

NEWS LETTER (調査レポート)

報道関係各位

日本人のポイント活用に関する調査2017

《ネットエイジアリサーチ・消費者評価ランキング》

ポイントの貯めやすさ満足度 1位「楽天スーパーポイント」2位「Tポイント」3位「Pontaポイント」
 ポイントの利用しやすさ満足度 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」3位「Pontaポイント」
 ポイントの交換条件の満足度 1位「JALマイレージバンク」2位「ANAマイレージクラブ」

デートで好感度がダウンするポイント活用術 1位「ワリカンして自分の分はポイント支払い」

モバイルリサーチ (<http://www.mobile-research.jp/>) を展開するネットエイジア株式会社 (<http://www.netasia.co.jp/>) (本社: 東京都中央区、代表取締役: 三清 慎一郎、以下ネットエイジア) は、2017年11月8日～11月13日の6日間、「日本人のポイント活用に関する調査」をインターネットリサーチにより実施し、20歳～49歳の男女2,000名 (男性1,000名、女性1,000名) の回答を集計いたしました。

今後もネットエイジアでは、世の中の関心が高いテーマの調査、今後のトレンドを占える調査など、マーケティングシーンで役立つさまざまな情報をモバイルリサーチによりタイムリーに提供してまいります。

Index

《人気のポイントサービス》……P.2

- ・利用しているポイントサービス 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」3位「Pontaポイント」
- ・若年層には「Pontaポイント」も人気！20代が利用しているポイントサービスでは「Pontaポイント」が2位

《ポイントの貯め方》……P.3-5

- ・ポイントの貯めやすさ満足度ランキング 1位「楽天スーパーポイント」2位「Tポイント」3位「Pontaポイント」
- ・“普通の買い物”での貯めやすさ 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」3位「WAONポイント」
- ・“ポイント交換”での貯めやすさ 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」3位「JALマイレージバンク」
- ・ポイントを貯めるために行っていること「なるべくポイントサービスの取扱店で買い物する」6割

《ポイントの使い方》……P.6-8

- ・貯まったポイントが現金代わりに！経験済みのポイントの利用方法では「買い物で使う」が7割半とダントツ
- ・「特典航空券と交換」は利用経験者の6割半が「お得感があるポイントの利用方法」と評価
- ・ポイントの利用しやすさ満足度 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」3位「Pontaポイント」
- ・交換条件の満足度 1位「JALマイレージバンク」2位「ANAマイレージクラブ」3位「楽天スーパーポイント」
- ・特典航空券の予約しやすさ満足度 1位「JALマイレージバンク」2位「ANAマイレージクラブ」

《ポイントに対する意識》……P.9

- ・「ポイント好き」女性では約9割
- ・「ポイントで節約」7割強が経験、「電子マネーやポイントで全ての支払いをしたい」約6割がキャッシュレス志向
- ・ポイントを日常的に利用する人に抱くイメージは？1位は「節約上手」、4割半が「恋人・配偶者にしたい」と回答

《デートでのポイント活用術》……P.10-11

- ・「ポイント活用で好感度がアップすることがある」20代女性の6割、「ダウンすることがある」では7割強
- ・デートで好感度がアップするポイント活用術 1位「ポイントでおごり」2位「ポイントで得した分でプチギフト」
- ・デートで好感度がダウンするポイント活用術 1位「ワリカンして自分の分はポイント支払い」

《ポイントあるある》……P.12

- ・ポイント利用における“あるある”「レジ前でポイントカードを探してあたふた」5割の人が経験
- ・「違う店のポイントカードを提示」は3割が経験、「ポイントで払おうとしたが足りなかった」といった回答も
- ・ポイントがあって助かった！「金欠をポイント払いで乗り切った」という人が2割

NEWS LETTER (調査レポート)

《人気のポイントサービス》

◆利用しているポイントサービス 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」3位「Pontaポイント」

◆若年層には「Pontaポイント」も人気！20代が利用しているポイントサービスでは「Pontaポイント」が2位

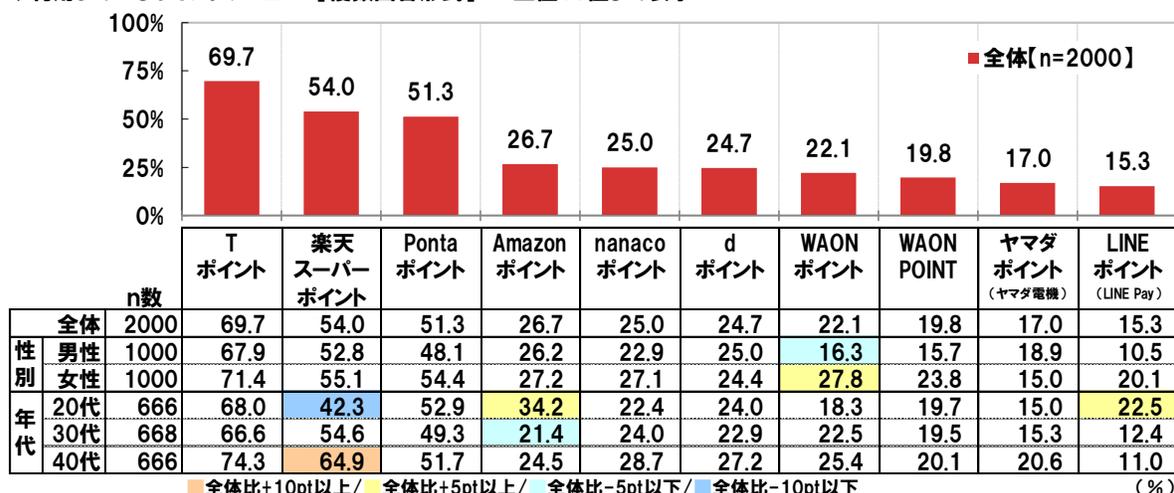
20歳～49歳の男女2,000名(全回答者)を対象に、ポイントサービス(小売店、インターネットショッピングなどでポイントが貯まるサービス)について調査を行った。

まず、全回答者(2,000名)に、利用しているポイントサービスを聞いたところ、1位は「Tポイント」(69.7%)、2位「楽天スーパーポイント」(54.0%)、3位「Pontaポイント」(51.3%)、4位「Amazonポイント」(26.7%)、5位「nanacoポイント」(25.0%)となった。いわゆる“共通ポイント”がよく利用されているようだ。

