

景気ウォッチャー調査研究会の議論を踏まえた課題の整理

本研究会では、本年6月23日の第1回会合開催以来、景気ウォッチャー調査の改善に向けて、ウォッチャー（調査客体）の業種区分や基準構成比の見直し等についてユーザーや調査実施委託機関からヒアリングを行うなど、議論を重ねてきた。

本資料は、これまでの研究会の議論において委員等より提示された意見を踏まえ、景気ウォッチャー調査の改善に向けた課題を整理したものである。

1. ウォッチャーの業種区分・基準構成比の見直し

- 集客力のあるレジャー施設運営者、利用が増えている民間職業紹介事業者など近年において景気に対して敏感と考えられる業種の存在や、消費者向けECやオンライン決済サービスが伸びている状況を踏まえて、ウォッチャーの業種区分・基準構成比の見直しを進めてはどうか。ただし、消費者向けECやオンライン決済サービスについては、地域的にどう区分し捉えていくかという点に留意が必要。
- 近年、売上や店舗数を大きく伸ばしている企業関係者にも積極的にウォッチャーへの委嘱を働きかけてはどうか。

2. サンプルサイズ・試行調査

- 調査の精度向上、サンプルデータの安定性、幅広いテキスト分析への対応などのため、サンプルサイズの抜本的拡充を図ってはどうか。
- 試行調査を実施する場合は、過去のデータとの連続性、公表の速報性、コメントの文章量や街角景気ならではの現場の実感としての回答が維持されるべき。
- 現状においてもウォッチャー確保が困難であることを踏まえ、試行調査を実施する場合は、ウォッチャー確保に支障をきたすことがないよう工夫してはどうか。

3. 今後検討すべきその他課題

- 公表しているエクセルデータの文字コードの統一、単一ファイルへの各年単位のデータの掲載、マーケットも意識した公表時間の検討など、ユーザーの利便性を高める工夫をしてはどうか。ただし、公表時間については、現状、調査期間終了後6営業日で公表という短期間での作業であることに留意が必要。
- 関心の高いトピックについての追加調査の検討や、本調査のテキスト情報に関してA Iを活用した分析を地域課題分析レポートで行うなど、付加価値をつけて公表することを検討してはどうか。ただし、追加調査を行うには、総務省へ事前に申請が必要であることから、タイムリーな追加調査実施は困難であることに加え、追加調査への回答が本調査のコメントを歪める可能性がある点に留意が必要。
- 長くウォッチャーを務める方や、回答率が高いウォッチャーの表彰、調査日数の検討など、ウォッチャーのモチベーションを高め、回答率の維持・向上に資する取組を進めてはどうか。
- ウォッチャーの選定に当たっては、大型商業施設開業に伴う人流変化の影響など地域の環境の変化も考慮しながら選定してはどうか。

以 上