

2018年12月20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32回 Ponta消費意識調査 2018年12月**「節約したい」年平均で初めての7割
平成最後の年末年始！購入・消費したい商品・サービス
上位3位を“食”関連が占める**

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32回 Ponta消費意識調査 2018年12月」を「Pontaリサーチ」にて実施いたしましたので、ご報告いたします。

<節約志向>

- 消費者の節約志向 (P2)
 - 「節約したい」派は68.3%となり、前回調査より1.1ポイント増加
「節約したい」派の年平均が、初めての7割

<ポイントサービスの利用意向>

- ポイントの活用意識と節約志向 (P3)
 - 「節約したい」派では、ポイントを「いまつかいたい」が42.8%と最も高く
「節約したくない」派では、「分からない・決まっていない」が49.8%と最も高い
「節約したい」派に高いポイント活用意識が伺える

■ TOPICS**<消費者意識>**

- 年末年始に購入・消費したい商品・サービス (P4)
 - 1位「食品（ふだん食べるもの）」で、過去最高の40.9%。続いて、
2位「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」（34.6%）、
3位「外食（食堂・レストラン、和・洋・中ほか専門店）」（14.9%）と上位を“食”が占める
- 食品（お取り寄せなど、特別なもの）を購入する際に重視すること (P5)
 - 全体では、「品質の良さ」が82.8%で最多。送料無料(58.6%)、価格の安さ(50.5%)と続く
性別で見ると、男性は「価格の安さ」、女性は「送料無料」を重視する傾向
「ポイントがたまる・つかえること」を年代別で見ると、30代(35.1%)、20代(33.9%)が重視
- 食品（お取り寄せなど、特別なもの）を購入する際に、最も重視すること (P6)
 - 「品質の良さ」が60.8%と最多
年代別で見ると、50代以上が6割を超え、重視する傾向が高い

<調査概要>

調査方法：インターネット調査
調査期間：2018年11月26日（月）～12月2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
※調査結果は小数点第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。

