2020年6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41回 Ponta消費意識調査　2020年6月発表

夏のボーナスの使い道、7年連続1位「貯金・預金」
～ 新型コロナウイルスによる収入への影響、「減った」が約3割 ～

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41回 Ponta消費意識調査」を「Pontaリサーチ」にて2020年5月29日（金）～ 5月31日（日）に実施いたしましたので、ご報告いたします。

トピックス

■アドホック：夏のボーナス
- 夏のボーナスの使い道（P.2）
  - 7年連続で「貯金・預金」が1位。「支給されない・分からない」は約5割
- 夏のボーナスの「貯金・預金」の割合（P.3）
  - 夏のボーナスの支給金額の半分以上を「貯金・預金」したい人は、60.0%
- 「夏のボーナス」の支給額（P.3）
  - 「20万円～40万円未満」が23.7%と最多。
    前年と比較し、低い金額帯(60万円未満)が増加、高い金額帯(60万円～100万円未満)が減少傾向

■アドホック：新型コロナの収入影響と買い物の価値観、購入・消費意向
- 新型コロナウイルスによる収入への影響（P.4）
  - 「変わらない」が63.8%。一方、「減った」が33.9%
- 買い物の価値観：新型コロナウイルスによる収入への影響別（P.4）
  - 収入が「減った」層は、「変わらない」層と比べて、“生活に必要なもの” “嗜好性の高いもの・こだわりのあるもの”ともに、金額を重視する傾向
- 購入・消費意向：新型コロナウイルスによる収入への影響別（P.5）
  - 「食品（ふだん食べるもの）」が、新型コロナウイルスによる収入への影響別の全てで、最も高い

＜節約志向＞
- 消費者の節約志向（P.6）
  - 「節約したい」派は57.5%となり、前回調査より5.4ポイント減少
- 消費者の節約したくない理由（P.7）
  - 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2.6ポイント増の18.4%

＜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.8）
  - 「分からない・決まっていない」が全体で45.1%と最も高く、
    節約志向の有無別では「節約したい」派で39.5%、「節約したくない」派で52.7%

＜調査概要＞
調査方法： インターネット調査　　調査期間： 2020年5月29日（金）～ 5月31日（日）
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＞

