

景気ウォッチャー調査の改善に向けた 見直しについて

令和7年12月15日

内閣府政策統括官（経済財政分析担当）付参事官（地域担当）

1. 業種区分について

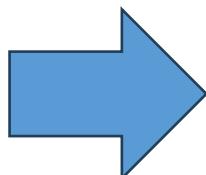
<中間提言(令和7年10月27日)抜粋>

最新の標準産業分類を踏まえつつ、ウォッチャーの業種区分・基準構成比の見直しを進めるとともに、その業種区分・基準構成比の基で試行的な調査(以下「試行調査」という。)の実施を検討すべきである。

- 景気ウォッチャー調査の業種区分については、最新の日本標準産業分類（2023年7月改定、以下「産業分類」）を基本としつつ、中間提言（以下「提言」）においてご指摘いただいた点や売上額を踏まえて設定。具体的には、以下のとおり。
- 家計動向関連の小売関連**では、「ドラッグストア」（8兆円）を表章項目に追加。また、従来は「その他小売店」に含めていた、インテリアショップやホームセンター等が含まれる「住関連専門店」についても、ホームセンターが産業分類において小分類として新設されたこと、売上額が大きいこと（6兆円）を踏まえ、「ホームセンター・家具インテリア販売店」と改称、格上げして表章項目に追加。さらに、提言を踏まえ、「電子商取引・キャッシュレス決済事業会社」（7兆円）も表章項目に追加（詳細は8ページ）。

現状の表章

小売関連
商店街・一般小売店
商店街代表者
一般小売店経営者・店員
百貨店
百貨店売場主任・担当者
スーパー
スーパー店長・店員
コンビニエンスストア
コンビニエリア担当・店長
衣料品専門店
衣料品専門店経営者・店員
家電量販店
家電量販店経営者・店員
乗用車・自動車備品販売店
乗用車・自動車備品販売店経営者・店員
その他小売店
住関連専門店経営者・店員
その他専門店経営者・店員
その他小売の動向を把握できる者



新たな表章

小売関連
商店街・一般小売店
商店街代表者
一般小売店経営者・店員
百貨店
百貨店売場主任・担当者
スーパー
スーパー店長・店員
コンビニエンスストア
コンビニエリア担当・店長
ドラッグストア
ドラッグストア店長・店員
衣料品専門店
衣料品専門店経営者・店員
家電量販店
家電量販店経営者・店員
乗用車・自動車備品販売店
乗用車・自動車備品販売店経営者・店員
ホームセンター・家具インテリア販売店
ホームセンター・家具インテリア販売店経営者・店員
電子商取引・キャッシュレス決済事業会社
電子商取引・キャッシュレス決済事業会社経営者・従業員
その他小売店
住関連専門店経営者・店員
その他専門店経営者・店員
その他小売の動向を把握できる者

1. 業種区分について（続）

- ・飲食関連については、産業分類の中分類に従うと「飲食店」の一項目のみでまとめられており、小分類に従うと「食堂、レストラン」「専門料理店」「そば・うどん店」「すし店」などと、分類が細かくなりすぎるため、提言で指摘された景気に敏感な業種を踏まえるべき、という観点も踏まえ、従来の表章項目を維持（詳細は7ページ）。
- ・サービス関連については、産業分類上のサービス関連業種のうち、医療・福祉や教育サービスなどの割合は大きいが、景気に関連の深い動きを観察できる立場にある業種とはいえないと考えられる。一方、それらを除く家計向けサービス業種のうち、売上額が大きく、景気に敏感な業種として、従来どおり、「旅行・交通関連」「通信会社」「レジャー施設関連」「その他サービス」の4つを表章項目とする。なお、「旅行・交通関連」「レジャー施設関連」については、表章項目の内訳を再設定（詳細は5、7ページ）。
- ・企業関連については、産業分類に従った更なる細分化も考えられるが、企業関連の比率が全体の2割であり、ウォッチャーが割り当てられない業種が増加することから、従来の表章項目を維持。ただし、「鉱業経営者・従業員」については、構成比を計算すると、全国平均及び半数の地域で0.0%、最大でも0.3%であり、現在でもウォッチャー数は0人であることから、表章項目から削除し、「その他企業の動向を把握できる者」に包摂されることとする。また、「コピーサービス業」については、直近令和3年の収入額が約800億円と、他より小さい（「広告代理店・新聞販売店[広告]」は8兆円、「司法書士・経営コンサル・会計事務所等」は16兆円）ことから、表章項目から削除し、「その他サービス業」に包摂されることとする。
- ・雇用関連については、厚生労働省「雇用動向調査」による入職経路の分類を基本とし、「スポットワーク雇用仲介事業者」を表章項目に追加。詳細は後述（6ページ）。

