



BOJ *Reports & Research Papers*

2009年10月

企業向けサービス価格指数・2005年基準改定結果 基準改定結果の概要と2005年基準指数の動向

日本銀行調査統計局

本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行調査統計局までご相談ください。

転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。

2009年10月20日

日本銀行調査統計局

企業向けサービス価格指数・2005年基準改定結果

基準改定結果の概要と2005年基準指数の動向

日本銀行（統計作成部署：調査統計局物価統計担当）では、6月に公表しました「企業向けサービス価格指数・2005年基準改定の最終案」に沿って、企業向けサービス価格指数（以下、C S P I）の基準改定作業を進めてまいりました¹。このほど基準改定作業が終了しましたので、10月29日公表予定の9月速報（および8月指数）分からC S P Iを2005年基準指数に切り替えます。本稿では、2005年基準での月次統計の公表に先立ちまして、C S P I・2005年基準改定結果の概要と、2005年基準指数（2005年1月～2009年7月）の動向について、取り上げます。

C S P I・2005年基準改定結果の概要

1 基準改定の基本方針

日本銀行では、以下の方針に沿って2005年基準改定を行いました。

（1）新規品目の積極的な採用と既存品目における調査対象サービスの見直し

I T化の進展やアウトソーシングの拡大などに伴う新サービス出現や既存サービスの多様化に対応して指数精度を向上させるため、新規品目を積極的に採用するほか、既存品目における調査対象サービスの構成を市場の実勢に合致するように見直しました。さらに、官公庁向け需要が多い品目では、一般競争入札拡大に伴って下落傾向の目立つ官公庁向け価格を数多く取り込みました。

（2）価格調査方法・品質調整方法の工夫

価格設定の多様化に対しては、複数の需要者を想定したモデル価格あるいは平

¹ 詳しくは、[日本銀行調査統計局「企業向けサービス価格指数・2005年基準改定の最終案見直し案に対するご意見と基準改定の概要」](#)（2009年6月25日）をご覧ください。

均価格を採用して、その価格の実勢を捉えました。 反復取引が行われない個別性の強いサービスであるオーダーメイド・サービスについては、品質を固定した価格調査が容易ではないなど物価統計作成面で困難が伴いますが、特定のサービスを想定したモデル価格、平均価格、人月単価（労働時間当たり単価）などの価格調査方法を用いて、サービス価格の実勢を捉えました。 品質が時間とともに変化するサービスに対しては、品質の変化に関する時系列情報を用いた品質調整を行い、品質バイアスを補正しました。

（ 3 ） 報告者負担の軽減とユーザー・サービスの向上

報告者負担を軽減するため、 外部データ（国・地方自治体等の作成統計や民間のデータベース）を調査価格として積極的に採用しました。また、ユーザー・サービスを向上させるため、「総平均（除く国際運輸）」など参考系列・参考指数の新規公表、 長期時系列データ（接続指数）の提供系列の品目レベルまでの拡充、 ならびに、 定期遡及訂正の実施時期の変更を行います。

2 基準改定結果（ 1 ）: 採用品目数と調査価格数

（ 1 ） 採用品目数

2005 年基準指数の採用品目数は 137 品目と、2000 年基準指数の 110 品目から 27 品目増加します（図表 1(1)）。1990 年基準改定（+15 品目）、1995 年基準改定（+13 品目）、2000 年基準改定（+8 品目）のいずれも上回り、C S P I 創設以来、最大の品目増加数となりました（図表 1(2)）。

新規品目は 15 品目と過去最大です（図表 1(3)）。これは、IT化の進展、アウトソーシングの拡大に伴って取引が増加している新サービスを取り込んだほか、価格調査が困難なため従来採用を見送っていたサービスを、価格調査方法の工夫により新たに取り込んだことによります。この結果、新規品目が占めるウエイト（総平均 = 1000）は 95.6 と 1990 年基準改定に次いで過去 2 番目の大きさとなりました。

品目分割による品目増加数は 13 品目（既存 11 品目 24 品目へ分割）と過去最大です（図表 2(3)）。取引が増加している新サービスを取り込んだことに伴うもののほか、既存品目内の調査対象サービスの見直しを行い、調査価格の構成が実勢に近づき指数精度が向上したことから、品目を分割したものも多くなっています。

2005 年基準指数の対象範囲、分類編成については補論（ 1 ）（ 2 ）ならびに参考図表 1、2 を、ウエイトやパーシェ・チェックの結果は補論（ 3 ）（ 4 ）

ならびに参考図表 3、5 を、大類別・小類別ごとの品目数・品目改廃は参考図表 4 を、各々ご覧ください。

(2) カバレッジ

総務省『平成 17 年産業連関表』によりますと、企業向けサービスの総取引額は 239 兆円に達しています²。そのうち 2005 年基準指数での採用品目の取引額は 119 兆円であり、採用カバレッジ（採用サービスの取引額 / 企業向けサービスの総取引額）は 49.7%となっています（図表 3(1)）。新規品目を積極的に採用したことから、2000 年基準指数の 46.4%よりも 3.3%上昇しました（図表 3(1)）。C S P I 創設時の採用カバレッジは 40.0%でしたので、20 年間で約 10%上昇したことになります。

C S P I に採用されていない企業向けサービスは 120 兆円です。卸・小売サービス（51 兆円）、金融仲介サービス（22 兆円）、企業内研究開発（11 兆円）が主なものです（図表 3(1)）。いずれも品質一定の価格調査が難しいことから、2005 年基準指数では採用を見送りました³。

(3) 調査価格数

2005 年基準指数の調査価格数は 3,463 と 2000 年基準指数（3,086）から 377 増加しました（図表 3(2)）。これは、新規品目の採用、サービスにおける価格設定の多様化や、オーダーメイド・サービスの広がりなどサービスの多様化に対応して、指数精度を確保するために調査価格を積み増したことによるものです。調査価格数の増加も過去最大となっています（図表 3(3)）。もっとも、今回の基準改定では、外部データを積極的に採用して 140 積み増すことで、調査先企業からご回答いただく価格数の増加を 237 にとどめ、調査協力企業の回答負担に配慮いたします。

大類別・類別・小類別ごとの調査価格数は参考図表 6 をご覧ください。

なお、2005 年基準指数で採用する調査価格 3,463 のうち、2005 年基準で新規採用する価格は 1,808 と全体の 52%を占め、基準改定を機にほぼ半数の価格が入れ替わりました（前掲図表 3(2)）。これは、市場の実勢に合致させるために調査対象サービスの構成を大幅に見直した結果であり、2005 年基準指数の調査価格は大きく変

² 企業向けサービスの総取引額は、『産業連関表』における中間需要部門、国内総固定資本形成、家計外消費支出の総合計額を使用しています。

³ 詳しくは、[日本銀行調査統計局「企業向けサービス価格指数・2005 年基準改定の最終案見直し案に対するご意見と基準改定の概要」](#)の P.32 をご覧ください。

化しました。このため、第 部で述べるように、10月29日から公表が開始される2005年基準指数の動きは、現行2000年基準指数の動きとは多少異なるものとなっています。

3 基準改定結果(2): 新規品目の採用と調査対象サービスの見直し

(1) 新規品目の採用: 新サービスの取り込み

2005年基準指数では新規品目として15品目を採用しました。1)IT化の進展・アウトソーシングの拡大などに伴って取引が増加している新サービスを取り込むために5品目採用したほか、2)デフレター・ニーズ(売上高や生産額など名目額を実質化するための利用ニーズ)に対応するなど、ユーザー・サービスの向上を目的に、価格調査方法を工夫することなどで6品目を採用しました。さらに、3)「新聞・出版」を企業物価指数(CGPI)から移管し、4品目を採用しました。

➤ 新サービスの出現(IT化の進展・アウトソーシングの拡大など): 5品目

A T M委託手数料(図表4(1))

B銀行の預金者がA銀行のA T Mから預金を引き出した際にB銀行からA銀行に対して支払われる委託手数料です。コンビニエンスストアへのA T M設置が急速に増加していることから、サービス取引額が近年大幅に増加しています。

インターネット附随サービス(図表4(2))

取引額の7割強がポータルサイト運営サービス(インターネットショッピングやオークションの出店の場を事業者提供サービス)で占められ、残りが情報ネットワーク・セキュリティ・サービスや電子認証サービスとなっています。

フリーペーパー・フリーマガジン広告(図表4(3))

フリーペーパー・フリーマガジンとは、冊子の価格は無料で、広告収入を収益源としている紙・雑誌形態の媒体を指します。安価な料金での広告掲載が可能なことから、市場規模は近年大幅に拡大しています。

社員研修サービス

企業向けに提供される教育・研修サービスであり、管理職研修やマナー研修等のビジネス系とS E向け講座といったIT系などを調査対象としています。

テレマーケティング

コールセンターの運営を代行するサービスです。

➤ ユーザー・サービスの向上（デフレーター・ニーズへの対応など）：6品目

内航旅客輸送

内航における船舶（旅客フェリー、ジェットfoil等）を使用した旅客輸送サービスです。

オフィス・イベント用品レンタル

事務用機器などのオフィス用品、机・椅子やサービス業用機器などイベント用品をレンタルするサービスです。

一般廃棄物処理

店舗や事務所などが排出する事業系ごみの収集・運搬・処分サービスです。

土木設計

土木（道路、橋梁、河川・砂防など）の基本設計、実施設計、工事監理を行うサービスで、官公庁向けが7割を占めます。これまでは価格調査が困難でしたが、2005年基準では、国・地方自治体の落札率データが入手可能となったため、これを用いて価格調査を行います。

プラントエンジニアリング

化学、製鉄、発電等のプラント建設の企画、設計等を請け負うサービスです。オーダーメイド性の強いサービスですが、モデル価格で価格調査が可能となりました。

ホテル宿泊サービス

法人需要が多いビジネスホテルの宿泊料金を対象とします。C S P Iの対象範囲に「家計外消費支出」を追加したことで、新規品目として採用しました。

➤ 「新聞・出版」のC G P Iからの移管：4品目

新聞、 書籍、 月刊誌、 週刊誌

C G P I・参考指数「新聞・雑誌・書籍」をC S P Iの類別「新聞・出版」・4品目として取り込みました⁴。

⁴ このため、C S P Iの2005年基準指数への移行と同時に、C G P I・参考指数「新聞・雑誌・書籍」の作成を取り止めます。なお、参考指数「新聞・雑誌・書籍」6品目のうち、「日刊新聞」と「非日刊新聞」を統合し、「新聞」としたほか、「教科書」は廃止しました。

(2) 既存品目における調査対象サービスの見直し

日本のサービス統計の整備はまだ途上であり、C S P Iのウエイトデータである総務省『産業連関表』の品目分類は、経済産業省『工業統計表』の品目分類と比較すると粗く、C S P Iの1品目当たりの取引金額もC G P Iのそれと比べて大きくなっています(図表5(1))。このため、C S P Iの指数精度を高めるには、品目内におけるサービスの正確な構成比率を把握し、その構成比率に合致するように調査価格の構成を見直すことが不可欠です。しかしながら、サービス構成比率を算定するために必要な詳細な官庁統計や業界統計の整備は十分ではないのが実情です。

2005年基準改定では、入手可能な様々な統計を一定の前提を置いて加工し、サービス種類別の売上高の構成比率を推計しました(図表5(2))。具体的には、包括的な統計が存在しない品目(機械修理、店舗賃貸、駐車場賃貸など)については、複数の公的統計や業界統計を組み合わせることで推計を行ったほか、サービス種類別の売上高統計が存在しない品目(労働者派遣サービス、産業廃棄物処理など)については、サービスの数量データ(人数、トンなど)に価格データを乗ずるなどの方法で売上高を推計しました。こうして得られたサービス構成比率の推計結果に基づき、調査価格の構成を見直しました。同時に、サービスの構成が多様化している品目では必要に応じて調査価格の積み増しも行いました。この結果、多くの品目で指数精度を向上しています。また、細分化された指数を求めるユーザー・ニーズに応えるべく、一部の品目では品目分割を実施しました。

<調査対象サービスの構成を大きく見直すとともに品目分割を行った主な品目>

(金融・保険)

- ・「保証業務手数料」 「信用保証料」 + 「カード加盟店手数料」

(運輸)

- ・「貨物船」 「RORO船」 + 「貨物船(除RORO船)」

(リース・レンタル)

- ・「土木・建設機械レンタル」 「建設機械レンタル」 + 「仮設資材レンタル」

(諸サービス)

- ・「自動車修理」 「車検・定期点検・一般整備」 + 「自動車整備(事故整備)」
- ・「機械修理」 「電気機械器具修理」 + 「機械修理(除電気機械器具)」
- ・「労働者派遣サービス」 「事務職派遣」 + 「労働者派遣サービス(除事務職)」
- ・「警備」 「警備(除機械警備)」 + 「機械警備」

< 調査対象サービスの構成を大きく見直した主な品目 >

(金融・保険)「預貸業務手数料」「証券引受手数料」「火災保険」「自動車保険(任意)」「海上・運送保険」

(不動産)「事務所賃貸(東京圏)」「同(名古屋圏)」「同(大阪圏)」「同(その他地域)」「店舗賃貸」「ホテル賃貸」「駐車場賃貸」

(運輸)「ハイヤー・タクシー」「不定期船」「外航タンカー」「外航貨物用船料」

(情報通信)「情報処理サービス」「システム等管理運営受託」

(広告)「屋外広告」「インターネット広告」

(諸サービス)「産業廃棄物処理」

このうち、「労働者派遣サービス」「屋外広告」「店舗賃貸」「駐車場賃貸」「機械修理」「警備」「システム等管理運営受託」などでは、サービスの多様化を踏まえ、調査価格を大幅に積み増しました。

(3) 官庁入札価格の取り込み

C S P Iは、「民間企業向け」取引に加えて「官公庁向け」取引も対象範囲に含めています。しかしながら、従来は「民間企業向け」取引に調査価格が偏る傾向がありました。国・地方自治体では、公共工事以外の公共調達についても一般競争入札による取引が一般化しており、一般競争入札の拡大に伴い、官公庁向け価格が大幅に下落しているケースがみられます。民間企業向け価格と価格動向が異なるために、指数に誤差が生じている可能性があります。

2005年基準改定では、品目ごとに官公庁需要比率を推計し、その結果、官公庁需要が多いことが判明した7品目(「建築設計」「測量」「不動産鑑定評価」「土地家屋調査士サービス」「清掃」「設備管理」「警備(除機械警備)」)について、新たに官庁入札価格を取り込みました。このほか、新規品目「土木設計」では、国・地方自治体向け土木設計業務の入札価格を調査価格として取り込んでいます。

4 基準改定結果(3): 価格調査方法・品質調整方法の見直し

(1) 多様化する価格設定への対応: モデル価格と平均価格の活用

(「複数の需要者を想定したモデル価格」の活用)

近年、サービス供給者による料金差別化の動きが一段と広がっています。例えば、携帯電話では、基本使用料、1分当たり通話料、無料通話分に様々な組み合わせ

ランが存在するなど料金体系が複雑となっており、企業向けサービスでは、契約回線数や利用額に応じた割引も出現しています。

このような価格設定が多様化しているサービスに対しては、「複数の需要者を想定したモデル価格」の導入が有力な解決策です。「モデル価格」とは、仮想的な取引を人為的に設定した価格調査方法です。サービス内容や料金設定が多様な取引について、実態を損なわない範囲で単純化し、効率的に調査を行うことに狙いがあります。2005年基準指数では、「携帯電話・PHS」「有料道路」「国際航空旅客輸送」「国内航空旅客輸送」などに対して、以下のような、利用条件や需要量が異なる「複数の需要者を想定したモデル価格」を適用します（図表6）⁵。

価格変動のばらつきが大きい属性に着目して複数の需要者を設定

全ての料金プランに対応する需要者を設定して、その需要者が直面する価格を適切なウエイトで集計すれば、精度の高い指数が作成できます。しかし、調査先企業のご負担や物価統計作成部署の作業負担を考慮すると、そうした対応は現実的ではありません。このため、モデル価格では、価格変動のばらつきが大きい属性（利用条件、需要量など）に着目し、当該属性が異なる需要者を複数設定する一方で、ばらつきが小さい属性は捨象することで、調査コストを抑えつつ、効率的に指数を作成することとしました。

例えば、「国際航空旅客輸送」では、1) 往路と復路で異なる航空会社を利用可能か、2) 航空券をいつ購入するか（当月か1ヶ月前か）、3) 予約変更は可能か、が運賃を左右する重要な利用条件です。これらの組み合わせで需要者は8タイプ（2の3乗）となります。路線、航空会社、座席クラスごとにこの8タイプの需要者を設定しました。

需要者が複数の価格に直面する場合には、最も安い価格を選択すると仮定

属性で特定された需要者にとって、複数のサービス料金が利用可能となっている場合には、「複数の価格のうちで最も安い価格を選択する」との想定で指数を作成します。すなわち、割安な新料金プランや割引運賃が発売されると迅速に利用がシフトすると仮定しています。もっとも、スイッチングコストが大きい携帯電話については、料金プラン変更に必要な時間を要するケースも想定しました。

⁵ 複数の需要者を想定したモデル価格の詳細は以下をご参照ください。「有料道路」「携帯電話・PHS」：本稿のP.23～24。「国際航空旅客輸送」「国内航空旅客輸送」：[日本銀行調査統計局「企業向けサービス価格指数・2005年基準改定の最終案 見直し案に対するご意見と基準改定の概要」](#)のP.14～15。

モデル価格で捉えにくい複雑な割引は「平均割引率」を用いて取り込む

ボリューム・ディスカウントなど複雑な割引部分は、法人向けの「平均割引率」を調査先企業から聴取し、
・ で作成された価格に乗じて指数を作成し、割引分を反映します。

(平均価格の活用)

取引相手先ごとに様々な値引きを行っているサービスに対しては、対象サービスはできるだけ一つに特定しつつ、取引相手先や取引条件が異なるものをグルーピングして集計し、その売上高を販売数量で割り込んで算出する「平均価格」を用いることが有効です。これは、少数の平均価格で多数の取引を取り込めるため、サンプルバイアスを抑えつつ実勢価格を調査できるほか、スポット取引が多いなど同一の取引相手先との取引が継続しない場合でも継続的な価格調査が可能のためです。

2000年基準指数では、大類別「不動産」「リース・レンタル」各品目ならびに「証券事務委託手数料」「貸切バス」「鉄道貨物輸送」「航空貨物輸送」「テレビ広告」「労働者派遣サービス」などで平均価格を採用し、価格の多様化が進むサービス価格の実勢の動きを捉えてきました。

2005年基準指数では、割引の多様化が進む新規品目「ホテル宿泊サービス」「フリーペーパー・フリーマガジン広告」「オフィス・イベント用品レンタル」のほか、シンジケートローン向け手数料サービスを新たに取り込む「預貸業務手数料」において、平均価格を採用しました。また「新聞広告」「雑誌広告」では、既に半数の調査価格が平均価格でしたが、料金表価格ベースの取引が一段と減少していることを受けて、2005年基準指数では、残り半数の「料金表価格」調査を取りやめ、平均価格に統一しました。「仮設資材レンタル」でも同様の対応を行いました。

(2) オーダーメイド・サービスに対する品質一定の価格調査方法

オーダーメイド・サービスとは、需要者のニーズに応じてサービスの内容が異なるサービスで、一度提供されたサービスは繰り返し提供されることはありません。企業向けサービスではオーダーメイド・サービスがかなりのシェアを占めています(図表7(1))。以上のような特性から、オーダーメイド・サービスに対して、通常の価格調査方法である「銘柄指定調査」サービスの内容、取引相手先、取引条件などを詳細に設定し、毎月継続して実際の取引価格を調査する方法を適用するのは困難です。そのため、2005年基準指数では、3つの代替的な価格調査方法サービスを想定したモデル価格、平均価格、人月単価(労働時間当たり単価)を積極的に採用します(図表7(2))。

サービスを想定したモデル価格

モデル価格とは、仮想的な取引を人為的に設定した価格調査方法です。実際に行われているオーダーメイド・サービスを参考に「仮想的なサービス」を選定し、当該サービスの内容のほか、取引相手先、取引条件を想定して、その条件でサービスを提供する場合の見積もり価格を調査先企業から聴取します。

平均価格

オーダーメイド・サービスに対しても、平均価格の適用が価格調査において有効な解決策です。類似の品質を持つ複数のサービスをグルーピングした売上高を販売数量で割り込んで平均価格を算出します。平均価格を用いることでカバーできる取引件数が増加し、継続的に実勢価格を得ることができます。

人月単価（労働時間当たり単価）

人月単価（労働時間当たり単価）とは、「サービスの取引金額をそのサービス提供に要する労働投入量で割ったもの」として定義されます。サービスの品質が労働投入量に比例しているとみなせる場合には、人月単価（労働時間当たり単価）を用いると異質なサービスを比較することができます。

上記の3つの価格調査方法のうち、オーダーメイド性が強いサービスでは、モデル価格や人月単価（労働時間当たり単価）を、オーダーメイド性がさほど強くないサービスでは平均価格を各々用いています。2005年基準指数では、新規品目「プラントエンジニアリング」「土木設計」などの大類別「諸サービス」各品目で、サービスを想定したモデル価格を採用しているほか、「受託開発ソフトウェア」や「公認会計士サービス」などの「諸サービス」各品目に対して、人月単価（労働時間当たり単価）を適用しています。さらに「建築設計」に対しては、オーダーメイド性の強さに応じて、サービスを想定したモデル価格、平均価格、人月単価（労働時間当たり単価）を使い分けています。

< 「サービスを想定したモデル価格」を採用している主な品目 >

「車検・定期点検・一般整備」「自動車整備（事故整備）」「機械修理（除電気機械器具）」「建築設計」「土木設計」「測量」「不動産鑑定評価」「土地家屋調査士サービス」「プラントエンジニアリング」

<人月単価（労働時間当たり単価）を採用している主な品目>

「受託開発ソフトウェア」「システム等管理運営受託」「車検・定期点検・一般整備」
「自動車整備（事故整備）」「電気機械器具修理」「機械修理（除電気機械器具）」「弁
護士サービス」「公認会計士サービス」「建築設計」「警備（除機械警備）」「プラント
エンジニアリング」「テレマーケティング」

（３）品質が時間とともに変化するサービスに対する品質調整

継続的に取引されるサービスのうち、その品質が時間とともに変化するサービスが存在します。「テレビ広告」「事務所賃貸」などが代表的な事例です。物価指数を作成するには、品質一定のサービスを継続的に調査することが不可欠ですから、このようなサービスについては、品質一定となるように補正を行うことが必要です。2005年基準指数では、サービスの品質変化に関する時系列情報が利用可能な場合には、その時系列情報を用いた品質調整を行い、品質バイアスを補正しました。

具体的には、広告の品質は「広告をみる人数」に比例するとの考え方にに基づき、「テレビ広告（うちスポットCM）」について品質変化分を補正しました。すなわち、スポットCMの「延べ視聴率（GRP）⁶」を利用して、調査価格を「延べ視聴率（GRP）当たりのCM単価＝広告をみる人数当たりのCM単価」へ変更しました。

ちなみに、2005年基準指数では、大類別「広告」の各品目のうち、「広告をみる人数当たりの単価」を調査価格としている品目は、「テレビ広告」（うちスポットCM）のほか、「折込広告」「ダイレクトメール広告」「インターネット広告」「フリーペーパー・フリーマガジン広告」となっています。

また、「事務所賃貸」の築年数経過に伴う品質劣化については、2010年初を目処に品質の補正を開始する予定です。補正方法の詳細は導入前に詳しくご紹介します。

（４）2005年基準指数における価格調査方法の適用状況

以上述べたように、サービスにおける価格設定の多様化やオーダーメイド・サービスの広がりから、CSP Iでは、「銘柄指定調査」を適用するのが困難な場合が増えており、モデル価格、平均価格、人月単価（労働時間当たり単価）などの価格調査方法を活用するケースが増加しています。

⁶ GRP（Gross Rating Point：延べ視聴率）とは、一定期間に放映されたCMの放映時間（15秒を1単位に換算）と視聴率との積の合計であり、1GRPは1%の視聴率で15秒間CMが放映されたことを意味します。

この点を計数で確認しますと、2005年基準指数では、全調査価格のうち、モデル価格が13%、平均価格が18%、人月単価（労働時間当たり単価）が11%を占めており、「銘柄指定調査」は半数以下の48%にまで減少しています（図表8(1)）。企業間における財の取引価格を調査するC G P I・2005年基準指数では、「銘柄指定調査」が85%を占めており、モデル価格が4%、平均価格が11%に過ぎないのとは対照的です。このようにサービスにおいては、品質を一定とした価格調査を継続的に行うことは容易ではなく、実勢を反映した精度の高い物価指数を作成するには、価格調査における様々な工夫が不可欠です。

C S P Iにおいては、特殊な価格調査方法として、このほか、「料率×インフレーター」も採用しています。これは、リース物件価格や保険金額など名目取引金額に対する「料率」で価格が表示されるサービスに適用される価格調査方法です（図表9）。その際に、調査先企業から料率を聴取するとともに、各々の取引の対象物件（リース物件、保険対象物件など）に対応する価格指数をインフレーターとして使用しています。2005年基準指数では、新規品目「インターネット附随サービス」ならびに「自動車保険（任意）」の2品目において、新たに「料率×インフレーター」型の調査価格を導入しました。その結果、「料率×インフレーター」が全体の10%を占めています。

大類別ごとの価格調査方法の採用状況をみますと（図表8(2)、前掲参考図表6）、「不動産」「広告」では平均価格を、「金融・保険」「リース・レンタル」では「料率×インフレーター」を、各々採用するケースが多くなっています。また、「情報通信」では人月単価（労働時間当たり単価）やモデル価格を、「運輸」でモデル価格を、各々相当数採用しています。このほか「諸サービス」では、調査対象サービスの性質に応じて、モデル価格、平均価格、人月単価（労働時間当たり単価）を使い分けています。

5 基準改定結果（4）：報告者負担軽減とユーザー・サービス向上

（1）外部データの利用拡大

調査先企業の報告負担を軽減するために、国・地方自治体の作成統計や民間のデータベースを利用した価格調査を、2000年基準指数での1品目9調査価格から2005年基準指数では10品目149調査価格へ大幅に拡大しました（図表10）。外部データの活用により、従来と比べてより多くの価格を収集することができることから、報告者負担の軽減だけでなく、指数精度の向上にも貢献しています。

(2) 「総平均(除く国際運輸)」など参考系列・参考指数の拡充

日本銀行『金融経済月報』で公表している「総平均(除く海外要因)」に対する高いユーザー・ニーズに応えるため、2005年基準指数から、「総平均(除く海外要因)」と同一の指数を参考系列として、C S P I月次指数と同時に公表します。参考系列の名称は「総平均(除く国際運輸)」とします。

2005年基準指数の「総平均(除く国際運輸)」では、国際運輸(国境線を越えて提供される運輸サービス)に該当する以下の9品目 国際航空旅客輸送(北米方面) 同(欧州方面) 同(アジア・オセアニア方面) 定期船、不定期船、外航タンカー、外航貨物用船料、国際航空貨物輸送、国際郵便が「総平均」から控除されます(図表11(1))。

ユーザーの利便性を考慮して、参考系列「総平均(除く国際運輸)」の接続指数を1985年1月に遡って作成して、公表します。「総平均(除く国際運輸)」の指数動向を「総平均」の指数動向と比較しますと、2005年以前は、両者はほぼ平行に変動していましたが、国際運輸(特に不定期船などの外航貨物輸送、外航貨物用船料)の変動が大きくなった2005年以降は、両者の乖離が目立っています(図表11(2))。

このほか、インフレーターの情報を含まない「リース料率」の指数公表に対するユーザー・ニーズが存在することから、参考指数として新設します。

(3) 接続指数(長期時系列データ)の大幅拡充

日本銀行では、長期の時系列データに対するユーザー・ニーズに応えるため、2005年基準指数をベースに過去に遡及した指数(接続指数)を作成しています。従来、C S P Iでは、「総平均」「大類別」「類別」の各指数系列について、1985年1月まで遡及して接続指数を作成してきました。

2005年基準指数では、より詳細な指数について長期時系列データを利用したいとのユーザー・ニーズに応えるために、接続指数の作成対象を全ての品目指数までに拡充します(図表12(1))。その結果、2005年基準指数での接続指数の系列数は186系列と、2000年基準指数の30系列から大幅に増加します。

図表12(2)では4品目の接続指数を1985年に遡って掲載しています。「事務所賃貸(東京圏)」では、バブル期を中心に景気変動に対応して指数が大きく騰落しています。「携帯電話・PHS」では、技術進歩や競争激化を映じて、この20数年間で指数が大幅に下落しています。「国内航空旅客輸送」では、運賃の規制緩和に伴い、1995年以降、運賃の短期変動が次第に大きくなっています。「新聞広告」は、企業の広告費削減の動きや広告媒体間の競争激化を

受けて、近年指数が急速に下落しています。このように接続指数を利用することで、価格の長期的な趨勢や変動パターンの変化を観察できます。

(4) 定期遡及訂正時期の見直し

現行 2000 年基準指数では、4 月下旬（2 月確報・3 月速報公表時）および 10 月下旬（8 月確報・9 月速報公表時）の年 2 回、定期遡及訂正を行ってきました。これは、確報公表後に計数の誤りが判明した場合、調査先企業からの価格報告が遅れた場合、企業間の価格交渉の決着が後ずれした場合、確報公表時には暫定的な価格を作成し、その後、利用可能となる各種データを取り込んで、より精度の高い確定価格を作成する、との 2 段階の手順で調査価格を作成する場合、各々の場合において正しい価格を指数に反映するために実施しています（図表 13(1)）。

2005 年基準指数では、C S P I をデフレーターとして利用している、内閣府「G D P 統計（国民経済計算）」における確報推計、経済産業省「第 3 次産業活動指数」における年間補正、各々の統計作成作業の利便を図るとの観点から、C S P I の定期遡及訂正時期を現在よりも 1 ヶ月繰り上げて、3 月下旬（1 月確報・2 月速報公表時）および 9 月下旬（7 月確報・8 月速報公表時）に変更いたします。この実施時期の繰り上げは、2010 年 3 月下旬の定期遡及訂正から実施します。

2005 年基準指数では、確報公表時には暫定的な価格を作成し、その後、利用可能となる各種データ（平均割引率の実績値など）を取り込んで、より精度の高い確定価格を作成する、との 2 段階で調査価格を作成するケースが増加しました。これは、価格設定の多様化やオーダーメイド・サービスの広がりに対応して、より実勢を反映した指数を作成することを目的としたものです。特に「携帯電話・PHS」「受託開発ソフトウェア」「公認会計士サービス」「建築設計」の 4 品目については、事後的に利用可能となるデータが指数に与えるインパクトが大きいため、定期遡及訂正時にやや大きめの訂正が生じる可能性が高いと考えられます（図表 13(2)(3)）。

2005年基準指数（2005年1月～2009年7月）の動向

第 部で述べましたように、C S P I・2005年基準改定は、1985年のC S P I創設以来、最大規模の改定となっています。具体的には、IT化の進展やアウトソーシングの拡大などに対応して新規品目を積極的に採用した（新規品目：過去最大の15品目）ほか、既存品目におけるサービス構成比率を市場の実勢と合致させるために調査対象サービスの見直しや官庁入札価格の取り込みを行い、それと同時に調査価格の大幅な入れ替えを実施しました。さらに、価格設定の多様化やオーダーメイド・サービスの広がりに対応して、モデル価格、平均価格、人月単価（労働時間当たり単価）を積極的に採用するなど、価格調査方法を大きく見直しました。以上の取り組みによって、2005年基準指数は2000年基準指数と比べて、指数精度が向上しています。

こうしたなか、2005年基準指数の動きは現行の2000年基準指数の動きとは乖離しています。第 部では、2005年基準指数の動き（2005年1月～2009年7月）について、2000年基準指数との乖離度合いと乖離要因に着目して分析していきます。

予め、分析結果の概要について述べますと、以下のとおりです。2005年基準指数「総平均」前年比は、上昇局面にあった2007年に下方改定されるなど、2000年基準指数と比較して変動が緩やかになっています。これは、「不定期船」や「外航貨物用船料」など「国際運輸」の変動が小さくなったことが影響しています。

