

2019年8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36回 Ponta消費意識調査 2019年8月

夏休みの出費、消費税増税を「意識する派」は約半数
- 消費税増税で見直したい費用、上位3位「外食費」「食費」「日用品費」 -
- 「節約したくない」理由、「節約にまわす余裕がないため」が約2割 -

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36回 Ponta消費意識調査 2019年8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

＜夏休みの出費＞

- 夏休みの出費における消費税増税意識 (P2)
 - 夏休みの出費において、消費税増税を「意識する派」は48.2%
- 夏休みの出費の増減 (P2)
 - 消費税増税への“意識の有無”で、夏休みの出費を昨年より「減らす予定・減らした」に差

＜消費税増税による家計の見直し＞

- 消費税増税による家計の見直し費用 (P3)
 - 消費税増税にあたり見直したい費用、上位3位は「外食費」「食費」「日用品費」

＜節約志向＞

- 消費者の節約志向 (P4)
 - 「節約したい」派は63.8%となり、前回調査より8.4ポイント増加
- 節約したくない理由 (P5)
 - 「節約したくない」理由、「節約にまわす余裕がないため」が約2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 (P6)
 - 「節約したくない」派では、「分からない・決まっていない」が45.9%と最も高く「節約したい」派では、「いまつかいたい」が48.0%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7月30日（火）～ 7月31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

※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。

<夏休みの出費>

夏休みの出費における消費税増税意識

… 夏休みの出費において、消費税増税を「意識する派」は48.2%

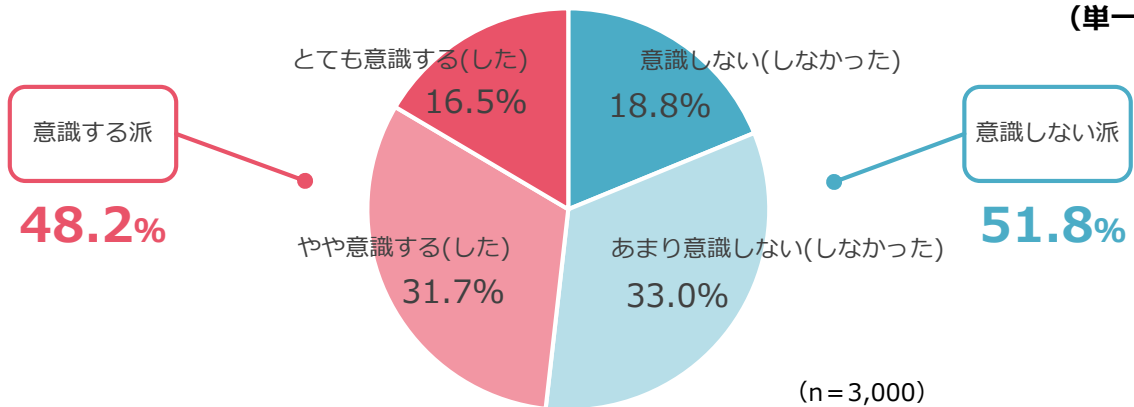
- ・ 今年の夏休みの出費について、2019年10月予定の消費税増税を意識するかについて、「とても意識する(した)」は16.5%、「やや意識する(した)」は31.7%となり、合わせて48.2%となった。

