

第 23 回サービス統計・企業統計部会議事録

1 日 時 平成 23 年 11 月 24 日（木）10:00～12:10

2 場 所 総務省第 2 庁舎 6 階特別会議室

3 出席者

（部 会 長） 廣松毅

（委 員） 北村行伸、西郷浩

（専 門 委 員） 岩下真理、重川純子

（審議協力者） 財務省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、埼玉県、東京都、日本銀行

（調査実施者） 総務省統計局統計調査部消費統計課：永島物価統計室長ほか

（事 務 局） 内閣府統計委員会担当室：杉山参事官

総務省政策統括官付統計審査官室：中川統計審査官ほか

4 議 題 小売物価統計調査の変更及び全国物価統計調査の中止並びに小売物価統計の指定の変更及び全国物価統計の指定の解除について

5 議事録

○廣松部会長 定刻より少し前ですが、御出席の予定の皆様方が全員おそろいですので、ただいまから「第 23 回サービス統計・企業統計部会」を開催いたします。

私は本部会の部会長を務めます廣松と申します。よろしく願いいたします。

今回の部会では、去る 11 月 18 日の第 51 回統計委員会において、総務大臣から諮問されました小売物価統計調査の変更及び全国物価統計調査の中止並びに小売物価統計の指定の変更及び全国物価統計の指定の解除についての審議を行います。

今回、審議に参画いただく委員及び専門委員につきましては、本日の配布資料の参考 3 として、部会委員等名簿が配布されていることと思います。本日は本件に関する第 1 回目の部会ですので、委員、専門委員、審議協力者として御参加いただく各府省の順で簡単に自己紹介、御挨拶をお願いいたします。

本日御出席いただいている方の一覧は、配布資料の一番下に添えてありますので、それを御覧いただければと思います。

それでは、順に御挨拶をお願いいたします。

まず私でございますが、先ほど自己紹介をいたしましたとおり、情報セキュリティ大学院大学の廣松と申します。よろしく願いいたします。

- 北村委員 一橋大学経済研究所の北村でございます。よろしくお願いいたします。
- 西郷委員 早稲田大学の西郷です。よろしくお願いいたします。
- 岩下専門委員 SMBC日興証券の岩下と申します。物価統計のユーザーということで、よろしくお願いいたします。
- 重川専門委員 埼玉大学の重川と申します。よろしくお願いいたします。家庭経済を専門にしています。
- 廣松部会長 ありがとうございます。
なお、本日は渡辺専門委員が所用のために御欠席でございます。
それでは、各府省の審議協力者の方に御挨拶をいただければと思います。出席者一覧の順番に従いまして、財務省からお願いをいたします。
- 財務省 財務省の細谷と申します。よろしくお願いいたします。
- 厚生労働省 厚生労働省の代田と申します。よろしくお願いいたします。
- 農林水産省 農林水産省の中根と申します。よろしくお願いいたします。
- 経済産業省 経済産業省の鈴木と申します。よろしくお願いいたします。
- 国土交通省 国土交通省の大熊と申します。よろしくお願いいたします。
- 日本銀行 日本銀行の古里と申します。どうぞよろしくお願いいたします。
- 東京都 東京都の鈴木と申します。よろしくお願いいたします。
- 埼玉県 埼玉県の浅野と申します。よろしくお願いいたします。
- 廣松部会長 では、続いて、調査実施者の方から、挨拶をお願いいたします。
- 永島室長 物価統計室長の永島でございます。本日はどうぞよろしくお願いいたします。
- 柏木課長補佐 物価統計担当の柏木でございます。よろしくお願いいたします。
- 佐藤課長補佐 物価統計室の佐藤といいます。よろしくお願いいたします。
- 須藤係長 物価統計室の須藤と申します。よろしくお願いいたします。
- 廣松部会長 続きまして、事務局の方から、御挨拶をお願いします。
- 杉山参事官 統計委員会担当室の杉山でございます。よろしくお願いいたします。
- 中川統計審査官 政策統括官室の中川です。よろしくお願いいたします。
- 事務局 同じく統計審査官室の久米と申します。よろしくお願いいたします。
- 事務局 統計審査官室の久保と申します。よろしくお願いいたします。
- 廣松部会長 どうもありがとうございました。どうぞ皆様方、よろしくお願いいたします。

部会には、部会長の指名により、部会長代理を置くこととされております。本部会の部会長代理には、北村委員にお願いしたいと思いますが、よろしいでしょうか。

それでは、北村委員、よろしくお願いいたします。

本日の部会は12時までという予定をしておりますが、審議の進行に応じまして、少し延長することがあり得るかもしれません。どうぞその点をあらかじめ御承知おきいただければと思います。

審議に入ります前に、部会審議の方法について、皆様方の御了解を得ておきたいと思っております。御存じかと思いますが、統計調査の実施の根拠法であります統計法では、統計調査の計画の承認の基準が定められておりまして、総務省政策統括官室がその基準に即して事前審査した結果が資料4「審査メモ」として示されております。本日はこの審査メモに沿って審議を行いたいと思っておりますので、御協力をよろしくお願いいたします。

それでは、初めに、本日の配布資料及び今後の審議スケジュールについて、事務局から説明をお願いいたします。

○事務局 初めに、本日の配布資料としまして、議事次第にありますとおり、資料1から資料5まで、また、参考資料としまして、参考1から参考4までをお配りしておりますので、御確認をお願いします。

全体の審議スケジュールについては、参考4を御覧いただきたいと思いますが、本日を含め計3回ないし4回の部会審議を予定しております。

1回目は本日ですが、①事務局が諮問の概要を説明、②調査実施者が変更等の説明、③事務局が審査メモを説明、④審査メモに即した審議としていきたいと考えています。

2回目は12月8日の予定ですが、こちらでは本日の部会で委員の皆様から出された意見及び質問のうち、検討を要し、その場で本日回答が出なかった事項等の説明、それを受けて審査メモに即した審議を引き続き行います。できれば、次回に答申（案）を提示して、審議していきたいと思っております。

3回目が12月15日ですが、答申（案）の取りまとめを予定しております。

最後に予備日が12月22日ですが、答申案がまとまらない場合には追加で開催することを考えております。

以上の部会の審議を経た上で、来年1月20日に開催予定の統計委員会に答申（案）を諮り、答申をいただきたいと考えております。

なお、先ほど部会長からもお話がございましたが、調査計画については、統計法で示されている3つの観点、つまり①基幹統計の作成目的に照らした必要性及び充分性の観点、②統計技術的な合理性及び妥当性の観点、③他の基幹統計調査との重複の範囲の合理性の観点、これらの3つの観点から御審議をいただきたいと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

○廣松部会長 ありがとうございます。

今、御説明にございましたとおり、一応3回を予定しておりますが、後ほど説明がありますとおり、小売物価統計調査の変更以外に全国物価統計調査の中止という大変大きな審議事項がございますので、あるいは予備日を使わざるを得ないかもしれませんが、その点は御協力のほど、よろしくお願いいたします。

それでは、審議に入ります前に、統計委員会の諮問の概要について、事務局の中川統計審査官から説明をお願いいたします。

○中川統計審査官 政策統括官室の中川です。よろしくお願いいたします。

まず資料1の1ページを御覧になっていただければと思います。諮問の概要については簡単に説明したいと思います。計画については調査実施者の方から説明があります。

「諮問の概要」の一番上の3行ですが「全国物価統計調査で把握する主要な調査内容を、小売物価統計調査に追加することとし、全国物価統計調査を中止する。このことを踏まえ、小売物価統計の目的に全国物価統計の目的を追加した上で、全国物価統計の基幹統計としての指定を解除する」。

要するに全国物価統計調査で把握している主要な事項を小売物価統計調査の方に盛り込み、それで小売物価統計を充実させる。その代わりに全国物価統計調査を中止、廃止しますというのが大枠です。

それから2諮問の趣旨を簡単に説明しておきますと、物価に関しては動向と構造という両面から把握をしてきました。動向については、皆さん御存じのように、小売物価統計調査で毎月データを提供して、消費者物価指数という形で反映されています。構造に関しては、全国物価統計調査という5年周期の調査を実施してきました。これについては、5年周期というのは、なかなか分析する上でデータが少な過ぎる、もう少し周期を短くしてほしいという要望があるのと、動向面と構造面の両方を相互に利用できるような形にはどうかというニーズがありました。そのニーズにこたえた形で今回、調査の設計をしているということです。

諮問の趣旨は以上です。

○廣松部会長 ありがとうございます。

それでは、早速審議に入りたいと思います。今回の小売物価統計調査の変更及び全国物価統計調査の中止の計画並びに前回答申における今後の課題への対応について、総務省統計局統計調査部消費統計課の永島物価統計室長から説明をお願いいたします。

○永島室長 永島でございます。

それでは、全体的な概要について、資料1-3を使って御説明をしたいと思います。

大まかなところは、今、中川統計審査官から御説明があったとおり、これまで5年に1回実施していた全国物価統計調査の内容を現在、毎月実施しております小売物価統計調査の方に統合いたしまして、併せて把握できるというようなことを考えております。

変更後の小売物価統計調査という方を御覧いただきますと、統合した後の姿が書いてございますが、言わば、新小売物価統計調査の方は、「動向編」と「構造編」という2系統できるということになります。

「動向編」と言っております方は、今やっております小売物価統計調査をこういう名前にするということをごさいますして、内容的に変更はございません。

「構造編」と称する方が、今までの全国物価統計調査に代わるもの。物価の構造的な面の把握に資する調査ということをごさいますすが、中身は3種類ございまして、地域的な違いを調べる地域別価格差に着眼しているものが①でございます。

店舗形態、スーパーであるとか小売店舗であるとかドラッグストアであるとか、そうい

う店舗の形態によって値段が違ふだろうということで、そういった差を調べようという観点のものが②でございます。

③はまた少し違うのです。私どもは銘柄ということで、各品目のスペックを銘柄という名前で呼んでおりますけれども、同じ品目であっても、スペックによって価格が変わってくるということがありますので、今は基本的なスペックを基本銘柄と称して設定して、毎月、価格を取っておりますが、それと少し違うスペックのものを価格調査して比較することで、銘柄の違いによる価格への影響をとらえようというものが③でございます。それぞれ一覧形式になっており、地域その他が書いてあります。順に申し上げます。

