

2020年4月23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40回 Ponta消費意識調査 2020年4月発表

今月節約したい金額0円の理由、「節約にまわす余裕がない」が15.8% ～ 共通ポイントの使い道、20代は“プチご褒美や特別なシーン”で利用する傾向～

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40回 Ponta消費意識調査」を「Pontaリサーチ」にて2020年3月27日（金）～ 3月28日（土）に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 (P.2)
 - － 「節約したい」派は62.9%となり、前回調査より4.1ポイント減少
- 消費者の節約したくない理由 (P.3)
 - － 節約したい金額「0円」の理由、「節約にまわす余裕がないため」が15.8%

<いま購入・消費したいもの>

- 購入・消費意向 (P.4)
 - － 「食品（ふだん食べるもの）」が5.4ポイント増加し、79.7%。一方、外食・旅行関連は減少

<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 (P.5)
 - － 「節約したくない」派では、「分からない・決まっていない」が46.1%と最も高く「節約したい」派では、「いまつかいたい」が42.0%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ポイントの利用意向「いまつかいたくない」理由 (P.6)
 - － 女性は「ある程度ポイントをためてからお買い物でつかいたい」が約7割で最多
 - － 男性は「ためる楽しさを味わいたい」が約5割で最多
- Pontaポイントの利用意向「分からない・決まっていない」理由 (P.7)
 - － 「特にない・なんとなく」が、男性・女性ともに最も高い

■アドホック

- 共通ポイントの使い道 (P.8)
 - － 「普段の買い物でつかう（食品・日用品など）」が最も高く65.7%。
20代は“プチご褒美や特別なシーン”で、50代・60代以上は“電子マネーや商品交換”で利用傾向
- クレジットカードのポイントの使い道 (P.9)
 - － 「普段の買い物でつかう（食品・日用品など）」が最も高く53.9%

<調査概要>

調査方法：インターネット調査 調査期間：2020年3月27日（金）～ 3月28日（土）
 パネル：「Pontaリサーチ」会員（Ponta会員で「Pontaリサーチ」への会員登録をされている方）
 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。

トピックス

<節約志向>

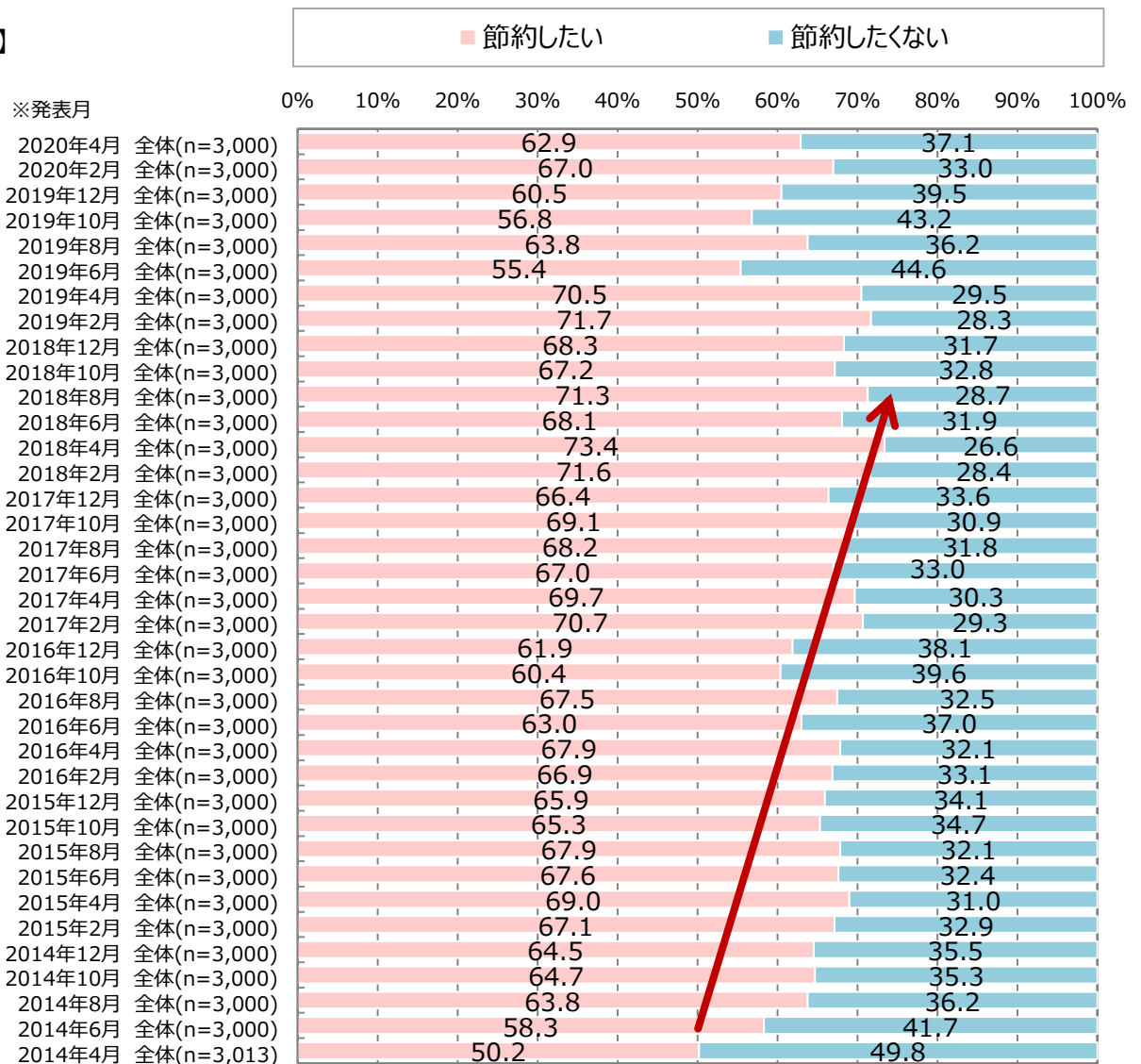
消費者の節約志向

…「節約したい」派は62.9%となり、前回調査より4.1ポイント減少

- ・「節約したい」派は62.9%と、前回調査の67.0%より4.1ポイント減少した。
2019年10月調査（56.8%）より、「節約したい」派は2019年12月調査、2020年2月調査と2回連続で増加していたが、本調査では減少となった。

