

2022年12月22日  
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56回 Ponta消費意識調査 2022年12月発表**

**年末年始に消費したいもの、1位は「食品（ふだん食べるもの）」**  
～理由は「在宅時間の長さ」や「節約」のため。若年層に食品値上げの影響がみられる～

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」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56回 Ponta消費意識調査」を「Pontaリサーチ」にて2022年12月1日（木）～12月3日（土）に実施いたしましたので、ご報告いたします。

**注目トピック 年末年始に購入・消費したい商品・サービス**

<消費者意識：年末年始に購入・消費したい商品・サービス>

- ・ 年末年始に購入・消費したい商品・サービス（P.2）
  - 1位「食品（ふだん食べるもの）」、2位「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」、3位「外食（食堂・レストラン、和・洋・中ほか専門店）」。「特にない」は昨年調査から1.8ポイント増加
- ・ 「食品（ふだん食べるもの）」を選んだ理由（P.3）
  - 「在宅時間が長いから」が最も高く、次いで「自炊して節約するため」が続く
- ・ 「外食」「旅行」を選んだ理由（P.4）
  - 「外食」または「旅行」を選んだ理由、ともに1位は「家族・友人とのコミュニケーションのため」
- ・ 「外食」「旅行」を選んだ理由（コロナ影響に関すること）（P.5）
  - 1位「感染対策を十分にするため」、2位「ワクチン接種をしているため」、3位「行動制限が出ていないため」

<節約志向>

- ・ 消費者の節約志向（P.6）
  - 「節約したい」派は67.8%となり、前回調査より2.7ポイント増加

<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（P.7）
  - 「節約したくない」派では、「分からない・決まっていない」が48.9%と最も高く「節約したい」派では、「いまつかいたい」が46.1%と最も高い。「節約したい」派に高いポイント活用意識がうかがえる

<調査概要>

調査方法：インターネット調査  
調査期間：2022年12月1日（木）～12月3日（土）  
パネル：「Pontaリサーチ」会員（Ponta会員で「Pontaリサーチ」への会員登録をいただいている方）  
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。

<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きますようお願い申し上げます。

＼ 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 ／

注目トピック

消費者意識

年末年始に購入・消費したい商品・サービス

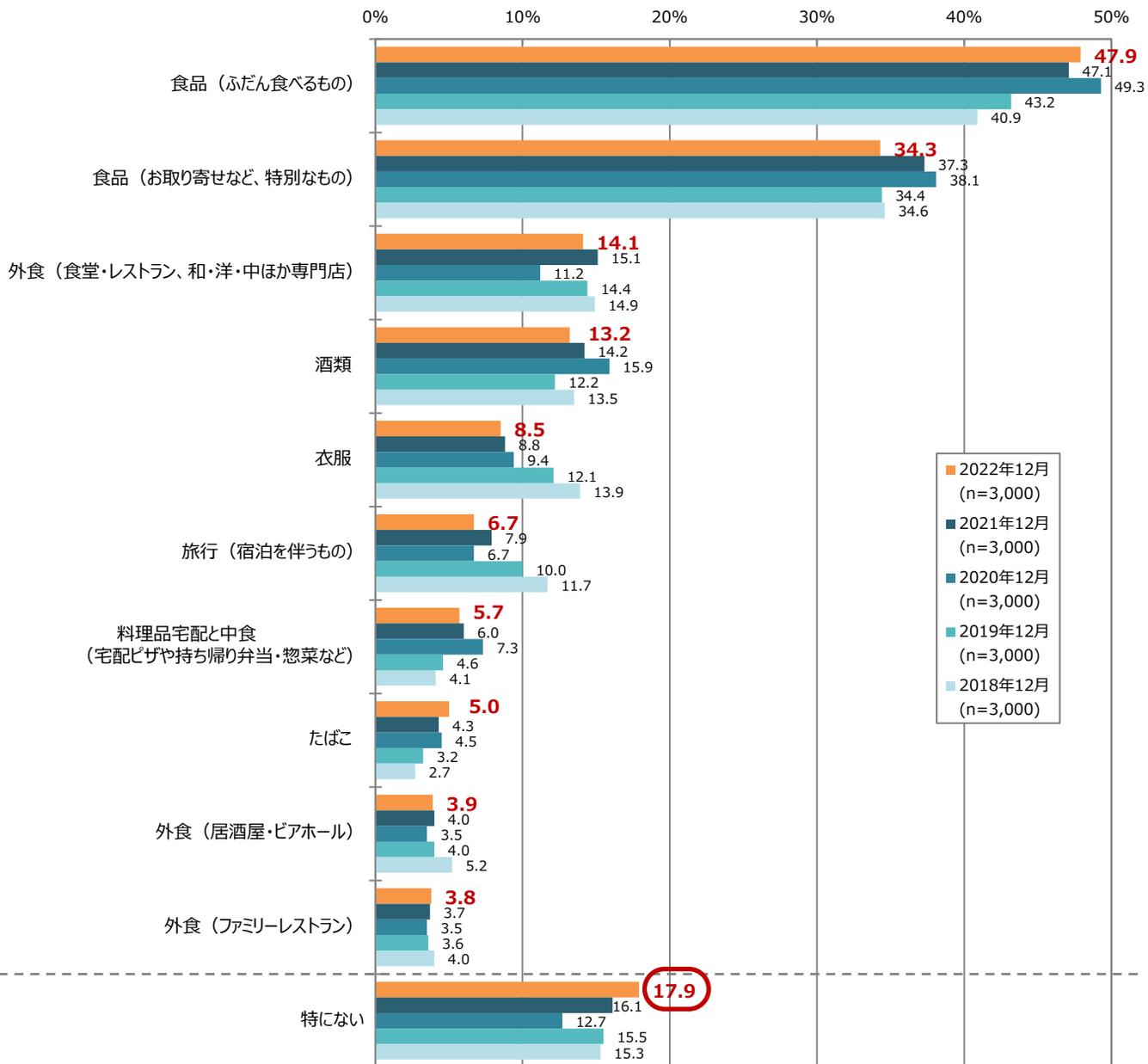
年末年始に購入・消費したい商品・サービス、1位「食品（ふだん食べるもの）」、2位「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」、3位「外食（食堂・レストラン、和・洋・中ほか専門店）」。「特にない」は昨年調査から1.8ポイント増加

