

総務庁長官 武藤 嘉文 殿

統計審議会会長 溝口 敏行

### 諮問第250号の答申

#### 平成9年に実施される全国物価統計調査の計画について

全国物価統計調査（指定統計第108号を作成するための調査）は、国民の消費生活上重要な支出の対象となる商品の販売価格及びサービスの料金並びにこれらを取り扱う事業所を調査し、地域別、事業所の形態別、取引段階別等の物価に関する基礎資料を得ることを目的として昭和42年に開始され、昭和52年まではほぼ3年周期で実施されてきたが、それ以降は5年周期で実施されている。

平成9年に実施される全国物価統計調査の計画では、近年における我が国の物価を取り巻く環境の変化や諮問第242号の答申「統計行政の新中・長期構想」（以下「新中・長期構想」という。）等を踏まえ、①卸売調査の廃止及び小売調査の充実、②調査地区の設定及び調査店舗の選定方法の改善、③店舗に関する調査事項の拡充、④調査対象品目及び価格調査の見直し、⑤関連する統計調査結果の活用の推進など調査全般にわたる見直しを行うこととしている。

本審議会は、全国物価統計調査の重要性にかんがみ、新中・長期構想を踏まえ、今回の計画全般にわたって慎重に審議した結果、下記の結論を得たので答申する。

#### 記

##### 1 物価統計体系における役割の変化への対応

全国物価統計調査は、価格水準の時系列変動を測定し、かつ、消費者物価指数を作成する小売物価統計調査（指定統計第35号を作成するための調査）に対して、小売店舗における価格の地域間格差や店舗間格差等を明らかにするとともに、卸売から小売に至る流通段階別の価格など、物価の構造面の実態を把握するための統計調査として位置付けられてきた。

近年における物価動向は安定基調にあるものの、流通経路の短縮化、メーカーとの直接取引の活発化、建値制度の崩壊など取引形態が複雑・多様化するとともに、ディスカウントストア等新業態の出現、プライベート・ブランド商品の普及、海外開発商品の流入等にみられるように小売業における販売戦略も多様化してきており、また、このような状況変化の中で、価格決定における比重が小売業主導へと変化してきている。

こうした中であって、引き続き物価の構造面の実態を的確に把握していくためには、小売業における価格決定に係る諸要素の解明が重要となっていており、小売段階における店舗属性等に関する調査事項を充実するとともに、価格水準の格差を多面的に把握す

ることとする今回の調査計画は妥当と認められる。

しかし、調査結果の提供に当たっては、価格水準の違いや価格分布についての分析、情報提供の拡充等を図ることとしているが、さらに、価格構造の多面的な分析を行うとともに、物価に関する総合的かつ多様なデータ提供を図っていく必要がある。

また、本調査を小売物価統計調査に対して、店舗属性を踏まえた価格の決定要素を構造的に把握していく調査として位置付け、今回の調査結果を同調査の調査方法等の改善に結び付けていく必要がある。

なお、価格決定における小売業の占める重みが高まってきていること、複雑・多様化した流通構造やリベートを含めた実質取引価格を正確に把握することが困難となってきたこと等を踏まえて卸売調査を廃止し、流通段階別価格の把握は行わないとする今回の調査計画はやむを得ないと考えられるが、小売業の価格形成における流通構造の影響に十分配慮していくことが必要であり、小売業における仕入れ方法に関する調査事項を充実する必要がある。

## 2 標本抽出方法について

調査地区の設定及び調査店舗の選定方法については、業態及び立地環境による価格水準の格差を正確に把握するため、従来由市町村・調査員による有意抽出法から、今回、店舗及び地域情報を有する商業統計調査（指定統計第23号を作成するための調査）を母集団情報として用いた確率的抽出方法に変更することとしていることは、妥当と認められる。

また、店舗規模による価格水準の相違を把握するとともに平均価格の推定効率を高めるため調査店舗の売場面積を基準として層化することとしている点も、妥当と認められる。

なお、今回の無作為抽出法の導入は物価統計調査においては新たな試みであり、抽出方法の改善に伴い推定値の誤差の算出が可能となるので、今後、適切な算出方法について検討を進める必要がある。

## 3 店舗、調査品目・銘柄に関する事項について

### (1) 店舗に関する事項について

店舗に関する事項については、業態に関する事項の充実、販売特性及び競合店に関する事項の追加等店舗属性に関する調査項目を拡充することとしており、これは店舗間、業態間等による価格水準の格差を把握し、多様な価格形成要素の分析に資するものであり、おおむね妥当と認められる。また、商業統計調査の調査結果から開設時期、売場面積、営業時間等の店舗属性に関するデータを活用することについては、新中・長期構想に示すデータ・リンケージの推進及び重複調査事項の排除の観点から妥当と認められる。