夏休みの出費の増減

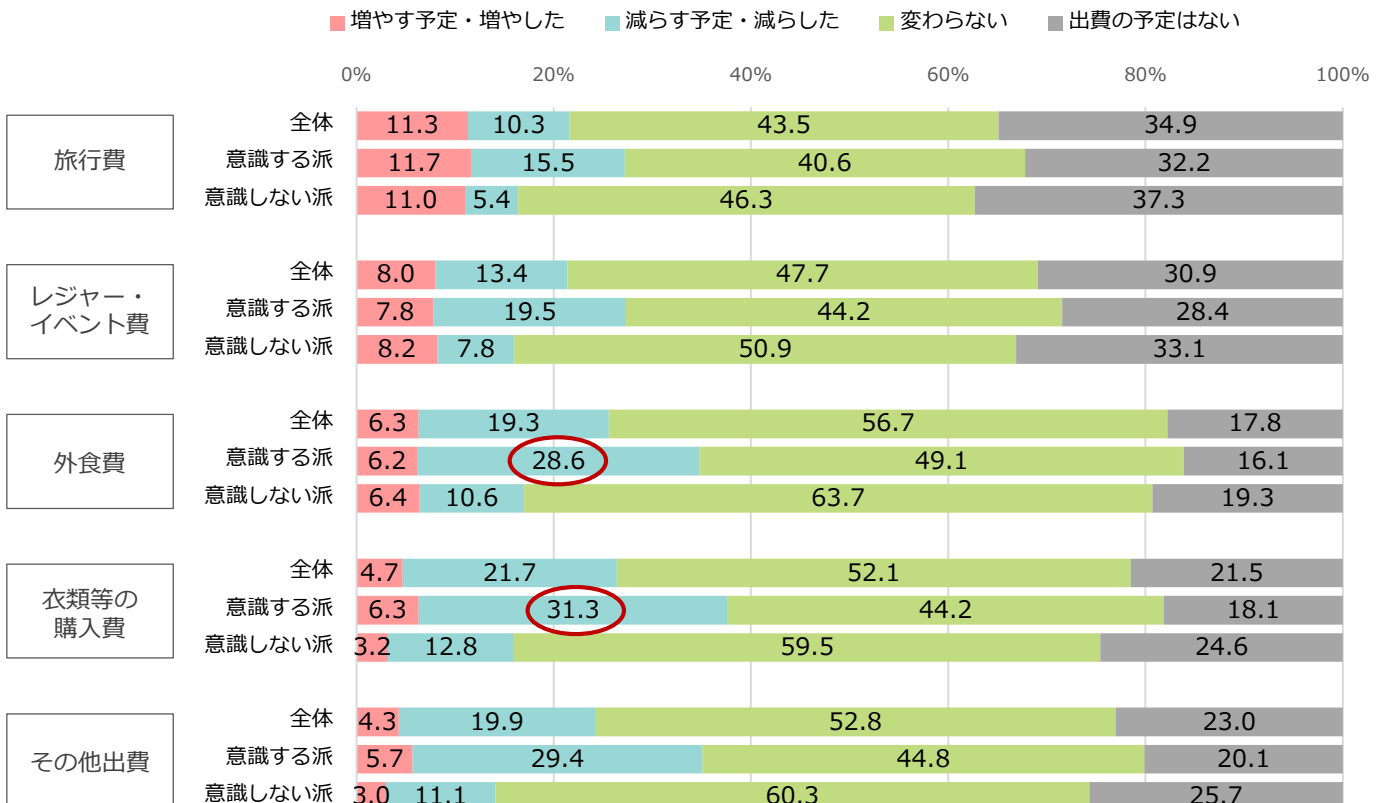
… 消費税増税への“意識の有無”で、夏休みの出費を昨年より「減らす予定・減らした」に差

- ・ 昨年と比べた今年の夏休みの出費について、すべての費用で「変わらない」が最も高い。
- ・ 消費税増税への意識別では、「意識する派」は「意識しない派」よりも「減らす予定・減らした」が高く、特に「外食費」(28.6%)、「衣類等の購入費」(31.3%)で差が大きい。

■ 今年の夏休みの出費について、2019年10月予定の消費税増税を意識しますか。または意識しましたか。(単一回答)



■ 今年の夏休みの出費の予定について昨年と比べた場合の増減を教えてください。(それぞれひとつずつ)