- 年末年始に購入・消費したい商品・サービスについて、1位「食品（ふだん食べるもの）」、2位「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」、3位「外食（食堂・レストラン、和・洋・中ほか専門店）」となった。上位10位の順位は昨年調査と変わらず、割合については多くの項目が減少していた。増加幅が最も大きかったのは「食品（ふだん食べるもの）」で、0.8ポイント増加した。
- 「特にない」は昨年調査から1.8ポイント増加して17.9%となり、直近の5年間で最も高かった。

■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、生活雑貨、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10分野79項目より、上位10位を抜粋（「特にない」を除く） ※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

※2013年～2017年の調査結果は、こちらからご確認ください <https://loyalty.co.jp/news/2019122001>



注目トピック

消費者意識

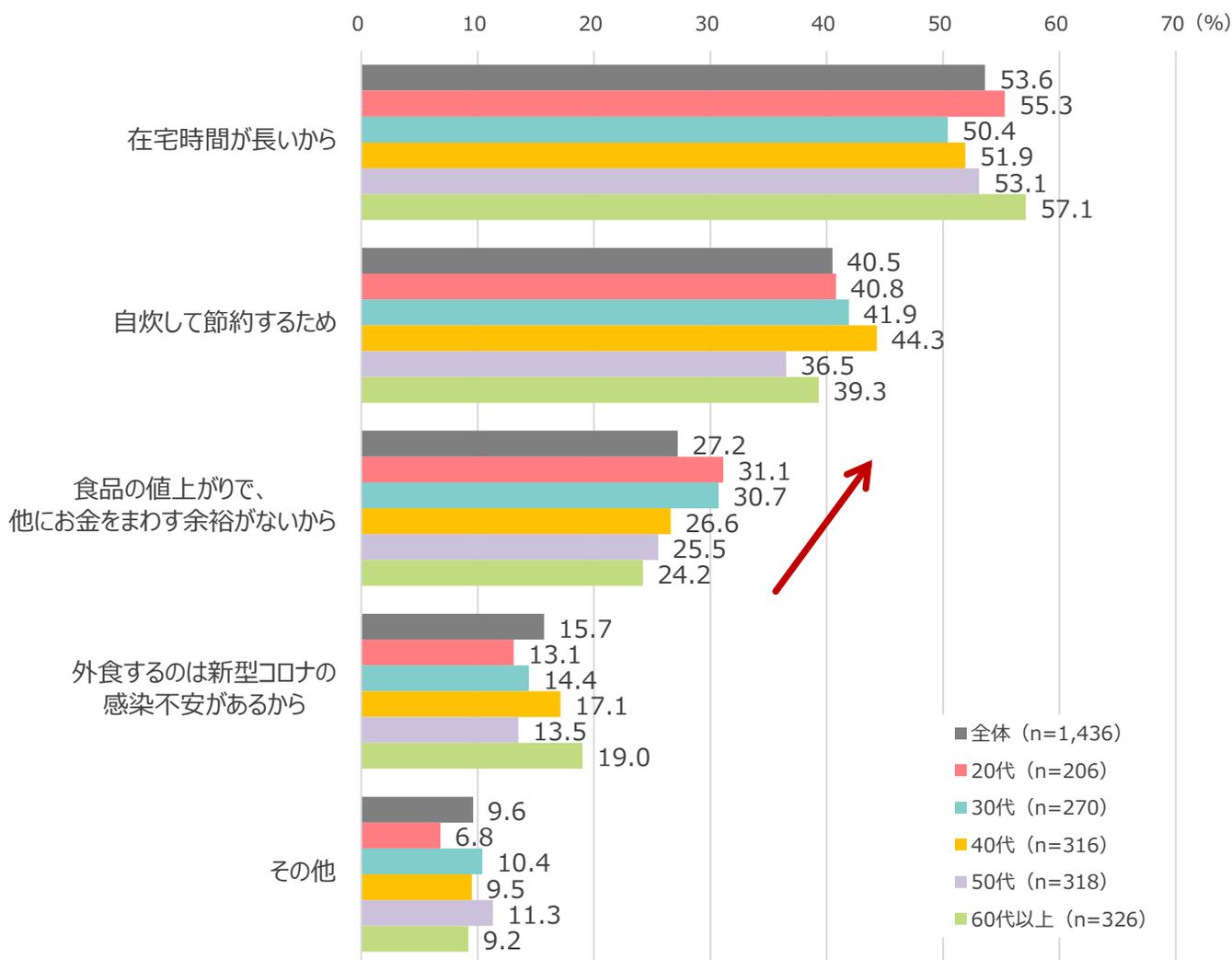
「食品（ふだん食べるもの）」を選んだ理由

年未年始に購入・消費したい商品・サービスに「食品（ふだん食べるもの）」を選んだ理由、「在宅時間が長いから」が最も高く、次いで「自炊して節約するため」が続く

- ・年未年始に購入・消費したい商品・サービスに「食品（ふだん食べるもの）」を選んだ理由をうかがったところ、「在宅時間が長いから」が半数を超えて、53.6%だった。次いで「自炊して節約するため」（40.5%）、「食品の値上がりで、他にお金をまわす余裕がないから」（27.2%）で続く。
- ・年代別でみると、「食品の値上がりで、他にお金をまわす余裕がないから」は、年代の低い層ほど割合が高く、60代以上の24.2%に対して、20代は31.1%だった。

