



GDP 統計の 2020 年基準への改定に伴う 消費活動指数の見直し

日本銀行調査統計局
高田 耕平
尾崎 達哉
中澤 崇
野呂 航平
加藤 直也

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。

2026年4月
日本銀行調査統計局
高田 耕平*
尾崎 達哉†
中澤 崇‡
野呂 航平§
加藤 直也**

GDP統計の2020年基準への改定に伴う消費活動指数の見直し††

■要 旨■

本稿では、日本銀行調査統計局が定期的に公表している「消費活動指数」について、GDP統計の2020年基準への改定や近年の消費行動の構造変化を踏まえて、推計方法の見直しを行った。

主な変更内容としては、①GDP統計の改定を踏まえ、消費活動指数のウェイトを最新のものに更新したほか、②非耐久財消費やサービス消費について、新たに利用可能となったEC関連のデータや付加価値ベースの関連統計を活用することで、コロナ禍以降にみられる家計の消費行動の構造変化を的確に反映できるようにした。加えて、③長期的な消費トレンドをより正確に把握する観点から、GDP統計の第二次年次推計の値が利用可能な期間については、消費活動指数がGDP統計と年単位で連動するような水準調整を行った。

* 日本銀行調査統計局（現・国際通貨基金）<E-mail : ktakata@imf.org>

† 日本銀行調査統計局<E-mail : tatsuya.ozaki@boj.or.jp>

‡ 日本銀行調査統計局<E-mail : takashi.nakazawa@boj.or.jp>

§ 日本銀行調査統計局<E-mail : kouhei.noro@boj.or.jp>

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

†† 本稿の執筆に当たっては、川本卓司、須合智広、中村康治の各氏および日本銀行のスタッフから有益な助言やコメントを頂いた。また、金谷茜里、岩佐佳李苗の両氏には、図表作成及び計数作成において協力を得た。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に属するものであり、所属する組織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、個人消費の実勢を迅速かつ的確に把握するために、月次で消費活動指数を作成し、「分析データ」として対外公表している（図表1）。消費活動指数は、2016年の開発以降、利用可能な統計の改廃や消費行動の変化を踏まえて、継続的に見直しを行ってきた（中村ほか（2016a）、中村ほか（2016b）、金藤ほか（2018）、高橋ほか（2021））。

（図表1）「分析データ」として公表している消費活動指数の系列¹

指数（季節調整済）
消費活動指数【名目、実質】
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

今般（2025年12月）、国民経済計算（以下、GDP統計）において、5年に1度の基準改定が実施され、GDP統計の基準年は2015年から2020年に移行した。今回の消費活動指数の見直しでは、GDP統計の基準改定との整合性を確保するとともに、前回見直し（2021年）以降に利用可能となった関連統計を活用しつつ、コロナ禍以降の消費行動の変化をよりの確に反映できるよう、幾つかの作成方法の変更を行った。

今回の具体的な見直しのポイントは、以下の3点に整理できる。①GDP統計の改定を踏まえ、消費活動指数のウェイトを最新のものに更新したほか、②非耐久財消費やサービス消費について、新たに利用可能となったEC関連のデータや付加価値ベースの関連統計を活用することで、コロナ禍以降にみられる家計の消費行動の構造変化を的確に反映できるようにした。加えて、③長期的な消費トレンドをより正確に把握する観点から、GDP統計の第二次年次推計の値が利用可能な期間については、消費活動指数がGDP統計と年単位で連動するような水準調整を行った。

以下、第2節では、今回の見直し内容について詳述する。第3節では、結論と今後の課題について述べる。

¹ なお、オンライン財消費やコンテンツ配信の消費動向を捉える目的でこれまで別途作成していた「実質消費活動指数+（プラス）」は、後述のとおり、今般の見直しでこれらの品目を一部本系列へ組み入れたことから、今回の見直しのタイミングで廃止する。

2. 今回の見直しの内容²

2-1. ウェイトの変更

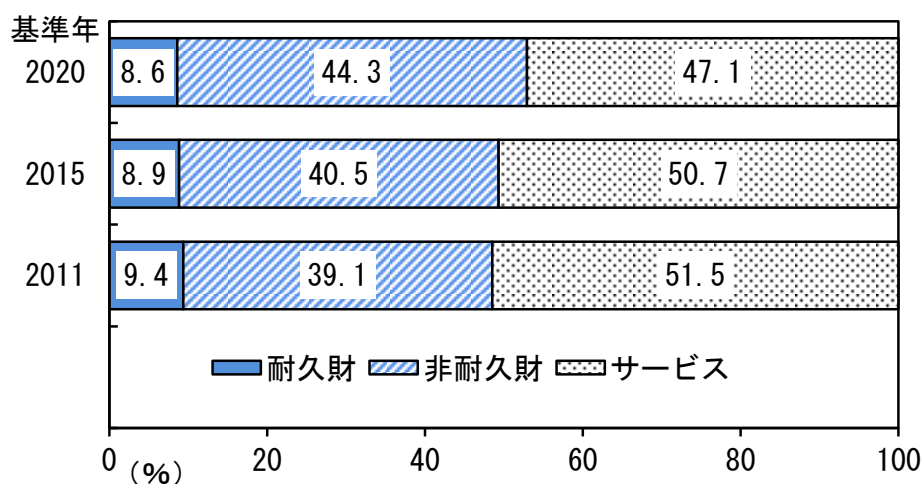
消費活動指数は、2種類のウェイトを用いて作成されている。まず、(1) 形態別ウェイト（耐久財・非耐久財・サービス）は、GDP統計の国内家計最終消費支出におけるウェイトを用いる。そして、更に詳細な内訳である(2) 品目別ウェイト（「飲食料品」、「衣料品」等）については、前述の形態別ウェイトに、産業連関表に基づいて推計した形態別消費に占める各個別品目のウェイトを乗じて算出する。

従来の消費活動指数は2015年基準のウェイトを用いていたが、今回の見直しでは、2025年12月に実施されたGDP統計の基準改定と整合的になるよう、2020年基準へと形態別・品目別ウェイトの更新を行った³。これに伴い、消費活動指数の基準年も、2015年から2020年へと変更した。

(1) 形態別ウェイト

新しい消費活動指数の形態別ウェイトは、図表2の通りとなる。見直し前後で、サービスが低下した一方で、非耐久財が上昇した⁴。

(図表2) 形態別ウェイト



(出所) 日本銀行等

² 今回見直し後の消費活動指数における利用データについては、参考図表1、2を参照。

³ ウェイトの変更は、2020年以降の計数についてのみ行った。2019年以前の計数については、従来のウェイトを引き続き使用している（2003～2014年：2011年基準、2015～2019年：2015年基準）。

⁴ 2020年時点のウェイトにおいてサービスの割合が低下している背景には、コロナ禍における外食等の対面型サービス消費の減少（その代替としての非耐久財消費の増加）が影響しており、平時と比べてこうしたサービスのウェイトが小さくなっている可能性がある。

(2) 品目別ウエイト

品目別ウエイトについては、2020年基準GDP統計と整合的となるよう、2015年産業連関表に基づくものから、2020年産業連関表に基づくものに変更した⁵、⁶。

新しい品目別ウエイトは図表3のとおりである。耐久財については、いずれの品目についても幾分低下している。非耐久財については、「飲食料品」のウエイトが上昇する一方で、「衣料品」のウエイトが低下している。サービスについては、「通信」や「医療」のウエイトが上昇する一方で、「外食」のウエイトが低下している⁷。また、サービスの新規品目として、「インターネット附随サービス」を追加した（この点については後述）。

⁵ 2020年基準のGDP統計では、COICOP2018との整合性確保の観点から、国内家計最終消費支出の目的別分類が従来基準の88分類から116分類に増加している。この116目的分類のウエイトは非公表であるため、金藤ほか（2018）の手法を援用しながら、産業連関表等を用いて試算したものを使用している。

⁶ 産業連関表に直接対応する品目が存在しない「ゲームソフト」については、特定サービス産業動態統計調査（経済産業省）のソフトウェアプロダクト売上高に占めるゲームソフト売上高の割合（2020年）を産業連関表の「ソフトウェア業」に乗じたウエイトを使用している。

⁷ 「冠婚葬祭等」については、第3次産業活動指数（経済産業省）の2020年基準への改定で集計区分が変更されたことに伴い、2020年以降のウエイトを、従来の冠婚葬祭業に写真業を加えたものへと変更した。

(図表3) 品目別ウエイト

品目名	見直し前		見直し後	
耐久財	8.9	—	8.6	—
自動車	4.1	<46.6>	4.0	<46.5>
家電	4.7	<53.4>	4.6	<53.5>
非耐久財	40.5	—	44.3	—
飲食料品	19.6	<48.4>	22.7	<51.2>
衣料品	4.9	<12.0>	3.9	<8.8>
ガソリン、灯油など	2.7	<6.8>	2.3	<5.2>
医薬品、化粧品など	6.5	<16.1>	8.9	<20.1>
電気代	2.2	<5.4>	2.5	<5.7>
都市ガス代	1.1	<2.6>	0.7	<1.5>
水道代	0.8	<1.9>	0.8	<1.9>
新聞	0.4	<0.9>	0.2	<0.5>
書籍・雑誌	0.3	<0.8>	0.4	<0.9>
ゲームソフト	0.2	<0.6>	0.2	<0.4>
たばこ	1.9	<4.6>	1.7	<3.8>
サービス	50.7	—	47.1	—
外食	11.3	<22.3>	8.4	<17.8>
旅行	0.2	<0.4>	0.0	<0.1>
医療	5.0	<9.9>	5.2	<11.1>
介護	1.8	<3.6>	1.9	<3.9>
通信	5.2	<10.2>	6.0	<12.7>
鉄道旅客	2.6	<5.1>	1.7	<3.7>
バス	0.8	<1.7>	0.4	<0.8>
タクシー	1.1	<2.1>	0.4	<0.8>
航空旅客	1.1	<2.1>	0.3	<0.7>
郵便	0.1	<0.2>	0.1	<0.2>
娯楽	4.8	<9.5>	4.6	<9.7>
宿泊	1.8	<3.5>	1.3	<2.9>
学習塾	1.3	<2.6>	1.4	<3.0>
冠婚葬祭等	1.4	<2.7>	1.2	<2.7>
公共放送	0.4	<0.7>	0.5	<1.0>
駐車場	1.3	<2.5>	1.5	<3.3>
金融	1.8	<3.6>	2.4	<5.1>
生命保険	6.0	<11.8>	5.4	<11.5>
損害保険	1.2	<2.3>	1.2	<2.4>
自動車整備	1.6	<3.2>	1.8	<3.8>
インターネット附随サービス	—	—	1.2	<2.6>

