



# **BOJ** *Reports & Research Papers*

2014年6月

## 企業向けサービス価格指数・2010年基準改定結果

—— 改定結果の概要と2010年基準指数の動向 ——

日本銀行調査統計局

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

転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。

## 【要旨】

日本銀行（物価統計作成部署である調査統計局、以下同じ）は、今般、企業向けサービス価格指数の基準改定作業（2005年基準指数から2010年基準指数への移行）を完了し、6月25日から2010年基準指数の公表を開始します。

今回の基準改定では、第一に、経済のサービス化の進展を踏まえ、新たなサービスを積極的に取り込みました。第二に、既に採用しているサービスについても、指数の振れの抑制を企図した見直しや品質調整の適用の拡大、外部データの活用による報告者負担の軽減などを実現しました。第三に、企業向けサービス価格指数の基本分類指数の対象市場を「国内および輸入」から「国内」のみに変更したほか、企業向けサービス価格指数の英語名称を生産者物価指数に準じるかたちでCSP IからSPP Iへと変更します（国内企業物価指数の英語名称も同様の変更を行います）。

2010年基準指数は、採用品目数が147品目と2005年基準指数の137品目から増加しました。また、採用カバレッジ（採用サービスの取引額／企業向けサービスの総取引額）も、50.5%と2005年基準指数の48.8%から上昇しました。

2010年基準指数は、2005年基準指数と概ね同じトレンドを辿っています。しかし、2010年基準指数では、基本分類指数の対象市場を「国内」のみとし、為替相場の変動の影響を受けやすい輸入サービスを控除した結果、2013年以降、2005年基準指数と乖離が生じています。そこで、2005年基準指数から輸入サービスを控除したベース（以下、国内ベース）を計算すると、2010年基準指数は、2005年基準指数（国内ベース）とほぼ同じ推移となっています。一方、指数の振れについては、2005年基準指数（国内ベース）と比べて幾分縮小しています。

卸売サービスの価格調査については、一部の業種で関連する企業の皆様からご協力をいただくことができたため、価格指数を試験的に作成しました。今後、データを蓄積しながら、価格調査方法の妥当性などについて関係者との議論を深めていきたいと考えています。

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意見交換を緊密に行い、物価統計を不断に見直す努力を続けていきます。

## 1. はじめに

日本銀行（物価統計作成部署である調査統計局、以下同じ）は、2月に公表した「企業向けサービス価格指数・2010年基準改定の最終案」（以下、「最終案」）に沿って<sup>1</sup>、企業向けサービス価格指数の基準改定作業を進めてきました。このほどその作業が完了しましたので、6月25日公表予定の4月確報・5月速報から、2005年基準指数に代え、2010年基準指数の公表を開始します。

本稿では、2010年基準の月次統計の公表に先立って、2010年基準改定のポイント（第2節）、2010年基準指数の概要（第3節）、2010年基準指数の動向（第4節）、卸売サービスの価格調査の開始と今後の対応（第5節）を説明します。

## 2. 2010年基準改定のポイント

今回の基準改定のポイントは、新サービスの取り込み、既存品目の見直し、指数体系と統計名称の一部変更、統計ユーザーの利便性向上を企図した対応の4点に整理できます。

### 2-1. 新サービスの取り込み

今回の基準改定では、まず、経済のサービス化の進展を踏まえ、近年成長を遂げ一定の市場規模に達した、あるいは今後成長が見込まれるサービスを積極的に取り込み、わが国の経済構造の変化を的確に反映することを目指しました。

#### （IT化の進展）

わが国の経済・社会は、情報通信技術の飛躍的な発展、いわゆるIT化の進展により大きく変化しています。2010年基準指数では、クラウドコンピューティング技術を活用したサービスである品目「ASP」（Application Service Provider）と「インターネットデータセンター」のほか、携帯情報端末を用いる高速通信サービスである「移動データ通信専用サービス」を、新たに採用しました。また、既存の品目の一部として、オンライン決済など電子決済に関わるサービスや、電子マネーによる決済手段を契約加盟店に提供するサービス、スマートフォ

---

<sup>1</sup> 今回の基準改定の基本方針については、「企業向けサービス価格指数・2010年基準改定の基本方針」（2013年5月16日、日本銀行調査統計局、以下、「基本方針」）を、「最終案」については「企業向けサービス価格指数・2010年基準改定の最終案」（2014年2月7日、日本銀行調査統計局）を、それぞれご覧ください。

ンによる音声・データ通信サービスを、新たに取り込みました<sup>2</sup>。

その一例として、品目「ASP」の指数動向をみると、価格が緩やかに下落しています（図表1（1））。ASPは、多くの場合、バージョンアップにより機能が拡張されるなど、時間とともに品質が向上するため、品目「ASP」では、バージョンアップ費用に基づく品質調整を行っています<sup>3</sup>。品質調整済みで品目指数が下落傾向にあることは、平均的にみれば、バージョンアップに伴う品質向上に比べて価格の上昇が低めに抑えられていることを示しています。こうした傾向は、既存の品目「パッケージソフトウェア」でも観察されており、技術進歩が著しいIT分野の特徴のひとつです。

### （アウトソーシングの拡大）

企業が自社の事業活動の一部を専門の企業に委託するアウトソーシングは、国内外の競争環境が厳しくなる中、一段と拡大しています。こうした企業行動の変化を捉えるため、2010年基準指数では、「職業紹介サービス」、「倉庫賃貸」、「給食受託」の3品目を新たに採用しました。

このうち、品目「職業紹介サービス」の指数動向をみると、緩やかに上昇しています（図表1（2））。これは、市場の大部分を占める「一般登録型」において需要が高まる中、手数料率が上昇していることを反映しています<sup>4</sup>。

### （環境・災害に対する意識の高まり）

近年、環境問題に対する社会的な関心や消費者の安全・安心意識が高まる中、食品や製品の安全検査・環境状態の計測に対する需要が増えています。また、東日本大震災以降、企業は災害リスクへの意識を高めています。今回の基準改

---

<sup>2</sup> それぞれ順に品目「インターネット附随サービス」、「カード・電子マネー加盟店手数料」（2005年基準指数の品目「カード加盟店手数料」を拡充）、「携帯電話・PHS」の一部を構成します。

<sup>3</sup> 企業向けサービス価格指数では、新旧サービスで品質に違いがある場合、新旧サービスの価格差のうち「品質の違いによる価格差」を控除し、指数を接続しています。こうした処理を「品質調整」と呼びます。品目「ASP」の場合、まず、調査対象サービスのバージョンアップ時に企業から機能の拡張などに要した費用を聴取します。そこから1利用単位あたりのバージョンアップ費用を算出し、バージョンアップ前後の価格差から控除することにより、品質調整を行っています。

<sup>4</sup> 品目「職業紹介サービス」の調査対象には、求人企業と求職者それぞれからの依頼に基づき雇用関係の成立を斡旋する「一般登録型」と、企業からの依頼を受けて当該企業の従業員や元従業員の再就職を支援・斡旋する「再就職支援型」が含まれます。

定では、こうした環境・災害に対する意識の高まりに対応し、「商品検査」と「環境計量証明」の2品目を新たに採用したほか、災害時に電子メールなどを用いて役職員の安否状況を確認する「安否確認サービス」を、品目「ASP」の一部として新たに取り込みました。

このうち、品目「商品検査」と「環境計量証明」の指数動向をみると、検査需要の増加を見越した設備投資により供給力が強化された結果、価格が下落傾向にあります（図表2）。

#### （デフレーター機能の強化）

企業向けサービス価格指数は、国民経済計算などにおけるサービスの名目生産額から実質値を算出する際のデフレーターとして利用されています。2010年基準指数では、こうしたデフレーター機能の強化という観点から、「最終案」で示したとおり、「水運附帯サービス」と「航空施設管理・航空附帯サービス」の2品目を新たに採用しました。

## 2-2. 既存品目の見直し

今回の基準改定では、既に採用しているサービスについて、価格調査方法や品質調整方法などをあらためて見直しました。

#### （品目指数の振れの抑制を企図した見直し）

まず、平均価格による調査を行っている幾つかの品目において<sup>5</sup>、品目指数の振れの抑制を企図した見直しを実施しました。具体的には、品目「土木設計」や「受託開発ソフトウェア」では平均価格におけるグルーピングを見直すことにより<sup>6</sup>、品目「プラントエンジニアリング」では調査価格数を増やすことなどにより、それぞれ品目指数の振れの抑制を図りました（図表3）。

---

<sup>5</sup> 平均価格による調査は、オーダーメイド取引など、同一サービスの価格を継続的に調査することが難しい場合、品質が似たサービスをグルーピングし、平均価格を調査することにより、指数を作成する方法です。その長所は、多数の取引を取り込み、実勢のトレンドを捉えることにあります。一方、グルーピングの対象範囲が広すぎると、サービス内容や取引先などの構成変化により指数の動きが大きく振れてしまうという短所があります。

<sup>6</sup> 品目「土木設計」では、「最終案」で説明したとおり、品目内に契約方式ごとの調査価格を設定したうえで、それぞれの平均落札率（個別の入札案件ごとの予定価格に対する落札額の比率の平均）を計算することにより、平均価格の振れを抑えました。品目「受託開発ソフトウェア」では、例えば取引先のグルーピングを「非製造業向け」から「流通業向け」のみに絞るといった対応により、振れの抑制を図りました。

### （多様な料金設定への対応の見直し）

品目「携帯電話・PHS」や小類別「国際航空旅客輸送」では、利用条件ごとに料金が大きく異なる料金プランが提供されている状況を効率的に捕捉するため、十分な数の需要者を想定したモデル価格を設定しています。今回の基準改定では、企業から近年の価格設定の実情を聴取するとともに、実際の価格動向を精査することを通じて、これらのモデル価格の設定を見直しました<sup>7</sup>。

品目「携帯電話・PHS」においては、2005年基準指数では、契約数の最も多い料金プランを選択する「代表タイプ」と最も安価な料金プランを選択する「最安タイプ」の2種類の需要者を想定していました。しかし、近年、顧客獲得を企図した低料金プランの打ち出しが少なくなってきたほか、企業取引の大勢が「代表タイプ」に収斂してきたことが判明したため、2010年基準指数では、想定する需要者を「代表タイプ」のみとしました。ただし、指数動向を比べると、新旧基準指数の推移に大きな違いは生じていません（図表4（1））。

### （広告における品質調整の適用の拡大）

大類別「広告」では、品質は広告の効果であり、それは広告閲覧者数（広告をみる人数）に原則として比例すると考えています。そのため、広告閲覧者数が時間とともに相応に変化している場合、品質調整が必要となります。

2010年基準指数では、新たに品目「新聞広告」に品質調整を導入しました<sup>8</sup>。具体的には、販売部数の趨勢的な減少が広告料金に及ぼす影響を調整すべく、新聞各社から聴取した広告料金を販売部数で除した「1部あたりの広告料金」を調査価格にしました。これにより、新聞販売部数の趨勢的な減少が広告料金に及ぼす影響が調整される結果、2010年基準指数は、2005年基準指数に比べて幾分上方にシフトしました（図表4（2））。

### （報告者負担の軽減を意図した対応）

今回の基準改定では、品目「交通広告」や「証券引受手数料」などで新たに

---

<sup>7</sup> 小類別「国際航空旅客輸送」の見直しについては、「最終案」の4-2節をご覧ください。

<sup>8</sup> 2010年基準指数において、広告閲覧者数による品質調整を行っているのは、「テレビ広告（スポット）」、「新聞広告」、「折込広告」、「ダイレクトメール広告」、「インターネット広告」、「フリーペーパー・フリーマガジン広告」の6品目です。

外部データを採用し、調査にご協力いただく企業の報告者負担を軽減しました<sup>9</sup>。

品目「交通広告」では、外部データの導入によって、報告者負担を軽減すると同時に、調査対象サービスを大幅に拡充しました。その結果、2010年基準指数は、ポスター広告料金の季節性やデジタルサイネージ（電子看板）の料金上昇といった実勢をよりの確に捉えられるようになりました（図表4（3））。

### 2-3. 指数体系と統計名称の一部変更

2010年基準の企業向けサービス価格指数については、「最終案」で打ち出したとおり、企業段階の物価統計における事実上のグローバル・スタンダード（国際標準）である生産者物価指数（PPI：Producer Price Index）との比較・整理を踏まえ、基本分類指数の対象市場を「国内および輸入」から「国内」のみに変更しました（図表5（1））。また、2010年基準指数への移行（6月25日）と同時に、英語名称を2005年基準指数までのCSPPI：Corporate Services Price IndexからSPPPI：Services Producer Price Indexに変更します。国内企業物価指数についても、現行の指数体系が生産者物価指数の概念と矛盾しないことが確認できたことから、英語名称をDCGPI：Domestic Corporate Goods Price IndexからPPI：Producer Price Indexに変更します<sup>10</sup>（図表5（2））。ただし、両指数とも、日本語名称は引き続き現行のものを用います。

### 2-4. 統計ユーザーの利便性向上を企図した対応

2010年基準指数では、統計ユーザーのニーズに応えるべく、まず、基本分類指数から切り離れた「輸入サービス価格指数」を参考指数として公表します<sup>11</sup>。

次に、前述のとおり、2010年基準指数では基本分類指数の対象市場を「国内」のみに変更しますが、これまでと同様、長期時系列が利用できるよう、2010年基準指数と過去の各基準指数を接続した接続指数を提供します。接続指数は、

---

<sup>9</sup> 2010年基準指数の基本分類指数における外部データ採用品目数は、14品目です。

<sup>10</sup> 国内企業物価指数の英語名称も6月25日付けで変更します。なお、企業物価指数の英語名称であるCGPI：Corporate Goods Price Indexは変更しません。

<sup>11</sup> 輸入サービスの調査対象は「海外に所在する企業から国内に所在する企業へ提供されるサービス」です。「輸入サービス価格指数」は、基本分類指数から移管する「外航貨物用船料」に加え、2005年基準指数の小類別「国際航空旅客輸送」、「外航貨物輸送」に含まれていた輸入サービスを切り出すことによって作成しました。

輸入比率が特に高い幾つかの小類別において調整を行い<sup>12</sup>、それ以外は「国内および輸入」を対象とする 2005 年基準以前の指数と 2010 年基準指数をそのまま接続したものになります。

最後に、調査価格数の確保が可能な一部の品目において、品目の分割や向け先別指数の公表を行います。まず、「テレビ広告」では、タイムCMとスポットCMで価格動向が異なっているため、両者を独立の品目指数として公表します（図表 6（1））。次に、品目「清掃」、「設備管理」、「警備（除機械警備）」では、それぞれの「民間向け」、「官公庁向け」の指数を、参考指数として公表します。例えば、「清掃」の民間向け・官公庁向けの指数をみると、民間向けでは価格が下落傾向にある一方、官公庁向けでは価格が上昇する局面があるなど、両者の価格動向は相応に異なっていることが分かります（図表 6（2））。

### 3. 2010 年基準指数の概要

#### 3-1. 採用品目数と調査価格数

2010 年基準指数の品目数は、2005 年基準の 137 品目から 147 品目に増加しました<sup>13</sup>（図表 7（1））。これは、「貸金庫手数料」と「外航貨物用船料」の 2 品目を廃止する一方、新サービスの取り込みに伴い、品目新設（+ 8 品目）や分割（4 品目→8 品目：+ 4 品目）を行った結果です。また、調査価格数は、2005 年基準と比べて 70 価格増加し、3,533 価格となりました<sup>14</sup>（図表 7（2））。

#### 3-2. 採用カバレッジとウェイト

2010 年基準指数のウェイト算定に用いる企業間取引額は、主として経済産業

---

<sup>12</sup> 2010 年基準指数と過去の各基準指数では、対象市場が異なるため、輸入比率が特に高い 5 つの小類別「国際航空旅客輸送」、「外航貨物輸送」、「貨物用船料」、「港湾運送」、「国際航空貨物輸送」については、過去の各基準指数ごとに、ウェイトから輸入分を控除したうえで総平均・類別など上位段階の指数を再計算し、接続指数を作成しました。このため、今回公表する接続指数では、2009 年 12 月以前の総平均や一部の類別指数などの推移が過去の各基準指数と若干異なります。

<sup>13</sup> 2010 年基準指数の品目改廃の内訳ならびに品目分類編成の全体像については、それぞれ（参考 1）、（参考 2）をご覧ください。

<sup>14</sup> 企業向けサービス価格指数・2010 年基準改定においては、指数精度を向上させるべく、調査価格を積極的に入れ替えており、全体の 4 割弱に相当する 1,324 価格を新たに採用しました。また、新サービスの普及や取引実態の変化などに応じて、基準改定時だけでなく基準期間中にも、調査価格を機動的に見直すため、調査価格数は今後も変化し得ます。



省 2010 年「延長産業連関表」に基づき、2012 年実施の総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」や各種業界統計などを補完的に活用して推計しました。

2010 年基準指数のウェイト対象総取引額は<sup>15</sup>、2005 年基準指数と比べて▲15 兆円減少しました（図表 8（1））。内訳をみると、今回の基準改定で基本分類指数の対象市場を「国内および輸入」から「国内」のみとし、輸入サービスを控除した結果で▲7 兆円、国内取引の縮小で▲8 兆円それぞれ減少しました。国内取引の縮小は、リーマン・ショック後の設備投資の落ち込みや金融取引の縮小などを背景に、大類別「リース・レンタル」や「金融・保険」の取引額が減少したことを反映しています。

