

**2000 年基準**  
**企業向けサービス価格指数（C S P I）の解説**

2009 年 4 月

日本銀行調査統計局

---

2004 年 11 月に公表した基準改定の結果については、「企業向けサービス価格指数の基準改定の結果（2000 年基準への移行）」（日本銀行ホームページ「企業向けサービス価格指数」<<http://www.boj.or.jp/theme/research/stat/pi/cspi/index.htm>> に掲載）を参照のこと。

## 目 次

1. 目的・機能、沿革	2
2. 指数体系	3
3. 対象範囲	4
4. 分類編成	5
5. 指数の基準時およびウエイト算定年次	6
6. 採用品目	6
7. ウエイト	8
8. 調査価格	10
9. 指数の計算	17
10. 指数の公表	18
11. 接続指数	20
(参考1) 過去に実施された企業向けサービス価格指数の基準改定のポイント	22
(参考2) 2000年基準改定のポイント	23
(別紙1) 各物価指数の対応関係	25
(別紙2) 指数体系・分類編成・ウエイト	26
(別紙3) CSPI の分類編成と産業連関表の部門分類の対応関係 (2000年基準)	28

## 1. 目的・機能、沿革

### (1) 目的・機能

企業向けサービス価格指数（C S P I：Corporate Services Price Index）は、企業間で取引されるサービスの価格に焦点を当てた物価指数であり、同じく企業間で取引される物的商品（モノ）を対象とした企業物価指数（C G P I：Corporate Goods Price Index）と対をなしている（別紙1「各物価指数の対応関係」を参照）。その主な目的は、サービスの需給動向を敏感に反映する取引価格の動向を調査し、マクロ経済分析のための重要な材料の一つを提供することにある。また、個々の品目など下位分類の指数については、金額ベースで表示される生産額を実質化し数量ベースにする際のデフレーターとしての機能のほか、個別取引の値決めをする際の参考指標としての機能も有している。

企業向けサービス価格指数は、指数の対象となっているサービスの価格に、各々のサービスの重要度（ウエイト）を掛け合わせ、集計することにより作成した物価指数である。価格は、サービスの代表的な価格を個別に調査することにより入手し、ウエイトは、指数の対象となっている企業間取引額（国内取引額と輸入取引額）から算出している。指数は、個別に調査したサービスの代表的な価格をそれぞれ指数化し、ウエイトで加重平均することにより作成している。

### (2) 沿革

わが国経済のサービス化が進む中で、企業間における物価の動きを正しく把握するためには、企業物価指数が対象としている物的商品（モノ）の価格だけでなく、サービスの価格についてもあわせてみていくことが不可欠である。企業向けサービス価格指数は、こうした問題意識の下で、日本銀行が開発し、1991年1月から公表（1985年基準指数）しているものである。以来、1990年基準、1995年基準への2回の基準改定を経て、2004年11月に2000年基準指数への改定結果を公表した<sup>1</sup>。

---

<sup>1</sup> 参考1「過去に実施された企業向けサービス価格指数の基準改定のポイント」、参考2「2000年基準改定のポイント」を参照。

## 2. 指数体系

### (1) 基本分類指数

企業向けサービス価格指数の基本分類指数としては、国内取引と輸入取引を対象とした指数のみを作成している。外貨建て取引は円ベースに換算して集計しているが、契約通貨ベースも参考指数として作成・公表している<sup>2</sup>。なお、企業間サービスについては、輸出入を含めた取引全体のうち、国内取引が大半を占めているため<sup>3</sup>、企業物価指数の基本分類指数（国内企業物価、輸出物価、輸入物価）のような取引別の独立した指数は作成していない<sup>4</sup>。また、輸出取引については、取引額が小さいうえ、国内でのサービスの需給と直接関連をもたないこと、本邦企業のコスト変動要因とならないこと等もあり、基本分類指数の対象外としている。

なお、企業向けサービス価格指数は、消費税を含むベースで作成している。

### (2) 参考指数<sup>5</sup>

輸出サービス価格指数（Export corporate services price index）

基本分類の対象外とされている輸出取引のうち、その中心を占める輸出貨物運賃については、統計ユーザーの利便性や分析上の有用性に配慮し、作成・公表している<sup>6</sup>。このうち輸出貨物運賃については、国民経済計算（SNA）のデフレータの基礎データとしても利用されている。

---

<sup>2</sup> 契約通貨別構成比については、日本銀行調査統計局『物価指数季報』において、毎年12月時点での計数を公表している。本件については、日本銀行ホームページの「統計・データ」コーナーにも掲載している。

<sup>3</sup> ここで言う「国内取引」とは、本邦企業同士の取引、「輸入取引」とは、本邦企業と海外企業との取引のうち本邦企業がサービスの需要者となっている取引、「輸出取引」とは、本邦企業がサービスの提供者となっている取引を指す。従って、海外から日本への商品輸入に伴うサービス（外航貨物輸送等）であっても、サービスの提供者・需要者がともに本邦企業の場合は、国内取引として把握している。

<sup>4</sup> 総務省『産業連関表』によれば、2000年中におけるサービスの輸出取引額は10.8兆円、同輸入取引額は8.8兆円と、同国内取引額（531.1兆円）の各々2.1%、1.7%の規模に止まっている。なお、その内訳としては、外洋輸送、国際航空輸送等が中心となっている。

<sup>5</sup> 基本分類指数を構成していないもの。

<sup>6</sup> 輸出サービス価格指数は、1995年基準で公表していた参考指数のうち、「基本分類非構成項目」に該当するものである。

消費税を除く企業向けサービス価格指数（Corporate Services Price Index excluding Consumption Tax）

企業向けサービス価格指数の基本分類指数について、消費税を除いたベースで作成した指数<sup>7</sup>。

### 3. 対象範囲

企業向けサービス価格指数は、「企業間で取引される企業向けサービス」を対象範囲としている<sup>8</sup>。従って、消費者物価指数において採用されている個人を対象とするサービスであっても、企業が同様のサービスを需要している場合（郵便、電話等）は、本指数の対象としている。

しかし、実際には、企業向けに提供され、かつウエイト算定が可能なサービスであっても、継続的に信頼性のある価格を調査することが困難であるうえ、既に指数に取り入れられている他のサービスの中で類似している、あるいは価格動向を近似できる適当なサービスが見当たらないもの（帰属利子、商業マージン、教育・研究、医療・保険・社会保障、公務等）については、本指数の対象には含めていない（ウエイト算定の対象から除外している）<sup>9</sup>。

なお、ウエイト算定が可能なサービス取引額全体のうち、実際のウエイト計算に使用している取引額（以下「ウエイト対象総取引額」と呼ぶ。総務省『産業連関表』等により計算）の比率は6割強である<sup>10</sup>。

---

<sup>7</sup> 基本分類指数の参考指数である契約通貨ベースの指数は含まない。

<sup>8</sup> 本指数の対象範囲は、ウエイトデータとして使用している『産業連関表』の取引基本表（産出表）のうち、サービスに該当する部門の中間取引額（内生部門計）とほぼ一致している（別紙1「各物価指数の対応関係」を参照）。ただし、『産業連関表』で最終需要項目の「国内総固定資本形成」として取り扱われているもの等についても、それが「企業向けに提供されるサービス」である場合（貨物輸送サービスのうち資本財の輸送に係る部分等）は、対象範囲としている（後述「7.(1)ウエイト算定」を参照）。

<sup>9</sup> 適当な類似サービスがある場合には、当該サービスの価格を類似サービスの価格で代用することで、指数に取り入れている。なお、実務上は、非採用品目のウエイトを、類似サービスのウエイトに合算ないし按分付加（インピュート）している（後述「7.(2)非採用品目の扱い」を参照）。なお、自家用旅客自動車輸送、自家用貨物自動車輸送といった自家活動部門については、企業「内」取引であり、「企業間で取引されるサービス」の価格に当たらないことから、そもそも「ウエイト算定が可能なサービス」の対象外としている。

