

小売物価統計調査関連分析 民間データを用いた店舗形態別価格等に関する分析結果 —2020年（令和2年）—

本資料は、「小売物価統計調査（構造編）」の結果に代わり、民間データ（POSデータ、ネット販売サイト等から得られる情報）を集計し、店舗形態別価格等に関する分析結果を取りまとめたものです。

（目次）

	ページ
I 店舗形態別価格（食料品及び日用品）	1
II 販売経路（ネット販売・実店舗販売）別価格（食料品及び日用品）	17
III 商品規格別価格（家庭用電化製品及びその関連商品）	18
IV 付録	20

I 店舗形態別価格（食料品及び日用品）

ここでは、店舗形態の違いによる比較が可能な食料品（6品目14商品）及び日用品（8品目18商品）について、2020年における店舗形態別の価格水準や価格分布について確認する。

1. 食料品

店舗形態別の価格水準の傾向をみると、コンビニが最も高く、2位がスーパー、3位がドラッグストア又は量販専門店となっている商品が多い（表1-1の「●」）。

また、店舗形態別にみた価格分布の傾向をみると、コンビニのみ価格のばらつきが小さく、他の店舗形態では、ばらつきがみられる商品が多い（表1-1の「▲」）。

表1-1 商品別価格水準及び価格分布の傾向（食料品）

品目（銘柄）	商品		価格水準の傾向	価格分布の傾向
食パン	種類別	①6枚切り		▲
		②5枚切り		▲
カップ麺	サイズ別	①レギュラー		▲
		②ミニ	●	▲
		③ビッグ	●	▲
牛乳	種類別	①成分無調整牛乳	●	▲
		②調整牛乳	●	▲
チョコレート （板チョコ）	種類別	①ミルク	●	▲
		②ブラック	●	▲
アイスクリーム （カップ入り）	種類別	①アイスクリーム	●	▲
		②ラクトアイス	●	▲
		③氷菓	●	▲
茶飲料（500～525mL ペットボトル入り）	機能性別	①緑茶	●	
		②トクホ緑茶	●	

- ：コンビニ ≧ スーパー ≧ ドラッグストア又は量販専門店の順に価格水準が高い傾向にある。
▲：コンビニの価格分布のみばらつきが小さい傾向にある。

(1) 食パン

2020年の年間最多販売商品（①6枚切り）及び同シリーズの別商品（②5枚切り）について、店舗形態別価格水準（スーパーの平均価格=100。以下同じ。）をみると、いずれも同様の傾向となっている。しかしながら、他の多くの品目では最も高い店舗形態がコンビニである一方で、食パンでは、スーパーが最も高くなっている（図1-1）。

店舗形態別価格分布（10%点、25%点、50%点、75%点及び90%点。以下同じ。）をみると、いずれの商品でも大きな違いはみられない。コンビニのみ価格水準のばらつきが小さくなっており、10%点及び90%点が同じ値となっている。この値がスーパーの50%点と同程度となっていることから、スーパーはコンビニと比べ平均価格は高いものの、半数程度がコンビニより安い価格で販売している状況がうかがえる（図1-2）。

図1-1 店舗形態別価格水準（種類別）

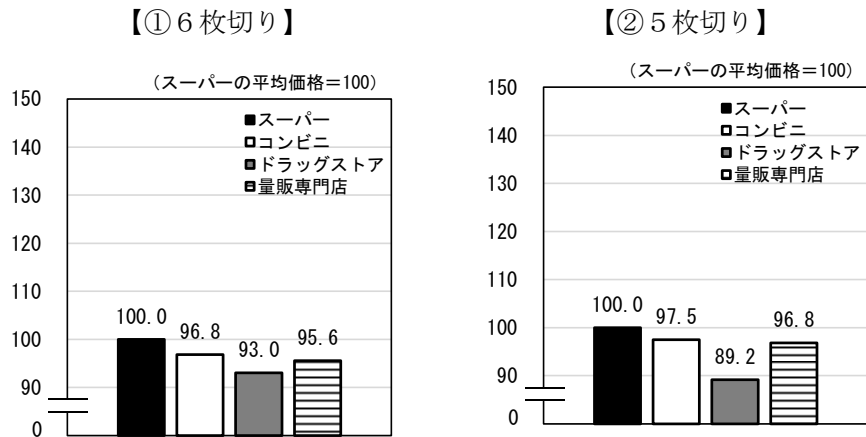
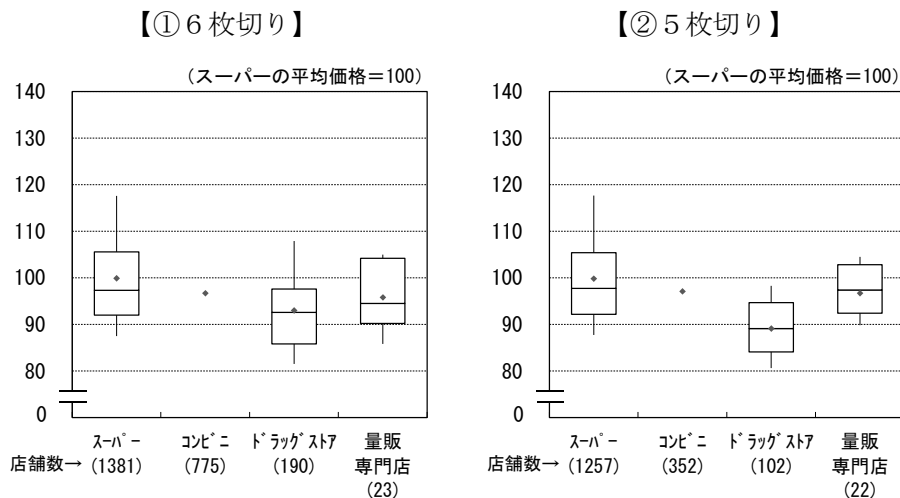


図1-2 店舗形態別価格分布図（種類別）



価格分布図の見方は、22 ページ参照

(2) カップ麺

2020年の年間最多販売商品(①レギュラー)及び同シリーズの別商品(②ミニ及び③ビッグ)について、店舗形態別価格水準をみると、コンビニが最も高く、次いで、①レギュラーでは量販専門店が、②ミニ及び③ビッグではスーパーがそれぞれ高くなっている。特に、コンビニの①レギュラーは、スーパーの平均価格を100として133.3と突出している。

他の品目と比較すると、①レギュラーについては、ドラッグストア及び量販専門店よりもスーパーの方が安くなっている(図2-1)。

店舗形態別価格分布をみると、他の品目と同様に、いずれの商品においてもコンビニのみばらつきが小さくなっている(図2-2)。

図2-1 店舗形態別価格水準(サイズ別)

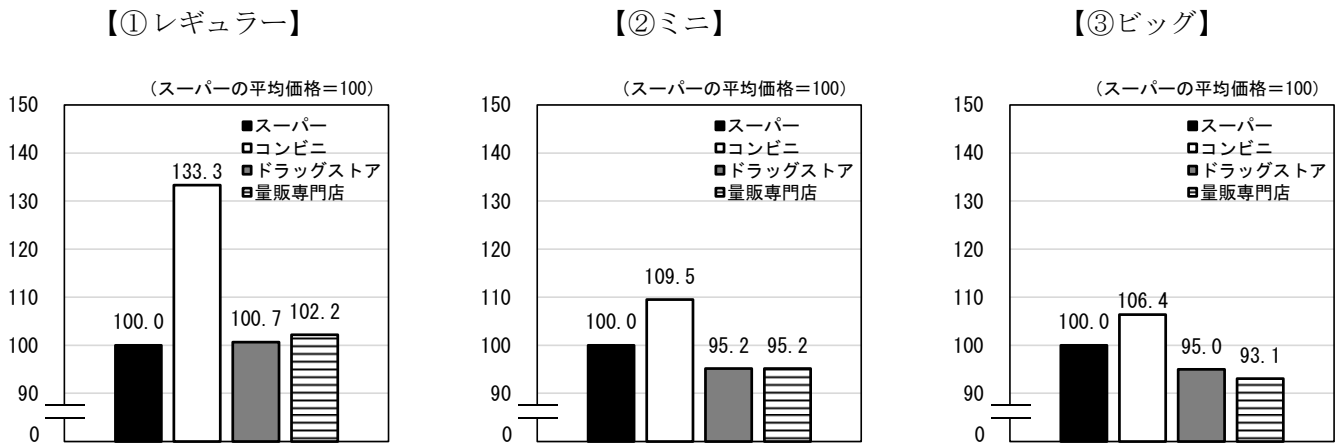
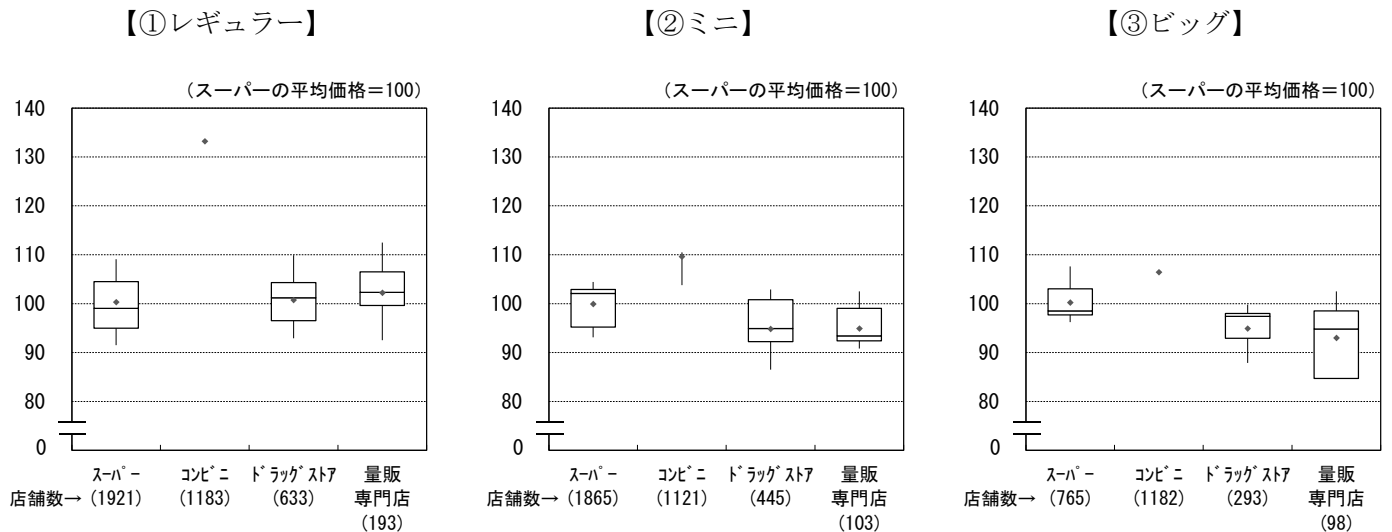


