

企業向けサービス価格指数の見直し方針

—— 次回基準改定に向けて、ご意見のお願い ——

調査統計局

(はじめに)

日本銀行では、2004 年末に公表を予定している企業向けサービス価格指数（以下C S P I）の次回基準改定（現行の 1995 年基準指数から 2000 年基準指数への移行）に向けて、目下、同指数の見直し作業を進めております。私どもでは、現行のC S P Iの一層の改善に向けて、見直すべき点がないかどうか、指数全般にわたって検討を行ってきました。その結果、今般、見直しの方向性が固まってきたことから、その内容を公表し、広く皆様のご意見をお伺いすることとしました。

つきましては、以下の見直し案をご一読のうえ、ご意見・ご提案がありましたら、本年8月29日（金）までに、下記までお寄せ頂きたいと存じます。私どもでは、頂いたご意見・ご提案を踏まえて、C S P Iの最終的な改定方針を作成し、本年末頃を目処に再度公表したいと考えております。なお、最終方針を公表する際には、本見直し案に対して、皆様から頂戴したご意見等についても、併せてご紹介させて頂く予定ですので、匿名をご希望の方は、ご意見等をお寄せ頂く際に、その旨をお書き添えください。

日本銀行調査統計局物価統計課

物価統計企画グループ

郵 送：〒103-8660

東京都中央区日本橋本石町 2-1-1

F A X：03-3277-2900

電子メール：post.rsd3@boj.or.jp

1. C S P I 次回基準改定に向けた基本方針

(1) 日本銀行におけるこれまでの取り組み

C S P I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、企業間で取引される「財」を対象とした「企業物価指数（C G P I）」と対をなしています。C S P Iは、サービスの需給動向を敏感に反映する取引価格を調査することで、景気判断等マクロの経済分析のための重要な材料を提供しています。また、品目指数など下位分類の指数はデフレーターとして、G D P統計における名目生産額の実質化にも用いられるほか、個別取引の値決めの参考指標としても用いられています（C S P Iの概要については後掲別添を参照）。

日本銀行では、こうしたニーズに応えるために1991年1月よりCSP I（1985年基準指数）の作成・公表を開始しました^(注1)。その後、1994年（1990年基準への移行）と1999年（1995年基準への移行）に実施した基準改定においては、経済・産業構造のいわゆる「サービス化」に対応して、CSP Iに採用する品目の見直し（新規採用品目の拡充、分類編成の見直し）ならびにウエイト算定年次の更新等を行いました（過去2回の基準改定のポイントは図表1参照、以下、図表については本文末を参照）。例えば、1999年に行った前回の基準改定では、「通信」、「諸サービス」、「金融サービス」といった分野の採用品目の充実を図るとともに、「通信」では各種割引を調査価格に反映させるような工夫を行いました。

（2）CSP I見直しの必要性

以上のように、日本銀行では、経済・産業構造の変化に対応してCSP Iの見直しを順次行ってまいりましたが、前回の基準改定以降、企業間のサービス取引の内容や価格設定を巡る環境は大きく変化しつつあり、物価指数においても新たな対応に迫られています。

①経済・産業構造の変化に伴う新サービスの登場や既存サービスの多様化

近年、企業間におけるサービスの取引内容には大きな変化が生じ、新サービスの登場や既存サービスの多様化が進んでいますが、以下の2つの要因が寄与しています。

その1つは、IT化・情報化に代表される情報技術革新の進展です。例えば、大類別「情報サービス」の分野では、インターネットや企業内ネットワークの利用が大企業のみならず中小企業にまで拡大するなか、企業が保有するサーバを預かり、システムの管理運営を受託するサービスが急速に成長しています。また、ソフトウェア開発においても、ソフトウェアをオーダーメイドで開発する大規模システム開発に代わり、標準化されたパッケージソフトを利用した小規模で多様なソフトウェア開発の比率が高まっています。実際、こうした流れを受け「情報サービス」の取引額は、1998年以降、急激に増加^(注2)しています。このほか、類別「通信」の分野でも、インターネット電話の登場など従来の国内・国際電話の垣根を取り払う「融合化」の動きが広まりつつあります。

第2には、規制緩和の一段の進展による影響です。1990年代以降、サービスの各分野において、経済活性化を目的に規制緩和が急速に進められ、競争激化に対応して、新しいサービスの台頭が目立っています。例えば、類別「陸上貨物輸送」の分野では、書籍、カタログなど企業発の書類送達ニーズに対応した「メール便」の市場が急速に拡大しています。このほか、「郵便」の分野における信書送達業への参入規制の緩和に伴い、民間事業者が新サービスへの参入の意向を表明しています。

②企業の価格設定行動の変化による価格の多様化

最近では、企業の価格設定行動が変化し、財

（注1）作成・公表開始時点では、四半期指数のみの公表でしたが、1993年7月指数から月次ベースでの公表に移行しました。

（注2）大類別「情報サービス」のウエイト（合計=1,000）は1995年基準では69.0となっていますが、1999年の「産業連関表（延長表）」で試算した結果、2000年基準では100を超える水準まで増加する可能性が高いと予想しています。

の分野のほかサービス分野においても、価格の多様化（一物多価）の動きが一段と進んでいます。その背景としては以下の2つの要因が影響しています。

第1には、企業間競争が一段と激化するなかで、需要家サイドのニーズの多様化に対応し、自社サービスの差別化を図り、取引相手先ごとの特徴に応じた値引きを行う動きが広がっています。例えば、航空旅客輸送では、航空各社は、航空券の有効期限、予約変更や払い戻し条件に格差を設けることで利用客の差別化を図っています。新聞広告など、広告業界でも、取引条件に応じて個別の値引きが行われています。また、不動産賃貸の分野では、需給悪化懸念が高まるなか、賃貸料の大幅な値引きなどを行い、空室率の上昇を抑制しようとの動きが目立ってきています。

