



# **BOJ** *Reports & Research Papers*

2018年4月

## 消費活動指数の08 S N A 対応と精度向上を企図した見直し

日本銀行調査統計局

金藤 章浩

萬処 李奈

加藤 直也

須合 智広

本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行調査統計局までご相談ください。

転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。

2018年4月  
日本銀行調査統計局  
金藤 章浩\*  
萬処 李奈†  
加藤 直也‡  
須合 智広§

## 消費活動指数の08SNA対応と精度向上を企図した見直し\*\*

### ■要 旨■

本稿では、日本銀行調査統計局が月次で公表している消費活動指数について、今般行った見直しの内容を説明する。今般の見直しは、2016年12月にGDP統計が基準改定されると同時に、準拠する国際基準が93SNAから08SNAに変更されたことを直接の契機としたものである。

具体的な見直し内容としては、第1に、新たなGDP統計に準拠する形で、ウェイトを更新した。その際、ウェイトの算出に当たっては、従来の需要側統計を利用した方法の代わりに、産業連関表を用いた方法を新たに採用した。第2に、耐久財（自動車、家電）の指数作成方法を変更したほか、非耐久財（たばこ等）やサービス（金融サービス）で、新たな基礎統計を取り込むことによって指数精度を向上させた。これらの見直しによって、従来の消費活動指数が有してきた利点を保持しつつ、消費活動指数の指数体系が現行のGDP統計と整合的となったほか、ヘッドライン指数に加えて形態別指数についても、GDP個人消費年次推計値とのかい離が小さい指数となった。

---

\* 日本銀行調査統計局 E-mail : akihiro.kanafuji@boj.or.jp

† 日本銀行調査統計局 E-mail : rina.mandokoro@boj.or.jp

‡ 日本銀行調査統計局 E-mail : naoya.katou@boj.or.jp

§ 日本銀行調査統計局 E-mail : tomohiro.sugou@boj.or.jp

\*\* 本稿の執筆に当たっては、関根敏隆、中村康治、一上響、吉羽要直、東将人、原尚子、河田皓史の各氏および日本銀行スタッフから有益な助言やコメントを頂いた。計数作成では、森いづみ氏にご協力を頂いた。ここに記して感謝の意を表したい。ただし、残された誤りは全て筆者らに帰する。なお、本稿の内容と意見は筆者ら個人に属するものであり、日本銀行の公式見解を示すものではない。

## 1. はじめに

日本銀行調査統計局では、個人消費の動向をいち早く正確に把握するため、2016年5月に、速報性があり、包括的で、統計的な振れが小さく、精度の高い消費指数として消費活動指数を提案し（中村・河田・田中・植前（2016））、同年10月には見直しと指数体系の拡充を行った（中村・三浦・丸山（2016））。現在、月次で消費活動指数を作成し、景気判断の材料として活用している。消費活動指数は、日本銀行ホームページにおいて「分析データ」として公表されているほか、外部利用者からのご意見・ご要望を随時取り入れ、継続的に改良していく「オープンソース」の分析指標を目指して、ウエイトデータなどの基礎データも合わせて公表しており、メディアや学術論文で取り上げられるなど、金融経済に関心のある方々を中心に幅広く利用されている<sup>1</sup>（図表1）。

（図表1）「分析データ」として公表している消費活動指数のデータ系列

指数（2010年=100、季節調整済、月次）	その他データ
<b>消費活動指数【名目、実質】</b> 消費活動指数（旅行収支調整済）【名目、実質】 実質消費活動指数+（プラス） 実質耐久財指数 実質非耐久財指数 実質サービス指数	<b>基礎データ</b> （内訳系列と統合に 用いるウエイト）  （2016年10月時点の値）

この間、わが国のGDP統計（国民経済計算）は、2016年12月に、新たな国際基準である2008SNA（以下、08SNA）に対応する形で、基準改定が行われた。個人消費については、この基準改定に伴う概念の変更はさほど大きくなかったものの、基準改定以降、消費活動指数とGDP個人消費年次推計値<sup>2</sup>との乖離は、以前と比べ、拡大した。こうした現状を受けて、本稿では、ウエイトの見直しというGDP統計基準改定への対応に加えて、精度向上を企図して、指数へ取り込む財・サービスの対象を変更するなど指数全体の見直しを行ったので、その結果を説明する。

以下、第2節では、今回の見直しの詳細を解説する。その上で、第3節では、見直し後の指数のパフォーマンスを確認する。第4節では、今回検討を行った

<sup>1</sup> 分析データ「消費活動指数」は、本行ホームページ上の以下のURLで公表している。  
[http://www.boj.or.jp/research/research\\_data/cai/index.htm/](http://www.boj.or.jp/research/research_data/cai/index.htm/)

