

令和7年6月11日

総務省政策統括官（統計制度担当）

諮問第195号の概要

（小売物価統計調査の変更について）

1. 小売物価統計調査の概要（1）（現行計画）

調査の目的

国民の消費生活上重要な支出の対象となる商品の小売価格及びサービスの料金を調査し、消費者物価指数（CPI）や、その他物価に関する基礎資料を得ること

調査体系

| 調査区分 | 調査周期 | 主な用途 |
|------|------|------------|
| 動向編 | 毎月 | 消費者物価指数 |
| 構造編 | 奇数月 | 消費者物価地域差指数 |

調査の概要（動向編）

沿革

- ・昭和25年6月から、月次調査として開始
- ・平成25年から、別途実施されていた「全国物価統計調査」との統合に伴い、「小売物価統計調査（動向編）」に変更

報告者 商品の販売又はサービスの提供が事業として行われている事業所（約30,000事業所）

調査事項 総務省統計局長が指示する一定の銘柄の小売価格又は料金等（約520品目、約690銘柄）

調査方法 調査員が調査店舗等において、把握・聞き取った商品の小売価格等を携帯型端末に入力し、総務省に送信（一部品目は総務省・都道府県職員が実施）

主な集計事項・結果公表

- ・品目の価格：
（東京都区部及び全国統一価格品目）原則、調査月末まで、（他の都市）原則、調査月翌月末まで
- ・消費者物価指数：
（東京都区部）原則、調査月末まで、（その他）原則、調査月翌月末まで

1. 小売物価統計調査の概要（2）（現行計画）

調査の概要（構造編）

沿革

- ・昭和42年から、5年周期の「全国物価統計調査」として開始
- ・平成25年から、別途実施されていた「小売物価統計調査」との統合に伴い、「小売物価統計調査（構造編）」に変更

報告者

商品の販売又はサービスの提供が事業として行われている事業所（動向編で対象としていない事業所）
約500事業所

調査事項

総務省統計局長が指示する一定の銘柄の小売価格又は料金等（約60品目、約60銘柄）

調査方法

調査員が調査店舗等において、把握・聞き取った商品の小売価格等を携帯型端末に入力し、総務省に送信

主な 集計事項 ・ 結果公表

地域別価格差：
（調査品目の価格、地域差指数）
原則として、調査年の翌年の6月末まで
消費者物価指数の基準年（西暦年の末尾が0又は5の年）の集計結果については、調査年の翌年の9月頃に公表

2. 調査結果の主な利活用状況

各種法令に基づく利用

- 国民年金法（昭和34年法律第141号）第27条の2及び厚生年金保険法（昭和29年法律第115号）第43条の2による年金額の改定率の改定の基準
- 児童扶養手当法（昭和36年法律第238号）第5条の2による児童扶養手当額の改定比率の基準

施策上の利用

- 日本銀行が金融政策を判断するための物価指標として利用
- 最低賃金、診療報酬の見直しにおける利用

その他の利用

- 都道府県における消費者物価指数の作成

など

3. 主な変更内容（1）（調査品目の変更）

本調査は、消費者物価指数の基準改定に合わせ、調査品目の選定基準（注1）に基づき、5年ごとに調査品目の追加、廃止等（注2）の変更を実施しており、今回、以下のとおり調査品目を変更

【動向編】

① 選定基準を満たさなくなった次の調査品目を廃止（10品目）（令和9年1月調査から）

| | | | | |
|-------------|-------|---------|-------|-------------|
| 煮干し | はくさい漬 | 女性用帯 | ネクタイ | 女性用ストッキング |
| ビデオソフトレンタル料 | 青汁 | サッカー観覧料 | 振込手数料 | ビール風アルコール飲料 |

② 前回答申時における「今後の課題」や「公的統計の整備に関する基本的な計画」（令和5年3月28日閣議決定。以下「第Ⅳ期公的統計基本計画」という。）を踏まえて、POS情報の活用へ移行（注3）（2品目）（令和9年1月調査から）

| | |
|----------|---------|
| プリンタ用インク | メモリーカード |
|----------|---------|

③ 家計調査の収支項目分類等を踏まえた調査品目の名称変更（33品目）（令和8年1月調査から）

| |
|---------------------------------------|
| 「運動靴」→「大人用運動靴」、「宅配水」→「ミネラルウォーター（配達）」等 |
|---------------------------------------|

