

諮問第80号の答申 小売物価統計調査の変更について（案）

本委員会は、諮問第80号による小売物価統計調査の変更について審議した結果、下記のとおり結論を得たので、答申する。

記

1 本調査計画の変更

(1) 承認の適否

平成27年6月19日付け総統物第97号により総務大臣から申請された「基幹統計調査の変更について（申請）」（以下「本申請」という。）について審査した結果、以下のとおり、統計法（平成19年法律第53号）第10条各号の各要件のいずれにも適合しているため、「小売物価統計調査」（基幹統計調査。以下「本調査」という。）の変更を承認して差し支えない。

ただし、以下の「(2)理由等」で指摘した事項については、計画の修正が必要である。

(2) 理由等

ア 動向編の調査品目の見直し

本申請では、動向編の調査品目のうち33品目を廃止する計画である。

動向編における調査品目の追加又は廃止については、「小売物価統計調査（動向編）の品目の選定基準」（以下「選定基準（動向編）」という。）に基づいて判断がなされており（別紙1-①参照）、今回、その内容についても確認した。その結果、本調査の集計事項である消費者物価指数の精度確保を前提としたものとなっており、適当と考える。

また、廃止する33品目は、この選定基準（動向編）に基づき、家計消費支出が縮小し、代表性が乏しくなった品目等について削除するものであることから、適当である。

イ 調査計画における調査品目の名称整理

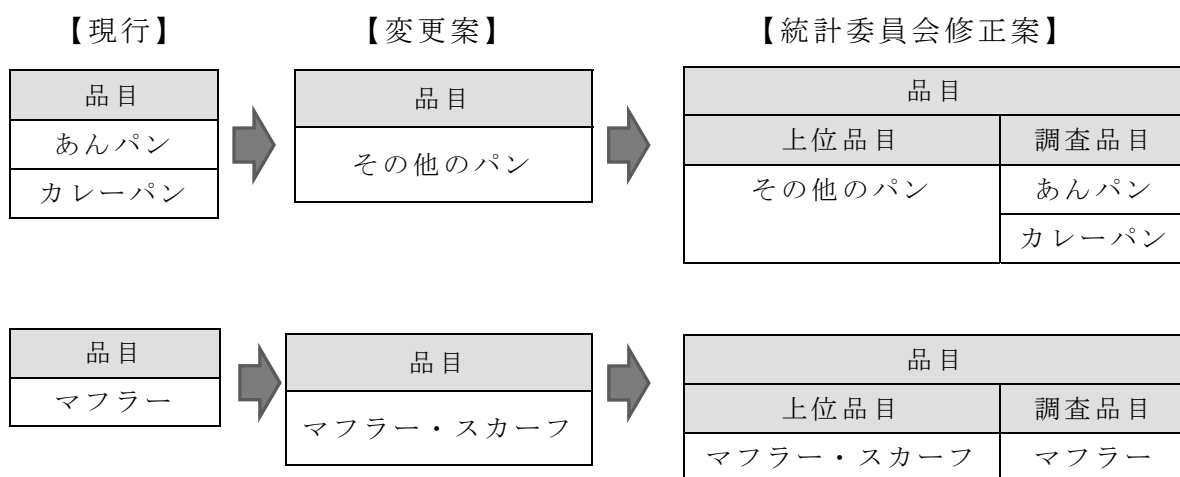
動向編の調査品目については、現在、調査の対象となる財又はサービスの名称が個別に調査計画に記載されているが、本申請において、「家計調査」（基幹統計調査）の設定品目に準じた財又はサービス群の名称を記載する形式に変更することを計画している。これは、現行の記載方法では、本調査が家計消費の全体を網羅できているのか、調査計画上、分かりにくくなっている可能性があるとの調査実施者の認識に基づくものである。

しかしながら、これについては、調査計画における品目の記載内容が抽象的に

なることから、実際に調査されている品目が不明確となり、利用者の利便性が損なわれるおそれがあるほか、調査品目を変更する際の適切性を事前に確認する手続きを確保することも必要である。

このため、図1で例示するとおり、家計調査の設定品目に準じた財又はサービス群を「上位品目」として新たに設けるとともに、従来、設定していた調査品目がこの上位品目よりも詳細な場合は、引き続き、調査計画上に記載するよう修正する必要があることを指摘する（別紙2参照）。

図1 調査品目の名称整理（例）



ウ 構造編の調査品目の表記方法及び調査品目の変更

(ア) 構造編の調査品目については、現在、調査の対象となる財又はサービスの名称が個別に調査計画に記載されているが、本申請において、「総務大臣が指定する」旨の包括的な記載に変更することを計画している。これは、現在の記載方法では、経済動向の変化等により、調査品目の変更が必要になった場合に、迅速な対応に支障が生じる可能性があるとの調査実施者の認識に基づくものである。

しかしながら、これについては、実際に調査されている品目が分からなくなり、利用者の利便性が損なわれるおそれがあるほか、これまでの記載方法の下においても、調査品目の適時の変更には支障は生じていない。

