

2017年10月31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25回 Ponta消費意識調査 2017年10月**

**－「勤労感謝の日」に関する消費者意識－  
贈り物やご馳走等をする相手の1位は「配偶者」  
共通ポイントを活用したい相手の1位は「自分」**

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25回 Ponta消費意識調査 2017年10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>

- ・ 「勤労感謝の日」の贈り物やご馳走等の意向 (P2)  
「勤労感謝の日」に贈り物やご馳走等をする人は30.6%  
若い人ほど、贈り物やご馳走等をする傾向に
- ・ 「勤労感謝の日」に贈り物やご馳走等をする相手 (P2)  
「勤労感謝の日」に贈り物やご馳走等をする相手は 1位「配偶者」、2位「自分」、3位「親」
- ・ 「勤労感謝の日」の贈り物にける金額 (P3)  
自分以外に贈る人は「3,000円以上5,000円未満」が最も多く  
自分に贈る人は「5,000円以上10,000円未満」が最も多い
- ・ 「勤労感謝の日」に共通ポイントを活用したい相手 (P4)  
「勤労感謝の日」に共通ポイントを活用したい相手は 1位「自分」、2位「配偶者」、3位「親」

<「冬のボーナス」の使い道>

- ・ 1位の「貯金・預金」は過去最高を更新し、初の4割超え (P5)

<調査概要>

調査方法：インターネット調査

調査期間：2017年9月29日（金）～10月4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

※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を提供しています。

## <消費者意識>

### 「勤労感謝の日」の贈り物やご馳走等の意向

…「勤労感謝の日」に贈り物やご馳走等をする人は30.6%  
若い人ほど、贈り物やご馳走等をする傾向に

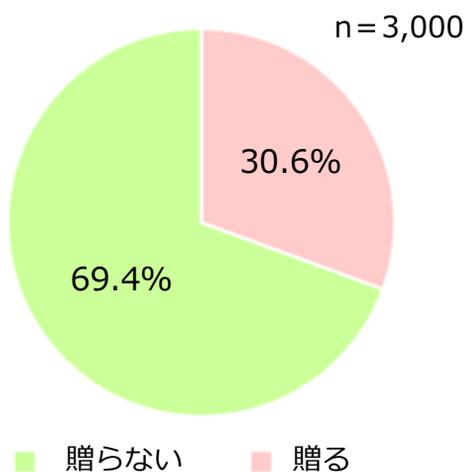
- 今年の「勤労感謝の日」に贈り物やご馳走等をする人は30.6%と約3人に1人でした。贈り物やご馳走等をする人を年代別に見ると、20代は38.5%、30代は33.8%と他の年代に比べて高く、若い人ほど贈り物やご馳走等をする傾向が読み取れます。

### 「勤労感謝の日」に贈り物やご馳走等をする相手

…「勤労感謝の日」に贈り物やご馳走等をする相手は1位「配偶者」、2位「自分」、3位「親」

- 今年の「勤労感謝の日」に贈り物やご馳走等をする相手は1位「配偶者」（35.6%）、2位「自分」（34.6%）、3位「親」（24.4%）でした。年代別に見ると、50代と60代以上では「配偶者」に贈る人が過半数となり、20代では「親」に贈る人が46.8%と最多でした。

### ■今年の「勤労感謝の日」に贈り物やご馳走等をする人の割合（単一回答）



#### <年代別>

	n	贈る	贈らない
全体	3,000	30.6%	69.4%
20代	600	38.5%	61.5%
30代	600	33.8%	66.2%
40代	600	29.5%	70.5%
50代	600	26.3%	73.7%
60代以上	600	24.7%	75.3%

- ・贈る…贈る相手を選んだ方を合計した割合
- ・贈らない…「贈らない」と回答した方の割合

### ■今年の「勤労感謝の日」に贈り物やご馳走等をする相手（単一回答）

・対象：「贈らない」と回答した方を除く

年代	選択肢※	n	自分	配偶者	親	子供	兄弟・姉妹	先輩	後輩	上司	部下	同僚	その他
全体		917	34.6%	35.6%	24.4%	3.2%	0.8%	0.2%	0.2%	0.3%	0.1%	0.1%	0.5%
20代		231	34.6%	15.2%	46.8%	-	0.9%	0.4%	-	0.9%	-	0.4%	0.9%
30代		203	36.5%	32.0%	27.1%	2.0%	1.0%	0.5%	0.5%	-	-	-	0.5%
40代		177	36.7%	36.7%	20.9%	4.0%	0.6%	-	-	0.6%	-	-	0.6%
50代		158	29.7%	53.2%	10.1%	5.7%	0.6%	-	-	-	0.6%	-	-
60代以上		148	34.5%	52.0%	5.4%	6.1%	0.7%	-	0.7%	-	-	-	0.7%