第2には、規制緩和の進展に伴い、価格規制が緩和されるなど、価格自由化が一段と進んだことも影響しています。例えば、類別「陸上貨物輸送」のトラック運賃や同「旅客輸送」の航空運賃、タクシーやバス料金において、規制緩和が実施されており、これを受けて、割引運賃の拡充など価格多様化の動きが一段と広まっています。

③サービス統計の充実と調査先の皆様のご負担（報告者負担）への配慮

経済構造のサービス化に伴い、景気動向の把握などマクロの経済分析において、サービス分野の統計ニーズが一段と高まっています。しかしながら、サービス分野は財の分野と比較すると、各種統計の整備が遅れていることは否定で

きません。サービス分野における各種統計の充実に合わせて、CSP Iにおいては、価格変動の実態を迅速かつ的確に捉えていくことが求められていますし、その公表計数についてもさらに充実に図る必要があります。

一方、CSP I作成のための価格調査が、調査先の皆様のご負担（報告者負担）の上に成り立っているものであることを踏まえると、次回の基準改定においても、価格調査方法に工夫を行うことで、調査先の皆様のご負担をできる限り抑制するように十分配慮していくことが求められています。

（3）次回CSP I基準改定における基本方針

以上のような状況変化を受けて、日本銀行では、以下の方針に沿ってCSP Iの基準改定作業に取り組んでまいりたいと考えています。

第1に、**経済・産業構造の変化の影響が大きい類別を中心に、CSP Iに採用する品目の大幅な見直しを行います。**具体的には、新しいサービスの台頭に対応して、新規品目を採用するほか、調査対象となるサービスの範囲を拡充し、多様なサービスの物価指数への取り込みを図ります。併せて、既存品目の細分化を積極的に行い、よりきめ細かな品目へと変更します。以上の結果、採用品目数が増加、公表計数も拡充されることから、ユーザーの皆様の利便性を向上させることができると考えております。なお、品目・分類編成の作成に当たっては、従来と同様、ウエイト算定の基礎データとして用いる基準年（2000年）の「産業連関表」の分類に準拠^{（注3）}します。

第2に、サービスや価格の多様化に対応し、

（注3）2000年の「産業連関表」は旧日本標準産業分類（1993年10月改訂）に基づいて作成されるため、CSP Iの2000年基準指数では、2002年3月に改訂された新しい日本標準産業分類の内容は反映しないこととなります。

価格変動の実態を迅速かつ的確に捉えるため、広い範囲にわたる調査価格の見直しを行います。具体的には、最近のサービスの実態に合致するように、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ます。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ます。調査価格の内容としては、「割引価格」を取り込むなどにより価格の多様化に対処します。価格調査方法においては、従来どおり、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ことを原則としますが、原則に沿った価格調査が困難な場合は、品質一定の条件を損なわない範囲内の「平均価格」の採用などで、価格の多様化に対処します。

第3に、調査先の皆様のご負担を抑制すると
の観点から、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するほか、一部の品目につ
いて、民間の有料データベースを利用した価格
調査の導入について検討を行う予定です。

2. 採用品目の見直し

日本銀行では、これまでの基準改定において、採用品目^(注4)の見直しを積極的に進めてまいりましたが、現在の1995年基準に移行した1999年以降も引き続き、情報技術革新の進展や規制緩和の効果顕現化に伴う、新サービスの登場や既存サービスの多様化など、急速なサービスの

変化が起こっているため、既存の品目・分類編成が陳腐化しつつあるというのが実情です。こうしたことから、**次回の基準改定では、変化の大きい分野を中心に、集中的に採用品目の見直しを行う方針です。**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ます。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、ユーザーの皆様における利便性の一層の向上を図りたいと考えております。主な類別における現時点での見直し案のポイントは以下のとおりです（主な大類別または類別の品目・分類編成案は図表2を御覧ください）。

①大類別「情報サービス」

<品目の分割（既存品目の細分化）>

- ・「ソフトウェア開発」→「受託開発ソフトウェア」、「パッケージソフトウェア」
- ・「データ処理」→「情報処理サービス」、「システム等管理運営受託」

ソフトウェア開発の分野では、パッケージソフトの利用やパッケージソフトを利用したシステム開発のシェアが近年高まりつつあります。また、企業のアウトソーシングニーズに対応した、サーバなどのシステムの管理運営を企業から受託するサービス（ハウジングサービス等）が急速に成長しています。こうした状況を受けて、品目「ソフトウェア開発」を、「受託開発

(注4)「品目」はCSP Iで作成、公表している指数の最小単位です。「品目」の設定に当たっては、①官庁・業界統計の分類項目、②法的に定められている業務分野、③サービスの提供主体、いずれかの基準により、その単位を定めていますが、日本銀行独自の判断により、「品目」の単位を決定している場合もあります。

ソフトウェア」、「パッケージソフトウェア^(注5)」の2品目に、品目「データ処理」を「情報処理サービス」、「システム等管理運営受託」の2品目に細分化します。

②類別「通信」

<品目の統合>

- ・「国内電話」、「国際電話」、「ISDN」→「固定電話」
- ・「国内専用回線」、「国際専用回線」→「専用線」

<品目廃止>

- ・「ページャー」

通信分野では、目まぐるしい技術革新により、サービス内容が急激に変化していますが、特に近年では、国内・国際電話を総括した割引サービスの普及やインターネット電話の登場など、従来の枠組みでは捉えきれない「融合化」の動きが広がっています。そこで、品目「国内電話」、「国際電話」、「ISDN」を「固定電話」に、品目「国内専用回線」、「国際専用回線」を「専用線」に、品目統合することとします。この結果、類別「通信」の品目については、品目ごとの対象範囲が広がりますが、このような品目の設定は、今後の通信におけるサービス内容の

