

消費者物価指数のしくみと見方

—2020 年基準消費者物価指数—



総務省統計局

は じ め に

総務省では、物価の動きを捉えるために消費者物価指数を作成し、毎月公表しています。この指数は、消費者が購入する商品（財やサービス）について、物価の変化を総合的かつ客観的に表すものであり、多方面で利用されています。しかし、名前や数値はよく目にするものの、消費者物価指数のしくみがよく分からない、公表される指数の動きが生活実感と合わない、といった声も聞かれます。

本書は、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 物価統計室に御連絡ください。

令和3年8月

総務省統計局

目 次

1 消費者物価指数とは

(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

(1) 基本的な考え方	6
(2) 基準時	7
(3) 指数品目	8
(4) ウェイト	13
(5) 価格	15
(6) 指数の計算	20
(7) 基準改定	26
(8) 指数の公表	27

3 消費者物価指数の見方

(1) 物価の動きを分析するために	29
(2) 変化率	30
(3) 物価の変動要因	32
(4) 指数と実感	36
(5) 長期時系列での比較	39

付録

1	指数品目及びウエイト一覧（全国）	・ ・ ・ ・ ・	41
2	消費者物価指数の閲覧及び入手先	・ ・ ・ ・ ・	50



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 220 円、キャベツ 1 kg 210 円、ブラウス 1 枚 3,500 円、映画観覧料大人 1 回 1,800 円、理髪料大人 1 回 3,800 円といった具合です。個々の商品の価格は、高くなったり安くなったり、色々な動きをします。そのため、物価の動きを見るには、私たちが購入する商品の平均的な価格変化、すなわち、たくさんの商品の価格の変化を総合して考える必要があります。

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には、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、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見るのが一般的

1 消費者物価指数とは

です。そして、物価の動き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、より客観的に分かりやすく、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役目を果たしています。

**消費者物価指数（CPI）は消費者が購入する商品の
小売価格の動きを測定しています。**

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幾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の種類と価格は異なります。

消費者物価指数は、小売段階の財及びサービスの物価の動き、すなわち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見ようとするものです。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、通信料、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。

消費者物価指数は総務省統計局が作成しており、略称ではCPI（Consumer Price Index）と呼ばれています。消費者物価指数の歴史は古く、第二次世界大戦直後の1946年に初めて作成され、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、消費者物価指数は経済政策を的確に推進する上で極めて重要な指標となり、「経済の体温計」とも呼ばれています。

1 消費者物価指数とは

NOTE

我が国における代表的な物価指数

		取引段階	
		企業間取引段階	小売段階
対象	財	企業物価指数 (日本銀行作成)	消費者物価指数 (総務省統計局作成)
	サービス	企業向け サービス価格指数 (日本銀行作成)	

我が国では物価指数として、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のほか、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（CGPI）、企業間で提供されるサービスの物価変動を捉える企業向けサービス価格指数（SPPI）なども作成されています。消費者物価指数では財とサービスの両方を対象としますが、財・サービス分類別に集計した指数も公表しています。

1 消費者物価指数とは

(2) 消費者物価指数の利用

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、2013年1月22日に発表された政府及び日本銀行の共同声明「デフレ脱却と持続的な経済成長の実現のための政府・日本銀行の政策連携について」においては、物価安定の目標として、消費者物価指数の前年比上昇率で2%とすることが掲げられています。それゆえ、日本銀行が金融政策を決定する際には、消費者物価指数が重要な判断材料の一つとなっています。

このほか、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。

家計収支や賃金などの他の統計において
実質化のためのデフレーターとして利用されています。

異なる時点の経済活動を比較するときには、名目値（額面どおりの値）の変化に加えて、その間の物価変動の影響を考慮することもあります。物価変動の影響を取り除いた実質値は、名目値を物価指数で割ることによって求められます。この際に使う物価指数をデフレーターと呼び、消費者物価指数は、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。

1 消費者物価指数とは

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、国民年金といった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一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。

NOTE

消費者物価指数の各種法令に基づく利用例

➤ 国民年金法、厚生年金保険法

- ・年金額の改定

➤ 児童扶養手当法

- ・児童扶養手当額の改定

➤ 都市再開発法施行令

- ・補償金の支払に係る修正率の算定

➤ 国土利用計画法施行令

- ・土地の価格に係る修正率の算定

➤ 土地収用法第 88 条の 2 の細目等を定める政令

- ・損失の補償に関する修正率の算定

上記以外にも多くの法令で消費者物価指数を用いる規定が設けられています。

2 消費者物価指数の作り方

(1) 基本的な考え方

暮らしに必要な商品を全て、一つの買物かごに入れて、
買物かご全体の費用が時点によってどう変わるかを考えます。

消費者物価指数は、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幾らに変わったかを表しています。簡単にいえば次のような方法です。

まず、私たちが実際に買った商品を調べて、これらを全て、一つの大きな買物かごに入れたとしましょう。例えば、月平均にすると、米 6 kg、牛肉 500g、トマト 1,000g、ビール（350ml）5 缶、水道料 20 m³分、靴下 1 足、ビタミン剤 1 箱、バス代 4 回、新聞代、習い事の月謝、家賃……というようになります。

2020 年にこれらを買うのに全部で 30 万円掛かったとします。次に、同じものを翌年 2021 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 万円多く掛かったことになります。買物かごの中の商品全体の値動きを

2 消費者物価指数の作り方

指数化してみましょう。2020 年の 30 万円を 100 とすると、2021 年の 31 万円は、比例計算で 103.3 となります。これが 2020 年を基準とした 2021 年の消費者物価指数です。

(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。この考え方による物価指数をラスパイレス指数といい、約 150 年前にドイツのラスパイレスという経済学者が考案しました。この指数は、日本だけではなく、世界の多くの国々でも採用されています。

現在、総務省で公表している消費者物価指数は、基準時を 2020 年とした「2020 年基準指数」です。

2 消費者物価指数の作り方

(3) 指数品目

買物かごに入れる商品は、「家計調査」の結果を基に選び、選んだ商品を指数品目と呼んでいます。

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一つになります。もちろん、消費者が購入する全ての商品を網羅できれば、それに越したことはありませんが、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います。この選定した商品を指数品目と呼んでいます。

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捉えるためには、私たちが購入する様々な商品の中から、重要度の高いものを適切かつ客観的に選ばなければなりません。そこで指数品目には、「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して、支出額の多い品目を選んでいきます。

この「家計調査」とは、統計法(平成 19 年法律第 53 号。以下同じ。)に規定されている「基幹統計調査」の一つで、全国の世帯の家計の実態を明らかにすることを目的としています。この調査では、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、毎日の収入と支出について詳細な調査を行います。

2 消費者物価指数の作り方

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高い品目を、例えば、米、パン、牛乳、冷蔵庫、テレビ、家賃、電気代、携帯電話通信料、宿泊料というように選んでいきます。支出額の極めて低い品目は、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 ページ参照）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。市場に出回る様々な商品の価格を全て調査できるわけではありません。そのため、同じ種類の商品の値動きを代表でき、かつ、毎月続けて調査できる品目を選ぶ必要があります。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製品には多くの種類がありますが、この中から支出額が高い「豆腐」、「油揚げ」、「納豆」を大豆加工品類の値動きを代表する品目として選んでいます。また、台所・住居用の洗剤には、台所用、風呂用、トイレ用など様々な種類がありますが、これらの値動きは近いと考えられるので、「台所用洗剤」を代表的な品目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るので、指数計算の過程では、例えば、「台所用洗剤」には、「台所・住居用洗剤」全体のウエイトを持たせるようにしています。