また、「総平均」から「国際運輸」を控除した2005年基準指数「総平均（除く国際運輸）」の前年比は総じて下方改定されており、2007年と2009年1～7月における前年比の下方改定幅が大きくなっています。これには、2005年基準改定における上記～の見直し、特に、価格設定の多様化やオーダーメイド・サービスの広がりに対応した「価格調査方法の見直し」による寄与が目立っています。

1 総平均指数の動向

（1）総平均指数の推移と新旧基準での乖離

C S P I・2005年基準指数「総平均」の前年比は（図表14）、2006年初には0%台後半の下落となっていました。その後はマイナス幅が徐々に縮小し、2007年初めにプラスに転じました。さらに2008年夏場にかけて前年比は上昇を続け、2008年8月にピーク（+1.7%）に達しました。もっとも、同年9月以降、急落し、2009年7月までマイナスで推移しています（2009年7月：-3.4%）。

これを 2000 年基準指数と比較しますと、2005 年基準「総平均」前年比は、2000 年基準と比べて変動が幾分緩やかになっています。すなわち、2007 年中の上昇局面では、2005 年基準指数の上昇率(2007 年平均：+0.5%)は 2000 年基準指数(同：+1.4%)と比べて小さめ(前年比の乖離：0.9%ポイント)となったほか、2008 年後半以降の下落局面でも、2005 年基準指数の下落率(2009 年 1～7 月平均：2.4%)は 2000 年基準(同：2.7%)対比小幅です(前年比の乖離：+0.3%ポイント)。また、2005 年基準「総平均」前年比のピークは 2008 年 8 月ですが、2000 年基準「総平均」(ピーク：2007 年 12 月+1.9%)と比べてピークの時期が後ずれしています。

(2) 新旧基準指数の乖離要因

新旧基準における「総平均」の乖離を、「国際運輸」(9 品目)の寄与と「総平均(除く国際運輸)」(128 品目)の寄与に分解しますと、変動が大きい「国際運輸」の寄与が大きくなっています(図表 15(1))。例えば、2007 年中の新旧基準「総平均」前年比の乖離 0.9%ポイントのうち、「国際運輸」は 0.5%ポイント寄与しています。以下では新旧基準「総平均」前年比の乖離要因を「国際運輸」と「総平均(除く国際運輸)」に分けて分析します。

新旧基準の「総平均」の乖離要因を、ウエイト効果、リセット効果、新規品目効果、品目指数改定効果に分解しますと、2007 年における 2005 年基準「総平均」の下方改定(2007 年平均：0.9%ポイント)と、2008 年後半以降における上方改定(2009 年 1～7 月平均：+0.3%ポイント)については、いずれもリセット効果(2007 年平均：0.5%ポイント、2009 年 1～7 月平均：+0.6%ポイント)の寄与が大きかったほか、2007 年については、品目指数改定効果(2007 年平均：0.5%ポイント)の寄与もかなりの大きさとなっていました(図表 15(2))。

2005 年基準改定では、ウエイトを 2000 年から 2005 年へと更新し、個別の品目指数を 2005 年 = 100 に基準化しました。さらに基準改定を機に、新規品目を追加したほか、調査対象サービスや価格調査方法の見直しも行いました。こうしたことから、以下の 4 つの要因によって、新旧基準の「総平均」前年比は乖離すると考えられます(図表 15 の注)。

ウエイト効果

ウエイト効果とは、品目ウエイトが新旧基準指数で異なるため、個別品目が「総平均」前年比に与える寄与度が変化する効果です。例えば、前年比がプラスの品目のウエイトが 2005 年基準で増加した場合、この品目の「総平均」に与えるプ

ラスの寄与は 2005 年基準指数で大きくなります。

リセット効果

2005 年基準指数では、2000 年 = 100 として基準化されていた個別の 2000 年基準・品目指数を 2005 年 = 100 として基準化し直すため、新旧基準の指数水準は乖離します。この指数水準の変化によって、「総平均」前年比に対する寄与度は新旧基準で変化します。この乖離をリセット効果と呼びます⁷。

外航貨物輸送のように 2000 年基準指数が 2005 年時点で 100 を超えて上昇している品目では、2005 年基準指数では 2005 年 = 100 へ基準化され、指数水準が低下します。このため、「総平均」前年比に与える寄与度は低下します。リセット効果はマイナスとなります。また、リースのように 2000 年基準指数が 2005 年時点で 100 を下回る品目では、2005 年基準指数では指数水準は上昇します。このため「総平均」前年比への寄与は拡大します。この場合も、マイナスの寄与度が拡大するため、リセット効果はマイナスです。

新規品目効果

2005 年基準指数「総平均」前年比は、新規品目の価格変動による寄与の分だけ、2000 年基準指数から乖離します。これを新規品目効果と呼びます。2005 年基準指数における新規品目は 15 品目であり、新規品目が占めるウエイト（総平均 = 1000）は 95.6 とかなり大きい（前掲図表 1(3)）ため、新規品目効果が指数に与える影響は重要となります。

品目指数改定効果

品目指数改定効果とは、品目指数の動きが 2005 年基準指数において変化することにより、「総平均」前年比への寄与度が変化する効果のことです。品目内の調査対象サービスの構成を見直した場合や価格調査方法を変更した場合など、品目指数の動きを変化させる効果は全てこれに含まれます。

⁷ C S P I は固定基準ラスパイレ指数ですので、「総平均」指数 $P(t)$ は $P(t) = \sum w_i p_i(t)$ と定義されます（ w は品目ウエイト、 p は品目指数、 i は品目を表す）。このとき、「総平均」前年比 $\pi(t)$ は、

$$\pi(t) = \sum_i w_i \frac{p_i(t-1)}{P(t-1)} \pi_i(t)$$

と書けます。「総平均」前年比は、個別品目の前年比 $\pi_i(t)$ のほか、個別品目の指数水準 $p_i(t-1)$ の影響を受けます。品目指数の水準が高いほど「総平均」前年比への寄与度は大きくなります。

2 「国際運輸」の動向

(1) 新旧基準の「国際運輸」前年比の乖離要因

新旧基準における「国際運輸」前年比の乖離の内訳をみると、「不定期船」と「外航貨物用船料」の寄与が大きく、この2品目で「国際運輸」前年比の乖離のほとんどを占めています。これらは、2007年中は下方改定に寄与したのち、2008年後半から2009年では上方改定に寄与しています(図表16(1))。

「国際運輸」の乖離を要因別寄与度で見ますと、「リセット効果」と「品目指数改定効果」の寄与が大きくなっています(図表16(2))。

(2) 不定期船

2005年基準「不定期船」の「総平均」への寄与度は2000年基準指数から大きく変化していますが、この変化は「リセット効果」で生じています(図表17(1))。「不定期船」の2000年基準指数は、海運市況の上昇等を受けて、2005年時点で150程度に達し、2008年夏のピーク時には260程度まで上昇しました。2005年基準指数では2005年=100に基準化するため、ピーク時の2005年基準指数は180程度まで低下します。「リセット効果」によって「不定期船」の「総平均」に与える寄与は大きく低下します。このため、2007年の「不定期船」上昇局面では「総平均」前年比に対しては下方改定に、2008年後半以降の急落局面では上方改定に寄与しました⁸。

(3) 外航貨物用船料

2005年基準「外航貨物用船料」の動きは、2000年基準指数と比べて、変化が緩やかとなっています(図表17(2))。これは、2005年基準指数では、指数の変動が小さい長期用船が占めるシェアが上昇する一方で、変動が激しい短期用船のシェアが低下したためです。これにより、「外航貨物用船料」の「総平均」に与える寄与度は、2005年基準指数では低下しています。この寄与は、「品目指数改定効果」に区分されます。

「外航貨物用船料」の調査価格は、長期用船(用船期間1年以上)と短期用船(同1年未満)の2種類の用船料で構成しています。長期用船の構成比率は2000年基準指数での80%から2005年基準指数では89%へと10%程度上昇しました。これは、海運市況の変動が拡大するなかで、価格変動リスクを抑制するために本邦海運会社が長期用船比率を高めたことによ

⁸ なお、「不定期船」の品目指数の前年比は、新旧基準指数間で大きな変化は生じていません。

るものです。2005年基準指数では、こうした状況変化に対応して「外航貨物用船料」の調査価格の構成を見直しました。

3 「総平均（除く国際運輸）」指数の動向

(1) 「総平均（除く国際運輸）」の概観

次に、2005年基準指数「総平均（除く国際運輸）」の前年比をみてみます。「総平均（除く国際運輸）」の前年比は（図表18）2006年初では1%程度の下落となっていました。その後2006年末にかけてマイナス幅が縮小し、2007年中は0.1～0.3%の小幅の下落となりました。2007年末からはプラスに転じ、2008年8月に+0.3%でピークに達しました。その後2008年末から下落に転じており、2009年7月には1.2%まで下落率が拡大しています。

なお、大類別ごとの寄与をみますと、2008年中の「総平均（除く国際運輸）」の上昇には、「諸サービス」の上昇が寄与した一方で、2009年入り後の下落には「広告」の下落の寄与が顕著です。

これを2000年基準指数と比べますと、2005年基準指数の前年比は、2006年から2007年にかけては月次では最大で0.8%ポイント程度、年平均でみると2006年で0.2%ポイント、2007年で0.5%ポイント、各々下方改定されています。そのため、「総平均（除く国際運輸）」前年比も2005年基準指数ではピークの時期が1年程度後ずれしています（前年比のピーク：2000年基準2007年6月、2005年基準2008年8月）。なお、2008年の改定幅はほぼゼロとなりましたが、2009年入り後、再び下方改定となっており、その下方改定幅は2009年1～7月平均で0.4%ポイント、最新のデータである2009年7月でも0.4%ポイントに達しています。

この新旧基準の乖離を要因別にみますと（図表19(1)）期間を通じて「ウエイト効果」が+0.1%ポイント程度上方改定に、「リセット効果」が0.2%ポイント程度下方改定に寄与しています。一方で「品目指数改定効果」は2008年初までは一貫して下方改定に寄与しており、その寄与は2006年平均で0.2%ポイント、2007年平均で0.3%ポイント強に達しています。その後、2008年は0.1%ポイントと下方改定の寄与を縮小させましたが、2009年1～7月平均では再び0.3%ポイントと寄与が拡大しています。2005年基準改定では、多くの品目で調査対象サービスや価格調査方法の見直しを行っており、「品目指数改定効果」が他の効果と比べても寄与が大きいのが特徴です。その寄与の時系列変動も大きく、「総平均（除く国際運輸）」の指数動向を大きく変化させています。なお「新規品目効果」も一定の寄与を

持ち、2008年では+0.2%ポイント程度上方改定に寄与しています。

新旧基準の乖離を大類別ごとにみますと(図表19(2))、「不動産」「広告」が上方改定に寄与する一方、「リース・レンタル」「情報通信」「運輸」は下方改定に寄与しました。「諸サービス」は2006年に上方改定に寄与したのち、2007年に下方改定に転じ、2008年以降は再び上方改定に寄与しています⁹。

以下では、新旧基準での「総平均(除く国際運輸)」の乖離要因を、「ウエイト効果」「リセット効果」「新規品目効果」「品目指数改定効果」に分けて分析します。

(2) ウエイト効果

ウエイト効果の内訳をみますと、品目「受託開発ソフトウェア」「事務所賃貸(東京圏)」などが上方改定に寄与する一方、品目「機械修理」「測量」などが下方改定に寄与しています(図表20(1))。ウエイト効果全体では上方改定に寄与しており、その寄与は+0.1%ポイント程度となっています。

2000年基準指数で前年比がプラスで推移した「受託開発ソフトウェア」「事務所賃貸(東京圏)」では、ソフトウェア需要の拡大等から品目ウエイトが増加し、ウエイト効果がプラスとなりました。一方で、2000年基準指数で同じく、前年比がプラス傾向にあった「機械修理」「測量」では、品目ウエイトが減少したことから、ウエイト効果はマイナスとなりました(図表20(2))。

(3) リセット効果

リセット効果は、2000年基準で指数が大きく低下していた品目「電子計算機・同関連機器リース」「電子計算機レンタル」が寄与するかたちで0.2%ポイント弱下方改定に寄与しました(図表20(3)(4))。

(4) 新規品目効果

2005年基準指数の新規品目・15品目による「総平均(除く国際運輸)」前年比への寄与は、2006年から2007年前半にかけてはほぼゼロでしたが、その後2007年後半から2009年初めにかけて+0.2%ポイント程度のプラスとなりました(図表21(1))。もっとも、2009年4月以降はマイナスに転じています。2007年後半から2009年初にかけては、「プラントエンジニアリング」の大幅上昇が大きくプラスに

⁹ 「諸サービス」においては、2006年の上方改定は「測量」が、2007年の下方改定は「機械修理」が、2008年の上方改定は「プラントエンジニアリング」の寄与がそれぞれ大きくなっています。

寄与したほか、最近では「ホテル宿泊サービス」の下落によるマイナス寄与が目立っています。

「プラントエンジニアリング」は、プラント建設需要の拡大を受けて、2007年から2008年前半にかけて大きく上昇しました（図表21(2)）。しかし、その後の景気後退により下落に転じました。また、「ホテル宿泊サービス」は、季節変動を伴いながらもほぼ横ばい傾向にありましたが、最近の景気落ち込みを受けて、企業の出張需要が減少しており、最近では下落傾向を強めています（図表21(2)）。

このほか、「一般廃棄物処理」が地方自治体の財政難から手数料引き上げが行われ、一貫して上昇している一方（図表22(1)）、「土木設計」は、官公庁の一般競争入札の拡大の影響を受けて下落傾向を辿っています（図表22(1)）。また、「インターネット附随サービス」は2008年にかけては下落していましたが、最近ではポータルサイト運営サービスの手数料値上げなどにより、指数は上昇に転じています（図表22(1)）。

（5）品目指数改定効果

第 部で述べましたように、2005年基準指数では数多くの既存の品目を対象に、調査対象サービスの見直し、官庁入札価格の取り込み、価格調査方法の見直し、を実施しました（図表23）。これらの見直しの規模はかつてないほど大きかったため、「品目指数改定効果」は他の効果と比べて大きくなっています。「総平均（除く国際運輸）」前年比の下方改定幅をみると、2006年平均では0.2%ポイント、2007年平均では0.3%ポイント、2008年平均では0.1%ポイント、2009年1～7月平均では0.3%ポイントとなっています。以下、調査対象サービスの見直し、官庁入札価格の取り込み、価格調査方法の見直し、各々の見直しによる「品目指数改定効果」について取り上げます。

調査対象サービスの見直し

まず、「調査対象サービスの見直し」による「総平均（除く国際運輸）」前年比に与える寄与をみますと、2006年は若干上方改定に寄与したのち、2007年には0.1%ポイント程度下方改定に寄与しました（図表24(1)）。これは、「駐車場賃貸」「火災保険」「産業廃棄物処理」が一貫して上方改定に寄与するなかで、「機械修理」が2007年度中、大きく下方改定されたことによるものです。なお、2008年以降は、各品目の寄与が相殺し、寄与はゼロ近傍となっています。

「機械修理」の大きな下方改定は、2005年基準指数において、価格上昇

率が高いプラント修理の構成比率が低下し、一方で価格上昇率が低い電気機械器具修理の構成比率が増加したことが主因です(図表 24(2))。「機械修理」は業界全体を包括した統計が皆無であることから、2005 年基準改定では、総務省『産業連関表』『サービス業基本調査』、経済産業省『工業統計表』など様々な統計を用いてサービス構成比率を推計しました。推計結果を踏まえ、送配電機器やコンピューター関連など電気機械器具のシェアを高め、プラントを大幅に削減するなど、サービス構成比率を見直しました。

「駐車場賃貸」の上方改定は、指数が上昇している時間貸駐車場を新たに取り込んだことによるものです(図表 25(1))。サービス構成比率を推計した結果、時間貸駐車場が相当のシェアを占めることが判明したため、月極駐車場に偏っていたサービスの構成比率を見直し、時間貸駐車場の構成比率を高めました。なお、時間貸駐車場の料金上昇は、駐車違反取締りが強化され、時間貸駐車場の需要が高まったことが影響しています。

「火災保険」は、地域と建物の耐火性の度合い(構造級)によって、価格水準や価格変動率に大きなばらつきがあります。これを踏まえて 2005 年基準指数では、地域や構造級のカバレッジを広げました(図表 25(2))。この結果、2005 年基準指数は概ね上方改定となりました。また「産業廃棄物処理」は、ばいじんや金属くずの構成比率が過小なことから、構成比率の是正を行い、2005 年基準指数は上方改定となりました(図表 25(3))。

このほか、「労働者派遣サービス」「自動車整備」「海上・運送保険」についても、サービス構成比率の見直しを行っており、その結果、2005 年基準指数の動きは一定程度変化しています(図表 26(1)(2)(3))。

官庁入札価格の取り込み

次に、「官庁入札価格の取り込み」の効果を見ると、2007 年を中心に 0.05~0.1%ポイント程度下方改定に寄与しています(図表 27(1))。これは国や地方自治体での一般競争入札の拡大に伴い、官公庁向け価格が下落傾向にあることを反映しています。

このうち、「清掃」「設備管理」では、官公庁向け需要が占める比率は 16%とさほど高くありませんが、官庁入札価格の下落率が大きいことから、2007 年以降一貫して下方改定に一定程度寄与しています(図表 27(2))。

「測量」の 2000 年基準指数は、2006 年に下落した後、2007 年は上昇するなど変動が大きくなっていましたが、2005 年基準指数はほぼ横這いで推

移しています。官庁入札価格は、入札の「予定価格」に「落札率」を乗じて算出されますが、2000年基準指数では、「予定価格」のみの調査にとどまったため、指数に誤差が生じていました(図表27(3))。2005年基準指数では、調査価格に「落札率」を取り込み、「測量」の指数精度が改善しました。

価格調査方法の見直し

「価格調査方法の見直し」による効果は、2007年後半～2008年前半の一時期を除いて、概ね下方改定に寄与しています(図表28(1))。その下方改定の寄与は、2006年後半から2007年前半では0.2～0.3%ポイント(2006年平均：0.15%ポイント、2007年平均：0.1%ポイント)、2008年末以降直近でも0.1～0.3%ポイント(2009年1～7月平均：0.25%ポイント)とかなり大きな値です。調査対象サービスの見直し、官庁入札価格の取り込みと比べても、価格調査方法の見直しのインパクトが大きくなっています。品目別では、「有料道路」「携帯電話・PHS」が多くの時期で下方改定に寄与したほか、2007年には「受託開発ソフトウェア」「建築設計」が、2008年秋以降直近にかけては「新聞広告」が、各々下方改定となったことが寄与しています。一方で「テレビ広告」は、期間中ほぼ+0.1%ポイント程度の上方改定の寄与をもっています。

これら品目の価格調査方法の見直し内容と指数動向の変化は以下のとおりです。

(a) 多様な料金設定が行われるサービス：「有料道路」「携帯電話・PHS」「新聞広告」

「有料道路」「携帯電話・PHS」は、料金設定の多様化が顕著であり、利用日時や需要量などによって価格設定が多様化しています。そのため、2005年基準指数では「複数の需要者を想定したモデル価格」を採用しています。また「新聞広告」では、取引相手先や取引条件の違いによって値引きが多様化していることから、平均価格による価格調査を拡充しました。

(有料道路<3品目「高速自動車国道」「都市高速道路」「一般有料道路」>)

「有料道路」については、2005年基準指数においてETC割引を指数に反映させました。その結果、2005年基準指数は、ETC割引の普及やその適用範囲等の拡大を反映して、2000年基準対比大幅な下方改定となりました(図表28(2))。

ETC割引は、時間帯に関する割引と利用頻度に関する割引に大別されます。2005年基準指数のモデル価格では、1)有料道路別、2)車種別(大型車、普通車)、3)平日・休日別、4)時間帯別に、それぞれ需要者

のタイプを想定し、タイプごとに時間帯に関する割引と利用頻度に関する割引を反映させています。

(携帯電話・PHS)

「携帯電話・PHS」は、基本使用料、時間当たり通話料、無料通話分を組み合わせた様々な料金プランが存在するほか、契約回線数などに応じた複雑な割引メニューが存在します。これに対応して、2005年基準のモデル価格では、通信事業者別、携帯電話世代別に2つの需要者タイプ(「最安タイプ」と「代表タイプ」)を想定し、「最安タイプ」と「代表タイプ」の単純平均で指数を算出します。契約回線数等による複雑な割引メニューについては、「法人向けの平均割引率」を聴取し、モデル価格に乗じて指数に反映させます(図表29(1))。「携帯電話・PHS」の2005年基準指数は、価格の下落テンポが速い「最安タイプ」を導入したことや「法人向けの平均割引率」を取り込んだことから、2000年基準対比下方シフトしています。

モデル価格では、通信事業者別、携帯電話世代別に「最安タイプ」と「代表タイプ」の2つの需要者タイプを想定します。「最安タイプ」では、平均的な需要者の通信量を設定し、この通信量を利用した場合に最も安価な料金プランで算出される料金を調査価格とします。一方、「代表タイプ」では、各時点において法人向けで最も利用回線数が多い料金プランを用いて算出される料金を調査価格とします¹⁰。

(新聞広告)

「新聞広告」は、これまで料金表価格と平均価格の双方を調査価格としていましたが、料金表価格の代表性が低下したことから、2005年基準指数では「平均価格」を用いた価格調査に統一しました。この結果、「新聞広告」の2005年基準指数は、2000年基準指数対比下落テンポを強めています(図表29(2))。

「新聞広告」価格は、広告掲載紙面が同じであっても取引相手先や取引条件によって価格が異なります。こうした価格差別の動きを指数に反映させるために、2005年基準指数では、広告掲載紙面を指定して集計した、あるいは取引相手先を業種別にグルーピングして集計した平均価格を採用しています。

¹⁰ 携帯電話利用者のうち相当数の利用者は、最安プランへの変更が遅れがちであり、適用料金は必ずしも最安とはなっていません。「代表タイプ」はこうした利用実態を捉えることを狙って設定しています。

(b) オーダーメイド・サービス：「建築設計」「受託開発ソフトウェア」

オーダーメイド・サービスにおいては、一度提供された同一のサービスが繰り返して提供されないため、サービス内容や取引相手先を指定して継続的に価格調査することが困難です。代替的な価格調査方法として、モデル価格、平均価格、人月単価（労働時間当たり単価）を適用しています。

(建築設計)

2005年基準指数の「建築設計」では、サービスのオーダーメイド性の強さや価格の見積もり方法の違いに応じて、モデル価格、平均価格、人月単価（労働時間当たり単価）を使い分けて調査しています（図表30）¹¹。2005年基準指数「建築設計」は、2006年にかけて民間建築需要の盛り上がりを受けて上昇したあと、2007年夏の建築基準法改正を機に反落し、2008年以降は、その反落分を値戻しするかたちで再び上昇しています。

「建築設計」では、以下のような価格調査方法を採用しています。オーダーメイド性が比較的弱いサービス（住宅向け総合設計・構造設計）では、サービス内容と取引相手先を特定した銘柄指定調査や類似サービスをグルーピングした平均価格を用います。オーダーメイド性は強いが見積もり価格をベースに価格交渉が行われるサービス（非住宅建築物向け設備設計や官公庁向け総合設計）に対しては、「サービスを想定したモデル価格」を適用します。オーダーメイド性が一段と強く、価格が当事者間の取引関係等を考慮して決定されるサービス（大型の非住宅建築物向け総合設計）については、平均価格、モデル価格いずれも採用できないため、人月単価（労働時間当たり単価）を用いて価格調査を行います。

構造計算適合性判定制度の導入を柱とする改正建築基準法の施行に伴い、2007年夏以降、建築物に耐震構造上の不備が存在する可能性が低下し、建築設計サービスの品質は向上しました。しかし、事務量増大に伴うコスト（＝サービス品質向上に費やされたコスト）の増加ほどには表面価格が上昇しなかったことから、「建築設計」指数は下落しました。2008年になってコスト上昇分の価格転嫁が進み、指数は回復しました。

(受託開発ソフトウェア)

2005年基準指数の「受託開発ソフトウェア」では、「工事進行基準」の導入と

¹¹ 2005年基準指数「建築設計」は2000年基準指数「設計監理」から名称変更された品目です。

調査価格の契約形態の構成比率の見直しを行いました。この結果、「工事進行基準」の導入に伴い指数が緩やかに変動するようになった一方、その変動タイミングが2000年基準指数よりも早くなったほか、契約形態の構成見直しに伴い、単発のソフトウェア開発案件を請け負う「単発契約型」調査価格の積み増しを行い、市場の短期的な需給をより反映するようになりました。このため、2008年秋以降直近にかけて2005年基準指数の前年比が下方改定されるなど、新旧基準の指数動向に乖離が生じました（図表31）。

「受託開発ソフトウェア」の契約形態は、長期契約型と単発契約型が存在します。SEが取引先企業に常駐し、既存ソフトウェアの保守・更新や新規ソフトウェアの開発を請け負う「長期契約型」は、同一の取引相手先と長期間取引を続けるため、継続的な価格調査が容易です。しかし、単発のソフトウェア開発案件を請け負う「単発契約型」は、取引相手先を固定した継続的な価格調査が難しいため、同一業種向けの複数の類似案件をグルーピングして集計した売上高を労働投入量で割って算出した「平均人月単価（人月単価＜労働時間当たり単価＞の平均価格）」を採用しています。近年、長期契約型が減少し、単発契約型のシェアが増加していることから、2005年基準指数では、調査価格を入れ替え、単発契約型（平均人月単価）の構成比率を引き上げました。

2005年基準指数では、従来の「工事完成基準」ベースとした価格調査から「工事進行基準」ベースとした価格調査に変更しました。従来の「工事完成基準」では、各々の開発案件の価格（平均人月単価）を開発が終了した時点で一括して単月の指数に反映していました。一方、「工事進行基準」では、開発が行われた全期間に売上高と労働投入量を案分して価格を算出します。このため、月次価格ではより多くの案件が集計されるため、個別案件ごとのSE構成比率のばらつきが均されて、結果的に価格の振れが小さくなります。また、「工事進行基準」では、開発費用の変動をサービスの提供時点から直ちに取り込むようになるため、2005年基準指数の変動は、「工事完成基準」で計上していた2000年基準指数よりも早くなると考えられます。

（c）品質が時間とともに変化するサービス：「テレビ広告」

不動産賃貸料や保険などのように、同一のサービスを継続して提供していますが、時間の経過とともにサービスの品質が変化する場合があります。このうち、2005年基準指数では、「テレビ広告」（うちスポットCM）について、品質の変化に関する時系列情報を用いて、時間とともに変化する品質を補正する手法を導入しました。

(テレビ広告)

「テレビ広告」(うちスポットCM)においては、調査価格を、従来の「放映時間当たりのCM単価」から「延べ視聴率(GRP)当たりのCM単価」に変更しました(図表32)。これは、広告の品質は「広告をみる人数(視聴率)」に比例するとの考え方に基づくものです。実際、スポットCMに関しては、スポンサーとテレビ局との価格交渉が延べ視聴率(GRP)をベースに行われています。

2000年基準指数では、「CMをみる人数」の変動が加味されていませんでした。テレビの視聴率は近年低下傾向にあるため、2000年基準指数では「テレビ広告」指数に下方バイアスが生じていました。2005年基準指数での見直しの結果、「CMをみる人数」の変動が指数に反映されることになり、下落基調にあった2000年基準指数と比べて、2005年基準指数は上方にシフトしています。この品質補正の導入によって、「テレビ広告」の指数精度は向上しています。

4 おわりに

第 部では、2005年基準指数の動向について、2000年基準指数との乖離に着目して分析しました。新旧基準指数の前年比には一定の乖離が生じています。その乖離には、「品目指数改定効果」の影響、すなわち、調査対象サービスの見直し、官庁入札価格の取り込み、価格調査方法の見直し、によるインパクトが大きいことが分かりました。特に 価格調査方法の見直しによる寄与が大きく、価格設定の多様化やオーダーメイド・サービスの広がりなどサービスの多様化に適切に対応していくことが、CSP Iの指数精度の維持・向上には重要であることが明らかになりました。このほか、「新規品目効果」も、新旧基準指数の乖離に一定の寄与を持っています。このように2005年基準改定における様々な見直しによって、CSP Iの指数精度が相当程度向上したことが分かります。

もっとも、2005年基準改定によって指数精度の維持・向上が図られたとはいえ、CSP Iはまだ「発展途上」の物価指数です。例えば、CSP Iの採用カバレッジは企業向けサービス総取引額の50%程度にとどまっており、卸・小売サービスをはじめ、数多くの非採用サービスが残っています。また、今回の基準改定では、品質が時間とともに変化するサービスについて、品質変化に関する時系列情報を用いた品質調整を導入するなど一定の成果を得ましたが、サービスの品質調整については、引き続き、多くの課題が存在するのが実情です¹²。

¹² 詳しくは、[日本銀行調査統計局「企業向けサービス価格指数・2005年基準改定の最終案](#)

また、今回の基準改定における様々な見直しは、毎月調査価格をご報告頂いております調査先企業各位のご理解・ご協力があった実現できたものです。調査先企業各位のご協力を深く感謝いたします。今後とも、調査先企業の皆様のご理解・ご協力を賜りつつ、日本銀行では、C S P Iのさらなる指数精度の向上に向けて、不断の努力を続けていく所存です。

以 上

(補論) 対象範囲 / 分類編成 / ウェイト / パーシェ・チェック

(1) 対象範囲 (参考図表1)

C S P Iが対象とする範囲は、これまで、総務省『産業連関表』における「中間需要部門(内生部門)」ならびに「国内総固定資本形成」のみとしてきました。2005年基準指数では、この2つに「家計外消費支出」を加えることとし、C S P Iの対象範囲を「中間需要部門+国内総固定資本形成+家計外消費支出」へ変更します。これは、皆様方から「C S P Iは企業間で取引されるサービスを範囲とするとの原則に立ち返ると、家計外消費支出を対象範囲に含めるのが妥当ではないか」とのご意見を頂いたことに対する対応です¹³。

(2) 分類編成 (参考図表2、前掲図表1(2))

大類別については、2000年基準の8類別から7類別へと1類別削減します。これは、第11回『日本標準産業分類』(2002年3月)の変更に対応して、大類別「通信・放送」「情報サービス」を統合し、「情報通信」としたことによるものです。

類別については、大類別「情報通信」の下に「インターネット附随サービス」「新聞・出版」を新設するほか、従来、類別「通信」に含まれていた「郵便」を類別として独立させ、大類別「運輸」の下に位置付けます。これは、郵便事業と陸上貨物輸送との競合・業務提携が進んでいる実態を踏まえ、いち早く第12回『日本標準産業分類』(2007年11月)の趣旨を取り込んだことによるものです。その結果、類別数は2000年基準の17類別から20類別へ3類別増加します。

(3) ウェイト (参考図表3(1))

大類別ベースで2000年基準から2005年基準へのウェイト(総平均=1000)の変化をみますと、「情報通信」が大幅に増加しました(188.2 216.5)。これは、情報サービスが増加していることや新聞・出版、インターネット附随サービスを新規に取り込んだことによるものです。また「金融・保険」では、銀行の手数料ビジネスの拡大からウェイトが増加しました(50.4 59.1)。

一方で「不動産」(72.8 66.1)、「広告」(74.9 68.5)、「リース・レンタル」(93.0 84.6)の各大類別では価格の下落が進むなどで、ウェイトが減少しました。また

¹³ 詳しくは、[日本銀行調査統計局「2005年基準『企業向けサービス価格指数』基準改定方針の一部変更のお知らせ 対象範囲拡大とウェイト計算方法の変更」\(2009年1月27日\)](#)をご覧ください。

「諸サービス」では、労働者派遣サービスが増加したほか、プラントエンジニアリング、ホテル宿泊サービスなどの新規品目が押し上げに寄与しましたが、機械修理、建物サービスの減少等から、「諸サービス」全体では減少しました（313.2 294.9）¹⁴。「運輸」はほぼ横ばいとなりました（207.5 210.3）。

品目のウエイトは参考図表5をご覧ください。

（４）パーシェ・チェック（参考図表3(2)）

パーシェ・チェックとは、ウエイトを基準時に固定する「固定基準ラスパイレス指数算式」による指数が、どの程度歪みをもたらしているかをチェックすることを目的に、事後的にパーシェ指数を算出して、固定基準ラスパイレス指数との乖離を点検する手法です。本稿でのパーシェ指数は、固定基準ラスパイレス指数算式で計算された2000年基準の品目指数に2005年基準ウエイトを適用することで算出しています。

