

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

— 2021年（令和3年）～2022年（令和4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）	2
II 販売経路（ネット販売・実店舗販売）別価格（医薬品及び日用品）	10
III 商品規格別価格（家庭用電化製品）	12
IV 付録	14

利用上の注意

- 本文及び図表中の数値は、表章単位未満で四捨五入している。なお、指数などの各種計算値の算出に当たっては、単位未満を含んだ数値を用いている。

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）及び日用品（5品目）について、2021年における店舗形態別の価格水準、価格分布及び価格の散らばり度合いについて分析する。

1 食料品（スーパー、ドラッグストア及びコンビニの比較）

(1) 店舗形態別価格水準

各品目について、それぞれ店舗形態別の平均価格（各品目のスーパーの平均価格=100）を比較し、店舗形態別の価格水準の状況を確認する。

店舗形態別に平均価格をみると、全ての品目においてコンビニが最も高くなっており、特に茶飲料は167.1と突出している。ドラッグストアは、カップ麺、牛乳、アイスクリーム及び茶飲料はスーパーとほぼ同水準（97.0～103.1）である一方、食パン及びチョコレートは92.2及び92.8とスーパーより低くなっており、品目により、価格水準に違いがみられる。

品目別にみると、食パン、牛乳及びチョコレートは、コンビニに次いでスーパーが高く、次いでドラッグストアとなっている。これに対し、カップ麺、アイスクリーム及び茶飲料は、コンビニに次いでドラッグストアが高く、次いでスーパーとなっている。スーパー及びドラッグストアの順位は、品目により、異なった特徴がみられる。

また、品目別に店舗形態による価格水準差をみると、食パン及び牛乳は、他の品目と比べて、コンビニと他の店舗形態の価格水準差が小さくなっている。

（図I-1-1、I-1-2、表I-1）

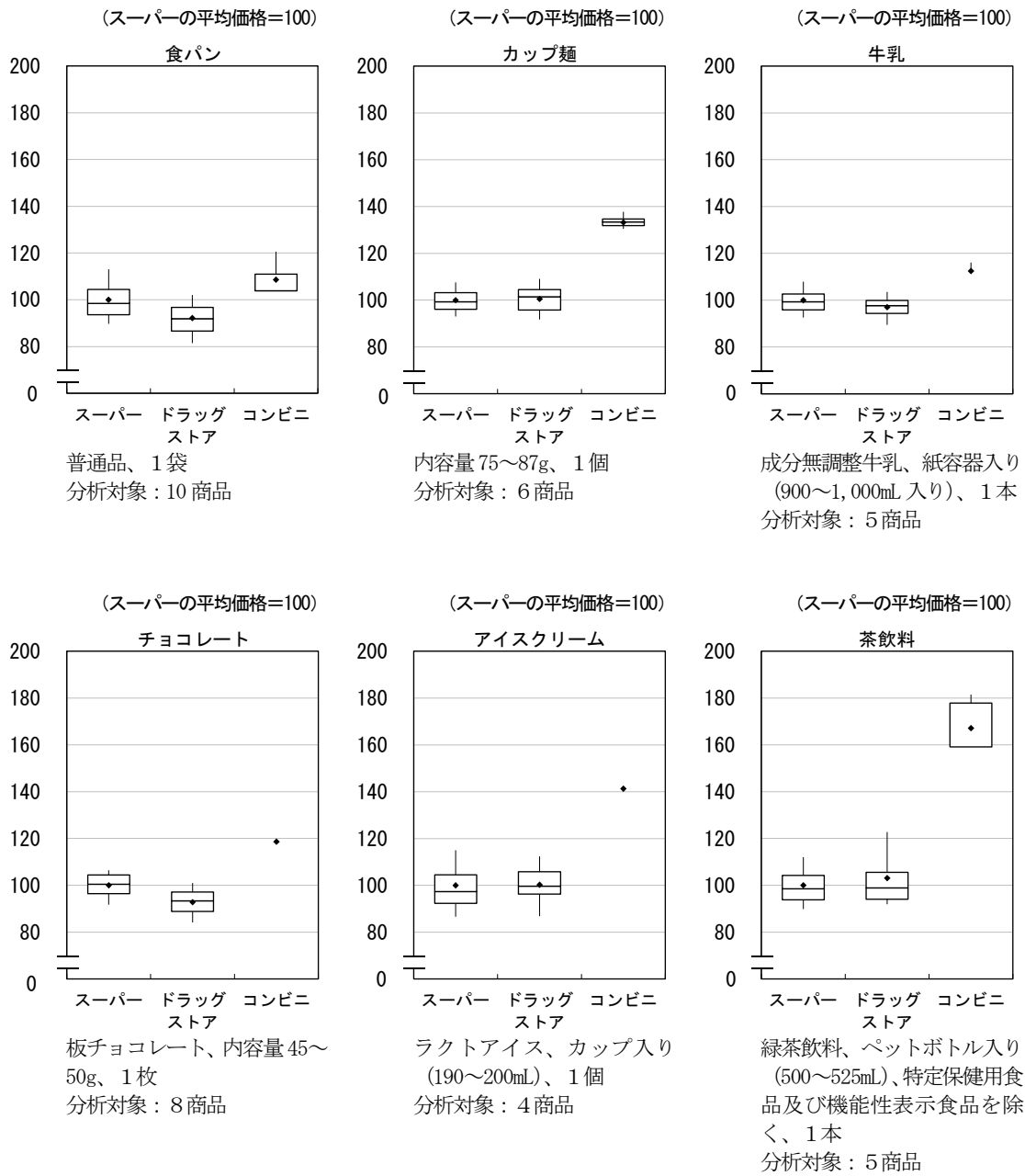
(2) 店舗形態別価格分布

各品目について、それぞれ店舗形態別の10%点、25%点、50%点、75%点、90%点の価格を比較し、店舗形態別の価格分布の状況を確認する。

店舗形態別に価格分布をみると、全ての品目で、いずれの%点においてもコンビニが最も高くなっている。さらに、食パンを除く全ての品目において、コンビニの10%点はスーパー及びドラッグストアの90%点よりも高くなっている。ドラッグストアの価格分布をスーパーと比較すると、カップ麺及び茶飲料においては、25%点（95.8及び94.0）及び75%点（104.5及び105.5）はそれぞれスーパーの各点と近い値となっているが、90%点は、カップ麺はスーパーが107.5に対しドラッグストアが109.0、茶飲料はスーパーが112.0に対しドラッグストアが122.8と、ドラッグストアの方がやや高くなっている。また、50%点は、茶飲料は98.9とスーパーと近い値になっているが、カップ麺はスーパーが99.3に対しドラッグストアが101.4と、ドラッグストアの方がやや高くなっている。食パン及びチョコレートにおいては、ドラッグストアはいずれの%点においてもスーパーを下回っている。