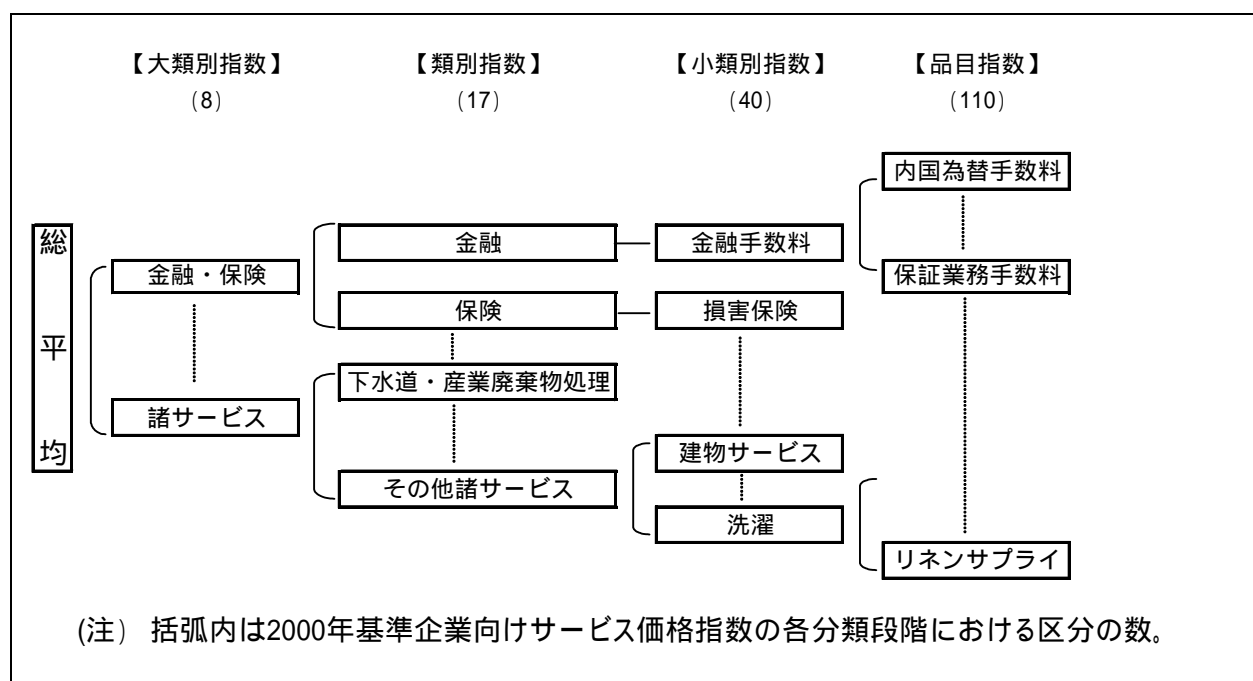
<sup>10</sup> 帰属利子と商業マージンは、「ウエイト算定が可能なサービスの取引額」全体の各々11%、18%（2000年

ウエイト算定が可能なサービスの取引額 (A)	ウエイト対象総取引額 (B)	ウエイト非対象総取引額 (C)	B/A	C/A
1,972,523 億円	1,253,988 億円	718,535 億円	63.6%	36.4%

#### 4. 分類編成

##### (1) 基本分類指数

(企業向けサービス価格指数・基本分類指数の分類編成)



企業向けサービス価格指数の基本分類は、『産業連関表』の枠組みを参考に、「大類別」、「類別」、「小類別」、および「品目」の4段階で構成されている。具体的には、大類別(「金融・保険」、「不動産」、「運輸」、「通信・放送」、「広告」、「情報サービス」、「リース・レンタル」、「諸サービス」の8区分)は『産業連関表』の統合大分類を、類別(17区分)は同統合中分類を、「小類別」(40区分)は同基本分類を参考に、必要に応じて組み替えを行っ

ベース)を占めているが、品質一定の条件を満たした信頼性のある価格情報を継続的に入手することが困難であるため、本指数の対象外としている。ウエイト算定が可能な企業間サービスの取引額全体に対する、企業向けサービス価格指数のカバレッジ(約6割)が、企業物価指数(約9割)に比べ低いのは、これによるところが多い。

ている<sup>11</sup>。「品目」については、110 区分を設定している（品目の詳細については、「6. 採用品目」を参照）。

なお、基本分類指数において、契約通貨に外貨建ての調査価格<sup>12</sup>を含む品目（「定期船」、「不定期船」、「外航タンカー」、「外航貨物用船料」、「国際航空貨物輸送」）およびその上位分類指数（小類別指数～総平均指数）については、円ベースの価格に換算しないで指数化した契約通貨ベースの指数も、参考指数として作成・公表している。

## (2) 参考指数<sup>13</sup>

### 輸出サービス価格指数

輸出サービス価格指数では、輸出貨物運賃（国内・輸入取引については、基本分類指数の大類別「運輸」に分類）として、円ベースの「外航貨物輸送」および「国際航空貨物輸送」、契約通貨ベースの「外航貨物輸送」の3項目を設定している。

### 消費税を除く企業向けサービス価格指数

基本分類指数と同様、「大分類」、「類別」、「小類別」、「品目」の4段階で構成。ただし、基本分類指数の参考指数である契約通貨ベースの指数は含まない。

## 5. 指数の基準時およびウエイト算定年次

指数の基準時およびウエイト算定年次はいずれも2000年である。

## 6. 採用品目

### (1) 採用品目の選定方法

企業向けサービス価格指数（基本分類指数）では、原則としてウエイト算定年次（2000年における「ウエイト対象総取引額」（前述「3.対象範囲」を参照）に対して十分なカバレ

---

<sup>11</sup> 分類編成等の詳細は、別紙2「指数体系・分類編成・ウエイト」、別紙3「C S P Iの分類編成と産業連関表の部門分類の対応関係（2000年基準）」を参照。

<sup>12</sup> 調査価格とは、各品目の指数を作成するための基礎データとして、毎月書面により調査する価格のこと（後述「8.(1)価格調査の基本姿勢」を参照）。

<sup>13</sup> 基本分類指数を構成していないもの。

ッジを確保できるよう、次の方法に従って採用品目を選定している。

原則として、基準年における『産業連関表』のサービスの間取引額（内生部門計＜企業間取引額に相当＞）が5,000億円（2000年基準では「ウエイト対象総取引額」の0.4%程度）以上のサービスを小類別として採用する。

そのうえで、各小類別を構成する個別サービスにつき、ウエイトデータが入手可能で、かつ適切な価格データの継続的な収集が可能なものを採用品目として選定する。

上記のとおり、企業向けサービス価格指数では、企業物価指数と異なり、品目選定のための客観的金額基準を設けていない（国内企業物価指数の場合、「ウエイト対象総取引額」の1万分の1以上）が、これは企業物価指数における経済産業省『工業統計表』等のような、品目選定に利用可能な統一的な金額統計が存在しないことによるものである<sup>14</sup>。

## (2) 例外的な採用品目

ウエイト算定年次における企業間取引額が、小類別の採用基準に満たないサービスであっても、先行き成長が見込まれる場合や分類編成上のバランスから必要なものは、小類別として弾力的に採用し、その下に品目を設定している。

### < 例外的な取り扱いの具体例 >

印は、ウエイト対象取引額が5,000億円以下のもの

大類別	類別	小類別	事由
運輸	陸上貨物輸送	鉄道貨物輸送 道路貨物輸送	「道路貨物輸送」とのバランスを考慮。
	航空貨物輸送	国際航空貨物輸送 国内航空貨物輸送	類別段階で、「陸上貨物輸送」、「海上貨物輸送」とのバランスをとるため、「航空貨物輸送」を設定し、小類別段階において、これを「国際航空貨物輸送」と「国内航空貨物輸送」に区分。

一方、企業間取引額が採用基準額以上のサービスであっても、品質を一定とした継続的な価格調査が極めて困難なサービス、複数の調査先が得られないサービスなどは、原則として採用品目から外す扱い（＝「非採用品目」）としている<sup>15</sup>。

<sup>14</sup> 『産業連関表』の中間取引額における分類は基本分類（企業向けサービス価格指数の小類別レベルにほぼ該当）までで、より細かい分類は行われていない。

<sup>15</sup> 非採用品目のウエイト算定上の扱いは、後述「7.(2)非採用品目の扱い」を参照。



### (3) 採用品目数

2000 年基準指数における採用品目数は、110 である（詳細は、別紙 2「指数体系・分類編成・ウェイト」を参照）。

## 7. ウェイト

### (1) ウェイト算定

基本分類指数の各品目のウェイトは、以下の手順に従って、「ウェイト対象総取引額」に対する千分比によって算出し、小数点以下第 1 位まで表示している。

原則として、『産業連関表』の取引基本表（産出表）における、サービスに該当する部門の中間取引額（内生部門計）を、対応する小類別のウェイト対象取引額とする。

これを、『産業連関表』の部門別品目別国内生産額表や政府・業界統計（原則として金額ベース）等により細分化し、各品目のウェイト対象取引額を算出する<sup>16</sup>。

非採用品目（後述「7.(2) 非採用品目の扱い」を参照）のウェイト対象取引額を類似の個別品目や小類別、類別、大類別に属する品目全体のウェイト対象取引額に合算ないし按分付加（インピュート）する。

各品目のウェイト対象取引額（上記の調整後）の「ウェイト対象総取引額」に対する千分比を算出する。

なお、『産業連関表』の中間取引額以外でも、企業間取引として企業向けサービス価格指数に含めるべきと考えられるもの（ソフトウェア業<sup>17</sup>、貨物輸送サービスのうち資本財を輸送する場合<sup>18</sup>等）については、ウェイト計算の対象に含めている。

---

<sup>16</sup> 例えば、大類別「リース・レンタル」の品目については、『産業連関表』の部門別品目別国内生産額表と経済産業省『特定サービス産業実態調査報告書 物品賃貸業編』により算出している。

