

消費者物価指数の 2025 年基準改定に向けて

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。

消費者物価指数は、金融政策において目標指標として採用され、経済政策を推進する上でも極めて重要な指標として用いられています。また、国民年金や厚生年金などの物価スライド、重要な経済指標を実質化するためのデフレーター及び物価連動国債の想定元金額（元金が物価の動向に連動して増減した後の金額）の算定に利用されており、さらには賃金・家賃・公共料金の改定の際の参考に使われるなど、官民を問わず幅広く活用されています。

このように、消費者物価指数は、「証拠に基づく政策立案」（evidence-based policy making）における客観的な基礎資料として活用され、国民にとって合理的な意思決定を行うための基盤となる重要な情報であることから、公的統計として、適切かつ合理的な方法により、中立性と信頼性が確保されるように作成されなければなりません。また、いつの時代にも社会経済情勢の変化に応じて有用性が確保され、適時的確に提供されることが不可欠です。こうした要請に応えるために、消費者物価指数では、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を見直し、公表する系列の充実などを行っています。この改定は、昭和 30 年（1955 年）の改定以来、5 年に 1 回、西暦年の末尾が 0 又は 5 の年に実施しています。

総務省統計局では、令和 8 年（2026 年）に予定している消費者物価指数の第 17 次の改定（現行の 2020 年基準から 2025 年基準への移行）に向けて、目下、同指数の見直し作業を進めています。今般、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、「消費者物価指数 2025 年基準改定計画（案）」（以下「基準改定計画案」という。）として策定しました。また、基準改定計画案の理論的な背景や考え方、技術的又は実務的な内容等の詳細を解説した「付属資料」を本資料に添付していますので基準改定計画案と併せて御参照ください。

総務省統計局は、今回の改定を通じて、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を図り、期待される公的統計としての役割を十分に果たせるよう、より質の高い統計を適時的確に提供していくことを目指しています。

今後、基準改定計画案について広く国民の皆様に御意見をお伺いするとともに、統計委員会、関係府省庁なども含め広く頂いた御意見を踏まえて必要な修正を行い、消費者物価指数 2025 年基準改定計画を決定します。

「消費者物価指数 2025 年基準改定計画（案）」付属資料

【消費者物価指数について】

1. 消費者物価指数の性質と国際基準	1
2. 消費者物価指数の沿革	1
3. 消費者物価指数の利用	1
4. 消費者物価指数の作成方法	2
5. 固定基準方式と連鎖基準方式	2

【基準改定について】

6. 基準改定の趣旨と統計基準	3
7. 指数の基準時の更新	3
8. ウェイトの更新	3
9. 品目の改定	4
10. インターネット販売価格の採用拡大	4
11. モデル式の改定	5
12. 公表系列の充実等	5

【指数の作成について】

13. 価格の調査について	6
14. 調査する商品（銘柄）の指定について	6
15. 調査銘柄の常時見直し	7
16. 品質調整の適切な実施	7
17. 商品（財・サービス）情報の効率的な取集	8
18. モデル式の随時見直し	9
19. 品目の中間年における見直し	9
20. 基準改定等による指数への影響の分析・公表	10

(別紙 1) 消費者物価指数に関する決議—第 17 回国際労働統計家会議採択(2003 年)—抜粋—	11
(別紙 2) 消費者物価指数の過去の基準改定における主な内容	12
(別紙 3) 消費者物価指数の利用事例	14
(別紙 4) 消費者物価指数の作成方法	15
(別紙 5) (参考指数) ラスパイレス連鎖基準方式による消費者物価指数の作成方法	16
(別紙 6) 指数の基準時に関する統計基準	18
(別紙 7) 新・旧指数の接続方法	20
(別紙 8) 持家の帰属家賃のウエイトの推計方法	21
(別紙 9) 2025 年基準消費者物価指数品目一覧(案)	22
(別紙 10) 2020 年基準と 2025 年基準(案)のモデル品目の対応表	28
(別紙 11) 小売物価統計調査の調査方法	30
(別紙 12) 消費者物価指数における品質調整の方法	31
(別紙 13) ヘドニック法による品目別価格指数の算出	33
(別紙 14) 2020 年基準消費者物価指数におけるモデル式の随時見直し	36
(別紙 15) 消費者物価指数の中間年におけるこれまでの見直し	37

【消費者物価指数について】

1. 消費者物価指数の性質と国際基準

消費者物価指数は、家計の消費構造を一定のものに固定し、これと同等のものを購入した場合に必要な費用がどのように変動するかを指数値で示すことで、全国の世帯が購入する各種の商品（財・サービス）の価格の平均的な変動を測定するものです。

消費者物価指数については、国際労働機関（International Labour Organization: ILO）が国際基準を定めています。平成 15 年（2003 年）12 月にジュネーヴで開催された第 17 回国際労働統計家会議では、消費者物価指数に関する現行の国際基準が決議として採択されました。同決議では「この指数は消費者物価の時間的な変化を計測することを目的としている。このことは、同一の品質及び同様な属性の財・サービスの固定された買い物かごを消費者が購入する費用を計測することによって行うことができる。」とされています（別紙 1）。我が国の消費者物価指数もこの考え方に沿って作成しています。

2. 消費者物価指数の沿革

我が国の消費者物価指数は、第二次世界大戦直後の昭和 21 年（1946 年）8 月に作成・公表を開始しました。当時の指数は、戦後の混乱期の物価上昇を早急に測定するため、昭和 21 年（1946 年）8 月～22 年（1947 年）3 月の 8 か月間の変則的な期間を基準時とし、日常の生活用品が統制価格とヤミ価格の二重の価格体系が併存する状態であったことから、消費者価格調査（家計調査の前身）から得られる実効価格（統制価格とヤミ価格を購入数量により加重平均した価格）とウエイトを用い、フィッシャーの理想算式によって作成しました。その後、消費者価格調査に関する基礎資料を蓄積し、昭和 24 年（1949 年）8 月に第 1 回の改定を行い、基準時を昭和 23 年（1948 年）1 月～12 月の 1 年間に、また、算式もラスパイレス式に改め、21 年（1946 年）8 月まで遡及して改定しました。次いで、経済状態が落ち着きつつあった昭和 25 年（1950 年）6 月に新たに小売物価統計調査を開始し、昭和 27 年（1952 年）9 月に指数の基準時を昭和 26 年（1951 年）の 1 年間に改めるとともに、従前の実効価格を小売物価統計調査から得られる小売価格に変更しました。昭和 30 年（1955 年）以降は、5 年ごとに基準改定を行っており、今回の 2025 年基準改定は第 17 次の改定になります（別紙 2）。

3. 消費者物価指数の利用

物価の動向は経済活動と密接な関係があることから、消費者物価指数は「経済の体温計」とも呼ばれており、様々な分野で利用されています。例えば、金融政策においては目標指標として採用されており、経済政策を推進する上でも極めて重要な指標と位置付けられています。また、国民年金や厚生年金などの物価スライド、重要な経済指標を実質化するためのデフレーター及び物価連動国債の想定元金額（元金が物価の動向に連動して増減した後の金額）の算定に利用されており、さらには賃金・家賃・公共料金の改定の際の参考に使われるなど、官民を問わず幅広く活用されています（別紙 3）。

4. 消費者物価指数の作成方法

消費者物価指数の作成に関しては、ILOで採択された国際基準となる決議があります（「1. 消費者物価指数の性質と国際基準」参照）。また、同決議とともに、消費者物価指数に関する国際的なマニュアルとして「消費者物価指数マニュアル：理論と実践（Consumer Price Index Manual：Theory and Practice）」（2003年）が作成され、その後、「消費者物価指数マニュアル：概念と方法（Consumer Price Index Manual：Concepts and Methods）」（2020年）として改定されています。それらのマニュアルは、ILOのホームページにおいて公開されています。我が国の消費者物価指数は、他の主要国と同様に、この国際基準及びマニュアルに沿って作成しています。

具体的な我が国の消費者物価指数の作成方法については、まず世帯が購入する商品（財・サービス）のうち、世帯の消費支出上一定の割合を占める重要なものを品目として選びます。次に、この家計消費支出割合に基づいて、指数の計算に用いる各品目のウェイトを求めます。家計消費支出割合は家計調査の結果などを用います。指数の計算は、調査価格を用いて個々の品目の指数（基準年＝100）を計算し、これらをウェイト（家計の消費支出に占める割合）により加重平均して、中分類、10大費目、総合などの指数を計算します。各品目の価格は、毎月の小売物価統計調査によって調査した価格を用います（別紙4）。

5. 固定基準方式と連鎖基準方式

指数の計算方式としては、基準時点と比較時点の価格比（指数）を基準時点のウェイトで合成する「基準時加重相対法算式（ラスパイレズ型）」が、我が国を含め各国で採用されていますが、ラスパイレズ算式の中にも、基準とする年の消費支出割合をウェイトに用いて指数を計算していく「固定基準方式」、前年の消費支出割合をウェ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」などがあります。

我が国では、消費構造を一定に固定した場合の物価変動を測定するために、昭和24年（1949年）8月以来、固定基準方式の指数を作成・公表しています。また、毎年の消費構造の変化を反映する連鎖基準方式の指数については、昭和50年（1975年）基準から参考指数として年平均指数を公表しており、平成17年（2005年）基準からは生鮮食品を除く総合等を、平成27年（2015年）基準から生鮮食品を含む総合等を月次でも公表しています（別紙5）。

連鎖基準方式の特性について

一般に、連鎖基準方式と固定基準方式の違いには、「ウェイト効果」、「リセット効果」と「ドリフト現象」があると言われています。

「ウェイト効果」とは、価格の上昇又は下落に伴って消費支出割合が減少又は増加する品目があった場合、ウェイトを毎年更新する連鎖基準方式ならば、価格変動に加えてウェイトの変化も指数やその変化率に反映されるというものです。ただし、価格の変動と消費支出割合の変化の関係は一樣でなく、品目の性質によってその方向も大きさも異なるため、必ずしも上方又は下方のどちらか一方に固定基準方式との差が現れるわけではないことに留意が必要です。

「リセット効果」とは、連鎖基準方式では各品目の指数値を前年12月＝100に戻

して計算するため、各品目の指数の水準がリセットされ、各品目の寄与度（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）に固定基準方式との差が現れるというものです。かつての耐久消費財のように価格が大きく下落して固定基準方式の指数がかなり小さくなってからもさらに価格下落が続く場合は、連鎖基準方式の下落幅がより大きくなると考えられます。

また、連鎖基準方式においては、価格が上昇と下落を繰り返すような品目があると、その品目の価格の水準が元に戻っても、連鎖基準方式による指数の集計値が元にたどり着かない現象が生じる場合があることが指摘されています。これが、いわゆる「ドリフト現象」と呼ばれているものです。