変化に対応し、調査価格を柔軟に変更できるというメリットを持っています。

なお、ページャーは、携帯電話の普及によって利用が大幅に減少しているため、品目を廃止します。

③大類別「広告」

<新規品目>

- ・「インターネット広告」

インターネットの急激な普及を受けて、取引額が急激に増加しているインターネットを利用した広告を、品目「インターネット広告」として新規に採用します。インターネット広告には、バナー広告^(注6)やメール広告^(注7)などのサービスが含まれています。

④類別「陸上貨物輸送」

<品目の分割（既存品目の細分化）>

- ・「特別積合せ貨物」、「一般貨物」→「積合せ貨物輸送」、「宅配便」、「メール便」
- 「貸切貨物輸送」、「特殊貨物輸送」

陸上貨物輸送においては、運賃規制の緩和に伴い、サービスの多様化が一段と進展していま

(注5) 品目「パッケージソフトウェア」の対象範囲には、ゲーム用ソフトウェアは含まれていません。これは、ゲーム用ソフトウェアは媒体と一体で取引されている場合が多く、サービスではなく財として捉えることが適当と考えられるためです。このため、媒体と一体で取引されているゲーム用ソフトウェアについては、企業物価指数において品目として採用しています。

(注6) 広告媒体となる Web サイトのページにおいて、旗 (banner : バナー) 型の形状で画像などを掲載する広告のことです。掲載されたバナーをクリックすることにより、広告主の指定する Web サイトやページにリンクします。

(注7) インターネットの電子メール機能を利用して送信する広告のことです。メールマガジンやメール新聞の記事の中に設けられたスペースに広告文を掲載する場合や、広告の配信を事前に承諾したユーザーのメーリングリストを利用して全文広告のメールを配信する場合などがあります。

す。こうした点を踏まえ、最近、成長が著しい「メール便^(注8)」やユーザーニーズの高い「宅配便」、「特殊貨物輸送」の価格動向が把握可能となるように品目の細分化を行います。

⑤類別「旅客輸送」

- <品目の分割（既存品目の細分化）>
- ・「鉄道旅客」→「新幹線」、「鉄道旅客輸送（除新幹線）」
 - ・「バス」→「乗合バス」、「貸切バス」
- <品目の統合>
- ・「ハイヤー」、「タクシー」→「ハイヤー・タクシー」

現行基準における品目「鉄道旅客」および「バス」の対象範囲については比較的広く設定しています。しかし、最近では、競合する交通機関との競争環境の違いなど各事業者が直面する市場環境の違いにより、同一の品目内でも、サービスごとに異なる価格動向を示す傾向^(注9)が強まりつつあります。こうした価格動向の違いをユーザーの皆様が把握できるように、品目の細分化を行うこととします。一方、品目「ハイヤー」については、取引額が僅少でかつ減少傾

向にあることから、「タクシー」と品目を統合します。

⑥類別「金融サービス」

- <新規品目>
- ・「証券委託手数料」、「証券募集取扱手数料」、「代理業務手数料」、「保護預り手数料」、「保証業務手数料」
- <品目を統合しつつ、対象範囲を拡充する品目>
- ・「振込」、「代金取立」→「内国為替手数料」
 - ・「口座振替」、「ファームバンキング」→「預貸業務手数料」
- <品目の統合>
- ・「証券代行事務」、「証券関連手数料」→「証券事務委託手数料^(注10)」
- <品目廃止>
- ・「信託報酬^(注11)」

類別「金融サービス」においては、個別サービスごとに品目範囲を設定し、現行基準では9品目を採用しています。しかし、この9品目では多様化している金融サービスの全てを網羅で

(注 8) このほか、今年より民間業者による新規参入が可能となった「信書送達」については、新規参入の民間業者の取引額を見極めながら、「郵便」の各品目において価格調査の対象としていく方針です。

(注 9) 「鉄道旅客」では、航空旅客との競争が激しい新幹線や在来線特急等の都市間輸送では、特急料金の値下げや割引切符の発売など値引きの動きが徐々に広がっている一方、大都市圏内の短距離輸送では、寡占度が高いこともあり、こうした価格競争の動きは比較的緩やかです。「バス」のうち、乗合バス（路線バス）ではやはり寡占度が高いこともあり、価格競争の動きは緩やかである一方、国内旅行と海外旅行との価格競争の激化を反映して、貸切バスの分野では価格下落が目立っています。

(注 10) 同品目を構成する事務委託サービス（証券受託・登録サービス、証券代行サービス）の属性はほぼ同一であることから、品目を統合することとします。

(注 11) 「信託報酬」については、調査対象サービスを固定した継続的な価格調査が困難であることから、2000年基準では品目を廃止することとします。

きていないのが現状です。

2000年基準改定では、こうした点を改善するため、金融機関発行のディスクロージャー誌に掲載されている取引額データをベースに、品目・分類編成を抜本的に見直します。「証券委託手数料」、「証券募集取扱手数料」など5品目を新規品目として採用するとともに、各品目の調査対象範囲を大幅に拡充して、証券関連サービスを重点に多様なサービスをCSP Iに新たに取り込むこととします。以上の結果、企業向け金融サービスのかなりの部分をCSP Iでカバーすることが可能となり、指数精度の向上を図ることができると考えられます。

⑦大類別「不動産」

<品目の分割（既存品目の細分化）>
 ・「事務所」→「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）」

現行基準における大類別「不動産」においては、事務所、店舗、ホテル、駐車場といった物件の賃貸料を価格指数として公表しています。CSP Iでは、新規契約分だけではなく継続契約分も含めた賃貸料を調査しており、新規契約

