

(小売物価統計調査・全国物価統計調査・小売物価統計・全国物価統計)

## 審 査 メ モ

全国物価統計調査で把握する主要な調査内容を、小売物価統計調査に追加することとし、全国物価統計調査を中止するという方針は、妥当か。

### 1 小売物価統計調査の変更

#### (1) 地域別価格差把握(奇数月)

ア 国だけでなく都道府県における経済政策の検討等に資する観点から、地域差を把握する。

(審査結果)

地域差は、国だけでなく都道府県等による幅広い利用実績があり、今後も利用が見込まれることから、この把握を継続することは適当である。

イ 対象地域は、動向編の167市町村以外の88市とする。

(審査結果)

動向編の167市町村と併せて、各都道府県において人口の50%をカバーすることを目標に、県内経済圏(都道府県が設定)のバランスを考慮した上で、人口が多い市を選定し、結果として、全国で88市を対象とすることとしている。(資料5-1参照)

これについては、これまで県庁所在市に限られていた地域差指数を都道府県別にも作成するための措置であり、特に問題はない。

(論 点)

- ① 地域選定の基準は妥当か。
- ② 町村数は減少していることから、対象としなくても良いか。

ウ 調査品目は、店舗や地域により価格差が見込まれる56品目とする。

(審査結果)

以下の基準を満たす56品目を対象とすることとしている。(資料5-1参照)

- I 消費者が居住地周辺で購入していると考えられ、店舗や地域により価格差が見られる品目(食料、家事用消耗品など)
- II 全国的に同じ銘柄の価格が収集できる品目
- III 地域差以外の影響が大きいと考えられる品目以外
- IV 消費者物価指数平成17年又は22年基準によるウエイトの大きい品目 等

これについては、地域差を適切かつ効率的に把握するための品目であり、特に問題はない。

(論 点)

- ① 品目選定の基準は妥当か。

- ② 調査品目は当該品目で十分か。他に必要な調査品目はないか。(平成 19 年全国物価統計調査では、180 品目)

エ 結果については、動向編と併せて集計し、消費者物価地域差数(年平均)を地方・都道府県別に年 1 回公表する。また、調査品目の価格(年平均)を調査市別に年 1 回公表する。

平成 25 年結果については、公表時期を 1 年延期し、27 年 6 月までに、26 年結果と併せて公表する。

(審査結果)

結果については、5 年ごとにしか把握できなかった都道府県別地域差指数が毎年利用できるようになるものであり(資料 5-1 参照)、適当である。

平成 25 年結果の公表については、動向編と併せて集計する新たな試みであるため、25 年及び 26 年の 2 年分の結果を得て、比較しながら推計方法の検討を行うため、1 年延期することとしているが、これは、より正確な推計を目指すものであり、やむを得ない。

(論 点)

- ① 奇数月だけで年平均を作成することは妥当か。
- ② 地域差把握のための追加調査の結果を、動向編の毎月の結果集計に活用することは難しいか。
- ③ 推計方法に関し、特に留意すべき事項はないか。
- ④ 調査品目の価格(年平均)については、推計方法を検討する余地は少なく、延期する必要はないのではないか。

## (2) 店舗形態別価格差(偶数月)

ア 店舗形態が価格に与える影響を分析する観点から、店舗形態別価格差を把握する。

(審査結果)

店舗形態別価格差は、価格決定に関する重要な要素であり、また、動向編の店舗選定に資するものであることから、この把握を継続することは適当である。

イ 対象地域は、道府県庁所在市 46 市とする。

(審査結果)

全都道府県において現在調査地域としており、品目の出回りが安定している都道府県調査所在市を対象とすることとしている。ただし、東京都区部は価格取集数が多く、既に様々な店舗形態のデータが得られていることから、除外する。(資料 5-2 参照)

これについては、店舗形態別価格差を都道府県別に効率的に把握しようとするものであり、特に問題はない。

(論 点)

- 道府県庁所在市だけに限定することは妥当か。

ウ 調査品目は、店舗形態別（スーパーと一般小売店など）の価格差が見込め、かつ、価格収集が容易である代表的な9品目とする。

（審査結果）

店舗形態別の価格差が見込め、各店舗形態において一定以上の方が購入していると思われる「うるち米」、「豚肉」、「コロッケ」、「ビール」、「ティッシュペーパー」、「洗濯用洗剤」、「ドリンク剤」、「紙おむつ」及び「シャンプー」を対象とすることとしている。（資料5-2参照）

これについては、限られた統計リソースの下で、特定の品目分類に限定せず、多くの品目分類について店舗形態別価格差を把握しようとするものであり、特に問題はない。

（論 点）

- ① 品目選定の考え方は妥当か。
- ② 調査品目は当該品目で十分か。他に必要な品目はないか。（平成19年全国物価統計調査では、141品目）
- ③ 毎年、調査品目を入れ替える等のローテーションが必要ではないか。

エ 結果については、動向編と併せて集計し、品目（9品目）ごとの店舗形態別価格（年平均）を都道府県庁所在市別に、年1回公表する。

なお、平成25年結果については、1年公表を延期し、27年6月までに、26年結果と併せて公表する。

（審査結果）

結果については、5年ごとにしか把握できなかった店舗形態別価格が毎年利用できるようになるものであり（資料5-2参照）、適当である。

平成25年結果の公表については、動向編と併せて集計する新たな試みであるため、25年及び26年の2年分の結果を得て、比較しながら推計方法の検討を行うため、1年延期することとしているが、これは、より正確な推計を目指すものであり、やむを得ない。

