

平成 27 年 9 月 3 日
総務省統計局

前回部会における宿題対応

- | | | |
|-----|----------------------|-------------|
| (1) | 品目の選定基準について | ・ ・ ・ ・ ・ 1 |
| (2) | 消費税抜き C P I について | ・ ・ ・ ・ ・ 1 |
| (3) | 家賃の品質調整について | ・ ・ ・ ・ ・ 2 |
| (4) | 「価格報告者台帳」等について | ・ ・ ・ ・ ・ 4 |
| (5) | インターネット通信販売価格の把握について | ・ ・ ・ ・ ・ 5 |
| (6) | C P I の品質調整の情報提供について | ・ ・ ・ ・ ・ 5 |

(1) 品目の選定基準について

選定基準について、以下に関して検討すること。

- ① 動向編の「出回りを調査」について
→ 例えば、「品目の出回りを調査」など分かりやすい表現にしてはどうか。
- ② 動向編の「同一とみなせる値動きの品目」
→ 品目としての同一性も観点に含めるべき。
- ③ 構造編の「買い回り」について
→ 例えば、「消費者の買い回り」など分かりやすい表現にしてはどうか。

(回答)

ご指摘を受けて、以下のとおり修正する（別紙1及び2参照）。

- ① 「出回りを調査」 → 「品目の出回りを調査」
- ② 「同一とみなせる値動きの品目」 → 「同じ値動きで、かつ同一とみなせる品目」
- ③ 「買い回り」 → 「消費者の買い回り」

(2) 消費税抜きCPIについて

消費税抜きCPIの公表に先だって、当該公表に関する事前情報は、いつ頃提供されるのか。

(回答)

算出方法などの事前情報の提供時期については、品目ごとの税率が決定する時期などを踏まえて、今後検討を進めていくこととしたい。

なお、平成26年4月の消費税率改定に際しては、25年10月に8%への税率改定が閣議で確認された後、事業者などの経過措置への対応が決まるのを待って、CPIにおける経過措置の扱いなどに関するQ&Aを26年1月末に公表したところであり、次回の対応においてもこの時期を目安にしていきたいと思います。

(3) 家賃の品質調整について

① 調査対象地区内の全ての民営借家を調べていることにより、建物の築年数構成が変わっていく中でも品質調整をしなくていいと考える理由を示してほしい。

(回答)

消費者物価指数は、調査標本の代表性と同質性を保持することにより、計測すべき物価変動の把握に努めているが、借家住宅の居住サービスは、①品質や立地も含め、全く同じ住宅は存在しない、唯一財であること、②時には住宅の改修や居住者の交代もありつつ、継続して使用されるものであること、といった特殊性があること、また、実査上も品質の調整に必要な情報を十分に得ることが困難であることから、統計局としては、個々の調査標本において直接的に品質調整を正確に実施することは極めて困難であるのが実状と考えている。

そこで、現行の家賃調査の標本設計においては、調査地区内における新築の借家や改修された後の借家については入居後に調査標本に追加し、借家の取り壊しや老朽化などにより世帯が退去した場合には調査標本から除外するようにしている。このような調査標本の更新は、調査標本の代表性を保持するとともに、調査標本の全体としての同質性（例えば平均築年数など。なお、改修による効果なども含む。）をある程度は一定に保つ効果があると考えている。個別の借家の品質向上や経年劣化の度合いの正確の評価が困難な現状があり、家賃に前述のような特殊性があることに鑑み、統計局としては、現行の家賃調査の標本設計を、借家家賃の調査標本における個別的な品質調整の代替的な手段のひとつと考えている。

なお、調査標本の築年数構成がどのように変化しているかなどについては、過去の家賃調査では必要な情報の収集を実施しておらず、現段階ではこれらを正確に把握した結果はない。借家の「建築時期」等の情報の収集は 2013 年 10 月から開始し、現在は蓄積を進めているところである。

また、可能ならば調査標本の品質調整を個別に行うのが理想であることは統計局も理解しており、この研究をしっかりと進めることが必要なことは統計局としても十分に認識している。よって、今後この取組を着実に進めていく所存である。

② 税抜きCPIよりも家賃を優先することで、家賃の対応を早期化できないか。また、地域を限定してデータ収集するなど実務上の負担を減らすことで、対応を早期化できないか。

(回答)

家賃の対応を早期化することについては、仮に、税抜きCPIへの対応を次回の消費税率改定時(2017年4月予定)に統計局が行わなくてもよいということになれば、家賃の対応を数か月は早めることは可能であると考えます。また、地域を限定してデータ収集するなど実務上の負担を減らすことでも、対応の若干の早期化を図ることは可能であると考えます。

