

消費者物価指数のしくみと見方

—2025 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8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	14
(5) 価格	16
(6) 指数の計算	21
(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	33
(4) 指数と実感	37

(5) 長期時系列での比較	40
---------------	----

付録

1 指数品目及びウェイト一覧（全国）	42
2 消費者物価指数の閲覧及び入手先	51



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 2,000 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

1 消費者物価指数とは

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いく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。

2025 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 2026 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

2 消費者物価指数の作り方

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指数化してみましょう。2025年の30万円を100とすると、2026年の31万円は、比例計算で103.3となります。これが2025年を基準とした2026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」と呼び、約150年前に考案され、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2025年とした「2025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则认为と選びません。

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（14 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、同じ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ため、商品の価格の一部として消費者物価指数に反映されています。例えば、2014 年 4 月に消費税率が 5 % から 8 % へ改定された際、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 3.4% 上昇しましたが、この上昇率には消費税率改定の影響が含まれています。なお、直近の消費税率改定（2019 年 10 月、8 % → 10 %）の際は、2019 年 10 月の全国総合指数は前年の同じ月に比べて 0.2% の上昇にとどまりました。これは、同時期に軽減税率制度や幼児教育・保育無償化が開始されたことにより、物価の上昇が抑えられたためとみられます。

2 消費者物価指数の作り方

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

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に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計構造調査（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

2 消費者物価指数の作り方

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。

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
589 品目を選んでいきます。

このようにして、2025 年基準の消費者物価指数では、2025 年の家計調査の結果を基に、家計上重要な商品（財やサービス）として選定した 588 品目に「持家の帰属家賃」1 品目を加えた 589 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）」（42 ページ）を参照してください。

2 消費者物価指数の作り方

NOTE

589 品目で消費者物価指数が作成できるわけ

2025 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 589 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、家計上重要な商品の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、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2025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）」（42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38、電気代は376、通信料（携帯電話）は231、テレビは15、宿泊料は118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

2 消費者物価指数の作り方

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。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、月によって異なる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。

(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である小売物価統計調査（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2万8千店、調査する価格の数は毎月約20万にのびります。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2千事業所を選び、約2万8千世帯の家賃を調べてい

2 消費者物価指数の作り方

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、希望小売価格や値札の価格ではなく、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、毎月同じ銘柄を継続的に調査することとしています。

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。

2 消費者物価指数の作り方

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」又は
「ロッテガーナ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（2026 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、調査することになっています。

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とし、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。

2 消費者物価指数の作り方

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

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

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。

2 消費者物価指数の作り方

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^注の利用や、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。

注）民間の販売時点情報管理システム（Point of Sales system）において収集された情報

NOTE

インターネット販売価格を採用している品目の例（2025 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、
メモリーカード、プリンタ用インク

» 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

（2026 年 8 月現在）

(6) 指数の計算

消費者物価指数は、

ラスパイレズ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ズ式という計算式によって、次のように表されます。

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

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 は比較時を表します。添字の i は個々の指数品目を表し、 $i = 1, 2, 3, \dots, n$ として品目を区別しています。 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

2 消費者物価指数の作り方

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 $\sum(p_{t,i}q_{0,i})$ 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 $\sum(p_{t,i}q_{0,i})$ を分母 $\sum(p_{0,i}q_{0,i})$ 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、カレールウの3品目で指数の計算方法を見てみましょう（表1参照）。

表1 消費者物価指数の計算例

品目	基準時 購入量 q_0	単位	基準時 価格 p_0	比較時 価格 p_t	基準時 支出額 p_0q_0	比較時 支出額 p_tq_0	価格比 p_t/p_0
米	20kg	(1 kg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、

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

2 消費者物価指数の作り方

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、

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

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。

2 消費者物価指数の作り方

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20kg（ q_0 ）を乗じたもので、ウェイトは10,000（ $p_0 q_0 = W_0$ ）と表します。

次に、表1の一番右端の列にあるように米、牛肉、カレールウについて、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、カレールウは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ズ式の場合と同じ89.7になります。

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

2 消費者物価指数の作り方

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。

NOTE

ラスパイレ式と基準時加重相対法算式（ラスパイレ型）

ラスパイレ式は、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式ではなく、基準時加重相対法算式（ラスパイレ型）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、ウェイトのところで説明したように、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ェイトを作成しています。しかし、このようなウェ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）することにしています。