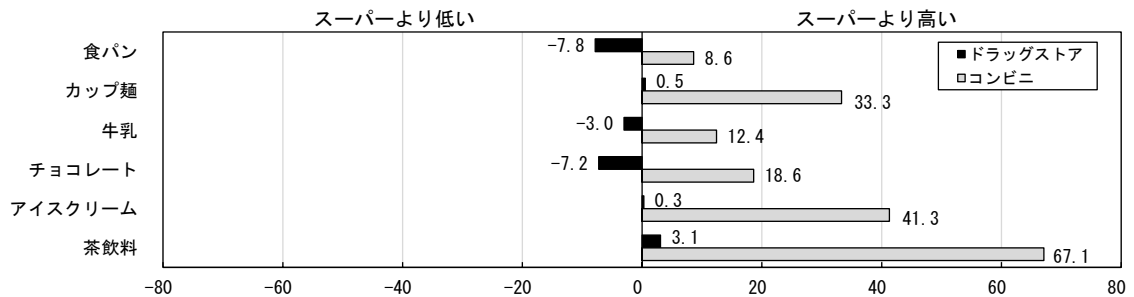
（図I-1-1、表I-1）

図 I-1-1 店舗形態別価格分布（食料品）



価格分布図の見方は、16ページ参照

図 I-1-2 スーパーとの価格水準差（食料品）



スーパーとの価格水準差=ドラッグストア又はコンビニの平均価格-スーパーの平均価格

(3) 店舗形態別価格の散らばり度合い

店舗形態別に、各品目の四分位分散係数を比較し、品目別に価格の散らばり度合いを確認する。

スーパーでは、価格の散らばり度合いは、アイスクリームが最も大きく、牛乳が最も小さくなっている。

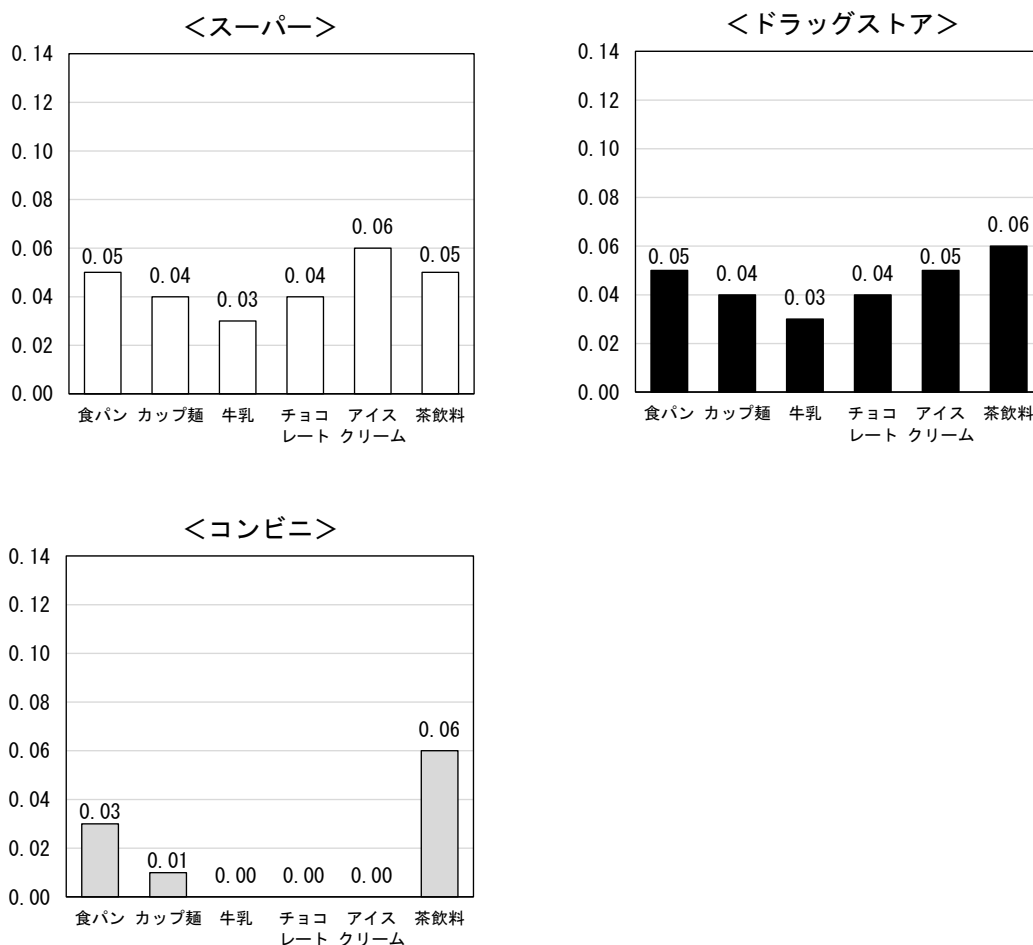
ドラッグストアでは、価格の散らばり度合いは、茶飲料が最も大きく、牛乳が最も小さくなっている。

コンビニでは、価格の散らばり度合いは、茶飲料が最も大きく、牛乳、チョコレート及びアイスクリームが最も小さくなっている。価格の散らばり度合いが最も小さい品目の係数は0.00となっており、散らばりはほぼみられない。

店舗形態別価格の散らばり度合いは、スーパーとドラッグストアの四分位分散係数は、食パン、カップ麺、牛乳及びチョコレートにおいて同値であり、茶飲料もスーパーでは0.05、ドラッグストアでは0.06とほぼ同程度であるが、コンビニでは茶飲料を除く品目について他の店舗形態よりも小さい傾向がみられる。

(図 I-1-3、表 I-1)