①地域別の価格差をとらえる部分ですが、これは「動向編」の方で既にいろいろな価格データを取っておりますので、その167市町村のいろいろなデータはそのまま使える前提で、そこに不足する部分を追加しようという観点から、市町村としては167に加えまして、88の市を追加する。どういう考え方で追加するかといいますと簡単に書いてございますが、後でまた詳しく御説明をしますが、各都道府県の様子をよりきちんと調べたいということで、各都道府県において人口のカバーとして50%以上をカバーすることをおおむねの目安として考える。

そうしますと、かなり県内経済圏という意味で、一部のところはかなり集中するということが県によっては起こるものですから、そういう県内経済圏を考えて、県内経済圏的にもバランスよく、全然入ってこないようなところが存在しないような形で入れるという基準で選んでいったというものでございます。

調査対象としては、約500店舗ほどが対象になるかなということでございます。

報告の事項と書いてありますところで、主に品目ですね。どういう品目について追加の調査をするか。これは88市を追加するところで調べる品目という意味でございまして、167市町村の方では現行調べている全部の品目が入ってきますので、公表する結果としてはほぼ全品目が入ってくるのですが、追加の市において特に現行調べている地域の品目では足りないものは何だろうかということで、56品目を選定したというものでございました。選定の基準等はまた細かい話になりますので、各論点のところでも改めて御説明を差し上げたいと思います。

②の店舗形態の方に参りたいと思います。こちらはいろいろな店舗の種類が豊富にあるような地域でないといけないということがあるものですから、比較的様々な店舗があると考えられる、各県においては一番そういったことが考えられるものが県庁所在地だと考えるものですから、県庁所在地を対象地区として行う調査ということでございます。ただし、一部例外がございまして、東京都区部については、現在消費者物価指数の速報を毎月当月に出すということをやっております、単県で速報を出すというために、データを厚く取っております。

そういう意味で、東京都は普通の県よりもかなり厚くデータがあるものですから、様々な店舗形態のものが入ってきている実態がございまして、特に東京はいろいろな店舗形態

がまだ生き残っているところがあるものですから、他の地域に比べて追加を行わなくても十分な店舗形態の種類があるということで、東京都については②の調査形態については除外をしたいと考えております。

報告事項のところに書いております品目数でございますが、かなり重点化しております、店舗形態別、非常に単純に言いますと、典型的にはスーパーと一般小売店でどれくらいの価格差があるかという点などに着目しまして、一部ドラッグストアとスーパーとの価格差を見たいというものもあるのですが、そういう非常に典型的に見られるだろうというもの9品目に絞って調査を行う計画でございます。

③銘柄別の価格差でございます。毎月の調査では、各品目で一番代表的なスペックを決めて調べているのですが、新調査では、それ以外のスペックについても調べるということです。一品目について、いろいろな商品が出ている地域でないと調べにくいということがあるものですから、最もそういった品ぞろえ的に豊かであり、あるいは流通とか消費の変化に敏感であるという観点から、東京都区部において実施したいと考えております。全国一律ですと取れない地域が出てくるものですから、取れなかった場合の影響の方が銘柄の差の影響よりも往々にして大きいものですから、できるだけそういうところはあらかじめ排除をしておくというような設計にしております。

こちらの対象品目でございますが、いろいろな観点があると思いますが、今回考えました観点は、1つはまとめ売りをしていようなものについて、基本的なスペックが1個売りのものに対して、まとめ売りだどどのような価格の違いがあるか。あるいは将来、時系列的にデータが見られるようになれば、時系列的な変化という意味で違いがあるのかということを見ていきたいという観点のものなどを選んでおります。具体的には各論点のところで申し上げたいと思います。

公表の関係ですが、①、②、③は同じですけれども、基本的には年1回の公表を考えてございます。調査としてはそれぞれ隔月で行うのですけれども、隔月隔月で出すのではなくて、年平均として安定的な結果にして公表していきたいと考えております。

最後に経費的な面を補足しておきますが、過去の全国物価統計調査は1回で約3億4000万かかっておりました。これを毎年化するということでございますので、単純に5で割ると6800万ということです。小売物価統計調査の中に統合した後は「構造編」として、若干まだ予算が確定していない面がありますから幅がございまして、約4000～5000万ということで2000万強くらいの節約ができるのではないかと考えております。

概要としては以上でございます。

続きまして、過去の答申との関係について、これは別に資料3がございまして、それを申し上げたいと思います。

資料3-1、去年この部会で小売物価統計調査の基準改定後の姿について御審議をいただきまして、その際にいただいた答申でございますが、課題を2ついただいております。課題1と課題2でございます。

課題1は、小売物価統計調査の品目の選定をどのように考えていくかという点について、結果の利活用と精度という両面から見て、改めて検討をするようにという宿題でございましたが、今、基準改定を行ってデータを蓄積しているところでございまして、22年に追加された品目は、まだ1年強しかデータが集まっていないところがありますので、最低2年分はないと、前の年と比較しないと、その価格データがどういうものかということが分からないものですから、今年いっぱいデータを蓄積して、それから検討に着手したいと思っております。もう少し時間が必要だということでございます。今は検討材料を集めている段階なので、これからの検討ということになります。できるだけスピードアップをしたいと思いますが、毎月の統計を作成する傍らにやる話になってきますので、御理解をいただければと思います。

課題2は、構造統計とはまた別なのですが、動向統計としての話になろうかと思います。現在、小売物価統計としての価格データと消費者物価指数という指数の形と、2つ外に出ているものがありますが、一体として我々は考えておるのですが、新統計法において加工統計というものも単独の基幹統計として指定できるということ、それから、消費者物価指数の重要性などもあるものですから、この消費者物価指数の位置づけについて検討するようにという宿題をいただいております。ただ、こちらも基準改定をこの8月にやったばかりでございまして、その後の状況なども見つめつつ、次回の基本計画の策定までの間には進めていきたいと思いますが、基準改定という山を越えたばかりですので、こちらもう少しお時間をいただきたいという状況でございます。

いずれも構造統計そのものの宿題ではないものですから、今回の話題とは少し別の話題と御理解をいただければと思います。

資料3-2、こちらは全国物価統計調査の直近19年にやったものについて、当時は統計審議会でしたけれども、そこの答申の課題でございまして。やはり2つございまして。

課題1は、店舗の選定方法や特売価格、休日価格の把握の必要性とか、通信販売価格、割引特典サービスの実施状況などで、そういったものへのアプローチをどうしていくかといった点について宿題をいただいております。店舗の選定方法については、今回新たに形を変えて、毎年、店舗別の結果が得られるということになりますので、その結果を見て、今後、よりデータが入ってくる頻度が上がるものですから、よりタイムリーな検証を行っていきたくて考えております。

あとのところが4点ございましたが、そのうちの休日価格の把握でございまして。これは資料が別添2として付いてございます。2枚ほどめくっていただきますと「休日価格について」があります。

ある意味、休日価格は曜日別の価格についてということになるかもしれませんが、日曜日が特に安いのではないかという問題意識があって、過去に始められているものでございます。1週間の値段の高い、安いが指数化して書かれてございます。御覧になっていただくと分かる通り、一番高い曜日と一番安い曜日という意味でのポイント差としては、食

パンが一番高いのですが、それについても4.1ポイント。その他のものはそれよりも小さなポイント。

これは19年の前の平成14年でも結果がありますが、過去の変遷を見ても、むしろ全体としては曜日の違いによる差が小さくなってきている傾向がございまして、一定の様子は過去のもので分かるということと、変化としては大きくなっているわけではなくて、むしろ小さくなっている状況でございますので、過去のデータによって一定の成果が得られていると考えてございまして、今後、ここは把握しないということにしたいと考えております。

その他の3点、特売価格、通信販売価格あるいは割引特典サービスといったものについては、かなり状況がいろいろと変化してございまして、過去に考えていたような形態と同じものが今、行われているわけではないと思っておりますので、このところの実勢を見て、世の中の様子でどこがポイントかということを見極めさせていただいて、その上でどのように盛り込んでいくかということを見極めていきたいと思います。

特に消費者物価指数の基準という意味で言いますと、今22年基準でやっておりますが、この次が27年基準ということになります。この新調査は25年1月からスタートですので、例えば25、26と2年間そのままやるとすると、その後、新基準の27年が来るわけですから、それぐらいのタイミングで新しい話を考えていくのが合理的かと思っております。まずスタートの段階で余りいろいろなものを盛り込みますと、いささか荷が重くなってしまうというところがありますので、世の中の状況変化も激しいものですから、現在はそれを見極めさせていただくということで考えてございます。

課題2は、むしろ今までの全国物価統計調査の姿を前提として、調査事項の設定等について御意見をいただいている部分でございまして、今回は調査周期の方を5年に1回から、結果が毎年出るような形で大きく見直しまして、それに合わせて中身の方の一回一回やるものについては大きく重点化をするという、このときは考えていなかったような見直しを行っておりますので、大分この課題についてはアプローチが全く違っていました。直接はなかなかお答えしがたいので、今回の見直しの考え方みたいなことを書かせていただいております。この辺はそこを見ていただくということで、前提が全く変わってしまったので、書いてある内容を後で御確認をいただければと思います。

私の方からは、以上でございます。

○廣松部会長 ありがとうございます。

今、調査実施者の方から説明をいただきました変更等の計画に関しまして、総務省において事前審査を行った結果を資料4「審査メモ」として提出していただいております。それに基づき、事務局の中川統計審査官から説明をお願いいたします。

○中川統計審査官 それでは、資料4を御覧になっていただければと思います。ここに部会長と相談をして、審査メモという形で資料を用意してあります。

最初ですが、今回は全国物価統計調査を中止して、全国物価統計調査の主要なものを小売物価統計調査に入れ込みまして、5年周期から年ベースで公表すると。そういう一定の

方向性について、これで妥当かどうかというところを、皆さんの御意見をお伺いしたいというのが第1点です。

それから、個別に入りまして、小売物価統計調査の変更のところ、まず、地域別価格差の把握です。これについては、例えばイの対象地域の選定の仕方はこれで良いのかどうか。ウの調査品目の選定基準は後で調査実施者の方から説明があると思いますが、選定基準の品目は妥当かどうか。

2 ページ、地域別価格差の結果の公表のところですが、これは年1回公表するという事です。毎月のデータではありませんので、奇数月ということで年平均を作成することは妥当か。

論点②は、地域別価格差把握のための追加調査の結果を、逆に「動向編」の毎月の結果集計に活用することはできないか。

推計方法で特に留意することはないか。

もう一点は、25年結果については公表時期を1年延期して、27年6月までに26年結果と併せて公表したいという意向ですので、これについては理由を聞いた上で、本当にそれで良いのかどうか。延期する必要があるのかどうか、御議論があると思います。

