

企業向けサービス価格指数 2015年基準改定結果

2019年6月
調査統計局
物価統計課

SPPI・2015年基準改定の公表スケジュール

(図表 1)

日程	公表資料
2019年6月18日	<ul style="list-style-type: none">● 調査論文「企業向けサービス価格指数・2015年基準改定結果」● 2015年基準月次指数:2015年1月～2019年3月● 卸売サービス価格指数:2015年1-3月～2019年1-3月● 接続指数:1985年1月以降● 各種関連資料(解説、品目分類編成等)
2019年6月25日	<ul style="list-style-type: none">● 2015年基準月次指数:4月確報、5月速報
2019年8月27日	<ul style="list-style-type: none">● 卸売サービス価格指数:1-3月確報、4-6月速報

SPPI・2015年基準改定の概要

(図表 2)

①経済・産業構造の変化への対応

- 情報通信技術の高度化
 - ✓ インターネット広告の拡大
 - ✓ ポータルサイトの多様化
 - ✓ IoT化の進展
- セキュリティ意識の高まり
- 人手不足や働き方改革への対応

②指数精度改善に向けた取り組み

- 広告業界の変化に応じた品質調整
 - ✓ 新聞広告
 - ✓ テレビ広告
 - ✓ インターネット広告
- 損害保険のリスク量を考慮した品質調整
 - ✓ 自動車保険

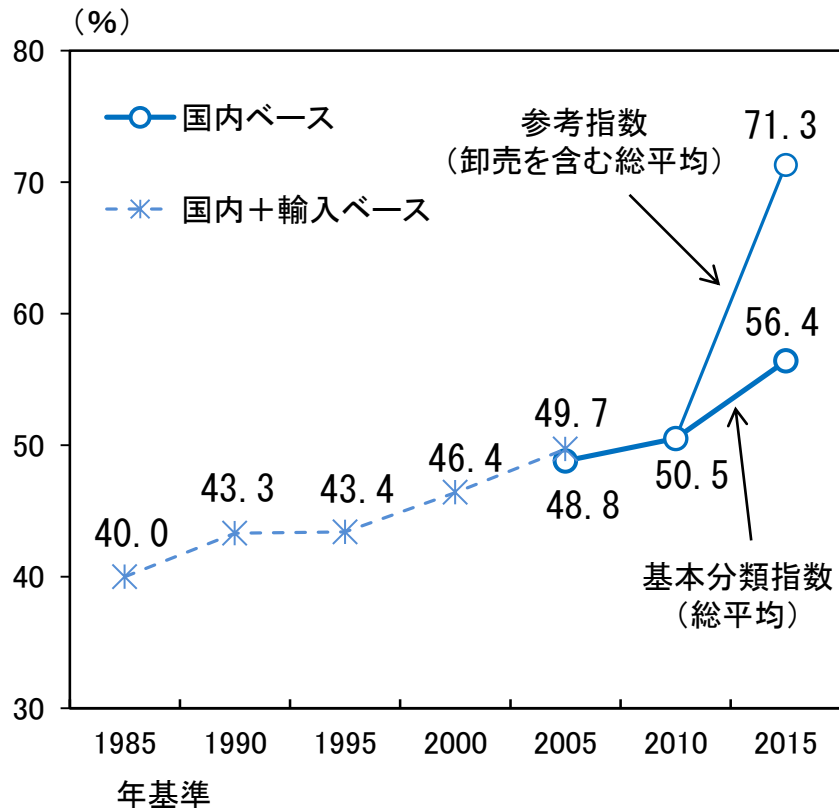
③政府の統計改革、デフレーター・ニーズへの対応

- 卸売サービス
- 知的財産ライセンス
- 不動産仲介・管理
- テレビ番組制作 など

2015年基準指数のカバレッジと調査価格数

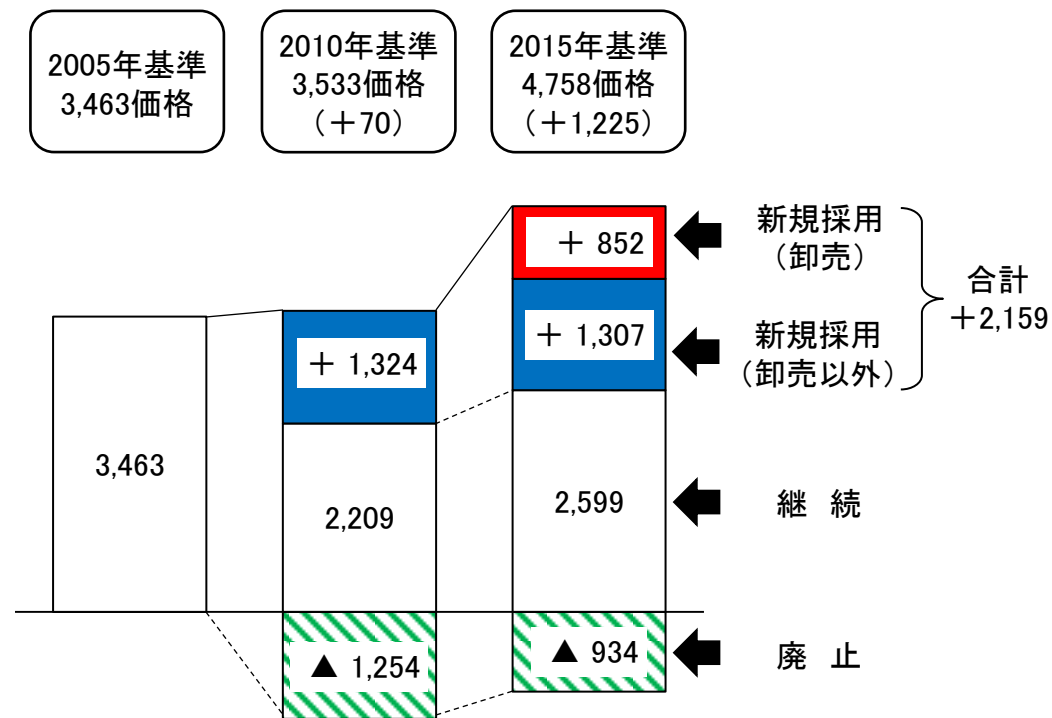
(図表3)

