

第134回サービス統計・企業統計部会 議事録

1 日 時 令和7年7月4日（金）14:58～16:41

2 場 所 総務省第2庁舎7階中会議室及び遠隔開催（Web会議）

3 出席者

【委員】

菅 幹雄（部会長）、松村 圭一、白塚 重典

【臨時委員】

成田 礼子、宮川 幸三

【専門委員】

滝澤 美帆

【審議協力者】

東京都、埼玉県

【調査実施者】

総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室：森本室長ほか

【事務局（総務省）】

阿南大臣官房審議官

統計委員会担当室：谷本室長、赤谷次長、松井政策企画調査官

政策統括官（統計制度担当）付統計審査官室：越審査官、川原調査官ほか

4 議 題 小売物価統計調査の変更について

5 議事録

○菅部会長 それでは定刻となりましたので、ただ今から第134回サービス統計・企業統計部会を開催します。委員の皆様におかれましてはお忙しい中、御出席いただきありがとうございます。経済センサス、経済産業省企業活動基本調査に引き続きの審議となりますが、よろしくお願いいたします。

部会の構成につきましては参考1として名簿をお配りしておりますが、今回の審議では白塚委員にも参加していただきます。本日は私と白塚委員、松村委員、宮川臨時委員以外の皆さんはウェブで御参加いただいております。また、二村委員におかれましては御都合により御欠席です。

本日の審議案件は、6月11日の第218回統計委員会で諮問された「小売物価統計調査の変更について」です。

最初に、審議に先立ちまして私から3点申し上げます。

1点目は審議の進め方についてです。審議は資料2の審査メモに沿って、事務局から審査状況と議論すべき論点を説明してもらった後、資料3に基づき、論点ごとに調査実施者

から御回答を頂いた上で審議する形で進めていきたいと考えております。

2点目は参考2でお示ししている審議スケジュールについてです。今回の諮問については、本日を含め3回の部会審議を予定しております。ただし、3回の部会で審議が終わらない場合は、大変恐縮ですが、追加で部会を開催させていただく可能性があることをお含みおきください。なお、答申案については8月に開催予定の統計委員会に御報告したいと考えております。

最後に3点目として、本日の審議は17時までを予定しておりますが、進行によって若干の前後は御容赦いただけたらと思います。御予定のある方は途中で御退席いただいて構いません。円滑な進行に努めますので、恐れ入りますが効率的な議事進行への御協力をお願いします。

以上、よろしくお願いいたします。

それでは審議に入ります。まず、諮問の概要についてですが、これについては既に統計委員会の場で事前に説明いただいておりますので、この場での説明は割愛させていただきます。

それから、統計委員会での諮問の際に委員の方から御発言がございましたので、事務局から御紹介させていただきます。

○越総務省政策統括官（統計制度担当）付統計審査官室統計審査官 私から、統計委員会での諮問の際の委員の方からの御発言を御紹介させていただきます。2点ございます。

1つ目でございます。POS情報の活用について、今後の更なる精度向上や調査リソースの集中という話に関連して、現在、POS情報は全体の何割ぐらいで活用されているのか。また、今後の目標水準や計画などがあれば教えていただきたいということでございます。久我委員からでございます。

それから2点目です。POS情報の活用に当たっては現在は主に家電量販店のデータを使っているところ、活用する品目の範囲の拡大を図ることは調査員調査の代替にも資するものであることから、検討を進めていただきたい。こちらは白塚委員からでございます。

以上2点でございます。

○菅部会長 ありがとうございます。本御意見に対する対応状況につきましては、これから進める個別審議の中で確認したいと思います。よろしいでしょうか。個別の中で議論させていただきたいと思います。

それでは早速ですが、資料2の審査メモに沿って個別事項の審議に入りたいと思います。

まず、審査メモの1ページにあります「今回申請された計画」の概要及び「(1) 調査対象の範囲の変更」の「ア 選定基準に基づく調査品目の変更等」について、事務局から御説明をお願いいたします。

○川原総務省政策統括官（統計制度担当）付統計審査官室調査官 事務局の総務省の川原です。よろしくお願いいたします。

それでは、資料2の審査メモに基づきまして、審査の状況などを御説明させていただきます。今回申請されました小売物価統計調査の調査計画の変更内容につきましては、審査メモの上の方に記載がございますとおり、大きく2つございます。まず(1)といたしま

して、調査対象の範囲の変更でございます。括弧内にありますとおり、選定基準に基づく調査品目の変更等と、品目の名称整理、「上位品目」の区分廃止の2つがございます。次に（２）でございますが、使用する統計基準等の記載の変更でございます。これは季節調整プログラムの更新に伴う記載の変更でございます。これから順次御審議をお願いできればと考えております。

それでは、その下でございます（１）調査対象の範囲の変更のうちの「ア 選定基準に基づく調査品目の変更等」を御覧いただければと思います。その下、括弧内に変更内容とございまして、枠囲みで整理しておりますが、本申請での変更内容は大きく4点ございます。このうち、上の①から③は本調査の動向編に係る変更となります。①は品目の選定基準に基づく調査品目の一部廃止、②はPOS情報の活用による調査品目の一部廃止、③は一部の調査品目の名称の変更でございます。

また、④は本調査の構造編に係る変更となります。先ほど①として動向編の調査品目の廃止について御説明したところでございますけれども、この中に構造編においても調査品目となっているものがございましたため、併せて今回廃止したいというものでございます。

それぞれの変更計画の適用時期については御覧のとおりでございます。

次に、審査状況を御説明いたします。（ア）を御覧ください。（ア）では本調査の概要についてまとめさせていただいております。本調査は、毎月実施いたします「動向編」と、奇数月に実施いたします「構造編」の2つの調査によって構成されております。このうち動向編は主に消費者物価指数の作成を、構造編は主に消費者物価地域差指数の作成を行うための基礎資料を得ることを目的に調査を実施しているところでございます。

このうち消費者物価指数につきましては、西暦年の末尾が0又は5の年に基準改定を行っておりまして、今回の基準改定は令和7年を基準年として行うことを計画しているところでございます。本調査は、これまで消費者物価指数の基準改定の時期に合わせまして、動向編・構造編でそれぞれ小売物価統計調査の品目の選定基準を定め、こちらに沿って調査品目の見直しを行っているところでございます。今回の変更もこれまでと同様、消費者物価指数の基準改定に合わせて調査品目の見直しを行いたいとするものとなっております。

なお、調査品目の選定基準につきましては、資料1-1の11ページ以降に動向編、13ページ以降に構造編のそれぞれ現物をお付けしておりますので、御覧いただければと思います。

それでは、審査メモの2ページに移らせていただきます。具体的な調査品目の変更内容でございますが、まず、調査品目の追加について先に御説明させていただきます。2ページ目の注2と記載しているところを御覧いただければと思います。ここに表の形で整理しておりますけれども、今回、「塩さば」など17品目を追加することとしております。なお、調査品目の追加につきましては、消費者物価指数の基準年である本年からデータを収集する必要がございますことから、昨年、諮問を要さない軽微な変更として調査計画の変更を承認しておりまして、本年1月から既に調査は実施されているところでございます。

今回変更申請が行われましたのは調査品目の廃止と名称変更になります。具体的な内容につきましては①から④と書いてあるところに整理しておりますので、順次御説明させて

いただきます。このうち①から③は動向編に係る調査品目の変更になります。

まず①は品目の選定基準に基づく調査品目の一部廃止でございます。今回、「煮干し」など10品目、ここに掲げているものについて廃止することで計画しているものでございます。②はPOS情報を活用することによりまして、本調査の調査品目から廃止するという事で、「プリンタ用インク」と「メモリーカード」の2品目を廃止する計画でございます。③は、家計調査の収支項目分類等を踏まえまして、33品目について調査品目の名称を変更するものでございます。代表的な例はここに記載のとおりでございます。

資料1-2に調査実施者からの申請資料を付けておりますけれども、その別表1が4ページでございます。こちらに調査品目の新旧対照表を掲載しておりまして、変更内容なども記載しておりますので、併せて御参照いただければと考えております。

最後の④でございますが、こちらは構造編に係る調査品目の変更となります。先ほども申し上げましたとおり、構造編の調査品目は、構造編の品目の選定基準のうち、共通基準の1に「動向編において通年調査をしている品目」と設定しております。このため、動向編の調査品目から構造編の調査品目を選定しているところでございますが、今回の変更におきまして、このうち「ビール風アルコール飲料」、①の表ですと下の方でございますけれども、こちらが廃止されることに伴いまして、構造編においても同じ品目を調査していることから、こちらも廃止するという計画でございます。

審査メモの2ページの下の方の（イ）に移りまして、審査部局といたしましては、今回の調査品目の変更に係る審査に当たりましては、本調査の調査品目と家計調査の収支項目分類及び消費者物価指数の品目との関係性について整理するとともに、調査品目の追加・廃止についてどのようなプロセスを経て判断がなされているのか確認することが必要であると考えております。

また、前回答申時に、今後の課題として品目の定義の基本的な考え方について検討することが求められているところでございます。これにつきましては、審査メモの3ページに移りまして、調査実施者からは、上の方に記載がございますとおり、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取る必要があると整理し、一部の調査品目を変更する予定という御回答を頂戴しているところでございます。これにつきましては、消費者物価指数等の精度の更なる向上を目指す観点から、品目の定義の基本的な考え方等についてその検討内容を確認する必要があるものと考えております。

