界統計から業界全体の受注高、生産高や売上額の前年同月比や前年同期比を見て、業界の受注、生産や売上が現在どのようなレベルにありまたどのような方向に動いているのか、その勢いを含めて把握することが必要である。業界動向の把握は、企業が事業を行う上での大前提である。受注額についても業界統計では、普通、需要先・業種先や輸出先(地域・国別)まで把握している。

まず社内のデータが固まり、少し遅れて業界のデータが公表されるので、両者を比較出来る。社内の実績データは翌月の下旬、遅くとも中旬には通常固まる。それに対して、業界団体の統計データは普通は翌月の下旬、遅いものでは翌々月の下旬に公表される。遅い統計では社内の実績に比べて完全に一月程遅れてしまっている。業界団体に属する色々な企業のデータを集計し、その内容をチェックして公表するために時間がかかる。しかしながら、日本工作機械工業会が最近になって公表時期をこれまでに比べて10日前後早くしたように、公表時期の早期化は時代の流れである。

業界統計は前年同月(期)比でみるのが普通で、前月(期)比で見ることは少ない。前月(期)比で見るにしても、数値表には原数値しか記載されておらず、原数値同士で比較

² 筆者も委員として参加した。

するのが普通で、季節調整をすることはほとんど無い。統計数値が特殊要因で大きく変動するので季節調整をしても余り意味が無いため、普通は季節調整を行わない。そして、自社の受注高や売上高の前年同月比や前年同期比を、業界の前年同月比や前年同期比と比較して、業界の動きに会社の業績の数字が遅れていないかどうかをチェックする。また、業界規模の把握も重要で、過去の実績のトレンドを見ることは必要なことである。事業本部がこのような業界の動きを見るが、企画部門なども全社的な立場から動きを見る。

2番目の「業界における自社の位置付け」は、シェアの把握のことである。シェアの把握は製造業にとっても非製造業にとっても経営上重要な指標である。この場合のシェアは、国内シェアを意味している。実際には、今年度に入ってからからのシェアの動きや前年度に比べてどうかといったことを見るのである。

3番目の「中・長期の経営戦略の指標」については、今後3～5年の企業のビジョンを示す事業計画がいわゆる中・長期の経営戦略に相当するものと思われる。事業計画は企業の過去数年の実績を踏まえて今後数年間の事業目標を展望するわけであるから、業界の動きについても自社と同様に過去のデータの推移が必要とされる。

4番目の「経営計画に反映」は、1年から2年といった短期の受注・売上計画や利益計画のようなものを意味しており、企業では、業界の動きや見通しのデータを参考にしながら経営計画を策定する。

このように業界統計は色々な面で使われており、企業にとっても事業に直結した身近な存在である。このために報告者にも業界統計が役立つ統計であるとの意識は非常に強い。業界統計を「あまり役立たない」と考えている企業は少ない。

3. 2 実際の数値の活用例

実際、企業はどのような統計数値を使っているのだろうか。同じくアンケート結果（参考文献〔10〕）によると、機械、電子情報産業では第13表に見られるような統計数値を使っている。

第13表 重要とみている集計値 (%)

	機械系	電子情報系
事業所数	9.8	11.4
従業者数	18.0	5.7
財務	18.9	20.0
設備投資額	41.8	48.6
研究開発費	25.4	22.9
国内製品別受注数量(金額)	59.0	42.9
海外製品別受注数量(金額)	32.0	20.0
国内製品別生産数量(金額)	57.4	65.7
海外製品別生産数量(金額)	20.5	28.6
製品別販売数量(金額)	55.7	68.6
製品別在庫数量(金額)	13.9	25.7
製品別輸出数量(金額)	37.7	28.6

製品別輸入数量（金額）	18.0	17.1
国内の受注残（金額）	18.9	8.6
海外の受注残（金額）	7.4	5.7
損益（経常利益、P/L）	28.7	14.3

（備考） 1. 複数回答、5つまで。

2. 財団法人 産業研究所（委託先日刊工業新聞社）「機械・電子情報産業における自主統計のあり方に関する調査研究」2001. 3

「機械系」では、民間設備投資関連への依存度が大きい一般機械の企業は受注関係の統計を重要視しているし、受注品を扱っているために割合は小さいものの国内や海外の受注残が「電子情報系」企業に比べて大きくなっている。自動車などの見込品生産の業界では、生産関連や販売関連の統計が重視されているようだ。一方、「電子情報系」では、半導体や携帯電話、パソコンなど見込生産品が多いため、生産関連の統計や販売数量や在庫の統計などに関心が高い。

設備投資額については、事業展開における基本的なものであるから「機械系」、「電子情報系」とも重要視している。

3. 3 他業界の業界統計の活用方法 — 自業界のみならず他業界の業界統計も活用 —

業界統計を見ている人であれば、他の業界の業界統計についても、その業界の特性や、統計固有のクセさえ掴めばかなりの程度読みこなせるようになる。業界統計を読みこなすコツを持っているので、疑問点や分からないところがあれば、当該業界の人に確認すればよいし、新聞の解説なども数値を読む上でかなり参考になる。実際のところ、他の業界統計を読むことは、自分の業界の動向を読むのに劣らず必要である。

例えば、民間設備投資への依存度が高い企業の場合、産業機械、工作機械などの自社に関連のある業界統計はもちろん、需要先が他部門に及ぶので、ユーザーとしての自動車、電気機械、精密機械、化学、パルプ・紙、鉄鋼、電力、建設などの需要動向を調べるために業界統計を使う必要がある。鉄鋼メーカーでは、鉄鋼の需要先業界である自動車、電機機械、造船、建築、土木といった業界の動向の把握が不可欠となってくる。

これらの業界の数値は、ふだん官庁などで各業界の人が集まる会合や企業間での資料交換などで入手している。最近では業界団体のホームページから業界統計を入手できるケースも増加しており、基本的な数値についてはここから入手できる。ただ、ここで一つだけ指摘しておきたい点は、官庁統計の場合、全ての統計をダウンロード出来るのが普通であるが、業界統計は会員会社のための統計という側面が強いため、基本表など一部のものしか入手できないことが多い。

4 業界統計の役立ち度合い — 業界統計の役立ち度合いは一番高い —

業界統計は企業にとって業務の遂行上非常に役に立つ統計である。もともと企業に役立つ統計ということで業界統計を作っている面があるので会社の業務に役立っていて当然と

いえる。2で統計調査の役立ち度合いについてはすでに詳しく説明した。業界統計の業界企業に対する役立ち度合いについて調査した例はこれまであまりないが、前述の調査（参考文献〔10〕）では、業界統計の役立ち度合いも調べている。それを示したのが第14表である。

第14表 業界統計の役立ち度合い (単位、%)

	機械系	電子情報系
良く役立つ	2.5	22.9
役に立つ	75.2	62.9
ほとんど役に立たない	22.3	14.3

(備考) 財団法人 産業研究所 (委託先日刊工業新聞社) 「機械・電子情報産業における自主統計のあり方に関する調査研究」 2001. 3

この調査結果をみると、機械系の企業の2.5%、電子情報系の企業の22.9%が「良く役立つ」と答えており、機械系の企業の75.2%、電子・情報の企業の62.9%が「役に立つ」と答えており、圧倒的に企業にとって業界統計が役に立っていることがわかる。要するに8割程度の企業で会社の業務に業界統計が役に立つと答えており、平成11年度に総務庁による統計調査の報告負担調査（参考文献〔12〕）で国の統計調査が会社にとって余り役に立っていないという調査結果と正に対照的な結果である。