男女別にみると、男性では、「dポイント」(25.0%)が5位、女性では、電子マネー「WAON」のポイントサービス「WAONポイント」(27.8%)が4位となった。

年代別にみると、20代は、30代・40代とは異なる傾向がみられ、20代では、「Pontaポイント」が2位(52.9%)となった他、「Amazonポイント」(34.2%)や「LINEポイント」(22.5%)の利用率が30代、40代に比べて高くなった。

◆利用しているポイントサービス [複数回答形式] ※上位10位まで表示



◆利用しているポイントサービス [複数回答形式] ※男女別・年代別に上位5位まで表示

男性[n=1000]		女性[n=1000]		20代[n=666]		30代[n=668]		40代[n=666]	
順位	ポイント								
1位	Tポイント								
2位	楽天スーパーポイント	2位	楽天スーパーポイント	2位	Pontaポイント	2位	楽天スーパーポイント	2位	楽天スーパーポイント
3位	Pontaポイント	3位	Pontaポイント	3位	楽天スーパーポイント	3位	Pontaポイント	3位	Pontaポイント
4位	Amazonポイント	4位	WAONポイント	4位	Amazonポイント	4位	nanacoポイント	4位	nanacoポイント
5位	dポイント	5位	Amazonポイント	5位	dポイント	5位	dポイント	5位	dポイント

NEWS LETTER (調査レポート)

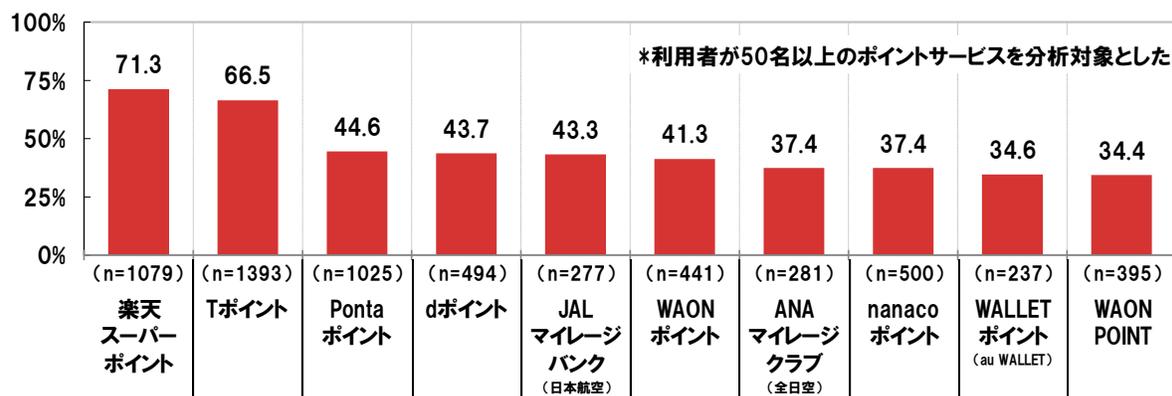
《ポイントの貯め方》

- ◆ポイントの貯めやすさ満足度ランキング 1位「楽天スーパーポイント」2位「Tポイント」3位「Pontaポイント」
貯めやすさ満足度「5強」には、「dポイント」が4位、「JALマイレージバンク」が5位でランクイン
- ◆“普段の買い物”での貯めやすさ 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」3位「WAONポイント」
- ◆“ポイント交換”での貯めやすさ 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」3位「JALマイレージバンク」

次に、各ポイントサービスの貯めやすさ満足度(※1)についてみると、1位は「楽天スーパーポイント」で71.3%、2位は「Tポイント」で66.5%、3位「Pontaポイント」(44.6%)、4位「dポイント」(43.7%)、5位「JALマイレージバンク(日本航空)」(43.3%)となった。利用率では2位だった楽天スーパーポイントがポイントの貯めやすさ満足度では1位だった。

※1 各ポイントサービスの利用者が“このサービスはポイントを貯めやすい”と評価した割合

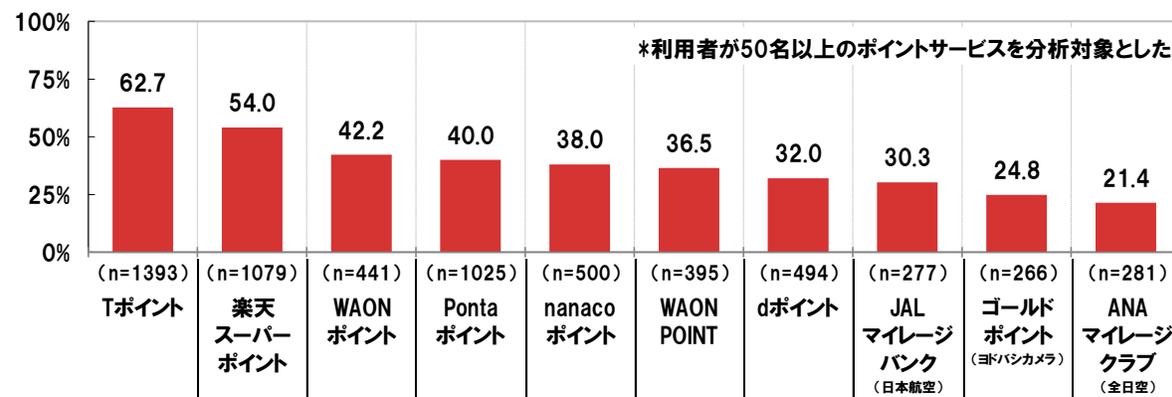
◆貯めやすさ満足度(各ポイントサービスの利用者が“このサービスはポイントを貯めやすい”と評価した割合)
※上位10位まで表示



では、ポイントを貯めるシーンの中でも、“普段の買い物”や“ポイント交換”に絞って評価をみると、貯めやすさ満足度はどのようになっているのだろうか。

まず、“普段の買い物”での貯めやすさ満足度をみると、1位「Tポイント」(62.7%)、2位「楽天スーパーポイント」(54.0%)、3位「WAONポイント」(42.2%)、4位「Pontaポイント」(40.0%)、5位「nanacoポイント」(38.0%)となった。共通ポイントサービスや電子マネー系のポイントサービスの満足度が高いようである。

