

2026年10月29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65回 Ponta消費意識調査 2026年10月発表

**冬のボーナスの使い道、「貯金・預金」が13年連続1位となるも、割合は過去最低
貯金・預金しない理由1位は「生活費や日常の支出に充てるため」で、昨年より4.7pt増加**

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：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65回 Ponta消費意識調査」を「Pontaリサーチ」にて2026年9月25日（金）～9月28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

「冬のボーナス」の使い道

<消費者意識>

- ・ **冬のボーナスの使い道** (P.2)
 - 冬のボーナスの使い道は、13年連続「貯金・預金」が1位となるも、割合は過去最低2位「旅行（宿泊を伴うもの）」も過去最低となった一方で、「特にない」が過去最高
- ・ **冬のボーナスの支給金額** (P.3)
 - 冬のボーナスの支給金額は、昨年と比べて「変わらない」が64.7%を占める
 - 支給金額は、「20万円～40万円未満」が最多の21.4%
- ・ **冬のボーナスの「貯金・預金」の割合と用途** (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。「50%未満」が過半数を占める
 - 貯金・預金の用途は「将来の消費への備え」が2024年調査から減少傾向
- ・ **冬のボーナスを「貯金・預金」しない理由** (P.5)
 - 冬のボーナスを「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」で、昨年より4.7ポイント増加
- ・ **物価高による冬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」が上位。「旅行・レジャー」について、増やす・減らすの二極化がうかがえる

<その他>

- ・ 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)

<調査概要>

調査方法：インターネット調査
調査期間：2026年9月25日（金）～9月28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。

<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

冬のボーナスの使い道

冬のボーナスの使い道は、13年連続「貯金・預金」が1位となるも、割合は過去最低
2位「旅行（宿泊を伴うもの）」も過去最低となった一方で、「特にない」が過去最高

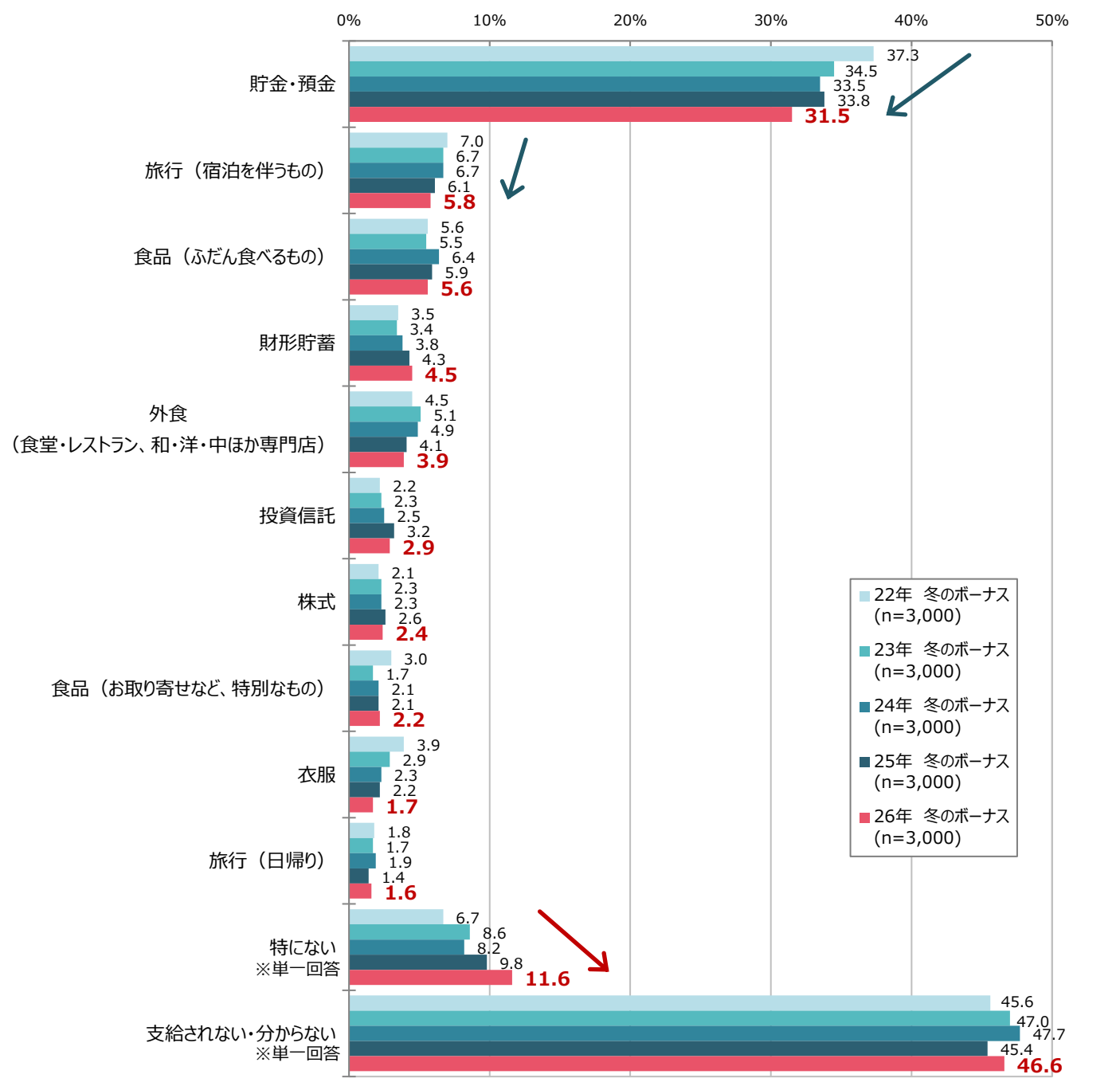
- 冬のボーナスの使い道について、13年連続で「貯金・預金」が1位となった。昨年と比較すると2.3ポイント減少して31.5%となり、2014年の調査開始以降、過去最低だった。また、2位の「旅行（宿泊を伴うもの）」は、2022年調査から減少傾向が見られて5.8%となり、こちらも過去最低となった。
- 「特にない」は11.6%で、昨年より1.8ポイント増加し、過去最高だった。

