

第4 ウエイトの作成

1 ウエイトに採用する家計調査の項目の範囲

家計調査では、支出を以下のように分類している。

支出総額
実支出
消費支出
食料，住居，光熱・水道，家具・家事用品，被服及び履物，保健医療，交通・通信，教育，教養娯楽，その他の消費支出（諸雑費，こづかい，交際費，仕送り金）
非消費支出
直接税，社会保険料，他の非消費支出
実支出以外の支出
預貯金，保険掛金，有価証券購入，土地家屋借金返済，他の借金返済，分割払購入借入金返済，一括払購入借入金返済，財産購入，その他

消費者物価指数は、家計の消費生活に及ぼす物価変動を測定するものであるため、ウエイトに採用する家計調査の項目の範囲は消費支出に限定される。したがって、直接税や社会保険料などの非消費支出、有価証券購入や土地家屋の購入などの実支出以外の支出は含まない。

ただし、消費支出のうち次の項目については、一般に市場が存在しないこと、支払う費用と受ける対価の関係が明確でないこと、あるいは他の世帯等への所得移転であることなどの理由から、消費者物価指数の範囲から除外する。

ア 信仰・祭祀費

宗教団体への寄付金、御経料、さい銭などの信仰・祭祀費は、有形の対価がなく、金額に任意性があるため、価格をとらえることができない。

イ 寄付金

一般的な寄付金、歳末助け合い等の共同募金などの寄付金は、信仰・祭祀費と同様に有形の対価がなく、金額に任意性があるため、価格をとらえることができない。

ウ 贈与金

結納金、財産分与金、せん別、見舞金、謝礼金、心付け（チップ）などの贈与金は、所得の移転であり、財の購入やサービスを受けた対価ではない。また、贈与金は、これを受けた世帯から再度支出され、その支出先はウエイト作成の基となる支出構造で近似されると考えられる。

エ 他の負担費

町内費、町内自治会費、消防費、街灯費などの負担費は、社会生活上やむを得ない半公課的な意味を持ち、物価という概念に当てはまらない。

オ 仕送り金

遊学者などに対する教育費，下宿料，生活費などの仕送り金は，他の世帯等への所得移転であり対価ではない。

2 基本分類ウエイトの作成

(1) 家計調査市町村別ウエイトの作成

消費者物価指数で用いる市町村（以下「指数市町村」という。）のウエイトを作成する前に，家計調査の市町村（以下「家計調査市町村」という。）のウエイトを，次の手順により作成する。

ア 家計調査における品目別支出金額の消費者物価指数における品目への配分

ウエイトの作成に当たっては，家計調査における年平均1か月間の1世帯当たり品目別支出金額を用いる。なお，対象とする世帯は，農林漁家世帯を含む二人以上の世帯とする。

ただし，家計調査が収支項目分類に採用している品目（以下「家計調査品目」という。）と，消費者物価指数が採用している品目（指数品目）は内容が異なっているところがある。また，家計調査には消費者物価指数に存在しない「他の」と称する品目がある。このように，家計調査品目と指数品目は1対1に対応していないところがあるので，以下の方法により，家計調査の品目別支出金額を指数品目へ配分することとする。

なお，配分率には，全国一律のものと，都道府県別あるいは市町村別のものがある。配分の詳細は「5 家計調査品目の指数品目への分割統合」参照。

家計調査品目と指数品目が1対1で対応する場合は，そのまま配分する。

< 家計調査 >	< 消費者物価指数 >
まぐろ	まぐろ
あじ	あじ
いわし	いわし

家計調査品目に対応する指数品目がない場合，次のように指数品目に配分する。

- ・家計調査品目を代表する指数品目がある場合は，その指数品目に統合する。

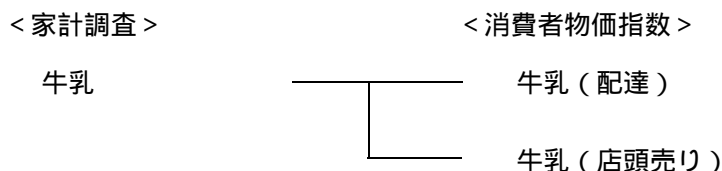
< 家計調査 >	< 消費者物価指数 >
あさり	あさり
しじみ	

- ・家計調査品目を代表する指数品目が特定できない場合は，指数の該当する類の中の各品目に比例配分¹²する。

< 家計調査 >	< 消費者物価指数 >
さしみ盛合わせ	まぐろ～えびに比例配分

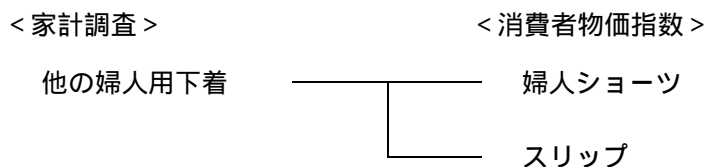
¹² 当該類内に含まれる指数品目にすでに配分された支出金額の大きさに比例して配分する。

