

2026年6月26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64回 Ponta消費意識調査 2026年6月発表**

# 夏のボーナスの使い道ランキング、「貯金・預金」が13年連続1位 前回比の増加幅トップは「貯金・預金」「投資信託」が並ぶ ～ 物価高で「外食・衣類・家電・旅行・美容」の支出を減らす意向が高い ～

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：勝 文彦、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64回 Ponta消費意識調査」を「Pontaリサーチ」にて2026年5月22日（金）～5月25日（月）に実施いたしましたので、ご報告いたします。

**注目トピック**
**夏のボーナスの使い道**

## &lt;消費者意識&gt;

- 「夏のボーナス」の使い道 (P.2)
  - 夏のボーナスの使い道の1位は、13年連続で「貯金・預金」。
  - 前回比で増加幅が最も大きいのは「貯金・預金」「投資信託」が並ぶ
- 夏のボーナスの支給額 (P.3)
  - 夏のボーナスの支給金額は、昨年と比べて「変わらない」が61.8%を占める。
  - 支給金額は「20万円～40万円未満」が3.3ポイント減少
- 夏のボーナスの「貯金・預金」の割合／「貯金・預金」の用途 (P.4)
  - ボーナス支給金額のうち貯金・預金に回す割合が縮小。「75%以上」が減少し、「25%未満」が増加
- 夏のボーナスを「貯金・預金」しない理由 (P.5)
  - 夏のボーナスを「貯金・預金」しない理由の1位は「生活費や日常の支出に充てるため」が約4割
- 物価高による夏のボーナスからの支出額の増減 (P.6)
  - 物価高で、ボーナスからの支出額を「増やす」ものは、貯金・投資、「減らす」ものは外食・衣類・家電・旅行・美容が高く、生活防衛意識がうかがえる

## &lt;その他&gt;

- 消費者の節約志向 (P.7)
- ポイントの活用意識と節約志向 (P.8)

## &lt;調査概要&gt;

調査方法：インターネット調査  
 調査期間：2026年5月22日（金）～5月25日（月）  
 パネル：「Pontaリサーチ」会員（Ponta会員で「Pontaリサーチ」への会員登録をいただいている方）  
 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。

