

2019年4月25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34回 Ponta消費意識調査 2019年4月

消費税増税を前に「買い物対策している」人、全体の約2割

- 「節約したい」派、1年前と比べて「物価が上がっていると感じる」が71.1% -

共通ポイントサービス「Ponta（ポнта）」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34回 Ponta消費意識調査 2019年4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70.5%となり、前回調査より1.2ポイント減少

<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)
 - 「節約したくない」派では、ポイントを「分からない・決まっていない」が47.0%と最も高く「節約したい」派では、「いまつかいたい」が44.9%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>

- 1年前と比べた物価の変化 (P4)
 - 「上がっていると感じる」は、全体で66.2%。節約したい派で71.1%
- 消費税増税前の買い物対策 (P4)
 - 「買い物対策をしている」人は、すでに全体の約2割
- [買い物対策していない人] 今後、買い物対策で利用したい店・サービス (P5)
 - 1位「特売やセールを利用する」62.9%。買い物対策を「特にしない」は14.4%
買い物対策をしていない人の85.6%は、今後何らかの買い物対策を検討
- [買い物対策している人] 現在、買い物対策で利用している店・サービス (P6)
 - 1位「特売やセールを利用する」68.5%、2位「ポイントサービスを活用する」45.5%

<調査概要>

調査方法：インターネット調査

調査期間：2019年3月26日(火)～3月31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70.5%となり、前回調査より1.2ポイント減少

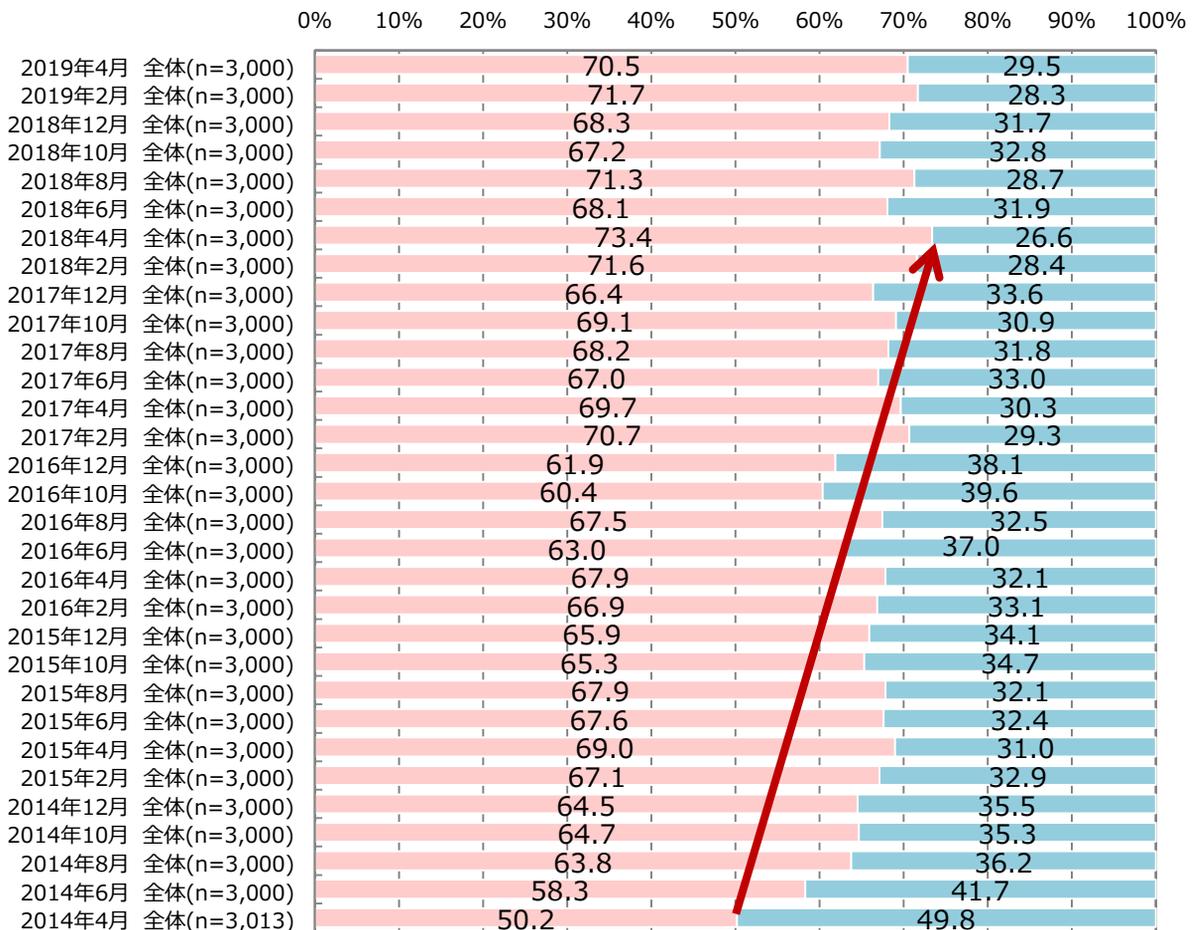
- ・「節約したい」派は70.5%となった。
前回調査より1.2ポイント減少したが、70%を超えており、引き続き高い節約志向が伺える。

