

小売物価統計調査の変更について (案)

令和2年3月4日
物 価 統 計 室

1. 調査品目の変更

(1) 消費者物価指数2020年基準改定に伴う品目の廃止

- 「品目の選定基準」【別紙1】に基づき、**26品目***を廃止（2021年12月まで調査）

※ 27品目を追加済（2020年1月より調査開始）

※ 構造編（動向編の調査品目の一部を対象）においては、「品目の選定基準」【別紙2】に基づき、地域別価格差調査において1品目（生理用ナプキン）を追加（2021年1月より）

* 消費者物価指数における品目廃止には、小売物価統計調査における銘柄変更に該当するものがあるため、廃止品目数は一致しない。

(2) ビッグデータの活用拡大に伴う変更（動向編）

- 指数作成においてPOS情報・ウェブスクレイピングを活用する品目のうち、現行の調査品目である次の**8品目を廃止**し、報告者及び都道府県・調査員の負担を軽減

POS情報： パソコン、カメラ、テレビ、ビデオレコーダー、プリンタ

ウェブスクレイピング： 航空運賃、外国パック旅行費、宿泊料

- 廃止に伴い、従来公表してきたこれら品目の「平均価格」の代替として、POS情報等を用いた「平均価格」の参考集計について、統計ニーズ等をふまえて検討

・「平均価格」の算出方法（ヘドニック法により品質調整を行うパソコンなど）

・公開可能な集計区分（民間事業者から購入するデータを用いることによる制約） など



調査品目は、2022年1月をもって計34品目を廃止

1. 調査品目の変更

(3) ビッグデータの活用拡大に伴う変更（構造編）

- 店舗形態別及び銘柄別の価格調査を2022年から廃止
- POS情報（食料品、日用品など）、ウェブスクレイピング（家電など）の活用を拡大し、分析結果を参考公表（2021年目途）
 - ・ これまでの店舗形態別調査及び銘柄別価格調査に相当する分析
 - ・ ネット販売価格と実店舗販売価格の比較分析
 - ・ 特売の分析

※ 第16回消費者物価指数研究会（2019.03.06）にて以下を報告

*店舗形態別及び銘柄別価格調査の結果の利用状況が低調である一方、POS情報の入手が以前に比べて容易に

*各府省は民間データ等の活用推進に取り組むこととされている

（平成30年3月6日閣議決定「公的統計の整備に関する基本的な計画」）

*POS情報を用いた集計結果を分析

⇒販売額上位の商品であれば、価格水準の大小関係・価格動向に妥当性が認められる

※ POS情報及びウェブスクレイピングを活用した価格収集は、小売店舗等に価格の報告を求めるものではないため、「統計調査」には当たらないものと整理

※ 「小売物価統計調査に関する調査計画」における調査の方法

「報告を求める事項について、統計調査員が調査事業所ごとに質問することにより行う。」

2. 調査方法の見直し

(1) 家賃調査（民営家賃）の報告者の変更

- 実査環境の整備等の観点から、報告者を「世帯」から「事業所」*に変更
(2021年1月または2022年1月～)

* 民営借家を賃貸又は管理している事業所（大家、不動産会社等）を想定（法制的な整理が必要）

現行調査

<調査方法>

- ・報告者は「世帯」
- ・世帯を調査できない場合*に「事業所」に質問
* 世帯の不在など

<現状>

- ・「世帯」から協力を得ることが難しく、
**大半（少なくとも6割強）が「事業所」から
価格を聴取**
- ・また、「事業所」に依頼を行う際も、「報告者」
ではないために、容易には協力を得られない
ケースも

