

2011年2月16日  
日本銀行調査統計局

## 企業物価指数の見直し方針

### —— 2010年基準改定に向けて、ご意見のお願い ——

日本銀行では、2012年夏頃に公表を予定している企業物価指数の基準改定（現行の2005年基準指数から2010年基準指数への移行）に向けて、目下、同指数の見直し作業を進めております。私どもでは、現行の企業物価指数の一層の改善に向けて、見直すべき点がないかどうか、指数全般にわたって検討を行ってきました。その結果、今般、見直しの方向性が固まってきたことから、その内容を公表し、広く皆様のご意見を募集することとしました。

つきましては、以下の見直し案をご一読のうえ、ご意見・ご提案がありましたら、本年4月15日（金）までに、下記までお寄せ頂きたいと存じます。私どもでは、頂いたご意見・ご提案を踏まえて、企業物価指数の最終的な改定方針を作成し、本年11月を目処に再度公表したいと考えております。なお、最終方針を公表する際には、本見直し案に対して皆様から頂戴したご意見等についても、併せてご紹介する予定ですので、匿名をご希望の方は、ご意見等をお寄せ頂く際に、その旨をお書き添えください。

日本銀行 調査統計局 物価統計課

- ① 郵送：〒103-8660 東京都中央区日本橋本石町2-1-1
- ② F A X：03-3277-2900
- ③ 電子メール：[post.rsd3@boj.or.jp](mailto:post.rsd3@boj.or.jp)

（件名「企業物価指数の見直し方針に関する件」）

## 1 はじめに

日本銀行は、1887年以降、企業物価指数を継続的に作成しています（1897年に東京卸売物価指数という名称で公表を開始）。当時、日本銀行が物価統計を作成することとした主たる目的は、日清戦争を契機とした物価の高騰が大きな社会問題となるなかで、主要な財の需給動向を敏感に反映する取引価格を卸商等から収集し、これを集約した物価統計を作成することを通じて、通貨価値を測定することにあります。その後、景気分析の材料やデフレーターとしてのニーズなどに応えつつ、統計精度の向上を図りながら、継続的に作成してきています。

物価統計は、基準時に取引されている多様な財・サービスの「バスケット」を固定し、そのバスケットを購入する際の金額を基準時と比較時で比較することで、物価の上昇や下落を捉えようとする経済指標です。こうした基準時のある統計につきましては、基準時から時間が経過するにつれて、産業・貿易構造の変化に伴い、実際の取引シェアと基準時のそれとが乖離してまいります。このため、5年に一度、基準改定を行うことが法律で定められています。

日本銀行は、現在、企業物価指数の2010年基準改定に向けた検討を行っております。基本方針の策定に向けた調査の結果、今回の基準改定では、①公的統計を取り巻く制度面の変化とデフレーター機能の強化、②輸出入構造の変化への対応、③価格調査方法の高度化・効率化、の3つのテーマに重点的に対応していく必要があるとの結論を得ました。本稿では、以下、対応を要する3つの重点課題と、それらに対処する際の基本方針につき、できる限り具体例を交えつつご説明します。

## 2 公的統計を取り巻く制度面の変化とデフレーター機能の強化

企業物価指数の前回（2005年）基準改定以降、公的統計を取り巻く制度的環境は大きく変化しました。2007年5月に全面改正された統計法において、公的統計は、「国民にとって合理的な意思決定を行うための基盤となる重要な情報」と位置付けられました。そして、①国民経済計算など、特に重要な公的統計を「基幹統計」に指定して整備すること、②公的統計の整備に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、「公的統計の整備に関する基本的な計画（以下、基本計画）」を閣議決定すること、などが定められました（図表1）。

2009年3月に閣議決定された最初の基本計画では、「証拠に基づく政策立案

(evidence-based policy making)」をサポートするよう、基幹統計を中心に統計を体系的に整備しつつ、統計相互の整合性を確保することが必要とされました。日本銀行は、公的統計の作成を担う組織の1つとして、新しい統計法の理念に沿って国民経済計算の精度向上に貢献していく方針を既にお示ししています<sup>1</sup>。企業物価指数の2010年基準改定は、この方針の下で行われる、最初の本格的な物価統計見直し作業となります<sup>2</sup>。

国民経済計算上、企業物価指数は、製造品出荷額や輸出入額といった名目金額を、「モノ」の概念である実質金額に変換するための「デフレーター機能」を果たしています(図表2)。基本計画では、国民経済計算上のデフレーターとして望ましい価格の概念と、その基礎統計となっている各種物価統計の概念の整合性を検討することが課題とされています。