アドホック

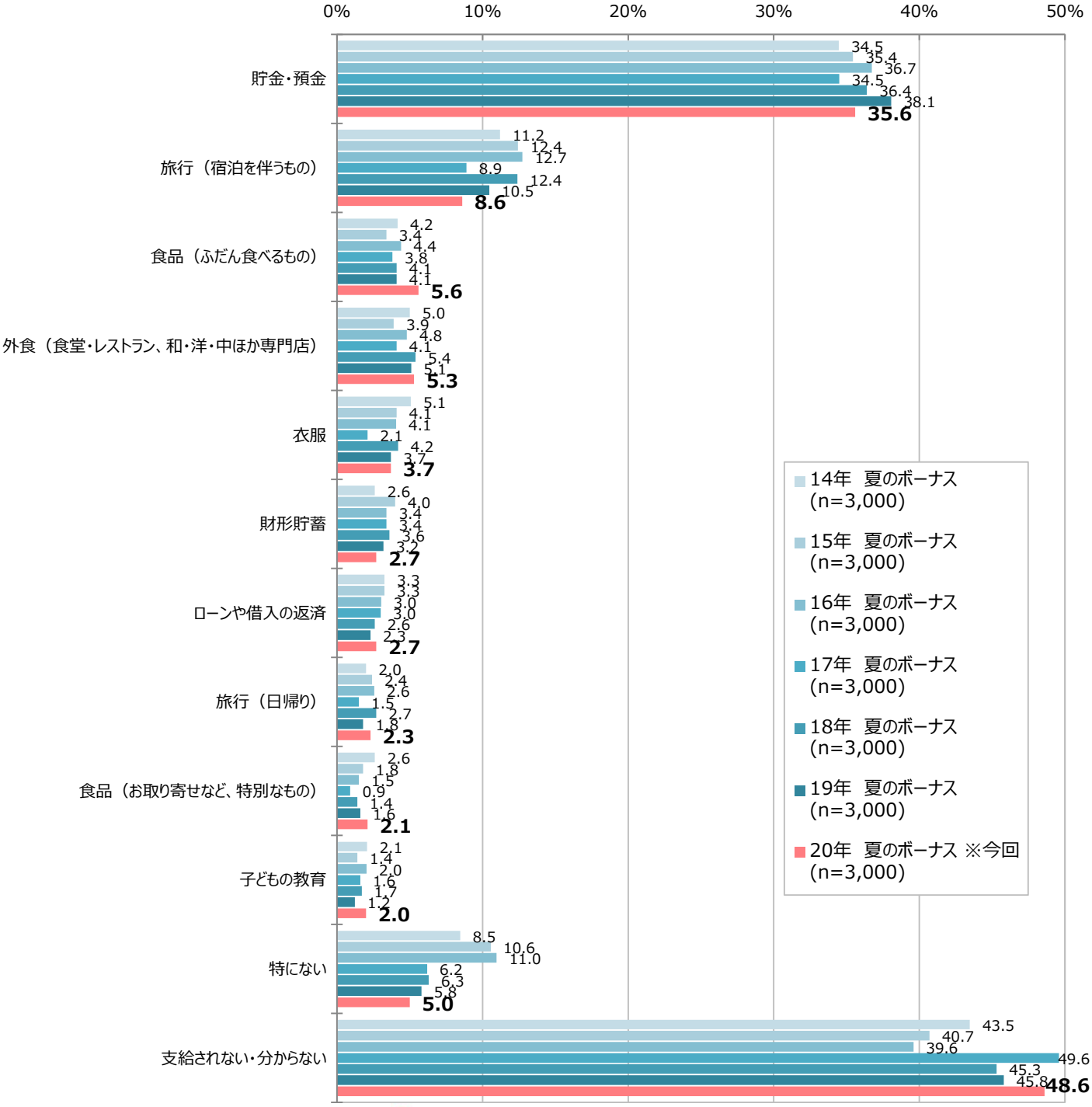
「夏のボーナス」の使い道

… 7年連続で「貯金・預金」が1位。「支給されない・分からない」は約5割

- 夏のボーナスの使い道は7年連続で、1位「貯金・預金」(35.6%)となった。
  2位「旅行（宿泊を伴うもの）」は8.6%と、過去最も低くなり、
  3位「食品（ふだん食べるもの）」は5.6%と、過去最も高くなった。
- 「支給されない・分からない」は前年調査より2.8ポイント増え、48.6%。
  2017年6月調査に次ぐ、過去2番目に高い結果となった。

■今年の夏のボーナスの使い道を教えてください。（3つまで）

※今回調査で上位10項目を抜粋（「特にない」「支給されない・分からない」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



＜消費者意識＞

アドホック

夏のボーナスの「貯金・預金」の割合

… 夏のボーナスの支給金額の半分以上を「貯金・預金」したい人は、60.0%

・ 夏のボーナスの支給金額のうち、貯金・預金したい額の割合が「75%以上」という回答が33.5%、「50%～75%未満」が26.5%となった。合わせると、支給金額のうち半分以上を貯金・預金したい人は60.0%となり、高い貯蓄意識が伺える。