このため、別紙3のとおり、現行同様、個別の品目名を列挙する方法を継続する必要があることを指摘する。

(イ) また、構造編における調査品目の追加、廃止については、「小売物価統計調査（構造編）の品目の選定基準」（以下「選定基準（構造編）」という。）に基づいて判断がなされており、今回、その内容についても確認した。

その結果、構造編の調査目的に沿った適切な調査品目の選定が可能であることから、適当と考える（別紙1-②参照）。

その上で、この選定基準（構造編）を踏まえ、銘柄別価格調査の対象となっ

ている「液体調味料」を廃止し、「ルームエアコン」を追加するよう調査計画を修正する必要があることを指摘する。

エ 調査員調査品目の範囲の見直し

本調査については、現在、調査品目ごとに調査系統（調査員調査、都道府県調査、総務省調査）を指定しているが、本申請において、調査員が調査を行うこととしている品目について、販売形態の変化に応じて、総務大臣が調査員に代わって調査を行うことができるよう、調査計画の規定を追加する計画である。

これについては、新製品の急速な普及や消費パターンの急激な変化が起こった場合などに、調査員の負担増加を抑制しつつ、総務省が機動的に調査することを可能とするものであり、実態の的確な把握や実査の効率性の向上に資することから、適当である。

オ 集計事項の見直し

本申請では、これまで公表してきた中間年バスケット指数について作成を取りやめる一方で、連鎖指数について、生鮮食品を含めた総合指数の公表を行うこととするなど公表内容を充実する計画である。

これについては、中間年バスケット指数の結果表へのアクセス数が年間100件未満にとどまっている一方で、月例経済報告（内閣府）等、各種行政施策上で用いられている連鎖指数の充実を図ろうとするものであり、適当である。

2 統計委員会諮問第41号の答申（平成24年1月20日）で示された「今後の課題」への対応状況

（1）調査地域及び調査品目の見直し

本調査については、諮問第41号の答申における「今後の課題」（以下「前回答申」という。）において、構造編に関して、以下の指摘がなされている。

調査結果の利活用及び結果精度の観点から、統計ニーズや市場の状況等を踏まえつつ、調査地域及び調査品目を2、3年ごとに見直すこと。特に、調査品目の減少に対応する措置として、調査品目を年単位で交替させるローテーションについて検討し、次回の消費者物価指数の基準改定時までに結論を得ること。

これについて、調査実施者は、調査品目については、おおむね2、3年ごとに見直しを行うこととしているものの、ローテーション調査については対応しないこととしている。

また、調査地域については、以下の理由から2、3年ごとの見直しは困難であるとしている。

i) 地域別価格差調査

動向編の調査地域以外から調査地域を選定するため、5年ごとに実施する動向

編の市町村交替と合わせて見直す必要がある。

ii) 店舗形態別価格調査、銘柄別価格調査

調査地域内で調査品目を扱う一般小売店や量販専門店を網羅している必要があり、調査地域を県庁所在市又は東京都区部とする必要がある。

これらについては、まず、ローテーション調査については、定期的及び機械的にすべての調査品目の入替えを伴うことになることから、毎年、選定基準（構造編）に基づき、調査の目的に合ったより適切な品目が選定されることから調査実施者の結論は適当と考える。

また、調査地域の変更については、構造編が地域別、店舗の形態別等の物価を明らかにすることを目的とし、動向編と連動して調査地域を選定する必要があることを踏まえると、調査実施者の結論は適当と考える。

(2) 「動向編」と「構造編」の連携

本調査については、前回答申において、以下の指摘がなされている。

物価動向と物価構造の統計の相互連携をより一層推進していくべきであり、次回の消費者物価指数の基準改定時までにはその具体的な方策について結論を得ること。

例えば、「構造編」において店舗形態別価格が毎年利用可能になることから、「動向編」の店舗選定の妥当性について2、3年ごとに検証を行うこと。また、統計ニーズを踏まえ、他の統計（経済構造統計、商業統計等）とマッチングすることで、店舗特性別の新たな統計表を作成するなど、「構造編」の充実を検討すること。

これについて、調査実施者は、構造編の銘柄別価格調査で把握した価格変動や特売・出回り状況などの検証を行った結果、動向編において「めんつゆ」を追加しており、構造編と動向編の連携の一例として、調査実施者の対応は適当と考える。

一方、他統計とのマッチングについては、本調査と商業統計等の他の事業所を対象とした統計調査では、調査で使用する母集団名簿が異なっているなど実査における事業所の把握の方法が異なることから、対応は困難としている。

これについては、本調査の調査対象名簿（価格報告者台帳）と事業所母集団データベースの登録情報を突き合わせる労力を考慮すると、やむを得ないものとする。

(3) 特売価格、通信販売価格及び割引・特典サービスの実施状況の把握

本調査については、前回答申において、構造編に関して、以下の指摘がなされている。

全国物価統計調査で把握していた特売価格、通信販売価格及び割引・特典サービスの実施状況の把握に対する要望の動向を踏まえ、販売形態の多様化の実態を見つつ、その把握の必要性及び技術的可能性について検討し、次回の消費者物価指数の基準改定時までには結論を得ること。

