

第2章 主要統計指標－9

物価指数

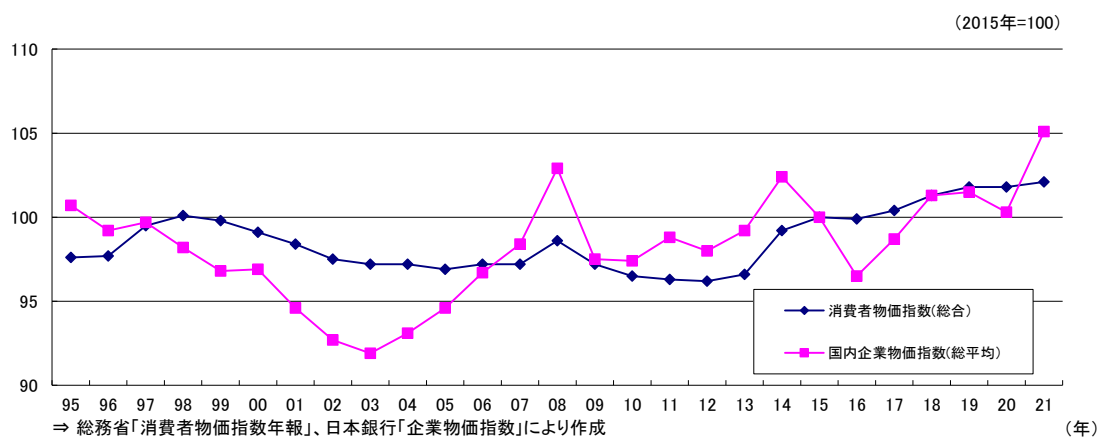
<いみ>

個々の商品やサービスの価格を総合した物価の水準を、ある一定時期を基準にして指数化したもの。代表的なものとして、「消費者物価指数（CPI）」、「企業物価指数（CGPI）」がある。

<たとえば>

<かんどころ>

図 消費者物価指数等の推移



1. 消費者物価指数（CPI）

- 作成機関 総務省
- 公表周期 毎月
- 内 容 世帯の消費構造（バスケット）を定め、同等のものを購入する費用がどう変動するかを、基準年を100とした指数で表し、購入する財とサービスの価格の平均的な変動を測定する。指数の作成は、総務省の家計調査などで世帯の消費支出が多い財やサービス約585品目の価格を対象に、全国167市町村で実施される小売物価統計調査等をもとに行われている。

●特 色

- ① 消費者物価指数は、商品の機能や品質向上に伴う価格上昇分を除いた純粋な価格上昇を捉えている。
- ② 一般に「物価の動き」をみる場合には、天候等の影響により価格が大きく変動する生鮮食品を除いた総合指数を見る。
- ③ ある時点における地域間の物価水準の差をみるために消費者物価地域差指数が作成されている。
- ④ 経済活動が活発になると上昇率が高まり、経済活動が停滞すると上昇率が低下する傾向があるため、「経済の体温計」と呼ばれている。また、家計支出など他の経済指標を実質化するためのデフレーターとして利用されている。
- ⑤ 賃金、公共料金、家賃等の改定の際に参考にされる。

2. 企業物価指数（CGPI）

●作成機関 日本銀行

●公表周期 毎月

●内 容 企業間で取り引きされる財に関する変動を測定するもの。企業間で取引される財に関する価格の集約を通じて、財の需給動向を把握し、景気動向については金融政策の判断材料の一つとなっている。

国内企業物価指数で 746 品目、輸出物価指数で 209 品目、輸入物価指数で 258 品目を採用している。

●特 色

- ① 国内市場向けの国内生産品の取引価格を調査対象とした国内企業物価指数、輸出品が日本から積み出しされる時点の価格を調査対象とした輸出物価指数、輸入品が日本に到着する時点の価格を調査対象とした輸入物価指数の3つの基本分類指数により構成されている。
- ② 分析ニーズに配慮して基本分類指数を組み替えたり、調整を加えた、需要段階別・用途別指数などの5つの参考指数がある。
- ③ 国内企業物価指数の総平均は、生産・出荷・在庫の動きに示される需給動向を敏感に反映することなどからマクロ経済指標の一つとして重視されている。
- ④ 原材料段階、中間製品段階、最終製品段階の各生産工程の商品を網羅的に調査しているため、原材料の価格上昇分が各段階で繰り返しカウントされる「重複計算」と呼ばれる統計的なクセがある。このため、重複計算のクセを持たない消費者物価指数等と単純に比較はできない。
- ⑤ 企業物価指数は、固定基準ラスパイレス指数算式を用いて計算されているが、この算式では、IT製品等の価格下落やウェイト増加のテンポが速い商品の価格低下が総平均指数に十分に反映されない可能性がある。このため、03年1月から、連鎖方式による国内企業物価指数が、参考指数として公表されている。