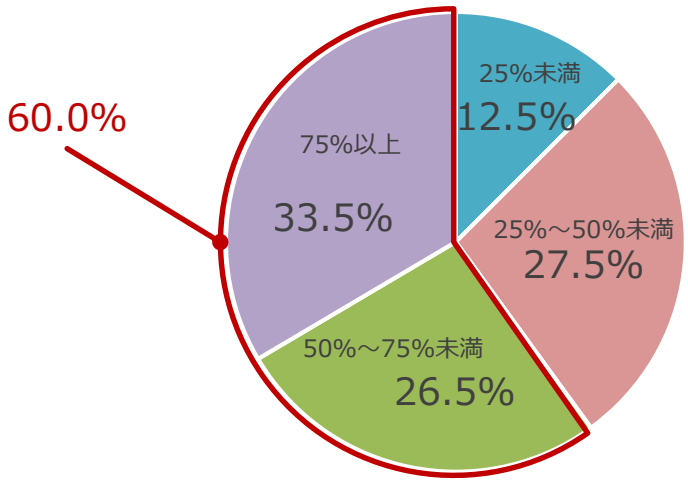
「夏のボーナス」の支給額

…「20万円～40万円未満」が23.7%と最多。
前年と比較し、低い金額帯(60万円未満)が増加、高い金額帯(60万円～100万円未満)が減少傾向

・夏のボーナスの世帯あたりの支給額(想定額を含む)は「20万円～40万円未満」が23.7%と最多。

■支給される金額のうち、どの程度貯金・預金したいか、お答えください。（単一回答）

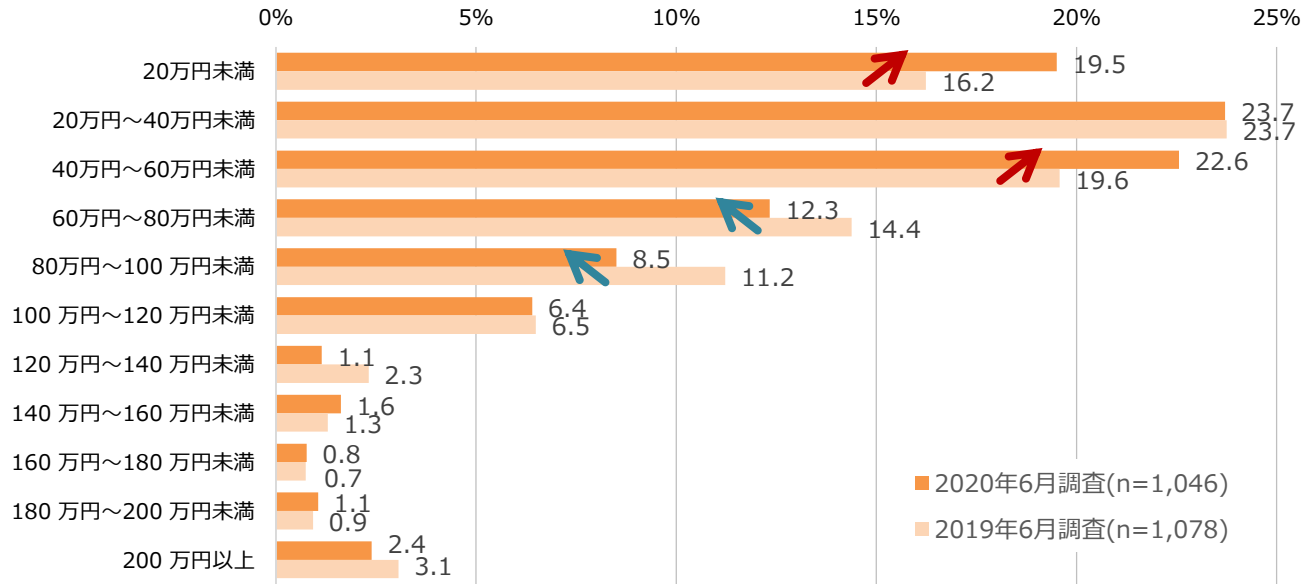
（n＝1,069）



【参考】今年の夏のボーナスの使い道に「貯金・預金」を選んだ方のみ回答

■あなたもしくは家族にボーナスが支給される場合、今年の夏のボーナスの金額(世帯あたり)を教えてください。これから支給される場合は、想定される金額を教えてください。（単一回答）

※本設問で金額を回答した方を抜粋。（「分からない･答えたくない」と回答した n=497 を除く）



【参考】「今年の夏のボーナスの使い道を教えてください。」の設問に対し、
「支給されない・分からない」と回答した方を除く。

＜新型コロナの収入影響と買い物の価値観＞

アドホック

新型コロナウイルスによる収入への影響

… 「変わらない」が63.8%。一方、「減った」が33.9%

・ 新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言により、2020年3月以前と比べ、収入が「変わらない」は63.8%と半数を超えた。一方「減った」は33.9%。約3割がマイナスの影響を受けたことが伺える。

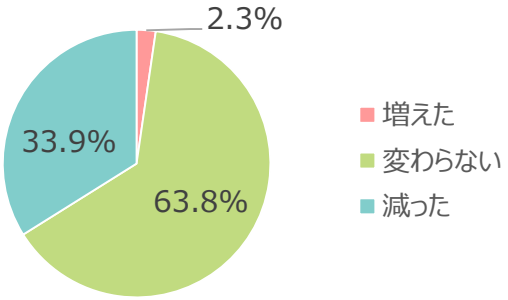
買い物の価値観：新型コロナウイルスによる収入への影響別

… 収入が「減った」層は、「変わらない」層と比べて、“生活に必要なもの” “嗜好性の高いもの・こだわりのあるもの”ともに、金額を重視する傾向

・“生活に必要なもの”を買う際、金額重視派は、収入が「変わらない」層が44.2%、「減った」層が48.9%。
“嗜好性の高いもの”を買う際、金額重視派は、収入が「変わらない」層が29.4%、「減った」層が34.2%。

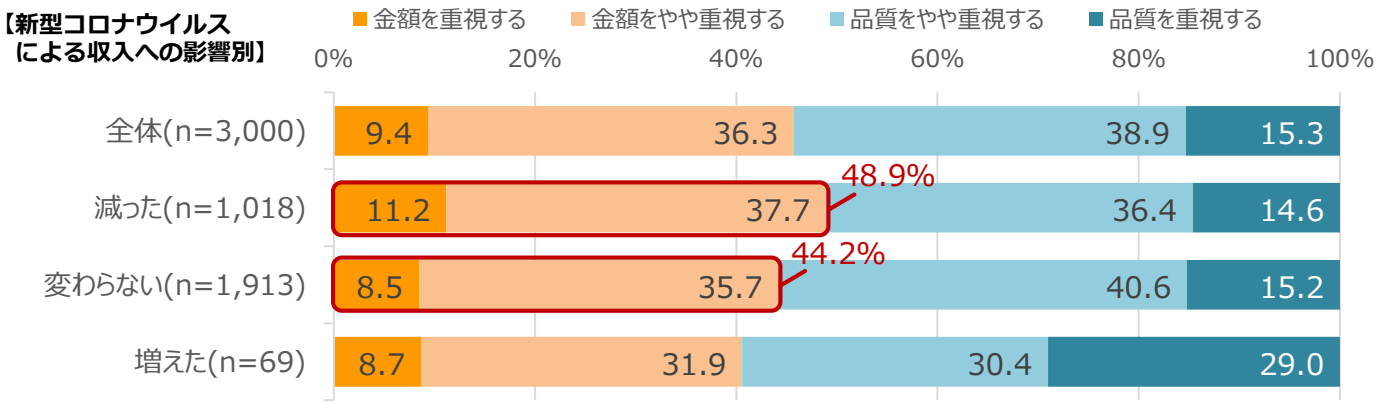
■新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言により、収入に影響はありましたか。（単一回答）