(1) 採用カバレッジの推移



(注) 採用カバレッジ=採用品目の取引額/企業向けサービスの総取引額

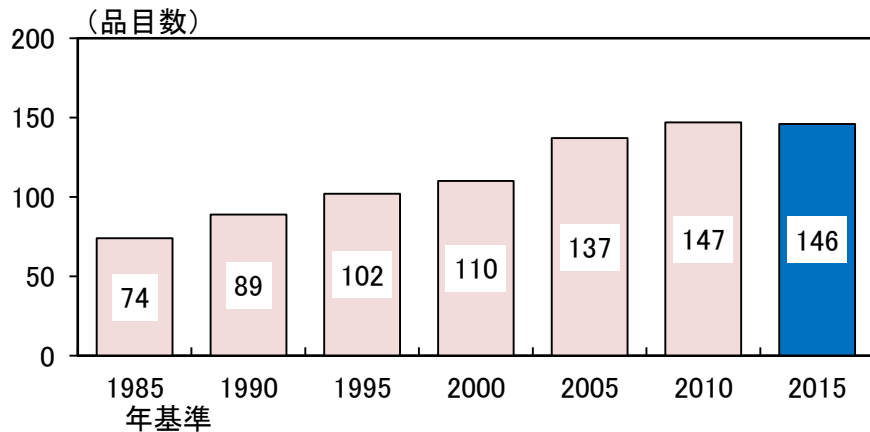
(2) 調査価格数



(注) 参考指数を含むベース。

2015年基準指数の品目数とウエイト

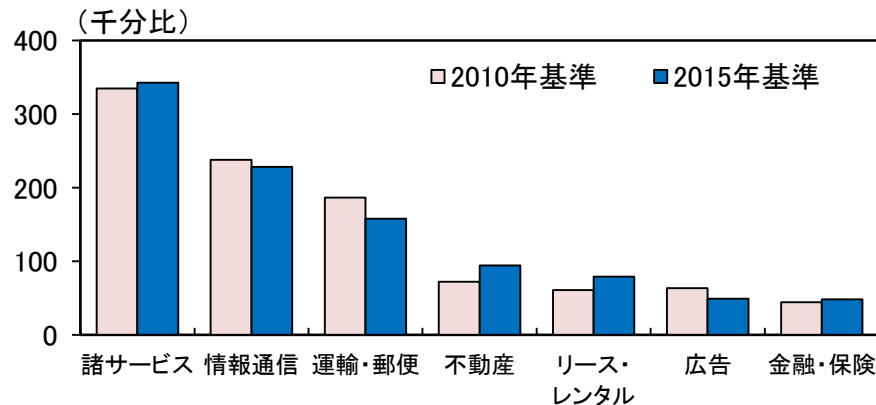
(1) 採用品目数



(2) 採用品目数の増減の内訳

2015年基準(a)	2010年基準(b)	品目数の増減(a-b)			
		新規	分割	廃止	統合
146	147	▲1	6	5	▲1
					▲11

(3) 大類別のウエイトの変化



(4) 品目別のウエイト変化の例

品目	2010年基準	2015年基準	変化幅
インターネット関連			
ポータルサイト・サーバ運営	9.2	14.3	+9.2
インターネット利用サポート		4.1	
インターネット広告	6.8	10.9	+4.1
建設・復興・インフラ関連			
建設機械レンタル	4.5	11.7	+7.2
仮設資材レンタル	2.8	6.9	+4.1
建築設計	8.7	13.1	+4.4
土木設計	7.6	11.2	+3.6
その他(低下品目)			
情報提供サービス	12.3	5.7	▲6.6
固定電話	14.9	9.3	▲5.6
新聞広告	8.7	4.1	▲4.6

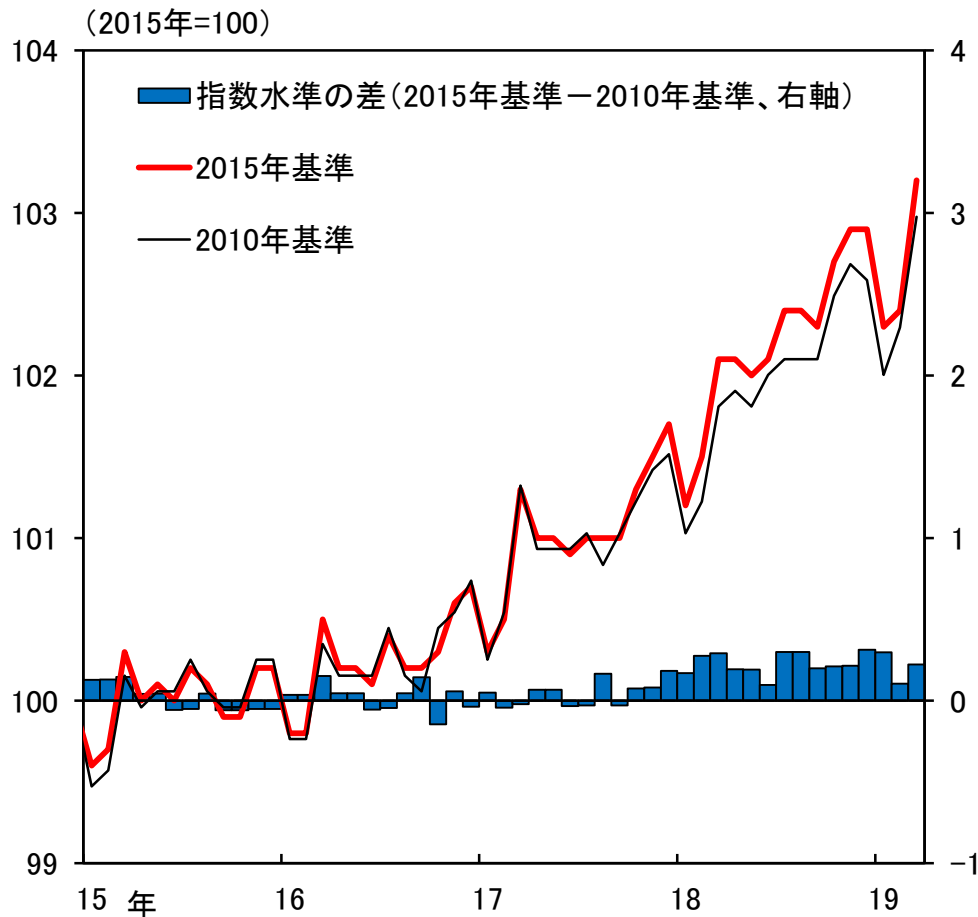
(注1) 採用品目数は基本分類指数ベース。

(注2) ウエイトは、総平均を1,000とした場合の大類別、品目ウエイト。品目ウエイトの変化には、ウエイト算定に用いる基礎統計の変更なども影響。

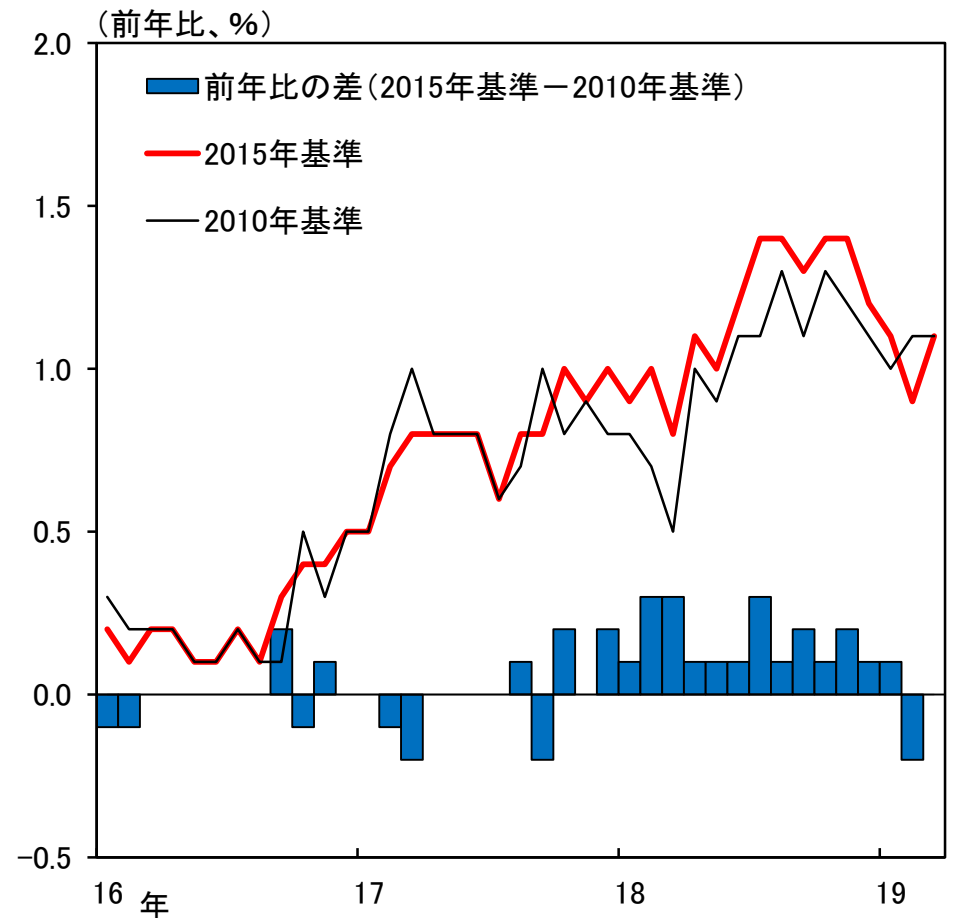
2015年基準の総平均指数

- ✓ 新基準における「総平均」の指数水準は、2017年後半以降、旧基準と比べ、上振れて推移。
- ✓ 新基準における「総平均」の前年比は、2017年後半以降、+1%近傍(ピークでは+1.4%)の伸びとなり、旧基準対比では、2017年後半から2018年中を中心に、多くの月で+0.1~0.3%ポイント上振れ。