## 2-1 価格調査段階と調査時点の統一

日本銀行として、国民経済計算を中心に据えた体系的な統計整備の必要性をこれまで以上に重視した結果、今回の基準改定では、価格調査段階と調査時点の統一を最重要課題の1つに据えて取り組む方針です。

従来、企業物価指数の価格調査においては、「財の需給動向を敏感に反映し、かつ速報性の高い指数を作成する」との考え方のもと、「各製品の需給関係が最も集約的に反映される段階の契約時の価格」を調査することを原則としてきました。

歴史的に振り返りますと、当初卸売段階が中心であった国内指数の調査段階は、卸売を介さない取引が増加していることに伴い、生産者段階(製造会社からの出荷段階)にシフトしてきています。生産者段階の調査価格シェアは、1995年基準の卸売物価指数(以下、1995年基準指数。他の基準年の指数も同様)で約70%、現行2005年基準指数で約84%に達しています<sup>3</sup>。

デフレーターとしての機能向上を図る観点からは、①国内企業物価指数では、生産者段階における、(卸売マージンや輸送費を含まない)出荷時点の価格、②

---

<sup>1</sup> 詳しくは、日本銀行「[日本銀行の統計に関する基本的な考え方 — 『統計の作成・公表、整備に関する基本的な考え方』と当面の統計整備の課題 —](#)」(2009年3月)をご参照下さい。

<sup>2</sup> 企業向けサービス価格指数の2005年基準改定の結果が公表されたのは、日本銀行が新しい方針を公表してから7か月後の2009年10月でしたが、改定に向けた基本方針は、2008年7月のタイミングで既に公表済でした。

<sup>3</sup> 2000年基準改定では、上記の原則に反しない範囲で、企業物価指数のデフレーター機能の向上が図られ、生産者段階での調査価格シェアが大幅に増加しました。同時に、名称を卸売物価指数から企業物価指数に変更しました。

輸出・輸入物価指数では、通関段階における、船積み・荷降ろし時点の価格、を調査することが理想です。今回の基準改定では、企業物価指数のデフレーター機能の強化を図るべく、価格調査段階と調査時点を原則として以下のように統一する方針です。

**国内企業物価指数** : 生産者段階における、出荷時点の価格

**輸出・輸入物価指数** : 通関段階における、船積み・荷降ろし時点の価格

なお、生産者段階以外で調査を行っても、デフレーター機能の実質的な向上に資するケースがあり得ます。例えば、リベート（販売奨励金）制度など、実質的には価格調整機能を担っている制度が別途存在するなかで、生産者段階では、そうした調整を反映した価格が調査できない場合です。この場合、卸売マージンの変動が十分小さければ、生産者段階から卸売段階に調査を切り替えることで、実質的にはリベート反映後の生産者段階の価格動向を反映しているとみなし得る指数を作成できます。こうしたケースでは、望ましい調査に近づけるとの位置付けで、卸売段階など、生産者段階以外での調査を行う方針です。類別「加工食品」、「電気機器」では、こうした例外的なケースに当てはまる事例が少なくなく、今回の基準改定後も、卸売段階の調査価格が相当数残る見込みです<sup>4</sup>。

—— 類別「鉄鋼」では、「一次卸が自らの在庫を持ち、積極的に需給調整機能を果たしている」との位置付けで、従来は卸売段階での調査を比較的多く維持してきました。今回の基準改定で、本指数系列の調査段階は生産者段階に統一する方針ですが、ユーザーの皆様方のニーズをお伺いし、卸売段階の調査価格で構成された参考系列を公表することも検討しています。

## 2-2 品目改廃・品目分類編成

品目改廃につきましても、デフレーター機能を強化するとの方針に沿い、内閣府や経済産業省から新設・分割要望のあった品目を特に重視して指数に取り込んでいく方針です。その概要は、図表3のとおりです。①国内企業物価指数では、取引金額の大きい品目を取り込んでいくこと、②輸出・輸入物価指数で

<sup>4</sup> アパレル企業など、『日本標準産業分類』上は卸売業に分類される企業が、製造業者に材料を支給して生産委託する場合、生産者段階の価格は、材料代を除いた委託加工賃（付加価値）の価格となります。企業物価指数が調査対象とするのは、材料代込みの製品価格ですので、こうしたケースでは、卸売業者であるアパレル企業から、材料代込みの製品価格を調査します。

は、生産拠点の海外移転に対応していくこと、が中心的課題です。例えば、国内企業物価指数の「鉄骨」のように、これまで価格調査が技術的に難しかった製品についても、業界関係者の皆様のご意見を採り入れつつ、価格調査手法を高度化することで新たに品目設定することを検討しています。