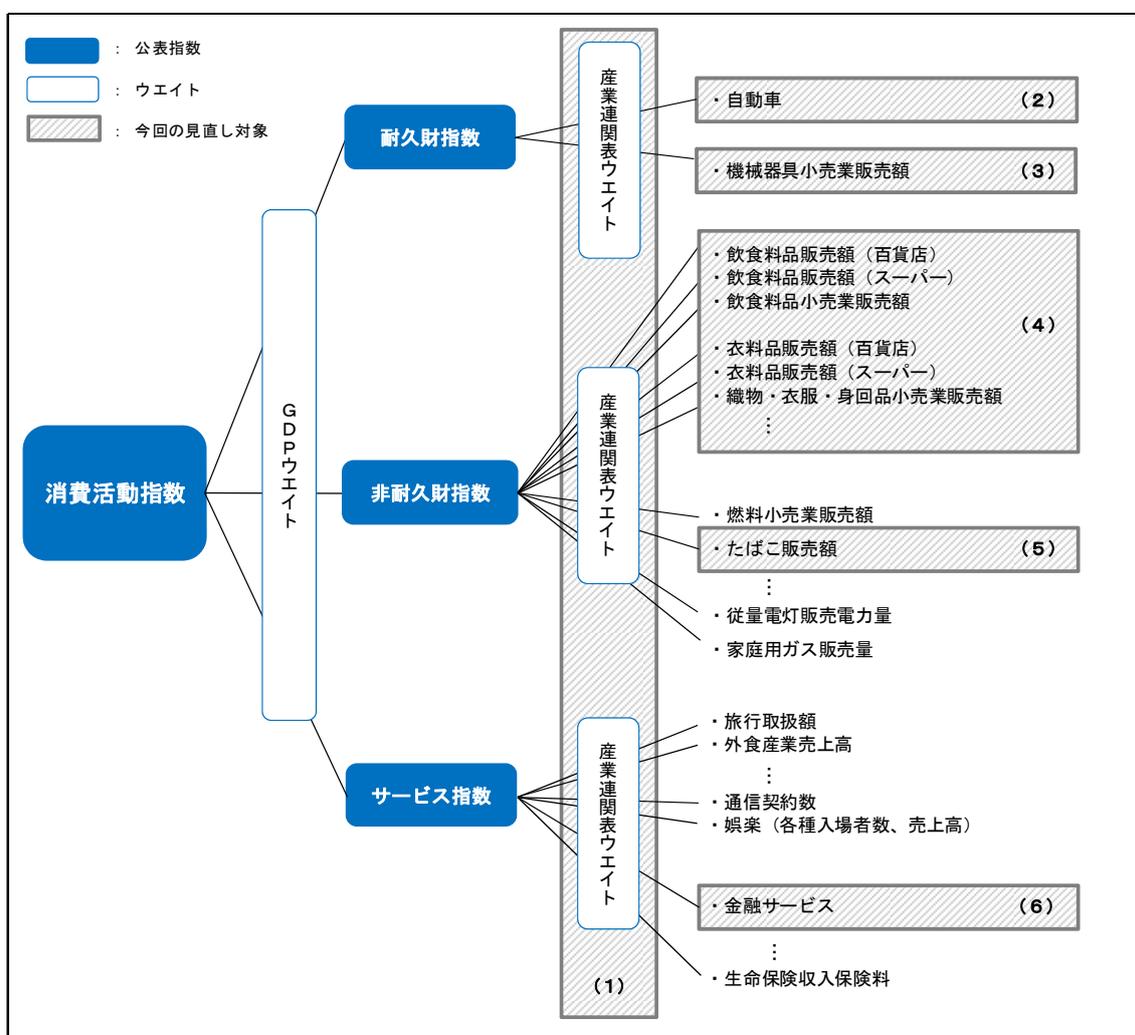
<sup>2</sup> 本稿でのGDP個人消費とは、家計最終消費支出（除く持ち家の帰属家賃）を指す。

もの見直しの対象とならなかった点を説明する。第5節では今回の見直しについてまとめる。

## 2. 今回の見直しの内容

今回の見直しの全体像を図表2に示す。今回の見直しでは、ウエイトの全面的な見直しに加えて、採用系列の加工方法変更（自動車、家電）と、対象となる財・サービスの採用統計変更（飲食料品、衣料品、たばこ、金融）による精度改善を行った。また、これらの変更に伴い、基準年をGDP統計に合わせて2011年とした。以下、これらについて詳しく説明する。

(図表2) 見直し後の消費活動指数の指数体系



- (注) 1. シャドローは、今回見直しを行った部分。カッコ内数字は、本節の中の項目番号に対応。  
 2. 上図ではシャドローを付していないが、形態別の3指数を統合する際のGDPウエイトについても、2011年時点の値に変更している。

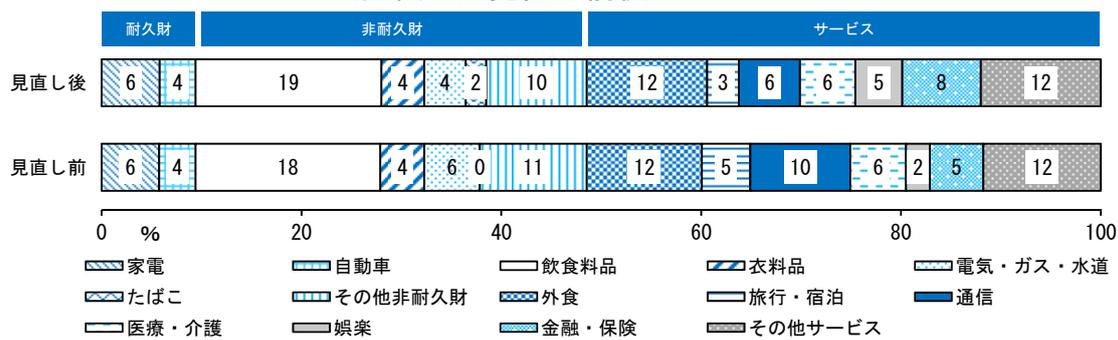
## (1) ウエイトの全面的な見直し

2016年12月のGDP統計基準改定に伴い、GDP統計の基準年が2005年から2011年に変更され、個人消費を構成する各品目を統合する際に用いられるウエイトについても、基準年である2011年の産業連関表に基づく値となった<sup>3</sup>。

これまでの消費活動指数では、①指数基準年を2010年としてきたこと、②2010年については、GDP統計と整合的で詳細な産業連関表は公表されていないこと、から、やむを得ず、需要側統計である家計調査の2010年における品目別消費支出をウエイトとして用いてきた。今般、GDP統計の基準年が2011年に変更されたことで、①2011年時点の産業連関表がウエイトとして利用可能となったこと、②GDP統計の推計手法解説書等<sup>4</sup>において、品目レベルの詳細なデフレーターに関する記述が加筆されたため、GDP国内家計最終消費支出で利用されている88目的分類の仔細な構成が明らかとなり、ウエイトが概ね再現可能となったこと<sup>5</sup>、から、消費活動指数でも、産業連関表に基づくウエイトを採用することとした（作成方法の詳細は、補論を参照）。なお、今回の変更に伴い、見直し後の消費活動指数は、家計調査などの需要側統計を直接的には使用しない指数となる<sup>6</sup>。