図2-2 店舗形態別価格分布図(サイズ別)



(3) 牛乳

900～1,000mL入り①牛乳（成分無調整牛乳）及び②成分調整牛乳それぞれの2020年における年間最多販売商品について、店舗形態別価格水準をみると、他の品目と同様に、いずれの商品もコンビニが最も高く、次いでスーパーの順に高い傾向となっている（図3-1）。

店舗形態別価格分布をみると、他の品目と同様に、いずれの商品においてもコンビニのみばらつきが小さくなっている（図3-2）。

図3-1 店舗形態別価格水準（種類別）

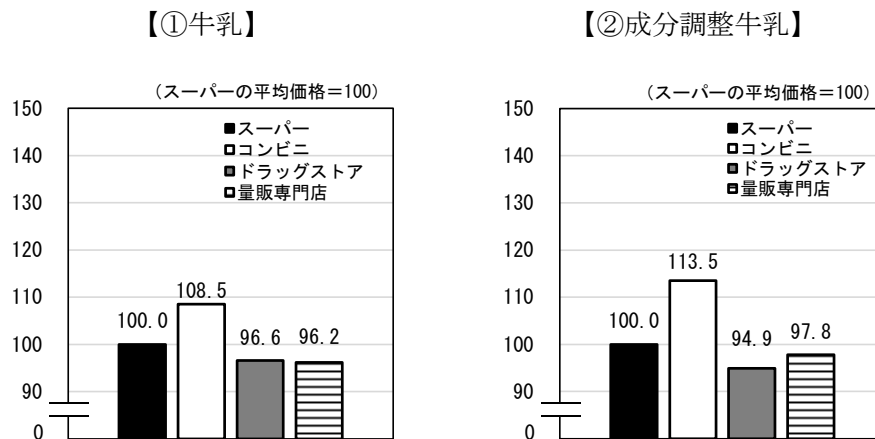
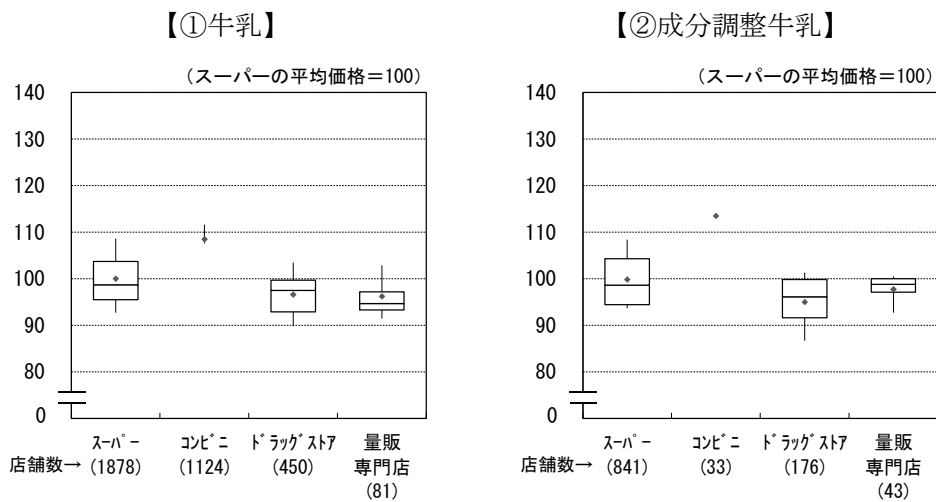


図3-2 店舗形態別価格分布図（種類別）



(4) チョコレート

2020年の年間最多販売商品（①板チョコ・ミルク）及び同シリーズの別商品（②板チョコ・ブラック）について、店舗形態別価格水準をみると、他の品目と同様に、いずれの商品もコンビニが最も高く、次いでスーパーの順に高い傾向となっている（図4-1）。

店舗形態別価格分布をみると、他の品目と同様に、いずれの商品においてもコンビニのみばらつきが小さくなっている（図4-2）。

図4-1 店舗形態別価格水準（種類別）

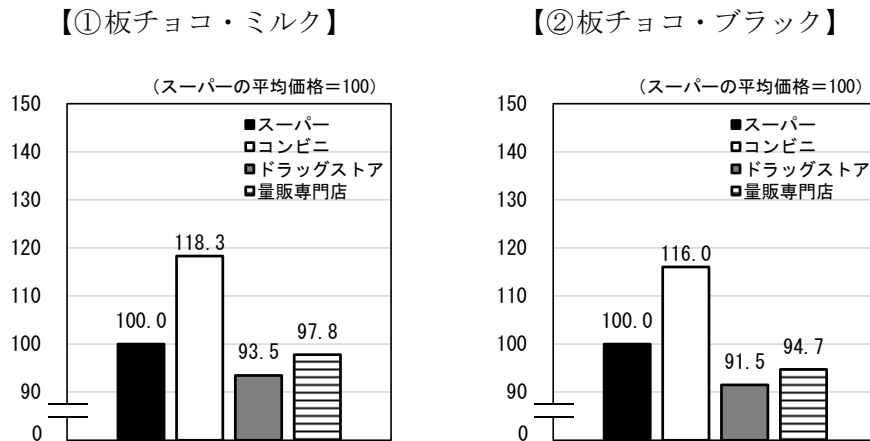
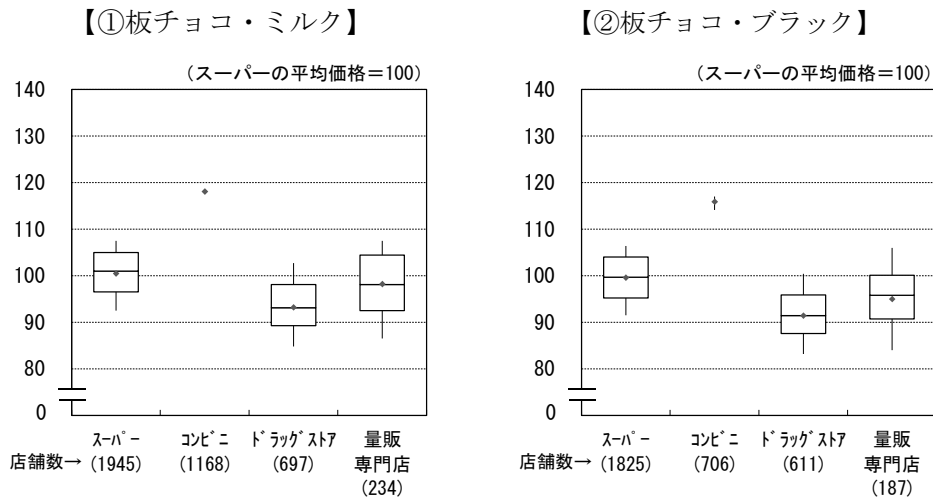


図4-2 店舗形態別価格分布図（種類別）



(5) アイスクリーム

一般にアイスクリームと呼ばれる製品には、含まれる成分(乳固形分及び乳脂肪分)により、アイスクリーム、アイスマルク、ラクトアイス及び氷菓の4種類[※]がある。

このうち、カップ入りの①アイスクリーム、②ラクトアイス及び③氷菓それぞれの2020年における年間最多販売商品について、店舗形態別価格水準をみると、他の品目と同様に、いずれの商品もコンビニが最も高くなっている。特に、①アイスクリーム及び②ラクトアイスは、いずれもスーパーの平均価格を100として140.0と突出している(図5-1)。

店舗形態別価格分布をみると、他の品目と同様に、いずれの商品においてもコンビニのみばらつきが小さくなっている(図5-2)。

図5-1 店舗形態別価格水準(種類別)