■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。

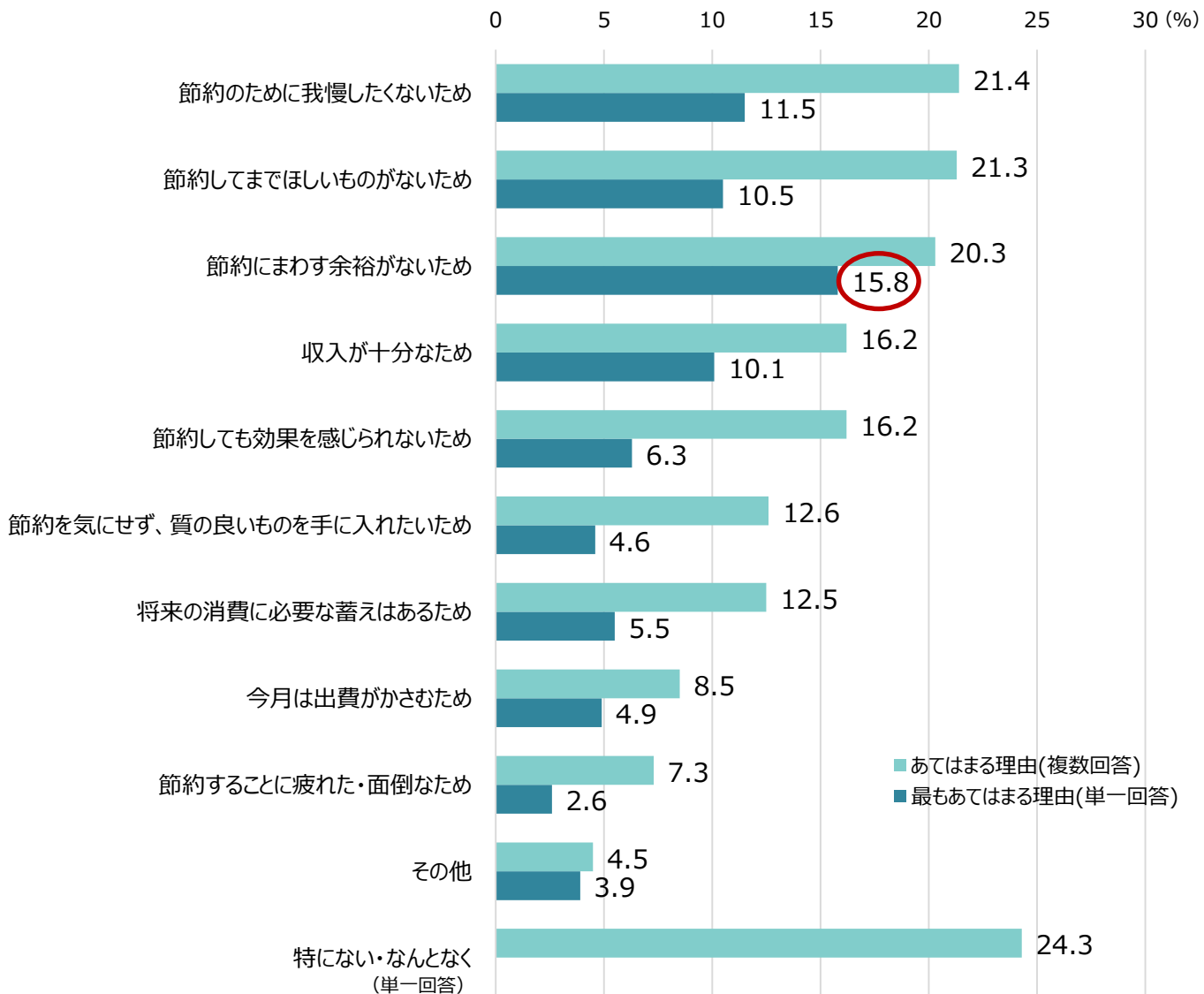
<節約志向>

消費者の節約したくない理由

… 節約したい金額「0円」の理由、「節約にまわす余裕がないため」が15.8%

- ・ 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、その理由を複数回答できくと、1位「節約のために我慢したくないため」(21.4%)、2位「節約してまでほしいものがないため」(21.3%)、3位「節約にまわす余裕がないため」(20.3%)となった。
- ・ 複数回答した中から最も当てはまる理由を単一回答できくと、「節約にまわす余裕がないため」が最も高く15.8%となった。“節約したくてもできない”層が一定数いることが伺える。

■ 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) (n=1,114)
またその中で、一番の理由をお答えください。(ひとつだけ)