調査実施者は、通信販売価格のうち、インターネット通販については、平成29年度の可能な限り早い段階での開始について検討しており、適当と考える。

一方、特売価格及び割引・特典サービスの実施状況については、調査員調査で安定的かつ継続的に把握することが困難なことから、現時点では、把握しないこととしている。これについては、特売価格及び割引・特典サービスの内容が、企業・店舗により、極めて多岐にわたっていることから、調査実施者の結論はやむを得ないものとする。

(4) 統計委員会諮問第27号の答申（平成22年10月22日）で示された「今後の課題」への対応状況

ア 現行の小売物価統計調査（動向編）における調査品目の選定基準

本調査については、前回答申において、諮問第27号の答申における「今後の課題」を引き継ぎ、動向編に関して、以下の指摘がなされている。

現行の小売物価統計調査における調査品目の選定基準（家計の消費支出総額の1万分の1以上等）について、次回の消費者物価指数の基準改定時までに検証すること。

これについて、調査実施者は、選定基準（動向編）を変更した場合の影響等について検討した結果、現在の基準を変更しないこととしている。

これについては、前記1（2）アにおける確認と合わせて検討した結果、①選定基準（動向編）において設けている1万分の1よりも大きくした場合は、結果精度の維持が困難となる一方、1万分の1よりも小さくした場合は、総合指数への寄与度が軽微であり、費用対効果の観点から適当ではないこと、②現状の調査品目数は、諸外国における状況と比較しても適切な水準にあることなどから、調査実施者の結論は適当と考える。

イ 小売物価統計と消費者物価指数との関係

本調査については、前回答申において、諮問第27号の答申における「今後の課題」を引き継ぎ、以下の指摘がなされている。

消費者物価指数を単独で基幹統計とするか否かについて、次回の公的統計の整備に関する基本的な計画の策定までに検討すること。

これについて、調査実施者は、消費者物価指数を引き続き本調査の集計事項の一部、すなわち、基幹統計である「小売物価統計」の一部とした場合と、単独で基幹統計とした場合における長所及び短所を検討した結果から、引き続き、小売物価統計の一部として位置づけたいとしている。

これについては、消費者物価指数を作成する上での原データについて専ら本調査によっており、両者が密接不可分の関係にあり、両者の一体的な議論を容易にする必要があることなどから、調査実施者の結論は適当と考える。

3 今後の課題

(1) 選定基準の運用

調査品目については、動向編及び構造編それぞれの選定基準に沿って適時・適切に選定すること。

(2) 名簿情報を活用した集計の充実

本調査の調査対象名簿（価格報告者台帳）には、経営組織や売場面積等の情報が含まれていることから、その整備を図った上で、名簿情報を活用した集計の充実について検討を行う必要がある。

(3) 特売価格の実施状況の把握

特売価格の把握については、消費者の購買行動の変化及び統計利用者のニーズを踏まえつつ、その手法について検討を行う必要がある。

小売物価統計調査（動向編）の品目の選定基準

1 上位品目の選定基準

家計消費を網羅するため、家計調査の設定品目に準じて「上位品目」を設定する。各「上位品目」について、少なくとも1つの財又はサービスを、当該「上位品目」内に含まれる財又はサービスの中における代表性を判断し、「調査品目」として選定する。^(注)

- (注) 1 「上位品目」とは、「家計調査の設定品目に準じて設定される、財又はサービスの群」を指し、「調査品目」とは、「各上位品目に含まれる財又はサービスのうち、実際に調査対象となるもの」を指す。
2 「上位品目」の中の全ての財・サービスが、以下の「調査品目の選定基準」に該当しなくなり、「上位品目」として「調査品目」が選定できなくなった場合には、他の「上位品目」と統合又は廃止することとする。

2 調査品目の選定基準

「調査品目」の選定については、以下の i ~ iii に掲げる基準により判断することとし、原則として、全ての基準に該当する品目を「調査品目」とする。

ただし、いずれかの基準を満たさない品目であっても、当該品目を調査しないことにより中分類の代表性を損なうと判断される品目については「調査品目」とする。

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> i) 家計消費支出上、重要度が高い品目 ii) 中分類指数^(注)の精度の向上及び代表性の確保に資する品目 iii) 円滑な価格収集が可能で、かつ、価格変化を的確に把握できる品目 |
|---|

(注) 消費者物価指数の中分類指数を指す。

i) の説明

「重要度が高い」とは、直近の家計調査の家計簿の記載内容を分析して特別集計を行った結果、家計消費支出に占める割合が、原則として1万分の1以上である場合をいう。

ただし、直近1年において、経済的又は社会的な特殊要因により、当該品目の消費量が著しく変化（増加又は減少）している場合などは、1万分の1以上又は未満であっても、当該特殊要因や社会情勢等を考慮した上で、iの基準への該当性を判断する。

ii) の説明

家計消費支出上、重要度が高い品目を追加する場合は、情報量がより充実するため、基本的に中分類指数の精度向上及び代表性の確保に資すると考えられることから、原則、iiの基準に該当するものとする。