見直し前後のウエイトを比較すると（図表3）、通信や旅行・宿泊のウエイトが相対的に縮小した一方で、娯楽、金融・保険のウエイトが高まるなど、主にサービスにおいて、ウエイト変更の影響が現れている。

(図表3) 見直し前後のウエイト



<sup>3</sup> なお、2017年5月公表分の消費活動指数より、08SNAへの対応として「自動車整備」を非耐久財からサービスへ変更したが、ウエイト全体の見直しは行わなかった。

<sup>4</sup> 詳細は、内閣府（2018）および守屋（2017）を参照。

<sup>5</sup> 88目的分類ベースの名目国内家計最終消費支出は、引き続き公表されていないため、今回消費活動指数で採用したウエイトがGDP統計と同一とは限らない。もっとも、今回作成したウエイトは、公表されている12目的分類及び形態別名目国内家計最終消費支出の2011年の値と概ね一致している。

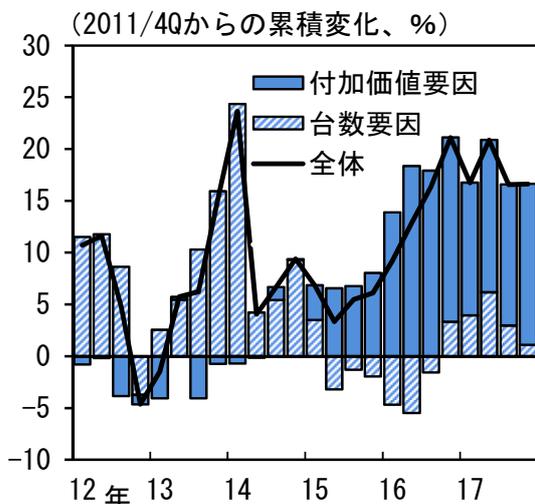
<sup>6</sup> 厳密には、CPIウエイトを通じて、間接的に需要側統計を用いている。

## (2) 「自動車」系列の見直し

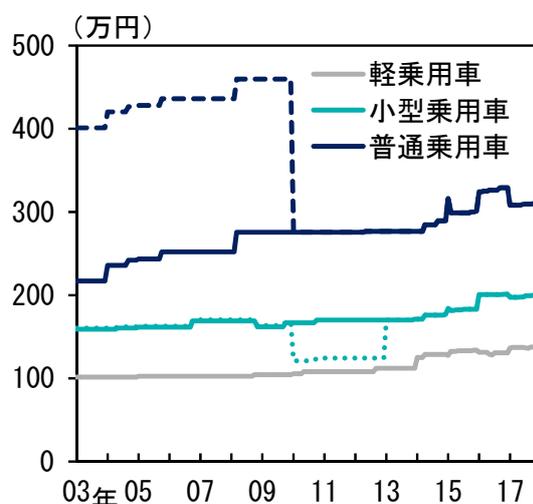
消費活動指数では、自動車について、これまで新車登録台数（台数ベース）を実質値として捉えてきた。この方法は簡便である一方、普通乗用車と軽乗用車の付加価値の差が区別されていないなど、GDP統計とは取り扱いが異なっている。そこで、今般の見直しでは、①台数×単価で名目販売額を復元し、②名目販売額を品質調整済のデフレーターによって割ることで実質値を求める方法に変更した。①の計算で用いる単価は、小売物価統計の品目別（軽乗用車、小型乗用車、普通乗用車）単価とした。また、②で使用するデフレーターは、品質調整が施されたCPIとした。なお、小売物価統計は、調査対象銘柄の変更に伴い、単価に大幅な変化が生じることがある。今回の見直しでは、調査対象銘柄の変更に伴う単価の変化は、もっぱら新旧銘柄の間の品質の差に由来すると仮定し、単価が一定の目安を超えて上昇または下落した場合は、変化前の単価水準に接続するという調整を行った<sup>7</sup>。

(図表4) 自動車の見直し後の動き

### (1) 自動車の実質値の変化要因



### (2) 小売物価統計における単価



(注) (2) の普通乗用車の 2009 年までの破線及び小型乗用車の 2010 年から 2012 年までの破線は、脚注 7 で示した調整を行う前の小売物価統計の単価。

(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会、総務省

<sup>7</sup> 今後の運用では、ある時点  $t$  の単価  $p_t$  が前月比でみて  $\pm 20\%$  程度の目安を超えて変化した場合、ブランド通称名別の販売動向やカタログ価格等を用いて、その変化が調査対象銘柄の変更に由来するものであることを確認した上で、変化後の価格水準を変化前の価格水準に一致させる ( $p_t^* = p_{t-1}$ ) ように調整する。なお、実績部分については、CPI の基準年である 2015 年の価格水準が不変となるように、変化前の価格水準を変化後の価格水準に一致させる ( $p_{t-1}^* = p_t$ ) ように調整した。

このように計算された実質値は、現行の台数ベースの実質値よりも高い伸びを示している。図表4をみると、ここ数年は、付加価値要因を主因に自動車実質値が増加している姿が確認できる。