<sup>17</sup> ソフトウェア業については、中間取引額（内生部門計）と国内総固定資本形成の合計額から、ゲームソフトの企業間取引額を別途推計して控除したものを、企業向けサービス価格指数のウェイト対象取引額として使用している。これは、最終需要項目である国内総固定資本形成に計上される額も「企業向けに提供されるサービス」に当たると考えられるからである。

<sup>18</sup> 『産業連関表』では、貨物輸送サービスのうち資本財の輸送に係る部分を最終需要項目である国内総固定資本形成に計上しているが、これも「企業向けに提供されるサービス」にあたりと考えられるため、ウェイト計算の対象に含める扱いとしている。

(2) 非採用品目の扱い

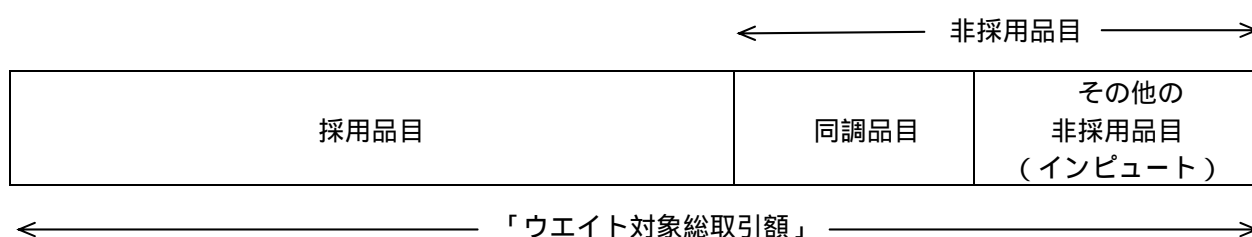
「ウエイト対象総取引額」に含まれるサービスの中で、取引額が小さい、あるいは継続的な価格調査が困難である、などの理由で品目として採用されなかったサービスを、「非採用品目」と呼ぶ。非採用品目のウエイト算定上の取り扱いは以下のとおりである。

なお、最終的な小類別、類別、大類別のウエイト対象取引額は、下記の方法により算出した品目のウエイト対象取引額を合計したもので、これをさらに合算したものが「3.対象範囲」でみた「ウエイト対象総取引額」となる。

非採用品目のうち単一の採用品目とサービスの属性、価格動向が類似しているものについては、そのウエイト対象取引額を、類似する採用品目に合算する（これを「同調品目」と呼ぶ）。

非採用品目のうち 以外のもの（「その他の非採用品目」）については、そのウエイト対象取引額を、サービスの属性および価格動向が比較的近いと思われる小類別、類別、または大類別のウエイト対象取引額に合算する。合算に当たっては、追加する非採用品目のウエイト対象取引額を、当該分類に属する採用品目のウエイト対象取引額（上記の調整後）の大きさに比例按分して、それぞれの品目に加算（インピュート）する。

（「ウエイト対象総取引額」の内訳）



（「ウエイト対象総取引額」とその内訳 < 2000 年基準 >）

ウエイト対象 総取引額 (A)	採用品目の 取引額 (B)	B/A	同調品目 の取引額 (C)	C/A	(B+C)/A	その他の 非採用品目の 取引額 (D)	D/A
1,253,988 億円	1,082,536 億円	86.3%	1,092 億円	0.1%	86.4%	170,361 億円	13.6%

上表のとおり企業向けサービス価格指数では、非採用品目の大半を の方法によって処理しているが、そのうちの半分弱は、『産業連関表』上の「その他の対事務所サービス」、「対個人サービス」で非採用品目となった部分が占めている。

### (3) 調査価格のウエイト

同一採用品目における調査価格（後述「8. 調査価格」を参照）のウエイトは、原則として均等分割としている。ただし、サービスの性格や提供者などの違いによって価格動向が相違し、かつ政府・業界統計等（原則として金額ベース）によって分割比率を算定できる場合は、調査価格にウエイト差を設けている<sup>19</sup>。

### (4) 調査価格のウエイト変更

企業向けサービス価格指数は、固定基準ラスパイレス指数算式（後述「9. 指数の計算」を参照）を採用しており、品目以上のウエイトは基準時に固定している。品目内の調査価格のウエイトについても、品目以上のウエイトと同様、基準時に固定することを原則としている。このため、前述のように、品目の中でサービスのグループにウエイト差を設けている場合は、そのグループのウエイトを基準時に固定することを原則としている。

ただし、調査価格の変更などに伴い品目内の調査価格数が増減した場合は、例外的に調査価格のウエイトを変更している。その際、品目の中でサービスのグループごとにウエイト差を設けている場合は、そのグループごとのウエイトは基準時に固定したまま、調査価格数が増減したグループ内の調査価格のウエイトのみを変更している。

## 8. 調査価格

### (1) 価格調査の基本姿勢

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

また、調査先のプライバシーを保護するため、1品目における調査価格は、複数調査先から3調査価格以上を調査することを原則としている。複数調査先から3調査価格以上を調査することができなかった場合でも、品目として指数動向が適切に把握できた場合は品

---

<sup>19</sup> 例えば、類別「保険」の品目「火災保険」、「海上・運送保険」については、損害保険料率算出機構や日本損害保険協会の公表資料により調査価格にウエイト差を設けている。

目として採用し<sup>20</sup>、その品目の指数を非公表の扱いとすることを原則としている（詳細については、後述「10. (3) 指数を非公表とする場合」を参照）。

## (2) 価格の調査段階

サービスは物的商品（モノ）と異なり、提供者（生産者）から需要者へ直接供給されるケース（生産者 1次卸 2次卸 … 最終需要者といった仲介経路が存在しないケース）が一般的なため、原則としてサービスの提供者（生産者）から価格を聴取している。ただし、広告代理店など、サービスによっては仲介業者から価格を聴取することもある。

## (3) 価格の調査時点

価格の調査時点は、原則として契約成立時としている。もっとも、年間、四半期等の期間契約となっているものの中には、値決め交渉の長期化等から価格の決定が契約期間の開始日より後ずれし、交渉決着後に開始月に遡って新価格が適用される、あるいは、調査先の集計作業の関係上、当該月の指数公表後にしか価格が判明しない、等のケースが存在する。こうした場合には、当該価格が判明した後、定期的な指数の遡及訂正を行うタイミングで指数に反映させる（後述「10. (4) 指数の訂正」を参照）。

## (4) 調査価格の内容

企業向けサービス価格指数では、品目ごとに代表的なサービスを特定し、取引条件、取引相手先などを一定とした実際の取引価格（割り引きやリベート等で値引きが行われている場合はこれを調整した価格）を、調査価格として継続的に収集することを原則としている。なお、こうした標準的な取り扱いが困難な場合には、取引の実態等に即して、以下のような対応を行っている。

品質一定の条件を損なわない範囲内で平均価格（月間取引金額 / 月間取引数量）を調査価格として採用する（後述「8. (5) 平均価格の採用」参照）。

価格調査が料率形式で行われるケースにつき、適当な価格指数（インフレーター）を乗じて金額ベースに変換したものを、調査価格とする（「証券委託手数料」、「証券引受手数料」、「証券募集取扱手数料」、「保証業務手数料」、「火災保険」、「産業機械リー

---

<sup>20</sup> 価格の継続調査が困難な商品については、品目として採用しない扱い（＝「非採用商品」または「対象外商品（ウエイト算定の対象に含めない商品）」）としている。詳細については、前述「6. (2) 例外的な採用品目」を参照。

ス」、「商業・サービス業用機械設備リース」、「電子計算機・同関連機器リース」、「電子計算機レンタル」等)。

供給されたサービス全体の価格ではなく、人月単価を調査価格として採用する(「受託開発ソフトウェア」、「設計監理」、「労働者派遣サービス」等)<sup>21</sup>。

実勢価格を反映させるため、料金表等による定価部分と割引情報を別々に入手し、これを合算したものを調査価格とする(「固定電話」、「専用線」、「携帯電話」等)<sup>22</sup>。

料金表価格を調査価格として採用する(「都市高速道路」、「一般有料道路」、「放送」等)。

価格の多様化の動きが一段と進み、「実勢価格」を把握することが難しいケースが増加していることを踏まえ、料金表等による標準的な価格が形骸化している場合は、可能な限り個別の値引き等を反映した実勢に近い価格を調査している。また、以下の事例のように割引価格を調査価格の一部に取り込むことにより、価格の多様化に対応している。

(a) 品目「国際航空旅客輸送」、「国内航空旅客輸送」では、航空券の有効期限、予約変更や払い戻し条件に制限が存在する代わりに、運賃水準が格安な前売り型ゾーンペックス運賃(「国際航空旅客輸送」)や特定便割引運賃(「国内航空旅客輸送」)、回数券運賃(同)を調査価格の一部としている。

(b) 品目「新幹線」、「鉄道旅客輸送(除く新幹線)」では、往復ないし回数券方式の割引運賃を、品目「ハイヤー・タクシー」では、長距離割引運賃や割増運賃を調査価格の一部としている。