一方で、中分類のうち、以下の①から③に該当するものについては、ii)に該当しないものとして品目を把握しないこととする。

- ① 当該中分類において、より代表性の高い品目が他に存在し、それとの入替えを行う場合
- ② 当該中分類において、同じ値動きで、かつ同一とみなせる品目がある場合
- ③ 当該品目を廃止後も、当該中分類指数の動きの傾向が変わらない場合

iii) の説明

「円滑な価格取集が可能」とは、当該品目を取り扱っている店舗が全国的に存在しており、調査員が当該品目の価格を安定的に調査することが可能な状態をいう。

「価格変化を的確に把握できる」とは、前段の状態に加え、当該品目について、全国的に同品質のものの価格変化を把握できることをいう。

iiiの基準の該当性については、小売物価統計調査の結果又は次の①及び②の方法で確認する。

① 総務省統計局における確認

総務省統計局が、業界統計等の情報収集や関係団体へのヒアリング等を実施することにより、当該品目が全国的に普及しており、実査において調査可能かどうかを判断する。

② 調査員等による出回り調査での確認

上記①の方法で基準の該当性を判断できなかった場合は、調査員等が当該品目の調査可能性について実地に確認（品目の出回りを調査）し、その結果を踏まえて、総務省統計局が判断する。

小売物価統計調査（構造編）の品目の選定基準

構造編は、動向編を補完することにより、地域別、店舗形態別及び銘柄別の物価構造を把握することを目的としているため、動向編の調査品目のうち、調査ごとに、次に掲げる基準の全てを満たすものを、構造編の調査品目とする。

区分	地域別価格差調査	店舗形態別価格調査	銘柄別価格調査
共通基準	i) 動向編において通年調査をしている品目		
	ii) 天候等によって大きく価格変動が生じない品目		
	iii) 消費生活上の重要度が比較的高い品目		
	iv) 継続的に円滑な価格取集が可能な品目		
個別基準	v) 消費者の買い回りの範囲が狭い品目	vii) 店舗形態間の価格差があると判断される品目	viii) 同一品目の中に調査銘柄と同等の売れ筋の銘柄が存在し、今後、動向編の調査品目における調査銘柄に変更が生じる可能性があると考えられる品目
	vi) 直近の消費者物価地域差指数において、地域間の価格差があると判断される品目		

(i) の説明

経常的に比較するために、通年で価格把握が可能である必要があり、特定の季節しか出回らない商品は除く。

(ii) の説明

経常的に比較するために、天候等により、特定の地域や調査年の価格が大きく変動する品目（生鮮食品（生鮮魚介、生鮮野菜、生鮮果物））は除く。

(iii) の説明

調査の効率上、直近の消費者物価地域差指数におけるウェイト（万分比）5以上を目安として品目を選定する。

(iv) の説明

当該品目を取り扱っている店舗が調査対象地域に存在し、調査員が当該品目の価格を安定的に調査することが可能である品目を選定する。

(v) の説明

地域間価格差の把握を目的とすることから、調査地域で販売されていない品目など、消費者が居住している地域外で購入する機会が多いと考えられる品目除き、消費者が、専ら居住している地域で購入していると考えられる品目（消費者の買い回りの範囲が狭い品目）を選定する。

(※)「買い回り」の範囲は、事務要領に定められている動向編において設定している以下の調査品目区分及び調査区分から判断する。「消費者の買い回りの範囲が狭い品目」とは、調査品目区分が以下の A 又は B に該当し、かつ、調査区分が無印又は①に該当する品目とする。

(調査品目区分)

動向編における「調査品目」は、消費者の購入行動、店舗間の価格差等を考慮して、品目ごとの価格設定の性格について、以下の 6 とおりに区分している。

A：主として消費者が居住地区近辺で購入する品目で、地区間で価格差がみられる品目

B：主として消費者が各市町村の代表的な商業集積地、大型店舗等で購入する品目で、店舗間で価格差

がみられる品目

- C：地区間又は店舗間での価格差が比較的小さい品目
- D：都道府県又は市町村内で価格・料金が均一か又はこれに近い品目
- E：全国又は地方的に価格・料金が均一又はこれに近い品目
- S：調査区域を設けなくて市町村内全域から調査する品目

(調査区分)

動向編では、「調査品目」の一部において、調査市町村に出回りが無いものや継続的に価格が得られないものがある。そのため、調査市町村の人口規模等に応じた品目の出回り状況を考慮して、品目ごとの調査範囲について、以下の6とおりに区分している。

