

Pontaリサーチ会員3,000人に聞いた
第2回 Ponta消費意識調査 2013年12月

**年末年始に購入・消費したい…1位は「食品（お取り寄せなど）」（29.2%）
 83.6%が「ポイントは来店、商品・サービス購入のきっかけになる」と回答**

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2回 Ponta消費意識調査 2013年12月」を実施いたしましたので、ご報告いたします。

<消費者意識>

・いま購入・消費したい商品・サービス<前回調査比ポイント増加トップ20>

1位「衣服」4.2ポイント増、2位「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」3.4ポイント増、3位「タブレット端末」2.9ポイント増

「衣服」は冬物への衣替え、「タブレット端末」は各社の新商品発売など、季節性、話題性に関わっているようです。（P3）

・年末年始に購入・消費したい商品・サービス…1位「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」（29.2%）

クリスマスやお正月のイベントを反映した商品、サービスに伸びが見られ、季節性が反映されていることが読み取れます。（P4）

・消費税率引き上げ前に購入・消費したい商品・サービス…1位「住居関連」（21.4%）、2位「食関連」（14.9%）

前回調査比で増加幅が大きかったのは、2位「食関連」（3.0ポイント増）、4位「服飾関連」（3.2ポイント増）。消費税率引き上げの現実感が増し、日々の暮らしに関わる「衣・食」の分野での購入意向が高まっているようです。（P5）

<ポイント利用意向>

◆Pontaポイントがたまる／つかえることは来店、商品・サービス購入のきっかけとなるか？

・全体：「きっかけになる」と83.6%が回答。

・年代別：男性20代・40代、女性20代～50代で85%超が「きっかけになる」と回答。

・男女別：「きっかけになる」と回答した割合は男性に比べ女性が高い。（P6）

<調査概要>

調査方法：インターネット調査

調査期間：2013年10月30日（水）～11月1日（金）

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：3,005人 男性、女性×年代別（20・30・40・50・60代以上）の各10セルで300サンプル以上

※1…前回の調査は、男女20代～70代以上の12セルで実施 ※2…回答は小数点第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の提供を目指しています。



日本全国 たまる・つかえる 共通ポイントサービス「Ponta」

<消費者意識>

いま購入・消費したい商品・サービス

トップ10は前回調査と同様に「衣・食」と「旅」カテゴリが多くランクイン。
タブレット端末も20位に。

- ・今回調査のトップ10の商品・サービスに前回の順位から変動はありませんでした。カテゴリとしては衣・食+余暇（旅）が多くランクインしています。
- ・タブレット端末が20位（前回調査比2.9ポイント増、前回順位22位）に入りました。アップル社の「iPad Air」やマイクロソフト社の「Surface 2」などのタブレット新製品発売が話題となった影響が見てとれます。

■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）

順位	商品・サービス	カテゴリ	今回調査	前回調査	前回順位
1	食品（ふだん食べるもの）	食・嗜好品	65.8	66.3	1
2	旅行（宿泊を伴うもの）	余暇活動	52.8	52.3	2
3	衣服	服飾	50.4	46.2	3
4	くつ	服飾	41.4	39.3	4
5	外食（食堂・レストラン、和・洋・中ほか専門店）	食・嗜好品	34.5	34.8	5
6	パソコン	通信・メディア	32.8	32.6	6
7	旅行（日帰り）	余暇活動	32.3	30.6	7
8	食品（お取り寄せなど、特別なもの）	食・嗜好品	31.8	28.4	8
9	かばん	服飾	28.5	28.0	9
10	家電（AV系、テレビ・DVDレコーダーなど）	住居	25.6	25.3	10
11	家電（キッチン・生活系、冷蔵庫、電子レンジなど）	住居	24.7	23.8	12
12	映画鑑賞	余暇活動	24.4	24.8	11
13	酒類	食・嗜好品	22.5	21.1	15
14	自動車（四輪）	自動車	21.6	21.8	14
15	化粧品	健康・美容	21.3	20.3	19
16	書籍・雑誌	通信・メディア	21.3	23.0	13
17	携帯電話	通信・メディア	21.1	20.9	16
18	観劇・コンサート	余暇活動	20.3	20.6	18
19	外食（ファミリーレストラン）	食・嗜好品	19.7	20.2	20
20	タブレット端末	通信・メディア	19.7	16.7	22

