

# ネット通販価格の取集及び価格指数の作成に関する分析

総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室 武井 大

総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室 今川 孝博

## 1. はじめに

近年の急速なEC（電子商取引）の拡大・変化に伴い、各小売店やネット販売専売店のホームページにおいて様々な財・サービスが販売され、消費者はインターネットを通じて購入する機会が増えてきている。このような状況のなか、総務省統計局では、物価をより適切に捉えるため、スキャナーデータやネット通販などの価格情報を日々取集し、データ分析等を行っている。

今回、ウェブスクレイピング技術（ウェブサイトから情報を抽出するコンピュータソフトウェア技術のこと）によって、新たにネット通販価格及び財・サービスの附帯情報の取集を行い、それらのデータ分析等を行うとともに、試験的に価格指数作成を行ったことから、その結果について発表する。

## 2. ネット通販価格等情報の性格

ウェブスクレイピング技術により、ネット通販価格等情報を取集した場合、以下の性格を主に内包している。

- ① ネット通販価格の場合、短期間だけの市場にある製品、市場投入と撤退を定期的に繰り返す製品など、出現と消失の可能性の高い製品が含まれるため、各製品データの時間的連続性は確保されない。
- ② ネット通販価格の場合、販売数量に関する情報はないため、消費者に多く購入される財・サービスと購入されない財・サービスの差別化が難しい。
- ③ これまでの価格情報に比べ情報量が膨大なことがメリットである一方で、不要な情報が相当量混在する。また、リソースや取集時間は限られるため、取集方法によって得られる情報が大きく異なる可能性がある。

## 3. ネット通販価格等情報の取集及び試験的な価格指数の分析

消費者が好んで購入する特定の財・サービス価格の時間的連続性を確保する従前からの方法、ネット通販価格等情報のメリットの活用及びデメリットの許容など、重視するポイントによって取集及び価格指数作成の方法が異なるものとする。

今回のデータ取集及び試験的な価格指数の作成では、以下の点を可能な限り重視している。

- ① 財・サービス価格の時間的連続性を確保すること
- ② 事前情報を用いて消費者に多く購入される財・サービスを選択すること
- ③ 多くの店舗の価格を取集すること