<いま購入・消費したいもの>

購入・消費意向

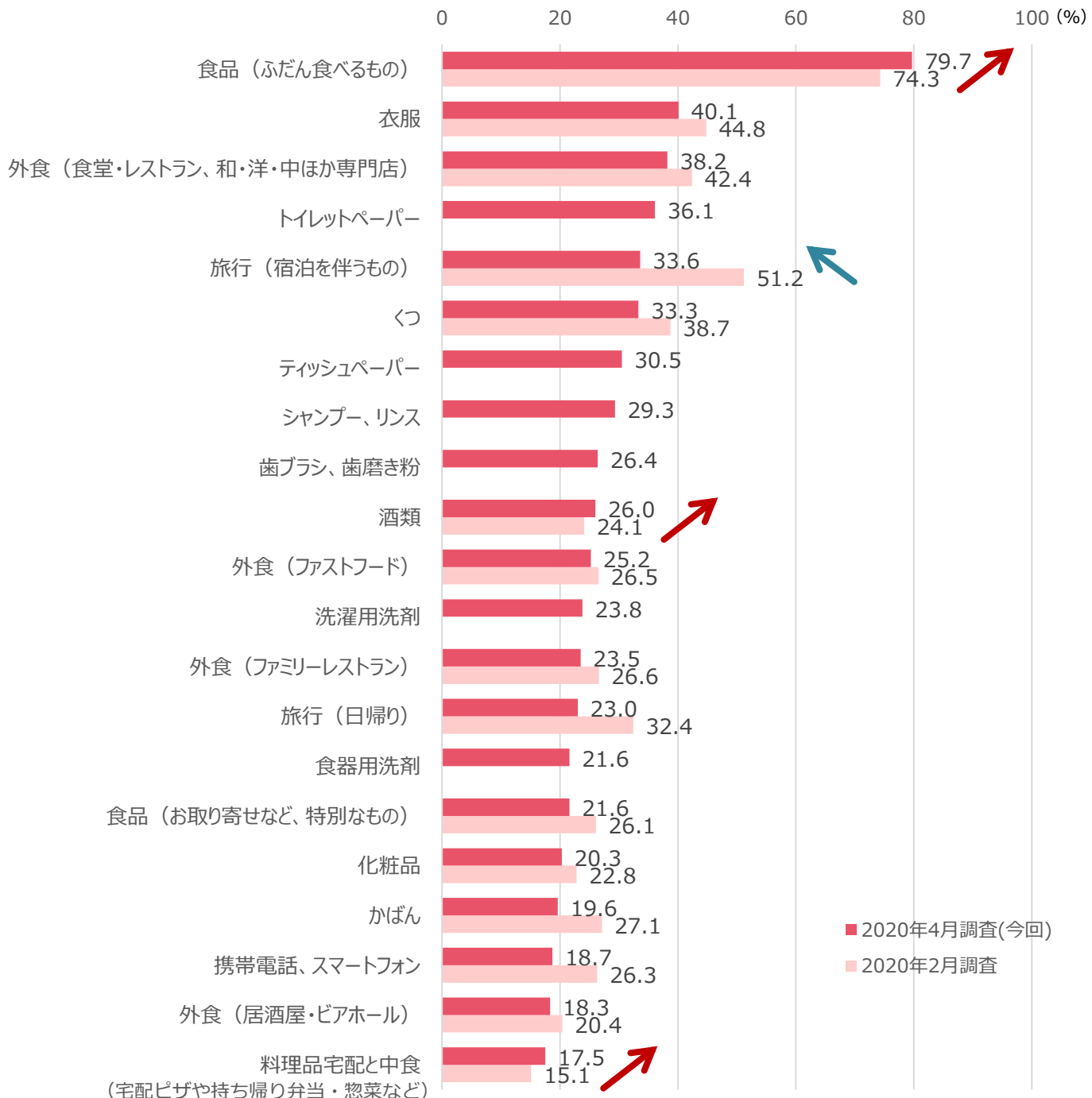
…「食品（ふだん食べるもの）」が5.4ポイント増加し、79.7%。一方、外食・旅行関連は減少

- ・いま購入・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）」で前回より5.4ポイント増加し、79.7%となった。また前回調査と比較して、増加した項目は「酒類」（26.0%）、「料理品宅配と中食」（17.5%）だった。一方、この他の項目は減少し、特に「旅行（宿泊を伴うもの）」は17.6ポイント減少し、33.6%。外食関連も減少した。

■あなたがいま購入・消費したい商品・サービスをお答えください。（いくつでも）

※今回調査で「特になし」を除く78項目のうち、上位21項目を抜粋
 ※2020年2月調査のデータがないものは、今回の調査より追加した項目
 ※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

(n=3,000)



<ポイントサービスの利用意向>

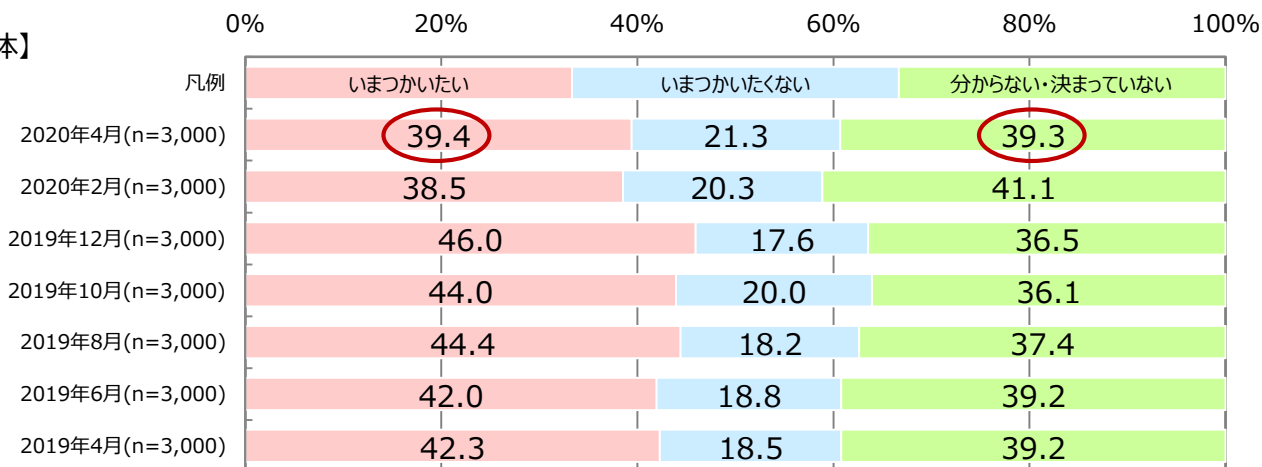
ポイントの活用意識と節約志向

…「節約したくない」派では、「分からない・決まっていない」が46.1%と最も高く
「節約したい」派では、「いまつかいたい」が42.0%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

