

消費者物価指数のしくみと見方

平成 22 年基準消費者物価指数

総務省統計局

は し が き

総務省では、物価の月々の動きをとらえるために消費者物価指数を作成し、公表しています。この指数は、消費者が購入する商品（財やサービス）の価格の動きを総合した物価の変化を客観的に表す数値として、多方面で利用されています。しかし、名前は聞くけれど、数値もよく目にするけれど、そもそも、消費者物価指数のしくみがよく分からないとか、公表される指数の動きが生活実感と合わない気がするという声も聞かれます。

この小冊子は、多くの方々に消費者物価指数を正しく理解していただくために作成したもので、指数のしくみや利用上の注意点をできるだけ分かりやすく説明するよう心掛けました。

本書についてお気づきのことがありましたら、総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室（電話(03)5273-1175）に御連絡ください。

平成 23 年 8 月

総務省統計局

目 次

1	消費者物価指数とは	1
(1)	消費者物価指数とは何か	1
(2)	消費者物価指数の利用	4
2	消費者物価指数の作り方	6
(1)	指数の作り方のあらまし	6
(2)	基準時	7
(3)	指数品目	8
(4)	ウエイト	13
(5)	価格調査	15
(6)	指数の計算	19
(7)	指数の公表	24
3	消費者物価指数の作成系列	25
(1)	平成 22 年基準消費者物価指数における主な作成系列	25
(2)	新・旧指数の接続	28
4	消費者物価指数の見方	29
(1)	消費者物価指数が表す物価の動きとは	29
(2)	変化率	29
(3)	物価の変動要因	32
(4)	指数と実感	34
付録 1	地域区分	37
付録 2	基本分類一覧(10大費目及び中分類)	38
付録 3	財・サービス分類一覧	39

付録 4	指数品目及びウエイト一覧（平成 22 年基準指数，全国）	40
付録 5	平成 22 年基準指数改定品目一覧	52
付録 6	消費者物価指数の閲覧及び入手先	55

1 消費者物価指数とは

(1) 消費者物価指数とは何か

個々の商品の価格変化を総合したものが物価指数です

私たちは日常生活で様々な商品（財やサービス）を購入しています。例えば 豚肉 100g 230 円、キャベツ 1 kg 150 円、ブラウス 1 枚 6,500 円、映画観覧料大人 1 回 1,800 円、理髪料大人 1 回 3,500 円といった具合です。これらの商品の価格は、高くなったり安くなったりいろいろな動きをします。そこで、平均的な価格変化、すなわち物価の動きをみるには、たくさんの商品の価格の変化を総合してみる必要があります。

物価の動きをある時点と比べて比率のかたちで表した数値が物価指数です

物価が上がった又は下がったというとき、例えば、昨年と比べて、あるいは先月と比べてどうかというように、ある時点と比べて考えています。そこで、物価の動きは、比較の基準となる時点を決めて、その時の物価に対してどの程度上昇（又は下落）したかを比率のかたちでみることにします。そして、物価を比率で表したものを物価指数といいます。物価指数は、物価の動きを主観的な感じ方ではなく、より客観的な方法で、しかも分かりやすい数値として表したものです。ちょうど、温度計が日々の暑さ寒さを測るように、物価指数は物価の動きを測る物差しの役目を果たしています。

物価指数には、商品の流通過程に
応じて企業物価指数、消費者
物価指数などがあります

物価を問題にするとき、私たちは
たくさんの商品の価格を対象に考
えています。しかし、商品の価格には、
生産者が出荷するときの生産者価格、

卸売業者が小売店などに販売するときの卸売価格、小売店が消費者に販売するときの小売価格など、商品の流通過程に応じていくつかの段階があります。それぞれの段階で取引される商品は、例えば、生産者の出荷や卸売の段階では製品を作るための原材料や工作機械を含んだりしますので、一般の消費者が購入する商品とはその範囲が異なっており、価格の動き方は必ずしも同じではありません。したがって、物価の動きはそれぞれの段階ごとにとらえることが必要です。我が国では、企業間で取引される財の価格に焦点を当てた企業物価指数や、小売段階の財及びサービスの物価の動きを示す消費者物価指数が作成されています。また、企業間で提供されるサービスの物価変動をとらえる企業向けサービス価格指数も作成されています。

生産者の出荷若しくは卸売段階
における財の物価の動きは企業
物価指数（CGPI）でみます

企業物価指数は、会社や工場、
商店など企業相互間で取引される
財の価格変動を総合的にとらえよ
うとするものです。ですから、こ

の指数で調べる財は農林水産物（生鮮食品を除く。）や工業製品だけでなく、鉄鉱石、原油など製品を作るための原材料や、旋盤、プレス機械などのような工作機械も含まれています。

企業物価指数は日本銀行で作成されており、C G P I (Corporate Goods Price Index) と略称で呼ばれています。

小売段階の物価の動きは消費者物価指数 (CPI) でみます

これに対して消費者物価指数は、日常生活で私たち消費者が購入する商品の価格の動きを総合してみようとするもので、私たちが日常購入する食料品、衣料品、電気製品、化粧品などの財の価格の動きのほかに、家賃、電話代、授業料、理髪料などのようなサービスの価格の動きも含まれます。

このように、消費者物価指数と企業物価指数とは、調査品目の対象範囲や調査する価格の取引段階が異なりますので、二つの指数の動きを比較する際は、対象品目を合わせるなどの注意が必要です。

消費者物価指数は総務省統計局が作成しており、C P I (Consumer Price Index) と略称で呼ばれています。

消費者物価指数は昭和 21 年 (1946 年) から作成しています

消費者物価指数の歴史は古く、第二次世界大戦直後の昭和 21 年 (1946 年) に初めて作られ、当時の激しいインフレーションを計測するのに使われました。その後も日本経済の「体温計」の一種として、重要な役割を果たしてきています。

(2) 消費者物価指数の利用

経済施策への利用

消費者物価指数は、国や地方自治体の経済施策などにとって大変重要な指標となっています

政府は毎年目標を立てて経済施策を実施しますが、この中でも消費者物価の安定が中心的な課題の一つとなっています。また、金融

政策を決定する際の重要な判断材料のひとつにもなっています。さらに、国や地方自治体の消費者行政などにも広く活用されています。

実質化のためのデフレーター

消費者物価指数は、家計収支や賃金などの実質化のためのデフレーターに利用されています

異なる時点の経済活動を比較するとき、物価の変動による名目の値の変動を取り除いて、実質的な動きを算定する必要があります。実質の値

は、名目の値を価格変化を表す物価指数で除することによって求められ、この際に使う物価指数をデフレーターと呼びます。消費者物価指数は、物価動向をみるばかりではなく、家計収支や賃金などの実質化のデフレーターとして利用されています。

各種法令における利用

消費者物価指数は、公的年金の給付額などを物価の動きに応じて改定するための算出基準となっています

厚生年金，国民年金などの公的年金の給付水準は，前年の消費者物価指数の変化率を基準のひとつとして調整されることが法律で定められています。

これは，消費者物価指数が，消費者が購入する各種商品の価格変化を総合したものだからです。

2 消費者物価指数の作り方

(1) 指数の作り方のあらまし

ある基準となる年に家計で購入した種々の商品を入れた大きな買物かごを考え、この買物かごの中と同じものを買いきろえるのに必要なお金がいくらになるかを指数のかたちで表すのが消費者物価指数です

消費者物価指数は、世界の多くの国でほぼ同じ作り方をしています。多くは約 140 年前にドイツのラスパイレスという経済学者が考案した計算式によっています。この作り方は、簡単にいえば次のような方法です。

指数の基準時である平成 22 年の 1 年間に、私たちが実際に買った商品を調べて、これらをすべて大きな買物かごに入れます。例えば、月平均にすると、米 8 kg、牛肉 600g、トマト 970g、ビール(350ml)8 缶、電気代 400kWh、ブラウス 1 枚、革靴 1 足、ビタミン剤 1 箱、バス代 4 回、新聞代、月謝、家賃……というようになります。

これらを買うのに全部で 30 万円かかったとします。次に、同じものを翌年 23 年に買ったとしましょう。買物かごの中身は同じですが、個々の商品の値段は上がったり下がったりしていますので、この買物をするための費用は前年と同じではありません。仮に 31 万円だったとすると、物価が上がったことによって前年に比べて 1 万円多くかかったこととなります。買物かごの中の商品全体の値動きを指数化してみましょう。22 年の 30 万円を 100 とすると、23 年の 31 万円は、比例計算で 103.3 となります。これが 22 年を基準とした 23 年の消費者物価指数です。

つまり、消費者物価指数とは、私たちの暮らしに必要な商品（財やサー

ビス)を買物かごに入れて、その買物かご全体の費用が物価の動きによっていくらに変わったかを指数で表したものと いえます。

(2) 基準時

比較の基準となる年(基準時)に買物かごの内容を固定して、月々の費用の変化を測定します

物価指数は、ある基準となる時点の物価を 100 として、その時々物価を比較計算した数値です。

まず、比較の基準となる年(基準時)を定めます。次に、この基準時の買物かごの内容に基づいて買物かごの中に入れる商品とその数量を決め、その時の費用を 100 としてその後の変化を指数で表します。この買物かごの中の商品や数量をその都度変えたりすると、費用の変化が、価格が動いたためなのか、買物かごの内容が変わったためなのか、はつきりしなくなります。そこで、買物かごの内容を基準時に固定して、物価の変化だけを測れるようにしています。

基準時を 5 年ごとに改定し、買物かごの内容が物価の動きを正しく反映するようにしています

しかし、時間と共に消費生活の内容が変化しますので、いつまでも買物かごの内容を固定しておく、現実を買う個々の商品の数量や購入する商品そのものが違ってくるため、物価指数が

