

## NEWS LETTER(調査レポート)

報道関係各位

## ビジネスウーマンのポイント活用に関する調査2015

## ネットエイジアリサーチ・消費者評価ランキング

## 働き女子が選ぶポイントサービス

## 貯めやすさ満足度 総合1位「Tポイント」、航空系1位「JAL」、クレカ系1位「セゾン」

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、2014年12月13日～15日の3日間、ポイント活用に関する調査をモバイルリサーチ(携帯電話によるインターネットリサーチ)により実施し、20歳～39歳のビジネスウーマン(アルバイト・パートを除く女性有職者)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

## 《利用ポイントサービス編》……………p.2-5

- ・利用されているポイントサービス 1位「Tポイント」2位「Ponta」3位「楽天スーパーポイント」
- ・メイン利用のポイントサービス 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」 オンライン通販系が強い印象
- ・ポイントサービスの利用頻度は「週に1日以上」が7割、平均3日に1日はポイント利用
- ・消費増税は延期でも節約は続く「今後の増税に備え、ポイントサービスを活用したい」6割半

## 《ポイント貯める編》……………p.6-8

- ・ポイントは“貯金箱”型運用「ポイント残高わからない」2割強、「気づいたら貯まっていた」8割
- ・顧客の困り込みに効果あり!「なるべくポイントサービスの提携店で買い物する」7割
- ・ポイントを貯める工夫「クレカ払い」3割、「ネットショッピング」2割半、「電子マネー払い」2割強
- ・ビジネスウーマンは陸マイラー 7割が「マイルは暮らしで貯めることが多い」と回答
- ・貯めやすいポイントサービス 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」3位「WAONポイント」  
航空系1位は「JALマイレージバンク」 クレジットカード系1位は「永久不滅ポイント(セゾン)」

## 《ポイント使う編》……………p.9-10

- ・ポイントは“第二のお財布”感覚「ポイントは支払いで使用」8割強、「お金がないときポイントで助かった」5割
- ・最もお得感の強いポイント交換商品は「特典航空券」
- ・使用(交換)しやすいマイレージサービスは「JALマイレージバンク」、強みは特典航空券の予約のしやすさ

## 回答者属性・調査概要……………p.11-12

NEWS LETTER(調査レポート)

調査結果

《利用ポイントサービス編》

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

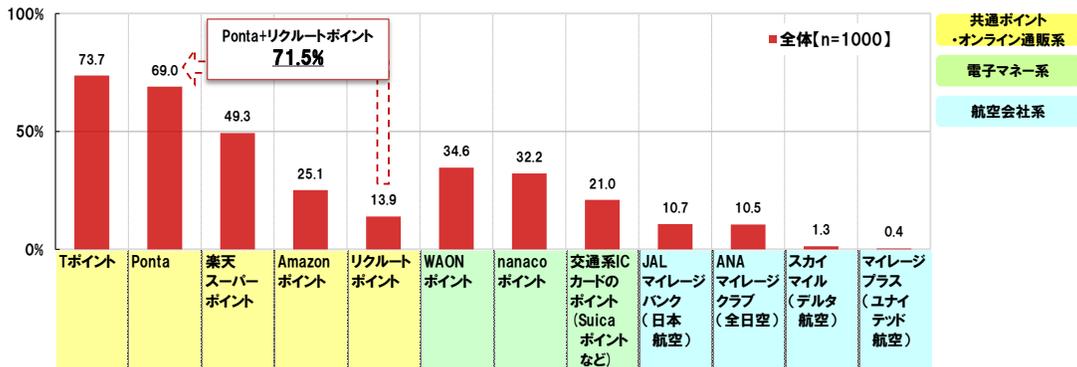
はじめに、20歳～39歳のビジネスウーマン(アルバイト・パートを除く女性有職者)1,000名が利用しているポイントサービスの確認を行った。複数回答形式で利用しているポイントサービスを聞いたところ、<共通ポイント・オンライン通販系>では「Tポイント」が最も高く73.7%。次いで「Ponta」が69.0%、「楽天スーパーポイント」が49.3%、「Amazonポイント」が25.1%、「リクルートポイント」が13.9%となった。利用率で見ると、現状、TポイントとPontaが2大共通ポイントサービスとなっており、2014年に共通ポイント事業が本格化された楽天スーパーポイントがその後を追う形となっている。また、2015年春以降、Pontaに統合が予定されているリクルートポイントをPontaと合算した利用率は71.5%(どちらか、または両方を選択した割合)となり、Tポイントに迫る利用率となっている。今後、共通ポイントサービス同士の顧客獲得競争がより激しさを増すことが予想される。そのほかのグループの結果をみると、<電子マネー系※>では「WAONポイント」(34.6%)と「nanacoポイント」(32.2%)が3人に1人の割合で並び、「交通系ICカードのポイント(Suicaポイントなど)」は21.0%となった。

※楽天EdyやQUICPayなどの電子マネーでは、独自のポイントサービスは展開していない(他の共通ポイントサービスのポイントなどを貯めることができる)ため、選択肢は用意していない。

<航空会社系>では「JALマイレージバンク(日本航空)」(10.7%)と「ANAマイレージクラブ(全日空)」(10.5%)が1割となった。<家電量販店系>では「ヤマダポイント(ヤマダ電機)」が22.3%で最も高く、「ゴールドポイント(ヨドバシカメラ)」(11.8%)と「ビックポイント(ビックカメラ)」(10.3%)が1割台で続いた。<クレジットカード系>では「永久不滅ポイント(セゾン)」が11.8%で最も高くなった。