業界統計の場合、管理部門である企画部などが記入するのではなく、普通は事業本部の企画部門や業務部門が調査票に記入し業界団体に調査票を提出している。このため、調査に回答する人と統計の結果数字を使う人が同一の場合が多いことに加え、事業本部の企画部門は事業に直結しており業界統計をよく使うため、統計が業務に役に立つことがよく分かっているという背景がある。これが役立ち度合いを高めている要因であると考えられる。なお、業界統計の場合、普通は事業本部の企画部門や業務部門が調査に回答するが、複数の事業本部にまたがる調査や全社を対象とした調査では管理部門である企画部門等が対応している。

業界統計では、定例の調査としては月例の受注実績や販売実績等の統計調査とアンケート形式の企業マインドや受注の見通しを尋ねるような四半期毎の調査などがあるのが普通である。このような定例調査に加え、半年毎や年1回の見通し調査や業界の実態を調べる調査もある。実際にどのような統計調査があるのかを見るために、全国統計協会連合会の「民間統計ガイドー2001年版ー」から機械関連の日本機会工業連合会、日本工作機械工業会、日本産業機械工業会、日本電機工業会、日本自動車工業会の5つの業界団体の統計調査を抜粋したの第15表である。

これを見ると、日本機会工業連合会のように機械工業全体の取り纏めの機能を持つ団体の場合、月例の統計調査はなく、「景気見通し」（四半期）や「生産額見通し」（半年毎）といった見通し調査に力点を置いているのがわかる。なお、日本工作機械工業会、日本産業機械工業会、日本自動車工業会の場合、月例調査では受注高、輸出額、それに生産高を調査している。

第15表 業界統計の例

調査機関	統計の名称	調査対象・報告者とその数	作成の周期 又は調査の 時期	集計内容	発表の時期
日本機械工業連合会	機械工業景 気動向調査	機械工業 180社	四半期	売上額、受注額 設備投資額等	毎年3、6、9、 12月
日本機械工業連合会	機械工業生 産額見通し 調査	会員団体 54	半年	業種別生産額、 輸出額	毎年5、10月 頃
日本工作機械工業会	工作機械受 注実績	会員企業	月 年	受注総額、業種 別内需・外需、 業種別機種別	翌々月10日 頃 毎年2月中旬
日本工作機械工業会	数値制御 (NC)工作 機械生産等 実績	会員企業	年	生産、出荷、在 庫数量等	毎年7月
日本工作機械工業会	工作機械工 業経営状況 調査	会員企業 26社(半期 決算) 39社(年度 決算)	年2回	受注高、売上高、 資産、資本、負 債、収益、財務、 原価、生産性、 人件費、投資、 研究等の主要経 営比率	半期3月 年度9月
日本産業機械工業会	産業機械の 受注状況	全会員 235社	月 上半期 年・年度	機種別、需要部 門別受注状況	毎月10日頃
日本産業機械工業会	産業機械の 輸出契約状 況	会員のうち定 期的に輸出が あるもの 100社	月 上半期 年・年度	単体機種・プラ ント別、地域別 受注状況	毎月10日頃
日本産業機械工業会	環境装置受 注状況	会員のうち環 境装置を生産 しているもの 120社	月 上半期 年・年度	装置別、需要部 門別受注状況	毎月10日頃
日本産業機械工業会	環境装置生 産実績	会員のうち環 境装置を生産 しているもの 120社	年	装置別、規模別、 地域別生産実績	9月頃
日本電機工業会	電機機器の 生産見通し	50名以上の 事務所(工場)	年	会員企業のヒア リング、統計手 法、その他(生 産動態ベース)	毎年4月
日本電機工業会	アンケート 調査	正会員会社	年	会員会社の海外 投資の実態	毎年9月

調査機関	統計の名称	調査対象・報告者とその数	作成の周期又は調査の時期	集計内容	発表の時期
日本自動車工業会	四輪車、二輪車生産実績速報	会員会社13社	月 半期 年 年度	四輪車・二輪車の会社別・車種別生産台数	翌月25日頃
日本自動車工業会	四輪車、二輪車輸出実績	会員会社13社	月 半期 年 年度	四輪車・二輪車の会社別・車種別輸出台数、総括的な輸出金額、総括的な仕向地別台数	翌月30日頃
日本自動車工業会	四輪車海外生産実績	会員会社11社（四輪車のみ）	四半期	四輪車地域別（2000年1～3月実績より発表）	四半期ごと 25日頃

（備考）全国統計協会連合会「民間統計ガイドー2001年版ー」 2001. 3

5 官庁統計の補完の役割 —マクロ経済統計を補完—

業界統計は、業界の業況を把握するという大きな目的のほかに、マクロの経済統計を補完するという役割を結果的に持っている。結果的にと書いたのは、業界統計はマクロ経済統計を補完することを念頭において作成されている訳ではないが、経済動向をみる際に結果的には大いにマクロ経済統計を補完しているからである。マクロの経済統計には、機械受注統計、鉱工業生産指数など内訳として産業データを持っているものが多いが、これだけでは統計を読みこなすのには不十分な場合もある。そこで、業界統計の助けを借りて読めば、マクロ経済についての見方がよりはっきりしてくる。

民間設備投資の動きを見る場合、工作機械受注統計や産業機械受注状況、建設受注工事統計の助けを借りないと動向が上手く読み切れない。民間設備投資の動きであれば、工作機械の受注の動きをみることで民間設備投資の勢いや強さが分かるし、景気の後退期には工作機械受注は景気の先行指標として景気よりも早く落ちるので、民間設備投資はもちろん景気の落ち込みの見通しが立つ。産業機械の受注の動きを見れば、設備投資の産業への広がりや強さの度合いがよくわかる。このように業界統計をみることでマクロ経済の動きやマクロ経済統計をより上手く読めることになる。いわば、業界統計とマクロの景気関連の統計の両者がそろって経済の実態がはっきりと見えてくる。

景気関連統計を見る際には、産業の動きを把握していないと統計数値を読み切れないことがあるので、業界統計は不可欠である。実際、官庁ではマクロ統計のみではマクロ経済の実態を十分つかめないうえに、その不足を業界統計で補うとともに、定例的に産業界の専門家に来てもらい業界ヒアリングを行って経済や産業の実態把握を行っている。

現在のように、経済構造や産業構造の変化が激しく、しかも低めの経済成長率が続く状況のもとでは、景気の見方は難しく、産業の動きについての見方がしっかりしていない

とマクロ経済統計は読み切れない。

景気にしても民間設備投資にしてもこれまでIT関連の業種や製品がこれを牽引して伸びてきたが、今年に入ってからIT関連が落ち込んだため景気も民間設備投資も落ち込んでダメになったという見方が多いが、これはどうかと思う。産業の動きをよく見ていないのでそうしか見えないのであり、実際はIT関連以外の自動車、化学、鉄鋼などの在来的というか伝統的な業種がかなりしっかりと景気なり民間設備投資の下支えをしている。しかし、あまりにもIT関連の落ち込みが大きく在来的な業種の堅調振りが見えなくなってしまっているだけである。このようにIT関連以外の業種の動きを把握できなくては、民間設備投資や景気の現況及びそれらの先行きはつかめない。

