

第2章 店舗形態別価格

この章では、構造編の店舗形態別価格調査^(注1)等から得た情報を基に特別集計した結果を用いて、第1節及び第2節では店舗形態別の価格水準、第3節では店舗形態別の価格分布の状況、第4節では店舗形態別の価格の動きについて、それぞれ解説する。

(注1) 構造編の店舗形態別価格調査は、スーパー・一般小売店・量販専門店などの店舗形態の違いによる価格の違いを把握するため、全国の道府県庁所在市(46市)において小売価格を調査している(東京都は、動向編において様々な店舗形態の価格が得られているため、構造編では調査を行っていない)。

調査品目は、比較対象となる各店舗形態において価格調査が可能な品目の中から、9品目を選定している。

集計においては、構造編の調査価格に加え、動向編で調査している全ての道府県庁所在市の店舗の価格も利用している。構造編の店舗形態別価格調査の調査店舗の選定は、比較対象となる各店舗形態が原則同数となるように行っている。例えば、食料品の場合、スーパーと一般小売店の価格差を比較することを目的として調査を行っており、動向編では主にスーパーを選定しているため、構造編では原則として一般小売店を選定している。

1 スーパーと一般小売店の比較

- ◆ うるち米、コロッケ及び清酒はスーパーの価格が低い
- ◆ 豚肉は一般小売店の価格が低い

スーパーと一般小売店の価格差を比較することを目的として調査している4品目(うるち米^(注2)、豚肉^(注3)、コロッケ及び清酒)の年平均価格^(注4)をみると、うるち米、コロッケ及び清酒は、スーパーの価格が低くなっている。一方、豚肉は一般小売店の価格が低くなっている。

また、スーパーの年平均価格を100として一般小売店の価格水準をみると、コロッケ(129.9)の水準の差が最も大きくなっている。

2020年(令和2年)結果と比較すると、うるち米、豚肉及びコロッケでは価格水準の差が拡大している。拡大した要因は、うるち米は、価格水準が低いスーパーの価格の下落率が、価格水準が高い一般小売店の価格の下落率を上回ったことによる。豚肉は、価格水準が高いスーパーの価格の上昇率が、価格水準が低い一般小売店の価格の上昇率を上回ったことによる。コロッケは、価格水準が高い一般小売店の価格が上昇するとともに、価格水準が低いスーパーの価格が下落したことによる。

(表2-1、図2-1)

(注2) うるち米は、単一原料米(コシヒカリ以外)を調査している。

(注3) 豚肉は、国産品、バラ(黒豚を除く)を調査している。

(注4) 全都道府県庁所在市(全47市、東京都については東京都区部)の年平均価格

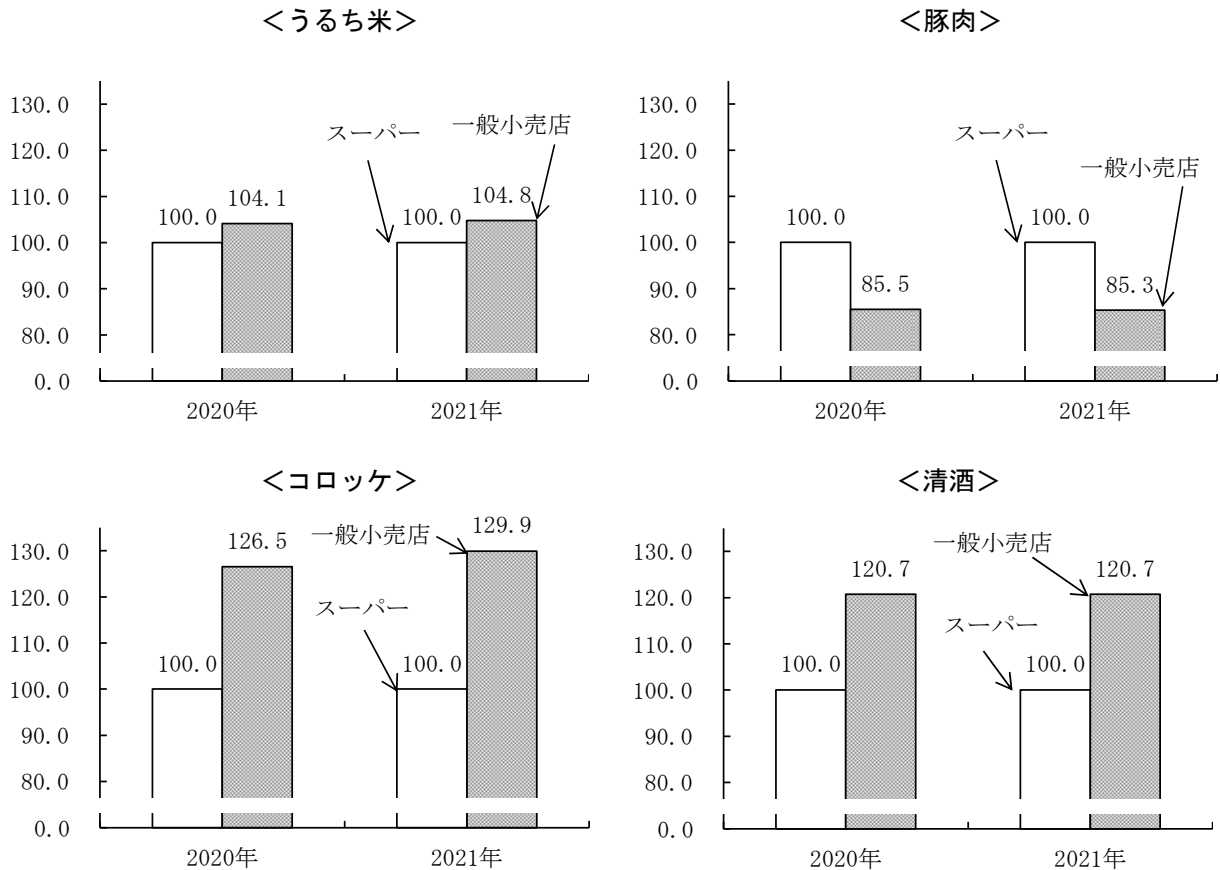
表 2-1 調査対象 4 品目の店舗形態別年平均価格及び価格水準

| 品目 (単位) | 店舗形態 | 2021年 | | | 2020年 | | | 2020年との比較 (2021年-2020年) | |
|---------------------|-------|------------------|------------------|--------------------|------------------|------------------|--------------------|----------------------------|--------------------------|
| | | 年平均 価格 (円) | 価格 水準 (注5) | 価格水準 の差 (注6) | 年平均 価格 (円) | 価格 水準 (注5) | 価格水準 の差 (注6) | 年平均 価格の 変化 (円) | 年平均 価格の 変化率 (%) |
| うるち米 (1袋(5kg)) | スーパー | 2,083 | 100.0 | 4.8 | 2,147 | 100.0 | 4.1 | -64 | -3.0 |
| | 一般小売店 | 2,184 | 104.8 | | 2,234 | 104.1 | | -50 | -2.2 |
| 豚肉 (100g) | スーパー | 245 | 100.0 | -14.7 | 241 | 100.0 | -14.5 | 4 | 1.7 |
| | 一般小売店 | 209 | 85.3 | | 206 | 85.5 | | 3 | 1.5 |
| コロッケ (100g) | スーパー | 97 | 100.0 | 29.9 | 98 | 100.0 | 26.5 | -1 | -1.0 |
| | 一般小売店 | 126 | 129.9 | | 124 | 126.5 | | 2 | 1.6 |
| 清酒 (1本(2,000mL)) | スーパー | 969 | 100.0 | 20.7 | 984 | 100.0 | 20.7 | -15 | -1.5 |
| | 一般小売店 | 1,170 | 120.7 | | 1,188 | 120.7 | | -18 | -1.5 |

