

310.126
통14A

소비자물가지수의 작성방법과 이용

(일본 2000년 기준 소비자물가지수)

2003. 4

물가통계과

알 림

이 자료는 일본 총무성 통계국에서 일반이용자를 위하여 발간한 『소비자물가지수의 작성방법과 이용』을 번역한 것입니다.

본서는 일본이 국민생활에 밀접한 영향을 미치는 소비자물가지수의 이해를 높이기 위하여 물가지수의 개편이후 변경된 내용, 물가지수의 특징, 지수의 이용방법 등에 대해서 설명하는 것으로서 소비자물가지수를 이해하는데 도움이 될 것으로 생각합니다.

다만, 본 자료는 물가통계과에서 업무참고자료로 활용하기 위해 번역한 것이므로 내부자료로 활용해 주시기 바라며 우리나라에서 사용하고 있는 용어와 다소 다른 것은 생활양식의 차이와 원문에 충실히 하고자 하였음에 기인함을 양지하시기 바랍니다.

2003. 4.

물가통계과장

통계청

소비자물가지수의 작성방법과 이용

- 일본 2000년 기준 소비자물가지수 -

총무청통계국

머 리 말

일본의 물가는 거품경제의 붕괴 후 급격한 엔고의 진행과 규제개혁의 진전 등 공급 측의 경제구조의 변화 등으로 상승폭이 해마다 낮아져 1995년은 1971년 이후 처음으로 하락(-0.1%)하였습니다. 그 후 1996년에 약간 상승으로 반전되고 1997년에도 소비세율 인상 등의 영향으로 4년만에 1%를 초과 상승하는 상승률을 나타냈지만, 1998년에 다시 상승폭이 낮아졌고 소비자의 수요저조로 1999년, 2000년은 1971년 이후 처음으로 2년 연속하여 하락하였다.

총무성에서는 이와 같이 물가의 월별 변동을 파악하기 위해 소비자물가지수를 작성하여 공표하고 있다. 이 지수는 소비자가 구입하는 상품(재화나 서비스)의 가격 움직임을 종합한 물가변화를 객관적으로 나타내는 수치이다. 그러나 ‘소비자물가지수의 작성방법을 잘 알 수 없다,’ ‘공표된 지수의 움직임이 실제 생활에서 느끼는 것과 다르다’ 고 하는 목소리가 있다.

이 자료는 많은 물가지수 이용자가 소비자물가지수를 바르게 이해할 수 있도록 작성한 것이 때문에, 지수의 작성방법이나 이용상의 유의점을 될 수 있으면 알기 쉽게 설명하려고 노력하였다.

이 자료에 대하여 궁금한 것이 있다면 총무성 통계국 통계조사부 소비통계과물가조사실(전화(03)5273 - 1175)에 연락을 주시기 바란다.

2001년 8월

총무성 통계국

목 차

1. 소비자물가지수의 작성의의	2
(1) 소비자물가지수란 무엇인가	2
(2) 소비자물가지수의 이용	4
2. 소비자물가지수의 작성방법	6
(1) 지수작성의 의미	6
(2) 기준시	6
(3) 지수품목	7
(4) 가중치	11
(5) 가격조사	13
(6) 지수의 계산	15
(7) 지수의 공표	18
3. 소비자물가지수의 작성계열	19
(1) 기본분류지수	19
(2) 재화·서비스 분류지수	19
(3) 가구속성별 지수	20
(4) 품목특성별 지수	21
(5) 참고지수	22
(6) 신·구 지수의 접속	24
(7) 소비자물가 지역차 지수	25
4. 소비자물가지수의 이용	26
(1) 소비자물가지수가 나타내는 물가의 움직임이란	26
(2) 변화율	26
(3) 계절조정 지수	28
(4) 물가의 변동요인	30
(5) 지수와 실감	33
(6) 소비자물가 지역차 지수의 이용	36
< 부 록 >	
부록1 소비자물가지수 작성계열 일람	37
부록2 기본분류 일람(10대 비목 및 중분류)	38
부록3 재화·서비스 분류 일람	39
부록4 지수품목 및 가중치 일람(2000년 기준지수, 전국)	40
부록5 2000년 기준개정에서 추가·탈락 품목 일람	49

1. 소비자물가지수의 작성의의

(1) 소비자물가지수란 무엇인가

개개의 상품 가격변화를 종합한 것이 물가지수이다.

우리들은 일상생활을 영위하기 위해 다양한 상품(재화나 서비스)을 구입한다. 예를 들어 돈육 100g 230엔, 양배추 1kg 150엔, 블라우스 1벌 6,500엔, 영화관람료 어른 1회 1,800엔, 이발료 어른 1회 3,500엔 등과 같다. 이들의 상품 가격은 오르기도 하고 내리기도 하는 등 움직인다. 그래서 평균적인 가격변화, 즉 물가의 움직임을 보려면 많은 상품의 가격 변화를 종합하여 볼 필요가 있다.

물가의 움직임을 어느 시점과 비교하여 비율의 형태로 나타낸 수치가 물가지수이다.

물가가 올랐다 혹은 내렸다 라고 할 때는, 예를 들어 작년에 비해, 또는 지난달에 비해서와 같이 어느 시점과 비교하여 올랐는지 또는 내렸는지를 말한다. 물가의 움직임은 비교 기준이 되는 시점을 정하여 이때 물가와 비교하여 어느 정도 상승(또는 하락)했는지를 비율의 형태로 보게 되는데, 물가를 비율로 나타낸 것을 물가지수라고 한다. 물가지수는 물가의 움직임을 주관적인 감각이 아닌 보다 객관적인 방법으로 더욱 알기 쉬운 수치로서 나타낸 것이다. 온도계가 날마다 더위, 추위를 관측하듯이 물가지수는 물가의 움직임을 재는 잣대의 역할을 한다고 하겠다.

물가지수에는 상품의 유통과정에 따라 도매물가지수, 소비자물가지수 등이 있다.

물가에 있어서 상품가격에는 생산자가 출하할 때의 생산자 가격, 도매업자가 소매점 등에 판매할 때의 도매가격, 소매점이 소비자에게 판매할 때의 소매가격 등, 상품의 유통과정에 따라 여러 단계가 있다. 각각의 단계에서 거래되는 상품은, 예를 들어 생산자의 출하나 도매의 단계에서는 제품을 만들기 위한 원료나 공작기계를 포함하기 때문에 일반 소비자가 구입하는 상품과는

그 범위가 달라 가격변동이 반드시 같다고 볼 수 없다. 따라서 물가 변동은 각각의 단계별로 파악되어야 한다. 일본에서는 생산자의 출하 혹은 도매단계의 재화의 물가 변동을 나타내는 도매물가지수와 소매단계의 재화 및 서비스의 물가 변동을 나타내는 소비자물가지수가 작성되고 있다. 또한 기업간 제공되는 서비스의 물가변동을 나타내는 기업용 서비스물가지수도 작성되고 있다.

생산자의 출하 혹은 도매단계에서 재화의 물가 변동은 도매물가지수(WPI)로 본다.

도매물가지수는 회사나 공장, 상점 등 기업 상호간에 거래되는 재화의 가격 변동을 종합적으로 측정하는 것이다. 따라서 이 지수에 포함되는 재화는 농림수산물(신선 식품을 제외)이나 공업제품 뿐만이 아니고 철광석, 원유 등 제품을 만들기 위한 원료나, 선반, 프레스 기계 등과 같이 공작기계도 포함하고 있다.

도매물가지수(Wholesale Price Index, WPI)는 일본은행에서 작성하고 있다.

소매단계의 물가 움직임은 소비자물가지수(CPI)로 본다.

소비자물가지수는 소비자가 일상생활에서 구입하는 상품 가격의 움직임을 종합해서 보려는 것이기 때문에, 소비자가 일상 구입하는 식료품, 의료품, 전기제품, 화장품 등의 재화의 가격 움직임 외에 집세, 전화요금, 수업료, 이발료 등과 같은 서비스 가격의 움직임도 포함된다.

이와 같이 소비자물가지수와 도매물가지수는 조상품목의 대상범위나 조사하는 가격 거래단계가 다르기 때문에 두 개의 지수 움직임을 비교할 때에는 대상품목을 일치시키는 등의 주의가 필요하다.

소비자물가지수(CPI, Consumer Price Index)는 총무성이 작성하고 있다.

소비자물가지수는 1946년부터 작성하고 있다.

현재 총무성에서 작성하고 있는 소비자물가지수의 역사는 오래되어 제2차 세계대전직후인 1946년에 당시의 급격한 인플레이션을 측정하기 위해 처음 작성되었다. 그 후 일본경제의 「체온계」의 하나로서 중요한 역할을 다하고 있다.

각 국의 소비자물가지수

국민의 삶에 관계가 깊은 상품 가격을 안정시키는 것은 국가 행정에서 매우 중요한 문제이기 때문에 이들을 종합한 물가 움직임을 지수의 형태로 알기 쉽게 나타내는 연구는 일찍부터 시도되어 일본뿐만 아니고 세계 대부분의 국가에서 소비자물가지수를 작성하고 있다.

(2) 소비자물가지수의 이용

① 경제시책에 이용

소비자물가지수는 국가나 지방자치단체의 경제시책 등에 있어 매우 중요한 지표가 된다.

정부는 매년 목표를 세워 경제시책을 시행하는데, 이 중에도 소비자물가의 안정은 중심적인 과제의 하나가 되고 있다. 또한 지방자치단체에서도 경제운영의 지침이 되고 있다. 또한 국가나 지방자치단체의 소비자 정책 등에도 넓게 활용되고 있다.

② 실질화를 위한 디플레이터

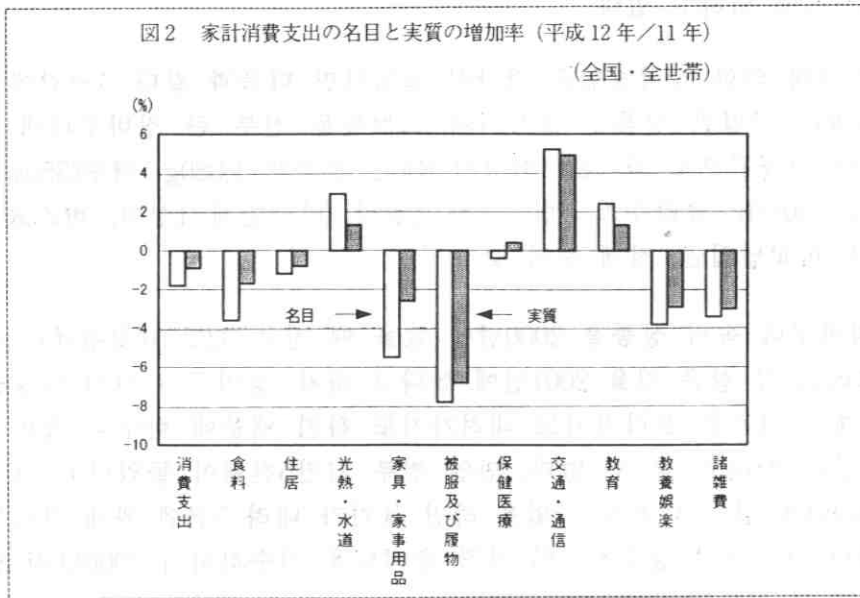
소비자물가지수는 가계수지나 임금 등의 실질화를 위한 디플레이터로 이용된다.

소비자물가지수는 물가동향을 보는 것만이 아니고 가계수지나 임금 등의 실질화의 디플레이터로 이용된다. 예를 들어 가계조사의 결과 2000년 전국·전가구의 가구당 월평균 소비지출금액은 317,133엔으로 1999년의 323,008엔에 비하여 명목으로는 1.8% 감소되었다. 한편 같은 기간에 물가(자가귀속집세를 제외한 종합지수, 자가귀속집세에 대해서는 2- (3) 참조)는 0.9% 하락하였으므로 이 물가의 하락분을 제외한 실질적인 변화율은 다음의 계산에 의해 실질 0.9% 감소 된 것을 알 수 있다.

$$\text{실질변화율}(-0.9\%) = \left(\frac{\text{명목변화율}(0.982)}{\text{소비자물가의변화율}(0.991)} - 1 \right) \times 100$$

마찬가지로 2000년 전가구의 월평균소비지출에 대해서 10대 비목별 실질변화율을 계산하여 <그림2>에 명목변화율과 같이 나타냈다. 이것을 보면 예를 들어 광열·수도비의 전년비는 명목으로 2.9% 증가하였지만, 2000년 원유가격 인상으로 이 비목에 포함된 전기요금과 도시가스가 인상되었기 때문에 광열·수도의 물가 인상분을 제외한 실질로는 1.3% 증가하여 증가폭이 축소된 것을 알 수가 있다.

<그림2> 가계소비지출의 명목과 실질 증감률(2000/1999)



③ 물가 연동에 이용

소비자물가지수는 공적연금의 급부액 등을 물가의 움직임과 연동하여 개정하기 위한 산출기준이 되고 있다.

국민연금, 후생연금보험 등의 급부액은 물가 상승 혹은 하락에 따라 자동적으로 개정되는 물가연동제를 적용하는 것을 법률로 정하고 있다. 소비자물가지수는 소비자가 구입하는 각종 상품의 가격변화를 종합한 것이기에 그 물가연동의 산출기준이 되고 있다.

2. 소비자물가지수의 작성방법

(1) 지수작성의 의미

어느 기준이 되는 해에 가게에서 구입한 각 종류의 상품을 넣은 큰 장바구니가 있다고 하자. 이 장바구니의 내용물과 똑같은 것을 사서 채우는데 필요한 돈이 얼마나 되는지를 지수의 형태로 표시한 것이 소비자물가지수이다.

소비자물가지수는 세계의 많은 나라에서 유사한 방법으로 작성하고 있다. 대개는 약 140년 전(1864년)에 독일의 라스파이레스라고 하는 경제학자가 고안한 계산식에 의하고 있다.

이 산식에 의한 작성방법을 간단히 설명하면 다음과 같다. 1년간에 소비자들이 실제로 구입한 상품을 조사하여 그것들을 전부 큰 장바구니에 넣는다. 예를 들어 월평균으로 쌀 8kg, 쇠고기 840g, 토마토 1,080g, 맥주(350ml) 12캔, 전기요금 350kWh, 블라우스 1벌, 구두 1켤레, 비타민제 1상자, 버스요금 4회, 신문대금, 학교납입금, 집세 등과 같다.