<節約志向>

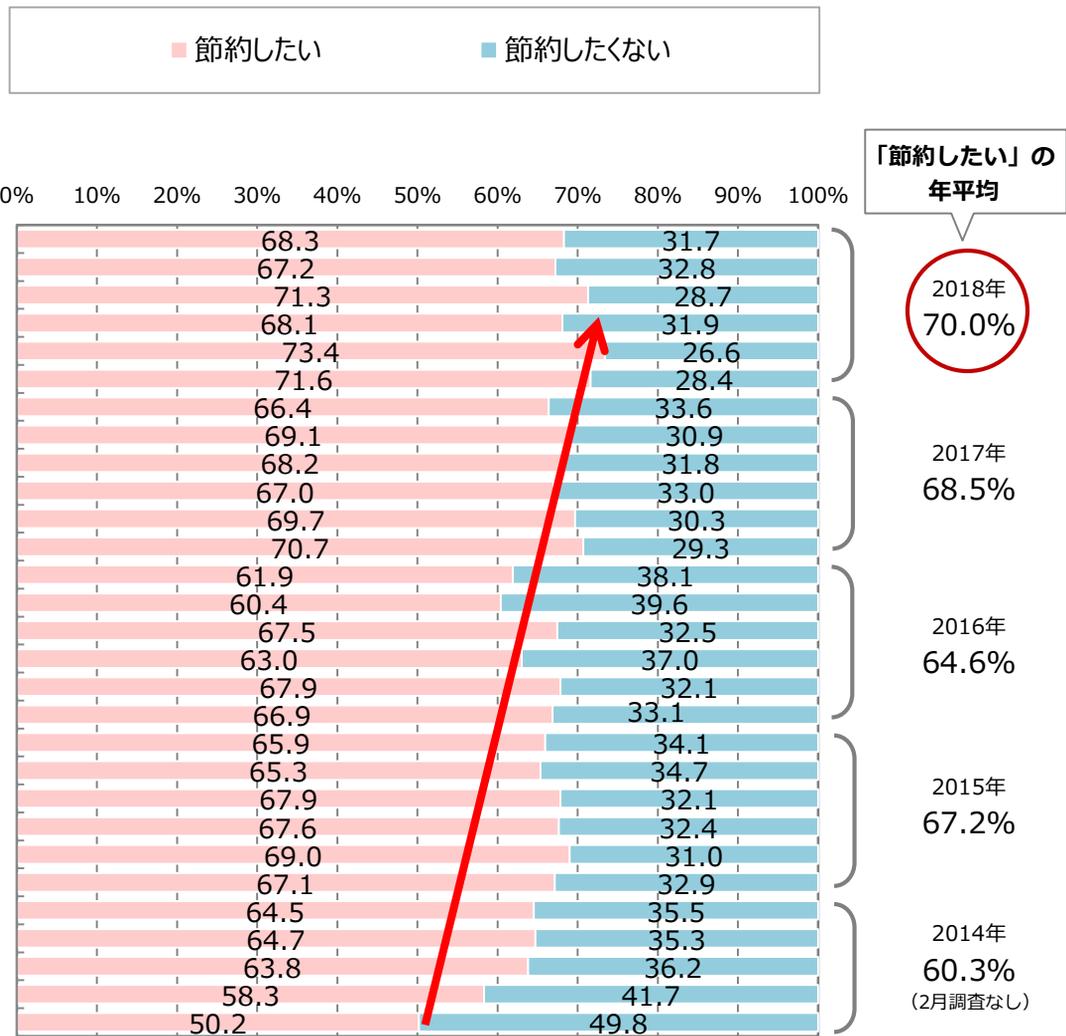
消費者の節約志向

…「節約したい」派は68.3%となり、前回調査より1.1ポイント増加
「節約したい」派の年平均が、初めての7割

- ・「節約したい」派は68.3%となり、前回調査より1.1ポイント増えた。
- ・「節約したい」派の年平均をみると、2018年は70.0%と初めて7割となり、高い節約志向が伺える年となった。

■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

【参考】 <設問> あなたは、今月の家計の支出をどのくらい節約したいですか。（半角数字で入力）
※とくに節約したいと思わない人は「0」と入力してください。

<ポイントサービスの利用意向>

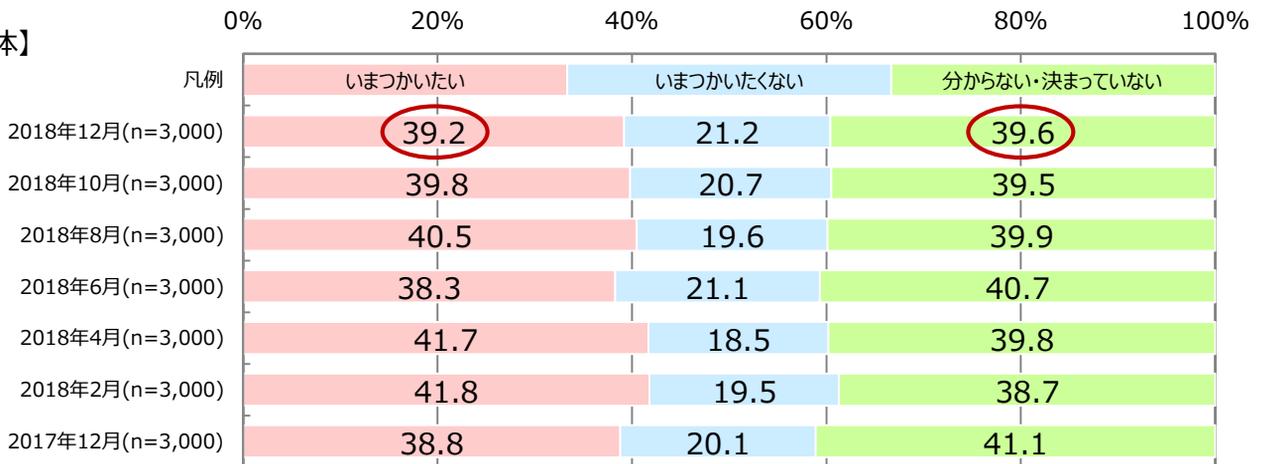
ポイントの活用意識と節約志向

…「節約したい」派では、ポイントを「いまつかいたい」が42.8%と最も高く
 「節約したくない」派では、「分からない・決まっていない」が49.8%と最も高い
 「節約したい」派に高いポイント活用意識が伺える

