



たまる・つかえる、広がる 共通ポイントサービス「Ponta」

2015年6月30日

報道関係各位

株式会社ロイヤリティ マーケティング

Pontaリサーチ会員3,000人に聞いた

第11回 Ponta消費意識調査 2015年6月

「夏のボーナス」の使い道： 「貯金・預金」と「財形貯蓄」を合わせ“貯蓄”が約4割に！ 「節約したい」派も67.6%と高水準で推移

共通ポイントサービス「Ponta（ポインタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング(本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」)は、消費者の意識とポイントの利用意向を把握するため、「第11回 Ponta消費意識調査 2015年6月」を実施いたしましたので、ご報告いたします。

<消費者意識>

・「夏のボーナス」の使い道は、「貯金・預金」と「財形貯蓄」を合わせ“貯蓄”が約4割に。

去年の冬のボーナスに続き「財形貯蓄」が増加し、「貯金・預金」と合わせ“貯蓄”が約4割を占める結果となり、引き続き、“貯蓄”の意識の高まりがうかがえる。（P2）

・「節約したい」派は、67.6%と高水準で推移。

2015年2月以降は、横ばいの約7割で推移し、高止まりの結果となった。（P3）

<ポイントサービスの利用意向>

・Pontaポイントを「つかいたい」は、43.5%と調査開始以来最高となった前回調査に次ぐ水準に。

高まる節約意識の中、依然として意識的にポイントを活用したいという様子が見えてくる。（P5）

