

インテージ、一橋大学、新日本スーパーマーケット協会 「流通・消費・経済指標開発プロジェクト」について

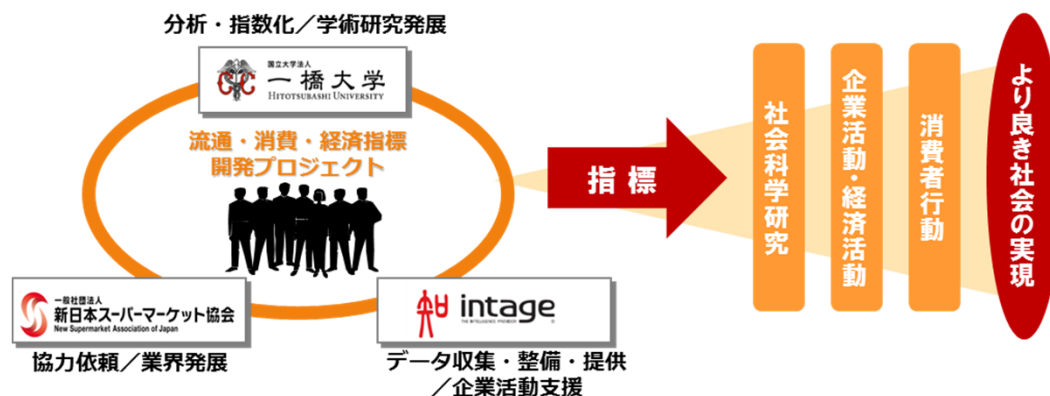
2015年3月27日

新日本スーパーマーケット協会

事務局長 島原康浩

本プロジェクトの目的

マーケティングリサーチ会社(株式会社インテージ)、学術研究機関(国立大学法人一橋大学)、業界団体(一般社団法人新日本スーパーマーケット協会)が共同で、学術研究への貢献のみならず、より良き社会実現に向けた礎となる、世界にも類のない、新たな流通・消費・経済指標を開発し、広く情報発信することを目的。



プロジェクトこれまでの活動

- ◆ 2014/4 プロジェクト発足
- ◆ 2014/7 共同記者発表
- ◆ 2014/9 「SRI一橋消費購買指数」正式データ公開
- ◆ 2014/10 インテージフォーラム
- ◆ 2014/11 「SRI一橋消費購買指数」地域別データ公表
- ◆ 2014/12 消費税率引上げ後の消費・景気動向セミナー

- ◆ 2015/3 「SRI一橋単価指数」記者発表会

小売業(スーパーマーケット)プロジェクトの意義

これまで小売業では、主に個別企業の取り組みやマーケティングについての関心。業界全体動向把握は、業界団体の責務であり、業界統計の整備を開始。

→2010年5月よりスーパーマーケット統計調査を開始。

- ◆スーパーマーケット販売統計調査
- ◆スーパーマーケット景気動向調査
- ◆スーパーマーケット年次統計調査
- ◆スーパーマーケット白書

→2014年4月より本プロジェクトに参加

消費税率引き上げ後のスーパーマーケット

- ◆ 税率引上げ直後の4月こそ前年を下回ったが、その後は10ヵ月連続(2015年2月実績まで)で前年を上回る。要因は生鮮相場の高騰による客単価の上昇。また円安等による原材料価格の高騰が一般食品にも影響。
- ◆ 一方で日本の消費者は世界一厳しい目を持つといわれる。加えて、厳しい競合状況のなかで、売価の上昇は容易ではない。メーカーと小売による努力が続く。
- ◆ 実感に近い「単価指数」の登場は、小売業界にとっても最新の動向を示すベンチマーク指標として期待は大きい。