

平成 7 年(1995 年)基準
卸売物価指数の解説(改訂・増補版)

平成 11 年 10 月

日本銀行調査統計局

1. 目的・機能

卸売物価指数は、企業間で取引される商品の価格に焦点を当てた物価指数である。その主な目的は、商品の需給動向を敏感に反映する取引価格の動向を調査し、景気分析のための重要な材料の1つとして活用することにある。また、個々の品目・商品群など下位分類の指数については、金額ベースで表示される生産額を実質化し数量ベースにする際のデフレーターとしての機能も有している¹。

なお、上記の趣旨からすれば卸売物価指数のウエイトには商品別の企業間取引総額を使用するのが最も自然であるが、各商品の取引額を定期的かつ網羅的に把握できるような統計は存在しないため、1933(昭和8)年基準指数以来、継続的に各商品の生産者出荷額や貿易額をウエイト計算に用いている。

2. 指数体系

本指数体系は、取引範囲を異にする国内卸売物価、輸出物価、輸入物価の3指数とこれらを合成した総合卸売物価指数で構成されている。

国内卸売物価指数...国内市場向けの国内生産品(国内市場を經由して最終的に輸出に向けられるものを除く。以下「国内品」という)の企業間取引価格を卸売ないし生産者の段階で調査した物価指数。指数作成に使用するウエイトは、通商産業省『工業統計表 品目編』の生産者出荷額から大蔵省『日本貿易月表』の輸出額を差し引いた国内出荷額に依拠²。なお、国内卸売物価指数は消費税を含むベースで作成されている。

¹ (付1)卸売物価指数の沿革、を参照のこと。

² 通商産業省『工業統計表 品目編』に掲載されていない非工業製品などについては、他の官庁・業界統計などを併用。

輸出(輸入)物価指数...輸出品(輸入品)の価格を水際段階(FOB 建、輸入は CIF 建)で調査した物価指数で、円ベース指数のほか契約通貨ベース指数も作成³。ウエイトは大蔵省『日本貿易月表』の輸出(入)額に依拠。なお、輸出(輸入)物価指数は消費税を含まないベースで作成されている⁴。

総合卸売物価指数...国内卸売物価指数、輸出物価指数、輸入物価指数の3指数を加重平均した物価指数。

3. 対象範囲

卸売物価指数は、企業間で取引される全ての物的商品(サービスを除く)を対象範囲としている。しかし実際には対象範囲にある物的商品であっても、ウエイト算定が困難な商品(建物など)や、価格の継続調査が困難で、かつ指数の対象としている商品のなかに、類似する商品や価格動向を近似できる適当な商品が見当たらないもの(船舶、武器、弾薬など)⁵、季節的に出回り期が存在することなどにより数量・価格の変動が激しく、価格調査に不連続が生じる場合があり、かつ全国ベースでの価格調査が困難な商品(生鮮食品)については、指数の対象には含めていない(ウエイト算定の対象から除外している)⁶。

ウエイト算定が可能な商品の出荷(貿易)額全体のうち、上記、の理由により、実際のウエイト計算では除外している商品の比率は概ね1割程度である。なお、以下では、ウエイト計算に使用している出荷(貿易)額の合計額を便宜的に「ウエイト対象総取引額」と呼ぶ。

³ 契約通貨別構成比については、日本銀行調査統計局『物価指数月報』において、毎年12月時点での計数(1989<平成元>年以降)を公表している。

⁴ (付2)輸出入物価指数と貿易価格指数の相違点、を参照のこと。

⁵ 適当な類似商品がある場合には、当該商品のウエイトを類似商品のウエイトに合算ないし按分付加(インピュート)することで、指数に取り込んでいる(後述7.(2)を参照)。

⁶ 輸出船舶、輸入生鮮食品については、水際段階での継続的な価格調査がある程度可能であることから、輸出入物価指数とは別個に価格調査を実施し、参考指数として公表している。

1995(平成7)年基準指数におけるウエイト対象総取引額等(いずれも同年の工業統計表、日本貿易月表等により計算)は、次のとおりである。

	国内卸売 物価指数	輸出 物価指数	輸入 物価指数	総合卸売 物価指数
ウエイト算定が可能な商品の 出荷(貿易)額(A)	(億円) 2,688,112	(億円) 415,309	(億円) 315,488	(億円) 3,418,909
うち				
ウエイト対象総取引額(B)	2,542,142	382,664	281,496	3,202,302
ウエイト非対象総取引額(C)	145,970	32,645	33,992	212,607
B/A	94.6%	92.1%	89.2%	93.8%
C/A	5.4%	7.9%	10.8%	6.2%

4. 分類編成

卸売物価指数の分類には、採用品目を商品の属性を基にグルーピングした基本分類と特定の利用目的に資するため、基本分類の品目・ウエイトを組み替えて作成する特殊分類とがある。

(1) 基本分類

国内卸売物価指数の分類は、「大類別」、「類別」、「小類別」、「商品群」および「品目」の5段階で構成しており、このうち上位分類である「大類別」、「類別」では総務庁統計局『日本標準産業分類』などを参考に、それぞれ5区分、21区分(うち3区分は「大類別」と同じ)を設定している。また「類別」の下位分類である「小類別」、「商品群」については構成品目の属性に応じて設定している⁷。

⁷ 過去の公表系列との連続性の観点もあり、商品の性格が類似していると思われる一部類別については、関連する類別を合算した指数を作成し、参考として公表している。

(国内卸売物価指数の大類別および類別)

工業製品	電気機器
加工食品	輸送用機器
繊維製品	精密機器
製材・木製品	その他工業製品
パルプ・紙・同製品	農林水産物
化学製品	食料用農畜水産物
プラスチック製品	非食料農林産物
石油・石炭製品	鉱産物
窯業・土石製品	電力・都市ガス・水道
鉄鋼	スクラップ類
非鉄金属	(参考指数)
金属製品	食料品 ⁸
一般機器	機械器具 ⁹

輸出・輸入物価指数の分類は、それぞれ上から「類別」¹、「小類別」²、「商品群」および「品目」の4段階で構成しており(国内卸売物価指数の「大類別」を除いた構成と同一)、このうち「類別」では、大蔵省『外国貿易概況』の「品目分類基準表」を参考に各8区分を設定している。

(輸出物価指数の類別)

繊維品
化学製品
金属・同製品
一般機器
電気機器
輸送用機器
精密機器
その他工業製品
(参考指数) 船舶を含む総平均 " 輸送用機器

(輸入物価指数の類別)

食料品・飼料
繊維品
金属・同製品
木材・同製品
石油・石炭・天然ガス
化学製品
機械器具
その他産品・製品
(参考指数) 生鮮食品を含む総平均 " 食料品・飼料

総合卸売物価指数の分類は、国内卸売物価指数と同一とし、「大類別」(5区分)、「類別」(21区分)を設定している。しかし、「類別」の内訳分類としては、「国内品」³、「輸出品」⁴、「輸入品」の区分に止め、「小類別」⁵、「商品群」は設定していない。

⁸ 食料品 = 加工食品 + 食料用農畜水産物

⁹ 機械器具 = 一般機器 + 電気機器 + 輸送用機器 + 精密機器

(2) 特殊分類(総合卸売物価の需要段階別・用途別分類)

本分類は、価格波及プロセスの把握など価格動向の多面的分析に資するため、経済の循環過程における需要の段階や用途に着目して設定したものである¹⁰。

具体的には、まず、需要段階別の分類項目を設け、その内訳として用途別の分類項目を設定している。

需要段階別分類...まず、当該品目が内需にあてられるか、輸出に向けられるかによって、「国内需要財」(国内品 + 輸入品)と「輸出品」に大別。さらに「国内需要財」については、総務庁統計局『産業連関表』を参考に、生産活動のため使用、消費されるもの(『産業連関表』の中間需要に相当)を「素原材料」(未加工のもの)と「中間財」(加工過程を経たもの)に、最終需要にあてられるものを「最終財」に分類。

用途別分類...「国内需要財」は、当該品目がいかなる用途に使用されるかによって通商産業省『鉱工業指数』の財別分類などを参考に分類。「輸出品」は、海外での用途を把握するのが困難なため、やむを得ず同種商品の国内での用途に準じて分類。

なお、需要段階ないし用途が2つ以上の分類項目に該当する品目(たとえば、「鶏卵」はそのまま食用となるほか、一部はケーキなどの原材料ともなる)については、できる限り需要段階ないし用途に応じてウエイトを分割している(ただし、データの制約などからウエイト分割比率の算出が困難な場合は、やむを得ず主たる分類項目に品目ウエイトを一括所属させている)。また、輸出品のウエイト分割比率は、国内品に準じて算出している。

¹⁰ (付3)卸売物価指数における重複計算問題、を参照のこと。

需要段階別・用途別分類項目の概念

分類項目	分類概念
国内需要財	国内品と輸入品
素原材料	第1次産業で生産された未加工の原材料、燃料で生産活動のため使用、消費されるもの。
加工用素原材料	加工過程を経て製品となるもの(スクラップ類を含む)。
建設用材料	建築・土木などの建設活動で直接使用されるもの。
燃料	生産活動のため燃料として使用されるもの(原油、天然ガス)。
その他素原材料	上記以外の素原材料(上水道、工業用水)。
中間財	加工過程を経た製品で、生産活動のためさらに使用、消費される原材料、燃料・動力および生産活動の過程で使用される消耗品。
製品原材料	さらに次の加工過程を経て製品となるもの。
建設用材料	建築・土木などの建設活動で直接使用されるもの。
燃料・動力	生産活動のため燃料や動力源として使用されるもの。
その他中間財	上記以外の中間財(企業が使用する消耗品、包装材料、容器など)。
最終財	生産活動において原材料、燃料・動力としてもはや使用、消費されることのない最終製品。
資本財	生産活動の手段として長期にわたり使用され、その価値を徐々に生産物に転嫁させていく耐久財(原則として耐用年数1年以上で購入単価が比較的高いもの)。
消費財	主として家計によって使用、消費されるもの。
耐久消費財	うち、原則として耐用年数が1年以上で購入単価が比較的高いもの。
非耐久消費財	うち、原則として耐用年数が1年未満で購入単価が比較的安いもの。
輸出品	
製品原材料	国内需要財の中間財のうちの該当項目と同じ(なお、「その他中間財」は品目数が少ないので便宜上「製品原材料」に包含)。
建設用材料	国内需要財の中間財のうちの該当項目と同じ。
資本財	国内需要財の最終財の該当項目と同じ。
消費財	〃
耐久消費財	〃
非耐久消費財	〃
(国内需要財参考指数)	
生産財 (素原材料 + 中間財)	
建設用材料 (素原材料と中間財の各建設用材料)	
燃料・動力 (素原材料の燃料 + 中間財の燃料・動力)	
原材料 (加工用素原材料 + 製品原材料)	
投資財 (資本財 + 素原材料と中間財の各建設用材料)	
(輸出品参考指数)	
生産財 (製品原材料 + 建設用材料)	

5. 指数の基準時およびウエイト算定年次

指数の基準時およびウエイト算定年次は、いずれも 1995(平成 7)年である。

6. 採用品目

(1) 採用品目の選定基準

採用品目は、国内卸売物価指数、輸出物価指数、輸入物価指数のいずれの場合も、原則としてウエイト算定年次(1995<平成 7>年)における「ウエイト対象総取引額(詳細は 3. 対象範囲を参照)」に対して十分なカバレッジを確保できるよう、以下の基準で選定している。

なお、総合卸売物価指数では、国内卸売、輸出、輸入の 3 物価指数の採用品目をそのまま採用している。

国内卸売物価指数...基準年中において「ウエイト対象総取引額」(国内市場向け国内生産品の生産者出荷額)の 1 万分の 1(1995<平成 7>年基準では 254 億円)以上の取引シェアをもつ商品。

輸出物価指数...基準年中において「ウエイト対象総取引額」(輸出額)の 1 万分の 5(同 191 億円)以上の取引シェアをもつ商品。

輸入物価指数...基準年中において「ウエイト対象総取引額」(輸入額)の 1 万分の 5(同 141 億円)以上の取引シェアをもつ商品。

(2) 例外的な取扱い

ウエイト算定年次における出荷(貿易)額が採用基準に満たない商品であっても、先行き成長が見込まれる場合や分類の編成上のバランスから必要なものは、採用基準額に近い商品は単一品目として、同種の商品をまとめた商品グループとしてみれば採用基準額に

達する場合は集合品目(たとえば、国内卸売物価指数の「衛生材料」は医療用ガーゼ、包帯、脱脂綿、その他の集合品目)として、弾力的に採用している。

一方、出荷(貿易)額が採用基準額以上の商品であっても、年によって取引額の変動が激しく採用が不相当とみられる商品、多品種少量生産の製品で品質を一定とした継続的な価格調査が極めて困難な商品、複数の調査先が得られない商品などは、採用品目から外す扱い(=「非採用品目」)としている¹¹。

(3) 採用品目数

1995(平成7)年基準指数における採用品目数は、次のとおりである。

	品目数
国内卸売物価指数	971
輸出物価指数	209
輸入物価指数	247
総合卸売物価指数	1,427

7. ウェイト

(1) ウェイト算定

国内卸売物価指数、輸出物価指数、輸入物価指数の各品目のウェイトは、各指数の「ウェイト対象総取引額」に対する千分比によって算出し、小数点以下第1位まで表示している。

