

インテージ、一橋大学、新日本スーパーマーケット協会共同「流通・消費・経済指標開発プロジェクト」 「消費者購買指数」の概要

- 使用するデータはPOSデータ(株式会社インテージのSRI)。スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストアなど日本全国約4,000店舗から日次で収集されているデータを利用。
- 日本全体の消費者の「支出」の変動(昨年同週比)とその要因を「購買価格」、「購買数量」、「新商品」から明らかにする。

「消費者購買指数」の構造

$$\underbrace{\Delta \text{支出}}_{\text{支出の変化}} = \underbrace{\Delta \text{購買価格}}_{\text{既存商品の値上/値下効果}} + \underbrace{\Delta \text{購買数量}}_{\text{既存商品の購買数量の変化}} + \underbrace{(\text{新商品の購買} - \text{消滅商品の購買})}_{\text{新商品の効果}}$$

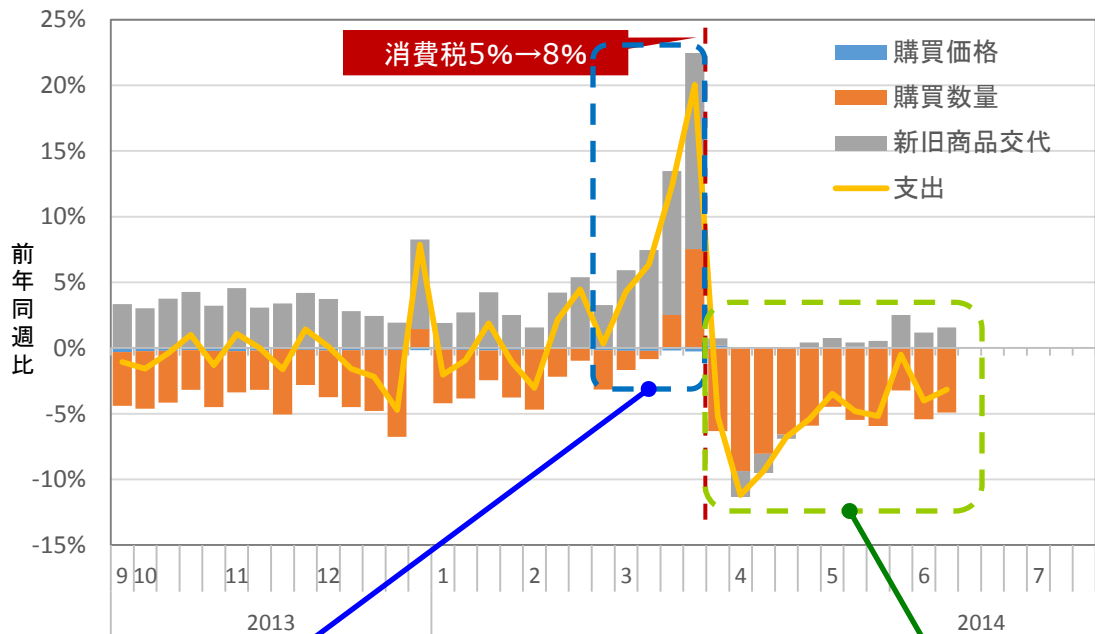
- 「**△購買数量**」と「**新商品の効果**」が、家計にとっての実質的な変化を示すものであり、従来には無い新しい指標。特に、「**新商品の効果**」はPOSデータを用いることにより得られる貴重な指標。
- 「**新商品の効果**」は、企業の新商品開発、イノベーション活動等とも関わる重要な指標である。
- 将来は、スーパーマーケットの売上の40%近くを占める生鮮食料品データも取り込む予定。流通小売業にとって重要なマーケティングデータになるとともに、より精度の高い経済指標となることが期待される。

「インテージSRI」とは…

- 日本最大の小売店POSデータで、店舗ごとにJANコードごとにサマリーされた食品、日用品、飲料、アルコール、医薬品、化粧品、ペット用品など約300カテゴリー・約100万点。全国約4,000店の小売店販売データ。
- 店舗の種類は、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ホームセンター、薬局薬店、酒屋、ペットショップ。

「消費者購買指数」の試算結果(2013年9月～2014年7月)

※本日の結果は試算であることにご留意ください。



※SRIデータを用いて業態別に集計した購買価格、購買数量、新旧商品交代の寄与を2013年の平均月商母集団推計額を用いて加重平均した。

※本試算結果には、生鮮食料品、弁当等は含まれていません。

※本試算結果のデータはすべて税抜です。

税率改定前

- 税率改定直前(3月)に「支出」が増加。
- 「支出」増加のほとんどを「新商品効果」が寄与している。
- 3月最終週には「購買数量」の寄与も大きい。

税率改定後

- 税率改定後、「支出」は前年比で大きく落ち込む。
- 「購買数量」、「新商品効果」とも大きく落ち込む。
- 6月第2週時点では、昨年秋の支出レベルまで回復していない。