(2) 店舗形態別価格差についても、イの対象地域について、道府県庁所在市だけに限定するのが本当に良いのかどうか。

3 ページ、調査品目は9品目あるわけですが、品目選定の考え方が妥当かどうか。これ以外の必要なものがあるのではないか。

全国物価統計調査に比べて品目数は当然減らざるを得ない。ですから、データの品目は少なくなるのはやむを得ない部分もありますが、この品目について、例えば年ベースでローテーションをすとか、そういう方法でカバーする余地はあるのかどうかについて御議論をいただきたいと思います。

結果について、年1回公表するという事で、公表時期を延期するという事です、これも同じように偶数月だけで年平均を作成することが妥当かどうか。店舗形態の追加調査の結果を「動向編」の毎月の結果集計に活用することは難しいかということです。

(3) 銘柄別価格差ですが、イの対象地域は東京都区部だけにするという事で、地域を限定するとした場合、東京都区部で本当に良いのかどうか。他の地域の代表を入れなくて良いかということが議論になると思います。

品目は9品目ですが、これについても同じように、品目は当然少なくならざるを得ないわけ、この品目の選定の考え方、当該品目だけで本当に良いのかどうか。ローテーションの余地があるかないか。結果について、年1回公表する。これは先ほどと同じように、1年延期をするのが本当に良いのかどうか御議論になると思います。

2 全国物価統計調査の中止ですが、これについては全国物価地域差指数編では前記1 (1) エのとおり、総世帯の都道府県別消費者物価地域差指数を年1回公表する。5年周期で把握していた品目の中分類、財・サービス分類別、世帯属性別の指数等は今後作成し

ない。5年に1回のを年1回にするわけですので、当然すべて満たされるということではありませんが、今後作成しない予定の集計表の中で本当に必要なものがあるのではないかと。この辺は集計表を用いて御議論をしていただければと思います。

論点の②で、世帯属性別の結果は、ウエイトを変更することにより、小売物価統計調査の結果から容易に作成できるのではないかと。要するに今回、小売物価統計調査の中に全国物価統計調査のデータが入れ込まれて、「動向編」と「構造編」が一緒になるということですので、今までは全く別々の調査でしたが、同じ調査体系の中に入ってくるわけですから、相互の利活用というのは当然考えないといけないのではないかと。そのあたりについて少し議論をしていただければ、ニーズにも対応するのではないかと思います。

店舗価格編については9品目、年1回公表する。5年周期で把握していた上記以外の品目の価格、店舗特属性別価格、特売価格、曜日別価格、価格分布等は今後作成しないとしているわけですが、これについても同じように、今後作成しないという統計の中でこれだけは必要という統計がないかどうか。

②のところも同じように、いろいろな集計ができるのではないかとということです。

(2) 通信販売価格編の中止については、全国物価統計調査で従来は通信販売価格を調査していました。これについては、後で調査実施者の方から詳しい説明があると思いますが、全体的にウエイト、支出における通信販売の割合が少ないということで、今回は作成しないという方針ですが、品目ごとに見た場合はウエイトの大きいものもあるのではないかとという議論があると思いますので、その辺は論点としてございます。

最後ですが、小売物価統計調査の中に全国物価統計調査の主要なものを盛り込むということで、小売物価統計を充実させるということなので、小売物価統計の名称は変更しないという申請ですので、これで良いかどうか。名称を変更することとなると法令改正などを伴うと思いますが、従来どおりでやりたいという申請です。

内容は以上です。

○廣松部会長 ありがとうございます。

最初に説明がございましたとおり、調査実施者からの計画の提案に関して、政策統括官室及び私の段階で論点と考えられるものをまとめたものでございます。

それでは、実質的な御審議に入りたいと思います。この後、審査メモに沿って調査実施者より論点に沿った説明をいただくこととしておりますが、これまでの段階で事務局及び調査実施者からの説明について、何か御意見、御質問はございますでしょうか。

それでは、審査メモに沿って審議を進めたいと思います。事務局から説明がありましたように、論点が多数ありますので、限られた時間で効率的に御議論いただくため、審査メモに記載の論点について変更事項ごとにまとめて御議論をいただければと思います。

まず、全国物価統計調査で把握する主要な調査内容を小売物価統計調査に追加することとして、全国物価統計調査を中止するという基本方針が適切かどうかということでございます。これはある意味で最終結論ということになるかもしれませんが、今の段階で特にこ

の方針に関しまして、御意見はございますでしょうか。

全く反対であるというお立場の人はなかなか発言が難しいかと思いますが、後ほど論点ごとの説明に基づいて御議論をいただき、もう一度、最終的にこの基本方針に関しては、皆様方の御意見をいただくようにしたいと思います。とりあえず、そういう扱いでよろしいでしょうか。

それから、これは言葉の問題ですが、現在の統計法の基幹統計調査に関しては中止という言葉を使います。廃止とは言いません。

それでは、資料4の審査メモの個別論点に関して御議論、御審議をいただければと思います。

1 小売物価統計調査の変更。

(1) 地域別価格差把握は奇数月のみ行われるものですが、これは国だけでなく、都道府県における経済政策の検討等に資する観点から地域差を把握するものでございます。一応これは適当ということでございますが、その点は妥当かどうかというのが論点です。

イ対象地域は、「動向編」の167市町村以外の88市とするということでございます。これに関しては、論点としては地域選定の基準は妥当か。現在、市町村合併等が行われており、町村数は減少していることから市のみを対象とすることになっておりますが、町村を対象としなくても良いかというものでございます。

ウ調査品目は、店舗や地域により価格差が見込まれる56品目とするになっておりますが、論点として、品目の選定の基準は妥当か。選定されている品目だけで十分か。ほかに必要な調査品目はないかというものでございます。

エの結果については、「動向編」と合わせて集計して、消費者物価地域差指数を地方、都道府県別に年1回公表するという事になっております。ただし、平成25年結果に関しては公表時期を1年延期し、27年6月までに26年結果と併せて公表するという事になっております。

論点として、①～④までございます。これらの点に関しまして、調査実施者の方から回答をお願いいたします。

○永島室長 回答というか、考え方の御説明になるかと思いますが、メインとして資料5-1がございまして、こちらで地域別価格差把握に関しての主要論点についてまとめてございますので、こちらで説明をしたいと思います。

作成意義のところは、哲学的なところが出ておりますので、お読みいただくということで、今回は割愛させていただきます。

調査地域の考え方から、よりテクニカルなところを御説明したいと思います。調査地域の考え方は概説のところでも大体述べておりますけれども、現行の小売物価統計調査で行っている167市町村に加えるという観点ですが、独立して88市だけというのは、調査としてはそうですが、集計という結果という意味では167プラス88になるとお考えいただければいいと思います。

あとはそのプラス 88 になる部分をどう考えたかということですが、各都道府県で人口カバー率が約 50%になることを目標としております。これは 50%を必ずしも超えていないところもあるものですから、目標として置いたと御理解いただければと思います。県内経済圏という意味で、過去の全国物価統計調査では設定しておるのですが、そういったものの県内の地区割りを考慮して、そこに偏りが無いようにという観点で選んだということでございます。

具体的に市を見ていただいた方が分かる気がしますので、2枚めくった裏側、細かい字で恐縮ですが、調査対象市一覧ということでびっしり書いてある紙がございます。左側が今、小売物価統計調査で調査を行っている 167 の市町村が県別に書いてございます。各市町村の右側にある数値はその市あるいは町村がカバーする、その県の人口の割合でございます。

それに対して、調査対象市という右側に書いてある塊が今回追加の結果的に 88 になったところがございますが、例えば北海道ですと帯広市を追加するというようになっております。その結果として、167 プラス 88 で各県の人口をどれくらいカバーしているかが一番右端の人口カバー率というところに書いてございます。1個追加しても余り上がらないようなところもございまして、結果として、人口のカバー率が 50%ニアリーで止まっているところもございまして、おおむね 50%程度までカバーできているという状況が御覧いただけるかと思っております。

これについては、この考え方で各都道府県とも既に調整をしておりますので、地元の経済のことは県の方がよく分かるものですから、近々の発展状況からすると、A市になっているけれども、B市の方がいいのではないかな的な調整も行いまして、このような姿になっているところがございます。

調査地域については、以上のようなところでございます。

続きまして、調査店舗でございます。実は今やっております小売物価統計調査と同じ基準で考えておりますけれども、現行の基準が分かりにくいところがありますので、御説明をしたいと思います。簡単に言ってしまうと、代表的な店舗という言い方を私どもはしております。

どういう意味かと言いますと、Iに書いておりますように、調査する品目あるいはそこに規定しておりますスペック、銘柄において、販売数量がほかの店舗と比較して最も多いこと。該当する銘柄、つまり、調べたいと思っているスペックのものを一番多くの人を買っているということでございます。

ただし、より細かいスペックなどを規定していると、よく分からないというところもございまして、はっきりしない場合は調査する品目、あるいは該当するスペックの商品の品ぞろえが多いこと。あるいは経営規模として同じようなところ、AとBとあって、どちらが代表的か分からないという場合には、小さな規模のところと大きな規模のところがあれば、大きい規模は当然、買っている人が多い可能性が高いものですから、そういったも

のを見て判断するというので、代表的な店舗を選ぶという方針でやっております、今回の地域差を把握する調査についても、小売物価統計調査の結果を使いながら、それに欠ける部分を補っていくという考え方なので、同じ考え方をしないと不合理だろうと考え、小売物価統計調査の現行の考え方を踏襲しております。

2 ページ、品目でございます。これは一番細かく書いてございますので、長めになってしまうかもしれませんが、細かい点を含めて御説明をいたします。大きく4つの論点で絞っておるのですが、Iのところ、私どもは買い回りの範囲が近いか遠くまで買っているかみたいなどころに応じて、調査品目をA～Eとおおむね5つに分類しております、Eが一番遠くまで買い回り、買いに行っているというか、細かい地域まで調べなくてもいいということで、全国一律に調べる、あるいは東北地方とか関東地方みたいな地方で一律に調べるというか、均一料金で行われているようなものでございます。

Dと言っていますのは、都道府県あるいは市町村一帯で均一に近いような価格で取引をされているようなものでございまして、県全域で価格を1個見ればいいようなものでございます。

逆にAというものは非常に消費者の御近所で買われているようなもの。日々消費するような生鮮食品などはこれに該当することが多いですけれども、身近な近所のスーパーに行っているようなものが多いですが、そういう近場で買うようなものです。今回の追加調査の品目は、地域差ということで、メインで県庁市でもかなりとらえられているものに加えて、ほかの市でも調べようという品目でございますので、買い回る範囲が広いものは重複感があるものですから、比較的買い回り範囲が小さいもの、AとBという2つの品目形態から選ぶという基準でやっております。AとBでもまだ品目の数が多いので、まずはAとBにすると考えましたというのがIでございます。