(注) < >内は、各形態におけるウエイト。非耐久財は、GDP統計において半耐久財に分類される品目を含む。サービスは、持ち家の帰属家賃を除く。

(出所) 日本銀行等

2-2. 採用品目の追加・推計方法の見直し

消費活動指数では、品目ごとの消費動向の推計に際し、官民の公表する幅広い統計データを用いている。今回の見直しでは、2021年に実施した直近の見直し以降新たに利用可能になった統計を活用した。具体的には、主として、(1) Eコマース等の販売チャネルが近年多様化している影響の捕捉と、(2) サービス消費における付加価値ベースでの消費動向の捕捉に焦点を当てた。

(1) 販売チャネル多様化の捕捉

(1-1) 「衣料品」の基礎統計の見直し

近年、衣料品の販売チャネルは多様化しており、とくにコロナ禍以降、Eコマース（以下、EC）経由の販売が大きく拡大しているとみられる。これまで、消費活動指数では、「衣料品」の推計に際し、販売側統計である商業動態統計（経済産業省）を用いてきたが、品目分類の難しさもあってEC専門の小売販売については衣料品の対象に含めてこなかった⁸。このため、供給側統計である生産統計などから衣料品の消費を捕捉しているGDP統計との間で動きに差異が生じていた⁹。実際、図表4のとおり、見直し前の消費活動指数の「衣料品」と、GDP統計の「被服・履物」を比較すると、前者は、コロナ禍で減少した後も低水準で横ばいの推移を続けているのに対し、後者は、コロナ禍後に持ち直している。このことは、従来の消費活動指数では、コロナ禍以降に進んだ衣料品の販売チャネルの多様化の影響を十分に捉え切れていない可能性を示唆している。

こうした点を踏まえて、今回の消費活動指数の見直しでは、GDP統計に倣って、生産統計などを用いた供給側推計を導入した。具体的には、2020年産業連関表の国内生産、輸入、輸出のウェイトを用いて¹⁰、名目出荷額、名目輸入額、名目輸出額から名目国内供給額を推計する。名目出荷額は、鉱工業指数の「繊維製品・粗製品」の出荷に国内企業物価指数（日本銀行）の「繊維製品」を乗じて算出する。名目輸入額は貿易統計の概況品の「織物用糸及び繊維製品」、「衣類及

⁸ 商業動態統計では、EC専業事業者等の売上は「無店舗小売業」の販売額として捕捉されているが、この「無店舗小売業」については、商品分類別の販売額が公表されておらず、品目別への分割が難しいため、消費活動指数の計算には含めていない。ただし、実店舗を有する小売業者によるEC販売は、各業態の販売額で捕捉されている。

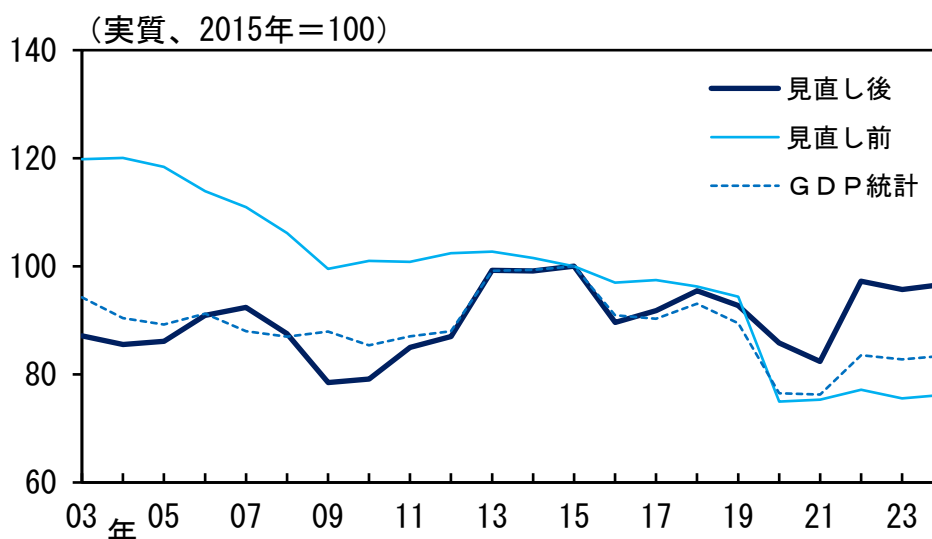
⁹ GDP統計・四半期別GDP速報（以下、QE）では、生産統計である鉱工業指数（経済産業省）や貿易統計（財務省）などを用いて、供給側から推計を行っている。具体的には、出荷と輸入の合計から輸出を除いて国内に供給された財・サービスが中間投入、在庫、消費、もしくは固定資本形成のいずれかの項目に割り振られるという前提に基づく推計方法（コモディティ・フロー法）である。詳細は、内閣府（2025a）、内閣府（2025b）を参照。

¹⁰ 国内生産と輸入の商業マージン分を調整するために、産業連関表上の「需要合計」を、商業マージンを除く国内生産と輸入で按分したものをウェイトとしている。

び同附属品」と「バッグ類」の輸入総額、名目輸出額は「織物用糸及び繊維製品」の輸出総額から算出する。名目出荷、名目輸入、名目輸出はそれぞれ基準年で指数化し、産業連関表のウェイトを用いて、(名目国内総供給) = (名目出荷) + (名目輸入) - (名目輸出) として算出する。こうして算出した名目国内総供給に占める国内家計最終消費の割合が基準年時点から一定であると仮定し、衣料品の名目国内家計最終消費支出を求める。この名目消費額を、消費者物価指数(総務省)の「被服及び履物」、「身の回り用品(除く腕時計)」でデフレートすることで、実質値を算出する。

見直し後の衣料品(実質)の推移をみると、見直し前にみられていた下方トレンドは緩和され、コロナ禍以降は持ち直すなど、長い目でみればGDP統計の動きに近づいている(図表4)。

(図表4) 衣料品(実質)の見直し



(注) GDP統計は、家計の目的別最終消費支出の「被服・履物」。
(出所) 内閣府、日本銀行等

(1-2) 「飲食料品」の作成方法の変更

消費活動指数の「飲食料品」は、ここ数年、減少トレンドが続いてきた。これには、2022年以降の食料品価格等の上昇に伴う実勢としての減少も反映しているとみられるが、一部には、ドラッグストアを通じた販売シェアの増大に加えて、衣料品と同様、コロナ禍以降とくに普及したECによる販売拡大等を十分に取り込めていないことも影響していると考えられる。

実際、販売チャネルの多様化の影響を受けにくい生産統計から作成されているGDP統計の(食料品がその多くを占める)非耐久財と、消費活動指数の非耐久財を比較すると、近年は、消費活動指数の非耐久財がGDP統計を下回ってお

り、足もとにかけて乖離が大きくなっている。こうした点も踏まえ、今回の見直しでは、①近年拡大しているドラッグストアにおける飲食料品の販売拡大を反映するための修正を行うとともに、②一定の仮定を置いて、EC食料品販売額を推計し、これを食料品消費額に取り込むこととした。

①については、従来、「医薬品、化粧品など」に分類されていたドラッグストアの販売額のうち、「健康食品」と「食品」の販売額を、「飲食料品」へと組み換えた。同時に、それに対応する「医薬品、化粧品など」のデフレーターから食料品関連品目を除くといったデフレーターの精緻化も行った¹¹。

②に関して、見直し前の消費活動指数においては、クレジットカードの決済情報からEC消費額を捕捉しているJCB消費NOW（JCB/ナウキャスト）のデータを加えた系列を、「消費活動指数+（プラス）」として別途集計し、公表してきた。敢えて別系列として公表してきたのは、高橋ほか（2021）が指摘するように、（前回見直し時点では）EC消費額のデータの時系列が短かったためである。今般の見直しでは、EC消費額のデータについて、クレジットカード決済データの時系列的な蓄積が進んだことを踏まえ、これを消費活動指数の本系列に取り入れることとした。JCB消費NOWのデータから作成したEC食料品販売額をみると、食料品販売額全体の4%となっており、とくにコロナ禍における外出自粛要請等を受けて大きくその比率が上昇した後も、上昇基調を続けている（図表5）。なお、JCB消費NOWのEC消費データが利用できない過去の期間については、一定の仮定を置いて、電子商取引に関する市場調査（経済産業省）の年次EC食料品消費額等を用いることで遡及系列を作成した¹²。