総合卸売物価指数の品目ウェイトは、上記3物価指数の「ウェイト対象総取引額」の合計に対する千分比によって算出し、小数点以下第2位まで表示している。

また、基本分類および特殊分類の各類別、分類項目などのウェイトは、上記品目ウェイトの積上げにより算出している。

¹¹ なお、後述7.(2)のとおり、そのウェイトは類似の採用品目や商品群などに合算ないし按分付加(インピュート)している。

1995(平成7)年基準における各物価指数の総合卸売物価指数に対するウエイトは、次のとおりである。

	ウエイト
国内卸売物価指数	792.86
輸出物価指数	119.35
輸入物価指数	87.79
総合卸売物価指数	1,000.00

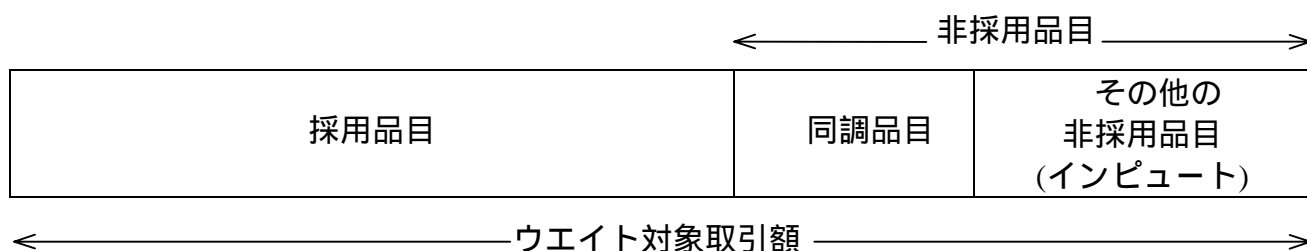
(2) 非採用品目の扱い

ウエイト対象総取引額に含まれる品目の中で、出荷(貿易)額が基準に満たない、継続的な価格調査が困難である、などの理由で採用されなかったものを「非採用品目」と呼ぶ。非採用品目のウエイト算定上の取扱いは以下のとおりである。

非採用品目のうち単一の採用品目と商品の属性、価格動向が類似しているものについては、「同調品目」として、その出荷(貿易)額を当該採用品目と合算してウエイトを計算する。

それ以外のものについては「その他の非採用品目」として、商品の属性、価格動向が比較的近いと思われる商品群(ないし小類別または類別)全体のウエイトに合算する。その際、追加されるウエイトは、当該商品群(ないし小類別または類別)に属する各採用品目のウエイト(上記の調整後)の大きさに比例してインピュート(按分付加)する。

(ウエイト対象取引額の内訳)



なお、「商品群」、「小類別」、「類別」、「大類別」の「ウエイト対象取引額」は上記方法により算出した品目の「ウエイト対象取引額」を積上げて算出している。さらにこれを物価指数ごとに合計したものが「ウエイト対象総取引額」となる。総合卸売物価指数の「ウエイト対象総取引額」は3物価指数の「ウエイト対象総取引額」を合計することにより算出している。

(ウエイト対象総取引額とカバレッジ)

	ウエイト対象 総取引額(A)	採用品目の 取引額(B)	カバレッジ (B/A)	採用品目 + 同調品目 の取引額(C)	カバレッジ (C/A)
国内卸売物価指数	2,542,142 億円	1,927,244 億円	75.8%	1,999,863 億円	78.7%
輸出物価指数	382,664 億円	224,193 億円	58.6%	277,874 億円	72.6%
輸入物価指数	281,496 億円	210,712 億円	74.9%	226,954 億円	80.6%
総合卸売物価指数	3,206,302 億円	2,362,129 億円	73.7%	2,504,691 億円	78.1%

(3) 調査価格のウエイト

同一採用品目の中の調査価格(下記8.参照)のウエイトは原則として均等分割としているが、販売形態¹²や用途、輸入先などの違いによって価格動向が明らかに相違し、かつウエイトの分割比率が算定可能な場合は、調査価格にウエイト差を設けている。

8. 調査価格

(1) 価格調査の基本姿勢

各品目の指数を作成するための基礎データとして、毎月書面により調査する価格を「調査価格」と呼ぶ。調査価格の設定に際しては、該当品目の需給を敏感に反映する価格であること、品質、取引条件を一定に保った上で、純粋な価格の変化のみをとらえること、の2点を特に重視している。

¹² たとえば、「鉄鋼」における大口需要家向けのひも付分と小口需要家向けの店売り分のように、複数の販売形態が存在し、かつ価格動向が相違する品目は、両者にウエイト差を設けている。

(2) 価格の調査ステージ

国内卸売物価指数では、商品の流通段階のうち企業間の取引が集中し、各商品の需給関係が最も集約的に投影される段階の価格を調査している。より具体的には、1次卸が自らの在庫を持ち、積極的に需給調整機能を果たしている場合は1次卸段階、生産者から小売業者ないしユーザーへの直売形態が一般的である(ないし卸業者が形式的に介在するものの、価格決定への影響力が低い)場合は生産者段階、でそれぞれ価格調査を行うこととしている。なお、1次卸段階と生産者段階のいずれでも需給を反映する価格が調査可能と思われる場合は、通常1次卸段階で価格を調査している¹³。

輸出・輸入物価指数では、いずれもいわゆる水際段階の価格(輸出 FOB 建、輸入 CIF 建)を調査している。

(3) 価格の調査時点

価格の調査時点は、原則として契約成立時としている。ただし、こうした取扱いが困難な場合は、出荷時あるいは本邦入着時としている。

(4) 調査価格の内容

調査価格の内容としては、品目ごとに代表的な商品を特定し、取引条件、調査先などを一定とした実際の取引価格(リベ - トなどで値引きが行われている場合は原則としてこれを調整した価格)を指定し調査している。ただし、こうした取扱いが困難な場合は、取引の実態などに即し弾力的に取扱っている¹⁴。

¹³ (付4)国内卸売物価指数における類別ごとの価格調査段階、を参照のこと。

¹⁴ (付5)価格調査における実務上の限界、を参照のこと。

(5) 価格調査の方法

国内品、輸出・輸入品とも、毎月上、中、下旬における代表的な価格(通常は旬間平均価格)を翌月初に書面で調査している¹⁵(旬間指数については、下記9.(3)参照)。なお、輸出・輸入品のうち、契約通貨が外貨建のものについては、外貨建価格を調査しており、円ベース指数の作成にあたっては、当該調査価格を、各契約通貨ごとの調査時点における銀行の対顧客電信直物相場(旬間平均、輸出 = 円の買相場、輸入 = 円の売相場)によって、円価格に換算のうえ指数化している。また、契約通貨ベース指数については、契約通貨建価格(円建契約のものは円建価格)そのものを使用して指数化(品目ウエイトは円ベース指数のものと同じ)している。

なお、調査時点において取引がなかった場合や、調査先から回答が得られなかった場合は、当該価格(指数)を保合い¹⁶(もちあい、「騰落なし」の意)として処理している。

(6) 調査価格数および調査先数

卸売物価指数の調査価格数(1999<平成11>年8月末時点)は、総計4,810、1品目あたり3前後となっている。同一調査先から異なる品目の価格を調査するケースもあるため、調査先数は調査価格数より少なく2,211となっている。

	品目数 (A)	調査価格数 (B)	B/A	調査先数
国内卸売物価指数	971	3,367	3.47	1,340
輸出物価指数	209	606	2.90	386
輸入物価指数	247	837	3.39	485
総合卸売物価指数	1,427	4,810	3.37	2,211

なお、国内卸売物価指数の価格調査先は主に東京地区所在の企業であるが、「機械器具」、「繊維製品」、「製材・木製品」、「電力・都市ガス・水道」などについては、東京地区以外の先からも調査している。

¹⁵ (付6)国内卸売物価指数の価格調査表の雛型、を参照のこと。

¹⁶ 輸出・輸入品について取引がない場合は、契約通貨ベース指数だけでなく円ベース指数も保合いとしており、調査時点における為替相場の変動は反映させていない。

(7) 調査価格の変更(銘柄変更)

調査価格について、当該商品の代表性が失われた場合、取引条件が変更された場合、調査先を変更する必要が生じた場合などは、直ちに調査価格の変更(銘柄変更)を行う¹⁷。

調査価格の変更にあたり、新・旧商品の価格差は、以下のように処理している。その基本的な考え方は、品質の変化に相当する価格差を除いた純粋な価格の変動分のみを指数に反映させることにある。

新・旧商品に品質の相違がなかったり、あっても無視し得る程度に小さい場合は、両商品の価格をそのまま接続¹⁸(直接比較)。

新・旧商品の価格差がすべて品質の相違に起因する場合は、指数水準に騰落が生じないよう接続(保合い処理)。

新・旧商品の価格差が品質の相違だけでなく純粋な価格の変動を伴う場合は、後者のみを指数に反映させるよう接続(値上げまたは値下げ処理)。

ただし、新・旧商品の品質の比較が困難な場合は、やむを得ず保合い処理の扱いとしている。

なお、新・旧商品の価格差のうち、品質の相違に起因する部分を特定する方法としては、これまで主として「コスト評価法¹⁹」等を用いてきているが、コンピュータのように技術革新のテンポが早い一部品目については、こうした手法だけでは品質の相違に起因する部分(コスト)が特定できないといった問題が生じる。このため、1990(平成2)年基準指数からこれら商品の品質評価にあたり「ヘドニック法²⁰」を導入している²¹。

¹⁷ (付7)調査価格の変更の状況、を参照のこと。

¹⁸ このほか、品質に変化がなく、数量のみが異なっているケースも存在するが、その場合は、新・旧商品の価格を単位あたり単価(例えば1Kgあたり円)に換算し直して比較している。

¹⁹ メーカーから聴取した新旧商品の製造コストの差(品質向上に要したコスト)を、両商品の品質差に対応する価格差(「品質変化に見合う価格変化」分)とみなし、価格差の残り部分を「品質変化以外の実質的な価格変化」として処理する方法。

²⁰ 商品間の価格差の一部は、これら商品の有する共通の諸特性(たとえば、汎用コンピュータであれば処理速度、記憶容量など)によって測られる品質差に起因していると考え、商品の諸特性の変化から「品質変化に見合う価格変化」部分を回帰方程式により客観的、定量的に推定し、残り部分を「品質変化以外の実質的な価

9. 指数の計算

(1) 指数の算式

各時点ごとに各種商品の価格をまず指数化し、その価格指数を基準時に固定した金額ウエイトにより加重算術平均する「基準時金額加重算術平均法 相対法」(ラスパイレス指数)を用いる。

$$\text{ラスパイレス指数算式： } I_{t,0}^L = \frac{\sum p_{t,i} q_{0,i}}{\sum p_{0,i} q_{0,i}} = \sum \frac{p_{t,i}}{p_{0,i}} w_{0,i}$$

$I_{t,0}^L$: 基準時点を 0 とした比較時点 t におけるラスパイレス指数

$p_{t,i}$: 比較時点 t における商品 i の価格 $p_{0,i}$: 基準時点 0 における商品 i の価格

$w_{0,i}$: 基準時点 0 における全支出金額に対する商品 i の支出金額シェア

$q_{0,i}$: 基準時点 0 における商品 i の数量

(2) 計算方法

各物価指数の月間指数は、上・中・下 3 旬の調査価格を単純平均したものを月間の価格とし、これを基に次のような積上げ計算を行うことにより算出している(指数は小数点以下第 1 位まで表示)。

まず、個別調査価格ごとの価格指数(比較時価格 / 基準時価格)に各々のウエイトを乗じ、その合計(品目加重指数)を品目ウエイトで除して品目指数を算出している。同様の積上げ計算により「商品群」、「小類別」、「類別」、「大類別」、「総平均」といった各段階の指数を算出している。

なお、年間および年度間の平均指数は、月間指数の単純平均により算出している。

格変化」として処理する方法。

²¹ (付 8)品質調整の具体例、を参照のこと。

(3) 旬間指数

月中変動の激しい一部の調査価格(主に鉄鋼、化学、非鉄金属など)については、上旬分と中旬分の価格を電話で調査した上で、他の調査価格を横這いと仮定した指数を作成し、「旬間指数」として公表している。その際、輸出入物価指数の円ベース指数作成にあたっては、当該旬間の平均為替レートを適用している。翌月初の書面調査の段階で上・中旬の価格の変更が判明する場合や、調査価格の変更に伴い上・中旬の価格が遡及訂正されることもあるため、旬間指数の利用に際しては、こうした速報値としての限界に留意する必要がある。

(4) 幾何平均指数

卸売物価指数は、各品目のウェイトを基準年に固定したラスパイレス指数算式を採用している。ラスパイレス指数は、構造が簡潔で分かり易く作成の手間も小さいことから、卸売物価指数のみならず他の多くの指数統計でも採用されているが、その利用にあたっては、

価格の継続的下落などにより指数レベルが低くなると、当該商品の総平均指数への影響力(加重指数<当該商品の指数×ウェイト>ベースでみた実質ウェイト)が低下し、その価格変動が過小評価される、代替性を有する商品の中で、割高な商品から割安な商品へ需要の代替が進み、ウェイトに変化が生じても、基準改定を行わない限りそれが指数に反映されない、といった統計上の特性をもつことに留意する必要がある。こうしたラスパイレス指数特有の要因による影響の大きさを認識するための参考材料を提供する試みの1つとして、国内卸売物価指数について、代替性が強いと思われる調査価格から商品群までの集計レベルにおいて幾何平均法を採用(小類別以上の集計レベルにおいてはラスパイレス算式を採用)した指数を、参考指数として作成・公表している²²。

$$\text{幾何平均指数算式： } I_{t,0}^G = \prod (p_{t,i} / p_{0,i})^{w_{0,i}}$$

$I_{t,0}^G$: 基準時点を0とした比較時点 t における幾何平均指数

$p_{t,i}$: 比較時点 t における商品 i の価格

$p_{0,i}$: 基準時点0における商品 i の価格

$w_{0,i}$: 基準時点0における全支出金額に対する商品 i の支出金額シェア

²² (付9)ラスパイレス指数利用上の留意点、を参照のこと。

10. 指数の公表

(1) 公表時期、公表媒体

卸売物価指数は、各々次の時期の午前 8 時 50 分に公表しており、公表と同時に日本銀行ホームページ(<http://www.boj.or.jp>)において閲覧することができる。なお、公表日程については、毎年 3・6・9・12 月の中～下旬に、それぞれ先行き 6 か月間(各 4～9 月、7～12 月、10～翌年 3 月、翌年 1～6 月)の予定を、日本銀行ホームページに掲載している。

旬間指数... 原則として翌旬の第 5 営業日

月間指数... 原則として翌月の第 6 営業日(ただし幾何平均指数は 1 か月遅れ)

年(年度)平均指数... 12 月(3 月)の月間指数公表時

これら計数(旬間指数を除く)を掲載している資料としては、『物価指数月報』(毎月央頃に発刊)、『主要経済・金融データ CD-ROM』(毎年 4 月頃発売)がある。また、主要な系列については、『金融経済統計月報』(毎月末頃に発刊)にも掲載されている。なお、指数全般にわたる照会については、日本銀行情報サービス局広報課(03 - 3279 - 1111 内線 4636~9)が対応している。このうち、問合せの多い質問については、日本銀行ホームページにある「物価指数の F A Q (Frequently Asked Questions)」にもその回答を掲載している。