2. 基準構成比について

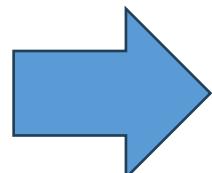
<中間提言(令和7年10月27日)抜粋>

最新の標準産業分類を踏まえつつ、ウォッチャーの業種区分・基準構成比の見直しを進めるとともに、その業種区分・基準構成比の基で試行的な調査(以下「試行調査」という。)の実施を検討すべきである。

- ・基準構成比について、統計の継続性の観点より、家計動向関連：企業動向関連：雇用動向関連 = 7 : 2 : 1 の比率を維持。その内訳である各表章項目については、従来の比率の計算方法を踏まえて算出。具体的には、以下のとおり。
- ・家計動向関連の「小売関連 + 飲食関連 + サービス関連」「住宅関連」の比率は、内閣府「県民経済計算」における家計最終消費支出と民間住宅の比率により算出。「小売関連」「飲食関連」「サービス関連」の比率は、総務省「家計調査」の支出金額により算出。
- ・小売関連の内訳は、経済産業省「商業動態統計」及び総務省「経済センサス」の売上額等を用いて構成比を算出。

現状の表章と構成

小売関連	全国
商店街・一般小売店	19.7%
百貨店	13.6%
スーパー	14.6%
コンビニエンスストア	14.4%
衣料品専門店	8.6%
家電量販店	5.9%
乗用車・自動車備品販売店	12.9%
その他	10.3%
住関連専門店	2.6%



新たな表章と構成

小売関連	全国
商店街・一般小売店	18.2%
百貨店	9.5%
スーパー	14.5%
コンビニエンスストア	11.4%
ドラッグストア	8.1%
衣料品専門店	6.6%
家電量販店	4.5%
乗用車・自動車備品販売店	13.7%
ホームセンター・家具インテリア販売店	5.5%
電子商取引・キャッシュレス決済事業会社	4.0%
その他小売店	4.0%

「商業動態統計」「経済センサス」の売上高比率等により按分

2. 基準構成比について（続）

- ・サービス関連の内訳については、総務省「経済センサス」の関連項目のサービス収入により比率を算出。
- ・企業動向関連の内訳については、内閣府「県民経済計算」の経済活動別県内総生産額から、家計向け生産額を除外した金額により比率を算出。ただし、「製造業」の内訳の比率については、地域によっては県民経済計算により算出できない業種があることから、総務省「経済センサス」の産業別付加価値額により算出。
- ・雇用関連については、まず、後述の方法でスポットワーク雇用仲介事業者とそれ以外の比率を算出（詳細は6ページ）した後、厚生労働省「雇用動向調査」における入職経路別入職者数及び厚生労働省「労働者派遣事業報告の集計結果」の派遣労働者数により比率を算出。
- ・なお、最も細かい分類については、従来も売上額等による基準となる比率を設定しておらず、各地域の調査機関において、当該地域の経済構造等を踏まえつつ、ウォッチャーを委嘱してきた経緯があることから、今回もその方針を維持。
- ・地域別の比率については、県内総生産及び人口を基とする従来の計算方法を踏まえて算出。
- ・新たな業種を加えた構成比による試行調査を実施すべく、関係各所と現在調整中（試行調査を行う場合の詳細設計は10ページ）。

3. 景気に敏感な業種や現行調査でサンプル過小な業種の反映

<中間提言(令和7年10月27日)抜粋>

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や現行調査でサンプルの過小な業種の存在を踏まえるべきである。

- ・サービス関連の「レジャー施設関連」に、産業分類に基づき、集客力のあるレジャー施設として、ライブハウスやイベント会場を含む「映画館、興行場・興行団※」、ボウリング場などを含む「スポーツ施設」を表章項目に追加。
- ・最も細かい分類内においては、基準となる構成比は設定していないものの、「経済センサス」のサービス収入額や地域の景気動向を把握できる者という視点を踏まえた上で、ウォッチャーを委嘱。