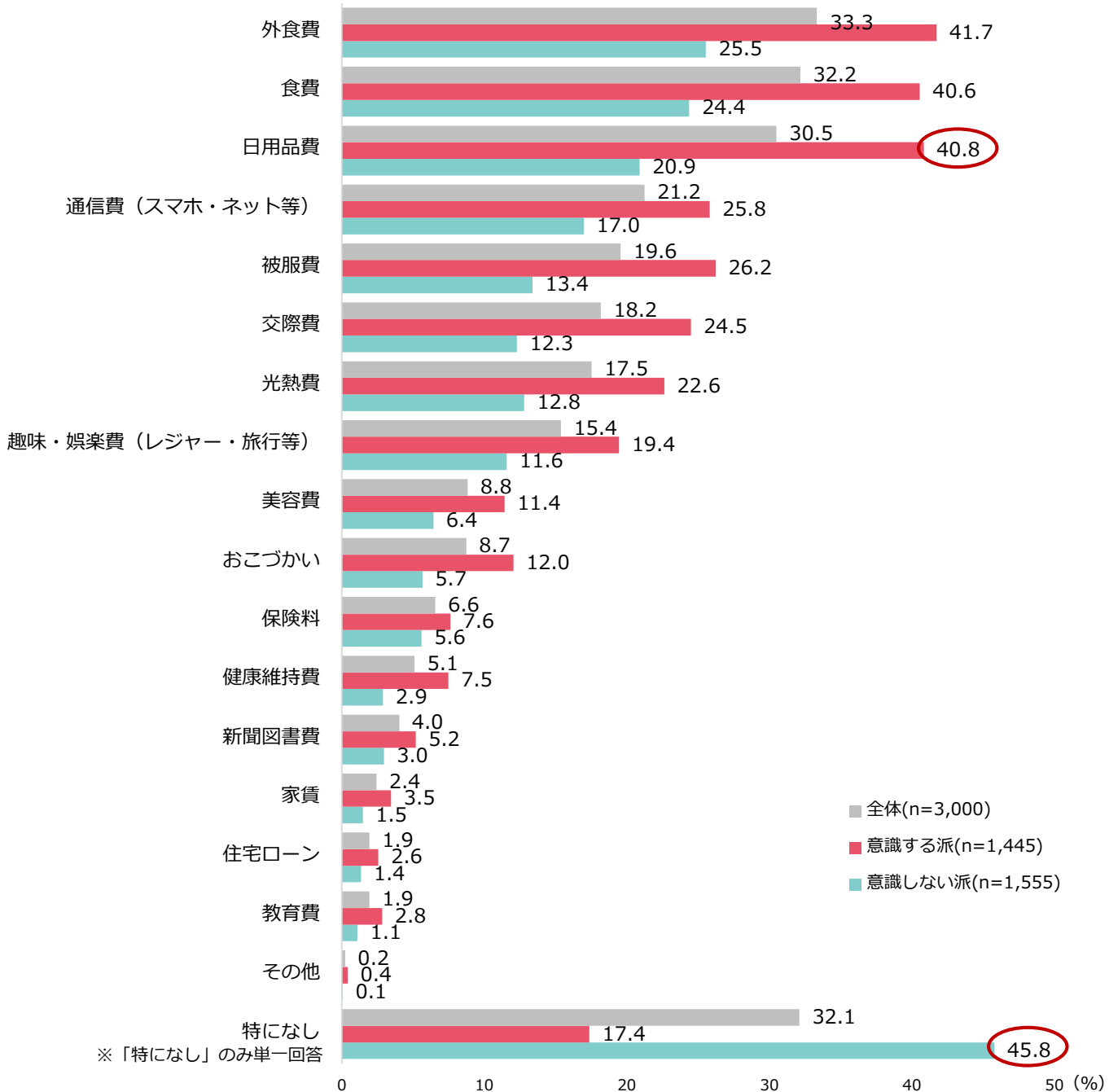
<消費税増税による家計の見直し>

消費税増税による家計の見直し費用

… 消費税増税にあたり見直したい費用、上位3位は「外食費」「食費」「日用品費」

- ・ 2019年10月に予定されている消費税増税にあたり、今後見直したい費用は、1位「外食費」(33.3%)、2位「食費」(32.2%)、3位「日用品費」(30.5%)となった。
- ・ 今年の夏休みの出費における消費税増税への意識別に「今後見直したい費用」を比べてみると、「意識する派」はいずれの費用でも、「意識しない派」より高い結果となり、最も差が大きかったのは「日用品費」で19.9ポイント差。
- 「特になし」では「意識しない派」が45.8%と高く、「意識しない派」の約半数が特に費用の見直しを検討していない傾向が伺える。

■ 2019年10月予定の消費税増税にあたり、今後見直したい費用は何ですか。(いくつでも)



【参考】P.2「今年の夏休みの出費について、2019年10月予定の消費税増税を意識しますか。または意識しましたか。」に「とても意識する(した)」、「やや意識する(した)」と回答した方を「意識する派」、「意識しない(しなかった)」、「あまり意識しない(しなかった)」と回答した方を「意識しない派」とした。

