

## 98.5%が“ポイ活”をしており、貯めているポイントは平均5.3種類！ スーパーでは11.3%の人が年1万円以上も貯めている！5万円以上も3.8%

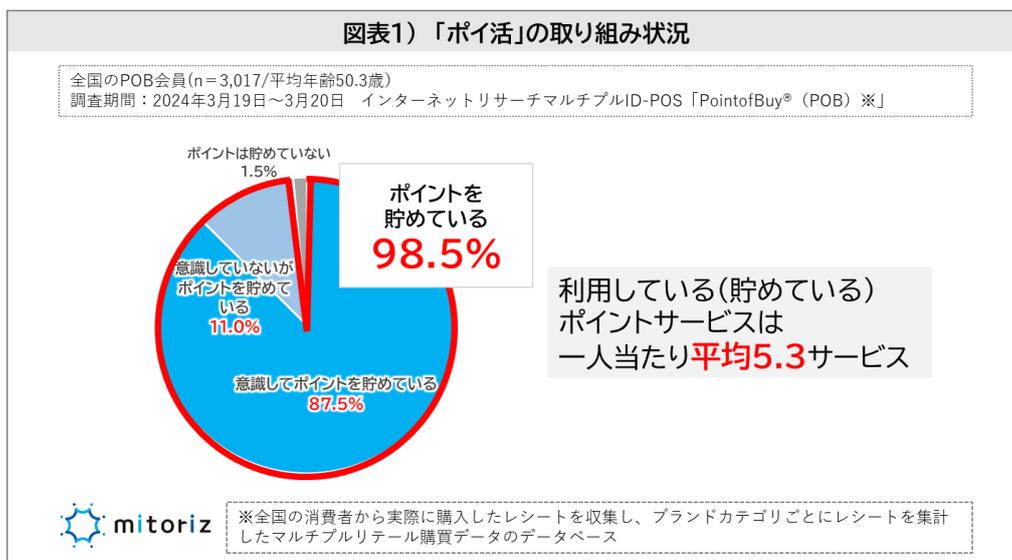
株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、消費者購買行動データサービス「Point of Buy®（以下、POB）」の会員3,017人に「ポイ活に関する調査」を実施致しました。

節約意識の高まりから、買い物などでポイントを貯め、活用する「ポイ活（ポイント活動）」が注目を集める中、実際に貯めている年間のポイント数や、貯めるために意識している行動などを調査しました。

### 《調査サマリー》

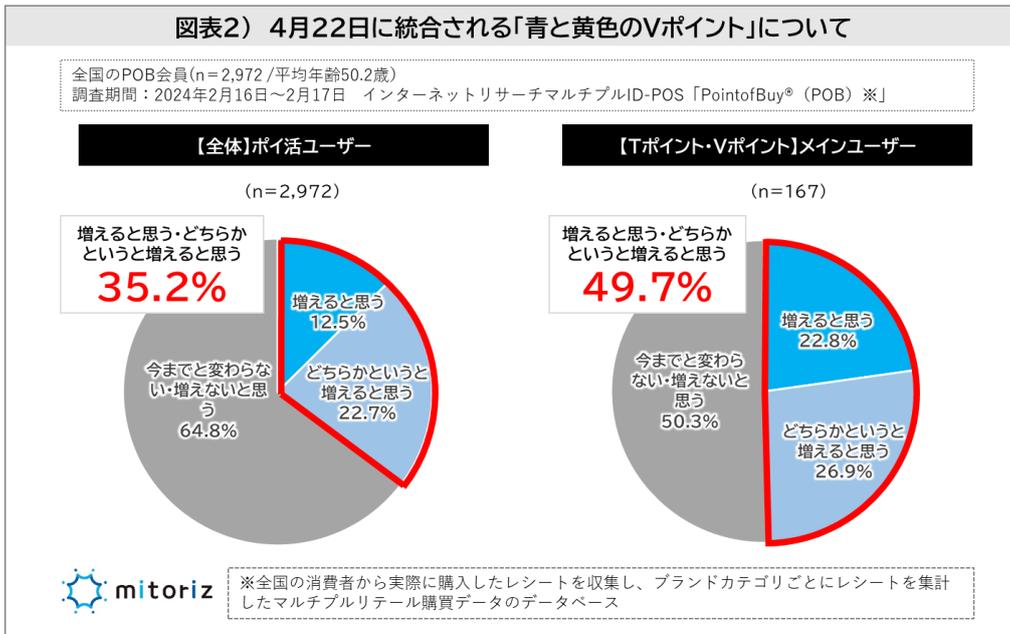
- ・ポイントを貯めている人は98.5%で貯めているサービス数の平均は“5.3”
- ・TポイントとVポイント統合で誕生「青と黄色のVポイント」は35%が“今後の利用が増えそう”と回答
- ・スーパーでは11.3%の人が年間1万円以上のポイントを貯めている！年間5万円以上も3.8%
- ・ポイント獲得のためコンビニではQRコード決済、スーパー、ドラッグストアはポイントデーを活用
- ・《レシート分析》ドラッグストアではポイントを貯めやすい日はレシート投稿数が増加する傾向あり