算出結果によりますと、2005年では、パーシェ指数の方が固定基準ラスパイレス指数に比べ5.0%低くなっています。両指数の乖離幅は過去の結果（1990年：3.1%、1995年：1.3%、2000年：3.0%）と比較しても大きめの値となっています。これは、2000年から2005年にかけてのウエイトの変化が大きめであったほか、海運市況の上昇を受けて「外航貨物輸送」「外航貨物用船料」の指数が大幅に上昇する一方、パソコンなど物件価格の低下から「リース」の指数が大きく下落するなど品目間の指数のばらつきが増加したこと、を反映しています。

以 上

¹⁴ 大類別「諸サービス」のウエイト減少には、ウエイト計算方法の変更（「諸サービス」のウエイトは、原則として非採用品目を含めないで計算する）が影響しています。詳しくは、[日本銀行調査統計局「2005年基準『企業向けサービス価格指数』基準改定方針の一部変更のお知らせ 対象範囲拡大とウエイト計算方法の変更」](#)をご覧ください。

企業向けサービス価格指数・2005年基準改定結果（図表編）

- （図表 1） 採用品目（1）
- （図表 2） 採用品目（2）
- （図表 3） カバレッジと調査価格数
- （図表 4） 新規品目の概要：新サービスの出現
- （図表 5） 既存品目における調査対象サービスの見直し
- （図表 6） 複数の需要者を想定したモデル価格
- （図表 7） オーダーメイド・サービスにおける価格調査方法
- （図表 8） 調査価格の種類
- （図表 9） 料率取引に対する価格調査方法「料率×インフレター」
- （図表 10） 外部データの利用拡大
- （図表 11） 参考系列・参考指数の新設
- （図表 12） 接続指数の拡充
- （図表 13） 定期遡及訂正の影響
- （図表 14） 総平均（1）：指数、前年比
- （図表 15） 総平均（2）：新旧基準・前年比の差
- （図表 16） 国際運輸（1）：新旧基準・前年比の差
- （図表 17） 国際運輸（2）：主な品目の基準改定効果
- （図表 18） 総平均（除く国際運輸）（1）：指数、前年比
- （図表 19） 総平均（除く国際運輸）（2）：新旧基準・前年比の差
- （図表 20） ウェイト効果とリセット効果
- （図表 21） 新規品目効果（1）
- （図表 22） 新規品目効果（2）
- （図表 23） 品目指数改定効果
- （図表 24） 品目指数改定効果：調査対象サービスの見直し（1）
- （図表 25） 品目指数改定効果：調査対象サービスの見直し（2）
- （図表 26） 品目指数改定効果：調査対象サービスの見直し（3）
- （図表 27） 品目指数改定効果：官庁入札価格の取り込み
- （図表 28） 品目指数改定効果：価格調査方法の見直し（1）
- （図表 29） 品目指数改定効果：価格調査方法の見直し（2）
- （図表 30） 品目指数改定効果：価格調査方法の見直し（3）
- （図表 31） 品目指数改定効果：価格調査方法の見直し（4）
- （図表 32） 品目指数改定効果：価格調査方法の見直し（5）
- （参考図表 1） 対象範囲・指数体系
- （参考図表 2） 分類編成
- （参考図表 3） ウェイトとパーシェ・チェック
- （参考図表 4） 品目改廃
- （参考図表 5） 品目分類編成とウェイト
- （参考図表 6） 調査価格数とその内訳

採用品目 (1)

(1) 2005年基準の採用品目数

2005年基準	2000年基準	品目の増減数				
		合計	新規	廃止	分割	統合
137	110	27	15	0	13	1

(2) 採用品目数の推移

	1985年基準	1990年基準	1995年基準	2000年基準	2005年基準
大類別	7	8	8	8	7
類 別	15	17	17	17	20
小類別	29	32	39	40	49
品 目	74	89	102	110	137

(3) 品目改廃の内訳

新規品目

2005年基準		
大類別	品 目	ウエイト
金融・保険	A T M委託手数料	1.3
運輸	内航旅客輸送	0.4
情報通信	インターネット附随サービス	6.7
	新聞	4.4
	書籍	6.7
	月刊誌	4.1
	週刊誌	1.2
広告	フリーペーパー・フリーマガジン広告	4.1
リース・レンタル	オフィス・イベント用品レンタル	2.7
諸サービス	一般廃棄物処理	6.8
	土木設計	13.6
	社員研修サービス	3.4
	プラントエンジニアリング	19.7
	テレマーケティング	2.8
	ホテル宿泊サービス	17.7
新規品目 計		95.6

(注) ウエイトは千分比 (以下、同じ)。

採用品目 (2)

(3) 品目改廃の内訳 (続き)

分割品目 (2000年基準 : 11品目 2005年基準 : 24品目)

2005年基準			2000年基準	
大類別	品 目	ウエイト	品 目	ウエイト
金融・保険	信用保証料	3.9	保証業務手数料	5.1
	カード加盟店手数料	2.2		
運輸	国際航空旅客輸送 (北米方面)	0.9	国際航空旅客輸送	5.0
	国際航空旅客輸送 (欧州方面)	1.8		
	国際航空旅客輸送 (アジア・オセアニア方面)	2.6		
	RORO船	1.4	貨物船	3.8
	貨物船 (除RORO船)	1.2		
	特殊取扱郵便	1.3	その他郵便	3.6
	国際郵便	0.6		
情報通信	インターネット接続サービス	5.3	固定データ伝送	5.8
	WANサービス	3.2		
	公共放送	0.8	放送	2.1
	民間放送	1.0		
	有線放送	1.1		
リース・レンタル	建設機械レンタル	4.2	土木・建設機械レンタル	9.9
	仮設資材レンタル	3.1		
諸サービス	車検・定期点検・一般整備	21.0	自動車修理	33.4
	自動車整備 (事故整備)	5.6		
	電気機械器具修理	17.5	機械修理	57.7
	機械修理 (除電気機械器具)	28.1		
	事務職派遣	14.5	労働者派遣サービス	15.5
	労働者派遣サービス (除事務職)	13.5		
	警備 (除機械警備)	10.3	警備	18.4
機械警備	3.7			
分割品目 計		148.8	分割品目 計 160.3	

統合品目 (2000年基準 : 2品目 2005年基準 : 1品目)

2005年基準			2000年基準	
大類別	品 目	ウエイト	品 目	ウエイト
情報通信	携帯電話・PHS	24.2	携帯電話	20.9
			PHS	0.6

拡充品目

2005年基準			2000年基準	
大類別	品 目	ウエイト	品 目	ウエイト
情報通信	市場調査・世論調査	2.9	市場調査	4.4

名称変更品目

2005年基準			2000年基準	
大類別	品 目	ウエイト	品 目	ウエイト
金融・保険	貸金庫手数料	0.3	保護預り手数料	0.4
諸サービス	建築設計	17.8	設計監理	21.1

カバレッジと調査価格数

(1) 採用カバレッジ

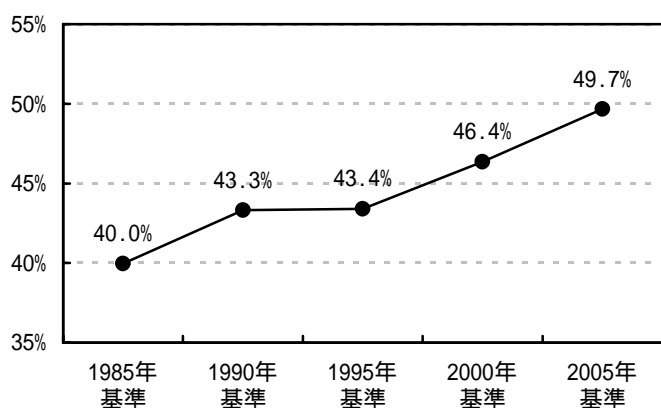
2005年基準 C S P I 採用カバレッジ

企業向けサービスの総取引額	C S P I 採用サービスの取引額	C S P I 非採用サービスの取引額
238.6兆円 (100%)	118.5兆円 (49.7%)	120.1兆円 (50.3%)

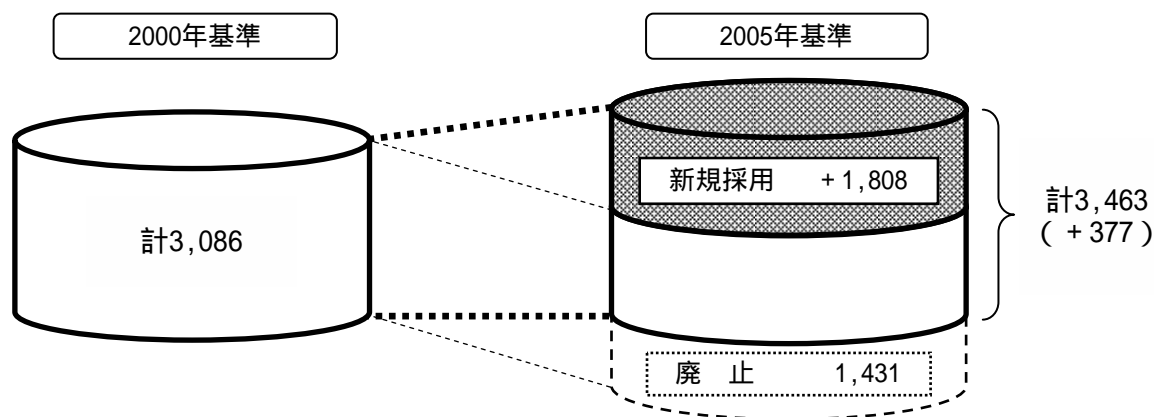
2005年基準 C S P I 非採用サービスの内訳

	企業向け取引額 (兆円)	比率 (%)
商業 (卸売・小売)	51.2	42.6
金融仲介 (帰属利子)	21.6	18.0
企業内研究開発	11.1	9.2
飲食店	7.3	6.1
不動産仲介・管理業	3.0	2.5
デザイン・機械設計業	1.9	1.6
娯楽サービス	1.7	1.4
映像情報制作・配給業	1.5	1.2
対企業民間非営利団体	1.1	1.0
医療	1.1	0.9
その他	18.6	15.5
計	120.1	100.0

C S P I 採用カバレッジ

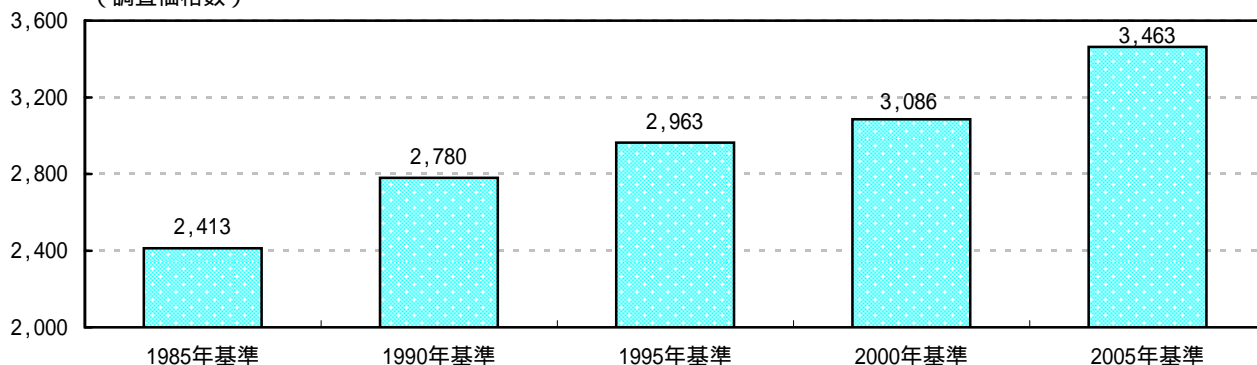


(2) 調査価格数の変化



(3) 調査価格数

(調査価格数)

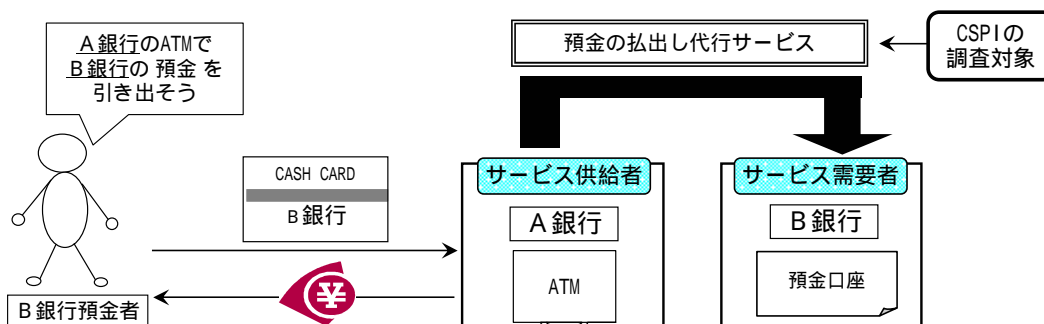


(注) 調査価格数は、1995年基準以前は基本分類ベース、2000年基準以降は参考指数を含むベース。いずれも基準改定時点。
 (資料) 総務省「産業連関表」ほか

新規品目の概要：新サービスの出現

(1) 品目「ATM委託手数料」

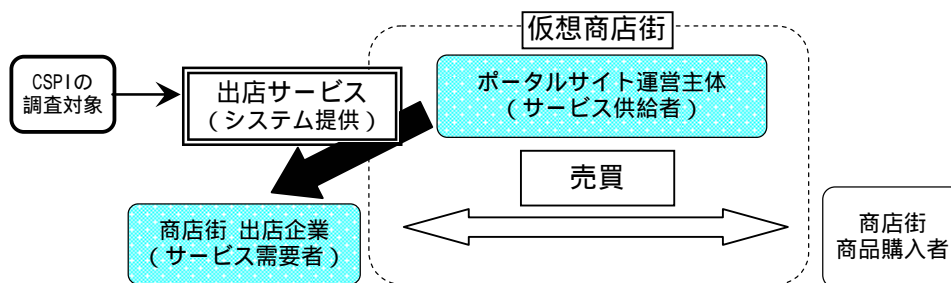
・自社ATMを用いて他金融機関の受払いなどを代行するサービス。



(2) 品目「インターネット附随サービス」

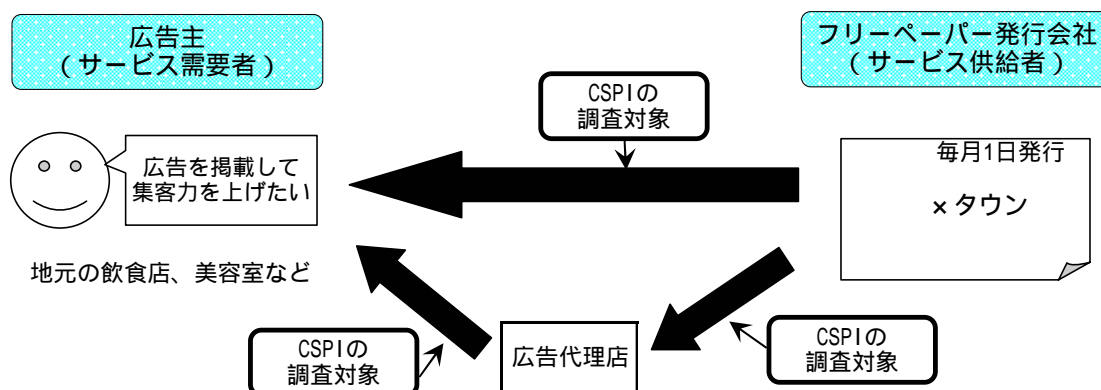
調査対象サービス	具体例
ポータルサイト運営サービス	インターネットショッピング・オークション出店サービス
情報ネットワーク・セキュリティ・サービス	不正アクセス監視・遮断サービス
電子認証サービス	電子入札認証サービス、サーバ証明サービス

「ポータルサイト運営サービス」の概要



(3) 品目「フリーペーパー・フリーマガジン広告」

・フリーペーパー・フリーマガジンのスペースに広告を掲載するサービス。
フリーペーパー・フリーマガジン: 冊子料金は無料、広告収入を収益源とする紙・雑誌形態の媒体。



既存品目における調査対象サービスの見直し

(1) 産業連関表と工業統計表

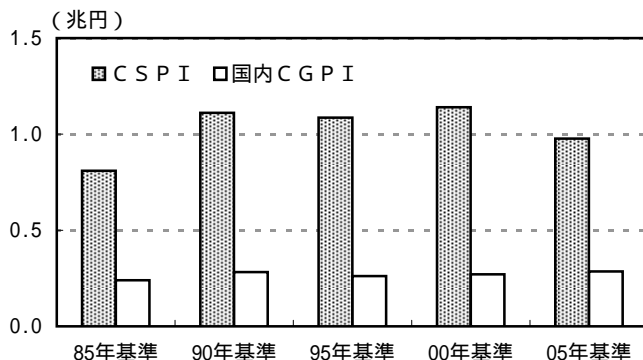
「産業連関表」は、「工業統計表」と比較して品目分類が粗いため、C S P IはC G P Iより1品目あたりの取引金額・ウエイトが大きい。

⇒ C S P Iは品目未滿の「調査価格の構成」が重要

産業連関表と工業統計表の比較 (2005年)

	品目数	取引金額	公表頻度	公表時期
産業連関表	520	972兆円	5年に1回	確報は4年後
財	398	403兆円		
サービス	122	569兆円		
工業統計表	1,812	261兆円	1年に1回	確報は2年後

1品目あたりの取引金額



品目内のサービスの構成比率を算定するための業界統計が存在しないため、調査価格の構成に歪みが発生している品目が存在。

⇒ 種々の統計を加工し構成比率を推計

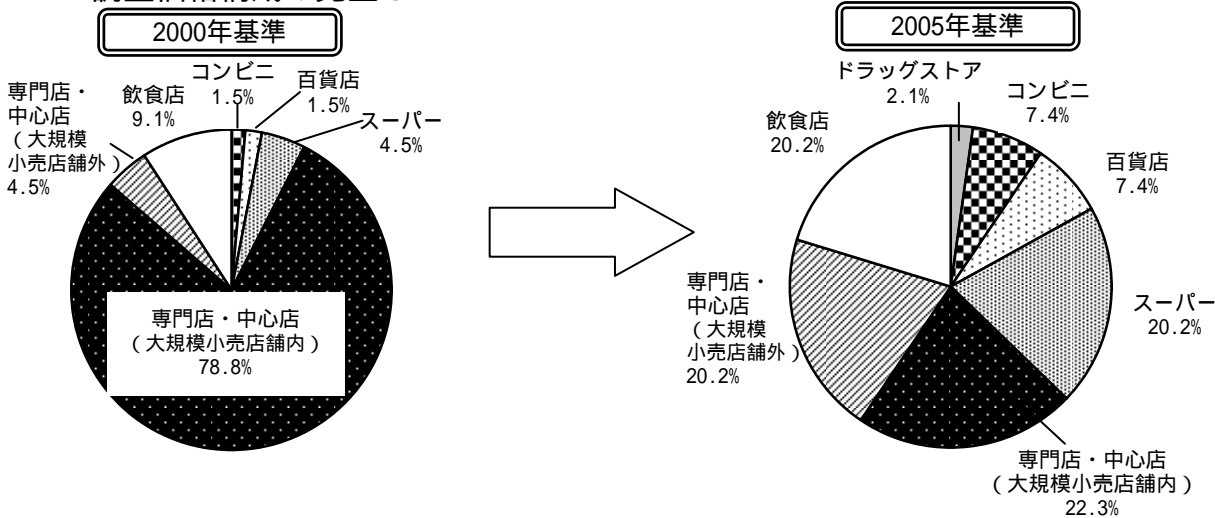
(2) 店舗賃貸

店舗賃貸は業態別の統計が存在しない。

⇒ 2005年基準は、経済産業省「商業統計調査」の売上高をベースに、財務省「法人企業統計年報」、日本ショッピングセンター協会「S C賃料・共益費実態調査」等の、売上高不動産賃貸料比率を用いて、業態別の賃貸料ウエイトを作成。
「売上高 × 売上高不動産賃貸料比率」から賃貸料を算出。

⇒ 2000年基準では「専門店・中心店」に偏っていた調査価格構成を見直し。

調査価格構成の見直し



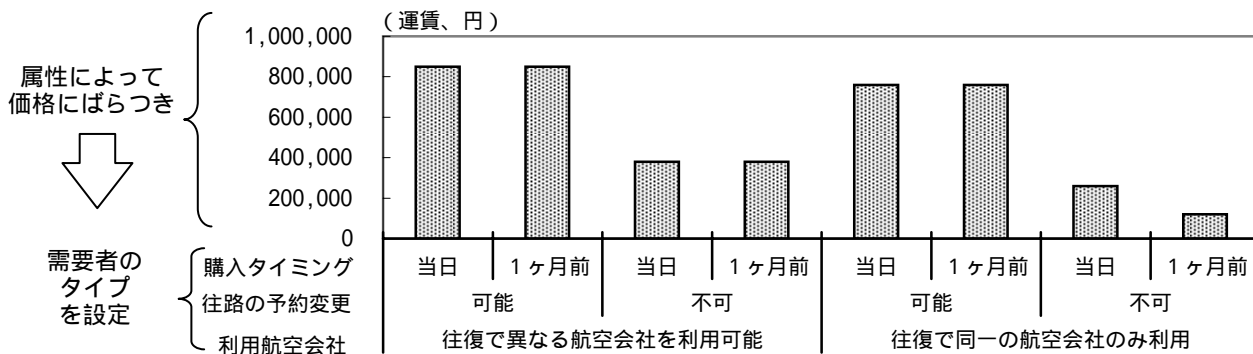
(注) (1) 産業連関表の取引金額は、国内生産額。 の取引金額はウエイト対象取引額。
 (資料) 総務省「産業連関表」、経済産業省「工業統計表」「商業統計調査」、財務省「法人企業統計年報」、日本ショッピングセンター協会「S C賃料・共益費実態調査」ほか

複数の需要者を想定したモデル価格

(1) 複数の需要者の設定方法

属性(利用条件)によって価格変動にばらつきが大きいものは、異なる需要者を複数設定

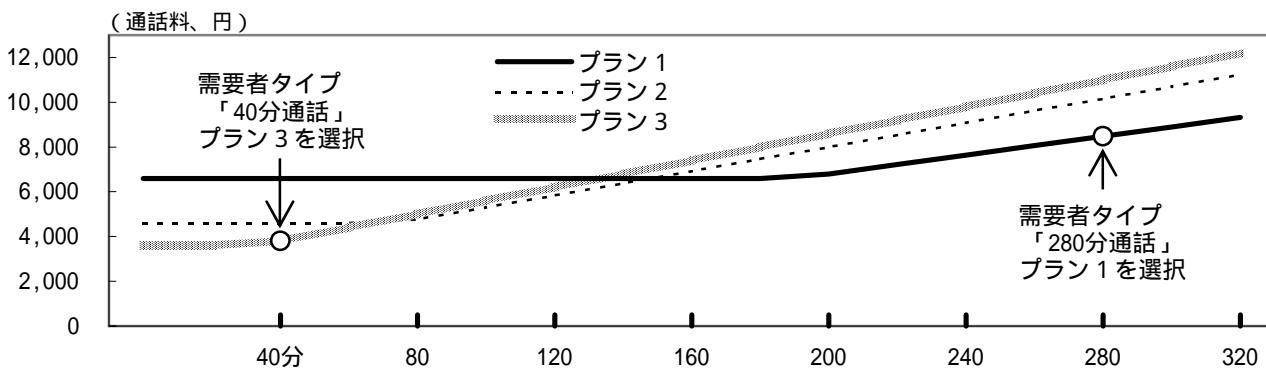
(具体例) 国際航空旅客輸送の運賃と需要者の設定(東京-パリ、エコノミークラス)



(2) 価格の選択方法

需要者が複数の価格に直面する場合は、最も安い価格を選択

(具体例) 携帯電話のプラン選択



(3) 複雑な割引への対応

割引制度が複雑な場合、平均割引率を使用

(具体例) 携帯電話の法人割引への対応

継続割引											
継続利用期間	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	6年目	7年目	8年目	9年目	10年目	10年超
基本料金割引率	10%	12%	14%	16%	18%	20%	21%	22%	23%	24%	25%

基本料金：回線数割引(法人向け)			
グループ回線数	2~50	51~1000	1001~
割引率	20%	23%	25%

通話料金：回線数割引(法人向け)			
通話料金合計	100万円未満	100万円~1000万円	1000万円~
割引率	20%	23%	25%

需要者に適用される割引の特定が困難な場合

平均割引率を調査先企業から聴取しモデル価格に使用

(1)(2)で作成した価格

×

割引率

=

調査価格

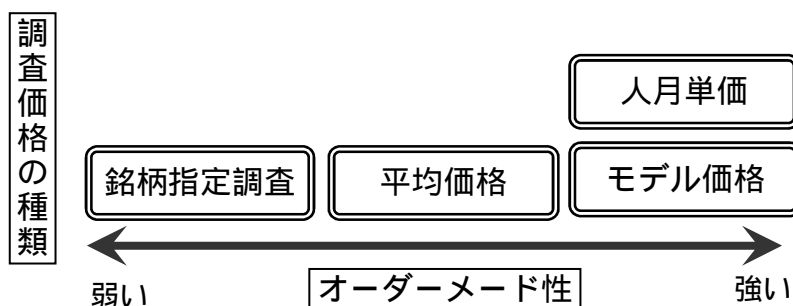
(注) 各種資料から、日本銀行が作成。数値は架空のもの。
(資料) 各社ホームページほか

オーダーメイド・サービスにおける価格調査方法

(1) オーダーメイド・サービスの例

類別・小類別	品 目	サービス内容
通 信	専用線、WANサービス	需要者のニーズに応じ、専用 / 共用のネットワークに接続して本支店間の通信を行うサービス。
情 報 サ ー ビ ス	受託開発ソフトウェア	需要者のニーズに応じたソフトウェアの開発。
機 械 修 理	電気機械器具修理など	機械の故障箇所や程度に応じた整備・修理サービス。
自 動 車 整 備	自動車整備（事故整備）など	自動車の故障箇所や程度に応じた整備・修理サービス。
土木建築サービス	建築設計、土木設計	需要者のニーズに応じた建築物 / 土木の基本設計・実施設計・工事の監理。
法務・会計サービス	弁護士サービスなど	需要者のニーズに応じた法律相談、顧問サービス。
その他諸サービス	清掃	需要者のニーズに応じた清掃サービス。
	プラントエンジニアリング	プラントの企画、設計等を一括して請け負うサービス。
	社員研修サービス	需要者のニーズに応じた教育・研修サービス。

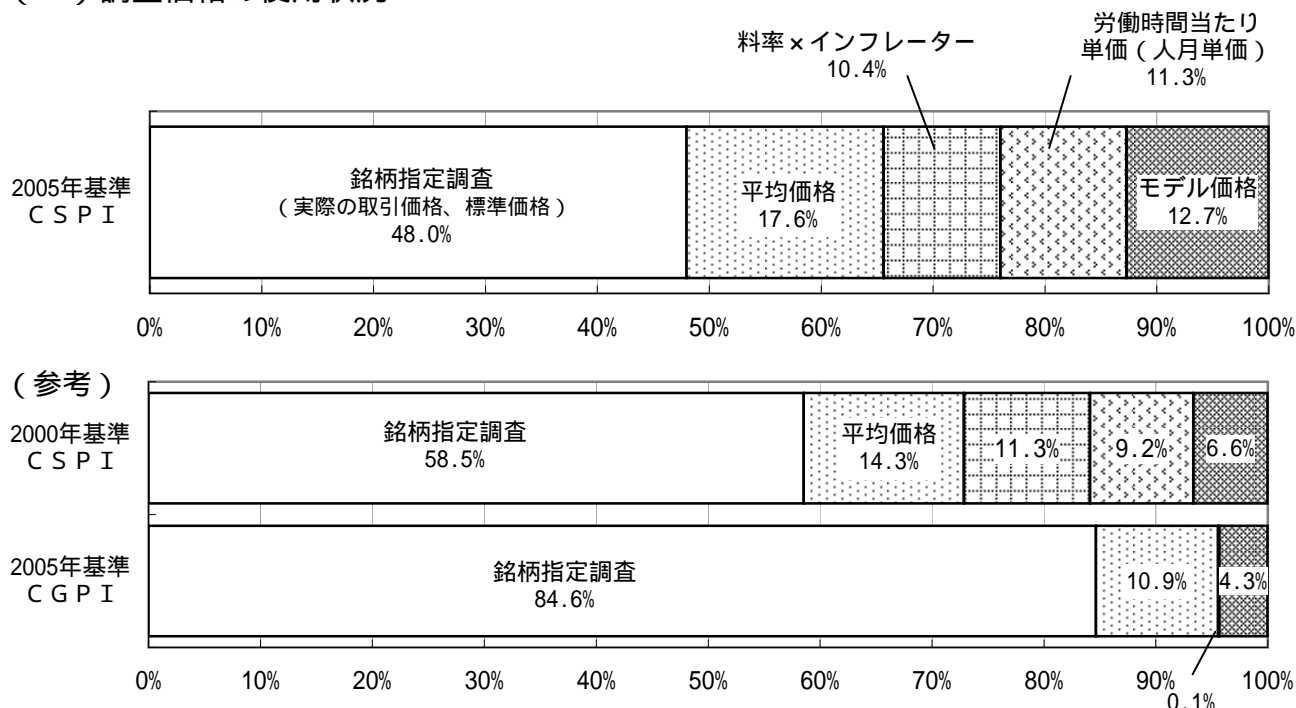
(2) オーダーメイド・サービスに適用する価格調査方法



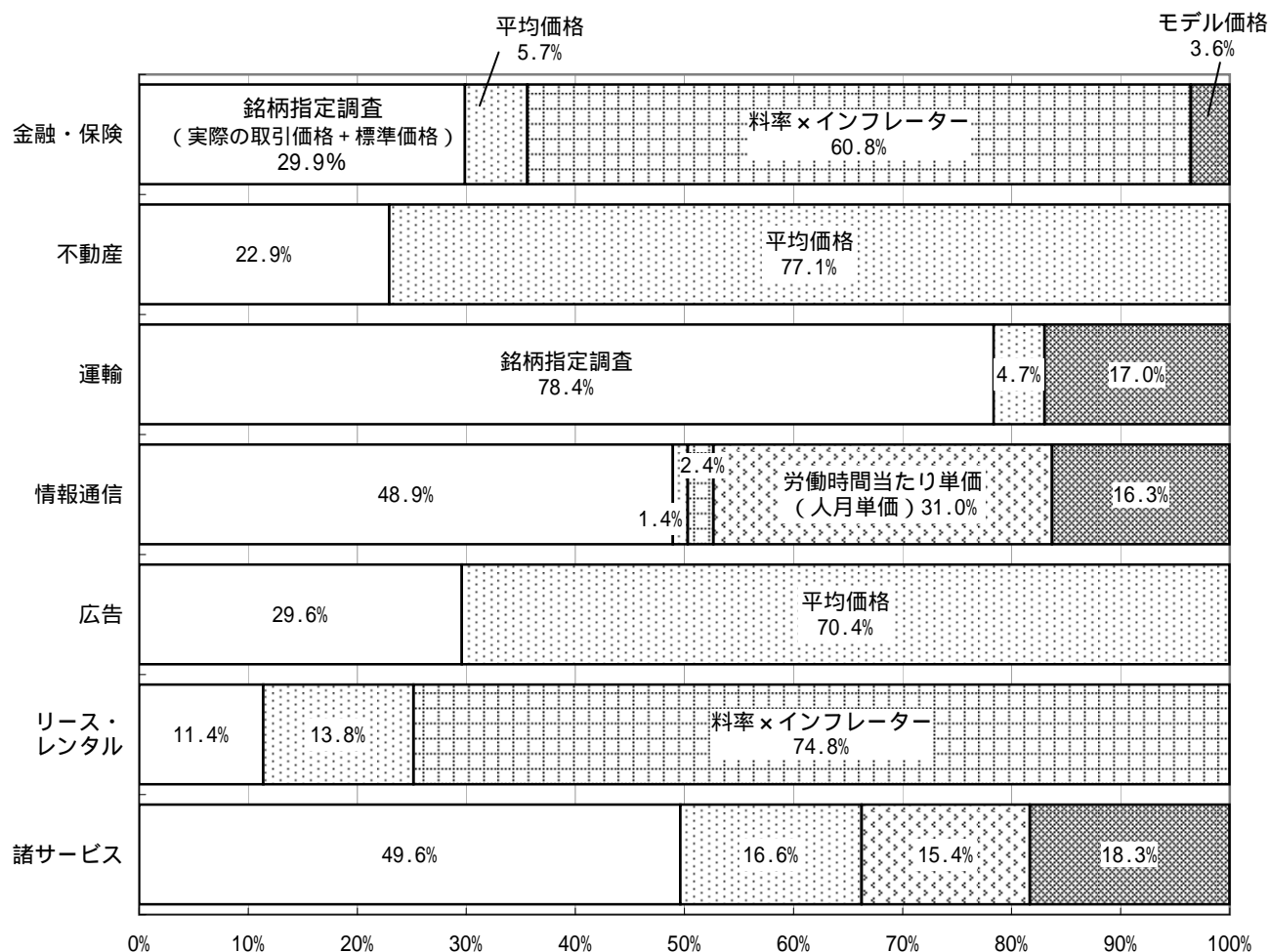
	調査内容	品質変化により生じ得る誤差	採用品目
モデル価格	・ 仮想的な取引（サービス内容、取引相手先、取引条件）を設定し、その条件でサービスを提供する場合の見積もり価格を調査。	・ モデルの設定が実際の取引にそぐわない場合、誤差が生じ得る。	「建築設計」 「土木設計」 「プラントエンジニアリング」 「機械修理」
平均価格	・ 品質一定の条件を損なわない範囲で、商品内容の異なる複数の取引をグルーピングして売上高を集計し、合計販売数量で除した平均価格を調査。	・ 内容の異なるサービスの構成比が変動すると、誤差が生じ得る。	「建築設計」 「WANサービス」
労働時間 当たり単価 (人月単価)	・ 労働投入量（作業人月数）が品質に比例するとみなし、労働時間当たりの単価を調査。	・ 労働生産性が変動すると、誤差が生じ得る。	「受託開発ソフトウェア」 「公認会計士サービス」 「システム等管理運営受託」 「建築設計」

