

令和 2 年 7 月 22 日

「消費者物価指数2020年基準改定計画（案）」についての意見募集

総務省は、令和 3 年（2021年）に予定している消費者物価指数の第16次の改定に向け、「消費者物価指数2020年基準改定計画（案）」を策定しましたので、令和 2 年 7 月 23 日（木）から同年 8 月 26 日（水）までの間、意見募集を行います。

1 経緯等

消費者物価指数は、全国の世帯が購入する財及びサービスの価格変動を総合的に測定し、物価の変動を時系列的に測定することを目的として、我が国では昭和21年（1946年）8月に作成を開始して以来、毎月作成・公表しています。

同指数は、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の見直しを行っています。

「消費者物価指数2020年基準改定計画（案）」は、令和 3 年（2021年）に予定している同指数の第16次の改定（現行の2015年基準から2020年基準への移行）に向け、改定の主な内容及び指数作成上の基本方針について取りまとめたものです。

2 意見募集の対象

別紙 1 消費者物価指数2020年基準改定計画（案）

3 意見公募要領

別紙 2 のとおりです。

4 今後のスケジュール（予定）

皆様から寄せられた意見を踏まえ、本年中に消費者物価指数2020年基準改定計画を決定し、その後、2020年基準指数への切替えを行う予定です。なお、2020年基準指数への切替えは、令和 3 年（2021年）の消費者物価指数 7 月分（全国）の公表時を予定しています。

5 資料入手方法

資料は、末尾の連絡先窓口において閲覧に供するとともに、総務省ホームページ（<https://www.soumu.go.jp/>）の「報道資料」欄及び電子政府の総合窓口 [e-Gov]（<https://www.e-gov.go.jp/>）の「パブリックコメント」欄に掲載します。

令和 2 年 7 月 22 日
総務省統計局

消費者物価指数 2020 年基準改定計画（案）

1. 趣旨

本計画は、統計法（平成 19 年法律第 53 号）に基づく統計基準として定められた「指数の基準時に関する統計基準」（平成 22 年 3 月 31 日付け総務省告示第 112 号。以下「統計基準」という。）に沿って、消費者物価指数の基準時を 2015 年から 2020 年に更新する等の基準改定を行い、併せて「公的統計の整備に関する基本的な計画」（令和 2 年 6 月 2 日閣議決定）も踏まえた消費者物価の測定精度の維持向上等に取り組むための基本方針について定めるものである。

2. 基準改定における主な取組内容

（1）指数の基準時及びウエイトの更新

ア 指数の基準時

「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。」とする統計基準に沿って、指数の基準時（指数を 100 とする年次）を 2015 年から 2020 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・旧指数を接続する。ただし、変化率については、接続した指数による再計算は行わない。

イ ウェイト

「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。」とする統計基準に沿って、家計調査の結果等を用いて、2020 年平均 1 か月間 1 世帯当たり品目別消費支出金額を基本としてウェイトを作成し、ラスパイレース固定基準方式の指数を算出する¹。

ただし、新型コロナウイルス感染症の影響にも留意し、2020 年の家計消費支出の状況を検証した上で、必要に応じてウェイトの調整を行う。

（2）品目の改定（別添 1 参照）

指数の採用品目については、家計消費支出上の重要度等を踏まえ、30 品目を追加、28 品目を廃止、10 品目を 5 品目に統合し、新基準の品目数を 582 品目とする。また、品目の概念範囲の拡充等に伴う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。

¹ 世帯の属性は（総世帯の指数を除き）世帯員が 2 人以上の世帯である。なお、生鮮食品（生鮮魚介、生鮮野菜、生鮮果物）については、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 2020 年の品目別消費支出金額のほか、2019 年及び 2020 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、2019 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。

(3) 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、航空運賃、外国パック旅行費及び宿泊料についてはウェブスクレイピング²の技術を活用、テレビ、ビデオレコーダー及びプリンタ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³を活用することにより、指数を作成する。

なお、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⁴及びカメラについては、従来から引き続きPOS情報を活用し、指数を作成する。

(4) モデル式の改定

航空運賃や電気代、通信料（携帯電話）などの一部の品目は、料金体系が多様で価格も購入条件によって異なることから、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）を用いて月々の指数を算出している。

これらについては、価格を合成する際の比率の更新、採用する価格、モデルケースや数式の見直し等、以下のような対応を図り、精度の維持向上に必要な改定を行う。

- ・ 近年のカメラ市場の動向を踏まえ、カメラの作成方法を3タイプのカメラ（コンパクト、一眼レフ、ミラーレス一眼）による合成指数⁵から、レンズ交換型カメラ（一眼レフ、ミラーレス一眼）による指数⁶へ変更
- ・ 近年の携帯電話通信料市場の動向を踏まえ、従来型携帯電話機（いわゆる「ガラパゴス携帯」のこと。）の除外、モデルケースとして採用する通話時間及び通信量の組合せを毎年見直し⁷