(2) 指数の訂正

指数公表後に計数の誤りが判明した場合には、原則として、以下の基準により対応している。

計数の誤りによる影響が、国内卸売物価、輸出物価、輸入物価の総平均指数に及ぶ場合には、可能な限り速やかに訂正計数を作成(過去の計数に誤りがある場合は遡及して訂正)し、ホームページへの訂正資料掲載、プレスへの訂正資料配布等を通じて公表する。

上記基準に満たなくとも、個別の品目、商品群、小類別、類別等において、計数の誤りにより騰落率が大幅に変化し、利用者の分析に支障をきたすと思われる場合には訂正を

行う。

例外的なケースではあるが、上記基準により訂正が必要と判断されるにもかかわらず、システム面あるいは事務処理面の負担が過大であること等から訂正が不可能な場合には、その旨を公表する。

旬間指数は、速報値との位置づけに止まるため訂正は行わない。

11. 接続指数

接続指数は、長期の時系列が利用できるように連続性のある指数を作成するもので、新基準指数ベースで過去に遡及して接続する「1995(平成 7)年基準接続指数」と、過去の指数系列に新基準指数を接続する「総合卸売物価・戦前基準指数」との 2 系列がある。

(1) 1995(平成 7)年基準接続指数

1995(平成 7)年基準接続指数は、基本分類および特殊分類について、「類別」以上ないしはそれに準ずる上位の指数系列について原則として 1960(昭和 35)年 1 月まで遡及して作成している。

指数の接続計算は、指数系列ごとに、各基準年の新・旧指数から求めたリンク係数を用いて月次ベースで行っている(年・年度平均指数は、月間指数の単純平均により算出)。1995(平成 7)年基準接続指数の算出式を示すと次のとおりである。

(リンク係数)

$$\text{平成 7 年基準接続指数} = \text{平成 2 年基準指数} \times \frac{\text{平成 7 年基準の平成 7 年平均指数}(=100)}{\text{平成 2 年基準の平成 7 年平均指数}}$$

なお、指数の接続にあたっては、過去の基準指数の分類を 1995(平成 7)年基準の基本分類または特殊分類に組み替えて(採用品目、ウエイトは各基準指数のものを使用)計算している。

(2) 総合卸売物価・戦前基準指数

1995(平成 7)年基準総合卸売物価指数の基本分類および特殊分類を戦前基準指数(基準時 1934～1936<昭和 9～11>年 = 1、1900<明治 33>年 10 月以降作成)の分類(基本分類の 12 類別および特殊分類 用途別 の 5 分類)に組み戻したうえ、1995(平成 7)年 1 月以降の新指数を 1994(平成 6)年 12 月までの戦前基準指数に接続して作成している。

指数の接続計算は、指数系列ごとに、1995(平成 7)年における戦前基準指数の新指数に対するリンク係数 [戦前基準の 1995(平成 7)年平均指数 / 1995(平成 7)年基準の 1995(平成 7)年平均指数 (= 100)] を用いて月次ベースで行っている(年・年度平均指数は月間指数の単純平均により算出)。

(参考)1995(平成7)年基準指数での主要変更点²³

卸売物価指数については、基準時およびウエイト算定年次を従来の1990(平成2)年から1995(平成7)年に更新した。今回の改定では、指数精度向上のため採用品目の充実を図るとともに、分類編成についても見直しを行った。

1. 分類編成

(1) 輸出および輸入物価指数「産業別分類指数」の廃止

輸出物価指数および輸入物価指数の特殊分類である「産業別分類指数」については、分析上の二ーズ低下などを勘案して、前回(1990<平成2>年)基準改定以降、『物価指数月報』、『物価指数年報』による公表を差し控えてきたが、指数作成継続を要するほどの照会・要望がなかったことなどから、今回指数作成も取止め、廃止した。

(2) 一部類別名称の変更

輸入物価指数の構成類別「金属」の名称を採用品目の拡充(金属製品を新規品目として採用)に伴い「金属・同製品」に変更した。

2. 採用品目

輸出および輸入物価指数については、近年の輸出入構造の変化に対応して、採用品目の見直し、充実化を図った。特に、輸入物価指数については、繊維、家電製品関連の品目を重点的に拡充した。

²³ 詳細については、「卸売物価指数(WPI)の平成7年(1995年)基準改定について」(『日本銀行月報』1997<平成9>年12月、pp.1-12)を参照のこと。なお、同資料は日本銀行ホームページにも掲載。

平成7年(1995年)基準

卸売物価指数の解説(改訂・増補版)

付録編

(付1)卸売物価指数の沿革

(付2)輸出入物価指数と貿易価格指数の相違点

(付3)卸売物価指数における重複計算問題

(付4)国内卸売物価指数における類別ごとの価格調査段階

(付5)価格調査における実務上の限界

(付6)国内卸売物価指数の価格調査表の雛型

(付7)調査価格の変更の状況

(付8)品質調整の具体例

(付9)ラスパイレス指数利用上の留意点

(付 1)卸売物価指数の沿革

卸売物価指数の歴史は、1897(明治 30)年に日本銀行が 1887(明治 20)年 1 月基準の「東京卸売物価指数」の公表を開始したことに始まる。当時は日清戦争を契機とした物価の高騰が大きな社会問題となった時期にあたり¹、日本銀行が独自に物価指数を作成・公表することとした狙いも、主要商品の需給動向を敏感に反映する取引価格を卸商から収集し、景気分析さらには政策判断の重要な材料として活用することにあつた。

発足当初の卸売物価指数は調査価格を商品の相対的な重要度を考慮せずに単純平均したもので、現在でいえば、日経商品指数や米国 CRB 指数などの商品市況指数に近い性格のものである。これが、対象品目のウエイトを考慮したラスパイレス加重平均指数に移行し、近代的な物価指数として再出発したのは 1933(昭和 8)年基準指数からであった。

その後、経済が戦後復興を終え高度成長の時代を迎える中で、1960(昭和 35)年基準指数以降は、5 年ごとに基準改定を行うとの現在のパターンが事実上確立し、以後、改定の都度、採用品目の拡充²や分類編成の見直しを実施してきた(下表参照)。

そうした中で、1980(昭和 55)年基準改定において、指数体系の抜本的な見直しを行い、国内、輸出、輸入の 3 指数からなる現行体系が成立した。すなわち、卸売物価指数については、作成開始以降、商品の生産地(国産 / 輸入)や仕向け先(国内 / 輸出)を特に区別していなかったが、貿易量の拡大や変動相場制への移行を背景に、こうした区別が不可欠となったことから、国内卸売物価指数(国産かつ国内向けの商品を対象とする指数)と輸出・輸入

¹ 日本銀行以外でも、官民の間で各種物価指数が相次いで作成された。

² 産業構造の変化に伴う商品の多様化に対応するためには、採用品目の機動的見直しを行うことで、いわゆる「新商品バイアス(商品の世代交代に際して、新商品の採用が遅れることによる指数精度の低下)」を極力小さくする努力が不可欠である。日本銀行では従来からそうした観点を重視しており、近年でも、パソコンを 1985(昭和 60)年基準指数から、携帯電話とカーナビゲーションシステムを 1995(平成 7)年基準指数から新規に採用するなど、わが国の消費者物価指数(1995 <平成 7> 年基準指数)では採用していない商品についても早め早めの対応を図っている。

物価指数を独立した指数として作成することとなった^{3,4}。

基準時	算式	品目数	分類構成などの主な変更点
1887年1月 (明治20年1月)	単純算術平均 (ウイト無)	40	・「総平均指数 個別品目指数」のかたちで作成開始。
1900年10月 (明治33年10月)	〃	56	
1933年 (昭和8年)	加重算術平均 (ラパリス指数、 ウイト有)	110	
1948年1月 (昭和23年1月)	〃	335	・特殊類別指数(生産財・消費財)の新設。
1952年 (昭和27年)	〃	436	
1960年 (昭和35年)	〃	770	・基本指数特殊分類(工業製品・非工業製品指数)の新設。 ・付属指数(用途別指数、部門別指数)の新設。 部門別指数は、1968(昭和42)年に「製造業部門別物価指数」(1975<昭和50>年に「製造業部門別投入・産出物価指数」と改称)として分離。
1965年 (昭和40年)	〃	806	
1970年 (昭和45年)	〃	928	
1975年 (昭和50年)	〃	1,034	・特殊分類(国内品・輸出入品別指数)の新設。
1980年 (昭和55年)	〃	1,185	・基本分類の大幅見直しによる、国内卸売物価指数、輸出物価指数、輸入物価指数、総合卸売物価指数の新設。 ・特殊分類(総合卸売物価・需要段階別指数)の拡充。
1985年 (昭和60年)	〃	1,253	
1990年 (平成2年)	〃	1,313	
1995年 (平成7年)	〃	1,427	

³ なお、1980(昭和55)年基準指数以降も、日本銀行では過去の卸売物価指数との継続性に配慮し、3つの物価指数を従来同様の方法で加重平均した指数を「総合卸売物価指数」として作成・公表し続けているが、景気分析の観点からみた場合、3者を総合する必然性は乏しく、そうした意味で「総合卸売物価指数」の有用性が非常に限られている点には留意が必要である。

⁴ 景気分析では、複数の物価指数を組み合わせてみていくことが多い。たとえば、製造業の生産活動や収益との関連では、国内卸売物価指数と輸出物価指数を合わせて観察することが有益である一方、消費者物価指数への価格波及を考える上では、国内卸売物価指数と輸入物価指数を合わせて観察することが有益である(需要段階別指数)。

(付 2)輸出入物価指数と貿易価格指数の相違点

輸出入品の価格動向を捉える経済指標としては、日本銀行の作成する輸出入物価指数と大蔵省の作成している貿易価格指数がある。両者は以下のような作成方法の違いから、統計の性格が大きく異なっており、利用にあたっては注意が必要である。主な作成方法の違いを整理すると以下の通りである。

まず、各指数作成時に用いる価格データの違いが挙げられる。すなわち、輸出入物価指数では、品目の需給を敏感に反映する代表的商品を選び、品質、取引条件を一定に保った上でその商品の価格を調査している。また、調査対象商品の品質・性能の変化に関しては、できる限り品質調整(コスト評価法、ヘドニック法等)を行い、品質変化を除いた純粋な価格動向のみを把握している⁵。一方、貿易価格指数では、通関ベースの輸出入金額を輸出入数量で除して求めた品目毎の輸出入 1 単位あたりの平均単価を価格データとして利用しているため、商品の品質・性能の変化、取引条件の違いが価格に反映されている。

さらに、指数算式も、輸出入物価指数が、貿易統計(通関統計、具体的には『日本貿易月表』など)により計算された基準時ウエイトを用いたラスパイレス指数算式(「基準時金額加重算術平均法 相対法」)を採用しているのに対し、貿易価格指数は基準時ウエイトと各時(比較時)ウエイトの両方を用いたフィッシャー指数算式を採用しており、貿易構造の変化を一部反映したものとなっている。

$$\text{ラスパイレス指数算式： } I_{t,0}^L = \frac{\sum p_{t,i} q_{0,i}}{\sum p_{0,i} q_{0,i}} = \sum \frac{p_{t,i}}{p_{0,i}} w_{0,i}$$

$$\text{フィッシャー指数算式： } I_{t,0}^F = \sqrt{\frac{\sum p_{t,i} q_{0,i}}{\sum p_{0,i} q_{0,i}} \cdot \frac{\sum p_{t,i} q_{t,i}}{\sum p_{0,i} q_{t,i}}}$$

$I_{t,0}^L$: 基準時点を 0 とした比較時点 t におけるラスパイレス指数

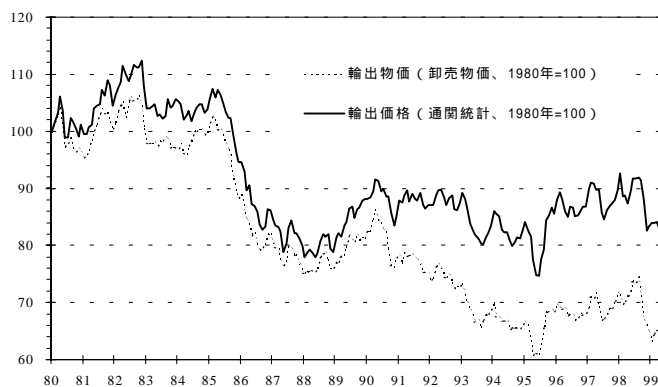
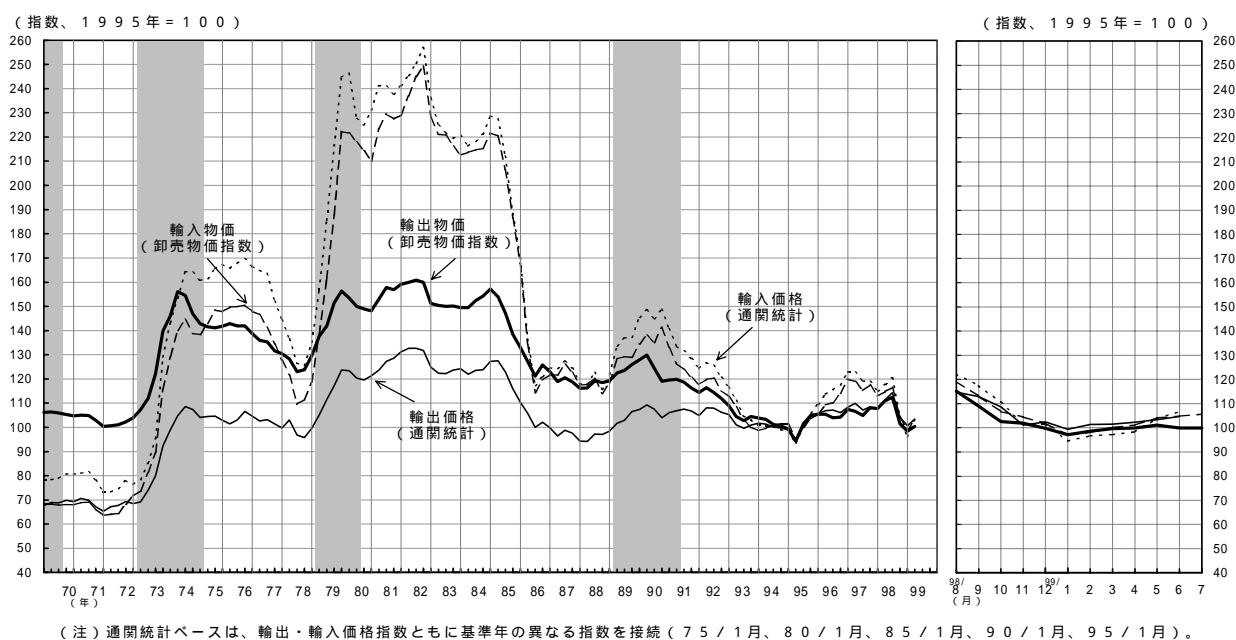
$I_{t,0}^F$: 基準時点を 0 とした比較時点 t におけるフィッシャー指数