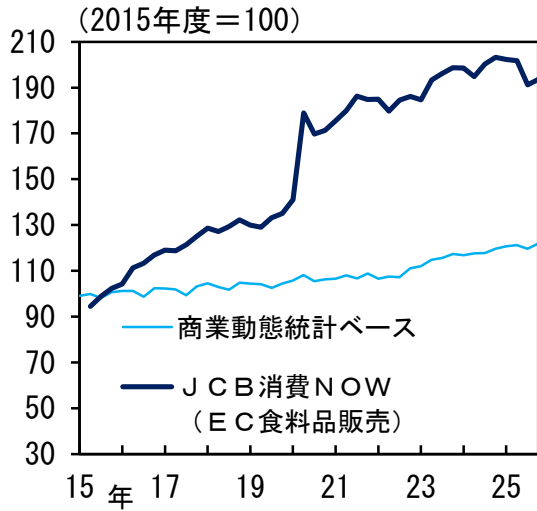
¹¹ 見直し前は、消費者物価の「財」除く「電気・都市ガス・水道」「衣料」「シャツ・セーター・下着類」「たばこ」「農水畜産物」「石油製品」「耐久消費財」をデフレーターとして用いていたが、見直し後は新たに「食料（除く外食）」も除外することとした。

¹² 具体的な作成方法については、以下の通り。

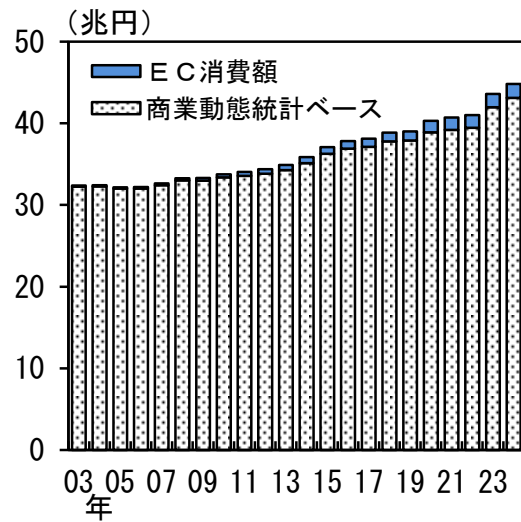
- ① 2016/1月以降：現行の「消費活動指数+（プラス）」の作成方法に準拠する（詳細は高橋ほか（2021）を参照）。ただし、EC比率については、2020年時点のもの（家計消費状況調査等の「総世帯」ベース）に変更したほか、商業動態統計に含まれるEC消費額をウエイトの計算から控除するために、令和3年経済センサス活動調査（総務省・経済産業省）を基にした、飲食料品のインターネット販売額の内無店舗小売業が占めるウエイトをEC比率に乘じ、このウエイトをもとに、商業動態統計ベースの飲食料品販売額と上記系列を加重平均している。
- ② 2004/1月～2015/12月：電子商取引に関する市場調査による年次での飲食料品等のEC消費額を用いて、上記の①に接続している。なお、月次のデータについては、年次のEC消費額を、月次の商業動態統計ベースの飲食料品販売額を補助系列として比例デントン法（後述）を用いて按分することで作成している。
- ③ 2003/12月以前：商業動態統計ベースの飲食料品販売額を用いて遡及している。

(図表5) 飲食料品におけるE C消費の取り込み

(1) E C販売額



(2) 飲食料品全体の推移

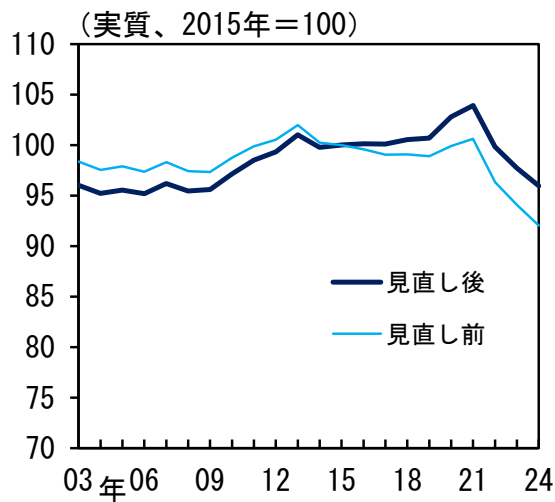


(出所) 総務省、経済産業省、JCB/ナウキャスト「JCB消費NOW」

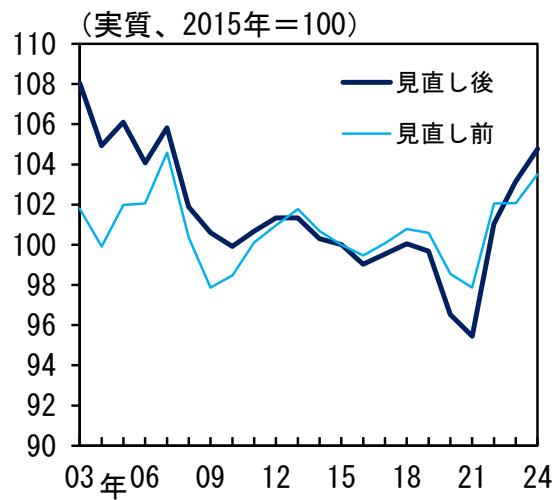
「飲食料品」の系列を見直し前後で比較すると、ドラッグストア経由やE C消費を取り込んだことで、従来の方下トレンドは緩和されている(図表6(1))。他方、見直し後の「医薬品、化粧品など」は、ドラッグストアの飲食料品が控除されたことで名目ベースでは見直し前対比で減少しているが、見直しによってデフレーターが下方修正されたこともあり、実質ベースでは足もとにかけて上方修正されている(図表6(2))。

(図表6) 飲食料品(実質)等の見直し

(1) 飲食料品



(2) 医薬品・化粧品など

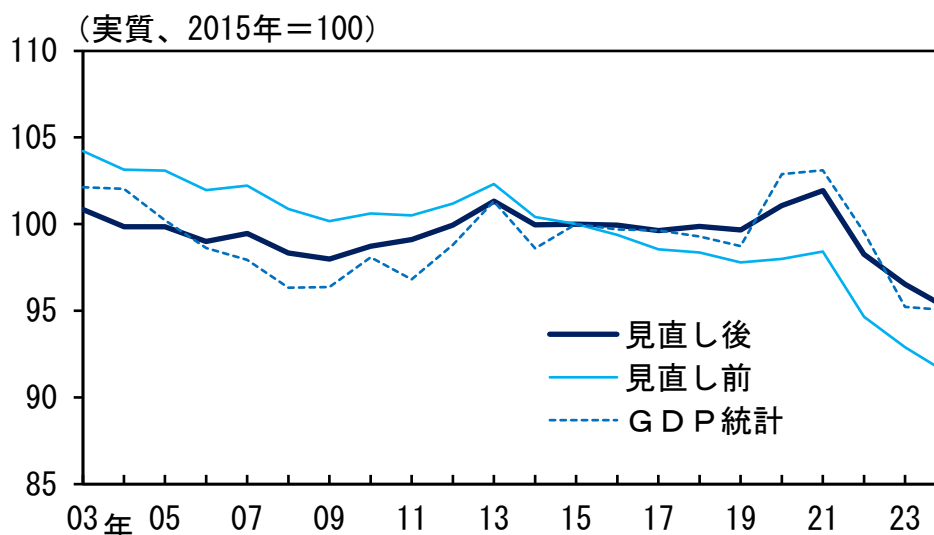


(出所) 日本銀行等

こうした見直しの結果、「飲食料品」について、GDP統計と消費活動指数の

動きを比較すると、見直し後の消費活動指数は、GDP統計とより近い動きになっていることが分かる（図表7（1））。実際、GDP統計との間の平均的な乖離を示す平均絶対誤差（Mean Absolute Error：MAE）をみると、見直し後の系列の方が、誤差は小さくなっていることが確認できる（図表7（2））。

（図表7）飲食料品（実質）の推移
（1）消費活動指数・GDP統計の比較



（2）平均絶対誤差（MAE）の比較

	水準	前年比
見直し前	2.54	1.09
見直し後	1.06	1.05

（注）GDP統計は、「食料・非アルコール」と「アルコール飲料・たばこ」系列の合計値であり、比較の観点から、見直し前後の消費活動指数も、飲食料品+たばこ系列を用いている。MAEの算出期間は、GDP統計の第二年年次推計が利用可能な2003～2023年。

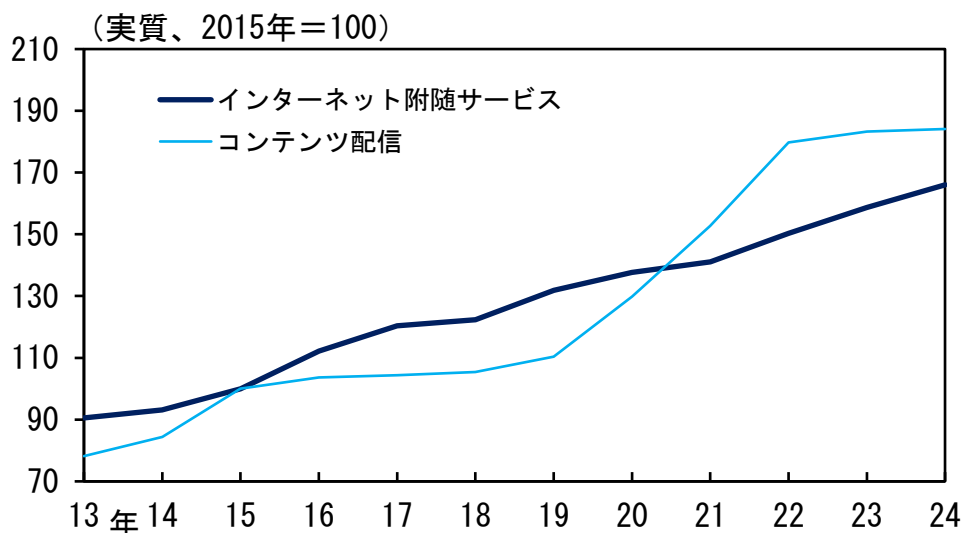
（出所）内閣府、日本銀行等

（1-3）「インターネット附随サービス」の追加

近年、インターネット上での音楽・映像配信サービスに代表されるオンラインサービス消費は拡大しており、消費活動指数でもこれらの消費動向を捕捉する重要性は高まっている。この点、消費活動指数では、2021年の見直し以降、JCB消費NOWのクレジットカード決済情報から推計した「コンテンツ配信」の消費額を加えたものを「消費活動指数+（プラス）」として公表してきた。今回の見直しでは、調査対象がより広範とみられるサービス産業動態統計調査（総務省）の「インターネット附随サービス業」の売上高を実質化した系列を、「インターネット附随サービス」として消費活動指数の本系列に取り入れることとし