■あなたが年未年始に購入・消費したい商品・サービスに、「食品（ふだん食べるもの）」を選んだ理由をお答えください。（いくつでも）

※「食品（ふだん食べるもの）」を選んだ方に聴取



消費者意識

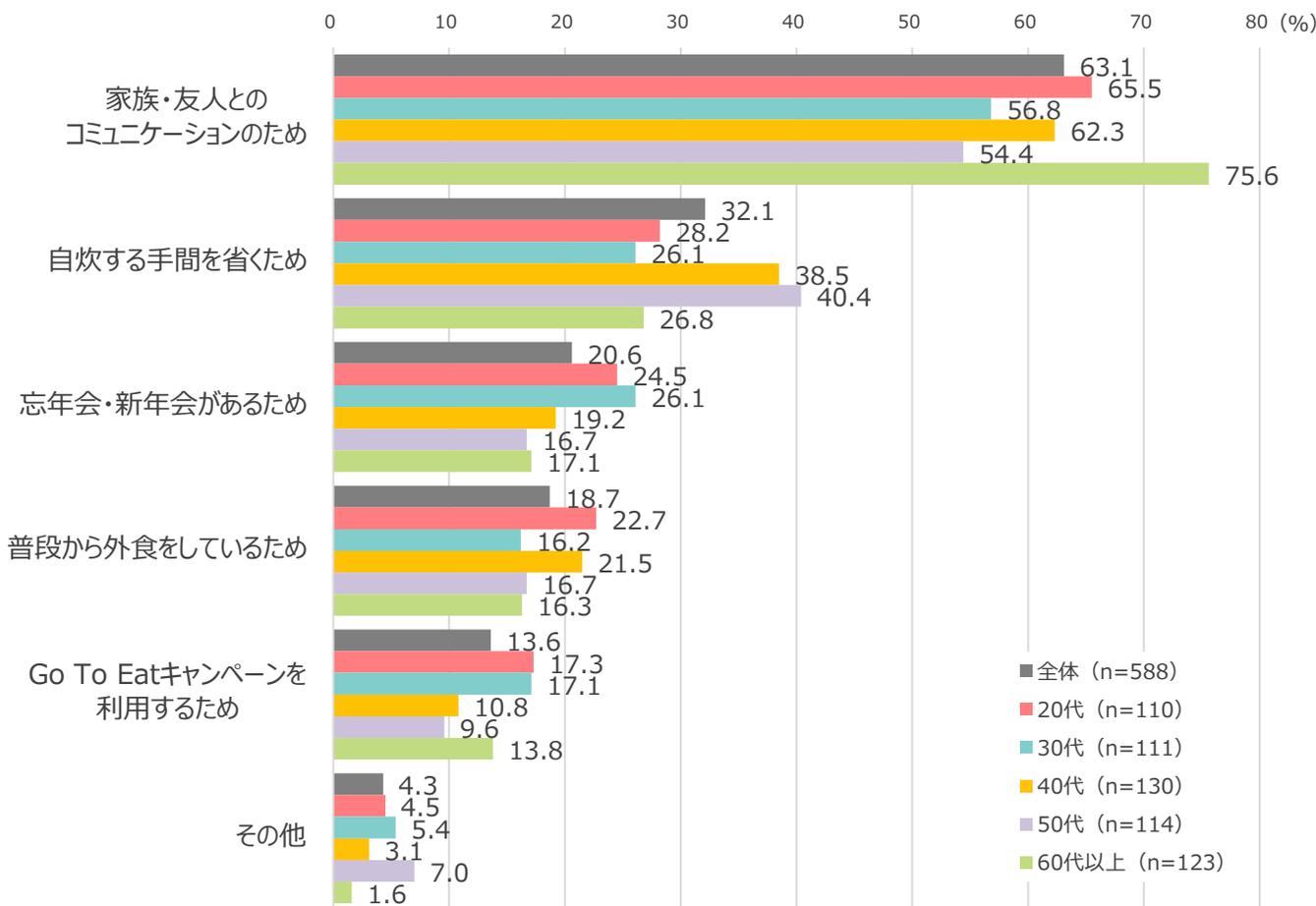
「外食」「旅行」を選んだ理由

年末年始に購入・消費したい商品・サービスに「外食」または「旅行」を選んだ理由、ともに1位は「家族・友人とのコミュニケーションのため」

- ・年末年始に購入・消費したい商品・サービスに「外食」を選んだ理由は、「家族・友人とのコミュニケーションのため」が最も高く、63.1%だった。年代別で見ると60代以上が特に高く、75.6%となった。
