

CCCマーケティング × 東京大学 渡辺研究室
T-POINT Price Index
(TPI = Tポイント物価指数)

TPIは消費税を除いた金額(税抜)の物価を計測しておりますが、10月以降の消費増税や軽減税率の導入などに対応するため改修を実施しています。その間、暫定値の公表を行っています。また、暫定値公表後に修正を行う可能性もあります。どうかご了承ください。なお、改修後のTPIの公表は年明けを予定しています。詳細につきましては tpi-pj@ccc.co.jp までお問い合わせください。

2019年12月10日

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

2019年11月度のTポイント物価指数 先月に引き続き、前月比0.25ポイント下落の前年同月比0.43%

～上昇率が最も大きいのは60～79歳・女性で0.86%、最も小さいのは20～39歳・女性で-0.53%～

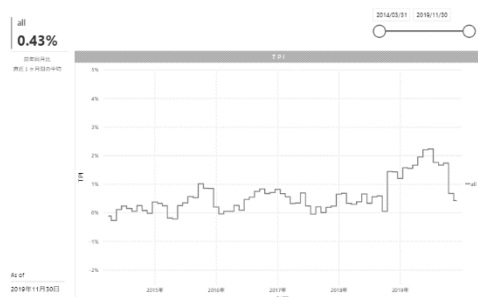
<https://www.cccmk.co.jp/tpi/>

マーケティング・プラットフォーム事業を手掛けるCCCマーケティング株式会社とカルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社は、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物価指数「T-POINT Price Index (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、2019年11月度のTPIをお知らせいたします。

2019年11月度のTポイント物価指数のダイジェスト

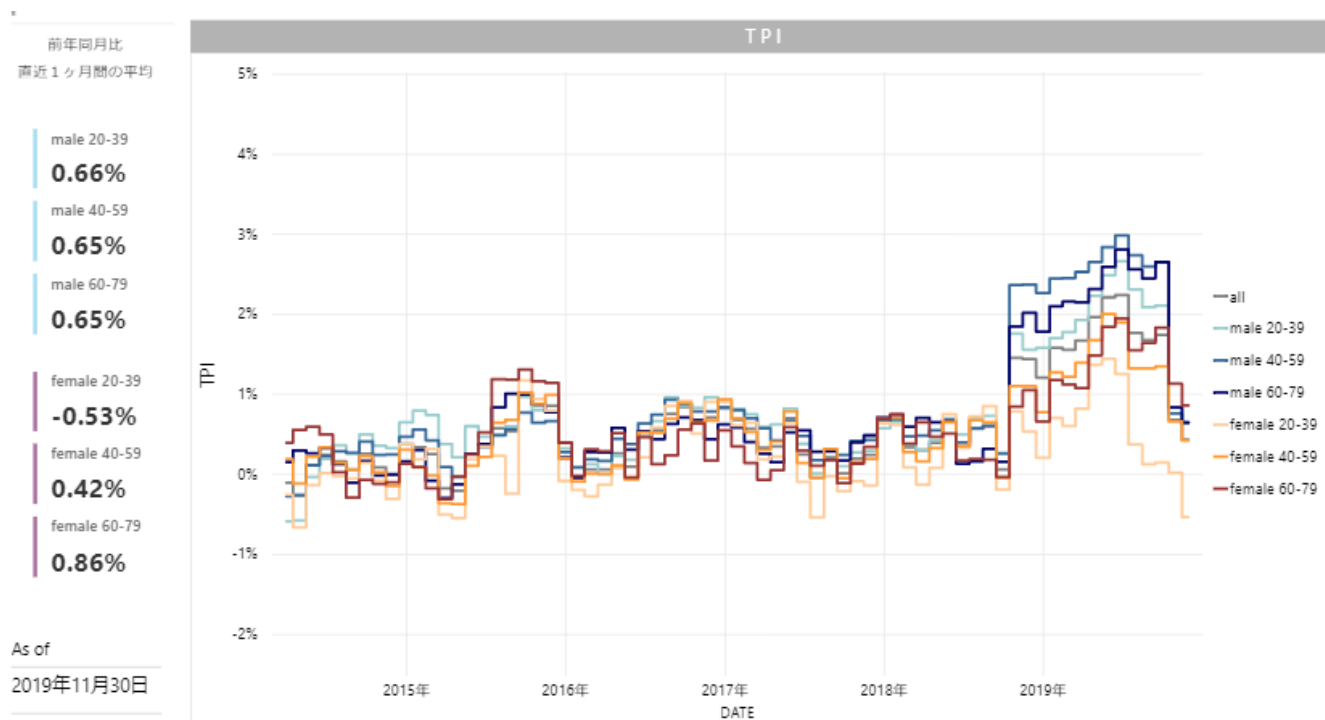
●先月に引き続き、前月比0.25ポイント下落の前年同月比0.43%

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額を使用しています。2019年11月度のTPIは、前月比0.25ポイント下落の前年同月比0.43%と、先月に引き続き1%台を切る結果となりました。業態別では、「スーパーマーケット」が上昇傾向から一転、前月比0.07ポイント下落の前年同月比0.81%となる一方、「ドラッグストア」は前年同月比1.61%と前月比0.11ポイント上昇し、2017年からの上昇傾向が見てとれます。また、「コンビニエンスストア」は先月と同様に、2018年10月のたばこ増税による値上げ分だけ戻る結果が続き、前月比0.10ポイント下落の前年同月比0.65%となりました。



●上昇率が最も大きいのは 60～79 歳・女性で 0.86%、最も小さいのは 20～39 歳・女性で-0.53%

2019 年 11 月度の TPI を性別・年代別でみると、前年同月比上昇率では大きい順から、60～79 歳・女性で 0.86%、続いて 20～39 歳・男性で 0.66%、40～59 歳・男性と 60～79 歳・男性は同じ値で 0.65%、40～59 歳・女性で 0.42%、最も上昇率が小さかったのは 20～39 歳・女性で-0.53%と、14 か月ぶりのマイナスとなりました。前月比では先月同様、男女の全年代で下落する結果となり、全年代で 1%台を下回る結果となりました。業態別では、「スーパーマーケット」は 40～59 歳・女性以外の全年代で下落しており、「ドラッグストア」は 40～79 歳・男性のみ下落、その他は上昇する結果となりました。また、「コンビニエンスストア」は、昨年のたばこ税値上げの影響で全年代の物価指数が大幅に下落した先月に引き続き、全年代で下落し、全世代で 1%台を切る結果となりました。



年齢	男性			女性		
	Sep,2019	Oct,2019	Nov,2019	Sep,2019	Oct,2019	Nov,2019
20-39歳	2.11%	0.83%	0.66%	0.15%	0.02%	-0.53%
40-59歳	2.65%	0.76%	0.65%	1.35%	0.66%	0.42%
60-79歳	2.66%	0.84%	0.65%	1.83%	1.13%	0.86%

※「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7,006万人(2019年10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8兆円超の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。

【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 に関するお問い合わせ
CCC マーケティング株式会社
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
広報担当：安藤・中川
TEL : 03-6800-4464