



2015年10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13回 Ponta消費意識調査 2015年10月

「冬のボーナス」の使い道は、 「貯金・預金」が36.7%で過去最高に

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13回 Ponta消費意識調査 2015年10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>

- ・「冬のボーナス」の使い道は、「貯金・預金」が36.7%で過去最高に。

「貯金・預金」は過去最高となり、依然として高い“貯蓄”の意識がうかがえる。(P2)

- ・「節約したい」派は、65.3%と引き続き高水準で推移。

前回調査に比べて微減しているものの、引き続き高い水準で推移し、節約志向の高さがうかがえる。(P3)

- ・節約したい平均額は、17,491.9円と過去最高に。

「節約志向がある人」の「節約したい金額」が増えていると言えそうだ。(P4)

<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、全体の41.7%と引き続き4割を超える水準で推移。

Pontaポイントを「つかいたい」は全体の41.7%で、今年の2月以降、4割以上を維持し推移している。(P5)

<調査概要>

調査方法：インターネット調査

調査期間：2015年10月1日（木）～10月7日（水）

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を提供しています。



たまる・つかえる、広がる 共通ポイントサービス「Ponta」

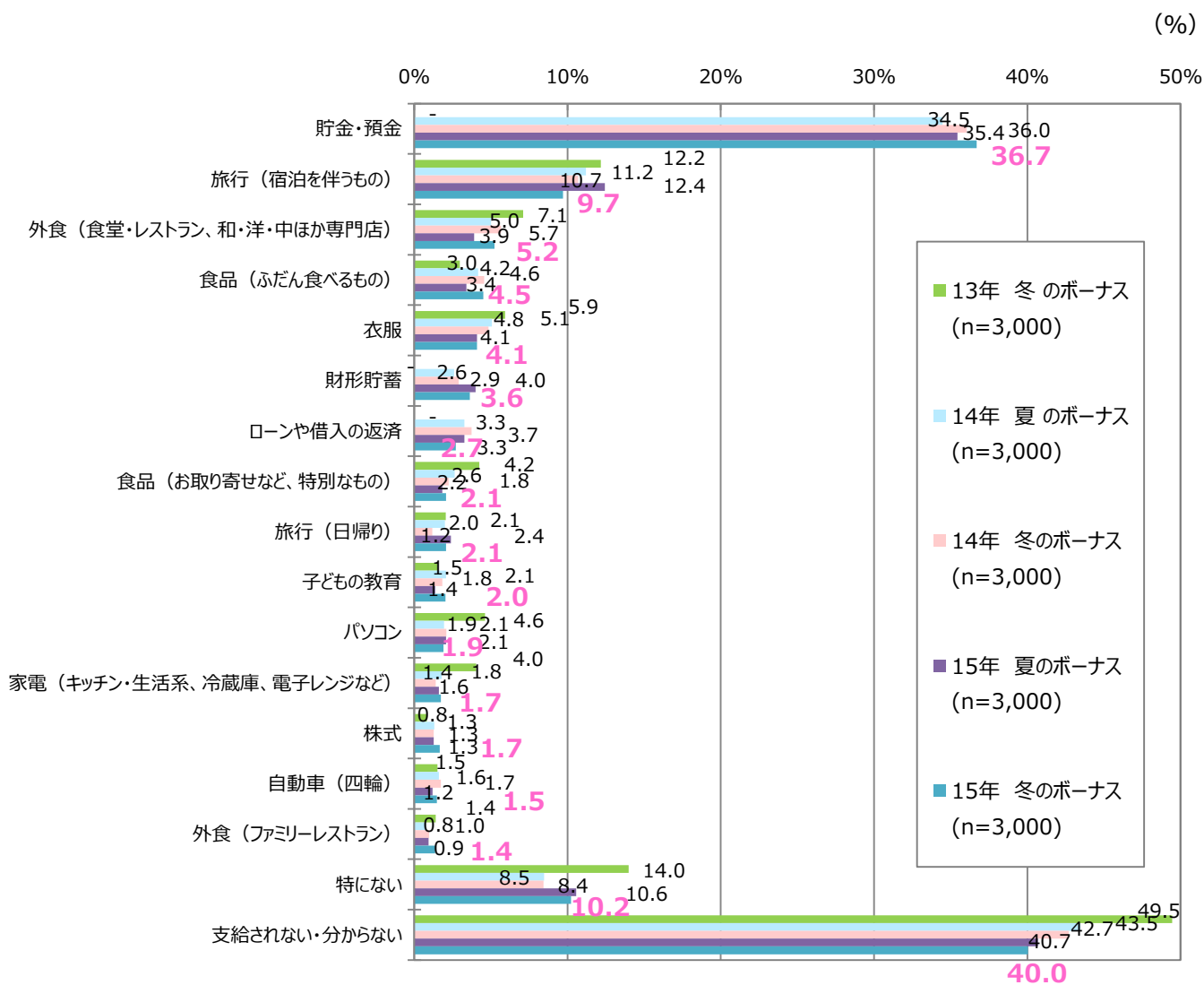
<消費者意識>

「冬のボーナス」の使い道

…「貯金・預金」は、36.7%で過去最高に。

- ・使い道の1位は、2014年夏・冬、2015年夏のボーナスに引き続き「貯金・預金」となり、依然として高い“貯蓄”の意識がうかがえる。

■今年の冬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」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



