

## 物価指数研究会（第13回）議事概要

- 1 日 時 平成31年3月6日（水） 15：30～18：05
- 2 場 所 総務省第2庁舎 6階特別会議室
- 3 議 題 (1) 価格データの取集方法の在り方について  
(2) 宿泊料の指数作成方法について  
(3) 小売物価統計調査（構造編）の見直しについて  
(4) その他
- 4 出席者 (委員等) 美添座長、樋田委員、舟岡委員、元山委員、斎藤審議協力者  
高橋審議協力者、三島審議協力者  
(統計局) 佐伯統計調査部長、阿向調査企画課長、中村物価統計室長ほか
- 5 配布資料  
書類番号1 価格データの取集方法の在り方について  
書類番号2 宿泊料のウェブスクレイピングによる価格取集及び指数作成方法について  
書類番号3 小売物価統計調査（構造編）の見直しについて（案）  
書類番号4 葬儀サービスに関する調査項目等の設定について（案）  
書類番号5 ウェブスクレイピングによる価格取集（衣料品）の取組状況について（案）
- 6 主な意見等  
議題1 価格データの取集方法の在り方について
  - POSデータを使用することでいろいろな品目をカバーできるが、実際にPOSを使ってどのように指数を作成するか、算式や新商品への対応を含め、長期的な視野で検討いただきたい。諸外国における具体的な導入状況についても教えていただきたい。
  - 精力的に取り組んでいると評価できる。是非AIの活用方法についても検討を進めてほしい。例えば、過去の価格変動とその要因に関する情報を須らくAIに学習させた上で価格変動のタイミングの把握に利用し、調査データと対照するなど、幅広い研究を行ってもよいのではないか。
  - POSデータやウェブの価格では必ずしも取集できない品目もあることから、調査員調査の改善方策についても引き続き検討していただきたい。
  - 不適切調査の件については、ご迷惑をおかけしている。今回発覚した不適切調査の一例として、チェーン展開している中華料理店を調査する際、店内が混雑しており、事業者から価格を

聞き取ることが困難であったこと、同チェーン店では関西エリアで調査対象品目の価格が同一であることから、ウェブ上の価格を報告していたという事例があった。状況に応じて、ウェブ上の価格を取集してよいということになれば、このような不適切事例の減少につながるのではないかと思う。

- 当自治体では、タブレット端末の故障・紛失のリスクがあること、店舗によっては手荷物チェックがあること、入力に相当の時間を要することなどから、店舗へのタブレット端末の携帯はしないように指導しており、入力は調査員の自宅でやっている。また、不適切調査防止の取組として、調査員が店舗に訪問した際に店側に押印をしてもらうという取組を行っている。店側の事情等により押印されなかった場合は、その理由を調査員が記入し、調査員が月に一度来店した際に指導員が確認している。資料で改善方策として挙げられている「価格データを店舗からメール等で送付すること」については、店舗側に基本銘柄を理解してもらった上で回答をってもらうことになるので、店舗側の負担増加につながる上、正確な調査が困難になると思われる。
- タブレットに価格を入力すると前月価格と比較され、本当に同一のものを調査しているか、その場で確認することができる機能も付与されている。国から依頼することで、店舗に持って入ることはできないか。
- POSデータ等の活用品目を拡大していくことは素晴らしい。一方で、電話による価格確認や価格データを店舗側からメール等で送付する方法は無条件では賛成できない。手間や負担を増やすだけとなってしまわないか。(GPS機能など) 調査員を始めから疑うような手法では、調査員のなり手がなくなってしまう。ほとんどの調査員はしっかり調査していると思う。信用しているからしっかりやって欲しい、というメッセージが大切ではないか。ウェブの価格と実店舗の価格が同一であるなどの情報が分かれば、ウェブ上の確認でもよいこととしていけば、(不適切調査を)未然に防げた可能性も考えられる。

## 議題2 宿泊料のウェブスクレイピングによる価格取集及び指数作成方法について

- 欠測値補完の数が多いように思える。欠測値補完を行わず、たとえば、マッチドペアで、連続して価格が取集できるもののみ限定して価格の変化を見てみるのもいいのではないか。  
⇒ マッチドペアも一つの手法として考えられるが、今回行った回帰分析は、決定係数が高く回帰モデルの当てはまりが良いと考えられる上、指数算出には月平均価格を用いるため、2つの手法の違いによる結果の差はそれほど大きくないと思われる。
- 今回の試算では、価格数(プラン数)がウエイトになっており、プラン別の収容人数の違いが考慮されていない。類似する高額プランがいくつもあった場合、分散を大きくしてしまう。また、一定程度の収容人数があるにもかかわらず、価格の大小のみで外れ値として除外されてしまうおそれはないか。  
⇒ 個別のプランを見ると、高額なプランは部屋数限定となっている場合が多いため、価格数は少なく、また、その多くが外れ値の対象となっている。
- 同一の部屋であっても予約時期により価格が異なることから、予約日についての説明変数が必要ではないか。一つの宿泊施設でいずれのプランも全く取得できない場合はあり得るのか。