など

(5) 公表系列の充実等（別添2参照）

国際間の比較に資するため、その他指数としてCOICOP2018分類⁸に準拠して全国の基本分類を組み替えた年次指数を公表する。

また、消費税率の改定による直接的な影響を除いた「消費税調整済指数⁹」を参考値として継続的に公表するとともに、建物の経年変化¹⁰を踏まえた家賃の品質調整に関する分析結果を参考資料として公表する。

² ウェブサイトから情報を抽出するコンピュータソフトウェア技術をいう。

³ 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をいう。

⁴ 2015年基準では、「パソコン（ノート型）」（「タブレット端末」を含まない。）、「タブレット端末」の価格指数を作成後、重みにより1つの指数に合成し、「パソコン（ノート型）」指数として公表している。2020年基準では、「パソコン（ノート型）」指数（「タブレット端末」を含まない。）、「タブレット端末」指数をそれぞれ作成し、公表する。

⁵ タイプごとに価格指数を作成後、3つを重みにより1つの指数に合成する。

⁶ コンパクトは市場シェアの縮小によりカメラ価格の代表性が失われたこと、一眼レフとミラーレス一眼は品質差の縮小により指数計算上区別する必要性が低下したことを踏まえ、レンズ交換型カメラ（一眼レフ、ミラーレス一眼）の価格データから指数を作成する。

⁷ 年々、通話時間が短くなる一方で、通信料が増加していることを踏まえ、通話時間（低・中・高）及び通信量（低・中・高）の9つの組合せに固定せずに利用実態に応じて毎年組合せを設定する。

⁸ 国際連合の定める国際分類基準の「個別消費の目的別分類（2018年）」をいう。

⁹ 課税扱いとなる品目について、一律に消費税率改定の直接的な影響があるとみなして機械的に調整を行った指数をいう。

¹⁰ 住宅の物理的な劣化（品質調整の対象）以外に、住宅の設備などに対する価格評価の時間的な変化を含む。

世帯属性別指数については、「世帯主の年齢階級別指数（10大費目（年）」に新たに「世帯主65歳以上世帯」及び「世帯主65歳以上の無職世帯」の階級を別掲として追加する一方で、「世帯主60歳以上の無職世帯指数（中分類（月別、年）」及び「世帯主65歳以上の無職世帯指数（中分類（月別、年）」の公表は行わないこととする。

基本分類指数については、指数の作成経緯や利活用状況等を踏まえ、都市階級「人口5万以上の市」及び地方「大都市圏（関東大都市圏、中京大都市圏、近畿大都市圏、北九州・福岡大都市圏）」の公表は行わないこととする。

3. 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・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、ヘドニック法及び直接比較等のうち、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的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商品（財・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及び廃止等を行う。

（6）基準改定等による指数への影響の分析・公表

基準改定やウエ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¹¹の違いの分析など
- ・ラスパイレス連鎖基準方式¹²（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
- ・2025年をウエ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¹³）

4. 基準時の更新時期及び関連情報の公表

基準時の更新時期及び関連情報の公表は以下のとおりとする。

令和2年（2020年）

- | | |
|-------|-----------------------------------|
| 7月23日 | 消費者物価指数2020年基準改定計画（案）に係る意見募集 |
| 10月頃 | 消費者物価指数2020年基準改定計画（案）に係る意見募集の結果公示 |
| 11月頃 | 消費者物価指数2020年基準改定計画の決定・公表 |

令和3年（2021年）

夏頃 以下内容を順次公表

- ① 2020年基準消費者物価指数に関する資料（ウエイト、モデル式の内容を含む）の公表（③より1か月程度先行して公表）
- ② 令和2年（2020年）の消費者物価指数1月分から令和3年（2021年）の6月分までの2020年基準遡及結果の公表（③より1週間程度先行して公表）
- ③ 令和3年（2021年）の消費者物価指数7月分（全国）の2020年基準結果の公表

※1 令和3年（2021年）の消費者物価指数7月分（全国）から12月分（全国）までの2015年基準指数は、2015年基準指数の基準時のウエイトにより計算した指数を引き続き公表する。

※2 ラスパイレス連鎖基準方式による2020年基準指数は令和4年（2022年）2月分から公表¹⁴する。また、ラスパイレス連鎖基準方式による2015年基準指数は令和2年（2021年）6月分まで公表する。