II以降、それで選ばれたもので不適切なものを除外していくような考え方になってくるのですが、IIは一部地域によって、決めているスペックのものがなかったりすることがあります。極端な場合には、例えば市において独特のスペックを決める。市町村銘柄と言っております、そういうケースがあるのですけれども、そういうように地域の特性でほかと違ってしまふようなものについては、違うものを比較することになってしまいますので、地域差をとらえる上では好ましくないということ。同じ条件で比較できる品目でないと、言わば地域差を見る上ではノイズとなって価格データが入ってきてしまいますので、そういうものをあらかじめ除外しようということで除外しましたというのが2番でございます。

IIIは品目の特性として、非常に季節性が高い。あるいは生鮮食品のように天候によって左右されて価格が動いてしまつて、地域の差でない要因が非常に強く入ってくる。こういう品目がありますものですから、こういうものも入ってしまつてしまうと、やや地域差を取っているのか、別の要因、ノイズ的なものを見てしまつているかが、実際問題、判別が著しく困難なものですから、こういったものはあらかじめ除外をしたいということでございます。

IVでございますが、やや実務的な観点もあるかもしれませんが、非常に消費の割合が低い、消費生活上の重要度が比較的低いものについては、余り多く品目が入ってもということがあるものですから除外をするということで、通常は1万分の1以上のものが消費者物価指数の対象品目で入ってきているとお考えいただければと思いますが、今回はその中から更に1万分の5以上のものに絞るという考え方で、1万分の1とか2とか3のものについては、今後の変化を考えていく上では、重要度が大きくなっていくことがあるかもしれませんが、今回の調査は定点的に地域差は見るということですので、そういう意味では、もともとそういうものも現調査では調べていますので、追加の市で追加して調べることとしては、余り適切ではないのではないかとということで、除外をするということをやっています。

更に、他の要件もあと7つほどあったのですが、書き切れないものですから、その他でまとめておりますが、地域差を見る上で、比較的余り意味がなさそうなもの、あるいは別の要因を引き込んでしまうようなものを除外するという観点で、例えば風邪薬やビタミン剤のように、基本的には地域的にそんなに差があるものではなくて、店舗によっては違いが結構あるものですが、地域差が薄いだらうというものがまだ残っております。そういったものについては除外をするようなことをして、更に絞り込んでいって、56品目を選定したということになってございます。

3ページ、調査の公表の期日。調査を実施する期日の関係でございます。年に1回の公表であれば、年に1回調べるというのはある意味、自然な考え方なのですけれども、価格というものは結構生き物でございまして、大体毎年パターンが決まった予測可能な季節パターンというものの他に、一時的な原材料の高騰や店舗の販売戦略であるとか天候の影響、あるいはそれとは違う予見不可能な、起こってみないと分からなかったような影響によって、月によって揺らぎ的なものが起こるケースがあります。1つの月だけ見ていると、その地域の典型的なものになっているかどうか分かりにくいことがあるものですから、複数の月の結果から年平均の姿をつくることで、そういったものを除去できるようにするという狙いから、複数の月のデータを用いるようにしております。

一番頻度を大きくすれば毎月やるということになりますが、調査効率の問題もございしますので、年1回のもをつくるには12月分のデータがなくてもいいのではないかとということで、6月分程度のデータがあれば、季節的なパターンもうまく除外できますし、そういう予見可能なものでないような揺らぎの部分もある程度、除去可能ではないかとということで、隔月調査として実施をするという計画にしております。

公表のタイミング、最初の公表をどうするかというお話でございます。最初の公表については例年のパターンですと、25年1月から実施した調査の25年の結果を26年6月に公表するというのがパターンでございしますが、先ほど来、品目の選定のところでも申し上げましたが、地域差を正確にできるだけ出したいというのが今回のねらいでございまして、地域差以外に由来する要因といったものは、できるだけ排除したいということがあります。

ほかの要因が入ってくると、なかなか地域差としてつくったものが、地域差でないものの結果になってしまうものですから、それを避けたいということで推計なりデータの加工なり、あるいは審査なりをきちんとやっていきたいと思いますが、データの審査をきちんとやる上では、比較する指標が必要なのですけれども、通常の場合ですと前の月の結果とか、前の年の同時期の結果を使うのですが、これは新規調査なものですから、その追加市について依るべきデータが全くないものですから、審査の際の参考になるデータが取れるようになるのが2年分のデータがあると1個前があるということで、その時期まで推計を頑張らせて検討させていただきたいということで、やや我がままな要求かもしれませんが、1年延期させていただいて、27年6月にまとめて公表する。その代わりにその間しっかりと中身を見るので、自信のある結果が出せますというような狙いでございます。

当方からの説明は以上でございます。

○廣松部会長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの調査実施者の各論点に関する回答を含めまして、委員の皆様から御意見をいただきたいと思っております。

○北村委員 調査月が奇数、偶数で分かれるということで、今、御説明があったのですが、御説明の中にもありましたけれども、景気とか、あるいは制度的に4月始まりで価格改定が4月にあるとか、いろいろなことがあると思うので、偶数、奇数で固定してしまうことによるバイアスといいますか、偶数だけで計算をした場合にどういう結果になって、奇数だけで計算をした場合にどうなるけれども、それを6か月集めて平均を取れば、その影響は消えるというような根拠があるのでしょうか。

○永島室長 追加市ではないですけれども、他の市の既存のデータがあるものですから、それを使って簡単な試算は行っておりまして、奇数、偶数で極端な違いはないというか、地域差を見る上では困らないということを確認してございます。

○北村委員 何となく2、8の月は景気が悪いとか、4月にいろいろなものの改定があるとか、そういうイメージはあるので、偶数の月に何か大きな変更があるとか、そういうことはないですか。

○永島室長 若干その月の特性はありますが、イーブンにその地域的に効いてくる物は、地域差を見る上では、影響しない、我々としては困らないものですから、勿論、月による違いはあるのですけれども、地域差に悪影響を及ぼすような違いは、奇数と偶数ではなかったということでございます。

○廣松部会長 よろしいでしょうか。ほかにいかがでしょうか。

○北村委員 品目の点で、地域の特有の消費のあるものがあるけれども、それは比較という意味で落としてありますという御説明がありました。勿論、指数的に考えれば、比較できる必要もあるので、同じものがないということはあるのですが、かなり地域で特定のものが、全国銘柄でないものが需要されていると、全国銘柄に属するものの需要はウエイトがかなり少なくなって、それが価格とかにそのまま反映されているとすると、単に除外し

て残っている共通のものだけを比較するというものでいいのでしょうか。

○永島室長 どんなものが除外されたかということですが、例えば典型的には一部の魚介類やお肉のレバーであるとかです。中身を見てみますと、私の主観も入っているかもしれませんが、それがなくなったからといって直ちに問題になりそうとか、特に入っていないことで、その全体の傾向がゆがむというとかという認識はしておりません。

○北村委員 地域特性の産物が、例えば季節の魚とか肉とか、特殊なものを食べる地域があっても、全体としてそんなに大きなウエイトをゆがめるほどのことはないという理解でよろしいですか。

○永島室長 それもありますし、もともと基本的なスペックが取れていれば、除外することになっていませんので、そういう意味では全国的なものが全くなくて、地域独特のものがあるだけのものが排除されていくものですから、そういう意味では比較的、気にしなければならないほどの程度ではないのかなと考えております。

○廣松部会長 どうぞ。

○重川専門委員 非常に細かい話ですけれども、選ばれている品目は全体的には全国で利用可能なもの、同じ土俵で比較可能なものなのだろうと思うのですが、調理食品のところで「サラダ」とか「コロッケ」という品目が挙がっています。これらは、過去の小売物価統計調査などで品質的に同じ土俵に乗せて、比較が可能だということによって選ばれていると考えてよろしいでしょうか。

○永島室長 基本的に毎月、小売物価統計調査をやるときに、基本銘柄、基本スペックを決めておまして、そのときにも一応全国的に比較できるものということで選んでおりますが、勿論、一方で調査ができないといけないので、余りぎりぎりし過ぎると取れなくなってしまうものですから、バランスを持って決めています。そういうものとして元々取っているのですから、それでも地域的にうまくいかないものが例外的に取れなかったりすることがあるので、やや特殊な品目を除いているということが今回の考え方です。

「サラダ」とか「コロッケ」は除外されていないので、比較的そういうことがなかったのだと思いますが、それほど厳格には規定しておりませんので、入ってくるもののバラエティーはある程度はあるかと思えます。「コロッケ」は、重さによって違うものですから、重さを後で重量換算してコントロールするとか、特殊な材料を使っているものは除外するというので、特別な粉を使っていますとか、材料を特別なものを使っていますという触れ込みで売っているようなものは除外をするということで、つまり、これはいわゆる普通のコロッケを調べるという規定になってございます。

○廣松部会長 どうぞ。

○北村委員 公表の頻度で年1回とおっしゃいましたが、その根拠は偶数、奇数で6か月くらいデータを集めて、そうすると安定した値が出るということですが、半年に1回とか、もう少し頻度を高めるといことは難しいですか。

○永島室長 非常に正直なところを申し上げますと、これはまだやっていないものですから、

まずやった上で、考え方としては今の考え方で合理的かなと思ってやっているのですが、価格は結構生き物なものですから、もっと少ない頻度でも何とかなるものなのか、年1回でも実は何回かの結果を眺めないと、結構自信がないものなのか。正直本当のところはやってみないと分からないところがございますので、当然、御指摘のような考え方もあろうかと思いますが、今回はこのような形でやらせていただきたいと思います。

27年基準に向けて、いろいろな見直しが必要になってくると考えておまして、その際にはその方が御利用のニーズが高くて、結果としても十分使えるということであれば、考えていきたいと思います。

○北村委員 最終的に年の終わりまでされて、実際に公表されるまでにラグはどのくらいですか。

○永島室長 12月まで調査を行って、その次の年の6月ということで考えております。

○廣松部会長 どうぞ。

○岩下専門委員 今、ラグの話聞いたのですが、それを年に1回ではなくて、短くするともうちょっとラグが短くなりますか。

○永島室長 公表に慣れてきたというか、回転し出してくれば、そういう可能性もありますけれども、我々の作業の実情から申しますと、毎月作っている消費者物価指数が最優先で、月々そちらを最優先で作業を行って、月々の間の余白のタイミングがあるものですから、そういうときに他の作業を入れていくという感じのスケジュールを組むものです。