(1) 指数の水準



(2) 指数の前年比

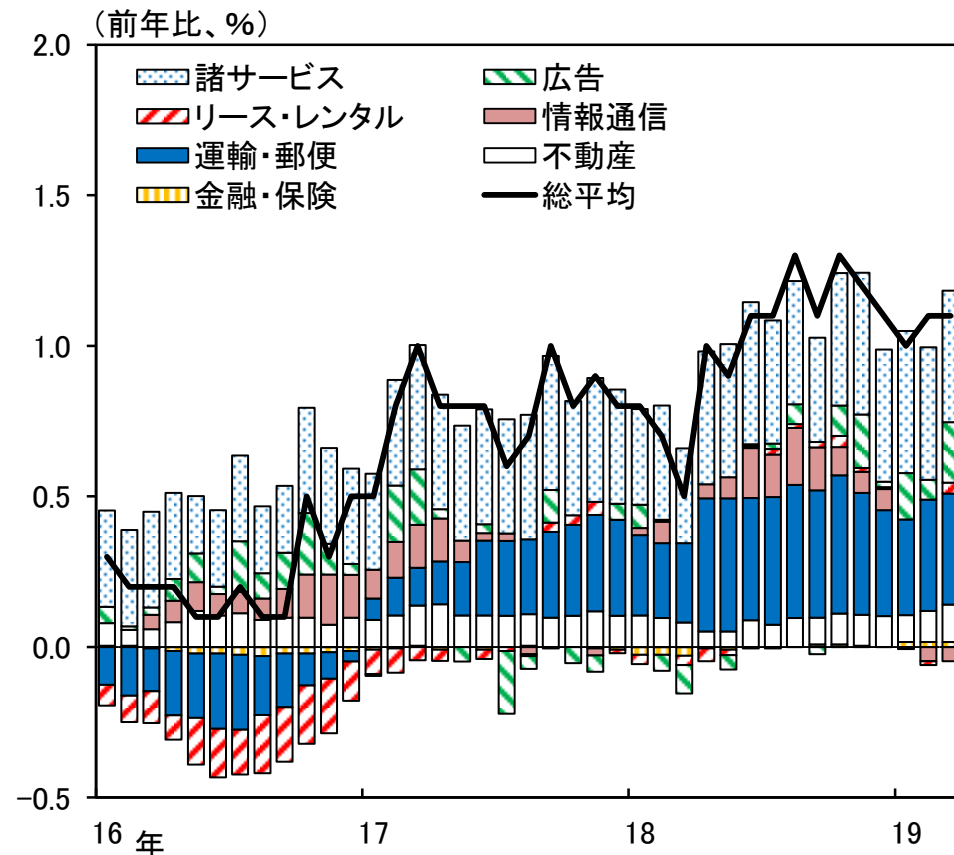
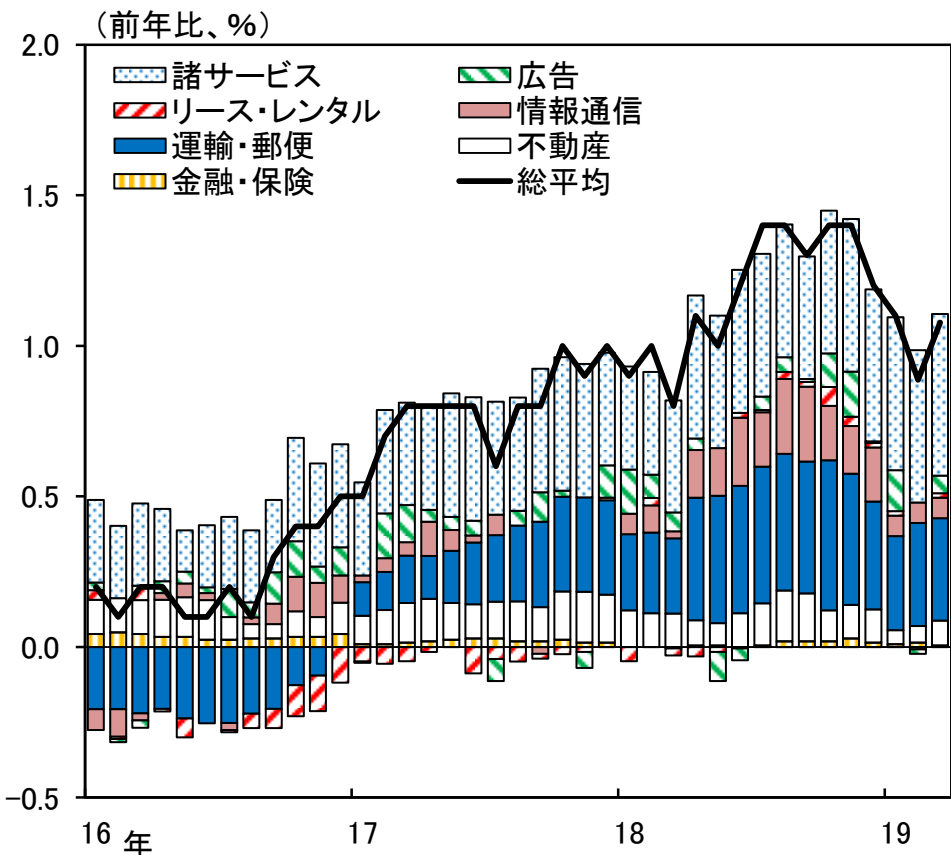


総平均指数の寄与度分解(大類別)

- ✓ 「総平均」の前年比をみると、多くの大類別がプラス方向に寄与。
- ✓ 人手不足の影響が強いサービス(「運輸・郵便」や「諸サービス」)を中心にサービス価格が上昇している姿は、旧基準と変わらない。「情報通信」では、近年におけるプラス寄与が拡大している。

(1) 2015年基準

(2) 2010年基準



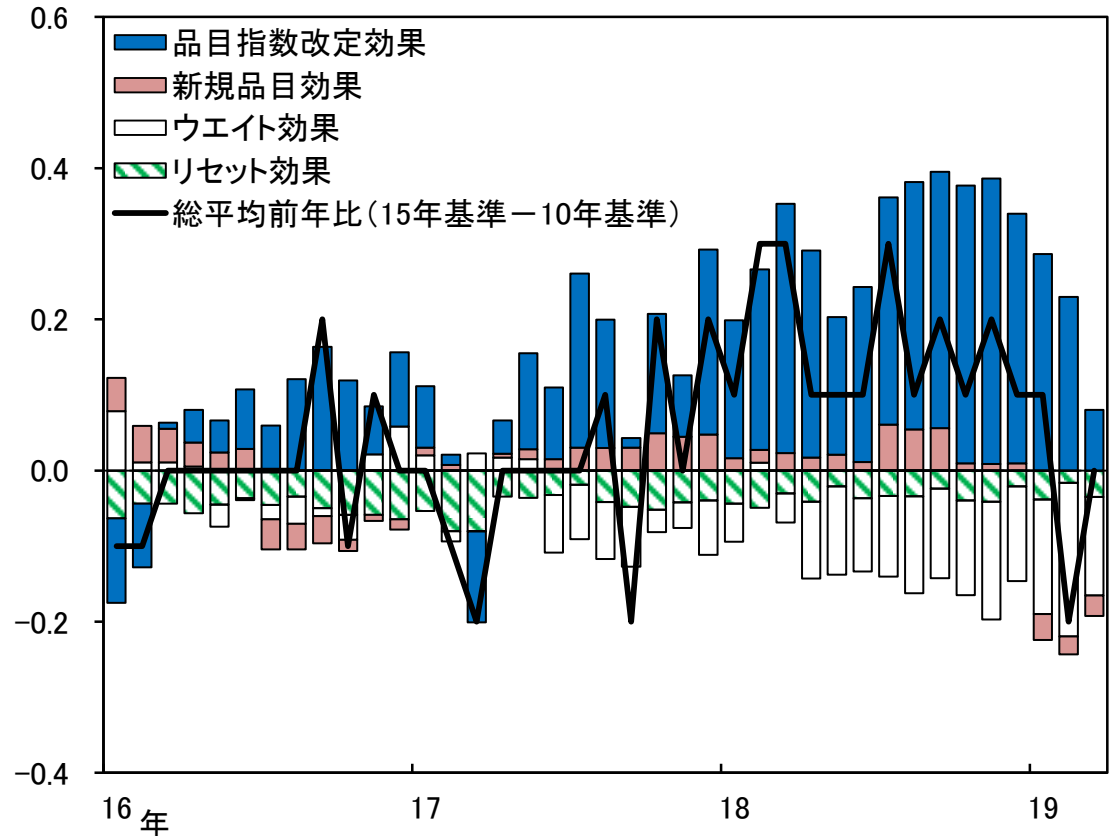
(注) 四捨五入の関係上、内訳の合計値と総平均(折れ線)の値は一致しない。

基準改定の影響の要因分解

- ✓ 総平均前年比の新旧乖離を、①品目指数改定効果(既存品目見直しの効果)、②新規品目効果(新規品目設定の効果)のほか、③ウエイト効果や④リセット効果(指数算式上、機械的に生じる効果)に分解。
- ✓ 品目指数改定効果と新規品目効果の押し上げ寄与が、ウエイト効果とリセット効果の押し下げ寄与を上回り、総平均前年比は、2017～2019年の平均で+0.07%ポイントの上方改定。