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、次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

2020 年基準指数を 2025 年基準に接続する場合の計算式

$$\begin{array}{rcccl} 2025 \text{ 年基準} & 2020 \text{ 年基準} & & 100 & \\ \text{接続指数} & = & \text{指数} & \times & \frac{}{2020 \text{ 年基準の } 2025 \text{ 年平均指数}} \end{array}$$

基準時より後に急速に普及し、家計上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、家計上重要と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」(51 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

3 消費者物価指数の見方

調を見るための一つの指標として用いられています。

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。

3 消費者物価指数の見方

例えば、2026 年 1 月の全国の消費者物価指数について、2025 年 1 月からの 1 年間の物価の動きを見てみましょう。2025 年の年平均を 100 とした 2026 年 1 月の指数は 100.8 で、前年（2025 年）1 月の指数は 99.3 でしたので、その差は 1.5 となります。これを 99.3（2025 年 1 月の指数）で割って 100 倍し、1.5% の上昇ということになります。

$$\frac{100.8 - 99.3}{99.3} \times 100 = 1.5\%$$

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、当月の指数を前年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。

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

3 消費者物価指数の見方

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

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 2025 年 1 月から 2026 年 1 月までの 1 年間に 1.5% 上昇しました。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 1.5% 上昇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）。光熱・水道、教育は下落していますが、食料、交通・通信、住居などは上昇しています。なお、項目ごとにウエイトが異なるので、同じ上昇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を示す寄与度は、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 の食料について計算してみると、次のようになります。

3 消費者物価指数の見方

$$\text{食料の寄与度} = \frac{(102.6 - 99.0) \times \frac{2,754}{10,000}}{99.3} \times 100 = 1.00$$

食料の寄与度 1.00 は、他の項目は変化せず食料だけが 3.7% 上昇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

	ウェイト	2025年 1 月 指数	2026年 1 月 指数	2026年1月 前年同月比 (%)	寄与度
総合	10,000	99.3	100.8	1.5	
食料	2,754	99.0	102.6	3.7	1.00
住居	2,182	99.6	100.5	0.9	0.19
光熱・水道	698	102.2	100.6	-1.6	-0.11
家具・家事用品	372	98.4	99.2	0.8	0.03
被服及び履物	299	98.1	99.9	1.8	0.05
保健医療	466	98.7	100.6	1.9	0.09
交通・通信	1,444	98.8	100.1	1.4	0.20
教育	311	102.1	99.2	-2.8	-0.09
教養娯楽	906	97.6	99.4	1.8	0.16
諸雑費	570	100.0	100.2	0.3	0.02

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、2026 年 1 月の総合指数の前年同月比は 1.5%の上昇、その翌月 2 月の前
年同月比は 1.3%の上昇であり、前年同月比は 0.2 ポイント上昇幅が縮小していま
す。この 0.2 ポイントの上昇幅縮小を、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 2026 年 2 月における各項目の寄与度差をまとめたものです。光熱・水道
の寄与度差-0.29 は、光熱・水道により総合の上昇幅を 0.29 ポイント縮小させたこ
とを表します。一方、家具・家事用品の寄与度差 0.02 は、家具・家事用品により
総合の上昇幅を 0.02 ポイント拡大させたことを表します。つまり、総合の前年同
月比縮小は、主に光熱・水道の下落が影響していることが分かります。ここへ家具・
家事用品などの上昇が縮小幅を抑える方向に寄与した結果、総合の上昇幅は 0.2 ポ
イントの縮小となりました。

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

3 消費者物価指数の見方

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。

表3 10 大費目別の寄与度と寄与度差

	2026年1月	2026年2月	
(前年同月比)			
総合	1.5	1.3	
(前年同月比寄与度)			(寄与度差)
食料	1.00	1.01	0.00
住居	0.19	0.20	0.00
光熱・水道	-0.11	-0.40	-0.29
家具・家事用品	0.03	0.05	0.02
被服及び履物	0.05	0.05	0.00
保健医療	0.09	0.09	0.01
交通・通信	0.20	0.19	-0.01
教育	-0.09	-0.09	0.00
教養娯楽	0.16	0.17	0.01
諸雑費	0.02	0.02	0.00