- ・「旅行」を選んだ理由は、「家族・友人とのコミュニケーションのため」が最も高く、48.8%だった。次いで「毎年恒例だから」(28.5%)、「この時期にしか旅行ができないから」(24.8%)が続いた。

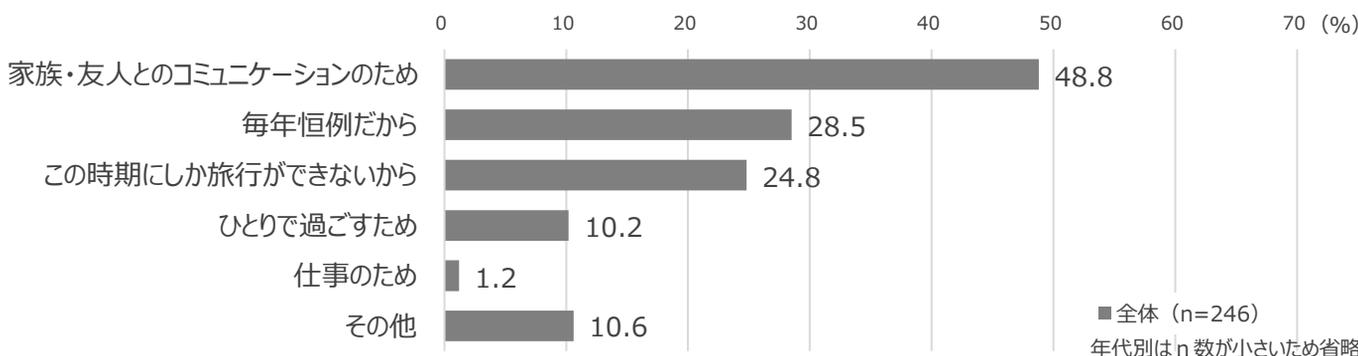
■あなたが年末年始に購入・消費したい商品・サービスに「外食」を選んだ理由をお答えください。(いくつでも)

※「外食」の「食堂・レストラン、和・洋・中ほか専門店」「居酒屋・ビアホール」「ファミリーレストラン」を選んだ方に聴取



■あなたが年末年始に購入・消費したい商品・サービスに「旅行」を選んだ理由をお答えください。(いくつでも)

※「旅行(宿泊を伴うもの)」「旅行(日帰り)」を選んだ方に聴取。参考:「旅行(日帰り)」は13位(2.5%)