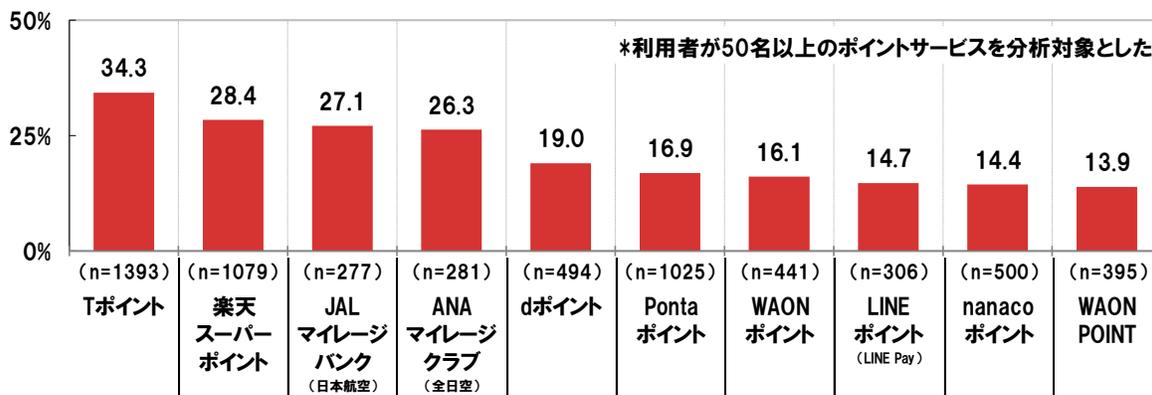
◆普段の買い物での貯めやすさ満足度(各ポイントサービスの利用者が“ポイントを貯めやすい”と評価した割合)
※上位10位まで表示



NEWS LETTER (調査レポート)

また、“ポイント交換”での貯めやすさ満足度をみると、1位「Tポイント」(34.3%)、2位「楽天スーパーポイント」(28.4%)、3位「JALマイレージバンク(日本航空)」(27.1%)、4位「ANAマイレージクラブ(全日空)」(26.3%)、5位「dポイント」(19.0%)となった。「JALマイレージバンク(日本航空)」が3位、「ANAマイレージクラブ(全日空)」が4位と航空会社系が上位に入っており、複数のポイントサービスで貯めた手持ちのポイントを、ポイント交換によってマイルに集約しているマイラーも多いのではないかと推測できる。

◆ポイント交換での貯めやすさ満足度(各ポイントサービスの利用者が“ポイントを貯めやすい”と評価した割合)
 ※上位10位まで表示



NEWS LETTER (調査レポート)

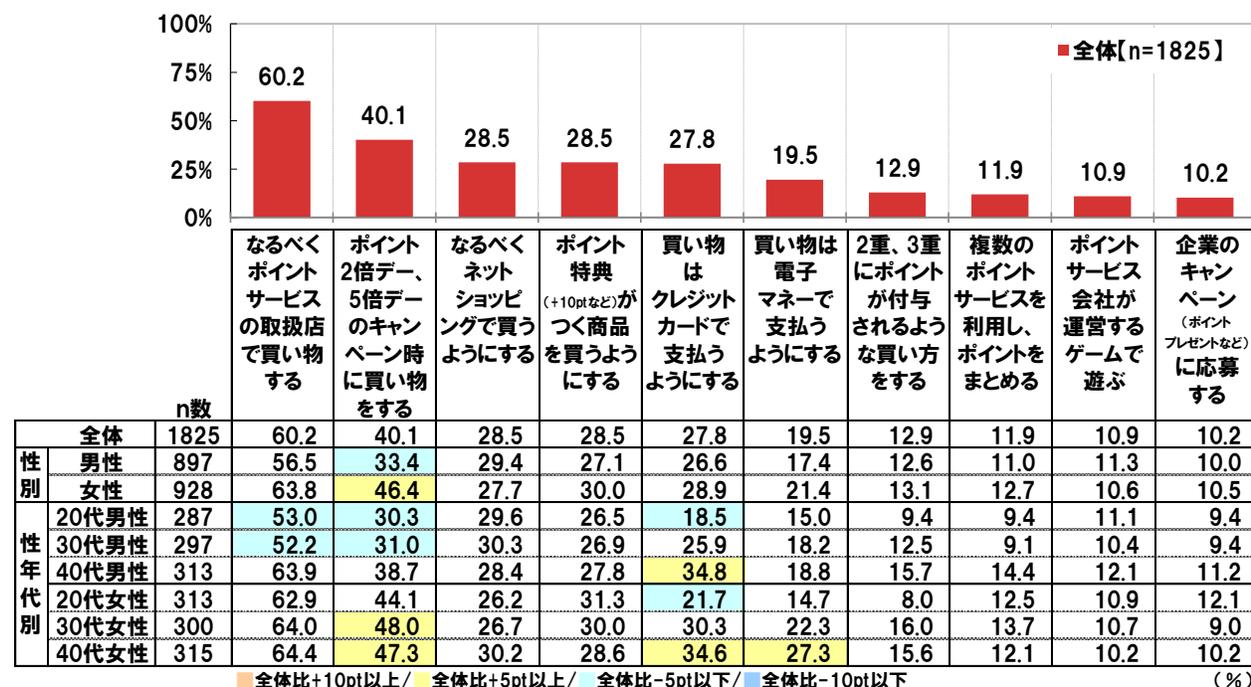
◆ポイントを貯めるために行っていること「なるべくポイントサービスの取扱店で買い物する」6割 30代・40代女性では半数近くが“ポイント〇倍デー待ち”

それでは、実際にポイントを多く貯めるために、どのような工夫をしているのだろうか。

いずれかのポイントサービスの利用者(1,825名)に、ポイントサービスのポイントやマイルを貯めるために行っていることを聞いたところ、「なるべくポイントサービスの取扱店で買い物する」(60.2%)が最も高く、「ポイント2倍デー、5倍デーのキャンペーン時に買い物をする」(40.1%)、「なるべくネットショッピングで買うようにする」「ポイント特典(+10ptなど)がつく商品を買うようにする」(ともに28.5%)、「買い物はクレジットカードで支払うようにする」(27.8%)が続いた。自分が貯めているポイントを意識したお店選びを行っている人や買い物をする日を意識している人が多いようだ。

男女別にみると、買い物をする日を意識しているのは男性より女性のように、「ポイント2倍デー、5倍デーのキャンペーン時に買い物をする」は、男性33.4%、女性46.4%と、女性のほうが13.0ポイント高く、特に、30代女性(48.0%)や40代女性(47.3%)では半数近くとなった。