た¹³。「インターネット附随サービス」は、音楽・映像配信等のコンテンツ配信サービスに加えて、ショッピングサイトやオークションサイトの売上高(=こうしたサービスに掛かる手数料)も含め、近年利用が増加しているオンラインサービス消費を広く捕捉している。今般作成した消費活動指数の「インターネット附随サービス」をみると、2013年から2024年にかけて実質ベースで約2倍に増加するなど、はっきりとした増加基調を示している(図表8)。

(図表8) インターネット附随サービス(実質)



(出所) JCB/ナウキャスト「JCB消費NOW」、日本銀行等

(1-4) 「宿泊」の推計方法の見直し

従来の消費活動指数では、「宿泊」の品目別データを作成するに当たって、サービス産業動態統計調査のみを用いてきた。もっとも、近年は、宿泊業を巡る環境は大きく変化しており、従来のホテルや旅館に加えて、住宅を活用して旅行者等に宿泊サービスを提供する住宅宿泊サービス(民泊)が急速に成長している(図表9(1))。こうした民泊の動向は、サービス産業動態統計調査や、同じく代表的な統計である宿泊旅行統計調査(観光庁)では、必ずしも十分に捕捉されていないとみられる¹⁴。このため、今回の消費活動指数の見直しでは、「住宅宿

¹³ デフレーターには、企業向けサービス価格指数(日本銀行)の「インターネット附随サービス」を使用する。同指数は企業が直面するサービス価格ではあるが、消費者物価指数における「インターネット接続料」や「ウェブコンテンツ利用料」よりも広範な関連サービスを調査対象としているため、「インターネット付随サービス」売上高のデフレーターとしてより望ましいと考えた。

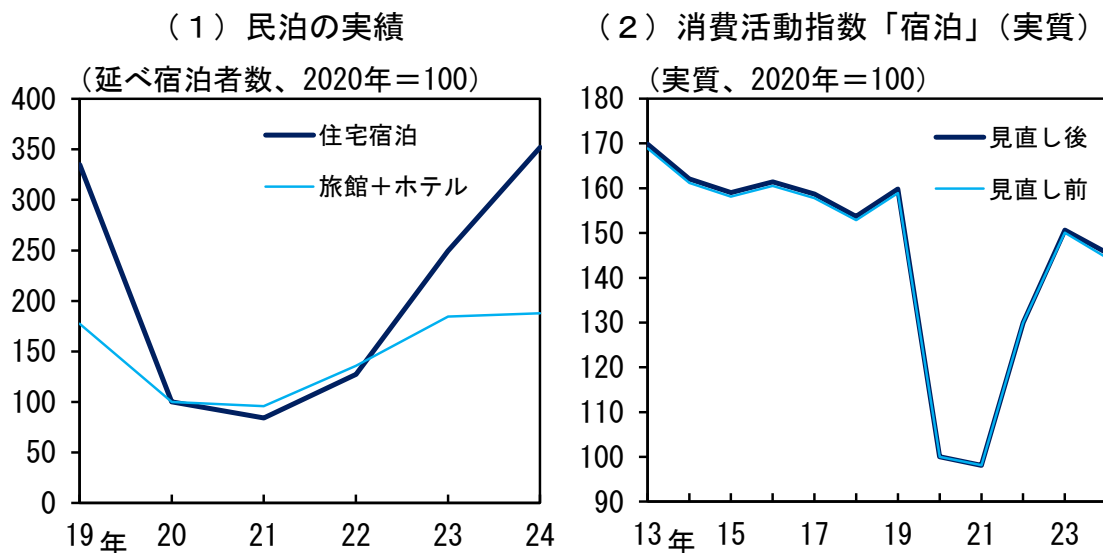
¹⁴ サービス産業動態統計調査では、民泊は、定義上「他に分類されない宿泊業」として宿泊業の一部に含まれるが、住宅宿泊事業の届出住宅数が2021年時点で2万件程度に達するのに対し、同統計の母集団統計である同時点の経済センサス活動調査では、「他に分類されない宿泊業」の事業所数は5千件程度にとどまっている。

泊事業の宿泊実績について」（観光庁）を民泊の推計に利用することとした。

同データを消費活動指数へ取り込むにあたり、まず、宿泊旅行統計調査（うち旅館とホテル）の延べ宿泊者数の月次推移を用いて、2か月分の合計値しか公表されていない民泊宿泊数の値を各月に分割する。そのうえで、各月の旅館・ホテルの延べ宿泊者数と民泊宿泊者数の比率をウェイトとして、2020年以降のサービス産業動態統計調査の宿泊の前年比と、民泊宿泊者数の前年比を加重平均したものを、消費活動指数の「宿泊」系列として用いる。

見直し前後の「宿泊」を比較すると、見直し後はわずかに上方修正されるにとどまっている（図表9（2））。これは、民泊事業が急速に成長しているとはいえ、2024年時点で旅館・ホテルの1%程度に過ぎないためである。もっとも、先行き、さらに民泊事業が成長を続ける場合には、その寄与が拡大する可能性がある。

（図表9） 宿泊の見直し



(出所) 国土交通省、観光庁、日本銀行等

(2) 付加価値ベースでの消費動向の捕捉(「鉄道旅客」・「娯楽」・「自動車整備」)

従来の消費活動指数では、「鉄道旅客」と「娯楽」の品目別データの作成に当たり、それぞれ旅客数と各種興行の入場者数等（ともに第3次産業活動指数）を用いてきた。また、「自動車整備」の推計には、自動車保有車両数（国土交通省）の数量ベースのデータを用いてきた。この間、サービス産業に関する新たな包括的な統計調査として、2025年からサービス産業動態統計調査が開始された。これは、一般統計調査であるサービス産業動向調査（総務省）と特定サービス産業動態統計調査を統合したもので、サービス産業の事業者の売上高等を調査する基幹統計調査である。同統計は、企業の売上高を調査しているため、数量の変化

だけでなく、それ以外の付加価値の変化——例えば、「鉄道旅客」における旅程距離の変化や移動時のサービスの高付加価値化など——を捕捉出来るという点で、消費の実勢把握に適していると考えられる。今回の消費活動指数の見直しでは、サービス産業動態統計調査の時系列データの蓄積が前身調査も含め進んだことも踏まえて、「鉄道旅客」・「娯楽」・「自動車整備」の推計に用いるデータを、同調査に変更することとした^{15, 16}。

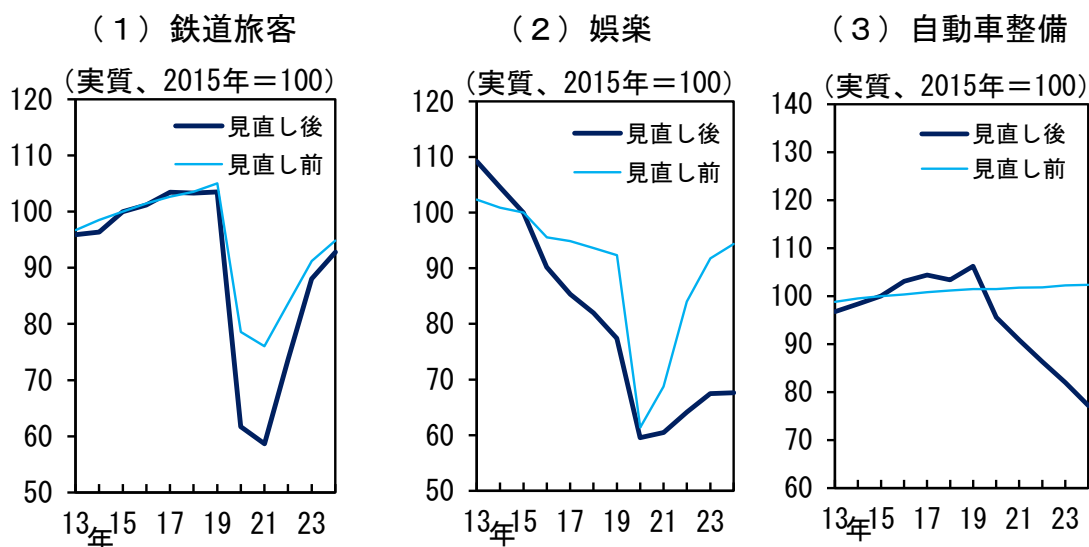
見直し前後の動きを比較すると、見直し後の「鉄道旅客」は、コロナ禍において、より大きく落ち込んでいる（図表 10（1））。これには、新たに採用したサービス産業動態統計調査でみると、鉄道売上高の減少には、旅客数の減少に加えて、長距離移動の減少などによる客単価の減少も寄与していたことが影響している。見直し後の「娯楽」についても、コロナ禍の落ち込みが大きく、かつその後の回復ペースも緩やかなものにとどまっている¹⁷（図表 10（2））。見直し後の「自動車整備」も、コロナ禍以降は減少基調をたどっていることが分かる（図表 10（3））。

¹⁵ サービス産業動態統計調査の前身であるサービス産業動向調査は、2013 年より現行体系に近い形での公表が開始された。金藤ほか（2018）にあるとおり、消費活動指数を作成するうえで、同統計の利用を検討したものの、同統計は当時 5 年分程度しか時系列の蓄積が無く、季節調整等が安定しなかったことなどから、採用を見送った。その後、高橋ほか（2021）では、GDP 統計との整合性を考慮し、外食、宿泊等で同統計を利用することとした。サービス産業動態統計調査は、中小企業も含めた幅広いサンプルを有するため、関連業種の消費額を包括的に捉えることが出来ると考えられる。もっとも、とくに飲食サービス等開廃業比率が高い業種において、新規に開業した事業所が統計サンプルに捕捉されない場合、売上高が実態から乖離しうる点には留意する必要がある。