■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年の冬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/news/2021102601>）



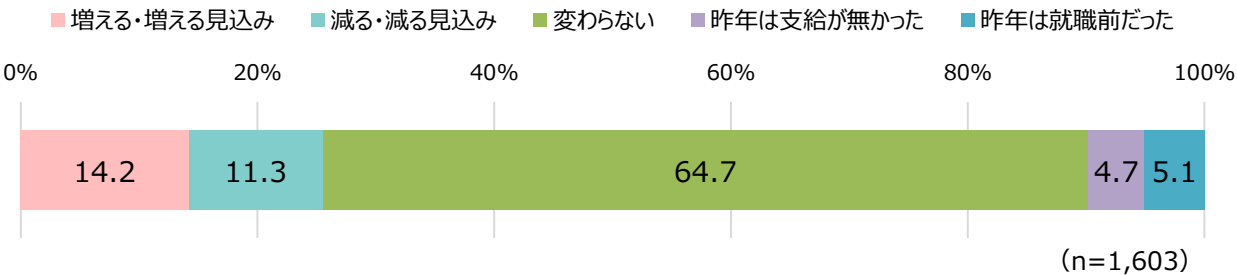
消費者意識

冬のボーナスの支給金額

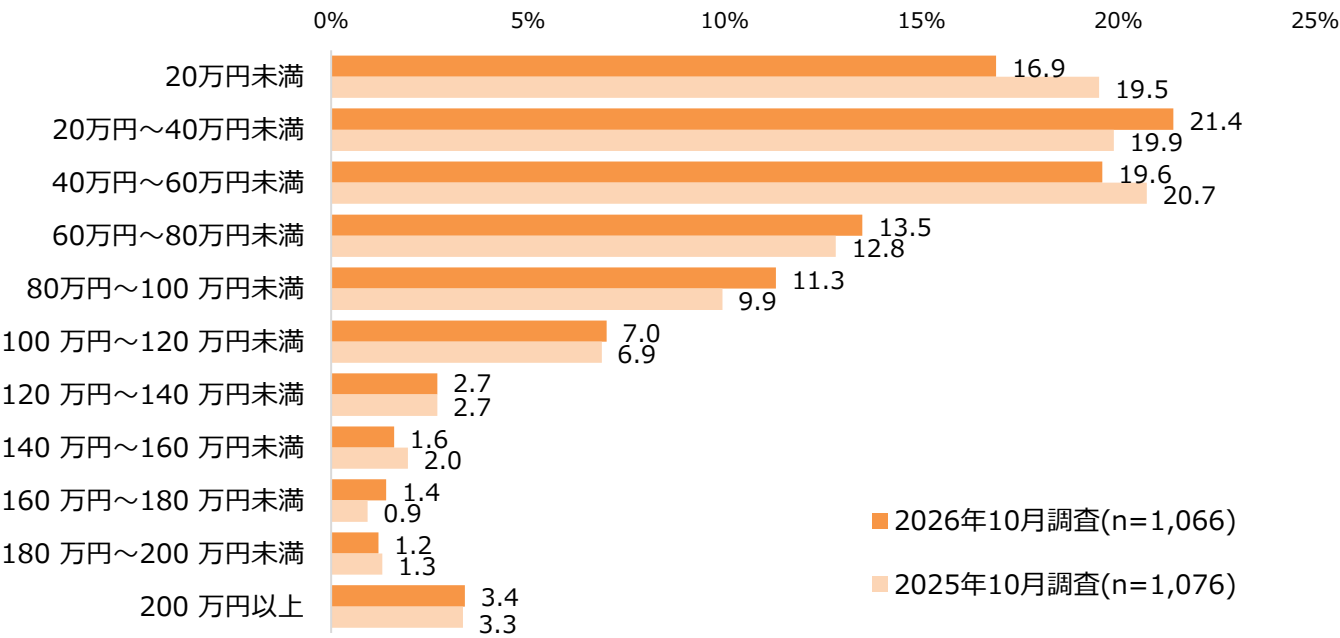
冬のボーナスの支給金額は、昨年と比べて「変わらない」が64.7%を占める
支給金額は、「20万円～40万円未満」が最多の21.4%

- ・今年の冬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金額を聴取したところ、「変わらない」が最多で64.7%だった。次いで「増える・増える見込み」が14.2%だった。
- ・支給金額（想定額を含む）は、「20万円～40万円未満」が最多で21.4%だった。
昨年調査と比べて減少幅が大きかったのは「20万円未満」で、2.6ポイント減の16.9%だった。

