

2019年6月27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35回 Ponta消費意識調査 2019年6月**  
**夏のボーナスの使い道、1位「貯金・預金」で約4割**  
**- 「貯金・預金」の用途、「老後の生活への備え」が57.4%と最多 -**

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35回 Ponta消費意識調査 2019年6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。

**■ TOPICS****<消費者意識>**

- ・ 「夏のボーナス」の使い道 (P2)
  - 6年連続「貯金・預金」が1位。過去最も高い38.1%
- ・ 夏のボーナスの「貯金・預金」の用途 (P3)
  - 「貯金・預金」の用途、約6割が「決めていない」
- ・ 夏のボーナスの「貯金・預金」の用途詳細 (P3)
  - 「貯金・預金」の用途では、「老後の生活への備え」が全体で57.4%と最多、40代では昨年調査より11.7ポイント増加
- ・ 夏のボーナスの「貯金・預金」の割合 (P4)
  - 夏のボーナスの支給金額の半分以上を「貯金・預金」したい人は、約6割
- ・ 「夏のボーナス」の支給額 (P4)
  - 「20万円～40万円未満」が23.7%と最多。次いで「40万円～60万円未満」が19.6%で続く

**<節約志向>**

- ・ 消費者の節約志向 (P5)
  - 「節約したい」派は55.4%となり、前回調査より15.1ポイント減少
- ・ 消費者の節約志向(年代別) (P6)
  - 前回調査と比較し「節約したい」派の減少が最も大きいのは「60代以上」で、22.5ポイント減少
- ・ 節約したい理由 (P7)
  - 前回調査と比較し、節約したい理由で最も変化の大きかったのは「日々の生活費のため」で9.2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 (P8)
  - 「節約したくない」派では、「分からない・決まっていない」が45.2%と最も高く「節約したい」派では、「いまつかいたい」が46.4%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

