

Ⅱ 消費者物価指数2025年基準改定の概要

1 基準改定の趣旨と統計基準

消費者物価指数では、消費者物価の測定精度の維持向上と物価指数の有用性の確保の観点から、一定の周期で指数の基準年次を更新する「基準改定」を行い、採用する品目やウェイトなどを見直し、公表する系列の拡充などを行っている。

消費者物価指数は、1955年以降、5年ごとに基準改定を行っている。また、統計法に基づく統計基準として「指数の基準時に関する統計基準（平成22年総務省告示第112号）」（「Ⅷ 3 指数の基準時に関する統計基準」参照。以下「統計基準」という。）が設定されていることから、消費者物価指数はこの統計基準に従って、2025年への基準改定を行う。

2 指数の基準時の更新

「指数の基準時は、五年ごとに更新するものとし、西暦年数の末尾が0又は5である年とする。」とする統計基準に従って、指数の基準時（指数を100とする年次）を2020年から2025年に更新する。

なお、各指数系列について時系列比較が可能となるように、新・旧指数の接続を行う。ただし、前月比、前年同月比、前年比などの変化率については、過去の各基準において公表した値とし、接続した指数による再計算は行わない。

3 ウェイトの更新

「ウェイトを固定する指数は、当該指数の基準時である年のウェイトにより算出するものとする。」とする統計基準により、固定基準方式の指数の計算に用いるウェイトについては、家計調査の結果等を用いて、更新する指数の基準年次と同じ2025年の年平均1か月間1世帯当たり品目別消費支出金額を基に作成する。ここで世帯の属性は（総世帯の指数を除き）世帯員が2人以上の世帯とする。

なお、生鮮食品（生鮮魚介、生鮮野菜、生鮮果物）は、品目ごとに月々の購入数量の変化が大きいため、家計調査による2025年の品目別消費支出金額のほか、2024年及び2025年の月別購入数量を用いて月別に品目別ウェイトを作成する（生鮮魚介、生鮮野菜、生鮮果物の類ウェイトについては毎月一定）。また、家計調査の「こづかい」、「つきあい費」等の支出は、令和6年全国家計構造調査の個人的な収支に関する結果を用いて他の品目に配分する。さらに、持家の帰属家賃のウェイトについても、同調査の「持家の帰属家賃」を基に作成する。

連鎖基準方式の指数の計算に用いるウェイトは、前年の家計調査の結果等を用いて毎年更新する。

4 品目の改定

消費者物価指数の作成に用いる品目については、物価変動の測定精度向上を図る観点から、家計消費支出における重要度等を踏まえ、追加、廃止などを行っている。

追加及び廃止は以下を基準としている。

<追加品目の選定基準>

以下の①～③の基準を全て満たす品目を追加品目とする。

- ① 新たな財・サービスの出現や普及、嗜好の変化などによる消費構造の変化に伴い、家計消費支出上重要度が高くなった品目
- ② 中分類指数の精度の向上及び代表性の確保に資する品目
- ③ 円滑な価格収集が可能で、かつ、価格変化を的確に把握できる品目

<廃止品目の選定基準>

以下の①～③の基準のいずれかに該当する場合であって、かつ、中分類の代表性を損なうと判断されない場合に廃止品目とする。

- ① 消費構造の変化などに伴い、家計消費支出上重要度が低くなった品目
 - ② その品目がなくても、中分類指数の精度が確保できる品目
 - ③ 円滑な価格収集が困難となった又は価格変化を的確に把握できなくなった品目
- なお、上記の②については、品目の統合を行う場合がある。

2025年基準改定では、19品目を追加、11品目を廃止、2品目を1品目に統合することにより、新基準の指数の作成に用いる品目数は589品目となる。2025年基準において改定する品目は別表1のとおりである。

また、名称が時代にそぐわない品目についての見直し及び品目の追加に伴う名称の整理による品目名称の変更を行うとともに、市場における商品（財・サービス）の販売時期を踏まえて調査期間の変更を行う。2025年基準において名称の変更及び調査期間の変更を行う品目は別表2のとおりである。

5 インターネット販売価格の採用拡大

近年のネット購入の増加や情報収集技術の進展を踏まえ、「メモリーカード」及び「プリンタ用インク」については、対面販売及びインターネット販売の価格を含むPOS情報を活用することにより、指数を作成する。

なお、「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」及び「カメラ」については、従来どおりPOS情報を活用し、「航空運賃」、「宿泊料」及び「外国パック旅行費」についてはウェブスクレイピングの技術を活用し、指数を作成する。