## (5) 平均価格の採用

企業向けサービス価格指数では、上記の原則に沿った価格調査を行うことが困難な場合、品質一定の条件を損なわない範囲内で「平均価格」(月間取引金額/月間取引数量)を採用

---

<sup>21</sup> これらの人月単価には、ある条件の下で算出された平均価格を含む。例えば、労働者派遣サービスの人月単価は、職種(事務用機器操作、ファイリング等)、地域、契約形態等を特定して算出された人月単価の平均価格を調査価格としている。

<sup>22</sup> これは、1995年基準において新しく採用した方法であるが、これらの中には割引情報がリアルタイムで入手できない場合も存在する。こうしたものについては、料金表等による定価部分と前期の割引情報を用いて指数を一旦作成・公表し、当該時期の割引情報が判明した時点で、過去に遡って指数を訂正している(後述「10.(4)指数の訂正」を参照)。

している。ただし、平均価格は、取引条件や取引相手先などを固定するという条件を部分的に緩和して算出されるため、その採用に当たっては、品質一定の条件が大きく損なわれないよう、個々の案件ごとにサービスの特性や取引実態を十分検証したうえで、慎重に適否を判断している<sup>23</sup>。

実際に平均価格の採用が検討された具体的なケースを示すと、以下のとおりである。

#### サービスの個別性が極めて強い場合

サービスの個別性が極めて強い場合、調査対象となるサービス内容を細かく指定する従来型の価格調査方法では、広範に調査価格を集計しない限り、統計精度を維持することが困難である（品目「受託開発ソフトウェア」等）。

#### 個別交渉による値引きなど取引価格の多様化（一物多価）が進んでいる場合

大口取引先を中心に個別交渉による値引きが行われ、取引価格の多様化（一物多価）が進んでいる場合、取引相手先や取引条件を指定する従来型の価格調査方法では、広範に調査価格を集計しない限り、取引相手先との個別事情によって品目指数が大きく左右され、統計精度を維持することが困難である（品目「内国為替手数料」、「証券事務委託手数料」、「証券引受手数料」、品目「事務所賃貸（東京圏）」など大類別「不動産」の各品目、品目「貸切バス」、「新聞広告」、「雑誌広告」、「テレビ広告」、「労働者派遣サービス」等）。

---

<sup>23</sup> 個々の平均価格の採用に当たっては、品質一定の条件を損なわないように、以下の基準を設けて、調査価格ごとに採用の適否を判断している。

取引相手先の違いによる価格の違いが存在する場合

- ・「サービス」と「取引相手先」の双方を固定した平均価格

取引相手先の違いによる価格の違いを無視し得る場合

- ・「サービス」のみを固定した平均価格

サービスの個別性が強い代表的服务の特定が困難で、かつ取引相手先の違いによる価格の違いが存在する場合

- ・「機能・用途が類似した幾つかのサービス（サービス群）」と「取引相手先」の双方を固定した平均価格

サービスの個別性が強い代表的服务の特定が困難で、かつ取引相手先の違いによる価格の違いを無視し得る場合

- ・「機能・用途が類似した幾つかのサービス（サービス群）」のみを固定した平均価格

ただし、上記のほか、サービスの個別性が非常に強く「機能・用途が類似した幾つかのサービス群」を厳密に定義することが難しい場合に限り、同一のサービス群として括る条件を、、 のケースより若干緩めに設定しているものもある。

## スポット取引の増加などにより、代表性<sup>24</sup>のある取引相手先が存在しない場合

取引相手先を特定する従来型の価格調査方法では、特定された取引相手先との取引額シェアが当該サービスの取引額全体に対して低い場合、広範に調査価格を集計しない限り、統計精度を維持することが困難である（品目「受託開発ソフトウェア」、新規契約のみを価格調査の対象としている小類別「リース」の各品目等）。

### (6) 仮価格の利用

契約期間が四半期や半期など複数月にわたり、かつ当該期間中の価格が契約期間に入った後（ないしは契約期間終了後）に決定されるものについては、ある程度の精度を持つ「仮価格」（価格が正式に決定するまでの間、取引に使用される暫定的な決済価格）が入手できる場合、これを利用して指数を作成し、定期的な計数の遡及訂正のタイミングで決着価格ベースの指数にリバイスする<sup>25</sup>。

### (7) 価格調査の方法

月中における代表的な取引価格を翌月央に書面で調査している。なお、契約通貨が外貨建てのもの<sup>26</sup>については、外貨建て価格を調査しており、円ベース指数の作成に当たっては、当該調査価格を、契約通貨ごとの調査時点における銀行の対顧客電信直物相場（月中平均、仲値<sup>27, 28</sup>）によって、円ベースの価格に換算のうえ指数化している。また、契約通貨ベース指数については、契約通貨建て価格（円建て契約のものは円建て価格）そのものを使用して指数化（品目ウエイトは円ベース指数のものと同じ）している。

調査時点において契約がなかった場合や、調査先から回答が得られなかった場合は、原

---

<sup>24</sup> 調査対象となっているサービスの取引金額シェアが、当該マーケットや当該企業の取引金額全体の中で十分に高いこと。

<sup>25</sup> 詳細は後述「10.(4)指数の訂正」を参照。

<sup>26</sup> 具体的には、大類別「運輸」のうち、「定期船」、「不定期船」、「外航タンカー」、「外航貨物用船料」、「国際航空貨物輸送」の5品目および参考指数・輸出サービス価格指数の「外航貨物輸送」に、こうした調査価格が含まれている。

<sup>27</sup> 本邦企業間の取引であっても、商慣行上外貨建て価格により契約されているサービス（外航貨物輸送、国際航空貨物輸送等）が存在する。

<sup>28</sup> 2000年基準の2004年12月指数までは、輸出・国内取引＝外貨の買相場、輸入取引＝外貨の売相場。

則として当該価格を前月比横這いとして処理している<sup>29</sup>。なお、契約がなく、契約通貨ベースの価格（契約通貨ベース指数）を横這いとして処理した場合も、当月の為替相場の動きを一律に反映させる形で、円ベースの価格（円ベース指数）を算出する扱いとしている<sup>30</sup>。

#### (8) 調査価格数および調査先数

サービスは、物的商品（モノ）と異なり、在庫という概念がなく、地域性や個別性が強いいため、一般に「一物一価」が成り立ちにくい。このため、企業向けサービス価格指数では、企業物価指数に比べ各品目ごとに採用する調査価格数を極力拡大することで、品目全体の価格動向を指数に的確に反映できるよう努めている。2004年10月29日現在、企業向けサービス価格指数（2000年基準）の基本分類を構成する調査価格数は総計3,050、1品目当たりの平均は約28（企業物価指数では約6）である<sup>31</sup>。

品目数（A）	調査価格数（B）	B/A	調査先数 <sup>32</sup>
110	3,050	27.7	596

#### (9) 調査価格の変更

調査価格について、当該サービスの代表性<sup>33</sup>が失われた場合、取引条件が変更された場合、調査先を変更する必要性が生じた場合、等においては、直ちに調査価格の変更（銘柄変更）を行っている。その際、新・旧サービスの価格差は、以下のように処理している。その基本的な考え方は、品質の変化に相当する価格差を除いた純粋な価格の変動分のみを指数に反映させることにある<sup>34</sup>。

<sup>29</sup> 速報段階で調査先から回答が得られなかった調査価格のうち、時系列データの変動に明確な季節性がみられるものについては、その季節性を考慮した補完を実施している。

<sup>30</sup> 1990年基準指数（1994年12月以前の指数）までは、ある月に契約がなかった場合、契約通貨ベースの価格（契約通貨ベース指数）だけでなく、為替相場（従って、円ベースの価格）も前月比横這いで処理しており、厳密には1995年基準への改定前後で指数の性質が変化している。

<sup>31</sup> このほか、参考指数（輸出サービス価格指数）分として、36調査価格を調査している。

<sup>32</sup> 同一企業であっても部署が異なる場合は、各々を別の調査先としてカウントしている。

<sup>33</sup> 脚注24を参照。

<sup>34</sup> ただし、新・旧サービスの品質の比較が困難な場合は、やむを得ず「保合処理」の扱いとしている。



新・旧サービスの間には品質の相違がなかったり、あったとしても無視し得る程度に小さい場合には、両サービスの価格をそのまま接続する<sup>35</sup>（「直接比較」）。

新・旧サービスの価格差がすべて品質の相違に起因する場合は、指数水準に騰落が生じないように接続する（「保合処理」）。

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

#### (10) 品質調整方法

サービスは物的商品（モノ）に比べ品質や数量（単位）の定義が困難であるため、新・旧サービスの価格差のうち、品質の相違に起因する部分を特定するのは容易ではない。日本銀行では、「コスト評価法<sup>36</sup>」や「オーバーラップ法<sup>37</sup>」等、企業物価指数と同様の手法を用いて可能な限り品質調整を行うこととしている<sup>38</sup>。