図 I-1-3 店舗形態別価格の四分位分散係数（食料品）



四分位分散係数については、5ページ参照

表 I - 1 店舗形態別価格分布に関する統計量（食料品）

	食パン			カップ麺			牛乳		
	スーパー	ドラッグストア	コンビニ	スーパー	ドラッグストア	コンビニ	スーパー	ドラッグストア	コンビニ
平均（店舗水準）	100.0	92.2	108.6	100.0	100.5	133.3	100.0	97.0	112.4
四分位数									
90%点	113.0	102.0	120.6	107.5	109.0	137.7	107.9	103.5	116.0
75%点	104.4	96.7	111.0	103.2	104.5	134.7	102.7	99.9	111.6
50%点	98.4	91.9	103.9	99.3	101.4	133.4	99.3	97.7	111.6
25%点	93.6	86.6	103.9	96.1	95.8	131.9	95.8	94.4	111.6
10%点	89.7	81.4	103.9	93.0	91.8	130.4	92.6	89.5	111.6
四分位範囲	10.7	10.1	7.1	7.1	8.7	2.8	6.8	5.5	0.0
四分位分散係数	0.05	0.05	0.03	0.04	0.04	0.01	0.03	0.03	0.00
店舗数	1,900	495	907	1,987	640	1,134	1,961	476	1,040
	チョコレート			アイスクリーム			茶飲料		
	スーパー	ドラッグストア	コンビニ	スーパー	ドラッグストア	コンビニ	スーパー	ドラッグストア	コンビニ
平均（店舗水準）	100.0	92.8	118.6	100.0	100.3	141.3	100.0	103.1	167.1
四分位数									
90%点	106.4	101.0	118.9	115.0	112.4	141.4	112.0	122.8	181.5
75%点	104.4	97.1	118.9	104.5	105.8	141.4	104.2	105.5	177.8
50%点	100.5	93.3	118.9	97.3	99.7	141.4	98.5	98.9	159.2
25%点	96.4	88.9	118.9	92.3	96.3	141.4	93.8	94.0	159.2
10%点	91.7	84.1	118.9	86.6	86.8	141.4	89.8	91.9	159.2
四分位範囲	7.9	8.3	0.0	12.3	9.5	0.0	10.5	11.5	18.7
四分位分散係数	0.04	0.04	0.00	0.06	0.05	0.00	0.05	0.06	0.06
店舗数	1,988	736	1,131	1,981	530	1,129	1,989	839	1,131

（参考）各統計量について

- ・%点

調査された店舗の価格を価格の低い方から並べ、低い方から数えて25%、50%、75%に当たる点を、それぞれ25%点、50%点、75%点として求めている。25%点は第1四分位点、50%点は第2四分位点、75%点は第3四分位点という。

なお、今回の集計では、分布の全体的な状況を把握するため、10%点、90%点も求めている。

- ・四分位範囲

75%点（第3四分位点）と25%点（第1四分位点）の差をいう。

- ・四分位分散係数

四分位範囲の2分の1を求め、それを50%点で除した値。これにより、価格の散らばり度合いを品目間で比較することが可能となる。

2 日用品（スーパー、ドラッグストア及び量販専門店の比較）

(1) 店舗形態別平均価格

各品目について、それぞれ店舗形態別の平均価格（各品目のスーパーの平均価格＝100）を比較し、店舗形態別の価格水準の状況を確認する。

店舗形態別に平均価格をみると、スーパーが最も高い品目はティッシュペーパー及び手洗い用石けん、ドラッグストアが最も高い品目はラップ及びマスク、量販専門店が最も高い品目はトイレットペーパーとなっている。

品目別にみると、ラップは、ドラッグストアが最も高く、次いでスーパー、量販専門店の順となっている。ティッシュペーパー及び手洗い用石けんは、スーパーが最も高く、次いでドラッグストア、量販専門店の順となっている。トイレットペーパーは、量販専門店が最も高く、次いでスーパー、ドラッグストアの順となっている。マスクは、ドラッグストアが最も高く、次いで量販専門店、スーパーの順となっている。

スーパー、ドラッグストア及び量販専門店の順位は、ティッシュペーパー及び手洗い用石けんが共通するものの、それ以外の品目では、それぞれ異なった特徴がみられる。

また、品目別に店舗形態による価格水準差をみると、ラップは他の品目と比べて、店舗形態間の価格水準差が小さくなっている。

（図 I-2-1、I-2-2、表 I-2）

(2) 店舗形態別価格分布

各品目について、それぞれ店舗形態別の10%点、25%点、50%点、75%点、90%点の価格を比較し、店舗形態別の価格分布の状況を確認する。

店舗形態別に価格分布をみると、ラップは、75%点はいずれの店舗形態においても同水準（102.0～103.7）であるが、90%点はドラッグストアが118.7となっており、スーパー（112.5）及び量販専門店（106.6）と比べて高くなっている。ティッシュペーパーは、90%点はいずれの店舗形態においても同水準（114.6）であるが、10%点、25%点、50%点及び75%点は、いずれもスーパーが最も高く、次いでドラッグストアとなっており、量販専門店が最も低くなっている。

トイレットペーパーは、量販専門店の50%点（105.3）が他の店舗形態の75%点（スーパー：104.0、ドラッグストア：101.4）よりも高く、75%点（111.9）は他の店舗形態の90%点（スーパー：112.0、ドラッグストア：110.8）と同水準であり、量販専門店の価格分布が他の店舗形態に比べて高い傾向となっている。マスクは、ドラッグストアの25%点（103.9）が他の店舗形態の50%点（スーパー：101.7、量販専門店：104.3）より高い、又は同水準であるなど、価格分布が高い傾向にある。手洗い用石けんは、50%点を除く全ての%点において量販専門店が最も低くなっている。