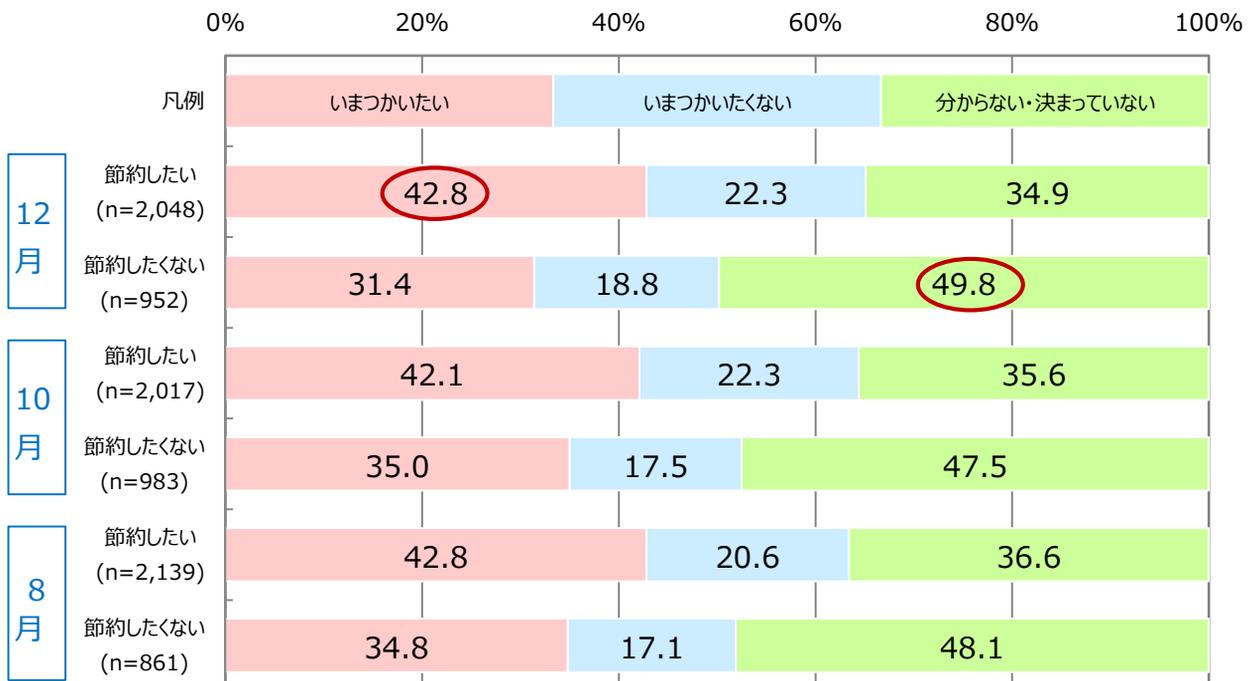
- ・Pontaポイントを「いまつかいたい」は、全体で39.2%、「分からない・決まっていない」は、全体で39.6%となった。
- ・節約志向の有無別でみると、「節約したい」派では「いまつかいたい」が42.8%と最も高く、「節約したくない」派では「分からない・決まっていない」が49.8%と最も高かった。「節約したい」派に高いポイント活用意識が伺える。