2 消費者物価指数の作り方

直接税や土地購入などは指数品目に含めません。消費税などの間接税は商品の価格の一部として消費者物価指数に含まれています。

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世帯の自由にならない支出（非消費支出）は指数品目に含めません。また、預貯金、保険料、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。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見られません。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にしています。

一方、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まれています。例えば、2014年4月に消費税率が5%から8%に改定された際には、消費者物価指数（2014年4月の全国総合指数）は前年の同じ月に比べて3.4%の上昇となりましたが、この上昇率には消費税率改定の影響が含まれています。

NOTE

消費者物価指数に含まれない支出の例

➤ 消費支出の一部

信仰・祭祀費、寄付金、贈与金、町内自治会費 等

➤ 非消費支出

直接税、社会保険料 等

➤ 実支出以外の支払

預貯金、保険料、有価証券購入、財産購入、借金返済 等

2 消費者物価指数の作り方

持家の住宅費用は、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に含めていませんが、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出てきます。

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家構造調査（統計法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。これは国際基準に沿った取扱いであり、多くの国でも同様の取扱いをしています。

2 消費者物価指数の作り方

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
582 品目を選んでいきます。

このようにして、2020 年基準の消費者物価指数では、2020 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 581 品目に「持家の帰属家賃」1 品目を加えた 582 品目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始めとした食料品、衣料品、エアコン・テレビ・パソコンのような家電製品などの財のほか、家賃、診療代、外食、授業料、クリーニング代、映画観覧料、携帯電話通信用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 1 「指数品目及びウエイト一覧（全国）」（41 ページ）を参照してください。

NOTE

582 品目で消費者物価指数が作成できるわけ

2020 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 582 品目ですが、この数で十分なのか、もっと多く採用したらよいのではないかという疑問が生じるかもしれません。

しかし、更に指数品目を増やしても、重要度の低い、つまり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高い品目順に並べてみると、上位 300 品目で全体の支出額の約 90% を占めています。

2 消費者物価指数の作り方

(4) ウェイト

個々の商品の値動きを総合するときには、家計の消費支出額に占めるその商品の割合に応じて、重み（ウェイト）を付けます。

消費者物価指数は、家計上重要な商品を一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、幾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額の割合（重み：ウェイト）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。

このウェ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、牛肉及びカレールウの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、カレールウも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品目の支出額の割合が、米6、牛肉3、カレールウ1であったとします。そこでこれらの値段の動きを、ウェイトを加味して計算すると、

2 消費者物価指数の作り方

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

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。各品目の全体に占める支出額の割合を加味する、つまり、ウエイトを付けて平均する計算方法を「加重平均」といいます。

ウエイトは、
家計調査結果による品目ごとの支出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、基準時の消費支出額^(注)から、世帯で購入した個々の品目ごとに、幾ら支出したかを調べます。次に、消費支出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2020年基準の品目別のウエイトを、付録1「指数品目及びウエイト一覧（全国）」（41ページ）に掲載しています。掲載しているウエイトは、消費支出額全体を10,000としており、例えば、食パンは32、牛乳は41、電気代は341、通信料（携帯電話）は271、テレビは23、宿泊料は81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捉えるため、2－（3）「指数品目」（8ページ）のところで説明したように、例えば、台所用洗剤のウエイトは、台所用洗剤だけでなく、風呂用、トイレ用なども含めた台所・住居用洗剤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、

2 消費者物価指数の作り方

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。ただし、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、これらの生鮮食品については、月別の安定したウエイトを得るために、基準時とその前年の2年間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。

注) 2020年基準は、新型コロナウイルス感染症の影響により、基準時である2020年の買物かごの中身が一時的に変化していることから、2019年及び2020年の2年間の消費支出額を使用しています。

(5) 価格

消費者物価指数は、小売物価統計調査（動向編）で調査している小売店などでの実売価格（小売価格）から作成されます。

1－(1)「消費者物価指数とは何か」(1ページ)のところで説明したように、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、主に、家計調査と同様に国の重要な統計調査の一つ、小売物価統計調査（動向編）によって調査しています。

小売物価統計調査（動向編）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、

2 消費者物価指数の作り方

調査する価格の数は毎月約 21 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 7 千事業所を選び、約 2 万 8 千世帯の家賃を調べています。

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消費税込み小売価格です。また、一時的な（7 日以内の）特売価格や、ごく限られた会員向けの特別価格などは調べません。

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ないと調査すると、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、メーカー情報や業界

2 消費者物価指数の作り方

の資料などを参考にしたりして、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、50～55 g、「明治ミルクチョコレート」、
「ロッテガーナミルクチョコレート」又は「森永ミルクチョコレート」”**

ノートブックは

**“事務・学用など、普通ノート、
〔サイズ〕 6号 (179×252mm)、罫入り、中身枚数 30 枚”**

というように、基本銘柄を定めています（2021 年 8 月現在）。

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、調査することになります。

常に商品の市場における出回り状況を把握し、
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

2 消費者物価指数の作り方

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。

調査銘柄に変更があった場合、必要に応じて品質調整を行います。

消費者物価指数は純粋な価格の変化を捉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、新・旧の銘柄の間にある機能・特性などの品質や内容量の違いによって生じる価格の変化分を調整する必要があります。旧銘柄と新銘柄の品質の違いを定量的に評価し、消費者物価指数に反映させることを品質調整と呼んでいます。品質調整には様々な方法がありますが、新・旧の銘柄の品質差の有無やその態様、市場の価格形成の状況などを踏まえ、それぞれの事例において、最も適切な方法を選択します。

品質調整の一例として、ここでは「容量比による換算」について説明します。前月まで400mL入り300円で売られていたボディソープが、製品のリニューアルにより、品質はそのままで容量だけが減り、当月から380mL入り290円となった場合を考えましょう。純粋な価格の変化のみを捉えるためには容量の変化分を調整する必要があります。そこで、新製品の価格を容量比で換算することにより、旧製品の価格との比較を行います。

調整後の新製品の価格

$$\begin{aligned} &= \text{新製品の価格} \times \frac{\text{旧製品の容量}}{\text{新製品の容量}} \\ &= 290 \text{ 円} \times \frac{400 \text{ mL}}{380 \text{ mL}} = 305.3 \text{ 円} \end{aligned}$$

2 消費者物価指数の作り方

この式から、新製品は、旧製品と同じ容量である 400mL に換算すると 305.3 円であり、前月から実質的に値上げしていることが分かります。消費者物価指数の計算には、この調整後の価格が用いられます。

なお、一部の食料品などでは、価格の調査単位を重量（容量）などとしています。このような品目では、1 kg や 1,000mL といった単位重量（容量）当たりの価格から指数が作成されるため、重量（容量）の変更による実質的な価格の変更は、随時、指数の変動にも反映されます。

ネットショッピングの利用状況に合わせて インターネット販売価格を取り入れています。

消費者物価指数では、近年のネットショッピングの利用状況に合わせて、全国の主要な家電量販店やECサイトなどで販売された製品のPOS情報の利用や、各社のウェブサイトから必要な情報を抽出する「ウェブスクレイピング」による価格収集などにより、インターネット販売価格を取り入れているものもあります。