6 速報の公表と確報の公表時期の早期化 —速報化は役立つ統計に繋がる—

日本工作機械工業会では、数年前から受注統計の速報値を公表するようになった。確報は翌々月の上旬と公表までに約40日かかっているが、確報値に加えて速報が翌月の10日前後に出されるようになった。一月近くも早く結果が出るようになった訳である。ただ、公表される数値は普通言われている速報というものとは異なり全体の受注額と内訳としての内需、輸出の受注額の数値のみを集計したものである。全体の規模がわかるという性格の数値である。しかし、精度は低いということは全然無く、実際に確報が発表されても速報値と確報値との間の数値の差は僅かなものでしかない。全体の動きをつかむためには速報で十分である。

これは、情報の早期提供という意味で統計の大きな改善である。企業にとっては、速報の公表のため社内のデータを早く把握して、調査票へ数値を記入して報告するという報告負担の増加は若干あるものの、それから得られる効果は報告負担の増加分に比較して大きい。即ち、「費用対効果」という観点からすれば、速報の公表は「効果」が「費用」に比べて断然大きい。会社の数字が出て、それを集計・加工して業界団体に調査票を提出する訳であるが、提出してほどなく統計が入手でき、業界の動きが速くつかめ、会社の数値と業界の数値との比較が随分早く出来ることで経営用の資料としての有用性が増す。そして、全体の数値はつかめるのだから、速報として公表する項目の範囲を確報にどれだけ近づけるかということが今後の大きなポイントとなる。このような、全体の規模が分かるという意味での速報値の公表は、企業に大きなメリットをもたらすものである。この動きはこれからますます進むと思われる。

一方、確報の公表時期の早期化については、少なくとも翌月末までには調査結果が公表出来るように努力すべきである。上に説明した日本工作機械工業会の受注統計の確報は、9月実績分から9月分が10月31日、10月分は11月28日には発表されるようになり、公表の早期化に向けての努力が図られている（これまで翌々月の10日）。企業側と業界団体側双方の早期化に向けての努力がその背景にある。

統計調査で対象月の翌月末までに出されているものはかなりあるが、一般には受注関係の統計調査は公表時期が遅い。公表を早めるには、企業が業界団体に調査票を提出する時期を早くするか、業界団体での集計を早くするか、あるいは両方を早くするかである。実状を言えば、公表が遅いのは、多くの場合、企業が業界団体に調査票を提出するのが遅い

ことにあるようだ。要するに、公表が早くなるためには企業が早くデータを集計して調査票を早く業界団体に送付することにかかっている。

そこで、どうして企業が調査表を業界団体に送るのが遅れるのだろうか。企業では、社内の経営データを迅速につかむべく、どこの会社も以前よりは早目に受注高とか売上高を確定するようになってきている。情報を早く集めて意思決定を早くしたいという大きな要請がその背景にある。そして、コンピューターを活用することでこれが可能になっている。これを元に、データの組替えを行ったりして調査票に数値を記入し、調査票を官庁や業界団体に提出する訳である。業界団体への調査票の提出が遅れているのは、社内データが出てから提出までに時間がかかりかかっているということである。会社の業務が忙しいと、会社の業務が優先され統計調査の仕事は後回しにされ勝ちで、記入数値の元になるデータは出ていても、データの調査票への記入や業界団体に調査票を送ることが遅れてしまう。この段階のスピードアップが公表の早期化につながり、実際に実現できると思える。

国の統計は、経済産業省の鉱工業指数をはじめとして多くのものが翌月末に公表される。相当の内容がある統計が翌月末には入手可能なのである。それなら業界統計は公表時期をもっと早くすることが出来る筈である。実際、提出が遅いと企業に対して官庁側から頻繁に督促があり、これが公表を早くしている一つの要因であると思われる。政府統計の中には、内閣府の機械受注統計のように、公表が翌々月の10日前後と遅いものもある。これは調査票の記入が複雑で提出時期が遅くなるのと、調査票を回収してからの内容のチェックに多くの時間がかかっているからであると思われる。

業界にとって一番役に立つ業界統計の公表は、いくら遅くても翌月末には出来るように企業、業界団体ともに努力すべきであると思う。企業にとって役立つ統計であるから、早く業界団体に調査票を送付出来るようにしなければならない。それは自分たちのためでもあり、これが結果的に業界統計をより役立つものにする。

ただここで一つ指摘しておきたいのは、会社によっては、社内の取締役会などで月次の実績データの報告が終わってからでないと業界団体へ調査票を提出できない企業がある。このように、社内でオーソライズされてから提出すると、業界団体への調査票の提出は下旬になってしまう。こういった面も、公表が遅くなっている要因の一つである。

7 インターネットの活用 —インターネットの活用により報告負担の軽減も可能—

ここでは、インターネットを活用することで報告負担を軽減し統計の公表の早期化を狙った経済産業省の「新世代統計システム」を紹介することで、インターネット活用のメリット、そして民間統計へのインターネットの活用について考える。

調査結果の公表の早期化は、統計調査を利用する立場の者からすれば非常に望ましいものである。膨大なデータを集計し処理をする国の統計調査では、大体が翌月末に結果が公表される。これでもかなり早いという印象を私は持っているが、それよりも早まるとしたら、便利の一言である。調査票を報告する立場からすれば、いままでよりも早く調査票を提出する訳であるから、普通に考えれば報告負担の増大に繋がるが、これはやり方次第であると思う。インターネットの活用で、報告の効率化が大きく進められ報告時期が早くなるとともに報告に要する時間が短縮され、逆に報告負担の軽減を図ることも可能である。

経済産業省は、12年1月より、生産動態統計の早期公表のために「新世代統計システム」を導入した。このシステムは、従来、郵送、記入と手作業で行われていた報告作業をインターネット等を活用することで、調査票データのオンライン提出を可能にした「オンラインデータ収集システム」である。

このシステムは、調査対象企業・事業所、都道府県、地方の経済産業局と経済産業省の間をオンラインで結ぶもので、同省が実施する統計調査のうち、生産動態統計、需給・流通統計調査等の月次統計を対象としている。このシステムに関する12年2月に実施した「生産動態調査等の早期公表化に関するアンケート」³（参考文献〔3〕）は、本システムを導入している、あるいは導入する予定の企業・事業所が新世代統計システムを導入するメリットとしていくつかのものをあげている（第16表）。

第16表 次世代統計システムを導入するメリット
（単位、%、複数回答）

	回答割合
郵送する手間が省ける	80.4
事業所、所在地等の記入の手間が省ける	62.6
調査票への記入の手間が省ける	24.5
一括で複数の提出先に提出が可能	18.4
報告値や集計値がオンラインで入手可能	13.5
その他	4.9

（備考）機械振興協会経済研究所（委託先日本アプライドリサーチ）

「生産動態統計・鉱工業指数の早期化に関する研究」2000.4

これを見ると、現在は郵送や事業所、所在地等の記入の手間で随分負担がかかっているのがよく分かる。要するに数値を算出して記入する本来の報告作業以外に多くの時間がかかっているのである。実際、生産動態統計調査は報告内容が定例的なものであり、調査票の作成自体には時間は大きくかからない。個々の事業所が作成して、提出するところが約半数を占める。しかし、第17表からもわかるように、特に大きな会社の場合、事業所毎でも多くの調査票を担当しているが、本社で事業所が記入するそれら調査票を一括して纏めて経済産業省へ提出しているところが5.5%ある。この場合には多くの日数がかかることになる。