※2020年3月以前と比べて、お答えください。（収入が０円になった方は「減った」をお選びください。）

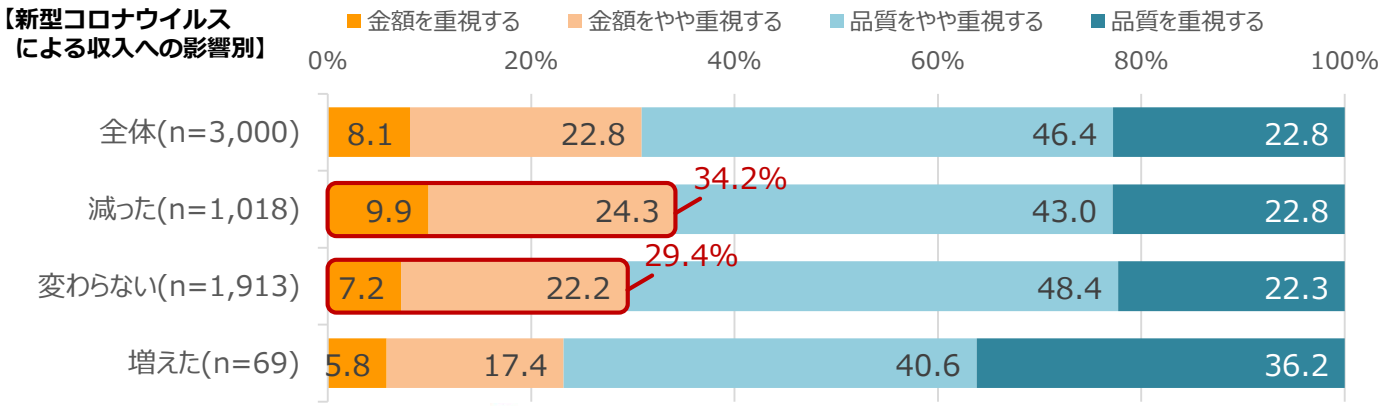


（n＝3,000）

■あなたにとって「生活に必要なもの」を買うとき、品質と金額のどちらを重視しますか。（単一回答）



■あなたにとって「嗜好性の高いもの・こだわりのあるもの」を買うとき、品質と金額のどちらを重視しますか。（単一回答）



＜新型コロナの収入影響といま購入・消費したいもの＞

購入・消費意向：新型コロナウイルスによる収入への影響別

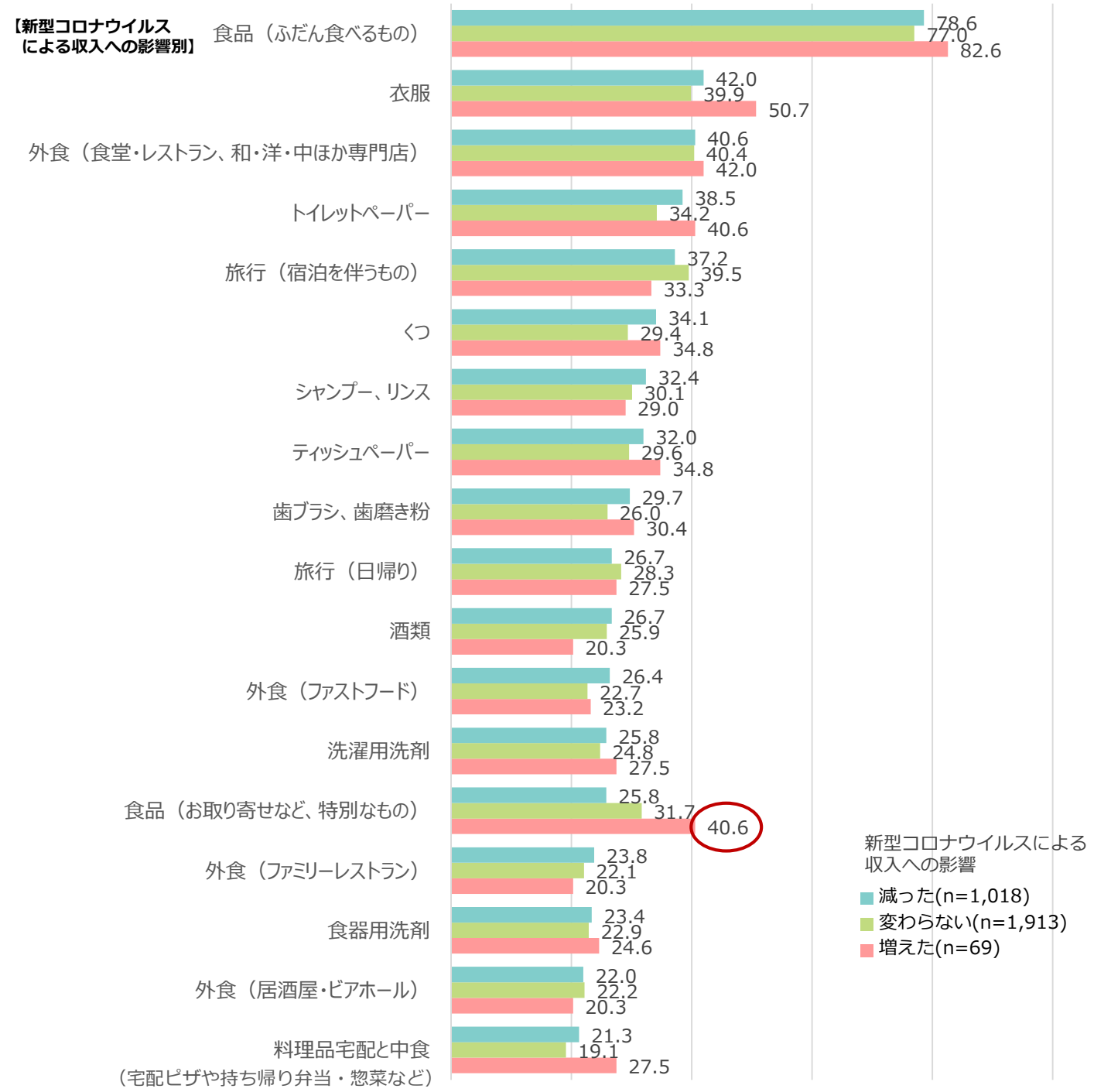
アドホック

…「食品（ふだん食べるもの）」が、新型コロナウイルスによる収入への影響別の全てで、最も高い

- いま購入・消費したい商品・サービスについて、「食品（ふだん食べるもの）」は、新型コロナウイルスによる収入への影響別でみると「減った」層が78.6%、「変わらない」層が77.0%、「増えた」層が82.6%となり、すべてで最も高い結果となった。
- 「減った」層と「増えた」層の差が大きかったのは、「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」で、「増えた」層が14.8ポイント高い40.6%だった。

■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「特にない」を除く78項目のうち、新型コロナによる収入が「減った」派の上位18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