2 消費者物価指数の作り方

NOTE

インターネット販売価格を採用している品目の例 (2020 年基準)

≫ POS 情報を利用している品目

テレビ、ビデオレコーダー、パソコン（デスクトップ型）、
パソコン（ノート型）、タブレット端末、プリンタ、カメラ

≫ ウェブスクレイピングを利用している品目

航空運賃、宿泊料、外国パック旅行費

(2021 年 8 月現在)

(6) 指数の計算

消費者物価指数は、
ラスパイレス式という計算式によって作成されています。

消費者物価指数の計算は、買物かごの中身を固定し、基準時と同じものを同じ量
だけ購入した際にかかる費用を比較することだと説明しました。この考え方はラス
パイレス式という計算式によって、次のように表されます。

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

2 消費者物価指数の作り方

一見すると難しそうに見えるこのラスパイレズ式ですが、意味を理解すれば難しいものではありません。 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、…、 i 、…、 n は個々の品目を示します。 Σ （シグマと読みます。）は全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 $\Sigma(p_{0,i}q_{0,i})$ は、基準時に購入した全ての品目の合計支出額を意味します。つまり、ラスパイレズ式の分母の $\Sigma(p_{0,i}q_{0,i})$ は、基準時における買物かごの中身全体の購入費用を表しています。

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 $\Sigma(p_{t,i}q_{0,i})$ 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額となっています。この分子 $\Sigma(p_{t,i}q_{0,i})$ を分母 $\Sigma(p_{0,i}q_{0,i})$ で割って 100 倍した値が、ラスパイレズ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、カレーウの 3 品目で指数の計算方法を見てみましょう（表 1 参照）。

2 消費者物価指数の作り方

表1 消費者物価指数の計算例

品目	基準時 購入量	単位	基準時 価格	比較時 価格	基準時 支出額	比較時 支出額	価格比
	q_0		p_0	p_t	$p_0 q_0$ ($= W_{0,i}$)	$p_t q_0$	p_t / p_0
米	20kg	(1kg 当たり)	円 500	円 400	円 10,000	円 8,000	0.80
牛肉	2,000g	(100g 当たり)	400	400	8,000	8,000	1.00
カレールウ	2箱	(1箱 当たり)	250	300	500	600	1.20
計	-	-	-	-	18,500	16,600	-

基準時の買物かごには米 20 kg、牛肉 2,000g、カレールウ 2 箱が入っています。

買物かご全体の費用は、

$$\begin{aligned}\sum (p_{0,i} q_{0,i}) &= 500 \text{ 円} \times 20 + 400 \text{ 円} \times 20 + 250 \text{ 円} \times 2 \\ &= 18,500 \text{ 円}\end{aligned}$$

と計算されます。

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、

$$\begin{aligned}\sum (p_{t,i} q_{t,i}) &= 400 \text{ 円} \times 20 + 400 \text{ 円} \times 20 + 300 \text{ 円} \times 2 \\ &= 16,600 \text{ 円}\end{aligned}$$

2 消費者物価指数の作り方

となります。基準時と比較時の費用を比較すると、

$$\begin{aligned}\frac{\sum(p_{t,i}q_{0,i})}{\sum(p_{0,i}q_{0,i})} &= \frac{400 \text{ 円} \times 20 + 400 \text{ 円} \times 20 + 300 \text{ 円} \times 2}{500 \text{ 円} \times 20 + 400 \text{ 円} \times 20 + 250 \text{ 円} \times 2} \\ &= \frac{16,600 \text{ 円}}{18,500 \text{ 円}} = 0.897\end{aligned}$$

であり、これを 100 倍した値が消費者物価指数となります。この例では、基準時を 100 として、比較時の消費者物価指数は 89.7 とラスパイレズ式から計算されます。

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（ラスパイレズ型）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 の基準時のウェイト（基準時の支出額）を示します。米の基準時の支出額は表 1 の例では 10,000 円で、それは基準時の価格 500 円（ p_0 ）に数量 20 kg（ q_0 ）を乗じたもので、ウェイトは 10,000（ $p_0q_0 = W_0$ ）と表します。

2 消費者物価指数の作り方

次に、表1の一番右端の列にあるように米、牛肉、カレーうどんについて、基準時に対する比較時の価格比（ p_t/p_0 ）を計算します。この例では、基準時から比較時までの間に、米は0.80倍、牛肉は1.00倍、カレーうどんは1.20倍に価格が変化しています。この価格比にそれぞれのウェイトを乗じて、次のように加重平均すると、計算の結果はラスパイレース式の場合と同じ89.7になります。

$$\begin{aligned} & \frac{\sum \left(\frac{p_{t,i}}{p_{0,i}} W_{0,i} \right)}{\sum W_{0,i}} \times 100 \\ &= \frac{0.80 \times 10,000 + 1.00 \times 8,000 + 1.20 \times 500}{10,000 + 8,000 + 500} \times 100 \\ &= 89.7 \end{aligned}$$

なお、消費者物価指数では品目別のウェイトを、通常、一万分比で表します。「一万分比ウェイト」は、基準時における総消費支出額（この例では18,500円）を10,000として、各品目の支出額を比例換算した値です。

2 消費者物価指数の作り方

NOTE

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(ラスパイレス型)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は、支出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の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たように、指数品目以外の支出額については、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。

2 消費者物価指数の作り方

(7) 基準改定

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。

消費者物価指数は、買物かごの内容を基準時に固定し、その全体の購入費用を比較していますが、実際には時間と共に消費生活の内容は変化していきます。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捉えることができなくなってしまうおそれがあります。

そこで、消費者物価指数は、西暦年の末尾が0と5の年を基準時として、5年ごとに買物かごの内容（指数品目及びウエイト）を改定（基準改定）することになっています。

基準改定時には、新たな基準年を100として、
過去の指数を換算し、接続しています。

消費者物価指数は時間の経過による物価の動きを見るものですから、過去に遡って比較が行えるように、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、下記のような比例換算の方法によって行います。

2 消費者物価指数の作り方

2015 年基準指数を 2020 年基準に接続する場合の計算式

$$\text{2020 年基準} \quad \text{2015 年基準} \quad 100 \\ \text{接続指数} = \text{指数} \times \frac{\text{2015 年基準の 2020 年平均指数}}$$

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。

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（中間年見直し）。

（8）指数の公表

消費者物価指数は、原則として

毎月 19 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、全国の前月分指数が、原則として毎月 19 日を含む週の金曜日午前 8 時 30 分に公表され、同日の閣議に報告されます。また、東京都区部の当月分指数（中旬速報値）が、原則として毎月 26 日を含む週の金曜日午前 8 時 30 分に公表されます。

公表内容は、総務省統計局ホームページで入手できるほか、総務省統計局にあ

2 消費者物価指数の作り方

る統計図書館などで閲覧できます。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2「消費者物価指数の閲覧及び入手先」(50 ページ)を参照してください。



3 消費者物価指数の見方

(1) 物価の動きを分析するために

総合指数は消費者物価の水準を示す最も重要な指標ですが、その動きを細かく分析するためには、基本分類指数の動きも見ます。

単に「消費者物価指数」と言ったとき、一般には総合指数を指します。総合指数は、消費者物価指数で扱う全ての指数品目の値動きを反映したものであり、消費者物価の水準を示す上で最も重要な指標だからです。

