



## 企業向けサービス価格指数・2020年基準改定の最終案

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。

## 企業向けサービス価格指数・2020年基準改定の最終案

### ■要 旨■

日本銀行では、現在、企業向けサービス価格指数の基準改定（現行の2015年基準指数から2020年基準指数への移行）に向けた作業を進めています。2023年5月に公表した2020年基準改定の「基本方針」に対しては、多くの方々から貴重なご意見をいただきました。本稿では、頂戴したご意見やその後の検討の結果などを踏まえて、基準改定の「最終案」をお示しします。日本銀行では、今後、本最終案に沿って企業向けサービス価格指数の基準改定作業を進め、2024年央を目途に2020年基準へ移行する予定です。

2020年基準改定の「最終案」におけるポイントは、次の5点です。第1に、近年の経済・産業構造の変化へ対応するために、「デジタル化」や「働き方の多様化」の進展を受けた新しいサービスや、研究開発投資などの「無形資産」に係るサービスを取り込んでいきます。第2に、オルタナティブ・データ等を活用した報告者負担軽減と指数精度向上の両立を進めます。第3に、わが国統計の利便性・精度向上を企図した、「サービス分野の生産物分類」と整合的な品目分類編成の設定を行います。また、第4に、基準年となる2020年に拡大した新型コロナウイルス感染症の影響について、検証を行ったうえで、適切に指数に反映していきます。第5に、参考系列として、人件費投入比率の高低によってサービスを分類した指数の公表を検討しています。今回の基準改定の結果、企業向けサービス価格指数の採用商品カバレッジは、73.6%まで上昇する見通しです。

日本銀行では、今後とも、調査にご協力いただく企業やユーザーの皆様との意見交換を緊密に行うとともに、物価統計の改善に向けて不断に検討を重ねてまいります。

本稿では、2020年基準指数のイメージを適切にお伝えするため、いくつかの品目について、暫定的な指数を掲載しています。日本銀行では、最終的な基準改定結果の公表に向けて、今後、個別の調査価格の精査などを行ってまいりますので、2020年基準指数への移行完了時に公表する指数は、本稿で示したものと異なるものになる可能性がある点にご留意ください。

## 1. はじめに

日本銀行は、企業間で取引されるサービスを対象とした物価指数として、企業向けサービス価格指数（SPPI：Services Producer Price Index）を作成・公表しています。企業向けサービス価格指数では、1985年基準指数の公表を1991年1月に開始して以来、5年毎に基準改定を実施しています。基準改定では、指数基準年（指数水準を100とする年）の更新、品目改廃（品目の新設、廃止、分割、統合等）、総平均の内訳項目（類別や品目）のウェイト更新に加え、既存の品目でも調査対象サービスの見直しや価格調査方法の改善などを行っています<sup>1</sup>。

日本銀行は、2023年5月に企業向けサービス価格指数・2020年基準改定（現行の2015年基準指数から、2020年基準指数への移行）の基本方針（以下、「基本方針」）を公表し、皆様のご意見を広く募集しました<sup>2</sup>。これに対し、各方面から貴重なご意見を多数いただくことができました。皆様方には、この場を借りて、厚く御礼申し上げます。

本稿では、いただいたご意見を紹介しつつ、それらも踏まえて検討を行った結果として、基準改定の最終案（以下、「最終案」）をお示しします。日本銀行では、今後、「最終案」に沿って作業を進め、2024年央を目途に2020年基準指数へ移行することを予定しています。具体的な移行時期につきましては、確定次第、速やかにお知らせします。

## 2. 基本方針に対する主なご意見

「基本方針」では、企業向けサービス価格指数の調査対象範囲や指数体系については、原則、現行の2015年基準を踏襲することとしました。そのうえで、指数基準年とウェイトを更新するとともに、2020年基準改定において重点的に取り組むテーマとして、①「経済・産業構造の変化への対応」、②「報告者負担軽減と指数精度向上に向けた取り組み」、③「『サービス分野の生産物分類』と整合

---

<sup>1</sup> 企業向けサービス価格指数では、調査先企業から聴取する価格データと品質を構成する各種諸条件に関するデータをまとめて「調査価格」と呼び、それらを集計して作成・公表している指数の最小単位を「品目」と呼んでいます。新規品目の設定をはじめとした「品目改廃」は、基本的に、5年毎の基準改定のタイミングで行います。一方、「調査対象サービスの見直し」や「価格調査方法の改善」は、主として、既存品目内の調査価格の構成や調査方法の変更で対応するため、基準改定時に加えて、同一基準期間内においても適宜見直しを行っています。

<sup>2</sup> 日本銀行調査統計局「企業向けサービス価格指数・2020年基準改定の基本方針」（日本銀行調査論文、2023年5月）をご覧ください。

「基本方針」の公表後、各方面から貴重なご意見を頂戴しました(図表1、2)。全体としては、「物価上昇に対する関心が高まる中、サービス価格の統計改善に精力的に取り組んでいる」「適切な改定方針であり、異論はない」など賛同のご意見を多数いただきました。また、前述の「基本方針」で掲げた3つのポイントに沿って基準改定を行うことについても、次のとおり、賛同のご意見を多数いただきました。

「基本方針」の公表後、各方面から貴重なご意見を頂戴しました(図表1、2)。全体としては、「物価上昇に対する関心が高まる中、サービス価格の統計改善に精力的に取り組んでいる」「適切な改定方針であり、異論はない」など賛同のご意見を多数いただきました。また、前述の「基本方針」で掲げた3つのポイントに沿って基準改定を行うことについても、次のとおり、賛同のご意見を多数いただきました。

まず、①の「経済・産業構造の変化への対応」については、「時流を捉えた新しいサービスの取り込みは指数精度維持に不可欠」「特に『研究開発』や『著作権関連サービス』の取り込みは、無形資産の重要性が高まる中、チャレンジングだが、生産性の正確な計測にも繋がるとても価値のある取り組み」として、賛同のご意見が多数を占めました。一方、「市場で取引が行われない自社内研究開発は、企業向けサービス価格指数の対象範囲なのか」といったご指摘や、中長期的なご要望として無形資産関連調査の更なる拡充を求める声も寄せられました。

②の「報告者負担軽減と指数精度向上に向けた取り組み」では、「オルタナティブ・データの活用は、報告者の負担軽減に繋がる重要な取り組み」「サービスの価格調査は、品質調整をいかに工夫して行うかが肝要であり、新しく品質調整に取り組むことは非常に重要」と、多数の賛同を得ました。一方、オルタナティブ・データの継続性への懸念から、慎重な検討の必要性を指摘するご意見もいただきました。

③の「『サービス分野の生産物分類』と整合的なわが国統計の利便性・精度向上を企図した品目分類編成の設定」については、「『サービス分野の生産物分類』との整合性確保は、わが国統計の継続可能性や利便性を高めるうえで、大変重要」との評価をいただきました。

また、「基本方針」では、新型コロナウイルス感染症の影響に関して、2019年・2020年の平均ウエイトの採用や、影響が大きかったものの価格は未捕捉であったサービスの新たな取り込みを掲げました。当方針にご賛同の声を多くいただいたうえで、基準年のウエイトやそれに基づく上位分類指数への影響を示してほしいとのご要望が聞かれました。さらに、人件費との関係を中心に、経済・物価動向を分析するうえでのS P P Iの有効な使い方を示してほしいとのご要望もいただきました。

### 3. 最終案のポイント

上記のとおり、皆様からのご意見は、全体として「基本方針」にご賛同いただいた内容であったことから、本稿でお示しする「最終案」は、「基本方針」に概ね沿った内容となっています。以下では、いただいたご意見を踏まえて詳細な検討を行った項目を含めて、企業向けサービス価格指数・2020年基準改定の「最終案」のポイントについてご説明します。この中で、いただいたご質問やご要望に対する回答についても記しております。

なお、「最終案」では、「基本方針」で重点的に取り組むテーマとして掲げた3点に加えて、有識者のご意見を踏まえて、4つ目のポイントとして「新型コロナウイルス感染症に関連する検証」を追加しております（図表3）。具体的には、①ウエイト算定方法の違いによる指数の差異、②市場取引が一時的に消失した場合の指数の補完方法、③コロナ禍で影響が大きかったサービスの捕捉、という3つの観点からの検証結果と実務上の対応策についてご説明します。また、5つ目のポイントとして、2020年基準で公表を検討している「人件費投入比率に基づく分類指数」の概要についてご説明します。

#### 3-1. 経済・産業構造の変化への対応

5年に一度行う基準改定では、経済・産業構造の変化に対応し、新たなサービスの取り込みを行います。「基本方針」から大きな変更はありませんが、以下では、その後の基準改定作業の進行状況も踏まえながら、その内容を改めて整理します。

##### 3-1-1. 「デジタル化」「働き方の多様化」を受けた新しいサービス

わが国経済の「デジタル化」や「働き方の多様化」の進展を踏まえ、2020年基準改定では、「基本方針」で掲げた4つのコンセプト（①物流DX、②データの利活用サービス、③消費者向け無償サービスの背後にある企業間取引価格の捕捉、④「働き方の多様化」を受けた新しいサービス）に沿って、新たなサービスの取り込みを図ります（図表4）。また、既存品目において新しいサービスが拡大している場合も、積極的に取り込みを図っています。

##### （1）物流DX

2020年基準改定では、荷主企業に代わって物流戦略の企画・立案、物流システムの構築に加え、実際の配送・保管業務までを包括的に提供する「サードパーティーロジスティクス」（3PL）を新規品目として設定します。有識者からは、「3PLの価格動向は、それを構成する個々の輸送関連サービスの価格動向と

は異なった動きになる可能性がある。一つのサービスとして捉えることは、実際の商慣行とも一致し、適切に価格動向を捕捉するための良い取り組み」と賛同のご意見をいただきました<sup>3</sup>。

当サービスは、オーダーメイド性がきわめて高いことから、「モデル価格調査」を採用します。暫定的に試算した指数動向をみると、3PLを構成する貨物輸送サービスや倉庫サービスと3PLの価格指数の動向は、異なっていることが確認できます（図表5）。この背景のひとつには、物流システムの構築や物流コンサル機能の提供により高めの付加価値を生むことで、需給環境や価格に対する諸コストの影響度が異なる可能性が考えられます。

## （2）データの利活用サービス（地図・地理情報サービス）

データを利活用したサービスの一つとして、2020年基準改定では、「地図・地理情報サービス」を新規品目として設定します。具体的には、①詳細な地図・地理データベースを提供するサービスに加え、②地図・地理情報を基にしたマーケティング等に資する人流データ・位置情報の提供サービスについても調査します。①、②ともに、主に取引条件を固定した「銘柄指定調査」（含む料金表価格）を採用します。暫定的に試算した指数動向をみると、開発費の上昇を主因に、足もと、値上げの動きが確認できます（図表6）。

## （3）消費者向け無償サービスの背後にある企業間取引価格の捕捉

デジタル・エコノミーが拡大する中で、消費者には無償でサービスが提供される一方で、集客効果等が見込める企業側がその対価を支払うビジネスモデルが幅広くみられています。2020年基準改定では、上記サービスに関連して、2つの既存品目で調査拡充等により調査価格構成比の見直しを行います（図表7）。1つ目が品目「インターネット広告」です。広告配信技術（アドテクノロジー）の高度化に伴い、シェアが拡大している「動画広告」の調査拡充を行います。2つ目は品目「リテール決済加盟店手数料」です。従来から調査しているクレジットカードやデビットカード、電子マネーの加盟店手数料に加えて、QRなどのコード決済の加盟店手数料を新たに取り込むことで、調査拡充を図ります。

## （4）「働き方の多様化」を受けた新しいサービス

2020年基準改定では、旧来型オフィスを代替・補完する形で、シェアオフィ

---

<sup>3</sup> 「3PL」がカバーしているサービスは、国内貨物輸送（「陸上貨物輸送」、「内航貨物輸送」、「国内航空貨物輸送」）や国際貨物輸送（「外航貨物輸送」、「国際航空貨物輸送」）に加え、倉庫保管（「倉庫」）や梱包荷役（「こん包」）、システム構築（「ソフトウェア開発」）など、広範囲にわたっています。このため、調査先毎に、提供している代表的なサービス内容を確認したうえで、適切な「モデル価格」を設定しています。

スや貸会議室の利用が拡大していることを踏まえ、新規品目「会議室等賃貸」を設定します。具体的には、①「貸会議室を提供するサービス」に加え、②時間または日数単位で賃貸される「短期のオフィス提供サービス」、いわゆるシェアオフィスや個室型ブースを調査します。①「貸会議室を提供するサービス」では、主に取引条件を固定した「銘柄指定調査」に加え、「平均価格調査」を採用しています。当サービスでは、繁忙期と閑散期で価格設定を変えるなど季節的な動きがみられるのが特徴です。②「短期のオフィス提供サービス」は、コロナ禍で大きく市場を拡大した比較的新しいサービスです。サービスの開始当初は全国一律価格としていた企業でも、最近になって、拠点単位で需給に応じた価格見直しを行うなど、価格設定行動の変化が窺われることから、「平均改定率調査」を採用するなどして拠点毎の実勢価格を適切に取り込んでいきます。暫定的に試算した指数動向をみると、感染症拡大直後は人流の大きな減少もあり一時的に下落したものの、その後は、会議室を使うイベント開催の回復や「働き方の多様化」の進展に伴うシェアオフィスや個室型ブースへの需要増加を背景に2021年にかけて上昇し、その後は横ばい圏内で推移しています(図表8)。このように、新規品目「会議室等賃貸」の価格は、従来から調査している長賃貸し契約を対象としている「事務所賃貸」よりも、伸縮的な傾向がみられます。

このほか、既存品目において、クラウドサービスの基盤を提供する「IaaS/PaaSサービス」や、「ウェブ会議サービス」「オンライン研修サービス」「ダイレクトリクルーティングサービス」「デジタルフォレンジックサービス」「クラウド型勤怠管理サービス」など、「デジタル化」「働き方の多様化」とともに市場が拡大している新しいサービスも、適切に捕捉していきます<sup>4, 5</sup>(前掲図表4)。

### 3-1-2. 「無形資産」に係るサービス価格調査

「基本方針」では、価格調査の難易度がきわめて高いものの、近年その経済的な重要性が高まり、SNAでのデフレーター・ニーズも聞かれている「無形資産」に係るサービスの価格調査に挑戦することを打ち出しました。有識者からも「無形資産の重要性が高まる中、チャレンジングだが、生産性の正確な計測にも繋が

---

<sup>4</sup> 「IaaS (Infrastructure as a Service)」は、クラウドコンピューティングの1つで、仮想化技術を利用してハードウェアリソース(CPU、メモリ、ストレージ)等のITインフラをインターネット経由によりオンデマンドで提供するサービスです。一方、「PaaS (Platform as a Service)」は、アプリケーションを実行するためのプラットフォームを提供するサービスであり、インフラだけでなく、プラットフォーム(OS、ネットワークほか)もセットで提供されている点がIaaSと異なります。

<sup>5</sup> 「デジタルフォレンジックサービス」は、不正アクセスや情報漏洩などのインシデントが発生した際に、ハードウェアに保存されているデータやネットワーク機器のログを収集・調査(解析)することで、原因究明を支援するサービスです。

るとても価値のある取り組み」と多くのご賛同をいただきました。

具体的には、「基本方針」で掲げたとおり、参考指数として、新規品目「企業内研究開発」、「知的財産ライセンス（国内）」の公表を開始するほか、既存品目「知的財産ライセンス（輸出）」、「知的財産ライセンス（輸入）」では、従来から調査している特許等の「産業財産権」に加えて、新たに「著作権」のライセンス価格を調査対象に取り込むことで、調査拡充を図ります。

## （１）新規品目「企業内研究開発」の設立

### （調査対象）

新規品目として設定する「企業内研究開発」では、①企業が受託する研究開発と②企業が自社内で行う研究開発（以下、「自社内研究開発」）を調査対象とすることを、「基本方針」で掲げました（図表 9）。

この方針に対して、有識者からは「デフレーター・ニーズを考慮すると適当」とする意見を多く頂戴した一方で、「市場で取引が行われない自社内研究開発は、企業向けサービス価格指数の対象範囲なのか」というご意見もいただきました。

企業向けサービス価格指数では、「企業間で取引されるサービスの価格を調査する」という従来からの原則は不変です。そのうえで、研究開発のサービス活動を正確に捕捉する重要性が高まる中では、わが国で行われる研究開発サービスの主力である「自社内研究開発」を捕捉することは、研究開発サービス全体を捕捉する観点で必須と考えています<sup>6</sup>。また、当該品目はデフレーター・ニーズを踏まえて設定する側面が強い中、「自社内研究開発」を含めるという整理は、SNAにおける名目値計上の対応とも整合的であり、デフレターの観点でも適切な対応と考えています<sup>7</sup>。このため、研究開発については、あくまで特例として、自家活動（自社内研究開発）についても調査対象とする方針です。ただし、後述するように、基本分類指数には含めず、参考指数として公表する予定です。

### （調査方法）

「基本方針」で示したとおり、研究開発は、その性質上、個別案件毎のオーダーメイド性がきわめて強いことから、調査先毎に代表的な研究開発を想定した「モデル価格調査」を採用します（図表 10）。具体的には、「投入コスト」と「マ

---

<sup>6</sup> 総務省『科学技術研究調査』などの統計では、わが国における自社内研究開発と受託研究開発の規模を精緻に推測することは困難ですが、調査先企業からは、「自社内研究開発（「研究開発のオリジナル」）が大宗を占めるものと認識している」との声が多く聞かれています。

<sup>7</sup> わが国SNAでは、平成23年基準（2008SNAへの対応）以降、自家活動を含む研究開発サービスを総固定資本形成に計上しています。

ークアップ」を掛け合わせることでモデル価格を算出します<sup>8</sup>。「マークアップ」については、受託研究開発の場合は実際に企業間で取引されたマークアップ率を聴取する一方、自社内研究開発の場合には、「仮に当該研究開発を他社から受託した場合」に設定していたと考えられる仮想的なマークアップ率を聴取します<sup>9, 10</sup>。

有識者からは、「企業内研究開発の市場規模が大きいことを考慮すると、デフレーター観点からは、SNAとの整合性確保や、実勢を反映しない価格の振れや遡及訂正幅が極力抑制されるような指数作成を行ってほしい」とのご要望が寄せられました。この点、①価格指数でも名目GDPと整合的に「マークアップ」を取り込むことや、②「人件費」を反映する際には、人員構成の変化や残業時間の影響などが混在しないよう、ベースアップ（ベア）とボーナスのトレンド変化率を取り込むなど、指数の変動幅を抑制するための工夫を図っています<sup>11</sup>。