＜節約志向＞

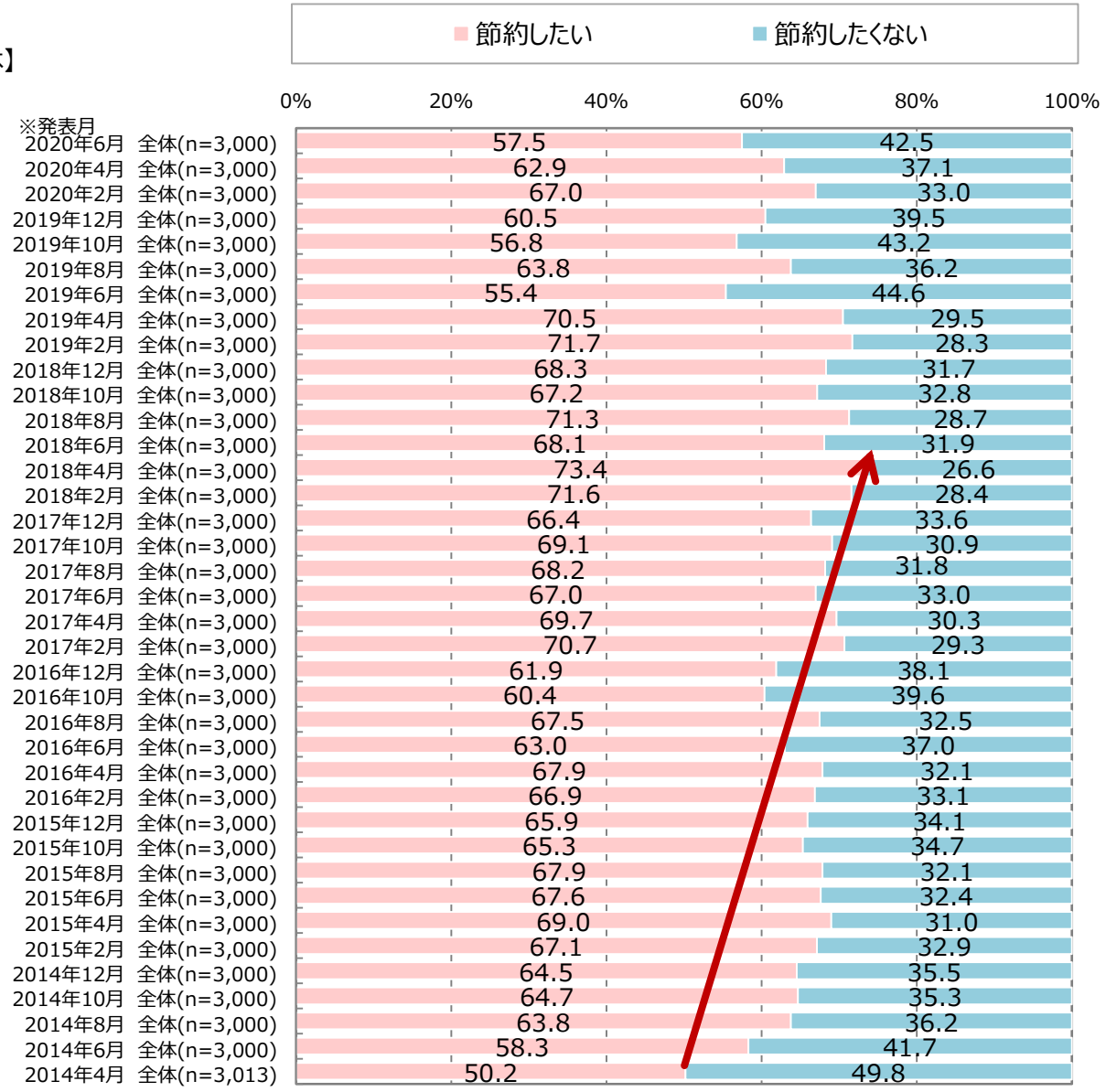
消費者の節約志向

… 「節約したい」派は57.5%となり、前回調査より5.4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、57.5%となった。前回の2020年4月調査の62.9%より、5.4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】



・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。

