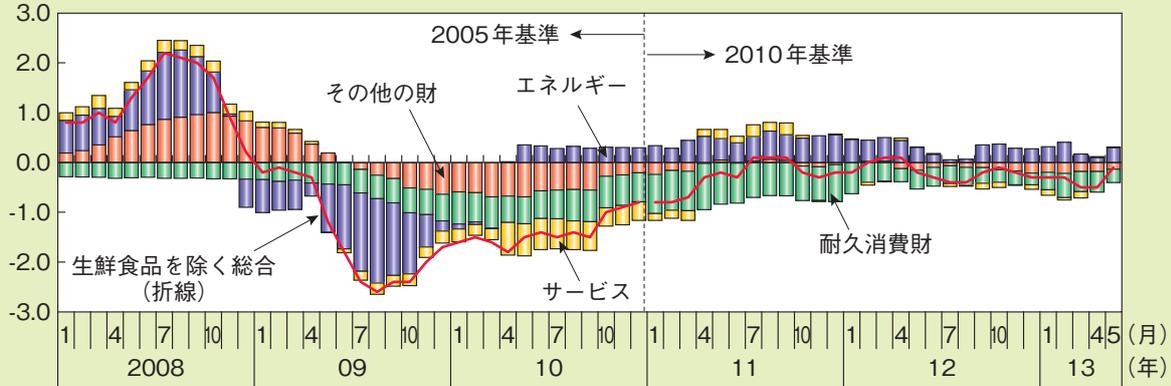


第1-2-8図 消費者物価の動向

消費者物価の前年比下落幅が縮小

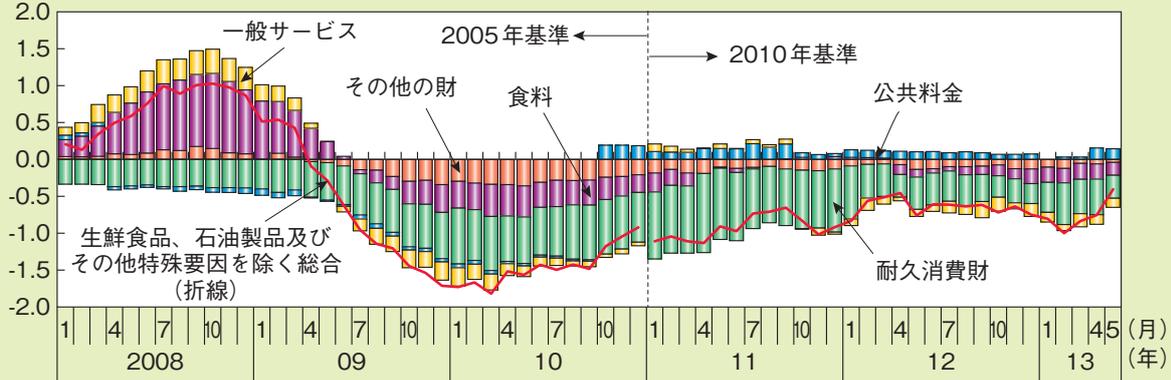
(1) 「生鮮食品を除く総合（コア）」の寄与度分解（連鎖基準）

(前年比 (%), 寄与度)