品目分類編成につきましては、他の公的統計との整合性を高めるべく、原則、『日本標準産業分類』に準拠する方針です。『日本標準産業分類』は2007年に見直しが行われ、その結果が2008年の工業統計調査に反映されました。これを受け、今回の基準改定では、類別「一般機器」と類別「精密機器」を、類別「はん用機器」、「生産用機器」、「業務用機器」、「その他工業製品」に再編することが大きな柱です（図表4）。この他、従来、『日本標準産業分類』と異なる類別に分類していた類別「一般機器」に属する一部の品目を、『日本標準産業分類』に準拠し、類別「輸送用機器」に移管することなども予定しております<sup>5</sup>。

### 3 輸出入構造の変化への対応

企業物価指数が調査対象とするわが国製造業の輸出入構造は、大きく変化しています。こうした変化の背景を探り、対応していくことが必要です。

#### 3-1 取引構造の変化

最近の貿易統計のデータからは、類別「電気機器」、「情報通信機器」、「電子部品・デバイス」などの分野で、取引構造の大幅な変化が生じていることが読み取れます。例えば、かつては輸出物価指数を代表する品目であった「録画・再生装置」、「カラーテレビ」の輸出額は、生産拠点の海外移転が進むにつれて減少し、足もとではピーク対比、それぞれ1/40以下、1/20以下となっています（図表5-1）。これらの製品の先行きの輸出入動向を見通すのは容易ではありませんが、2010年基準指数の調査期間中に価格調査が困難となりかねず、こう

---

<sup>5</sup> 類別「一般機器」に属していた一部の品目の移管に伴い、類別「輸送用機器」のウエイトが高まることが想定されます。また、近年における企業間の委託生産比率の拡大等を背景に、国内企業物価指数のウエイトデータとして参照している経済産業省『工業統計表（品目編）』の製造品出荷額が過小となる事例が生じている可能性があります。このため、2010年基準国内企業物価指数のウエイト計算では、一部、他統計を使用した製造品出荷額の推計を検討しています。なお、2005年基準中に公表した連鎖方式による国内企業物価指数では、既に一部品目において経済産業省『生産動態統計』を用いたウエイト計算を導入しています。詳しくは、日本銀行調査統計局「[2007年ウエイトを反映した『連鎖方式による国内企業物価指数』の公表](#)」（2009年9月）をご参照ください。

したケースでは、足もと、品目採用基準額（輸出額全体の1万分の5）を越えていたとしても、品目を廃止する方針です。その裏返しとして、輸入品の調査を充実させる形でバランスをとることを検討しています。

また、「太陽電池」のように、足もと輸出入金額が急増してきている製品については、できる限り品目として設定するよう努力して参りたいと考えています。

### 3-2 多層化する国際分業体制

日本銀行が、調査対象とする製品を選定する際に活用する情報として、最も基本的なものは、工業統計調査や貿易統計といった各種の公的統計です。これらの統計を活用しつつ、輸出入の取引構造を正しく理解していくうえでは、多層化する国際分業体制の全貌を把握しておく必要があるケースが増えていることも、最近の特徴の一つです。ここでは、ハードディスクドライブ（HDD）製品の国際分業体制を例にとり、ご説明します（図表5-2上）。

貿易統計上、①半製品であるハードディスク（HD）は、完成品であるテープ式の記録媒体と同じコードに金額計上される、②同じく半製品であるHDDと、完成品であるストレージは同じコードに金額計上される、扱いとなっています。貿易統計をみているだけでは、これら半製品と完成品の取引シェアがどの程度かは分からないので、多層化した国際分業体制の実態を把握するための追加的な調査が必要です。

調査の結果、①本邦メーカーがHDを国内で生産し、アジア向けに輸出、②アジア地域に展開している内外メーカーが、HDを組み付けた半製品であるHDDを生産し、これらを日本に輸出、③本邦メーカーは、輸入した半製品であるHDDを、自社の情報通信機器（パソコン・ビデオなど）やHDD製品（ストレージなど）に組み付けて製品化し、国内に出荷、④国内でストレージ・サービスを提供する企業などが、海外で製品化されたHDD製品（ストレージなど）を輸入、といった複雑な構造になっており、輸出入額に占める半製品や業務用製品の取引シェアが高まっていることが明らかになりました。こうした実態にあわせて、調査価格構成を設計していく必要があります。