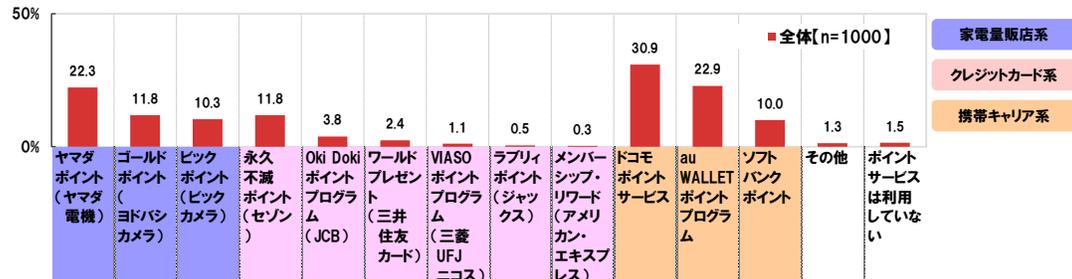
◆あなたが、利用しているポイントサービスをお選びください。(1/2)

ポイントサービスとは、小売店、インターネットショッピング、航空会社、クレジットカードなどの利用でポイントが貯まるサービスのことです。(複数回答形式)



◆あなたが、利用しているポイントサービスをお選びください。(2/2)

ポイントサービスとは、小売店、インターネットショッピング、航空会社、クレジットカードなどの利用でポイントが貯まるサービスのことです。(複数回答形式)

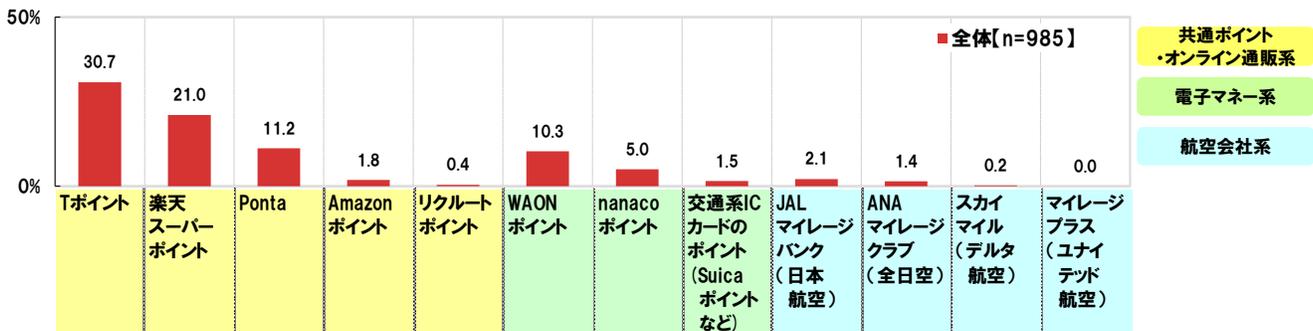


## NEWS LETTER(調査レポート)

### ◆メイン利用のポイントサービス 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」 オンライン通販系が強い印象

次に、いずれかのポイントサービスを利用している方(985名)に対し、利用しているポイントサービスのうち、メインで利用しているものは何かを単一回答形式で聞いたところ、やはり<共通ポイント・オンライン通販系>が強く、中でも「Tポイント」が30.7%で最も高くなった。次いで「楽天スーパーポイント」の21.0%、「Ponta」の11.2%が続く形となっているが、利用率ではPontaよりも低かった楽天スーパーポイントが主利用率において逆転していることが特徴的である。今回の調査対象である20代・30代のビジネスウーマンにおいては、Yahoo! ショッピング(Tポイント)や楽天市場(楽天スーパーポイント)など、オンライン通販で利用できるポイントサービスをメインに据えることが多いようだ。今後、リクルートポイントとの統合によって、オンライン通販のポンパレモールだけでなく、グルメ・美容などの予約サイトであるホットペッパーの利用者もPontaを貯めたり使ったりしやすくなることが予想されるため、主利用率にも変化が生じるのではないだろうか。

#### ◆あなたが、主に利用しているポイントサービスをお選びください。(1/2) (単一回答形式) ※対象:いずれかのポイントサービスを利用している方



#### ◆あなたが、主に利用しているポイントサービスをお選びください。(2/2) (単一回答形式) ※対象:いずれかのポイントサービスを利用している方



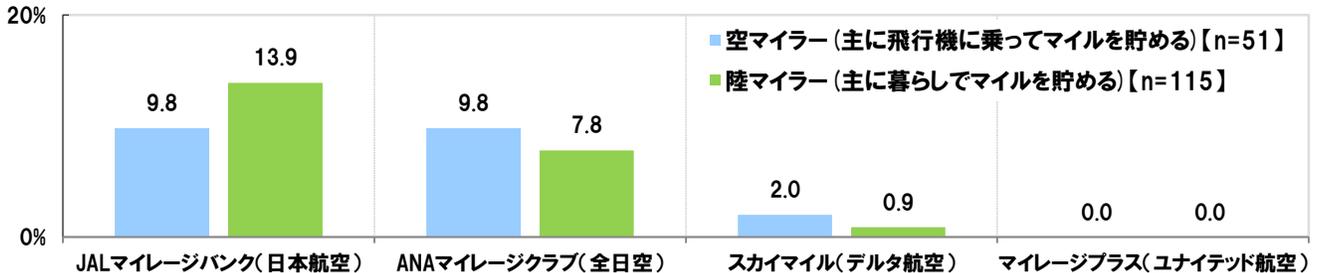
そのほか、<航空会社系>において、陸マイラー(いずれかのマイレージサービスを利用して、主に暮らしでマイルを貯める方、該当する調査結果は後述)は、「ANAマイレージクラブ」(7.8%)よりも「JALマイレージバンク」(13.9%)の主利用率が高くなったことが特徴的であった。2015年の春以降、JALマイレージバンクとPontaとのポイント相互交換が可能になることが発表されているため、今後の共通ポイントサービスのシェア争いにおいて、注目すべき傾向といえそうだ。

## NEWS LETTER(調査レポート)

◆あなたが、主に利用しているポイントサービスをお選びください。

(単一回答形式より、＜航空会社系＞の選択肢を抜粋)