【参考】<設問> 今年の「勤労感謝の日」に贈り物やご馳走等をする相手についてお伺いします。  
最も該当するものをお答えください。（「贈らない」を含む選択肢※より単一回答）

## &lt;消費者意識&gt;

## 「勤労感謝の日」の贈り物にける金額

…自分以外に贈る人は「3,000円以上5,000円未満」が最も多く  
 自分に贈る人は「5,000円以上10,000円未満」が最も多い

- 今年の「勤労感謝の日」の贈り物にける金額は、自分以外に贈る人では「3,000円以上5,000円未満」が24.0%と最も多く、自分に贈る人では「5,000円以上10,000円未満」が21.5%と最多でした。
- 5,000円以上と回答した人の割合は、自分以外に贈る人では全体の37.8%、自分に贈る人では全体の45.1%でした。自分に贈る人は、自分以外に贈る人と比べて7.3ポイント高い結果でした。

## ■今年の「勤労感謝の日」で自分以外に贈り物をする場合の予算（単一回答）

・対象：自分以外に贈り物をする回答した方

	n	1,000円未満	1,000円以上 2,000円未満	2,000円以上 3,000円未満	3,000円以上 5,000円未満	5,000円以上 10,000円未満	10,000円以上 20,000円未満	20,000円以上 30,000円未満	30,000円以上 50,000円未満	50,000円以上 100,000円未満	100,000円以上
全体	600	8.0%	14.2%	16.0%	24.0%	22.2%	9.0%	2.5%	2.3%	1.3%	0.5%
20代	151	9.9%	17.9%	18.5%	25.2%	19.9%	4.6%	2.0%	1.3%	0.7%	-
30代	129	7.0%	12.4%	17.8%	22.5%	25.6%	10.9%	1.6%	0.8%	1.6%	-
40代	112	10.7%	12.5%	15.2%	30.4%	17.0%	7.1%	1.8%	3.6%	1.8%	-
50代	111	7.2%	13.5%	12.6%	21.6%	25.2%	13.5%	1.8%	2.7%	0.9%	0.9%
60代以上	97	4.1%	13.4%	14.4%	19.6%	23.7%	10.3%	6.2%	4.1%	2.1%	2.1%

## ■今年の「勤労感謝の日」で自分に贈り物をする場合の予算（単一回答）

・対象：自分に贈り物をする回答した方

	n	1,000円未満	1,000円以上 2,000円未満	2,000円以上 3,000円未満	3,000円以上 5,000円未満	5,000円以上 10,000円未満	10,000円以上 20,000円未満	20,000円以上 30,000円未満	30,000円以上 50,000円未満	50,000円以上 100,000円未満	100,000円以上
全体	317	19.6%	12.0%	11.0%	12.3%	21.5%	10.4%	4.4%	4.7%	2.2%	1.9%
20代	80	28.8%	6.3%	15.0%	12.5%	22.5%	10.0%	1.3%	2.5%	-	1.3%
30代	74	23.0%	20.3%	9.5%	12.2%	13.5%	9.5%	4.1%	4.1%	2.7%	1.4%
40代	65	15.4%	10.8%	12.3%	12.3%	23.1%	7.7%	7.7%	4.6%	4.6%	1.5%
50代	47	19.1%	8.5%	6.4%	12.8%	21.3%	14.9%	6.4%	6.4%	-	4.3%
60代以上	51	5.9%	13.7%	9.8%	11.8%	29.4%	11.8%	3.9%	7.8%	3.9%	2.0%

【参考】 <設問> あなたが自分以外（または自分）に贈り物をするなら、予算はいくらまでか、お答えください。

## <消費者意識>

### 「勤労感謝の日」に共通ポイントを活用したい相手

…「勤労感謝の日」に共通ポイントを活用したい相手は1位「自分」、2位「配偶者」、3位「親」

- 今年の「勤労感謝の日」に共通ポイントを活用したい相手は1位「自分」（54.5%）、2位「配偶者」（25.7%）、3位「親」（15.1%）でした。年代別に見ると、20代では「親」が33.5%と最多でした。

