

よくわかる経済指標 「消費者物価指数」

経済調査部 新家 義貴

「消費者物価指数」とは、全国の世帯が消費する財・サービスの価格変動を示す代表的な物価指標であり、総務省統計局が作成している。原則として毎月26日を含む週の金曜日に、全国の前月分結果と東京都区部の当月分中旬速報値が公表されており、速報性が高い。現在は「家計の消費支出の中で重要度が高いこと」「価格変動の面で代表性があること」「継続調査が可能であること」などの観点から選定された598品目が指数計算に採用されており、家計が消費生活において直面する物価の変動を幅広くカバーしている。

このうち、すべての品目を含んだ総合指数の他にも、月々の振れが大きく攪乱要因になりやすい生鮮食品を除いた、いわゆる「消費者物価コア」があり、最も重視されている。もっとも、米国では食料及びエネルギーを控除したものをコア指数とするなど、国によって「コア」の概念は異なる。こうしたこともあって、現在では、総務省統計局は「食料（酒類を除く）及びエネルギーを除く総合」も試算値として公表している。また、これらの品目以外についても、一時的要因とみなせるものに関しては、予めその品目を除去した「特殊要因除くコア」を重視するエコノミストも多い。

物価に関する統計にはこの他にも、企業物価指数や企業向けサービス価格指数、GDPデフレーターなどがあり、調査の対象範囲がそれぞれ異なっている。このうち企業物価指数や企業向けサービス指数は、企業間で取引される財やサービスについて調査したものであり、消費者物価指数とは異なって、原材料として用いられる中間需要も対象に含むという特徴がある。また、GDPデフレーターは、中間需要を含まないという点では消費者物価指数と同じだが、家計消費だけではなく、企業部門や政府部門等も含み、国内の付加価値全体の価格を表すという点で違いが存在する。

このように様々な物価指標が存在するが、最も日常生活に身近であり人々の生活実感に近いことや、月次で公表され速報性が高いことなどを理由に、消費者物価指数が最も重視されることが多い。日本銀行も、2001年3月に始まった量的緩和政策を継続する条件の一つとして、消費者物価指数（生鮮食品除く総合）が安定的にゼロ%を上回ることを挙げるなど、消費者物価指数の動きを重視している。また2006年3月9日には、中期的に考える望ましい消費者物価指数の目安として前年比ゼロ～2%という数値を掲げた。

消費者物価は物価動向を測る上で有用な一方、問題点も抱えている。特に指摘されるのがバイアスの問題である。バイアスを生む要因の一つに、消費者物価指数の指数計算方式が、基準年の消費構造を固定して計算するラスパイレズ型であることがある。これは、指数計算の際に用いられるウェイトが基準年で固定される一方、実際の消費構造は変化してウェイトが変わっていくため、基準年から時間が経過するにつれて物価下落の実態が過少評価される上方バイアスが生じると言われている。また、基準年に存在しなかった財・サービスが含まれない「新商品バイアス」や、商品の品質向上が十分に調整されない「品質調整バイアス」なども問題点として指摘されており、物価の実態を捉える上で注意する必要がある。

こうした指摘に応える形で、パソコン等の一部品目についてヘドニック法という品質向上測定方法が採用されているほか、5年ごとの基準改定時以外にも、中間年においても採用品目の見直しが行われるようになるなど、指数の精度向上に向けた取り組みが行われている。