2010 年基準指数の採用カバレッジ（採用サービスの取引額／企業向けサービスの総取引額）は、輸入サービスを控除した 2005 年基準指数（国内ベース）の 48.8%から 50.5%に上昇しました<sup>16</sup>（図表 8（2））。これは、新サービスとして品目「商品検査」や「給食受託」などを新たに取り込んだことによるものです。

最後に、大類別ごとにウェイトをみると、アウトソーシングの拡大など新サービスの取り込みが寄与する「諸サービス」と、IT 化の進展が寄与する「情報通信」の占める割合が、大きくなっています（図表 8（3））。新旧比較をみると、「諸サービス」で増加した一方、「リース・レンタル」や「金融・保険」が減少しました。

## 4. 2010 年基準指数の動向

### 4-1. 総平均の推移：2005 年基準指数との比較

まず、2010 年基準指数（2010 年 1 月～2013 年 12 月）の推移をみると、総平均は、2010～2012 年に下落した後、2013 年に緩やかに上昇しています（図表 9（1））。このトレンドは、2005 年基準指数と概ね同じです。

しかし、仔細にみると、2010 年基準指数は、2013 年以降、2005 年基準指数を

---

<sup>15</sup> 企業間で取引されるサービスの取引総額のうち、企業向けサービス価格指数の対象として扱うサービスの取引総額を「ウェイト対象総取引額」と呼びます。

<sup>16</sup> 今回の基準改定で基本分類指数の対象市場を「国内」のみに変更したため、ウェイトの算定に用いる企業間取引額の範囲も「国内」のみに変更しました。本稿では、2005 年基準についても、国内ベースの採用カバレッジを算定し、新旧比較に供しています。

幾分下回って推移しています。これは、2010年基準指数では、基本分類指数の対象から為替相場の変動の影響を受けやすい輸入サービスを控除した結果、2012年末以来の為替円安の押し上げ効果が縮小したことによるものです。つまり、新旧基準指数の乖離の主因は、今回の基準改定で指数体系を見直し、輸入サービスを控除したことです。この点は2010年基準指数が、2005年基準指数から輸入サービスを控除したベース（国内ベース）とほぼ同じ推移となっていることから明らかです<sup>17</sup>（図表9（2）、（3））。なお、輸入サービスの大部分は国際運輸です。このため、総平均を国際運輸と総平均（除く国際運輸）に分けてみると、2010年基準指数では総平均の前年比に対する国際運輸の寄与度が大幅に縮小しています（詳しくは【補論1】をご覧ください）。

最後に、2010年基準指数と2005年基準指数（国内ベース）を比べると、2010年基準指数では振れが幾分小さくなっています。これは、前述のとおり、幾つかの既存品目で振れの抑制を企図した見直しを行った結果です。

#### 4-2. 総平均の前年比差の要因分解

次に、2010年基準指数と2005年基準指数（国内ベース）の総平均について前年比（2011年1月～2013年12月）を比較し、両者の乖離について要因分解を行います<sup>18</sup>。新旧基準指数の前年比乖離幅は、基準改定の見直し内容に沿って、①ウエイト効果、②リセット効果、③新サービス取り込み効果、④品目指数改定効果という4つに分解できます（図表10（1））。

##### （ウエイト効果とリセット効果）

ウエイト効果とは、ある品目のウエイトが旧基準指数と比べて上昇（低下）した場合、その騰落率の寄与度が絶対値で大きく（小さく）なることです。リセット効果とは、旧基準指数では低かった（高かった）品目の指数水準が、新しい基準時点を100としてリセットされることにより、その騰落率の寄与度が

---

<sup>17</sup> 総平均（除く国際運輸）も、新旧基準でほぼ一致しています。この点は【補論1】をご覧ください。

<sup>18</sup> 基本分類指数から控除した輸入サービスの大部分が国際運輸であるため、2010年基準指数と2005年基準指数（国内ベース）の前年比の比較は、新旧基準の総平均（除く国際運輸）の前年比を比較したものと概ね等しくなります。このため、後述する要因分解の結果の含意は、総平均（除く国際運輸）の要因分解のものと読み替えることができます。

絶対値で大きく（小さく）なることです<sup>19</sup>。

2011年1月～2013年12月の前年比乖離幅の要因分解をみると、年平均では、ウェイト効果がプラスに、リセット効果はマイナスに寄与しました（図表10（2））。品目別では、ウェイト効果、リセット効果とも、「電子計算機・同関連機器リース」、「携帯電話・PHS」の寄与が目立ちます（図表11）。これは、2005年以降、両品目の価格が大幅な下落トレンドを辿ったこと、それに伴い新基準でのウェイトが減少したことを反映しています（図表12（1））。

#### （新サービス取り込み効果）

新サービス取り込み効果は、新サービスの取り込みに起因する総平均の変化です。新サービスの中には、品目「職業紹介サービス」や「倉庫賃貸」など、価格が上昇傾向にあるものもみられましたが、「ASP」や「環境計量証明」、「商品検査」のように価格が下落傾向にあるものが大勢であったため、新サービス取り込み効果は期間を通じて総平均の前年比を押し下げました（図表12（2））。

#### （品目指数改定効果）

品目指数改定効果は、既存品目の価格調査方法など調査内容の見直しに起因する変化を捉えたものです。年平均でみると、品目指数改定効果は、期間を通じて総平均の前年比を押し上げました（図表13（1））。内訳をみると、大類別「広告」では、新たに品質調整を導入した品目「新聞広告」やデジタルサイネージ（電子看板）を取り込んだ「交通広告」が、押し上げに寄与しました。また、大類別「情報通信」では、品目「システム等管理運営受託」や「受託開発ソフトウェア」が押し上げに寄与しました（図表13（2））。一方、大類別「リース・レンタル」のうち、品目「事務用機器リース」や「電子計算機・同関連機器リース」は、調査対象となるリース物件や対応するインフレーター（物件価格）の見直しによって、指数の下落率が拡大し、押し下げに寄与しました<sup>20</sup>。

#### （要因分解のまとめ）

これらの要因の寄与度を2011～2013年の各年の平均でみると、ウェイト効果

---

<sup>19</sup> ウェイト効果とリセット効果は、お互いの動きを打ち消しやすい性格を持っています。例えば、ある品目のウェイトの低下（上昇）が当該品目の相対価格の低下（上昇）によって全て説明される場合、ウェイト効果とリセット効果は完全に打ち消しあいます。

<sup>20</sup> これらの品目では、インフレーターを、2010年1月に遡って企業物価指数の2005年基準指数から2010年基準指数に変更しており、その影響も押し下げに寄与しています。

が最大で+0.05%ポイント、品目指数改定効果が最大で+0.09%ポイントのプラス寄与となる一方、リセット効果が最大で▲0.1%ポイント、新サービス取り込み効果が最大で▲0.03%ポイントのマイナス寄与となっています。もっとも、各要因が、かなりの程度相殺しているため、2010年基準指数と2005年基準指数(国内ベース)の総平均・前年比の乖離は、各年の平均で見ると、ごくわずかです(再掲図表10(2))。

#### 4-3. 製造業部門別投入・産出物価指数への影響

なお、今回の基準改定に合わせて、製造業部門別投入・産出物価指数(以下、IOP I)の価格データとして使用する企業向けサービス価格指数も、2005年基準から2010年基準に切り替えます<sup>21</sup>。この結果、2010年1月以降のIOP Iの指数動向が変化しますが、価格データとして用いる企業向けサービス価格指数の品目指数は、今回の基準改定前後で動きが大きく変わるわけではないため、IOP Iの指数水準や前年比に及ぼす影響はごく限定的です(図表14)。

### 5. 卸売サービスの価格調査の開始と今後の対応

卸売サービスは、企業向けサービス価格指数の非採用サービスのうち、取引規模が最も大きいものです。日本銀行では、これまで、その価格概念が一般的に分かりにくく、品質を固定した価格調査が実務的に難しいことから、卸売サービスの価格調査を見送ってきました。しかし、「最終案」では、卸売サービスの価格調査の開始に向けて、卸売業の取引実態の調査や企業・業界団体、専門家の皆様との意見交換などを進めることを打ち出しました。

その結果、一部の卸売サービス(食料・飲料卸売、プラスチック卸売、電子部品・デバイス卸売)について、関連する企業の皆様からのご協力をいただくことができたため、価格指数を試験的に作成しました(詳細は【補論2】をご覧ください)。これが卸売サービスの価格調査を巡る関係者との議論を深めるきっかけになれば、と考えています。

---

<sup>21</sup> IOP I自体は、2005年基準指数であり、ウエイトや分類編成などは変更していません。価格データの切り替えの詳細については、「企業物価指数の2005年基準改定に伴う製造業部門別投入・産出物価指数の見直しについて—指数精度向上に向けた作成方法の一部見直し方針へのご意見のお願い—」(2007年8月8日、日本銀行調査統計局)をご覧ください。

卸売サービスの価格調査については、データを蓄積しながら、価格調査方法の妥当性などを検証する必要があります。また、先行事例である米国でも、相応の時間をかけて慎重に価格指数を開発した様子が窺われます。

日本銀行としては、当面、卸売サービスの価格調査を企業向けサービス価格指数と切り離したかたちで行うことが適当と考えています。日本銀行は、引き続き、関係省庁の統計部署や企業、専門家の皆様と議論しながら、今回試験的に作成した調査結果を年一回程度の頻度で更新できるかどうかを含め、卸売サービスの価格調査の在り方をしっかりと検討していきたいと考えています。

## 6. おわりに

今回の基準改定にあたっては、関係する企業や業界団体の皆さま、学界関係者やエコノミストの皆様、さらには官庁の統計作成部署の皆様から、それぞれ多大なご協力をいただきました。皆様には、この場をお借りし、あらためて深く御礼申し上げます。

近年、国内外の経済情勢が大きく変化する中、経済を映し出す鏡である統計の役割が一段と重要になっています。日本銀行では、新たな企業向けサービス価格指数・2010年基準のもとでも、わが国の経済構造の変化に対応した信頼性の高い統計を提供し続けていくために、調査価格の入れ替えや指数作成方法の改善といった努力を不断に続けていきます。

また、日本銀行では、中長期的な課題についても、しっかり検討をしていきたいと考えています。皆様には引き続き日本銀行の作成する統計に対して、様々な観点からのご協力やご意見を賜りますよう、お願い申し上げます。

以 上

## 【補論 1】 総平均（除く国際運輸）と国際運輸の新旧基準比較

2010年基準指数では、基本分類指数の対象市場を「国内」のみとし、輸入サービスを控除しました。輸入サービスの大部分が国際運輸であるため<sup>22</sup>、総平均を総平均（除く国際運輸）と国際運輸に分けてみると、2010年基準指数では、総平均の前年比に対する国際運輸の寄与度が大幅に縮小しています（補論図表1（1））。

しかし、総平均（除く国際運輸）の前年比を新旧基準で比べると、両者の間にはほとんど差がなく、年平均でみれば前年比は一致しています（補論図表1（2）、（3））。このように、今回の基準改定は、総平均（除く国際運輸）の推移にさほど影響を及ぼしていません。

ただし、仔細にみると、2010年基準指数では幾つかの既存品目で振れの抑制を企図した見直しを行った結果、2010年基準指数と2005年基準指数（国内ベース）の総平均の比較で観察されたのと同じく、2010年基準の総平均（除く国際運輸）は、指数の振れが幾分縮小しました。

---

<sup>22</sup> 輸入サービスと国際運輸は、完全に一致しているわけではありません。例えば、国際運輸に属する品目「不定期船」の一部は、国内企業が提供するサービスであり、輸入サービスではありません。一方、輸入サービスのうち国際運輸に該当しないものとしては、2010年基準指数では採用していませんが、海外に所在する企業が提供する宿泊サービスなどが想定されます。

## 【補論 2】卸売サービスの価格調査の開始に関する検討結果

### （はじめに）

卸売サービスは、企業向けサービス価格指数の非採用サービスのうち、取引規模が最も大きいものです（補論図表 2（1））。日本銀行は、これまで同サービスの企業向けサービス価格指数への取り込みを見送ってきました。その理由は、以下の 2 点に整理できます。

第一に、卸売サービスの価格は、概念がやや難解であるほか、実際に観察できるとは限らない点です。卸売サービスの価格は、「卸売サービスの実質アウトプットが取り扱う商品の数量に比例する」と仮定すると、単位当たりマージン（商品の販売価格と仕入価格の差）に等しくなります<sup>23</sup>。しかし、この価格概念は、一般的には必ずしも分かりやすいものではありません。また、企業が個別の商品・取引ごとにマージンを管理していない場合には、単位当たりマージンを直接観察することはできません。

第二に、卸売サービスの価格調査・統計作成が実務的に難しい点です。前述したとおり、企業は個別の商品・取引ごとにマージンを管理しているとは限らないほか、販売奨励金（リベート）が実質的な価格調整機能を担っている場合には、その変動を加味する必要があります。また、卸売サービスは、個別性が強いだけに、価格調査の原則である品質固定が容易ではありません。

他方、卸売サービスの価格調査について、具体的な取り組みを始めなければ、関係者との議論が深まらないことも事実です。そこで、日本銀行では、今回の基準改定を機に、卸売サービスの価格調査の開始に向けて、卸売業界の取引実態の調査、企業や業界団体、経済・統計学者の皆様との意見交換などを行うことにしました。その結果、今般、「食料・飲料卸売」、「プラスチック卸売」、「電子部品・デバイス卸売」の 3 業種について、企業の皆様からのご協力をいただき、価格指数を試験的に作成することができました。

### （価格調査方法）

卸売サービスは、取引ごとに、取り扱う商品や仕入・販売先、提供するサー

---

<sup>23</sup> 現在、内外の統計作成機関では、卸売サービスの名目アウトプット（粗生産額）を、販売額と仕入額の差分である粗利で測るという考え方が主流となっています。これが卸売サービスの価格調査方法の前提となっています。

ビスなどが異なります<sup>24</sup>。今回の価格調査では、各業種の代表的な企業にご協力いただき、各社がマージンを会計上どのように管理しているかを聴取し、その管理方法に即して単位当たりマージンを収集することにしました<sup>25</sup>。具体的には、まず、調査先企業ごとに、マージンを管理する単位となっている代表的な「商品」あるいは「複数の商品からなる商品群」を抽出します。次に、それぞれの商品・商品群について、各社のマージン管理方法に即して、仕入・販売先を代表的な「1社」あるいは「属性の似た複数の取引先群」に固定します<sup>26</sup>。こうして特定された商品・商品群と取引先・取引先群の組み合わせについて、マージンを聴取します。調査先企業がマージンをマージン額（販売額と仕入額の差分）で管理している場合には商品1単位当たりのマージン額を、マージン率（粗利益率＝マージン額／売上高）で管理している場合にはマージン率を、それぞれ聴取します。マージン率を聴取した場合、商品・商品群に対応する国内企業物価指数の品目指数の加重平均をインフレーターとして乗じることにより、単位当たりマージンを算出します。

この方法は、価格調査方法が各社の会計上の取り扱いと適合的であるため、企業の報告者負担が小さいという長所があります。この点は、統計作成部署としてマージンを把握しやすいことを意味します。一方、価格調査方法を各社の管理実態に合わせているため、調査対象のサービスの固定度合いが企業ごとに区々となるほか、固定度合いが低い場合、価格指数に含まれるノイズが大きくなるおそれがあります。

調査頻度は、企業会計との適合性や報告者負担を勘案し、四半期としました。各業種の価格指数は、調査価格を均等ウェイトで平均して算出します。

---

<sup>24</sup> 卸売業は、顧客に流通経路上の仲介機能や物流機能、メーカー・小売店の情報を集約・還元する機能など、様々なサービスを提供しています。

<sup>25</sup> 「基本方針」に対して、「卸売サービスの価格調査の開始にあたっては、企業が自らのマージンをどのように認識・管理しているかを把握するかが重要である」とのご意見をいただきました。今回の価格調査方法は、そうした意見を踏まえたものです。

<sup>26</sup> 卸売サービスの価格調査の先行事例をみると、米国では、機能や顧客が似た商品群の平均マージンを聴取する一方、カナダでは、通年販売されている商品で販売金額が上位の商品を特定し、そのマージンを聴取しています。仕入・販売先の固定度合いについては、米国では、仕入先を特定の1社、販売先を同じ属性の販売先群に固定する一方、カナダでは、仕入・販売先とも1社に特定しています。今回の価格調査では、多くの調査価格において、機能の似た商品群の平均マージンを仕入・販売先群を固定したかたちで聴取している点で、米国により近い方法といえます。



### （食料・飲料卸売の価格指数）

「食料・飲料卸売」は、食料品・飲料を取り扱う卸売サービスを対象としています。今回、価格指数を試験的に作成した3業種のうち、「食料・飲料卸売」の特徴は、対象となる商品群が多数の商品から構成されるなど、他の2業種と比べて粗く設定されていることが多いことに加え、販売先群が例えばスーパー向け、コンビニエンスストア向けといったかたちで同一業態の複数社向けに固定される一方、仕入先がほとんど固定されていないことです。こうした慣行は、多様な先から商品を一括して仕入れ、販売先のニーズに対応しながら商品を販売するという「食料・飲料卸売」のビジネスモデルに即していると考えられます。また、「食料・飲料卸売」の多くの企業は、商品を大まかに括りマージン率をベースに取引採算を管理しています。この背景には、同一業態であれば、販売先ごとにマージンの水準に大きな違いはないことがあると考えられます。