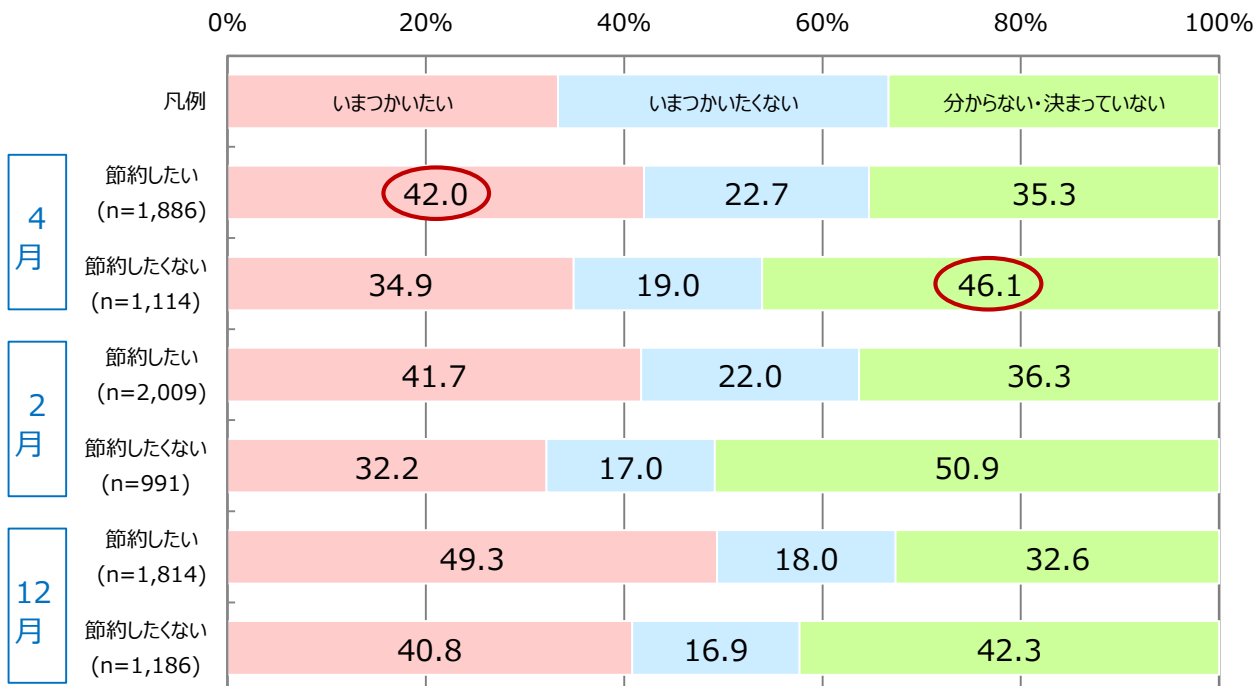
- ・ Pontaポイントを「いまつかいたい」は、全体で39.4%となり、「分からない・決まっていない」は、全体で39.3%となった。
- ・ 節約志向の有無別で見ると、「節約したくない」派では「分からない・決まっていない」が46.1%と高く、「節約したい」派では「いまつかいたい」が42.0%と最も高かった。「節約したい」派に高いポイント活用意識が伺える。

■あなたはいまPontaポイントをつかいたいですか。(単一回答)

【全体】



【節約志向の有無別】 (2019年12月～2020年4月調査)