このほか、有識者からは「企業の投資行動に合わせた現実的なモデル設定になるように十分留意してほしい」とのご意見をいただきました。実際、わが国の研究開発を代表する業種である「輸送用機器」では、自動車の電動・電装化が進む中で、ソフトウェア開発の占める割合が拡大しています。こうした研究開発内容の変化を適切に捉えるため、調査先企業に対しては、代表的な研究開発のサービス内容やコスト構成に大きな変化がないかについても定期的に確認し、適切なモデル価格設定の維持を図ってまいります。

### （暫定品目指数）

暫定的に算出した品目指数の動向をみると、2021年から2022年にかけては研究開発に用いられる財の価格動向を映じて緩やかに上昇しているほか、2023年以降は、コストに占めるウェイトが最も大きい人件費も、ベアの進展を受けて上昇する姿となっています。現行SNAの研究・開発デフレーターは、年次の計数

---

<sup>8</sup> 各企業の投入コストの内訳は、企業が『科学技術研究調査』に報告する際の情報と整合的になるように調査を行っています。同調査は、名目GDPにおける「研究開発サービス」を推計する際の基礎統計としても活用されています。価格調査にあたって同統計と平仄を取ることは、デフレターの観点からも適当です。

<sup>9</sup> 仮想的なマークアップ率としては、調査先企業から適当であると聞かれた、①外部から受託した案件の平均的なマークアップ率、②目標/実績の売上高営業利益率（実績値の場合、必要に応じて移動平均値を採用）、③社内で認識されているハードルレート・加重平均資本コスト（WACC：Weighted Average Cost of Capital）などを採用しています。

<sup>10</sup> 同様の考え方から、名目GDPでも、『科学技術研究調査』の「自社内研究開発を含めた研究開発費」に、財務省『法人企業統計』から算出した「売上高営業利益率」を乗じるなどにより、研究開発サービスの名目値を推計しています。

<sup>11</sup> ボーナスについては、厚生労働省『毎月勤労統計』における業種別の特別給与を使用して、ただし、季節性を均すために後方12か月移動平均を施しています。

しか公表されていないため、厳密な比較は難しいものの、暫定指数と同様に、2020年から2022年にかけて、概ね同じような上昇トレンドを辿っています<sup>12</sup>。

### （公表形態）

当該品目は、自家活動（自社内研究開発）を多く含むという点で、市場における企業間取引価格を調査しているその他の品目と一線を画します。この点、有識者からも、「自社内研究開発のような擬制価格は、景気指標の観点ではノイズになる可能性が高く、基本分類指数に含めない形で公表することが望ましい」とのご意見もいただきました。また、SNAのデフレーター用途の観点では、四半期毎の公表で支障は生じません。こうした論点を総合的に勘案し、新規品目「企業内研究開発」については、基本分類指数には含めない形で、参考指数として四半期毎に公表します（例えば、暦年第1四半期＜1～3月＞の速報指数を、S P P I 4月速報値公表時＜5月下旬＞に公表。「卸売サービス価格指数」と同様の公表形態を予定）。現行SNAの研究開発に係る価格推移（デフレーター）は、上記のとおり年次かつ公表が翌年の12月となることから、企業内研究開発の指数を四半期毎にタイムリーに作成・公表することは、ユーザーの利便性向上にも繋がるものと考えています。

### （2）知的財産ライセンス取引（国内・輸出入）の調査対象拡充

無形資産の経済的重要性が高まる中で、わが国GDP統計においても、知的財産ライセンスの取り込み範囲を徐々に拡大しています。こうした中、2020年基準・企業向けサービス価格指数では、デフレーター・ニーズも踏まえて、既存品目「知的財産ライセンス（輸出）」、「知的財産ライセンス（輸入）」において、新たに「著作権」のライセンス取引価格の調査を開始し、調査対象を拡充します（図表11）。あわせて、国内においても特許等の「産業財産権」と「著作権」のライセンス取引価格の調査を行うこととし、新規品目「知的財産ライセンス（国内）」を設立します。

調査対象や調査方法については、「基本方針」の内容から、変更ありません。こうしたもと、調査対象を拡充した「知的財産ライセンス（輸出）」、「知的財産ライセンス（輸入）」について暫定的に試算した価格動向をみると、輸出・輸入取引とも、新旧指数動向に大きな違いはみられていません。仔細にみると、「産業財産権」「著作権」とも、多くの調査価格は、ライセンス料率に、ライセンスを用いて生産された財・サービスの価格（インフレーター）を乗じて価格を算出

---

<sup>12</sup> SNAデフレーターは、内閣府「形態別の総固定資本形成」として公表されている「研究・開発」を利用して算出しています。このため、企業以外（大学等）の研究開発も含まれている点にご留意ください。

する「料率型調査」(=「料率」×「インフレーター」)を採用しています<sup>13</sup>。このインフレーターには、輸出であれば輸出先の国の財価格の動向が、輸入であればわが国の財価格の動向が反映されます。2020年以降、ライセンス料率は概ね横ばいで推移してきました。そのため、指数動向は、主としてインフレターの動きによって変動しています<sup>14</sup>。この点、「産業財産権」では輸送用機器や医薬品向けライセンスが主力である一方、「著作権」では映像やソフトウェア向けライセンスのシェアが大きいことから、採用するインフレターの内容は大きく異なりますが、2021年以降、世界的に財・サービス価格が上昇したこともあり、結果として、輸出・輸入取引とも、新旧指数は概ね同様の上昇トレンドを辿っています<sup>15</sup>。

次に、新規品目「知的財産ライセンス(国内)」について暫定的に試算した指数動向をみると、輸入取引と同様に、上昇トレンドを辿っています。仔細にみると、「料率型調査」を採用する調査価格が多い中で、ライセンス料率は概ね横ばいで推移しており、指数の上昇は、輸入取引と同様にインフレーター(国内でライセンスを用いて生産された財の価格)の上昇等が寄与しています。この点、輸出・輸入取引と同様、「産業財産権」と「著作権」で採用するインフレターは大きく異なるものの、2021年以降、国内でも財・サービス価格が上昇した中で、両者の指数動向は、現時点では概ね同様の上昇トレンドを辿っています。

こうした中、知的財産ライセンスの調査に関して、有識者からは、①「デジタル関連サービスの輸入取引が拡大する中で、クラウドサービスをはじめ、著作権ライセンス取引以外の輸入サービスも取り込みを進めてほしい」、②『産業財産権』と『著作権』のライセンス取引価格の内訳を公表してほしい」といったご要望が聞かれました<sup>16</sup>。

---

<sup>13</sup> 「料率型調査」は、サービス価格が、名目取引金額に対する料率を基に設定されている場合に有効な調査方法であり、名目料金金額に対する「従価性」の料金を、物価統計の調査対象となる「従量制」の料金に換算する手法と考えることができます。なお、ここで「料率」に掛け合わせる価格指数のことを、「インフレーター」と呼んでいます。

<sup>14</sup> 輸出取引では、為替レートが円安傾向で推移したことも価格上昇に寄与しています。

<sup>15</sup> 「知的財産ライセンス(輸入)」の新旧指数動向は、両者とも上昇傾向を示しているものの、上昇率に幾分違いがみられます。これは、経済・産業構造が変化する中で、産業財産権ライセンスの輸入取引において、価格が下落している医薬品向けライセンスのシェアが高まった一方で、相対的に価格が上昇していた情報通信機器向けライセンスのシェアが低下したことが影響しています。

<sup>16</sup> サブスクリプション配信の価格調査について、「『視聴時間あたり単価』を採用することは妥当だが、丁寧に説明する必要がある」とのご意見をいただきました。実際、映像向けの著作権ライセンス取引価格において、コロナ禍から経済活動が復していく中で、「視聴時間あたり単価」が上昇していることも国内の指数上昇に寄与しています。この点については、補論1をご参照ください。

①についてですが、デジタル関連サービスの輸入動向を『国際収支統計』で確認すると、「著作権」のライセンス取引以外にも、ソフトウェア・クラウドサービス関連が計上される「コンピュータサービス」やウェブサイトの広告スペースの売買代金などが計上される「専門・経営コンサルティングサービス」の支払が拡大しています<sup>17</sup>。こうした輸入取引についての取り込みも検討しましたが、グローバル企業が提供していることもあり、調査協力を得るのが難しかったのが実情です。今後も、海外統計や公表情報の援用といった手段も含めて、他のデジタル関連サービスの輸入価格の取り込みも検討を継続してまいります<sup>18</sup>。

②については、上述のとおり現時点で指数動向に大きな差異がみられなかったことなどを踏まえて、2020年基準では「産業財産権」と「著作権」のライセンス取引価格を同一品目として公表します<sup>19</sup>。もっとも、今後の価格データの蓄積により「産業財産権」と「著作権」の指数動向が顕著に異なることが確認できた場合には、継続的な価格調査の可能性などを踏まえつつ、改めて、内訳の公表是非を検討してまいります。

### 3-2. 報告者負担軽減と指数精度向上に向けた取り組み<sup>20</sup>

報告者負担軽減を図りつつ、指数精度を維持・向上させていくために、2020年

---

<sup>17</sup> 『国際収支統計』からみたサービス取引の現状整理については、松瀬・齋藤・森下「国際収支統計からみたサービス取引のグローバル化」（日銀レビュー、2023年8月）をご覧ください。

<sup>18</sup> 有識者からの関心が高かった「クラウドサービス」関連の価格調査については、着実に調査を広げています。すなわち、グローバルIT企業の本社がサービスを直接提供するケース（「コンピュータサービス」に計上）は上述のとおりですが、本邦子会社と著作権のライセンス取引を結んだうえで、本邦子会社を通じて間接的にサービスを提供するケース（「著作権等使用料」に計上）については、2020年基準・企業向けサービス価格指数において価格調査を実施します。具体的には、①日本法人が本社とソフトウェアに係る著作権のライセンス取引を締結（品目「知的財産ライセンス（輸入）」の著作権ライセンスサービス）します。そのうえで、②日本法人から国内のソフトウェア開発会社に対して、クラウドサービスの基盤サービスとなるIaaS/PaaSサービスを提供（品目「インターネットデータセンター」）するケースや、その後、③ソフトウェア開発会社からエンドユーザーに対して、クラウド上のソフトウェアサービスであるSaaS/ASPサービスが提供される（品目「受託計算（クラウドアプリケーション）」）ケースがみられています。

<sup>19</sup> 同一品目として公表するにあたって、「産業財産権」と「著作権」のライセンス取引に係る調査価格構成比は、経済産業省『企業活動基本調査』を参考に設定しています。

<sup>20</sup> なお、「基本方針」で示したとおり、報告者負担軽減の観点から、2023年3月より「政府統計共同利用システム」を利用したオンライン調査も開始しています。有識者からは「オンライン調査の導入は、企業ニーズに合致した非常に良い取り組み」と賛同の声をいただく一方、「調査方法の変更に伴い、指数に段差が生じていないか留意してほしい」とのご意見を頂戴しました。ご指摘のとおり、オンライン調査に完全移行すると、オンラインによる回答が難しい調査先からの回答が得られなくなる結果、統計の連続性が損なわれる可能性があ

基準改定では、品目「宿泊サービス」と「自動車貨物輸送」でオルタナティブ・データの導入・拡充を進めるほか、品目「インターネット接続サービス」と「雑誌広告」において、新たに品質調整を導入します<sup>21</sup>。

### 3-2-1. オルタナティブ・データの活用

#### (1) 品目「宿泊サービス」での民間データベースの活用

「基本方針」では、品目「宿泊サービス」において、報告者負担を軽減する観点から、大規模な調査サンプルを持つ民間の宿泊施設データベースをオルタナティブ・データとして導入することを打ち出しました。暫定的に試算した品目指数をみると、新旧指数の価格動向は概ね類似していることが確認できます(図表12)。やや仔細にみると、新旧指数で乖離している期間もみられますが、これは「基本方針」でお示ししたとおり、S P P Iにおける従来のサンプル数が相対的に少数にとどまっていた地域において、オルタナティブ・データの導入に伴い調査サンプル数が拡大したことで、実勢の価格動向をより適切に捕捉できるようになったものと評価しています<sup>22</sup>。このように、オルタナティブ・データへの切り替えにより、報告者負担の軽減を実現するのみならず、調査サンプル数の拡大による指数精度向上にも繋がるものと考えています。

有識者からは、「オルタナティブ・データの活用は、報告者の負担軽減に繋がる重要な取り組み」「企業の報告者負担を軽減する形で、価格調査に援用できるデータがあれば、積極的に使うのが望ましい」として、多数の賛同をいただきました。一方、データが直ぐに廃止され、統計の連続性が損なわれないかといった継続性への懸念から、慎重な検討の必要性を指摘するご意見も頂戴しました。

今回導入する民間の宿泊施設データベース(S T R)については、サービス統計の国際会議(フルバグ会合)において、IMFが主導する形でサービス統計への利用可能性を検討した経緯なども踏まえ、総合的な判断のもと、採用を決定しました。もっとも、新しいオルタナティブ・データの中には、公表が停止となるものも実際みられており、今後オルタナティブ・データの採用を検討する際も、

---

ります。このため、調査先企業のニーズに応える形で、当面は、オンライン調査と紙面調査を併用し、統計の連続性を確保する方針です。

<sup>21</sup> 実際の品目分類編成では、「自動車貨物輸送」は輸送する商品の違いにより、4品目(「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)」)に跨る点には留意が必要です。

<sup>22</sup> なお、「基本方針」で示した「関東圏」「近畿圏」「九州圏」のほか、「北海道」「東海圏」などの他地域でも新旧指数動向の検証を行ったところ、地域別でも概ね類似した指数動向となることが確認できました(地域別には、「基本方針」で示した「九州圏」の乖離が最も大きい姿となりました)。

引き続き、継続性という観点に十分に配慮しながら、その採用の是非を慎重に判断していく方針です<sup>23</sup>。

## （２）品目「自動車貨物輸送」での求荷求車情報ネットワークの活用

５年に一度の基準改定作業では、「基本方針」で掲げたもの以外にも、幅広い品目で指数精度改善に向けた見直しを進めています。ここでは、「基本方針」の公表以降に検討を進めてきた案件の中から、品目「自動車貨物輸送」における、オルタナティブ・データも活用した中小企業取引の取り込みをご紹介します。

自動車貨物輸送では、業界特有の多重下請構造のもとで、元請と下請、大企業と中小企業の間には、経営体力や競争環境、顧客（荷主企業）との価格交渉力などで差異があることが指摘されています。また、ドライバーの労働時間が制限されるいわゆる「2024年問題」も背景に、賃上げやそれに伴う運賃値上げが起こる可能性も指摘されています。こうした動きを適切に指数に反映するためには、大企業・中小企業の取引の取り込みを、それぞれの市場シェアに応じて図ることが重要となります。そこで、2020年基準改定では、①大企業・中小企業の取引シェアを精査したうえで調査価格を構成するほか、②代表性の確認が難しい中小企業の取引価格にオルタナティブ・データを活用することで、適切な価格動向の捕捉を図ります（図表13）。

具体的には、新たに入手できた統計データ（自動車貨物輸送における多重下請構造に関するアンケート調査結果や総務省『経済センサス活動調査』の資本金規模別売上高）を基に、元請に占める大企業と中小企業の割合を推計したうえで、調査価格構成比の適正化を行いました<sup>24</sup>。そのうえで、中小企業の調査価格の一部として、小規模事業者が直面するスポット価格を取り込むために2015年基準から試験的に導入していたオルタナティブ・データ（「公益社団法人全日本トラック協会」と「日本貨物運送協同組合連合会」が運用しているトラック運送の求荷求車情報ネットワーク「WebKIT」における成約運賃データ）の活用を進めます<sup>25</sup>。こうしたオルタナティブ・データの利用拡充によって、代表性の観点などが

<sup>23</sup> 総務省統計局（2019）「公的統計の品質保証に関するガイドライン」では、公的統計の主要素として「ニーズ適合性」「正確性」「適時性」「解釈可能性・明確性」の4つを提示しています。特に、公的統計以外のデータは、公表の継続性の観点で「適時性」が満たされない可能性があることに注意して、利用を検討する必要があると認識しています。

<sup>24</sup> 経済産業省・国土交通省・農林水産省（令和5年4月27日）「トラック輸送における多重下請構造についての実態把握調査に係る調査結果」と『経済センサス活動調査』を用いて元請に占める大企業と中小企業の割合を推計すると、概ね1：1となりました。これは、2015年基準で設定していた3：1よりも中小企業の割合が大きくなります。

<sup>25</sup> 「WebKIT」を用いて成約運賃データを算出する際は、①各品目対象の運送物毎に、②4トン車以上と4トン車未満にデータを分けたうえで、③輸送区間を固定した前月比を平均しています。③では、2か月連続で取引のある輸送区間は全て取り込むことで調査の拡充を図

ら捕捉が難しい中小企業の価格を、追加的な報告者負担なしに広く捕捉することが可能となります。

暫定的に試算した新旧指数の推移をみると、この間の価格動向に大きな差異はみられていません。もっとも、中小企業の取引価格の適切な捕捉は、大企業と中小企業で取引価格動向に差異が生まれる局面での指数精度向上に繋がると考えています。

### 3-2-2. 品質調整の改善

#### (1) 品目「インターネット接続サービス」におけるヘドニック法の導入

2020年基準では、品目「インターネット接続サービス」の一部で、通信速度を品質として適切に指数へ反映するために、ヘドニック法を用いた品質調整を導入します<sup>26</sup>（図表 14）。推計にあたっては、料金プランと通信速度に加えて、契約年数、提供エリアなどの情報をウェブスクレイピングにより収集したうえで、データセットを構築しました<sup>27</sup>。こうした方針に対して有識者からは、「サービスの価格調査は、品質調整をいかに工夫して行うかが肝要であり、新しく品質調整に取り組むことは非常に重要」「ヘドニック推計が適用可能であれば、行わない理由はない」といった、多くの賛同が得られました。

また、ヘドニック法の導入にあわせて、価格調査方法の見直しにも着手します。具体的には、当該品目では、他のサービスでは非公表であることが多い法人向け価格（BtoB 取引価格）についても Web 上に開示されていることが確認できましたので、基本方針で示した品目「駐車場賃貸」と同様に、価格情報のウェブスクレイピングを導入します。さらに、通信速度帯域別シェアを1年に一回、大手通信会社の公表情報などから推計し、適切な調査価格構成を実現します。この結果、追加的な報告者負担なしに、市場でみられる多様な通信プランと市場シェアに基づく通信速度帯別の調査価格構成が実現可能となり、指数精度向上にも繋がるものと考えています。

暫定的に試算した新旧指数の推移をみると、従来の通信速度のサービス（10Gbps 未満）よりも高めに設定された高速サービス（10Gbps）を市場シェアに応じて適切に捕捉できるようになった結果、新指数は2021年上期にかけて上