<消費者意識>

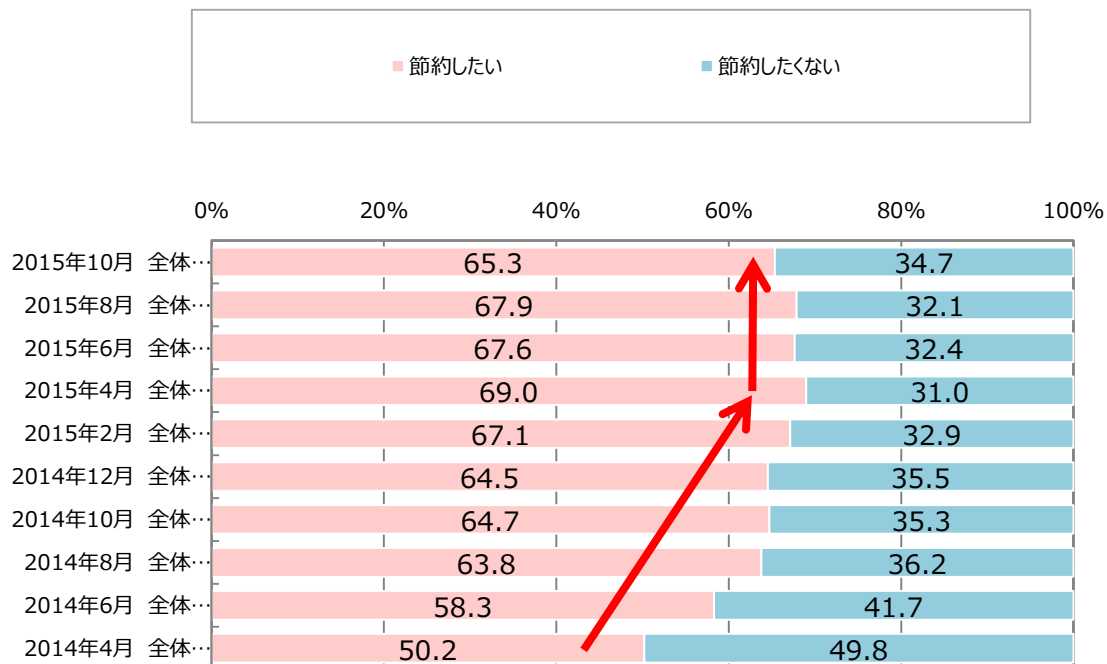
消費者の節約志向

…「節約したい」派は、65.3%と引き続き高水準で推移。

- ・「節約したい」派は65.3%となり、前回調査に比べて微減してるものの、引き続き高い水準で推移し、節約志向の高さがうかがえる。

■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

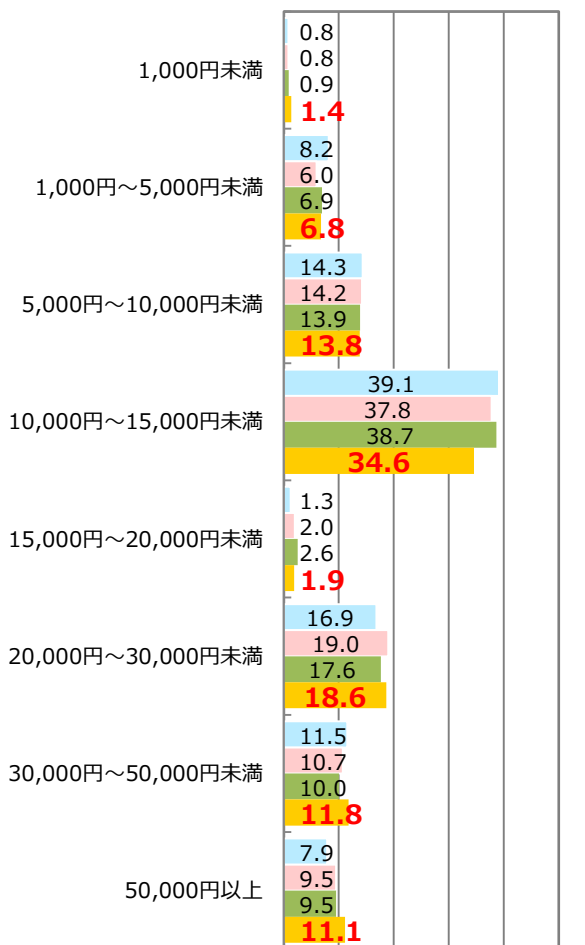
…節約したい平均額は、17,491.9円と過去最高となった。

- ・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円超えが続き、2015年10月は、17,491.9円で過去最高となった。

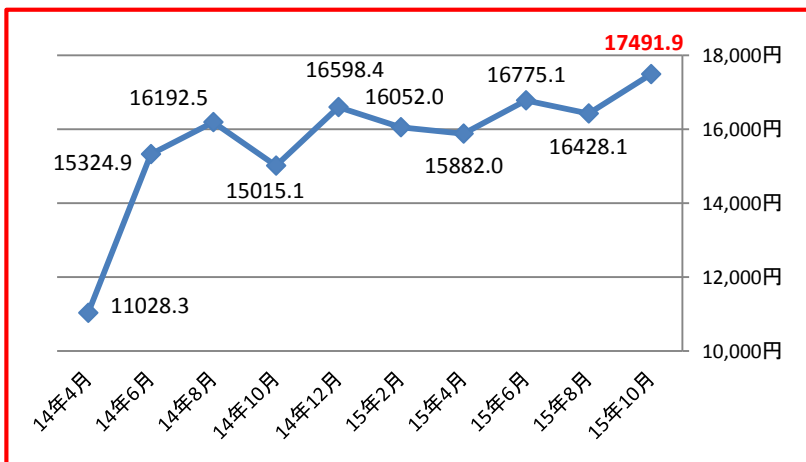
「節約志向がある人」の「節約したい金額」が増えていると言えそうだ。

■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%



■ 15年4月(n=2070) ■ 15年6月(n=2029)
■ 15年8月(n=2036) ■ 15年10月(n=1960)



【属性別】

	2015年10月	2015年8月	2015年6月	2015年4月
	平均金額 (円)	平均金額 (円)	平均金額 (円)	平均金額 (円)
全体	17,491.9	16,428.1	16,775.1	15,882.0
世帯年収別				
200万円未満	15,330.4	16,649.6	14,115.1	14,331.1
200万円～400万円未満	15,982.7	14,999.0	15,250.0	13,849.4
400万円～600万円未満	17,888.9	15,712.1	16,752.4	17,361.4
600万円～800万円未満	19,713.4	19,018.2	18,923.0	16,741.3
800万円～1,000万円未満	18,924.2	16,936.8	19,621.2	18,506.8
1,000万円以上	21,658.8	20,542.1	20,288.8	18,207.5
消費増税の実感有無別				
実感している	17,412.6	16,178.7	16,458.2	15,818.6
実感していない	18,301.4	18,879.0	20,010.8	16,634.8

