

新旧両基準の差の要因（平成 18 年 7 月・全国）

新旧両基準の差（ 0.50 ）に大きな影響を及ぼした 3 品目（ 携帯電話通信料、 テレビ（薄型）、 パソコン（ノート型））について寄与度の算式から下落要因をみてる。
 なお、総合指数の前年同月比（ % ）に対する、品目 A の寄与度は次の算式で表される。

$$\begin{aligned} \text{品目 A の寄与度} &= (\text{A の前年同月比}) \times \frac{\text{前年同月の A 指数}}{\text{前年同月の総合指数}} \times \frac{\text{A のウエイト}}{\text{総合のウエイト}} \\ &= (\text{A の前年同月比}) \times (\text{A の前年同月の指数の比率}) \times (\text{A のウエイトの比率}) \end{aligned}$$

携帯電話通信料

	前年同月比	前年同月の 指数の比率	ウエイトの比率 (一万分比)		寄与度
新基準	6.6	1.011	208	⇒	0.14
旧基準	0.7	0.971	74	⇒	0.01

- ・基準改定により、割引率の高いプランへのシフトが生じて前年同月比が大きく下落する一方、ウエイトが大きく増大したため、寄与度が下落方向に拡大

テレビ（薄型）

	前年同月比	前年同月の 指数の比率	ウエイトの比率 (一万分比)		寄与度
新基準	23.3	0.982	32	⇒	0.07

- ・新基準で新たに採用された品目で、前年同月比の下落が大きい

パソコン（ノート型）

	前年同月比	前年同月の 指数の比率	ウエイトの比率 (一万分比)		寄与度
新基準	22.6	$\frac{99.8}{99.8} = 1.000$	21	⇒	0.05
旧基準	22.7	$\frac{16.3}{97.6} = 0.167$	22	⇒	0.01

- ・基準改定による前年同月比とウエイトの変化は小さい。しかし、指数のリセットの結果「前年同月の指数の比率」(1.000) が旧基準 (0.167) に比べ約 6 倍となったため、下落の寄与度が約 6 倍に拡大