

310.123
운440

(尹汝文 옮김)

日本の 消費者物価指数 構造 및 보는法

- 2000年基準 消費者物価指数 -



134035

日本國總務省統計局

머 리 말

日本の物価는 Bubble經濟의 崩壞 以後 급격한 円高의 進행과 規制改
革의 進進 등을 배경으로 한 供給側의 經濟構造의 變化 등에 힘입어
上昇幅이 매년 낮아져 1995년에는 1971년 이후 처음으로 下落(-0.1%)
하게 되었습니다. 그 후 96년에 조금 상승으로 전환하였고, 97년도 消
費稅率 引上의 영향 등으로 4年만에 1%가 넘게 상승하였지만, 98년에
는 다시 上昇幅이 低下하여 消費者의 需要가 낮았던 적도 있고, 99年,
2000年은 1971年 이후 처음으로 2年 계속해서 하락하게 되었습니다.

總務省에서는 이와 같은 物価의 月別 움직임을 파악하기 위하여 消費
者物価指數를 作成하여 公表하고 있습니다. 이 指數는 消費者가 購入
하는 商品(財貨와 서비스) 가격의 움직임을 종합한 물가의 變動을 客
觀적으로 나타내는 數值입니다. 그러나 消費者物価指數의 構造를 잘
모른다면, 公表되는 指數의 움직임을 生活에서 느끼는 體感과 맞지
않아 걱정하고있다고 하는 목소리도 듣고있습니다.

이 冊子는 많은 분들에게 消費者物価指數를 바르게 理解할 수 있도록
작성한 것으로, 指數의 構造와 利用上의 注意點를 가능하면 알기 쉽게
설명하도록 심혈을 기울였습니다.

本書에 대해서 느끼신 점이 있으시면 總務省 統計局 統計調査部 消費
統計課 物価統計室(電話 (03)5273-1175)로 연락해 주시면 감사하겠습니
다.

2001年 8月

總務省 統計局

目 次

1 消費者物価指数란	3
(1) 消費者物価指数란 무엇인가?	3
(2) 消費者物価指数的 利用	6
2 消費者物価指数的 作成方法	9
(1) 指数 作成方法의 概略	9
(2) 基準時点	10
(3) 指数品目	11
(4) Weight	15
(5) 価格調査	17
(6) 指数的 計算	20
(7) 指数的 公表	23
3 消費者物価指数的 作成系列	24
(1) 基本分類指数	24
(2) 財貨·서비스分類指数	24
(3) 家口屬性別 指数	25
(4) 品目特性別 指数	27
(5) 参考指数	28
(6) 新·旧指数的 接統	30
(7) 消費者物価地域差指数	31
4 消費者物価指수를 보는法	32
(1) 消費者物価指數가 나타내는 物価의 움직임이란	32
(2) 變化率	33
(3) 季節調整指數	34
(4) 物價의 變動要因	37
(5) 指數와 体感	41
(6) 消費者物價地域差指數를 보는法	44

附錄1 消費者物價指數 作成系列 一覽	46
附錄2 地域区分	47
附錄3 基本分類 一覽(10大費目 및 中分類)	48
附錄4 財貨·서비스分類 一覽	49
附錄5 指數品目 및 Weight 一覽(2000年基準 指數, 全國)	50
附錄6 2000年基準 改定에 있어서의 改廢品目 一覽	62
附錄7 消費者物價指數의 閱覽 및 入手處	66

01	1
11	1
12	1
13	1
14	1
15	1
16	1
17	1
18	1
19	1
20	1
21	1
22	1
23	1
24	1
25	1
26	1
27	1
28	1
29	1
30	1
31	1
32	1
33	1
34	1
35	1
36	1
37	1
38	1
39	1
40	1
41	1
42	1
43	1
44	1
45	1
46	1
47	1
48	1
49	1
50	1
51	1
52	1
53	1
54	1
55	1
56	1
57	1
58	1
59	1
60	1
61	1
62	1
63	1
64	1
65	1
66	1
67	1
68	1
69	1
70	1
71	1
72	1
73	1
74	1
75	1
76	1
77	1
78	1
79	1
80	1
81	1
82	1
83	1
84	1
85	1
86	1
87	1
88	1
89	1
90	1
91	1
92	1
93	1
94	1
95	1
96	1
97	1
98	1
99	1
00	1

1 消費者物價指數란

(1) 消費者物價指數란 무엇인가?

個個 商品의 價格變化를 綜合한 것이 物價指數입니다

우리들은 일상생활에서 여러 가지 商品(財貨와 서비스)을 구입하고 있습니다. 예를 들면 돼지고기 100g 230円, 카베츠 1kg 150円, 부라우스 1枚 6,500円, 映画觀覽料 大人 1回 1,800円, 理髮料金 大人 1回 3,500円이라고 하는 경우입니다. 이것들의 상품가격은 올라가거나 내려가거나 하는 여러 가지 움직임이 있습니다. 그래서 平均的인 價格變化, 즉 物價의 움직임은 많은 상품의 가격변화를 종합해서 볼 필요가 있습니다.

物價의 움직임을 어느 時点과 비교해서 比率의 형태로 나타낸 數值가 物價指數입니다

물가가 올랐거나 또는 내렸다고 할 때, 예를 들면 작년에 비해서 또는 前月에 비해서 어떤가 라고 하는 경우에 어느 시점과 비교해서 생각하고 있습니다. 그래서 物價의 움직임은 比較의 基準이 되는 시점을 정해서 그 때의 物價에 대해서 어느 정도 上昇(또는 下落)했는가를 比率의 형태로 보는 것입니다.

그리고 物價를 比率로 나타낸 것을 物價指數라고 합니다. 物價指數는 물가의 움직임을 主觀的인 느낌이 아니라, 보다 客觀的인 方法으로, 더구나 알기 쉬운 數值로 해서 나타낸 것입니다. 마치 溫度計가 매일 매일의 더위와 추위를 재는 것과 같이, 物價指數는 물가의 움직임을 측정하는 척도의 역할을 다한다고 해도 되겠습니다.

物価指数에는 商品の 流通過程에 대응해서 都売物価指数, 消費者物価指数 등이 있습니다

物価를 문제로 할 때 우리들은 많은 상품의 가격을 대상으로 생각하고 있습니다. 그러나 商品価格에는 生産者が 出荷할 때의 生産者価格, 都売業者가 小売店 등에 판매할 때의 都売価格, 小売店이 소비자에게 판매할 때의 소매가격 등 상품의 유통과정에 대응해서 몇인가의 단계가 있습니다.

각각의 단계에서 거래되는 상품은, 예를 들면 생산자의 출하나 도매 단계에서는 제품을 만들기 위한 原料나 工作機械를 포함한다거나 하기 때문에 일반의 소비자가 구입하는 상품과는 그 범위가 다르고, 가격의 움직임도 반드시 같지는 않습니다. 따라서 물가의 움직임은 각각의 단계에서 파악하는 것이 필요합니다. 日本에서는 生産者が 出荷 또는 都売段階에서 財貨의 物価 움직임을 나타내는 都売物価指数와 小売段階에서 財貨 및 서비스의 물가의 움직임을 나타내는 消費者物価指数가 작성되고 있습니다. 또 企業間에서 제공되는 서비스의 물가변동을 잡는 企業用 서비스價格指数도 작성되고 있습니다.

生産者の 出荷 또는 都売段階에 있어서의 財貨의 物価 움직임은 都売物価指数(WPI)에서 봅니다

都売物価指数는 회사나 공장, 상점 등 기업 상호간에 거래되는 재화의 가격변동을 종합적으로 파악하려고 하는 것입니다. 그래서 이 지수에서 조사하는 재화는 農水産物(新鮮食品을 제외함)과 공업제품뿐만 아니라 鉄鉱石, 原油 등 제품을 만들기 위한 원료나 旋盤, 프레스기계 등과 같은 공작기계도 포함되고 있습니다.

그리고 都売物価指数는 日本銀行에서 작성하고있고, WPI(Wholesale Price Index)라고 약칭해서 부르고 있습니다.

小売段階의 物価 움직임은 消費者物価指数(CPI)에서 봅니다

이에 대해서 消費者物価指数는 일상생활에서 우리들 소비자가 구입하는 상품가격의 움직임을 종합해서 보려고 하는 것으로, 우리들이 일상 구입하는 食料品, 衣類, 電氣製品, 化粧品 등의 재화가격의 움직임 이외에 집세, 電話料, 授業料, 理髮料金 등과 같은 서비스가격의 움직임도 포함합니다.

이와 같이 消費者物価指数와 都売物価指数는 調査品目の 対象範圍나 조사하는 가격의 거래단계가 다르기 때문에 두 지수의 움직임을 비교할 때는 대상품목을 맞게 하는 등의 注意가 필요합니다.

그리고 消費者物価指数는 総務省이 작성하고있고, CPI(Consumer Price Index)라고 약칭해서 부르고 있습니다.

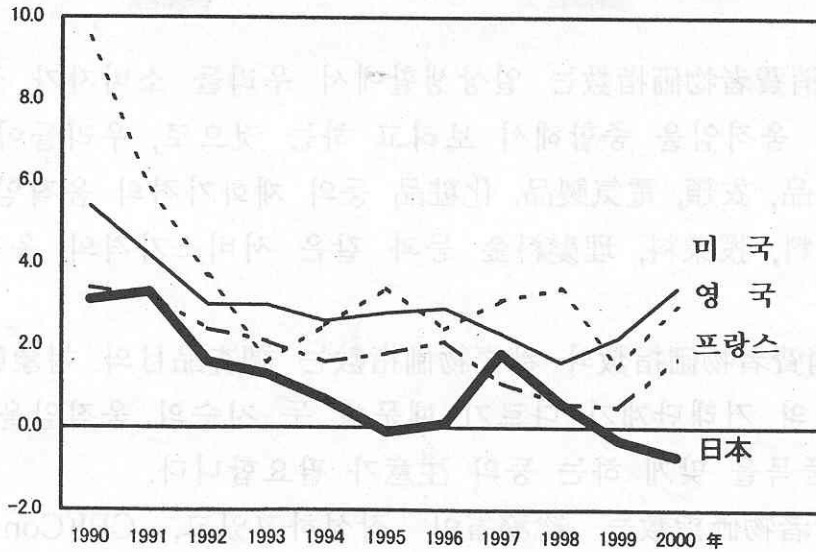
消費者物価指数는 1946년부터 작성하고 있습니다

현재 総務省에서 작성하고있는 消費者物価指數의 歷史는 오래되어, 第2次 世界大戰 直後 1946년에 처음으로 만들어졌고, 당시의 격심한 Inflation을 계측하는 것으로 사용되었습니다. 그 후도 日本經濟의 「体温計」로서 중요한 역할을 다하여오고 있습니다.

各國의 消費者物価指數(参考)

우리들의 생활에 관계가 깊은 상품의 가격을 안정시키는 것은 國家行政上에서 대단히 중요한 문제이기 때문에 그것들을 종합한 물가의 움직임을 지수의 형태로 알기 쉽게 나타내는 연구는 일찍부터 시험되고있고, 우리나라만이 아니라 세계 중의 대부분의 나라에서 소비자물가지수가 작성되고 있습니다. 日本, 美国, 英国 및 프랑스의 消費者物価指數에 대해서 최근 10年間 前年比의 움직임을 보면 그림1과 같습니다.

그림1. 日本, 美国, 英国 및 프랑스의 消費者物価指数 前年比 (%)



(2) 消費者物価指数의 利用

① 經濟政策에 利用

消費者物価指数는 中央政府와 地方自治体の 經濟政策 등에 있어서 대단히 중요한 指標로 되어있습니다

政府는 매년 목표를 세워서 경제정책을 실시합니다만, 이 중에서도 消費者物価의 안정이 중심적인 과제의 하나로 되어있습니다. 地方自治体에서도 經濟運用의 지침으로 하고있습니다. 더욱이 中央政府와 地方自治体の 消費者行政 등에서도 널리 활용되고있습니다.

② 実質化를 위한 Deflator

消費者物価指数는 家計収支나 賃金 등의 実質化를 위한 Deflator로 이용됩니다

消費者物価指数는 물가동향을 볼뿐만 아니라, 가계수지나 임금 등의 실질화의 Deflator로서 이용되고있습니다. 예를 들면 家計調査의 결과

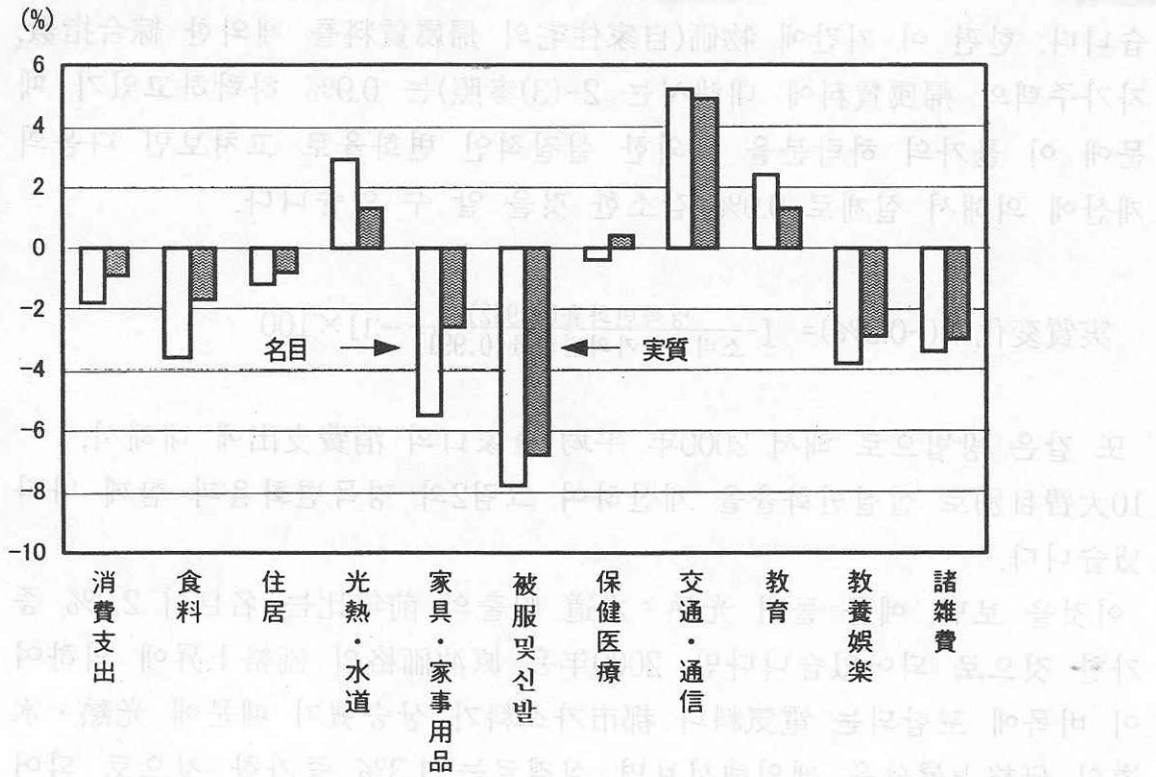
에 의한 2000년의 全国·全家口 1家口当 1個月 平均消費支出金額은 317,133円으로 1999年 323,008円에 비해서 名目으로는 1.8% 감소하고 있습니다. 한편 이 기간에 物価(自家住宅의 帰屬賃料를 제외한 綜合指數, 자가주택의 帰屬賃料에 대해서는 2-(3)参照)는 0.9% 하락하고있기 때문에 이 물가의 하락분을 제외한 실질적인 변화율로 고쳐보면 다음의 계산에 의해서 실제로 0.9% 감소한 것을 알 수 있습니다.

$$\text{實質變化率}(-0.9\%) = \left[\frac{\text{명목변화율}(0.982)}{\text{소비자물가의변화율}(0.991)} - 1 \right] \times 100$$

또 같은 방법으로 해서 2000年 平均 全家口의 消費支出에 대해서, 10大費目別로 실질변화율을 계산하여 그림2의 명목변화율과 함께 나타냈습니다.