※節約志向がある人ベース



<ポイントサービスの利用意向>

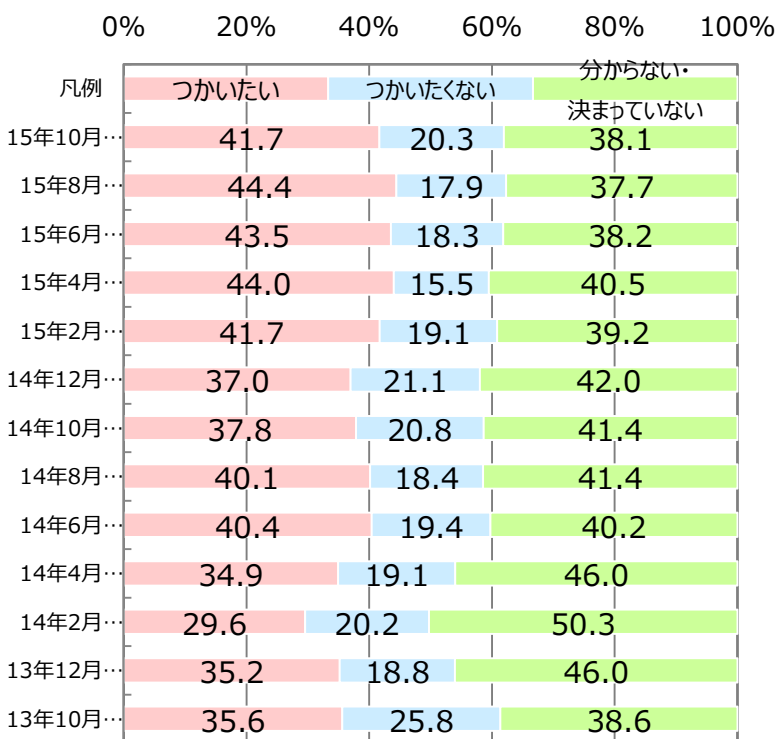
ポイントの「つかう」意識

… Pontaポイントを「つかいたい」は、全体の41.7%と引き続き4割を超える水準で推移

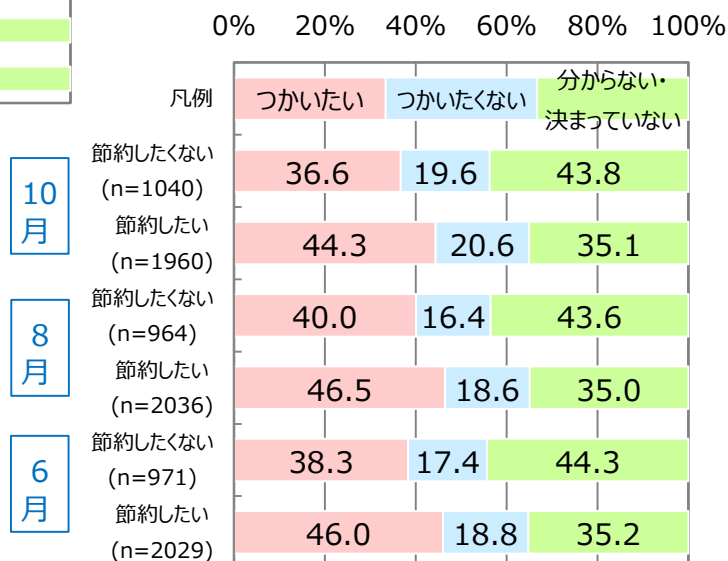
- ・ Pontaポイントを「つかいたい」は全体の41.7%で、前回調査に比べ微減しているものの、今年の2月以降4割以上を維持し推移している。

■ 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)
- 第11回調査実施・・・2015年6月1日(月)～6月7日(日) (調査発表 2015年6月30日)
- 第12回調査実施・・・2015年8月14日(金)～8月20日(木) (調査発表 2015年8月31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（ポインタ）」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7,213万人（2015年9月末日）を有する共通ポイントサービスで、提携企業79社、日本全国約24,100店（2015年10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/>