■今年の冬のボーナスの金額（世帯あたり）は、昨年の冬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）
「今年の冬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、今年の冬のボーナスの金額（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）
冬のボーナスの使い道に「支給されない・分からない」を選んだ方以外が回答。本設問で「分からない・答えたくない」と回答した n=537 を除き算出



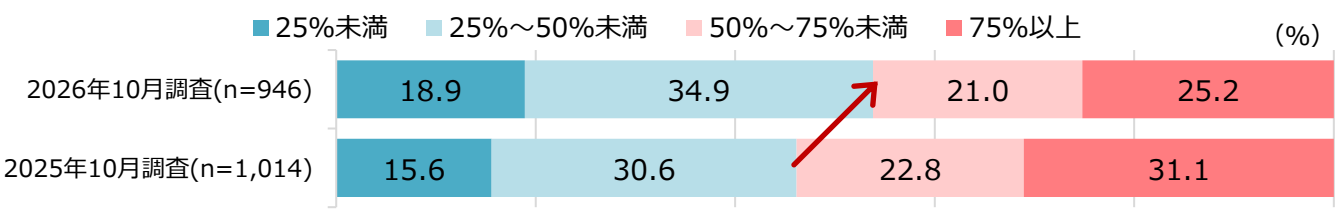
消費者意識

冬のボーナスの「貯金・預金」の割合と用途

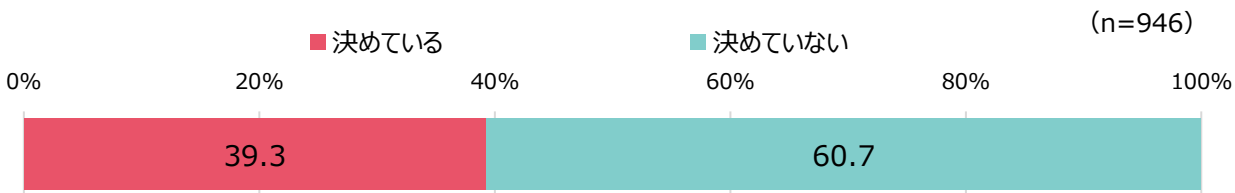
ボーナス支給金額のうち、貯金・預金に回す割合が縮小。「50%未満」が過半数を占める
貯金・預金の用途は「将来の消費への備え」が2024年調査から減少傾向