【①アイスクリーム】

【②ラクトアイス】

【③氷菓】

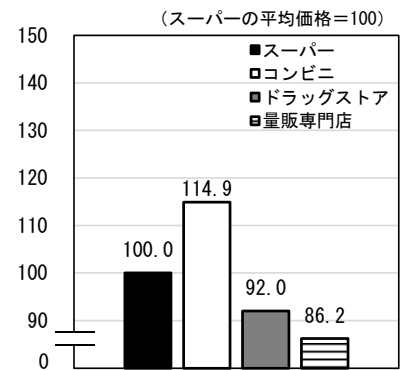
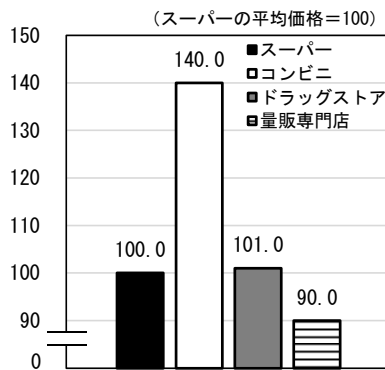
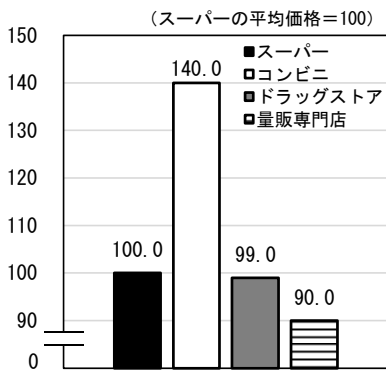
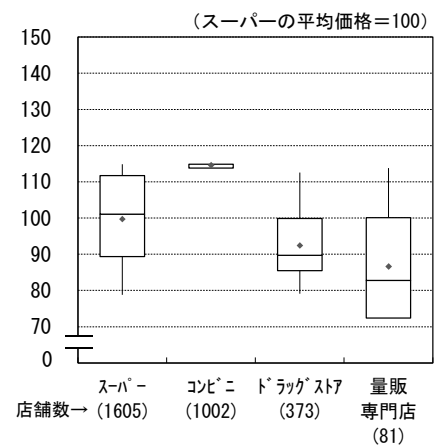
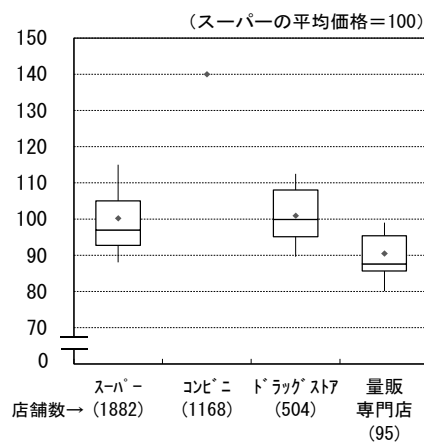
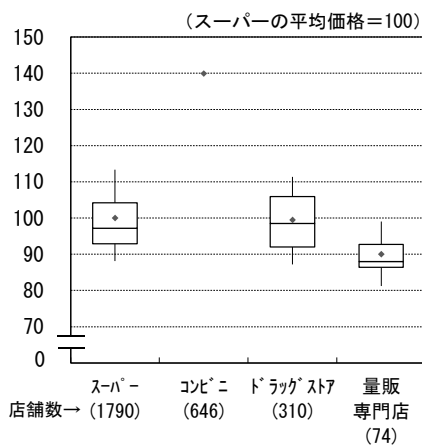


図5-2 店舗形態別価格分布図(種類別)

【①アイスクリーム】

【②ラクトアイス】

【③氷菓】



※ アイスクリームは乳固形分15.0%以上(うち乳脂肪分8.0%以上)のもの、アイスマルクは乳固形分10.0%以上(うち乳脂肪分3.0%以上)のもの、ラクトアイスは乳固形分3.0%以上のものをいい、これ以外のものを氷菓という。

(6) 茶飲料

500～525mLペットボトル入りの①緑茶（特定保健用食品等ではない通常の緑茶）及び②トクホ緑茶（特定保健用食品の緑茶）それぞれの2020年における年間最多販売商品について、店舗形態別価格水準をみると、①緑茶ではスーパーの平均価格を100としてコンビニが154.9と突出して高くなっているのに対し、②トクホ緑茶ではコンビニは他の店舗形態と同程度となっている（図6-1）。

店舗形態別価格分布をみると、他の品目と比べて①緑茶はコンビニのばらつきが大きくなっており、②トクホ緑茶はコンビニだけでなく全ての店舗形態でばらつきが小さくなっている。このことから、②トクホ緑茶はどの店舗でも同程度の価格で販売されている状況がみてとれる（図6-2）。

図6-1 店舗形態別価格水準（機能性別）

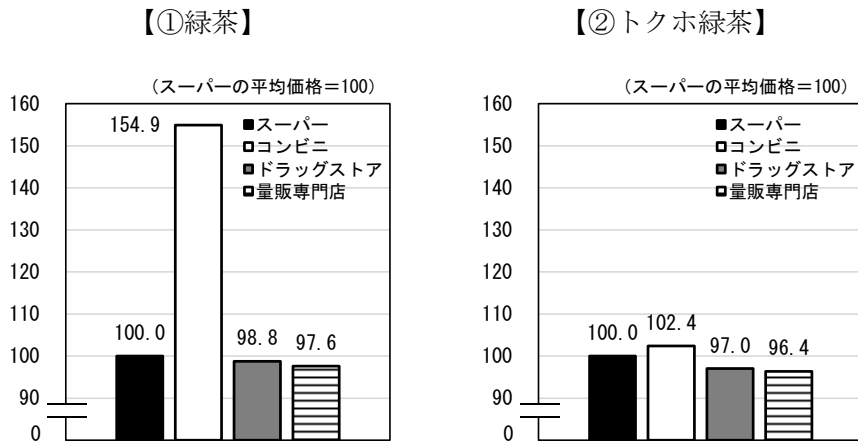
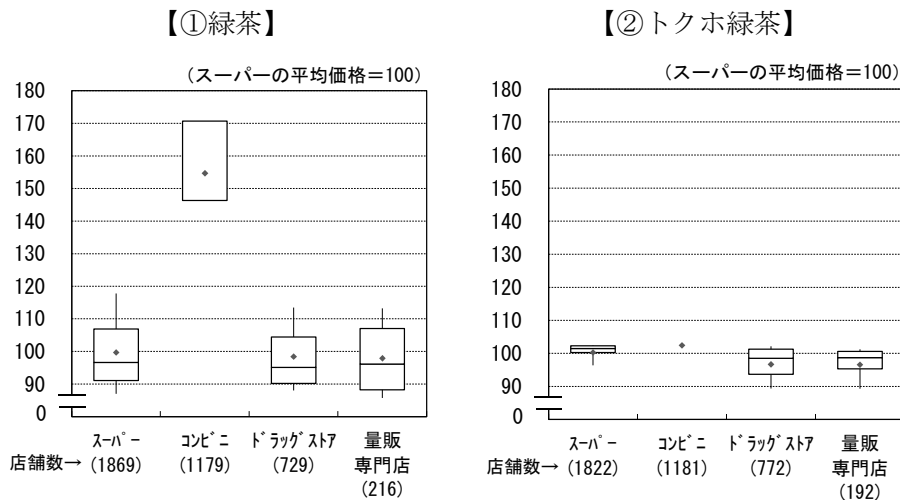


図6-2 店舗形態別価格分布図（機能性別）



2. 日用品

店舗形態別[※]の価格水準の傾向をみると、スーパーが最も高く、2位がドラッグストア、3位が量販専門店となっている商品が多い（表1-2の「●」）。

また、店舗形態別にみた価格分布については、食料品と同様に、コンビニ以外の店舗形態では、価格のばらつきがみられる商品が多い（表1-2の「▲」）。

表1-2 商品別価格水準及び価格分布の傾向（日用品）

品目（銘柄）	商品	価格水準の傾向	価格分布の傾向
ラップ	サイズ別	①幅22cm×長さ50m	▲
		②幅22cm×長さ20m	●
		③幅30cm×長さ50m	●
ティシュペーパー	組数別	①150組×5箱	●
		②160組×5箱	●
		③180組×5箱	●
トイレットペーパー	種類別	①ダブル・30m	●
		②シングル・60m	●
洗濯用洗剤 （液体・詰め替え）	容量別	①770g入り	▲
		②1,350g入り	▲
芳香・消臭剤	売れ筋	①売れ筋	●
		②準売れ筋	●
マスク（7枚入り）	売れ筋	①売れ筋	●
		②準売れ筋	▲
石けん	形態別	①化粧石けん	●
		②液体石けん	●
歯磨き （練り歯磨き）	売れ筋	①売れ筋	●
		②準売れ筋	●