（図 I-2-1、表 I-2）

図 I - 2 - 1 店舗形態別価格分布（日用品）

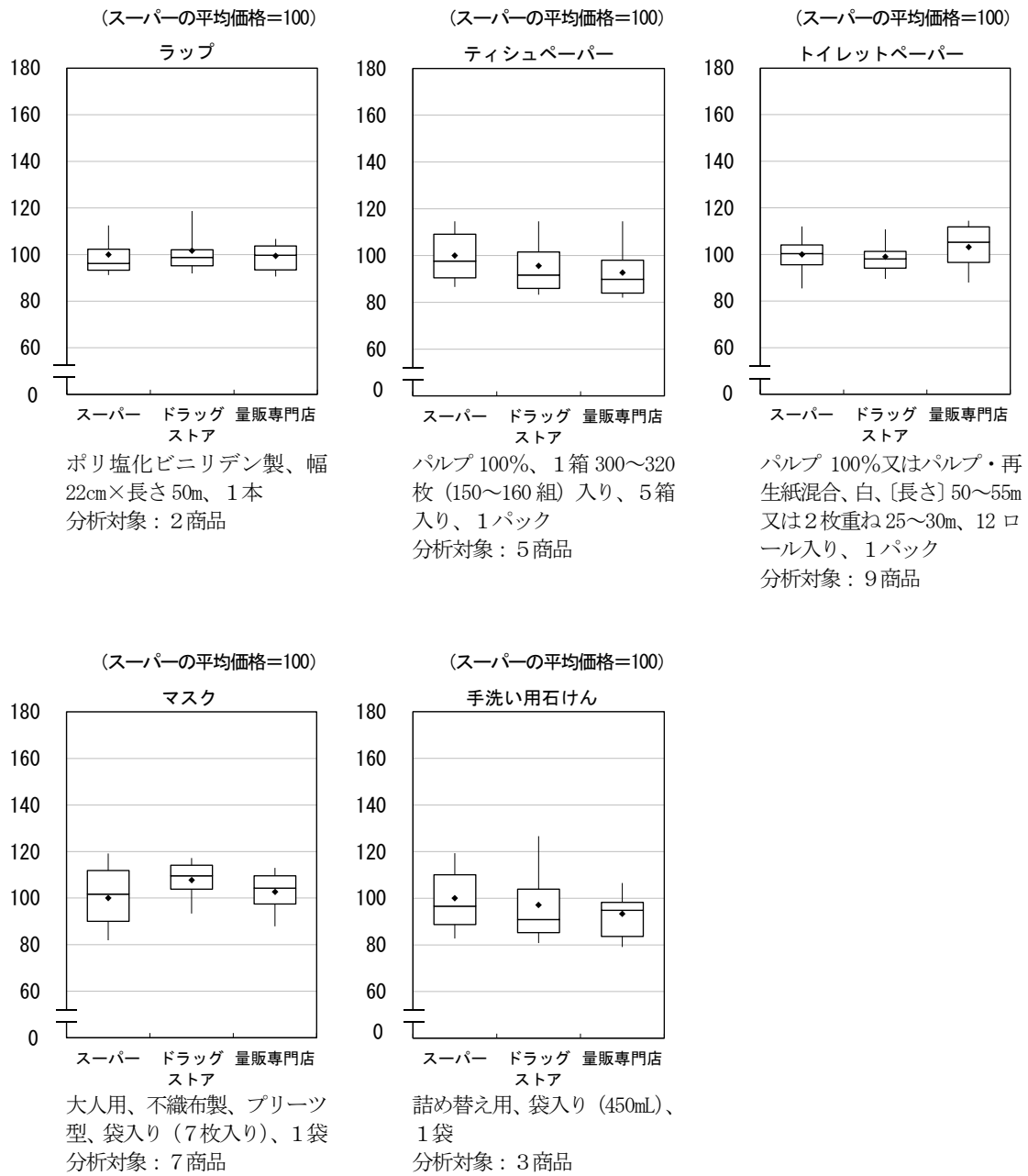
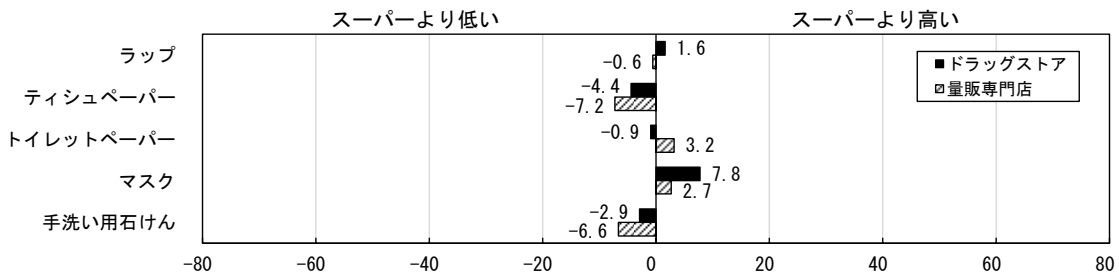