ただし、いわゆる税抜きCPIへの対応も、家賃の対応と同様、委員会及び部会で指摘された事項であり、統計局としては双方共に対応すべき重要な課題と認識している。

いずれにしても、2016年8月予定の新基準の公表開始までは家賃の対応は不可能であるところ、その後に取組を加速し、①外国のCPIにおける事例の研究分析、②住宅・土地統計調査の個票データを用いた研究分析、③小売物価統計調査の個票データの研究分析、④民間の賃貸住宅の市場関係者等からのヒアリング、の4つの取組を同時並行的に進め、「検討→データ整備→試算→評価→再検討」といった必要な過程を経て、2017年度の可能な限り早期にとりまとめた成果を速やかに公表したいと考えている。また、これらの検討の途中経過については積極的に公開してまいりたい所存である。

(4) 「価格報告者台帳」等について

「価格報告者台帳」の内容及び継続して調査している事業所の割合について示していただきたい。

また、「価格報告者台帳」の情報を用いた集計を行うことはできないのか。

(回答)

「価格報告者台帳」の内容は以下のとおり。

※価格報告者である事業所の情報については、タブレット端末に店舗情報を入力することにより管理している。

【店舗情報入力画面】

店舗基本情報登録画面(SCJ0040) 【動向調査 2011年09月 中旬】

戻る 店舗基本情報(登録) 次へ

地区符号 * 02 *:必須項目

(店舗カナ) * カブシキガイシャ エービーシー

店舗名称 * 株式会社 ABC

(氏名カナ) * ヤマモト タロウ

事業者氏名 * 山本 太郎

所在地 * 東京都港区六本木1-3-5

電話番号 * 03 - 1234 - 5678

指定年月 年 月 (西暦)

指定解除年月 年 月 (西暦)

感謝状交付年度 年 (西暦)

店舗詳細情報登録画面(SCJ0050) 【動向調査 2011年09月 中旬】

戻る 店舗詳細情報(登録) 登録

従業者数 * 50人~99人 *:必須項目

経営組織 * 会社

売場面積 * 50㎡以上100㎡未満

開設時期 * 平成13年~平成17年

店舗形態 * その他

取扱商品 * 衣・食・住のいずれかが50パーセント未満

備考

(参考) 入力内容

項目名	説明
従業者数	以下の一覧から従業者数を選択。 「1人」/「2人~4人」/「5人~19人」/「20人~49人」/「50人~99人」 「100人以上」/「不詳」
経営組織	以下の一覧から経営組織を選択。 「個人」/「会社」/「農業共同組合」/「生活共同組合」/「その他」/「不詳」
売場面積	以下の一覧から売場面積を選択。 「50㎡未満」/「50㎡以上~100㎡未満」/「100㎡以上~500㎡未満」/「500㎡以上~1000㎡未満」/「1000㎡以上~3000㎡未満」/「3000㎡以上~6000㎡未満」/「6000㎡以上」/「不詳」
開設時期	以下の一覧から開設時期を選択。 「昭和40年前」/「昭和41年~昭和50年」/「昭和51年~昭和60年」/「昭和61年~平成2年」/「平成3年~平成7年」/「平成8年~平成12年」/「平成13年~平成17年」/「平成18年以降」/「不詳」
店舗形態	以下の一覧から店舗形態を選択。 「百貨店」/「スーパー」/「コンビニエンス・ストア」/「一般小売店」/「量販専門店」/「その他」/「不詳」
取扱商品	以下の一覧から家賃と他の費用との関連を選択。 「衣・食・住のいずれかが70パーセント以上」/「衣・食・住のいずれかが50パーセント以上」/「衣・食・住のいずれかが50パーセント未満」/「不詳」
備考	店舗情報として補足する情報がある場合、入力。(200字以内)

また、調査している事業所の変更割合については、以下のとおり。

2012年 10.5%

2013年 14.1%

2014年 14.3%

「価格報告者台帳」の情報をを用いた集計について検討する。そのため、どのような集計が有効なのか等の論点を整理し、「価格報告者台帳」の記載情報の充実（内容の精度向上、情報の追加など）を図ることなどについても検討してまいりたい。

(5) インターネット通信販売価格の把握について

インターネット通信販売の価格把握の検討の加速の可能性について検討すること。

(回答)

