

2020年12月24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44回 Ponta消費意識調査 2020年12月発表

年末年始に購入したいもの、「食品（ふだん食べるもの）」が過去最高の49.3%
～新型コロナの影響で、家計の支出が減った分のお金の使い道、「貯金をした」が43.3%～

共通ポイントサービス「Ponta（ポント）」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44回 Ponta消費意識調査」を「Pontaリサーチ」にて2020年11月27日（金）～11月30日（月）に実施いたしましたので、ご報告いたします。

■アドホック：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）」で、6.1ポイント増の49.3%で過去最高。続いて、
 - 2位「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」（38.1%）、
 - 3位「酒類」（15.9%）と、上位を自宅での食関連が占める

トピックス

■アドホック：新型コロナの家計への影響

- 新型コロナの家計への影響（P.3）
 - 新型コロナ拡大前と現在を比べ、月のトータルの支出は「変わらない」が約6割
 - 支出の項目で“増えた”の割合が高いのは「水道光熱費」「食費」「日用品費」、
 - “減った”の割合が高いのは「外食費」「交際費」
- 新型コロナの影響で支出が減った分のお金の使い道（P.4）
 - 新型コロナの影響で支出が減った分のお金を「貯金をした」が最多
 - 年代別で、20代は「貯金をした」（55.3%）、
 - 60代以上は「自宅の食事に特別なものを買った」（16.6%）が、他の年代よりも高い
- 今年のポイ活実践度の変化（P.5）
 - 今年、ポイ活に「より一層取り組んだ」「やや取り組んだ」合わせて約5割

<節約志向>

- 消費者の節約志向（P.6）
 - 「節約したい」派は57.9%となり、前回調査より3.9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（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48.7%と最も高く
 - 「節約したい」派では、「いまつかいたい」が45.5%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：2020年11月27日（金）～11月30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>