(注5) 価格水準は、各年のスーパーの年平均価格を基準 (=100) とした際の値

(注6) 価格水準の差 = 「一般小売店」の価格水準 - 「スーパー」の価格水準

図 2-1 調査対象 4 品目の店舗形態別価格水準 (各年のスーパーの年平均価格=100)



2 スーパーと量販専門店の比較

- ◆ ラップはスーパーの価格が低い
- ◆ 洗濯用洗剤、ドリンク剤及び整髪料は量販専門店の価格が低い

スーパーと量販専門店の価格差を比較することを目的として調査している5品目（ラップ、洗濯用洗剤、ドリンク剤、生理用ナプキン及び整髪料）の年平均価格^(注7)をみると、ラップは、スーパーの価格が低くなっている。一方、洗濯用洗剤、ドリンク剤及び整髪料は量販専門店の価格が低くなっている。

また、スーパーの年平均価格を100として量販専門店の価格水準をみると、ドリンク剤（91.9）の水準の差が最も大きく、次いで洗濯用洗剤（97.7）となっている。

2020年結果と比較すると、ラップ及び洗濯用洗剤では価格水準の差が拡大している。拡大した要因は、ラップは、価格水準が低いスーパーのみ価格が下落したことによる。洗濯用洗剤は、価格水準が高いスーパーの価格が上昇し、価格水準が低い量販専門店の価格が下落したことによる。

一方、ドリンク剤、生理用ナプキン及び整髪料では価格水準の差が縮小している。縮小した要因は、ドリンク剤は、価格水準が高いスーパーの価格が下落するとともに、価格水準が低い量販専門店の価格が上昇したことによる。生理用ナプキンは、価格水準が高い量販専門店の価格の下落率が、価格水準が低いスーパーの価格の下落率を上回ったことによる。整髪料は、価格水準が低い量販専門店の価格が上昇するとともに、価格水準が高いスーパーの価格が下落したことによる。

（表2-2、図2-2）

（注7）全都道府県庁所在市（全47市、東京都については東京都区部）の年平均価格

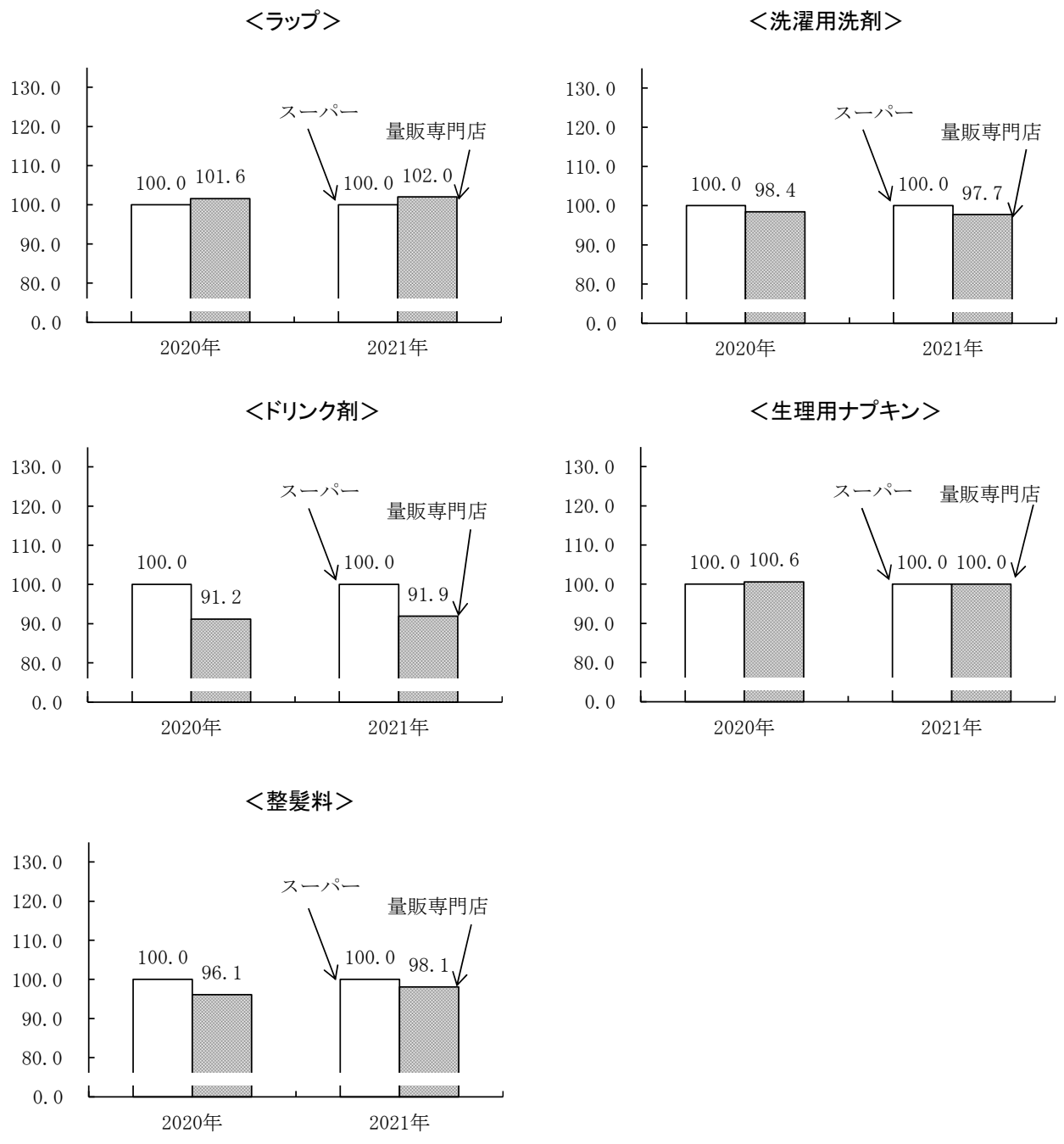
表2-2 調査対象5品目の店舗形態別年平均価格及び価格水準

| 品目（単位） | 店舗形態 | 2021年 | | | 2020年 | | | 2020年との比較 (2021年-2020年) | |
|--------------------------|-------|------------------|------------------|--------------------|------------------|------------------|--------------------|----------------------------|--------------------------|
| | | 年平均 価格 (円) | 価格 水準 (注8) | 価格水準 の差 (注9) | 年平均 価格 (円) | 価格 水準 (注8) | 価格水準 の差 (注9) | 年平均 価格の 変化 (円) | 年平均 価格の 変化率 (%) |
| ラップ (1本(幅22cm×長さ50m)) | スーパー | 304 | 100.0 | 2.0 | 305 | 100.0 | 1.6 | -1 | -0.3 |
| | 量販専門店 | 310 | 102.0 | | 310 | 101.6 | | 0 | 0.0 |
| 洗濯用洗剤 (1kg(液体)) | スーパー | 311 | 100.0 | -2.3 | 310 | 100.0 | -1.6 | 1 | 0.3 |
| | 量販専門店 | 304 | 97.7 | | 305 | 98.4 | | -1 | -0.3 |
| ドリンク剤 (1箱(100mL×10本)) | スーパー | 1,117 | 100.0 | -8.1 | 1,121 | 100.0 | -8.8 | -4 | -0.4 |
| | 量販専門店 | 1,026 | 91.9 | | 1,022 | 91.2 | | 4 | 0.4 |
| 生理用ナプキン (昼用、10個) | スーパー | 169 | 100.0 | 0.0 | 172 | 100.0 | 0.6 | -3 | -1.7 |
| | 量販専門店 | 169 | 100.0 | | 173 | 100.6 | | -4 | -2.3 |
| 整髪料 (1個(80g)) | スーパー | 731 | 100.0 | -1.9 | 740 | 100.0 | -3.9 | -9 | -1.2 |
| | 量販専門店 | 717 | 98.1 | | 711 | 96.1 | | 6 | 0.8 |

