

# 平成17年基準消費者物価指数の概要

## 1 指数の性格

消費者物価指数は、世帯の消費構造（バスケット）を定め、これに要する費用が物価の変動によってどう変化するかを指数で表すことにより、全国の消費者が購入する各種の財及びサービスの価格の平均的な変動を時系列で測定するものである。したがって、世帯が購入する財とサービスの種類、品質又は購入数量の変化に伴う世帯の生計費の変化を測定するものではない。

## 2 指数算式

指数の算式は、基準時加重相対法算式（ラスパイレスタイプ）である。品目*i*の基準時価格を $P_{0i}$ 、比較時価格を $P_{1i}$ 、ウエイトを $W_{0i}$ とすれば、基準時を100とした場合の比較時の指数 $I_t$ を求める算式は、次のように表される。

$$I_t = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{P_{1i}}{P_{0i}} W_{0i}}{\sum_{i=1}^n W_{0i}} \times 100$$

$i$  : 品目  
 $n$  : 品目数

## 3 指数の基準時及びウエイトの参照年次

指数の基準時及びウエイトの参照年次は、平成17年の1年間である。

## 4 指数品目

指数計算に採用する品目は、世帯が購入する財及びサービス全体の物価変動を代表できるように、家計支出の中で重要度が高いこと、価格変動の面で代表性があること、さらに、継続調査が可能であること等の観点から選定した580品目に、持家の帰属家賃4品目を加えた584品目である（「付表1 平成17年基準消費者物価指数品目情報一覧」参照）。

## 5 価格資料

指数計算に採用している品目の価格は、原則として総務省統計局実施の小売物価統計調査によって調査された小売価格である。

なお、技術革新が激しく、市場の製品サイクルが極めて短い「パソコン(デスクトップ型)」、「パソコン(ノート型)」及び「カメラ」については、同調査による価格調査法では同品質の製品を継続的に調査することが困難であるため、全国の主要な家電量販店で販売された全製品のPOS情報を用いている。また、サプリメントについては、通信販売での購入が多いことから、小売物価統計調査による店頭販売価格の他に、ホームページなどで確認する通信販売での価格も用いている。

小売物価統計調査の概要は次のとおりである。

### (1) 調査市町村

調査市町村は、全国の市町村を人口規模や地理的位置及び特性などから167層に分け、各層から1市町村ずつ抽出することによって、167市町村を選定している（「付表2 価格調査市町村一覧」参照）。なお、宿泊料調査は別に101市町村を選定している。

### (2) 調査地区及び調査店舗

調査地区は、各調査市町村において、財及びサービスの価格を調査する「価格調査地区」及び民営借家の家賃等を調査する「家賃調査地区」を設定している。価格調査地区では、調査品目ごとに地区内で最も代表性のある小売店舗及びサービス事業所を調査店舗として選定している。家賃調査地区では、地区内にあるすべての民営借家を対象としている。ただし、一部の財やサービス、公営・都市再生機構・公社家賃については調査市町村あるいは調査地区を設けず、全国、都道府県又は調査市町村全域から価格を調査している。

選定された店舗及び事業所の数は全国で約30,000、家賃調査の世帯数は約23,000である。

### (3) 調査価格

調査する価格は、調査期日に調査店舗で実際に販売されている平常の価格であり、大部分の品目の価格を調査員の現地調査により調査している。その際、一時的な廉売価格、災害等に起因する異常価格、月賦販売等による

価格などは調査しない。

なお、地域によっては出回りが少ない品目もあるため、品目ごとに人口規模に応じて調査する市町村を定め、さらに、消費者の購入形態、店舗間の価格差等を考慮して調査地区及び調査価格数を定めている。

この結果、毎月の調査価格数は全国で約253,000価格（家賃約23,000価格を含む。）、東京都区部で約19,000価格となっている。

#### (4) 調査銘柄

調査する品目は、一定の銘柄（基本銘柄）を指定し、品質、性能、数量単位等が同じものを毎月継続して調査している。なお、基本銘柄の出回りが少なくなり、価格の代表性がなくなった場合は、その銘柄を代表性のある他の銘柄に変更（銘柄改正）している。