¹⁶ 「鉄道旅客」・「娯楽」・「自動車整備」のデフレーターについては、従前と同様、消費者物価指数上でそれぞれ対応する品目をを用いている（詳細は参考図表 2 を参照）。

¹⁷ こうした「娯楽」の動きには、今回の見直しでウエイトが大きくなった「パチンコホール」の弱さが影響している。従来用いていた第 3 次産業活動指数では、産業連関表の付加価値額をベースにウエイト付けがされており、パチンコホールが娯楽業に占めるウエイトは 35% 程度となっていた。一方で、サービス産業動態統計調査の母集団統計である令和 3 年経済センサス活動調査では、売上高ベースのウエイトとなっているため、業種ごとの売上高付加価値率の違いを反映して、パチンコホールのウエイトは 60% 程度となっている。

(図表 10) サービス各種（実質）の見直し



(出所) 日本銀行等

(3) その他の見直し（「家電」のデフレーター作成方法）

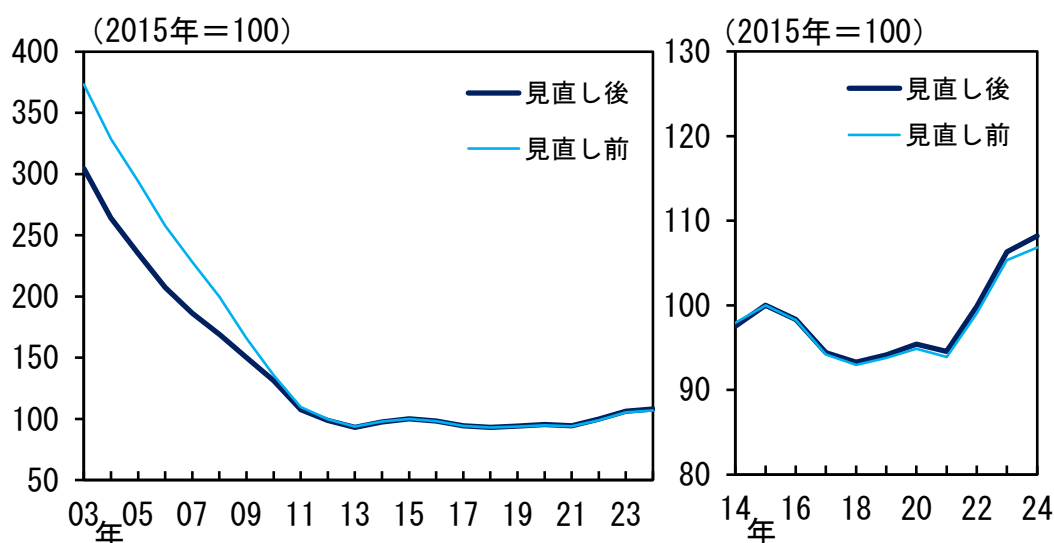
従来の消費活動指数では、パソコン価格の下落等に伴う指数算出上のバイアスを回避するために、「家電」のデフレーターについては、関連品目の価格指数を幾何平均することで作成してきた¹⁸。一方、GDP統計においては、品目の積み上げから求めた名目値を実質値で除すことにより集計デフレーターを算出しているため、手法としては加重平均に近い。そこで、今回の消費活動指数の見直しでは、GDP統計に合わせる形で、「家電」のデフレーターを関連品目の加重平均で算出する手法に変更した。変更後の「家電」のデフレーターをみると、2000年代の下落ペースは変更前よりも鈍化しているものの、2010年以降については概ね同様の動きとなっている（図表 11）。

¹⁸ 算式上は、ある品目の相対価格が変化しても、それぞれの財の支出割合（価格×数量）が一定である場合——財価格の低下に応じて購入数量が上昇する場合——は、ラスパイレスタイプの加重平均指数は下方バイアスを有する一方、幾何平均指数はバイアスを持たないことが知られている（日本銀行調査統計局、1998）。1990年代以降、パソコンの品質調整後の相対物価水準は大きく下落する一方で購入数量が増加したことから、ラスパイレスタイプ指数の下方バイアスは深刻であった。もっとも、2010年代中盤以降は、パソコン価格の急速な低下トレンドも一服し、幾何平均指数を利用することのメリットは、薄れていると考えられる。

(図表 11) 「家電」のデフレーターの見直し

<長期>

<2014年以降>



(出所) 日本銀行等

2-3. 品目作成方法変更を反映した消費活動指数

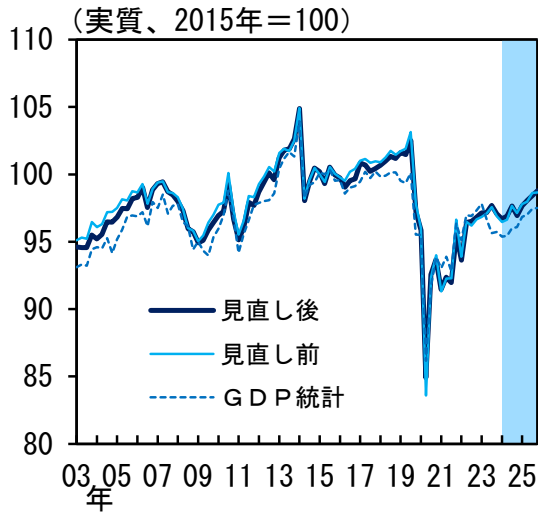
ここまで解説してきた(1)形態別・品目別ウエイトの更新と、(2)各品目の作成方法の見直し、の2点を反映した消費活動指数の推移は、図表12のようになる。

見直し前後で比較すると、非耐久財では、見直し前の消費活動指数で顕著であった低下トレンドが、見直し後では緩和され、GDP統計の推移により近くなっている。これは、前述のように、飲食料品や衣料品における販売チャネル多様化の影響を、今回の見直しによってより正確に捉えることが可能になったためと考えられる。また、サービスについても、特に2022年以降の期間を中心に、今回の見直しにより付加価値ベースの統計を利用することで、GDP統計の動きに近くなっている。他方で、耐久財については、今回のデフレーター算出方法の変更により、GDP統計との間にみられていた2000年代の乖離は、見直し後には幾分緩和されているが、それ以外の期間については見直し前後で目立った変化は見られない。

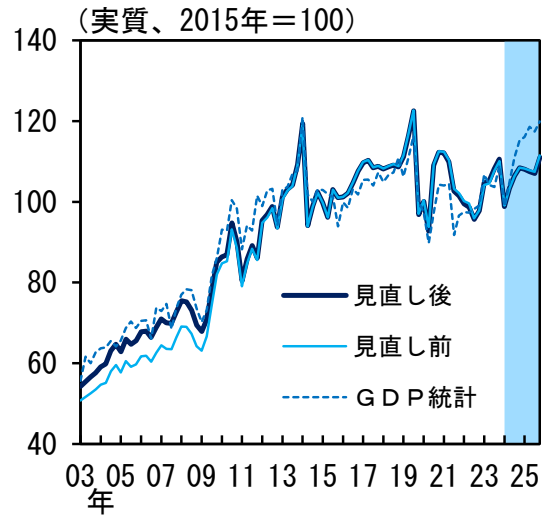
GDP第二次年次推計値が利用可能な期間について、消費活動指数とGDPの前年比の相関係数を見直し前後で比較すると(図表13)、見直し後の方がGDPとの相関係数は耐久財を除き高くなっている。また、見直し前後のMAEを比較しても、見直し後は耐久財を除き誤差が縮小していることが確認できる。

(図表 12) 消費活動指数の見直し結果

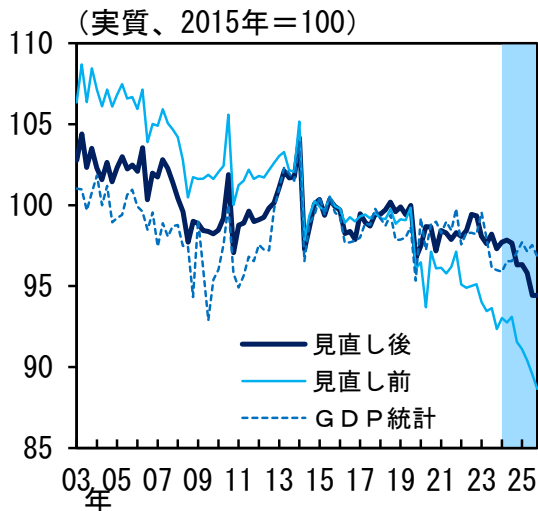
(1) 消費活動指数 (旅行収支調整済)



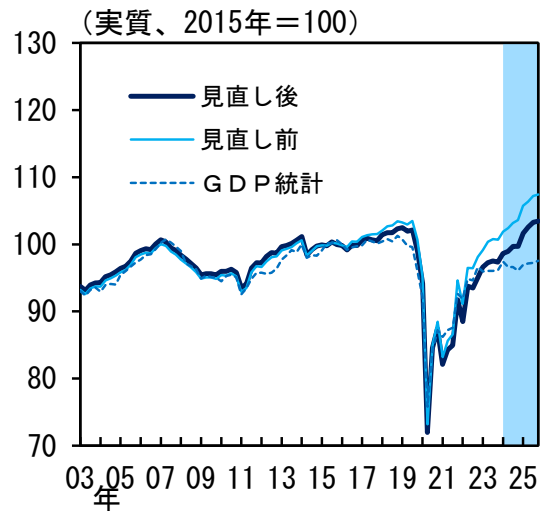
(2) 耐久財



(3) 非耐久財



(4) サービス



(注) シャドローはGDP統計・第二次年次推計後の期間。(3)のGDP統計はGDP統計における半耐久財を含む。サービスは、持ち家の帰属家賃を除く。

(出所) 内閣府、日本銀行等

(図表 13) パフォーマンス評価

	① GDP統計との 前年比の相関係数		② GDP統計に対する 前年比のMAE	
	見直し前	見直し後	見直し前	見直し後
消費活動指数 (旅行収支調整済)	0.96	0.97	0.55	0.46
耐久財指数	0.89	0.87	2.52	2.59
非耐久財指数	0.61	0.78	1.03	0.79
サービス指数	0.97	0.98	2.94	2.75