【基準改定について】

6. 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、採用する品目やウエイトなどを見直し、公表する系列の拡充などを行っています。

我が国の消費者物価指数は、昭和 30 年（1955 年）以降、5 年ごとに基準改定を行っています。また、統計法（平成 19 年法律第 53 号）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 3 月 31 日付け総務省告示第 112 号）」（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沿って、2025 年への基準改定を行うこととしています（別紙 6）。

7. 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。」とする統計基準に沿って、指数の基準時（指数を 100 とする年次）を 2020 年から 2025 年に更新します。

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・旧指数の接続を行います。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いません（別紙 7）。

8. ウエイトの更新

「ウエイトを固定する指数は、当該指数の基準時である年のウエ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、固定基準方式の指数の計算に用いるウエイトについては、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します。ここで世帯の属性は（総世帯の指数を除き）世帯員が 2 人以上の世帯です。

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 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エイトを作成します（生鮮魚介、生鮮野菜、生鮮果物の類ウエ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します。さらに持家の帰属家賃のウエイトについても、同調

査の「持家の帰属家賃」を基に作成します（別紙8）。

9. 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、廃止等を行っています。

追加及び廃止は以下を基準としています。

<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

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品目となります。

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います。例えば、2020年基準の「背広服」は、2025年基準では品目の名称を「男性用スーツ」に変更します（別紙9）。

2025年基準における追加品目については、令和6年（2024年）8月に「小売物価統計調査規則の一部を改正する省令案についての意見募集」（行政手続法に基づく手続）として追加する品目に関する意見を募集し、その結果を踏まえ、同年10月に小売物価統計調査規則（昭和57年総理府令第6号）を改正し、令和7年（2025年）1月から調査を開始しています。

なお、指数の採用品目は5年ごとの基準改定において追加、廃止等を行っています。が、次の基準改定までの間に急速な普及や衰退のあった財やサービスについては、これらを指数に迅速に反映させるため、次の基準改定を待たずに品目の追加、廃止等を行うこととしています（「19. 品目の中間年における見直し」参照）。

10. 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、プリンタ用インク及びメ

モリーカード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（民間の販売時点情報管理システムにおいて収集された情報をいう。以下同じ。）を活用することにより、より多くの商品（財・サービス）情報を収集し、それらのデータを用いて消費者物価指数を作成します。

これらの商品（財・サービス）情報を活用することで、価格収集期間（これまでの「各月の特定日の価格」の収集から「毎日の価格」の収集へ改善）などが飛躍的に増加し、消費者物価指数の統計精度の向上にも寄与すると考えています。

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、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の技術（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。）を活用し、指数を作成します（「17. 商品（財・サービス）情報の効率的な収集」参照）。

11. モデル式の改定

航空運賃や電気代、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ります。これらの品目については、価格変動を的確に反映させるため、品目ごとに典型的な利用事例をモデルケースとするなどにより設定した計算式（モデル式）を作成し、月々の指数を算出しています。その際に価格を合成するための比率等については、各種の統計、業界団体等がまとめた情報、個別の企業から提供いただいた情報なども用いています。

2025年基準においてモデル式を用いる品目（モデル品目）については、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品目となる予定です（別紙10）。2020年基準における各品目のモデル式は基準改定後に変更した最新のものも含め、総務省統計局のホームページに掲載しております。

(<https://www.stat.go.jp/data/cpi/2020/kaisetsu/index.html>)

今後、2025年基準改定に向けて、モデル式の加重平均に用いるウェイトの更新、採用する価格、モデルケースの見直しなど、精度の維持向上に必要な改定作業を行う予定です。また、新たに追加するモデル品目のモデル式の検討も進めていく予定です。これらの最終的な内容は2025年基準の2026年7月分消費者物価指数（全国）結果の公表より1か月程度先行して公表する予定です。

なお、モデル品目において、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こととしています（「18. モデル式の随時見直し」参照）。

12. 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ます。

2025年基準から、消費者物価指数を利用される方々の利用環境を向上させるため、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します。

一方で、利活用状況等を踏まえ、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」及び世帯属性別指数のうち「世帯主の住居の所有関係別指数」の公表を行わないこととします。

【指数の作成について】

13. 価格の調査について

消費者物価指数で採用している各品目の価格は、毎月の小売物価統計調査によって調査した価格を用いています。

小売物価統計調査は、国民の消費生活上重要な財の小売価格、サービスの料金及び家賃を全国的規模で小売店舗、サービス事業所、関係機関等から毎月調査し、消費者物価指数その他物価に関する基礎資料を得ることを目的として、昭和 25 年（1950 年）6 月から統計法（昭和 22 年法律第 18 号）に基づく「指定統計第 35 号」を作成するための調査として開始し、平成 21 年（2009 年）4 月からは統計法（平成 19 年法律第 53 号）に基づく「基幹統計調査」として実施しています。

小売物価統計調査には大別して「価格調査」及び「家賃調査」の 2 つがあります。「価格調査」は、全国の 167 市町村から選定した小売店舗及びサービス事業所から、約 540 品目の商品の小売価格又はサービス料金を調査しています。「家賃調査」は、全国の 167 市町村から民営借家及び公的住宅を選定し、家賃の月額及び延べ面積等を調査しています（別紙 11）。

特売価格の調査について

特売の価格については、小売物価統計調査では、その期間が 8 日以上であれば価格の代表性があるとして調査の対象とし、それより期間の短い特売の価格については、これを除いています。

とても短い期間の特売が偶然に調査日に当たったとしても、その価格がその品目を代表する価格とは必ずしもないと考えられ、このような価格を採用すると消費者物価指数が物価変動のすう勢を安定して捉えられていない可能性があります。また、通常は特売の対象となる商品は特定の銘柄に限られるため、その銘柄の価格の短期的な変動がその品目全体の価格変動を表しているか否かについても留意が必要です。

特売価格の捉え方及びその取扱いに関しては、今後とも、物価変動の測定精度への影響について、分析及び研究を進めていく必要があると考えています。

14. 調査する商品（銘柄）の指定について

消費者物価指数で採用している品目は、世帯の消費支出上一定の割合を占める重要なものから構成されています。世帯が購入する無数の種類の商品（財・サービス）は、その機能や価格の動き等の類似性によりまとめられ、各品目に分類されることになります。

この品目の中には、機能、規格、容量、仕様等の特性が異なる複数の商品（銘柄）が含まれています。消費者物価指数を作成するための価格を調査する小売物価統計調査では、各品目について、その品目を代表すると考えられる銘柄を「調査銘柄」とし

て指定し、毎月、原則として指定した調査銘柄に該当する商品の価格を調査します。価格の調査に当たっては、調査銘柄に該当する商品の中から、各調査店舗で最も売れている商品を選定し、その価格を継続して調査します。

調査銘柄については、品目ごとに機能、規格、容量、仕様等を規定し、規定された商品を一定して、かつ全国で調査できるように設定しています。これは、調査する商品の品質の差を除いた価格変化を的確に把握するためです。調査銘柄の規定のしかたとしては、パンや肉、野菜など容量を指定して単位当たりに換算するもの、家事用品などで複数の売れ筋の商標を指定するものなどがあります。なお、ビールや家電製品など、調査銘柄の規定上、「商標指定」、「品番指定」、「型式指定」などとあるものは、調査銘柄に規定する機能、規格、容量、仕様等に合致する商品一覧を調査員に示していますが、例えば新商品など商品一覧に示されていない商品でも、調査銘柄の規定に合致していて、調査店舗において売れ筋となっていれば、調査するようにしています。このように、それぞれの品目の性質に応じて、価格変動の代表性と品質一定の条件が両立するような規定を行っています。

15. 調査銘柄の常時見直し

消費者物価指数を作成するための価格を調査する小売物価統計調査では、指数に採用した品目に該当する商品（財・サービス）の中から、最も売れている銘柄を指定して調査を行うことで、消費者物価指数において重要な各品目における価格変動の代表性を確保しています。また、銘柄を指定する際には、消費者物価指数が要請する品質一定の条件を満たすように配慮しています。このように、品目内の同質性及び価格変動の代表性を確保するためには、調査銘柄の規定が適切に行われることが重要です。

しかし、商品のリニューアル、市場での出回り状況、嗜好の変化などにより売れ筋の商品は時とともに変化します。例えば品質が改良された後継の商品が出て、追跡していた商品が製造中止になるなどした場合には、調査する対象を入れ替えなければなりません。企業戦略や世帯の消費行動は常に変化し、売れ筋も移り変わります。したがって、調査銘柄もこうした変化に対応して常に見直していくことが必要になります。

このため、小売物価統計調査では、常時、出回りの状況をチェックし、年に複数回は全品目のシェア等を確認し、また、メーカーなどにも直接聞き取りを行って、必要な調査銘柄の変更（銘柄改正）を適時適切に行うことで、採用する銘柄の代表性を確保しています。

16. 品質調整の適切な実施

調査銘柄の変更（銘柄改正）が行われた場合、物価変動の計測の観点からは、新・旧の商品の間にある機能・特性などの品質やパッケージ容量の違いによって生じる価格差が、指数に入り込まないようにする必要があります。このため、旧商品と新商品の品質の差異を定量的に評価し、消費者物価指数に反映させており、これを品質調整と呼んでいます。

品質調整については、オーバーラップ法、容量比による換算、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、直接比較などの様々な手法が

ありますが、これらのうちから、状況に応じて採用する手法を精査し、各々の品目の銘柄改正において最も適した手法を選択しています（別紙 12）。

なお、品質向上が著しく、製品サイクルが極めて短いテレビ、パソコン及びカメラについては、ヘドニック法等により品質調整済みの価格変動を直接求めています（「17. 商品（財・サービス）情報の効率的な取集」参照）。

借家の家賃と品質調整について

借家の家賃については、ある期間において受益と対価の支払が継続するものであることから、他の財・サービスとは異なる視点が必要です。小売物価統計調査の民営借家の調査においては、継続して居住する借主の家賃と新築や新入居の家賃の変化の両方の価格変動を指数に取り込むため、全国から家賃を調査する区域を国勢調査の調査区から抽出して選定し、その調査区域においては、調査対象を特定の借家に固定せず、全ての借家の家賃を、継続と新規も含め、毎月*調査しています。

*実際の調査は3つの区域をローテーションして各区域を3か月ごとに調査

こうした調査方法により、調査区域内において新築や改修された後の新規の家賃も算入され、取り壊された古い借家等の家賃は除外されることで、全体としては民営借家の平均的な物価変動が適切に計測されていると考えています。

他方、借家住宅が時間を経るごとに劣化すると同時に居住サービスの質も低下すると、これを物価の上昇とみなした品質調整を行うべきとの指摘があります。

確かに、一般的に古い借家ほど家賃水準が低いという傾向がみられます。しかしながら、借家住宅の建築時期に起因する家賃の水準差には、借家住宅の建築された年代、あるいは借主が入居した年代における賃貸住宅市場の需給関係や、その当時の一般的な物価水準及び物価動向などの経済状況、さらには時代とともに変化している住宅の構造や設備なども影響していることが考えられます。こうした中から借家の経年的な質の変化を純粋に取り出すには、理論的・実務的に解決すべき問題が多くあるとみられます。