◆ポイントサービスのポイントやマイルを貯めるために行っていること [複数回答形式] ※上位10位まで表示
対象:いずれかのポイントサービスを利用している人



NEWS LETTER (調査レポート)

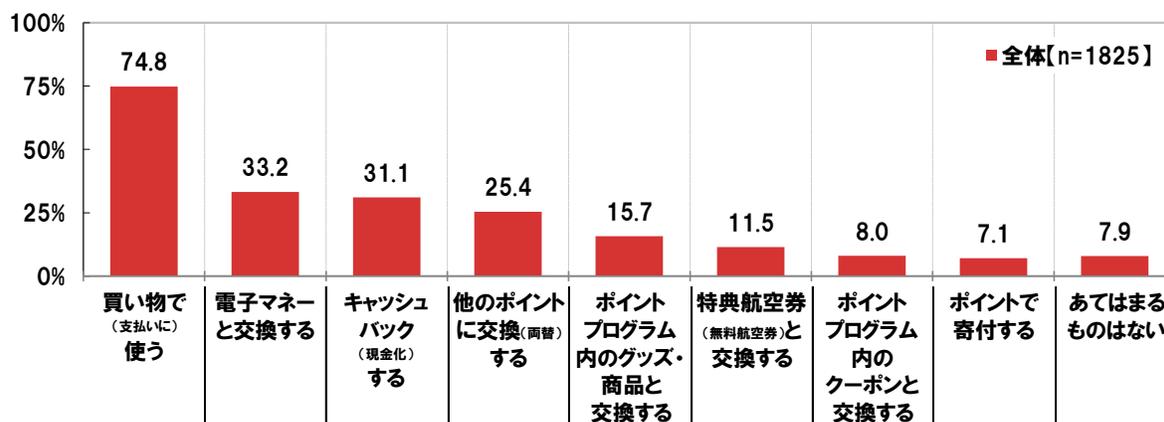
《ポイントの使い方》

- ◆貯まったポイントが現金代わりに！経験済みのポイントの利用方法では「買い物で使う」が7割半とダントツ
- ◆「特典航空券と交換」は利用経験者の6割半が「お得感があるポイントの利用方法」と評価

貯まったポイントは、どのように使われていることが多いのだろうか。いずれかのポイントサービスの利用者(1,825名)にポイントの利用方法について聞いた。

まず、実際にやったことがあるポイントの利用方法を聞いたところ、「買い物で(支払いに)使う」(74.8%)が最も高く、「電子マネーと交換する」(33.2%)、「キャッシュバック(現金化)する」(31.1%)、「他のポイントに交換(両替)する」(25.4%)、「ポイントプログラム内のグッズ・商品と交換する」(15.7%)が続いた。

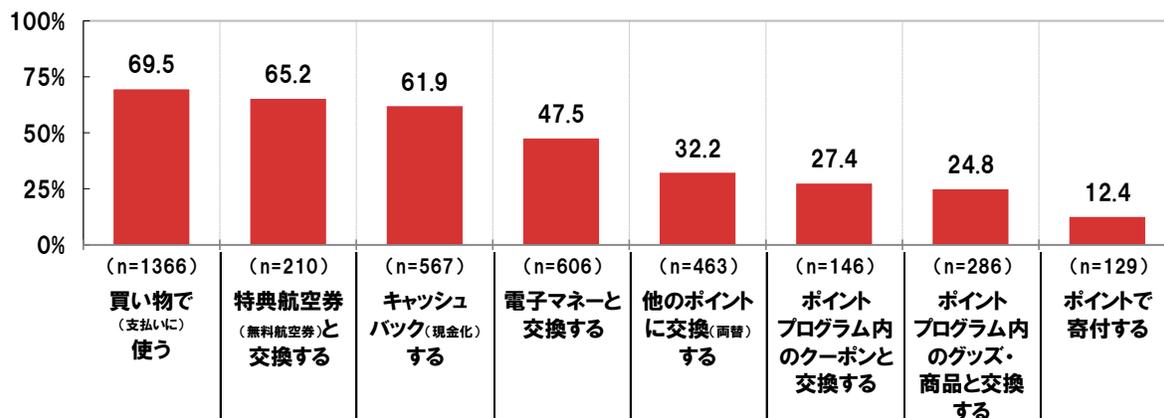
◆「実際にやったことがある」ポイント利用方法 [複数回答形式] 対象:いずれかのポイントサービスを利用している人



次に、お得感があると思う利用方法を聞き、各利用方法のお得度(※2)を算出したところ、「買い物で(支払いに)使う」が最も高く69.5%、次いで、「特典航空券(無料航空券)と交換する」が65.2%、「キャッシュバック(現金化)する」が61.9%となった。特典航空券との交換は、利用経験者は多くはないものの、実際に交換したことがある人の満足度は高いようだ。知る人ぞ知るお得なポイントの利用方法といえるのではないだろうか。

※2 各利用方法の経験者が「お得感がある」と評価した割合

◆ポイント利用方法のお得度(各利用方法の経験者が「お得感がある」と評価した割合)



NEWS LETTER (調査レポート)

◆ポイントの利用しやすさ満足度 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」3位「Pontaポイント」

◆交換条件の満足度 1位「JALマイレージバンク」2位「ANAマイレージクラブ」3位「楽天スーパーポイント」

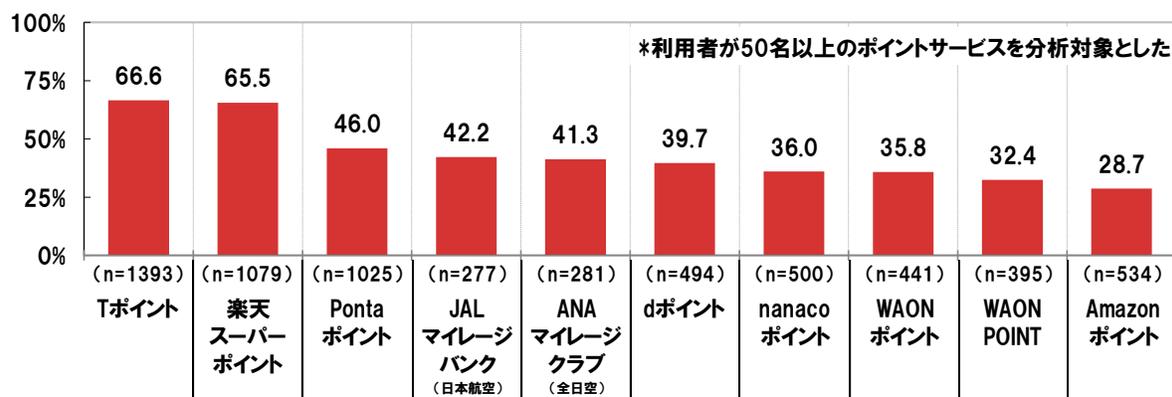
では、貯まったポイントの利用しやすさでは、どのポイントサービスが高く評価されているのだろうか。