---

っており、例えば2022年中の対象取引は17万件となるなど、大量の取引データを用いて価格情報を算出しています。

<sup>26</sup> 品目「インターネット接続サービス」のうち、プロバイダー事業者が通信会社から卸販売を受けた光回線を使ってネット接続サービスを提供するケースを対象としています。

<sup>27</sup> なお、通信速度が価格へ与える影響を適切な関数形により捕捉するために「Box-Cox 検定」を行ったところ、「両側 Box-Cox 形」が採用されました。

昇しています。もっともその後は、高速通信プランを中心に値下げ改定が行われたことから、下落しています。今後も、高速度帯（10Gbps）サービスの普及や、それを上回るさらに新しい通信速度サービスが登場するタイミングなどを捉えて、ヘドニック法による品質調整を適切に実施するとともに、実勢を反映した通信速度帯別シェアの適正化に努めてまいります。

## （２）品目「雑誌広告」における部数による品質調整の導入

現行基準の品目「雑誌広告」では、データ制約から、部数（≡広告閲覧者数）による品質調整を行っていませんでしたが、2020年基準では、「新聞広告」と同様の手法を用いた部数による品質調整を導入することを「基本方針」で示しました（図表15）。

品質調整の推計に使用する「印刷証明付部数」（一般社団法人日本雑誌協会）は、雑誌単位で部数の時系列データが捕捉可能な点で有益な統計です。ただし、企業向けサービス価格指数の品質調整に使用するうえでは、①公表頻度が四半期であること、②公表時期が翌々月の中旬のため速報月にデータが反映できないこと、③一部の調査対象雑誌では部数データがないこと（実務的には他の類似雑誌の平均部数を使用する方針）、④実売部数ではなく印刷部数であること、などの課題が存在しています。2020年基準改定では、こうした速報性等の課題を踏まえたうえでも、新聞広告と同様に、部数の下落トレンドに伴う品質変化を指数に反映させることが重要であると判断し、品目「雑誌広告」について、部数を用いた品質調整を導入します。こうした方針に対して有識者からは、「明確なトレンドがある中では、ある程度の課題があったとしても、品質調整を行うべき」との賛同が得られました。

実際の推計にあたっては、「新聞広告」を参考に、調査先から聴取した雑誌のページあたり単価を、「印刷証明付部数」に回帰することで、「部数（≡広告閲覧者数）」の増減が価格に与える影響度（弾性値）を算出します。暫定的に試算した新旧指数の推移は、販売部数による品質調整を既に導入している品目「新聞広告」と同様に、品質調整前の価格指数は下落傾向にあるものの、部数の低下を映じて、品質調整後指数の水準は上方修正され、概ね横ばいとなっています。

### 3-3. わが国統計の利便性・精度向上を企図した品目分類編成

総務省「サービス分野の生産物分類」は、GDP統計の精度向上を図るための取り組みの一環として、サービス分野の生産物の定義を統一することを目的に策定されました。こうしたわが国におけるサービス分野の統計整備の取り組みを踏まえて、2020年基準・企業向けサービス価格指数の品目分類編成では、「基

本方針」で掲げたとおり、各サービスの価格動向差や、調査の継続性を企図した適切な粒度を考慮しつつも、原則、「サービス分野の生産物分類」との整合性を意識して設定を行います<sup>28、29</sup>（図表 16）。企業向けサービス価格指数も生産物分類との整合性を確保することで、ユーザーの利便性向上に資するとともに、デフレーター機能の改善を通じて、わが国の経済統計全体の精度向上に繋がるものと考えています。

有識者からは、「サービス分野の生産物分類」との整合的な品目分類編成について、「わが国統計の継続可能性や利便性を高めるうえで、大変重要」との賛同の声をいただきました。また、継続調査に資すると考えられる場合には、細分類に拘り過ぎずに品目設定を行う方針に対しても、「過度に細かい分類は、継続調査を困難にするケースも少なくないことから、粒度を意図的に粗くすることも妥当」と賛同のご意見を頂戴しました。

具体的な 2020 年基準企業向けサービス価格指数の品目分類編成については、4-2. をご覧ください。

### 3-4. 新型コロナウイルス感染症に関連する検証

新しい基準年にあたる 2020 年は、新型コロナウイルス感染症の拡大という経済活動に影響を与える大きなショックが発生しました。そのため、「基本方針」では、2019 年と 2020 年の平均ウェイトを採用することや、経済活動への影響が大きかったものの価格は未捕捉であったサービスを新たに取り込むことを掲げました。当方針に賛同の声を多くいただきましたが、加えて、「感染症が拡大した 2020 年が基準年にあたるという特殊性についてしっかりと検証したうえで、ウェイトや上位分類指数に与える影響を示してほしい」というご要望が寄せられました。

本節では、「基本方針」の内容を踏まえつつ、①ウェイト算定方法の違いによる指数の差異、②市場取引が一時的に消失した場合の指数の補完方法、③コロナ禍で影響が大きかったサービスの捕捉、という 3つの観点から 2020 年基準の検証結果をお示しするとともに、実務上の対応策についてご説明します。

---

<sup>28</sup> 2020 年基準改定においては、2019 年時点で策定された「サービス分野の生産物分類（2019 年設定）」をもとに検討している点にご留意ください。その後の「サービス分野の生産物分類」の見直しについては、2025 年基準改定で対応を検討してまいります。

<sup>29</sup> 例えば、2020 年基準で新たに取り込む「会議室等賃貸」、「サードパーティーロジスティクス」、「地図・地理情報サービス」の 3 品目は、『経済センサスー活動調査』が生産物分類に対応したことで、サービスの市場規模を捕捉すること（＝ウェイト算定）が可能となり、新規品目の設立に繋がりました。

## (1) ウェイト算定方法の違いによる指数の差異

従来通りであれば、2020年基準・企業向けサービス価格指数のウェイト算定は、基準年にあたる「2020年」の総務省『産業連関表』におけるサービス部門の国内取引に該当する金額を用いて算出することになります<sup>30</sup>。しかし、「基本方針」で掲げたとおり、2020年基準のウェイト算定では、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、「感染症の影響が大きくみられた基準年である2020年と、感染症の影響を受ける前の2019年の平均値」を採用します<sup>31</sup>(前掲図表16)。こうした対応は、日本銀行の2020年基準・企業物価指数(CGPI)や総務省統計局の2020年基準・消費者物価指数(CPI)と同じ対応です。また、国際的なPPIマニュアルにおいても、ウェイト参照期間は、「合理的にみて通常/安定的(reasonably normal/stable)」であることが推奨されており、今回の措置と整合的なものと考えています。

有識者からは、「足もとでもコロナ禍前の水準に経済活動が戻っていないサービスもある中では、CPIやCGPI等の他の物価統計との整合性も踏まえ、2019・2020年平均を取ることが妥当」と賛同の声を多数いただきました。そのうえで、2019・2020年平均ウェイトと2020年単年ウェイトを使用する場合との差異を示してほしいとのご要望も寄せられました。

まず、経済産業省『延長産業連関表』を用いて、SPPIの対象となるサービスの取引額(ウェイト対象総取引額)の推移をみると、2015年は136.5兆円だったところから、感染症拡大前の2019年には150.7兆円に拡大しました。もっとも、感染症が拡大した2020年には、143.3兆円と2019年比で約5%減少しています(図表17)。品目別に2019年から2020年にかけてウェイトが減少したサービスを確認すると、行動規制による人流減少が旅行・宿泊需要に大きく影響した新規品目「旅行サービス」や既存品目である「宿泊サービス」、「リネンサプライ」、「旅客輸送関連(「新幹線」「鉄道旅客輸送(除新幹線)」「ハイヤー・タクシー」「乗合バス)」、経済活動縮小の影響を受けたリース関連などが大きくウエイ

---

<sup>30</sup> ただし、実務上は、『産業連関表』が基準年の約4年後に公表されることを鑑み、企業向けサービス価格指数の基準改定の早期化を企図して、『産業連関表』を補完するために毎年作成されている経済産業省『延長産業連関表』の計数を基に、ウェイトを算定しています。

<sup>31</sup> 具体的には、『延長産業連関表』の2019年計数と2020年計数の平均値を採用することとします。なお、『延長産業連関表』の基本分類の産出額を基に算出される小類別ウェイトを、下位分類である品目ウェイトに分割する際には、主に『経済センサス活動調査』を用いています。同調査は、5年毎に実施されることから、2019・2020年の平均値を算出することは困難なため、品目ウェイトへの分割時には、原則、2020年単年のデータを用いています。有識者からも「同じ小類別に属する類似したサービスは、コロナ禍の影響度も類似していると考えられるため、分割の際に単年データを用いることは適当」と賛同のご意見をいただきました。

トを縮小しています。

さらに、動態統計（総務省『サービス産業動向調査』）を用いて、2020年以降のサービス産業の名目生産額の推移を確認すると、2023年平均（23/1～10月の前年比を用いた年率換算値）では、感染症の影響が大きかった宿泊・飲食、生活関連産業など対面型サービスにおいて、回復途上にあることが分かります。こうした状況は、2020年～2024年を対象とする基準のウェイトとして、感染症拡大前の2019年と感染症の大きな影響を受けた2020年の平均値を使用することに、一定の妥当性を与えるものと考えられます。

最後に、現行基準の品目指数に対して、3つのウェイトデータを使用した場合（①2019年単体、②2020年単体、③2019・2020年平均）に、総平均指数にどの程度の差異が現れるのかを確認すると、2021年以降上昇率が高まっているというトレンドに大きな差異はみられません（図表18）。ただし仔細にみると、2022年後半以降の上昇率が、①>②の順で大きくなっています。これは、感染症拡大直後の2020年にウェイトが大きく縮小したサービスの価格が、2022年後半以降に上昇したことが影響しています。具体的には、政府の施策やインバウンド需要の回復を受けた「宿泊サービス」や、ウクライナ情勢を受けた「国際航空貨物輸送」、財やエネルギー価格上昇の影響を受けた「洗濯」、人手不足の中で労務環境改善を企図した値上げがみられている「ハイヤー・タクシー」などの価格上昇の影響が、2020年単年ウェイト（②）では小さくなっていることによるものです。こうしたサービスはその後に取引額が回復していることが確認されていることから、2019・2020年平均ウェイト（③）を使用することで、過小評価を回避することは、妥当な対応だと考えられます。

## （2）市場取引が一時的に消失した場合の指数の補完方法

### （「欠測価格」がみられたサービス）

コロナ禍における各サービスの取引状況を改めて振り返ると、品目単位でサービス取引が消失するような事例は観察されませんでした。しかしながら、きわめて少数ではありますが、品目内において一定期間、一部のサービスの取引が消失する事例はみられました。具体的には、行動制限に伴う旅行客・宿泊客の減少などを背景に、品目「国際航空旅客輸送」における団体旅行客向け運賃や、新規品目「スポーツ施設提供サービス」における施設利用料では、「欠測価格」が数か月にわたって発生しました<sup>32</sup>（図表19）。この間、同品目内の他のサービス（「国

<sup>32</sup> 「国際航空旅客輸送」と「スポーツ施設提供サービス」では、品目内に複数のサービスが混在する中、コロナ禍で内訳サービスの1つで市場取引が一時的に消失したケースとなります。一方、品目内のサービスの同質性が高い「貸切バス」「宿泊サービス」「新聞広告」においても、行動制限の影響や先行き不透明感の高まりなどを受けて、一部の調査価格で「欠

際航空旅客輸送」における一般販売される事前購入型の正規割引運賃や、「スポーツ施設提供サービス」における施設管理手数料）は、継続的に取引が発生していました。

#### （取引消失による「欠測価格」の補完方法）

「欠測価格」が生じた際の実務的な対応としては、原則、前月の価格で補完する「横ばい補完」や、前年同月比を前月と同一の値とする「前月前年比補完」、同一品目内の他の調査価格の前月比変化率と同一の値とする「前月比補完」などの手法から、該当する調査価格の性質に応じて、適切な補完方法をその都度検討しています。こうした従来の「欠測価格」の補完は、調査価格サンプルに起きた偶発的な欠測に対する補完であり、当該サンプル以外の同種のサービスの取引は引き続き行われていることを前提としたものです。すなわち、当該調査価格の情報や同種のサービスの価格情報を用いて、「仮に取引が行われた場合の価格」を補完するという主旨で実施しています。

もっとも、コロナ禍でみられた品目内における同種のサービスの一定期間の取引消失は、調査価格サンプルに起きた偶発的な欠測ではなく、その調査価格が代表するサービス自体の取引消失という点で異なります。この場合は、同種のサービスの取引がない、すなわちウエイトがゼロとなるように対処することが、当該サービスが含まれる品目指数や上位分類指数に対するバイアスを生まないという点で適当です。そこで、感染症拡大直後にみられた欠測値に対しては、品目内の他のサービスの価格変化率（前年比または前月比）を用いて「欠測価格」を補完することとしました。これは、品目ウエイトは変化させないものの、品目内では当該サービスのウエイトをゼロにしたことと同様です。こうした「欠測価格」に対する補完の考え方は、IMFが公表している国際的な「PPIマニュアル」<sup>33</sup>とも整合的であるほか、「類似した調査価格群の価格変化率で補完する方法」は、米国労働統計局（BLS）が採用している「Cell-relative imputation」と同様の考え方です<sup>33</sup>。

---

測価格」が長期間発生しました。この場合、平時の欠測値補完の原則と同様に、品目内の同種のサービスの価格情報を用いて補完しています。品目内の他の調査価格の情報を用いて補完するという実務的な対処方法は両者で同じですが、補完を行う目的が異なることになります。

<sup>33</sup> IMF “Producer Price Index Manual: Theory and Practice” における Chapter 9. PPI Calculation in Practice をご覧ください。また、コロナ禍で生じた欠測値補完に対する IMF のレポート（IMF, Special Series on Statistical Issues in Response to COVID-19 「Business Continuity Plans: Producer Price Index」（2020年4月18日））もあわせてご覧ください。

### (3) コロナ禍で影響が大きかったサービスの捕捉

「基本方針」でお示ししたとおり、コロナ禍での行動制限下では、需要喚起を企図して値下げが行われるサービス（品目「宿泊サービス」など）や、供給制約の影響から逆に値上げを行ったサービス（品目「国際航空貨物輸送」など）がみられた一方、価格の調整をほとんど行わないサービス（品目「国際航空旅客輸送」）もみられました。このように、感染症のショックが加わったときに、各サービス産業の価格設定行動を捕捉しておくことは、将来への知見の蓄積という観点から重要だと考えています<sup>34</sup>。このため、2020年基準では、感染症の事業活動への影響が大きかったサービスのうち、価格調査を実施していなかった「旅行サービス」と「スポーツ施設提供サービス」を新規品目として設定します。

#### ①旅行サービス

##### (品目範囲・調査方法)

新規品目「旅行サービス」では、旅行代理店に対して、①出張などを行う企業向けに航空チケット等を手配する際の「手配手数料」のほか、②ホテルや観光施設などへの（個人客を中心とした）集客機能を提供した際の対価である「集客手数料」を価格調査の対象とします（図表20）。様々な統計や調査先からのヒアリング情報をもとに、①と②の調査価格構成を検討したところ、「手配手数料」は企業向けのみを対象とする一方で、「集客手数料」は集客対象が個人の旅行も含まれることもあり、概ね1：4となりました。

「手配手数料」については、調査先毎に実際の商慣行を踏まえて、取引条件を固定したうえで、実際の取引価格を調査する「銘柄指定調査」と、手配した航空券代等に一定の料率を乗じることで価格（マージン額）を算出する「料率型調査」を採用します。また、企業間取引では、海外出張に伴う航空チケットの手配が大宗を占めるとの調査先情報を踏まえて、海外向け航空チケットの手配手数料を中心に調査を行い、インフレター（航空券代）としては、S P P I「国際航空旅客輸送」を採用します。一方、「集客手数料」については、実際の商慣行を踏まえ、「料率型調査」を採用します。インフレターとしては、宿泊施設（S P P I「宿泊サービス」、C P I「宿泊料」）、観光施設（主にC P I「テーマパーク入場料」など）、鉄道（主にC P I「鉄道運賃（JR）」）、バス（主にS P P I

---

<sup>34</sup> 2020年基準改定で取り込む新規品目は、通常、2020年1月まで遡って指数を作成・公表することから、2020年春に拡大した感染症の影響も捕捉することができます。さらに、今回新たに導入する新規品目「旅行サービス」と「スポーツ施設提供サービス」については、コロナ禍における価格設定行動を把握することを目的に設置した側面が強いことから、例外的に、調査先企業のご協力のもと、2019年1月以降の価格を受領したうえで、2020年の前年比についても算出しています。

「貸切バス」など)にそれぞれ対応する形で、S P P IとC P Iの品目指数を採用します。

### (暫定品目指数)

暫定的に試算した品目指数の推移をみると、2020年後半にかけて、品目内ウエイトで約8割を占める「集客手数料」のインフレーターの動き(主にC P I「宿泊料」)を主因に、一時的に落ち込んだものの、2021年以降は、インフレーターが上昇に転じたことを背景に、上昇する姿となっています。

なお、コロナ禍の行動制限下における価格設定行動をみると、航空券手配に係る感染症対応関連の事務作業の増加などを受けて、値上げする動きも一部で見られましたが、影響は限定的でした。一方、この間の「集客手数料」の料率はほぼ不変となるなど、需要の価格弾力性が顕著に低下する中では需要喚起のために当該サービス独自の値下げ(料率の引き下げ)を行う誘因はなく、価格は硬直的であったと評価しています。

## ②スポーツ施設提供サービス

### (品目範囲・調査方法)

新規品目「スポーツ施設提供サービス」では、①スポーツ施設所有者が、スポーツチームや大会運営本部等の事業体に対して、スポーツ施設を提供する際の価格(「施設利用料」)に加え、②施設所有者(特に自治体など)が企業等へ管理を委託する際の料金(「施設管理手数料」)を価格調査の対象とします(図表21)。

「施設利用料」、「施設管理手数料」とともに、実際の商慣行を踏まえて、取引条件を固定したうえで、実際の取引価格を調査する「銘柄指定調査」を採用します。具体的には、「施設利用料」は、価格の契約条件として「固定料金制」を採用しているケースと、基本料金に加え、入場料等の収入に応じて金額を賦課する「変動料金制」を採用しているケースがみられます。また、「施設管理手数料」は、契約期間中、毎年度一定のケースが多くみられます。もっとも、契約締結時点では想定外であった事象によりコスト増や収入減が生じた場合は、事後的に料金が増額されるケースもみられます。

### (暫定品目指数)

暫定的に試算した品目指数の推移をみると、2020年後半にかけて、コロナ禍の行動制限による入場料等収入の減少を受けて、「施設利用料(変動料金制)」を主因に、指数は下落しました。その後は振れを伴いつつも、入場料等収入の回復に加え、「施設利用料(固定料金制)」や「施設管理手数料」におけるコスト上昇を転嫁する動きを受けて、上昇しています。

