

調査実施者説明資料
(審査メモで示された論点への回答)

物価統計室

1 今回申請された変更について

(1) 調査対象の範囲の変更

ア 選定基準に基づく調査品目の変更等

(変更内容)

- ① 「小売物価統計調査（動向編）の品目の選定基準」に基づき、本調査（動向編）の調査品目の一部を廃止
 - ② POS情報を活用することに伴い、本調査（動向編）の調査品目の一部を廃止
 - ③ 家計調査の収支項目分類等を踏まえ、本調査（動向編）の調査品目の一部を名称変更
 - ④ 「小売物価統計調査（構造編）の品目の選定基準」に基づき、本調査（構造編）の調査品目の一部を廃止
- (①、②及び④は令和9年1月調査から、③は令和8年1月調査から適用)

(論点)

- a 本調査における調査品目及び銘柄、消費者物価指数の品目は、それぞれ統計目的、報告者負担、調査員の把握可能性及び国際分類等の関係でどういった観点が求められるものか。
- b これらの調査品目等について、本計画策定に至るまで、どのようなプロセス・スケジュールで決定され、調査品目等の相互間の対応関係はどのようになっているのか。それぞれの調査計画等との関係についても説明いただきたい。なお、家計調査の収支項目分類との対応関係については、本調査の調査品目は家計調査の収支項目分類と整合をとる必要があるとしているところ、調査品目によっては、家計調査の収支項目分類よりも細かい概念で設定されているものや、その反対に、家計調査の収支項目分類よりも大きな概念で設定されているものも見られる。このような調査品目設定の考え方についても説明いただきたい。
- c 動向編における調査品目の追加及び廃止に当たっては、選定基準（動向編）のi～iiiの掲げる基準に基づき判断することとされているところ、基準i～iiiへの該当性を判断するに当たり、どのような分析や各種情報の収集などの取組を行った上で、検討しているのか。追加及び廃止それぞれについて具体例を用いて、次の点も含めて説明いただきたい。
 - ・ 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ているとのことであるが、特別集計を行う際の設定に関する検討内容
 - ・ 選定基準における「「ii」消費者物価指数の中分類指数(※)の精度の向上及び代表性の確保に資する品目」の検討内容

※ 消費者物価指数は、品目別指数、中分類指数、10大費目指数等が公表されている

(回答)

a

本調査の調査品目及び消費者物価指数の品目を設定する際に求められる観点については、ILOの定める消費者物価指数に関する国際基準（消費者物価指数に関する決議（第17回労働統計家会議採択（2003年））を踏まえた上で、以下の【1】に挙げた3点を考慮する必要があると考えている。調査品目が抽象的なものとなっていると、調査実施者、調査結果利用者等にとって利便性が損なわれる可能性があるため、分かりやすい調査品目を設定することが必要だと考えている。

【1】

- ① 消費者物価指数の作成において、中分類内における代表性を家計調査の家計簿の記載内容の分析（特別集計）や関連業界の市場規模等で確認した後、中分類の精度向上に資するかを確認
- ② 調査品目候補の価格変動が既調査品目と同様でないか等を確認
- ③ 調査実施可能性の確認と社会通念上分かりやすい品目となっているかを確認

また、調査品目において実際に調査する銘柄を設定するに当たっては、以下の4点を考慮し、品質や機能の差を除いた純粋な価格変化を的確に把握するために設定している。なお、銘柄は市場における出回り状況を踏まえ、他の銘柄に見直しをする等柔軟に対応している。

- ・ その品目の価格変動を代表する銘柄（代表性）
- ・ 全国的に出回っている銘柄（市場性）
- ・ 継続して調査が可能な銘柄（継続性）
- ・ 調査員が識別しやすい銘柄（実地調査の容易性）

また、国際分類の関係では、調査結果の国際比較の観点からCOICOP分類を参考にしている（例：追加品目の「ペット保険料」等）。なお、集計においては、本調査の調査品目をCOICOP分類に格付け及び再集計を行い、月次でCOICOP分類指数を公表している。

なお、本調査は今後の課題として、調査品目の定義について、統計精度のさら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とされているところ。2025年基準改定においては、別紙1のとおり、家計調査の収支項目分類に整合させることと整理している。

b

本調査の調査品目は、原則、5年おきに実施する消費者物価指数の基準改定のタイミングに合わせて、調査品目の追加、廃止等を行っている。2025年基準改定に係るスケジュールは別紙2のとおり。

本申請に当たっては、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等から、調査品目も家計調査の収支項目分類と整合させる必要があると整理し、調査品目として設定した。

なお、調査計画書類（別表1）に記載する際は、担当者別に何を調査しているかを明確にするため、調査品目ごとに調査員調査品目、都道府県調査品目及び総務省調査品目を記載分けしているところ、③の調査品目の名称変更においても、以下のように類似の品目名となっている調査品目を一括りにするような記載とはしていない。

調査員調査品目	<ul style="list-style-type: none"> ・化粧水（カウンセリングを除く。） ・ファンデーション（カウンセリングを除く。）
総務省調査品目	<ul style="list-style-type: none"> ・化粧水（カウンセリング） ・ファンデーション（カウンセリング）