無印：全調査市町村（東京都区部を含む。）において調査する品目・銘柄

- ①：人口5万以上の調査市において調査する品目・銘柄
- ②：人口15万以上の調査市において調査する品目・銘柄
- ③：都道府県庁所在市において調査する品目・銘柄
- ④：都道府県全域において調査する品目・銘柄
- ⑤：全国全域において調査する品目・銘柄

(vi) の説明

動向編の結果及び地域別価格差調査の結果により、都道府県別及び市町村別の変動係数等から地域間の価格差を確認し、価格差が大きい順に品目を選定する。

(vii) の説明

動向編の結果等で店舗形態別の価格差を確認し、価格差が大きい順に品目を選定する。

(viii) の説明

動向編の調査銘柄選定に資するため、今後、動向編の調査銘柄の候補となり得る準売れ筋の銘柄や、まとめ売りといった販売単位が異なる銘柄が存在している品目を選定する。

動向編の品目

品目		調査区分
上位品目	調査品目	
【動向編】		調査員調査品目
1	米	うるち米 もち米 同左 あんパン カレーパン ゆでうどん・そば 乾うどん・そば スパゲッタイ 中華麺 即席麺・カップ麺 ゆで沖繩そば 小麦粉 もち さけ たこ えび あさり・しじみ ほたて貝 塩さけ たらこ しらす干し 干しあじ その他の塩干魚介
	揚げかまぼこ	同左
	ちくわ	同左
	かまぼこ	同左
	かつお節・削り節	かつお節
	魚介漬物	同左
	魚介つくだ煮	同左
	魚介缶詰	同左
	その他の魚介加工品	塩辛 同左
	牛肉	同左
	豚肉	同左
	鶏肉	同左
	ハム	同左
	ソーセージ	同左
	ベーコン	同左
	ポーク缶詰	同左
	牛乳	同左
	粉ミルク	同左
	ヨーグルト	同左

別紙2

品目		調査区分
上位品目	調査品目	
	バター	同左
	チーズ	同左
	卵	鶏卵
	もやし	同左
	さつまいも	同左
	じゃがいも	同左
	さといも	同左
	にんじん	同左
	ごぼう	同左
	その他の根菜	ながいも しょうが
	生しいたけ	同左
	しめじ	同左
	えのきたけ	同左
	干しいたけ	同左
	干しのり	同左
	わかめ	同左
	こんぶ	同左
	その他の乾物・海藻	ひじき
	豆腐	同左
	油揚げ・がんもどき	油揚げ
	納豆	同左
	こんにやく	同左
	梅干し	同左
	だいこん漬	同左
	はくさい漬	同左
	その他の野菜の漬物	キムチ
	こんぶつくだ煮	同左
	その他の野菜・海藻加工品	野菜缶詰
	グレープフルーツ	同左
	オレンジ	同左
	キウイフルーツ	同左
	果物加工品	果物缶詰
	食用油	同左
	マーガリン	同左
	食塩	同左
	しょう油	同左
	みそ	同左
	砂糖	同左
	酢	同左
	ソース	同左
	ケチャップ	同左
	マヨネーズ・マヨネーズ風調味料	マヨネーズ
	ドレッシング	同左
	ジャム	同左
	カレールウ	同左

品 目		調査区分
上位品目	調査品目	
乾燥スープ	同左	
風味調味料	同左	
ふりかけ	同左	
つゆ・たれ	同左	
その他の調味料	合わせ調味料	
	パスタソース	
ようかん	同左	
まんじゅう	同左	
その他の和生菓子	だいふく餅	
カステラ	同左	
ケーキ	同左	
ゼリー	同左	
プリン	同左	
その他の洋生菓子	シュークリーム	
	ロールケーキ	
せんべい	同左	
ビスケット	同左	
スナック菓子	ポテトチップス	
キャンデー	同左	
チョコレート・チョコレート菓子	チョコレート	
アイスクリーム類・氷菓	アイスクリーム	
その他の菓子	落花生	
	チュウインガム	
弁当	同左	
すし(弁当)	同左	
おにぎり	同左	
調理パン	同左	
その他の主食的調理食品	冷凍調理ピラフ	
	調理パスタ	
	調理ピザパイ	
うなぎかば焼き	同左	
サラダ	同左	
コロケ	同左	
豚カツ	同左	
天ぷら・フライ	からあげ	
ぎょうざ・しゅうまい	ぎょうざ	
やきとり	同左	
冷凍調理食品	冷凍調理コロケ	
	冷凍調理ハンバーグ	
その他の調理食品	煮豆	
	きんぴら	
	焼豚	
	焼き魚	
	調理カレー	
	混ぜごはんのもと	
緑茶	同左	