이것을 보면, 예를 들면 光熱·水道 지출의 前年比는 名目이 2.9% 증가한 것으로 되어있지만, 2000年은 原油價格의 價格上昇에 의하여 이 비목에 포함되는 電氣料나 都市가스料가 상승했기 때문에 光熱·水道의 價格上昇分을 제외해서보면 실질로는 1.3% 증가한 것으로 되어 增加幅이 축소하는 것을 알 수 있습니다.

그림2. 家計消費支出의 名目과 實質의 增加率(2000. 11)(全國·全
家口)



③ 物価 Slide에 利用

消費者物価指数는 公的年金의 給付額 등을 物価의 움직임에 대응해서 개정하기 위한 算出基準이 되고있습니다

国民年金, 厚生年金保險 등의 급부액은 물가의 상승 또는 하락에 대응해서 자동적으로 개정하는 물가 Slide制을 적용하는 것이 법률로 정해져있습니다. 消費者物価指数는 소비자가 구입하는 각종 상품의 가격 변화를 종합한 것이기 때문에 그 물가 Slide의 산출기준이 되고있습니다.

2 消費者物價指數의 作成方法

(1) 指數作成方法의 概略

어느 기준이 되는 해에 家計에서 구입한 각종 상품을 넣은 큰 장바구니를 생각하고, 이 장바구니 안과 같은 것을 사는데 필요한 돈이 얼마인가를 지수의 형태로 나타낸 것이 消費者物價指數입니다

消費者物價指數는 세계의 많은 국가가 대개 같은 방법으로 작성하고 있습니다. 많게는 140年前(1864年)에 獨逸의 Laspeyres라고 하는 경제학자가 고안한 計算式에 의하고있습니다. 이 작성방법은 간단히 말하면 다음과 같은 방법입니다.

지수의 기준시점인 2000年의 1年間에 우리들이 실제로 구입한 상품을 조사해서 이들을 전부 큰 장바구니에 넣습니다. 예를 들면 月平均으로 하면 쌀 8kg, 소고기 840g, 도마도 1,080g, 맥주(350ml) 12켄, 전기요금 350kwh, 부라우스 1매, 신발 1켄레, 비타민제 1병, 버스요금 4회, 신문요금, 수업료(월), 집세---- 라고 하는 것같이 됩니다.

이 장바구니 안의 상품을 2000年에 살 때에 전부해서 32万円(月平均)이 들었다고 합니다. 다음에 같은 것을 2001年에 샀다고 합시다.

장바구니 안은 똑같습니다만, 개개의 가격은 오르거나 내리거나 하였기 때문에 장바구니 안의 상품가격은 전과 같지 않습니다. 만약 전부 31万5千円이 들었다고 하면 2001年에 2000年과 같은 내용을 구입한다면 물가가 하락한 것에 의해서 5千円 싸게 산 것으로 됩니다. 장바구니 안의 상품 전체의 가격 움직임을 지수화해서 2000年의 32万円을 100으로 하면 2001年의 31万5000円은 比例計算으로 98.4가 됩니다. 이것이 2000年을 기준으로 한 2001年의 消費者物價指數입니다.

즉, 消費者物價指數란 우리들이 생활에 필요한 상품(재화와 서비스)을 장바구니에 넣고 그 장바구니 전체의 비용이 물가의 움직임에 의해서 얼마나 변했는가를 지수로 나타내는 것이라고 말할 수 있습니다.

(2) 基準時点

比較基準이 되는 年度(基準時点)에 장바구니 내용을 고정하고 매월의 費用變化를 測定합니다

物價指數는 어느 기준이 되는 시점의 물가를 100으로 하고, 그때 그때의 물가를 비교해서 계산한 數值입니다.

우선 비교기준이 되는 年度(基準時点)를 정합니다. 다음에 이 기준시점의 구입내용을 기초로 해서 장바구니 안에 넣을 상품과 그 수량을 결정하여 그때의 비용을 100으로 해서 그 후의 변화를 지수로 나타냅니다. 이 장바구니 안의 상품이나 수량을 그때마다 바꾸거나 하면 비용의 변화가 가격이 움직였기 때문인가, 장바구니의 내용이 변했기 때문인가 확실하지 않게 됩니다. 그래서 장바구니 내용을 기준시점에 고정하고 물가의 변화만을 측정할 수 있도록 하고있습니다.

基準時点を 5年마다 改定하여, 장바구니의 내용이 물가의 움직임을 정확하게 반영하도록 하고있습니다

그러나 시간과 함께 소비생활의 내용이 변화하기 때문에 언제까지나 장바구니의 내용을 고정해놓으면 현실로 구입하는 개개의 상품의 수량이나 구입하는 상품 그 자체가 다르기 때문에 물가지수가 현실의 물가 변화를 정확히 반영하지 못하게 될 우려가 있습니다. 그래서 그때그때 장바구니의 내용을 바꾸지 않으면 안 됩니다.

현재는 1981年の 統計審議會의 答申을 받고, 消費者物價指數와 그 외 각종 經濟指數는 西曆 年度의 끝이 0과 5의 해를 基準年度로 하여 5年마다 개정하는 것으로 하고있습니다.

統計審議會 議事錄에서(参考)

消費者物價指數나 그 외의 각종 經濟指數의 基準改定 週期에 대해서 1981年の 統計審議會의 議事錄에는 다음과 같은 기록이 있습니다.

① 「어떠한 政策上的의 含意에 의하여 간단히 기준시점을 비껴놓는 일

이 없도록, 즉 恣意的으로 기준시점을 개정해서는 안 된다.]

- ② 「産業聯関表가 5年마다 작성되고, 그것을 기초로 작성되는 지수가 많이 있으므로 5년에 한번의 개정은 적절하다.]

(3) 指数品目

장바구니에 담은 품목은 「家計調査」에서 消費者가 실제로 구입한 家計簿를 集計한 결과를 기초로 선정하고, 선정된 상품을 指数品目이라고 부르고있습니다

이와 같이 消費者物価指数는 장바구니의 내용 전체의 구입비용을 비교하는 것이기 때문에 장바구니 안에 어떠한 商品(財貨와 서비스)을 담을까 라고 하는 것이 중요한 문제의 하나가 됩니다. 물론 소비자가 구입하는 전체의 상품을 망라한다면 그것보다 좋은 것은 없겠지만, 그것은 현실에서는 불가능한 것입니다. 그러기 때문에 家計를 위해서 중요도가 높은 상품을 대표해서 선정하고, 그 가격을 조사하는 것으로 하고있으며, 선정한 상품은 指数品目이라고 부르고있습니다.

消費者物価指数는 우리들의 家計에 직접 영향을 주는 물가의 변동을 가능한 한 정확하게 파악하려고 하는 것이기 때문에 우리들이 구입하는 여러 가지 상품 중에서 중요도가 높은 것을 정확하게 선정하지 않으면 안 됩니다. 指数品目を 객관적으로 정확하게 선정하기 위하여 「家計調査」에서 소비자가 실제로 구입한 家計簿의 집계결과를 기초로 지출액이 많은 품목을 선택하고있습니다.

「家計調査」는 全國의 家口(单独家口를 除外)의 家計實態를 명확하게 하는 調査입니다

家計調査는 國가의 중요한 統計調査로서 指定된 調査(指定統計 第56号)로, 全國의 家口(单独家口를 除外)의 家計實態를 명확하게 파악하기 위하여 總務省이 실시하고있는 調査입니다.

이 조사는 全國의 市町村 중에서 168市町村을 調査市町村으로 선정하

여, 調査市町村에서 調査地区를, 조사지구에서 調査家口를 각각 無作為로 뽑아냅니다. 이와 같이 선정한 約 8,000家口에 매월 가계부의 기입을 의뢰하여 매일의 수입과 지출이 하나 하나 기입된다고 하는 상세한 조사입니다.

目品選定 (3)

指数品目은 家計의 消費支出 中에서 重要도가 높은 것, 價格變動을 대표할 수 있는 것을 選定합니다

指数品目에는 소비생활을 위해서 중요한 상품(財貨와 서비스)을 한쪽으로 치우치지 않도록 선정하지 않으면 안됩니다. 이를 위하여 家計調査結果(1家口当 平均)를 기초로 가계의 소비지출 중에서 지출액이 큰 품목을, 예를 들면 쌀, 빵, 우유, 계란, 냉장고, 양복, 스웨타, 전기요금, 전화요금, 파마요금이라고 하는 것같이 선정하고있습니다. 지출액이 지극히 적은 품목, 예를 들면 電球나 便紙紙와 같은 품목은 그 가격의 움직임이 다른 품목(이 경우 형광등, OA용지)으로 대표된다고 생각해서 선정하지 않습니다. 지수품목을 선정하는 기준은 그 품목으로 지출액이 가계의 소비지출 총액의 1/10,000 이상인가 어떤가를 기준으로 하고있습니다. 그리고 消費支出額 中에서 그 품목의 지출액이 어느 정도의 비율인가를 나타내고있는 數字를 그 품목의 Weight라고 합니다.

지수품목을 선정하는 경우 또 하나의 중요한 점은 같은 종류의 상품 가격의 움직임에 대해서 代表性이 있는 품목을 선정한다고 하는 것입니다. 이를 위해 多種多樣한 상품 中에서 같은 종류의 상품가격의 움직임을 대표할 수 있는 것, 더구나 가격을 조사하기 위해서 이들 상품의 특성을 지정하여 매월 계속해서 조사할 수 있는 것을 선정합니다. 예를 들면, 식료품 中 大豆加工品類를 예로 들면 대두를 원료로 해서 調理된 多種多樣한 제품이 있습니다만, 이 中에서 지출액이 많은 「두부」, 「식용유」, 「낫도」를 대두가공품 가격의 움직임을 대표하는 것으로 선정하고있습니다. 또 洋傘에는 남성용, 여성용, 아이용 등 여러 가지 종류가 있습니다만, 이들 가격의 움직임은 대개 같다고 생각하기 때문에 「男子洋傘」을 대표적인 것으로 선정하고있습니다.

그리고 同種類의 상품 中에서 대표적인 것을 찾아내서 지수품목으로

하고있기 때문에 指数計算의 과정에서는, 예를 들면 남자양산에는 양산 전체의 Weight를 갖게 하도록 하고있습니다.

直接稅와 土地購入 등은 指数品目에 포함시키지 않습니다

指数品目の 範圍는 가게에서 소비하는 상품(재화 및 서비스)에 대한 소비(소비지출)를 대상으로 하고있습니다. 따라서 所得稅, 住民稅 등의 直接稅나 社會保險料 등의 지출(非消費支出)은 指數品目에 포함시키지 않습니다. 이들 중, 예를 들면 貯蓄은 장래를 위하여 대비하는 것으로 저축된 단계에서는 소비를 위하여 지출했다고는 볼 수 없습니다. 또 토지나 주택의 구입 등의 재산구입도 재산이 증가했다고 하는 견해이기 때문에 그대로는 소비자물가지수의 대상에 포함시키지 않는 것으로 하고있습니다.

그리고 消費稅 등의 間接稅는 소비지출에 포함되고있기 때문에 상품 가격의 일부로서 消費者物價指數에 포함시키고있습니다.

自家住宅은 家口가 자기소유의 주택에서 月貫相当(주택의 歸屬賃料)의 서비스를 구입하고있다고 간주해서 대상에 포함시킵니다

그런데 住宅이나 土地購入費는 소비지출은 아니기 때문에 指數品目에 포함시키지 않습니다만, 자가주택에서 살고있는 가구(자가주택)는 자가 소유하는 주택에서 서비스를 현실로 받고있는 것은 확실합니다. 그래서 그것은 근본을 더듬어 가면 토지나 주택의 구입에서 오고있습니다. 家計調査의 2000年 平均결과에서 보면 勤勞者家口 중에서 자가주택의 약 반수가 주택대부의 변제를 하고있습니다. 그래서 무엇인가의 방법으로 자가주택가구의 주택비용을 계산할 수 없을까 라고 하는 문제가 나옵니다.

그런데 만약 자가주택가구가 살고있는 주택을 借家라고 가정하면 당연히 집세를 지불하지 않으면 안 됩니다. 그래서 자가주택에서 얻어지는 서비스에 상당하는 가격을 추측해서 이것을 주택비용으로 보는 사고방식이 성립됩니다. 이러한 생각에 기초해서 자가주택을 차가로 간

주한 경우 지불될 집세를 지수품목에 포함시키고있습니다. 그 집세를 자가주택의 帰屬賃料라고 부르고있습니다.

指数計算에 있어서는 総務省에서 실시하고있는 全国消費実態調査(指定統計 第97号)結果의 자가주택의 帰屬賃料를 기초로 주택구조 및 규모마다 Weight(2-(4)参照)를 구하고, 그것에 대응하는 자가주택의 帰屬賃料의 움직임은 小売物価統計調査(2-(5)参照)에서 조사하고있는 民營借家の 월세의 움직임을 이용하고있습니다.

이와 같이 消費者物価指数에서는 토지나 주택의 購入費 그 자체는 포함시키고있지 않습니다만, 帰屬賃料方式에 의하여 자가주택가구의 주택비용을 算入하고있습니다.

指数品目は 家計의 消費支出 実態를 충분히 반영할 수 있도록 596品目を 선정하고있습니다

이와 같이 해서 2000年基準의 消費者物価指数에서는 2000年の 家計調査結果를 기초로 가게에서 중요한 상품(재화와 서비스) 596품목을 선정하고있습니다. 이 품목 중에는 식빵과 신선야채 등을 위시한 식료품, 의류품, 에어컨, TV, 컴퓨터 등의 가전제품, 전기·가스요금 등의 재화 이외에 집세, 전화요금, 진료비, 외식비, 수업료, 세탁비, 렌트카, 정밀검사 수진료 등의 서비스도 포함되고있습니다. 596개의 지수품목의 내역에 대해서는 附録5 「指数品目 및 Weight 一覽」을 참조하시기 바랍니다.

基準時点보다 후에 급속히 보급되어, 가게에서 중요하게 된 상품을 지수품목으로 추가할 수 있도록 하고있습니다

消費者物価指数는 고정된 장바구니 내용의 구입비용을 비교하고있지만, 최근의 情報通信技術 등의 발전으로 생겨난 상품은 數年에 급속히 보급되어 家計上에서 중요하게 될 가능성이 있습니다. 그래서 기준시점보다 후에 급속히 보급되어 소비지출에 일정 비율을 점하는 새로운 상품(재화와 서비스)이 나타난 경우에는 그 상품의 가격변동을

신속히 消費者物價指에 반영할 수 있도록 하기 위해 다음의 基準改定을 기다리지 않고 지수품목의 재검토를 행할 수 있도록 하고있습니다.