이 장바구니 속의 상품을 2000년에 샀을 때 전부 32만엔(월평균) 들었다고 하자. 그리고 꼭 같은 것을 2001년에 샀다고 하자. 장바구니 안의 내용물은 같지만 개개의 가격은 올라가기도 내려가기도 하기 때문에 바구니 속의 상품의 가격은 전과 같다고 할 수 없다. 만일 전부 31만5천엔이 들었다고 하자 2001년에 2000년과 같은 내용의 구입을 하면 물가가 내려 5천엔 싸게 샀다는 것이 된다. 장바구니 안의 상품전체의 가격 움직임을 지수화하여 2000년의 32만 엔을 100이라고 한다면 2001년의 31만 5천 엔은 비례 계산으로 98.4가 된다. 이것이 2000년을 기준으로 한 2001년의 소비자물가지수이다.

즉, 소비자물가지수라는 것은 우리들의 생활에 필요한 상품(재화나 서비스)을 장바구니에 넣어서 그 장바구니 전체의 비용이 물가의 움직임에 의해 얼마나 변했는가를 지수로 표시한 것이라고 할 수 있다.

(2) 기준시

비교의 기준이 되는 해(기준시)에 장바구니의 내용을 고정하여 매월의 비용 변화를 측정한다.

물가지수는 어느 기준이 되는 시점의 물가를 100으로 하여 그 때마다의 물가를 비교 계산한 수치이다.

우선 비교의 기준이 되는 해(기준시)를 정한다. 다음으로 기준시의 구입 내용에 기초하여 장바구니 안에 넣는 상품과 그 수량을 결정, 기준시의 비용을 100으로 하여 그 후의 변화를 지수로 표시한다. 이 장바구니 안의 상품이나 그 수량을 그때마다 변하게 하면, 비용의 변화가 가격변화 때문인지 또는 장바구니 내용이 변했기 때문인지를 정확히 알 수 없게 된다. 그래서 장바구니의 내용을 기준시에 고정하여 물가의 변화만을 측정할 수 있도록 하고 있다.

기준시를 5년마다 개정하여 장바구니 내용이 물가의 움직임을 바르게 반영하도록 하고 있다.

그러나 시간과 함께 소비생활의 내용이 변하기 때문에 실제로 구입하는 각 상품의 수량이나 구입하는 상품이 달라져 장바구니의 내용을 계속 고정시켜 두면, 물가지수가 현실 물가 변화를 정확하게 측정할 수 없게 된다. 그래서 때때로 장바구니의 내용이 변하지 않으면 안된다.

현재는 1981년 통계심의회회의 답신을 받아들여, 소비자물가지수나 그 외 각종 경제지수는 0과 5의 연도를 기준시로 하여 5년마다 개정하고 있다.

통계심의회회의 의사록에서 발췌

소비자물가지수나 그 외 각종 경제지수의 기준개정의 주기에 대하여 1981년의 통계심의회회의 의사록에는 다음과 같이 기술되어 있다.

- ① 「어떠한 정책상의 함의에 의해서도 자의적으로 기준시를 개정해서는 안된다.」
- ② 「산업연관표가 5년마다 작성되며, 이를 기초로 작성되는 지수가 많으므로 5년마다 개정은 적절하다.」

(3) 지수품목

장바구니에 넣은 품목은 「가계조사」에서 소비자가 실제로 구입한 가계부를 집계한 결과를 기초로 선정하며, 선정된 상품을 지수품목이라고 한다.

이같이 소비자물가지수는 장바구니의 내용전체의 구입비용을 비교하는 것이기 때문에 장바구니 속에 어떠한 상품(재화나 서비스)을 넣느냐 하는 것이 중요하다. 물론 소비자가 구입하는 전부의 상품을 망라한다면 그보다 더 좋은 것은 없겠지만, 이는 현실적으로 불가능하다. 따라서 가게에서 중요도가 높은 상품을 대표로 선정해 그 가격을 조사하는 것으로 선정된 상품을 지수품목이라고 부른다.

소비자물가지수는 우리들의 가게에 직접 영향을 미치는 물가의 변동을 될 수 있는 한 정확하게 파악하려는 것이기 때문에 우리들이 구입한 여러 가지 상품 중에서 중요도가 높은 것을 바르게 선정하지 않으면 안된다. 지수품목을 객관적으로 바르게 선정하기 위해서 「가계조사」에서 소비자가 실제로 구입한 가게부의 집계결과를 기초로 지출액이 많은 품목을 선정하고 있다.

「가계조사」는 전국 가구(1인 가구를 제외)의 가게 실태를 파악하기 위해 실시하는 조사이다.

가계조사는 국가의 중요한 통계조사로 지정된 조사(지정통계 제56호)로써 전국 가구(1인가구 제외)의 가게실태를 파악하기 위하여 총무성이 실시하고 있는 조사이다.

이 조사를 위해 전국의 시정촌 중에서 168개 시정촌을 조사 시정촌으로 선정하여 조사 시정촌에서 조사지구를, 조사지구에서 조사가구를, 각각 확률표본에 의해 선정한다. 이와 같이 선정된 약 8,000가구에 매월 가게부의 구입을 의뢰하여 매일의 수입과 지출을 낱낱이 기입하도록 하는 상세한 조사이다.

지수품목은 가게의 소비지출 중에서 중요도가 높은 것, 가격변동을 대표할 수 있는 것을 선정한다.

지수품목은 소비생활을 영위하는 데에 중요한 상품(재화나 서비스)을 골고루 선정하지 않으면 안된다. 이를 위해 가계조사 결과(가구당 평균)를 기초로 가게의 소비지출 중에서 지출액이 큰 품목, 예를 들어 쌀, 빵, 우유, 계란, 냉장고, 양복, 스웨터, 전기요금, 파마와 같이 선정해 나간다. 지출액이 극히 작은 품목, 예를 들어 전구나 편지지와 같은 품목은 그 움직임이 다른 품목(이 경우 형광램프, OA용지)에서 대표된다고 보고 선정하지 않는다. 지수품목을

선정하는 기준은 그 품목에의 지출액이 가계의 소비지출 총액의 1만분의 1이 상인 품목이다.

소비지출액 중에서 그 품목의 지출액이 얼마만큼의 비율인지를 나타내는 숫자를 그 품목의 **가중치**라고 한다.

지수품목을 선정할 때 고려해야 할 점은 동일 종류의 상품의 가격 움직임에 대하여 대표성이 있는 품목을 선정해야 한다는 것이다. 이를 위해 다종 다양한 상품 중에서 동종의 상품의 가격 움직임을 대표할 수 있으며, 이들 품목의 특성을 지정하여 매월 계속하여 가격조사가 가능한 품목을 선정한다. 예를 들어, 식료품 중의 콩가공품류를 보면 콩을 원료로 하여 조리된 다종 다양한 제품이 있지만, 그 중에서 지출액이 많은 「두부」, 「유부」, 「낫토」를 콩가공품의 가격 움직임을 대표하는 것으로 선정하고 있다. 또한 우산에는 남성용, 여성용, 아동용 등 여러 가지 종류가 있지만 이들의 가격 움직임은 비슷할 것으로 보고 「남성용우산」을 대표품목으로 선정하고 있다.

따라서 동일 종류의 상품 중에서 대표적인 것을 선정하여 지수품목으로 했기 때문에 지수계산 과정에서는, 예를 들어 남성용우산에는 우산전체의 가중치를 주었다.

직접세나 토지구입 등은 지수품목에 포함하지 않는다.

지수품목의 범위는 가계에서 소비하는 상품(재화와 서비스)에 대한 지출(소비지출)을 대상으로 한다. 따라서 소득세, 주민세 등의 직접세나 사회보험료 등의 지출(비소비 지출)은 지수품목에 포함하지 않는다. 또한 예·저금, 적립형 보험료, 유가증권 구입, 토지나 주택구입 등의 지출(저축 및 재산구입을 위한 지출)도 포함하지 않는다. 예를 들어, 저축은 장래를 위해 쌓아두는 것이기 때문에 소비를 목적으로 지출했다고 할 수 없기 때문이다. 또한, 토지나 주택의 구입 등의 재산구입도 자산의 증가이므로 소비자물가지수의 대상에 포함하지 않고 있다.

그러나 소비세 등의 간접세는 소비지출에 포함되어 있기 때문에 상품의 가격의 일부로서 소비자물가지수에 포함되어 있다.

자가의 주택비용은 가구가 자기소유의 주택에서 집세 상당액(자가귀속집세)의 서비스를 구입한다고 간주하여 대상에 포함된다.

주택이나 토지 구입비는 소비지출이 아니기 때문에 지수품목에 포함하지 않지만, 자기집에 살고 있는 가구는 자기 소유의 주택에서 서비스를 실제로 받고있다는 점은 분명하다. 그리고 이것은 원래 토지나 주택의 구입으로부터 발생된다. 가계조사의 2000년 평균 결과로 보면 근로자 가구 중에서 자가가구의 약 반수가 주택대출 상환을 하고 있다. 여기에서 어떤 방법으로 자가가구의 주택비용을 계산할 수 있을까라는 의문이 생긴다.

만약 자가거주가가 살고있는 주택을 임차했다고 가정한다면 당연히 집세를 지불해야 한다. 여기서 자가 주택에서 얻을 수 있는 서비스에 상당하는 가치를 평가하여 이를 주택비용으로 간주할 수 있음을 생각할 수 있다. 이와 같은 사고에 근거하여 자가주택을 임차라고 간주할 경우 지불할 수 있는 집세를 지수품목에 포함한다. 이 집세를 자가귀속집세라고 부른다.

지수의 계산에서는 총무성의 전국소비실태조사(지정통계 제97호)결과의 자가귀속집세액을 기초로 주택의 구조 및 규모별로 가중치(2-(4) 참조)를 구하고, 자가귀속집세 자료는 소매물가통계조사(2-(5) 참조)에서 조사하고 있는 민영 임차의 집세를 이용하고 있다.

이와같이 소비자물가지수에는 토지나 주택 자체는 포함하고 있지 않으나 귀속임대 방식에 의한 거주가구의 주택비용을 산입하고 있다.

지수품목은 가계의 소비지출의 실태를 충분히 반영할 수 있도록 596개 품목을 선정하였다.

2000년 기준 소비자물가지수에서는 2000년 가계조사 결과를 기초 가계의 중요한 상품(재화나 서비스) 596개 품목을 선정하였다. 이 품목 중에는 식빵, 생선, 야채 등의 식료품, 의료품, 에어컨·텔레비전·컴퓨터 등의 가전제품, 전기·가스요금 등의 재화 외에 집세, 전화요금, 진찰료, 외식, 수업료, 세탁비, 렌트카 요금, 인간도크(단기간에 신체각부의 정밀검사를 받기 위한 시설)검진료 등의 서비스도 포함하고 있다.(596개 지수품목의 내역에 대해서는 부록4 「지수품목 및 가중치 일람」을 참조)

기준시 이후에 급속하게 보급되어 가계 상에서 중요하게 된 상품을 지수품목으로 추가할 수 있도록 하였다.

소비자물가지수는 고정된 장바구니 내용의 구입비용을 비교하고 있지만, 최근 정보통신기술 등의 발달로 등장하는 상품은 몇 년 이내에 급속하게 보급되어 가게 상에서 중요하게 될 가능성이 있다. 그래서 기준시 이후에 급속하게 보급되어, 소비지출에서 일정 비율을 차지하게 될 새로운 상품(재화나 서비스)이 나타날 경우에는 그 상품의 가격변동을 신속하게 소비자물가지수에 포함하기 위하여 다음 기준년도 개편이전에 지수품목으로 포함할 수 있도록 하고 있다.

2000년 기준의 소비자물가지수에서는 지수에 채용된 품목은 총 596개 품목이다. 이 정도의 품목수로 충분한지, 아니면 더 많은 품목을 채용해야 하는게 아닌가라는 의문이 있을 수 있다. 그러나 지수품목을 더 늘린다해도 중요도가 낮은 즉, 지수의 계산상 가중치가 적은 품목이 늘어날 뿐이기 때문에 종합지수에는 거의 영향을 주지 않는다. 예를 들어 가게의 소비지출 전체 중에서 전기요금, 집세, 전화통신요금과 같이 지출액이 많은 품목 순으로 나열해 본다면 상위 10개 품목이 전체 지출금액의 약 20%, 20개 품목이 약 30%, 60개 품목이 약 50%, 90개 품목이 약 60%, 200개 품목이 약 80%, 400품목이 약 90%를 차지하고 있다.

(4) 가중치

각각의 상품(재화나 서비스)의 가격움직임을 종합할 때 가게의 소비지출 금액에서 차지하는 그 상품의 비율에 따라 가중(가중치)을 부여한다.

소비자물가지수는 가게에서 중요한 상품을 하나의 장바구니에 넣어서 그 장바구니 전체의 비용이 물가의 변화에 의해 얼마나 변하였나를 측정하는 것이라고 앞에서 설명했다. 이것은 다른 측면에서 보면 장바구니 중에 넣었던 여러 가지 상품의 가격변동을 가게 소비지출 전체에서 차지하는 각각의 지출금액의 비율(가중치)을 가미하여 종합하여 전체 물가의 변화를 관측하는 것과 같게 된다.

이 가중치를 가미한다는 의미를 간단한 예로 설명하자. 예를 들어 쌀, 쇠고기 및 카레의 3품목에 의한 물가지수를 작성한다고 하자. 쌀이 20% 인하여 기준시의 100에 대하여 80으로, 한편 쇠고기는 인상되어 120으로, 카레도 15% 인상되어 115가 되었다고 하자. 이들을 간단히 평균하면

$$\frac{80 + 120 + 115}{3} = 105$$

가 되어 기준시의 100에 대하여 5% 상승했다고 계산된다. 그러나 가계의 소비지출상 이 3품목에 대한 중요도는 반드시 똑같지 않다. 이 3품목의 지출금액의 비율이 쌀 6, 쇠고기 3, 카레 1이라고 하자. 이들의 단가 움직임을 지출금액의 비율(가중치)을 가미하여 계산하면

$$\frac{80 \times 6 + 120 \times 3 + 115 \times 1}{6 + 3 + 1} = 95.5$$

가 된다. 간단하게 계산한 경우와 비교하여 가중치의 크기가 반영되어 4.5% 하락하였다. 이와 같은 계산방식을 각 품목 전체에 차지하는 비율을 가미한다. 즉, 가중치를 붙여서 평균한다고 말한다. 통계용어에서는 가중평균이라고 한다.