## &lt;引用・転載の際のクレジット表記のお願い&gt;

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きますようお願い申し上げます。

＼ 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

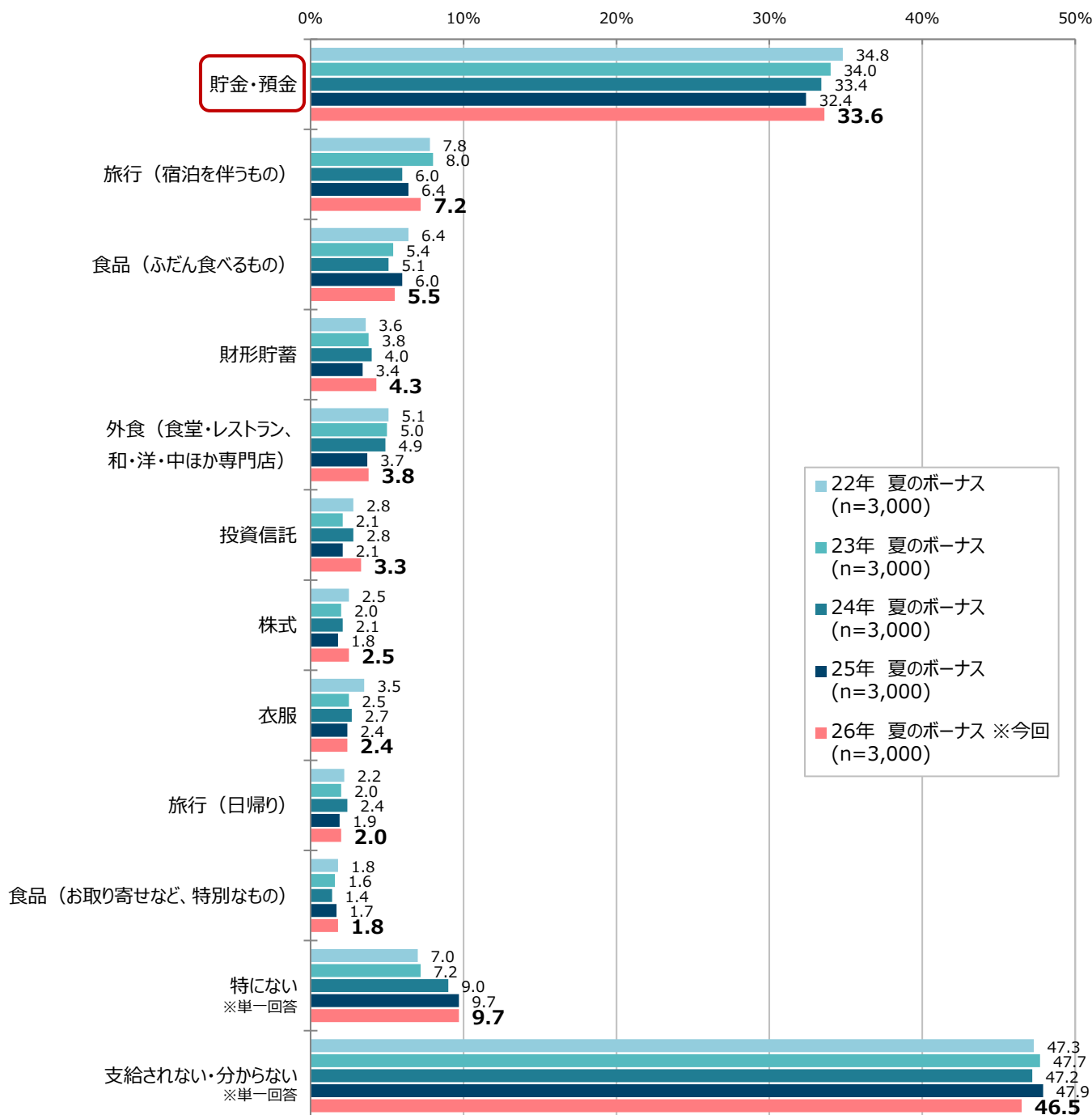
「夏のボーナス」の使い道

夏のボーナスの使い道の1位は、13年連続で「貯金・預金」。  
 前回比で増加幅が最も大きいのは「貯金・預金」「投資信託」が並ぶ

- ・2014年の調査開始以降、夏のボーナスの使い道は13年連続で、1位「貯金・預金」となった。減少傾向が続き、過去最低となった前回調査から増加に転じた。2位は「旅行（宿泊を伴うもの）」、3位は「食品（ふだん食べるもの）」だった。また、「支給されない・分からない」は46.5%だった。
- ・前回調査から増加幅が最も大きかったのは「貯金・預金」「投資信託」で、どちらも1.2ポイント増加した。

■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  
 ※2017～2021年の夏のボーナスに関する調査結果は、こちらからご確認いただけます。（<https://www.loyalty.co.jp/assets/storages/pdf/210629.pdf>）



消費者意識

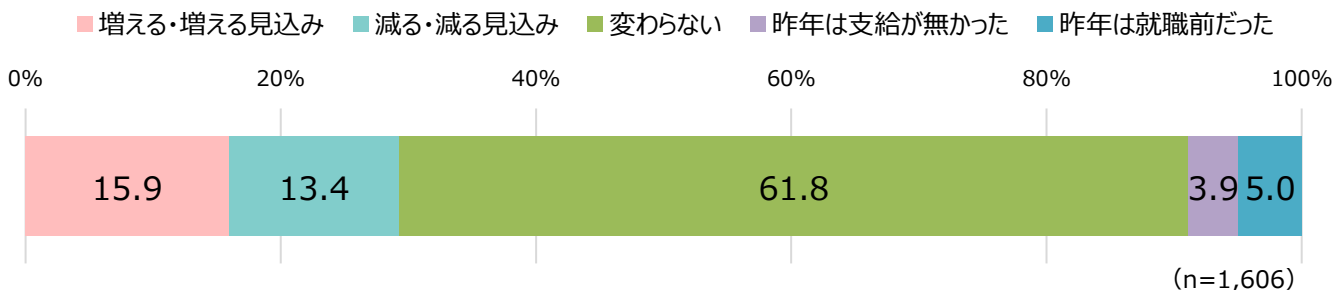
夏のボーナスの支給額

夏のボーナスの支給金額は、昨年と比べて「変わらない」が61.8%を占める。  
支給金額は「20万円～40万円未満」が3.3ポイント減少

- ・今年の夏のボーナスが支給される方（見込み含む）に、昨年と比較した支給額について聴取したところ、「変わらない」が61.8%を占めた。「増える・増える見込み」は15.9%だった。
- ・夏のボーナスの世帯あたりの支給額（想定額を含む）は、前回調査と比べて「20万円～40万円未満」の減少が目立ち、3.3ポイント減となった。  
「20万円未満」「20万円～40万円未満」「40万円～60万円未満」が約2割で並んだ。

■今年の夏のボーナスの金額（世帯あたり）は、昨年の夏のボーナスと比較して、どう変化したか教えてください。これから支給される場合は、見込みを教えてください。（単一回答）