賃料のみを調査対象としている他の民間賃料統計とは異なる特徴を有しています。

これらの賃貸料については、需給構造の地域ごとの違いが短期間では解消しないために、地域別に価格動向が異なる傾向にあります。そのため、地域別の価格指数に対する高いユーザーニーズが存在します。こうした点を踏まえ、次回の基準改定では、大類別「不動産」において取引額が最も大きい品目「事務所賃貸」について、「東京圏」、「名古屋圏」、「大阪圏」、「その他地域」の4品目に細分化して、各々の品目指数を公表^(注12)して、ユーザーの利便性向上を図ることとします。

なお、次回の基準改定では、現行のCSP Iではカバーしていない金融帰属利子や商業サービスについては、引き続き指数には取り込まない扱いとします。これは、両サービスとも品質一定の条件を満たした継続的な価格調査^(注13)が実務上困難であること、金融帰属利子については、品質を一定としたサービス価格という概念になじまず、理論的にも議論の余地が大きい^(注14)こと、を念頭に置いているためです。

3. 調査価格の見直し

(1) 調査価格の見直しの基本的な考え方

CSP Iでは、品目ごとに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

(注12) そのうち、東京圏、名古屋圏、大阪圏については、現行指数においても「参考指数」として地域別指数を公表しています。次回の基準改定では、参考指数を品目指数に格上げし、同時に調査価格内容の見直し等により、なお一層の指数精度の向上を図ることとしています。

(注13) 金融帰属利子に関わるサービス価格の計測事例については、大森徹「間接的に計測される預金・貸出サービス価格の推計方法について ― 金利データを使用したユーザーコスト・アプローチによる預金・貸出サービス価格の推計とその問題点 ―」（日本銀行調査統計局ワーキングペーパーシリーズ、近刊）を参照。

(注14) 例えば、大森徹『『間接的に計測される金融仲介サービス』概念の検討』（日本銀行調査統計局ワーキングペーパーシリーズ、近刊）を参照。

実際の取引価格を継続的に調査することを原則として、調査価格を選定しています。近年、経済・産業構造の変化に伴う新サービスの台頭や既存サービスの多様化が目立つことから、各品目を構成する調査対象サービスを最近のサービスの取引実態に合致するように見直すことが、指数精度の向上のために不可欠です。このため、次回の基準改定では、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ます。具体的には、大類別「情報サービス」、類別「通信」、同「金融サービス」を中心に新たなサービスをCSP Iに取り込んでいく方針^(注15)です(図表3)。

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す方針です^(注16)。サービスは財と比較して、地域性、個別性がより強く、一物一価が成り立ちにくいいため、CSP Iでは1品目当たりの調査価格数が多いのが特徴です^(注17)。

もっとも、現在の1995年基準に移行した1999年以降、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ます。このため、以下で詳しく述べるように割引価格を取り込むことなどにより、価格の多様化に対応します。

物価指数を作成するために収集する調査価格については、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ことが原則ですが、サービスの種類によっては、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があります。こうした点に対処するため、CSP Iではこれまでも独自の工夫を行ってききましたが^(注18)、以下で詳しく述べるように、次回基準改定においては、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^(注19)」の適用範囲を慎重に検討し、可能であれば適用範囲を広げていくこととします。

なお、個々の調査価格が適切か否かは、常日頃より検討を加えていますが、これまで収集し

(注15) 類別「通信」においては、前回基準改定以降に新たに登場したサービスのうち、以下のサービスについては、調査価格の変更により、現行のCSP Iに既に取り込んでいます。

- ・品目「データ伝送」：IP-VPNサービス、広域イーサネット・サービス、ADSL接続サービス、FTTH接続サービス(いずれも2002年6月指数より採用)
- ・品目「PHS」：PHSを利用したデータ伝送サービス(2002年7月指数より採用)

(注16) ちなみに、価格の地域性、個別性が最も大きいと予想される「事務所賃貸」の各品目(東京圏、名古屋圏、大阪圏、その他地域)について、現在の1995年基準で採用している調査価格のデータから品目指数の標準偏差(調査価格指数の標準偏差/調査価格数の平方根)を試算してみたところ、指数水準で0.5~1.2程度、前年比で0.3~0.7%程度(いずれも2002年平均)に止まっており、品目の細分化を図ることが十分可能であると判断しています。

(注17) 1品目当たりの調査価格数は、1995年基準CSP Iが28.8であるのに対し、2000年基準企業物価指数(CGP I)は5.8となっています。

(注18) 価格調査方法としては、a) 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方式の採用、b) 価格調査が料率方式で行われる場合には、適当な価格指数(インフレーター)を乗じて価格ベースに変換したものを調査価格とする方式の採用、c) サービス全体の価格ではなく「人月単価」を調査価格とする方式の採用、d) 品質一定の条件を損なわない範囲内の「平均価格」方式の採用、などがあります。

(注19) 品質一定の条件を損なわない範囲内で、サービスあるいは取引条件の異なる複数の実際の取引価格を、それぞれの取引数量で加重平均した価格のこと。「月間取引金額/月間取引数量」により算出します。

てきたCSP Iの調査価格が、品質一定という条件を満たしているか、実勢を反映しているかなど、次回基準改定時の機会を捉え、改めて検証を行い、場合によっては調査価格の内容や調査方法を見直す予定です。

(2) 「割引価格」のさらなる取り込み

類別「通信」においては、価格の多様化に対応し、これまでも割引価格を反映させてきましたが、次回基準改定では、次のような類別においても、割引価格を積極的に取り込む方針です。