現実の物価の変化を正確にとらえなくなってしまうおそれがあります。そこで、時々買物かごの内容を変えなければなりません。

現在は、消費者物価指数やその他各種の経済指数は、西暦年の末尾が 0

と5の年を基準時として、5年ごとに改定（基準改定）することとしています。

（3）指数品目

買物かごに入れる品目は、「家計調査」で消費者が実際に記入した家計簿を集計した結果をもとに選び、選んだ商品を指数品目と呼んでいます

このように消費者物価指数は、買物かごの内容全体の購入費用を比較するものですから、買物かごの中にどのような商品（財やサービス）を入れるかということが重要な問題のひとつになります。もちろん、消費者が購入する

すべての商品を網羅すれば、それに越したことはありませんが、それは現実には不可能なことです。そのため、家計の上で重要度の高い商品を代表として選び、その価格を調べることにしており、選定した商品を指数品目と呼んでいます。

消費者物価指数は、私たちの家計に直接影響する物価の変動をできる限りの確にとらえようとするものですから、私たちが購入するいろいろな商品の中から、重要度の高いものを適切に選ばなければなりません。指数品目を客観的に適切に選ぶために、「家計調査」で消費者が実際に記入した家計簿の集計結果を基に、支出額の多い品目を選んでいきます。

「家計調査」は、全国の世帯の家計の実態を明らかにする調査です

家計調査は、統計法(平成19年法律第53号)に規定されている「基幹統計調査」の1つで、総務省が実施している調査です。全国の世帯の家計

の実態を明らかにする調査です。

この調査は、全国の市町村の中から 168 市町村を調査市町村として選定し、調査市町村から調査地区を、調査地区から調査世帯を、それぞれ無作為に選定します。このように選定された約 9,000 世帯に毎月家計簿の記入を依頼し、毎日の収入と支出が一つ一つ記帳されるという詳細なものです。

指数品目は、家計の消費支出の中で重要度が高いもの、価格変動を代表できるものを選びます

指数品目には、消費生活の上で重要な商品（財やサービス）を偏らないように選ばなければなりません。

このため、家計調査の結果（1世帯当たりの平均）を基に、家計の消費支出の中で支出額の大きな品目を、例えば、米、パン、牛乳、卵、冷蔵庫、背広、セーター、電気代、電話通信料、ゴルフプレー料金というように選んでいきます。支出額の極めて小さい品目は、その値動きが他の品目で代表されると考えて選びません。

なお、消費支出額の中でその品目の支出額がどれだけの割合かを示している数字を、その品目の**ウエイト**（13 頁参照）といいます。

指数品目を選ぶ場合のもう一つの重要な点は、同じ種類の商品の値動きに対して代表性のある品目を選ぶということです。このため、多種多様の商品の中から同じ種類の商品の値動きを代表できるもの、しかも価格を調査するためにこれらの商品の特性を指定し、毎月続けて調査できるものを選びます。例えば、食料品のうち大豆加工品類を例にとると、大豆を原料として調理された多種多様な製品がありますが、この中から支出額が多い「豆腐」、「油揚げ」、「納豆」を大豆加工品の値動きを代表するものとして選んでいます。また、洋傘には、男性用、女性用、子供用などいろいろな

種類がありますが、これらの値動きはほぼ同じと考えられるので、「男子洋傘」を代表的なものとして選んでいます。

なお、同種類の商品の中から代表的なものを取り出して指数品目としていたので、指数計算の過程では、例えば、男子洋傘には、傘全体のウエイトを持たせるといようにしています。

直接税や土地購入などは指数品目に含めません

指数品目の範囲は、家計で消費する商品(財やサービス)に対する支出(消費支出)を対象としています。したが

って、所得税、住民税などの直接税や社会保険料などの支出(非消費支出)は指数品目に含めません。また、預貯金、積立型型の保険掛金、有価証券購入、土地や住宅購入などの支出(貯蓄及び財産購入のための支出)も含めません。これらのうち、例えば、貯蓄は将来のために蓄えるもので、貯蓄された段階では消費のために支出したとはみられません。また、土地や住宅の購入などの財産購入も資産が増加したという見方から、そのままでは消費者物価指数の対象に含めないこととしています。

なお、消費税などの間接税は、消費支出に含まれているので、商品の価格の一部として消費者物価指数に含めています。

持家の住宅費用は、世帯が自己所有の住宅から家賃相当額（持家の帰属家賃）のサービスを購入しているとみなして対象に含めます

ところで、住宅や土地の購入費は消費支出ではないことから指数品目を含めていませんが、持家に住んでいる世帯（持家世帯）は、自己が所有する住宅からのサービスを現実を受けていることは確かです。そこで、何らかの方法で持家世帯の住宅費用を測れないかという問題がでてきます。

持家世帯が住んでいる住宅を借家だと仮定すれば、そのサービスに対し当然家賃を支払わなければなりません。そこで、持家の住宅から得られるサービスに相当する価値を見積もって、これを住宅費用とみなす考え方が成り立ちます。このような考え方に基づいて、持家の住宅を借家とみなした場合に支払われるであろう家賃を指数品目に含めています。その家賃を「持家の帰属家賃」と呼んでいます。

指数の計算に当たっては、総務省で実施している全国消費実態調査（統計法（平成 19 年法律第 53 号）に基づく基幹統計調査）結果の持家の帰属家賃額を基に、住宅の構造及び規模ごとにウエイトを求め、それに対応する持家の帰属家賃の動きは、小売物価統計調査（統計法（平成 19 年法律第 53 号）に基づく基幹統計調査）で調査している民営借家の家賃の動きを用いています。

このように、消費者物価指数には、土地や住宅の購入費そのものは含めていませんが、帰属家賃方式により持家世帯の住宅費用を算入しています。

指数品目は、家計の消費支出の実態を十分に反映できるように588品目を選んでいきます

このようにして、平成22年基準の消費者物価指数では、22年の家計調査の結果を基に、家計の上で重要な商品(財やサービス)として選定した587品目

に「持家の帰属家賃」1品目を加えた588品目(沖縄県のみで調査する5品目を含む。)を指数品目として採用しています。この品目の中には、食パンや生鮮野菜などをはじめとした食料品、衣料品、エアコン・テレビ・パソコンのような家電製品、電気・ガス代などの財のほか、家賃、電話通信料、診療代、外食、授業料、クリーニング代、レンタカー料金、人間ドック受診料などのサービスも含まれています。指数品目の内訳については、付録4「指数品目及びウエイト一覧(平成22年基準指数、全国)」を参照してください。

基準時より後に急速に普及し、家計の上で重要となった商品を指数品目に追加できるようにしています

消費者物価指数は、固定した買物かごの内容の購入費用を比較していますが、最近の情報通信技術などの発達から生まれる商品は、数年で急速に普及し、家計の上で重要になる可能性があります。

そこで、基準時より後に急速に普及し、消費支出に一定の割合を占めるに至った新たな商品(財やサービス)が現れた場合には、その商品の価格変動を迅速に消費者物価指数に取り入れるようにするため、次の基準改定を待たずに指数品目の見直しを行えるようにしています。

平成 22 年基準の消費者物価指数では、指数に採用する品目は合計で 588 品目ですが、このくらいの数で十分かどうか、もっと多く採用したらよいのではないかと疑問が生じるかもしれません。しかし、さらに指数品目を増やしても、重要度の低い、指数の計算上ウエイトの小さな品目が増えるだけです。総合指数にはほとんど影響が出てきません。例えば、家計の消費支出全体の中から支出額の多い品目順に並べてみると、上位 300 品目で全体の支出金額の約 90% を占めています。

(4) ウエイト

個々の商品（財やサービス）の値動きを総合するときには、家計の消費支出金額に占めるその商品の割合に応じて、重み（ウエイト）を付けます

消費者物価指数は、家計上重要な商品をひとつの買物かごに入れて、その買物かご全体の費用が物価の変化によって、いくらに変わったかを測定するものである、と前に説明しました。これは、見方を変えれば、買物かごの中

に入れたいろいろな商品の値動きを、家計の消費支出全体に占めるそれぞれの支出金額の割合（重み：ウエイト）を加味して総合し、全体の物価の変化を測ることと同じになります。

このウエイトを加味するということの意味を、簡単な例で説明しましょう。例えば、米、牛肉及びカレー味の 3 品目によって物価指数を作成するとします。今月の価格が基準時に比べて、米が 20% 値下がりして、基準時の 100 に対して 80 に、一方、牛肉は 20% 値上がりして 120 に、カレー味も 15% 値上がりして 115 になったとします。これを単純に平均すると、

$$\frac{80 + 120 + 115}{3} = 105$$

となり、基準時の 100 に対して 5 % 上昇したと計算されます。しかし、家計の消費支出上、この 3 品目に対する重要度は必ずしも同じではありません。この 3 品目の支出金額の割合が、米 6、牛肉 3、カレーうどん 1 であったとします。そこでこれらの値段の動きを、ウエイトを加味して計算すると、

$$\frac{80 \times 6 + 120 \times 3 + 115 \times 1}{6 + 3 + 1} = 95.5$$

となります。単純に計算した場合に比べてウエイトの大きさが反映され、4.5% の下落になりました。このような計算方法を、各品目の全体に占める割合を加味する、つまり、ウエイトを付けて平均するといい、統計の用語では加重平均するといいます。

ウエイトは、家計調査による品目ごとの支出金額から計算されます

消費者物価指数では、このウエイトを、家計調査の結果を基にして次のように計算しています。

まず、平成 22 年 1 年間の消費支出金額から、世帯で購入した個々の品目ごとに、いくら支出したかを調べます。次に、消費支出金額全体に対してどのくらいの割合を占めているかを計算し、これを個々の品目のウエイトとしています。このように計算した品目