### (3) 「家電」系列の見直し

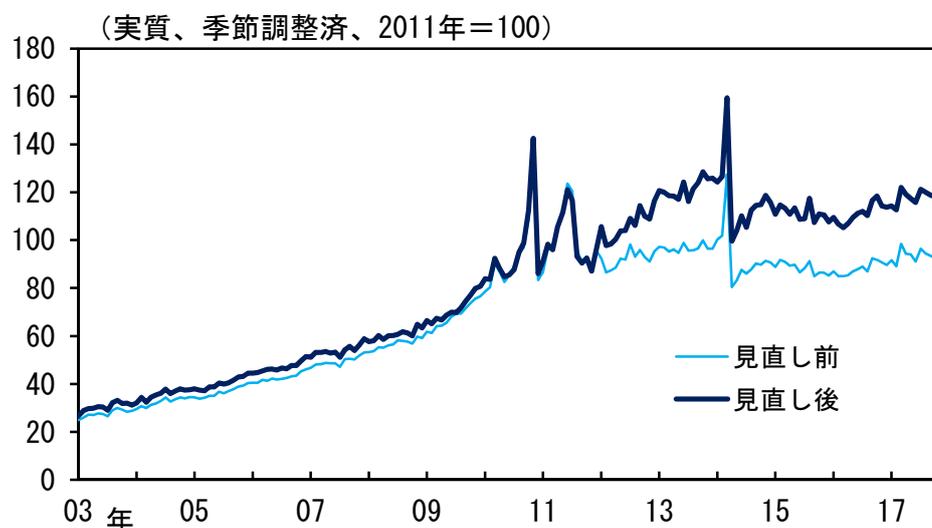
消費活動指数における「家電」は、商業動態統計における機械器具小売業販売額を基礎統計として用いている。商業動態統計は、商業統計または経済センサスの調査対象事業所を母集団とする標本調査である。過去には商業統計・経済センサスの販売額に一致するように、商業動態統計の水準修正が定例的に行われてきたが、平成24年(2012年)経済センサス及び平成26年(2014年)商業統計との間に生じたかい離については、これまでのところ水準修正が行われていない。このため、商業動態統計の水準は、商業統計・経済センサスの水準を下回り続けている。このかい離は、見直し前の消費活動指数の耐久財指数とGDP耐久財でみられたかい離と似た動きをしており、消費活動指数の精度低下をもたらしてきたと考えられる。そこで、こうしたかい離を修正するため、商業動態統計における機械器具小売業販売額を、商業統計・経済センサスの販売額に一致させるよう水準修正を行った<sup>8</sup>。具体的には、商業動態統計の「利用上の注意」に掲載されている方法<sup>9</sup>で、修正後の販売額を独自に算出し、消費活動指数における「家電」とした。その結果、「家電」は上方修正された(図表5)。また、見直し後の消費活動指数の耐久財とGDP耐久財は、概ね同様の水準となり、消費活動指数の精度が向上したことが確認できる(後掲図表10(2))。なお、こうした水準修正は、直近では2014年の商業統計に対応する商業動態統計の水準を変えるものの、その後の変動には影響を与えない。

---

<sup>8</sup> 消費活動指数で採用している他の商業動態統計の系列についても、同様の水準修正を試みたが、GDP年次推計値とのかい離がむしろ拡大したため、これらの採用は見送った。

<sup>9</sup> 商業統計等の調査年については、その年間販売額に一致するように商業動態統計の販売額を修正し、調査年以外については、商業動態統計の月次の変化に沿った補間・補外を行っている。詳細は<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syoudou/gaiyo.html#menu12>を参照。

(図表5) 家電の見直し前後の変化



(出所) 経済産業省、総務省

#### (4) 小売販売の店舗カバー率拡大

非耐久財の中で多くのウェイトを占める食料品と衣料品については、今回、店舗カバー率を拡大する対応を行った。このうち食料品に関しては、①スーパー、百貨店の食料品販売額を、これまでの既存店ベースから、全店ベースへ拡大したほか(図表6)、②コンビニエンスストア販売額に代えて、その上位区分である飲食料品小売業の販売額を取り入れることとした。②の対応によって、これまでは取り込み切れていなかった小型スーパーや個人経営の商店などの動向もほぼカバーできるようになったと考えられる。また、衣料品に関しても、スーパー、百貨店の販売額を、既存店ベースから全店ベースへ変更した<sup>10</sup>。

<sup>10</sup> このほか、スーパー、百貨店の飲食料品、衣料品以外の品目の販売額についても、ドラッグストアやその他小売業等の販売額と合算して、消費活動指数における「医薬品・化粧品など」の系列とする対応を行った。また、これまで「医薬品・化粧品など」のデフレーターにはCPI財除くガソリンを用いていたが、今回、CPIのウェイトを用いて、財から電気・都市ガス・水道、衣料、シャツ・セーター・下着類、たばこ、農水畜産物、石油製品、耐久消費財を除いた指数を作成し、デフレーターを精緻化した。

(図表6) 小売販売の見直し前後の動き

(1) 百貨店の販売額指数



(2) スーパーの販売額指数



(出所) 経済産業省

(5) 「たばこ」系列の採用

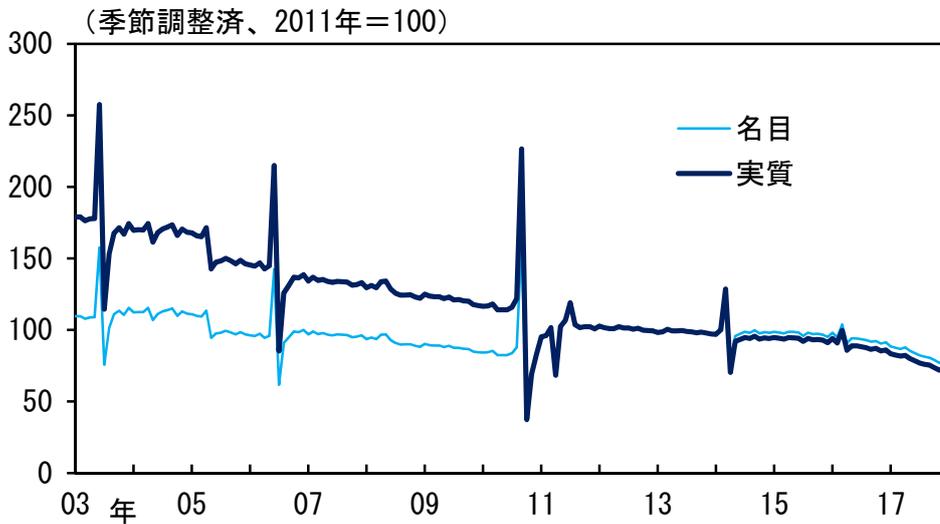
たばこは、消費に占める割合が2%程度と相応に高い上（前掲図表3）、たばこ増税など制度要因によって他の系列とは異なる動きをする。そのため、今般、新たに非耐久財の内訳として「たばこ」の系列を明示的に採用することとした。具体的には、日本たばこ協会の月次販売実績（国産＋輸入、本数ベース）を実質値、CPIのたばこをインフレーターとして実質値に掛けたものを名目値として採用した<sup>11, 12</sup>。