※全70項目のうち上位20位を抜粋。上位10項目を赤く表示しています。

※小数点第2位以下を四捨五入しているため、%の値が同じでも順位が異なる商品・サービスがあります。

＜消費者意識＞

いま購入・消費したい商品・サービス ＜前回調査比ポイント増加トップ20＞

… 1位「衣服」 4.2ポイント増

2位「食品（お取り寄せなど）」 3.4ポイント増

3位「タブレット端末」 2.9ポイント増

・「衣服」（1位）や「くつ」（4位）の増加は、衣替えの時期でコートやブーツなど冬物衣類の購入意向があらわれているようです。

・3位には「タブレット端末」が入りました。9位に「スポーツ観戦」、11位に「スポーツ（実践）」が入っており、2020年東京オリンピック開催決定、プロ野球日本シリーズ、米メジャーリーグのワールドシリーズと、話題性のあるトピックスが続いている影響が見てとれます。

■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）

順位	商品・サービス	カテゴリー	前回 調査比 (ポイント増)	今回 調査 (%)
1	衣服	服飾	4.2	50.4
2	食品（お取り寄せなど、特別なもの）	食・嗜好品	3.4	31.8
3	タブレット端末	通信・メディア	2.9	19.7
4	くつ	服飾	2.1	41.4
5	家電（健康・美容系、空気清浄器、マッサージ機など）	住居	1.8	16.2
6	旅行（日帰り）	余暇活動	1.7	32.3
7	テーマパーク・遊園地	余暇活動	1.5	16.5
8	ビデオゲーム機	通信・メディア	1.4	7.9
9	スポーツ観戦	余暇活動	1.4	13.4
10	酒類	食・嗜好品	1.4	22.5
11	スポーツ（実践）	余暇活動	1.2	11.5
12	ビデオゲームソフト	通信・メディア	1.2	8.5
13	外食（ファストフード）	食・嗜好品	1.2	18.8
14	家電（オーディオ系、MP3プレーヤーなど）	住居	1.0	14.3
15	子どもの教育	その他	0.9	8.0
16	化粧品	健康・美容	0.9	21.3
17	動画・音楽ダウンロード	通信・メディア	0.9	7.7
18	住替え（賃貸）	住居	0.9	4.0
19	家電（キッチン・生活系、冷蔵庫、電子レンジなど）	住居	0.8	24.7
20	外食（居酒屋・ビアホール）	食・嗜好品	0.8	17.2