なお、「ヘドニック法<sup>39</sup>」については、品目「電子計算機レンタル」において、パーソナルコンピュータのレンタルの対象となる機種別の品質調整に当たり、企業物価指数の品目「パーソナルコンピュータ」で使用しているヘドニック回帰式を適用している。

---

<sup>35</sup> このほか、品質に変化がなく、数量のみが異なっているケースも存在するが、その場合は、新・旧サービスの価格を単位当たり価格に換算し直して比較している。

<sup>36</sup> 品質の変更に要したコストを品質差に対応する価格差（「品質変化に見合う価格変化」部分）とみなし、価格差の残り部分を「品質以外の実質的な価格変化」として指数に反映させる方法。

例えば、パッケージソフトウェアの品質調整においては、バージョンアップに伴う品質向上が定期的発生するにもかかわらず、販売価格がほとんど変動しないため、表面価格のみの価格調査を行っても、機能向上を伴うバージョンアップによる品質向上分を指数に反映することができない。このため、調査価格の変更が機能向上を伴うバージョンアップである場合の品質調整に当たっては、バージョンアップに要した費用をソフトウェア1本あたりに換算し、コスト評価法を利用する。

<sup>37</sup> 新・旧両サービスが並行して提供されており、その価格差が安定している場合に、当該価格差を両サービスの品質差（「品質変化に見合う価格変化」部分）とみなす方法。

<sup>38</sup> 「物価指数の品質調整を巡って 卸売物価指数、企業向けサービス価格指数における現状と課題」（日本銀行 調査統計局ワーキングペーパー 01-6、2001年）を参照。

<sup>39</sup> サービス間の価格差の一部は、これらサービスの有する諸特性によって測られる品質差に起因していると考え、その諸特性の変化から「品質変化に見合う価格変化」部分を回帰方程式により客観的、定量的に推定し、残り部分を「品質変化以外の実質的な価格変化」として指数に反映させる方法。

## 9. 指数の計算

### (1) 指数の算式

調査時点ごとの各種サービスの価格を、基準年を 100 として指数化し、その価格指数を基準年に固定した金額ウエイトにより加重算術平均する「固定基準ラスパイレス指数算式」を用いている。

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

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

$p_{t,i}$  : 比較時点  $t$  におけるサービス  $i$  の価格

$p_{0,i}$  : 基準時点 0 におけるサービス  $i$  の価格

$w_{0,i}$  : 基準時点 0 における全取引金額に対するサービス  $i$  の取引金額シェア (ウエイト)

$q_{0,i}$  : 基準時点 0 におけるサービス  $i$  の数量

### (2) 指数計算方法

具体的な指数計算の方法は次のとおり (指数は小数点以下第 1 位まで表示)。まず、調査価格ごとの価格指数 (比較時価格 / 基準時価格) に各々のウエイトを乗じ、その合計値 (品目加重指数) を品目ウエイトで除して品目指数を算出する。さらに、「小類別」、「類別」といった上位段階の指数についても、同様の積み上げ計算により算出する。

なお、年間および年度間の平均指数は、月間指数の単純平均により算出している。また、指数の季節調整は行っていない。

## 10. 指数の公表

### (1) 公表スケジュール

- ・ 月間指数（速報）… 原則として翌月の第 18 営業日（ただし、月間の営業日数が短い場合には、公表日を若干繰り上げる）。
- ・ 月間指数（確報）… 翌月分の速報公表日。
- ・ 年間（暦年・年度）指数 … 暦年指数（速報、確報）は 12 月、年度指数（速報、確報）は 3 月の月間指数（速報、確報）公表時。

公表資料、詳細計数とも、公表日の午前 8 時 50 分に公表。公表日程については、「公表予定のお知らせ」および「統計・統計書の公表予定」を、日本銀行ホームページの「公表予定」（<http://www.boj.or.jp/type/schedule/index.htm>）に掲載している。

- ・ 「公表予定のお知らせ」 … 先行き 4 週間の予定を掲載。毎週末にリバイス。
- ・ 「統計・統計書の公表予定」 … 先行き 6 か月間（4～9 月、7～12 月、10～翌年 3 月、翌年 1～6 月）の予定を掲載。それぞれ 3・6・9・12 月末に公表。

### (2) 公表方法

公表資料は、日本銀行ホームページ「企業向けサービス価格指数」（<http://www.boj.or.jp/theme/research/stat/pi/cspi/index.htm>）の「公表データ」に、詳細計数は、「時系列統計データ検索サイト」（<http://www.stat-search.boj.or.jp/index.html>）に、それぞれ掲載している。また、以下の刊行物でも公表計数を掲載している<sup>40</sup>。

- ・ 『物価指数季報』 … 3 月（春号）、6 月（夏号＜増補版＞）、9 月（秋号）、12 月（冬号）の、原則として、企業向けサービス価格指数公表日から 7 営業日目に発刊。
- ・ 『日本銀行統計』 … 毎年 1 回（4 月＜予定＞）発刊。
- ・ 『金融経済統計月報』 … 毎月第 18 営業日に発刊。

---

<sup>40</sup> 各刊行物の掲載データは、日本銀行ホームページの「統計書」（[http://www.boj.or.jp/theme/research/stat/stat\\_pub/index.htm](http://www.boj.or.jp/theme/research/stat/stat_pub/index.htm)）でも検索することができる。

指数や公表資料全般にわたる照会については、日本銀行の以下の部署が対応している。

- ・ 調査統計局 物価統計担当 (03-3279-1111 内線 4073)
- ・ 情報サービス局 統計照会窓口 (03-3279-1111 内線 4628、4639)

また、問い合わせの多い質問については、日本銀行ホームページの「物価指数のFAQ」(<http://www.boj.or.jp/type/exp/stat/pi/faqprice02.htm>) にその回答を掲載している。

### (3) 指数を非公表とする場合

調査先のプライバシー保護の観点(「8. (1)価格調査の基本姿勢」を参照)から、品目指数を非公表の扱いとする場合は、原則として非公表品目と同じ小類別に属している他の1品目の指数も併せて非公表の扱いにしている。

公表可能な品目の指数についても、非公表品目に併せて非公表の扱いとするのは、非公表品目の指数のみを非公表の扱いとすると、非公表品目が属している小類別の指数と、非公表品目と同じ小類別に属している他の品目の指数によって、非公表品目の指数が逆算できてしまうためである。このため、非公表品目が属している小類別が1品目のみで構成されている場合は、非公表品目と非公表品目が属している小類別の指数を非公表の扱いとするほか、他の小類別の指数とその小類別に属している1品目の指数を非公表の扱いとするなど、調査先のプライバシーを守りつつ公表可能な計数を極力非公表としないよう配慮している。

ただし、複数調査先から3調査価格以上を調査できなかった品目についても、当該品目に属している調査価格の調査先の同意が得られた場合は、品目指数を公表している。

### (4) 指数の訂正

#### 定期遡及訂正

定期的な計数の遡及訂正は、「計数に誤りが判明したケース」、「調査先からの報告が当該月の指数作成に間に合わなかったケース」、「後決め価格」<sup>41</sup>を対象に、年2回(4、10月：

---

<sup>41</sup> 「後決め価格」とは、契約期間が四半期や半期など複数月にわたり、かつ当該期間中の取引価格が契約期間に入った後(ないしは契約期間終了後)に決定されるサービスの価格のことをいう。このうち、ある程度

3、9月速報公表時)実施している。遡及訂正の対象期間は、原則として過去1年半分としている。

ただし、「年間の契約価格の決着が後ずれした」などの場合は、1年半を超えて例外的に遡及訂正を行っている<sup>42</sup>。

#### 即時遡及訂正

「計数に誤りが判明したケース」や「調査先からの報告が当該月の指数作成に間に合わなかったケース」のうち、以下のような「影響度の大きい訂正」が判明した場合は、その事実が判明した都度、上記の定期遡及訂正とは別に、可能な限り速やかに訂正を実施する。また、訂正した計数については、ホームページへの訂正資料掲載、プレスへの訂正資料配布などを通じて公表する。

#### < 即時遡及訂正を実施する場合 >

- (a) 調査価格の遡及訂正が、総平均指数を変動させてしまう場合。
- (b) 総平均指数を変動させなくとも、調査価格の遡及訂正が個別の品目指数、小類別指数、類別指数を大幅に変動させ、統計利用者の分析に支障をきたすと判断される場合。

### 11. 接続指数

長期の時系列データを利用するニーズに応えるため、新基準指数ベースで過去に遡及した指数（接続指数）を作成している。2000年基準接続指数は、「類別」以上の指数系列について1985年1月まで遡及して作成している。

指数の接続計算は、指数系列ごとに、各基準年の新・旧指数から求めたリンク係数を用いて月次ベースで行っている<sup>43</sup>。例えば、1995年1月～1999年12月の2000年基準接続指

---

の精度を持つ「仮価格」が入手できる場合は、これを利用して一旦指数を作成・公表している（詳細については、前述「8.(6)仮価格の利用」を参照）。

<sup>42</sup> 例えば、前年1月～12月契約の価格が6月（4月の遡及訂正後）に決着した場合、次の10月の遡及訂正のタイミングで、契約の初月である前年1月まで、1年半を超えて遡及訂正を行う。