※集計対象:いずれかのマイレージサービスを利用している方

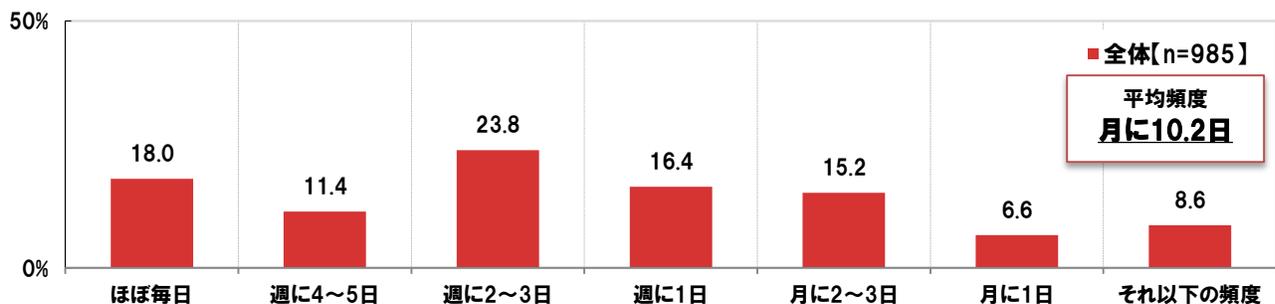


### ◆ポイントサービスの利用頻度は「週に1日以上」が7割、平均3日に1日はポイント利用

続いて、ポイントサービスの利用頻度についての質問を行った。いずれかのポイントサービスを利用している方(985名)に対し、ポイントサービスの利用頻度を聞いたところ、「ほぼ毎日」が18.0%、「週に4~5日」11.4%、「週に2~3日」が23.8%、「週に1日」が16.4%となり、それらを合計すると、週に1日以上の頻度で定期的にポイントを貯めたり使ったりしている方が7割(69.6%)となった。平均頻度を算出すると、月に10.2日となっており、およそ3日に1日程度のポイントサービス利用頻度となっている。

◆あなたは、ポイントサービスをどのくらいの頻度で利用していますか。

(単一回答形式) ※対象:いずれかのポイントサービスを利用している方



## NEWS LETTER(調査レポート)

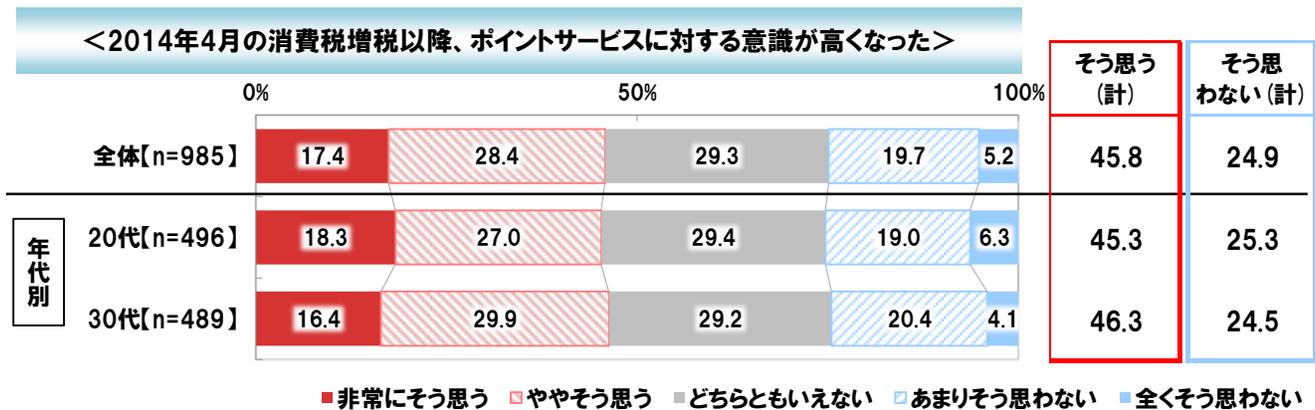
### ◆消費増税は延期でも節約は続く「今後の再増税に備え、ポイントサービスを活用したい」6割半

また、いずれかのポイントサービスを利用している方(985名)に対し、<2014年4月の消費税増税以降、ポイントサービスに対する意識が高くなった>と思うかどうか聞いたところ、『そう思う』(「非常に」+「やや」)が45.8%となった。

さらに、全回答者(1,000名)に対し、<消費税再増税の見送りが表明されたが、今後の再増税に備え、ポイントサービスを活用したい>と思うかどうか聞いたところ、『そう思う』が64.3%となった。節約意識の高まりからか、ポイントサービスに対して注目が集まっていることが窺える。

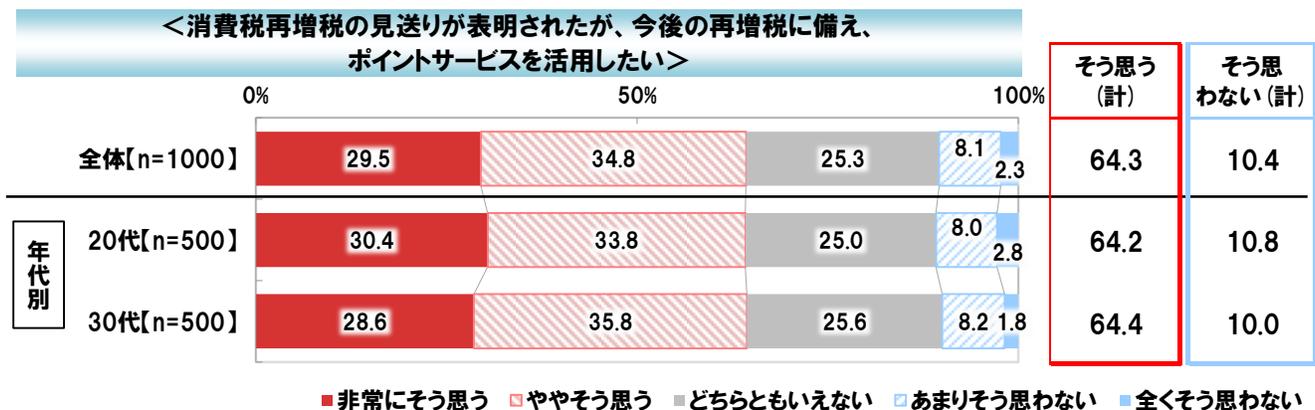
### ◆ポイントサービスの利用について、あなたはそう思いますか、思いませんか。