別のウエイトを、付録4「指数品目及びウエイト一覧(平成22年基準指数, 全国)」に掲載しています。掲載しているウエイトは、消費支出金額全体を10,000としており、例えば、うるち米は72、食パンは23、牛乳(店頭売り)は41、鶏卵は22、みそは9、電気代は317、固定電話通信料は93、携帯電話通信料は215などとなっています。

なお、各品目のウエイトは、家計全体の消費支出額を漏れなくとらえるため、2-(3)の「指数品目」(8頁参照)のところで説明したように、例えば、男子洋傘のウエイトは、男子洋傘だけでなく、傘全体に対する支出額を割り当てています。このように各指数品目のウエイトは、同種類の商品を代表するウエイトとなっています。

また、各指数品目のウエイトは、年間の各月を通じて同じウエイトを用いています。しかし、生鮮魚介や生鮮野菜、生鮮果物のように季節によって出回り状況の著しく異なる商品については、世帯における月々の支出額が大きく変化するので、月によって異なったウエイトを用いています。このため、これらの商品、例えば、かつお、トマト、みかんのような品目については、月別の安定したウエイトを得るために、平成21年と22年の月別購入数量を基にして、月ごとに異なるウエイトを作っています。

(5) 価格調査

指数品目については調査する銘柄を定めて、毎月同じ銘柄のものを調査します

指数品目として選んだそれぞれの品目について、毎月同等の商品の価格を調査できるように、調査する商品の機能、規格、容量などの特性を規定して

います。このような規定を銘柄と呼んでいます。銘柄をきちんと定め

で調査すると、商品の値動きが本当にあったために価格が変わったのか、それとも調査する商品の種類や機能などが先月と今月で異なったために価格が変わったのかが分からなくなるからです。そこで、それぞれの指数品目について調査する銘柄を定めて、毎月同じ銘柄のものを継続的に調査することにしています。

調査銘柄は指数品目の価格変動を代表するものです。したがって、その選定に当たっては、市場に出回っている多くの商品の状況を調べたり、業界の資料などを参考にしたり、専門家の意見を聴いたりして、全国の消費者が最も多く購入しているとみられる商標や商品の特性を規定し、これを基本銘柄として調査しています。例えば、チョコレートは『板チョコレート、58g、「明治ミルクチョコレート」又は「ロッテガーナミルクチョコレート』、ノートブックは『学習・事務用、普通ノート、〔サイズ〕6号(179mm×252mm)、罫入り、中紙枚数30枚』というように基本銘柄を定めています。

地域によっては、基本銘柄の出回りが少なかったり、基本銘柄が地域の価格の動きを代表するのに不適切であったりする場合があります。このような場合には、機能、規格、容量などが基本銘柄に最も近く、かつ、その地域において価格の代表性があり、継続的に調査できる銘柄を調査銘柄として設定し、調査することにしています。

個々の商品の価格は、小売店などが消費者に販売又は提供している実際の価格を調査しています

商品の価格は、それぞれ流通の段階によって違います。野菜や果物ならば、農家が自分の家で直接消費者に販売するときの価格もあれば、中央卸売市場での仲買人のせり値もあり、青果店の

小売値もあります。エアコンや冷蔵庫などの家電製品も、メーカーで製造されてから、それぞれの販売会社を経るなどして小売店に流れ、流通段階ごとに違った価格で取引されています。このようないろいろな流通段階の価格のうち、消費者物価指数では、実際に小売店などが消費者に販売又は提供している価格を採用しています。

この価格は、家計調査と同様に国の重要な統計調査であり、総務省が実施している小売物価統計調査によって店頭で調査しています。なお、パソコン（デスクトップ型とノート型）とカメラについては、技術革新が著しく、市場での製品のライフサイクルが極めて短いため、店頭で同一銘柄の価格を取集する方法では同品質の製品を継続的に調査することが困難です。そこで、これら3品目の指数の作成においては、全国の主要な家電量販店で販売された全製品のPOS情報^注による販売価格、販売数量などを用いています。

常に商品の市場における出回り状況などを把握し、必要に応じて調査銘柄の変更を行っています

調査銘柄を長期間固定しておく、商品の出回りが変化し、価格変動を代表しなくなるおそれがあります。このため、定期的に商品の市場における出回り状況を調べたり、メーカーや業界

などにおける製品の製造や出荷状況に関する情報を把握したりして、現行の調査銘柄が品目の価格変動を代表するものであるかどうか常に確認しています。その結果、必要に応じて調査銘柄を変更します。例えば調査銘柄が製造中止になって後継の新製品が発売されるなど、出回りが急速に変化する場合は、調査銘柄の変更を行い、新製品を迅速に取り入れるようにしています。

なお、消費者物価指数は純粋な価格の変化をとらえることを目的としていますので、調査銘柄を変更する場合には機能や品質の違いによる価格の変化分を調整するようにしています。

注) パソコン販売店などのレジで商品のバーコードを読み取りながら収集される販売価格及び販売数量データを基にした情報。

小売価格は、小売物価統計調査によって毎月調べています

小売物価統計調査は、全国の市町村から 167 市町村を選び、さらに商業集積地区の分布状況を参考に調査地区を設定し、その中で品目ごとに販売量の多い代表的な小売店を調査店舗としています。調査店舗の数は全国で約 2 万 7 千店、調査する価格の数は毎月約 22 万にのぼります。また、小売店のほかに民営借家の家賃を調べるために、全国で約 2 万 6 千世帯を選んでいきます。

価格調査は毎月、その月の 12 日を含む週の水曜日、木曜日又は金曜日のいずれか 1 日に行われます。ただし、魚介、野菜、果物の生鮮食品及び切り花のうち、日ごとの価格の変化が大きい品目については、その月の価格を正確に把握するために、毎月 5 日、12 日、22 日を含む各週の水曜日、木曜日又は金曜日のいずれか 1 日に行われ、各調査日とその前日及び前々日

の3日間の価格を調べ、そのうちの中値をとります。

調査する価格は、希望小売価格や正札の価格ではなく、その店で実際に販売している平常の消費税込み小売価格です。また、一時的に安売りしているような特別の価格は調べません。

(6) 指数の計算

消費者物価指数は、ラスパイレ式という計算式の考え方によって作られています

これまでは、消費者物価指数の基本的な事柄、すなわち基準時、指数に採用する品目、各品目のウエイト、調査する価格について順を追って説明して

きました。次に、これらを使って、どのように消費者物価指数を計算するかについて簡単にまとめてみましょう。

消費者物価指数の計算は、基準時における買物かご全体の費用を比較することだと説明しました。この意味を式で書いてみましょう。一見すると難しそうに見えるこの式ですが、意味を理解すれば難しいものではありません。ラスパイレ式で書くと次のようになります。

$$\frac{(p_{i,1}q_{0,1}) + (p_{i,2}q_{0,2}) + (p_{i,3}q_{0,3}) + \dots + (p_{i,n}q_{0,n})}{(p_{0,1}q_{0,1}) + (p_{0,2}q_{0,2}) + (p_{0,3}q_{0,3}) + \dots + (p_{0,n}q_{0,n})} \times 100$$
$$= \frac{\sum (p_{i,i}q_{0,i})}{\sum (p_{0,i}q_{0,i})} \times 100$$

ここで p は指数品目（調査銘柄）の価格、 q はその購入数量を示し、添

字の0は基準時， t は比較時を， $1, 2, 3, \dots, n$ は個々の品目を示します。（シグマと読みます。）はすべての品目について合計することを意味します。

上の算式の $p_{0,i} q_{0,i}$ はある指数品目 (i) の基準時の価格とその購入数量を掛け合わせたものですから，その品目の基準時における支出額となり，それを合計した $(p_{0,i} q_{0,i})$ は，基準時に購入したすべての品目の合計支出額を意味します。つまり，ラスパイレス式の分母の $(p_{0,i} q_{0,i})$ は，基準時における買物かごの中身全体の購入費用を示しています。一方，比較時にこれと同じ買物をした場合の費用が，分子の $(p_{t,i} q_{0,i})$ で示されています。この分子は，基準時の買物かごに入った個々の品目の数量が $q_{0,i}$ で示され，それを比較時の価格 $p_{t,i}$ で買った場合の合計支出金額となっています。この分子 $(p_{t,i} q_{0,i})$ を分母 $(p_{0,i} q_{0,i})$ で割って100倍した値が，ラスパイレス式による消費者物価指数となります。

簡単な例として，米，牛肉，カレールウ，台所用洗剤の4品目で指数の計算方法をみてみましょう（表1参照）。基準時の買物かごには米20kg，牛肉2kg，カレールウ2箱（1箱238g入り），台所用洗剤2本（1本415ml入り）が入っています。買物かご全体の費用は，

$(p_{0,i} q_{0,i}) = 430 \text{ 円} \times 20 + 300 \text{ 円} \times 20 + 250 \text{ 円} \times 2 + 250 \text{ 円} \times 2 = 15,600 \text{ 円}$
と計算され，15,600円かかりました。

一方，比較時にはそれぞれの品目の価格が変わったため，基準時と同じ数量を買うと，

$(p_{t,i} q_{0,i}) = 400 \text{ 円} \times 20 + 320 \text{ 円} \times 20 + 260 \text{ 円} \times 2 + 225 \text{ 円} \times 2 = 15,370 \text{ 円}$
となります。この二つの費用を比較すると，

$$\frac{\sum (p_{t,i} q_{0,i})}{\sum (p_{0,i} q_{0,i})} = \frac{400 \times 20 + 320 \times 20 + 260 \times 2 + 225 \times 2}{430 \times 20 + 300 \times 20 + 250 \times 2 + 250 \times 2} = 0.985$$