図 I - 2 - 2 スーパーとの価格水準差（日用品）



スーパーとの価格水準差=ドラッグストア又は量販専門店の平均価格-スーパーの平均価格

(3) 店舗形態別価格の散らばり度合い

店舗形態別に、各品目の四分位分散係数を比較し、品目別に価格の散らばり度合いを確認する。

スーパーでは、価格の散らばり度合いは、マスク及び手洗い用石けんが最も大きく、トイレットペーパーが最も小さくなっている。

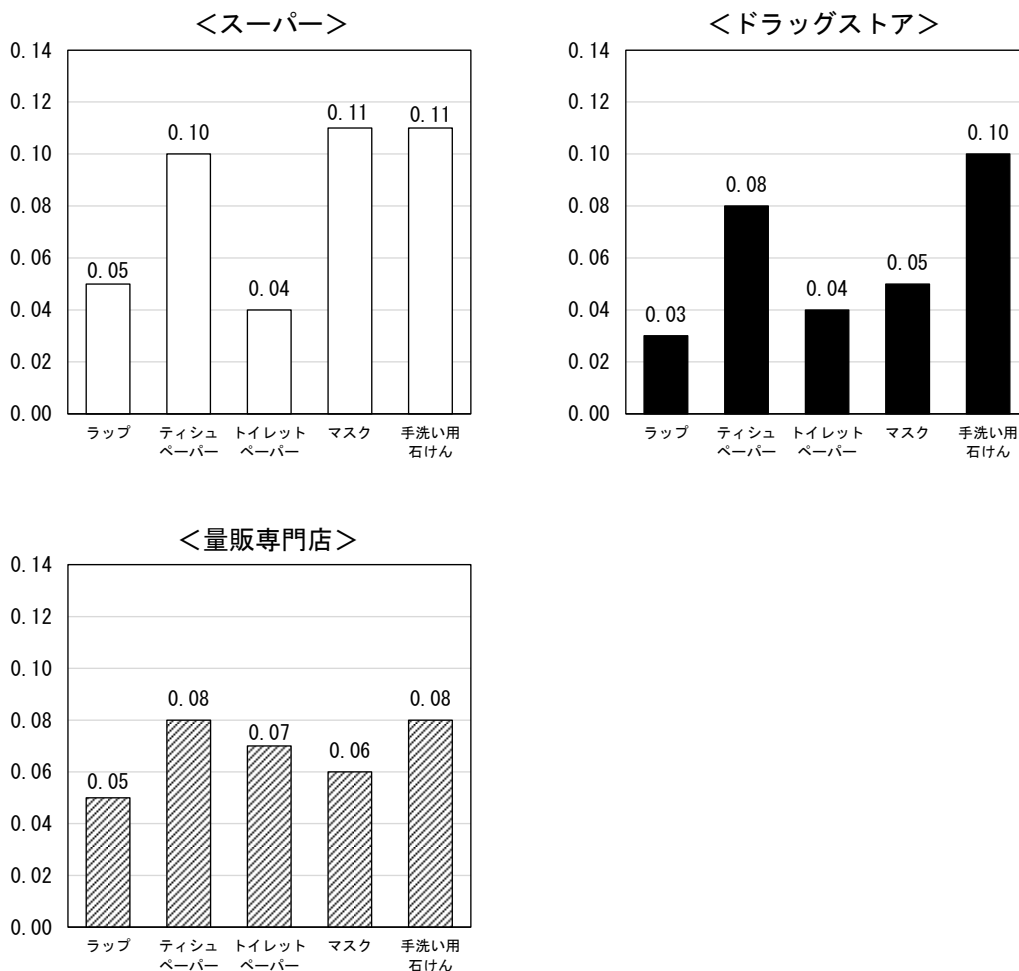
ドラッグストアでは、価格の散らばり度合いは、手洗い用石けんが最も大きく、ラップが最も小さくなっている。

量販専門店では、価格の散らばり度合いは、ティッシュペーパー及び手洗い用石けんが最も大きく、ラップが最も小さくなっている。

店舗形態別価格の散らばり度合いは、スーパーがマスク、手洗い用石けん及びティッシュペーパーの3品目で他の店舗形態よりも大きくなっている。

(図I-2-3、表I-2)

図I-2-3 店舗形態別価格の四分位分散係数(日用品)



四分位分散係数については、5ページ参照

表 I - 2 店舗形態別価格分布に関する統計量（日用品）

	ラップ			ティッシュペーパー			トイレットペーパー		
	スーパー	ドラッグストア	量販専門店	スーパー	ドラッグストア	量販専門店	スーパー	ドラッグストア	量販専門店
平均（店舗水準）	100.0	101.6	99.4	100.0	95.6	92.8	100.0	99.1	103.2
四分位数									
90%点	112.5	118.7	106.6	114.6	114.6	114.6	112.0	110.8	114.4
75%点	102.3	102.0	103.7	109.1	101.6	98.0	104.0	101.4	111.9
50%点	96.2	98.7	99.7	97.7	91.7	89.9	100.4	98.1	105.3
25%点	93.3	95.2	93.4	90.5	86.0	84.0	95.6	94.1	96.6
10%点	91.2	91.8	90.6	86.6	83.3	82.0	85.5	89.5	87.9
四分位範囲	9.0	6.9	10.3	18.6	15.5	14.1	8.4	7.2	15.2
四分位分散係数	0.05	0.03	0.05	0.10	0.08	0.08	0.04	0.04	0.07
店舗数	2,768	1,047	267	2,531	957	246	2,278	1,079	205
	マスク			手洗い用石けん					
	スーパー	ドラッグストア	量販専門店	スーパー	ドラッグストア	量販専門店			
平均（店舗水準）	100.0	107.8	102.7	100.0	97.1	93.4			
四分位数									
90%点	119.2	117.2	113.0	119.3	126.6	106.6			
75%点	111.8	114.1	109.6	110.1	103.9	98.3			
50%点	101.7	109.6	104.3	96.6	90.9	94.9			
25%点	90.1	103.9	97.5	88.8	85.3	83.6			
10%点	81.9	93.4	87.9	82.8	80.9	79.1			
四分位範囲	21.8	10.2	12.1	21.4	18.5	14.7			
四分位分散係数	0.11	0.05	0.06	0.11	0.10	0.08			
店舗数	2,662	1,194	263	2,762	1,120	267			

各統計量については、5ページ参照

Ⅱ 販売経路（ネット販売・実店舗販売）別価格（医薬品及び日用品）

ここでは、医薬品及び日用品について、販売経路別の価格の比較を行う。

医薬品及び日用品の24品目について、同一のドラッグストアチェーンにおける、ネット販売と実店舗販売の価格水準を比較した。なお、比較した価格は、2021年10月から2022年3月までの平均価格を用いた。