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。

(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も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。

3 消費者物価指数の見方

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うい、品目別価格指数には全国

3 消費者物価指数の見方

の指数を共通に用いています。

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。

平均購入価格の変化と純粋な価格の変化には、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

3 消費者物価指数の見方

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、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 2025 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。

2025 年を 100 として、1970 年の総合指数は 27.6 ですので、1970 年から 2025 年までの間に消費者物価の水準は、約 3.6 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 2025 年に購入しようとするれば、約 360 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

3 消費者物価指数の見方

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)}。

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) 2025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)

食料	名称	ウエイト (一万分比)	食料	名称	ウエイト (一万分比)
001	総合	10000	050	他の魚介加工品	27
002	食料	2754	051	かつお節	3
003	穀類	252	052	魚介漬物	11
004	米類	101	053	魚介つく だ煮	3
005	うるち米A	32	054	魚介缶詰	10
006	うるち米B	69	055	肉類	242
007	パン	83	056	生鮮肉	197
008	食パン	32	057	牛肉(国産品)	33
009	あんパン	40	058	牛肉(輸入品)	22
010	カレーパン	11	059	豚肉(国産品)	56
011	麺類	53	060	豚肉(輸入品)	37
012	ゆでうどん	9	061	鶏肉	50
013	そうめん	6	062	加工肉	45
014	スパゲッティ	4	063	ハム	12
015	カップ麺	22	064	ソーセージ	21
016	中華麺	12	065	ベーコン	6
017	他の穀類	16	066	味付け肉	6
018	小麦粉	2	067	乳卵類	131
019	もち	7	068	牛乳・乳製品	98
020	シリアル	6	069	牛乳	38
021	魚介類	179	070	生乳	38
022	生鮮魚介	97	071	乳製品	60
023	まぐろ	20	072	粉ミルク	3
024	あじ	4	073	ヨーグルト	36
025	いわし	2	074	バター	4
026	かつお	6	075	チーズ(国産品)	11
027	さけ	19	076	チーズ(輸入品)	7
028	さば	3	077	卵	34
029	さんま	4	078	鶏卵	34
030	たい	4	079	野菜・海藻	276
031	ぶり	9	080	生鮮野菜	185
032	いか	6	081	キャベツ	10
033	たこ	4	082	ほうれんそう	6
034	えび	10	083	はくさい	5
035	あさり	2	084	ねぎ	11
036	かき(貝)	2	085	レタス	8
037	ほたて貝	2	086	ブロッコリー	9
038	塩干魚介	32	087	もやし	3
039	塩さけ	9	088	アスパラガス	4
040	たらこ	7	089	さつまいも	3
041	しらす干し	5	090	じゃがいも	8
042	干しあじ	2	091	さといも	2
043	ししゃも	2	092	だいこん	5
044	いくら	3	093	にんじん	8
045	塩さば	5	094	ごぼう	3
046	魚肉練製品	22	095	たまねぎ	12
047	揚げかまぼこ	7	096	れんこん	3
048	ちくわ	6	097	ながいも	5
049	かまぼこ	9	098	しょうが	2

付録1 指数品目及びウエイト一覧（全国）（続き）

含類 総連番					名称					ウエイト (一万分比)				
099					えだまめ				2					
100					さやいんげん				2					
101					かぼちゃ				5					
102					きゅうり				10					
103					なす				6					
104					トマト				22					
105					ピーマン				6					
106					生しいたけ				8					
107					えのきたけ				6					
108					しめじ				8					
109					カット野菜				4					
110					乾物・加工品類				91					
111					乾物・海藻				23					
112					干しいたけ				1					
113					干しのり				11					
114					わかめ				5					
115					こんぶ				2					
116					ひじき				3					
117					大豆加工品				34					
118					豆腐				14					
119					油揚げ				8					
120					納豆				13					
121					他の野菜・海藻加工品				34					
122					こんにゃく				4					
123					梅干し				8					
124					だいこん漬				6					
125					キムチ				8					
126					こんぶつく だ煮				4					
127					野菜缶詰				3					
128					果物				106					
129					生鮮果物				96					
130					りんご				11					
131					みかん				14					
132					オレンジ				2					
133					しらぬひ				2					
134					梨				5					
135					ぶどう				10					
136					柿				3					
137					桃				3					
138					すいか				4					
139					メロン				2					
140					いちご				10					
141					バナナ				17					
142					キウイフルーツ				7					
143					さくらんぼ				2					
144					アボカド				4					
145					パイナップル				2					
146					果物加工品				9					
147					ナッツ				9					
148					油脂・調味料				120					
149					油脂				13					
150					食用油				11					
151					マーガリン				2					