#### (5) 調査日

調査日は、毎月12日を含む週の水曜日、木曜日又は金曜日のいずれか1日である。ただし、日々の価格変動が大きい生鮮食品（生鮮魚介、生鮮野菜、生鮮果物）のうち42品目及び切り花3品目については、毎月上旬、中旬及び下旬の旬別に調査を行うこととしており、それぞれ5日、12日及び22日を含む週の水曜日、木曜日又は金曜日のいずれか1日を調査日とし、調査日を含む前3日間の中値を調査価格としている（旬別調査を実施している品目については「付表1 平成17年基準消費者物価指数品目情報一覧」参照）。

### 6 比較時価格

各市町村で調査された価格を用いて、市町村別、品目別の平均価格を算出し、これを比較時価格として指数計算に用いる。比較時価格の算出方法は、次のとおりである。

#### (1) 基本的な算出方法

市町村別、品目別の価格は、調査された価格の単純平均により算出する。また、旬別調査品目については、上旬、中旬、下旬別にそれぞれ平均価格を求め、この旬別価格を単純平均する。

#### (2) その他の算出方法

比較時価格は原則として上記(1)の単純平

均によるが、その他の方法により比較時価格を求める品目がある。例を示すと次のとおりである。

加重平均によるもの

授業料等のうち、高等学校及び中学校については市町村別に、大学については都道府県別に、各学校別の在学者数をウエイトとして、各学校の平均授業料（入学金を含む。）を加重平均する。

所定のモデル式によるもの

都市ガス代やタクシー代などの料金関係品目等については、価格変化の実態をできるだけ正確に指数に反映するため、所定のモデル式により価格指数を作成する。

家賃

(ア) 民営家賃、公営家賃及び都市再生機構・公社家賃

民営家賃については、住宅の面積及び構造により、木造小住宅、木造中住宅、非木造小住宅及び非木造中住宅に区分し、これらの区分ごとに総家賃と延面積を計算し、これから3.3㎡当たりの価格を算出する。また、公営家賃及び都市再生機構・公社家賃についても、総家賃と延面積から3.3㎡当たりの価格を算出する。

(イ) 持家の帰属家賃

各市町村の家賃区分別に民営家賃の指数を代入する。

パソコン及びカメラ

パソコン及びカメラについては、POS情報から得られる全機種の特性と販売価格及び販売数量を用いて、ヘドニック法により価格指数を作成する。

(3) 価格の代入

一部の品目については調査を行っていない市町村があるため、これらの市町村には近隣の調査市の価格を代入して指数計算を行う。

(4) 調査銘柄の変更等における処理

調査銘柄の変更等を行った場合、指数計算では物価変動以外の要因を除去した価格を接続する。

接続には以下の方法を採用している。

同一時点において同一条件で販売されて

いる新・旧銘柄の価格差は、品質差を反映しているとみなし、両者の価格比を用いて接続する（オーバーラップ法）。

新・旧銘柄で品質は同じで、容量だけに差があり、価格と容量がほぼ比例的な関係にある場合は、新銘柄の価格を、旧銘柄の容量に対する価格に換算して接続する。（容量リンク）

新・旧銘柄の価格と品質等の関係が回帰式に当てはまる場合は、新銘柄の価格と品質等が旧銘柄と同等な場合の価格に換算して接続する。（回帰リンク及びヘドニック法）

旧銘柄ではオプションとなっていた装備が、新銘柄では標準装備になったときなどは、品質向上に伴う価格上昇をオプション部分の購入費用に基づいて調整し、接続する（オプションコスト法）。

新・旧銘柄を同一時点で比較することができない場合、その品目の価格変化は、当該品目を除く同一類内の全品目の価格変化の平均に等しいとみなして接続する（インピュート法）。