■今月の家計の支出を節約したい割合

【全体】

■ 節約したい

■ 節約したくない



- ・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>

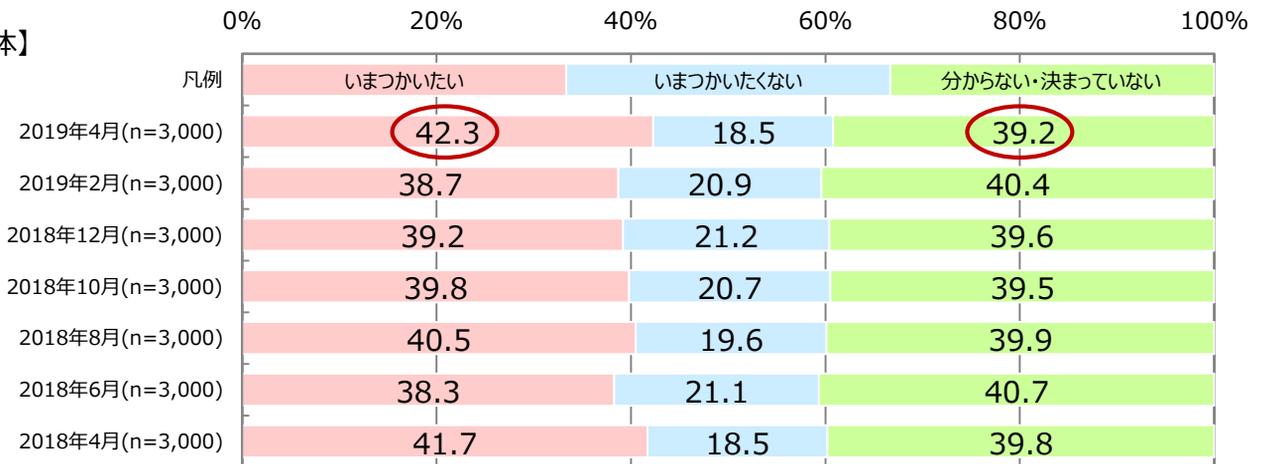
ポイントの活用意識と節約志向

…「節約したくない」派では、ポイントを「分からない・決まっていない」が47.0%と最も高く「節約したい」派では、「いまつかいたい」が44.9%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