となり、これを 100 倍して指数は 98.5 と表します。

表 1 消費者物価指数の計算例

品目	単位	基準時 購入量 (1か月 当たり) q_0	基準時 価格 p_0	比較時 価格 p_t	基準時支出額 $p_0 q_0 =$ ウエイト(W_0)	比較時 支出額 $p_t q_0$	価格比 p_t / p_0
米	1 kg	20kg	円 430	円 400	円 8,600	円 8,000	0.930
牛肉	100 g	2kg	300	320	6,000	6,400	1.067
カレールウ	1箱(238g入り)	2箱	250	260	500	520	1.040
台所用洗剤	1本(415ml入り)	2本	250	225	500	450	0.900
計	-	-	-	-	15,600	15,370	-

実際の計算には、基準時加重相対法算式(ラスパイレズ型)を用います

ところで 結果は同じになりますが、ここでもう一つ別な計算式を示しましょう。これは基準時加重相対法算式と呼ばれるもので、

$$\frac{\sum \left(\frac{p_{t,i}}{p_{0,i}} W_{0,i} \right)}{\sum W_{0,i}} \times 100$$

と表されます。新しい記号の $W_{0,i}$ は、ある品目 (i) の基準時のウエイト (基準時の支出金額) を示します。米の基準時の支出額はこの例では 8,600 円で、それは基準時の価格 430 円 (p_0) に数量 20 kg (q_0) を乗じたもので、ウエイトは 8,600 と表します。

次に、表 1 のように米、牛肉、カレーウ、台所用洗剤について、基準時に対する比較時の価格比 ($p_{t,i} / p_{0,i}$) を計算します。そうすると、基準時から比較時までの間に、米は 0.930 倍、牛肉 1.067 倍、カレーウ 1.040 倍、台所用洗剤が 0.900 倍の値動きがあったことになります。この価格比にそれぞれのウエイトを乗じて、次のように加重平均すると、計算の結果はラスパイレス式の場合と同じ 98.5 になります。

$$\frac{\sum \left(\frac{p_{t,i}}{p_{0,i}} W_{0,i} \right)}{\sum W_{0,i}} = \frac{0.930 \times 8,600 + 1.067 \times 6,000 + 1.040 \times 500 + 0.900 \times 500}{8,600 + 6,000 + 500 + 500}$$

$$= \frac{15,370}{15,600} = 0.985 \quad (100 \text{ 倍して } 98.5)$$

なお、消費者物価指数の品目別のウエイトは、一般に 1 万分比で表しています。「1 万分比ウエイト」は、基準時における総消費支出額 (この例では 15,600 円) を 10,000 とし、各品目の支出額を比例換算した値です。

ラスパイレス式と基準時加重相対法算式(ラスパイレス型)

ラスパイレス式は、次のように変形することができ、基準時加重相対法算式と同じものになります。

$$\frac{\sum (p_{t,i} q_{0,i})}{\sum (p_{0,i} q_{0,i})} = \frac{\sum \left(\frac{p_{t,i}}{p_{0,i}} p_{0,i} q_{0,i} \right)}{\sum (p_{0,i} q_{0,i})} = \frac{\sum \left(\frac{p_{t,i}}{p_{0,i}} W_{0,i} \right)}{\sum W_{0,i}}$$

実際に消費者物価指数の作成に用いられているのはラスパイレス式ではなく、基準時加重相対法算式(ラスパイレス型)です。

その理由としては、指数品目のうち、例えば医療費や交通費などについては、支出金額は比較的簡単に調べられても、統一的な単位で数量を調べることが難しいことなどが挙げられます。また、ウエイトのところの説明しましたように、指数品目以外の支出金額については、全体の家計支出を代表するように、類似する指数品目に組み入れてウエイトを作成しています。しかし、このようなウエイトの配分が数量によってはできないことも、この式を用いる理由の一つです。

(7) 指数の公表

消費者物価指数は、原則として毎月 26 日を含む週の金曜日の午前 8 時 30 分に公表しています

消費者物価指数の結果は、原則として毎月 26 日を含む週の金曜日午前 8 時 30 分に、東京都区部については当月の指数（中旬速報値）が、全国については前月の指数が公表され、同日の閣

議に報告されます。

公表内容は、インターネットのホームページで入手できるほか、総務省統計局の統計図書館において閲覧できます。また、年間の公表結果をまとめたものとして「消費者物価指数年報」を刊行しています。詳細については、付録 6「消費者物価指数の閲覧及び入手先」を参照してください。

3 消費者物価指数の作成系列

これまででは消費者物価指数がどのように作られるかを中心に説明してきました。ここでは、平成 22 年基準において作成している指数の主な系列について簡単にご紹介します。

なお、すべての作成系列の詳細な解説などについては、インターネットのホームページをご覧ください。

(1) 平成 22 年基準消費者物価指数における主な作成系列

平成 22 年基準において作成する指数の主な系列は次のとおりです。

集計区分，地域区分，表章項目	月	四半期	半年	年	年度
1 基本分類指数 (全国，東京都区部) 総合及び10大費目 中分類指数及び品目別価格指数 (都市階級，地方，大都市圏，都道府県庁所在市 [東京都区部を除く]，川崎市，浜松市，堺市及び 北九州市) 総合，10大費目及び中分類指数					
2 財・サービス分類指数 (全国，東京都区部)					
3 世帯属性別指数 (全国) 総世帯中分類指数 勤労者世帯年間収入五分位階級別中分類指数 世帯主60歳以上の無職世帯中分類指数 世帯主の年齢階級別10大費目指数 世帯主の職業別10大費目指数 世帯主の住居の所有関係別10大費目指数					
4 品目特属性別指数 (全国) 基礎的・選択的支出項目別指数 品目の年間購入頻度階級別指数					

基本分類指数は、家計の消費支出の費目別分類に従って作成しています

基本分類指数は、全体の物価の動きを総合した「総合指数」と、その内訳を消費の目的により費目別に分類した指数で、毎月作成しています。

このほか、基本分類の別掲項目として、「生鮮食品を除く総合」、「持家の帰属家賃を除く総合」、「持家の帰属家賃及び生鮮食品を除く総合」及び「食料（酒類を除く）及びエネルギーを除く総合」などの指数も作成しています。地域区分及び分類の詳細については、付録1「地域区分」及び付録2「基本分類一覧（10大費目及び中分類）」を参照してください。

指数品目を財とサービスに分類した指数を作成しています

品目を主として財であるかサービスであるかによって分類し、これを更に産業分類などを参考にして細分

した指数です。分類の詳細については、付録3「財・サービス分類一覧」を参照してください。

世帯属性別に異なるウェイトを用いた指数を作成しています

世帯の収入や世帯主の年齢などによって世帯の消費構造が異なることから、物価変動の影響は世帯属性により異なることが考えられます。そこで、世帯属性別指数を作成しています。ウェイトは、家計調査の結果から世帯属性別の品目別支出金額を用いて計算しています。ただし、品目別価格指数は全国の指数を共通に用いています。

なお、年間収入五分位階級というのは、世帯を年間収入の低い方から高

い方へと順に並べて、世帯数を5等分したグループのことで

その他、指数品目を必需品か否かに区分したのや購入頻度別に区分した指数なども作成しています

指数品目を必需品か否かに着目して分類した基礎的・選択的支出項目別指数を作成しています。

消費者が購入する商品（財やサービス）には、米や野菜、家賃、電気代などのように必需性の高い品目と、パソコンなどに代表されるような、どちらかといえば世帯の嗜好などにより選択的に購入されるとみられる品目があり、前者を基礎的支出項目、後者を選択的支出項目と呼んでいます。基礎的支出項目の物価上昇が大きい場合には、一般に物価上昇感が高まると考えられます。各指数品目が基礎的か選択的かの区分は、家計調査の品目別支出弾力性に基いて行っています。

また、消費者が購入する商品（財やサービス）には、パンや牛乳などのように頻りに買う品目もあれば、年に数回しか購入しない品目もあります。基礎的支出と同様に、購入頻度の高い品目の物価上昇が大きい場合には、一般に物価上昇感が高まると考えられます。そこで、指数品目を家計調査による年間購入頻度（購入回数）に基いて、次のように区分した指数を毎月作成しています。

《購入頻度区分》

- ・まれに購入する品目……………年間購入頻度0.5回未満
- ・年1回程度購入する品目……………年間購入頻度0.5回～1.5回未満
- ・半年に1回程度購入する品目……………年間購入頻度1.5回～4.5回未満
- ・2か月に1回程度購入する品目……………年間購入頻度4.5回～9.0回未満
- ・月1回程度購入する品目……………年間購入頻度9.0回～15.0回未満
- ・頻りに購入する品目……………年間購入頻度15.0回以上

なお、どちらの指数についても品目別価格指数は全国の指数を用いて作成します。

(2) 新・旧指数の接続

各指数系列は、平成 22 年を 100 とした指数に、過去にさかのぼって換算されます

消費者物価指数は、前に説明したように 5 年ごとに基準時及びウエイトが改められています。消費者物価指数は、時間の経過による物価の動きをみるも

のですから、過去にさかのぼって比べられないのでは不便です。そこで、基準改定の都度新たな基準時に合わせて過去の指数系列を換算し、接続しています。指数の換算は、平成 21 年 12 月以前の指数（平成 17 年 = 100）を、100 で割り戻した平成 17 年基準による 22 年平均指数で割るという単純な比例換算の方法によっています。

平成 17 年及び戦前を基準時とする換算指数を作成しています

現在作成している指数は平成 22 年を 100 としたものですが、基準時が 17 年となっている他の指数と比較する際の便に供するため、「全国」及び「東京

都区部」について、平成 17 年を 100 とする換算指数を作成しています。この指数は、24 年以降の新基準指数に、100 で割り戻した平成 17 年基準による 22 年平均指数を掛け合わせた指数です。