年末年始に購入・消費したい商品・サービス

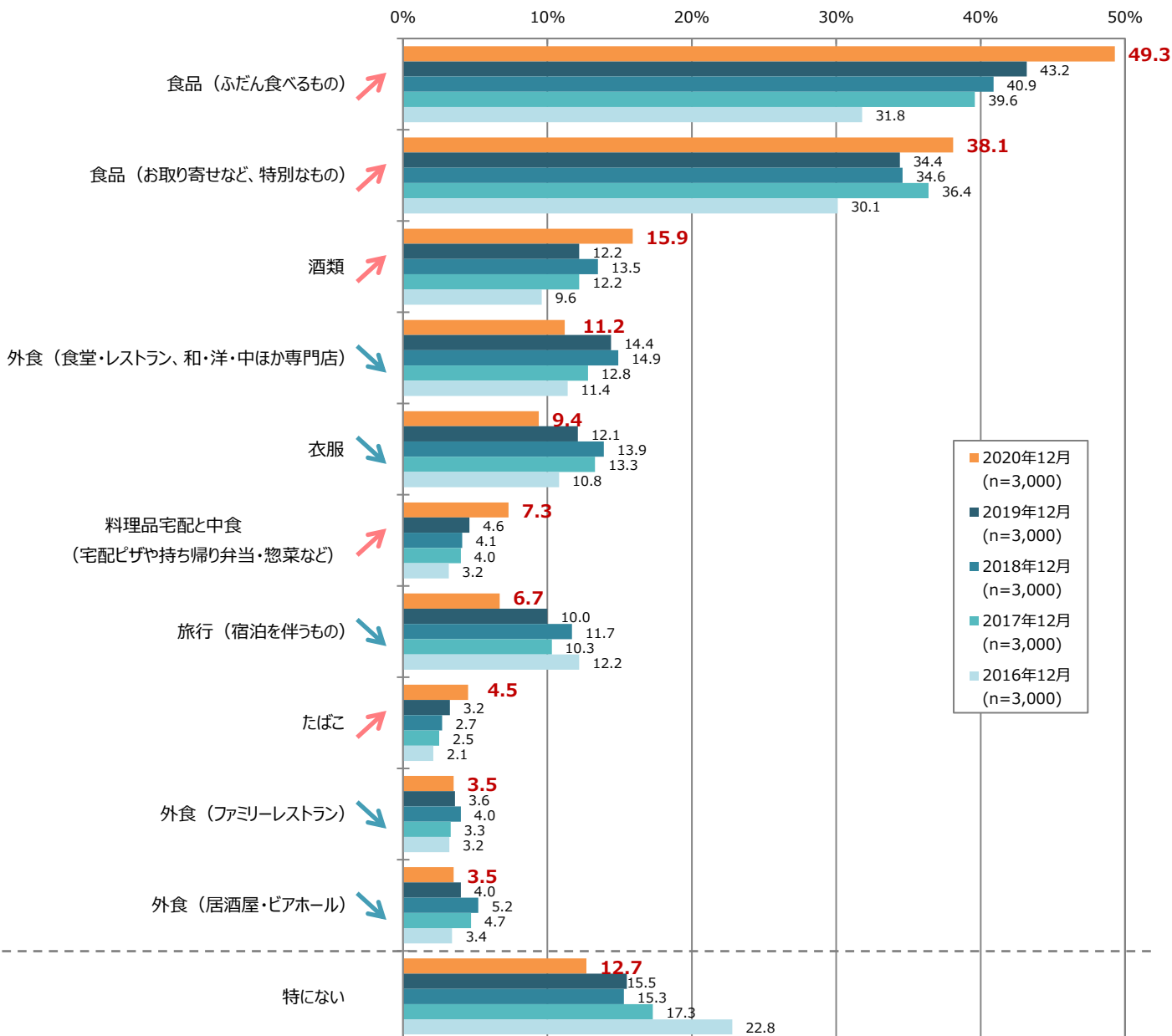
アドホック

… 1位「食品（ふだん食べるもの）」で、6.1ポイント増の49.3%で過去最高。続いて、2位「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」（38.1%）、3位「酒類」（15.9%）と、上位を自宅での食関連が占める

- ・「食品（ふだん食べるもの）」が、2013年調査から過去8年で最も高い49.3%となり、1位だった。2位「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」（38.1%）、3位「酒類」（15.9%）においてもそれぞれ過去最高の割合となった。
- ・その他「料理品宅配と中食（宅配ピザや持ち帰り弁当・惣菜など）」が、昨年調査より2.7ポイント増えて7.3%だった。自宅での食関連が支持される結果となった。

■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・2014年・2015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>）