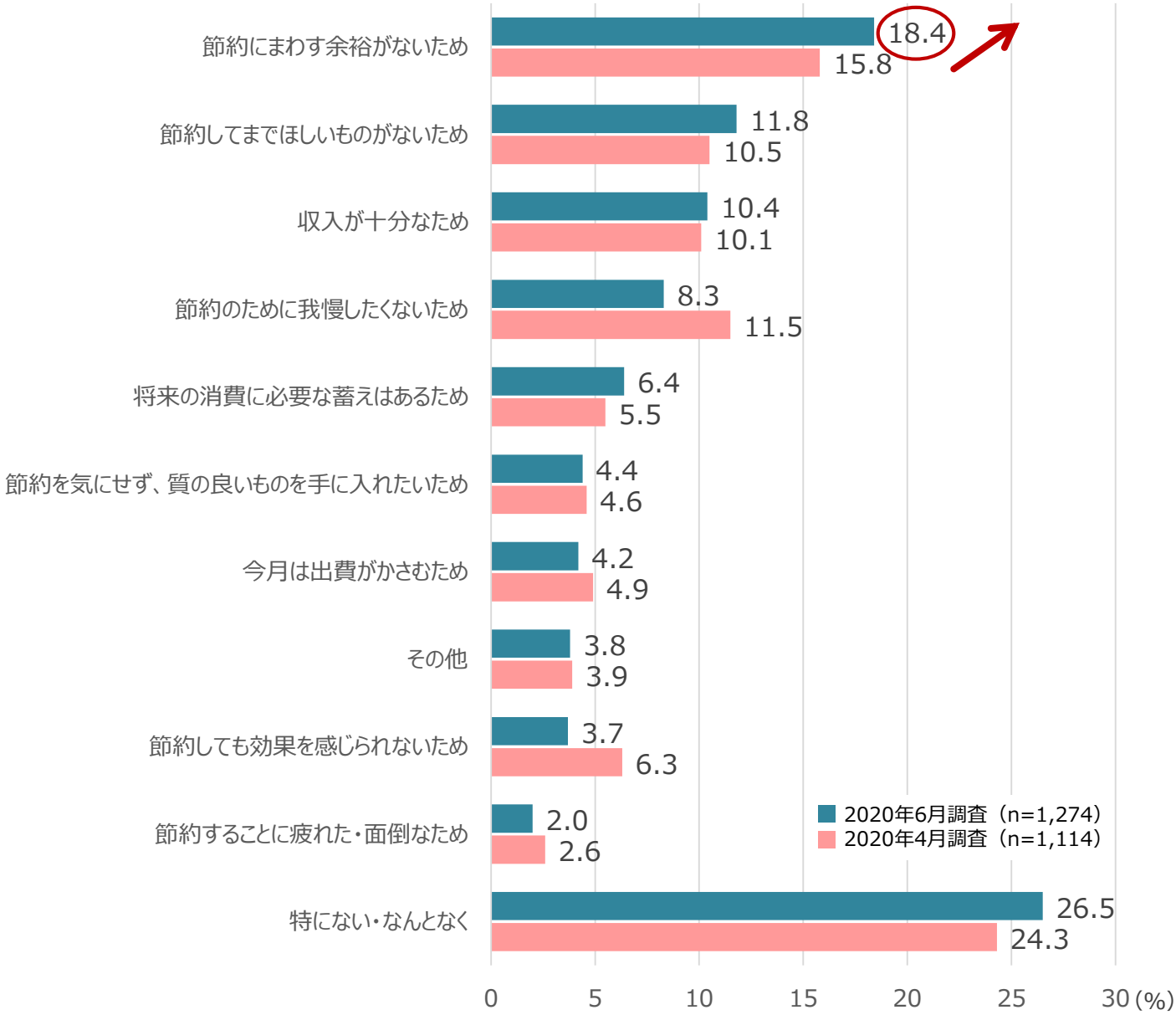
＜節約志向＞

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2.6ポイント増の18.4%

・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、
最も当てはまる理由をきくと、明確な理由を選んだ中で「節約にまわす余裕がないため」が最も高く18.4%となった。
前回調査より2.6ポイント増えており、“節約したくてもできない”層が増加した。