具体的な論点につきましては、審査メモ3ページ目の下半分に「論点」として記載させていただいております。まず論点のaといたしまして、調査品目等の設定において求められる観点としてどのようなものがあるか。論点bとして、調査品目の設定に係るプロセスやスケジュール、家計調査の収支項目分類との対応関係など、調査品目の設定の考え方について。論点cとして、選定基準への該当性を判断するに当たり、どのような検討をしているのか。などを論点として掲げさせていただいているところでございます。

3ページの上の方、（ウ）に戻りまして、次の「また」以降でございますが、①及び④、

こちらは動向編・構造編に係る調査品目の廃止についてでございます。こちらにつきましては、審査部局といたしましては、選定基準に基づいて適切に判断されているかどうか確認する必要があるものと考えております。そのため、先ほども申し上げましたとおり、論点cのとおり、選定基準への該当性を判断するに当たっての検討状況を論点として設定させていただいております。

次に（エ）の②、こちらはPOS情報の活用についてでございます。こちら審査部局といたしましては、前回答申の「今後の課題」や第Ⅳ期の「公的統計の整備に関する基本的な計画」におきまして、POS情報等の活用拡大についての検討が求められておりますところ、それを踏まえた対応であることから、おおむね適当であると考えております。一方で、POS情報等の更なる活用拡大の方向性について確認する必要があるものと考えております。

そのため、論点といたしましては、審査メモの4ページに論点dとして、こちらはPOS情報等を活用する調査品目の設定についてどのように判断しているのか。また論点eとして、POS情報等の活用拡大の余地についてということで、2つの論点を設定させていただいております。

最後に、審査メモ3ページの（オ）でございます。こちら③の調査品目の名称変更につきましては、審査部局としては、家計調査の収支項目分類等との整合性を考慮し、調査品目の名称を変更するものであり、おおむね適当と考えておりますけれども、利活用に支障がないか確認する必要があるものと考えております。

このため、審査メモの論点のうちf、4ページに記載しておりますけれども、名称を変更する調査品目の基準や調査の実施等への影響について論点として設定させていただいております。

事務局からの説明は以上になります。

○菅部会長 それでは各論点につきまして、調査実施者から御回答をお願いいたします。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 調査実施者の総務省統計局物価統計室長の森本でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは資料3を御覧いただければと思います。

3ページになりますが、まずは、aの品目及び銘柄に求められる観点について御説明いたします。消費者物価指数でございますけれども、ILOが定める国際基準がございますので、まずはこちらを踏まえることを前提としております。その上で、以下の3ページの1に掲げております3点を考慮する必要があると考えているところでございます。

1つ目ですけれども、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、こちらは特別集計をいたしておりますが、それらと関連業界の市場規模等で確認する。それらが中分類の精度向上に資するかどうか、それから調査品目の候補の価格変動が既に調査している品目と同様の動きをしていないかといったことを確認し、候補を決定する。こちらが②でございます。最後に③として、安定した価格収集の可否が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すると。こういう手続を踏んでおります。

また、調査品目の中で実際に銘柄という形で調査いたしますけれども、その設定に当たっては4つ、また枠囲みに書かせていただいておりますが、代表性、市場性、継続性、それから実地調査の容易性。こういった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観点から、銘柄の設定をしているところでございます。

なお、銘柄でございますけれども、市場における出回り状況を踏まえまして、他の銘柄に見直しをする等は柔軟に対応しているところでございます。具体的には、我々物価統計室には銘柄担当という担当がございまして、日々様々な情報から、調査する代表的な銘柄を確認・設定しているところでございます。その確認の方法はいろいろございまして、インターネット等で確認することもございますし、業界統計の資料を見たり、雑誌とか新聞とかそういったものを見ながら、売れ筋がどういったものなのかとか、各商品の価格がどんなふうに動いているのか、そういったところを見ながら銘柄の設定をしているところでございます。

続きまして国際分類の関係でございますが、調査結果の国際比較の観点から、C O I C O P分類を参考にしているところでございます。集計の際にも、本調査の調査品目をC O I C O Pの分類に格付し直した再集計を行いまして、月次でC O I C O P分類指数を公表しているところでございます。

なお、本調査につきましては今後の課題といたしまして、調査品目の定義について、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とされているところでございます。2025年の基準改定においては、別紙1に記載させていただきましたが、そちらに基づき、家計調査の収支項目分類に整合させるという整理をしているところでございます。

後ろの方に別紙1がございまして、13ページの次に別紙1があるのですけれども、少し見づらくて恐縮です。その資料の1ページが、先ほど申し上げました課題として示されているところでございます。

2ページ目に移りまして、オレンジ色の枠囲みがございすけれども、ILOの消費者物価指数のマニュアルにおいては、価格データが世帯の支出、日本であれば家計調査と整合的にするのだということが求められていることが基本的な概念かと思っているところでございます。

また3ページ、4ページには、bの論点とも関連いたしますけれども、我々の品目の定義に関するものを参考で載せさせていただいているところでございます。

続きまして、bのプロセス・スケジュールについて御説明いたします。別紙2を続けて説明するので、資料はそのまま見ていただければと思います。本調査の調査品目でございますが、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・廃止等を行っております。2025年基準改定に係るスケジュールが別紙2、横のカラフルな線表が書いてあるものがあるので、そちらを御覧ください。

2025基準品目の価格調査でございますが、オレンジ色の帯のところで、2025年1月から調査を開始する必要があるがございますので、今回の申請に先立ち、品目の追加等に係る調査計画の変更申請、それから規則改正、省令の改正といったものを行っていたところでござい

ます。

一方で、2020年基準品目、現行の基準においては、2026年12月までその旧基準の指数を公表することになっておりますので、廃止品目については2026年12月まで調査する必要がございます。そういった関係で、追加品目と廃止品目に関する調査計画の変更申請は時期がずれているところでございます。

その品目の改廃の検討に当たっては、2022年、2023年のところにポツポツと書いてありますけれども、家計調査の特別集計であるとか業界の動向とかをいろいろ見ながら、室内でどのようなものを追加すべきか、どのようなものを廃止すべきかを検討いたしまして、それがまとまりましたので変更申請をさせていただいているところでございます。

次に、家計調査の収支項目分類との対応関係についてでございます。調査品目は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いたしまして、調査品目を設定しているところでございます。

資料3の4ページにお戻りいただければと思います。初めに4ページの枠で少し技術的な話となりますが、小売物価統計調査の調査計画の書類では調査品目ごとに、誰が調査するか、調査員調査品目なのか、都道府県調査品目なのか、それから総務省調査品目なのか、こういったことの記載を分けているところでございます。そのため、ここに例示させていただいております「化粧品」それから「ファンデーション」につきましては、カウンセリングの部分を総務省が調査して、それ以外は調査員調査の品目となっておりますので、「化粧品（カウンセリング）」、「化粧品（カウンセリングを除く。）」という形で書かせていただいております。家計調査の方では当然ですけれどもカウンセリングかどうかは区別しておりませんが、小売物価統計調査の調査を明らかにするために、こちらは書き分けをさせていただいているところでございます。

それからその下に、家計調査とびつたりは合っていないだろうというところについて、2つほど例を挙げさせていただいているところでございます。ポツの1つ目でございますが、家計調査の収支項目分類よりも調査品目を細かく設定しているケースでございます。こちらは「他の○○」という、いわゆるバスケット項目に関するものであると考えていただければと存じます。

例えば家計調査において小分類に「パン」がございますが、こちらが「食パン」と「他のパン」という2つの品目から構成されているところでございます。食パンにつきましては小売物価統計調査でもそれに対応する「食パン」というものの価格を調査しているところですが、「他のパン」につきましては「あんパン」、「カレーパン」という2つの品目を調査しております。「他のパン」というとどういうパンが該当するか分からないということで、より具体的な品目として「あんパン」、「カレーパン」を設定しているところでございます。

調味料や主食的調理食品につきましても、小売物価統計調査の方は幾つか具体的な品目を設定しているところでございます。

次に2つ目のポツですけれども、家計調査の収支項目分類よりも調査品目の方が大きく設定しているケースでございます。例えば鉄道運賃につきましては、家計調査では「鉄道運賃」、「鉄道通学定期代」、「鉄道通勤定期代」と3つ品目が分かれていますので、

小売物価統計調査の方では、調査品目としては「鉄道運賃」という形で一本にしております。ただ、実際には、「鉄道運賃」という品目の調査銘柄の中には「鉄道運賃」、「鉄道通学定期代」、「鉄道通勤定期代」という3つ、実際、運賃も何種類にも分かれていますので何十個の銘柄になりますけれども、そういった形で調査をしていると。

こちらにつきましては、「鉄道運賃」という形で品目を設定して、銘柄で定期代とかを調査することでも調査上の支障がないということで、これまでは必ずしも家計調査に合わせた形とはなっていなかったところでございます。

ただ、調査品目につきましては、調査実施可能性、それから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、より家計調査との整合性も高める観点から、こちらの2ポツ目につきましては、調査品目を分割いたしまして、なるべく家計調査と合わせる形にするということで調査計画を申請させていただいております。なので、「鉄道運賃」、「鉄道通学定期代」、「鉄道通勤定期代」という形で今後は小売物価統計調査の調査品目を設定させていただきたいところでございます。

続きまして、cの選定基準への該当性の判断について御説明いたします。資料は5ページになります。最初の段落はaの繰り返しになりますので省略させていただきます。

家計調査の特別集計での検討内容についてですが、枠囲みにありますとおり、例えば「ヘッドホン・イヤホン」といったものが代表ですが、2020年基準改定の時に品目改廃を検討していて、引き続き検討すべきとなったものについては今回も改めて検討を行ったところでございます。