<消費者意識>

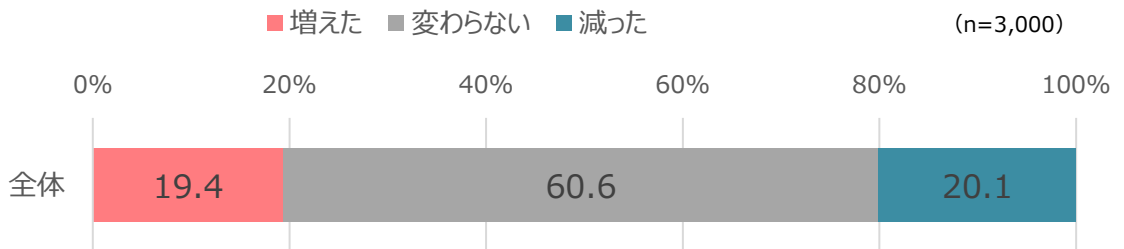
新型コロナの家計への影響

アドホック

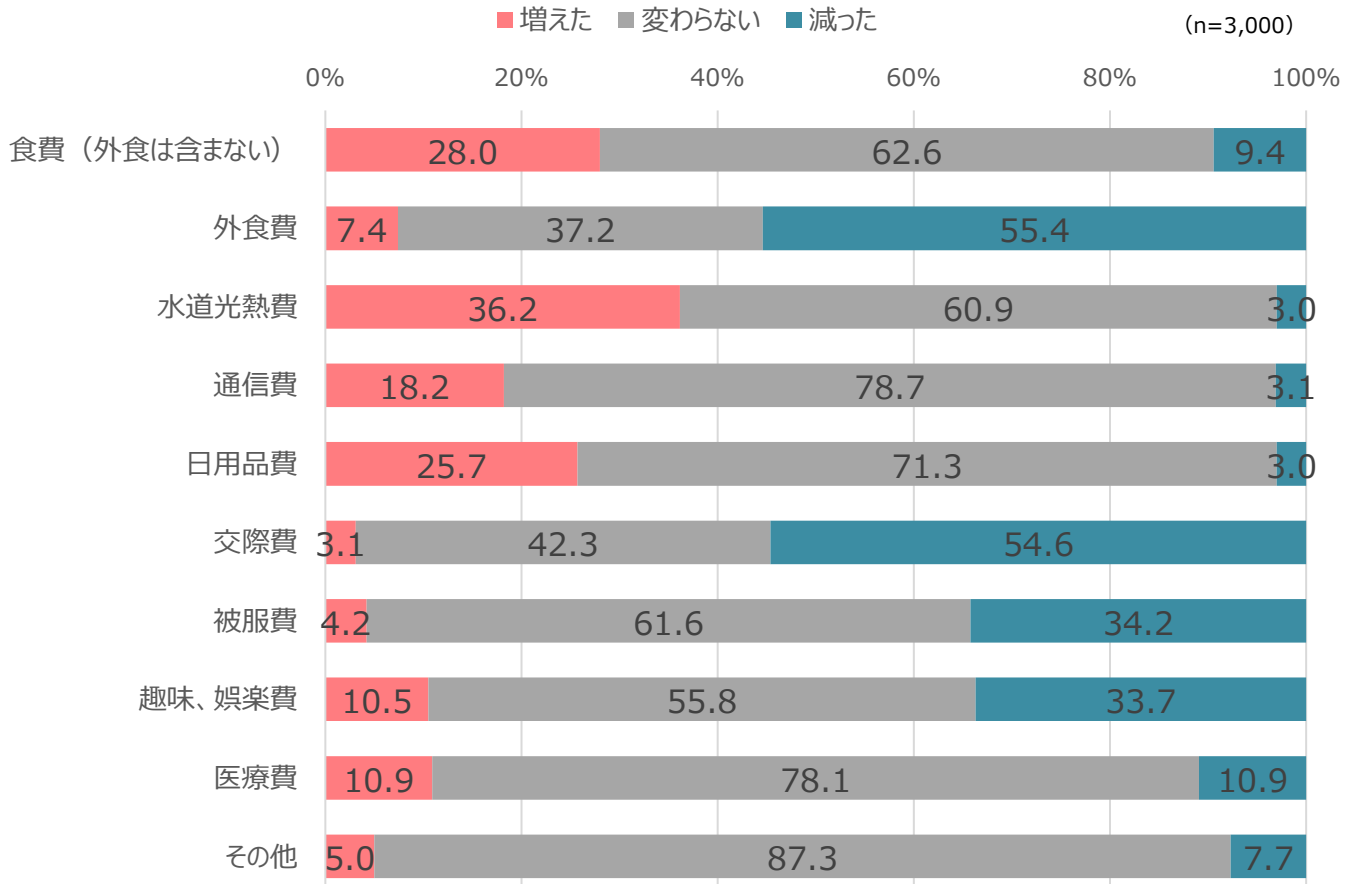
… 新型コロナ拡大前と現在を比べ、月のトータルの支出は「変わらない」が約6割
支出の項目で“増えた”の割合が高いのは「水道光熱費」「食費」「日用品費」、
“減った”の割合が高いのは「外食費」「交際費」

- ・ 新型コロナウイルス感染の拡大前（2020年1～3月頃）と比べて、現在、月のトータルの支出は「変わらない」が60.6%。「増えた」「減った」はそれぞれ約2割ずつとなった。
- ・ 各項目の支出の変化について、“増えた”の割合が30%前後と高かったのは「水道光熱費」36.2%、「食費（外食は含まない）」28.0%、「日用品費」25.7%。
“減った”の割合が50%を超えて高かったのは「外食費」55.4%、「交際費」54.6%だった。