さらに、戦前からの物価の動きを知るため、戦時体制に入る前の昭和 9 年から 11 年の 3 年間の平均を 1 とした 戦前を基準時とする換算指数も作成しています。この指数は、東京都区部について、昭和 22 年以降、平成 17 年換算指数と同様の接続方法により計算されています。

4 消費者物価指数の見方

(1) 消費者物価指数が表す物価の動きとは

消費者物価指数は、消費者全体に対する物価の動きの平均を表すものです

消費者物価指数の動きは何を表しているのでしょうか。家計で購入する商品（財やサービス）とその購入数量は世帯によって違いま

す。例えば、私立大学に通う子供のいる世帯でないと、私立大学の授業料の変化は家計に直接は影響しません。消費者物価指数が上がった、下がったといっても、物価の動きがそれぞれの家計に影響する度合いは異なっています。消費者物価指数は、このような個々の家計に対応する物価の動きを表すのではなく、消費者全体に対する物価の動きを表す指標です。

なお、世帯主の年齢や、職業、収入などが異なると、消費支出の内訳に違いがでできます。そのため3-(1)の「世帯属性別指数」(26頁参照)で説明しましたように、消費者全体に対する消費者物価指数のほかに、世帯属性別の指数を作成しています。

(2) 変化率

前月あるいは前年同月からの物価の動きは変化率で表します

前月から、あるいは前年同月からの物価の変化をみる場合、二時点の指数を単純に引き算するのではなく、

変化率を用いて何パーセントの上昇（又は下落）と表します。ある時点の指数を A 、それより前の時点の指数を B とすると、これら二時点間の変化率は次のように計算します。

$$\begin{aligned} \text{変化率(\%)} &= \frac{A-B}{B} \times 100 \\ &= \left(\frac{A}{B} - 1 \right) \times 100 \end{aligned}$$

このように、ある時点から次の時点までに指数が何パーセント変化したかという場合は、この二つの指数の差を前の時点の指数で割り、百分比で示すこととなります。

例えば、平成 23 年 6 月の全国の消費者物価指数について、22 年 6 月からの 1 年間の物価の動きをみてみましょう。22 年を 100 とした 23 年 6 月の指数は 99.7 で、前年（22 年）6 月の指数は 100.1 でしたので、その差は -0.4 となります。これを 100.1（22 年 6 月の指数）で割って 100 倍し、0.4% の下落ということになります。

$$\frac{99.7 - 100.1}{100.1} \times 100 = -0.4\%$$

なお、二時点の指数の差については、パーセントと区別してポイントと呼びます。上の例では、平成 23 年 6 月の指数は前年同月に比べ 0.4 ポイント下落（= 99.7 - 100.1）したといえます。

次に、それぞれの変化率の見方について紹介しましょう。

前月比は、当月の指数を前月の指数と比べた変化率で、足元の物価変動を表します。ただし前月比については、衣料品や生鮮果物など商品の出回りの変化による季節的な変動も含まれている点に注意する必要があります。

$$\text{前月比 (\%)} = \frac{\text{当月の指数} - \text{前月の指数}}{\text{前月の指数}} \times 100$$

これに対し、前年同月比は、当月の指数を1年前の同じ月の指数と比べた変化率です。同じ月同士の比較ですので、季節的な変動要因を考慮する必要がなく、当月までの1年間の物価の動きをみるのに便利です。

$$\text{前年同月比 (\%)} = \frac{\text{当月の指数} - \text{前年の同じ月の指数}}{\text{前年の同じ月の指数}} \times 100$$

また、前年比は、当年の年平均指数（1月から12月の平均）を前年の年平均指数と比べた変化率で、1年間の物価の動きをみる重要な経済指標となっています。

$$\text{前年比 (\%)} = \frac{\text{当年の年平均指数} - \text{前年の年平均指数}}{\text{前年の年平均指数}} \times 100$$

なお、前年度比は、年度平均指数（当年4月から翌年3月の平均）を用いて、前年比と同様に計算します。

(3) 物価の変動要因

消費者物価の動きを細かく分析するためには、10大費目のほか、その内訳である中分類の動きもみまます

全国の消費者物価は、総合で平成22年6月から23年6月までの1年間に0.4%下落しました。この変化率は消費者物価全体の動きを示した数字ですので、どのような要因で0.4%下落した

のか分かりません。そこで、どのような項目の物価がどのくらい動いたのかをみる必要があります。

まず、食料、住居、光熱・水道など、10大費目別に動きをみてみましょう(表2「10大費目別の前年同月比と寄与度」参照)。光熱・水道、交通・通信、教育、諸雑費は上昇していますが、食料、住居、家具・家事用品、被服及び履物、保健医療、教養娯楽は下落しています。さらに、下落した費目についてその内訳の中分類の動きをみると、教養娯楽用耐久財、家庭用耐久財の下落幅が他の項目に比べて大きくなっています。しかし、項目ごとにウエイトが異なるので、同じ下落幅でも家計への影響は一様ではないことに注意する必要があります。

物価全体の動きに対して、各内訳項目がどれだけ影響したかをみるには寄与度を用います

各項目のウエイトを加味して、各項目の動きが物価全体の動きに対してどの程度影響しているかを示す寄与度を求めてみましょう。寄与度は、次の算式

で計算します。

$$\text{項目 A の寄与度} = \frac{\left(\left(\frac{\text{当期の}}{\text{項目 A の指数}} \right) - \left(\frac{\text{前期の}}{\text{項目 A の指数}} \right) \right) \times \frac{\text{項目 A のウエイト}}{\text{総合のウエイト}}}{\text{前期の総合指数}} \times 100$$

例えば、表2の教養娯楽について計算してみると、次のようになります。

$$\text{教養娯楽の寄与度} = \frac{(96.0 - 100.5) \times \frac{1,145}{10,000}}{100.1} \times 100 = -0.51$$

教養娯楽の寄与度-0.51は、他の項目は変化せず教養娯楽だけが4.6%下落したと仮定した場合の総合指数の変化率に当たります。

なお、各項目の寄与度を合計すると、総合指数の変化率になります。

表2 10大費目別の前年同月比と寄与度

	ウエイト	平成22年 6月指数	平成23年 6月指数	前年 同月比 %	寄与度 $\frac{(-) \times -}{-} \times 100$
総合	10 000	100.1	99.7	-0.4	
食料	2 525	100.1	99.3	-0.8	-0.20
住居	2 122	100.0	99.8	-0.2	-0.04
光熱・水道	704	100.1	103.1	3.0	0.21
家具・家事用品	345	100.3	95.2	-5.1	-0.18
被服及び履物	405	101.5	101.0	-0.5	-0.02
保健医療	428	100.2	100.0	-0.2	-0.01
交通・通信	1 421	100.5	101.2	0.6	0.10
教育	334	97.8	98.0	0.2	0.01
教養娯楽	1 145	100.5	96.0	-4.6	-0.51
諸雑費	569	98.6	103.8	5.3	0.30

注) 四捨五入の関係で各費目の合計が総合に一致しない場合があります。

商品の特質などによって区分している財・サービス分類別の指数も参照すると、変動要因の分析に役立ちます

3 - (1) の「財・サービス分類指数」(26 頁参照)でも説明しましたように、財・サービス分類は、指数品目をその特性により、財であるかサービスであるか、どのような産業で製

造又は提供されているか、財については耐久性の度合いなどにより分類しています。具体的には、財は農水畜産物、食料工業製品、繊維製品、石油製品、電気・都市ガス・水道などに分類されています。例えば、原油価格が上昇したり、為替相場が円安になったりすると、石油製品などの指数が上昇してきます。

(4) 指数と実感

消費者物価指数の動きが生活実感と合わないという声が聞かれることがあります。消費者物価指数の動きと、物価についての人々の実感が食い違う理由として考えられるものを挙げてみました。

人々の生活実感は、毎日買うものなどの値動きに引きずられがちです

前に説明しましたように、消費者物価指数は、世帯で購入する代表的な商品(財やサービス)を選んで、それらの価格の動きを総合した指数

です。この品目の中には、値動きが大きいものや、ほとんど値動きのないものなどがあります。消費者物価指数は、指定した全品目の価格の動きを客観的に調べて、それぞれにウエイトを付けて計算されます。これに対して、人々の生活実感は、毎日買うものの値動きなどどうしても引きずられてしまいます。

個々の世帯の消費構造は全国の平均的な消費構造とは違いますので、その世帯にとって購入頻度や必需性の高い商品の値上がりは大きく影響します

消費者物価指数の計算に用いるウェイトは、全国の世帯を平均して作られています。ですから個々の世帯の家計とは違います。例えば、授業料が値上がりした場合、学生や生徒のいる世帯では家計に大きく影響します。また、

前年と比べて物価が下がったといっても、子供が今年進学した世帯では、入学金や授業料の支払があり、前年より生活が楽になったとは感じないでしょう。個々の世帯の状況は毎年変化し、それに伴って消費支出の内容も毎年違ってきますが、国全体としてみれば、消費構造は通常短期間では大きく変化しません。

物価の動きと生活費の動きを混同している場合があります

去年の家計簿と今年の家計簿を比べて、去年は生活費が1か月30万円であったのに、今年は31万5千円、つまり

5%多くかかったとします。このようなとき、生活費がかさんだのは物価が5%上がったからだと考えがちです。

生活費は物価が上がればもちろん増えますが、仮に物価が上がらなくても前より購入量が増えたり、高級な商品を買うようになったりしても増えます。これは生活水準の向上であって、物価の上昇と区別して考える必要があります。生活費が5%増加した場合、もしこの間に物価が1%上昇したとするなら、生活費の増加5%のうち1%は物価の影響ですが、残り4%（正確には105を101で割って3.96%）は生活水準が向上した分になります。