借家の家賃の品質調整については、消費者物価指数における家賃指数の重要性に鑑み、今後、実証的な研究分析と十分な検討を進めていきたいと考えています。

17. 商品（財・サービス）情報の効率的な取集

ネットショッピングによる購入割合の高い品目（例「サプリメント」）、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（例「テーマパーク入場料」）、インターネット上で対面販売の価格が把握できる品目（例「映画観覧料」）などは、インターネット情報を活用し、商品（財・サービス）情報の効率的な取集を進めます。

また、「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、従前からPOS情報を活用してヘドニック法等により指数を算出（別紙 13）していますが、これらの品目以外についても活用を進めます（「10. インターネット販売価格の採用拡大」参照）。POS情報については、これらのように消費者物価指数の作成に直接的に活用するほか、調査銘柄の常時見直しや品質調整の適切な実施等にも活用します。

さらに、ウェブスクレイピングの技術を活用し、ウェブサイトから多くの商品（財・サービス）情報を取集する試みについて、2020 年基準において採用した品目（航空運賃、外国パック旅行費及び宿泊料）以外についても活用の可能性を今後も検討します（「10. インターネット販売価格の採用拡大」参照）。

POS情報を用いた指数の利用上の留意点について

近年ではデータの活用や処理技術の進展により、POS情報を用いた指数を作成する試みが民間でも行われるようになっていきます。こうした指数を利用する際には、①品目や店舗に偏りがいないか、②新商品の登場時の価格が落ちていないか、③容量変更が無視されていないか、④新旧商品の品質差が調整されているか、などの点に留意する必要があります（物価指数は価格変動を計測する指数であり、数量や品質の変化が混在する購入単価指数とは異なるものです）。

消費者物価指数では、POS情報からは得られない、家計消費の多くを占めるサービスなどを含む幅広い品目について、全国の代表的な店舗で価格を調査し、新商品の登場時、容量変更、新旧商品の品質調整についても適切な措置を講じています。

POS情報についてはそのデータの特性と利用上の制約に留意しつつ活用の拡大に努めていきたいと考えています。

インターネット販売の商品情報の留意点について

ウェブスクレイピングの技術によりインターネット販売の商品（財・サービス）情報を収集し消費者物価指数に有効活用できれば、統計精度の向上や調査報告の負担軽減など、大きなメリットがあります。

一方、ウェブサイトから収集する商品（財・サービス）は、①商品固有の共通コード・名称が存在しない場合が多い、②求めるデータ以外の情報（不要な情報）が大量に混在する、③データ量が膨大である、などの特徴があります。また、ウェブサイトで販売される商品（財・サービス）については、サイト側の経営戦略などにより商品広告が謳われることもあり、販売実態に関する正確な情報を得られにくいといったことも1つの特徴です。

ウェブサイトから収集した商品（財・サービス）情報を消費者物価指数に有効活用するためには、各サイトの掲載情報の特徴を踏まえたデータクリーニングの確立、サイト運営会社等からの販売実態に関する詳細な情報の入手などが必要であることに留意が必要です。

18. モデル式の随時見直し

指数の作成にモデル式を用いる品目（モデル品目）については、今後、2025 年基準改定に向けて、新たなモデル品目の検討、モデル式の加重平均に用いるウエイトの更新、採用する価格及びモデルケースの見直しなど、精度の維持向上に必要な改定作業を行う予定ですが、消費者物価指数では基準改定時に限らず、モデル品目において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こととしています（別紙 14）。

19. 品目の中間年における見直し

消費者物価指数に採用する品目については、5 年ごとに行う基準改定において追加、廃止等を行っています。しかしながら、基準改定後に新製品の急速な普及や衰退などがあった場合は、5 年後の基準改定を待たずに、その間の年に品目の見直し（中間年見直し）を行っています。この仕組みは平成 12 年（2000 年）基準から導入しています（別紙 15）。今後も、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やサービスについては、これらを迅速に指数に反映させるため、次回の基準改定を待たずに品目の追加、廃止等を行っていきます。

20. 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討し、統計利用者の利便に資するため、以下の分析を行い公表します。

- ・ 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（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）の違いの分析など
- ・ ラスパイレス連鎖基準方式による指数（参考指数）及び前年比の作成、固定基準方式による指数との比較
- ・ 2025 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）

パーシェ・チェックについて

「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、それぞれ品目別ウェイトの参照年次とし、 $(P - L) / L$ を算出することをパーシェ・チェックといいます。

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ェイト（消費構造）の変化の度合いが大きいと考えられています。

消費者物価指数に関する決議―第 17 回国際労働統計家会議採択（2003 年）―抜粋―

(原文)

The nature and meaning of a consumer price index

1. The CPI is a current social and economic indicator that is constructed to measure changes over time in the general level of prices of consumer goods and services that households acquire, use or pay for consumption.
2. The index aims to measure the change in consumer prices over time. This may be done by measuring the cost of purchasing a fixed basket of consumer goods and services of constant quality and similar characteristics, with the products in the basket being selected to be representative of households' expenditure during a year or other specified period. Such an index is called a fixed-basket price index.
3. The index may also aim to measure the effects of price changes on the cost of achieving a constant standard of living (i.e. level of utility or welfare). This concept is called a cost-of-living index (COLI). A fixed basket price index, or another appropriate design, may be employed as an approximation to a COLI.

(邦訳)

消費者物価指数の性質と意味

1. CPI は現時点の社会及び経済指標であって、消費のために世帯が取得し使用し又はそのために支払う財・サービスの価格の全般的な水準の時間的な変化を計測するために構築されるものである。
2. この指数は消費者物価の時間的な変化を計測することを目的としている。このことは、同一の品質及び同様な属性の財・サービスの固定された買い物かごを消費者が購入する費用を計測することによって行うことができる。この買い物かごの生産物は、1 年間又は他の指定した期間の世帯支出を代表されるように選定される。このような指数は固定買い物かご指数と呼ばれる。
3. この指数はまた、同一の生活水準（効用又は福祉水準）を達成する費用に対する物価の変化の影響を計測することを目的とすることもできる。この概念は生計費指数（COLI）と呼ばれる。買い物かご指数、又は別の適切な設計のものは COLI の近似として採用することができる。

消費者物価指数の過去の基準改定における主な内容

基準時	主な改定内容
昭和 23 年 (1948 年)	・152*品目を 195 品目に改定 ・フィッシャーの理想算式からラスパイレ算式に移行
昭和 26 年 (1951 年)	・195 品目を 254*品目に改定 ・小売物価統計調査に基づく指数の作成・公表を開始(実効価格から小売価格に移行) ・都市別(28 市別)の指数の公表を開始
昭和 30 年 (1955 年)	・254*品目を 306*品目に改定 ・生鮮食品(生鮮魚介、生鮮野菜、生鮮果物)に購入数量に基づく月別ウエイトを導入
昭和 35 年 (1960 年)	・追加品目 42、廃止品目 17 (品目数 332)
昭和 40 年 (1965 年)	・追加品目 43、廃止品目 11 (品目数 364) ・全国、都市階級、地方、都道府県庁所在都市別の月次指数の作成・公表を開始 (昭和 37 年7月から小売物価統計調査及び家計調査の調査対象を、町村部を含む全国に拡大)
昭和 45 年 (1970 年)	・追加品目 98、廃止品目 16 (品目数 428) ・参考指数として「持家の帰属家賃を含む総合」の月次指数の作成・公表を開始
昭和 50 年 (1975 年)	・追加品目 59、廃止品目 7 (品目数 485) ・世帯属性別の年平均指数の作成・公表を開始 ・参考指数として連鎖基準方式による年平均指数の作成・公表を開始
昭和 55 年 (1980 年)	・追加品目 48、廃止品目 21 (品目数 512) ・基本分類を5大費目から 10 大費目に変更 ・季節調整済み指数の作成・公表を開始
昭和 60 年 (1985 年)	・追加品目 45、廃止品目 17 (品目数 543) ・「持家の帰属家賃を含む総合」の指数を「総合」の指数に変更 ・生鮮食品を除く季節品目の出回り期間外における価格の保合処理を導入
平成 2 年 (1990 年)	・追加品目 37、廃止品目 17、統合品目 2→1 (品目数 561) ・「生鮮食品を除く食料」の月次指数の作成・公表を開始
平成 7 年 (1995 年)	・追加品目 37、廃止品目 15、統合品目 5→2 (品目数 580)
平成 12 年 (2000 年)	・追加品目 71、廃止品目 55 (品目数 596) ※品目の分割に伴う追加 22、廃止 11 を含む。 ・パソコンの2品目について、POS情報によるヘドニック指数の作成を開始 ・参考指数として「総世帯」の年平均指数の作成・公表を開始 ・品目の中間年における見直しを導入 →平成 15 年1月からPOS情報を用いてヘドニック法により作成したデジタルカメラの価格変動を「カメラ」に合成。このほか追加品目 2、廃止品目 1

*昭和 21 年(1946 年) 8 月の指数計算開始時、26 年(1951 年) 基準及び 30 年(1955 年) 基準の品目数は東京都のもの(調査市により品目数が異なる。)

(注) 基準により品目数の数え方が異なる等のため、追加・廃止品目数は、基準改定前後の品目数の差と必ずしも一致しない。

基準時	主な改定内容
平成 17 年 (2005 年)	・追加品目 34、廃止品目 28、統合品目 39→19 (品目数 584) ・参考指数として連鎖基準方式の月次指数の作成・公表を開始(ただし、生鮮食品を除く。) ・参考指数として「総世帯」の月次指数の作成・公表を開始 ※平成 20 年1月に中間年見直し(追加品目 3、統合品目 4→2)
平成 22 年 (2010 年)	・追加品目 28、廃止品目 22、統合品目 15→4 (品目数 588) ・「世帯主 60 歳以上の無職世帯」の月次指数の作成・公表を開始 ※平成 25 年 1 月及び 26 年 1 月に中間年見直し
平成 27 年 (2015 年)	・追加品目 33、廃止品目 32、統合品目 8→4 (品目数 585) ・「世帯主 65 歳以上の無職世帯」の月次指数の作成・公表を開始 ・参考指数として連鎖基準方式の生鮮食品を含む総合等の月次指数の作成・公表を開始 ・参考値として小数点第3位までの指数の作成・公表を開始 ※平成 30 年1月に中間年見直し
令和 2 年 (2020 年)	・追加品目 30、廃止品目 28、統合品目 10→5 (品目数 582) ・航空運賃、宿泊料及び外国パック旅行の3品目について、ウェブスクレイピング技術の活用による指数の作成を開始 ・テレビ、ビデオレコーダー及びプリンタの3品目について、POS情報の活用による指数の作成を開始 ・参考指数として COICOP2018 分類指数の作成・公表を開始 ※令和5年1月に中間年見直し