<調査概要>

調査方法：インターネット調査

調査期間：2015年6月1日（月）～6月7日（日）

パネル：「Pontaリサーチ」会員（Ponta会員で「Pontaリサーチ」への会員登録をして頂いている方）

回答者数：3,000人 男性、女性×年代別（20・30・40・50・60代以上）の各10セルで300サンプル

※回答は小数点第2位を四捨五入しています。

LMは、「Ponta」の「便利・おトク・楽しい」世界が、いつでもどこでも広がる生活密着型サービスの提供を目指しています。

たまる・つかえる、広がる 共通ポイントサービス「Ponta」

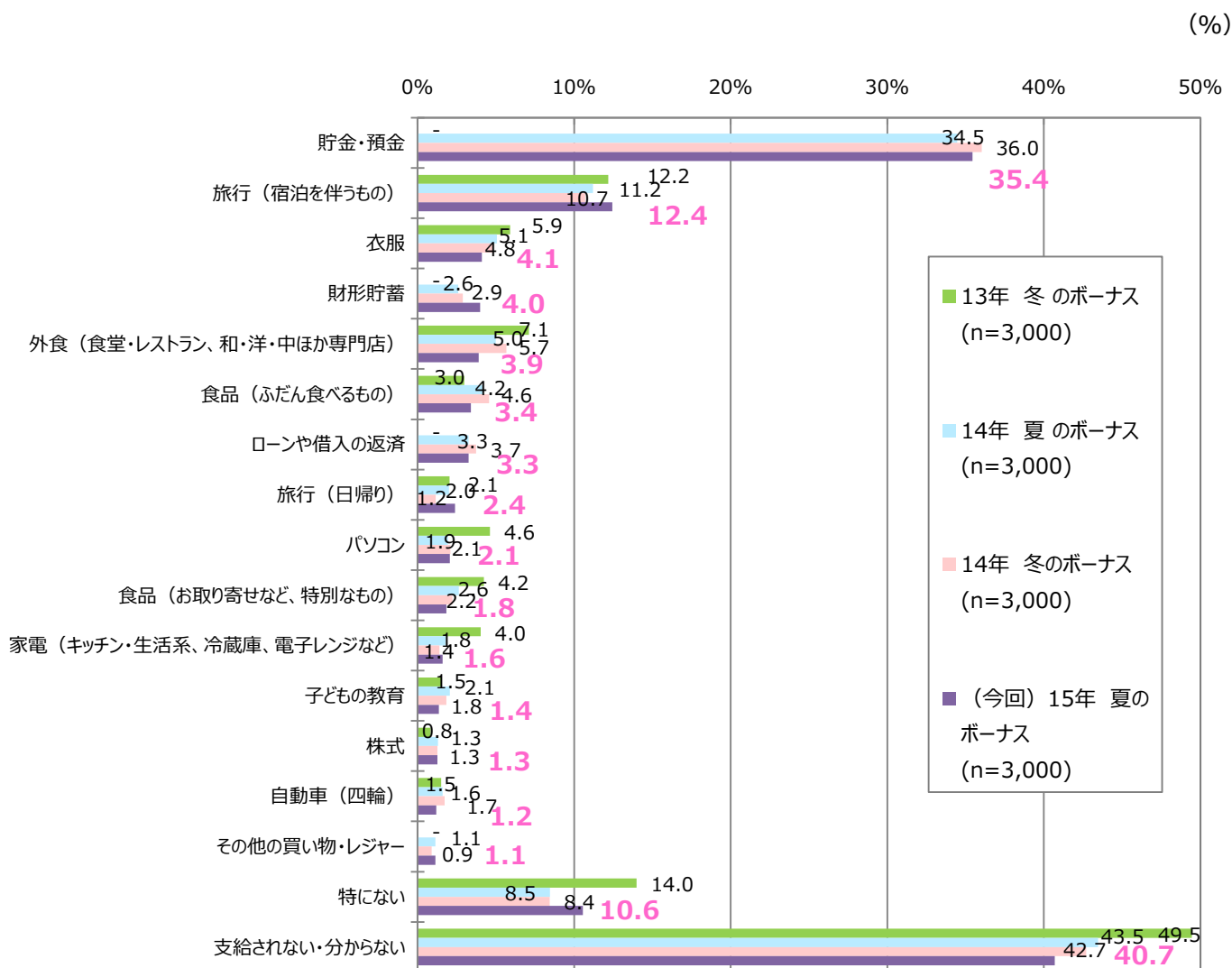
<消費者意識>

「夏のボーナス」の使い道

…「貯金・預金」と「財形貯蓄」を合わせ“貯蓄”が約4割に！

- ・使い道の1位は、2014年夏・冬のボーナスに引き続き「貯金・預金」となった。
また、去年の冬のボーナスに続き「財形貯蓄」が増加し、「貯金・預金」と合わせ“貯蓄”が約4割を占める結果となり、引き続き、“貯蓄”の意識の高まりがうかがえる。
- ・一方、「旅行」は宿泊を伴うもの、日帰り共に、過去最高となった。

■今年の夏のボーナスの使い道を教えてください。（3つまで）



※「貯金・預金」「財形貯蓄」「ローンや借入の返済」「その他の買い物・レジャー」は13年 冬のボーナスでは非聴取
※今回調査で1%以上の項目を抜粋
※回答が同数で順位に差がある場合は、小数点第2位以下に差があるため