消費者意識

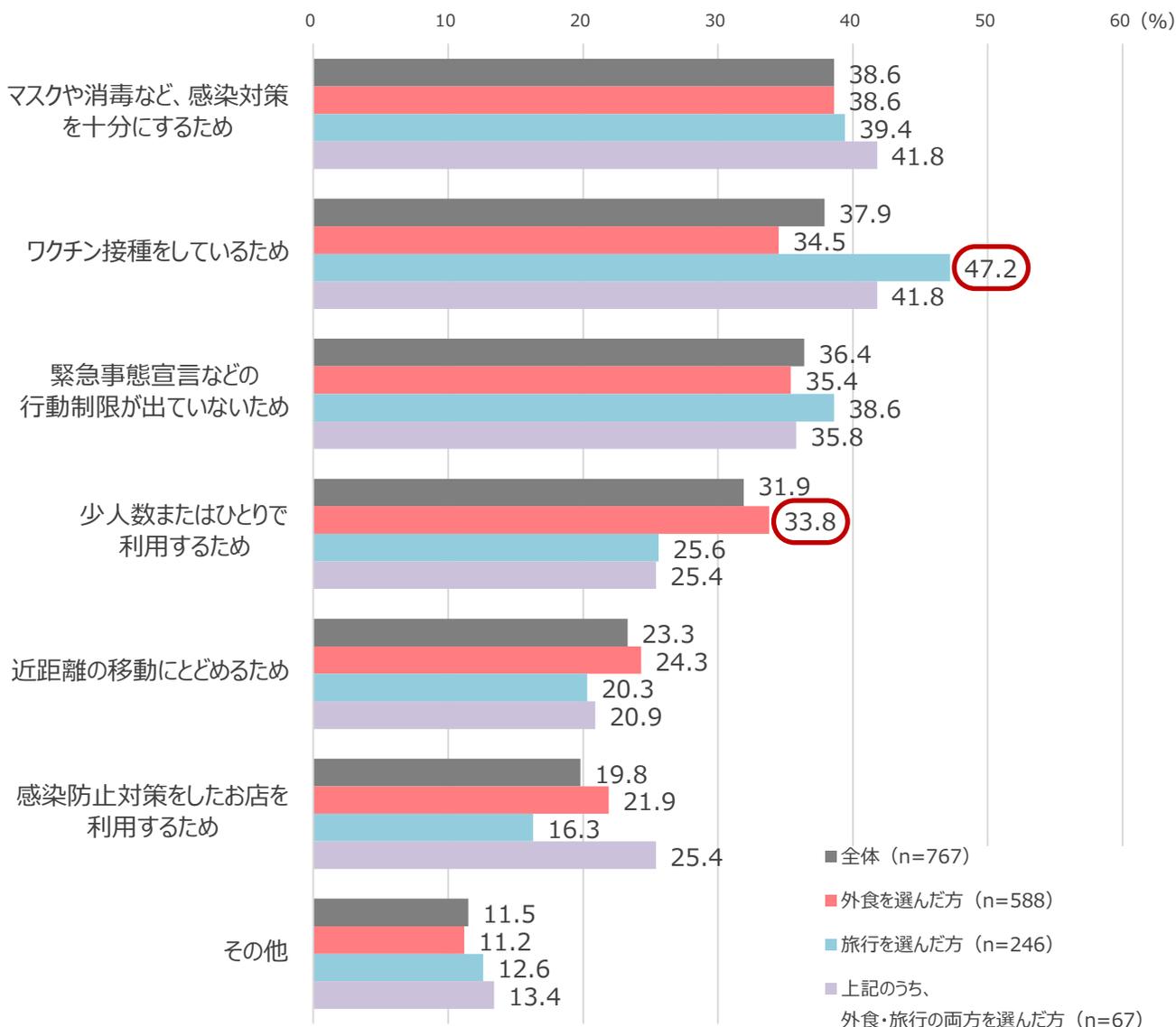
「外食」「旅行」を選んだ理由（コロナ影響に関すること）

年末年始に購入・消費したい商品・サービスで、新型コロナウイルスの影響下に「外食」または「旅行」を選んだ理由、1位「感染対策を十分にするため」、2位「ワクチン接種をしているため」、3位「行動制限が出ていないため」

- ・「外食」を選んだ方をみると、「少人数またはひとりで利用するため」が、旅行を選択した方と比べて差が大きく33.8%だった。
- ・「旅行」を選んだ方をみると、「ワクチン接種をしているため」が47.2%と最も高かった。

■あなたが年末年始に購入・消費したい商品・サービスに、「外食」「旅行（宿泊を伴うもの）」「旅行（日帰り）」を選んだ理由でコロナに関するものについてお答えください。（いくつでも）

※「外食」の「食堂・レストラン、和・洋・中ほか専門店」「居酒屋・ビアホール」「ファミリーレストラン」、  
「旅行」の「宿泊を伴うもの」「日帰り」を選んだ方に聴取 参考：「旅行（日帰り）」は13位（2.5%）



