

消費者購買統計データから食品メーカーの業績を先読み

東芝データ株式会社（以下、東芝データ）が提供する消費者の購買統計データを利用すれば、食品など消費財メーカーの業績をいち早く予測できる可能性がある。

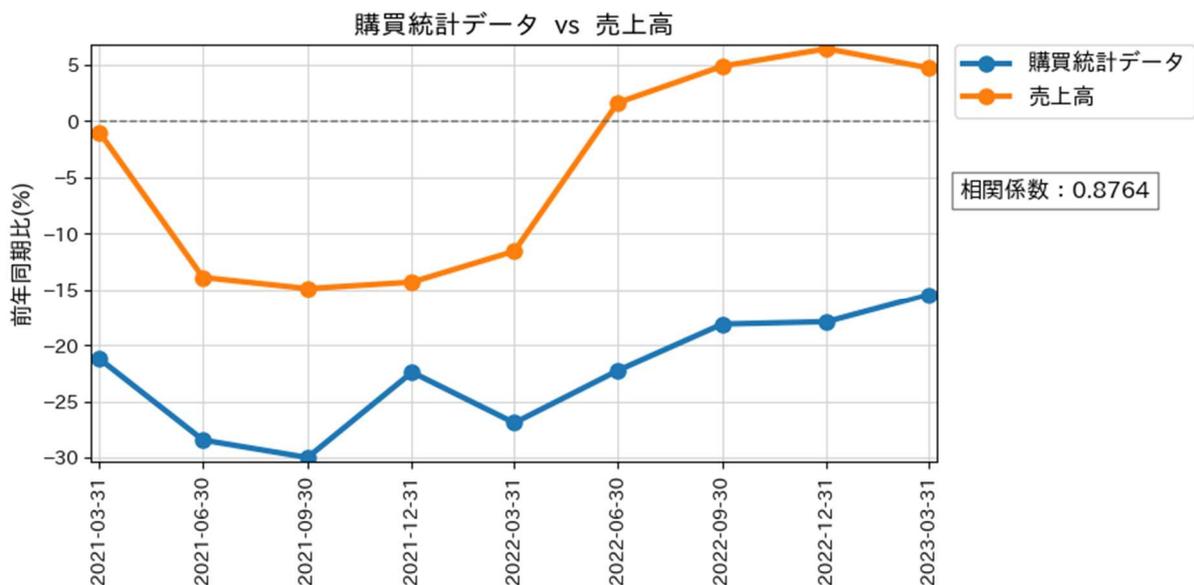
東芝データは東芝グループの電子レシートサービス「スマートレシート®」*のデータを、買い手や小売店の名前が特定できないように処理したうえで提供している。商品を製造した企業の証券コードと紐づけることにより、企業情報と関連付けた分析が容易だ。本稿ではこのデータを使い、小売店での製品売り上げとメーカーの四半期売上高との連動性を確かめた。

「金額PI値」と企業売上高の相関をみる

検証にあたっては、商品の購買統計データを「金額PI（Purchase Index）値」に変換し、その商品をつくった会社の全社売上高と比較した。金額PI値とは、ある商品の売上金額を小売店への来客数で割ったものだ。例えば来客1000人あたりの売り上げがいくらだったかがわかる。金額PI値を用いることで、来店客数の増減の影響を受けない「商品への支持率」が把握できる。

① 森永乳業株式会社（2264）

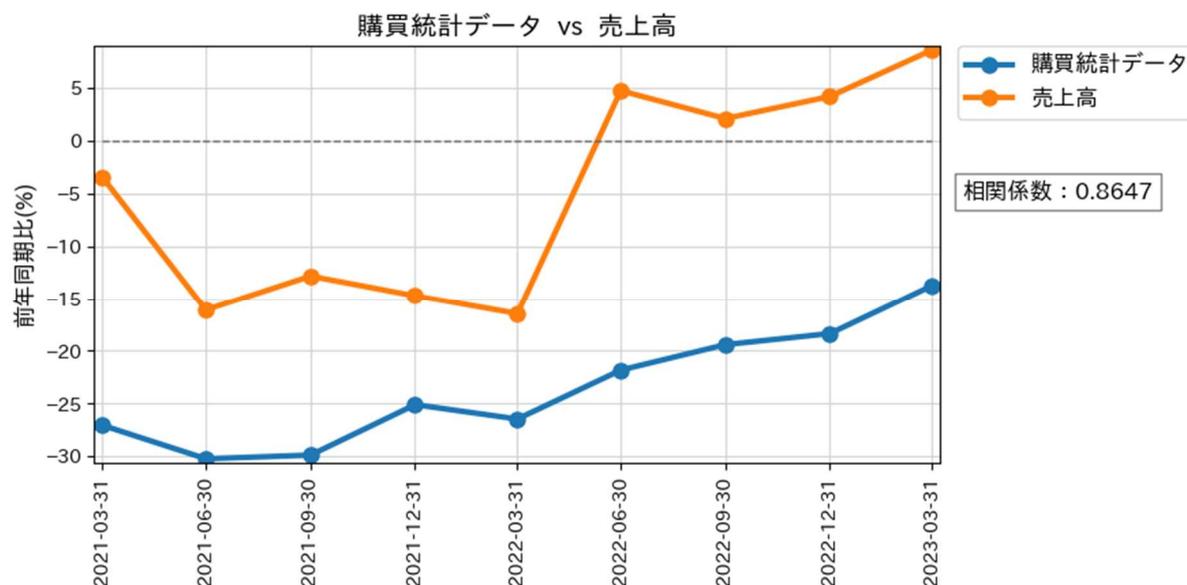
乳業大手の森永乳業株式会社（2264）の商品について四半期ごとの金額PI値を集計し、前年同期比の値を算出した。同社の四半期売上高の前年同期比を重ねたものが以下のグラフである。



2つのデータがおおむね連動していることがわかる。相関係数はプラス0.87だ。プラス1が完全な順相関を意味するため、連動性はかなり高いといえる。

② 明治ホールディングス株式会社 (2269)

①と同様に、乳業・菓子大手の明治ホールディングス株式会社 (2269) の金額PI値と四半期売上高の値を比較した。



やはり2つのデータがおおむね連動していることが分かる。こちらも相関係数は0.86と高い。

購買統計データの更新は日次

2つの企業の商品の購買統計データと全社売上高を比較した結果、強い相関があった。上場企業の四半期業績の公表は期末から1カ月ほど後であるのに対し、東芝データの情報提供頻度は日次だ。東芝データの購買統計データをリアルタイムで入手すれば、決算発表に先駆けて企業の売上高をある程度予測できることになる。

* 「スマートレシート[®]」は東芝テック株式会社の登録商標です。