### ■今年の「勤労感謝の日」に共通ポイントを活用したい相手（単一回答）

・対象：「贈らない」と回答した方を除く

年代	選択肢※ n	自分	配偶者	親	子供	兄弟・ 姉妹	先輩	後輩	上司	部下	同僚	その他
全体	1,800	54.5%	25.7%	15.1%	3.2%	0.6%	-	0.1%	0.2%	-	0.1%	0.6%
20代	355	51.5%	12.4%	33.5%	-	0.8%	-	0.3%	0.3%	-	0.3%	0.8%
30代	372	50.8%	23.9%	21.0%	2.7%	0.8%	-	0.3%	0.3%	-	-	0.3%
40代	363	56.2%	28.1%	12.1%	3.3%	0.3%	-	-	-	-	-	-
50代	364	58.0%	29.9%	6.6%	4.7%	0.3%	-	-	-	-	-	0.5%
60代以上	346	56.1%	34.1%	2.0%	5.5%	0.9%	-	-	0.3%	-	-	1.2%

【参考】 <設問> あなたがお持ちの共通ポイントを「勤労感謝の日」に活用するとしたら誰のために使いますか？  
最も該当するものをお答えください。（「贈らない」を含む選択肢※より単一回答）

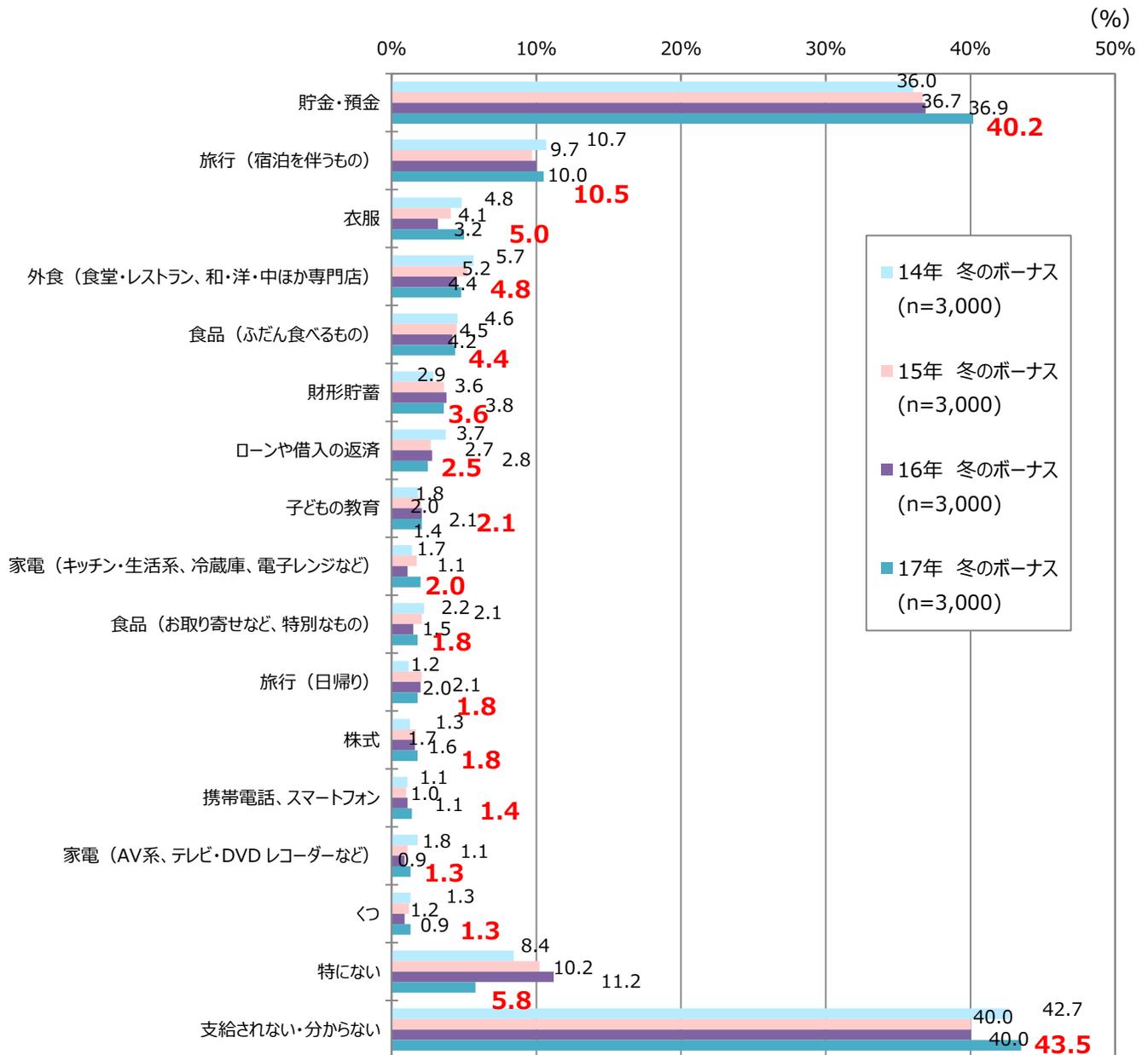
## <消費者意識>

### 「冬のボーナス」の使い道

…1位の「貯金・預金」は過去最高を更新し、初の4割超え

- ・「冬のボーナス」の使い道の1位は「貯金・預金」となり、40.2%と初めて4割を超えた。「貯金・預金」の聴取を開始した2014年冬より1位が続き、高まる“貯蓄”意識がうかがえる。

### ■今年の冬のボーナスの使い道を教えてください。（3つまでの複数回答）



※今回調査で1%以上の項目を抜粋  
 ※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  
 ※14年～15年10月の数字は「携帯電話、スマートフォン」ではなく「携帯電話」で聴取