その実態は、事業所から本社に送付するのにまる1日、本社で取り纏めて経済産業省に送付するのに1日、合計2日かかるのが普通と思われるから、これだけでもインターネットを利用して提出できれば、まるまる2日と言わないまでも、大きな報告時間の短縮効果がある。ただ、経済産業省が一つの目玉としていた「報告値や集計値がオンラインで入手可能」という項目がメリットとして意外と小さいが、これは国の統計調査を余り使わない報告者が対象のアンケートであることや、まだその効果が実際に良くわからないことなどがあるためであると思う。企業で調査や経営計画を担当する人間からすれば、このデータの活用はシェアを簡単に算出したりするなど大きなメリットがあると考えられるし、これ

³ 参考文献〔3〕 p. 99～102。有効発送数1170、回答率は58.5%。

が定着すれば利用度合いは上昇する。

第17表 調査票作成・提出状況 (単位、%)

	事業所ごとに提出	本社担当部署が一括提出	その他	合計
個々の事業所が作成	47.5	5.5	1.0	53.8
本社の担当部署が一括作成	0.1	34.1	0.0	34.8
特定事業所はその事業所が作成	1.0	1.0	0.6	2.7
特定項目のみ事業所が作成	0.6	3.2	0.4	4.3
その他	1.5	1.2	0.8	4.4
合計	51.2	45.0	3.8	100.0

(備考) 機械振興協会経済研究所(委託先日本アプライドリサーチ)「生産動態統計・鉱工業指数の早期化に関する研究」2000.4

そこで、次世代統計システムの導入で短縮される日数であるが、第18表にあるように調査票の作成・送付で1日ずつ、合計2日短縮されるとするのが一般的である。調査票の作成よりも送付の方で日数の短縮効果が大きいものと思われる。これを見ると、数値の記入以外のところで大きなロスがあったというのが分かる。本システムを導入することが報告時間の大きな軽減になる他、大きなコストの軽減にも繋がる。インターネットの利用は報告負担の軽減に繋がるうえ、事業所から都道府県や経済産業局に早くデータが届き、経済産業省での集計のスピードアップにもなり、最終的に調査結果の公表の早期化になる。

第18表 次世代統計システムの導入により短縮される日数 (単位、%)

	調査票作成の変化日数	調査票送付の変化日数
1日未満	19.0	9.8
1日	64.3	63.7
2日	11.9	20.6
3日	2.4	4.9
4日	0.0	0.0
5日以上	2.4	1.0

(備考) 機械振興協会経済研究所(委託先日本アプライドリサーチ)「生産動態統計・鉱工業指数の早期化に関する研究」2000.4

単純に平均的な数値をとっただけでも、報告者サイドで2日分だけ公表日が早くなる。加えて、企業にとってはそれ程大きなコストをかけずに大きな費用の削減費用の削減が出来るのである。そして、経済産業省での集計時間もかなり短縮されるので、報告、作成の両面からのスピードアップが実現される訳である。このシステムを多くの企業が導入した段階においては、公表時期が早くなることは目に見えている。

今後は国の統計調査を始めとして民間統計も含めインターネットやインターネットを活用したシステムがどんどん使われることになろう。業界統計についても経済産業省のようなシステムを導入すれば、企業の報告負担の軽減や業界団体における業務の効率化が図れる。そして何よりも、公表時期の早期化が実現することで、公表と同時にデータを入手す

ることが出来る。

業界統計について実際の報告・集計・公表業務からインターネットの活用のメリットを想定すると、業界団体が調査票を企業から集める過程で1日は早くなるし、業界団体から企業へ調査結果を送付する過程で1日早くなる。さらには業界団体における集計作業をインターネットと連動した形によりシステム化すればより早くなる。最低2日以上は早くなる訳である。

これとは別に、実際に業界統計の調査結果が企業にインターネットで送られてくる業界団体のところも出てきている。この場合は資料の入手が早くなったという実感がしてくる。また、企業においては業界団体のホームページで業界統計を入手することが多くなってきているが、これは自業会ではなくて他の業界の業界統計を入手したいときに良く使うのである。

8 構造変化のスピードに追いつくことが必要 —調査票の設計が重要—

最近、民間の統計も含め、IT関連に関するアンケート調査が多い。業界団体も定例以外のアンケートを行っている。これをみていて気付くことは、アンケートの構成がしっかりしておらず、設問が良く練られていないものが多いということである。IT即ち情報技術の動きは非常に早い。統計は経済実態に遅れるのが常ではあるが、調査票の全体の構成がしっかりしていないとアンケートの狙ったところのものが得られないし、設問がしっかりしていないと、回答が不正確となるために実状がつかめず、経済実態に遅れてしまう。つまり、二重の意味で統計が経済実態に遅れてしまうのである。

IT関連に限らず全般的にみて調査票の構成や設問について気付く点を挙げてみよう。まず第一点は、アンケートでの設問の意味がはっきりしていない点である。設問をみても何を問うているのか良く分からないことがある。

第二には、設問で用語の定義がなかったり、はっきりしていないことである。用語の定義がないと回答する側でも想像で答えてしまうことにもなる。また数値を求める設問の場合、定義のないものも問題であるが、定義が厳密過ぎるとかえって目的の数値が得られなくなる。定義が厳密だとそれに従って回答するのが難しく、無回答が増え、かえって精度が落ちてしまう。記入しやすい内容になるように工夫すべきである。

業界団体の統計調査は、月例の統計調査だけでなく、四半期毎のアンケート調査などでも決まった様式の設問に答える形式をとっている。しかしながら、調査票の内容に疑問を持たずそれに企業の担当者が漫然と回答し、業界団体もただ単に調査票の数値を集計しているようでは、統計調査が経済構造の変化のスピードに遅れを取ってしまう。経済構造や産業構造の変化のスピードは早く、如何にその変化のスピードに追いつくかが統計調査の大きな課題である。情報化の進展、海外生産の拡大、サービス経済化の進展、規制緩和の進展、地球環境問題など、その変化のスピードは早く業界統計が業界構造の実態や変化を把握し切れていない面があるのが実状である。

経済構造や産業構造の変化を素早く掴まないことには、企業の経営は成り立たない。業界団体でも、それらの変化の動きを位置早く把握すべく調査票の内容の見直しや設問の追加、削減等見直し等を行うべきである。業界団体の場合は、国や県の場合よりも実施者と

報告者の間の対話は密であり、そのため統計の改善のための検討などは行いやすい環境にある。産業の動きを的確に把握できる良い統計をつくることを業界団体も企業も常に心がけなければならない。

9 海外関連統計の充実 —企業から充実に対するニーズが強い—

国内から海外へ生産がかなりシフトしている製品があるのに、なかなか海外生産の実態が分からないという声を良く耳にする。また、製品毎の各国の生産状況がなかなか掴めないということもある。新聞などで国別の生産額などを目にするが、意外と国毎の生産状況等は分かっていない。そこでここでは、グローバル化により進展している海外生産の把握と各国別の業界数値の把握等海外関連統計の整備について触れてみよう。

9. 1 海外生産動向の把握 —意外に数値の把握がなされていない—

国内生産から海外生産へのシフトは、自動車はもちろん家電等多くの業界で進んでいる。海外の安い労働コストを求めての動きや、貿易摩擦を回避するための動きがその背景にある。このような現地生産の実態が他業界の人にはもちろん、自業会の人にとっても意外と良く分かっていないことも事実である。