■ 新型コロナの影響で、新型コロナ拡大前（2020年1～3月頃）と比べて、現在、月のトータルの支出にどのような変化がありましたか。（ひとつだけ）



■ 新型コロナの影響下において、各項目の支出にどのような変化がありましたか。（それぞれひとつだけ）



<消費者意識>

新型コロナの影響で支出が減った分のお金の使い道

アドホック

… 新型コロナの影響で支出が減った分のお金を「貯金をした」が最多

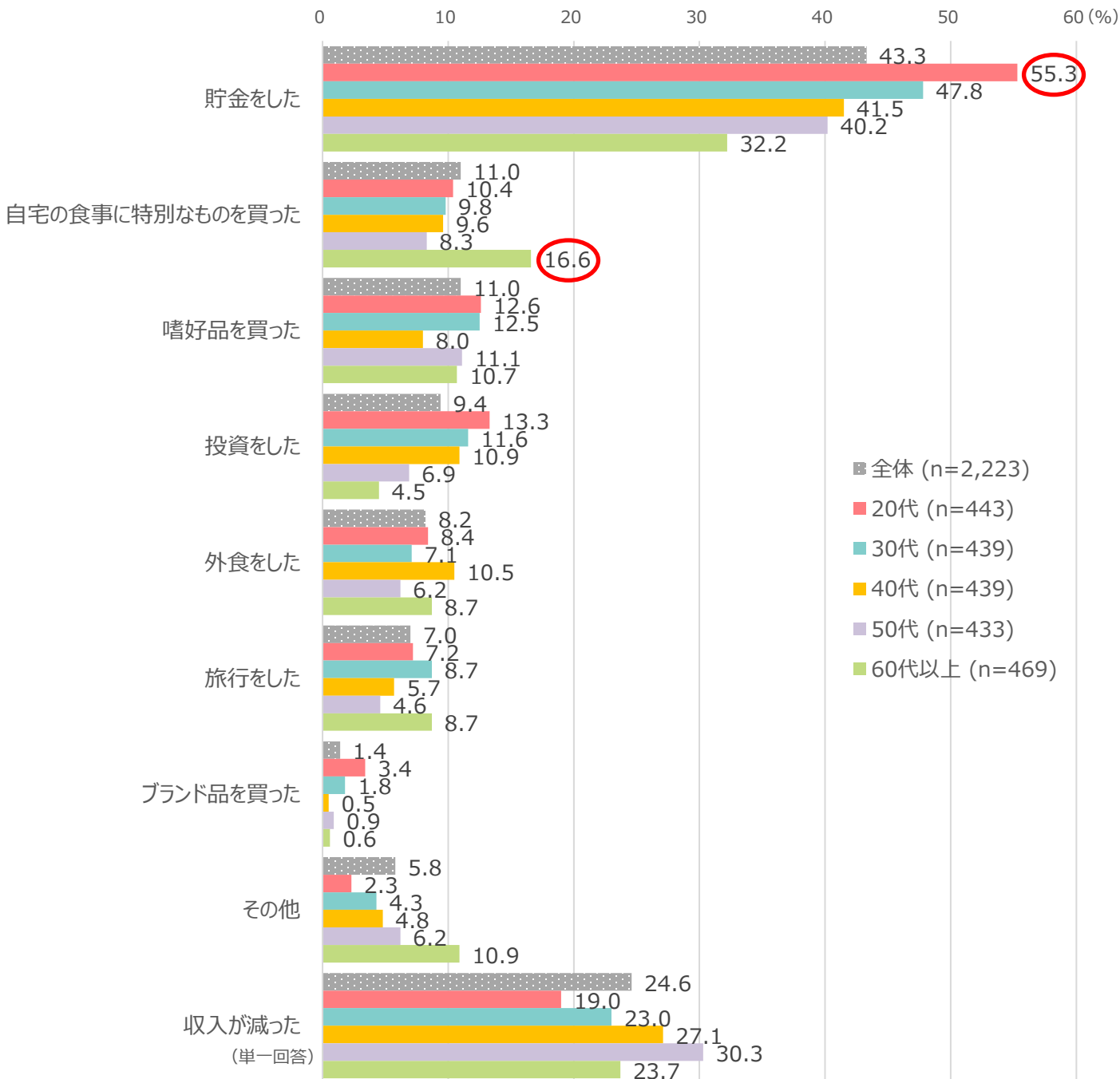
年代別で、20代は「貯金をした」(55.3%)、

60代以上は「自宅の食事に特別なものを買った」(16.6%)が、他の年代よりも高い

- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響で、支出が減った分のお金の使い道について、全体で「貯金をした」が43.3%で最多。年代の低いほど割合が高く、20代で50%を超えた。続いて、全体で「自宅の食事に特別なものを買った」「嗜好品を買った」がともに11.0%。「自宅の食事に特別なものを買った」では、60代以上が他の年代よりも高い16.6%となった。

■ 新型コロナの影響で、支出が減った分のお金を、今までに何かに使いましたか。(いくつでも)