■節約したい金額が0円の方にお伺いします。一番の理由をお答えください。（ひとつだけ）



<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

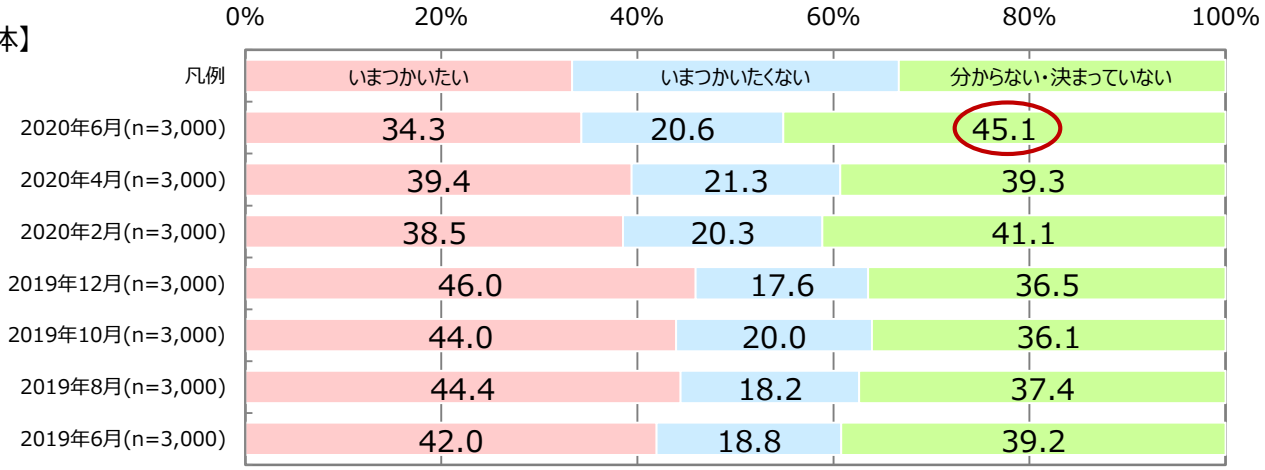
…「分からない・決まっていない」が全体で45.1%と最も高く、
節約志向の有無別では「節約したい」派で39.5%、「節約したくない」派で52.7%

・いまPontaポイントをつかたいかについて、「分からない・決まっていない」が、全体で最も高く、45.1%となった。

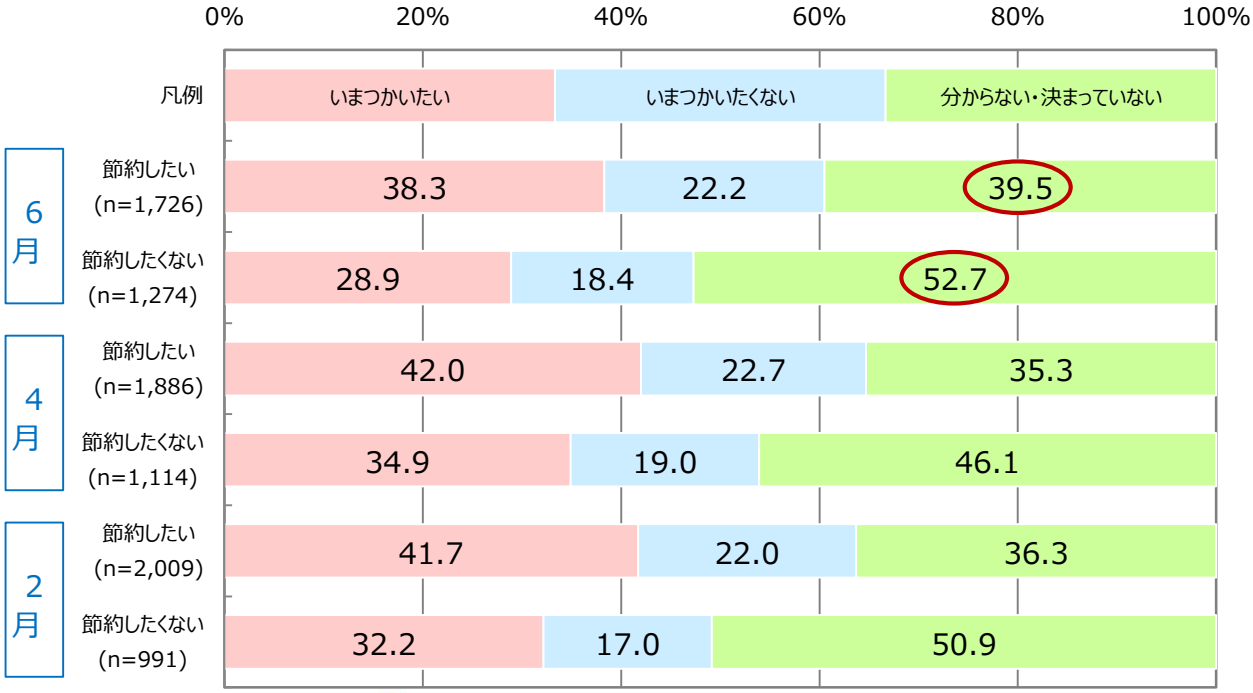
・節約志向の有無別で「分からない・決まっていない」をみると、「節約したい」派では39.5%、「節約したくない」派では52.7%と最も高かった。