(注) 計数は全て実質。推計期間は、①②とも2004～2023年。

このように、前年比で見ると、GDPとの比較でみた消費活動指数のパフォーマンスは、今回の見直しにより総じて改善している。もっとも、やや長い目でみると、今回の見直しを経てもなお、消費活動指数とGDP統計の第二年年次推計値（現時点では～2023年）の間には、レベルでみたトレンドの乖離が相応に残っている。これは、月々の消費変動の捕捉を目的に作成されている消費活動指数は、基本的に月次の動態統計から作成されているが、この動態統計のトレンドが、GDP第二年年次推計値で利用されている構造統計（代表的には経済構造実態調査や経済センサス活動調査）のトレンドとは必ずしも一致していないことから生じている。こうした長期的なトレンドの乖離は、足もとの短期的な消費動向の把握という点ではさほど大きな問題にはならない一方で、消費活動指数を用いて長期的な分析（例えば可処分所得との長期的な関係の分析）を行う場合には、無視できない問題が発生し得る。

2-4. GDP統計による過去系列の水準調整

上記の問題に対処するため、本節では、消費活動指数の水準がGDP統計の第二年年次推計値の水準と、年単位で整合的になるよう一定の調整を行う。具体的には、GDP統計・第二年年次推計の暦年の値を「ベンチマーク」とし、これを比例デントン法と呼ばれる手法で、「補助系列」を利用して月次に分割することで、「水準調整後の消費活動指数」を作成する（比例デントン法の詳細については、補論を参照）。この際、比例デントン法の分割に用いる「補助系列」としては、前節までに見直しを行った消費活動指数を用いるため、消費活動指数に含まれていた月々の変動に関する情報は基本的に維持される（図表 14）。GDPの第二年年次推計値が利用可能でない期間（現時点では2024年～）については、水準調整前の消費活動指数の前月比を用いて外挿する。この期間については、従来

と同様、GDP統計（第一次年次推計、QE）から独立して消費活動指数は推移することとなる。

（図表 14）ベンチマークと補助系列

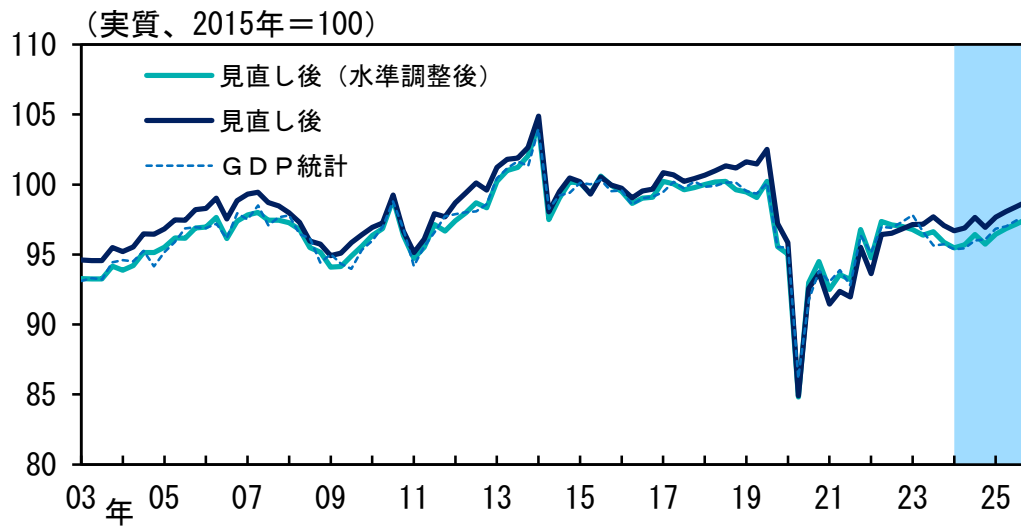
ベンチマーク（GDP統計）	補助系列（消費活動指数）
国内家計最終消費支出	消費活動指数
家計最終消費支出	消費活動指数（旅行収支調整済）
耐久財	耐久財指数
非耐久財+半耐久財	非耐久財指数
サービス	サービス指数

（注）ベンチマークは、持ち家の帰属家賃を除く。補助系列は季節調整済系列。

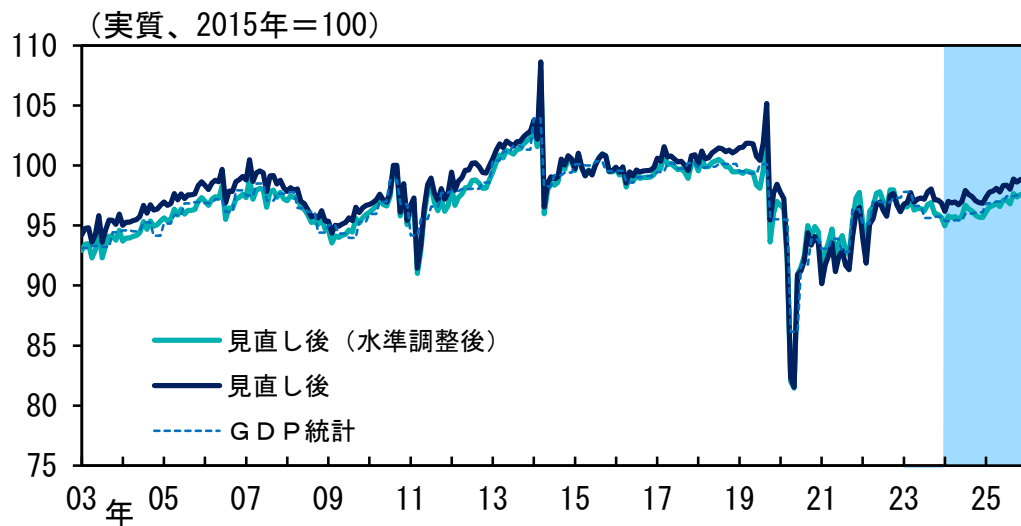
比例デントン法による水準調整後の結果をみると、消費活動指数とGDP統計のトレンドの乖離は解消されている一方で、消費活動指数の持つ月次の変動は維持されている（図表 15、16）。例えば、水準調整前の消費活動指数（旅行収支調整済）は、コロナ禍の落ち込みがGDP統計対比大きかったが、このような乖離は比例デントン法による水準調整で解消されている。一方、GDPの第二次年次推計値が利用可能でない直近の期間（現時点では2024年～）については、消費活動指数はGDP統計から独立して推計されているため、必ずしも両者の水準は一致していない。

(図表 15) 消費活動指数 (旅行収支調整済) の見直し結果

(1) 四半期



(2) 月次



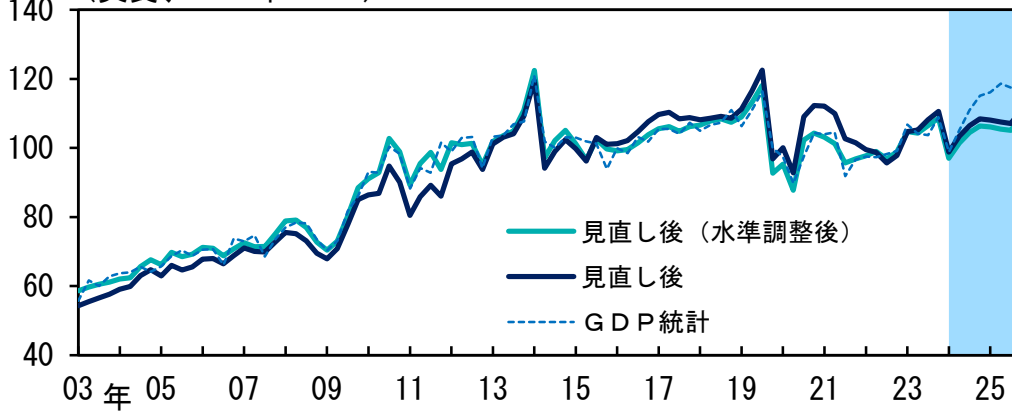
(注) シャドローはGDP統計・第二年年次推計後の期間。持ち家の帰属家賃を除く。

(出所) 内閣府、日本銀行等

(図表 16) 形態別指数の見直し結果

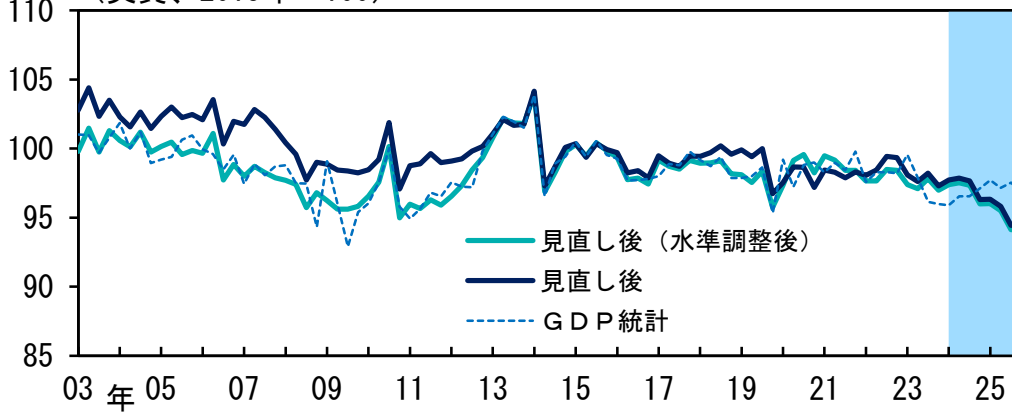
(1) 耐久財<四半期>

(実質、2015年=100)