●：スーパー、ドラッグストア及び量販専門店の価格水準をみると、スーパー ≧ ドラッグストア ≧ 量販専門店の順に高い傾向にある。

▲：スーパー、ドラッグストア及び量販専門店の価格分布をみると、ばらつきがみられる傾向にある。

※ 日用品は、原則として、スーパー、ドラッグストア及び量販専門店の価格を分析する。ただし、洗濯用洗剤及びマスクは、これに加え、コンビニの価格も分析する。

(1) ラップ

2020年の年間最多販売商品（①幅22cm×長さ50m）、同シリーズの長さ違いの商品（②幅22cm×長さ20m）及び幅違いの商品（③幅30cm×長さ50m）について、店舗形態別価格水準をみると、いずれの商品においても量販専門店が最も低くなっている。また、他の品目と比較すると、①幅22cm×長さ50mについては、スーパーよりもドラッグストアの方が高くなっている（図7-1）。

店舗形態別価格分布をみると、①幅22cm×長さ50mについて、量販専門店のばらつきが比較的大きくなっている（図7-2）。

図7-1 店舗形態別価格水準（サイズ別）

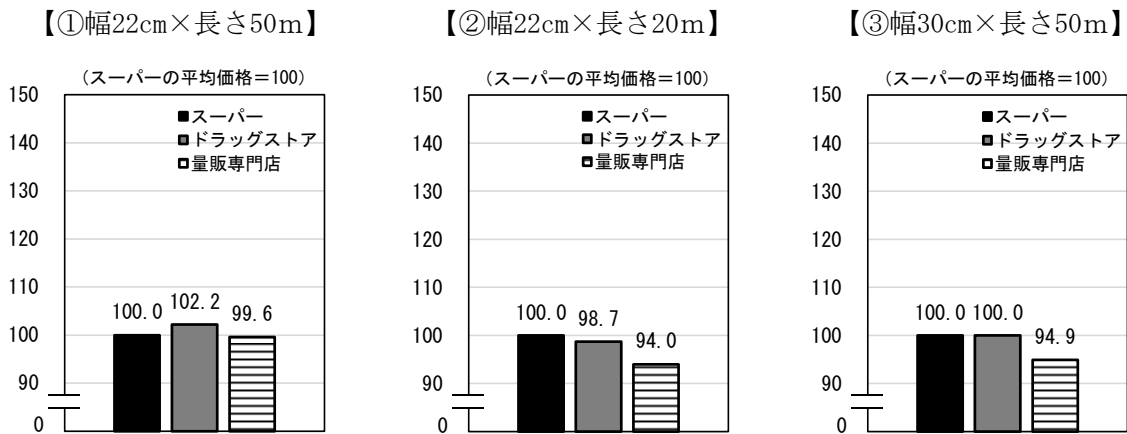
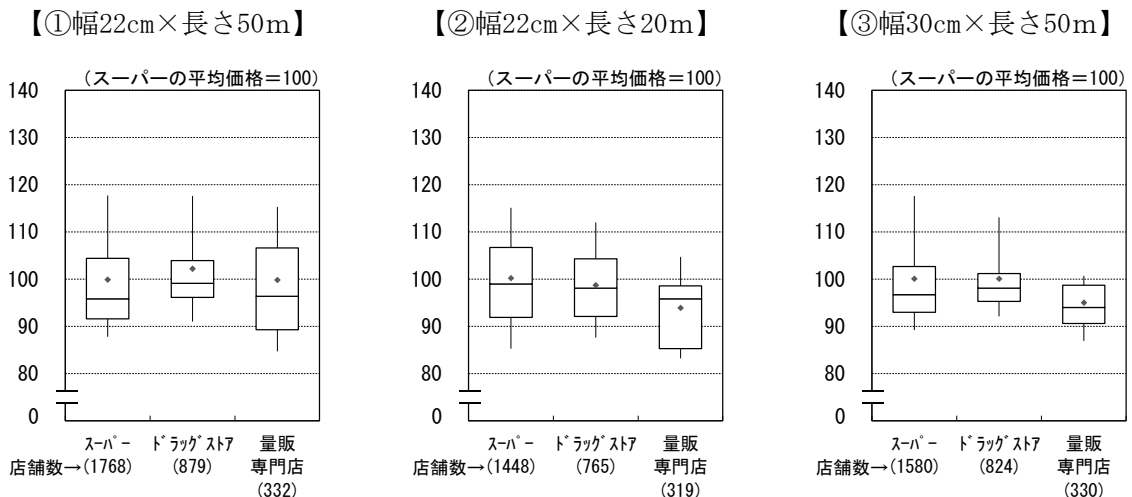


図7-2 店舗形態別価格分布図（サイズ別）



(2) ティッシュペーパー

①150組 (300枚) × 5 箱、②160組 (320枚) × 5 箱及び③180組 (360枚) × 5 箱それぞれの2020年における年間最多販売商品について、店舗形態別価格水準をみると、他の品目と同様に、いずれの商品もスーパーが最も高く、次いでドラッグストア、量販専門店の順に高い傾向となっている (図8-1)。

店舗形態別価格分布をみると、他の品目と同様に、いずれの商品においてもばらつきがみられる (図8-2)。

図8-1 店舗形態別価格水準 (組数別)

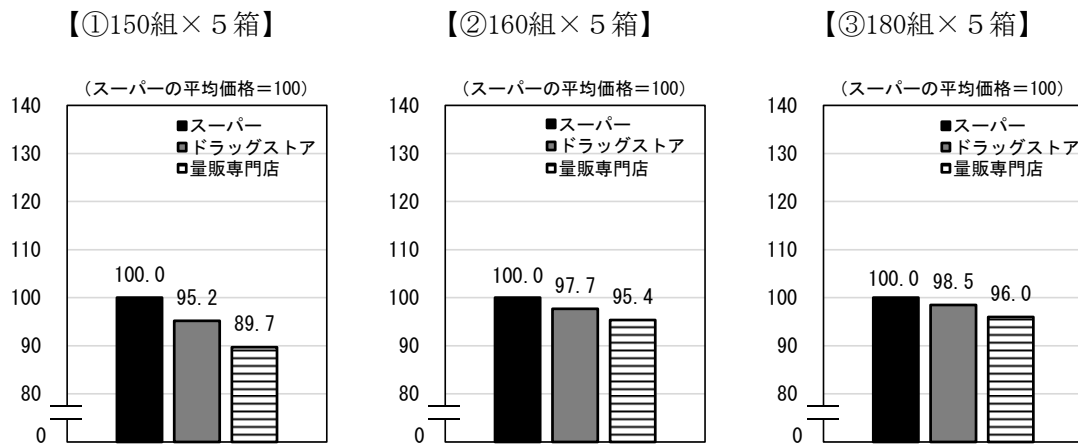
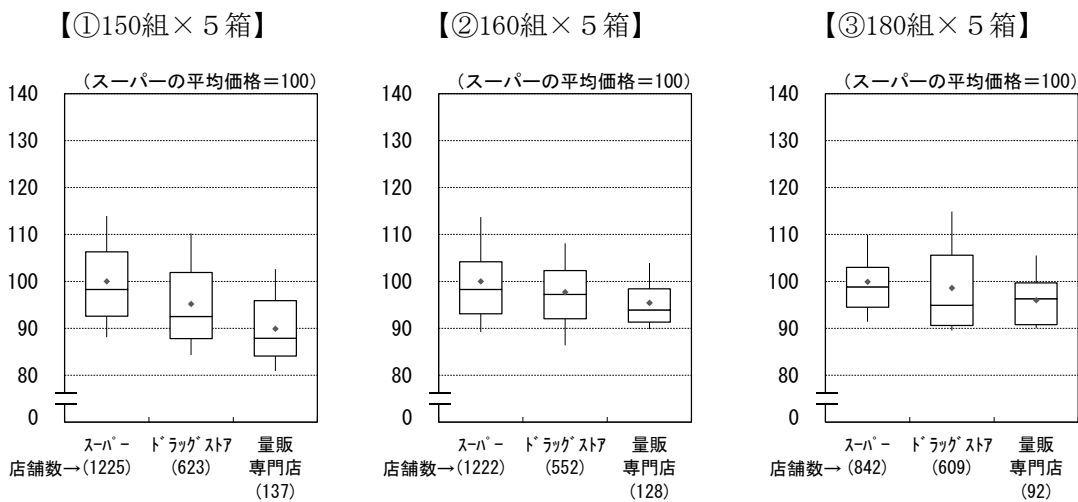


図8-2 店舗形態別価格分布図 (組数別)



(3) トイレットペーパー

2020年の年間最多販売商品（①ダブル・30m）及び同シリーズの別商品（②シングル・60m）について、店舗形態別価格水準をみると、いずれも同様の傾向となっており、スーパーが最も高く、ドラッグストア及び量販専門店ではおおむね同水準となっている（図9-1）。