(注) 基準により品目数の数え方が異なる等のため、追加・廃止品目数は、基準改定前後の品目数の差と必ずしも一致しない。

消費者物価指数の利用事例

1 各種法令に基づく利用

- (1) 国民年金法（第 27 条の 2）、厚生年金保険法（第 43 条の 2）
 - ▶ 年金額の改定
- (2) 児童扶養手当法（第 5 条の 2）
 - ▶ 児童扶養手当額の改定
- (3) 都市再開発法施行令（第 33 条の 2）
 - ▶ 補償金の支払に係る修正率の算定
- (4) 国土利用計画法施行令（第 10 条）
 - ▶ 土地の価格に係る修正率の算定
- (5) 土地収用法第 88 条の 2 の細目等を定める政令（第 16 条）
 - ▶ 損失の補償に関する修正率の算定

※上記以外にも船員保険法、原子爆弾被爆者援護法、地方公務員等共済組合法など、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 行政上の施策への利用

- (1) 金融政策
 - ▶ 日本銀行の金融政策運営
- (2) 社会福祉関連
 - ▶ 年金等の給付見直し
 - ▶ 最低賃金、診療報酬の見直し
- (3) 公共料金
 - ▶ 値上げ幅の制限
- (4) その他
 - ▶ 物価連動国債の想定元金額の算出資料（財務省告示）

3 実質化のためのデフレーターとしての利用

異なる時点の経済活動を比較するとき、物価の変動による名目の値の変動を取り除いて、実質的な動きを算定する必要があります。実質の値は名目の値を、価格変化を表す物価指数で除することによって求められ、この際に使う物価指数をデフレーターと呼びます。消費者物価指数は家計収支や賃金の変化を実質化する際にデフレーターとして用いられています。

- ▶ 家計最終消費支出のデフレーター（内閣府「国民経済計算」）
- ▶ 消費支出、実収入のデフレーター（総務省「家計調査」）
- ▶ 世帯消費動向指数、総消費動向指数のデフレーター（総務省「消費動向指数(CTI)」）
- ▶ 賃金指数のデフレーター（厚生労働省「毎月勤労統計調査」）

消費者物価指数の作成方法

1 主系列の指数算式（固定基準方式）

主系列の指数算式（固定基準方式）は、基準時加重相対法算式（ラスパイレス型）です。

$$I_t = \frac{\sum_{i=1} \sum_{j=1} p_{t,i,j} q_{0,i,j}}{\sum_{i=1} \sum_{j=1} p_{0,i,j} q_{0,i,j}} \times 100 = \frac{\sum_{i=1} \sum_{j=1} \frac{p_{t,i,j}}{p_{0,i,j}} w_{0,i,j}}{\sum_{i=1} \sum_{j=1} w_{0,i,j}} \times 100$$

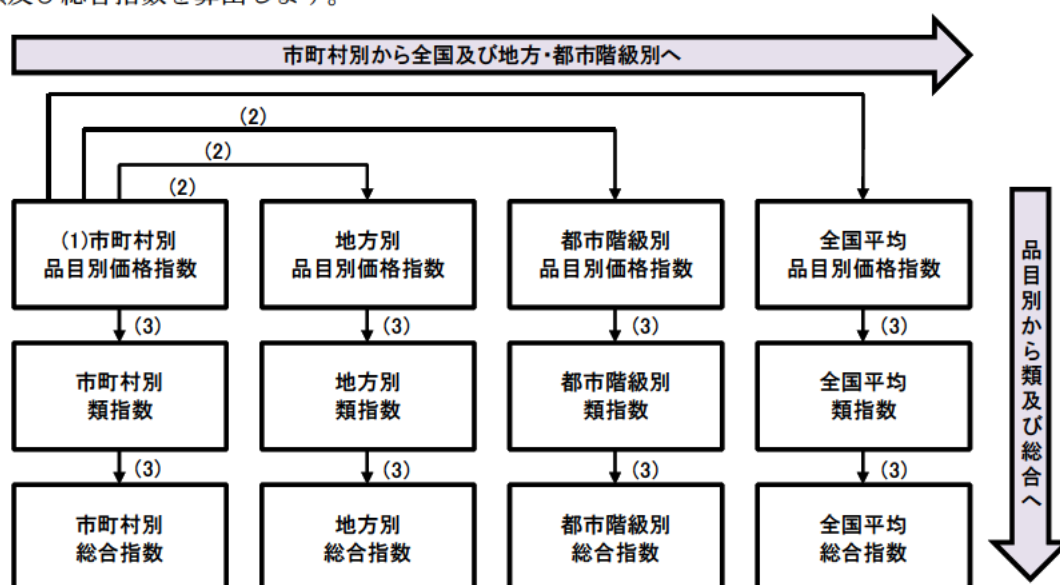
I : 指数 p : 価格 q : 購入数量 w : ウェイト ($=pq$)

i : 品目 j : 市町村 0 : 基準時 t : 比較時

2 指数の算出手順

指数の算出手順は次のとおりです。最初に、市町村別の品目別価格指数を算出します。

次に、全国及び地方・都市階級別の品目別価格指数を算出した後、それぞれの地域ごとに上位類及び総合指数を算出します。



(1) 市町村、品目別価格指数の算出

各市町村の比較時の価格を基準時の価格で除して、品目別価格指数を算出します。

(2) 全国及び地方・都市階級別の品目別価格指数の算出

各市町村の品目別価格指数を各市町村の品目別ウェイトで加重平均し、全国及び地方・都市階級別の品目別価格指数を算出します。

(3) 類指数及び総合指数の算出

類指数は、全国及び地方・都市階級・市町村別の品目別価格指数をそれぞれの品目別ウェイトで加重平均して算出します。総合指数は、類指数を各類のウェイトで順次加重平均して算出します。

なお、生鮮食品の類指数を算出する際には、品目別ウェイトに各月の月別ウェイトを用います。

(参考指数) ラスパイレス連鎖基準方式による消費者物価指数の作成方法

連鎖基準方式とは、ある時点についてその直前の時点を基準とする指数（「連環指数」という。）を算出し、これら隣接する2時点間の連環指数を順次掛け合わせた指数（「連鎖指数」という。）を算出する方式です。

指数算式は、次のとおりです。連鎖は年に一度行い、ウエイトは前年の家計調査（二人以上の世帯）の年平均結果を用いて年に一度更新します。連環指数の算式にはラスパイレス型を用います。

なお、2025年基準連鎖基準方式の指数については、引き続き生鮮食品を含む上位類指数（「総合」、「食料」等）を作成・公表します。

① 月別指数

ラスパイレス連環指数に用いる価格比は、比較時の価格指数をその前年12月の価格指数で除して算出します。なお、生鮮食品は、品目別の価格指数でなく、類指数（「生鮮魚介」、「生鮮野菜」及び「生鮮果物」）を使用します。

<月別指数>

$$\text{(ラスパイレス連環指数 (L))} \quad I_{y,m}^{(L)} = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{I_{y,m,i}}{I_{y-1,12,i}} w_{y-1,i}}{\sum_{i=1}^n w_{y-1,i}}$$

$$\text{(ラスパイレス連鎖指数 (C))} \quad I_{y,m}^{(C)} = I_{0,12} \times \prod_{Y=1}^{y-1} I_{Y,12}^{(L)} \times I_{y,m}^{(L)}$$

(Y, y: 年 m: 月 0: 基準年 i: 生鮮食品を除く品目及び生鮮食品 n: 品目数 w: ウエイト)

② 年平均指数

年平均指数は、類ごとに①により算出した1月から12月までの月別指数を単純平均して算出します。

なお、月別指数は、当該月分の消費者物価指数の確報公表に併せて公表しますが、1月確報については集計時点で前年のウエイトが完成していないため、前々年のウエイトを用いた暫定値を作成します。その後、家計調査結果の公表を受け、前年のウエイトを用いた確定値を作成し、2月確報公表時に1月まで遡及改定した指数を公表します。

(月別指数の計算例)

簡単のため、2つの品目(「牛肉」及び「豚肉」)から構成される中分類「肉類」があるとし、「肉類」の連鎖指数を求めてみます。ここでは、仮に「牛肉」の価格が毎年上昇し、「豚肉」の価格が変化しないものとして計算します。このとき、ウエイトについては、「牛肉」の価格上昇につれて「牛肉」のウエイトが縮小し「豚肉」のウエイトが拡大するものとしします。

年月	価格指数※		年	ウエイト	
	牛肉	豚肉		牛肉	豚肉
2020年12月	100	100	2020年	10	10
2021年12月	200	100	2021年	8	12
2022年 6月	400	100			

※ 2020年平均＝100

このとき、固定基準方式の2022年6月の「肉類」指数は、2020年のウエイトで加重平均し、以下のように計算されます。

$$\frac{400 \times 10 + 100 \times 10}{10 + 10} = 250$$

一方、2022年6月の連鎖指数を計算する際は、まず前年までの各年12月の連環指数(ここでは、前年12月を100としたときの指数)と、2022年6月の連環指数を求めます。

2021年12月の連環指数は、2021年12月と前年12月(2020年12月)の価格比を、前年(2020年)のウエイトで加重平均して、

$$\frac{\frac{200}{100} \times 10 + \frac{100}{100} \times 10}{10 + 10} = 1.5$$

2022年6月の連環指数は、2022年6月と前年12月(2021年12月)の価格比を、前年(2021年)のウエイトで加重平均して、

$$\frac{\frac{400}{200} \times 8 + \frac{100}{100} \times 12}{8 + 12} = 1.4$$

最後に、2022年6月の連鎖指数は、2020年12月(ここでは100とします)、2021年12月、2022年6月の連環指数を掛け算して、

$$100 \times 1.5 \times 1.4 = 210$$

と計算されます。

指数の基準時に関する統計基準

(平成22年3月31日 総務省告示第112号)

1 指数の基準時の原則

指数の基準時は、五年ごとに更新することとし、西暦年数の末尾が0又は5である年とする。

2 ウェイトを固定する指数

(1) 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。

(2) ウェイトを固定する指数について、やむを得ない理由により基準時の更新に必要なウェイトを設定できないときは、1の項(指数の基準時の原則)の定めにかかわらず、当該必要なウェイトが設定できるまで指数の基準時を更新しないことができる。この場合において、指数の基準時が西暦年数の末尾が0又は5である年以外の年となるときは、その後の指数の基準時ができるだけ速やかに1の項の定めに従ったものとなるよう、適切な措置を執るものとする。