(単一回答形式) ※対象:いずれかのポイントサービスを利用している方



### ◆ポイントサービスの利用について、あなたはそう思いますか、思いませんか。

(単一回答形式)



## NEWS LETTER(調査レポート)

### 《ポイント貯める編》

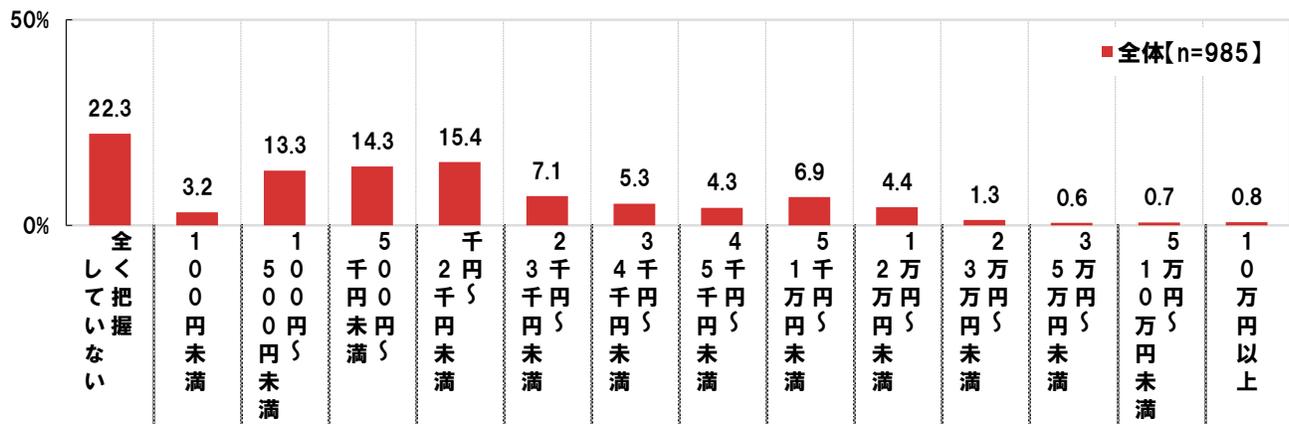
#### ◆ポイントは“貯金箱”型運用「ポイント残高わからない」2割強、「気づいたら貯まっていたうれしかった」8割

いずれかのポイントサービスを利用している方(985名)に対し、メインで利用しているポイントサービスで、どのくらいのポイントが貯まっているかを金額換算で聞いたところ、「100円～500円未満」(13.3%)や「500円～千円未満」(14.3%)、「千円～2千円未満」(15.4%)といった、100円～2千円未満の回答がボリュームゾーンとなった。他方で、「全く把握していない」は22.3%となっている。

#### ◆あなたは、主に利用しているポイントサービスでは、どのくらいのポイントが貯まっていますか。

金額に換算した場合のおおよその額をお知らせください。

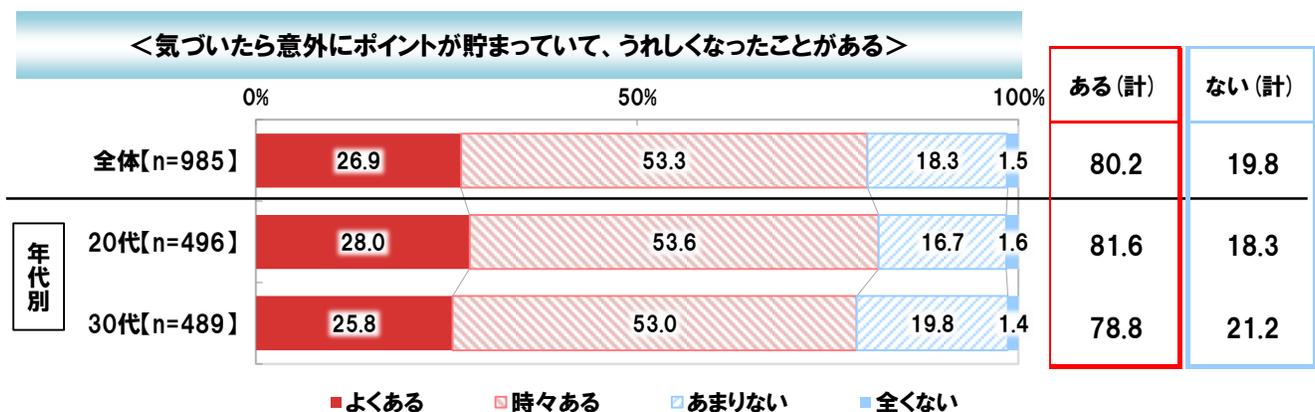
(単一回答形式) ※対象:いずれかのポイントサービスを利用している方



また、別の質問では、<気づいたら意外にポイントが貯まっていた、うれしかったことがある>について、『ある』(「よくある」+「時々ある」)が80.2%となっている。“通帳”のように、貯まっているポイント額を逐一把握する運用方法でなく、“貯金箱”のように、普段はポイント額を意識せずにこつこつと積立て、気づいたら貯まっていたその額に喜びを感じる、といった運用方法をしている方が少なくないようだ。