一方で消費者物価の変動、すなわち総合指数の動きを細かく分析する際には、食料、住居、光熱・水道といったそれぞれの分類に分けた価格の変動を捉える必要があります。そこで、総合指数の内訳を消費の目的により費目別に分類した「基本分類指数」も併せて作成・公表しています。

また、「生鮮食品」は、天候の影響を強く受け、毎月の変動幅が大きくなる傾向があります。そのため、「総合」の足元の（短期的な）変動には、「生鮮食品」に由来する天候の影響が含まれます。そこで、消費者物価指数では、「総合」から「生鮮食品」を除いた「生鮮食品を除く総合」も併せて作成・公表しており、物価の基調を見るための一つの指標として用いられています。

3 消費者物価指数の見方

同様に「生鮮食品及びエネルギーを除く総合」は、「総合」から「生鮮食品」に加え、海外要因で変動する原油価格の影響を直接受けるガソリンや電気代などの「エネルギー」も除いた基調を見るために用いられます。なお、「生鮮食品を除く総合」指数は「コア」指数と呼ばれる場合があります。また、このほかにも、「コアコア」指数と言われている指標などがありますが、生鮮食品のほかにエネルギーなどを除く様々な指標に対して様々な名称が用いられているようですので、それらの指標を利用する際は、定義等を御確認ください。

(2) 変化率

前月又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、又は前年同月からの物価の変化を見る場合、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には、この二つの指数の差を前の時点の指数で割り、百分比で示します。

例えば、2021 年 1 月の全国の消費者物価指数について、2020 年 1 月からの 1 年間の物価の動きを見てみましょう。2020 年の年平均を 100 とした 2021 年 1 月の指

3 消費者物価指数の見方

数は 99.8 で、前年（2020 年）1 月の指数は 100.5 でしたので、その差は-0.7 となります。これを 100.5（2020 年 1 月の指数）で割って 100 倍し、0.7% の下落ということになります。

$$\frac{99.8 - 100.5}{100.5} \times 100 = -0.7\%$$

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見るのに便利です。

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

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見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 消費者物価指数の見方

(3) 物価の変動要因

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見るには、寄与度を用います。

全国の消費者物価指数は、総合で 2020 年 1 月から 2021 年 1 月までの 1 年間に 0.7% 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 0.7% 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見る必要があります。

まず、食料、住居、光熱・水道など、10 大費目別に動きを見てみましょう（表 2）。家具・家事用品、被服及び履物、諸雑費などは上昇していますが、光熱・水道、交通・通信、教育などは下落しています。なお、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様々ではないことに注意する必要があります。

各項目のウエイトを加味して、各項目の動きが物価全体（総合指数）の動きに対してどの程度影響しているか示す寄与度は、次の算式で計算します。

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 の光熱・水道について計算してみると、次のようになります。

$$\text{光熱・水道の寄与度} = \frac{(96.1 - 102.8) \times \frac{693}{10,000}}{100.5} \times 100 = -0.46$$

3 消費者物価指数の見方

光熱・水道の寄与度-0.46 は、他の項目は変化せず光熱・水道だけが 6.5%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	2020年1月 指数	2021年1月 指数	2021年1月 前年同月比 (%)	寄与度
総合	10,000	100.5	99.8	-0.7	
食料	2,626	100.2	100.0	-0.2	-0.06
住居	2,149	100.0	100.4	0.5	0.10
光熱・水道	693	102.8	96.1	-6.5	-0.46
家具・家事用品	387	99.6	101.4	1.9	0.07
被服及び履物	353	97.4	98.2	0.8	0.03
保健医療	477	100.2	99.4	-0.9	-0.04
交通・通信	1,493	101.6	99.9	-1.7	-0.25
教育	304	102.5	99.1	-3.3	-0.10
教養娯楽	911	100.8	100.8	0.0	0.00
諸雑費	607	99.8	100.6	0.9	0.05

注) 前年同月比を始めとする変化率及び寄与度は端数処理前の指数から計算しているため、公表値を用いて計算した値とは一致しない場合があります。また、四捨五入の関係で、各費目の寄与度の合計が総合の前年同月比に一致しない場合があります。

3 消費者物価指数の見方

前月比や前年同月比の変動が、
どの項目に起因するかを見るには、寄与度差を用います。

寄与度差とは、その名のとおり、当期と前期の寄与度の差であり、総合指数の前
期比の変動（上昇幅の拡大・縮小等）がどの項目の動きによるものかを分析する際
に役立ちます。

$$\text{寄与度差} = \text{当月の寄与度} - \text{前月の寄与度}$$

例えば、2021 年 1 月の総合指数の前年同月比は 0.7% の下落、その翌月 2 月の前
年同月比は 0.5% の下落であり、前年同月比は 0.2 ポイント下落幅が縮小していま
す。この 0.2 ポイントの下落幅縮小を、項目別の内訳で見たものが、寄与度差に相
当します。表 3 は 2021 年 2 月における各項目の寄与度差をまとめたものです。交
通・通信の寄与度差 0.09 は、交通・通信により総合の下落幅が 0.09 ポイント縮小
したことを表します。つまり、前年同月比の下落幅縮小（0.2 ポイント）の半分程
度が交通・通信の下落幅縮小によるものであることが分かります。

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。

消費者物価指数では財・サービス分類指数も作成しています。この財・サービス
分類は、指数品目をその特性により、①財であるかサービスであるか、②どのよう
な産業で製造又は提供されているか、③財の場合は耐久性の度合いなどにより分類
したものです。具体的には、財の場合、農水畜産物、食料工業製品、繊維製品、石
油製品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する傾向にあります。

3 消費者物価指数の見方

表3 10大費目別の寄与度と寄与度差

	2021年1月	2021年2月	
(前年同月比)			
総合	-0.7	-0.5	
(前年同月比寄与度)			(寄与度差)
食料	-0.06	-0.03	0.03
住居	0.10	0.12	0.02
光熱・水道	-0.46	-0.42	0.03
家具・家事用品	0.07	0.08	0.01
被服及び履物	0.03	0.03	0.00
保健医療	-0.04	-0.04	0.01
交通・通信	-0.25	-0.17	0.09
教育	-0.10	-0.10	0.00
教養娯楽	0.00	-0.03	-0.03
諸雑費	0.05	0.07	0.01

注) 寄与度差は端数処理前の寄与度から計算しているため、公表値を用いて計算した値とは一致しない場合があります。

3 消費者物価指数の見方

(4) 指数と実感

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にどうしても引きずられてしまいがちです。

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

消費者物価指数では、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、ワインや外国パック旅行費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、家計調査結果から得られる品目別の支出弾力性に基づいて行っています。

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

3 消費者物価指数の見方

繁に買う品目もあれば、かぜ薬やタオルなどのように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結果から得られる年間購入頻度（購入回数）に基づいて区分した指数も、併せて作成しています。

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、私立大学の授業料の変化は、私立大学に通う子供のいる世帯でないと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。

世帯の収入や世帯主の年齢など世帯属性別の指数も作成しています。

消費者物価指数は消費者全体、すなわち、平均的な消費構造を持つ世帯に対する物価の動きを表すものであることは既に説明したとおりです。実際には、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り、物価変動の影響もこれらの世帯属性により異なることが考えられます。そこで、消費者物価指数では世帯属性別の指数も作成しています。世帯属性別指数のウエイトには、家計調査の結果のうち世帯属性別の品目別支出額から計算したものをを用い、品目別価格指数には全国の指数を共通に用いています。