3 基準時を更新した場合の利便確保措置

指数の基準時を更新したときは、新指数と旧指数とのリンクその他の利用者の利便のための適切な措置を講ずるものとする。

4 その他

指数の基準時について、法令の定め又は法令に定める手続があるときは、その定め又は手続によるものとする。

府 統 委 第 17 号

平成22年2月22日

総 務 大 臣

原 口 一 博 殿

統計委員会委員長

樋 口 美 雄

諮問第24号の答申

「指数の基準時に関する統計基準」の設定について

本委員会は、「指数の基準時に関する統計基準」の設定について審議した結果、下記の結論を得たので答申する。

記

1. 設定の適否

「指数の基準時に関する統計基準」については、諮問案により、統計法第28条第1項に基づき統計基準として設定することは差し支えない。

2. 理由

(1) 統計基準としての設定

指数の基準時の更新周期、時点及びウェイトの対象年については、これらが指数ごとに異なると各指数間の相互利用や比較等に支障が生じる恐れがあることから、各指数間で当該更新周期等をそろえるための統一的な基準を設けることが重要である。

このため、昭和56年の統計審議会の答申(「諮問第185号指数の基準時及びウェイト時の更新について」(昭和56年3月20日))において指数の基準時に関する統一的な基準が示され、以後、公的統計である各指数の基準時の更新に広く適用されてきた。

また、指数の基準時に関する統一的な基準をあらかじめ明示しておくことは、個々の指数の作成における恣意性を排除し、客観性を確保する効果も期待される。

こうした観点から、指数の基準時に関する統一的な基準については、公的統計の統一性、総合性を確保するために有効な技術的基準であり、統計法(平成19年法律第53号)第2条第9項の統計基準の要件に該当するものと考えられる。また、「公的統計の整備に関する基本的な計画」(平成21年3月13日閣議決定)においても、新たに統計基準として設定することとされているところである。

したがって、指数の基準時に関する統一的な基準を、統計法第2条第9項に規定する統計基準として設定することは適当である。

(2) 諮問案の内容

ア 指数の基準時の原則

指数の基準時については、五年ごとに更新し、西暦年数の末尾が0又は5である年とすることとしている。これについては、次の理由から適当である。

(ア) 指数は、主として企業の生産活動、国民の消費行動等に係る中期的な動向等の分析に利用されるものであり、基準時が長期間更新されず、その時点が著しく古い時期になると利便性が損なわれることから、基準時を定期的に更新する必要があること。

(イ) 基準時の時点については、指数の効果的な利活用のためには、観察時の指数の動向のみならず、基準時における産業構造等に関する情報を把握しておく必要があり、当該情報を提供するデータの多くは、その対象年が西暦年数の末尾が0又は5である年であること。

(ウ) 基準時の更新周期及び時点については、昭和56年の統計審議会答申においても本諮問案とほぼ同じ基準が設けられ、以後、これに基づいて各指数の基準時の更新が円滑に行われてきたこと。

イ ウェイトを固定する指数

(ア) ウェイトの算出

ウェイトを固定する指数については、基準時である年のウェイトにより算出することとしている。これについては、次の理由から適当である。

a 指数とは、基準時である年から観察時点までの財・サービスに係る価格（数量）変化を表示するものであり、その際、財・サービスが多数の場合には、基準時である年のウェイトを用いて個々の品目等の変化を平均化する処理を行っている。このため、指数算出に基準時である年以外の年のウェイトを用いると、指数が当該変化を適切に示すものにならなくなる。

b 上記 a のことから、實際上、公的統計である指数（ウェイトを固定するものに限る。）は基準時である年のウェイトにより算出されている状況であること。

(イ) 基準時である年のウェイトを設定できないケースへの対応

やむを得ない理由により基準時の更新に必要なウェイトを設定できない時は、ウェイトが設定できるまで基準時の更新を保留することを容認することとしている。これについては、ウェイト設定に必要なデータ源である統計調査の実施延期等によりウェイト設定ができないケースが生じる可能性があることから、やむを得ない。

また、基準時の更新の保留により基準時が原則の年次以外の年となる時は、その後の指数の基準時をできるだけ速やかに原則どおりの年次となるよう適切な措置を実施することとしている。これについては、基準時の原則の実効性を確保するために必要なものであることから、適当である。

ウ 基準時を更新した場合の利便確保措置

基準時を更新した場合は、新指数と旧指数のリンクなど利用者の利便を確保するための措置を実施することとしている。これについては、新指数と旧指数のリンクによる接続指数の公表等の措置は、指数の時系列比較など指数利用者が利用可能な情報の増加等に寄与するものであることから、適当である。

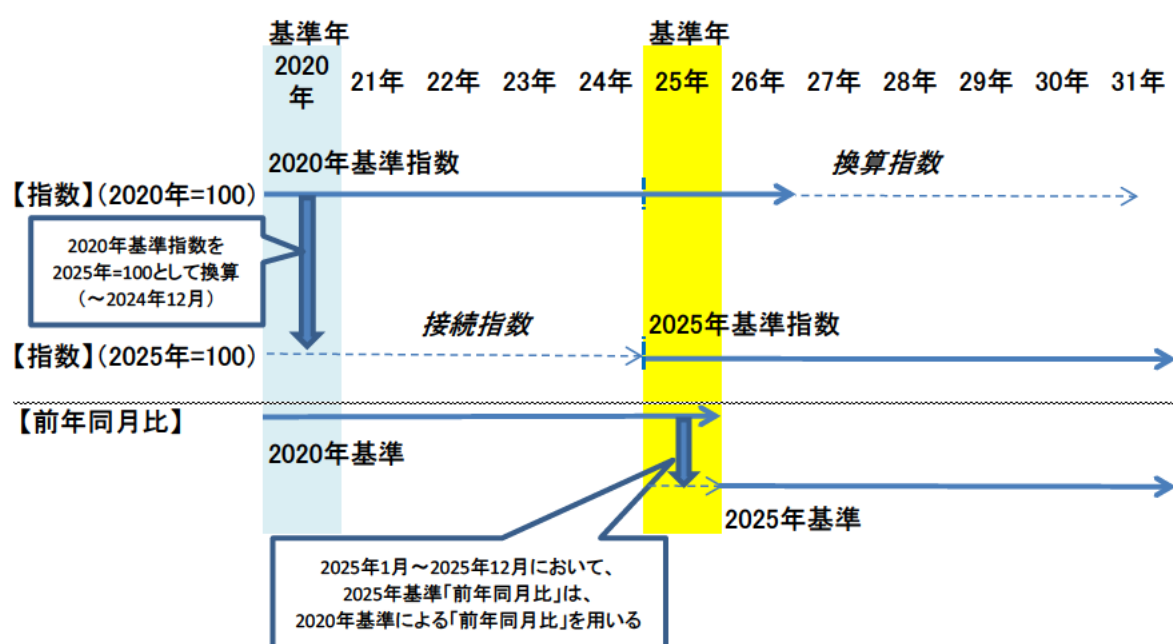
新・旧指数の接続方法

新・旧指数の接続は、地域及び総合、類、品目ごとに行います（接続した指数による上位類指数の再計算は行いません。）。計算は、各基準の指数を次の基準時に当たる年の年平均指数で除した結果を 100 倍することにより行います。例えば、2020 年基準を 2025 年基準に接続する場合、「2025 年基準の t 年 m 月接続指数＝（2020 年基準の t 年 m 月指数÷2020 年基準の 2025 年平均指数）×100」という計算になります。

変化率については、接続した指数により再計算することなく、各基準において公表した値をそのまま用います。また、基準時（2025 年）の 1～12 月の前年同月比等についても、旧基準（2020 年）の指数によって計算したものを用います。

なお、2020 年を基準時とする他の経済指標との関連等利用上の便を図るため、2020 年基準指数は 2026 年 12 月まで作成・公表し、その後、2030 年基準指数の公表前までは、2020 年基準指数の 2025 年平均指数に、以後の各月の 2025 年基準指数を乗じた値を 100 で除して作成した 2020 年基準換算指数を作成・公表します。

（イメージ図）



そのほか、東京都区部について、5大費目（「総合」、「持家の帰属家賃を除く総合」、「食料」、「住居」、「持家の帰属家賃を除く住居」、「光熱」、「被服」及び「雑費」）の年平均の戦前基準指数を作成します。戦前基準指数は、最初に、現行の品目別価格指数を基に5大費目の指数を算出し、次にその指数に戦前基準のための換算率を乗じることにより算出します。

持家の帰属家賃のウエイトの推計方法

1 持家の帰属家賃のウエイトの推計について

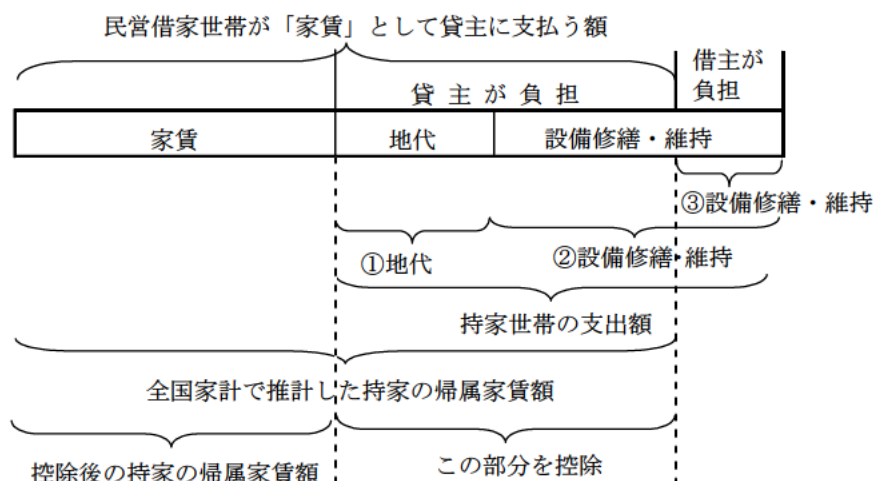
消費者物価指数における持家の帰属家賃のウエイトには、全国家計構造調査(以下「全国家計」という。)において推計される持家の帰属家賃を用いています。全国家計の結果を消費者物価指数のウエイトに加工する際の主な処理は以下のとおりです。このほか、作成方法の詳細は、「2020年基準 消費者物価指数の解説」を参照ください。

(1) 概念上貸主が負担する地代及び設備修繕・維持費の控除

全国家計における持家の帰属家賃は、概念上、貸主が負担する地代や設備修繕・維持費が含まれていますが、これらは持家世帯が支出する地代等と重複計上になりますので、これらの金額を控除します。この控除については、全国家計の結果を用いて、次のように行います。

控除後の持家の帰属家賃額

＝全国家計で推計した持家世帯の持家の帰属家賃額－①全国家計の持家世帯の「地代」
－②全国家計の持家世帯の「設備修繕・維持」＋③全国家計の民営借家世帯の「設備修繕・維持」