各ポイントサービスの利用しやすさ満足度(※3)をみると、1位「Tポイント」(66.6%)、2位「楽天スーパーポイント」(65.5%)、3位「Pontaポイント」(46.0%)、4位「JALマイレージバンク(日本航空)」(42.2%)、5位「ANAマイレージクラブ(全日空)」(41.3%)と、コンビニ・スーパーや飲食店など使えるところが多い共通ポイントが上位となった。

※3 各ポイントサービスの利用者が“このサービスはポイントを利用しやすい”と評価した割合

◆利用しやすさ満足度(各ポイントサービスの利用者が“このサービスはポイントを利用しやすい”と評価した割合)

※上位10位まで表示

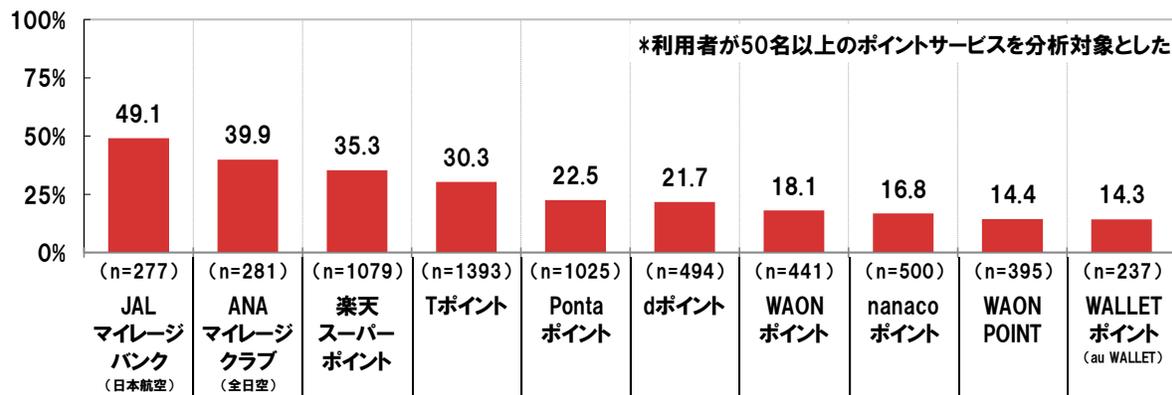


また、交換条件の満足度(※4)をみると、1位「JALマイレージバンク(日本航空)」(49.1%)、2位「ANAマイレージクラブ(全日空)」(39.9%)、3位「楽天スーパーポイント」(35.3%)、4位「Tポイント」(30.3%)、5位「Pontaポイント」(22.5%)と、「JALマイレージバンク(日本航空)」が2位の「ANAマイレージクラブ(全日空)」を10ポイント近く(9.2ポイント)離して1位となった。また、これまでのランキングとは異なり、航空会社2社のマイレージサービスが共通ポイントを上回る結果となっている。航空会社系のポイントサービスの目玉特典といえば“特典航空券”であるが、特典航空券への交換条件に魅力を感じているマイラーは多いようだ。

※4 各ポイントサービスの利用者が“このサービスは特典への交換条件が魅力的”と評価した割合

◆交換条件の満足度(各ポイントサービスの利用者が“このサービスは特典への交換条件が魅力的”と評価した割合)

※上位10位まで表示



NEWS LETTER (調査レポート)

◆特典航空券の予約しやすさ満足度 1位「JALマイレージバンク」2位「ANAマイレージクラブ」

航空会社のマイレージサービスは特典への交換条件の満足度が高く、特典航空券への交換は経験者の満足度が高いポイント利用方法であることがわかった。

それでは、実際に特典航空券の取りやすさで評価されているのは、どの航空会社のサービスなのだろうか。

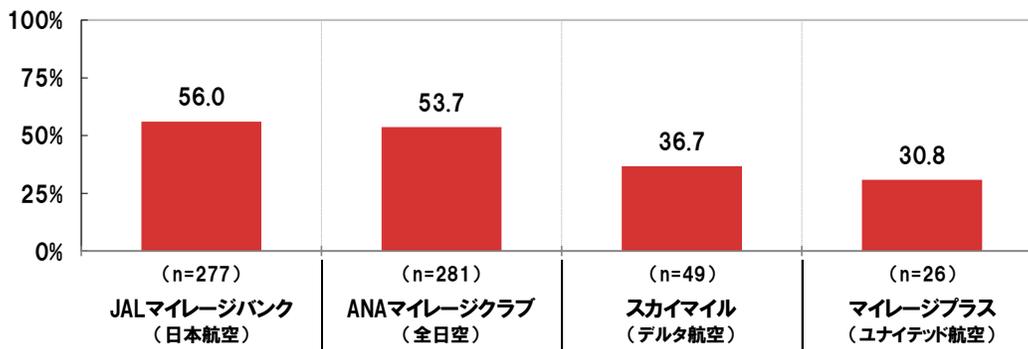
航空会社のマイレージサービス利用者(416名)に、特典航空券が予約しやすいと思うサービスを聞き、予約しやすさ満足度(※5)を算出したところ、「JALマイレージバンク」が56.0%、「ANAマイレージクラブ」が53.7%と、僅かにJALがANAを上回る結果となった。3位以下では、「スカイマイル(デルタ航空)」は36.7%、「マイレージプラス(ユナイテッド航空)」は30.8%となった。(※6)

※5 各マイレージサービスの利用者が“このサービスは特典航空券が予約しやすい”と評価した割合

※6 「スカイマイル(デルタ航空)」と「マイレージプラス(ユナイテッド航空)」の満足度はn数が50未満のため参考値

◆特典航空券の予約しやすさ満足度

(各マイレージサービスの利用者が“このサービスは特典航空券が予約しやすい”と評価した割合)