なお、コロナ禍の行動制限下における価格設定行動をみると、集客減に伴う入場料等収入の落ち込み等を受けて、「施設利用料（変動料金制）」は下落しました<sup>35</sup>。もっとも、品目内の価格動向をサービス別にみると、「施設利用料（固定料金制）」は料金契約の性質上、価格は硬直的となっていたほか、「施設管理手数料」は、コロナ禍を受けた入場料収入の減少を穴埋めするための値上げがみられるなど、同一品目内でも提供するサービス・契約形態の違いによって、価格動向は区々となっている点が確認できました。ただし、そうした価格を統合した品目指数をみると、「施設管理手数料」の値上げで幾分下支えされたものの、「施設利用料（変動料金制）」が激減した影響は大きく、感染症の動向を受けて振れを伴いつつも、低水準で推移したことが分かります。その後は、スポーツイベントや集客の回復に伴い、上昇傾向にあります。

### 3-5. 人件費投入比率に基づく分類指数の新規設立

企業向けサービス価格指数の主な目的は、企業間で取引されるサービスに関する価格の集約を通じて、①サービスの需給動向を把握し、経済・物価動向を判断するための材料（経済指標）を提供することに加え、②名目金額から価格変動要因を除去して実質値を算定するデフレーターとしての機能も挙げられます。また、③企業間での商取引における値決めの参考指標としての機能も有しています。

こうした中、有識者からは、「デフレーターとしての機能は高く評価しているが、統計の見方が難しいため、経済・物価動向を分析するうえでのS P P Iの有効な使い方を紹介してほしい。特に、人件費の動向がサービス価格にどのように影響するかに関心がある」といった声が多く聞かれました。こうしたご意見も参考に、参考系列として、S P P Iの内訳サービスを、人件費投入比率に基づいて2つに分類した指数の公表を検討しています（図表22、補論3）。今後も、物価統計メーカーの立場から、ユーザーが使い易くなるような情報発信に努めてまいります。

---

<sup>35</sup> 「施設利用料（変動料金制）」を採用している調査先の中には、緊急事態宣言の発出やその前後の自粛もあり、2020年3～6月にかけて取引が消失した調査先も多くみられました。これらについては、無用なバイアスを生まないように、「品目内で価格動向が類似している調査価格群の価格変化率（前年比・前月比）で補完する」対応を行っております。詳しくは、3-4（2）をご覧ください。

## 4. 企業向けサービス価格指数・2020年基準の概要

日本銀行では、上記でお示ししたポイントを踏まえ、品目分類編成の設定など企業向けサービス価格指数・2020年基準改定の各種作業を進めています。本節では、現時点までに判明している、2020年基準指数の概要についてご説明します。

### 4-1. 採用商品カバレッジ

2020年基準の採用商品カバレッジ（採用商品の取引額が企業向けサービスの総取引額に占める割合）を暫定的に算定したところ、参考指数も含むベースでは、現行基準の71.3%から73.6%まで拡大します（図表23）。これは、「企業内研究開発」や「サードパーティーロジスティクス」などの新規品目を取り込んだことが主因です。企業物価指数（CGPI）の採用商品カバレッジ（2020年基準・国内企業物価指数：81.3%）にはまだ届きませんが、相当程度近づいてきており、わが国のサービス活動の価格面からの捕捉を着実に進めています。こうしたカバレッジ拡大は、デフレーター機能の改善という形で、わが国の経済統計の精度向上に資するものと考えています。

### 4-2. 品目分類編成

2020年基準の品目分類編成は、「基本方針」で掲げた「サービス分野の生産物分類」との整合的な編成案から変更ありません。基本分類指数における採用品目数は現行基準と同様に、146品目となります（図表24）。内訳をみると、新規品目として5品目を採用するほか、品目分割により3品目が増加する一方で、品目統合を実施することで、8品目が減少します（参考1、2）。

参考指数についても、「基本方針」で掲げた品目分類編成案を踏襲します。新規品目として2品目を採用するほか、蓄積された価格データを踏まえて実施した価格動向差の検証結果や、基本分類指数の品目統合に伴い、公表形態を一部変更します<sup>36</sup>。

このほか、3-5. で掲げたとおり、2020年基準では、新しく参考系列とし

---

<sup>36</sup> 具体的には、新規品目として、「企業内研究開発」と「知的財産ライセンス（国内）」の調査を新たに開始するほか、現行の「知的財産ライセンス（輸出）」「知的財産ライセンス（輸入）」についても、産業財産権のライセンス取引に加えて、新たに著作権のライセンス取引を調査内容とするなど、調査内容を拡充します。また、価格動向差がみられなかったことから、「知的財産ライセンス（輸送用機器）」と「知的財産ライセンス（除輸送用機器）」の内訳公表を取りやめるほか、基本分類指数において、品目「清掃」「設備管理」「衛生管理」が品目「建物サービス」に統合されることに伴い、参考指数についても、「建物サービス（民間向け）」と「建物サービス（官公庁向け）」に再編いたします。

て、人件費投入比率でサービスを分類した指数の公表を検討しています。

## 5. おわりに

冒頭に述べたとおり、今後は「最終案」に沿って改定作業を進め、2024 年央を目途に 2020 年基準へ移行する予定です。ただし、5 年に一度の基準改定にとられず、経済・産業構造の変化の捕捉や品質調整の改善に繋がる事案があれば、積極的に検討を進めていきます。また、より中長期的な展望としては、2025 年基準改定に向けて、2023 年度末に整備が行われる予定の財分野を含めた生産物分類へ対応していくほか、無形資産の重要性が高まる中では、2020 年基準で蓄積を行うデータを検証しながら、調査範囲の拡充余地がないかについても、検討していく方針です。

日本銀行では、物価指数の作成にあたり、調査にご協力いただいている企業の皆様から多数の価格情報を頂戴しているほか、官公庁や業界団体の皆様にも様々な形でご協力いただいています。頂戴した情報やご協力を物価統計に的確に反映し、それを社会的に広く活用していただくため、日本銀行では、今後も統計作成に関わる厳格なデータ・情報管理を引き続き徹底するとともに、ご協力企業やユーザーの皆様方との意見交換を緊密に行っていきます。皆様方には、引き続き、日本銀行の統計作成業務に対し、様々な観点からのご意見あるいはご指導を賜りますよう、お願い申し上げます。

なお、今回の企業向けサービス価格指数の基準改定に際して、「基本方針」に直接関係がないものも含め、多くのご意見をいただきました（別紙）。本稿でその全てをご紹介することはできませんでしたが、より良い物価統計の作成に向けた貴重なご意見・ご指摘として受け止めています。日本銀行では、今後も物価指数の改善を図り、ユーザー・ニーズへの対応を図るべく、不断に検討を重ねてまいりたいと考えております。

以 上

## 補論 1. サブスクリプション配信に係る著作権ライセンス取引価格

動画等のコンテンツ配信におけるサブスクリプション契約では、消費者は、一定期間様々なコンテンツを利用できる権利に対して、月額料金などを支払います。例えば、動画を月に 20 時間視聴した場合でも、40 時間視聴した場合でも、支払う月額料金は不変です（補論図表 1）。

企業向けサービス価格指数の品目「知的財産ライセンス」では、こうしたサブスクリプション契約のもとで提供されるコンテンツに係る著作権ライセンス価格も、2020 年基準より調査します。当取引では、慣行として、サブスクリプション契約による売上（月額料金×加入者数）の一部を、各コンテンツの視聴時間に応じて「ライセンス額」として分配する、「レベニューシェア制」と呼ばれる契約形態が広く採用されています。

企業向けサービス価格指数では、品質・取引条件一定のもとでの物価指数を作成するため、「視聴時間あたり単価（＝ライセンス額／視聴時間）」を調査します。例えば、「（加入者数は不変の中、）一人あたり平均視聴時間が増加」するケースを考えると、配分される「ライセンス額」が不変の中で、「視聴時間」の増加を受け、「視聴時間あたり単価」は下落します。この場合、名目値（ライセンス額）は不変なので、実質値（＝名目値／物価）は「視聴時間」に連動して増加します。

価格の定義を「視聴時間あたり単価（＝ライセンス額／視聴時間）」ではなく、「一人あたり単価（＝ライセンス額／加入者数）」とする場合についても考えてみます。この場合、上記のケースでは、価格指数は不変となり、結果として、実質値も不変となります。このように、価格の定義により、価格指数やそれを用いて算出される実質値に差異が生まれます。ここで、仮に「消費者の余暇時間は一定」との制約があるとすると、当該サービスの消費時間が増える一方で、余暇時間を費やす他のサービスは減少すると考えられます。すなわち、「一人あたり平均視聴時間」が増加した当該サービスの実質値が増加し、（余暇時間を消費する）他のサービスの消費の実質値が減少することが妥当です。こうした観点からも、当サービスの物価として「視聴時間あたり単価」の適用は妥当と考えられます。

もっとも、平均的な「一人あたり視聴時間」が概ね一定と見做せるのであれば、両者の価格・実質値は整合的となります<sup>37</sup>。実際、コロナ禍の行動制限に伴い自宅で過ごす時間が増加し、「一人あたり視聴時間」が急激に高まったような時期を除けば、価格定義の違いに起因する乖離は限定的となります。

---

<sup>37</sup> 例えば、総務省『消費者物価指数』の品目「ウェブコンテンツ利用料」では、サブスクリプション配信の価格として、「月額利用料金」（一人あたり登録者単価）を調査しています。この場合、「視聴時間」は価格に影響しませんが、「平均的な一人あたり視聴時間」が概ね一定であれば、「視聴時間あたり単価」との乖離は現れません。

## 補論2. コロナ禍における品目「交通広告」の品質調整に関する試み

広告主にとって、広告効果（＝広告の品質）は、広告の目的（商品等の認知、成約等の成果など）がどの程度達成されたかによって決まると考えられます。このため、企業向けサービス価格指数では、それぞれの広告取引の実態や目的を踏まえ、広告効果を表す適切な指標（広告閲覧者数、成約数等）を特定し、これらの指標を用いて、品質調整を行っています（補論図表2）。

こうした中、広告サービスのうち「交通広告」「屋外広告」では、取引における品質変数の特定が難しいことやデータ制約もあり、品質調整の導入を見送っています。もっとも、コロナ禍では、「交通広告」「屋外広告」の潜在的な広告閲覧者と考えられる人流が、行動制限により大きく減少しました（前掲補論図表2）。人流減少は、広告効果（品質）に、相応に影響を与えたと考えられます。

こうした問題意識のもと、データを入手することができた大手鉄道企業の各駅の広告掲出価格（ $Y_{i,j,t}$ 、以下、価格）と駅利用者数（ $X_{i,t}$ ）をもとに、駅利用者数に対する価格の弾性値を回帰分析により推計しました。推計式は下記のとおりであり（ $i$  は駅、 $j$  は路線等の属性、 $t$  は時期、 $\mu_j$  は属性ダミー変数）、今回は試算のため、対象が一部の鉄道会社に限定されているうえ、対象時期も2020年度単年度としています。

$$\log Y_{i,j,t} = \alpha + \beta \log X_{i,t} + \mu_j + \varepsilon_{i,j,t}$$

推計の結果、 $\beta$  は0.46となりました。これは、ある駅で利用者数が1%減少（増加）すると、広告掲出価格は0.46%低下（上昇）することを表します。上記のパラメーターをもとに、駅利用者数の減少による価格変化分を定量的に算出することで「交通広告」の品質調整を行うことは可能です。仮に、当該パラメーターと鉄道旅客運送業の経済活動（実質値）を人流データの代理変数として品質調整を実施すると、品目「交通広告」の指数は、コロナ禍で上昇した後、人流回復に伴い徐々に下落しています。

しかしながら、推計結果の妥当性を担保するためには、時系列も含めたさらなるデータの収集、分析と結果の検証が必要です。また、駅利用者数のみが「交通広告」の広告効果を表す指標として適切なのかも大きな論点です。さらに、「屋外広告」では、「交通広告」のような人流データを容易に入手することができません。以上を踏まえて、「交通広告」「屋外広告」については、2020年基準でも品質調整の導入を見送ります。品質調整未実施の品目については、国際的な議論や業界の動向等も踏まえながら、今後も導入の是非について検討を継続してまいります。

### 補論3. 企業向けサービス価格指数の人件費投入比率による分類

サービスの生産は、財の生産と比べると、全体としては、労働投入比率の高いコスト構造となっています（補論図表3-1）。そのうえで、仔細にサービス産業のコスト構造を確認すると、サービス毎に投入要素比率は区々です。こうしたコスト構造を把握することは、サービスの取引価格に対するコストの影響を把握するうえで重要です。

そこで、「企業向けサービス価格」を構成するサービスについて、生産要素に占める人件費投入比率の高低で分類してみます<sup>38</sup>。まず、①低人件費率サービスには、「国際運輸等」や「リース・レンタル」、「自動車整備・機械修理」、「宿泊サービス」などが分類されます。一方、②高人件費率サービスには、技術的・専門的なサービスや労働集約的なサービスが含まれる「諸サービス（除く宿泊サービス、自動車整備・機械修理）」、道路貨物輸送などが含まれる「運輸・郵便（除く国際運輸等）」、ソフトウェア開発などの「情報サービス」が分類されます。こうした分類のもと、統計始期である1985年に遡って指数を作成しました<sup>39</sup>。

①低人件費率サービスに含まれるサービス価格の推移をみると、投入される財価格の影響や各サービスの市場環境の影響を大きく受けるサービスがみられます（補論図表3-2）。例えば、「国際運輸」は燃料費の影響が、「リース・レンタル」や「自動車整備・機械修理」は、対象となる物件価格や修理に使われる機械・部品などの価格の影響が大きくみられます。また、「広告」は企業収益、「不動産」は地価の影響が強くみられるほか、「宿泊サービス」は需給バランス（稼働率）に合わせたダイナミックプライシングがみられるなど、直面する市場環境の影響が大きいことが示唆されます。

一方、②高人件費率サービスの価格推移をみると、労働需給や賃金との相関が高いことが分かります（補論図表3-3）。これは、労働需給の変化が、投入比率が高い人件費に影響し、価格へパススルーされる結果と考えられます。なお、低人件費率サービスも緩やかながら労働需給と相関はみられるものの、乖離もみられており、上述したような財価格や直面する市場環境の影響が大きいこと

<sup>38</sup> 企業向けサービス価格指数の調査対象サービス（ただし基本分類指数のみ）を、長期比較が可能なように11に分類したうえで、『延長産業連関表』（2019、2020年の平均）から算出される各分類の人件費投入比率の高低で、ウェイト（2015年基準）が概ね1：1になるように2群に分類しています。これは、2015年基準SPPI調査対象サービスの平均的な人件費投入比率との比較（平均値より高いか低い）で2群に分類した場合とも整合的です。

<sup>39</sup> 補論3の指数は、1985～2015年基準の各基準年ウェイトを用いて、11分類の指数を加重平均しています（いずれも消費税除くベース）。参考系列として公表する際は、2020年以降について、2020年基準の品目分類編成・ウェイトをもとに算出する予定です。なお、2005年基準以前のSPPIからは、主に国際運輸に含まれる輸入取引を除いています（2010年基準以降は、基本分類指数に輸入取引は含まれていません）。

が示唆されます。

このように、企業向けサービス価格指数が調査対象とするサービスの中でも、投入コスト構造の違いもあって、価格変動には様々な要因が影響することが分かります。企業向けサービス価格指数をみる際には、こうした投入コスト構造の観点での分類も有用なことから、2020年基準では、参考系列として、人件費投入比率の高低によってサービスを分類した指数の公表を検討しています。

# 企業向けサービス価格指数 2020年基準改定の最終案

## <図表編>

---

2024年2月  
日本銀行  
調査統計局

# 1. はじめに: 本稿の構成

---

1. はじめに

2. 基本方針に対する主なご意見

3. 最終案のポイント

4. 企業向けサービス価格指数・2020年基準の概要

補論1. サブスクリプション配信に係る著作権ライセンス取引価格

補論2. 人流を用いた「交通広告」の品質調整の試み

補論3. 企業向けサービス価格指数の人件費投入比率による分類

本稿では、2020年基準指数のイメージを適切にお伝えするため、いくつかの品目について、暫定的な指数を掲載しています。日本銀行では、最終的な基準改定結果の公表に向けて、今後、個別の調査価格の精査などを行ってまいりますので、2020年基準指数への移行完了時に公表する指数は、本稿で示したものと幾分異なったものになる可能性がある点にご留意ください。

## 2. 基本方針に対する主なご意見

---

## 基本方針に対する主なご意見(1)

(図表 1)

- ✓ 基準改定全般に対して、賛同のご意見を多数いただいた。
- ✓ 具体的には、時流を捉えた新しいサービスの取り込みや、オルタナティブ・データと新たな品質調整導入に対しても、多数の賛同を得た。

コメント対象	コメント内容
基準改定全般	物価上昇に対する関心が高まる中、サービス価格の統計改善に精力的に取り組んでいる。 適切な改定方針であり、異論はない。
経済・産業構造の変化への対応	「デジタル化」や「働き方の多様化」などの時流を捉えた新しいサービスの取り込みは指数精度維持に不可欠。また、消費者向け無償サービスの背後にある企業間取引の捕捉も重要である。 特に「研究開発」や「著作権関連サービス」の取り込みは、無形資産の重要性が高まる中、チャレンジングだが、生産性の正確な計測にも繋がるとても価値のある取り組みである。 市場で取引が行われない自社内研究開発は、企業向けサービス価格指数の対象範囲なのか。 知的財産ライセンスに係る知見の蓄積に期待するとともに、今後も、商標権ライセンスといった無形資産関連調査のさらなる拡充を期待する。
報告者負担軽減と指数精度向上に向けた取り組み	オルタナティブ・データの活用は、報告者の負担軽減に繋がる重要な取り組みである。 サービスの価格調査は、品質調整をいかに工夫して行うかが肝要であり、「インターネット接続サービス」へのヘドニック法の適用や、「雑誌広告」における部数による品質調整導入など、新しく品質調整に取り組むことは非常に重要である。 オルタナティブ・データを活用する際は、データの継続性を慎重に検討すべきである。

## 基本方針に対する主なご意見(2)

(図表 2)

- ✓ 生産物分類との整合性を意識した品目分類設定や、2019・2020年の平均ウェイトを採用する方針についても、多くの賛同を頂戴した。
- ✓ 感染症の影響を、仔細に示してほしいとの要望も聞かれた。