① 類別「旅客輸送」

類別「旅客輸送」の各分野では、同一のサービスを提供しつつも、航空券の有効期限、予約変更や払い戻し条件に格差を設けた複数の割引運賃を設定するなど、自社サービスの差別化を行う動きが目立ってきています。これは、取引条件に格差を設けることで、嗜好の異なる利用客層を差別化してサービスを供給し、運賃収入の最大化を図ることを目的としたものです。こうした価格多様化の動きに対応して、「旅客輸送」の各品目では、調査価格数を積み増しつつ、割引運賃など多様化した各種運賃を調査価格にできる限り取り込むこととします。具体的には、品目「国際航空旅客輸送」ならびに「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ボックス運賃（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、品目「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として取り込む方針です。

② 類別「金融サービス」、同「陸上貨物輸送」、大類別「広告」など

類別「金融サービス」、同「陸上貨物輸送」、大類別「広告」の各品目では、従来「料金表価格」など、実際の取引において目安とされる標準的な価格を調査価格として採用していました。しかし、規制緩和に伴う価格自由化の一段の進展や企業間競争の激化によって、近年では、取引相手先や取引条件に応じた個別の値引きが一般化し、「料金表価格」の形骸化が進んでいる場合が少なくありません。こうしたケースでは、調査先の皆様のご協力を頂きつつ、従来の調査価格に代えて、より実勢に近い価格をCSP Iに取り込むこととします。この場合には、サービス内容ならびに取引条件や取引相手先を特定した従来型の取引価格を採用することを基本としますが、そうした特定が困難な場合には、次に述べるような品質一定の条件を損なわない範囲内の「平均価格」の採用を検討します。

(3) 品質一定の条件を損なわない範囲内での「平均価格」の採用検討

CSP Iでは、指数作成開始以来、大類別「不動産」において、「継続賃料」方式^(注20)と「平均賃料（平均価格）」方式^(注21)の2つの価格調

(注 20) 調査対象のビルの中における賃貸スペースとテナント（取引相手先）を特定して、そのテナントに適用されている賃料を聴取する価格調査方式。

(注 21) 一定範囲の賃貸スペース（例えば特定のビル1棟）に入居するすべてのテナントからの賃貸料収入をその時点の実稼働床面積で割った「平均賃料」を聴取する価格調査方式。

査方法を採用してきました^(注 22)。また、1995年基準改定においては、品目「自動車修理」や「労働者派遣サービス」において品質一定の条件を損なわない範囲内の「平均価格」の導入を行いました。次回基準改定では、さらなる価格の多様化に対応するために、以下の分野において、「平均価格」の採用を検討することとします。なお、「平均価格」の採用に当たっては、従来どおり品質一定の条件が損なわれないように個々の案件ごとにサービスの特性や取引実態を検証したうえで、C S P I への取り込みの適否を判断することとします。

①大類別「情報サービス」

大類別「情報サービス」の品目「ソフトウェア開発」（次回基準では「受託開発ソフトウェア」）では、ソフトウェア開発というサービス全体の価格を直接調査することが難しいため、代替的な方法として、ソフトウェア開発に採用されるシステムエンジニア等の1人1ヶ月当たりの単価（人月単価）^(注 23)を調査しています。

従来、取引の多くの部分を占めていた大規模な開発案件は、同一の取引先で長期間継続して行われるのが通例であり、工程別に作業量（人

月）を見積もり、次に人月単価を契約して開発案件全体の価格を決定していたため、上記の価格調査方式にマッチしていました。しかし、近年では開発規模が小型化・細分化するなか、発注側の企業が中小企業も含め多様となり、開発期間も短期化しているため、継続的な取引相手先の選定が難しくなっています。また、工程別の作業量の見積もりや「人月単価」の契約がないまま、案件全体の価格が決定されるため、調査対象となる「人月単価」が存在しない事例も増加傾向にあります。

今回の基準改定では、こうした困難に対応するため、システム開発案件の受注金額（売上高）を必要な作業量（人月）で割って求められる「平均人月単価」（人月単価の「平均価格」^(注 24)）を新たな調査方式として導入する方針です。これは、受注側のシステム開発企業におけるコスト計算には、作業量の見積もりと人月単価を用いた積算が欠かせないことから、「平均人月単価」の算出が可能な点に着目したものです。もっとも、物価指数に用いるためには品質一定の条件^(注 25)が損なわれない範囲内で算出されることが必要となります。こうした条件を担保するため、内容が類似した開発案件を一括りにして、

(注 22) 「継続賃料」方式は、品質を一定とした実際の取引価格を収集するという、物価指数の原則に即したのですが、契約期間が比較的最長いため、需給の変化を反映した価格変動が調査価格に反映されるまでにタイムラグが生じるほか、需給の変化が最も反映されやすいテナント入れ替え時における賃貸料の引き下げ分を物価指数に反映しにくいという性格を有しています。これに対し、「平均賃料」方式は、需給を迅速に反映する新規契約価格を取り込むことができるほか、少数の調査価格で多数の賃貸契約をカバーできるなどのメリットがある一方、ビル1棟の賃貸スペースを同一の品質とみなしていることや、取引条件や取引相手先の違いによる価格変動が混在してしまうなどのデメリットがあります。C S P I では、個々のケースに応じ、より実勢を反映する方式を採用しています。

(注 23) ちなみに「人月単価」方式による価格調査の場合、生産性の上昇に伴って生じるサービスの物価下落は反映されないとの問題点が存在していますが、現時点ではこれに代わる有効な価格調査方法は存在しないのが実情です。