※「スカイマイル」と「マイレージプラス」はn数が少ないため参考値

NEWS LETTER (調査レポート)

《ポイントに対する意識》

◆「ポイント好き」女性では約9割

◆「ポイントで節約」7割強が経験、「電子マネーやポイントで全ての支払いをしたい」約6割がキャッシュレス志向

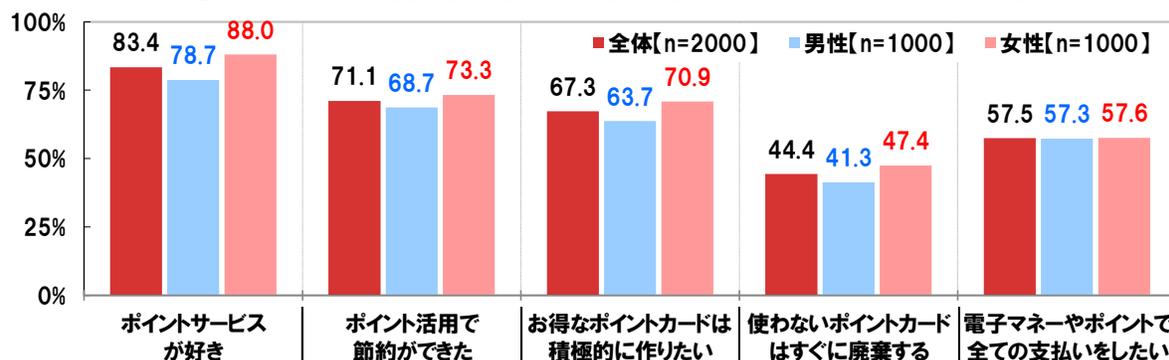
◆ポイントを利用する人に抱くイメージは？1位は「節約上手」、4割半が「恋人・配偶者にしたい」と回答

これまで、ポイントの貯め方や使い方についてみてきたが、全回答者(2,000名)に、ポイントサービスに対する意識や態度、ポイントを利用している人に対するイメージを聞いた。

まず、全回答者(2,000名)に、ポイントサービスや電子マネーに対する意識・態度について聞いたところ、「ポイントサービスが好き」という人は全体では83.4%、男性では78.7%、女性では88.0%となった。

また、「ポイント活用で節約ができた」という人は71.1%、「電子マネーやポイントで全ての支払いをしたい」という人は57.5%となった。約6割の人が現金を持たずに、電子マネーやポイントだけで買い物をしたいというキャッシュレス志向を持っていることがわかった。

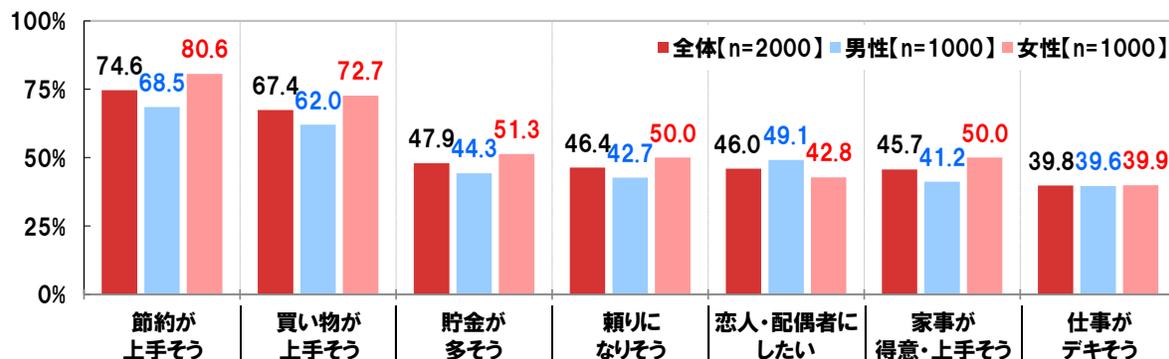
◆ポイントサービス・電子マネーに対する意識や態度 [各単一回答形式] ※『あてはまる』(「非常に」と「やや」の合計)を表示



次に、ポイントを利用している人に対するイメージを聞いたところ、「節約が上手そう」が最も高く74.6%、「買い物が上手そう」が67.4%で続いた。ポイントを利用している人に対し、「節約上手」「買い物上手」といった賢く消費しているイメージを持つ人が多いようだ。また、「恋人・配偶者にしたい」は46.0%と、ポイントを利用する人に対し好意を抱く人は少なくないことが明らかになった。

男女別にみると、女性のほうがいい印象を持っている人が多いようで、「節約が上手そう」(男性68.5%、女性80.6%)、「買い物が上手そう」(男性62.0%、女性72.7%)、「貯金が多そう」(男性44.3%、女性51.3%)、「頼りになりそう」(男性42.7%、女性50.0%)などでは女性のほうが高くなった。

◆ポイントを利用している人に対するイメージ [各単一回答形式] ※『そう思う』(「非常に」と「やや」の合計)を表示



NEWS LETTER (調査レポート)

《デートでのポイント活用術》

◆「ポイント活用で好感度がアップすることがある」20代女性の6割、「ダウンすることがある」では7割強

◆デートで好感度がアップするポイント活用術 1位「ポイントでおごり」2位「ポイントで得した分でプチギフト」

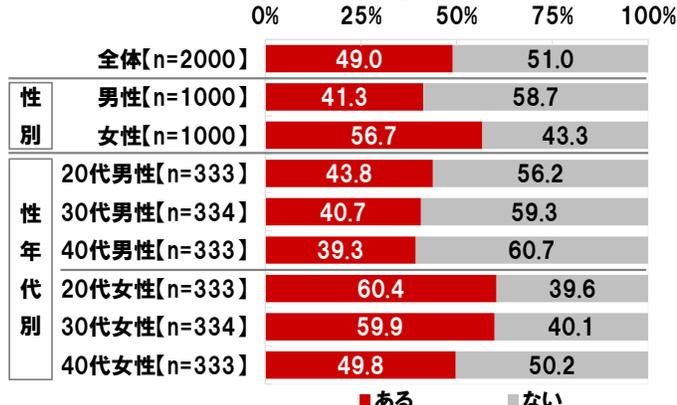
◆デートで好感度がダウンするポイント活用術 1位「ワリカンして自分の分はポイント支払い」