6 モデル式の改定

「電気代」、「通信料（携帯電話）」など一部の品目は、料金体系が多様で価格も購入条件により異なることから、これらの価格変動を的確に指数に反映させるため、品目ごとに典型的な利用事例をモデルケースとする等により設定した計算式（モデル式）を用いて月々の価格指数を算出している。これらについては、価格を合成するための比率の更新、採用する価格、モデルケースや数式の見直し等、精度の維持向上に必要な改定を行う。

2025年基準においてこれらのモデル式を用いる品目（モデル品目）は、2020年基準の74品目から、2品目をモデル品目から除外、6品目を追加して78品目とする。

7 公表系列の充実等

消費者物価指数では、物価指数の有用性を確保する観点から、基準改定において公表系列の拡充等を行っている。

結果利用者の利用性向上の観点から、参考値として「品目別価格指数（東京都区部）」の小数第3位までを追加するとともに、COICOP分類指数*について表形式を月別結果表から時系列表に変更する。

一方で、利活用状況等を踏まえ、次の指数の公表を行わないこととする。

- ・基本分類指数及び財サービス分類指数のうち「四半期指数」
- ・世帯属性別指数のうち「世帯主の住居の所有関係別指数」

*消費者物価指数では、国際間の比較に資するため、COICOP2018分類に準拠して全国の基本分類を組み替えた月次指数及び年平均指数を公表している。なお、COICOP2018分類については、「Ⅲ 第5 指数の算出方法及び作成系列」参照

8 季節調整に用いるソフトウェアの切替え

季節調整*に用いるソフトウェアについて、これまで採用していたX-12-ARIMAから、最新のソフトウェアであるX-13ARIMA-SEATSへの切替えを行う。

*消費者物価指数では、季節による特有の値動きを除去する季節調整を行った指数を公表している。季節調整については「Ⅲ 第7 季節調整」参照

9 基準改定後の指数における経常的な見直し等

(1) 調査銘柄の常時見直し

価格を調査する商品（財及びサービス）については、同質性及び価格変動の代表性を確保する観点から、各々の品目において購入割合の高い売れ筋商品の機能、規格、容量、仕様等の特性（銘柄）を規定している。企業戦略や世帯の消費行動は常に変化し、売れ筋も移り変わることから、これに対応して調査銘柄を常時見直し、必要な調査銘柄の変更（銘柄改正）を適時適切に行う。

(2) 品質調整の適切な実施

価格変動の計測においては品質一定を条件とすることから、銘柄改正に伴う品質変化の影響を除去するため、オーバーラップ法、容量比による換算、単回帰式を用いた換算、オプションコスト法、インピュート法、ヘドニック法、直接比較等のうち、各々の品目の銘柄改正において最適な手法を選択し、品質調整を適切に実施する。

(3) 商品（財・サービス）情報の効率的な収集

ネットショッピングによる購入割合の高い品目、対面販売とインターネット販売の価格が同一である品目、インターネット上で対面販売の価格を把握できる品目などは、インターネット情報を活用し、商品（財・サービス）情報を効率的に収集する。また、上記(1)及び(2)においてもインターネット情報やPOS情報を積極的に活用する。

(4) モデル式の随時見直し

モデル式により指数を作成している品目においては、新たな料金制度や価格体系が出現及び普及した場合は、それらの実態を指数によりの確に反映できるよう、随時、各々の品目において適切な時期にモデル式の見直しを行う。

(5) 品目の中間年における見直し

指数の採用品目については、次回の基準改定までの間に急速な普及や衰退のあった財及びサービスについて、これらを指数に迅速に反映させるため、次回の基準改定を待たずに品目の追加、廃止等を行う。

(6) 基準改定等による指数への影響の分析・公表

基準改定やウェイト参照年の違いによる指数への影響等を検証し、統計利用者の利便に資するため、以下の分析を行い公表する。

- ・新旧基準間における総合指数の前年同月比の比較、品目改定やモデル式の改定等による寄与度の違いの分析など
- ・ラスパイレス連鎖基準方式（参考指数）の指数及び前年比の作成、固定基準方式指数との比較
- ・2030年をウェイトの参照年とするパーシェ型指数との比較（パーシェ・チェック）