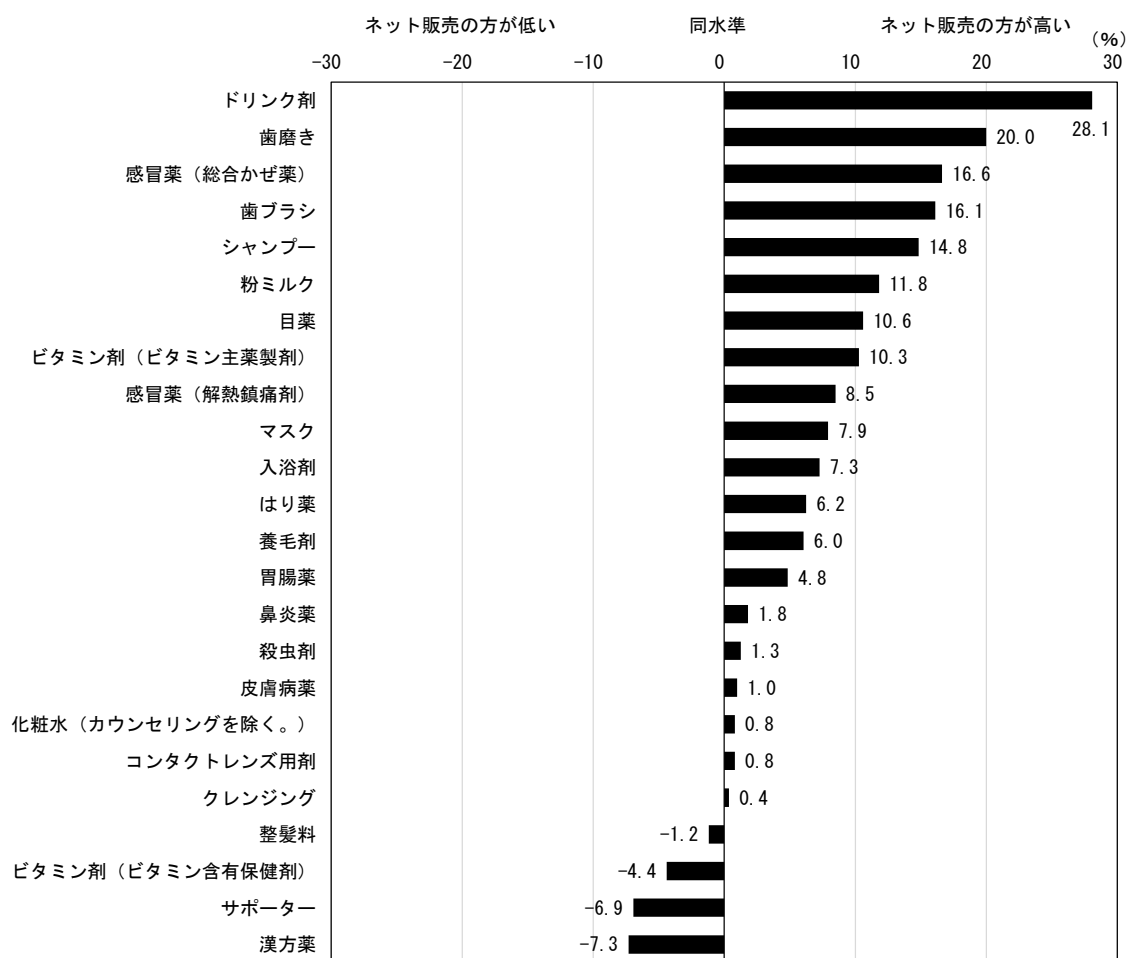
ネット販売価格の方が高い品目は、ドリンク剤（価格水準差率28.1%）、歯磨き（同20.0%）、感冒薬（総合かぜ薬）（同16.6%）など、20品目となっている。一方、ネット販売価格の方が低い品目は、漢方薬（同-7.3%）、サポーター（同-6.9%）、ビタミン剤（ビタミン含有保健剤）（同-4.4%）など、4品目となっている。

（図Ⅱ－1、表Ⅱ－1）

また、価格水準差率上位3品目及び下位3品目について、月別の価格水準差率の推移をみると、多少の増減はあるものの、月別の傾向に大きな変動はみられない。

（表Ⅱ－2）

図Ⅱ－1 ネット販売と実店舗販売の価格水準差率



ネット販売と実店舗販売の価格水準差率 (%)

$$= (\text{ネット販売価格} - \text{実店舗販売価格}) \div \text{実店舗販売価格} \times 100$$

表Ⅱ－１ ネット販売と実店舗販売の平均価格及び価格水準差

品目名		A. 実店舗販売価格 (円)	B. ネット販売価格 (円)	価格水準差(円) B-A	価格水準差率(%) (B-A)/A
6031	ドリンク剤	1,007	1,290	283	28.1
9623	歯磨き	166	199	33	20.0
6001	感冒薬(総合かぜ薬)	1,336	1,558	222	16.6
9611	歯ブラシ	102	119	16	16.1
9622	シャンプー	306	351	45	14.8
1311	粉ミルク	2,057	2,300	243	11.8
6062	目薬	335	370	35	10.6
6022	ビタミン剤(ビタミン主薬製剤)	6,053	6,675	622	10.3
6002	感冒薬(解熱鎮痛剤)	705	765	60	8.5
6102	マスク	364	393	29	7.9
6095	入浴剤	612	657	44	7.3
6061	はり薬	1,045	1,110	65	6.2
9641	養毛剤	950	1,007	57	6.0
6012	胃腸薬	1,468	1,540	71	4.8
6003	鼻炎薬	1,789	1,822	32	1.8
4451	殺虫剤	591	599	7	1.3
6051	皮膚病薬	1,022	1,032	10	1.0
9661	化粧水(カウンセリングを除く。)	1,380	1,391	11	0.8
6181	コンタクトレンズ用剤	1,011	1,019	8	0.8
9628	クレンジング	1,318	1,323	5	0.4
9631	整髪料	743	734	-9	-1.2
6021	ビタミン剤(ビタミン含有保健剤)	2,508	2,398	-110	-4.4
6173	サポーター	1,548	1,440	-107	-6.9
6091	漢方薬	6,414	5,945	-468	-7.3

表Ⅱ－２ 価格水準差率上位3品目及び下位3品目の月別価格水準差率の推移

品目名			価格水準差率(%)					
			2021年			2022年		
			10月	11月	12月	1月	2月	3月
上位 3品目	6031	ドリンク剤	26.9	27.2	28.6	28.6	29.0	28.4
	9623	歯磨き	13.9	19.3	18.3	19.5	19.3	17.8
	6001	感冒薬(総合かぜ薬)	14.7	16.1	18.0	17.7	17.7	15.5
下位 3品目	6091	漢方薬	-8.0	-8.5	-7.0	-7.0	-6.7	-6.7
	6173	サポーター	-7.0	-6.8	-7.1	-6.8	-6.8	-7.0
	6021	ビタミン剤(ビタミン含有保健剤)	-2.6	-2.6	-5.3	-5.2	-5.3	-5.3