(注 24) 複数取引における「人月単価」の単純平均価格を採用することもあります。

(注 25) 調査対象が「人月単価」であるため、「当該開発案件に投入されるシステムエンジニアの平均的な質が一定である」ことが条件となります。

当該グループにおいて計算された「平均人月単価」を調査価格とすることを原則とします^(注26)。

品目「受託開発ソフトウェア」の品目指数を試算してみます(図表4)と、IT業界の業況が厳しくなった2002年入り後に指数の下落ピッチが加速しており、業界における実感と一致しています。このように「平均人月単価(平均価格)」方式の価格調査の導入により、品目「受託開発ソフトウェア」の実勢価格の把握が可能となると考えております。

②大類別「広告」、類別「金融サービス」

大類別「広告」と類別「金融サービス」については、既に述べたように、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採用することで個別の値引きをCSP Iに取り込むことを基本としますが、こうしたかたちでの価格調査が困難な場合は、品質一定の条件を損なわない範囲内の「平均価格」の採用を検討することとします。「平均価格」の調査が可能かどうかは、注意深い検証が必要ですが、「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調査する」という原則によっては、実勢価格を把握することが難しく、また、「料金表価格」による調査などの他の代替的な調査方法によっても実勢を反映することができない場合に、次善的な対応として、品質一定の条件を損なわないよう、調査対象とするサービスの内容、取引条件、取引相手先の範囲を慎重に限定したうえで、「平均価格」の調査を行う方針です。

例えば、広告の分野では、広告主の広告戦略

の変更により出稿量が短期的に大きく増減することが多いため、広告主や出稿量などの取引条件を細かく特定したうえで継続的に価格を調査することは、難しくなっています。また、広告主を特定した調査は、価格の動きが当該広告主の広告戦略という個別事情に大きく影響される等の理由で、代表的な価格を捉えにくいという問題も孕んでいます。このため、現在、やむを得ず「料金表価格」を調査している場合もありますが、こうした調査では、各種の値引きを反映した実勢価格を捉えているとは言い難いため、調査価格数を積み増すといった対応では目立った指数精度の向上は期待し難いのが実情です。このため、品質一定の条件を損なわない範囲内の「平均価格」の採用を検討します。

4. 調査先の皆様のご負担(報告者負担)に配慮した価格調査の工夫

物価指数作成の基礎となる価格調査は、ご協力頂く調査先の皆様の大きなご負担で成り立っているものです。日本銀行では、次回基準改定において、ユーザーニーズに応え、価格変動の実態を迅速かつ的確に捉えられる、さらに精度の高い物価指数へ衣替えを図りたいと考えておりますが、その際には、同時に調査先の皆様のご負担が過大なものとならないように、十分な配慮をしていく必要があると認識しています。例えば、「平均価格」の採用を検討する場合も、品質一定などの条件を吟味すると同時に、調査先の皆様のシステム対応状況にも配慮いたします。

こうしたなか、次回基準改定では、新たな試

(注26) 具体的には、a) 特定のパッケージソフトを利用する開発案件について算出された「平均人月単価」(取引相手先は限定せず)、b) 特定の企業ないし業種の開発案件について算出された「平均人月単価」などを採用する予定です。

みとして、外部有料データベースの利用を検討していきたいと考えております。こうした外部データベースを用いることで、調査先の皆様のご負担が軽減できるからです。総務省が作成している「消費者物価指数」の一部の品目では、小売店でのPOSデータを利用して価格指数を作成しています。これに対し、CSP Iにおける価格調査の対象は「企業間におけるサービス取引」であり、こうした企業間の取引価格を調査している外部有料データベースはきわめて少ないのが現状です。しかしながら、類別「海上貨物輸送」の新規品目「用船料」ならびに類別「金融サービス」の品目「証券引受手数料」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できないか、大類別「広告」の品目「テレビCM」において、放映時間や視聴率のデータを調査価格の品質調整のためのデータとして利用できないか、などについて検討の余地があると考えております。

5. CSP I 公表日程の変更

現在、CSP Iは「調査対象月の翌月21日から起算して3営業日目」に公表することを原則としています。しかしながら、次回の基準改定

において、大類別「情報サービス」を中心に、「平均価格」の採用数が増加することから、現行の公表日程までに調査価格を回収することが難しいケースが増加することが予想されます。また、現行の公表日ルールでは、月初から公表日までの営業日数（祝休日を除く日数）が毎月の曜日や祝日の構成によって変化するため、調査先の皆様からの価格回収が不安定なものになり、月によって物価指数の精度に差が生じてしまうとの問題点も生じています。

こうした状況を踏まえ、2000年基準指数への移行に先立って、2004年1月の公表日（2003年12月指数の公表日）から、CSP Iの公表日を「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）」に変更します。この変更によって、月初から公表日までの営業日数はほぼ現行に近い水準（現行と比べ平均0.7日程度遅延）を維持しつつ、同営業日数を曜日構成によらず、ほぼ一定とすることができるため、調査先の皆様からの価格回収が安定化し、指数精度も均一化すると期待できます。

この公表日程の変更について、ユーザーの皆様のご理解、ご協力を頂ければ幸いに存じます。

(別 添)

企業向けサービス価格指数の概要

1. 目的・機能

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の需給動向を敏感に反映する取引価格を調査し、景気判断等マクロの経済分析のための重要な材料を提供することにあります。また、個々の品目など下位分類の指数については、デフレーターとしてGDP統計における名目生産額の実質化にも用いられているほか、個別取引の値決めの参考指標としても用いられています。

2. 対象範囲

企業間で取引されるサービス（うち国内取引+輸入取引^(注1)）を対象範囲としています^(注2)。一方、個人向けサービスについては、指数の対象範囲に含めていません。

3. 指数体系・分類編成

基本分類指数としては、「国内+輸入」取引を対象とした指数のみを作成・公表しています。本指数は、総務省「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段階で構成しています。1995年基準指数は、8大類別、17類別、39小類別、102品目から構成されています。