※P.3 下段、家計の項目において、ひとつでも支出が「減った」と回答した方に聴取



<消費者意識>

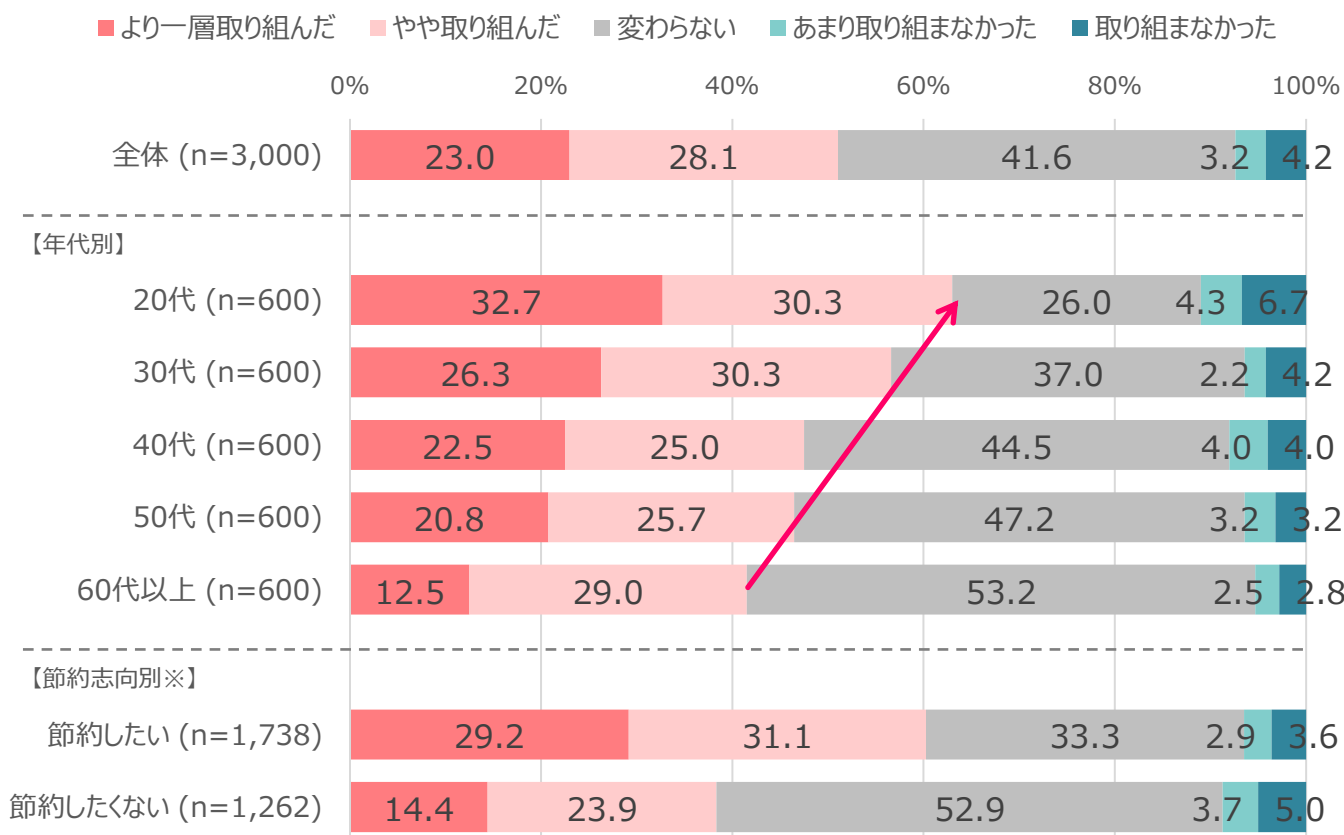
今年のポイ活実践度の変化

アドホック

… 今年、ポイ活に「より一層取り組んだ」「やや取り組んだ」合わせて約5割

- ・ 今年のポイ活実践度の変化について「より一層取り組んだ」は23.0%、「やや取り組んだ」は28.1%。
年代別でみると、年代が低いほど「取り組んだ」の割合が高く、
20代で「より一層取り組んだ」32.7%、「やや取り組んだ」30.3%。合わせると60%超となった。
また、節約志向別でみると、節約したい派で、「取り組んだ」の割合が高く、
節約したくない派より22.0ポイント高い結果となった。

■ 今年、ポイ活の実践度合いに、変化はありましたか。(ひとつだけ)