### 3-3 高付加価値品へのシフト

次に、輸出の高付加価値品へのシフトの例として、品目「プラスチックフィルム・シート」のケースをご紹介します（図表5-2下）。現在、レジ袋などの汎用品は、中国や東南アジアからの輸入品への代替が進む一方、液晶関連で使用されるフィルムなど、汎用品とは全く異なる高付加価値品の輸出が大幅に拡

大しています。プラスチックフィルム・シートの場合、使用する樹脂や需要先によって価格動向が異なることから、品目内の調査価格構成に十分留意しながら、高付加価値品の取り込みを進めていく方針です。

以上、ハードディスクやプラスチックフィルムの例でお示したように、類別「電気機器」、「情報通信機器」、「電子部品・デバイス」などを主な需要先とする「先端部材」の分野では、技術障壁の高さや初期投資の大きさなどを理由に、国内生産を継続しているメーカーが多く存在しています。したがって、企業物価指数の設計上は、こうした分野を調査対象として取り込む重要性が高まっています。一方でこうした分野では、①生産過程で中間消費されるため、製品自体がみえにくく、調査対象を特定することが難しい、②産業分類上、全く異なる分野の製品と抱き合わせになっているケースが多く、統計上出荷額の特定が難しい、③寡占度が高く、価格調査へのご協力が得にくい、といった、この分野ならではの難しさに対応していく必要があります。

日本銀行としては、各市場の取引・貿易構造やメーカーシェアを丹念に研究しつつ、わが国の輸出入構造をできる限りの確に指数に反映させる方針です。

#### 4 価格調査方法の高度化・効率化

価格調査方法の高度化・効率化は、物価統計作成当局が不断に取り組むべき課題です。企業物価指数に即してこの課題を考える際に、最も留意すべき点は、「わが国製造業には、世界で最も高度な技術を要する分野が数多く存在し、生産する財の種類も、資本財から消費財まで多様であるにも拘わらず、統計作成のための調査価格数が少ない」という事実です（図表6）。

企業物価指数全体の調査価格数は、現状約 8,200 です。調査対象となる取引額は国内、輸出、輸入合計で約 345 兆円（2005 年）に達していますので、1 調査価格あたりの取引額は平均 420 億円を越えています。また、わが国製造業の全貌を捉えるべく、1,338 もの品目を設定している結果、1 品目あたりの調査価格数は、平均約 6 サンプルに過ぎません。平均的な調査価格数で構成される品目においては、1 つ 1 つの調査価格の精度が品目指数の精度に無視し得ない影響を及ぼす状況にあるといえます。

調査価格の総数は、①ご協力頂く企業の報告者負担、②物価統計作成当局におけるリソース面の制約、の 2 点で主に規定されますが、わが国製造業が経営の効率化を一層進めるなかにあって、調査価格の総数を増やす余地は極めて限られている、と日本銀行では考えています。このため、今回の基準改定では、価格調査方法を高度化・効率化することにより、個々の調査価格の情報量を

きる限り豊かにし、現状の調査価格数を大幅に増やすことなく、指数全体の質の向上を図っていく方針です。

#### 4-1 調査価格構成の適正化

その際の最も重要な工夫の1つとして、3節でも具体例をいくつかお示しした「調査価格構成の適正化」が挙げられます。

同じ品目範囲に該当する製品同士でも、「どの企業がつくり、どのような流通経路で、どのような顧客に販売されているか」といった属性の違いにより、価格動向は異なってきます。このため、品目範囲内の（無数の）製品の属性をバランスよく反映するように、それぞれの品目で、調査価格構成を慎重に適正化する必要があります。調査価格構成が適正でない場合、品目指数の変動が市場の取引実態から乖離し、デフレーター機能も低下します。

こうした乖離を生じさせないためには、調査価格数は多ければ多いほど望ましいのですが、先にも述べた理由で、現実の調査価格数には限りがあります。そこで、各品目の調査価格構成を設計する際には、価格決定にとって重要な属性をいくつかリストアップした上で、焦点を絞る必要があります。ほぼ全品目を対象に、こうした考え方に沿った見直し作業を行ったことが、今回の基準改定の最大の特徴の1つです。以下では、その実例をご紹介します<sup>6</sup>。

##### 4-1-1 自動車産業での見直し

自動車産業は、生産額の大きさ、裾野の広さの両面で、わが国製造業のなかでも大きな存在です。もっとも、これまでの企業物価指数は、自動車産業の実態を十分捉えきれていなかった面が否めません。