コメント対象	コメント内容
わが国統計の 利便性・精度向上 を企図した 品目分類編成	「サービス分野の生産物分類」との整合性確保は、わが国統計の継続可能性や利便性を高めるうえで、大変重要である。 「3PL」や「建物サービス」を一つのサービスとして捉えることは、実際の商慣行とも一致し、適切に価格動向を捕捉するための良い取り組み。 過度に細かい分類は、継続調査を困難にするケースも少なくないことから、粒度を意図的に粗くすることも妥当。
ウェイト算定方法	足もとでもコロナ禍前の水準に経済活動が戻っていないサービスもある中では、GPIやCGPI等の他の物価統計との整合性も踏まえ、2019・2020年平均を取ることが妥当。 感染症が拡大した2020年が基準年にあたるという特殊性についてしっかりと検証したうえで、ウェイトや上位分類指数に与える影響を示してほしい。
その他 (SPPIの使い方、 卸売サービス)	デフレーターとしての機能は高く評価しているが、統計の見方が難しいため、経済・物価動向を分析するうえでのSPPIの有効な使い方を示してほしい。特に、人件費の動向がサービス価格にどのように影響するかに関心がある。 2015年基準で導入した卸売サービス価格指数について総括しているが、卸売企業の価格設定行動を捕捉したデータとして、高く評価したい。

### 3. 最終案のポイント

#### 最終案のポイント

(図表 3)

##### ポイント1: 経済・産業構造の変化への対応

- ・「デジタル化」「働き方の多様化」を受けた新しいサービスの取り込み
- ・研究開発、著作権ライセンス等の捕捉が難しい「無形資産」に係るサービスの拡充

##### ポイント2: 報告者負担軽減と指数精度向上に向けた取り組み

オルタナティブ・データやウェブスクレイピング等を活用して、負担軽減・精度向上を両立

##### ポイント3: わが国統計の利便性・精度向上を企図した品目分類編成

新たに策定された「サービス分野の生産物分類」と統合的な品目分類編成の設定

##### ポイント4: 新型コロナウイルス感染症に関連する検証

- ・ウェイトへの影響と使用ウェイトの違いによる指数差異の検証
- ・コロナ禍で影響が大きかったサービスの捕捉

##### ポイント5: 人件費投入比率に基づく分類指数の新規設立(参考系列)

## 【最終案のポイント①】

### 3-1. 経済・産業構造の変化への対応

#### 「デジタル化」「働き方の多様化」を踏まえた新サービス (図表4)

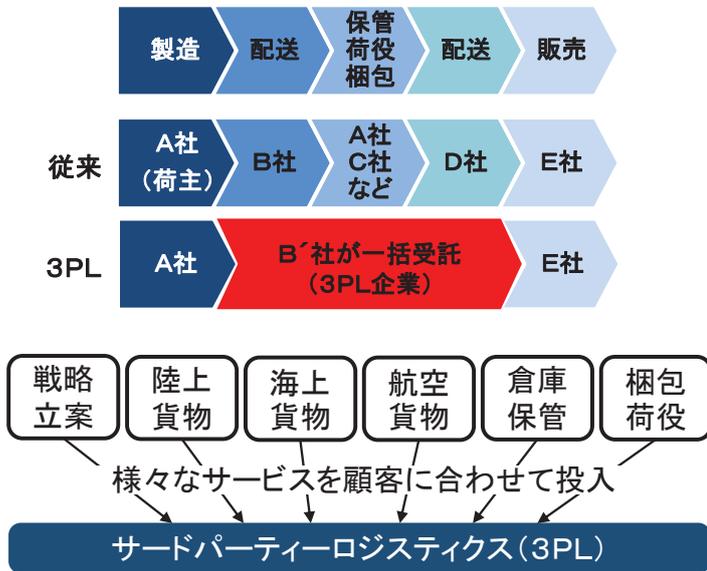
✓わが国経済の「デジタル化」や「働き方の多様化」の進展を踏まえて、4つのコンセプトに沿って、新たなサービスを取り込む。

コンセプト	小類別	品目	新たに取り込む/拡充するサービス
物流DX	—	サードパーティーロジスティクス (3PL)【新規品目】	サードパーティーロジスティクスサービス
データの利活用	土木建築サービス	地図・地理情報サービス【新規品目】	地図・地理情報の作成・提供サービス
無償サービスの背後にある企業間取引	インターネット広告	インターネット広告	動画広告
	金融手数料	リテール決済加盟店手数料	QRコード決済
働き方の多様化	その他の不動産賃貸	会議室等賃貸【新規品目】	会議室賃貸サービス、その他のスペース賃貸サービス
	インターネット附随サービス	インターネットデータセンター	IaaS/PaaS
		ポータルサイト・サーバ運営	ダイレクトリクルーティング
		インターネット利用サポート	デジタルフォレンジックサービス、Webアプリケーション脆弱性検査
	情報処理・提供サービス	受託計算 (クラウドアプリケーション)	ウェブ会議、クラウド型勤怠管理
教育訓練サービス	社員研修サービス	オンライン社員研修	

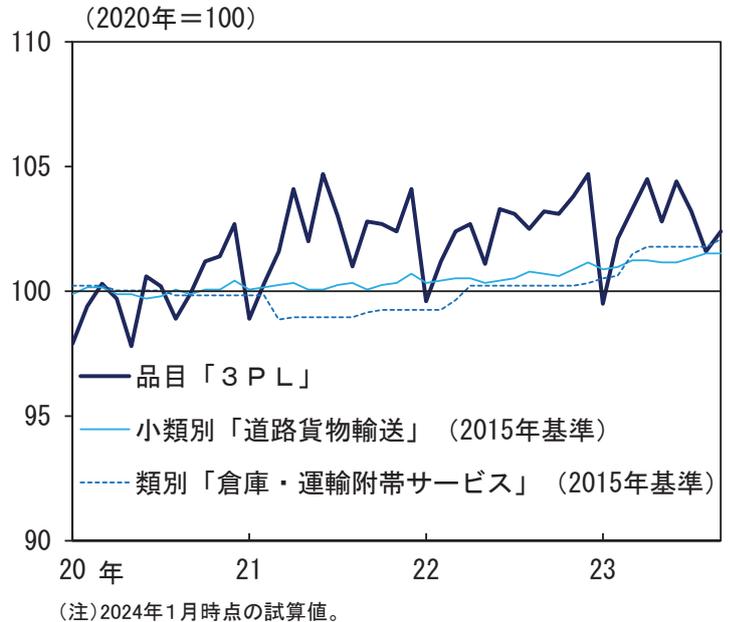
## 新規品目「サードパーティーロジスティクス」(3PL) (図表5)

- ✓ 荷主企業に代わって物流戦略の企画・立案、物流システムの構築に加え、配送・保管業務までを包括的に提供する「3PL」を新たに調査。
- ✓ 「3PL」を構成する個別のサービス価格とは、指数動向が異なる。

### (1)「3PL」の商流



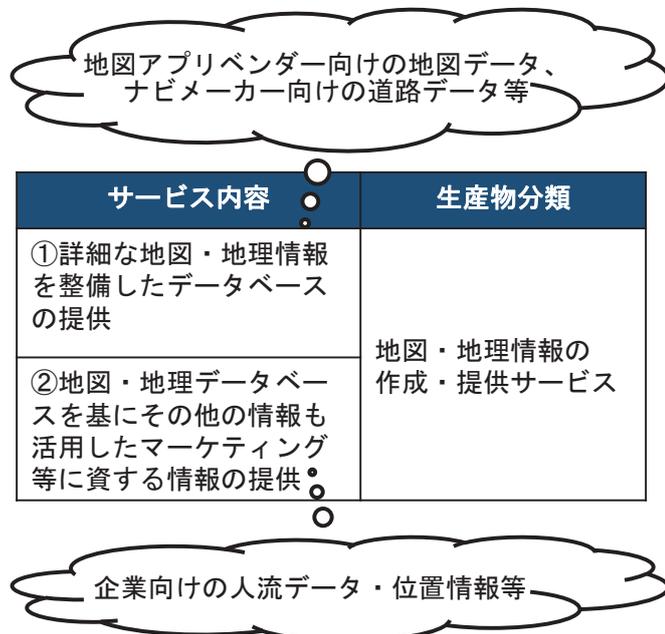
### (2)「3PL」の暫定価格指数と構成サービスの単独指数



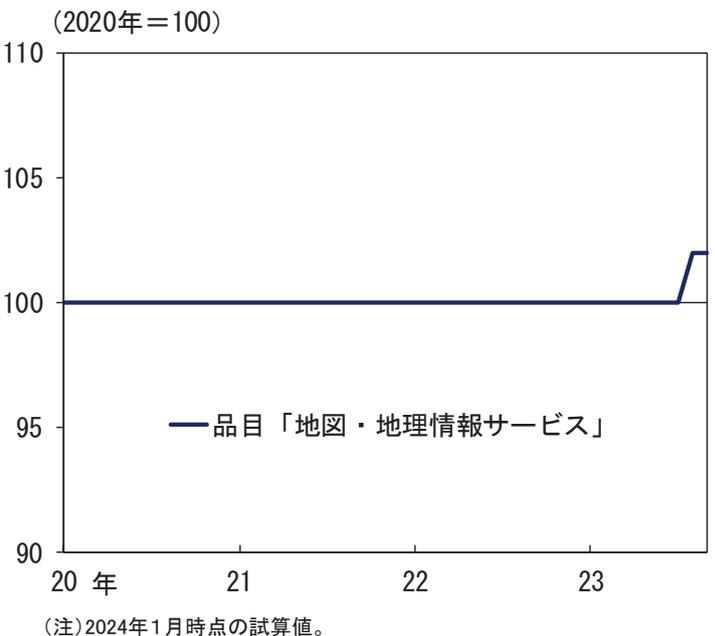
## 新規品目「地図・地理情報サービス」 (図表6)

- ✓ ①地図・地理データベースと②人流データ・位置情報の提供も調査。
- ✓ 価格は、概ね横ばいだが、開発費の上昇を主因に、足もとでは値上げの動きがみられている。

### (1)「地図・地理情報サービス」の品目範囲



### (2)「地図・地理情報サービス」の暫定価格指数

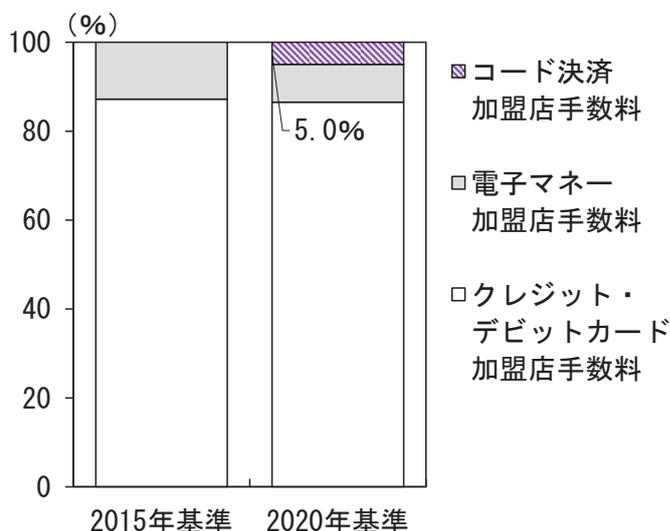
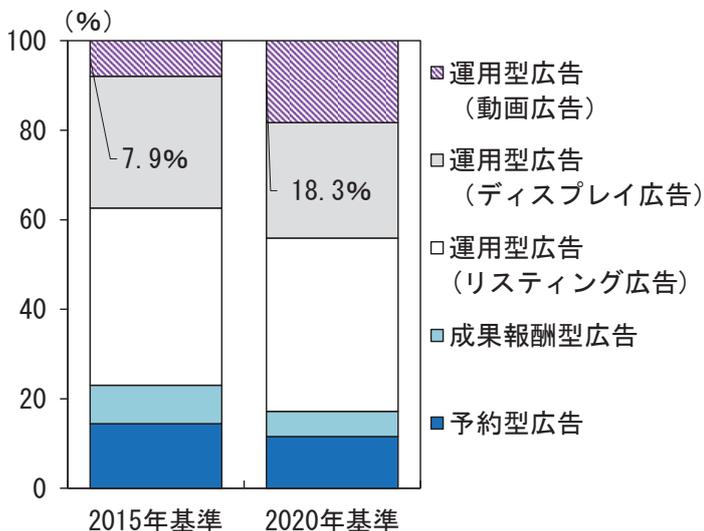


# 無償サービスの背後にある企業間取引の捕捉 (図表7)

✓ 消費者向け無償サービスの背後にある企業間取引の調査を拡充。  
 —— 「インターネット広告」で動画広告を、「リテール決済加盟店手数料」でコード決済の調査を拡充。

(1) 「インターネット広告」の調査価格構成

(2) 「リテール決済加盟店手数料」の調査価格構成



## 新規品目「会議室等賃貸」 (図表8)

✓ 「貸会議室」と短期貸しの「シェアオフィス」「個室型ブース」を調査開始。  
 ✓ 「働き方の多様化」が進む中、価格は緩やかに上昇した後、横ばい。  
 長期貸しの「事務所賃貸」よりも価格が伸縮的な傾向あり。

(1) 「会議室等賃貸」の品目範囲

(2) 「会議室等賃貸」の暫定価格指数 (2020年=100)

サービス内容		生産物分類
貸会議室		会議室賃貸サービス
短期貸しオフィス	シェアオフィス	その他のスペース賃貸サービス
	個室型ブース	



時間または日数単位で賃貸されるサービスに限定  
 × 長期貸しオフィスサービス  
 → 既存品目「事務所賃貸」

(注) 2024年1月時点の試算値。

# 新規品目「企業内研究開発」の調査対象

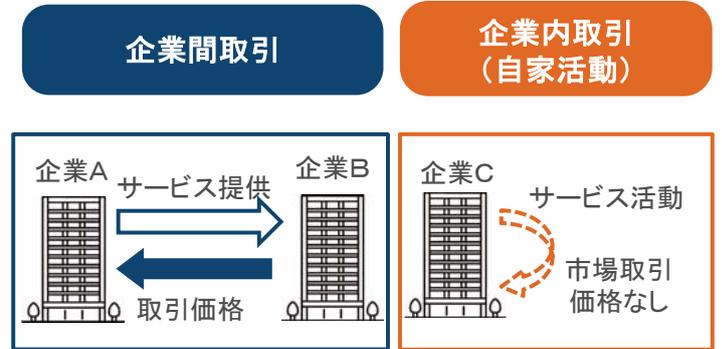
(図表 9)

- ✓ 調査対象は、企業が行う①「受託」研究開発と②「自社内」研究開発。
- ✓ SPPIで「企業間の取引価格を調査」する原則は不変。ただし、研究開発では特例として、主力である自家活動(②自社内研究開発)も対象に。

## (1)「企業内研究開発」の品目範囲

SPPI品目	サービス内容	生産物分類	産業連関表
—	受託研究開発 (研究機関は企業を除く)	研究開発サービス	研究機関(国公立) 研究機関(非営利)
企業内研究開発	①受託研究開発 (研究機関は企業に限る)		企業内研究開発
	②自社内研究開発 (研究機関は企業に限る)	研究開発のオリジナル	

## (2)通常のSPPIの調査対象



SPPIの対象：○

SPPIの対象：×

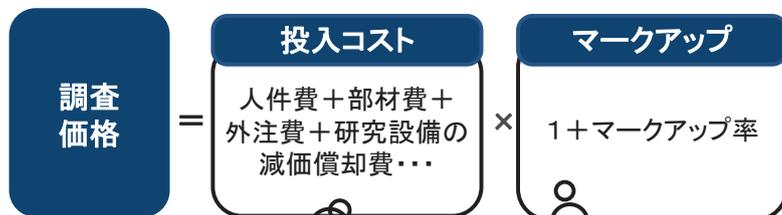
ただし、「企業内研究開発」は「特例」でSPPIの対象とする。

# 新規品目「企業内研究開発」の調査方法と価格推移

(図表 10)

- ✓ 「モデル価格」(=「投入コスト」×「マークアップ」)による調査を採用。
- ✓ 現行SNAの研究・開発デフレーターと同様に、投入する財の価格や人件費の上昇を映じて、緩やかな上昇トレンドを辿っている。

## (1)価格調査方法(「モデル価格調査」)



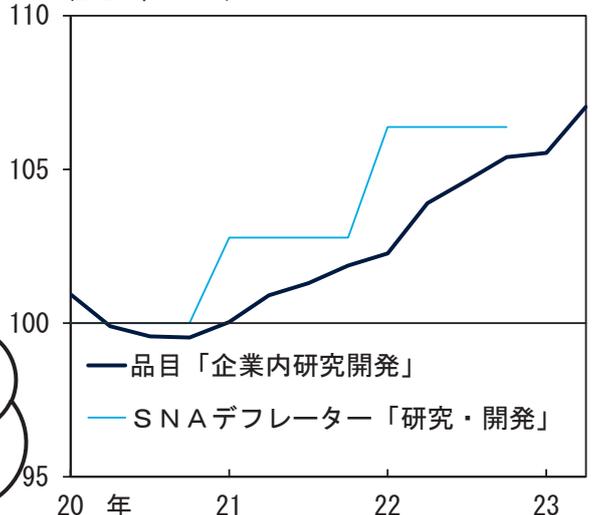
(初回調査)  
・調査先企業毎に研究開発費の  
コスト構成を調査

(定期的な調査)  
・人件費としてベースアップを調査  
・人件費以外のコスト構成要素は、  
様々な物価指数を適用することで  
報告者負担を軽減

・研究開発サービスの対価として  
のマークアップを調査  
—— 自社内で行う研究開発  
では、他社から受託した  
場合を想定したマークアップ  
を調査

## (2)SNAデフレーターとの比較

(2020年=100)



(注) 2024年1月時点の試算値。SNAデフレーターは、内閣府「形態別の総資本形成」として公表されている「研究・開発」を利用して算出。企業以外(大学等)の研究開発も含まれている点に留意。

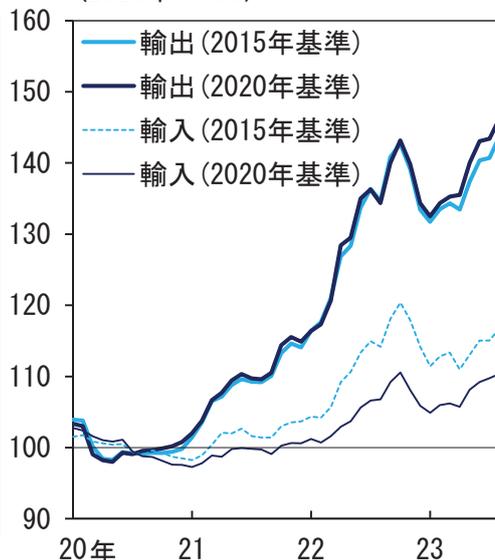
# 新規・拡充「知的財産ライセンス」(国内・輸出入) (図表11)

