

企業向けサービス価格指数・品目「携帯電話・PHS」 における指数作成方法の見直し

企業向けサービス価格指数の品目「携帯電話・PHS」（大類別「情報通信」）の指数作成に採用しているモデル価格においては、通信事業者別、携帯電話世代別に、想定される利用者の通信量（通話量およびパケット量）を定め、この通信量を利用する場合に、最も安価な料金プランで算出される料金を調査価格とする「最安タイプ」と、各時点において法人向けで最も利用回線が多い料金プランを用いて算出される料金を調査価格とする「代表タイプ」の2つの需要者を設定しています。

このうち、想定される利用者の通信量については、これまでは、2005年基準時における全体の実績平均通信量を利用していましたが、2010年1月以降、見直すことになりました。具体的には、高利用者、低利用者ごとに想定される利用者の通信量を定め、これら利用パターンごとに、最安タイプ、代表タイプの需要者を設定することとします。こうした見直しは、近年、パケット使用量について、利用できるコンテンツの増加、料金プランの充実により、パケット定額プランの加入者が増加する中で、利用者の分布が、パケット定額に加入し、使用頻度の高い利用者と、利用頻度の低い利用者に二極化するといった需要構造の変化がみられることに対応したものです（次項参照）。

—— 「携帯電話・PHS」では、価格設定が多様化する中で、2005年基準から、複数の需要家を想定したモデル価格を採用しています。モデル価格では、価格変動のばらつきが大きい属性に着目し、当該属性が異なる需要者を複数設定する一方で、価格のばらつきの小さい属性を捨象することで調査コストを抑えつつ、精度の高い指数を作成することができます。¹

—— なお、今後も、料金体系が変更されると、まず「最安タイプ」の指数が変化し、次に利用回線数が最も多くなる料金プランが変更された時点で「代表タイプ」の指数が変化することには変わりありません。また、同一企業における契約回線数に応じた割引や契約期間に応じた割引など複雑な割引部分については、調査先企業から聴取した実績ベースの「法人向けの割引率」を上記のモデル価格に乗じて価格を作成し、指数を算出することについてもこれまでと同様です。

¹ 詳しい内容は、『「企業向けサービス価格指数・2005年基準改定の最終案」—見直し案に対するご意見と基準改定の概要—』（P12～16）をご参照ください。

(参考) 需要者別の調査価格と通信量の想定

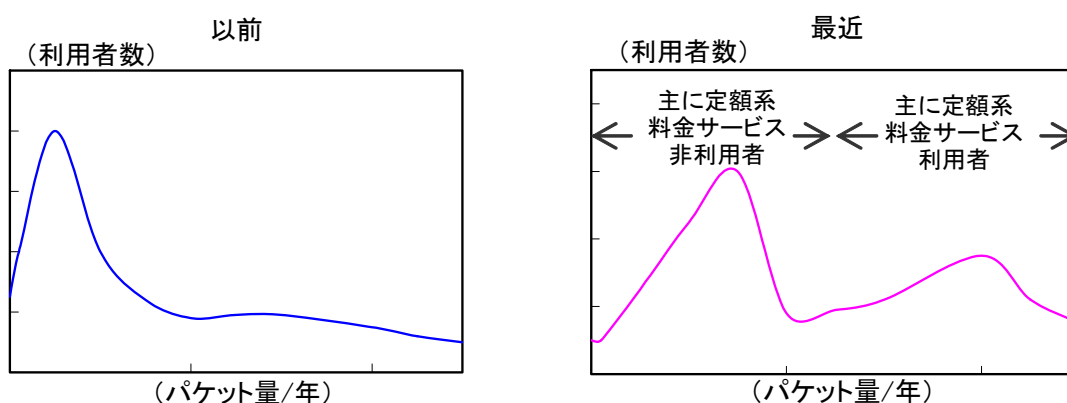
(1) 2009年12月以前

想定する需要者のタイプ	調査価格：料金プランの選択方法	通信量の設定方法
最安タイプ	右に設定した通信量を利用する需要者が、調査時点において最も割安な料金プランを選択した場合の価格。	2005年基準時における全利用者の実績平均通信量（推計値）。
代表タイプ	右に設定した通信量を利用する需要者が、調査時点において法人向けで代表的な（最も利用回線数が多い）料金プランを選択した場合の価格。	2005年基準時において、法人向けで最も利用回線数が多い代表的な料金プランの利用者の平均通信量（推計値）。

(2) 2010年1月以降

想定する需要者のタイプ	調査価格：料金プランの設定方法	通信量の設定方法
高利用者	最安タイプ	2009年における定額系料金サービス利用者の実績平均通信量（推計値）。
	代表タイプ	
低利用者	最安タイプ	2009年における定額系料金サービス非利用者の実績平均通信量（推計値）。
	代表タイプ	

(3) パケット量の分布イメージ



本件に関しては、調査統計局 物価統計担当（TEL：03-3279-1111 内線 4073）までお問い合わせ下さい。

以 上