- 冬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「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。前回調査は、“半分以上”を貯金・預金したい人が過半数を占めていたが、逆転した。
- 貯金・預金の用途を「決めている」人は、39.3%だった。
- 貯金・預金の用途について「老後の生活への備え」が67.5%で最多だった。2024年、2025年調査を見ると、老後の生活、収入の変化、病気や災害、それぞれの備えが年々増加し、「将来の消費への備え」が減少している。

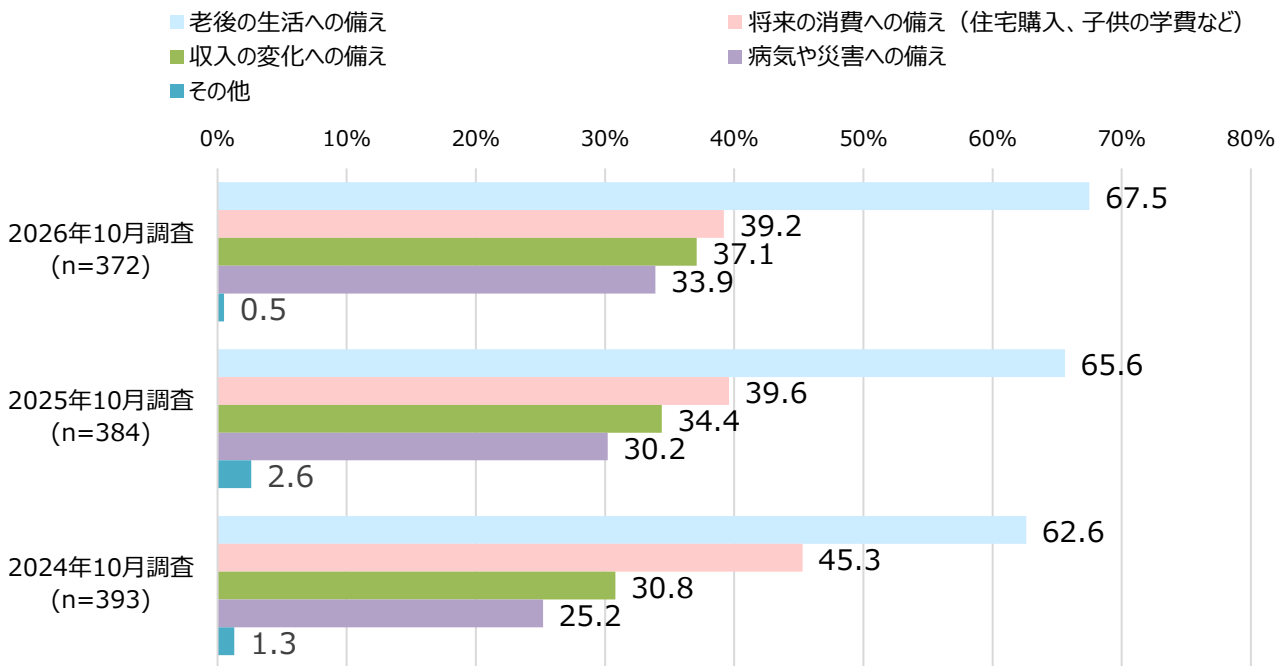
■ 支給される金額のうち、どの程度貯金・預金したいか、お答えください。（単一回答）
今年の冬のボーナスの使い道に「貯金・預金」を選んだ方のみ回答。