<節約志向>

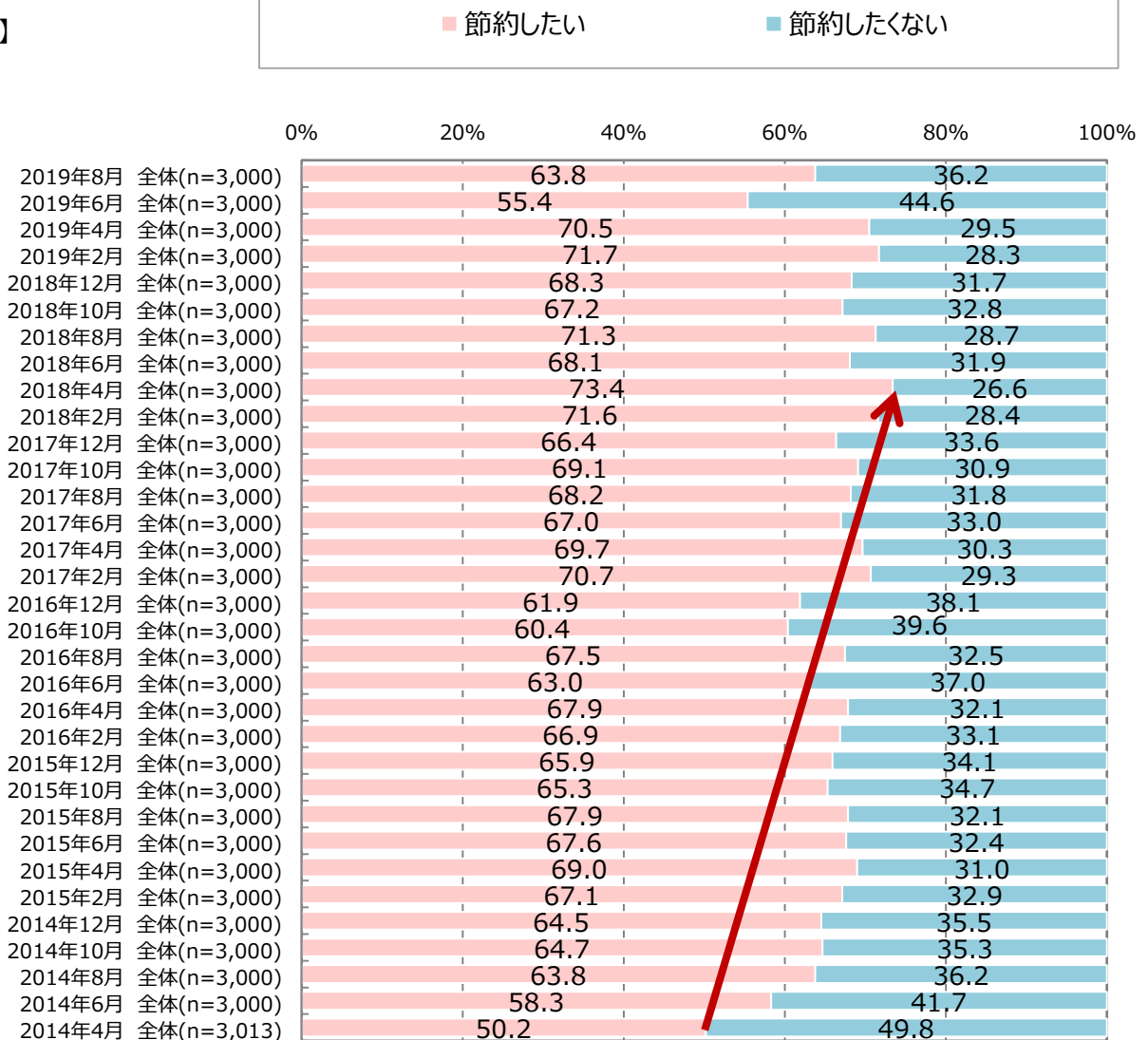
消費者の節約志向

…「節約したい」派は63.8%となり、前回調査より8.4ポイント増加

- ・「節約したい」派は63.8%となった。前回調査の55.4%より8.4ポイント増加したものの、7割前後を推移していた2017年2月調査から2019年4月調査と比べて、節約志向の低下が伺える。