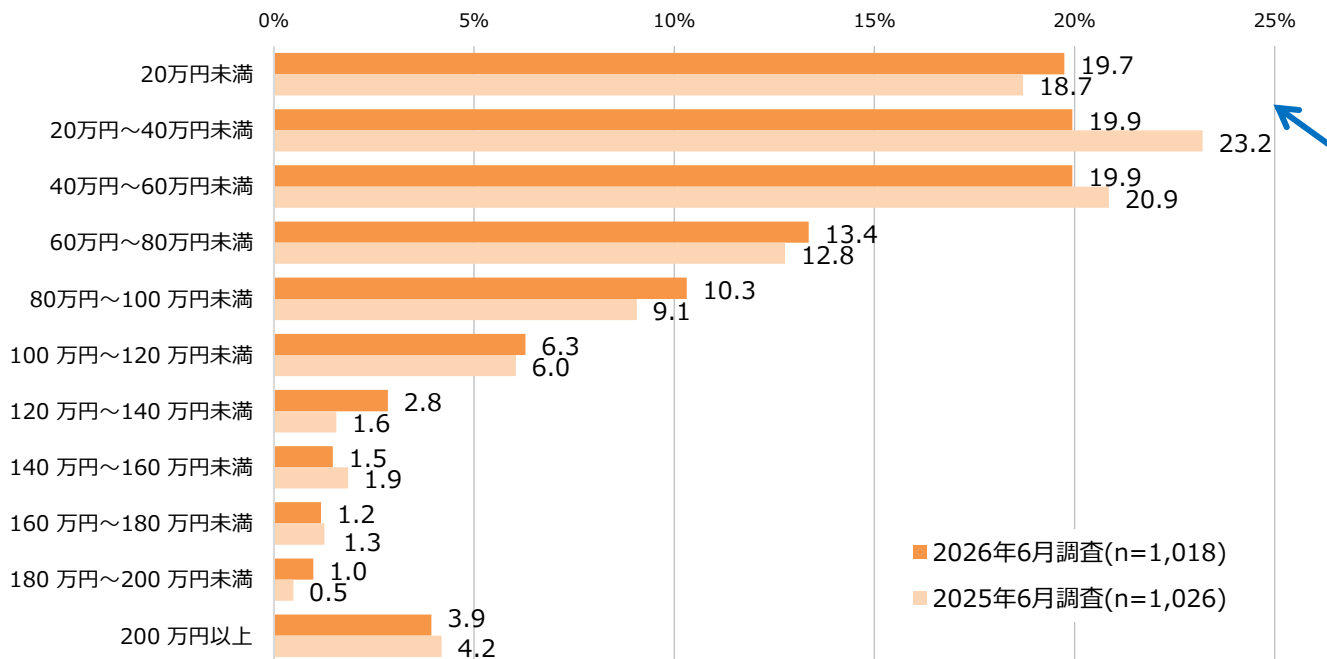
「今年の夏のボーナスの使い道を教えてください。」（P.2）の設問に対し、「支給されない・分からない」と回答した方を除く。



■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）

「今年の夏のボーナスの使い道を教えてください。」（P.2）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。