**<調査概要>**

調査方法：インターネット調査

調査期間：2019年6月7日（金）～ 6月10日（月）

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。

## <消費者意識>

### 「夏のボーナス」の使い道

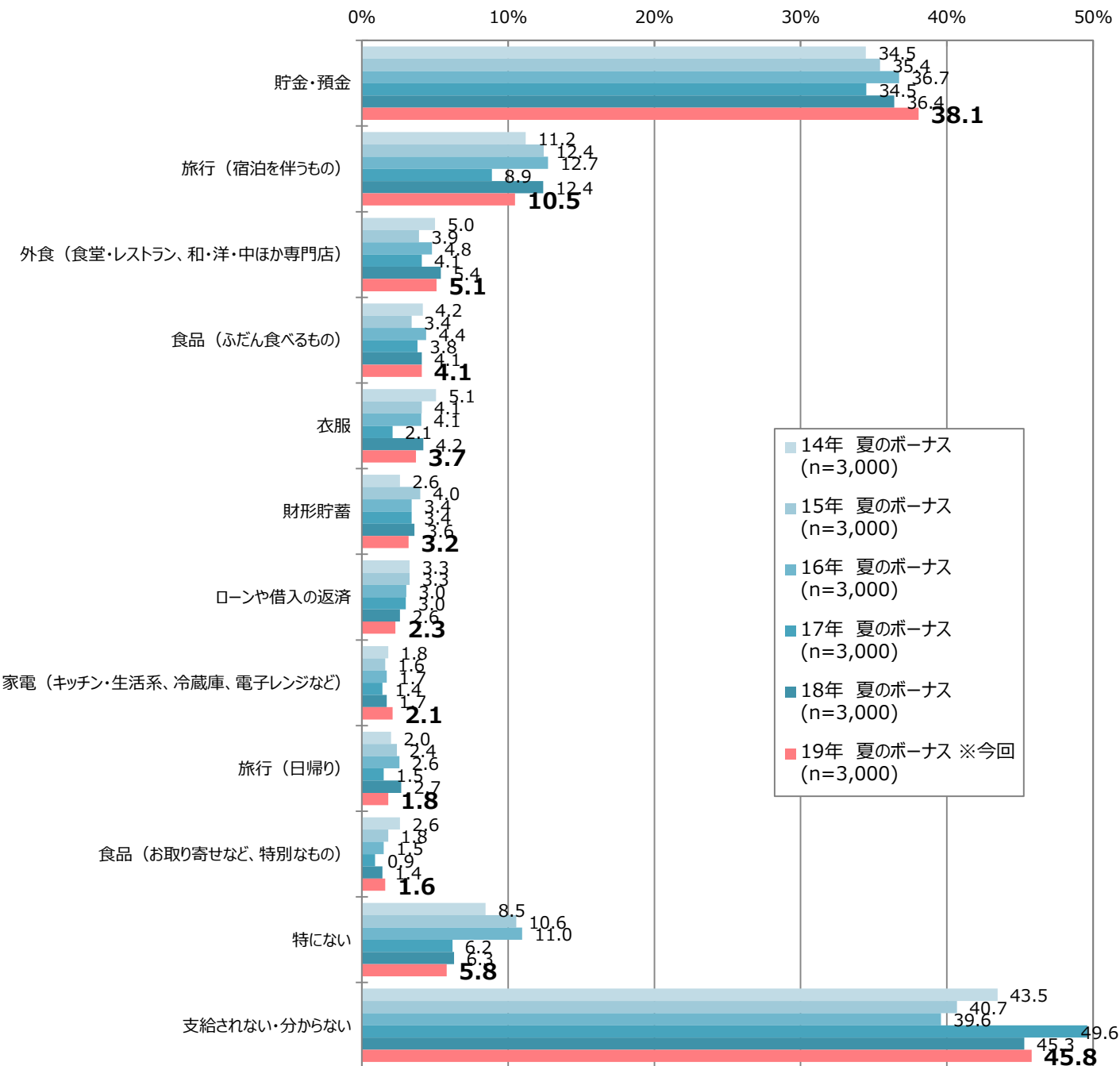
… 6年連続「貯金・預金」が1位。過去最も高い38.1%

- 夏のボーナスの使い道は2014年以降、6年連続で1位「貯金・預金」が続いており、引き続き、高い“貯蓄”意識が伺える。
- 「支給されない・分からない」は45.8%で、前回より0.5ポイント上がった。

### ■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）

※今回調査で上位10項目を抜粋（「特にない」「支給されない・分からない」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



## <消費者意識>

### 夏のボーナスの「貯金・預金」の用途

…「貯金・預金」の用途、約6割が「決めていない」

- 夏のボーナスの使い道に「貯金・預金」と回答した38.1%のうち、用途を「決めていない」のは59.1%となった。

### 夏のボーナスの「貯金・預金」の用途詳細

…「貯金・預金」の用途では、「老後の生活への備え」が全体で57.4%と最多、40代では昨年調査より11.7ポイント増加

- 全体では「老後の生活への備え」が、昨年の夏のボーナスの調査より3.7ポイント増え57.4%と最多。次いで「将来の消費への備え（住宅購入、子供の学費など）」が47.8%で続く。
- 年代別で見ると、40代・50代・60代以上では「老後の生活への備え」の割合が最も高い。昨年の夏のボーナスと比べ、40代の「老後の生活への備え」が11.7ポイント増えて63.3%となった。