採用した「たばこ」の動きをみると、トレンドとして減少傾向にあるほか、2010年などのたばこ増税時には駆け込みによる増加とその後の反動減が生じたことが確認できる（図表7）。

<sup>11</sup> 2006年3月以前については、鉱工業出荷指数の食料品・たばこ工業から各種食料品を控除した系列を用いて遡及した。

<sup>12</sup> 見直し前の消費活動指数においても、非耐久財の「医薬品・化粧品など」の系列の一部として概念上はたばこが含まれていた。もっとも、コンビニエンスストアでの販売が捕捉されていないなど、この系列ではたばこ消費の動きを十分に追えていなかった。そのため、今回は、①「たばこ」系列を明示的に導入した上で、②従来の「医薬品・化粧品など」のウェイトをたばこの分だけ減らすという対応をとっている。

(図表7) たばこ

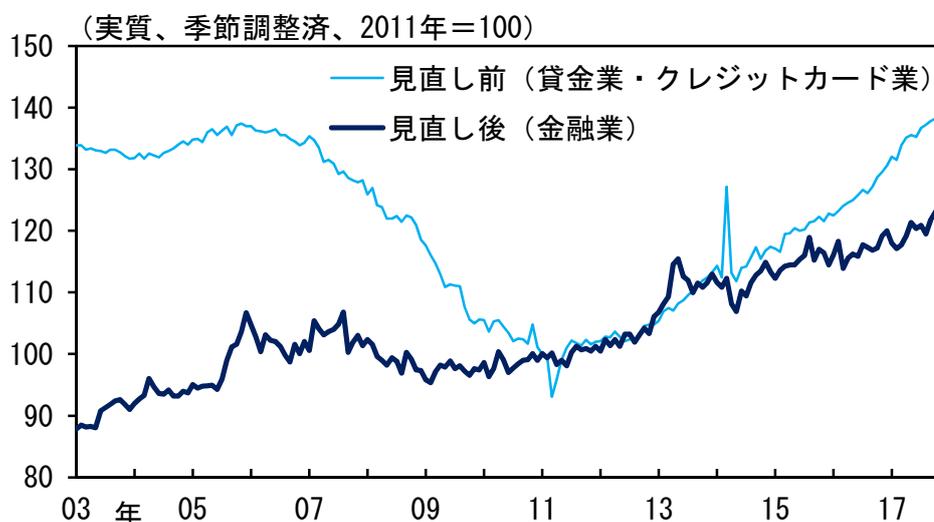


(出所) 経済産業省、日本たばこ協会、総務省

#### (6) 金融サービスの採用統計変更

サービスのうち、金融サービスについては、これまで、その動向が個人消費のみで規定されると看做される業種を採用してきた。具体的には、第3次産業活動指数の貸金業・クレジットカード業の動きが取り込まれてきた。もっとも、消費者が関係する金融サービスとその対価としては、銀行を通じた決済サービスとその対価や、証券会社を通じた有価証券売買とその手数料といった、従来の指数ではカバーされていないものも存在する。こうしたサービスを指数に取り込む際の留意点としては、これらの動向が、「個人消費」に属するサービスのほか、企業間取引に伴う動きも含んでいることがあげられる。この点、2011年産業連関表等をみると、金融については貸金業・クレジットカード業だけでは捉えられない個人消費が相応に大きいことが示唆される。このため、今回の見直しでは、貸金業・クレジットカード業の代わりに、第3次産業活動指数においてそれらの上位区分である金融業を指数として採用（個人消費分と企業間取引分の時系列変動が同じと想定）することとした。見直し後の系列（金融業）は、見直し前の系列（貸金業・クレジットカード業）対比、足もとにおける上昇トレンドが緩やかとなっている（図表8）。