■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。

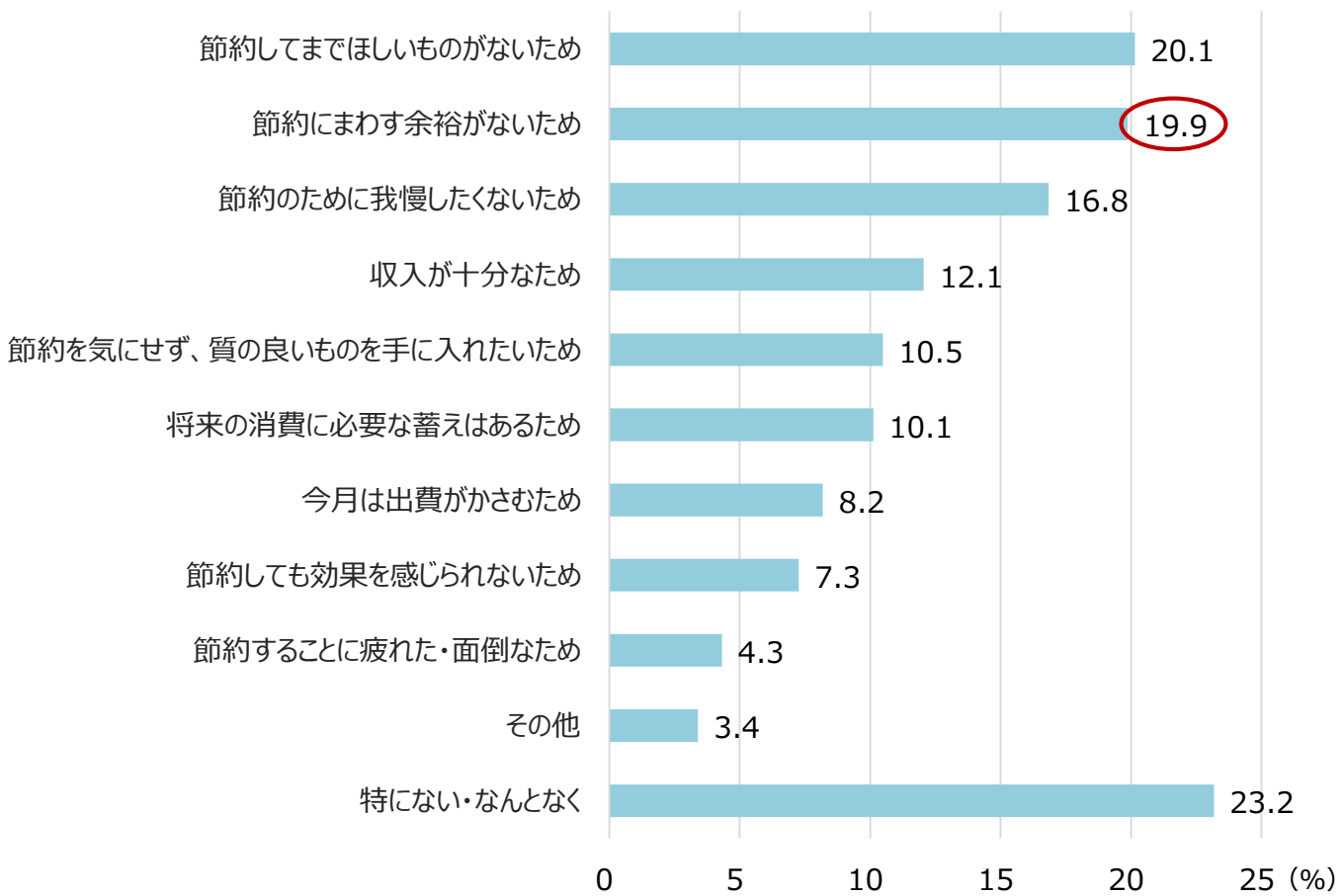
<節約志向>

節約したくない理由

…「節約したくない」理由、「節約にまわす余裕がないため」が約2割

- ・今月の家計の支出を節約したい金額に「0円」と回答した「節約したくない派」に理由をきくと、1位「節約してまでほしいものがないため」（20.1%）となり、必ずしも消費意欲が高いわけではない様子が伺える。
- 一方、0.2ポイント差の2位は「節約にまわす余裕がないため」（19.9%）となり、「節約したくてもできない」と諦めている傾向も一部伺える結果となった。

■節約したい金額が0円の方にお伺いします。その理由を教えてください。（いくつでも）



節約したい金額が0円の方 (n=1,087)