(総平均前年比の新旧乖離、寄与度、%ポイント)

変動要因	2017年～2019年の平均寄与度
全効果	+0.07
品目指数改定効果	+0.19
新規品目効果	+0.02
ウエイト効果	▲0.07
リセット効果	▲0.04

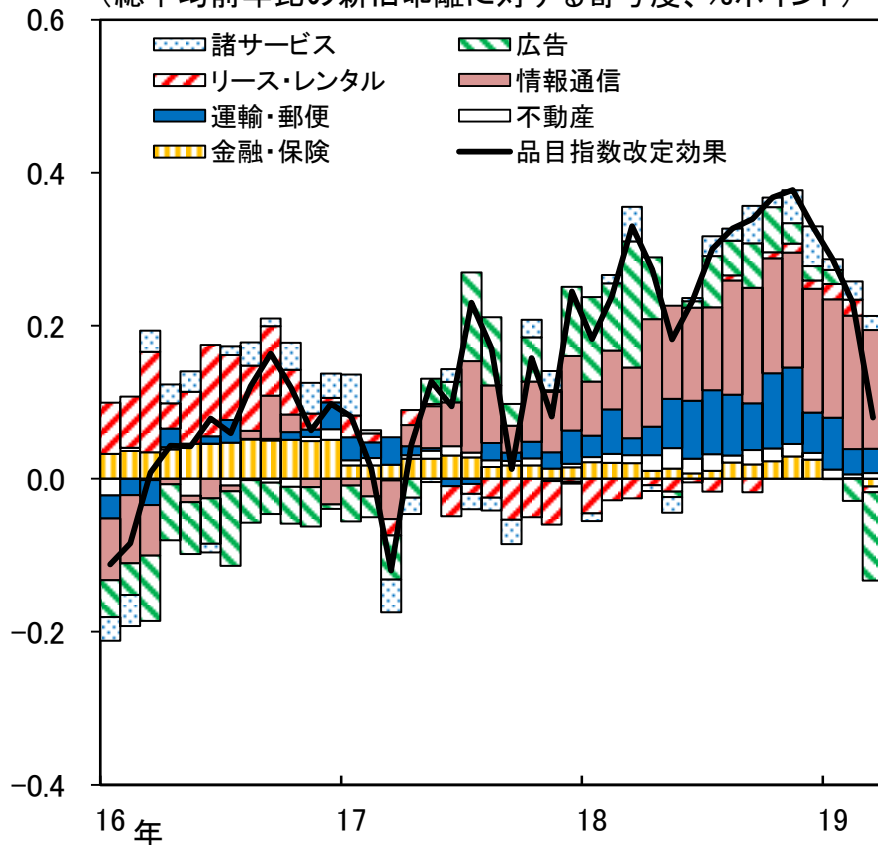


(注)四捨五入の関係上、内訳の合計値と総平均(折れ線)の値は一致しない。

品目指数改定効果

- ✓ 既存品目の見直しにより生じる「品目指数改定効果」の内訳をみると、2017年以降、「情報通信」や「広告」が、総平均前年比の上方改定に大きく寄与している。
- ✓ 「インターネット附随サービス」や、「インターネット広告」など、インターネット関連のサービスについて、近年の実勢を捉えるべく価格調査を拡充したことが、総平均前年比の上振れの主因。

(総平均前年比の新旧乖離に対する寄与度、%ポイント)



(総平均前年比の新旧乖離に対する品目指数改定効果の寄与度、%ポイント)

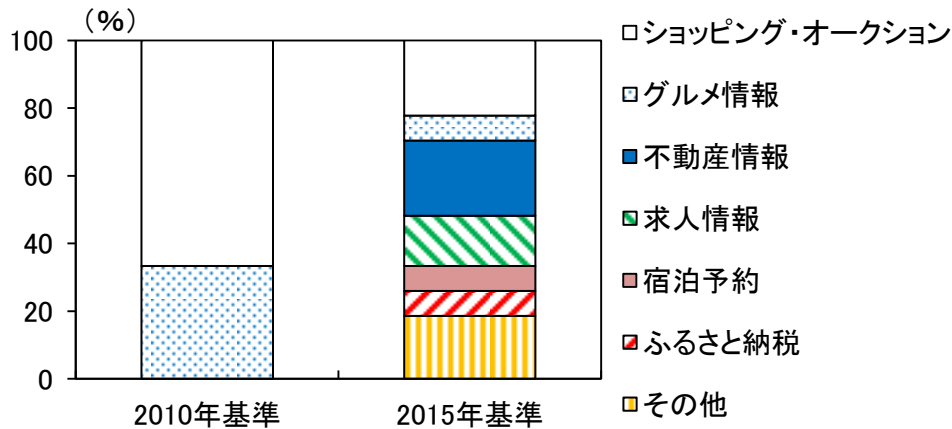
	【大類別】品目等	2017年～2019年の平均寄与度
押し上げ寄与	【情報通信】インターネット附随サービス(小類別)	+0.08
	【広告】インターネット広告	+0.03
	【金融・保険】自動車保険(任意+自賠責)	+0.02
	【諸サービス】労働者派遣サービス(小類別)	+0.01
	【運輸・郵便】外航貨物輸送(除外航タンカー)	+0.01
	【運輸・郵便】宅配便	+0.01
	【運輸・郵便】自動車貨物輸送	+0.01
押し下げ寄与	【諸サービス】土木建築サービス(小類別)	▲0.02
	【リース・レンタル】仮設資材レンタル	▲0.01
	【広告】新聞広告	▲0.01

(注)「自動車貨物輸送」は、「自動車貨物輸送(農林水産・食料工業品)」、「自動車貨物輸送(鉱産品・化学工業品)」、「自動車貨物輸送(金属機械工業品)」、「自動車貨物輸送(軽・雑工業品)」の合計。

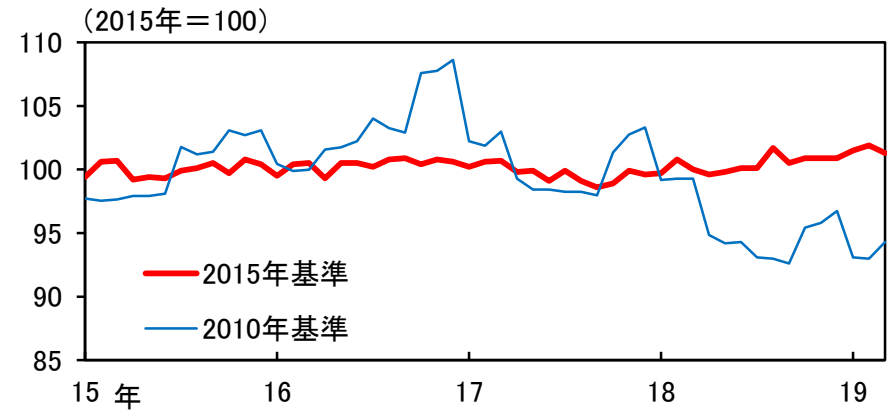
インターネット附随サービス

- ✓ 「インターネット附随サービス」を細分化し、品目「ポータルサイト・サーバ運営」を設定。調査価格を大幅に拡充し、多様なポータルサイトの価格を取り込んだ。「ポータルサイト・サーバ運営」の指数は、新たに調査する不動産情報サイトや求人情報サイトの掲載料上昇を反映し、幾分上昇している。
- ✓ 「インターネット附随サービス」全体としても、指数の振れが抑制され、近年では緩やかな上昇傾向にある。