（注8）価格水準は、各年のスーパーの年平均価格を基準（=100）とした際の値

（注9）価格水準の差=「量販専門店」の価格水準-「スーパー」の価格水準

図2-2 調査対象5品目の店舗形態別価格水準（各年のスーパーの年平均価格=100）



3 価格分布の状況について

ここでは、2021年（令和3年）に調査した店舗の価格情報を利用して価格分布（10%点、25%点、50%点、75%点及び90%点）及びその他の統計量（「(参考)用語の説明」188ページを参照）に関する特別集計の結果について紹介する。

(1) スーパーと一般小売店の比較

- ◆ いずれの品目も、スーパーに比べ一般小売店の価格の広がりが大きい
- ◆ コロケは、スーパー、一般小売店共に価格の散らばり度合いが最も大きい

スーパーと一般小売店の比較を目的とした4品目について、それぞれ店舗形態別に10%点、25%点、50%点、75%点及び90%点の価格を比較することにより、店舗形態別の価格分布の状況を見る。

うるち米は、10%点を除いて一般小売店の価格がスーパーの価格よりも高くなっている。

豚肉は、いずれの%点においても一般小売店の価格がスーパーの価格よりも低くなっている。

コロケ及び清酒は、いずれの%点においても一般小売店の価格がスーパーの価格よりも高くなっている。

また、四分位範囲により価格の広がりをみると、いずれの品目も、スーパーに比べ一般小売店が大きくなっている。

(表2-3、図2-3)

さらに、四分位分散係数により店舗形態別に各品目の価格の散らばり度合いを比較すると、いずれの店舗形態においてもコロケが最も大きくなっている。一方、スーパーでは清酒が最も小さく、一般小売店ではうるち米が最も小さくなっており、店舗形態間で違いがみられる。

(表2-3、図2-4)

表2-3 調査対象4品目の店舗形態別価格分布に関する統計量

| | うるち米 (単位：1袋) | | 豚肉 (単位：100g) | | コロケ (単位：100g) | | 清酒 (単位：1本) | |
|----------|-----------------|-------|-----------------|-------|------------------|-------|---------------|-------|
| | スーパー | 一般小売店 | スーパー | 一般小売店 | スーパー | 一般小売店 | スーパー | 一般小売店 |
| 価格数 | 1,789 | 1,083 | 1,757 | 1,130 | 1,767 | 1,110 | 1,090 | 757 |
| 平均価格(円) | 2,095 | 2,186 | 245 | 209 | 99 | 126 | 967 | 1,172 |
| 90%点(円) | 2,430 | 2,550 | 278 | 259 | 127 | 169 | 1,064 | 1,425 |
| 75%点(円) | 2,246 | 2,364 | 267 | 236 | 115 | 150 | 988 | 1,300 |
| 50%点(円) | 2,127 | 2,160 | 246 | 200 | 99 | 123 | 944 | 1,140 |
| 25%点(円) | 1,922 | 1,998 | 215 | 183 | 87 | 101 | 910 | 1,026 |
| 10%点(円) | 1,814 | 1,800 | 212 | 165 | 64 | 88 | 880 | 944 |
| 四分位範囲(円) | 324 | 366 | 52 | 53 | 28 | 49 | 78 | 274 |
| 四分位分散係数 | 0.08 | 0.08 | 0.11 | 0.13 | 0.14 | 0.20 | 0.04 | 0.12 |

※ 各統計量の算出方法は、後述の「(参考)用語の説明」を参照

※ 特別集計における平均価格は、2021年（令和3年）の偶数月に調査した店舗の価格を単純算術平均したものである。そのため、店舗形態別価格調査の統計表に掲載されている年平均価格とは必ずしも一致しない。

図 2 - 3 調査対象 4 品目の店舗形態別価格分布図

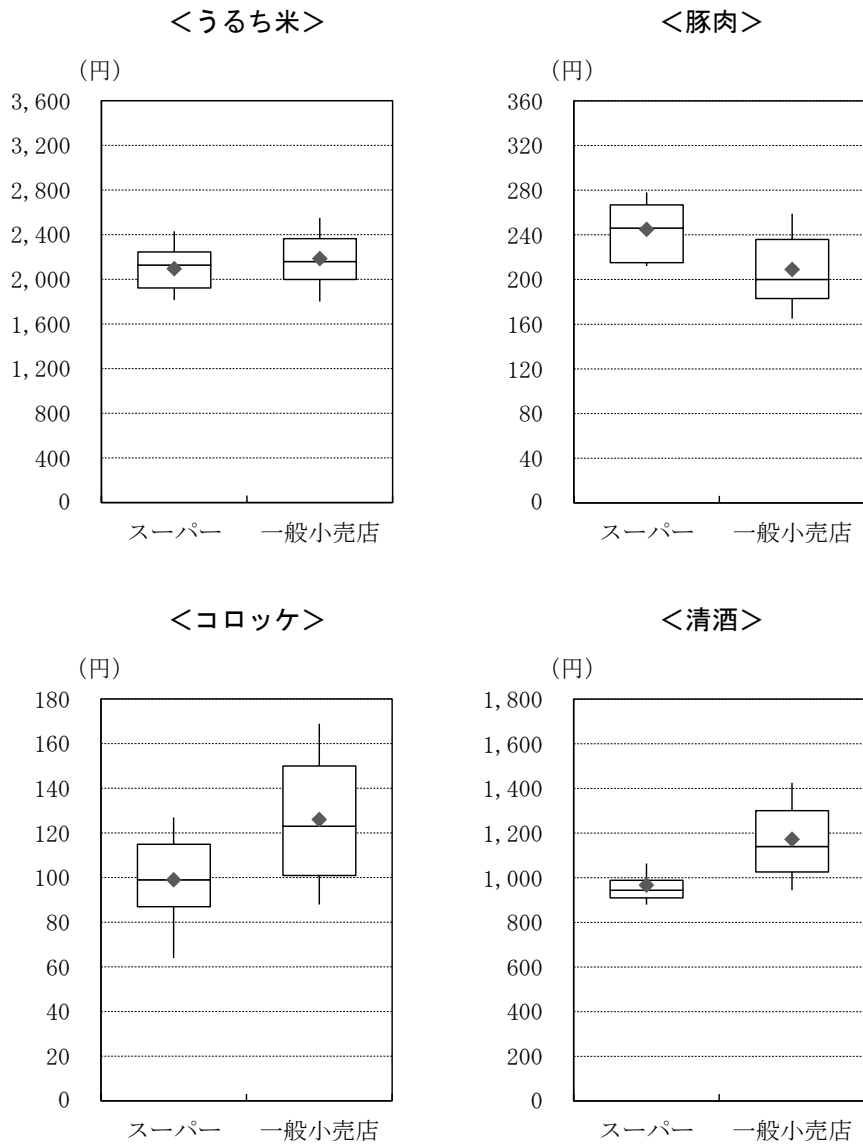
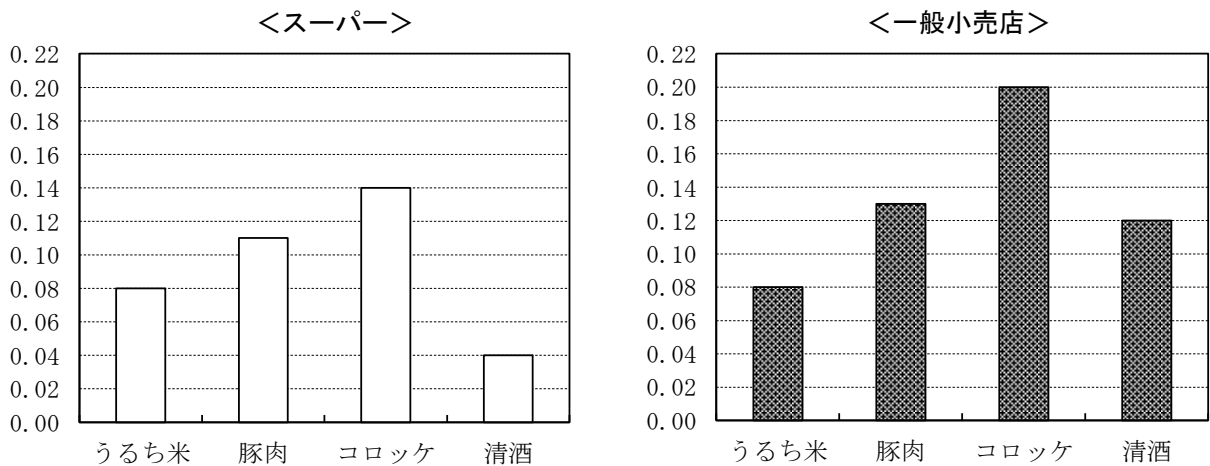