#### ◆ポイントを貯める際、あなたは以下のような経験がありますか、ありませんか。

(単一回答形式) ※対象:いずれかのポイントサービスを利用している方



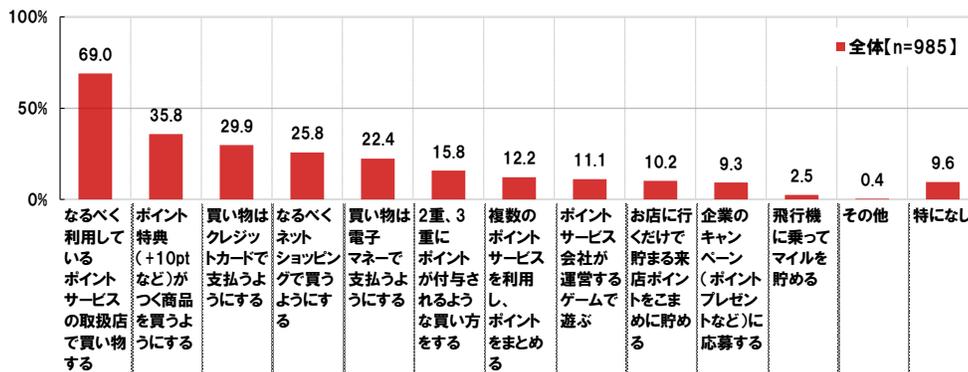
## NEWS LETTER(調査レポート)

### ◆顧客の囲い込みに効果あり！「なるべくポイントサービスの提携店で買い物する」7割

### ◆ポイントを貯める工夫「クレカ払い」3割、「ネットショッピング」2割半、「電子マネー払い」2割強

続いて、いずれかのポイントサービスを利用している方(985名)に対し、ポイントを貯める際に工夫していることは何か聞いたところ、「なるべく利用しているポイントサービスの取扱店で買い物する」が69.0%となった。販売店側の視点でみると、ポイントサービスとの提携で一定の集客効果が得られることが窺える結果となっている。次いで、「ポイント特典(+10ptなど)がつく商品を買うようにする」が3割半(35.8%)、「買い物はクレジットカードで支払うようにする」が3割(29.9%)、「なるべくネットショッピングで買うようにする」が2割半(25.8%)、「買い物は電子マネーで支払うようにする」が2割強(22.4%)、「2重、3重にポイントが付与されるような買い方をする」が1割半(15.8%)で続いた。ポイント特典のほか、クレジットカードや電子マネーでの支払い、ネットショッピングの利用などのちょっとした工夫で賢くポイントを貯めており、またそれらを合わせた“2重、3重のポイント取り”を実施している方も決して少なくない割合となった。

◆あなたは、ポイントを貯める際にどんな工夫をしていますか。  
(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方

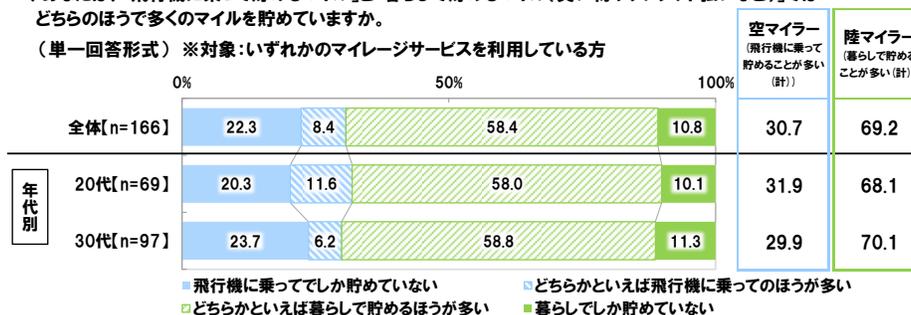


### ◆ビジネスウーマンは陸マイラー 7割が「マイルは暮らしで貯めることが多い」と回答

さらに、いずれかのマイレージサービスを利用している方(166名)に対し、「飛行機に乗って貯めるマイル」と「暮らしで貯めるマイル(買い物やクレジット払いなど)」のどちらでマイルを貯めることが多いか聞いたところ、『飛行機に乗って貯めることが多い』(「でしか貯めていない」+「どちらかといえば多い」)が30.7%、『暮らしで貯めることが多い』(「でしか貯めていない」+「どちらかといえば多い」)が69.2%となり、20代・30代のビジネスウーマンにおいては“陸マイラー”が主流であることがわかった。頻繁に飛行機に乗ることはないけれども、ポイントの相互交換や提携店での買い物など、普段の暮らしの中でマイルを貯めて、ゆくゆくは特典航空券に交換して旅行を楽しむことを目指しているのかもしれない。