- ✓わが国GDP統計では知的財産ライセンスの取り込みを徐々に拡大。
- ✓国内、輸出入取引ともに、「産業財産権」と「著作権」のライセンス取引価格は、現時点では概ね同様のトレンドを辿っている。

(1) 知的財産ライセンス取引の取り込み状況変遷

調査対象		国内	輸出	輸入
産業財産権	特許	新規採用	15年基準から取込済	
	実用新案権			
	意匠権			
	ノウハウ			
著作権	ソフトウェア	新規採用		
	映像著作物			
	音楽著作物			
	出版物			

(2) 輸出入の暫定価格指数 (2020年=100)



(3) 国内の暫定価格指数 (2020年=100)



(注) 2024年1月時点の試算値。

## 【最終案のポイント②】

### 3-2. 報告者負担軽減と指数精度向上に向けた取り組み

# オルタナティブ・データ導入：宿泊サービス

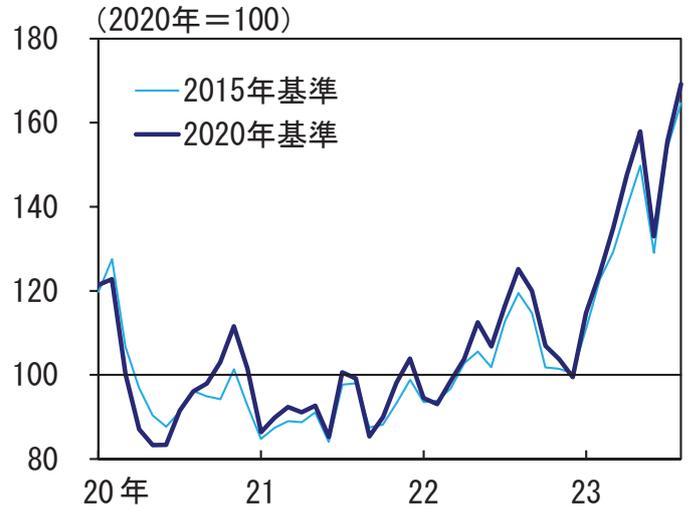
(図表12)

✓ 品目「宿泊サービス」にオルタナティブ・データを導入し、報告者負担軽減と調査サンプル数の拡大による指数精度向上を実現。

## (1) 民間宿泊施設データベースの概要

民間宿泊施設データベース (STRのデータ)	
対象	民間宿泊施設 ⇒主にビジネスホテルに絞り採用
サンプル数	約1,600施設 ⇒ビジネス需要の地域差を考慮して採用
調査方法	各施設から直接報告
価格	指定施設群の平均客室単価 (=対象施設群の売上高/対象施設群の実稼働客室数)
調査頻度	月次で集計
入手コスト	報告者負担の軽減に貢献

## (2) 「宿泊サービス」の暫定価格指数



(注) 2024年1月時点の試算値。2022年10月以降、政府の「全国旅行支援」による割引が適用されている。また、2020年基準では、オルタナティブ・データ(STR)に加え、一部、調査先調査価格も組み込んでいる。

# オルタナティブ・データ活用：自動車貨物輸送

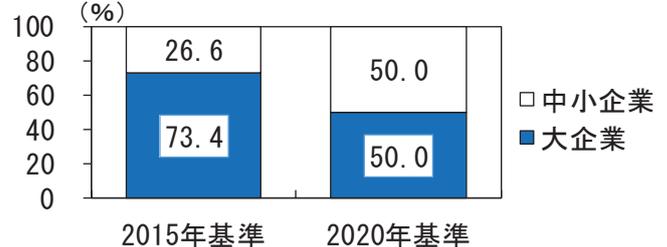
(図表13)

✓ 大企業・中小企業の取引シェアを精査し、調査価格構成を見直し。  
✓ オルタナティブ・データ(WebKIT)の活用により、代表性の観点から調査が難しい中小企業の取引価格を報告者の追加負担なしに拡充。

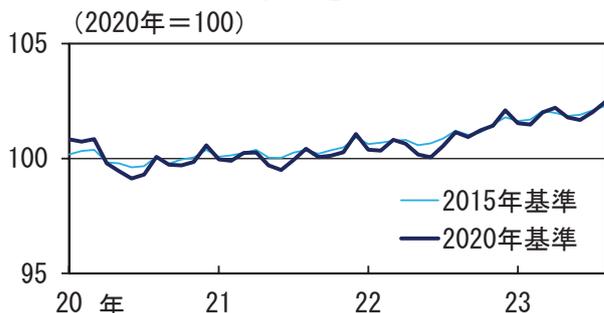
## (1) WebKITのデータ概要

求荷求車情報ネットワーク (WebKIT) に基づく成約運賃データ	
運営主体	日本貨物運送協同組合連合会
対象	中小トラック運送事業者がWebKITシステムを使用して成約に至ったスポット取引
加入者数	6,551 (システムID数、2022年度)
サンプル数	292,118 (成約件数、2022年度)
価格算出方法	個別取引データを、運送物×輸送区間×重量区分で分類したうえで、2か月連続で成約時の前月比を加重平均して算出
入手コスト	連合会から入手 (報告者の追加負担なし)

## (2) 大・中小企業の調査価格構成適正化



## (3) 「自動車貨物輸送」の暫定価格指数



(注) (2)は経済産業省・国土交通省・農林水産省(令和5年4月27日)「トラック輸送における多重下請構造についての実態把握調査に係る調査結果」、(3)は公益社団法人全日本トラック協会、日本貨物運送協同組合連合会「求荷求車情報ネットワーク(WebKIT)」を活用。2024年1月時点の試算値。  
(出所)公益社団法人全日本トラック協会、日本貨物運送協同組合連合会「求荷求車情報ネットワーク(WebKIT)成約運賃指数について」



## 【最終案のポイント③】

### 3-3. わが国統計の利便性・精度向上を企図した 品目分類編成

#### 2020年基準の品目分類編成・ウエイト算定方法 (図表16)

- ✓ 価格動向差や調査継続性を考慮しつつ、原則、「サービス分野の生産物分類」との整合性を意識した品目設定を実施。
- ✓ 2020年基準のウエイトは、2019・2020年の平均値を採用。

S P P I	参照統計	2020年基準ウエイト算定方法
大類別	産業連関表（統合大分類）	<p>2020年基準CGPI・同CPIや、国際的なPPIマニュアルとも整合的な対応</p> <p><b>2019・2020年平均ウエイト</b>                      （『延長産業連関表』における企業間取引額）</p>
類別	産業連関表（統合中分類・統合小分類）、 日本標準産業分類（中分類）	
小類別	産業連関表（基本分類）、 日本標準産業分類（小分類、細分類）	
品目	<b>サービス分野の生産物分類</b>	（小類別ウエイトを品目へ分割する際は、原則、『経済センサス』等の2020年単年情報を使用）

ユーザーの利便性向上と  
わが国統計全体の精度向上に繋がる対応

## 【最終案のポイント④】

### 3-4. 新型コロナウイルス感染症に関連する検証

#### ウエイト推移と動態統計を用いた検証

(図表17)

- ✓ 感染症の影響で、一部品目は2020年ウエイトが顕著に減少。
- ✓ 対面型サービスの名目生産額は、回復傾向にあるものの、2019年の水準に復しておらず、2019・2020年平均値の使用に一定の妥当性。

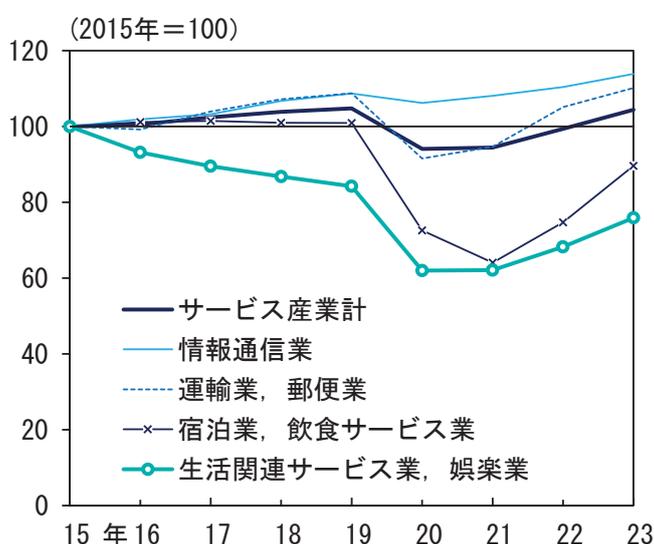
##### (1)ウエイト対象総取引額

	基本分類指数	卸売・研究開発含む
2019年	150.7 兆円	193.4 兆円
2020年 (前年比%)	143.3 兆円 (▲4.9 %)	182.6 兆円 (▲5.6 %)

##### (2)2020年ウエイトで低下が大きい品目 (対前年差、千分比)

下落幅	品目	下落幅	品目
1 ▲6.6	旅行サービス	9 ▲1.2	航空施設管理・航空附帯サービス
2 ▲3.2	新幹線	10 ▲1.2	新聞広告
3 ▲2.6	鉄道旅客輸送(除新幹線)	11 ▲1.2	テレビ広告(スポット)
4 ▲2.4	宿泊サービス	12 ▲1.0	乗合バス
5 ▲2.2	リネンサプライ	13 ▲0.9	電子計算機・同関連機器リース
6 ▲1.8	国内航空旅客輸送	14 ▲0.9	自動車リース
7 ▲1.6	ハイヤー・タクシー	15 ▲0.9	ダイレクトメール広告
8 ▲1.3	折込広告		

##### (3)動態統計の推移



(注)2023年の値は、1~10月の前年比を用いた年率換算値。  
個人向け取引を含む。

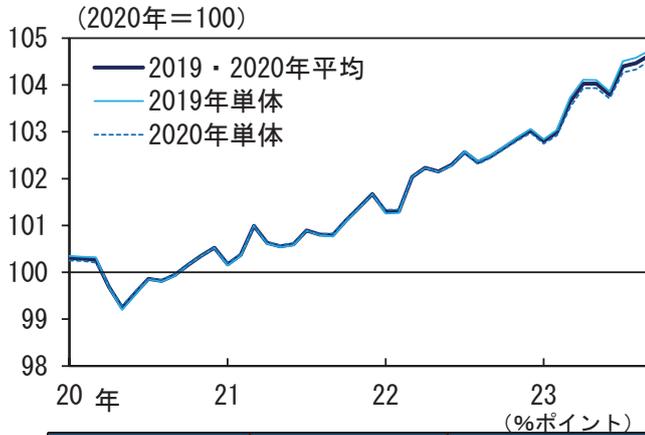
(出所)総務省「サービス産業動向調査」

# 複数のウェイトを用いた指数動向の検証

(図表18)

- ✓ 3つのウェイトデータ(①2019年単体、②2020年単体、③2019・2020年平均)を用いて、総平均指数の差異を検証。
- ✓ 2021年以降上昇率が高まるトレンドに大きな差異はなし。

## (1)指数水準



使用するウェイト	20年～23年平均乖離幅	20年～23年最大乖離幅
2019年単体	0.033	0.115
2020年単体	0.039	0.137

## (2)前年比



使用するウェイト	21年～23年平均乖離幅	21年～23年最大乖離幅
2019年単体	0.041	0.091
2020年単体	0.047	0.103

(注1) 2015年基準の品目分類・指数をもとに試算しているため、2020年基準で採用する新規品目は含まれていないほか、既存品目の指数についても基準改定の機会を捉えて調査価格構成等の見直しを行うことから、総平均は2020年基準移行後に公表する指数動向とは異なる点に留意。  
 (注2) ウェイトについて、③2019・2020年平均を用いた場合と、①2019年単年、②2020年単年を用いた場合を比較して、どの程度乖離するかを検証。

# 市場取引消失時の指数補完

(図表19)

- ✓ ごく少数だが、コロナ禍で取引が一時的に消失したサービスあり。
- ✓ 品目内の他のサービスの価格情報を用いて「欠測価格」を補完(=当該サービスの品目内ウェイトをゼロとする)。

## (1)欠測価格がみられたサービス

<品目内の一部サービスの市場取引が消失した品目>

品目	欠測価格	主な欠測期間
国際航空旅客輸送	団体旅行客向け運賃	20/3～23/10月
スポーツ施設提供サービス	施設利用料金	20/3～6月

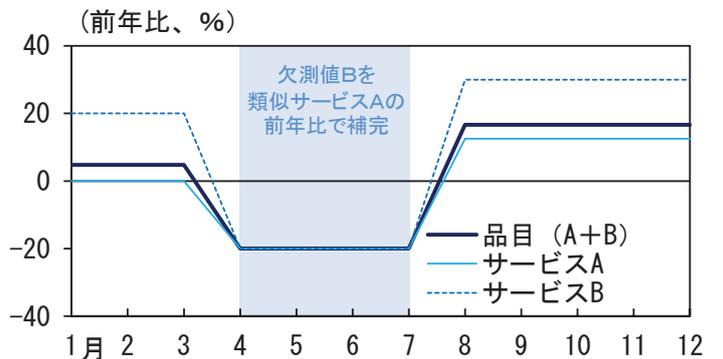
## (2)取引消失による「欠測価格」の補完方法

<品目内の一部サービスが消失したケース>

品目内の調査サービス	構成比		
	通常時	20/4～7月	20/8月～
サービスA	60%	100%	60%
サービスB	40%	0%	40%

(参考) コロナ禍において調査価格の欠測が散見された品目  
 <ただし、該当サービスの市場取引が消失したわけではない>

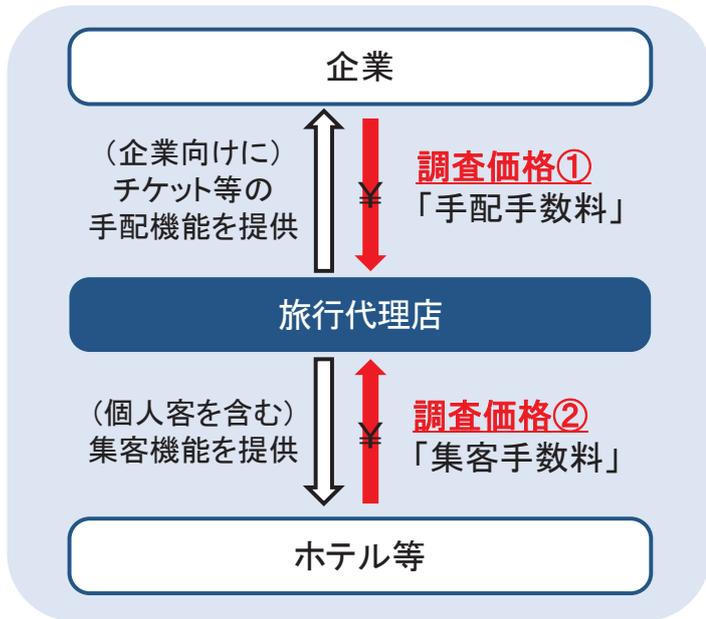
品目	主な欠測期間
貸切バス	20/3～21/6月
新聞広告	20/3～9月、21/1～2月、21/4～6月
宿泊サービス	20/5～21/3月



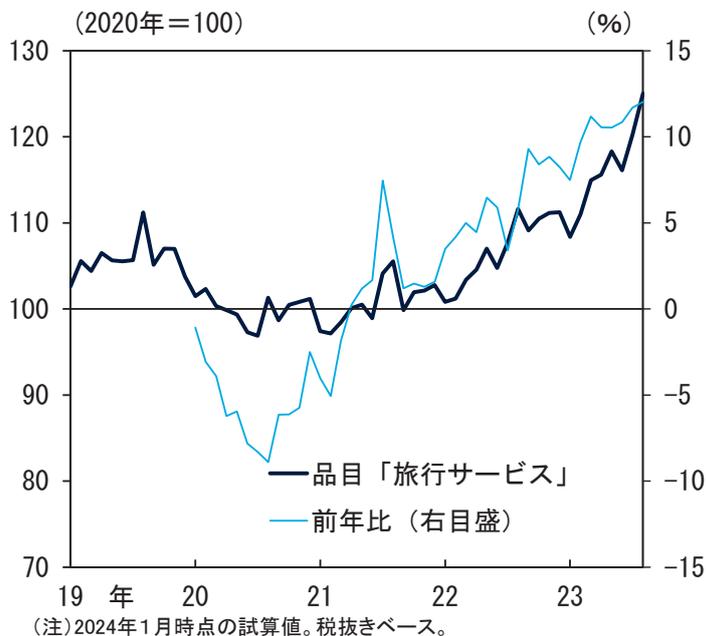
# 感染症影響大サービスの取り込み①: 旅行サービス (図表20)

- ✓ ①企業向けにチケット等を手配する「手配手数料」と、②ホテル等への集客機能(含む個人客)を提供した際の「集客手数料」を調査。
- ✓ コロナ禍で価格下落後、需要回復とチケット・宿泊費上昇背景に、上昇。

(1)「旅行サービス」の概要



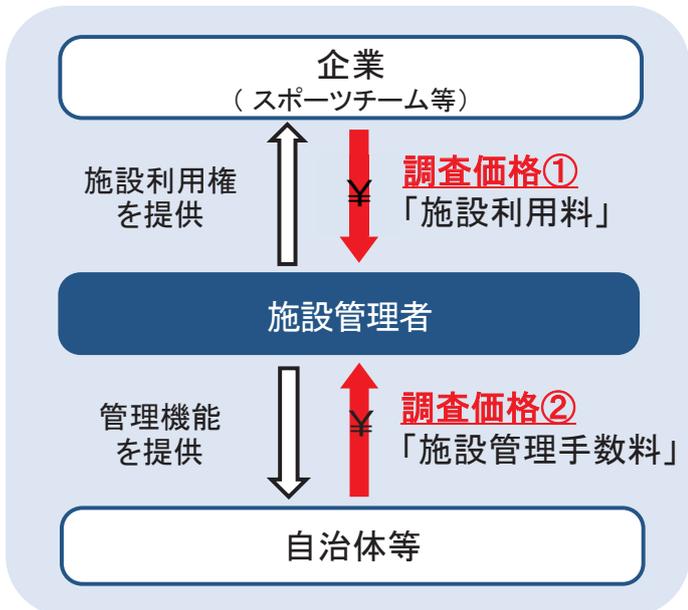
(2)「旅行サービス」の暫定価格指数



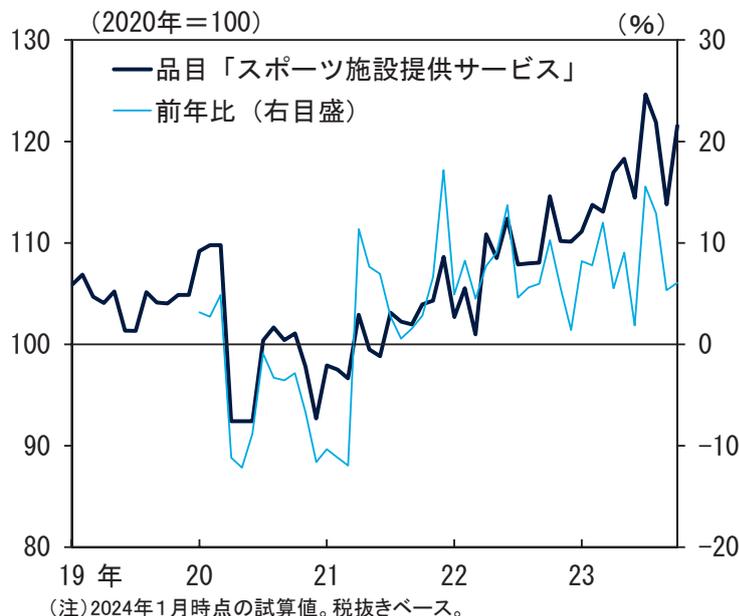
# 感染症影響大サービスの取り込み②: スポーツ施設提供 (図表21)