このような中、日本自動車工業会が、四輪車の海外生産実績を2000年1～3月期より四半期ベースで公表するようになった。これまではシンクタンクの調査や新聞記事で確認していたものが工業会の統計で把握が可能となった訳である。これは大きな改善である。海外生産のシフトが進んでいる機械産業の海外生産の数字がわからないということをよく耳にするが、この数値が無い背景には、企業ベースで海外子会社の生産高を集計しなければならないため、多くの手間が伴うということがある。その意味では、四輪車の海外生産の動向が公表されるようになったことは大きな改善である。各社とも海外生産へのシフトを積極的に進めており、その実態は非常に知りたいところである。

機械産業では、国内生産から海外生産にかなりシフトしているのにもかかわらず、なかなか海外生産のデータが把握出来なくて海外生産の実態が掴めない。これは、業界統計が産業構造の変化のスピードに追いついていない一つの例である。

自動車や家電については、海外での生産比率が高く、海外生産の把握なしには業界の動きは把握できない。2000年度の自動車の海外生産データを参考までに示したものが、第19表である。北米で海外生産が進んでいることは容易に想像できるが、アジアが北米の半分近くの生産をしているのもこれから読み取れる。2000年度の国内生産が1004万台であるのに対し、2000年度の自動車の海外生産は636万台であるから国内生産の6割程度の海外生産が行われていたことになる。生産規模にしても、業界に与える影響度にしても極めて大きいものと言える。

第19表 自動車の海外生産の動向

(単位、台、%)

	2000年度	1999年度	前年度比
アジア	1,664,267	1,592,632	104.5
中近東	3,926	4,184	93.8
欧州	940,965	922,328	102.0
EU	821,789	828,910	99.1
北米	3,078,056	3,003,521	102.5
米国	2,449,764	2,389,230	102.5
中南米	386,336	279,191	138.4
アフリカ	152,606	140,135	108.9
大洋州	133,915	123,307	108.6
合計	6,360,071	6,065,298	104.9

(備考) 日本自動車工業会

9.2 海外関連統計の充実 —海外各国の生産額を知りたい—

機械産業関連で言うと、自動車、工作機械、造船、半導体といった海外進出が進んだり、市場を広く世界に求める業界については世界各国の生産高や受注高などが新聞などにも載るし、海外統計もしっかりしているので、調べようと思えば把握は容易である。機械製品の各国の生産の状況が良くわかっているように見えるが、業界によってはなかなか把握することが難しいの製品が多いのが実状である。

企業の担当者は自業界の製品の各国の生産高や受注高を調べようとして内外の色々な統計にあたりたりしてもなかなかデータを入手出来ないのが実状である。業界団体はその把握面で努力をしているが、マーケットがグローバル化している現状を考えれば、海外関連統計の充実は今後の大きな課題であると思う。

10 IT関連統計の整備 —潮流に如何にして統計が追いつくかが課題—

IT関連のデータを把握するにはどうすれば良いのだろうか。ITというと、IT産業の生産というとらえ方もあるし、IT関連投資というとらえ方もある。機械産業でいえばIT関連の製品を供給する立場からの把握が可能となる。電子機械や通信機械であれば、具体的には半導体、パソコンや携帯電話などであるが、それはまさITそのものである。産業機械でIT関連といえば、射出成形機を含むプラスチック加工機械が広い意味でそれに相当する。射出成形機がITの生産に多く使われるからである。一般機械に含まれる半導体製造装置はもちろんIT関連機器に含まれる。工作機械ならば、IT関連機器である半導体製造装置の製造に工作機械が使われているため需要先からとらえるのが適切である。電気機械向けや精密機械向けの工作機械が広い意味でのIT関連に該当するだろう。

IT化の動きは今後着実に進むために、その流れに遅れないように業界団体としてはIT関連の統計の整備に着手すべきであろう。統計は実態に遅れるのが常ではあるが、その遅れを出来るだけ小さいものにすることが重要である。要するに、経済や産業の構造変化

のスピードに追いつく必要がある。

1 1 業界統計の利用上の注意点 —業界の人でも読みこなすのが大変—

業界統計ははっきりいって統計数値を読みこなすのが難しい。経済統計については多くの解説書が出されており、簡単に手に入る。ところが、業界統計を読むための解説書やマニュアルが無い。そして統計数値自体については、クセもあるし、業界の特性により月次の数値が大きく振れるため読みづらい。統計数値の色々な背景や要因を業界団体等で確認しないと正確には読めないため、業界内部の人でも統計数値を的確に読むのが難しい。ましてや業界外の人を読もうとするとかなり大変である。業界統計を読むにはどのようなことに注意したらよいのであろうか。

1 1. 1 統計のクセがある —3月、9月の数値は盛り上がる

統計にはクセがつきものである。業界統計のクセを紹介しよう。期末月には通常月に比べて受注額や生産額が伸びる。企業では3月が年度決算期で、9月は中間決算期に当たる。このため、その月は受注額なり生産額が通常月に比べて大きく伸びる傾向にある。

マスコミなどで決算対策で3月や9月の受注や生産数値が伸びるとよくいわれるが、これは正しくない。受注金額が期末に伸びるのは、受注計画を達成しようとして期末に精力的に客先と契約を行い、受注計上するので結果的にそうなるのである。決算数値を良くするために相手先とまだ契約していないのにフライング的に無理矢理受注計上をして、受注実績としているのではない。会社には受注計上のルールがあり、いいかげんな受注計上は出来ない筈である。受注の際には受注計上のルールに則り、相手先と契約してから受注計上している。生産の数値も年度内に相手側に出荷（引渡し）をするためなどの理由で期末月に伸びるのである。

こういったために、3月や9月の受注の数値が良くなったからといって景気が良くなったと考えてはいけない。3月や9月の数値が伸びる程度も景気の良い時と悪い時とでは異なる。内閣府の「機械受注統計」や日本工作機械工業会の「工作機械受注統計」などでは、景気の良い時には通常月でも受注が多く計上されるため期末月が極端に多く計上されることはない。そのため前年同月比の伸びはそれほど大きくはならず、むしろ伸び率は小さくなる。これを景気が少し悪化したと見てはいけない。一方、期首月には景気が良いために期首月でありながら多くの受注が計上されるため、前年同月比の伸びは大きくなる。

反対に景気の悪いときには、通常月は受注が多く計上されず前年同月比はマイナスの伸びとなる。期末月になると精力的に客先と契約を行い、受注計上するので結果的に受注が伸び、前年同月比のマイナスが小さくなったり、あるいはプラスになったりする。これを景気が好転したと見てはいけない。むしろ景気が悪いから見かけ上前年同月比の伸びのマイナスが小さくなったり、プラスになったりするのである。そして期首月には、景気が悪く受注が余り計上されないために、前年同月比が大きなマイナスの伸びとなる。