新・旧銘柄の品質等が同じとみなすことができる場合は、調査された価格を直接接続する。

## 7 基準時価格

指数計算に用いる基準時価格は、「6 比較時価格」と同様の方法で求めた平成17年1月～12月の価格の単純平均により算出する。ただし、生鮮食品（生鮮魚介、生鮮野菜、生鮮果物）については、月別ウエイトによる加重平均により算出する。

## 8 ウエイト

指数計算に用いるウエイトの作成方法は、次のとおりである。

### (1) ウエイトの資料

ウエイトは、総務省統計局実施の家計調査によって得られた、二人以上の世帯の平成17年平均1か月間の1世帯当たり品目別消費支出金額を用いて作成する。ただし、生鮮食品（生鮮魚介、生鮮野菜、生鮮果物）の品目別

ウエイトは、平成17年の品目別支出金額のほか、平成16年及び17年の月別購入数量を用いて作成する。

家計調査は全国の世帯を調査対象とし、全国から選定した168の市町村において、毎月約9,000世帯（うち、二人以上の世帯は約8,000世帯）を調査している（家計調査の概要については「家計調査年報」参照）。

### (2) ウエイトに採用する家計調査品目の範囲

消費者物価指数は、世帯の消費生活に及ぼす物価の変動を測定するものであるから、ウエイトに採用する家計調査の品目の範囲は消費支出に限定される。したがって、所得税・住民税や社会保険料などの非消費支出、預貯金、保険掛金、有価証券購入などの貯蓄及び財産となる住宅や土地の購入などの実支出以外の支出はウエイトに含まれない。

また、消費支出のうち、仕送り金、贈与金、信仰・祭祀費（お経料、さい銭など）及び他の負担費（町内費、消防費、街灯費など）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、ウエイトの算定から除外する。

なお、持家の住宅費用については、帰属家賃方式により指数に組み入れている。帰属家賃ウエイトの作成方法については、(6)に示すとおりである。

### (3) 指数品目と家計調査品目との対応

指数品目と家計調査品目とが1対1で対応する場合は、原則としてそのまま対応させる。これ以外の場合は、以下の方法によっている。

一つの家計調査品目が複数の指数品目に対応する場合は、家計調査品目の支出金額を分割して複数の指数品目に配分する。

複数の家計調査品目が一つの指数品目に対応する場合は、家計調査品目の支出金額を合計して一つの指数品目に対応させる。

家計調査品目のうち「他の」と称する品目については、これに含まれる指数品目がある場合には、該当する品目のそれぞれに配分し、これ以外については、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」及び「つきあい費」については、総務省統計局実施の平成16年全国消費実態調査の結果を用いて、指数の該当する類及び品目のそれぞれに配分する。

(4) 層の大きさによる調整

指数品目に対応させた品目別1か月1世帯当たり支出金額に、各市町村の抽出された層の大きさ（二人以上の世帯数）に見合う調整係数を乗じ、最終的なウエイトを作成する。

(5) 生鮮食品の月別ウエイト

生鮮食品（生鮮魚介、生鮮野菜、生鮮果物）の類ウエイトは、前述の方法によって作成したウエイトを年間を通し固定して用いるが、これらの類に含まれる品目のウエイトは、月々の相対割合を変える月別ウエイトを用いる。月別ウエイトは、平成17年の品目別支出金額に、平成16年及び17年の月別購入数量を用いて作成する。このようにして求めた品目別ウエイトの合計と、先に求めた類ウエイトとは一致しないので、類ウエイトに合うよう品目別ウエイトを比例的に調整してある（月別ウエイトについては「付表3 生鮮食品の月別ウエイト」参照）。

(6) 持家の帰属家賃ウエイト

先に述べたように、住宅購入は財産の購入であるので、消費者物価指数の対象に含まれない。しかし、自己が所有する住宅に居住した場合、家賃の支払いはないものの、所有する住居から受けるサービスを自分自身で生産し、消費していると考えることができる。このサービス額を一般市場価格で評価し、家計の消費支出として計上するのが、「持家の帰属家賃」の概念であり、これをウエイトに組

