

1.一橋大学経済研究所

「流通・消費・経済指標開発プロジェクト」

本プロジェクトは、小売業、調査会社および学術研究機関が連携し、新たな経済指標の作成を行うものである。小売店舗のレジ(Point of Sales, POS) で記録される業務用データ、POS データ、は近年注目を集めている「ビッグデータ」の中でも特に経済分析で広く利用されている。2014 年から一橋大学経済研究所は、日本最大の POS データを収集している株式会社インテージ、日本最大のスーパーマーケットの業界団体である新日本スーパーマーケット協会と連携し、新たに「流通・消費・経済指標開発プロジェクト」を開始した。

この新プロジェクトは、インテージ社の持つ全国 4000 店の、スーパーマーケットやコンビニエンスストア、ドラッグストア、酒店等の商品別、店別の大規模なデータを毎週アップデートし、売上・数量・価格・新商品投入等の様々な指数を定期的に公表する一方、そのデータを多くの研究者に公表し、高度な学術研究を行うものである。



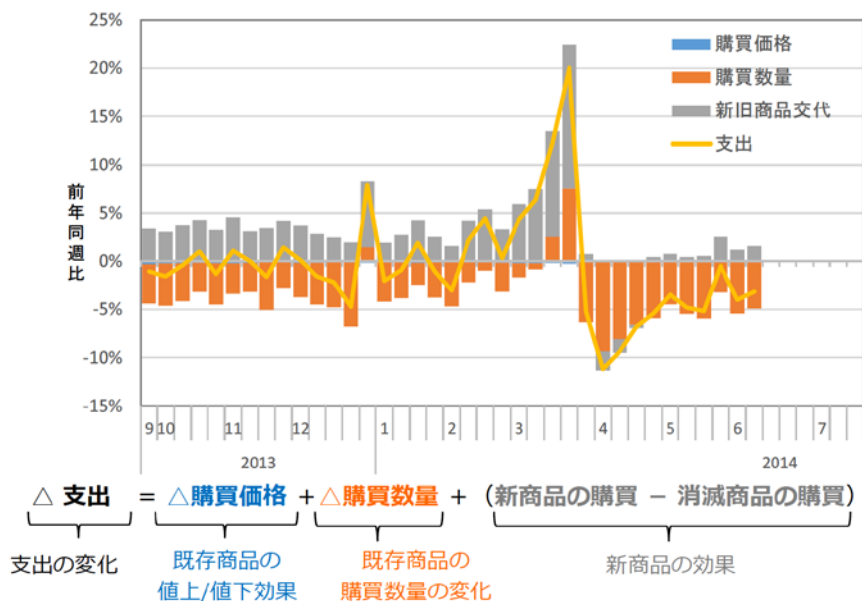
「流通・消費・経済指標開発プロジェクト」の特徴

- マーケティングリサーチ会社、学術研究機関、業界団体による共同によるプロジェクト
- 小売業界の業務データを消費者の消費・購買行動として分析
- 消費・購買行動を「支出」「購買価格」「購買数量」分解する「消費者購買指数」を開発
- 「既存商品」と「新商品」区別することで、「新商品」の効果分析が可能
- スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストア等から全国約4千店舗の業務データを収集し分析
- 「消費者購買指数」は週次データとして無償で公表
- 「消費者購買指数」は2014年9月より週次で公表予定（2週後にデータ公表）
- 生鮮食料品データも取り込んだ指標の開発を今後予定

このプロジェクトの成果としては、2014年4月1日に行われた消費税率改定前後で、家計支出が大きく増減したが、その変化を前年同期からの数量・価格・および新商品投入の変化に分解すると、価格の貢献はほぼ無視できるほど小さく、かなりの割合が新商品投入により説明できることがわかった。税率改定後は、売上・数量ともに多く低下するが、特に新商品の投入による売上げの増加がほぼゼロとなった影響も大きいことが判明している。

「消費者購買指数」の算出結果

※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。