変更後の調査

<調査方法>

- ・報告者は「事業所」
- ・事業所を調査できない場合*に「世帯」に質問
* 事業所が県外にあり調査員が訪問できないなど

<期待される効果>

- ・**実査環境の整備**による調査員の負担軽減
- ・事業所に直接、賃貸状況を質問すること
による精度向上

2. 調査方法の見直し

(2) 価格変動が少ない品目等の調査方法の見直し

- 調査の効率化やコンプライアンスの観点から、価格変動が少ないなどの一部品目*については、「調査員による毎月の店舗訪問」に代えて、「調査員による店舗訪問は隔月、調査員が訪問しない月は都道府県による電話聞き取り」に変更することを検討
 - * 外食、クリーニング代、理髪料など、価格変動が少なく、電話で比較的容易に調査対象銘柄を特定できる品目を想定
- 都道府県の意見や試験的導入により、対象とする品目を具体化し、フィージビリティや効果を見極めた上で、本格導入するか判断

3. 集計事項の変更

●見直しの方向性

- ・ビッグデータを活用した分析（1. (2)(3)参照）にリソースを振り向ける観点から、既存の集計表について結果精度やニーズを踏まえて見直しを検討
- ・現在公表している市町村別の品目の平均価格について、特に人口15万未満の市町村においては多くの品目が1店舗のみの価格であり、当該市町村における平均価格の推定値としては精度が十分とはいえないのではないか

都市階級別・品目区分別 価格取集数

都市階級		動向編 価格調査						構造編 地域別	
		A品目		B品目		C品目		a品目	b品目
		地区数	価格取集数	地区数	価格取集数	地区数	価格取集数		
県庁所在市	東京都区部	42	42	21	21	12	12		
	大阪市	12	12	12	12	6	6		
	横浜市、名古屋市、京都市、神戸市	12	12	6	6	2	2		
	札幌市、仙台市、さいたま市、千葉市、広島市、福岡市	8	8	4	4	2	2		
	新潟市、静岡市、岡山市、熊本市	6	6	3	3	2	2		
	上記以外の県庁所在市	4	4	3	3	2	2		
	15万以上市	川崎市、北九州市	8	8	4	4	2		
浜松市、堺市	6	6	3	3	2	2			
相模原市	4	4	3	3	2	2			
上記以外の人口15万以上の市	4	4	3	3	1	1	4	3	
人口5万以上15万未満の市		2	2	1	1	1	1	2	1
人口5万未満の市・町村		1	1	1	1	1	1		

- A品目・a品目
主として消費者が居住地区近辺で購入する品目。うるち米など。
- B品目・b品目
主として消費者が各市町村の代表的な商業集積地、大型店舗棟で購入する品目。しょう油など。
- C品目
地区間又は店舗間での価格差が比較的小さい品目。かつお節など。

●削除を検討する結果表（現行の統計表は【別紙3】）

動向編：年報 第2表・第3表、 構造編：地域別価格差第3表

構造編は調査対象88市中、15万以上が30市あり、全市の公表を削除して問題ないかを検討

小売物価統計調査（動向編）の品目の選定基準

1 上位品目の選定基準

家計消費を網羅するため、家計調査の設定品目に準じて「上位品目」を設定する。各「上位品目」について、少なくとも1つの財又はサービスを、当該「上位品目」内に含まれる財又はサービスの中における代表性を判断し、「調査品目」として選定する。^(注)

- (注) 1 「上位品目」とは、「家計調査の設定品目に準じて設定される、財又はサービスの群」を指し、「調査品目」とは、「各上位品目に含まれる財又はサービスのうち、実際に調査対象となるもの」を指す。
- 2 「上位品目」の中の全ての財・サービスが、以下の「調査品目の選定基準」に該当しなくなり、「上位品目」として「調査品目」が選定できなくなった場合には、他の「上位品目」と統合又は廃止することとする。

2 調査品目の選定基準

「調査品目」の選定については、以下の i ~ iii に掲げる基準により判断することとし、原則として、全ての基準に該当する品目を「調査品目」とする。

ただし、いずれかの基準を満たさない品目であっても、当該品目を調査しないことにより中分類の代表性を損なうと判断される品目については「調査品目」とする。

- i) 家計消費支出上、重要度が高い品目
- ii) 中分類指数^(注)の精度の向上及び代表性の確保に資する品目
- iii) 円滑な価格収集が可能で、かつ、価格変化を的確に把握できる品目