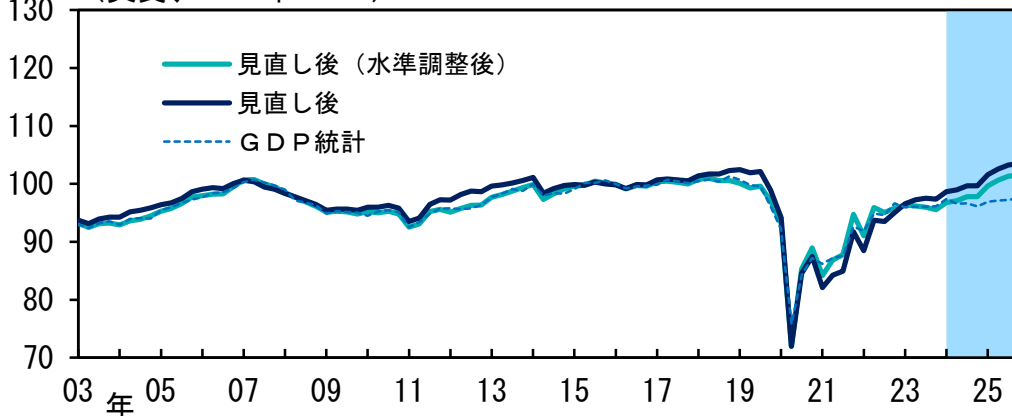
(2) 非耐久財<四半期>

(実質、2015年=100)



(3) サービス<四半期>

(実質、2015年=100)



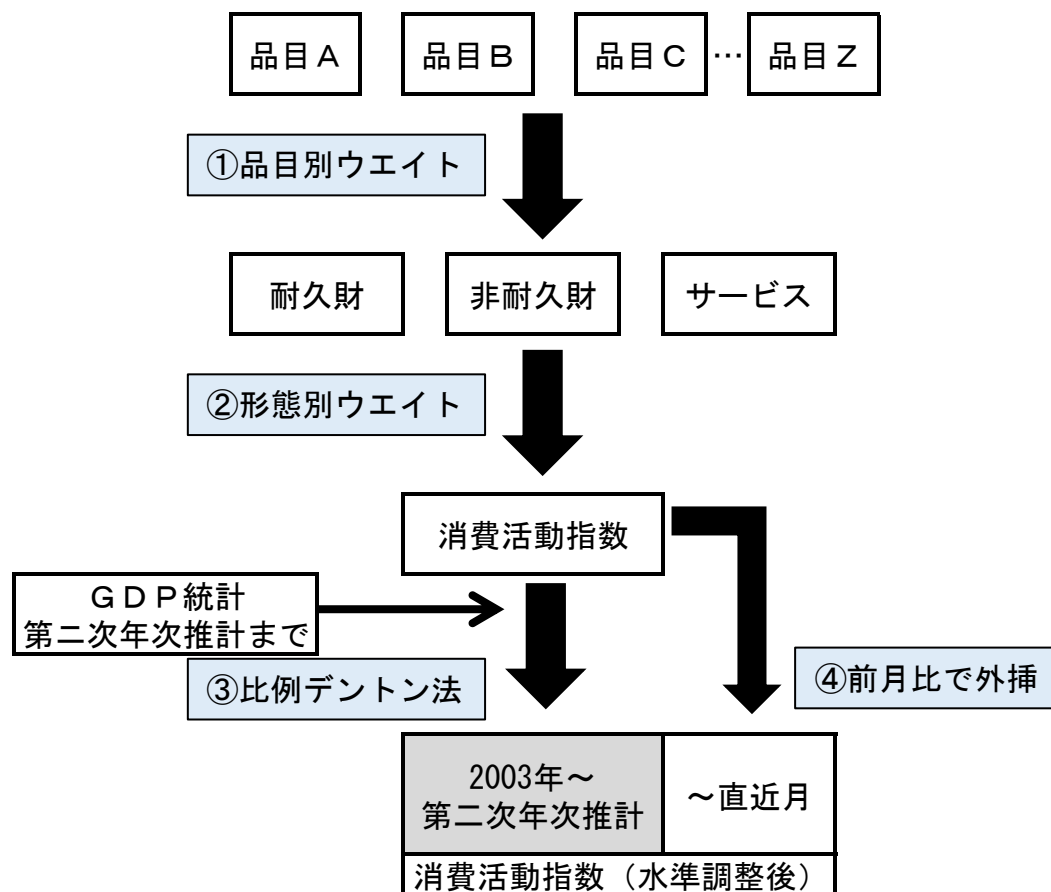
(注) シャドーはGDP統計・第二次年次推計後の期間。(2)のGDP統計はGDP統計における半耐久財を含む。サービスは、持ち家の帰属家賃を除く。

(出所) 内閣府、日本銀行等

2-5. 見直しのまとめ

上記の一連の見直しを踏まえて、消費活動指数の作成手順を改めて整理する(図表 17)。第1段階として、品目別系列を作成したうえで、これらを品目別ウエイトで集計することで、形態別系列を作成する。第2段階では、こうして作成した形態別の消費系列を形態別ウエイトで集計し、消費活動指数全体を作成する¹⁹。第3段階では、GDP統計の第二次年次推計値が利用可能な期間については、比例デントン法で、消費活動指数の暦年値が、GDP統計の暦年値と同水準となるよう調整する。第4段階として、GDPの第二次年次推計値が利用可能でない期間については、消費活動指数の前月比で外挿する。

(図表 17) 消費活動指数の作成手順



GDP統計・年次推計は、例年12月頃に公表される。この時点で公表される

¹⁹ 消費活動指数では、GDP個人消費と同様、インバウンド消費を控除する一方、アウトバウンド消費を含めることで、居住者による消費動向を示す消費活動指数(旅行収支調整済)を作成・公表している。こうした旅行収支調整の手法については、従来から変更していない。

暦年値の直近年が第一年年次推計であり、直近年より1年前の値が第二年年次推計、そのさらに1年前が第三年年次推計である。消費活動指数では、GDP統計の年次推計が公表されたタイミングで、比例デントン法による再推計を行い、消費活動指数に最新の第二年年次推計までの値を反映する。このため、今後は、各年のGDP統計・年次推計値の公表後の再推計を行うタイミングで、消費活動指数の過去計数は遡及改定されることになる。

3. まとめと今後の課題

本稿では、今般行った消費活動指数の見直し内容を解説した。今回の見直しにより、消費活動指数は、2020年基準へと改定されたGDP統計と整合的になるとともに、EC消費の拡大といった近年の消費行動の変化をより正確に反映した指数になったものと考えている。この新たな消費活動指数が活用されることで、わが国の消費実勢のよりの確な現状評価につながることを期待される。

もっとも、今後の課題も残されている。具体的には、①今回見直しを行った衣料品や飲食料品以外のオンライン消費の把握、②サービスのうち、ウエイトの大きい「住宅賃貸料」や「教育」の捕捉、③海外のオンライン・サブスクリプションサービスに代表されるような新たな消費行動の捕捉などが挙げられる。いずれも、利用できる統計の制約等に鑑み、今回の見直しでは対応を見送ったが、今後も、オルタナティブ・データも含む関連統計の整備状況を眺めつつ、消費活動指数の更なるパフォーマンスの改善に向けて作成方法の見直しに不断に取り組んでいく方針である。

以 上

【参考文献】

Chen, B. (2007). "An Empirical Comparison of Methods for Temporal Distribution and Interpolation at the National Accounts," BEA Papers 0077, Bureau of Economic Analysis.

Cholette, P. A. (1984). "Adjusting Sub-annual Series to Yearly Benchmarks," *Survey Methodology*, 10, 35-49.

Denton, F. T. (1971). "Adjustment of Monthly or Quarterly Series to Annual Totals: An Approach Based on Quadratic Minimization," *Journal of the American Statistical Association*, 66(333), 99-102.

IMF (2017). "Quarterly National Accounts Manual 2017 Edition," Chapter 6.

金藤章浩・萬処李奈・加藤直也・須合智広 (2018) 「消費活動指数の 08SNA 対応と精度向上を企図した見直し」、日本銀行調査論文。

内閣府 (2025a) 「国民経済計算推計手法解説書 (年次推計編)」。

内閣府 (2025b) 「国民経済計算推計手法解説書 (四半期別 GDP 速報 (QE) 編)」。

中村康治・河田皓史・田中雅樹・植前理紗 (2016a) 「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 (2016b) 「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。

日本銀行調査統計局 (1998) 「幾何平均を用いた国内卸売物価・参考指数の公表について」、日本銀行調査月報 1998 年 5 月号、51-63。

高橋優豊・近藤卓司・宗像晃・大久保友博・岩崎雄斗 (2021) 「近年の消費行動の変化を踏まえた消費活動指数の推計方法の見直しについて」、日本銀行調査論文。

補論. 比例デントン法を用いた水準調整

本補論では、2－4節で扱った「水準調整後の消費活動指数」の算出に用いる、比例デントン法について解説を加えるとともに、見直し後の消費活動指数がこの比例デントン法を利用するに当たって望ましい性質を有しているかを、統計的に検証する。