### ポイントを貯めている人は98.5%で貯めているサービス数の平均は“5.3”



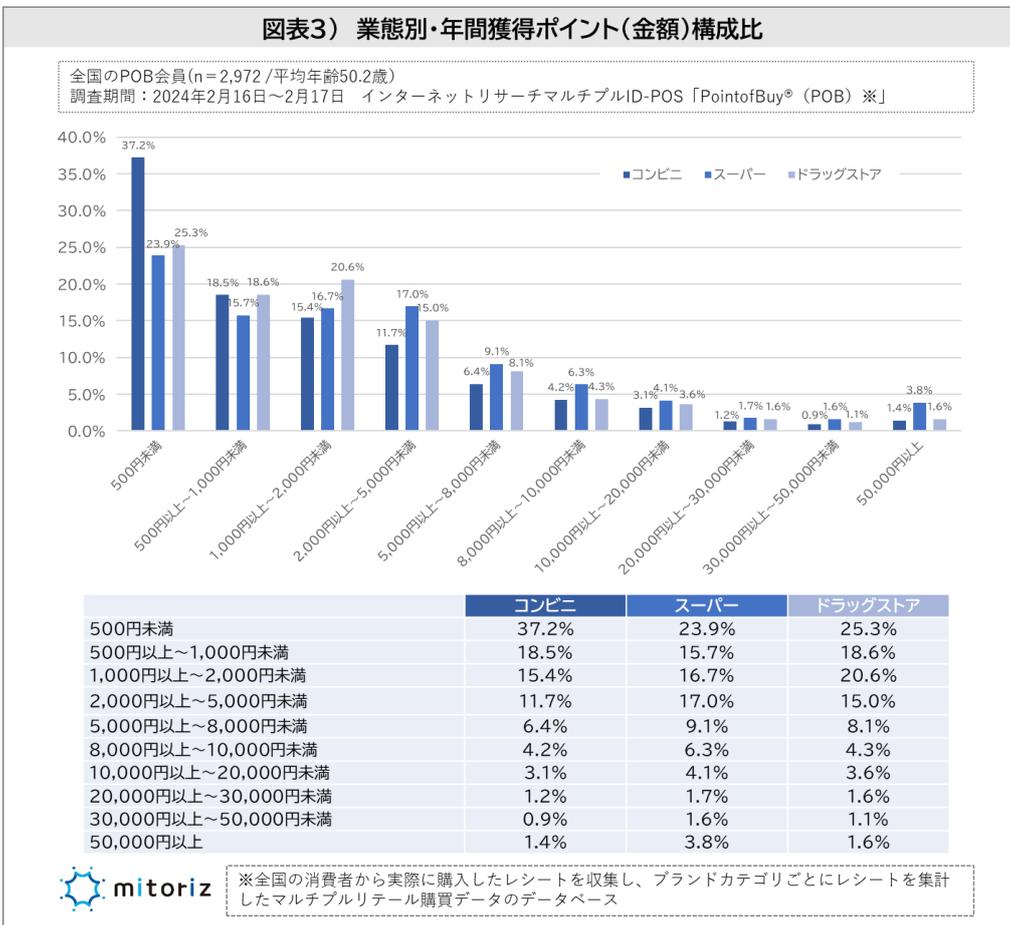
「ポイントを貯めているか」を調査したところ「意識して貯めている（87.5%）」「意識していないが貯めている（11.0%）」と、回答者の98.5%（2,972人）が貯めていると回答しました。回答者の利用している（貯めている）ポイントサービス数は一人当たり“平均5.3サービス”となっています（図表1）。