途中で切れれば、その分データ量が少なくなりますから、早く出る可能性はありますが、半分にしたら半分で済むかというのと、固定期間みたいなものが必要になってくると思いますので、若干効率性は悪くなるかと思いますが、一回一回もしかしたら少し短くなるかもしれないし、かえって固定的なものの影響が積み重なっていくので、ずるずる遅れていく可能性もありますので、やってみないと分かりませんが、早くなる可能性はあると思います。

○廣松部会長 これまで品目とか、公表の時期に関しての御意見がございましたが、対象地域とか、品目を選ぶ場合の店舗の選定に関しまして、何か御意見はございますでしょうか。

地域に関しましては、先ほど御説明があった資料5-1の6ページに具体的な市の名前が挙がっており、それらの市の人口を合計すると大体50%は超えている状況でございます。ここの考え方は人口のカバー率を基準にして選定をしているものですが、この点に関しては特に御意見はございませんでしょうか。

その次は店舗の考え方です。1ページにございますとおり、他の店舗として比較的、調査する品目・銘柄の販売数量が大きいこと。Ⅱとしては、選定基準で選定するのが難しい場合には、調査する品目・銘柄の品ぞろえ、経営規模が大きいこと等を基準として選ぶということでございます。特にこの点は問題ございませんでしょうか。

○中川統計審査官 1つ基本的なことをお聞きします。店舗選定に当たっては、品目・銘

柄の販売数量が他の店舗と比較して最も多い店舗を選定すると書いてありますが、販売数量は先ほどからの説明では把握できていないということだと思いますが、具体的にはどういう手法でそれを判断していますか。

○永島室長 一番端的に言うと、その該当地域で該当の品目を扱っているお店で、一番はやっているところということで、地元にとってみれば、普通は明らかなケースが多くて分かるのですが、かなり微妙なケース、A、B、Cの候補があつて、どれにしようかみたいなときが悩ましいので、そういうときは利用できるいろいろなデータがありますので、そういったものを加味して考える。あるいは従業員数などが聞いて分かれば、そういったもので判断するということになっておりますが、多くの場合は大体その現場に行けば分かるということがほとんどでございます。

○中川統計審査官 調査員が判断するということですか。

○永島室長 県の方で分かるということですか。

○廣松部会長 どうぞ。

○北村委員 この店舗の選択において、全国展開をしているようなお店がどうしても上位で選ばれてしまって、価格の変動とかそういうものがかなり店舗ではなくて、地域ではなくて、チェーン店の動向によって決まるとか、そういうことはないのか。あるいは選択において、そういうことをわざと除外するように、余り系列的なものを取らないとか、そういうことはありますか。

○永島室長 今の計画で言いますと、地域差ではそこは気にしていません。ただし、まさにおっしゃった違いというのは、店舗種別の価格差の方で見えてくるところがあるのかなと。今は、一時点での店舗種別価格差のデータはある程度あるのですが、そういう店舗差が変化としてどういう違いを持っているか。例えば小売店だと全然価格が変わらないのか。変わるけれども、変化のスピードが違うのか。そういった変化に対する要因はデータが足りなくて、今回のこの構造統計を見直すことによって、店舗形態差による価格の変化のスピードというものが、代表的なところとそうでないところがこれくらい違うとかいうものも、データが蓄積されてくると分かるのかなと思っております。将来的な課題としてはそういうところも見て調整をするということはあると思っておりますが、現時点では情報がないので、一番プリミティブなところで設計をさせていただいて、その後を考えていきたいと思っております。系列店であっても地域の多くのほとんどの人がそこで買っていれば、まさにその地域の価格であることは間違いなくと思っておりますので、特に今の段階でア prioriに排除するということは考えておりませんが、おっしゃるとおり、その様子は本来的には見ていくべき話だとは思っておりますので、まさにそのために毎年結果が出るような店舗差も銘柄差も地域差も見ていくということが我々のねらいの1つでございます。

○廣松部会長 どうぞ。

○西郷委員 今の点ですけれども、頻度は少ないとは言いながら、全国物価統計調査がま

さにその役割を負っていたはずなので、そういう検証はなさっているという印象でした。

○永島室長 5年に1回ですと限界があります。5年経つと時代が全然変わっているとか、あるいは言ってみれば周期調査は一回一回新規調査的な面も持ってしまうものですから、価格は非常に生き物というか、他の属性データによる影響を受ける部分が多過ぎて、分析する面では5年に1回だと分からない面も多かったというのが正直なところでございます。

○廣松部会長 ほかにいかがでしょうか。これはその次のところでまた出てくる議論だろうと思いますから、そのときに御議論をいただければと思います。今の基本的な考え方は、品目を選んだ上に、更に先ほどスペックとおっしゃっていましたが、銘柄を選ぶことになるわけで、そこでまさかどういう銘柄を選ぶかということによっても差が出てくる。銘柄別の格差と価格差ということで御審議をいただくことになるかと思いますが、とりあえずよろしいでしょうか。

それでは(1)地域別価格差把握に関しましては、原案どおりの考え方でとりあえず御了承をいただいたということにしたいと思います。

続きまして(2)店舗形態別価格差、これは偶数月に行うことになっております。アのこれを把握することの意義は十分認められると考えられるということですが、イ、ウ、エという形で論点が挙げられております。

では、この点に関しまして、調査実施者の方から御説明をお願いいたします。

○永島室長 では、店舗形態別価格差の把握の関係ですが、資料5-2です。

まず、調査地域の考え方でございますが、効率的に把握をするということ。あるいは現在、小売物価統計調査で実施しているものによって、ある程度のものが集まっているところという観点から、県庁市について行うことを考えております。ただ、東京都区部については先ほど申し上げましたが、単独で結果を速報で出せるという観点から、非常に厚くデータを集めているということで、既にいろいろな店舗形態が十分に集まっているということで、追加して店舗形態の足りない部分を補う必要が薄いということで排除して、店舗形態の追加調査を行うのは残りの46県庁市ということで考えてございます。

店舗の方の考え方を見ていただいている方がいいかと思いますが、2ページに調査店舗の考え方がございます。店舗形態別を非常に典型で申しますと、スーパー対一般小売店みたいなことになってきますが、この差を取ろうということになります。スーパーにおいても一般小売的においても現行で価格が十分取れていれば、追加調査を行わなくてもいいのですけれども、より一般的なパターンですが、例えば食品で調べている店舗、代表店舗で取っているからということで見てみますと、結果的にスーパーが中心に調査店舗になっていることが多いです。地域によってはスーパーではない大き目の一般小売店が大型化したようなところが代表的であるというケースもありますが、非常に典型的なケースはスーパーであることが多いです。

そうしますと、現行の取られているデータだけだとスーパーの価格しか分からないということになりますので、足りないというか、見るべき片方として不足する一般小売店のデータを県庁市において追加で調べまして、両方の価格を比較をしようという考え方で、店舗選定としては先ほどの代表店舗の考え方ではなくて、代表店舗の考え方だと取れてこない店舗種の価格を取るという意味で、店舗を決めるという考え方でございます。

そういう意味で、片側の代表的なところの価格数もある程度あるという意味では、県庁市が望ましい。割とたくさんものを調べているところが望ましいものですから、基本的には県庁市において、両側が比較できるようにしていこうという考え方でございます。逆に東京都はそこが更にたくさん取っているものですから、新たに追加しなくてもいいので、この調査は対象にしないという考え方でございます。

続いて品目の方ですけれども、3ページでございます。店舗形態別の集計をするというときに、スーパー対小売店の例で申しますと、スーパー対小売店なのですが、ほとんど小売店で買っている人はもういませんよという品目であれば、販売小売店がそもそもないとか、買っているかどうかという消費上の需要で言うと、極めて少ないということになってしまいますと、統計の意義として問題もありますので、代表性で言えばスーパーが中心になるのですが、一般小売店は小売店として十分なある程度の需要があるというようなものを選定するという観点で選んだものが現在の結果でございます。

調査品目としては、5ページでございます。大きな四角がありまして、品目、食料とか穀類とか書いてあるところは分類のデータが書いてありますが、その右側に例えば一番上ですと、「うるち米」と書いてあります。この「うるち米」が一つの調査品目という見方をしていただければと思います。端的に申しますと、例えばお米屋さんには小売店であっても一定のシェアがあるということで、そこで「うるち米」について価格差を調べ、いわゆるお肉屋さんにも需要度がある形態でございますので、そういうところについて、「豚肉」あるいは「コロッケ」といったところを調べる。酒屋さんも専門小売店として普遍的な形態ですので、そこで「ビール」を取るという観点で選んでいっているというものでございます。

やや一般小売店とずれるのですが、ドラッグストアという形態に着目しまして、スーパーとドラッグストアは一般的には価格だけで言うとスーパーの方が安かったりすることが多いと思いますが、ドラッグストアもいろいろなものをまとめ買いをするときには行って、必ずしも一番安い店舗形態ではなくても、そのときに一緒に買うという「ついで買い」があるという御指摘も受けたことがあります。そういったことからドラッグストアとスーパーの価格差を見たいということで、「ティッシュペーパー」であるとか「洗濯用洗剤」、「ドリンク剤」、「紙おむつ」、「シャンプー」などを取るとするような選定になってございます。

その他、4ページに隔月調査のお話等を書いてございますが、地域差のときと同じ考え方でございますので、繰り返しになりますので、省略をさせていただきます。

以上です。

○廣松部会長 ありがとうございます。

この店舗形態別価格差に関しまして、いかがでしょうか。

○西郷委員 まだやっていないわけですが、全国物価統計調査では、その価格の形成がいかにあるのかというのが調査の一番大きな目的の少なくとも1つではあったので、そこが今回、小売物価統計調査の方に統合されるということで、全国物価統計調査が担っていた部分の大きな部分がかなり失われるというのが一番ここに集中しているのではないかと思います。

そういう店舗形態というのは、価格決定要因のかなり大きなものなので、その補足される品目の数が今回かなり大幅に減ると、9品目ということですので、そのところが私自身はすごく気になっているところではあります。これは小売物価統計調査の守備範囲とは違ってしまいかもしれないですが、価格の決定要因ということについて、どういうふうにとらえられているのか。例えば小売物価統計調査と商業統計調査のマッチングというのでしょうか。商業統計調査の方ではその価格形成に関わるようなものはある程度情報があるので、そういったものと混ぜ合わせることによって、全国物価統計調査ほどではないにしても、何か価格の形成、供給者側から見て小売価格がどういうふうに決まっているのかなということが調べられるような手立てというか、何か残しておいてしかるべきかと感じているものですから、今回はその9品目がかなり大幅減と私には見えたのですが、その9品目について教えていただければと思います。