#### ■グラフ1：「貯金・預金」の用途は決めていますか。（単一回答）

※【参考】今年の夏のボーナスの使い道に「貯金・預金」を選んだ方のみ回答

#### ■グラフ2：「貯金・預金」の用途を教えてください。（複数回答）

※【参考】今年の夏のボーナスの使い道に「貯金・預金」を選んだ方のうち、用途を決めている方のみ回答

2019年6月調査 ※今回

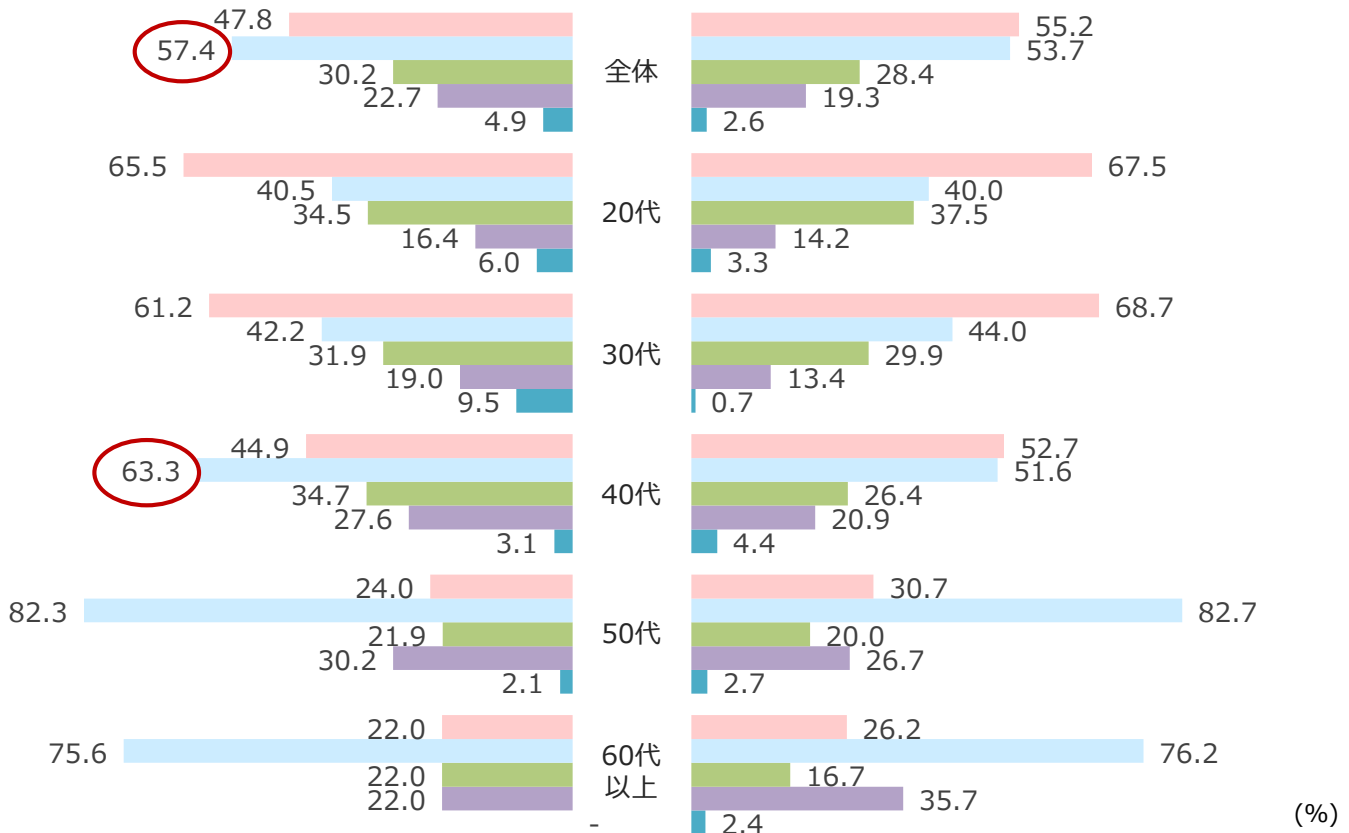
2018年6月調査

#### 【グラフ1】



#### 【グラフ2】

■ 将来の消費への備え (住宅購入、子供の学費など)
 ■ 老後の生活への備え
 ■ 収入の変化への備え
 ■ 病気や災害への備え
 ■ その他



## <消費者意識>

### 夏のボーナスの「貯金・預金」の割合

…夏のボーナスの支給金額の半分以上を「貯金・預金」したい人は、約6割

- 夏のボーナスの支給金額のうち、貯金・預金したい額の割合が「75%以上」という回答が31.3%、「50%~75%未満」が26.0%となった。合わせると、支給金額のうち半分以上を貯金・預金したい人は約6割となり、高い“貯蓄”意識が伺える。