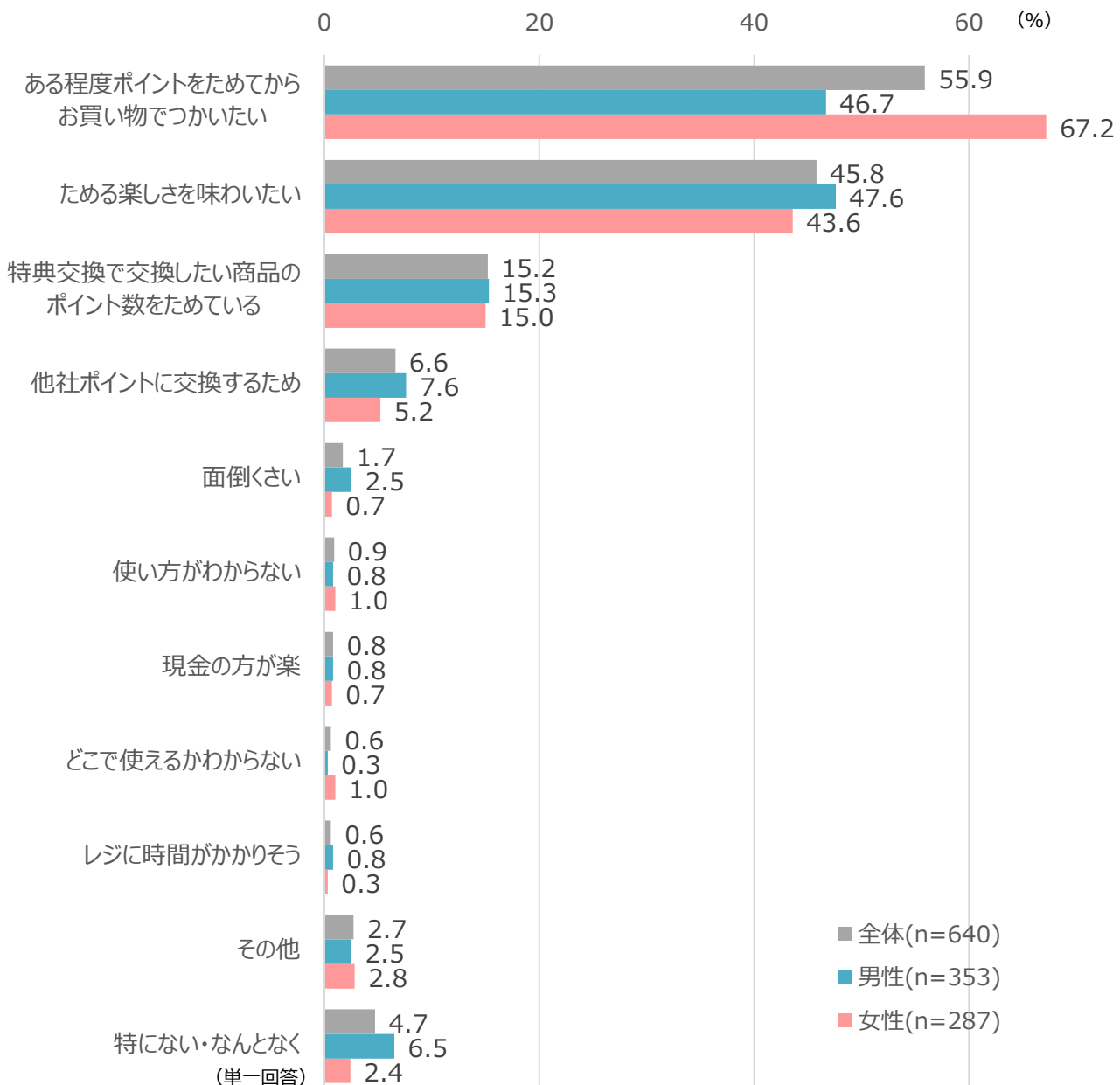
<ポイントサービスの利用意向>

Pontaポイントの利用意向「いまつかいたくない」理由

… 女性は「ある程度ポイントをためてからお買い物でつかいたい」が約7割で最多
男性は「ためる楽しさを味わいたい」が約5割で最多

- ・ いまPontaポイントを「つかいたくない」理由は全体で、「ある程度ポイントをためてからお買い物でつかいたい」が55.9%、「ためる楽しさを味わいたい」が45.8%となった。
- ・ 性別でみると、女性は「ある程度ポイントをためてからお買い物でつかいたい」が67.2%となり、男性よりも20.5ポイント高い結果となった。
男性は「ためる楽しさを味わいたい」が47.6%となり、女性よりも4.0ポイント高い結果となった。

■いまPontaポイントを「つかいたくない」と答えた方にお伺いします。その理由を教えてください。(いくつかでも)