(図表8) 第3次産業活動指数における金融サービス



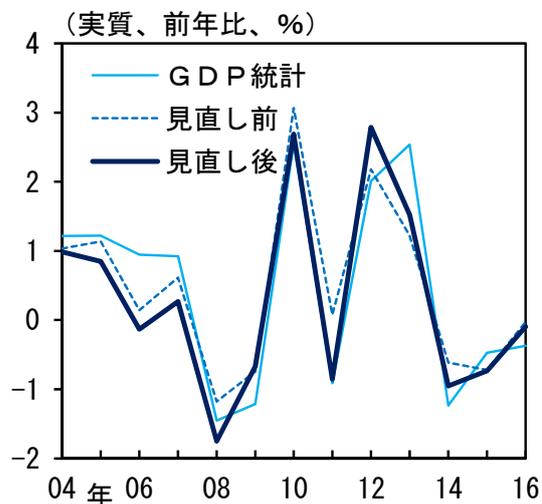
(出所) 経済産業省

### 3. 見直し後の消費活動指数のパフォーマンス

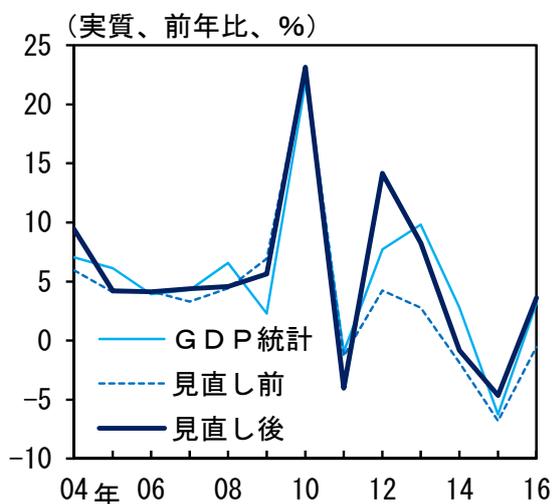
本節では、前節で説明した見直しに伴い、消費活動指数のパフォーマンスがどのように変化したかについて確認を行う。まず、個人消費の動向を最も包括的に捉えていると考えられるGDP個人消費年次推計値との比較を行うと(図表9)、見直し前の消費活動指数と比較して、見直し後の指数はかい離が小さく、伸び率ベースの相関がより高まったことが確認できた。形態別の動向についてみると、見直し前については、耐久財はGDP統計よりも弱い動きであるほか、サービスはGDP統計よりも強い上昇トレンドを有していた(図表10)。見直し後の指数ではこうしたバイアスが解消されており、GDP統計とのかい離が大幅に縮小している。非耐久財については、最近の水準はむしろかい離幅が拡大したようにみえるが、図表9でみたように、伸び率ベースの相関は高まっている。なお、マインド指標との相関についても、見直し後の指数では上昇していることが確認できる(図表11)。このように、見直し後の消費活動指数のパフォーマンスは、形態別消費の精度向上を中心に大きく改善し、マインド指標との連動性も高まったことから、景気の現状把握を行う上で一層有用な指標となったといえる。

(図表9) 消費活動指数のパフォーマンス比較 (年次)

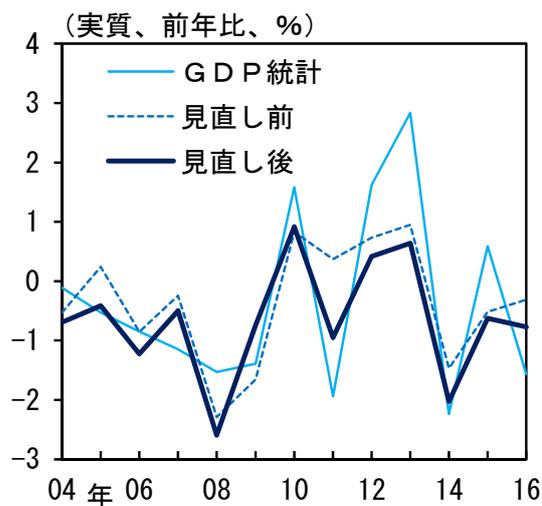
(1) 個人消費



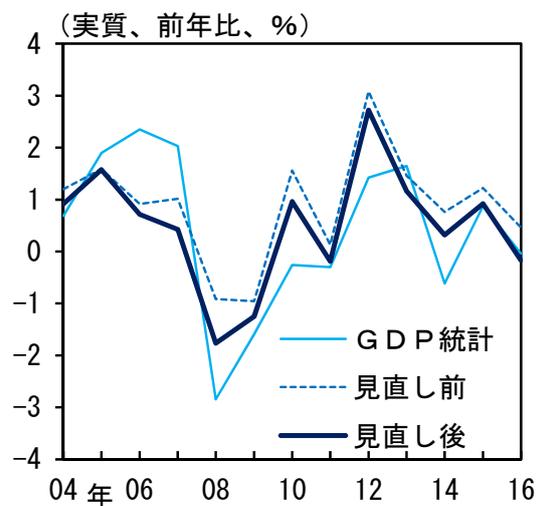
(2) 耐久財



(3) 非耐久財



(4) サービス



	個人消費		耐久財		非耐久財		サービス	
	見直し前	見直し後	見直し前	見直し後	見直し前	見直し後	見直し前	見直し後
RMSE	0.60	<b>0.56</b>	3.18	<b>2.71</b>	1.10	<b>0.97</b>	1.11	<b>0.92</b>
MAE	0.48	<b>0.46</b>	2.47	<b>2.16</b>	0.93	<b>0.82</b>	0.94	<b>0.73</b>
相関係数	0.91	<b>0.92</b>	0.91	<b>0.93</b>	0.68	<b>0.81</b>	0.73	<b>0.78</b>

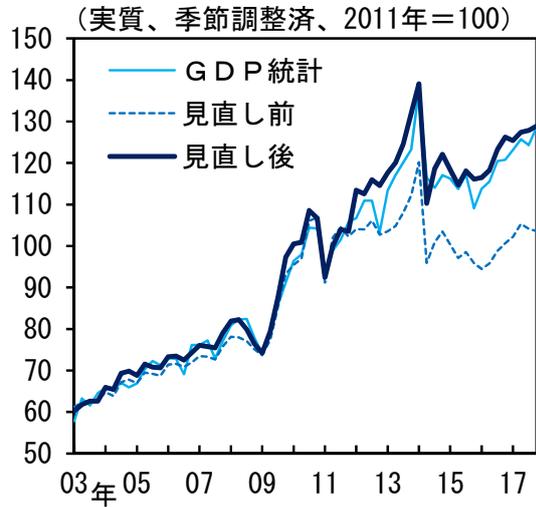
(注) RMSE (Root Mean Squared Error : 二乗平均平方根誤差)、MAE (Mean Absolute Error : 平均絶対誤差)、相関係数は暦年の前年比についての値。期間は2004~2016年。  
(出所) 内閣府

(図表 10) 消費活動指数の形態別動向 (四半期)