それから2番目のポツでございます。「たこ焼き」など、現行基準ではウエイトが大きく、動きが不安定なもので、細分化するとよりその指数が安定するのではないかと思われる品目についても検討を行いました。

それから3つ目ですけれども、「グミ」などですが、新聞・雑誌等で最近支出が増えているのではないかというものについては候補として検討させていただいた次第でございます。

それから4つ目は「煮干し」などですが、実査状況を踏まえまして改廃すべきでないかと考えた品目です。

このようなものを特別集計で検討させていただいたところでございます。家計調査は日々家計簿に記入してもらっていて、それをふだんは符号付けをして集計して公表しているわけですが、その符号付けをする前の生の記載に戻って、改めて特別集計でこの「ヘッドホン・イヤホン」、「たこ焼き」などの支出を調べたことになります。なので、全ての家計簿を過去に戻って集計し直すのは非常に大変なので、幾つか候補を絞って、それについて本当に動きが増えているものなのかとか減っているものなのかを検証することを、毎回基準改定の際にやっているところでございます。

その結果といたしまして、2025年基準改定においては追加品目が17品目、廃止品目12品目ということで申請させていただいております。5ページから6ページにかけてそちらの品目を列記させていただいております。

続きまして、少し具体例も交えながら検討の過程を御紹介させていただければと思います。6ページの3番でございます。

まず例1の「たこ焼き」、「ミートボール」です。こちらは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%増加していると。そのようなことになると、その中でより幅広い品目を調査することで、より指数の精度向上が見られるのではないかと考えられたということでございます。「たこ焼き」とか「ミートボール」はそれぞれ「その他の何とか」という形に含まれるものですが、調理食品全体として20%ぐらい増えており、「その他」のところもやはり10%とか20%とか同じように増えていますので、そのバスケットの部分からある程度代表的な品目を抜き出すのがよいのではないかと考えたところでございます。

例2の「ゼリー飲料」でございます。こちらはまず業界統計において市場規模の伸びを確認したと。これは伸びていそうだとということが分かったわけですね。それからあとは、この価格の値動きはどうだろうということを考えたわけですが、商品の剤型がゼリー状であることから、原料とか包装材が既存の調査品目とは違いますし、また購入用途も異なりますので、値上げのタイミングであるとか値上げ幅といったところが既存の品目とは異なるのではないかと見込まれたものでございます。いろいろ調べましたところ、「ゼリー飲料」を調べることで代表性に申し分ないと。かつ、既調査品目と異なる値動きが想定されるだろうということで、こちらは「飲料」の中分類指数の精度向上が見込まれることで、追加品目として提示させていただいております。

次の例3は「パイナップル」でございます。こちらはまず特別集計や卸売市場の取扱実績等を確認させていただきました。その上で、通年調査が可能だと思われる「パイナップル」を追加することで精度向上が見込まれるのではないかと考えたところでございます。この通年調査はどういったところがポイントかと申しますと、果物はどうしても季節性がございまして、一年を通して全ての品目を調査できるわけではございません。特に冬場にはなかなか夏の果物は取ることができないので、我々の小売物価統計調査の調査品目数が若干少なくなると。そうすると安定性が少し損なわれるだろうということで、こういう「パイナップル」のような一年を通して取れるような品目を入れることで、「果物」の全体の精度向上が見込まれると考えたものでございます。

例4は割愛させていただきます。

7ページに移りまして、廃止品目でございます。こちら例を4つほど挙げさせていただいております。

例1の「煮干し」です。こちら、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ました。加えて水産物流通統計を確認してみても生産量は減少傾向が続いていたと。そのため「煮干し」の廃止を検討する一方で、中分類の中でただ「煮干し」を廃止するのではなくて、ほかに追加できるものがないかと考えてみたところ、「塩さば」とか「ほっけ」が結構万分比が大きい形になっていることが分かりました。調査の実施可能性等を考えたことで、「ほっけ」よりは「塩さば」の方が調査実施可能性が高かったということで、今回は「塩さば」を品目追加ということで立てさせていただいたところでございます。

例2の「はくさい漬」につきましても、特別集計の万分比が1未満であったことに加えまして、なかなか、家計調査の品目として「はくさい漬」は立っているのですけれども、

小売物価統計調査で「はくさい漬」を取るといったときに、どういうふうに品質一定に取るかが悩ましいところがありました。ここには具材と漬け汁の割合が商品により異なるとか書かせていただいていますけれども、なかなかその調査が難しいこともありましたが、ウェイトが少なくなっていることから、こちらは廃止してもよろしいのではないかと考えたところでございます。

次の例3「ビデオソフトレンタル料」でございますが、こちらでも生活の習慣が大分変わっておりますので、万分比1未満ということで支出は減っているところでございます。実際、調査店舗もビデオソフトレンタル関係の廃業等も見受けられまして、最近は安定した価格収集も困難となってきたところでございます。そのため廃止することとしたものです。ただ、この品目を廃止することによって中分類指数に影響があるかといったことを見てみたところ、ほとんど影響がないということでしたので、こちらは廃止しても差し支えないだろうと考えたところでございます。

また例4は割愛いたします。

このように選定基準のii番につきましては、品目ごとに情報収集等を行って、選定基準に合致しているかを個別に検討させていただいたところでございます。なお、今後の調査品目の設定につきましては、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、POSデータを活用した検証及び更なる活用について検討することとしております。

後ろの別紙3を御覧いただければと思います。こちらでも横向きのものでございます。「今後の取組方針（小売・CPIの品目定義等）」と書いてあるページでございます。今後の検討でございますが、具体的には、まずは現行調査との比較を行うために、POSデータが活用可能な品目のうち、POSデータから基本銘柄と合致したもので抽出可能なものを選定し、それが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、指数値の動きにどのような違いが出るかを検証したいと考えているところでございます。そして指数値の動きにおいてかい離の大きな品目の属性の類型化の実施など、POSデータの更なる活用について今後検討を進めていきたいと考えているところでございます。

それでは、次にdのPOS情報等を活用する調査品目の検討・選定について御説明いたします。資料の8ページにお戻りください。POSデータを活用するために、我々、これは要件としなければいけないと考えているものが幾つかございます。まずは毎月の公表スケジュールに間にあうこと。それから、調査の継続性の観点から競合他社が存在すること。ある時、急にデータが手に入らなくなってしまうと困りますので、これは必須だろうと。それから3個目のポツで品質調整の方法。ヘドニック法なんかが代表ですけども、その品質調整の方法が確立されていることが大事であると考えております。

それから4つ目はPOSデータ購入に係る予算が準備できていること。5つ目が、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。4つ目、5つ目のポツは予算が潤沢にあればできるのですが、我々、この必要性があって予算要求した形になりますので、変わった姿が非常によくあるよということを示すためにも、こういった要件を満たすことを財政当局に説明する必要があると

考えているところでございます。

これらの要件が適合した場合にPOSデータは今後一層活用すべきと考えておりまして、これまでは教養娯楽用耐久財、黒物家電といったところからPOSデータの活用を始めたところでございます。今回、POSデータを活用する品目として「プリンタ用インク」、「メモリーカード」という2つの品目を挙げさせていただきましたが、こちらについてはPOSデータがそもそも使えることに加えて、品質調整の仕方につきまして物価指数研究会に諮り、構成員に了承いただいて作成のめどがたったところで、加えさせていただければと考えているところでございます。今後、白物家電、食料等につきましても検討を進めていきたいと考えているところでございます。

次に、eのPOS情報を活用した調査品目の拡大について御説明いたします。小売物価統計調査の構造編の関連分析といたしまして「民間データを用いた店舗形態別価格等に関する分析」を公表しております。その中ではPOSデータを使用して商品規格別の価格の分析を行っているところでございます。そこで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、拡大に向けた検討を進めていきたいと考えているところでございます。

先日の統計委員会でPOS情報の活用度合いについて御質問がございました。2020年、現行の基準におきましてPOSデータを活用している品目が全体のウエイトに占める割合は0.7%でございました。また、ウェブスクレイピングのデータにつきましては、ウエイトベースで1.2%が現在の状況でございます。

次に、fの名称変更の基準について御説明いたします。資料は9ページとなります。本申請において名称を変更する調査品目でございますが、家計調査と本調査の品目と単位をなるべく合致させることからスタートしておりますので、それが変更の基準でございます。それによります調査の実施及び利活用への影響は特段ないと我々は考えているところでございます。より見やすくなる形に変更できるのではないかと考えているところでございます。

aからfにつきましては以上となります。

○菅部会長 それでは、ただ今の御説明に対し御質問、御意見をお願いしたいと思います。論点が多岐にわたりますため、調査実施者からの御説明を踏まえ、分けて審議したいと思います。まずは論点aからcまで、調査品目の設定の考え方や見直しのプロセスについて審議したいと思います。御意見や御質問がありましたらよろしくお願いいたします。どなたかいかがでしょうか。では白塚委員、よろしくお願いいたします。

○白塚委員 ありがとうございます。白塚です。

aからcというところで、まず品目の考え方ですけれども、基本的な考え方は御説明のとおりだと思います。ただ、1万分の1にウエイトになるかどうかということが結局品目の選定基準になるわけなので、これが具体的にどれぐらいの詳細な商品をイメージしているのかということはここだと全くイメージできません。これだと選定の基準と1万分の1という実際の品目選定基準との関係がよく分からないなという気はします。