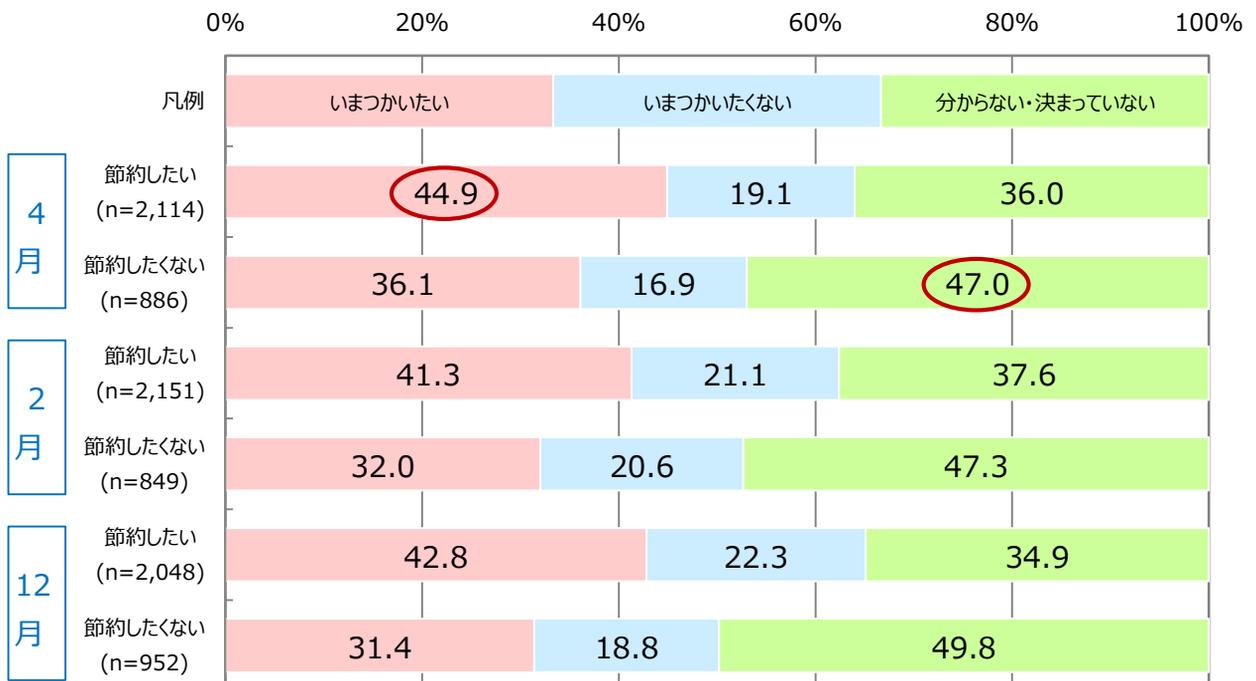
- ・Pontaポイントを「いまつかいたい」は、全体で42.3%となり、「分からない・決まっていない」は、全体で39.2%となった。
- ・節約志向の有無別で見ると、「節約したくない」派では「分からない・決まっていない」が47.0%と高く、「節約したい」派では「いまつかいたい」が44.9%と最も高かった。「節約したい」派に高いポイント活用意識が伺える。

■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12月～2019年4月調査）



<消費者意識>

1年前と比べた物価の変化

…「上がっていると感じる」は、全体で66.2%。節約したい派で71.1%

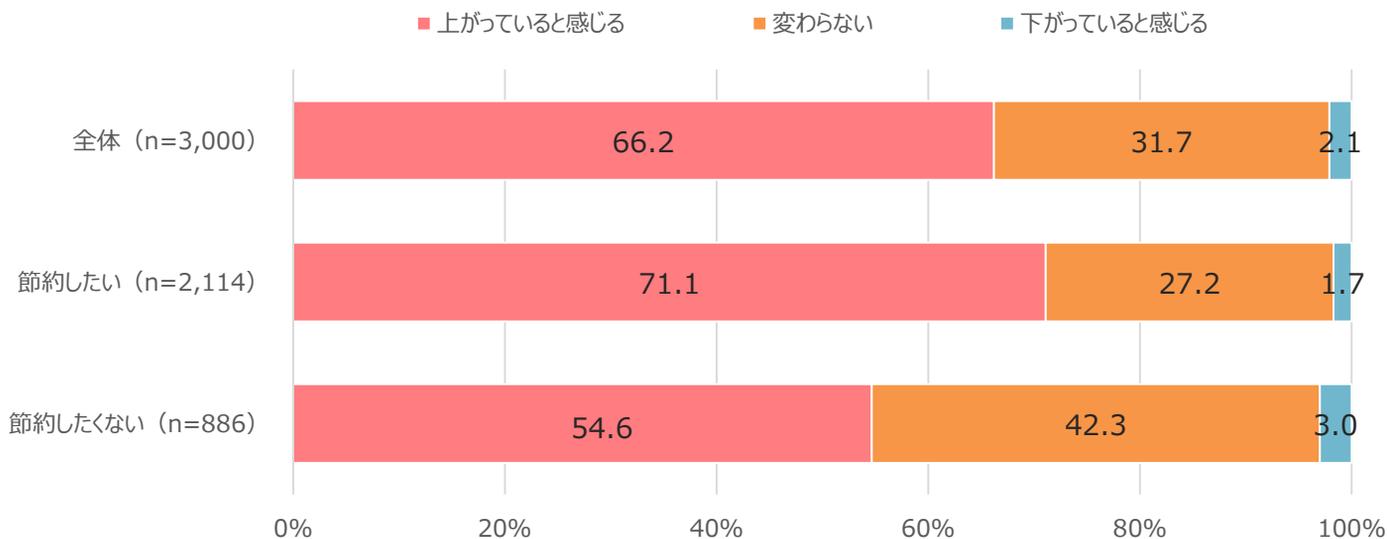
- ・今年10月予定の消費税増税を前に、1年前と比べて「物価が上がっていると感じる」は、全体で66.2%となった。
- ・節約志向別でみると、「物価が上がっていると感じる」は、節約したい派で71.1%となり、節約したくない派（54.6%）より、16.5ポイント高かった。節約したい派が物価の上昇をより感じている傾向が伺える。