가중치는 가계조사에 의한 품목별 지출액에서 계산된다.

소비자물가지수에서는 이 가중치를, 가계조사의 결과를 기초하여 다음과 같이 계산하고 있다.

우선 2000년 1년간의 소비지출액으로부터 가구에서 구입한 각 품목별로 얼마나 지출했나를 조사한다. 다음 소비지출금액 전체에서 차지하는 비율을 계산하여 이것을 각 품목의 가중치로 하고 있다. 이와같이 계산한 품목별 가중치를 부록4 「지수품목 및 가중치 일람」에 게재하고 있다. 게재하고 있는 가중치는 소비지출금액 전체를 10,000으로 하여, 예를 들어 맵쌀 99, 식빵 47, 우유(시판) 45, 계란 23, 된장 11, 전기요금 294, 고정전화 통신료는 180, 이동전화 통신료 74 등이라고 되어 있다.

각 품목의 가중치는 가계 전체의 소비지출액을 누락없이 반영하기 위해 2-(3)의 「지수품목」에서 설명한 것 같이, 예를 들어 남자용 우산의 가중치는 남자용 우산뿐만이 아니고 우산전체에 대한 지출액을 할당하고 있다. 이같이 각 지수품목의 가중치는 같은 종류의 상품을 대표하는 가중치가 되고 있다.

또한 각 지수품목의 가중치는 연간의 각 월에 대해 동일한 가중치를 사용하고 있다. 그러나 신선 어패류나 신선 야채와 같이 계절에 의해 출하상황이 현저하게 다른 상품에 대해서는 가구에서 각각 월의 지출액이 크게 변화하기 때문에 월에 따라 다른 가중치를 쓰고 있다. 이를 위해 이들의 상품, 예를 들어 가다랭이, 토마토, 밀감과 같은 품목에 대해서는 월별로 안정된 가중치를

언기 위해 1999년과 2000년의 월별 구입수량을 기초로 하여 월마다 다른 가중치를 만들었다.

(5) 가격조사

지수품목에 대해서는 조사하는 상품규격을 고정하여 매월 같은 상품규격의 가격을 조사한다.

지수품목으로 선정된 각각의 품목에 대하여 매월 동등의 상품의 가격을 조사할 수 있도록 조사하는 상품의 기능, 규격, 용량 등의 특성을 규정하고 있다. 이 같은 규정을 품질규격이라고 부르고 있다. 품질규격을 확실히 고정하지 않고 조사하면 상품 가격변동이 정말로 있었기 때문에 가격이 변했는지를, 아니면 조사하는 상품의 종류나 기능 등이 전월과 금월에서 다르기 때문에 가격이 변했는지를 알지 못하기 때문이다. 그래서 각각의 지수품목에 대하여 조사하는 품질규격을 정하여 매월 같은 규격의 것을 계속적으로 조사하고 있다.

조사 품질규격은 지수품목의 가격변동을 대표하는 것이다. 따라서 이 선정에 있어서는 시장에 출하되고 있는 많은 상품의 상황을 조사하거나 업계의 자료 등을 참고, 또한 전문가의 의견을 들어 전국의 소비자가 가장 많이 구입하고 있다고 여겨지는 상표나 상품의 특성을 규정하여 그것을 기본 품질규격으로 설정하고 있다. 예를 들어 마요네즈는 「폴리 용기 들이 (500g), 「큐피 마요네즈」, OA용지는 「복사 용지(PPC 용지), A4 사이즈, 흰색, [종이두께] 64g /m², 500매」와 같이 정하고 있다.

지역에 따라서는 기본 품질규격의 출하가 적어지거나 기준 품질규격이 지역 가격의 움직임을 대표하는 것에 부적절하거나 하는 경우가 있다. 이와 같은 경우에는 기능, 규격, 용량 등이 기본 품질규격에 가장 가깝게 또한 그 지역에 있어서 가격의 대표성이 있고 계속적으로 조사할 수 있는 규격을 조사규격으로 설정하여 조사하기로 하고 있다.

각각의 상품의 가격은 소매점 등이 소비자에게 판매 또는 제공하고 있는 실제 가격을 조사하고 있다.

상품의 가격은 각각 유통 단계에 따라 다르다. 야채나 과일이라면 농가가 자신의 집에서 직접 소비자에게 판매할 때의 가격, 중앙도매시장에서 중개상

의 경매가격, 청과상의 소매가격 등이 있다. 에어컨이나 냉장고 등의 가전제품도 메이커에서 제조되고 나서 각각 판매회사를 거치는 등으로 소매점으로 흘러서 유통단계마다 다른 가격으로 거래된다. 이와 같이 다양한 유통단계의 가격 중, 소비자물가지수에서는 실제로 소매점이 소비자에게 판매 또는 제공하고 있는 가격을 채용하고 있다.

이 가격은 가계조사와 마찬가지로 국가의 중요한 통계조사로서 지정되어, 총무성이 실시하고 있는 「소매물가통계조사」(지정통계 제35호)에 의하여 점포에서 조사하고 있다. 퍼스널컴퓨터(데스크톱형과 노트북형 2품목)의 경우에 기술혁신이 심하여 시장의 제품 사이클이 극히 짧기 때문에 점포에서 동일 규격의 가격을 수집하는 방법으로는 동일한 품질의 제품을 계속적으로 조사하는 것이 곤란하다. 그래서 이들 2품목의 지수의 작성에 있어서는 전국 주요한 가전 판매점에서 판매된 모든 제품의 POS 정보에 의한 가격 및 판매 수량 등을 쓰고 있다.

기본 품질규격은 수시로 검토하여, 출하가 적게되는 경우에는 규격을 변경하고 있다.

상품별로 조사규격을 장기간 고정하여 놓으면 상품의 출하가 변화하고 가격변동을 대표할 수 없는 경우가 생긴다. 이를 위해 상품의 출하상황을 정기적으로 조사하거나 제조업자나 업계 등의 제품의 제조나 출하상황에 관한 정보를 파악하여 현행의 기본 규격이 품목의 가격변동을 대표하는 것으로서 적절한지 검토하고 연 2회, 1월과 7월에 기본 규격의 변경을 행하고 있다.

따라서 소비자물가지수는 순수한 가격 변화를 파악하는 것을 목적으로 하고 있기 때문에 조사 규격을 변경하는 경우에는 기능이나 품질의 변화에 의한 가격 변화분을 조정하도록 하고 있다.

소매가격은 소매물가통계조사에 의해 매월 조사하고 있다.

소매물가통계조사는 전국의 시정촌(市町村)에서 167개 시정촌을 선정, 다시 상가중심 구역 등을 골라내어 그 중 대표적인 소매점을 조사점포로 하고 있다. 조사점포의 수는 전국에서 약 30,000점포, 조사하는 가격의 수는 매월 약 23만에 달한다. 또한 소매점 외에 민영임차의 집세를 조사하기 위해 전국에서 약 22,000가구를 선정하고 있다.

가격조사는 매월 그 달의 12일을 포함한 주의 수, 목, 금의 어느 1일로 정하나, 어개, 야채, 과일의 신선 식품 중 매일매일 가격의 변화가 큰 42개 품목 및 꽃꽂이 꽃 3개 품목에 대해서는 그 달의 가격을 정확하게 파악하기 위해 12일을 포함한 중순 외에 초순(5일을 포함한 주의 수, 목, 금 중 1일)과 하순(22일을 포함한 주의 수, 목, 금 중 1일)의 각 조사일과 그 전일 및 전전일의 3일간의 가격을 조사, 그 중에서 중간치를 취하여 그것을 평균하여 사용하고 있다.

조사하는 가격은 희망 소비자가격이나 정찰 가격이 아니고 그 점포에서 실제로 판매하고 있는 평상의 소비세 포함 소매가격이다. 또한 일시적인 세일 가격과 같은 특별한 가격은 조사하지 않는다.

(6) 지수의 계산

소비자물가지수는 라스파이레스식이라고 하는 계산식에 의하여 만들어진다.

지금까지는 소비자물가지수의 기본적인 개요, 즉 기준시, 지수에 채용하는 품목, 각 품목의 가중치, 조사하는 가격에 대하여 순서에 따라 설명하였다. 다음으로 이들을 사용하여 어떻게 소비자물가지수를 계산하는지에 대해 간단하게 정리해 보겠다.

구체적으로는 소비자물가지수의 계산은 기준시에 있어서 장바구니 전체의 비용을 비교하는 것이라고 설명하였다. 이 의미를 식으로 써 보자. 얼핏 어렵게 보일 것 같아 보이는 식이지만, 의미를 이해한다면 어려울 것이 없다. 우선 라스파이레스 방식으로 쓰면 아래와 같다.

$$\frac{(p_{11} \times q_{01}) + (p_{12} \times q_{02}) + (p_{13} \times q_{03}) \cdots + (p_{1n} \times q_{0n})}{(p_{01} \times q_{01}) + (p_{02} \times q_{02}) + (p_{03} \times q_{03}) \cdots + (p_{0n} \times q_{0n})} \times 100$$

$$= \frac{\sum (p_{1i} \times q_{0i})}{\sum (p_{0i} \times q_{0i})} \times 100$$

여기서 p 는 지수품목(조사규격)의 가격, q 는 그 구입수량을 나타내고 첨자의 0은 기준시, t 는 비교시를, 1,2,3,....., n 은 각각의 품목을 나타낸다. \sum (시그마라고 읽음)는 모든 품목에 대하여 합계하는 것을 의미한다.

위의 산식의 $p_{0i} q_{0i}$ 는 어느 지수품목 (i)의 기준시 가격과 그의 구입수량

을 곱한 것이기 때문에 그 품목의 기준시 지출액이 되고 그것을 합계한 $\sum(p_{0i} q_{0i})$ 는 기준시에 구입한 모든 품목의 합계지출액을 의미한다. 결국 라스파이레스식의 분모 $\sum(p_{0i} q_{0i})$ 는 기준시에 있어서 장바구니의 내용전체의 구입비용을 나타낸다. 한편 비교시에 이것과 같은 구입을 한 경우의 비용이 분자 $\sum(p_{ti} q_{0i})$ 로 나타나 있다. 이 분자는 기준시의 장바구니에 넣었던 각각의 품목의 수량이 q_{0i} 로 표시되어 그것을 비교시의 가격 p_{ti} 로 구입한 경우의 합계지출액이 되고 있다. 이 분자 $\sum(p_{ti} q_{0i})$ 를 $\sum(p_{0i} q_{0i})$ 로 나누어 100배 한 수치가 라스파이레스식에 의한 소비자물가지수가 된다.

간단한 예로서 쌀, 쇠고기, 카레, 주방세제 4품목으로 지수를 계산해 보자 (표1참조). 기준시의 장바구니에는 쌀 20kg, 쇠고기 2kg, 카레 2상자(1상자 250g 들이), 주방용 세제 2개(1개 600ml 들이)가 들어있다. 장바구니의 전체 비용은 $\sum(p_{0i} q_{0i}) = 430\text{엔} \times 20 + 300\text{엔} \times 2 + 250\text{엔} \times 2 + 250\text{엔} \times 2 = 15,600\text{엔}$ 이 된다.

한편 비교시에는 각각의 품목의 가격이 변하기 때문에 기준시와 같은 수량을 사는 경우에 $\sum(p_{ti} q_{0i}) = 400\text{엔} \times 20 + 320\text{엔} \times 2 + 260\text{엔} \times 2 + 225\text{엔} \times 2 = 15,370\text{엔}$ 이 된다.

이 두 가지의 비용을 비교하면

$$\frac{\sum(p_{ti} q_{0i})}{\sum(p_{0i} q_{0i})} = \frac{400 \times 20 + 320 \times 2 + 260 \times 2 + 225 \times 2}{430 \times 20 + 300 \times 2 + 250 \times 2 + 250 \times 2} = 0.985$$

가 되는데 이것을 100배하여 지수는 98.5라고 표시한다.

표1 소비자물가지수의 계산 예

품 목	단 위	기준시 구입량 (1개월당) q_0	기준시 가 격 p_0	비교시 가 격 p_t	기준시 지출액 $p_0 q_0 =$ 가중치 (W_0)	비교시 지출액 $p_t q_0$	가격비 p_t / p_0
쌀	1kg	20kg	엔 430	엔 400	엔 8,600	엔 8,000	0.930
쇠고기	100g	2kg	300	320	6,000	6,400	1.067
카레	1상자(250g들이)	2상자	250	260	500	520	1.040
주방용세제	1개(600ml들이)	2개	250	225	500	450	0.900
계	-	-	-	-	15,600	15,370	-

실제 계산에는 기준시 가중상대법 산식(라스파이레스 형)을 쓴다.

그런데 결과는 같으나, 여기서 한가지 더 특별한 계산식을 보면, 기준시 가중상대법 산식이라고 부르는

$$\frac{\sum \left(\frac{p_{ti}}{p_{0i}} W_{0i} \right)}{\sum W_{0i}} \times 100$$

로 표시된다. 새로운 기호의 W_{0i} 는 어느 품목 (i)의 기준시의 가중치(기준시의 지출금액)를 표시한다. 쌀 기준시의 지출액은 이 예에서는 8,600엔으로 이것은 기준시의 가격 430엔 (p_0)에 수량 20kg (q_0)을 곱한 것으로 가중치는 8,600라고 표시한다.

다음으로 표1과 같이 쌀, 우유, 카레, 주방용 세제에 대하여 기준시에 대한 비교시의 가격비 (q_{1i} / q_{0i})를 계산한다. 그러면 기준시에서 비교시까지의 사이에 쌀 0.930배, 쇠고기 1.067배, 카레 1.040배, 주방용 세제가 0.900배의 가격 움직임이 있었던 것이 된다. 이 가격비에 각각의 가중치를 곱하여 다음과 같이 가중평균하면 계산의 결과는 라스파이레스식의 경우와 같은 98.5가 된다.

$$\frac{\sum \left(\frac{p_{ti}}{p_{0i}} W_{0i} \right)}{\sum W_{0i}} = \frac{0.930 \times 8,600 + 1.067 \times 6,000 + 1.040 \times 500 + 0.900 \times 500}{8,600 + 6,000 + 500 + 500}$$

$$= \frac{15,370}{15,600} = 0.985 \text{ (100배하여 98.5)}$$

소비자물가지수의 품목별의 가중치는 일반적으로 1만분비로 표시한다. 「1만분비 가중치」는 기준시에 있어서 총 소비지출금액(이 예에서는 15,600엔)을 10,000으로 하여 각 품목의 지출액을 비례 환산한 수치이다.