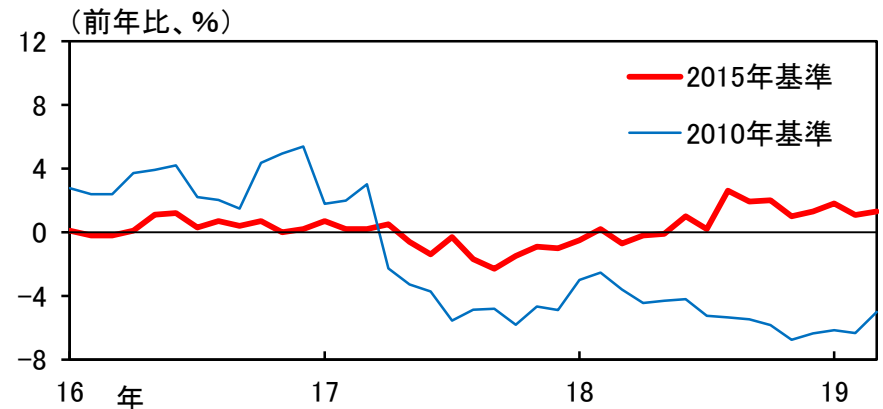
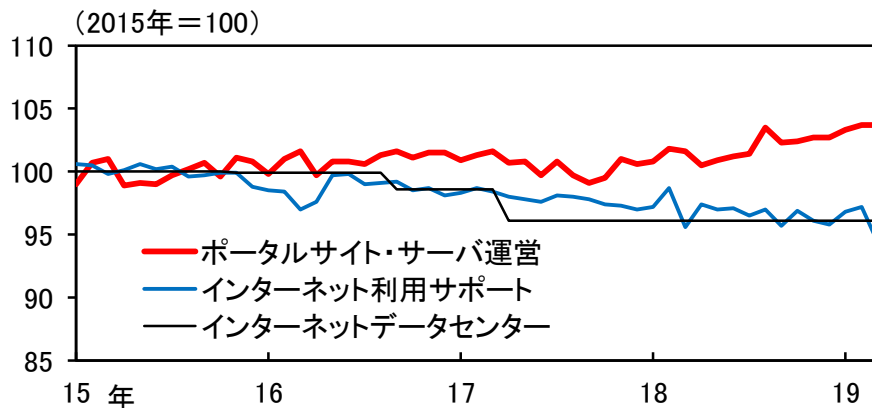
(1)「ポータルサイト・サーバ運営」の調査価格構成



(3)「インターネット附随サービス」の価格指数



(2)2015年基準の価格指数



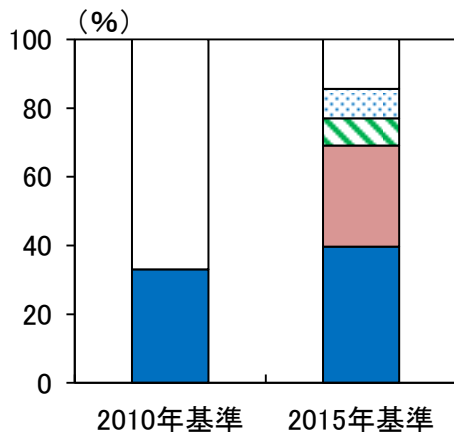
(注)2010年基準の「インターネット附随サービス」の価格指数は、小類別「インターネット附随サービス」と品目「インターネットデータセンター」を統合して作成。

インターネット広告

- ✓ 品目「インターネット広告」では、取引額が増加している「運用型広告」を中心に、調査価格を大幅に拡充。
調査価格の単位も多様化。
—— 運用型広告は、個人の購買情報や閲覧履歴等を解析し、効果的な広告を配信するタイプの広告。
- ✓ この結果、新基準の価格指数は、インターネット広告への需要増加を背景に、2017年以降、上昇傾向を辿っている。

(1) 調査価格構成

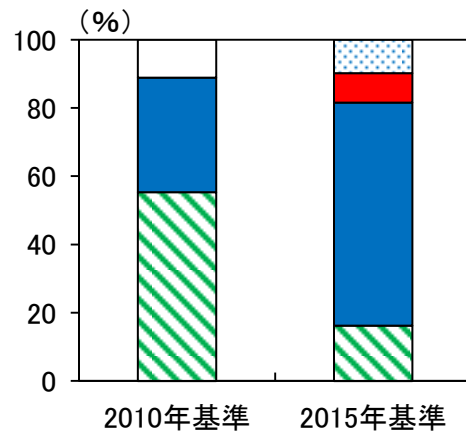
(広告の種類別)



- 予約型広告
- 成果報酬型広告
- 運用型広告(動画広告)
- 運用型広告(ディスプレイ広告)
- 運用型広告(リスティング広告)

(2) 調査価格構成

(調査価格の単位別)



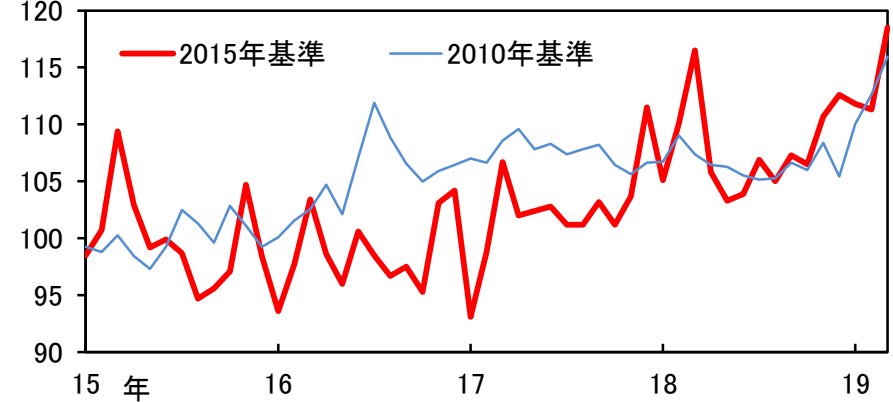
- その他
- 視聴単価
- コンバージョン単価
- クリック単価
- インプレッション単価

(注1) (1)の運用型広告のうち、「リスティング広告」は、ユーザーが検索したキーワードに関連した広告を検索結果画面に表示するもの。「ディスプレイ広告」と「動画広告」は、ウェブサイトの内容やユーザーの閲覧履歴等をもとに、効果が高いと推測される広告を表示するもの。「予約型広告」の内訳としては、ディスプレイ広告、動画広告等を調査。

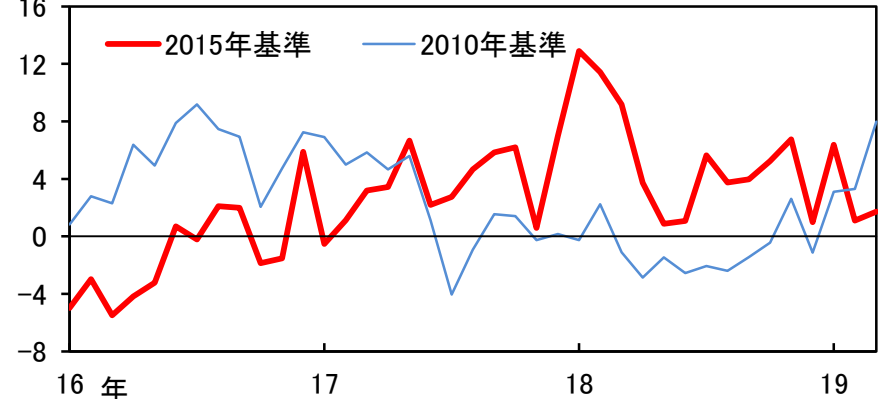
(注2) (2)について、「インプレッション単価」は広告表示1回当たりの価格、「クリック単価」はクリック1回当たりの価格、「コンバージョン単価」は成約等1回当たりの価格、「視聴単価」は動画視聴1回当たりの価格。「その他」は、配信数保証型のメール広告。

(3) 価格指数

(2015年=100)