図 2 - 4 調査対象 4 品目の店舗形態別価格の散らばり度合い (四分位分散係数)



(2) スーパーと量販専門店の比較

- ◆ 洗濯用洗剤、生理用ナプキン及び整髪料は、スーパーに比べ量販専門店の価格の広がりが大きい
- ◆ 洗濯用洗剤は、スーパー、量販専門店共に価格の散らばり度合いが最も大きい

次に、スーパーと量販専門店の比較を目的とした5品目について、店舗形態別の価格分布の状況を見る。

ラップは、いずれの%点においてもスーパーに比べ量販専門店の価格が高くなっている。

洗濯用洗剤は、10%点及び50%点の価格がスーパーと量販専門店とで一致しているなど、似た分布状況となっている。

ドリンク剤は、いずれの%点においても量販専門店の価格がスーパーの価格よりも低くなっている。

生理用ナプキンは、10%点及び25%点では量販専門店の価格がスーパーの価格よりも低く、75%点及び90%点では量販専門店の価格がスーパーの価格よりも高くなっている。

整髪料は、50%点のみ量販専門店の価格がスーパーの価格よりも高くなっている。

また、四分位範囲により価格の広がりをみると、洗濯用洗剤、生理用ナプキン及び整髪料についてはスーパーに比べ量販専門店が大きく、ドリンク剤についてはスーパーに比べ量販専門店が小さくなっている。ラップについてはスーパーと量販専門店は同じ値となっている。

(表2-4、図2-5)

さらに、四分位分散係数により店舗形態別に各品目の価格の散らばり度合いを比較すると、いずれの店舗形態においても洗濯用洗剤が最も大きくなっている。一方、スーパーではこれ以外の品目は0.05又は0.06と品目間の差は小さく、量販専門店ではドリンク剤が最も小さくなるなど、店舗形態間で違いがみられる。

(表2-4、図2-6)

表2-4 調査対象5品目の店舗形態別価格分布に関する統計量

| | ラップ (単位：1本) | | 洗濯用洗剤 (単位：1kg) | | ドリンク剤 (単位：1箱) | | 生理用ナプキン (単位：10個) | | 整髪料 (単位：1個) | |
|----------|----------------|-----------|-------------------|-----------|------------------|-----------|---------------------|-----------|----------------|-----------|
| | スーパー | 量販 専門店 | スーパー | 量販 専門店 | スーパー | 量販 専門店 | スーパー | 量販 専門店 | スーパー | 量販 専門店 |
| 価格数 | 1,491 | 1,388 | 1,528 | 1,333 | 920 | 973 | 1,485 | 1,405 | 912 | 996 |
| 平均価格(円) | 303 | 310 | 310 | 306 | 1,113 | 1,025 | 170 | 170 | 729 | 712 |
| 90%点(円) | 328 | 355 | 420 | 396 | 1,298 | 1,078 | 192 | 197 | 836 | 820 |
| 75%点(円) | 316 | 327 | 342 | 347 | 1,151 | 1,047 | 180 | 188 | 768 | 745 |
| 50%点(円) | 295 | 305 | 282 | 282 | 1,078 | 1,023 | 164 | 164 | 717 | 731 |
| 25%点(円) | 283 | 294 | 253 | 255 | 1,045 | 999 | 164 | 163 | 701 | 657 |
| 10%点(円) | 272 | 273 | 239 | 239 | 987 | 968 | 153 | 149 | 657 | 605 |
| 四分位範囲(円) | 33 | 33 | 89 | 92 | 106 | 48 | 16 | 25 | 67 | 88 |
| 四分位分散係数 | 0.06 | 0.05 | 0.16 | 0.16 | 0.05 | 0.02 | 0.05 | 0.08 | 0.05 | 0.06 |

※ 各統計量の算出方法は、後述の「(参考)用語の説明」を参照

※ 特別集計における平均価格は、2021年(令和3年)の偶数月に調査した店舗の価格を単純算術平均したものである。そのため、店舗形態別価格調査の統計表に掲載されている年平均価格とは必ずしも一致しない。