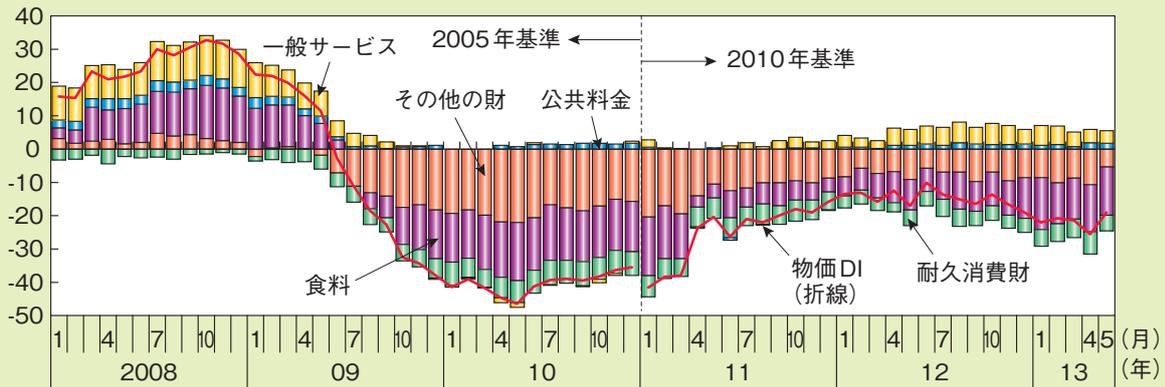
(2) 生鮮食品、石油製品及びその他特殊要因を除く総合（コアコア・連鎖基準）

(前年比 (%), 寄与度)



(3) 物価DI（コアコア）

(上昇割合-下落割合、%ポイント)



(備考) 1. 総務省「消費者物価指数」により作成。

2. 生鮮食品、石油製品及びその他特殊要因を除く総合（いわゆるコアコア）は、生鮮食品を除く総合（いわゆるコア）から、石油製品、電気代、ガス代及びその他特殊要因（米類、鶏卵、切り花、診療代、固定電話通話料、介護料、たばこ、公立高校授業料、私立高校授業料）を除いたもの。

3. 物価DIは、消費者物価（コアコア）に対する前年比上昇品目の割合から前年比下落品目の割合を引いたもの。

第1-2-9図 消費者物価と平均購入単価

家計の低価格志向の緩和を背景に平均購入単価が上昇

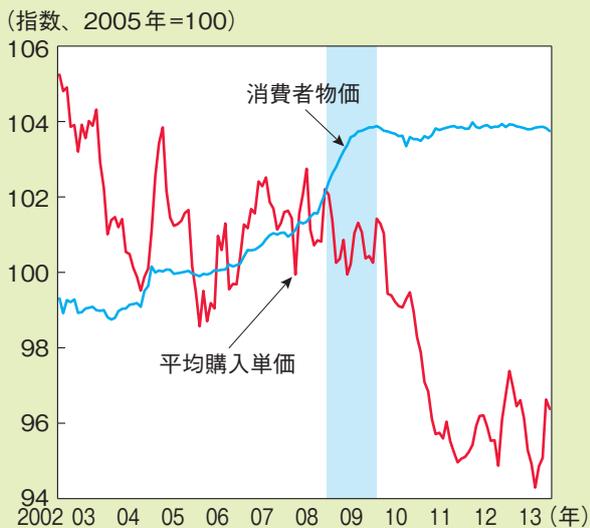
(1) 持家の帰属家賃、生鮮食品及びエネルギーを除く総合



(2) 生鮮食品を除く食料



(3) 外食



(4) 被服及び履物



- (備考) 1. 総務省「家計調査」、「家計消費状況調査」、「消費者物価指数」により作成。
 2. 平均購入単価は、家計調査で購入数量が調査されている品目については、支出金額を購入数量で除して算出した。購入数量が調査されていない品目については、①購入頻度が一定値を上回り、同一世帯が月に複数回購入している可能性がある品目と、②購入頻度が一定値を下回り、同一世帯が月に複数回購入している可能性が低い品目とに分け、①については支出金額を購入頻度で除すことで、②については支出金額を購入世帯率で除す（つまり、同一世帯が月に複数回購入することはない、「購入世帯数=購入数量」が成り立つと仮定する）ことで、それぞれ平均購入単価を算出した。なお、①と②を区分する際の購入頻度の値は、10（100世帯あたり）とした。
 3. 平均購入単価の算出にあたり、購入頻度の低い耐久消費財などについては、家計調査における月々の支出金額の変動が大いため、家計消費状況調査の支出金額を用いた。なお、家計消費状況調査においても月々の変動が大きい「設備費・工事費・修理費」及び2010年以前の「自動車購入」、「自動車以外の輸送機器購入」は除いた。また、品目指数から上位指数への集計には、家計調査における各品目の支出ウェイト（2002年、2005年、2010年の3時点）を用いた。
 4. 指数はいずれも内閣府試算の季節調整値。また、平均購入単価は3ヶ月移動平均。
 5. 図中の網掛けは景気後退期。