「食料・飲料卸売」の価格指数は、2012年以降、水準が若干切り下がっています（補論図表3（1））。これは、販売先である大手小売業の直接仕入れの拡大や仕入先であるメーカーの寡占化などを背景に、卸売業者間の競争が厳しくなっていることを示唆していると考えられます。

### （プラスチック卸売の価格指数）

「プラスチック卸売」は、化学製品のうち各種合成樹脂を取り扱う卸売サービスを対象としています。「プラスチック卸売」では、取り扱う商品の範囲が比較的狭い範囲に限定されており、機能の似た商品群ごとに販売先群を固定してマージンを管理する企業が大半でした。こうした慣行は、「商品の機能や販売先の業態に応じてマージンの水準が決まっており、似た商品・業態の取引であれば、個々のマージンに大きな違いはない」との指摘と整合的です。

試作した価格指数は、2010年以降、緩やかな上昇傾向にあります（補論図表3（2））。これは、マージン率が安定的に推移するもとの、プラスチックの原料であるナフサの価格上昇に連動して、卸売マージンが緩やかに拡大していることを示しているとみられます。

### （電子部品・デバイス卸売の価格指数）

「電子部品・デバイス卸売」は、集積回路やコネクタなど電子部品・デバイスを取り扱う卸売サービスを対象としています。「電子部品・デバイス卸売」では、商品ごとに仕入・販売先を1社に特定してマージン率を管理するケースが

少なくありませんでした。これは、電子部品・デバイスについては商品の個別性が強く、特定商品と完成品との紐付けが非常に強いことを反映していると考えられます。

価格指数をみると、2010年以降、緩やかな低下傾向にあります（補論図表3（3））。これは、「スマートフォンやタブレットの市場が成熟するに連れて、関連する電子部品・デバイスのマージンが縮小している」との指摘と整合的です。

#### （おわりに）

卸売サービスの価格調査は、長い目でみれば、国民経済計算におけるデフレーター整備という面で貢献し得るほか、サービス業の生産性を巡る分析などに資すると考えられます。しかし、今回の価格調査は、あくまでも試験的なものであり、データを蓄積しながら、その特性を検証する必要があります。また、卸売サービスは、多様な業種から構成されており、今回の価格調査は網羅性を欠きます（補論図表2（2））。本来であれば、広範な業種について取り扱う商品や商流・卸売段階ごとに固定度合いを高めた価格調査を行うことが望ましいでしょう。しかし、その場合、報告者・統計作成部署双方の調査負担が膨大になり、価格調査の実現可能性や継続性に問題が生じます。このため、現実的には、調査負担と指数精度とのバランスをとる必要があります。「基本方針」で述べたとおり、先行事例である米国でも、卸売サービス価格指数の開発と妥当性について、相応の時間をかけて、段階を踏んで慎重に検証してきた様子が窺われます。

これらの点を踏まえて、日本銀行としては、当面、卸売サービスの価格調査を企業向けサービス価格指数とは切り離れたかたちで行い、関係者の皆様と価格調査方法の妥当性などを議論し、時間をかけてコンセンサスを醸成していくことが適切と考えています。日本銀行は、引き続き、関係する企業や業界団体、経済・統計学者の皆様からのご理解とご協力を得ながら、今回試験的に作成した価格調査の結果を年一回程度の頻度で更新できるかどうかを含め、卸売サービスの価格調査の在り方について、時間をかけて慎重に検討していきます。

以 上

## 企業向けサービス価格指数・2010年基準改定結果

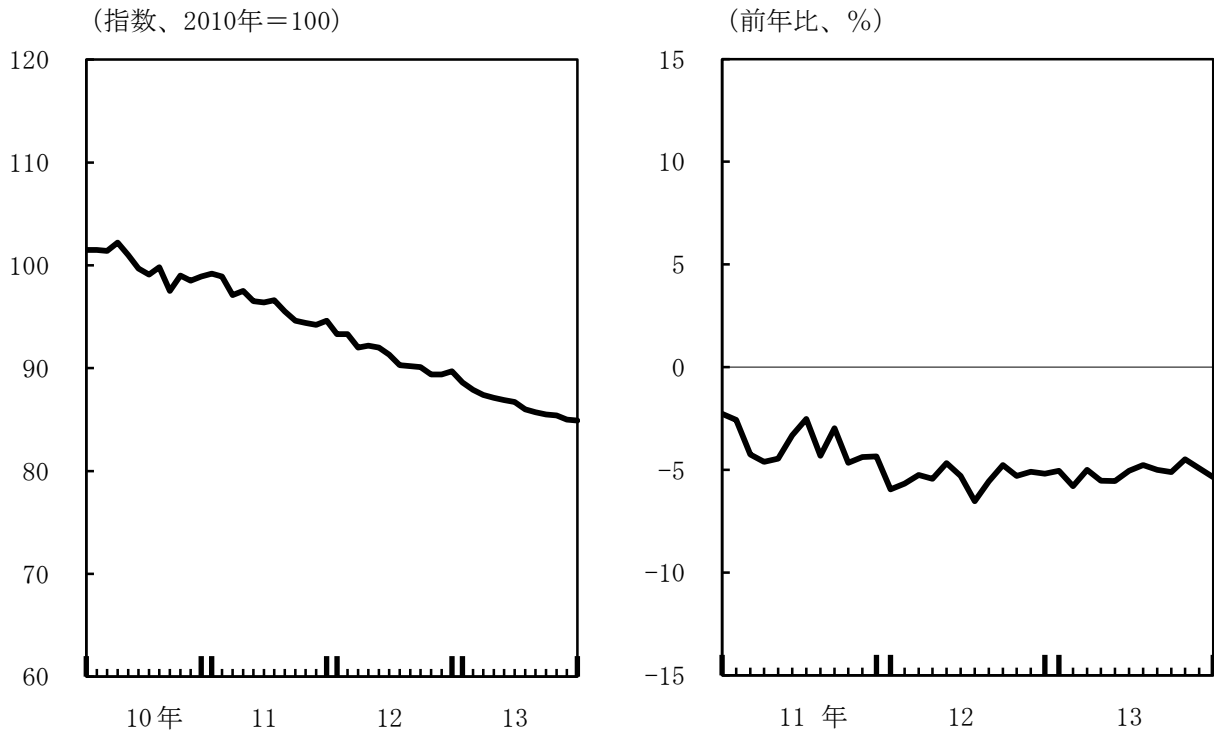
### (図表編)

- (図表 1) 新サービスの取り込み (1)
- (図表 2) 新サービスの取り込み (2)
- (図表 3) 既存品目の見直し (1)
- (図表 4) 既存品目の見直し (2)
- (図表 5) 指数体系と統計名称の一部変更
- (図表 6) 統計ユーザーの利便性向上を企図した対応
- (図表 7) 採用品目数と調査価格数
- (図表 8) 採用カバレッジとウエイト
- (図表 9) 総平均の新旧比較
- (図表 10) 国内ベースでの基準改定の影響の要因分解
- (図表 11) ウエイト効果とリセット効果 (1)
- (図表 12) ウエイト効果とリセット効果 (2)、新サービス取り込み効果
- (図表 13) 品目指数改定効果
- (図表 14) 製造業部門別投入・産出物価指数への影響
  
- (参考 1) 品目改廃の内訳
- (参考 2) 品目分類編成
  
- (補論図表 1) 国際運輸と総平均
- (補論図表 2) 卸売サービスの規模と調査対象業種
- (補論図表 3) 卸売サービスの価格指数 (試算値)

## 新サービスの取り込み (1)

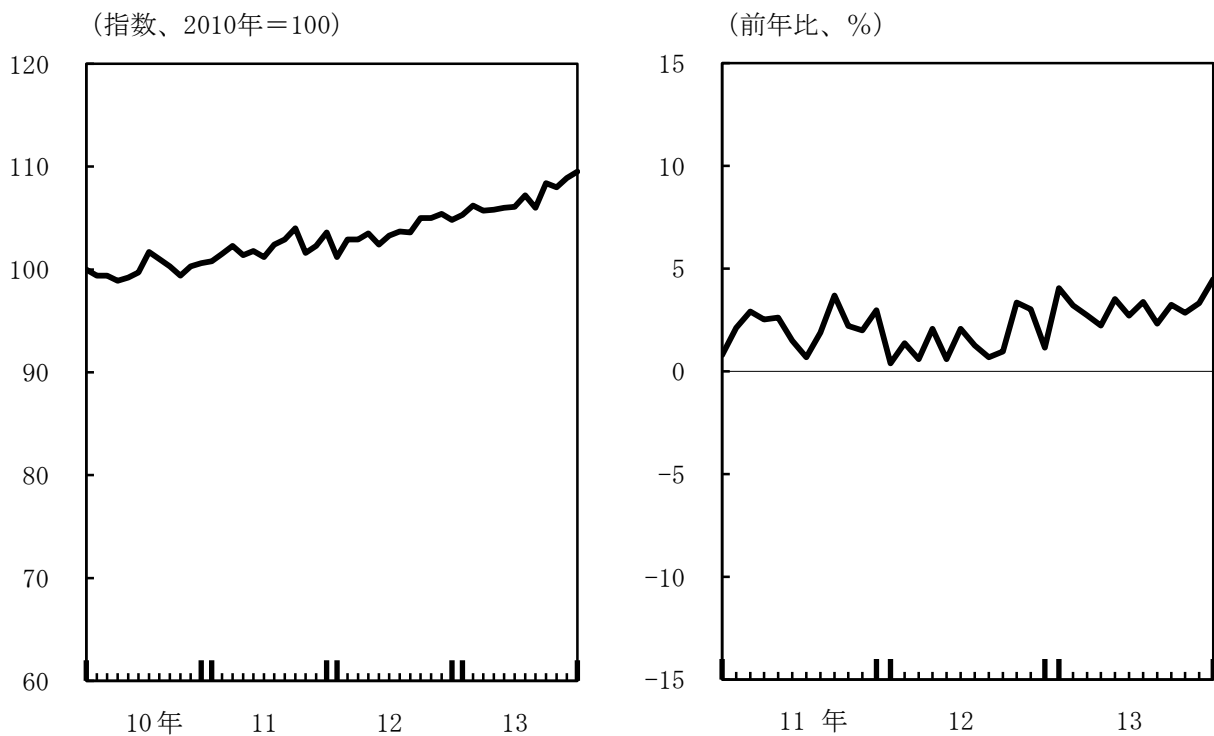
(1) IT化の進展 :

「ASP」 (ウエイト : 2.8 )



(2) アウトソーシングの拡大 :

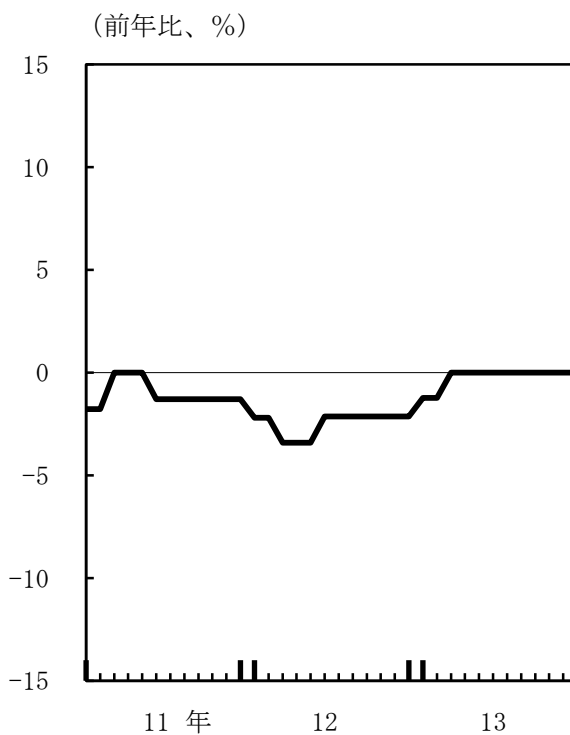
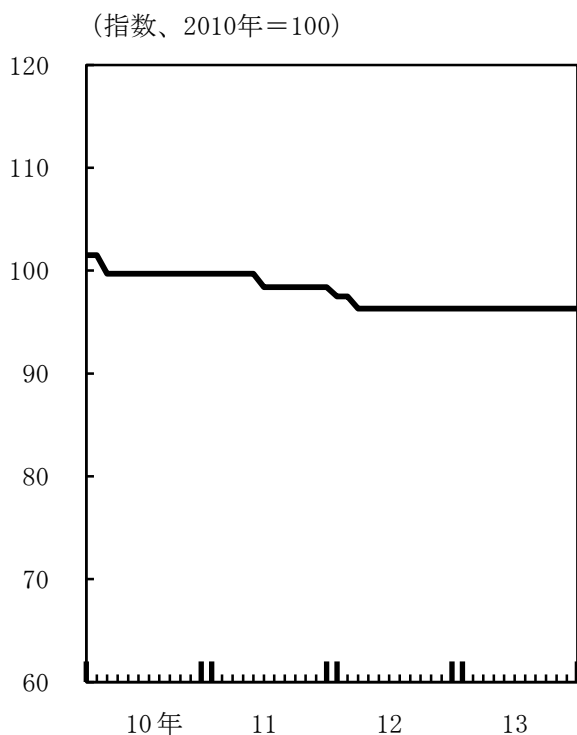
「職業紹介サービス」 (ウエイト : 3.1 )



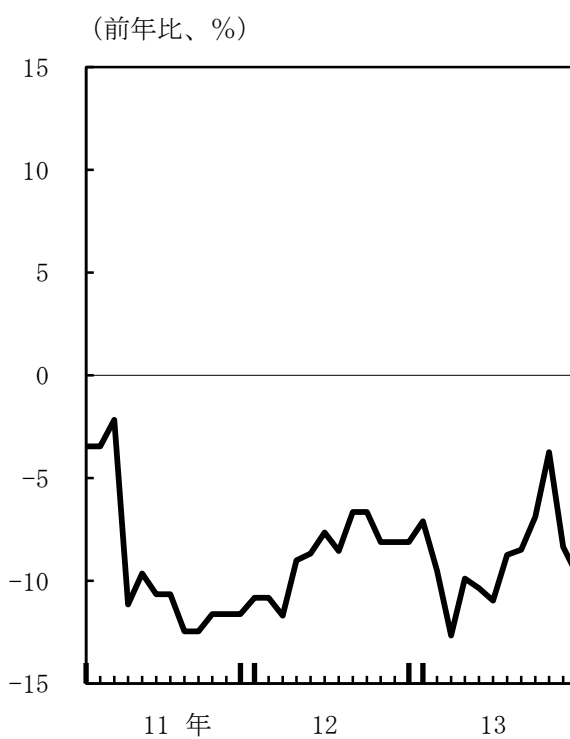
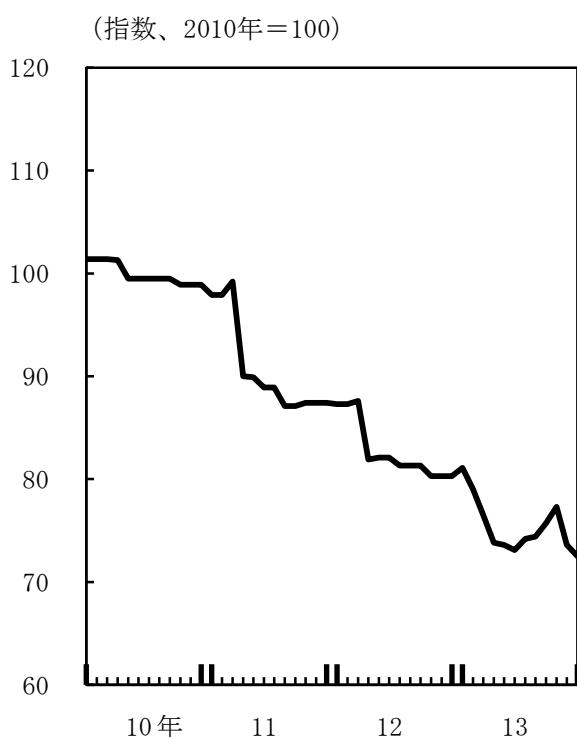
## 新サービスの取り込み (2)

環境・災害に対する意識の高まり

①「商品検査」 (ウエイト: 5.1)



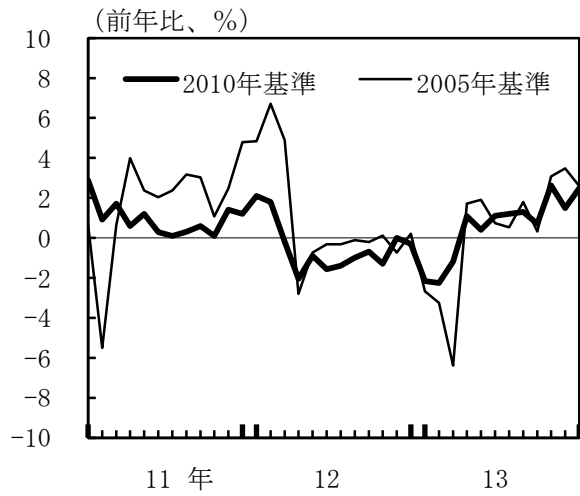
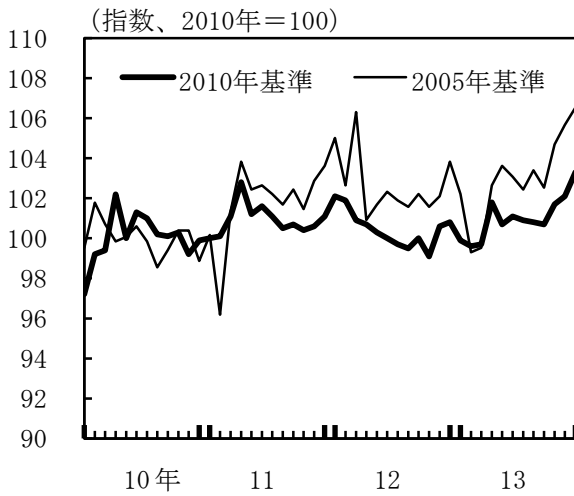
②「環境計量証明」 (ウエイト: 0.8)