なお、価格形成要素の把握がよりの確かつ多面的に行えるよう、次の措置を講ずる必要がある。

① 「仕入れ先」調査については、店舗単位の調査から品目単位の調査に変更するとともに、産地直送、メーカーからの直接仕入れ等近年の流通革新の影響等が明確に

把握できるようその充実を図ること。

② 「系列店の数」、「販売特性」、「競合店の有無」等については、調査客体に記入上の誤解を生じさせないよう設問の仕方の改善や説明の充実を図ること。

③ 近年、急速な伸びを示している通信販売、訪問販売等小売店を通さない販売形態における価格調査の実施の可能性について検討を進めること。

#### (2) 調査品目・銘柄に関する事項について

調査品目の選定については、今回、①消費者物価指数との整合性を確保するとともに、②サービス関連品目の見直しによる近年のサービス消費の拡大等への対応、③プライベート・ブランド商品、海外製造商品等の品目の追加による商品の多様化、消費者の選択の拡大への対応、④新たに住宅統計調査（指定統計第14号を作成するための調査）の結果の活用を図るなど、全般的な見直しを行っており、おおむね妥当と認められる。

なお、調査品目の選定及び銘柄の指定については、世帯類型ごとの消費構造の違いや商品の出回り状況、品質格差等を勘案して更に吟味していく必要がある。

また、価格調査については、従来の平常価格の調査のみならず、特売価格や曜日別価格の把握等により同一店舗における価格変化の実態把握のための所要の見直しが図られており、妥当と認められる。

#### 4 結果表章等の充実について

本調査の調査結果については、テーマ別（特売・平常価格、曜日別価格分布、業態別・立地環境別価格分布、消費者物価地域差指数等）に集計が完了したものから順次公表すること等により全体として公表の早期化を図るとともに、磁気媒体により多様なデータの提供を行うこととしており、おおむね妥当と認められる。

なお、結果の集計・公表に当たっては、調査結果の高度利用、ユーザーの利便の確保等の観点から、次の措置を講ずる必要がある。

① 消費者物価に関する詳細な地域格差とその発生要因を明らかにするため、従前からの基準地域加重相対法算式を用いた消費者物価地域差指数を作成するほか、比較地域加重相対法算式など他の算式による指数の作成について検討を進めるとともに、世帯の多様化に対応し単身世帯、高齢者世帯などより多様な世帯類型に対応した指数の表章を工夫すること。

また、購入先店舗に関する消費者行動を反映した新たな指数等の開発について検討を進めるとともに、業態ごとの価格分布など地域内格差を把握するための多様なデータの提供を図ること。

② 小売価格の平均値の算出に当たっては、より実態を反映したものとなるよう検討するとともに、売場面積により抽出率が異なる点に十分配慮すること。

また、品目別価格差指数の計算に際しては、調査結果を踏まえた地域銘柄のウエイト付けに配慮すること。

③ 都道府県内経済ブロック別消費者物価地域差指数の表章に当たっては、都道府県と緊密な連携を図ることにより都道府県における商圈の形成状況が十分考慮されたものとなるよう配慮していく必要がある。また、都道府県内経済ブロック別指数の提供に

とどまらず、都道府県をまたがる経済圏や広域経済圏に係るデータの提供にも配慮していく必要がある。

- ④ 価格分布に関する分かりやすいデータの提供に努めるなど、ユーザーの要望を踏まえ、ユーザーが分析・利用しやすいようにできる限り詳細なデータの提供に努めること。

## 5 調査の周期・実施時期について

調査の周期は、従前どおり、5年周期で実施することとしている。このことは消費者物価指数の基準改定の周期との整合性の確保の観点、他の大規模統計調査の周期との関係等から判断して妥当と認められる。

また、調査の実施時期を従前どおり11月としている点については、他の統計調査との実施時期との関係及び時系列の確保の観点から妥当と認められるが、本調査の実施年には、商業統計調査が6月に実施されるので、同調査との連携の確保に十分配慮する必要がある。

## 6 その他

今回の調査計画では、卸売調査の廃止、標本抽出方法の改善、調査対象品目の縮減、消費税加算及び単位換算の集計段階での実施等により調査の簡素・合理化、効率化及び報告者負担の軽減措置が講じられている。

なお、今回の調査計画では、調査全般にわたって大幅な見直しが行われているので、調査が円滑に実施できるよう十分な配慮を払う必要がある。