なお、家計調査の収支項目分類と現状の本調査の調査品目は必ずしも一致していないところ、以下の【2】の考え方のもと、調査品目を設定している。

【2】

●家計調査の収支項目分類よりも調査品目を細かく設定されているケース	
例：家計調査の収支項目分類 <ul style="list-style-type: none"> ・他のパン ・他の調味料 ・他の主食的調理食品 	小売物価統計調査の調査品目 →あんパン、カレーパン →合わせ調味料、パスタソース、香辛料 →冷凍米飯、調理パスタ、調理ピザ、無菌包装米飯、たこ焼き
細かく設定しているケースは、上記のような家計調査の収支項目分類の記載のままでは、何を調べているのか分かりづらいものをより具体的な品目にしていく。	
●家計調査の収支項目分類よりも調査品目が大きく設定されているケース	
例：家計調査の収支項目分類 <ul style="list-style-type: none"> ・鉄道運賃、鉄道通学定期代、鉄道通勤定期代 ・自動車保険（自賠責）、自動車保険（任意） ・固定電話通信料、携帯電話通信料 	小売物価統計調査の調査品目 →鉄道運賃 （家計収支項目分類で設定されている3品目はそれぞれ銘柄として設定し、各種調査している。） →自動車保険料 （家計収支項目分類で設定されている2品目はそれぞれ銘柄として設定し、各種調査している。） →通信料 （家計収支項目分類で設定されている2品目はそれぞれ銘柄として設定し、各種調査している。）
大きく設定しているケースは、細かく調査品目として設定しなくても調査するものが想定可能のため、ことさらに細かく設定していない。	

上記のとおり、調査品目は調査実施可能性と社会通念上の分かりやすさを考慮して設定しているところ、今回の申請においては、家計調査の収支項目との整合性の観点から改めて見直しを行い、家計調査の収支項目分類よりも調査品目が大きく設定されている品目については、家計調査の収支項目分類に整合させる形で調査品目の分割等を行った。

c

aにも記載したとおり、本調査の調査品目は、消費者物価指数の作成において、中分類内における代表性を家計調査の家計簿の記載内容の分析（特別集計）や関連業界の市場規模等で確認した後、中分類の精度向上に資するかどうか、調査品目候補の価格変動が既調査品目と同様でないか等を確認し、品目の候補を決定する。最後に、安定した価格収集の可否は結果精度に影響することから、調査の実行可能性も確認した上で決定している。特別集計での検討内容については以下のとおり。

（家計調査の家計簿の記載内容の分析～特別集計での検討内容）

- ・ 2020年基準改定（中間年見直し含む）で品目改廃を検討し、引き続き検討すべきと整理された品目（例：ヘッドホン・イヤホン 等）
- ・ 現行基準でウェイトが大きく動きが不安定な品目で、細分化することにより安定すると思われる品目（例：たこ焼き 等）
- ・ 新聞・雑誌等で最近支出が増えていると思われる品目（例：グミ 等）
- ・ 実査状況（家計調査、小売物価統計調査、家計消費支出の増減、店頭での商品陳列の変化、調査困難な品目等）を踏まえ改廃すべきと思われる品目（例：煮干し 等）

2025年基準改定においては、以下の「追加品目」及び「廃止品目」をそれぞれ選定しているところ。追加品目については、選定基準 i～iii をすべて満たしており、廃止品目については、選定基準 i を満たさなくなったものを主として、それぞれの品目固有の事情により廃止することとしている。追加若しくは廃止となる品目について、選定基準 ii に係る検討内容は以下の【3】のとおり。

（動向編調査品目の選定基準）

- i) 家計消費支出上、重要度が高い品目（特別集計を行った結果、万分比が1以上）
- ii) 消費者物価指数における中分類指数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

（追加品目）

（調査員調査品目・13品目）		
塩さば	パイナップル	香辛料
グミ	炭酸水	たこ焼き
ミートボール	ゼリー飲料	プロテインパウダー
ヘルメット	ヘッドホン・イヤホン	ヘアドライヤー
制汗剤		
（総務省調査品目・4品目）		
通信教育	ペット保険料	資格試験
カーリース		

(廃止品目)

(調査員調査品目・7品目)		
煮干し	はくさい漬	ビール風アルコール飲料※
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		
(調査員調査品目・2品目 (POSに移行))		
プリンタ用インク	メモリーカード	
(総務省調査品目・3品目)		
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」は「発泡酒」に統合することから、調査品目としては実質廃止となる。
なお、構造編の調査品目としても廃止となるが、構造編調査品目の選定基準 i) 動向編において通年調査をしている品目」を満たさなくなるため、廃止するもの。

【3】

選定基準 ii に係る検討内容 (追加品目)
<p>例1 たこ焼き ミートボール</p> <p>家計調査の調査結果で「調理食品」への消費支出が過去と比較して約20%増加していることから、本調査でも調査品目を追加することにより、「調理食品」中分類指数の精度向上が見込まれた。</p>
<p>例2 ゼリー飲料</p> <p>業界統計における市場規模の伸びを確認。また、商品剤型がゼリー状であることから原料、包装材の違いや、購入用途が既調査品目と異なることが想定された。そのため、既調査品目と異なる値動きをすることが見込まれるため採用することとした。代表性に申し分なく、既調査品目と異なる値動きが想定されるのであれば、「飲料」中分類指数の精度向上が見込まれた。</p>
<p>例3 パイナップル</p> <p>果物は冬期の調査品目数が若干少なくなる。そこで特別集計や卸売市場の取扱実績等を確認し、通年調査が可能と思われるパイナップルを追加。調査時期が限定されることの多い果物品目の中で通年調査できる品目を追加することで「果物」中分類指数の精度向上が見込まれた。</p>
<p>例4 炭酸水</p> <p>業界統計における市場規模の伸びを確認。なお、炭酸水は、ミネラルウォーターと原料が似ているため、両者の値動きについてPOSデータを使い比較し、価格変動時期に違いがあることも確認した。代表性に申し分なく、既品目と異なる値動きが想定されることから、「飲料」中分類指数の精度向上が見込まれた。</p>

選定基準 ii に係る検討内容（廃止品目）

例1 煮干し

特別集計で万分比が1未満であることが確認されており、水産物流通統計を確認してみても生産量は減少傾向だった。そのため、より万分比の大きい「塩さば」や「ほっけ」へ品目交替することで精度向上を目指した。なお、「塩さば」及び「ほっけ」のうち、調査実施可能性が比較的高かった「塩さば」を品目追加することとした。