図 2-5 調査対象 5 品目の店舗形態別価格分布図

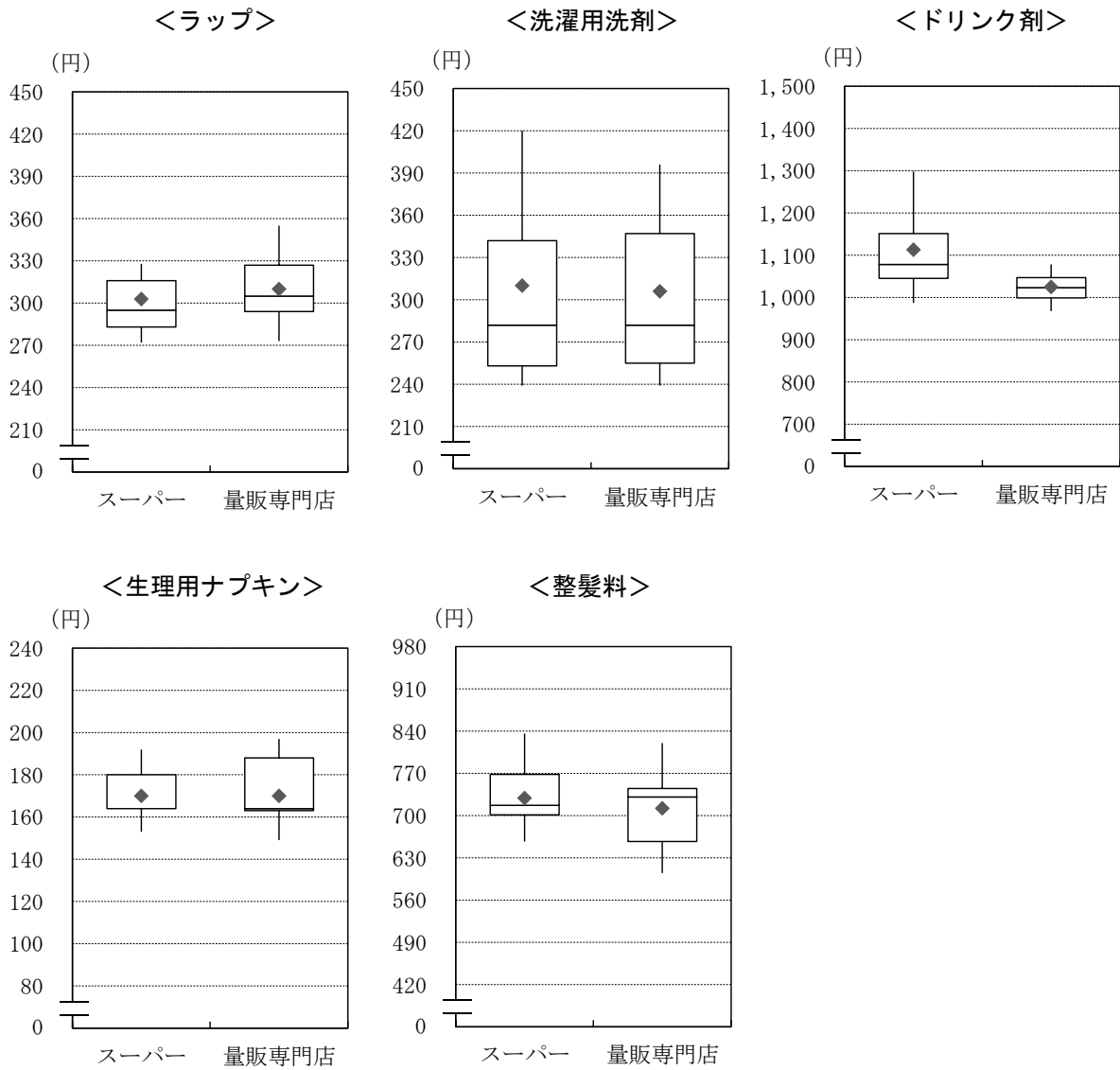
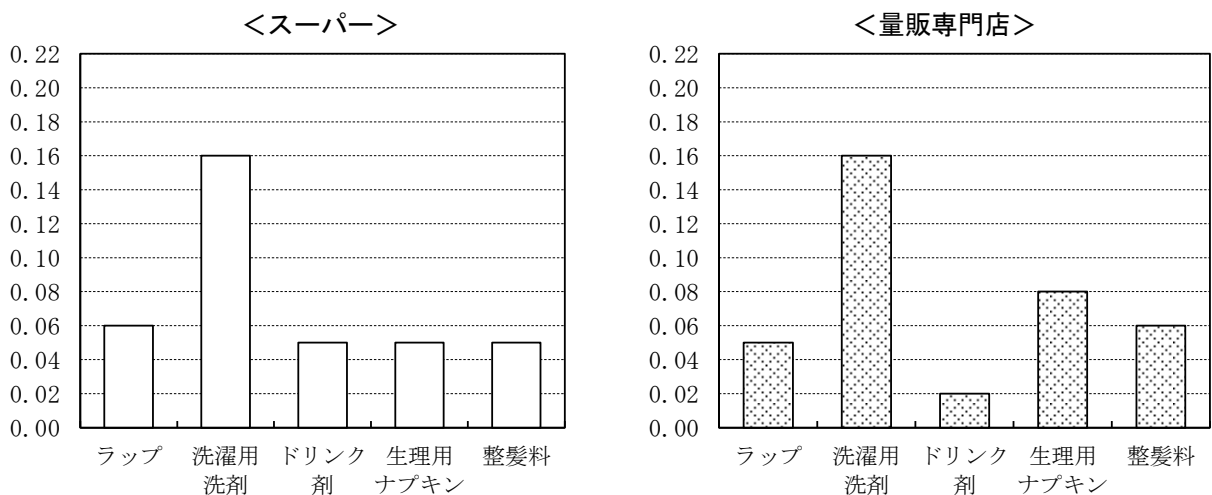


図 2-6 調査対象 5 品目の店舗形態別価格の散らばり度合い (四分位分散係数)



(参考) 用語の説明

(1) 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。

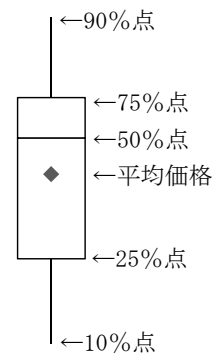
・ 四分位分散係数

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) 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。価格の広がり、四分位範囲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、二つ以上の点が一致することもあり得る。



4 店舗形態別の価格の動き

ここでは、各調査品目について、2017年2月^(注10)のスーパーの平均価格(全都道府県庁所在市の平均価格)を100として、そこから2021年12月までの期間について、各調査月(偶数月(2月、4月、6月、8月、10月及び12月))の平均価格を指数化し、店舗形態別の価格の動きを確認する。

(1) スーパーと一般小売店の比較

うるち米は、スーパー及び一般小売店共に、2017年10月及び12月の上昇後は横ばい傾向であったが、2020年10月頃から緩やかな下落傾向で推移している。また、価格水準差^(注11)は、2020年12月頃から拡大傾向で推移している。

豚肉は、スーパー及び一般小売店共に、緩やかな上昇傾向で推移している。また、価格水準差は、横ばい傾向で推移している。

コロッケは、スーパーについては、2019年12月頃から下落傾向で推移している。一般小売店については2018年2月頃から上昇傾向で推移している。また、価格水準差は、2019年2月頃から拡大傾向で推移している。

清酒は、スーパーについては、2019年10月の消費税率引上げに伴う上昇を除くと、2017年8月頃から下落傾向で推移している。一般小売店については、2019年10月の消費税率引上げに伴う上昇を除くと、2018年12月頃から緩やかな下落傾向で推移している。また、価格水準差をみると、2017年8月から2018年12月までは拡大傾向で推移しており、その後は横ばい傾向で推移している。

(図2-7)

(注10) 「生理用ナプキン」は2018年2月

(注11) 価格水準差 = 「一般小売店」の価格水準 - 「スーパー」の価格水準

図2-7 調査対象4品目の店舗形態別価格の動き

<うるち米>

(2017年2月のスーパーの平均価格=100)

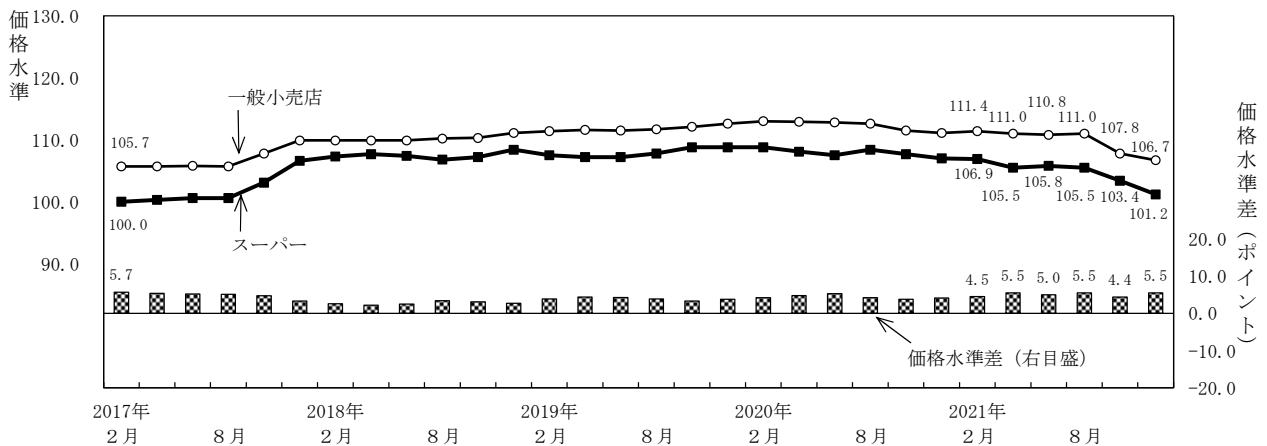
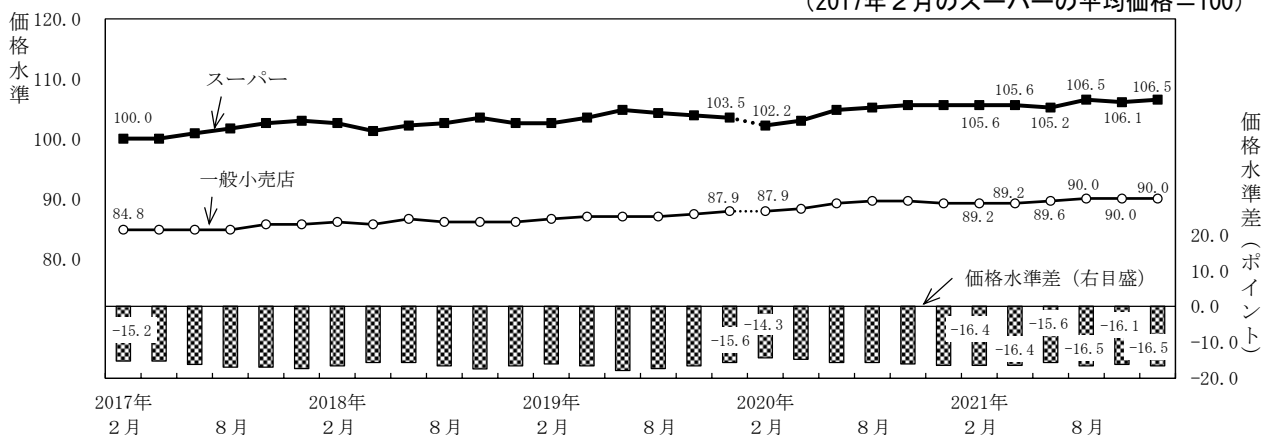