デートで訪れるレストランやショップ等でも、共通ポイントや、独自のポイントサービスを活用できる場面は少なくない。ポイント活用の仕方が、パートナーとの関係に影響を及ぼすことはあるのだろうか。

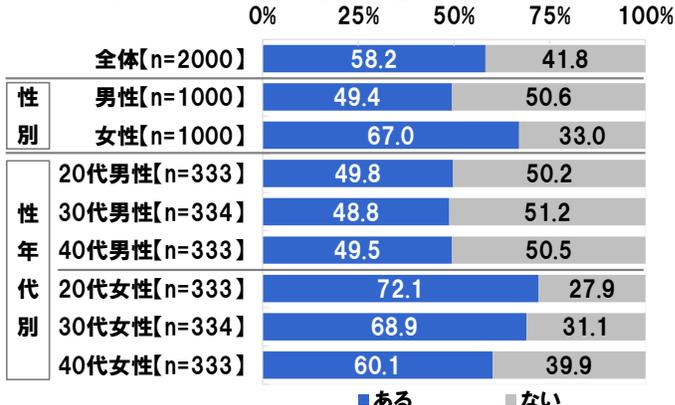
まず、デート相手のポイント活用の仕方、好感度が上がることや下がることはあるのかを確認すると、「好感度がアップすることがある」という人は49.0%、「好感度がダウンすることがある」という人は58.2%となった。

男女年代別にみると、好感度が上下するという人の割合は、20代女性と30代女性で高く、「好感度がアップすることがある」は20代女性では60.4%、30代女性では59.9%となり、「好感度がダウンすることがある」は20代女性では72.1%、30代女性では68.9%となった。

◆デート相手のポイント活用の仕方、好感度がアップすること



◆デート相手のポイント活用の仕方、好感度がダウンすること

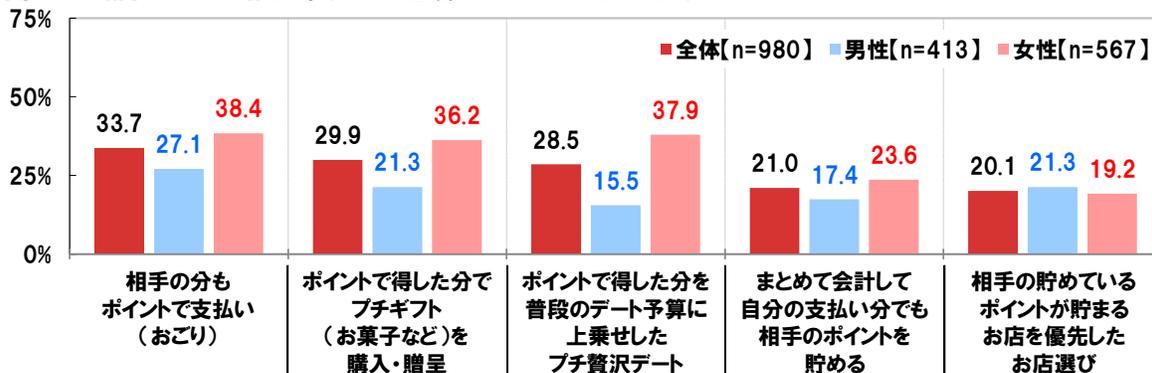


では、どのような活用方法が好感度をアップさせたり、好感度をダウンさせたりするのだろうか。

デート相手のポイント活用の仕方、好感度がアップすることがあるという人(980名)に、デート相手がしてくれたら、好感度がアップするポイント活用術を聞いたところ、1位は「相手の分もポイントで支払い(おごり)」(33.7%)、2位は「ポイントで得した分でプチギフト(お菓子など)を購入・贈呈」(29.9%)、3位は「ポイントで得した分を普段のデート予算に上乗せしたプチ贅沢デート」(28.5%)となった。ポイントでのおごりやポイントで得した分でのプチギフト・プチ贅沢など、貯めているポイントをデート相手のために使う活用術の評価が高いようだ。

◆デート相手がしていたら、好感度がアップするポイント活用術 [複数回答形式] ※上位5位まで表示

対象: デート相手のポイント活用の仕方、好感度がアップすることがある人

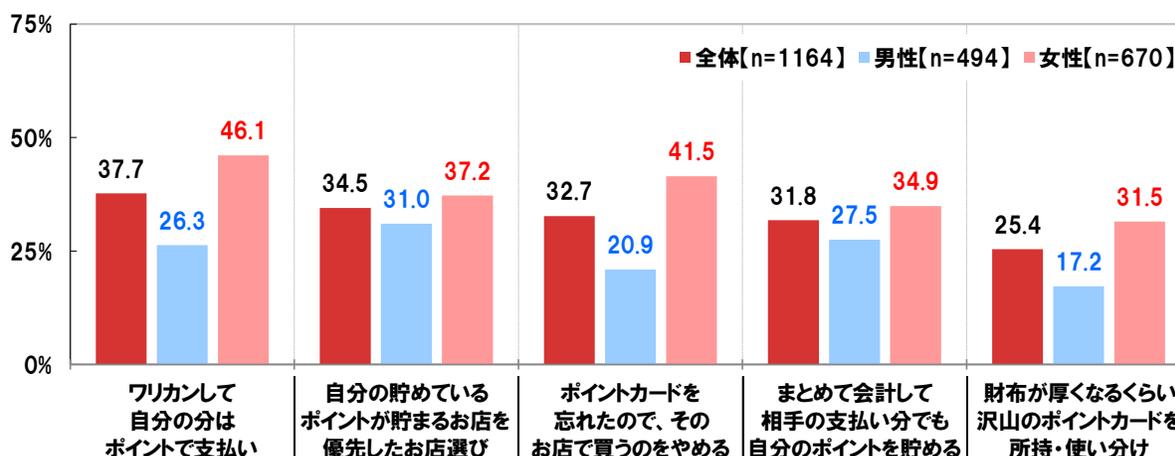


NEWS LETTER (調査レポート)