<sup>43</sup> 暦年および年度平均指数は、月間指数の単純平均により算出している。

数の算出式を示すと次のとおりである。

(リンク係数)

$$2000\text{年基準接続指数} = 1995\text{年基準指数} \times \frac{2000\text{年基準の}2000\text{年平均指数}(=100)}{1995\text{年基準の}2000\text{年平均指数}}$$

なお、指数の接続に当たっては、過去の基準指数の分類を2000年基準の基本分類に組み替えて(採用品目、ウエイトは各基準指数のものを使用)計算している。

以 上

## 過去に実施された企業向けサービス価格指数の基準改定のポイント

## 1. 企業向けサービス価格指数の分類項目数、品目数、および調査価格数の変遷

	1985年基準	1990年基準	1995年基準
大 類 別	7	8	8
類 別	15	17	17
小 類 別	29	32	39
品 目	74	89	102
調 査 価 格	2,413	2,780	2,963

(注) 基本分類指数ベース。1995年基準指数の調査価格数は、1999年11月末時点。

## 2. 過去に実施された企業向けサービス価格指数の基準改定のポイント

## (1) 1990年基準改定のポイント

大類別「諸サービス」の構成類別「リース・レンタル」を産業構造上の重要性等を勘案して、「諸サービス」から分離、大類別として独立。

1990年産業連関表におけるサービス関係部門の充実に対応して、2類別および3小類別を新設。

上記小類別の新設等に対応して、4品目を新設。

ウエイトデータ・ソースの開拓により、既往8品目を19品目に細分化。

## (2) 1995年基準改定のポイント

規制緩和や技術革新等に伴ない新サービスの登場やサービスの多様化が進んでいる「通信」分野で3品目(「ISDN」,「PHS」,「アクセスチャージ」)を新設。

「諸サービス」の5品目(「行政書士サービス」,「社会保険労務士サービス」等)の新設、および既往2品目の5品目(「弁護士サービス」,「公認会計士サービス」等)への細分化、「金融サービス」の3品目(「証券関連手数料」,「証券引受」等)の新設など、既存サービスの採用品目を拡充。

「通信」(「国内電話」,「携帯電話」等)での割引料金制度の浸透に対応した割引料金の取り込み、代表的サービスの特定が困難なものについて品質一定の条件を損なわない範囲内の平均価格の採用拡充(「自動車修理」,「労働者派遣サービス」等)など、調査価格を見直し。

契約通貨が外貨建てのサービス価格を円建て価格に換算する際の為替相場の反映方法を変更。

以 上

## 2000年基準改定のポイント

### <採用品目の見直し>

1. 変化の大きい分野を中心に、採用品目の見直しを実施。具体的には、新規品目の採用や既存品目の細分化(分割)、品目の対象範囲の拡充、品目の廃止ないし統合などを積極的に行い、近年のサービスの変化に対応した品目・分類編成に衣替えした。同時に、採用品目数を増加させることにより、公表計数を充実し、ユーザーの利便性の一層の向上を図った。
2. 2000年産業連関表(1993年改訂版日本標準産業分類がベース)をウエイト算定の基礎データとするため、分類編成の大枠は従来どおり。

### <調査価格の見直し>

3. 新規品目における調査価格の拡充に加え、従来品目として設定していたものについても、調査対象サービスを大幅に見直した。また、新たなサービスを取り込んだり、品目を細分化して公表する場合、品目指数の精度を確保する観点から、必要に応じて調査価格数を積み増した。
4. 価格の多様化が一段と進み、「実勢価格」を把握することが難しいケースが増加していることを踏まえ、割引価格を取り込むことなどにより、こうした動きに対応。

#### 類別「旅客輸送」

前売り型ゾーンボックス運賃(品目「国際航空旅客輸送」)、特定便割引運賃(品目「国内航空旅客輸送」)、回数券運賃(同)などを取り込んで調査。

#### 類別「金融」、同「陸上貨物輸送」、大類別「広告」等

料金表等による標準的な価格の調査から、可能な限り、個別の値引きなどを反映した実勢に近い価格の調査に切り替え。

5. 「代表的なサービスを特定し、取引条件や取引相手先を一定とした実際の取引価格を継続的に調査する」という原則に沿った価格調査を継続的に行うことが困難な場合、従来一部で採用していた品質一定の条件を損なわない範囲内の「平均価格」の採用の可否を慎重に検討し、その適用範囲を拡大。



## 大類別「情報サービス」

品目「受託開発ソフトウェア」において、内容が類似した開発案件（業種特定など）を一括りにした「平均人月単価」を、調査価格として導入。

## 大類別「広告」、類別「金融」等

実際の取引価格の調査が困難な場合は、次善的な対応として、品質一定の条件を損なわない範囲内での「平均価格」を検討の上、採用。

### <調査先の負担（報告者負担）に配慮した価格調査の工夫>

- 6．報告者負担軽減のため、取引実態やシステム対応に配慮した価格調査方法を採用したほか、一部の品目について、外部有料データベースを利用した価格調査を導入。

類別「海上貨物輸送」の新規品目「外航貨物用船料」において、データベースから作成した価格を調査価格として採用。

### <「速報・確報」公表方式への変更>

- 7．上記の見直し（調査価格数の積み増し・平均価格の増加）に伴い、類別によっては、従来の公表日までに調査価格を回収できないケースが増加することが予想されるため、公表日を、現行のとおり「原則として調査対象月の翌月第18営業日（ただし、月間の営業日数が短い場合などには公表日を若干繰り上げる）」としつつ、公表方式を、企業物価指数と同様、翌月の公表日に当月指数の「速報値」を公表し、翌々月の公表日に速報値をリバイスして「確報値」を公表する、「速報・確報」方式に変更。

以 上

各物価指数の対応関係

(1) 各物価指数の関係 ( 理念図 )



は、C S P I ( 企業向けサービス価格指数 )  
 は、C G P I ( 企業物価指数 )  
 は、C P I ( 消費者物価指数 )

(2) 各物価指数の対象範囲 ( 産業連関表をベースに比較 )

		中間需要			最終需要			
		第1次産業	第2次産業	第3次産業	民間消費支出	-----	輸出	輸入
中間投入	第1次産業	C G P I の対象範囲						
	製造業							
	建設							
	電力等							
	サービス	C S P I の対象範囲						
付加価値					C P I の対象範囲			

## 指数体系・分類編成・ウエイト

&lt;基本分類指数&gt;

( )内は総平均を1,000.0としたウエイト

大 類 別	類 別	小 類 別	品 目		
金融・保険 ( 50.4)	金融 ( 37.3)	金融手数料 (37.3)	内国為替手数料 ( 8.0)		
			外国為替手数料 ( 1.2)		
			預貸業務手数料 ( 4.7)		
			証券委託手数料 ( 8.4)		
			証券引受手数料 ( 2.2)		
			証券募集取扱手数料 ( 2.5)		
			証券事務委託手数料 ( 3.3)		
			代理業務手数料 ( 1.5)		
			保護預り手数料 ( 0.4)		
			保証業務手数料 ( 5.1)		
			保険 ( 13.1)	損害保険 (13.1)	火災保険 ( 3.2)
					自動車保険(任意) ( 7.4)
					自動車保険(自賠責) ( 2.0)
					海上・運送保険 ( 0.5)
事務所賃貸(東京圏) (27.7)					
不動産 ( 72.8)	不動産賃貸 ( 72.8)	事務所賃貸 (51.0)	事務所賃貸(名古屋圏) ( 4.1)		
			事務所賃貸(大阪圏) (11.3)		
			事務所賃貸(その他地域) ( 7.9)		
			その他の不動産賃貸 (21.8)		
		運輸 (193.3)	旅客輸送 ( 45.3)	鉄道旅客輸送 (19.5)	新幹線 ( 7.3)
					鉄道旅客輸送(除新幹線) (12.2)
					乗合バス ( 2.4)
				道路旅客輸送 (11.5)	貸切バス ( 1.4)
					ハイヤー・タクシー ( 7.7)
					国際航空旅客輸送 ( 5.0)
陸上貨物輸送 ( 65.5)	陸上貨物輸送 ( 65.5)	鉄道貨物輸送 ( 0.9)	国内航空旅客輸送 ( 9.3)		
			積合せ貨物輸送 ( 9.3)		
		海上貨物輸送 ( 44.4)	海上貨物輸送 ( 44.4)	外航貨物輸送 (20.7)	宅配便 ( 8.5)
					メール便 ( 0.5)
				内航貨物輸送 ( 6.1)	貸切貨物輸送 (36.9)
					特殊貨物輸送 ( 9.4)
					定期船 ( 2.4)
					不定期船 (12.0)
					外航タンカー ( 6.3)
					貨物船 ( 3.8)
					自動車航送船 ( 1.5)
					内航タンカー ( 0.8)
貨物用船料 ( 7.2)	外航貨物用船料 ( 7.2)				
港湾運送 (10.4)	港湾荷役 (10.4)				
航空貨物輸送 (4.7)	航空貨物輸送 (4.7)	国際航空貨物輸送 ( 4.0)	国際航空貨物輸送 ( 4.0)		
		国内航空貨物輸送 ( 0.7)	国内航空貨物輸送 ( 0.7)		
倉庫・運輸付帯サービス ( 33.4)	倉庫・運輸付帯サービス ( 33.4)	倉庫 ( 9.1)	普通倉庫 ( 7.2)		
			冷蔵倉庫 ( 1.9)		
		有料道路 (15.7)	こん包 ( 8.6)		
			高速自動車国道 (10.5)		
			都市高速道路 ( 3.0)		
通信・放送 ( 96.3)	通信 ( 94.2)	郵便 (14.2)	一般有料道路 ( 2.2)		
			封書 ( 8.0)		
			はがき ( 2.6)		
		固定電気通信 (52.3)	その他郵便 ( 3.6)		
			固定電話 (38.3)		
			専用線 ( 8.2)		
			固定データ伝送 ( 5.8)		
		移動電気通信 (21.5)	携帯電話 (20.9)		
			P H S ( 0.6)		
			アクセスチャージ ( 6.2)	アクセスチャージ ( 6.2)	
放送 ( 2.1)	放送 ( 2.1)	放送 ( 2.1)	放送 ( 2.1)		