図2-7 調査対象4品目の店舗形態別価格の動き（続き）

＜豚肉＞

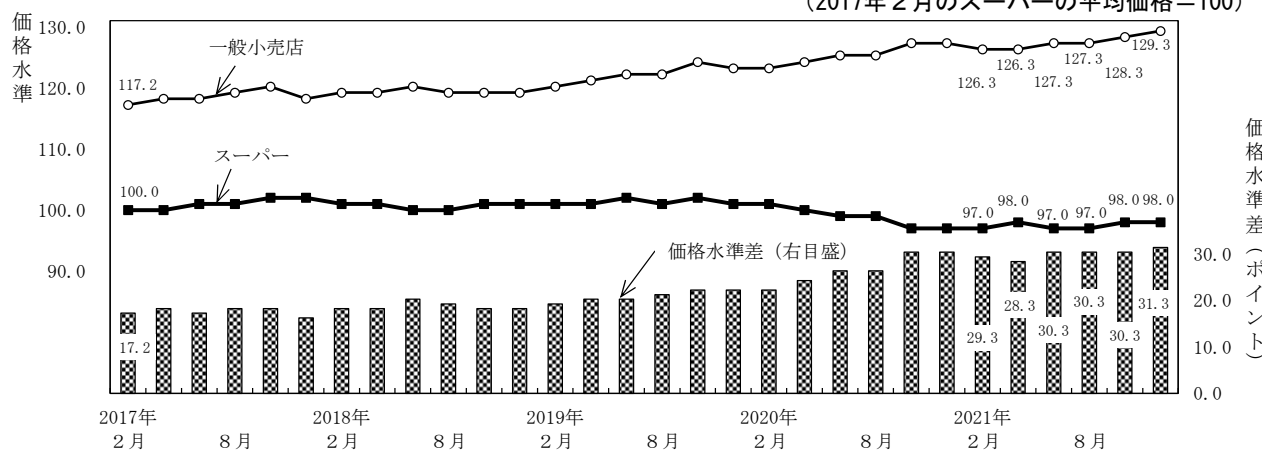
(2017年2月のスーパーの平均価格=100)



(※) 対象期間に実施した銘柄改正のうち、旧銘柄と新銘柄で明確な品質差が存在した場合は、前々月と同指数（保合）とし、点線により接続している。

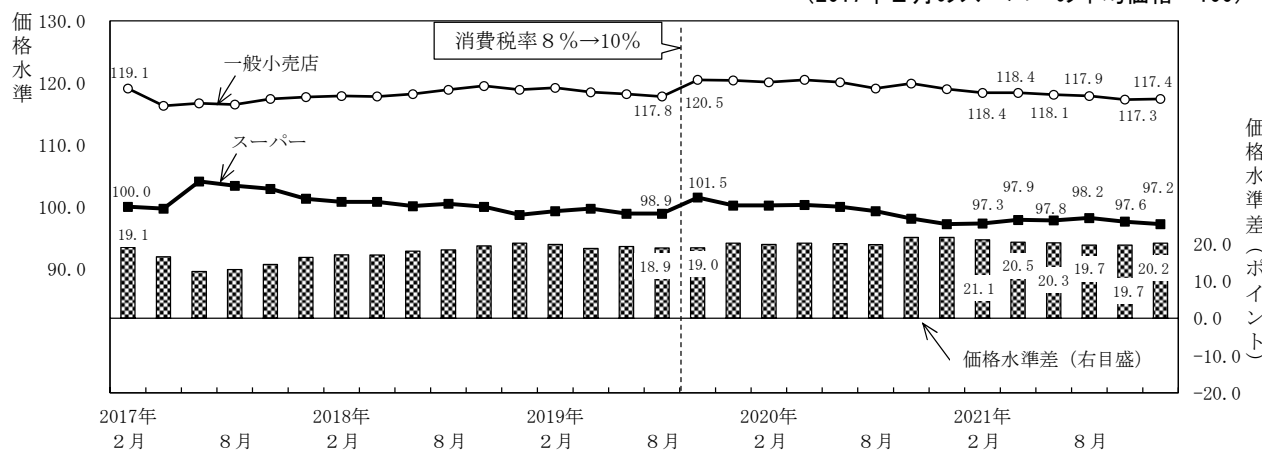
＜コロッケ＞

(2017年2月のスーパーの平均価格=100)



＜清酒＞

(2017年2月のスーパーの平均価格=100)



(2) スーパーと量販専門店の比較

ラップは、2019年10月の消費税率引上げに伴う価格の上昇後、スーパー及び量販専門店共に、上昇及び下落を繰り返す傾向で推移している。また、価格水準差^(注12)についても拡大と縮小を繰り返す傾向で推移している。

洗濯用洗剤は、スーパー及び量販専門店共に、上昇及び下落を繰り返す傾向で推移し、2021年8月以降にスーパーは下落、量販専門店は上昇の傾向となっている。また、価格水準差は、拡大と縮小を繰り返す傾向で推移し、2021年12月には小さくなっている。

ドリンク剤は、2019年10月の消費税率引上げに伴う価格の上昇を除くと、スーパー及び量販専門店共に、横ばい傾向で推移している。このため、価格水準差も、横ばい傾向で推移している。

生理用ナプキンは、2019年10月の消費税率引上げに伴う価格の上昇を除くと、スーパー及び量販専門店共に、2020年12月から下落傾向で推移している。また、価格水準差をみると、非常に低い水準で推移している。

整髪料は、2019年10月の消費税率引上げに伴う価格の上昇を除くと、スーパー及び量販専門店共に、2021年10月まで横ばい傾向で推移しているが、2021年12月にはスーパーは下落、量販専門店は横ばいとなっている。このため、価格水準差は、2021年12月に小さくなっている。

(図2-8)