※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=588を除く）



消費者意識

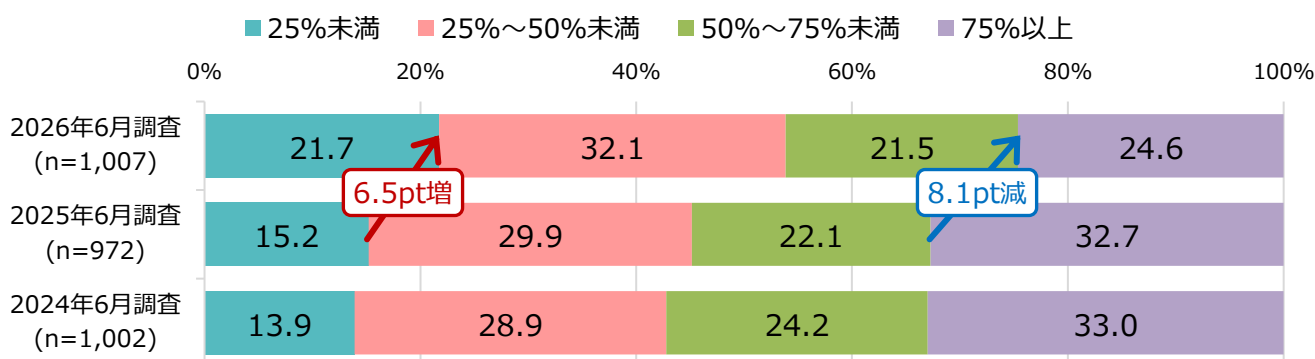
夏のボーナスの「貯金・預金」の割合／「貯金・預金」の用途

ボーナス支給金額のうち貯金・預金に回す割合が縮小。「75%以上」が減少し、「25%未満」が増加

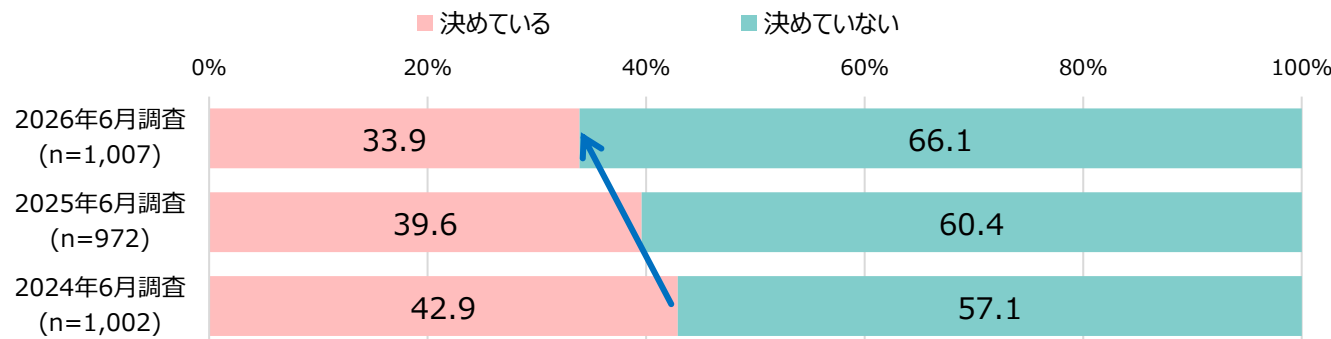
- 夏のボーナスの支給金額のうち、貯金・預金したい割合について「75%以上」が8.1ポイント減少し、「25%未満」が6.5ポイント増加した。2024年、2025年調査は、支給金額の半分以上を貯金・預金したい人が過半数だった。しかし本調査では「25%未満」「25%～50%未満」を合わせた、支給金額の半分以下を貯金・預金したい人が、53.8%と過半数を占めた。
- 貯金・預金の用途を「決めている」人は減少傾向にあり、33.9%だった。
- 貯金・預金の用途について「収入の変化への備え」の増加幅が大きく4割超となった。