例2 はくさい漬

はくさい漬は、容量を考慮した価格を調査しているが、具材と漬け汁の割合が商品により異なり、同一品質の調査が困難だった。品質が不安定な品目の調査続行は結果精度に影響するため、特別集計の万分比が1未満であったことから廃止することとした。

例3 ビデオソフトレンタル料

特別集計で万分比が1未満であることが確認されており、映像ソフト市場においては、有料動画配信が市場の大宗を占め、ビデオレンタルの規模が小さくなってきていること、また、調査店舗の廃業等も見受けられ、安定した価格収集が困難となっていた。安定的な価格収集が困難なものは品質調整が頻発し、変則的な動きとなる可能性が生じる。市場規模や消費者支出割合の小ささからも、ビデオソフトレンタル料を、「教養娯楽サービス」中分類指数を代表する品目とし続けることは困難と判断し、廃止することとした。なお、消費支出が少ない（＝ウエイトが小さい）ことから、当該品目廃止による中分類指数への影響がほとんどないことも確認済。

例4 女性用帯

特別集計で万分比が1未満であることが確認されており、業界統計でも市場規模が縮小傾向だった。また、家計調査「和服」自体の消費支出（2023年結果）も少なく、女性用帯品目のウエイトが1未満となることも想定された。ウエイト1に満たないと想定される女性用帯を、「衣料」中分類を代表する品目とし続けることは困難と判断し、廃止することとした。

以上のとおり、選定基準 ii については品目ごとに情報収集等を行い、選定基準に合致しているか検討している。

なお、今後の調査品目の設定については、①消費者物価指数の精度向上、②調査実施環境の悪化への対応の両立を視野に、別紙3のとおり、POSデータを活用した検証及びさらなる活用について検討することとしている。

(1) 調査対象の範囲の変更

ア 選定基準に基づく調査品目の変更等

(論点)

- d POS情報等を活用する調査品目については、どのような検討を行い、最終的に今回、活用する調査品目を選定したのか。その際、どういった考え方により、POS情報等を用いない他の調査品目と区別して活用の可否を検討、判断しているか。実際にPOS情報を活用して問題は生じないか。
- e POS情報等の活用について、消費者物価指数の精度向上、代表性の確保等に寄与する観点から、特に同一の調査品目においても価格の変動が多様な銘柄が含まれるもの等を中心に、さらに調査品目を拡大する余地はないか。

(回答)

d

POSデータを活用するためには以下のとおり要件が挙げられる。

- ・毎月の公表スケジュールに間に合うこと
- ・調査の継続性の観点から競合他社が存在すること（複数社が提供している品目であること）
- ・ヘッドニック法を始めとする品質調整方法（品質の差による価格の変動を除去し、同一の品質のもので時点間による価格差のみを測定するための方法）が確立されていること
- ・POSデータ購入に係る予算が準備できていること
- ・POSデータを活用することによって調査員の負担軽減になり、上記POSデータ購入のコストを回収できること

これらの要件が適合した場合にはPOSデータの活用を推進すべきと考えており、まずは教養娯楽用耐久財（いわゆる黒物家電）からPOSデータを活用し始めている。

今回、POSデータを活用する品目とした、プリンタ用インクやメモリーカードについては、品質調整を含む指数作成方法を物価指数研究会に諮り、構成員に了承いただいたところである。

白物家電や食料等については、これらの要件を満たすためには課題も多いものと想定されるが、今後検討を進めていきたい。

e

小売物価統計調査（構造編）の関連分析として「民間データを用いた店舗形態別価格等に関する分析」を公表しており、その中でPOSデータを使用して商品規格別価格の分析を行っている。POSデータによる調査品目としての活用可否についても分析を行うことで、POSデータを活用した品目の拡大に向けて検討を進めていきたい。

(1) 調査対象の範囲の変更

ア 選定基準に基づく調査品目の変更等

(論点)

f 名称を変更する調査品目はどのような基準で選定されているのか。調査品目の名称を変更することにより、調査の実施や利活用で影響は生じるか。

(回答)

f

本申請において名称を変更する調査品目は、これまで、家計調査の収支項目分類の品目と本調査の品目の単位が合致していなかったものについて、消費者物価指数が家計調査の実質化等に利用されることから、本調査の調査品目についても家計調査の収支項目分類と整合させることが望ましいと考え、変更することとした。

なお、調査品目の名称を変更することによる調査の実施及び利活用に影響はない見込み。

(1) 調査対象の範囲の変更

イ 品目の名称整理

(変更内容)

- ① 調査計画において、家計調査の収支項目分類に準じて財・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）
- ② 品目の名称整理に伴い、調査期日における「上位品目」の名称に係る記載を変更（令和8年1月調査から適用）

(論点)

特になし

(2) 使用する統計基準等の記載の変更

(変更内容)

季節調整プログラムを更新することに伴い、調査計画の記載を「X-12-ARIMA」から「X-13ARIMA-SEATS」に変更（季節調整の設定自体は従前と変更がないため、結果の数値への影響はなし）
（令和8年1月調査から適用）

(論点)

- ・ 今回の調査計画の変更を行っても、季節調整の設定自体は従前と変更がないため、結果数値への影響は生じないとされているが、具体的にどのような手法により、季節調整を行うことを計画しているのか。

(回答)

別紙4のとおり

2 令和2年答申における「今後の課題」への対応状況

(1) POS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。

(審査状況)

本課題については、前記1（1）ア②に係る審議の中で確認することとしたい。

2 令和2年答申における「今後の課題」への対応状況

(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。

(審査状況)

ア 本課題のうち、品目の定義及び調査品目の選定については、前記1（1）ア①に係る審議の中で確認することとしたい。

(論点)

- ・ 多様化する価格を的確に捉えるための情報収集として、どのようなものを行っているのか。また、令和6年度に実施した調査研究の結果はどのようになっているか。

(回答)