라스파이레스식과 기준시 가중상대법 산식

라스파이레스식을 다음과 같이 변형하면, 기준시 가중상대법산식과 똑같이 된다.

$$= \frac{\sum (p_{ti} q_{0i})}{\sum (p_{0i} q_{0i})} = \frac{\sum \left(\frac{p_{ti}}{p_{0i}} p_{0i} q_{0i} \right)}{\sum (p_{0i} q_{0i})} = \frac{\sum \left(\frac{p_{ti}}{p_{0i}} W_{0i} \right)}{\sum W_{0i}}$$

실제로 소비자물가지수의 작성에 쓰여지고 있는 것은 라스파이레스식이 아니고 기준시 가중상대법산식(라스파이레스형)이다.

그 이유로서는 지수품목 중, 예를 들어 의료비나 교통비 등과 같이 지출금액은 비교적 간단하게 조사할 수 있어도 통일적인 단위로 수량을 조사하는 것이 곤란한 것이 있다. 또한 가중치 설명에서 설명했듯이 지수품목 이외의 지출금액에 대해서는 전체의 가계지출을 대표하는 것처럼 비슷한 지수품목에 편입하여 가중치를 작성하고 있다. 그러나 이와 같은 가중치의 배분이 수량에 의해서는 가능하지 않는 것도, 이 식을 이용하는 이유의 하나이다.

(7) 지수의 공표

소비자물가지수는 통상, 매월 26일을 포함한 주의 금요일 오전 8시에 공표하고 있다.

소비자물가지수의 작성결과는 통상, 매월 26일을 포함한 주의 금요일 오전 8시에, 東京都區部에 대해서는 당월의 지수(중순 속보치)가, 전국에 대해서는 전월의 지수가 공표된다. 또한 같은 날 내각에 보고하고 있다. 공표내용은 인터넷, FAX서비스 등으로 이용할 수 있으며, 총무성 통계국 통계도서관에서도 열람할 수 있다. 또한 공표결과는 보고서로 정리하여 매월 「소비자물가지수 월보」가 간행되고 있다.

3. 소비자 물가지수의 작성계열

지금까지 소비자물가지수가 어떻게 만들어지는지를 중심으로 설명하였다. 여기서는 현재 작성하고 있는 지수의 계열에 대하여 설명하겠다.

(1) 기본분류지수

기본분류지수는 가계의 소비지출의 비목별 분류에 따라서 작성된다.

기본분류지수는 전체의 물가 움직임을 종합한 「총지수」와 그 내역을 소비의 목적에 의해 비목별로 분류한 지수로서 매월 공표되고 있다. 비목별 지수에 대하여는 전국 및 동경도 구부는, 10대 비목 지수에서, 이것을 세분화한 596개의 품목별 가격지수까지를 작성하고 있다. 또한 도시 계급(8개구분), 지방(10개구분), 대도시권(4개구분), 도도부현청 소재시(동경도 구부를 제외)와 가와사키 및 북구주시(48개구분)의 70개 지역은 10대 비목별 및 이것을 세분화한 중분류 지수를 작성하고 있다.

또한 기본분류별의 별도의 항목으로서 「신선식품을 제외한 합계」, 「자가귀속집세를 제외한 합계」, 「자가귀속집세 및 신선 식품을 제외한 합계」 등의 지수도 작성하고 있다.

(2) 재화·서비스의 분류지수

지수품목을 재화나 서비스로 분류한 지수를 작성하고 있다.

재화·서비스 분류지수는 지수품목을 다음과 같은 관점에서 분류한 지수로 전국 및 동경도 구부에 대하여는 매월 공표하고 있다.

- ① 재화인가 서비스인가
- ② 어떠한 산업에서 제조되고 있는지 또는 제공되고 있는지
- ③ 재화에 대하여는 그 내구성 정도 등

또한 재화·서비스 분류별 게재 항목으로서, 「자가귀속집세를 제외한 서비스」, 「공공요금」 등의 지수도 작성하고 있다.

(3) 가구속성별 지수

가구의 수입이나 가구주의 연령 등에 따라 가구의 소비구조가 다르기 때문에 물가변동의 영향은 가구속성에 의한 차이를 생각할 수 있다. 그래서 가구속성별 지수를 전국에 대해서 작성하고 있다.

또한 이 지수의 가중치는 가계조사의 결과에서 가구속성별, 지수품목별로 계산하고 있으나, 품목별 가격지수는 전국의 지수를 공통으로 쓰고 있다.

가구 수입의 차이에 의한 물가의 움직임을 보기 위해 연간 수입 5분위 계급별 지수를 작성하고 있다.

가계의 소비지출의 내역은 수입의 크기에 의하여 좌우되는 부분이 있다. 수입이 높은 계층의 가구와 낮은 계층의 가구로 나누어서 물가지수를 계산하면 소비지출의 내역에 대응하는 가중치가 다르기 때문에 그 결과의 차이를 볼 수 있다. 따라서 근로자 가구에 대하여 연간수입 5분위 계급별로 중분류까지의 지수를 매월 공표하고 있다.

또한 연간수입 5분위 계급이라고 하는 것은 가구를 연간수입이 낮은 가구부터 높은 기구 순으로 나열하여 가구수를 5등분한 그룹으로 수입이 낮은 쪽 순으로 제Ⅰ, 제Ⅱ, 제Ⅲ, 제Ⅳ, 제Ⅴ 계급이라고 부른다.

표준적으로 볼 수 있는 가구에서 물가 움직임을 보기 위해 표준가구지수를 작성하고 있다.

표준가구지수는 가구원의 구성이 부부와 자녀 2인으로 이루어진 가구 중 가구주의 형태가 유업자인 근로자 가구에 대해서 각 지수품목의 가중치를 정하여 물가변동을 측정하는 지수로 중분류까지 지수를 매월 공표하고 있다.

이외에도 가구주의 연령계급별, 가구주의 직업별 및 주거의 소유관계별 지수를 작성하고 있다.

가구주의 연령계급별, 가구주 직업별, 주거 소유관계별로 각 지수품목의 가중치를 정하여 물가변동을 측정하는 지수로 10대 비목 지수를 매년 공표하고 있다.

따라서 각각의 구분은 다음과 같다.

○ 가구주의 연령계급

25세미만, 25~29세, 30~34세, 35~39세, 40~44세,
45~49세, 50~54세, 55~59세, 60~64세, 65~69세,
70세이상

○ 가구주 직업

근로자 가구

노무작업자, 민간직원, 관공직원

근로자 이외의 가구

상인 및 직인, 개인경영자, 농림어업 종사자, 법인경영자, 자유업자,
무직

○ 주거의 소유관계

자가, 민영임차, 공영임차, 급여주택

(4) 품목특성별 지수

지수품목을 필수품인지 아닌지로 구분한 기초적·선택적 지출항목별 지수를 작성하고 있다.

각 지수품목을 소비자의 구입상황에 주목하여 분류한 품목 특성별 지수를 전국에 대하여 작성하고 있다.

또한 이 지수를 작성하기 위해 품목별 가격지수는 전국 지수를 쓰고 있다.

소비자가 구입하는 상품(재화나 서비스)에는 쌀이나 야채 등과 같이 필수적인 품목과 가구의 기호에 의해 선택적으로 구입되었다고 보여지는 품목이 있는데 전자를 기초적 지출품목, 후자를 선택적 지출품목이라고 부른다. 기초적 지출항목의 물가상승이 큰 경우에는 일반적으로 물가상승률이 높다고 생각한다. 이와 같은 관점에서 기초적·선택적 지출항목별 지수를 전 가구와 근로

자가구에 대하여 매월 공표하고 있다. 또한 근로자가구에 대해서는 더욱 연간 수입 5분위 계급별 지수도 매월 공표하고 있다.

따라서 각 지수품목이 기초적인지 선택적인지의 구분은 가계조사의 품목별 지출 탄력성에 근거하여 행하고 있다.

지수품목을 구입하는 빈도에 의해 구분한 연간 구입빈도 계급별 지수를 작성하고 있다.

소비자가 구입하는 상품(재화나 서비스)에는 빵이나 우유 등과 같이 빈번하게 사는 품목도 있지만 월에 1회나 년에 몇 회 밖에 구입하지 않는 품목도 있다. 기초적 지출과 같이 구입빈도가 높은 품목의 물가 상승이 큰 경우에는 일반적으로 물가상승률이 높다고 생각한다. 그래서 지수품목을 가계조사에 의한 연간 구입빈도(구입회수)에 근거하여 다음과 같이 구분한 지수를 매월 공표하고 있다.

0.5회 미만	...	드물게 구입하는 품목
0.5~1.5회 미만	...	연1회 정도 구입하는 품목
1.5~4.5회 미만	...	연2~4회 정도 구입하는 품목
4.5~9.0회 미만	...	2개월에 1회 정도 구입하는 품목
9.0~15.0회 미만	...	월1회 정도 구입하는 품목
15.0회 이상	...	빈번하게 구입하는 품목

(5) 참고지수

매년 가중치를 전년의 소비구조에 기초하여 개선하여 계산한 연쇄지수도 작성하고 있다.

2- (2)의 「기준시」 부분에서 설명한 것처럼 소비자물가지수는 지수품목의 가중치를 5년간 고정하여 물가의 변동을 측정하고 있다. 그러나, 소비생활의 내용은 해마다 변화하고 있음에도 5년간 가중치를 고정한 채로 지수를 계산한다면 「소비구조를 적절하게 반영한 결과라고 볼 수 없지 않은가」라고 하는 의문이 생기게 된다. 이 같은 의문에 답하기 위해 전년의 가계조사 결과를 기초로 최근의 가중치를 구하여 그 가중치를 써서 계산한 지수를 매년 작성하고 있다.

이 지수는 연쇄기준방식에 의한 라스파이레스지수라고 부른다.

이 방식은 우선 전년 ($t-1$)을 기준시로 하여 전년의 소비구조에 기초한 가중치 (W_{t-1})을 이용하여 해당년 (t)의 지수 ($I_{t-1,t}$)을 계산한다. 이것을 연환지수라고 부르는데 산식으로 표시하면 다음과 같다.

$$(I_{t-1,t}) = \frac{\sum(p_t q_{t-1})}{\sum(p_{t-1} q_{t-1})} \times 100 = \frac{\sum\left(\frac{p_t}{p_{t-1}} W_{t-1}\right)}{\sum W_{t-1}} \times 100$$

다음으로 이 지수를 100으로 나누어서, 출발점이 되는 실제의 기준시의 지수(100)에 순차적으로 곱해 나간다. 즉 출발점의 기준시에 대하여 제1시점의 지수, 제1시점에 대하여 제2시점의 지수, 제2시점에 대하여 제3시점의 지수와 같이 하나 앞의 시점을 기준시로 한 지수를 계산하여 이것을 순차적으로 곱하여 출발점의 기준시로 접속해 가는 것이다. 그러면 출발점에 대한 제 n 번째 비교시점의 지수는

$$I_{0,n} = 100 \times \frac{I_{0,1}}{100} \times \frac{I_{1,2}}{100} \times \frac{I_{2,3}}{100} \times \dots \times \frac{I_{n-1,n}}{100}$$

이 된다. 이 산식은 현재 5년마다 바꾸고 있는 기준시를 1년마다로 바꾼 지수를 계산하여 이것을 매년 접속하는 것이 된다.

따라서 이 방식에 의하면 가중치가 매년 새로운 소비구조의 것으로 고쳐지기 때문에 소비 생활의 변화가 지수에 반영된 것이 되나 한편, 물가가 상승, 하락을 반복하는 품목같은 경우에는 드리프트(drift)라고 불리는 치우침이 생길 가능성이 있고, 많은 노력을 필요로 하는 가중치의 계산을 매년 해야하는 문제 등이 있다.

또한 최근년에 대해서는 실무상 전년 가중치를 바로 작성할 수 없기 때문에 처음의 몇 개월 분의 지수는 가중치 작성 후에 대체해야 하는 등 이용상 불편한 점도 있다.

지금까지 계산한 결과로 보면, 연쇄기준방식에 의한 라스파이레스 지수와 종래 지수와의 차이는 없다는 결과가 나온다.

기준년과 비교년의 중간에 해당되는 해의 소비구조에 근거한 지수를 새롭게 작성한다.

가계의 소비구조 변화를 보다 신속하게 소비자물가지수로 반영시키는 새로운 시도로서 연쇄기준방식에 의한 라스파이레스 지수에 가미하여 기준년과 비교년의 중간에 해당하는 해의 소비구조를 이용한 **중간년 바스켓 방식에 의한 지수도** 매년 참고지수로 발표한다.

1인가구를 포함한 **총가구** 베이스의 지수도 새롭게 작성한다.

2- (4)의 「가중치」 부분에서 설명한 것과 같이 소비자물가지수의 가중치는 2인 이상 가구의 소비구조에 기초하여 작성하고 1인 가구의 소비구조는 반영되지 않는다. 그래서 전국에 대하여 1인 가구를 포함한 「**총 가구**」의 가중치를 이용한 **총가구지수**를 매년 참고지수로 발표하고 있다.

따라서 1995년 기준의 소비자물가지수에 의해 총가구지수를 계산한 결과에서는 종래 지수와 차이는 없다는 결과가 나온다.

(6) 신·구 지수의 접속

각 지수계열은 2000년을 100으로 한 지수에, 과거로 소급하여 환산된다.

소비자물가지수는 앞에 설명했던 것 같이 5년마다 기준시 및 가중치가 개정되고 있다. 소비자물가지수는 시간 경과에 의해 물가의 움직임을 보는 것이기에 과거로 소급하여 비교할 수 없는 것은 불편하다. 그래서 기준개정의 때마다 새롭게 기준시로 맞추어 과거 지수계열을 환산하여 접속하고 있다. 지수의 환산은 1999년 12월 이전의 지수(1995년 = 100)를 100기준으로 환산하기 위해 1995년 기준 2000년 평균지수로 나누는 단순 비례환산 방법에 의하고 있다.