■ 「貯金・預金」の用途は決めていますか。（単一回答）
今年の冬のボーナスの使い道に「貯金・預金」を選んだ方のみ回答。



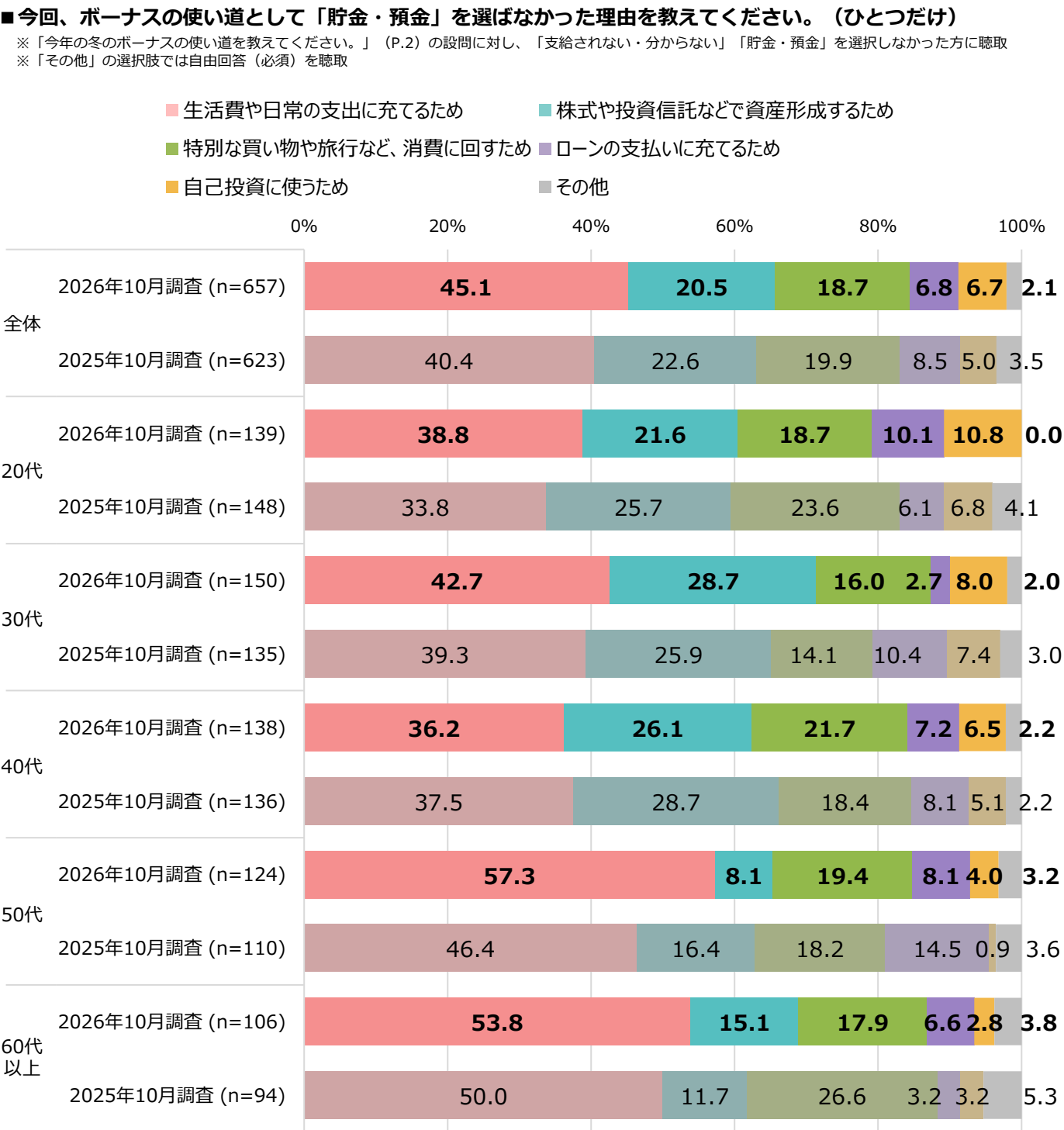
■ 「貯金・預金」の用途を教えてください。（いくつでも）
今年の冬のボーナスの使い道に「貯金・預金」を選んだ方のうち、用途を決めている方のみ回答。



消費者意識

冬のボーナスを「貯金・預金」しない理由

- 冬のボーナスを「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」で、昨年より4.7ポイント増加
- 冬のボーナスの使い道に「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、「生活費や日常の支出に充てるため」が1位となり、45.1%を占めた。昨年調査と比べ、4.7ポイント増加した。年代別に見ると、50代が最も増加しており、10.9ポイント増の57.3%だった。
 - 2位は「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。



