


SRI一橋大学消費者購買指数から見た カテゴリー別価格改定の特徴

株式会社インテージ パネル事業統括推進部 布施 真一郎

2016年3月7日



食品カテゴリーの価格改定

2015年における主な加工食品の価格改定

品目名称 (*1)	価格改定率
袋インスタント麺	5~8%
カップ麺	5~9%
カレールー	8%
アイスクリーム	8~10%
ケチャップ	4~10%
バター	2.5~8%
牛乳	2~5%
ヨーグルト	2~6%
インスタントコーヒー	20%
チョコレート	10%
スパゲティ	7~12%
食パン	2~3%
菓子パン・調理パン	2~3%
ソース	4~10%

品目 (*1) : インテージで独自に設定しているカテゴリー区分の総称

インテージでは、ソースマーキングされた商品コード別に、メーカー、商品形態、容器などのいわゆる属性を商品情報として継続的に収集、世帯管理し、商品マスターデータベースとして蓄積しております。品目は、小分類に属するカテゴリー区分（チョコレート、シャンプーなど）を定義しているインテージ社内の呼称です。

価格改定による販売への影響タイプ

	タイプ1	タイプ2
価格改定による販売への影響	価格改定直後の一時的な販売の落ち込みあり	価格改定による販売への影響が比較的少ない
品目の代表例	袋インスタント麺 カップ麺 スパゲティ カレールー など	ソース ケチャップ 牛乳 レギュラーコーヒー ヨーグルト など