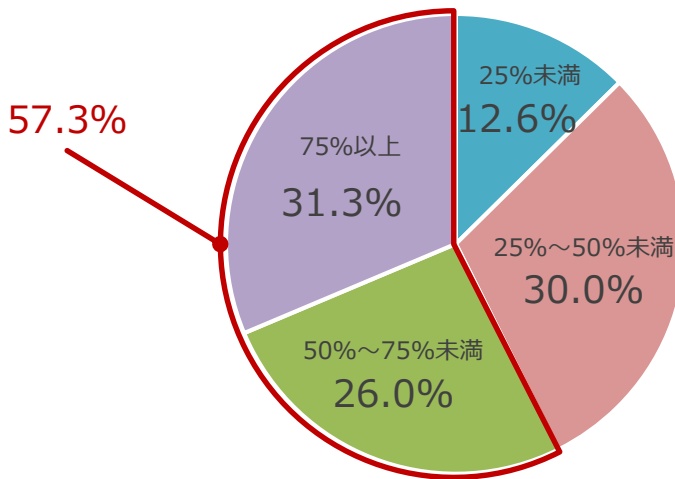
### 「夏のボーナス」の支給額

…「20万円~40万円未満」が23.7%と最多。次いで「40万円~60万円未満」が19.6%で続く

- 夏のボーナスの世帯あたりの支給額(想定額を含む)は「20万円~40万円未満」が23.7%と最多。次いで「40万円~60万円未満」が19.6%で続いた。

### ■支給される金額のうち、どの程度貯金・預金したいか、お答えください。(単一回答)

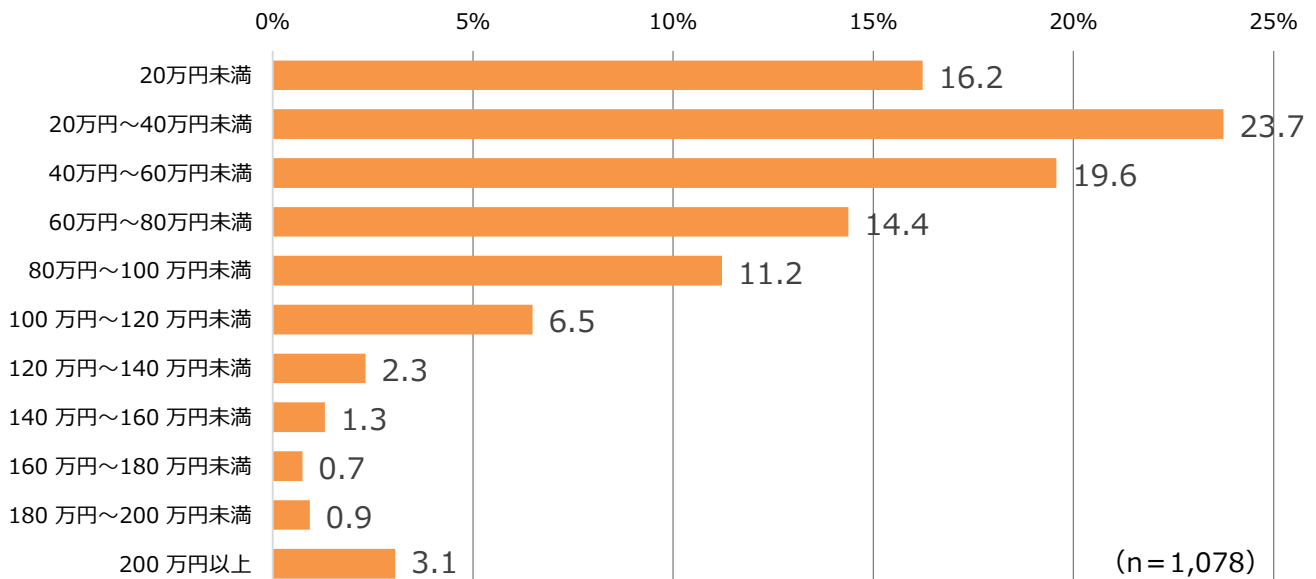
(n=1,142)



【参考】今年の夏のボーナスの使い道に「貯金・預金」を選んだ方のみ回答

### ■あなたもしくは家族にボーナスが支給される場合、今年の夏のボーナスの金額(世帯あたり)を教えてください。これから支給される場合は、想定される金額を教えてください。(単一回答)

※本設問で金額を回答した方を抜粋。(「分からない・答えたくない」と回答した n=549 を除く)



【参考】「今年の夏のボーナスの使い道を教えてください。」の設問に対し、「支給されない・分からない」と回答した方を除く。

## <節約志向>

### 消費者の節約志向

…「節約したい」派は55.4%となり、前回調査より15.1ポイント減少

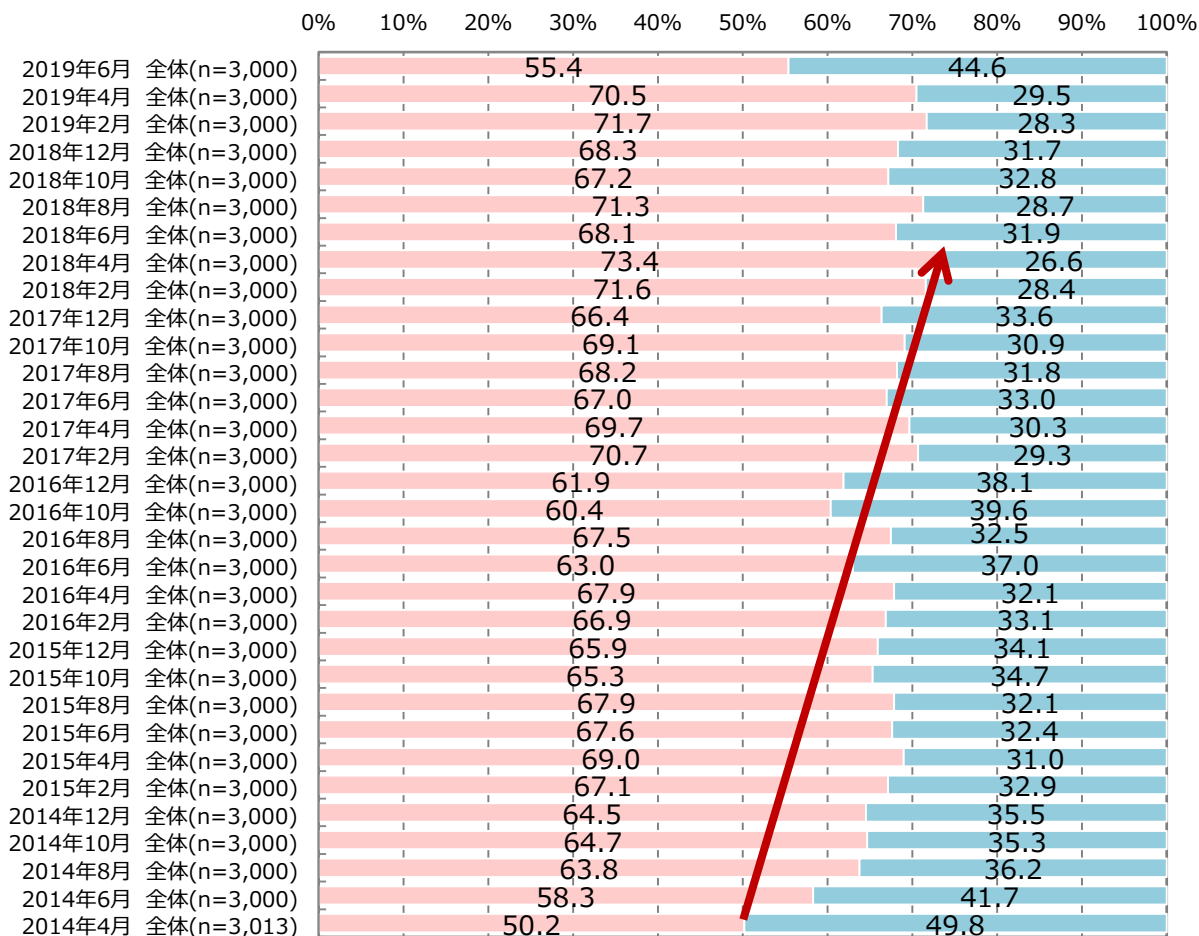
- ・「節約したい」派は55.4%となった。2017年2月調査で7割に達して以降、7割前後を推移していたが、本調査では前回調査より15.1ポイント減少。2014年4月調査（50.2%）について過去2番目に低い結果となった。

