

METI×NOMURA コンシューマー センチメント・インデックスについて

ビッグデータを活用した新指標開発事業（短期の販売・生産動向把握）

経済産業省

大臣官房調査統計グループ

METI×NOMURA コンシューマーセンチメント・インデックス・シリーズ

- POS-プレミアム志向インデックス（プチ贅沢指標）
- POS-コンビニエンス志向インデックス（利便性指標）
- POS-生活体感物価インデックス
- CPIナウキャスト（消費者物価予測指標）

METI×NOMURA POS-プレミアム志向インデックス（プチ贅沢指標）

プレミアム品と買得品の販売動向から、消費者のプレミアム志向/価格志向度を測る指標

同一品目内のプレミアム品と買得品の売上比を指標化

ビール(品目)におけるプレミアム品と買得品^{※1}の容量単価および計算例

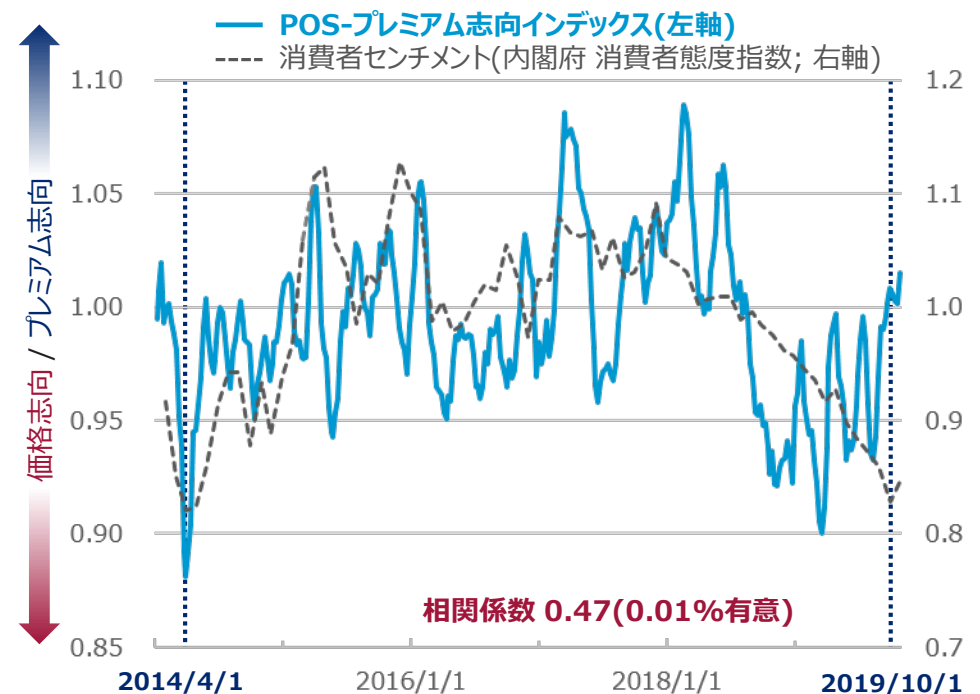
ブランド	容量単価 (円/ml)	売上 (百万円)
プレミアムビールA	0.62	800
プレミアムビールB	0.59	1,000
プレミアムビールC	0.50	1,400
⋮	⋮	⋮
第三のビールX	0.24	1,200
第三のビールY	0.22	900
第三のビールZ	0.21	2,000

上位 25%
 プレミアム品の売上指数 / 買得品の売上指数 ^{※2}
 下位 25%

低

出所) 野村証券

POS-プレミアム志向インデックス(季節調整済)