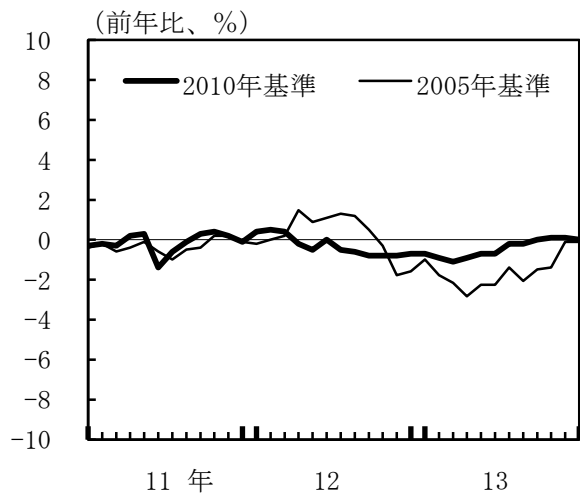
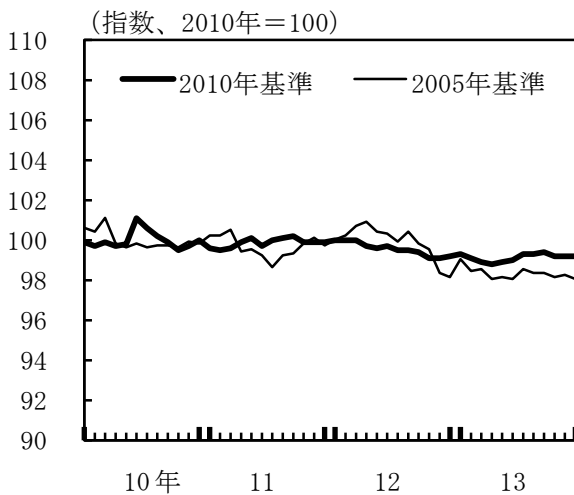
## 既存品目の見直し（1）

品目指数の振れの抑制を企図した見直し

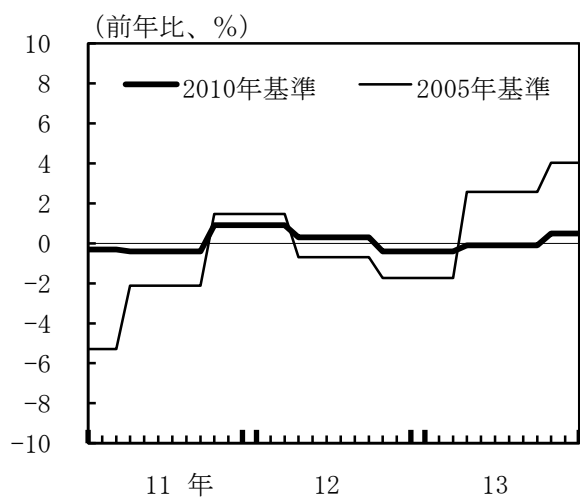
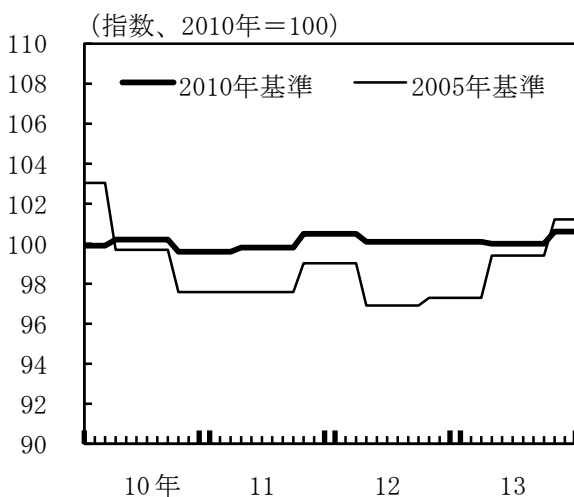
### ① 「土木設計」（ウエイト： 13.6 → 7.6）



### ② 「受託開発ソフトウェア」（ウエイト： 62.3 → 71.1）



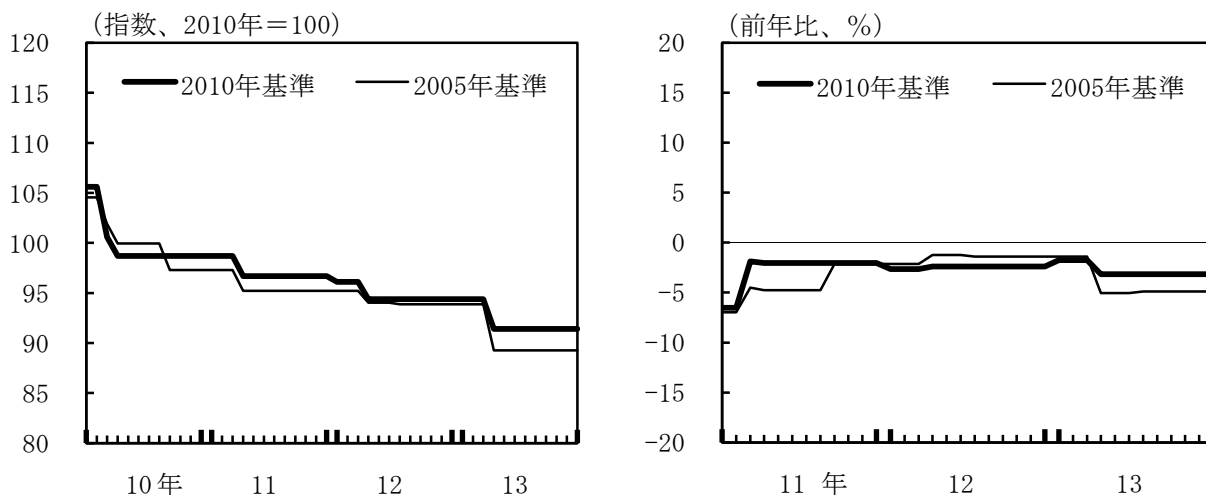
### ③ 「プラントエンジニアリング」（ウエイト： 19.7 → 19.2）



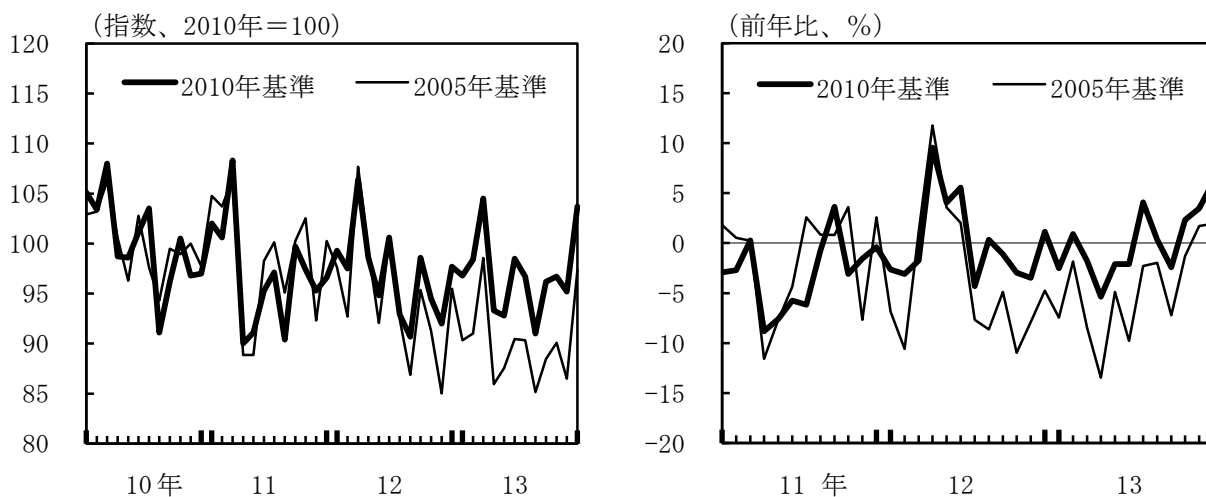
## 既存品目の見直し (2)

(1) 多様な料金設定への対応の見直し :

「携帯電話・PHS」 (ウエイト : 24.2 → 17.3 )

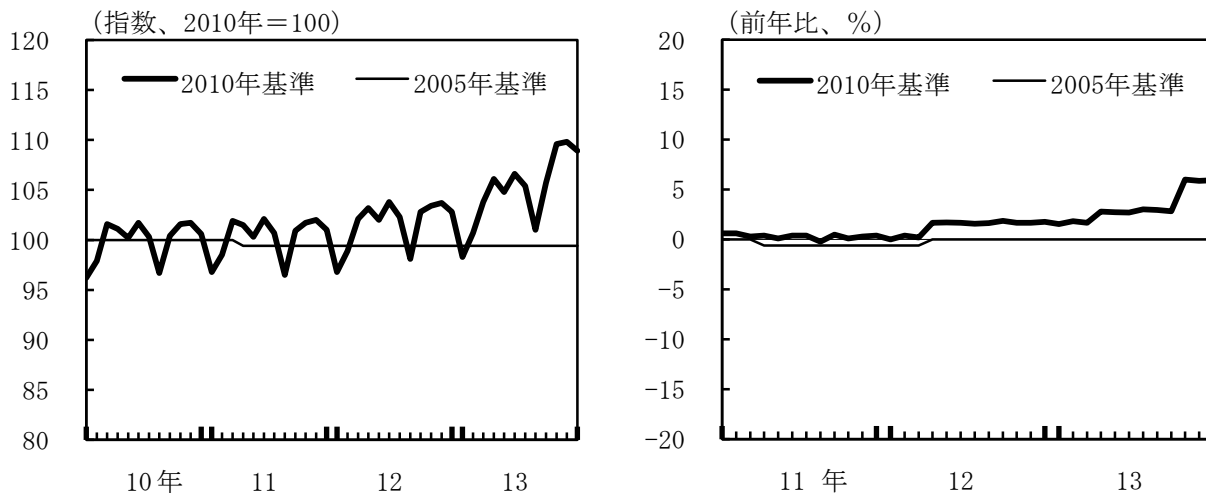


(2) 広告における品質調整の適用の拡大 : 「新聞広告」 (ウエイト : 13.0 → 8.7 )



(3) 外部データの利用 (報告者負担の軽減) と調査対象サービスの拡充 :

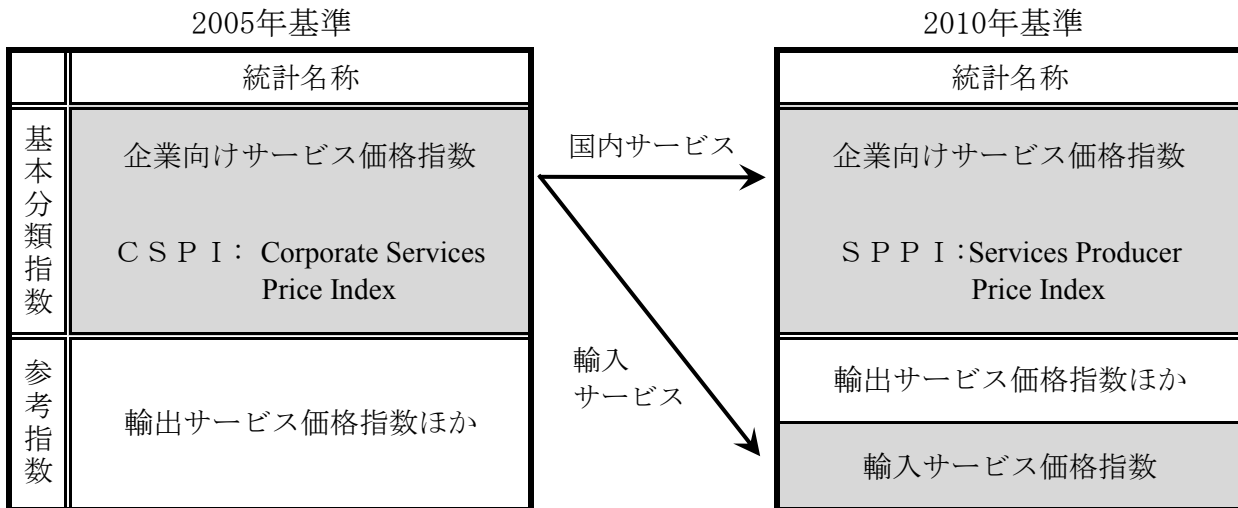
「交通広告」 (ウエイト : 4.3 → 4.2 )