次に、デート相手のポイント活用の仕方、好感度がダウンすることがあるという人(1,164名)に、デート相手がいれば、好感度がダウンするポイント活用術を聞いたところ、1位は「ワリカンして自分の分はポイントで支払い」(37.7%)、2位「自分の貯めているポイントが貯まるお店を優先したお店選び」(34.5%)、3位「ポイントカードを忘れたので、そのお店で買うのをやめる」(32.7%)、4位「まとめて会計して相手の支払い分でも自分のポイントを貯める」(31.8%)、5位「財布が厚くなるくらい沢山のポイントカードを所持・使い分け」(25.4%)となった。ワリカンとはいえ、自分の分だけポイントで支払う行動は、ネガティブなイメージを持たれてしまうようだ。また、ポイント中心のお店選びも、デートを白けさせてしまうことがわかった。ポイント利用にこだわりすぎず、さりげなくポイントを活用することで、大切な相手とのデートをより楽しむことができるのではないだろうか。

男女別にみると、いずれの項目も女性のほうが高くなったが、特に男女間で差がみられたのは、「ワリカンして自分の分はポイントで支払い」(男性26.3%、女性46.1%)と「ポイントカードを忘れたので、そのお店で買うのをやめる」(男性20.9%、女性41.5%)だった。このようなポイント活用術を披露すると、デートで気持ちが盛り上がっていた女性もドン引きモードになりかねないので、デートでは相手の気持ちも考慮したポイント活用の仕方を心掛けたほうがよさそうだ。

◆デート相手がいれば、好感度がダウンするポイント活用術 [複数回答形式] ※上位5位まで表示
対象:デート相手のポイント活用の仕方、好感度がダウンすることがある人



NEWS LETTER (調査レポート)

《ポイントあるある》

◆ポイント利用における“あるある”「レジ前でポイントカードを探してあたふた」5割の人が経験

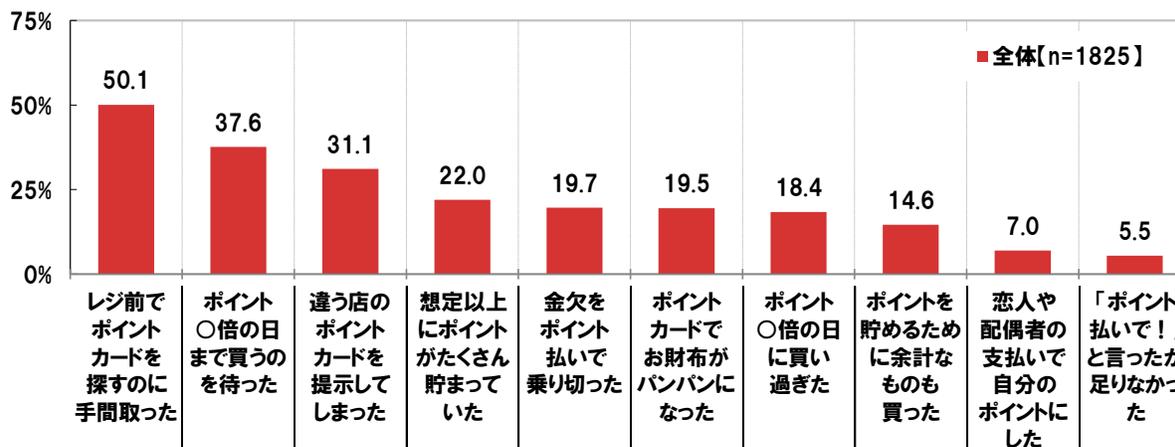
「違う店のポイントカードを提示」は3割が経験、「ポイントで払おうとしたが足りなかった」といった回答も

◆ポイントがあつて助かった！「金欠をポイント払いで乗り切った」という人が2割

最後に、いずれかのポイントサービスの利用者(1,825名)に、ポイントサービスの利用において経験したことを聞いたところ、1位は「レジ前でポイントカードを探すのに手間取った」(50.1%)だった。レジ係員に「ポイントカードはお持ちですか？」と聞かれ、あたふたとカードを探すものの、自分の後ろに列ができ、焦れば焦るほど見つからない…、そんな経験をした人が多いのではないだろうか。以下、2位は「ポイント〇倍の日まで買うのを待った」(37.6%)、3位「違う店のポイントカードを提示してしまった」(31.1%)、4位「想定以上にポイントがたくさん貯まっていた」(22.0%)、5位「金欠をポイント払いで乗り切った」(19.7%)と続いた。金欠をポイント払いで乗り切り、ポイントに助けられたという人もいようだ。

また、「レジ前でポイントカードを探すのに手間取った」「違う店のポイントカードを提示してしまった」といった失敗談が上位となったが、ポイントサービス利用における“失敗あるある”はそれだけではないようだ。7位に「ポイント〇倍の日に買い過ぎた」(18.4%)、8位に「ポイントを貯めるために余計なものも買った」(14.6%)、10位に「『ポイント払いで！』と言ったが足りなかった」(5.5%)がランクインした。

◆ポイントサービスに関連することで、これまでに経験をしたことがあるもの [複数回答形式] ※上位10位まで表示
対象:いずれかのポイントサービスを利用している人



NEWS LETTER (調査レポート)

◆調査概要◆

- ◆調査タイトル : 日本人のポイント活用に関する調査2017
- ◆調査対象 : ネットエイジアリサーチのモニター会員を母集団とする20歳～49歳の男女
- ◆調査期間 : 2017年11月8日～11月13日
- ◆調査方法 : インターネット調査
- ◆調査地域 : 全国
- ◆有効回答数 : 2,000名

	20代	30代	40代	計
男性	333s	334s	333s	1,000s
女性	333s	334s	333s	1,000s

- ◆実施機関 : ネットエイジア株式会社

本ニュースレターは報道関係の皆様に向けて発信する報道用の調査レポートとなります。

本ニュースレターに含まれる全ての情報や調査結果を、ネットエイジア株式会社の許可を得ることなく、広告宣伝や広報・PR活動等のために無断で転用することを禁止します。

■報道関係の皆様へ■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、
「ネットエイジアリサーチ調べ」と付記のうえ
ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

■本調査に関するお問合せ窓口■

ネットエイジア株式会社 マーケティング事業本部
TEL : 03-3552-8041
FAX : 03-3552-8042
E-mail : mobile-press@netasia.co.jp

■ネットエイジア株式会社 会社概要■

組織名 : ネットエイジア株式会社
代表者名 : 代表取締役 三清 慎一郎
設立 : 2005年2月
所在地 : 東京都中央区新川一丁目27番8号 新川大原ビル7階
資本金 : 3億1,552万円
主な業務内容 : ネットリサーチ事業
URL : <http://www.mobile-research.jp/>