たまる・つかえる、広がる 共通ポイントサービス「Ponta」

<消費者意識>

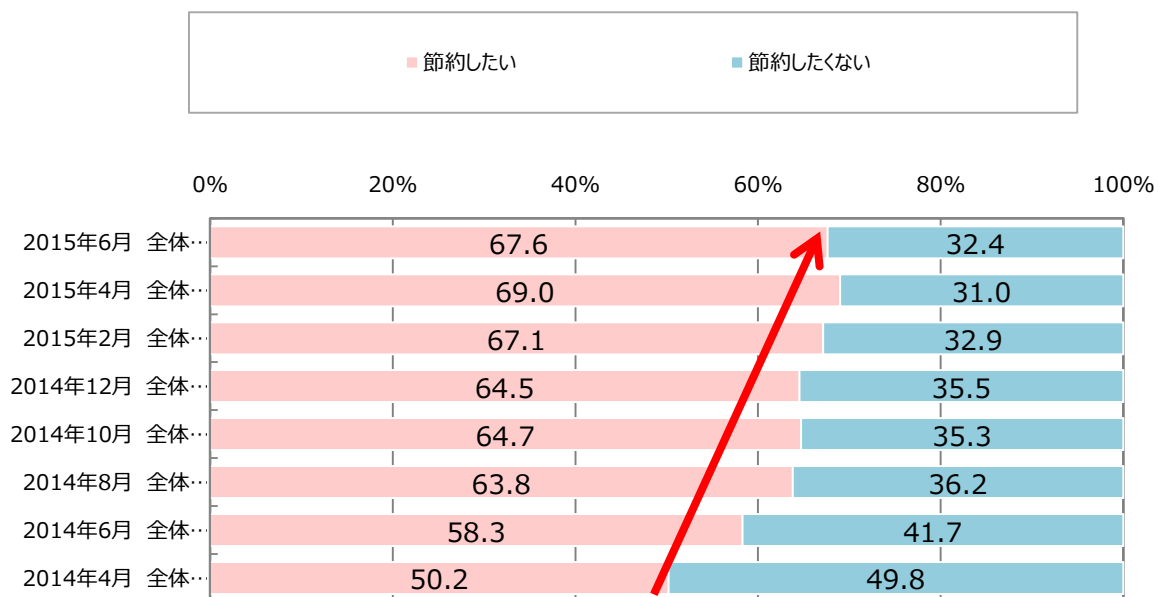
消費者の節約志向

…「節約したい」派は、67.6%と高水準で推移。

- ・「節約したい」派は67.6%となり、2015年2月以降、横ばいの約7割で推移している。節約志向は、依然、高止まりが続いている。

■今月の家計の支出を節約したい割合

【全体】



- ・ 節約したい…節約したい金額が1円以上
- ・ 節約したくない…節約したい金額が0円

たまる・つかえる、広がる 共通ポイントサービス「Ponta」

<消費者意識>

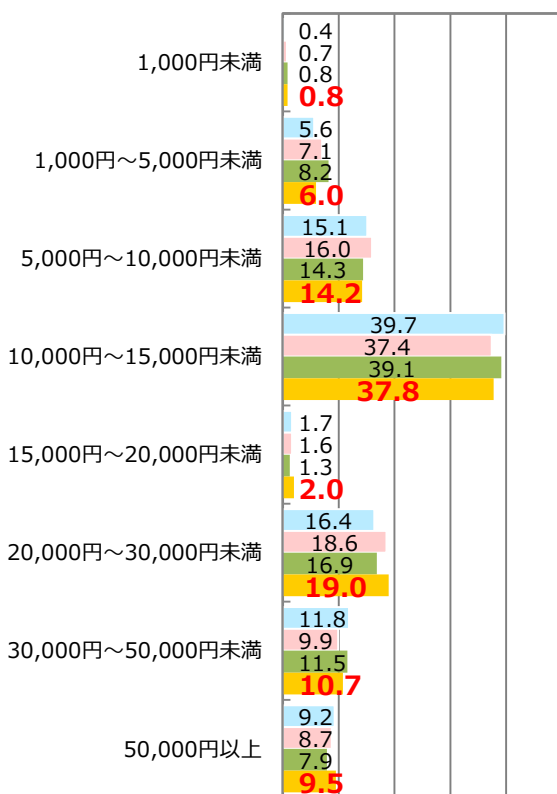
どのくらい節約したいか

…節約したい平均額は、16,775.1円と調査開始以来最も高い結果となった。

- ・2014年4月に11,028.3円だった節約したい平均額は2014年6月以降15,000円越えが続き、2015年6月は16,775.1円と調査以来最も高い結果となった。

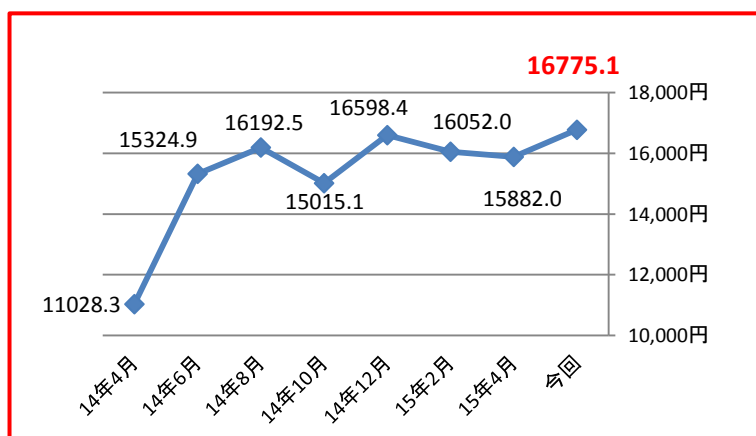
■今月の家計の支出をどのくらい節約したいですか。（数字で記入）

0% 10% 20% 30% 40% 50%



■ 14年12月(n=1936)
 ■ 15年2月(n=2014)
 ■ 15年4月(n=2070)
 ■ 今回(n=2029)