み込んだものが持家の帰属家賃ウエイトである。

持家の帰属家賃ウエイトは、平成16年全国消費実態調査において推計された「持ち家の帰属家賃」を基に、次のように算出している。

家計調査の持家の住宅費用に計上されている支出金額と重複している「家賃・地代」及び「設備修繕・維持」の金額を控除する。

平成16年全国消費実態調査と同時期の家計調査の消費支出金額の水準差を調整する。

平成17年基準ウエイトとするため、平成16年から17年にかけての「持家の帰属家賃」指数の変化率を用いて調整する。

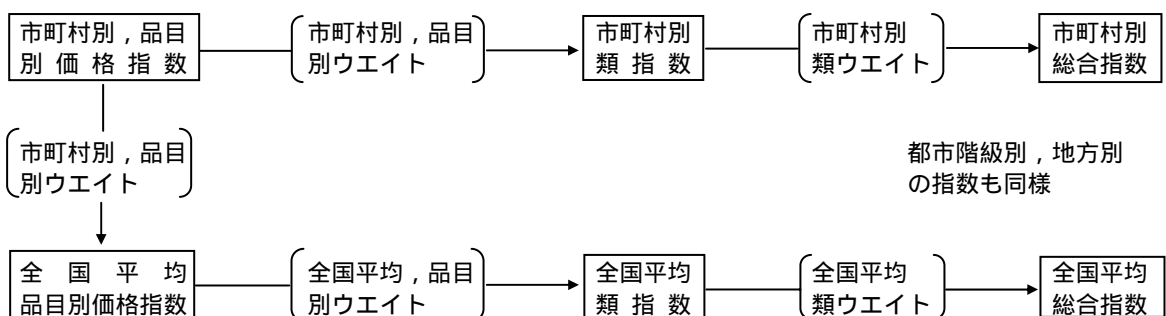
平成15年住宅・土地統計調査の結果より求めた持家率を乗じる。

9 指数の計算

(1) 指数の計算方法

指数の計算は、まず、品目別価格指数を品目別ウエイトにより加重平均して、最小類の指数を算出し、次に、これらの最小類指数をそれに対応するウエイトにより加重平均して上位類の指数を算出する。以下同様にして、中分類指数、10大費目指数、総合指数の順に積み上げる。

また、全国平均指数（都市階級別、地方別の指数も同様）は、市町村ごとの品目別の価格指数（ $P_{ii}/P_{0i}$ ）を市町村ごとのウエイト（市町村別1世帯当たり支出金額に、各市町村の属する層の世帯数に比例した調整係数を乗じたもの）により加重平均して、品目別の全国平均価格指数を求め、これを全国平均の品目別ウエイトにより加重平均して類指数を計算し、順次総合指数まで計算する。



(2) 年平均，年度平均，四半期平均及び半期平均指数の計算方法

生鮮食品以外の品目別価格指数及び類指数の年平均は，1月～12月の各月の指数の単純平均によって計算し，生鮮食品の品目別価格指数は，月別ウエイトによる加重平均によって算出する。年度平均，四半期平均及び半期平均指数についても，年平均指数と同様に算出する。

(3) 指数の変化率，寄与度及び寄与率の計算方法

変化率

変化率は2時点間の物価の上がり下がりを表すもので，前月比，前年同月比，前年比などがあり，次の式により求める。

$$\begin{aligned} \text{変化率(\%)} &= \frac{\text{当期の指数} - \text{前期の指数}}{\text{前期の指数}} \times 100 \\ &= \left[ \frac{\text{当期の指数}}{\text{前期の指数}} - 1 \right] \times 100 \end{aligned}$$

寄与度，寄与率

寄与度はある品目又は類の指数の変動が，総合指数の変化率のうち何ポイント寄与したかを示したものであり，次の式により求める。

品目Aの寄与度 =

$$\frac{\left[ \frac{\text{当期の品目Aの指数} - \text{前期の品目Aの指数}}{\text{前期の品目Aの指数}} \right] \times \text{品目Aのウエイト}}{\text{前期の総合指数}} \times 100$$