TポイントとVポイント統合で誕生「青と黄色のVポイント」は35%が“今後の利用が増えそう”と回答



ポイントを貯めていると回答した2,972人を対象に、4月22日にTポイントとVポイントが統合し誕生する「青と黄色のVポイント」の今後の利用に関する考えを尋ねました。全体の35.2%は利用機会が増えると思うと回答しており、現在、TポイントまたはVポイントをメインで利用しているユーザーにおいては、49.7%と過半数に迫ります（図表2）。

スーパーでは11.3%の人が年間1万円以上のポイントを貯めている！年間5万円以上も3.8%



ポイントを貯めている人が「1年間に貯めているポイント額」を調査し、コンビニ、スーパー、ドラッグストアの3業態で比較しました。どの業態に於いても500円未満という回答が最も多く、コンビニは4割に迫る37.2%となりました。コンビニは1,000円未満までが過半数を超える55.7%となり、スーパーとドラッグストアも2,000円未満までで、スーパーが56.3%、ドラッグストアが64.5%と過半数を超えるており、何千円ものポイントを貯められている人は多くないことがわかります。一方で10,000円以上と回答した比率についてはコンビニが6.6%、ドラッグストアが8.0%と一桁なのに対して、スーパーは11.3%と10%を超えており、50,000円以上の比率も3.8%とスーパー（1.4%）、ドラッグストア（1.6%）よりも2倍以上高い結果となりました（図表3）。

## ポイント獲得のためコンビニではQRコード決済、スーパー、ドラッグストアはポイントデーを活用

**図表4) ポイントを貯めるための行動**

ポイントを貯めている全国のPOB会員(n=2,972/平均年齢50.3歳)  
調査期間：2024年3月19日～3月20日 インターネットリサーチマルチプルID-POS「PointofBuy® (POB) ※」

	あてはまる&ややあてはまる	あまりあてはまらない&あてはまらない
ポイントを貯められるお店・サービスを選択して利用	91.6% あてはまる:54.6% ややあてはまる:37.0%	8.4% あまりあてはまらない:6.2% あてはまらない:2.2%
QRコード決済で支払う	80.7% あてはまる:53.6% ややあてはまる:27.1%	19.3% あまりあてはまらない:8.4% あてはまらない:10.9%
ポイントデーを活用	78.0% あてはまる:43.6% ややあてはまる:34.4%	22.0% あまりあてはまらない:15.3% あてはまらない:6.7%
カード決済で支払う	77.8% あてはまる:46.9% ややあてはまる:30.9%	22.2% あまりあてはまらない:11.2% あてはまらない:11.0%
ポイント増量キャンペーンを利用	76.8% あてはまる:37.8% ややあてはまる:39.0%	23.2% あまりあてはまらない:17.1% あてはまらない:6.2%
ポイントボーナス対象商品を選んで購入	64.7% あてはまる:28.6% ややあてはまる:36.1%	35.3% あまりあてはまらない:25.1% あてはまらない:10.2%