■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）

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。

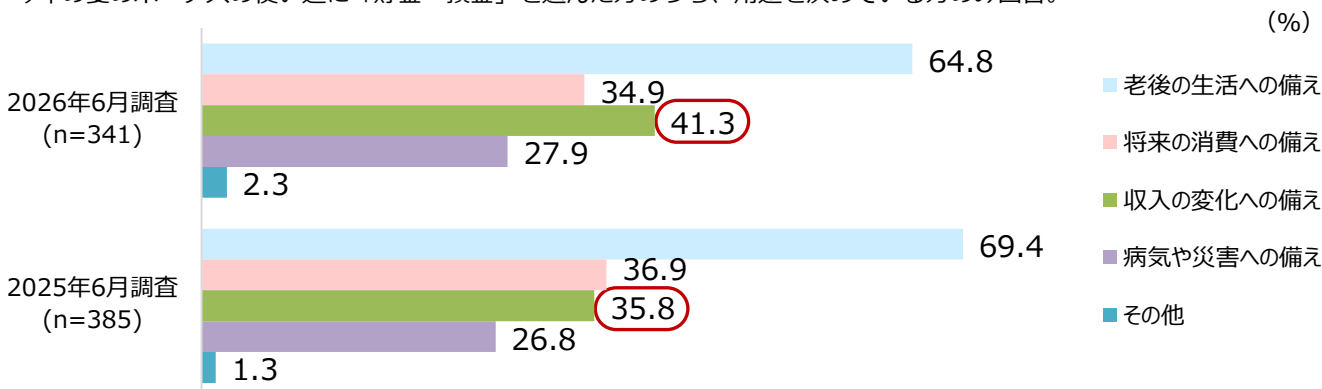


■「貯金・預金」の用途は決めていますか。（ひとつだけ） 今年の夏のボーナスの使い道に「貯金・預金」を選んだ方のみ回答。



■「貯金・預金」の用途を教えてください。（いくつでも）

今年の夏のボーナスの使い道に「貯金・預金」を選んだ方のうち、用途を決めている方のみ回答。



消費者意識

夏のボーナスを「貯金・預金」しない理由

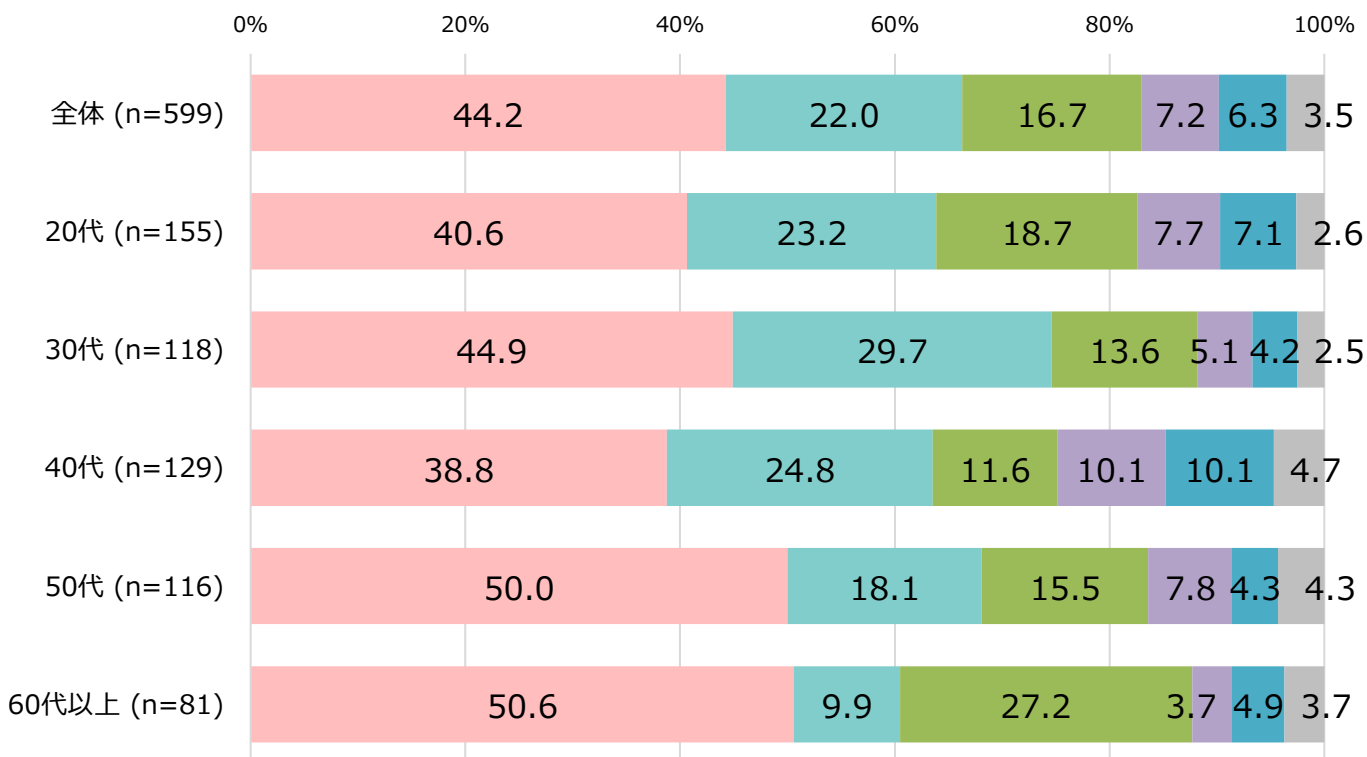
夏のボーナスを「貯金・預金」しない理由の1位は「生活費や日常の支出に充てるため」が約4割

- 夏のボーナスの使い道として、「貯金・預金」を選択しなかった方にその理由を聴取したところ、1位は「生活費や日常の支出に充てるため」となり、約4割を占めた。次いで、2位「株式や投資信託などで資産形成するため」、3位「特別な買い物や旅行など、消費に回すため」だった。
- 「株式や投資信託などで資産形成するため」は、30代が最も高く29.7%だった。また「特別な買い物や旅行など、消費に回すため」は60代以上が最も高く27.2%となった。

■今回、ボーナスの使い道として「貯金・預金」を選ばなかった理由を教えてください。(ひとつだけ)

※「今年の夏のボーナスの使い道を教えてください。」(P.2)の設問に対し、「貯金・預金」以外を選択した方に聴取(支給されない・分からないを除く)。

- 生活費や日常の支出に充てるため
- 株式や投資信託などで資産形成するため
- 特別な買い物や旅行など、消費に回すため
- ローンの支払いに充てるため
- 自己投資に使うため
- その他