店舗形態別価格分布をみると、いずれの商品においても量販専門店ではばらつきが小さくなっている（図9-2）。

図9-1 店舗形態別価格水準（種類別）

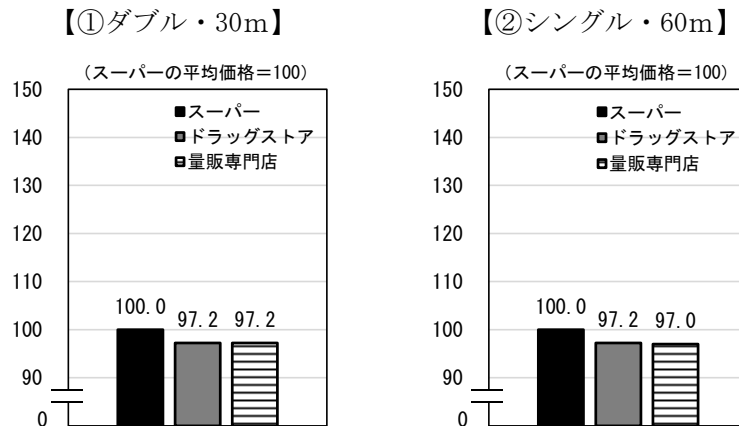
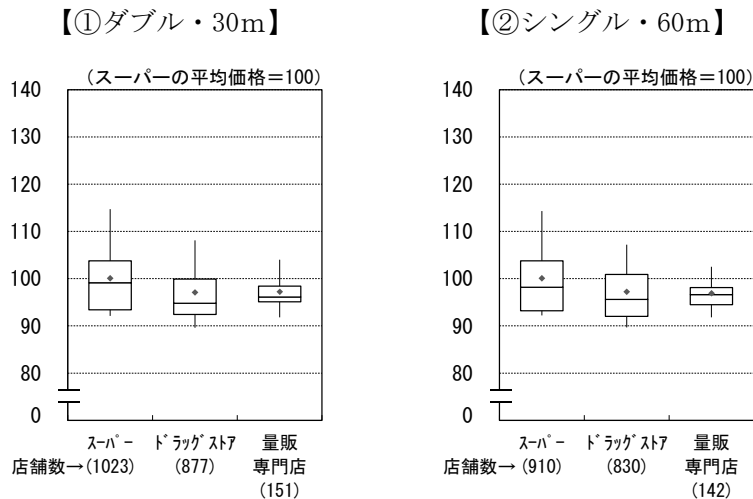


図9-2 店舗形態別価格分布図（種類別）



(4) 洗濯用洗剤

2020年の年間最多販売商品（①液体・詰め替え、770 g 入り）及び同シリーズの容量違いの商品（②液体・詰め替え、1,350 g 入り）について、店舗形態別価格水準をみると、いずれの商品も、量販専門店がドラッグストアより高くなっているなど同様の傾向となっている。また、②1,350 g 入りについては、スーパーの平均価格を100としてコンビニで138.5と突出して高くなっている（図10-1）。

店舗形態別価格分布をみると、①770 g 入りについては全ての店舗形態でばらつきがみられるのに対し、②1,350 g 入りについてはコンビニのみばらつきが小さくなっている（図10-2）。

図10-1 店舗形態別価格水準（容量別）

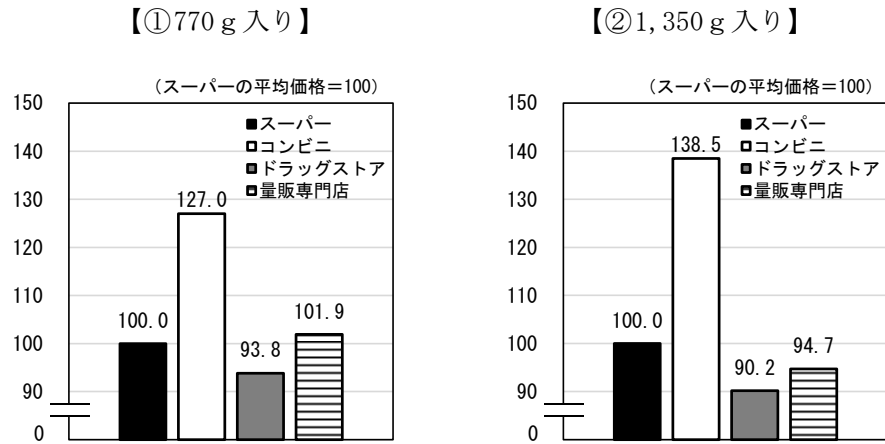
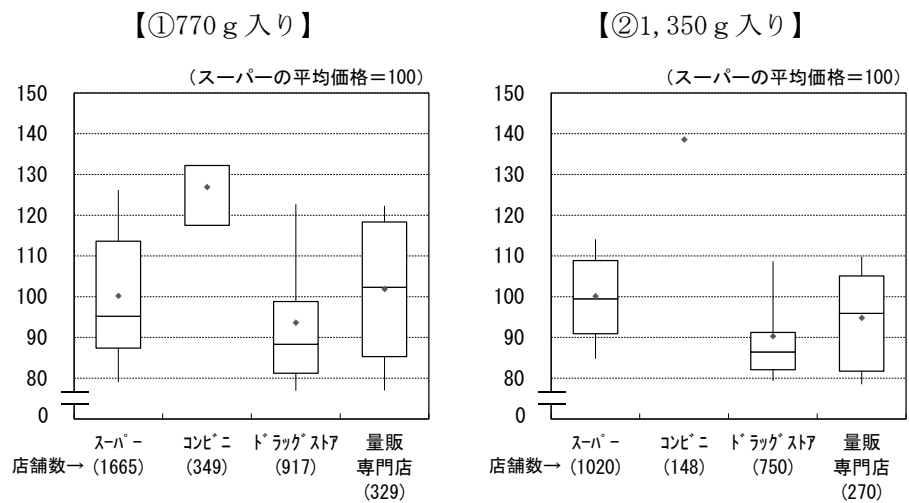


図10-2 店舗形態別価格分布図（容量別）



(5) 芳香・消臭剤

芳香・消臭剤は、液体タイプ、ゲル剤、スプレー型などの商品が販売されている。

このうち、液体タイプの2020年の年間最多販売商品（①売れ筋）及び次点の商品（②準売れ筋）について、店舗形態別価格水準をみると、他の品目と同様に、いずれの商品もスーパーが最も高く、次いでドラッグストア、量販専門店の順に高い傾向となっている（図11-1）。

店舗形態別価格分布をみると、いずれの店舗形態においても②準売れ筋に比べ①売れ筋の方がばらつきが大きくなっている（図11-2）。

図11-1 店舗形態別価格水準

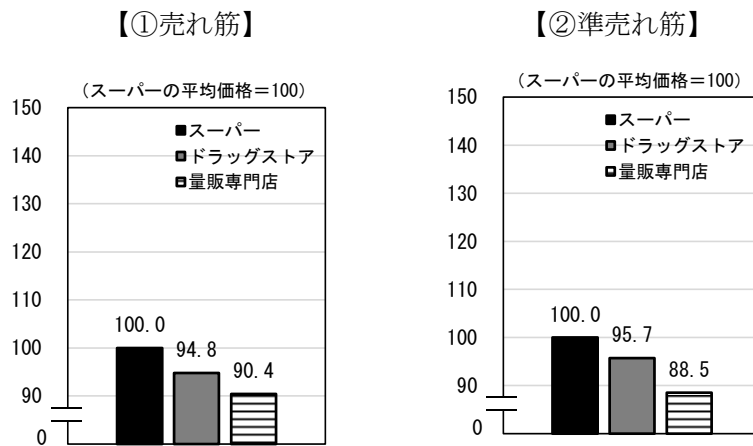
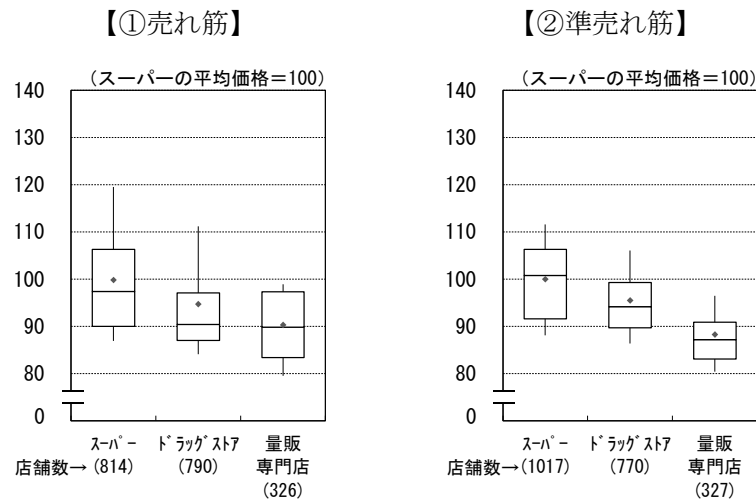


図11-2 店舗形態別価格分布図



(6) マスク

マスクは、3枚、5枚、7枚、30枚、60枚入りなど様々な包装枚数のものが販売されている。

このうち、7枚入りの2020年の年間最多販売商品（①売れ筋）及び次点の商品（②準売れ筋）について、店舗形態別価格水準をみると、①売れ筋ではいずれの店舗形態もおおむね同水準である一方で、②準売れ筋ではコンビニが特に高く、次いでドラッグストアなどとなっている。他の品目と比較すると、①売れ筋の店舗形態間の差が小さくなっている（図12-1）。

店舗形態別価格分布をみると、洗濯用洗剤と同様に、①売れ筋では全ての店舗形態でばらつきがみられるのに対し、②準売れ筋ではコンビニのみばらつきが小さくなっている（図12-2）。

