

物価指数研究会（第20回）議事概要

- 1 日 時 令和3年6月7日（月） 13：00～15：10
- 2 場 所 Web会議による開催
- 3 議 題 (1) 2020年基準改定に係る検討について
(2) その他
- 4 出席者 (委員等) 會田委員、樋田委員、舟岡委員、元山委員、美添座長、阿部審議協力者、斎藤審議協力者、清水審議協力者
(統計局) 井上統計調査部長、佐藤調査企画課長、山形物価統計室長ほか
- 5 配布資料
書類番号1－1 2020年基準 教養娯楽用耐久財に係る価格指数について
書類番号1－2 2020年基準 旅行サービスに係る価格指数について
書類番号2 民間データを用いた物価構造分析について
書類番号3 今後のビッグデータの活用拡大に向けた検討の視点
書類番号4 消費者物価指数2020年基準改定に伴う公表スケジュール（案）

6 主な意見等

議題1 2020年基準改定に係る検討について

①教養娯楽用耐久財に係る価格指数について

- POSデータを使った指数作成への移行は評価できる。特に、「プリンタ」の指数については、作成方法の変更の効果が表れている。
 - 特定銘柄を追跡する方法では、銘柄の新旧交替の時期に非連続的な価格指数の動きが発生するので、POSデータによって多数の銘柄の平均的な動きを探るヘドニック法や固定スペック法は望ましい方法である。
 - 「電気冷蔵庫」や「電子レンジ」、「ルームエアコン」などの耐久家電にも、POSデータの活用やヘドニック法の採用が可能か検討してほしい。
 - 「テレビ」については、2015年5月から6月に、製品の新旧交代に伴って価格が大きく変動したことがCPIに影響を与えたと思うが、ヘドニック法により変動を抑えることができるのか。
- ⇒ 当時の情報を収録したPOSデータがないため検証は困難だが、同じ家電品目であるプリンタについて2015年基準と2020年基準を比較すると、2020年においてPOSデータを用いることにより変動が緩やかになっていることから、同様の効果が得られるのではないかと考えられる。

- 指数理論では、数量ではなく金額で加重平均するほうが望ましいという議論もあるが、販売金額ではなく数量に基づいたウェイトを採用している理由は何か。
- ⇒ ウェイトに数量を用いているのは、ヘドニック法を導入している他の品目においても従来から数量を用いていることによるものであるが、金額による加重などの可能性についても、今後検討することとしたい。
- 現行のヘドニック法で数量を用いているのは、消費者物価指数マニュアルに準拠しているものと思われるが、「テレビ」では、2015年と2020年基準とで前月比の符号が違う月もあることから丁寧な分析が必要。ヘドニック法とは、回帰分析の手法を用いるが、それは平均に回帰することとなり、商品の新旧交替の価格の動きが見えにくくなっていることも想定される。全ての銘柄を計算対象とするのではなく、対象から一部の銘柄を除外するという選択肢もある。

②旅行サービスに係る価格指数について

- 「航空運賃」について、路線別の指数を合成する際のウェイトとして、2015年基準では路線別の旅客人数を使用し、2020年基準では路線別の取扱割合を使用することに変更しているが、この違いによる指数への影響は確認しているか。
- ⇒ どちらを使用しても、ほとんど違いは見られなかったことは確認できている。
- 「宿泊料」では、一般的な料金と比べて極端に高いもしくは安い価格は除外しているようだが、「航空運賃」と「外国パック旅行費」ではどう対応しているのか。
- ⇒ ウェブスクレイピングの時点で、例えば「ファーストクラス」であるものや、割引率の上限も予め定めることで、極端な価格は収集しないよう工夫している。
- 「宿泊料」について、過去に実施したアンケートの結果に基づき2か月前の購入価格を採用しているということだが、割合はどの程度か。また、コロナ禍にこの割合がどう変化しているか分かるか。
- ⇒ 過去のアンケート結果では、2か月以上前の購入割合が過半数を占めている。コロナ禍の購入時期の変化は不明であるが、今後、企業側へのヒアリングなどで把握・検討していく。
- 「宿泊料」について、2か月前に予約しても、実際の支出は宿泊当日つまり2か月後になることも想定される。その場合、実質消費を計算する場合にずれが発生するのではないか。
- ⇒ 2か月前に集めた予約価格は、宿泊当日の価格として扱っている。
- 「宿泊料」について、2020年基準は、より大きな集団から価格を集めることができるようになった一方で、価格の動きにブレが出ている。契約時点、決済時点、サービス提供時点のいつの価格を採用するのか、決めの問題があるので、考え方の整理が必要。
- 「宿泊料」について、ウェブサイトから、朝食付、広さ、キャンセルポリシーの違いなど、さまざまな品質に関する情報が収集可能で、そういった情報を基にして、ヘドニック法による指数作成も可能ではないかと思われる。

議題2 その他

- ①民間データを用いた物価構造分析について

- 構造編調査から民間データを活用した分析に移行することは良いと評価する。
- POSデータの活用は素晴らしいことなので更なる活用を考えてほしい。
- 例えば「カップ麺」は、コンビニではその場でお湯を入れて食べることも可能であるなど、コンビニとスーパーでは購入後に受けられるサービスが異なる。今後、消費者物価指数への利用を検討するのであれば注意が必要。
- 商品規格別価格の分析について、価格のばらつきが想定されるため、箱ひげ図で分布を示せばよい分析になる。
- POSデータについて、都道府県などの地域特性情報等について業者から提供を受けられる見込みはあるか。
- ⇒ 今後もPOSデータの提供元との交渉を継続し、データの透明化を図っていくとともに、新規事業者についても引き続き開拓していく。
- 今後、マーケティング会社を経由せずに、店舗・企業から直接POSデータの提供を受けるということもオプションの一つ。
- 家電のネットと実店舗の比較に関する分析は、全国物価統計調査以来、存在しないことから、ユーザーからのニーズもあるのではないか。
- 家電のネットと実店舗の価格差は、販売数量の移り変わりなどとも関係が強い。一時点だけでなく、長期的に様々な情報と組み合わせた分析をしていくとよい。
- 以前の研究では、20万件のデータがユニーク化すると1万件だったという事例がある。ウェブスクレイピングにより収集した大量のデータの中身がどのような状態なのかについても、よく分析を行うべき。
- 民間データについては、活用が拡大することによって、将来的な人的コスト削減、集計の早期化・精緻化が見込まれることもメリットとして挙げておくとよい。
- 今回は分析結果としての公表だが、将来的に公的統計に移行する予定はあるか。
- ⇒ 現時点では、小売物価統計のような公的統計として扱うことは考えていない。

②今後のビッグデータの活用拡大に向けた検討の視点

(委員等からの意見・質問等は、研究会終了後、事務局まで提出することとされた)

③消費者物価指数2020年基準改定に伴う公表スケジュール (案)

- 前回の改定時(ウエイト、遡及結果等)は17時公表だったが、数値の解釈や作業があるため、遅い時間でない方がありがたい。
- ⇒ 前回の改定時は、恐らくマーケットの閉まる時間を考慮しての対応と思われる。今回は、もう少し早めに公表することを検討している。

以上