3 消費者物価指数の見方

物価の動きと生活費の動きは必ずしも一致しません。

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%多く掛かったとします。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影響ということになります。

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。

例えば、一口に冷蔵庫といっても、容量の大小や、冷凍室や野菜室の有無、種々の特殊機能の有無、あるいはメーカーのブランド等によっても、価格は大きく異なります。消費者はこの中から、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、消費者が購入している家電製品や食品の平均購入価格が分かりますが、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、純粋な価格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。つまり、

3 消費者物価指数の見方

調査対象の品質が向上した分による価格の上昇分は、消費者物価指数に反映されません。そのため、一般的に、技術革新により機能の向上が著しい家電製品などでは、平均購入価格より消費者物価指数の上昇幅が小さくなる（又は下落幅が大きくなる）傾向が見られます。

また、衣料に見られるように、好況時には高級志向が強まり、不況時には低価格志向が強まる品目は、平均購入価格の方が消費者物価指数に比べて変動幅が大きくなる傾向があります。

(5) 長期時系列での比較

消費者物価指数は古くは 1946 年 8 月から作成されており、消費者物価の水準を長期にわたって比較することが可能です。

消費者物価指数は、基準となる時点（現在は 2020 年）の消費者物価の水準を 100 として、物価の動きを客観的かつ時系列的に表したものです。これが意味するところを改めて考えてみましょう。

2020 年を 100 として、1970 年の総合指数は 30.9 です。1970 年から 2020 年までの間に消費者物価の水準は、約 3 倍になっています。つまり、1970 年当時、100 万円で購入されていたものを 2020 年に購入しようとすれば、約 300 万円掛かるということになります。

このように、消費者物価指数はある時点間の消費者物価の水準を比較する際に用いられます。消費者物価指数の計算は 1946 年 8 月に開始されており、長期にわたっての物価水準の動きを追うことができます^{注)}。

3 消費者物価指数の見方

その一方、消費者物価指数を用いて貨幣価値の比較ができないか、という声も聞かれます。しかしながら、消費者物価指数から貨幣価値を論じる際には注意が必要です。消費者物価指数はあくまで世帯が購入する財やサービスに限って物価の水準を示したものであり、貨幣の価値をそのまま表すとは言えないからです。「何をもって貨幣の価値とするか」には様々な考え方があるため、消費者物価指数による比較は、貨幣価値を考える際の一つの参考として扱っていただければと思います。

注) 2020 年基準の消費者物価指数では、「持家の帰属家賃を除く総合」指数を 1946 年 8 月分から、「総合」指数を 1970 年 1 月分から提供しています。そのほか、戦前からの物価の動きを知るため、1934 年から 1936 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。

付録1 指数品目及びウエイト一覧（全国）

含類 総連番	名称	ウエイト (一万分比)	含類 総連番	名称	ウエイト (一万分比)
001	総合	10000	050	他の魚介加工品	29
002	食料	2626	051	かつお節	3
003	穀類	214	052	魚介漬物	11
004	米類	62	053	魚介つくだ煮	4
005	うるち米A	23	054	魚介缶詰	11
006	うるち米B	39	055	肉類	249
007	パン	86	056	生鮮肉	200
008	食パン	32	057	牛肉（国産品）	39
009	あんパン	35	058	牛肉（輸入品）	26
010	カレーパン	18	059	豚肉（国産品）	54
011	麺類	51	060	豚肉（輸入品）	36
012	ゆでうどん	10	061	鶏肉	45
013	そうめん	6	062	加工肉	49
014	スパゲッティ	4	063	ハム	14
015	カップ麺	20	064	ソーセージ	21
016	中華麺	12	065	ベーコン	8
017	他の穀類	15	066	味付け肉	6
018	小麦粉	3	067	乳卵類	126
019	もち	7	068	牛乳・乳製品	100
020	シリアル	5	069	牛乳	41
021	魚介類	199	070	生乳	41
022	生鮮魚介	112	071	乳製品	60
023	まぐろ	22	072	粉ミルク	2
024	あじ	4	073	ヨーグルト	37
025	いわし	2	074	バター	3
026	かつお	6	075	チーズ（国産品）	10
027	さけ	21	076	チーズ（輸入品）	7
028	さば	4	077	卵	25
029	さんま	3	078	鶏卵	25
030	たい	4	079	野菜・海藻	285
031	ぶり	12	080	生鮮野菜	188
032	いか	7	081	キャベツ	10
033	たこ	5	082	ほうれんそう	7
034	えび	12	083	はくさい	4
035	あさり	3	084	ねぎ	11
036	かき（貝）	2	085	レタス	9
037	ほたて貝	3	086	ブロッコリー	8
038	塩干魚介	36	087	もやし	4
039	塩さけ	10	088	アスパラガス	5
040	たらこ	9	089	さつまいも	3
041	しらす干し	7	090	じゃがいも	7
042	干しあじ	3	091	さといも	2
043	煮干し	2	092	だいこん	5
044	ししゃも	2	093	にんじん	7
045	いくら	4	094	ごぼう	3
046	魚肉練製品	22	095	たまねぎ	10
047	揚げかまぼこ	7	096	れんこん	3
048	ちくわ	5	097	ながいも	5
049	かまぼこ	10	098	しょうが	2

付録 1 指数品目及びウエイト一覧（全国）

含類 総連番	名称	ウエイト (一万分比)	含類 総連番	名称	ウエイト (一万分比)
099	えだまめ	3	147	果物加工品	9
100	さやいんげん	3	148	ナッツ	9
101	かぼちゃ	5	149	油脂・調味料	121
102	きゅうり	10	150	油脂	13
103	なす	6	151	食用油	11
104	トマト	24	152	マーガリン	2
105	ピーマン	7	153	調味料	108
106	生しいたけ	9	154	食塩	2
107	えのきたけ	5	155	しょう油	6
108	しめじ	8	156	みそ	8
109	カット野菜	3	157	砂糖	4
110	乾物・加工品類	96	158	酢	3
111	乾物・海藻	25	159	ソース	3
112	干しいたけ	1	160	ケチャップ	2
113	干しのり	11	161	マヨネーズ	5
114	わかめ	6	162	ドレッシング	8
115	こんぶ	3	163	ジャム	4
116	ひじき	3	164	カレールウ	5
117	大豆加工品	36	165	乾燥スープ	13
118	豆腐	15	166	風味調味料	9
119	油揚げ	8	167	ふりかけ	6
120	納豆	13	168	たれ	6
121	他の野菜・海藻加工品	36	169	つゆ	12
122	こんにゃく	5	170	合わせ調味料	9
123	梅干し	8	171	バスタソース	5
124	だいこん漬	6	172	菓子類	236
125	はくさい漬	3	173	ようかん	9
126	キムチ	7	174	まんじゅう	13
127	こんぶつくだ煮	4	175	だいふく餅	14
128	野菜缶詰	3	176	カステラ	5
129	果物	105	177	ケーキ	25
130	生鮮果物	96	178	ゼリー	13
131	りんご	13	179	プリン	10
132	みかん	15	180	シュークリーム	6
133	オレンジ	2	181	ロールケーキ	10
134	しらぬひ	2	182	せんべい	20
135	梨	5	183	ビスケット	14
136	ぶどう A	3	184	ポテトチップス	18
137	ぶどう B	6	185	キャンデー	8
138	柿	3	186	チョコレート	30
139	桃	3	187	アイスクリーム	35
140	すいか	4	188	落花生	3
141	メロン	3	189	チューインガム	3
142	いちご	10	190	調理食品	352
143	バナナ	15	191	主食的調理食品	147
144	キウイフルーツ	6	192	すし（弁当）A	29
145	さくらんぼ	2	193	すし（弁当）B	15
146	アボカド	4	194	弁当 A	25