○永島室長 かなり絞り込んでいるという御指摘は、まさにそのとおりでございまして、通常ですと代表的な店舗で毎月の調査をやっておりまして、それを調べるということで代表的なところがどこかを見極めるという難しさはあるのですが、比較的価格収集ができるような形態になっておりますが、一般小売店となりますと、都道府県の意見を聞くと、シャッター商店街が増えてきて、これまで伝統的に割と売っていた小売店がどんどん閉まっていることもあって、どういうお店を取ればいいのかというところが、より難しいというお話がありまして、まずそういう実務上の困難さなどもあるものですから、今回新規に調査を立ち上げていくところがあるものですから、そのところの条件が満たされる、つまり、小売店としても代表性がそれなりにあるところということで9品目を選んでおります。

かなり少ないのではないかという御指摘は理解可能ですが、まずその調査をやらせていただいて、将来的な課題として、どういうところも取れそうではないかとか、どういうところが分析上欠けているから困るのだという具体的な御指摘をいただいて、考えていきたいかと思います。先ほど来、27年基準と大分言い過ぎているのですが、次の基準改定に向けて、いろいろな御宿題をいただいて、改善を更にしていく。小さく生んで大きく育てていくような統計かと思っておりますので、生まれたときに体重が少ないと御批判をいただくだけでなく、今後の成長に期待していただければと思います。

○西郷委員 私は9と言いましたけれども、調査の頻度は今までは5年に1回だった分が隔月で調べられるということになるので、全体の数としてはそんなに9という数字から言うほどには減らない。ただ、品目が9に絞られてしまうと心配だということはあるのですが、

そこはモニターをなさるという理解でよろしいですね。

○永島室長 はい。

○廣松部会長 どうぞ。

○重川専門委員 店舗形態について、スーパーと小売店と量販店ということになっており、一般小売店以外として、スーパーと量販店が取り上げられています。消費の実態では、スーパーでの購入がすごく増えています。スーパーも非常に多様になってきているので、全国物価統計調査の場合には5年に1回の統計でしたが、非常に細かい集計があったと思います。先ほど全国チェーンのようなものと地元のという話があったかと思いますが、そういう形などスーパーについてももう少し細かい形態に分けてとらえていくことは可能なのでしょうか。

○永島室長 済みません。現実のデータをその観点でまだ見ていないものですから、代表店舗として、今かなり取られているデータがありますので、データの種類によっては更に分ける。あるいは集計に使うスーパーを更に絞るみたいなこともあり得ると思いますので、今後の集計に向けての参考とさせていただいて、考えていきたいと思います。

○廣松部会長 どうぞ。

○北村委員 調査対象は1,000店舗くらいと書いてありますが、これは46市でどういうバランスになっていくのか。何かウエイトみたいなものはありますか。

○永島室長 店舗数自体は品目ごとに価格データ数を決めてやります。集計段階で、取ったデータをどう倍率をかけて膨らますかといった加工の話はあると思いますが、調査としては一律に行う予定でございます。

○廣松部会長 よろしいでしょうか。確かにこの点については各委員の御指摘のとおり、店舗の区分で言うと資料5-2の3ページに平成19年の全国物価統計調査では23区分で、それが今回は3区分という形になり、品目数でも180が9という形で、数の上ではかなり減るとありますが、一方でそれをこの場合は偶数月、隔月に行うということで、データが得られるという利点はあるということのようです。

この点については都道府県の方から出てきていただいている方々の御意見を伺えればと思いますが、地域別、店舗別に関してはこういう計画でございますが、何か御意見はございますでしょうか。

○東京都 東京都でございます。

調査品目については数が少なくなるということですが、それほど東京都では余り心配しておらないのですが、地域差の事でございますが、人口比の把握で5割以上があればということですが、同じ都道府県の中でも、例えば東京都と島ですね。前の全国物価統計調査ですと島まで調査をしてあるのですが、そこら辺については非常に価格差が違うというのがありまして、そこら辺がなくなると、同じ東京都と言いながら大丈夫かなと。

ただ、総務省とのお話の中で、多摩の方を私どもは心配しておりまして、多摩については御配慮いただいて、あきる野市を1市足していただいているものですから、その点では

多摩の方は比較的大丈夫かなと思いますが、同じ多摩でも例えば桧原村とか奥多摩町とかございまして、あきる野市からまた一段回奥に入るものですから、そういう人口比で押さえることが都道府県の実態を正確に把握するかというのは、少し心配でございます。

○廣松部会長 ありがとうございます。

埼玉県はいかがでしょう。

○埼玉県 埼玉県の方は、追加市町村が4市になったということで、通常の調査で行われている経済圏の部分に足りない部分が補足された形になるので、ある程度バランスが取れることになる。それから、人口的には50%を超えることとなりますので、その点では評価できるのではないかと思います。あとは結果がどういうふうに出るのかは分からないので、そういったものの動向にも注視しながら、こちらの方でも要望等があれば、お話をさせていただきたいと思っています。

○廣松部会長 ありがとうございます。

これまでの全国物価統計調査は5年おきだったわけですが、それが計画のような形に変更されるという点に関しては、特に強い意見はございますか。

○東京都 統合するという自体は、私は合理的だと思います。ただ、実施者の立場からしますと、調査員の採用が隔月になるということは、非常に採用が難しくなるということでございます。調査員は毎月数万円の収入があることを前提にして調査員になっていたくので、隔月ですと、そんなのではとてもやっていられない、小遣いにもならないという方もいらっしゃると思いますので、東京都においては特殊な扱いということで、銘柄の方と地域差は1市足すということで、同じ調査員を銘柄の方と地域の方に組めないかと考えてはいるのですが、そうすると旅費が限られているものですから、余り遠くに住んでいる方は持ち出しになって、そこまでしてやっていただけない。そうすると住むところが三鷹とか、多摩と区部の中間くらいの方でないとか、かなり制約がございまして、そういう調査員の採用について、頭を痛めているところでございます。

○廣松部会長 ありがとうございます。

埼玉県の方はよろしいでしょうか。

○埼玉県 やはり同じように、ほかの調査もそうですが、調査員の確保ということで頭を痛めているところは、東京都と同じでございます。

○廣松部会長 ありがとうございます。

特に上2つ、地域というところは大変重要な要因だろうと思いますので、今いただいた御意見を参考にしていただければと思います。

それでは、次に、小売物価統計調査の変更の(3)銘柄別価格差に行きまして、これは偶数月を把握することにしておりますが、対象地域は東京都区部のみということになっていること。調査品目は先ほどの店舗別と同じように9品目。勿論、品目はちょっと違うわけです。それから、公表を27年6月までに行うということになってはいますが、この点に関しては、資料に基づきまして、説明をお願いいたします。

○永島室長 それでは、資料5-3について御説明をいたします。

まず、調査地域の考え方でございますが、普段調べているスペック、銘柄が一番代表的な、皆さんが買っているものということで選んでいるのですが、それ以外の銘柄についても調べようということで、場合によっては代表的でないものも入ってくるということの調査になりますので、いろいろな商品がバラエティー豊かに出回っているところ、かつ、そういった銘柄が新しいものであってもすぐに出てくる場所が最もふさわしいのかなということで、先ほどの店舗形態別価格差では除外をさせていただいた東京都区部について、こちらについては対象地域とすると計画してございます。

調査品目でございますが、品目数は9ということで、店舗の方と同じ9ですけれども、中身は全然違っておりまして、大きく2種類ございます。基本銘柄としてスペックを決めているものに準ずるような二番手みたいなものがある程度あるような品目について、一番手とか二番手の価格の動きがどうなっているか。差がどうなっているかを見るということで、5品目ほど選んでおります。

「液体調味料」は、実は家計調査の品目で言うと、「つゆ・たれ」というものでございまして、実は焼き肉のたれが、今は対象銘柄になっているのですが、めんつゆとか、そういうつゆ系のものもあるのではないかとということで、「つゆ・たれ」といういろいろなバラエティーのあるものとして準ずるものが考えられるのではないかとというのが最初の「液体調味料」でございます。

「洗濯用洗剤」については、簡単に言うと粉せっけんが入っておりますが、液体のものも最近をよく出回っているということ。これはよもやま話に近くなりますが、寒い地域だと冬期は溶けないので粉だとだめだということで、液体の方が主流になってきているという話もあって、今後この辺はどちらがメインと考えるべきかということがあるものですから、価格の違いをとらえようと。

その他、教養娯楽用耐久財の類について、いろいろな型式とか新しい性能が加わってくるものですから、そういったものを加えて見ていきたいというものでございます。

Ⅱのグループは4つほどありますが、いずれも1個売りかまとめ売りかということで、例えば「ヨーグルト」ですと1個売りの大きな400~450グラムといった1つに入っているものを基本スペックにしていますが、もう少し小さな1回1つ食べて終わりというタイプのもので3つ4つまとめて売っているものがありますので、そういうパック売りとの違い。勿論、1個当たりの単価、グラムも違いますが、グラム単位で見たときにどう違うか。あるいは価格の変化としてどういう違いがあるかを見ていきたいと考えております。

「生中華めん」も袋入りの個数が今、規定しているものとは異なる、別の個数のものがあるということで、この辺も見ていく。あるいは「男子靴下」、「婦人ソックス」のたぐいは1個売りが基本スペックになっているのですが、スーパーなどに行くと当然まとめ売りが主流なので、この辺の違いを見ていくということで選定をしております。

この辺も品目はいろいろな考え方があると思いますので、いろいろなお考えをいただけ

ければと思います。

調査店舗でございますが、基本的に銘柄の違いだけを純粹に見ていきたいと思っておりますので、これは東京都区部で該当する品目の基本銘柄を取っている店舗で取っていきたいと考えております。

簡単ですが、以上でございます。

○廣松部会長 ありがとうございます。

それでは、銘柄別価格差把握に関しまして、御意見をいただければと思いますが、いかがでしょうか。

そうすると当然のことながら、2ページに調査品目が挙がっておりますが、更にこれらの銘柄を指定するということでよろしいですか。

○永島室長 はい。

○廣松部会長 その指定の仕方は、参考として小売物価統計調査の動向の調査の例がありますが、それと同じ考え方ということでよろしいでしょうか。

○永島室長 規定ぶりは同じようなものでございまして、ただ、これは一番代表的なものを選んでいますが、それ以外となりますと、そうではないものということになります。

○廣松部会長 その点に関しまして、いかがでしょうか。この場合は都区部ということで、かなりの限定された地域になってはいますが、どうぞ。

○北村委員 これは既に選ばれている店舗でやられるということですが、9品目で毎月やるわけにはいかないですか。あるいは小売物価統計調査の「動向編」のところで併せてやるとか。

