

報道関係各位

2021年4月14日
株式会社クロス・マーケティング

ポイントは「意識して貯めて利用」派が多数 やめる理由は「年会費」と「カードが増える」こと

－ ポイントに関する調査（2021年） －

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に【ポイントに関する調査（2021年）】を実施しました。キャッシュレス決済など決済手段が多様化するなか、ポイント事情はどのようになっているのでしょうか。今回は、ポイントが貯まるカードやアプリの利用状況やポイント貯めているカードやアプリの種類、ポイントを使うタイミングや貯めるのをやめる理由などを聴取しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20210414point/>

■ 調査結果

- ✓ **ポイントが貯まるカードやアプリの利用状況を聴取したところ、全体の9割がカードでポイント貯めていると回答。アプリで貯めている割合も7割。**

ポイントを意識して貯めて活用している人の割合は、カードで65%、アプリで45%と、カードの方が意識的にポイント貯めている人が多い。性年代別にみると、男性20代はカード・アプリともに他年代に比べて意識的にポイント貯めている割合が低く、60代は男女ともにアプリで意識的にポイント貯めている割合が低い傾向。〈図1〉

- ✓ **ポイント貯めているカード1位は「クレジットカード」、アプリの1位は「キャッシュレス決済や電子マネーのアプリ」。**

カード・アプリともに、支払い時に自動でポイント付与/還元されるものがTOPに。〈図2〉

- ✓ **ポイント利用するのは「ポイントの有効期限が近付いた時」が57%でTOP。一方、ポイント貯めるのをやめる理由は「年会費がかかるから」と「カードを増やしたくないから」が26%で上位に。** 〈図3・4〉

- ✓ **ポイントに関する“あるある”としては、「期限が切れる前に慌てて使う」や、「カードを作ったりアプリをインストールしたりしても結局使う機会が少ない、使わない」というような意見が挙げられた。** 〈図5〉