図12-1 店舗形態別価格水準

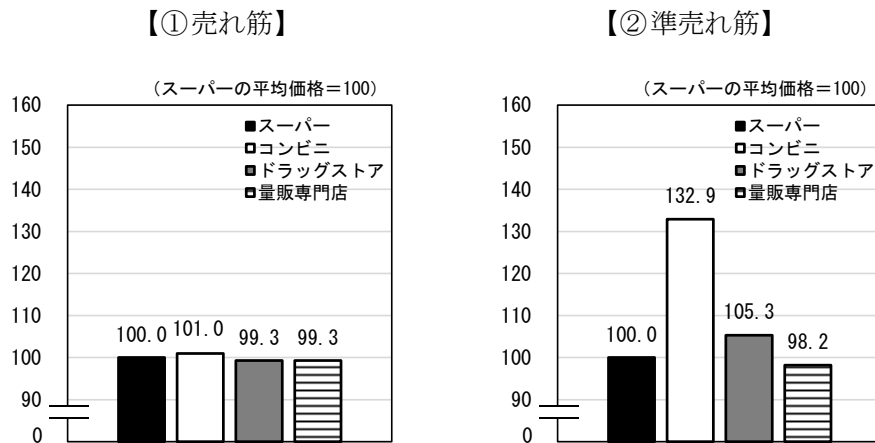
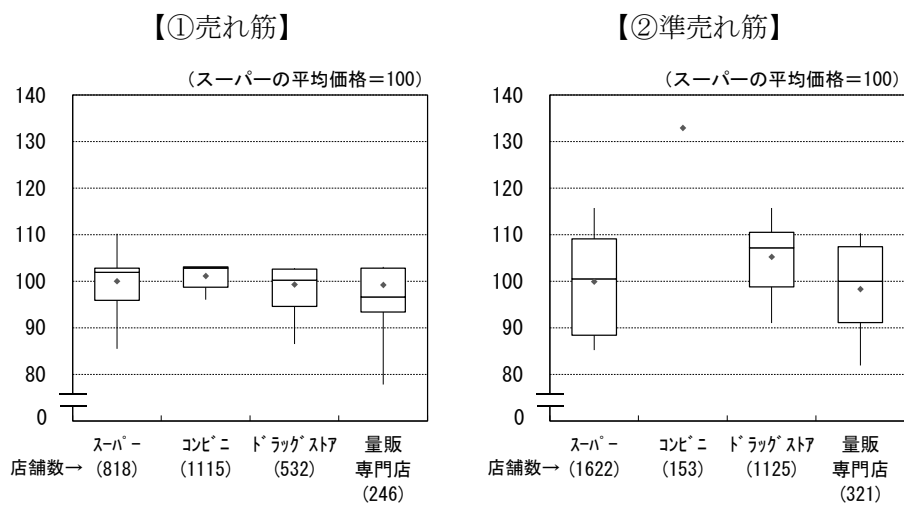


図12-2 店舗形態別価格分布図



(7) 石けん

石けんは、化粧石けん（固形石けん）、液体石けんなど形態の違い等により、様々なものが販売されている。

①化粧石けん及び②液体石けん（泡・詰め替え）それぞれの2020年の年間最多販売商品について、店舗形態別価格水準をみると、他の品目と同様に、いずれの商品もスーパーが最も高く、次いでドラッグストア、量販専門店の順に高い傾向となっている（図13-1）。

店舗形態別価格分布をみると、いずれの商品においても他の品目と比べて全ての店舗形態でばらつきが大きくなっている（図13-2）。

図13-1 店舗形態別価格水準（形態別）

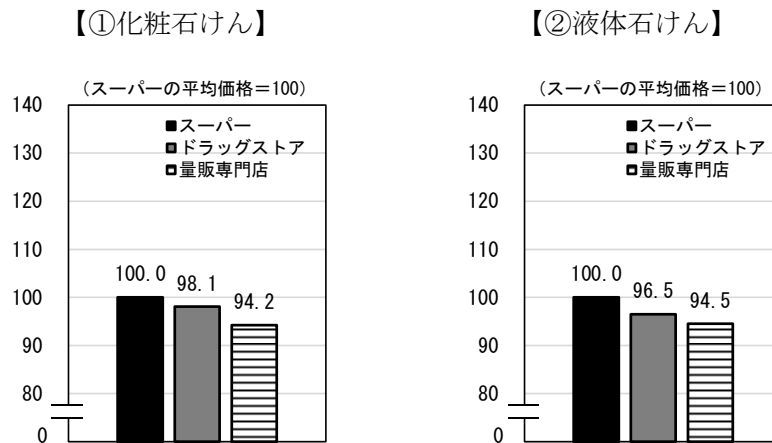
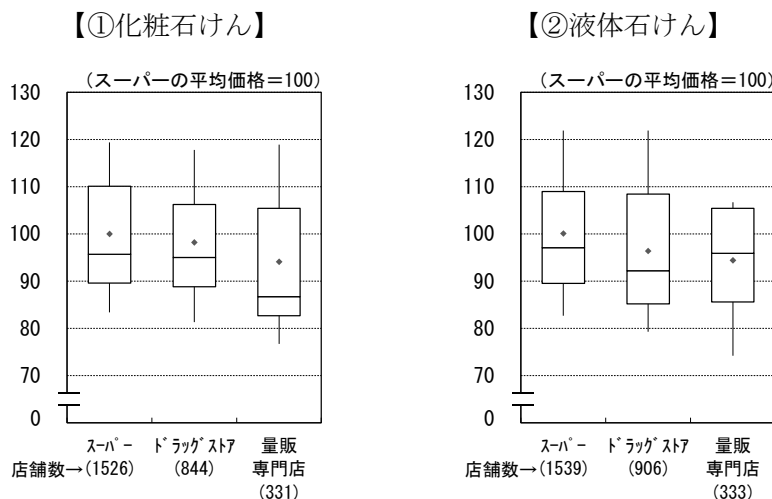


図13-2 店舗形態別価格分布図（形態別）



(8) 歯磨き

歯磨きは、練り歯磨き、液体歯磨き、粉歯磨き等の形態の違い等があり、様々なものが販売されている。

このうち、練り歯磨きの2020年の年間最多販売商品（①売れ筋）及び次点の商品（②準売れ筋）について、店舗形態別価格水準をみると、他の品目と同様に、いずれの商品においても同様の傾向となっており、スーパーが最も高く、次いでドラッグストア、量販専門店の順に高い傾向となっている（図14-1）。

店舗形態別価格分布をみると、スーパー及びドラッグストアではばらつきが大きくなっている（図14-2）。

図14-1 店舗形態別価格水準

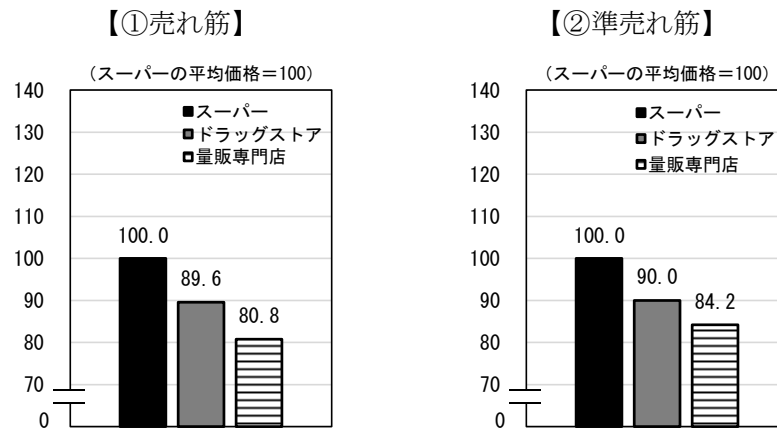
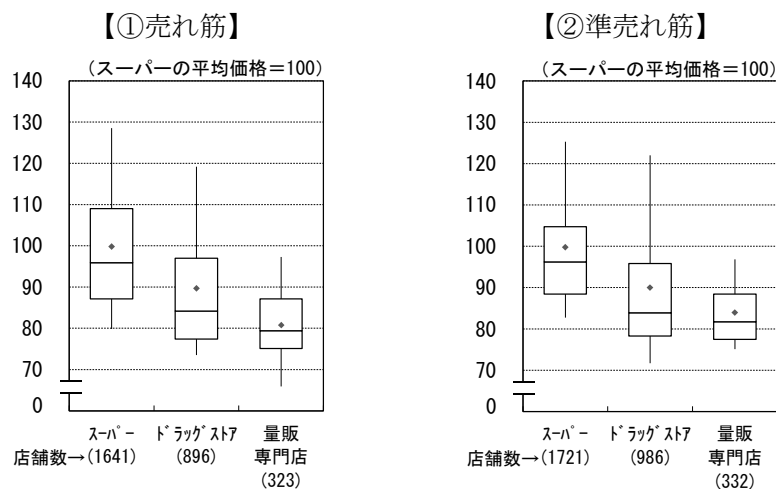