例えば、「他のパン」について「あんパン」と「カレーパン」に分割していますけれども、

別にこれは「他のパン」という名称のままで、具体的な調査銘柄を複数にして、「あんパン」と「カレーパン」、あるいは「クリームパン」みたいなものを入れることでも構わないと思います。私自身は、こうしたところをきちんと明確にしていないのが毎回分かりづらいことの原因になっていると考えています。現状の説明は今までの繰り返しですので、もう少し品目選定基準と1万分の1という基準の関係を具体的に考えていただきたいなということがここの感想です。

○菅部会長 それでは、これについて調査実施者側から御回答をお願いします。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 毎回御指摘を頂いているとおりでと思いますので、今後も引き続き検討していきたいと思ひますし、特に現行の小売物価統計調査の調査員調査の形を取る上では、なかなかダイナミックに変えていくことは難しいと思ひますが、今後POSデータ等も食料品に活用できるということであれば、こういう大くりにして銘柄で柔軟に対応するといったことも可能かもしれませんので、そこについては引き続き検討させていただきたいと考えております。御意見ありがとうございます。

○白塚委員 もう少し付言すると、例えば先ほどの「塩さば」と「ほっけ」とかももう少し大くくりな魚の分類にしておけばよいのではないかと感じました。ほっけは多分北の方では食べますけれども南の方では食べないとか、そのようなことがあります。なので、それはその地域の特性に合わせて調べるものを変えることでも構わないと思ひます。ですので、この「その他」のところを分割して特定なものにするかどうかということにどうしてこだわるのかは、今ひとつ私にはよく理解できません。

○菅部会長 よろしくお願ひします。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 繰り返しの説明になってしまつて恐縮ですけれども、現行の調査が調査員調査を使つて都道府県、市区町村の方で調査しているということで、なるべく全国同じものを取るという前提で設定しておりますので、地方独自のものを入れたときにどういうふうに指数を構築していくべきといったところについて、まだ十分検討が進んでいないところがござひます。なので、今後につきましてはそういったところも併せて検討していければと考えております。

○白塚委員 具体的に検討されるのであれば、その時期的なめどとか、もう少しそのようなところを明示していただかないと、このままだとずっと同じことの繰り返しになるだけだと思ひます。別にあんパンとかカレーパンといったって、地域によって違う会社が作っているものを調べているわけですよ。

○菅部会長 いかがでしょう。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 いつまでにということはこちらではすぐに申し上げることができませんけれども、POSデータの研究等も今進めているところですので、そこを加速してまいりたいと考えております。すみません、時期が示せなくて申し訳ないですけれども、今までよりも加速して検討したいと、そのような時期であると我々は認識しております。

○菅部会長 どうでしょうか。

○白塚委員 結構です。先に進めてください。

○菅部会長 では、ほかの方で御質問や御意見がありましたら。いかがでしょうか。よろしかったらどなたか。手を挙げていらっしゃる成田臨時委員、よろしくお願いいたします。

○成田臨時委員 成田ですが、私でしょうか。

○菅部会長 はい。挙手されていていらっしゃるようですけれども。

○成田臨時委員 はい、挙手しています。

○菅部会長 それでは御質問をお願いいたします。

○成田臨時委員 資料3の4ページに化粧水のカウンセリング化粧水かそうではないかと、ファンデーションもカウンセリングのものかそうではないかと分けられているのですが、なぜ分けられているのか分からないのですけれども、御説明をもう一度お願いできますか。

○菅部会長 よろしくお願いいたします。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 まず、カウンセリングとそれ以外のものでは値動きが大分違うだろうということで、調査品目としてまず分けることをしております。その上で、調査計画上の書き方としては、調査員調査品目と総務省調査品目と分かれておりますので、その記載を「カウンセリング」と「カウンセリングを除く」という形にしている、これはちょっと技術的な話ですが、もともとはカウンセリングとそうでないものを、値動きが違うから両方取った方が精度が上がるだろうということで分けているところでございます。

○成田臨時委員 同じものを買うにしても、値動きが違うのですね？

○菅部会長 これについて御回答をお願いします。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 カウンセリングにつきましては、カウンセリングをして、店舗で人がその人に合った形で化粧水を選んだりしていますので、価格の動きは違うように我々は認識しております。

○成田臨時委員 私が買うに当たっては同じものを買うだけで、カウンセリングを受けるか受けないかだけの違いだと思ったのですけれども。カウンセリングを受ける場合は高価格帯になる可能性が高いということでしょうか。

○菅部会長 いかがでしょうか。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 基本、カウンセリングはデパート等で買う化粧品関係が調査されていると。今、手元に資料がないのですけれども。なので基本、高価格帯のものが調査されていると考えております。

○成田臨時委員 何となく分かりました。カウンセリングをするのは確かにデパートなので高価格帯だと。そうでない場合には、例えばウェブとか、通販とかで買うものについては「カウンセリングを除く」というこちらに分類されるということで、低価格のものがこちらに行くということではないかなと思って。そのような理解でよろしいでしょうか。

○菅部会長 御回答をお願いいたします。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 はい、基本的にはその理解です。通販というよりはドラッグストアとかそういったところで買うのが、調査員が店舗で調査する「カウンセリングを除く」の品目とお考えいただければと存じます。

○菅部会長 よろしいでしょうか。

○成田臨時委員 ドラッグストアとか、ロフトとかですね。

○菅部会長 御回答をお願いします。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 その認識でございます。すみません、化粧品の特権家でないで、申し訳ありません。

○成田臨時委員 分かりました。ありがとうございます。

○菅部会長 そのほかに御意見、御質問はありますでしょうか。では松村委員、よろしくお願いいたします。

○松村委員 ありがとうございます。まず1つ目の質問です。5ページの下のところ今回追加になる品目で「通信教育」や「資格試験」がありますが、具体的にどういった通信教育や資格試験が追加になるのでしょうか。二つ目は、それらが追加になっている条件といますか、理由を教えてくださいと思います。

○菅部会長 よろしくお願ひいたします。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 御質問ありがとうございます。

「資格試験」につきましては現行も調査は始めておまして、語学試験の英語の検定料又は受験料を調査しているところでございます。追加品目に当たりましては基本的に選定基準に沿った形で、重要度が高くなる、ウエイトが高くなったものを入れていると考えていただければと思います。

「通信教育」につきましては企業講座指定で調査しておりますが、小学生の受講料月払いを現在調査しております。

○松村委員 ありがとうございます。例えば「資格試験」だと語学以外もいろいろあると思いますが、1万分の1を超えているのが語学試験であったということですかね。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 正確に申し上げますと、「資格試験」が1万分の1を超えていまして、その中で代表的な調査品目として「語学試験」を取っている形なので、「語学試験」そのもので1万分の1を超えているかどうかは、この場で資料はないですけども、「語学試験」で「資格試験」全体の価格の変動を代表させているとお考えいただければと思います。

○松村委員 ありがとうございます。そうすると、6ページや7ページでいろいろな品目について追加とか廃止の御説明をいただきましたが、まずは絶対条件として、1万分の1あるかないかということがあって、例えば7ページの「はくさい漬」などは非常に品質が不安定で調査するのが難しいと。ただ一方で「だいこん漬」は引き続き調査していくわけですね。そちらは1万分の1を超えているから、品質が不安定であるけれども「だいこん漬」の方は引き続き調査していくと、そう考えればいいということですかね。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 「はくさい漬」の方は容量を考慮して価格を調査しているので、「だいこん漬」はたくあん漬みたいな感じで、はくさいに比べると調査しやすいのかなと考えているところでございます。ただ、いずれにいたしましても、ウエイトの万分比が1未満という減少傾向にあるものについては廃止の候補とさせていただきますということで、今回は「はくさい漬」が該当になったということでござい

す。

○松村委員 ありがとうございます。

○菅部会長 よろしいでしょうか。ほかに御意見、御質問は。では白塚委員、よろしくお願ひいたします。

○白塚委員 すみません。今の「通信教育」とか「資格試験」も同じ問題なわけですね。どういう品目の定義をするのかということと、万分比で基準を満たすのかということとは、例えばこの「資格試験」を英語試験とか漢字検定試験とかと細かく分けるのが品目であれば、1 万分比に満たないかもしれません。かつ、この場合は「資格試験」を「英語試験」として決め打ちで調査されていますけれども、それが本当に「資格試験」の代表性があるのかどうかということはどうやって確認するのかは、ここだけだとよく分からないように思います。

○菅部会長 これについて御回答をお願いします。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 御意見ありがとうございます。御意見はごもっともかと存じます。

まず、追加・廃止の品目の単位で家計調査の特別集計を利用しているところについての特性について御説明させていただければと思います。

家計調査に調査世帯が日々どういう形で書いてくれるかということ、「資格試験」と書く方もいれば、「資格試験（語学）」という形で書く方もおられますので、家計調査の特別集計を基準として万分比 1 としたときに、あまりその品目を細かくしてしまうと、それこそ家計調査上、本来はその品目へ支出していてもそこまで細かく書いていないことがあるかと思ひます。我々、品目の候補とする際には、すごく細かな単位で調査できるものというのは、世帯がどのぐらい細かく書くかということに依存してしまうのはあるかと思ひます。なので、品目としては「資格試験」という単位で追加であるとか廃止を検討させていただいているところでございます。