■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】 （2020年2月～2020年6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

― 夏のボーナスの使い道、7年連続で1位「貯金・預金」支給金額は低い金額帯が増加、高い金額帯が減少傾向

夏のボーナスの使い道は、1位「貯金・預金」で35.6%となりました。2014年6月調査以降、7年連続で1位の使い道となっており、引き続き、高い貯蓄意識が伺えます。2位「旅行（宿泊を伴うもの）」は、前年調査（10.5%）と比べ、1.9ポイント低い8.6%で、過去最も低くなりました。8位「旅行（日帰り）」では、前年調査（1.8%）と比べ、0.5ポイント高い2.3%でした。本調査を行った2020年5月29日～5月31日は、新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言が5月25日に全国で解除となり、農林水産省・経済産業省・国土交通省による、「Go To キャンペーン（令和2年度「需要喚起キャンペーン事業」）」を実施する委託先の公募を開始した、5月26日に近い時期でした。また、5月26日の国土交通大臣の会見ではGo To キャンペーンについて、「スムースにいけば７月の早い時期にできるかも」しれないという発言もありました。これらが消費者の国内旅行への関心を引き、コロナ禍でも日帰りの旅行への消費意向は減少しなかったのではないでしょうか。

「支給されない・分からない」は前年調査と比べ、2.8ポイント増え、48.6%でした。これは2017年6月調査に次ぐ、過去2番目に高い結果です。

世帯当たりの夏のボーナスの支給額（想定額含む）は、「20万円～40万円未満」が23.7%と最多でした。前年調査と比較すると、「20万円未満」が3.3ポイント増えて19.5%、「40万円～60万円未満」が3.0ポイント増えて22.6%でした。また、「60万円～80万円未満」が2.1ポイント減って12.3%、「80万円～100万円未満」が2.7ポイント減って8.5%でした。**低い金額帯（60万円未満）が増加、高い金額帯（60万円～100万円未満）が減少傾向**となりました。4月～5月は、新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言に伴う、外出の自粛や休業要請があり、国内経済に影響が広がりました。2020年10月調査では、「冬のボーナス」に関する調査を予定しており、消費者のボーナスへの影響や使い道の変化を注視したいと思います。

― 新型コロナウイルスによる収入が「減った」層は約3割。買い物では金額重視の傾向

新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言により、2020年3月以前と比べた時、収入に影響があったかについてきいたところ**、「変わらない」は63.8%と半数を超えました。一方「減った」は33.9%でした。約3割がマイナスの影響を受けたことが伺えます。**

そこで、収入の変化による、買い物の価値観（品質重視・金額重視）への影響を調査しました。“生活に必要なもの”を買う際、金額重視派は、収入が「変わらない」層で44.2%（金額を重視する：8.5%、金額をやや重視する：35.7%）。収入が「減った」層では48.9%（金額を重視する：11.2%、金額をやや重視する：37.7%）。**“生活に必要なもの”の買い物において、収入が「減った」層に、金額重視の傾向が伺えます。**

また、“嗜好性の高いもの・こだわりのあるもの”を買う際、金額重視派は、収入が「変わらない」層で29.4%（金額を重視する：7.2%、金額をやや重視する：22.2%）。収入が「減った」層では34.2%（金額を重視する：9.9%、金額をやや重視する：24.3%）。**“嗜好性の高いもの・こだわりのあるもの”においても、収入が「減った」層に、金額重視の傾向が伺えます。**

いま購入・消費したい商品・サービスについて、新型コロナによる収入への影響別でみると、「食品（ふだん食べるもの）」は、収入が「減った」層が78.6%、「変わらない」層が77.0%、「増えた」層が82.6%となり、全ての層で最も高い結果となりました。

「減った」層と「増えた」層の差が大きかったのは、「食品（お取り寄せなど、特別なもの）」で、「増えた」層が14.8ポイント高い40.6%でした。また「料理品宅配と中食」では、「増えた」層が6.2ポイント高い27.5%でした。収入が「増えた」層において、自宅での食事関連に、より高い購入意向が伺えます。

― 節約したい金額0円の中で、“かくれ節約志向”層が増加

消費者の節約志向について、今月（2020年6月）の家計の支出で節約したい金額に1円以上を回答した「節約したい」派は、前回の2020年4月調査（62.9%）より、5.4ポイント減少し、57.5%でした。

今月節約したい金額「0円」の「節約したくない」派に、最も当てはまる理由を伺ったところ、「節約にまわす余裕がないため」が18.4%となりました。これは、前回の2020年4月調査と比べ、2.6ポイント増えており、**節約したくてもできない、“かくれ節約志向”層（※）が増加した**様子が伺えます。

※Ponta消費意識調査では、今月節約したい金額0円の理由が、「節約にまわす余裕がないため」の層を**“かくれ節約志向”**と称します。

＜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）

＜「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。

Pontaリサーチ

【共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」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9,490万人（2020年5月末日）を有する共通ポイントサービスで、提携企業130社（2020年6月1日）、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/