¹¹ 総合指数の前年同月比などの変化率に対する各品目の影響度をいう。

¹² 計算方式は、基準時点と比較時点の価格比（指数）を基準時点のウエイトで合成する「基準時加重相対法算式（ラスパイレス型）」を採用している。ラスパイレス算式の中にも、基準とする年の家計消費支出の割合をウエイトに用いて指数を計算していく固定基準方式、前年の家計消費支出の割合をウエイトに用いて計算した当年の指数を毎年掛け合わせていく連鎖基準方式などがある。

¹³ 「ラスパイレス型指数」（L）は指数の基準時を、「パーシェ型指数」（P）は指数の比較時を、それぞれ品目別ウエイトの参照年次とし、 $(P-L)/L$ を算出したもの。一般にパーシェ・チェックの絶対値が大きいほど、新旧基準時点間におけるウエイト（消費構造）の変化の度合いが大きいと考えられる。

¹⁴ 同時に、2021年1月分から2022年1月分の2020年基準遡及結果及び2020年以前の接続指数も公表する。

消費者物価指数の 2020 年基準改定における品目の改定について（案）

- 消費者物価指数の 2020 年基準改定では、物価変動の測定精度向上を図る観点から、家計消費支出上の重要度等を踏まえ、以下の選定基準に沿って、指数の作成に用いる品目の追加及び廃止等を行う。

＜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

- 2020 年基準における追加及び廃止等については以下のとおり。（別表 1 参照）
追加：30 品目、廃止：28 品目、統合¹：10→5 品目
- この結果、2020 年基準指数に用いる品目数は 582 品目（前回基準 585 品目）となる。
- 指数の作成に用いる品目とそれらのウエイトや調査銘柄をより適切に対応させる等の観点から、一部の品目において品目の概念範囲の拡充等に伴う名称変更を行うとともに、調査期間の変更を行う。（別表 2 参照）

¹ 品目の統合は、基準に沿った品目の廃止と同時に、当該廃止品目を包含できるよう別品目の名称変更を行うものである。

2020年基準改定における追加・廃止・統合品目

○追加品目（30品目）・廃止品目（28品目）

10大費目	追加品目	廃止品目
食料	シリアル 豚肉（輸入品）(*2) 味付け肉 カット野菜 アボカド ナッツ 無菌包装米飯 ハンバーグ 冷凍ぎょうざ サラダチキン おでん ノンアルコールビール 宅配水	もち米 ゆで沖縄そば(*1) 塩辛 豚肉B(*2) ポーク缶詰(*1) にがうり とうが(*1) グレープフルーツ 果物缶詰 沖縄そば（外食）(*1)
住居	屋根修理費	
家具・家事用品	ソファ クッション 敷きパッド 収納ケース 漂白剤	整理だんす 室内時計 毛布 台所用密閉容器 防虫剤
被服及び履物	子供用ズボン（春夏物） 子供用ズボン（秋冬物）	男児用ズボン 女児用スカート
保健医療	軽度失禁用品	出産入院料
交通・通信	ドライブレコーダー	固定電話機
教育		幼稚園保育料（公立） 幼稚園保育料（私立）

(*1) 沖縄県のみで調査する品目である。

(*2) これまで調査していた「豚肉B」（もも（黒豚除く））を廃止し、新たに「豚肉（輸入品）」を追加する。

○追加品目（30品目）・廃止品目（28品目）（前ページからの続き）

10大費目	追加品目	廃止品目
教養娯楽	タブレット端末(*3) 講習料（体育） 写真撮影代	携帯型オーディオプレーヤー ビデオカメラ 電子辞書 記録型ディスク 辞書 講習料（料理） 写真プリント代
諸雑費	クレンジング 美容液 葬儀料 学童保育料	

(*3) 近年のタブレット製品の市場動向(大画面化が進む一方、ノートパソコンに比べて技術革新が少なく、製品のライフサイクルが長期化)を踏まえ、パソコン(ノート型)からタブレット端末を分離・独立する。

○統合品目（10品目→5品目）

10大費目	現行	変更後
食料	牛乳（配達）	牛乳
	牛乳（店頭売り）	
	りんごA(*4)	りんご
	りんごB(*4)	
被服及び履物	ワイシャツ（長袖）	ワイシャツ
	ワイシャツ（半袖）	
交通・通信	小型乗用車A(*5)	小型乗用車
	小型乗用車B(*5)	
教養娯楽	家庭用ゲーム機（据置型）	家庭用ゲーム機
	家庭用ゲーム機（携帯型）	

