

T-POINT Price Index

(TPI = Tポイント物価指数)

2016年4月7日

関係各位

CCCマーケティング株式会社
カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社

2016年3月度のTポイント物価指数（TPI）、 および新たな消費指数の取り組みについて

～前年同月比▲0.11%、最上昇は59～60歳・女性で0.36%、最下落は20～39歳・女性で▲0.45%～

<http://www.cccmk.co.jp/tpi/>

データベース・マーケティング事業を手掛ける CCC マーケティング株式会社（以下「CCC マーケティング」）と、カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社（以下「CCC」）は、東京大学大学院 経済学研究科の渡辺努研究室との共同プロジェクトとして取り組む、Tポイントのデータを活用した新たな物価指数「T-POINT Price Index（TPI=Tポイント物価指数）」（以下「TPI」）を発表しております。このたび、2016年3月のTPIが出ましたのでお知らせいたします。

あわせて、東京大学大学院 経済学研究科の渡辺努研究室との共同プロジェクト第二弾として、即時性のある新たな消費指数「T-POINT Consumption Index（TCI=Tポイント消費指数）」（以下「TCI」）を作成・公表するプロジェクトを開始いたします。

今回のプロジェクトでは、「名目消費」（金額ベースの消費）の計測を行い、この名目消費と、これまで開発・公表してきた「物価」指数（TPI）とを組み合わせることで、「実質消費」（数量ベースの消費）の算出を目指してまいります。TCI作成においても、TPIで計測の世代別物価指数にならない、世代別の名目消費を計測し、世代別の実質消費を算出してまいります。

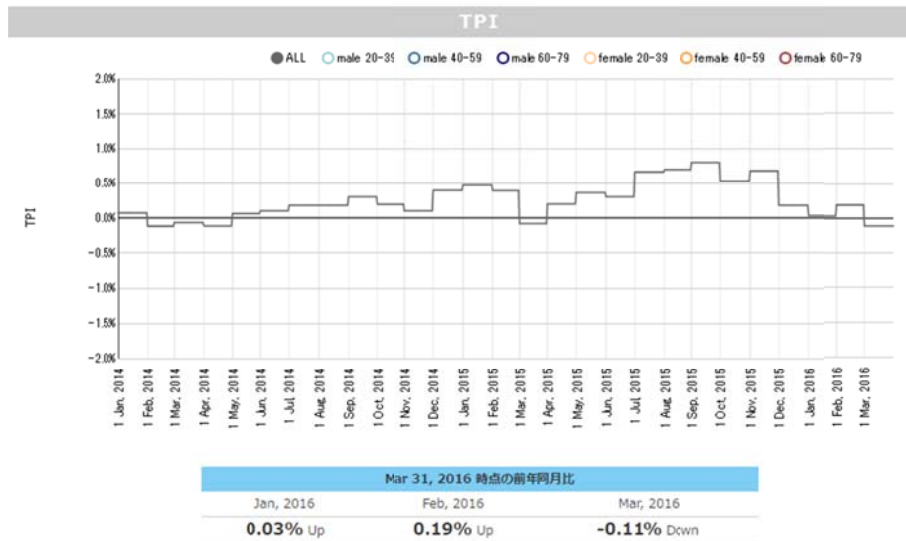
実質消費は、国の経済活動を測る上で最も広く利用されている実質GDPの約6割を占める重要な構成要素であり、物価と消費は生活者の経済活動を理解するために必要な両輪であると考えています。新たな消費指数「TCI」は、経済活動の水準を表すバロメーターとして、国や地方自治体が、消費に関する重要な意思決定を行う際の基礎情報としての利用や、また、企業や生活者に向けては、自社の販売実績や自身の消費活動を他と比較するための参照情報として活用いただけます。

CCC マーケティングは、Tカードのデータを通じたこれらの指数の開発・公表をしていくことで、今後も日本の社会全体に対して価値の提供を企画してまいりたいと考えています。

2016年3月のTポイント物価指数のダイジェスト

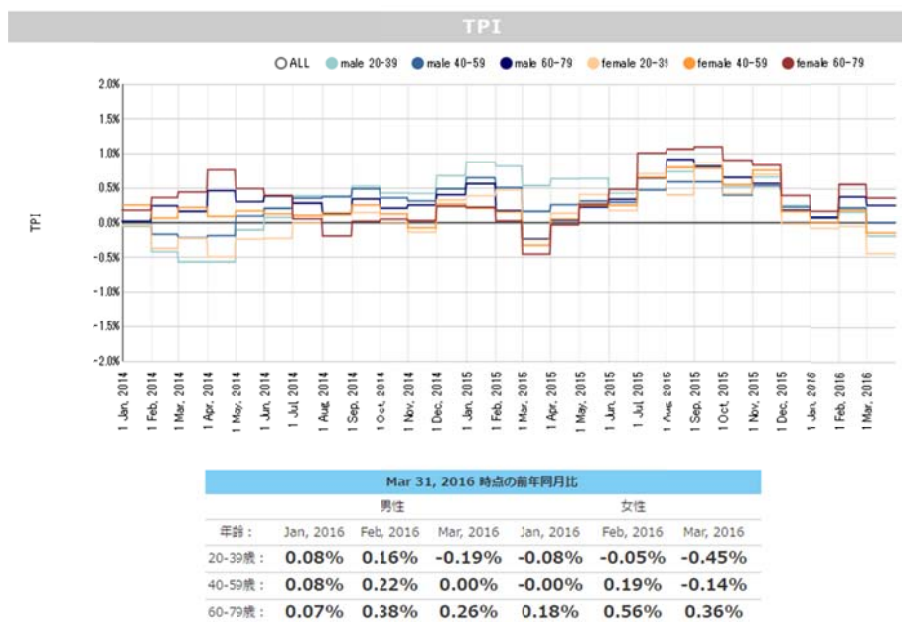
●2016年3月のTポイント物価指数（「TPI」）は、前年同月比で▲0.11%、前月比では0.3 ㊦の下落