< 基本分類指数 ( つづき ) >

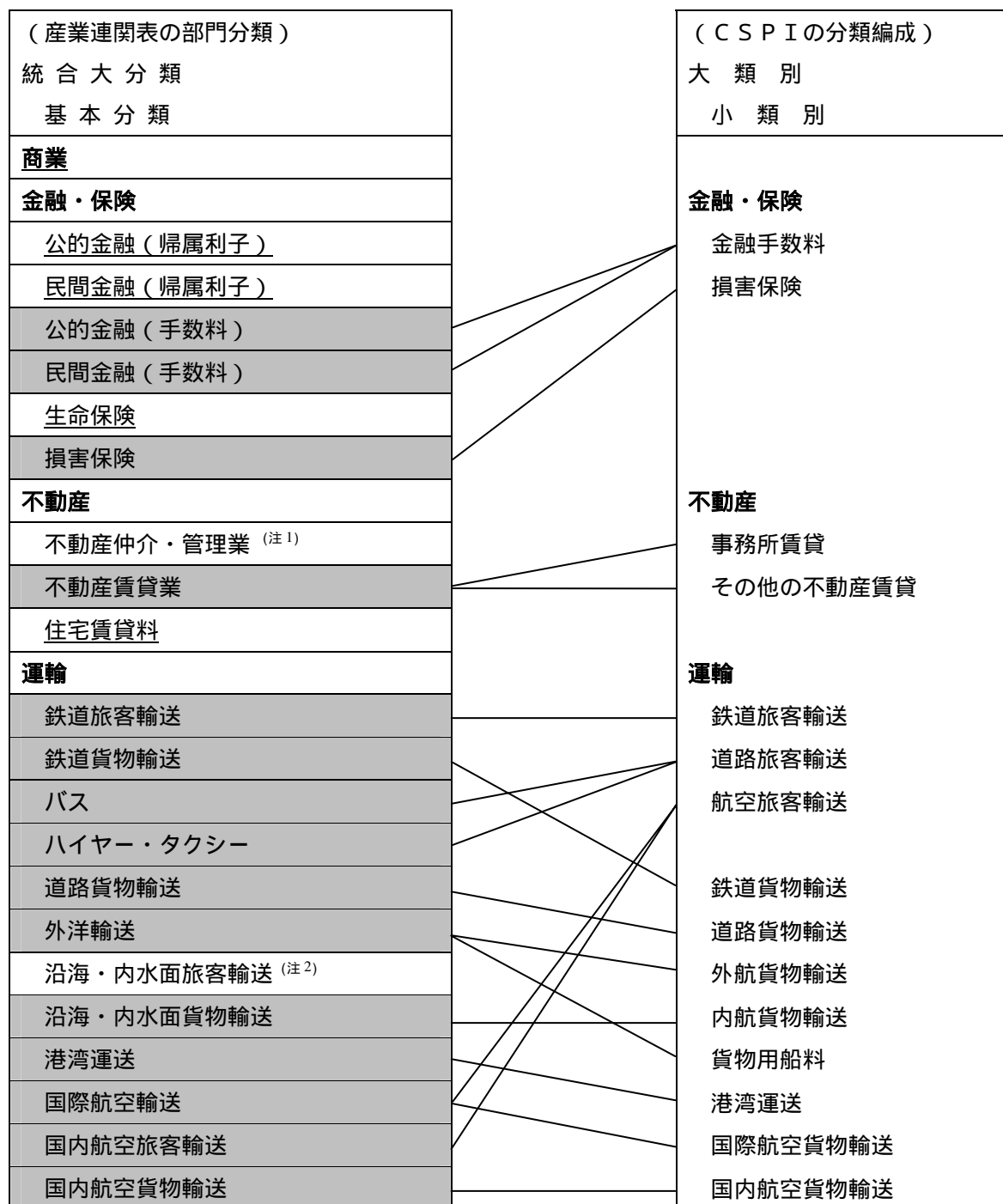
大 類 別	類 別	小 類 別	品 目	
広告 ( 74.9 )	広告 ( 74.9 )	四媒体広告 (51.9)	新聞広告 (15.8)	
			雑誌広告 ( 8.4)	
			テレビ広告 (25.6)	
			ラジオ広告 ( 2.1)	
		その他の広告 (23.0)	屋外広告 ( 2.9)	
			交通広告 ( 4.5)	
			折込広告 ( 7.8)	
			ダイレクトメール広告 ( 5.9)	
			インターネット広告 ( 1.9)	
情報サービス (106.1)	情報サービス (106.1)	ソフトウェア開発 (61.3)	受託開発ソフトウェア (44.1)	
			パッケージソフトウェア (17.2)	
		情報処理・提供サービス (44.8)	情報処理サービス (24.2)	
			システム等管理運営受託 (11.9)	
			情報提供サービス ( 4.3)	
			市場調査 ( 4.4)	
リース・レンタル ( 93.0 )	リース・レンタル ( 93.0 )	リース (77.2)	産業機械リース (10.0)	
			工作機械リース ( 1.9)	
			医療用機器リース ( 2.6)	
			商業・サービス業用機械設備 (10.1)	
			通信機器リース ( 4.5)	
			土木・建設機械リース ( 2.7)	
			電子計算機・同関連機器リース (29.5)	
			事務用機器リース ( 6.2)	
			輸送用機器リース ( 9.7)	
			レンタル (15.8)	土木・建設機械レンタル ( 9.9)
		電子計算機レンタル ( 3.7)		
		レンタカー ( 2.2)		
		諸サービス (313.2)	下水道・産業廃棄物処理 ( 26.1)	下水道 ( 7.3)
産業廃棄物処理 (18.8)				
自動車・機械修理 ( 91.1)	自動車修理 (33.4)		自動車修理 (33.4)	
			機械修理 (57.7)	
専門サービス (109.5)	法務・会計サービス (25.2)		弁護士サービス ( 3.5)	
			弁理士サービス ( 4.4)	
			司法書士サービス ( 1.1)	
			公認会計士サービス ( 3.9)	
			税理士サービス (12.3)	
			土木建築サービス (40.4)	設計監理 (21.1)
				測量 (16.5)
				地質調査 ( 2.8)
その他の専門サービス (43.9)	社会保険労務士サービス (16.8)			
	不動産鑑定評価 ( 4.4)			
	行政書士サービス (10.7)			
	土地家屋調査士サービス (12.0)			
その他諸サービス ( 86.5)	建物サービス (40.4)		清掃 (29.1)	
			設備管理 ( 6.6)	
		衛生管理 ( 4.7)		
	労働者派遣サービス (15.5)	労働者派遣サービス (15.5)		
	警備 (18.4)	警備 (18.4)		
	洗濯 (12.2)	普通洗濯 ( 5.4)		
	リネンサプライ ( 6.8)			