【構造編】

動向編における品目廃止に合わせて廃止（1品目）（令和9年1月調査から）

| |
|-------------|
| ビール風アルコール飲料 |
|-------------|

（注1） 統計委員会答申（平成27年9月17日付け府統委第38号）により了承されたもの（5、6ページ参照）。

（注2） 調査品目の追加については、令和6年7月に軽微変更により承認済みであり、令和7年1月から調査開始している。

（注3） POS情報を活用する品目は、統計調査としては情報収集しなくなるため、本調査の調査対象品目からは除外される（これまでも、テレビ、カメラ、パソコン、プリンタ等について、POS情報を活用して収集している。）。

（参考）小売物価統計調査（動向編）の品目の選定基準（抜粋）

「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。

- | |
|---|
| 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

「**円滑な価格収集が可能**」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。

(参考) 小売物価統計調査(構造編)の品目の選定基準(抜粋)

構造編は、動向編を補完することにより、地域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(注) | 銘柄別価格調査(注) |
|------|---|---------------------------|--|
| 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 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 | 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 |

(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、直近の消費者物価指数におけるウエイト（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。
また、品目変更に係る調査員の事務負担を考慮した上で、調査目的を効率的に達成できるような品目を選定する。

(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ケースが多いと考えられる品目を除き、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。

(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： スーパーとそれ以外の店舗形態（一般小売店、量販専門店（ドラッグストア含む）等）で価格比較が可能な品目を選定する。
中分類ごとに、動向編の結果等で店舗形態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。

(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。

(注) 「店舗形態別価格調査」及び「銘柄別価格調査」については、令和4年1月以降においては、全てPOS情報等を活用した分析に移行している。

3. 主な変更内容（2）（品目の名称整理）

【動向編】

家計調査の設定品目に準じて財・サービス群を設定、表記する「上位品目」の区分を廃止（より詳細な「調査品目」の区分は存置）

（令和8年1月調査から）

（注）「上位品目」の区分については、平成27年度に、家計調査との対応関係を明確化して家計消費全体の網羅状況を示すこと等を目的として、従前の「調査品目」の区分を大括りにする形で調査計画の変更案が申請されたことから、統計委員会において審議した結果、品目の記載が抽象化することで実際の調査品目が不明確となり利用者の利便性が低下すること、品目変更の適切性を事前確認する手続の機会を確保する必要があることから、「調査品目」と「上位品目」を併記する形に調査計画を変更する必要がある旨、統計委員会から答申され、その内容で調査計画の変更を承認した。

しかしながら、現状、実査や調査結果の公表において「上位品目」の区分を使用する機会がなく、あえて調査計画に記載しておく必要性に乏しいとして、今般、廃止する方向で申請されたもの（家計調査とCPIにおける品目の対応関係は引き続き整理、公表）。