### ■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。

## <節約志向>

### 消費者の節約志向（年代別）

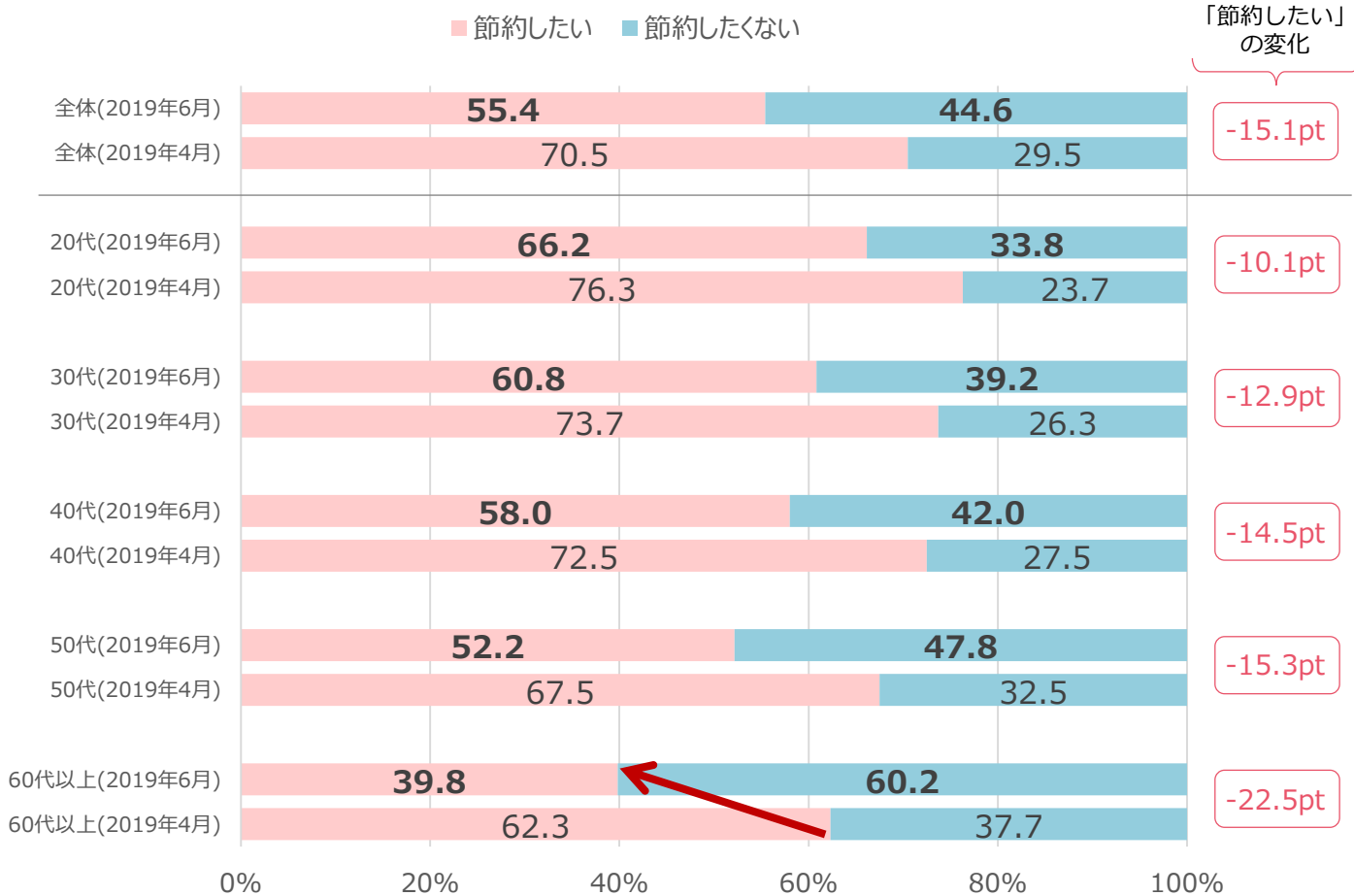
…前回調査と比較し「節約したい」派の減少が最も大きいのは「60代以上」で、22.5ポイント減少