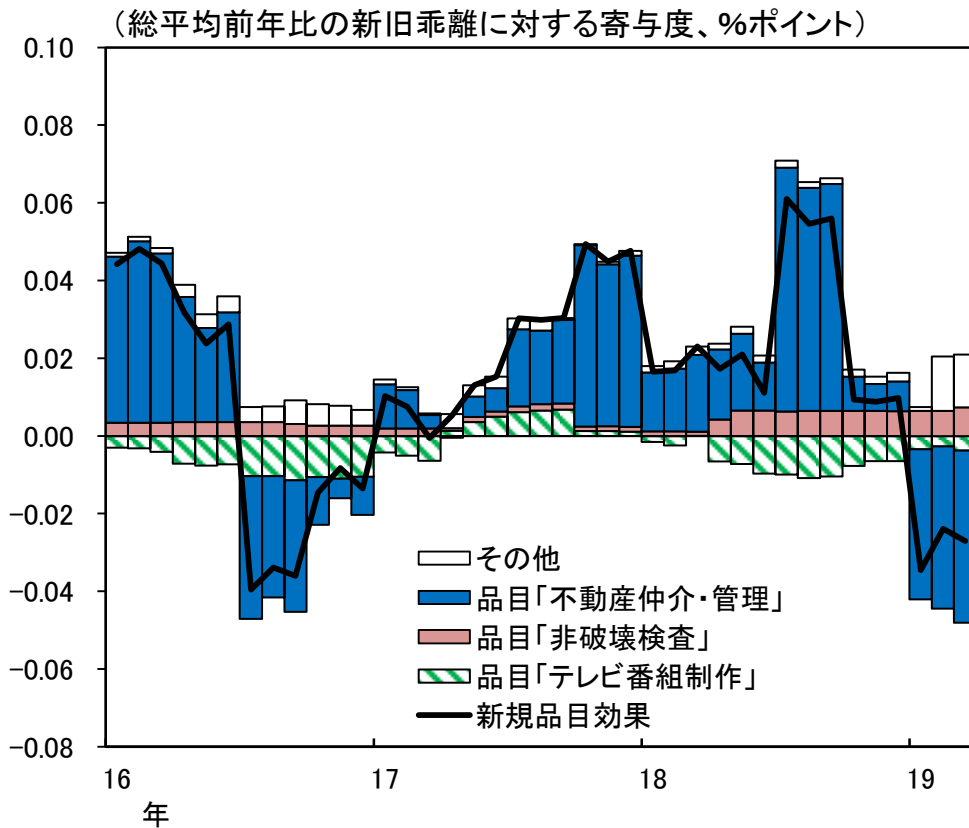
(前年比、%)



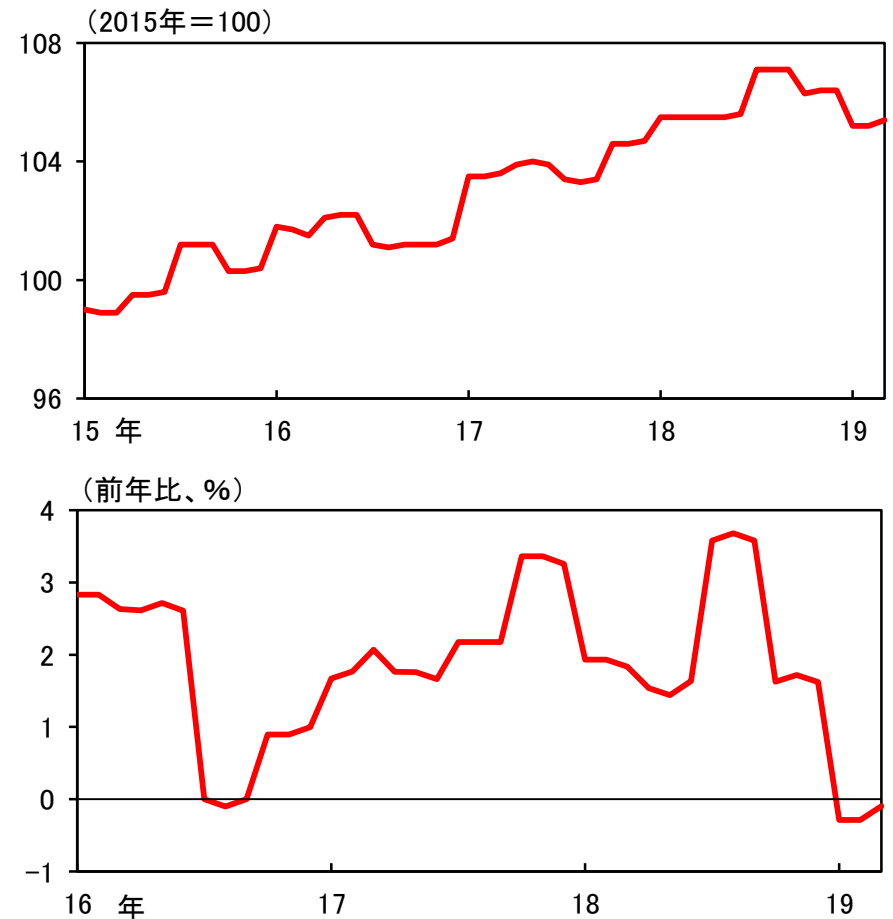
新規品目効果

- ✓ 「新規品目効果」をみると、新たに設定する品目である「不動産仲介・管理」や「非破壊検査」の価格上昇が、プラス方向に寄与。
- ✓ なお、新規品目効果の寄与は、新規品目の価格変動が必ずしも大きくない中で、相対的に小幅。

(1) 新規品目効果



(2) 「不動産仲介・管理」の価格指数

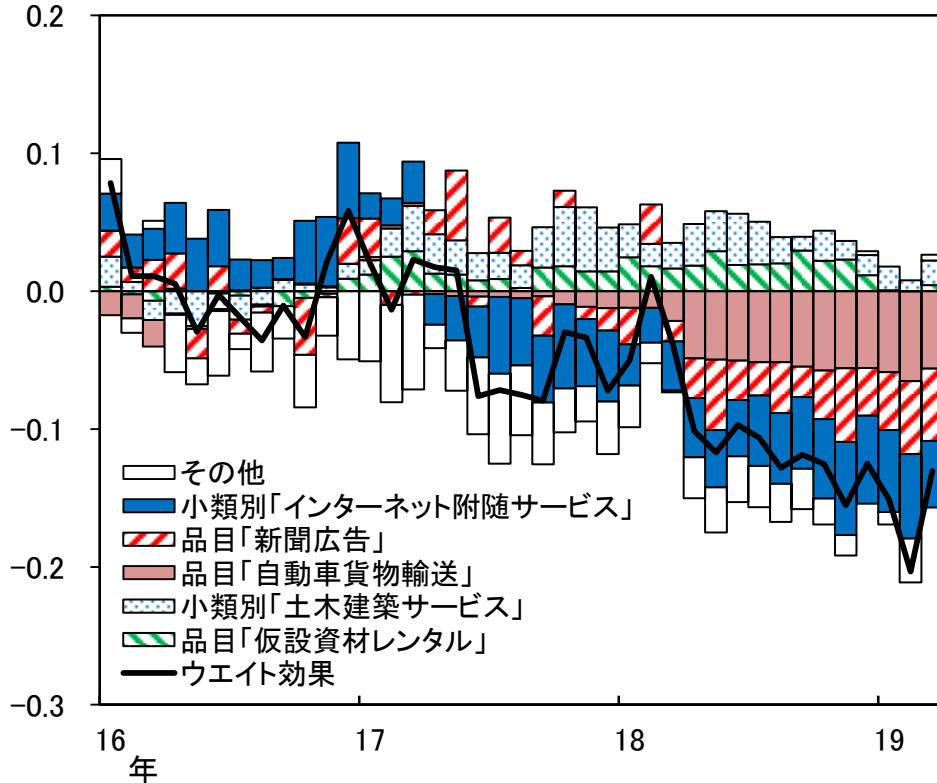


ウエイト効果、リセット効果

- ✓ 「ウエイト効果」をみると、「インターネット附随サービス」(旧基準における価格下落品目のウエイト増加)のほか、「新聞広告」や「自動車貨物輸送」(価格上昇品目のウエイト低下)がマイナス方向に寄与。
- ✓ 「リセット効果」をみると、「土木建築サービス」や「仮設資材レンタル」といった建設・復興需要関連サービス(価格が上昇していた品目の指数水準を100にリセットする効果)が、マイナス方向に寄与。