※全70項目のうち上位20位を抜粋。前回調査より増加した上位10項目を赤く表示しています。

※小数点第2位以下を四捨五入しているため、%の値が同じでも順位が異なる商品・サービスがあります。

日本全国 たまる・つかえる 共通ポイントサービス「Ponta」

<消費者意識>

年末年始に購入・消費したい商品・サービス

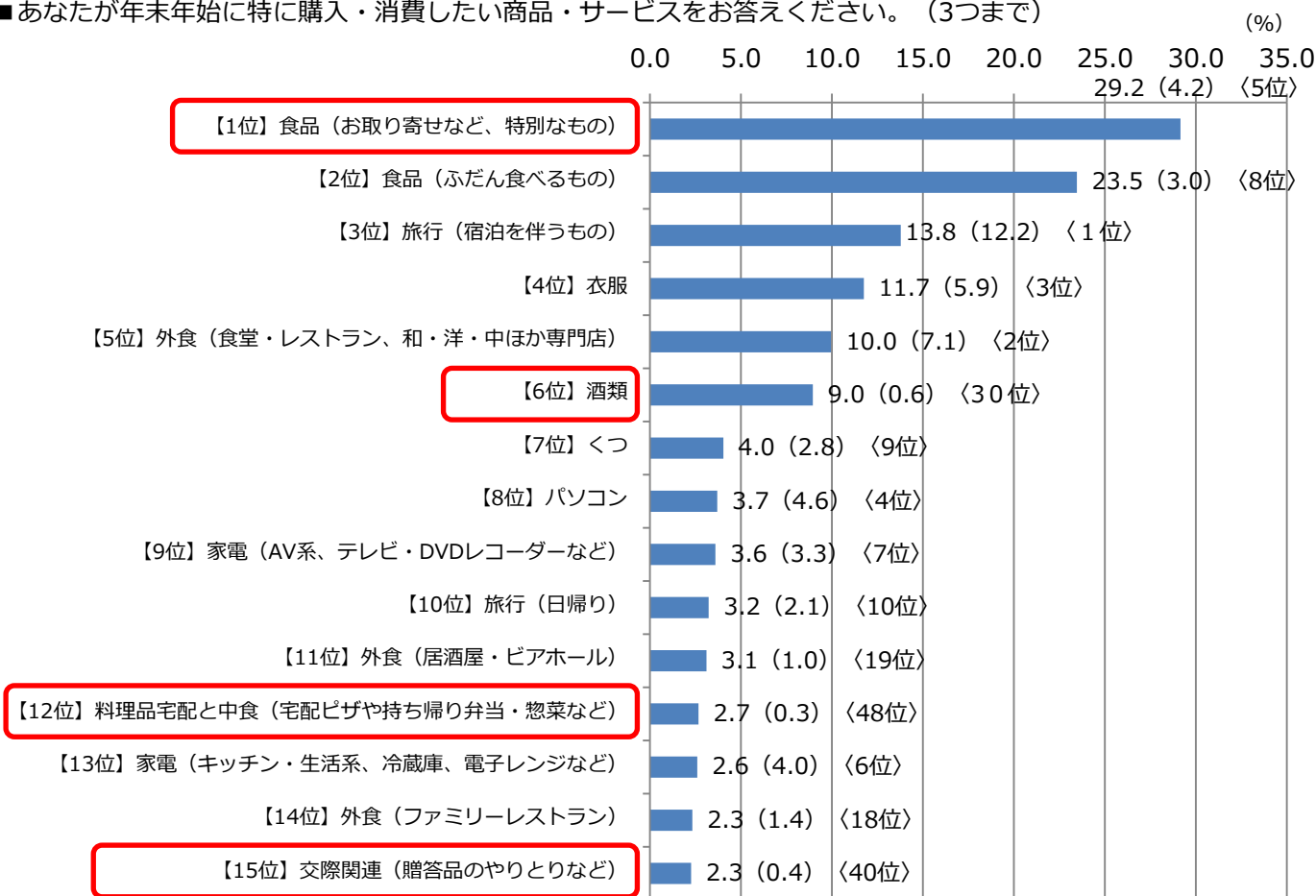
…1位「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」（29.2%）

2位「食品（ふだん食べるもの）」（23.5%）

3位「旅行（宿泊を伴うもの）」（13.8%）

・年末年始は、クリスマスやお正月等、パーティ・集まりなどで食品お取り寄せや料理宅配が活用されることも多い季節でもあり、1位に「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」、6位に「酒類」、12位に「料理品宅配と中食」がランクイン。また、3位に冬休みと関連する「旅行（宿泊を伴うもの）」、15位にクリスマスプレゼントやお歳暮など贈答品のやり取りと関連する「交際関連」がランクインするなど、季節性が反映された結果となりました。