1995년 및 전쟁전을 기준시로 하는 환산지수를 작성하고 있다.

현재 작성하고 있는 지수는 2000년을 100으로 한 것이지만, 기준시가 1995년이 되고 있는 지수와 비교의 편의를 도모하기 위해 「전국」 및 「동경도 구부」에 대하여 1995년을 100으로 하는 환산지수를 작성하고 있다. 이 지수는 2000년 이후의 신기준지수에, 100으로 나눈 1995년 기준 2000년 평균지수를 곱한 지수이다.

그 위에 전쟁 전의 물가 움직임을 알기 위해 전시체제로 들어가기 전인 1934년에서 1936년 3년간 평균을 1로 한 전쟁 전을 기준으로 하는 환산지수도 작성하고 있다. 이 지수는 동경도 구부에 대하여 1947년이래, 1995년 환산지수와 같은 접속방법에 의해 계산되고 있다.

(7) 소비자물가 지역차 지수

각 지역간의 물가 수준의 차이를 보기 위하여 소비자물가 지역차지수를 작성하고 있다.

지금까지 설명해 온 소비자물가지수는 시간 경과에 의한 물가변동을 보기 위한 지수이다. 이에 대해 소비자물가 지역차 지수(이하, 지역차 지수라고 함)는 어느 시점에서 지역간의 물가수준의 차이를 나타내기 위한 지수이다. 「자가귀속집세를 제외한 합계」, 「집세를 제외한 합계」, 「식료」의 3항목에 대해서 전국 평균의 물가수준을 기준(=100)으로 한 도시 계급(5구분), 지방(10구분), 도도부현청 소재시와 가와사키시 및 북구주시(49구분)의 지수를 매년 공표하고 있다.

지역차지수를 계산하기 위한 가중치는 매년 가계조사의 전국 평균 결과에 근거하여 작성한다. 또한 가격은 소매물가통계조사 등에 의해 얻을 수 있는 각각 지역의 연평균 가격이다.

또한 이 지역차 지수와는 별도로 총무성이 5년마다 실시하고 있는 전국 물가통계조사(지정통계 제108호)의 결과에 의한 소비자 물가지역차지수가 있다. 전국 물가통계조사는 소매물가통계조사에 비하여 조사 규모가 훨씬 크기 때문에 전국 물가통계조사의 지역차 지수의 지역은 도시계급, 지방의 조사 시정촌 별까지, 또한 항목은 기본분류에서는 중분류까지 지수가 작성되고 있고 그 외에 재화·서비스 분류의 지수도 있어 물가수준을 보다 자세하게 지역간의 차이를 알 수 있다.

4. 소비자물가지수의 이용

(1) 소비자물가지수가 나타내는 물가의 움직임이란

소비자물가지수는 소비자 전체에 대한 물가 움직임의 평균을 나타낸 것이다.

소비자물가지수의 움직임은 무엇을 나타내는 것일까? 가게에서 구입하는 상품(재화나 서비스)과 그 구입수량은 각 가구별로 반드시 같다고는 할 수 없다. 예를 들어 사립대학에 다니는 자녀가 있는 가구가 아니면 사립대학의 수업료의 변화는 가게에 직접 영향이 없다. 소비자물가지수가 올랐다고 내렸다고 해도 물가의 움직임이 개별 가게에 영향을 미치는 정도는 다르다. 소비자물가지수는 이같이 개별 가게에 대응하는 물가의 움직임을 나타내는 것이 아니고 소비자 전체에 대하는 물가의 움직임을 나타내는 지수이다.

또한 수입 수준이나 가구인원 등의 가구속성이 다르면 소비지출의 내역이 다르기 때문에 3- (3)의 「가구속성별 지수」에서 설명한 것처럼 소비자 전체에 대하는 소비자물가지수 외에 가구속성별 지수를 작성하고 있다. 표2는 근로자 가구의 연간 수입 5분위 계급별 종합지수에 대하여 1995년에서 2000년까지의 5년간 변화를 표시한 것이다. 이에 의하면 각 계급별로 대체로 1.3~1.4%의 상승을 나타내고 있다.

표2 연간수입 5분위 계급별 소비자 물가지수의 변화(1995년~2000년)

- 전국·근로자 가구 - (%)

	평균	제 I 계급	제 II 계급	제 III 계급	제 IV 계급	제 V 계급
총계	1.4	1.3	1.3	1.4	1.3	1.4

(2) 변화율

전월 혹은 전년 동월에서의 물가 움직임은 변화율로 나타낸다.

전월, 혹은 전년동월의 물가 변화를 보는 경우, 두 시점의 지수를 단순하게 빼는 것이 아니고 변화율을 이용하여 몇 퍼센트의 상승(혹은 하락)으로 표시한다. 어느 시점의 지수를 (A), 그것 보다 전의 시점의 지수를 (B)라고 하면, 두 시점간 변화율은 다음과 같이 계산한다.

$$\text{변화율(\%)} = \frac{(A)-(B)}{(B)} \times 100 = \left(\frac{(A)}{(B)} - 1 \right) \times 100$$

이같이 어느 시점에서 다음 시점까지의 지수가 몇 퍼센트 변화했는지를 보려면 두 시점의 지수 차이를 전 시점의 지수로 나누어 백분비로 나타낸다.

예를 들어 2001년 1월 전국 소비자 물가지수에 대하여 2000년 1월부터의 1년간 물가 움직임을 보자. 2000년을 100으로 한 2001년 1월의 지수는 99.8로 전년(2000년) 1월의 지수는 100.1이었기 때문에 그 차이는 -0.3이 된다. 이것을 100.1(2000년 1월 지수)로 나누어 100배하여 0.3% 하락되었다.

$$\frac{99.8 - 100.1}{100.1} \times 100 = -0.3\%$$

따라서 두 시점의 지수의 차에 대해서는 퍼센트와 구별하여 포인트라고 부릅니다. 위의 예에서는 2001년 1월의 지수는 전년동월에 비해 0.3포인트 하락 (=99.8-100.1)했다고 말한다.

다음은 각각의 변화율의 이용방법에 대한 설명을 하겠다.

전월비는 당월의 지수를 전월의 지수와 비교한 변화율로 가장 가까운 시점부터의 물가변동을 나타낸다. 단, 전월비에 대해서는 의약품이나 신선 과일 등 상품의 출하의 변화에 의한 계절적인 변동도 포함하고 있는 점에 주의할 필요가 있다.

$$\text{전월비(\%)} = \frac{(\text{당월 지수}) - (\text{전월 지수})}{(\text{전월 지수})} \times 100$$

이것에 대해 전년 동월비는 당월지수를 1년전 같은 달의 지수와 비교한 증감률이다. 같은 달끼리 비교하기 때문에 계절적인 변화 요인을 고려할 필요가 없고 당월까지의 1년간 물가 움직임을 보는 것이기에 편리하다.

$$\text{전년동월비(\%)} = \frac{(\text{당월 지수}) - (\text{전년동월 지수})}{(\text{전년동월 지수})} \times 100$$

또한 전년비는 당해년의 연평균 지수(1월부터 12월의 평균)를 전년 연평균 지수와 비교한 변화율로 1년간의 물가 움직임을 총괄하는 것으로서 중요한 경제지표가 되고 있다.

$$\text{전년비(\%)} = \frac{(\text{당년 연평균 지수}) - (\text{전년 연평균 지수})}{(\text{전년 연평균 지수})} \times 100$$

전년비는 연평균 지수(당년 4월부터 익년 3월 평균)를 써서 계산한다.

(3) 계절조정 지수

계절적인 변동을 제외한 물가의 추세를 보기 위해서는 계절조정지수를 이용한다.

계절이 바뀔 때 의류품이 싸지는 것은 일반적으로 잘 알 수 있지만, 그 외에도 야채나 과일 등의 신선식품 중에는 1월부터 12월까지의 매월의 가격 움직임이 매년 같은 퍼센트로 올랐다 내렸다하는 품목이 있다.

이와 같은 계절에 의한 특유의 움직임을 계절변동이라고 부르고 당연히 종합지수의 움직임에도 영향을 미친다. 물가 움직임을 정확히 1년간의 같은 달과 비교한 전년동월비에 대해서는 이러한 계절변동을 생각하지 않아도 무방하나 이것은 1년전과의 비교로서 최근의 물가 움직임이 아니므로 예를 들어 전월과의 변화를 보려고 하는 경우를 생각해 보자.

예년 8월의 총지수는 과거 자료에서 계절특유의 변동만으로 전월보다 3% 정도 내리는 것을 알 수 있다고 한다. 그러나 어느 해의 8월 총지수가 7월 보다 1% 밖에 내리지 않았던 경우를 생각해 보자. 8월의 물가는 7월에 비해 1% 내렸지만, 계절특유의 변동에서 3%정도는 내려야 하는데 1% 밖에 내리지 않았다. 따라서 계절변동을 제외한 경우는 오히려 2%정도 상승한 것이다.

이와같이 월마다 소비자물가지수에서 계절특유의 변동분을 제거한 지수가 계절조정 지수이다.

2000년 기준의 소비자물가지수에서는 다음의 7항목에 대하여 계절조정 지수를 작성하여 발표하고 있다.

< 기본 분류 >

- ① 총지수
- ② 신선 식품을 제외한 합계
- ③ 자가귀속집세를 제외한 합계
- ④ 자가귀속집세 및 신선 식품의 제외한 합계

< 재화 · 서비스 분류 >

- ⑤ 재화
- ⑥ 준내구 소비재
- ⑦ 신선 식품을 제외한 재화

계절조정

물가지수 등과 같이 시간의 경과에 따른 변동을 보는 월별 통계에서는 기초적인 추세를 보기 위해 원래의 수치(이하, 원계열이라고 부릅니다.)에서 계절변동(S)분을 제거한 「계절조정」의 수치(이하, 계절조정 계열이라고 부릅니다.)를 구하는 것을 널리 행하고 있다.

월별통계의 수치 변동은, 통상 다음의 4가지의 요소로 분해할 수 있다.

① 경향변동(Trend)

경향, 즉 추세적인 움직임으로 장기적인 수치의 변화를 나타낸다.

② 순환변동(Cycle)

경향변동의 주변을 비교적 장기의 주기를 가지고 물결처럼 상하로 변동하는 움직임으로 경기순환 등이 이에 해당한다.

③ 계절변동(Seasonal)

12개월의 주기를 가진 규칙적인 움직임으로 계절특유의 변동이다.

④ 불규칙변동(Irregular)

우편료, 철도운임 등의 상승, 일기불순에 의한 야채의 가격상승 등 그 달에 가끔 생긴 불규칙인 변동이 이에 해당한다.

계절변동조정계열은 원계열에서 상기 ③의 계절변동(S)을 제외한 것으로 경향변동(T), 순환변동(C), 불규칙변동(I)의 3개가 복합된 것으로 되어 있기 때문에 TCI 계열이라고도 부른다.

계절변동계열은 조정계열을 과거 수년간의 데이터에서 구한 계절지수(계절변동분을 지수화한 것)로 나누어 구한다.

따라서 소비자물가지수에서는 당해년의 각월은 전년 12월까지의 데이터부터 구한 추정계절지수를 이용하여 계산한다. 그 다음 당년 12월까지의 지수를 산출한 단계에서 당해년 1년간의 데이터도 포함하여 계절지수를 다시 구하여 계절조정 지수를 수정한다.

또한 계절조정 지수는 매년 새로운 데이터가 추가되는 것을 포함하여 계산하기 때문에 과거의 계절조정 지수도 변경된다는 점에 주의가 필요하다.

(4) 물가의 변동요인

소비자물가의 움직임을 자세히 분석하기 위해서는 10대 비목 외에 그 내역인 중분류 움직임도 본다.

전국 소비자물가는 총지수로 2000년 5월부터 2001년 5월까지 1년간 0.7% 하락했다. 이 변화율은 소비자물가 전체의 움직임을 나타낸 수치이기 때문에 어떠한 요인으로 0.7% 하락했는지는 알 수 없다. 그래서 어떠한 항목의 물가가 어느 정도 움직였는지를 볼 필요가 있다

우선 식료, 주거, 광열·수도 등, 10대 비목으로 나눈 움직임을 보자.(표3 「10대 비목별의 전년동월비와 기여도 및 기여율」 참조). 식료, 가구·가사용품, 피복 및 신발, 교통·통신, 교양오락, 기타 잡비가 하락하였고, 주거, 광열·수도, 보건의료, 교육은 상승하였다. 또한 하락한 10대 비목에 대하여 그 내역인 중분류 움직임을 보면 교양 오락용 내구재, 가정용 내구재, 통신의 하락 폭이 그 외 항목에 비해 크다. 그러나 항목마다의 가중치가 다르기 때문에 같은 하락 폭이라도 가계의 영향은 똑같지 않다는 점에 주의할 필요가 있다.

물가 전체의 움직임에 대하여 각 내역 항목이 어느정도 영향을 미쳤는지를 보려면 기여도를 이용한다.

각 항목의 가중치를 가미하여 각 항목의 움직임이 물가 전체의 움직임에 대하여 어느 정도 기여하고 있는가를 나타내는 기여도를 구해보자. 기여도는 다음의 산식으로 계산한다.

항목A의기여도=

$$\frac{(\text{당기 항목A의지수} - \text{전기 항목A의지수})}{\text{전기 총지수}} \times \frac{\text{항목A의가중치}}{\text{총가중치}} \times 100$$

예를 들어, 교양오락에 대하여 계산해 보면 다음과 같다.

$$\text{교양오락의 기여도} = \frac{(97.6 - 101.1)}{100.3} \times \frac{1,130}{10,000} \times 100 = -0.39$$

이 -0.39는 교양오락만이 3.5% 하락하고 그 외 항목은 변화하지 않았다고 가정한 경우 총지수 변화율에 상당한다.

그래서 각 항목의 기여도를 합계하면 총지수의 변화율이 된다. 또한 기여도의 합계(=총지수의 변화율 [-0.7%])를 100으로 한 각 항목의 기여도의 비율을 기여율이라고 말한다. 교양오락의 하락에 대한 기여율을 계산하면 55.7% (= (-0.39) ÷ (-0.7) × 100)이 되기 때문에 총지수의 0.7% 하락한 중, 55.7%는 교양오락에 의한 것이라고 볼 수 있다. 단, 상승하는 비목도 있기 때문에 하락한 비목의 기여율을 합계하면 100이 넘는 것에 유의할 필요가 있다.