■あなたはいまPontaポイントをつかいたいですか。（単一回答）

【全体】



【節約志向の有無別】（2018年8月～2018年12月調査）



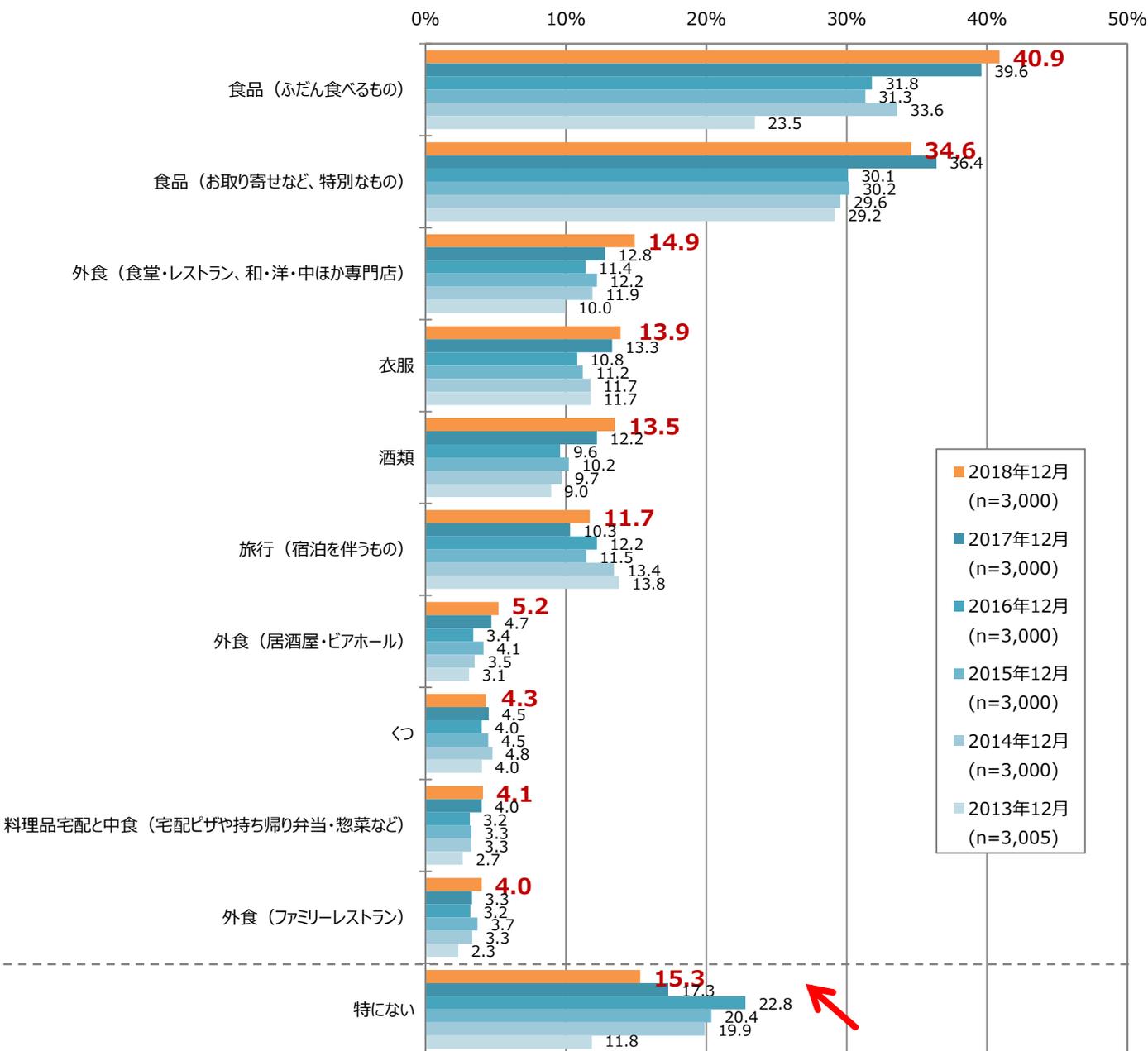
<消費者意識>

年末年始に購入・消費したい商品・サービス

… 1位「食品（ふだん食べるもの）」で、過去最高の40.9%。続いて、
2位「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」（34.6%）、
3位「外食（食堂・レストラン、和・洋・中ほか専門店）」（14.9%）と上位を“食”が占める

- ・「食品（ふだん食べるもの）」が、過去6年で最高の40.9%となり、1位だった。続いて「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」（34.6%）、「外食（食堂・レストラン、和・洋・中ほか専門店）」（14.9%）と、“食”が上位を占めた。
- ・「特にない」は前年より2.0ポイント減って15.3%と、2年連続で減少しており、年末年始の購入・消費意欲の高まりが伺える。