## 指数体系と統計名称の一部変更

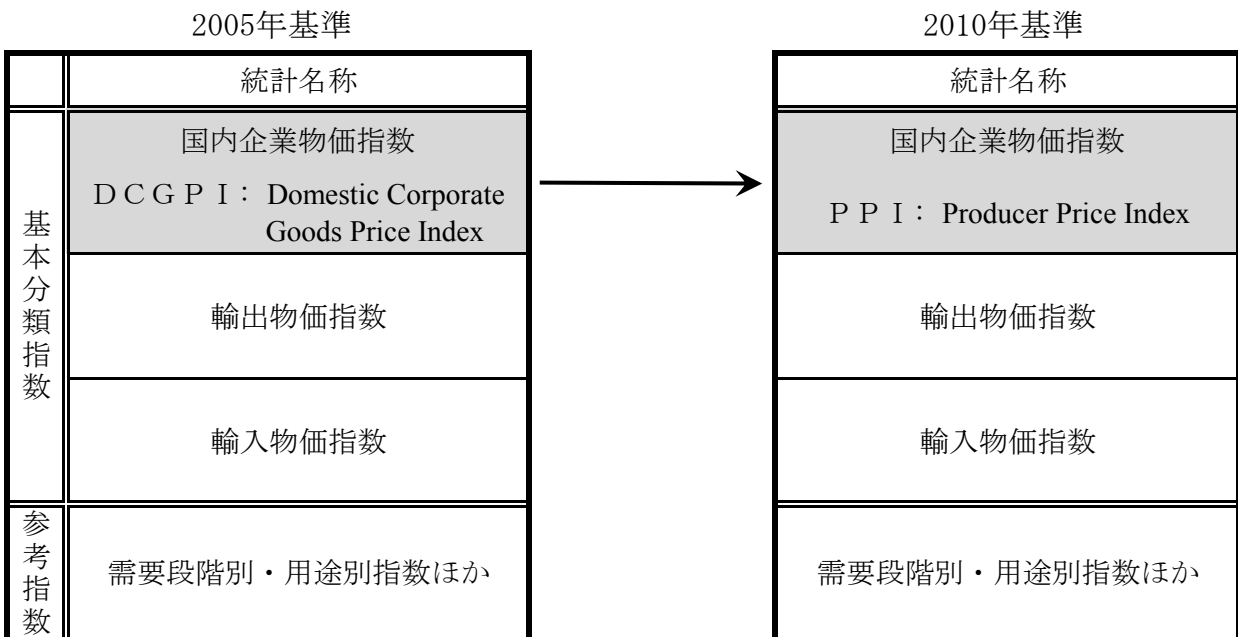
### (1) 企業向けサービス価格指数

—— 輸入サービスを基本分類指数から切り離し、統計の英語名称を変更



### (2) 企業物価指数

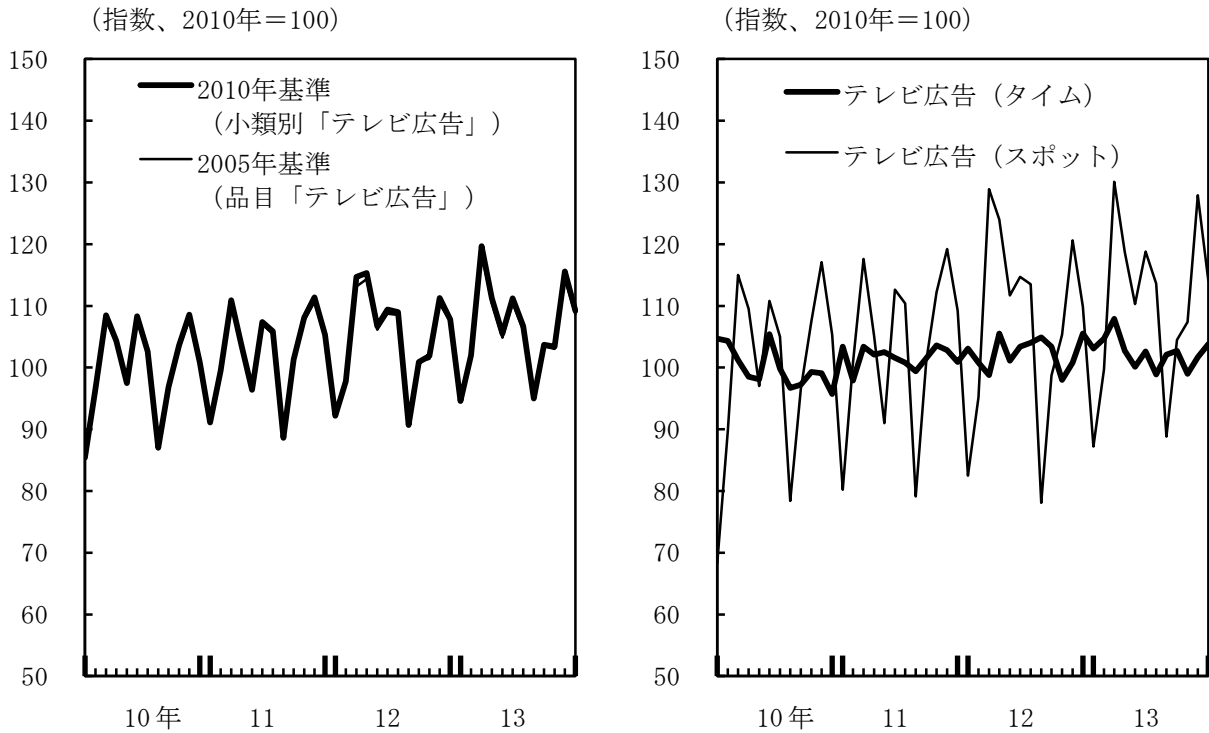
—— 現行の指数体系を維持したまま、統計の英語名称のみを変更



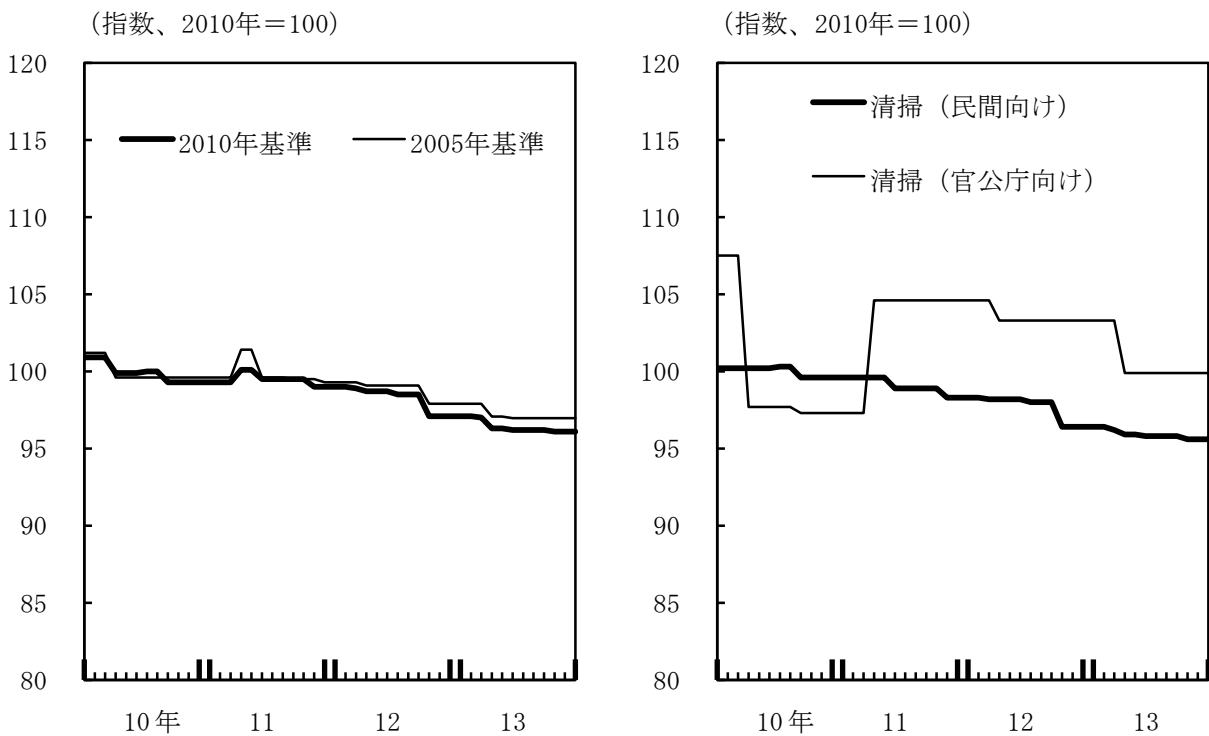


## 統計ユーザーの利便性向上を企図した対応

(1) テレビ広告の分割 (ウエイト: 23.4 → タイム 9.5 + スポット 10.7)



(2) 向け先別指数の公表: 「清掃」 (ウエイト: 21.7 → 23.8)

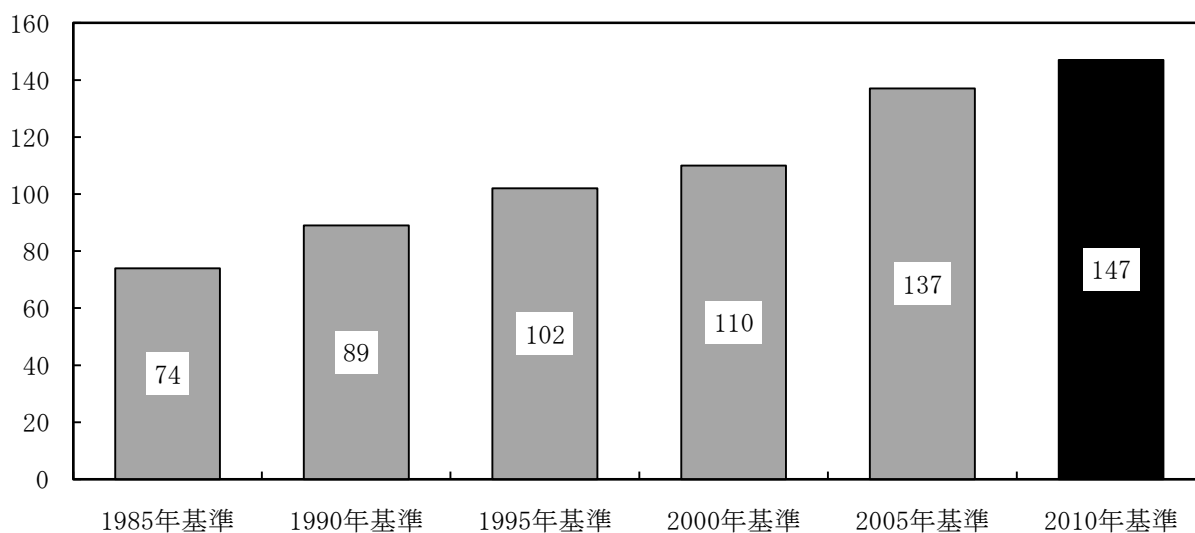


## 採用品目数と調査価格数

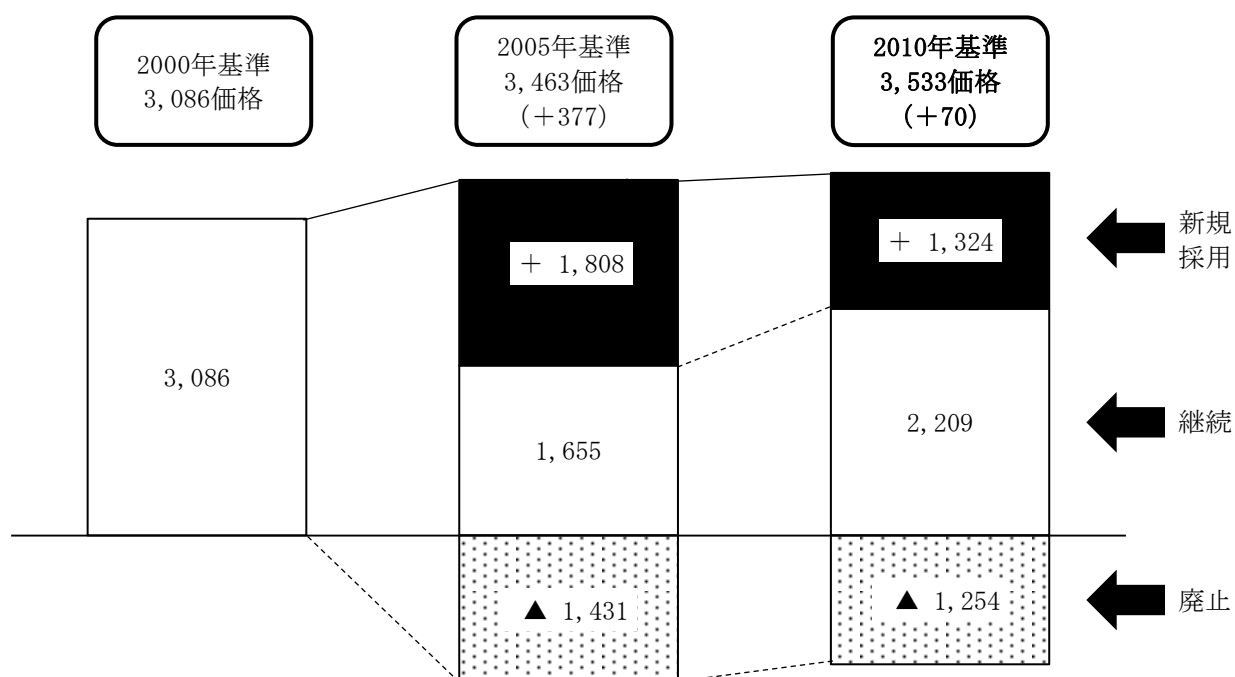
### (1) 採用品目数

2010年基準 (a)	2005年基準 (b)	品目数の増減 (a-b)				
		新規	分割	廃止	統合	
147	137	10	8	4	▲2	0

(品目数)



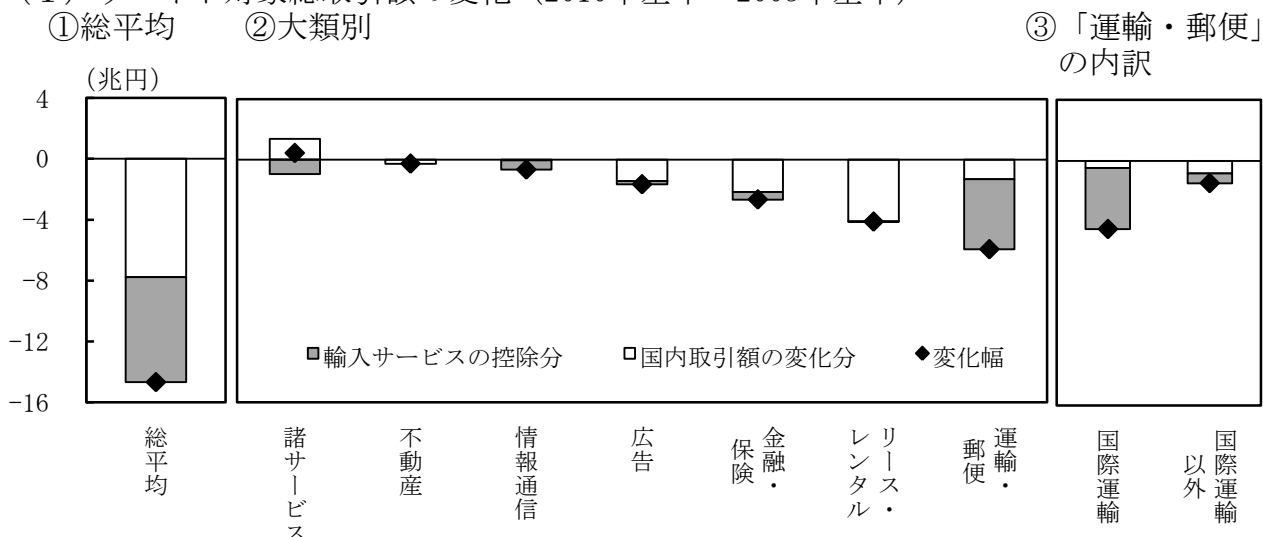
### (2) 調査価格数



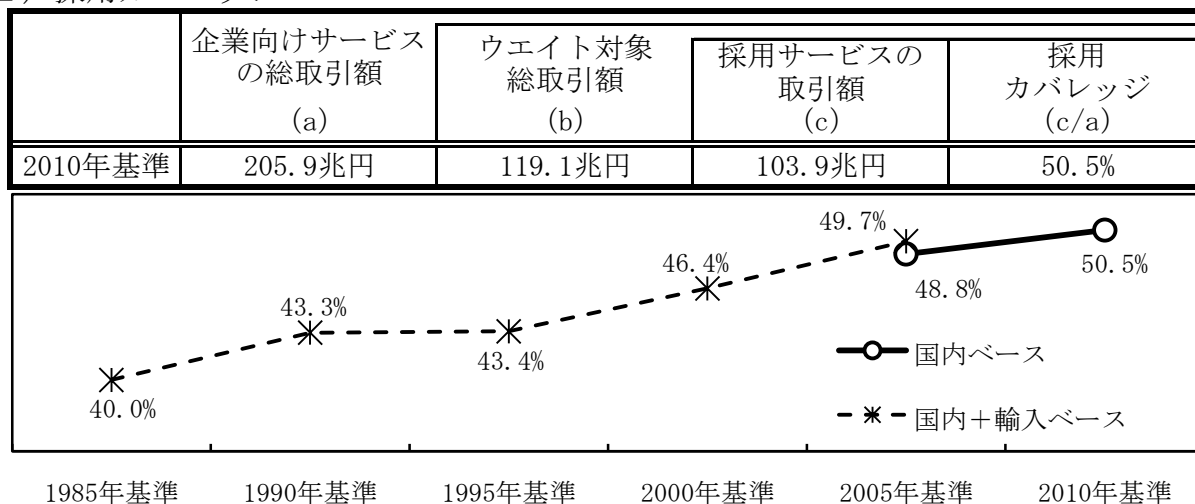
- (注) 1. (1) は基本分類指数ベース。  
 2. (2) の調査価格数は、いずれも参考指数を含むベース。

## 採用カバレッジとウエイト

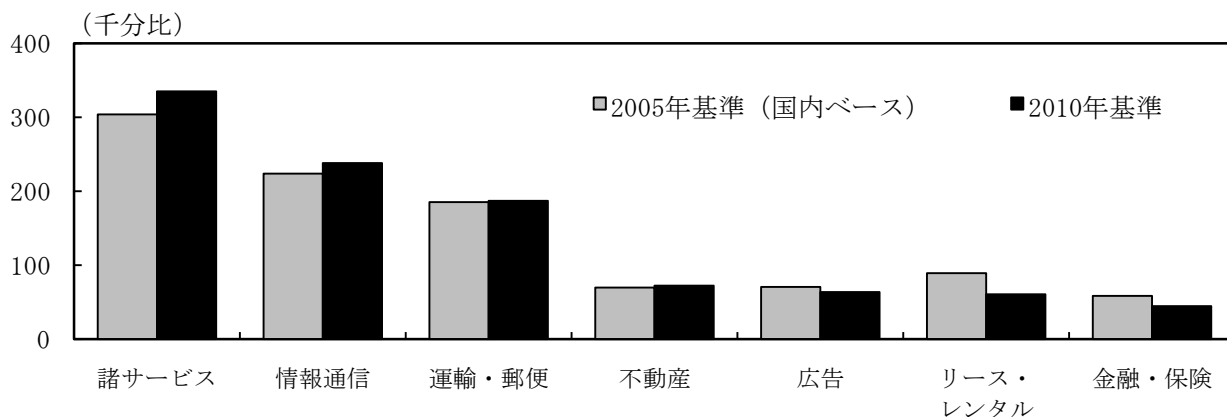
### (1) ウェイト対象総取引額の変化 (2010年基準－2005年基準)



### (2) 採用カバレッジ



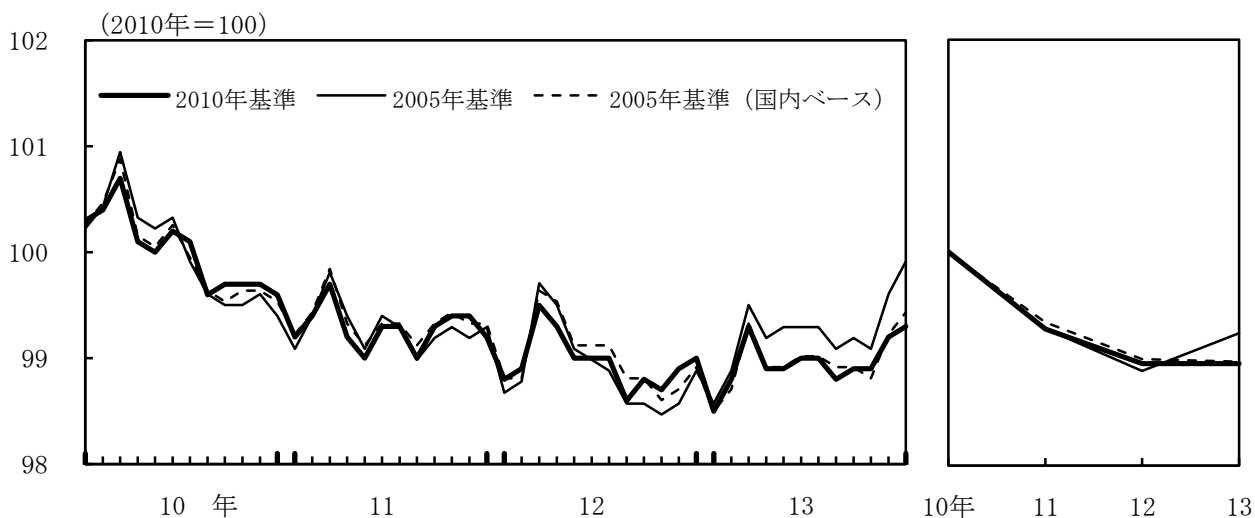
### (3) 大類別のウェイト (2010年基準と2005年基準<国内ベース>との比較)