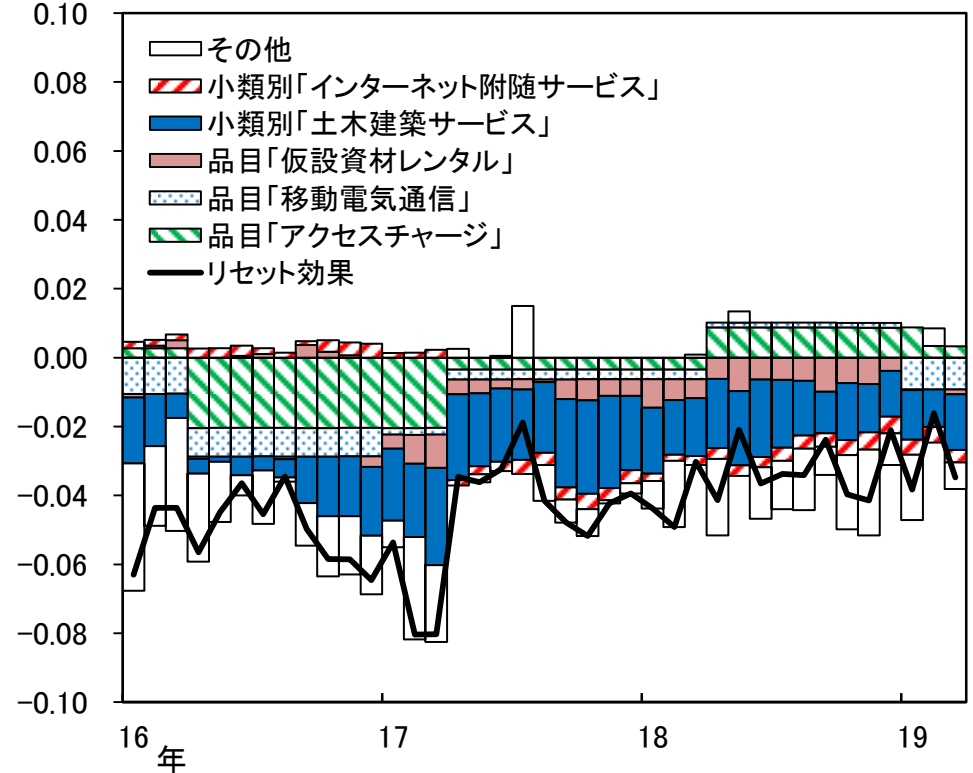
(1) ウエイト効果

(総平均前年比の新旧乖離に対する寄与度、%ポイント)



(2) リセット効果

(総平均前年比の新旧乖離に対する寄与度、%ポイント)

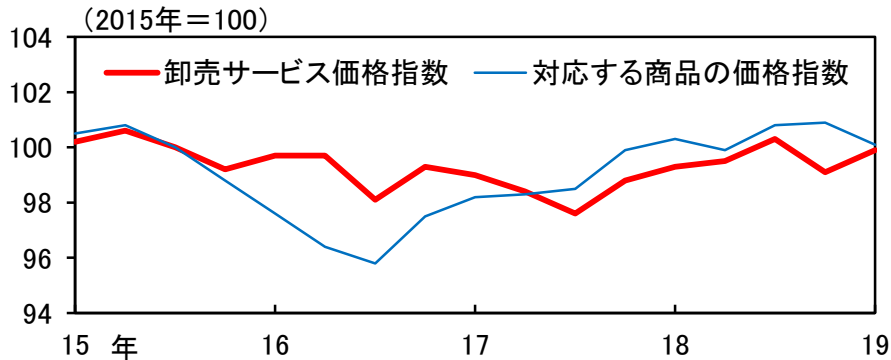


(注)「自動車貨物輸送」は、「自動車貨物輸送(農林水産・食料工業品)」、「自動車貨物輸送(鉱産品・化学工業品)」、「自動車貨物輸送(金属機械工業品)」、「自動車貨物輸送(軽・雑工業品)」の合計。

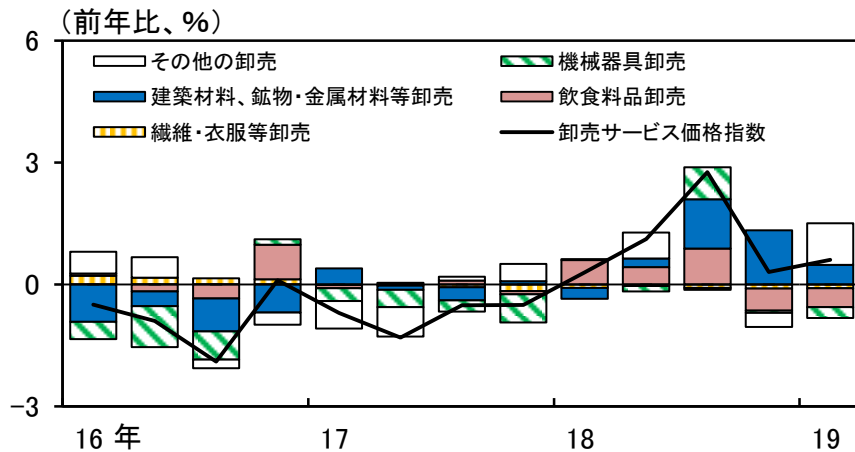
卸売サービス価格

- ✓ 「卸売サービス価格指数」は、「建築材料、鉱物・金属材料等卸売」の上昇などを反映し、このところ上昇。
- ✓ 「卸売を含む総平均」の指数は、(卸売を含まない)「総平均」指数と比べ、指数の上昇幅が幾分小幅。これは、「総平均」が上昇している一方、卸売サービス価格は概ね横ばい圏内で推移しているため。

(1) 卸売サービス価格指数

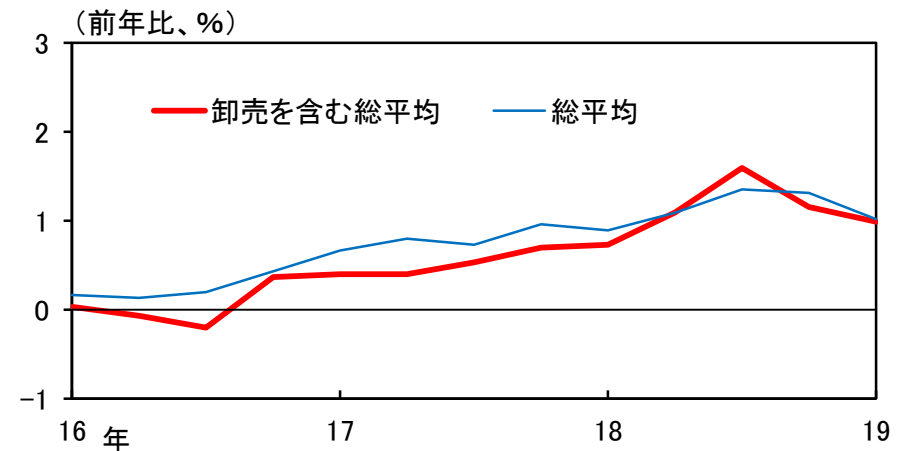
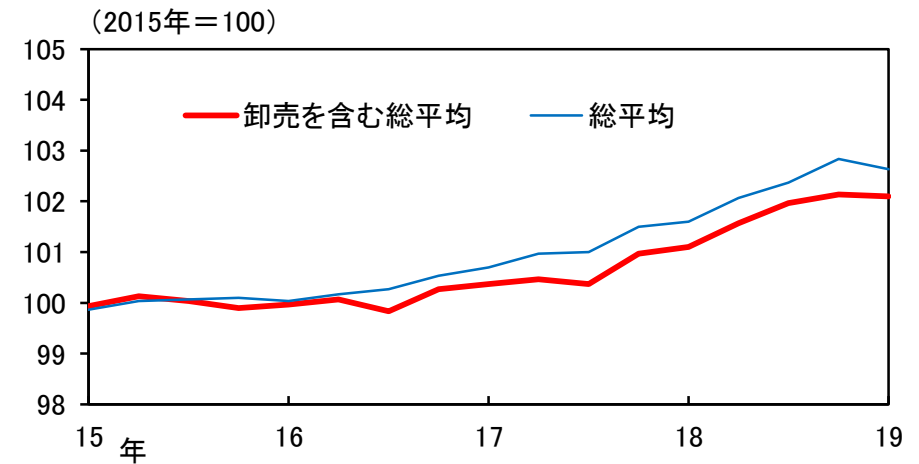