同一品質の商品の価格と平均的な購入価格の変化には違いがあります

一口にテレビといっても、個人が自分の部屋で見るような、小型でシンプルな機能の低価格の商品から、家族とともに見るような大型で多機能の高価

格のものまで様々な製品が販売されています。消費者はの中から、自らの経済状態やニーズに応じて、購入する商品を選択し、購入しています。家計調査では、このような消費者が購入している主な家電製品や、食品の平均購入価格などが分かりますが、この平均購入価格は、個々の商品の品質（機能や特性）を考慮せずに、各品目の購入価格を平均したものです。これに対し消費者物価指数は、価格そのものの変化を測定することを目的としていることから、同じ品質の商品の価格変化を追跡するとともに、出回りの変化に対応して調査対象を入れ替える場合には、新旧商品の品質の違いによる価格の変化分を除外しています。

付録1 地域区分

全国及び都市階級

全国

人口5万以上の市

大都市:政令指定市及び東京都区部

中都市:大都市を除く人口15万以上の市

小都市A:人口5万以上15万未満の市

小都市B・町村:人口5万未満の市・町村

地方

北海道・・・北海道

東北・・・青森県, 岩手県, 宮城県, 秋田県, 山形県, 福島県

関東・・・茨城県, 栃木県, 群馬県, 埼玉県, 千葉県, 東京都,
神奈川県, 山梨県, 長野県

北陸・・・新潟県, 富山県, 石川県, 福井県

東海・・・岐阜県, 静岡県, 愛知県, 三重県

近畿・・・滋賀県, 京都府, 大阪府, 兵庫県, 奈良県, 和歌山県

中国・・・鳥取県, 島根県, 岡山県, 広島県, 山口県

四国・・・徳島県, 香川県, 愛媛県, 高知県

九州・・・福岡県, 佐賀県, 長崎県, 熊本県, 大分県, 宮崎県,
鹿児島県

沖縄・・・沖縄県

大都市圏

関東

中京

近畿

北九州・福岡

付録2 基本分類一覧（10大費目及び中分類）

総合 食料	穀類 魚介類 肉類 乳卵類 野菜・海藻 果物 油脂・調味料 菓子類 調理食品 飲料 酒類 外食	教育	授業料等 教科書・学習参考教材 補習教育
住居	家賃 設備修繕・維持	教養娯楽	教養娯楽用耐久財 教養娯楽用品 書籍・他の印刷物 教養娯楽サービス
光熱・水道	電気代 ガス代 他の光熱 上下水道料	諸雑費	理美容サービス 理美容用品 身の回り用品 たばこ 他の諸雑費
家具・家事用品	家庭用耐久財 室内装備品 寝具類 家事雑貨 家事用消耗品 家事サービス	< 別掲項目 >	
被服及び履物	衣料 和服 洋服 シャツ・セーター・下着類 シャツ・セーター類 下着類 履物類 他の被服類 被服関連サービス	生鮮食品	生鮮魚介（再掲） 生鮮野菜（再掲） 生鮮果物（再掲）
保健医療	医薬品・健康保持用摂取品 保健医療用品・器具 保健医療サービス	生鮮食品を除く総合 生鮮食品を除く食料	
交通・通信	交通 自動車等関係費 通信	持家の帰属家賃を除く総合 持家の帰属家賃を除く住居 持家の帰属家賃を除く家賃	
		持家の帰属家賃及び 生鮮食品を除く総合	
		エネルギー	
		食料（酒類を除く）及び エネルギーを除く総合	
		教育関係費 教養娯楽関係費 情報通信関係費	

付録3 財・サービス分類一覧

総合

財

- 農水畜産物
 - 生鮮商品
 - 他の農水畜産物
- 工業製品
 - 食料工業製品
 - 繊維製品
 - 石油製品
 - 他の工業製品
- 電気・都市ガス・水道
- 出版物

サービス

- 公共サービス
 - 公営・都市再生機構・公社家賃
 - 家事関連サービス
 - 医療・福祉関連サービス
 - 運輸・通信関連サービス
 - 教育関連サービス
 - 教養娯楽関連サービス
- 一般サービス
 - 外食
 - 民営家賃
 - 持家の帰属家賃
 - 他のサービス
 - 家事関連サービス
 - 医療・福祉関連サービス
 - 教育関連サービス
 - 通信・教養娯楽関連サービス

< 別掲項目 >

- 米類
- 耐久消費財
- 半耐久消費財
- 非耐久消費財
- 公共料金
- 生鮮食品を除く財
- 持家の帰属家賃を除くサービス
- 民営家賃（木造）
- 民営家賃（非木造）
- 持家の帰属家賃（木造）
- 持家の帰属家賃（非木造）

付録4 指数品目及びウエイト一覧（平成22年基準指数，全国）

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
総合	10 000	さば	5
食料	2 525	さんま	5
穀類	217	たい	5
米類	76	ぶり	13
うるち米	72	いか	10
国産米A	30	たこ	5
国産米B	42	えび	14
もち米	4	あさり	5
パン	79	かき(貝)	3
食パン	23	ほたて貝	4
あんパン	28	塩干魚介	41
カレーパン	28	塩さけ	9
めん類	49	たらこ	12
ゆでうどん	10	しらす干し	6
干しうどん	8	干しあじ	5
スパゲッティ	4	煮干し	2
即席めん	15	ししゃも	2
生中華めん	12	いくら	5
*ゆで沖縄そば	1	魚肉練製品	24
他の穀類	13	揚げかまぼこ	8
小麦粉	4	ちくわ	6
もち	9	かまぼこ	10
魚介類	220	他の魚介加工品	27
生鮮魚介	128	かつお節	3
まぐろ	22	魚介漬物	11
あじ	6	魚介つくだ煮	4
いわし	3	魚介缶詰	8
かつお	6	塩辛	1
かれい	6	肉類	204
さけ	16	生鮮肉	159

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
牛肉A	44	もやし	4
牛肉B	11	アスパラガス	5
豚肉A	35	さつまいも	3
豚肉B	35	じゃがいも	8
鶏肉	34	さといも	3
レバー	1	だいこん	5
加工肉	45	にんじん	7
ハム	17	ごぼう	3
ソーセージ	21	たまねぎ	10
ベーコン	7	れんこん	3
*ポーク缶詰	1	ながいも	4
乳卵類	106	しょうが	3
牛乳・乳製品	83	えだまめ	3
牛乳	44	さやいんげん	3
牛乳(配達)	2	かぼちゃ	4
牛乳(店頭売り)	41	きゅうり	10
乳製品	40	なす	5
粉ミルク	2	トマト	19
ヨーグルト	24	ピーマン	5
バター	2	生しいたけ	6
チーズ	6	えのきだけ	8
チーズ(輸入品)	6	しめじ	8
卵	22	*にがうり	1
鶏卵	22	*とうが	1
野菜・海藻	272	乾物・加工品類	97
生鮮野菜	175	乾物・海藻	24
キャベツ	9	あずき	2
ほうれんそう	8	干しいたけ	2
はくさい	4	のり	9
ねぎ	11	わかめ	5
レタス	8	こんぶ	4
ブロッコリー	6	ひじき	1

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
大豆加工品	36	果物加工品	5
豆腐	17	果物缶詰	5
油揚げ	9	油脂・調味料	107
納豆	9	油脂	11
他の野菜・海藻加工品	37	食用油	9
こんにゃく	6	マーガリン	2
梅干し	7	調味料	96
だいこん漬	6	食塩	2
はくさい漬	3	しょう油	8
キムチ	8	みそ	9
こんぶつくだ煮	5	砂糖	5
スイートコーン缶詰	1	酢	5
果物	97	ソース	3
生鮮果物	92	ケチャップ	2
りんごA	2	マヨネーズ	5
りんごB	10	ドレッシング	6
みかん	15	ジャム	4
グレープフルーツ	2	カレールウ	6
オレンジ	2	即席スープ	9
レモン	1	風味調味料	7
いよかん	1	ふりかけ	5
なし	6	液体調味料	15
ぶどうA	2	中華合わせ調味料	3
ぶどうB	5	パスタソース	3
かき(果物)	3	菓子類	224
もも	4	ようかん	12
すいか	4	まんじゅう	24
メロン	4	だいふく餅	8
いちご	10	カステラ	5
バナナ	14	ケーキ	37
キウイフルーツ	3	ゼリー	10
さくらんぼ	3	プリン	8

品 目	ウェイト (1万分比)	品 目	ウェイト (1万分比)
シュークリーム	7	飲料	142
せんべい	19	茶類	37
ビスケット	12	緑茶	17
ポテトチップス	15	紅茶	3
あめ	9	茶飲料	18
チョコレート	20	コーヒー・ココア	27
アイスクリーム	30	インスタントコーヒー	7
落花生	2	コーヒー豆	7
チューインガム	5	コーヒー飲料	13
調理食品	280	他の飲料	77
主食的調理食品	115	果実ジュース	9
すし(弁当)	38	果汁入り飲料	8
弁当	43	野菜ジュース	14
おにぎり	12	炭酸飲料	13
調理パン	12	乳酸菌飲料A	2
冷凍調理ピラフ	6	乳酸菌飲料B	10
調理パスタ	3	ミネラルウォーター	8
他の調理食品	165	スポーツドリンク	14
うなぎかば焼き	14	酒類	125
サラダ	14	清酒	19
コロッケ	16	焼酎	22
豚カツ	12	ビール	42
からあげ	29	発泡酒	13
ぎょうざ	14	ウイスキー	4
やきとり	9	ワイン	2
冷凍調理コロッケ	13	ワイン(輸入品)	5
冷凍調理ハンバーグ	13	チューハイ	4
調理カレー	4	ビール風アルコール飲料	13
混ぜごはんのもと	2	外食	532
煮豆	5	一般外食	500
焼き魚	13	うどん	27
きんぴら	8	中華そば	30