《参考》

2000年基準 消費者物價指数에서는 지수에서 채택하고있는 품목은 596 품목입니다만, 이 정도의 수로 충분한가, 더 많이 채택하면 좋은 것은 아닌가 라고 하는 의문이 생길지도 모릅니다. 그러나 더 지수품목을 증가시켜도 중요도가 낮아 지수계산상 Weight가 적은 품목이 증가할 뿐이기 때문에 종합지수에는 대개 영향을 받지 않습니다. 예를 들면 가계의 소비지출 전체 중에서 전기요금, 집세, 전화통신료라고 하는 것 같이 지출액이 많은 품목순으로 늘어놓아서 보면 상위 10품목에서 전체 지출금액의 약 20%, 20개 품목에서 약 30%, 60개 품목에서 약 50%, 90개 품목에서 약 60%, 200개 품목에서 약 80%, 400개 품목에서 약 90%를 점하고있습니다.

(4) Weight

개개 商品(財貨와 서비스)價格의 움직임을 綜合할 때에는 家計의 消費支出에서 점하는 그 商品의 比率에 따라서 加重值(Weight)를 붙입니다

消費者物價指數는 家計에서 중요한 상품을 하나의 장바구니에 넣고, 그 장바구니 전체의 비용이 물가의 변화에 의해서 얼마나 변하는가를 측정하는 것이라고 앞에서 설명했습니다. 이것은 觀點이 변하면 장바구니 안에 넣은 여러 가지 상품가격의 움직임을 가계의 소비지출 전체에서 점하는 각각의 지출금액 비율(Weight)을 가미해서 종합하여 전체의 물가변화를 측정하는 것과 같게 됩니다.

이 Weight를 가미한다고 하는 것의 의미를 간단한 예로 설명하겠습니다. 예를 들면 쌀, 소고기 및 카레 3품목에 의해서 물가지수를 작성한다고 합시다. 이 달의 가격이 기준시점에 비해서 쌀이 20% 값이 떨어지고, 기준시점의 100에 대해서 80으로, 한편 소고기는 20% 값이 올라가서 120으로, 카레도 15% 값이 올라가서 115가 되었다고 합니다.

이것을 단순히 평균하면

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

가 되어 기준시점의 100에 대해서 5% 상승했다고 계산됩니다. 그러나 가계의 소비지출상 이 3품목에 대한 중요도는 반드시 같지는 않습니다. 이 3품목의 지출금액의 비율이 쌀 6, 소고기 3, 카레 1이었다고 합니다. 그래서 이들의 가격의 움직임을 지출금액의 비율(Weight)을 가미해서 계산하면

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

가 됩니다. 단순히 계산한 경우와 비교해서 Weight의 크기가 반영되어 4.5%의 하락으로 되었습니다. 이와 같은 계산방식을 각 품목의 전체에서 점하는 비율을 가미하면, 즉 Weight를 붙여서 평균한다고 하며, 통계용어에서는 加重平均한다고 합니다.

Weight는 家計調査에 의한 品目마다 支出金額에서 計算됩니다

消費者物価指数에서는 이 Weight를 家計調査結果를 기초로 해서 다음과 같이 계산하고있습니다.

우선 2000年 1年間の 소비지출금액에서 가구에서 구입한 개개 품목마다 얼마를 지출했는가를 조사합니다. 다음에 소비지출금액 전체에 대해서 어느 정도의 비율을 점하고있는가를 계산하여 이것을 개개 품목의 Weight로 하고있습니다. 이와 같이 계산한 품목의 Weight를 附録5 「支出品目 및 Weight 一覽」에 掲載하고있습니다. 게재하고있는 Weight는 소비지출금액 전체를 10,000으로 하고있고, 예를 들면 멧쌀은 99, 식빵은 47, 우유(店頭販売)는 45, 계란은 23, 된장은 11, 전기료금은 294, 고정전화통신요금은 180, 이동전화통신요금은 74 등으로 되어있습니다.

그리고 각 품목의 Weight는 가게 전체의 소비지출금액을 빠뜨리지 않고 포착하기 위하여 2-(3)의 「指数品目」이 있는 곳에서 설명한바와 같이, 예를 들면 남자양산의 Weight는 남자양산뿐만 아니라 양산 전체에 대한 지출금액을 할당하고있습니다. 이와 같이 각 지수품목의 Weight는 同種類의 상품을 대표하는 Weight가 되고있습니다.

또 각 지수품목의 Weight는 年間の 各月을 통해서 같은 Weight를 이용하고있습니다. 그러나 新鮮魚介類와 新鮮野菜, 新鮮果実과 같이 계절에 의해서 出廻상황이 현저히 다른 상품에 대해서는 가구에 있어서의 매월의 지출액이 크게 변화하기 때문에 月마다 다른 Weight를 이용하고있습니다. 이를 위하여 이들의 상품, 예를 들면 가다랑어, 토마토, 굴과 같은 품목에 대해서는 월별로 안정된 Weight를 얻기 위하여 1999年과 2000年の 월별 購入量을 기초로 해서 월마다 다른 Weight를 만들고있습니다.

(5) 価格調査

指数品目に 대해서는 조사하는 種目を 정하여 每月 같은 種목을 調査합니다

指数品目으로서 선정된 각각의 품목에 대해서 매월 같은 상품의 가격을 조사할 수 있도록 조사하는 상품의 기능, 규격, 용량 등의 특성을 규정하고있습니다. 이와 같은 규정을 종목이라고 부르고있습니다. 종목을 정확히 정하지 않고 조사하면 상품가격의 움직임이 정말로 있었기 때문에 가격이 변했는지, 그렇지 않으면 조사하는 상품의 종류와 기능 등이 전월과 今月에서 달랐기 때문에 가격이 변했는지를 알 수 없기 때문입니다. 그래서 각각의 지수품목에 대해서 조사하는 종목을 정해서 매월 같은 종목을 계속적으로 조사하는 것으로 하고있습니다.

조사종목은 지수품목의 가격변동을 대표하는 것입니다. 따라서 그 선정에 있어서는 시장에 出廻되고있는 많은 상품의 상황을 조사한다거나, 업계의 자료 등을 참고한다거나, 전문가의 의견을 듣는다거나 해서 전국의 소비자가 가장 많이 구입하고있다고 보여지는 商標와 商品의 특성을 규정하여 이것을 기본 종목으로 설정하고있습니다. 예를 들면

마요네즈는 『포리에스텔 용기에 담은(500g들이), 「큐피마요네즈」』, OA用紙는 『카피용지(PPC용지), A4사이즈, 하얀색, 〈두께〉 64g/m², 500매』라고 하는 것같이 정하고있습니다.

지역에 의해서는 기본종목의 出廻가 적었다거나, 기본종목이 지역의 가격 움직임을 대표함에도 불구하고 부적절했다거나 하는 경우가 있습니다. 이런 경우에는 기능, 규격, 용량 등이 기본종목에 가장 가까우며 그 지역에서 가격의 대표성이 있고, 계속적으로 조사할 수 있는 종목을 조사종목으로 설정하여 조사하는 것으로 하고있습니다.

개개 商品の 價格은 小売店 등이 消費者에게 販売 또는 提供하고있는 實際의 價格을 調査하고있습니다

商品の 價格은 各各 流通段階에 따라서 다릅니다. 야채와 과일이라면 농가가 자신의 집에서 직접 소비자에게 판매할 때의 가격도 있으며, 중앙도매시장에서 중개인의 경매가격도 있고, 靑果店의 소매가격도 있습니다. 에어컨과 냉장고 등의 가전제품도 메이커에서 제조된 후 각각의 판매회사를 거치는 등으로 해서 소매점으로 나와 유통단계마다 다른 가격으로 취급되고있습니다. 이와 같이 여러 유통단계의 가격 중 消費者物價指數에서는 실제로 소매점 등이 소비자에게 판매 또는 제공하고있는 가격을 채택하고있습니다.

이 가격은 家計調査와 같이 나라의 중요한 統計調査로서 지정되어 總務省이 실시하고있는 「小売物價統計調査」(指定統計 第35号)에 의해서 점포에서 조사하고있습니다. 그리고 컴퓨터(데스크톱형과 노트북형 2품목)에 대해서는 기술혁신이 급격하고, 시장의 제품 cycle이 지극히 짧기 때문에 같은 품목의 가격을 수집하는 방법으로는 같은 품질의 제품을 계속적으로 조사하는 것이 곤란합니다. 그래서 이들 2품목의 지수작성에서는 전국의 주요한 家電量販店에서 판매된 全製品의 POS情報에 의한 가격 및 판매량 등을 이용하고있습니다.

基本品目は適宜 재검토하고, 出廻가 적게되는 경우에는 품목을 변경하고있습니다

조사하는 품목을 장기간 고정해 놓으면 상품의 出廻가 변화하고, 가격변동을 대표하지 못하게될 우려가 있습니다. 이 때문에 상품의 出廻狀況을 정기적으로 조사한다거나 maker와 業界 등에 있어서의 제품의 제조와 출하상황에 관한 정보를 파악한다거나 하여 현행의 기본품목이 품목의 가격변동을 대표하는 것으로 하여 적절한가 어떤가를 재검토를 하여 年에 2회, 1月과 7月에 기본품목의 변경을 하고있습니다.

그리고 消費者物価指數는 순수한 가격의 변화를 파악하는 것을 목적으로 하고있기 때문에 조사품목을 변경할 경우에는 기능과 품질의 변화에 의한 가격의 변화분을 조정하도록 하고있습니다.

小売価格は 小売物価統計調査에 의해서 每月 調査하고있습니다

小売物価統計調査는 전국의 市町村에서 167개 市町村을 선정하고, 다시 商業集中地区 등을 골라내서 그 중 대표적인 소매점을 조사점포로 하고있습니다. 조사점포의 수는 전국에서 약 30,000점포, 조사하는 가격의 수는 매월 약 23만 이상입니다. 또 소매점 이외에 民營借家の 집세를 조사하기 위하여 전국에서 약 22,000家口를 선정하고있습니다.

가격조사는 매월 그 달의 12日이 포함되는 週의 水曜日, 木曜日, 金曜日 중 1日에 실시하고있습니다만, 魚介類, 野菜, 과일의 新鮮食品 중 매일 가격의 변화가 큰 42품목 및 生花 3품목에 대해서는 그 달의 가격을 정확히 파악하기 위해 12日이 포함되는 中旬 이외 上旬(5日이 포함하는 週의 水曜日, 木曜日, 金曜日 중 1日이 調査日)과 下旬(22日이 포함하는 週의 水曜日, 木曜日, 金曜日 중 1日이 조사일)의 각 조사일과 그 前日 및 前前日 3일간의 가격을 조사하여 그 중 중간치를 잡고, 다시 그들을 평균해서 사용하고있습니다.

사용하는 가격은 希望小売價格과 正札價格은 아니고, 그 점포에서 실제로 판매하고있는 평상의 消費稅 포함의 小売價格입니다. 또 일시적으로 싸게 팔리고있는 것과 같은 특별가격은 조사하지 않습니다.

(6) 指數의 計算

消費者物價指數는 Laspeyres式이라고 하는 計算式에 의해서 作成되고 있습니다

이제까지는 消費者物價指數의 기본적인 사항, 즉 基準時點, 指數에서 채택하는 품목, 각 품목의 Weight, 조사하는 가격에 대해서 순서에 따라서 설명해왔습니다. 다음은 이들을 사용해서 어떻게 消費者物價指數를 계산하는가에 대해서 간단히 정리해보고자 합니다.

구체적으로는 消費者物價指數의 計算은 기준시점에 있어서의 장바구니 전체의 비용을 비교하는 것이라고 설명했습니다. 이 의미를 式으로 써보겠습니다.

언뜻 보기에 어려운 것같이 보이는 이 式입니다만, 의미를 이해하면 어려운 것은 아닙니다. 우선 Laspeyres式으로 쓰면 다음과 같이 됩니다.

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

여기에서 p 는 指數品目(調査品目)의 가격, q 는 그 購入量을 나타내고, 籤子의 0는 基準時點, t 는 比較時點을, 1, 2, 3, ----, n 은 개개 품목을 나타냅니다. \sum 는 전체의 품목에 대해서 합계하는 것을 의미합니다.

위의 算式 $p_{0i}q_{0i}$ 는 어느 指數品目 (i)의 기준시점의 가격과 그 구입량을 곱한 것이기 때문에 그 품목의 기준시점에 있어서의 지출액이 되고, 그것을 합계한 $\sum(p_{0i}q_{0i})$ 는 기준시점에 구입한 전체의 품목의 합계 지출액을 의미합니다. 즉 Laspeyres式의 分母인 $\sum(p_{0i}q_{0i})$ 는 기준시점에 있어서의 장바구니 속 전체의 구입비용을 나타내고 있습니다. 한편 비교시점에 이것과 같은 물건을 구입한 경우의 비용이 分子인 $\sum(p_{ti}q_{0i})$ 로 나타내고 있습니다.

이 분자는 기준시점의 장바구니에 담은 개개 품목의 수량이 q_{0i} 로 나타내지고, 그것을 비교시점의 가격 p_{ti} 로 산 경우의 합계지출금액이 됩니다. 이 분자 $\sum(p_{ti}q_{0i})$ 를 분모 $\sum(p_{0i}q_{0i})$ 로 나누어 100배한 값이 Laspeyres式에 의한 消費者物價指數가 됩니다.

간단한 예로서 쌀, 소고기, 카레, 부엌용 세제 4품목으로 지수의 계산 방식을 보도록 합시다(表1 参照). 기준시점의 장바구니에는 쌀 20kg, 소고기 2kg, 카레 2갑(1갑 250g들이), 부엌용 세제 2병(1병 600ml들이)이 들어있습니다. 장바구니 전체의 비용은

$\sum(p_{0i}q_{0i})=430\text{円}\times 20+300\text{円}\times 2+250\text{円}\times 2+250\text{円}\times 2=15,600\text{円}$ 으로 계산되어 15,600円이 들었습니다.

한편 비교시점에는 각각의 품목가격이 변했기 때문에 기준시점과 같은 수량을 사려면

$\sum(p_{ti}q_{0i})=400\text{円}\times 20+320\text{円}\times 2+260\text{円}\times 2+225\text{円}\times 2=15,370\text{円}$ 이 됩니다.

이 두 개의 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 되어, 이것을 100배해서 지수는 98.5로 나타냅니다.

表1 消費者物價指數의 計算 例

品目	單位	基準時 購入量 (1개월 당) q_0	基準時 價格 p_0	比較時 價格 p_t	基準時支出額 $p_0q_0=$ 웨이트 (W_0)	比較時 支出額 p_tq_0	價格比 p_t/p_0
			円	円	円	円	
쌀	1 kg	20kg	430	400	8,600	8,000	0.930
소고기	100 g	2kg	300	320	6,000	6,400	1.067
카레	1箱(250 g들이)	2箱	250	260	500	520	1.040
주방用洗劑	1本(600ml들이)	2本	250	225	500	450	0.900
計	-	-	-	-	15,600	15,370	-

실제의 計算에서는 基準時加重相對法 算式(Laspeyres型)을 利用합니다

그런데 결과는 같게 됩니다만, 여기에서 다른 하나의 특별한 계산식을 나타내겠습니다. 이것은 基準時加重相對法 算式이라고 불리는 것으로

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

으로 나타냅니다. 새로운 기호인 w_{0i} 는 어느 품목(i)의 기준시점의 Weight(기준시점의 지출금액)를 나타냅니다. 쌀의 기준시점의 지출액은 이 예에서는 8,600円으로 그것은 기준시점의 가격 430円(p_0)에 수량 20kg(q_0)를 곱한 것으로 Weight는 8600으로 나타냅니다.