(2) 卸売サービス価格指数の前年比



(注) (1)の「対応する商品の価格指数」は、企業物価指数などの価格指数を、卸売マージン額ウエイトで加重平均することにより試算。

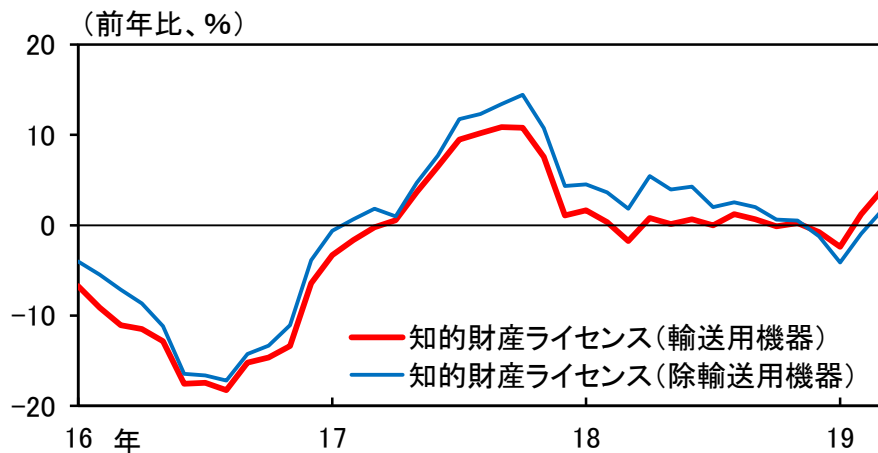
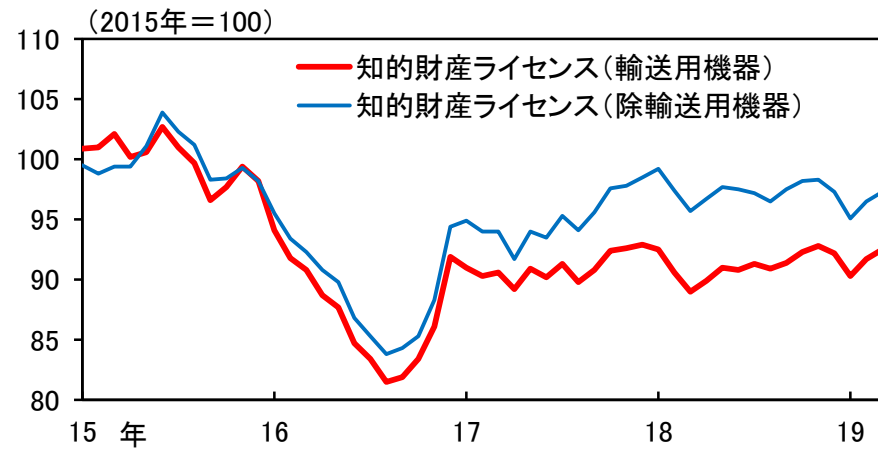
(3) 卸売を含む総平均



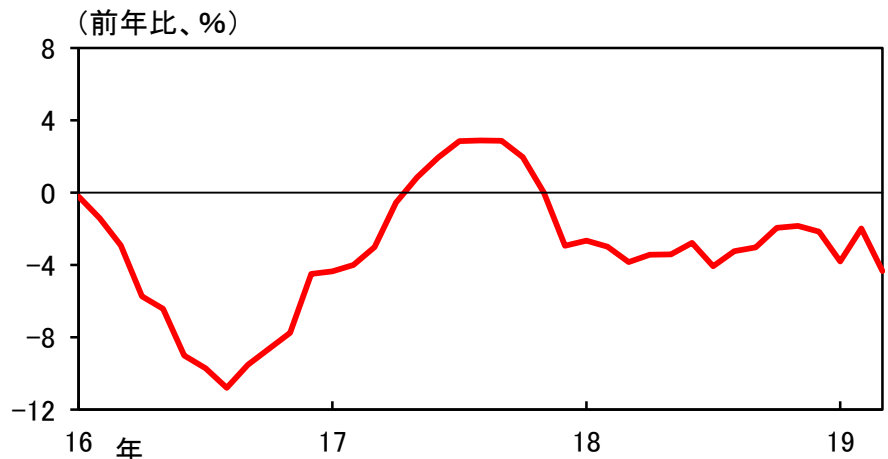
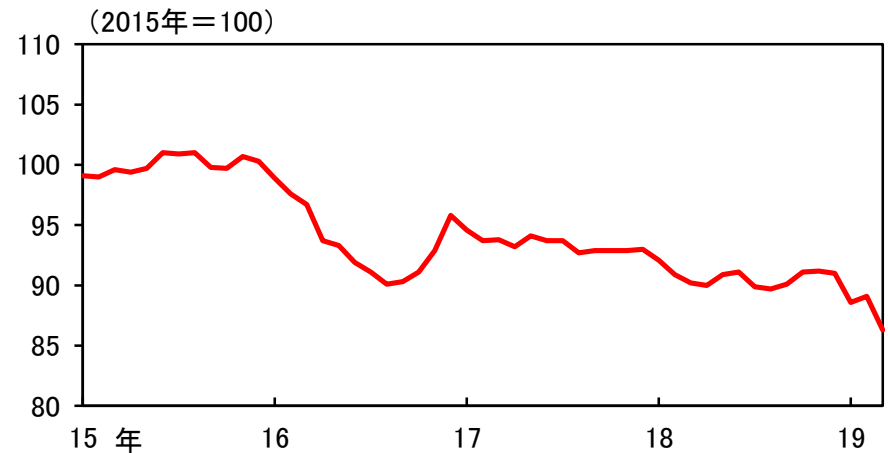
知的財産ライセンス

- ✓ 「知的財産ライセンス」の価格は、ライセンス料率に、製品に対応した価格指数を乗ずることで作成。
- ✓ ライセンス料率自体は頻繁に変動しないため、価格指数(円ベース)は、生産地の製品の価格指数と為替レートにより変動しており、円高期に低下する傾向。

(1) 「知的財産ライセンス(輸出)」の価格指数



(2) 「知的財産ライセンス(輸入)」の価格指数



- 今回の改定により、採用カバレッジは上昇し、調査価格数は増加。卸売サービス価格指数を含めれば、採用カバレッジは70%超まで上昇。
- 2015年基準の総平均指数の指数水準は、2017年後半以降上振れている。前年比も、2017年後半から2018年中を中心に、多くの月で上振れている。
- 近年における情報通信分野の発展(デジタル化)を反映すべく、インターネット関連サービスの価格調査を拡充したことが、総平均指数の上振れの主因。

基準改定前後の「総平均」指数の推移

	2015年基準(基準改定後)		2010年基準(基準改定前)		前年比の変化幅 (A) - (B) (%ポイント)	
	指数 (2015年=100)	前年比(A) (%)	指数 (2010年=100)	前年比(B) (%)		
2015年	100.0	-	102.7	-	-	
2016	100.3	0.3	103.0	0.3	0.0	
2017	101.0	0.7	103.8	0.8	-0.1	
2018	102.2	1.2	104.8	1.0	0.2	
2017年	1月	100.3	0.5	103.0	0.5	0.0
	2月	100.5	0.7	103.3	0.8	-0.1
	3月	101.3	0.8	104.1	1.0	-0.2
	4月	101.0	0.8	103.7	0.8	0.0
	5月	101.0	0.8	103.7	0.8	0.0
	6月	100.9	0.8	103.7	0.8	0.0
	7月	101.0	0.6	103.8	0.6	0.0
	8月	101.0	0.8	103.6	0.7	0.1
	9月	101.0	0.8	103.8	1.0	-0.2
	10月	101.3	1.0	104.0	0.8	0.2
	11月	101.5	0.9	104.2	0.9	0.0
	12月	101.7	1.0	104.3	0.8	0.2
2018年	1月	101.2	0.9	103.8	0.8	0.1
	2月	101.5	1.0	104.0	0.7	0.3
	3月	102.1	0.8	104.6	0.5	0.3
	4月	102.1	1.1	104.7	1.0	0.1
	5月	102.0	1.0	104.6	0.9	0.1
	6月	102.1	1.2	104.8	1.1	0.1
	7月	102.4	1.4	104.9	1.1	0.3
	8月	102.4	1.4	104.9	1.3	0.1
	9月	102.3	1.3	104.9	1.1	0.2
	10月	102.7	1.4	105.3	1.3	0.1
	11月	102.9	1.4	105.5	1.2	0.2
	12月	102.9	1.2	105.4	1.1	0.1
2019年	1月	102.3	1.1	104.8	1.0	0.1
	2月	102.4	0.9	105.1	1.1	-0.2
	3月	103.2	1.1	105.8	1.1	0.0