また，寄与率は，総合指数の変化率に対する各品目の寄与度を百分率で表したものであり，次の式により求める。

$$\text{品目Aの寄与率(\%)} = \frac{\text{品目Aの寄与度}}{\text{総合指数の変化率(\%)}} \times 100$$

10 季節調整済指数の作成方法

物価変動の基調をみるために，季節調整済指数を作成している。

季節調整の方法は，アメリカで開発されたセンサス局法（X - 12 - ARIMAのX - 11パート）

によっている。特異項認定のための管理限界は「2.0 ~ 3.0」で，その他は標準オプションを用いている。

なお，季節調整済指数は，当初前年12月までのデータから求めた推定季節指数で当年の各月の原系列を除いて算出する。その後当年12月までのデータがそろった時点でそのデータを含めて再計算し，季節調整済指数の改定を行う。

11 指数の作成系列

(1) 基本分類指数

基本分類指数は，全体の物価の動きを平均した「総合」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あり，全国及び東京都区部については，10大費目及びこれを細分化した品目別価格指数までを作成する。また，都市階級，地方・大都市圏，東京都区部を除く都道府県庁所在市，川崎市及び北九州市の70地域は，10大費目及びこれを細分化した中分類指数を作成する（地域については「付表2 価格調査市町村一覧」参照）。

なお，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」，「食料（酒類を除く）及びエネルギーを除く総合」などの指数も作成する。

(2) 財・サービス分類指数

財・サービス分類指数は，品目を財であるかサービスであるかによって分類し，さらにこれを細分化した指数であり，全国及び東京都区部について作成する（各品目の財・サービス分類への分類については「付表1 平成17年基準消費者物価指数品目情報一覧」参照）。

(3) 世帯属性別指数

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の属性により異なることが考えられる。このような世帯の属性別の物価変動を分析するため，世帯属性別指数を作成する。指数作成に使用するウエイトは，家計調査の平成17年平均全国の結果における当該属性を持つ世帯の品目別支出金額を用いて，基本分類指数のウエイトと同様の方法で作成する。

なお、品目別価格指数は、基本分類指数における全国平均品目別価格指数を用いる。作成系列は次のとおりである。

勤労者世帯年間収入五分位階級別及び標準世帯.....月別指数及び年平均指数（全国）  
世帯主の年齢階級別...年平均指数（全国）  
世帯主の職業別.....年平均指数（全国）  
住居の所有関係別.....年平均指数（全国）

#### (4) 品目特性格別指数

品目特性格別指数には、基礎的・選択的支出項目別指数及び品目の年間購入頻度階級別指数がある。

基礎的・選択的支出項目別指数は、家計調査の品目別支出弾力性結果に基づいて、基礎的支出項目とみられる品目と、選択的支出項目とみられる品目とに区分し、全世帯及び勤労者世帯の年間収入五分位階級別に物価指数を計算したものである。また、品目の年間購入頻度階級別指数は、家計調査の100世帯当たり年間購入頻度結果に基づいて品目を各階級に区分し、物価指数を計算したものである。ウエイトの作成及び品目別価格指数については、世帯属性別指数と同様である。

作成系列は次のとおりである。

基礎的・選択的支出項目別.....月別指数及び年平均指数（全国）

品目の購入頻度階級別.....月別指数及び年平均指数（全国）

#### (5) 参考指数

家計の消費構造の変化をより迅速に指数に反映させるため、ラスパイレス連鎖基準方式による指数及び中間年バスケット方式による指数を作成する。

ラスパイレス連鎖基準指数は、当年についてその前年を基準とする指数を算出し、これら隣接する2時点間の指数を順次掛け合わせた指数である。月別指数、年平均指数ともにウエイトを年に一度更新し、連鎖は年平均で行う方法で作成する。年初しばらくの間は、前年のウエイトが完成していないため、前々年のウエイトを用いた暫定値を作成・公表する。その後、家計調査結果（前年平均）の公表を受け、前年のウエイトを用いた確定値を