付録 1 指数品目及びウエイト一覧（全国）

含類 総連番				名称	ウエイト (一万分比)	含類 総連番				名称	ウエイト (一万分比)
195				弁当 B	25	243			酒類	119	
196				おにぎり	15	244			清酒	16	
197				調理パン	18	245			焼酎	18	
198				冷凍米飯	7	246			ビール	31	
199				調理パスタ	5	247			発泡酒	8	
200				調理ピザ	5	248			ウイスキー	6	
201				無菌包装米飯	5	249			ワイン（国産品）	3	
202				他の調理食品	204	250			ワイン（輸入品）	7	
203				うなぎかば焼き	9	251			チューハイ	12	
204				サラダ	19	252			ビール風アルコール飲料	19	
205				コロッケ	12	253			外食	460	
206				豚カツ	13	254			一般外食	434	
207				からあげ	30	255			うどん（外食）	13	
208				ぎょうざ	11	256			日本そば（外食）	13	
209				やきとり	9	257			中華そば（外食）	30	
210				ハンバーグ	5	258			スパゲッティ（外食）	11	
211				冷凍調理コロッケ	6	259			すし（外食）A	25	
212				冷凍調理ハンバーグ	9	260			すし（外食）B	37	
213				冷凍ぎょうざ	15	261			天丼（外食）	13	
214				調理カレー	15	262			カレーライス（外食）	19	
215				混ぜごはんのもと	7	263			牛丼（外食）	13	
216				煮豆	7	264			豚カツ定食（外食）	26	
217				焼き魚	10	265			しょうが焼き定食（外食）	7	
218				きんぴら	2	266			フライドチキン（外食）	15	
219				焼豚	10	267			ぎょうざ（外食）	20	
220				サラダチキン	10	268			ハンバーグ（外食）	28	
221				おでん	5	269			焼肉（外食）	48	
222				飲料	163	270			ハンバーガー（外食）	22	
223				茶類	38	271			サンドイッチ（外食）	11	
224				緑茶	13	272			ピザ（配達）	7	
225				紅茶	3	273			ドーナツ（外食）	2	
226				茶飲料	22	274			コーヒー（外食）A	14	
227				コーヒー・ココア	34	275			コーヒー（外食）B	7	
228				インスタントコーヒー	9	276			ビール（外食）	32	
229				コーヒー豆	9	277			やきとり（外食）	21	
230				コーヒー飲料A	13	278			学校給食	25	
231				コーヒー飲料B	3	279			学校給食（小学校）	17	
232				他の飲料	91	280			学校給食（中学校）	8	
233				果実ジュース	7	281			住居	2149	
234				果汁入り飲料	7	282			家賃	1833	
235				野菜ジュース	14	283			民営家賃	225	
236				炭酸飲料	20	284			民営家賃	225	
237				ノンアルコールビール	3	285			公営・都市再生機構・公社家賃	28	
238				乳酸菌飲料	15	286			公営家賃	15	
239				ミネラルウォーター	10	287			都市再生機構・公社家賃	14	
240				宅配水	3	288			持家の帰属家賃	1580	
241				スポーツドリンク	5	289			持家の帰属家賃	1580	
242				豆乳	6						

付録1 指数品目及びウエイト一覧（全国）

含類 総連番	名称	ウエイト (一万分比)	含類 総連番	名称	ウエイト (一万分比)
290	設備修繕・維持	316	339	室内装備品	21
291	設備材料	92	340	照明器具	5
292	システムバス	12	341	カーベット	7
293	温水洗浄便座	8	342	カーテン	6
294	給湯器	31	343	クッション	3
295	システムキッチン	24	344	寝具類	27
296	カーポート	4	345	ベッド	7
297	修繕材料	13	346	布団	10
298	工事その他のサービス	224	347	敷布	2
299	畳替え代	2	348	布団カバー	2
300	水道工事費	16	349	敷きパッド	7
301	塀工事費	8	350	家事雑貨	74
302	外壁塗装費	47	351	食器類	9
303	屋根修理費	24	352	茶わん	3
304	植木職手間代	10	353	皿	5
305	ふすま張替費	5	354	台所用用品	22
306	大工手間代	15	355	水筒	4
307	駐車場工事費	25	356	鍋	6
308	壁紙張替費	5	357	フライパン	9
309	火災・地震保険料	67	358	スポンジたわし	3
310	光熱・水道	693	359	他の家事雑貨	43
311	電気代	341	360	電球・ランプ	7
312	電気代	341	361	タオル	15
313	ガス代	151	362	マット	7
314	都市ガス代	94	363	物干し用ハンガー	4
315	プロパンガス	57	364	収納ケース	11
316	他の光熱	38	365	家事用消耗品	105
317	灯油	38	366	ティッシュ・トイレットペーパー	24
318	上下水道料	163	367	ティッシュペーパー	9
319	水道料	97	368	トイレットペーパー	14
320	下水道料	67	369	洗剤	30
321	家具・家事用品	387	370	台所用洗剤	12
322	家庭用耐久財	132	371	洗濯用洗剤	17
323	家事用耐久財	70	372	他の家事用消耗品	52
324	電子レンジ	4	373	ラップ	6
325	電気炊飯器	12	374	ポリ袋	9
326	ガステーブル	2	375	殺虫剤	9
327	電気冷蔵庫	21	376	柔軟仕上げ剤	10
328	電気掃除機	9	377	芳香・消臭剤	8
329	電気洗濯機（全自動洗濯機）	10	378	キッチンペーパー	3
330	電気洗濯機（洗濯乾燥機）	10	379	漂白剤	6
331	冷暖房用器具	45	380	家事サービス	28
332	ルームエアコン	38	381	家事代行料	4
333	温風ヒーター	5	382	家事代行料	4
334	空気清浄機	3	383	清掃代	17
335	一般家具	18	384	リサイクル料金	5
336	食堂セット	5	385	浄化槽清掃代	12
337	ソファ	10	386	他の家事サービス	7
338	食器戸棚	3	387	モップレンタル料	7