含類 総連番					名称					ウエイト (一万分比)				
152					調味料				107					
153					食塩				1					
154					しょう油				6					
155					みそ				7					
156					砂糖				4					
157					酢				2					
158					ソース				3					
159					ケチャップ				3					
160					マヨネーズ				5					
161					ドレッシング				7					
162					ジャム				4					
163					カレールウ				5					
164					乾燥スープ				13					
165					風味調味料				9					
166					ふりかけ				6					
167					たれ				6					
168					つゆ				12					
169					合わせ調味料				5					
170					パスタソース				5					
171					香辛料				5					
172					菓子類				267					
173					ようかん				9					
174					まんじゅう				12					
175					だいふく 餅				17					
176					カステラ				6					
177					ケーキ				24					
178					ゼリー				17					
179					プリン				13					
180					シュークリーム				8					
181					ロールケーキ				7					
182					せんべい				22					
183					ビスケット				19					
184					ポテト チップス				22					
185					キャンデー				9					
186					チョコレート				30					
187					アイスクリーム				40					
188					落花生				3					
189					チューインガム				3					
190					グミ				6					
191					調理食品				391					
192					主食的調理食品				169					
193					すし(弁当) A				31					
194					すし(弁当) B				16					
195					弁当A				14					
196					弁当B				14					
197					弁当C				27					
198					おにぎり				18					
199					調理パン				20					
200					冷凍米飯				7					
201					調理パスタ				7					
202					調理ビザ				5					
203					たこ 焼き				2					
204					無菌包装米飯				7					

付録 1 指数品目及びウエイト一覧（全国）（続き）

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)
205		他の調理食品	222	257		チューハイ	14
206		うなぎかば焼き	11	258	外食		508
207		サラダ	26	259	一般外食		491
208		コロッケ	17	260	うどん（外食）		15
209		豚カツ	17	261	日本そば（外食）		15
210		からあげ	40	262	中華そば（外食）		37
211		ぎょうざ	12	263	スパゲッティ（外食）		13
212		やきとり	11	264	すし（外食）A		40
213		ハンバーグ	7	265	すし（外食）B		27
214		冷凍調理コロッケ	9	266	天丼（外食）		11
215		冷凍調理ハンバーグ	9	267	カレーライス（外食）		23
216		冷凍ぎょうざ	28	268	牛丼（外食）		21
217		調理カレー	8	269	豚カツ定食（外食）		23
218		混ぜごはんのもと	3	270	しょうが焼き定食（外食）		6
219		煮豆	3	271	フライドチキン（外食）		21
220		焼き魚	5	272	ぎょうざ（外食）		21
221		きんぴら	2	273	ハンバーグ（外食）		33
222		焼豚	3	274	焼肉（外食）		55
223		サラダチキン	2	275	ハンバーガー（外食）		26
224		おでん	3	276	サンドイッチ（外食）		6
225		ミートボール	5	277	ピザ（配達）		11
226	飲料		170	278	ドーナツ（外食）		3
227		茶類	35	279	コーヒー（外食）A		16
228		緑茶	11	280	コーヒー（外食）B		13
229		紅茶	3	281	ビール（外食）		32
230		茶飲料	22	282	やきとり（外食）		21
231		コーヒー・ココア	40	283	学校給食		17
232		インスタントコーヒー	11	284	学校給食（小学校）		11
233		コーヒー豆	11	285	学校給食（中学校）		6
234		コーヒー飲料A	13	286	住居		2182
235		コーヒー飲料B	3	287	家賃		1861
236		他の飲料	95	288	民営家賃		217
237		果実ジュース	6	289	民営家賃		217
238		果汁入り飲料	6	290	公営・都市再生機構・公社家賃		10
239		野菜ジュース	11	291	公営家賃		7
240		炭酸飲料A	14	292	都市再生機構・公社家賃		3
241		炭酸飲料B	7	293	持家の借屋家賃		1634
242		炭酸飲料C	4	294	持家の借屋家賃		1634
243		乳酸菌飲料	17	295	設備修繕・維持		321
244		ミネラルウォーター	11	296	設備材料		101
245		宅配水	4	297	システムバス		14
246		スポーツドリンク	5	298	温水洗浄便座		14
247		豆乳	6	299	給湯器		36
248		ゼリー飲料	6	300	システムキッチン		23
249	酒類		111	301	カーポート		5
250		清酒	14	302	修繕材料		10
251		焼酎	14	303	工事その他のサービス		220
252		ビール	34	304	畳替え代		1
253		発泡酒	19	305	水道工事費		13
254		ウイスキー	7	306	塀工事費		7
255		ワイン（国産品）	3	307	外壁塗装費		56
256		ワイン（輸入品）	6	308	屋根修理費		21