※節約志向がある人ベース



【属性別】

	今回	2015年4月	2015年2月	2014年12月
	平均金額 (円)	平均金額 (円)	平均金額 (円)	平均金額 (円)
全体	16,775.1	15,882.0	16,052.0	16,598.4
世帯年収別				
200万円未満	14,115.1	14,331.1	13,215.1	14,667.5
200万円～400万円未満	15,250.0	13,849.4	14,990.3	16,322.5
400万円～600万円未満	16,752.4	17,361.4	15,319.8	17,007.7
600万円～800万円未満	18,923.0	16,741.3	16,312.8	17,281.5
800万円～1,000万円未満	19,621.2	18,506.8	20,042.9	18,412.1
1,000万円以上	20,288.8	18,207.5	20,894.0	20,171.7
消費増税の実感有無別				
実感している	16,458.2	15,818.6	15,818.6	16,449.6
実感していない	20,010.8	16,634.8	18,551.9	18,382.6

たまる・つかえる、広がる 共通ポイントサービス「Ponta」

<ポイントサービスの利用意向>

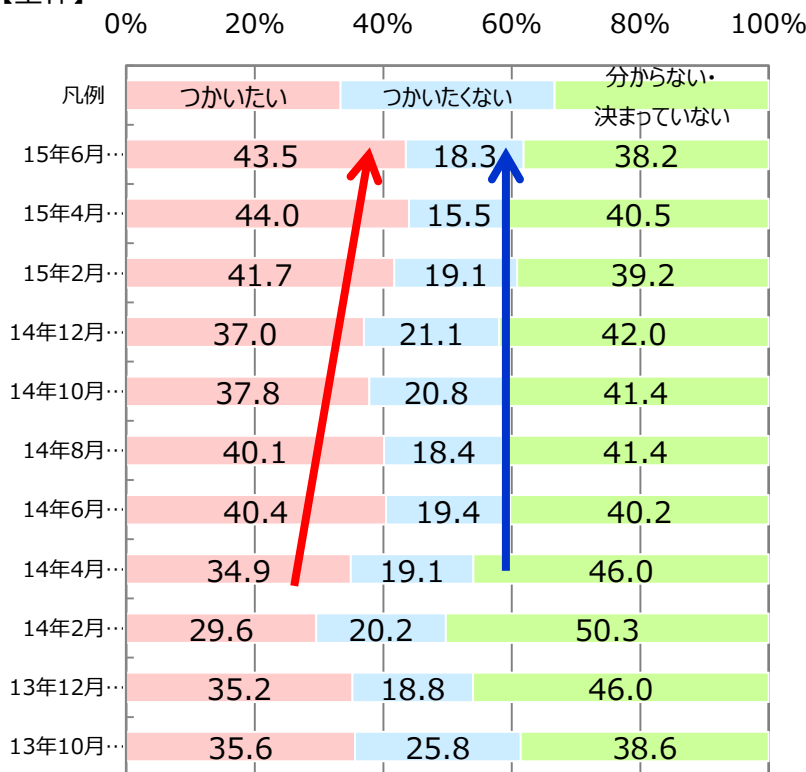
ポイントの「つかう」意識

…Pontaポイントを「つかいたい」は、43.5%と調査開始以来最高となった前回調査に次ぐ水準となった。

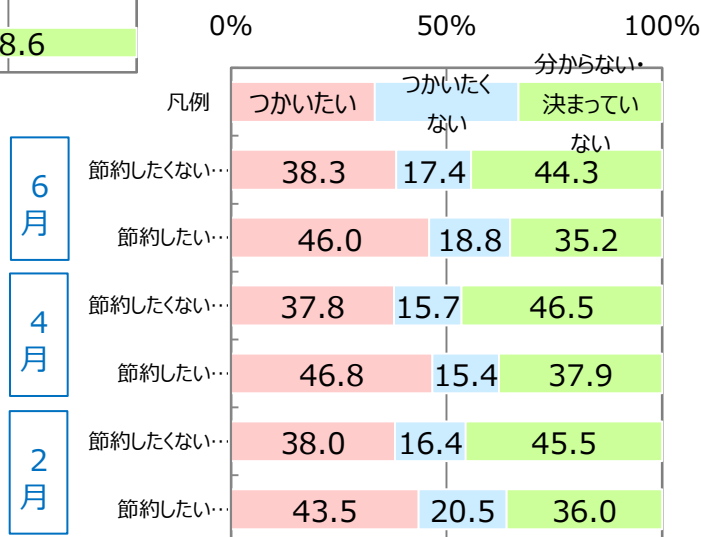
- ・ Pontaポイントを「つかいたい」派は43.5%で、調査開始以来最高となった前回調査に次ぐ水準となった。高まる節約意識の中、依然として意識的にポイントを活用したいという様子がうかがえる。

■ あなたはいまPontaポイントをつかいたいですか。（ひとつだけ）

【全体】



【節約志向の有無別】





たまる・つかえる、広がる 共通ポイントサービス「Ponta」

<参考：過去のPonta消費意識調査実施時期>

- 第1回調査実施・・・2013年9月4日（水）～9月10日（火）（調査発表 2013年10月2日）
- 第2回調査実施・・・2013年10月30日（水）～11月1日（金）（調査発表 2013年12月10日）
- 第3回調査実施・・・2014年2月13日（木）～2月16日（日）（調査発表 2014年2月26日）
- 第4回調査実施・・・2014年4月11日（金）～4月14日（月）（調査発表 2014年4月28日）