消費者意識

物価高による冬のボーナスからの支出額の増減

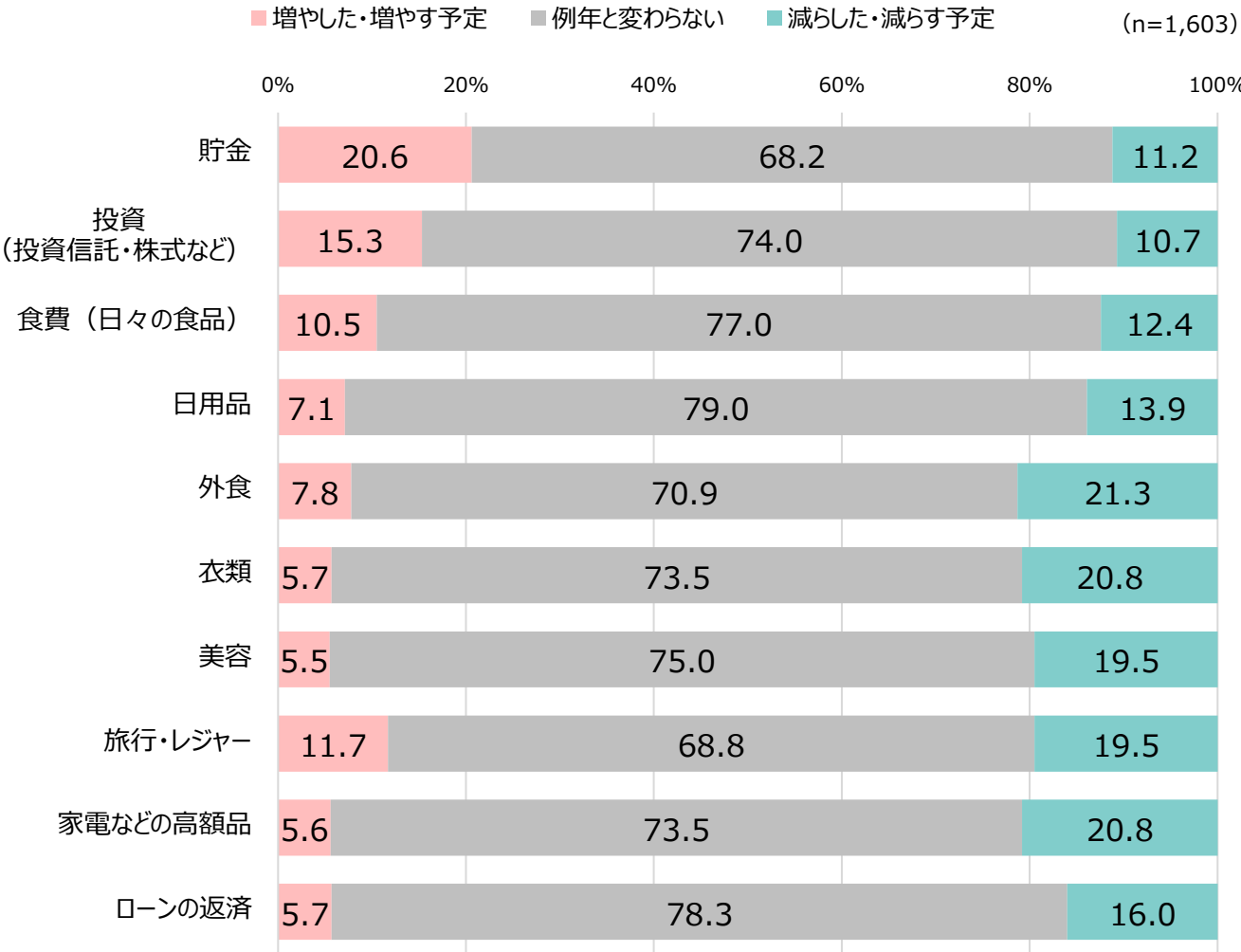
物価高で、ボーナスからの支出額を増やすものは、「貯金」「投資」が上位。
「旅行・レジャー」について、増やす・減らすの二極化がうかがえる

・物価高を受けて、例年と比較して今年の冬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20.6%、次いで「投資（投資信託・株式など）」で15.3%だった。
「減らした・減らす予定」が最も高かったのは「外食」で21.3%だった。
次いで「衣類」「家電などの高額品」が、同率の20.8%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」（11.7%）と「減らした・減らす予定」（19.5%）が、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、今年の冬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）