11.2 業界の特性が数値に反映される —受注品は読みづらい—

受注統計では、機械にせよ建設にせよ大物受注工事が計上されるかどうかで月次の受注数値が大きく振れる。大物工事は3月や9月の期末月に計上されることが多いが、客先との関係で通常月に計上されることもある。その場合、その月の数値が前後の月の数値に比べて異常に高くなり、前年同月比の伸びも大きくなり数字が読みづらくなる。また、翌月には当然のことながら大きく落ちる。そして、1年後に前年同月比の伸びをみると、これが大きく減少してしまう。これについては、前年の同月に大きな受注工事があったことの反動減という説明がなされる。大きな大物受注工事の計上が1ヶ月限りということであればよいが、これが偶然に何ヶ月も続くと、本当に受注が好転したと錯覚してしまう。13年2月から7月にかけて日本産業機械工業会の産業機械受注の電力向けの受注が6ヵ月間も前年水準を上回ったことがあった。電力会社は投資を抑制しており受注が良くなる筈がないために正に異常といえるものであった。業界の状況を良く知らない人は、これを低迷していた電力業の設備投資が回復したとつい読んでしまう。「統計はウソをつかないものである」と言われるが、統計は偶然が重なると、時として大きなウソをつくものである。実際、8月には前年同月比マイナスと正常の状態に戻ったのである。この様に偶然が重なることがあるので、業界の実態を把握してから業界統計を読まなくてはならない。

11.3 原数値で読むのが基本 —季節調整をしても読み切れない統計がある—

業界統計は、原数値で発表されており、原数値の前年同月比で読むのが普通である。どうして原数値であるかについては、次の理由がある。

- ① 統計自体にクセがあり、特に特殊要因で数値が大きく増減するので季節調整をしてもいい結果が得られず、うまく読めない。むしろ前年同月比で、特殊要因を加味して読んだ方が的確に読める。

3月や9月の期末月に数値が伸びる点についても、前年同月比を見ることでうまく読みこなすことが出来る。

- ② 以前は、季節調整の手法が現在ほど普及しておらず、またコンピューターも手元になかったため、季節調整をするとなると業界団体はそれを外注していたという事情がある。そのため、原数値で済ませていたのである。現在も季節調整のノウハウが無くて外注している業界団体もある。

3月や9月の期末月に数値が伸びることについては季節調整で対応できるが、11.2で説明した特殊な要因の場合には季節調整では対応は出来ない。実際の読み方としては、特殊要因を加味しながら原数値の前年同月比で数値の傾向をつかんでいるのが実態である。受注統計は特に数値が振れたりする。

官庁統計の月次データの場合、ほとんどが季節調整済の数値である。このため、官庁などでのヒアリングで、相手側が業界統計の月次統計のデータも当然のことながら季節調整してあると思いきや、それを前提に質問してくることがよくある。

1 1. 4 受注品の読み方の難しさ ー受注から売上にはラグがあるー

受注品の製作、それは機械でも建設でも同様に、受注してから生産（製作）、出荷（引渡し）という一連のプロセスがある。機械についていえば、工作機械や産業機械がそれに相当する。工作機械では受注から出荷までは2～3ヶ月、産業機械ならば出荷までには6ヵ月から1年程度の時間のズレがある。このタイムラグが受注統計の読み方を難しくしている。ある製品の受注が伸び始めても、生産はまだ増加していないのが普通であり、受注がピークをつけて落ち始めているのに生産がまだ増加していることもよくある。

民間設備投資は進捗ベースであるため、工作機械や産業機械の受注が伸び始めても、普通、民間設備投資はまだ動き出していない。反対に、工作機械や産業機械の受注がピークを過ぎて落ちているのに民間設備投資は増加しているということもある。受注生産品は自動車や鉄鋼といった見込品の生産とは大きく違う。

1 1. 5 業界の実態をある程度知らなくては読めない ー業界内の人でも読みづらいー

業界統計は業界内の人でも読みずらく、業界統計を読むためには、まず業界の実態を知る必要がある。新聞の業界統計の解説などにはかなり詳細なものもあるが、これも業界の実態を知って初めて理解が出来る。自分で業界の実態を調べたり、業界の専門家に話を聞くなどして業界の現状を知ることが大切である。業界の実状がある程度分かるようになれば、統計数値も次第に見えてくる。

ただ、業界統計は業界の人が読むように作られているので、業界外の人が読む場合にははっきり言って公表統計の説明などは不親切である。ただ単に、数値が前月や前年同月に比べて上がったとか下がったといった程度のコメントが多い。これだけなら数値を見れば誰でも分かる。それで、公表物において業界統計が読み取れるように丁寧に解説してもらうのが必要と思われる。それらを次に纏めてみよう。

1 2 業界統計に求められるもの ー外部の人が読める位の工夫が必要ー

1 1で業界統計を読みこなすことが難しいと指摘したが、業界の人はもちろん業界外の人でもそれを読みこなせるために統計自体にどのようなことが必要であるかを纏めてみた。

1 2. 1 調査対象企業の属性の公開 ー対象企業数などを明確にー

国の統計調査などでは、対象企業が何社で、回答率が何%であるといったことが公表結果に明記されている。これは統計を読む際には無くてはならない基本的な情報であるが、業界統計の場合、これが明記されていないことが多い。

自動車の統計であれば、業界外の人でも統計に含まれている対象企業数は大体分かる。しかし、例えば産業機械や工作機械などの受注統計の場合は調査の対象企業数が多く、統計調査が何社の企業を対象にしたものかが記入されていない。業界の対象会社の人でもそれをはっきり把握していない場合もあると思う。業界統計の場合、会員企業を対象とした

調査であるから、対象企業数、対象企業の資本金段階別の数、或は回答率といったことが統計に明記されるべきである。また、官庁統計には必ずついている利用上の注意なども、簡単なものでもよいから公表物に極力載せるべきであると思う。

1 2 . 2 対象製品の中身の公開 —中身が分かる説明が必要—

統計の調査票への記入の際に、国の統計調査では、例えば機械産業を対象にした調査であれば、対象製品の種類とか、業種先の産業とかを分かりやすく説明した調査票記入のためのマニュアルがある。生産動態統計や機械受注統計では立派なマニュアルがあり、報告者はそれを見ながら調査票に数値を記入する。

一方、業界統計に目を転じると、業界団体にはその種のもものが意外と少ない。マニュアルがないため、新製品などが出てきて、業界団体に「この品目は調査票のどこの機種に入れるべきか」と照会すると、「国の統計調査の〇〇の分類に準じてください」という回答を得ることがある。疑問に答えるだけならばそれで十分かもしれないが、統計の作成者と報告者が共通の認識のもと調査票に数値を報告したり統計を作成したりする場合、最低限、簡単なものでもいいのでマニュアルは必要である。

さらに、もう一つ指摘していきたいのは、業界外の人にも品目等の中身がよく分かるように、公表物の品目の中身についての簡単な説明などをつけるべきであるとする。

1 2 . 3 現状認識のコメントが必要 —現状判断を新聞コメントではなくて掲載する必要あり—

業界統計が公表されると、その統計数値の見方や業界の業況などが業界団体のコメントという形で、或は解説記事として新聞記事に載ることがある。しかし、それは記者が業界団体からレクを受けたり、あるいは記者が業界団体への取材に基づき記事化したものである。このため、業界団体の意図がはっきりと伝わっていないこともあれば業界団体のコメントとして不十分な場合もある。時には記者の独自の調査や判断で書かれたものもあり、一目見ただけで誤った内容と分かる解説記事が載っていることも結構ある。また、本当に業界団体がそう言ったのかと疑問に思う記事も少なくない。

これらをなくするためにも、今後の展望は無理としても、少なくとも受注高や生産高、販売高等の業界の現状についての業界団体の判断や認識を文章化して公表物に入れるべきである。その判断があれば、企業側には業界動向の把握の大きな手助けになるし、さらには経営戦略や経営計画に統計を上手く活用することも出来る。