〈図1〉 ポイントが貯まるカードやアプリの利用状況（単一回答：n=1,100）

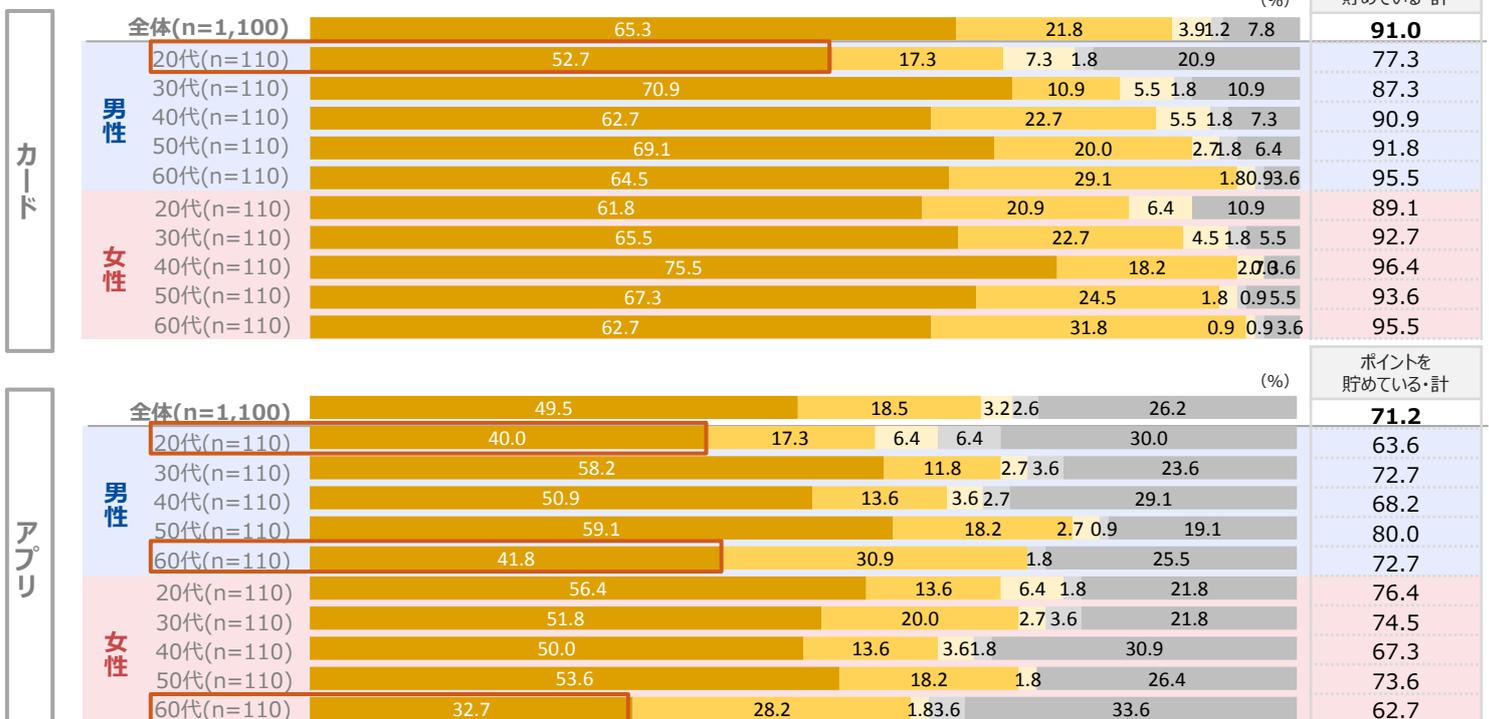
※カード：ポイントカード、スタンプカード、クレジットカードなど

※アプリ：ポイント還元のあるキャッシュレス決済も含む

- ポイントは意識して貯めていて、貯めたポイントも利用している
- ポイントを意識して貯めているわけではないが、貯まったポイントは利用している
- ポイントを貯めているが、貯めたポイントは利用していない

■ 以前はポイント貯めていたが、最近は貯めていない

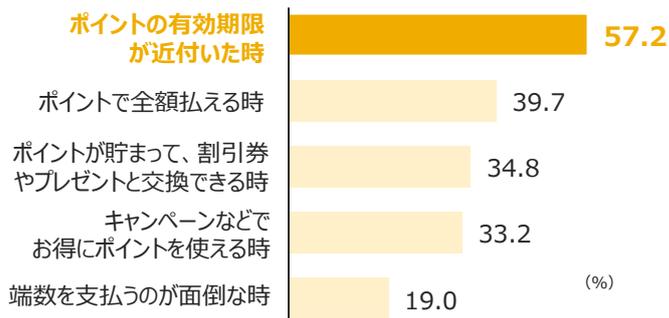
■ 以前からポイントは貯めていない・ポイントは意識していない



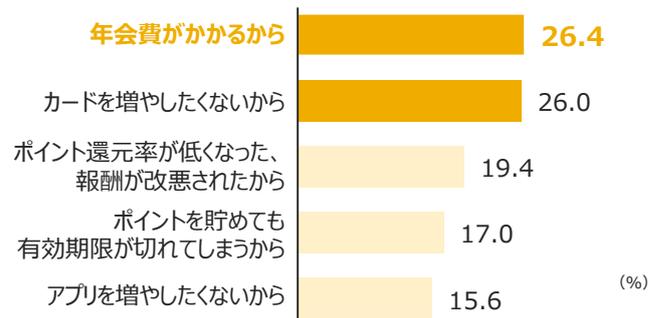
<図2> ポイントを貯めているカードやアプリTOP5 (複数回答) ※ポイントを貯めている人ベースn=1,015

カード			アプリ		
1位	クレジットカード	74.3%	1位	キャッシュレス決済や電子マネーのアプリ (Pay Payなど)	39.3%
2位	業種問わずの共通ポイントカード (Tポイント、pontaなど)	53.9%	2位	業種問わずの共通ポイントアプリ (Tポイント、pontaなど)	34.3%
3位	電子マネーのカード (WAONカード、nanacoなど)	37.3%	3位	ドラッグストアのアプリ	16.7%
4位	ドラッグストアのカード	35.4%	4位	コンビニのアプリ	12.1%
5位	スーパーのカード	28.0%	5位	スーパーのアプリ	7.7%

<図3> ポイントを使用するタイミング・場面TOP5
(複数回答 : n=983) ※ポイントを利用する人ベース



<図4> ポイントが貯まるカードやアプリを使うのをやめる理由TOP5 (複数回答 : n=1,100)



<図5> ポイントに関するあるあるエピソード (自由回答 : n=1,100) ※一部抜粋

- ✓ 有効期限の近いポイントを利用するために、あわてて買い物をすることがあった。それからカード、アプリ類は最低限にして、有効期限、使用可能なポイント等を日頃から把握するようにしている。(女性56歳)
- ✓ 店員さんに勧められてカードを作ったがその後お店に行く事がなかったり、あまり行かないだろうと思って作らなかったお店に限って何度も利用したりする事がある。(女性41歳)
- ✓ 結構たまっていたポイントカードが財布の奥底にあって、それをなくしたと勘違いしてそのカードを使わずに高い買い物で普通にした。(男性22歳)
- ✓ 買い物をしようとする時に限ってポイントカードを忘れてしまう。ポイントを貯めるアプリを使いたい時に使えない。(女性47歳)
- ✓ キャンペーンで登録したアプリを結局使わずに1年以上放置した。(男性68歳)

■ 調査項目

- 属性設問
 - 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思う外出を伴う行動
 - ポイントが貯まるカードやアプリの利用状況
 - ポイントを貯めているカードやアプリの種類
 - ポイントを使用するタイミング・場面
 - ポイントが貯まるカードやアプリを使うのをやめる理由
 - ポイントに関するあるあるエピソード
- ◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20210414point/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
 調査地域 : 全国47都道府県 調査期間 : 2021年4月9日 (金)
 調査対象 : 20~69歳の男女 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」