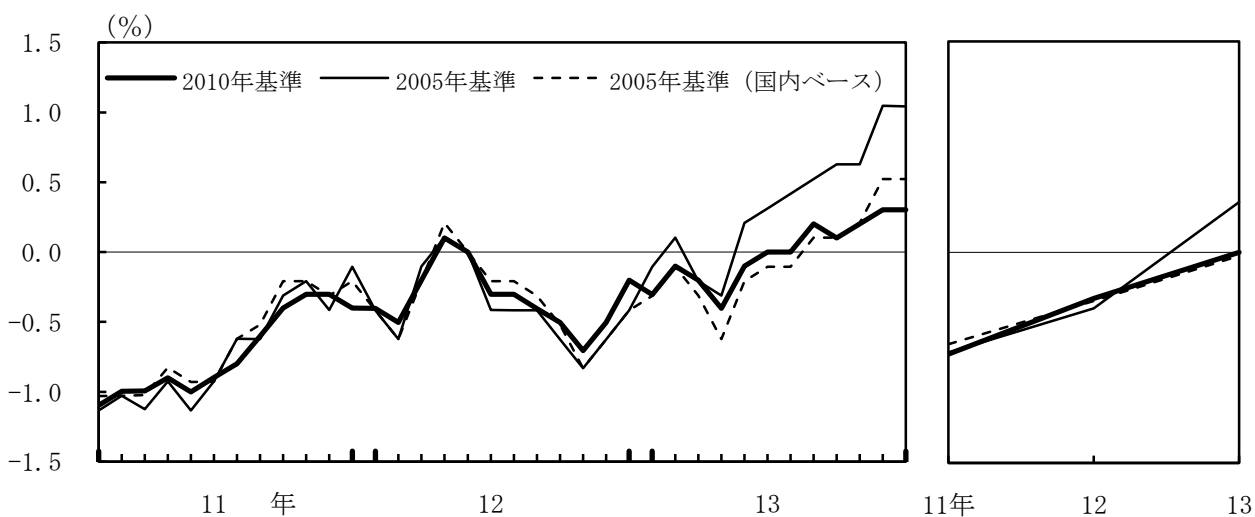
- (注) 1. (1)のウェイト対象総取引額は、企業向けサービス価格指数が対象とするサービス(採用サービスと、非採用サービスのうち採用品目の価格動向で代用し得ると判断されるサービス)の取引総額。
2. 国内ベースおよび国内+輸入ベースは、ウェイト算定に用いる企業間取引額の範囲をそれぞれ「国内」、「国内および輸入」として算出。以降の図表でも同様。
3. 国際運輸は、国境線を越えて提供される国際運輸サービスに該当する品目を併せたもの。

## 総平均の新旧比較

### (1) 総平均：指数



### (2) 総平均：前年比



### (3) 総平均：前年比乖離幅

	前年比 (%)			前年比乖離幅 (%ポイント)	
	2010年基準 (a)	2005年基準 (b)	2005年基準 (国内ベース) (c)	(a-b)	(a-c)
2011年	▲ 0.7	▲ 0.7	▲ 0.7	0.0	0.0
2012年	▲ 0.3	▲ 0.4	▲ 0.3	0.1	0.0
2013年	0.0	0.4	0.0	▲ 0.4	0.0
2011~13年	▲ 0.4	▲ 0.3	▲ 0.3	▲ 0.1	▲ 0.1

(注) 月次以外の暦年等の指数および前年比は、当該期間における月次指数および月次前年比の単純平均。以降の図表でも同様。

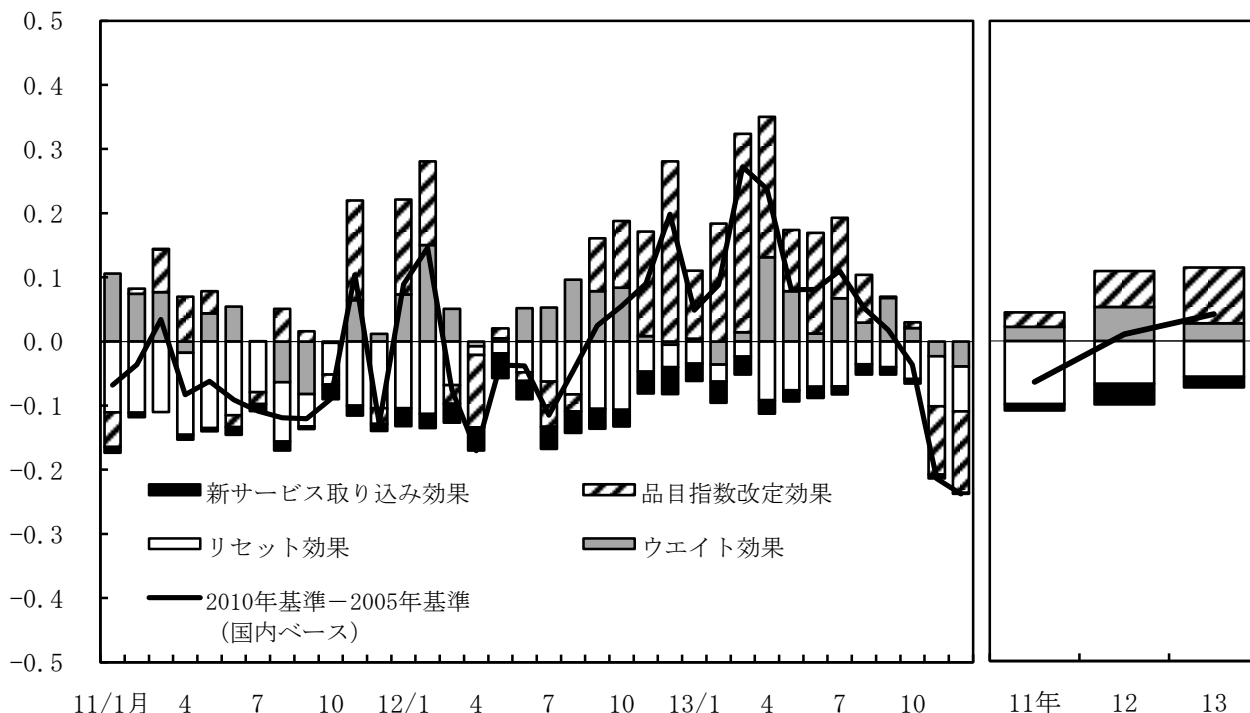
## 国内ベースでの基準改定の影響の要因分解

### (1) 要因分解の概要

ウェイト効果	基準年の変更に伴い、品目ウェイトが増減することに起因する効果。
リセット効果	品目指数水準を100にリセットすることに起因する効果。
新サービス 取り込み効果	新規品目や品目分割として新サービスを採用することに起因する効果。
品目指数 改定効果	既存品目の見直しに伴い、前年比に差が生じることに起因する効果。

### (2) 要因別・寄与度分解

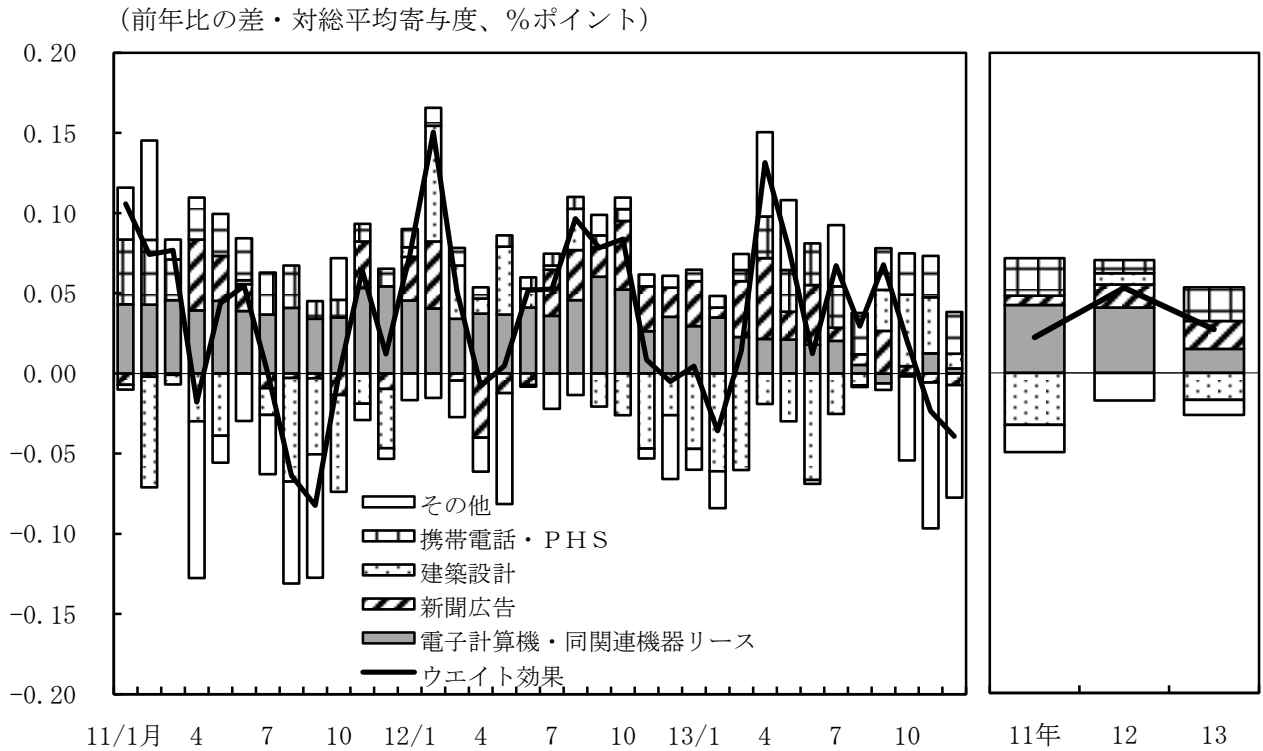
(前年比の差・対総平均寄与度、%ポイント)



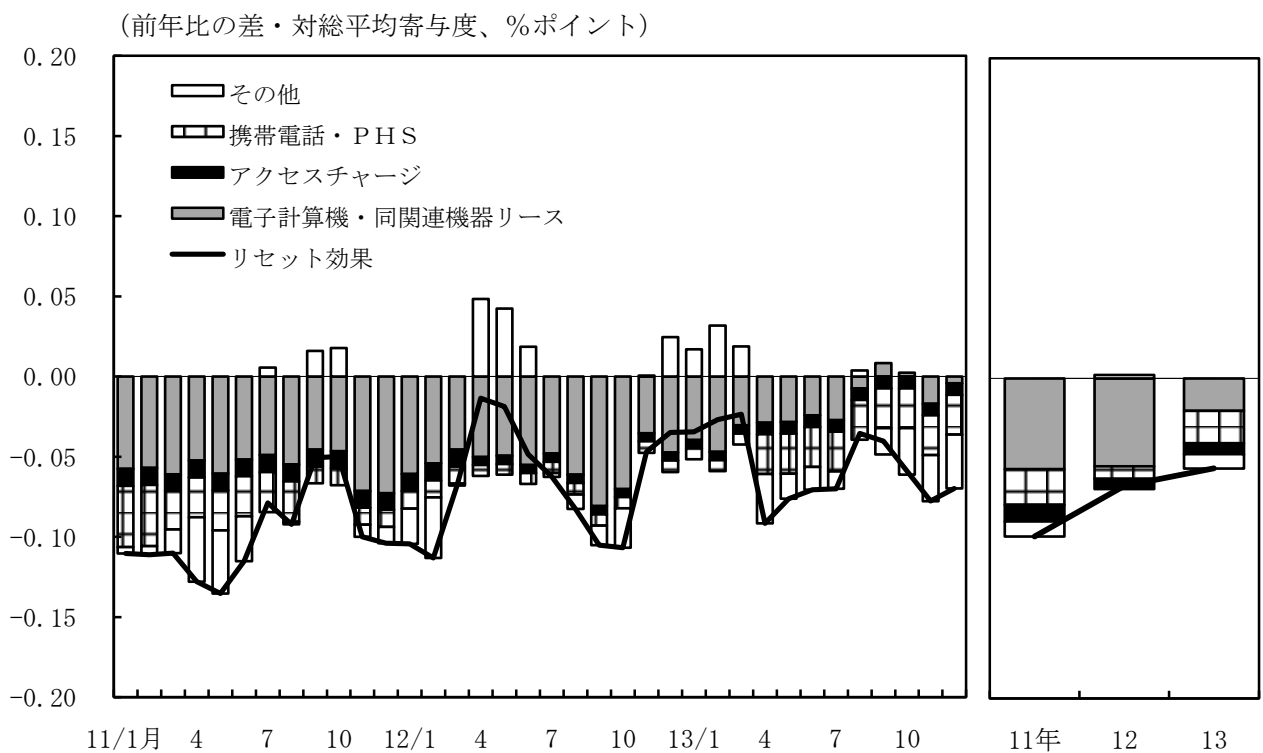
- (注) 1. 新サービス取り込み効果の対象は、新規品目に加え、新サービスを取り込み、品目分割を行った「ASP」、「インターネットデータセンター」を含む。
2. (2) では品目指数の積み上げにより、総平均等の上位段階の指数を算出しているため、小数第2位で四捨五入した公表系列とは一致しない場合がある。また、暦年の寄与度は、当該期間における月次寄与度の単純平均。以降の寄与度分解も同じ。

## ウエイト効果とリセット効果 (1)

### (1) ウエイト効果

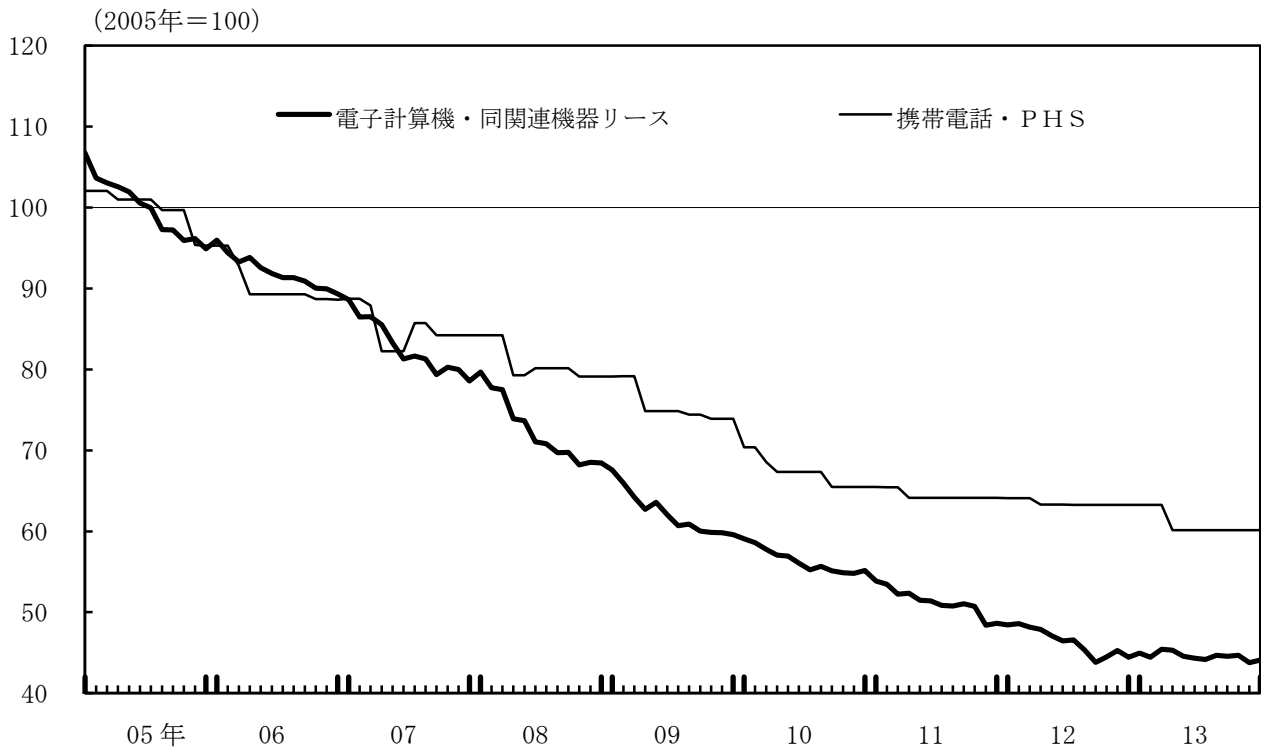


### (2) リセット効果

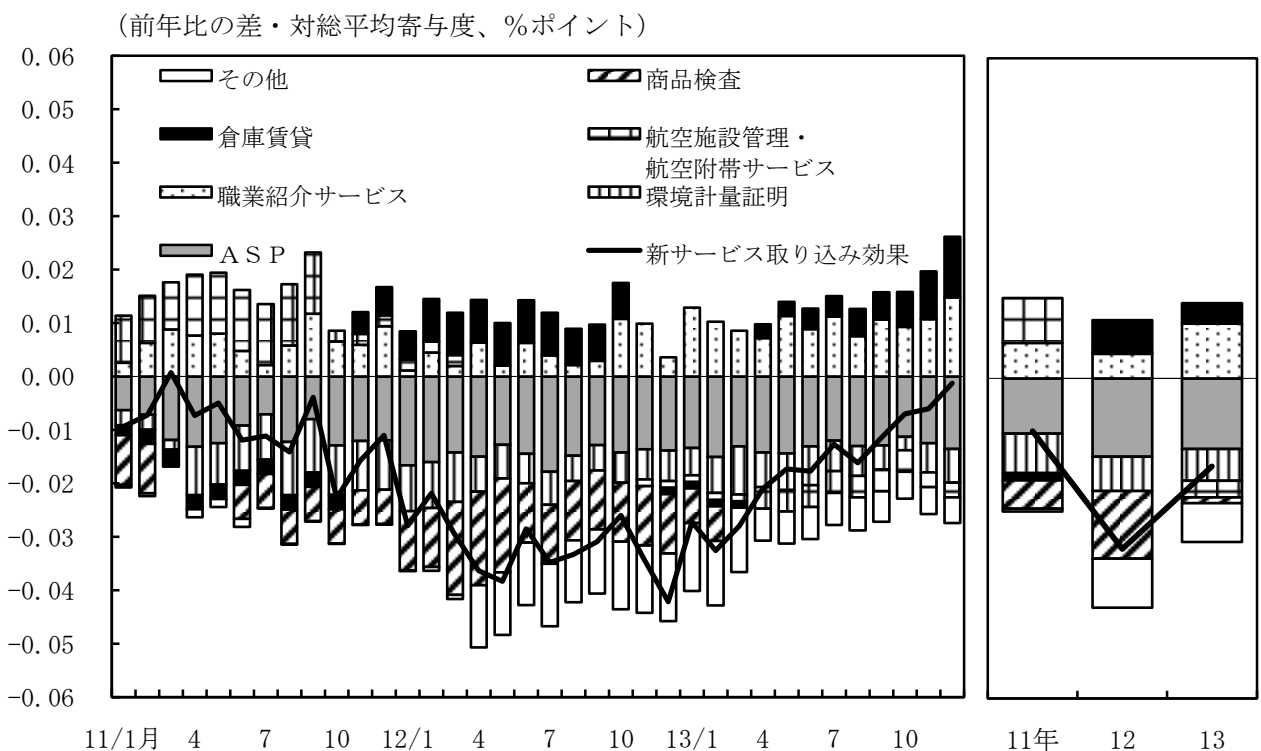


## ウェイト効果とリセット効果(2)、新サービス取り込み効果

(1) ウェイト効果とリセット効果で寄与の大きい品目の指数推移 (2005年基準)