(2) 全世帯1世帯当たりの持家の帰属家賃の算出

上記控除後の持家の帰属家賃は、持家世帯1世帯当たりの金額となっているので、借家世帯を含めた全世帯1世帯当たりの持家の帰属家賃とするため、これに持家率を乗じます。この持家率については、住宅・土地統計調査(以下「住調」という。)の結果を用います。

2 持家の帰属家賃額の推計方法について

持家の帰属家賃額の推計に当たっては、住調の民営借家の個別データを用いて、住宅の延べ床面積、構造、建て方、建築時期、地域変数等を説明変数とする家賃関数を仮定して、回帰計算(最小二乗法)により係数を推定しています。

〈回帰式〉

$$\ln y_k = a + \sum_j b_j x_{j,k} + c \ln S_k + \varepsilon_k$$

k : 世帯 a, b_j, c : 係数
 y_k : 1 か月の家賃 (円) ε_k : 残差
 $x_{j,k}$: 住宅の属性 (住宅の構造など) 及び地域変数
 S_k : 延べ床面積 (㎡)

全国家計では上記で推定した家賃関数を用いて、全国家計の調査世帯のうち持家世帯について、個々の世帯の住宅に関する情報を当てはめて、持家の帰属家賃の額を推計しています。

(別紙 9)

2025 年基準消費者物価指数品目一覧 (案)

※太字は追加品目、統合品目又は名称変更。名称変更は、旧名称を旧「○○○」と表記

大分類						中分類		品目		名称		大分類						中分類		品目		名称																																																																																																																																																																																																																																																															
1						2		1		2		1						2		1		2																																																																																																																																																																																																																																																															
総合食料																						穀類				米類				うるち米 A				うるち米 B				パン				食パン				あんパン				カレーパン				麺類				ゆでうどん				そうめん				スパゲッティ				カップ麺				中華麺				他の穀類				小麦粉				もち				シリアル				魚介類				生鮮魚介				まぐろ				あじ				いわし				かつお				さけ				さば				さんま				たい				ぶり				いか				たこ				えび				あさり				かき（貝）				ほたて貝				塩干魚介				塩さけ				たらこ				しらす干し				干しあじ				ししゃも				いくら				塩さば				魚肉練製品				揚げかまぼこ				ちくわ				かまぼこ				他の魚介加工品				かつお節				魚介漬物				魚介つくだ煮				魚介缶詰				肉類				生鮮肉				牛肉（国産品）				牛肉（輸入品）				豚肉（国産品）				豚肉（輸入品）				鶏肉				加工肉				ハム				ソーセージ				ベーコン				味付け肉			
																						牛乳・乳製品				牛乳				牛乳				乳製品				粉ミルク				ヨーグルト				バター				チーズ（国産品）				チーズ（輸入品）				卵				鶏卵				野菜・海藻				生鮮野菜				キャベツ				ほうれんそう				はくさい				ねぎ				レタス				ブロッコリー				もやし				アスパラガス				さつまいも				じゃがいも				さといも				だいこん				にんじん				ごぼう				たまねぎ				れんこん				ながいも				しょうが				えだまめ				さやいんげん				かぼちゃ				きゅうり				なす				トマト				ピーマン				生しいたけ				えのきたけ				しめじ				カット野菜				乾物・加工品類				乾物・海藻				干しいたけ				干しのり				わかめ				こんぶ				ひじき				大豆加工品				豆腐				油揚げ				納豆				他の野菜・海藻加工品				こんにゃく				梅干し				だいこん漬				キムチ				こんぶつくだ煮				野菜缶詰																			

※今後の検討により追加、変更等されることがあり得る(以下同じ。)

大分類	中分類1	中分類2	小分類1	小分類2	品目1	品目2	名称	大分類	中分類1	中分類2	小分類1	小分類2	品目1	品目2	名称
							果物								調理食品
							生鮮果物								主食的調理食品
							りんご								すし（弁当）A
							みかん								すし（弁当）B
							オレンジ								弁当A
							しらぬひ								弁当B
							梨								弁当C
							ぶどう								おにぎり
							柿								調理パン
							桃								冷凍米飯
							すいか								調理パスタ
							メロン								調理ピザ
							いちご								たこ焼き
							バナナ								無菌包装米飯
							キウイフルーツ								他の調理食品
							さくらんぼ								うなぎかば焼き
							アボカド								サラダ
							パイナップル								コロッケ
							果物加工品								豚カツ
							ナッツ								からあげ
							油脂・調味料								ぎょうざ
							油脂								やきとり
							食用油								ハンバーグ
							マーガリン								冷凍調理コロッケ
							調味料								冷凍調理ハンバーグ
							食塩								冷凍ぎょうざ
							しょう油								調理カレー
							みそ								混ぜごはんのもと
							砂糖								煮豆
							酢								焼き魚
							ソース								きんぴら
							ケチャップ								焼豚
							マヨネーズ								サラダチキン
							ドレッシング								おでん
							ジャム								ミートボール
							カレールウ								飲料
							乾燥スープ								茶類
							風味調味料								緑茶
							ふりかけ								紅茶
							たれ								茶飲料
							つゆ								コーヒー・ココア
							合わせ調味料								インスタントコーヒー
							パスタソース								コーヒー豆
							香辛料								コーヒー飲料A
							菓子類								コーヒー飲料B
							ようかん								他の飲料
							まんじゅう								果実ジュース
							だいふく餅								果汁入り飲料
							カステラ								野菜ジュース
							ケーキ								炭酸飲料A（旧「炭酸飲料」）
							ゼリー								炭酸飲料B
							プリン								炭酸飲料C（旧「ノンアルコールビール」）
							シュークリーム								乳酸菌飲料
							ロールケーキ								ミネラルウォーター
							せんべい								宅配水
							ビスケット								スポーツドリンク
							ポテトチップス								豆乳
							キャンデー								ゼリー飲料
							チョコレート								酒類
							アイスクリーム								清酒
							落花生								焼酎
							チューインガム								ビール
							グミ								発泡酒
															ウイスキー
															ワイン（国産品）
															ワイン（輸入品）
															チューハイ

被服及び履物					女性用下着類（旧「婦人用下着類」）				
大分類	中分類	小分類	品目	品目	大分類	中分類	小分類	品目	品目
1	2	1	2	1	1	2	1	2	2
被服及び履物	衣料	和服	女性用着物（旧「婦人用着物」）		履物類			ブラジャー	
								女性用ショーツ（旧「婦人用ショーツ」）	
		洋服					ランジェリー		
							子供用下着類		
							子供用下着		
			男性用洋服（旧「男子用洋服」）						
			男性用スーツ（春夏物、中級品）（旧「背広服（春夏物、中級品）」）				男性用靴（旧「男子靴」）		
			男性用スーツ（春夏物、普通品）（旧「背広服（春夏物、普通品）」）				女性用靴（旧「婦人靴」）		
			男性用スーツ（秋冬物、中級品）（旧「背広服（秋冬物、中級品）」）				子供靴		
			男性用スーツ（秋冬物、普通品）（旧「背広服（秋冬物、普通品）」）				運動靴		
	男性用上着（旧「男子用上着」）		サンダル						
	男性用ズボン（春夏物）（旧「男子用ズボン（春夏物）」）		スリッパ						
	男性用ズボン（秋冬物）（旧「男子用ズボン（秋冬物）」）								
	男性用ズボン（ジーンズ）（旧「男子用ズボン（ジーンズ）」）								
	男性用コート（旧「男子用コート」）								
	男性用学校制服（旧「男子用学校制服」）								
	女性用洋服（旧「婦人用洋服」）		帽子						
	女性用スーツ（春夏物、中級品）（旧「婦人用スーツ（春夏物、中級品）」）		マフラー						
	女性用スーツ（春夏物、普通品）（旧「婦人用スーツ（春夏物、普通品）」）		男性用靴下（旧「男子用靴下」）						
	女性用スーツ（秋冬物、中級品）（旧「婦人用スーツ（秋冬物、中級品）」）		女性用靴下（旧「婦人用ソックス」）						
	女性用スーツ（秋冬物、普通品）（旧「婦人用スーツ（秋冬物、普通品）」）		ベルト						
	ワンピース（春夏物）								
	ワンピース（秋冬物）								
	女性用上着（旧「婦人用上着」）								
	スカート（春夏物）								
	スカート（秋冬物）								
	女性用ストラックス（秋冬物）（旧「婦人用ストラックス（秋冬物）」）								
	女性用ストラックス（ジーンズ）（旧「婦人用ストラックス（ジーンズ）」）								
	女性用コート（旧「婦人用コート」）								
	女性用学校制服（旧「女子用学校制服」）								
	子供用洋服								
	子供用ズボン（春夏物）								
	子供用ズボン（秋冬物）								
	乳児服								
シャツ・セーター・下着類					被服関連サービス				
シャツ・セーター類					ビス				
男性用シャツ・セーター類（旧「男子用シャツ・セーター類」）					クリーニング代A				
ワイシャツ					クリーニング代B				
男性用スポーツシャツ（長袖）（旧「男子用スポーツシャツ（長袖）」）					履物修理代				
男性用スポーツシャツ（半袖）（旧「男子用スポーツシャツ（半袖）」）					被服賃借料				
男性用セーター（旧「男子用セーター」）									
女性用シャツ・セーター類（旧「婦人用シャツ・セーター類」）					保健医療				
ブラウス（長袖）					医薬品・健康保持用摂取品				
ブラウス（半袖）					総合かぜ薬				
女性用Tシャツ（長袖）（旧「婦人用Tシャツ（長袖）」）					解熱鎮痛剤				
女性用Tシャツ（半袖）（旧「婦人用Tシャツ（半袖）」）					胃腸薬				
女性用セーター（長袖）（旧「婦人用セーター（長袖）」）					ビタミン剤A				
女性用セーター（半袖）（旧「婦人用セーター（半袖）」）					ビタミン剤B				
子供用シャツ・セーター類					ドリンク剤				
子供用Tシャツ（長袖）					皮膚病薬				
子供用Tシャツ（半袖）					はり薬				
下着類					目薬				
男性用下着類（旧「男子用下着類」）					漢方薬				
男性用シャツ（半袖）（旧「男子用シャツ（半袖）」）					鼻炎薬				
男性用パンツ（旧「男子用パンツ」）					サプリメント（旧「健康保持用摂取品A」）				
男性用パジャマ（旧「男子用パジャマ」）					プロテインパウダー				

大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	
大分類							中分類		小分類		品目		品目		名称	

