

前回答申における「今後の課題」に対する対応状況について

「小売物価統計調査の変更について」

諮問第 27 号の答申（平成 22 年 10 月 22 日）

課題 1 調査品目の選定基準

実施部局から提示された調査品目の選定基準については、その妥当性について検証する必要がないかとの意見がだされたが、早急に検証を行うことは困難であるとの判断から今回は適当であると判断した。

したがって、次回の消費者物価指数の基準改定までに、消費者物価指数における本調査結果の利活用の観点及び結果精度の観点から検証する必要がある。

＜対応状況＞

調査品目選定基準の検証は、平成 22 年に改定された調査品目のデータが十分に蓄積されて行えるもので、現在は当該データを蓄積している状況。

なお、検証に当たっては最低 2 年分のデータが必要となることから、次回の消費者物価指数の基準改定に向けた調査品目選定基準の検証については、平成 24 年度を目途に開始する予定。

課題 2 小売物価統計と消費者物価指数との関係

現在、消費者物価指数は統計法第 9 条に基づき、基幹統計調査である小売物価統計調査の集計事項の一部として承認されていることから基幹統計であるとされている。しかし、消費者物価指数は、その利用が法令で明記されているなど施策を立案、実施する上で重要な統計であることから、小売物価統計調査と一体的に運営されることを前提にそれ自体単独で基幹統計と位置付けてもよいと考えられる。したがって、今後、統計調査以外の方法により作成される他の基幹統計との整合性などを勘案して、速やかに消費者物価指数を単独で基幹統計とするか否かを検討する必要がある。

＜対応状況＞

消費者物価指数の単独での基幹統計化の是非に係る検討は、単に小売物価統計調査の集計事項の変更に止まるものではなく、小売物価統計調査の基幹統計としての位置付け・役割の再確認、また、消費者物価指数の計算方法そのものの変更など統計の根幹部分にまで波及することから、十分な条件整備を行った上、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進めてまいりたい。

前回答申における「今後の課題」に対する対応状況について

「平成19年に実施される全国物価統計調査の計画について」

諮問第314号の答申(平成18年12月8日)

課題1 物価統計の体系的整備

経済指標として用いられるCPI作成の基礎データとして、小売物価統計調査の調査精度の確保が求められているところであり、物価に関する統計体系において、価格変化の構造上の分析のみでなく、小売物価統計調査の精度検証に資するため、本調査結果を基に、定期的に、店舗の選定方法の妥当性、特売価格及び休日価格の把握の必要性等について検証を行うとともに、例えば、今回新たに把握する通信販売価格及び割引・特典サービスの実施状況なども踏まえ、調査方法等の改善について研究・検討を行う必要がある。

<対応状況>

小売物価統計調査の店舗の選定方法の妥当性については、今回の見直しにおいて、調査頻度が向上するため、タイムリーに検証することが可能となる。(別添1参照)

また、休日価格の把握の必要性については、これまでの全国物価統計調査の結果から、その実態について解明できているため、既に一定の成果が得られていると考える。(別添2参照)

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などについては、販売形態も多様化している実態を鑑み、今後の状況の変化を見つつ適した調査方法等の検討を行う。

課題2 ニーズに対応した的確な調査事項の設定及び集計・公表

本調査については、価格の決定要素に関する構造的な実態を明らかにする唯一の調査として、今回、店舗属性等の充実や集計事項の改善が図られているが、調査の役割に対応した調査事項の設定等について検討する必要がある。

特に、価格決定の要因分析に資する観点から、把握が重要と考えられる販売数量及び販売金額並びに割引の割合について把握することの可能性について研究・検討を行う必要がある。

<対応状況>

有識者の意見や利用者のニーズ等も踏まえつつ、今回の見直しにおいては、調査周期を見直し、調査頻度を向上した中で、調査内容については地域差などの分析の視点に応じて大幅に重点化し、地域間の価格差、店舗形態間の価格差、銘柄間の価格差の把握充実を優先した。

具体的には、平成21年度から小売物価統計調査の精度検証も視野に入れた物価統計体系の見直しに着手し、以下の方向性をもって調査方法等の改善に取り組むこととした。

【見直しの方向性】

これまで5年の周期で実施してきた全国物価統計調査を発展的に見直し、地域差などの分析の視点に応じて、調査地域、調査品目を大幅に重点化・スリム化した上で、平成25年から**構造編として小売物価統計調査へ統合**。