- ✓ ①スポーツ施設を貸し出す際の「施設利用料」と、②企業が施設所有者(自治体等)から管理を受託する際の「施設管理手数料」を調査。
- ✓ コロナ禍で価格は下落したものの、2021年以降は上昇傾向。

(1)「スポーツ施設提供サービス」の概要



(2)「スポーツ施設提供サービス」の暫定価格指数



## 【最終案のポイント⑤】

### 3-5. 人件費投入比率に基づく分類指数の新規設立

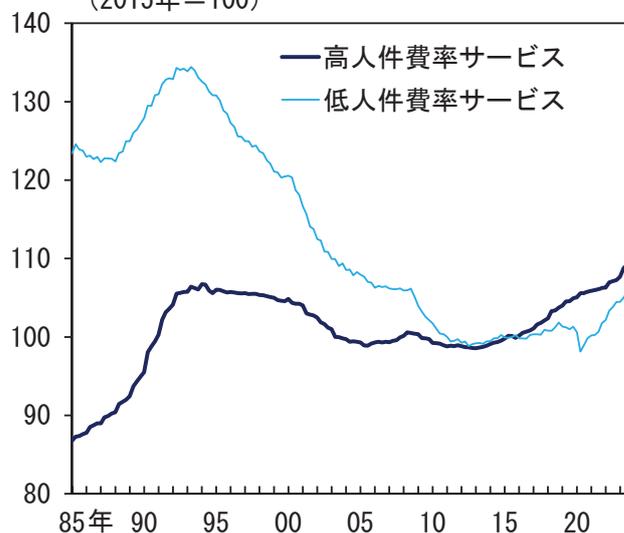
#### 人件費投入比率に基づく分類指数の新規設立 (図表22)

- ✓デフレーター機能を高く評価する一方、経済指標としての見方、特に人件費との関係を示してほしいとの声を多く頂戴した。
- ✓参考系列として、人件費投入比率で分類した指数の公表を検討。

(1) SPPI対象サービスと人件費投入比率

高人件費率サービス (15年基準ウェイト 487.8)	低人件費率サービス (15年基準ウェイト 512.2)
	大類別「金融・保険」
	大類別「不動産」
大類別「運輸・郵便」 (除く国際運輸等)	大類別「運輸・郵便」 (うち国際運輸等)
大類別「情報通信」 (うち情報サービス)	大類別「情報通信」 (除く情報サービス)
	大類別「リース・レンタル」
	大類別「広告」
大類別「諸サービス」 (除く自動車整備・機械修理、 宿泊サービス)	大類別「諸サービス」 (うち自動車整備・機械修理、 宿泊サービス)

(2) SPPI人件費分類指数(消費税抜きベース)  
(2015年=100)



(注1) 2019・2020年延長産業連関表から算出した人件費投入比率(生産額に占める人件費比率)を用いて、2015年基準の分類編成をもとに2群に分類。(2)の指数は、各基準毎のウェイト・指数を用いているが、2020年以降も2015年基準指数(2024年1月時点)を用いている。宿泊サービスは2005年基準以降、自動車整備・機械修理は1990年基準以降含まれる。消費税を除くベースだが、1989年4月および1997年4月の消費税の影響は簡易的な方法で除いている。補論3も同様。

(注2) 低人件費率サービスに含まれる「運輸・郵便(うち国際運輸等)」は、国際運輸に加え、鉄道旅客輸送、海上旅客輸送、国内航空旅客・貨物輸送、内航貨物輸送、倉庫、有料道路を含む。

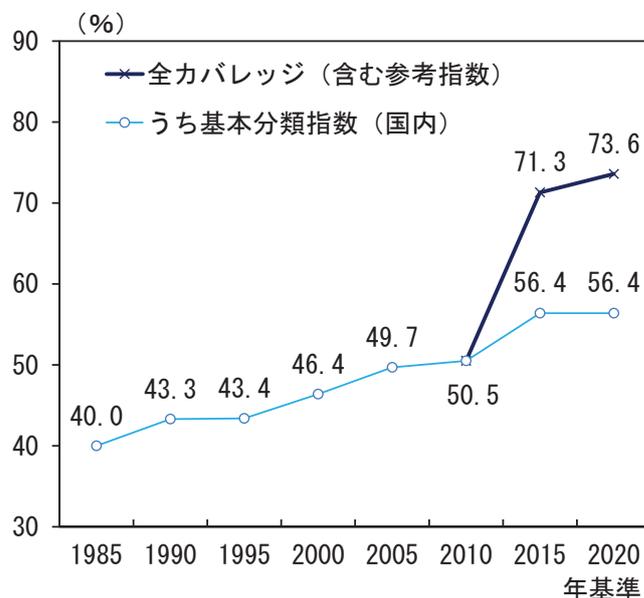
## 4. 2020年基準指数の概要①: 採用商品カバレッジ (図表23)

- ✓ 現行基準の71.3%から73.6%まで拡大(含む参考指数ベース)。
- ✓ CGPIカバレッジ(2020年基準・国内:81.3%)に近づいてきており、わが国サービス活動の価格面からの捕捉は着実に進捗。

(1)ウエイト対象総取引額、採用商品の取引額

	企業向けサービス			
	総取引額 (A)	ウエイト対象 総取引額 (B)	採用商品の 取引額 (C)	採用商品 カバレッジ (C/A)
2020年基準 (基本分類指数)	237.7兆円	147.0兆円	134.0兆円	56.4%
2020年基準 (卸売サービス・ 研究開発を含む)		188.0兆円	175.0兆円	73.6%
参考 2015年基準 (基本分類 指数)	220.0兆円	136.5兆円	124.1兆円	56.4%
		2015年基準 (卸売サービス を含む)	169.2兆円	156.8兆円

(2)採用カバレッジの推移



(注) 1985年～2005年基準は、国内+輸入ベースのカバレッジ。  
2010年基準以降は、国内のみのカバレッジ。

## 4. 2020年基準指数の概要②: 採用品目数 (図表24)

- ✓ 基本分類指数における採用品目数は、15年基準と同様に146品目。
- ✓ 参考指数は、研究開発の新規採用と知的財産ライセンス価格の拡充や、価格動向に関する検証を踏まえた統合等を受けて、公表形態を一部変更。

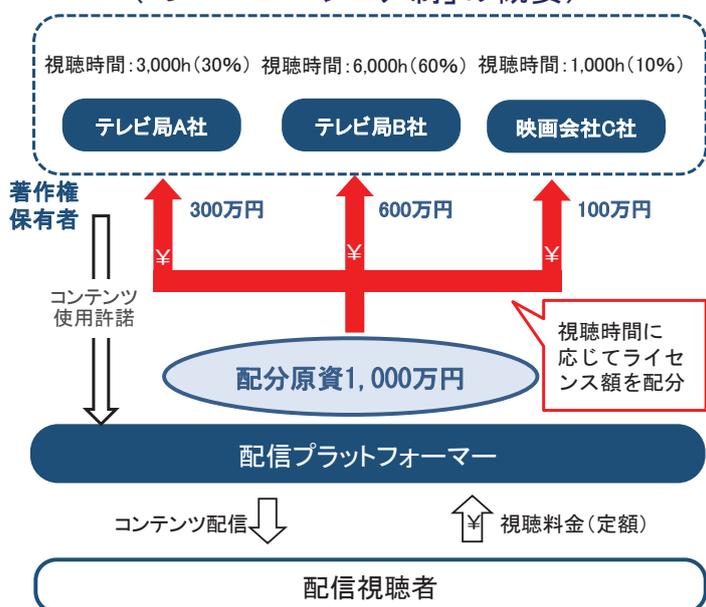
		2020年基準	<参考>2015年基準
基本分類指数		146	146
参考 指数	卸売サービス価格指数	5	5
	研究開発価格指数	1	—
	輸出サービス価格指数	2	4
	輸入サービス価格指数	3	4
	知的財産ライセンス価格指数	3	—

# 補論

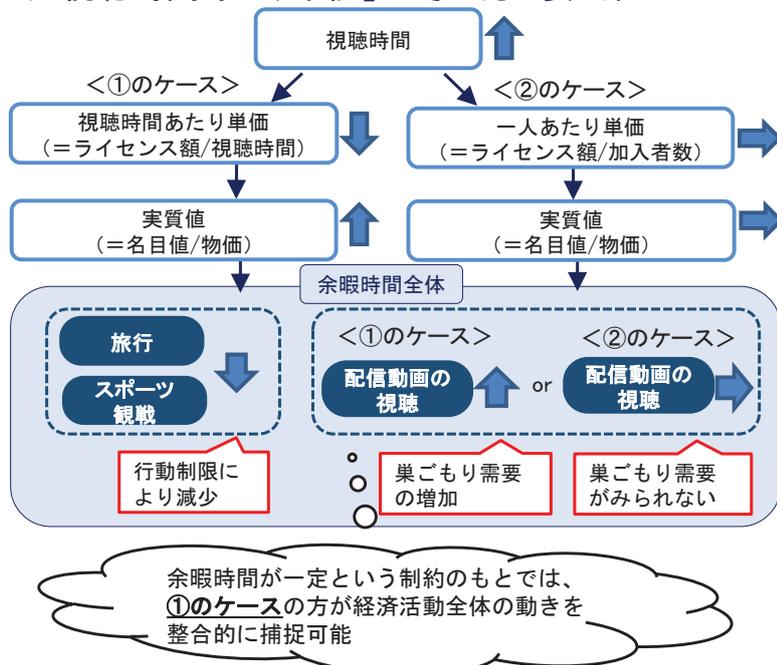
## 補論1.サブスク配信に係る著作権ライセンス価格 (補論図表1)

- ✓ SPPIでは「①視聴時間あたり単価(=ライセンス額/視聴時間)」を調査。
- ✓ 「消費者の余暇時間は一定」との制約のもとでは、「②一人あたり単価(=ライセンス額/加入者数)」よりも価格定義として妥当と評価。

### (1)サブスクリプション配信の価格調査方法 (「レベニューシェア制」の概要)



### (2)「視聴時間あたり単価」の考え方と妥当性



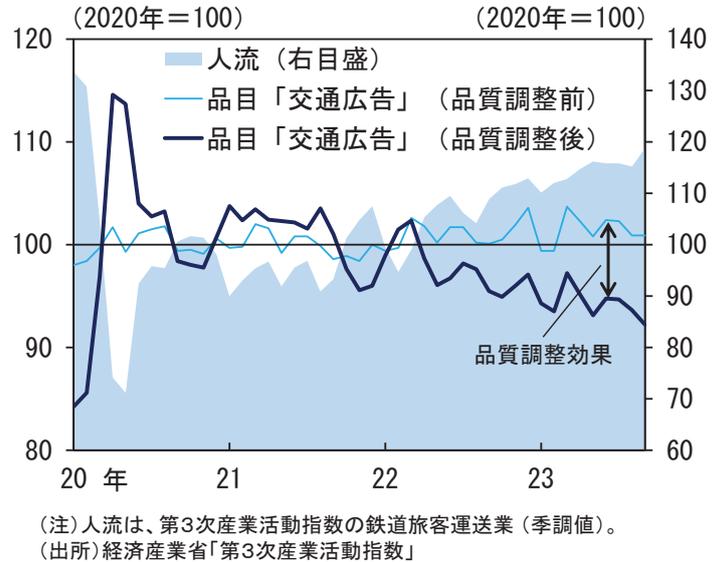
## 補論2. 人流を用いた「交通広告」の品質調整の試み (補論図表2)

- ✓ コロナ禍の人流減少で、「交通広告」の広告効果(品質)は低下した可能性。そこで、人流と広告価格の関係を試算。
- ✓ もっとも、推計結果の妥当性検証には、更なるデータ収集・分析が必要。本基準改定では、「交通広告」に人流を用いた品質調整は導入しない。

(1) 類別「広告」における品質調整の実施状況

品目	広告効果を表す指標	価格との関係	品質調整
テレビ広告(スポット)	視聴率 発行部数 等	正比例	各指標で割り込み
折込広告			
ダイレクトメール広告			
フリーペーパー・フリーマガジン広告			
インターネット広告	インプレッション数 クリック数 等		
テレビ広告(タイム)	視聴率 発行部数 等	一定の関係	回帰分析
新聞広告			
雑誌広告			
ラジオ、交通、屋外広告	未実施		

(2) 人流の変化と「交通広告」価格指数(試算)

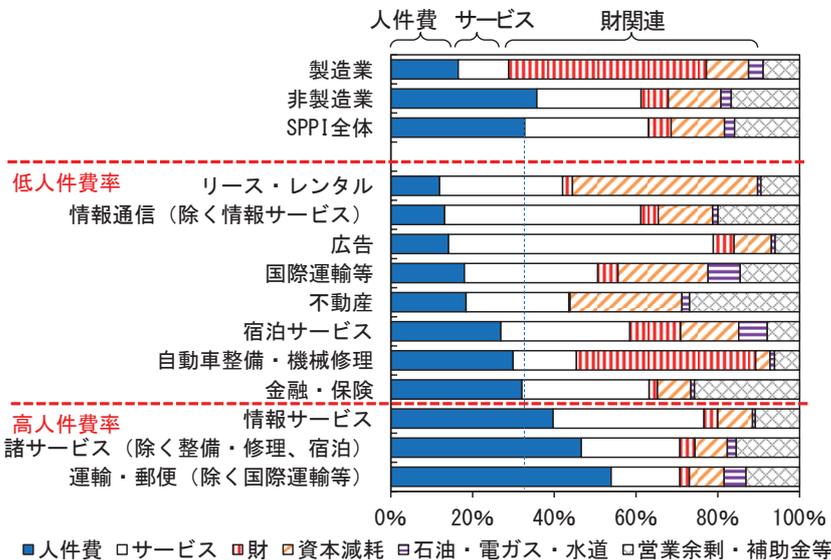


## 補論3. 人件費投入比率による分類(1) (補論図表3-1)

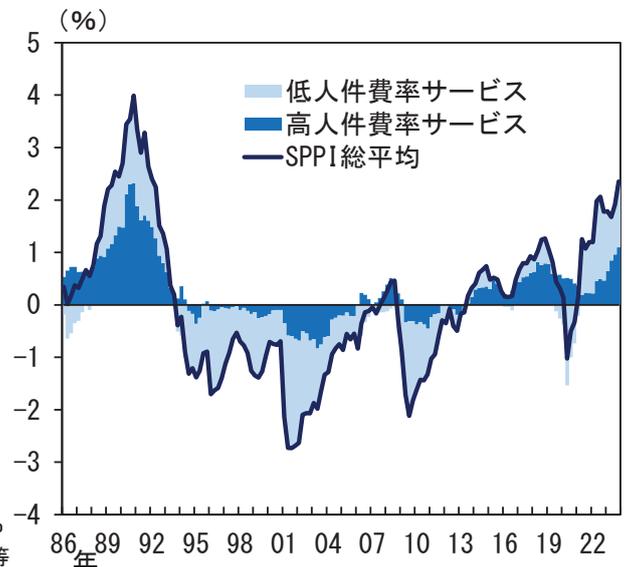
- ✓ 生産構造をみると、サービスは財と比べて人件費投入比率が高い。ただし、仔細にみると、サービス毎にばらつきが大きい。
- ✓ 人件費投入比率の高低で、サービス価格を2つに分類。

(1) 投入・付加価値比率

(対生産額、2019・2020年延長産業連関表から算出)



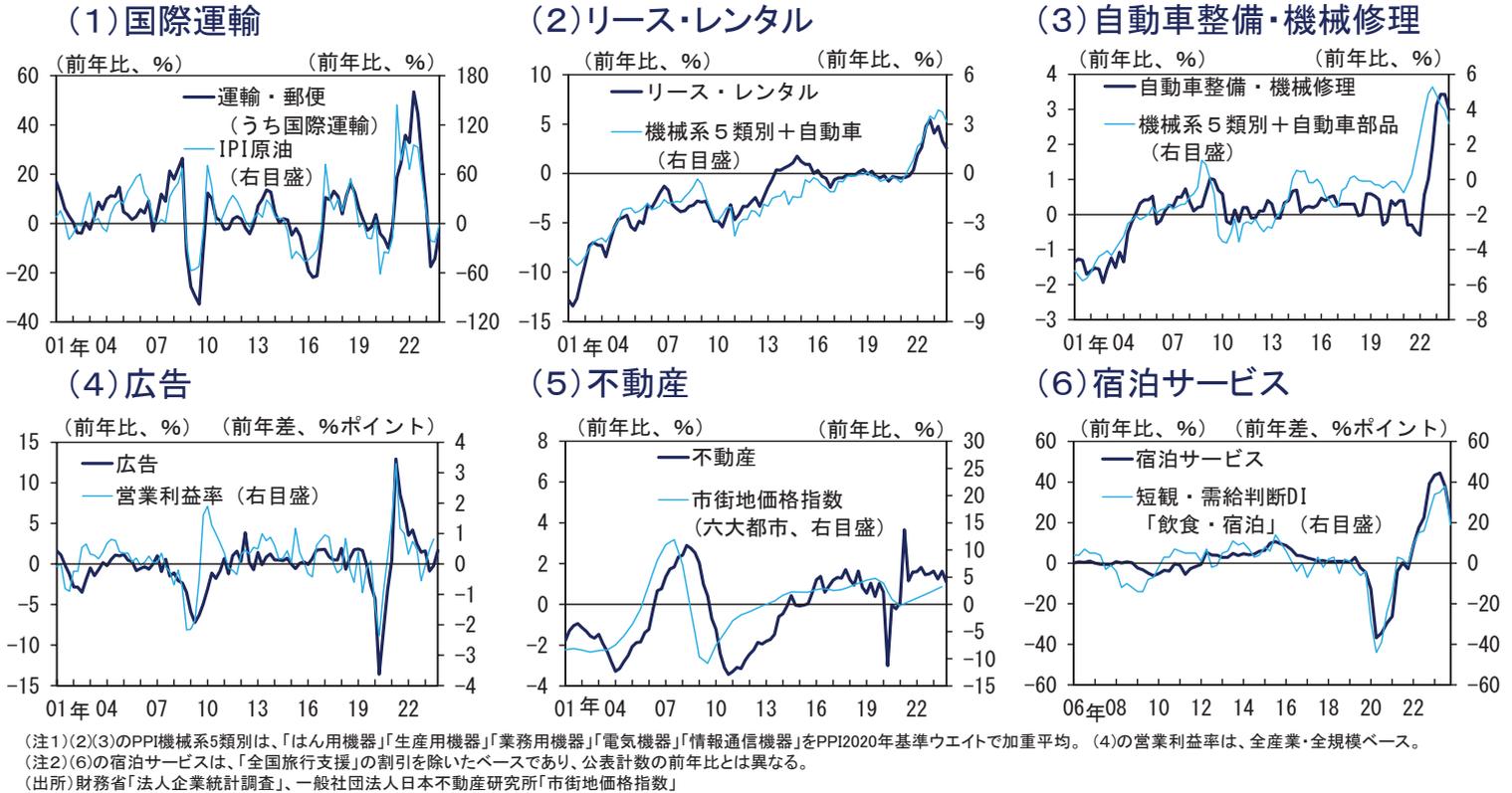
(2) SPPI前年比



(注) 企業向けサービス価格指数の調査対象サービス(ただし基本分類指数のみ)を、長期比較が可能なように11に分類したうえで、人件費投入比率の高低で、2015年基準SPPIウエイトが概ね1:1になるように2群に分類。当分類は、2015年基準SPPI対象サービスの平均的な人件費投入比率との比較で2群に分類した場合とも整合的。