- ・ 前回（2019年4月調査）と比較して「節約したい」派はどの年代も10ポイント以上減少。「60代以上」は減少が最も大きく、22.5ポイント減少して39.8%となり、「節約したい」と「節約したくない」の割合がほぼ逆転した。

### ■ 今月の家計の支出を節約したい割合

全体 : n=3,000  
各年代 : n=600

【年代】 ※前回調査比較



- ・ 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。

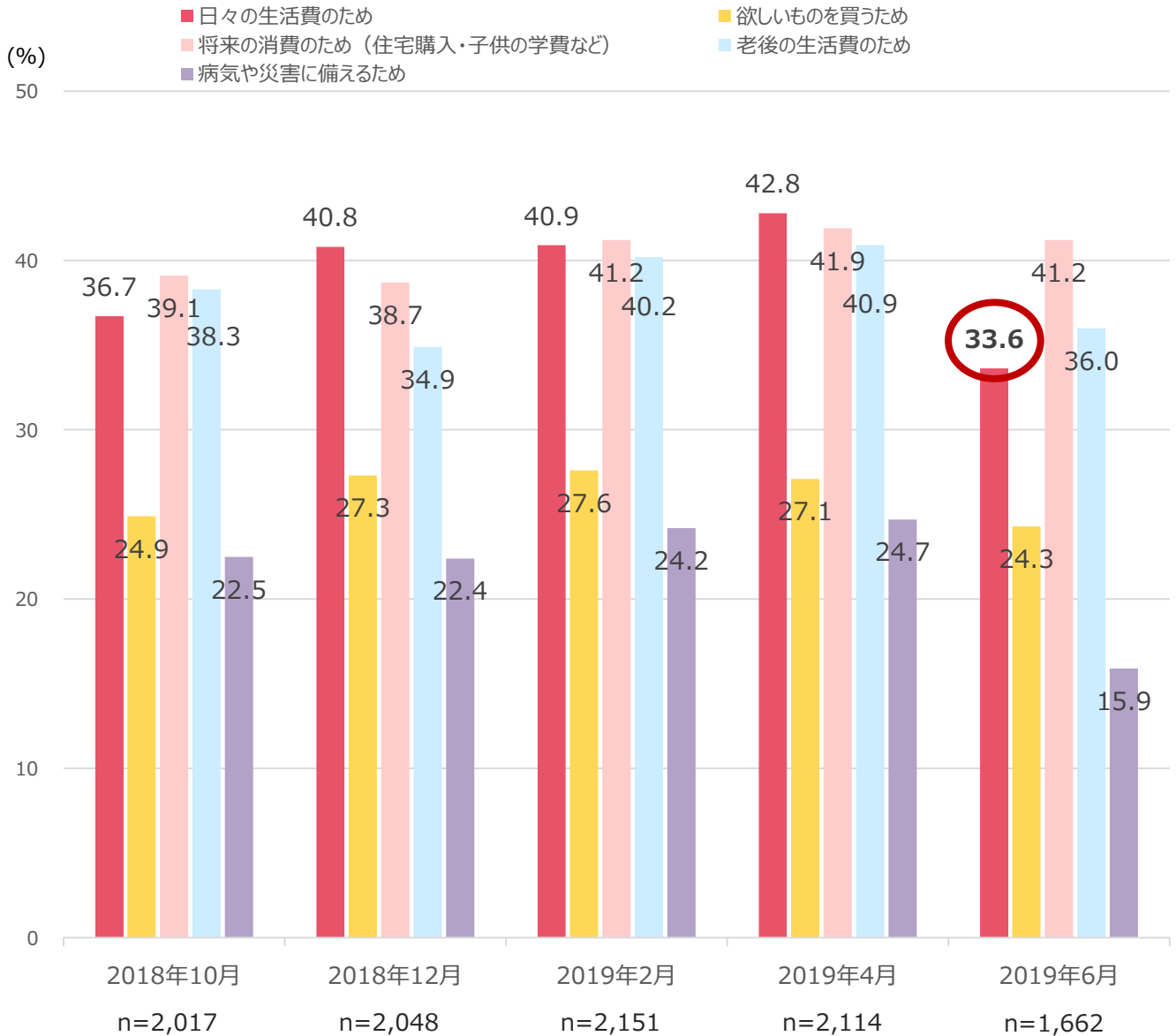
## <節約志向>

### 節約したい理由

- … 前回調査と比較し、節約したい理由で最も変化の大きかったのは「日々の生活費のため」で9.2ポイント減少