出所) 野村証券

vs消費者態度指数
正相関

消費者センチメントが上(下)向くと、プレミアム品の消費が相対的に増加(減少)する傾向。

ポイント

2014年消費増税前後4~5週間にわたって、プレミアム品の消費が相対的に低下していた。

※1) 容量情報から算出した容量単価を基に定義。表中の数値は実際の値と異なる。 ※2) 品目ごとの売上比を売上加重平均し、業態ごとに1つの指標とする。

METI×NOMURA POS-コンビニエンス志向インデックス（利便性指標）

価格設定の異なる小売業態の販売動向から、消費者の利便性志向/価格志向度を測る指標

各業態の足元のマーケットシェアの拡大/縮小幅を指標化

各品目における特定業態のマーケットシェア*1および計算例(業態別に4指標計算)

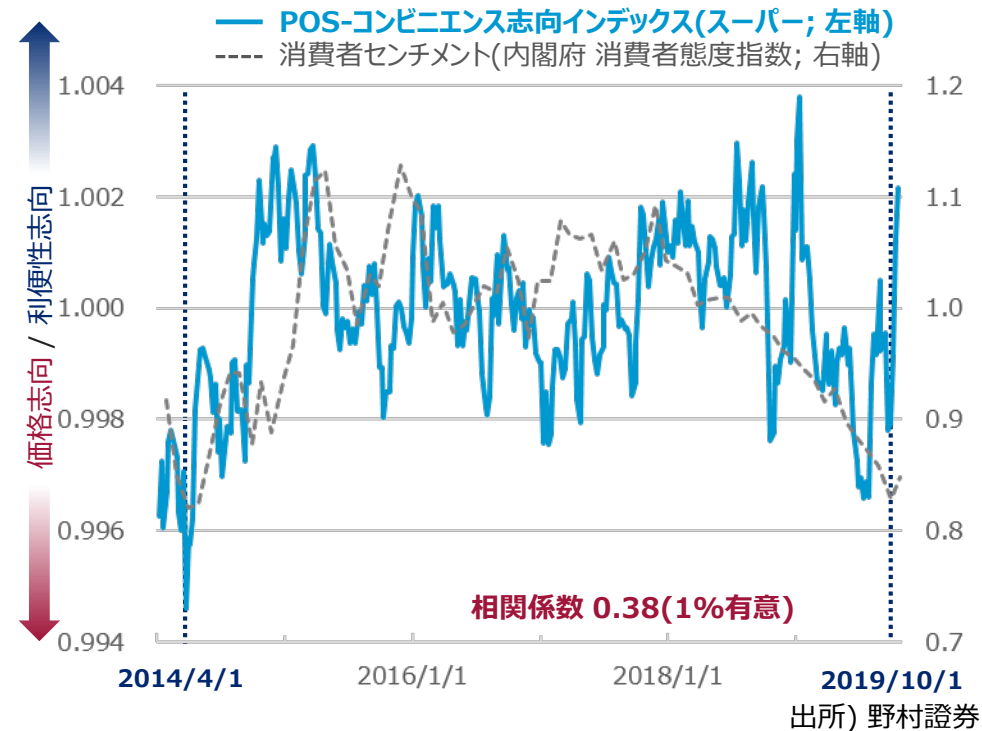
	マーケットシェア			直近1年間の 総売上 (億円)
	直近1年間	当週	差	
ビール	30%	35%	5%	300
ヨーグルト	25%	22%	-3%	200
米	20%	19%	-1%	50
スナック	30%	26%	-4%	30
シャンプー	55%	57%	2%	20
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

シェアが5%拡大
↓
ビールがこの業態で
より多く買われた

⊕ 売上による
加重平均

出所) 野村証券

POS-コンビニエンス志向インデックス(スーパー; 季節調整済)



vs消費者態度指数
正相関

利便性志向(価格志向)が高まると、利便性が高く割高な業態のシェアが拡大(縮小)する傾向。

ポイント

消費増税の2~3週前から利便業態のシェアが急落し、増税後3~4週にかけて急激に回復。

*1) 利便業態(スーパー、コンビニ)及び買い得業態(ドラッグストア、ホームセンター/ディスカウントストア)の計4業態中の、該当業態の売上高割合。表中の数値は実際の値と異なる。3