## 補論3. 人件費投入比率による分類(2) (補論図表3-2)

✓ 低人件費率サービス価格は、投入される財価格や直面する市場環境に大きく影響を受ける。



## 補論3. 人件費投入比率による分類(3) (補論図表3-3)

✓ 高人件費率サービス価格は、労働需給や賃金との相関が高い。  
 —— 低人件費率サービス価格は、労働需給と緩やかに相関しながらも、上述した財価格や市場環境の影響が大きいと推察される。

(1) SPPIと労働需給

(2) 高人件費率SPPIと賃金



(注1) 短観・雇用人員判断DIは、高・低人件費率サービスに対応する業種の雇用人員判断DIを、SPPI2015年基準ウエイトで加重平均したものである。  
 (注2) 一般労働者の所定内給与の1992年以前は、常用労働者の値。2016/10以降は、共通事業所ベース。2023/4Qは10~11月の値。  
 (出所)厚生労働省「毎月勤労統計調査」

# ご意見をいただいた方々のお名前と機関名一覧

(別紙)

## <個人:五十音順、敬称略>

青木 浩介	東京大学大学院 経済学研究科 教授	椿 広計	統計数理研究所 所長
伊藤 恵子	千葉大学大学院 社会科学研究院 教授	中村 華奈子	大和総研 経済調査部 エコノミスト
小野 有人	中央大学 商学部 教授	西岡 慎一	日本総合研究所 調査部 上席主任研究員 マクロ経済研究センター所長
加藤 あずさ	BNPパリバ証券 シニアエコノミスト	野村 浩二	慶應義塾大学 産業研究所 所長
亀田 制作	SOMPOインスティテュート・プラス プリンシパル 兼エグゼクティブ・エコノミスト	肥後 雅博	東京大学大学院 経済学研究科 教授
菅野 雅明	ソニーフィナンシャルグループ 金融市場調査部 シニアフェロー チーフエコノミスト	深尾 京司	一橋大学 経済研究所 特命教授
北村 行伸	立正大学 データサイエンス学部 教授	福田 慎一	東京大学大学院 経済学研究科 教授
久後 翔太郎	大和総研 経済調査部 シニアエコノミスト	宮川 努	学習院大学 経済学部 教授
河野 龍太郎	BNPパリバ証券 経済調査本部長 チーフエコノミスト	宮嶋 貴之	ソニーフィナンシャルグループ 金融市場調査部 シニアエコノミスト
西郷 浩	早稲田大学 政治経済学術院 教授	森川 正之	一橋大学 経済研究所 特任教授
斎藤 太郎	ニッセイ基礎研究所 経済研究部 経済調査部長	美添 泰人	一般社団法人新情報センター 会長
櫻本 健	立教大学 経済学部 准教授	李 潔	埼玉大学大学院 人文社会科学部 教授
清水 千弘	一橋大学 ソーシャル・データサイエンス研究科 教授	渡辺 浩志	ソニーフィナンシャルグループ 金融市場調査部 シニアエコノミスト
白塚 重典	慶應義塾大学 経済学部 教授	<機関:五十音順>	
新家 義貴	第一生命経済研究所 経済調査部 シニアエグゼクティブエコノミスト	総務省 統計局 統計調査部 経済統計課	
陣内 了	一橋大学 経済研究所 教授	総務省 統計局 統計調査部 消費統計課 物価統計室	
菅 幹雄	法政大学 経済学部 教授	内閣府 経済社会総合研究所 国民経済計算部 価格分析課	
関根 敏隆	一橋大学 経済学研究科 教授	内閣府 経済社会総合研究所 国民経済計算部 国民生産課	
高山 和夫	福山大学 経済学部 准教授	日本経済団体連合会 経済政策本部	

## 品目改廃一覧

## 1. 基本分類指数

## ①新規品目

2015年基準小類別	2015年基準品目
	未採用

2020年基準小類別	2020年基準品目
その他の不動産賃貸	会議室等賃貸
旅行サービス	旅行サービス
⇒ サードパーティーロジスティクス	⇒ サードパーティーロジスティクス
土木建築サービス	地図・地理情報サービス
スポーツ施設提供サービス	スポーツ施設提供サービス

## ②分割品目

2015年基準小類別	2015年基準品目
不動産仲介・管理	不動産仲介・管理
その他の不動産賃貸	駐車場賃貸
レンタル	通信・サービス業用・事務用機器レンタル
機械修理	電気機械器具修理 機械修理 (除電気機械器具)

2020年基準小類別	2020年基準品目
⇒ 不動産仲介・管理	⇒ 不動産仲介 ⇒ 不動産管理
⇒ その他の不動産賃貸 ⇒ 道路輸送施設提供	⇒ 駐車場賃貸 (月極) ⇒ 駐車場提供 (時間貸)
⇒ レンタル	⇒ 通信機器・サービス業用機械レンタル ⇒ 事務用機器レンタル
⇒ 機械修理	⇒ 産業用機械器具修理 ⇒ 事務用機械器具修理

## ③統合品目

2015年基準小類別	2015年基準品目
道路貨物輸送	宅配便 メール便
情報処理・提供サービス	受託計算 (除クラウドアプリケーション) 情報処理サービス
出版	月刊誌 週刊誌
自動車整備	車検・定期点検・一般整備 自動車整備 (事故整備)
土木建築サービス	土木設計 測量 地質調査
建物サービス	清掃 設備管理 衛生管理

2020年基準小類別	2020年基準品目
⇒ 道路貨物輸送	⇒ 宅配便・メール便
⇒ 情報処理・提供サービス	⇒ 情報処理サービス
⇒ 出版	⇒ 雑誌
⇒ 自動車整備	⇒ 自動車整備
⇒ 土木建築サービス	⇒ 土木設計・測量・地質調査
⇒ 建物サービス	⇒ 建物サービス

## ④拡充品目

2015年基準小類別	2015年基準品目
情報処理・提供サービス	受託計算 (クラウドアプリケーション)
インターネット附随サービス	インターネット利用サポート

2020年基準小類別	2020年基準品目
⇒ インターネット附随サービス	⇒ ICTアプリケーション共用サービス
⇒ インターネット附随サービス	⇒ インターネット利用サポート

## ⑤名称変更品目

2015年基準小類別	2015年基準品目
倉庫	冷蔵倉庫
教育訓練サービス	社員研修サービス
洗濯	普通洗濯

2020年基準小類別	2020年基準品目
⇒ 倉庫	⇒ 冷蔵・冷凍倉庫
⇒ 教育訓練サービス	⇒ 研修・職業訓練受託サービス
⇒ 洗濯	⇒ クリーニングサービス

## ⑥移管品目

2015年基準小類別	2015年基準品目
その他の不動産賃貸	駐車場賃貸
インターネット附随サービス	インターネットデータセンター
情報処理・提供サービス	受託計算 (クラウドアプリケーション)
その他の広告	ラジオ広告

2020年基準小類別	2020年基準品目
⇒ 道路輸送施設提供	⇒ 駐車場提供 (時間貸)
⇒ 固定電気通信	⇒ インターネットデータセンター
⇒ インターネット附随サービス	⇒ ICTアプリケーション共用サービス
⇒ テレビ・ラジオ広告	⇒ ラジオ広告

## ⑦新規項目

2015年基準参考系列	2015年基準項目
	未採用

2020年基準参考系列	2020年基準項目
⇒ 人件費投入比率に基づく分類指数	⇒ 高人件費率サービス ⇒ 低人件費率サービス

## 品目改廃一覧（続き）

### 2. 参考指数

#### ①新規項目

2015年基準参考指数	2015年基準項目
	未採用

2020年基準参考指数	2020年基準項目
研究開発価格指数	企業内研究開発
知的財産ライセンス価格指数	知的財産ライセンス（国内）

#### ②拡充項目

2015年基準参考指数	2015年基準項目
卸売サービス価格指数	卸売を含む総平均
	卸売を含む総平均（除く国際運輸）
輸入サービス価格指数	知的財産ライセンス

2020年基準参考指数	2020年基準項目
総平均（卸売、企業内研究開発含む）	総平均（卸売、企業内研究開発含む）
	総平均（卸売、企業内研究開発含む）（除く国際運輸）
知的財産ライセンス価格指数	知的財産ライセンス（輸入）

#### ③統合・拡充項目

2015年基準参考指数	2015年基準項目
輸出サービス価格指数	知的財産ライセンス（輸送用機器）
	知的財産ライセンス（除輸送用機器）
基本分類構成項目	清掃（民間向け）
	設備管理（民間向け）
	清掃（官公庁向け）
	設備管理（官公庁向け）

2020年基準参考指数	2020年基準項目
知的財産ライセンス価格指数	知的財産ライセンス（輸出）
基本分類構成項目	建物サービス（民間向け）
	建物サービス（官公庁向け）

## 品目分類編成

## 1. 基本分類指数

大 類 別	類 別	小 類 別	品 目	
金融・保険	金融	金融手数料	為替業務手数料	
			銀行業務手数料 (除為替)	
			証券業務手数料	
			証券事務委託手数料	
			リテール決済加盟店手数料	
			取引所業務手数料	
	保険	損害保険	信用保証	
			火災保険	
			自動車保険 (任意)	
			自動車保険 (自賠責)	
			海上・運送保険	
			賠償責任保険	
			(分) 不動産仲介	
			(分) 不動産管理	
不動産	不動産仲介・管理	不動産仲介・管理	(分) 不動産仲介	
	不動産賃貸	事務所賃貸	事務所賃貸 (東京圏)	
			事務所賃貸 (名古屋圏)	
			事務所賃貸 (大阪圏)	
			事務所賃貸 (その他地域)	
		その他の不動産賃貸	店舗賃貸	
			倉庫賃貸	
			ホテル賃貸	
			(新) 会議室等賃貸	
			(分) 駐車場賃貸 (月極)	
運輸・郵便	旅客輸送	鉄道旅客輸送	新幹線	
			鉄道旅客輸送 (除新幹線)	
		道路旅客輸送	乗合バス	
			貸切バス	
			ハイヤー・タクシー	
			内航旅客輸送	
	陸上貨物輸送	国際航空旅客輸送	国際航空旅客輸送	
		国内航空旅客輸送	国内航空旅客輸送	
		鉄道貨物輸送	鉄道貨物輸送	
			道路貨物輸送	(統) 宅配便・メール便
				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)		
	海上貨物輸送	外航貨物輸送	外航貨物輸送 (除外航タンカー)	
			外航タンカー	
		内航貨物輸送	RORO船	
			貨物船 (除RORO船)	
			内航タンカー	
		自動車航送船		
		港湾運送	港湾運送	
	航空貨物輸送	国際航空貨物輸送	国際航空貨物輸送	
		国内航空貨物輸送	国内航空貨物輸送	
	倉庫・運輸附帯サービス	倉庫	普通倉庫	
			(名) 冷蔵・冷凍倉庫	
		こん包	こん包	
		道路輸送施設提供	高速自動車国道	
			都市高速道路	
			一般有料道路	
			(分・移) 駐車場提供 (時間貸)	
水運附帯サービス		水運附帯サービス		
航空施設管理・航空附帯サービス		航空施設管理・航空附帯サービス		
旅行サービス		(新) 旅行サービス		
カードパーティーロジスティクス	カードパーティーロジスティクス	(新) サードパーティーロジスティクス		
郵便・信書便	郵便・信書便	内国郵便・信書便		
		国際郵便		
情報通信	通信	固定電気通信	固定電話	
			インターネット接続サービス	
			専用線	
			WANサービス	
			(移) インターネットデータセンター	
			移動電気通信	移動電気通信
	放送	放送	アクセスチャージ	
			アクセスチャージ	
	情報サービス	ソフトウェア開発	公共放送	
			有線放送	
			受託開発ソフトウェア (除組込み)	
		情報処理・提供サービス	組込みソフトウェア	
			パッケージソフトウェア	
			(統) 情報処理サービス	
	情報提供サービス			

(注) 1. の ( ) は品目改廃内容。具体的には、(新)は新規、(分)は分割、(統)は統合、(拡)は拡充、(名)は名称変更、(移)は移管を示す。

品目分類編成（続き）

1. 基本分類指数（続き）

大 類 別	類 別	小 類 別	品 目
情報通信 (続き)	情報サービス (続き)	情報処理・提供サービス (続き)	市場調査・世論調査・社会調査
			システム等管理運営受託
	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	(括・移) I C Tアプリケーション共用サービス
			(括) インターネット利用サポート
	映像・文字情報制作	映像情報制作	テレビ番組制作
			新聞
出版			
リース・レンタル	リース	リース	(統) 雑誌
			書籍
			産業機械リース
			工作機械リース
			土木・建設機械リース
			医療用機器リース
			商業・サービス業用機械設備リース
			通信機器リース
			電子計算機・同関連機器リース
			事務用機器リース
	自動車リース		
	レンタル	レンタル	建設機械レンタル
			仮設資材レンタル
			(分) 通信機器・サービス業用機械レンタル
			電子計算機レンタル
			(分) 事務用機器レンタル
			レンタカー
			テレビ広告 (タイム)
			テレビ広告 (スポット)
(移) ラジオ広告			
広告	広告	新聞広告	
		雑誌広告	
		インターネット広告	
		交通広告	
		屋外広告	
		折込広告	
		ダイレクトメール広告	
		フリーペーパー・フリーマガジン広告	
		下水道	
		一般廃棄物処理	
		産業廃棄物処理	
		(統) 自動車整備	
		(分) 産業用機械器具修理	
		(分) 事務用機械器具修理	
		諸サービス	下水道・廃棄物処理
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・財務・会計サービス		弁護士サービス
			弁理士サービス
			司法書士サービス
			公認会計士サービス
	その他の専門サービス		税理士サービス
			土地家屋調査士サービス
		行政書士サービス	
		社会保険労務士サービス	
技術サービス	土木建築サービス	不動産鑑定評価	
		建築設計	
	商品・非破壊検査・計量証明サービス	(新) 地図・地理情報サービス	
		(統) 土木設計・測量・地質調査	
		商品検査	
		非破壊検査	
その他の技術サービス	環境計量証明		
	プラントエンジニアリング		
職業紹介・労働者派遣サービス	職業紹介サービス		
	労働者派遣サービス		
建物サービス・警備	建物サービス	職業紹介サービス	
		専門技術者派遣	
		事務・販売派遣	
その他諸サービス	教育訓練サービス	製造・物流派遣	
		(統) 建物サービス	
		機械警備	
		警備 (除機械警備)	
その他諸サービス	スポーツ施設提供サービス	(名) 研修・職業訓練受託サービス	
		保健衛生	
		コールセンター	
		宿泊サービス	
		給食サービス	
		洗濯	
		(名) クリーニングサービス	
リネンサプライ			
(新) スポーツ施設提供サービス			

## 品目分類編成（続き）

〔参考系列〕 契約通貨ベース

大 類 別	類 別	小 類 別	品 目
運輸・郵便	海上貨物輸送	外航貨物輸送	外航貨物輸送（除外航タンカー）
	航空貨物輸送	国際航空貨物輸送	外航タンカー 国際航空貨物輸送

〔参考系列〕 総平均（除く国際運輸）

項 目	
総平均（除く国際運輸）	運輸・郵便（除く国際運輸）
国際運輸	

〔参考系列〕 人件費投入比率に基づく分類指数

項 目	
(新) 人件費投入比率に基づく分類指数	高人件費率サービス 低人件費率サービス

## 2. 参考指数

①総平均（卸売、企業内研究開発含む）

項 目	
(拡) 総平均（卸売、企業内研究開発含む）	
(拡) 総平均（卸売、企業内研究開発含む）	（除く国際運輸）

②卸売サービス価格指数

項 目	
卸売	繊維・衣服等卸売
	飲食料品卸売
	建築材料、鉱物・金属材料等卸売
	機械器具卸売
	その他の卸売

③研究開発価格指数

項 目	
(新) 企業内研究開発	

④輸出サービス価格指数

項 目	
円ベース	外航貨物輸送
	国際航空貨物輸送
契約通貨ベース	外航貨物輸送

⑤輸入サービス価格指数

項 目	
円ベース	国際航空旅客輸送
	外航貨物輸送
	外航貨物用船料
契約通貨ベース	外航貨物輸送
	外航貨物用船料

⑥知的財産ライセンス価格指数

項 目	
円ベース	(新) 知的財産ライセンス（国内）
	(統・拡) 知的財産ライセンス（輸出）
	(拡) 知的財産ライセンス（輸入）

⑦基本分類構成項目

項 目	
リース	リース料率
建物サービス	(統・拡) 建物サービス（民間向け）
	(統・拡) 建物サービス（官公庁向け）
警備	警備（除機械警備）（民間向け）
	警備（除機械警備）（官公庁向け）

⑧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。ただし、契約通貨ベースの指数は含まない。

⑨消費税を除く参考指数

※①総平均（卸売、企業内研究開発含む）、②卸売サービス価格指数、③研究開発価格指数、⑥知的財産ライセンス価格指数（国内）のみ。

（注）2.の（ ）は項目改廃内容。具体的には、（新）は新規、（統）は統合、（拡）は拡充を示す。