業態別(あてはまる&ややあてはまる 合計)	コンビニ	スーパー	ドラッグストア
ポイントを貯められるお店・サービスを選択して利用	94.0%	92.7%	92.6%
QRコード決済で支払う	81.2%	69.6%	80.1%
カード決済で支払う	64.0%	71.6%	69.1%
ポイントデーを活用	73.6%	78.1%	83.7%
ポイントボーナス対象商品を選んで購入	70.0%	66.9%	68.8%
ポイント増量キャンペーンを利用	73.4%	76.7%	75.2%

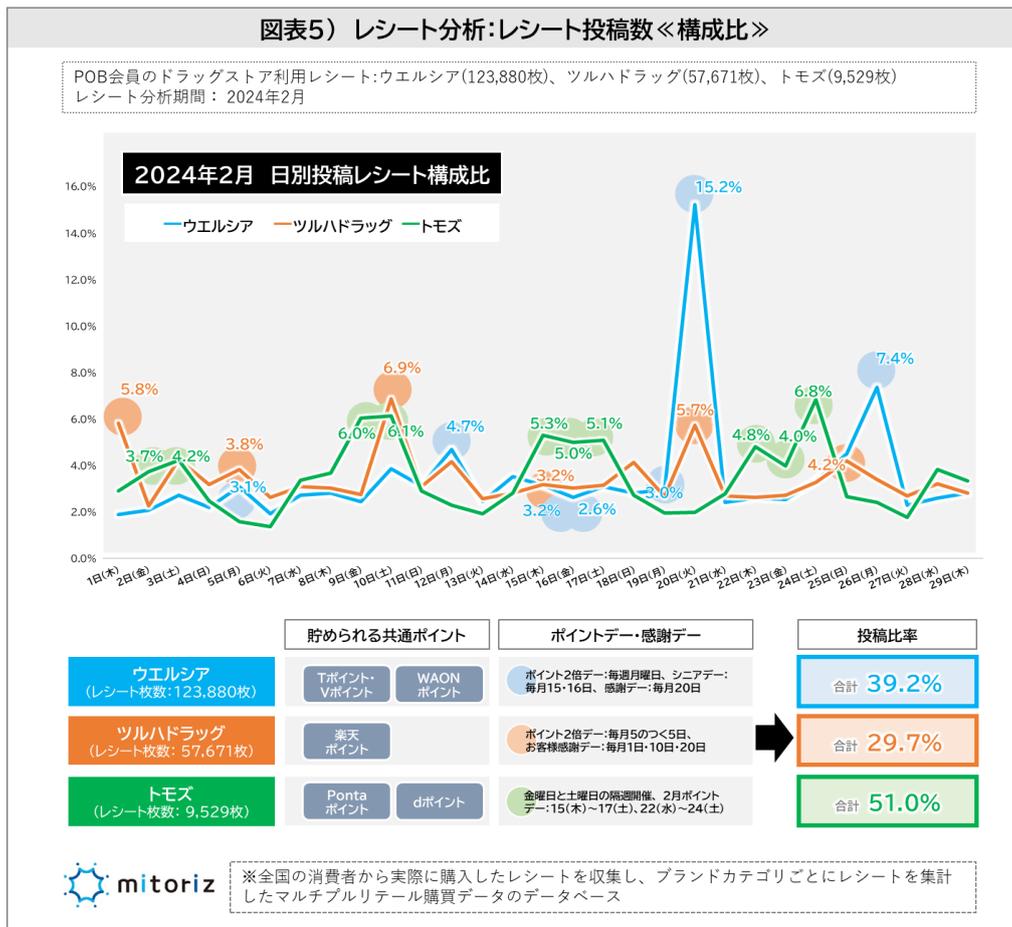

 ※全国の消費者から実際に購入したレシートを収集し、ブランドカテゴリごとにレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

「ポイントを貯めるための行動」を調査したところ「ポイントを貯められるお店・サービスを選択して利用」が「あてはまる（54.6%）」「ややあてはまる（37.0%）」を合わせて91.6%と最も多く、次いで「QRコード決済で支払う（80.7%）」「ポイントデーを活用（78.0%）」と続きました。