표3 10대 비목별 전년동월비와 기여도 및 기여율

	① 가중치	② 2000년 5월지수	③ 2001년 5월지수	전년동월비 %	④ 기여도 $\frac{(3)-(2)}{6} \times \frac{1}{5} \times 100$	기여율 $\frac{4}{7} \times 100$ %
총 지 수	⑤10 000	⑥ 100.3	99.6	⑦-0.7		100.0
식 료	2 730	100.0	99.8	-0.2	-0.05	7.1
주 거	2 003	100.1	100.2	0.1	0.02	-2.9
광 열 · 수 도	651	100.2	100.7	0.5	0.03	-4.3
가 구 · 가 사 용 품	369	100.6	97.1	-3.5	-0.13	18.6
피 복 및 신 발	568	102.6	100.4	-2.1	-0.12	17.1
보 건 의 료	380	100.2	100.8	0.6	0.02	-2.9
교 통 · 통 신	1 313	99.9	98.8	-1.1	-0.14	20.0
교 육	398	100.3	101.3	1.0	0.04	-5.7
교 양 오 락	1 130	101.1	97.6	-3.5	-0.39	55.7
제 잡 비	456	100.1	99.9	-0.2	-0.01	1.4

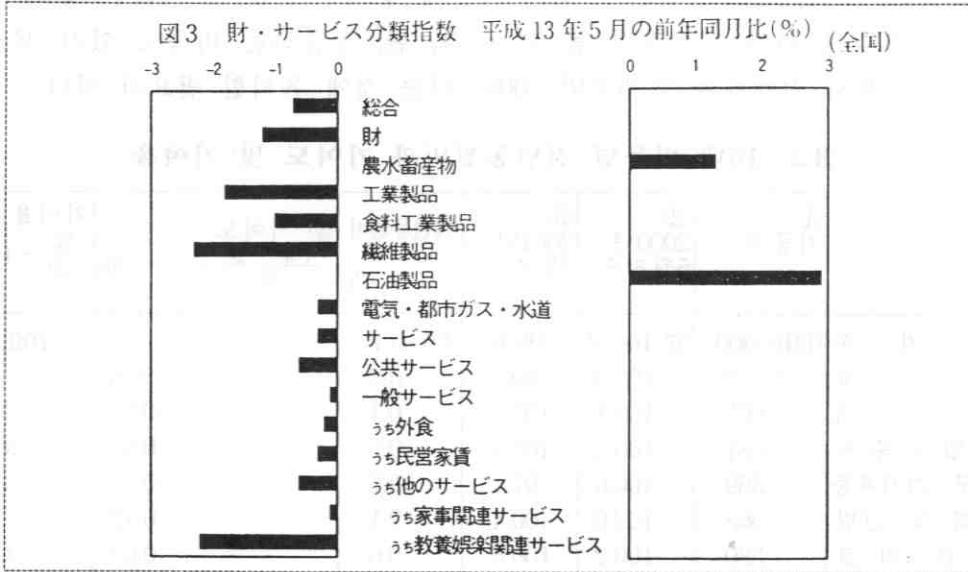
주) 사사오입의 관계로 각 비목의 합계가 총지수와 일치하지 않는 경우도 있음.

상품의 특징 등에 의해 구분한 재화·서비스 분류별의 지수도 참고하면 변동요인의 분석에 도움이 된다.

3- (2)의 「재화·서비스 분류지수」에서도 설명했듯이 재화·서비스 분류는 지수품목을 그 특성에 의해 ①재화인지 서비스인지, ②어떠한 산업에서 제조 혹은 제공되고 있는지, ③재화에 대하여는 내구성의 정도 등에 의해 분류하고 있다. 구체적으로는 재화는 농수축산물, 식료공업제품, 섬유제품, 석유제품, 전기·도시 가스·수도 등으로 분류되고 있다. 예를 들어 원유가격이 상승하거나 환어음상장이 엔저가 되면 석유제품 등의 지수가 상승한다.

한편 서비스는 공공요금을 중심으로 하는 공공서비스와 일반서비스로 분류되고, 일반서비스는 외식, 민영집세, 가사관련 서비스, 교양오락관련 서비스 등으로 분류되고 있다. 서비스 가격의 경우 여태까지는 일반적으로 인건비가 차

지하는 비율이 높아서 하락하기 어렵다고 하였지만, 규제개혁이 진전된 전화 통신료의 하락 등 공공서비스가 하락하고 있는 것 외에 수요확득을 위한 가격 경쟁으로 외식도 하락하고 있다는 것 등을 알 수 있다.



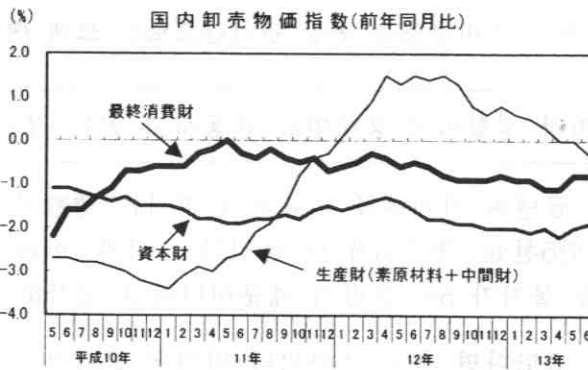
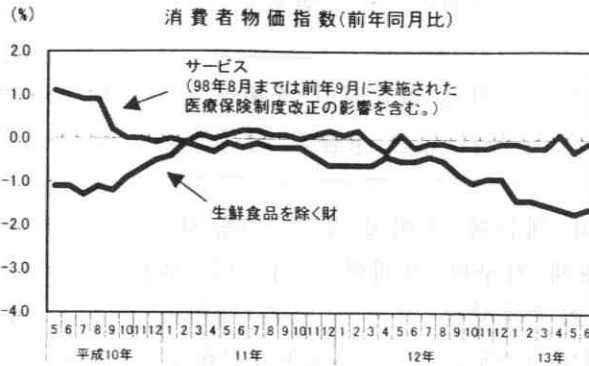
소비자물가지수의 움직임과 도매물가지수를 대비시킬 때에는 대상품목의 차이 등에 주의할 필요가 있다.

1- (1)의 「소비자물가지수란 무엇인가」에서도 설명했듯이 소비자물가지수에는 도매물가지수가 대상으로 하고 있지 않는 수업료, 집세, 외식 등의 서비스 가격이 5할 가깝게 포함되어 있다. 서비스의 가격은 전체적으로 보면 재화에 비해 인건비의 비율이 높고, 재화의 가격이 하락해도 그만큼 하락하지 않은 경향이 있다.

또한 소비자물가지수가 대상하고 있는 재화는 소비자가 구입하는 것에 관한 것으로 원유 등의 원재료, 전기부품 등의 중간재, 건설기계 등의 자본재는 포함되고 있지 않다. 따라서 이들 상품의 값이 떨어져도 소비자물가가 직접 떨어지는 것은 아니고 간접으로 밖에 영향을 미치지 않는다. 이와 같은 이유에서 도매물가지수와 소비자물가지수의 총지수가 반드시 일치하는 움직임이라고 말할 수 없다.

따라서 양 지수를 가능한 한 같은 품목의 범위에서 비교하려면 국내 도매물가지수의 「최중소비재」와 소비자물가지수의 「신선 식품을 제외한 재화」를 이용해야 한다. (그림 4참조)

図4 消費者物価指数と国内卸売物価指数の推移



(5) 지수와 실감

소비자물가지수의 움직임이 실제 생활에서 느끼는 것과 맞지 않다는 주장이 있다. 소비자물가지수의 움직임과 물가에 대한 개인의 실감이 차이가 나는 이유를 보면 다음과 같다.

개인의 생활실감은 매일 구입하는 품목의 가격 움직임에 많은 관심을 가지는 경향이 있다.

앞에서 설명했듯이 소비자물가지수는 가에서 구입하는 대표적인 상품(재화나 서비스) 596개 품목을 선정하여 이들의 가격 움직임을 취합한 지수이다. 이 품목 중에는 가격움직임이 큰 것도 있고 거의 가격움직임이 없는 것도 있다.

소비자물가지수는 지정한 모든 품목의 가격 움직임을 객관적으로 조사하여 각각에 가중치를 주어 계산한다. 이에 비해 개개인의 생활실감은 매일 구입하는 품목의 가격 움직임 등에 영향을 많이 받는다.

개개 가구의 소비구조는 전국 평균적인 소비구조와는 다르기 때문에 그 가구에서의 구입빈도나 필수성이 높은 상품의 가격인상은 강하게 영향을 미친다.

소비자물가지수의 계산에 쓰이고 있는 가중치는 전국 가구를 평균하여 만들어진다. 그래서 개개 가구의 가격과는 다르다. 예를 들면 수업료가 인상했을 경우, 학생이 있는 가구에서는 가격에 크게 영향을 미친다. 또한 전년도와 비교하여 물가가 내렸다고 해도 자녀가 금년 진학한 가구에서는 입학금이나 수업료의 지출이 있어서 전년도보다 생활이 좋아졌다는 것은 느끼지 못한다. 개개 가구의 상황은 매년 변화하고 그것에 따라서 소비지출의 내용도 매년 다르기는 하나 국가 전체로서 보면 소비구조는 통상 단기간으로는 크게 변화하지 않는다.

물가의 움직임과 생활비의 움직임을 혼동하고 있는 경우가 있다.

과거의 가격부와 금년의 가격부를 비교하여 과거는 생활비가 1개월 30만엔 이었는데 금년은 31만5천엔, 즉 5%가 더 들었다고 하자. 이와 같은 경우 생활비가 더 들어가 것을 물가가 5% 올랐기 때문이다라고 생각하는 경향이 있다.

생활비는 물가가 올랐다면 물론 증가되나 만약에 물가가 오르지 않았다 해도 전에 보다 구입량이 증가하거나 고급인 상품을 구입하여도 증가한다. 이것은 생활수준의 향상으로 물가 상승과 구별해서 생각할 필요가 있다. 생활비가 5% 증가한 경우, 혹시 이 사이에 물가가 1% 상승했다면 생활비의 증가 5% 속에 1%는 물가 영향이지만, 남은 4%(정확히는 105를 101에서 나눈 3.96%)는 생활수준의 향상에 따른 것이다.

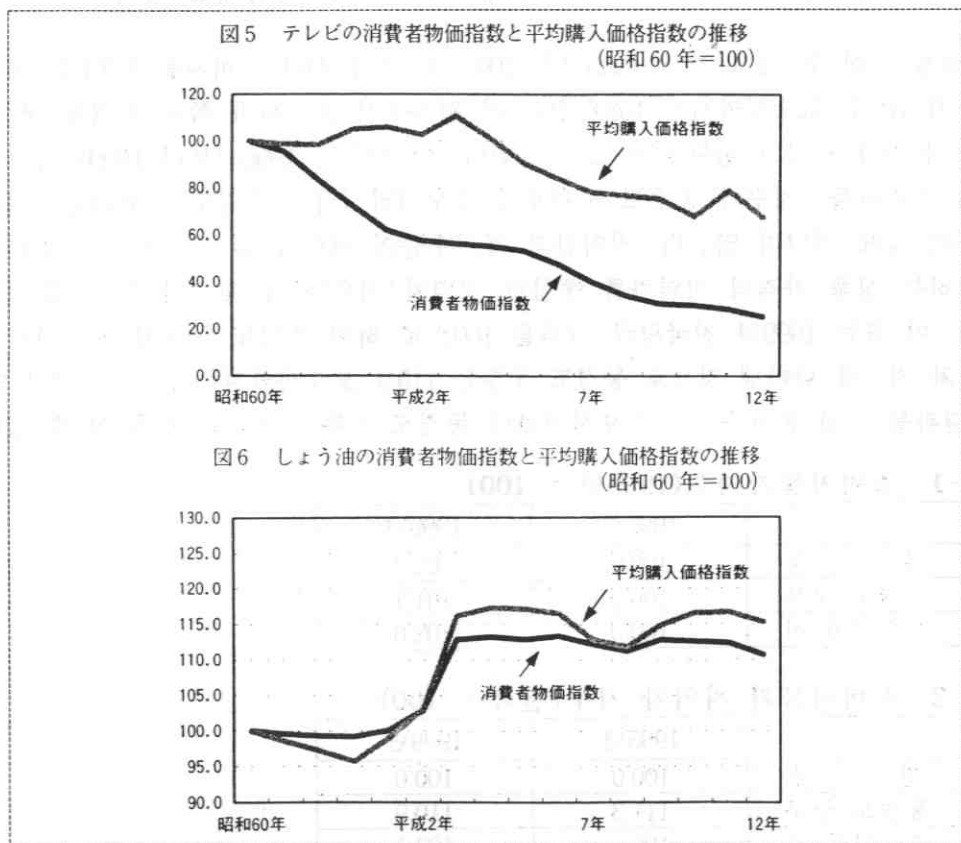
동일 품질의 상품가격과 평균적인 구입가격의 변화에는 차이가 있다.

한마디로 텔레비전이라고 해도 개인이 자신의 방에서 보는 소형, 심플한 기능의 저가격 상품에서부터 거실에서 가족과 같이 보는 대형, 디지털 기능의 고가격 상품까지 다양한 상품이 판매되고 있다. 소비자는 이 중에서 자신들의 경제생활이나 목적에 맞게 구입하는 상품을 선택하고 있다. 가격조사의 결과에서는 소비자가 구입하고 있는 주된 가전제품이나 식품의 평균구입 가격 등을 알 수 있으나

이 평균구입 가격은 각각의 상품의 기능이나 상품의 품질 차이를 고려하지 않는 각 품목의 평균적인 구입가격이다. 이에 대하여 소비자물가지수는 동일한 기능이나 품질을 가진 상품의 가격 변화를 잡는 것을 목적으로 한다.