■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）



特になし：11.8%
（前回調査：14.0%）

※参考値として、前回調査「冬のボーナスで購入・消費したい商品・サービス」を記載。（ ）は前回値、〈 〉は前回順位。

<消費者意識>

消費税率引き上げ前に購入・消費したい商品・サービス

…1位「住居関連（住宅関連、家電、インテリアなど）」（21.4%）

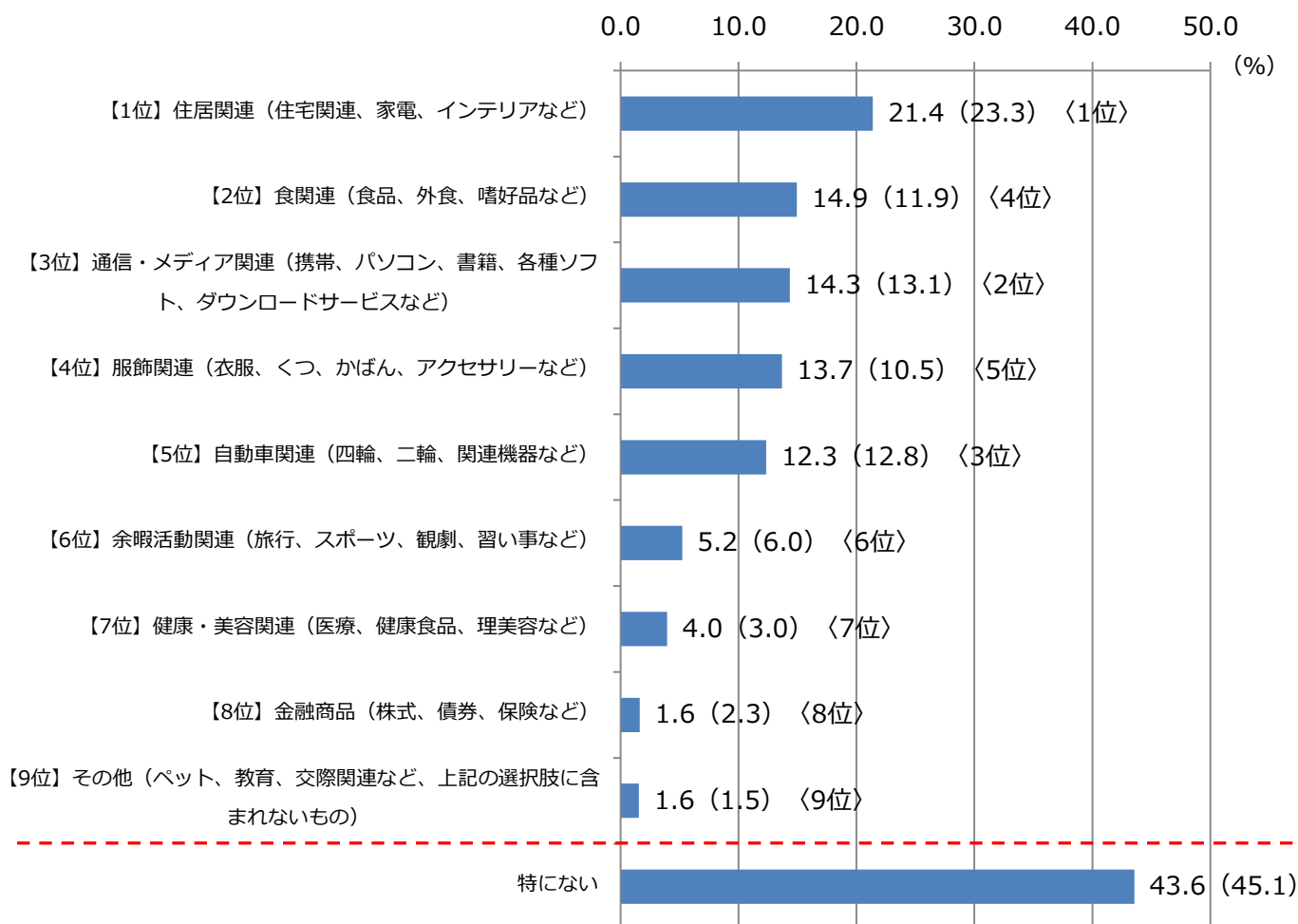
2位「食関連」（14.9%）

3位「通信・メディア関連」（14.3%）

・1位は住居関連（21.4%）、2位は食関連（14.9%）、3位が通信・メディア関連（14.3%）となりました。

・前回調査比で増加幅が大きかったのは、4位の服飾関連（3.2ポイント増）、2位の食関連（3.0ポイント増）です。2014年4月の消費税率引き上げが迫るなか、日々の暮らしに深く関わる「衣・食」の分野の購入意向の高まりが影響しているといえそうです。