※ 地域差分析のために、調査地域は88市、調査品目は56品目を調査。

また、県庁所在市において、店舗形態別の比較に必要な店舗や調査銘柄以外の銘柄も調査。

今回の見直しによって、都道府県別の指数、店舗形態間の価格差、銘柄間の価格差の結果を毎年公表することにより、今まで必ずしもデータが存在しなかった年も構造的な実態が把握可能となるとともに、前年との比較が可能となるなど、より時系列における分析が可能となる。

また、5年ごとの調査では、過去の調査結果との違いが、傾向変化によるものか、一時的な要因によるものかの判別が極めて困難であるなど課題があったが、毎年算出することによって、それらの課題が解消され、より利用しやすくなると思われる。

なお、小売物価統計調査は、調査を正確かつ短期間で実施するために他計式（調査員調査）としているが、調査員によって各品目ごとの販売数量や販売金額を捉えることは事務量的にも時間的にも厳しく、また、自計式とした場合でも報告者にとって大きな負担となることから、品目ごとの販売数量及び販売金額を捉えることは困難であると考えられる。

店舗の選定方法の妥当性について

1 現在の小売物価統計調査における調査店舗の選定基準

次に示す選定基準により、その品目について最も代表的な店舗を選定する。

【調査店舗の選定基準】

- (1) 調査する品目・銘柄の販売数量が、他の店舗と比較して最も多いこと。
- (2) 上記により難しい場合は、調査する品目・銘柄の品揃え(陳列棚における当該商品の占有状況)、経営規模(従業員数、売場面積などを参考にする。)が大きいこと又は他の店舗と比較して客が多いことなど。

【調査店舗選定の留意点】

選定に当たっては、一般小売店、量販専門店、ディスカウントストア、コンビニエンスストアなどの業態については問わない。調査品目・銘柄ごとにその価格調査地区内で最も代表的な店舗であるかを検討した上で選定する。

【対象としない店舗】

- ・ 会社、官庁などの売店等で、一般消費者が自由に出入りできない構内にある店舗
- ・ 卸売店などで一般消費者を対象として販売をしていない店舗
- ・ 露天商、行商人などのように固定した建物等で販売していない店舗
- ・ せり売り、オークションによる販売など、販売価格が決まっていない店舗
- ・ 品揃えが安定しない店舗
- ・ 通信販売のみを行っている業者
- ・ 休業が多いなど、経営状態が不安定と認められる店舗
- ・ 中古品販売店、リサイクルショップなど、中古品、再生品を販売する店舗
- ・ 店頭展示品、在庫品など、アウトレット商品を主として販売している店舗

2 構造編(店舗形態別価格差)における店舗選定について

次に示す選定基準により、その品目について最も代表的な店舗を選定する。

【調査店舗の選定基準】

- (1) 調査品目ごとに店舗形態別の価格比較が可能となるよう、当該市において、現在収集されていない又は収集の少ない形態の店舗
- (2) 現在の小売物価統計調査における選定基準(1)、(2)に準ずる。



動向編と併せて集計し、全国及び県庁所在市における店舗形態別の価格差を把握することが可能になる。

3 今後の店舗選定への活用

動向編と併せて集計し、店舗形態別の価格を把握することで、例えば、一部の地域における価格の動きが他の地域と異なっている場合、店舗形態別に捉えた価格と比較し、スーパーの動きに近似しているのか、一般小売店に近似しているのか等の分析が可能となり、仮に一般小売店に近似していれば、当該地域の代表的な店舗が一般小売店であるか再確認を行うなど、店舗選定の妥当性を検証することが可能となる。

休日価格について

< 1 週間の価格変化 >

◆ 曜日ごとの平均価格の変動は比較的小さい

特売価格を調査した 20 品目について、曜日ごとの平均価格の変動をみると、特売実施率が高い売場面積 1,000 m²以上のスーパーでは、日曜日に価格水準が最も低くなる品目が 18 品目と多くなっているが、最大と最小のポイント差はいずれの品目も小さく、曜日ごとの平均価格の変動は比較的小さくなっている。