【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）」にて「0」と回答した方に質問。

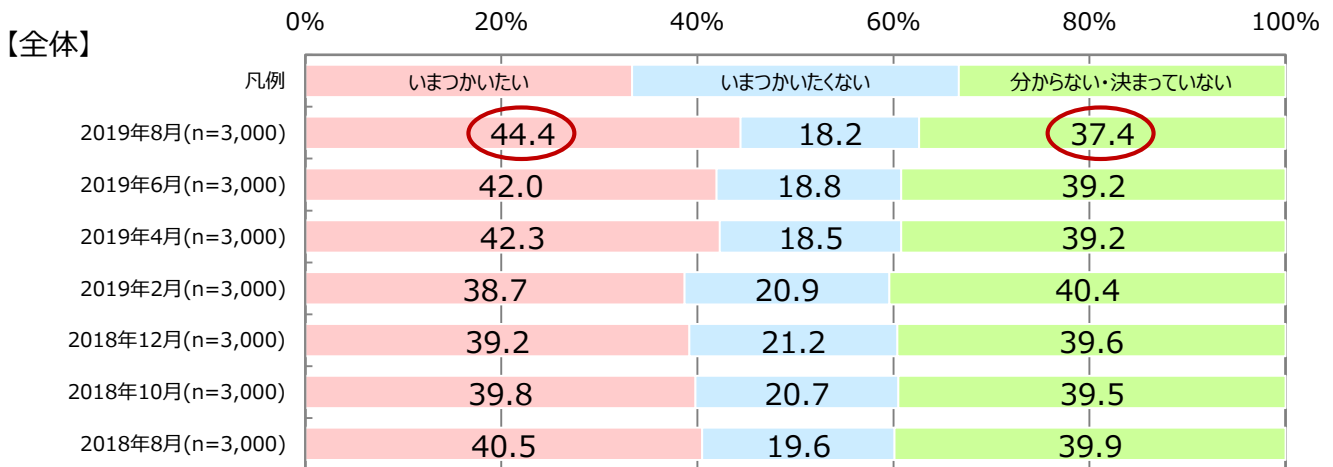
<ポイントサービスの利用意向>

ポイントの活用意識と節約志向

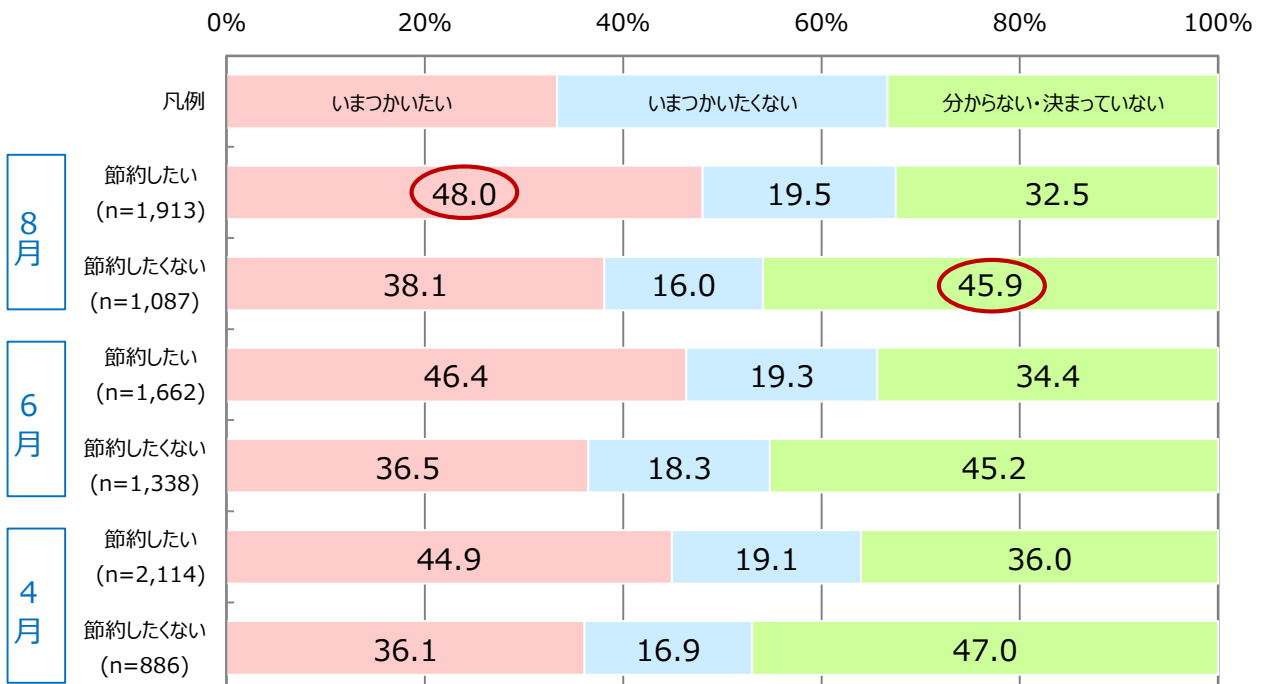
…「節約したくない」派では、「分からない・決まっていない」が45.9%と最も高く
 「節約したい」派では、「いまつかいたい」が48.0%と最も高い
 「節約したい」派に高いポイント活用意識が伺える