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
* 沖縄そば	1	持家の帰属家賃	1 558
スパゲッティ(外食)	10	設備修繕・維持	257
すしA	16	設備材料	72
すしB	49	システムバス	9
親子どんぶり	4	温水洗浄便座	9
天どん	13	給湯機	28
カレーライス	42	システムキッチン	15
牛どん	12	板材	4
フライ	5	塗料	3
フライドチキン	31	錠	3
ぎょうざ(外食)	23	工事その他のサービス	185
ハンバーグ	12	畳表取替費	3
焼肉	70	水道工事費	24
お子様ランチ	1	左官手間代	13
ハンバーガー	22	塀工事費	38
サンドイッチ	3	植木職手間代	9
ピザパイ	14	板ガラス取替費	10
ドーナツ	9	ふすま張替費	10
コーヒー	18	大工手間代	10
ビール(外食)	87	ルームエアコン取付け料	19
学校給食	32	火災保険料	49
学校給食(小学校低)	10	光熱・水道	704
学校給食(小学校高)	10	電気代	317
学校給食(中学校)	12	電気代	317
住居	2 122	ガス代	176
家賃	1 865	都市ガス代	96
民営家賃	267	プロパンガス	81
民営家賃	267	他の光熱	50
公営・都市再生機構・公社家賃	40	灯油	50
公営家賃	22	上下水道料	162
都市再生機構・公社家賃	18	水道料	100
持家の帰属家賃	1 558	下水道料	62

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
家具・家事用品	345	食器類	14
家庭用耐久財	121	飯茶わん	4
家事用耐久財	61	皿	4
電子レンジ	4	コーヒーわん皿	2
電気炊飯器	8	ガラスコップ	2
電気ポット	2	ワイングラス	2
ガステーブル	6	台所用品	17
電気冷蔵庫	21	台所用密閉容器	2
電気掃除機	6	なべ	7
電気洗濯機(全自動洗濯機)	7	フライパン	7
電気洗濯機(洗濯乾燥機)	5	たわし	2
電気アイロン	1	他の雑貨	39
冷暖房用器具	44	電球・蛍光ランプ	10
ルームエアコン	36	タオル	11
温風ヒーター	7	ビニールホース	4
電気カーペット	1	浄水器	4
一般家具	16	マット	9
整理だんす	5	家事用消耗品	76
食堂セット	8	ティッシュ・トイレットペーパー	19
食器戸棚	3	ティッシュペーパー	7
室内装備品	24	トイレットペーパー	11
置時計	2	洗剤	25
照明器具	4	台所用洗剤	10
カーペット	11	洗濯用洗剤	15
カーテン	6	他の消耗品	33
寝具類	24	ラップ	5
ベッド	5	ポリ袋	7
布団	11	殺虫剤	7
毛布	2	防虫剤	2
敷布	3	柔軟仕上げ剤	4
布団カバー	3	芳香消臭剤	4
家事雑貨	70	キッチンペーパー	4

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
家事サービス	31	婦人上着	15
家事代行料	5	スカート(春夏物)	4
家事代行料	5	スカート(秋冬物)	4
清掃代	13	婦人スラックス(冬物)	12
し尿処理手数料	4	婦人スラックス(ジーンズ)	12
リサイクル料金	9	婦人コート	13
他の家事サービス	14	女子学生服	5
モップレンタル料	14	子供洋服	24
被服及び履物	405	男児ズボン	10
衣料	180	女児スカート	10
和服	9	乳児服	3
婦人着物	6	シャツ・セーター・下着類	117
婦人帯	2	シャツ・セーター類	81
洋服	171	男子シャツ・セーター類	25
男子洋服	53	ワイシャツ(長袖)	5
背広服(夏物, 中級品)	7	ワイシャツ(半袖)	2
背広服(夏物, 普通品)	5	スポーツシャツ(長袖)	5
背広服(冬物, 中級品)	5	スポーツシャツ(半袖)	7
背広服(冬物, 普通品)	4	男子セーター	5
男子上着	8	婦人シャツ・セーター類	49
男子ズボン(夏物)	5	ブラウス(長袖)	5
男子ズボン(冬物)	5	ブラウス(半袖)	5
男子ズボン(ジーンズ)	3	婦人Tシャツ(長袖)	9
男子コート	5	婦人Tシャツ(半袖)	14
男子学生服	5	婦人セーター(長袖)	13
婦人洋服	94	婦人セーター(半袖)	3
婦人スーツ(春夏物, 中級品)	8	子供シャツ・セーター類	7
婦人スーツ(春夏物, 普通品)	3	子供Tシャツ(長袖)	3
婦人スーツ(秋冬物, 中級品)	8	子供Tシャツ(半袖)	3
婦人スーツ(秋冬物, 普通品)	3	下着類	37
ワンピース(春夏物)	5	男子下着類	12
ワンピース(秋冬物)	5	男子シャツ	5

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
男子パンツ	5	胃腸薬	9
男子パジャマ	3	ビタミン剤A	4
婦人下着類	20	ビタミン剤B	4
ブラジャー	3	ドリンク剤	28
婦人ショーツ	9	皮膚病薬	5
ランジェリー	9	はり薬	6
子供下着類	4	目薬	6
子供シャツ	4	漢方薬	7
履物類	49	鼻炎薬	7
男子靴	10	サプリメント	36
婦人靴	20	保健医療用品・器具	77
子供靴	3	紙おむつ(乳幼児用)	6
運動靴	11	紙おむつ(大人用)	6
サンダル	2	生理用ナプキン	10
スリッパ	2	浴用剤	5
他の被服類	33	コンタクトレンズ用剤	5
帽子	5	眼鏡	20
ネクタイ	2	コンタクトレンズ	10
マフラー	5	ヘルスメーター	3
男子靴下	7	体温計	7
婦人ストッキング	3	血圧計	4
婦人ソックス	8	保健医療サービス	222
ベルト	3	診療代	196
被服関連サービス	27	出産入院料	3
洗濯代(ワイシャツ)	11	マッサージ料金	10
洗濯代(背広服上下)	11	人間ドック受診料	8
履物修理代	2	予防接種料	4
被服賃借料	3	交通・通信	1 421
保健医療	428	交通	210
医薬品・健康保持用摂取品	129	鉄道運賃(J R)	75
感冒薬	11	普通運賃(J R)	32
解熱鎮痛剤	5	料金(J R, 在来線)	8

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
料金(J R, 新幹線)	16	自動車整備費(バンク修理)	19
通学定期(J R)	5	自動車オイル交換料	8
通勤定期(J R)	13	車庫借料	64
鉄道運賃(J R以外)	45	駐車料金	8
普通運賃(J R以外)	24	自動車免許手数料	2
通学定期(J R以外)	5	レンタカー料金	4
通勤定期(J R以外)	16	洗車代	6
一般路線バス代	19	自動車保険料(自賠責)	34
高速バス代	5	自動車保険料(任意)	168
タクシー代	18	通信	391
航空運賃	22	はがき	3
高速道路料金	27	封書	8
高速自動車国道料金	21	固定電話通信料	93
都市高速道路料金	7	携帯電話通信料	215
自動車等関係費	820	運送料	15
自動車	177	固定電話機	3
軽乗用車	35	携帯電話機	54
小型乗用車A	44	教育	334
小型乗用車B	18	授業料等	228
小型乗用車(輸入品)	4	P T A会費(小学校)	18
普通乗用車	58	P T A会費(中学校)	17
普通乗用車(輸入品)	18	私立中学校授業料	13
自転車	8	公立高校授業料	7
自転車	8	私立高校授業料	16
自動車等維持	634	国立大学授業料	13
ガソリン	229	私立大学授業料	97
自動車タイヤ	29	私立短期大学授業料	5
自動車バッテリー	7	公立幼稚園保育料	3
自動車ワックス	3	私立幼稚園保育料	23
カーナビゲーション	17	専門学校授業料	17
E T C車載器	3	教科書・学習参考教材	9
自動車整備費(定期点検)	33	教科書	4

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
学習参考教材	5	水着	8
補習教育	97	がん具	26
補習教育(小学校)	31	家庭用ゲーム機(据置型)	2
補習教育(中学校)	40	家庭用ゲーム機(携帯型)	2
補習教育(高校・予備校)	26	ゲームソフト	6
教養娯楽	1 145	人形	3
教養娯楽用耐久財	171	がん具自動車	6
テレビ	97	組立がん具	6
携帯型オーディオプレーヤー	2	切り花	33
電子辞書	5	切り花(カーネーション)	8
ビデオレコーダー	13	切り花(きく)	17
パソコン(デスクトップ型)	10	切り花(バラ)	8
パソコン(ノート型)	20	他の娯楽用品	87
プリンタ	3	記録型ディスク	2
カメラ	7	メモリーカード	2
ビデオカメラ	3	コンパクトディスク	7
ピアノ	8	ビデオソフト	5
学習机	3	ペットフード(ドッグフード)	16
教養娯楽用品	217	ペットフード(キャットフード)	12
文房具	22	植木鉢	6
ボールペン	3	園芸用土	9
マーキングペン	2	園芸用肥料	15
ノートブック	6	乾電池	6
OA用紙	6	プリンタ用インク	8
セロハン粘着テープ	2	書籍・他の印刷物	142
筆入れ	5	新聞代	96
運動用具	49	新聞代	96
ゴルフクラブ	5	新聞代(地方・ブロック紙)	40
グローブ	1	新聞代(全国紙)	56
テニスラケット	1	雑誌	15
釣ざお	6	月刊誌	12
トレーニングパンツ	29	週刊誌	3