---

<sup>6</sup> 経済指数論では、「指数作成者が、無コストで調査価格を入手できる」という単純化を（暗黙には）行った上で、理論的な諸課題の解明に向けての取り組みを論じることが一般的です。もっとも現実には、報告者負担・調査事務負担が発生しますので、指数作成者はそうしたコストを制約として明示的に織り込み、「限られた調査価格で（最小の集計概念である）『品目』の価格動向を推定する際、どうすればよりバイアスが小さい推定量が得られるか」という問題を解くイメージで、調査価格構成を設計します。調査価格構成の変更が、実際の指数動向に非常に大きな影響を与え得る事例として、日本銀行調査統計局「[企業向けサービス価格指数・2005年基準改定結果 一基準改定結果の概要と2005年基準指数の動向一](#)」（2009年10月）や、日本銀行調査統計局「[企業物価指数『電子部品・デバイス』の指数精度向上への取り組み 一企業物価指数2010年基準改定に向けた先行事例一](#)」（2010年7月）をご参照ください。なお、物価統計は各国が作成していますが、国によって、調査にかかるコストや充当可能なリソースは異なっていますので、物価統計作成当局が直面している問題の根本的な性質は共通していても、「解」として導かれた調査方法には国毎に相違があります。



例えば、輸出物価指数の品目「小型乗用車」、「普通乗用車」では、調査価格数が取引額対比でみて極端に少ないほか、輸出向け国構成が北米と欧州に偏っており、実際の輸出向け国構成と大きく乖離しています（図表7上）。メーカーの為替調整タイミングや、輸出先での商流が向け国毎に異なることから、向け国の違いは、価格動向に大きな違いをもたらす要因となります。今回の基準改定では、実際の輸出向け国構成に合致するよう、調査価格数を大幅に積み増しつつ、輸出向け国構成を適正化する方針です。

—— ユーザーの皆様方からのご要望が強い場合は、輸出物価指数の品目「普通乗用車」を、品目「普通乗用車（北米向け）」、「普通乗用車（北米以外向け）」に分割した参考系列を別途公表することを検討しています。

自動車産業の裾野の広さをできる限り正しく指数に反映させるという点でも、今回の基準改定では、自動車産業に関連する多くの品目で悉皆的な対応を行う方針です。基準改定に向けた調査の結果、自動車産業向けの製品の取引シェアが、当初考えられていたより大きく、自動車産業向け製品の調査価格数を大幅に増やさなければならぬ品目が多数存在することが判明しました（図表7中）。

その代表例が、輸出物価指数の品目「溶融亜鉛めっき鋼板」です。この品目の現行指数の調査価格構成は、1/3が電機メーカー向け、2/3が加工業者向けとなっています。業界へのヒアリングなどによれば、かねてより自動車産業向け比率が高かったことに加え、本邦高炉各社の自動車産業向け製品に対するユーザーからの評価が高いなかで、昨今、本邦自動車メーカー各社の生産拠点の海外移転が加速していることから、自動車産業向け製品の輸出が伸びている模様です。このため、2010年基準指数では、殆どの調査価格を自動車産業向けに充てる方針です。

なお、自動車産業向け製品の価格は、完成車メーカーの購入スタンスを色濃く映じる傾向があります。したがって、製品別のシェアだけでなく、需要先である完成車メーカーの購入シェアを、できる限り忠実に調査価格構成に反映させていく方針です。

この点、例えば、国内企業物価指数の品目「シャシー・車体構成部品」では、取引シェアが大きい「シート」の調査価格を大幅に積み増し、調査価格の向け先メーカー比率を、完成車メーカーの購入シェアとできるだけ近づけていく方針です。

#### 4-1-2 自動車産業以外での見直し事例

現行指数においても既に一部変更を採り入れつつある輸入物価指数の品目「液化天然ガス」についてご紹介します（図表7下）。この品目では、値決めの

指標となる原油価格との連動性が原産国毎に異なるため、原産国毎に価格動向が異なることが特徴です。こうした特徴を適切に指数に反映させていくためには、品目内の調査価格構成を、原産国別の輸入額シェアに合わせることも重要です。これまでは原産国が3か国に限られていましたが、現在、原産国数を増やし、調査価格構成を適正化する取り組みを進めています。

#### 4-2 調査価格の実勢化

調査価格の総数の少なさを補い、質の高い生産者段階の価格情報を提供していくうえでは、個々の調査価格が持つ情報量をできる限り豊かにしていく必要があります。そうした観点からは、現状の国内企業物価指数の調査価格の約3割を占める、仕切価格や料金表価格といった取引実態を反映しない調査（以下、建値調査）価格を、できる限り取引実態を反映した調査（以下、実取価格調査）価格に置き換えていく必要があります。