品 目		調査区分
上位品目	調査品目	
紅茶	同左	
茶飲料	同左	
コーヒー	インスタントコーヒー	
	コーヒー豆	
コーヒー飲料・ココア・ココア飲料 (セルフ式を除く。)	コーヒー飲料	
果実・野菜飲料	果実飲料	
	野菜ジュース	
炭酸飲料	同左	
ミネラルウォーター	同左	
スポーツドリンク	同左	
その他の飲料	豆乳	
清酒	同左	
焼酎	同左	
ビール	同左	
ウイスキー	同左	
ワイン	同左	
発泡酒・ビール風アルコール飲料	発泡酒	
	ビール風アルコール飲料	
チュウハイ・カクテル	チュウハイ	
日本そば・うどん(外食)	うどん(外食)	
	日本そば(外食)	
中華そば(外食)	同左	
沖縄そば(外食)	同左	
その他の麺類(外食)	スパゲッティ(外食)	
すし(外食)	同左	
和食(外食)	天丼(外食)	
	カレーライス(外食)	
	牛丼(外食)	
	豚カツ定食(外食)	
	しょうが焼き定食(外食)	
中華食(外食)	ぎょうざ(外食)	
洋食(外食)	ハンバーグ(外食)	
焼肉(外食)	同左	
ハンバーガー(外食)	同左	
その他の主食的(ドーナツを除く。)	ピザパイ(配達)	
	サンドイッチ(外食)	
喫茶代	コーヒー(外食)	
飲酒飲食代	ビール(外食)	
	やきとり(外食)	
設備器具	システムバス	
	温水洗浄便座	
	給湯機	
	システムキッチン	
	カーポート	
修繕材料	同左	

品 目		調査区分
上位品目	調査品目	
置替え代	同左	
給排水関係工事費	水道工事費	
外壁・塀等工事費	塀工事費	
	外壁塗装費	
植木・庭手入れ代	植木職手間代	
その他の工事費	ふすま張替費	
	大工手間代	
	駐車場工事費	
	壁紙張替費	
プロパンガス	同左	
灯油	同左	
電子レンジ	同左	
炊事用電気器具	電気炊飯器	
炊事用ガス器具	ガステーブル	
電気冷蔵庫	同左	
電気掃除機	同左	
電気洗濯機	同左	
エアコンディショナ	ルームエアコン	
ストーブ・温風ヒーター	温風ヒーター	
その他の冷暖房用器具	空気清浄機	
たんす	整理たんす	
食器セット	同左	
食器戸棚	同左	
照明器具	同左	
敷物	カーペット	
カーテン	同左	
その他の室内装備品	室内時計	
ベッド	同左	
布団	同左	
毛布	同左	
敷布	同左	
その他の寝具類	布団カバー	
茶わん・皿・鉢	茶わん	
	皿	
その他の食卓用品	台所用密閉容器	
	水筒	
鍋・やかん	鍋	
	フライパン	
その他の台所用品	スポンジたわし	
電球・ランプ	同左	
タオル	同左	
その他の家事雑貨	マット	
	物干し用ハンガー	
アイスクリームパー	同左	
トイレットペーパー	同左	
台所・住居用洗剤	台所用洗剤	

品 目		調査区分
上位品目	調査品目	
洗濯用洗剤	同左	
ポリ袋・ラップ	ラップ	
	ポリ袋	
殺虫・防虫剤	殺虫剤	
	防虫剤	
柔軟仕上げ剤	同左	
芳香・消臭剤	同左	
その他の家事用消耗品	キッチンペーパー	
家事代行料	同左	
婦人用着物	同左	
婦人用帯	同左	
背広服	同左	
男子用上着	同左	
男子用ズボン	同左	
男子用コート	同左	
男子用学校制服	同左	
婦人服	婦人用スーツ	
	ワンピース	
婦人用上着	同左	
スカート	同左	
婦人用スラックス	同左	
婦人用コート	同左	
女子用学校制服	同左	
子供服	男児用ズボン	
	女児用スカート	
乳児服	同左	
ワイシャツ	同左	
その他の男子用シャツ	男子用スポーツシャツ	
男子用セーター	同左	
ブラウス	同左	
その他の婦人用シャツ	婦人用Tシャツ	
婦人用セーター	同左	
子供用シャツ・セーター	子供用Tシャツ	
男子用下着	男子用シャツ	
	男子用パンツ	
男子用寝巻き	男子用パジャマ	
婦人用フアンデーション	ブラジャー	
その他の婦人用下着	婦人用ショーツ	
	ランジェリー	
子供用下着・寝巻き	子供用シャツ	
帽子	同左	
ネクタイ	同左	
マフラー・スカーフ	マフラー	
男子用靴下	同左	
婦人用ストッキング	同左	
婦人用ソックス	同左	