ただ、その価格、銘柄も含めてですね、価格をどのように取るかということにつきましては、委員がおっしゃる観点は非常に重要なことだと考えておりまして、今後どのようにその代表性を確認するかということは考えていきたいと思ひます。日々の調査の中では、我々の銘柄担当が出回り状況とかを見ながら、この会社とこの会社のやっているものでどちらが今シェアが高いのかとか、そういったものは、不十分かもしれませんが、日々検討させていただいて、なるべく代表的な銘柄を毎月調査できるようにしていただいておりますが、今の形が完成形とは思っておりませんので、引き続き考えていきたいと考えております。

○菅部会長 いかがでしょうか。

○白塚委員 同じことの繰り返しなので、この場合は、これで結構です。

○菅部会長 すごくいろいろと議論がありました。品目の定義の検討として、基本的な考え方を検討することということでいろいろと意見が出ましたけれども、なかなかまとめるのが難しいです。

一つは白塚委員が御指摘したように、多少揺れがあるのではないかと思いますよね。

それはあるのではないかなと思います。今の回答を聞くと、やはり品目は家計調査の方から決めざるを得ない。家計調査の方で実査を考えると品目はこうですということは、家計調査で回答者がこれぐらいの感じで書けるかということで、そこで決まるという理解でよろしいでしょうか。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長　そうですね、特別集計の中から候補を選ぶという形では、家計調査に依存をある程度しなければいけないとは思っています。ただ、そもそも家計調査の特別集計に移る前にどういったものがあるのかという候補を探る段階では、業界統計とかも含めていろいろな可能性の検討はできますし、今までもしているということです。

○菅部会長　家計調査の特別集計で1万分比というか、家計調査の特別集計で取れそうな分類と品目を今考えましょうということで、実際の価格はもう少し細かいレベルで調査しないと銘柄が決まらないと。あ、違いますね、品質が一定にできないからそこで銘柄を選定しているということで、今、白塚委員の質問は、その時の複数銘柄であってもいいのではないかと。要するに、実際は「他のパン」といっても「カレーパン」、「あんパン」とかやっているけれども、魚について御指摘なさっておられて、さばを食べる地域もあればほっけを食べる地域も、地域性の問題ですね、それを指摘したと思うのですね。

これについては、そうですね、幾つか難しいところもあるのかもしれないけれども、御検討いただけたらと。それで御検討いただくというのが具体的に言って……。

○白塚委員　いいですか、もう一点だけ、追加と廃止のところの整合性は明確にしてほしいと思います。今の「通信教育」とか「資格試験」は具体的に何かという問題があることを申し上げましたけれども、廃止になる「サッカー観覧料」もスポーツの試合の観戦料というくりにして、プロ野球でもサッカーの試合でもバスケットの試合でも何でもいいですけれども、そのようなものを含めた品目であると定義すれば、まあ、野球になるかもしれないですけれども、こういうものをすべて含めた概念だということになることになるように思います。

その辺りの追加と廃止のところを見ただけでも何となくそのような整合性がよく分からないというものはあるので、明確にしてほしいと思います。

○菅部会長　整合性と今おっしゃっておられるのは、入ってくるものと出てくるものが違うカテゴリーではないかということですか。

○白塚委員　カテゴリーというか、それぞれで品目の定義をしているのだけれども、その品目間で追加になるもの、廃止になるものを比べてみると、両者の間の整合性をどう考えたらよいだろうと疑問に思うのが結構あるということですね。

○菅部会長　これはいかがでしょうかね。次回か何かに検討していただく、あるいは将来に向けて検討していただく、どちらでも結構ですが。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長　そうですね、今おっしゃっているのは、品目の定義がゆらゆらしているから、追加も廃止も、品目ごとに揺らいでいるのではないかという御指摘かと思います。そちらについては今後の検討課題とさせていただきます。できれば有り難いと思います。

あと追加で申し上げますと、現在、サッカーのところにつきましては、家計調査が「スポーツ観覧料」という形で品目を取っておりまして、消費者物価指数の方では「サッカー観覧料」と「プロ野球観覧料」と2つの品目を調査していることになっております。1対3のウェイトで分けているのですけれども、「サッカー観覧料」は単独で見たときに万分比が1を切っていますので、「スポーツ観覧料」は「プロ野球観覧料」で全て代替する形で今後は調査をさせていただくつもりで我々は設計しているところでございます。個々の品目の定義につきましては十分精査が進んでいないところもあるかもしれませんので、そちらについては改めて全体を見直してみたいと思いますので、多少お時間を頂ければ幸いです。

○菅部会長 よろしいですね。今の説明を聞くとよく分かったのですけれども、やはりプロ野球とサッカーがどういう関係になっているのかが簡単に資料としてあったらよかったのではないかなという感じはしますね。つまり、今のことを聞くとよく分かるのだけれども、サッカーだけが落ちるみたいに見えちゃうものだから、どう整合性が取れているのかが分からないということはあるかもしれないですね。

これについては今後の検討課題となるのだらうと思いますけれども、検討していただけたらと思います。また成田臨時委員から、同じものなのに違うようになっているのかという質問もあったと。また松村委員から、「はくさい漬」と「だいこん漬」で全然扱いが違うのではないかと。その辺りの説明が、例えば「はくさい漬」だけが変わるといってやはりびっくりしちゃうので、だいこんはこうなのだけれども、はくさいはこうなのですよということ、その辺りの説明があってもよかったのかなと。成田臨時委員からの指摘にあったように、同じものなのにカウンセリングがあるかどうかで違うのはどうしてなのかと、当然ある質問なので、こういうものはやはり説明としてあってもよかったのかなという気はいたします。

それでは時間の関係もございしますので……。

○松村委員 1つだけ。すみません。先ほどの「資格試験」の語学の英語ですが、確かに家計調査でどこまで細かく書いてくれるかということは回答者の問題としてあると思いますが、英語で代替させたということは、家計調査で「英会話」と書いてくる人が多いのもあったりするのですか。

○菅部会長 御回答をお願いします。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 家計調査でそこまで細かく見たかどうかは、即答できないですけれども、実際の品目の中で銘柄を選ぶ際には、業界統計なんかも活用しながらどれが代表的なものかということを見ますので、家計調査の中で英語が大きかったから絶対に選ぶということではなくて、きっとこの業界を見ると英語が多いよねとか、あるいは英語と国語と動きが同じだから英語の方に代表させてよいよねと、そういったことを検討しているものになりますので、家計調査の中で英語の割合が多かったからということを中心に基準にはしておりません。

○菅部会長 よろしく願いいたします。

○松村委員 そうすると、白塚委員が言われていたように、何でそれにしたのかというこ

とに戻ってしまうわけです。確かに家計調査を細かく書くのは難しいのですが、ただ、「英会話」と書かれる人が多いということがあれば、一つそれを取ったという納得性はあるのですけれども、一旦分かりました。

○菅部会長 この場合は業界データを参照したということですよ。家計調査であっても。家計調査も見たのだけれどもということですかね。

それでは時間の関係もございますので、次に参りたいと思います。次に論点 d と e、POS 情報等の活用について審議したいと思います。御意見や御質問がありましたらよろしくお願いいたします。いかがでしょうか。宮川臨時委員、よろしくお願いいたします。

○宮川臨時委員 立正大学の宮川でございます。

POS 情報の活用は今後進めていくということなので、それ自体に全く異論はないですし、結構なことだと思うのですけれども、質問として、「プリンタ用インク」と「メモリーカード」について、POS 情報は最初にお話があったように家電量販店の情報なわけですよ。その家電量販店で売られているもののシェアみたいなものは把握されているのでしょうか。つまり POS 情報でカバーしている範囲です。

というのも、私ももちろんこのプリンタ用インクもメモリーカードも購入したことがありますけれども、どちらかというと家電量販店以外のオンラインショップで買ってしまうケースが多いです。

それで、この POS として調査を実施するときの要件の中に、POS でのカバレッジというか、対象となっているものがどれぐらいの割合かということは入っていなかったようです。POS と POS 以外で値動きが同じだったら問題ないという話になるのかもしれませんが、その辺りは検証されているのかとか、あるいはシェアがどのぐらいかということとは把握されているのかが質問になります。よろしくお願いします。

○菅部会長 いかがでしょうか。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 すみません、詳細はありませんけれども、POS データは大量のデータが入ってきていますので、最初にカバレッジがどのぐらいかということは見ておりませんが、このぐらいのデータ数があれば大丈夫だということを、最初の検証の時にはスタートしていると考えていただければと思います。もし可能であれば、カバレッジも次回お示しできればと思いますが、どこまでデータが取れるか分かりませんので、そこは調べさせていただければと思います。

○宮川臨時委員 データ数というのがどういうものなのか少し分からないのですが、少なくとも、例えばプリンタインクの全ての販売額のうち、家電量販店で売られている分は何割なのかということがまず一つあると思うのですよね。あるいは、今度はそれが低かったとしても、家電量販店で売っているものとその他の販売店で販売しているものの動きが平行ですと言われれば、それなら POS データを使えば問題ないと思うのですが、そういったことがここには書いていなかったもので。

やはり今後拡大していくときに、今出している要件だけでどんどん拡大していつまで本当にいいのかなということは気になることです。その辺りは後でまた改めてデータをお示しいただけるということでしたが、POS データのみを使用することが適切であ

るかどうかについてはしっかり検証した方がいいのかなと思っております。

以上です。

○菅部会長 いかがでしょうか。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 御指摘ありがとうございました。今頂いた意見も踏まえまして検討させていただければと思います。次回示せるデータは示させていただきたいと思います。

○菅部会長 どちらかというと、POSは代表性がないかもしれないという。

○宮川臨時委員 それを少なくとも検証した方がよいのではないですかと。

○菅部会長 そのような検証を。今、POSの使用をエンカレッジするのが基本的な方向性なのだけれども、POSが代表性を失っているかもしれませんよという御指摘だと思います。