現実には、業界団体の公表物の中には概況の説明などは載ってはいるものの、その中身は機械的な数値の説明が中心である。単にこれこれの製品の数字が上がった、下がったといったのがほとんどで、これなら統計を見るか少し電卓で計算すれば分かる。統計数値の増減の背景の説明なり、実態に踏み込んだ記述は少ない。

そもそも業界統計は読むのが難しい。その道のプロでないとなかなか読めないのが実状である。その意味でも外部の人が読んでもはっきり分かる説明が是非とも必要である。

1.3 統計の精度低下への対応 —実状は厳しく、対応は容易でない—

最近、企業では、企業業績の如何にかかわらず、体質強化を狙った合理化、経費の削減が猛スピードで展開されている。この背景には今後も低成長の経済が続くであろうとする前提がある。このような中、人員の削減が管理部門や営業部門、生産部門だけでなく、統計調査に従事する人も削減されたり、統計調査の人員が削減されないまでも部内や課内での人員が削減される。結果的に一人当たりの仕事が増え、会社の業務に専念することがこれまで以上に求められる。その結果、統計調査の報告についてこれまで通りの対応ができなくなる傾向が強くなる。このような中、統計調査については、二つのことが起こる。

一つは、調査票の回答率の低下であり、もう一つは精度の低下である。回答率については、2で見たように、会社では、国や市町村の統計調査や業務報告、特殊法人の業務報告そして会社の業務に役に立つ業界団体の統計調査は基本的には答えると考えられる。しかし、リストラが進むと調査票を記入していた担当者がいなくなり、代わりの人では十分対応が出来ず、国の指定統計や業界統計ですら未提出となるケースも出てくると思われる。実際にそのような話を耳にする。このレポートで対象としている業界統計も四半期や年1回のアンケート調査などでは、企業の業績や人員の削減を反映して回答率が低下傾向にあると言われている。このことは、回答率の低下を通して統計の精度低下につながる。

もう一つの精度の低下は調査票の報告内容の質の低下である。人員の削減に加え、統計調査の依頼件数が増加しており、報告者が調査票の記入に十分時間を割くことが出来なくなっている。そのため、会社の役に立つ業界統計といえども報告者が報告に当たり十分に時間が取れず、回答はするものの従来よりも簡略な算出方法で済ますなど簡素化の方向に進んでいる場合がかなりあると思う。それに伴う精度の低下があるのである。

国の統計の回答率がそれほど落ちたとは余り聞かない。しかし定例の統計調査のうち統計以外のアンケート調査の回答率が低下していると業界団体からよく聞く。

調査票の回答率が低下している背景を整理すると、

- ① 企業において部なり課の人員の削減でこれまで以上に業務に専念することが求められる。このため報告者は会社の仕事を優先せざるをえなくなり、統計調査に回答する時間的余裕がなくなり、結果的に回答を差し控える。また、統計調査の担当者がリストラで会社を辞めてしまって調査票を出せないということも起こってくる。全般的に企業に余裕が無くなっているのである。
- ② 現在、企業は人員の削減とともに経費の削減に取り組んでおり、経費の節約のために業界団体から脱会するという動きがかなりみられる。この場合は調査票を回答しようにも回答出来ないのである。この場合、対象の会社数が減るので、これまでの統計数値との連続性がなくなり、継続して数値をつかむのが困難となる。

回答率の低下は統計調査の精度の低下に繋がり、回答に十分時間を割くことが出来なくなることからくる記述内容の低下も精度の低下に繋がる。いわゆる二重の意味で精度の低下がある訳である。

ここへ持ってきて、ここ数年来、統計調査の報告を入社以来20年も30年も行ってきたたたき上げの人達が退職して、統計のノウハウがうまく伝承できず、社内にノウハウが

余り残っていない状況が生まれている。

統計調査のたたき上げの人達は、調査票の数値を見ただけで数値の誤りを指摘できる位に統計自体の数値や社内の事情に詳しくなかった。たたき上げの人の存在は、会社が報告する統計の精度の向上はもちろん、業界統計についても建設的な発言をするなど、統計の質の改善に寄与するところが大きであった。現在は、若手はローテーションと称して、2～3年で漸く仕事をおぼえた頃に次の仕事に代わるし、報告の数値もコンピューター・アウトプットをチェックも十分せずそのまま使う傾向にある。実状に余り詳しくないため、コンピューターに頼る余りに数値のチェックまで出来ないというのが実状である。また、統計の内容に詳しくないため、簡単なミスも発見できないといったことも起こっている。

このようなわけで、調査票への回答能力は低下しており、ノウハウの蓄積も少なくなっている。統計というものは、作業手順等のマニュアルがしっかりしていてコンピューターを使用すれば数値が自動的に把握できるというものではない。多くの経験が必要で、それが報告に活かされて初めてしっかりした内容の調査票が完成する。このことは、社内での受注管理や経理処理などについても同じことがいえる。

2でみたように、企業への統計調査の依頼件数は以前よりも多くなっている。業界統計のみではなく、国をはじめとして業界団体など統計調査全般の精度の低下は避けられない環境にあるが、この事実を直視して統計の精度を維持する努力を作成者、報告者とも力を合わせて行わなければならない。

1.4 報告者負担の軽減 — 作成者・報告者の両者の努力が必要 —

業界団体の統計調査の報告者負担の話になると、負担を重くする直接の原因は手のかかる統計調査を実施する業界団体と言うのが一般的である。これはある面では事実であるが、この場合、相手が悪いと言うだけでは負担の軽減に向けての進歩は全然見られない。作成者（実施者）と報告者間の対話や統計を改善するための両者の努力がないことには報告負担の軽減に向かったの前進はみられない。業界団体からの調査票の内容照会や業界動向等の会合で両者が顔を合わせたり電話で話をする機会は結構あるので、両者間の対話は国の統計よりもやりやすい筈である。報告者も作成者と一緒になって良い統計を作る位の心構えを持つことが必要である。

両者とも統計の質や精度を落とすことなしに如何に効率良く調査票の報告をするか、調査票で如何に無駄な設問を無くするか、同じ報告負担でより役に立つ統計結果を得るためにはどうすればよいかなどと言った問題意識、取り組み方が必要である。

特に言えることは、報告者が設問の通りにただ漫然と機械的に調査票に回答するのではなくて、如何に効率良く回答するためにはどうすべきか、調査結果が会社の業務にどう役立っているのか、更に役に立つものにするにはどうすればよいか、設問をこう代えた方がよいのではないかと、更にはより良い統計を作るにはどうすればいいかといった問題意識を常に持つなど、報告者としての自覚・努力が必要だと思う。これが報告負担の軽減に大きくつながると思う。

以上のことから、業界団体側と企業側が何をなすべきかを以下に整理してみた。

まず、業界団体側の統計の作成者としてなすべきことを列挙しよう。

- ① 統計調査の主旨、調査を開始した時の調査目的からみて意味の無い、無駄な設問をなくす。
- ② 経済構造や産業構造の変化を的確に把握できるように調査票の設問等の見直しを図る。
- ③ 統計の調査の目的が薄れてしまった内容の調査については、調査の見直しや廃止を考える。
- ④ 統計調査の結果が国の政策や産業政策、企業の業務に役立っているかどうかをチェックする。これは業界団体側からみた「費用対効果」のチェックの一環である。業界団体においては、「効果」は国の政策や産業政策への反映や企業の業務などへの役立ち度合いであると思う。業界団体側においても役立つ統計の作成という意識は重要である。そして、「費用」については、業界団体の統計は企業にとって役に立つものではあるが、いかに効率良く手をかけずに集計するということがそれに相当する。
- ⑤ 企業、産業の実態を反映した上で、報告者が回答しやすい調査票の作成を絶えず心掛ける。