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
書籍	31	フィットネスクラブ使用料	14
辞書	2	美術館入館料	10
単行本A	8	テーマパーク入場料	20
単行本B	21	競馬場入場料	2
教養娯楽サービス	615	カラオケルーム使用料	4
宿泊料	107	他の娯楽サービス	134
宿泊料	107	写真プリント代	14
バック旅行	52	ビデオソフトレンタル料	5
外国バック旅行	52	インターネット接続料	81
月謝類	106	音楽ダウンロード料	3
月謝(英会話)	10	獣医代	19
月謝(書道)	11	ペット美容院代	12
月謝(音楽)	23	諸雑費	569
月謝(ダンス)	16	理美容サービス	118
月謝(水泳)	33	入浴料	18
月謝(料理)	2	理髪料	32
自動車教習料	11	パーマメント代	26
他の教養娯楽サービス	349	ヘアカット代	28
受信料	78	ヘアカラーリング代	8
放送受信料(NHK)	43	エステティック料金	7
放送受信料(ケーブル)	29	理美容用品	139
放送受信料(NHK・ケーブル以外)	5	理容器具	8
入場・ゲーム代	138	電気かみそり	5
映画観覧料	17	歯ブラシ	4
演劇観覧料	12	石けん類	37
サッカー観覧料	2	化粧石けん	3
プロ野球観覧料	5	ボディソープ	6
ゴルフ練習料金	4	洗顔料	6
ゴルフプレー料金	42	シャンプー	9
テニスコート使用料	1	ヘアコンディショナー	7
ボウリングゲーム代	2	歯磨き	6
プール使用料	3	化粧品	93

品 目	ウエイト (1万分比)		
整髪料	8	印鑑証明手数料	3
ヘアートニック	4	戸籍抄本手数料	3
化粧クリームA	21	パスポート取得料	3
化粧クリームB	2	振込手数料	3
化粧水	23		
乳液A	7		
乳液B	1		
ファンデーションA	10		
ファンデーションB	2		
口紅A	3		
口紅B	1		
ヘアカラー	9		
身の回り用品	63		
かばん類	44		
ハンドバッグ	16		
ハンドバッグ(輸入品)	16		
通学用かばん	6		
旅行用かばん	5		
腕時計・指輪	12		
指輪	5		
腕時計	7		
他の身の回り用品	7		
男子洋傘	5		
ハンカチーフ	3		
たばこ	53		
たばこ(国産品)	32		
たばこ(輸入品)	21		
他の諸雑費	196		
傷害保険料	122		
保育所保育料	52		
介護料	11		

* 沖縄県のみで調査する品目

付録5 平成22年基準指数改定品目一覧

追加（28品目）・廃止（22品目）

10大費目	品目（追加）	品目（廃止）
食料	いくら	ブレンド米
	しょうが	丸干しいわし
	ドレッシング	福神漬
	パスタソース	せんべい（小麦粉） ¹
	やきとり	はまだい
	焼き魚	たかさご
	きんぴら	みそ汁
家具・家事用品	フライドチキン	
	フライパン	やかん
	マット	レンジ台
被服及び履物	背広服（夏物、普通品）	女兒スカート（冬物） ²
	背広服（冬物、普通品）	運動靴（子供用） ³
	婦人スーツ（春夏物、普通品）	草履
	婦人スーツ（秋冬物、普通品）	
	スリッパ	
保健医療	紙おむつ（大人用）	
	予防接種料	
交通・通信	高速バス代	普通運賃（JR、新幹線） ⁴
	E T C車載器	速達
	洗車代	書留
		小包
教養娯楽	電子辞書	ステレオセット
	ゲームソフト	テレビ修理代
	ペット美容院代	アルバム
	園芸用肥料	サッカーボール
	メモリーカード	フィルム
	演劇観覧料	
	音楽ダウンロード料	
諸雑費	洗顔料	腕時計修理代

1 平成17年基準では「せんべい（うるち米粉）」と2品目でしたが、うるち米粉の「せんべい」1品目とします。

2 平成17年基準では「女兒スカート（夏物）」と2品目でしたが、「女兒スカート」1品目とします。

3 平成17年基準では「運動靴（大人用）」と2品目でしたが、「運動靴」1品目とします。

4 平成17年基準では「普通運賃（JR、在来線）」と2品目でしたが、在来線の「普通運賃（JR）」1品目とします。

統合（15品目 4品目）

10大費目	品目（統合前）	品目（統合後）
住居	民営家賃（木造小住宅）	民営家賃
	民営家賃（木造中住宅）	
	民営家賃（非木造小住宅）	
	民営家賃（非木造中住宅）	
	持家の帰属家賃（木造小住宅）	持家の帰属家賃
	持家の帰属家賃（木造中住宅）	
	持家の帰属家賃（非木造小住宅）	
持家の帰属家賃（非木造中住宅）		
保健医療	出産入院料（国立）	出産入院料
	出産入院料（公立）	
教養娯楽	少年誌	月刊誌
	趣味教養誌	
	生活情報誌	
	パソコン誌	
	女性誌	

名称変更（42品目）

10大費目	品目（名称変更前）	品目（名称変更後）
食料	かんしょ	さつまいも
	ばれいしょ	じゃがいも
	乾燥スープ	即席スープ
	せんべい(うるち米粉)	せんべい
	キャンデー	あめ
	弁当(すし)	すし(弁当)
	弁当(すし以外)	弁当
	カツレツ	豚カツ
	ぶどう酒	ワイン
	ぶどう酒(輸入品)	ワイン(輸入品)
	うどん(外食)	うどん
	すし(回転ずし)	すしA
	すし(回転ずし以外)	すしB
	えびフライ	フライ
コーヒー(外食)	コーヒー	
住居	浴槽	システムバス
家具・家事用品	蛍光ランプ	電球・蛍光ランプ
	芳香剤	芳香消臭剤
	粗大ごみ処理手数料	リサイクル料金

名称変更（42品目）（続き）

10大費目	品目（名称変更前）	品目（名称変更後）
被服及び履物	背広服（夏物）	背広服（夏物，中級品）
	背広服（冬物）	背広服（冬物，中級品）
	男子学校制服	男子学生服
	婦人スーツ（春夏物）	婦人スーツ（春夏物，中級品）
	婦人スーツ（秋冬物）	婦人スーツ（秋冬物，中級品）
	女子学校制服	女子学生服
	女兒スカート（夏物）	女兒スカート
	男子ブリーフ	男子パンツ
	スリッパ	ランジェリー
	運動靴（大人用）	運動靴
保健医療	紙おむつ	紙おむつ（乳幼児用）
交通・通信	普通運賃（JR，在来線）	普通運賃（JR）
	バス代	一般路線バス代
	携帯電話通信料	携帯電話通信料
	携帯電話機	携帯電話機
教養娯楽	テレビ（薄型）	テレビ
	携帯オーディオ機器	携帯型オーディオプレーヤー
	DVDレコーダー	ビデオレコーダー
	パソコン用プリンタ	プリンタ
	録画用DVD	記録型ディスク
	DVDソフト	ビデオソフト
諸雑費	温泉・銭湯入浴料	入浴料
	ヘアリンス	ヘアコンディショナー

調査期間変更（14品目）

品目	調査期間（変更前）	調査期間（変更後）
背広服（夏物，中級品）	4～9月	3～8月
背広服（冬物，中級品）	1～3月，9～12月	1～2月，9～12月
男子上着	1～3月，9～12月	1～2月，10～12月
男子ズボン（夏物）	4～9月	3～8月
男子ズボン（冬物）	1～4月，9～12月	1～2月，9～12月
男子コート	1～2月，11～12月	1月，11～12月
婦人上着	1～4月，9～12月	1～3月，9～12月
婦人コート	1～2月，11～12月	1月，11～12月
女兒スカート	3～9月	通年
ブラウス（長袖）	1～5月，9～12月	1～3月，9～12月
ブラウス（半袖）	5～9月	4～8月
学習机	1～3月	1～2月，12月
筆入れ	通年	1～2月，12月
通学用かばん	1～3月	1～2月，12月

付録6 消費者物価指数の閲覧及び入手先

消費者物価指数については、次の方法により利用（閲覧・入手など）することができます。

報告書などの閲覧

総務省 統計図書館

〒162-8668 東京都新宿区若松町 19-1

☎ 03 (5273) 1132

※ 年報など消費者物価指数に関する各種報告書については、国立国会図書館及び各支部、都道府県統計主管課並びに都道府県立図書館に配布されており、希望者は閲覧することができます。

報告書，集計結果を収録した電磁的記録（MO，CD-R等）の入手 《報告書関係》

(財)日本統計協会

〒169-0073 東京都新宿区百人町 2-4-6 メイト新宿ビル 6階

☎ 03 (5332) 3151 FAX 03 (5389) 0691

《電磁的記録関係》

(財)統計情報研究開発センター

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 3-6 能楽書林ビル 5階

☎ 03 (3234) 7471(代表)

03 (3234) 7473(データ提供担当窓口)

FAX 03 (3234) 7472

※ 公表冊子を除く各種報告書については、全国各地の政府刊行物サービス・センター、政府刊行物サービス・ステーション(官報販売所)でも取り扱っています。

政府刊行物サービス・センター(霞が関)

〒100-0013 東京都千代田区霞が関 1-2-1 (農林水産省別館前)

☎ 03 (3504) 3885

インターネット

消費者物価指数は、インターネットを通じても提供しています。

ホームページ

消費者物価指数の
最新情報はこちら！

消費者物価指数

検索

URL <http://www.stat.go.jp/data/cpi/index.htm>

◆結果の概要は、統計メールニュースでも配信しています。

メールニュースのお申込みは、統計局ホームページ

(<http://www.stat.go.jp/>) から。

「政府統計の総合窓口(e-Stat)」(<http://www.e-stat.go.jp/>)でも統計データなどの各種統計情報が御覧いただけます。

報告書などに掲載されたデータを引用・転載する場合には、出典(例：総務省「消費者物価指数」より引用)の表記をお願いします。