Ⅲ 商品規格別価格（家庭用電化製品）

ここでは、電気炊飯器及び電子レンジについて、2021年における商品規格別の価格水準の推移等を分析する。

1 電気炊飯器

電気炊飯器のうち、5～5.5合炊きの年間販売額数上位50商品について、さらに圧力電磁加熱式の25商品を対象を絞り、消費電力別に分析を行った。

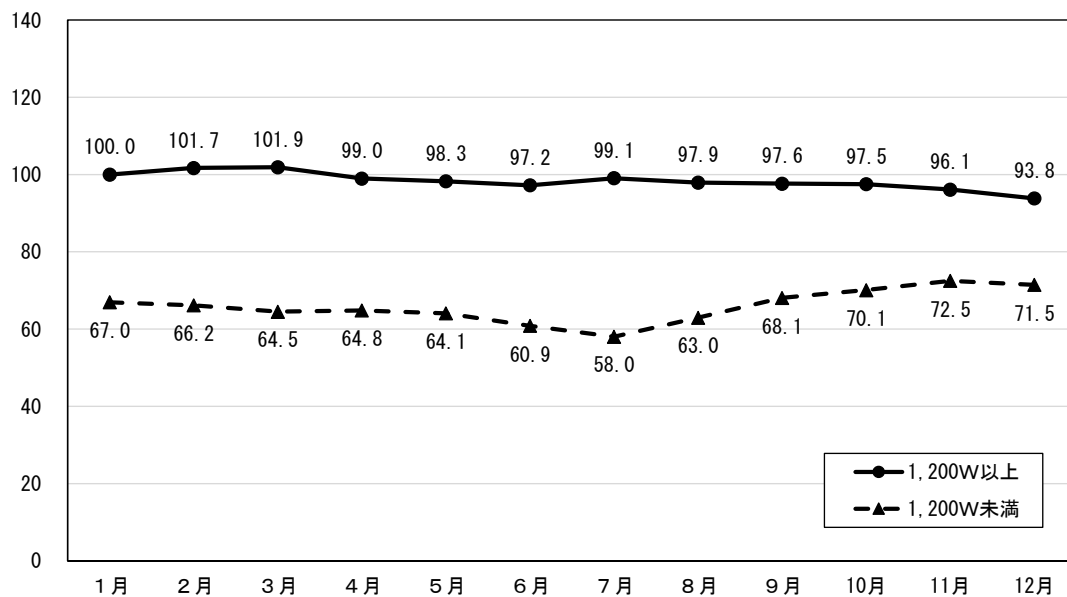
2021年の電気炊飯器全体の年間販売額に対する割合は、5～5.5合炊きかつ圧力電磁加熱式の「1,200W以上」が約24%、同「1,200W未満」が約2%となっている。

「1,200W以上」の2021年1月の平均価格を100とした消費電力別の価格指数をみると、「1,200W以上」の方が年間を通して「1,200W未満」より高くなっている。それぞれの価格指数の推移をみると、「1,200W以上」は1月から12月にかけて、緩やかに下落している。「1,200W未満」は1月から7月にかけて下落傾向で推移し、その後11月にかけて上昇している。

(図Ⅲ－1)

図Ⅲ－1 消費電力別価格指数の推移

(1,200W以上の2021年1月の平均価格=100)



- 消費電力についてはPOSデータに収録されていないため、総務省統計局において、商品を製造する企業のウェブサイトから情報を収集し、「1,200W以上」又は「1,200W未満」の2区分に分類した。

2 電子レンジ

電子レンジのうち、オープンレンジの年間販売額上位50商品について、さらに最高出力1,000Wで加熱方式が過熱水蒸気式の25商品を対象を絞り、最高温度及び庫内容量別に分析を行った。

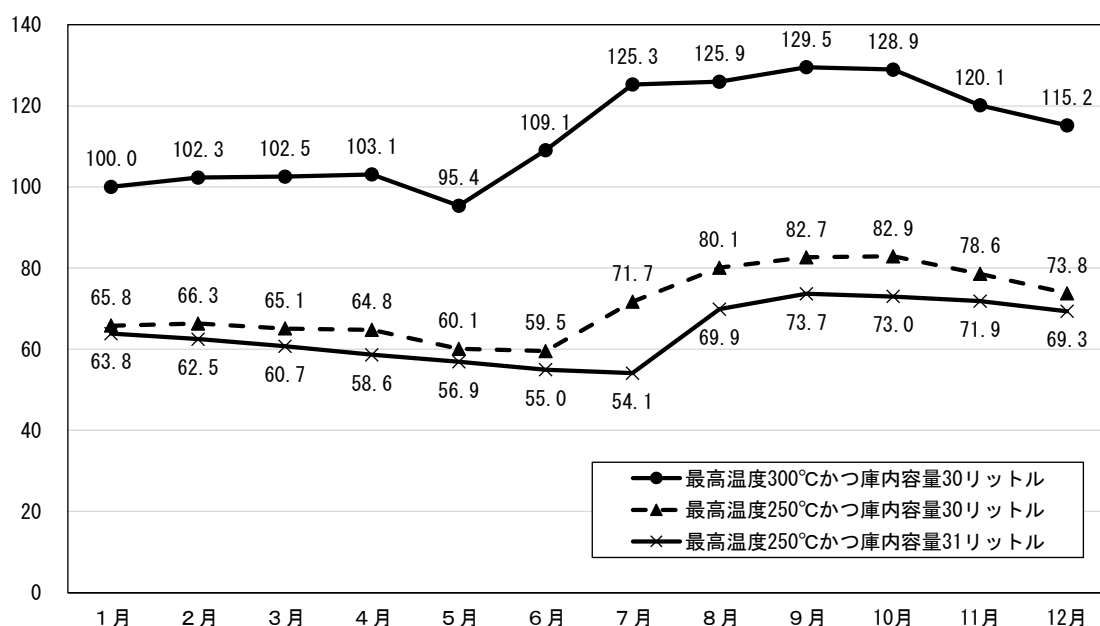
2021年の電子レンジ全体の年間販売額に対する割合は、オープンレンジで最高出力1,000Wかつ加熱方式が過熱水蒸気式の「最高温度300℃かつ庫内容量30リットル」が約16%、同「最高温度250℃かつ庫内容量31リットル」が約6%、同「最高温度250℃かつ庫内容量30リットル」が約2%となっている。

「最高温度300℃かつ庫内容量30リットル」の2021年1月の平均価格を100とした最高温度・庫内容量別の価格指数をみると、「最高温度300℃かつ庫内容量30リットル」が年間を通して、他の二つの規格より高くなっている。それぞれの価格指数の推移をみると、「最高温度300℃かつ庫内容量30リットル」は、1月から4月にかけてほぼ横ばいで推移し、5月に下落、その後7月にかけて上昇した後に10月までは横ばい傾向となり、11月以降下落している。「最高温度250℃かつ庫内容量31リットル」は、1月から7月にかけて下落し、その後9月にかけて上昇し、10月以降下落している。「最高温度250℃かつ庫内容量30リットル」は、1月から6月にかけて下落し、その後10月にかけて上昇し、11月以降下落している。