◆あなたは、「飛行機に乗って貯めるマイル」と「暮らしで貯めるマイル(買い物やクレジット払いなど)」ではどちらのほうで多くのマイルを貯めていますか。

(単一回答形式) ※対象:いずれかのマイレージサービスを利用している方



## NEWS LETTER(調査レポート)

### ◆貯めやすいポイントサービス 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」3位「WAONポイント」

#### 航空系1位は「JALマイレージバンク」クレジットカード系1位は「永久不滅ポイント(セゾン)」

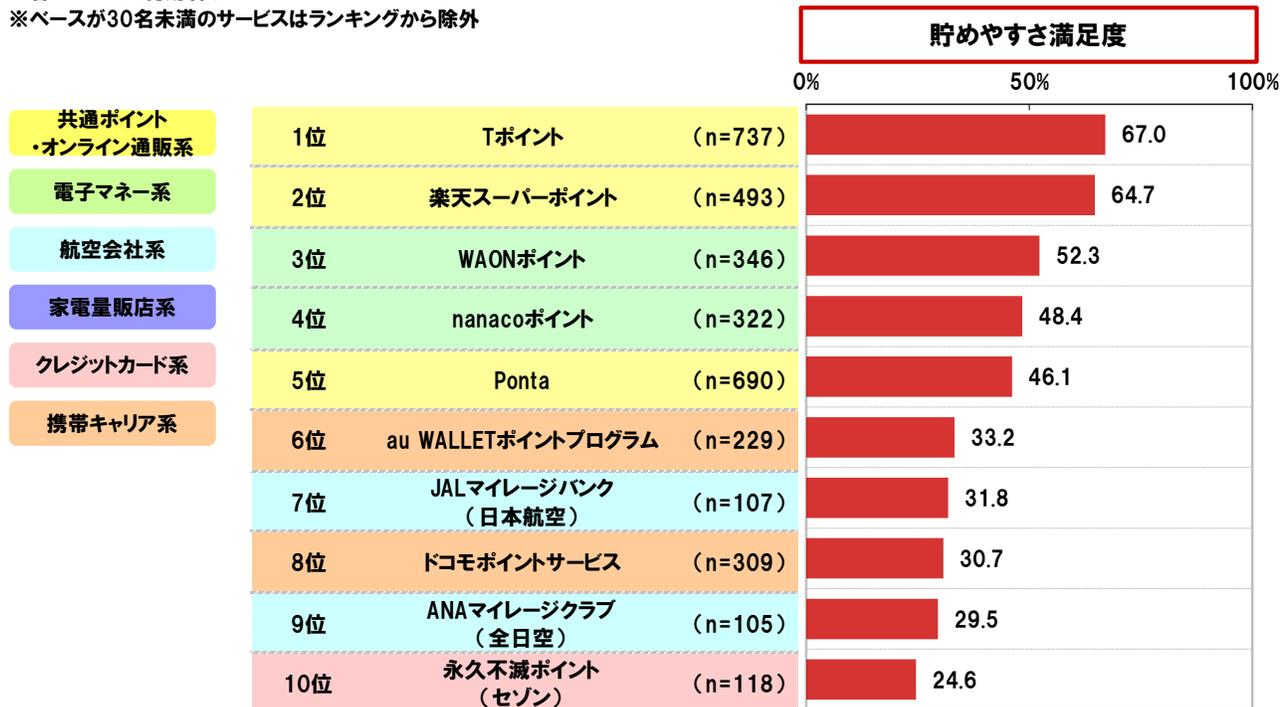
それでは、具体的にはどのポイントサービスが“ポイントを貯めやすい”との評価を得ているのだろうか。各々のポイントサービスの利用者が“このサービスはポイントを貯めやすい”と評価した割合(以下、貯めやすさ満足度と表記)をランキングにした。

貯めやすさ満足度が最も高かったポイントサービスは「Tポイント」で、67.0%。利用者の7割弱が貯めやすいサービスだと評価している結果となった。2位には僅差で「楽天スーパーポイント」が64.7%で続き、3位は「WAONポイント」(52.3%)、4位は「nanacoポイント」(48.4%)、5位は「Ponta」(46.1%)となった。様々な提携店での買い物で使用でき、ポイントを貯められる共通ポイント系と電子マネー系のポイントサービスの評価が高くなっている。6位は「au WALLEETポイントプログラム」(33.2%)で、今調査では携帯キャリア系ポイントサービスに分類しているが、このポイントサービスは、携帯電話の通話料支払いによるポイント(旧 au ポイント)と、プリペイド型の電子マネー利用によるポイントが統合されたサービスであるため、こちらも様々な提携店で電子マネーとして使用でき、ポイントを貯めることが可能な点が高評価に繋がっているのではないだろうか。そのほか、7位の「JALマイレージバンク」(31.8%)は航空系ポイントサービスの中では最も評価が高く、10位の「永久不滅ポイント(セゾン)」(24.6%)はクレジットカード系ポイントサービスの中では最も評価が高くなっている。

### ◆ポイントを貯めやすいと思うポイントサービス (上位10位までを表示)

※各サービスの利用者がベース

※ベースが30名未満のサービスはランキングから除外

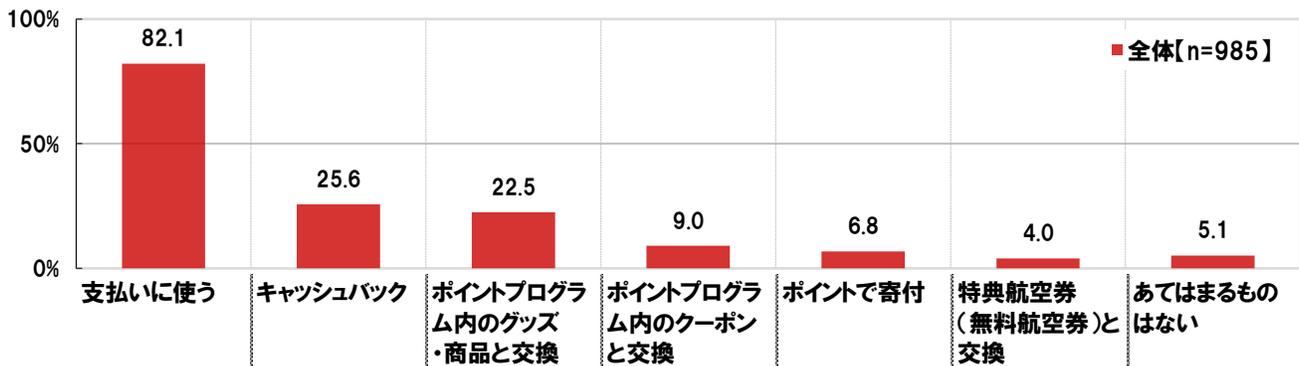


**NEWS LETTER(調査レポート)**

《ポイント使う編》

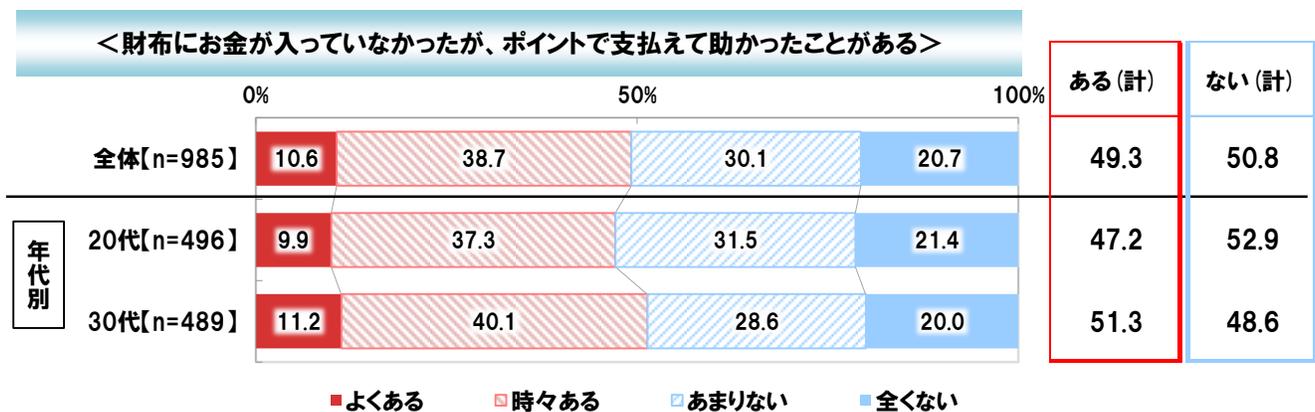
◆ポイントが“第二のお財布”感覚 「ポイントは支払いで使用」8割強、「お金がないときポイントで助かった」5割  
 いずれかのポイントサービスを利用している方に対し、実際に行ったことがあるポイント使用方法を聞いたところ、「支払いに使う」が最も高く82.1%、次いで「キャッシュバック」が25.6%、「ポイントプログラム内のグッズ・商品と交換」が22.5%で続いた。ポイントのまま購入時の支払いに利用したり、貯まったポイントを現金に還元したりといった、“現金感覚”でポイントを使用する方法が多く行われているようだ。