多様化する価格を的確に捉えるための情報収集としては、携帯電話通信の使用実態に関する調査研究や商品別販売情報等データ利用サービスの利用が挙げられる。

前者は、「携帯電話通信料」指数の最適なモデルケースの検討のため、日本国内の最新の携帯電話通信の使用実態及び近年の通信料プランの動向などを把握し消費者物価指数の精度向上に資するものである。

後者は、小売店舗のPOSデータを集計して得られた商品別販売情報を即時に取得し、消費者により近い小売店舗における直近の売れ筋商品の販売状況について把握することで、従来から利用してきた情報（民間研究機関の調査結果、主要メーカー等からのヒアリング）を補完し、基本銘柄選定業務の精度向上を図るものである。

そのほか、令和6年度に実施した「ダイナミックプライシング調査研究」の結果について、別紙5のとおり、報告書のダイジェスト版を提示する。

2 令和2年答申における「今後の課題」への対応状況

(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。

(論点)

- ・ 構造編について、統計リソースの集中化という観点から、構造編に代替し得る情報の利用等、将来的な見直しの余地はあるか。

(回答)

- ・ 厚生労働大臣が定める現物給与価額の算定や地域別最低賃金を改定する際の基礎資料としての利用が今後も見込まれることから、これまでと同様の統計作成が必要であると考えます。
- ・ 構造編（地域別価格調査）は、動向編の調査地域以外の調査市を指定し、地域により価格差が見込まれ、かつ、家計消費支出のウエイトが大きい品目・銘柄を選定して調査している。動向編に加えて構造編の調査価格を用いることで都道府県・10大費目別の地域差指数の精度が確保されるものであり、他の情報による代替は難しい。

2 令和2年答申における「今後の課題」への対応状況

(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。

(論点)

近年の共同研究においては、具体的にどのような研究を行っているか。また、本調査において、これまでの共同研究の成果をどのように活用していくことを検討しているか。

(回答)

大きな災害等（2011年3月の東日本大震災、2020年3～6月のコロナ禍第一波）があった時期を含む、2010年1月から2022年12月までの食料の日次POSデータを用いて分析を行い、物価変動の観察に用いる価格について研究している。今後は、その他の品目や2023年以降のデータを利用して、特売価格の把握に関する研究を進めていく。

3 第IV期基本計画への対応状況

第IV期基本計画においては、表3のとおり、本調査に関する検討課題が掲げられている。

表3 第IV期基本計画における課題

項目	具体的な措置、方策	担当府省	実施時期
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	令和5年度(2023年度)から実施する。
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	令和5年度(2023年度)から実施する。

(審査状況)

ア このうち、「消費者物価指数の精度向上に係る検討」について総務省は、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としている等、対応を継続していることから、今後どのような検討を行うのか確認する必要がある。

イ また、「POS情報等の活用対象の拡大等の検討」については、前記1(1)ア②に係る審議の中で確認することとしたい。

(論点)

- ・ 消費者物価指数の精度向上の観点から、今後どのような検討を進めていくのか、ご説明いただきたい。

(回答)

現在、POSデータを利用した調査品目の拡充についての検討や、特売価格の把握に関する研究等、様々な検討を進めているところ、そのうち「民営家賃」指数については、現状、小売物価統計調査の家賃調査で得られた結果を使用しているが、調査事務負担の増加や、新築物件の補足が困難であることから、家賃データタスクフォースを開催し、賃貸住宅管理会社から提供していただく家賃データを用いて、家賃指数の試算等について研究を実施することとしている。今後、以下の内容を検討する予定である。

- ・ 各社データの地域ごとのばらつき等の検証
- ・ 現行のCPI方式（単純平均）による家賃指数の試算
- ・ ヘドニック法による家賃指数の試算

小売物価統計調査における 調査品目の基本的な考え方について (統計委員会の検討課題への対応)

総務省統計局
物価統計室

選定基準における品目の定義の検討等（品目の定義）

経緯

- 小売物価統計調査では、前回の消費者物価指数2020年基準改定に合わせて、調査品目や調査方法の見直しのため、統計委員会に調査計画変更について諮問し、答申に以下の検討課題を付されているところ

検討課題（抜粋）

（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。

（略）

小売物価統計調査における調査品目の見直し

- 消費者物価指数の計算に採用する品目については、新たな財・サービスの出現や嗜好の移り変わり等による消費構造の変化を反映させるため、原則、5年に1度の基準改定時に見直しを実施。
- このため、消費者物価指数の元データとなる小売物価統計調査の調査品目についても基準改定に合わせて見直しを実施。
- 新たな品目の追加の可否については、家計消費上の重要度等を勘案するとともに、実査可能性を確認した上で判断することとなる。
- 2025年基準改定における追加品目の選定基準やその適用に当たっての考え方については従来と同様※とする（次ページ以降参照）。

※選定基準は、2015年基準改定時の統計委員会諮問審議において、小売物価統計調査（動向編）の品目選定基準として、消費者物価指数の精度確保を前提としたものとして適当と判断されたところであり、2020年基準改定にも適用している。

選定基準における品目の定義の検討等（品目の定義）

- ・消費者物価指数について国際労働機関（ILO）が国際基準を定め、国際的なマニュアルを作成
- ・日本も、他の主要国と同様に、この国際基準とマニュアルに準拠

CPIマニュアル2004（消費者物価指数マニュアル：理論と実践）（抜粋）

第2章 消費者物価指数の使用

- ・物価指数と支出系列の間の整合性

2.24 価格について収集されたデータと世帯支出について収集されたデータとは、実質消費を計測する場合、相互に整合的ではない。このことに要求されることは、両者のデータ集合は、同じ財及びサービスの集合を対象とし、同じ概念と分類を使うべきであるということである。

世帯の支出との整合性を求められている

→ CPIの品目は、家計調査の収支項目分類と基本的に同じ概念を用いることが望ましいと考えられる。

第3章 概念と範囲

- ・消費支出分類のための基準

3.146 分類は、トップダウン接近方法を使って、経済理論又は利用者の必要要件に従って考案されるであろうが、実際には、統計作成者が個々の生産物についてデータを収集し、次いで分類体系に従って合算する(ボトムアップ適用)。