○宮川臨時委員 それでもしかしたらPOSより、それこそスクレイピングの方が実は広い対象をカバーできるといったことがあるかもしれません。ただ、スクレイピングも難しいと思うのは、ポイントの話とかいろいろ、家電量販店もそうでしょうけれども、いろいろなことを考えるとなかなかそう簡単にはいかないでしょうけれども、少なくともPOSでちゃんとまともな数値が出るのだということはチェックしておく必要があるかなと思ったところです。

○菅部会長 いかがでしょう。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 ありがとうございます。ちなみに、現在の黒物家電のPOSはネットも含んだものを入れているので、極端にカバレッジが少ないことはなさそうかなという感じですがけれども、細かなところはこれから調べさせていただければと思っております。

○菅部会長 どうもありがとうございます。ほかに御意見、では白塚委員、よろしく願いいたします。

○白塚委員 幾つかあるのですが、今の続きだと、家電量販店のネットで販売しているものはPOSデータに入っているという理解だということですね。

○菅部会長 いかがでしょうか。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 その理解でよろしいと思います。

○白塚委員 その上で、今回の「プリンタ用インク」とか「メモリーカード」は、やろうと思えばずっと前からPOSデータの中に入っていてできたわけですね。家電量販店のPOSデータを使うのであれば、使えるものはできるだけ使うことで、調査員調査を代替することで、調査コストの削減につながることはなると思います。ですので、現時点でこの2品目を追加することで、もうPOSデータ、家電量販店のデータで使えるはずなのに使っていないものはないという理解でよいのかを教えてください。

○菅部会長 よろしく願いいたします。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 実際に指数作成に利用するためには品質調整の手法を確立しなければいけないので、採用するためにはプロセスが必要だと考えていることと、黒物家電関係につきましては多くの品目を入れることはできたかな

と思っております。白物、食料等につきましては、POSデータは持っているけれども、品質調整等々まだまだ課題があると思っておりますので、実装に向けてはそこを検討した上で反映していければと考えているところでございます。

○白塚委員 すみません、品質調整の問題が大きいという点は、パソコンのようなものだったら分かりますが、プリンタのインクとかメモリーカードで、そこまで品質調整の手法が確立されていなくて、そのようなことをすごく検討しなくちゃいけなくて、採用できないという判断に至る可能性があることは、なかなか理解に苦しみます。

○菅部会長 よろしく申し上げます。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 御意見ありがとうございます。私も着任したばかりでなかなか説明が難しいですけれども、確かにパソコンのように個別に考えなければいけないものとは別に、ある程度汎用的に品質調整の方法をこんなふうにやれば、この品目、この品目、この品目で適用できるよという形に進むことが今後あるかもしれませんので、今後そのように考えていければと。

今までは一つ一つ見ていって、その品質調整をして、これならいけるぞということで、ある種抑制的に導入していた経緯がございますので、ある程度まとめて入れるためにはどのように見ればいいのかという観点での検証は恐らく不十分ではなかったのかなと我々は考えております。

最終的にどう採用するかといったところについて、今後、1品目1品目やっていっても、ちりが積もってなかなか山とならないことはございますので、この類についてはこういうふうにすればいいのだみたいな、そのような観点で検証をしていければと思いますので、御意見ありがとうございます。

○菅部会長 ほかに御意見、御質問はありますか。

○白塚委員 ついでにもう1個だけ。

○菅部会長 よろしく申し上げます。

○白塚委員 白物家電は今後の検討課題だということだと思いますけれども、企業物価とかでも使っているわけなので、ここの品質調整手法もそれなりにはきちんと確立されているのかなと思いますから、ここも是非、今後の課題ということで結構ですけれども、積極的に次回の基準改定に向けて検討していただきたいと思います。

○菅部会長 よろしく願いいたします。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 承知しました。日銀等の作り方等も勉強させていただいて、どうやったら採用できるかという観点で検討させていただきたいと思っております。

○菅部会長 ほかに御意見、御質問等ありますか。よろしいでしょうか。

次に、まだ論点がございまして、fですね。調査品目の名称変更について審議したいと思います。御意見や御質問がありましたらよろしく願いいたします。これはどうですか。では白塚委員、よろしく申し上げます。

○白塚委員 今回の資料を見ていて思ったのですけれども、例えば「運動靴」とか「ミネラルウォーター」とかがあったと思います。

○菅部会長 確かあったと思います。

○白塚委員 例えば、運動靴が紳士用になり、飲料水がミネラルウォーターの宅配になったと思います。言葉の使い方として、どうせ変えるのだったら、「運動靴」のままでいいのかということを検討されたのでしょうか。例えば、「スニーカー」にするとか「スポーツシューズ」にするとか、そのような選択肢はあるように思います。「飲料水」を「ミネラルウォーター」に変えるのであれば、「運動靴」という、何となく今あまりみんなが使わない表示のままにするのかは疑問に思います。

○菅部会長 ああ、表現がですね。

○白塚委員 そうです。表現の問題をどう考えるのかは併せて検討した方がいいのではないかなという感じがしました。

○菅部会長 いかがでしょうか。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 今回はまずは家計調査の品目となるべく合わせるということで提案させていただいたものでございます。消費統計課の担当も含めまして、今後の家計調査、消費者物価指数、それから小売物価統計調査の品目・名称については改めて考えていければと考えているところでございます。

○菅部会長 家計調査の収支品目とこちらを合わせるのはやはりやるべきだと思うのですね。やはり実質化に使うときにこれは同じかどうか悩んじゃうのは、ユーザーというか、みんな困っちゃうので。これはまだずれているものはあるのですか。ほとんど一致したのですか。それともずれているものがあるのですか。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 ほぼ一致していると思いますが、スパゲッティとパスタとかはひょっとしたら違ったかもしれません。大体今回見比べてほぼ一致していますが、100%ではないかもしれません。

○菅部会長 変な話ですけども、ユーザーにとっては全部一致している方がやはり便利だという感じはいたしますね。私なんかもどれが合っているのだろうということを、やるときに「うん？」と考えちゃうのはあまり便利ではないので。できれば合わせて、その時に、今、白塚委員が言ったように、名前は一般的にみんなが使う方がいいような感じも確かにいたします。ただ、これはどちらかというと家計調査の方に合わせるのでしょうか、そうするとどちらかというと消費統計の方の課題なのかもしれませんけれども。

ありがとうございました。これで一応、「ア 選定基準に基づく調査品目の変更等」については一通り審議を行いました。

本日の審議結果を整理すると、まず、白塚委員から御指摘があったように、品目の定義と銘柄との関係について、一応私は説明を聞いて納得はしたのですが、例えば先ほどの「スポーツ観覧料」は「サッカー」が落ちると。それでも「プロ野球」で入っているので問題ないですとか、そのような説明が少しあってもよかったかなと。「だいこん」とか「はくさい」ですね、これについてもやはり「はくさい」だけが落ちると聞いてしまうと、「え、大丈夫かな」みたいな感じはしますよね。また、先ほど成田臨時委員から御指摘があったように、同じものなのに何でということはあるだろうと。あと「資格試験」ですね。「資格試験」についていろいろとあるのに、どうやって調べるのかとか、その辺りの説明

は確かに一般の人たちがこれを見たときに理解できるようにした方がいいと思うので、それについてもやはり説明があってもよかったかなと。だから、もしこの後この結果について公表するときには、少しそういったことを具体的に入れてもいいのかなという感じがいたします。

また、POSの扱いで、白塚委員から御指摘があったのは、もっと情報があるのだから、有効に使ってもいいではないかという御指摘ですね。つまり実際のデータはたくさん買っているわけですよね。すごくたくさんいろいろなものを買っていて、その中で使っているのがごく一部なのはなぜかといったところで、この辺りの関係について確かに不思議だという意見が出てきちゃう。やはりその時に、例えば情報がたくさんあっても、実際はやってみると非効率なのですということであれば、こういう事情で非効率なのです、やはり使ってみたら未利用の情報がありましたという話になるかもしれないし、その辺りの検討を具体的に進めていただきたいということです。それについてやはり説明があってもいいかなと思います。

あと、品目と銘柄との関係について、これはなかなか難しい部分もあるでしょうけれども、もともと複数銘柄という議論がよく出てくるのはアメリカのケースで、アメリカは国土が広いので全国銘柄がそもそも、全米銘柄ですかね、それがないので、複数の銘柄を選んだというケースがあるわけです。

先ほどの白塚委員の御指摘なされたケースだと、例えばさばを食べるところとほっけを食べるところがあるので、地域によって銘柄が違っていいのではないかということでした。つまり、品目の中身に地域性が極端にあるのであれば、それを入れてもいいのではないかという御指摘だと思うので、そのようなことを入れてもいいのではないかとはいいます。

ただ、この件に関しては皆さんの了解は得られたと思うので、まず公表に当たって少し説明を分かりやすくすることと、もう一つは、地域性を反映した銘柄の選定は考えてもいいのではないかということはいってもいいのではないかなと思います。

ほかに何かありますか。白塚委員、いかがでしょうか。

○白塚委員 結構です。

○菅部会長 では、そのような形で整理させていただきたいと思います。

続きまして、審査メモの4ページにあります「イ 品目の名称整理」について事務局から審査状況の御説明をお願いいたします。

○川原総務省政策統括官（統計制度担当）付統計審査官室調査官 それでは審査メモの4ページを御覧いただければと思います。「イ 品目の名称整理」について審査状況を御説明させていただきます。