○永島室長 一応大きなスキームとしては①番の形態をやる月と入れ替わりになるような形で、②番、③番の形態を入れているものですから偶数月で、店舗差の方は東京都以外の県庁市が入っていて、こちらの方はそれがない代わりに東京都でやると。作業量としてはイーブンになるように作っております、特に偶数、奇数には深い意味はないのですが、隔月としてそういう作業量として、年間平準化するということもスキームにしております。

○廣松部会長 勿論、調査の方法という意味では、先ほど東京都の方から御意見が出ましたとおり、調査員の方の負担とかも考慮しなければいけない大きな要因になると思います。ほかにいかがでしょうか。

この点に関しまして、先ほどから御指摘がありますように、まだ実際に始まっているわけではありませぬので、なかなか具体的なデータに基づいて議論するのは難しいと思いますが、先ほどの店舗形態別と銘柄別の価格差に関しましては、確かに9品目という形で大変少なくなる。その意味でこの品目を入れ替える等のローテーションを考えてはどうかということが論点として挙がっております。それも具体的に始めてみないと、なかなか作業量等の面から難しい点が出てくるかと思えます。少なくとも現在の計画に対する考え方として、このローテーションを今後考えていただきたいという点に関しては、いかがでし

ようか。

当然最初ですから、ここで選んでいただいた9品目は今までの経験からして、ある程度、差が出る品目と考えられると思いますが、その他の品目についても今後、情報収集をするという意味でも、ローテーションを行うという可能性に関しては残しておいていただければと思います。

小売物価統計調査の変更に関しまして、ほかに御意見はございませんでしょうか。

では、とりあえず一通り御意見を伺った上で、また何かございましたら、御発言をいただくことにいたします。審査メモの4ページの2全国物価統計調査の中止に関しまして、(1)と(2)がございます。

まず(1)に関しまして、ここでは財・サービス分類別、世帯属性別の指数は、今後作成しない。

イとして、店舗特性とか特売価格、あるいは曜日別で、価格分布等は今後作成しないという計画。その意味で中止ということですが、この点に関して、まず調査実施者の方から御説明をお願いします。

○永島室長 資料としては資料5-4になりますが、まず、全体的なお話をさせていただきたいと思います。

この全国物価統計調査は、昭和42年に初めて行われたものでございます。正確な資料は残っていないのですが、当時の時代背景を考えますと、御存じのとおり昭和39年に東京オリンピックが行われ、新幹線開通と戦後急成長を遂げた日本経済が、まさにその急成長期の末期に当たるものですから、高度成長は大分遂げて、日本の流通消費の形ができ上がってきた時期なのかなと思います。そのときに流通構造みたいなものがどうなっているかということに対する統計のニーズも高くなって、それに応える形でこの調査が行われたのかなと考えております。

その後、2度のオイルショック、あるいは平成に入ってからバブル崩壊などがあって、経済、消費の環境が大きく変わって、平成9年にこの調査は実は大改正が行われまして、今は小売の方を見ている調査ですけれども、昔は卸売と小売と両方を見ているような調査でしたが、平成9年の直前はバブル崩壊後、いわゆるディスカウントストアが郊外型に大きなものができて、従来の卸売の過程を通らないで、別の流通過程による安いお店が出てくるという、大きな消費の構造変化が成り立ったような時期に当たりまして、そういう意味では卸売を見るというよりは、そちらを廃止して、より消費の方を詳しく見るという形に統計の重点が変わったというようなことで、平成9年に大改正があったと。

今回はそれに次ぐ大きな見直しということになっておりますが、最近ですと物価の変動が非常に少なくなってきた、どう変わっているのだろう、どこが今後なっていくんだろうということが、より興味の焦点があるのかなと考えておりまして、物価の詳しい、毎月見ている変化という以外の要因について、より頻度を高くして見て、今後のどこがどう変わっているのかというところのシグナルをとらえること、今後の変化を考えていくことに対

するニーズが高くなってきたのかなど。御要望として5年に1回では遅いということがあったのは、そういった背景があるのかなど考えておりました、そういったいろいろな時代のニーズに応じて、この調査は過去も変わってきましたし、今回も変えるんだということが大きな意味での統計ニーズに応じているのかなど考えております。

ということで大きく見直したものですから、従前のものを全部つくるというわけにはいかないということがございまして、今回は重点化を図っております。

資料5-4で従前の形態で①、②、③と3つの形態が書いてございます。①が地域差。今回も①になっていましたけれども、地域の価格差をとらえるようなものとパラレルになっているものですが、こちらについてはメインの結果として、都道府県別のものを作っていくのですが、ほかのものについては基本的にはつくらないような計画になってございます。

個別論点の中に世帯属性別結果というものを、ウエイトを変えればいいのだから作れるのではないかというのがあります、実は普段使っているウエイトは品目間の違いを示す、品目に対する消費の支出比を作っていますが、ここで使うことになるウエイトはそうではなくて、品目を固定したときの地域別の、かつ世帯属性の特定をかなり絞ったときの比率というものでウエイトをつくらなければいけないものですから、今、使っているウエイトとしてはないものですから、ウエイトを新たにつくらなければいけないということがありまして、非常に御要望のあるものについては検討する必要があると思いますが、過去にやっていたものを押し並べてつくるとなると、負担として耐えられないところがありますので、ニーズとしてどこが特に強いかみたいなことを御指摘いただければと思います。

②の店舗価格編は店舗価格差のところ是相当するものですが、これについてはかなり品目の方を重点化しましたので、先ほど来御議論をいただいているとおり、大分見られるようなものが少なくなっているところはございますので、これについても将来的に宿題を必要があれば、いただいきたいと思っております。

③の通信販売価格編、こちらは今後、作成しない計画になっておりました、一番論点になろうかと思っておりますが、これについては資料5-6を御覧いただければと思います。1枚紙で表裏がございまして、諮問の概要の際に一番トータルのところの数字だけで引用されております。網がかかっているところが通信販売でございまして、ここのトータルとしての支出比率が3.3ということで、重点化する中でとりわけここだけをというの、なかなかつらいですということです。勿論、品目別によってこの3.3が一律なわけではございませんで、当然大きく違いがございまして、

実は通信販売は消費者物価指数あるいは小売物価統計調査の22年基準を考える際にもポイントの一つになっておりました、私どもで内々のアンケートなども行って確認もして、どういったところの品目でインターネットが多く使われているかというのを見ておりますが、例えば「サプリメント」みたいなものはむしろ通販でしか買われていないという実態

が明らかになりまして、小売物価統計調査では通販の価格を「動向編」で取るということ
を 22 年基準では改善したところでございます。

その他に高いものを個別の品目レベルで見ますと、何と言っても一番高いのが本でござ
いまして、非常に高いのですけれども、本は御存じのとおり、基本的には定価販売になっ
ておりますので、あるいは CD、DVD も高いのですが、価格を見るという意味では、同じ値
段で基本的に売っていますので、通信販売であろうが店舗販売であろうが、価格統計とし
て見るという意味では、実は余り違いがないということから、これについては採用する必
要がないと考えております。

その他のパソコンなども高いのですけれども、実はパソコンは既に消費者物価指数を作
成する際には、POS データを購入して、全購入種別のデータを使って分析して結果を作っ
ておりますので、そういう意味では既に織り込んでいるところもありますので、改めてこ
の調査として追加していくというのは余り考えていないということがございます。

その他にコンサートチケットのたぐいとか、イベントチケットみたいなものを通販で結
構買われているのですが、サービス品目の典型例みたいなもので、条件とか対象となっ
ているものの種別の違いで価格が大きく左右されてしましまして、店頭で買ったから、それ
とも通販で買ったからと言うことよりも、種類がバラエティーが非常に多いということの
違いの方が大きな品目でございまして、アプローチの仕方がにわかに分からないというこ
ともありまして、今回は調査を保留させていただいております。

いずれにしても、通販といっくくりになっていますが、従来型のカタログ販売など
の通販のほかにネット販売、あるいはネットで予約だけしてお金を払うのは店頭でという
ことも含めて、いろいろな形態が出てきておりますので、今後は通販というもの、あるい
は高齢者が増えてネットスーパーみたいなものも今後増えていくということも言われてお
りますので、そういったところを勉強させていただいて、将来的に過去の全国物価統計調
査どおりのカタログ販売的なものを取っていくのではなくて、新しい形態の通販、ネット
販売というものにどうアプローチをしていくのがいいのかということは、今にわかに分か
らないものですから、将来的な課題にさせていただいて、先生方の御示唆でこういうとこ
ろを見ていくべきであるということをお教えいただければと考えております。

○廣松部会長 ありがとうございます。

全国物価統計調査の中止の件に関しては、3つまとめて説明をいただきました。この点
は確かに今まで利用可能であった情報が取れなくなるということが起こることを含めまし
て、何か御意見をいただければと思います。

○西郷委員 先に言ってしまっているのかどうか分からないのですけれども、記憶違いなの
か、特売価格編という名前が出ていませんでしたか。少なくとも冊子は特売価格で 1 冊公
表されているものがあつたと思いますけれども。

○永島室長 前回の計画で見たのですが、店舗価格編の中に特売価格に関する結果その 2
という本が冊子になっていますけれども、この下位のレベルでございまして。

○西郷委員 分かりました。編があるかないかは別としても、平成9年から特売価格を特に調べるようになったというのが結構大きな変更点であって、それが今回なくなるというのも大きな変更点であると私は認識しております。

特に永島室長を前にこういうことを言うのはおかしい感じがしますが、消費者物価指数によく向けられる批判の一つに、特売価格が入っていないではないかということがあって、それに対する反論としては消費者物価指数というのは時系列を見るものなのだから、特売の価格の下がり方と通常価格の下がり方が同じであれば、消費者物価指数そのものの目的は果たしているのであるというのが典型的なリプライであったかのように思います。

特売価格が調べられるようになって、通常価格の変化と特売価格の変化が総務省の中で調べられるようになっていたのが、それがなくなってしまうというのは、その消費者物価指数を守るという立場からしても弱くなるというか、大きな変更になるのではないかと思います。