- ・Pontaポイントを「いまつかいたい」は、全体で44.4%となり、「分からない・決まっていない」は、全体で37.4%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45.9%と高く、「節約したい」派では「いまつかいたい」が48.0%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4月～2019年8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 今年の夏休みの出費と消費税増税****「意識する派」と「意識しない派」では、「外食費」、「衣類等の購入費」での差が大きい**

今年の夏休みの出費について、2019年10月予定の消費税増税を意識するか伺ったところ、「とても意識する(した)」は16.5%、「やや意識する(した)」は31.7%となり、合わせて48.2%となりました。増税を約2か月後に控えた7月末に調査を実施した時点で「意識する派」が約半数という結果でした。

昨年と比べて今年の夏休みの出費の増減を伺ったところ、「旅行費」「レジャー・イベント費」「外食費」「衣類等の購入費」「その他出費」それぞれで、「変わらない」が最も高い結果となりました。消費税増税への意識別でみると、「意識する派」は「意識しない派」よりも「減らす予定・減らした」が高い傾向が伺え、特に差の大きい費用は「外食費」で18.0ポイント差の28.6%、「衣類等の購入費」で18.5ポイント差の31.3%でした。(P.2)

一 消費税増税による家計の見直しについて**“日々の買い物”で見直しを意識する傾向**

2019年10月に予定されている消費税増税にあたり、今後見直しを意識したい費用を伺ったところ全体で、1位「外食費」(33.3%)、2位「食費」(32.2%)、3位「日用品費」(30.5%)となりました。「光熱費」(17.5%)、「家賃」(2.4%)といった固定費ではなく、“日々の買い物”で見直しを意識する様子が伺えます。また4位は「通信費(スマホ・ネット等)」(21.2%)となりました。格安スマホの浸透や、2019年10月施行の改正電気通信事業法に伴う通信キャリアの新料金プラン等の発表もあり、見直しを検討している層も一定数いるのではないかと伺えます。

今年の夏休みの出費における消費税増税への意識別では、「意識する派」はいずれの費用でも、「意識しない派」より高い結果となり、最も差が大きかったのは「日用品費」で19.9ポイント差でした。(P.3)

一 節約志向の傾向は**節約したくない派、消費に必ずしも積極的ではない層も**

本調査で「節約したい」派は63.8%となりました。前回の2019年6月調査の55.4%より8.4ポイント増加したものの、2019年4月調査の70.5%と比べて節約志向の低下が伺えます。(P.4)

そこで今回、今月の家計の支出を節約したい金額に「0円」と回答した方(節約したくない派)に理由を伺いました。1位は「節約してまでほしいものがないため」(20.1%)となり、必ずしも消費意欲が高いわけではない様子が伺えました。一方、0.2ポイント差の2位は「節約にまわす余裕がないため」(19.9%)となりました。

今月の家計の支出を節約したい金額が「0円」という36.2%のなかには、必ずしも積極的に消費をするのではなく、“節約したくてもできない”と諦めている層も一部伺える結果となりました。

消費税増税にあたり、見直しを意識したい費用もあることから、引き続き節約志向の変化を注視する必要があります。(P.5)

<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)
- 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)
- 第35回調査実施・・・2019年6月7日(金)～6月10日(月) (調査発表 2019年6月27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9,158万人（2019年7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8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/>