付録1 指数品目及びウエイト一覧（全国）（続き）

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)
309			植木職手間代	10	359		台所用品		22
310			ふすま張替費	6	360		水筒		4
311			大工手間代	9	361		鍋		6
312			駐車場工事費	22	362		フライパン		8
313			壁紙張替費	12	363		スポンジたわし		4
314			火災・地震保険料	61	364		他の家事雑貨		40
315	光熱・水道			698	365		電球・ランプ		6
316		電気代		376	366		タオル		15
317		電気代		376	367		マット		8
318		ガス代		139	368		物干し用ハンガー		4
319		都市ガス代		89	369		収納ケース		8
320		プロパンガス		49	370		家事用消耗品		110
321		他の光熱		39	371		ティッシュ・トイレットペーパー		24
322		灯油		39	372		ティッシュペーパー		9
323		上下水道料		144	373		トイレットペーパー		15
324		水道料		85	374		洗剤		35
325		下水道料		60	375		台所用洗剤		13
326	家具・家事用品			372	376		洗濯用洗剤		21
327		家庭用耐久財		125	377		他の家事用消耗品		51
328		家事用耐久財		61	378		ラップ		6
329		電子レンジ		4	379		ポリ袋		9
330		電気炊飯器		9	380		殺虫剤		8
331		ガステーブル		1	381		柔軟仕上げ剤		10
332		冷蔵庫		19	382		芳香・消臭剤		8
333		掃除機		9	383		キッチンペーパー		3
334		洗濯機(全自動洗濯機)		10	384		漂白剤		6
335		洗濯機(洗濯乾燥機)		10	385		家事サービス		27
336		冷暖房用器具		48	386		家事代行料		6
337		ルームエアコン		42	387		家事代行料		6
338		温風ヒーター		4	388		清掃代		16
339		空気清浄機		3	389		リサイクル料金		5
340		一般家具		16	390		浄化槽清掃代		12
341		食堂セット		4	391		他の家事サービス		5
342		ソファ		11	392		モップレンタル料		5
343		食器戸棚		1	393		被服及び履物		299
344		室内装備品		17	394		衣料		121
345		照明器具		5	395		和服		3
346		カーペット		6	396		女性用着物		3
347		カーテン		5	397		洋服		118
348		クッション		2	398		男性用洋服		42
349		寝具類		23	399		男性用スーツ(春夏物、中級品)		4
350		ベッド		6	400		男性用スーツ(春夏物、普通品)		2
351		布団		9	401		男性用スーツ(秋冬物、中級品)		3
352		シーツ		2	402		男性用スーツ(秋冬物、普通品)		2
353		布団カバー		2	403		男性用上着		6
354		敷きパッド		4	404		男性用ズボン(春夏物)		9
355	家事雑貨			70	405		男性用ズボン(秋冬物)		7
356		食器類		8	406		男性用ズボン(ジーンズ)		2
357		茶わん		2	407		男性用コート		3
358		皿		6	408		男性用学校制服		4

