

平成 24 年 3 月 26 日
物 価 統 計 室

平成 25 年以降の消費者物価指数への新たな品目の追加等の検討について（案）

1 概要

消費者物価指数の精度をより高めるため、平成 12 年基準から、次回の基準改定までの間に急速な普及や衰退のあった財・サービスに関し、次の基準改定を待たずに品目の追加・廃止等を行ってきた。平成 22 年基準改定計画において、「平成 22 年基準でもこの方針を継続し、中間年（平成 25 年）以降の指数について新たな品目の追加等が必要かどうかを検討」することとしている。今回、品目の追加等の必要性について検討を行った。

2 追加検討品目

（1）家計調査結果による分析

家計調査結果でみると、新たに指数に追加する必要のある品目はなかった。

平成 22 年基準における品目選定の参考とした平成 20 年以降の結果を分析

（2）家計調査の結果からは把握できないが、一般的に普及が著しいと言われているもので検討を要する品目

（ア）高機能携帯電話機（スマートフォン）

従来型の携帯電話機は通話や電子メールが中心のツールであるのに対し、スマートフォンは多様なアプリを搭載でき、よりパソコンに近い使われ方がなされ、通話よりも通信に重点が置かれるものであり、従来型の携帯電話機とは性質が異なるものであることから、分離して検討する必要がある。

このことから、スマートフォン関連の品目として、携帯電話機、携帯電話通信料の 2 品目について、今回の対応を検討することとした。

携帯電話機

平成 23 年 12 月の月間携帯電話販売台数に占めるスマートフォンの割合は 77.0%を占めるに至っており、販売台数の推移からみても、今後もスマートフォンの急速な普及が予測される。一方、従来型の携帯電話機についても高機能を必要としないユーザー又は子供やシニアなどの特定ユーザーを対象とした機種などの需要は依然残ることが想定される。

また、従来型携帯電話機とスマートフォンでは新機種の発売周期が異なることから、価格の変動傾向も異なる。

そのため、従来型の携帯電話機にスマートフォンを合成することにより、携帯電話機の価格指数を作成することとする。

携帯電話通信料

平成 23 年 3 月末の携帯電話全体に占めるスマートフォン契約比率は 8.8%となっており、従来型の携帯電話機の契約割合が依然として高いものの、スマートフォンの契約数が急速に増加し

ている。また、従来型携帯電話機とスマートフォンでは、パケット通信料の価格設定が異なることなどから、従来型とスマートフォン両方の価格推移をみる必要がある。

そのため、現行の携帯電話通信料にスマートフォンの通信料を合成することにより品目別価格指数を作成することとする。

(イ) その他

タブレット端末、電子書籍について、市場が拡大していることから、追加品目として検討を行ったが、いずれもパソコンなどと比べて普及していないため、現時点で指数品目として取り入れる必要はないと考える。今後も普及が見込まれることから動向をみて、次回基準改定時（平成27年）に向けて検討することとする。

3 廃止検討品目

平成20～23年の家計調査結果から代表性が急速に失われているような品目はなかったため、今回の見直しにおいて、指数品目の廃止は行わないこととする。

4 変更時期

今回の見直しにおけるモデル式の変更等は、平成25年1月に行う。

なお、今回の見直しは、品目の改廃を伴わないため、ウエイトの分割等は行わない。

5 今後の予定

平成24年8月	パブコメ開始
11月	パブコメ結果公表
25年1月	中間年見直しによる指数結果の公表

〔参考〕過去の中間年における見直し

平成12年基準（平成15年1月から）

追加した品目：プリンタ、インターネット接続料

廃止した品目：ワープロ

合成した品目：カメラ（従来のフィルムカメラとデジタルカメラで合成）

平成17年基準（平成20年1月分から）

追加した品目：ビール風アルコール飲料、電気洗濯機（洗濯乾燥機）、家庭用ゲーム機（携帯型）

整理統合した品目：テレビ（ブラウン管）、オーディオ記録媒体

合成した品目：固定電話通信料（従来の加入電話とIP電話で合成）