## <消費者意識>

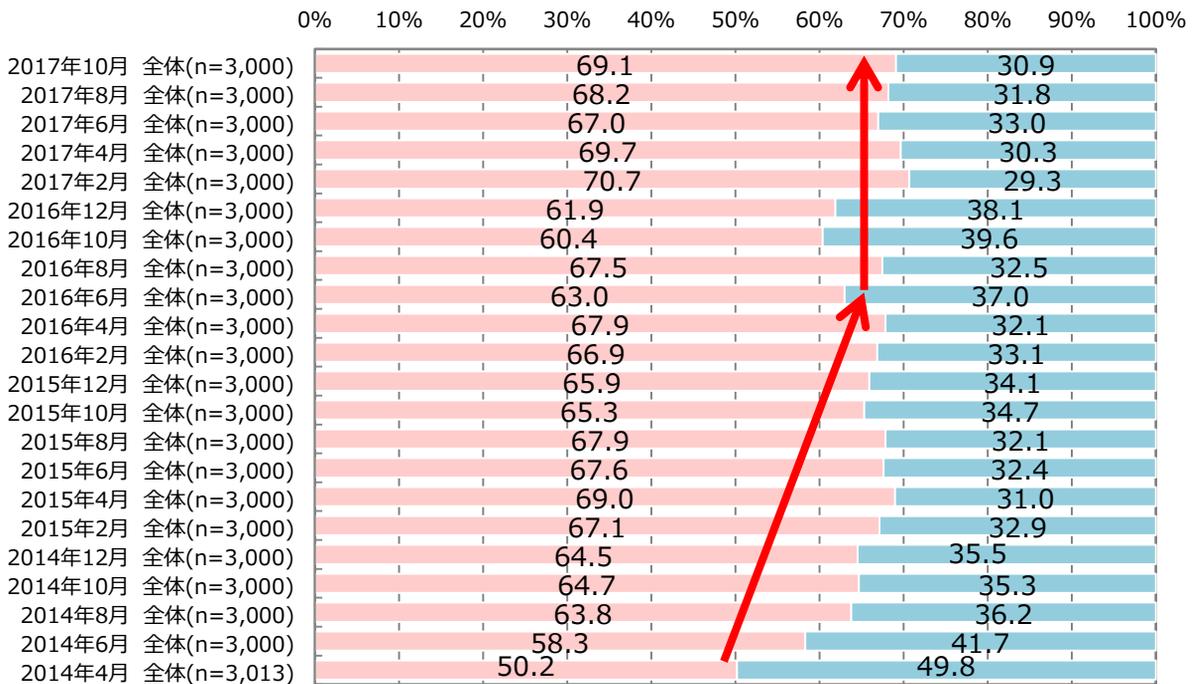
### 消費者の節約志向

… 「節約したい」派は69.1%

- ・ 「節約したい」派は69.1%となり、引き続き、高水準で推移している。

### ■ 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。

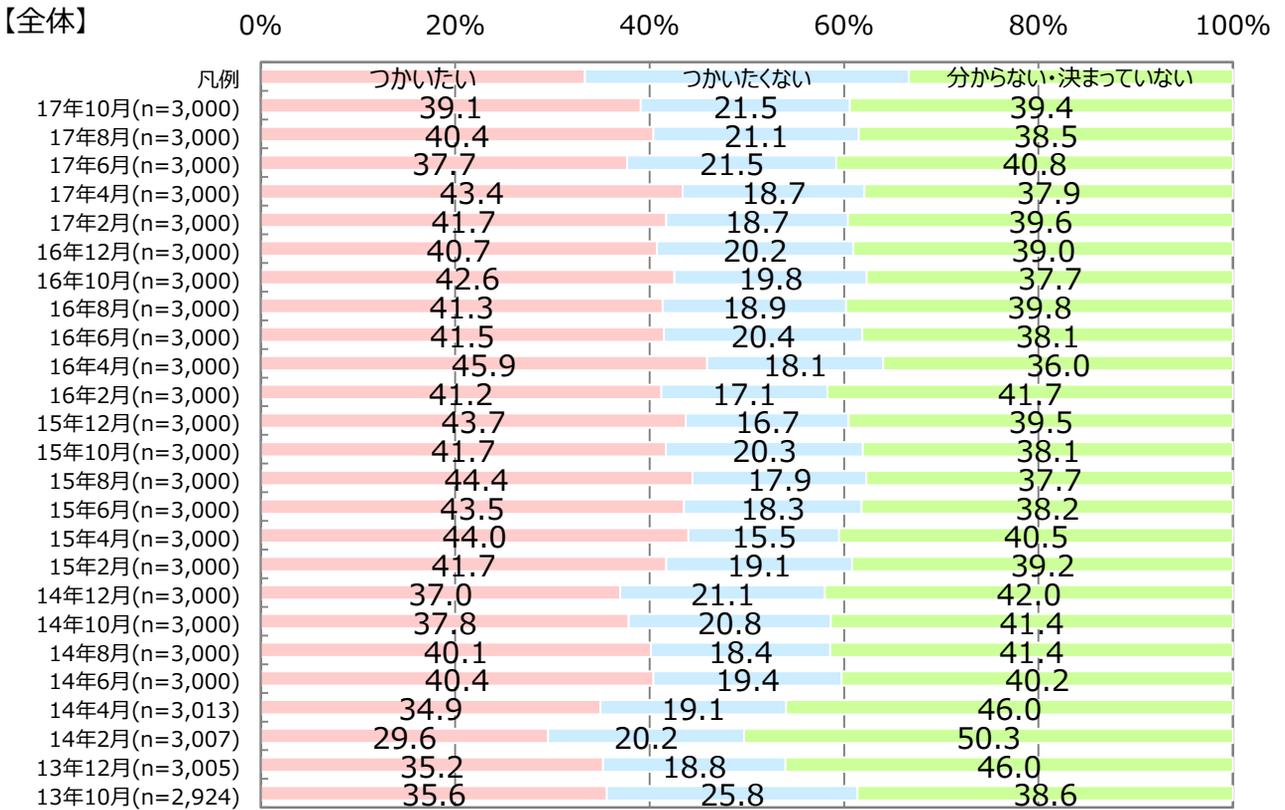
## <ポイントサービスの利用意向>

### ポイントの「つかう」意識

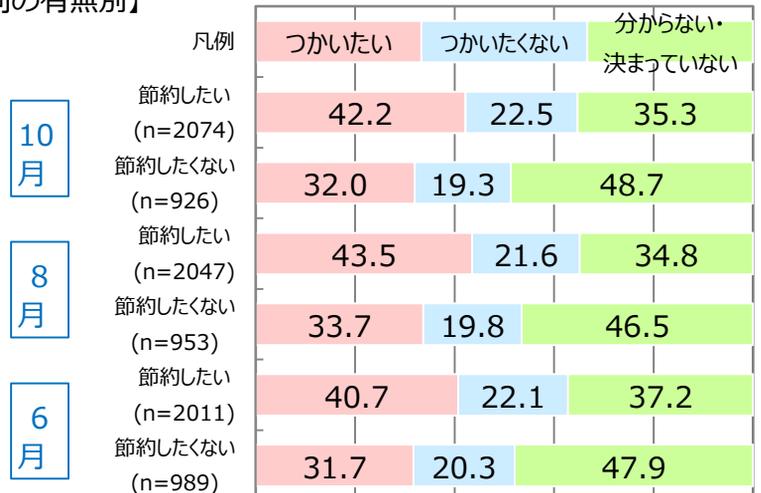
… Pontaポイントを「つかいたい」は、全体の39.1%

・ Pontaポイントを「つかいたい」は全体の39.1%となり、引き続き4割前後で推移している。

### ■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】



## <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)

## <「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://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8,343万人(2017年9月末日)を有する共通ポイントサービスで、提携企業110社(2017年10月1日)、日本全国約17万店(2017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：<http://www.loyalty.co.jp/>