さらに、コンビニ、スーパー、ドラッグストアの3業態で傾向を分析したところ、どの業態も「ポイントを貯められるお店・サービスを選択して利用」が最も多く9割を超えましたが、2番目以降の行動に差が出ています。コンビニは「QRコード決済で支払う（81.2%）」が続いていますが、スーパーとドラッグストアでは「ポイントデーを活用」が続いており、スーパーで78.1%、ドラッグストアで83.7%と高い数値となっています。

ポイントを貯めるための行動として、スーパーとドラッグストアでは、ポイントデー活用を意識している消費者が特に多いことがわかります（図表4）。

《レシート分析》ドラッグストアではポイントを貯めやすい日はレシート投稿数が増加する傾向あり



ポイントを貯める行動として上位に入った「ポイントデーを活用」について、特に数値の高かったドラッグストアの実態をレシートデータから分析しました。ポイントデーが定まっているドラッグストア「ウエルシア」、「ツルハドラッグ」「トモズ」の3チェーンを取り上げ、月間のレシート投稿数の構成比からポイントデーの影響の有無を分析しました。なお、対象チェーンで利用可能なポイントサービスは「Tポイント・Vポイント」「楽天ポイント」「dポイント」「WAONポイント」「Pontaポイント」となります。

図表5は2024年2月に投稿された「ウエルシア」「ツルハドラッグ」「トモズ」のレシート投稿数を日別の構成比で表したもので、グラフからポイントデー・感謝デーは投稿数が増加している傾向を見て取ることができます。ポイントデー・感謝デーの投稿比率を合計すると「ウエルシア(39.2%)」「ツルハドラッグ(29.7%)」「トモズ(51.0%)」と半数を超えるチェーンもあり、ポイントデーを狙って買い物をしている消費者が多く存在していると言えそうです。特にウエルシアは20日の「ウエルシアお客様感謝デー」においては単日だけで月間投稿数の15%を占めていることから影響の大きさを見て取れます(図表5)。

【アンケート調査概要】

調査期間: 2024年2月16日~2月17日

調査対象: mitorizの消費者購買行動レポートデータサービス「Point of Buy®」の登録会員(POB会員)

POB会員(平均年齢50.3歳)

調査方法: インターネットによる自社調査(有効回答数: 3,017件)

## 消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」

国内最大級の消費者購買DBを活用し、メーカーや小売りなどのマーケティングを支援するサービスです。レシートに記載された購買情報を活用しているため、POSやID-POSデータで開示されていない小売りチェーンのデータや、個のユーザー（シングルソース）に紐づいた、業態を横断した購買行動や併売商品など断続的な購買行動を把握できます。

Point of Buy® : <https://www.mitoriz.co.jp/lp/pob/>

サービスページ : <https://www.mitoriz.co.jp/business/service/digitalmarketing-multi-idpos/>

### 【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、株式会社mitorizが保有します。調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前に弊社までご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲

2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※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：「株式会社mitorizが実施した調査によると…」

※以下の行為は禁止いたします。

- ・データの一部または全部を改変すること
- ・本レポートを販売・出版すること
- ・出所を明記せずに転載・引用を行うこと

### 【報道関係お問い合わせ】

コーポレート本部 経営管理部 広報：田中（たなか）

TEL：03-6328-0052 FAX：03-6328-3631 MAIL：[press@mitoriz.co.jp](mailto:press@mitoriz.co.jp)

### 【会社概要】

会社名：株式会社mitoriz

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：1億円

代表取締役社長：木名瀬 博

HP：<https://www.mitoriz.co.jp/>

全国の主婦を中心とした60万人を超える登録スタッフネットワーク（アンケート会員含む）を活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など227,537店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。

キャスト・データ・ネットワークを活用して、新たなつながりを創出し、人やモノの潜在価値を顕在化させ、社会に新たな価値を提供し、ビジネスを通じて社会課題を解決していきます。