消費税増税前の買い物対策

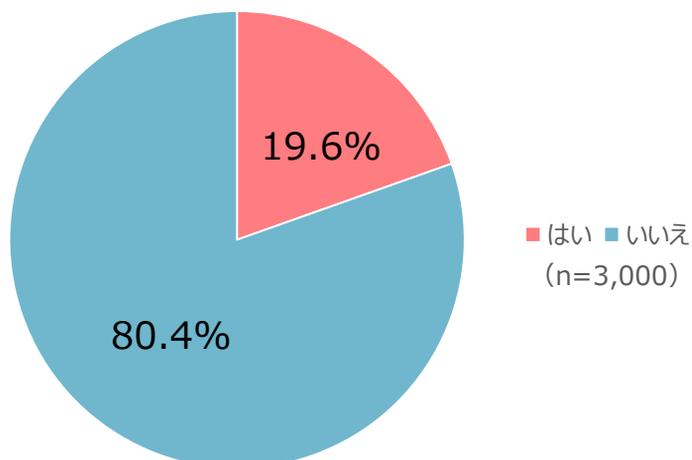
…「買い物対策をしている」人は、すでに全体の約2割

- ・今年10月予定の消費税増税を前に、「買い物対策をしている」人は、19.6%となった。

■今年10月予定の消費税増税を前に、1年前より「物価」が上がっていると感じるか。



■今年10月予定の消費税増税を前に、買い物対策をしているか。



<消費者意識>

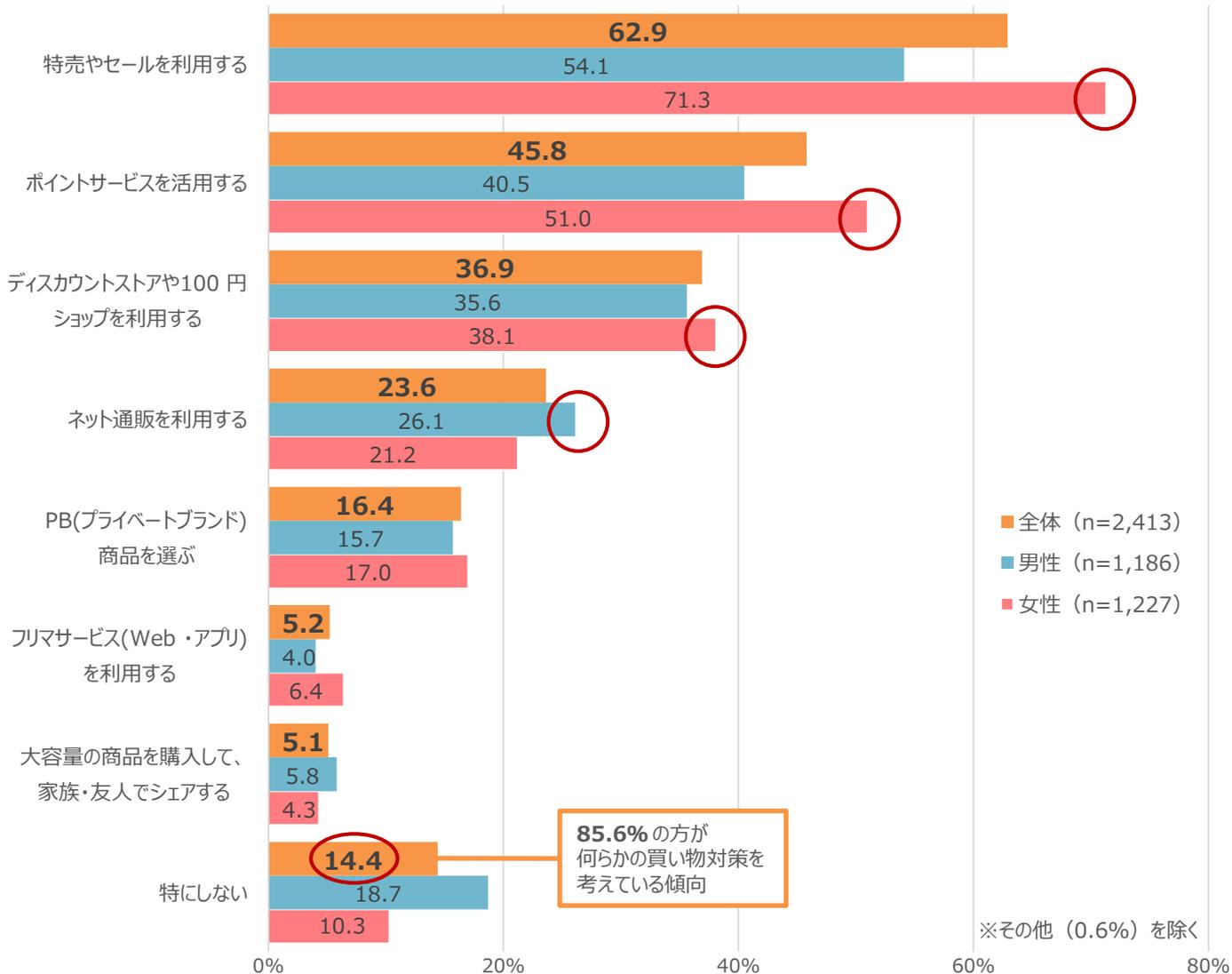
[買い物対策していない人] 今後、買い物対策で利用したい店・サービス

… 1位「特売やセールを利用する」62.9%。買い物対策を「特にしない」は14.4%
 買い物対策をしていない人の85.6%は、今後何らかの買い物対策を検討

- 今年10月予定の消費税増税を前に「買い物対策をしていない」人に、今後買い物対策で利用したい店・サービスを伺ったところ、「特売やセールを利用する」が62.9%で1位となった。2位「ポイントサービスを活用する」(45.8%)、3位「ディスカウントストアや100円ショップを利用する」(36.9%)と続いた。
- 性別で5ポイント以上差のあった項目をみると、「特売やセールを利用する」は女性が71.3%となり、男性(54.1%)よりも17.2ポイント高かった。「ポイントサービスを活用する」は女性が51.0%となり、男性(40.5%)よりも10.5ポイント高かった。
- 「ディスカウントストアや100円ショップを利用する」は、女性が38.1%となり、男性(35.6%)よりも2.5ポイント高く、「ネット通販を利用する」は、男性が26.1%となり、女性(21.2%)よりも4.9ポイント高かった。
- 買い物対策を「特にしない」は全体で14.4%となった。買い物対策をしていない人の85.6%は、今後何らかの買い物対策を考えている傾向が伺える。

■ 今後、買い物対策で利用したい店・サービスは何ですか。(3つまで)