（論 点）

- ① 偶数月だけで年平均を作成することは妥当か。
- ② 店舗形態別価格差把握のための追加調査の結果を、動向編の毎月の結果集計に活用することは難しいか。

### （3）銘柄別価格差（偶数月）

ア 動向編の調査銘柄の選定に資する観点から、銘柄別価格差を把握する。

（審査結果）

銘柄別価格差は、動向編の調査銘柄の選定に資するものであり、消費者物価指数の精度向上にもつながることから、この把握を継続することは適当である。

イ 対象地域は、東京都区部とする。

（審査結果）

消費・流通における変化に最も敏感である東京都区部を対象としている。（資料5－3参照）

これについては、限られた統計リソースの下で、銘柄別価格差という構造統計を充実させようとするものであり、やむを得ない。

（論 点）

- 地域を限定するとした場合には、東京都区部が適当か。

ウ 調査品目は、今後調査銘柄の候補となりそうな銘柄やまとめ売りなどの販売形態の異なる銘柄が存在する品目の9品目とする。

（審査結果）

今後調査銘柄の候補となりそうな銘柄が存在する品目として、「液体調味料」、「洗濯用洗剤」、「テレビ」、「携帯型オーディオプレーヤー」及び「家庭用ゲーム機」を、まとめ売りなどの販売形態の異なる銘柄が存在する品目として、「生中華めん」、「ヨーグルト」、「男子靴下」及び「婦人ソックス」を調査することとしている。（資料5－3参照）

これについては、動向編の調査銘柄の選定に資する観点から、適当である。

（論 点）

- ① 品目選定の考え方は妥当か。
- ② 調査品目は当該品目で十分か。他に必要な調査品目はないか。（平成19年全国物価統計調査では、77品目）
- ③ 毎年、調査品目を入れ替える等のローテーションが必要ではないか。

エ 結果については、品目（9品目）ごとの銘柄別価格（年平均）を、年1回公表する。  
なお、平成25年結果については、1年公表を延期し、27年6月までに、26年結果と併せて公表する。

（審査結果）

結果については、5年ごとにしか把握できなかった銘柄別価格が毎年利用できるようになるものであり（資料5－3参照）、適当である。

（論 点）

- ① 偶数月だけで年平均を作成することは妥当か。
- ② 推計方法を検討する余地はなく、延期する必要はないのではないか。
- ③ 動向編の公表があることから、調査月ごとに結果公表することは難しいか。

## 2 全国物価統計調査の中止

### （1）全国物価地域差指数編及び店舗価格編の中止後の措置

ア 全国物価地域差指数編については、前記1（1）エのとおり、総世帯の地域・都道府県別消費者物価地域差指数（年平均）を年1回公表する。

5年周期で把握していた品目の中分類別、財・サービス分類（大企業性製品、家事関

連サービス等) 別、世帯属性別の指数等は、今後作成しない。

(審査結果)

限られた統計リソースの中で、地域差指数の作成周期を5年から1年に短縮させることから、一部の詳細結果を作成できなくなる点は、やむを得ない。

なお、今後作成しない統計については、あまり利用が確認されておらず、統計ユーザーに大きな支障はないと考える。(資料5-4参照)

(論 点)

- ① 今後作成しない予定の統計の中で、特に重要と思われる統計はないか。
- ② 世帯属性別結果は、ウエイトを変更することにより、小売物価統計調査の結果から容易に作成できるのではないか。

イ 店舗価格編については、前記1(2)エ及び(3)エのとおり、品目(9品目)ごとの都道府県庁所在市別店舗形態別価格(年平均)及び品目(9品目)ごとの銘柄別価格(年平均)を1回公表する。

5年周期で把握していた上記以外の品目の価格、店舗特性(立地環境、従業者、パート・アルバイト比率、競合店の有無、割引・特典、通信販売の有無等)別価格、特売価格・曜日別価格、価格分布等は、今後作成しない。

(審査結果)

限られた統計リソースの中で、店舗形態別価格及び銘柄別価格の作成周期を5年から1年に短縮させることから、一部の詳細結果を作成できなくなる点は、やむを得ない。

なお、今後作成しない統計については、あまり利用が確認されておらず、統計ユーザーに大きな支障はないと考える。(資料5-4参照)

(論 点)

- ① 今後作成しない予定の統計の中で、特に重要と思われる統計はないか。
- ② 店舗・事業所の経営組織、従業者数、売場面積、開設時期及び取扱商品も把握しているが、これらを使った有用な集計はできないか。(資料5-5参照)

## (2) 通信販売価格編の中止

5年周期で把握していた通信販売価格編は、今後作成しない。

(審査結果)

通信販売については、購入先別1世帯当たり1か月間の支出割合(不詳を除く)(平成21年全国消費実態調査(基幹統計調査))をみると、購入先が通信販売の割合は3.3%と小さい。全体として物価に与える影響は大きくないと考えられることから、通信販売価格については今後作成しないこととしており、やむを得ない。

(論 点)

- 購入先として通信販売の割合が高い品目については、通信販売の価格を把握することを検討すべきではないか。(資料5-6参照)

### 3 小売物価統計の指定の変更及び全国物価統計の指定の解除

前記1及び2を踏まえ、毎月の動向を明らかにするという小売物価統計の目的に、地域別、事業所の形態別等の物価を明らかにするという全国物価統計の目的を追加した上で、全国物価統計の指定を解除する。

なお、変更後の小売物価統計の名称については、従前のままとする。

(論 点)

- 小売物価統計の目的は大幅に変更されるが、名称は従前どおりで良いか。