◆あなたは、これまでにどんな方法で貯まったポイントを使用したことがありますか。  
 (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方



また、別の質問では、<財布にお金が入っていなかったが、ポイントで支払えて助かったことがある>について、『ある』が49.3%となった。ピンチのときに使える“第二のお財布”として、ポイント払いに頼った経験がある方が半数近くとなっている。

◆ポイントを使う際、あなたは以下のような経験がありますか、ありませんか。  
 (単一回答形式) ※対象:いずれかのポイントサービスを利用している方



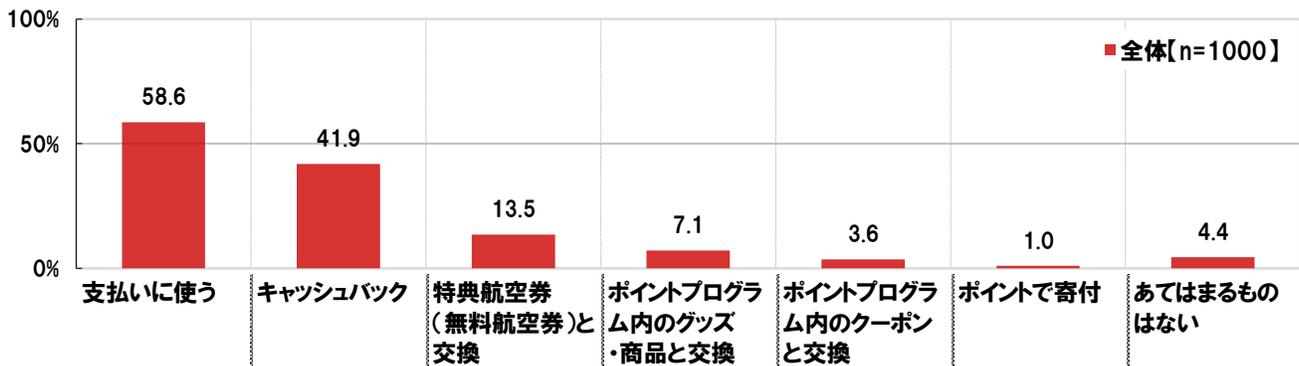
## NEWS LETTER(調査レポート)

◆最もお得感の強いポイント交換商品は「特典航空券」

◆使用(交換)しやすいマイレージサービスは「JAL マイレージバンク」、強みは特典航空券の予約のしやすさか

次に、全回答者(1,000名)に対し、お得感があると思う使用方法を聞いたところ、「支払いに使う」(58.6%)と「キャッシュバック」(41.9%)といった“現金感覚”のポイント使用方法に、「特典航空券(無料航空券)と交換」(13.5%)が続いた。特典航空券は「ポイントプログラム内のグッズ・商品と交換」(7.1%)や、「ポイントプログラム内のクーポンと交換」(3.6%)よりも上位についていることから、数多ある交換商品やクーポンよりもお得感を感じる特典であるようだ。

◆あなたは、どんな方法でポイントを使用するのがお得感があると感じますか。  
(複数回答形式)



それでは、どの航空会社系のマイレージサービスが“マイルを使用(交換)しやすい”との評価を得ているのだろうか。各々のマイレージサービスの利用者が“このマイレージサービスはマイルを使用(交換)しやすい”と評価した割合(以下、使用(交換)しやすさ満足度と表記)と、このマイレージサービスは特典航空券が取りやすい(予約しやすい)と評価した割合(以下、予約しやすさ満足度と表記)を確認した。

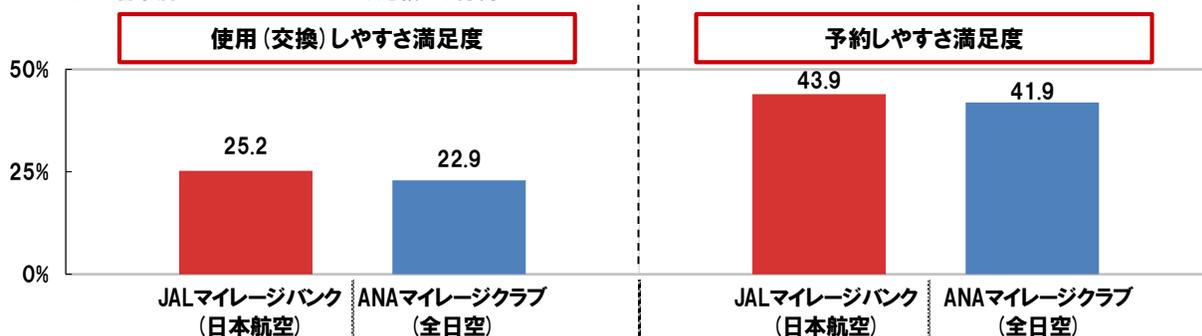
使用(交換)しやすさ満足度は「JAL マイレージバンク」(25.2%)が「ANA マイレージクラブ」(22.9%)を上回った。また、予約しやすさ満足度でも「JAL マイレージバンク」(43.9%)が「ANA マイレージクラブ」(41.9%)を上回る結果となった。お得感が強いと思うポイント交換商品である特典航空券において、予約のしやすさで優位となった JAL が、マイルの総合的な使用(交換)しやすさでも上位となった形だ。ポイントサービスの“目玉”ともいえる商品・特典の利用しやすさが、ポイントの総合的な使いやすさの評価を左右しているのではないだろうか。