※ P.6 今月の家計の支出における節約志向別で集計しています。

<節約志向>

消費者の節約志向

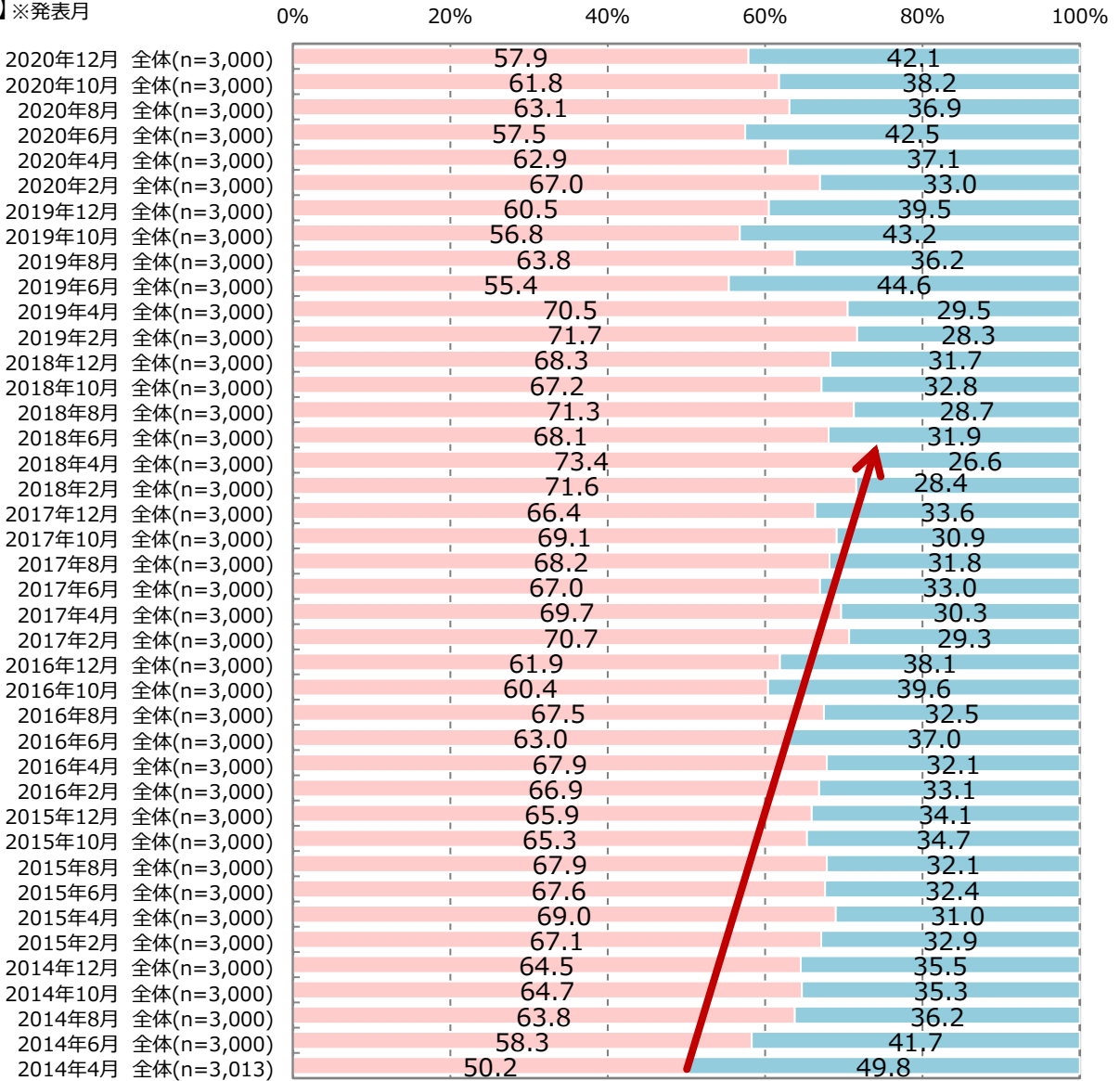
…「節約したい」派は57.9%となり、前回調査より3.9ポイント減少

- ・ 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、57.9%となった。前回の2020年10月調査の61.8%より、3.9ポイント減少した。