(注) 消費者物価指数の中分類指数を指す。

i) の説明

「重要度が高い」とは、直近の家計調査の家計簿の記載内容を分析して特別集計を行った結果、家計消費支出に占める割合が、原則として1万分の1以上である場合をいう。

ただし、直近1年において、経済的又は社会的な特殊要因により、当該品目の消費量が著しく変化（増加又は減少）している場合などは、1万分の1以上又は未満であっても、当該特殊要因や社会情勢等を考慮した上で、iの基準への該当性を判断する。

ii) の説明

家計消費支出上、重要度が高い品目を追加する場合は、情報量がより充実するため、基本的に中分類指数の精度向上及び代表性の確保に資すると考えられることから、原則、iiの基準に該当するものとする。

一方で、中分類のうち、以下の①から③に該当するものについては、ii)に該当しないものとして品目を把握しないこととする。

- ① 当該中分類において、より代表性の高い品目が他に存在し、それとの入替えを行う場合
- ② 当該中分類において、同じ値動きで、かつ同一とみなせる品目がある場合
- ③ 当該品目を廃止後も、当該中分類指数の動きの傾向が変わらない場合

iii) の説明

「円滑な価格取集が可能」とは、当該品目を取り扱っている店舗が全国的に存在しており、調査員が当該品目の価格を安定的に調査することが可能な状態をいう。

「価格変化を的確に把握できる」とは、前段の状態に加え、当該品目について、全国的に同品質のものの価格変化を把握できることをいう。

iiiの基準の該当性については、小売物価統計調査の結果又は次の①及び②の方法で確認する。

① 総務省統計局における確認

総務省統計局が、業界統計等の情報収集や関係団体へのヒアリング等を実施することにより、当該品目が全国的に普及しており、実査において調査可能かどうかを判断する。

② 調査員等による出回り調査での確認

上記①の方法で基準の該当性を判断できなかった場合は、調査員等が当該品目の調査可能性について実地に確認（品目の出回りを調査）し、その結果を踏まえて、総務省統計局が判断する。

小売物価統計調査(構造編)の品目の選定基準

構造編は、動向編を補完することにより、地域別、店舗形態別及び銘柄別の物価構造を把握することを目的としているため、動向編の調査品目のうち、調査ごとに、次に掲げる基準の全てを満たすものを、構造編の調査品目とする。

区分	地域別価格差調査	店舗形態別価格調査	銘柄別価格調査
共通基準	i) 動向編において通年調査をしている品目		
	ii) 天候等によって大きく価格変動が生じない品目		
	iii) 消費生活上の重要度が比較的高い品目		
	iv) 継続的に円滑な価格取集が可能な品目		
個別基準	v) 消費者の買い回りの範囲が狭い品目	vii) 店舗形態間の価格差があると判断される品目	viii) 同一品目の中に調査銘柄と同等の売れ筋の銘柄が存在し、今後、動向編の調査品目における調査銘柄に変更が生じる可能性があると考えられる品目
	vi) 直近の消費者物価地域差指数において、地域間の価格差があると判断される品目		

(i) の説明

経常的に比較するために、通年で価格把握が可能である必要があり、特定の季節しか出回らない商品は除く。

(ii) の説明

経常的に比較するために、天候等により、特定の地域や調査年の価格が大きく変動する品目（生鮮食品（生鮮魚介、生鮮野菜、生鮮果物））は除く。

(iii) の説明

調査の効率上、直近の消費者物価地域差指数におけるウェイト（万分比）5以上を目安として品目を選定する。

(iv) の説明

当該品目を取り扱っている店舗が調査対象地域に存在し、調査員が当該品目の価格を安定的に調査することが可能である品目を選定する。

(v) の説明

地域間価格差の把握を目的とすることから、調査地域で販売されていない品目など、消費者が居住している地域外で購入する機会が多いと考えられる品目除き、消費者が、専ら居住している地域で購入していると考えられる品目（消費者の買い回りの範囲が狭い品目）を選定する。