表 1 週間の価格変化（売場面積 1,000 m²以上のスーパー）（平成 19 年）

（7 日間の平均価格=100, ()内の数字は平均価格(円)）

品目	15日 (木曜日)	16日 (金曜日)	17日 (土曜日)	18日 (日曜日)	19日 (月曜日)	20日 (火曜日)	21日 (水曜日)	最大と最小の ポイント差
食パン	100.6 (135)	100.6 (135)	100.2 (134)	97.1 (130)	101.1 (135)	99.6 (133)	100.7 (135)	4.0
即席めん(A)	100.4 (114)	100.7 (115)	99.0 (113)	99.0 (113)	100.7 (115)	100.2 (114)	100.0 (114)	1.7
塩さけ	100.3 (149)	100.8 (150)	101.2 (150)	99.6 (148)	100.1 (149)	99.5 (148)	98.6 (147)	2.6
牛肉・ロース 国産	101.4 (681)	100.8 (676)	98.8 (663)	97.9 (657)	100.4 (674)	100.3 (673)	100.5 (674)	3.5
豚肉・もも肉	100.7 (157)	100.2 (156)	101.2 (158)	100.2 (156)	101.0 (158)	97.3 (152)	99.5 (155)	3.9
牛乳	100.7 (168)	101.0 (169)	99.2 (166)	98.0 (164)	100.7 (168)	100.4 (168)	100.0 (167)	3.0
鶏卵・M 10個入り	99.8 (179)	99.5 (178)	100.0 (179)	98.7 (177)	101.6 (182)	100.7 (180)	99.8 (179)	2.9
ヨーグルト・ 500 g (A)	100.3 (173)	100.1 (173)	99.7 (172)	98.8 (170)	100.6 (173)	100.1 (173)	100.5 (173)	1.8
食用油・1500 g	100.4 (398)	100.2 (397)	99.9 (396)	99.1 (392)	100.3 (397)	99.7 (395)	100.3 (397)	1.3
しょう油	100.6 (235)	100.0 (233)	100.1 (234)	99.3 (232)	99.7 (233)	99.8 (233)	100.4 (234)	1.3
液体調味料・ 400 g	100.2 (372)	100.2 (372)	99.7 (370)	99.6 (370)	100.2 (372)	100.1 (371)	100.1 (371)	0.6
茶飲料・2000ml (B)	100.3 (192)	100.1 (192)	99.6 (191)	99.5 (190)	100.4 (192)	100.1 (192)	100.0 (191)	0.9
インスタント コーヒー(A)	99.9 (611)	100.7 (617)	100.0 (612)	98.9 (605)	100.2 (613)	100.0 (612)	100.4 (615)	1.8
果実・野菜 ジュース(B)	99.6 (241)	100.1 (243)	99.3 (241)	99.1 (240)	100.5 (243)	100.7 (244)	100.7 (244)	1.6
ビール・24缶(A)	100.0 (4324)	99.8 (4317)	99.9 (4323)	99.8 (4318)	99.8 (4319)	100.3 (4341)	100.4 (4341)	0.6
トイレットペーパー・ 再生紙 12ロール	100.3 (302)	100.3 (302)	99.2 (299)	98.4 (296)	100.6 (303)	100.9 (304)	100.3 (302)	2.5
台所用洗剤(A)	100.0 (240)	99.8 (240)	99.9 (240)	99.8 (240)	100.3 (241)	100.3 (241)	100.0 (240)	0.5
洗濯用洗剤(A)	100.2 (348)	100.1 (348)	99.6 (346)	99.4 (346)	100.2 (348)	100.2 (349)	100.3 (349)	0.9
ラップ(A)	100.1 (159)	100.2 (159)	100.0 (159)	99.5 (158)	100.2 (159)	100.2 (159)	99.8 (159)	0.7
紙おむつ・ 乳幼児用(A)	100.3 (1,335)	100.2 (1,334)	99.9 (1,330)	99.6 (1,326)	100.2 (1,335)	99.9 (1,330)	99.9 (1,330)	0.7

(注) 品目ごとの価格水準の最大値と最小値に網掛けをしている。

濃い網掛け(■)は最大値, 薄い網掛け(□)は最小値を示す。

最大と最小のポイント差=価格水準の最大値-価格水準の最小値

$$7 \text{ 日間の平均価格} = \frac{\text{木曜日の平均価格} \times \text{木曜日の価格数} + \dots + \text{水曜日の平均価格} \times \text{水曜日の価格数}}{\text{木曜日の価格数} + \dots + \text{水曜日の価格数}}$$