品目別価格改定の状況

－ カップ麺、牛乳、ヨーグルト －

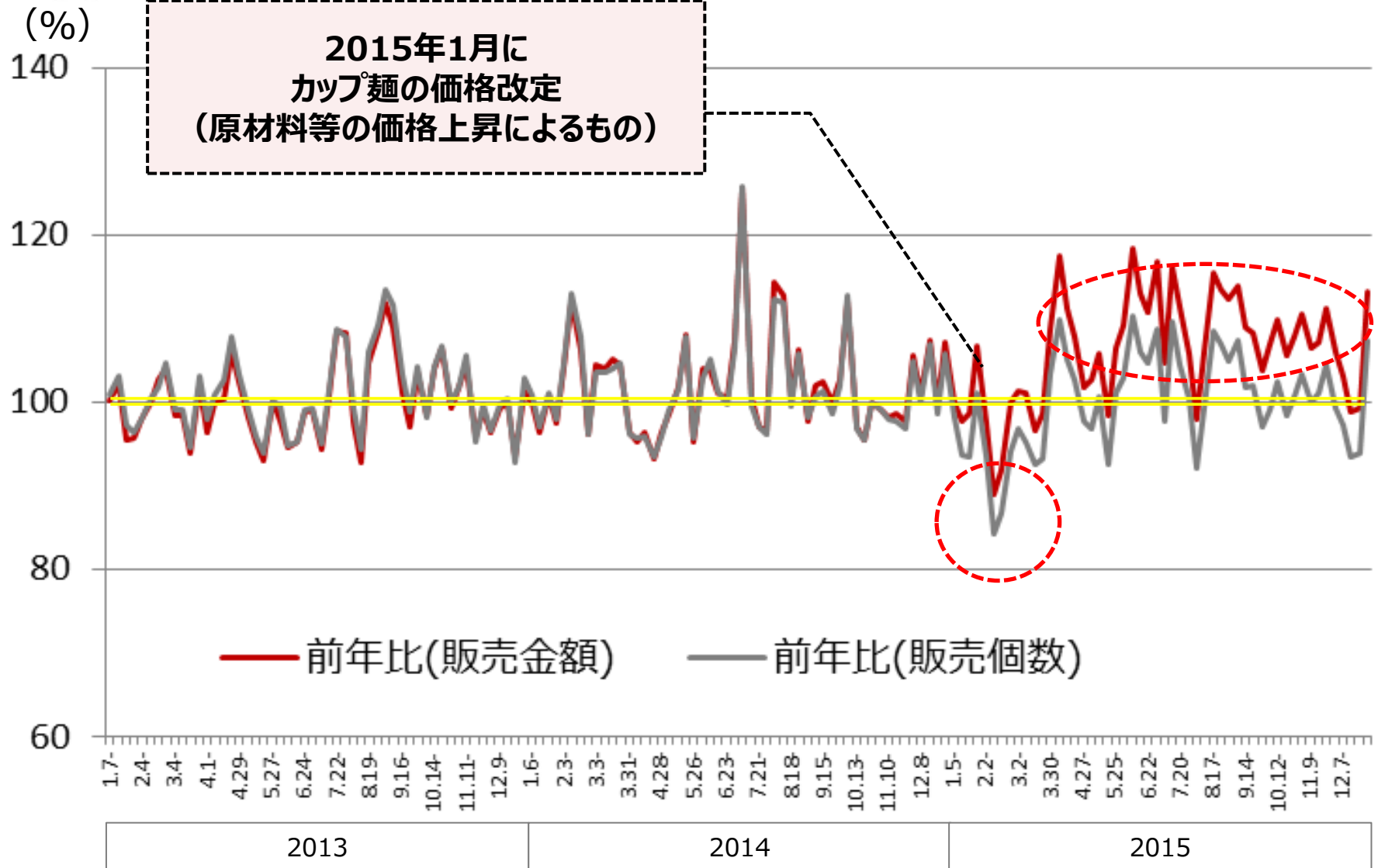
3品目の価格改定の状況

	販売の増減	単価変動の構造
カップ麺	販売個数が一時的に減少	継続商品、新旧入替商品 とも単価上昇
牛乳	大きな販売個数の減少なし	
ヨーグルト	継続的に販売個数は増加	新旧入替商品が 単価上昇を牽引

SRIデータとSRI一橋単価指数の特徴

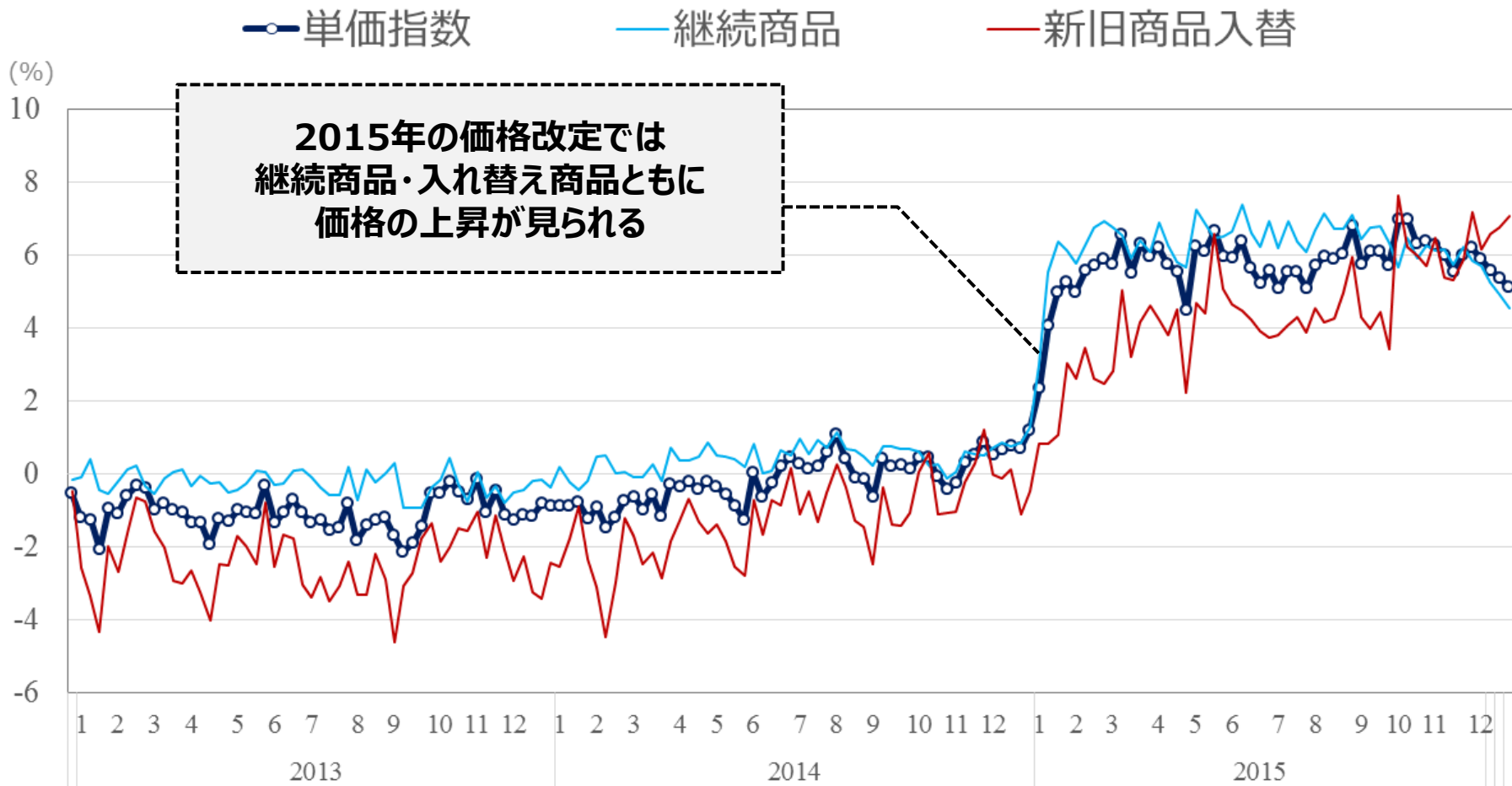
	指標	粒度	
		品目別	メーカー別 ブランド別 SKU別
SRIデータ	<p>市場規模、単価など店頭活動から得られる指標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 販売規模（金額、個数、容量） ・ 販売店率（≒店頭配荷）等 	○	○
SRI一橋大学 単価指数	<p>単価インフレ率と下記指標への分解</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 標準的価格変化率 ・ 継続商品代替効果 ・ 新旧商品入替効果 	○	—