⁵ 詳細については、(付 8)品質調整の具体例、を参照のこと。

$P_{t,i}$: 比較時点 t における商品 i の価格 $P_{0,i}$: 基準時点 0 における商品 i の価格
 $q_{t,i}$: 比較時点 t における商品 i の数量 $q_{0,i}$: 基準時点 0 における商品 i の数量
 $w_{0,i}$: 基準時点 0 における全支出金額に対する商品 i の支出金額シェア

したがって、わが国の輸出のように、対象商品の価格が品質・性能の変化に伴い傾向的に上昇したり、同一品目の中で高級品のウエイトが高まっているような場合などには、貿易価格指数(輸出)が輸出物価指数より上方に乖離するケースが多い⁶。また、輸出入物価指数は原則として契約時点の価格を調査している一方、貿易価格指数は通関時の価格を把握しているため、理想的には前者の方が先行性をもつものと考えられる。

1970年代以降の輸出入物価指数と貿易価格指数

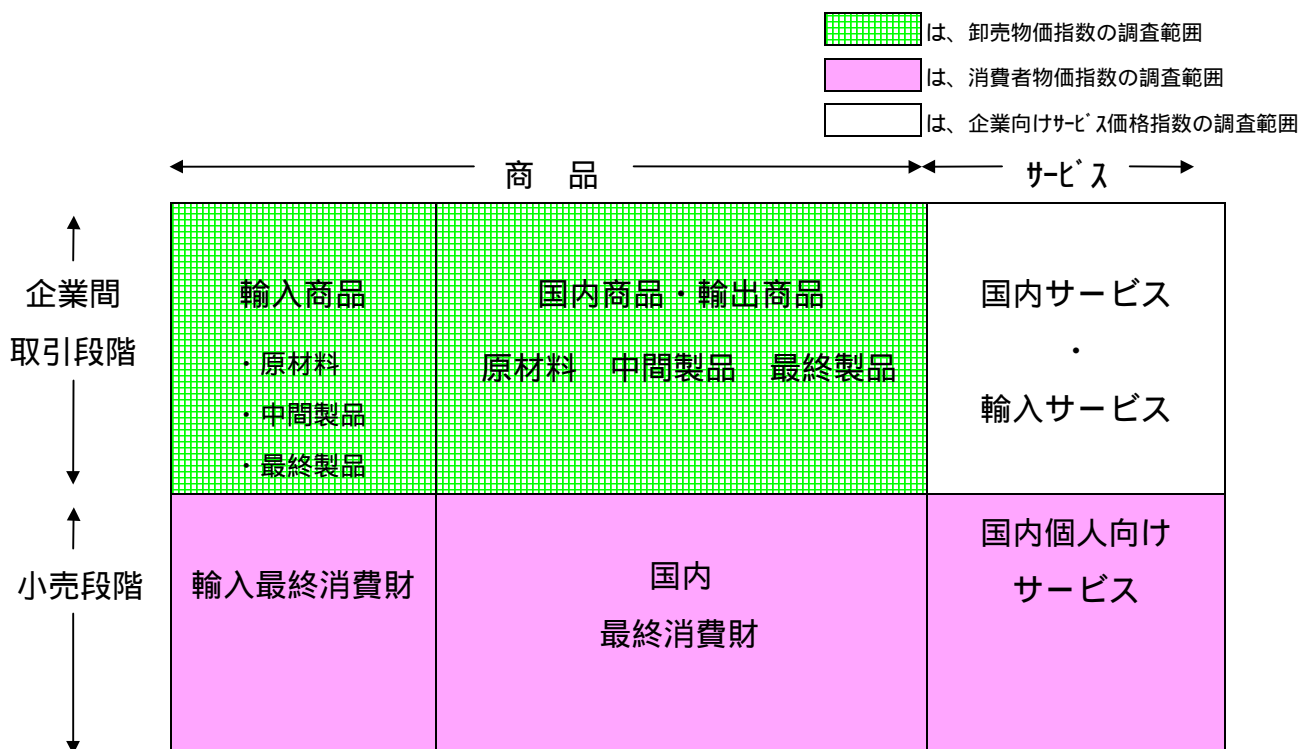


⁶ 輸入物価指数と貿易価格指数(輸入)でも、たとえば1990年前後にかけて後者が上方に乖離している。これには、バブル期において輸入に占める高級品のウエイトが上昇したことが影響していると考えられる。

(付 3)卸売物価指数における重複計算問題

消費者物価指数は、消費者が生活していく上で必要なコストの動きを追うことを目的にしているため、対象となる商品は、自ずと消費者が購入する最終製品(最終消費財)に限定されている。一方、卸売物価指数は、企業部門における需給バランスの変化を鳥瞰するため、原材料段階、中間製品段階、最終製品段階といった各生産工程の商品を網羅的に調査対象としている。国内卸売物価指数の「総平均」は、こうして集められた各段階の価格のすべてを加重平均したもので、わが国企業部門全体としての需給の動きを1つの指数に集約してみる時には便利な指標である。しかしながら、たとえば原油など原材料が値上がりすると、それが川下の製品に転嫁されていく過程で、価格上昇が各段階で繰り返しカウントされることとなり、結果的に「総平均」指数の上昇幅が「最終財」の上昇幅を上回るという状況が生じうる。これは、多段階からなる企業間取引を対象とした物価指数において不可避免的に生じる「重複計算」と呼ばれる統計的なクセであり、卸売物価指数のみならず、海外で作成されている生産者物価指数にも共通する特徴である。

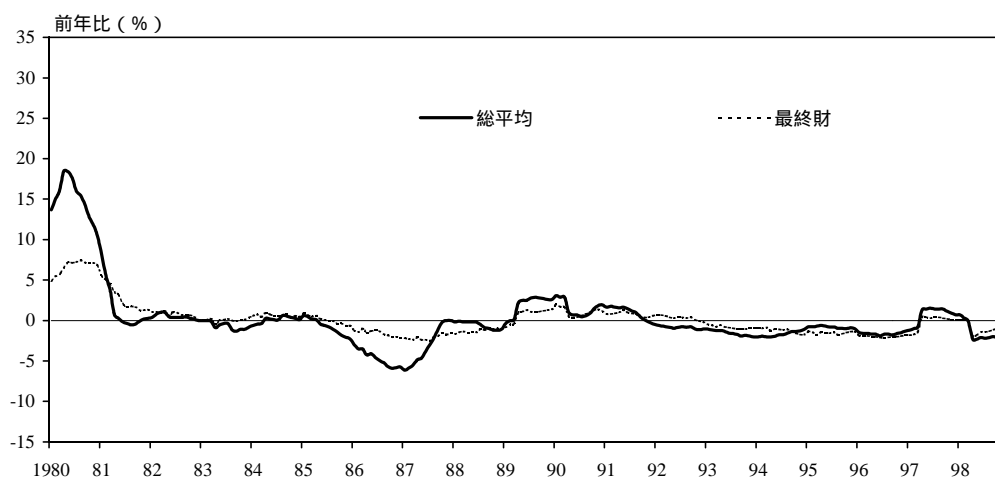
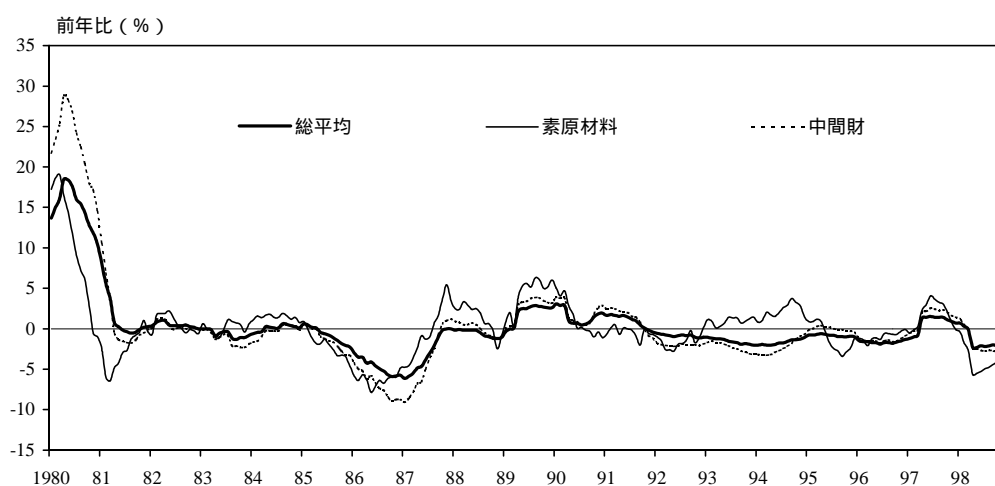
流通構造と各物価指数の調査範囲(理念図)



このため、消費者物価指数やGDPデフレーターといった「重複計算」のクセを持たない物価指標と卸売物価指数の「総平均」の変化幅を比較することはできない。そうした場合には、採用品目を「素材原料」、「中間財」、「最終財」といった需要段階別や、「資本財」、「消費財」といった用途別に区別して、別途、集計・公表している「特殊分類需要段階別・用途別指数」を利用することが適当である。

なお、特殊分類指数の中で消費者物価指数(商品)にもっとも近いのは、需要段階別・用途別指数の「消費財」であるが、両者は採用品目、ウェイト算定方法、品質調整方法などが異なるため、両者の単純な比較分析(たとえば小売マージン調査)を行う際には注意が必要である。

需要段階別指数(国内品)と国内卸売物価総平均指数



(付 4)国内卸売物価指数の類別ごとにみた価格調査段階

国内卸売物価指数は「需給をもっとも反映した実勢価格を調査する」ことを主目的としていることから、海外の生産者物価指数のように予め生産者に価格調査段階を特定することはせず、生産者 1次卸 2次卸 …… 小売という商品の流れのなかで最も需給調整機能が高い段階で価格を調査している。具体的には次の3点を基準として、各商品の実情に応じて判断している^{7 8}。

1次卸が自らの在庫を持ち、積極的に需給調整機能を果たしている場合は1次卸段階の価格を調査する。

生産者から小売店ないしユーザーへの直売形態が一般的である(ないし卸売段階の企業が形式的に介在するものの価格決定への影響力が低い)場合には生産者段階の価格を調査する。

1次卸と生産者のどちらの段階でも需給を反映する価格が調査可能と思われる場合については、1次卸段階の価格を調査する。

なお、各段階の構成比は、以下のように産業構造の高度化につれ、卸段階から生産者段階中心に順次シフトしてきており、現行の1995(平成7)年基準国内卸売物価指数では、ウエイトに占めるシェアでみて、調査価格全体の約7割が生産者段階で調査された価格となっている⁹。

⁷ 海外の生産者物価指数は、金額ベースの出荷額を数量ベースに実質化するためのデフレータ機能を重視している一方、卸売物価指数は、需給反映機能を優先している点で価格調査段階の選定に対する考え方が基本的に異なっている。

⁸ 輸出物価指数、輸入物価指数については、水際段階の価格(輸出:FOB建、輸入:CIF建)を調査しており、国内卸売物価指数のように、需給の反映度合いによって個別に価格調査段階を選定することは行っていない。

⁹ ウエイトを考慮せず、単純に品目数だけを数えた場合には、全体の約6割が生産者段階の価格である。これは、比較的ウエイトの大きい品目に生産者段階の価格が多いことを意味している。

卸売物価指数の発足当時には、重化学工業や機械工業などがほとんど発達しておらず、主な調査対象品目が原材料や農産物であったことから、調査対象も常時在庫を保有し大口の売買に応じつつ価格形成に主導的な役割を果たしている1次卸の価格が大半を占めていた。

しかしながら、その後、自動車や産業機械といった卸段階の企業が価格決定にほとんど関与しない商品が登場するにつれ、生産者の販売価格を調査する必要が生じた。

とくに戦後に入り、日本の産業構造が高度化し、機械類の占めるウエイトが大きく高まったこと、大型量販店の増加に伴い消費財の流通構造に変化が生じ、メーカーと量販店が直接価格交渉を行うケースが増えてきたことなどから、調査価格に占める生産者段階のウエイトは上昇の一途を辿っている。

類別ごとにやや詳しくみると、機械類や金属製品では、かなりの部分が生産者段階の価格となっている一方、製材・木製品、非食料農林産物、非鉄金属、化学製品、鉄鋼などでは、1次卸段階の価格の比率が引き続き高いという傾向がうかがわれる。これは、いわゆる市況商品の分野で1次卸が需給調整に引き続き大きな役割を果たしていることを反映している。

なお、国内卸売物価指数における品目ごとの価格調査段階については付表を参照のこと。

国内卸売物価指数における 類別ごとの価格調査段階(1995 < 平成 7 > 年基準)

	ウエイト	生産者	1次卸
加工食品	110.9	55%	45%
繊維製品	27.7	48%	52%
製材・木製品	16.4	19%	81%
パルプ・紙・同製品	31.9	54%	46%
化学製品	77.9	25%	75%
プラスチック製品	36.8	70%	30%
石油・石炭製品	28.4	99%	1%
窯業・土石製品	35.2	54%	46%
鉄鋼	43.3	43%	57%
非鉄金属	21.1	34%	66%
金属製品	45.8	70%	30%
一般機器	104.0	88%	12%
電気機器	154.2	98%	2%
輸送用機器	82.1	81%	19%
精密機器	11.4	72%	28%
その他工業製品	87.7	74%	26%
食料用農畜水産物	27.4	42%	58%
非食料農林産物	2.4	8%	92%
鉱産物	8.8	45%	55%
電力・都市ガス・水道	43.7	100%	0%
スクラップ類	2.8	0%	100%
合計	1,000.0	69%	31%