作成し、1月まで遡及改定した指数を公表する。月別指数は、生鮮食品を除く系列について作成し、年平均指数では生鮮食品を含む系列についても作成する。

中間年バスケット指数は、基準年と比較年の中間年に当たる年の消費構造を用いた指数である。

また、消費者物価指数はウエイトに家計調査の二人以上世帯の結果を用いているが、単身世帯の増加に対応するため、二人以上の世帯と単身世帯を合わせた「総世帯」の指数を作成する。

作成系列は次のとおりである。

ラスパイレス連鎖基準指数.....月別指数及び年平均指数（全国・東京都区部）

中間年バスケット指数.....年平均指数（全国・東京都区部）

総世帯指数.....月別指数及び年平均指数（全国）

## 12 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分に公表している。公表内容は、全国の前月分と東京都区部の当月分の中旬速報値である。なお、12月分及び3月分公表時には、年平均指数及び年度平均指数をそれぞれ公表している。

公表した指数については、次の報告書にまとめている。

消費者物価指数速報冊子...全国及び東京都区部のそれぞれについて、当該月の基本分類指数及び財・サービス分類指数を収録。なお、全国の冊子には当該月の地域別10大費目指数も収録。毎月公表日に刊行。

消費者物価指数月報...公表日翌月上旬に刊行。

消費者物価指数年報...当該年翌春に刊行。これらはインターネットにも掲載している。このほか、FAXサービスでも主要な結果を提供している（巻末「消費者物価指数の利用について」参照）。

## 消費者物価指数の沿革

消費者物価指数(CPI - Consumer Price Index)の計算は、昭和21年8月に開始された。

当時の指数は、戦後の混乱期の物価上昇を早急に測定するため、昭和21年8月～22年3月の8か月間の変動的な期間を基準時とし、さらに、日常生活用品についても統制価格とヤミ価格の二重の価格体系が併存する状態であったため、消費者価格調査(現行家計調査の前身)から得られる実効価格(統制価格とヤミ価格を購入数量により加重平均した価格)とウエイトを用い、フィッシャーの理想算式によって作成された。その後、消費者価格調査の資料も整ってきたので、昭和24年8月に第1回の改定が行われ、基準時を昭和23年1月～12月の1年間に、また、算式もラスパイレズ式に改められ、昭和21年8月までさかのぼって改定された。次いで、昭和25年ごろになると、経済状態も落ち着いてきたので、昭和25年6月から新たに小売物価統計調査が開始され、昭和27年9月には指数の基準時が昭和26年の1年間に改められるとともに、従前の実効価格を小売物価統計調査から得られる小売価格に変更した。その後は、消費構造の変化を考慮して、昭和30年以降、5年ごとに基準時が改定されてきた。

指数の地域区分は、当初は全都市平均及び東京都区部の2地域のみであったが、昭和26年基準からは、この2地域のほかに小売物価統計調査及び家計調査を行っている他の27標本都市も合わせて、29地域となった。その後昭和37年7月に小売物価統計調査及び家計調査が全国に拡大されたのに伴い、昭和40年基準の改定においては、全国平均、都市階級、地方、県庁所在市及び北九州市の合計68地域に拡大した。昭和50年基準の改定以降は、昭和47年に復帰した沖縄県の調査市町村の指数を作成し全国平均に含めるとともに、川崎市等を追加して72地域となっている。

指数の分類体系は、作成開始以来5大費目による分類であったが、昭和56年1月よりウエイトの資料となる家計調査の収支項目分類が改正されたことに伴い、昭和55年基準の改定からは、10大費目による分類に改められた。

総合指数については、昭和45年基準改定から「持家の帰属家賃」指数の算定を開始し、「持家の帰属家賃を含む総合」を参考系列として作成してきたが、昭和60年基準改定に際し、これを総合指数とした。