

第 23 回サービス統計・企業統計部会において出された質問・意見とその回答

質問・意見	回 答
1 地域別価格調査	
<p>(1) 調査対象</p> <p>①東京都について言えば、全国物価統計調査では、島しょ部も調査対象であったが、変更後の小売物価統計調査では対象とならなくなるため、島しょ部の状況が把握できなくなることが心配である。</p> <p>②店舗選定の基準となっている品目・銘柄ごとの販売数量の多寡は、どのように判断しているのか。</p> <p>③全国展開のチェーン店ばかりが調査対象として選定され、その影響が大きくなる可能性があるのではないか。また、そのようなことがないように、選定においてチェーン店を排除することは考えているのか。</p>	<p>①費用対効果の観点から、県内経済圏のバランスを考慮した上で、人口の多い市を優先することはやむを得ないと考える。</p> <p>②調査員が担当する地域において代表性のあると思われる複数の調査候補店舗に出向き、各店舗から調査品目・銘柄ごとの販売数量を聴取して判断する。 なお、聴取が困難な場合や販売数量が明確でない場合などは、調査員や都道府県の指導員が、どの店舗が他の店舗と比較して客が多いか、品揃えが大きいかなどについて推定し、選定している。</p> <p>③店舗の形態によらず、その地域で最も代表性のある店舗を選定することとしているため、結果としてチェーン店ばかりが調査対象として選定される可能性はあるが、各地域の実態を踏まえた結果であり、特段の調整等を行わない。</p>

質問・意見	回 答
<p>(2)調査品目</p> <p>①一部の地域でのみ調査するからという理由だけで、調査品目から単純に除外して良いのか。それにより除外される品目の割合が大きければ、問題ではないか。</p> <p>②全国的に同品質の価格が調査できる品目を選定することとしているが、コロッケやサラダについては、同品質のものを把握できるのか。</p>	<p>①地域特有の銘柄の中身を見ると、魚介類やレバーなどがあるが、これらが入っていないことによって、全体の傾向が歪み、地域差指数に影響が出るということは考えにくい。 (別紙1参照)</p> <p>②サラダ、コロッケについてはほぼ同じ品質のものが調査されている。 (参考) 規定している銘柄</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サラダ 100g…ポテトサラダ、並 ・コロッケ 100g…並
<p>(3)結果公表</p> <p>①隔月調査を行うこととしているが、奇数月のみで年平均を作成しても問題ないのか。試算結果はあるのか。</p> <p>②公表の頻度を、年1回から半年に1回に増やすことは難しいのか。</p> <p>③公表の頻度を増やせば、結果公表までの期間は短くなるのか。</p>	<p>①試算によれば、地域差をみる上で、偶数月、奇数月による極端な違いはなく、地域別の価格差に影響を及ぼすほどのものはない。</p> <p>②より適正な公表頻度については、調査実施後、データ審査や分析などの業務量との兼ね合いも考慮しつつ検証する必要があると考えている。次回の消費者物価指数（以下「C P I」という。）基準改定時（平成27年）に向けて、ニーズを考慮して検討していきたい。</p> <p>③期間の区切りを半分にするれば、結果公表までの期間は短くなるが、結果公表までの作業量が1/2になるとは一概に言えるものではなく、より効率が悪くなる可能性もある。</p>

質問・意見	回 答
2 店舗形態別価格調査	
<p>(1)調査対象</p> <p>・調査対象 1,000 店舗の地域的な分布はどのようなになっているのか。</p>	<p>・品目ごとに収集価格数を定めており、県庁所在市ごとに同数とする。</p>
<p>(2)調査品目</p> <p>①全国物価統計調査の主要な目的は、価格決定の要素を分析することであり、店舗形態別結果がその役割を果たしていた。調査品目が減少するのが気になるが、どのような考え方から9品目に絞り込んだのか。</p> <p>②調査品目のローテーションを検討すべきではないか。</p>	<p>①当該品目で比較に用いる店舗形態の店舗（一般小売店等）が、各県庁所在市において実際にある程度存在することが前提であるため、販売形態の主流であるスーパー以外の店舗（一般小売店又はドラッグストア）において比較的代表的のある品目を選定した。</p> <p>②調査する品目については、対前年比較を視野に入れると、最低2年は固定したいと考えるが、今後の市場の状況等を把握し、必要に応じて品目の見直し等を検討していきたい。</p>
<p>(3)結果公表</p> <p>①スーパーと他の店舗形態を比較することとしているが、スーパー自体の形態が非常に多様になっており、例えば、全国チェーンのスーパーと一部地域のみチェーンのスーパーを分けるなど、スーパーの形態に応じた集計が必要ではないか。</p>	<p>①現時点では既存のデータしかないため、スーパーの形態に応じた集計の必要性については判断しかねるが、今後収集するデータの内容によっては更に細かく分析することも考え得るので、今後の参考とさせていただきたい。</p>