別表 1

2025 年基準改定における追加・廃止・統合品目

○追加品目（19 品目）・廃止品目（11 品目）

10 大費目	追加品目	廃止品目
食料	塩さば ぶどう（*1） パイナップル 香辛料 グミ 弁当 C（*2） たこ焼き ミートボール 炭酸飲料 B（*3） ゼリー飲料	煮干し はくさい漬 ぶどう A（*1） ぶどう B（*1）
被服及び履物		婦人用帯 ネクタイ 婦人用ストッキング
保健医療	プロテインパウダー（*4）	健康保持用摂取品 B（*4）
交通・通信	ヘルメット カーリース	
教育	通信教育	
教養娯楽	ヘッドホン・イヤホン 資格試験 ペット保険料	サッカー観覧料 ビデオソフトレンタル料
諸雑費	ヘアドライヤー 制汗剤	振込手数料

（*1）これまで調査していた「ぶどう A」（デラウェア）及び「ぶどう B」（巨峰）を廃止し、新たに「ぶどう」（シャインマスカット）を追加する。

（*2）「弁当 C」として、「かつ丼」を追加する。

（*3）「炭酸飲料 B」として、「炭酸水」を追加する。

（*4）これまで調査していた「健康保持用摂取品 B」（青汁）を廃止し、新たに「プロテインパウダー」を追加する。

○統合品目（2 品目→1 品目）

10 大費目	現行	変更後
食料	発泡酒 ビール風アルコール飲料	発泡酒

別表 2

2025 年基準改定における名称変更・調査期間変更品目

○名称変更 (43 品目)

10 大費目	現行	変更後
食料	炭酸飲料	炭酸飲料 A
	ノンアルコールビール	炭酸飲料 C
家具・家事用品	電気冷蔵庫	冷蔵庫
	電気掃除機	掃除機
	電気洗濯機 (全自動洗濯機)	洗濯機 (全自動洗濯機)
	電気洗濯機 (洗濯乾燥機)	洗濯機 (洗濯乾燥機)
	敷布	シーツ
被服及び履物	婦人用着物	女性用着物
	背広服 (春夏物, 中級品)	男性用スーツ (春夏物, 中級品)
	背広服 (春夏物, 普通品)	男性用スーツ (春夏物, 普通品)
	背広服 (秋冬物, 中級品)	男性用スーツ (秋冬物, 中級品)
	背広服 (秋冬物, 普通品)	男性用スーツ (秋冬物, 普通品)
	男子用上着	男性用上着
	男子用ズボン (春夏物)	男性用ズボン (春夏物)
	男子用ズボン (秋冬物)	男性用ズボン (秋冬物)
	男子用ズボン (ジーンズ)	男性用ズボン (ジーンズ)
	男子用コート	男性用コート
	男子用学校制服	男性用学校制服
	婦人用スーツ (春夏物, 中級品)	女性用スーツ (春夏物, 中級品)
	婦人用スーツ (春夏物, 普通品)	女性用スーツ (春夏物, 普通品)
	婦人用スーツ (秋冬物, 中級品)	女性用スーツ (秋冬物, 中級品)
	婦人用スーツ (秋冬物, 普通品)	女性用スーツ (秋冬物, 普通品)
	婦人用上着	女性用上着
	婦人用スラックス (秋冬物)	女性用スラックス (秋冬物)
	婦人用スラックス (ジーンズ)	女性用スラックス (ジーンズ)
	婦人用コート	女性用コート
	女子用学校制服	女性用学校制服
	男子用スポーツシャツ (長袖)	男性用スポーツシャツ (長袖)
	男子用スポーツシャツ (半袖)	男性用スポーツシャツ (半袖)
	男子用セーター	男性用セーター
	婦人用 T シャツ (長袖)	女性用 T シャツ (長袖)
	婦人用 T シャツ (半袖)	女性用 T シャツ (半袖)

10 大費目	現行	変更後
被服及び履物	婦人用セーター（長袖）	女性用セーター（長袖）
	婦人用セーター（半袖）	女性用セーター（半袖）
	男子用シャツ（半袖）	男性用シャツ（半袖）
	男子用パンツ	男性用パンツ
	男子用パジャマ	男性用パジャマ
	婦人用ショーツ	女性用ショーツ
	男子靴	男性用靴
	婦人靴	女性用靴
	男子用靴下	男性用靴下
	婦人用ソックス	女性用靴下
保健医療	健康保持用摂取品 A	サプリメント

○調査期間変更（1 品目）

10 大費目	品目名	現行	変更後
食料	さんま	通年	8～11 月