付録1 指数品目及びウエイト一覧（全国）（続き）

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)
409			女性用洋服	61	460		サンダル	1	
410			女性用スーツ（春夏物、中級品）	2	461		スリッパ	3	
411			女性用スーツ（春夏物、普通品）	1	462	他の被服		24	
412			女性用スーツ（秋冬物、中級品）	5	463		帽子	6	
413			女性用スーツ（秋冬物、普通品）	1	464		マフラー	2	
414			ワンピース（春夏物）	1	465		男性用靴下	6	
415			ワンピース（秋冬物）	4	466		女性用靴下	8	
416			女性用上着	7	467		ベルト	3	
417			スカート（春夏物）	3	468	被服関連サービス			16
418			スカート（秋冬物）	3	469		クリーニング代A	6	
419			女性用スラックス（秋冬物）	6	470		クリーニング代B	6	
420			女性用スラックス（ジーンズ）	18	471		履物修理代	2	
421			女性用コート	6	472		被服賃借料	3	
422			女性用学校制服	4	473	保健医療			466
423			子供用洋服	15	474	医薬品・健康保持用摂取品			117
424			子供用ズボン（春夏物）	5	475		総合かぜ薬	9	
425			子供用ズボン（秋冬物）	8	476		解熱鎮痛剤	6	
426			乳児服	2	477		胃腸薬	10	
427	シャツ・セーター・下着類			93	478		ビタミン剤A	4	
428	シャツ・セーター類			63	479		ビタミン剤B	4	
429	男性用シャツ・セーター類			22	480		ドリンク剤	18	
430	ワイシャツ			5	481		皮膚病薬	7	
431	男性用スポーツシャツ（長袖）			4	482		はり薬	5	
432	男性用スポーツシャツ（半袖）			9	483		目薬	7	
433	男性用セーター			4	484		漢方薬	8	
434	女性用シャツ・セーター類			36	485		鼻炎薬	8	
435	ブラウス（長袖）			3	486		サプリメント	16	
436	ブラウス（半袖）			4	487		プロテインパウダー	16	
437	女性用Tシャツ（長袖）			8	488	保健医療用品・器具			86
438	女性用Tシャツ（半袖）			11	489		紙おむつ（乳幼児用）	4	
439	女性用セーター（長袖）			8	490		紙おむつ（大人用）	6	
440	女性用セーター（半袖）			2	491		生理用ナプキン	8	
441	子供用シャツ・セーター類			5	492		入浴剤	8	
442	子供用Tシャツ（長袖）			3	493		コンタクトレンズ用剤	3	
443	子供用Tシャツ（半袖）			2	494		マスク	6	
444	下着類			30	495		軽度失禁用品	8	
445	男性用下着類			9	496		眼鏡	18	
446	男性用シャツ（半袖）			5	497		コンタクトレンズ	11	
447	男性用パンツ			2	498		血圧計	3	
448	男性用パジャマ			2	499		補聴器	9	
449	女性用下着類			17	500		サポーター	3	
450	ブラジャー			3	501	保健医療サービス			263
451	女性用ショーツ			7	502		診療代	233	
452	ランジェリー			7	503		マッサージ料金	11	
453	子供用下着類			3	504		人間ドック受診料	11	
454	子供用下着			3	505		予防接種料	7	
455	履物類			45	506	交通・通信			1444
456	男性用靴			10	507	交通			177
457	女性用靴			12	508		鉄道運賃（JR）	63	
458	子供靴			6	509		普通運賃（JR）	27	
459	運動靴			12	510		料金（JR、在来線）	6	