- ・家計調査品目に複数の指数品目に対応する場合は、家計調査の特別集計や全消などの他の統計から得られる支出金額の比により配分率を求め、指数品目に配分する。

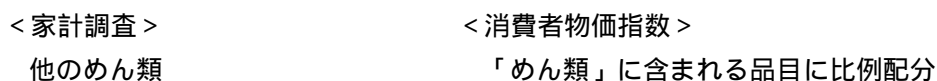


家計調査の「他の」と称する品目については、次のように配分する。

- ・家計調査の「他の」と称する品目に含まれる指数品目が複数ある場合には、家計調査の特別集計や全消などの他の統計から得られる支出金額の比により配分率を求め、指数品目に配分する。



- ・家計調査の「他の」と称する品目に含まれる指数品目がない場合には、指数の該当する類の中の各品目に比例配分する。



こづかい、つきあい費等の配分については、全消における「個人消費支出」の結果を用いて配分率を求め、指数品目に配分する。

また、国内パック旅行費については、各種統計資料等を用いて、宿泊料、交通費、食費等に分割し、それぞれ該当する類及び品目へ配分する。

イ 持家の帰属家賃ウエイトの算入

全消の「持家の帰属家賃」を基に算出した、家計調査市町村別の持家の帰属家賃ウエイトを算入する。算出方法の詳細については「付3 持家の帰属家賃ウエイトの作成」を参照。

(2) 指数市町村別ウエイトの作成

(1)で求めた家計調査市町村別ウエイトを用いて、次の手順により、指数市町村別ウエイトを作成する。

ア 家計調査市町村から指数市町村への対応

家計調査市町村から指数市町村への対応については、都道府県庁所在市、川崎市及び北九州市は、当該市をそのまま対応させるが、それ以外の市町村は、家計調査の調査世帯数等を考慮し、当該市町村が属する地方別都市階級別の平均値を対応させる。

イ 指数市町村の実態に合わせた補正

上下水道料，幼稚園保育料など一部の品目については，指数市町村の実態に合わせてウエイトの再配分等の補正を行う。

ウ 層の大きさによる調整

上記の各市町村のウエイトは，各市町村が抽出された層の大きさが加味されていないため，全国などの指数を求めるウエイトとして用いることはできない。そこで，各層の大きさ（二人以上の世帯数）に比例した係数¹³を乗じて，最終的なウエイトを作成する¹⁴。

(3) 生鮮食品の月別ウエイトの作成

生鮮食品については，品目ごとに月々の購入数量の変化が大きいため，以下のように月別にウエイトを作成する。

ア 購入数量比の算出

家計調査で得られた購入数量を用いて，品目別に年平均1か月間の購入数量に対する各月の購入数量の比率を算出する。

$$q_{im} = \frac{q_{imH16} + q_{imH17}}{2}$$
$$r_{im} = \frac{q_{im}}{\frac{1}{12} \sum_{m=1}^{12} q_{im}}$$

(r : 購入数量の年平均比 q : 購入数量 i : 品目 m : 月)

なお，購入数量は平成16年，17年の2年間の平均を用いる。

イ 月別ウエイトの算出

アで求めた品目別の各月の年平均比を，年平均の品目別ウエイトに乗じて，品目別の月別ウエイトを算出する。

$$w_{im} = w_i \times r_{im}$$

(w_{im} : 類調整前の月別ウエイト w_i : 品目別の年平均のウエイト)

¹³ 家計調査では，各層（調査市町村）の調整集計世帯数が，各層の大きさ（調査対象世帯数の大きさ）に比例したものになっているので，係数には調整集計世帯数の全国合計に対する構成比（1万分比）を用いる。

なお，家計調査市町村と指数市町村は必ずしも一致しないが，家計調査と小売物価統計調査の標本設計上，調査市町村を抽出するための層は一致している。

¹⁴ 最終的なウエイト（これを「実数ウエイト」という。）の全国値は，全国の1か月間1世帯当たり消費支出金額にほぼ等しくなっている。（ただし，計算精度等を考慮して100倍値にしている。）

また，参考として，地域別に総合を1万とした1万分比ウエイトを公表している。

ウ 類ウエイトとの調整

生鮮魚介，生鮮野菜及び生鮮果物の類ウエイトは，年間を通じ固定して用いる。しかし，イで求めた各月における品目別ウエイトの合計は，年平均から計算した類ウエイトとは一致しない。そこで，月ごとに類別の調整比を求め，これを当該月の品目別ウエイトに乗じて調整し，最終的な月別ウエイトとする。

$$w_{im}^{\prime} = w_{im} \times \frac{W}{\sum_{i=1}^n w_{im}}$$

(w_{im}^{\prime} :月別ウエイト W :上位類の年平均のウエイト)

3 財・サービス分類ウエイトの作成

基本分類の品目別ウエイトを財・サービス分類の区分により足し上げて，財・サービス分類ウエイトを作成する。

財・サービス分類については，「 1 平成17年基準消費者物価指数品目情報一覧」及び「 4 品目から類への合算表(財・サービス分類)」参照。

4 世帯属性別ウエイト及び総世帯ウエイトの作成

次の区分ごとに，全国のウエイトを作成する。

- ・勤労者世帯年間収入五分位階級別
- ・標準世帯
- ・世帯主の年齢階級別
- ・世帯主の職業別
- ・住居の所有関係別
- ・総世帯

ウエイトの作成に当たっては，家計調査における各区分別の年平均1か月間の1世帯当たり品目別支出金額を用いる。なお，家計調査品目から指数品目への配分方法及び配分率等は，基本分類の全国ウエイトと同様とする。