[参考] P.4「今年10月予定の消費税増税を前に、買い物対策をしているか。」に、「いいえ」と答えた方に調査



85.6%の方が
 何らかの買い物対策を
 考えている傾向

<消費者意識>

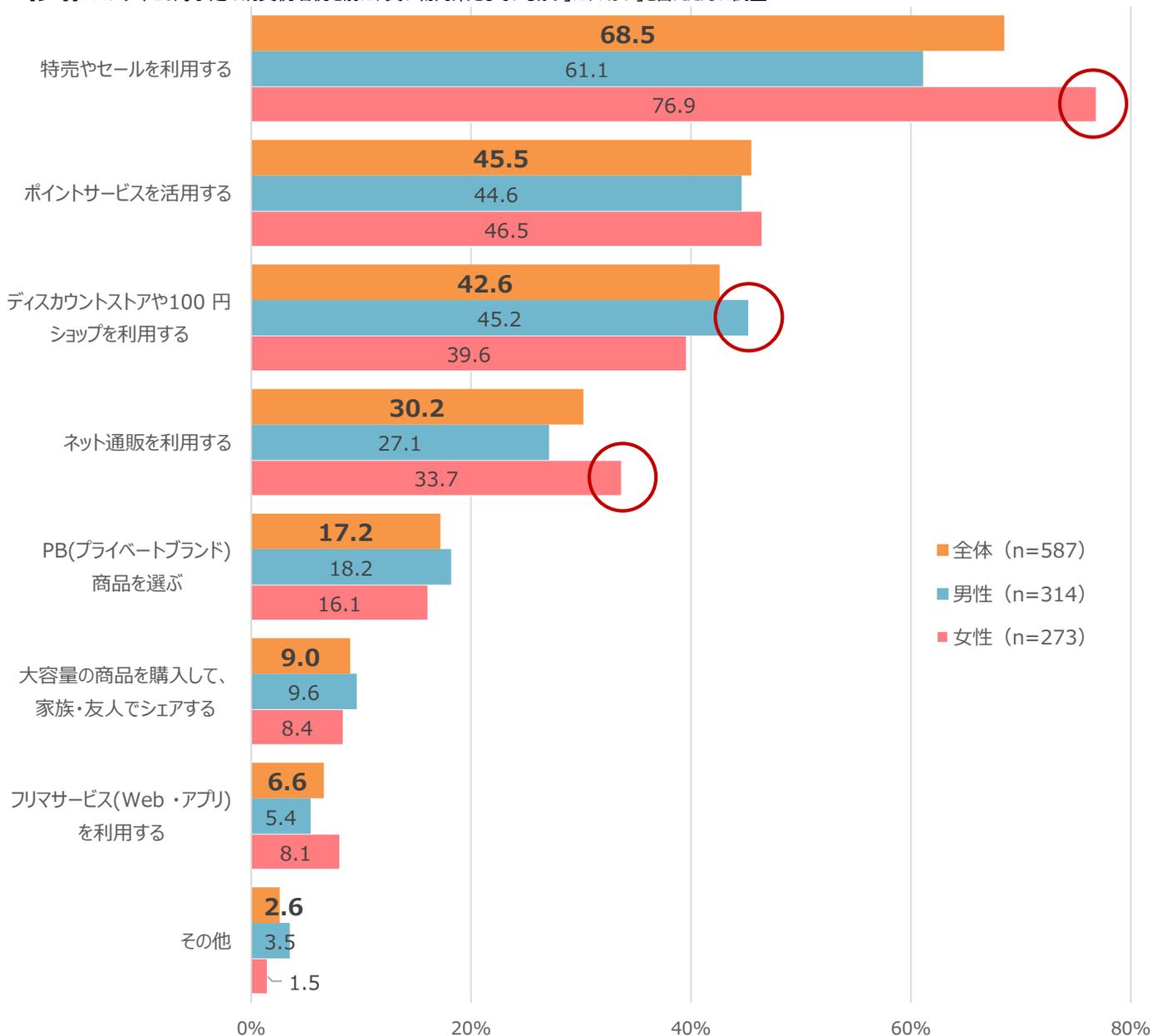
[買い物対策している人] 現在、買い物対策で利用している店・サービス

… 1位「特売やセールを利用する」68.5%、2位「ポイントサービスを活用する」45.5%

- 今年10月予定の消費税増税を前に「買い物対策をしている」人に、現在買い物対策で利用している店・サービスを伺ったところ、「特売やセールを利用する」が68.5%で1位となった。2位「ポイントサービスを活用する」（45.5%）、3位「ディスカウントストアや100円ショップを利用する」（42.6%）と続いた。
- 性別で5ポイント以上差のあった項目をみると、「特売やセールを利用する」は、女性が76.9%となり、男性（61.1%）よりも15.8ポイント高かった。「ネット通販を利用する」は、女性が33.7%となり、男性（27.1%）よりも6.6ポイント高かった。一方、「ディスカウントストアや100円ショップを利用する」は、男性が45.2%となり、女性（39.6%）よりも5.6ポイント高かった。

■現在、買い物対策で利用している店・サービスは何ですか。（3つまで）

【参考】P.4「今年10月予定の消費税増税を前に、買い物対策をしているか。」に、「はい」と答えた方に調査



<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）
- 第32回調査実施・・・2018年11月26日（月）～12月2日（日）（調査発表 2018年12月20日）
- 第33回調査実施・・・2019年1月25日（金）～1月31日（木）（調査発表 2019年2月25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://www.loyalty.co.jp/ponta-research/>

<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。



【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9,033万人（2019年3月末日）を有する共通ポイントサービスで、提携企業124社、日本全国約22万店（2019年4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/>