付録１ 指数品目及びウエイト一覧（全国）（続き）

含 類 総 連 番	名 称			ウ エ イ ト （ 一 万 分 比 ）
511			料金（ＪＲ、新幹線）	15
512			通学定期（ＪＲ）	4
513			通勤定期（ＪＲ）	11
514		鉄道運賃（ＪＲ以外）		42
515		普通運賃（ＪＲ以外）		22
516		通学定期（ＪＲ以外）		4
517		通勤定期（ＪＲ以外）		16
518		他の交通		48
519		一般路線バス代		7
520		高速バス代		5
521		タクシー代		12
522		航空運賃		24
523		有料道路料		24
524		高速自動車国道料金		18
525		都市高速道路料金		6
526		自動車等関係費		928
527		自動車		266
528		軽乗用車		53
529		小型乗用車		47
530		普通乗用車A		127
531		普通乗用車B		40
532		自転車		9
533		自転車A		6
534		自転車B		4
535		自動車等維持		652
536		ガソリン		195
537		自動車タイヤ		45
538		自動車バッテリー		11
539		カーナビゲーション		12
540		ドライブレコーダー		4
541		ヘルメット		4
542		自動車整備費（定期点検）		43
543		自動車整備費（バンク修理）		34
544		自動車オイル交換料		24
545		車庫借料		33
546		駐車料金		10
547		自動車免許手数料		2
548		レンタカー料金		5
549		カーリース		6
550		洗車代		2
551		ロードサービス料		3
552		自動車保険料（自賠責）		33
553		自動車保険料（任意）		185
554		通信		338
555		はがき		1
556		封書		3
557		通信料（固定電話）		32
558		通信料（携帯電話）		231
559		運送料		13
560		携帯電話機		58

含 類 総 連 番	名 称			ウ エ イ ト （ 一 万 分 比 ）
561	教育			311
562		授業料等		225
563		PTA会費（小学校）		13
564		PTA会費（中学校）		11
565		中学校授業料（私立）		17
566		高等学校授業料（公立）		3
567		高等学校授業料（私立）		21
568		大学授業料（国立）		13
569		大学授業料（私立）		131
570		短期大学授業料（私立）		7
571		専修学校授業料（私立）		9
572		教科書・学習参考教材		6
573		教科書		3
574		学習参考教材		3
575		補習教育		80
576		補習教育（小学校）		22
577		補習教育（中学校）		34
578		補習教育（高校・予備校）		21
579		通信教育		2
580	教養娯楽			906
581		教養娯楽用耐久財		72
582		テレビ		15
583		ビデオレコーダー		2
584		パソコン（デスクトップ型）		11
585		パソコン（ノート型）		19
586		タブレット端末		8
587		プリンタ		4
588		カメラ		3
589		ピアノ		6
590		学習用机		2
591		ヘッドホン・イヤホン		2
592		教養娯楽用品		198
593		文房具		18
594		ボールペン		4
595		ノートブック		10
596		はさみ		4
597		運動用具類		45
598		ゴルフクラブ		9
599		グローブ		3
600		テニスラケット		3
601		釣ざお		3
602		トレーニングパンツ		8
603		水着		4
604		競技用靴		16
605		玩具		28
606		家庭用ゲーム機		6
607		ゲームソフト		6
608		人形		2
609		玩具自動車		5
610		組立玩具		10
611		切り花		21

付録 1 指数品目及びウエイト一覧（全国）（続き）

含類 総連番	名称			ウエイト (一万分比)
612			切り花(カーネーション)	3
613			切り花(きく)	12
614			切り花(バラ)	6
615			他の教養娯楽用品	86
616			メモリーカード	1
617			コンパクトディスク	3
618			ビデオソフト	2
619			ペットフード(ドッグフード)	12
620			ペットフード(キャットフード)	18
621			ペットトイレ用品	17
622			鉢植え	10
623			園芸用土	5
624			園芸用肥料	8
625			電池	6
626			プリンタ用インク	4
627			書籍・他の印刷物	85
628			新聞代	61
629			新聞代(地方・ブロック紙)	27
630			新聞代(全国紙)	33
631			雑誌	5
632			月刊誌	4
633			週刊誌	1
634			書籍	19
635			単行本A	11
636			単行本B	8
637			教養娯楽サービス	550
638			宿泊料	118
639			宿泊料	118
640			バック旅行費	22
641			外国バック旅行費	22
642			月謝類	76
643			講習料(英会話)	7
644			講習料(書道)	6
645			講習料(音楽)	14
646			講習料(ダンス)	6
647			講習料(水泳)	25
648			講習料(体育)	6
649			自動車教習料	12
650			他の教養娯楽サービス	335
651			放送受信料	63
652			放送受信料(NHK)	31
653			放送受信料(ケーブル)	29
654			放送受信料(NHK・ケーブル以外)	4
655			入場・観覧・ゲーム代	122
656			映画観覧料	16
657			演劇観覧料	12
658			プロ野球観覧料	4
659			ゴルフ練習料金	7
660			ゴルフプレー料金	29
661			ボウリングゲーム代	6