大分類		中分類		小分類		品目		品目		名称		大分類		中分類		小分類		品目		品目		名称			
1		2		1		2		1		2		1		2		1		2		1		2			
			月謝類												身の回り用品										
			講習料（英会話） 講習料（書道） 講習料（音楽） 講習料（ダンス） 講習料（水泳） 講習料（体育） 自動車教習料												かばん類										
															バッグA バッグB 通学用かばん 旅行用かばん										
															腕時計・指輪										
			指輪																						
			腕時計																						
			他の教養娯楽サービス												他の身の回り用品										
			放送受信料												傘										
放送受信料（NHK）									ハンカチーフ																
放送受信料（ケーブル）																									
放送受信料（NHK・ケーブル以外）																									
入場・観覧・ゲーム代									たばこ																
映画観覧料 演劇観覧料 プロ野球観覧料 ゴルフ練習料金 ゴルフプレー料金 ボウリングゲーム代 ブル使用料 フィットネスクラブ使用料 文化施設入場料 テーマパーク入場料 カラオケルーム使用料									たばこ（国産品）																
									たばこ（輸入品）																
									他の娯楽サービス									他の諸雑費							
									写真撮影代 インターネット接続料 ウェブコンテンツ利用料 資格試験 獣医代 ペット美容院代 ペット保険料									葬儀料							
																		傷害保険料							
																		保育所保育料							
																		学童保育料							
																		介護料							
																		行政証明書手数料							
									パスポート取得料																
									警備料																
諸雑費																									
			理美容サービス																						
			入浴料 理髪料 パーマメント代 カット代 ヘアカラーリング代 エステティック料金																						
			理美容用品																						
			理容器具																						
			電気かみそり ヘアドライヤー 歯ブラシ																						
石けん類																									
手洗い用石けん ボディークリームA ボディークリームB 化粧水A 化粧水B 乳液A 乳液B ファンデーションA ファンデーションB 口紅A 口紅B ヘアカラーリング剤 美容液 制汗剤																									
化粧品																									

2020 年基準と 2025 年基準（案）のモデル品目の対応表

追加１・・・2025年基準の追加品目で、モデル品目とする予定の品目

追加２・・・2025年基準からモデル品目とする予定の品目

削除・・・2025年基準から廃止する予定の品目

費目	品目 符号	2020年基準（74品目）	2025年基準（78品目）	
		品目名	追加・削除 の別	品目名
食料	1924	コーヒー飲料B		コーヒー飲料B
	2163	ドーナツ（外食）		ドーナツ（外食）
住居	3000	民営家賃		民営家賃
	3016	公営家賃		公営家賃
	3017	都市再生機構・公社家賃		都市再生機構・公社家賃
	3030	持家の帰属家賃		持家の帰属家賃
	3180	火災・地震保険料		火災・地震保険料
光熱・水道	3500	電気代		電気代
	3600	都市ガス代		都市ガス代
	3810	水道料		水道料
	4610	下水道料		下水道料
家具・ 家事用品	4521	リサイクル料金		リサイクル料金
	4701	モップレンタル料		モップレンタル料
保健医療	6090	健康保持用摂取品A		サプリメント
	6094	健康保持用摂取品B	削除	
	6200	診療代		診療代
交通・通信	7528	料金（J R，在来線）		料金（J R，在来線）
	7530	料金（J R，新幹線）		料金（J R，新幹線）
	7008	普通運賃（J R以外）		普通運賃（J R以外）
	7009	通学定期（J R以外）		通学定期（J R以外）
	7010	通勤定期（J R以外）		通勤定期（J R以外）
	7050	一般路線バス代		一般路線バス代
	7057	高速バス代		高速バス代
	7060	タクシー代		タクシー代
	7070	航空運賃		航空運賃
	7363	高速自動車国道料金		高速自動車国道料金
	7364	都市高速道路料金		都市高速道路料金
	7105	軽乗用車		軽乗用車
	7106	小型乗用車		小型乗用車
	7113	普通乗用車A		普通乗用車A
	7115	普通乗用車B		普通乗用車B
	7344	レンタカー料金		レンタカー料金
	7353		追加１	カーリース
	7350	ロードサービス料		ロードサービス料
	7370	自動車保険料(自賠責)		自動車保険料(自賠責)
	7390	自動車保険料(任意)		自動車保険料(任意)

追加１・・・2025年基準の追加品目で、モデル品目とする予定の品目

追加２・・・2025年基準からモデル品目とする予定の品目

削除・・・2025年基準から廃止する予定の品目

費目	品目 符号	2020年基準（74品目）	2025年基準（78品目）	
		品目名	追加・削除 の別	品目名
交通・通信	7410	通信料(固定電話)		通信料(固定電話)
	7430	通信料(携帯電話)		通信料(携帯電話)
	7433	運送料		運送料
	7446	携帯電話機		携帯電話機
教育	8010	中学校授業料(私立)		中学校授業料(私立)
	8020	高等学校授業料(公立)		高等学校授業料(公立)
	8030	高等学校授業料(私立)		高等学校授業料(私立)
	8040	大学授業料(国立)		大学授業料(国立)
	8060	大学授業料(私立)		大学授業料(私立)
	8070	短期大学授業料(私立)		短期大学授業料(私立)
	8077	専修学校授業料(私立)		専修学校授業料(私立)
	8205		追加１	通信教育
教養娯楽	9013	テレビ		テレビ
	9034	ビデオレコーダー		ビデオレコーダー
	9078	パソコン(デスクトップ型)		パソコン(デスクトップ型)
	9079	パソコン(ノート型)		パソコン(ノート型)
	9080	タブレット端末		タブレット端末
	9081	プリンタ		プリンタ
	9043	カメラ		カメラ
	9199	メモリーカード	追加２	メモリーカード
	9128	プリンタ用インク	追加２	プリンタ用インク
	9205	新聞代(全国紙)		新聞代(全国紙)
	9226	月刊誌		月刊誌
	9230	週刊誌		週刊誌
	9300	宿泊料		宿泊料
	9305	外国パック旅行費		外国パック旅行費
	9330	放送受信料(NHK)		放送受信料(NHK)
	9367	放送受信料(NHK・ケーブル以外)		放送受信料(NHK・ケーブル以外)
	9341	映画観覧料		映画観覧料
	9342	演劇観覧料		演劇観覧料
	9372	テーマパーク入場料		テーマパーク入場料
	9397	インターネット接続料		インターネット接続料
	9403	ウェブコンテンツ利用料		ウェブコンテンツ利用料
	9404		追加１	資格試験
	9187		追加１	ペット保険料
諸雑費	9722	バッグB		バッグB
	9799	たばこ(国産品)		たばこ(国産品)
	9798	たばこ(輸入品)		たばこ(輸入品)
	9960	葬儀料		葬儀料
	9928	傷害保険料		傷害保険料
	9921	保育所保育料		保育所保育料
	9914	介護料		介護料
	9920	振込手数料	削除	
	9931	警備料		警備料

小売物価統計調査の調査方法

＜価格調査＞

価格調査は、全国の 167 市町村から選定した小売店舗及びサービス事業所から、約 520 品目の商品の小売価格又はサービス料金を調査しています。調査に当たっては、原則として、消費者が実際に購入している価格を調査しています。

調査は、調査市町村内に価格調査地区を設定して行います。価格調査地区は、調査市町村全域を都市階級ごとに定められた数に分割して設定します。また、消費者の購入行動、店舗間の価格差等を考慮して、調査品目を調査品目区分（6 区分）に分類しています。価格収集数は、調査市町村の都市階級区分と調査品目区分の組合せにより定めています。

調査対象店舗等は、調査品目ごとに、各価格調査地区内で販売数量等の多い店舗等の順に、価格収集数に応じた店舗等を選定し、調査店舗等としており、全国で約 28,000 の店舗等が選定されています。

なお、一部の調査品目については、調査市町村内、都道府県内又は全国に所在する店舗等のうち利用者の多い順に、価格収集数に応じた店舗等を選定し、これを調査店舗等としています。

調査日は、毎月 12 日を含む週の水曜日、木曜日又は金曜日のうちいずれか 1 日としています。ただし、生鮮魚介、野菜、果物及び切り花のうち約 40 品目は、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うちいずれか 1 日、都道府県内又は全国に所在する店舗等から選定した店舗を対象とする約 100 品目は、毎月 12 日を含む週の金曜日をそれぞれ調査日としています。

＜家賃調査＞

家賃調査は、全国の 167 市町村から民営借家及び公的住宅を選定し、家賃の月額、延べ面積等を調査しています。

民営借家の調査は、調査市町村内に家賃調査地区を設定して行います。家賃調査地区は、国勢調査調査区を抽出単位として抽出しており、全国で約 1,200 地区を選定し、調査市町村ごとに地区を 3 群に分け、各群について 3 か月ごとに調査しています。また、各家賃調査地区内の全ての民営借家の家賃を調査しています。なお、家賃調査地区は 5 年ごとに見直しています。

公的住宅の調査は、調査市町村内において該当する全ての住宅の家賃等を対象として調査しています。

調査日については、民営借家の家賃は、毎月 12 日を含む週の水曜日、木曜日又は金曜日のうちいずれか 1 日、公的住宅の家賃は、毎月 12 日を含む週の金曜日としています。

(注) 調査市町村数等は、動向編の対象数（2024 年 12 月現在）によります。

消費者物価指数における品質調整の方法

名称	内容
オーバーラップ法	同一時点において同一条件で販売されている新・旧の銘柄の価格差は、品質の差を反映しているとみなして、両者の価格比を用いて調整を行います。
容量比による換算	新・旧の銘柄で品質は同じで、容量だけに差があり、価格と容量がほぼ比例的な関係にある場合には、新銘柄の価格を旧銘柄の容量に対する価格に換算します。
回帰式を用いた換算	新銘柄の価格を回帰式に当てはめ、新銘柄の価格について旧銘柄と同等な場合の価格を推計し、両者の価格比を用いて調整を行います。
オプションコスト法	旧銘柄ではオプションとなっていた装備が、新銘柄では標準装備となったとき、品質向上に伴う価格上昇はオプション部分の購入費用に相当します。ただし、標準装備になると生産量が多くなる分、必要なコストはオプション装備に必要なコストよりも少なくて済むと考えられます。また、消費者はオプションの購入費用をかけないことを選択する機会を失うことなどから、オプションであったときの価格からその分を調整（通常、2分の1とみなすことが多い。）して品質向上分として扱います。
インピュート法	新・旧の銘柄を前月時点で比較することができない場合、その品目の価格変化を類内の他の品目全ての平均的な価格変化と等しいとみなして接続を行います。 この方法は同時点の新・旧両銘柄の価格が得られない場合に用いる方法であり、通常この方法を用いることは適当ではありませんが、出回りが季節的に限られる被服などの品目で例外的に用いています。
ヘドニック法	各製品の品質を構成する複数の特性（性能）を分解し、これらの諸特性と各製品の価格との関係を重回帰分析により推計し、新・旧の銘柄の品質変化分を価格に換算して調整を行います。
直接比較	新・旧の銘柄の品質などが同じとみなせる場合は、調査された価格を直接採用します。 この場合、リンク係数の作成などの特別な処理を必要としませんが、適用に当たっては新・旧両銘柄の品質について吟味し、同等と判断されることが必要です。