TPIは、Tポイント提携先の「スーパーマーケット」「ドラッグストア」「コンビニエンスストア」「外食チェーン」でTカードが関与した購買金を使用しています。2016年3月のTPIは前年同月比で▲0.11%となり、前月比では0.3 ㊦の下落となりました。業態別にみると、「スーパーマーケット」は前年同月比で1.08%と上昇傾向である一方で、「ドラッグストア」は0.29%、「コンビニエンスストア」は、0.15%と横ばいとなりました。



●最も上昇したのは 50～69 歳・女性で 0.36%、最も下落したのは 20～39 歳・女性で▲0.45%

2016年3月のTPIを性別・年代別で見ると、上昇率では50～69歳・女性が最も高く0.36%、続いて50～60代・男性で0.26%となり、50～60代は前月と同様に各年代の中でも物価指数が高い結果となりました。一方、40～50代では、男性が横ばいで0.00%、女性は▲0.14%、20～30代では、男性が▲0.08%、女性が▲0.45%と最も低い状況が見られました。なお、前月比での下落率が一番高かったのは、20～39歳・女性で▲0.4%となりました。



- 日次指数 <http://www.ccmk.co.jp/tpi/data1.html>
- 月次指数 <http://www.ccmk.co.jp/tpi/data2.html>

※「スーパーマーケット」「ドラッグストア」「コンビニエンスストア」の3業態から選択してデータを見ることが可能です。なお、「外食チェーン」は業態別で選択しての閲覧はできません。

※日次指数は3日前までのデータとなります。

TPIとは？

「消費者物価指数」(CPI:Consumer Price Index)は、経済動向を指し示す経済の体温計と呼ばれるものです。一方、TPIは日本全国のTポイント提携先を通じて日々蓄積される購買価格データをもとに集計した指数です。具体的には、日本全国で5,567万人(2015年12月末現在の名寄せ後の利用会員数)が利用し、日本全体の消費額の約2%にあたる関与売上5兆円超のTカードの購買データから得られる購買金額を、集約・集計・分析することで導き出された物価指数です。

TPIについて

現時点でTPIが使用しているデータは、Tポイント提携先の「スーパーマーケット」「ドラッグストア」「コンビニエンスストア」「外食チェーン」でTカードが関与した購買金額を収集しています。店舗エリアは、スーパーマーケットでは首都圏・九州、ドラッグストアでは関東・関西・九州が中心、また「コンビニエンスストア」「外食チェーン」では全国となります。現時点のTPIの対象としている商品数(SKU数)は、約11万点、品目は580品目のうち191品目を活用し、総務省CPIを100%とした時のカバレッジは23.4%になります。TPIの計算には、消費税を除いた金額(税抜)を使用しています。また、特売商品は特別な考慮をしていませんが、前年と今年の両期に販売履歴が存在する商品は全てTPIの集計に活用しています。なおTPIの対象としている会員の数および取引金額・利用件数は未公表ですのでご了承ください。

TPIの特徴

TPIの特徴は、「1. 性別・年代別の物価指数」を見ることができること、「2. 売値ではなく買値での物価指数」であることです。TPIの計算方法には、東大日次物価指数と同様のトルンクビスト方式を採用しています。この計算方式は、購買量の多い商品によりウエイトをかける方式で、物価指数を作成する手法の中では最も優れているとのコンセンサスが研究者の間ではあると認識しています。

Tポイント消費指数(TCI)について

「実質消費」は国の経済活動を測る上で広く利用されている指標である「実質GDP」の約6割を占める重要な構成要素です。TCIでは、Tポイント提携先を通じて日々蓄積される購買価格データを元に、金額ベースの消費である「名目消費」を計測し、これまで開発・公表してきた「物価指数」と組み合わせることで数量ベースの消費である「実質消費」を算出していきます。これらにより、即時性のある年代毎・エリア毎の消費指数を作成・公表していく予定です。

【免責事項】

- ※この結果はβ版であり、今後予告なしに変更される可能性があります。
- ※何らかの投資や経済取引などに利用されることを目的として作成されたものではなく、商業的有用性および特定の目的での有用性を含み、いかなる明示的または黙示的にも保証するものではありません。
- ※本指数の性質につき十分にご理解いただき、ご自身の責任により、本指数をご使用ください。
- ※本指数に依拠して行った投資や取引などの結果ないしそれらにともなう損害についてはいっさいの責任を負いません。
- ※本指数を利用することから生じるいかなる債務(直接的、間接的を問わず)を負うものではありません。
- ※本指数に関して、その正確性、完全性、精度、信頼性などについていかなる表明および保証をするものではありません。
- ※本内容を許可なく無断転載することは固くお断りします。

■ TPI および TCI に関するお問い合わせ
CCC マーケティング株式会社 データサイエンス・ラボ
MAIL : tpi-pj@ccc.co.jp

■ 報道関係者からのお問い合わせ
CCC マーケティング株式会社 広報
TEL : 03-6800-4464