節約志向

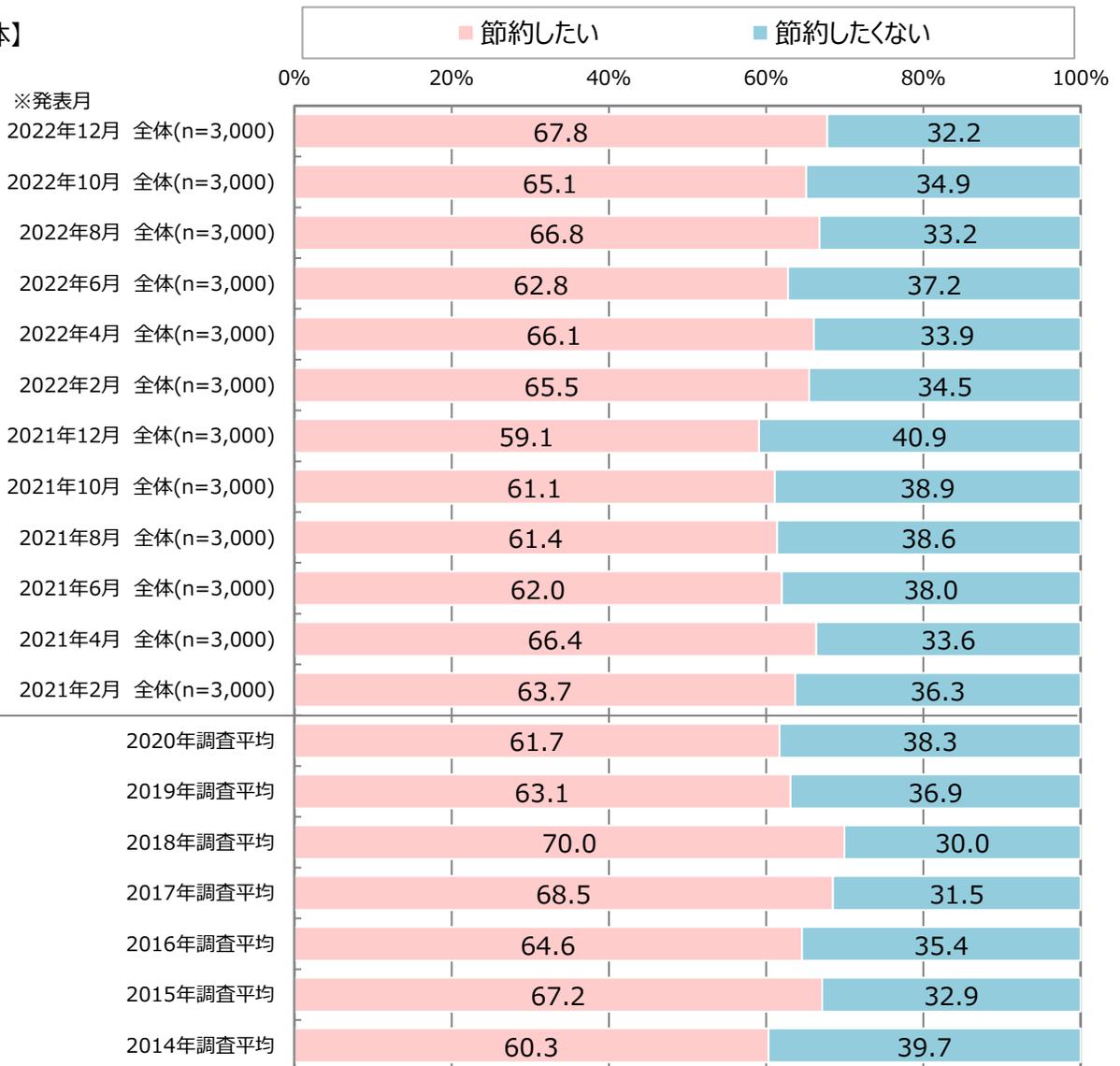
消費者の節約志向

「節約したい」派は67.8%となり、前回調査より2.7ポイント増加

・今月の家計の支出を節約したい金額に1円以上を回答した「節約したい」派は、67.8%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。

※2014年調査平均は4～12月の偶数月5回分、その他の年ごとの調査平均は2月～12月の偶数月6回分の平均です。  
 各調査n=3,000、2014年4月調査のみn=3,013です。

