



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。