調査価格の種類

(1) 調査価格の使用状況



(2) 2005年基準 C S P I の内訳 (大類別ベース)



(注) ウェイトベースで集計 (2009年9月時点)。

料率取引に対する価格調査方法「料率×インフレーター」

(1) 料率取引に対する価格調査方法 (パソコンリースの例)

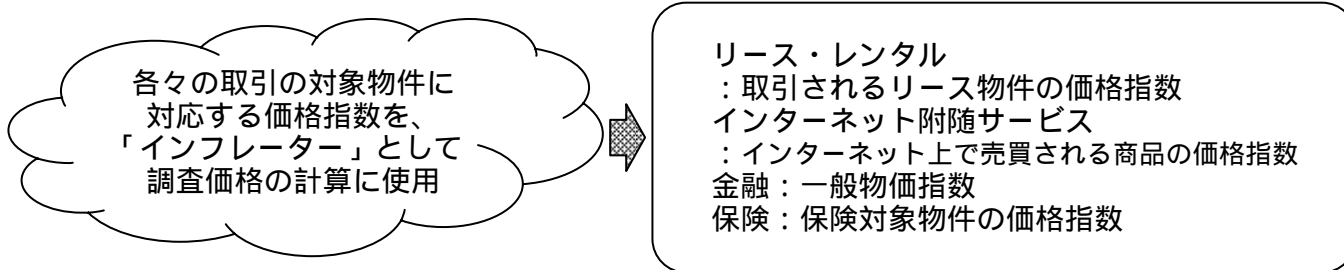
パソコン200万円 (パソコン価格 : 20万円、数量 : 10台) をリース、リース料率は 2 %

リース料率 2 % : 「パソコン 1 円あたりのリース料率」

調査価格は「パソコン 1 台あたりのリース料金」としなければならない

$$\text{調査価格} = \frac{\text{リース料率 } 2 \% \times 200\text{万円}}{\text{10台}} = \frac{\text{リース料金}}{\text{パソコン台数}} = \frac{\text{リース料率} \times \text{パソコン価格} \times \text{10台}}{\text{10台}} = \frac{\text{リース料率}}{\text{10台}} \times \frac{\text{20万円}}{\text{パソコン価格}}$$

(2) C S P I で採用する「インフレーター」



類別	品目	ウェイト	インフレーター
金融	証券委託手数料	9.3	消費者物価指数「全国、生鮮食品を除く総合、季節調整済」
	証券引受手数料	3.1	
	証券募集取扱手数料	8.4	
	代理業務手数料	0.6	
	信用保証料	3.9	
	カード加盟店手数料	2.2	
保険	火災保険	2.7	建築費指数、需要段階別・用途別指数「国内需要財・資本財」ほか
	自動車保険 (任意)	10.5	企業向けサービス価格指数「自動車整備 (事故整備)」、国内企業物価指数「自動車部品」ほか
	海上・運送保険	1.1	マリネット (株) の外航船舶船価、輸入物価指数、需要段階別・用途別指数ほか
インターネット附随サービス	インターネット附随サービス	6.7	消費者物価指数「被服及び履物」「家用耐久財」ほか
リース・レンタル	産業機械リース	10.1	国内企業物価指数「印刷・製版機械」「食品加工機械」「包装・荷造機械」ほか
	工作機械リース	2.6	国内企業物価指数「金属工作・加工機械」
	医療用機器リース	3.3	国内企業物価指数「その他の電子応用装置」
	商業・サービス業用機械設備リース	10.7	国内企業物価指数「冷凍・冷蔵ショーケース」「業務用エアコン」ほか
	通信機器リース	5.8	国内企業物価指数「電話機」「携帯電話機」「ファクシミリ」「交換機」
	土木・建設機械リース	1.9	国内企業物価指数「建設機械」
	電子計算機・同関連機器リース	21.9	国内企業物価指数「パーソナルコンピュータ」「印刷装置」ほか
	事務用機器リース	5.4	国内企業物価指数「複写機」
	電子計算機レンタル	2.4	国内企業物価指数「汎用コンピュータ・サーバ」

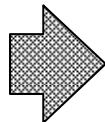
外部データの利用拡大

類別 / 小類別	対象サービス	属性情報	出所
品目 (2005年基準)			
保険			
自動車保険 (自賠責)	自家用乗用車 軽自動車 (検査対象車) 営業用普通貨物車 (2トン超) 自家用普通貨物車 (2トン超) 自家用小型貨物車	離島以外の地域 (沖縄県を除く) の「基準料率」	損害保険料率算出機構
旅客輸送			
国際航空旅客輸送 (北米方面)	航空運賃 (航路、座席、航空会社特定)	IATA運賃、航空会社別運賃の日次データ	データ提供会社
国際航空旅客輸送 (欧州方面)			
国際航空旅客輸送 (アジア・オセアニア方面)			
海上貨物輸送			
不定期船	スポット運賃 (貨物、船型、航路特定)	月中平均値	(有)トランプデータサービス、マリネット(株)
外航タンカー	スポット運賃 (貨物、船型、航路特定)	月中平均値	マリネット(株)
外航貨物用船料	短期用船料 (船型、航路特定)	月中平均値	(有)トランプデータサービス
	長期用船料 (契約期間、船型特定)	月中平均値	マリネット(株)
土木建築サービス			
建築設計	設計監理業務 (業務施設)	予定価格：標準的な人日数 × 技術者単価	国土交通省
		落札率：月中の平均落札率	国・地方自治体のホームページ
土木設計	設計業務等 (道路、橋梁、河川・砂防)	予定価格：標準的な人日数 × 技術者単価	国土交通省
		落札率：月中の平均落札率	国・地方自治体のホームページ
測量	測量業務 (基準点、路線、用地)	予定価格：標準的な人日数 × 技術者単価	国土交通省
		落札率：月中の平均落札率	国・地方自治体のホームページ

参考系列・参考指数の新設

(1) 参考系列「総平均(除く国際運輸)」「国際運輸」 新設の背景

日本銀行『金融経済月報』掲載の
「総平均(除く海外要因)」に対する
高いユーザー・ニーズ



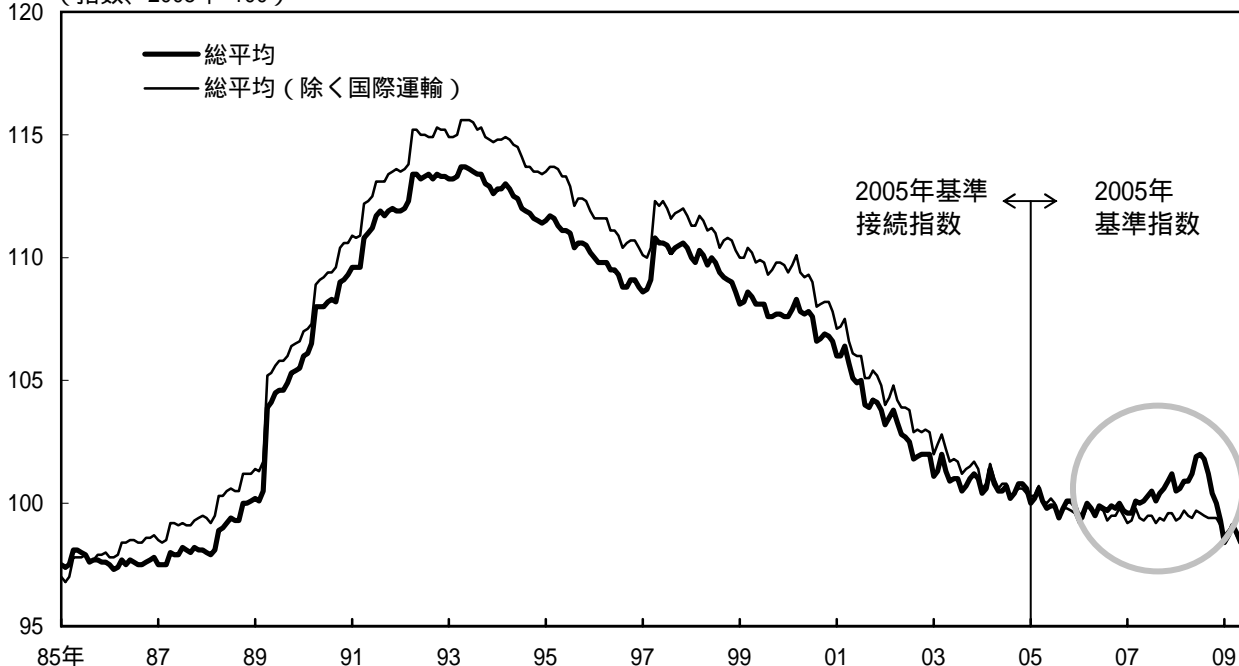
- ・参考系列として新設
- ・「海外要因」を「国際運輸」に名称変更

「国際運輸」の構成品目

2005年基準			2000年基準		1995年基準		1990年基準		1985年基準	
類別	品目	対1	品目	対1	品目	対1	品目	対1	品目	対1
旅客輸送	国際航空旅客輸送 (北米方面)	0.9	国際航空旅客輸送	5.0	国際航空旅客	5.2	国際航空旅客	16.2	国際航空旅客	5.4
	国際航空旅客輸送 (欧州方面)	1.8								
	国際航空旅客輸送 (アジア・オセアニア方面)	2.6								
海上 貨物輸送	定期船	2.7	定期船	2.4	定期航路	2.6	定期航路	3.3	定期航路	4.4
	不定期船	11.2	不定期船	12.0	不定期航路	10.0	不定期航路	11.2	不定期航路	18.9
	外航タンカー	8.4	外航タンカー	6.3	外洋タンカー	5.8	外洋タンカー	6.1	タンカー	10.7
	外航貨物用船料	9.4	外航貨物用船料	7.2						
航空 貨物輸送	国際航空貨物輸送	4.6	国際航空貨物輸送	4.0	国際航空貨物	3.4	国際航空貨物	2.7	国際航空貨物	3.0
郵便	国際郵便	0.6								
《参考系列》国際運輸		42.2	36.9		27.0		39.5		42.4	

(2) 「総平均」と「総平均(除く国際運輸)」の指数

(指数、2005年=100)



接続指数の拡充

(1) 接続指数作成の基本方針

接続指数の作成方法

- ・新基準の系列に、対象範囲が同一の過去基準の系列を対応させ、新・旧基準指数を接続する。
基準改定ごとの品目改廃に応じ、対応させる過去基準の系列の組替えを実施。

(リンク係数)

$$\text{2005年基準接続指数} = \text{2000年基準指数} \times \frac{\text{2005年基準の2005年平均指数} (= 100)}{\text{2000年基準の2005年平均指数}}$$

$$\text{2005年基準接続指数} = \text{1985年基準指数} \times \frac{\text{1990年基準の1990年平均指数} (= 100)}{\text{1985年基準の1990年平均指数}} \times \frac{\text{2005年基準の2005年平均指数} (= 100)}{\text{2000年基準の2005年平均指数}}$$

作成系列の拡充

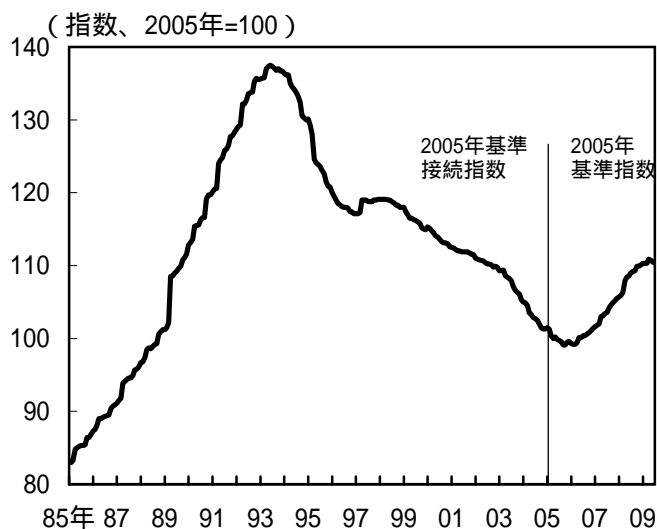
類別以上の上位分類 (計30系列)



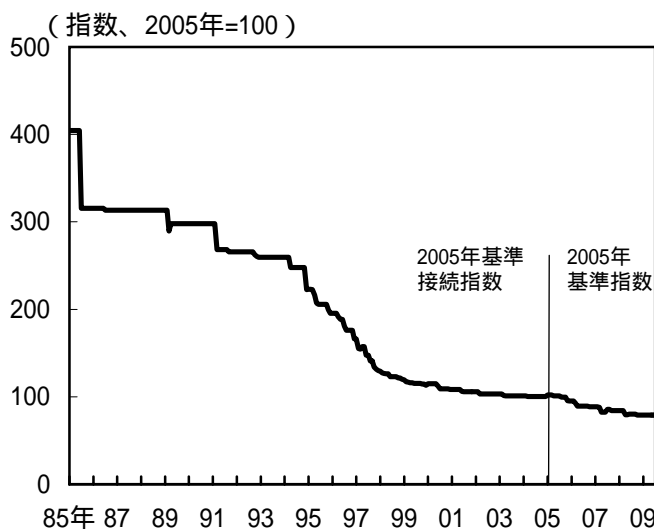
品目以上の全系列 (計186系列)
対象範囲が同一の系列がないものを除く。

(2) 指数

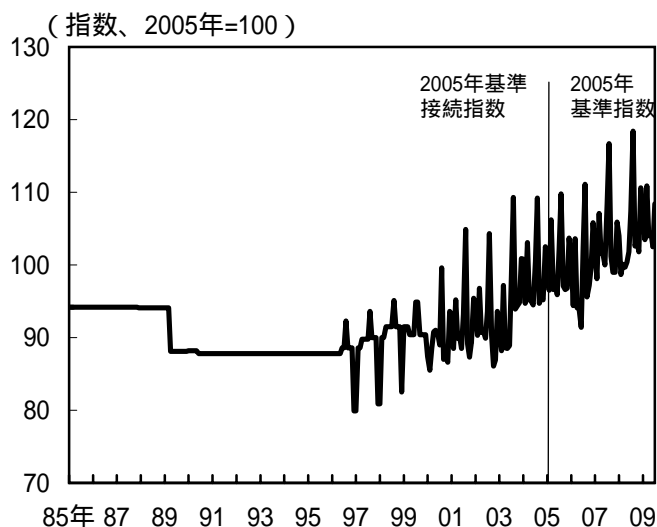
品目「事務所賃貸 (東京圏) 」



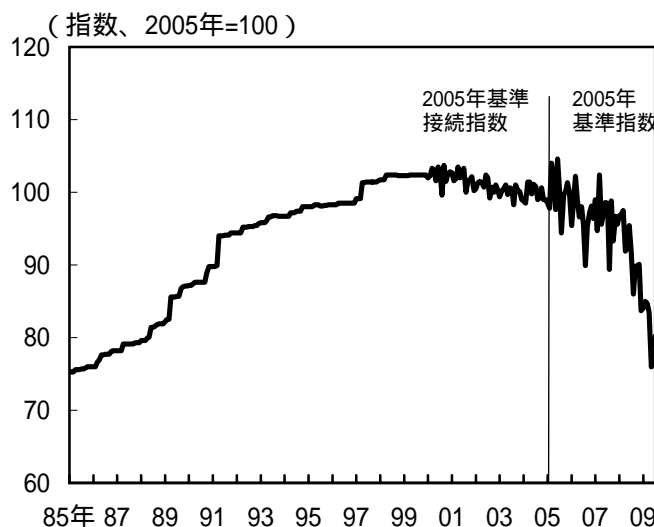
品目「携帯電話・PHS」



品目「国内航空旅客輸送」



品目「新聞広告」



定期遡及訂正の影響

(1) 遡及訂正ルール

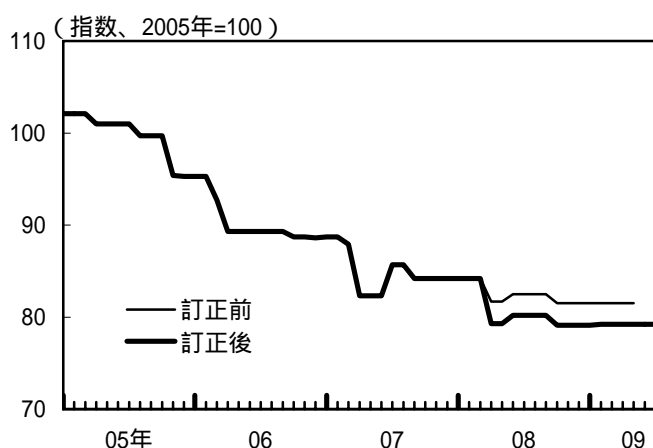
	定期遡及訂正	即時遡及訂正
事由	<ul style="list-style-type: none"> ・ 計数の誤りが判明した場合(a) ・ 調査先からの報告が遅れた場合(b) ・ 価格交渉が後ずれした場合 ・ 利用可能なデータが事後的に入手できた場合 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 左記(a)(b)を事由とした計数の訂正による影響が、総平均指数に及ぶ場合 ・ 個別の品目、類別などにおいて、計数の訂正により指数水準が大幅に変化しユーザーの分析に支障を来たと思われる場合
時期	・ 年2回(3、9月：2、8月速報公表時)	・ 要訂正の事実が判明した都度、可能な限り速やかに実施
対象期間	<ul style="list-style-type: none"> ・ 原則として、過去1年半分 ・ 価格交渉が後ずれした場合の決着価格の反映や影響度の大きい訂正については、1年半を超えて遡及訂正を行う場合がある 	

(2) 定期遡及訂正時において訂正が大きいと見込まれる品目

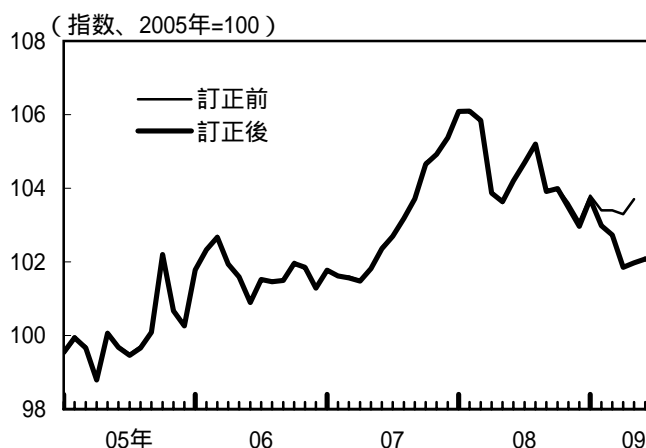
品目	ウエイト	定期遡及訂正前後に指数に反映する価格内容	
携帯電話・PHS	24.5	訂正前	・ 定価×前年度の平均割引率によるモデル価格を反映。
		訂正後	・ 定価×当該年度の平均割引率によるモデル価格を反映。
受託開発ソフトウェア	62.3	訂正前	・ 確報値までに入手できた一部案件の売上高・労働投入量を使用した平均人月単価を、工事進行基準により反映。
		訂正後	・ 定期遡及訂正時までに入手できた案件の売上高・労働投入量を使用した平均人月単価を、工事進行基準により反映。
公認会計士サービス	5.1	訂正前	・ 契約締結時点(見積り)の契約価格・作業時間数に基づく平均人月単価を反映。
		訂正後	・ 精算時点(確定値)の契約価格・作業時間数に基づく平均人月単価を反映。
建築設計	17.8	訂正前	・ 前期に発生した案件の売上高・労働投入量に基づく平均人月単価を反映。
		訂正後	・ 当期に発生した案件の売上高・労働投入量に基づく平均人月単価を反映。

(3) 指数

品目「携帯電話・PHS」



品目「受託開発ソフトウェア」

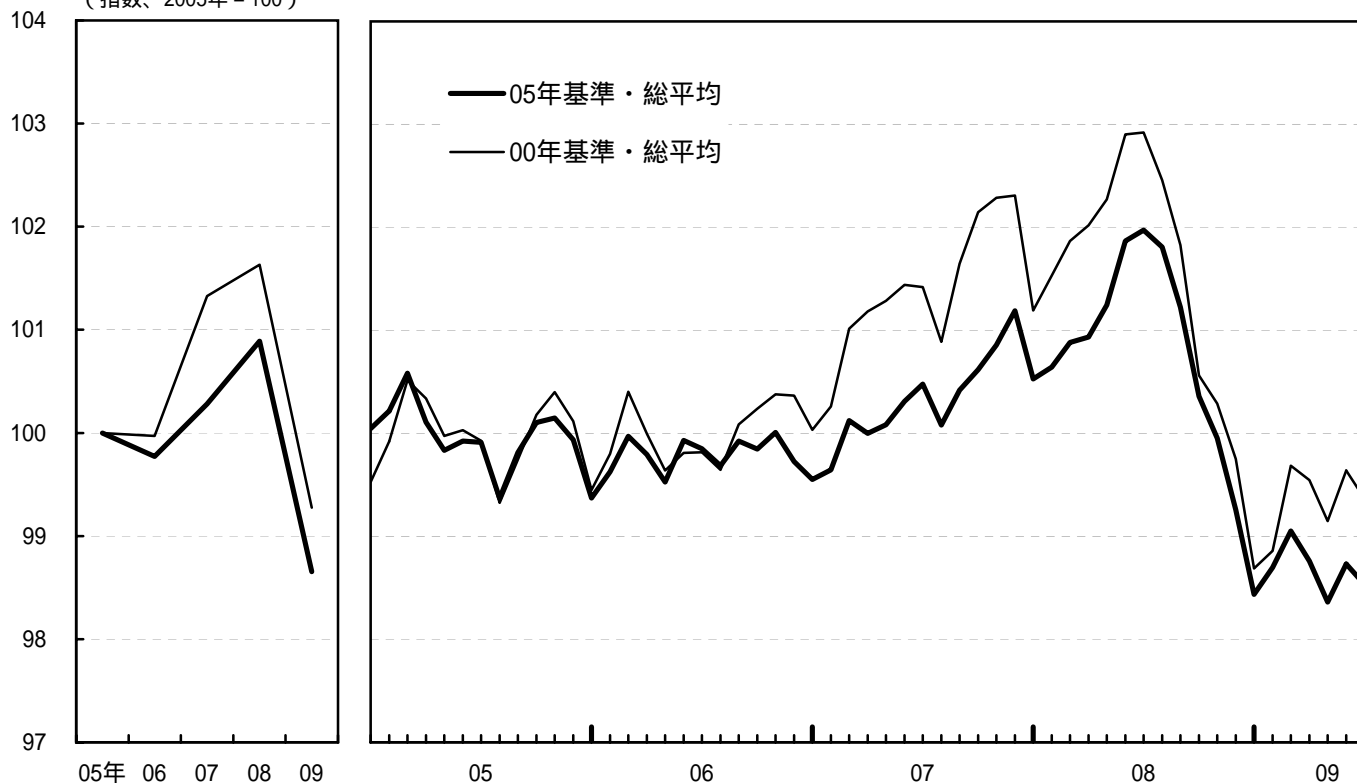


(注) (3) は、2009/9月に定期遡及訂正を実施した場合の訂正前後の指数(試算値)。

総平均(1)：指数、前年比

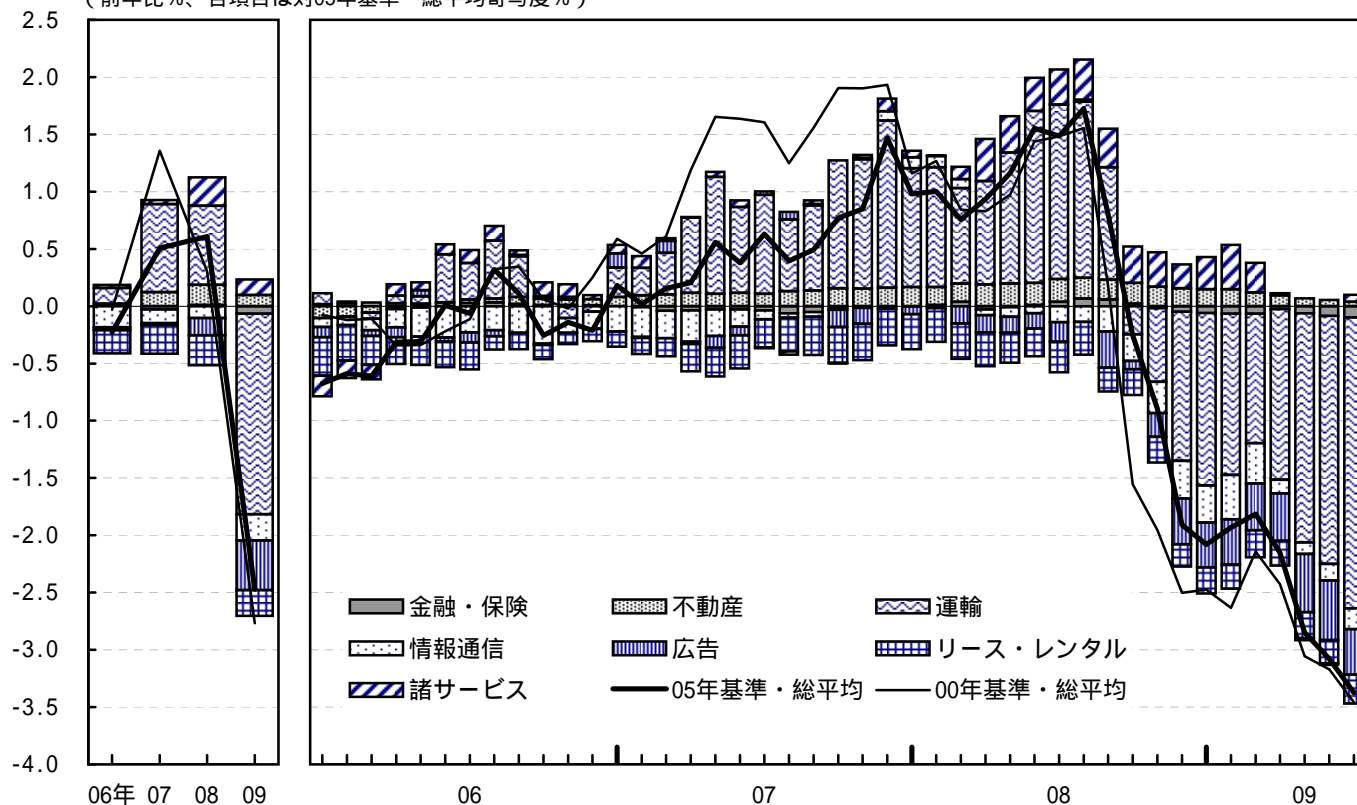
(1) 指数

(指数、2005年 = 100)



(2) 前年比

(前年比%、各項目は対05年基準・総平均寄与度%)

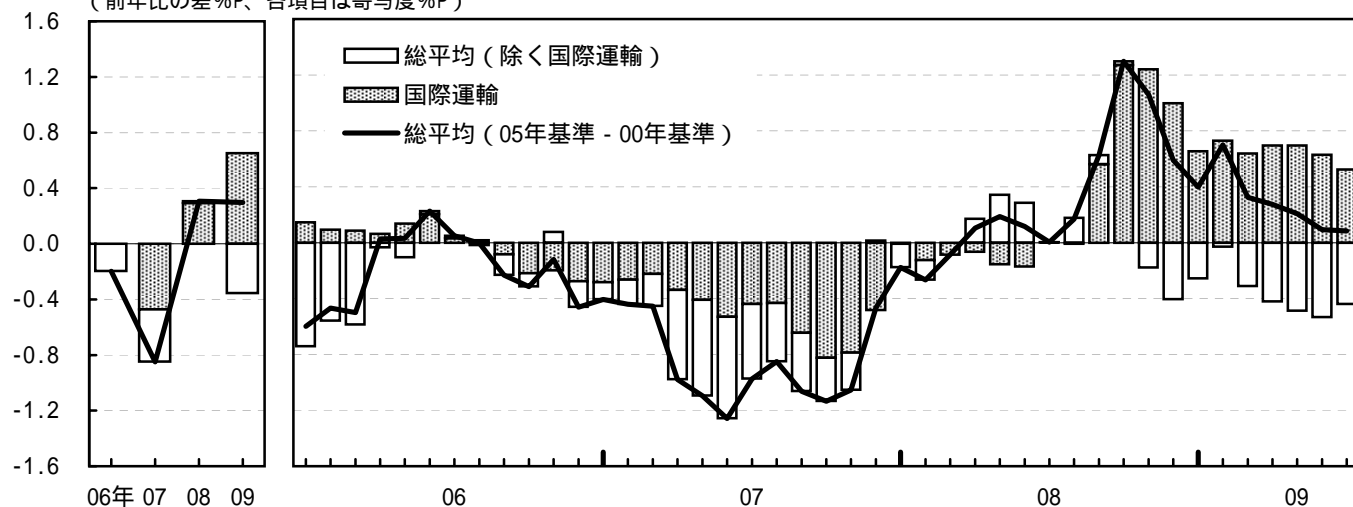


(注) 1. 2000年基準指数は、2005年 = 100に換算したもの(以降の図表も同様)。
2. 指数の09年は、09/1-7月指数の平均(以降の図表も同様)。
3. 前年比の09年は、08/1-7月指数の平均と09/1-7月指数の平均の比較(以降の図表も同様)。