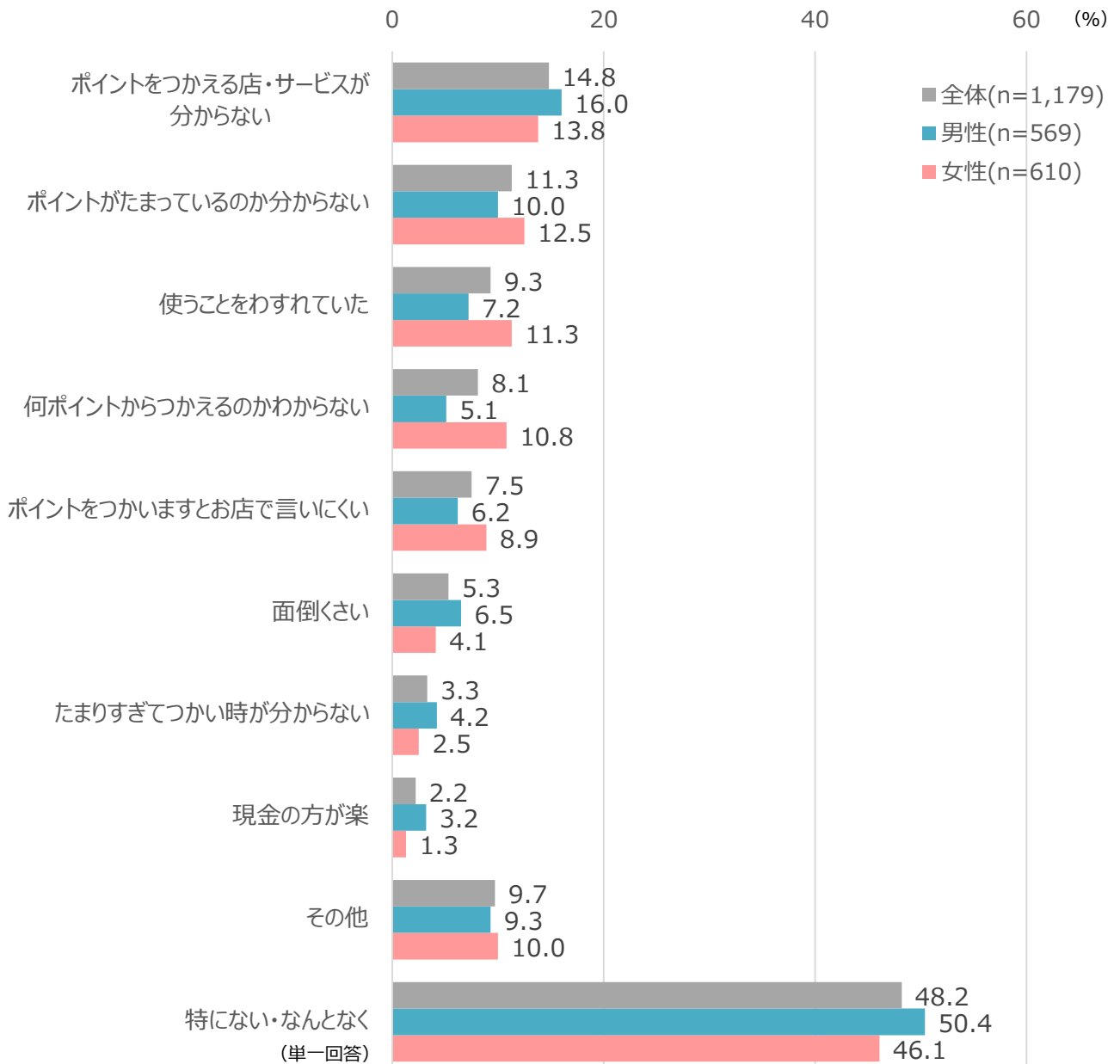
<ポイントサービスの利用意向>

Pontaポイントの利用意向「分からない・決まっていない」理由

…「特にない・なんとなく」が、男性・女性ともに最も高い

- ・いまPontaポイントをつかいたいかについて「分からない・決まっていない」理由は、「特にない・なんとなく」が全体で48.2%。
性別でみても、男性が50.4%、女性が46.1%と、ともに最も高い結果となった。
- ・性別で最も差がみられたのは「何ポイントからつかえるのかわからない」で、男性5.1%に対し、女性は5.7ポイント高い10.8%だった。

■いまPontaポイントをつかいたいかについて「分からない・決まっていない」と答えた方にお伺いします。その理由を教えてください。（いくつでも）



<ポイントサービスの利用意向>

アドホック

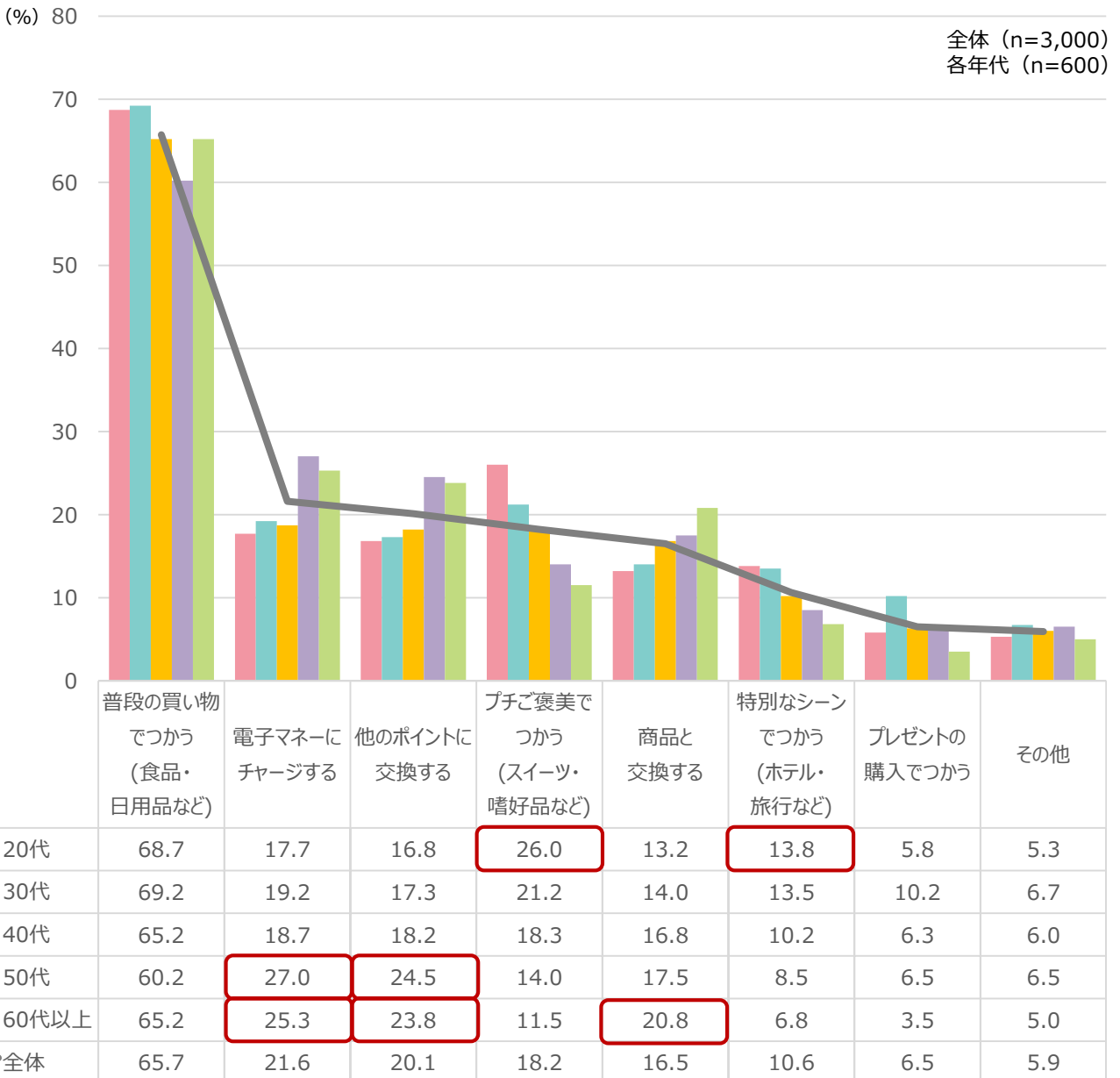
共通ポイントの使い道

…「普段の買い物でつかう（食品・日用品など）」が最も高く65.7%。
20代は“プチご褒美や特別なシーン”で、50代・60代以上は“電子マネーや商品交換”で利用傾向