比例デントン法とは、Denton (1971)、Cholette (1984) によって提唱された手法で、時系列データについて、低頻度の「ベンチマーク」を、高頻度の「補助系列」を用いて、高頻度データに分割する統計的手法である。下式の通り、ベンチマークは、暦年の合計値を保ったまま、補助系列に対する分割後のベンチマークの比率＝B I 比率 (Benchmark-to-Indicator Ratio) の変化が最小になるよう、最適化問題を解くことで分割される²⁰。内閣府が公表するGDP統計でも、年次推計値を四半期値に分割する際に使用されている。

$$\min \sum_{t=2}^T \left[\frac{m_t}{a_t} - \frac{m_{t-1}}{a_{t-1}} \right]^2 \quad \text{s. t.} \quad \sum_{t=12y-11}^{12y} m_t = A_y, y \in \{1, \dots, \beta\}$$

m_t : t か月目の消費活動指数 (水準調整後)

a_t : t か月目の消費活動指数 (水準調整前) < 補助系列 >

A_y : y 暦年のGDP統計第二年年次推計までの値 < ベンチマーク >

なお、比例デントン法は、分割前のB I 比率が安定しているほど、水準調整値が補助系列の動きを反映するため、ベンチマーク (GDP統計・第二年年次推計までの値) と補助系列 (水準調整前の消費活動指数) の動きが近いことが望ましい (IMF、2017)。これを評価する方法として、Chen (2007) に基づき、①水準調整前の消費活動指数と、②比例デントン法により水準調整を行ったあとの消費活動指数の前月比のMAEを確認する。MAEが小さければ、ベンチマークと補助系列の動きがより近く、比例デントン法により前月比が大きく歪められていないことが確認できる。

①見直し前の消費活動指数で上記のMAEを計算した場合と、②見直し後の指数で計算した場合とを比較すると、後者の方がMAEが小さく、比例デントン法を利用するのにより望ましい性質を有していることが確認できる (補論図表)。水準調整後の消費活動指数は、第二年年次推計及びそれ以前の年のGDP統計

²⁰ ベンチマークを分割する他の方法として、補助系列の構成比でベンチマークを分割するプロラタ法があるが、比例デントン法に比べて、ベンチマークの節目 (今回の場合は暦年の終期と、翌暦年の始期) の間で水準に段差が生じやすいというデメリットがある。

が有する構造統計の情報により長期的なトレンドを捉えながら、引き続き、元々の消費活動指数の有する月次統計の情報も、比例デントン法を用いながら備えているという点で、有用な指標であるといえる。

(補論図表) 補助系列と水準調整後系列間でのMAE

	補助系列と水準調整後系列の前月比のMAE	
	見直し前	見直し後
消費活動指数 (旅行収支調整済)	0.55	0.46
耐久財指数	2.52	2.59
非耐久財指数	1.03	0.79
サービス指数	2.94	2.75

(注) 計数は全て実質。推計期間は、2004～2023年。

(参考図表 1—1) 見直し後の消費活動指数の基礎統計

品目名	集計項目	基礎統計
耐久財		
自動車	・販売台数（軽、小型、普通乗用車） ・小売価格（軽、小型、普通乗用車）	・日本自動車販売協会連合会「新車販売台数」 ・全国軽自動車協会連合会「軽自動車新車販売台数」 ・総務省「小売物価統計調査」
家電	・販売額（機械器具小売業、百貨店・スーパーの家電）	・経済産業省「商業動態統計」
非耐久財		
飲食物品	・販売額（飲食物品小売業（除くコンビニエンスストアの非食料品）、百貨店・スーパー・ドラッグストアの飲食物品） ・EC飲食物品販売額	・経済産業省「商業動態統計」 ・総務省「家計調査」 ・総務省「家計消費状況調査」 ・経済産業省「電子商取引に関する市場調査」 ・JCB/ナウキャスト「JCB消費NOW」 ・総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」
衣料品	・業種別出荷指数（繊維製品・粗製品） ・国内企業物価指数（繊維製品） ・輸入金額（織物用糸及び繊維製品、衣類及び同附属品、バッグ類） ・輸出金額（織物用糸及び繊維製品）	・経済産業省「鉱工業指数」 ・日本銀行「企業物価指数」 ・財務省「貿易統計」
ガソリン、灯油など	・販売額（燃料小売業）	・経済産業省「商業動態統計」
医薬品、化粧品など	・販売額（医薬品・化粧品小売業（除くドラッグストアの飲食物品）、その他小売業、百貨店・スーパーのその他）	・経済産業省「商業動態統計」
電気代	・電力需要実績（電灯計）	・資源エネルギー庁「電力調査統計」
都市ガス代	・製品ガス家庭用販売量	・資源エネルギー庁「ガス事業生産動態統計調査」
水道代	・指数（水道業）	・経済産業省「第3次産業活動指数」
新聞	・指数（新聞業）	・経済産業省「第3次産業活動指数」
書籍・雑誌	・指数（出版業）	・経済産業省「第3次産業活動指数」
ゲームソフト	・売上高（ソフトウェアプロダクツのうちゲームソフト） ・ゲームソフト売上本数	・経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」 ・業界統計
たばこ	・業種別出荷指数（食料品・たばこ工業（除く食料関連指数）） ・加熱式たばこ販売数量	・経済産業省「鉱工業指数」 ・日本たばこ協会「加熱式たばこ統計データ」

(参考図表 1—2) 見直し後の消費活動指数の基礎統計

品目名	集計項目	基礎統計
サービス		
外食	・売上高（飲食店、持ち帰り・配達飲食サービス業）	・総務省「サービス産業動態統計調査」
旅行	・旅行取扱額（国内、海外）	・観光庁「旅行業者取扱額」
医療	・指数（医療業）	・経済産業省「第3次産業活動指数」
介護	・指数（社会福祉・介護事業）	・経済産業省「第3次産業活動指数」
通信	・売上高（通信業）	・総務省「サービス産業動態統計調査」
鉄道旅客	・売上高（鉄道業）	・総務省「サービス産業動態統計調査」
バス	・指数（バス業）	・経済産業省「第3次産業活動指数」
タクシー	・指数（タクシー業）	・経済産業省「第3次産業活動指数」
航空旅客	・指数（航空旅客運送業）	・経済産業省「第3次産業活動指数」
郵便	・指数（郵便業（信書便事業を含む））	・経済産業省「第3次産業活動指数」
娯楽	・売上高（娯楽業）	・総務省「サービス産業動態統計調査」
宿泊	・売上高（宿泊業） ・延べ宿泊者数	・総務省「サービス産業動態統計調査」 ・観光庁「住宅宿泊事業の宿泊実績について」 ・観光庁「宿泊旅行統計調査」
学習塾	・指数（学習塾）	・経済産業省「第3次産業活動指数」
冠婚葬祭等	・指数（その他生活関連サービス業）	・経済産業省「第3次産業活動指数」
公共放送	・NHK受信契約件数	・日本放送協会
駐車場	・指数（駐車場業）	・経済産業省「第3次産業活動指数」
金融	・指数（金融業）	・経済産業省「第3次産業活動指数」
生命保険	・生命保険産出額	・生命保険協会「生命保険事業概況」 ・IR資料
損害保険	・指数（損害保険業）	・経済産業省「第3次産業活動指数」
自動車整備	・売上高（自動車整備業）	・総務省「サービス産業動態統計調査」
インターネット附随サービス	・売上高（インターネット附随サービス業）	・総務省「サービス産業動態統計調査」

(参考図表2) 見直し後の消費活動指数のデフレーター

品目名	使用する物価指数	変換
耐久財		
自動車	・自動車	名→実
家電	・家事用耐久財、冷暖房用器具、照明器具、電球・ランプ、 血圧計、携帯電話機、テレビ、ビデオレコーダー、パソコン (デスクトップ型)、パソコン(ノート型)、タブレット端 末、プリンタ、カメラ、家庭用ゲーム機、ゲームソフト、メ モリーカード、電池、電気かみそり	名→実
非耐久財		
飲食料品	・食料(除く外食)	名→実
衣料品	・被服及び履物、身の回り用品(除く腕時計)	名→実
ガソリン、灯油など	・ガソリン、プロパンガス、灯油	名→実
医薬品、化粧品など	・財(除く電気・都市ガス・水道、たばこ、食料<除く外食 >、石油製品、耐久消費財)	名→実
電気代	・電気代	実→名
都市ガス代	・都市ガス代	実→名
水道代	・上下水道料	実→名
新聞	・新聞代	実→名
書籍・雑誌	・書籍、雑誌	実→名
ゲームソフト	・ゲームソフト	実→名
たばこ	・たばこ	実→名
サービス		
外食	・一般外食	名→実
旅行	・外国パック旅行費、国内パック旅行費(宿泊料、普通運賃 <JR以外>、航空運賃、普通運賃<JR>、料金<JR、 在来線>、料金<JR、新幹線>を合成したもの)	名→実
医療	・診療報酬改定率 ※診療報酬について(厚生労働省)	名→実
介護	・介護料	実→名
通信	・通信料(固定電話)、通信料(携帯電話)、インターネット 接続料	名→実
鉄道旅客	・鉄道運賃(JR以外)、鉄道運賃(JR)	名→実
バス	・一般路線バス代、高速バス代	実→名
タクシー	・タクシー代	実→名
航空旅客	・航空運賃	実→名
郵便	・はがき、封書	実→名
娯楽	・入場・観覧・ゲーム代	名→実
宿泊	・宿泊料	名→実
学習塾	・補習教育	実→名
冠婚葬祭等	・持家の帰属家賃を除く総合	実→名
公共放送	・放送受信料(NHK)	実→名
駐車場	・車庫借料、駐車料金	実→名
金融	・為替業務手数料、銀行業務手数料(除為替) ※企業向けサービス価格指数(日本銀行)	実→名
生命保険	・持家の帰属家賃を除く総合	名→実
損害保険	・損害保険 ※企業向けサービス価格指数(日本銀行)	実→名
自動車整備	・自動車整備費(定期点検)、自動車整備費(パンク修理)	名→実
インターネット附随 サービス	・インターネット附随サービス ※企業向けサービス価格指数(日本銀行)	名→実

(注) 特記が無い場合は、消費者物価指数の品目名を指す。