変更内容についてですが、枠囲みの①にありますとおり、調査計画において記載している調査品目については、現行、家計調査の収支項目分類に準じて財・サービス群を設定、表記する形で設定した「上位品目」と「調査品目」の2層構造になってございます。今回、「上位品目」を廃止し、「調査品目」のみを調査計画に記載することを計画しているものでございます。

また、この見直しに合わせまして、②のとおり、調査品目において「上位品目」を引用している箇所がございましたので、該当部分については記載を変更することを併せて計画しているものでございます。

次に、審査状況について御説明させていただきます。(ア)をまず御覧いただければと思います。本調査の調査計画では、報告者の選定方法や、先ほど調査実施者からも御説明がありましたけれども、報告義務者であるとか、報告を求めるために用いる方法等の内容を規定する際に、調査品目ごとに規定するような形で調査計画を記載しておりまして、調査計画の別表1に一覧表の形で整理してございます。先ほども御紹介いたしましたけれども、資料1-2の4ページ以降に別表1を添付してございます。

(イ)に移りまして、そもそも「上位品目」という区分ができた経緯を若干御説明させていただきます。審査メモの次の5ページに図を載せておりますが、『上位品目』の区分設定に係る経緯も併せて御覧いただければと思います。経緯を申し上げますと、平成27年度に、「調査品目」について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いたしまして、これまでの調査品目を大きくくりにする形での変更案が申請されたところでございます。

これにつきまして、当時の統計委員会・部会で審議いたしました結果、調査品目の記載が抽象化することにより、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などから、審査メモ5ページに移りまして、変更申請として提出された大きくくりの「調査品目」を「上位品目」、従前の調査品目を「調査品目」として、両方を併記する形で調査計画に記載する必要がある旨、御指摘があったところでございます。

これ以降、調査計画におきましては、先ほど申し上げた別表1のとおりでございますが、「上位品目」と「調査品目」の2層構造で記載する形で現在に至っております。

(ウ)に移りまして、調査実施者としては現状、実際の調査や結果公表におきまして、「調査品目」を使用することで支障がなく、「上位品目」という区分を使用する機会がないことから、調査計画上これを掲載しておく必要性に乏しいとしております。このため、今回、調査計画における調査品目の記載について「上位品目」を廃止することとし、併せて関連する記載を変更したいとするものでございます。

(エ)に移りまして、なお、調査実施者においては、本調査の調査品目と家計調査の収支項目分類や消費者物価指数の品目との対応関係につきまして従来から整理・公表しているところでございまして、これにつきましては引き続き同様の対応を取るということでございます。

(オ)に移りまして、当該見直しに伴いまして、調査計画上、表1に記載がございまして、上位品目の名称を用いて調査計画を記述していた箇所がございました。具体的にはこちらに記載しているのとおりでございますけれども、今回、「上位品目」を廃止することに伴い、記載内容を変更するものでございます。

(カ)に移りまして、今回の変更につきまして、審査部局といたしましては、「調査品目」の区分があれば、調査計画の内容を確定させる上では特段の問題がないこと、実務上特に使用する必要がないこと、利用者への情報提供も従来のもものが継続されることから、特段

問題はないものと考えておりまして、先ほどあったような論点は特に設定していないところでございます。

事務局からの説明は以上でございます。

○**菅部会長** 本件につきましては事務局から特段の論点は示されておりましたが、何か御意見などはございますでしょうか。よろしいでしょうか。松村委員、よろしく願いいたします。

○**松村委員** ありがとうございます。今御説明があった資料2の5ページの(エ)に書いてあることの確認ですが、調査計画は「上位品目」はなくなるのですけれども、家計調査と物価の間のこの辺の関係は、引き続きお示しいただけるということによろしいのですよね。

○**菅部会長** よろしく願いいたします。

○**森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長** そのとおりでございます。なるべく分かりやすい方法で公表していきたいと考えております。

○**菅部会長** 要するに、調査上の「上位品目」はなくなるけれども、結果としては家計調査に対応した上位品目みたいなものがあるわけですね。そのようなわけではない？

○**森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長** 結果もございません。

○**菅部会長** 結果もないのですか。

○**森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長** はい。なので、「上位品目」が使われていないと。

○**菅部会長** ないのですね。

○**森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長** はい。

○**菅部会長** では、家計調査で実質化するときはどうすればよろしい？

○**森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長** 家計調査の担当では、「その他のパン」であれば「あんパン」と「カレーパン」を使って実質化しております。もともと「その他のパン」から消費者物価指数のウェイトを作るときに、「あんパン」と「カレーパン」とそれから「食パン」が何対何対何という形で作っていますので、そこから逆算する形で、消費統計課ではその「あんパン」の指数と「カレーパン」の指数を加重平均して「その他のパン」の実質化をしていると伺っております。

○**菅部会長** その時に、事後的に計算できるでしょうけれども、家計調査の方では実質化に用いた価格指数は提示されているわけですね。「その他のパン」の指数はどうなのでしょう。それは名目から実質を割れば自動的に出てくるのですけれども、そのような感じでしょうか。

○**森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長** 所掌外なので公表されているかどうかは把握していませんが、実際には「あんパン」と「カレーパン」を使って「その他のパン」は実質化して、実質増減率を公表しています。完全にその指数に準拠して作っておりますという形では出していないかと思っておりますので、ひょっとしたら個別に作り方が違うところもあるかもしれませんが、基本、整合性を取るように作成しているはずでございますので、家計から消費者物価指数に分割するときのものを使って、引き戻しで実質化

しているのが基本概念であると、私としては認識しております。

○菅部会長 いかがでしょうか。

○松村委員 ありがとうございます。そうすると、例えば今のでいうと「その他のパン」は「あんパン」と「カレーパン」なのですよというところは、対応関係を分かりやすくお示しいただけるということですね。

○菅部会長 いかがでしょうか。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 はい。現行でも「消費者物価指数の解説」で、「家計調査品目の指数品目への分割統合」というものを出してしまして、家計調査品目のこれが指数品目のこれに対応して、何対何対何に分解してみたいなものを公表しておりますので、引き続きこれがもっと分かりやすい形になるかもしれませんが、それを公表していきたいと考えております。

○菅部会長 いかがでしょうか。

○松村委員 ありがとうございます。是非それはお願いしたいと思います。今、例えば資料1-2で新旧の対照表があると思うのですが、この表の新しい方だけ見ていると「上位品目」の関係は全く分からないわけですが、正にこの新旧対照表みたいな形で、個々で実質化するときも対応関係が分かるようにお願いできればと思います。

○菅部会長 いかがでしょうか。対照表は価値があるということですかね。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 そうですね。

○菅部会長 そのようなことですね。だから、「上位品目」はなくしてもいいのだけれども、対応表はあった方がいいのではないかと、そのような理解でよろしいですかね。ということですが、どうでしょうか。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 それはもちろん何らかの形で公表させていただこうと思いますが、調査計画の中からは今回消える形でと考えております。ただ、全くその情報を公開しなくなるということではございませんので、引き続き公表していきたいと考えております。

○菅部会長 いかがでしょうか。白塚委員、よろしく願いいたします。

○白塚委員 それはそれで続けてやっていただくことでいいと思います。これは小売物価の問題ではなくて、CPIのウエイトの作り方ですけれども、インピュートは品目群を超えてインピュートされているのが分かりづらいと思います。インピュートにあたって、なぜそのような扱いをしているのかをきちんと説明していないような気がします。その辺りも併せて、この統計じゃないですけれども、検討してほしいなと思います。

○菅部会長 インピュートとおっしゃったのはどういう？

○白塚委員 この「その他」のところとかは、「あんパン」と「カレーパン」に「その他」のところのウエイトが案分されているわけですが、そうでないものも結構あるわけですね。

○菅部会長 両側から持ってきて。

○白塚委員 いろいろなところにウエイトが割り振られたり、集められたりしています。そのようなウエイトの作り方と価格調査の品目の関係などをどう考えて品目が選択されて

いるのかとか、最終的なC P Iの品目のウェイトの作り方との関係でこの調査品目はどうなっているのかとか、それをもう少しクリアにしてもらえると、使っている方としては分かりやすいなと思います。

○菅部会長 いかがでしょうか。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 ありがとうございます。正に基準改定に向けてこれからそのような作業というか、まず企画をして、作業をするわけですが、その過程も含めてなるべく分かりやすく公表することを考えていきたいと思います。私も実は15年ぐらい前に物価室にいて、ある程度分かっている部分と、何でこれはこう分けているのだと少し悩んでいる部分もありました。年々改善されているなどは感じますけれども、より分かりやすくを目指して頑張っていきたいと思います。

○菅部会長 今いろいろと意見が出ましたけれども、ほかにございますでしょうか。大丈夫でしょうか。

「上位品目」の廃止については御了承いただけたと思いますけれども、例えばこの対応関係ですね。実質化するときにはやはりこの対応表は大変便利なので、こういった情報は今後も出していただきたいということ。

もう一つ御指摘があったのは、これはどちらかというと、ここの問題というよりも家計調査の方の話のような感じもしましたが、ただ、家計調査からウェイトを作るときという話ですかね。その辺りのプロセスがよく分からないところがあると。もう少し情報を出してほしいということなので、これについては今後、公表の時に御検討いただけたらと思います。