■あなたが年末年始に特に購入・消費したい商品・サービスをお答えください。（3つまで）



※ 食、住居、服飾、健康・美容、自動車、通信・メディア、余暇活動、金融商品、その他の9分野71項目より、上位10位を抜粋（「特にない」を除く）

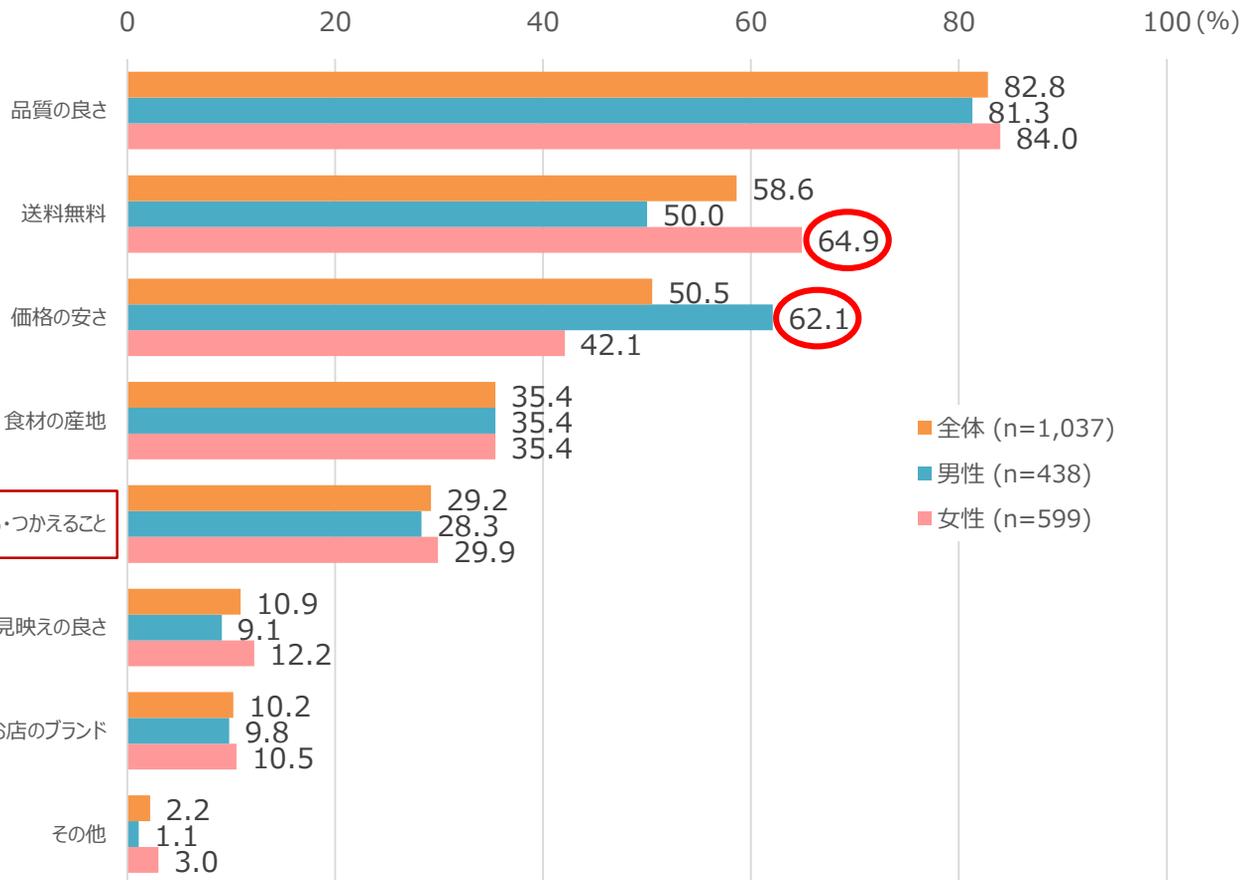
<消費者意識>

食品（お取り寄せなど、特別なもの）を購入する際に重視すること

… 全体では、「品質の良さ」が82.8%で最多。送料無料(58.6%)、価格の安さ(50.5%)と続く
 性別で見ると、男性は「価格の安さ」、女性は「送料無料」を重視する傾向
 「ポイントがたまる・つかえること」を年代別で見ると、30代(35.1%)、20代(33.9%)が重視

