

サービス統計・企業統計部会の審議状況について（報告）

第 23 回サービス統計・企業統計部会結果概要

- 1 日 時 平成 23 年 11 月 24 日（木）10:00～12:10
- 2 場 所 総務省第 2 庁舎 6 階特別会議室
- 3 出席者
 - （部 会 長） 廣松毅
 - （委 員） 北村行伸、西郷浩
 - （専 門 委 員） 岩下真理、重川純子
 - （審議協力者） 財務省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、日本銀行、埼玉県、東京都
 - （調査実施者） 総務省統計局：永島物価統計室長ほか
 - （事 務 局） 内閣府統計委員会担当室：杉山参事官
総務省政策統括官付統計審査官室：中川統計審査官ほか
- 4 議 題 小売物価統計調査の変更及び全国物価統計調査の中止並びに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について

5 概 要

（1）庶務事項

部会長から部会長代理として、北村委員が指名された。

（2）審議結果の概要

事務局から諮問の概要の説明後、調査実施者から小売物価統計調査及び全国物価統計調査に係る前回の答申（今後の課題）への対応状況について、以下のとおり説明が行われた。

ア 小売物価統計調査（平成 22 年 10 月 22 日諮問第 27 号の答申）

- ① 調査品目の選定基準（家計の消費支出総額の 1 万分の 1 以上）の検証については、最低 2 年分のデータが必要になることから、基準改定を行った平成 22 年から 2 年後の平成 24 年度を目途に開始する予定である。
- ② 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、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る予定である。

イ 全国物価統計調査（平成 18 年 12 月 8 日諮問第 314 号の答申）

- ① 店舗の選定方法の妥当性については、今回の諮問に係る見直し計画において検証していく予定である。
- ② 特売価格、通信販売価格、割引・特典サービスの実施状況等については、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予定である。
- ③ 休日価格については、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。

また、調査実施者から今回の調査計画（小売物価統計調査の変更及び全国物価統計調査の中止）について概要説明があり、その後、具体的な変更内容について、審査メモに沿って審議が行われた。主な審議結果は以下のとおり。

- ① 全国物価統計調査の主要な調査内容を小売物価統計調査に盛り込み、小売物価統計調査を充実させ、全国物価統計調査を中止し、小売物価統計の名称は変更しないという基本方針は了承された。
- ② 調査計画に係る具体的な変更内容については、地域別価格調査、店舗形態別価格調査、銘柄別価格調査、通信販売価格調査ごとに審議を行い、いずれの調査も特段の異論はなく、おおむね了承されたが、次回の部会までに各委員・専門委員から提出されてくる意見及び今回の審議において出された意見等を踏まえ、さらに審議した上で最終的な結論を出すこととされた。

(3) 委員、専門委員等からの主な意見等

ア 地域別価格調査

- ・ 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。

イ 店舗形態別価格調査

- ・ 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。
- ・ 調査品目のローテーションを検討すべきではないか。
- ・ 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。
- ・ 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。
- ・ 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。

ウ 銘柄別価格調査

- ・ 調査品目のローテーションを検討すべきではないか。

エ 通信販売価格調査

- ・ 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。
- ・ 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のか。
- ・ 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。

オ その他

- ・ 消費者物価指数（以下「C P I」という。）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。

6 次回予定

次回は平成 23 年 12 月 8 日（木）15 時 30 分から総務省第 2 庁舎 6 階特別会議室において開催することとされた。

<文責 総務省政策統括官付統計審査官室>

第 24 回サービス統計・企業統計部会結果概要

- 1 日 時 平成 23 年 12 月 8 日（木） 15:30～17:20
- 2 場 所 総務省第 2 庁舎 6 階特別会議室
- 3 出席者
(部 会 長) 廣松毅
(委 員) 北村行伸、西郷浩
(専 門 委 員) 岩下真理、重川純子、渡辺努
(審議協力者) 財務省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、日本銀行、埼玉県、東京都
(調査実施者) 総務省統計局：永島物価統計室長ほか
(事 務 局) 内閣府統計委員会担当室：杉山参事官
総務省政策統括官付統計審査官室：中川統計審査官ほか
- 4 議 題 小売物価統計調査の変更及び全国物価統計調査の中止並びに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について

5 概 要

事務局から前回部会の結果概要について説明が行われ、調査実施者から前回部会でも出された意見等について回答が行われた。その後、事務局が答申案の説明を行い、項目ごとに審議が行われた結果、「価格差」という表現について修正を行うことを前提に答申案は採択された。

なお、答申案の修正については部会長に一任され、修正後の答申案は、平成 24 年 1 月 20 日に開催予定の第 53 回統計委員会において、部会長から報告することとされた。