注 1) 「生産者」と「1次卸」の比率は、ウエイトに占める構成比。

2) 「1次卸」のごく一部に2次卸段階以降の諸段階での価格調査、および業界団体からの価格調査も含む。

(付 5)価格調査における実務上の限界

日本銀行では、精度の高い物価指数統計を作成すべく、代表性の確保、実勢価格の調査、品質調整の各面において細心の注意を払うよう心掛けていますが、実務的にみるといくつかの限界がある。ここでは、その代表的なものを取り上げる。

(1)代表性の確保に関する限界

たとえば、一般機器(産業用機械など)のなかには、用途に応じて1つ1つ作られているオーダーメイド型の商品が多く、継続的な価格調査を行うための代表的な商品の特定がそもそも困難なケースが少なくない。こうした場合には、調査先の協力を得て、オプション部分などを除いた機械のコア(中心)部分のみの評価額を調査する、標準仕様モデル(コア部分+代表的なオプション部分)の評価額を調査するなどの工夫をしているが、必ずしも実際の取引に裏づけられた価格ではないため、指数の精度面には問題が残る。

(2)割引やリベートの調整に関する限界

価格調査にあたっては、原則として「定価」から割引やリベートを控除した実際の取引価格の記入を調査先に依頼しているが、リベートによる価格調整は決算期末などに一括して行われるケースも多く、毎月の価格調査でこれを把握し、指数に反映させていくことは実務的に不可能である。また、個別商品ではなく商品全体の取扱額に対してリベート額が設定されているようなケースでは、たとえ事後的にリベート額がわかったとしても、それを個々の商品価格にさらに按分する必要があるが、調査先にそうした負担を強いることは現実的に困難である。

リベートや割引はその性質上、永遠に拡大し続けたり縮小し続けたりするものではないため、中長期時系列を達観するような場合には、さほど指数水準に大きなバイアスをもたらすとは考えにくい。短期的な分析をするような場合には、若干の注意が必要である。

(3)調査価格の変更(品質調整)に関する限界

後述(付 8)のとおり、日本銀行では、調査価格を変更する際に、できる限り品質調整を行うこととしているが、たとえばオーディオ・テープがコンパクト・ディスクに移行した時のように、新旧商品が著しく異なる場合には、製造コストの差を品質の差とみなす方法(コスト評価法)を適用することが極めて困難となる。また、価格調査先の事業撤退などにより調査対象商品を変更しなければならない場合には、そもそも調査先から新旧商品のコスト差を調査することができない。こうしたケースは、調査価格の変更全体のうち1~2割程度(1998<平成10>年の場合、年間62件)を占めており、新旧商品の比較が困難なため指数上はやむなく保合いとして処理(品質調整を行わない)している。

(4)取引条件の固定に関する限界

価格調査を行う上では、品質の他、取引条件を一定に保つことも原則であるが、商品によっては、販売数量に応じて単価を下げるボリューム・ディスカウントが一般的で、かつ月々の得意先向け販売数量の変動が激しいような場合もある。こうした商品においては、品質一定の条件が担保できる範囲内において、毎期の総取引量(または総取引個数など)で加重平均した加重平均価格を調査するなどの次善策を採っているものも存在する。

(5)商品の特性が天候や季節要因等で変動することに伴う限界

一部の食品のように賞味期間が短い商品で、かつ当該企業が販売している商品の代表的な賞味期限が季節要因や天候要因などによって毎月変化するようなケースでは、厳密な意味で品質を一定とした価格の継続調査が難しい。

(付 6)国内卸売物価指数の価格調査表の雛型

1999 年 4 月分

〒103-8660
東京都中央区

株式会社
部 課
様

日本銀行調査統計局物価統計課物価統計G
〒103-8660 東京都中央区日本橋本石町 2-1-1
電話 東京 (03)-3279-1111(大代)

価格調査表送付の件

価格調査事務につきましては、お忙しいところ、いつもご協力を賜り誠にありがとうございます。

今月分の価格調査表を送付させていただきますので、ご記入のうえ、同封の返信用封筒にて来月初までにご返送頂きたく、何卒よろしくお願ひ申し上げます。調査表へのご記入にあたりましては、下記の点もご留意頂ければ幸甚に存じます。なお、何かご不明の点等がございましたら、上記連絡先までご一報頂ければと存じます。

また、商況、値動きの事情等特記事項がございましたら、お手数ながら価格調査表の裏面に併せてご記入頂きたく、よろしくお願ひ申し上げます。

ご記入にあたって

1. 価格調査の目的

この価格調査は、日本銀行で作成しております物価指数の基礎資料として利用させていただくためのもので、ご報告頂きました価格は、機密扱いとし、他の目的に使用することは決してありません。

2. 調査価格

(1) 貴社の主要取引先に対する契約価格(注 1)で、契約時(注 2)における価格条件を一定(注 3)とした実勢価格(注 4)をご記入下さい。

なお、事情により上記原則以外の価格を採用することがあります。

(注 1) 「契約価格」とは、主要な取引先に対する平均契約価格または代表的契約価格をいいます。したがって、総取引金額を総取引数量で割った平均単価、または月末日、月央日などの一時点の価格ではありません。

(注 2) 「契約時」とは、指定された銘柄の契約(取引)が、取引先との間に成立した時点のことをいいます。

(注 3) 「価格条件一定」とは、連続性のある価格調査をするために、取引条件(品質、数量、受渡し、決済等の諸条件)や価格の調査段階等を固定することをいいます。

(注 4) 「実勢価格」とは、値引き、リベートまたは値増し等により名目化している価格や、限られたごく一部の取引先にのみ適用した価格、あるいは唱え値、気配値、希望価格等の取引の裏付けのない価格は除いた取引の実勢を表す価格です。

(2) 契約(取引)のない場合は、「契約なし」、「取引なし」または「 」とご記入下さい。

3. 銘柄・価格条件等の変更

(1) 採用銘柄の取引が著しく減少もしくは皆無となる見込みとなった場合、または銘柄の呼称、価格条件、調査価格の内容等に変更が生じた場合は、是非早めにご連絡下さいますようお願い致します。

(2) 貴社の社名、部署、所在地、電話番号および調査ご担当責任者等に変更が生じた際には、お手数ですがご連絡下さいますようお願い致します。

本紙はご返送頂く必要はありません

ご提出期限
翌月 1 日までに
ご返送下さい。

価格調査表

国内

1999 年 4 月分

(銘柄番号：品目 銘 柄)	価格 条件		上旬	中旬	下旬	備考
	受渡条件等	数量単位				
(123456 : _____)	持込渡し(例)	Kg(例)				消費税込み価格 (例)
(789012 : _____)	_____	_____				_____
(345678 : _____)	_____	_____				_____

商況、値動きの事情等特記事項がございましたら、裏面の余白部分にご記入下さい。

(付 7)調査価格の変更の状況

日本銀行では、価格調査にあたって、品目ごとに代表的な商品を選定し、品質や取引条件を一定とした実際の取引価格を調査することを原則としている。このため、経済構造の変化や技術革新の進展などに伴い、当該商品の代表性が失われた場合、取引条件が変更された場合、調査先を変更する必要性が生じた場合などには、速やかに調査価格の変更を実施し、新旧商品間の品質調整を行った上で指数に反映させている¹⁰。

ちなみに、国内卸売物価指数を例にとると、「調査価格の変更」の件数は、例年 200～300 件程度(下表)で、毎年調査価格全体の 7%程度が入れ替わっている。また、その際に行われている品質調整の結果をみると、ここ 4～5 年では、全体の 4 割程度が指数上は「値下げ」処理されており、調査価格の変更による指数の下方修正幅は毎年 0.2～0.5%ポイント(前年比ベース)となっている。

国内卸売物価指数の調査価格の変更件数の推移

		1992年	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年
合 計		290	246	229	230	311	226	293
類別 内訳	電気機器	66	65	79	73	65	63	103
	輸送用機器	31	31	27	44	27	30	23
	一般機器	24	27	23	18	29	24	33
	その他	169	123	100	95	190	109	134
処理別 内訳	値上げ	39	21	6	1	11	7	5
	保合い	180	151	132	125	180	130	162
	(うち比較困難)	40	41	17	32	65	41	62
	値下げ	71	74	91	104	120	89	126

単位：件

なお、総務庁統計局が作成する消費者物価指数でも、毎年約 6%程度の割合で「基本銘柄」の変更を行っているが¹¹、同指数と概念的に最も近い最終消費財（国内品＋

¹⁰ 詳細は（付 8）品質調整の具体例、を参照のこと。

¹¹ 総務庁が指定している全国統一の調査対象基準。商品の品質、規格、容量等の「仕様」に相当し、日本銀行で言う調査価格より概念が広いこと、調査先（店舗）の変更や地域の特徴に応じて別途設定している市町村銘柄の変更が含まれていないことから、両者を厳密に比較することはできない。

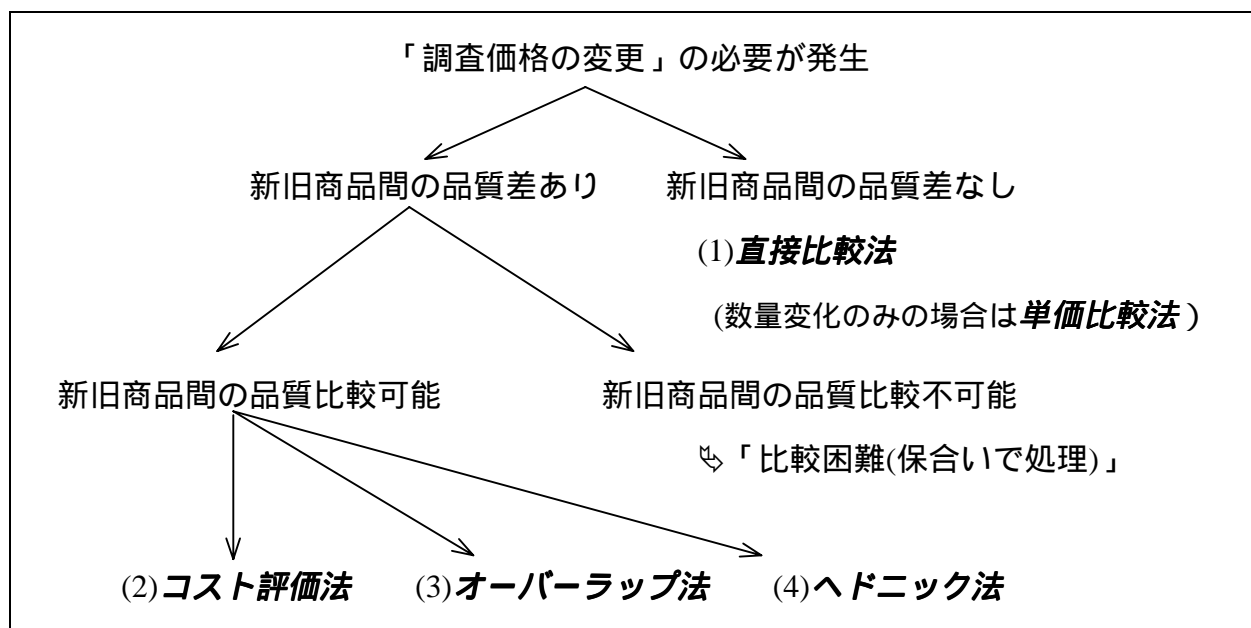
輸入品)ベースで見ると、卸売物価指数の調査価格の変更頻度は、毎年15%程度¹²となっている。卸売物価指数(最終消費財)と消費者物価指数(生鮮食品を商品)の動きを比較する場合には、採用品目やウエイトの違い等とともに、こうした調査価格の変更頻度やその際に用いられて品質調整方法の違いにも留意する必要がある。

¹² 上記7%との差は、最終製品の方が川上(素材系)商品に比べ、商品サイクルが短いことによる。

(付 8)品質調整の具体例

物価指数の精度を保つには、調査価格の変更にあって、新旧両商品の価格差を、品質の変化に対応する部分と、品質一定の下での純粋な値上げ(値下げ)部分に分解し、後者の純粋な価格変動部分のみを指数に反映させていくことが不可欠である¹³。こうした処理は、一般に「品質調整」と呼ばれているが、実際には、品質向上部分に関するユーザー側からの客観的な評価を直接測定することは不可能であり、何らかの手法によりこれを近似せざるを得ない。このため日本銀行では、調査価格の変更の都度、新旧商品の品質比較が可能か否かを見極め、比較可能なものについては、主として以下の(1)～(4)の方法を用いて指数を接続している¹⁴。

品質調整のプロセス(理念図)



¹³ 商品の機能向上に伴う価格上昇は、当該商品の「高級化」を反映したものであり、いわゆる「物価の上昇」とは区別して考える必要がある。

¹⁴ 米国労働省労働統計局(BLS)が作成している生産者物価指数、消費者物価指数においても、主として(1)～(4)の方法が利用されている。なお、わが国の消費者物価指数は、主として(1)と(3)に依っており、現状、コスト評価法やヘドニック法は用いられていない。

(1) 直接比較法

新旧商品に品質の相違がなかったり、あっても無視し得る程度に小さい場合には、両商品の価格をそのまま接続している¹⁵。たとえば、以下のようなものがその代表例である（簡単化のため消費税は考えない。以下同様）。

【例】通信装置

旧調査価格		新調査価格
A社 単一通信路無線装置 1001型	調査価格 の型式番号	A社 単一通信路無線装置 1002型
持込渡し、台単位	取引条件	持込渡し、台単位
850,000 円	販売価格	800,000 円
830,000 円	基準時価格	830,000 円
102.4	指数	96.4

調査価格変更事由： 型式番号の変更

具体的処理： 新旧商品の違いは型式番号のみで性能は不変であるため、直接比較で処理。
新旧商品の価格差(5万円)はすべて純粋な価格変動（値下げ）と考え、指数上も当該価格差をすべて反映させている。