다음에 表1과 같이 쌀, 소고기, 카레, 부엌용 세제에 대해서 기준시점에 대한 비교시점의 價格比(p_{ti}/p_{0i})를 계산합니다. 그렇게 하면 기준시점에서 비교시점까지의 기간에 쌀 0.930배, 소고기 1.067배, 카레 1.040배, 부엌용 세제가 0.900배의 값의 움직임이 있었던 것이 됩니다. 이 가격비에 각각의 Weight를 곱하고, 다음과 같이 加重平均하면 계산 결과는 Laspeyres式의 경우와 같은 98.5가 됩니다.

$$\begin{aligned} \frac{\sum \left(\frac{p_{ti}}{p_{0i}} \times w_{0i} \right)}{\sum w_{0i}} &= \frac{0.930 \times 8,600 + 1.067 \times 6,000 + 1.040 \times 500 + 0.900 \times 500}{8,600 + 6,000 + 500 + 500} \\ &= \frac{15,370}{15,600} = 0.985(100\text{배해서 } 98.5) \end{aligned}$$

그리고 消費者物價指數의 品目別 Weight는 일반적으로 1万分比로 표시하고 있습니다. 「1万分比 Weight」는 기준시점에 있어서의 總消費支出額(이 예에서는 15,600円)을 10,000으로 해서 각 품목의 지출액을 比例換算한 값입니다.

Laspeyres式과 基準時加重相對法 算式(參考)

Laspeyres式은 다음과 같이 변형할 수 있고, 基準時加重相對法 算式과 같은 것이 됩니다.

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

실제로 消費者物價指數의 작성에 이용되고있는 것은 Laspeyres式이 아니고, 基準時加重相對法 算式(Laspeyres型)입니다.

그 이유는 指數品目 중 예를 들면 의료비와 교통비 등에 대해서는 지출금액은 비교적 간단히 조사되어도, 통일적인 단위로 수량을 조사하는 것이 어려운 것을 들 수 있습니다. 또 Weight가 있는 곳에서 설명한바와 같이 指數品目 이외의 지출금액에 대해서는 전체의 가계지출을 대표하도록 유사한 指數品目에 편입해서 Weight를 작성하고있습니다. 그러나 이와 같은 Weight의 배분이 수량에 의해서는 할 수 없는 것도 이 식을 이용하는 이유의 하나입니다.

(7) 指數의 公表

消費者物價指數는 통상 每月 26日이 포함된 週의 金曜日 午前 8時에 公表하고있습니다

消費者物價指數의 結果는 통상 每月 26日이 포함된 週의 金曜日 午前 8時에 東京都 区部에 대해서는 当月의 指數(中旬 速報值)가, 全國에 대해서는 前月の 指數가 公表됩니다. 또 同日의 閣議에 보고하고있습니다. 公表內容은 Internet, FAX service 등으로 입수할 수 있는 것 이외에 總務省 統計局의 統計圖書館에서도 열람할 수 있습니다. 또 公표結果는 보고서로 정리되어 每月 「消費者物價指數月報」가 간행되는 것 이외에 年間結果를 정리한 것으로 「消費者物價指數年報」가 간행되고 있습니다(상세한 것에 대해서는 附錄7 「指數의 閱覽 및 入手處」參照).

3 消費者物価指数의 作成 系列

이제까지 消費者物価指数가 어떻게 작성되는가를 중심으로 설명해왔습니다. 여기에서는 현재 작성하고있는 指数의 系列에 대해서 그 概略을 소개합니다.

그리고 자세한 것은 附錄1~4를 参照하시기 바랍니다.

(1) 基本分類指數

基本分類指數는 家計의 消費支出 費目別 分類에 의해서 作成되고 있습니다

基本分類指數는 전체의 물가 움직임을 종합한 「綜合指數」와 그 내역을 소비목적에 의하여 비목별로 분류한 지수로 매월 公表되고 있습니다. 費目別 指數에 대해서는 전국 및 東京都 区部는 10大費目指數부터 이것을 세분화한 596품목별 價格指數까지 작성하고 있습니다. 또 都市階級(8区分), 地方(10区分), 大都市圏(4区分), 都道府県庁 所在市(東京都 区部를 제외)와 川崎市 및 北九州市(48区分)의 70地域은 10大費目指數 및 이것을 세분화한 中分類指數를 작성하고 있습니다.

그리고 기본분류의 別途掲載項目으로서 「新鮮食品을 제외한 綜合」, 「자가주택의 歸屬賃借料를 제외한 綜合」, 「자가주택의 歸屬賃借料 및 신선식품을 제외한 綜合」 등의 지수도 작성하고 있습니다.

(2) 財貨와 서비스分類指數

指數品目を 財貨와 서비스로 分類한 指數를 작성하고 있습니다

재화와 서비스분류지수는 지수품목을 다음과 같은 관점에서 분류한 지수로 전국 및 東京都 区部に 대해서 매월 公表하고 있습니다.

- ① 財貨인가 서비스인가
- ② 어떤 산업에서 製造되고있는가 또는 提供되고있는가

③ 財貨에 대해서는 耐久性的의 정도 등 그리고 재화와 서비스분류의 別途掲載項目으로서 「自家住宅의 歸屬 賃借料를 제외한 서비스」, 「公共料金」 등의 지수도 작성하고있습니다.

(3) 家口屬性別 指數

家口의 收入과 家口主의 年齡 등에 의해서 가구의 소비구조가 다르기 때문에 물가변동의 영향은 가구속성에 의하여 다르다고 생각할 수 있습니다. 그래서 家口屬性別 指數를 전국에 대해서 작성하고있습니다.

그리고 이 지수의 Weight는 家計調査 結果에서 家口屬性別, 指數品目別로 계산하고있지만, 品目別 價格指數는 全國指數를 공통으로 이용하고있습니다.

家口의 收入이 다름에 따른 物價의 움직임을 보기 위해 年間收入 5分位階級別 指數를 作成하고있습니다

家計의 消費支出內訳은 수입의 크기에 의해서 좌우되는 부분이 있습니다. 수입이 높은 계층의 가구와 낮은 계층의 가구로 나뉘어서 물가지수를 계산하면 소비지출의 내역에 대응하는 Weight가 다르기 때문에 그 결과가 다름을 볼 수 있다고 생각할 수 있습니다. 그래서 勤勞者家口에 대해서 年間收入 5分位階級別로 中分類까지의 지수를 매월 公表하고있습니다.

그리고 年間收入 5分位階級이라는 것은 가구를 연간수입이 낮은 쪽부터 높은 쪽으로 순서대로 늘어놓고 家口數를 5等分한 group으로 수입이 낮은 쪽부터 순서로 第Ⅰ, 第Ⅱ, 第Ⅲ, 第Ⅳ, 第Ⅴ階級이라고 부르고 있습니다.

標準으로 보여지는 家口에 있어서의 物価의 움직임을 보기 위해 標準家口指數를 作成하고있습니다

표준가구지수는 家口員의 구성이 夫婦, 子女 2名으로 구성된 가구 중 家口主만이 有業者인 勤勞者家口에 대해서 각 지수품목의 Weight를 정해서 물가변동을 측정하는 지수로 中分類까지의 지수를 매월 公表하고있습니다.

그 외에도 家口主의 年齡階級別, 家口主의 職業別 및 住居의 所有關係別 指數를 作成하고있습니다

가구주의 연령계급별, 가구주의 직업별, 주거의 소유관계별로 각 지수 품목의 Weight를 정해서 물가변동을 측정하는 지수로 10大費目指數를 매년 公表하고있습니다.

그리고 각각의 구분은 다음과 같습니다.

○ 家口主의 年齡階級

25歲未滿, 25~29歲, 30~34歲, 35~39歲, 40~44歲
45~49歲, 50~54歲, 55~59歲, 60~64歲, 65~69歲
70歲以上

○ 家口主의 職業

勤勞者家口

勞務作業者, 民間職員, 官公署職員

勤勞者 이외의 家口

商人 및 職人, 個人經營者, 農林漁業 從事者, 法人經營者,
自由業者, 無職

○ 住居의 所有關係

自家, 民營借家, 公營借家, 給与住宅

(4) 品目特性別 指数

指数品目を 必需品인가 아닌가로 区分한 基礎的·選擇的 支出項目別 指数를 作成하고있습니다

각 指数품목을 소비자의 구입상황에 착안해서 분류한 品目特性別 指数를 전국에 대해서 작성하고있습니다.

그리고 이 指数를 작성하기 위해 품목별 가격지수는 전국의 指数를 이용하고있습니다.

소비자가 구입하는 상품(재화와 서비스)에는 쌀과 야채 등과 같이 필수성이 높은 품목과 가구의嗜好 등에 의하여 선택적으로 구입된다고 보여지는 품목이 있어, 전자를 기초적 지출항목, 후자를 선택적 지출항목이라고 부르고있습니다. 기초적 지출항목의 물가상승이 큰 경우는 일반적으로 物價上昇感이 높아진다고 생각합니다. 이와 같은 관점에서 基礎的·選擇的 支出項目別 指数를 全家口와 勤勞者家口에 대해서 매월 公表하고있습니다. 또 근로자가구에 대해서는 다시 年間收入 5分位階級別의 指数도 매월 公表하고있습니다.

그리고 각 指数품목이 기초적인가 선택적인가의 구분은 家計調査의 품목별 支出彈力性에 의해서 행해지고 있습니다.

指数品目を 購入하는 頻度에 의하여 区分한 年間購入頻度階級別 指数를 作成하고있습니다

소비자가 구입하는 상품(재화와 서비스)에는 빵과 우유 등과 같이 빈번히 사는 품목도 있으면, 月 1회나 年에 數回밖에 구입하지 않는 품목도 있습니다.

기초적인 지출과 같이 구입빈도가 높은 품목의 물가상승이 큰 경우에는 일반적으로 物價上昇感이 높다고 생각할 수 있습니다. 그래서 指数 품목을 家計調査에 의한 年間購入頻度(購入回数)에 의해서 아래와 같이 구분한 指数를 매월 公表하고있습니다.

- 0.5回 未滿 ----- 드물게 구입하는 품목
- 0.5~1.5回 未滿 --- 年 1회 정도 구입하는 품목
- 1.5~4.5回 未滿 --- 年 2~4회 정도 구입하는 품목
- 4.5~9.0回 未滿 --- 2個月에 1회 정도 구입하는 품목
- 9.0~15.0回 未滿--- 月 1회 정도 구입하는 품목
- 15.0回 以上 ----- 빈번히 구입하는 품목

(5) 参考指数

毎年 Weight를 前年の 消費構造에 의한 것으로 고쳐서 計算한 連鎖指数도 作成하고있습니다

2-(2)의 「基準時点」이 있는 곳에서 설명한바와 같이 消費者物價指數는 指数품목의 Weight를 5年間 고정해서 물가의 변동을 측정하고 있습니다. 그러나 소비생활의 내용은 매년 변화하고있음에도 불구하고 5年間 Weight를 고정한 채 指數를 계산하고있으면 「消費構造를 적절히 반영한 결과가 되지 않게 되는 것은 아닌가」라고 하는 의문이 생깁니다. 이와 같은 의문을 풀어드리기 위해 前年の 家計調査 結果를 기초로 直近의 Weight를 구해서 그 Weight를 이용해서 계산한 指數를 매년 작성하고있습니다.

그리고 이 指數는 連鎖基準方式에 의한 Laspeyres指數라고 부르고 있습니다.

이 방식은 우선 前年(t-1)을 기준시점으로 하고, 前年の 소비구조에 의하여 Weight(w_{t-1})를 이용하고, 当年(t)의 指數($I_{t-1, t}$)를 계산합니다. 이것은 連環指數라고 부르고있고, 算式으로 나타내면 다음과 같이 됩니다.

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

다음은 이 指數를 100으로 되돌려 놓고 출발점이 되는 실제의 기준시점의 指數(100)에 순차적으로 곱해잡니다. 즉, 출발점의 기준시점에 대

한 第1時点의 지수, 第1時点에 대한 第2時点의 지수, 第2時点에 대한 第3時点의 지수라고 하는 것과 같이 하나 전의 시점을 기준시점으로 한 지수를 계산하고, 이것을 순차적으로 곱하여 출발점의 기준시점에 접속해 가는 것입니다. 그렇게 하면 출발점에 대한 第n번째의 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 됩니다. 이 算式은 현재 5年마다 개정하고있는 기준시점을 1年마다 개정하여 지수를 계산하고, 그것을 매년 접속해 가는 것이 됩니다.

그리고 이 방식에 의하면 Weight가 매년 새로운 소비구조로 개정할 수 있는 것으로 소비생활의 변화는 지수에 반영되는 것으로 되지만, 한편 物價가 상승, 하락을 반복하고있는 경우에는 drift라고 불리는 치우침이 생길 가능성이 있고, 큰 노력을 필요로 하는 Weight의 계산을 매년 하지 않으면 안 되는 문제가 됩니다.

또 最近年에 대해서는 實務上 전년의 Weight를 즉시 작성할 수 없기 때문에 처음의 數個月分の 지수는 Weight작성 후에 換置하게 되는 등 利用上 불편한 점도 있습니다.

이제까지 계산한 결과에서는 連鎖基準方式에 의한 Laspeyres指数도, 従來의 指数와 별로 차가 없다고 하는 결과가 나오고있습니다.

基準年度와 比較年度의 中間에 해당하는 年度의 消費構造에 기초한 指數를 새롭게 作成합니다

家計의 消費構造变化를 보다 신속하게 消費者物價指數에 반영시키는 새로운 시도로서 連鎖基準方式에 의한 Laspeyres指數에 더해서 基準年度와 比較年度의 中間에 해당하는 연도의 소비구조를 이용한 中間年度 Basket方式에 의한 지수도 매년 参考指數로서 公表하고있습니다.

独身家口를 포함한 全家口 base의 指数도 새롭게 作成합니다

2-(4)의 「Weight」가 있는 곳에서 설명한바와 같이 消費者物価指数의 Weight는 2人 이상의 가구의 소비구조에 기초해서 작성하고있고, 독신가구의 소비구조는 반영되고있지 않습니다. 그래서 전국에 대해서 독신가구를 포함한 「全家口」의 Weight를 이용한 全家口指数를 매년 参考指数로서 公表하고있습니다.

그리고 1995年 基準의 消費者物価指数에 의하여 전가구지수를 계산한 결과에서는 종래의 지수와 별로 차가 없다고 하는 결과가 나왔습니다.

(6) 新・旧指数의 接統

各 指数系列은 2000年을 100으로 한 指数에 過去로 소급해서 換算됩니다

消費者物価指数는 앞에서 설명한바와 같이 5年마다 기준시점 및 Weight가 개정되고있습니다. 消費者物価指数는 시간의 경과에 의한 물가의 움직임을 보는 것이기 때문에 과거로 소급해서 비교되지 않으면 불편합니다. 그래서 기준개정 때마다 새로운 기준시점에 맞게 과거의 지수계열을 환산하여 접속하고있습니다. 지수의 환산은 1999年 12月 이전의 지수(1995年=100)를 100으로 돌려놓은 1995年 기준에 의한 2000年 평균지수로 나눈다고 하는 단순한 比例換算方法에 의하고있습니다.

1995年 및 戦前을 基準時点으로 하는 換算指数를 作成하고있습니다

현재 작성하고있는 지수는 2000年을 100으로 한 것입니다만, 기준시점이 1995年으로 되어있는 다른 지수와 비교할 때의 형편을 도모하기 위해 「全国」 및 「東京都 区部」에 대해서 1995年을 100으로 하는 환산지수를 작성하고있습니다. 이 지수는 2000年 이후 新基準指数에

100으로 돌려놓은 1995年 기준에 의한 2000年 평균지수를 곱한 지수입니다.