質問・意見	回 答
<p>②全国物価統計調査は供給側から小売価格を把握する調査であったことから、商業統計調査とのマッチング等により、供給側からも小売価格を分析できるようにしておくべきではないか。</p> <p>③今後得られる店舗形態別価格差の結果を用いて店舗選定の検証を行っていくとの説明だが、その検証は、既に5年周期の全国物価統計調査の結果を用いてなされているのではないか。</p>	<p>②今後、収集するデータの内容を踏まえ、どのような分析が可能になるかについて研究を進めてまいりたい。</p> <p>③ご指摘のとおり、これまで全国物価統計調査において構造面を把握してきたが、消費・流通構造の変化が加速する中で、従来調査では、①物価が大きく変動するなど関心度の高い時期に必ずしもデータが存在しない、②傾向的な変動と一時的な要因による変動の判別が困難である等、5年周期の統計では物価構造の変化を的確に把握することが困難な状況となってきたため、今後は、より短期間での検証を行う計画である。</p>
<p>3 銘柄別価格調査</p>	
<p>(1)調査対象</p> <ul style="list-style-type: none"> 既に小売物価統計調査の対象である店舗を対象にするのであれば、隔月ではなく毎月調査を実施できるのではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> 都道府県の事務量が平準化するように設計している。地域別価格差は奇数月に調査を行い、道府県における店舗形態別価格差と都区部における銘柄別価格差を偶数月に調査する。
<p>(2)調査品目</p> <ul style="list-style-type: none"> 調査品目のローテーションを検討すべきではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> 調査する品目については、対前年比較を視野に入れると、最低2年は固定したいと考えるが、今後の市場の状況等を把握し、必要に応じて品目の見直し等を検討していきたい。

質問・意見	回 答
<p>4 通信販売価格調査</p> <p>①購入先が通信販売の割合は現在低いですが、今後高くなっていく可能性が高いと考えられるため、通信販売価格の把握を検討する必要があるのではないのか。</p> <p>②通信販売の利用状況は、購入者の年齢で大きく異なる点にも留意すべきである。現在は 30 代の購入者が多いことから、今後この世代が購入を続けると、全体の割合も大きくなるのではないか。</p> <p>③二人以上の世帯については、購入割合は少ないかもしれないが、単身世帯の利用の方が多いと考える。</p>	<p>①～③今回の計画では調査しないが、通信販売による取扱いが多い品目の中には、書籍やチケットのような価格が店舗販売と変わらないものもある一方で、サプリメントのように通信販売が主流となっており、既に現行の小売物価統計調査で通信販売価格を調査しているものもある。</p> <p>今後も、通信販売の形態がどうなっていくかを見つつ、ニーズに応じて時代にふさわしい把握の仕方を考えていきたい。</p>

質問・意見	回 答
<p>5 その他</p> <p>①C P Iについては、特売価格を把握していないという批判があった。その正否の検証方法として、全国物価統計調査における特売価格の分析があった。全国物価統計調査が中止されると、特売価格を定期的に捉える政府統計がなくなる。C P Iとの関係において、特売価格の把握の中止について、どのように考えているのか。</p> <p>②今回の調査計画において、今までの集計表のうち作成するかしないかは、どういう判断基準に基づくものなのか。</p>	<p>①今までの自計式の調査（全国物価統計調査）では調査していたが、今回から他計式という調査方式を取ったこともあり、特売価格については、これを精緻に調べるのは困難であるため、今回の計画では入れていない。本調査（構造編）の特売価格の今後の扱いについては検討課題の一つと考えている。</p> <p>なお、現行の小売物価統計調査及びC P I では7日以内の特売は対象外だが、7日を超える特売（月間セールなど）は対象となっている。</p> <p>②調査の重点化を行うこととしているため、その一環で集計表についても基本表となる代表的なものに絞って作成することとした。</p>