図表8では、現行指数の全調査価格を対象に、2006年1月から2008年1月の2年間と、2008年1月から2010年1月の2年間で、価格水準が変化した調査価格数と、変化しなかった調査価格数を、建値調査と実取価格調査の別に集計した結果をお示ししています。

このうち、建値調査では、前半の期間（2006年1月～2008年1月の2年間）では全体の40%、後半の期間（2008年1月～2010年1月の2年間）では、全体の47%の調査価格で価格水準が変化しました。その一方で、実取価格調査では、前半の期間では全体の69%、後半の期間では75%の調査価格で価格水準が変化しており、実取価格調査の調査価格の方が、より伸縮的に変動している様子が見えます。

加えて、国内企業物価指数が大幅に下落した後半の期間において、建値調査で価格が下落した調査価格は全体の10%に過ぎませんでしたが、実取価格調査では、全体の40%の調査価格で価格が下落しており、建値調査には、調査価格の硬直性が明確にあらわれています。こうした結果は、個々の調査価格が持つ情報量をできる限り豊かにしていくよう、取引の裏付けのある実取価格調査を増やすことが重要であることを示唆しています。

もとより、建値調査よりも実取価格調査の方が望ましいことは明らかですが、永年続いている企業物価指数の調査で建値調査が継続していることには、いくつかの理由があります。特に、「同じ顧客向けの同じアイテムの価格を聴取する」という原則を墨守しようとした結果、建値調査しかできない状況にあるケースが多くみられます。今回の基準改定では、「生産者段階の出荷時の価格」を指数に反映していく上で、どれが最も理想に近い価格調査方法かを状況に応じて慎

重に判断していくなかで、取引の裏付けのある実取価格調査を増やしていく方針です（図表 9 上）。

#### 4-2-1 平均価格調査の拡充

国内企業物価指数の品目「アルミニウムサッシ」は、こうした視点で建値調査の廃止に取り組んできた先駆的な事例です（図表 9 下）。アルミニウムサッシは、製品の種類が非常に豊富で、しかも最終ユーザーが全国に数多く存在するため、アイテムの種類や向け先の特定に拘った場合、建値以外の調査が難しい品目でした。

2000 年基準指数から平均価格調査が導入されたのを転機に<sup>7</sup>、この品目では、平均価格調査を行う調査価格を徐々に増やしてきました。過去 15 年間の指数変動を振り返りますと、平均価格調査を導入した時期を境に、建築需要の落ち込みによる長期的な価格下落傾向や、材料価格の高騰による価格上昇傾向などを捉えられるようになりました。その一方で、指数には月々のフレがみられるようになっていきます。

こうした月々のフレが、製品の販売構成比の変動によって生じている場合、その影響を指数から取り除いた方が良いことは、言うまでもありません。もっとも、中長期の価格変動成分を的確に捉えた指数を作成することのメリットは非常に大きく、こうした比較考量の結果、品目「アルミニウムサッシ」においては現在、全ての調査価格を平均価格調査に切り替えています。

—— これまで、技術的に調査が難しかった「鉄骨」についても、実際のお取引に通暁されている業界関係者のご意見を伺いながら、物件の種類を絞り込んだ平均価格調査を行うなどして、新たに調査対象として取り込んでいく方向で検討しています。

#### 4-2-2 値引率調査・利益率調査の導入

資本財など、取引毎に製品に付属するオプションが異なり、そもそも同じ製品の価格を継続的に調査することが全くできないといった「オーダーメイド財」の価格調査は、世界各国の物価統計作成当局を悩ませ続けている難題の 1 つです。今回の基準改定では、オーダーメイド財の価格調査に「値引率調査」と「利益率調査」を導入していく方針です（図表 10-1）。

値引率調査は、対象となる製品（機械の本体部分など）と、その対象製品を

<sup>7</sup> 2000 年基準改定結果の詳細については、日本銀行調査統計局「[卸売物価指数の基準改定（2000 年基準企業物価指数<CGPI>への移行）の結果](#)」（2002 年 12 月）をご参照ください。

含む製品群（製品シリーズ）の範囲を確定させた上で、①対象となる製品の定価と、②その製品を含む製品群全体の定価からの値引率を調査していく方法です。こうした調査の場合、全く同じ製品の取引が発生しない場合でも、同じ製品群の取引に似たような値引率が適用されている場合は、仕様差に伴う単価変動の影響を緩和した形で、調査価格を実勢化することが可能です。

利益率調査は、値引率調査と似ているのですが、対象となる製品の利益率（売上／製造原価）が、その製品を含む製品群全体の利益率と変わらないと仮定している点がやや異なります。この調査では、①対象となる製品の製造原価と、②その製品を含む製品群全体の利益率のデータから、「もしも同じ仕様の製品が継続して販売されているとしたら、価格はいくらになっているか」を推定していきます。