【参考：「上位品目」の区分設定に係る経緯】

| 家計調査 | 小売物価統計調査 | | | | | | (参考) CPI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|----------------|----------------------|---|-----------------|-----|-------------|-------|--|------|-----|--------|--|------|------|-----|-----|--------|------|--|-------|---|------|------|----|-----|------|-------|---|----|-----|------|-------|
| | (注) 品目は、家計調査で得た家計簿の特別集計結果から、選定基準（５ページ参照）に基づいて設定 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 調査計画 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | H27諮問前 | H27諮問 (変更案) | H27答申～ 現行 | | 変更案 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <table><tr><th>品目</th></tr><tr><td>食パン</td></tr><tr><td>その他のパン</td></tr></table> | 品目 | 食パン | その他のパン | <table><tr><th>調査品目</th></tr><tr><td>食パン</td></tr><tr><td>あんパン</td></tr><tr><td>カレーパン</td></tr></table> | 調査品目 | 食パン | あんパン | カレーパン | <table><tr><th>調査品目</th></tr><tr><td>食パン</td></tr><tr><td>その他のパン</td></tr></table> | 調査品目 | 食パン | その他のパン | <table><tr><th>上位品目</th><th>調査品目</th></tr><tr><td>食パン</td><td>食パン</td></tr><tr><td>その他のパン</td><td>あんパン</td></tr><tr><td></td><td>カレーパン</td></tr></table> | 上位品目 | 調査品目 | 食パン | 食パン | その他のパン | あんパン | | カレーパン | <table><tr><th>上位品目</th><th>調査品目</th></tr><tr><td rowspan="3">廃止</td><td>食パン</td></tr><tr><td>あんパン</td></tr><tr><td>カレーパン</td></tr></table> | 上位品目 | 調査品目 | 廃止 | 食パン | あんパン | カレーパン | <table><tr><th>品目</th></tr><tr><td>食パン</td></tr><tr><td>あんパン</td></tr><tr><td>カレーパン</td></tr></table> | 品目 | 食パン | あんパン | カレーパン |
| 品目 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 食パン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| その他のパン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 調査品目 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 食パン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| あんパン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| カレーパン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 調査品目 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 食パン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| その他のパン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 上位品目 | 調査品目 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 食パン | 食パン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| その他のパン | あんパン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | カレーパン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 上位品目 | 調査品目 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 廃止 | 食パン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | あんパン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | カレーパン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 品目 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 食パン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| あんパン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| カレーパン | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 家計調査と合わせる形に変更する案 | | 「調査品目」と置き換えではなく併記する形 | | 「上位品目」を廃止する形に変更 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

3. 主な変更内容（3）（使用する統計基準等の記載の変更）

調査計画においては、集計結果（CPI）を対象とした「経済指標に関する統計基準」も「使用する統計基準等」に記載

季節調整プログラムについて、プログラムの更新に伴い、「X-12-ARIMA」から「X-13ARIMA-SEATS」に記載を変更（季節調整の設定は従前と変更がないため、結果数値への影響はない。）
（令和8年1月調査から）

| 変更案 | 現行 |
|---|--|
| また、「季節調整法の適用に当たっての統計基準」に準拠し、 <u>X-13ARIMA-SEATS</u> により季節調整を行うとともに、季節調整法の運用に関する情報等をホームページで公表する。 | また、「季節調整法の適用に当たっての統計基準」に準拠し、 <u>X-12-ARIMA</u> により季節調整を行うとともに、季節調整法の運用に関する情報等をホームページで公表する。 |

（注）「X-13ARIMA-SEATS」は、「X-12-ARIMA」の後継として平成24年に米国センサス局から公開された季節調整プログラムであり、従来のX-12-ARIMAと同様の季節調整（X11コマンド）に加え、スペイン銀行により開発されたSEATSによる季節調整（seatsコマンド）を追加したもの。今回の小売物価統計調査については、X11コマンドによる季節調整を行うものであり、従来と方法は変わらない。

（参考）

「季節調整法の適用に当たっての統計基準」（平成23年3月25日総務省告示第96号）（抜粋）

- 季節調整法を適用する場合の手法
 - 季節調整法を適用する場合は、手法の適切性について国際的に一般的な評価を受けている手法を継続的に使用（X-12-ARIMA等）
- 季節調整法の適用に関する公表事項
 - 季節調整法の運用に関する情報（手法の名称、推計に使用するデータ期間等）を公表
 - オプション等の設定内容について重要な変更があるときは、変更の影響を併せて公表
- 手法を変更した場合の公表事項
 - 適用している手法を変更するときは、変更内容、変更理由及び変更の影響を、インターネットの利用等により公表

