

短観における「経済センサス」を用いた標本設計の見直しについて

日本銀行調査統計局 塩谷 匡介

1. 短観について

日本銀行では、全国の企業動向を的確に把握し、金融政策の適切な運営に資することを目的に「全国企業短期経済観測調査」（以下、短観）の集計・公表を行っている。短観は、1957年に調査（主要企業短期経済観測調査＜主要短観＞）を開始した国内外でも最も歴史の古いビジネスサーベイ（企業活動の実態調査）の一つで、日本銀行の景気判断の重要な材料の一つとなっているほか、国内の景気動向を把握する有用な統計として、幅広いユーザーから高い評価を得ている。

2. 標本設計の見直し

短観は、総務省・経済産業省の実施する「経済センサス」に基づく母集団（全国の金融機関を除く資本金2千万円以上の企業）のうち、約11,000社を抽出して調査するサンプル調査である。調査対象企業については、経済実態をできるだけ正確に把握するため、母集団情報の更新に合わせ、定例的に見直しを行っている。

日本銀行では、今回の調査対象企業の見直しにおいて、経済センサスから得られる計数情報を利用して、短観の標本設計方法を改善することを検討している。すなわち、層化抽出の軸として、現状は企業の業種、資本金額に加えて雇用者数を用いているが、雇用者数に替えて経済センサスで利用可能となった売上高を用いることが考えられる。

短観は、売上高に統計精度の目標を設定しており、売上高を層化抽出の軸として用いれば、雇用者数と比較して層化抽出の効率が改善し、同じサンプル数でも統計精度の改善が期待できる。また、売上高は、短観ユーザーの注目度が高い設備投資額とも相関が高いため、層化抽出の軸を売上高に変更することによって、設備投資額の統計誤差を縮小させることも可能となる。本稿では、こうした統計精度の改善効果を「平成24年経済センサス-活動調査」の個票データを用いて定量的に示す。