SRI週次データによる「カップ麺」市場動向



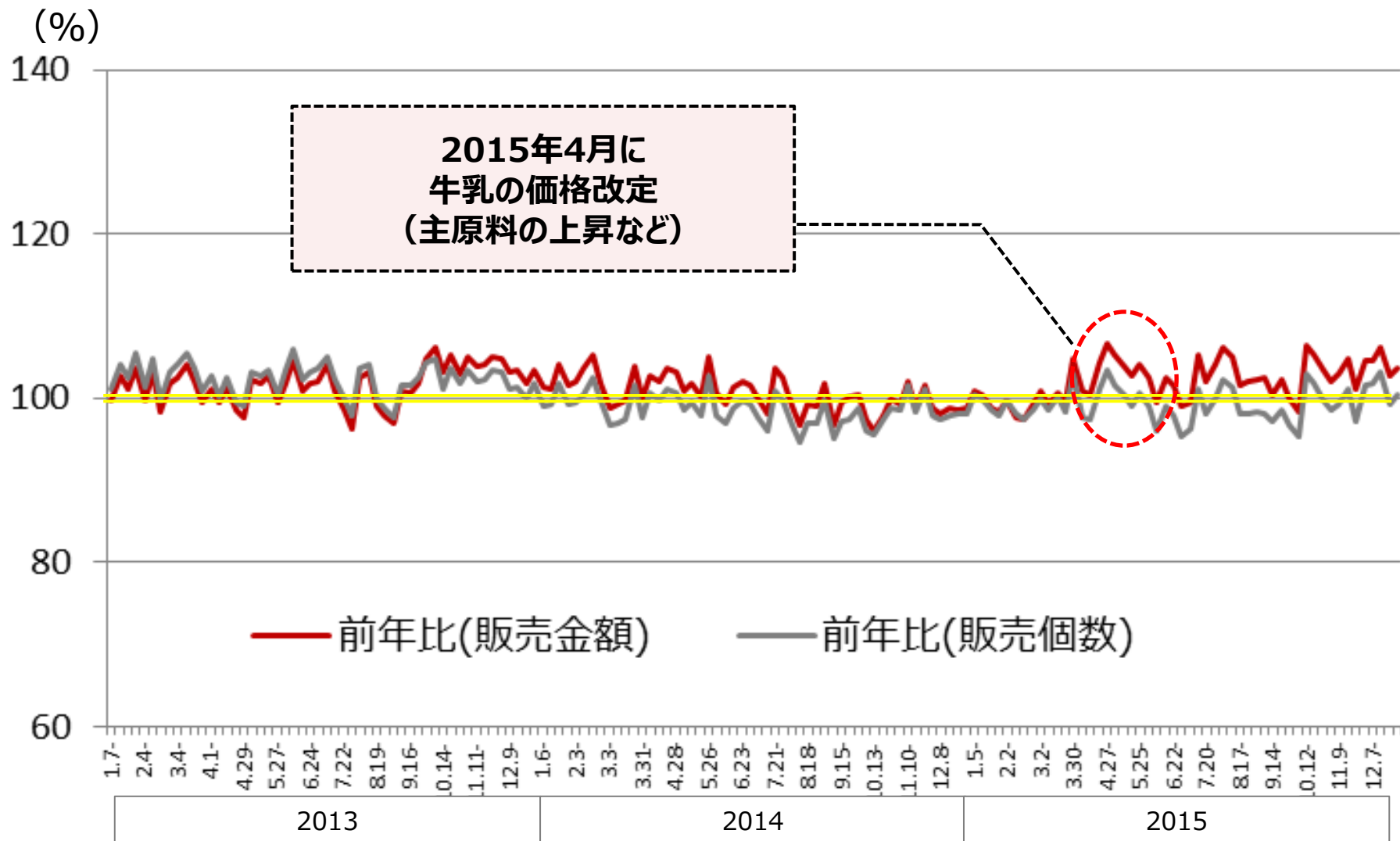
Data:SRI(週次) エリア:全国 業態:GMS/SM/CVS/DrugS データ期間:2013.1~2015.12 ※金額指標は税抜集計