더욱이 戰前부터 물가의 움직임을 알기 위해 戰時体制에 들어가기 前 1934년부터 1936年 3年間的 평균을 1로 한 戰前을 기준시점으로 하는 환산지수도 작성하고있습니다. 이 指数는 東京都 区部に 대해서 1947年 이후 1995年 환산지수와 같은 접속방법에 의하여 계산되고있습니다.

(7) 消費者物価 地域差 指数

各 地域間的 物価水準 差를 보기 위하여 消費者物価地域差指数를 作成하고있습니다

지금까지 설명해온 消費者物価指数는 시간의 경과에 의한 물가변동을 보기 위해서 지수로 했습니다. 이것에 대해서 소비자물가지역차지수(아래에서는 地域差指数라고함)는 어느 시점에 있어서의 지역간의 물가수준의 차를 나타내기 위한 지수입니다. 「自家住宅의 帰屬賃借料를 제외한 綜合」, 「賃借料를 제외한 綜合」, 「食料」의 3항목에 대해서 전국 평균의 물가수준을 기준(=100)으로 한 都市階級(5区分), 地方(10区分), 都道府県庁 所在地市와 川崎市 및 北九州市(49区分)의 지수를 매년 公表하고있습니다.

地域差指数를 계산하기 위한 Weight는 每年의 家計調査의 전국 평균 결과를 기초로 해서 작성합니다. 또 가격은 小売物価統計調査 등에 의해서 얻어진 각각의 지역의 年平均價格입니다.

또 이 지역차지수와는 별도로 総務省이 5年마다 실시하고있는 全国物価統計調査(指定統計 第108号)의 결과에 의한 消費者物価地域差指数가 있습니다. 전국물가통계조사는 소매물가통계조사에 비해서 조사규모가 매우 크기 때문에 全国物価統計調査의 地域差 指数는 지역은 都市階級, 地方 이외에 調査市町村別까지, 또 항목은 기본분류에서는 중분류까지 지수가 작성되고있는 것 이외에 재화와 서비스분류의 지수도 있고, 물가수준의 보다 자세한 지역간 차이를 알 수 있습니다.

4 消費者物価指数를 보는法

(1) 消費者物価指数가 나타내는 物価의 움직임이란

消費者物価指数는 消費者 全体에 대한 物価 움직임의 平均을 나타내는 것입니다

消費者物価指數의 움직임은 무엇을 나타내고있는 것입니까? 가게에서 구입하는 상품(재화와 서비스)과 그 購入數量은 개개의 家口에 의해서 반드시 같지는 않습니다. 예를 들면 私立大學에 다니는 子女가 있는 가구가 아니면 私立大學의 授業料 변화는 가게에 직접 영향이 없습니다. 消費者物価指數가 올랐거나 내렸다고 해도 물가의 움직임이 각각의 가게에 영향을 주는 정도는 다릅니다. 消費者物価指數는 이와 같은 개개의 가게에 대응하는 물가의 움직임을 나타내는 것은 아니고, 소비자 전체에 대한 물가의 움직임을 나타내는 지표입니다.

그리고 수입의 크기나 가구원수 등의 가구속성이 다르면 소비지출의 내역이 다르기 때문에 3-(3)의 「家口屬性別 指數」에서 설명한바와 같이 소비자 전체에 대한 소비자물가지수 이외에 가구속성별 지수를 작성하고있습니다. 表2는 근로자가구에 있어서의 年間수입 5분위계급별 종합지수에 대해서 1995년부터 2000년까지 5年間の 변화를 나타낸 것입니다. 이에 따르면 종합지수에서는 각 계급 모두 대개 1.3~1.4% 전후의 상승으로 되어있습니다.

表2. 年間收入 5分位階級別 消費者物価指數의 變化(1995~2000年)

- 全国 勤勞者家口 - (%)

	平均	第Ⅰ階級	第Ⅱ階級	第Ⅲ階級	第Ⅳ階級	第Ⅴ階級
綜合	1.4	1.3	1.3	1.4	1.3	1.4

(2) 變化率

前月 또는 前年同月에서의 物價 움직임은 變化率로 나타냅니다

前月부터 또는 前年同月부터의 物價變化를 보는 경우, 두 시점의 지수를 단순히 뺄셈하는 것은 아니고, 變化율을 이용해서 몇%의 상승(또는 하락)이라고 나타냅니다. 어느 시점의 지수를 (A), 그것보다 전의 시점의 지수를 (B)라고 하면, 이들 2시점간의 變化율은 다음과 같이 계산합니다.

$$\text{變化율} = \frac{(A)-(B)}{(B)} \times 100$$

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

이와 같이 어느 시점에서 다음의 시점까지 지수가 몇% 變化했는가라고 하는 경우는, 이 두 지수의 차를 전의 시점의 지수에서 나누어 100분비로 나타내는 것으로 됩니다.

예를 들면, 2001年 1月の 全国 消費者物價指數에 대해서 2000年 1月부터 1年間 物價의 움직임을 보기로 하겠습니다. 2000年을 100으로 한 2001年 1月の 指數는 99.8로, 전년(2000年) 1월의 지수는 100.1이었기 때문에 그 차는 -0.3이 됩니다. 이것을 100.1(2000年 1월의 지수)로 나누어 100倍하면 0.3% 하락했다고 하게 됩니다.

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

그리고 2시점의 지수의 차에 대해서는 %와 구별해서 %point라고 부릅니다. 위의 예에서는 2001年 1月の 지수는 전년동월에 비해서 0.3%point 하락(=99.8-100.1)했다고 합니다.

다음은 각각의 變化율을 보는 방법에 대해서 소개하겠습니다.

前月比는 당월의 지수를 비교한 變化율로 가장 가까운 시점에서 物價變動을 나타냅니다. 단, 前月比에 대해서는 衣類品과 新鮮果實 등 상품

의 出廻의 변화에 의한 계절적인 변동도 포함되어있는 점에 주의할 필요가 있습니다.

$$\text{前月比(\%)} = \frac{(\text{当月지수}) - (\text{전월지수})}{(\text{전월지수})} \times 100$$

이것에 대해 前年同月比는 당월의 지수를 1년전의 같은 달의 지수와 비교한 변화율입니다. 같은 달끼리의 비교이기 때문에 계절적인 변동요인을 고려할 필요가 없고, 당월까지의 1년간의 물가 움직임을 보는 것으로 편리합니다.

$$\text{前年同月比(\%)} = \frac{(\text{当月지수}) - (\text{전년동월의지수})}{(\text{전년동월의지수})} \times 100$$

또 前年比는 当年的 年平均指数(1월부터 12월의 平均)를 전년의 年平均指数와 비교한 변화율로 1년간의 물가 움직임을 총괄한 것으로서 중요한 經濟指標가 되고있습니다.

$$\text{前年比(\%)} = \frac{(\text{당년의연평균지수}) - (\text{전년의연평균지수})}{(\text{전년의연평균지수})} \times 100$$

그리고 前年度比는 年度平均指数(当年 4월부터 翌年 3월의 平均)를 이용해서 전년비와 같이 계산합니다.

(3) 季節調整指數

季節的인 變動을 제거한 본래의 物價趨勢를 보기 위하여는 季節調整指數를 이용합니다

계절이 바뀔 때에 의류품이 싸게 되는 것은 일반적으로 잘 알려지고 있습니다만, 그 외에도 야채와 과일 등의 신선품 가운데에는 1월부터 12월까지 각월에 가격의 움직임이 매년 같은 pattern으로 올랐거나 내렸거나 하는 품목이 있습니다.

이와 같이 계절에 의한 특유의 가격 움직임을 계절변동이라고 부르고

있고, 종합지수의 움직임에도 영향을 주고있습니다. 물가 움직임을 정확히 1년전의 같은 달과 비교한 전년동월비에 대해서는 이러한 계절변동을 생각하지 않아도 좋겠습니다만, 그것은 1년전과의 비교이고, 본래의 물가 움직임을 파악하는 것은 아닙니다. 예를 들면 전월부터의 변화를 보려고 하는 경우를 생각해 보시죠.

例年 8月の 종합지수는 과거의 data에서 계절특유의變動分만으로 전월보다 3%정도 내린 것을 알고있다고 합니다. 그러나 어느 해의 8月の 종합지수가 7月보다 1%밖에 내려가지 않은 경우를 생각해 보시죠. 8月の 물가는 7月に 비해서 확실히 1% 내려갔던 것입니다만, 계절특유의變動으로 3%정도는 내려가야 하는데 1%밖에 내려가지 않았던 것입니다. 따라서 계절변동을 제외한 경우는 오히려 2%정도 상승했다고 볼 수 있습니다.

이와 같이 매월의 消費者物價指數에서 季節特有的의變動分을 除去한指數가 季節調整指數입니다.

2000年基準 消費者物價指數에서는 다음의 7개 항목에 대해서 계절조정지수를 작성하여公表하고있습니다.

〈基本分類〉

- ① 綜合
- ② 新鮮食品을 除外한 綜合
- ③ 自家住宅의 歸屬賃料를 제외한 綜合
- ④ 自家住宅의 歸屬賃料 및 新鮮食品을 제외한 綜合

〈財貨 및 서비스 分類〉

- ⑤ 財貨
- ⑥ 半耐久消費財
- ⑦ 新鮮食品을 제외한 財貨

季節調整(參考)

物價指數 등과 같이 시간의 경과에 의한 변동을 보려고 하는 月別統計에서는 基調로서의 추세를 보기 위해 원래의 수치(아래에서는 原系列이라고 부름)에서 季節變動(S)分을 제거한 「季節調整」의 數值(아래에서는 季節調整系列이라고 부름)를 구하는 것이 널리 행해지고 있습니다.

月別統計의 數值變動은 보통 다음의 4가지 要所로 分解해서 생각합니다.

- ① 傾向變動(Trend)---傾向으로서의 趨勢的인 움직임으로 長期的인 數值變化를 나타냅니다.
- ② 循環變動(Cycle)----傾向變動의 순환을 비교적 장기의 주기를 갖고 파도와 같이 상하로 변동하는 움직임으로 景氣循環 등이 이것에 해당합니다.
- ③ 季節變動(Seasonal)--12個月의 週期를 갖는 규칙적인 움직임으로 계절특유의 변동입니다.
- ④ 不規則變動(Irregular)--郵便料, 鐵道運賃 등의 가격상승, 氣候不順에 의한 야채의 가격상승 등 그 달에 가끔 생기는 불규칙적인 변동이 이것에 해당합니다.

季節調整系列은 原系列에서 상기 ③의 계절변동 (S)를 제외한 것으로 傾向變動 (T), 循環變動 (C), 不規則變動 (I)의 3가지가 복합된 것으로 되어있기 때문에 TCI系列이라고도 부릅니다.

季節調整系列은 原系列을 과거 수년간의 data에서 구한 季節指數(季節變動分을 指數化한 것)로 나누어서 구합니다.

그리고 消費者物價指數에서는 当年의 各月은 前年 12月까지의 data로부터 구한 推定季節指數를 이용해서 계산합니다. 그 후 当年의 12月까지의 指數를 산출하는 段階에서 当年 1年間의 data도 포함해서 季節指數를 다시 구하여 季節調整指數를 개정합니다.

또 季節調整指數는 매년 새로운 data가 더해짐과 함께 그것을 포함해서 계산하기 위해 과거의 季節調整指數도 변하기 때문에 주의가 필요합니다.

(4) 物価의 變動要因

消費者物價의 움직임을 세밀하게 분석하기 위해서는 10大費目 이외에 그 内訳인 中分類의 움직임도 봅니다

전국의 소비자물가는 종합해서 2000年 5月부터 2001年 5月까지의 1年間에 0.7% 하락했습니다. 이 변화율은 소비자물가 전체의 움직임을 나타낸 数字이기 때문에 어느 요인으로 0.7% 하락했는가 모릅니다. 그래서 어느 항목의 물가가 어느 정도 움직였는가를 볼 필요가 있습니다.

우선 食料, 住居, 光熱·水道 등 10大費目으로 나눈 움직임을 보려고 합니다(表3 「10大費目別의 前年同月比와 寄与度 및 寄与率」参照). 食料, 家具·家事用品, 被服 및 신발, 交通·通信, 教養娯樂, 諸雜費가 하락하고있습디다만, 住居, 光熱·水道, 保健医療, 教育은 상승하고있습디다.

더욱이 하락한 10大費目에 대해서 그 内역인 中分類의 움직임을 보면 教養娯樂用耐久財, 家庭用耐久財, 通信의 하락폭이 다른 항목에 비해서 크게 되어있습니다. 그러나 항목마다 Weight가 다르기 때문에 같은 하락폭이라도 가계에 영향은 똑같지는 않다는 것에 주의할 필요가 있습니다.

物價 全体의 움직임에 대해서 各 内訳項目이 어느 만큼 影響주었는가를 보는 것에는 寄与度を 이용합니다

각 항목의 Weight를 가미해서 각 항목의 움직임이 물가 전체의 움직임에 대해서 어느 정도 기여하고있는가를 나타내는 기여도를 구해봅시다. 기여도는 다음 算式으로 계산합니다.

$$\text{항목A의기여도} = \frac{((\text{당기항목A의 지수}) - \text{전기항목A의 지수}) \times \frac{\text{항목A의 Weight}}{\text{종합 Weight}}}{\text{전기의종합지수}} \times 100$$

예를 들면, 教養娯樂에 대해서 계산해 보면 다음과 같이 됩니다.

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

이 -0.39는 교양오락만이 3.5% 하락하고 다른 항목이 변화하지 않았다고 가정한 경우의 종합지수의 변화율에 상당합니다.

그리고 각 항목의 기여도를 합계하면 종합지수의 변화율이 됩니다. 또 기여도의 총합(=종합지수의 변화율 [-0.7%])를 100으로 한 각 항목의 기여도의 비율을 寄与率이라고 합니다. 교양오락의 하락의 기여율을 계산하면 55.7%(=-0.39 ÷ -0.7 × 100)가 되기 때문에 종합지수의 0.7% 하락 가운데 55.7%는 교양오락에 의해서 초래됐다고 볼 수 있습니다.

단, 상승하고있는 비목도 있기 때문에 하락하고있는 비목의 기여율을 합계하면 100을 넘어버리는 것에 주의할 필요가 있습니다.