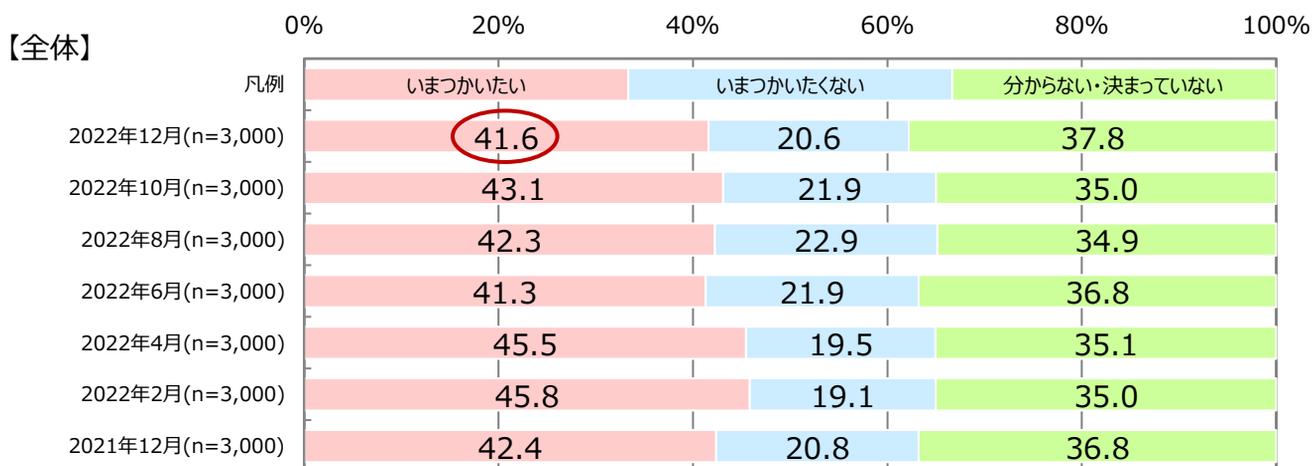
ポイントサービスの利用意向

ポイントの活用意識と節約志向

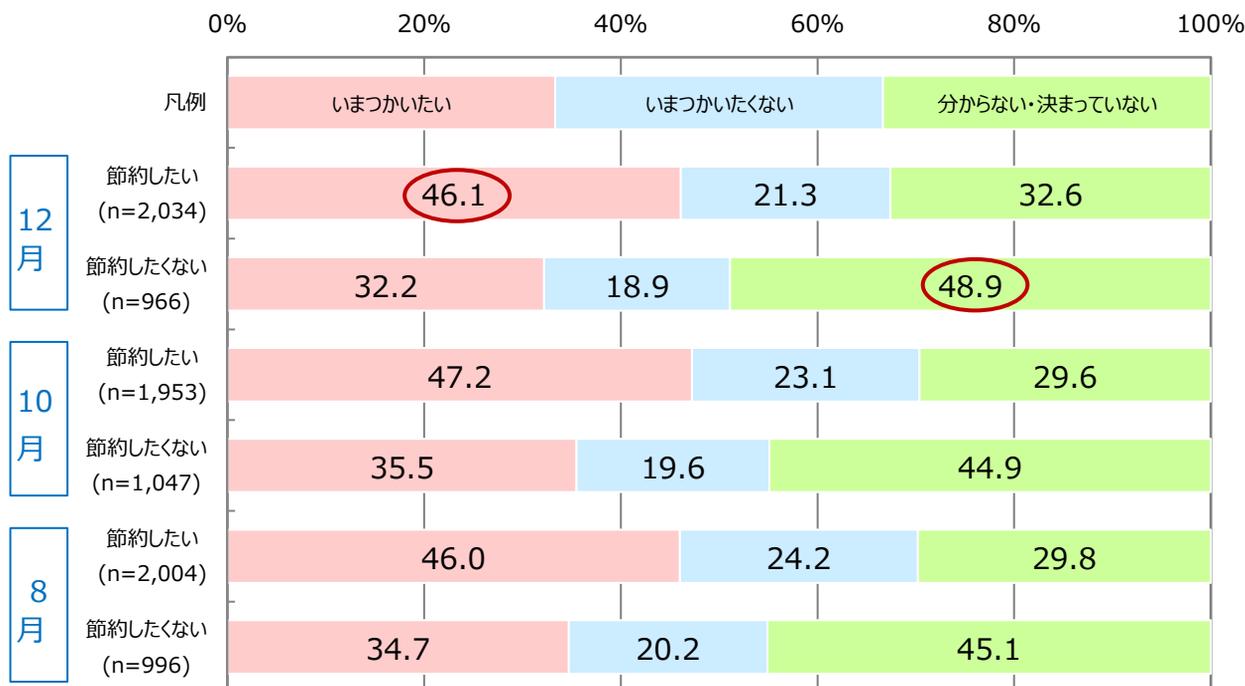
「節約したくない」派では、「分からない・決まっていない」が48.9%と最も高く  
 「節約したい」派では、「いまつかいたい」が46.1%と最も高い。  
 「節約したい」派に高いポイント活用意識がうかがえる

