

試行調査及び
前回研究会の議論を受けた構成比見直しについて

令和8年5月25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. 試行調査について

総務省より承認されたことを受け、以下のとおり実施。

- ◆ 実施期間 令和8年10月調査～令和11年3月調査
- ◆ 調査客体数 既存の本体調査とあわせて3,000人(追加は950人)
- ◆ 調査期間 毎月25日～月末
ただし、25日から月末までで3営業日に満たない月は、
3営業日を確保するよう調査期間を設定（本体調査も同様）
- ◆ 調査結果の公表方法及び期日
集計結果は内閣府ホームページで公表
初回は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、相当程度の準備期間を置いて公表
(その後は、一定の期間を置きながら公表。調査機関が慣れるにしたがって徐々に前倒し)

2-1. 基準構成比について

<議事概要(令和7年 12 月 15 日)抜粋>

基準構成比の計算で、経済センサスは2021年を使用しているとのことだが、コロナ禍の影響が残っており、調整が必要ではないか。

- ◆家計動向関連のうち、小売関連の一部項目、サービス関連、企業動向関連のうち製造業の構成比率算出に当たり、「2021年経済センサス」を使用。
- ◆「経済センサス」の中間年を埋める統計である「経済構造実態調査」の関連項目の販売額等の伸び(2020年から2023年の伸び)を踏まえて、構成比率を再計算。
- ◆ただし、再計算に当たっては以下の点を考慮、
 - ・小売関連とサービス関連の販売額・収入額の計算に当たっては、「経済構造実態調査」では利用できる地域別データがないため、全国の各業種の伸びで各地域の同業種の販売額等を一律延伸。
 - ・製造業のうち石油製品・石炭製品製造業の付加価値額の計算に当たっては、原油価格高騰の影響を受けて地域によっては2022・2023年の付加価値額が極めて小さくなるため、2016～2019年の全国の伸びで2019年の各地域の付加価値額を一律延伸。

2-2. 基準構成比について

- ◆「経済構造実態調査」を踏まえて、「2021年経済センサス」を延伸した結果、
- ・小売関連販売額に占める「電子商取引関係（通信・カタログ販売とインターネット販売の合計額）」の全国の比率が1割程度（※）、
 - ・サービス関連収入に占める「旅行・交通関連」の全国の比率が5割程度、
 - ・製造業付加価値額に占める「輸送用機械器具製造業」の全国の比率が2割程度、に上昇。

※「商店街・一般小売店」「百貨店」「その他小売店」を除く。

経済構造実態調査等を踏まえて延伸した2023年の各業種の販売額等の比率

小売関連

	延伸前	2023に延伸
スーパー	21.6%	18.9%
コンビニエンスストア	16.3%	14.2%
ドラッグストア	11.3%	9.8%
衣料品専門店	9.4%	9.8%
家電量販店	5.9%	5.1%
乗用車・自動車備品販売店	21.0%	23.8%
ホームセンター・家具インテリア販売店	7.6%	6.8%
電子商取引・キャッシュレス決済事業会社	6.8%	11.5%
計	100.0%	100.0%

サービス関連

	延伸前	2023に延伸
旅行・交通関連	43.0%	55.7%
通信会社	14.0%	9.3%
レジャー施設関連	25.0%	22.6%
その他サービス	18.1%	12.4%
計	100.0%	100.0%

企業動向関連(製造業)

	延伸前	2023に延伸
食料品製造業	13.5%	12.1%
繊維工業	1.4%	1.4%
家具及び木材木製品製造業	1.7%	1.6%
パルプ・紙・紙加工品製造業	2.3%	2.0%
出版・印刷・同関連産業	2.2%	2.0%
化学工業	11.9%	10.7%
石油製品・石炭製品製造業	1.6%	0.9%
プラスチック製品製造業	4.8%	4.4%
窯業・土石製品製造業	3.4%	3.1%
鉄鋼業	2.8%	3.6%
非鉄金属製造業	2.3%	2.3%
金属製品製造業	6.2%	5.8%
一般機械器具製造業	14.1%	14.5%
電気機械器具製造業(精密機械を含む)	13.8%	14.2%
輸送用機械器具製造業	14.8%	18.2%
その他製造業	3.2%	3.2%
計	100.0%	100.0%

2-3. 基準構成比について

- ◆上記販売額等比率に応じて、小売関連のうち「電子商取引・キャッシュレス決済事業会社」、サービス関連のうち「旅行・交通関連」、製造業のうち「輸送用機械器具製造業」の構成比率を前回研究会でお示した案から引上げ。
- ◆ただし、構成比の再計算に当たっては、「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」、「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」という提言（注）を踏まえ、現行調査の既存のウォッチャーの数が減ってしまう業種がないよう調整。

（注）令和7年10月27日景気ウォッチャー調査研究会中間提言

小売関連(※)

小売関連	第6回時点	今回
スーパー	21.2%	20.5%
コンビニエンスストア	16.7%	16.3%
ドラッグストア	11.9%	11.5%
衣料品専門店	9.7%	9.7%
家電量販店	6.5%	6.5%
乗用車・自動車備品販売店	20.1%	20.1%
ホームセンター・家具インテリア販売店	8.1%	8.1%
電子商取引・キャッシュレス決済事業会社	5.8%	7.3%
計	100.0%	100.0%

サービス関連

サービス関連	第6回時点	今回
旅行・交通関連	41.7%	49.4%
通信会社	17.0%	14.9%
レジャー施設関連	24.6%	22.2%
その他サービス	16.7%	13.5%
計	100.0%	100.0%

企業動向関連(製造業)

製造業	第6回時点	今回
食料品製造業	12.5%	11.8%
繊維工業	3.1%	2.8%
家具及び木材木製品製造業	2.4%	2.4%
パルプ・紙・紙加工品製造業	2.4%	2.1%
出版・印刷・同関連産業	4.5%	4.5%
化学工業	9.4%	9.1%
石油製品・石炭製品製造業	1.0%	1.0%
プラスチック製品製造業	4.9%	4.9%
窯業・土石製品製造業	4.9%	4.9%
鉄鋼業	3.1%	3.1%
非鉄金属製造業	2.8%	2.8%
金属製品製造業	7.0%	7.0%
一般機械器具製造業	12.2%	12.2%
電気機械器具製造業(精密機械を含む)	13.2%	13.2%
輸送用機械器具製造業	12.2%	13.9%
その他製造業	4.2%	4.2%
計	100.0%	100.0%

※「商店街・一般小売店」「百貨店」「その他小売店」を除く。