- ・消費者物価指数のための分類

3.159 今日でも推奨される仕方は、最上位レベルでは目的別分類を、下位レベルでは生産物分類を用いることであるが、できるだけ最近開発された国際基準分類を必要に応じて当該国の必要要件に合致させながら用いることである。

- ・公表のレベル

3.16 先に述べたように、公表された指数分類の再構築は利用者に不便を掛ける。再構築は、最初の段階での慎重な分類体系の計画と開発によって、できるだけ避けるべきである。生産物の指数及びウェイトに関してできるだけ利用者が望む詳細さを提供することと、公表系列に明白な影響を与えないで(非公表の)下位レベルを再構築する裁量を残すこととの間には綱引きの関係がある。

第4章 支出ウェイトとその出所

- ・消費者物価指数のウェイト構造

4.5 基本合算項目は、通常は支出データがウェイトとして使われるために入手できる最小の財・サービスの集団である。

選定基準における品目の定義の検討等（品目の定義）

調査品目と家計調査の収支項目分類との関係

・家計調査結果を実質化する際にCPIが使用されており、収支項目分類の品目単位で実質化を行っている。

● 「パン」での実質化の例

家計調査 収支項目分類

大分類 1 食料

中分類 1.1 穀類

小分類 1.1.2 パン

品目 120 食パン ← CPIの「食パン」の数値で実質化

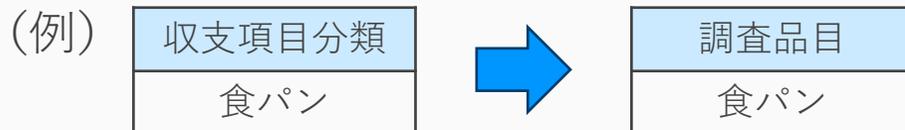
129 他のパン ← CPIの「あんパン」及び「カレーパン」の数値で実質化

・「他の○○」のような概念の大きい分類の場合、当該分類を代表する調査品目を設定。例えば、家計調査の「他のパン」では、CPIの「あんパン」と「カレーパン」を当該分類を代表する調査品目として設定。

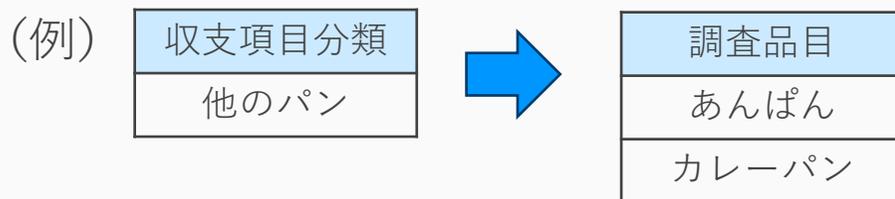
選定基準における品目の定義の検討等（品目の定義）

（参考）調査品目の基本的な考え方

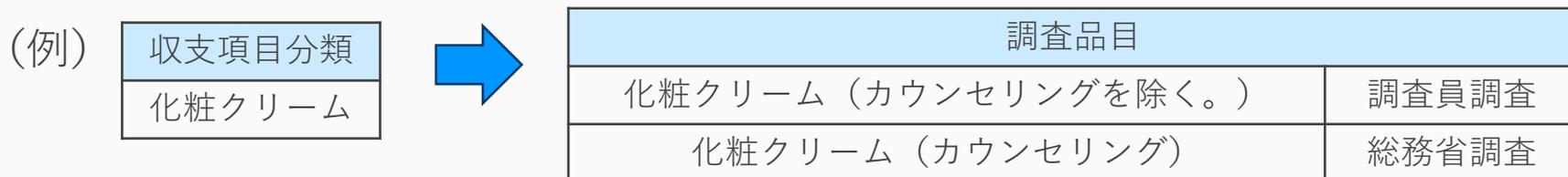
○原則、家計調査の収支項目分類の品目単位に準じて設定



○家計調査の収支項目分類の品目の概念が「他の○○」など大きい場合は、家計簿の特別集計において集計が可能な単位で集計し、円滑な調査が可能な社会通念上認識が容易な単位で調査品目を設定（対応する収支項目分類の範囲内で品目を設定）



○調査の設計上等により、品目をかき分ける必要がある場合などは、収支項目分類よりも細かい概念で品目を設定



- 小売物価統計調査については、それぞれの品目のカバレッジと実際に調査している品目の基本銘柄との関係について、代表性を精査し精度向上に資するべきとの問題意識が示されているところ
- 今後の調査環境の悪化に対する方策にも鑑み、まずは P O S データを活用した品目ごとの指数の動向等について検証を行い、将来の改善案検討のための基礎資料とする

検証内容（案）

- P O S データが活用可能な品目のうち、P O S データから基本銘柄と合致したものが抽出可能なものを選定
- 品目定義全体をカバーするデータと基本銘柄のみのデータとの間で、指数値の動きの違いを検証
- 指数値の動きにおいて乖離の大きな品目の属性（上位の分類ベースでどこに属するか、主にどのような形態の店舗で調査しているか等）の類型化の実施など、P O S データのさらなる活用について検討



将来の指数精度の向上と調査実施・指数作成に係るリソースの有効活用の両立を目指し、今後の品目定義等の在り方に資する研究とする

消費者物価指数における季節調整用ソフトウェアのバージョンアップ対応（案） － X-12-ARIMA から X-13ARIMA-SEATS への切替え －

1. 背景と目的

消費者物価指数の季節調整値の作成に用いている X-12-ARIMA の提供は既に終了しており、現在の最新ソフトウェアは X-13ARIMA-SEATS（2013 年から提供開始）となっている。X-13ARIMA-SEATS は、X-12-ARIMA に機能の拡充がなされたものであり、これまでの X-12-ARIMA と同様の季節調整を行うことが可能である。