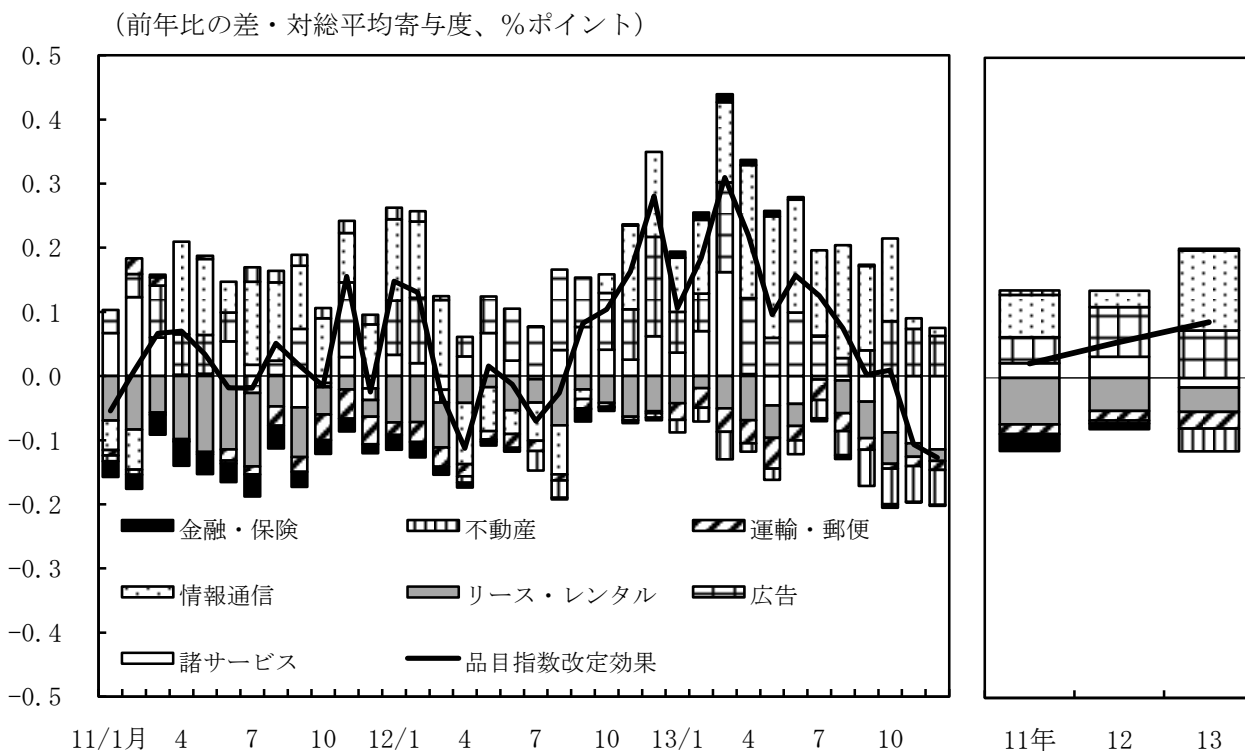


(2) 新サービス取り込み効果



## 品目指数改定効果

### (1) 大類別・寄与度分解



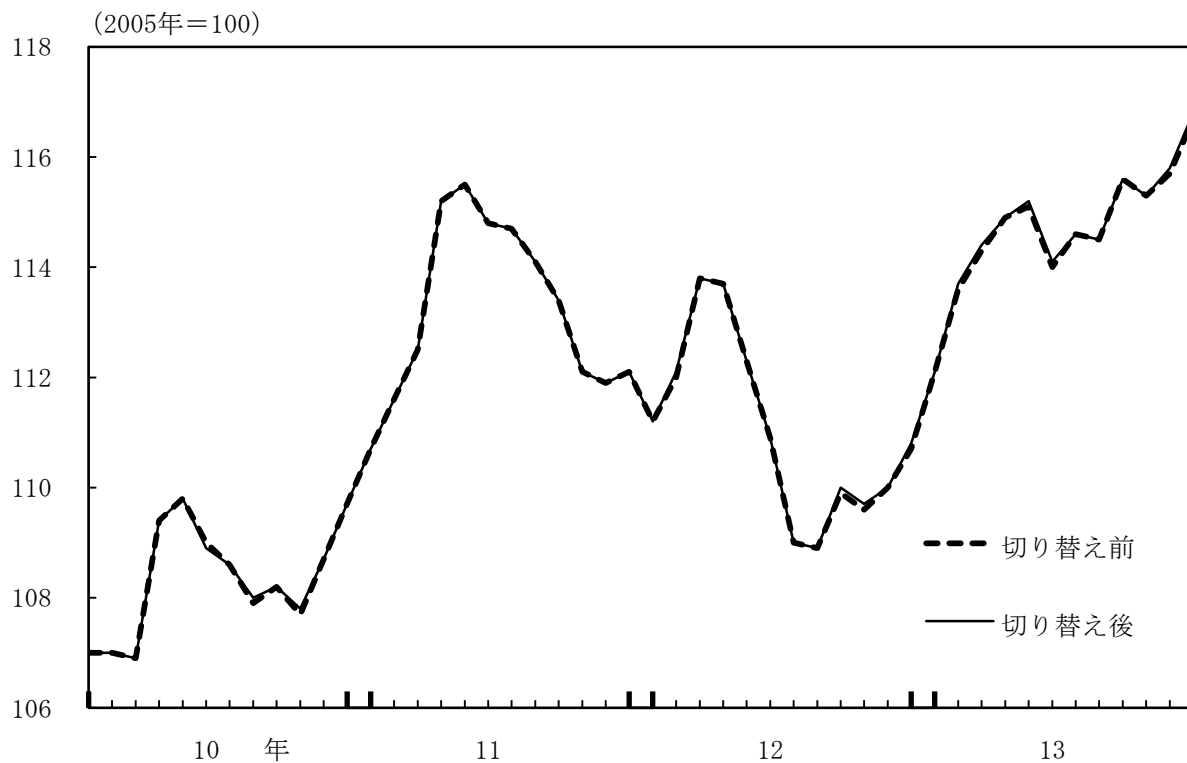
### (2) 寄与した主な大類別と品目

	大類別	品目
押し上げ寄与	広告	新聞広告 (2012年、2013年)
		交通広告
	情報通信	受託開発ソフトウェア (2011年、2013年)
		システム等管理運営受託
		携帯電話・PHS (2011年、2013年)
	諸サービス	プラントエンジニアリング (2011年、2012年)
一般廃棄物処理		
押し下げ寄与	リース・レンタル	事務用機器リース (2011年)
		電子計算機・同関連機器リース
		仮設資材レンタル
	運輸・郵便	不定期船



## 製造業部門別投入・産出物価指数への影響

(1) 投入物価指数（製造業総合）：指数



(2) 投入物価指数（製造業総合）：前年比



## 品目改廃の内訳

## &lt;新規品目&gt;

大類別	品目
不動産	倉庫賃貸
運輸・郵便	水運附帯サービス
	航空施設管理・航空附帯サービス
情報通信	移動データ通信専用サービス
諸サービス	商品検査
	環境計量証明
	職業紹介サービス
	給食受託

## &lt;分割品目&gt;

2005年基準		2010年基準
大類別	品目	品目
情報通信	情報処理サービス	情報処理サービス (除ASP) ASP
	システム等管理運営受託	インターネットデータセンター システム等管理運営受託
広告	テレビ広告	テレビ広告 (タイム) テレビ広告 (スポット)
諸サービス	機械修理 (除電気機械器具)	機械修理 (除電気機械器具) プラントメンテナンス

## &lt;廃止品目&gt;

2005年基準	
大類別	品目
金融・保険	貸金庫手数料
運輸	外航貨物用船料

→ (参考指数) 輸入サービス価格指数

## &lt;拡充品目&gt;

2005年基準		2010年基準
大類別	品目	品目
金融・保険	カード加盟店手数料	カード・電子マネー加盟店手数料
リース・レンタル	オフィス・イベント用品レンタル	通信・サービス業用・事務用機器レンタル

## &lt;縮小品目&gt;

2005年基準		2010年基準
大類別	品目	品目
運輸・郵便	国際航空旅客輸送 (アジア・オセアニア方面)	国際航空旅客輸送 (アジア方面)

## &lt;名称変更&gt;

2005年基準		2010年基準
大類別	品目	品目
運輸・郵便	港湾荷役	港湾運送

(注) 大類別「運輸・郵便」は、2005年基準では「運輸」(名称変更)。

## 品目分類編成

## 1. 基本分類指数

大 類 別	ウエイト	類 別	ウエイト	小 類 別	ウエイト	品 目	ウエイト
金融・保険	44.3	金融	33.0	金融手数料	33.0	内国為替手数料	4.3
						外国為替手数料	0.7
						預貸業務手数料	4.6
						証券委託手数料	3.5
						証券引受手数料	1.7
						証券募集取扱手数料	8.4
						証券事務委託手数料	1.5
						代理業務手数料	0.5
						(廃)貸金庫手数料	—
						信用保証料	4.0
		(拡)カード・電子マネー加盟店 手数料	2.5				
		A T M委託手数料	1.3				
		保険	11.3	損害保険	11.3	火災保険	1.8
						自動車保険 (任意)	6.9
自動車保険 (自賠責)	1.5						
海上・運送保険	1.1						
不動産	72.1	不動産賃貸	72.1	事務所賃貸	43.8	事務所賃貸 (東京圏)	32.0
						事務所賃貸 (名古屋圏)	2.1
						事務所賃貸 (大阪圏)	6.4
						事務所賃貸 (その他地域)	3.3
		その他の 不動産賃貸	28.3	店舗賃貸	10.7		
				ホテル賃貸	0.8		
				(新)倉庫賃貸	11.1		
				駐車場賃貸	5.7		
(名) 運輸・郵便	186.7	旅客輸送	38.6	鉄道旅客輸送	19.9	新幹線	7.3
						鉄道旅客輸送 (除新幹線)	12.6
				道路旅客輸送	10.6	乗合バス	1.9
						貸切バス	1.4
						ハイヤー・タクシー	7.3
				海上旅客輸送	0.4	内航旅客輸送	0.4
				国際航空旅客輸送	1.8	国際航空旅客輸送 (北米方面)	0.3
						国際航空旅客輸送 (欧州方面)	0.6
						(縮)国際航空旅客輸送 (アジア方面)	0.9
						国内航空旅客輸送	5.9
		陸上貨物輸送	77.1	鉄道貨物輸送	0.9	鉄道貨物輸送	0.9
						道路貨物輸送	76.2
				積合せ貨物輸送	10.6	宅配便	10.6
						メール便	3.2
						貸切貨物輸送	39.2
						特殊貨物輸送	14.0
						定期船	0.9
						不定期船	4.5
		外航貨物輸送	6.7	外航タンカー	1.3		
				内航貨物輸送	5.3	R O R O船	0.6
						貨物船 (除R O R O船)	2.1
						自動車航送船	1.1
				(廃)貨物用船料	—	(廃)外航貨物用船料	—
				港湾運送	8.6	(名)港湾運送	8.6
		航空貨物輸送	1.5	国際航空貨物輸送	1.0		
				国内航空貨物輸送	0.5		
				普通倉庫	11.9		
		倉庫・運輸 附帯サービス	38.1	倉庫	15.0	冷蔵倉庫	3.1
						こん包	8.0
				有料道路	10.3	高速自動車国道	6.8
						都市高速道路	2.1
						一般有料道路	1.4
				(新)水運附帯サービス	0.3	(新)水運附帯サービス	0.3
				(新)航空施設管理・ 航空附帯サービス	4.5	(新)航空施設管理・ 航空附帯サービス	4.5
郵便	10.8			郵便	10.8	封書	5.6
		はがき	3.2				
		特殊取扱郵便	1.4				
		国際郵便	0.6				

## 品目分類編成

## 1. 基本分類指数 (続き)

大 類 別	ウエイト	類 別	ウエイト	小 類 別	ウエイト	品 目	ウエイト				
情報通信	237.8	通信	57.2	固定電気通信	33.3	固定電話	14.9				
						専用線	3.1				
						インターネット接続サービス	10.4				
						WANサービス	4.2				
						(分) インターネットデータセンター	0.7				
				移動電気通信	17.9	携帯電話・PHS	17.3				
						(新) 移動データ通信専用サービス	0.6				
						アクセスチャージ	6.0				
						アクセスチャージ	6.0				
						公共放送	3.3				
		放送	3.3	放送	3.3	民間放送	1.1				
						有線放送	1.4				
						受託開発ソフトウェア	71.1				
		情報サービス	150.3	ソフトウェア開発	79.8	パッケージソフトウェア	8.7				
						(分) 情報処理サービス (除ASP)	31.6				
						(分) ASP	2.8				
						(分) システム等管理運営受託	20.0				
情報提供サービス	12.3										
市場調査・世論調査	3.8										
インターネット 附随サービス	9.2	インターネット 附随サービス	9.2	インターネット附随サービス	9.2						
				新聞・出版	17.8	新聞	4.9				
書籍	7.3										
月刊誌	4.4										
週刊誌	1.2										
リース・ レンタル	60.7	リース・ レンタル	60.7	リース	48.7	産業機械リース	6.7				
						工作機械リース	1.3				
						医療用機器リース	2.9				
						商業・サービス業用機械設備 リース	6.9				
						通信機器リース	3.6				
						土木・建設機械リース	1.3				
						電子計算機・同関連機器リース	15.0				
						事務用機器リース	4.6				
						輸送用機器リース	6.4				
						建設機械レンタル	4.5				
						仮設資材レンタル	2.8				
						電子計算機レンタル	1.5				
				レンタカー	2.2						
				(拡) 通信・サービス業用・事務用 機器レンタル	1.0						
				広告	63.4	広告	63.4	(分) テレビ広告	20.2	(分) テレビ広告 (タイム)	9.5
								(分) テレビ広告 (スポット)	10.7		
								(分) 新聞広告	8.7	新聞広告	8.7
(分) 雑誌広告	3.9	雑誌広告	3.9								
(分) 折込広告	7.2	折込広告	7.2								
(分) インターネット広告	6.8	インターネット広告	6.8								
(分) その他の広告	16.6	ラジオ広告	1.4								
屋外広告	1.9										
交通広告	4.2										
ダイレクトメール広告	5.6										
フリーペーパー・ フリーマガジン広告	3.5										
諸サービス	335.0	下水道・ 廃棄物処理	25.8	下水道	7.4	下水道	7.4				
				廃棄物処理	18.4	一般廃棄物処理	7.0				
				産業廃棄物処理	11.4						
				自動車整備・ 機械修理	63.8	自動車整備	25.5	車検・定期点検・一般整備	19.8		
		自動車整備 (事故整備)	5.7								
		機械修理	38.3	電気機械器具修理		11.8					
		専門サービス	46.7	法務・会計サービス	43.7	(分) 機械修理 (除電気機械器具)	26.5	(分) 機械修理 (除電気機械器具)	26.5		
						弁護士サービス	4.5				
						弁理士サービス	4.1				
						司法書士サービス	1.5				
公認会計士サービス	10.6										
税理士サービス	23.0										
その他の専門 サービス	3.0	その他の専門 サービス	3.0	社会保険労務士サービス	1.1						
				不動産鑑定評価	0.8						
				行政書士サービス	0.5						
				土地家屋調査士サービス	0.6						