■消費税率引き上げを踏まえて引き上げ前に、
あなたが特に購入・消費したい商品・サービスの分野をお答えください。（2つまで）



※（ ）は前回値、〈 〉は前回順位

＜ポイント利用意向＞「ためる」「つかう」意識

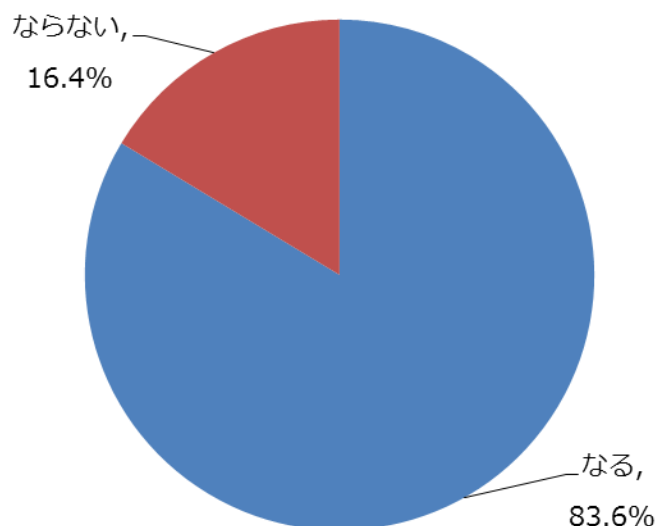
ポイントは来店、商品・サービス購入のきっかけになるか？

… 83.6% が「きっかけになる」と回答

- ・Pontaポイントがたまる／つかえることが、来店、商品・サービスの購入きっかけになるかをたずねると、83.6% が「なる」と回答しました。
- ・年代別では、男性20代・40代、女性20代～50代で85%超が「きっかけになる」と回答。男女別では、「きっかけになる」と回答した割合は男性に比べ女性が高い結果となりました。

- あなたは今まで利用しなかったお店で、Pontaポイントがたまる／つかえるのならばそれはそのお店に行く、もしくはそのお店で商品・サービスを購入するきっかけになりますか。（ひとつだけ）。

【全体】



【性・年齢別】

(%)

		なる	ならない
全体		83.6	16.4
男性全体		82.4	17.6
男性	20代	85.7	14.3
	30代	82.3	17.7
	40代	85.8	14.2
	50代	79.7	20.3
	60代以上	78.7	21.3
女性全体		84.8	15.2
女性	20代	87.4	12.6
	30代	85.3	14.7
	40代	86.3	13.7
	50代	85.7	14.3
	60代以上	79.4	20.6

日本全国 たまる・つかえる 共通ポイントサービス「Ponta」

<ポイント利用意向> 便利なため方・つかい方

・本アンケート回答のうち、2,234人のPontaリサーチ会員の方から、Pontaカード（ポイント）の便利な「ため方」「つかい方」についての自由回答が寄せられました。

その回答の中から、特長的な内容をご紹介します。

■あなたのPontaカード（ポイント）の便利なため方・つかい方をお答えください。（具体的に）

●ポイントだけでなく、「Pontaタイム」の「ハッピー」を集めたいので、コンビニならローソン、ファーストフードならKFC、ピザならピザハット、海外旅行ならH.I.S.と、格安だけでなくPontaポイントがつくものを選んでいる。（女性30代）

→提携社での買い物でPontaポイントがたまりますが、さらにスマートフォンアプリ「Pontaタイム（Pontaタイム）」でバッジを獲得するための「ハッピー」もたまることから、複数の提携社をご利用いただいているという声も寄せられました。

※「Pontaタイム（Pontaタイム）」は、バッジを集めて遊びながらPontaポイントをためることができる、おトクなスマートフォン向け無料アプリです。

●ローソンの「Loppiお試し引換券」の状況を見て、ローソンに行く機会が増え、同時にその他の商品を購入する機会が増えます。「Loppiお試し引換券」で得られた商品の情報を蓄積して、その企業に興味を持ちたり継続してその商品を購入したり、類似の商品を選ぶ傾向にあります。（女性30代）

→提携社のローソンで利用できる「Loppiお試し引換券」に関する好意的な回答が数多く寄せられました。

<「Pontaリサーチ」について>

共通ポイントサービス「Ponta」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://research.ponta.jp/top/>

<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。

Pontaリサーチ

【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5,914万人（2013年11月30日時点）を有する共通ポイントサービスで、提携企業70社、日本全国約22,500店（2013年11月1日時点）にて利用が可能です。

Ponta公式サイト「Ponta.jp」 : <http://www.ponta.jp/>

Ponta公式Twitter : <https://twitter.com/Ponta>

Ponta公式Facebook : <https://www.facebook.com/ponta.official>