■ 今月の家計の支出を節約したい割合



【全体】※発表月



- ・ 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。

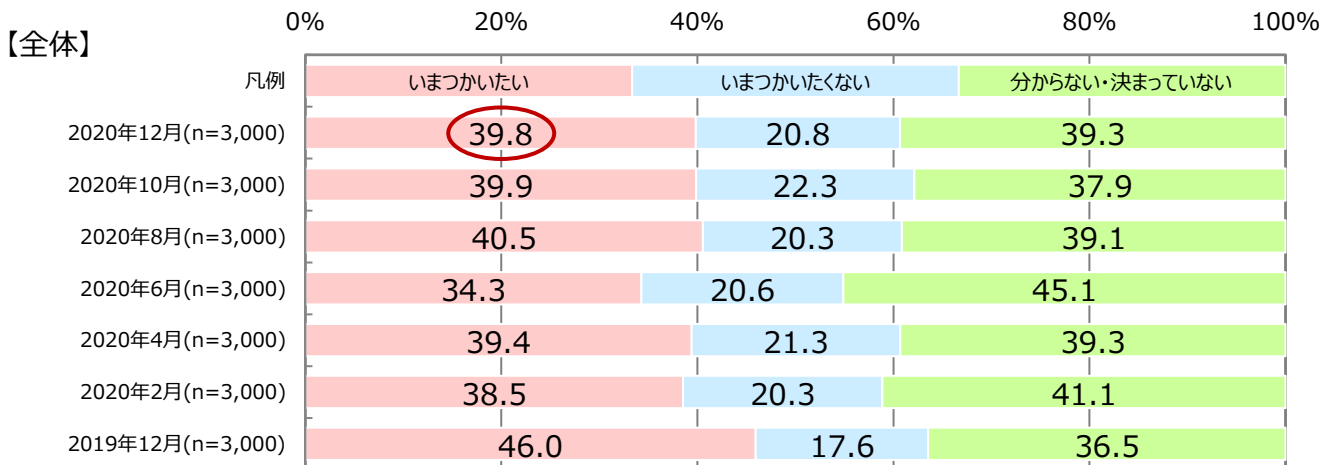
<ポイントサービスの利用意向>

ポイントの活用意識と節約志向

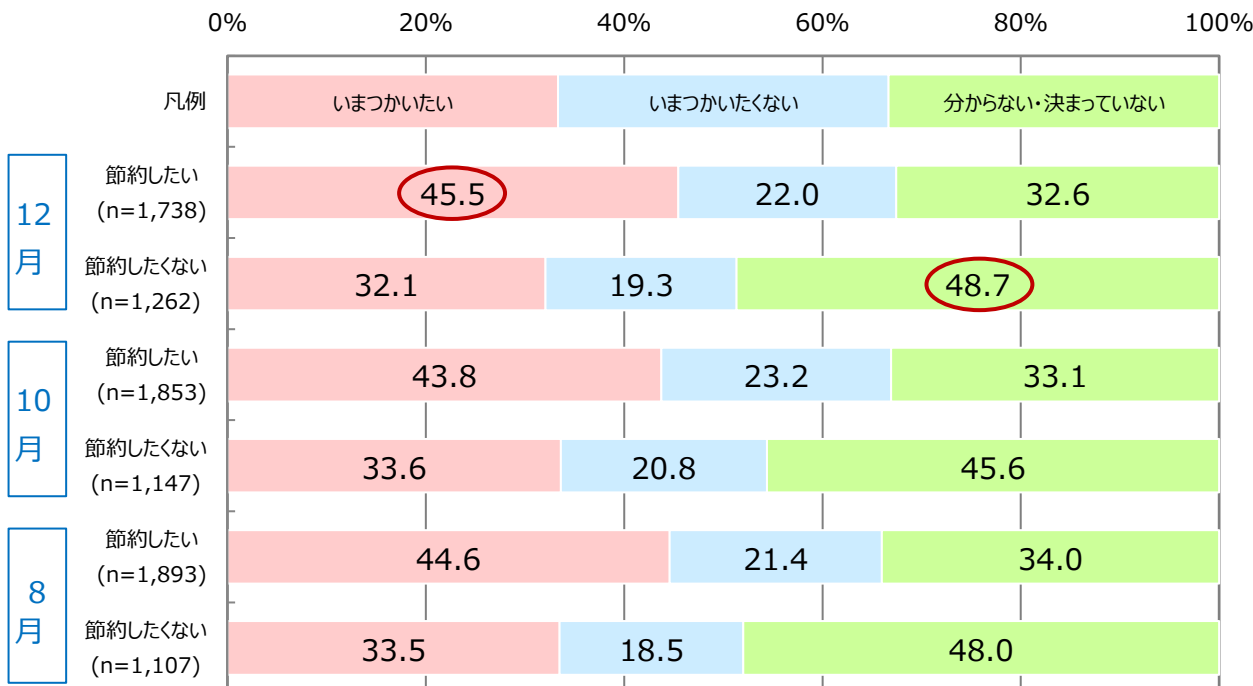
…「節約したくない」派では、「分からない・決まっていない」が48.7%と最も高く
「節約したい」派では、「いまつかいたい」が45.5%と最も高い
「節約したい」派に高いポイント活用意識が伺える