4. 前回答申（令和2年9月）の「今後の課題」への対応

| 令和2年答申「今後の課題」での指摘事項 | 対応状況 |
|---|---|
| ①POS情報等を活用する品目の拡大の検討 小売物価統計調査（動向編）の調査品目について、消費者物価指数の精度向上等に調査のリソースを集中させるためにも、POS情報等を活用する品目を拡大できないか、引き続き研究すること。 | <ul style="list-style-type: none">物価指数研究会等において専門家の知見を確認しながら検討しており、2025年基準から新しく「プリンタ用インク」及び「メモリーカード」について、POS情報等を活用する品目として追加する予定 |
| ②選定基準における品目の定義の検討等 品目の定義は、選定基準に大きな影響を及ぼすことから、統計精度の更なる向上を目指すためにも、調査の実施可能性を勘案しつつ、その基本的な考え方を含め継続的に検討すること。 また、小売物価統計調査（動向編）の調査品目の選定に当たっては、家計調査を補完する参考情報として業界統計やサービス利用者に対するアンケート調査結果等を一層活用すること。 さらに、近年増加しつつあるダイナミック・プライシング（変動料金制）等、デジタル化の進展に伴い変化する価格への対応についても継続して研究を進めること。 | <ul style="list-style-type: none">品目の定義については、本調査の実施可能性や消費者物価指数に及ぼす影響等を踏まえて検討し、消費者物価指数は家計調査の結果の実質化に活用されていることなどから、調査品目も家計調査の収支項目分類と整合をとる必要があると整理し、一部の品目を変更する予定調査品目の選定やウエイトの作成においては、従来、業界統計等も参照して検討しているほか、携帯電話通信料の指数作成における代表的な料金選定の検討や、ウェブスクレイピングによる価格収集及び消費者物価指数の作成方法の検討等に当たって、利用者アンケートの利用等を実施多様化する価格を的確に捉えるため、料金体系の変更等に関する情報収集を常時進めており、必要に応じて、消費者物価指数におけるモデル品目の計算方法を変更。令和6年度においては新たにダイナミック・プライシングに関する調査研究を実施 |
| ③構造編の在り方の検討 小売物価統計調査（構造編）は、現行の消費者物価地域差指数の利活用状況を踏まえつつ、その在り方について継続的に検討すること。 | <ul style="list-style-type: none">消費者物価地域差指数については、社会保険料等の算定に用いている厚生労働大臣が定める現物給与価額の算定において利用されていることを確認今後も現行の調査・集計方法を継続 |
| ④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中であるが、引き続き検討すること。 | <ul style="list-style-type: none">POSデータを活用した通常価格との差や実施頻度などの研究を学識経験者と共同で続けており、直近では令和7年3月に共同研究会合を開催するなど、継続的な研究を実施 |

5. 第Ⅳ期公的統計基本計画への対応

- 消費者物価指数の精度向上に係る各種課題について引き続き検討を行い、その結果を統計委員会に報告する。
- POSデータ、ウェブスクレイピングデータ等、既存の公的統計の中で活用されているデータについて、必要性や費用対効果等も踏まえ、活用の対象を拡大するなど、これらのデータ活用の横展開を検討する。

| 項 目 | 具体的な措置、方策等 | 担当府省 | 対応状況 |
|---|--|---------|---|
| 2 経済統計の体系的整備の推進 (1)経済構造を把握する統計の整備 | 消費者物価指数の精度向上に係る各種課題について引き続き検討を行い、その結果を統計委員会に報告する。 | 総務省 | 民営家賃や帰属家賃に係る精度向上に向けて、消費者物価指数の基準改定に合わせた家賃関数の推計に用いる説明変数の見直し等を行うほか、令和7年度に有識者や民間企業と連携したタスクフォースを立ち上げ、家賃データの活用に係る専門的事項について課題の整理等を行う予定 |
| 6 国民の支持・理解が得られやすい統計作成への取組 (1)報告者負担への配慮 | POSデータ（消費者物価指数、商業動態統計調査等）、ウェブスクレイピングデータ（消費者物価指数等）及び人工衛星データ（作物統計調査、SDGグローバル指標等）等、既存の公的統計の中で活用されているデータについて、必要性や費用対効果等も踏まえ、活用の対象を拡大するなど、これらのデータ活用の横展開を検討する。 | 総務省、各府省 | POSデータ、ウェブスクレイピングデータ等の活用対象の拡大について研究を実施（9ページ参照） |

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。

- 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 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 | 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 |

(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、直近の消費者物価指数におけるウエイト（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。

また、品目変更に係る調査員の事務負担を考慮した上で、調査目的を効率的に達成できるよう品目を選定する。

(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場合が多いと考えられる品目を除き、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

スーパーとそれ以外の店舗形態（一般小売店、量販専門店（ドラッグストア含む）等）で価格比較が可能な品目を選定する。

中分類ごとに、動向編の結果等で店舗形態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。

(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。