付録 1 指数品目及びウエイト一覧（全国）

含類 総連番	名称	ウエイト (一万分比)	含類 総連番	名称	ウエイト (一万分 比)
388	被服及び履物	353	437	子供用シャツ・セーター類	6
389	衣料	152	438	子供用Ｔシャツ（長袖）	3
390	和服	4	439	子供用Ｔシャツ（半袖）	3
391	婦人用着物	3	440	下着類	34
392	婦人用帯	1	441	男子用下着類	10
393	洋服	147	442	男子用シャツ（半袖）	5
394	男子用洋服	46	443	男子用パンツ	3
395	背広服（春夏物、中級品）	5	444	男子用パジャマ	2
396	背広服（春夏物、普通品）	3	445	婦人用下着類	19
397	背広服（秋冬物、中級品）	5	446	ブラジャー	3
398	背広服（秋冬物、普通品）	3	447	婦人用ショーツ	8
399	男子用上着	6	448	ランジェリー	8
400	男子用ズボン（春夏物）	7	449	子供用下着類	4
401	男子用ズボン（秋冬物）	6	450	子供用下着	4
402	男子用ズボン（ジーンズ）	2	451	履物類	48
403	男子用コート	5	452	男子靴	10
404	男子用学校制服	4	453	婦人靴	16
405	婦人用洋服	81	454	子供靴	8
406	婦人用スーツ（春夏物、中級品）	3	455	運動靴	10
407	婦人用スーツ（春夏物、普通品）	2	456	サンダル	1
408	婦人用スーツ（秋冬物、中級品）	3	457	スリッパ	2
409	婦人用スーツ（秋冬物、普通品）	2	458	他の被服	29
410	ワンピース（春夏物）	6	459	帽子	5
411	ワンピース（秋冬物）	6	460	ネクタイ	1
412	婦人用上着	8	461	マフラー	3
413	スカート（春夏物）	4	462	男子用靴下	7
414	スカート（秋冬物）	4	463	婦人用ストッキング	2
415	婦人用スラックス（秋冬物）	10	464	婦人用ソックス	8
416	婦人用スラックス（ジーンズ）	16	465	ベルト	2
417	婦人用コート	11	466	被服関連サービス	20
418	女子用学校制服	5	467	クリーニング代A	7
419	子供用洋服	20	468	クリーニング代B	7
420	子供用ズボン（春夏物）	7	469	履物修理代	2
421	子供用ズボン（秋冬物）	11	470	被服賃借料	3
422	乳児服	2	471	保健医療	477
423	シャツ・セーター・下着類	105	472	医薬品・健康保持用摂取品	128
424	シャツ・セーター類	71	473	総合かぜ薬	11
425	男子用シャツ・セーター類	22	474	解熱鎮痛剤	5
426	ワイシャツ	6	475	胃腸薬	9
427	男子用スポーツシャツ（長袖）	4	476	ビタミン剤A	4
428	男子用スポーツシャツ（半袖）	8	477	ビタミン剤B	4
429	男子用セーター	5	478	ドリンク剤	19
430	婦人用シャツ・セーター類	42	479	皮膚病薬	7
431	ブラウス（長袖）	3	480	はり薬	6
432	ブラウス（半袖）	5	481	目薬	8
433	婦人用Ｔシャツ（長袖）	8	482	漢方薬	8
434	婦人用Ｔシャツ（半袖）	12	483	鼻炎薬	8
435	婦人用セーター（長袖）	11	484	健康保持用摂取品A	19
436	婦人用セーター（半袖）	3	485	健康保持用摂取品B	19

付録 1 指数品目及びウエイト一覧（全国）

含類 総連番	名称	ウエイト (一万分比)
486	保健医療用品・器具	91
487	紙おむつ（乳幼児用）	5
488	紙おむつ（大人用）	5
489	生理用ナプキン	7
490	入浴剤	3
491	コンタクトレンズ用剤	3
492	マスク	20
493	軽度失禁用品	3
494	眼鏡	18
495	コンタクトレンズ	12
496	血圧計	4
497	補聴器	7
498	サポーター	4
499	保健医療サービス	259
500	診療代	229
501	マッサージ料金	11
502	人間ドック受診料	12
503	予防接種料	8
504	交通・通信	1493
505	交通	167
506	鉄道運賃（ＪＲ）	57
507	普通運賃（ＪＲ）	21
508	料金（ＪＲ、在来線）	5
509	料金（ＪＲ、新幹線）	12
510	通学定期（ＪＲ）	4
511	通勤定期（ＪＲ）	14
512	鉄道運賃（ＪＲ以外）	40
513	普通運賃（ＪＲ以外）	17
514	通学定期（ＪＲ以外）	4
515	通勤定期（ＪＲ以外）	19
516	他の交通	43
517	一般路線バス代	11
518	高速バス代	4
519	タクシー代	12
520	航空運賃	16
521	有料道路料	27
522	高速自動車国道料金	20
523	都市高速道路料金	7
524	自動車等関係費	885
525	自動車	224
526	軽乗用車	49
527	小型乗用車	60
528	普通乗用車 A	88
529	普通乗用車 B	27
530	自転車	11
531	自転車 A	6
532	自転車 B	4

含類 総連番	名称	ウエイト (一万分比)
533	自動車等維持	650
534	ガソリン	182
535	自動車タイヤ	38
536	自動車バッテリー	10
537	カーナビゲーション	13
538	ドライブレコーダー	18
539	自動車整備費（定期点検）	37
540	自動車整備費（バンク修理）	29
541	自動車オイル交換料	13
542	車庫借料	45
543	駐車料金	8
544	自動車免許手数料	2
545	レンタカー料金	7
546	洗車代	2
547	ロードサービス料	3
548	自動車保険料（自賠責）	44
549	自動車保険料（任意）	198
550	通信	441
551	はがき	2
552	封書	5
553	通信料（固定電話）	55
554	通信料（携帯電話）	271
555	運送料	18
556	携帯電話機	90
557	教育	304
558	授業料等	213
559	P T A 会費（小学校）	14
560	P T A 会費（中学校）	12
561	中学校授業料（私立）	11
562	高等学校授業料（公立）	19
563	高等学校授業料（私立）	37
564	大学授業料（国立）	12
565	大学授業料（私立）	91
566	短期大学授業料（私立）	5
567	専修学校授業料（私立）	13
568	教科書・学習参考教材	7
569	教科書	3
570	学習参考教材	4
571	補習教育	84
572	補習教育（小学校）	24
573	補習教育（中学校）	36
574	補習教育（高校・予備校）	23
575	教養娯楽	911
576	教養娯楽用耐久財	77
577	テレビ	23
578	ビデオレコーダー	5
579	パソコン（デスクトップ型）	11

付録１ 指数品目及びウエイト一覧（全国）

含類 総連番	名称	ウエイト (一万分比)	含類 総連番	名称	ウエイト (一万分比)
580	パソコン（ノート型）	19	628	書籍	25
581	タブレット端末	5	629	単行本 A	11
582	プリンタ	4	630	単行本 B	14
583	カメラ	3	631	教養娯楽サービス	518
584	ピアノ	4	632	宿泊料	81
585	学習用机	3	633	宿泊料	81
586	教養娯楽用品	206	634	バック旅行費	25
587	文房具	20	635	外国バック旅行費	25
588	ボールペン	5	636	月謝類	90
589	ノートブック	11	637	講習料（英会話）	11
590	はさみ	5	638	講習料（書道）	9
591	運動用具類	49	639	講習料（音楽）	16
592	ゴルフクラブ	8	640	講習料（ダンス）	9
593	グローブ	1	641	講習料（水泳）	28
594	テニスラケット	3	642	講習料（体育）	7
595	釣ざお	4	643	自動車教習料	10
596	トレーニングパンツ	16	644	他の教養娯楽サービス	321
597	水着	7	645	放送受信料	81
598	競技用靴	9	646	放送受信料（NHK）	42
599	玩具	25	647	放送受信料（ケーブル）	33
600	家庭用ゲーム機	4	648	放送受信料（NHK・ケーブル以外）	6
601	ゲームソフト	6	649	入場・観覧・ゲーム代	101
602	人形	3	650	映画観覧料	9
603	玩具自動車	5	651	演劇観覧料	7
604	組立玩具	8	652	サッカー観覧料	1
605	切り花	25	653	プロ野球観覧料	4
606	切り花（カーネーション）	4	654	ゴルフ練習料金	6
607	切り花（きく）	14	655	ゴルフプレー料金	26
608	切り花（バラ）	7	656	ボウリングゲーム代	3
609	他の教養娯楽用品	86	657	プール使用料	3
610	メモリーカード	2	658	フィットネスクラブ使用料	17
611	コンパクトディスク	3	659	文化施設入場料	6
612	ビデオソフト	3	660	テーマパーク入場料	13
613	ペットフード（ドッグフード）	12	661	カラオケルーム使用料	3
614	ペットフード（キャットフード）	12	662	他の娯楽サービス	140
615	ペットトイレ用品	17	663	写真撮影代	10
616	鉢植え	11	664	ビデオソフトレンタル料	3
617	園芸用土	5	665	インターネット接続料	88
618	園芸用肥料	8	666	ウェブコンテンツ利用料	5
619	電池	6	667	獣医代	24
620	プリンタ用インク	6	668	ペット美容院代	9
621	書籍・他の印刷物	110	669	諸雑費	607
622	新聞代	76	670	理美容サービス	110
623	新聞代（地方・ブロック紙）	34	671	入浴料	9
624	新聞代（全国紙）	43	672	理髪料	26
625	雑誌	9	673	パーマメント代	17
626	月刊誌	7	674	カット代	34
627	週刊誌	2	675	ヘアカラーリング代	15
			676	エステティック料金	9