このほか、1995年基準指数では分析ニーズに配慮して、以下の参考指数を作成・公表しています。

(1) 基本分類構成項目

- ① そのままでは価格とみなせない調査データ（原データ）
信託報酬（料率）、証券引受（料率）など
- ② 基本分類指数の品目をさらに細かく分類したもの
地域別の事務所賃貸料、廃棄物種類別の産業廃棄物処理

(2) 基本分類非構成項目

- 基本分類指数では対象範囲に含まれていないもの
輸出取引の外洋貨物輸送（円ベース）、同国際航空貨物輸送（円ベース）など

4. 採用品目

原則として、総務省「産業連関表」の基本分類で、基準年における中間取引額（内生部門計）が5,000億円以上のサービスを、「小類別」として採用しています。そのうえで小類別を構成する個別サービス

(注1) 「国内取引」とは、本邦企業同士の取引のこと。「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のこと。

(注2) ただし、継続的に信頼性のある価格を調査することが困難で、かつ指数に採用し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など（「金融附属利子」、「商業サービス」、「教育・研究」、「公務」など）は、指数の対象範囲に含めていません。

について、ウエイトデータが入手可能で、かつ、価格データの収集が可能なものを採用品目として選定しています。

5. 指数計算

指数の算式は、各時点（比較時）ごとに各サービスの価格をまず指数化し、その価格指数を基準時に固定した金額ウエイトにより加重算術平均する「固定基準ラスパイレス指数算式」を採用しています。

調査している価格が外貨建ての場合は、調査対象月における銀行の対顧客電信直物相場（月中平均、輸入取引＝円の売相場、輸出・国内取引＝円の買相場）を使用して、調査価格ごとに円価格に換算しています。

また、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ます。

6. ウエイト

原則として、総務省「産業連関表」の基準年における中間取引額（内生部門計）を、対応する「小類別」のウエイトデータとして使用しています。そのうえで官庁・業界統計などを用いて、これを細分化して各品目のウエイトを作成しています。

7. 価格調査方法

毎月、調査表を使用して、月中における代表的な取引価格を書面により調査しています。

品目ごとに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ことを原則としています。

8. 公表

公表周期：月次

定期的な計数の遡及訂正は年2回（4、10月：3、9月指数公表時）実施。

公表時期：調査対象月の翌月21日から起算して3営業日目

公表方法：インターネット・ホームページ（<http://www.boj.or.jp/>）

日本銀行本店情報ルーム（8:50～17:00）

刊行物等：「物価指数月報」（月刊）

「金融経済統計月報」（月刊）

「主要経済・金融データCD-ROM」（年刊）

(図表 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

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	2,939

(注) 1995 年基準指数の調査価格数は、2003 年 4 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

- ① 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。
- ② 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。
- ③ 上記小類別の新設等に対応して、4 品目を新設。
- ④ ウェイトデータ・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

- ① 規制緩和や技術革新等に伴い、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。
- ② 「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。
- ③ 「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。
- ④ 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。

(図表 2)

主な類別の品目・分類編成案

以下の表において、(新)は新規、(廃)は廃止、(分)は分割、(統)は統合、(拡)は拡充、(名)は名称変更を示します。

1. 類別「金融サービス」

▽1995年基準指数の品目・分類編成

小類別	品目
銀行手数料	振込
	代金取立
	口座振替
	ファームバンキング
	外為関連
	証券代行事務
	証券関連手数料
証券手数料	信託報酬
	証券引受

▽2000年基準指数の品目・分類編成案

小類別	品目
(統) 金融手数料	(統・拡) 内国為替手数料
	(名) 外国為替手数料
	(統・拡) 預貸業務手数料
	(廃) 信託報酬
	(新) 証券委託手数料
	(名) 証券引受手数料
	(新) 証券募集取扱手数料
	(統) 証券事務委託手数料
	(新) 代理業務手数料
	(新) 保護預り手数料
(新) 保証業務手数料	

2. 大類別「不動産」

▽1995年基準指数の品目・分類編成

小類別	品目
不動産賃貸	事務所
	ホテル
	駐車場

▽2000年基準指数の品目・分類編成案

小類別	品目
(分) 事務所賃貸	(分) 事務所賃貸 (東京圏)
	(分) 事務所賃貸 (名古屋圏)
	(分) 事務所賃貸 (大阪圏)
	(分) 事務所賃貸 (その他地域)
(分) その他の不動産賃貸	(名) 店舗賃貸
	(名) ホテル賃貸
	(名) 駐車場賃貸

3. 類別「陸上貨物輸送」

▽1995年基準指数の品目・分類編成

小類別	品目
鉄道貨物輸送	鉄道貨物
道路貨物輸送	特別積合せ貨物
	一般貨物

▽2000年基準指数の品目・分類編成案

小類別	品目
鉄道貨物輸送	(名) 鉄道貨物輸送
道路貨物輸送	(統・分) 積合せ貨物輸送
	(統・分) 宅配便
	(統・分) メール便
	(統・分) 貸切貨物輸送
	(統・分) 特殊貨物輸送

(図表2 続き)

4. 類別「旅客輸送」

▽1995年基準指数の品目・分類編成

小類別	品目
鉄道旅客輸送	鉄道旅客
道路旅客輸送	バス
	ハイヤー
	タクシー
航空旅客輸送	国際航空旅客
	国内航空旅客

▽2000年基準指数の品目・分類編成案

小類別	品目
鉄道旅客輸送	(分) 新幹線
	(分) 鉄道旅客輸送 (除新幹線)
道路旅客輸送	(分) 乗合バス
	(分) 貸切バス
	(統) ハイヤー・タクシー
航空旅客輸送	(名) 国際航空旅客輸送
	(名) 国内航空旅客輸送