(図Ⅲ-2)

図Ⅲ-2 最高温度及び庫内容量別の価格指数の推移

(「最高温度300℃かつ庫内容量30リットル」の2021年1月の平均価格=100)



- ・ 最高出力及び最高温度についてはPOSデータに収録されていないため、総務省統計局において、商品を製造する企業のウェブサイトから情報を収集し、「最高温度300℃かつ庫内容量30リットル」、「最高温度250℃かつ庫内容量31リットル」及び「最高温度250℃かつ庫内容量30リットル」の3区分に分類した。

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）がなされるとき。）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）

食料品及び日用品の中から次の11品目を選定し、店舗形態の違いによる比較が可能、かつ共通に販売されている商品を対象とした。

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（5品目）：ラップ、ティシュペーパー、トイレットペーパー、マスク、手洗い用石けん

比較対象とする店舗形態（表IV-1）は、食料品についてはスーパー、ドラッグストア及びコンビニとし、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、2021年に全国の小売店舗（約5,000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IV-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2,800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1,200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1,200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300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に関する統計量」の表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（医薬品及び日用品）

小売物価統計調査（動向編）の対象品目及び銘柄のうち、医薬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次の24品目を対象とした。

医薬品（11品目）：漢方薬、鼻炎薬、胃腸薬、皮膚病薬、目薬、感冒薬（総合かぜ薬）、感冒薬（解熱鎮痛剤）、はり薬、ビタミン剤（ビタミン含有保健剤）、ビタミン剤（ビタミン主薬製剤）、コンタクトレンズ用剤

日用品（13品目）：サポーター、クレンジング、マスク、殺虫剤、化粧水（カウンセリングを除く。）、養毛剤、整髪料、入浴剤、粉ミルク、歯磨き、シャンプー、歯ブラシ、ドリンク剤

比較対象としたのは、実店舗販売価格は小売物価統計調査（動向編）において調査されたドラッグストアチェーン（10企業）における各商品の価格、ネット販売価格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ドラッグストアチェーンの販売サイトに掲載されている商品の価格（価格はいずれも税込み）である。

ネット販売価格は、小売物価統計調査（動向編）において調査された商品を対象とし、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2021年10月から2022年3月分（調査日は各月の12日を含む週の水・木・金のいずれか1日）、ネット販売については、2021年10月から2022年3月分の調査日を含む週の水曜日から翌週の火曜日（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）

商品の規格の違いによる差をみるため、家庭用電化製品（表Ⅳ－2）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、2021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、ここでいう「商品」とは、型式番号で区別される固有の販売品を指す。

表Ⅳ－2 品目別、商品規格別商品数

品目	商品の規格	商品数
電気炊飯器	5～5.5 合炊き	50
電子レンジ	オープンレンジ	50

3 分析方法

(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価格差をみるため、次のとおり、品目ごとに、スーパーの年平均価格を基準（=100）とした店舗別年平均価格指数を作成して比較した。

（店舗別に集計）

- ① 店舗、商品別月次データ（販売額及び販売数）を集計し、店舗、商品別年計（同）に集約する。
- ② ①を集計し、店舗別商品計（販売額及び販売数）に集約し、店舗別年平均価格（販売額÷販売数）を算出する。

（店舗形態別に集計）

- ③ ②のうち、店舗形態がスーパーのデータのみを用い、店舗別年平均価格を単純平均して、スーパーの年平均価格を算出する。
- ④ ③で求めたスーパーの年平均価格を100として、②の店舗別年平均価格を指数化する。
（店舗別年平均価格÷スーパーの年平均価格×100）
- ⑤ ④で作成した店舗別年平均価格指数を店舗形態別に集計し、平均価格（単純平均）、各%点等を算出する。

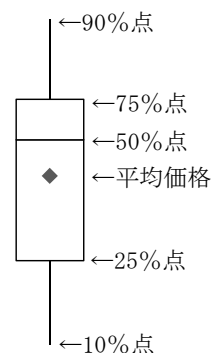
また、上記を用いて、店舗形態別に平均価格や各%点の水準を視覚的に表した価格分布図^{※3}を作成した。

※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（医薬品及び日用品）

品目ごとに、販売経路（ネット販売、実店舗販売）の違いによる価格差をみるため、以下のとおり、それぞれの平均価格を算出し、両者を突合して比較した。

ア 2021年10月から2022年3月までの6か月平均価格

(ア) 実店舗販売価格の平均価格算出方法

- ① 小売物価統計調査（動向編）で得られた店舗別価格を調査月、ドラッグストアチェーン、品目、商品別に単純平均価格を算出する。
- ② ①を取集月数で単純平均し、ドラッグストアチェーン、品目、商品別に単純平均価格を算出する。

③ ②から、実店舗とネット販売の両方で価格を取集できた商品を抽出し、商品数で単純平均し、ドラッグストアチェーン、品目別に平均価格を算出する。

④ ③をドラッグストアチェーン数で単純平均し、品目別に6か月平均価格を算出する。

(イ) ネット販売価格の平均価格算出方法

① ネット販売サイトから取集した商品バリエーション別の価格を取集月、ドラッグストアチェーン、品目、商品別に単純平均価格を算出する。

② 上記ア(イ)の①から③と同様の方法により、品目別に6か月平均価格を算出する。

イ 2021年10月から2022年3月までの月別平均価格

(ア) 実店舗販売価格の月別平均価格算出方法

① 上記ア(イ)①から、2021年10月から2022年3月までの全ての月について実店舗とネット販売の両方で価格を取集できた商品を抽出し、商品数で単純平均し、ドラッグストアチェーン、品目別に平均価格を算出する。

② ①をドラッグストアチェーン数で単純平均し、品目別に、月別平均価格を算出する。

(イ) ネット販売価格の平均価格算出方法

・ 上記ア(イ)①を対象に、上記イ(ア)と同様の方法により、品目別に、月別平均価格を算出する。

(3) 商品規格別価格（家庭用電化製品）

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、商品規格別に合計する。

② ①により、商品規格別に、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2021年1月平均価格を100として、②を指数化する。

<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。