・いまPontaポイントをつかいたいかについて、全体で「いまつかいたい」が最も高く、41.6%となった。

■あなたはいまPontaポイントをつかいたいですか。（単一回答）



【節約志向の有無別】（2022年8月～2022年12月調査）



## 参考

## 「Pontaリサーチ」コンサルティング・リサーチチーム 見解

- 年末年始に購入・消費したい商品・サービス、1位は「食品（ふだん食べるもの）」。  
上位10位のうち、増加幅が最も大きく0.8ポイント増の47.9%

Ponta消費意識調査では、2013年より毎年、年末年始に購入・消費したい商品・サービスについて調査しており、今回が10回目となります。今年の調査では、1位「食品（ふだん食べるもの）」、2位「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」、3位「外食（食堂・レストラン、和・洋・中ほか専門店）」となりました。昨年調査と比べて、上位10位の順位は変化がありませんでした。しかし、割合を比較すると、同じ「食品」に関するものでも、1位の「ふだん食べるもの」は0.8ポイント増だったのに対して、2位の「お取り寄せなど、特別なもの」は3.0ポイント減という違いがみられました。また、昨年調査で利用意向の高まりがうかがえた「外食」「旅行」について、今年は割合が減少または0.1ポイントの微増という結果となりました。

2020年以降の各年の調査期間における、全国の1日当たりの新型コロナウイルスの新規感染者数※をみると、2020年は約2,000名、2021年は約100名、2022年は約11万名でした。2020年と2021年を比較すると、感染者数の落ち着きから、2021年は「外食」「旅行」の利用意向が高まったと考えられます。2022年は感染者数が非常に増えている状況ではありますが、新型コロナ感染症の影響下1年目の2020年よりも割合が高い、もしくは同程度となりました（例「外食（食堂・レストラン、和・洋・中ほか専門店）」2020年：11.2%、2022年：14.1%）。

- 「食品（ふだん食べるもの）」を選んだ理由で、「食品の値上がりで、他にお金をまわす余裕がないから」は年代の低い層ほど割合が高い

「食品（ふだん食べるもの）」を選んだ方に理由をうかがったところ、「在宅時間が長いから」が最も高く、半数を超えました。次いで「自炊して節約するため」が約4割、「食品の値上がりで、他にお金をまわす余裕がないから」が約3割で続きました。年代別でみると「食品の値上がりで、他にお金をまわす余裕がないから」は年代が低い層ほど高くなっています。また「自炊して節約するため」は高い順に40代、30代、20代となりました。年代の低い層に、食品の値上がりの影響や節約志向がうかがえる結果となりました。

- 「外食」「旅行」を選んだ理由は、ともに1位「家族・友人とのコミュニケーションのため」。  
コロナ影響に対しては「感染対策を十分にする」「ワクチン接種している」「行動制限が出ていない」が上位

「外食」を選んだ方に理由をうかがったところ、1位は「家族・友人とのコミュニケーションのため」（63.1%）でした。年代別でみると60代以上が特に高く、75.6%でした。また、2位「自炊する手間を省くため」は40代、50代が、他の年代よりも約10ポイント高い結果となりました。

また、「旅行」を選んだ方に理由をうかがったところ、1位「家族・友人とのコミュニケーションのため」（48.8%）でした。「外食」「旅行」ともに、コミュニケーションを目的にしていることがうかがえます。

次に新型コロナ感染症の影響下で「外食」「旅行」を選んだ理由をうかがったところ、1位「マスクや消毒など、感染対策を十分にするため」、2位「ワクチン接種をしているため」、3位「緊急事態宣言などの行動制限が出ていないため」となりました。「ワクチン接種をしているため」は、旅行を選んだ方が47.2%と最も高くなっていることから、旅行する上でワクチン接種が安心感につながっているのではないかと考えられます。

年末年始に購入・消費したい商品・サービスの調査で、「食品（ふだん食べるもの）」の選択理由には、在宅時間の長さや、若年層に食品値上げの影響がうかがえました。また、「外食」「旅行」に関しては、昨年調査よりも割合の低下はあったものの、1日当たりの新型コロナの新規感染者数を合わせてみると、Withコロナの生活が続く中で一定の利用意向があるのではないかと考えられます。感染対策を十分にしたいうえで、家族・友人とのコミュニケーションを図りたいという思いがうかがえる結果となりました。

※参考：「V-RESAS、厚生労働省『オープンデータ（「陽性者数」各自治体がウェブサイトで公表している数等の積み上げ）』（2022年12月9日に利用）」

#### <「Pontaリサーチ」について>

PontaリサーチはLMが提供するリサーチサービスで、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。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/>