図14-2 店舗形態別価格分布図



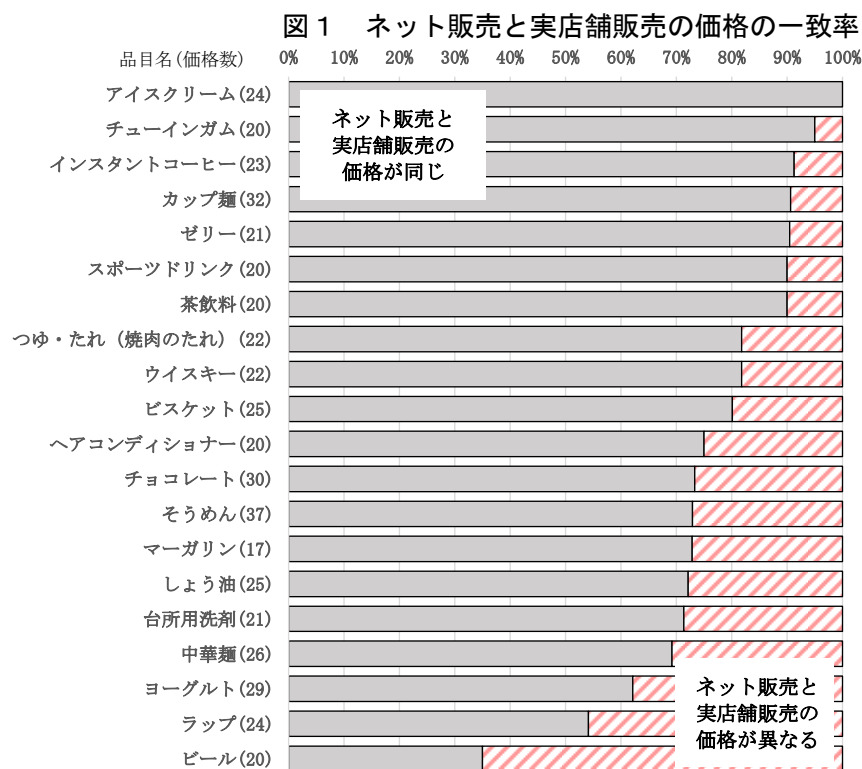
II 販売経路（ネット販売・実店舗販売）別価格（食料品及び日用品）

ここでは、食料品及び日用品における販売経路別の価格の比較を行う。

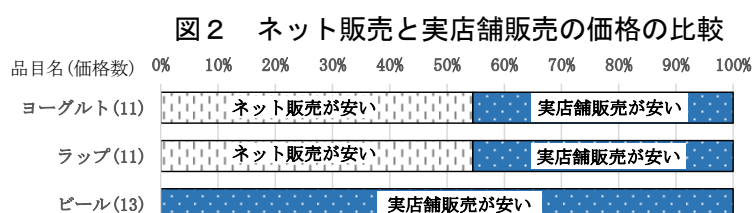
食料品及び日用品の20品目のうち、同一のスーパーにおいて、ネット及び実店舗の両方の経路で販売している商品について、価格の一致率を算出した。価格は、2020年10月及び11月のものを用いた。

価格の一致率を品目別にみると、アイスクリームでは全て一致し、チューインガム、インスタントコーヒーなど6品目では9割以上、つゆ・たれ（焼肉のたれ）、ウイスキーなど9品目では7割以上が一致するなど、多くの品目では、ネット販売及び実店舗販売の価格がおおむね同じ傾向となっている。

一方で、ビール、ラップなど4品目について、3割以上がネット販売と実店舗販売との間で価格に違いがみられる（図1）。



さらに、20品目のうち、ネット販売と実店舗販売とで価格に違いがみられた率の上位3品目であるヨーグルト、ラップ及びビールについて、安い方の販売経路を確認してみると、ヨーグルト及びラップでは両販売経路がおおむね半々だったが、ビールは全て実店舗販売の方が安くなっている（図2）。



Ⅲ 商品規格別価格（家庭用電化製品及びその関連商品）

ここでは、照明器具及び電球・ランプについて、2020年における商品規格別の価格水準の推移を分析する。

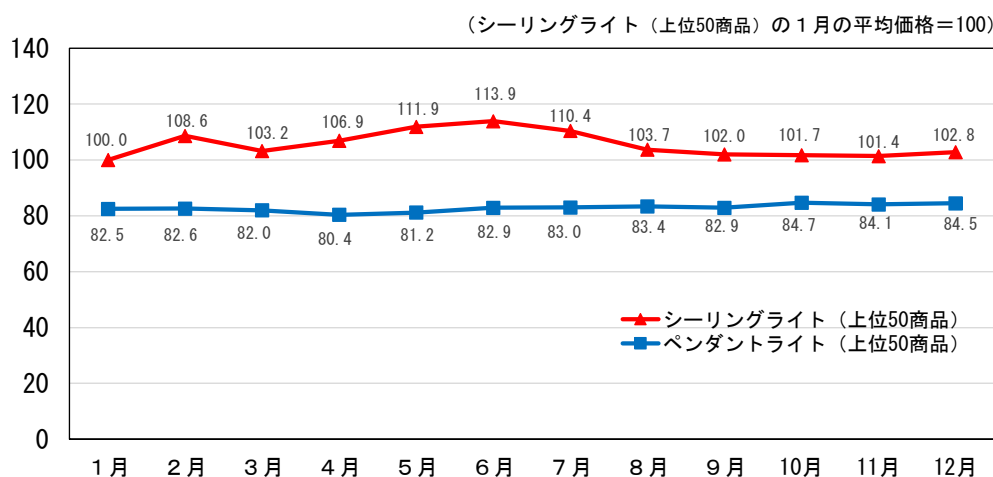
1. 照明器具

照明器具には、天井に直付けするシーリングライトや、天井から吊り下げるペンダントライト、床に直置きするスタンド照明などの種類がある。ここではその中でも代表的な種類であるシーリングライト及びペンダントライトのうち、年間販売数上位50商品について、平均価格の水準の推移を比較する。

シーリングライトは上半期にかけて上昇し、その後、7月から9月にかけて下落するなど変化がある一方で、ペンダントライトはおおむね横ばいで推移しており、シーリングライトに比べて変化が小さい（図1）。

なお、照明器具全商品の年間販売合計金額に占める割合は、シーリングライト（年間販売数上位50商品）で35.9%、ペンダントライト（同）で4.2%となっている。

図1 年間販売数上位50商品の平均価格の推移



2. 電球・ランプ

電球・ランプについて、非LEDの丸形蛍光管、直管形蛍光管、コンパクト蛍光管及び電球形蛍光管の4種類並びにLEDの電球、直管形LEDランプ及び丸形LED蛍光管の3種類について、年間販売数上位100商品*の価格水準の推移を比較する。

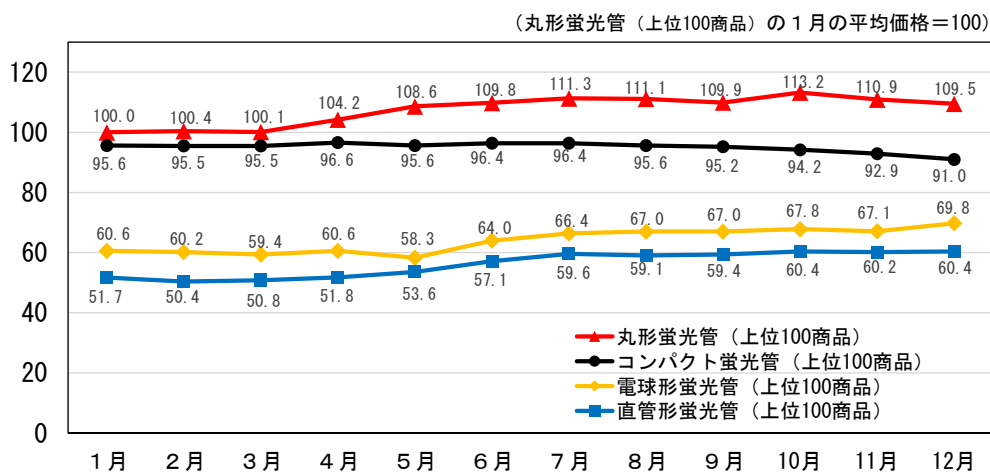
非LEDの種類別に平均価格の推移をみると、丸形蛍光管、直管形蛍光管及び電球形蛍光管は、上昇傾向で推移している。一方、コンパクト蛍光管は、緩やかな下落傾向で推移している。

LEDの種類別に平均価格の推移をみると、LED電球は横ばいで推移している。直管形LEDランプは10月までほぼ横ばいで推移し、その後は下落している。丸形LED蛍光管は8月まで下落傾向で推移し、その後は上昇傾向となっている(図2)。

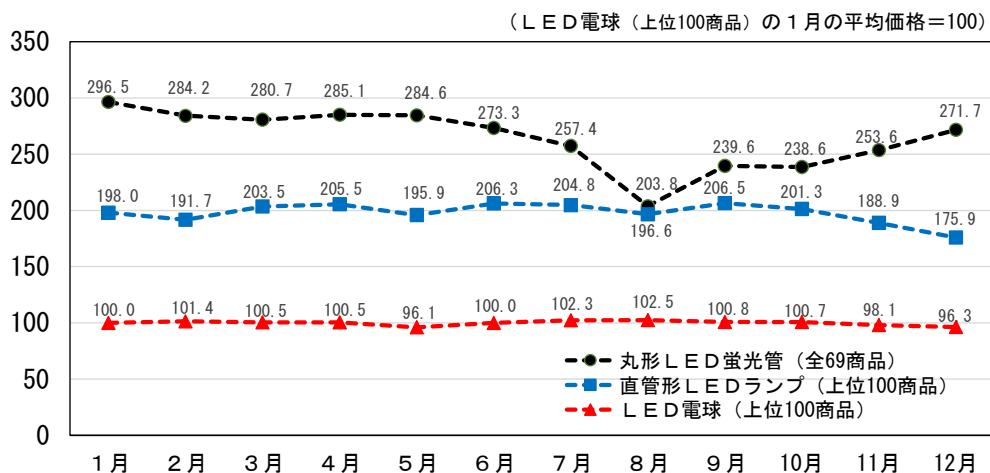
なお、電球・ランプ全商品の年間販売合計金額に占める割合は、非LEDのうち、丸形蛍光管(年間販売数上位100商品)で26.6%、直管形蛍光管(同)で16.1%、コンパクト蛍光管(同)で5.5%及び電球形蛍光管(同)で4.8%となっている。また、LEDのうち、LED電球(同)で14.2%、直管形LEDランプ(同)で0.7%及び丸形LED蛍光管(全69商品)で0.6%となっている。