主な意見等は以下のとおり。

- 「構造編」では、価格の差だけでなく、ばらつきの把握もある程度可能になることから、「価格差」という限定的な表現をあまり使わない方がよいのではないかと。
- 商業統計等とのマッチングについては、調査対象店舗間で共通のコードが必要となり、現状では難しいと認識している。今後、事業所母集団データベースの整備等により、マッチングが実現すれば、全国物価統計調査の代替となる多くの統計を作成できると考える。
- 通信販売については、その市場規模は小さくても、その価格は価格の決定要因として重要な場合がある。今後の検討に当たっては、この点を留意してほしい。
- 店舗形態別価格や銘柄別価格を把握することで、店舗や銘柄を変更した場合に、消費者物価指数がどの程度変化するかを試算が可能になると考える。中長期的な課題として、消費者物価指数の分散に相当するものを計算し、公表することを検討してほしい。
- 全国チェーンのスーパーであっても、品目について全国统一価格にするところがあれば、地域によって差をつけるところもあるので、留意する必要があるのではないかと。
- 調査品目のローテーションを行うに当たっては、承認手続きの簡素化について考えてほしい。

- 隔月調査については、調査員手当も隔月になることから、毎月調査よりも調査員の確保が難しいと考える。

<文責 総務省政策統括官付統計審査官室>

小売物価統計調査の変更及び全国物価統計調査の中止の概要

【現在】

小売物価統計調査

- <調査地域> 167 市町村
 ・都道府県庁所在市、川崎市、浜松市、堺市、北九州市（東京都区部のほか 50 市）
 ・それ以外の全国の市町村：
 家計調査と同様に、人口規模（5 万未満の市等）、地理的位置（北海道、東北等）、産業的特色（第 1 次産業就業者数比率等）などによって 116 層に分け、各層から 1 市町村を抽出
- <調査対象>
 ・約 28,000 店舗・事業所（有意抽出）
 品目ごとに販売数量又は従業者規模等の大きい店舗を選定
 ・約 25,000 世帯（無作為抽出）
- <報告事項> 小売価格、サービスの料金、民間借家の家賃（食パン、家賃、電気代、大学授業料等の約 530 品目）
 家計の消費支出総額の 1 万分の 1 以上を目安としている。
- <経費（年間）>
 約 6 億 7000 万円

全国物価統計調査

- <調査地域> 673 市町村
 ・人口 10 万以上の市（東京都区部を含む。）：263 市全て
 ・人口 10 万未満の市及び町村：
 経済圏（道南圏等）、人口規模（5 万未満の市等）によって層化し、計 410 市町村を抽出
- <調査対象> 約 205,000 店舗・事業所
 うち約 137,000 小売店舗（無作為抽出）
 ・大規模店舗（売場面積 1,000 ㎡以上）：約 12,000 店舗全て
 ・小規模店舗（売場面積 1,000 ㎡未満）：店舗区分（コンビニ・各種商品販売等）により層化し、計約 125,000 店舗を抽出
- <報告事項> 小売価格、サービスの料金（食パン、自転車、腕時計等の 180 品目）
 17 年基準の消費者物価指数に占めるウエイトが 1 万分の 10 以上の品目
- <経費（前回平成 19 年）>
 約 3 億 4000 万円（1 年当たり約 6800 万円）

【平成 24 年度以降】

変更後の 小売物価統計調査

中止

動向編

現在の小売物価統計調査を継続

構造編（新たに追加する内容）

	①地域別価格差（奇数月）	②店舗形態別価格（偶数月）	③銘柄別価格（偶数月）
調査地域	・動向編 167 市町村以外の 88 市 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、経済圏（都道府県が設定）が重複しない、人口が多い市を選定。ただし、167 市町村だけで 50%をカバーしている都道府県についても最低 1 市追加。	・道府県庁所在市 46 市 動向編の結果と併せて都道府県別に把握するため、全都道府県にて現在、調査している県庁所在市を対象とする。 なお、東京都区部は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。	・東京都区部 消費・流通における変化に最も敏感であるため。
調査対象	・約 500 店舗	・約 1,000 店舗 現在の小売物価統計調査で調査していない形態の店舗を中心に選定	・15 店舗程度
報告事項	・56 品目（※）の価格 以下の条件を満たすもの ① 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 ② 全国的に同じ銘柄の価格が収集されている品目 ③ 地域差以外の影響が大きいと考えられる品目（サービス等）以外 ④ 消費者物価指数平成 22 年基準によるウエイトの大きい品目 等	・9 品目（※）の価格 店舗形態別（スーパーと一般小売店など）の価格に差が見込め、かつ、価格収集が容易である代表的な品目を選定	・9 品目（※）の価格 今後調査銘柄の候補となり得る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から、状況に応じて選定
結果	動向編と併せて集計し、年平均を年 1 回公表		年平均を年 1 回公表

<経費（年間）> 約 7 億 1000~2000 万円（動向編 6 億 7000 万円、構造編 4000~5000 万円）《想定》