

6

調査する商品・サービスは、どのように指定しているのですか？

小売物価統計調査（動向編）は、商品の価格等の月々の変動を都市ごとに捉えることを主な目的としていることから、主要な商品・サービスの中から、品質、性能ができるだけ一定で、かつ、全国的に購入可能となるようなものを選定して調査しています。

まず、家計消費上重要な商品・サービス（家計調査における当該品目への支出額が、家計の消費支出総額の1万分の1以上であるかどうかを目安）を「調査品目」として選定します。

しかし、同じ品目でも、品質、性能にばらつきがあったり、一部の地域では出回っていなかったりする場合があります。そのため、品目ごとに、調査対象とすべき商品の銘柄（品質、性能、特性（特徴））を設定して調査します。この設定は、全国で調査可能となるように配慮されます。この品質等の細目の規定をその品目の「基本銘柄」と呼んでいます。

基本銘柄の設定基準		
1	代表性	その品目の価格変動を代表するものであること
2	市場性	全国的に出回っているものであること
3	継続性	継続的に調査が可能なものであること
4	実地調査の容易性	調査員が識別しやすいものであること

また、小売物価統計調査（構造編）は、調査の種類ごとにそれぞれ下表のとおり「調査品目」を選定しています。

調査の種類	調査品目
地域別価格差調査	都道府県などの地域別の価格差を捉えることを目的として、地域により価格差が見込まれ、かつ、家計消費支出のウエイトが大きい品目について調査
店舗形態別価格調査	スーパーや一般小売店など、店舗形態別の価格を把握することを目的として、スーパー以外でも価格が収集できると考えられる品目を調査
銘柄別価格調査	動向編で調査していない銘柄の価格を把握することを目的として、今後、動向編の調査銘柄の候補となり得る銘柄が存在している品目やまとめ売りなど販売形態の異なる銘柄が存在している品目を調査