< 参考指数 / 輸出サービス価格指数 >

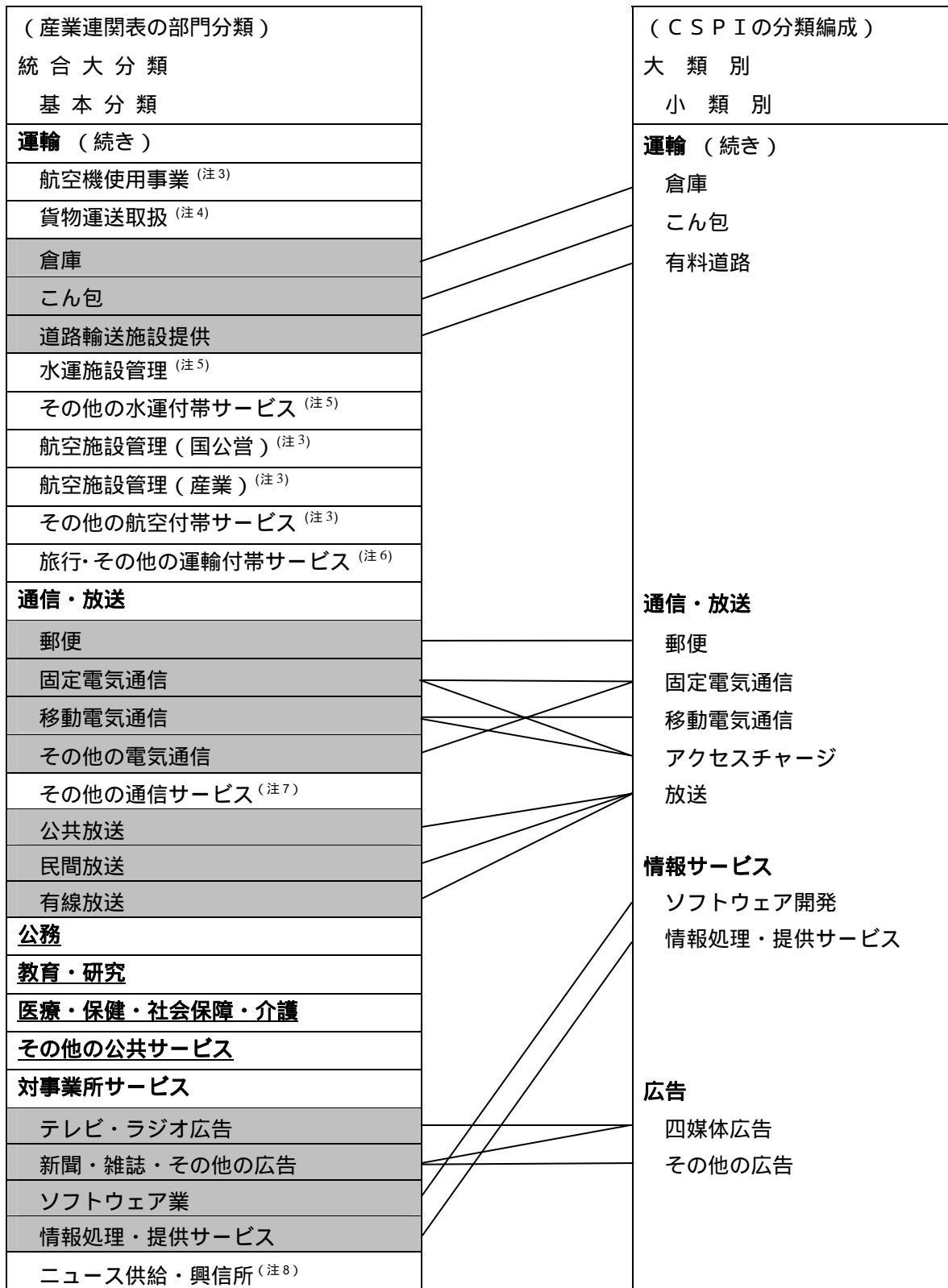
大 類 別	項 目	
運輸	輸出貨物運賃(円ベース)	外航貨物輸送
		国際航空貨物輸送
	輸出貨物運賃(契約通貨ベース)	外航貨物輸送

C S P I の分類編成と産業連関表の部門分類の対応関係 ( 2000 年基準 )

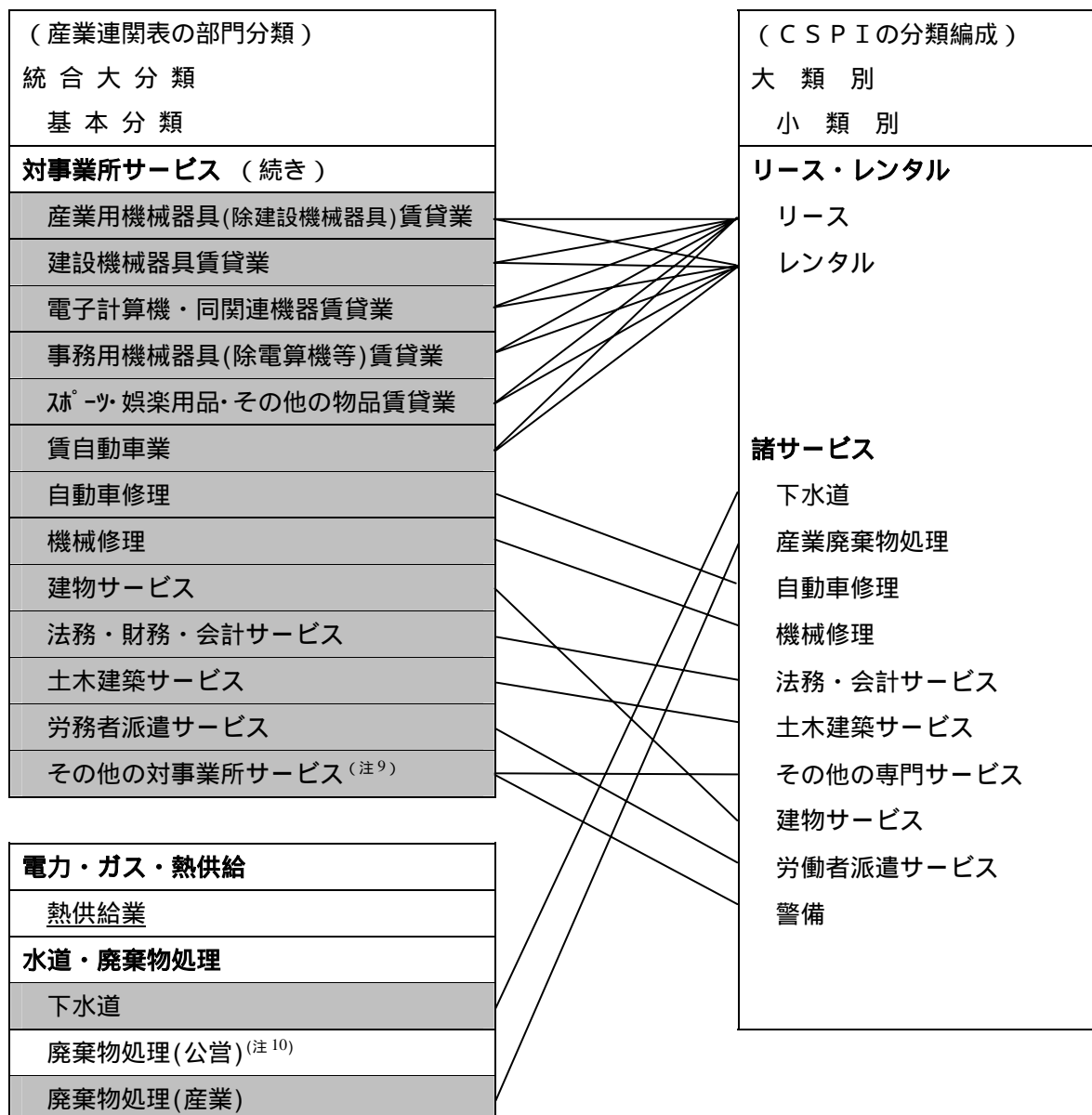
アンダーラインは、C S P I では対象外としている分類  
 (シャドウ) は、C S P I の分類編成に対応する分類



( 注 ) 1 . 類別「不動産賃貸」にインピュート。  
 2 . 類別「旅客輸送」にインピュート。



- (注) 3. 類別「航空貨物輸送」、小類別「航空旅客輸送」にインピュート。  
 4. 類別「陸上貨物輸送」、同「航空貨物輸送」、小類別「外航貨物輸送」、同「内航貨物輸送」にインピュート。  
 5. 類別「旅客輸送」、同「海上貨物輸送」にインピュート。  
 6. 大類別「運輸」にインピュート。  
 7. 類別「通信」にインピュート。  
 8. 類別「情報サービス」にインピュート。



(注)9. 小類別として採用している「その他の専門サービス」と「警備」を除外したのち、大類別「諸サービス」にインプット。

10. 品目「産業廃棄物処理」に同調。

(産業連関表の部門分類)
統合大分類
基本分類
<b>対個人サービス</b> (注11)
映画、ビデオ制作・配給業
映画館
劇場・興行場
遊戯場
競輪・競馬等の競走場・競技団
スポーツ施設提供業・公園・遊園地
興行団
その他の娯楽
一般飲食店(除喫茶店)
喫茶店
遊興飲食店
旅館・その他の宿泊所
<b>洗濯・洗張・染物業</b>
理容業
美容業
浴場業
写真業
冠婚葬祭業
各種修理業(除別掲)
個人教授所
その他の対個人サービス

(C S P I の分類編成)
大 類 別
小 類 別
<b>諸サービス (続き)</b>
洗濯

(注) 11. 小類別として採用している「洗濯」以外を、大類別「諸サービス」にインピュート。