さは言いながら、一方でエブリディ・ロープライスですか。特売と特に言わずに安売りが通常ですと言っている部分もあるので、もしその特売というのが今後特別なことではなくなるということであれば、今回のように特売価格を特に調べる必要はなくなると思います。将来的に特売というものを特に消費者物価指数との関係でどのようにお考えなのかをお聞きしたいと思います。

○永島室長 なかなか難しい部分がありますが、今回の計画に特売が入っていない理由は、細かいところとして説明をしていなかったのですが、今回の調査は従前の全国物価統計調査を変えて小売物価統計調査の方に合わせる形態になっております。つまり、前回の全国物価統計調査はいわゆる自計式と申しまして、調査票を対象の店舗に配って、店舗から全部書いてもらうという形式でやっておるものですが、毎月やっている小売物価統計調査では他計式と申しまして、指定されたスペックをよく知っている調査員が店舗に行って、それに該当するものの値段は幾らかを店頭で調べて、それを入力しますし、分からなければ代表者に聞いて確認をして調べるということでやっております。専門の調査員が効率的かつどのものを調べたいかということをよく知って、そういう面では間違いが全くないような形で行うのですけれども、特売価格は店頭のものを見ただけでは分からないところがありまして、どうしても店舗側に書いてもらうような形態でないとできないということがあるものですから、そういう調査形態の違いから、やや入れにくかったということがあって、今回は入れていないというのが実は一番の理由でございます。

ただ、今後の重要度としてどうなるかについては、先生方のお知恵もいただきたいところではありますけれども、特売について消費者物価指数に入れていない一つの理由は、特売は結構短期で、ずっと続けばそれは特売ではなくて通常価格なわけですが、ある月に特売があつて、次の月に戻るみたいな形になっていて、下がるわけではなくて、下がってまた戻るものですから、時系列的に見たときにはある種ノイズみたいに効くところがあるものです。特売終了の方は今度はプラスに効くものですから、そういう動きがあるものです。

から、余り短期のものが入ると極端な動きがどんどん入ってくるということで、余り望ましくないということで、1週間以内のものは、今は入れないということでやっております。

ただ、1週間よりも長いものでよくあるのは、典型的には月間セールと称するものは今でも入ってきてまして、それが現実には品目レベルでは結構ノイズとして効いて、この月は大きく下がったのに、何で次の月は大きく上がるのかということの要因になったりもしていますので、なかなか入れ方は難しいのですけれども、よくその内容を構造面として把握しておくべきだという御指摘については、勉強させていただきますとしか申し上げようがないかと思えます。

○廣松部会長 ほかにいかがでしょうか。

○北村委員 全国物価統計調査のうち、幾つかの表を外すというお話ですが、落とすことの基準というか、マーケットでどういう需要があるのかはよく分からないですけれども、世帯別とか年齢別の指数が欲しいとかいうことは、余りないという判断で落としたのか。それとも作業効率上、いちいちそのウエイトをつくるのは大変なので、この辺は落としてほしいとか、そういう理由なのでしょうか。

○永島室長 実態として、特に重視していますというお声を聞かなかったというのがありますが、基本的に重点化して調査をするものですから、一番メインの結果をつくるということを設計の基準にしました。いろいろな副産物については、物によってはサンプルが減ってしまうと、精度としての自信がなくなるということがありますし、同じデータをそっくり使うような形態であれば、そういう意味での精度の問題はないので、むしろ手間の問題との兼ね合いになりますが、とりあえず一番重点化して、一番メインの代表的なものを出すということで考えましたので、裏を返すと逆に非常にニーズが高いところは今後検討しなければいけないと思っていますが、まさにそういうお声をいただきたいというのが正直なところでございます。

○北村委員 例えばオーダーメイド集計でこういうのを作ってくれというのは、余りにも多いと入れるようになるとか、そういうことはあり得るのですか。

○永島室長 そこまで行かなくても、そういうお声が非常に多く寄せられれば、作成について当然考えることになると思います。

○北村委員 もう一点は、通販の価格の話ですけれども、今おっしゃったように需要全体として見ればシェアが低いので、落とさざるを得ないという話かもしれませんが、同時におっしゃったように、今後の動向もありますし、もしかしたらそういう購入形態が今後増えていくかもしれないということなので、これはどういう扱いというか、中止と書いてあるということは、戻すこともあると考えるのか。それとも継続してある程度は見ていくのだけれども、表には出さないというような考えなのか。

○永島室長 今回の計画としては中止する、やらないということですが、勿論、調査としては「構造編」という形での調査がありますので、その中でどういうふうにしていくかは、勿論その随時のニーズに応じて、時代にふさわしいものにしていきたいと思えます。そこ

は是非将来的に考えさせていただきたいと思います。

○廣松部会長 どうぞ。

○重川専門委員 通信販売についてですけれども、おっしゃったように全体としては少ないですが、品目によっては比較的に利用されているということと、年齢別に見ると30代等の利用が多いので、その人たちの年齢がこれから上がっていき、利用層が更にどんどん多くなっていくと思いますので、その辺も併せてお考えいただければと思います。

○廣松部会長 どうぞ。

○岩下専門委員 やはり通信販売ですけれども、見せていただいたデータが2人以上ですね。私は単身世帯が非常に買っていると思っていますので、これを中止という言葉にされてしまうと、もう全くやってくれないのかなと心配なので、その辺を考慮して作っていくことを検討していただけたらと思います。

○廣松部会長 この問題に関しましては、審査メモの4～5ページに現在公表されている細かい財・サービスの分類別とか世帯属性別、今のところでは店舗特性別、さらに特売価格・曜日別に関しては先ほど議論がありましたが、それから、今の通信販売の有無。これらについて、とりあえず今の計画では、今後は作成しないということです。ニーズがあれば、また考えるということをございましたので、もう一度この点について御覧いただいて、次回でも改めて御発言をいただければと思います。特に中止という扱いでございますので、そこは少し慎重に考えるべきであろうと思います。

それでは、もう時間が来てしまいましたが、最後に審査メモの6ページの3小売物価統計の指定の変更及び全国物価統計の指定の解除でございます。

これに関しましては、小売物価統計という名称をそのまま継続するということですが、今いろいろ御議論をいただきましたとおり、小売物価統計調査は「動向編」と「構造編」という形になり、従来とはかなり大きく変わります。それに伴い、内容と目的も異なるということですから、名称は従前どおりで良いかということですが、この点に関しまして、何か御意見がございましたら、いただきたいと思いますが、いかがでしょうか。

当然のことながら、これに対応して全国物価統計調査という名前はなくなり、指定は解除されるということでございます。この点はいかがでしょう。

先ほど永島室長の方から、全国物価統計調査の経緯について御説明がございました。確かにその時代を反映していたというか、時代の賜物であったことも事実ですし、大きく消費形態とともに、それに応じて販売形態が変わってきたことも事実でございますので、恐らく一部のユーザーの方には、この全国物価統計調査という名前がなくなるということ自体に関して、残念とお考えになる方もおいでになるかもしれませんが、統計調査そのものの効率化という側面もございますので、やむを得ないかと考えていますが、何か御意見はございますでしょうか。

もし小売物価統計という名前を残すのであれば、全国物価統計と中黒で付けて全国・小

売物価統計にするということもあり得るかとは思いますが、この辺はまだ、この審議の時間的な余裕がございますので、もし何かアイデアがございますれば、お寄せいただければと存じます。

調査実施者の方からは、特に何か御意見がございますでしょうか。

○永島室長 特段のことはございませんが、従前のものに統合することなので、そのままというのが我々としては自然だなと思って、このような計画にさせていただいております。

○廣松部会長 分かりました。

それでは、とりあえず今日の段階では、名前としては小売物価統計という従前のままで行きたいと思っております。

最後でございますが、最初に申し上げましたとおり、今まで個別に論点を御議論いただいたわけですが、これまで全国物価統計調査で把握していました主要な調査内容を小売物価統計調査に追加することとして、全国物価統計調査は中止するという基本的な考え方に関してよろしゅうございますでしょうか。

(「はい」と声あり)

○廣松部会長 ありがとうございます。

では、基本的に御了解いただいたということにしたいと思っております。

ただ、本日は渡辺専門委員が御欠席でございます。次回は御出席いただけると思っておりますので、その場で渡辺専門委員の御意見も伺った上で、この部会としての合意ということにしたいと思っております。

本日、審査メモに沿って御議論をいただいた中で、特に大きな宿題は出なかったように思いますが、1つは店舗形態別及び銘柄別の価格差に関して、9品目はそれぞれ違いますが、そのローテーションを将来的には考えることが必要ではないかという御意見がございました。その点、どれくらいの間隔でローテーションをするのか。あるいはそれをどういうふうを選ぶのか。その辺はかなり技術的な問題もあろうかと思っておりますから、それらについて調査実施者に次回までに御検討をいただいた上で、その可能性等に関して回答をいただければと思っております。

委員の方々には、特に2の全国物価統計調査の中止の部分に関しまして、現在公表されております、かなり細かい指数等に関しまして、これは残すべきだというものがございますら、もう一度お考えいただいた上で、次回以降に御発言をいただければと思っております。

本日用意いたしました審査メモに関しましては、一通り御議論をいただきました。部会長として皆様方をお願いでございますが、審議を効率的に行うために、本日の審議を踏まえて、更に改善すべきと思われる事項及びその他改善策がございましたら、11月30日までに事務局に電子メールなりファックス、あるいは電話なりで御連絡をいただければと存じます。

御指摘をいただきました点に関しましては、事務局で取りまとめた上で、御指摘等に対

する回答を調査実施者と相談をした上で、次回に部会の資料として提出させていただきたいと思しますので、御協力のほどよろしく願いいたします。

では、次回の部会日程等につきまして、事務局から説明をお願いします。

○事務局 次回の部会は、12月8日木曜日15時30分から、本日よりこの会議室において開催することを予定しております。

先ほど部会長からお願いのありましたお気づきの点や次回の部会において必要な資料等がございましたら、準備の都合もありますので、11月30日水曜日までに、メール等の方法により、事務局まで御連絡をお願いいたします。

また、本日の配布資料につきましては、次回以降の部会においても審議資料として利用しますので、忘れずにお持ちいただきますようお願いいたします。

なお、委員及び専門委員につきましては、もし、お荷物になるようでしたら、席上に置いていただければ、事務局において保管の上、次回部会において席上にお配りしますので、よろしく願いいたします。

○廣松部会長 最後に何か特に御発言はございませんでしょうか。

時間をオーバーしてしまいましたが、本日の部会はこれで終了させていただきます。

どうも御協力をありがとうございました。