(※)「買い回り」の範囲は、事務要領に定められている動向編において設定している以下の調査品目区分及び調査区分から判断する。「消費者の買い回りの範囲が狭い品目」とは、調査品目区分が以下の A 又は B に該当し、かつ、調査区分が無印又は①に該当する品目とする。

(調査品目区分)

動向編における「調査品目」は、消費者の購入行動、店舗間の価格差等を考慮して、品目ごとの価格設定の性格について、以下の6とおりに区分している。

A：主として消費者が居住地区近辺で購入する品目で、地区間で価格差がみられる品目

B：主として消費者が各市町村の代表的な商業集積地、大型店舗等で購入する品目で、店舗間で価格差

がみられる品目

- C：地区間又は店舗間での価格差が比較的小さい品目
- D：都道府県又は市町村内で価格・料金が均一か又はこれに近い品目
- E：全国又は地方的に価格・料金が均一又はこれに近い品目
- S：調査区域を設けなくて市町村内全域から調査する品目

(調査区分)

動向編では、「調査品目」の一部において、調査市町村に出回りが無いものや継続的に価格が得られないものがある。そのため、調査市町村の人口規模等に応じた品目の出回り状況を考慮して、品目ごとの調査範囲について、以下の6とおりに区分している。

無印：全調査市町村（東京都区部を含む。）において調査する品目・銘柄

- ①：人口5万以上の調査市において調査する品目・銘柄
- ②：人口15万以上の調査市において調査する品目・銘柄
- ③：都道府県庁所在市において調査する品目・銘柄
- ④：都道府県全域において調査する品目・銘柄
- ⑤：全国全域において調査する品目・銘柄

(vi) の説明

動向編の結果及び地域別価格差調査の結果により、都道府県別及び市町村別の変動係数等から地域間の価格差を確認し、価格差が大きい順に品目を選定する。

(vii) の説明

動向編の結果等で店舗形態別の価格差を確認し、価格差が大きい順に品目を選定する。

(viii) の説明

動向編の調査銘柄選定に資するため、今後、動向編の調査銘柄の候補となり得る準売れ筋の銘柄や、まとめ売りといった販売単位が異なる銘柄が存在している品目を選定する。

小売物価統計調査 統計表一覧

動 向 編

<月次>

- 第 1 表 主要品目の都市別小売価格 - 都道府県庁所在市及び人口 15 万以上の市
- 第 2 表 主要品目の東京都区部小売価格
- 第 3 表 全国統一価格品目の価格

<年報>

- 第 1 表 調査品目の月別価格及び年平均価格 - 都道府県庁所在市及び人口 15 万以上の市
- 第 2 表 調査品目の年平均価格 - 人口 5 万以上 15 万未満の市
- 第 3 表 調査品目の年平均価格 - 人口 5 万未満の市及び町
- 第 4 表 全国統一価格品目の価格
- 第 5 表 大学・専修学校授業料 - 都道府県
- 第 6 表 中学校・高等学校授業料及び幼稚園保育料
- 第 7 表 旬別調査品目の月別・旬別価格 - 東京都区部及び大阪市

構 造 編

<地域別価格差>

- 第 1 表 10 大費目別消費者物価地域差指数 (全国平均 = 100)
 - 全国, 地方, 都道府県, 都道府県庁所在市及び政令指定都市
- 第 2 - 1 表 調査品目の地域差指数算出用年平均価格 (算術平均)
 - 全国, 地方, 都道府県
- 第 2 - 2 表 調査品目の地域差指数算出用年平均価格 (調和平均)
 - 全国, 地方, 都道府県
- 第 3 表 調査品目の年平均価格 - 構造編 88 調査市
- 参考表 10 大費目別ウエイト
 - 全国, 地方, 都道府県, 都道府県庁所在市及び政令指定都市

<店舗形態別価格>

- 調査品目の月別価格及び年平均価格 - 都道府県庁所在市

<銘柄別価格>

- 調査品目の月別価格及び年平均価格 - 東京都区部