- ・ 前回調査と比較し、節約したい理由で最も変化の大きかったのは「日々の生活費のため」で9.2ポイント減少し、33.6%となった。

### ■ 今月の家計の支出を節約したい理由(いくつでも)

※各調査時の「節約したい」派に質問  
※「その他」、「特になし・なんとなく」を除く



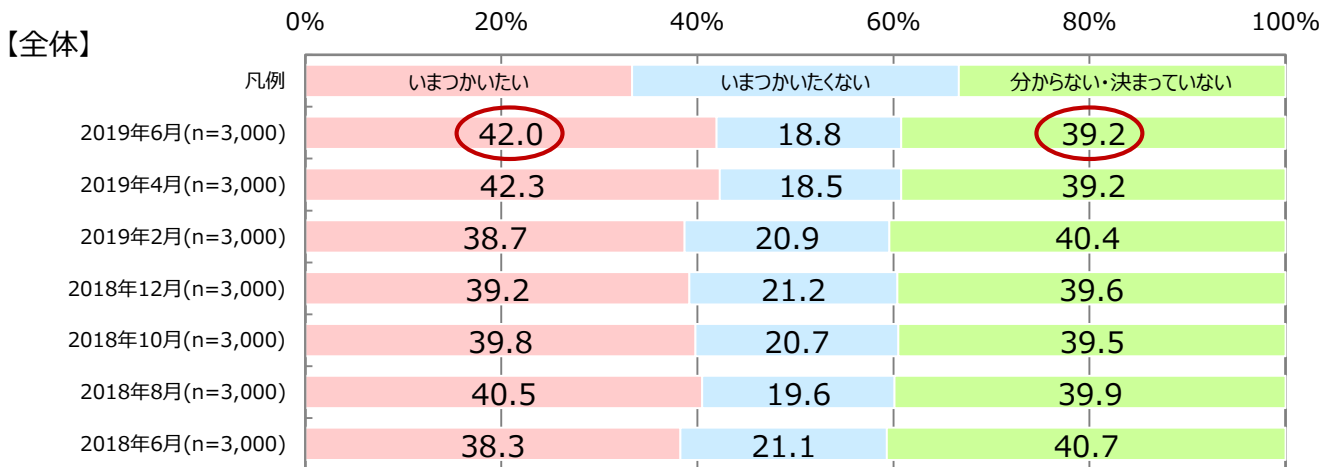
## <ポイントサービスの利用意向>

### ポイントの活用意識と節約志向

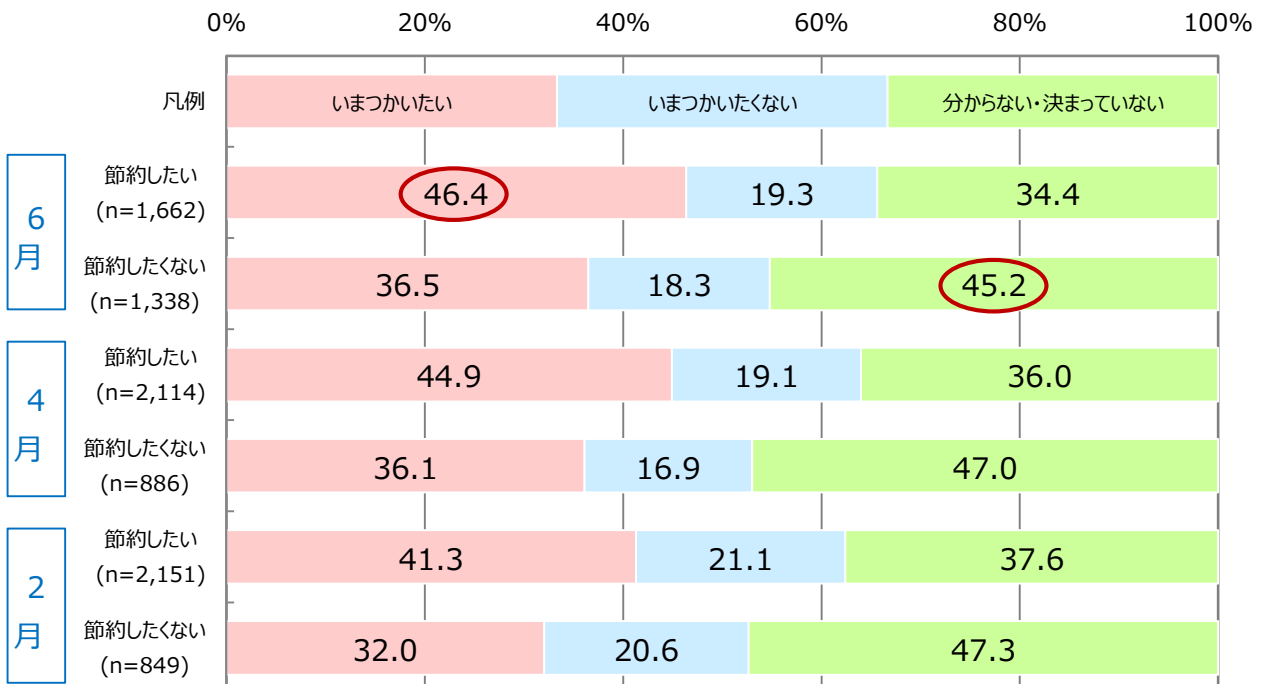
…「節約したくない」派では、「分からない・決まっていない」が45.2%と最も高く  
 「節約したい」派では、「いまつかいたい」が46.4%と最も高い  
 「節約したい」派に高いポイント活用意識が伺える