全国における主なレジャー施設等におけるサービス収入額

レジャー施設 内訳	全国
観光名所、遊園地、テーマパーク職員	5千3百億円
ゴルフ場経営者・従業員	7千3百億円
パチンコ店経営者・従業員	11兆9千3百億円
競輪・競馬・競艇場職員	3兆2千2百億円
映画館、興行場、興行団従業員	8千8百億円
スポーツ施設従業員	3千7百億円
その他レジャー	1千4百億円

※小分類「映画館」及び「興行場、興行団」の合算。

3. 景気に敏感な業種や現行調査でサンプル過小な業種の反映（続）

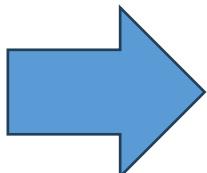
＜中間提言(令和7年10月27日)抜粋＞

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**や現行調査でサンプルの過小な業種の存在を踏まえるべきである。

- 雇用関連に、近年利用が増えている「スポットワーク雇用仲介事業者」を新たに表章項目として追加。その比率については、スポットワーク労働者数が国内計452万人と推計※されていることから、総務省「労働力調査」の役員を除く雇用者数5780万人との比率により、スポットワーク雇用仲介事業者とそれ以外の比率を算出。
- 求人広告については、旧来型の求人情報誌を通じた求人でなく、インターネットを介した求人情報が中心となりつつある状況に鑑み、両者を「求人広告編集者・担当者」に統合。

現状の表章と構成

	全国
人材派遣会社社員・ アウトソーシング企業社員	34.0%
求人情報誌製作会社編集者	14.3%
新聞社[求人広告]担当者	9.4%
職業安定所職員	24.6%
民間職業紹介機関職員	7.4%
学校就業担当者	8.9%
その他雇用の動向を把握できる者	1.5%



新たな表章と構成

	全国
人材派遣会社社員・ アウトソーシング企業社員	24.7%
求人広告編集者・担当者	25.3%
職業安定所職員	18.3%
民間職業紹介機関職員	17.7%
学校就業担当者	7.0%
スポットワーク雇用仲介事業者	7.0%
その他雇用の動向を把握できる者	—

「雇用動向調査」等により按分

「役員を除く雇用者数」と「スポットワーク労働者数」で按分

3. 景気に敏感な業種や現行調査でサンプル過小な業種の反映（続）

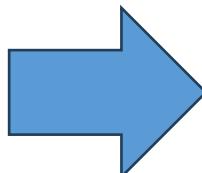
<中間提言(令和7年10月27日)抜粋>

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や現行調査でサンプルの過小な業種の存在を踏まえるべきである。また、従来からの、景気に敏感なウォッチャーの視点の重要性も考慮すべきである。

- ・景気に敏感な業種の声を拾うという景気ウォッチャーの理念に基づき、飲食関連では、従来より、例えば、レストランを「高級レストラン」と「一般レストラン」に分けていたが、現状の区分を維持。
- ・同様に、サービス関連の「旅行・交通関連」でも、従来より、ホテル・旅館を「観光型ホテル・旅館」と「都市型ホテル・旅館」に分けていたが、現状の区分を維持。その上で、近年は、インバウンドや代理店を通さない国内旅行も増えており、既存の区分ではどこにも当てはまらないウォッチャー（空港施設職員など）の声を拾うため、「その他旅行・交通関連の動向を把握できる者」を「旅行・交通関連」の表章項目として追加。
- ・その他、「タクシー運転手」など、既存の景気に敏感なウォッチャーの区分も維持する。

現状の表章

旅行・交通関連
観光型ホテル・旅館経営者・スタッフ
都市型ホテル・旅館経営者・スタッフ
旅行代理店経営者・従業員
タクシー運転手



新たな表章

旅行・交通関連
観光型ホテル・旅館経営者・スタッフ
都市型ホテル・旅館経営者・スタッフ
旅行代理店経営者・従業員
タクシー運転手
その他旅行・交通の動向を把握できる者

4. 近年伸びている業種・全国チェーン店等の反映

<中間提言(令和7年10月27日)抜粋>

近年伸びている消費者向けECやオンライン決済サービス、売上や店舗数を大きく伸ばしている全国チェーン店等の関係者にも、ウォッチャーの委嘱を働きかけるべきである。その際、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踏まえ、景況感を捕捉できる事業者に委嘱を検討すべきである。