- 第5回調査実施・・・2014年6月6日（金）～6月9日（月）（調査発表 2014年6月26日）
- 第6回調査実施・・・2014年8月1日（金）～8月4日（月）（調査発表 2014年8月26日）
- 第7回調査実施・・・2014年10月9日（木）～10月13日（月・祝）（調査発表 2014年10月31日）
- 第8回調査実施・・・2014年12月4日（木）～12月7日（日）（調査発表 2014年12月25日）
- 第9回調査実施・・・2015年2月5日（木）～2月8日（日）（調査発表 2015年2月27日）
- 第10回調査実施・・・2015年4月9日（木）～4月12日（日）（調査発表 2015年4月30日）

<「Pontaリサーチ」について>

共通ポイントサービス「Ponta」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティングが提供するリサーチサービス。「Pontaリサーチ」は、LMの有するPonta会員のうち「Pontaリサーチ」にご登録いただいているPontaリサーチ会員を対象に、自主調査や企業および団体などから依頼を受けたアンケートをご案内しています。またPontaリサーチ会員の皆様は、アンケートにご協力いただくことでPontaポイントをためることができます。

- ・「Pontaリサーチ」サイトURL：<https://research.ponta.jp/top/>

<引用・転載の際のクレジット表記のお願い>

調査結果引用・転載の際は、“「Pontaリサーチ」調べ”とクレジットを記載していただけますようお願い申し上げます。

Pontaリサーチ

【共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」とは】

1枚のポイントカードで様々な提携企業の共通ポイントを、ためる、つかうことのできる便利でおトクなサービスです。会員数7,007万人（2015年5月末日）を有する共通ポイントサービスで、提携企業78社、日本全国約23,400店（2015年6月1日）にて利用が可能です。

Pontaオフィシャルサイト「Ponta.jp」：<http://www.ponta.jp/>

Ponta公式Twitter：<https://twitter.com/Ponta>

Ponta公式Facebook：<https://www.facebook.com/ponta.official>

（運営）株式会社ロイヤリティ マーケティング：<http://www.loyalty.co.jp/>