

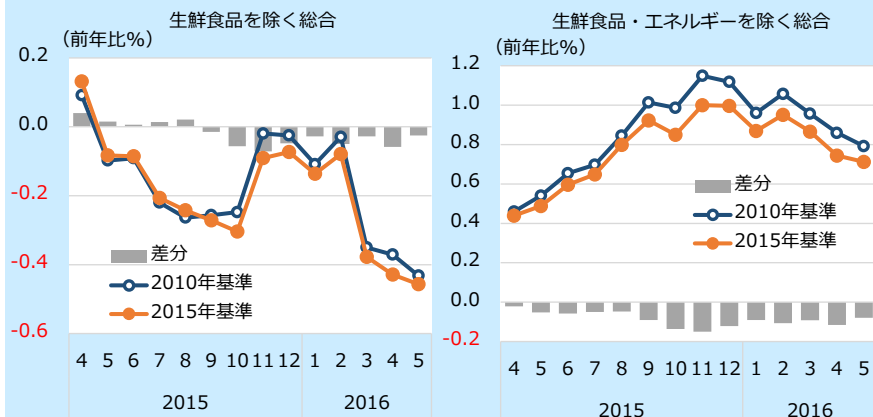
日本：消費者物価 2015年基準改定の影響

—基準改定による物価上昇率への影響は限定的—

MRI Daily Economic Points

July 14, 2016

図表 基準改定による物価上昇率の変化見通し



ポイント

消費者物価の基準改定とは

- 消費者物価指数は、全国の世帯が購入する財およびサービスの価格変動を総合的に測定したものであるが、時代の変化とともに、家計が購入する品目の組み合わせは変化する。こうした変化を適切に物価に反映させるため、採用品目やウエイトなどを見直す「基準改定」を5年ごとに行っている。
- 今回は、現行の2010年基準から2015年基準への改定。8月下旬に公表される7月分の全国消費者物価指数より、新基準に基づく結果が公表される予定。

2015年基準改定の内容

- 2015年基準の詳細が7月上旬に総務省から発表されている。2010年基準に比べてウエイトが上昇した品目は、電気代、携帯電話機、普通自動車、自動車保険料などであり、震災後の電気代の上昇やスマートフォンの普及などが背景にある。一方、ウエイトが減少した品目は、テレビ、持ち家の帰属家賃、ビール(外食)、フライドチキンなどである。
- 併せて、採用品目の入替えも実施されている。需要の増加を受けて、コンビニコーヒーや青汁、電動アシスト自転車などが新たに追加された一方、電気アイロン、体温計、セラハンテープ、競馬場入場料などが廃止された。

基準改定による物価上昇率への影響

- 新基準への改定が、消費者物価の上昇率にどう影響するか。当社の試算では、生鮮食品を除く総合(コアCPI)の改定幅は▲0.03%pと軽微なものにとどまる見込み。生鮮食品・エネルギーを除く総合では▲0.09%pとなった。
- 過去の基準改定時に比べれば、今回の基準改定による改定幅は小さい見込み。ただし、新規追加品目の動きや、携帯電話通信料をはじめとする指数算出モデルの変更など、上記試算では織り込んでいない要素があり、これらが予想以上に大きな変動要因となる可能性はある。

図表 ウェイト変化の大きい品目

図表 過去の基準改定時の変化幅

ウェイトが拡大	1万分比
電気代	39
携帯電話機	23
普通乗用車	22
自動車保険料(任意)	21
都市ガス代	20

ウェイトが縮小	1万分比
テレビ	-82
持家の帰属家賃	-59
ビール(外食)	-32
フライドチキン	-25
ガソリン	-23

	改定幅
1995年基準 →2000年基準	▲0.2%
2000年基準 →2005年基準	▲0.4%
2005年基準 →2010年基準	▲0.6%
2010年基準 →2015年基準	▲0.03% 程度か?

資料：総務省「消費者物価指数」より三菱総合研究所作成

資料：総務省、日本政策投資銀行より三菱総合研究所作成