小売物価統計調査 市町村銘柄の例

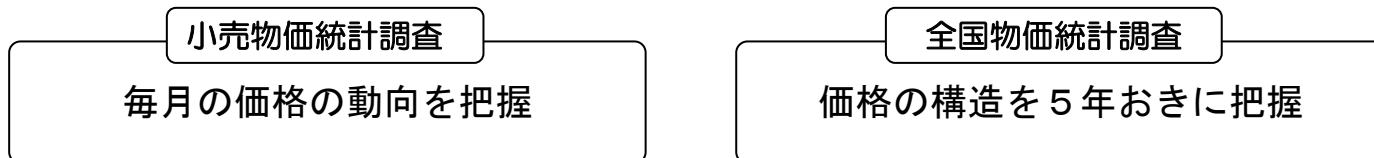
品目名	基本銘柄	市町村銘柄	市町村名			
いわし	まいわし, 丸(長さ約12cm以上)	かたくちいわし	静岡県 静岡市	静岡県 浜松市	和歌山県 和歌山市	など全6市
		うるめいわし	高知県 高知市	高知県 四万十町	宮崎県 宮崎市	など全6市
かつお	切り身(刺身用)	たたき	富山県 富山市	石川県 金沢市	大阪府 大阪市	など全21市
かれい	まがれい, あかがれい, むしがれい又は まこがれい, 丸(長さ約20cm以上)	からすがれい, 切り身	大分県 日田市	大分県 国東市	宮崎県 宮崎市	など全11市
		あさばがれい, 切り身	群馬県 安中市	埼玉県 熊谷市	静岡県 浜松市	
		石がれい	愛知県 名古屋市	愛知県 刈谷市	三重県 津市	など全5市
		めいたがれい	兵庫県 神戸市	兵庫県 西宮市	長崎県 長崎市	など全7市
いか	するめいか	やりいか	福岡県 北九州市	福岡県 福岡市	佐賀県 佐賀市	など全10市
		水いか	山口県 山口市	山口県 田布施町	長崎県 佐世保市	など全5市
		むらさきいか	山口県 山陽小野田市	沖縄県 石垣市	沖縄県 沖縄市	など全4市
レバー	豚レバー	牛レバー	大阪府 大阪市	和歌山県 和歌山市	広島県 広島市	など全6市
		鶏レバー	京都府 京都市	岡山県 岡山市	福岡県 福岡市	など全9市

・ 例示は平成23年2月現在
・ 市町村銘柄は毎月の状況により変化する。

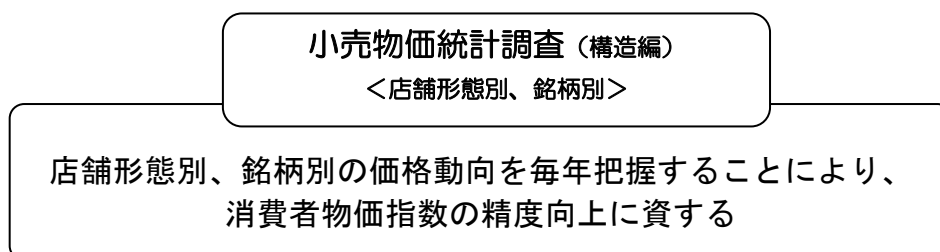
統合後の小売物価統計調査の活用について

～店舗形態別、銘柄別～

<変更前>



<変更後（平成 25 年以降）>



<効果>

<調査店舗の検証に活用>

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ことにより、店舗選定の妥当性の向上に資することが期待される。

<調査銘柄の検証に活用>

小売物価統計調査（動向編）では、代表性、市場性、継続性、実地調査の容易性といった4つの設定基準に照らして、調査銘柄を規定しているが、例えば、今後銘柄選定（改正）を行う可能性のある品目について調査することで、**予め候補となる銘柄や改正前の銘柄の値動きの特徴を捉えることが可能となり、銘柄改正した場合の消費者物価指数に与える影響などを分析することが可能となる。**

毎年のデータを把握することによって、よりタイムリーな検証が可能となる。