SRI一橋大学単価指数 「カップ麺」の構造



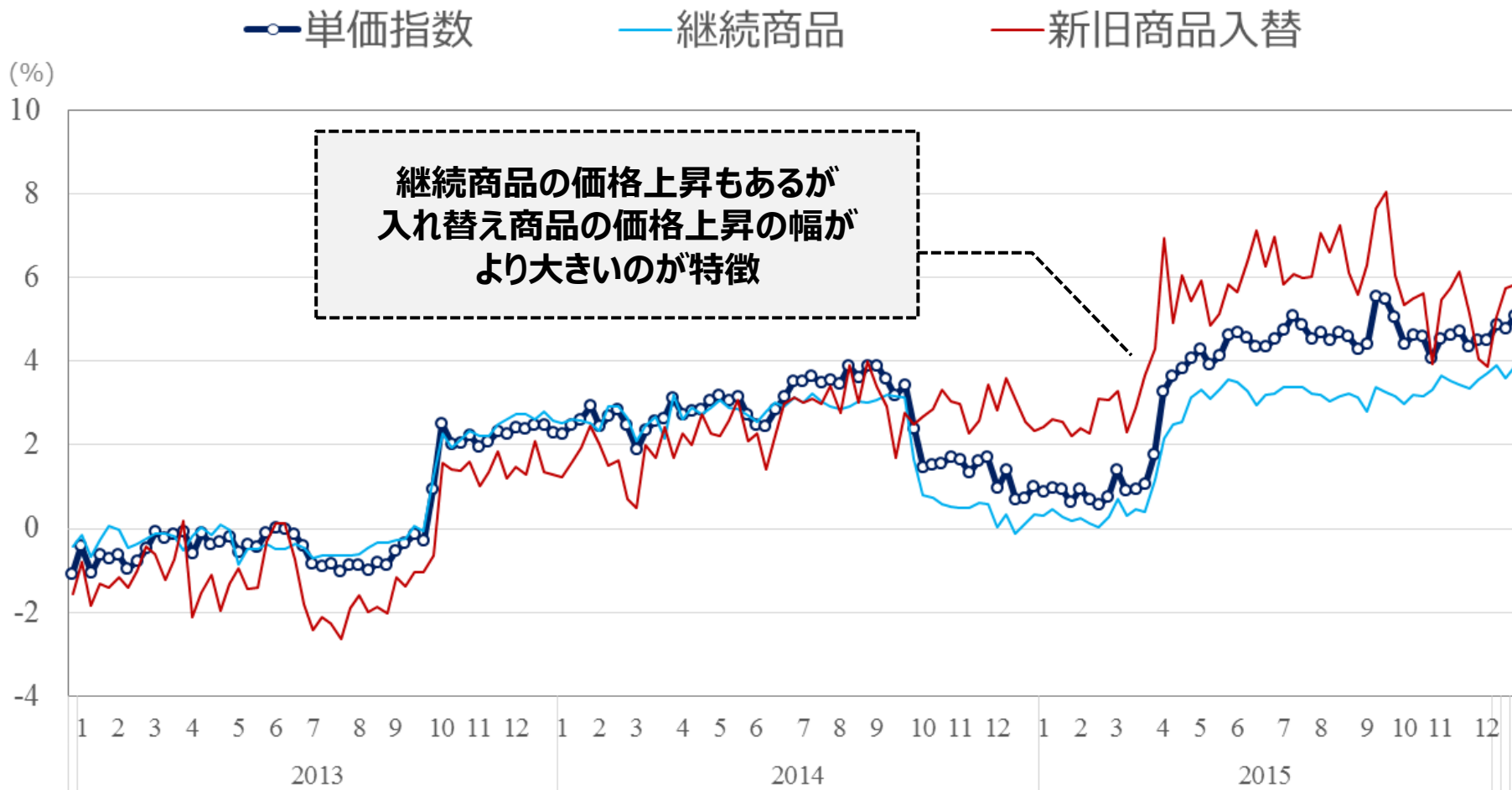
Data: SRI一橋大学単価指数(週次) エリア: 全国 業態: GMS/SM/ CVS/HC/DS/DrugS データ期間: 2013.1~2015.12 ※金額指標は税抜集計