この手法は、代表的な品質調整手法の1つであるコスト評価法の応用型とも解釈できます（図表 10-2）。コスト評価法は、新旧製品の品質調整を行う際、同じ時点における新旧製品の製造コストを比較することで、旧製品が製造・販売されている場合の取引価格を推定し、推定された取引価格を旧製品の前期の価格と比較することで指数を接続する手法です。あまり明示的に扱われることはありませんが、図表 10-2 の例示から明らかのように、コスト評価法では、「新旧製品の同時点における利益率が等しい」という仮定が置かれています。利益率調査とは、製品が每期異なるなかでコスト評価法を每期連続的に適用することで、オーダーメイド財の価格調査を可能にする手法であると言い換えることができます。

#### 4-2-3 調査価格へのリベートの反映

調査価格にリベート反映済みの価格を取り込んでいくことも重要な課題です。わが国の現行会計基準では、収益認識の際、リベート（販売奨励金）制度などによる実質的な値引き額を売上から控除する義務がないこともあり、価格調査において、リベート反映済みの価格を調査できているケースは非常に限られています<sup>8</sup>。

リベートなどによる実質的な価格調整の影響を指数に反映することで、生産者段階の価格が実態としてどう推移しているかを正しく把握することは、製造

---

<sup>8</sup> 米国の生産者物価指数、消費者物価指数の新車販売価格の調査では、ディーラー向けと消費者向けに別々に支払われているリベート額が非常にきめ細かく調査されています（Bustinza et al., “Price Measures of New Vehicles: A Comparison,” *Monthly Labor Review*, July 2008, pp.19-32 を参照）。なお、現在わが国で導入が検討されている国際財務報告基準（IFRS）では、実質的な値引き額は、売上（取引価格）から控除することが原則です。

業や流通業者の経営環境をマージンの側面から把握していく観点からも非常に重要です。今回の基準改定では、リベートによる価格調整の実情や、収益管理上の取扱いについて、業界関係者のご意見をお伺いし、できる限りリベート反映済みの価格を調査していく方針です。

### 4-3 品質調整手法の研究

企業物価指数が調査対象としている財のほとんどは、時間の経過とともに新しい製品に入れ替わる性質を持っています<sup>9</sup>。このため、同じ製品の価格を継続的に調査するという物価統計の性質上、「市場で売られなくなった古い製品が、今も売られているとしたら、その製品の価格はいくらとみられるか」を推定する必要があります。この推定に必要なのが「品質調整」です。日常の経済取引では、既に売られていない財の価格に（明示的に）関心を払う必要はありませんので、一般的には理解を得ることが難しい、物価統計ならではの抽象的な概念といえるでしょう。

品質調整には、いくつかの手法が存在します<sup>10</sup>。過去の企業物価指数の基準改定では、「どのような品目にヘドニック法を適用して、品質調整を実施するか」が重要な論点として注目されてきました<sup>11</sup>。現在、日本銀行は6製品を対象に、ヘドニック法を適用した品質調整を行っていますが、今回の基準改定を機に、その適用拡大を検討している製品は現時点ではありません<sup>12</sup>。

もっとも、このことは物価統計作成上、品質調整の議論が重要でなくなったことを意味する訳では全くありません。前回の基準改定から4年余りを経て、品質調整の議論の前提となる分析面の環境は、大きく変化しました。POS データやインターネットの価格比較サイトの普及が急速に進んだ結果、広範なカバ

---

<sup>9</sup> 企業物価指数の場合、新旧製品の入れ替えなどの理由で調査価格が変更される件数は、1年間で約 2000 件に達します。日本銀行調査統計局「[価格調査における調査価格変更と品質調整の現状 —2008 年における CGPI と CSPI の実績を踏まえて—](#)」（2009 年 10 月）をご参照ください。

<sup>10</sup> 主なものとして、①新旧製品の調査価格入れ替え時点における製造コストを用いるコスト評価法、②回帰分析から得られた、新旧製品の性能に対する条件付期待値を用いるヘドニック法、③新旧製品の一定期間の販売価格差を用いるオーバーラップ法、があります。企業物価指数の品質調整で最も頻繁に用いられるのは、①コスト評価法です。

<sup>11</sup> こうした議論の一部は、日本銀行調査統計局「[2005 年基準企業物価指数におけるヘドニック法の適用](#)」（2007 年 12 月）にまとめられています。