本稿では、X-13ARIMA-SEATS への切替えに向けて、X-13ARIMA-SEATS による季節調整値と公表値（X-12-ARIMA）の比較を行い、両者の差を検証した。

2. 試算の概要

ソフトウェアの切替えに伴う結果数値への影響を検証するため、X-13ARIMA-SEATS を用いて、以下のとおり季節調整値の試算を行った。

- ・使用したソフトウェア： X-13ARIMA-SEATS (Version 1.1 Build 58)
- ・対象系列：季節調整値の公表を行っている全 13 系列[※]
- ・原系列の期間：2010 年 1 月～2024 年 12 月
- ・事前調整パート：2024 年 12 月改定で適用した ARIMA モデル及び回帰変数を設定
- ・季節調整パート：X-11

※（総合、生鮮食品を除く総合、生鮮食品及びエネルギーを除く総合、財、サービス）×（全国、都区部）：10 系列
（総合、生鮮食品を除く総合、生鮮食品及びエネルギーを除く総合）×全国（連鎖）：3 系列

3. 試算結果

X-13ARIMA-SEATS による季節調整値の指数及び前月比を公表値と比較すると、微小な差が存在するものの、表章単位（小数第 1 位）では、全 13 系列において、試算値と公表値の間に差違はみられなかった。

4. 今後の対応

2025 年基準の季節調整値の作成から、X-13ARIMA-SEATS への切替えを行うこととしたい。

ダイナミックプライシングに 関する調査研究について (概要)

令和7年7月4日
物価統計室

背景と目的

- 小売物価統計調査及び消費者物価指数（CPI）において国民の消費生活上重要な品目の価格を調査
- 価格調査は月1回（生鮮商品の一部については月3回）行い月次の結果として公表
- 一部品目はウェブスクレイピング（以下「WS」と表記）やPOSデータを利用した価格の把握を進めている
- 近年、ダイナミックプライシング（以下「DP」と表記）と呼ばれる柔軟な価格設定が広まりを見せている



DPの動向を把握し、物価統計の品質向上のため基礎資料を得ることを目的に調査研究を実施

調査研究の枠組み

【受託者】 デロイト トーマツ リスクアドバイザー合同会社

【期間】 令和6年11月1日 ~ 令和7年3月21日

【内容】

市場調査（DP実施業者に対するアンケートまたはヒアリング調査）

文献調査（DPの仕組み・手法や事例に関する、主に国内の取組を分析した論文の概要調査）

【対象品目】

航空運賃、宿泊料、外国パック旅行費、プロ野球観覧料、テーマパーク入場料、電気代

WSによる調査品目の他にCPIにおけるウエイトやDPの普及度合いを勘案して6品目を選定

【本調査研究におけるDPの定義】

予約時期・利用時期・需要予測・残数等、時間によって変化する要素に応じて価格を変化させること

特に1日ごとのような高頻度で価格変更されるものを想定

市場調査で得られた各品目の適用対象、導入と効果、DPの仕組みについて概要を説明

適用対象 DPが普及しており、普通/PEX/包括運賃のそれぞれで適用が見られる

- 航空券（機内食等の付帯サービス含む）の販売価格に適用
 - 普通運賃（消費者が航空会社から直接購入する正規運賃。フレックス運賃とも）
 - PEX運賃（消費者が航空会社から直接購入する割引適用運賃。搭乗〇日前までの予約で割引など）
 - 包括運賃（旅行代理店が航空会社から航空券を一括で仕入れる際の卸売り価格）

導入と効果 価格調整で需給をコントロールし、空席を最小化するためにDPを活用

- 導入目的のうち、「売上最大化・収益向上」は今回ヒアリングした社に共通
- 公共交通機関として利用者に最大の輸送キャパシティを提供するという使命感から、売上最大化よりも、できる限り空席を発生させない（空席最小化）という方針
- 価格等への影響については各社で意見が異なったが、混雑分散・需給調整には一定の効果があったと認識
- 過去データ（前年実績等）をベースに予測するため、過去データまたは予測日に特殊要因（イベント等）があると予測が困難

仕組み 価格ではなく需要を予測し、需給状況に応じた「クラス」の航空券を選択

- booking classと呼ばれる運賃種別を作成、全く同じ出発日・出発時刻・発着地・座席グレードの航空券について、高額なクラスから、低額なクラスまで値段が少しずつ異なるバージョンを数十種類用意
- 予測需要と供給可能量（残席数）のバランスから、事前に定義された対応するクラスを選択
- 在庫はクラスごとに管理され（総座席100席のうちAクラスが15席、Bクラスが20席、…）現在販売しているクラスが完売すると自動的に次に安いクラスに切替
- 需要予測及び供給可能量として以下のデータを利用
 - 需要予測：過去販売データ、日付・祝日・季節等のカレンダー要素、周辺イベント、他社の割引等
 - 供給状況：残席数

適用対象 代理店は宿泊施設の提示価格をそのまま反映、DPかは宿泊施設による

- 旅行代理店で国内宿泊の手配旅行（航空券や宿泊施設などの予約を代行）の価格に適用
- 基本的に宿泊施設が提示した価格に一定の手数料を上乗せした価格を顧客に対して提示
- 宿泊施設がDPを導入していれば、旅行代理店の価格もDP

導入と効果 2022年頃から導入拡大し、旅行代理店側でもシステム対応

- 2020年の新型コロナウイルスの流行と旅行業界への打撃を契機として航空・宿泊各社でDP導入
- 旅行代理店に対する卸売価格にもDP適用が増えたため、旅行代理店側でもDPへ対応
- 旅行代理店としては、宿泊施設が提示するDP適用価格を顧客提示価格に反映することで、価格変動リスクを自社から顧客に転嫁し、収益を安定させることが可能
- 宿泊施設のDP導入に伴い、旅行代理店の国内宿泊の手配旅行の単価も上昇傾向
- 旅行代理店の手数料は宿泊料の一定割合であるため、販売額上昇に伴い手数料収入も増加