(1) 個人消費



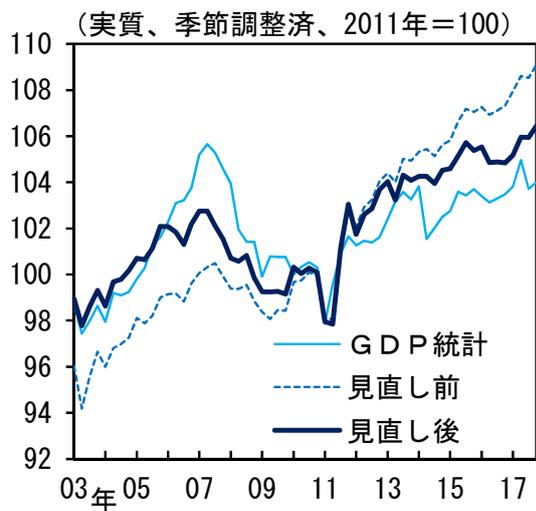
(2) 耐久財



(3) 非耐久財



(4) サービス



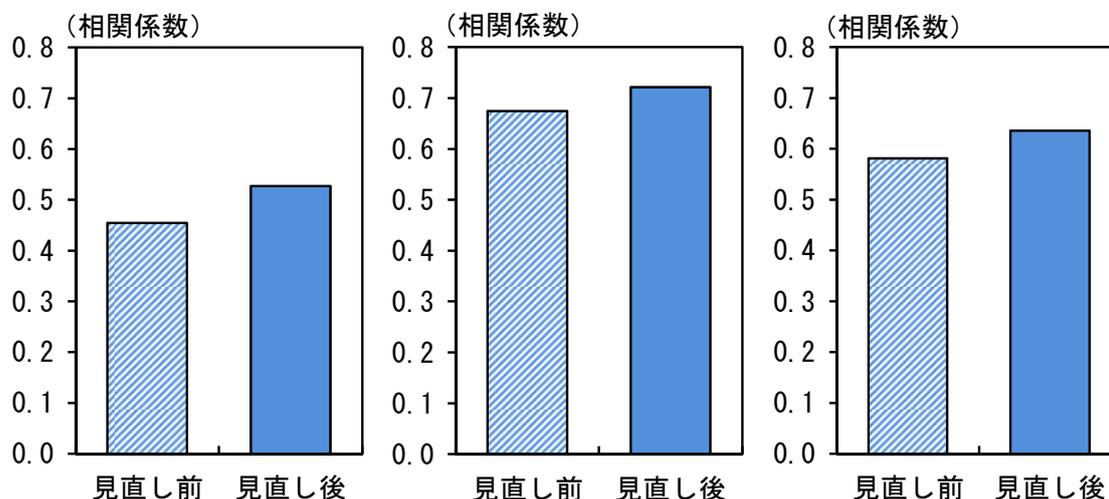
(出所) 内閣府

(図表 11) マインド指数との相関

(1) 消費者態度指数

(2) 景気ウォッチャー  
家計動向関連

(3) 短観  
個人消費関連



(注) マインド指標の期間平均からのかい離幅と、消費活動指数の線形トレンドからのかい離率についての月次(短観は四半期)の相関係数。期間は2003~2017年。短観・個人消費関連は、小売、対個人サービス、宿泊・飲食サービスの業況判断DI(全規模)を有効回答社数で加重平均したもの。

(出所) 内閣府、日本銀行

#### 4. 今回見直しの対象としなかった論点

以下では、検討を行ったものの、今回の見直しでは採用しなかった内容を紹介する。

##### (1) サービス産業動向調査の採用

2016年12月のGDP統計基準改定では、サービスの一部系列(娯楽、外食等)の基礎統計について、従来用いられていた「特定サービス産業動態統計調査」等に代えて、「サービス産業動向調査」から多くの系列が採用された。もっとも、①サービス産業動向調査は2013年から現行体系となった<sup>13</sup>が、その前の期間の値について、GDP統計上でどのように取り扱われているのかが現時点では明確でないこと、②時系列が短いため、季節調整が安定しないこと、③従来用いられていた系列は、第3次産業活動指数を通じて比較的容易に消費活動指数に取り込むことが出来る一方、サービス産業動向調査は第3次産業活動指数の基礎統計ではないため、消費活動指数への加工が煩雑となり、「簡便に作成できる」

<sup>13</sup> サービス産業動向調査は、2008年7月に創設された後、2013年1月に調査内容の見直しが行われており、2012年12月までと、2013年1月以降の時系列が別々に公表されている。

という消費活動指数の趣旨に反すること、から、今回の見直しでは採用を見送ることとした。もっとも、現在、サービス産業動向調査と特定サービス産業動態統計調査の統合を視野に入れた見直しが行われていることから、長期時系列データの入手が容易になるなど、今後の帰趨次第では、消費活動指数に取り込む可能性はある。

## (2) オンライン消費の明示的な取り込み

近年、インターネットを利用した消費の割合が増加している(図表12)など、消費者の購買経路が多様化しているとみられる。消費活動指数で基礎統計として用いている商業動態統計やその他の統計が、こうした経路を通じた消費活動を捕捉しきれていない場合には、消費活動指数が消費の全体像を適切に把握できていない可能性がある<sup>14</sup>。前回の見直しでも、電子書籍やオンラインコンテンツに対する課金の採用を検討したが、採用には至らなかった。今回も同様の問題意識に基づき、オンライン消費を明示的に取り込む方策を検討したが、引き続き抜本的な見直しは難しいとの結論に至った。基礎統計となる販売統計の充実が望まれる。

(図表12) インターネットを利用した消費支出



(出所) 総務省

<sup>14</sup> 商業動態統計では、実店舗を有する企業がオンライン販売を行った場合、販売額として計上される。また、実店舗を有しない企業であれば、無店舗小売業販売額として報告される。もっとも、①商業動態統計の母集団である商業統計において、オンライン販売を行う事業所が調査対象となっていない場合、②報告事業所がオンライン販売も含めて報告をしていない場合、③産業分類上、小売業に分類されない事業所がオンライン販売を行っている場合などには、捕捉もれが生じる。