(2) コスト評価法

コスト評価法とは、価格調査先から調査した新旧両商品の生産コストの差を、両商品の品質差に対応する価格差とみなして、品質変化分を除いた純粋な価格変動部分を特定する方法であり、卸売物価指数で最も標準的に用いられている^{16 17}。

¹⁵ 新旧商品の品質が不変で、数量(例えば1個あたりの容量)のみが異なるケースも存在する。こうした場合には、両商品の価格をより小さい取引単位あたりの単価(例えばKgあたり単価)に換算し直したうえで、直接比較を行なっている(単価比較法)。

¹⁶ コスト評価法は、専ら生産コストに基づいているため、企業の品質向上努力(掛けたコスト)にも関わらず、それがユーザーに十分評価されなかった場合には、品質向上に見合う価格変化が過大評価されてしまう(需要者の実感に比べ値下げ処理の幅が過大となる)等の限界が存在する(逆に、ユーザーの評価が所要コストを上回るケースもありうる)。また、品質変化に要したコストを厳密に把握することは必ずしも容易ではない。しかしながら、調査価格の変更段階で、代表性のある(=ユーザーニーズにマッチした新しい機能<品質>を備えた)新商品を的確に選定し、かつある程度の精度をもつコスト情報が把握できている限りにおいては、十分合理的な品質調整法として位置づけることが可能である。

¹⁷ 一言で「生産コスト」と言ってもその定義は様々であるが、日本銀行のコスト評価法では、狭義の製造原価だけでなく、間接的な事務経費や研究開発費等も含んだ広義のコスト概念を採用している。

具体的には、企業から品質向上に要したコストを聴取したうえで、それを基に新商品の理論価格を求め、同価格と実際の販売価格との差額を純粋な価格変化として、これがマイナス(プラス)の場合は値下げ(値上げ)処理を、純粋な価格の変動を伴わない場合は保合い処理を行っている。

値下げ処理の事例としては、以下のようなものが挙げられる。

【例】自動車

旧調査価格		新調査価格
B社 55 型 エンジン排気量 660cc	調査価格 の型式番号	B社 65 型 エンジン排気量 660cc
代理店向け持込渡し 台単位	取引条件	代理店向け持込渡し 台単位
燃費 16 km/1L 馬力 40 ps CD デッキを 標準装備 新国内安全基準 未対応	性能など	燃費 17 km/1L 馬力 55 ps CD デッキは オプション 新国内安全基準 対応
700,000 円	販売価格	680,000 円
740,000 円	基準時価格	761,143 円
94.6	指数	89.3

調査価格変更事由：フルモデルチェンジ [燃費およびエンジン馬力が向上、安全基準面でも新国内安全基準に対応したことで、B社の生産コストは7万円上昇。一方、CD デッキを非標準装備(オプション化)としたことで、コストが5万円下落]

また、単位あたりコストの基礎となる生産数量については、原則として、新商品のプライシングを行なう時点で、ないしは調査価格の変更を実施する時点(新商品が代表性を有した商品に成長した時点)において、企業が想定している生産計画を前提としている。

具体的処理：新旧商品の品質が明らかに異なるため、企業の生産コストに関する情報をもとに、品質変化を加味した新商品の理論価格(72万円 = 70万円 + 7万円 - 5万円)を算出。本ケースでは、新商品に割安感を出すため、メーカーが販売価格を上で求めた理論価格より低い68万円に設定していることから、差額部分(4万円)を、品質変化以外の純粋な価格変動(実質的な値下げ、値下げ率 - 5.6%)として指数に反映する¹⁸。

具体的には、新商品のコスト(理論価格)に基づいて基準時価格を調整(新基準時価格 = 従来の基準時価格 × 新商品の理論価格 / 旧商品の販売価格)し、この基準時価格と新商品の販売価格との比によって新指数を算出している。したがって、新しい基準時価格は、74万円 × 72万円 / 70万円 = 76.1万円、新指数は、68万円 / 76.1万円 × 100 = 89.3(下落率 - 5.6%)となる。

(3)オーバーラップ法

また、商品によっては、数ヵ月～1年程度の長期にわたって、新旧両商品がともに主力商品として並行(オーバーラップ)して販売されており、並行販売期間を通じて両者の市場価格がほぼ平行に推移している(価格差が安定している)場合がある。こうした商品については、新旧商品の価格差を、市場が価格ベースで評価した品質差とみなして、指数上保合いで処理している^{19 20 21}。

具体的な事例としては、以下のようなものが挙げられる。

¹⁸ 技術革新等により、既存機能部分に関する生産コストが低下し、その分値下げ余地が生じた等の場合も、同様に処理(値下げ)している。

¹⁹ 総務庁が作成する消費者物価指数で採用されている「価格リンク法」も同じ考え方に依っている。もっとも、消費者物価指数の作成に関する「ILOマニュアル」(国際標準マニュアル)でも指摘されているように、新旧商品の価格比が品質の比を反映していると判断できるのは、並行販売期間を通して「新旧両商品の販売量がほぼ等しい場合」に限られており、新旧商品の世代交代が急速に進む(主力商品として並行して販売される期間が短い、あるいは旧商品の取引が急速に縮小する)ケースや、新旧商品の価格差が十分安定的であることが確認できないケースについて、同手法を適用することは適当ではない。

²⁰ 実際、自動車や電気製品等の耐久消費財では、新商品の登場と同時に(あるいはそれに先んじて)旧商品の市場が急速に消滅する(あるいは価格が急落する)ケースが多く、こうした場合においてはコスト評価法あるいはヘドニック法といった他の品質調整手法を適用する必要がある。たとえば、先の仮設例において「新旧商品の価格差を全て品質差に帰す」方法を単純に適用すると、販売価格が2万円低下した分だけ品質も低下したとみて指数が保合い処理されてしまい、「販売競争を意識し割安に価格を設定した」といった需給環境を眺めた企業のプライシング姿勢の変化が、全く反映されないという問題が発生する。

²¹ オーバーラップ法においても、新旧商品の価格差が、売手の販売姿勢の変化等により変動した場合(たとえば、ヒアリング等により新商品の拡販を狙って値下げした等の事実が把握できた場合)は、当該変動部分を指数に反映している。

【例】ふとん

旧調査価格		新調査価格
C社 <u>AB</u> 型 羽毛ふとん 1.3Kg	調査価格 の型式番号	C社 <u>CD</u> 型 羽毛ふとん 1.3Kg
代理店向け持込渡し 枚単位	取引条件	代理店向け持込渡し 枚単位
ダウン含有率 90% (<u> </u> 産)	性能など	ダウン含有率 90% (<u>xx</u> 産)
48,000 円	販売価格	55,000 円
50,000 円	基準時価格	57,292 円
96.0	指数	96.0

調査価格変更事由： 新商品が主力商品になったため

具体的処理： 使用している素材の産地が、 から xxに変更。指数を接続するには品質調整を行う必要があるが、新旧商品は従来から並行して販売されており、両者の価格動向は上記期間を通じて安定（新製品の方が 14～15%高値）していたことから、これを市場価格で評価された品質差とみなして、指数上は保合いで処理。具体的には、新旧商品の販売価格の比を用いて、基準時価格を調整 [新基準時価格 = 従来基準時価格 × (新商品の販売価格 / 旧商品の販売価格)]²²、それと新商品の販売価格の比によって新指数を計算している。

(4) ヘドニック法

ヘドニック法とは、商品に関するデータを豊富に入手できる場合に、既存商品の価格と性能データの関係を計測した式(回帰式)を用いて、新商品が発売された際にその性能に見合う理論価格を試算し、実際の価格との乖離幅を値上げ(ないし値下げ)とみなすという計量分析的な品質調整法である²³。たとえば、パーソナルコンピュータ(パソコン)のように、機能全般にわたって技術革新が著しく、かつ商品サイクルが非常

²² 前記(2)でみた基準時価格の調整式を書き換えると、新基準時価格 = 従来基準時価格 × 新商品の理論価格 / 旧商品の販売価格 = 従来基準時価格 × (新商品の販売価格 - 純粋な価格変動) / 旧商品の販売価格、であり、純粋な価格変動をゼロとすると、オーバーラップ法の調整式に一致する。

²³ ヘドニック法の詳細な理論については、太田誠『品質と価格』(創文社、1980<昭和55>年)、白塚重典『物価の経済分析』(東京大学出版会、1998<平成10>年)を参照。

に短い商品については、価格調査先からその都度品質向上に要したコストを調査することができないため、コスト評価法の適用は困難²⁴であり、卸売物価指数では1990(平成2)年基準指数よりヘドニック法を適用している。ただし、同手法を用いて、安定的な回帰結果を得るためには、大量のデータを収集する必要²⁵があること、商品の品質を調査可能な特性としてとらえられること、その特性(品質)と価格の関係が安定していること、などの条件が必要であり、利用範囲には自ずと限界がある。

なお、ヘドニック法の作業手順は以下のとおりである。

まず、ある期 s について、各商品の価格データ P_s (被説明変数)と性能を示す指標 $Z_{i,s}$ (説明変数)の関係を示す、以下のようなヘドニック方程式(回帰式)を推定し、 Z_i のパラメータ a_i (係数)を得る²⁶。ここで、 i は性能を示す様々な指標の種類を指す。

$$\log(P_s) = \text{定数項} + a_i \times \log(Z_{i,s})$$

旧商品 n と新商品 m の第 i 番目の性能指標を $Z_{i,n}$ 、 $Z_{i,m}$ とすると、それぞれの商品の理論価格 P_n^* 、 P_m^* は下式により求められる。

$$P_n^* = \text{Exp(定数項)} \times (Z_{i,n})^{a_i}$$

$$P_m^* = \text{Exp(定数項)} \times (Z_{i,m})^{a_i}$$

ここで品質変化による価格差 Q^* は、旧商品価格 P_n に新旧商品の理論価格 P_n^* 、 P_m^* の変化率 (= 新旧商品の品質変化率) を乗じたもの、すなわち $Q^* = P_n \times (P_m^* / P_n^*) -$

²⁴ また、パソコンのように品質が急速に向上する一方で、技術革新によるコストダウンが著しく、結果として販売価格が比較的安定している商品について、前述のオーバーラップ法(新旧商品の価格差をすべて品質差に帰す方法)を適用した場合には、技術革新によるコストダウン効果が過少評価され、物価指数が上方バイアスをもつ可能性が高い。

²⁵ 例えばパソコンの場合、多種類の商品が並行して販売されており、同時に数多くの市場価格を入手することが可能である点でも、ヘドニック法に適した商品といえる。

²⁶ 卸売物価指数においてヘドニック法を適用している電子計算機本体、外部記憶装置についても、ここでの例示と同様に、説明変数と被説明変数ともに自然対数を取るかたちの関数形を採用している。実務的には、両辺とも自然対数を取らない関数形、被説明変数にのみ自然対数を取る関数形といった様々な関数形について推定を試み、最もパフォーマンスの良いものを Box-Cox 検定などを用いて選択している。

1)として計算できる。また、旧商品の価格に品質変化による価格変動を加えた($P_n + Q^*$)と新商品の販売価格(P_m)との差額である $[P_m - (P_n + Q^*)]$ を、品質変化以外の純粋な価格変動と捉えることができる。

したがって、指数上は新商品に対応する基準時価格 $P_{0,t}$ を以下のように修正し、新商品の販売価格 P_m との比により新指数を算出している。

$$\begin{aligned} P_{0,t} &= \text{旧基準時価格} \times \text{品質変化を加味した旧商品価格}^{27} / \text{旧商品の販売価格} \\ &= P_{0,t-1} \times (P_n + Q^*) / P_n \end{aligned}$$

以上から明らかなように、ヘドニック法を用いた品質調整の精度は、ヘドニック方程式の推定パフォーマンスに大きく依存する。このため、日本銀行では、技術革新を適切に反映させるべく、随時、ヘドニック方程式の説明変数の取捨選択に取り組んでいる²⁸。たとえば、1995(平成7)年を例にとると、パソコン²⁹のヘドニック方程式では、CPU(中央演算子)性能、主記憶(メモリ)容量、固定記憶(ハードディスク)容量、拡張スロット数などの従来からの説明変数のほか、新たに登場した新型 CPU や CD-ROM ドライブの採用の有無も説明変数として採用している。

²⁷ ここで言う「品質変化を加味した旧商品価格」が、(2)のコスト評価法でみた「新商品の理論価格(旧商品の販売価格 + 品質変化に要したコスト)」の概念に相当する。

²⁸ ヘドニック法は、過去のデータを用いた回帰式により、新商品の理論価格を推計する手法であるため、技術革新等により、回帰式に反映されていない新たな性能指標が付け加わった場合には、推計誤差が発生する可能性が否定できない。

²⁹ パソコンは、「電子計算機本体」の調査価格の1つ。

(付9)ラスパイレス指数利用上の留意点

卸売物価指数をはじめ、大方の物価指数はウエイトを基準時に固定したラスパイレス指数算式を採用しているが、同算式は構造が簡潔で計算が容易であるとのメリットを有する一方で、利用にあたっては以下のような点に留意する必要がある。

基準時に存在しなかった、ないし、ウエイトが小さく、指数の対象外とされた新商品が普及しても、その商品を取り込むカテゴリ（品目）が、指数上に存在しない場合³⁰には、その価格動向³¹を指数に反映できない（いわゆる「新商品バイアス」をもつ）。

ラスパイレス指数は、基準時点を100とした各時点の価格「水準」を平均することで計算されるため、ある商品の価格水準が大幅に低下（上昇）した場合、同商品の実質ウエイト（同商品の加重指数 / 総平均ベースでの加重指数）が表面上のウエイトより小さく（大きく）なり、同商品の価格変動の影響（総平均に対する寄与度）が過小評価（過大評価）される³²。

異なる商品の間には代替性があるケースにおいて、一方の商品の価格が上昇すると、通常、割高化した当該商品から割安化した他の商品への需要シフトが生じるが、指数計算上は各商品のウエイトが基準時に固定されているため、

³⁰ 新商品を取り込みうる品目が既に存在している場合には、同商品を当該品目の新たな調査価格として採用することが可能である。しかし、それが新しい品目概念である場合は、他の品目を含めたウエイトの全面見直しが必要となるため、取り込みは次の基準改定のタイミングを待たざるをえない。