総平均(2)：新旧基準・前年比の差

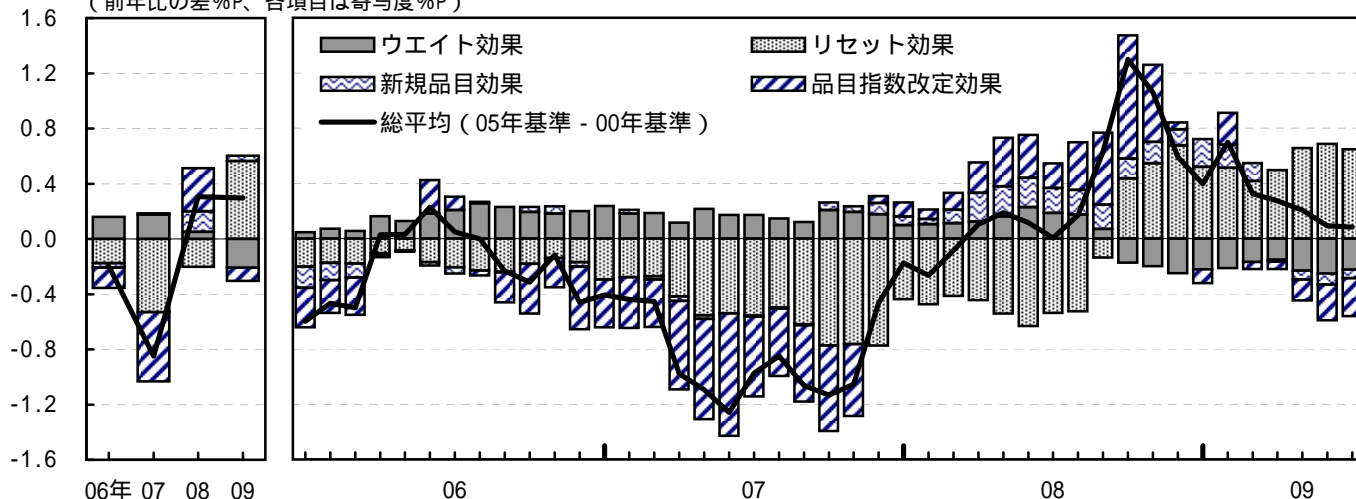
(1) 「国際運輸」「総平均(除く国際運輸)」・寄与度分解

(前年比の差%P、各項目は寄与度%P)



(2) 要因別・寄与度分解

(前年比の差%P、各項目は寄与度%P)



(注) 本稿では、要因別の寄与度分解について、以下のように算出。

(05年基準・総平均の t 年における前年比) - (00年基準・総平均の t 年における前年比) =

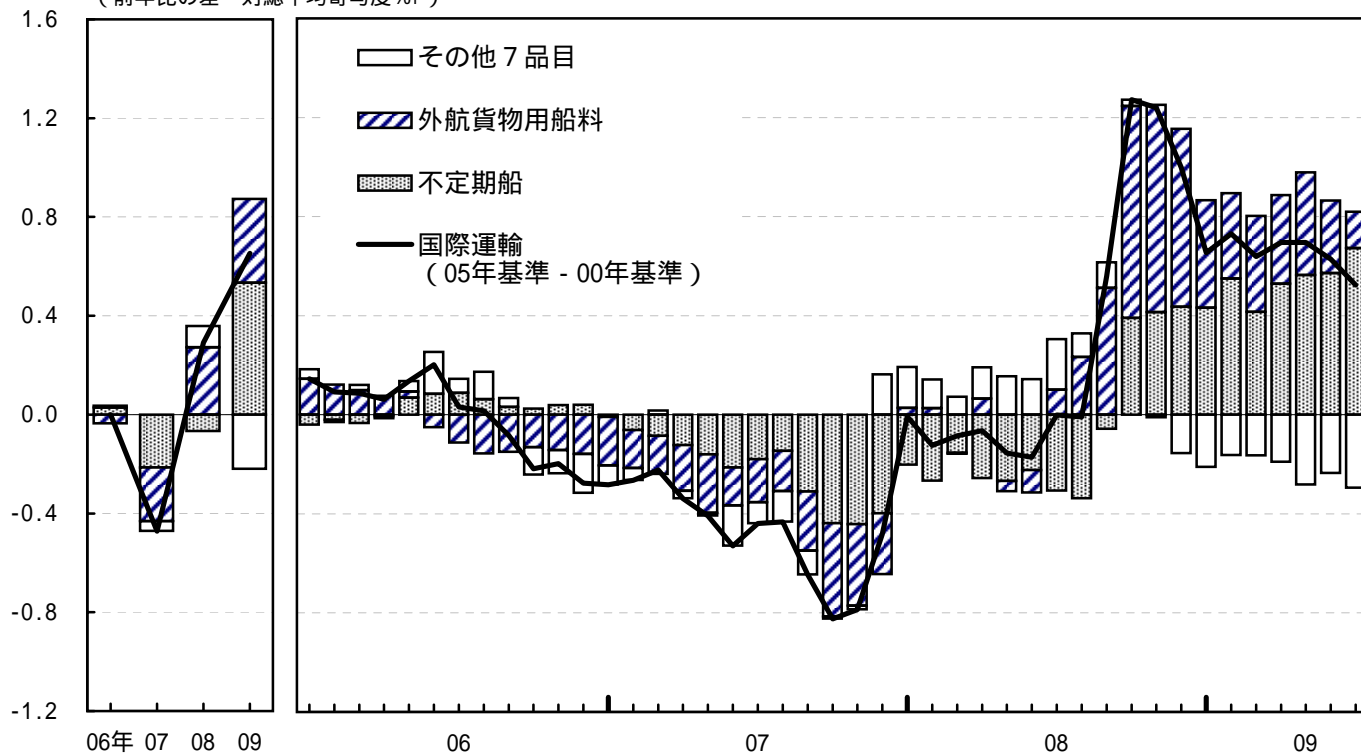
$$\sum_{i: \text{継続品目}} \left[\underbrace{\frac{P_i^{00}(t-1)}{P^{00}(t-1)} \cdot \pi_i^{00}(t) \cdot (w_i^{05} - w_i^{00})}_{\text{ウェイト効果}} + \underbrace{\left(\frac{P_i^{00R}(t-1)}{P^{00R}(t-1)} - \frac{P_i^{00}(t-1)}{P^{00}(t-1)} \right) \cdot \pi_i^{00}(t) \cdot w_i^{05}}_{\text{リセット効果}} + \underbrace{\left(\frac{P_i^{05}(t-1)}{P^{05}(t-1)} \cdot \pi_i^{05}(t) - \frac{P_i^{00R}(t-1)}{P^{00R}(t-1)} \cdot \pi_i^{00}(t) \right) \cdot w_i^{05}}_{\text{品目指数改定効果}} \right] + \sum_{j: \text{新規品目}} \left. \frac{P_j^{05}(t-1)}{P^{05}(t-1)} \cdot \pi_j^{05}(t) \cdot w_j^{05} \right\} \text{新規品目効果}$$

$P_i^{00}(t)$: 00年基準・品目 i の t 年指数、 $P_i^{05}(t)$: 05年基準・品目 i の t 年指数、
 $P^{00}(t)$: 00年基準・総平均の t 年指数、 $P^{05}(t)$: 05年基準・総平均の t 年指数、
 w_i^{00} : 00年基準・品目 i のウェイト、 w_i^{05} : 05年基準・品目 i のウェイト、
 $\pi_i^{00}(t)$: 00年基準・品目 i の t 年における前年比、 $\pi_i^{05}(t)$: 05年基準・品目 i の t 年における前年比、
 $P_i^{00R}(t)$: 00年基準・品目 i の t 年指数を05年=100にリセットしたもの、
 $P^{00R}(t)$: リセット後00年基準・総平均の t 年指数 (P_i^{00R} を00年基準ウェイトで集計した総平均の t 年指数)

国際運輸(1)：新旧基準・前年比の差

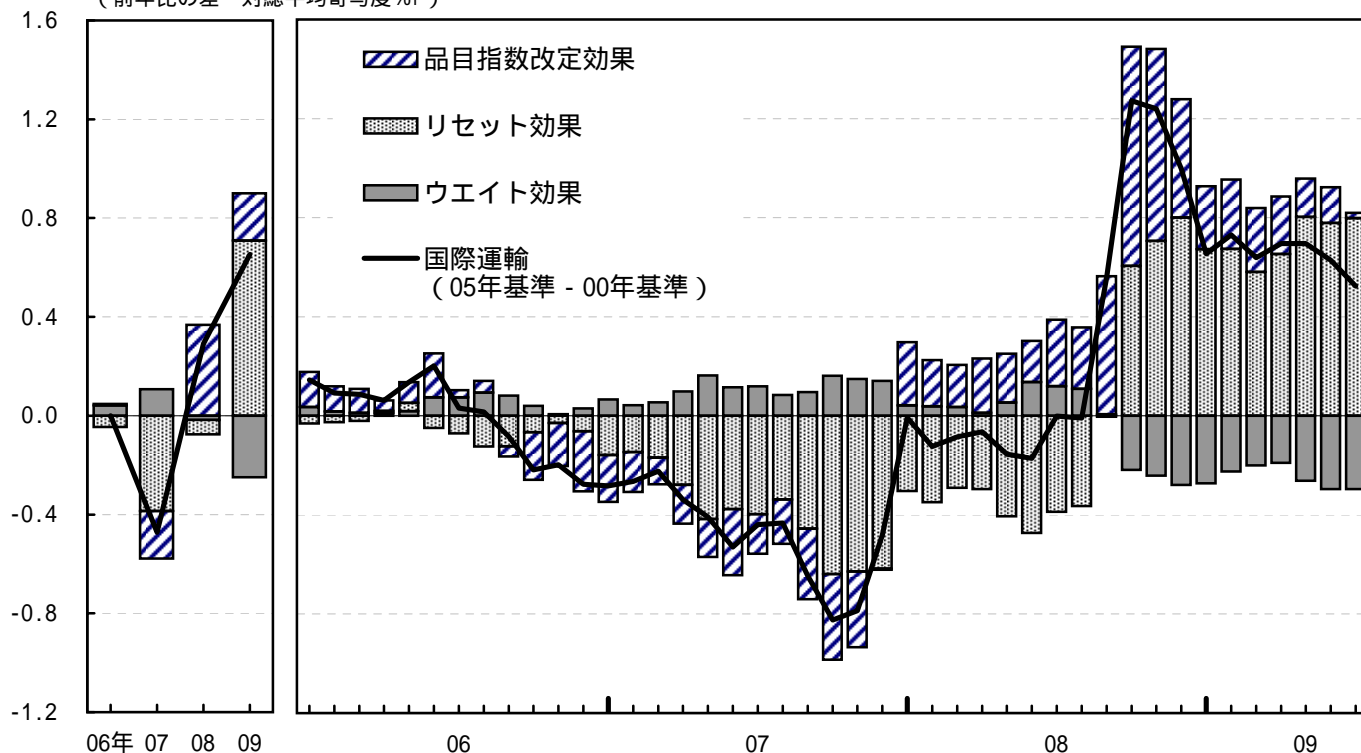
(1) 品目別・寄与度分解

(前年比の差・対総平均寄与度%P)



(2) 要因別・寄与度分解

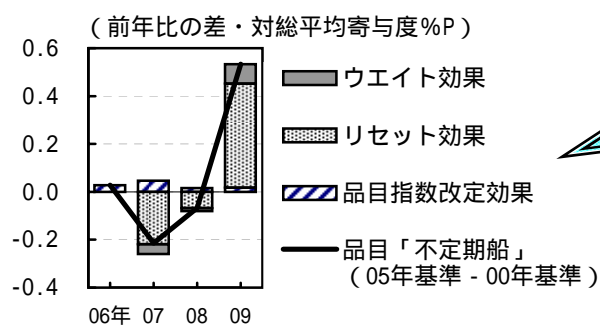
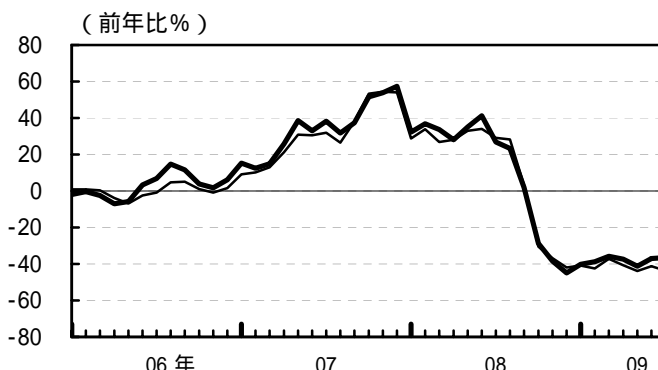
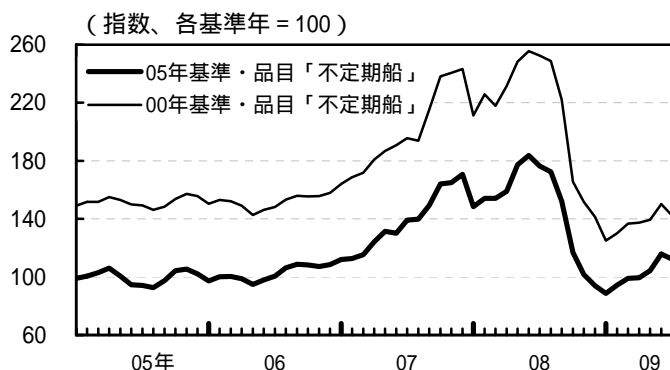
(前年比の差・対総平均寄与度%P)



(注) 「その他7品目」は、「国際航空旅客輸送(北米方面)」、「同(欧州方面)」、「同(アジア・オセアニア方面)」、「定期船」、「外航タンカー」、「国際航空貨物輸送」、「国際郵便」が含まれる。

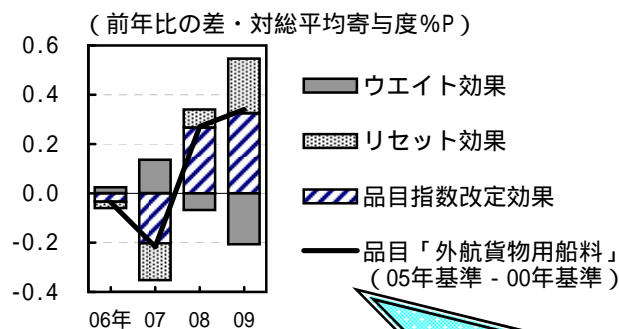
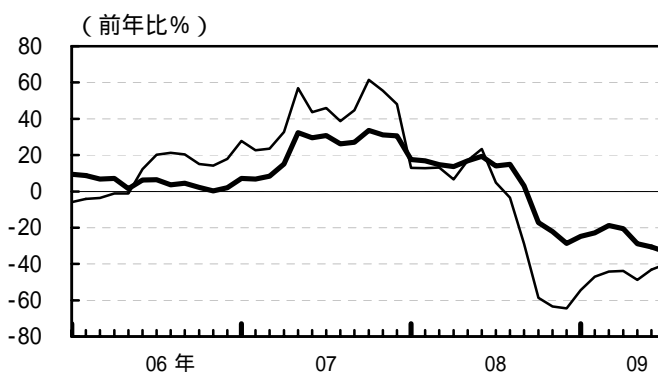
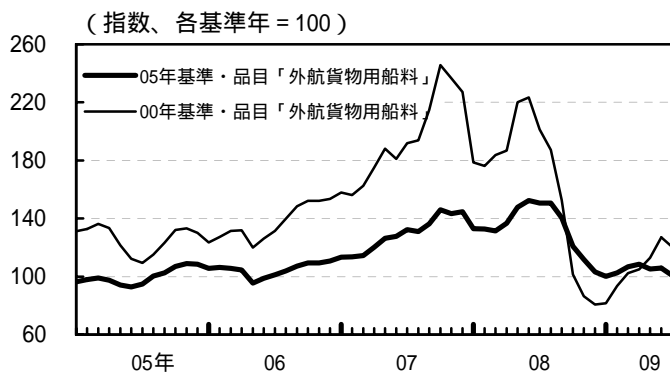
国際運輸(2)：主な品目の基準改定効果

(1) 不定期船 (ウェイト：12.0 11.2)



指数水準が総平均よりも極めて高く、
07-08年までは、価格が上昇
リセット効果がマイナス
09年は、価格が下落
リセット効果がプラス

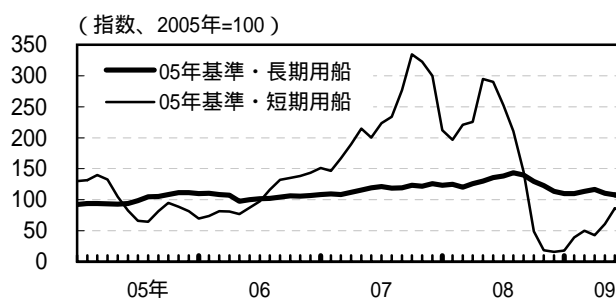
(2) 外航貨物用船料 (ウェイト：7.2 9.4)



< 調査価格構成 >

内訳	2005年基準	2000年基準
長期用船	89.2 %	80.0 %
短期用船	10.8 %	20.0 %

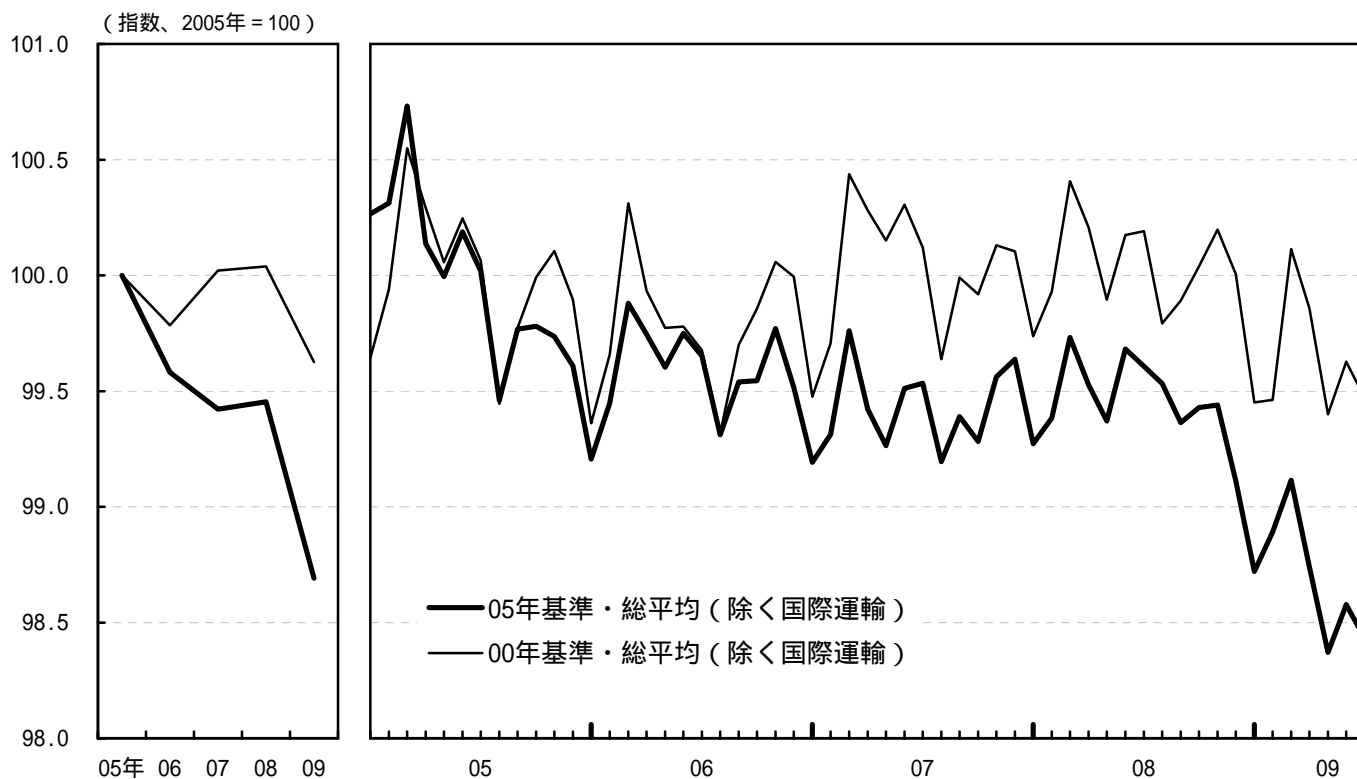
< 長期・短期別の指数 >



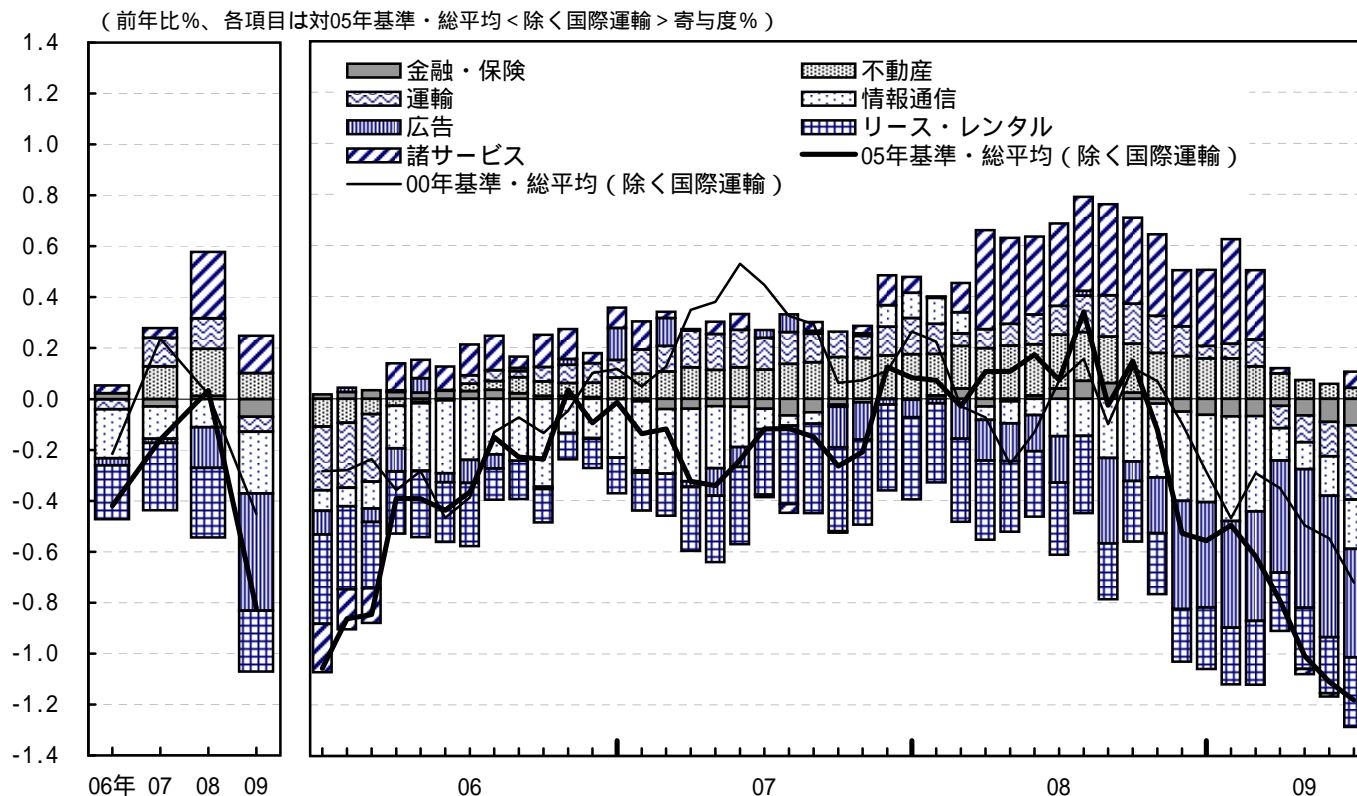
ウェイト効果・リセット効果に加え、
品目指数改定効果が顕著
長期・短期比率の更新により、
品目指数の変化幅が緩やかに

総平均（除く国際運輸）（1）：指数、前年比

(1) 指数



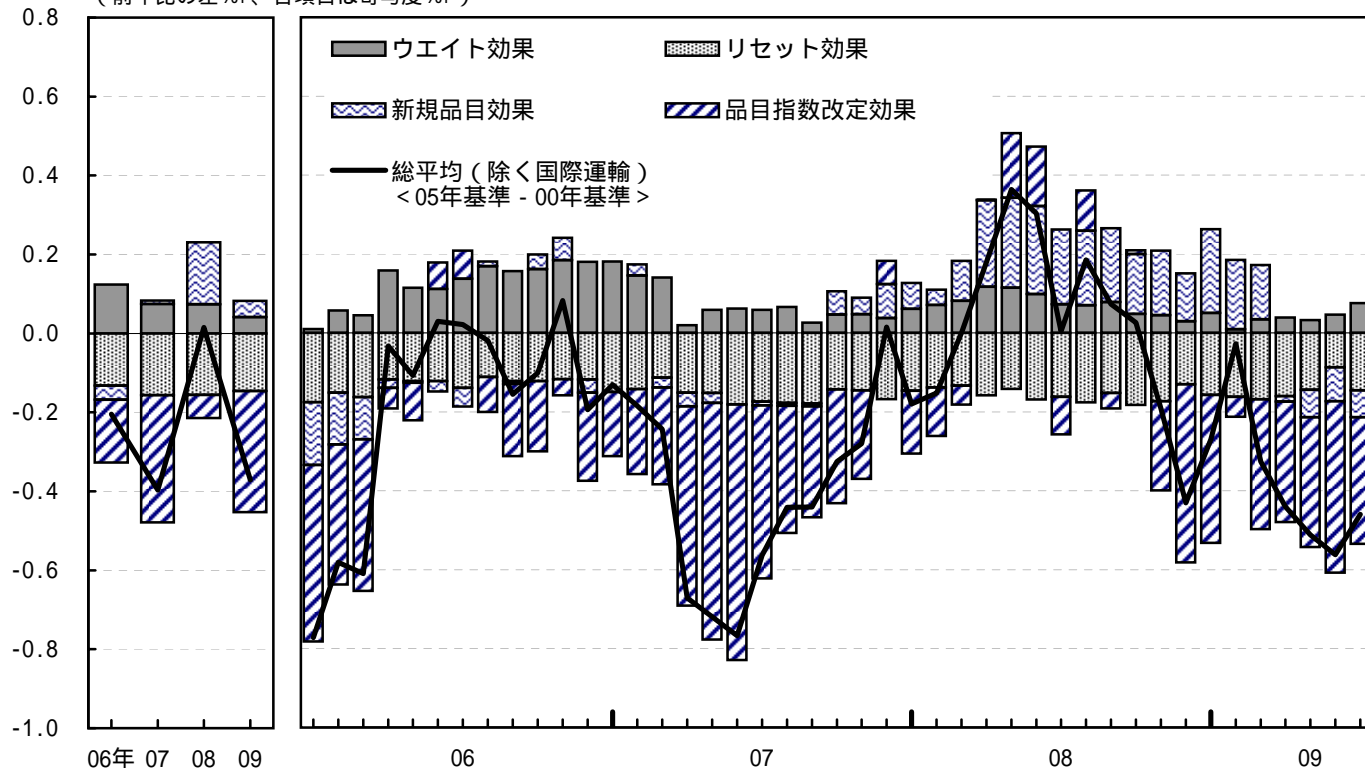
(2) 前年比



総平均（除く国際運輸）（2）：新旧基準・前年比の差

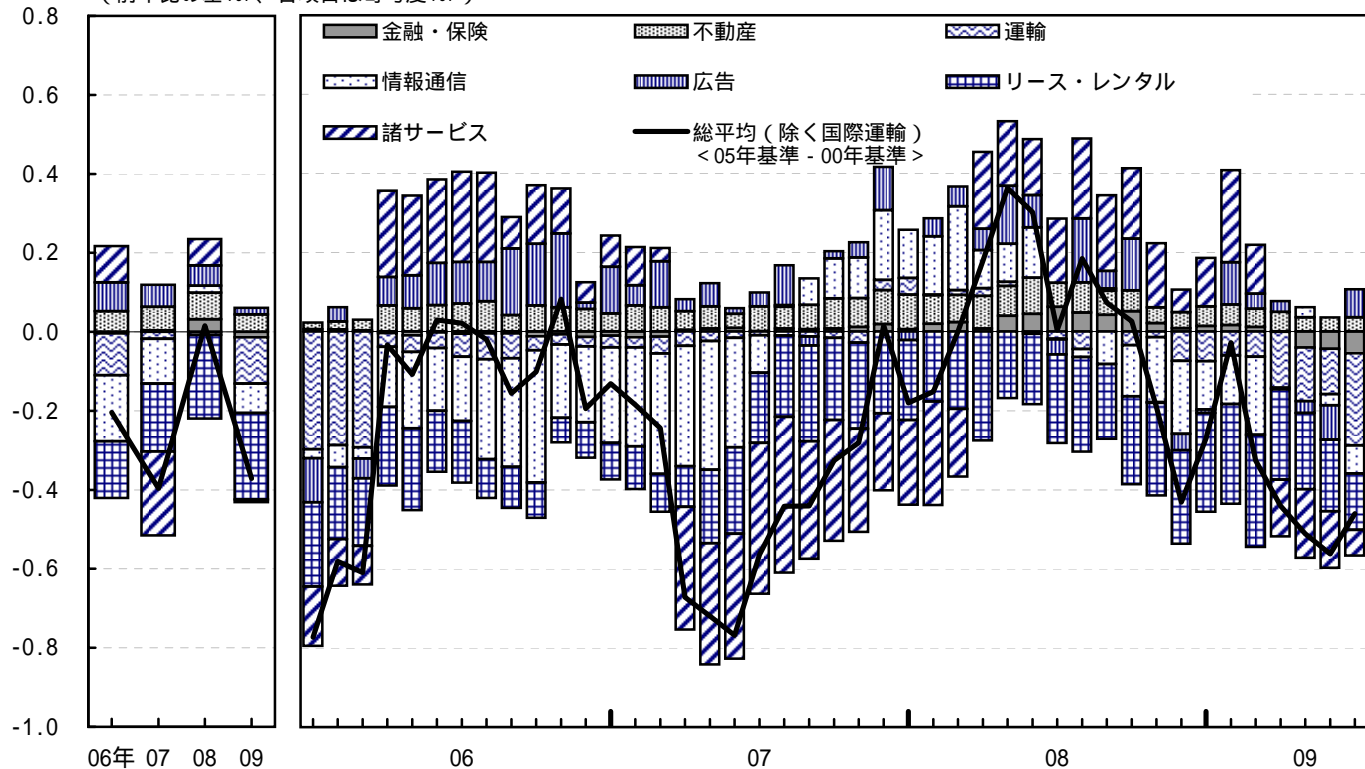
(1) 要因別・寄与度分解

(前年比の差%P、各項目は寄与度%P)



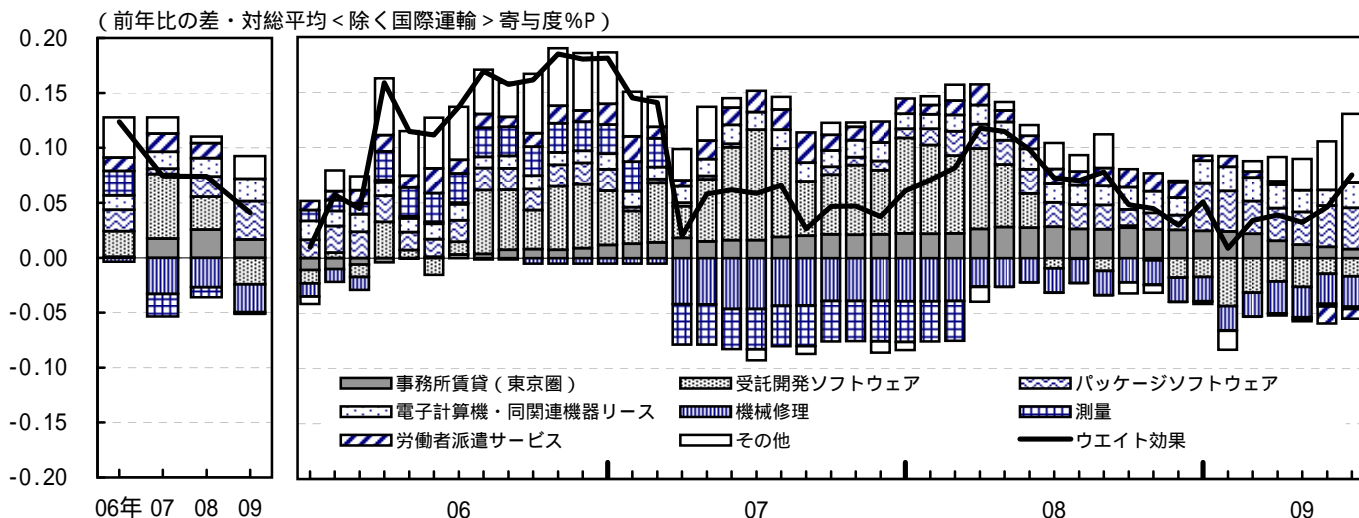
(2) 大類別・寄与度分解

(前年比の差%P、各項目は寄与度%P)