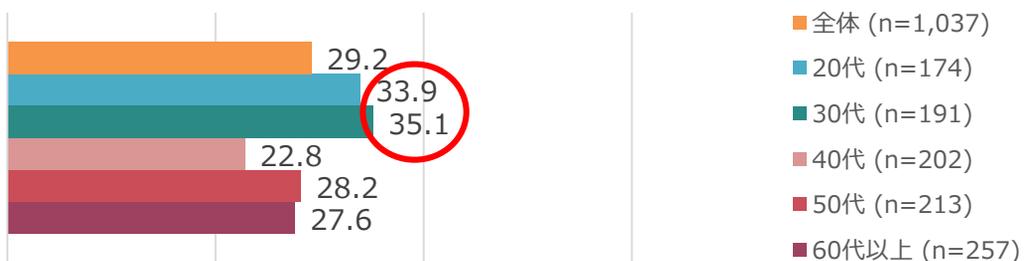
- ・ 全体では、「品質の良さ」が82.8%で最多。送料無料(58.6%)、価格の安さ(50.5%)と続いた。
- ・ 性別で見ると、「価格の安さ」では男性が62.1%と、女性より20.0ポイント高く、「送料無料」では女性が64.9%と、男性より14.9ポイント高い結果となった。
- ・ 「ポイントがたまる・つかえること」を年代別で見ると、全体（29.2%）と比べ、30代が35.1%、20代が33.9%と高い結果となった。

■ 「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」を購入するときに重視することは何ですか。（3つまで）



【参考：年代別】

ポイントがたまる・つかえること



【参考】「あなたが年末年始に特に購入・消費したい商品・サービスをお答えください。」で「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」と回答した方に調査。