含類 総連番	名称			ウエイト (一万分比)
662			ボール使用料	3
663			フィットネスクラブ使用料	18
664			文化施設入場料	13
665			テーマパーク入場料	11
666			カラオケルーム使用料	1
667			他の娯楽サービス	149
668			写真撮影代	8
669			インターネット接続料	94
670			ウェブコンテンツ利用料	7
671			資格試験	2
672			獣医代	26
673			ペット美容院代	9
674			ペット保険料	4
675			諸雑費	570
676			理美容サービス	111
677			入浴料	11
678			理髪料	25
679			パーマメント代	11
680			カット代	36
681			ヘアカラーリング代	18
682			エステティック料金	10
683			理美容用品	157
684			理容器具	13
685			電気かみそり	4
686			ヘアドライヤー	4
687			歯ブラシ	6
688			石けん類	49
689			手洗い用石けん	4
690			ボディソープ	5
691			洗顔料	5
692			クレンジング	5
693			シャンプー	11
694			ヘアコンディショナー	8
695			歯磨き	11
696			化粧品	95
697			整髪料	7
698			養毛剤	6
699			化粧クリームA	16
700			化粧クリームB	3
701			化粧水A	14
702			化粧水B	5
703			乳液A	7
704			乳液B	2
705			ファンデーションA	8
706			ファンデーションB	2
707			口紅A	2
708			口紅B	2
709			ヘアカラーリング剤	7
710			美容液	10
711			制汗剤	3

付録1 指数品目及びウエイト一覧（全国）（続き）

含類 総連番	名称	ウエイト (一万分比)
712	身の回り用品	58
713	かばん類	42
714	バッグA	8
715	バッグB	20
716	通学用かばん	7
717	旅行用かばん	7
718	腕時計・指輪	8
719	指輪	4
720	腕時計	5
721	他の身の回り用品	8
722	傘	5
723	ハンカチーフ	3
724	たばこ	38
725	たばこ（国産品）	16
726	たばこ（輸入品）	22
727	他の諸雑費	207
728	葬儀料	33
729	傷害保険料	111
730	保育所保育料	33
731	学童保育料	7
732	介護料	18
733	行政証明書手数料	1
734	パスポート 取得料	1
735	警備料	2

付録１ 指数品目及びウエイト一覧（全国）（続き）

<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)
736	生鮮食品	生鮮魚介	生鮮野菜	生鮮果物	379
737	生鮮魚介（再掲）				97
738	生鮮野菜（再掲）				185
739	生鮮果物（再掲）				96
740	生鮮食品を除く総合	（総合）－（生鮮食品）			9621
741	生鮮食品を除く食料	（食料）－（生鮮食品）			2375
742	持家の帰属家賃を除く総合	（総合）－（持家の帰属家賃）			8366
743	持家の帰属家賃を除く住居	（住居）－（持家の帰属家賃）			548
744	持家の帰属家賃を除く家賃	（家賃）－（持家の帰属家賃）			227
745	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）			7987
746	エネルギー	電気代 灯油	都市ガス代 ガソリン	プロパンガス	749
747	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）			8872
748	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）			6609
749	教育関係費	教育の全品目 男性用学校制服 通学定期（ＪＲ以外）	学校給食の全品目 女性用学校制服 学習用机	文房具の全品目 通学定期（ＪＲ） 通学用かばん	370
750	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） 普通運賃（ＪＲ以外） 航空運賃	料金（ＪＲ、在来線） 一般路線バス代 旅行用かばん	料金（ＪＲ、新幹線） 高速バス代	988
751	情報通信関係費	通信料（固定電話） 放送受信料（ケーブル） インターネット接続料	通信料（携帯電話） 放送受信料（ＮＨＫ・ケーブル以外） ウェブコンテンツ利用料	放送受信料（ＮＨＫ）	428

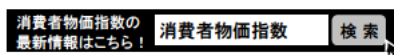
付録2 消費者物価指数の閲覧及び入手先

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

〒 110-0012 東京都台東区竜泉 3-44-3 竜泉グリーンハイツ 3階

☎ 03 (6458) 1301

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 －2025 年基準消費者物価指数－

2026 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