ウエイト効果とリセット効果

(1) ウエイト効果：品目別・寄与度分解

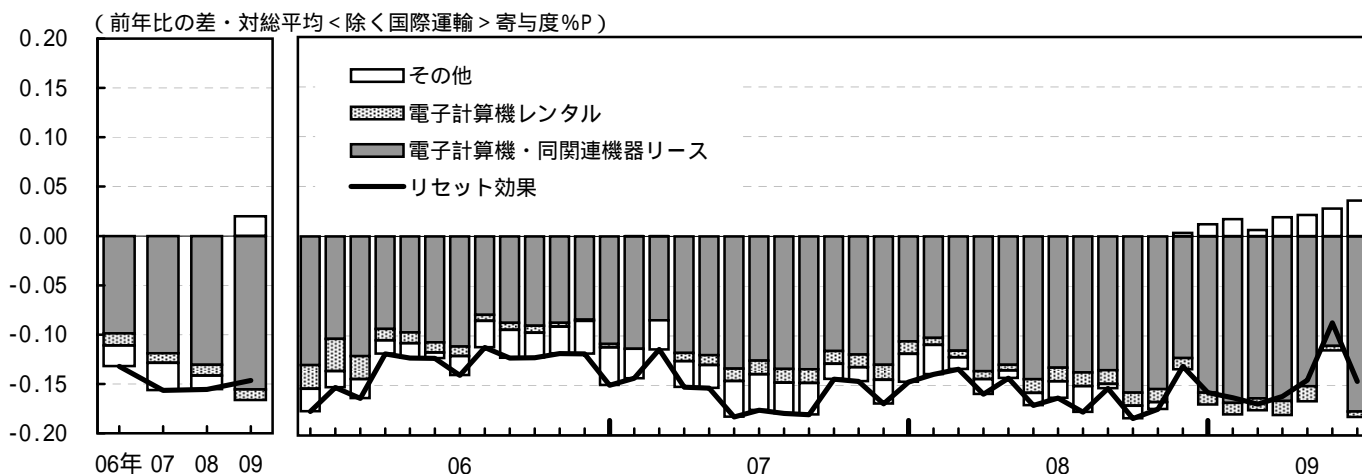


(2) ウエイト効果：主な品目のウエイト、前年比

	ウエイト(千分比)			前年比(%)			
	00年基準(A)	05年基準(B)	(B) - (A)	06年	07年	08年	09年
事務所賃貸(東京圏)	27.7	32.8	5.1	0.1	3.3	4.7	2.9
受託開発ソフトウェア	44.1	62.3	18.2	1.2	3.0	1.5	-1.2
パッケージソフトウェア	17.2	6.3	-10.9	-1.9	-0.5	-1.8	-3.4
電子計算機・同関連機器リース	29.5	21.9	-7.6	-6.0	-7.6	-9.0	-11.5
機械修理	57.7	45.6	-12.1	0.3	2.5	2.0	1.9
測量	16.5	7.9	-8.6	-3.1	3.0	1.3	0.2
労働者派遣サービス	15.5	28.0	12.5	0.9	1.2	1.0	0.0

(注) シャドローは、ウエイト効果がプラスのもの。

(3) リセット効果：品目別・寄与度分解



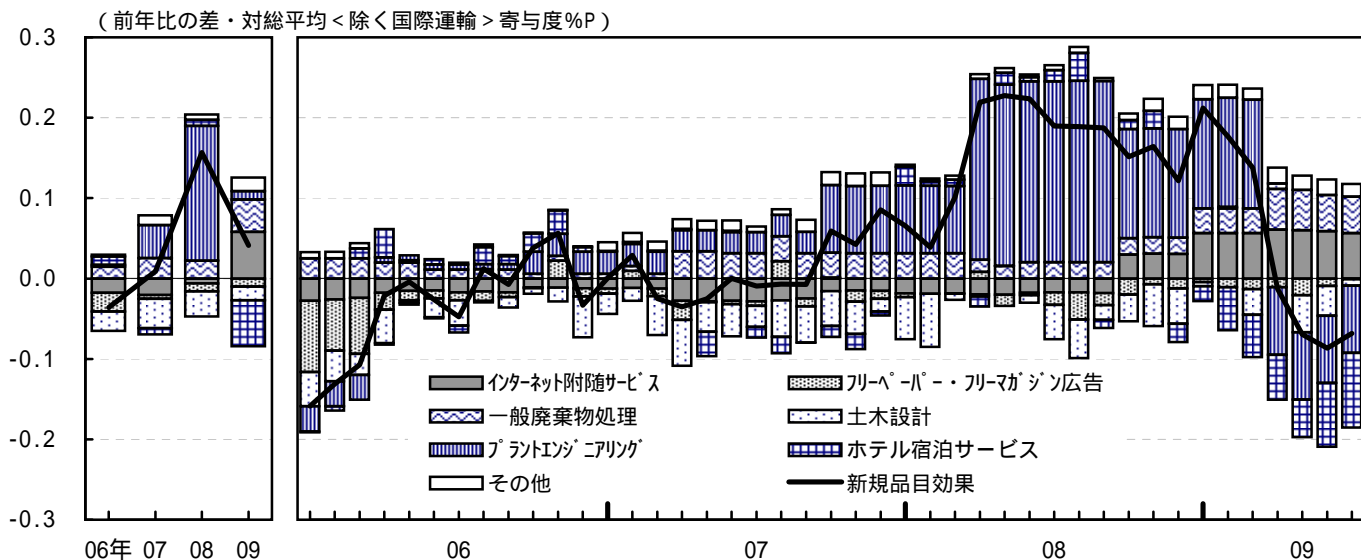
(4) リセット効果：主な品目の指数水準、前年比

	指数水準・05年 (00年=100)	前年比(%)			
		06年	07年	08年	09年
電子計算機・同関連機器リース	25.4	-6.0	-7.6	-9.0	-11.5
電子計算機レンタル	29.3	-7.2	-6.1	-7.5	-7.7

(注) (2)(4)の指数、前年比は00年基準のもの。

新規品目効果(1)

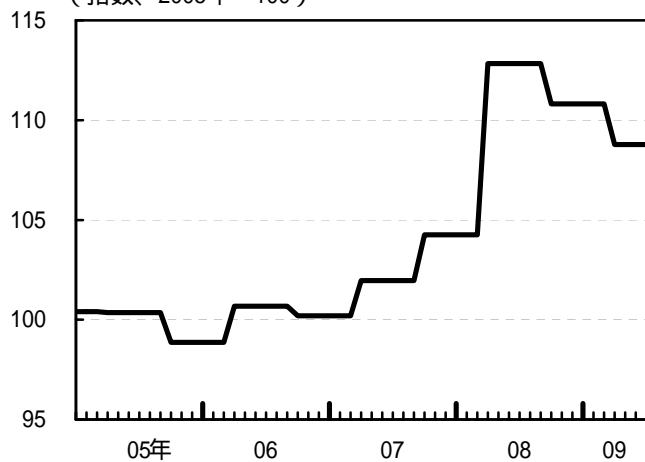
(1) 品目別・寄与度分解



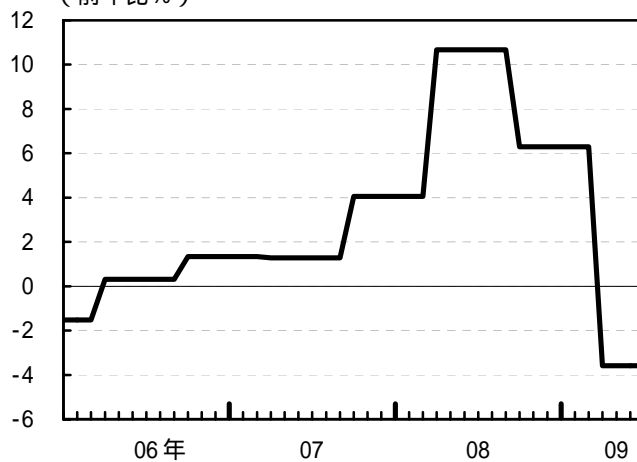
(2) 主な品目の指数、前年比

プラントエンジニアリング (ウエイト: 19.7)

(指数、2005年 = 100)

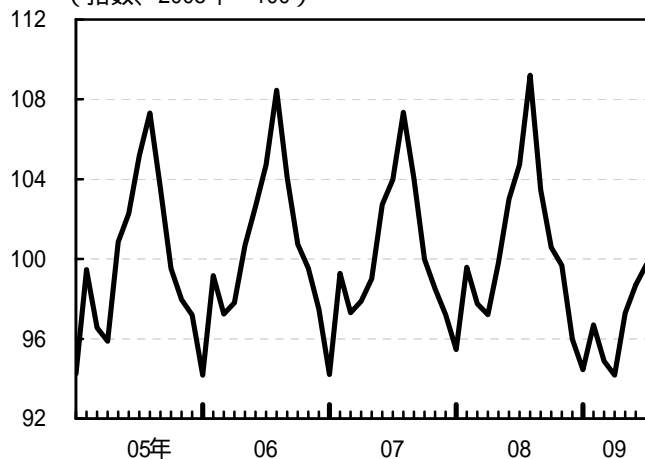


(前年比%)

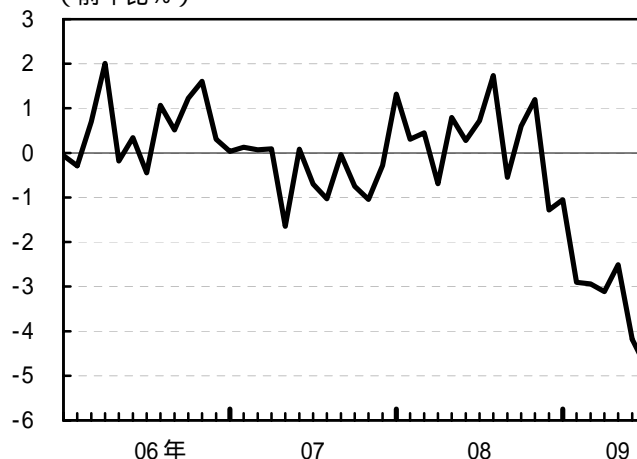


ホテル宿泊サービス (ウエイト: 17.7)

(指数、2005年 = 100)



(前年比%)

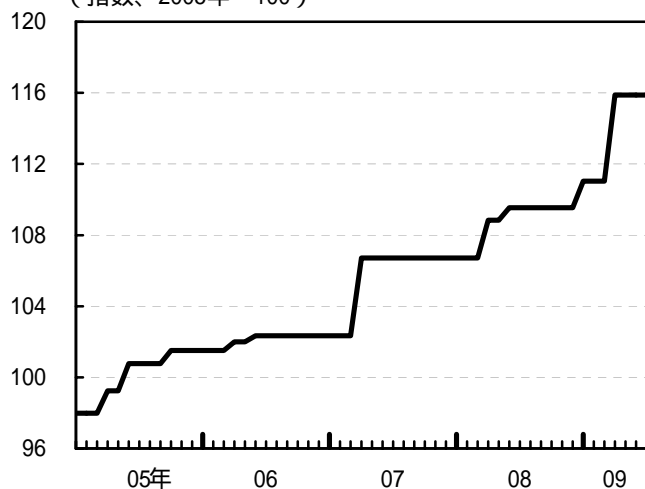


新規品目効果 (2)

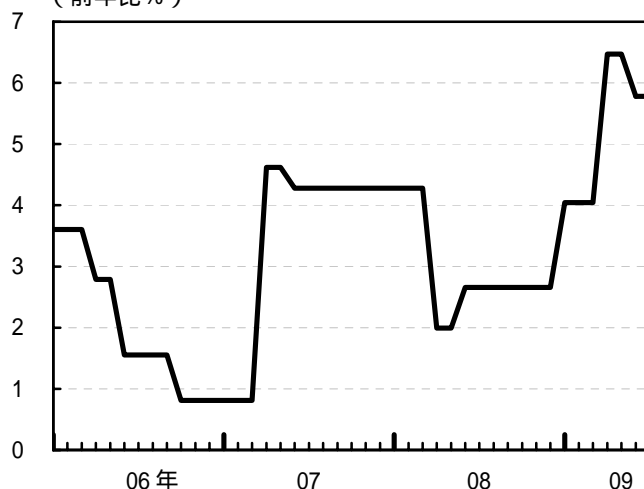
(1) 主な品目の指数、前年比

一般廃棄物処理 (ウェイト : 6.8)

(指数、2005年 = 100)

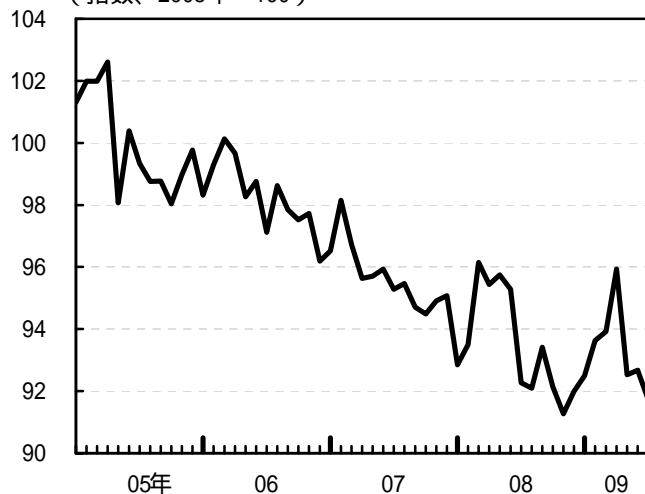


(前年比%)

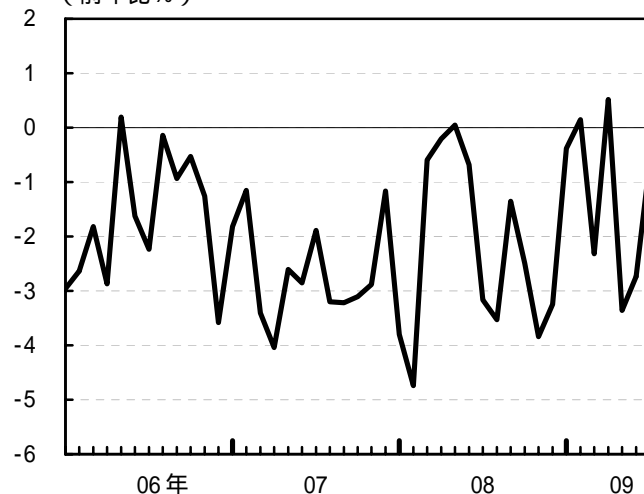


土木設計 (ウェイト : 13.6)

(指数、2005年 = 100)

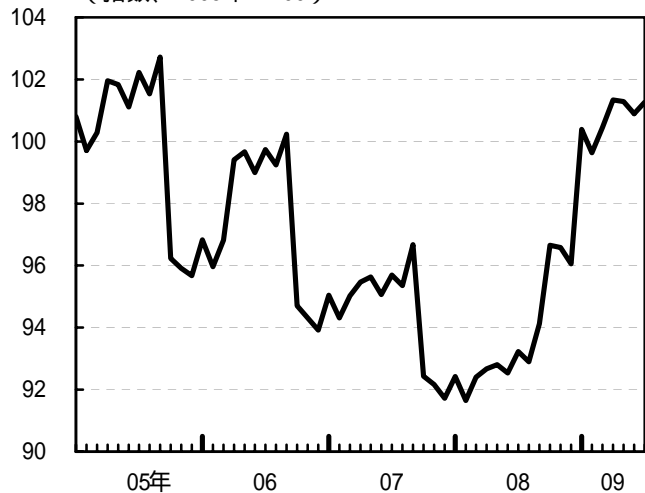


(前年比%)

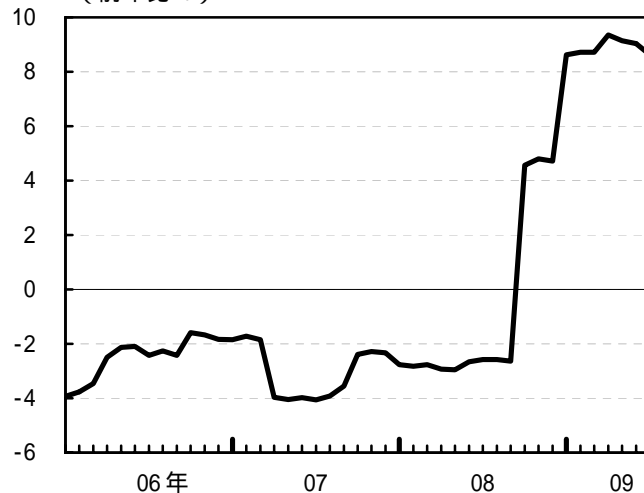


インターネット附随サービス (ウェイト : 6.7)

(指数、2005年 = 100)



(前年比%)



品目指数改定効果

(1) 2005年基準における改定方針

調査対象サービスの見直し

品目内のサービスの構成比率を算定するための業界統計が存在しないため、調査価格の構成に歪みが発生している品目が存在。



種々の統計を加工し構成比率を推計

官庁入札価格の取り込み

- ・ 公共工事以外の公共調達についても、一般競争入札による取引が増加。
- ・ 一般競争入札の拡大に伴い、取引価格が大きく下落するケースがみられる。



官公庁需要が多い品目について、官公庁向け価格を取り込み

価格調査方法の見直し

- ・ 多様化する価格設定への対応



モデル価格と平均価格の活用

- ・ オーダーメイド・サービスへの対応



サービス特性にあわせて品質一定の価格調査方法を選択

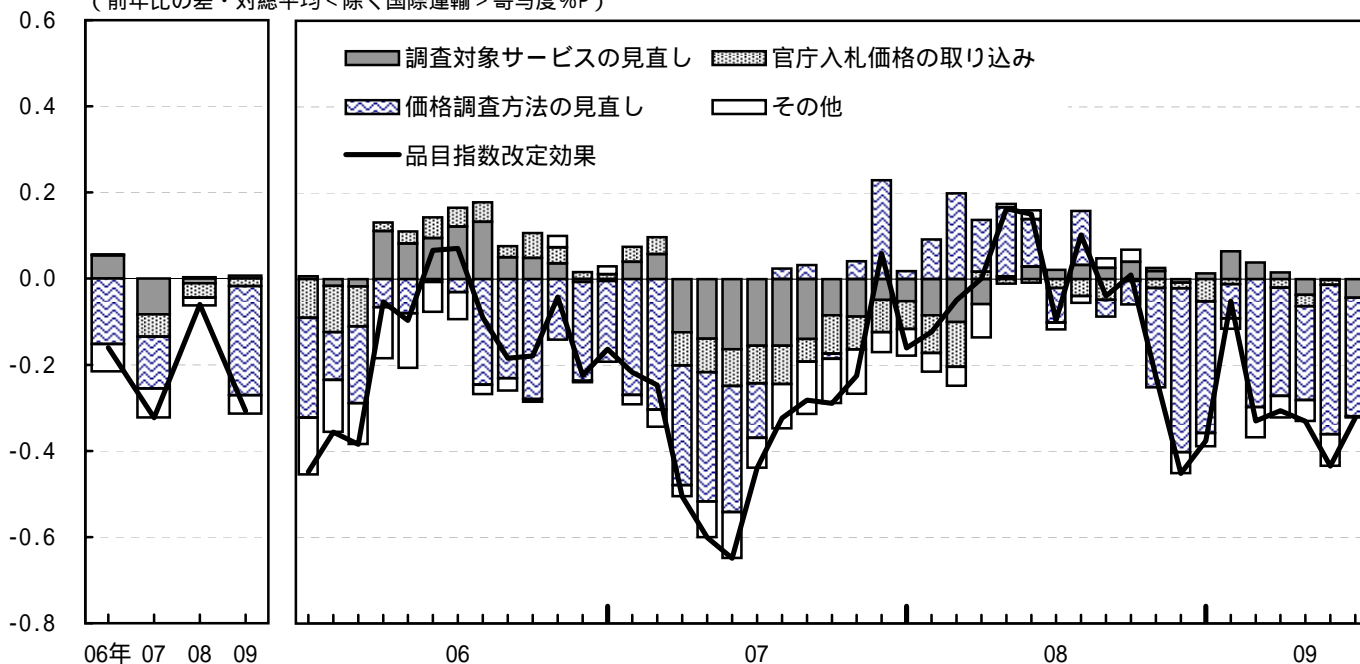
- ・ 品質が時間とともに変化するサービスへの対応



品質の変化に関する時系列情報によって品質調整を実施

(2) 改定内容別・寄与度分解

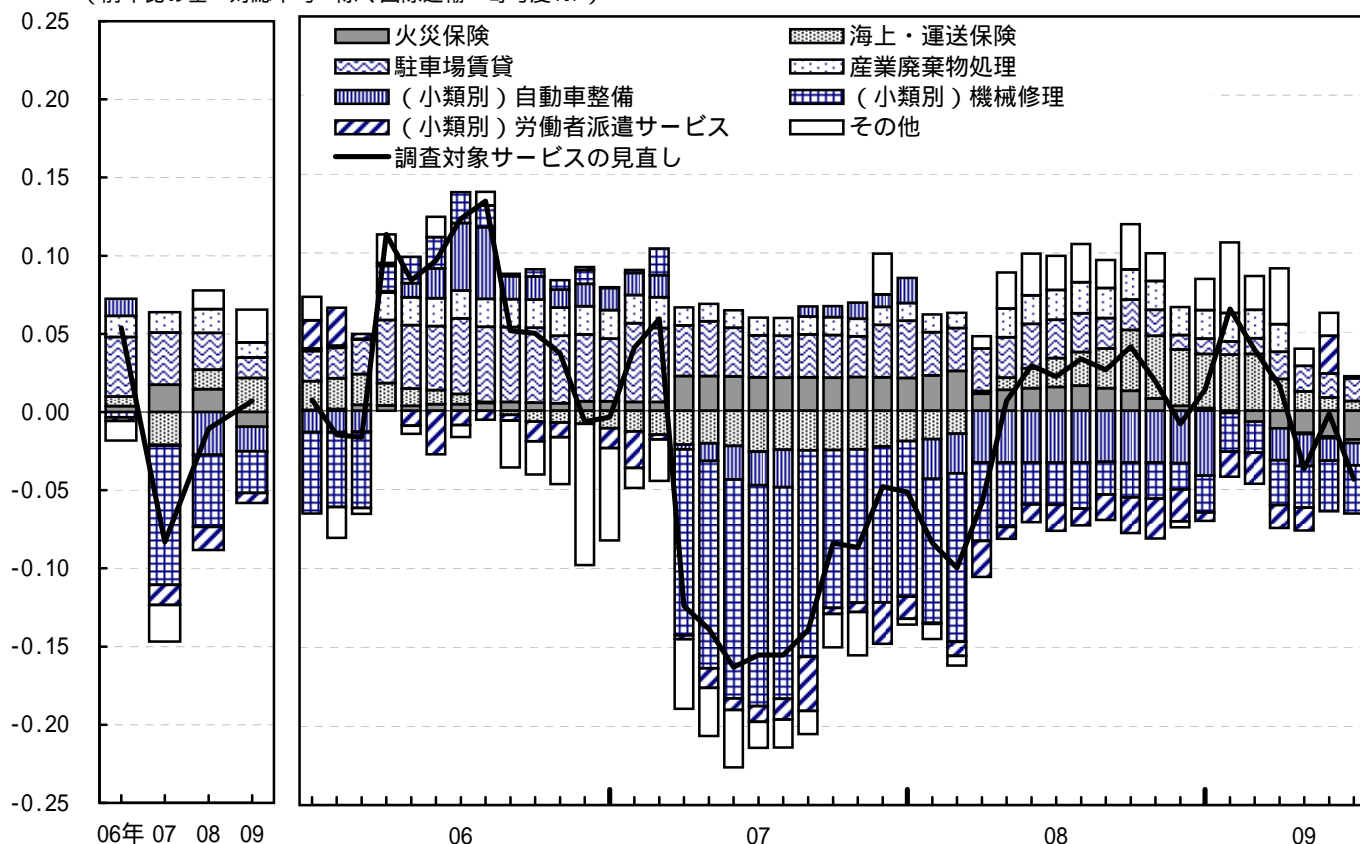
(前年比の差・対総平均 < 除く国際運輸 > 寄与度 % P)



品目指数改定効果：調査対象サービスの見直し(1)

(1) 品目別・寄与度分解

(前年比の差・対総平均<除く国際運輸>寄与度%P)

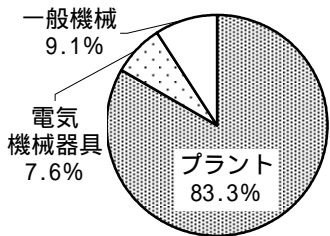


(2) 機械修理 (ウエイト: 57.7 45.6)

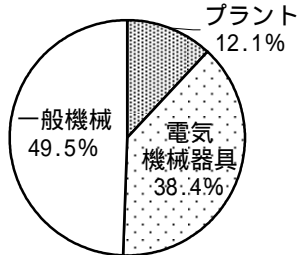
プラントの保守・点検に偏っていた調査価格構成を見直し、修理対象機械を大幅に拡充。価格上昇が目立つプラントの構成比率低下により、前年比上昇幅が縮小。

< 調査価格構成 >

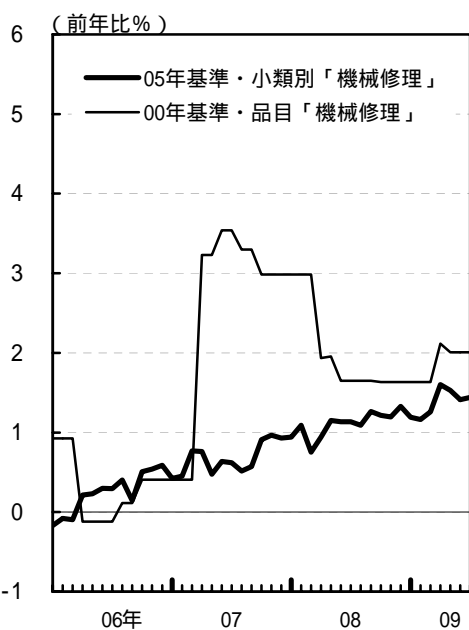
2000年基準



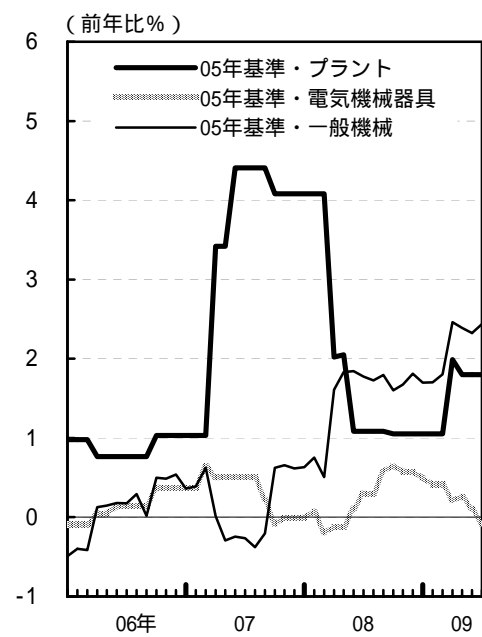
2005年基準



< 前年比 >



< 内訳 >



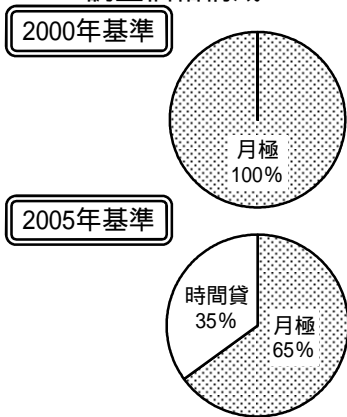
(注) 2005年基準では、「機械修理」を「電気機械器具修理」「機械修理(除電気機械器具)」に品目分割。

品目指数改定効果：調査対象サービスの見直し(2)

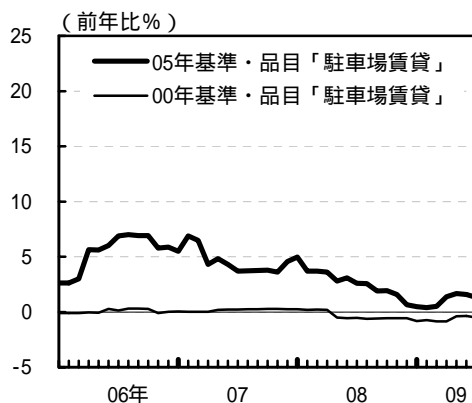
(1) 駐車場賃貸(ウエイト:7.9 6.8)

時間貸駐車場の取り込みにより、指数が上方シフト。

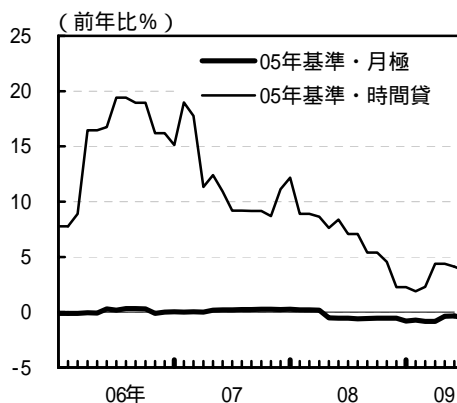
<調査価格構成>



<前年比>



<内訳>



(2) 火災保険(ウエイト:3.2 2.7)

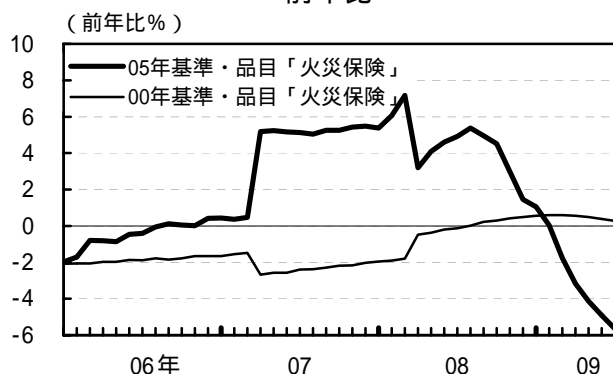
2000年基準：調査対象が、一部地域(東京)の一部構造級に限られていた。
 2005年基準：市場実勢を踏まえ4地方(7地域)・5構造級を幅広く調査し、カバレッジを拡大。
 07/4月の価格(保険料率)改定において、指数動向が変化。

<2005年基準・火災保険(一般物件)調査価格構成>

地方	特級		1級	2級	3級
	建物	動産			
関東甲信越					
東海					
近畿					
九州・沖縄					

(注)シャドー部分は2000年基準の調査価格。

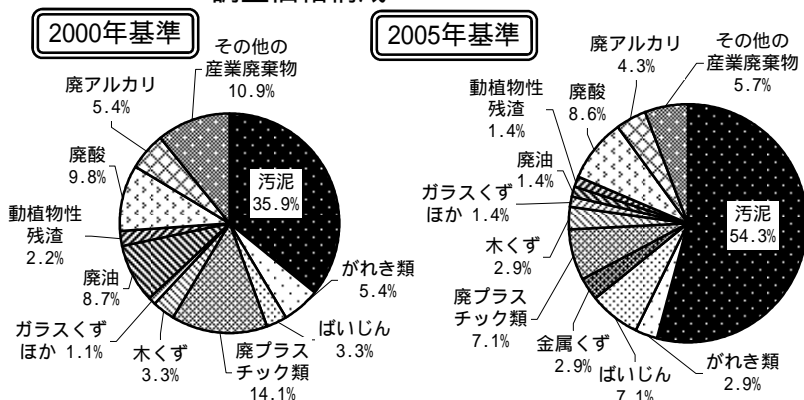
<前年比>



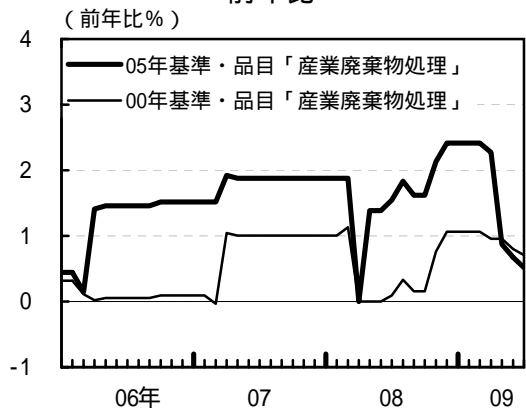
(3) 産業廃棄物処理(ウエイト:18.8 12.0)