(注12) 価格水準差 = 「量販専門店」の価格水準 - 「スーパー」の価格水準

図2-8 調査対象5品目の店舗形態別価格の動き

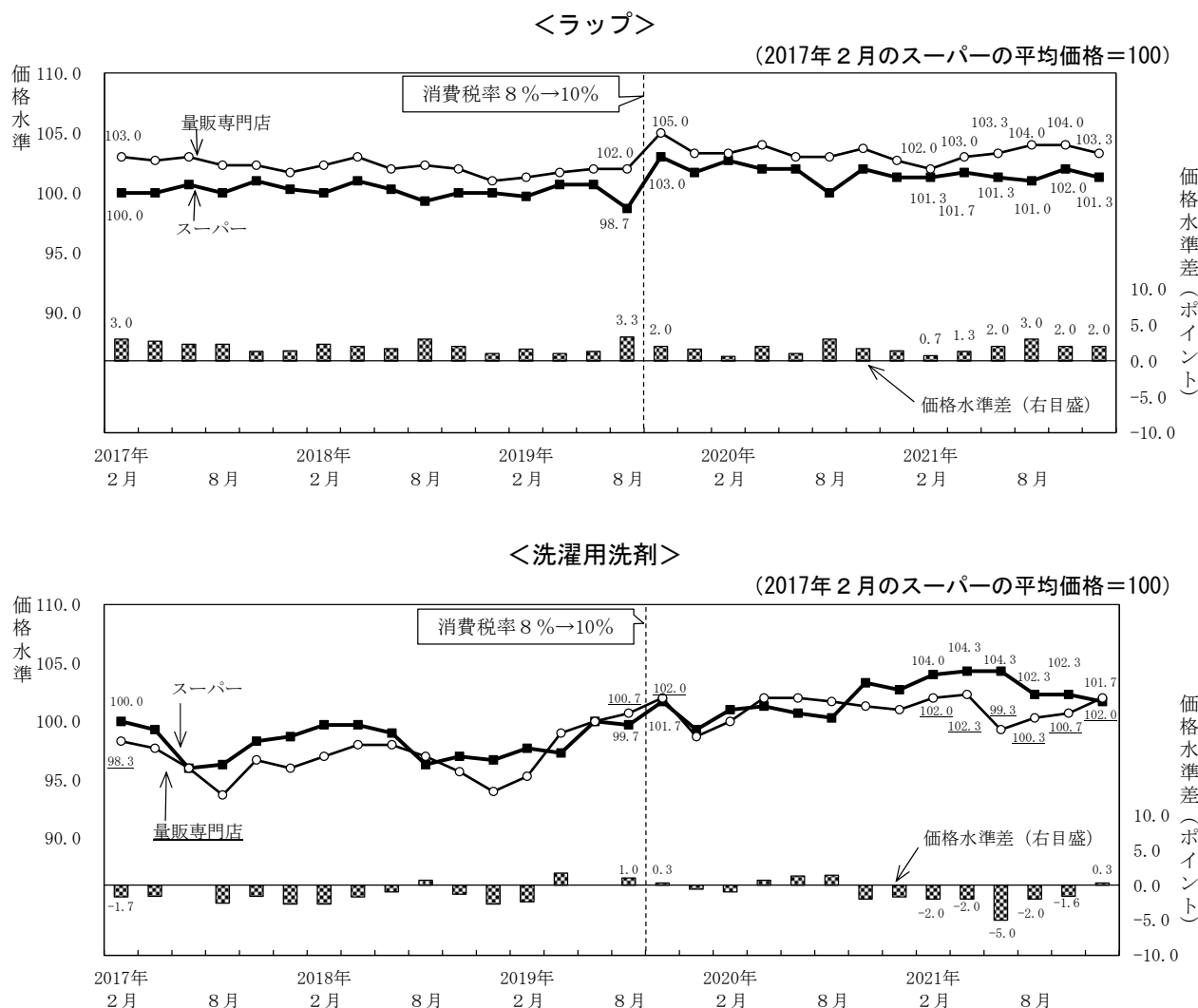
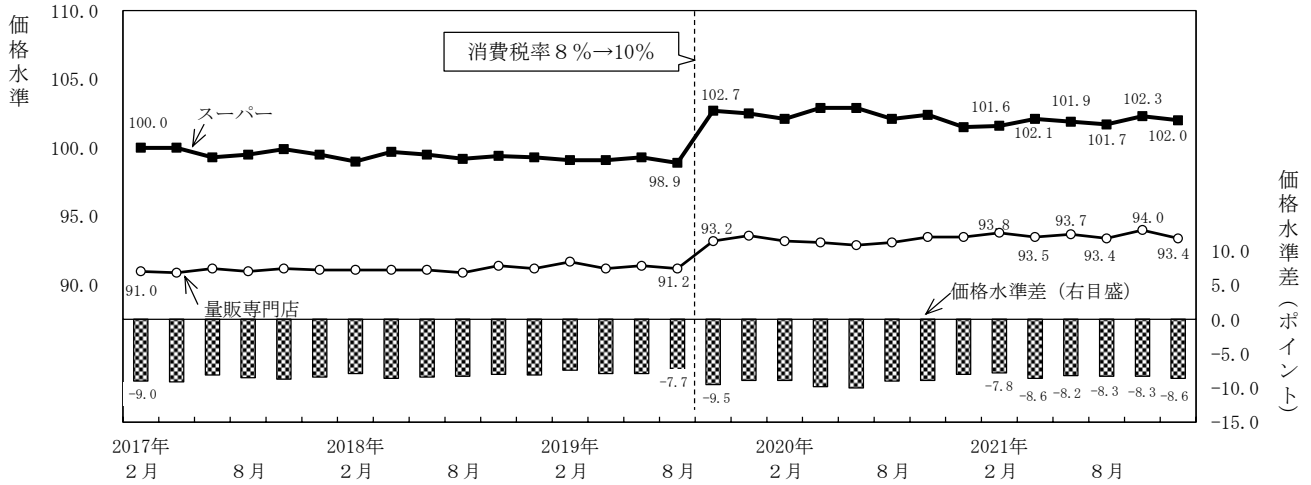


図2-8 調査対象5品目の店舗形態別価格の動き (続き)

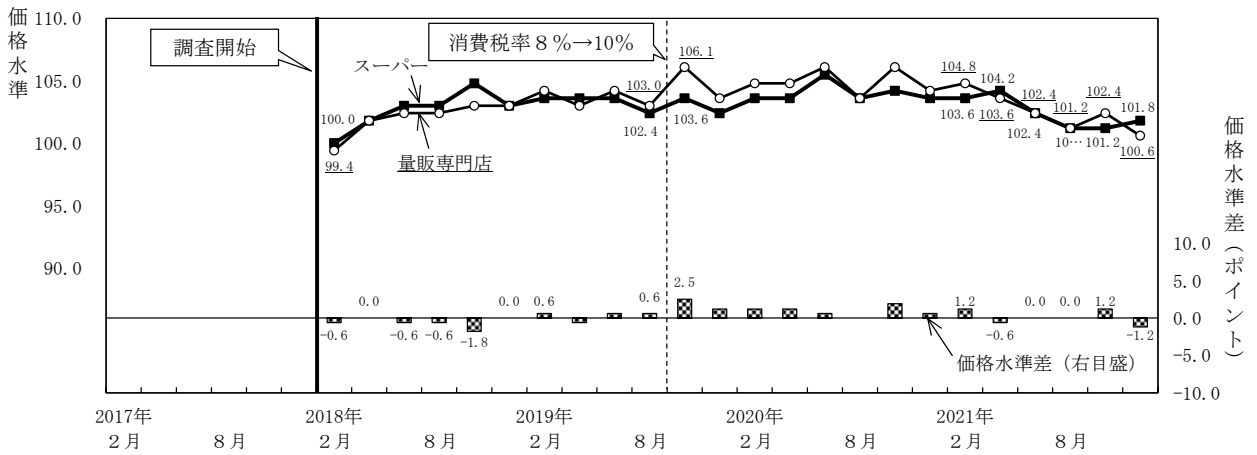
<ドリンク剤>

(2017年2月のスーパーの平均価格=100)