- ・いまPontaポイントをつかいたいかについて、「いまつかいたい」が、全体で最も高く、39.8%となった。
- ・節約志向の有無別でみると、「節約したくない」派では「分からない・決まっていない」が48.7%、「節約したい」派では「いまつかいたい」が45.5%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】 (2020年8月～2020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・消費したいもの、昨年調査と比べ、自宅での食関連が増加し、外食関連は減少
おうち時間の増加による、食事シーンの「巣ごもり消費」か

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、本調査が8回目となります。今年、**1位は「食品（ふだん食べるもの）」で、過去最も高い49.3%**となりました。昨年調査と比較すると6.1ポイント増加しており、これは上位10項目の中で、増加幅が最も大きくなっています。2位は「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」で38.1%、3位は「酒類」で15.9%。それぞれ、過去最高の割合でした。**上位3位を自宅での食関連が占める結果**となりました。また、6位の「料理品宅配と中食」は昨年調査より2.7ポイント増えて7.3%となり、こちらも過去最高の割合でした。一方で**外食関連はそれぞれ、昨年調査より減少**しており、「食堂・レストラン、和・洋・中ほか専門店」（3.2ポイント減）、「ファミリーレストラン」（0.1ポイント減）、「居酒屋・ビアホール」（0.5ポイント減）となりました。

今年新型コロナウイルス感染の拡大をうけて、おうち時間が増加しているといわれています。本調査では、外食関連が減り、自宅での食関連が増えて、それぞれが過去最も高い割合となり、**食事シーンにおける「巣ごもり消費」がうかがえる結果**となりました。

— 新型コロナウイルス感染の拡大で、支出が減った分のお金の使い道、「貯金をした」が最多
若年層ほど、貯金の割合が高い

今年、新型コロナウイルス感染の拡大で、人々の暮らしが変化したことで、家計の支出にどのような影響があったかを調査しました。

まず、新型コロナ拡大前（2020年1～3月頃）と比べて、現在、月のトータルの支出の変化について、「変わらない」が60.6%で最も高い割合となりました。続いて、家計の項目に分けてそれぞれ、支出の変化をきいたところ、「増えた」の割合が高いのは「水道光熱費」36.2%、「食費（外食は含まない）」28.0%、「日用品費」25.7%でした。「減った」の割合が高かったのは「外食費」55.4%、「交際費」54.6%で、それぞれ50%を超えました。**項目ごとに“増えた”、“減った”割合に違いがあるものの、月のトータルで見ると、支出は「変わらない」という様子**がうかがえます。

また、家計の項目でひとつでも「減った」と回答した方に、支出が減った分のお金を、今まで何かに使ったかを聴取しました。**1位は「貯金をした」で43.3%**でした。年代の低いほど、割合が高くなっており、20代で55.3%となりました。60代以上（32.2%）と比べると、23.1ポイント高くなっています。また、4位の「投資をした」（9.4%）でも、年代の低いほど、割合が高くなっています（20代：13.3%、60代以上：4.5%）。**若年層に、高い貯蓄意識**がうかがえます。**2位は「自宅の食事に特別なものを買った」「嗜好品を買った」でそれぞれ11.0%**でした。支出が減った分、特別なもの・好きなものを購入し、生活に楽しみを作っている様子が見えます。一方、「収入が減った」（単一回答）は24.6%となりました。

— 今年、ポイ活に「より一層取り組んだ」「やや取り組んだ」は、20代で60%超

今年のポイ活実践度の変化について、全体で「より一層取り組んだ」は23.0%、「やや取り組んだ」は28.1%となり、合わせると51.1%となりました。**今年、半数の人が以前よりもポイ活に取り組んだ様子**がうかがえます。年代別で見ると、年代が低いほど、「取り組んだ」の割合が高く、**20代で「より一層取り組んだ」32.7%、「やや取り組んだ」30.3%となり、合わせると63.0%**でした。また、節約志向別で見ると、節約したい派で「より一層取り組んだ」29.2%、「やや取り組んだ」31.1%となりました。**節約志向のある人は、お金のやりくりを考え、ポイントも活用しようとしている様子**がうかがえます。

<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）
- 第40回調査実施・・・2020年3月27日（金）～3月28日（土）（調査発表2020年4月23日）
- 第41回調査実施・・・2020年5月29日（金）～5月31日（日）（調査発表2020年6月24日）
- 第42回調査実施・・・2020年7月29日（水）～7月31日（金）（調査発表2020年8月27日）
- 第43回調査実施・・・2020年9月26日（土）～9月28日（月）（調査発表2020年10月29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9,850万人（2020年11月末日）を有する共通ポイントサービスで、提携企業133社（2020年12月1日）、日本全国約24万店（2020年5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/>