「今年の冬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



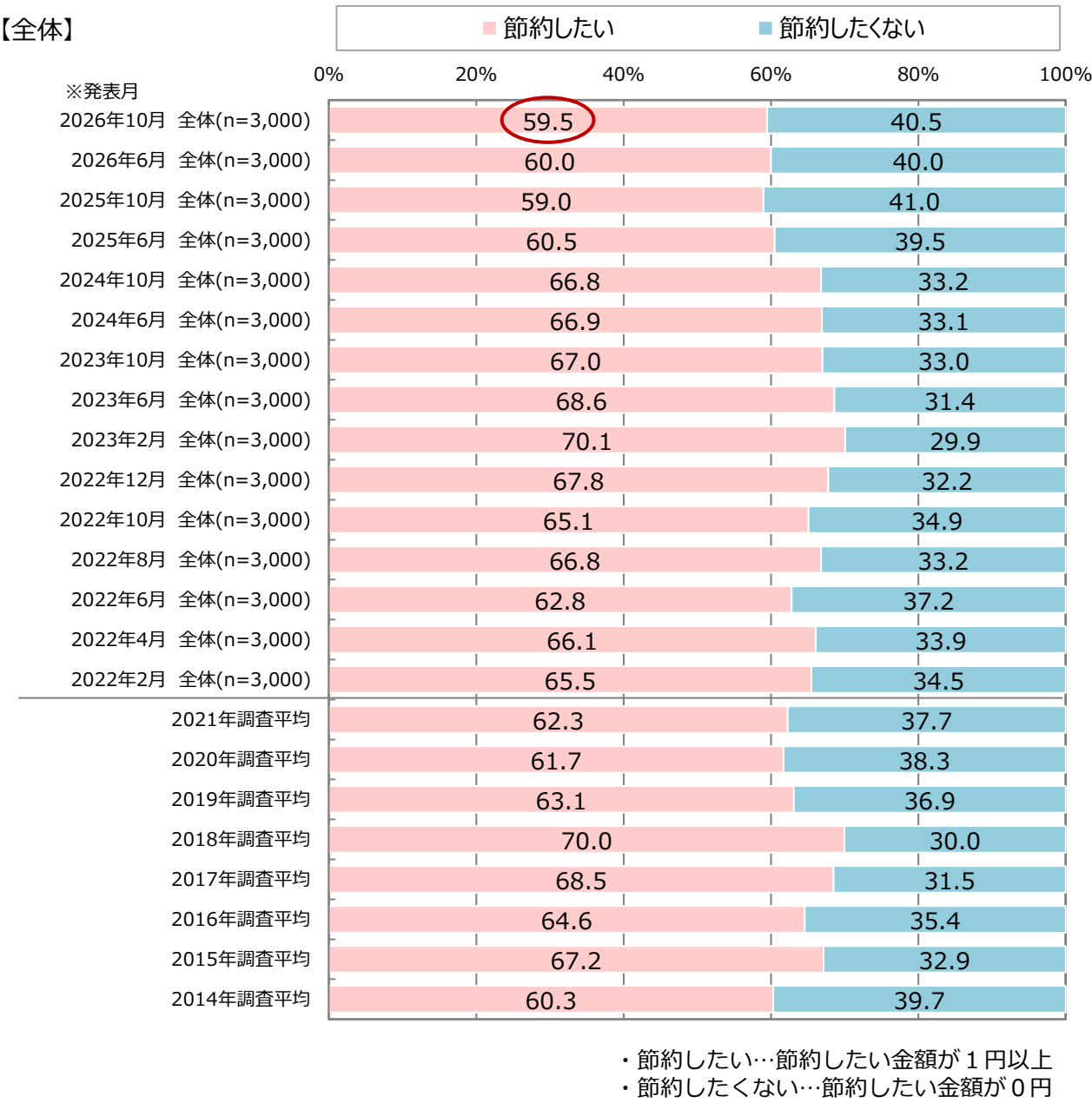
節約志向

消費者の節約志向

「節約したい」派は59.5%となり、前回調査より0.5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、59.5%となった。