<sup>12</sup> 現在、企業物価指数では、デジタルカメラ、印刷装置、パーソナルコンピュータ、複写機、ビデオカメラ、汎用コンピュータ・サーバ（うちサーバ）の6製品にヘドニック法を適用しています。

レッジを有する小売価格情報の入手可能性が飛躍的に高まったのです。物価統計作成当局にとっては、データ面の制約から分析することが難しかった様々な問いを実証的に検証できる可能性が広がってきています。

日本銀行は、品目「カラーテレビ」の調査価格入替時において、従来は、調査にご協力頂いている企業から新旧製品の製造コスト差をお伺いし、主にその情報を利用して品質調整を行って参りました。図表 11 には、国内企業物価指数の品目「カラーテレビ」の調査価格入替時に、それとは異なる品質調整手法——①カラーテレビの製造コストの外部データを利用したコスト評価法、②POS データを利用したヘドニック法、③POS データやインターネットの価格比較サイトデータを用いたオーバーラップ法——を適用した場合の品目指数の試算結果と、現行品目指数の推移をお示ししています。この結果は、どういった品質調整手法を選択するかによって、指数の下落幅は相応に異なり得ることを示唆しています。外部データの入手可能性が高まっていることから得られる果実をできる限り素早く取り入れ、より良い指数の作成につなげていくよう、日本銀行としては、引き続き品質調整を巡る分析に力を入れていく方針です<sup>13</sup>。

#### 4-4 外部データへの移行による報告者負担・調査事務負担の軽減

外部データのより直接的な利用方法として、報告者負担・調査事務負担の軽減を企図して、調査価格の外部データ化を進めていく方針です。その際には、①外部データの導入が、その導入コストに見合うだけの報告者負担・調査事務負担の軽減に貢献するか、②調査価格の質を、少なくとも従来の調査先調査と同程度の水準に維持できるか、慎重に検討しています。以下では、具体的事例をいくつかご紹介します。

化学製品のなかには、規格化が進み、財としての均質性が高い川上・川中製品が存在します。こうした製品の場合、主力の輸出向け先であるアジア地域向けの取引では、市況に連動した価格形成が中心となっており、個別取引の価格差が非常に小さいことが知られています。輸出物価指数の品目「塩化ビニルモノマー」や品目「カプロラクタム」などでは、外部データを利用することで、統計の質の低下を防ぎつつ、報告者負担・調査事務負担を軽減することが可能です（図表 12 上）。

また、医薬品の場合、同じ薬効でも、後発医薬品の存在の有無により価格動向が大きく異なることが知られており、報告者負担を高めることなく、調査のカバレッジを拡大する必要性が高まっています。このため、国内企業物価指数

---

<sup>13</sup> 上記の分析結果をまとめたペーパーを現在作成中です。

の商品群「医家向け医薬品」では、製品毎の薬価データと、それに対応する販売額の外部データを入手することで、調査のカバレッジを飛躍的に高めつつ、報告者負担・調査事務負担を大幅に低下させるという理想的な効率化を実施する方針です。

生コンクリートの場合、①製造から 90 分以内という短時間での打設が必要、②中小零細企業が多く、法律上、協同組合による共販が容認されている、といった商品性から、カバレッジが限定された調査先調査では、地域間で大きく異なる価格動向の実態を把握することが困難です。わが国では、財団法人建設物価調査会が、全国に調査員を配置し、主な供給者である協同組合だけでなく、需要者からも幅広く市場実態を聴取し、各地域における実勢価格の調査結果を公表しています。個別の調査価格データを詳細に比較した結果、国内企業物価指数の品目「生コンクリート」の調査価格を、建設物価調査会の公表データに置き換えることで、より効率的かつ鳥瞰的な品目指数を作成できると判断しています。

なお、2005 年基準指数のカットオーバー時、調査価格全体に占める外部データの割合は 0.5%程度でしたが、その後、外部データの適用品目が順次拡大し、現在では調査価格全体の 1%強が外部データ化されています。現時点の方針通りに外部データ化が進む場合、2010 年基準指数のカットオーバー時には、この比率が数パーセント程度に高まるものとみられます（図表 12 下）。

## 5 終わりに

本稿では、企業物価指数の 2010 年基準改定に向けた基本方針と、その背景となる考え方について整理しました。今後のスケジュールは、図表 13 をご覧ください。企業物価指数が、国民にとって合理的な意思決定を行うために共有されるべき情報基盤としての役割を的確に果たしていくためには、ユーザーの皆様方や、平素より価格調査にご協力頂いている企業の皆様方のご要望が大変貴重です。是非ともご意見・ご要望をお寄せくださいますよう、お願い申し上げます。