- ⇒ 今回の試算では、収集日から2か月先に宿泊する場合の価格のみを用いているため、予約時期はおおむね一律となる。また、既に満室の場合などは、全プランで予約の受付を終了し、ウェブ上に掲載されていない場合がある。
- 今回の価格収集先のサイト3社での取引量のカバレッジはどのくらいか。
- ⇒ 複数のサイトに掲載されている施設もあるが、価格差はほとんどないため、サイト間のシェアは考慮しなくてもよいと考える。シェア上位から複数のサイトを取集対象としているが、シェアを考慮したというよりは、サイトリニューアルなどで取集できなくなる場合に備えたもの。
- 現行調査と同様に、洋室で朝食付きプランの価格を取集したとのことだが、図表2のアンケート結果を見ると、食事なしのプランも朝食付きプランと同程度のシェアがあるのではないか。
- ⇒ 現行調査での調査対象プランを優先して取集した。また、食事あり・なしにより価格の水準は異なっても、その推移に違いはないと考える。
- 旅行サービスの3品目は、現行の調査員調査と並行せずに全てインターネット上の価格のみとするのか。インターネットからの予約割合について、アンケート結果が掲載されているが、アンケート自体がインターネットで行われているのであれば、結果に偏りが生じている。
- ⇒ 昨年10月の物価指数研究会において、ウェブスクレイピングによる価格取集品目については、インターネットでの購入割合の高いものから優先的に検討を開始することとした。また、航空運賃と外国パック旅行については、現行においてもパンフレットやインターネットに掲載されている価格を取集しているため、取集方法はそれほど変わらないと思われる。さらに、宿泊料については現在、都道府県が調査を行っているが、今後、葬儀サービスも調査していくことになるため、実査の負担面を考慮し、宿泊料については、スクレイピングにより総務省で一元的に価格取集していく方向で検討中である。
- ⇒ 国際的にもウェブスクレイピングでの価格取集が進んでいるようなので、日本も遅れをとらないようにしたい。本検討は是非、学会等で広く公開していただきたい。

### 議題3 小売物価統計調査（構造編）の見直しについて（案）

- 社会状況の変化を踏まえると、調査の見直しは妥当であろう。POSデータは、価格とウェイトを指数作成に活用できるとともに、特売の動向を捕捉することもできる。調査の見直しに当たり、公表時期は変更するのか。POSデータを用いることで、毎月公表も検討できるのではないか。また、公表品目について、JANコード別にすることも可能ではないか。
- 提案のあった調査方法の見直しには賛成。ただし、公表する店舗形態の種類について、無店舗形態を入れた方がよいのではないか。平成19年の全国物価統計調査の結果が現在でも多く利用されている理由も、おそらく無店舗形態の数値があるからではないか。
- ⇒ ご指摘のとおり、全国物価統計調査では通信販売についても調査していた。通信販売の価格調査については、ウェブスクレイピングも含め、今後検討してまいりたい。
- 予算の制約があると思うが、どの程度の品目数のPOSデータを購入できるか。
- ⇒ 現行の調査員調査の予算を超えない範囲で今年のPOSデータを購入するとした場合、50

品目程度。前月のデータなど、新しい情報であればあるほど高額になる。

- どの時期のデータを公表するかは重要な論点。構造編の場合は、一年前のデータでも構わないので、幅広い品目で活用できるように検討いただきたいがどうか。
- 全国物価統計調査の場合、5年に一度であったことも考慮すると、一年前のデータを活用してでも幅広い品目に活用いただきたい。
- 月次調査ではなく構造面の話なので、問題ないのではないか。

#### 議題4 その他

(葬儀サービスに関する調査項目等の設定について (案))

- 葬儀料全体のうち、飲食代は金額が大きいと思われることから、葬儀業者側から委託先に問い合わせてもらって回答してもらうことなどはできないか。
- ⇒ 葬儀業者側の負担と回答割合を考慮すると、その対応を求めるのは難しいと考えている。
- ここまで細かく調査できるのは驚き。一方で、「火葬料」について回答してもらえないのはなぜか。
- ⇒ 火葬場の運営主体は葬儀業者ではないため、代金立替サービスを提供していない葬儀業者はその料金を把握していない。そのため、火葬料については、別途、公営火葬場に対して調査を行う予定である。

(ウェブスクレイピングによる価格収集 (衣料品) の取組状況について (案))

- インターネットでの衣料の購入割合は11%と、現時点ではそこまで高くないが、今後上昇することが予想されるので、早い段階から検討を開始したことは良いと考える。目視で銘柄を確認している現行の調査員調査であっても、衣料品はばらつきが大きい。そうなると、文字情報だけで品質をコントロールすることはより難しいだろう。海外ではどのような導入事例があるのか。
- ⇒ オランダでは既にウェブスクレイピングによる衣料品の価格が採用されているが、その特徴として、ブランドを保有する小売業者を対象とし、小売業者単位で各商品に一意のIDが存在することが挙げられる。
- 自社製造・自社販売などの個別のブランドの通販サイトを取集対象に加えなかったのはなぜか。
- ⇒ 今回は様々な衣料品を販売するサイトに重点を置いて価格を取集した。個別のブランドや背広服の専門業者を取集対象とすること等も含め、引き続き検討したい。

以上