## 品目分類編成

## 1. 基本分類指数 (続き)

大 類 別	ウエイト	類 別	ウエイト	小 類 別	ウエイト	品 目	ウエイト		
諸サービス (続き)	335.0	(新) 技術サービス	59.4	土木建築サービス	27.6	建築設計	8.7		
						土木設計	7.6		
						測量	5.5		
						地質調査	5.8		
				プラント エンジニアリング	19.2	プラントエンジニアリング	19.2		
				(新) その他の技術 サービス	12.6	(新) 商品検査	5.1		
						(新) 環境計量証明	0.8		
				(分) プラントメンテナンス	6.7	(分) プラントメンテナンス	6.7		
				(新) 職業紹介・労働 者派遣サービス	50.0	(新) 職業紹介サービス	3.1	(新) 職業紹介サービス	3.1
								事務職派遣	20.7
		労働者派遣サービス(除事務職)	26.2						
		その他 諸サービス	89.3	(新) 職業紹介サービス	3.1	教育訓練サービス	3.0		
						建物サービス	35.9		
				警備	14.9	清掃	23.8		
						設備管理	6.8		
						衛生管理	5.3		
				警備 (除機械警備)	10.7	機械警備	4.2		
						テレマーケティング	5.2		
				テレマーケティング	5.2	テレマーケティング	5.2		
				宿泊サービス	13.9	ホテル宿泊サービス	13.9		
(新) 給食受託	8.0			(新) 給食受託	8.0				
洗濯	8.4	普通洗濯	1.1						
		リネンサプライ	7.3						

## 〔参考系列〕 契約通貨ベース

大 類 別	ウエイト	類 別	ウエイト	小 類 別	ウエイト	品 目	ウエイト
(名) 運輸・郵便	186.7	海上貨物輸送	20.6	外航貨物輸送	6.7	定期船	0.9
						不定期船	4.5
						外航タンカー	1.3
				(廢) 貨物用船料	—	(廢) 外航貨物用船料	—
		航空貨物輸送	1.5	国際航空貨物輸送	1.0	国際航空貨物輸送	1.0

## 〔参考系列〕 総平均 (除く国際運輸)

項 目	ウエイト
総平均 (除く国際運輸)	989.9
(名) 運輸・郵便 (除く国際運輸)	176.6
国際運輸	10.1

## 2. 参考指数

## ① 基本分類構成項目

項 目	ウエイト
リース	リース料率
建物サービス	(新) 清掃 (民間向け)
	(新) 清掃 (官公庁向け)
	(新) 設備管理 (民間向け)
	(新) 設備管理 (官公庁向け)
警備	(新) 警備 (除機械警備) (民間向け)
	(新) 警備 (除機械警備) (官公庁向け)

## ② 輸出サービス価格指数

項 目	ウエイト
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

## ③ (新) 輸入サービス価格指数

項 目	ウエイト
(新) 円ベース	(新) 国際航空旅客輸送 (北米方面)
	(新) 国際航空旅客輸送 (欧州方面)
	(新) 国際航空旅客輸送 (アジア方面)
	(新) 外航貨物輸送
	(新) 外航貨物用船料
(新) 契約通貨ベース	(新) 外航貨物輸送
	(新) 外航貨物用船料

## ④ 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 (参考系列は「総平均 (除く国際運輸)」「運輸・郵便 (除く国際運輸)」「国際運輸」のみ)。

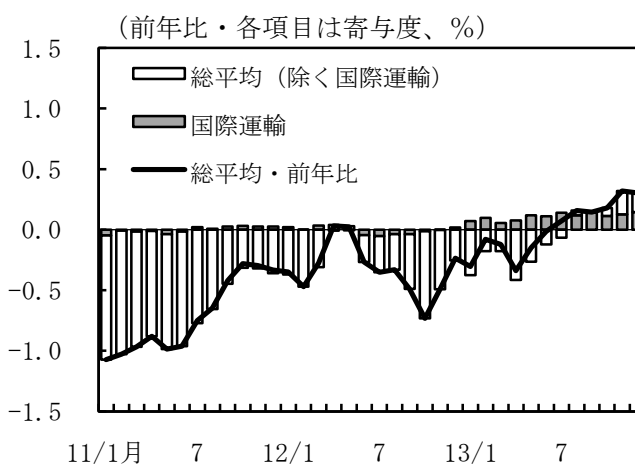
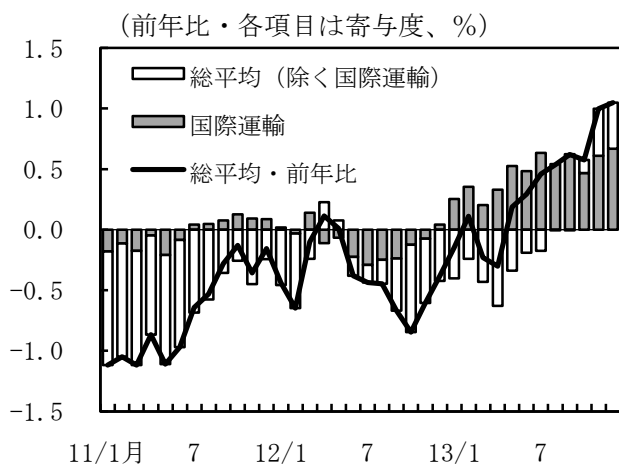
(注) (新)は新規、(分)は分割、(廢)は廃止、(拡)は拡充、(縮)は縮小、(名)は名称変更。

## 国際運輸と総平均

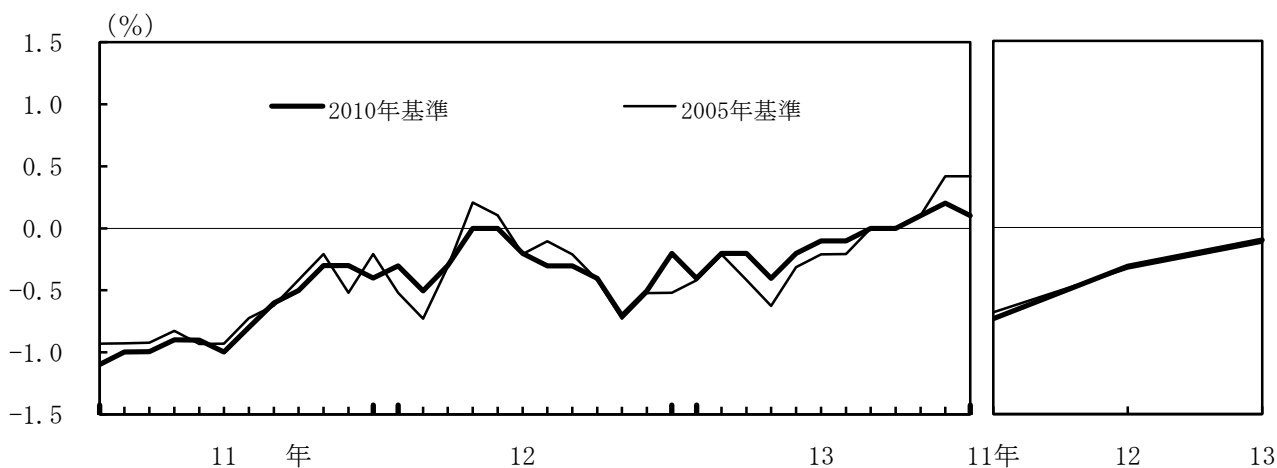
### (1) 総平均・前年比に対する寄与度

#### ①2005年基準

#### ②2010年基準



### (2) 総平均 (除く国際運輸) : 前年比

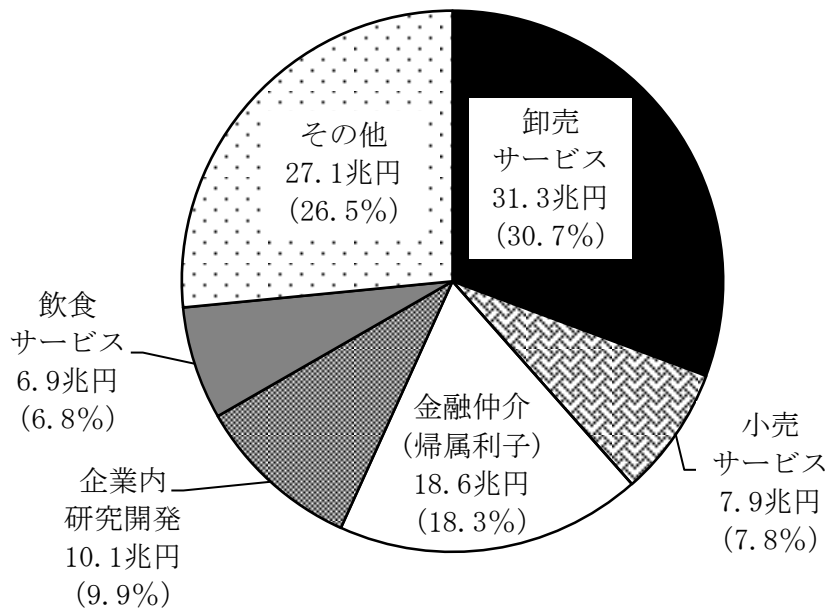


### (3) 総平均 (除く国際運輸) : 前年比乖離幅

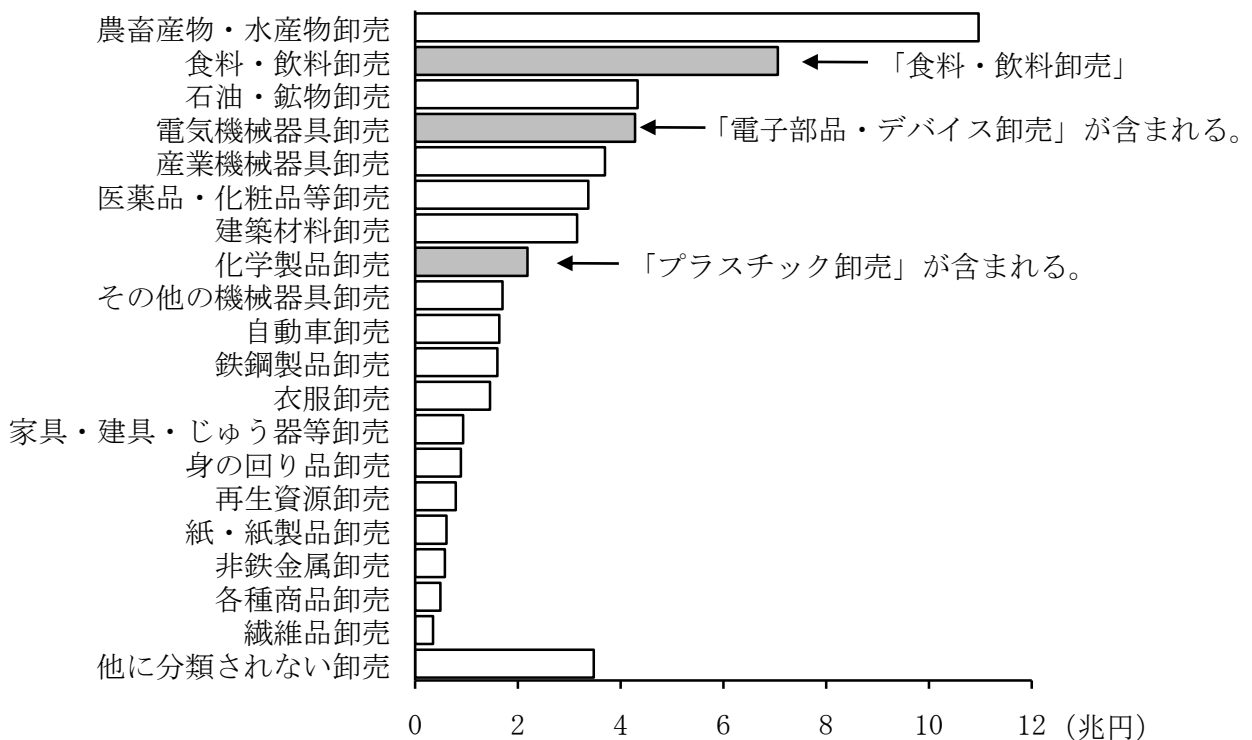
	前年比 (%)		前年比乖離幅 (%ポイント) (a-b)
	2010年基準 (a)	2005年基準 (b)	
2011年	▲ 0.7	▲ 0.7	0.0
2012年	▲ 0.3	▲ 0.3	0.0
2013年	▲ 0.1	▲ 0.1	0.0
2011~13年	▲ 0.4	▲ 0.4	0.0

## 卸売サービスの規模と調査対象業種

(1) 企業向けサービス価格指数の非採用サービス (2010年基準)



(2) 卸売サービスの名目マージン額 (2011年)



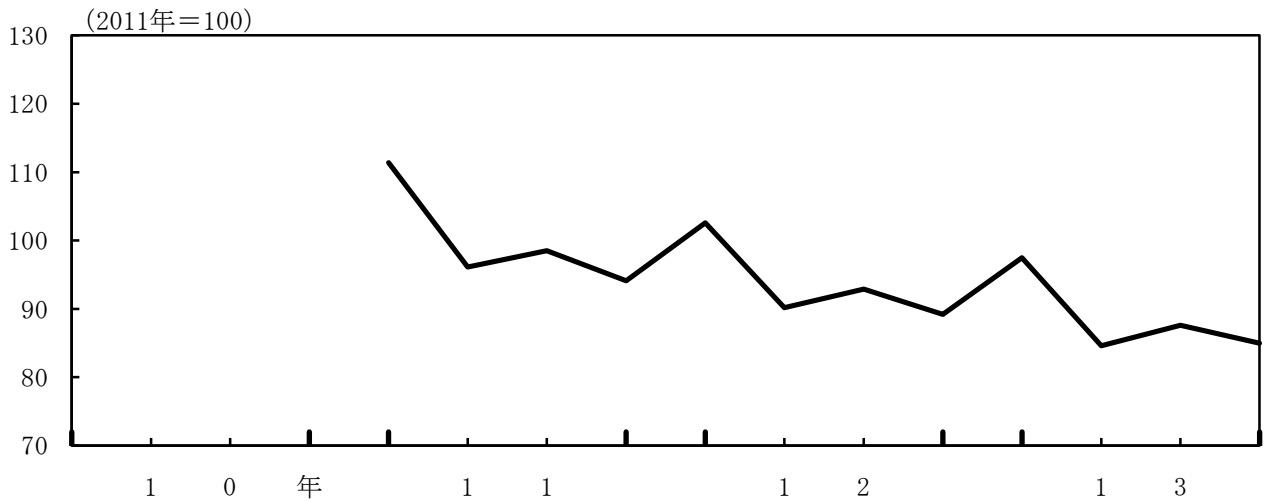
(注) 1. (1) の金額は延長産業連関表の企業間取引額、括弧内は非採用サービス全体に占める構成比。

2. (2) の名目マージン額は売上高－売上原価。

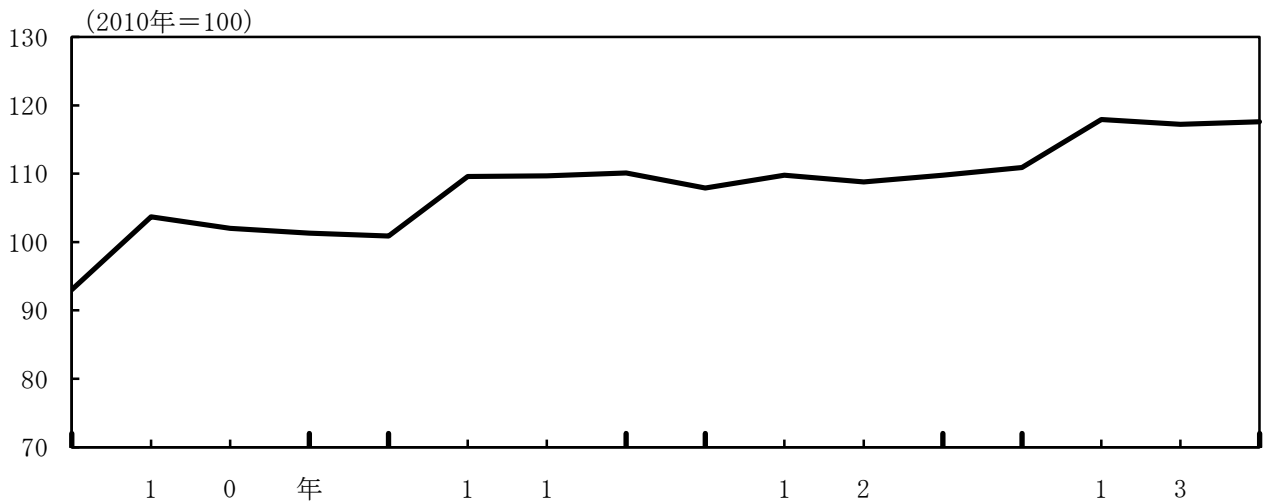
(資料) 経済産業省「延長産業連関表」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

## 卸売サービスの価格指数 (試算値)

### (1) 食料・飲料卸売



### (2) プラスチック卸売



### (3) 電子部品・デバイス卸売