※ 丸形LED蛍光管については、各家電量販店のプライベートブランド商品を除く全69商品

図2 年間販売数上位100商品の平均価格の推移
【非LED】



【LED】



IV 付録

1. 概要

本資料は、「小売物価統計調査（構造編）」の結果に代わり、民間データ（POSデータ※¹、ネット販売サイト等から得られる情報）を集計し、店舗形態別価格、販売経路別価格及び商品規格別価格に関する分析結果を取りまとめたものである。

※¹ 販売時点（店舗のレジで販売（支払）がなされる時。）の売上データ情報のことで、一般的には、商品名、価格、数量、日時等の販売実績情報を集積したもの（POS：「Point of Sales」の略）

2. 分析対象

（1）店舗形態別価格（食料品及び日用品）

店舗形態の違いによる比較が可能な食料品及び日用品の中から、次の14品目に該当する、2020年の年間最多販売商品及びその関連商品を対象とした。

食料品（6品目）：食パン、カップ麺、牛乳、チョコレート、アイスクリーム、茶飲料
日用品（8品目）：ラップ、ティッシュペーパー、トイレットペーパー、洗濯用洗剤、
芳香・消臭剤、マスク、石けん、歯磨き

比較対象とする店舗形態（表1）は、食料品についてはスーパー、コンビニ、ドラッグストア及び量販専門店とし、日用品についてはスーパー、ドラッグストア及び量販専門店としているが、日用品の洗濯用洗剤及びマスクは、コンビニも比較対象とした。

使用したPOSデータは、株式会社インテージ提供データであり、2020年に全国の小売店舗（約3,000店舗）から集積された商品別、小売店舗別月次販売数及び販売額（消費税抜き）である。なお、ここでいう「商品」とは、JANコードで区別される固有の販売品を指す。

表1 店舗形態及び収集小売店舗数

店舗形態		収集小売店舗数※ ²
スーパー	食料品・家事雑貨を中心にセルフサービス方式で販売している店舗	約1,100店
コンビニ	主として飲食料品を中心とした各種最寄り品をセルフサービス方式で販売している事業所で、店舗規模が小さく、終日又は長時間営業を行う店舗	約750店
ドラッグストア	医薬品、化粧品を中心に、セルフサービス方式で販売している店舗	約1,000店
量販専門店（ドラッグストアを除く）	家電、衣料品、酒、がん具、スポーツ用品及び住関連用品などを大量販売する店舗（ホームセンター、ディスカウントストアなど。）	約200店

※² 年間を通じて、対象店舗の入替え等が発生すること及び一部の対象店舗では当該商品の販売実績がない場合もあることから、「店舗形態別価格分布」のグラフ中に掲げる店舗数とは必ずしも一致しない。

(2) 販売経路（ネット販売・実店舗販売）別価格（食料品及び日用品）

小売物価統計調査（動向編）の対象品目及び銘柄のうち、食料品及び日用品かつ一定数以上の実店舗及びネット販売価格のデータを取得することができた20品目（表2）を対象とした。

表2 対象品目（銘柄）一覧

そうめん	ビスケット	スポーツドリンク
カップ麺	チョコレート	ビール
中華麺	チューインガム	ウイスキー
ヨーグルト	アイスクリーム	ラップ
マーガリン	ゼリー	台所用洗剤
しょう油	茶飲料	ヘアコンディショナー
つゆ・たれ（焼肉のたれ）	インスタントコーヒー	

比較対象としたのは、実店舗販売は小売物価統計調査（動向編）において調査されたスーパーの価格、ネット販売はこれらの店舗のうちインターネットによる通信販売を実施しているスーパー（6企業23店舗）に掲載されている価格（価格はいずれも税込み）である。

ネット販売は、小売物価統計調査（動向編）において調査された製品を対象とし、配送料は含めていない。

比較対象とする期間は、実店舗販売は小売物価統計調査（動向編）の2020年10月及び11月分（調査日はそれぞれ同年10月14日から16日まで及び11月11日から13日までのいずれか1日）、ネット販売についても、同年10月14日から16日まで及び11月11日から13日まで（各日において価格を取集）とした。

(3) 商品規格別価格（家庭用電化製品及びその関連商品）

商品の規格の違いによる差をみるため、家庭用電化製品及びその関連商品（表3）について、商品の規格別に年間販売数が多い順に商品を対象とした。

使用したPOSデータは、GfK Japan提供データ（全国有力家電量販店の販売実績集計）であり、2020年に、家庭用電化製品を取り扱う全国の小売店舗（約4,500店舗）から集積された、①品目別、月別販売数、②商品別、月別販売数及び販売額（消費税抜き）である。

なお、ここでの「商品」とは、型式番号で区別される固有の販売品を指す。

表3 品目別、商品規格別商品数

品目	商品の規格	商品数
照明器具	シーリングライト（LEDを含む）	50
	ペンダントライト（LEDを含む）	50
電球・ランプ（非LED）	丸形蛍光管	100
	直管形蛍光管	100
	コンパクト蛍光管	100
	電球形蛍光灯	100
電球・ランプ（LED）	LED電球	100
	直管形LEDランプ	100
	丸形LED蛍光管	69

3. 分析方法

(1) 店舗形態別価格（食料品及び日用品）

商品ごとに、店舗形態の違いによる価格差をみるため、次のとおり、商品別、店舗形態別平均価格を算出し、スーパーの平均価格を基準（=100）とした指数値を作成した。

（店舗別に集計）

- ① 商品ごとに、月次データ（販売数及び販売額）から年計（同）を算出する。
- ② ①により、商品別の平均価格（販売額÷販売数）を算出する。

（店舗形態別に集計）

- ③ ②から店舗形態別の単純平均価格を算出する。
- ④ スーパーの平均価格を100として、③を指数化する。

（店舗形態別平均価格÷スーパーの平均価格×100）

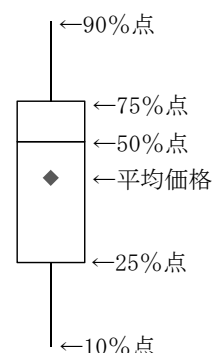
また、上記を用いて、店舗形態別に平均価格や各%点の水準を視覚的に表した価格分布図^{※3}を作成した。

※3 価格分布図（右図）

平均価格や各%点の水準を視覚的に表したもの。%点とは、平均価格を低い方から並べ、低い方から数えて10%、25%、50%、75%、90%に当たる点のこと。

価格の広がり、四分位範囲（75%点と25%点との差）をみることで把握することができ、この差が小さければ価格の広がりが小さく、大きければ価格の広がりが大きいといえる。

なお、これらの点のうち、二つ又はそれ以上の点が一致することもあり得る。



(2) 販売経路（ネット販売・実店舗販売）別価格（食料品及び日用品）

品目ごとのネット販売・実店舗販売価格の一致率及び大小関係の確認方法の詳細は、以下のとおりである。

①実店舗販売価格

小売物価統計調査（動向編）で得られた各月の価格を比較用価格として使用する。

②ネット販売価格

各月について、店舗別商品別の3日間の価格のうち最高値を比較用価格として使用する。

③ネット販売と実店舗販売との価格の突合

①②から得られた価格を、店舗別商品別に突合し、価格を比較する。さらに、価格が異なる場合は、ネット販売と実店舗販売との大小関係を確認する。

(3) 商品規格別価格（家庭用電化製品及びその関連商品）

商品の規格の違いによる価格差をみるため、以下のとおり月別平均価格（指数）を算出した。

- ① 各商品の月別販売数及び販売額を、商品の種類別に合計する。
- ② ①により、商品の種類別に、月別平均価格を算出する。
- ③ 品目ごとに、基準となる商品規格の2020年1月平均価格を100として、②を指数化する。

なお、基準となる商品規格は、照明器具はシーリングライト、電球・ランプ（非LED）は丸形蛍光管、電球・ランプ（LED）はLED電球とする。

<問合せ先>



総務省統計局

総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室審査発表係

〒162-8668 東京都新宿区若松町19番1号

電話：(03) 5273-1179

E-mail：w-bukka@soumu.go.jp

- ・小売物価統計調査（構造編）ホームページ



<https://www.stat.go.jp/data/kouri/kouzou/index.html>

- ・本分析結果を引用・転載する場合には、
出典（総務省統計局「小売物価統計調査関連分析 民間データを用いた店舗形態別価格等に関する分析結果」）の表記をお願いします。
- ・引用・転載した場合は、審査発表係まで御連絡ください。