SRI週次データによる「牛乳」市場動向



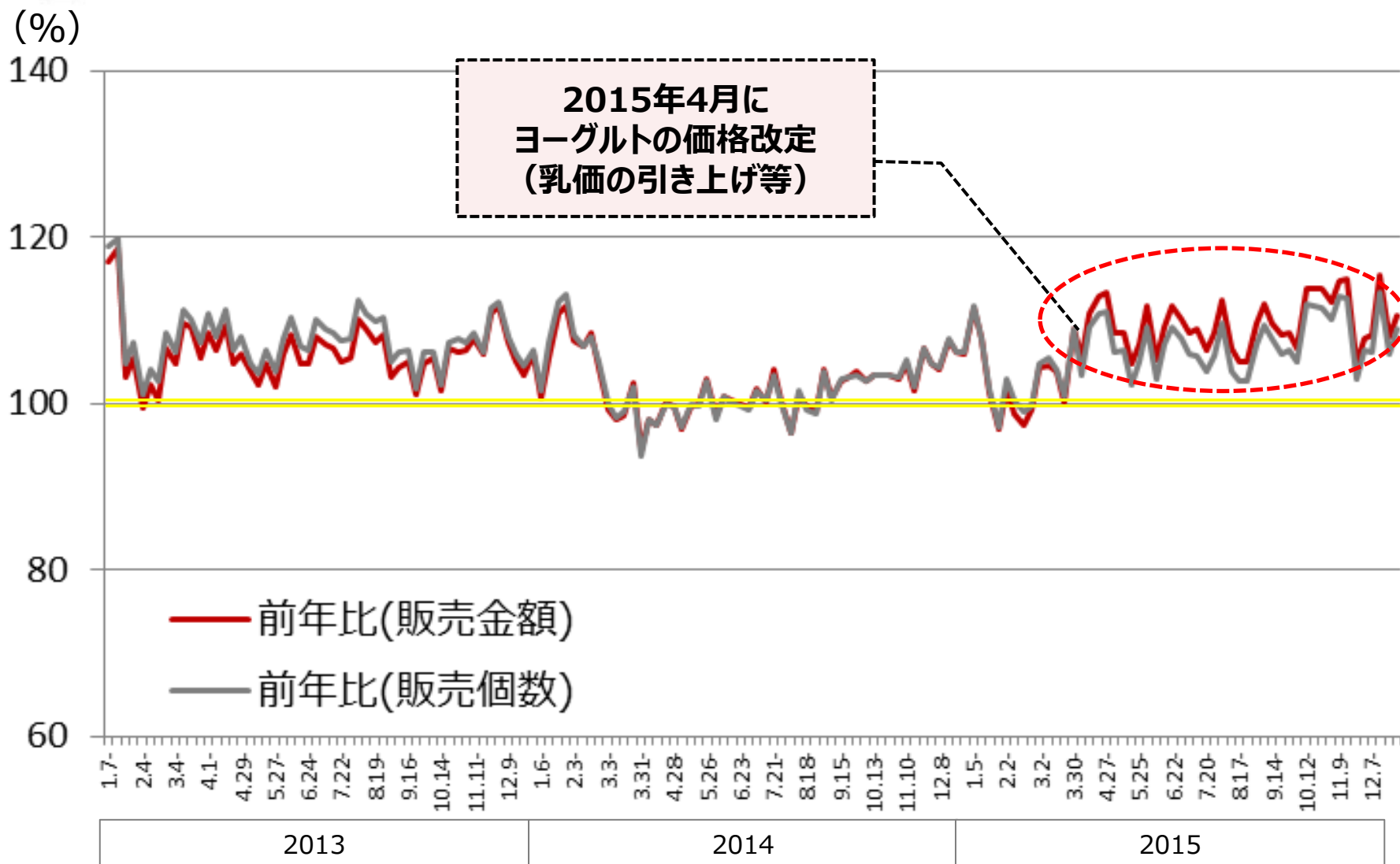
Data:SRI(週次) エリア:全国 業態:GMS/SM/CVS/DrugS データ期間:2013.1~2015.12 ※金額指標は税抜集計