ネット通販価格の把握については、店頭販売価格との価格水準差を明らかにすることに加え、価格そのものの動きを捉えることを目的として実施する予定である。

ネット通販に関しては、国内民間事業者や海外の統計機関を始め、価格データの取集方法に関する技術研究（ウェブスクレイピングなど）が急速に進んでいる状況を踏まえ、統計局においても同技術に関する研究を推進し、ネット通販価格把握への取り組みを加速する必要がある。

そこで、当初、ネット通販価格の把握を平成30年1月から開始する計画としていたものを見直し、必要な予算措置を講じるなどした上で、29年度の可能な限り早い時期に、最新の技術の活用も視野に入れた、大規模かつ本格的なネット通販価格の取集を開始し、同年度内に一定の成果を出すこととしたい。

(6) C P I の品質調整の情報提供について

消費者物価指数の品質調整の途中経過における詳細な個別情報は提供してもらえるのか。

(回答)

品質調整の情報など利用者の利便に資する情報については、可能な限り提供したいと考えており、個別にご相談いただきたい。

以 上

小売物価統計調査（動向編）の品目の選定基準（案）

1 上位品目の選定基準

家計消費を網羅するため、家計調査の設定品目に準じて「上位品目」を設定する。各「上位品目」について、少なくとも1つの財又はサービスを、当該「上位品目」内に含まれる財又はサービスの中における代表性を判断し、「調査品目」として選定する。^(注)

- (注) 1 「上位品目」とは、「家計調査の設定品目に準じて設定される、財又はサービスの群」を指し、「調査品目」とは、「各上位品目に含まれる財又はサービスのうち、実際に調査対象となるもの」を指す。
2 「上位品目」の中の全ての財・サービスが、以下の「調査品目の選定基準」に該当しなくなり、「上位品目」として「調査品目」が選定できなくなった場合には、他の「上位品目」と統合又は廃止することとする。

2 調査品目の選定基準

「調査品目」の選定については、以下の i～iii に掲げる基準により判断することとし、原則として、全ての基準に該当する品目を「調査品目」とする。

ただし、いずれかの基準を満たさない品目であっても、当該品目を調査しないことにより中分類の代表性を損なうと判断される品目については「調査品目」とする。

- i) 家計消費支出上、重要度が高い品目
- ii) 中分類指数^(注)の精度の向上及び代表性の確保に資する品目
- iii) 円滑な価格収集が可能で、かつ、価格変化を的確に把握できる品目

(注) 消費者物価指数の中分類指数を指す。

i) の説明

「重要度が高い」とは、直近の家計調査の家計簿の記載内容を分析して特別集計を行った結果、家計消費支出に占める割合が、原則として1万分の1以上である場合をいう。

ただし、直近1年において、経済的又は社会的な特殊要因により、当該品目の消費量が著しく変化（増加又は減少）している場合などは、1万分の1以上又は未満であっても、当該特殊要因や社会情勢等を考慮した上で、iの基準への該当性を判断する。

ii) の説明

家計消費支出上、重要度が高い品目を追加する場合は、情報量がより充実するため、基本的に中分類指数の精度向上及び代表性の確保に資すると考えられることから、原則、iiの基準に該当するものとする。

一方で、中分類のうち、以下の①から③に該当するものについては、ii)に該当しないものとして品目を把握しないこととする。

- ① 当該中分類において、より代表性の高い品目が他に存在し、それとの入替えを行う場合
- ② 当該中分類において、同じ値動きで、かつ同一とみなせる品目がある場合
- ③ 当該品目を廃止後も、当該中分類指数の動きの傾向が変わらない場合

iii) の説明

「円滑な価格取集が可能」とは、当該品目を取り扱っている店舗が全国的に存在しており、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な状態をいう。

「価格変化を的確に把握できる」とは、前段の状態に加え、当該品目について、全国的に同品質のものの価格変化を把握できることをいう。

iiiの基準の該当性については、小売物価統計調査の結果又は次の①及び②の方法で確認する。

① 総務省統計局における確認

総務省統計局が、業界統計等の情報収集や関係団体へのヒアリング等を実施することにより、当該品目が全国的に普及しており、実査において調査可能かどうかを判断する。

② 調査員等による出回り調査での確認

上記①の方法で基準の該当性を判断できなかった場合は、調査員等が当該品目の調査可能性について実地に確認（品目の出回りを調査）し、その結果を踏まえて、総務省統計局が判断する。

小売物価統計調査（構造編）の品目の選定基準（案）

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：調査区域を設けずに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。