METI×NOMURA POS-生活体感物価インデックス

頻繁に購入される商品の物価動向から、消費者が「日々体感」する物価を測る指標

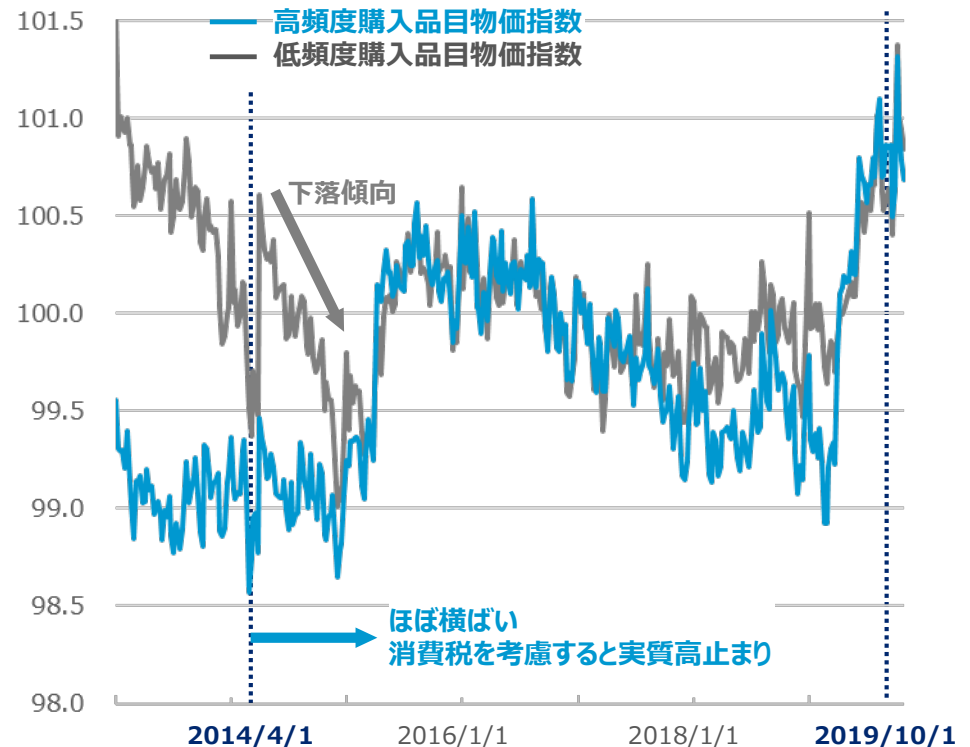
高頻度購入品目の定義

SCIの購入率および家計調査の購入頻度を基にした分類(抜粋) ※1

	高頻度購入品目(79品目)		低頻度購入品目(193品目)	
食料	菓子パン・調理パン 食パン ヨーグルト 畜肉ソーセージ アイスクリーム	スナック チョコレート 冷凍調理 カップインスタント麺 スープ類	マヨネーズ 畜肉缶詰 袋インスタント麺	米 小麦粉 味噌
飲料	牛乳 コーヒードリンク 液体茶	コーラ 果汁飲料 野菜ジュース	ビール インスタントコーヒー 日本茶	ウイスキー ココア ワイン
雑貨	ラッピングフィルム	アルミホイル	トイレトペーパー 洗濯用洗剤	シャンプー 歯ブラシ
化粧品		-	ファンデーション 化粧水	口紅 日焼け止め
ヘルスケア		-	目薬 健康食品	胃腸薬 漢方薬

