書類番号
２－１

令和６年 11 月 15 日
物　価　統　計　室

2025 年基準　モデル式の検討「カーリース」

１　カーリースのモデル品目化

カーリースはユーザーが自身で指定した車両をリース会社に代理購入してもらい、それを賃借する契約である。法人企業を中心顧客として市場は拡大を続けてきたが、近年は一般消費者（個人事業主含む）を対象にした「個人向けカーリース」市場も順調に拡大している。

また、リース料は、「リース会社」、「契約期間」、「車種」、「オプション」、「メンテナンスの範囲」及び「１か月の走行距離」等により異なる。このため、2025 年基準においては、代表的なケースを選定し、モデル式を採用することとする。

２　調査価格についての検討

（１）調査対象の選定

カーリースには、法人向け及び個人向けがあるが、個人向けリース料を調査する。

調査対象については、リース保有台数が多い複数のリース会社を全国統一価格として調査する。

（２）採用するモデルケースの選定

①　新車・中古の別

個人向けオートリース販売台数では、新車が大半を占めるため、「新車」を調査対象とする。

②　契約期間

リース会社ごとに契約期間の設定が異なる（３年～11 年等）が、現状、６年～７年契約が最も多く、次いで４～５年契約となる。調査対象企業の提供するプランである「７年」を調査する。

③　車種

調査対象企業からヒアリング等した売れ筋と思われる複数車種を調査する。

④　グレード・色

グレードについては、調査対象企業からヒアリング等した売れ筋と思われるものを調査し、色については追加料金がかかるものも存在するため、本質的ではない価格変動が生じないように「追加料金がないカラー」を調査する。

⑤　オプション

「カーナビ」、「ＥＴＣ」、「ドライブレコーダー」、「スタッドレスタイヤ」、「マット」等、多種多様なケースがあり、品質調整が困難なことを考慮し、「オプションなし」を調査する。

⑥　メンテナンスの範囲

「車検・法定点検」、「エンジンオイル・オイルエレメント交換」及び「各種消耗品交換（タイヤ、ワイパーゴム交換、バッテリー液補充等）等について、複数のプランからの選択制を採用するリース会社もある。

調査対象企業からヒアリング等した売れ筋と思われるプランを調査する。

⑦　１か月の走行距離

リース会社により、「～500km」、「～1,000km」、「～1,500km」及び「～2,000km」から選択可能なケースもある。価格に及ぼす度合いはそれほど大きくないと考え、調査対象企業で概ね一致する走行距離を採用する。

⑧　その他

支払い方法について、「頭金の有無」や「均等払い・ボーナス併用」などがあるが、多種多様なケースがあり標準的なモデルを設定することが困難なため、「頭金なし」・「均等払い」を調査する。

３　モデル式について

①　車種（b）別、リース会社（a）別に、前年 12 月を 100 とする連環指数を作成する。

$$I^{(L)}_{(Y,M),a,b} = \frac{P_{(Y,M),a,b}}{P_{(Y-1,12\text{ 月}),a,b}} \times 100$$

Y：当年、M：当月
a：リース会社
b：車種

②　リース車両保有台数割合（w）を用いて加重平均し、当該品目の連環指数を作成する。

$$I'^{(L)}_{(Y,M)} = \frac{\sum_{a,b} I'^{(L)}_{(Y,M),a,b} w_{0,a,b}}{\sum_{a,b} w_{0,a,b}}$$

③　前年 12 月の指数に当年当月の連環指数を乗じて、品目別価格指数を算出する。

$$I_{Y,M} = I_{Y-1,12\text{ 月}} \times \frac{I^{(L)}_{Y,M}}{100}$$