■ 今月の家計の支出を節約したい割合



【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。

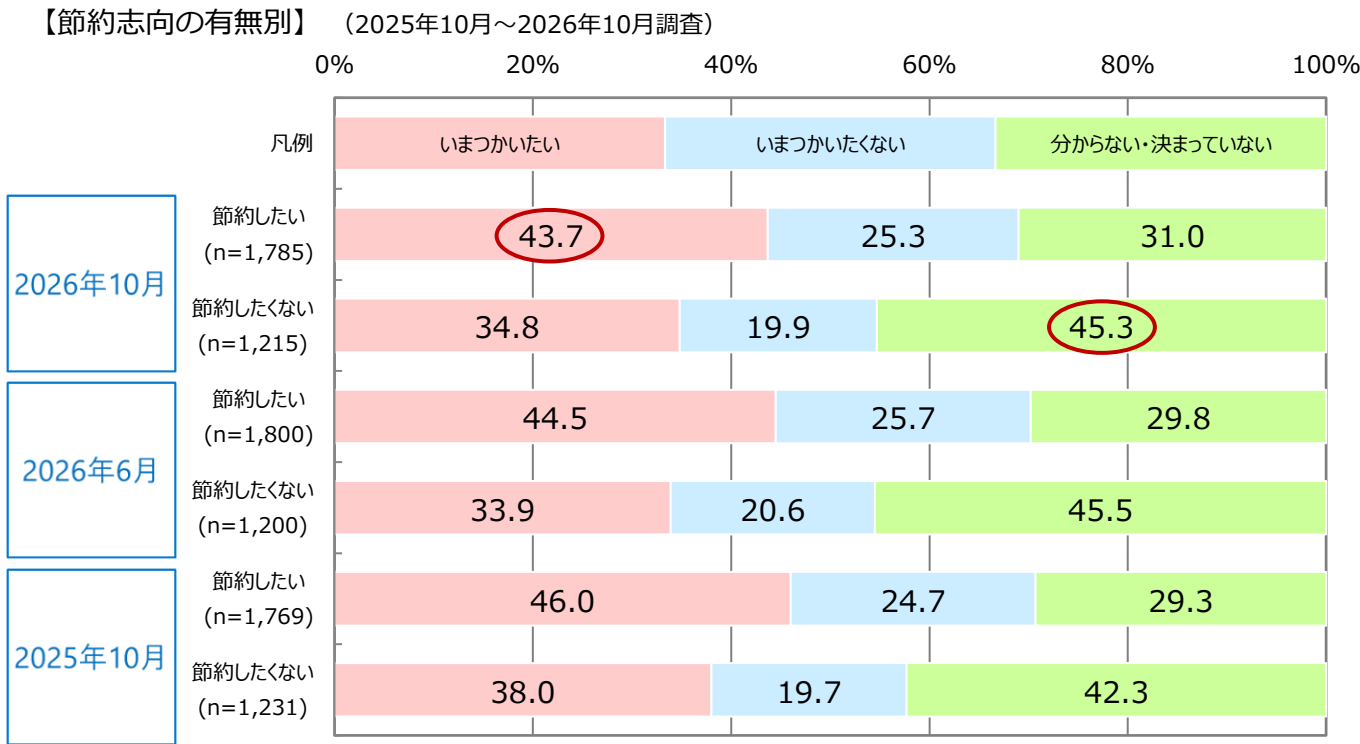
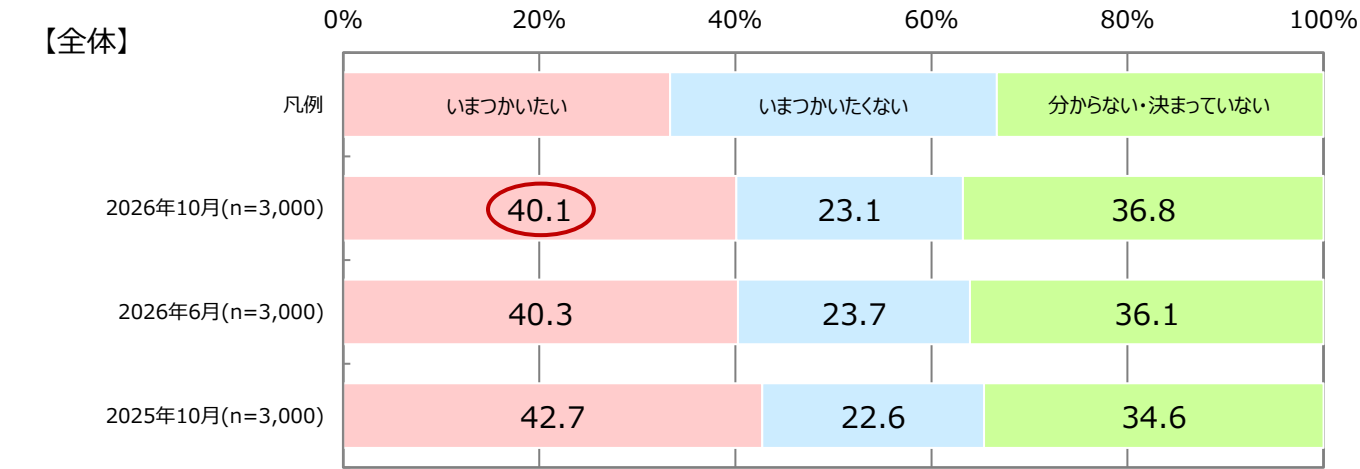
ポイントサービスの利用意向

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45.3%と最も高い。
「節約したい」派では、「いつかいたい」が43.7%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「いつかいたい」が最も高く、40.1%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）



<「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/>