品 目		調査区分
上位品目	調査品目	
その他の被服	ベルト	
運動靴	同左	
サンダル	同左	
男子靴	同左	
婦人靴	同左	
子供靴	同左	
その他の履物	スリッパ	
洗濯代	同左	
被服賃借料	同左	
被服・履物修理代	履物修理代	
感冒薬	同左	
胃腸薬	同左	
栄養剤	ビタミン剤	
	ドリンク剤	
外傷・皮膚病薬	皮膚病薬	
その他の外用薬	はり薬	
	目薬	
その他の医薬品	鼻炎薬	
	漢方薬	
紙おむつ	同左	
保健用消耗品	入浴剤	
	生理用ナプキン	
	マスク	
	コンタクトレンズ用剤	
眼鏡	同左	
コンタクトレンズ	同左	
その他の保健医療用品・器具	血圧計	
	補聴器	
	サポーター	
マッサージ料金等	マッサージ料金	
自転車	同左	
自動車燃料	ガソリン	
自動車等部品	自動車タイヤ	
	自動車バッテリー	
自動車等関連用品	カーナビゲーション	
自動車等整備費	自動車整備費	
	自動車オイル交換料	
年極・月極駐車場借料	車庫借料	
その他の駐車場借料	駐車料金	
その他の自動車等関連サービス（自動車免許手数料及びロードサービスを除く。）	洗車代	
携帯電話機	同左	
その他の通信機器	固定電話機	
テレビ	同左	
携帯型音楽・映像用機器	携帯型オーディオプレーヤー	
ビデオレコーダー・プレーヤー	ビデオレコーダー	

品 目		調査区分
上位品目	調査品目	
パーソナルコンピュータ	同左	
プリンタ	同左	
カメラ	同左	
ビデオカメラ	同左	
書斎・学習用机・椅子	学習用机	
その他の教養娯楽用耐久財	電子辞書	
筆記・絵画用具	ボールペン	
ノート・紙製品	ノートブック	
その他の文房具	はさみ	
ゴルフ用具	ゴルフクラブ	
その他の運動用具	グローブ	
	テニスラケット	
	釣ざお	
	競技用靴	
スポーツ用品	トレーニングパンツ	
	水着	
家庭用ゲーム機	同左	
ゲームソフト等	ゲームソフト	
その他の玩具	人形	
	玩具自動車	
	組立玩具	
音楽・映像用未使用メディア	記録型ディスク	
	メモリーカード	
音楽・映像収録済メディア（音楽を除く。）	ビデオソフト	
ペットフード	同左	
その他の愛玩動物・同用品	ペットトイレ用品	
園芸用植物	鉢植え	
園芸用品	園芸用肥料	
	園芸用土	
電池	同左	
その他の教養娯楽用品	プリンタ用インク	
動物病院代	獣医代	
その他の愛玩動物関連サービス	ペット美容院代	
講習料	同左	
スポーツクラブ使用料	フィットネスクラブ使用料	
その他のスポーツ施設使用料（ゴルフ）	ゴルフ練習料金	
その他の入場・ゲーム代（特殊法人を除く。）	カラオケルーム使用料	
写真撮影・プリント代	写真プリント代	
教養娯楽賃借料	ビデオソフトレンタル料	
理髪料	同左	
パーマネント代	同左	
カット代	同左	

品 目		調査区分
上位品目	調査品目	
その他の理美容代	エステティック料金	
	ヘアカラーリング代	
理美容用電気器具	電気かみそり	
歯ブラシ	同左	
浴用・洗顔石けん	化粧石けん	
	洗顔料	
	ボディーソープ	
シャンプー	同左	
ヘアコンディショナー・ヘアトリートメント	ヘアコンディショナー	
歯磨き	同左	
整髪・養毛剤	整髪料	
	養毛剤	
化粧クリーム (カウセンセリングを除く。)	同左	
化粧水 (カウセンセリングを除く。)	同左	
乳液 (カウセンセリングを除く。)	同左	
ファンデーション (カウセンセリングを除く。)	同左	
口紅 (カウセンセリングを除く。)	同左	
ヘアカラーリング剤	同左	
傘	同左	
バッグ (輸入ブランド品を除く。)	同左	
通学用かばん	同左	
旅行用かばん	同左	
装身具	指輪	
腕時計	同左	
その他の身の回り用品	ハンカチーフ	
まぐろ	同左	
あじ	同左	
いわし	同左	
かつお	同左	
さば	同左	
さんま	同左	
たい	同左	
ぶり	同左	
いか	同左	
かき (貝)	同左	
キヤベツ	同左	
ほうれんそう	同左	
はくさい	同左	
ねぎ	同左	
レタス	同左	
プロッコリー	同左	
その他の葉菜	アスパラガス	
だいこん	同左	

調査員調査品目
(うち一部の生鮮食品等)

品 目		調査区分
上位品目	調査品目	
たまねぎ	同左	
れんこん	同左	
さやまめ	えだまめ	
	さやいんげん	
かぼちや	同左	
きゅうり	同左	
なす	同左	
トマト	同左	
ピーマン	同左	
その他の野菜	にがうり	
	とうが	
りんご	同左	
みかん	同左	
その他の柑きつ類	しらぬひ	
梨	同左	
ぶどう	同左	
柿	同左	
桃	同左	
すいか	同左	
メロン	同左	
いちご	同左	
バナナ	同左	
その他の果物	さくらんぼ	
切り花	同左	
民営家賃	同左	調査員調査品目
学校給食	同左	都道府県調査品目
公営家賃 (公的住宅)	同左	
上下水道料	水道料	
	下水道料	
清掃代	同左	
診療代 (国民健康保険)	同左	
出産入院料	同左	
人間ドック等受診料	人間ドック受診料	
その他の保健医療サービス	予防接種料	
	バス代	
タクシー代	同左	
その他の自動車等関連サービス (自動車免許手数料)	自動車免許手数料	
授業料等	P.T.A.会費	
	中学校授業料	
	高等学校授業料	
	大学授業料	
	短期大学授業料	
	専修学校授業料	
幼児教育費用	幼稚園保育料	