- ・Pontaポイントを「いまつかいたい」は、全体で42.0%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45.2%と高く、「節約したい」派では「いまつかいたい」が46.4%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)



### 【節約志向の有無別】 (2019年2月～2019年6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****一 今年の夏のボーナスの使い道について**

今年の夏のボーナスの使い道を伺ったところ、2014年6月調査以降、6年連続で「貯金・預金」が1位となりました。過去最も高い38.1%で、引き続き高い貯蓄意識が伺えます。(P.2)

**一 今年の夏のボーナスの「貯金・預金」の用途について**

今年の夏のボーナスの使い道に「貯金・預金」と回答した方に、用途は決まっているか伺ったところ、59.1%が「決めていない」という結果となりました。高い貯蓄意識が伺えるものの、用途は決めずに、まずは貯めておこうという意識があるようです。

一方「貯金・預金」の用途を「決めている」40.9%の方に、その用途を伺ったところ全体で「老後の生活への備え」が最多(57.4%)となりました。昨年の夏のボーナスと比較して、3.7ポイント増加しています。年代別でみると40代で「老後の生活への備え」は、11.7ポイント増えて63.3%となりました。

40代は昨年同月調査にて、「将来の消費への備え(住宅購入、子供の学費など)」から「老後の生活への備え」への意識が変わり始める傾向が伺えました。今回の調査時期は、金融庁が2019年6月3日に発表した金融審議会の報告書による、“老後に夫婦で約2000万円の金融資産の取り崩しが必要になる”との報告をうけた報道が多くなされており、老後の生活費の備えへと意識が向き始める40代の“老後の金融資産”への関心が高まった可能性があります。(P.3)

**一 節約志向の傾向は**

本調査で「節約したい」派は、前回調査より15.1ポイント減少し、55.4%となりました。これは2014年4月調査(50.2%)につぎ、過去2番目に低い結果です。例年、4月調査より6月調査では「節約したい」派が減少する傾向にあります。今回は特に大きな変化がみられました。(P.5)

年代別でみると、前回調査と比較して「節約したい」派はどの年代も10ポイント以上減少しています。年代が上がるほど減少幅が大きく、60代以上では22.5ポイントと最も大きく減少し39.8%となっています。(P.6)

また「節約したい」派に伺った“家計の支出を節約したい理由”について、前回調査から最も変化がみられたのは「日々の生活費のため」で、9.2ポイント減少し33.6%となりました。(P.7)

「節約したい」派の減少かつ、節約したい理由の「日々の生活費のため」の減少から、生活費のために節約する傾向が弱まっていることが伺えます。「令和」への改元に伴うゴールデンウィークの10連休における出費の増加や消費税増税を10月に予定通り実施するとの報道の影響も考えられます。特に日々の生活費に関わる買い物において、残り半年をきった消費税増税を意識し始めているのかもしれませんが。

## &lt;参考：過去のPonta消費意識調査実施時期&gt;

- 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）
- 第34回調査実施・・・2019年3月26日（火）～3月31日（日）（調査発表 2019年4月25日）

## &lt;「Pontaリサーチ」について&gt;

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/>

## &lt;引用・転載の際のクレジット表記のお願い&gt;

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9,100万人（2019年5月末日）を有する共通ポイントサービスで、提携企業127社、日本全国約22万店（2019年6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/>