出所) 野村証券

POS-生活体感物価インデックス



出所) 野村証券

ポイント

2014年消費増税後の高頻度購入品目の物価動向は、体感物価の高止まり※2に寄与した可能性。

※1) SCIはインテージ社より。家計調査は総務省より。物価指標は、各分類ごとにPOSデータから算出。税別。 ※2) 服部他(みずほ総研2018)を参照。

METI×NOMURA CPIナウキャスト（消費者物価予測指標）

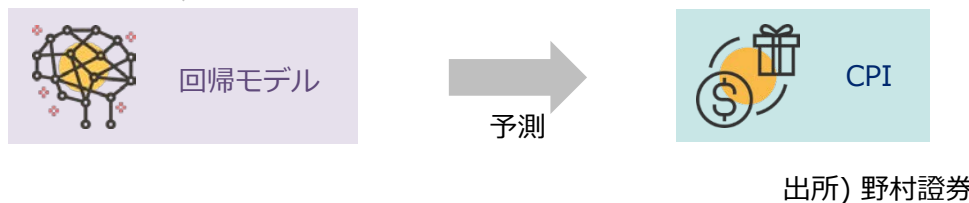
マクロ指標及び生鮮卸売価格を利用して、消費者物価指数(CPI)の足元を予測する指標

データドリブンな特徴量抽出→回帰モデルによる予測

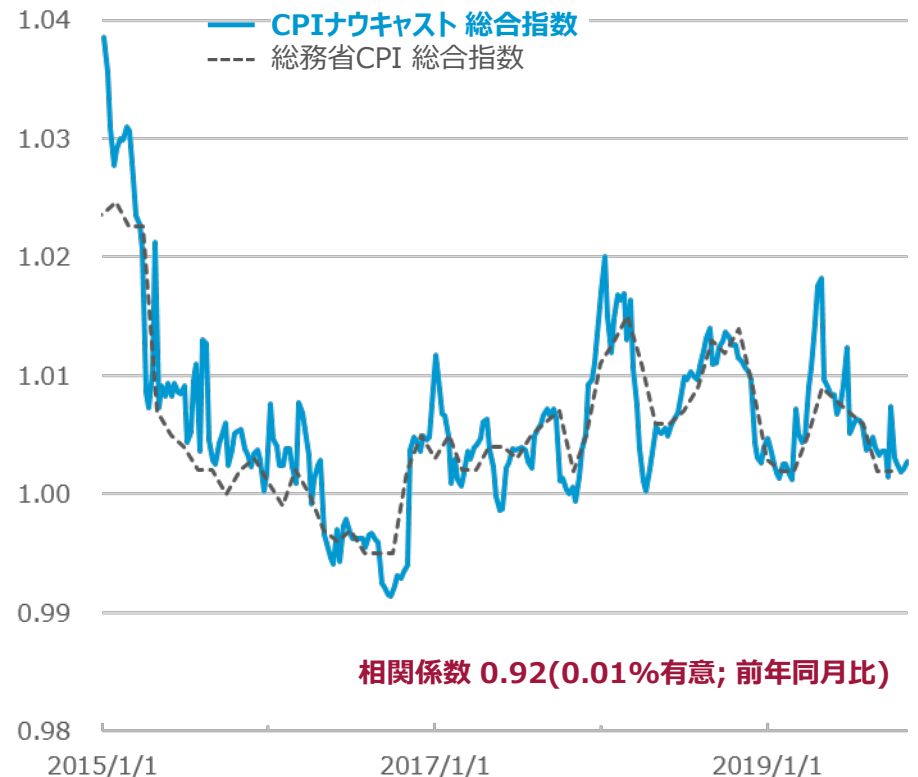
利用した入力変数およびCPI足元予測の手法

	例(抜粋)	特徴
マクロ経済指標 (約3000変数)	家計調査 商業動態統計 鉱工業生産指数 石油統計速報 ドル円 小麦先物	<ul style="list-style-type: none"> 国内物価全体に影響を与える、各国マクロ経済や為替動向を捕捉
生鮮卸売価格データ※1 (約100変数)	野菜卸売価格 畜肉卸売価格 鶏卵卸売価格	<ul style="list-style-type: none"> 速報性が高い CPI総合指数への寄与が大きい

多数の変数から有効な特徴量をデータドリブンに自動選択



CPIナウキャスト 総合指数(前年同月比)



出所) 野村証券

ポイント

生鮮卸売価格データの足元値を利活用して、**総務省CPI総合指数を高い精度で予測可能。**

※1) 農林水産省