消費者意識

物価高による夏のボーナスからの支出額の増減

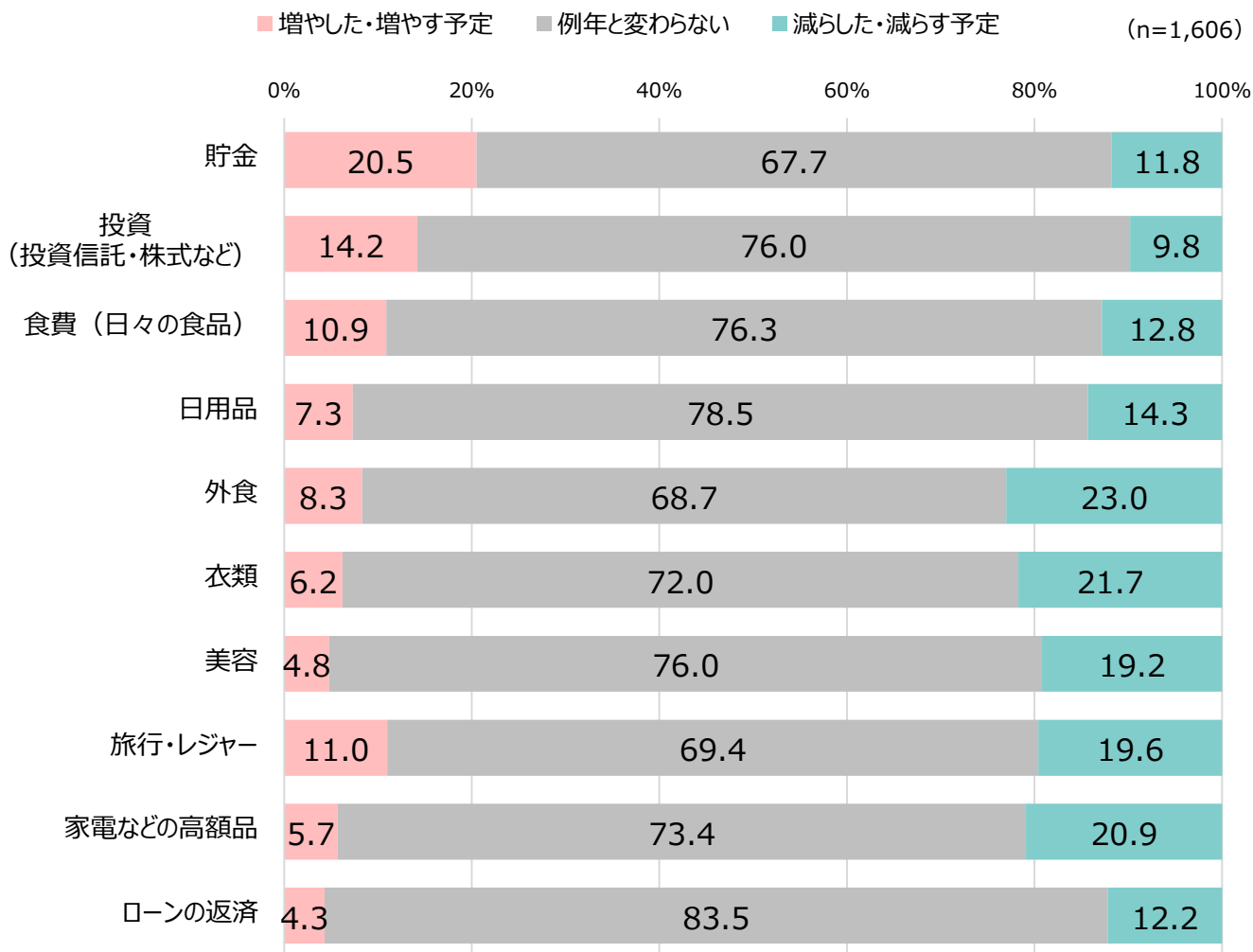
物価高で、ボーナスからの支出額を「増やす」ものは、貯金・投資、「減らす」ものは外食・衣類・家電・旅行・美容が高く、生活防衛意識がうかがえる

- ・物価高を受けて、例年と比較して今年の夏のボーナスの使い道に充てる金額の増減を聴取した。「増やした・増やす予定」が最も高かったのは「貯金」で20.5%、次いで「投資（投資信託・株式など）」で14.2%だった。「減らした・減らす予定」が最も高かったのは「外食」で23.0%だった。次いで「衣類」「家電などの高額品」「旅行・レジャー」「美容」が続き、いずれも約2割だった。
- ・「旅行・レジャー」については、他の支出項目と比べて「増やした・増やす予定」と「減らした・減らす予定」ともに高い傾向となっており、二極化している様子がうかがえる。

■物価高を受け、例年と比べて、今年の夏のボーナスから以下の使い道に充てる金額は変わりますか。（ひとつだけ）

「今年の夏のボーナスの使い道を教えてください。」（P.2）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。