仕組み 大手チェーンを除き、ベンダーがアルゴリズムを提供している

- 旅行代理店では、宿泊施設の提示価格に一定の手数料を上乗せした価格を顧客に対して提示
- 変更頻度や基準価格設定（上限下限等）は宿泊施設による
- 宿泊施設と連携した宿泊商品の販売開始から売れるまで、基本的にいつでも価格が更新され得る
- 大手チェーンを除き、DPアルゴリズムを自社開発できるホテル・旅館は少なく、多くはダイナミックプライシング専門ベンダーやホテル向けレベニューマネジメントシステムベンダーのアルゴリズムを利用
- アルゴリズムにより異なるが概ね以下のデータを利用
 - 予約状況・自社在庫（残り部屋数）、過去販売データ（前年同月の販売動向などを機械学習して今年のを予測）、カレンダー要素（季節、月、日、曜日等）、周囲の関連イベント（スポーツ大会、祭り、花火大会等）、競合価格
- 宿泊施設は地域内での競争が激しく、DP導入済の他品目と比較しても競合価格が強く意識されている

適用対象 航空券・ホテル調達費のDP変動分を転嫁し、企画料でもDPを実施

- 価格は概ね「①交通手段の調達価格 + ②宿泊先の調達価格 + ③企画料 + ④旅行保険料」で決定
- ①（主に航空券）は多くの航空会社が旅行代理店への卸売りの際にDPを適用しており、旅行代理店はDPが適用された航空券価格を外国パック旅行価格に転嫁
- ②は海外ホテルでは宿泊料へのDP導入が進んでおり、旅行代理店はDPが適用された宿泊料を転嫁
- ③は各社対応が異なり、固定価格やマークアップ（パック旅行代金の一定割合）で算出している会社もあれば、DPを適用し需要・売行予測に応じて企画料を変動させている例も見られる

導入と効果 企画料のDPにより顧客単価上昇または販売数量増を通じた売上増

- 新型コロナウイルス流行を契機に航空・宿泊各社でDP導入→旅行代理店でも2022年から導入拡大
- 導入目的としては以下の4つが挙げられる
 - 価格転嫁：航空会社・宿泊施設がDPを導入したため、その変動分を転嫁するためにパック旅行商品でもDP導入
 - 売上最大化：需要が高い出発日の価格を上げて収益性を高める、企画料DPで競争力のある価格を提示し販売数量増
 - 繁閑の平準化：平日出発のパック旅行を値下げし、休日に集中している販売を平準化
 - 価格設定業務の自動化・効率化：AIを用いたDPにより個別に企画料等を検討する業務を削減
- 販売チャネルの多様化、顧客行動の変化、コロナショックとその反動といった要因が重なり正確なデータの取得が難しいことによる需要予測の難しさ、価格競争の激化を課題として挙げている

仕組み 予約状況、過去データ、カレンダー要素等を基に需要予測・DPを実施

- 航空・宿泊の調達部分については航空会社・宿泊施設の提示価格をそのまま反映
- 企画料のDPを実施する場合、主に下記のデータを利用して需要予測を行い、需要に応じた価格を設定
 - 予約状況・自社在庫（パックツアーの残り参加枠数）、過去販売データ（過去の販売動向などを機械学習して今年の需要を予測）、カレンダー要素（季節、月、日、曜日等）、周囲の関連イベント（大会、祭り、花火大会等）
- 先行きの需要の予測はかなり難しく、予測日が先になると価格の予測精度は大きく落ちる

適用対象 DPが利用されるが券種や販路等により適用有無は細かく異なる

- プロ野球観覧チケットにDP適用、以下の条件により適用有無は異なる
 - 試合：オープン戦、ペナントレース等全てに適用
 - 主催：ホーム側が価格、DP適用有無を決定
 - 席種：基本的には全てに適用するが、招待席等一部例外あり
 - 券種：単日券に適用、シーズンシートには適用されない
 - 販路：球団からの直接購入には適用、外部販路には適用されないことがある

導入と効果 DP導入によりプロ野球チケットでは顧客単価の上昇が確認されている

- 収益最大化を導入目的とし、各球団で顧客単価の上昇を確認、優勝がかかった試合などでは高額でも購入したいというファンが多く、希少性・非代替性が価格上昇に寄与
- チケット販売数（観客動員数）の増加は確認されていない
- 日別の混雑分散は見られないが、DPで変動した価格水準に応じた購入席種の変更は見られた

仕組み 販売開始前に基準価格が公示され、そこから価格を変動させるDPを実施

- 試合・席種ごとに基準価格が設定・公開され、基準価格を初期価格としてDPにより日々価格を変動
- 基準価格が最安値（希望最低価格）であり、一時的に下落することはあるが、DPの変動は上方バイアス
- 価格そのものではなく、当日の需要を予測することで価格を決定
- 販売状況データ、過去販売実績データ、カレンダー要素、天候などに基づいて需要を予測
- プロ野球に固有の要素として対戦相手チーム、出場選手、ペナントレースへの影響度（優勝がかかっているなど）、試合の組み方（連戦かどうか、連戦の何日目かなど）試合当日のイベント（来場者プレゼントなど）なども需要予測モデルに組み込まれている

適用対象 入場料へのDP適用が進んでいるほか、優先搭乗パスに適用する例も

- テーマパークの入場料（入場券の料金）にDPを適用する例が見られる
- 入場券以外ではアトラクションの優先搭乗パスや、駐車場料金にDPを適用する例が見られた
- 年間パスポートについてはDPの事例は確認されなかったが、繁忙期にも入場できる年間パスポートと繁忙期には使えない（除外日がある）年間パスポートで価格差を付け、混雑調整を図っている事例が見られた