SRI一橋大学単価指数 「牛乳」の構造



Data: SRI一橋大学単価指数(週次) エリア: 全国 業態: GMS/SM/ CVS/HC/DS/DrugS データ期間: 2013.1~2015.12 ※金額指標は税抜集計

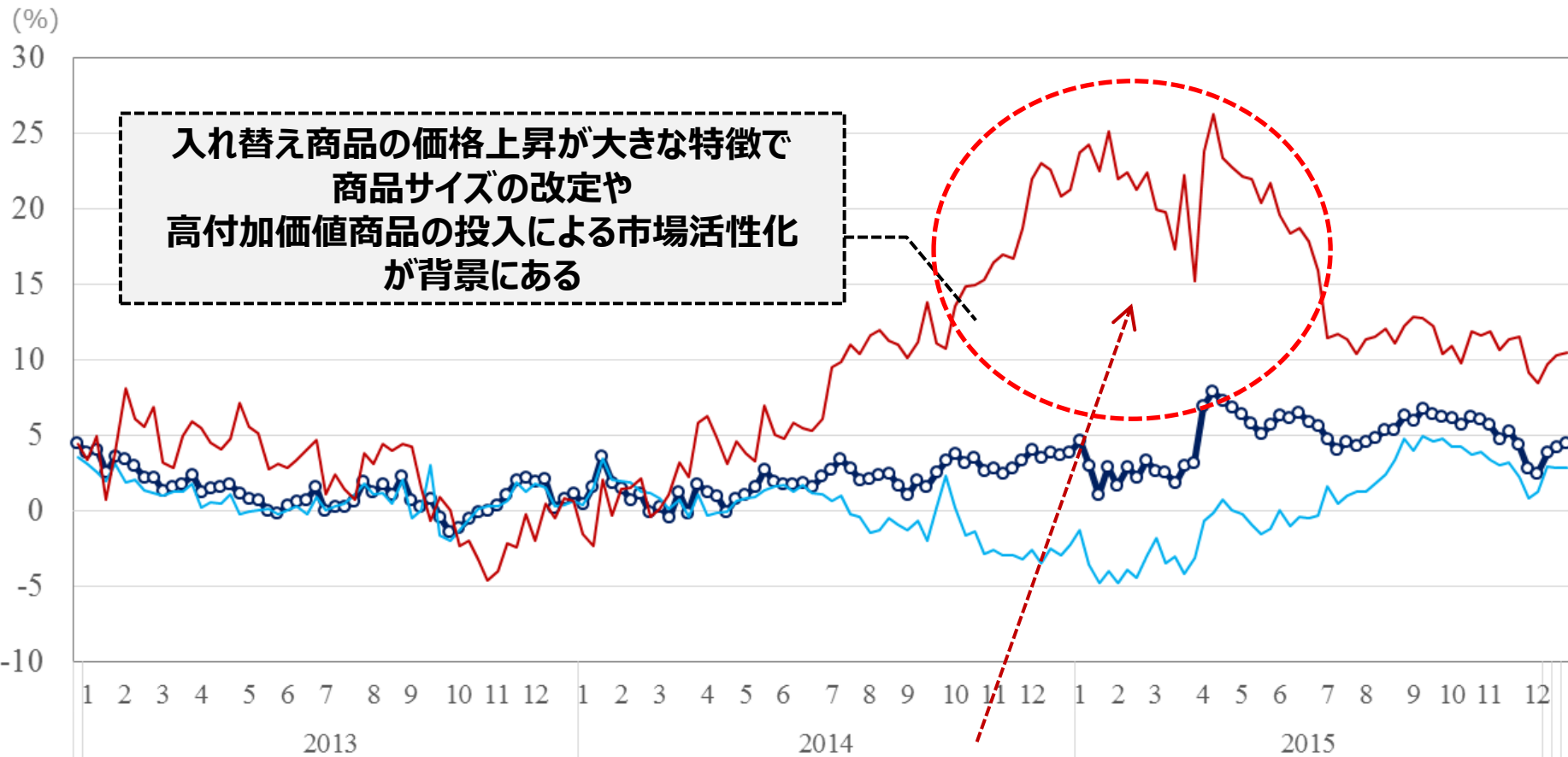
SRI週次データによる「ヨーグルト」市場動向



Data:SRI(週次) エリア:全国 業態:GMS/SM/CVS/DrugS データ期間:2013.1~2015.12 ※金額指標は税抜集計

SRI一橋大学単価指数 「ヨーグルト」の構造

—○— 単価指数 — 継続商品 — 新旧商品入替

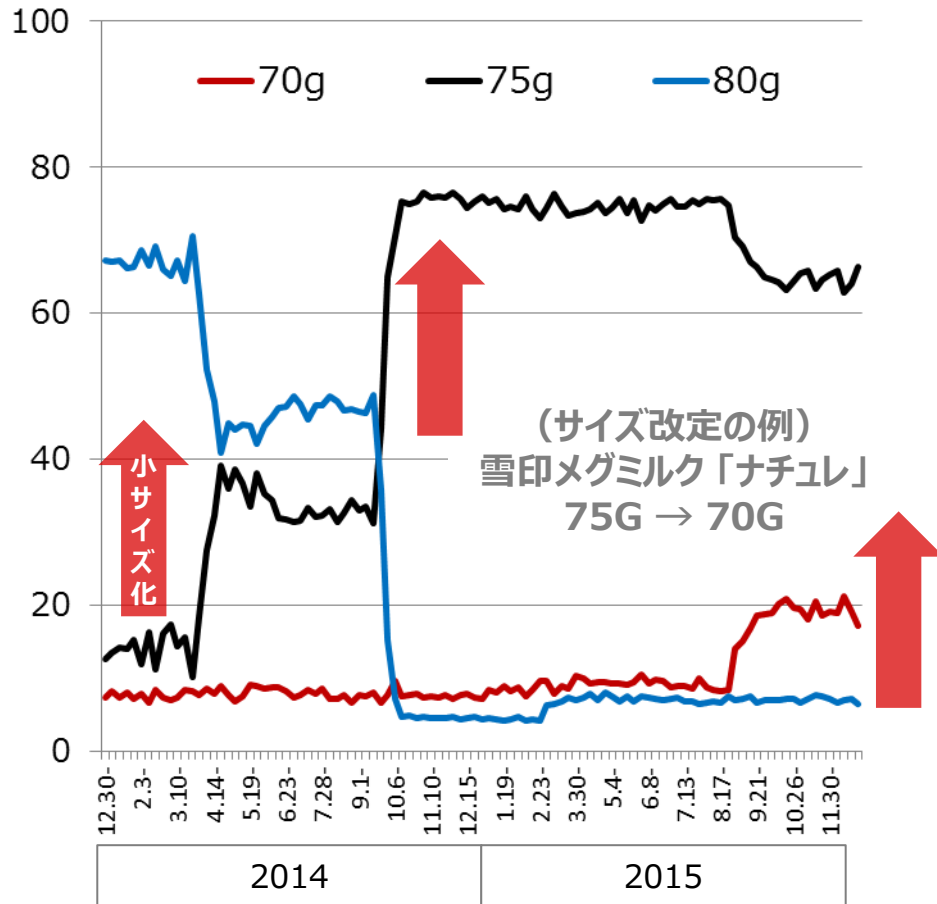


- ◆ 明治乳業 “プリン体と戦う乳酸菌” 「プロビオ PA-3」 2015/3
- ◆ 雪印メグミルク「恵 megumi ガセリ菌SP株」 2015/9
などの新商品が市場に投入された