一方、企業の統計調査の報告者側としてなすべきことには、次のものがある。

- ① 調査することに余り意義が感じられない調査票や無駄な設問があると思われる時には統計の実施者にはっきりとその旨を連絡し、調査票の改善に努めなければならない。
- ② 統計調査の主旨がはっきりしていない調査票や主旨からはずれている設問、記入に困るような設問のある調査票に対しては、実施者にはっきりとその旨を連絡し、統計の改善に努めなければならない。
- ③ 統計は経済構造の変化や産業構造の変化に常に遅れるものであるから、調査票の設問で企業や産業の実態を掴めるかどうかをチェックすることが必要である。同じ質問が10年も続いているアンケート調査があるとしたら、これで変化を掴むことが出来るのかと考えてみる必要がある。改善が必要と感じたら、すぐに業界団体に連絡すべきである。
- ④ 漫然と調査票に記入をするのではなく、早く的確に調査票に回答をするという意識を持つ必要がある。即ち、絶えず報告の効率を考えながら仕事をすべきである。これは統計調査の報告業務の改善につながるばかりか、会社全般の業務の改善にもつながる。
- ⑤ 常に統計調査の結果の会社での使われ方、会社にとっての役立ち度合いを考えながら報告をすることが必要である。作成者も普通は企業での統計調査の結果の使われ方が分かっていないので、この状況を実施者にフィードバックすることも重要である。

おわりに

業界統計は、企業側からみれば本当に使いやすく、役に立つ統計である。企業の統計の延長のような統計ではあるが、業界の外部の人にとっては誠に読みづらい統計である。統計が読みづらだけならよいが、読み切れない、読みこなせないというのが実状である

業界統計といっても、官庁はもちろん、他の業界の人やエコノミスト、アナリスト、研究者なども使うので、読みやすくする努力が必要であると思う。「業界統計に求められるもの」というところで説明したように、統計の中には業界の人でも読みづらいものもある。

ましてや外部の人も数値の内容や動向が読めるようにするには、公表物に十分な解説が必要であるように思われる。その点に業界団体は留意すべきであると思う。

また、調査票を報告する企業側としては報告負担の問題がある。企業においては、「費用対効果」ということがよく言われるが、これは統計調査についてもあてはまる。いかに報告の手間をかけずに報告し、業務の役に立つ統計を入手するかということである。「効果」とは業務に役立つということで、「効果」を大きくするにはより役立つ統計にするということである。「費用」は手間のことで、「費用」を小さくするとは負担を小さくすることである。業界団体側からしてみれば、業界団体がいかに企業の報告者に負担をかけさせずに目的とする結果を効率良く得るかということである。

企業にとっては報告負担が小さく業務に役立つ統計は良い統計、報告負担が大きく企業にとっての役立ち度合いが低いのは良くない統計ということになる。良くない統計については、企業の負担が少なくなるように調査票を含めて改善の余地がある。「費用対効果」の観点から見ると、業界統計は、本来企業にとって役に立つ統計であるので、費用対効果ははっきりしている点で良い統計調査であるといえる。

参考文献

- 1 小塩隆士「新・日銀ウォッチング」日本経済新聞社、2000
- 2 小峰隆夫「経済データの読み方」日本評論社、1995
- 3 機械振興協会経済研究所（委託先日本アプライドリサーチ）「生産動態統計・鉱工業指数の早期化に関する研究」2000.4
- 4 経済団体連合会「ペーパーワーク負担の実態と改善方策に関する調査報告」2000.4
- 5 近藤正彦「経済統計をどう読むか」『統計研究参考資料』No. 67 法政大学日本統計研究所、2000.9
- 6 近藤正彦「統計調査等の報告者の報告負担問題」『統計研究参考資料』No. 68 法政大学日本統計研究所、2000.10
- 7 近藤正彦「景気関連統計の読み方」『統計研究参考資料』No. 70 法政大学日本統計研究所、2001.1
- 8 近藤正彦「生産関連統計の読み方」『統計研究参考資料』No. 73 法政大学日本統計研究所、2001.5
- 9 近藤正彦「民間設備投資関連指標の読み方」『統計研究参考資料』No. 74 法政大学日本統計研究所、2001.8
- 10 財団法人 産業研究所（委託先日刊工業新聞社）「機械・電子情報産業における自主統計のあり方に関する調査研究」2001.3
- 11 全国統計協会連合会「民間統計ガイドー2001年版ー」2001.3
- 12 総務庁統計局統計基準部「統計調査等の報告負担に関する調査 結果の概要」2000.6
- 13 全国統計協会連合会（総務省統計局委託事業）「統計調査等の報告負担に関する調査研究結果報告書（平成12年度）」2001.3
- 14 総務庁統計局統計基準部監修「統計実務基礎知識」全国統計協会連合会、2000

- 1 5 東京大学教養学部統計学教室編「人文・社会科学の統計学」東京大学出版会、1994
- 1 6 中島隆信・北村行信・木村福成・新保一成「テキストブック経済統計」東洋経済新報社、2000
- 1 7 中村隆英・新家健精・美添泰人・豊田敬「経済統計入門」東京大学出版会、1993
- 1 8 日本銀行経済統計研究会編「経済指標の見方・使い方」東洋経済新報社、1993
- 1 9 日本経済新聞社編「経済指標の見方」日本経済新聞社、1990
- 2 0 溝口敏行「経済統計論」東洋経済新報社、1985
- 2 1 谷沢弘毅「現代日本の経済データ」日本評論社、1997

統計研究参考資料(最近刊行分)

号数	タイトル	刊行年月日
63	フィンランドにおけるレジスター・ベースの統計生産―翻訳―	2000. 01. 25
64	産業・職業別死亡統計―日・北欧比較と年齢別死亡分析―	2000. 02. 29
65	統計体系の日米比較	2000. 09. 15
66	英国政府統計体系	2000. 09. 15
67	経済統計をどう読むか ―景気関連統計の特性とその利用―	2000. 09. 15
68	統計調査等の報告者の報告負担問題	2000. 10. 20
69	中国購買力平価推計に関するサーベイと1995年中日産業別購買力平価の推計	2000. 11. 30
70	景気関連統計の読み方	2001. 01. 31
71	無償労働と有償労働のつながり	2001. 03. 20
72	ロシアのシャドーエコノミー	2001. 03. 30
73	生産関連統計の読み方	2001. 05. 25
74	民間統計投資関連指標の読み方	2001. 08. 10
75	ECE地域のジェンダー統計ウェブサイト ―翻訳と論評―	2001. 11. 26

統計研究参考資料 No.76

業界統計
―その特徴と利用上の留意点―

2001年 12月 1日

発行所 法政大学日本統計研究所
〒194-0298 東京都町田市相原町4342
Tel. 042-783-2325、2326
Fax 042-783-2332
E-mail jsri@mt.tama.hosei.ac.jp

発行人 森 博美