

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。