よろしいでしょうか。一応、「上位品目」の廃止については御了承いただけたことになると思います。

次に、審査メモの6ページに参りたいと思います。「(2) 使用する統計基準等の記載の変更」の審議に進みます。事務局から審査状況の御説明をお願いいたします。

○川原総務省政策統括官（統計制度担当）付統計審査官室調査官 それでは審査メモの6ページ、「(2) 使用する統計基準等の記載の変更」について御説明させていただきます。

基幹統計調査の調査計画におきましては「使用する統計基準等」という項目がございます。調査対象の範囲の確定や、作成した統計の表章の際に使用する統計分類等の統計基準、統計法第2条第9項に規定する統計基準でございますけれども、その使用状況について記載することとしております。

現在、統計法に基づく統計基準といたしましては、分類に関する統計基準である「日本標準産業分類」、「日本標準職業分類」、「疾病、傷病及び死因の統計分類」と3つございます。これに加えて、経済指標に関する統計基準としては「指数の基準時に関する統計基準」と、今回の変更に関係いたします「季節調整法の適用に当たっての統計基準」の計5つございます。これらを統計調査において使用する場合には、調査計画の「使用する統計基準等」に記載していただいているところでございます。

本調査におきましては、集計事項の一つに消費者物価指数が位置付けられていることを踏まえまして、調査計画の「使用する統計基準等」のところに、「指数の基準時に関する統

計基準」と「季節調整法の適用に当たっての統計基準」の2つの基準について記載しているところがございます。

本申請におきましては、このうち「季節調整法の適用に当たっての統計基準」に係る記載内容を変更するものでございます。具体的な内容でございますけれども、審査状況のAに記載しておりますとおり、これまで消費者物価指数の作成における季節調整プログラムについてはX-12-ARIMAということで調査計画上も記載していたところでございますが、米国センサス局における同プログラムの提供が既に終了しており、X-13ARIMA-SEATSというプログラムが提供されていることを踏まえまして、最新の状況を反映するために、調査計画上の記載を変更したいというものでございます。

具体的な記載内容については表2を御覧いただければと思いますが、今申し上げたような形でこの記述を直すものでございます。

Iに移りまして、審査部局といたしましては、今回の変更はプログラムの提供状況の実態に合わせて変更するものでございまして、結果の数値への影響もないと伺っておりますことから適当と考えておりますけれども、論点に記載のとおり、具体的な季節調整の手法について念のため確認させていただければということで、論点を設定させていただいているところでございます。

事務局からの説明は以上になります。

○菅部会長 ありがとうございます。

それでは、論点について調査実施者から御回答をお願いいたします。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 調査実施者でございます。

資料3の別紙4という後ろの方にある1枚紙を御覧いただければと思います。「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)」と書かせていただいているものでございます。

消費者物価指数では米国センサス局の季節調整用のソフトウェアを用いて季節調整を行っていて、現行はX-12-ARIMAを用いているところですが、既に提供が終了しておりまして、最新のソフトウェアがX-13ARIMA-SEATSとなっているところでございます。手法といたしまして、X-13ARIMA-SEATSは新たな機能は加わっているのですが、前と同じようなこと、従前のX-12-ARIMAと同様の季節調整を行うことが可能であるということで、スムーズに移行できるのではないかと考えておりました。

結果にどのような差異が出るかということ、X-13ARIMA-SEATSによる季節調整値と公表値との差を検証させていただいたところでございます。

2番に「試算の概要」と示しておりますが、対象系列は現在公表を行っている全13系列です。原系列の期間は2010年から2024年までで、事前調整パートにつきましては、最新の12月の改定で適用したARIMAモデルと回帰変数を設定し、季節調整パートはX-11を行うこと、そういったことをしたところです。

3番の「試算結果」にあるとおり、指数と前月比を公表値と比較しますと、小数第1位という表章単位においては全13系列に差異が見られなかったということでございます。どうしてもバージョンが変わりますとソフトウェアで微少な差は出てくるかもしれませんが

れども、少なくとも最新の結果については全く公表ベースで差が出なかったということでございます。

既にX-12-ARIMAの提供は終了しておりますので、今後新たに手に入れることはできませんから、X-13ARIMA-SEATSを今後は適用していくことで妥当なのではないかと考えているところでございます。具体的には2025年基準の季節調整値から切替えを行って、2020年基準の間は引き続き現在持っている、更新はされないですけれども、最新のプログラムを使って季節調整をしていきたいと考えているところでございます。

説明は以上となります。

○菅部会長 どうもありがとうございました。

それでは、ただ今の御説明に対して御質問、御意見はございますでしょうか。よろしいでしょうか。では白塚委員、よろしくお願いいたします。

○白塚委員 これ自体はこれでいいと思います。ただ、説明の仕方として、実態としては変わっていないことがきちんと明確になるように説明の文章を書いてもらった方がいいかなと思います。

○菅部会長 不明確なところがありますでしょうか。

○白塚委員 X-12-ARIMAからX-13-ARIMA-SEATSに変わるのはいいですけれども、それによって実態としては季節調整の手法は変わっていないのだということが分かるようにしてほしいなということです。

○菅部会長 いかがでしょうか。もう少し明確に、変わっていないことを書けますでしょうか。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 そうですね、「試算の概要」のところの記述がまだまだ粗いということでしょうか。我々としては、現在やっているものと同じオプションでやりましたという試算なのですけれども。

○白塚委員 審査メモの6ページの真ん中辺りにある表2には、現行計画と変更案というところは使うソフトが違ってくるのが書いてあります。しかしながら、これによって実態としては何も変わらないわけですね。

○菅部会長 そうすると、結果数値への影響は生じないことを変更案の中に追加するという。

○白塚委員 「運用に関する情報等をホームページで公表する」と書いてあるけれども、例えば括弧内で、現行のオプションではX-12-ARIMAと13ARIMAで計算した結果はほぼ一緒ですとか、X-12-ARIMAを使っていた機能を基本的にこの中で使っているのですとか、そのようなことが何がしか分かるようなことを補記してはどうでしょう。

○菅部会長 それはあってもいいかもしれないですね。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 ありがとうございます。ただ、調査計画の中に書くかどうかは統括官室とも御相談だと思いますけれども、いずれにしても変わらないよということは、我々のホームページなり何なりで、それはそうですね。これで大きく変わってしまったと思われてしまうと問題ですので。ありがとうございます。

○白塚委員 すみません、今の論点とは関係ないですけれども、具体的な季節調整のオプ

ションのところで、例えば消費税とかの取扱いとか、そのようなものは今どうなっているのでしょうか。

○菅部会長 消費税の取扱いはオプションとしてどうなっているかということなのですが、消費税導入時期のことですか。

○白塚委員 消費税でジャンプするわけで。

○菅部会長 では、導入時期の話ですよね。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 すみません、手元に資料がないので即答できません。回帰モデルにどういうふうに入れているかは公表しているはずなので、それを見れば分かるのですけれども。

○白塚委員 特異値の修正、アウトライヤーの修正とかそのような点はどうでしょう。

○菅部会長 アウトライヤーの話ですね。外れ値の話ですね。

○森本総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室長 はい、御質問の趣旨は分かりました。ただ、手元にデータがなくて、即答できなくて申し訳ございません。

○菅部会長 まあ、そうですね。では、それについては少し。

○白塚委員 いいです。本論とは関係ないので。

○菅部会長 ええ。ということで、今の話だと、変わらないことをちゃんと周知してくださいと。それ以外については御了承いただけたと考えております。

○川原総務省政策統括官（統計制度担当）付統計審査官室調査官 すみません、事務局でございます。

調査計画の書き方については他の基幹統計調査においても何件か似たような記載をしているものがございしますが、基本的にはこういうものを使っているということで調査計画に記載し、詳細は統計基準の運用の中で、年1回、オプションなども含めて公表することで継続的に進めておりますので、もしそれで足りるようであればそちらで対応するというところでどうかと考えております。すみません、調査計画の中であまり数字が変わらないようなことまで書いている例が少し思い浮かばないところもありますので、少し検討させていただければと考えております。

以上でございます。

○菅部会長 そうすると調査計画というよりは、一般に対する周知のところでよろしくお願ひしますということですかね。

○川原総務省政策統括官（統計制度担当）付統計審査官室調査官 季節調整法の手法については年1回、我々の別の室ですけれども、情報収集をしております、今後恐らくX-13ARIMA-SEATSの方に変わってくる例が多いかと思ひます。本日の御意見を頂きましたので、担当にも伝えさせていただければと思ひます。よろしくお願ひいたします。

○菅部会長 どうもありがとうございました。

それでは、本日予定していた議題は以上となりますので、本日の審議はここまでとさせていただきます。

第2回の部会では残りの事項について審議を行いたいと思ひます。

また、本日の部会での審議の模様につきましては、7月に開催される統計委員会におい

て私から御報告させていただきます。

それでは、事務局から御連絡をお願いいたします。

○永岡総務省政策統括官（統計制度担当）付統計審査官室副統計審査官 事務局でございます。皆様、お疲れさまでございます。

次回の部会は8月1日、金曜日、13時から開催いたします。次回もウェブ併用開催を予定しております。

なお、本日の部会審議の内容について追加の御質問やお気付きの点等がございましたら、来週7月9日、水曜日、15時までにメールにより事務局まで御連絡のほどお願いいたします。

最後に、本日の部会の議事録につきましては、事務局で作成次第、メールにて御照会させていただきますので、こちらにつきましても御確認をよろしくお願いいたします。

事務局からは以上になります。

○菅部会長 以上をもちまして本日の部会は終了といたします。次回の部会審議もよろしくお願いいたします。本日はありがとうございました。