구체적인 예로 평균 구입가격과 소비자물가지수의 추이를 비교해 보자. 텔레비전 1대당 평균구입 가격을 보면 거품 경제의 붕괴 이전은 대체로 일정한 추세로, 붕괴 이전은 기능이 향상된 신제품을 일정 가격대에서 판매·구입하는 경향이 있었다는 것을 알 수 있다. 그러나 거품 붕괴 후에는 평균 구입가격의 인하 경향이 있었다. 이는 다른 가전제품에서도 볼 수 있어 소위 가격파괴라고 불렸던 현상에 해당한다. 한편 소비자물가지수는 기능향상으로 인한 가격 상승분을 제외하여 지수를 작성하고 있다.(그림5 참조)

식품 등도 기호의 변화 등에 의해 평균 구입가격과 소비자물가지수의 추이는 다르게 된다. 간장 100ml 당 평균 구입가격은 단가가 높은 환대두 간장의 증가 등으로 인해 소비자물가지수보다도 상승하고 있다.(그림6 참조)



이와같이 평균 구입가격과 소비자물가지수의 추이의 차이에는 품목에 따라 특색이 있다. 일반적으로 기술혁신에 의해 기능이 향상된 텔레비전 등의 가전 제품과 같은 품목에서는, 평균 구입가격 보다 소비자물가지수의 하락 폭이 커지는 경향이 있다. 또한 간장에서 볼 수 있듯이 호황시에는 고급에 대한 선호가 높아지고, 불황시에는 저가격 선호 경향이 강해지는 품목은 평균 구입가격 쪽이 소비자물가지수에 비교하여 변동폭이 커지는 경향이 있다.

(6) 소비자물가 지역차 지수의 이용

물가수준의 지역간의 비교에는 소비자물가지역차 지수를 이용한다.

기준년을 100으로 시간 경과에 따라 물가 변동을 보는 지수에 대해, 각 지역간의 물가수준의 차를 비교하는 지수가 있다. 이 지수를 소비자물가지수 지역차 지수(이하 지역차지수라고 함)라고 말하나 이는 시점을 결정하여 그 시점의 전국 평균 물가를 100으로 하고 동 시점에 있어서 각 지역의 물가를 비교한 지수로 지역간의 물가수준의 상대적인 차이를 나타내고 있다.

예를 들어 표4-1를 보면 1995년을 100으로 한 1999년 소비자물가지수는 동경도 구부가 101.7, 오오사카시가 102.6이다. 이 결과에서 오오사카 쪽이 동경도 구부 보다도 물가가 높다고 판단하는 오류가 있다. 이 지수는 1995년부터 1999년까지 4년간의 소비자물가지수가 동경도 구부보다 오오사카시의 상승정도가 컸다는 것을 나타내는 것에 지나지 않는다. 지역간의 물가수준의 차이를 알기 위해서는 소비자가 구입하는 상품 가격의 지역차를 종합한 지역차 지수를 볼 필요가 있다. 표 4-2를 보자. 이 표는 1999년 전국평균 가격을 100으로 하여 동경도 구부와 오오사카시의 지역차 지수를 나타낸 것으로 동경도 구부는 110.9, 오오사카시는 107.1이 되고 있다. 이 결과를 보면 물가수준은 오오사카보다 동경도 구부가 높다는 것을 알 수 있다.

표4-1 소비자물가지수(1995년 = 100)

	1995년	1999년
전 국	100.0	102.2
동경도 구부	100.0	101.7
오오사카 시	100.0	102.6

표4-2 소비자물가 지역차 지수(전국 = 100)

	1995년	1999년
전 국	100.0	100.0
동경도 구부	111.3	110.9
오오사카 시	106.5	107.1

부록1 소비자물가지수 작성계열 일람

집계구분, 지역구분, 표장항목	월	분기	반기	년	년도
1. 기본분류지수 (전국, 동경도 구부) 총지수 및 10대 비목에서 품목별 가격지수까지 (도시계급, 지방, 대도시권, 도도부현청 소재지 [東京都區部를 제외] 와 가와사키 및 북규슈시) 총지수 및 10대 비목에서 중분류 지수까지	○	○	○	○	○
2. 재화·서비스 분류지수 (전국, 東京都區部)	○	○	○	○	○
3. 가구속성별지수 (전국) 근로자가구 연간수입 5분위계급별 중분류지수 표준가구 중분류지수 가구주 연령계급별 10대 비목 지수 가구주 직업별 10대 비목지수 주거의 소유관계별 10대 비목지수	○			○	○
4. 품목특성별 지수 (전국) 기초적·선택적지출 항목별 지수 품목의 연간 구입빈도 계급별 지수	○			○	○
5. 참고지수 등 (전국, 東京都區部) 라스파이레스 연쇄기준방식에 의한 소비자물가지수 중간년 바스켓방식에 의한 소비자 물가지수 (전국) 전가구 지수 (전국, 東京都區部경도 구부) 1995년 기준 중분류 지수(환산지수) (동경도 구부) 전쟁전 기준 5대 비목지수(환산지수)	○			○	○
6. 소비자물가지역차 지수				○	○

부록2 기본분류 일람(10대 비목 및 중분류)

총지수

식료

곡류
어개류
육류
유란류
야채·해조
과일
유지·조미료
과자류
조리식품
음료
주류
외식

주거

집세
설비수선·유지

광열·수도

전기·가스료
전기료
가스료
그 외 광열
상하수도료

가구·가사용품

가정용내구재
실내장비품
침구류
가사잡화
가사용 소모품
가사서비스

피복 및 신발
의료

화복(일본전통옷)
양복
셔츠·스웨터·속옷류
셔츠·스웨터류
속옷류
신발류
옷감·그외 피복류
옷감·실류
그 외 피복
피복관련 서비스

보건의료

의약품·건강유지용 섭취품
보건의료용품·기구
보건의료 서비스

교통·통신

교통
자동차관련비
통신

교육

수업료 등
교과서·학습참고교재
보습교육

교양오락

교양오락용 내구재
교양오락용품
서적·그외 인쇄물
교양오락 서비스

제잡비

이미용 서비스
이미용용품
신변용품
담배
그 외

< 별도 기재 항목 >

신선식품

신선 어개(재 기재)
신선 야채(재 기재)
신선 과일(재 기재)

신선식품을 제외한 총계
신선식품을 제외한 식료

자가귀속집세를 제외한 총계
자가귀속집세를 제외한 주거
자가귀속집세를 제외한 집세

자가귀속집세 및
신선식품을 제외한 총계

교육 관련비
교양오락 관련비

부록3 재화·서비스 분류 일람

총지수

재화

- 농수축산물
 - 신선상품
 - 그 외 농수축산물
- 공업제품
 - 식료공업제품
 - 대기업성 제품
 - 중소기업성 제품
 - 섬유제품
 - 대기업성 제품
 - 중소기업성 제품
 - 석유제품
 - 기타 공업제품
 - 대기업성 제품
 - 중소기업성 제품
- 전기·도시 가스·수도
- 출판물

서비스

- 공공서비스
 - 공영·공단공사집세
 - 가사관련 서비스
 - 의료·복지관련 서비스
 - 운수·통신관련 서비스
 - 교육관련 서비스
 - 교양오락관련 서비스

일반서비스

- 외식
- 민영집세
- 자가귀속집세
- 기타 서비스
 - 가사관련 서비스
 - 의료·복지관련 서비스
 - 교육관련 서비스
 - 교양오락관련 서비스

< 별도 기재 항목 >

쌀류

- 내구 소비재
- 준내구 소비재
- 비내구 소비재

공공요금

- 신선 식품의 제외한 재화
- 자가귀속집세를 제외한 서비스

- 대기업성 제품 계
- 중소기업성 제품계

부록4 지수품목 및 가중치 일람(2000년 기준지수, 전국)

품 목	가중치 (1만분비)	품 목	가중치 (1만분비)
총지수	10 000	염장 어개	50
식료	2 730	소금연어	12
곡류	238	명란젓(대구알)	15
쌀류	101	뱅어포	7
맷쌀류	99	마른 전갱이	7
국산쌀A	33	마른 정어리	3
국산쌀B	55	멸치	3
브랜드쌀	7	아이누	4
지정표준쌀	4	어육혼제품	26
참쌀류	2	튀긴 어묵	9
빵	78	치구와(막대모양어묵)	6
식빵	47	가마보꼬(미누쪽에부친어묵)	11
팔소빵	31	그밖의 어개가공품	32
면류	47	가다랭이	4
데친 우동	10	어개절임	12
마른 우동	9	어개조림	5
스파게티	3	어개통조림	9
즉석면	14	젓갈	2
생중화면	11	육류	205
그밖의 곡류	11	신선육	160
밀가루	2	쇠고기(로스)	29
떡	9	쇠고기(어깨육)	21
어개류	280	쇠고기(수입품)	21
신선 어개	171	돼지고기(로스)	36
다랑어	32	돼지고기(어깨육)	24
전갱이	9	닭고기	28
정어리	4	간	1
가다랭이	9	가공육	45
가자미	8	햄	20
연어	17	소시지	19
고등어	6	베이컨	6
꽂치	6	유란류	115
도미	7	우유·유제품	92
방어	14	우유	56
오징어	15	우유(배달)	11
낙지	8	우유(시판)	45
새우	20	유제품	36
모시조개	7	분유	4
굴(조개)	5	요구르트	22
가리비	5	버터	2

품 목	가중치 (1만분비)	품 목	가중치 (1만분비)
치즈	3	낫토(콩을썬서 말린것)	10
치즈(수입품)	6	그밖의 야채·해조가공품	46
알	23	곤약	7
계란	23	매실장아찌	8
야채·해조	284	무 절임	7
신선야채	171	배추 절임	5
양배추	8	후꾸진쓰게(야채등 간장조림)	4
시금치	10	김치	7
배추	4	다시마조림	5
양파	11	스위트콘 통조림	3
양상추	8	과일	113
브로콜리	5	신선과일	108
콩나물	4	사과A	3
아스파라가스	4	사과B	12
고구마	4	밀감	16
감자	9	그рей프후르츠	3
토란	4	오렌지	2
무	7	레몬	2
당근	8	깻짱	3
우엉	4	배	7
양파	8	포도A	3
연근	3	포도B	4
참마	3	감	3
팻콩	4	복숭아	4
강낭콩	4	수박	5
호박	3	메론	7
오이	10	딸기	16
가지	6	바나나	11
토마토	16	키위후르츠	3
피망	4	체리	3
생표고버섯	6	과일가공품	5
팽이버섯	7	과일통조림(밀감)	2
송이버섯	7	과일통조림(복숭아)	3
건조물·가공품류	113	유지·조미료	103
건조물·해초	27	유지	11
팔	3	식용유	8
마른표고버섯	2	마가린	2
김	12	조미료	92
미역	5	식염	2
다시마	5	간장	9
콩가공품	39	된장	11
두부	20	설탕	6
유부	10	식초	4

품 목	가중치 (1만분비)	품 목	가중치 (1만분비)
소스	3	삶은 콩	14
케찹	2	음료	145
마요네즈	10	차류	37
잼	5	녹차(엽차)	2
카레	6	녹차(달인 차)	19
건조 스프	7	홍차	4
풍미조미료	6	차음료	12
가루식품(어육, 김)	6	커피·코코아	28
액체조미료	13	인스턴트 커피	10
과자류	222	커피 콩	7
양갱	13	커피 음료	11
만주	22	그밖의 음료	79
참쌀떡(팥소)	12	과실주스	13
카스테라	5	과즙 음료	22
케이크	37	야채주스	9
젤리	10	탄산음료	11
푸딩	8	유산균음료A	4
슈크림	5	유산균음료B	9
양과자(엿쌀)	16	스포츠드링크	6
양과자(밀가루)	4	미네랄워터	6
비스킷	13	주류	143
포테이토칩	17	청주A	3
캔디	8	청주B	14
초콜릿	14	청주C	11
아이스크림	28	소주	13
낙화생	4	맥주	74
츄잉껌	8	맥주(수입품)	2
조리식품	263	발포주	11
주식적 조리식품	101	위스키(수입품)	1
도시락	75	위스키A	2
주먹밥	10	위스키B	2
조리빵	10	위스키C	1
냉동 조리 피자	5	포도주	3
그밖의 조리식품	162	포도주(수입품)	5
장어구이	21	외식	620
샐러드	12	일반외식	586
크로켓	17	우동(외식)	27
커틀릿	14	중국식국수	29
튀김(가루없이)	26	스파게티(외식)	9
국수	11	생선초밥	62
냉동 조리 크로켓	21	김밥	7
조리 카레	14	닭고기계란덮밥	11
볶음밥류	14	튀김덮밥	44

품 목	가중치 (1만분비)	품 목	가중치 (1만분비)
카레라이스	45	판유기교체비	4
쇠고기덮밥	12	창호지교체비	18
국수(외식)	26	목수 품값	39
함박스테이크	36	룸에어콘 설치비	11
새우튀김	33	화재보험료	46
어린이 런치	12	광열·수도	651
햄버거	26	전기·가스대	467
샌드위치	13	전기대	294
피자파이	24	전기대	294
커피(외식)	28	가스대	173
맥주(외식)	143	도시가스대	88
학교급식	34	프로판가스	84
학교급식(초등(저))	11	그밖의 광열	39
학교급식(초등(고))	14	등유	39
학교급식(중학교)	9	상하수도료	145
주거	2 003	수도료	100
집세	1 708	하수도료	45
민영집세	300	가구·가사용품	369
민영집세(목조 소주택)	30	가정용내구재	116
민영집세(목조 중주택)	81	가사용내구재	57
민영집세(비목조 소주택)	58	전자렌지	3
민영집세(비목조 중주택)	131	전기밥솥	8
공영·공단공사 집세	48	전기포트	3
공영집세	27	가스테이블	3
공단공사 집세	21	가스약탕기	3
자가귀속집세	1 360	전기냉장고	19
자가귀속집세(목조소주택)	1	전기청소기	6
자가귀속집세(목조중주택)	1 107	전기세탁기	9
자가귀속집세(비목조소주택)	1	재봉틀	4
자가귀속집세(비목조중주택)	251	전기다리미	1
설비수선·유지	295	냉난방용 기기	35
설비재료	58	룸에어콘	21
육조	28	온풍히터	7
온수세정변기	9	전기화로	1
급탕기	9	전기카페트	6
판재	5	일반가구	24
도료	5	정리장	7
그밖의 공사관련	237	양복장	5
다다미교체비	6	좌탁	4
수도공사비	39	식탁	4
미장이 품값	21	식기장	5
도랑 공사비	40	실내장비품	38
정원사 품값	13	탁상시계	3