廃棄物種類の構成比率を見直したことにより、指数が上方シフト。

<調査価格構成>



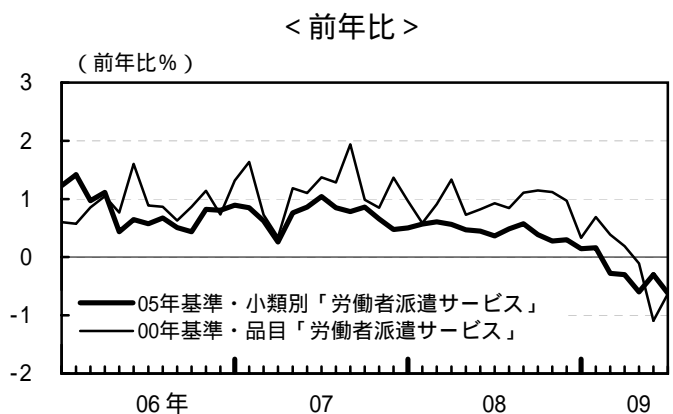
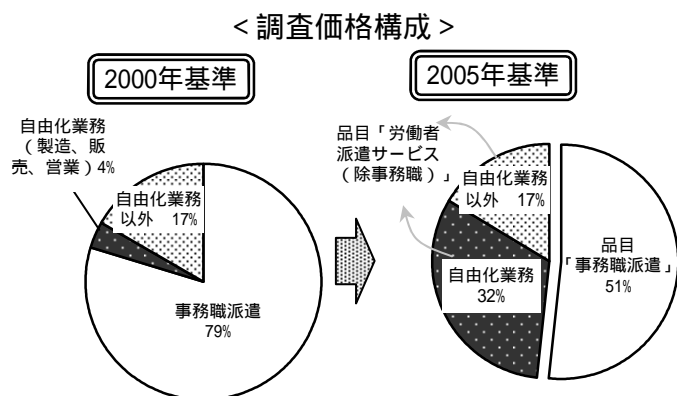
<前年比>



品目指数改定効果：調査対象サービスの見直し（ 3 ）

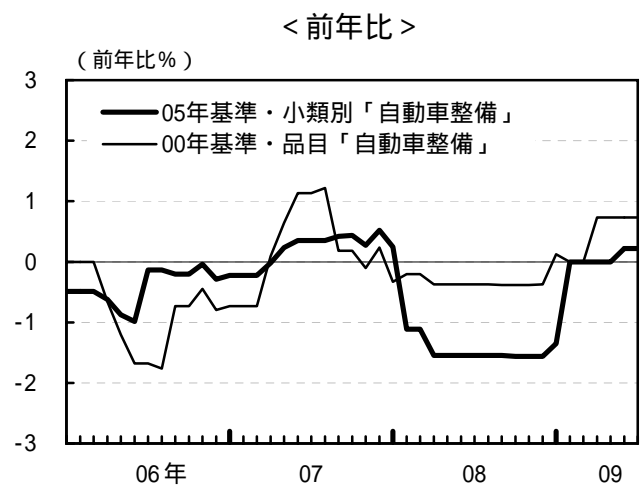
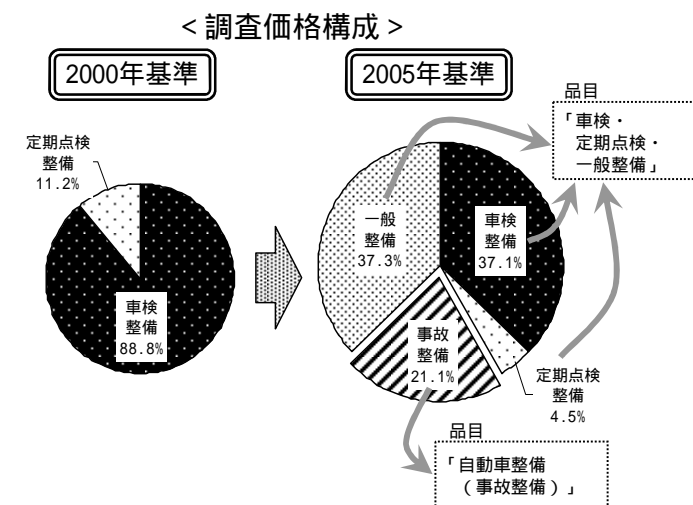
(1) 労働者派遣サービス (ウェイト : 15.5 28.0)

自由化業務（製造、販売、営業）の構成比率増加などにより、指数動向が変化。



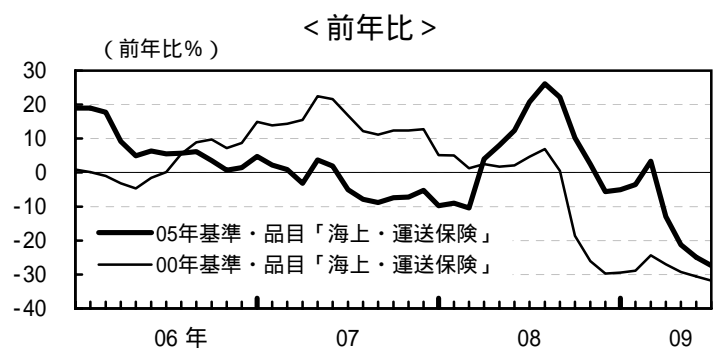
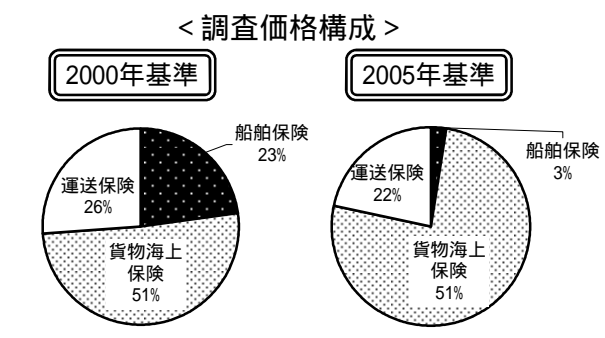
(2) 自動車整備 (ウェイト : 33.4 26.6)

事故整備、一般整備の取り込みにより、指数動向が変化。



(3) 海上・運送保険 (ウェイト : 0.5 1.1)

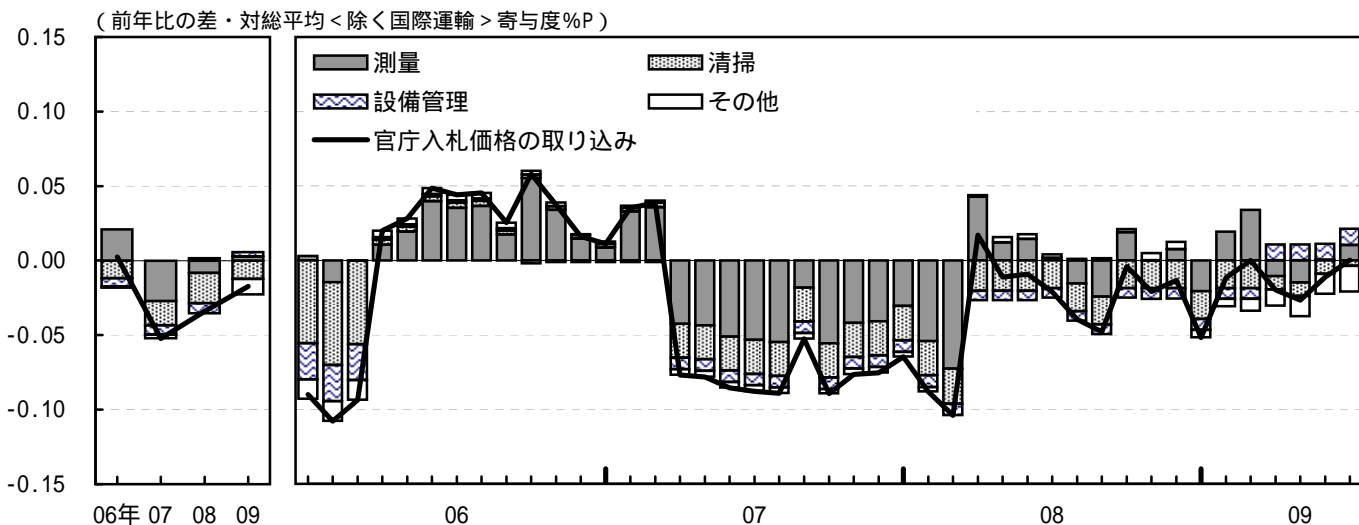
船舶保険の構成比率低下、貨物海上保険における対象貨物の内訳見直し(原油等の積み増し)などにより、指数動向が変化。



(注) 2005年基準では、「労働者派遣サービス」を「事務職派遣」「労働者派遣サービス(除事務職)」に、「自動車整備」を「車検・定期点検・一般整備」「自動車整備(事故整備)」に、それぞれ品目分割。

品目指数改定効果：官庁入札価格の取り込み

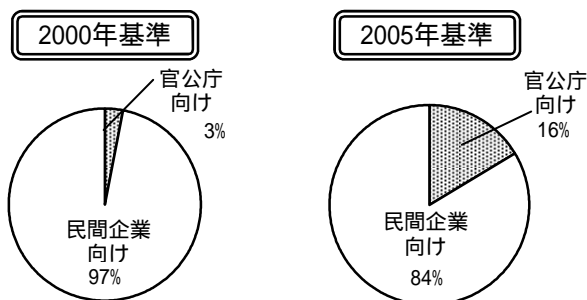
(1) 品目別・寄与度分解



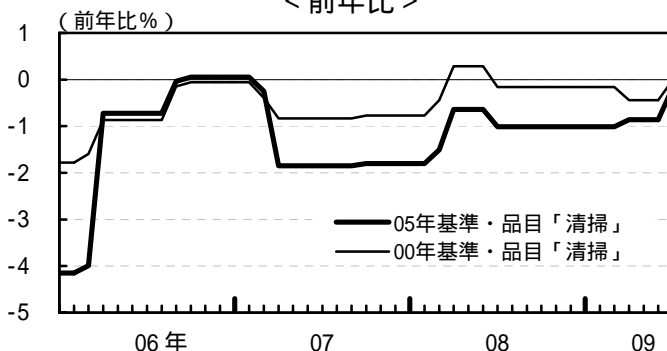
(2) 清掃 (ウエイト：29.1 21.7)

官公庁向け価格の取り込み (官公庁から取引価格を直接聴取) により、官民比率を是正。

< 調査価格構成 >



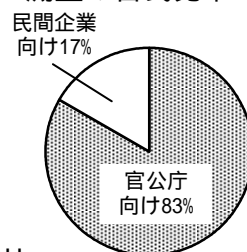
< 前年比 >



(3) 測量 (ウエイト：16.5 7.9)

・官公庁向け取引が大宗。 価格は一般競争入札によって決定。
 ・官庁入札価格は、人工単価を積算した「予定価格」と入札実績を表す「落札率」に分解可能。

< 測量の官民比率 >



予定価格
×
落札率
=
官庁入札価格

国土交通省のガイドラインに沿って人工単価を単純積算

一部官公庁では毎月公表

・2000年基準では、予定価格のみを調査。

↓

・2005年基準では、予定価格に加え、落札率の公表情報を外部データとして活用した「モデル価格」によって調査。

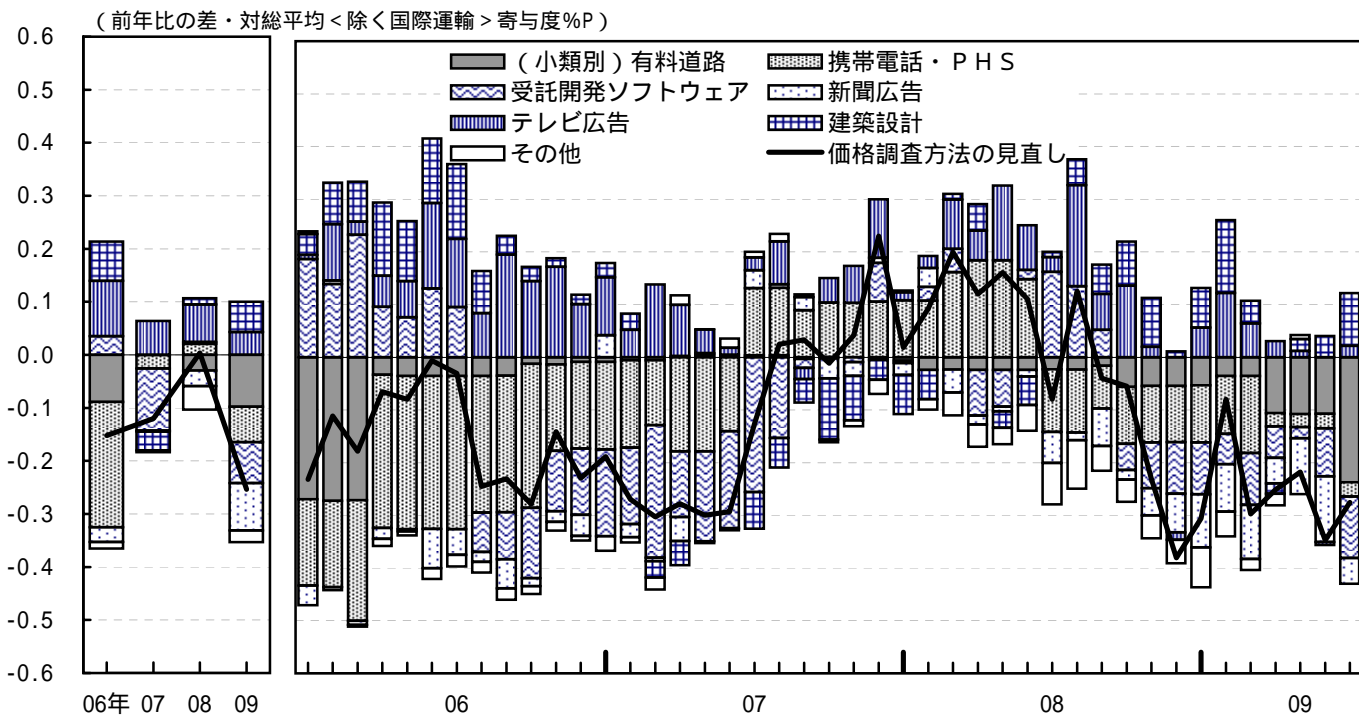
< 前年比 >



(注) 測量の官民比率は、国土交通省「建設関連業等の動態調査報告」における取引額ベース。

品目指数改定効果：価格調査方法の見直し(1)

(1) 品目別・寄与度分解



(2) 有料道路(ウェイト: 15.7 11.7)

「ETC割引」を反映したモデル価格を設定。

$$\text{調査価格} = (\text{a}) \text{定価} \times (\text{b}) \text{時間帯に関する割引} \times (\text{c}) \text{利用頻度に関する割引}$$

(a) 定 価

(b) 時間帯に関する割引

通行距離に応じた従量料金制であるため、通行距離を設定した通行料金を算出。

平日・土曜・日曜ごとに各時間帯の割引率を算定。

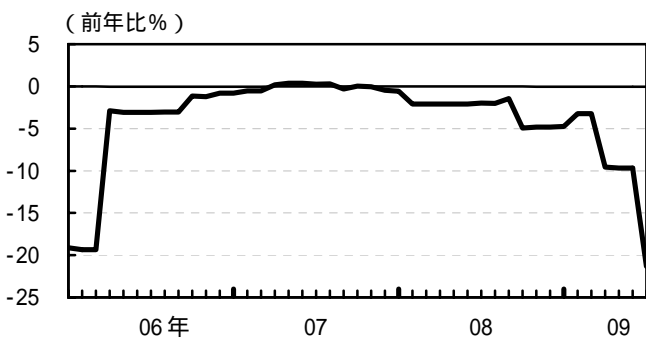
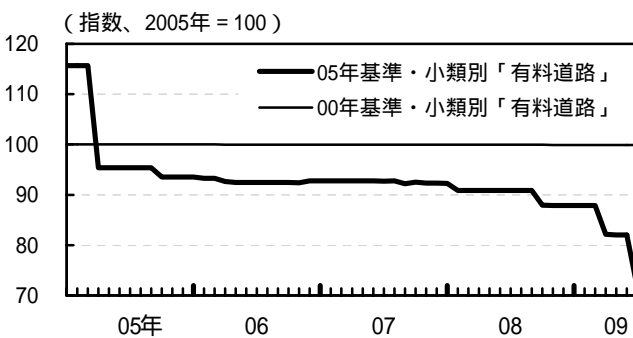
高速自動車国道	高速自動車国道全体の平均走行距離
都市高速道路	各道路の平均走行距離または全区間
一般有料道路	各道路の全区間

(c) 利用頻度に関する割引

多頻度割引	1台1ヶ月当たり平均利用金額を入手し、当該利用金額に見合った割引率を算出
大口割引	一律、適用



各道路別の車種別・時間帯別通行台数シェアを乗じて集計。



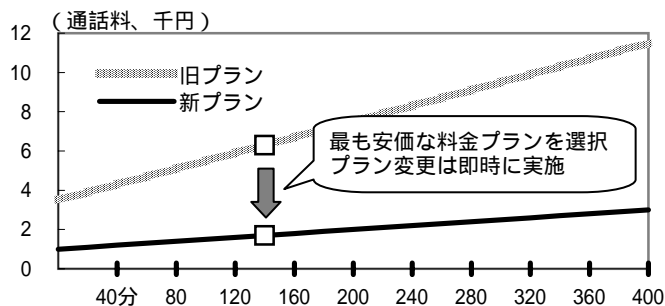
品目指数改定効果：価格調査方法の見直し(2)

(1) 携帯電話・PHS (ウエイト：21.5 24.2)

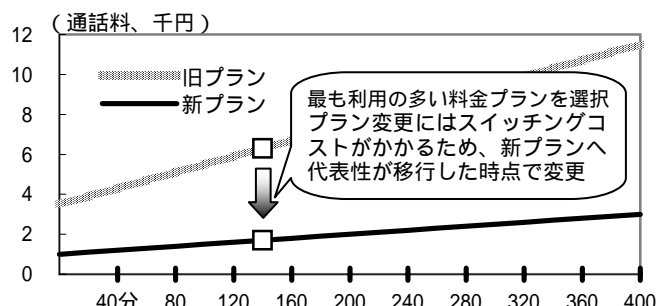
通話料金、パケット料金、割引制度などに応じて、多様な料金プランが存在。複数の需要者を想定し、「平均割引率」を反映したモデル価格を設定。

複数の需要者の想定

(a) 最安タイプ

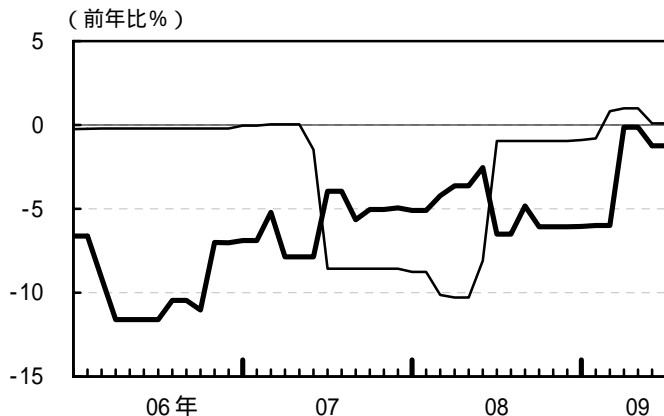
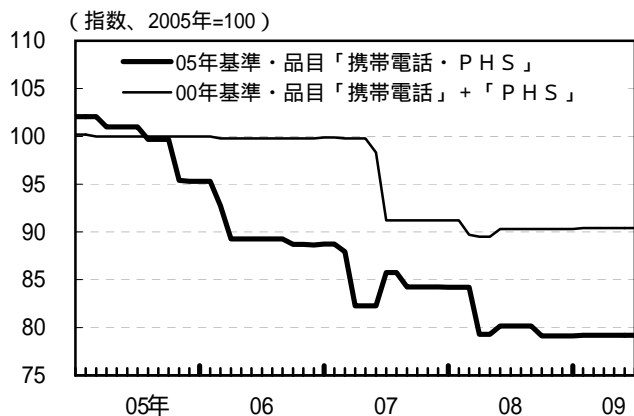


(b) 代表タイプ



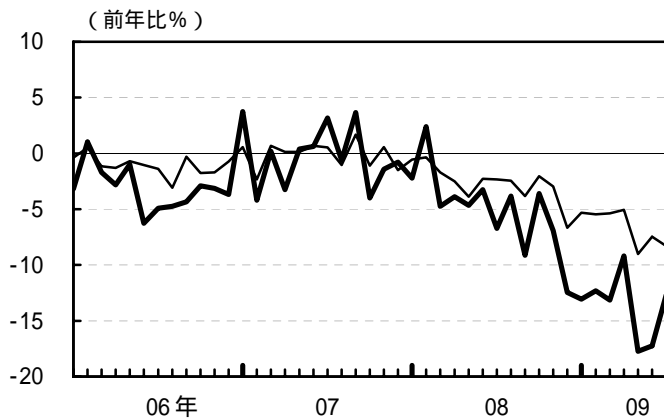
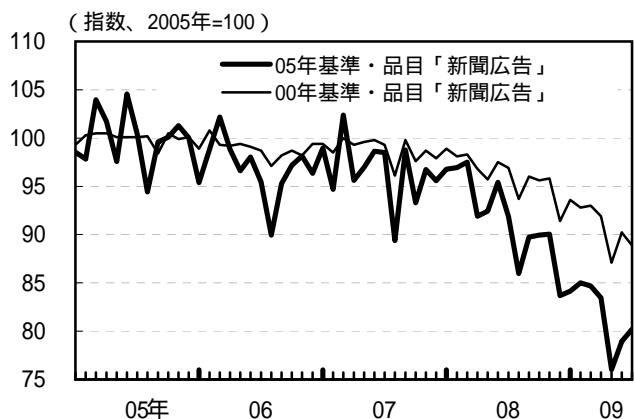
「平均割引率」の取り込み

割引制度が複雑なため、個別の需要者に適用される割引の特定が困難。 → 法人向け割引制度全体の平均割引率を反映(で作成した価格に乘ずる)。



(2) 新聞広告 (ウエイト：15.8 13.0)

料金表価格の代表性が低下したため、調査価格を「平均価格」に一本化。(00年基準：料金表価格58%、平均価格42% 05年基準：平均価格100%)

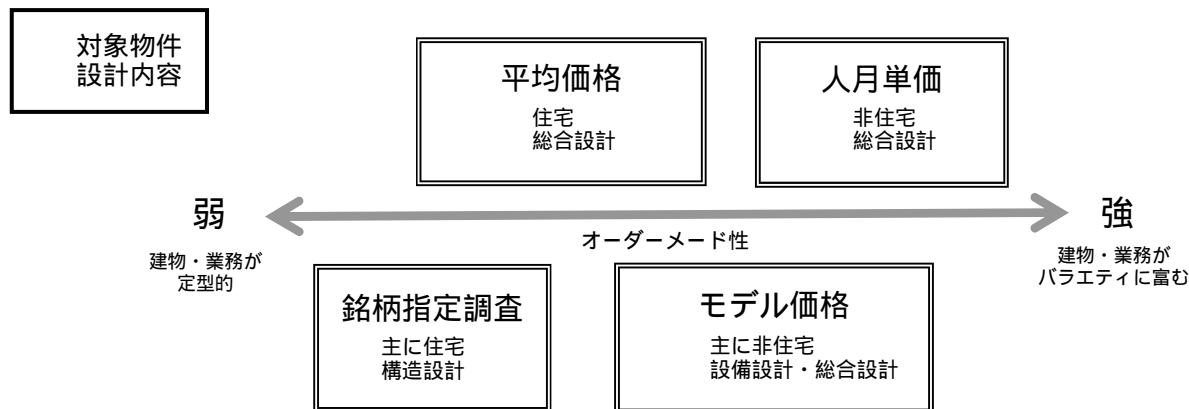


品目指数改定効果：価格調査方法の見直し(3)

(1) 建築設計 (ウエイト：21.1 17.8)

サービス特性が多様なため、各々に適した価格調査方法を選定。

サービス特性と価格調査方法



価格調査方法の具体例

(a) 銘柄指定調査

【調査内容】
取引：A社向け
建物：木造3階建て住宅
業務：構造設計

(b) 平均価格

【調査内容】
建物：集合住宅
規模：3,000㎡ ~ 5,000㎡

(c) モデル価格

【調査内容】
建物：学校
業務：設備設計

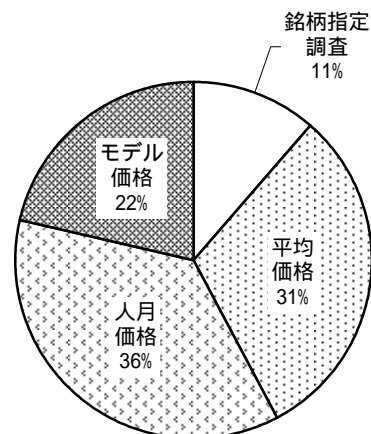
投入量 × 単価 × 利益率 = 調査価格

(d) 人月単価

【調査内容】
建物：全物件

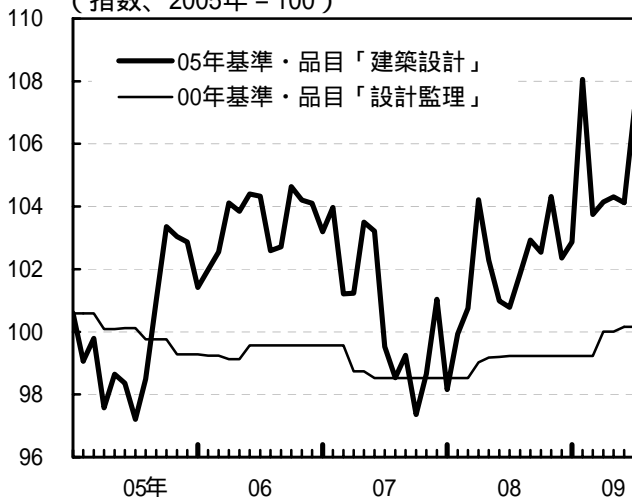
売上高 ÷ 投入量 = 調査価格

構成比

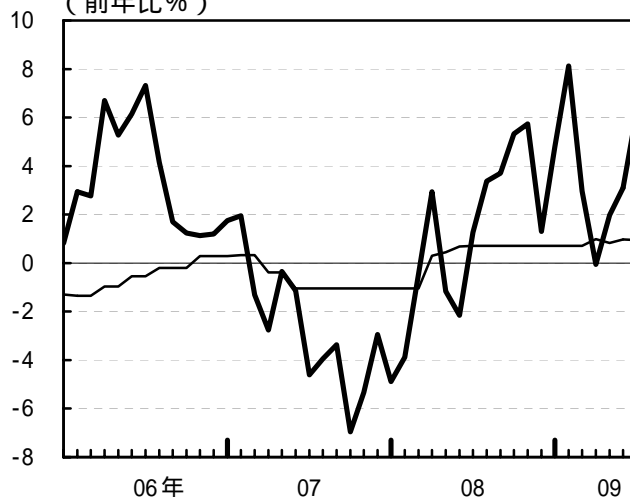


指数、前年比

(指数、2005年 = 100)



(前年比%)



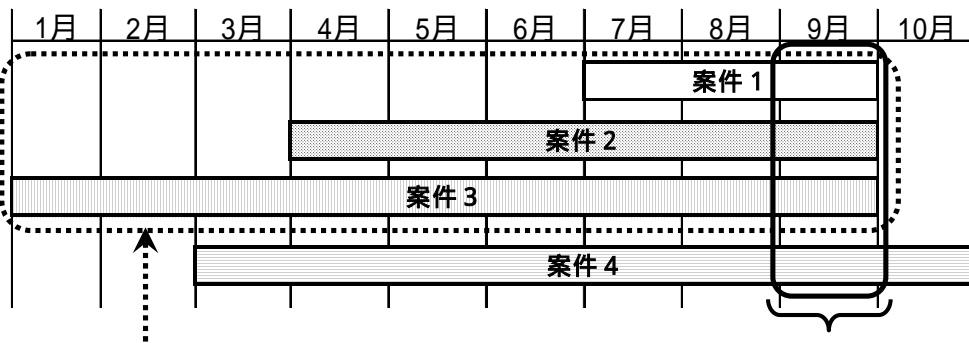
(注) 05年基準・品目「建築設計」は、00年基準・品目「設計監理」から名称変更。

品目指数改定効果：価格調査方法の見直し(4)

(1) 受託開発ソフトウェア (ウエイト：44.1 62.3)

指数精度向上のため、平均人月単価の算出を「工事完成基準」から「工事進行基準」に変更。調査価格構成(長期契約と単発契約の構成比)を見直し。

概念図：「工事完成基準」と「工事進行基準」



「工事完成基準」(9月価格)
 当該月に「検収(納品・確認・受取)された複数案件の売上額合計」を「当該案件に要した人月の合計」で割って価格を算出。

案件	総売上額	総人月数
案件1	10,000,000円	9人月
案件2	30,000,000円	24人月
案件3	50,000,000円	45人月
合計	90,000,000円	78人月

9月価格 = 90,000,000円 ÷ 78人月
 = 1,153,846円

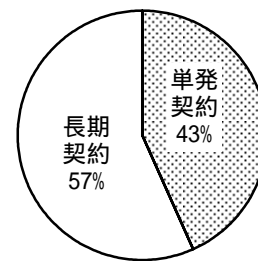
「工事進行基準」(9月価格)
 各案件の売上額と人月を作業月に案分し、当該月における「複数案件の案分後の売上額合計」を「複数案件の案分後の人月の合計」で割って価格を算出。

案件	総売上額 ÷ 作業月数	総人月数 ÷ 作業月数
案件1	10,000,000円 ÷ 3ヶ月	9人月 ÷ 3ヶ月
案件2	30,000,000円 ÷ 6ヶ月	24人月 ÷ 6ヶ月
案件3	50,000,000円 ÷ 9ヶ月	45人月 ÷ 9ヶ月
案件4	80,000,000円 ÷ 8ヶ月	64人月 ÷ 8ヶ月
合計	23,888,888円	20人月

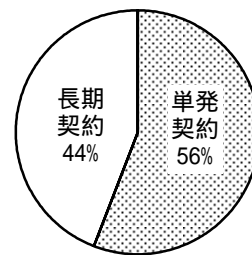
9月価格 = 23,888,888円 ÷ 20人月
 = 1,194,444円

調査価格構成

2000年基準



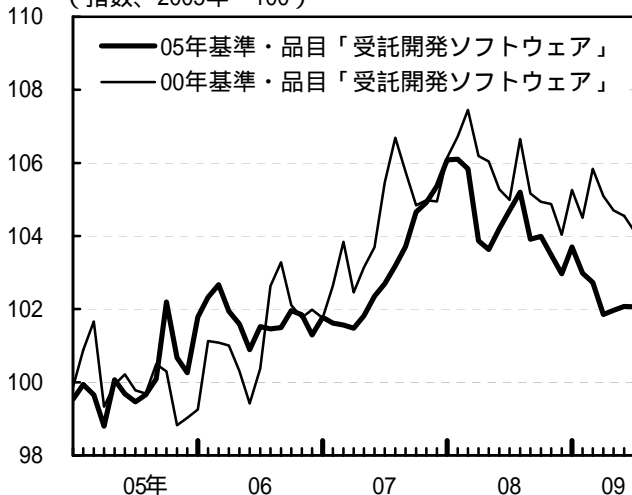
2005年基準



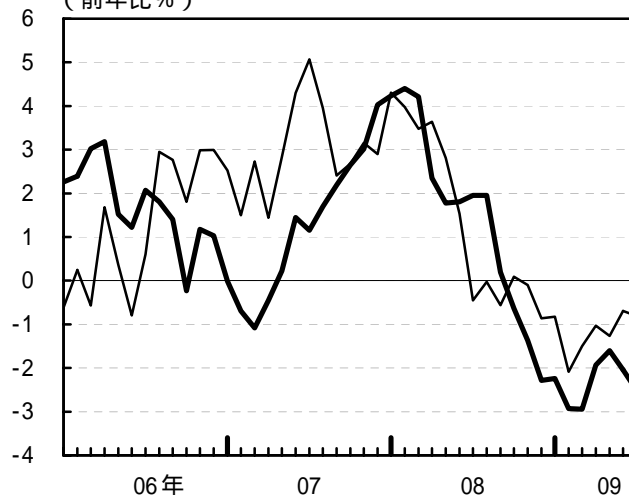
市場の実態にあわせて単発契約の割合を増加。

指数、前年比

(指数、2005年 = 100)