(*4) 「A」はつがる、「B」はふじである。

(*5) 「A」は国産品、「B」は輸入品である。

2020年基準改定における名称変更・調査期間変更品目

○品目概念の拡充等に伴う名称変更（10品目）

10大費目	現行	変更後
食料	干しうどん	そうめん
	豚肉A(*1)	豚肉(国産品)(*1)
	冷凍調理ピラフ	冷凍米飯
	調理ピザパイ	調理ピザ
	ピザパイ(配達)	ピザ(配達)
住居	給湯機	給湯器
被服及び履物	子供用シャツ	子供用下着
	洗濯代A(*2)	クリーニング代A(*2)
	洗濯代B(*2)	クリーニング代B(*2)
諸雑費	化粧石けん	手洗い用石けん

(*1) これまで調査していた「豚肉A」(バラ(黒豚除く))を「豚肉(国産品)」(バラ(黒豚除く))とする。

(*2) 「A」はワイシャツ(水洗い)、「B」は背広服上下(ドライクリーニング)である。

○調査期間の変更（4品目）

10大費目	2015年基準 品目名	2020年基準 品目名	現行	変更後
食料	りんごB	りんご	1～7月、11～12月	通年
家具・家事用品	温風ヒーター		1～3月、10～12月	1～2月、10～12月
被服及び履物	マフラー		1～2月、10～12月	1～2月、11～12月
諸雑費	通学用かばん		1～2月、12月	1～2月、5～12月

2020年基準消費者物価指数の公表系列一覧

- 1 基本分類指数 [全国、東京都区部、都市階級、地方、都道府県庁所在市（東京都区部を除く。）、政令指定都市（川崎市、相模原市、浜松市、堺市及び北九州市）]
 総合、10大費目（月別、四半期、年・年度）
 中分類（月別、年・年度）
 小分類、品目別[全国、東京都区部]（月別、年・年度）
 別掲項目（月別、四半期、年・年度）

※四半期平均は全国及び東京都区部のみ作成

※参考値として、全国の小数第3位までの指数及び消費税調整済指数を公表

※都市階級は4区分（大都市、中都市、小都市A、小都市B・町村）とし、人口5万以上の市を廃止

大都市：政令指定都市及び東京都区部

中都市：大都市を除く人口15万以上の市

小都市A：人口5万以上15万未満の市

小都市B・町村：人口5万未満の市・町村

※地方は10区分（北海道、東北、関東、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州、沖縄）とし、大都市圏（関東、中京、近畿、北九州・福岡）を廃止

- 2 財・サービス分類指数 [全国、東京都区部]
 財・サービス分類、別掲項目（月別、四半期、年・年度）

- 3 世帯属性別指数 [全国]

総世帯指数……………中分類（月別、年）

勤労者世帯年間収入五分位階級別指数……………中分類（月別、年）

世帯主の年齢階級別指数……………10大費目（年）

世帯主の住居の所有関係別指数……………10大費目（年）

※世帯主の年齢階級別指数に65歳以上世帯及び65歳以上無職世帯の階級を別掲として追加

年齢階級区分は6区分（29歳以下、30～39歳、40～49歳、50～59歳、60～69歳、70歳以上）、
 65歳以上世帯（別掲）及び65歳以上無職世帯（別掲）

※世帯主60歳以上及び65歳以上の無職世帯指数（10大費目（月別、年））を廃止

- 4 品目特性別指数 [全国]

基礎的・選択的支出項目別指数（月別、年）

品目の年間購入頻度階級別指数（月別、年）

- 5 季節調整済指数 [全国、東京都区部]

基本分類：総合、生鮮食品を除く総合、生鮮食品及びエネルギーを除く総合

財・サービス分類：財、サービス

※指数作成の範囲（期間）を過去5年分延長し、2020年基準においては2010年1月以降とする。

※サービスの分類を追加。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、半耐久消費財、生鮮食品を除く財の分類を廃止

6 参考指数 [全国]

ラスパイレス連鎖基準方式による指数 (月別、年)

※生鮮食品以外は品目別指数を作成。生鮮食品は品目の上位類まで指数を作成 (品目別指数を廃止)

7 その他

ラスパイレス連鎖基準方式による季節調整済指数 [全国]

……………総合、生鮮食品を除く総合、生鮮食品及びエネルギーを除く総合
2015年基準換算指数 [全国、東京都区部] ……………中分類 (月別、年・年度)
戦前基準指数 [東京都区部] ……………5大費目 (年)
COICOP 分類指数 [全国] …… (年)

※全国の品目を COICOP2018 分類 (目的別個人消費分類) (年) に組替えた指数を追加