付録 1 指数品目及びウエイト一覧（全国）

含類 総連番	名称	ウエイト (一万分比)
677	理美容用品	161
678	理容器具	12
679	電気かみそり	6
680	歯ブラシ	6
681	石けん類	48
682	手洗い用石けん	5
683	ボディークリーム	5
684	洗顔料	5
685	クレンジング	4
686	シャンプー	11
687	ヘアコンディショナー	8
688	歯磨き	10
689	化粧品	101
690	整髪料	7
691	養毛剤	6
692	化粧クリーム A	20
693	化粧クリーム B	5
694	化粧水 A	16
695	化粧水 B	5
696	乳液 A	7
697	乳液 B	2
698	ファンデーション A	11
699	ファンデーション B	2
700	口紅 A	3
701	口紅 B	2
702	ヘアカラーリング剤	9
703	美容液	8
704	身の回り用品	63
705	かばん類	43
706	バッグ A	14
707	バッグ B	16
708	通学用かばん	9
709	旅行用かばん	5
710	腕時計・指輪	13
711	指輪	4
712	腕時計	9
713	他の身の回り用品	7
714	傘	5
715	ハンカチーフ	3
716	たばこ	39
717	たばこ（国産品）	20
718	たばこ（輸入品）	20

含類 総連番	名称	ウエイト (一万分比)
719	他の諸雑費	233
720	葬儀料	31
721	傷害保険料	119
722	保育所保育料	52
723	学童保育料	7
724	介護料	19
725	行政証明書手数料	2
726	パスポート取得料	1
727	振込手数料	1
728	警備料	2

付録１ 指数品目及びウエイト一覧（全国）

＜別掲項目＞

含類 総連番	別掲項目	計算に用いる類又は品目	ウエイト (一万分比)
729	生鮮食品	生鮮魚介 生鮮野菜 生鮮果物	396
730	生鮮魚介（再掲）		112
731	生鮮野菜（再掲）		188
732	生鮮果物（再掲）		96
733	生鮮食品を除く総合	（総合）－（生鮮食品）	9604
734	生鮮食品を除く食料	（食料）－（生鮮食品）	2230
735	持家の帰属家賃を除く総合	（総合）－（持家の帰属家賃）	8420
736	持家の帰属家賃を除く住居	（住居）－（持家の帰属家賃）	570
737	持家の帰属家賃を除く家賃	（家賃）－（持家の帰属家賃）	254
738	持家の帰属家賃及び生鮮食品を除く総合	（総合）－（持家の帰属家賃）－（生鮮食品）	8024
739	エネルギー	電気代 都市ガス代 プロパンガス 灯油 ガソリン	712
740	生鮮食品及びエネルギーを除く総合	（総合）－（生鮮食品）－（エネルギー）	8892
741	食料（酒類を除く）及びエネルギーを除く総合	（総合）－（食料）＋（酒類）－（エネルギー）	6781
742	教育関係費	教育の全品目 学校給食の全品目 文房具の全品目 男子用学校制服 女子用学校制服 通学定期（ＪＲ） 通学定期（ＪＲ以外） 学習用机 通学用かばん	378
743	教養娯楽関係費	学習用机、文房具及び自動車教習料を除く教養娯楽の全品目 普通運賃（ＪＲ） 料金（ＪＲ、在来線） 料金（ＪＲ、新幹線） 普通運賃（ＪＲ以外） 一般路線バス代 高速バス代 航空運賃 旅行用かばん	968
744	情報通信関係費	通信料（固定電話） 通信料（携帯電話） 放送受信料（ＮＨＫ） 放送受信料（ケーブル） 放送受信料（ＮＨＫ・ケーブル以外） インターネット接続料 ウェブコンテンツ利用料	500

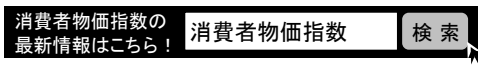
付録2 消費者物価指数の閲覧及び入手先

インターネットでの閲覧・入手

消費者物価指数は、総務省統計局ホームページで提供しています。

総務省統計局 消費者物価指数

<https://www.stat.go.jp/data/cpi/index.html>



総務省統計局 消費者物価指数ホームページ



政府統計の総合窓口（e-Stat）（※）でも各種統計情報が御覧いただけます。

政府統計の総合窓口（e-Stat）

<https://www.e-stat.go.jp/>

※ 「政府統計の総合窓口（e-Stat）」は、各府省が公表する統計データを一つにまとめ、統計データを検索したり、地図上に表示したりできるなど、統計を利用する上で、たくさんの便利な機能を備えた政府統計のポータルサイトです。

付録 2 消費者物価指数の閲覧及び入手先

結果の概要は、統計メールニュースでも配信しています。

総務省統計局 統計メールニュースのお申込み

<https://www.stat.go.jp/info/mail/index.html>

報告書の閲覧

総務省 統計図書館

〒 162-8668 東京都新宿区若松町 19-1

☎ 03 (5273) 1132

報告書は、総務省の統計図書館のほか、国立国会図書館及び各支部、都道府県統計主管課、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。

報告書の入手

一般財団法人 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

政府刊行物センター(霞が関)

〒 100-0013 東京都千代田区霞が関 1-4-1 日土地ビル 1 階

☎ 03 (3504) 3885

報告書は、全国各地の官報販売所でも取り扱っています。

付録 2 消費者物価指数の閲覧及び入手先

集計結果を収録した電磁的記録（CD-R等）の入手

公益財団法人 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)

統計データを引用・転載する場合には、出典を記載してください。

出典を編集・加工等して利用した場合はその旨も明記してください。

(出典記載例)

- ・「消費者物価指数」(総務省統計局)
- ・「消費者物価指数」(総務省統計局)を加工して作成

詳しくは、総務省統計局のホームページを御覧ください。

<https://www.stat.go.jp/info/riyou.html>

消費者物価指数のしくみと見方 －2020 年基準消費者物価指数－

2021 年 8 月発行

編集・発行



総務省統計局

〒 162-8668 東京都新宿区若松町 19-1
電話 (代表) 03-5273-2020