導入と効果 体験価値を保つためにDPを来場者数制御ツールとしても活用

- 供給できる商品・サービス量とお客様の需要のバランス調整（混雑解消等）という目的は各社共通
- 来場者数が多すぎると園内での体験価値が損なわれ、顧客満足度の低下とリピーターの喪失につながるため、来場者数の適切な制御が必要であり、そのためのツールとしてDPを活用
- 課題としてDP提示価格の精緻化が挙げられた。テーマパークの場合、収容可能人数の目安はあるものの、航空座席・ホテル・野球観覧席のように供給量が厳密に決まっていたり、顧客と座席・部屋等が一对一で紐づいている訳ではないため、精緻なDPの実施が困難

仕組み DPで一度価格を設定した後は価格を変動させないことが特徴的

- 2～3か月先までの開園日について日別に混雑度を予測し、混雑度に応じた価格を価格テーブル（4～6段階程度）から選択することで価格を設定
- 設定された価格はウェブサイト等で公表され、一度公表された価格は原則として変更されない
- 入場日のみが価格に影響を与え、購入時点はいつであっても価格は変わらないことが特徴
- 価格そのものではなく当日の需要を予測し、予測需要に対応した価格を価格テーブルから選択
- 需要予測・価格設定のために利用されるデータ
 - 過去販売データ、カレンダー要素（季節、月、日、曜日等）、イベント、競合価格、政府統計、顧客属性

適用対象 従量料金部分でDPの適用があるもののDP適用プランは全体の一部であり、限られた事業者のみにおいて実施

- 一般的な料金体系は料金 = 基本料金 + 従量料金 + 再生可能エネルギー発電促進賦課金
- 使用電力量に応じた料金が請求される従量料金部分においてDPが適用され得る
- 従量料金部分にDPが適用される契約プランは数ある契約プランの一部
- ほぼ全ての購入者に対し避けようなくDPが適用される航空、宿泊、旅行、プロ野球、テーマパーク等の他のDPとは異なる

導入と効果 2016年4月の電力自由化を契機として主に新電力でDPが導入

- 電力の完全自由化を契機とし、新電力と呼ばれる電力小売事業者が、電力卸売市場（日本卸電力取引所、以下「JEPX」と表記）での電力調達価格に連動する電気代DPを提供
- 大手電力会社の場合、価格変動（上昇）による需要抑制を通じ電力需給逼迫を回避することが目的
- 新電力の場合、JEPXでの調達価格 + 利幅を従量料金に反映することで安定した利幅を得ることが目的
- 電力DPは比較的新しい試みであり、売上や価格・電力消費量への影響について詳しい検証は得られてない

仕組み 30分単位で変動するJEPXの卸売電力価格が小売電力価格に反映

- JEPXで購入した電力を小売りするもので、JEPXの価格変動を小売価格（従量料金）に反映している
- JEPXでは30分毎に価格が付くため、最短で30分毎に価格が更新
- JEPX調達価格に自社の販売コスト・利益を乗せて価格を算出
- 価格変動部分はJEPXの取引価格であり、電力小売会社が何らかのアルゴリズムを用いて価格変動（DP）を算出している訳ではない
- 各社は電力需給に影響する季節、曜日、時間、天候・気温を用いてJEPXの価格予測を行う

まとめ

- 基本的には需要を予測し、それに応じた価格を設定
- DPにおける価格設定には需要予測が重要な要素だが予測日が先になるほど困難
- 需要予測には在庫、過去実績、カレンダー、イベントに加え、各品目ごとの固有の要素を用いる

品目	適用対象	導入と効果	仕組み	特色
航空運賃	航空券（機内食等の付帯サービス含む）の販売価格	空席最小化と売上最大化を目的とし導入、需給調整には一定の効果	価格ではなく需要を予測し、需給状況に応じた「クラス」の航空券を選択	公共交通機関として売上最大化よりも空席最小化を目的
宿泊料	旅行代理店の国内宿泊の手配旅行価格（宿泊施設の提示価格）	旅行代理店としては、価格変動リスクを自社から顧客に転嫁し、収益を安定	下記要素を考慮したベンダーのアルゴリズム⇒在庫、過去、カレンダー、イベント、競合価格	需要予測に競合価格を強く意識
外国パック旅行費	航空券、宿泊料分にはそれぞれDPが適用され、代理店の企画料にもDP適用	価格転嫁、売上最大化、繁閑の平準化、価格設定業務の自動化を目的とし、繁閑の平準化等で一定の効果	航空・宿泊の調達部分は各社の提示価格、企画料は下記要素を考慮した需要予測によるDP⇒在庫、過去、カレンダー、イベント	コロナショックとその反動による需要予測の難しさ
プロ野球観覧料	プロ野球観覧チケットの価格（条件による適用有無）	収益最大化を導入目的とし、各球団で顧客単価の上昇を確認	試合・席種ごとに基準価格（希望最低価格）を設定、需要予測によるDP、変動は上方バイアス 在庫、過去、カレンダー等の他にプロ野球固有の要素	固有の要素：対戦相手、出場選手、ペナントレースへの影響度、試合の組まれ方、当日のイベント
テーマパーク入場料	入場料	需給バランスを調整し顧客満足度を高めるために導入、混雑分散には一定の効果	混雑度を予測し、混雑度に応じた価格を価格テーブル（4～6段階程度）から選択することで価格を設定	一度公表された価格は原則として変更されない＝購入時点による価格変動なし
電気代	使用電力量に応じた料金が請求される従量料金部分	価格変動による需要抑制を通じ電力需給逼迫を回避、安定した利幅の確保が目的	価格変動部分は30分単位で変動するJEPXの取引価格 季節、曜日、時間、天候・気温を用いてJEPXの価格予測を行っている	比較的新しい試みであり、売上や価格・電力消費量への影響について検証は得られてない