表3 10大費目別 前年同月比와 寄与度 및 寄与率

	① Weight	② 2000年 5月指数	③ 2001年 5月指数	前年 同月比 %	④寄与度 $\frac{③-②}{⑥} \times \frac{①}{⑤} \times 100$	寄与率 $\frac{④}{⑦} \times 100$ %
總 合	⑤10 000	⑥100.3	99.6	⑦-0.7		100.0
食 料	2 730	100.0	99.8	-0.2	-0.05	7.1
住 居	2 003	100.1	100.2	0.1	0.02	-2.9
光熱·水道	651	100.2	100.7	0.5	0.03	-4.3
家具·家事用品	369	100.6	97.1	-3.5	-0.13	18.6
被服 및 신발	568	102.6	100.4	-2.1	-0.12	17.1
保健 医療	380	100.2	100.8	0.6	0.02	-2.9
交通·通信	1 313	99.9	98.8	-1.1	-0.14	20.0
教 育	398	100.3	101.3	1.0	0.04	-5.7
教 養 娛 樂	1 130	101.1	97.6	-3.5	-0.39	55.7
諸 雜 費	456	100.1	99.9	-0.2	-0.01	1.4

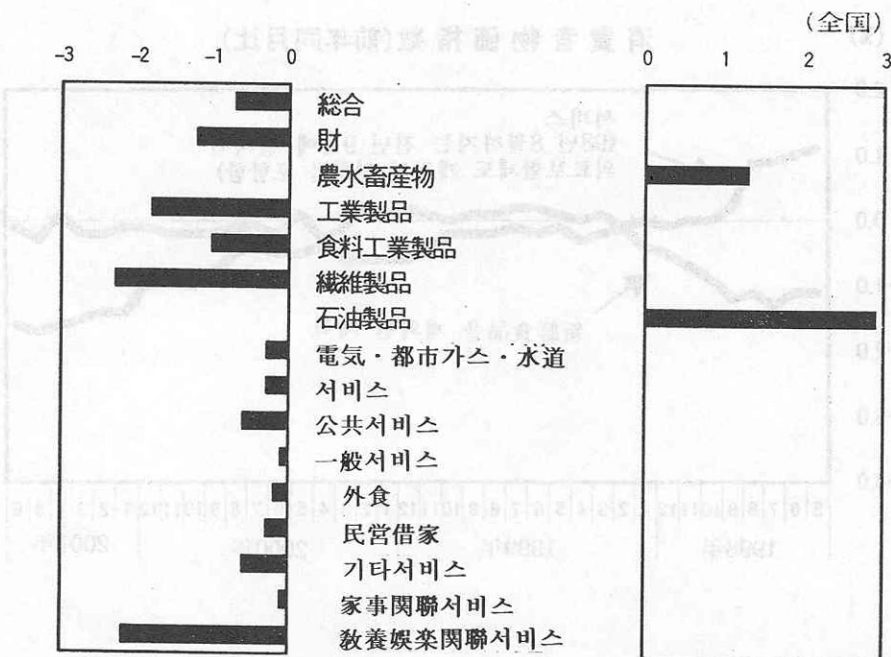
註) 四捨五入 관계로 各 費目的 合計가 總合計에 一致하지 않는 경우가 있음

商品の特質 등에 의해서 区分하고있는 財貨와 서비스分類別 指数도 参照하면 變動要因의 分析에 도움이 됩니다

3-(2)의 「財貨와 서비스分類指数」에서도 설명한바와 같이 (재화와 서비스 분류는 지수품목을 그 특성에 의하여 ① 財貨인가, 서비스인가 ② 어느 산업에서 제조 또는 제공되고있는가 ③ 재화에 대해서는 내구성의 정도 등에 의하여 분류하고있습니다. 구체적으로는 재화는 農水畜産物, 食料工業製品, 纖維製品, 石油製品, 電氣·都市가스·水道 등으로 분류되고있습니다. 예를 들면 원유가격이 상승하거나 換率이 낮아졌거나 하면 석유제품 등의 지수가 상승해왔습니다.

한편, 서비스는 公共料金を 중심으로 하는 공공서비스와 일반서비스로 분류되고, 다시 일반서비스는 外食, 民營賃借料, 家事關聯서비스, 教養娛樂關聯서비스 등으로 분류되고있습니다. 서비스의 가격은 이제까지는 일반적으로 인건비의 占有率이 많기 때문에 하락하기 어렵다고 했었습니다만, 그림3과 같이 2001年 5月の 지수를 전년인 2000年 5月과 비교해보면 規制改革이 진전된 電話通信料의 하락 등에서 공공서비스가 하락하고있는 것 이외에 需要獲得을 위한 價格競争에서 外食도 하락하고있는 등을 알 수 있습니다.

그림3 財貨와 서비스分類指数 2001年 5月の 前年同月比(%)



消費者物価指数의 움직임과 都壳物価指数를 对比시켜볼 때는 対象品目이 상이함에 留意할 필요가 있습니다

1-(1)의 「消費者物価指数란 무엇인가?」에서도 설명한바와 같이 消費者物価指数에는 都壳物価指数가 대상으로 하고있지 않는 授業料, 집세, 外食 등의 서비스의 가격이 50% 가까이 포함되고있습니다. 서비스의 가격은 전체적으로 보면 재화에 비해서 인건비의 비율이 높고, 재화의 가격이 저하해도 그만큼 저하하지 않는 경향이 있습니다.

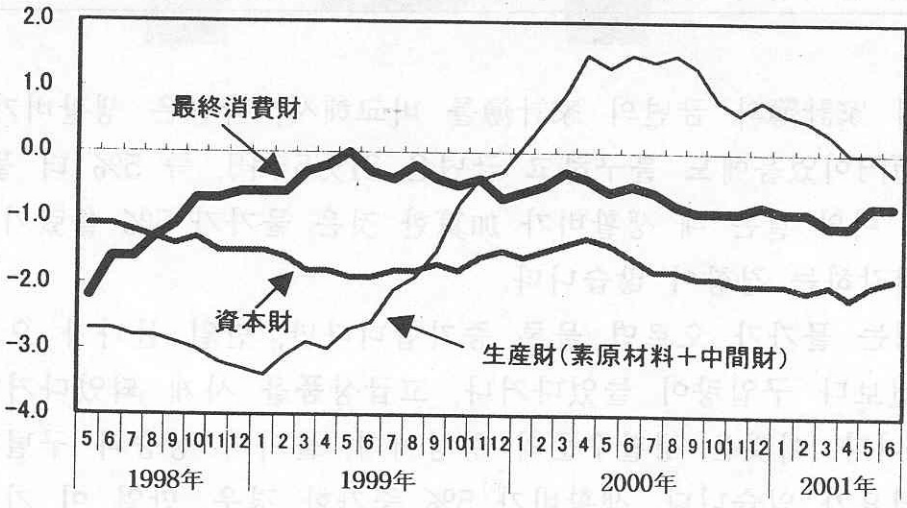
또 消費者物価指数가 대상으로 하고있는 재화는 소비자가 구입하는 것에 대해서이고, 원유 등의 原材料, 電氣部品 등의 中間財, 建設機械 등의 資本財는 포함되고있지 않습니다. 따라서 이들의 상품이 값이 내려가더라도 소비자물가가 직접 내려가는 것이 아니고, 간접적으로밖에 영향을 주지 않습니다. 이와 같은 이유에서 都壳物価指数와 消費者物価指数의 綜合指数는 반드시 일치하는 움직임을 한다고는 할 수 없습니다.

그리고 兩指数를 가능하면 같은 품목의 범위로 비교하는 것으로는 国内 都壳物価指数의 「最終消費財」와 消費者物価指数의 「新鮮食品을 제외한 財貨」를 이용하게 됩니다(그림4 参照).

그림4 消費者物価指数와 国内 都壳物価指数의 推移



(%) 国内卸売物価指数(前年同月比)



(5) 指数와 体感

消費者物価指数의 움직임이 生活体感과 맞지 않는다고 하는 소리를 듣고 있습니다. 소비자물가지수의 움직임과 물가에 대해서의 사람들의 체감이 다른 이유로서 생각할 수 있는 것을 열거해 보았습니다.

사람들의 生活体感은 매일 사는 것 등의 값의 움직임에 질질 끌려 다니는 경향이 있습니다

소비자물가지수의 계산에 이용하는 Weight는 전국의 家口를 평균해서 만들어지고 있습니다. 따라서 개개 가구의 가계와는 다릅니다. 예를 들면, 수업료가 오른 경우 학생이 있는 가구에서는 가계에 큰 영향을 줍니다. 또 전년과 비교해서 물가가 내려갔다고 해도 아이들이 금년에 진학한 가구에서는 입학금과 수업료의 지불이 있고, 전년보다 생활이 편해졌다고는 느끼지 못하게 됩니다. 개개 가구의 상황은 매년 변화하고 그것에 따라서 소비지출의 내용도 매년 달라집니다만, 국가 전체로서 보면 소비구조는 통상 단기간으로는 크게 변화하지 않습니다.

物価의 움직임과 生活費의 움직임을 혼동하고있는 경우가 있습니다

작년의 家計簿와 금년의 家計簿를 비교해서, 작년은 생활비가 1개월에 30万円이었음에도 불구하고 금년은 31万5千円, 즉 5% 더 들었다고 합니다. 이와 같은 때 생활비가 加算한 것은 물가가 5% 올랐기 때문이라고 생각하는 경향이 많습니다.

생활비는 물가가 오르면 물론 증가합니다만, 만일 물가가 오르지 않아도 전보다 구입량이 늘었다거나, 고급상품을 사게 되었다거나 해도 증가합니다. 이것은 생활수준의 향상이지, 물가의 상승과 구별해서 생각할 필요가 있습니다. 생활비가 5% 증가한 경우, 만일 이 기간에 물가가 1% 상승했다고 한다면 생활비의 증가 5% 중 1%는 물가의 영향이지만, 나머지 4%(정확히는 105를 101로 나눈 3.96%)는 생활수준이 향상한 分이 됩니다.

同一品質의 商品價格과 平均的인 購入價格의 變化는 다릅니다

한마디로 TV라고 해도 개인이 자신의 방에서 보는 것 같은 소형으로 심플한 기능의 저가격의 상품에서, 거실에서 가족과 함께 볼 수 있는 대형의 디지털 기능의 고가격 상품까지 여러 가지 상품이 판매되고 있습니다. 소비자는 이 중에서 자신의 경제상태나 목적에 맞게 구입할 상품을 선택하고 있습니다. 家計調査의 결과에서는 소비자가 구입하고 있는 주요한 가전제품이나, 식품의 평균구입가격 등을 알 수 있습니다만, 이 평균 구입가격은 개개 상품의 기능이나 품질 차를 고려하지 않고 각 품목의 평균적인 구입가격을 택한 것입니다. 이것에 대해 소비자물가지수는 동일한 기능이나 품질을 갖는 상품의 가격의 변화를 포착하는 것을 목적으로 하고 있습니다.

구체적인 예에서 평균 구입가격과 소비자물가지수의 추이를 비교해 봅시다.

TV 1대당 평균 구입가격을 보면, bubble경제의 붕괴 이전은 대강 일정하게 추이를 하고있으며, 이전은 기능이 향상된 신제품을 일정한 価

格台에서 판매·구입하는 경향이 있었던 것을 나타내고있습니다. 그러나 bubble붕괴 이후는 평균구입가격이 저하하는 경향이 있었습니다. 이것은 다른 가전제품에서도 보여지는 소위 가격파괴라고 불리는 현상에 상당합니다. 한편 소비자물가지수는 기능향상에 따른 가격상승분을 제외하고 지수를 작성하고있습니다. 그를 위해 TV의 가격지수는 bubble붕괴 이전부터 일관해서 저하하고있습니다(그림5 参照).

식품 등도 기호의 변화 등에 의해서 평균 구입가격과 소비자물가지수의 추이는 달라집니다. 간장 100ml당 평균 구입가격은 단가가 높은 大豆간장의 증가 등에 의해서 소비자물가지수보다도 상승하고있습니다(그림6 参照).

이와 같이 평균구입가격과 소비자물가지수의 추이가 다른 것에는 품목에 의해서 특색이 있습니다. 일반적으로 기술혁신에 의하여 기능의 향상이 진행되고있는 TV 등 가전제품과 같은 품목에서는 평균구입가격보다 소비자물가지수의 하락폭이 크게 되는 경향을 볼 수 있습니다. 또 간장에서 보는바와 같이 好況期에는 高級志向이 높아지고, 不況期에는 低価格의 志向이 높아지는 품목은 평균구입가격이 소비자물가지수에 비해서 변동폭이 크게 되는 경향이 있습니다.

그림5 TV의 消費者物價指數와 平均購入價格指數의 推移 (1985年=100)

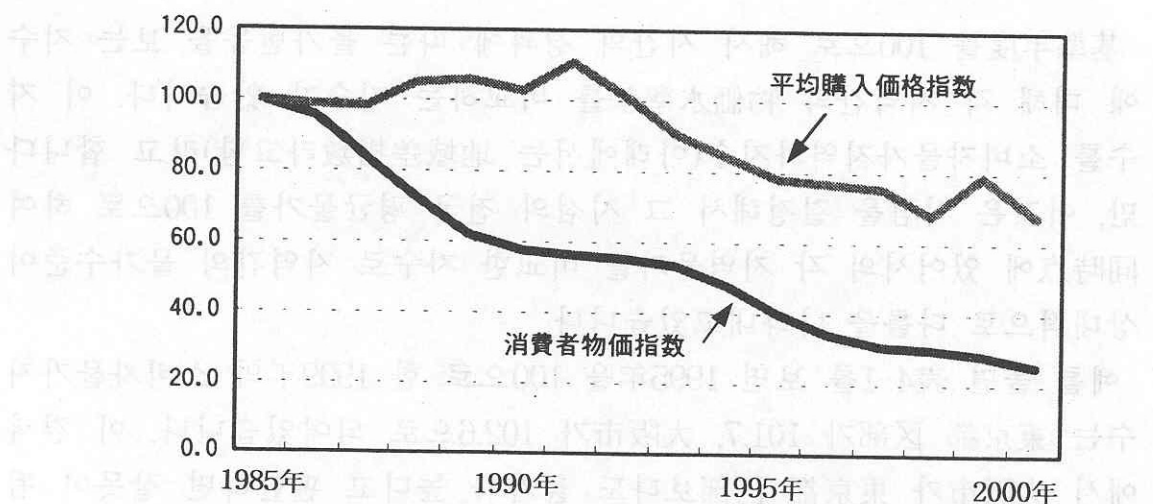
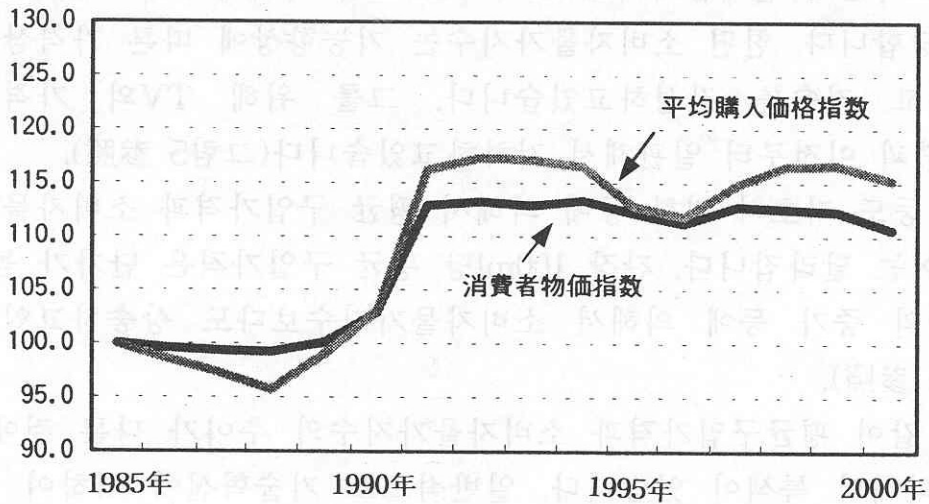


그림6 간장의 消費者物価指数와 平均購入価格指数의 推移
(1985年=100)



(6) 消費者物価地域差指数를 보는法

物価水準의 地域間 比較에는 消費者物価地域差指数를 利用합니다

基準年度를 100으로 해서 시간의 경과에 따른 물가변동을 보는 지수에 대해 각 지역간의 物価水準差를 비교하는 지수가 있습니다. 이 지수를 소비자물가지역차지수(아래에서는 地域差指数라고함)라고 합니다만, 이것은 시점을 결정해서 그 시점의 전국 평균물가를 100으로 하여 同時点에 있어서의 각 지역물가를 비교한 지수로 지역간의 물가수준이 상대적으로 차이를 나타내고 있습니다.