2

3

品 目		調査区分
上位品目	調査品目	
補習教育	補習教育 (小学校)	
	補習教育 (中学校)	
	補習教育 (高校・予備校)	
	同左	
新聞代 (地方・ブロック紙)	同左	
宿泊料	同左	
自動車教習料	同左	
ケーブルテレビ受信料	同左	
ゴルフプレー料金	同左	
その他のスポーツ施設使用料 (ゴルフを除く。)	ボール使用料	
	ボウリングゲーム代	
	同左	
文化施設入場料 (公立)	入浴料	
温泉・銭湯入浴料	保育所保育料	
保育費用	行政証明書手数料	
その他の諸雑費 (公的手数料)	パスポート取得料	
	コーヒー飲料・ココア・ココア飲料 (セルフ式)	総務省調査品目
4	乳酸菌飲料 (配達)	
	同左	
	フライドチキン (外食)	
	同左	
	その他の主食的外食 (ドーナツ)	
	ドーナツ (外食)	
	同左	
	公営家賃 (独立行政法人都市再生機構)	
	同左	
	火災・地震保険料	
	同左	
	電気代	
	同左	
	都市ガス代	
	同左	
	リサイクル料金	
	同左	
	家具・家事用品関連サービス	
	モップレンタル料	
	同左	
	健康保持用摂取品	
	同左	
	診療代 (国民健康保険によるものを除く。)	
	同左	
	鉄道運賃	
	同左	
	航空運賃	
	同左	
	有料道路料	
	同左	
	自動車等	
	同左	
	レンタカー・カーシェアリング料金	
	同左	
	その他の自動車等関連サービス (ロードサービス)	
	同左	
	自動車保険料	
	同左	
	郵便料	
	同左	
	通信料	
	同左	
	運送料	
	同左	
	教科書	
	同左	
	学習参考教材	
	同左	
	楽器	
	ピアノ	
	音楽・映像収録メディア (音楽)	
	同左	
	新聞代 (全国紙)	

品 目		調査区分
上位品目	調査品目	
雑誌・週刊誌	月刊誌	
	週刊誌	
書籍	辞書	
	単行本	
パック旅行費	外国パック旅行費	
放送受信料	同左	
映画・演劇等入場料	映画観覧料	
	演劇観覧料	
スポーツ観覧料	サッカー観覧料	
	プロ野球観覧料	
	同左	
文化施設入場料 (独立行政法人)	テーマパーク入場料	
遊園地入場・乗物代	同左	
インターネット接続料	ウェブコンテンツ利用料	
その他の教養娯楽サービス	同左	
化粧クリーム (カウンスリング)	同左	
化粧水 (カウンスリング)	同左	
乳液 (カウンスリング)	同左	
ファンデーション (カウンスリング)	同左	
口紅 (カウンスリング)	同左	
バッグ (輸入ブランド品)	同左	
たばこ	同左	
非貯蓄型保険料	傷害保険料	
介護サービス	介護料	
その他の諸雑費 (公的手数料を除く。)	振込手数料	
	警備料	

構造編の品目

	品目
地域別 価格差調査	うるち米 食パン あんパン カレーパン 干しうどん 即席めん たらこ さ つま揚げ ちくわ かまぼこ 牛肉 豚肉 鶏肉 ハム ソーセージ 牛乳 ヨ ーグルト 鶏卵 のり こんぶ 納豆 こんにゃく 梅干し こんぶつくだ煮 食用油 しょう油 みそ 砂糖 マヨネーズ ビスケット あめ せんべい チ ョコレート アイスクリーム ゼリー ポテトチップス おにぎり サラダ コ ロッケ インスタントコーヒー 清酒 焼酎 ビール 発泡酒 ビール風アルコ ール飲料 ラップ ティシュペーパー トイレットペーパー 台所用洗剤 洗濯 用洗剤 化粧石けん 歯磨き ヘアコンディショナー 整髪料 化粧水 ボディ ーソープ
店舗形態別 価格調査	うるち米 豚肉 コロッケ ビール ティシュペーパー 洗濯用洗剤 ドリンク 剤 紙おむつ シャンプー
銘柄別 価格調査	生中華めん ヨーグルト 洗濯用洗剤 男子靴下 婦人ソックス テレビ 携帯 型オーディオプレーヤー 家庭用ゲーム機 ルームエアコン