## 5. まとめ

本稿では、今般実施した消費活動指数の08SNA対応や精度向上を企図した見直しについて説明した。08SNA対応としては、ウエイトを2011年産業連関表ベースに変更することとした。この結果、サービスを中心にウエイト変更の影響が現れた。また、精度向上を企図した見直しとしては、非耐久財について、対象となる店舗の範囲を拡大したほか、たばこを明示的な品目として取り込んだ。また、金融サービスをより広範なものとして捉える変更を行った。

見直し後の消費活動指数は、マインド指標との相関が高いといった、従来の消費活動指数が有していた景気指標としての有用性を維持しつつ、GDP個人消費年次推計値とのかい離が一層小さい指数となった。また、形態別指数についても精度が改善した。このように、見直し後の消費活動指数のパフォーマンスは大幅に向上しており、景気の現状を把握する上でさらに有用な指標となったといえる。

もともと、消費の実勢を捉える観点からは、オンライン消費など、いまだ十分に指数に取り込めていないとみられる項目も存在する。今後も、利用可能となった統計を幅広く採用するとともに、「オープンソース」の経済指標として外部からのご意見も踏まえて、引き続き不断の見直しを行っていきたい。

以 上

## (補論) ウエイトの計算方法について

以下では、今回の見直しで採用したウエイトの計算方法を整理する。ウエイトは基本的に、平成23年(2011年)産業連関表(確報)・取引基本表のうち、投入表・基本分類における家計消費支出(購入者価格)に基づき設定している(補論図表)。

具体的には、①消費活動指数の品目と対応が明確な場合は、基本分類の値をそのまま使用、②複数の基本分類から形成されるとみられる品目は、公表されているSNA推計手法解説書等、12目的分類別消費支出、形態別消費支出を利用して88目的分類別消費支出を試算し、それをウエイトとして利用した。また、③一部品目(旅行等)は、産業連関表基本分類よりも消費活動指数の品目分類が細かいため、2010年基準の第3次産業活動指数ウエイトを用いて、産業連関表に基づくウエイトを按分している。

消費活動指数では、まず、公表されている2011年の名目形態別消費支出を用いて耐久財、非耐久財、サービスのウエイトを算出する。そのうえで、それぞれの形態ごとに、上記で計算された品目別ウエイトを利用して、消費活動指数上の品目別ウエイトを作成している(前掲図表2、3)。

以 上

(補論図表) 品目別のウエイト定義

品目名	ウエイトの定義
<b>耐久財 (9.4)</b>	
自動車	88目的分類「自動車」
家電	88目的分類「家庭用器具」「治療用機器」「ラジオ・テレビ受信機及びビデオ機器」「写真・撮影用装置及び光学器械」「情報処理装置」「パソコン」
<b>非耐久財 (39.1)</b>	
飲食品	12目的分類「食料・非アルコール」、88目的分類「アルコール飲料」
衣料品	88目的分類「衣服」「その他の衣服及び衣服装飾品」「靴及びその他の履物」「その他の身の回り品」
ガソリン、灯油など	88目的分類「液体燃料」「燃料及び潤滑油」
医薬品、化粧品など	形態別「非耐久財」から他の10品目の金額を控除
電気代	88目的分類「電気」
都市ガス代	88目的分類「ガス」
水道代	88目的分類「水道料」
新聞	88目的分類「書籍」「新聞及び定期刊行物」を書籍・雑誌と按分
書籍・雑誌	88目的分類「書籍」「新聞及び定期刊行物」を新聞と按分
ゲームソフト	産業連関表基本分類「ソフトウェア業」
たばこ	88目的分類「たばこ」
<b>サービス (51.5)</b>	
外食	88目的分類「飲食サービス」
旅行	88目的分類「パッケージ旅行」に加えて、88目的分類「鉄道旅客輸送」「航空旅客輸送」「宿泊施設サービス」を、それぞれ鉄道旅客、航空旅客、宿泊と按分。
医療	88目的分類「外来・病院サービス」「入院サービス」
介護	88目的分類「介護サービス」
地域・長距離電気通信業	産業連関表基本分類「固定電気通信」
ISP業	産業連関表基本分類「その他の電気通信」
移動電気通信業	産業連関表基本分類「移動電気通信」
鉄道旅客	88目的分類「鉄道旅客輸送」を旅行と按分
バス	88目的分類「道路旅客輸送」をタクシーと按分
タクシー	88目的分類「道路旅客輸送」をバスと按分
航空旅客	88目的分類「航空旅客輸送」を旅行と按分
郵便	88目的分類「郵便」
娯楽	産業連関表統合小分類「娯楽サービス」
宿泊	88目的分類「宿泊施設サービス」を旅行と按分
学習塾	産業連関表基本分類「個人教授業」
冠婚葬祭	産業連関表基本分類「冠婚葬祭業」
公共放送	産業連関表基本分類「公共放送」
駐車場	産業連関表基本分類「道路輸送施設提供」
金融	88目的分類「金融サービス」
生命保険	88目的分類「生命保険」
損害保険	88目的分類「非生命保険」
自動車整備	産業連関表基本分類「自動車整備」
コンテンツ配信	産業連関表基本分類「インターネット附随サービス」

(注) 耐久財、非耐久財、サービスの( )内は消費活動指数に占めるウエイト。

## 【参考文献】

- 中村康治・河田皓史・田中雅樹・植前理紗(2016)「消費活動指数について」、日本銀行調査論文.
- 中村康治・三浦弘・丸山聡崇(2016)「消費活動指数の公表内容の拡充と見直しについて」、日本銀行調査論文.
- 内閣府(2018)「国民経済計算推計手法解説書（年次推計編）平成 23 年基準版」.
- 守屋邦子(2017)「国民経済計算の 2008SNA 対応等におけるデフレーター推計」、季刊国民経済計算、161、49～88 頁.