- ・「近年伸びている消費者向けECやオンライン決済サービス」として、「電子商取引・キャッシュレス決済事業会社」を新たに小売関連の表章項目として追加。
- ・「売上や店舗数を大きく伸ばしている全国チェーン店等の関係者」への働きかけについては、具体的な企業について、調査機関とも相談のうえ、内閣府からも働きかけを行う。
- ・地域の環境の変化も踏まえて、景況感を捕捉できる事業者をウォッチャーに委嘱するよう、調査機関において、ウォッチャー選定時に十分配慮。

新たな表章

電子商取引・キャッシュレス決済事業会社

電子商取引事業・キャッシュレス決済事業会社経営者・従業員

5. サンプルの抜本的拡充

<中間提言(令和7年 10月 27日)抜粋>

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や現行調査でサンプルの過小な業種の存在を踏まえるべきである。

(略)

地域別・業種別ではサンプルが小さい地域・業種が存在することもあり、地域別・業種別も含めた調査の精度向上、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、サンプルの抜本的拡充を図るべきである。

- ・新たな構成比の算出に当たっては、最新の統計データを踏まえつつも、現状で過小と考えられる沖縄地域、農林水産業のサンプルサイズを拡充するよう調整。
- ・サンプルサイズの拡充を図るべく、関係各所と現在調整中。

6. 試行調査について

＜中間提言（令和7年10月27日）抜粋＞

試行調査を実施する場合は、過去のデータとの連續性、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である。また、試行調査の公表の在り方を検討すべきである。

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、試行調査におけるウォッチャー確保に支障をきたすことがないよう工夫すべきである。

- ・試行調査を行う場合、本調査の公表の速報性やコメント量等に影響を及ぼさないよう配慮するとともに、また、試行調査そのもののコメント量等も本調査と同程度の質を確保。なお、試行調査は2年程度の実施を予定しており、その後、本調査と統合。試行調査に基づく結果の公表については、
 - ①仕様にあった回答となっているかを確認するなど、調査の質を担保した上で、相当程度（数か月）の準備期間を置いて公表し、その後は、本調査の公表後、一定の期間（2週間程度）を置き、毎月公表する案、
 - ②初回から本調査の公表後、一定の期間（2週間程度）を置き毎月公表する案のいずれかで関係各所と調整する方針。なお、いずれの案においても、調査機関が慣れるにいたがって、徐々に前倒し、本調査に統合。
- ・また、ウォッチャー確保に支障をきたさないよう、調査機関とも相談のうえ、内閣府からも新たに表章項目として追加した業種の企業等に依頼を行う他、新たなウォッチャー確保のために、試行調査開始まで半年程度の準備期間を設定。

7. その他の指摘事項について

<中間提言(令和7年10月27日)抜粋>

ユーザーの利便性を高めるため、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、個人情報保護に留意しつつ個票データの利用度を高めるための環境整備などを実施すべきである。

景気ウォッチャー調査の認知度、利用度を高めるため、調査の概要、地域別・分野別構成、回答率の推移等のホームページへの掲載や、本調査の結果を利用して、AIを活用したテキスト分析やパネルデータ分析を地域課題分析レポート等で行うなどの付加価値をつけた公表を検討すべきである。

- ・文字コードの統一は既に対応済。
- ・その他、各年単位のファイルの掲載、個票データ利用のための環境整備、調査の概要や回答率推移等のホームページ掲載は、内閣府において準備でき次第対応。
- ・景気ウォッチャー調査の結果を利用したパネルデータ分析等は、今後地域課題分析レポート等において実施。

7. その他の指摘事項について（続）

＜中間提言（令和7年10月27日）抜粋＞

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、調査の活用状況についてウォッチャーへの情報提供、調査日数の検討など、ウォッチャーのモチベーションをさらに高め、回答率の維持・向上に資する取組を進めるべきである。

ウォッチャーの選定に当たっては、その地域の景況感をよくみている方々・事業者であることを考慮しながら選定すべきである。

- ・ウォッチャーの表彰は、内閣府において詳細を今後検討。ウォッチャーへの情報提供については、内閣府より各ウォッチャーに配布する「景気ウォッチャーNEWS」において、本調査が月例経済報告や経済財政諮問会議資料において活用された事例紹介を既に実施もしており、今後もこうした情報提供を随時実施するとともに、その内容をホームページに掲載することも検討。
- ・調査日数については、4月の最短営業日数が3日間（「6日間」－「土、日、祝日」）であり、その場合は調査機関での回収作業等に大きな負担は生じていないことから、最低限3営業日を確保できるよう、2営業日以下となる月（2月、12月に生じうる）は調査開始日を前倒し。