예를 들면 表4-1를 보면 1995년을 100으로 한 1999년의 소비자물가지수는 東京都 区部가 101.7, 大阪市가 102.6으로 되어 있습니다. 이 결과에서 大阪市가 東京都 区部보다도 물가가 높다고 판단하면 잘못이 됩니다. 이 지수는 1995년부터 1999년까지의 4년간의 소비자물가지수가 東京都 区部보다도 大阪市가 상승한 정도가 높았던 것을 나타내는 것

에 불과하지 않습니다. 지역간의 물가수준의 차이를 알기 위해서는 소비자가 구입하는 상품의 가격의 지역차를 통합한 지역차지수를 볼 필요가 있습니다. 表4-2에서 보시다. 이 表의 두 번째 줄은 1999년의 전국 평균물가를 100으로 해서 東京都 区部와 大阪市の 지역차지수를 나타낸 것으로 東京都 区部는 110.9, 大阪시는 107.1이라고 되어있습니다. 이 결과를 보면 물가수준 그 자체는 大阪市보다도 東京都 区部가 높다는 것을 알 수 있습니다.

表 4 - 1 消費者物価指数 (平成 7 年=100)

	平成 7 年	平成 11 年
全国	100.0	102.2
東京都区部	100.0	101.7
大阪市	100.0	102.6

表 4 - 2 消費者物価地域差指数 (全国=100)

	平成 7 年	平成 11 年
全国	100.0	100.0
東京都区部	111.3	110.9
大阪市	106.5	107.1

附録1 消費者物価指数 作成系列 一覧

集計区分, 地域区分, 表章項目	月	四半期	半期	年	年度
1 基本分類指数 (全国, 東京都区部) 総合及び10大費目から品目別価格指数まで (都市階級, 地方, 大都市圏, 都道府県庁所在市 [東京都区部を除く]と川崎市及び北九州市) 総合及び10大費目から中分類指数まで	○	○	○	○	○
2 財・サービス分類指数 (全国, 東京都区部)	○	○	○	○	○
3 世帯属性別指数 (全国) 勤労者世帯年間収入五分位階級別中分類指数 標準世帯中分類指数 世帯主の年齢階級別10大費目指数 世帯主の職業別10大費目指数 住居の所有関係別10大費目指数	○ ○			○ ○ ○ ○ ○	
4 品目特性格別指数 (全国) 基礎的・選択的支出項目別指数 ^{注)} 品目の年間購入頻度階級別指数	○ ○			○ ○	
5 参考指数等 (全国, 東京都区部) ラスパイレス連鎖基準方式による消費者物価指数 中間年バスケット方式による消費者物価指数 (全国) 総世帯指数 (全国, 東京都区部) 平成7年基準中分類指数 (換算指数) (東京都区部) 戦前基準5大費目指数 (換算指数)				○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	○
6 消費者物価地域差指数				○	

注) 勤労者世帯については、年間収入五分位階級別に表章

附録2 地域区分

全国及び都市階級

全国

全都市

人口5万以上の市

大都市(政令指定市及び東京都区部)

6大都市(東京都区部, 横浜市, 名古屋市,
京都市, 大阪市及び神戸市)

中都市(人口15万以上100万未満の市及びさいたま市)

小都市A(人口5万以上15万未満の市)

小都市B(人口5万未満の市)

町村

地方

北海道…北海道

東北…青森県, 岩手県, 宮城県, 秋田県, 山形県, 福島県

関東…茨城県, 栃木県, 群馬県, 埼玉県, 千葉県, 東京都,
神奈川県, 山梨県, 長野県

北陸…新潟県, 富山県, 石川県, 福井県

東海…岐阜県, 静岡県, 愛知県, 三重県

近畿…滋賀県, 京都府, 大阪府, 兵庫県, 奈良県, 和歌山県

中国…鳥取県, 島根県, 岡山県, 広島県, 山口県

四国…徳島県, 香川県, 愛媛県, 高知県

九州…福岡県, 佐賀県, 長崎県, 熊本県, 大分県, 宮崎県,
鹿児島県

沖縄…沖縄県

大都市圏

京浜葉

中京

京阪神

北九州・福岡

附録3 基本分類 一覧(10大費目 中分類)

総合食料	穀類 魚介類 肉類 乳卵類 野菜・海藻 果物 油脂・調味料 菓子類 調理食品 飲料 酒類 外食	交通・通信 交通 自動車等関係費 通信	教育 授業料等 教科書・学習参考教材 補習教育	教養娯楽 教養娯楽用耐久財 教養娯楽用品 書籍・他の印刷物 教養娯楽サービス	諸雑費 理美容サービス 理美容用品 身の回り用品 たばこ その他
住居	家賃 設備修繕・維持				
光熱	水道 電気・ガス代 電気代 ガス代				
家具	他の光熱 上下水道料 家事用品 家庭用耐久財 室内装備品 寝具類 家事雑貨 家事消耗品 家事サービス		<別掲項目>	生鮮食品 生鮮魚介 (再掲) 生鮮野菜 (再掲) 生鮮果物 (再掲)	
被服及び履物 衣料	和服 洋服 シャツ・セーター・下着類 シャツ・セーター類 下着類 履物類 生地・他の被服類 生地・糸類 他の被服 被服関連サービス		生鮮食品を除く総合 生鮮食品を除く食料	生鮮食品を除く総合 生鮮食品を除く住居 生鮮食品を除く家賃	持家の帰属家賃及び 生鮮食品を除く総合
保健医療	医薬品・健康保持用摂取品 保健医療用品・器具 保健医療サービス		教育関係費 教養娯楽関係費		

附録4 財貨와 서비스分類 一覽

総合財	<別掲項目>
農水畜産物 生鮮商品 他の農水畜産物	米類 耐Ⓐ消費財
工業製品 食料工業製品 大企業性製品 中小企業性製品	半耐Ⓐ消費財 非耐Ⓐ消費財
繊維製品 大企業性製品 中小企業性製品	公共料金 生鮮食品を除く財 持家の帰属家賃を除くサービス
石油製品 他の工業製品 大企業性製品 中小企業性製品	大企業性製品計 中小企業性製品計
電気・都市ガス・水道 出版物	
サービス 公共サービス 公営・公団公社家賃 家事関連サービス 医療・福祉関連サービス 運輸・通信関連サービス 教育関連サービス 教養娯楽関連サービス	
一般サービス 外食 民営家賃 持家の帰属家賃 他のサービス 家事関連サービス 医療・福祉関連サービス 教育関連サービス 教養娯楽関連サービス	

附録5 指数品目 Ⅲ Weight 一覧(2000年 基準指数, 全国)

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
総合	10 000	さば	6
食料	2 730	さんま	6
穀類	238	たい	7
米類	101	ぶり	14
うるち米	99	いか	15
国産米A	33	たこ	8
国産米B	55	えび	20
ブレンド米	7	あさり	7
指定標準米	4	かき(貝)	5
もち米	2	ほたて貝	5
パン	78	塩干魚介	50
食パン	47	塩さけ	12
あんパン	31	たらこ	15
めん類	47	しらす干し	7
ゆでうどん	10	干しあじ	7
乾めん	9	丸干しいわし	3
スパゲッティ	3	煮干し	3
即席めん	14	ししゃも	4
生中華めん	11	魚肉練製品	26
他の穀類	11	揚げかまぼこ	9
小麦粉	2	ちくわ	6
もち	9	かまぼこ	11
魚介類	280	他の魚介加工品	32
生鮮魚介	171	かつお節	4
まぐろ	32	魚介漬物	12
あじ	9	魚介つくだ煮	5
いわし	4	魚介缶詰	9
かつお	9	塩辛	2
かれい	8	肉類	205
さけ	17	生鮮肉	160

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
牛肉 (ロース)	29	もやし	4
牛肉 (肩肉)	21	アスパラガス	4
牛肉 (輸入品)	21	かんしょ	4
豚肉 (ロース)	36	ばれいしょ	9
豚肉 (肩肉)	24	さといも	4
鶏肉	28	だいこん	7
レバー	1	にんじん	8
加工肉	45	ごぼう	4
ハム	20	たまねぎ	8
ソーセージ	19	れんこん	3
ベーコン	6	ながいも	3
乳卵類	115	えだまめ	4
牛乳・乳製品	92	さやいんげん	4
牛乳	56	かぼちゃ	3
牛乳 (配達)	11	きゅうり	10
牛乳 (店頭売り)	45	なす	6
乳製品	36	トマト	16
粉ミルク	4	ピーマン	4
ヨーグルト	22	生しいたけ	6
バター	2	えのきだけ	7
チーズ	3	しめじ	7
チーズ (輸入品)	6	乾物・加工品類	113
卵	23	乾物・海藻	27
鶏卵	23	あずき	3
野菜・海藻	284	干しいたけ	2
生鮮野菜	171	のり	12
キャベツ	8	わかめ	5
ほうれんそう	10	こんぶ	5
はくさい	4	大豆加工品	39
ねぎ	11	豆腐	20
レタス	8	油揚げ	10
ブロッコリー	5	納豆	10

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
他の野菜・海藻加工品	46	油脂・調味料	103
こんにゃく	7	油脂	11
梅干し	8	食用油	8
だいこん漬	7	マーガリン	2
はくさい漬	5	調味料	92
福神漬	4	食塩	2
キムチ	7	しょう油	9
こんぶつくだ煮	5	みそ	11
スイートコーン缶詰	3	砂糖	6
果物	113	酢	4
生鮮果物	108	ソース	3
りんごA	3	ケチャップ	2
りんごB	12	マヨネーズ	10
みかん	16	ジャム	5
グレープフルーツ	3	カレールウ	6
オレンジ	2	乾燥スープ	7
レモン	2	風味調味料	6
いよかん	3	ふりかけ	6
なし	7	液体調味料	13
ぶどうA	3	菓子類	222
ぶどうB	4	ようかん	13
かき(果物)	3	まんじゅう	22
もも	4	だいふく餅	12
すいか	5	カステラ	5
メロン	7	ケーキ	37
いちご	16	ゼリー	10
バナナ	11	プリン	8
キウイフルーツ	3	シュークリーム	5
さくらんぼ	3	せんべい(うるち米粉)	16
果物加工品	5	せんべい(小麦粉)	4
果物缶詰(みかん)	2	ビスケット	13
果物缶詰(もも)	3	ポテトチップス	17

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
キャンデー	8	他の飲料	79
チョコレート	14	果実ジュース	13
アイスクリーム	28	果汁入り飲料	22
落花生	4	野菜ジュース	9
チューインガム	8	炭酸飲料	11
調理食品	263	乳酸菌飲料A	4
主食的調理食品	101	乳酸菌飲料B	9
弁当	75	スポーツドリンク	6
おにぎり	10	ミネラルウォーター	6
調理パン	10	酒類	143
冷凍調理ピラフ	5	清酒A	3
他の調理食品	162	清酒B	14
うなぎかば焼き	21	清酒C	11
サラダ	12	焼ちゅう	13
コロッケ	17	ビール	74
カツレツ	14	ビール (輸入品)	2
からあげ	26	発泡酒	11
ぎょうざ	11	ウイスキー (輸入品)	1
冷凍調理コロッケ	21	ウイスキーA	2
調理カレー	14	ウイスキーB	2
混ぜごはんのもと	14	ウイスキーC	1
煮豆	14	ぶどう酒	3
飲料	145	ぶどう酒 (輸入品)	5
茶類	37	外食	620
緑茶 (番茶)	2	一般外食	586
緑茶 (せん茶)	19	うどん (外食)	27
紅茶	4	中華そば	29
茶飲料	12	スパゲッティ (外食)	9
コーヒー・ココア	28	にぎりずし	62
インスタントコーヒー	10	のり巻き	7
コーヒー豆	7	親子どんぶり	11
コーヒー飲料	11	天どん	44

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
カレーライス	45	浴槽	28
牛どん	12	温水洗浄便座	9
ぎょうざ (外食)	26	給湯機	9
ハンバーグ	36	板材	5
えびフライ	33	塗料	5
お子様ランチ	12	工事その他のサービス	237
ハンバーガー	26	畳表取替費	6
サンドイッチ	13	水道工事費	39
ピザパイ	24	左官手間代	21
コーヒー (外食)	28	塀工事費	40
ビール (外食)	143	植木職手間代	13
学校給食	34	板ガラス取替費	4
学校給食 (小学校低)	11	ふすま張替費	18
学校給食 (小学校高)	14	大工手間代	39
学校給食 (中学校)	9	ルームエアコン取付け料	11
住居	2 003	火災保険料	46
家賃	1 708	光熱・水道	651
民営家賃	300	電気・ガス代	467
民営家賃 (木造小住宅)	30	電気代	294
民営家賃 (木造中住宅)	81	電気代	294
民営家賃 (非木造小住宅)	58	ガス代	173
民営家賃 (非木造中住宅)	131	都市ガス代	88
公営・公団公社家賃	48	プロパンガス	84
公営家賃	27	他の光熱	39
公団公社家賃	21	灯油	39
持家の帰属家賃	1 360	上下水道料	145
持家の帰属家賃 (木造小住宅)	1	水道料	100
持家の帰属家賃 (木造中住宅)	1 107	下水道料	45
持家の帰属家賃 (非木造小住宅)	1	家具・家事用品	369
持家の帰属家賃 (非木造中住宅)	251	家庭用耐久財	116
設備修繕・維持	295	家事用耐久財	57
設備材料	58	電子レンジ	3

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
電気炊飯器	8	家事雑貨	80
電気ポット	3	食器類	21
ガステーブル	3	飯茶わん	9
ガス湯沸器	3	皿	4
電気冷蔵庫	19	コーヒーわん皿	4
電気掃除機	6	ガラスコップ	2
電気洗濯機	9	ワイングラス	2
ミシン	4	台所用品	19
電気アイロン	1	台所用密閉容器	5
冷暖房用器具	35	なべ	4
ルームエアコン	21	なべ(輸入品)	4
温風ヒーター	7	やかん	4
電気ごたつ	1	たわし	2
電気カーペット	6	レンジ台	1
一般家具	24	他の雑貨	40
整理だんす	7	蛍光ランプ	11
洋服だんす	5	タオル	12
座卓	4	ビニールホース	4
食堂セット	4	浄水器	13
食器戸棚	5	家事用消耗品	71
室内装備品	38	ティッシュ・トイレットペーパー	20
置時計	3	ティッシュペーパー	8
照明器具	8	トイレットペーパー	11
カーペット	13	洗剤	25
上敷ござ	1	台所用洗剤	10
カーテン	13	洗濯用洗剤	15
寝具類	31	他の消耗品	27
ベッド	5	ラップ	10
布団	15	殺虫剤	8
毛布	3	防虫剤	1
敷布	3	柔軟仕上剤	4
布団カバー	4	芳香剤	4