<消費者意識>

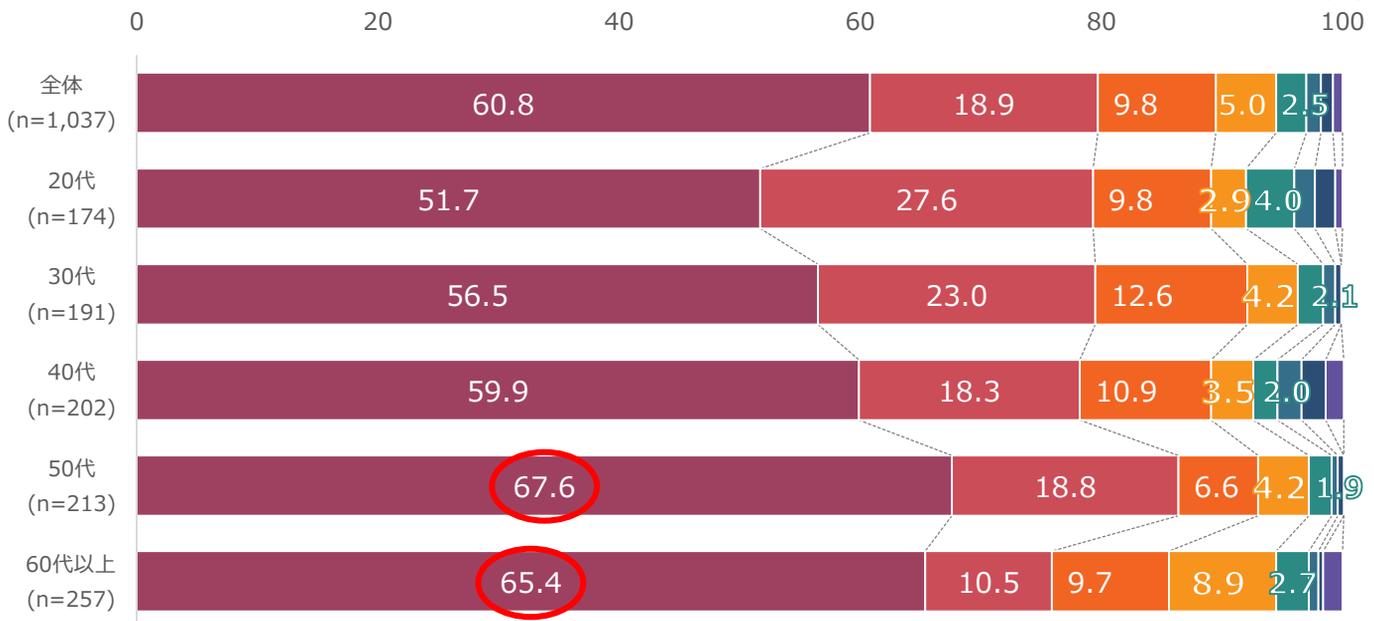
食品（お取り寄せなど、特別なもの）を購入する際に、最も重視すること

… 「品質の良さ」が60.8%と最多
年代別で見ると、50代以上が6割を超え、重視する傾向が高い

- ・ 「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」を購入するときに、最も重視することでは「品質の良さ」が60.8%で最多となった。
- ・ 年代別で見ると、50代が67.6%、60代以上が65.4%と6割を超えており、高い傾向が伺える。

■ 「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」を購入するときに最も重視することは何ですか。

■ 品質の良さ ■ 価格の安さ ■ 送料無料 ■ 食材の産地 ■ ポイントがたまる・つかえること ■ お店のブランド ■ 見映えの良さ ■ その他 (%)



	品質の良さ	価格の安さ	送料無料	食材の産地	ポイントがたまる・つかえること	お店のブランド	見映えの良さ	その他
全体	60.8	18.9	9.8	5.0	2.5	1.2	1.0	0.8
20代	51.7	27.6	9.8	2.9	4.0	1.7	1.7	0.6
30代	56.5	23.0	12.6	4.2	2.1	1.0	0.5	-
40代	59.9	18.3	10.9	3.5	2.0	2.0	2.0	1.5
50代	67.6	18.8	6.6	4.2	1.9	0.5	0.5	-
60代以上	65.4	10.5	9.7	8.9	2.7	0.8	0.4	1.6

【参考】 P.5 「食品（お取り寄せなど、特別なもの）を購入するときに重視すること」の回答のうち、最も重視することを調査。

<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)
- 第13回調査実施・・・2015年10月1日(木)～10月7日(水) (調査発表 2015年10月30日)
- 第14回調査実施・・・2015年12月2日(水)～12月6日(日) (調査発表 2015年12月28日)
- 第15回調査実施・・・2016年2月3日(水)～2月7日(日) (調査発表 2016年2月26日)
- 第16回調査実施・・・2016年4月4日(月)～4月8日(金) (調査発表 2016年4月28日)
- 第17回調査実施・・・2016年6月2日(木)～6月6日(月) (調査発表 2016年6月29日)
- 第18回調査実施・・・2016年8月3日(水)～8月5日(金) (調査発表 2016年8月26日)
- 第19回調査実施・・・2016年9月30日(金)～10月5日(水) (調査発表 2016年10月25日)
- 第20回調査実施・・・2016年12月2日(金)～12月5日(月) (調査発表 2016年12月26日)
- 第21回調査実施・・・2017年2月2日(木)～2月6日(月) (調査発表 2017年2月27日)
- 第22回調査実施・・・2017年4月5日(水)～4月7日(金) (調査発表 2017年4月27日)
- 第23回調査実施・・・2017年6月2日(金)～6月6日(火) (調査発表 2017年6月29日)
- 第24回調査実施・・・2017年8月3日(木)～8月7日(月) (調査発表2017年8月31日)
- 第25回調査実施・・・2017年9月29日(金)～10月4日(水) (調査発表2017年10月31日)
- 第26回調査実施・・・2017年12月1日(金)～12月5日(火) (調査発表2017年12月27日)
- 第27回調査実施・・・2018年2月2日(金)～2月7日(水) (調査発表2018年2月27日)
- 第28回調査実施・・・2018年4月3日(火)～4月8日(日) (調査発表2018年4月27日)
- 第29回調査実施・・・2018年6月4日(月)～6月10日(日) (調査発表2018年6月29日)
- 第30回調査実施・・・2018年8月2日(木)～8月8日(水) (調査発表2018年8月31日)
- 第31回調査実施・・・2018年10月2日(火)～10月8日(月) (調査発表2018年10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8,901万人（2018年11月末日）を有する共通ポイントサービスで、提携企業120社、日本全国約20万店（2018年12月1日）にて利用が可能です。

Ponta公式サイト「Ponta Web」：<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/>