³¹ 新商品が普及する際には、量産効果や技術革新により価格が大きく下落するケースが多く、結果として指数に上方バイアスが生じやすい。

³² 一方、基準改定が行われると、低下していた指数レベルが新基準年次において100に戻るため再び実質ウエイトが上昇する。したがって、たとえ新旧基準において同一の商品ウエイトを用いて指数を作成したとしても、ある商品価格の傾向的の下落が顕著な場合には、基準改定をはさんで、総平均・類別等の上位集計レベル指数の「下がり方」が変化してしまう。

そうした需要者側の行動の変化を織込んだ場合よりも、指数の水準が高目に出る³³。

日本銀行では1998(平成10)年4月分計数以降、調査価格から商品群までのレベルにおいて加重幾何平均指数を用いた国内卸売物価指数を別途作成し、参考指数として公表している。幾何平均指数の場合は、基準時点のウエイトを用いる点では、ラスパイレ指数と同様であるが、価格の「伸び率」を平均して指数を計算するため、基準時点を離れても実質ウエイトに大きな歪みが生ずることはない(上記との関連)ほか、相対価格の変化による需要シフトの影響(上記との関連)も一定の仮定(完全代替)の下に指数に反映される^{34 35 36}。

³³ 上記は、しばしば消費者物価指数の上方バイアス(いわゆる「代替バイアス」との関連で議論される。すなわち、消費者物価指数は、消費者選択理論における生計費指数の概念に立脚しており、理論的には「消費者が物価変動後においても、基準時点と同一の効用を得るために必要な最小支出額の基準時点対比での比率」として、

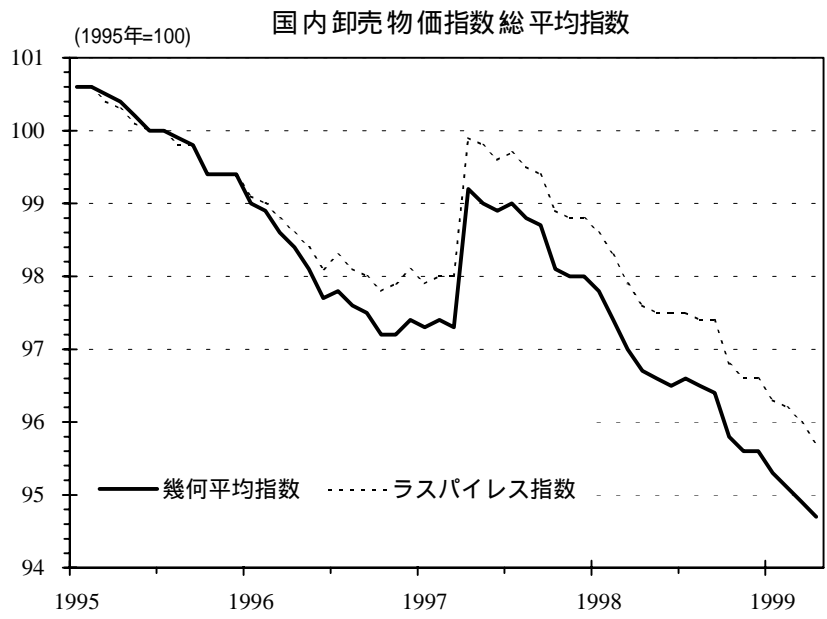
$$I^* = \frac{\sum p_{t,j} q_{t,j}^*}{\sum p_{o,i} q_{o,i}}$$

($q_{t,j}^*$ = 比較時の新しい価格体系の下で、最低限の支出で基準時と同水準の効用を得るのに必要な各商品の数量)

で定義されるが、これをラスパイレ指数や幾何平均指数によって近似する場合には、商品間の代替効果の大小により以下のようなバイアスが発生する。相対価格が変化しても数量に変化がなければ、ラスパイレ指数 = 理論上の指数 > 幾何平均指数となり、ラスパイレ指数算式によるバイアスは生じない。しかし、数量が若干でも変化する場合($0 < \text{代替の弾力性} < 1$)には、ラスパイレ指数 > 理論上の指数 > 幾何平均指数となり、ラスパイレ指数は上方バイアスを、幾何平均指数は下方バイアスをもつ。そして、支出額の割合が一定になる場合(代替の弾力性 = 1 < 完全代替 >)には、ラスパイレ指数 > 理論上の指数 = 幾何平均指数となり、幾何平均指数が実態と一致する。なお、需要の代替がさらに大きいケース(代替の弾力性 > 1)では、ラスパイレ指数 > 幾何平均指数 > 理論上の指数となり、双方に上方バイアスが生じるが、バイアスは幾何平均指数の方が相対的に小さい。

³⁴ 卸売物価指数においても、企業の投入サイドに着目して、上記の理論上の指数を「物価変動後においても、同一の産出量を実現するために投入する生産要素の最小費用の基準時点対比での比率」と読み替えれば、同様の議論が可能である。もっとも、多くの場合、投入価格の変化は、他の企業にとって産出価格の変化を意味しており、相対価格変化の影響を正確に測るには、産出する商品間のシフトも考慮する必要がある。卸売物価指数においてこの種の議論を行う場合には、こうした限界に留意する必要がある。

³⁵ 上記およびの問題への対応としては、各年時点でのウエイトを用いて指数を作成する連鎖ウエイト方式も有効である。しかしながら、卸売物価指数の場合、調査品目数が多く、採用品目・ウエイトを毎年見直すには膨大な事務負担を要することから、連鎖ウエイト方式は採用していない。因みに、1981(昭和56)年の統計審議会答申では、経済統計の基準時およびウエイト算定年次を「原則として5年ごとに更新することとする」とされており、わが国の他の指数統計も基本的にこれに沿う形で基準改定を実施している。



(附表)

国内卸売物価指数における品目ごとの価格調査段階

本資料は、国内卸売物価指数の各品目について、企業間取引段階のうち、いずれの段階において価格調査を実施しているかを、取りまとめたものである。

調査実施時期は、1998(平成 10)年 1～6 月(1995<平成 7>年基準ベース)。

表中の「生産者¹」とは、各品目の調査価格のうち 7 割以上(ウエイトベース、以下同じ)が生産者の出荷段階で調査されているケース、また、「卸²」とは、調査価格の 7 割以上が 1 次卸の出荷段階で調査されているケース、「その他³」とは、それ以外(いずれも 7 割未満)のケースを指す。

- なお、輸出物価指数、輸入物価指数については、いわゆる水際段階の価格(輸出：FOB 建、輸入：CIF 建)を調査しており、国内卸売物価指数のように、需給の反映度合いによって個別に価格調査段階を選定することはない。

¹ 生産者段階 = 生産者の出荷段階 + 1 次卸の仕入段階。

² 卸段階 = 1 次卸の販売段階 + 2 次卸の仕入段階。

³ その他 = 2 次卸の販売段階以降 + 業界団体等。

【加工食品】

	生産者	卸	その他
小麦粉			
こんにゃく粉			
馬鈴しょでん粉			
コーンスターチ			
そば粉			
米粉			
粗糖			
精製糖			
ぶどう糖			
水あめ			
異性化糖			
酒造用アルコール			
あん			
なたね油			
大豆油			
サラダ油			
とうもろこし油			
ラード			
ショートニング			
マーガリン			
野菜缶詰			
果実缶詰			
ジャム			
漬物			
ハム			
ソーセージ			
ベーコン			
焼豚			
ハンバーグ			
処理牛乳			
練乳			
粉乳			
バター			
チーズ			
生クリーム			
ヨーグルト			
アイスクリーム			
乳飲料			
乳酸菌飲料			
魚介缶詰			
フィッシュソーセージ			
かまぼこ			
ちくわ			
揚かまぼこ			
つくだ煮			
削り節			
かつお節			
くん製品			
水産物漬物			

【加工食品つづき】

	生産者	卸	その他
食塩			
みそ			
しょう油			
うま味調味料			
ソース			
トマトケチャップ			
マヨネーズ			
ドレッシング			
食酢			
香辛料			
即席カレー			
即席スープ			
風味調味料			
味りん			
たれ			
めんつゆ			
茶づけ・ふりかけ			
食パン			
乾めん			
生めん			
即席めん			
マカロニ・スパゲッティ			
菓子パン			
洋生菓子			
和生菓子			
ビスケット類			
米菓			
キャンデー			
チョコレート			
かりん糖			
スナック菓子			
チューインガム			
豆腐			
油揚げ類			
納豆			
こんにゃく			
冷凍調理食品			
レトルト食品			
もち			
パン粉			
植物性クリームパウダー			
そう菜			
すし・弁当			
調理パン・サンドイッチ			
炭酸飲料			
果実飲料			
乳酸飲料			
緑茶飲料			
紅茶飲料			

【加工食品つづき】

	生産者	卸	その他
ウーロン茶飲料			
コーヒー飲料			
スポーツドリンク			
ミネラルウォーター			
野菜ジュース			
ぶどう酒			
ビール			
清酒			
焼酎			
ウイスキー			
ブランデー			
リキュール類			
緑茶			
レギュラーコーヒー			
インスタントコーヒー			
人造氷			
たばこ			

【繊維製品】

	生産者	卸	その他
羊毛トップ			
スフ綿			
ポリエステル短繊維			
アクリル短繊維			
生糸			
綿糸			
そ毛織糸			
そ毛ニット糸			
紡毛織糸			
アセテート糸			
スフ糸			
ナイロン長繊維糸			
ポリエステル長繊維糸			
ポリエステル紡績糸			
アクリル紡績糸			
羽二重			
ちりめん			
綿ブロード			
タオル地			
そ毛服地			
紡毛服地			
人絹織物			
スフ織物			
ナイロン長繊維織物			
ポリエステル長繊維織物			
ポリエステル紡績系織物			
アクリル紡績系織物			
綿ニット生地			
合繊ニット生地			
ニット肌着			
ランジェリー			
ファンデーション下着			
パジャマ			
ワイシャツ			
ブラウス			
ポロシャツ			
Tシャツ			
トレーナー			
男子用セーター			
女子用セーター			
背広服			
女子用スーツ			
ズボン			
スカート			
子供服			
学生服			
オーバーコート			
ソックス			

【繊維製品つづき】

	生産者	卸	その他
パニティストッキング			
タイツ			
スポーツウエア			
既製和服・帯			
ネクタイ			
作業衣			
ニット・織物製手袋			
織物製帽子			
プレスフェルト生地			
不織布			
毛布			
掛ぶとん			
羽毛ぶとん			
縫糸			
タイヤコード			
モケット			
ロープ			
漁網			
レース			
布テープ			
敷物			
衛生材料			
防水帆布			
タオル			

【製材・木製品】

	生産者	卸	その他
杉正角			
ひのき正角			
米つが正角			
松平角			
米松平角			
杉平割			
ひのき平割			
米つが平割			
北洋えぞ松平割			
杉板			
米松板			
米つが板			
スプルース板			
ラワン板			
杉小幅板			
梱包用材			
針葉樹チップ			
広葉樹チップ			
普通合板			
特殊合板			
合板フローア			
造作材			
集成材			
プレハブ建築用木製パネ			
パーティクルボード			
木箱			
防腐木材			

【パルプ・紙・同製品】

	生産者	卸	その他
製紙さらしクラフトパルプ			
製紙未さらしクラフトパルプ			
新聞用紙			
上質印刷用紙			
中質印刷用紙			
下級印刷用紙			
微塗工印刷用紙			
塗工印刷用紙			
特殊印刷用紙			
P P C用紙			
フォーム用紙			
クラフト紙			
ロール紙			
薄葉紙			
加工原紙			
ライナー			
中しん原紙			
白板紙			
建材原紙			
アスファルト塗工紙			
ノーカーボン紙			
段ボールシート			
壁紙・ふすま紙			
伝票			
封筒			
ノート			
アルバム			
祝儀用品			
重包装紙袋			
軽包装紙袋			
段ボール箱			
紙箱			
ティッシュペーパー			
トイレットペーパー			
紙タオル・紙ナプキン			
生理用品			
紙おむつ			
繊維板			
紙管			

【化学製品】

	生産者	卸	その他
エチレン			
プロピレン			
ブタン・ブチレン			
ベンゼン			
トルエン			
キシレン			
液体アンモニア			
か性ソーダ			
ソーダ灰			
液体塩素			
塩酸			
亜鉛華			
酸化チタン			
カーボンブラック			
酸素ガス			
窒素			
硫酸			
カリウム塩			
硝酸銀			
過酸化水素			
けい酸ナトリウム			
活性炭			
りん酸			
オクタノール			
合成アセトン			
酢酸			
酸化エチレン			
エチレングリコール			
酸化プロピレン			
ポリプロピレングリコール			
塩化ビニルモノマー			
アクリロニトリル			
酢酸ビニルモノマー			
テレフタル酸			
スチレンモノマー			
カプロラクタム			
フェノール			
アニリン			
無水フタル酸			
アルキルベンゼン			
フタル酸系可塑剤			
有機ゴム薬品			
フェノール樹脂			
不飽和ポリエステル樹脂			
低密度ポリエチレン			

【化学製品つづき】

	生産者	卸	その他
高密度ポリエチレン			
ポリスチレン			
A B S 樹脂			
ポリプロピレン			
塩化ビニル樹脂			
メタクリル樹脂			
ポリビニルアルコール			
アセチルセルロース			
エポキシ樹脂			
ポリカーボネート			
飽和ポリエステル樹脂			
ポリアセタール			
窒素質肥料			
複合肥料			
感冒薬			
精神神経安定剤			
末梢神経系用薬			
眼科用剤			
循環器官用薬			
鎮咳去たん剤			
消化器官用薬			
ホルモン剤			
外皮用薬			
ビタミン剤			
滋養強壮薬			
止血・血液代用剤			
解毒強肝剤			
酵素製剤			
総合代謝性製剤			
腫瘍用薬			
アレルギー用薬			
抗生物質製剤			
ワクチン・血液製剤類			
X線造影剤			
家庭用殺虫剤			
体外診断用医薬品			
生薬・漢方			
動物用医薬品			
農業用殺虫剤			
農業用殺菌剤			
除草剤			
染料			
油性塗料			
合成樹脂塗料			
シンナー			
電気絶縁塗料			
合成ゴム			