5. 大類別「情報サービス」

▽1995年基準指数の品目・分類編成

小類別	品目
ソフトウェア開発	ソフトウェア開発
情報処理・提供サービス	データ処理
	情報提供
	市場調査

▽2000年基準指数の品目・分類編成案

小類別	品目
ソフトウェア開発	(分) 受託開発ソフトウェア
	(分) パッケージソフトウェア
情報処理・提供サービス	(分) 情報処理サービス
	(分) システム等管理運営受託
	(名) 情報提供サービス
	市場調査

6. 類別「通信」

▽1995年基準指数の品目・分類編成

小類別	品目
郵便	封書
	はがき
	その他郵便
国内・国際電気通信	国内電話
	国際電話
	ISDN
	データ伝送
	国内専用回線
	国際専用回線
移動通信	携帯電話
	PHS
	ページャー
アクセスチャージ	アクセスチャージ

▽2000年基準指数の品目・分類編成案

小類別	品目
郵便	封書
	はがき
	(分) 第三種郵便物
	(分) 特殊取扱通常郵便物
	(分) 小包郵便物
(名) 固定電気通信	(統) 固定電話
	(統) 専用線
	(名) 固定データ伝送
(名) 移動電気通信	携帯電話
	PHS
	(廃) ページャー
アクセスチャージ	アクセスチャージ

(図表 3)

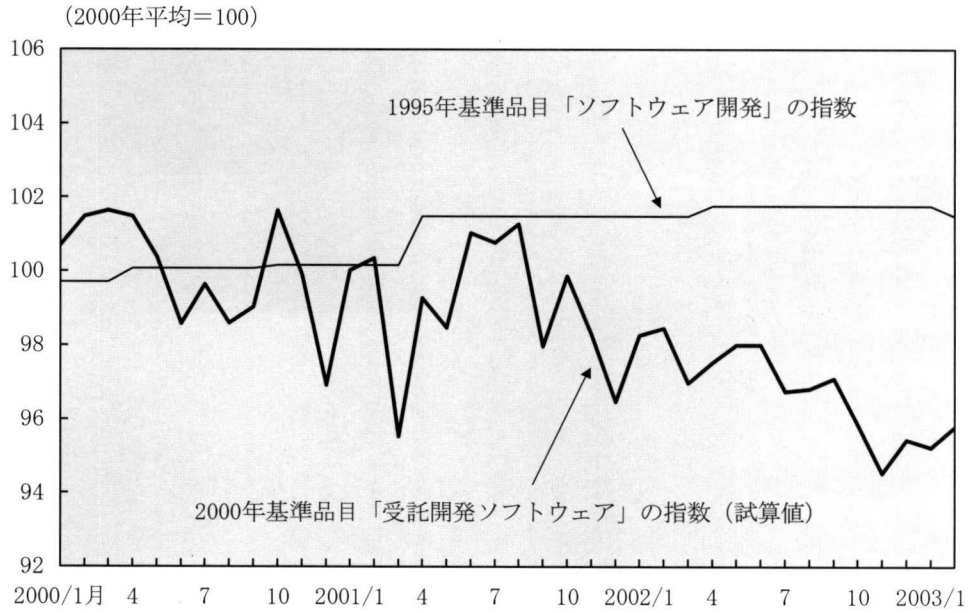
新たに調査対象とする予定のサービス

大類別・類別 品目	新たに調査対象とする予定のサービス
類別「金融サービス」	
内 国 為 替 手 数 料	仕向銀行からの銀行間手数料
証 券 委 託 手 数 料	株式の売買委託手数料
証 券 引 受 手 数 料	株式の引受手数料、公共債の引受手数料
証 券 募 集 取 扱 手 数 料	受益証券の募集の取扱手数料など
代 理 業 務 手 数 料	日本銀行代理店手数料、公金取扱手数料
保 護 預 り 手 数 料	保護預り手数料、貸金庫手数料
保 証 業 務 手 数 料	支払承諾に対する受入保証料など
類別「陸上貨物輸送」	
メ ー ル 便	メール便
特 殊 貨 物 輸 送	航空貨物の陸上輸送部分など
類別「海上貨物輸送」	
用 船 料	トリップチャーターなど
類別「旅客輸送」	
乗 合 バ ス	高速バス
貸 切 バ ス	貸切バス
類別「倉庫・運輸付帯サービス」	
普 通 倉 庫	文書・磁気テープの保管
大類別「情報サービス」	
受 託 開 発 ソ フ ト ウ ェ ア	パッケージソリューション
パ ッ ケ ー ジ ソ フ ト ウ ェ ア	業務用パッケージソフトウェア
情 報 処 理 サ ー ビ ス	アプリケーション・サービス・プロバイダ (ASP) サービス*
シ ス テ ム 等 管 理 運 営 受 託	顧客のコンピュータシステムの運用を受託管理するサービス、顧客のサーバなどをサービス提供者の施設に預かり管理するサービス (ハウジングサービス)、システムのセキュリティを管理するサービスなど
類別「通信」	
固 定 電 話	インターネット電話
携 帯 電 話	携帯電話によるインターネット接続サービス
大類別「広告」	
イ ン タ ー ネ ッ ト 広 告	バナー広告、メール広告など

* サービス提供者の電子計算機とソフトウェアを利用する権利を顧客に付与するサービス。顧客は、インターネット回線を通じてデータをサービス提供者の電子計算機に送付し、ソフトウェアを操作して自らのデータを処理します。

(図表 4)

品目「受託開発ソフトウェア」の指数（試算値）



(注) 品目「受託開発ソフトウェア」の指数は、システム開発案件の受注金額（売上高）を必要な作業量（人月）で割って求められる「平均人月単価」を含めて集計・試算しています。