

経常調査におけるパブリシティの活用、有識者との連携の事例 ～小売物価統計調査・消費者物価指数～

■小売物価統計調査

- 国民の消費生活上重要な商品の小売価格、サービス料金及び家賃を全国的規模で直接店舗等から調査、その毎月の動向を明らかにする
- 全国の店舗・事業所、世帯、宿泊施設等を調査対象

調査の意義・重要性

店舗・事業所
世帯等

関連

■消費者物価指数（CPI）

- 世帯が購入する財及びサービスの価格を総合した物価の変動を明らかにする
- 「小売物価統計調査」等による毎月の価格を指数化し支出金額をウエイトとして加重平均した加工統計
- 5年ごとに指数品目、ウエイト等を全面的に見直し（基準改定：本年8月実施）

基準改定の目的・改定内容

関係府省・機関
エコノミスト
マスコミ（新聞社・通信社）

訴求事項

訴求対象

■パブリシティの有効活用事例

<テレビ番組への取材協力>

- テレビ朝日「池上彰の学べるニュース」
（2/9 放映）において、「物価」をテーマの1つに取り上げ約40分放映（3時間特番）

○協力内容

- ・統計局、地方公共団体及び調査員の協力の下、スーパーにおいてPDA（携帯情報端末）による調査員の調査風景を取材
- ・基本的な資料を提供するほか、個別の質問に対応

○主な放送内容

- ・年金と物価変動の関係、物価の計算方法、最近の物価変動、利用例などを解説
- ・調査風景の映像を交えて、価格調査の実際を紹介
- ・調査品目ごとに、実際に統計調査で調べている商品（銘柄）をクイズ形式で紹介
- ・調査品目の昭和30年代からの変遷を紹介し、「時代を映す鏡である」と説明
- ・一物品目の価格の昭和20～30年代と今の価格とを比較
- ・物価の地域差、世界の都市の物価（民間資料を引用）について解説 など

<新聞記事への取材協力>

- 日本経済新聞「ファミリー経済 エコノ探偵団」コーナーにおいて、物価に関する記事を掲載（9/10 発行）

○協力内容

- ・価格調査に関する調査方法、調査品目等を説明、基本的な資料を提供

年金受給額を決める基準ともなっている、物価。ニュースでも新聞でもこの言葉は頻繁に出てきますが・・・でも実際、物価ってどうやって調べてどうやって決まっていくのかご存知ですか？意外と知らない「物価」について、基礎の基礎から学びましょう！

■有識者等との連携事例

<研究会における発表>

- 第1回 CSI 研究会（主催：立教大学社会情報教育研究センター 6/16 開催）での発表

○発表内容等

- ・消費者物価指数の概要、作成方法、基準改定について説明
- ・外国との手法の比較、メリット・デメリット、基準改定で予想されることなどについて説明

<関係府省・機関、マスコミから説明要請対応>

- 基準改定に関する、改定内容等についてのレクチャー依頼への対応