【化学製品つづき】

	生産者	卸	その他
石けん			
家庭用合成洗剤			
工業用合成洗剤			
界面活性剤			
口紅			
メーキャップファンデーション			
洗顔クリーム・フォーム			
クレンジングクリーム			
モイスチャークリーム			
乳液			
化粧水			
美容液			
パック			
シャンプー			
ヘアリンス			
養毛料			
整髪料			
ヘアスプレー			
染毛料			
歯みがき			
写真フィルム			
レンズ付フィルム			
印画紙			
感光紙			
写真用化学薬品			
印刷インキ			
ワックス			
産業用火薬			
香料			
接着剤			

【プラスチック製品】

	生産者	卸	その他
プラスチック板			
プラスチック積層品			
プラスチック化粧板			
プラスチック硬質管			
プラスチックホース			
プラスチック継手			
プラスチック雨どい			
プラスチックフィルム			
プラスチックシート			
プラスチック床材			
合成皮革			
輸送機械用プラスチック製品			
電気機器用プラスチック製品			
軟質プラスチック発泡製品			
硬質プラスチック発泡製品			
強化プラスチック管板類			
プラスチック浴槽			
プラスチック製日用品			
プラスチック製容器			
プラスチックボタン			
プラスチック製履物			
プラスチック製かばん			

【石油・石炭製品】

	生産者	卸	その他
ナフサ			
ガソリン			
ジェット燃料油			
灯油			
軽油			
A重油			
C重油			
スピンドル油			
ガソリンエンジン油			
ディーゼルエンジン油			
船用エンジン油			
工業用潤滑油			
液化石油ガス			
アスファルト			
アスファルト舗装混合材			
石炭コークス			

【窯業・土石製品】

	生産者	卸	その他
フロート板ガラス			
合わせガラス			
強化ガラス			
複層ガラス			
光学ガラス素地			
電球類用ガラス			
電子管用ガラス			
酒類用瓶			
清涼飲料用瓶			
ガラス製食料・調味料用容器			
薬瓶			
ガラス製食卓用品			
ガラス短繊維製品			
ガラス長繊維製品			
ポルトランドセメント			
高炉セメント			
生コンクリート			
高圧コンクリート管			
高圧コンクリート柱			
高圧コンクリートパイプ			
建築用コンクリートブロック			
土木用コンクリートブロック			
道路用コンクリート製品			
PSコンクリート製品			
石綿セメント板			
厚形スレート			
木材セメント製品			
気泡コンクリート製品			
粘土かわら			
衛生陶器			
タイル			
がい子・がい管			
電気用ファイバセリックス			
陶磁器製食器			
陶磁器製置物			
耐火れんが			
キャスト耐火物			
研削材			
研削と石			
研磨布紙			
生石灰			
消石灰			
陶磁器用はい土			
人造黒鉛電極			
石工品			

【窯業・土石製品つづき】

	生産者	卸	その他
ほうろう鉄器			
ロックウール製品			
石こうボード			

【鉄鋼】

	生産者	卸	その他
フェロマンガ			
フェロクロム			
製鋼用銑鉄			
軌条			
H形鋼			
大形形鋼			
中小形形鋼			
鋼矢板			
軽量形鋼			
小形棒鋼			
普通線材			
特殊線材			
バーインコイル			
厚板			
中板			
熱延薄板			
熱延広幅帯鋼			
冷延薄板			
冷延広幅帯鋼			
冷延電気鋼帯			
ブリキ			
溶融亜鉛めっき鋼板			
電気亜鉛めっき鋼板			
クロムめっき鋼板			
配管用鋼管			
特殊配管用鋼管			
構造用鋼管			
鋼管杭			
合金工具鋼			
機械構造用炭素鋼			
構造用合金鋼			
ばね鋼			
軸受鋼			
ステンレス鋼(熱間)			
快削鋼			
ピアノ線材			
高抗張力鋼			
ステンレス鋼板			
ステンレス鋼管			
機械用銑鉄鑄物			
ダクタイル鑄鉄管			
機械用可鍛鑄鉄鑄物			
可鍛鑄鉄製鉄管継手			
磨棒鋼			
鉄線			
硬鋼線			

【鉄鋼つづき】

	生産者	卸	その他
PC鋼線			
ステンレス鋼線			
冷間圧造用炭素鋼線			
鉄鋼切断品(薄板)			
鉄鋼切断品(厚中板)			
鍛工品			

【非鉄金属】

	生産者	卸	その他
金地金			
銀地金			
銅地金			
亜鉛地金			
銅合金地金			
亜鉛合金地金			
アルミニウム再生地金			
アルミニウム合金地金			
アルミニウム合金再生地金			
銅条			
銅管			
黄銅条			
黄銅棒			
青銅伸銅品			
アルミニウム板			
アルミニウム条			
アルミニウム合金板			
アルミニウム合金条			
アルミニウム合金棒			
アルミニウム合金管			
アルミニウム合金型材			
アルミニウムはく			
はんだ			
貴金属展伸材			
アルミニウム鍛造品			
銅荒引線			
銅裸線			
銅巻線			
プラスチック被覆銅線			
アルミニウム裸線			
電力ケーブル			
通信ケーブル			
青銅鋳物			
アルミニウム鋳物			
亜鉛ダイカスト			
アルミニウム・同合金ダイカスト			

【金属製品】

	生産者	卸	その他
かさね板ばね			
つるまきばね			
線ばね			
うす板ばね			
ボルト			
ナット			
ねじ			
くぎ			
金網			
ワイヤロープ			
溶接棒			
リベット			
座金			
アルミニウムサッシ			
スチールサッシ			
アルミニウムドア			
スチールドア			
シャッター			
建築用板金製品			
建具用取付具			
カーテンウォール			
金属製物置			
ガスこんろ			
ガス湯沸器			
ガス風呂釜			
石油ストーブ			
温風暖房機			
温水ボイラ			
ドラム缶			
18リットル缶			
食缶			
アルミニウム製飲料用缶			
ポンペ			
金属洋食器			
家庭用刃物			
なべ			
作業工具			
のこ刃			
機械刃物			
超硬チップ			
金属製管継手			
金属製衛生器具			
配管工事用附属品			
架線金物			
王冠			

【金属製品つづき】

	生産者	卸	その他
金属熱処理品			
金庫			
金属製パッキン・ガスケット			
金属製ネームプレート			

【一般機器】

	生産者	卸	その他
ボイラ			
汎用ガソリン機関			
汎用ディーゼル機関			
船用ディーゼル機関			
うず巻ポンプ			
水中ポンプ			
真空ポンプ			
圧縮機			
送風機			
油圧ポンプ			
油圧モータ			
油圧シリンダ			
油圧バルブ			
空気圧シリンダ			
空気圧バルブ			
旋盤			
フライス盤			
研削盤			
マシニングセンタ			
放電加工機			
金属圧延用ロール			
プレス機械			
せん断機			
ガス溶接・溶断機			
ドリル			
ミーリングカッタ			
タップ・ダイス			
ダイヤモンド工具			
超硬工具			
空気動工具			
電動工具			
天井走行クレーン			
車両搭載形クレーン			
巻上機			
コンベヤ			
エレベータ			
エスカレータ			
駐車装置			
産業用ロボット			
動力耕うん機			

【一般機器つづき】

	生産者	卸	その他
農業用トラクタ			
田植機			
動力噴霧機			
コンバイン			
農業用乾燥機			
建設用トラクタ			
トラッククレーン			
ラフテレンクレーン			
掘さく機			
整地機械			
アスファルト舗装機械			
コンクリート機械			
化学繊維機械			
精紡機			
織機			
ニット機械			
工業用ミシン			
穀物処理機械			
製パン・製菓機械			
肉製品・水産製品 製造機械			
印刷機械			
製版機械			
製本機械			
玉軸受			
ころ軸受			
変速機			
歯車			
ローラチェーン			
ろ過機			
分離機			
熱交換器			
包装機械			
荷造機械			
製材・木工機械			
鑄造装置			
プラスチック加工機械			
工業窯炉			
電子卓上計算機			
複写機			
ワードプロセッサ			
冷凍機			
業務用エアコン			
カーエアコン			
冷凍・冷蔵用ショーケース			

【一般機器つづき】

	生産者	卸	その他
自動販売機			
業務用洗濯装置			
自動車整備・サービス機器			
家庭用ミシン			
消火器			
バルブ			
パイプ加工品			
ピストンリング			

【電気機器】

	生産者	卸	その他
発電機			
電動機			
変圧器			
電力変換装置			
コンデンサ			
電気溶接機			
産業用電熱装置			
配電盤			
分電盤			
監視制御装置			
継電器			
電磁開閉器			
電力開閉器			
遮断器			
電子計算機本体			
外部記憶装置			
入出力装置			
端末装置			
X線装置			
超音波応用装置			
医療用電子応用装置			
電話機			
ボタン電話装置			
インターホン			
ファクシミリ			
交換機			
搬送装置			
固定通信装置			
携帯電話			
PHS			
ポケットベル			
基地局通信装置			
アマチュア用通信装置			
無線応用装置			
カラーテレビ			
ビデオプレーヤー			
ビデオディスクプレーヤー			
ビデオカメラ			
ナビゲーションシステム			
ラジカセ型オーディオ			
据置型オーディオ			
ポータブルオーディオ			
カーオーディオ			
電子レンジ			
電気がま			
ジャーボット			
電気冷蔵庫			

【電気機器つづき】

	生産者	卸	その他
電気洗濯機			
衣類乾燥機			
電気アイロン			
電気掃除機			
電気こたつ			
電気カーペット			
換気扇			
ルームエアコン			
理容用電気器具			
電気温水洗浄便座			
電子機器用抵抗器			
電子機器用コンデンサ			
電子機器用変成器			
水晶振動子			
電子機器用コネクタ			
電子機器用スイッチ			
プリント配線板			
電子機器用リレー			
スピーカ			
マイクロホン			
磁気ヘッド			
超小形電動機			
録音用磁気テープ			
録画用磁気テープ			
磁気ディスク			
スイッチング電源			
テレビジョン受信用アンテナ			
テレビジョンビデオ用チューナ			
コントロールユニット			
ブラウン管			
表示管			
ダイオード			
整流素子			
トランジスタ			
サーミスタ			
サイリスタ			
光電変換素子			
集積回路			
液晶デバイス			
充電発電機			
始動電動機			
配電器			
インダクションコイル			
点火プラグ			
自動車用電球			
ハロゲン電球			

【電気機器つづき】

	生産者	卸	その他
蛍光灯ランプ			
H I Dランプ			
配線器具			
白熱灯器具			
蛍光灯器具			
高圧放電灯器具			
電気計器			
電気測定器			
工業計器			
医療用計測器			
乾電池			
車両用蓄電池			
民生用蓄電池			
シリコンウエハ			
交通信号保安装置			
太陽電池			
リードフレーム			

【輸送用機器】

	生産者	卸	その他
軽乗用車			
小型乗用車			
普通乗用車			
バス			
軽トラック			
小型トラック			
普通トラック			
二輪自動車			
自動車部品			
自転車			
自転車部品			
フォークリフトトラック			
ショベルトラック			

【精密機器】

	生産者	卸	その他
工業用長さ計			
積算体積計			
はかり			
圧力計			
流量計			
精密測定器			
光分析装置			
電磁気分析装置			
加圧・分離・蒸留機器			
材料試験機			
測量機器			
医療用機器			
病院用器具			
歯科用機器			
医療用品			
歯科材料			
理化学機器			
カメラ			
カメラ用交換レンズ			
顕微鏡			
光学レンズ			
眼鏡枠			
眼鏡レンズ			
腕時計			
目覚・掛時計			

【その他工業製品】

	生産者	卸	その他
ふすま			
大豆かす			
なたねかす			
配合飼料			
たんす			
木製書棚			
食器戸棚			
食堂セット			
木製流し台セット			
漆器製家具			
スチール机			
スチールいす			
金属製流し台セット			
書庫			
ファイリングキャビネット			
金属製棚			
応接セット			
ベッド			
マットレス			
音響機器用木製キャビネット			
事務所用・店舗用装備品			
額縁			
宗教用具			
漆器製台所・食卓用品			
木製ドア			
ガラス戸			
障子			
ふすま戸			
日刊新聞			
週刊誌			
月刊誌			
辞典			
学習参考書			
教科書			
凸版印刷物			
平版印刷物			
写真製版			
自動車タイヤ			
ゴムベルト			
ゴムホース			
防振ゴム			
ゴムロール			
ゴム製パッキング			
工業用スポンジ製品			
スニーカー			

【その他工業製品】

	生産者	卸	その他
ゴム引布			
医療・衛生用ゴム製品			
ゴム練生地			
牛革			
革靴			
革手袋			
革かばん			
革製ハンドバック			
ピアノ			
電子ピアノ・オルガン			
オーディオレコード			
ビデオレコード			
電子応用がん具			
プラスチック製がん具			
人形			
児童乗物			
球技用具			
ゴルフ用具			
釣具			
畳床			
畳表			
筆記具			
ファスナー			
歯ブラシ			
魔法瓶			
看板・標識機			
電光表示器			
パレット			
モデル・模型品			
人体安全保護具・救命具			
ルームユニット			

【食料用農畜水産物】

	生産者	卸	その他
米			
大麦			
小麦			
大豆			
小豆			
干しいたけ			
さとうきび			
てん菜			
葉たばこ			
牛肉			
豚肉			
鶏肉			
原乳			
鶏卵			
するめ			
丸干いわし			
干あじ			
煮干いわし			
しらす干			
塩さけ			
たらこ			
味りん干			
こんぶ			
干のり			
わかめ			

【非食料農林産物】

	生産者	卸	その他
繭			
牛・豚皮			
ひのき小丸太			
ひのき中丸太			
ひのき大丸太			
杉小丸太			
杉中丸太			
杉大丸太			
松丸太			
えぞ・とど松丸太			
なら丸太			
ぶな丸太			
パルプ材			

【鉱産物】

	生産者	卸	その他
一般炭			
天然ガス			
花こう岩			
砕石			
砂利			
砂			
石灰石			
窯業原料鉱物			

【電力・都市ガス・水道】

	生産者	卸	その他
大口電力			
小口電力			
業務用電力			
都市ガス			
上水道			
工業用水			

【スクラップ類】

	生産者	卸	その他
鉄くず			
銅くず			
銅合金くず			
アルミニウム・同合金くず			
古紙			