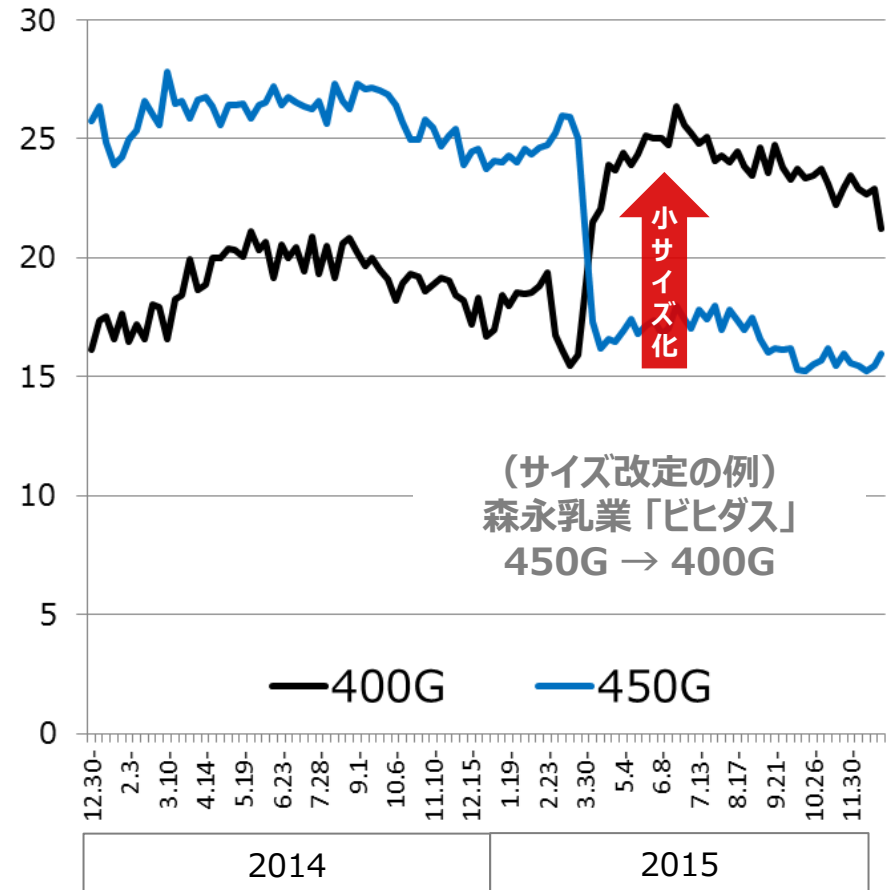
Data: SRI一橋大学単価指数(週次) エリア: 全国 業態: GMS/SM/CVS/HC/DS/DrugS データ期間: 2013.1~2015.12 ※金額指標は税抜集計

SRI週次データによる「ヨーグルト」のサイズ変更状況

マルチパック(4個パック)商品の1個あたり
容量別の個数シェア
*ヨーグルト4個パック合計=100%



単品パックの1個あたり
容量別の個数シェア
*ヨーグルト単品パック合計=100%



Data:SRI(週次) エリア:全国 業態:GMS/SM/CVS/DrugS データ期間:2014.1~2015.12 ※金額指標は税抜集計



まとめ

FINDINGS

製品価格の改定のあった品目では、一時的にでも消費者の買い控えにより、当該品目の販売個数の減少につながることが多い。しかし、必需品を中心に価格改定の影響が少ない品目も見られる。

そのような中で、ヨーグルトのように、定番商品について、容量を小サイズ化し価格を据え置いた形で製品価格への転嫁をおこない、製品単体での価格上昇のインパクトを弱めることを販売減少の緩和策としている品目も見られる。

ヨーグルトでは、一方で新たな付加価値、機能向上をうたう製品の投入も並行しておこなわれ、市場の活性化に繋がっている。

【ご案内】

2016年5月上旬より、**品目別のSRI一橋大学消費者
購買指数・単価指数をWeb上で公開**いたします。

流通・消費・経済指標開発プロジェクト

検索



現在プロジェクトHPのリニューアルを予定しており、リリースに合わせ、
品目別データの掲載を開始いたします

掲載する品目、指標、フォーマットなど本日ご紹介の内容とは異なる
可能性がございます



インテージ SRIご紹介

データ概要

スーパー・コンビニ・ホームセンター・ドラッグストアなど全国約4,000店舗より収集している小売店販売データです。店頭での販売実態を捉え、ブランドマーケティングや店頭マーケティングにご活用いただけます。

データからわかることと活用フェーズ

- ① どの商品が、いつ、どこで、いくつ、いくらで、どのような店舗で販売されたのか、そのボリュームがアイテム単位でわかる
- ② 配荷や品揃え、価格といった店頭での競合状況と、結果としての販売ボリュームがわかる
- ③ 店舗のタイプ別に品揃えの実態や売れ筋商品がわかる



マーケットシェアの監査に



要因分解～施策検討に



新商品・リニューアル商品の立ち上がり状況評価に



流通様へのご提案資料の作成に

調査概要

調査対象店舗よりPOSデータを毎日収集



- 調査対象業態： スーパー・コンビニエンスストア・ホームセンター/ディスカウントストア・ドラッグストア・ベビー専門店・ペットショップ・酒ディスカウントストア など
- 調査対象店数： スーパー約1,000店舗・コンビニ約750店舗・ホームセンター/ディスカウントストア約200店舗・ドラッグストア約1,000店舗 など
- 調査エリア： 全国（調査カテゴリーにより沖縄県を含まない場合あり）
- 対象カテゴリー： 食品（生鮮・惣菜・弁当除く）・飲料・日用雑貨品・化粧品・医薬品・タバコ ※バーコードが付与されている商品