품 목	가중치 (1만분비)	품 목	가중치 (1만분비)
조명기구	8	가사대행료	4
카펫트	13	가사대행료	4
다다미돗자리	1	청소대	20
커텐	13	분뇨처리수수료	19
침구류	31	내구소비재 폐품수수료	2
침대	5	그밖의 가사서비스	8
이불, 요	15	자루걸레 렌트료	8
모포	3	피복 및 신발	568
요잇	3	의료	250
이불커버	4	화복(일본전통옷)	23
가사잡화	80	여자 기모노	16
식기류	21	여자 띠	7
밥그릇	9	양복	227
접시	4	남자양복	71
커피셋트	4	양복(하복)	15
유리잔	2	양복(동복)	19
와인잔	2	남자 상의	8
주방용품	19	남자 바지(하복)	7
주방용 밀폐용기	5	남자 바지(동복)	5
남비	4	남자 바지(진)	5
남비(수입품)	4	남자 코트	7
주전자	4	남자학교 제복	5
수세미	2	여자양장	128
렌지대	1	여자 투피스(종합)	7
그밖의 잡화	40	여자 투피스(하복)	9
형광램프	11	여자 투피스(동복)	5
타올	12	여자 투피스(니트)	5
비닐호스	4	원피스(종합)	11
정수기	13	원피스(하복)	8
가사용 소모품	71	원피스(동복)	1
티슈·화장실휴지	20	스커트(종합)	4
티슈휴지	8	스커트(하복)	7
화장실휴지	11	스커트(동복)	9
세제	25	여자 슬랙스(동복)	11
주방용 세제	10	여자 슬랙스(진)	11
세탁용 세제	15	여자 코트	16
그밖의 소모품	27	여자 상의	17
랩	10	여자학교 제복	6
살충제	8	어린이 양복	28
방충제	1	남아 바지	8
유연제	4	여아 스커트(하복)	7
방향제	4	여아 스커트(동복)	8
가사 서비스	33	유아복	5

품 목	가중치 (1만분비)	품 목	가중치 (1만분비)
셔츠·스웨터·속옷류	163	양복지	4
셔츠·스웨터류	115	털실	2
남자셔츠·스웨터류	36	그밖의 피복	45
와이셔츠(긴소매)	7	모자	7
와이셔츠(반소매)	4	넥타이	4
스포츠셔츠(긴소매)	7	넥타이(수입품)	2
스포츠셔츠(반소매)	9	머플러	4
남자스웨터	10	남자양말(여름)	5
여자셔츠·스웨터류	69	남자양말(겨울)	5
블라우스(긴소매)	10	여자스타킹	6
블라우스(반소매)	8	여자양말	8
여자T셔츠(긴소매)	8	벨트	3
여자T셔츠(반소매)	14	어린이 타이	3
여자스웨터(긴소매)	24	피복관련 서비스	38
여자스웨터(반소매)	6	재봉대(바느질)	2
어린이셔츠·스웨터류	10	세탁대(와이셔츠)	9
어린이T셔츠(긴소매)	4	세탁대(양복상하)	22
어린이T셔츠(반소매)	4	신발수리대	2
어린이스웨터	1	피복임차료	2
속옷류	48	보건의료	380
남자속옷류	16	의약품·건강유지용 섭취품	112
남자셔츠(긴소매)	2	감기약	13
남자셔츠(반소매)	3	해열진통제	4
남자브리프(속바지)	3	위장약	8
남자바지(하)	2	비타민제A	15
남자과자마	4	비타민제B	15
여자속옷류	26	드링크제	13
브래지어	6	피부병약	6
여자쇼츠	12	염색약	5
슬리프	8	안약	5
어린이속옷류	6	구충제	5
어린이셔츠	6	한방약	22
신발류	63	보건의료용품·기구	73
남자구두	14	종이기저귀	11
여자구두	26	생리용품	9
어린이구두	3	목욕제	4
운동화(어른용)	7	콘택트렌즈용제	5
운동화(어린이용)	7	안경	25
샌들	5	콘택트렌즈	5
쪼리	1	체중계	7
옷감·그외 피복류	92	체온계	6
옷감·실류	9	혈압계	2
여성복지	4	보건의료 서비스	195

품 목	가중치 (1만분비)	품 목	가중치 (1만분비)
진료대	163	차고대금	54
출산입원료(국립)	9	주차요금	9
출산입원료(사립)	14	자동차면허수수료	2
마사지요금	7	렌트카요금	11
인간토크수진료(종합검진)	2	자동차보험료(자배책)	32
교통·통신	1 313	자동차보험료(임의)	148
통신	278	통신	295
철도운임(JR)	95	우편료	15
보통운임(JR, 재래선)	26	엽서	8
보통운임(JR, 신간선)	26	편지	4
요금(JR, 재래선)	9	속달	1
요금(JR, 신간선)	9	등기	1
정기통학(JR)	6	소포	2
정기통근(JR)	19	고정전화통신료	180
철도운임(JR이외)	59	이동전화통신료	74
보통운임(JR이외)	31	운송료	17
정기통학(JR이외)	6	통신기기	9
정기통근(JR이외)	22	교육	398
버스료	29	수업료 등	292
택시료	24	PTA회비(초등학교)	14
항공운임	26	PTA회비(중학교)	17
유료고속도로 요금	44	사립중학교 수업료	11
고속자동차국도 요금	35	공립고교 수업료	43
도시고속도로 요금	9	사립고교 수업료	48
자동차 등 관련비	740	국립대학교 수업료	12
자동차	202	사립대학교 수업료	93
경승용차	40	사립전문대학 수업료	19
소형승용차A	40	공립유아원 보육료	4
소형승용차B	50	사립유아원 보육료	32
소형승용차(수입품)	10	교과서·학습참고교재	11
보통승용차	40	교과서	4
보통승용차(수입품)	20	학습참고교재	7
자전거	9	보습교육	95
자전거	9	보습교육	95
자동차 등 유지비	529	교약오락	1 130
가솔린(보통)	142	교양오락용 내구재	117
가솔린(특급)	35	텔레비전	22
자동차타이어	24	스테레오카세트	3
자동차왁스	22	휴대오디오 기기	3
자동차정비비(정기점검)	34	비디오테이프레코더	4
자동차정비비(마후라교환)	2	퍼스널컴퓨터(디스크탑형)	27
자동차정비비(평크수리)	2	퍼스널컴퓨터(노트형)	27
자동차오일교환료	10	워드프로세스	1

품 목	가중치 (1만분비)	품 목	가중치 (1만분비)
카메라	7	건전지	8
비디오카메라	7	서적·그밖의 인쇄물	158
피아노	1	신문대	98
전자오르간	4	신문대	98
학습책상	5	신문대(지방·블록지)	38
텔레비전수리요금	7	신문대(중앙)	60
교양오락용품	254	잡지	21
문방구	26	소년지	6
볼펜	2	취미교양지	4
연필	1	생활정보지	3
마킹펜	2	컴퓨터지	1
노트	5	여성지	1
앨범	5	주간지	5
OA용지	3	서적	40
셀로판접착테이프	2	사전	4
필통	6	단행본A	8
운동용구	64	단행본B	28
골프채	5	교양·오락서비스	600
축구공	3	숙박료	109
글로브	2	숙박료	109
테니스라켓	1	패키지 여행	69
테니스라켓(수입품)	2	외국 패키지 여행	69
낚시대	6	교습비	120
트리닝팬츠	39	교습비(영어회화)	14
수영복	6	교습비(서도)	17
완구	32	교습비(음악)	35
텔레비전게임	12	교습비(수영)	37
인형	6	교습비(양재)	1
완구자동차	8	교습비(요리)	1
조립완구	6	자동차교습료	14
꽃꽂이 꽃	38	그밖의 교양오락 서비스	302
꽃꽂이 꽃(카네이션)	10	수신료	80
꽃꽂이 꽃(국화)	19	방송수신료(NHK)	52
꽃꽂이 꽃(장미)	10	방송수신료(NHK이외)	29
그밖의 오락용품	93	입장·게임대	167
필름	4	영화관람료	22
컴팩트디스크	15	축구관람료	5
오디오기록매체	1	프로야구관람료	7
비디오테이프	2	골프훈련요금	15
애완용먹이(개)	16	골프경기요금	44
애완용먹이(고양이)	11	테니스코트 사용료	5
화분	14	볼링게임료	10
원예용흙	21	수영장사용료	10

품 목	가중치 (1만분비)	품 목	가중치 (1만분비)
미술관 입관료	9		53
유원지 입원료	15	가방류	20
마작 유가료	2	핸드백	20
경마장 입장료	8	핸드백(수입품)	6
가라오케룸 사용료	14	통학용 가방	5
그밖의 오락 서비스	55	여행용 가방	23
현상인화료	29	손목시계·반지	9
비디오소프트 렌트료	6	반지	6
동물진료비	20	손목시계	6
기타잡비	456	손목시계(수입품)	3
이미용 서비스	119	손목시계 수리대	10
입욕료	2	그밖의 신변용품	5
입욕료(대인)	2	남자우산	4
입욕료(중인)	1	손수건	69
입욕료(소인)	1	담배	52
이발료	51	담배	17
퍼머넨트대	33	담배(수입품)	59
헤어컷트대	24	기타	35
헤어컬러링대	9	보육소 보육료	2
이미용용품	123	인감증명 수수료	2
이용기구	8	호적초본 수수료	10
전기면도기	3	여권 취득료	5
전기면도기(수입품)	1	노인봉사료	5
칫솔	4	불입수수료	
비누류	24		
화장비누	4		
샴푸	9		
헤어린스	6		
치약	5		
화장품	91		
정발료	12		
헤어토닉	3		
화장크림A	17		
화장크림B	2		
화장수	21		
유액A	7		
유액B	1		
파운데이션A	11		
파운데이션B	4		
립스틱A	4		
립스틱B	1		
헤어칼라	9		
신변용품	85		

부록5 2000년 기준개편에 추가·탈락 품목 일람

10대 비목	중분류	추가품목	탈락품목
· 식료	곡류		외국산 쌀
	어개류		대구, 오징어류제, 연어통조림
	육류		프레스햄
	야채·해조	아스파라가스, 풋콩	무청, 완두, 대두
	과일	깡깡, 체리	여름밀감, 메론(프린스메론), 파인애플 통조림
	유지·조미료	잼	감미 조미료
	과자류	참쌀떡(팥소)	
	조리식품	주먹밥, 냉동조리피자 튀김(가루없는), 삶은 콩	튀김
	음료	커피음료, 미네랄워터	사이다
	주류	발포주	
	외식	쇠고기덮밥	
주거	집세	민영집세(비목조소주택), 민영집세(비목조중주택), 민영집세, 공단공사집세, 자가귀속집세(비목조소주택), 자가귀속집세(비목조중주택)	민영집세(비목조주택), 공영집세, 자가귀속집세(비목조주택)
	설비수선·유지	온수세정변기, 급탕기 룸에어콘부착료	물건넣는유닛(허드레 물건보관) 못
가구·가사용품	가정용 내구재	전기포트	전기세탁기(2조식), 선풍기
	가사잡화		스푼, 보온병, 전구, 가위
	가사서비스	내구소비재 폐품수수료	
피복및신발	의류		남자 울 기모노 여자 울 기모노 부인장주방(기모노 속옷)
	셔츠·스웨터 하의속옷		남자셔츠(런닝)
	신발류		남자구두(합성피혁)
	옷감·그 밖의 피복류	머플러, 피복임차료	견착척지(비단천), 재봉실
보건의료	의약품 건강유지용 섭취품	안약	위장약(건위소화제)
	보건의료용품·기구		거즈부착 반창고, 안경프레임
	보건의료 서비스	인간도크 수진료(건강검진)	

10대 비목	중분류	추가품목	폐지품목
교통·통신	교통	보통운임(JR, 재래선), 보통운임(JR, 신간선), 요금(JR, 재래선), 요금(JR, 신간선), 고속자동차 국도요금, 도시고속도로 요금	보통운임(JR) ⁴ 요금(JR) ⁵ 고속자동차도로 요금 ⁶
	자동차 등 관계비	렌트카요금	
	통신	이동전화 통신료	
교양오락	교육오락용내구재	컴퓨터(데스크용), 컴퓨터(노트북용), 휴대오디오기기	테이프레코드 소형전탁
	교양오락용품	마킹펜(형광펜), OA용지, 축구공, 수첩, 오디오기록매체, 원예용흙	그림도구, 편지지, 연필깎기, 연식야구공, 골프클럽(수입품), 등산화, 카세트테이프
	서적·기타출판물	취미교양지, 컴퓨터잡지, 생활정보지, 여성지	종합잡지, 문예잡지, 부인잡지 ⁷
	교양오락서비스	외국화물운임, 학원비(영회화), 학원비(서도), 방송수신료(NHK이외), 수영장사용료, 동물진료비	학원비(탁구)
제잡비	이미용서비스	머리염색비	
	이미용용품	화장크림A, 화장크림B, 유액A 유액B, 화운데이션A, 화운데이션B, 립스틱A, 립스틱B, 헤어칼라, 핸드백	화장크림 ⁸ 유액 ⁹ 화운데이션 ¹⁰ 립스틱 ¹¹
	신변잡화용품	핸드백 (수입품)	
	기타	보육원보육비, 여권취득료, 출퇴근간병인료, 진입수수료	
계 ¹²		71	55

1. 민영가구(비목조주택)을, 민영가구(비목조소주택), 민영가임(비목조중주택)로 분할
2. 공영가임을 공영가임과 공단공사임차로 분할
3. 지가의 귀속가임(비목조주택)을 지가의 귀속가임(비목조소주택), 지가의 귀속가임(비목조중주택)로 분할
4. 보통운임(JR)을, 보통운임(JR, 재래선)과 보통운임(JR, 신간선)으로 분할
5. 요금(JR)을 요금(JR, 재래선)과 요금(JR, 신간선)으로 분할
6. 고속자동차도로요금을 도시고속도로요금과 고속자동차도로요금으로 분할
7. 부인잡지를 여성지와 생활정보지로 분할
8. 화장크림 1개품목을 2개품목으로 분할
9. 유액1개 품목을 2개품목으로 분할
10. 화운데이션 1개품목을 2개품목으로 분할
11. 립스틱 1개품목을 2개품목으로 분할
12. 합계는 품목 분할에 의한 추가 22개 품목, 탈락 11개 품목을 포함