◆マイルを使用(交換)しやすいと思うマイレージサービス

／特典航空券が取りやすい(予約しやすい)と思うマイレージサービス

※各マイレージサービスの利用者(JALマイレージバンク:n=107、ANAマイレージクラブ:n=105)がベース

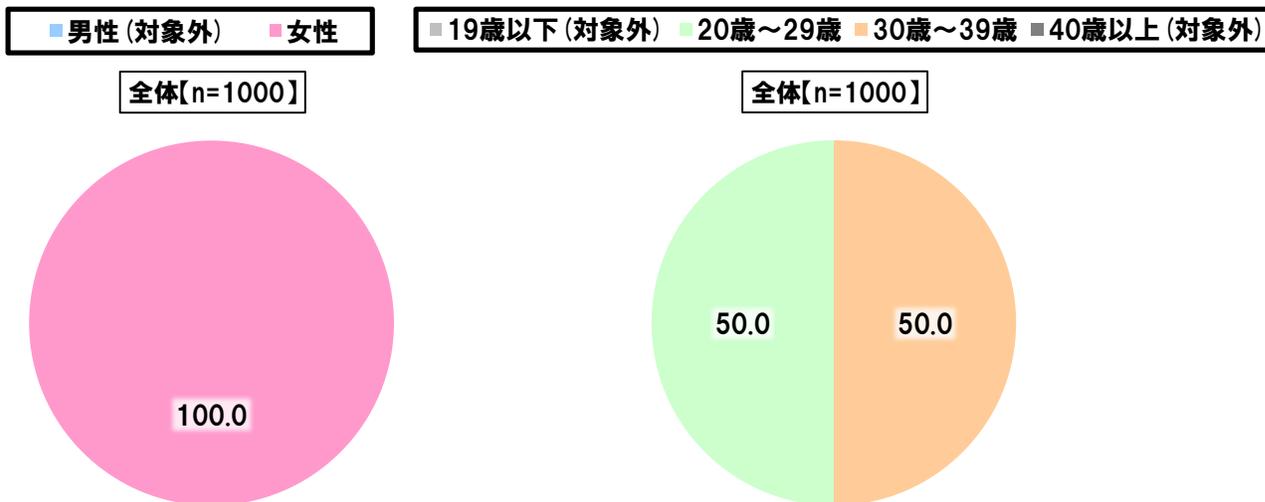
※ベースが30名未満のマイレージサービスは比較から除外



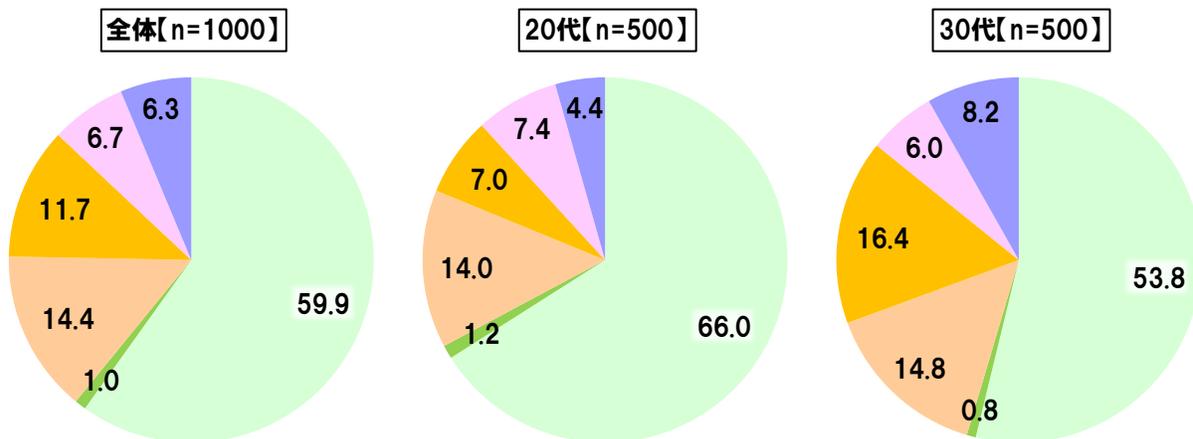
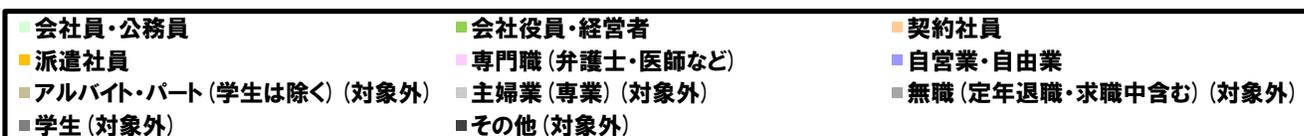
# NEWS LETTER(調査レポート)

## 回答者属性

### ◆回答者属性\_性別/年代



### ◆回答者属性\_職業



## NEWS LETTER(調査レポート)

## ◆調査概要◆

- ◆調査タイトル : ビジネスウーマンのポイント活用に関する調査2015
- ◆調査対象 : ネットエイジアリサーチのモバイルモニター会員を母集団とする  
20歳~39歳のビジネスウーマン(アルバイト・パートを除く女性有職者)
- ◆調査期間 : 2014年12月13日~12月15日
- ◆調査方法 : インターネット調査(モバイルリサーチ)
- ◆調査地域 : 全国
- ◆有効回答数 : 1,000名(20代・30代を500名ずつ均等に抽出)
- ◆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 担当：吉田・安高  
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/>