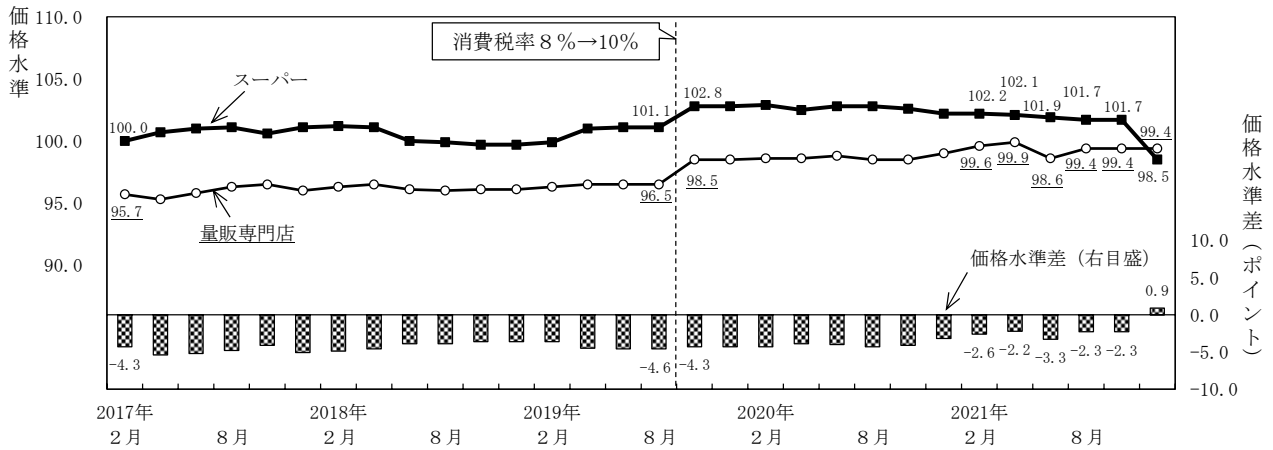
<生理用ナプキン>

(2018年2月のスーパーの平均価格=100)



<整髪料>

(2017年2月のスーパーの平均価格=100)



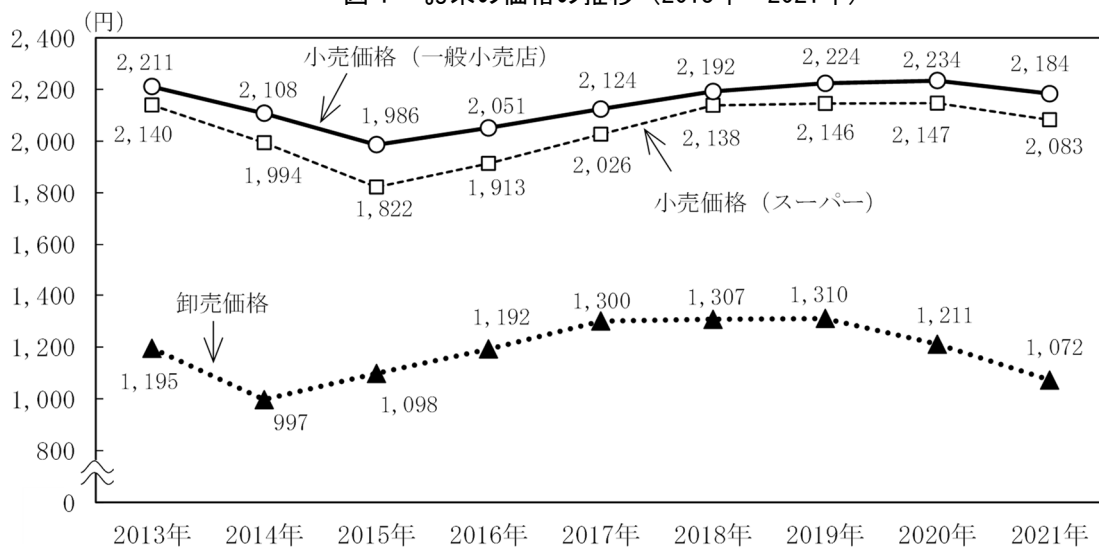
【構造編コラム2】お米の価格 ～スーパーと一般小売店の比較～

結果の解説の「第2章 店舗形態別価格 第1節 スーパーと一般小売店の比較」にあるように、2021年はスーパーと一般小売店（お米屋さんなど）の「うるち米」の価格水準差が拡大しました。

今回は、小売物価統計調査（構造編）を開始した2013年から現在に至るまでの「うるち米」の価格について、店舗形態別の価格の推移をみるとともに、卸売価格と比較してみます。

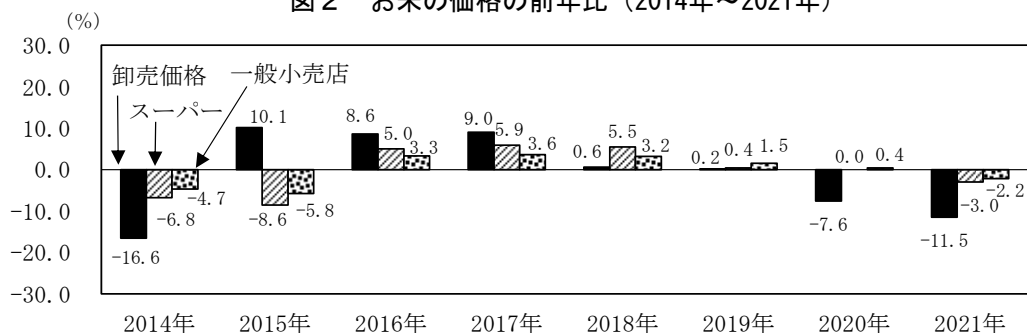
図1は、「うるち米」の小売価格（スーパーと一般小売店）及びお米の卸売価格（出荷業者と卸売業者等間の取引価格）の推移をみたものです。また、図2は、その前年比を示しています。

図1 お米の価格の推移（2013年～2021年）



- ※ 小売価格は、「うるち米（コシヒカリを除く単一品種）」の全都道府県庁所在都市の年平均価格
 - ※ 卸売価格は、出荷業者と卸売業者等との間で数量と価格が決定された主食用の相対取引契約の生産年価格（運賃、包装代、消費税を含む1等米の価格）について、公表値である60kg当たりの価格を小売価格と同じ5kg当たりの価格に換算した値
- なお、年次は米の収穫時期を基準にした生産年であり、出回り期から翌年10月までの相対取引価格の平均値（2021年産は2022年5月までの速報値）である。
- （出典：農林水産省「米をめぐる状況について（令和4年7月）」を基に総務省統計局が作成）

図2 お米の価格の前年比（2014年～2021年）



出典：「小売物価統計調査（構造編）」（総務省統計局）、「米をめぐる状況について（令和4年7月）」（農林水産省）

価格の推移をみると、スーパー及び一般小売店の小売価格は共に、卸売価格の動きから1年遅れて動いているようにみえますが、卸売価格としている米の生産年価格が当年の出回り期から翌年の10月までの価格であるためであり、これを考慮すると卸売価格と小売価格は連動していることが分かります（例：2020年の卸売価格は、出回り期から2021年10月までの“2020年産米の平均価格”である。2021年

に店頭で販売される米の大半は2020年産米が占めるため、2020年の卸売価格は2021年の小売価格と対応する。)

小売価格の前年比をみると、スーパー、一般小売店共に、2018年までは、卸売価格と比べて、変化が緩やかになっています。2015年から2017年にかけて、卸売価格が毎年約10%上昇していますが、これに対応するスーパーと一般小売店における2016年から2018年の価格の値上げ幅は小さいようです。また、2020年には卸売価格が下落(-7.6%)に転じ、これに対応するスーパー及び一般小売店の2021年の価格も下落に転じましたが、卸売価格に比べて小幅な値動きとなっています。

さらに、スーパーと一般小売店の価格差をみると、2013年から2015年にかけて、価格の下落とともにその差が拡大してきましたが、2015年から2018年にかけては、価格の上昇とともに差は縮小し、ほぼ差がなくなりました。その後、2019年以降は、再び価格差が拡大しています。店舗形態によって、小売価格の水準だけでなく、卸売価格の変化に対する反応度合いにも違いがあるようです。

(図1、図2)