※例年も今年も、その使い道に充てる予定がない場合は「例年と変わらない」を選択



節約志向

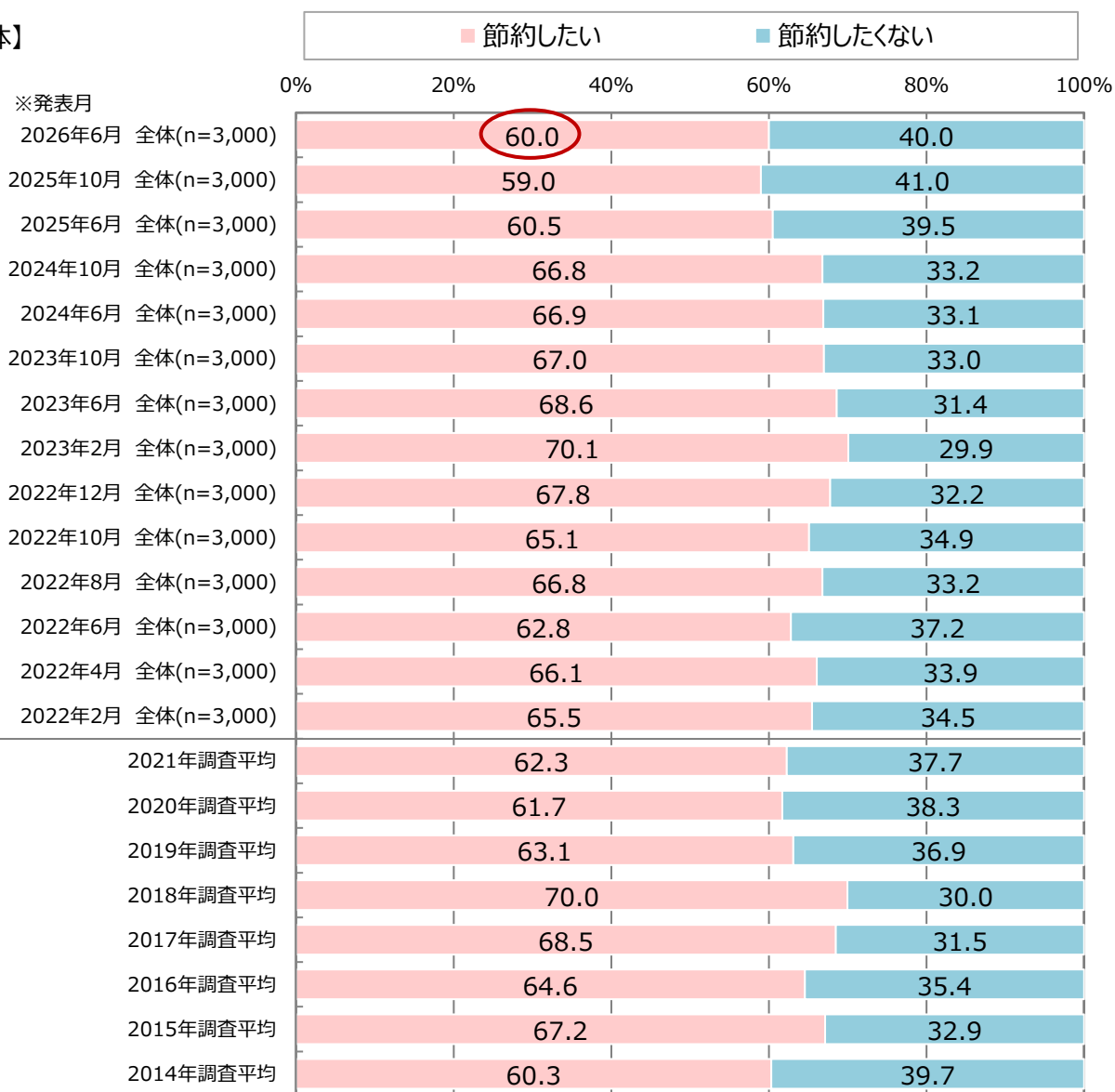
消費者の節約志向

「節約したい」派は60.0%となり、前回調査より1.0ポイント増加

・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、60.0%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。

※2014年調査平均は4～12月の偶数月5回分、その他の年ごとの調査平均は2月～12月の偶数月6回分の平均です。  
 各調査n=3,000、2014年4月調査のみn=3,013です。