- 共通ポイントの使い道について、全体で「普段の買い物でつかう（食品・日用品など）」が65.7%となった。「電子マネーにチャージする」（21.6%）、「他のポイントに交換する」（20.1%）と続く。
- 年代別で見ると、20代は「プチご褒美でつかう（スイーツ・嗜好品など）」、「特別なシーンでつかう（ホテル・旅行など）」が他の年代よりも高い。50代・60代以上は「電子マネーにチャージする」、「他のポイントに交換する」が他の年代よりも高い傾向が伺える。

■あなたは、ためた共通ポイントをどのようにつかっていますか。（いくつでも）

Pontaポイントに限らず、ご使用の共通ポイント全般についてお答えください。



<ポイントサービスの利用意向>

クレジットカードのポイントの使い道

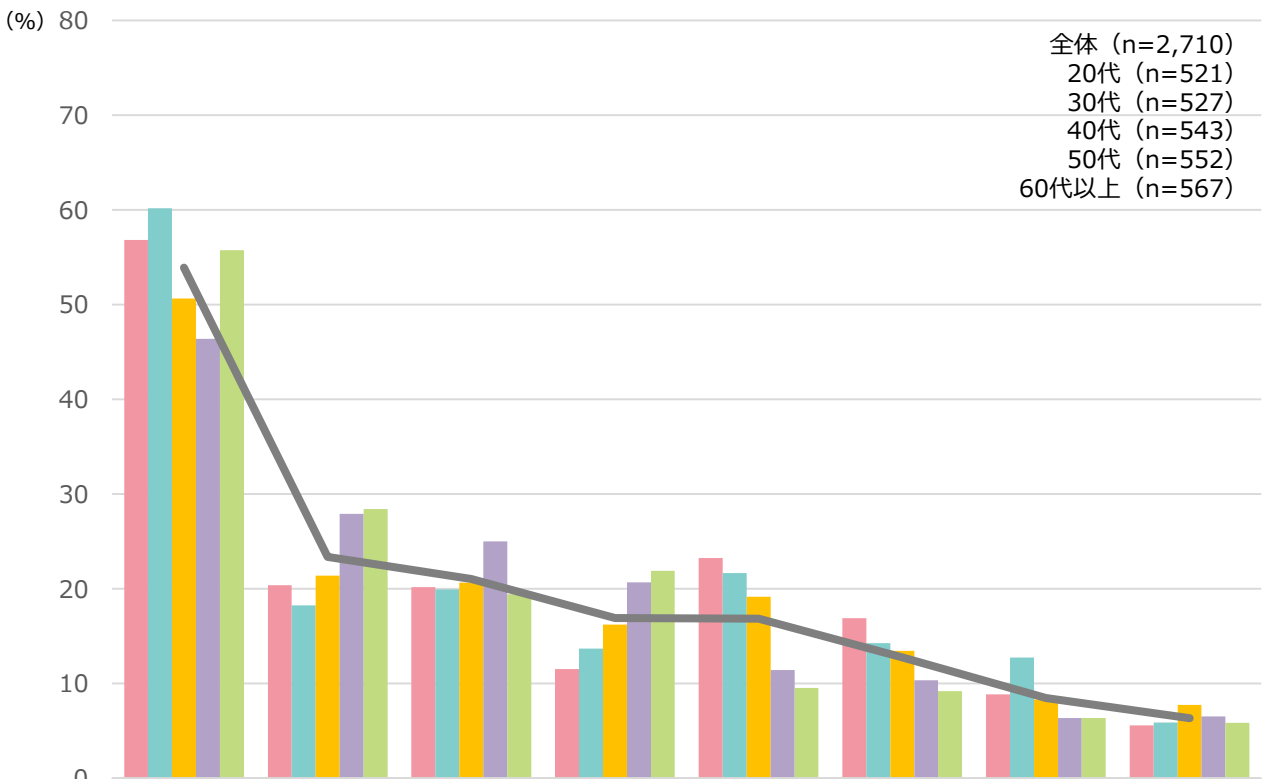
アドホック

…「普段の買い物でつかう（食品・日用品など）」が最も高く53.9%

- ・クレジットカードのポイントの使い道について、全体で「普段の買い物でつかう（食品・日用品など）」が53.9%となった。「電子マネーにチャージする」（23.4%）、「他のポイントに交換する」（21.0%）と続く。
- ・“普段の買い物でつかう”は、共通ポイントの使い道（P.8）の65.7%と比べ、11.8ポイント低い結果となった。