品目	ウエイト (1万分比)	品目	ウエイト (1万分比)
家事サービス	33	スカート (夏物)	7
家事代行料	4	スカート (冬物)	9
家事代行料	4	婦人スラックス (冬物)	11
清掃代	20	婦人スラックス (ジーンズ)	11
し尿処理手数料	19	婦人コート	16
粗大ごみ処理手数料	2	婦人上着	17
他の家事サービス	8	女子学校制服	6
モップレンタル料	8	子供洋服	28
被服及び履物	568	男児ズボン	8
衣料	250	女児スカート (夏物)	7
和服	23	女児スカート (冬物)	8
婦人着物	16	乳児服	5
婦人帯	7	シャツ・セーター・下着類	163
洋服	227	シャツ・セーター類	115
男子洋服	71	男子シャツ・セーター類	36
背広服 (夏物)	15	ワイシャツ (長袖)	7
背広服 (冬物)	19	ワイシャツ (半袖)	4
男子上着	8	スポーツシャツ (長袖)	7
男子ズボン (夏物)	7	スポーツシャツ (半袖)	9
男子ズボン (冬物)	5	男子セーター	10
男子ズボン (ジーンズ)	5	婦人シャツ・セーター類	69
男子コート	7	ブラウス (長袖)	10
男子学校制服	5	ブラウス (半袖)	8
婦人洋服	128	婦人Tシャツ (長袖)	8
婦人スーツ (合物)	7	婦人Tシャツ (半袖)	14
婦人スーツ (夏物)	9	婦人セーター (長袖)	24
婦人スーツ (冬物)	5	婦人セーター (半袖)	6
婦人スーツ (ニット)	5	子供シャツ・セーター類	10
ワンピース (合物)	11	子供Tシャツ (長袖)	4
ワンピース (夏物)	8	子供Tシャツ (半袖)	4
ワンピース (冬物)	1	子供セーター	1
スカート (合物)	4	下着類	48

品目	ウエイト (1万分比)	品目	ウエイト (1万分比)
男子下着類	16	婦人ストッキング	6
男子シャツ (長袖)	2	婦人ソックス	8
男子シャツ (半袖)	3	ベルト	3
男子ブリーフ	3	子供タイツ	3
男子ズボン下	2	被服関連サービス	38
男子パジャマ	4	仕立代	2
婦人下着類	26	洗濯代 (ワイシャツ)	9
ブラジャー	6	洗濯代 (背広服上下)	22
婦人ショーツ	12	履物修理代	2
スリッパ	8	被服賃借料	2
子供下着類	6	保健医療	380
子供シャツ	6	医薬品・健康保持用摂取品	112
履物類	63	感冒薬	13
男子靴	14	解熱鎮痛剤	4
婦人靴	26	胃腸薬	8
子供靴	3	ビタミン剤A	15
運動靴 (大人用)	7	ビタミン剤B	15
運動靴 (子供用)	7	ドリンク剤	13
サンダル	5	皮膚病薬	6
草履	1	はり薬	5
生地・他の被服類	92	目薬	5
生地・糸類	9	口中剤	5
婦人服地	4	漢方薬	22
背広服地	4	保健医療用品・器具	73
毛糸	2	紙おむつ	11
他の被服	45	生理用紙綿	9
帽子	7	浴用剤	4
ネクタイ	4	コンタクトレンズ用剤	5
ネクタイ (輸入品)	2	眼鏡	25
マフラー	4	コンタクトレンズ	5
男子靴下 (夏物)	5	ヘルスマーター	7
男子靴下 (冬物)	5	体温計	6

品目	ウエイト (1万分比)	品目	ウエイト (1万分比)
血圧計	2	普通乗用車	40
保健医療サービス	195	普通乗用車(輸入品)	20
診療代	163	自転車	9
出産入院料(国立)	9	自転車	9
出産入院料(公立)	14	自動車等維持	529
マッサージ料金	7	ガソリン(レギュラー)	142
人間ドック受診料	2	ガソリン(プレミアム)	35
交通・通信	1 313	自動車タイヤ	24
交通	278	自動車ワックス	22
鉄道運賃(JR)	95	自動車整備費(定期点検)	34
普通運賃(JR, 在来線)	26	自動車整備費(マフラー交換)	2
普通運賃(JR, 新幹線)	26	自動車整備費(パンク修理)	2
料金(JR, 在来線)	9	自動車オイル交換料	10
料金(JR, 新幹線)	9	車庫借料	54
通学定期(JR)	6	駐車料金	9
通勤定期(JR)	19	自動車免許手数料	2
鉄道運賃(JR以外)	59	レンタカー料金	11
普通運賃(JR以外)	31	自動車保険料(自賠責)	32
通学定期(JR以外)	6	自動車保険料(任意)	148
通勤定期(JR以外)	22	通信	295
バス代	29	郵便料	15
タクシー代	24	はがき	8
航空運賃	26	封書	4
有料道路料金	44	速達	1
高速自動車国道料金	35	書留	1
都市高速道路料金	9	小包	2
自動車等関係費	740	固定電話通信料	180
自動車	202	移動電話通信料	74
軽乗用車	40	運送料	17
小型乗用車A	40	通信機器	9
小型乗用車B	50	教育	398
小型乗用車(輸入品)	10	授業料等	292

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
PTA会費 (小学校)	14	ボールペン	2
PTA会費 (中学校)	17	鉛筆	1
私立中学校授業料	11	マーキングペン	2
公立高校授業料	43	ノートブック	5
私立高校授業料	48	アルバム	5
国立大学授業料	12	OA用紙	3
私立大学授業料	93	セロハン粘着テープ	2
私立短期大学授業料	19	筆入れ	6
公立幼稚園保育料	4	運動用具	64
私立幼稚園保育料	32	ゴルフクラブ	5
教科書・学習参考教材	11	サッカーボール	3
教科書	4	グローブ	2
学習参考教材	7	テニスラケット	1
補習教育	95	テニスラケット (輸入品)	2
補習教育	95	釣ざお	6
教養娯楽	1 130	トレーニングパンツ	39
教養娯楽用耐久財	117	水着	6
テレビ	22	がん具	32
ステレオセット	3	テレビゲーム	12
携帯オーディオ機器	3	人形	6
ビデオテープレコーダ	4	がん具自動車	8
パソコン (デスクトップ型)	27	組立がん具	6
パソコン (ノート型)	27	切り花	38
ワープロ	1	切り花 (カーネーション)	10
カメラ	7	切り花 (きく)	19
ビデオカメラ	7	切り花 (バラ)	10
ピアノ	1	他の娯楽用品	93
電子オルガン	4	フィルム	4
学習机	5	コンパクトディスク	15
テレビ修理代	7	オーディオ記録媒体	1
教養娯楽用品	254	ビデオテープ	2
文房具	26	ペットフード(ドックフード)	16

品目	ウエイト (1万分比)	品目	ウエイト (1万分比)
ペットフード(キャットフード)	11	自動車教習料	14
植木鉢	14	他の教養娯楽サービス	302
園芸用土	21	受信料	80
乾電池	8	放送受信料 (NHK)	52
書籍・他の印刷物	158	放送受信料 (NHK以外)	29
新聞代	98	入場・ゲーム代	167
新聞代	98	映画観覧料	22
新聞代 (地方・ブロック紙)	38	サッカー観覧料	5
新聞代 (全国紙)	60	プロ野球観覧料	7
雑誌	21	ゴルフ練習料金	15
少年誌	6	ゴルフプレー料金	44
趣味教養誌	4	テニスコート使用料	5
生活情報誌	3	ボウリングゲーム代	10
パソコン誌	1	プール使用料	10
女性誌	1	美術館入館料	9
週刊誌	5	遊園地入園料	15
書籍	40	マージャン遊技料	2
辞書	4	競馬場入場料	8
単行本A	8	カラオケルーム使用料	14
単行本B	28	他の娯楽サービス	55
教養娯楽サービス	600	現像焼付代	29
宿泊料	109	ビデオソフトレンタル料	6
宿泊料	109	獣医代	20
パック旅行	69	諸雑費	456
外国パック旅行	69	理美容サービス	119
月謝類	120	入浴料	2
月謝 (英会話)	14	入浴料 (大人)	2
月謝 (書道)	17	入浴料 (中人)	1
月謝 (音楽)	35	入浴料 (小人)	1
月謝 (水泳)	37	理髪料	51
月謝 (洋裁)	1	パーマメント代	33
月謝 (料理)	1	ヘアーカット代	24

品 目	ウエイト (1万分比)	品 目	ウエイト (1万分比)
ヘアカラーリング代	9	身の回り用品	85
理美容用品	123	かばん類	53
理容器具	8	ハンドバッグ	20
電気かみそり	3	ハンドバッグ (輸入品)	20
電気かみそり (輸入品)	1	通学用かばん	6
歯ブラシ	4	旅行用かばん	5
石けん類	24	腕時計・指輪	23
化粧石けん	4	指輪	9
シャンプー	9	腕時計	6
ヘアリンス	6	腕時計 (輸入品)	6
歯磨き	5	腕時計修理代	3
化粧品	91	他の身の回り用品	10
整髪料	12	男子洋傘	5
ヘアートニック	3	ハンカチーフ	4
化粧クリーム A	17	たばこ	69
化粧クリーム B	2	たばこ	52
化粧水	21	たばこ (輸入品)	17
乳液 A	7	その他	59
乳液 B	1	保育所保育料	35
ファンデーション A	11	印鑑証明手数料	2
ファンデーション B	4	戸籍抄本手数料	2
口紅 A	4	パスポート取得料	10
口紅 B	1	通所介護料	5
ヘアカラー	9	振込手数料	5

附録6 2000年基準 改定에 있어서의 改廃品目 一覽

10 大費目	中分類	追加品目	廃止品目
	家事雑貨		スプーン 魔法瓶 電球 はさみ
	家事サービス	粗大ごみ処理手数料	
被服及び履物	衣料		男子ウール着物 婦人ウール着物 婦人長じゅばん
	シャツ・セーター・ 下着類		男子シャツ (ランニング)
	履物類		男子靴 (合成皮革)
	生地・他の被服類	マフラー 被服賃借料	絹着尺地 縫い糸
保健医療	医薬品・ 健康保持用摂取品	目薬	胃腸薬 (健胃消化剤)
	保健医療用品・器具		ガーゼ付きばんそうこう 眼鏡フレーム (輸入品)
	保健医療サービス	人間ドック受診料	
交通・通信	交通	普通運賃 (J R, 在来線) 普通運賃 (J R, 新幹線) 料金 (J R, 在来線) 料金 (J R, 新幹線) 高速自動車国道料金 都市高速道路料金	普通運賃 (J R) ⁴ 料金 (J R) ⁵ 高速自動車道路料金 ⁶
	自動車等関係費	レンタカー料金	
	通信	移動電話通信料	

10 大費目	中分類	追加品目	廃止品目
	家事雑貨		スプーン 魔法瓶 電球 はさみ
	家事サービス	粗大ごみ処理手数料	
被服及び履物	衣料		男子ウール着物 婦人ウール着物 婦人長じゅばん
	シャツ・セーター・ 下着類		男子シャツ (ランニング)
	履物類		男子靴 (合成皮革)
	生地・他の被服類	マフラー 被服賃借料	絹着尺地 縫い糸
保健医療	医薬品・ 健康保持用摂取品	目薬	胃腸薬 (健胃消化剤)
	保健医療用品・器具		ガーゼ付きばんそうこう 眼鏡フレーム (輸入品)
	保健医療サービス	人間ドック受診料	
交通・通信	交通	普通運賃 (J R, 在来線) 普通運賃 (J R, 新幹線) 料金 (J R, 在来線) 料金 (J R, 新幹線) 高速自動車国道料金 都市高速道路料金	普通運賃 (J R) ⁴ 料金 (J R) ⁵ 高速自動車道路料金 ⁶
	自動車等関係費	レンタカー料金	
	通信	移動電話通信料	

10 大費目	中分類	追加品目	廃止品目
教養娯楽	教養娯楽用耐久財	携帯オーディオ機器 パソコン（デスクトップ型） パソコン（ノート型）	テープレコーダー 小型電卓
	教養娯楽用品	マーキングペン OA用紙 サッカーボール 水着 オーディオ記録媒体 園芸用土	絵の具 レターペーパー 鉛筆削り機 軟式野球ボール ゴルフクラブ（輸入品） 登山靴 カセットテープ
	書籍・他の印刷物	趣味教養誌 生活情報誌 パソコン誌 女性誌	総合雑誌 文芸雑誌 婦人雑誌 ⁷
	教養娯楽サービス	外国パック旅行 月謝（英会話） 月謝（書道） 放送受信料（NHK以外） プール使用料 獣医代	月謝（珠算）
諸雑費	理美容サービス	ヘアカラーリング代	
	理美容用品	化粧クリームA 化粧クリーム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	クリーム ⁸ 乳液 ⁹ ファンデーション ¹⁰ 口紅 ¹¹

10 大費目	中分類	追加品目	廃止品目
	身の回り用品	ハンドバック (輸入品)	
	その他	保育所保育料 パスポート取得料 通所介護料 振込手数料	
計 ¹²		71	55

- 1 民営家賃 (非木造住宅) を, 民営家賃 (非木造小住宅), 民営家賃 (非木造中住宅) に分割
- 2 公営家賃を, 公営家賃と公団公社家賃に分割
- 3 持家の帰属家賃 (非木造住宅) を, 持家の帰属家賃 (非木造小住宅), 持家の帰属家賃 (非木造中住宅) に分割
- 4 普通運賃 (J R) を, 普通運賃 (J R, 在来線) と普通運賃 (J R, 新幹線) に分割
- 5 料金 (J R) を, 料金 (J R, 在来線) と料金 (J R, 新幹線) に分割
- 6 高速自動車道路料金を, 高速自動車国道料金と都市高速道路料金に分割
- 7 婦人雑誌を, 生活情報誌と女性誌に分割
- 8 クリーム 1 品目を 2 品目に分割
- 9 乳液 1 品目を 2 品目に分割
- 10 ファンデーション 1 品目を 2 品目に分割
- 11 口紅 1 品目を 2 品目に分割
- 12 分割に伴う追加 22 品目, 廃止 11 品目を含む

附録7 消費者物価指数の 閲覧 및 入手処

- 公表と同時に、インターネット、FAXサービスなどで入手できるほか、総務省統計局の統計図書館でも閲覧できます。

インターネット（ホームページアドレス）
<http://www.stat.go.jp/data/cpi/>

FAXサービス

☎ 03 (5273) 1110
(文書番号 全国 1300, 東京都区部 1400)

テレホンサービス

☎ 03 (5273) 1177

報告書関係の閲覧

総務省統計図書館

〒162-8668 東京都新宿区若松町 19-1 ☎ 03 (5273) 1132

※ 消費者物価指数関連の報告書等一覧

- ・ 消費者物価指数速報冊子
- ・ 消費者物価指数月報
- ・ 消費者物価指数年報
- ・ 平成12年基準消費者物価接続指数総覧
- ・ 平成12年基準消費者物価指数の解説
- ・ 小売物価統計調査年報, 小売物価統計調査報告 (月報)
- ・ 家計調査年報, 家計調査報告 (月報)

なお、国立国会図書館及び各支部、都道府県統計主管課、都道府県立図書館でも閲覧することができます。

- 報告書関係は(財)日本統計協会で、集計結果を収録した磁気テープ、フロッピーディスクなどの磁気媒体関係は(財)統計情報研究開発センターで購入できます。

(財)日本統計協会

〒169-0073 東京都新宿区百人町 2-4-6 メイト新宿ビル
☎ 03 (5332) 3151 FAX 03 (5389) 0691

(財)統計情報研究開発センター

〒107-0062 東京都港区南青山 6-3-9 大和ビル 2階
☎ 03 (5467) 0481 FAX 03 (5467) 0482

- ※ 速報冊子以外の報告書関係は、全国各地の政府刊行物サービス・センター、政府刊行物サービス・ステーション（官報販売所）でも取り扱っています。

政府刊行物サービス・センター

（霞が関）

〒100-0013 東京都千代田区霞が関 1-2-1（農林水産省別館前）
☎ 03 (3504) 3885