(参考) 主な品質調整方法の計算例

○オーバーラップ法

《例 1》

	前々月	前 月	当 月
商品 A	120 円	130 円	—
商品 B	—	160 円	165 円

$$\begin{aligned}
 \text{リンク係数} &= \frac{\text{前月の商品 A の価格}}{\text{前月の商品 B の価格}} \\
 &= \frac{130 \text{ 円}}{160 \text{ 円}} \\
 &= 0.8125
 \end{aligned}$$

	前々月	前 月	当 月
比較時価格	120 円	130 円	134.06 円 [165 円×0.8125]

○容量比による換算

《例 2》

	前 月	当 月
商品 A	150 g 135 円	—
商品 B	—	160 g 150 円

$$\begin{aligned}
 \text{リンク係数} &= \frac{\text{商品 A の容量}}{\text{商品 B の容量}} \\
 &= \frac{150\text{g}}{160\text{g}} \\
 &= 0.9375
 \end{aligned}$$

	前 月	当 月
比較時価格	150 g 135 円	150 g 140.63 円 [160 g 150 円×0.9375]

ヘドニック法による品目別価格指数の算出

ヘドニック法とは品質調整に用いられる方法の一つで、各製品の品質がこれを構成する複数の特性（性能）に分解でき、価格は性能によって決定され则认为、これらの諸特性（例えば、パソコンなら記憶容量、メモリ容量、生体認証方式など）と各製品の価格との関係を、重回帰分析という統計的手法で解析することにより、製品間の価格差のうち品質に起因する部分を計量的に把握しようとする手法です。

消費者物価指数では、品質向上が著しく製品サイクルが極めて短い「テレビ」、「パソコン（デスクトップ型）」、「パソコン（ノート型）」及び「カメラ」の4品目について、品質調整済みの価格変動をヘドニック法により直接求める方法を採用しています。なお、より客観的で信頼度の高い重回帰分析を行うためには、多数の製品についての大量の価格、数量及び特性に関する情報が必要となるため、これらのヘドニック法の適用に当たってはPOS情報による全機種¹の販売価格¹のほか、販売台数、各機種の特性などを用いています。

- (1) 各機種の平均販売価格を被説明変数、メモリ容量やディスプレイサイズ、素子サイズなど各機種の特性、販売時点などを説明変数²とする片対数型の回帰モデルを設定します。

連続する2か月（ $t-1$ ， t ）に関する重回帰式

$$\ln(p_{T,i}) = \alpha + \beta \cdot \delta_{T,t} + \sum_k (\gamma_k \cdot x_{k,i}) + \varepsilon_{t,i}$$

$$\begin{array}{lll} T : \text{時点} = t-1, t & k : \text{説明変数に用いた特性} & i : \text{機種} \\ p_{T,i} : \text{販売価格} & \alpha, \beta, \gamma_k : \text{偏回帰係数} & x_{k,i} : \text{特性量} \\ \delta_{T,t} = \begin{cases} 0 & (T = t-1) \\ 1 & (T = t) \end{cases} & : \text{販売時点ダミー} & \varepsilon_{t,i} : \text{残差} \end{array}$$

- (2) 全国で当月（ t ）と前月（ $t-1$ ）に販売された全機種³について、上記(1)の回帰モデルから、各機種の総販売台数をウェイトとして回帰計算により偏回帰係数を推定し、各月の平均価格の推計値を求めます。

¹ 機種ごとに、1か月間に販売された販売価格の平均をとる。なお、東京都区部中旬速報値では、中旬1週間に販売された販売価格の平均をとる。

² 説明変数は適切な頻度で見直す。説明変数など回帰モデルの内容については、消費者物価指数年報に掲載する。

³ 前月まで販売されていた機種及び当月から販売された機種を含む。

$$(\text{前月}) \ln(\hat{p}_{t-1}) = \hat{\alpha} + \hat{\beta} \cdot 0 + \sum_k (\hat{\gamma}_k \cdot \bar{x}_{k,t-1})$$

$$(\text{当月}) \ln(\hat{p}_t) = \hat{\alpha} + \hat{\beta} \cdot 1 + \sum_k (\hat{\gamma}_k \cdot \bar{x}_{k,t})$$

(ハット「^」は推計値、バー「-」は平均値を表す)

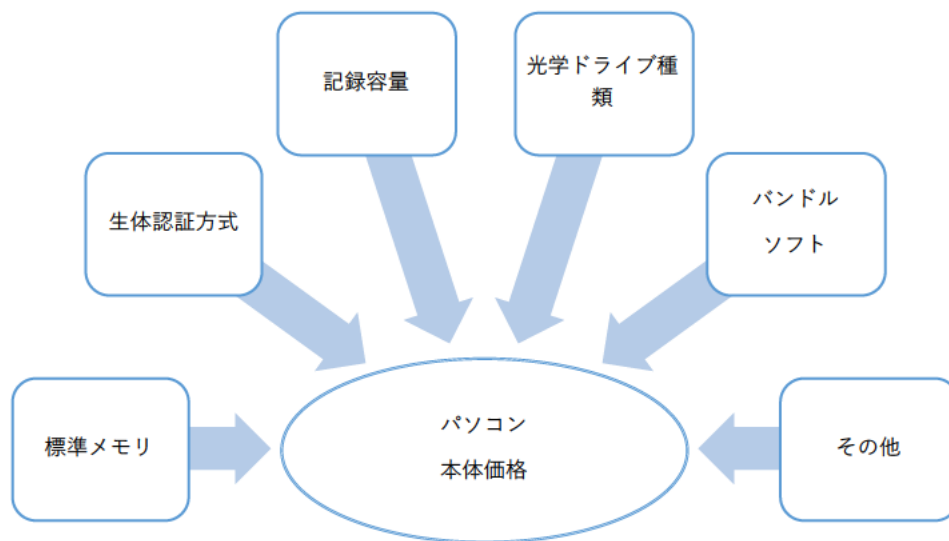
- (3) 上記(2)で求めた価格推計値から、前月と当月の品質差を除いた価格比を連環指数として算出します。

$$\begin{aligned} \frac{\hat{p}_t}{\hat{p}_{t-1}} &= \frac{\exp[\hat{\alpha} + \hat{\beta} + \sum_k (\hat{\gamma}_k \cdot \bar{x}_{k,t})]}{\exp[\hat{\alpha} + \sum_k (\hat{\gamma}_k \cdot \bar{x}_{k,t-1})]} \\ &= \exp[\hat{\beta}] \times \exp \left[\sum_k \hat{\gamma}_k \cdot (\bar{x}_{k,t} - \bar{x}_{k,t-1}) \right] \\ I_t^{(L)} &= \exp[\hat{\beta}] \end{aligned}$$

- (4) 算出した連環指数を前月($t-1$)の指数(2025年=100)に乗じて、当月(t)の連鎖指数を算出します。

$$I_t^{(C)} = I_{t-1}^{(C)} \times I_t^{(L)}$$

<ヘドニック法による品質調整の例（パソコン）>



- ① 多数のパソコン販売データから、特性と価格の相関関係を分析
- ② 例えば「HDD記憶容量が1TB増→パソコン本体価格は5.0%上昇」という関係を推計
- ③ HDD記憶容量が1TB増の新製品が出た場合は、本体価格の5.0%上昇分を割り戻して比較

2020 年基準消費者物価指数におけるモデル式の随時見直し

適用開始年月	変更した品目	変更の概要
2022 年 1 月分以降適用	通信料（携帯電話）	・同一の通信事業者であっても低廉な料金プランをそれ以外の料金プランとは異なる「ブランド」として扱い、通信事業者・ブランド別の価格を指数に反映するよう変更 ・通信規格について、4 G/LTE に加えて、5 G 対応の料金プランの価格についても指数に反映するよう変更
2022 年 4 月分以降適用	料金（J R，在来線） 料金（J R，新幹線）	シーズン別の指定席特急料金の改定に対応し、新区分による価格を指数に反映するよう変更
	電気代	大手小売電気事業者の「自由料金」価格を新たに採用し、料金区分別（規制料金・自由料金）の料金プランの価格を指数に反映するよう変更
2023 年 1 月分以降適用	電気代	料金区分別（規制料金・自由料金）の契約割合の変動に対応するため、算式を固定基準方式から連鎖基準方式へ変更
	演劇観覧料	代表的な商品の変化に対応し、銘柄を変更
2023 年 4 月分以降適用	料金（J R，在来線）	鉄道会社別の料金区分を実態に合わせて変更
2023 年 10 月分以降適用	放送受信料（NHK）	受信料支払い区分の 1 本化に対応し、銘柄を変更
2024 年 1 月分以降適用	通信料（携帯電話）	通信規格 5 G と 4 G 併用の料金プラン増加に対応し、銘柄及び算式を変更
2025 年 1 月分以降	火災・地震保険料	「地震保険料」について、「火災保険料」に併せ銘柄を変更
	料金（J R，在来線）	代表的な商品の変化に対応し、銘柄を変更
	自動車保険料（任意）	内部ウエイトの一部を実態に併せ変更
	傷害保険料	代表的な商品の変化に対応し、銘柄を変更
2025 年 4 月分以降	高速自動車国道料金	休日割引の適用日の変更について、指数に反映するように変更

詳細は総務省統計局ホームページの以下を御参照ください。

<https://www.stat.go.jp/data/cpi/2020/kaisetsu/index.html>

消費者物価指数の中間年におけるこれまでの見直し

【2005 年基準の中間年見直し】

(2008 年 1 月分から)

- ・以下の品目について、追加または廃止しました。

追加品目	廃止品目
ビール風アルコール飲料	テレビ（ブラウン管）
電気洗濯機（洗濯乾燥機）	オーディオ記録媒体
家庭用ゲーム機（携帯型）	

- ・「固定電話通信料」について、I P 電話による価格も取り込みました。

【2010 年基準の中間年見直し】

(2013 年 1 月分から)

- ・「携帯電話機」及び「携帯電話通信料」について、スマートフォンによる価格も取り込みました。

(2014 年 1 月分から)

- ・「パソコン（ノート型）」について、タブレット端末による価格も取り込みました。

【2015 年基準の中間年見直し】

(2018 年 1 月分から)

- ・「たばこ（国産品）」及び「たばこ（輸入品）」について、加熱式による価格も取り込みました。

- ・「通信料（携帯電話）」及び「携帯電話機」について、いわゆる「格安スマホ通信料」及び、「S I Mフリー端末」による価格も取り込みました。

※上記は「2015 年基準の中間年見直し」以外の見直しとして対応

【2020 年基準の中間年見直し】

(2023 年 1 月分から)

- ・品目の追加及び廃止はなし。