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

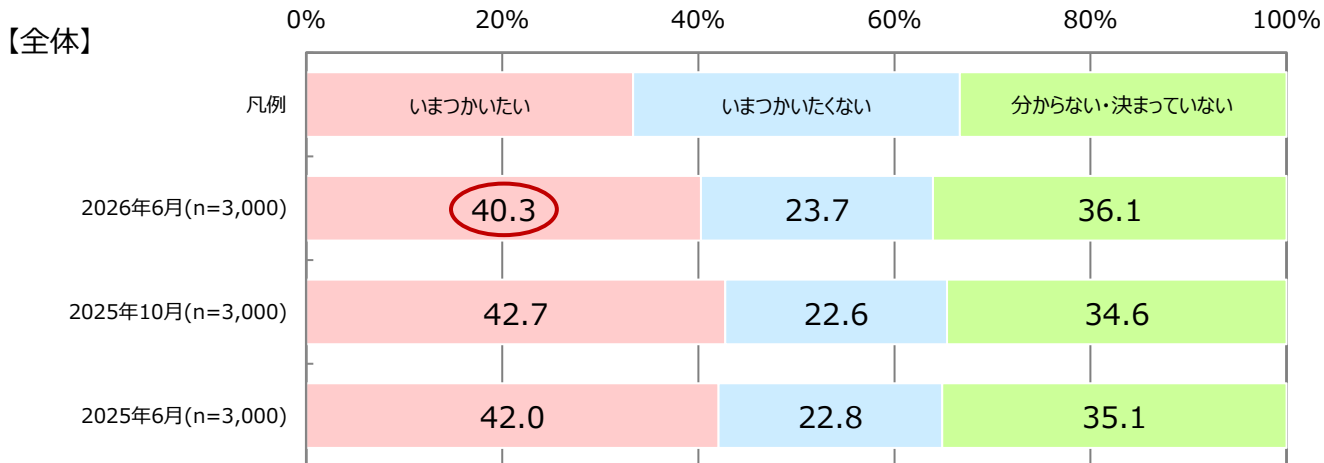
「節約したくない」派では、「分からない・決まっていない」が45.5%と最も高い。

「節約したい」派では、「いまつかいたい」が44.5%と最も高い。

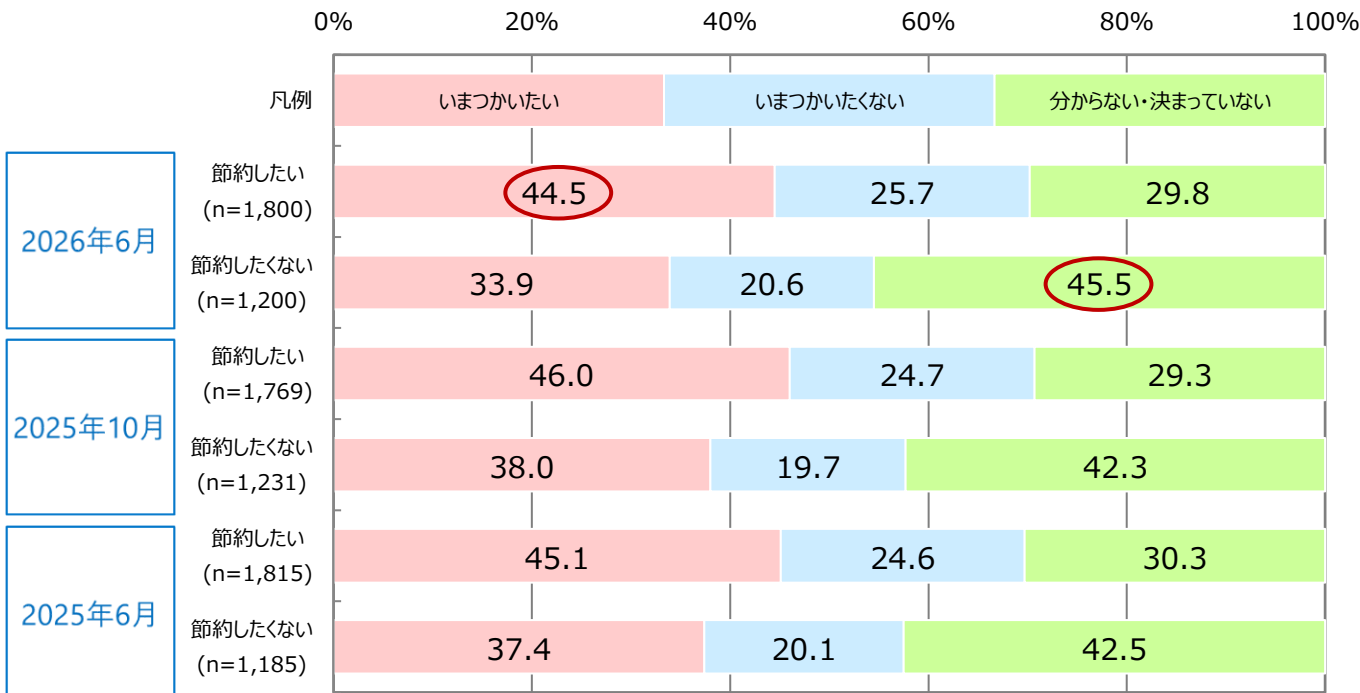
「節約したい」派に高いポイント活用意識がうかがえる

・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」が最も高く、40.3%となった。

■あなたはいまPontaポイントをつかいたいですか。(単一回答)



【節約志向の有無別】 (2025年6月～2026年6月調査)



<「Pontaリサーチ」について>

PontaリサーチはLMが提供するリサーチサービスで、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。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/>