■あなたは、クレジットカードの決済でためたポイントをどのようにつかっていますか。（いくつでも）

【参考】本設問で「クレジットカードは使用していない（単一回答）」を除いたn数で集計。



	普段の買い物 でつかう (食品・日用品 など)	電子マネーに チャージする	他のポイントに 交換する	商品と 交換する	プチご褒美で つかう (スイーツ・ 嗜好品など)	特別なシーン でつかう (ホテル・ 旅行など)	プレゼントの 購入でつかう	その他
20代	56.8	20.3	20.2	11.5	23.2	16.9	8.8	5.6
30代	60.2	18.2	19.9	13.7	21.6	14.2	12.7	5.9
40代	50.6	21.4	20.6	16.2	19.2	13.4	8.3	7.7
50代	46.4	27.9	25.0	20.7	11.4	10.3	6.3	6.5
60代以上	55.7	28.4	19.4	21.9	9.5	9.2	6.3	5.8
全体	53.9	23.4	21.0	16.9	16.8	12.7	8.5	6.3

【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 節約したい金額0円の中に、“かくれ節約志向”

消費者の節約志向について、「節約したい」派は、前回の2020年2月調査より4.1ポイント減少し、62.9%となりました。2019年10月調査（56.8%）時点から、2019年12月調査（60.5%）、2020年2月調査（67.0%）と、2回連続で節約志向の高まりが伺えましたが、今回の調査では減少となりました。

今月（2020年4月）の家計の支出で節約したい金額に「0円」と回答した「節約したくない」派の方に、理由を複数回答できくと、1位「節約のために我慢したくないため」（21.4%）、2位「節約してまでほしいものがないため」（21.3%）、3位「節約にまわす余裕がないため」（20.3%）で、それぞれ約2割の回答となりました。そこで、複数回答した中から最もあてはまる理由を単一回答できいたところ、「節約にまわす余裕がないため」が最も高く15.8%となりました。2番目に高い「節約のために我慢したくないため」（11.5%）と比べ、4.3ポイント高い結果でした。節約したい金額0円の方の中には、“節約したくてもできない”層が一定数いることが伺えます。Ponta消費意識調査では、この層を“かくれ節約志向”と称します。

なお、今回の調査は2020年3月27日～28日に実施しました。東京オリンピック・パラリンピックの開催延期が決定し（3月24日）、国内で新型コロナウイルスに関連した感染症の感染者は約1,000例が確認された時期でした。この調査後、状況は変化し、4月7日には緊急事態宣言が東京、大阪、福岡などの7つの都府県を対象に、4月16日には全国を対象に発令され、外出の自粛や休業を要請されています。収入の減少を懸念される方もおり、“かくれ節約志向”が今後どう推移するか、注視したいと思います。

一 ポイントをいまつかいたくない理由は、“ためていたい”、
わからない・決まっていない理由は“特にない・なんとなく”

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」（39.4%）、「いまつかいたくない」（21.3%）、「分からない・決まっていない」（39.3%）となりました。

そこで、「いまつかいたくない」と回答した方に理由をきくと、全体で「ある程度ポイントをためてからお買い物でつかいたい」（55.9%）や「特典交換で交換したい商品のポイント数をためている」（15.2%）となりました。一方で「面倒くさい」（1.7%）、「使い方がわからない」（0.9%）など、ポイント利用に対して消極的な理由は低い結果となりました。ポイントを“つかうこと”を目的に、いまは“ためていたい”という様子が伺えました。また「ためる楽しさを味わいたい」が45.8%となり、ポイントをためる行為を楽しんでいる様子も伺えました。性別でみると、「ある程度ポイントをためてからお買い物でつかいたい」で差が大きく、男性46.7%に対し、女性は20.5ポイント高い67.2%となりました。また「ためる楽しさを味わいたい」では、男性47.6%となり、女性よりも4.0ポイント高い結果となりました。

一方、「分からない・決まっていない」と回答した方の理由は“特にない・なんとなく”が最も高く約5割となりました。「ポイントをつかえる店・サービスが分からない」（14.8%）や「ポイントがたまっているのか分からない」（11.3%）など明確な理由があるというよりも、ポイントを“つかうこと”自体をあまり意識していない様子が伺えました。

一 共通ポイントの使い道、年代で違い。20代は“プチご褒美や特別なシーン”で、
50代・60代以上は“電子マネーのチャージや商品交換”で利用する傾向

ためた共通ポイントの使い道について、全体で「普段の買い物でつかう」が65.7%で最も高い結果となりました。年代別では、20代が「プチご褒美でつかう（スイーツ・嗜好品など）」で26.0%、「特別なシーンでつかう（ホテル・旅行など）」で13.8%となり、それぞれ他の年代よりも高い結果となりました。20代は特別な消費シーンにおける支出で、ポイントを活用している傾向が伺えます。50代および60代以上は、「電子マネーにチャージする」（50代：27.0%、60代以上：25.3%）、「他のポイントに交換する」（50代：24.5%、60代以上：23.8%）で、他の年代よりも高い結果となりました。50代・60代以上は共通ポイントを別の金銭的価値のあるものに交換して活用している傾向が伺えます。

また、クレジットカードでためたポイントの使い道についても調査したところ、共通ポイントの使い道と概ね同様の傾向が伺えました。両者を比較して大きく傾向の違いがみえたのは、「普段の買い物でつかう」で、共通ポイント（65.7%）に対し、クレジットカードのポイントでは11.8ポイント低い53.9%でした。

共通ポイントのほうがより、日常生活の買い物で使われる傾向が伺えました。

<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)
- 第36回調査実施・・・2019年7月30日(火)～7月31日(水) (調査発表 2019年8月27日)
- 第37回調査実施・・・2019年9月26日(木)～10月1日(火) (調査発表 2019年10月30日)
- 第38回調査実施・・・2019年11月29日(金)～12月5日(木) (調査発表 2019年12月20日)
- 第39回調査実施・・・2020年1月31日(金)～2月4日(火) (調査発表 2020年2月26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9,409万人（2020年3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24万店（2020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：<https://www.loyalty.co.jp/>