(前年比%)



(注) 「工事進行基準」における進捗率は、簡便のために毎月均等としている。

品目指数改定効果：価格調査方法の見直し(5)

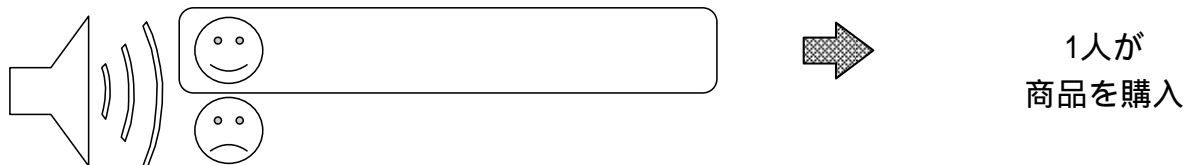
(1) テレビ広告(ウエイト: 25.6 23.4)

「延べ視聴率(GRP)」による品質調整を導入。

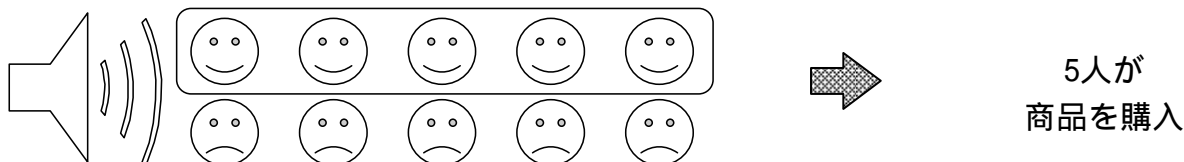
広告の品質定義

「広告の品質 = 広告を見る人数」: 広告を見る人数 商品購入者 広告の品質

(a) 広告を見る人数が「2人」の場合



(b) 広告を見る人数が「10人」の場合



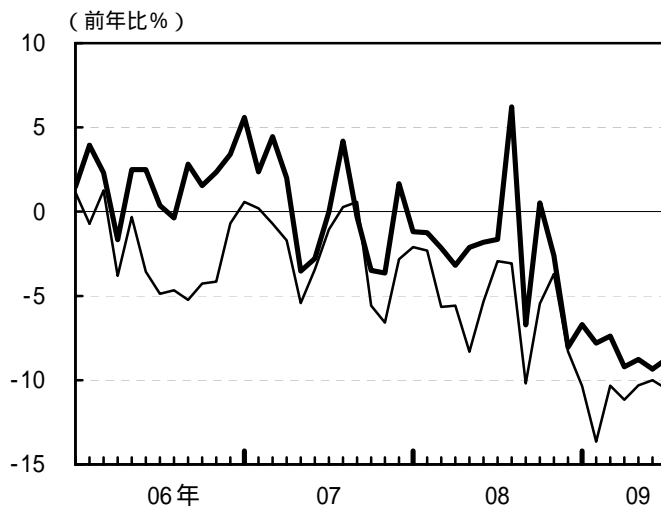
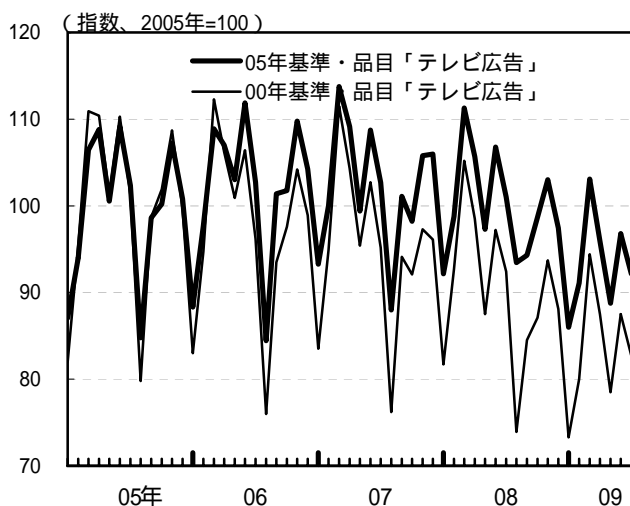
⇒ 広告の品質は、(b)が(a)より高い ⇒ 「広告の品質 = 広告を見る人数」

テレビ広告(スポットCM)の価格設定方法

$$\text{広告料金} = \text{単位視聴率(1GRP)あたり単価} \times \text{想定GRP}$$

調査価格: 「実績GRP」に応じて品質調整

$$\text{調査価格} = \frac{\text{総広告料金}}{\text{総実績GRP}} = \text{単位視聴率(1GRP)あたり平均単価}$$

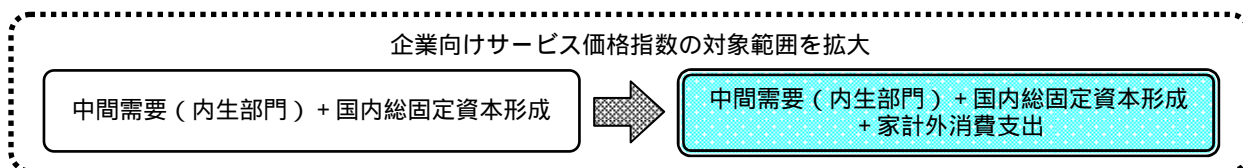


(注) GRP (Gross Rating Point) は延べ視聴率を表す。延べ視聴率とは、一定期間に放映されたCMの放映時間(15秒換算)と視聴率との積の合計であり、1GRPは、1%の視聴率で15秒間CMが放映されたことを意味する。

対象範囲・指数体系

(1) 対象範囲

各物価指数の対象範囲 (産業連関表をベースに比較)



【産業連関表 (13部門を使用した概念図)】

		中間需要 (内生部門)		最終需要			
		農林水産業	サービス	家計外消費支出	民間消費支出	国内総固定資本形成	輸出計
中間投入 (内生部門)	農林水産業						
	鉱業						
	製造業						
	建設						
	電力・ガス・水道						
	商業						
	金融・保険						
	：						
サービス							
粗付加価値							

2005年基準より対象範囲を拡大

企業向けサービス価格指数の対象範囲

企業物価指数の対象範囲

消費者物価指数の対象範囲

産業連関表と国民経済計算の対応

産業連関表		国民経済計算 (93 SNA)	
中間需要	内生部門	内生部門	中間需要
	家計外消費支出	民間最終消費支出	
	民間消費支出	政府最終消費支出	
最終需要	一般政府消費支出	国内総固定資本形成	最終需要
	国内総固定資本形成	在庫品増加	
	在庫純増	財貨・サービスの輸出	
	輸出		

* 「家計外消費支出」は宿泊・日当、交際費および福利厚生費にかかる企業消費に該当。産業連関表では営業余剰の一部として最終需要に位置付けているが、国民経済計算では営業経費として中間需要に含めている。

(2) 指数体系

1. 基本分類指数	
総平均、大類別、類別、小類別、品目	
(参考系列)	契約通貨ベース 大類別：運輸、類別：海上貨物輸送、航空貨物輸送、小類別：外航貨物輸送、貨物用船料、国際航空貨物輸送、品目：定期船、不定期船、外航タンカー、外航貨物用船料、国際航空貨物輸送
	総平均 (除く国際運輸) 総平均 (除く国際運輸)、運輸 (除く国際運輸)、国際運輸
2. 参考指数	
基本分類構成項目	リース料率
輸出サービス価格指数	外航貨物輸送 (円ベース)、国際航空貨物輸送 (円ベース)、外航貨物輸送 (契約通貨ベース)
消費税を除く企業向けサービス価格指数	総平均、大類別、類別、小類別、品目

(注) (1) の「産業連関表」のシャドーは、企業向けサービス価格指数の対象範囲。
 (資料) 総務省「産業連関表」

分類編成

< 2000年基準 >

大類別	類別
	小類別
1. 金融・保険	金融
	金融手数料
	保険
	損害保険
2. 不動産	不動産賃貸
	事務所賃貸
	その他の不動産賃貸
3. 運輸	旅客輸送
	鉄道旅客輸送
	道路旅客輸送
	航空旅客輸送
	陸上貨物輸送
	鉄道貨物輸送
	道路貨物輸送
	海上貨物輸送
	外航貨物輸送
	内航貨物輸送
	貨物用船料
	港湾運送
	航空貨物輸送
	国際航空貨物輸送
	国内航空貨物輸送
	倉庫・運輸付帯サービス
	倉庫
こん包	
有料道路	
4. 通信・放送	通信
	郵便
	固定電気通信
	移動電気通信
	アクセスチャージ
	放送
放送	
5. 広告	広告
	四媒体広告 その他の広告
6. 情報サービス	情報サービス
	ソフトウェア開発 情報処理・提供サービス
7. リース・レンタル	リース・レンタル
	リース レンタル
8. 諸サービス	下水道・産業廃棄物処理
	下水道
	産業廃棄物処理
	自動車・機械修理
	自動車修理
	機械修理
	専門サービス
	法務・会計サービス
	土木建築サービス
	その他の専門サービス
その他諸サービス	
建物サービス	
労働者派遣サービス	
警備	
洗濯	

< 2005年基準 >

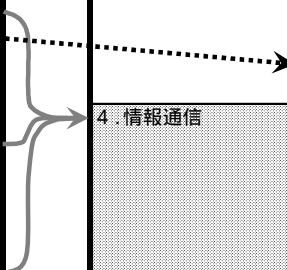
大類別	類別
	小類別
1. 金融・保険	金融
	金融手数料
	保険
	損害保険
2. 不動産	不動産賃貸
	事務所賃貸
	その他の不動産賃貸
3. 運輸	旅客輸送
	鉄道旅客輸送
	道路旅客輸送
	海上旅客輸送
	国際航空旅客輸送
	国内航空旅客輸送
	陸上貨物輸送
	鉄道貨物輸送
	道路貨物輸送
	海上貨物輸送
	外航貨物輸送
	内航貨物輸送
	貨物用船料
	港湾運送
	航空貨物輸送
	国際航空貨物輸送
	国内航空貨物輸送
倉庫・運輸付帯サービス	
倉庫	
こん包	
有料道路	
4. 情報通信	郵便
	郵便
	通信
	固定電気通信
	移動電気通信
	アクセスチャージ
放送	
放送	
5. 広告	広告
	四媒体広告 その他の広告
6. リース・レンタル	リース・レンタル
	リース レンタル
7. 諸サービス	下水道・廃棄物処理
	下水道
	廃棄物処理
	自動車整備・機械修理
	自動車整備
	機械修理
	専門サービス
	法務・会計サービス
	土木建築サービス
	その他の専門サービス
その他諸サービス	
教育訓練サービス	
建物サービス	
労働者派遣サービス	
警備	
プラントエンジニアリング	
テレマーケティング	
宿泊サービス	
洗濯	

新設
分割

新設

新設

新設



ウエイトとパーシェ・チェック

(1) 千分比ウエイト

大 類 別 類 別 / 小 類 別	1985年基準	1990年基準	1995年基準	2000年基準	2005年基準	増 減
	金 融 ・ 保 険	62.7	51.9	73.3	50.4	
金 融	30.3	19.2	49.4	37.3	42.7	+5.4
保 険	32.4	32.7	23.9	13.1	16.4	+3.3
不 動 産	136.5	107.1	96.1	72.8	66.1	6.7
運 輸	314.6	257.7	245.3	207.5	210.3	+2.8
旅 客 輸 送	78.3	85.1	55.0	45.3	43.8	1.5
陸 上 貨 物 輸 送	100.6	70.8	85.9	65.5	72.3	+6.8
海 上 貨 物 輸 送	65.5	43.3	40.9	44.4	47.9	+3.5
航 空 貨 物 輸 送	4.6	4.4	4.3	4.7	5.1	+0.4
倉庫・運輸付帯サービス	49.1	40.7	44.2	33.4	30.8	2.6
郵 便	16.5	13.4	15.0	14.2	10.4	3.8
情 報 通 信	128.2	120.3	123.2	188.2	216.5	+28.3
通 信	55.3	45.7	53.1	80.0	61.2	18.8
放 送			1.1	2.1	2.9	+0.8
情 報 サ ー ビ ス	72.9	74.6	69.0	106.1	129.3	+23.2
インターネット附随サービス					6.7	+6.7
新 聞 ・ 出 版					16.4	+16.4
広 告	63.6	60.5	64.8	74.9	68.5	6.4
リ ー ス ・ レ ン タ ル	101.1	133.6	90.4	93.0	84.6	8.4
諸 サ ー ビ ス	193.3	268.9	306.9	313.2	294.9	18.3
下 水 道	4.1	3.9	6.3	7.3	6.6	0.7
廃 棄 物 処 理	20.2	14.9	19.2	18.8	18.8	0.0
自 動 車 整 備		34.7	44.8	33.4	26.6	6.8
機 械 修 理		66.7	64.7	57.7	45.6	12.1
法 務 ・ 会 計 サ ー ビ ス	35.9	26.7	23.6	25.2	25.9	+0.7
土 木 建 築 サ ー ビ ス	64.3	59.3	54.6	40.4	42.2	+1.8
その他の専門サービス			31.8	43.9	5.2	38.7
教 育 訓 練 サ ー ビ ス					3.4	+3.4
建 物 サ ー ビ ス	52.2	33.1	27.2	40.4	30.6	9.8
労 働 者 派 遣 サ ー ビ ス		13.2	11.0	15.5	28.0	+12.5
警 備	16.6	16.4	14.9	18.4	14.0	4.4
プラントエンジニアリング					19.7	+19.7
テレマーケティング					2.8	+2.8
宿 泊 サ ー ビ ス					17.7	+17.7
洗 濯			8.8	12.2	7.8	4.4

(2) パーシェ・チェックの結果

対象年次	固定基準ラスパイレス指数 ウエイト算定年次	パーシェ指数 ウエイト算定年次	乖離率
1990年	1985年	1990年	3.1%
1995年	1990年	1995年	1.3%
2000年	1995年	2000年	3.0%
2005年	2000年	2005年	5.0%

(注) 1. (1)の2000年基準以前のウエイトは、2005年基準の分類編成に合わせて簡便的に組替えたもの。
2. (2)乖離率は、(パーシェ指数 - 固定基準ラスパイレス指数) ÷ 固定基準ラスパイレス指数 × 100により算出。

品目改廃

大	類	別	2005年基準	2000年基準	増 減			
					合計	新規	分割	統合
合	計	(総 平 均)	137	110	27	15	13	1
金	融	・ 保 険	16	14	2	1	1	0
	金	融 手 数 料	12	10	2	1	1	0
	損	害 保 険	4	4	0	0	0	0
不	動	産	7	7	0	0	0	0
	事	務 所 賃 貸	4	4	0	0	0	0
	そ	の 他 の 不 動 産 賃 貸	3	3	0	0	0	0
運		輸	37	32	5	1	4	0
	鉄	道 旅 客 輸 送	2	2	0	0	0	0
	道	路 旅 客 輸 送	3	3	0	0	0	0
	海	上 旅 客 輸 送	1		1	1	0	0
	国	際 航 空 旅 客 輸 送	3	1	2	0	2	0
	国	内 航 空 旅 客 輸 送	1	1	0	0	0	0
	鉄	道 貨 物 輸 送	1	1	0	0	0	0
	道	路 貨 物 輸 送	5	5	0	0	0	0
	外	航 貨 物 輸 送	3	3	0	0	0	0
	内	航 貨 物 輸 送	4	3	1	0	1	0
	貨	物 用 船 料	1	1	0	0	0	0
	港	湾 運 送	1	1	0	0	0	0
	国	際 航 空 貨 物 輸 送	1	1	0	0	0	0
	国	内 航 空 貨 物 輸 送	1	1	0	0	0	0
	倉	庫	2	2	0	0	0	0
	こ	ん 包	1	1	0	0	0	0
	有	料 道 路	3	3	0	0	0	0
	郵	便	4	3	1	0	1	0
情	報	通 信	20	13	7	5	3	1
	固	定 電 気 通 信	4	3	1	0	1	0
	移	動 電 気 通 信	1	2	1	0	0	1
	ア	ク セ ス チ ャ ー ジ	1	1	0	0	0	0
	放	送	3	1	2	0	2	0
	ソ	フ ト ウ ェ ア 開 発	2	2	0	0	0	0
	情	報 処 理 ・ 提 供 サ ー ビ ス	4	4	0	0	0	0
	イ	ン タ ー ネ ッ ト 附 随 サ ー ビ ス	1		1	1	0	0
	新	聞	1		1	1	0	0
	出	版 告	3		3	3	0	0
広		告	10	9	1	1	0	0
	四	媒 体 広 告	4	4	0	0	0	0
	そ	の 他 の 広 告	6	5	1	1	0	0
リ	ー	ス ・ レ ン タ ル	14	12	2	1	1	0
	リ	ー	9	9	0	0	0	0
	レ	ン タ ル	5	3	2	1	1	0
諸	サ	ー ビ ス	33	23	10	6	4	0
	下	水 道	1	1	0	0	0	0
	廃	棄 物 処 理	2	1	1	1	0	0
	自	動 車 整 備	2	1	1	0	1	0
	機	械 修 理	2	1	1	0	1	0
	法	務 ・ 会 計 サ ー ビ ス	5	5	0	0	0	0
	土	木 建 築 サ ー ビ ス	4	3	1	1	0	0
	そ	の 他 の 専 門 サ ー ビ ス	4	4	0	0	0	0
	教	育 訓 練 サ ー ビ ス	1		1	1	0	0
	建	物 サ ー ビ ス	3	3	0	0	0	0
	労	働 者 派 遣 サ ー ビ ス	2	1	1	0	1	0
	警	備	2	1	1	0	1	0
	プ	ラ ン ト エ ン ジ ニ ア リ ン グ	1		1	1	0	0
	テ	レ マ ー ケ テ ィ ン グ	1		1	1	0	0
	宿	泊 サ ー ビ ス	1		1	1	0	0
	洗	濯	2	2	0	0	0	0

品目分類編成とウエイト

1. 基本分類指数

大 類 別	05年 00年		類 別	05年 00年		小 類 別	05年 00年		品 目	05年 00年	
	05年	00年		05年	00年		05年	00年		05年	00年
金融・保険	59.1	50.4	金融	42.7	37.3	金融手数料	42.7	37.3	内国為替手数料	5.0	8.0
									外国為替手数料	0.8	1.2
									預貸業務手数料	4.1	4.7
									証券委託手数料	9.3	8.4
									証券引受手数料	3.1	2.2
									証券募集取扱手数料	8.4	2.5
									証券事務委託手数料	3.7	3.3
									代理業務手数料	0.6	1.5
									(名)貸金庫手数料	0.3	0.4
									(分)信用保証料	3.9	5.1
			(分)カード加盟店手数料	2.2							
			(新)ATM委託手数料	1.3							
			保険	16.4	13.1	損害保険	16.4	13.1	火災保険	2.7	3.2
									自動車保険(任意)	10.5	7.4
									自動車保険(自賠責)	2.1	2.0
									海上・運送保険	1.1	0.5
									事務所賃貸(東京圏)	32.8	27.7
事務所賃貸(名古屋圏)	2.1	4.1									
事務所賃貸(大阪圏)	8.0	11.3									
事務所賃貸(その他地域)	5.1	7.9									
不動産	66.1	72.8	不動産賃貸	66.1	72.8	事務所賃貸	48.0	51.0	店舗賃貸	10.6	12.7
									ホテル賃貸	0.7	1.2
									駐車場賃貸	6.8	7.9
									新幹線	7.3	7.3
									鉄道旅客輸送(除新幹線)	11.6	12.2
									乗合バス	2.0	2.4
貸切バス	1.2	1.4									
ハイヤー・タクシー	7.6	7.7									
運輸	210.3	207.5	旅客輸送	43.8	45.3	鉄道旅客輸送	18.9	19.5	(新)内航旅客輸送	0.4	
									(分)国際航空旅客輸送(北米方面)	0.9	
									(分)国際航空旅客輸送(欧州方面)	1.8	5.0
									(分)国際航空旅客輸送(アジア・オセアニア方面)	2.6	
									国内航空旅客輸送	8.4	9.3
									国内航空旅客輸送	8.4	9.3
									陸上貨物輸送	72.3	65.5
									鉄道貨物輸送	0.9	0.9
									道路貨物輸送	71.4	64.6
									積合せ貨物輸送	13.8	9.3
									宅配便	10.0	8.5
									メール便	2.5	0.5
									貸切貨物輸送	34.1	36.9
			特殊貨物輸送	11.0	9.4						
			海上貨物輸送	47.9	44.4						
			外航貨物輸送	22.3	20.7						
			定期船	2.7	2.4						
			不定期船	11.2	12.0						
			外航タンカー	8.4	6.3						
			内航貨物輸送	5.2	6.1						
			(分)RORO船	1.4	3.8						
			(分)貨物船(除RORO船)	1.2							
			自動車航送船	1.3	1.5						
			内航タンカー	1.3	0.8						
			貨物用船料	9.4	7.2						
			外航貨物用船料	9.4	7.2						
			港湾運送	11.0	10.4						
			国際航空貨物輸送	4.6	4.0						
			国際航空貨物輸送	4.6	4.0						
			国内航空貨物輸送	0.5	0.7						
			国内航空貨物輸送	0.5	0.7						
			倉庫・運輸付帯サービス	30.8	33.4						
			倉庫	11.9	9.1						
			普通倉庫	9.5	7.2						
			冷蔵倉庫	2.4	1.9						
			こん包	7.2	8.6						
			有料道路	11.7	15.7						
高速自動車国道	7.8	10.5									
都市高速道路	2.3	3.0									
一般有料道路	1.6	2.2									
郵便	10.4	14.2									
郵便	10.4	14.2									
封書	5.5	8.0									
はがき	3.0	2.6									
(分)特殊取扱郵便	1.3	3.6									
(分)国際郵便	0.6										
情報通信	216.5	188.2	通信	61.2	80.0	固定電気通信	31.3	52.3	固定電話	19.2	38.3
									専用線	3.6	8.2
									(分)インターネット接続サービス	5.3	5.8
									(分)WANサービス	3.2	
									移動電気通信	24.2	21.5
									(統)携帯電話・PHS	24.2	21.5
									アクセスチャージ	5.7	6.2
									アクセスチャージ	5.7	6.2
									放送	2.9	2.1
									放送	2.9	2.1
			(分)公共放送	0.8							
			(分)民間放送	1.0	2.1						
			(分)有線放送	1.1							
			情報サービス	129.3	106.1						
			ソフトウェア開発	68.6	61.3						
			受託開発ソフトウェア	62.3	44.1						
			パッケージソフトウェア	6.3	17.2						
情報処理サービス	31.2	24.2									
システム等管理運営受託	22.4	11.9									
情報提供サービス	4.2	4.3									
(拡)市場調査・世論調査	2.9	4.4									
インターネット附随サービス	6.7										
(新)インターネット附随サービス	6.7										
新聞・出版	16.4										
新聞	4.4										
(新)新聞	4.4										
出版	12.0										
(新)書籍	6.7										
(新)月刊誌	4.1										
(新)週刊誌	1.2										
広告	68.5	74.9	広告	68.5	74.9	四媒体広告	45.2	51.9	新聞広告	13.0	15.8
									雑誌広告	7.0	8.4
									テレビ広告	23.4	25.6
									ラジオ広告	1.8	2.1
									屋外広告	1.0	2.9
									交通広告	4.3	4.5
									折込広告	6.3	7.8
									ダイレクトメール広告	4.1	5.9
									インターネット広告	3.5	1.9
									(新)フリーペーパー・フリーマガジン広告	4.1	

品目分類編成とウエイト

1. 基本分類指数

大 類 別	05年 00年		類 別	05年 00年		小 類 別	05年 00年		品 目	05年 00年										
	05年	00年		05年	00年		05年	00年		05年	00年									
リース・レンタル	84.6	93.0	リース・レンタル	84.6	93.0	リース	69.5	77.2	産業機械リース	10.1	10.0									
									工作機械リース	2.6	1.9									
									医療用機器リース	3.3	2.6									
									商業・サービス業用機械設備リース	10.7	10.1									
									通信機器リース	5.8	4.5									
									土木・建設機械リース	1.9	2.7									
									電子計算機・同関連機器リース	21.9	29.5									
									事務用機器リース	5.4	6.2									
									輸送用機器リース	7.8	9.7									
									(分) 建設機械レンタル	4.2	9.9									
									(分) 仮設資材レンタル	3.1										
									電子計算機レンタル	2.4	3.7									
									レンタカー	2.7	2.2									
(新) オフィス・イベント用品レンタル	2.7																			
諸サービス	294.9	313.2	下水道・廃棄物処理	25.4	26.1	下水道	6.6	7.3	下水道	6.6	7.3									
									廃棄物処理	18.8	18.8									
									(新) 一般廃棄物処理	6.8										
									産業廃棄物処理	12.0	18.8									
									(分) 車検・定期点検・一般整備	21.0	33.4									
									(分) 自動車整備(事故整備)	5.6										
									(分) 電気機械器具修理	17.5	57.7									
									(分) 機械修理(除電気機械器具)	28.1										
									専門サービス	73.3	109.5	法務・会計サービス	25.9	25.2	弁護士サービス	4.6	3.5	弁護士サービス	4.6	3.5
																		弁護士サービス	2.9	4.4
																		司法書士サービス	1.2	1.1
																		公認会計士サービス	5.1	3.9
																		税理士サービス	12.1	12.3
																		(名) 建築設計	17.8	21.1
																		(新) 土木設計	13.6	
									測量	7.9	16.5									
									地質調査	2.9	2.8									
									その他の専門サービス	5.2	43.9	社会保険労務士サービス	2.1	16.8	社会保険労務士サービス	2.1	16.8			
															不動産鑑定評価	0.8	4.4			
															行政書士サービス	1.2	10.7			
															土地家屋調査士サービス	1.1	12.0			
															(新) 社員研修サービス	3.4				
															清掃	21.7	29.1			
															設備管理	5.6	6.6			
									衛生管理	3.3	4.7									
									労働者派遣サービス	28.0	15.5	警備	14.0	18.4	(分) 事務職派遣	14.5	15.5	(分) 事務職派遣	14.5	15.5
																		(分) 労働者派遣サービス(除事務職)	13.5	
																		(分) 警備(除機械警備)	10.3	
																		(分) 機械警備	3.7	18.4
																		(新) プラントエンジニアリング	19.7	
																		(新) テレマーケティング	2.8	
																		(新) ホテル宿泊サービス	17.7	
																		洗濯	7.8	12.2
普通洗濯	2.4	5.4																		
リネンサプライ	5.4	6.8																		
その他諸サービス	124.0	86.5	教育訓練サービス	3.4		建物サービス	30.6	40.4	清掃	21.7	29.1									
									設備管理	5.6	6.6									
									衛生管理	3.3	4.7									
									労働者派遣サービス	28.0	15.5									
									警備	14.0	18.4									
									プラントエンジニアリング	19.7										
									テレマーケティング	2.8										
									宿泊サービス	17.7										
									洗濯	7.8	12.2									
									普通洗濯	2.4	5.4									
リネンサプライ	5.4	6.8																		

〔参考系列〕 契約通貨ベース

大 類 別	05年 00年		類 別	05年 00年		小 類 別	05年 00年		品 目	05年 00年	
	05年	00年		05年	00年		05年	00年		05年	00年
運輸	210.3	207.5	海上貨物輸送	47.9	44.4	外航貨物輸送	22.3	20.7	定期船	2.7	2.4
									不定期船	11.2	12.0
									外航タンカー	8.4	6.3
									貨物用船料	9.4	7.2
航空貨物輸送	5.1	4.7	国際航空貨物輸送	4.6	4.0	国際航空貨物輸送	4.6	4.0			

〔参考系列〕 総平均(除く国際運輸)

項 目	05年	00年
(新) 総平均(除く国際運輸)	957.8	
(新) 運輸(除く国際運輸)	168.1	
(新) 国際運輸	42.2	

2. 参考指数

基本分類構成項目

項 目	05年	00年
リース		(新) リース料率

輸出サービス価格指数

項 目	05年	00年
輸出貨物運賃(円ベース)		外航貨物輸送
		国際航空貨物輸送
輸出貨物運賃(契約通貨ベース)		外航貨物輸送

消費税を除く企業向けサービス価格指数

基本分類指数と同じ

(注) (新)は新規、(分)は分割、(統)は統合、(拡)は拡充、(名)は名称変更。

調査価格数とその内訳

大類別	類別	小類別	合計	取引価格 標準価格	平均価格	料率× インフレーター	労働時間当たり単価		モデル価格
							平均人月単価	その他	
合計			3,426	2,000	709	210	91	144	272
	《参考指数》を含むベース		3,463	2,021	725	210	91	144	272
金融・保険			317	149	34	117	0	0	17
	金融		240	136	34	70	0	0	0
	保険		77	13	0	47	0	0	17
不動産			499	166	333	0	0	0	0
	不動産賃貸	事務所賃貸	289	15	274	0	0	0	0
		その他の不動産賃貸	210	151	59	0	0	0	0
運輸			794	618	54	0	0	0	122
	旅客輸送	鉄道旅客輸送	59	59	0	0	0	0	0
		道路旅客輸送	56	27	11	0	0	0	18
		海上旅客輸送	11	11	0	0	0	0	0
		国際航空旅客輸送	62	0	0	0	0	0	62
		国内航空旅客輸送	12	0	0	0	0	0	12
	陸上貨物輸送		205	198	7	0	0	0	0
	海上貨物輸送	外航貨物輸送	66	59	1	0	0	0	6
		内航貨物輸送	73	70	3	0	0	0	0
		貨物用船料	42	34	8	0	0	0	0
		港湾運送	35	35	0	0	0	0	0
	航空貨物輸送		32	8	24	0	0	0	0
	倉庫・運輸付帯 サービス	倉庫	65	65	0	0	0	0	0
		こん包	37	37	0	0	0	0	0
		有料道路	24	0	0	0	0	0	24
	郵便		15	15	0	0	0	0	0
情報通信			372	256	7	4	42	38	25
	通信	固定電気通信	55	35	5	0	0	0	15
		移動電気通信	10	0	0	0	0	0	10
		アクセスチャージ	15	15	0	0	0	0	0
	放送		12	12	0	0	0	0	0
	情報サービス	ソフトウェア開発	85	15	0	0	41	29	0
		情報処理・提供サービス	107	95	2	0	1	9	0
	インターネット附随サービス		21	17	0	4	0	0	0
	新聞・出版	新聞	17	17	0	0	0	0	0
		出版	50	50	0	0	0	0	0
広告			277	169	108	0	0	0	0
	広告	四媒体広告	110	18	92	0	0	0	0
		その他の広告	167	151	16	0	0	0	0
リース・レンタル			184	56	39	89	0	0	0
	リース・ レンタル	リース	97	5	7	85	0	0	0
		レンタル	87	51	32	4	0	0	0
諸サービス			983	586	134	0	49	106	108
	下水道・ 廃棄物処理	下水道	21	21	0	0	0	0	0
		廃棄物処理	88	88	0	0	0	0	0
	自動車整備・ 機械修理	自動車整備	64	32	0	0	0	16	16
		機械修理	92	52	1	0	0	26	13
	専門サービス	法務・会計サービス	163	110	2	0	28	23	0
		土木建築サービス	106	32	11	0	13	0	50
		その他の専門サービス	85	65	0	0	0	0	20
	その他 諸サービス	教育訓練サービス	25	25	0	0	0	0	0
		建物サービス	82	82	0	0	0	0	0
		労働者派遣サービス	90	0	90	0	0	0	0
		警備	49	21	0	0	8	20	0
		プラントエンジニアリング	12	0	0	0	0	3	9
		テレマーケティング	21	3	0	0	0	18	0
		宿泊サービス	36	6	30	0	0	0	0
		洗濯	49	49	0	0	0	0	0
《参考指数》輸出サービス価格指数			37	21	16	0	0	0	0
	輸出貨物運賃		37	21	16	0	0	0	0